

THE DIVING COACH FURRY

第六組主題書展執行成果與檢討報告書

陳品而 劉卉馨 李育錦 甘涵亞 張韻琦 龔俐霏 陳亦儒

一、書單決策

(一) 主題選書

海洋保育的部分，我們在選書上，依照題名、內容、封面等因素挑選，卻忘了考慮影響書籍內容中立性和正確性的作者權威。其次是針對潛水領域，我們過往習慣都是上網查找資料，較少運用圖書館資源，所以在不確定可以用什麼樣的關鍵字的情況下，一開始在檢索的時候只能用scuba diving搜尋。後來才改為找到一本相關的書之後，再依照索書號到附近書架瀏覽相關的書籍，並選取所需的資料，但因為在總圖能找到的相關資訊不多，也比較偏學術性，對一般的讀者來說會比較不好親近。後來也把搜尋的範圍擴展到博客來、金石堂等線上網站，也因此找到了一些娛樂性比較高的書籍，例如水中攝影，以及小說等等。雖然這樣的效果比較好，但一開始在討論書籍選擇標準時，並沒有討論到這部分，因此以後在選擇書單時應該更先確認目標受眾的喜好和適合的內容，在選擇書單時可能會比較符合讀者的需求。

(二) 書籍取得

(1) 海洋保育

我們在選書時，沒有事先查明影音資料能否外借出圖書館，以及沒有預備候補書籍，因此當遇到無法借出的影音資料、實體書被借走或找不到時，就需要花時間找尋替補書籍，造成更多不便。因此於策展時應多準備至少5本書籍，方可在預期之外的情況下，增加快速解決問題的機動性。

(2) 潛水

一開始在決定書單時，找了許多攝影類的書，來源包括博客來、金石堂與誠品等，這類型的書籍各圖書館的收藏較少，且單價較高，雖然有列在書單上，但是最終無法取得。因此，以後在決定書單時，也要考慮到後續取得的問題，否則最終還是不能使用。除此之外，這次在考慮書籍時，只考慮北市圖以及總圖的館藏，因為擔心其他圖書館取得不易，但是其實可以申請館際互借，因此以後納入考慮範圍的圖書館可以更多，讓書單的選擇更多元。

二、現場導覽

(一) 海洋保育

在講解圖書方面我們規劃的是由同學導覽，先介紹海洋生態、保育及永續發展的概念摘要，接著說明選取每本書的目的及摘要書中內容，讓參與書展的同學對該書有進一步了解，同時透過書展傳達海洋生態的現況。這一部分的完成度足夠，不過若是能讓讀者先傳閱，大致熟悉書本內容再進行講解，感覺會更有效果。

其中特別展示「海廢圖鑑」，以幽默詼諧的角度呈現海洋生態受垃圾污染的現況，增加實體書展的豐富度。由於受限在場地的空間，只進行了簡單的操作示範，並沒有給參展同學親自瀏覽海廢圖鑑的環節，效果有些打折扣。感覺若是提供類似的操作型展示，可以另外設置一個區域供同學閱覽使用。

（二）潛水

潛水類的書籍的講解只有將書籍分成小說、攝影書、工具書與電影四大類來介紹，但是其實應該可以更仔細講解每一本書大致上的內容為何，讓有需求的讀者能透講解更直接了解自己可能需要哪幾本書。此外，深入的介紹書籍可能還可以讓本來只是隨便看看的讀者對潛水真正產生興趣，因而對整個書展更有共鳴。

潛水裝備講解的部分應該先把內容條列並跟大家說，因沒有配合投影片或書面資料，對聽眾者來說較不好理解資訊的內容，聽過就會忘，對於我們在潛水以及海洋保育的推廣的效果上可能會被打折扣。

在講解之後，我們原先預計提供參展的同學自由翻閱展示書籍以及影視資料，導覽解說人員在旁給予協助與建議。但時間並沒有掌握得很好，導致多數的參展同學沒有機會去實際翻閱展示的書。除此之外，原先設計想以寶果遊戲與問題競猜的形式，讓蒞臨書展的同學更加有參與感，礙於場地較不適合遊戲活動，加上重心放在說故事與潛水裝備介紹，所以刪去了活動環節，是比較可惜的部分。

三、行銷方案

（一）海報、DM

由於海報與傳單設計並非同一人設計，兩者風格也需要透過不斷溝通與協調才能完成。不過在這過程中著實成長了不少，基礎設計層面也更加熟練。

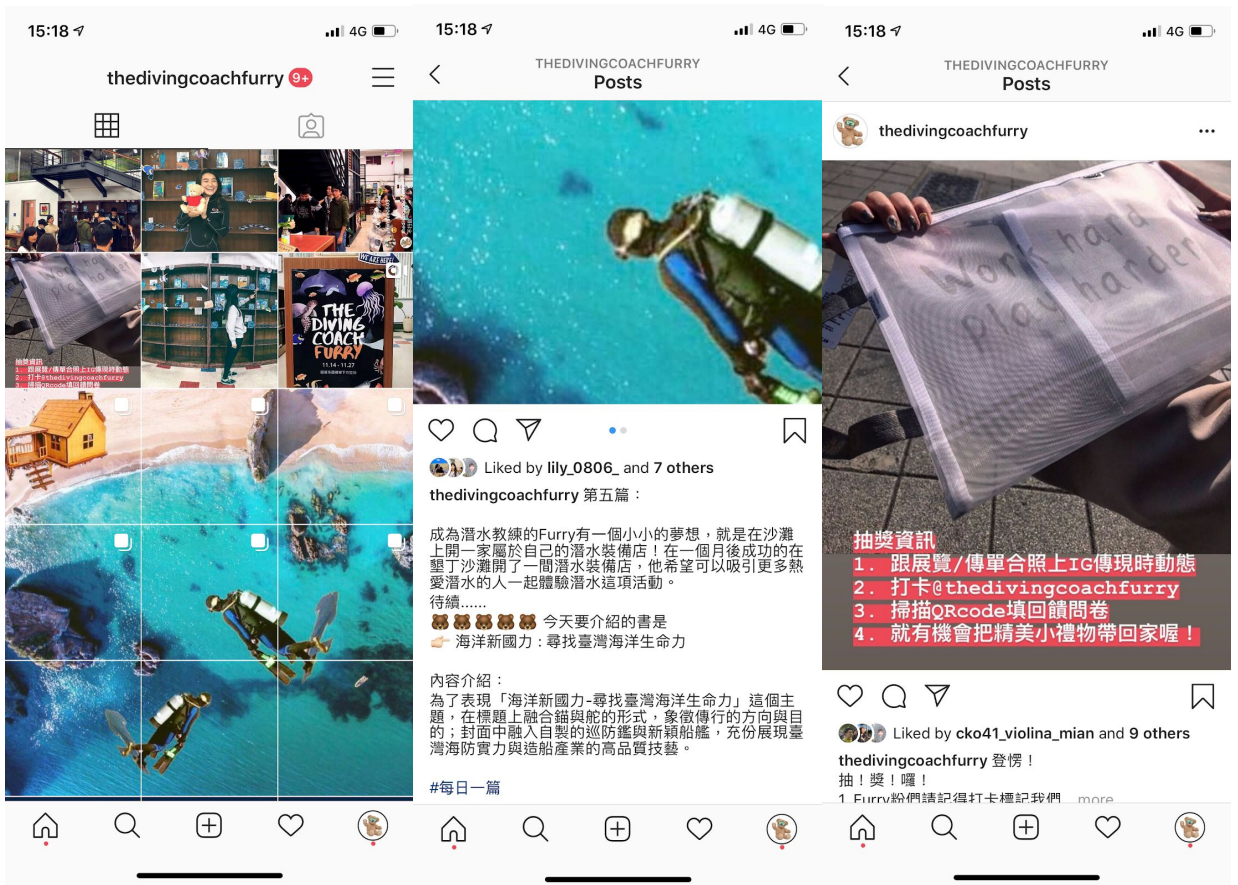
（二）Instagram

Instagram的主要用戶為18-24歲年齡層的族群，正好符合本組設定的宣傳對象，因此透過Instagram進行宣傳，能直接打入年輕族群。

我們從十一月八日起開始每天發文，每一張圖片底下附上一段介紹書展的故事及書展的書籍介紹，將9張圖片拼湊起來會構成一張大圖片。剛接觸此帳號的用戶亦能透過此大圖片直接連結書展的故事，達到「看圖說故事」的效果。

此外，我們也設立了抽獎活動，凡完成書展拍照打卡並標記書展帳號、填寫問卷調查的讀者，將有機會得到團隊所準備的禮物。而挑選禮物時亦呼應本組書展「環保」的初衷，提供可重複利用的防水袋子，呼應大家去海灘時要把自己的隨身物品都帶走，不要留下垃圾給海洋。

除此之外，書展當天有利用IG平台開直播，讓未能到場的讀者也可以透過直撥平台看到我們的活動現場，也可以藉由直撥平台跟讀者互動及回答問題。



四、回饋表單分析

根據回饋表單可得知書展當天來參觀的人大多數為非圖資系的台大學生，得知書展訊息最多來自於書展的Instagram、海報及傳單，可以得知此次書展的宣傳效果佳，利用社群平台不僅能用生動活潑的方式完整介紹書展內容，更能吸引相同年齡層，讓年輕人開始關注潛水以及環保相關議題。

多數人來參觀書展的原因為受邀參加，從數據顯示，對於書展主題的滿意度高達百分之八十，對於佈置的滿意度落在百分之五十左右。由此可知，對於布置的滿意度以及整體的滿意度有些許落差，根據參加者的回饋，由於書展的位置以及擺設較低調，若無人員指引無法在逛書架的過程中自然地來到此區，擺設書籍的方式也較有限，無法透過實體書籍地擺設吸引讀者至此閱讀、互動。另外，從回饋表單可得知讀者非常喜歡真人實物講解的部分，導覽員生動的講解正好補齊上述的不足，因此可知在舉辦書展時若有真人導覽或是互動式的活動設計將能增加讀者的注意，更真實的潛水經驗分享，有效地傳達舉辦此次書展的初衷。

附錄：最終版書單

			/			
海洋新國力： 尋找臺灣海 洋生命力		/	: 102 [2013]	145 : ; 30		-
環遊東沙	,	/	: 100 [2011]	39 : ; 21		—
人與海：臺 灣海洋環境		/	: 87 [1988]	157 ; 21	4F 367.89 8073	

救救海洋		/	: 82 [1993]	109 : ; 19		6300 — DDT
線野魚蹤： 線島海洋魚 類生態導覽 = Green island fish guide		/	: 99 [2010]	119 : 22		100

<p>海洋環境與 生態保育</p>		/	<p>: 101 [2012]</p>	<p>384 : ; 23</p>		<p>7 1~5 6 7</p>
<p>看台灣自然 生態 海洋</p>		/	<p>: [1998]</p>	<p>1 60): , ; 1/2</p>		

<p>海洋花園 墾 丁珊瑚礁 = The garden of the sea</p>		/	<p>: [2011]</p>	<p>1 DVD 48) : , ; 4 3/4</p>		<p>" " "</p>
<p>Atlantis a world beyond words</p>		/	<p>S.I. : Gaumont : Cecchi Gori Group Firm ; Culver City, Calif. : Columbia TriStar Home Entertainment [1991]</p>	<p>1 disc : sd., col. ; 4 3/4 in.</p>		

Scuba diving safety	Dan Orr, Eric Douglas /	/	Champaign, IL : Human Kinetics [2007]	xvi 196 26		Scuba Diving Safety
The snorkeller's guide to the coral reef : from the Red Sea to the Pacific Ocean	Paddy Ryan /	/	Honolulu : University of Hawaii Press [1994]	184 21		
潛進世界中心的我	Sabina Berman /	/	: [2012]	294 20		13 33

<p>樂活海洋完全實戰 BOOK 潛水,衝浪,獨木舟 非懂不可!</p>	/	/	:	191		
<p>小海龜的逆襲</p>	,		:	21 22x31 cm		
<p>黑鮪魚的旅行</p>			:	34 22x29		
<p>海洋大書 Blue</p>	.		:	61 35		