

臺灣閱讀節創新模式初探-以 2017 年閱讀拍賣會為例

A Preliminary Study of the Innovative Model for Taiwan Reading Festival - Taking 2017 Reading Auctions as an Example

蔡家嫻

Chia-Hsien Tsai

國立公共資訊圖書館助理輔導員

Assistant Counselor, National Library of Public Information

余玟靜

Wen-Ching Yu

國立公共資訊圖書館輔導員

Counselor, National Library of Public Information

【摘要 Abstract】

臺灣閱讀節是臺灣圖書館界的年度盛事，更是臺灣獨具代表性的閱讀推廣活動。國立公共資訊圖書館在 2017 年辦理一年一度臺灣閱讀節，以閱讀拍賣會為活動主軸，首創將拍賣會的概念和元素融入閱讀節慶活動裡，運用知識點數取代現金的方式來競標閱讀拍賣品，而知識點數的取得則是必須藉由參與圖書館所規劃的多元閱讀活動，形塑日積月累的閱讀習慣，最後於閱讀節活動當天再將所累積的知識點數作為參加拍賣會競標的籌碼，把最想要的閱讀禮物標回家，透過創意設計將閱讀與拍賣做結合，展現出臺灣閱讀節的創新模式與無限可能性。

Taiwan Reading Festival is an annual event of the library field and a uniquely representative brand of reading activities in Taiwan. The National Library of Public Information held Taiwan Reading Festival in 2017. With the theme of reading auctions, it integrated the concepts and elements of

auctions into festival and use "knowledge points" instead of cash to bid for auction items. The acquisition of knowledge points must be based on multiple reading activities planned by the library to shape the accrued reading habits. On the day of the reading festival, the participants may use the accumulated knowledge points to bid for the auction and bring their favorite reading gifts back home. This combined creative reading with an auction shows the innovation and endless possibilities of Taiwan Reading Festival.

【關鍵詞 Keywords】

公共圖書館、閱讀節、拍賣會、創新模式

Public library, Reading festival, Auctions, Innovative model

壹、前言

公共圖書館藉由辦理推廣活動行銷圖書館各項服務，並期望能藉此提升社會閱讀風氣，以及建立民眾閱讀習慣。除各館平日定期辦理之推廣活動外，聯合多館共同辦理的大型閱讀推廣活動更能提高能見度，因此世界各國多會選定每年的某一週為「圖書館週」，舉辦各項推廣活動，國內則由中華民國圖書館學會訂定每年的 12 月 1 日至 7 日為圖書館週，邀集各級圖書館辦理各項推廣活動，共同推廣圖書館與閱讀。

除了傳統的圖書館週之外，許多國家也結合出版界、圖書館及相關協會團體共同舉辦以圖書或以閱讀為名的閱讀節慶，藉由每年固定舉辦這樣的大型閱讀節慶活動，不僅能結合各界的力量共同推廣閱讀，更能形塑各國閱讀節慶之特色，並且帶動社會對於閱讀與圖書館重要性的關注。臺灣自 2013 年起，國家圖書館提出臺灣閱讀節的創新構想，並邀集全國公共圖書館共同響應，舉辦嘉年華會式的閱讀節慶，期望能延續圖書館週的精神，並建立臺灣專屬的閱讀節品牌。

然而大型閱讀節慶活動為了能吸引民眾的關注，活動勢必要持續推陳出新，同時也期望節慶活動不僅是火花，更能讓讀者培養持續閱讀的習慣，因此國立公共資訊圖書館(以下簡稱國資圖)藉由思考創新策略模式，規劃閱讀拍賣會活動。以下將分別介紹國內外的閱讀節慶，並說明閱讀拍賣會的創新策略模式及實際執行方式。

貳、國內外公共圖書館的閱讀節慶

一、國外大型閱讀節慶活動

(一) 美國國家圖書節(National Book Festival)

美國國會圖書館自 2001 年起，每年秋天都會在華盛頓舉辦國家圖書節。圖書節是由美國前總統夫人 Laura Bush，以及當時的美國國會圖書館館長 James H. Billington 所共同發起，並由私人公司單位贊助舉辦。藉由邀請當年度暢銷及重量級作者到場，以閱讀講座、座談會、簽名會等活動，親自與書迷們進行面對面的互動交流。此外，美國各州亦有各自的攤位向讀者介紹各州的文學、閱讀和文化傳統，除了介紹各州的知名作家外，也藉此促進旅遊觀光產業。(Library of Congress, 2018)

(二) 愛丁堡國際圖書節(Edinburgh International Book Festival)

英國愛丁堡國際圖書節是知名的愛丁堡國際藝術節活動之一，自 1983 年起每年 8 月在蘇格蘭首都愛丁堡夏洛特廣場舉辦，從首年僅有 30 場與作家相約的活動，現今已成為每年辦理超過 800 場活動的閱讀盛宴。每年的圖書節活動包括規模盛大的愛丁堡書展，並邀請世界各地的知名作家到場與民眾對談，以及為兒童舉辦的說故事活動、工作坊與作家簽名等活動。(Edinburgh International Book Festival, 2018)

(三) 法國讀書樂(Lire en Fête)

由法國文化部所發起的「讀書樂」活動自 1988 年推動至今，訂於每年的 10 月舉辦，活動包羅萬象且遍布法國各地，如地鐵站、街道、廣場、醫院、監獄等場所，每年均有許多閱讀相關的協會團體、出版社與作家等共同參與，以不同形式的閱讀風貌提倡閱讀，且獲得全國各界支持及民眾參與。此外，法國讀書樂活動亦藉由世界各國同步推展，期望進一步推廣法國文化及其文學內涵，早期即由法國在臺協會偕同國內許多圖書館、書店及出版社，共同辦理「法國讀書樂在臺灣」，活動包含座談會、閱讀馬拉松、電影欣賞及展覽等。(國立臺中圖書館，2006)

(四) 德國圖書館週 (Bibliothekswochen)

德國圖書館週是由德國圖書館協會自 2008 年起舉辦的全國性圖書館週活動，以相約在圖書館 (Treffpunkt Bibliothek) 為名，活動內容包括展覽、年長者閱讀夜、網路派對、現場實況活動、古典閱讀、對談及民眾互動參與等。德國辦理圖書館週活動的主要目的是希望引起社會大眾關注圖書館的重要性，並使政壇能意識到沒有穩定可靠的財政來源，圖書館是無法完成任務的。德國的圖書館界並非用發表聲明來表達訴求，而是藉由活動與團結的力量來展現圖書館的成績，而此活動也成功地獲得德國媒體關注，並得到來自政府的回響。(鄭寶梅，2012)

二、臺灣閱讀節的閱讀推廣活動

(一) 從圖書館週到臺灣閱讀節

我國首屆的圖書館週是於 1970 年由中國圖書館學會 (現為中華民國圖書館學會) 所發起，以「介紹圖書館之設施、利用圖書館之資源、培養大眾讀書風氣、倡導正當休閒生活」為目標，並定每年 12 月

1日至7日為圖書館週辦理時間(王振鵠, 1970)。每年均邀集各縣市公共圖書館共同辦理書展及演講等各項閱讀推廣活動, 圖書館週活動已行之有年。然自2013年起, 國家圖書館提出臺灣閱讀節的創新構想, 期能開創臺灣特有的閱讀節慶活動, 一方面提升全民閱讀風氣, 同時希冀聯合臺灣本土的作者、出版社、書店、圖書館及讀者, 透過多元且全臺響應的閱讀活動共同分享書籍、閱讀、創作的快樂, 也讓更多民眾培養對於書籍和閱讀的樂趣。臺灣閱讀節的啟動儀式亦訂於每年12月1日至7日持續舉行, 以一周的活動為起點, 整合全國推動閱讀的力量, 引領全臺民眾新的閱讀體驗。(國家圖書館, 2013)

(二) 國家圖書館—臺灣閱讀節創新閱讀推廣活動

國家圖書館自2013年起舉辦臺灣閱讀節, 結合各地出版社、書店、圖書館、公私部門的力量, 首年即以「名人推薦百大好書」揭開序幕, 邀請教育部長、縣市首長及作家等逾50位名人推薦百大好書, 期望帶動全國民眾於生活中建立「買書、讀書、送書」的書香金三角定律(林冠吟, 2015); 此外, 各年度活動更以臺灣閱讀節嘉年華會為主軸, 並且串聯全國各縣市公共圖書館共同辦理名人講座、圖書館小小兵及漂書活動等各項創意閱讀推廣活動。

「閱讀嘉年華」活動多元繽紛, 除了由紅酒木箱與上千冊圖書組成的露天書牆形成活動主視覺外, 更邀請出版社、書店、各地圖書館、媒體、學校、政府機構、民間團體等, 於臺灣閱讀節活動當天推出數十個精彩有趣的互動攤位, 包括親子遊戲、作家簽書、多元文化體驗、肖像漫畫創作、獨立書店風景、出版饗宴等, 活動並以Facebook同步直播方式, 將閱讀節慶推展至全國各角落。(林冠吟, 2017)

「圖書館小小兵」則是於全國各地圖書館規劃小小館長/小小館員體驗活動, 除了有圖書館參觀、圖書館資源利用指導外, 更讓小讀者們親自體驗讀者服務、圖書上架、流通服務、參考問題解題及廣播

錄製等館員工作項目，期望增進小朋友們對於圖書館員工作與職能的認識。(林冠吟，2015)

其他活動還包含名人講座、與作家有約等，並且與臺灣漂書協會合作，於全國各縣市公共圖書館進行漂書，並邀請參與讀者至網站分享閱讀心得。期望藉由全國響應的大型閱讀嘉年華會，以及多元創新的閱讀推廣活動，帶動全民的閱讀風氣，並號召全民一同熱愛閱讀。

(三) 國立公共資訊圖書館－臺灣閱讀節創新閱讀推廣活動

國資圖亦從 2013 年起，於每年的 12 月舉辦臺灣閱讀節，活動目標是以閱讀為主體，加入更多創意實驗，號召不同團體（特別是圖書館以外的團體）響應，希望在傳統的閱讀形式上，融入更多創意，探索更多可能性，讓所有參與的人「重新認識閱讀的美好」，進而投入更多關注（陳廣宗、余玟靜，2015）。歷年活動亮點包括：真人圖書館、閱讀百分點、閱讀講堂、閱讀市集及行動書車大會師等。

「真人圖書館」起源於丹麥，是透過面對面的交流方式，讓真人書與讀者能做更切身的溝通交流，也能藉此認識社會上不同的族群，達到多元交流的目的。本館於臺灣閱讀節活動當天邀請 11 本來自不同領域，各有其專長或獨特生命經驗的真人書提供借閱，包括語言學習、寵物、藝術、自助旅遊等達人，以及各種異國文化的真人書，藉由讀者與真人書面對面的溝通交流，讓閱讀不再只是單向的接收，而有更進一步的交流。而真人書豐富又特別的人生歷練，往往比書籍內容更為精彩，因此這樣創新的閱讀形式，也受到讀者的熱烈迴響。

「閱讀百分點一點書、借人服務」，運用大家熟悉的點餐經驗和流程，提供點書、借人的服務，讓讀者於服務臺「點餐」後，由故事志工到廣場座位旁為小朋友說故事，除了繪本外，另提供立體書增添互動和趣味；另外也可以「借人玩桌遊」，由年輕的志工哥哥姐姐到桌邊指導或陪伴小朋友玩桌遊，提供小讀者們歡樂有趣的體驗。

「閱讀講堂」則將講座活動帶到戶外，期望以對談形式，讓講者與臺下觀眾能有更多互動。首年以戶外親子閱讀宴的形式舉辦，與廣播電臺及出版社合作，邀請親子天下張淑瓊、林真美、林世仁和王文華四位老師，以談話節目的方式進行對談，第二階段則在草地鋪起野餐墊進行小組讀書會，以不同年齡層的書分組導讀，讓讀者能與講者有更多的互動與交流。第二年起更擴大辦理，陸續邀請了臺灣電子商務先驅—博客來創辦人張天立與癮科技創辦人吳顯二兩位網路創業家分享與對談，以及湛天科技 PUBU 電子書城創辦人蔡競賢、永樂座書店主人石芳瑜等閱讀相關領域的知名人士進行戶外開講，讓讀者能在戶外廣場輕鬆自在的氛圍中與講者互動，同時也拉近了講者與讀者之間的距離。

而「行動書車大會師」更是集結了全國各地具有不同特色的行動書車，一同至國資圖大會師，當天共有來自宜蘭、新北、臺中及南投等地共 9 輛行動書車參與，分別來自公部門及不同的民間團體。這些行動書車包含：18 度 C 巧克力工房的巧克力冷藏車伴隨埔里鎮圖書巡迴車共同推廣閱讀；仁愛鄉的行動書車提供卡拉 OK 吸引銀髮族接近書香；還有可變身行動蚊子電影院的行動書車等，這些具有不同的特色的行動書車，除了讓民眾能一次體驗外，更藉由大會師活動期望能提高行動書車的能見度，進而藉此喚起民眾對閱讀的關注，是一項既特別又別具意義的活動。

綜觀上述國內外的閱讀節慶活動，可看出國內閱讀節的活動較為豐富多元，而國外的閱讀節慶活動則更注重於圖書館與出版界的合作，並且促進知名作家與讀者之間的座談與互動交流。

參、2017 年閱讀拍賣會創新策略模式

愛因斯坦說：創意就是把不同東西結合在一起。舉辦多屆的臺灣閱讀節需要維持具有新意和創新的活動內容，才能持續吸引民眾的興

趣進而踴躍的參與，同時可藉由創新的活動議題以行銷圖書館，透過行銷讓民眾發現圖書館的轉變和存在的價值。以下就 2017 年閱讀拍賣會「競標你的讀特」創意規劃策略加以說明：

一、閱讀與拍賣的結合

當拍賣與閱讀湊在一起時，會有什麼想像，產生甚麼聯想。閱讀是一個動作一種行為，閱讀也是優雅與風格的表徵，然閱讀為何可以拿來拍賣又如何販售、喊價。在科技日益昌明、資訊繁多與密集、知識傳遞快速的時代，大家對閱讀的定義有了相當大的差異，因為閱讀不再侷限於看書，書本只是個載體，閱讀變得寬廣且充滿無限的想像空間，舉凡參觀展覽、看電影、讀書會、聽演講、欣賞藝文、表演、建築之美，甚至是近年相當盛行的桌遊遊戲等，只要能夠激發思考、獲得知識都是屬於閱讀的範疇。當閱讀如此多元與寬廣時，運用創意手法進行整合當可吸引更多人親近閱讀、愛上閱讀，又推廣閱讀是公共圖書館的核心目標，如何讓閱讀活動變得有趣且具吸引力，就是活動創意規劃的重點。

拍賣一詞常見於藝術市場，最早拍賣是人類社會特殊的商品交易方式，近代以來在世界各國廣為發展。而「拍賣」(auction)一詞源自拉丁語，意思是「增加」，即在拍賣交易中不斷增加金額，務求能競得拍賣物品。(Wikipedia, 2018)

在臺灣辦理活動向來都會以獎品贈禮來刺激民眾踴躍的參與，綜觀國內的文藝活動大多採取闖關集點換贈品或抽獎等方式進行，為了跳脫固有的執行方式，避免齊頭式的兌換機制而降低吸引力，將獎品作為拍賣品供參與者以競標方式來取得當是一個全新的做法，於是閱讀拍賣會成為活動主題，把兩項異質性元素湊在一起“拍賣”與“閱讀”成了令人驚豔的結合，且用現金也買不到的閱讀拍賣會，突顯出知識無價之意涵，而閱讀拍賣會於焉形成。

二、以活動行銷圖書館

隨著人民意識的抬頭，政府施政的好壞總是媒體追逐的焦點，因此行銷的觀念早已獲非營利組織機構所接受並認同，政府部門每年也都編列預算用於行銷上，而圖書館絕對是最典型的非營利組織，但在行銷經費有限的情況下，就必須運用具吸睛的創意活動來做為行銷的內容，藉由創意性的活動辦理創造話題吸引媒體報導，並於社群媒體上進行議題操作，讓民眾注意到圖書館、看見圖書館的蛻變，提升公共圖書館在民眾心中的地位。

加拿大 Queen's University 企業管理學系教授 Lawrence 強調圖書館的經營應以讀者為中心 (customer-oriented)，認為圖書館的經營者必須以有創意的方式來適應外在環境的變遷，如此當可創造圖書館成長的新機會。(邱子恒，1999)

2017 年國資圖首創運用拍賣會的概念和元素呈現此閱讀嘉年華會。民眾於拍賣會一個月前開始索取閱讀拍賣集點冊(知識存摺)，參與國資圖規劃的各項閱讀節集點活動，蒐集點數於 12 月 2 日閱讀節當天以點數取代現金競標拍賣品，以鼓勵民眾多進圖書館、培養閱讀習慣，藉此獲得點數來競標，此項創新做法十分受到民眾肯定和支持，拍賣會原創性的發想更吸引許多媒體報導，吸引許多民眾一同參與競標。

三、體驗型活動—讓民眾成為活動主角

開創以鼓勵或推動閱讀的方式作為參加拍賣會的基本門檻，整個活動流程的創意在於「以知識點數取代現金」，佐以豐盛的拍賣品為誘因，提供民眾實地參與拍賣會沉浸在競標的刺激與趣味中，創造出畢生難忘的體驗活動。在活動設計上跳脫閱讀節向來採取單向式的嘉年華會，將之轉為互動式且讓參與的民眾成為活動的主角，提供民眾體驗拍賣會的過程，在閱讀活動中留下的美好經驗。任何具有說服力

的體驗，其甜美之處，是將娛樂、教育、忘我、審美這四大領域，融入原本尋常的生活場景與活動空間中，就像仙女魔棒的一點，將之轉換成一個讓顧客產生記憶的地方，一個有助於創造記憶的戲劇性場景，一個生命經驗的新舞台。(李仁芳，2008)

2017 年臺灣閱讀節－閱讀拍賣會的主體活動係為三場拍賣會，並針對親子、青少年、成年及樂齡等族群而準備合適的拍賣品，讓各族群的民眾選擇自己最想要競標品項，既然是以體驗活動為訴求，即必須兼顧不同族群，相信這樣的閱讀活動體驗當可為讀者留下深刻的印象，同時對於閱讀產生美好的化學變化，締造閱讀活動的價值。

四、以集點冊建構個人閱讀履歷表

為了讓參與者進行知識點數的累積，從持續性的參與過程中讓閱讀成為一種日常習慣，因此將活動拉長至一個月前起跑，每一位參與者都可以領取一本【閱讀拍賣集點冊】，也可以一家人共用一本，無論如何透過這樣的閱讀相伴或彼此激勵來儲存知識，就是閱讀活動推廣所要達到的效益，經過一個多月的活動，無論是參與閱讀講座、借閱書籍、欣賞影片，或是任何閱讀活動，待閱讀節活動當天將集點冊攤開核算點數即是成果的展現。而閱讀集點冊的概念類似閱讀履歷，讓民眾可以檢視活動期間自己的閱讀成果，藉由累積閱讀集點冊點數培養愛閱讀的好習慣。

肆、關於 2017 年臺灣閱讀節－閱讀拍賣會·競標你的讀特

當閱讀可以拍賣，你最想要買什麼。就一般人對拍賣會而言通常就是停留在高價藝術精品的印象裡，且非社會大眾能輕易接近。但是國資圖打破這種刻板印象，2017 年的臺灣閱讀節舉辦一場別開生面的「閱讀拍賣會」！這場拍賣會不使用現金交易，而是希望民眾能夠透過參加圖書館內閱讀活動，累積知識點數，以點數取代現金，競標各項拍賣品，創造每個人「讀」特的經驗。

俗話說：「知識就是財富」，閱讀絕對是累積知識或智慧的最佳途徑，因此國資圖運用拍賣會的概念和元素策畫出 2017 年的閱讀節主題活動－閱讀拍賣，用知識與閱讀交易，形塑多元且創新的閱讀模式，希望能夠推廣良好閱讀習慣、帶動社會閱讀風氣。

一、活動架構

以「閱讀拍賣會」為 2017 年臺灣閱讀節的活動主軸，串聯起一系列的活動，藉以積累知識點數參與拍賣會，如圖 1。

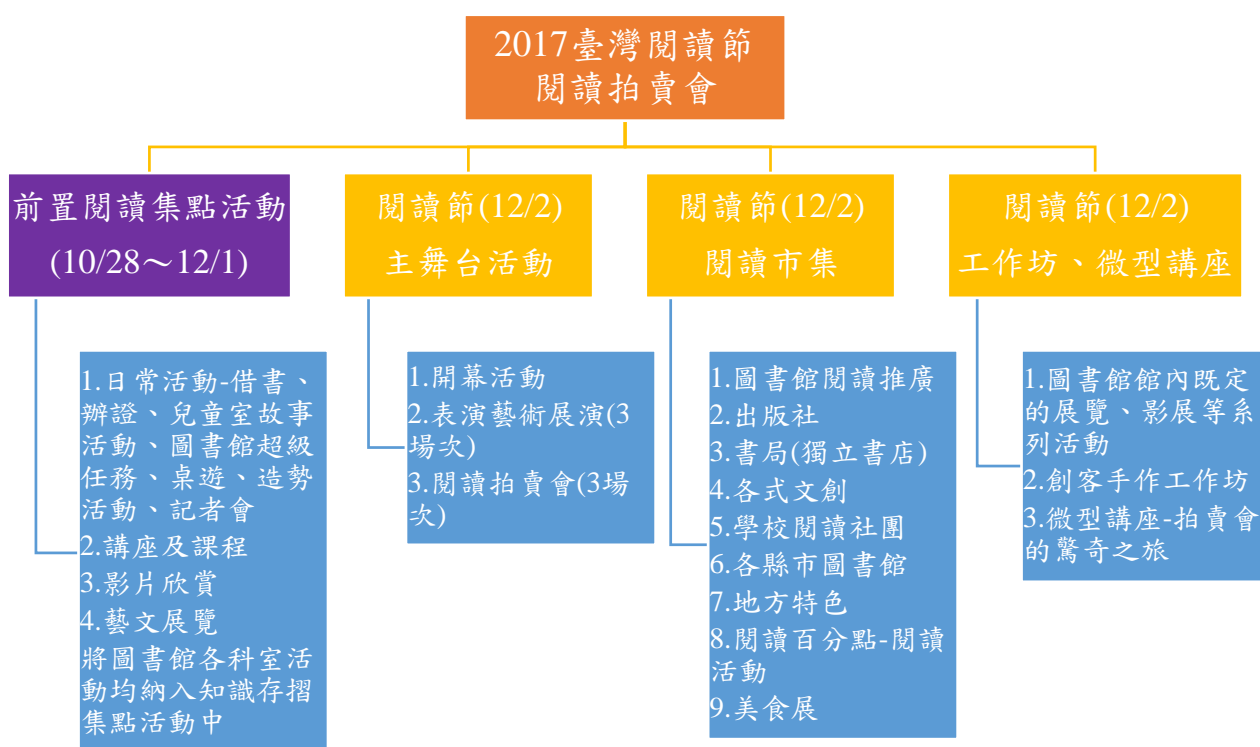


圖 1 臺灣閱讀節閱讀拍賣會活動架構圖

二、活動流程

透過閱讀拍賣集點冊的發行做為參與活動的憑證，集點冊除了集點功能外亦包含活動內容、資訊及參與辦法等說明，活動流程如圖 2。

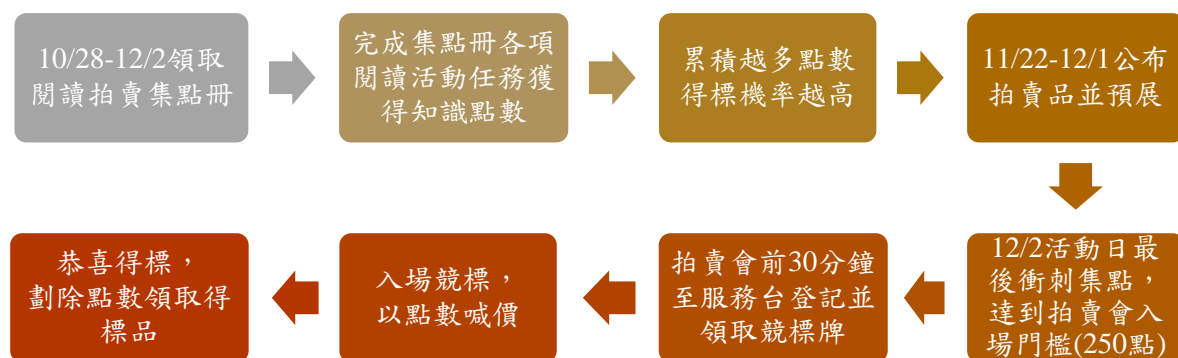


圖 2 臺灣閱讀節閱讀拍賣會活動流程圖

三、活動執行內容

(一) 前置閱讀集點活動

由於活動的主題與目的為一「拍賣會」和「集點數」，因此活動規劃當以符合民眾集點數之方向進行，將專案性閱讀推廣與例行性推廣一併納入，形塑日積月累的閱讀概念，活動期程長達一個月的時間以營造閱讀的機會與氛圍，激發民眾踴躍參與達成知識點數的儲存。

針對閱讀拍賣會的集點活動規劃計有：造勢活動、重陽節闖關活動、加入 line 好友、註冊成為電子書服務平台會員、新辦證、圖書館兒童室說故事、桌遊、書籍與電子書借閱、閱讀挑戰任務...等日常性活動；此外還有講座與課程、影片欣賞、藝文展覽等多元性閱讀推廣活動，以及 12 月 2 日閱讀節當天閱讀市集等一次性活動，在琳琅滿目的活動中除了具有收集點數的趣味，更重要的是了解到圖書館多面向的服務內容和閱讀的無限廣度。



圖 3 閱讀拍賣集點冊

(二) 閱讀節當天活動

在12月2日閱讀節當天，也就是集點活動的最後一天，把活動延伸到整個戶外廣場，邀請出版社、書商、閱讀團體、文創業者、學校社團、縣市公共圖書館以及地方農特產品等，串起一整天的閱讀嘉年華會，分別有「拍賣感官-舞台展演」、「拍賣生活-閱讀市集」、「拍賣體驗-手作工作坊」、「拍賣視野-微型講座」、「拍賣知識-閱讀拍賣會」。

1. 「拍賣感官—舞台展演」

邀請如玲舞蹈團、曉明女中舞蹈團、盧卡斯薩克斯風、河堤樂團等表演藝術團體，擔任活動開幕演出、串場，為整體活動添上一抹色彩，並在拍賣會開始前為大家積蓄美好的心靈能量。



圖4 閱讀拍賣會開幕活動

2. 「拍賣生活—閱讀市集」

在戶外廣場上之閱讀市集共規劃了五大區塊，分別是閱讀推廣-閱讀生活區、多元文化-遊樂生活區、書籍展售-書蟲生活區、文創市集-創意生活區、小農點心-飲食生活區，豐富的攤位展覽一次滿足參與者對生活的想像，同時也讓所有攤位活動都納入集點，為活動掀起更多的誘因。





圖 5 戶外廣場閱讀市集攤位活動

3. 「拍賣體驗—手作工作坊」

體驗是將書中知識轉化為深層記憶最好的方式，透過實際的操作，更能加深印象。因此在館內舉行四場手作工作坊，分別是羊毛氈、皮革雕刻、押花還有縫紉課程，提供民眾體驗創客 DIY 的趣味。



圖 6 民眾參與手作工作坊

4. 「拍賣視野—微型講座」

為呼應閱讀節之「拍賣」主軸概念，特別邀請臺灣資深藝術拍賣官—陸潔民老師進行一場「拍賣會的驚奇之旅」講座。分享他從電機工程背景投身藝術拍賣的心路歷程，以及他的收藏眼光、拍賣官的養成、成為拍賣官後的所見所聞等。



圖 7 微型講座-陸潔民主講「拍賣會的驚奇之旅」

5. 「拍賣知識－閱讀拍賣會」

精心策畫的三場閱讀拍賣會是整體活動的賣點也是最吸睛的活動項目，為了突顯活動的魅力與專業性，分別邀請 momo 台果凍姊姊和資深藝術拍賣官陸潔民擔任拍賣官。此外，為兼顧不同族群對象、民眾參與時間的不同以及當日想再衝刺集點的參與者，將拍賣會場次安排於早上一場次、下午二場次，以力求活動辦理的周延性，並設定資格門檻需達 250 點才能入場，以利控管拍賣會品質與秩序。

■ 拍賣會進行規則：

- (1)集點冊點數累計達 250 點以上取得入場資格，每場次開標前 30 分鐘於大會服務台排隊登記後進場，逾時或拍賣會開始即不得入場。
- (2)登記參與者拍賣集點冊編號、姓名及確認入場資格點數，取得競標牌，限一人入場，國小以下小朋友可攜帶入場。
- (3)拍賣時，可以彙集多本集點冊共同累計積點，得標者如有剩餘點數可繼續使用。
- (4)各項拍賣品依其價值及獨特性訂定「起標點數」，由拍賣官現場公布後開始競標。
- (5)得標者現場劃除得標點數，拍照，簽名領取得標品。
- (6)競標牌於拍賣會後收回。



圖 8 閱讀拍賣會民眾參與競標

伍、結論

在閱讀中感受幸福，是圖書館推廣閱讀的終極目標。近年來公共圖書館積極營造符合時代潮流的書香環境以提升國人的閱讀力，圖書館環境相互競美，並透過網路與社群媒體的傳播，成為文青旅行的主流景點，圖書館的蛻變讓大家有目共睹，然而閱讀風氣的養成仍有賴公共圖書館持續發展出創新的推廣活動，畢竟閱讀力是個人更是國家競爭力重要指標，無論科技的發達如何迅速，社會的演進從數位化逐漸進入 AI 人工智慧時代，但閱讀絕對是建構社會人民進步的力量和動能，因為閱讀是激發創造力、想像力相當重要的養分，除了例行的閱讀推廣活動外，藉由每年一次辦理大型閱讀節慶活動加強閱讀推廣的力道有其必要性，透過這樣的活動相信可結合更多資源與相關單位，帶動產業和風氣，提高社會大眾的關注；而除了受歡迎的活動持續辦理之外，藉由每年度不斷的創新，將更能增進對於不同族群讀者的吸引力，並藉此帶動更多讀者走入圖書館，並且愛上閱讀。

觀諸國外閱讀節慶的經驗，亦可看出圖書館結合出版社，以及相關協會團體共同合作的重要性，除了各項推廣活動外，藉由許多知名作家親自投入與讀者的互動交流，更能提高讀者的閱讀興趣；此外，如能有居高位者登高一呼，或有企業的贊助與投入，相信也更能加強活動辦理的力道及提高關注度，未來期望圖書館界亦能擴展與出版界的合作，並且能藉由更多串聯形式的閱讀節慶活動增進企業界的關注與投入，相信對於閱讀的推動能有更全面性的推展，並且能有更大的擴散效應。

【參考書目】

- 王振鵠（1970）。圖書館週的意義及其活動。《中國圖書館學會會報》，22，4-5。
- 李仁芳（2008）。《創意心靈：美學與創意經濟的起手式》。臺北市：先覺。
- 邱子恒（1999）。行銷概念在圖書館及其資訊服務之應用：文獻分析。《大學圖書館》，3(4)，120-130。
- 林冠吟（2015）。引領全國閱讀風潮，建構優質品牌—臺灣閱讀節紀要。《國家圖書館館訊》，104(1)，12-20。
- 林冠吟（2016）。臺灣閱讀節號召全民熱愛閱讀，帶動閱讀風氣。《國家圖書館館訊》，105(1)，8-15。
- 林冠吟（2017）。臺灣閱讀節，讓閱讀的燦爛花朵綻放於全臺灣。《國家圖書館館訊》，106(1)，28-32。
- 索倫（2012）。閱讀，是全民運動 美國國家圖書節有感。取自 <http://blog.udn.com/soloncsis/6885231>。
- 國立臺中圖書館（2006）。《法國推動閱讀國際研討會會議實錄》。臺中市：國立臺中圖書館。
- 國家圖書館（2013）。在閱讀中遇見幸福—102年臺灣閱讀節官方網站。取自 <http://trf.ncl.edu.tw/index.html>。

陳廣宗、余玟靜（2015）。看見本土新閱讀盛會—2013-2014 臺灣閱讀節。《書香遠傳》，117，10-19。

蔡家嫻（2017）。2017 臺灣閱讀節快來集點標好物。《書香遠傳》，134，52-55。

鄭寶梅（2012）。從德國圖書館發展戰略談未來的圖書館。《佛教圖書館館刊》，54，35-55。

Edinburgh International Book Festival (2018). About Us. Retrieved from <https://www.edbookfest.co.uk/about-us>.

Library of Congress (2018). About the Library of Congress National Book Festival. Retrieved from <http://www.loc.gov/bookfest/about/>.

Wikipedia (2018). Auction. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Auction>.