

# 點燃全民閱讀熱情的臺灣閱讀節 獲美國圖書館協會(ALA)國際圖書館創新服務獎

繁運豐 國家圖書館國際合作組主任

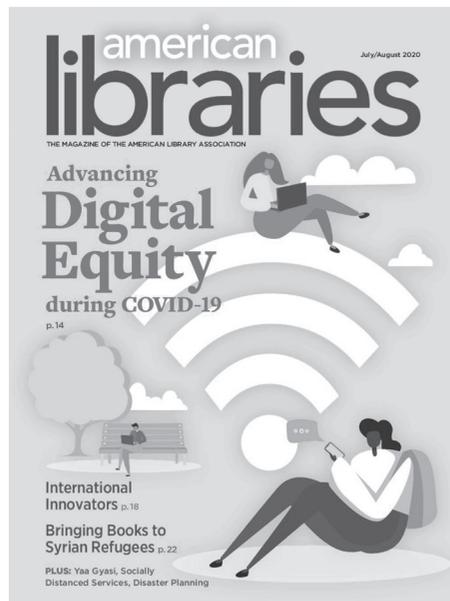
## 一、前言

由教育部自102年開始推動，國家圖書館聯合全臺圖書館合作執行的「臺灣閱讀節」，以「點燃全民閱讀熱情的臺灣閱讀節」為題參選2020年美國圖書館協會(ALA)國際圖書館創新服務獎，已獲美方通知，是今(109)年四件獲獎的國際圖書館專案計畫之一。

雖然原訂於6月底在美國芝加哥舉行的年會受疫情影響取消，然為表彰此計畫不斷創新策略、形成政策推動「臺灣閱讀節」，並整合政府與民

間的力量，創造具影響力的閱讀品牌，於美東時間6月30日16點(臺北時間7月1日4點)進行線上頒獎，由曾淑賢館長以影片發表獲獎感言，協會並於7月份美國圖書館雜誌(American Libraries Magazine)以顯著篇幅介紹本館此次獲獎事蹟。除國家圖書館外，其餘3所獲獎圖書館分別為廣州圖書館(中國)、溫哥華島地區圖書館(加拿大)、Fran Galovi Public Library in Koprivnica(克羅埃西亞)。

此次獲獎除彰顯臺灣政府高度重視民眾的閱讀



American Libraries 2020年7/8月號封面



本館獲ALA國際圖書館創新服務獎報導(刊載於American Libraries Magazine 2020年7/8月號第18-19頁)

【館務報導】

力及競爭力，將推動閱讀風氣列為重要政策外，亦可凸顯臺灣圖書館界的進步實力，尤其跨域整合投入閱讀推動的熱情，值得向國際宣揚，讓臺灣的經驗在國際展現。

## 二、美國圖書館學會「國際圖書館創新服務獎」

美國圖書館學會（American Library Association，簡稱ALA）成立於1876年，總部設於芝加哥市，為全球最悠久與規模最大的圖書館專業學會之一，其年會內容豐富多元，除美國國內各圖書館界人士外，每年均吸引全球各國上萬名圖書館員與會。

國際圖書館創新服務獎（International Innovators）係為鼓勵國際圖書館追求創新而自2008年開始頒發，得獎名單是由國際關係圓桌委員會嚴謹遴選而出，遴選主要原則之一即是得獎計畫必須能永續執行，並可做為國際間其它圖書館的典範，以創造正向轉變，每年均有很多國家的各類型圖書館提案，除希望獲得肯定外，亦希望推銷各館的創新經驗，發揮國際影響力。

本館曾於2011年、2015年分別以「數位出版品平台系統」及全球設置「臺灣漢學資源中心」的海外漢學推廣計畫獲得此項殊榮。本次的獲獎突顯出在教育部推動整合下，臺灣各地圖書館源源不絕的創新能量，並可帶動全臺圖書館的合作及發展。

為參加此次ALA國際圖書館創新服務獎，本館也剪輯107及108年臺灣閱讀節精華影片，供有興趣瞭解的圖書館同道或民眾參考。（網址：<https://reurl.cc/OboMav>，或可掃描以下QR Code觀看。）



曾淑賢館長於線上頒獎時，以影片發表獲獎感言。（109年7月1日）

## 三、關於臺灣閱讀節

「閱讀力是決定個人競爭力的關鍵核心，也攸關國家競爭力」，以閱讀節或讀書節作為提醒社會關注閱讀重要性的作法，在國外極為普遍，如法國則是世界上最早確定將每年的10月15日至17日定為讀書節的國家，自1988年迄今，「法國讀書樂」成功行銷國際已成為國際性的文化活動；1996年美國以每年的4月訂為「全國閱讀月」；英國則在1999年發起讀書年活動；而日本、德國、俄國、以色列等國家也都有全國讀書節系列活動。

臺灣各地的圖書館雖意識到閱讀風氣亟待提升問題，積極辦理閱讀活動，但活動規模、內容深度與廣度仍有強化空間。為創造臺灣本土閱讀品牌活動，教育部自102年起積極推動「臺灣閱讀節」，每年透過多元及多樣性的閱讀活動，增進更多民眾培養優質閱讀習慣。

此項活動主軸為國家圖書館主辦閱讀嘉年華活動，並以國家圖書館、2所國立圖書館以及22縣市圖書館為發展基地，邀請學校、出版社、文教機構及讀書會團體等共同響應並推展系列活動，持續點燃民眾對閱讀的熱情。舉例來說：108年閱讀嘉年華共有逾115個合作單位規劃119個分項活動，全國52個圖書館辦理65場次「閱讀小尖兵」活動，22縣

市的地方閱讀節推動了逾200場次的主題活動，展現全民參與「臺灣閱讀節」的熱情與活力。

102年以提醒社會關注閱讀重要性為起點，宣傳標語為「閱讀讓你飛翔」，以期喚起民眾養成「買書、讀書、送書」的習慣；103年至105年舉辦閱讀嘉年華活動，走出戶外讓民眾看見圖書館；106年至108年主場活動移師大安森林公園，讓書中的知識、公園裡的生態與活動充分融合，全國各地圖書館也有相關的響應活動；109年已預訂「臺灣閱讀節」閱讀嘉年華活動於12月5日舉辦。

「臺灣閱讀節」在圖書館界多年的耕耘下，具有的特色包括閱讀推廣方式不斷創新；活動融入STEAM、早期素養與新課綱精神；擴大活動宣傳、建立品牌的認知；提高政府重視程度，效果擴散由點成線至面；異業結合齊力推廣閱讀；促進圖書館員的學習與交流；扮演作家與讀者相遇的平臺等等。

#### 四、結語——建立臺灣閱讀的獨特品牌

教育部亦發布新聞稿表示，感謝國家圖書館致力於各項公共圖書館計畫推動，積極輔導各地公共圖書館充實館藏、提升服務品質與推廣閱讀風氣，並透過辦理工作坊、訓練課程、分享會等，帶領全國各縣市圖書館不斷散播教育與閱讀的種子。

去(108)年我國民眾全年走入各地公共圖書館次數首度突破1億人次(成長24.82%)，借閱人次提升至2,295萬人次(成長5.90%)，並有多達8,130萬冊的圖書被借閱(成長4.35%)，都較107年成長。

「臺灣閱讀節」是由本館所倡議的一項全國性的閱讀節慶活動，自102年起每年不斷地轉型、變革與創新，以不同的策略、驚豔的內容、多元的風貌帶動全民的閱讀風潮，早已建立了臺灣熱愛閱讀的品牌形象。期待未來閱讀推廣的形式，在各界熱情支持下，不斷推陳出新，與異業、跨域結合推廣，讓民眾對閱讀的熱情持續燃燒。



臺灣閱讀節形成本土閱讀品牌，榮獲ALA2020年國際圖書館創新服務獎肯定