大學圖書館
15 卷 2 期（民國 100 年 9 月） 頁 99-123

美國公共圖書館網站社會責任內容分析研究

Communicating Social Responsibility: A Content Analysis of Public Library Websites in the United States

邱銘心 Ming-Hsin Phoebe Chiu
國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所 助理教授
Assistant Professor, Graduate Institute of Library & Information Studies,
National Taiwan Normal University
E-mail: phoebechiu@ntnu.edu.tw

林沂瑩 Yi-Ying Lin
國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所研究生
Graduate Student, Graduate Institute of Library & Information Studies,
National Taiwan Normal University
E-mail: yingergo@gmail.com

【摘 要】

網際網路因其多樣的呈現方式，加上網路資源取得的便利性及普及性，越來越多營利及非營利組織紛紛架設網站，營造屬於機構的存在感，以便推廣其宗旨、目標、產品，及服務，也藉以維護公眾關係。公共圖書館藉由網路作為與服務對象溝通的管道與自我呈現的平台，使圖書館不受時間與空間限制，得以擴大服務項目，拓展服務對象。大眾社會對於組織的社會角色定位，來自於其所提倡與遵循的社會責任，其中包括組織的本質及回饋社會之利益，同樣的，公共圖書館也應關注其所背負之社會責任。有鑑於此，本研究首先探討社會責任的意涵與發展，並探討應用網路於自我呈現的優勢；接著運用網站內容分析法蒐集美國 25 所公共圖書館網站所呈現之社會責任概念訊息，並加以詮釋說明出公共圖書館的社會責任類型、數位體裁型式、呈現方式等；最後回歸到自我省思，期望以美國公共圖書館作為模範對象，學習其對於社會責任之融入及參與，不遺餘力的推動各項服務，並以此為目標前進。

臺灣大學學術期刊資料庫

收稿日期：民國 99 年 11 月 20 日；接受日期：民國 100 年 3 月 31 日

【Abstract】

World Wide Web has become a focus for the popular press, mass communication, and news and media. Both profit and non-profit organizations are taking advantage of the information technology and innovation to promote their own agendas, causes, products, and services. One way the public defines an organization's stance in society is through the notion of social responsibility and social engagement. This study therefore investigats how public libraries as information services organizations present their goals, define their roles, and articulate their social welfare and the public interests of their stakeholders on their Web presence. Content analysis was performed on 25 public library websites to identify types of social responsibility, intended audience, area of presentation, digital genre and data type. It is hoped that the public libraries under investigation in this study can become the role model in promoting social responsibility and engagement.

關 鍵 字：公共圖書館；社會責任；網站內容分析

Keyword：Public library; Social responsibility; Website content analysis

壹、研究背景與目的

自九〇年代後半葉起，網際網路的蓬勃發展為大家有目共睹，亦成為各行各業關注的焦點，尤其在大眾傳播方面，此新傳播型態的興起，為社會的互動模式、生活方式、技術創新等帶來轉變（戴怡君、董旭英，2002）。由於網際網路快速與多元的傳播能力，營利及非營利組織順應網路化潮流的趨勢，將行銷與推廣方式從原本以紙本為主的傳播轉而利用虛擬管道提高曝光機會，有效地將組織的使命宣言（mission statement）、產品、服務等資訊彙整與傳遞給社會大眾。公共圖書館為非營利事業的象徵之一，隨著時代演進，網際網路成為其與大眾及相關合作單位之間溝通的橋梁，如同姜又梅（1997）認為，圖書館應成為網路資源中的一個資訊服務站，將圖書館簡介、組織架構、服務措施及項目、閱覽規章、線上公用目錄等資訊，完整而有系統的加以介紹，使網路使用者能隨時加以利用。

網際空間（cyberspace）的特點之一即為跨越時空的藩籬，不侷限於時間、地點的資訊取用與傳播能力，讓使用者可即時接收各項資訊。另外，因網頁涵蓋的訊息多元，藉由文字和組織過的各種超連結方式，來呈現傳達作者的自我及意見（Noh, 1998），因其多功能特性，促使各組織機關紛紛成立專屬網站，以利自我呈現（self-presentation），並能與大眾直接對話（dialogue），亦可同時傳遞大眾有興

臺灣人文學術期刊資料庫

趣及當前關注的議題。對於公共圖書館而言，網際網路的高度易用性，不僅能與使用者產生更直接的互動，也使他們拓展了服務版圖。

當社會大眾要定義一個組織在社會中扮演的角色時，將關注到其所擔負的社會責任；換言之，組織特性及其對於社會的利益都將被審視。社會責任的概念在企業管理及組織經營學中已被廣泛探討，若機構欲在大眾心中營造具有積極、正面的形象，對於社會責任的實踐尤其重要。圖書館員的社會責任相關議題最早始於 1986 年，美國圖書館學會（American Library Association，簡稱 ALA）以名為圖書館社會責任圓桌會議（Round Table for Social Responsibility in Libraries）的社會運動方式浮現，而後又被重新命名為社會責任圓桌會議「Responsibility Round Table」（Rader, 2007）。近年來，在此背景之下，已有些許圖書館及資訊科技領域探討此議題，如 Kagan（2005）便撰寫關於社會責任之於圖書館員的價值及意義，特別聚焦於國際圖書館協會（International Federation of Library Associations and Institutions，簡稱 IFLA）及其他圖書館協會，探究他們之於國家及國際間的社會角色為何。

為結合社會責任的實踐與現今資訊與傳播科技（Information Communication Technology，簡稱 ICT）之高度使用，本研究探討身為大眾資訊服務組織的公共圖書館，如何於網際網路中自我定位、展現組織目標、闡明社會角色，及與社會福利和大眾興趣做連結。為此，本研究之目的在於瞭解公共圖書館所重視之社會責任議題以及瞭解公共圖書館於網站中如何呈現其社會責任。而為達成上述目的，研究規劃四個研究分析主題：⑴歸納公共圖書館網站中所關切之社會責任議題；⑵瞭解公共圖書館社會責任議題之傳達對象；⑶分析社會責任議題的數位體裁型式（Genre）；⑷探討社會責任議題在網站中常見的呈現區塊及網站呈現型態。本研究採用網站內容分析法，於 2009 年 6 月至 2010 年 3 月間，蒐集與分析北美地區 25 所公共圖書館網站中含有社會責任概念的各式資訊。在資料蒐集期間，研究者採兩階段式資料蒐集，第一次的全面資料盤點，以及在資料蒐集結束前的追蹤盤點，以確保在第一次資料蒐集後，圖書館網站上所發布的所有更新資訊皆納入本研究之分析資料。本研究期望能以美國公共圖書館作為標竿學習對象，藉以了解其在面對包羅萬象的社會需求不遺餘力的推動各項創新服務，並以此為目標前進。

貳、文獻探討

一、社會責任的意涵與發展概況

「社會責任」並非一個新穎的概念，自 1950 年代被提出後已行之有年（Carroll, 1999）。對於它的意義，可從 1960 年代做為探討起點，因在全球經濟起飛之時，社會環境也遭受許多汙染與破壞，形成嚴重的社會問題，而生活品質管理運動（Quality-of-Life

Management Movement）提出訴求，認為組織的經營管理者應幫助大眾控管生活品質，替社會問題尋求解決之道（Dunham & Pierce, 1989），尤其對於營利機構的企業團體來說，更需面對其產品生產製造過程中對環境所造成的傷害。爾後許多學者紛紛針對企業的社會責任概念——CSR（Corporate Social Responsibility），提出各式定義及說明。如管理學者 Carroll 於 1996 年將企業社會責任類比為一個金字塔，責任金字塔包含四個部分，由頂端到底部依序為：慈善責任、倫理責任、法律責任、經濟責任（轉引自楊政學，2008），由這四面向構成完整且全面的企業社會責任。世界企業永續發展協會（World Business Council for Sustainability and Development，簡稱 WBCSD）亦提出定義，所謂的「企業社會責任」是指，「企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質。」（註 1）相對於企業界，非營利組織本身便是背負著社會責任而成立，如圖書館、世界展望會、紅十字會……等，隨著每個機構成立之宗旨、任務、目標不同，所擔負的社會責任具有本質上的不同。根據學者 Kramer（1981）分析，非營利組織在社會中應具備開拓與創新、改革與倡導、價值維護、服務提供，四種角色及功能（轉引自台灣公益資訊中心，2001）。

除了機構面本身特質成立的特性——營利或非營利的本質會影響社會責任內涵外，從另一角度觀察，隨著時代變遷，因網際網路興起及傳播媒介的轉變，社會責任似乎也須關注到更多面向。Gurpreet（2000）整理出在資訊時代下，應包含的社會責任議題有：隱私及保密（Issues of privacy and confidentiality）、科技近用性（Accessibility to technology issues）、智慧財產權及所有權（Property rights and ownership issues）、言論自由（Freedom of speech issues）、資訊相關系統之可信度及品質（Quality and reliability of information and related systems）。可見社會責任在不同環境及時空背景下，關懷的觸角需延伸到更廣的地方。

學者提出社會責任概念的另一種特質，不論是在營利或非營利組織，社會責任具有其自律性，意指社會責任若是由外部所主張，組織再自主性接收承擔來實現公益。為組織本身的意識，因接受社會的批判，而意圖有維護組織的權利和自由，因此，所謂社會責任，原本即是強調並肯定由企業的自律而接受責任的概念（高政義，1990）。由此可看來，不管機構屬於哪種特性，除了「知」以外，組織機構還得擁有自律性的行動，才能實踐社會責任。

二、圖書館的社會責任

圖書館可說是非營利組織具代表性機構之一，傳播知識與資訊，而知識與資訊是人類瞭解事物、進行思考、作出判斷的依據，亦是人們解決問題、改進生活的憑藉，是人類的無價之寶，用

之不盡、取之不竭的資源（盧荷生，1999）。社會責任在企業界中被廣泛地探討，美國企業如思科（Cisco）、奇異（GE）、時代華納（Time Warner）等各大企業紛紛出版企業社會責任報告書（林宜諄，2008）。而在資訊及圖書館領域，所肩負的社會責任與公司企業有所不同，因此在此專業領域之下的社會責任也開始被定義及討論。從王振鵠教授的發言可略知一二，他認為圖書館應具備行銷的觀念與專業的精神，從各種活動中凝聚了社區的關心，而達到推廣圖書館的效益；又因把經營圖書館視為符合社會公益的工作，而肩負起社會責任的專業精神（李欣如，2006）。而 ALA 於 1970 年會議中對於圖書館員社會責任的定義為，圖書館員身為專家，應致力於改善甚至解決社會中多樣性、批判性問題（Librarianship as a profession can make in the effort to ameliorate or even solve the many critical problems of society）。中國學者邱五芳（2007）則認為，圖書館社會責任是為滿足社會需求而採取的行動，且基於自身特點的主動作為，尤其堅持知識資訊傳遞的教育性是圖書館始終不渝的社會責任。亦有學者認為圖書館社會責任無法一言以蔽之，應該在實踐中拓展社會責任的內容，突破圖書館工作和圖書館職能的狹隘，關注社會重大事件和變革，關注時代的發展，並因應這些變革和發展承擔社會責任（宋顯彪，2007）。綜合以上所言，總體來說圖書館具有改善及解決社會問題、主動關懷、及教育大眾的責任。

本研究經參考後，針對公共圖書館的社會責任提出之定義為「圖書館中，排除典型圖書館議題，而與社會福利、社會問題相關者」，納入圖書館之社會責任，以此做為本研究的探討基礎。

三、運用網際網路於自我呈現

在人類互動中，面對面實體接觸是理所當然，但是在現今傳播媒體多元的時代，許多互動及呈現模式已拓展至虛擬平台上，網路似乎具備了某些特質來彌補現實中的不足，因而產生轉化，連結至現今的網路應用技術，可觀察到不必呈現過多的個人真實資訊是網路的特質之一，由於網路的匿名性，每個人可以自我選擇如何在別人面前呈現自己（許銘文，2006）。網頁亦提供了相當理想的環境，讓大眾得以從事相關的資訊活動，一方面非口語（nonverbal）元素加強或使口語傳播更有效用，另外在資訊揭露（information disclosure）上，也讓使用者擁有最大的掌控權（Papacharissi, 2002）。有學者將網路以文本來分析，認為其有以下六項特點：可連結的互文性（intertextuality）、難以區分始末的非線性、讀者成為作者、多媒體的呈現、全球化、及超文本（劉江釧，2005）。這六大特質，讓網路非只是單純的科技，也將之賦予許多意義、扮演更多不同角色：如大眾傳播媒介，一個個網站正代表著機構，或個人出版的媒體或發聲的管道，自我廣告可說是這些網站的主要功能，在網路中以超文本表現（陳

詩蘋，2001）。

網際網路更提供一個可塑的流動空間，人們就如同現代雕塑家，在網路空間中天馬行空，任意馳騁，不同的是，現代雕塑家創造的是藝術品，在網路上大眾創造的是自我的形象（黃少華、李魏華、與郭葉紅，2009）。組織團體體認到網路能帶來的效益，一方面為形象的塑造，其關係到大眾對於此機構的認知、觀感，可說是一種團體身份的表達，是一種自我呈現，也是外顯的溝通行為（呂宇爵，2005）；另一方面，網路的無邊界傳播性，讓組織團體得以將資訊快速的傳達到各類型的受眾手中，如利益關係人（shareholders）、潛在投資者（potential investors）及一般受眾等（Charles & Robin, 2010），於是網際網路慢慢成為機構呈現於大眾面前的部分展現，在虛擬空間中拓展另一面的自我。

藉由組織形象的呈現中，釋放其所背負社會責任，將使大眾更了解該機構之理念及任務，過去研究曾針對年報（annual report）、廣告（advertisement）、手冊（brochures）等出版品及媒介來分析企業社會責任訊息（Zeghal & Ahmed, 1990）。在過去社會責任訊息偏重紙本式的傳播，但隨著網路的興盛，其具備快速、高度彈性、直接性、及時性，讓組織可針對各式需求及問題做答覆，而成為大眾對於社會責任的諮詢途徑（Esrock & Leichty, 1998; 2000），社會責任逐漸呈現於虛擬平台上。在網路環境中，不管個人或是團體以多元化且分散的視窗方式來呈現，把願意呈現的那些連結，整合成足以代表網路空間之「我」的成果（高筱綺，1999）。

參、研究設計與方法

在研究進行之前，有必要針對幾個關鍵名詞規劃其操作型定義，以利後續資料蒐集時的一致性與代表性。為達成研究目的，本研究設計也依照下列步驟進行資料蒐集、分析、與綜整。

一、定義

社會責任：營利組織與非營利組織所關切並付諸實踐的社會責任議題非常廣泛，種類很多元，而圖書館所涉及與參與的社會責任亦然。為了能聚焦以利後續資料蒐集時的一致性與代表性，本研究所認定之社會責任，是採取廣義且彈性的角度來界定，並根據 ALA（1970）所公佈的聲明為參考標準，因此必須符合以下條件：⑴必須是發生在圖書館事業（librarianship）的情境脈絡中；⑵排除圖書館典型議題與服務，而與社會福利、社會問題相關者。（註 2）而在本研究的實際資料蒐集之操作中，圖書館社會責任此一抽象概念被轉換成文字資訊呈現於圖書館網站中，文字資料來源包括常見的任務願景（mission and vision）陳述或活動公告等，因此蒐羅的範圍同時兼顧圖書館之於社會責任的理想與實踐。

公共圖書館：本研究以北美地區的公共圖書館為研究對象，因此公共

國立臺灣大學學術期刊資料庫

圖書館必須是被美國公共圖書館學會（Public Library Association，簡稱PLA）出版的 Public Library Data Service Statistical Report 索引之圖書館。（註 3）由於美國的公共圖書館系統組織龐大，近年來因各州政府財務狀況影響，公共圖書館關閉或又重新開啟之現象時有所聞，在此前提之下，採用本定義有其邏輯上的優勢，因為學術界認定 PLA 會員圖書館為指標性圖書館，此外，配合本研究取樣必須符合館藏量前百大之公共圖書館，更增加研究結果之參考價值。

二、資料蒐集

資料蒐集之對象採立意取樣，以 ALA 於 2008 年公佈之概要說明書（Fact Sheet）中之「美國圖書館館藏量前百大名單（The Nation's Largest Libraries: A Listing By Volumes Held）」為取樣基礎，名單羅列一百所圖書館共涵蓋三種圖書館類型：國家圖書館（在此指的是美國國會圖書館，Library of Congress）、學術圖書館、與公共圖書館。（註 4）名單之排序以各館「館藏量」為依據，雖然館藏量並非衡量實體圖書館規模的唯一標準，卻為最常被採用之指標；再者，館藏量的豐富度能同時反映圖書館本身的財務狀況和使用者的多元與複雜性，因此，以此名單做為本研究取樣基準有其實務上的考量。

又由於公共圖書館較其他類型圖書館而言，更可能面對更多元的使用者及其需求，上至銀髮族，下至嬰幼兒；又由於現今社會的文化與種族融合，本國籍與新移民人士均為潛在的服務對象。面對複雜的客群環境與提供多樣化服務，則為此類型圖書館極大特點之一；以此推論，所體現以及值得探討的社會責任議題也相對廣泛。因此選擇公共圖書館作為研究對象，並期望以這些圖書館做為標竿，讓其他小型公共圖書館效法建立良好的大眾形象，探索自身的社會價值，以便吸引廣大的潛在使用者，同時提升服務品質。有鑒於上述理由，本研究從「美國圖書館館藏量前百大名單」排除國家圖書館與學術圖書館，所得公共圖書館共計 25 所（詳見表 1）。

本研究採內容分析法，此方法被認為是一種系統性且易於複製的方法，適用於將大量的文字資料，經由編碼分析之後粹化成精確的分類及描述（Krippendorff, 1980; Weber, 1990）。又由於內容分析法有著以下四種優勢：⑴非侵入性的；⑵能處理未經結構化的資料；⑶有場域性及關聯性，因此能夠處理語言及符號形式；與⑷能處理大量的資料，也因此常常被用來分析網站之內容（Adelaar, 2006）。本研究在研究流程上依據 Krippendorff（1980）之內容分析四步驟來完成。步驟一為決定資料分析之對象為何（which data are analyzed），在本研究中則以表 1 所列之 25 所公共圖書館的網站為內容分析對象。步驟二為定義之界訂（how are they defined），本研究是以「圖書館中，排除典型圖書館議題，而與社會福利、社會問題相關者，納入圖書館之社會責任」來確認是否符合分析對象

表 1　2008 年美國公共圖書館館藏量入前百大圖書館名單

編號	圖書館名稱	網　　址	館藏量
1	Boston Public Library	http://www.bpl.org/	15,760,879
2	Public Library of Cincinnati & Hamilton County	http://www.cincinnatilibrary.org/news/2009/callforaction.html	9,154,039
3	County of Los Angeles Public Library	http://www.colapublib.org/	7,838,277
4	Detroit Public Library	http://www.detroitpubliclibrary.org/	7,459,353
5	Queens Borough Public Library	http://www.queenslibrary.org/	6,488,198
6	Free Library of Philadelphia	http://www.freelibrary.org/	6,410,841
7	Los Angeles Public Library	http://www.lapl.org/index.html	6,285,760
8	Chicago Public Library	http://www.chipublib.org/	5,891,306
9	New York Public Library	http://www.nypl.org/	5,169,953
10	Brooklyn Public Library	http://www.brooklynpubliclibrary.org/	5,120,690
11	Dallas Public Library	http://www.dallaslibrary.org/	4,609,883
12	Cleveland Public Library	http://www.cpl.org/	4,552,843
13	Houston Public Library	http://www.houstonlibrary.com/	3,834,967
14	King County Library System	http://www.kcls.org/	3,767,233
15	Hawaii State Public Library System	http://www.librarieshawaii.org/	3,627,769
16	Mid-Continent Public Library	http://www.mcpl.lib.mo.us/	3,537,916
17	Miami-Dade Public Library System	http://www.mdpls.org/	3,516,466
18	San Diego Public Library	http://www.sandiego.gov/public-library/	3,428,594
19	Montgomery County Dept. of Public Libraries	http://www.montgomerycountymd.gov/content/libraries/index.asp	3,397,660
20	St. Louis Public Library	http://www.slpl.org/index.asp	3,367,334
21	Buffalo & Erie County Public Library	http://www.buffalolib.org/	3,304,567
22	Broward County Libraries Division	http://www.broward.org/library/	3,289,920
23	Cuyahoga County Public Library	http://www.cuyahogalibrary.org/index2.aspx	3,182,260
24	Allen County Public Library	http://www.acpl.lib.in.us/aboutus/index.html	3,170,395
25	Jacksonville Public Library	http://jpl.coj.net/	3,065,817

臺灣大學學術期刊資料庫

的標準。步驟三為確認抽樣的母體及樣本（what is the population from which they are drawn），誠如前述，本研究之母體為美國公共圖書館網站，而目標樣本為「美國圖書館館藏量前百大名單」中排除國家圖書館與學術圖書館，所得之公共圖書館網站，共計 25 個網站。步驟四為發掘與分析資料相關的情境脈絡（what is the context relative to which the data are analyzed），對本研究來說，資料分析的對象來自於各網站中含有社會責任觀念的各式資訊，此類資訊常出現於任務及願景（mission and vision）、歷史回顧（history）、活動公告（program and events）、新聞發佈（press release）……等網站區塊。因此本研究首先對於這些重點區塊進行資料蒐集，其次再延伸至網站的其他區塊甚至是外部連結進行蒐集。由於分析時內容與載體並重，因此不限數位媒體形式，均納入資料蒐集與分析範圍。此外，與情境脈絡推論中最重要的聯結，在於資料分析之編碼表的框架與項目是否足以完全表徵研究主題。關於本研究採用之編碼表的設計與製作，將於下一小節中說明。

資料蒐集始自 2009 年 6 月截至 2010 年 3 月。由於各圖書館網站的更新速度不一，再加上時間限制無法持續長期追蹤各圖書館的更新資料，因此，本研究僅就這十個月內所蒐集到的資料進行分析。研究者在資料蒐集初期進行一次 25 所公共圖書館網站的全面盤點，在完成蒐集前再進行一次追蹤盤點。此作法雖然有失全面性及長程發展的延展時效性，然而所蒐集之內容仍足以反映出這段時間點內所發生之真實情況。

三、資料分析與綜整

由前述說明可得知，本研究是以「網站」作為分析單位，並以含有社會責任觀念的各式訊息為觀察單位，如歷史沿革、任務與願景、活動公告、新聞發佈、服務項目……等不限定體裁形式的各項網站內容，輔以本研究提出之社會責任定義加以評估，配合編碼表（表 2），進行資料分析及編碼作業。

進行內容分析前，首先必須針對本研究之四個研究主題而設計出四個分析項目：⑴公共圖書館網站中所關切之社

表 2　編碼表

	A	B	C	D	E
1	Name of the public library				
2	Website of the public library				
3	Quote/ Description of SR Issues	SR Code/ Label	Audience	Genre	Web Feature

臺灣大學學術期刊資料庫

會責任議題；⑵公共圖書館社會責任議題之傳達對象；⑶社會責任議題的數位體裁型式；⑷社會責任議題在網站中常見的呈現區塊及網站呈現型態，確認編碼表各分析項目。

1. 公共圖書館網站中所關切之社會責任議題（SR Code / Label）：由於過去社會責任的研究大多是從營利企業的角度出發，且各行各業所關切及參與的社會責任層面皆不相同。因此本研究參考美國圖書館學會附屬之圖書館社會責任圓桌會議（Social Responsibility Round Table）針對近年來該會議從 1991 至 2005 年所參與贊助的超過 140 項社會責任計畫（programs）以及 81 項決議（resolution）所做的分類，進行初步的編碼基礎建立（Kagan, 2005），共得八項初步分類為：環境保育、性別議題、文化與種族、社會議題、資訊政策、資訊近用、公民參與、與終身教育。另搭配一針對美國及歐洲大型企業社會責任溝通研究所得之結果，加入藝術、教育、安全與保安、醫療保健等四項分類（Maignan & Ralston, 2002）。在邊蒐集資料及分析同步進行當中，經發現及討論，陸續新增合適類型，合併相似類型、以及刪除不適合的類型，最後總計共有 32 項社會責任議題分類。
2. 公共圖書館社會責任議題之傳達對象（audience）：在過去探討社會責任關切對象的研究中，多將利益關係人（stakeholders）視為傳達對象，其中分類為社群關係人（community stakeholders）、客戶關係人（customer stakeholders）、員工關係人（employee stakeholders）、股東關係人（shareholder stakeholders）、以及供應商（suppliers）（Alou, Lattemann, Fetscherin, Li, & Schneider, 2010）。由於本研究所關切的公共圖書館為非營利組織，因此只將傳達對象鎖定在客戶關係人，此在本研究中所指的為讀者，而在編碼表中則以公共圖書館中常用來做讀者群分類的 9 種類型來分類，包括⑴嬰兒（baby，0-24 個月）；⑵嬰幼兒（toddler，24-36 個月）；⑶學齡前（preschool，3-5 歲）；⑷學齡兒童（school age，6-12 歲）；⑸青春期（teen，13-17 歲）；⑹不分齡兒童（0-17 歲）；⑺成人（18 歲以上）；⑻家庭（all age，適合全家大小）；⑼老年人（senior，55 歲以上）。
3. 關於社會責任的體裁型式（genre）、呈現區塊（layout）、網站呈現型態（web feature）等三個研究重點，則是參考 Eschenfelder 等人（2004）針對常見數位體裁型式所設計之分類表，以及 Esrock 和 Leichty（1998; 2000）在隨機抽樣調查美國財星 500 大公司後，所統整出的網站呈現型態與常見模式，最後並加入研究者所觀察而產生編碼項目。在數位體裁型式共計有 14 項分類與「其他」類別，呈現區塊共有 4 種常見區塊、而網站呈現型態則共有 7 項編碼項目。編碼表之橫軸為各分析項目，如社會責任

類型、社會責任傳達對象；縱軸為編號，以此表格輔助進行資料分析。主要整理項目為美國公共圖書館社會責任議題、傳達對象、呈現區塊、數位體裁型式、以及社會責任網站呈現型態，利用蒐集而得之資料加以詮釋描述，從檢視的角度出發，了解公共圖書館參與社會責任之現況，更使公共圖書館社會責任更加具體化。

本研究在社會責任之定義設定、資料蒐集、資料分析的流程時，廣泛參考過去相關研究，因此在理論及方法上皆有相當的依據。在研究社會責任的網站呈現的部分，本研究不僅探討社會責任之內涵／內容（content），更進一步分析其呈現方式（presentation），採用此資訊內容與資訊載體並重的方法，是根據 Silva 等人（2007）以及 Esrock 和 Leichy（2000）的針對網站內容分析所提出的建議，認為探討資訊內容本身並不足以了解資訊在傳播的角色，必須搭配有利於資訊傳達的體裁，才能發揮相得益彰的效果。在社會責任內涵部分，本研究將組織網站上所呈現的各式載有社會責任概念的文字資訊，不論其背後之實質形式及目的為宣言或是活動公告，皆視為社會責任表徵的做法，則是參考 Esrock 和 Leichty（1998; 2000）與 Capriotti 和 Moreno（2007）。而在整體資訊呈現的部分，則是參考 Esrock 和 Leichty（1998; 2000）以及（Taylor, 2001）的分析面向，從資訊所在位置（information location）、意見回饋機制（feedback loop）、數位體裁型式（digital genre）等角度探索資訊的傳遞，更能藉由此研究設計達到了解社會責任的傳播循環。

肆、研究結果與討論

本節將資料分析成果，統整出主要研究發現，共分成社會責任議題類型、社會責任傳達對象、社會責任呈現區塊、社會責任數位體裁型式、與社會責任網站呈現型態五個面向來探討。

一、社會責任議題類型

在資料分析過程中，發現公共圖書館的社會責任以相當多元的樣貌呈現。若將每筆含有社會責任概念之資訊加以分類後，共統整出 32 種類型（詳見表 3）。本研究在資料分析時是採用小數十分位四捨五入計算方法，因此以下表格中之百分比數值總和若出現未滿或超過 100% 之情形，係因數值取至小數點第一位來計算所造成之誤差。

各類型由計量統計後，得到前五大類別依序為：㈠手工藝術（15.2%）；㈡遊戲與娛樂（11.1%）；㈢非正式學習（7.2%）；㈣終身學習（5.2%）；㈤電腦課程（5.0%），以下針對此五大類別之意涵、內容、實例分別介紹：

(一) 手工藝術

手工藝術為最常見之類型，大多與圖書館開設之課程有關，其目的為興趣的培養以及各式技能的學習，民眾可透過這些課程發現自我專長，並使原本技能更加增進。舉例來說，實務課程主

表 3　社會責任類型

編　號	類　　型	總　數	百分比
1	手工藝術 (Craft Arts)	131	15.2%
2	遊戲與娛樂 (Games and Entertainment)	96	11.1%
3	非正式學習 (Informal Education)	62	7.2%
4	終身教育 (Lifelong Learning)	45	5.2%
5	電腦課程 (Computer Training)	43	5%
6	文明與種族 (Civilization and Ethnicity)	42	4.9%
7	生涯服務 (Career Services)	38	4.4%
8	歷史與人物 (History and National Figure)	37	4.3%
9	語言學習 (Language Education)	33	3.8%
10	資訊政策 (Information Policy)	32	3.7%
11	財金服務 (Financial Services)	32	3.7%
12	醫療保健 (Health Care)	31	3.6%
13	音樂 (Music)	26	3%
14	作業諮詢 (Homework Help)	26	3%
15	運動與健身 (Sports and Fitness)	24	2.8%
16	工商經濟 (Business and Economy)	20	2.3%
17	表演藝術 (Performing Arts)	19	2.2%
18	育兒技能 (Parenting Skills)	16	1.9%
19	公民參與 (Civic Participation)	15	1.7%
20	藝術 (Art)	15	1.7%
21	安全與保安 (Safety and Security)	14	1.6%
22	文學與閱讀 (Literature and Literacy)	14	1.6%
23	環境保育 (Environment)	10	1.2%
24	公益慈善 (Charity)	10	1.2%
25	創意與創造力 (Creativity)	6	0.7%
26	圖書館近用 (Library access)	6	0.7%
27	法律諮詢服務 (Legal Services)	5	0.6%
28	公民權 (Civil Right)	5	0.6%
29	社會議題 (Social Issues)	3	0.3%
30	性別議題 (Sex and Gender Issues)	2	0.2%
31	傳統藝術 (Traditional Arts)	2	0.2%
32	宗教信仰 (Religion)	2	0.2%
	總百分比 (Total)		99.8%

臺灣大學學術期刊資料庫

要涵蓋三方面：⑴手工藝品製作，如雕刻、摺紙、毛衣編織等；⑵技能展現，如廚藝、棋藝、園藝等；⑶裝飾藝術，如居家裝飾品、節慶裝飾物、娃娃飾品等。

(二) 遊戲與娛樂

此類別為休閒娛樂的代表，藉由圖書館提供的服務，更呼應文獻中所說，圖書館不僅是一個資源中心，亦為一休閒娛樂中心（湯于賢，2008），目的為提供大眾一個將身、心、靈放鬆之場所。此類活動主要可分為：⑴電影系列：如每週電影、放學後電影時間；⑵休閒系列：電玩遊戲 Wii、XBOX、下午茶時間、同樂會等。

(三) 非正式學習

除了學校正規教育外，社教機構的任務之一，便是提供大眾另一個學習場所，目的則讓在學的學生、已畢業之社會人士，或選擇在家自學的孩童，均可透過圖書館的設備與資源得到不一樣的啟發教育，也就是非正式學習。主要可分為：⑴學科教學，如數學、化學實驗、天文學等；⑵生態教育，如了解動物習性、認識植物。

(四) 終身教育

在倡導活到老，學到老的時代，終身教育幾乎是每個公民必備的概念，圖書館將之視為己任，在網站中以倡導或宣言的方式將此概念傳達給大眾並加以落實。如同 Hawaii State Public Library System 使命宣言提到：「夏威夷公共圖書館其任務是隨時隨地、並且於居民們生活中的每個階段，提供他們……，以及終身學習的興趣。（The mission of the Hawaii State Public Library System is to provide Hawaii's residents, in all walks of life, and at each stage of their lives, ... and the habit of life-long learning.）」。

(五) 電腦課程

雖已步入資訊社會時代，但並非每個人都認為資訊科技是友善的產物，從本研究中觀察到圖書館開設免費電腦課程讓老年人與孩童等電腦初學者跟上時代脈動。此類電腦課程多半又依照等級分為：⑴初階硬體操作，如滑鼠及鍵盤使用教學；⑵進階軟體課程，如 Office 文書處理軟體；⑶網際網路操作學習，如電子郵件收發、線上資料庫應用。

從前五大類型的「目標」來看，可發現公共圖書館最主要傳遞的核心社會責任為「學習」，不管是非正式學習、終身教育、電腦課程等，亦或是各種才藝的學習。在分析同時也發現，公共圖書館將社會責任體現在異業合作中，如為培育大眾人文素養，Broward County Libraries 與藝術博物館合作，推出持圖書館借閱證免費入博物館活動；Montgomery County Dept. of Public Libraries 為大眾健康與紅十字會合作，提供測量血壓服務；St. Louis Public Library 發起以罐頭食品折抵逾期罰款，再將食品捐至慈善機構食物銀行（food bank），銀行再將之發配給需要的人。公共圖書館的各式活動中所展現的社會責任不言而喻，這些都是可供

組織與企業學習及參考的目標。公共圖書館都將大眾教育視為己任，符合民眾需求並與時俱進，提供多樣化的學習內容及機會。

為突顯公共圖書館欲傳達之核心社會責任，分析的過程中再將此 32 類型加以歸納，把性質相近的類型整理成更高層級的分類，最後產出的七大概念主軸，分別為藝術與文化、休閒與健康、人文與歷史、財經與法律、個人與家庭、教育與學習、環境與社會（詳見表 4）。這七大類主題可以說是公共圖書館身為非營利組織與社會教育機構最積極也最關切的，更藉由表中所涵蓋之面向可以更深刻的了解公共圖書館與社會互動的切入點與連結。

二、社會責任傳達對象

針對各年齡層的社群大眾，當需求不同時，圖書館也相對發展不同的服務，來成就各種責任，就美國公共圖書館而言，其社會責任傳達對象，各年齡層在比重上有所差異，根據分析結果呈現，社會責任的傳達對象以不分年齡（33.4%）、成人為主要目標群（33.4%）。從過去一些談論圖書館行銷的國內外文獻中可發現，圖書館若要有效的吸引讀者與推銷服務時，有必要時可以採取特定的行銷技巧，特別是「市場區隔」，針對不同族群，例如銀髮族或青少年等設計專屬的服務（吳政達，2007；Dimick, 1995; Wadley, Broady, & Hayward, 1997）。而從本研究的觀察中即可發現，圖書館提供的許多課程活動，部分會有年齡的建議及限制，由此可看出是針對不同的族群所設計的活動，代表社會責任的傳達上，有關切到不同的年齡層。經資料分析後，呈現結果如表 5。

將大眾依公共圖書館設定之目標群，分為：不分年齡（All Ages）、成人（Adults）、青少年（Teens）、學齡兒童（School Age）、長者（Senior）、學齡前兒童（Preschool）、幼童（Toddler）、嬰孩（Baby）、孩童不分年齡（Children All Ages）等九大群體。公共圖書館欲傳遞蘊含社會責任訊息的對象，依年齡層分群並加以計量來看，以不分年齡（33.4%）、成人（33.4%）的訊息傳達為大宗，接著依序為青少年（16.8%）、學齡兒童（14.8%）、年長者（1%）、學齡前兒童（0.3%）、幼童（0.1%）、嬰孩（0.1%）。

從分析結果可看出，年齡越在極端值的的圖書館使用者，如年長者與嬰孩，所占比重越少，探究其原因，一方面之可能性為群體的人數較少，因此特別針對其傳達社會責任也相對較少；另一方面則可能與本研究對於「活動」之認定存有相當關連，由於本研究對於社會責任的定義，將典型圖書館提供之服務排除，其中包含與書與閱讀相關的活動，如讀書會、圖書館利用教育、閱讀推廣、說故事等，都不列入研究主題項目中。然而在嬰孩（baby）、幼童（toddler）及學齡前兒童（preschool）階段，這些與書的近距離接觸的機會，正是圖書館的主要推廣項目，因此產生

表 4　七大社會責任概念主軸

總　類	內　涵
藝術與文化	音樂 (Music) 手工藝術 (Craft Arts) 傳統藝術 (Traditional Arts) 藝術 (Art) 表演藝術 (Performing Arts) 創意與創造力 (Creativity)
休閒與健康	醫療保健 (Health Care) 運動與健身 (Sports and Fitness) 遊戲與娛樂 (Games and Entertainment)
人文與歷史	文學與閱讀 (Literature and Literacy) 歷史與人物 (History and National Figure) 文化與種族 (Culture and Ethnicity) 性別議題 (Sex and Gender Issues) 宗教信仰 (Religion Participation)
財經與法律	工商經濟 (Business and Economy) 財金服務 (Financial Services) 法律諮詢服務 (Legal Services)
個人與家庭	生涯服務 (Career Services) 育兒技能 (Parenting Skills) 安全與保安 (Safety and Security)
教育與學習	語言學習 (Language Education) 電腦課程 (Computer Training) 終身教育 (Lifelong Learning) 非正式學習 (Informal Education) 作業諮詢 (Homework Help) 資訊政策 (Information Policy)
環境與社會	環境保育 (Environment) 公益慈善 (Charity) 公民權 (Civil Right) 公民參與 (Civic Participation) 圖書館近用 (Library access) 社會議題 (Social Issues)

臺灣大學學術期刊資料庫

表 5　社會責任傳達對象

編號	對象 (Audience)	活動總數	百分比
1	不分年齡 (All Ages)	307	33.4%
2	成人 (Adults)	307	33.4%
3	青少年 (Teens)	154	16.8%
4	學齡兒童 (School Age)	136	14.8%
5	年長者 (Senior)	9	1%
6	學齡前兒童 (Preschool)	3	0.3%
7	幼童 (Toddler)	1	0.1%
8	嬰孩 (Baby)	1	0.1%
9	孩童不分年齡 (Children All Ages)	0	0%
	總計	918	99.9%

比重較低的現象。成人除了這些活動外，另外尚有許多技能訓練課程，如履歷撰寫、商業投資、電腦技能等，因此社會責任傳達之目標族群才會產生如此的差異。

三、社會責任數位體裁型式（Digital Genre）

先前本文已經針對社會責任的議題，也就是內容面，進行瞭解，然而這些議題的載體，也就是數位體裁的型式面，在進行內容分析時是同等重要的。在傳統的文學研究中，每一種體裁，例如詩、小說、報紙、劇本，皆有其特徵與功能，在寫作與傳達的目的上也大有不同。欲將資訊釋放給大眾所知，必須透過某種體裁型式加以描述、撰寫、最後傳遞，而在網際網路的環境中所衍生出的數位體裁型式，更代表數位時代的演進。研究結果統整出圖書館社會責任議題最主要以四種方式包裝傳遞，以出現頻率為考量依序為（詳見表 6）：㈠公告（65.8%）；㈡大眾資訊（13.2%）；㈢新聞稿（6.3%）與地圖（6.3%），針對各方式之特色分別介紹。

㈠ 公告（Announcement）

圖書館傳達社會責任的主要方法是藉由各項活動公告，公告內容包含活動主題（What）、何時（When）、何地（Where）、對象（Who）、參加辦法（How）等，圖書館的各項服務中，以課程及活動最常以此方式呈現。對大眾來說，簡潔有力的公告易讀也易懂，快速瀏覽後便知道圖書館欲傳遞之訊息，此為公告最大的優勢。

臺灣大學學術期刊資料庫

表 6　社會責任數位體裁形式

編號	體裁	次數	百分比
1	公告 (Announcement)	698	65.8%
2	大眾資訊 (Information for General Publics)	140	13.2
3	新聞稿 (Press Release)	67	6.3%
4	地圖 (Maps)	67	6.3%
5	簡章手冊 (Brochure)	44	4.1%
6	其他體裁型式、相關資訊 (Other Information Type, Related Information)	44	4.1%
7	表單 (Forms)	40	3.8%
8	報告 (Report)	3	0.3%
9	規則、法條、政策、命令 (Rules, Law, Policy, Order)	0	0%
10	概要說明 / 常見問答 (Fact Sheet/FAQ)	0	0%
11	研究論文 (Research Articles)	0	0%
12	證詞聲明、公聽 / 會 (Testimony, Public Hearing/Meeting)	0	0%
13	信件、備忘錄 (Letter, Memo)	0	0%
14	計畫、管理措施 (Plans, Management Actions)	0	0%
15	問卷、調查表 (Questionnaire, Survey)	0	0%
	總計	1,061	103.9%

(二) 大眾資訊（Information for General Publics）

本文所指的大眾資訊多半為網頁的常設資料，傳達對象不分男女老少，如圖書館歷史簡介、任務及願景、館長的話等，其中詳細的說明與豐富的內容可讓使用者清楚了解圖書館理念以及與社會關懷；但其缺點在於若文字資料過於冗長，可能無法吸引使用者前來觀看或完整瀏覽。

(三) 新聞稿（Press Release）、地圖（Maps）

除了圖書館本身之網站，館方為達到推廣、行銷之目的，必須將觸角向外延伸，再加上圖書館現在已轉為主動出擊的角色，新聞媒體便成為其中的傳播媒介，除常接觸圖書館的民眾外，只要有在接收新聞、報紙訊息的人士，就有機會看到來自圖書館的消息。因此圖書館通常會在網站另闢一區，專門收錄館方主動致媒體的新聞稿，或是媒體登載圖書館新聞的剪報或副本。在體裁型式

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

中與新聞稿並列第三的為地圖。地圖的呈現在圖書館網站的作用主要為輔助與澄清（clarification）工具，由於公共圖書館常與社區資源結合，活動地點不盡然都在館內舉辦，因此藉由地圖告知大眾相關活動地點，方便民眾前往參與。

四、社會責任呈現區塊與網站呈現型態

就本研究所探討出的「社會責任」意義，於蒐集資料過程，可歸納出在公共圖書館網站所有主題頁面中，以下項目為社會責任主要呈現區塊：

(一) 圖書館使命宣言（Mission Statement）

圖書館在使命宣言之文句中，展現出其對社區、國家強烈的社會責任，身為一社教機構，圖書館需扮演多功能角色，舉凡大眾終身教育、知識傳遞中心、多媒體資訊中心、休閒中心……等，在在顯露出圖書館之於社會不可替代的重要性，如可看到聖地牙哥圖書館（San Diego Public Library）的使命宣言中，完整呈現所背負的責任：「為了達到社區居民的資訊、娛樂與教育需求，圖書館傳遞即時性與以消費者為導向之隱私保密服務。（Deliver timely, confidential and customer-oriented service to meet the informational, recreational and educational needs of the community.）」

(二) 圖書館服務（Services）

在圖書館服務此項目底下，館方整理出針對不同需求，提供的多項服務，包括各種訓練課程，如GED測驗（Tests of General Educational Development）練習、障礙人士輔助工具、語言學習、學生功課指導等，種種服務都關係到民眾的教育、生活，由此可看到圖書館確實為人民的終身學習場所。

(三) 課程及活動（Program & Events）

圖書館基於對大眾終身教育、休閒娛樂、資訊素養訓練等，所需肩負的社會責任，提供各式主題課程及活動，包括電腦技能、親子教育、稅務協助、工作尋求協助、電玩派對、文化素養培育、園藝技能培訓……等，多樣化的活動、活潑且生活化的課程，不僅讓民眾具備多方位技能，也讓圖書館與大眾有更多面對面接觸的機會。

(四) 新聞發佈（Press Release）

圖書館多半會將過去發佈的新聞消息，典藏於 Press Release 此項目中，內容包括藝文活動訊息、異業合作活動、新服務推出等，讓使用者也可由媒體得知，圖書館所提供的各項切身服務。

拜科技發達所賜，網站呈現形態越來越多樣化，Web1.0 時代，主要為文字資訊傳遞；在 Web2.0 時代，網路上便捷的雙向溝通已蔚為主流。圖書館網站隨著時代腳步的推進，從原本只是單向服務宣傳與公告，到開始因應各界需求而產生的互動模式，利用不同形態之網路技術，讓使用者接收訊息與意見溝通上更加便利。將資料分析整

理後，可理解到因資料蒐集對象為網站，因此網頁資訊呈現為最大宗，以下再依序歸納出三種經常使用之方式，依序排列為（詳見表 7）：1. 搜尋系統；2. 線上應用程式；3. 聯絡資料／聯絡表單（Contact Information / Contact Form），以下針對每一方式分別深入介紹。

1. **搜尋系統：**公共圖書館所提供的服務與活動包羅萬象，簡便又快速的搜尋系統成為使用者的好幫手。圖書館多半以之做為查詢活動及相關服務之用，如 Public Library of Cincinnati & Hamilton County 之課程與活動便具備檢索系統，可依活動主題、活動對象、活動日期、關鍵字等作為查詢條件，節省使用者諸多時間。
2. **應用程式：**圖書館網站常見之線上應用程式包括聊天室、虛擬參考服務、部落格……等，這部分的技術主要應用於線上作業指導，讓無法到達圖書館的學生，也可利用網際網路得到館員的課輔協助；線上活動報名使用，如 Mid-Continent Public Library 便提供線上活動註冊報名，讓使用者不需再經過繁瑣的手續才能參與活動，也藉此提高參與意願。
3. **聯絡資料／聯絡表單：**網路上呈現之資訊，如活動公告或借閱規則等，多半為概述型簡介，民眾在閱讀後也許會產生些許疑問，此時如能得到專人即時協助指點，有助於大眾更深入瞭解各項資訊，因此以提供聯絡資料方式，讓使用者得到更人性化的服務，如 Allen County Public Library 之活動公告中，幾乎均提供聯絡資訊，讓需要的人得以深入與館員或相關單位聯繫。

表 7　網站呈現型態統計表

編號	網站型態	次　數	百分比
1	網頁 (Web page)	846	39.6%
2	搜尋系統 (Search systems)	466	21.8%
3	聯絡資料／聯絡表單 (Contact information / Contact form)	376	17.6%
4	推播技術 (Push technology)	212	9.9%
5	線上應用程式 (Online application)	120	5.6%
6	外部聯結 (External link)	112	5.2%
7	電子資源資料庫 (Electronic resources database)	3	0.1%
	總　計	2,135	99.8%

臺灣大學學術期刊資料庫

伍、結論與建議

在資訊時代中，網際網路成為越來越多人的重要資訊接收來源，此時對一個機構而言，不論是組織理念、任務、願景，亦或是產品、服務、支援，網路成為一個不可或缺的管道。而對公共圖書館而言，網站更是一個兼具宣傳與實際提供網路資訊與便民服務的平台。從本研究之分析可得知，美國公共圖書館網站上所傳達之圖書館社會責任共分為藝術與文化、休閒與健康、人文與歷史、財經與法律、個人與家庭、教育與學習、環境與社會等七大類。在傳達的對象方面，也如同美國公共圖書館的前導 Carnegie Libraries 所強調的 free to all 精神，圖書館秉持著公平原則，提供不分男女老幼的平等學習機會。網站規劃多半從使命宣言、服務項目、活動及課程、及新聞發佈等四大區塊，釋放與傳達出社會責任的訊息，由此更突顯公共圖書館之於社會責任，不僅是透過使命宣言式的口號呼喊，更從實際的服務與社區活動中去落實，由此可看到圖書館對社會責任的實際落實，而非僅止於紙上談兵，並相輔相成的推動其影響力。透過研究亦可得知公共圖書館在活動辦理上，以啟發民眾興趣、訓練技藝的手工藝型態呈現居多，常利用公告方式傳達，並將之融入在課程及活動當中，讓民眾以最活潑最有參與感的方式接收；與 ICT 的結合也是密不可分，利用網路的雙向及便利性，讓使用者直接在網站上即可與之互動及參與。

看到美國公共圖書館付出許多努力在社會責任的實踐上，反省到臺灣的公共圖書館，可發現國內圖書館之社會責任多半以文字資料、演講的方式呈現，在這個凡事幾乎講求 2.0 的時代，似乎少了些互動的活性。不僅是跟讀者交流，在合作單位上也可多方嘗試，如異業合作，與前述提及的博物館、紅十字會、食物銀行等（food bank），都是可再開發的合作夥伴。隨著時代變遷、科技技術的不同，在未來可能會出現更多公共圖書館需關注並探討的議題，畢竟大眾的終身教育是公共圖書館貫徹如一的使命。本研究觀察到雖然現在網路主打 Web2.0 工具，但在社會責任呈現的幫助上，似乎還未發展完全，只有部分如 RSS 訂閱、線上應用功能。社群平台的應用如部落格、Facebook，並不常見，期待未來發展更多圖書館服務的科技與平台，讓使用者更了解圖書館理念，也彼此更靠近。

在後續研究方面，可分為三個方向進行。本研究針對 25 個北美公共圖書館網站內容進行分析，採用此研究取向所得之分析結果，僅能就內容的觀點來了解圖書館參與社會責任活動的現況。然而過去一些相關研究指出，組織網站的可及性（accessibility）、瀏覽（navigation）、互動（interaction）、更新時效性（recency）、與永續性（sustainability）等機制，是組織與社會大眾及服務社群能達成有效雙向溝通的重要因素（Esrock & Leichty, 1998; 2000），更是組織對於其利益關係人（stakeholders）在資訊需求上負責任的表現（Kent, Taylor, & White, 2003）。

國立臺灣大學圖書資訊學系 期刊資料庫

此外，網站架構與機制觀點的其他分析，例如從網站首頁要抵達呈現社會責任的頁面需要幾次點滑鼠點擊（mouse click），對內可以看出社會責任精神在組織內受重視的程度，對外更可了解組織於傳達的社會責任能見度（Sones, 2007）。因此後續研究方向之一，即為進一步的分析與評估圖書館網站，著重於系統功能與使用者需求之間的互動與協調，如此才能夠更適切的結合網站內容與網站系統架構，進行改善。

其次，值得提出說明的是，本研究雖然針對 25 所公共圖書館的網站進行調查，但並非以機構評鑑為目標的去評估各館在社會責任實踐之績效，而僅是從這 25 所圖書館的服務去探討社會責任的參與現況，並讓過去一直對社會大眾來說很抽象的圖書館社會責任精神更具體化。因此在後續研究方面，可將本研究歸納所得之圖書館社會責任類型進行更嚴謹的驗證程序，最後得以發展為適合臺灣圖書館情境採用的社會責任指標，而這套指標在日後則可供各公共圖書館在自我評估社會責任參與時之依據。

最後，本研究以美國公共圖書館為探討重心，從研究結果已可以看出美國地區的公共圖書館在社會責任環節中明確的定位及功能。然而以臺灣為出發點的圖書館社會責任研究，大多屬於文獻分析性質，並著重於圖書館行銷與社會責任兩觀點相輔相成之角色（陳光榮、呂慈恩，2001），或是從圖書館社會責任之內涵而發展出圖資從業人員的專業倫理守則（莊道明，2003；中國圖書館學會，1999）。因此在後續研究部分，也建議採用本研究之研究方法與流程，以臺灣的公共圖書館為對象，以期深入了解臺灣的公共圖書館在社會責任的落實，並能從圖書館行銷的角度出發，善加利用社會責任的傳達而擴大圖書館之影響力。

附註

註 1：原文為 “Corporate Social Responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.”

註 2：ALA（1970）聲明的社會責任定義之原文為 “social responsibilities can be defined as the relationships that libraries and librarians have to non-library problems that relate to the social welfare of our society.”

註 3：Public Library Association 每年固定出版統計報告，報告內容針對超過 800 所的北美公共圖書館之財務狀況、圖書館資源、資訊科技使用等各種圖書館管理面向進行調查。相關資料請參考 http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/pla/plapublications/pldsstatreport/index.cfm

臺灣人文學術期刊資料庫

註 4：2008 年美國圖書館館藏量前百大名單（http://www.ala.org/ala/professionalresources/libfactsheets/alalibraryfactsheet22.cfm）於 2008 年四月出版。其中國會圖書館所參考資料來自 Library of Congress 2007Annual Report, FY, 2007: Facts at a Glance (http://www.ala.org/ala/professionalresources/libfactsheets/alalibraryfactsheet22.cfm)。學術圖書館來自 ARL Statistics 2006-07 (http://www.arl.org/stats/annualsurveys/arlstats/arlstats07.shtml)。公共圖書館來自 Public Library Data Service Statistical Report 2008 (http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/pla/plapublications/pldsstatreport/index.cfm)。

參考文獻

中國圖書館學會（2003）。我國圖書館員專業倫理守則。上網日期：2011 年 7 月 25 日，檢自 http://www.lac.org.tw/law/law-librarian.php

台灣公益資訊中心（2001）。非營利組織之定義、功能與發展。上網日期：2011 年 7 月 25 日，檢自：http://www.npo.org.tw/studyonline/ShowSOL.asp?SOLID=11

李欣如（2006）。圖書館──走訪中部地區圖書館 真是棒透了！*書香遠傳，40*，28-31。

宋顯彪（2009）。圖書館的社會責任研究綜述。*圖書館建設，6*，97-99。

呂宇爵（2005）。*大聲宣揚或難以啟齒？認知性認同與自我呈現動機對表達團體身份的影響*。未出版之碩士論文，高雄醫學大學行為科學研究所，高雄市。

邱五芳（2007）。內容重於傳遞：圖書館不應回避的社會責任。*中國圖書館學報，4*，5-10。

姜又梅（1997）。網路時代公共圖書館讀者利用教育。在國立政治大學圖書資訊學研究所編，*資訊網路時代圖書館資訊利用教育研討會論文集*（頁 149-158）。臺北市：政治大學圖書館。

高政義（1997）。*企業社會責任論*。臺北市：巨流。

高筱綺（1999）。*個人溝通風格、對網路空間的認知及其個人網頁自我呈現之研究──以交通大學學生為例*。未出版之碩士論文，交通大學傳播研究所，新竹市。

高希均審，林宜諄編（2008）。*企業社會責任入門手冊*。臺北市：天下遠見。

莊道明（1995）。圖書館專業倫理的意義與內涵初探。*中國圖書館學會會報，55*，27-37。

許銘文（2006）。*個人網站視覺元素與設計內容表現之研究*。未出版之碩士論文，雲林科技大學視覺傳達設計系，雲林縣。

陳詩蘋（2001）。*政治人物網站呈現及其回饋機制之研究──以第四屆立法委員網站*

臺灣大學學術期刊資料庫

為例。未出版之碩士論文，中山大學傳播管理研究所，高雄市。

黃少華、李魏華、郭葉紅（2009）。網路空間中的自我呈現。*未來與發展，4*，71-73。

湯于賢（2008）。*從使用者觀點探討公共圖書館休閒角色之研究—以新店市立圖書館為例*。未出版之碩士論文，輔仁大學圖書資訊學系，臺北縣。

楊政學（2008）。*企業倫理：倫理教育與社會責任*。臺北縣：土城市。

劉江釧（2005）。*部落格之社會網絡與自我呈現初探*。未出版之碩士論文，中山大學資訊管理研究所，高雄市。

盧荷生（1999）。我國當前公共圖書館之時代任務。*書苑，41*，24-25。

吳政達（2007）。公共圖書館行銷研究。*臺灣圖書館管理季刊，3*(4)，73-81。

戴怡君、董旭英（2002）。使用網路進行互動者特質之探討。*資訊社會研究，2*，29-58。

Alon, I., Lattemann, C., Fetscherin, M., Li, S., & Schneider, A-M. (2010). Usage of public corporate communications of social responsibility in Brazil, Russia, lndia and China (BRIC). *International Journal of Emerging Markets, 5*(1), 6-22.

American Library Association. (1970). *Final report of the activities committee on new directions for ALA and subcommittee reports.* Chicago, IL: American Library Association.

American Library Association. (2008). *The nation's largest libraries.* Retrieved July 25, 2011, from http://www.ala.org/ala/professionalresources/libfactsheets/alalibraryfactsheet22.cfm

Berry, A., Perks, K. J., & Silva, F. F. A. (2007). *Corporate social responsibility communication: How corporations in the oil industry publicise their actions in the UK and Brazil.* Retrieved November 13, 2006, from http://findarticles.com/p/articles/mi_6773/is_2_7/ai_n28522870/?tag=content;col1

Capriotti, P., & Moreno, A. (2007). Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. [Electronic version]. *Public Relations Review, 33*, 84-91.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility. *Business & Society*, *38*(3), 268-295.

Cho, C. H., & Roberts, R. W. (2010). Environmental reporting on the internet by America's Toxic. [Electronic version]. *International Journal of Accounting Information Systems, 11,* 1-16.

Dhillon, G. S. (2002). *Social responsibility in the information age: Issue and controversies.* Hershey: Idea Group Publishing.

臺灣大學學術期刊資料庫

Dimick, B. (1995). Marketing youth services. *Library Trends, 43*(3), 463-477.

Dunham, R. B., & Pierce, J. L. (1989). Social responsibility and managerial ethnics. *Management* (ch. 4, 96-131). Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.

Esrock, S. L., & Leichty, G. B. (1998). Social responsibility and corporate web pages: Self-presentation or agenda-setting? *Public Relations Review, 24*(3), 305-319.

Esrock, S. L., & Leichty, G. B. (2000). Organization of corporate web pages: Publics and functions. *Public Relations Review*, *26*(3), 327-344.

Fürsich, E. & Robins, M. B. (2002). Africa.com: The self-representation of Sub-Saharan Nations on the World Wide Web. [Electronic version]. *Critical Studies in Media Communication, 19*(2), 190-211.

Kagan, A. (2005). IFLA and social responsibility: A core value of librarianship. In S. Seidelin & S. Hamilton (Eds.), *Libraries, National Security, Freedom of Information Laws and Social Responsibilities: IFLA/FAIFE World Report* (pp. 33-43). Copenhagen: IFLA/FAIFE.

Kent, M., Taylor, M., & White, W. (2003). The relationship between web site design and organization responsiveness to stakeholders. *Public Relations Review, 29*, 63–77.

Kivisto, P., & Pittman, D. (1998). Goffman's Dramaturgical Sociology: Personal sales in a commodified world, in *Illuminating Social Life*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.

Kramer, R. M. (1981). *Voluntary agencies in the welfare state*. Los Angeles, CA: University of California Press.

Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Newbury Park, CA: Sage.

Noh, G. Y. (1998). Self-consciousness and personal web presence. *Paper presented at the 1998 AEJMC Convention*, Baltimore, MD.

Papacharissi, Z. (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 79*, 643–660.

Raber, D. (2007). ACOMDA and ANACONDA: Social change, social responsibility, and librarianship. *Library Trends, 55*(3), 675-697.

Sones, M. (2007). Corporate citizenship and social responsibility: How effective are pharmaceutical companies communicating these business initiatives? *Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, The Renaissance*, Washington, DC: Retrieved November 13, 2006, from http://www.allacademic.com/meta/p203442_index.html

臺灣大學圖書館 期刊資料庫

Steinfield, C., Adelaar, T., & Liu, F. (2005). Click and mortar strategies viewed from the web: A content analysis of features illustrating integration between retailers' online and Offline presence. *Electronic Markets, 15*(3), 1-30. Retrieved July 25, 2011, from https://www.msu.edu/~steinfie/EM_2005.pdf

Taylor, M., Kent, M., & White, W. (2001). How activist organizations are using the internet to build relationships. *Public Relations Review, 27*, 263–284.

Wadley, A. L., Broady, J. E., & Hayward, T. E. (1997). Marketing the public library service to the full-time employed: Future directions? [Electronic version]. *Library Management, 18*(5), 253–263.

Weber, R.P. (1990). *Basic content analysis* (2nd ed). Newbury Park, CA: Sage Publications.

World Business Council for Sustainability and Development. (2002). *Corporate social responsibility, the WBCSD's journey*. Retrieved July 25, 2011, from http://www.wbcsd.org/DocRoot/I0NYLirijYoHBDflunP5/csr2002.pdf

Zeghal D, & Ahmed, S. A. (1990). Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 3*(1), 38–53.

臺灣大學學術期刊資料庫