

【專題報導】	淺談圖書館行銷-以中原大學圖書館為例
【讀領專區】	讀領活動報導
【資料庫園地】	新訂四種資料庫介紹
【館務報導】	圖書館館員職務輪調 全國大專院校圖書館自動化會議圓滿落幕

專·題·報·導

## 淺談圖書館行銷 —以中原大學圖書館為例

### 壹、前言

行銷概念自1950年代初期在美國產生以來，多應用於企業界，行銷的主要目的在於把生產者所提供的產品的服務，引到消費者手中。此一概念，經過廣泛的研究、探討，衍生了各種的方法與原則，而成爲引導企業產銷決策的重要方針，達到企業組織獲利的目標。到了1970年代晚期，將行銷概念應用到圖書館經營的想法才開始萌芽，雖然圖書館是非營利性的機構，與一般的營利性機構有具體的產品及獲利數字可以來評估其績效，有顯著的不同，但是就其爭取服務顧客，了解顧客的需求和期望，提高顧客滿意度的目的則是一致的。所以行銷概念的應用拓展至圖書館服務的領域，「顧客至上」的管理哲學，圖書館應積極思考其經營管理方針，試圖尋找更創新的方法來滿足讀者的需求，並且利用新科技來取得競爭優勢。

二十一世紀的來臨，對外而言，圖書館面臨環境與資訊科技的衝擊；對內而言，有經費短缺、人力縮減的問題，但是讀者對服務的要求卻不曾稍減，爲了提昇圖書館經營和服務績效，以因應不斷變化的社會情勢和讀者多元化的需求，若圖書館能利用企業行銷的概念，突破圖書館經營的困境與瓶頸，尋求新的管理方法，才能提供讀者更完善的服務。

### 貳、行銷概念在圖書館的應用

行銷觀念起源於清楚界定市場，注重顧客的需求，然後協調所有的行銷活動，創造長期的顧客關係，經由顧客滿足而獲得利潤。所以，圖書館可以利用行銷的概念，創造以使用者爲導向的經營哲學，以整合的行銷爲手段來提高使用者滿意度，爲讀者提供適時、適用、週切的資料，以達成圖書館的組織目標。

#### 一、 目標市場：

圖書館將讀者群，依特性、需求劃分不同的特性之後，可選擇若干群體作爲圖書館服務的主要對象。例如，在大學圖書館中，可區分爲教師、研究生、大學生、推廣學員、校友、社區民眾等，針對其需求，設計不同的行銷策略，提供一流的產品及服務。

#### 二、 讀者的需求：

行銷工作有賴充份了解顧客的需求，圖書館要界定使用者需求時應從使用者的觀點去界定，並應定期追蹤使用者的滿意水準，並設定改進目標。

#### 三、 整合的行銷

圖書館的經營分成各個部門，行銷工作並不是只有行銷部門的工作而已，各個部門之間應有良好的協調，要讓所有員工都體認到他們對使用者的影響，行銷才能奏效。

#### 四、 組織目標：

行銷的最終目的是要幫助圖書館達成所設定的目標。

### 參、圖書館整合服務行銷的涵義

如前述，行銷概念其中重要的一環，「整合的行銷」，其中的涵義，也就是圖書館的各個部門需要良好的協調與溝通，行銷才能發揮真正的功能。在這一連串的服務行銷過程中，包括了圖書館的內部作業系統、服務傳遞過程以及服務行銷等三大部份，每一環節皆必須受到重視，才能提供完善的行銷服務。

服務是一個系統，對讀者來說，這個系統有些部份是可以看得見，有些部份則是隱藏起來而讀者看不見的，一般以前場(front stage)後場(back stage)來加以區分。舉例來說，圖書館的參考諮詢服務，屬於前場作業，其實支援此一服務的還有後場作業，如採訪、編

目，另外，其它支援項目，如期刊服務、館際合作、流通服務、檢索服務、書庫管理、額外服務等，就好像是服務的花朵。(如圖一所示)。



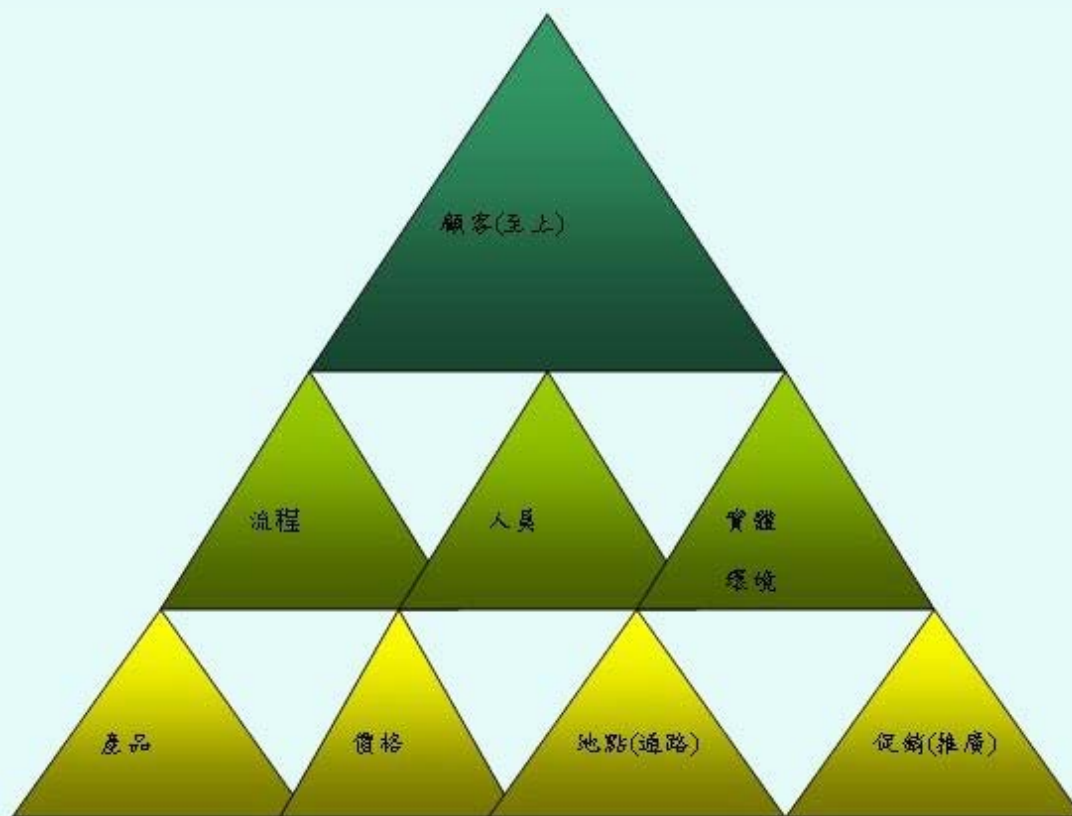
圖一：服務的花朵

優質管理的圖書館，其服務的花朵，它的花瓣與核心服務應是新鮮、健全且吸引人的，反之，設計不良或執行不當的服務就好像一朵枯萎褪色的花朵，即使核心服務是完美的，但花朵給人的整體印象就是不具吸引力。因此，服務系統必須保障完善和暢通，如果一旦出現問題，那就要立即予以調整改善。

在核心服務中，讀者所知覺到的服務滿意度，通常是建立在與其接觸的第一線人員上，雖然，後場人員(如採訪、編目作業)對讀者沒有直接的關係，但是後場人員如果無法即時準確地支援前場作業，使讀者產生不滿，都將影響前場的績效表現，進而降低讀者的滿意度。所以，圖書館的服務行銷，爲了提高讀者滿意度，不論是作業系統，服務的傳遞系統以及服務傳遞人員都應非常重視，尤其是站在第一線的館員及工讀生的訓練是最重要的，因爲他們直接面對讀者，對讀者所接受到服務知覺影響最大，與讀者建立良好的互動關係是圖書館行銷服務成功與否的重要關鍵。

#### 肆、圖書館行銷服務的策略

傳統行銷組合爲4Ps(Product, Price, Place, Promotion)現在更增加了與傳遞服務有關的三項成分(Physical environment, Process, People)擴大爲服務行銷組合(7Ps)，可以用下圖來表現其完整性(如圖二)。



圖二、服務行銷組合

一、 Product(產品)，圖書館的產品包含3種：

其一為傳統圖書館所購買的資源如圖書、期刊、報紙、資料庫等，除了實體的圖書期刊可以借閱，拜現代科技之賜讀者可在網路上直接外借電子書，無須往返圖書館；更可以在校外直接使用電子資料庫。

其二為無形的產品亦即圖書館提供的所有服務，例如借還書時間、可借冊數；購買資料庫的類型、內容，以及資料庫講習、新生導覽、編目的加值呈現、目錄品質等都包含在內。

其三為圖書館的館員本身，讀者在乎的是工作人員所表現出來的態度、包裝和品質，再來才是服務的內容。

二、 Place, cyberspace, and time(地點,網際空間與時間)：

以往圖書館的建築實體影響也限制了服務的內涵與範圍，但是現在為了配合各種資料形式，必須突破空間上的限制，因此除了圖書館現有的設備提供讀者前來使用外，完整的網頁設計是不可或缺的，因為沒有直接與讀者面對面，網頁內容的充實與互動便顯得重要，例如在允許範圍內直接列印博碩士論文，讀者也可經由線上手冊學習資料庫的使用方法。

除此之外，一般老師希望新到期刊可以放在系上研讀，而學生則要求閱覽室開放時間越長越好，尤其是考試期間，圖書館為配合大家的期望，必須有全盤的的考量，例如主動提供有興趣期刊新到目次給老師並提供影印服務，學生透過網上預約，還書逾期有寬限天數；非開館時間可投入還書箱等，都是彌補在時間空間上的不足而作的額外的服務。

三、 Promotion and education(推廣與教育)：

在行銷過程中為使被服務對象更了解所提供的服務以及更有認同感及參與感通常必須負起教育的角色如同老師，而圖書館員亦同，舉凡新生(含新進教師) 導覽、讀書節、圖書館週等例行性的推廣活動，圖書館同時也鼓勵讀者走進圖書館，了解圖書館。

對外與媒體結合是時下常用的宣傳手法但能否吸引讀者仍在於活動的內容是否夠說服力，即使如此，圖書館仍須以發新聞稿等方式增加活動曝光的機會。

在另一方面必須將許多無形服務化為有形：例如導覽手冊、資料庫簡介、活動海報等傳遞給讀者，讓讀者知道的確有這項服務。

四、 Price and other user outlays(價格與其他使用者支出)：

一般而言使用圖書館並不需要付費，但館內資料擺設與動線設計有可能增加讀者查找時的困難度，進而花費更多時間與精力，例如某套叢書擺放位置，如果沒有配合適當的平面圖指引或是密集書架的使用方法說明不夠明瞭，都可能讓讀者在找尋資料時感到挫折而影響下次再訪的意願。

為因應資料形式的改變以及經費的縮減，在人力與財力成本的考量下，讓有需要的讀者付費且得到快速的回覆，不僅達到讀者的需求，也讓使用者付費這樣的趨勢應用成爲合理的。

除此之外，尚有其他合理的收費模式例如期刊的複印，讀者必須考慮現金付款或購買影印卡，以及館際合作的列印服務選擇傳真或一般郵寄，將有不同的收費標準。

#### 五、 Physical environment(實體環境)：

整個圖書館所呈現出來的環境與人員造就了圖書館的一般印象例如閱覽區的沙發、館內的空調、燈光，廁所的味道、電腦的數量、無線上網座椅的數量以及櫃檯人員的表情。

環境的設計可以透過人性化加以改進，透過整體設計將櫃檯、書庫等做系列的配色，營造不同區域做主題呈現，例如在新書展示區加上柔和的投射燈讓讀者靜下來閱讀、裝訂期刊與中西文書庫採不同色系區分以及另闢休閒咖啡區讓讀者暫時放鬆等。

至於櫃檯人員，穿著制服與一般讀者區隔並主動諮詢與讀者產生互動將有助於提升專業形象。

設計CIS標誌:可以配合本校全人教育並與設計、生醫、三創等館藏特色相呼應，也是提升專業形象的做法。

#### 六、 Process(流程)：

服務流程的設計應以讀者方便為考慮的前提，例如對讀者介購或推薦的新書優先處理編目並通知讀者優先借出；研讀室的申請亦可改為線上申請通知減少使用者的舟車勞頓。

利用新的方法來傳遞已存在的服務，例如增加自動還書機，減少等候或縮短還書時間；配合未欠書畢業生辦理離校手續免除圖書館這一站等，都是圖書館幫助讀者在使用圖書館整個流程上創新的方法。

#### 七、 People(人員)：

服務人員的素質與效率關乎整體印象，其外表穿著、行為和態度，更影響整體服務的形象；常為人詬病的是工讀生的應對進退，對整個圖書館業務並不熟悉卻常站在第一線面對讀者，不適宜的服務造成外界的誤解。

同時，館員必須擁有高度的參與感，配合有系統的教育訓練，培養行銷能力，以期對圖書館所有服務或活動都瞭如指掌，才不至於讓外界以為各部門對某些服務內容的解釋或說法是不一致的。在服務的過程中，顧客的涉入程度也會影響整個服務的成效，館方應該告知使用圖書館的讀者了解所享的權利與義務，例如讀者如果熟知圖書的借閱規則，就不會在辦理離校時才發現圖書遺失且逾期不知如何處理，並先在BBS上公告周知，抱怨圖書館的不是。

綜合以上七種行銷組合，必須考慮圖書館的整體環境，配合讀者身分，及經過分析的目標市場，才可以靈活運用，達到最好的效果。

### 伍、 對本校圖書館服務現況與改善建議

消費者在購買一項產品或接受服務時，通常都會有不同層面的考量，同樣的，當讀者利用圖書館服務時，也會產生所謂的知覺風險(如表一)，所以圖書館提供服務時，若能了解讀者關心的內容，並且有效降低讀者的知覺風險，自然也就吸引讀者利用圖書館，達到圖書館行銷的目的。

風險的種類	讀者關心的內容
功能風險	新生訓練，資料庫講習會不會達不到預期的效果？ 對我的報告及生涯規劃會不會有幫助？
財務風險	影印卡用不完?影印費會不會太貴？ 遺失書賠償的價格問題？
時間風險	介購的書要等多久才會通知我可以借出了？ 借還書是否需要排隊？延誤上課時間？ 欲取預約書時卻找不到？ 平面圖有沒有達到指引的效果？
實體風險	背包、翻譯機會不會被偷？ 考試期間閱覽座位是否被佔位？
心理風險	我提出的問題，館員會不會覺得我很笨？ 書已丟還書箱紀錄會不會仍未消除？ 閱覽區人少時會不會出現變態狂？ 廁所較隱秘怕被偷窺？
社會風險	別人會不會知道我借的書的內容？ 瀏覽色情網站會不會被罵？
感官的風險	圖書館的座椅舒服嗎？ 廁所是否有異味？ 冷氣太冷v.s.冷氣不夠冷？ 視聽室的音響效果是否良好？

(表一：讀者的知覺風險)

### 一、 功能風險

本館於每學期都舉辦多場的新生導覽以及對研究生的資料庫講習等推廣活動，館員都花費很多的時間製作教材，在人力許可下，圖書館可以思考如何對讀者提供更完善的服務，例如：

1. 館員直接到各系推廣圖書館的服務及資料庫講習等，並可以針對大學生、研究生製作不同的教材，希望提升學生們資訊素養能力，面對未來留學或個人的人生規劃能有效的蒐集所需的資訊資源。
2. 學科館員的設立  
學科館員不僅要了解熟悉本館的各種資源，還要充份了解各院系的資源，根據院系特點及專業領域，與各院系老師合作，把圖書館的資源有系統的傳遞，提供個人化的服務，並且定期向各院系發送本館採購書目，在期刊方面的訂購、調整、評價等方面與各院系合作，並蒐集各院系師生使用圖書館的意見回饋。
3. 讀者座談會  
藉由定期的「讀者座談會」，調查讀者意見，並且有效蒐集讀者使用圖書館的意見回饋，在合理範圍內，採納讀者的意見，以作為圖書館服務改進之參考。

### 二、 財務風險

1. 影印業務目前的方式為外包形式，也就是由廠商派駐影印機與工作人員，出售影印卡或現金影印，影印卡面額有100元與200元，卡片遺失不補發，用不完也不退費，對學生而言不盡合理。可改進的方式有：
  - (1) 發行更小額度如50元卡；
  - (2) 廠商提供二手卡交易中心，學生若離校可將尚有餘額舊卡退回影印區，再賣給後來的需求者。
2. 遺失圖書賠償現金，中文書需收1000元處理費，外文書則收3000元的處理費，以及其它賠償細節，為避免不必要的爭議，在新生導覽時應著重本館罰則，配合圖書到期通知書，除電子郵件之外，並派專人送上紙本通知，目的就是要一再提醒讀者本館之立場與此事件之重要性。

### 三、 時間風險

為了節省讀者的時間，我們以後場作業、前場作業來做說明：

#### 1. 後場作業部份：

##### (1) 圖書介購

- 增加介購途徑：除了現行由書商提供書單由老師勾選，另外也可經由網頁上填單。經由讀者閱讀習慣與涉獵範圍之分析，可以自動提供有興趣類別書單供讀者挑選，以期達到所購圖書都是讀者所需之境界。
- 整批複本查核，所有所挑選之清單經由電腦比對後可快速得知圖書館是否已有複本，有則立刻回應所介購者，無則進行購買，減少介購者等待時間。

##### (2) 下訂單

- 以往採購流程是先行請購再下訂，在公文往返上浪費時間與人力，改進的做法為書單勾選出來後先下訂，確定書到才做請購與請款如此一來採購人員不必先行墊款，付款給書商的時程也可以縮短，已到館之書同時進行處理，對三方都有利。
- 在教學上須利用之教材也可以由老師先行下訂單取書，再由圖書館進行後續採購手續。

##### (3) 圖書到館

- 增加推薦圖書到館回覆服務：被推薦圖書到館時做即時通知，如果讀者急於使用可先完成簡略編目後先行外借。
- 限定到館圖書完成驗收之期限，必須其他相關單位如採購組及會計室共同配合，同時間館內完成圖書前置作業，使新進圖書可進行下一階段之流程。

##### (4) 編目作業

- 完成一般編目內容作業流程，提供工讀生或非專業人員預行編目時參考利用。
- 針對非英語系圖書，編目人員加強相關語文能力，或由學科館員協助分類。

#### 2. 前場作業部份：

借還書服務是圖書館讀者服務最直接的代表，針對圖書館流通服務本館提供了借書、還書、催還、預約、續借、逾期罰款、

失書賠償等各項服務，對每一項服務都訂定完善的辦法，透過本館自動化系統有效的執行，是一個很完整的機制。建議可改善方向為：

(1) 服務窗口

下課時間，讀者借書還書人次較多，應增加服務窗口，避免讀者排隊而延誤上課時間。

(2) 自動借書機

讀者按照螢幕上的指示簡單的操作就可以完成借書手續，並可列印借書收據，清楚記載借書時間、書名、索書號、應還日期等款目。

(3) 設立觸控式架位指引

更明確的書架位置指引，讓讀者在WEBPAC所查詢的資料，透過良好的指引，可以很順利的找到書，節省讀者的時間。

#### 四、實體風險

1. 目前本館已全面開放背包可帶入館內，在二樓出入口處設自動存物櫃，在各樓層並設有監視錄影器，讀者進入館內，除自行注意財物外，增設監視器可以發揮其效用。
2. 在考試期間公告不開放外校同學進入閱覽室，進一步改善方式為館方定時巡邏閱覽區並取締佔用閱覽桌之行爲，使閱覽席發揮最大效用。

#### 五、心理風險

讀者利用圖書館時，心理上或許會害怕所問的問題，館員會不會覺得我很笨？或者害怕館員態度不佳？目前館內有許多的管道可以提出問題，如BBS、留言板等，關於館員的服務態度，必須增強個人的服務意願，建立「讀者至上」的服務理念，有效的激勵措施為：

(1) 舉辦票選「最佳服務館員獎」

(2) 加強館員的教育訓練

希望加強每位館員的親和力，讓讀者有疑問時，都很樂意尋求館員的協助。

另外，有關圖書館發生偷窺或偷拍的問題，應加強本館的門禁措施，同學們遇到可疑人物，應主動告知服務人員，並應增加監視器的裝設，希望可以達到嚇阻作用。

#### 六、心理風險

許多學生或許不願讓別人知道自己借了什麼書？在這方面本館讀者檔以密碼控制，其它人無法查詢別人所借閱的圖書，可以有效保護個人的隱私權，但是存於個人借閱歷史檔中的資料，建議可進一步分析讀者的閱讀興趣，若圖書館購進讀者都一直借閱的這類書時，電腦會自動提示這一類新書已到館並附上書目供參考，對讀者提供更完善的服務。

#### 七、感官的風險

本館自74年遷館以來，許多設備、動線設計、視聽設備有許多不合時宜的地方，而且空間擁擠等問題日益嚴重，有許多需要改善的地方

(1) 應儘可能改善入口標識、指示牌設計、豐富的色彩、小巧的佈局、舒適的座位設計等。

(2) 在書庫各個不起眼的角落可放置讀者閱畢放書的小木箱。

(3) 各樓層、各區域為方便讀者可設置複印機、掃描機等。

(4) 改善整體的形象設計，為讀者提供一個良好的讀書氛圍，例如：館員及工讀生穿著制服，有助於提升圖書館服務的專業形象。

綜上所述，爲了提升讀者滿意度，對於圖書館行銷的方法與策略，可以由兩方面來進行，館員可以針對本館現有資源，腦力激盪，提出創新可行的方案，吸引讀者利用圖書館，另一方面，必須了解讀者需求，不論是問卷調查或舉辦讀者座談會，評估讀者需求，在合理範圍內，採納讀者意見，相信對於改善現有的服務，一定會有很大的成效。

### 陸、圖書館行銷服務的品質

在現今社會中，行銷無所不在，廠商花費巨資打廣告，以達到產品行銷的目的，但是消費者是聰明的，如果產品品質不好，消費者是不會再次上當受騙，所以，最基本的前提，就是產品的品質管理，才是企業永續生存之道。除此之外，凡是能提供優質服務的企業，都深刻懂得把自己最好的服務人員分派到最關鍵的服務第一線上，爲自己公司樹立一個對外優質服務的形象，所以優良的產品及以顧客爲中心的優質服務是企業成功的重要基石。

在圖書館而言，「產品」與「服務」也是一樣重要，產品必需能滿足讀者的需求，而高品質的服務必須有嚴謹的行銷策略、制度及人員管理，才能滿足現有的、新的讀者和潛在讀者的需求。也就是說，圖書館有最好的產品，但是如果沒有合適的服務人員，這一切也就沒有了意義。所以，圖書館的優質館藏，必須透過第一線服務人員誠摯、專業服務的良好形象，把所需資料，有效率的傳遞至讀者手中，

提供讀者一個愉悅的服務過程，才能達到圖書館的資訊資源廣為使用的目標。

有了良好的產品，還需要高品質的服務，才能贏得讀者的口碑，經由讀者的口耳相傳會比圖書館本身所作的任何行銷策略更具說服力。畢竟，令人滿意的「產品」與「服務」是最好的行銷策略。

## 柒、結語

印度圖書館學大師阮甘納桑(S. R. Ranganathan)於1931年所提出的圖書館五律(Five laws of library science)：

圖書是為使用而生	Books are for use
每位讀者有其書	Every reader, his book
每冊書有其讀者	Every book, its reader
節省讀者時間	Save the time of the reader
圖書館是一個成長的有機體	A library is a growing organism

這著名的圖書館五律，幾十年來成為圖書館界之服務準則。簡單的說，圖書館設立的目的，就是為了「服務讀者」，讀者才是圖書館的主角，這與企業行銷時「以顧客為中心」的觀念是一致的。自有圖書館以來，圖書館本身對於讀者的利用教育等推廣活動，也都一直在進行，只是我們應如何跳脫本位的經營理念，站在讀者的角度來思考，是我們應該加強的地方，同時，也必須思考什麼樣的服務是對他們有益而且是樂意參與的？以及如何建立以讀者為中心的服務模式，不論是服務行銷策略、服務人員、服務系統等皆以讀者為出發點，我們要努力的方向，是必須「知讀者之所需，供讀者之所求」，試圖找出新的方法，期許為圖書館的經營開拓新的局面。

總而言之，行銷觀念引進圖書館的經營，不再是一種本位思考的經營方法，而是一種由外而內(outside-in)的觀點，也就是圖書館的館藏蒐集及購買，以及行銷活動的設計，都十分注重讀者的調查及研究，分析各個讀者群的需求，創造圖書館與讀者雙贏的局面。另外，圖書館實施行銷活動時，除了考量多樣化的行銷策略，還應注重行銷執行的傳遞過程及服務人員的訓練，唯有透過整合的服務行銷，在各個部門密切合作之下，才能維持圖書館的生存和成長。最後，圖書館最基本還是應建立質優的館藏，以及服務人員親切的服務，建立真正以「讀者為中心」的經營理念。

## 參考文獻：

1. 沈寶環，圖書館讀者服務，學生書局，民81.
2. 林彥君，行銷概念應用於我國公共圖書館之探討，漢美圖書，民81.
3. Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, 周逸衡，凌儀玲譯，服務業行銷(Services marketing: people, technology, strategy, 5e)，華泰文化，民94.
4. 黃俊英，行銷學原理，華泰文化，民93.
5. 陳冠年，公共圖書館行銷觀念之辨，中國圖書館學會會報70期，民92.06，頁109-129.
6. 陳光榮，二十一世紀行銷服務的新趨勢：以圖書館為例，國立中央圖書館臺灣分館館刊8卷2期，民91.06，頁21-35.
7. 林素甘，從非營利機構行銷觀點談圖書館行銷，臺北市立圖書館館訊17卷4期，民89.06，頁58-70.
8. 陳光榮，圖書館應加強行銷策略之應用，國立中央圖書館臺灣分館館刊5卷4期，民88.06，頁14-25.
9. 辜曼蓉，讀者資訊尋求行為與以讀者為中心的圖書館行銷，書府20期，民88.06，頁81-111.
10. 林珊如，二十一世紀大學圖書館：行銷服務時代的來臨，大學圖書館1卷1期，民86.01，頁37-54.
11. 謝寶媛，行銷圖書館與資訊服務，圖書與資訊學刊27期，民87.11，頁40-54.
12. 梁伶君，淺談大學圖書館行銷應用上的一些問題，國立成功大學圖書館通訊22期，民85.04，頁2-6.
13. 陳麗鳳，全面品質管理與行銷管理在圖書館之應用，國立中央圖書館臺灣分館館刊4卷3期，民87.03，頁15-32.

(讀者服務組張玉秋、採訪編目組林燕妥)

讀·領·專·區

## 讀領風潮

——讀取風向·領先潮流 (Read the Wind and Lead the Tide)

知識爆炸的10倍速劇變的新世紀正在等待視野寬廣、遠見前?的人來開創時代，經營新局。

親愛的中原人，你擁有領導這個時代的能力與風範嗎？

我們希望每一位中原人都能喜愛閱讀，培養領導的素養，所以設計了「讀領中原專案」其盼它成為你專業生涯成長的階梯。

在英文世界裡 "Readers and Leaders"是一句人人耳熟能詳的諺語，一語道破「經由閱讀最能培養領導的能力與風範」這個道理。所以，Read and Lead 是我們的行動準則，「讀領風潮」四個字是這個專案的願景，因為讀取風向(Read the Wind)與領先潮流(Lead the Tide)正是新世

紀領導菁英所最應擁有的素養。

## 一、 我們的目標

1. 引領學生藉著閱讀天、人、物、我四大類「讀領好書」100，建構四平衡「全人中原、生命關懷」的「悅」讀校園。
2. 希望透過廣泛的閱讀，累積學生豐富的背景知識，培養學生批判性思考、並激發創造力。
3. 培養學生終身自我學習、閱讀的習慣。
4. 提昇圖書館館藏之利用率。

## 二、 活動辦法

1. 資格：凡本校教職員工生均歡迎加入。
2. 閱讀範圍：以天、人、物、我四大主題之「讀領好書100」圖書為範圍
3. 認證方式：
  - (1) 每位參加者需由公告在「讀領中原」(<http://read.lib.cycu.edu.tw>)網站上之「讀領好書100」書單，挑選喜歡的書閱讀。
  - (2) 參加者每閱讀一本書後，應在網站上發表閱讀心得，字數需達100字以上。
  - (3) 自由參與網站「人聲鼎沸」區之意見交流。
  - (4) 不得抄襲或轉載未經作者同意之文章。
4. 獎勵：

每年五月「讀書節」活動時，公開表揚讀領中原「團體獎」之班級，及個人「勤學獎」、「碩學獎」、「博學獎」之得獎者，名單並公告於「讀領中原」網頁。

**團體獎：**頒給全校參與「讀領中原」，累積閱讀心得發表數量前五名之班級。

**個人獎：**頒發讀領中原勤學獎、碩學獎、博學獎三學獎。

獎項	勤學獎	碩學獎	博學獎
需閱讀書籍種類	4類	4類	4類
需閱讀書籍冊數	10冊	20冊	30冊

說明：

「勤學獎」需讀完天人物我四類圖書達10冊以上，並發表100字以上之閱讀心得。

「碩學獎」需讀完天人物我四類圖書達20冊以上，並發表100字以上之閱讀心得。

「博學獎」需讀完天人物我四類圖書達30冊以上，並發表100字以上之閱讀心得。

(註：上述三學獎之計算，採逐年累計閱讀冊數至離校為止。)

## 三、 相關系列活動

### 讀領講座：

活動項目	時間地點	導讀書籍	導讀老師
09月【人類】	09/22(四) 18:00~20:30 圖書館301討論室	一切從基本做起/李家同著	涂世雄老師
10月【我類】	10/13(四) 18:00~20:30 圖書館301討論室	死了一個國中女生之後/蕭颯著	潘天久老師
11月【物類】	11/17(四) 18:00~20:30 圖書館301討論室	電學之父：法拉第的故事/張文亮著	曾祥器老師
12月【天類】	12/08(四) 18:00~20:30 圖書館301討論室	真理的追尋：走出科學迷思，尋找生命出路/黃小石著	董世平老師

### 全人講座：

活動項目	時間地點	活動內容
與大師對談	12/5 (一)16:00 ~17:00 校牧室會議室	邀請全校師生參與樂讀分享討論
簽書會	12/5 (一)18:30 ~18:50 全人教育村瑞麗堂	1.作家書展 2.展售時間：18:20 ~ 20:30
全人講座	12/5 (一)19:00 ~20:30 全人教育村瑞麗堂	1.講題：為小草去探險 2.講員：張文亮



## 新訂四種資料庫介紹

### 壹、MUSE整合查詢系統：**強力推薦！**

MUSE全稱是Multi-User Universal Search Environment，是一套會自己思考的全球資源整合搜尋工具，可以讓您一個介面下，同時檢索不同資料庫的各種電子資源，包含：資料庫、電子書、電子期刊、搜尋引擎、公用目錄外，並提供網路上數百種免費又具學術價值的電子資源。整合查詢系統的精神就是：

- Google-Like Experience：如Google一般 One stop shopping的資料查詢方式。
- Easy Access to Complex Resources，使用者不需被訓練，即可獨立操作。
- A single List：查詢結果整合顯示於同一介面顯示，不需使用多種工具及瀏覽器。
- De-duplication：動態地去除重複，減少相同文章的干擾，節省查詢時間。

### 貳、CEPS電子期刊服務：

CEPS電子期刊服務（CEPS：Chinese Electronic Periodicals Service），主要收錄期刊種類以華文地區各類指標學術之期刊為主，臺灣期刊收錄原則以學術期刊、圖書館建議清單、指標期刊（國科會獎助、TSSCI..等）為主要範圍，大陸期刊收錄原則一律以指標期刊（被EI、SCI、SCI-E、SSCI、CSSCI、MEDLINE、CA、中國科技指引...等有指標型資料庫收錄者）為收錄標準。主題涵蓋：人文學、社會科學、自然科學、應用科學、醫學與生命科學。目前期刊收錄種數超過 400 種繁體中文期刊，包含中國大陸學術期刊合計超過 1,200 種期刊，超過 17萬餘筆之索引摘要，超過 15 萬餘篇提供電子全文下載服務，每月持續新增 6,000 篇電子全文。

### 參、科學人雜誌中英對照知識庫：

遠流集團智慧藏學習科技公司將《科學人》雜誌中文版數位化，完成web-based線上資料庫，並且也同步將其對應的英文雜誌原文數位化。不僅可以瀏覽2002年中文版創刊以來的所有雜誌中英對照的內容（陸續更新最新出刊資料），還可用「全文檢索」「標題／作者檢索」「知識分類瀏覽」方式快速搜尋到想要查詢的科學主題，每篇文章亦提供PDF版本，完整保留雜誌的圖文編排，方便您列印閱讀與存檔。此外，還加入了「科學小字典」功能，遇到不懂的專有名詞，「科學小字典」就是最好的幫手！

### 肆、世界美術資料庫：

世界美術資料庫包含五大美術資料庫：完整收錄台灣畫家、大陸畫家、西洋畫家、故宮典藏、世界兒童數位美術館的美術圖像資料庫。內涵1200位藝術大師，100,000幅以上作品，350或640像素大圖欣賞，資料量媲美2000本大畫冊。本資料庫提供「創作媒材」、「藝術年表」、「主題賞析」、「畫家簡歷」、「進階搜尋」，以完整檢索及圖說了解人文歷史及創作背景。有別於一般美術資料庫，本資料庫提供「畫家簡歷」，在「畫家簡歷」中，記錄了一個個的人物、作品與觀念，可以了解到藝術家們的創作理論，也讓對藝術理論有興趣的朋友一窺藝術家們創作的原理；此外，還有「每日一圖」的介紹，以及「主題賞析」等等，讓您更能欣賞美的作品，感受美的事物，豐厚您的生命內涵。

（讀者服務組 楊純萍）

## 圖書館館員職務輪調

本館本學期因職務輪調而更動部份館員業務。目前各業務新的負責人及聯絡電話列表如下：

單位	館員姓名	新承辦業務	聯絡電話
館長室	曹午蘭(祕書)	協調及協助館務業務	2801
	盧光雄	協助行政業務	2861
採訪編目組	樂彝娟(採訪編目組組長)	綜理採訪編目組相關業務、中文圖書、參考書及視聽資料採購	2810
	張千賀	中文圖書、視聽資料編目	2813
系統資訊組	郭玲玲(系統資訊組組長)	綜理系統資訊組相關業務、圖書館資訊系統服務提升與規畫、圖書館網站及各資訊服務系統管理與維護、視聽室管理	2850
		圖書館自動化系統管理與維護、圖書館網站及各資訊	

	廖美娟	服務系統管理與維護、視聽室管理	2853
讀者服務組	鄭陽明(讀者服務組組長)	綜理讀者服務組相關業務、參考服務	2830、2831
	張玉秋	借還書服務	2833
	彭淑珍	借還書服務、出入口門禁	2835、2833
	巫健雲	參考服務	2831
	李講文	期刊區管理及裝訂	2832

## 全國大專院校圖書館自動化第二十一次研討會-自動化與人性化圓滿落幕囉!

「全國大專院校圖書館自動化第二十一次研討會-自動化與人性化」會議已於94年10月07日在本館國際會議中心順利並圓滿落幕。此次會議選定「自動化與人性化」作為主題，從人性化的觀點以及「全人教育」的角度，全面而深入的探討相關的面向與問題。會中特別邀請謝清俊教授及OCLC亞太地區總裁王行仁先生就自動化與科技人文的省思做專題演講；並邀請交通大學柯皓仁副館長主講「新世代圖書館自動化系統發展趨勢」；本館王晃三館長也就「圖書館工讀管理自動化與服務人力實戰經驗」與大家分享；另外台北醫大的陳建志教授特別為「當自動化系統失靈時」現身說法。當然囉!最新鮮的「當哈利遇到莎莉在便利圖書館」的短片，引起熱烈的迴響也為此次研討會劃下一個圓滿的句點。



謝清俊教授

圖書館自動化的人文省思  
—數位時代格局，氣度與合作



王行仁先生

從海外觀點看圖書館自動化  
與人性化



柯皓仁副館長(交通大學圖書館)

新世代圖書館自動化系統  
發展趨勢



王晃三館長(中原大學圖書館)

圖書館工讀管理自動化與服務人力發展經驗談



陳建志教授

當自動化系統失靈時



研討會熱烈參與



廠商熱情贊助



茶敘時間



美麗的工作人員