



# 從行銷觀點談臺大醫圖館訊之未來發展

在整體行銷活動中，有所謂的組織行銷(Organization Marketing)，亦即一般所稱之公共關係。對圖書館而言，旨在創造、維持或改變讀者對於圖書館的認知、行為或態度。圖書館通常可藉由發行館訊來實踐行銷策略，使館訊成為圖書館和讀者之間的溝通管道之一，並進而將館方的經營理念及各項資源有系統的展現在讀者面前。

回顧本館館訊編輯史可以發現，早在民國78年本館即出版簡訊四期，當時的內容有館務動態、各項新知及光碟資訊等，雖普獲本院師生之喜愛，然終因人力不足而停刊，直至民國80年11月始復刊，並將復刊後的館訊內容規劃成五大專欄，包括：服務項目介紹、館規介紹、館藏介紹、公告欄及開館時間等，且以雙月刊的方式定期出刊。在主任求新求變的領導風格之下，可以顯見復刊後的館訊仍持續在蛻變中，自第10期(民國82年9月)起增闢「人物專訪」單元，配合各期主題訪問各科圖書委員，期能與委員們建立起良好的溝通管道，並希望藉由專訪的過程能更進一步地瞭解各學科領域的研究範圍，倘使運用得宜，本單元之設計將可視為本館進行質化研究的取樣；自第16期(民國83年12月)起將館訊電子檔放至Gopher上，提供讀者另一個取得館訊的管道(channel)；自第25期起(民國85年9月)加入「芳名錄」單元，以便館方對於捐贈者(包括贈送書刊及捐款者)表達感謝之意；民國84年本館另發行HTML格式的電子版館訊，讓讀者可以同時經由紙本、Gopher及Web等不同的方式取得館訊內容；自第33期(民國87年1月)起將原有的「館員心聲」及「讀者意見及回響」兩單元，合併成新專欄「讀者 vs. 館員」，希望本專欄可以成為館員與讀者互動的最佳園地；自第52期(民國90年3月)起則同時提供HTML及PDF檔(可編輯模式)之電子版館訊，至此讀者不但可以很方便地閱讀電子版館訊的內容，更可透過PDF的呈現瞭解紙本館訊的原貌，該期除了增加PDF檔之外，亦將館訊的封面改成雙色套印，一改以往的單調色系，提供讀者一份賞心悅目的期刊。在館訊發展近十年的歷程中，我們可以看出，早期館訊發行的目標僅視為圖書館與讀者間溝通之橋樑，而非學術性刊物，然而在館訊不斷地修正與轉變之後，本館對於館訊的期許早已超越該目標，而希望將館訊更進一步地推展至全國醫學相關圖書館，以提昇本館形象，並扮演傳布學術新知的角色，此一時期的館訊已然進入成熟期；無論是在內容、出版形式或者編輯運作過程，皆有一定的規範，希望不致因編輯人員的更迭而影響到出刊品質。

由前述說明可看出，館訊各項單元的設計都有其目的和意義，此外，其發行方式和各式版本的產生亦說明本館對於館訊的重視及融合新科技與行銷策略的成果。基於同樣的立場和原則，未來本館館訊將會推出幾項改進措施並祈能在近期內於讀者面前展現，茲概述如下：

- 一、擬自本期(第54期)開始，同步發行紙本與電子版(含HTML及PDF)館訊，減低紙本與電子版之間發行的時差。因為若發現紙本館訊內容有誤時，一旦印刷後便無法再進行資料修正的工作，然電子版則無此顧慮，若發現問題可由當期主編即時更新電子版並放至本館網頁中供讀者查閱，如此，將可提供讀者更精準及高品質的資訊服務。
- 二、於本館館訊首頁中新增一項館訊電子版的訂閱及取消功能，讓未收到紙本館訊之讀者可以自行訂閱電子版，訂閱之後若欲取消時，亦可透過網頁上所提供的功能自行取消訂閱。希望經由此功能的設計可以將館訊出刊的訊息定期且主動的傳送至讀者的信箱，不會因為疏漏而未接收到館訊發刊的消息。此外，亦希望能廣泛的將館訊傳播予潛在的讀者群。
- 三、將透過E-mail提供電子版館訊之個人化服務，除了前述第二項中已訂閱電子版館訊之讀者外，本館更會主動將臺大醫學校區教職員的E-mail列入館訊的Mailing List中，由圖書館定期發送館訊出刊信件，其內容包括：親愛的某某某讀者您好！、每期主編撰寫文稿(例如：

介紹當期內容的主題或特色等)、提供當期的 Table of Contents，且可供讀者 Hyperlink 至電子版全文。使每位訂閱電子版的讀者皆可享受個人化且便捷的資訊服務。

四、本館館訊首頁將於近期改版，期望能提供讀者更多元化的檢索功能，包括：依主題瀏覽、各期總覽及內文查詢等。除此之外，原本連結於本館首頁中館藏資源之下的「館藏資源示意圖」，主要係反映館訊各期主題(Subject)的相關館藏，為使讀者可以由主題的角度切入館訊內容，因此，本館已將該專欄的組織方式重新規劃，讓讀者可選擇依主題筆劃或出刊卷期連結至各期內文。

圖書館學既是一個不斷變動的科學，未來必然會隨著時代的脈動而持續調整服務的方針與行銷的策略，以滿足讀者的資訊需求。希望本館館訊能在主任及館訊小組成員的努力下，展現更具親和力及多元化的資訊服務。

### 參考書目

1. 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(民國 88年 6月)，頁 81-111。
2. 史久莉，「從『行銷』觀點談圖書館推廣服務」，書苑季刊 26期(民國 84年 10月)，頁 11-18。