

編者的話

隨著網路的快速發展，我們處於社群媒體興盛的時代，如何有效地應用社群媒體行銷圖書館亦成為推廣服務的重要課題，《臺北市立圖書館》36卷2期以「公共圖書館的社群媒體經營行銷」為主題，共收錄3篇有關社群媒體經營行銷的文章，並特別收錄1篇和疫情有關之主題文章。

世新大學資訊傳播學系黃朝謀老師在〈目標、公衆與策略：公共圖書館應用社群媒體行銷的幾點思考〉一文中，不僅分析國內外圖書館目前應用社群媒體行銷的概況，更提議從組織訂定「目標」引導，並分析「公衆」的使用表現蒐集數據而擬訂「策略」，思考如何搭配不同的社群媒體調整發文策略，讓圖書館與各世代使用者之間創造積極的溝通情境及良性的互動。

國立公共資訊圖書館是全臺第一所國家級結合實體與數位服務的公共圖書館，本期邀請到劉仲成館長於〈淺論社群媒體於閱讀推廣之實踐—以國資圖「館長書房菜」為例〉一文中分享，以圖書館與社群媒體的關係切入，進一步介紹國資圖「館長書房菜」好書推薦方案的規劃執行過程，並且針對方案的初步成果進行分享。

臺北市立圖書館內湖分館林盈潔主任於〈以小博大創造更多可能—內湖分館社群媒體行銷館務實例分享〉一文中，透過貼文範例，分享內湖分館以社群媒體 Facebook 與 Instagram 行銷館務的實務經驗，藉以分析社群經營的成功關鍵供圖書館同道參考。

本期特別收錄〈疫情期間之圖書館服務〉一文，由國立故宮博物院高瓊鴻助理研究員方享，藉由觀察全球圖書館在疫情期間的服務實例，進一步探討未來圖書館館內活動及服務規劃之參考建議，廣博館員新知。