**實體活動被取消，「線上策展」能怎麼做？行銷人必懂**

2020/04/09

未來商務產業焦點楊智傑

電玩展停辦、國際書展改為線上、100 人以上活動陸續取消，在疫情看不到盡頭的此刻，「線上策展」（Online Curator）儼然成為大家共同的思考與解方，但是，線上策展和動態網頁設計有何差別？策展和一般的線上行銷活動（Marketing Campaign），又有什麼不同呢？

近來，「線上策展」突然成了一個熱門名詞。與其說「線上策展」是一種行銷策略，也許可以更接近品牌經營的觀念或心法。根據策展社群 The Curators 一篇文章的解釋，「策展人」一詞來自於拉丁語的照顧者（Curator），並引申為具有保護珍貴藝術品的意思。這篇文章也以TED演講將其負責人稱為「策展人」為例，指出策展人的任務是「搜尋、整理、呈現資訊內容，並且讓這些資訊有更多的使用空間和影響力。」

## 人人都是策展人的時代，連結客群、發揮社群優勢

**策展雖然源自於藝術領域，而從藝術圈走到數位行銷的過程，「線上策展」更成為了一個生氣蓬勃、但意義分歧的名詞，最常見的或許是「內容策展人」（Content Curator）。** 根據香港數位行銷公司Fimmick，「內容策展人」的主要任務，是去發掘尚未普及、但對受眾有意義的內容，同時附加與品牌相關的觀點（如重新濃縮、節錄原有訊息），而受眾也會樂意接納這些多元的訊息聲音，並非只是聆聽品牌的一言堂。當然，內容擴散與操作的能力就是策展人必備的。

根據數位資訊世界網站統計，美國有超過 80% 的行銷人員，實際工作內容就包含了「內容策展」，藉由策展（Curate）而非從頭到尾的原創（Create），除了可以節省內容產製的成本，更可以連結不同的興趣客群，發揮社群的優勢。

事實上，你也很有可能不知不覺成了「內容策展人」而不自知。同一篇調查指出，全美有32%的社群使用者，會在進行新聞或資訊轉載時，同時附上自己的評論或其他原創內容，也就是說，有1/3的社群使用者，在不自覺的情況下進行著內容策展的工作，並將「自己」作為和這些展示內容連結的品牌，深化或改變受眾（朋友圈）對你個人的整體印象。

[**面對談判困境時，你該怎麼做？**](https://edm.managertoday.com.tw/negotiation/?utm_campaign=2021q3neg&utm_source=web_mt&utm_medium=middle_text&utm_content=21847&utm_term=channel_12)

## 以線上策展營造「線下體驗」的感官旅程

然而線上策展的另一層意涵，或許更接近藝術界的原意：將資訊「詮釋」或「升級」成較高價值的呈現方式，營造線下體驗的錯覺。例如NGO組織無國界記者（Reporters without borders）就在沙盒遊戲Minecraft內，建造了一座華麗的「反審查」虛擬圖書館，陳列了因政治因素而遭許多國家禁止的內幕新聞，包括新聞文字與記者的實際錄音等內容。

這項虛擬「策展」除了藉由遊戲避開相關國家干預，另一層重要意義，是在於它被使用者體驗的方式──並非直接顯示遭封鎖的新聞，而是鉅細靡遺地打造這座圖書館的細節外觀──哥德式的廊柱、恢弘的大廳、銘刻著各國旗幟的玻璃穹頂、莊嚴的階梯、與象徵「無國界記者」以拳頭握筆的石雕等，都讓玩家有種踏入秘密殿堂的儀式感。

圖書館策展者James Delaney表示：「我們不是將新聞自由等主題『遊戲化』，而是將這個主題直接帶到遊戲中」，因此，這些看似裝飾性、趣味性，或有些多餘的使用流程，目的其實都是讓虛擬世界更加逼近「線下體驗」的精心設計。

**此外，虛擬實境（VR）技術也讓虛擬策展多了一種選項。** 從Google針對VR開發者的建議來看，也與實體策展的要求相當吻合（例如空間沉浸感的營造、物件的擺設避免過於靠近觀者等）。最近亦有相當多虛擬美術館、博物館的應用應運而生。唯獨VR硬體裝置過於昂貴，仍是普及的一大門檻。

不過，藉由一些簡單的工具，策略團隊依然可以為自己的企業品牌、產品或服務進行線上策展，例如： **可結合影像、圖文呈現專題的免費開源軟體**[**Mural**](https://www.getmural.io/)**，就能在不需另外撰寫程式的情形下，靈活地套用各種樣板，進行影像敘事或策展，包括製作**[**新聞專題製作**](https://udn.com/upf/the_invisibles/)**、**[**大型活動頁面**](https://stories.getmural.io/tuska2019/)**、**[**新聞頻道簡介**](https://stories.getmural.io/elegantni-cesko-tv/)**等高品質的多媒體線上展示內容。**

在疫情影響之下，稍具規模的實體活動都相繼取消，但人們對於真實接觸，從而獲得更豐富感官體驗的渴望，卻不會因此衰減。線上策展作為一種解套，或許將為這種趨勢下的「數位隔絕」帶來另一種契機。

（本文出自[未來商務產業焦點](https://fc.bnext.com.tw/online-event/)）

https://www.managertoday.com.tw/articles/view/59556