

圖書館跨界新閱讀時代～以國立公共資訊圖書館為例

The New Era of Cross-Border Reading in Libraries : A Case Study of National Library of Public Information

葉翠玲

Tsui-Ling Yeh

國立公共資訊圖書館助理輔導員

Associate Counselor, National Library of Public Information

蔡家嫻

Chia-Hsien Tsai

國立公共資訊圖書館助理輔導員

Associate Counselor, National Library of Public Information

【摘要 Abstract】

現代化的圖書館隨著科技的發展與應用而改變或調整經營策略，更由於科技資訊帶來的便利，讓圖書館更需要突破過往的服務模式，當閱讀已不再局限於書本的年代，圖書館要如何彰顯新功能、新服務是圖書館員最絞盡腦汁的工作。為了開拓新的閱讀人口以促進圖書館利用率的成長，朝向跨域跨界的策略聯盟，圖書館進行跨界合作是時代趨勢，藉由不同領域的異業結盟當可開發潛在的讀者，同時也增強圖書館自身的優勢。國立公共資訊圖書館從創意閱讀推廣的角度出發，以跨域跨界的策略成功的達成圖書館的閱讀行銷，顛覆了傳統圖書館的角色與功能。本文以國立公共資訊圖書館實際案例來說明關於圖書館在跨域跨界合作的策略運用，期能作為未來圖書館推廣閱讀的參考。

Modern libraries change or adjust their business strategies with the development and application of science and technology, because of the convenience brought by scientific and technological information, libraries

must break through the past service models. When reading is no longer limited to books, How to display her new functions and services in the library is the most brainstorming work for librarians. In order to open up a new reading population and create the growth of library utilization, we have begun to move towards cross-domain and cross-border strategic alliances. Cross-border cooperation between libraries is the trend of the times. Through cross-industry alliances in different fields, potential readers can be developed. It also enhances the advantages of the library itself. From the perspective of creative reading promotion, the National Library of Public Information successfully achieved the library's reading marketing with a cross-domain and cross-border strategy, subverting the role and function of the traditional library. This article uses the actual case of the strategic application of libraries in cross-domain and cross-border cooperation, and hopes to be a reference for future library promotion

【關鍵詞 Keywords】

跨界合作、異業結盟、創意閱讀

Cross-border cooperation; Cross industry alliance; Creative reading

壹、前言

圖書館是知識的殿堂，承載著過去到現在各式各樣的知識寶藏，現代化的圖書館不僅是藏書、提供資訊服務的地方，更是生活與文化的休閒場域，面對急速發展的數位科技與資訊技術，圖書館的角色與功能也必須與時俱進跟著改變再改變、翻轉再翻轉。隨著社會快速變遷、科技的日新月異，也牽動了圖書館的經營方式，再者處於資訊數位化的年代，民眾獲取資訊的管道已習慣透過網際網路取得，不僅便捷又快速，圖書館不再是唯一獲取資料或資訊的來源，因此圖書館的

功能經常受到討論，圖書館不再是一個僅僅滿足讀者閱讀需求的場所。

圖書館服務的概念正在發生深刻的變化，圖書館除了向讀者提供圖書借閱機會以外，還應該重視並滿足讀者的文化需求和娛樂需求（吳建中，2002）。為了拓展新的閱讀人口以提高民眾對圖書館的利用率，近年來採用跨界合作成為圖書館的經營策略趨勢，與不同組織或產業合作是商業界常見模式，藉由異業結盟的方式可以增強自身優勢同時挖掘出潛在的顧客群（閱讀人口）。圖書館注重功能的發揮，講求企業的運作模式，以積極主動的方式，吸引民眾走進圖書館，追求顧客滿意為服務宗旨及經營目標（王美玉，2007；曾淑賢，2005a）。因此為了提升人民對圖書館的利用率，營造更活絡的書香閱讀風氣，各圖書館除在硬體上積極更新改建外，軟體上無不絞盡腦汁推出豐富多元的閱讀推廣活動，以彰顯圖書館在數位浪潮下依然存在的價值與影響力。

國立公共資訊圖書館（以下簡稱國資圖）突破傳統的思維與作法，與不同領域機構合作提供許多創新服務，近幾年透過展覽與創意的主題閱讀活動，逐步奠定國資圖閱讀推廣品牌知名度，為讀者創造豐富且多元閱讀體驗。在創意閱讀活動的推廣上，國資圖自 2017 年起於臺灣閱讀節推出一年一主題的創意活動，如 2017 年的「閱讀拍賣會」、2018 年「不閱不睡」、2019 年「閱讀無限-閱動悅精彩」等極具創意的節慶活動，運用文化創意手法達到創新活動行銷之效，同時透過活動引入外部資源，如企業的贊助達成異業聯盟共創雙贏的活動推廣效益。而在展覽方面，以「教育內容與專業知識」的策展設計，2019 年首度與故宮合作辦理數位多媒體藝術展，與國家實驗研究院（國研院）轄下的十個國家實驗室合作辦理科普開箱系列特展，並與國家圖書館、國立臺灣圖書館合作，以「閱讀聯盟」策略參加台北國際書展等，開創公共圖書館類博物館的功能，為讀者提供欣賞美學的機會，藉由看展也是一種多元閱讀方式。

因此，本文以國資圖實際案例來說明關於圖書館在跨域跨界的合

作之創意閱讀推廣，期能作為各圖書館推廣閱讀的參考。

貳、關於圖書館的跨界合作閱讀推廣

圖書館是一個成長的有機體，它的成長與發展是可以隨著社會脈動與科技的進步不斷與時俱進，同時也可以透過創新方式不斷重塑與翻轉。圖書館以推廣閱讀為使命，而圖書館服務的一切基礎源於擁有豐沛的資訊資源，如何利用資訊資源滿足當下的閱讀需求，乃圖書館必須每日思索不斷創新的課題（鄭來長，2018）。因此為了創造加乘的行銷推廣效益，各領域採行異業結盟共同開發新市場或新顧客是現今的趨勢，藉由各自的優勢結合在一起創造雙贏的效果。為了彰顯圖書館新意提供讀者不同以往的閱讀體驗，「策展」近年來則成為圖資人不可或缺的知能。圖書館策展與一般展覽最大的不同，在於『知識專業』以及『教育價值』，這也使得展覽設計、企劃跟傳統展覽活動不太一樣。在國外圖書館的策展早有成功案例，2017年大英圖書館以其罕見的中世紀館藏書再結合大英博物館的藏品，由專業策展人策劃「哈利波特：魔法的歷史」特展（圖1），運用圖書館與博物館的館藏資源，將相關知識系統，重現哈利波特書中充滿魔法的世界（林蕙玟，2018）。同時巡迴英國其他20間公共圖書館展出，也將大英博物館的觀眾群引進圖書館。



圖 1 哈利波特：魔法的歷史特展

同樣的在國內靜宜大學蓋夏圖書館近幾年舉辦各式創意主題策展，例如「春日旅蛙閱讀趣」書展，構思來自日本手機遊戲「旅行青蛙」廣受歡迎，與網路書店合辦，全國首創的「春日旅蛙閱讀趣」書展，吸取旅蛙概念，主題雖是「旅行」，但展出圖書並不限旅遊書，而是以「旅行」的意念為軸線，輻射出相關主題書展（姜義臺，2018）。另外『鋼彈不只是鋼彈』主題書展，也是以日本經典動漫鋼彈模型為主題，吸引粉絲合照！以「鋼彈模型」與「五大主題書展」，帶領讀者進入模型哲理、宅文化理念、男孩與女孩的浪漫美學旅程，在營造的情境中，體驗圖書館創意服務、感受閱讀的魅力（姜義臺，2018）。

在中世紀圖書館又稱「靈魂的藥房」，圖書館透過跨界合作，重新找回圖書館的社會連結功能，為所在社區創造附加價值，同時為讀者引進資源，成為人們學習、停留、遇見、獲得啟發的地方。例如荷蘭 DOK 圖書館概念中心（荷蘭語 Discotake, Openbare Bibliotheek, Kunstcentrum 的縮寫），強調生活應該擁有更多的樂趣，而這些樂趣可以從圖書館開始。目標是打造圖書館成為文化資訊中心，其標語「在此可借閱全世界」（Borrow the world in Delft），DOK 內部設有一個藝術中心（DOK Art），提供藝術類的相關資料。DOK 服務的特別之

處在於提供民眾租借藝術品的服務，若是公司機構有需要，DOK 亦主動為需求者規劃藝術品的購置，打造充滿美感的工作氛圍。(楊美華，張如瑩，2009)

國立臺灣圖書館與雙和醫院合作辦理「讓閱讀無所不在—臺圖讀 Bar@雙和」，提供候診民眾健康友善、主動將書本送到候診室的閱覽服務，由圖書館定期提供贈書、院方提供良好舒適的候診環境，藉由閱讀的心靈療癒作用，促進病人心理的健康，邁向更好的醫病關係(鄭來長，2018)。國資圖 2016 年推出「閱讀全壘打·夢想象前行」系列活動，運用運動行銷策略讓球迷轉換成為讀者、獲得中國信託銀行與職棒球隊中信兄弟的全力支持，邀請知名職業棒球明星代言活動，透過全臺灣 50 所圖書館讀好書贈門票活動、主題書展、公共圖書館巡迴展等活動，讓宣傳跨出圖書館通路，進到無遠弗屆的金融服務通路與運動行銷通路。(洪敦明，2017)

參、國資圖跨域及跨界合作的創意閱讀推廣實例

一、專業知識型策展

策展是一種溝通，館員必須換位思考並學習與專業策展人、藝術家或設計師溝通(林蕙玟，2018)。思考圖書館要服務的對象是哪一族群(讀者或使用者)，針對不同類型主動連結其文化記憶、生活背景等多種面向，將生硬艱澀的內容用普羅大眾能理解的方式轉化，呈現一場具學習、有深度、有意義的展覽，因此館員從知識管理的守門員轉變成知識流動的促進者，以創意的思考、想像與靈感讓圖書館的館藏以不同的風貌呈現在讀者面前，讓館藏容易被消化、被親近，讓讀者以另一個視角認識圖書館館藏。

108 年 7 月在國資圖展出「水不在深-故宮數位文獻特展」，以故宮較為缺乏「顏質」的院藏檔案文獻、善本古籍為內容，首次由博物館該領域的學術研究人員與國資圖團隊合作共同策展，雙方館員積極地將原始的「學術理論」資料轉化梳理、協調討論，從擬定「展陳大

網」，再轉化成「展示單元」，「善本藝遊」展區（圖 2）根據故宮珍貴藏品〈藏文龍藏經〉¹，設計出一座沉浸式的劇場，透過感測參與者的人數多寡而啟動相應的投影互動機制，展開循序漸進的三段變化體驗過程；甚至結合多媒體互動科技和空間氛圍的「展演手法」，讓觀眾見到龍藏經外、內護經板上的各種視覺元素，體會善本繁複且講究的裝禱藝術。劇場外設置 AR 互動台座平板互動區，以擴增實境（AR）科技認識龍藏經中數個尊像，並能清楚的觀賞其細節，。不論宗教、種族或年齡，任何人皆可透過科技藝術與文物的結合，深度沉浸在龍藏經的華美風采中，獲得心靈的感動。



圖 2 善本藝遊展區

文獻行旅展區（圖 3）文物取材以故宮院藏²之檔案文獻作為策展主基調，透過劉韻珂的視角使用科技互動、虛擬實境等跨媒裝置，輔以 AR 互動、導入 Google map 等互動裝置，讓劉韻珂考查之歷程，似乎看得見、觸摸得到，且擁有所有需要與現實連接的細節，讓參觀者沿著光雕走入山林，展開穿越的古文明之旅一探水沙連與六社風光。

¹ 《藏文龍藏經》全名泥金寫本，是奉清聖祖康熙皇帝的祖母孝莊太皇太后博爾濟吉特氏布木布泰之命修造。全帙一百零八函，以藏文泥金書寫在特製的磁青箋上，上下經板彩繪七百五十六尊諸佛造像，飾以各式鑲嵌珠寶，再以黃、紅、綠、藍、白五色絲繡經簾保護。每函配備有裝幀所用絲、棉等材質袍袱、五色經繩及最外層用以保護經函的經衣。

²故宮在院藏檔案中找到關於官府欲打造同安船的相關文件，以及同安船的詳細結構等圖，讓我們對該時期的海洋科技與文化傳播有更深一步的認識

不僅讓故宮的文物更加平易近人，觀眾理解故宮檔案文獻背後的文化與藝術內涵，更使讀者體驗嶄新的閱讀模式，更開啟國內博物館與圖書館合作之典範。



圖 3 文獻行旅展區

二、教育內容型策展

一個專注創新的圖書館，不應只以追求藏書量為目的，我們應嘗試轉換圖書館的社會價值，而不是只有將藏書靜態地呈現或借還的功能和角色。圖書館應該是一個能夠交友溝通的地方，釋放自我，自我陶冶的公共花園，更是文化體驗的場所。但是圖書館也不可能包山包海什麼都做，在這個「打群架的時代」，圖書館與各社教機構成為專業與深度兼備的夥伴關係，圖書館從靜態的支援系統到轉變為動態的知識流動與匯集的角色，利用每個社教機構相對應的教育內容與學術資源，以專業對知識性、教育性和正確性定位，節省各館所規劃、執行活動之時間、人力、物力，提高社會教育服務績效與品質，發揮跨界行銷的綜效，並達資源共享目標。

「國家實驗室」一向給人高深莫測的感覺，似乎時刻都在進行非常先進、難以理解的尖端實驗與研究，國資圖與國家實驗研究院合作

《遇見看不見的 In 科學》系列展覽，策展以「科普開箱」為設計概念，包含國家晶片系統設計中心、儀器科技研究中心、國家高速網路與計算中心、國家地震工程研究中心、國家奈米元件實驗室、國家實驗動物中心、國家太空中心、科技政策研究與資訊中心、台灣海洋科技研究中心、台灣颱風洪水研究中心等十個國家實驗室搬進圖書館（圖4），將造福人民生活卻往往不為人知的科學展示於眾人眼前，培養出對科學、科技的興趣，進而吸引更多人願意投入科研這一行，造就更多的科技人才。

國資圖團隊以「如何呈現科學價值」、「如何讓觀眾學習與獲得知識」以及「如何創造教育推廣」來擬定「展示策略」，不僅對內要大量消化頂尖的科技研究與學術檔案，對外要分辨設計優劣、與數位典藏影像與展出技術等單位溝通，主動發現問題、幫助改善；在內容上，要確保知識性不被扭曲或排擠，避免學術與科普的路線衝突。同時要構思符合觀眾口味和風格的展示趨勢；嘗試跳脫原來傳統制式的政策研究主題或學術展示形態，接力式的由國家地震工程研究中心展出「我的家耐震嗎？」、國家高速網路與計算中心展出「國網中心算盡天下事」、國家實驗動物中心展出「遺傳瓶中信」、晶片系統設計中心暨國家奈米元件實驗室展出「改變世界的驅動力—奈米·晶片」、國家太空中心展出「福爾摩沙衛星五號發展史」、台灣海洋科技研究中心展出「探索內太空的水下無人遙控載具」等展示單元。讓科學走出實驗室，塑造一個「情境式」（視、聽、觸、知、情意）的五感環境；民眾除了從書本及學術網路看到的研究論述外，也能透過體驗了解這些科學硬學問中迷人的真知識。讓圖書館成為知識的「創造者」與「建構者」，成功的達成與社教機構策略聯盟雙贏的局面。



圖 4 「精準醫療-癌症病患的阿凡達鼠與人源腫瘤模式銀行」展區讓觀眾體驗研究人員著裝活動

國家圖書館、國立臺灣圖書館、國立公共資訊圖書館三所公共圖書館，於 2017 年首次以「閱讀聯盟」的策略參加第 25 屆台北國際書展，策展以「一書一世界」(圖 5)為設計概念，主視覺將圖書館藏書放大立體化，觀眾從遠處望去巨型藏書就像站在大書房的前面，觀眾在巨型的藏書中走進展場時感覺自己馬上就要進入令人嚮往的書中世界一樣；針對三館的專業與藏書交叉運用靜態及動態媒材陳列展品，翻轉民眾對圖書館傳統的刻板印象，展位獲「最佳展位設計銀獎」，以美學價值驅動品牌更新，成功創造宣傳及品牌曝光的機會。



圖 5 三館聯展「一書一世界」設計

三、跨域創新之創意活動

圖書館可以是一座創意研發的展示平台，更可化身為閱讀模式的實驗場域。2018 年臺灣閱讀節採用童軍活動的辦理型式移植到圖書館空間，包裝成一場大型的閱讀推廣活動，巧妙的搭上時下的休閒風潮－瘋露營，於是將主題定為「不閱不睡」以露營夜宿圖書館為活動主軸，再搭配周邊系列活動如：表演活動、閱讀團體、特色書店、文創單位匯聚成創意閱讀市集以及露天電影院等，為晚上的露營夜宿活動進行活動暖身，同時也兼顧到無法參加夜宿的讀者提供共襄盛舉的閱讀體驗。「不閱不睡」(圖 6) 首創對外開放民眾報名到圖書館搭帳篷露營夜宿，當夜幕低垂時將營火晚會轉換為「圍爐夜讀」的型式邀請知名作家吳若權先生近距離的來與大家話閱讀，待晚上 9 點圖書館閉館後，整個圖書館立即變身為露營場地，參加的民眾將帳篷搭在書櫃之間，並為帳篷進行布置裝飾，各式各樣的創意主題宛如一場帳篷的裝扮秀，待搭好帳篷或鋪好睡袋後，隨即在圖書館進行探險，運用尋寶的概念結合圖書館新開發的尋書導引 APP 軟體展開尋書任務，每一組成員透過圖書館新開發的軟體，穿梭在熄燈後的圖書館藏書區尋找著任務指定書本，以此展現一家人共同挑戰任務的凝聚力，同時也成功將圖書館創新的服務項目，提供給參與活動的讀者體驗直接進行服務行銷，開創另類的露營閱讀體驗。



圖 6 2018 年臺灣閱讀節「不閱不睡」之圍爐夜讀與帳篷裝飾

把露營的元素搬進圖書館將圖書館打造成一座與書為伍的露營場域，邀請到廠商迪卡儂提供贊助活動所需的商品用具如：露營的相關設備品作為活動宣傳與抽獎。在宣傳期運用廠商的贊助品於圖書館內布策展多座的露營閱讀角（圖 7），以提供民眾立即的體驗和欣賞，不僅讓企業獲得直效的行銷以提升品牌曝光度，同時也有效引發讀者對活動的關注達成活動的宣傳效益。當圖書館積極進行跨機構、跨部門外，現代化的圖書館亦可試圖跨界、跨領域為讀者開創不同以往的閱讀體驗做資源的連結與延伸，進而提升讀者滿意度與忠誠度。



圖 7 2018 不閱不睡活動-布策展「露營閱讀角」

四、跨界結盟的閱讀推廣與行銷

當圖書館不只是圖書館，圖書館還能加入什麼元素以豐富對讀者的服務，新增產品是創新的方法之一，曾淑賢（2005b）說圖書館的商品是館藏和館藏所延伸的各種讀者服務，能否透過行銷規劃及不斷創新的措施，創造民眾利用的意願。爰此 2019 年的臺灣閱讀節突破圖書館安靜的氛圍，以「閱動悅精彩」作為活動主題，讓圖書館變身為運動休閒的生活空間。對多數民眾而言「閱讀」與「運動」，一靜一動彷彿「向左走向右走」故事中的主角似乎沒有交集。然而運動也蘊含著相當多的常識與知識，於是國資圖讓「閱讀」與「運動」藉由臺灣閱讀節創造了相遇的機會！

在既有空間功能下尋找突破點，讓運動進駐圖書館並持續與企業

結盟再度獲得運動品牌廠商迪卡儂擴大支援合作，以時下最熱門的休閒運動項目如：體適能、瑜珈、跑步、騎自行車等運動與閱讀結合作為活動內容，並在國資圖 5 樓青少年區的好漾館空間成立「快閃健身房」（圖 8），廠商迪卡儂則全權贊助所有運動器材以及運動教學，以一個月的時間做為活動體驗與宣傳，此外，又成立「夜跑教室」辦理 3 場次的跑步運動教學與練習，利用圖書館周邊的人行道作為跑步範疇，邀請專業教練帶領讀者進行體能訓練及並推薦相關運動類的好書傳達正確的運動知識，也鼓勵讀者在閱讀節當天報名參加多項結合閱讀元素的競賽活動。把不同領域的素材與閱讀媒合在一起用以吸引更多不同領域的人口來親近閱讀，呈現出閱讀的無限可能，讓圖書館不只是圖書館，圖書館也是健身房，是豐富、有趣又多元的場域，誘發民眾更加熱愛走進圖書館並響應閱讀。館內則搭配運動類的書籍進行主題書展，將知識導入運動裡讓民眾獲得許多專業的運動常識，以「閱讀×運動」開創臺灣閱讀節的多元新風貌。

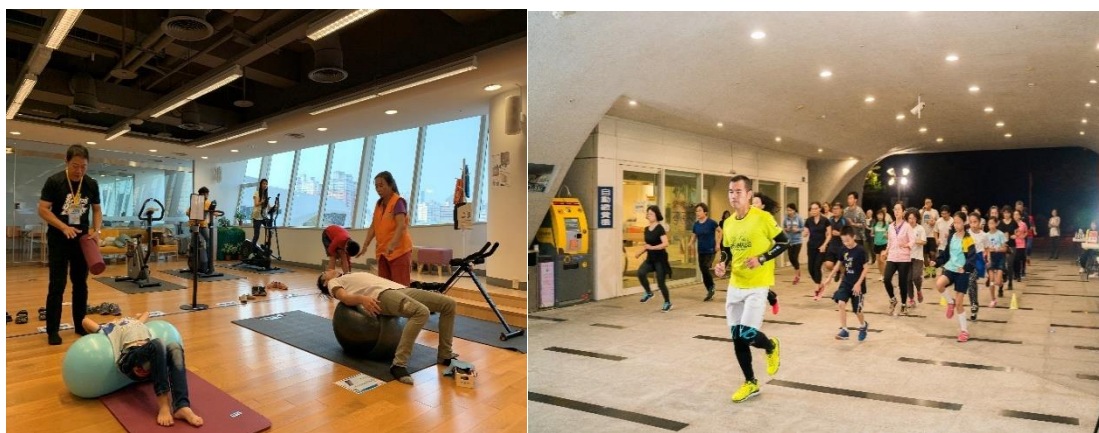


圖 8 2019 年臺灣閱讀節「快閃健身房」vs「夜跑教室」

在閱讀節活動當日更首創辦理迷你馬拉松體驗賽（圖 9），是一場不限年齡的閱讀馬拉松慢跑體驗，0 歲到 100 歲都可參加，另外還策畫許多運動閱讀挑戰賽用以驗收經過一個月暖身活動後的成果，讓圖書館變身為一座運動競技場，也考驗著每一位參與者的專注力和閱讀力，圖書館是終身學習的公共空間，藉由行銷活動的辦理希望民眾讀者都能藉此再次加入運動或閱讀的行列，打造屬於全民的閱讀與運

動。



圖 9 2019 年臺灣閱讀節「閱動悅精彩」

活動的辦理過程中廠商除了提供運動器材設備外，也將企業宣導正確的運動相關知識帶進圖書館，不僅提升企業的品牌形象同時也創造知名度的擴增，對圖書館而言則是為讀者創造價值，而「讀者價值」就是來自於對圖書館多元服務上的滿意度與忠誠度。運動是維持身體機能的健康而閱讀則是積累心靈上的健康，運動與閱讀創造身心合一的健康與幸福。

藉由活動策展規劃將圖書館靜態的閱讀資源轉為動態的參與模式，運用活動主題讓民眾產生好奇心，而內容具吸睛度、新奇感激發參與意願並在活動過程中創造有別於過往的體驗，以圖書館非營利單位的形象尋找外部資源，提供讀者不一樣的文化視野。運用所有社會資源與圖書館合作，相信可以讓民眾深刻體會圖書館的好處與用心，也為圖書館創造不一樣的價值與成長（張宇樑、陳菟菁 2008）。

肆、結論

國資圖以書為紐帶，歷經不斷的參訪、討論、思辯，思考及實驗圖書館的服務模式，藉由「知識與教育」的策展思維，在實務上，從內容理解、動線規劃、硬體運用，到最後的平面宣傳等，透過跨界合作與重要利益關係社群的結盟，以更生活化的面貌呈現創新多元的

閱讀推廣服務，讓圖書館成為知識的「創造者」與「建構者」，成功的達成跨域跨界策略聯盟雙贏的局面，開啟圖書館多元閱讀的新型態。

游常山(2008)說：推廣閱讀，最有效的還是辦活動。閱讀推廣活動是公共圖書館對外延伸活動的一項重要內容，「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。國資圖每年配合臺灣閱讀節推出具創意、創新同時也跨域又跨界的主題活動，激發民眾的閱讀力和強化民眾的閱讀習慣以提升整體競爭力。

圖書館是一個城市的文化指標，同時也是知識傳承與創新的平台場域，創新與多元發展將為處於資訊科技新時代的圖書館持續開創新局與新價值。各領域都蘊藏豐富的知識涵養，透過文字轉為書本或數位資源保存於圖書館，因此圖書館既然為一個有機體即可善用這些知識寶藏展開各領域的串聯或稼接，無論是跨域或跨界均可在閱讀核心中經由轉換而產生新意，讓圖書館不僅多元有趣進而開發更多新的閱讀人口，因此進行跨域跨界的合作上則須掌握以下幾個要素：

一、緊扣閱讀的核心價值

圖書館與不同領域組織合作，目的無非就是為推廣閱讀並擴大服務範圍並為讀者創造更多資源，當然與異業的合作能為雙方帶來許多的效益，包含：知名度提升、增加資源、提升形象等。然而，不管圖書館如何實施跨界服務，仍然必須把持萬變不離其宗旨的原則，方能將圖書館的存在價值賦予多元形式的發揮（鄭來長，2018）。

二、考量場域的融合性

圖書館策展在空間、組織、結構上與博物館、美術館是不一樣的，因此館員必須有「明確的知識傳遞目的」和「正確的專業知識背景」，館員如『探索者』以豐富視野和創意性的思考，讓知識以不

同的風貌呈現在讀者面前，讓館藏容易被消化、被親近讓讀者以另一個視角認識圖書館。

三、創造開放性的閱讀體驗

跨域跨界的合作必要創造民眾能親身體驗異業結盟的閱讀新體驗，藉由活動策展規劃將圖書館靜態的閱讀資源轉為動態的參與模式，運用活動主題讓民眾產生好奇心，而內容具吸睛度、新奇感激發參與意願並在活動過程中創造有別於過往的體驗，以跨界合作進行創新式的行銷，讓讀者感受到圖書館求新求變的創新意圖和轉變。

四、以讀者為主角並分齡分眾

讓讀者成為活動的主角是辦理閱讀推廣活動中很重要的思考點，創新的元素裡絕對不能少了觀眾讀者也就是目標客群，例如：「不閱不睡」鎖定的就是以親子為主要目標族群，「閱動閱精彩」則是以青壯年為主要客群。圖書館辦活動為讀者創造不同閱讀空間、時間、乃至氛圍營造或推手，無論形式為何就是讓讀者化身為活動的主角，體驗不同的閱讀模式所建立起閱讀習慣。

【參考書目】

- 王美玉（2007）。圖書館行銷。在楊宣勤主編，*公共圖書館人才培訓教材：第5期公共圖書館創新經營*（頁35-47）。臺中市：國立臺中圖書館。
- 吳建中（民91）。*21世紀公共圖書館新論*。臺北市：文華圖書館管理。
- 林蕙玟（2018）。從策展談圖書館創新。*國立成功大學圖書館館刊*，27，2-15。
- 姜義臺（2018）。發現Book能：圖書館策展的無限可能。在賴忠勤

- 等編輯，*公共圖書館人才培訓教材：第15期以閱讀提升幸福感*（頁85-94）。臺中市：國立公共資訊圖書館。
- 張宇樑、陳菟菁（2008）。創意！讓圖書館再紅一百年。在劉仲成主編，*公共圖書館人才培訓教材：第7期打造公共圖書館新紀元*（頁9-23）。臺中市：國立臺中圖書館。
- 洪敦明（2017）。公私部門跨界合作模式-以閱讀全壘打活動為例。*公共圖書館研究*，6，7-1~7-12。
- 張宇樑、陳菟菁（2008）。創意！讓圖書館再紅一百年。在蘇忠主編，*公共圖書館人才培訓教材：第7期打造公共圖書館新紀元*（頁9-23）。臺中市：國立臺中圖書館。
- 曾淑賢（2005a）。*兒童圖書館經營管理與讀者服務*。臺北市：文華圖書館管理。
- 曾淑賢（2005b）。公共圖書館的創意行銷兼談臺北市立圖書館的創意活動行銷。*臺北市立圖書館館訊*，23(1)，39-67。
- 游常山（2008）。推廣閱讀的策略。在蘇忠主編，*公共圖書館人才培訓教材：第7輯打造公共圖書館新紀元*（頁235-239）。臺中市：國立臺中圖書館。
- 楊美華，張如瑩（2009）。荷蘭的圖書館概念中心-在 DOK 遇見驚豔。*臺灣圖書館管理季刊*，5(4)，111~118。
- 鄭來長（2018）。談圖書館跨界合作—以國立臺灣圖書館創新服務為例。*國家圖書館館刊*，107(1)，53-66。