



[以社群力決定未來]

從小眾到群眾 打造有影響力的圖書館

科技浪潮改變人們接收資訊的型態，使網路與社群媒體翻轉傳統圖書館的營運模式，在求新求變的過程中，無論是公共圖書館或校園圖書館，都不忘專業與服務的本質，積極運用社群行銷，為廣大使用者帶來更人性的閱讀體驗。

撰文／邱璟綾 圖片／廖學誠、王梅玲、馬雨沛、國立公共資訊圖書館、國立臺灣大學圖書館、國立臺東大學圖書館 FB 粉絲專頁、shutterstock 提供 攝影／江茗洋



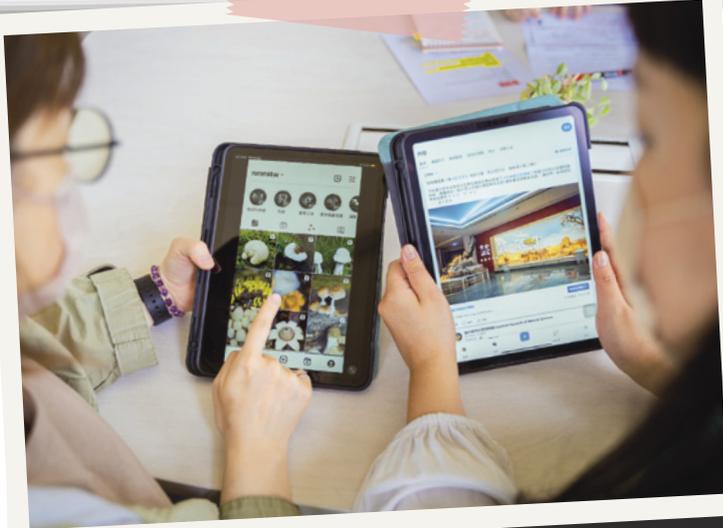
專家／ 廖學誠



專家／ 王梅玲



專家／ 馬雨沛



數位時代，人人皆可隨時透過網路產生互動、聯繫情感，甚至建立關係，連帶使得社群平台成為近 10 年主宰資訊流通的管道。有別於官方網站的正統與權威性，時下風行的 Instagram (IG)、臉書 (FaceBook, FB) 與推特 (前 Twitter, 現為 X) 等社群平台，因為具備傳播的即時性與廣度，逐漸在數位行銷領域中占有一席之地，不只迅速擴散至公司行號、公家機關，也對圖書館、美術館與博物館等公共場域的行銷模式帶來許多亮點，改變了人們對知識殿堂的想像。

國立臺灣師範大學 (以下簡稱臺師大) 圖書館館長廖學誠發現，校內社群平台相較公布欄或傳統廣告，具有更親近、更即時的功能，外界更容易接受圖書館發布的消息；身兼淡江大學秘書處秘書長的大眾傳播學系助理教授馬雨沛則認為，在資訊爆炸時代，小編需要善用不同傳播媒介與時俱進，並透過線上宣傳結合線下活動，吸引不同族群愛好者親近圖書館。

而長期致力於圖書館教育的國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所教授王梅玲，時常與館員交流有關社群營運的想法。她認為，社群網站的崛起，反而為圖書館帶來自我行銷的機會，小編必須先掌握閱聽眾類型，善用時機打造品牌，並以說故事的能力，「塑造一座有影響力的圖書館」。

1 2
3

1. 社群媒體的興起，開啟圖書館與各機關的營運模式走向多元，包含網路行銷與社群平台的經營。
2. 一篇圖文並茂的貼文，是小編們發揮自身所長，不斷討論與交換想法所生成。
3. 國立公共資訊圖書館藉由社群平台的圖文宣導，讓廣大讀者能即時又快速了解活動資訊。

數位化時代 有影響力的圖書館

「圖書館其實是臺灣最會利用資訊與科技的機構」，王梅玲表示，她曾任 15 年的圖書館員，並於圖資系任教長達 20 年，早在網際網路發展的年代，大學內部圖書館已透過學術網路建構線上資料庫；而後隨著網路普及，圖書館開始架設官方網站；到了數位化時代，各大圖書館陸續透過社群媒體與手機 App 為大眾服務。

如今全臺多數大型圖書館紛紛投入資源與人力經營社群平台，除了發布訊息，也與群眾建立關係，並將自媒體經營得有聲有色，部分圖書館甚至透過「線上策展」的概念，為廣大讀者帶來新穎的閱讀體驗。





1
2 3

1. 國立臺灣美術館的小編不只經營社群平台，還身兼多職，因應舉辦的活動製作素材。
2. 臺大圖書館每年會從特藏品中，找出當年生肖作為主題圖案，印製成明信片，活動期間捕捉到臺大圖書館 IG 的忠實粉絲前來參與。
3. 臺東大學圖書館 2022 新生圖資推廣導覽講座——走進綠色國際大學裡的金字塔。

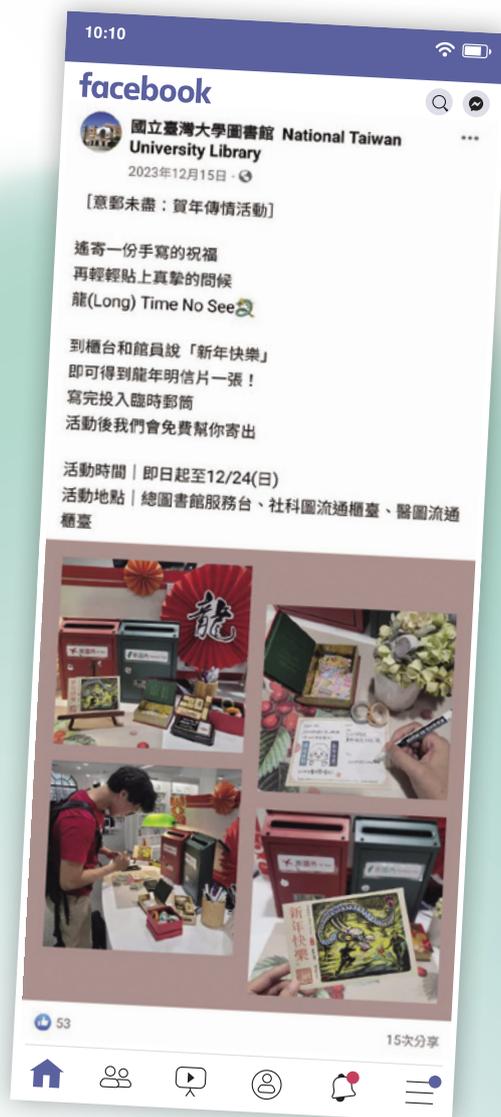
王梅玲解釋，早期圖書館「很靜態」，大多被動等待讀者選書，大約 10 年前開始，陸續有館員在實體空間規劃新書展示、主題策展，主動將好書送到讀者眼前；直到社群媒體興起，身兼小編的館員則透過對主題的詮釋，配合網路話題與事件，規劃帶有獨特風格的線上策展。

有別於實體展覽需要時間籌備，線上策展能在最短時間內，將資訊擴及給更多無法到場的人，達到推廣閱讀的目的。因此，王梅玲認為，小編不該只是將社群平台當作公布欄，而是必須學習解讀繁雜資訊、將其轉譯為生動活潑的語言，讓好內容不再塵封於書架間，而是透過社群的力量，替館內萬本藏書將故事娓娓道來。

多元服務 開拓圖書館閱讀型態

作為典藏知識與藝術的殿堂，圖書館過去往往含蓄地認為「花若盛開，蝴蝶自來」，在社群小編活潑俏皮地詮釋下，現在的圖書館能有效串聯讀者與各種服務，吸引大家主動親近這方知識寶庫。

「如果只在乎服務而不在于行銷，效果就會大打折扣。」廖學誠分析，由於學校圖書館與公共圖書館有「書籍內容」與「讀者群」等兩大差異，因此更需要透過社群聚焦讀者需求，才能提供更完善的服務，其中，猶如圖書館代言人的「小編」可說功不可沒。



例如校內推廣諮詢組辦理活動，除了以社群平台宣傳，還可透過 LINE 官方帳號提供即時客服；出版中心推出的文創禮品或出版品，透過小編的詮釋，在市場做出區隔，同時呈現臺師大的人文底蘊。

「社群平台不只為在校生服務，也成為校友聯繫感情的橋梁」，廖學誠回憶，許多在校生追蹤圖書館臉書，離校後依然定期瀏覽、關心母校動態，綿密的互動，串聯校友與在校生對圖書館的情感，也在口耳相傳間，為母校樹立品牌。

以生活創造共感 為圖書館打造品牌

如今，社群媒體早已擺脫公告欄的功能，成為生活的一部分，無論企業界或公部門紛紛投入社群經營，打造對外溝通的窗口。隨著社群介入生活的比重與日俱增，馬雨沛認為，身處資訊爆炸的時代，小編必須更努力琢磨說故事的能力，並思考「如何打造社群的共感與生活感？」才能在猶如一片紅海的社群行銷領域，為圖書館打造亮眼的品牌。

「圖書館應該成為生活的一部分，走入館內不只看書，還可以看見各種讀書的人。」馬雨沛說，雖然網路可以快速搜尋到繁多的資料，但到場翻找書籍，更有機會在人與人的互動中，碰撞出意料外的內容，這些都是圖書館的價值，也是難以被取代的地方。

「圖書館真的超有趣，無論想找什麼主題，都與『書』有關！」畢竟作為典藏知識的寶庫，圖書館永遠不缺好的主題與內容，因此小編必須具備說故事的能力，搭配活動、時令或各種熱門話題，將塵封書架間的好故事，一一找出來。

她笑說，日前看見學生在圖書館外，舉辦南美洲文學風格、永續、地方創生等各種主題的展覽，主題之間看似風馬牛不相及，但共通點就是圖書館。只要走入館內，都能找到切合各種展覽主題的書籍，若再透過社群，便能引領對不同主題有興趣的人們走進圖書館。

馬雨沛認為，當社群平台滲入日常生活，未來趨勢將會朝向跨齡與跨世代邁進。一如校園社群小編，必須面對的關係人同時包含家長、校友及學生，這也讓社群經營者可以進一步思考，讓各年齡層的社群小編和與他們年齡相近的族群對話，並透過異溫層的交流，使跨世代使用者透過社群接收彼此的意見，進而帶動良性溝通，在許多議題討論層面突破世代隔閡。

隨著時代不斷改變，任何人都有機會透過自學成為傳播者，並為自己打造與社會溝通的管道，越來越多人將心力投入社群領域，努力為自己、為品牌發聲。誠然，科技帶來的改變有利有弊，但在可預見的未來，圖書館將持續透過社群發揮影響力，使教育空間不再侷限於「實體空間」，並透過網路啟發無限可能，隱身幕後的社群小編，仍會以各種形式與外界為友，張開雙臂擁抱所有需要圖書館的群眾。✦

