

# 陳列，與讀者的對話

沈如瑩

書店工作者、Openbook專欄作家

## 一、書店陳列的演變：從書櫃到平台，從新書到推薦

「陳列」指的是在實體空間裡將物品一一擺放排列。書店的陳列一般分為書櫃與平台，前者以側插方式排列於層架上，從外表僅能看見書背；後者則是將書平放在桌子之類的硬體上方，可以直接看見整本書的封面。

臺灣在七、八〇年代以前的書店，店內陳列硬體通常都是高矮不一的書櫃，依照出版社將書目並排在一起。其後隨著新一代的書店興起（一九八三年的金石堂、一九八九年的誠品書店等），書店轉而將部份賣坪改為平台，將書平放陳列。雖然相較於書櫃，平台能陳列的種類數目比較少，但卻更容易吸引讀者的目光，其後便逐漸發展出各種規則與變化。

最先開始以平放陳列的，多半是新發行的書種。對書店而言，「新書」的定義是出版一個月（最長不超過三個月）的書籍。新書採購進來後，自然想要第一時間讓讀者看見，所以通常會放在最靠近門口的位置，對經常光顧的常客而言，這是一張充滿新鮮感的桌子。由於臺灣出版量十分龐大（即使連鎖書店約僅進一半種類，每年也將近兩萬種），無論書店多大都不可能讓所有新書都在這裡露面，如何取捨，是非常重要的關鍵。



但有些讀者走進書店是不看新書區的。這種讀者會一口氣走到他想逛的區域，此時區內的平台就非常重要。書店除了出版社外，也會用「分類」的方式，將文學、財經、生活等不同類型的書目分區放置，每一個區域裡會有屬於自己的陳列平台，用來引導、提示讀者同類出版書目中值得注意或賣得較好的有哪些。通常新書會在門口進來第一眼會看到的平台，推薦書則落在各區域的書櫃前方。這裡的平台有一定比例會將已經不是新書，但是仍舊賣得不錯的作品，持續給予平擺陳列，有助於推廣和維持銷售。除此之外，因為時效壓力較小，也會增加推薦書的陳列品項，如果主題適合，有時也會將很舊的書拿到平台上，讓不同時期的出版品搭配陳列，增加閱讀的深度與廣度。

除此之外，最常使用平台陳列的還有書展。書店裡的「書展」除了「展示」之外，同時具備銷售目的，這是與圖書館策展最大的不同。但兩者的目的，皆是希望藉由吸睛的陳列方式，讓讀者產生好奇心，並進一步決定購買／借閱。關於書展的規劃後面會再提到，此處先從陳列基本原則開始介紹。



圖1 書櫃上多半以側插陳列，平台則將書平放或立起，可以看到書的封面



圖2 藝術設計的區域前方，以日本為主題的陳列平台。不僅有新舊書種，也納入日文、英文等不同語言的出版品

## 二、陳列的基本原則：安全、易取、層次、關聯

由於臺灣書店規模十分多樣化，大型書店和小型書店的陳列方式亦不盡相同。連鎖書店講求貨量充足，所以店內的平台上幾乎不見任何縫隙，且每一種書平均至少都有五本以上的複本；獨立書店著重選書風格，同時因營運資本較小，不便負擔過多庫存，所以陳列較為錯落，可能只有一本書也會放在平台上。



圖3 相較於圖2，平台上每種品項都疊了許多複本，這間書店幾乎每種書都只陳列一本



圖4 有些開本較大的書已經突出層板超過三分之一，抽取旁邊的書時可能因此導致掉落

無論如何選書，陳列都有些「技術性原則」需要遵守。

有時候在網路上會看到彷彿疊骨牌似的花式陳列，但其實這樣的做法比較適合放在櫥窗或一般人碰不到的地方，實際在書店陳列時，首要原則是「安全、易取」：平台上的書不要擺超過桌邊避免掉落、大而厚重的書不要疊得太高、無論是牆面或平台，不要把書放在手伸不到的位置等，看似理所當然，卻很容易因一時疏忽而發生。



圖5 圖片中央可看到一排立在平台上的書，是用小書架固定住的



圖6 平台上的書，前排（靠近桌邊的這一排）比後排低，以免拿取不易，同時每本書之間應該互有關聯

假設桌上放了兩個橫排的書，靠近桌邊的這排應該要比較低（放的本數較少），以免遮住後排的書；如果在桌上要以側插方式陳列，務必使用書擋或小架子，以免東倒西歪。也不要使用過多側插陳列，避免在多次拿取後加速書籍損壞，既然要放在平台，就應該讓封面露出來。

因為圖書館的書複本比較少，如果覺得桌上都是一本一本平躺著很沒有精神，可以利用立架將書站起，或是用小箱子之類的

道具幫忙。桌上也可以搭配小盆栽等增加氛圍的物件，但切記勿喧賓奪主。關於文宣陳列的原則將於後文詳述。

在同一張平台上，理想的陳列應該是每一本書之間互有關聯，通常會順著視線從左手邊開始（可視空間動線決定），由「重」而「輕」，所謂「輕重」，指的是選品的比例。

### 三、平台陳列的選品方向：拿捏輕重比例、聚焦作者觀點

雖然每家書店都有自己的選擇標準，不過正如前述內容提到，書店會選擇放在平台陳列的書，不外乎新書、類型推薦書及書展三大類，至於選擇的方式可依照出版品的類型而定。目前的出版品大約可分為四個

層次，無論是新書、推薦書或書展，都可參考這個準則。

### 1.目的性及實用性書籍

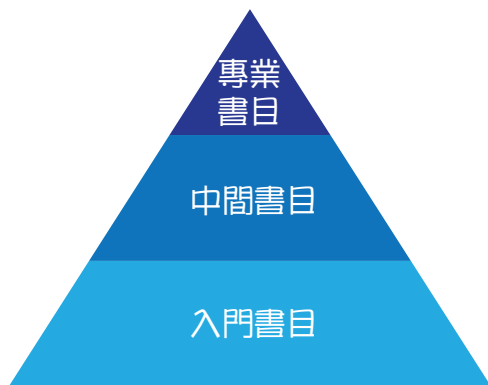
通常語言學習、電腦資訊等非常具目的性的出版品，因為需求的人多半有明確目標，就算不放在新書平台，也不會影響購買意願，反倒是儘速放上書櫃，能夠讓想要找該種書的人更容易發現。其次，食譜、旅遊手冊這些也是偏實用性的書，則會根據主題或內容判斷，如果主題是比較特別的，或內容豐富、與一般同類書目不同，也可能挑選部分放上新書平台。

例如同樣是日本主題的旅遊書，比起單純介紹景點及路線圖的出版品，鎖定親子旅行的主題型作品更適合放在新書桌上介紹給讀者；同樣是微波爐料理，如果有特別的小祕訣或巧妙的圖片編排，就比按部就班的食譜書更有意思。

更進一步的例子，則是在實用性外的藝術／文學價值。相對旅遊手冊，書寫個人感悟的遊記更能觸發獨一無二的閱讀體驗；書寫飲食文化的作品也比食譜的閱讀層次更豐富。這並不表示旅遊手冊或食譜就不重要或等級較低，而是無論書店店員或圖書館員，都有責任帶領讀者藉由閱讀打開更遠的視野。

### 2.從入門到專業的閱讀金字塔

第三種類型包含人文歷史、社科、科學、商業、藝術設計……等類型。這些種類的書有著像金字塔般的分布模式。最底層是入門書目，中間是具備基礎知識者，或對該領域有濃厚興趣的讀者有興趣閱讀的書目，上層則是學術及專業書目。



以生物學為例，《觀念生物學》、《生物學好好玩》之類，以介紹學門概念為主題的作品可算是入門書目，《生命的誕生》、《基因》等，適合具備基礎遺傳知識或對遺傳學有興趣的讀者；《人類生理學》、《植物分類學》則幾乎只有該領域的專業讀者有閱讀的需求。

入門書目的推薦方式類似實用書，以內容的正確性、豐富度等基礎元素為主要考量；中間書目的作品要能夠傳達獨到觀點與創見，在基礎知識能提供更多層次的閱讀樂趣；專業書目較類似語言書或電腦書，讀者以目的型居多。

假設一張平台上可以放十種書，一般書店在【入門：中間：專業】的陳列比例大約落在【3：5：2】左右，雖然會因實際情況有所不同（有時候入門書會更多，專業書也可



圖7 以攝影書為主題的平台，右邊三分之二是攝影師傳記及作品集，左邊三分之一是攝影技巧實務書



能更少），但中間書目通常是占比最高的，因為對絕大多數的讀者而言，這個階段的書最需要推廣、介紹。

### 3.文學書籍

最後一種類型是文學書。無論是小說、散文、詩歌，或任何一種文學作品，都是以文字本身進行創作的藝術，同時也是最沒有閱讀門檻的類型。古典小說、翻譯文學、神話、輕小說……雖然閱讀喜好各自不同，但文學作品旨在激發閱讀想像、追求聽故事的享受、陶冶心靈……，並不適合以「實用」與否定義，因此在陳列的挑選標準有所不同，但仍有一些基礎可供參考，包括：

#### (1)作者

一本書的靈魂即為作者。也許是文學大家，也許是文壇新銳，如果是值得注意的名字，都可以推薦給讀者。

#### (2)文筆與觀點

假設手邊有一本小說，它要說的故事是什麼？親情？自我追尋？愛與死亡？自古以來文學創作不脫以上命題，但要如何把故事寫得好卻各有千秋。優雅、粗獷、犀利……我們要找的是生動而層次豐富的作品，或能將熟悉的題材以全新觀點闡釋的作品。

#### (3)獎項、推薦

在難以取捨或不知如何下手時，可以查詢作品獲得的獎項（通常書封上會有相關訊息）。英國曼布克獎、美國國家書卷獎、法國龔固爾文學獎、愛倫坡獎、聯合報文學大獎、臺北文學獎……獲獎並非唯一的標準，但是的確具有參考價值；若書上有推薦人、推薦序等資料亦可列為評估。



#### (4)自己的喜好

雖然無論書店或圖書館都應保持開放而中立的態度，讓讀者自行與書相遇，但有時候出於私心的推薦，其實也是一個很好的媒介。日本書店最時興店員手寫的推薦卡，臺灣有些小型書店也有類似做法，連鎖書店則會舉辦「職人賞」之類的推薦活動，便是希望藉由店員現身說法讓更多好書被讀者看見。



圖8 這張平台上以便利貼為每一本書寫上簡單的書介，以書店的角度推薦給讀者

### 四、書展規劃與執行

如本文開頭所述，書展的目的是希望藉由吸睛的陳列方式，讓讀者產生好奇心，並進一步決定購買／借閱。如何選擇策展主題，會依照書店／館別的特性有所不同，不過通常有以下幾種規劃方向：

#### 1.依照銷售／借閱熱門程度的喜好

這是以呼應讀者需求的角度策展，不過如果直接把熱門書放在一起那就變成排行榜了。比較有趣的做法是，將熱門書目的主題抽出部分來延伸。例如東野圭吾總是排行榜的座上賓，但推理小說除了他還有哪些作者值得推薦？不同的創作派別裡又有哪些特色和差異？都是可以挑選的題材。

#### 2.回應社會趨勢

閱讀其實是反映社會的一種方式。《房思琪的初戀樂園》因不



幸事件成為話題，如果想要關心性侵與自殺議題，除了此書外還可以讀哪些作品？《做工的人》以淺顯文字書寫底層生活，亦能延伸出勞動權與居住正義等面向，由淺至深引領讀者進行更多的思考。去年由「Openbook閱讀誌」網站策劃的「理想的告別」書展，便是以「長照」、「安寧照護」等現代人必須面對的議題為主軸，也在數個圖書館陳列。

除此之外，與所在城鄉的其他藝文單位跨界合作、根據館內年度的整體活動目標、或甚至是館員自己想策劃都有可能。書展不一定要規模宏大，有時在一個角落靜靜地陳列，也能找到屬於它的讀者。



圖9 今年一月在北市圖總館一樓大廳展出的「理想的告別」



### 3. 流程與工作內容

以書店的作業時間而言，一檔比較完整的書展大約需要兩至三個月前開始進行，不過規模愈大時間愈長，以年末各大通路都會舉行的「年度百大書展」而言，除了三個月以上的籌備期，必須在編列年度預算時就要提出費用規劃。如果我們以三個月為期，規劃一檔三十種書的書展，那麼要做的事大概有這些：

- (1) 書展主題與架構擬定
- (2) 挑選書目、下訂單（採購）
- (3) 構思文案、文宣呈現
- (4) 現場陳列

主題、架構與書目通常建議和同事（或主管）討論，以免獨自作業會有盲點。「主題」是我們要講的事情（例如「母親節」），「架構」便是主題裡要拆解的角度，如果規模很小可以不用特別細分，但如果書目二十種以上建議拆出次主題，可以凸顯要呈現的企圖（例如「具代表性的親情故事」、「歷史上有名的母親」、「恐怖的母愛」……）。

在決定每個次主題時，心裡都會有兩、三本一定要選的書，可從這些書延伸出整份書單。書店訂書所需時間依情況不同，連鎖書店快的話可能一週內，但小書店可能需要一個月以上。同時我們期望的書單有可能因廠商缺貨無法備齊，此時要決定是否直接捨棄或更換其他同類書目。需注意的是，如果規劃和採購由不同人負責，必須事前做好充分溝通，避免發生沒收到採購需求，或採購來了之後沒有人知道是書展陳列用途的問題。

#### 4. 文宣與陳列

如果這個書展會有文宣，必須撰寫文宣上所需文案。文案內容包含：

- (1) 書展名稱
- (2) 起迄日期
- (3) 副標／簡單的說明或氛圍文字
- (4) 圖書館的logo／標準字

文案的重點在於使用少量文字完整闡述書展目的，過多的解釋或故作姿態的文字遊戲都不適宜。

文宣的尺寸必須考量現場陳列的空間。必須夠大（讓人看得清楚）但不過大（遮住陳列或視野）。文宣設計因為牽涉主觀美感問題，很難有統

一標準，不過因為書陳列在一起的時候其實已經容易讓人眼花撩亂，文宣原則上不宜有太多元素，讓文案清晰呈現為主，再簡單搭配氛圍（上述母親節書展的例子可能就是較粉嫩溫馨的色調呈現）。

因為設計文宣需要支出費用，如果有預算考量無法每次都花錢請人設計，可以以專案方式委託設計師設計固定的版型（例如邊框、字體），調幾個不同尺寸的版本（例如A4、A3、對開，或館內的常用尺寸），之後書展只需要更換內文和底色即可，如果沒有長期合作的美



圖10 文宣的圖樣只以線條構成，素色底襯以簡練文字，把想說的話留給書本身



術人員，或可轉成館內電腦軟體支援的檔案格式，館員即可自行處理（實際執行方式須與設計師討論），不過因為平面設計有許多專業眉角，想要做出理想效果，最好還是事先編列預算，以便後續可請設計師處理。

在此特別補充一個重要的小細節，文宣上如需放置單位名稱，務必使用標準字或logo（視覺標識）。識別系統是一個單位以平面設計呈現的形象，是經常被忽略但十分重要的一環。此類檔案都有固定字體、配色及使用規範（例如直式／橫式版本、黑白／彩色版本），檔案格式一般為「ai」。由於微軟系統除非裝設illustrator軟體否則無法開啓，通常會另存PDF版本以供備查，但只有ai檔可以在設計時用以修改。其他包含jpg、png都是不符使用的檔案格式，當設計師請圖書館提供視覺標識時，請提供ai格式。如果沒有ai格式，設計師必須全部重描（有時候無法做到），費用亦須另計。

除了平面文宣外，也可利用其他物件，例如母親節書展的桌上或許可以放一束康乃馨或小禮物盒等，可吸睛及增加陳列的層次，以下是一些陳列範例：



圖11 這間書店在「植物」的主題裡，討論園藝、農業及經濟作物，書目從入門到專業皆有



圖12 如果使用書櫃陳列，可以利用隔間區分主題內容



圖13 書量比較少的時候，利用立架輔助顯得較有精神



圖14 這是一個以女性為主題的展，選書、陳列及文宣皆頗富層次



圖15 想要主推某本單書，不一定要大量堆疊，也可以運用情境陳列抓住讀者目光



圖16 以精神疾病為主題的書展，利用平台的平面分別展出心理、醫學、文學的相關書目

## 五、結語

雖然書店和圖書館在營運、流程，乃至在閱讀市場中的定位都十分不同，但藉由書本與讀者對話的企圖是相同的，故在此分享書店的工作經驗。與書為伍的工作在外人看來似乎富有浪漫情調，唯有身在其中才知其繁瑣支細。有經費可以做出豪華的陳列當然皆大歡喜，但陳列的核心其實在於「這是我們想要告訴讀者的」，藉由對書的理解與選擇，才是靠近讀者的不二法門。