

發現Book能： 圖書館策展的無限可能

姜義臺

靜宜大學蓋夏圖書館典藏閱覽組專員

壹、前言

圖書館可以變得更有趣，圖書館不只是借還書、講習、諮詢的地方，而是要讓圖書館所提供的產品/服務能和讀者之間能產生良好的互動，並讓讀者對圖書館建立真正的情感，如此才能真正吸引讀者前來圖書館或利用圖書館資源。基於圖書館推廣行銷的需求，「策展」已是圖資人必備的能力。期望在紙本與數位資訊並存的時代，圖書館可以結合文字、聲音、多媒體等各種形式，並透過「策展」，將特定有意義的主題，有系統的介紹給讀者，而創造資訊使用的價值。這是圖書館推廣行銷的重要業務，也是圖資人不可或缺的知能。

在這個網路無遠弗屆的時代，策展人要能緊抓住觀眾的目光，不能僅靠資料的整理爬梳，而應是一種整合的呈現，在特定的領域裡，挑起話題、引領風騷、創造潮流，並讓觀眾產生理解、興趣，進而產生想像力，賦予觀眾一個不同的視野。（註1）



貳、圖書館策展與行銷

策展，是指策展人在博物館或美術館、圖書館中所策劃的展覽；現在，策展指的是從如恆河沙數的資訊洪流中，基於策展人的價值觀與世界觀淘選資訊，賦予新意並與眾多的網友共享。為一則訊息、一件作品或一個商品，篩選資訊、賦予脈絡、創造情境，並且提出看法、重組價值、分享串聯，就是二十一世紀的策展（curation）（註2）。「將館藏與讀者學習緊密結合」是圖書館重要的任務，圖書館多會策劃各種形式主題展來推廣館藏。從選擇主題、挑館藏、佈置展品與展場、到推廣行銷吸引讀者，應用館內外資源營造學習場域，提供讀者更多學習機會，創造圖書館多元價值。

圖書館策展，如何吸引、引導、培養閱讀，使觀眾得到有關的知識與訊息，達到資料的使用與分享。圖書館策展推廣服務，如何在有限的人力、經費、空間、展示內容，達到成效？藉展覽活動以提升閱讀與研究，增加師生對圖書館館藏及服務的瞭解。

行銷是一種商業行為，從挖掘未被滿足的需求與渴望開始，接著定義並且量測這些需求與渴望的強度，決定哪個目標市場我們可以服務的最好，發展適合的產品、價格、推廣策略與通路策略，來服務這個市場並且取得成功。（註3）圖書館為了在最適當的時機提供讀者最需要的資訊服務，希望借重行銷的觀念，以增進圖書館與讀者間的溝通與彼此的瞭解，圖書館行銷不僅使讀者的需求得以滿足，亦可提升圖書館的形象。圖書館行銷是圖書館將服務傳遞給讀者所需從事的各項活動，瞭解讀者、進而滿足讀者資訊需求的過程。圖書館行銷在採借企業行銷觀念，確立「絕對顧客導向」之經營原則與政策，密切配合讀者的需求與

期望，善用行銷企劃與實務技巧，發展館藏，辦理活動，以型塑圖書館成為知識與資訊傳播者的形象，建立圖書館與讀者間之良好關係，發揮圖書館服務讀者的功能。

圖書館策展行銷主軸為『行銷館藏資源』、『行銷圖書館服務』。行銷的要領為創造環境，圖書館要不斷增進產品價值，提高館員素質，以奠定經營基礎，創造有利之行銷環境。充實館藏設備，以有形的設施，加強讀者對無形服務的信心。善用網路資源，加強館際合作，彌補館藏之不足，滿足讀者之需求。開發推廣服務，以活潑新穎之活動項目吸引讀者，增加其利用率。

參、圖書館空間的變革

圖書館的空間利用，應該以使用者以及使用者所需要的空間為重，取代過去空間是以典藏書物為重的作法。現在的圖書館之功能，已經不再僅以典藏為要務，而必須能夠發揮「連結」的功能。連結不同的讀者群、連結圖書館使用者與為使用者提供服務的館員、連結圖書館的使用者與各種資源等。圖書館是一個社會空間，人們在這個空間裡閱讀、交流和分享，這對於知識的獲取和自身素養的提高是非常重要的。未來圖書館的空間再造應更加注重人的需求，從過去為藏書、設備及其相應設施而設計到為人、社區及其交流創新而設計的方向發展。

圖書館應主動積極地思考如何引發使用者多利用圖書館，讓使用者在圖書館透過多樣的互動而汲取資訊與知識的興趣。提高圖書館可利用的空間，確保空間利用的規劃設計能夠與時俱進，期望成效展現於眾多的使用人數與高度的資源使用率上，當圖書館進行再造或新建計畫時，



基本精神與進行具有創意性的再造之核心價值是要讓使用者「愛上圖書館」，讓圖書館成為師生的共同生活空間與知識的樞紐。圖書館傳統的特色與功能已不敷需求，面對無處不在的資訊，使用者並非進到圖書館才能使用資源，圖書館唯有轉型才能繼續生存。空間從來不是單一的存在，有了空間，有了人，就有了記憶。閱讀空間的氛圍，自由的汲取各種資訊、美學、享受知識分享的樂趣，讓圖書館成為一種資訊市集，結合社交和研究討論與生活美學空間。

肆、靜宜大學蓋夏圖書館空間改造與策展行銷經驗分享

一、靜宜大學簡介：

靜宜大學是由美籍修女Sister Marie Gratia Luking（1885~1964）所創辦，中文姓名「陸靜宜」，同仁中常稱她為蓋夏姆姆 (Gratia)。中文校名「靜宜」二字取自創辦人的中文名。英文校名「Providence」（有「上主看顧」或「天主保佑」之意）則來自於主顧修女會的英文原名「Sisters of Providence」，以感念主顧修女會修女們的付出。1948年蓋夏姆姆來到臺灣，開始積極投入復校的事宜。1949年在臺中市自由路開辦「天主教英語學校」，1987年遷校至臺中沙鹿現址，2005完成擴建為地下兩層地上十層的規模。歷經十年後，隨著學習環境的改變，積極思考館內空間改變及服務面向的調整。人是圖書館最美麗的風景，舊建築新風景空間改造，將圖書館的主角有『書』轉換為『人』，釋放空間給讀者，創造舒適的閱讀、討論、交誼、共享的社群空間，邀請人走進來，匯整知識走出去。自2015年至2017年分三期進行空間改造工程，擾動校園內對圖書館的印象，營造

校園美與善的環境，師生間良善、正向、友愛、和樂關係的經營，藉空間改造改變人和書的關係及互動。空間從來不是單一的存在，當借書量下滑、透過網路使用各種資源之情形顯著增加，圖書館需要重新思考如何重新進行空間利用的改造工程，以便在數位資源內容與適用的實體環境之提供等方面，均能符合實際需要。如此，圖書館空間才不至於永遠被沉寂的典藏所佔據，圖書館才能永遠活絡地發揮「為人使用」、「為使用者而存在」的功能。

二、空間改造：

蓋夏圖書館空間改造分三期工程項目如下：第一期：(1)蓋夏小書房，休閒區改為主題書房，四個樓層皆有不同的風格，並邀請作家駐館。(2)閱讀沙龍區：增設漫畫書主題區及舒適的閱讀座椅，活化原有單調的三樓中庭空間。(3)詢問台、流通櫃台及參考服務台重新改造。(4)三樓前棟增加五間討論室。(5)擴大無紙境電子書閱讀區及電腦檢索區。第二期：地下一樓期刊室改造。第三期：三樓至六樓休閒區改造成為學習促進區（多功能討論室）。



圖1 知識之塔，大門入口正前方，利用1至2樓的挑高空間，豎立兩座內嵌複本圖書的書柱，象徵知識的累積



圖2 一樓書城主題展示區



2015年完成第一期空間改造工程，即獲選為『臺灣十大非去不可圖書館』。2016年更入選IFLA國際圖書館協會聯合會（International Federation of Library Associations and Institutions）『此生必去1001個圖書館“1001 must-see libraries before you die”』。

三、創新的策展活動：

蓋夏圖書館不僅館藏豐富，舒適溫馨的閱讀空間，近年積極舉辦各式創意主題策展，每年舉辦4個以上的主題書展，希望藉由創意多元主題，打破圖書館嚴肅的刻板印象，並將藏書、閱讀空間及創意書展完美結合。

跨連結，新活力-推廣活動，2013年9月開始，透過館員對館內空間、服務的想像及腦力激盪，經過多次會議的討論、確認定案後，決定許多有別以往的創新服務。活動是圖書館連結讀者的Master Key。將圖書館的空間翻轉為思維成型基地，讓思維轉化為活動，讓活動創造記憶，使圖書館空間延伸到讀者的生活領域中。我們的圖書館員還為讀者規劃特別的高品質創新服務活動，透過這些活動，我們希望所有讀者都能學習利用蓋夏圖書館提供的所有功能。

（一）圖書館夜未央

在每個新學期開始時，圖書館舉行圖書館夜未央電影欣賞，提供限量爆米花、可樂、限量棒棒糖、幸運餅乾等，造成排隊人潮。



圖3 新生活美學運動：茶席

（二）新生活美學運動

茶席、敬師茶會，以強調生活藝術中的禮儀。

（三）「Book思異」系列活動

定期安排素人歌手、作家、部落客、舞蹈家、插畫家及手作課程，與學生面對面分享他們的經歷，充實人文素養及多元學習管道。活動包括：ㄇㄚˇ幾插畫經驗談、皂動，透過互動教學，體驗親手製皂的樂趣，館員親手製皂做為日後活動贈品。

（四）暑期創意閱讀營

在暑假期間，為拉近城鄉差距，將閱讀風氣向下扎根，與南投縣文化局與18度C文化基金會合作，共同為南投縣20所偏鄉國小學生，及南投「我愛閱讀護照」認證表現優異的學生，舉辦3天2夜「暑期創意閱讀營」，小學生夜宿大學圖書館，創作屬於自己的繪本手工書，孩子們在圖書館度過了三天兩夜的活動，從事著重於建立閱讀和寫作技巧的活動。希望透過靜宜標竿課程，跨學科與領域的「閱讀書寫」，帶領學生學習閱讀與書寫，並養成邏輯與思辨能力；面對議題能應用知識蒐集資料，並統整、書寫，順利找出解



圖4 暑期創意閱讀營，小學生夜宿大學圖書館



決方案，並期待學生從夜宿圖書館中，接觸館藏資源、啓發創意及興趣，將「閱讀書寫」種子向下扎根、向上延伸。

(五) 「春日旅蛙閱讀趣」書展

日本手機遊戲「旅行青蛙」廣受歡迎，蓋夏圖書館與網路書店合辦，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；書展分為六區：「蛙是獨行俠：說走就走，蛙趁你行腳走天下」；展出日本旅遊書籍；「蛙的獨白：夜深人靜時，蛙總是想很多」，為自我內心對話，心理層面的相關圖書。「蛙是小畫家，畫畫塗鴉熊療癒，心情黑白變彩色」，展示繪畫圖書，同時備有明信片及禪繞畫，讓讀者動手塗鴉。「蛙是網紅：Youtuber蛙來當，業配文蛙來打」，展出網紅經濟及社群媒體等書籍；「跟著蛙蛙交朋友：不論酒肉朋友或閨蜜，情深義重相交滿天下」，展示社交與人際溝通相關圖書。最後是「蛙蛙不能說的祕密：我躲開奧利佛的那些日子」，此區展出奧利佛等知名主廚的食譜書籍，為旅蛙打造豐盛餐點。



圖5 「春日旅蛙閱讀趣」書展

（六）『鋼彈不只是鋼彈』主題書展

日本經典動漫鋼彈模型進駐靜宜大學蓋夏圖書館，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。此次書展主題涵蓋Gundam@蓋夏樂遊館、萌萌噠劇場、手創競技館、嗨森音樂館及陽光樂活館等五大主軸。「萌萌噠劇場」展出時下年輕人感興趣的動漫和宅文化書籍；「手創競技館」提供模型製作入門書籍；「陽光樂活館」推薦運動、塔羅牌等興趣書籍；還有以多樣性音樂書籍為主題的「嗨森音樂館」。現場並展出「哆啦A夢」、「海賊王」及「櫻木花道」等多年不敗的動漫巨星公仔。



圖6 「鋼彈不只是鋼彈」主題書展

伍、結語

圖書館未來會發現自己逐漸進入一個以使用者為中心的世界，而不是以館藏為中心，圖書館員會發現自己的任務是為使用者的個別需求提供資訊，而不是採購館藏資料。不論資源的取得是為了成為館藏的一部分或滿足使用者的需要，圖書館的責任就是透過各種努力整合各種資訊資源，提供各種工具，形成一個超大、豐富、無形的館藏。



隨著服務品質在當前社會之價值日趨提昇，服務品質對圖書館之重要性亦與日俱增，圖書館需積極從事服務品質改善之研究。從讀者的角度去探討了解顧客的需求，針對這些需求，進行客製式的產品與服務設計，將重點集中在顧客身上，提供具有品質的服務。行有餘力，更要集思廣義，尋找圖書館的核心價值，開創圖書館的魅力服務。圖書館經營的「藍海策略」，用創意服務來經營圖書館，可為圖書館找出另外的藍海策略，「藍海策略」強調的是價值的重塑和創新，而不是偏執於技術創新或是突破性科技發展。航向藍海，首重產品的價值創新。即使只是舊瓶，只要時常加入新的元素及思考模式，便能躲開競爭，開發不同市場。唯有不斷的創造價值，讓刁鑽的讀者不斷嚐鮮，才是圖書館持續成長的必要關鍵。

參考文獻

- 註1、釋悟因(2018)。策展-展現圖書館的新魅力。佛教圖書館館刊，63，取自<http://www.gaya.org.tw/journal/m63/63-open.htm>。
- 註2、佐佐木俊尚著；郭菀琪譯(2012)。CURATION策展的時代：「串聯」的資訊革命已經開始！。臺北市：經濟新潮社。
- 註3、MR JAMIE。你在行銷什麼？【部落格文章】。Mr.JAMIE。取自<http://mrjamie.cc/2012/10/05/marketing-what/>