

孫秀玲 國家圖書館國際出版品交換處助理編輯

出版業的興衰與否，代表著一國文化國力的強弱，在政府、學界及出版界三方共同努力之下，臺灣的圖書出版業可說是突飛猛進、一片榮景，每年約有三萬種左右新書問世，締造了輝煌的紀錄。而在臺北舉辦的國際書展，今年已進入第十六年。這個號稱亞洲第一的書展進展神速，規模更是一屆遠勝一屆！展出的場地由創辦初期的國家圖書館移轉至世貿一館、再擴張成世貿一、二館，到今年又加入世貿三館（臺北國際會議中心）。參展攤位數也由初期百來個遽增為現在的兩千個！六天的展期當中，參觀人數幾達四十萬人次，有如年度的圖書嘉年華盛會。儘管近來經濟景氣不佳，臺灣出版業也受到不少的衝擊，但檢視熱鬧擁擠的書展參觀人潮，環顧整個華文閱讀所擁有的眾多人口及出版品的龐大銷售市場，臺灣要創造圖書出版榮景應是可以期待的。

國家圖書館原是臺北國際書展的創始者，開展以來，我們或以主辦者的身分戮力推動，或以展覽者的身分加入行列，從不缺席！目的無非是要積極推動臺北國際書展，藉由舉辦或參與書展，帶動國人閱讀的風氣，一方面則藉以拓展國人的閱讀視野，與世界其他文化做一觀摩交流。此外，亦可趁機加強讀者對國家圖書館的認識及參與，對於提升本館形象具有正面效益。近年來，圖書館更將展場移師到世貿二館的人文科技主題館展示區，藉由資訊與科技的結合，大力推動各種圖書文獻資料庫，行銷本館所建置的各種電子資料庫及網路遠距服務系統，透過虛擬的網路圖書館，提供讀者更便捷、更完善的服務。如今利用網路使用本館資料庫，或利用本館網站查找資料、擷取所需資訊的讀者已超過數百萬人次，堪稱績效卓著。另一方面，本館多年來也藉臺北國際書展行銷本館形象，及宣導圖書館利用，強化民眾將圖書館視為終身學習的關鍵門徑的觀念，也都獲致極佳的成果。



宋副館長（左二）與同仁於書展本館攤位前合影

#### \* 配合閱讀運動，推廣本館出版品

為應和近年來政府大力倡導的「閱讀運動」，也期望本館在行銷資訊服務之外能有所改變、突破。特別選在第十一屆臺北書展時，返回世貿一館的展場，重新出發，全力行銷本館優秀的出版品，包括甫獲「優良政府出版品獎」的《全國新書資訊月刊》及多種書刊。本館深覺閱讀運動雖然在民間喊的震天價響，但是缺乏整體的主導方向及系統性的輔導機構，及相關書目指導等，因此在積極從事輔導、協助各縣市公共圖書館推行「愛鄉·讀鄉」活動，深耕「閱讀運動」外，又投注相當的心力出版《全國新書資訊月刊》，希望藉由這本雜誌提供渴

望閱讀好書的讀者大眾最新且完整的新書出版資訊。

本館建館以來即期盼在竭力搜羅、保存國家文獻之餘，能成為民眾查檢資訊的全方位資訊供應中心，因此近十餘年來，本館積極建置各式電子及全文資料庫，提供讀者更加便捷的查找資訊管道，滿足讀者獲取知識的需求。一方面則堅持原則，出版對讀者有益、並有益於圖書館同道、有助出版業提昇水準的出版品。雖然在出版量上不如專業出版機構，但是在閱讀指導或圖書館專業的工具書方面，我們則持續努力。希望藉由提供這些指引閱讀的利器，導引喜愛閱讀的大眾，尋找到最適合、最想要的好書，進而獲取知識，豐富心靈。

#### \* 精心設計書展攤位，完美呈現本館參展主題

本館除了精選優良書刊參加展示外，也頗費一番巧思設計書展的攤位，以展現完美的新風貌。首先，在空間的規劃設計上，我們強調要有開放性，營造無牆的圖書館理念，以期吸引大量的讀者自由進出本館展示區。一方面則考量以往展示區都有空間擁擠的現象，缺乏設計與美感，當然降低了閱讀的氛圍。所以，我們拒絕了以往以書架或隔板來圍築展場，框架領域；改採大型立式海報來區隔空間，以海報之間的前後間隔距離，建構讀者進出的空間。這樣的設計方式，一來迴避了多用金屬支架的冷硬感，二來也能使原本狹小的空間顯得寬廣些。特別是藉巨幅的立式海報，宣傳本館參展主題『親子共讀』、『全國新書資訊月刊』、『遠距服務』，目標鮮明，期以吸引大批讀者進入參觀。今年又適逢本館建館七十週年，亦期盼藉由臺北國際書展呈現本館經營七十週年來的成果。



書展本館展示攤位

#### \* 成果與期許

2月11日書展正式登場，本館的位置雖在角落，但亮麗的巨幅海報吸引了不少讀者駐足，尤其今年因逢七十週年館慶，我們設計了一些精美的文宣用品，贈送給參觀、購書的民眾，頗受歡迎。而主要展售《全國新書資訊月刊》、《臺灣歷史人物小傳》，以及本館近五年的出版品；漢學研究中心所有的出版書籍和期刊也都在這次書展展售之列。因為睽違數年，未曾在書展攤位專營本館出版品的銷售，因此對書籍銷售量的估計無法拿捏，書展開始初期，又要收錢，又要補貨，值班的工作人員常是一陣混亂，不過看到出版品受到讀者的歡迎，大家都很高興。除書刊外，資訊分館也在現場贈送其所出版的遠距學園九年一貫資訊專業及素養課程的學習光碟及學習手冊，廣受家長及青年學子的喜愛，學習手冊共送出600份，而登記要求寄贈的超過100份，可見受歡迎的程度。而為書展特別加印《全國新書資訊月刊》二月號書展專刊，同樣受到讀者的青睞，三百份供不應求。許多讀者因為這次書展，才瞭解本館有許多質精價廉的出版品。總的說來，透過這次書展，我們已成功為本館出版品達到推展、

行銷的目的。相信只要秉持出版好書的原則，未來本館出版品的行銷成績，應該可以更加亮麗。

臺北國際書展又一次在摩肩接踵、人聲鼎沸的拍賣搶購中落幕，出版業或許關注營收遠勝過關注有多少人加入閱讀的行列。的確，臺北書展已是全球第四大書展；但書展規模雖大，卻總是覺得找不到幾本真正的好書。甚且有許多人抱怨書展的商業氣息過於濃厚，缺乏引人閱讀的氣氛，充其量只是書商大會師的一場聯合拍賣會罷了。做為一個大型的國際書展，臺北國際書展與世界前三大書展相比較，氣勢、水平仍顯不足，尤其欠缺高水平展覽應有的設計創意及引人閱讀的寧馨氛圍。我們高喊推動閱讀、營造書香社會的同時，是否應該先回頭檢視一下我們的出版政策，及圖書館所扮演的角色。究竟，在資訊革命後，知識掌控經濟的時代中，圖書館是否還可以高傲而靜默地等在角落期待讀者達達的跫音？