

壹、動機與目的

在數位資訊高度密集化與社會化的網路環境，除了透過網路搜尋活動進行資訊檢索和問題解決（Brand-Gruwel, Wopereis, & Walraven, 2009）外，必須進一步培養如何在搜尋、過濾、規劃和組織網路資訊歷程中，結合個人經驗與觀點並利用多樣化數位工具和媒體進行個人化內容產出與分享的能力（Ungerer, 2016）。數位內容策展（digital content curation）即是一種使用者透過尋找與篩選網路數位資料與訊息，組織和賦予網路資訊內容的脈絡關係、意義與結論，並針對特定主題進行數位內容精緻化與意義化的過程（Gadot & Levin, 2012, 2014）。在數位內容策展的活動中，除了包含使用者所使用的搜尋、評價與選擇等行為的「網路資訊搜索」研究，以及探討使用者如何將搜索而來的材料，有目的、有系統地規劃和組織搜尋所得的網路資訊進行「資訊問題解決」（Brand-Gruwel et al., 2009），更進一步地強調使用者對於不同資訊內容來源間的重新連結、重組再利用，針對特定主題將尋找與篩選的網路內容融入自己的看法與意見，組織並賦予網路資訊內容的脈絡關係，以及進行詮釋、結論與呈現的過程（Gadot & Levin, 2012, 2014; Rosenbaum, 2011; Wolff & Mulholland, 2013）。綜上所述，從活動歷程與發展的觀點可以發現，數位內容策展活動除了包含網路數位資訊內容的探索、蒐集、選擇和組織等活動外，亦可進一步延伸與強調個人對於數位資訊內容的再製、混合、呈現與發展，如圖1所示。

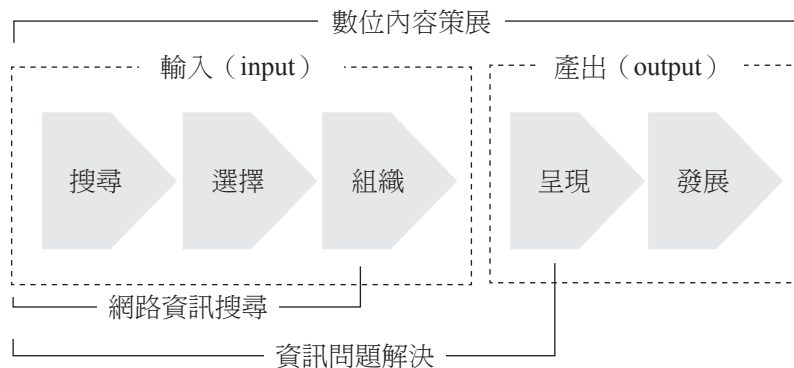


圖1 數位內容策展、網路資訊搜索與資訊問題解決活動

許多學者對於「數位內容策展」活動所包含的概念性要素與特點提出了許多不同的看法（Bhargava, 2009, 2012; Burnette-Lemon, 2012; Handley, 2012; Herther, 2012; Nicholson, 2012; Rosenbaum, 2011）。Bhargava（2009）認為使用者進行數位

內容策展必須針對一個特定的議題，持續地蒐集、組織和分享網路上具有品質且與主題相關的內容。Bhargava (2012) 進一步對於數位內容策展提出五項基本步驟，其中包含匯聚、精萃、提升、混搭與時序。「匯聚」為使用者依循特定的主題，蒐集最具相關的網路資源與素材；「精萃」為使用者對於所蒐集的相關資料進行過濾篩選，聚焦在與主題最重要和最相關的訊息或概念；「提升」為使用者在資料處理過程中，所獲得的見解與想法，賦予上下文脈意義；「混搭」為使用者在組織不同內容時所進行的比對與融合，對一個主題的不同內容進行重新組合編排創造出新觀點；「時序」強調使用者根據時程排序組織資訊，以呈現特定主題的脈絡演變。而 Rosenbaum (2011) 則聚焦於數位資料與內容再利用的效率，認為數位內容策展必須強調對於相關資料的選擇、組織、呈現及發展等方面進行系統化的處理。除此之外，Nicholson (2012) 認為數位內容策展必須透過排序成堆的資料和內容，進一步找到有意義的資訊，為人們提供解釋、有用的脈絡及分析。而 Handley (2012) 則指出數位內容策展的價值在於找尋與創造使人期待的內容，以符合主題或特定群眾的需求。

相較於上述探討表徵數位內容策展活動要素的研究，數位內容策展活動的程序架構也被許多學者所重視並提出相關論述。趙敏含 (2013) 在整理傳播媒體領域影視內容策展相關文獻後，歸納出數位內容策展程序為：搜尋、蒐集與聚合所需素材，符合策展主題及目標；評估與選擇關連性高且最好的內容；運用不同手法，依價值性組織內容，賦予意義、提升既有內容價值；加值性呈現，使內容易於理解或能引起共鳴；行銷策展成果，使民眾能接收到內容並產生興趣。而謝佑欣 (2015) 在參考趙敏含所提出的五個數位內容策展程序，並進一步透過數位內容策展要素之相關文獻回顧與歸納後，針對資訊管理領域的數位內容策展，提出一個包含主題企劃、選材精鍊、組織加值、分享發布及後續發展等五個階段的活動架構。上述對於數位內容策展的定義與著重之處雖然不盡相同，但可發現數位內容策展被視為是一個動態的過程，其中包含了使用者依據不同主題／議題性透過蒐集、辨識、過濾、選擇、聚合、精釀、提升、序列、組織、時序、賦予意義、呈現、分享和發展等與資訊內容的互動歷程，而非僅僅是一種作品或產物等最終結果的展現。

近來許多研究者開始探討應用數位內容策展工具和活動於不同學科領域，以進行網路資源探索活動輔助的教學設計與學習活動、研究及專業發展 (Flintoff, Mellow, & Clark, 2014; Gadot & Levin, 2012, 2014)。Deschaine與Sharma (2015) 採用蒐集 (collection)、分類 (categorization)、批判 (critiquing)、概念化 (conceptualization)、推廣 (circulation) 等五個階段，建構數位內容策展活動模式來引導參與的教師和學生，在開放的網路資源情境下進行教學和學習教材編制依