

# 以網頁設計建立圖書漂流平台

楊韻玄<sup>1</sup>

國立清華大學工業工程與工程管理學系

## 摘要

書籍在這個時代雖然已經有部分電子化，但大部分人閱讀的習慣仍是以實體書為主。而圖書漂流這個共享概念已經存在多年，多為設置實體漂流站點，讓人們自由領取。此漂流書籍的理念，沒有借閱期限或限制，主要希望能讓知識不斷地傳遞下去。目前漂流書籍較少透過電子化的方式來運行，使用者會受到漂流站點的地域性，以及每一站點的書籍之多樣性較低的限制。因此本研究透過架設網站，讓漂流書籍的理念，能透過電子化的方式，提供人們取得書籍、漂流書籍的平台，以更便利的形式讓雙方的利益最大化。放漂書籍的人，能夠減少書籍存放的空間，也可以讓好書給更多人閱讀。收取書籍的人，僅需支付運費，就能獲得想要閱讀的書籍，減少原本買新書的開銷。此平台以共享的概念，讓知識能夠透過書籍傳遞，不斷的傳播出去。相較於原本實體漂流站點的方式，解決了地域性限制的問題，也增加了書籍的多樣性。

關鍵字：圖書漂流、共享、網頁設計

## 1 介紹

近年來共享經濟的概念蓬勃發展並且應用於各個產業，其核心理念為將各人閒置的空間或財產拿來與人共享，如汽車（Uber）、住屋（Airbnb）等，使資源使用達到最大化。而本研究的圖書漂流以共享經濟的核心理念為基礎，透過將書籍漂出，將知識以書籍的方式與它人分享。

由於圖書漂流本的理念並非本研究的主要目的，因此本研究不深入探討共享經濟的概念，而是專注於此活動的進行模式，從實體圖書漂流站點到以網頁平台的方式，希望能以現代化的工具為圖書漂流帶來新氣象。圖書漂流之進行模式於 2.1、2.2 章節中詳細介紹。

原本使用實體漂流站點的方式，容易受限於地域性，其他地區的人會因為地點、距離的因素而無法取得該站點的書籍，而該區域的人則只能取得該站點的書籍，因此書籍的多樣性也會被限制。然而透過網頁平台的方式，就能大降低這些限制，消除地區的屏障，大幅增將書籍的多樣性，推測能因此吸引到更多人來參與圖書漂流，除了減少書籍資源的浪費，更能培養人民閱讀的習慣，提升人民的人文素養。

此平台的進行方式分為兩部分：放漂人可以在網頁平台上將欲放漂的書籍

上架，不但能減少家中存放書籍的空間，也能將好書不斷的傳遞出區，讓知識的價值最大化。而想要看書的人，可以在平台上向放漂者申請欲閱讀的書籍，申請後只需要支付運費，就能得到該書籍。雖然需要支付少量金額，但相較於至圖書館借書，不需要顧忌借閱天數的問題，也比直接購買新書來得便宜。使用此平台對書籍放漂、取得雙方都有好處。另外，有研究顯示，當人類在閱讀時，文字訊息會進入大腦前顳葉，並產生類嗎啡作用，讓人產生喜樂的感受。因此若能培養人民的閱讀習慣，對人民的身心健康有幫助。

本研究主要目的有四點：以網頁平台減少實體漂流站點的限制、增加漂流圖書的多樣性、讓圖書資源效益最大化、推廣閱讀習慣。

## 2 文獻回顧

### 2.1 消費社群

消費社群是指消費者在決定消費什麼以及如何消費的過程中，逐漸形成的一種無形的關係群體。消費社群的形成，應整合考量禮物贈送、分享和物品交換 (Matteo Corciolani and Daniele Dalli,2014)。其中，禮物贈送能夠顯示出人們願意奉獻出自己的物品來參與社會；分享則是能讓更多人享有利益或分攤成本，比如汽車、房子等共享經濟的概念；物品交換則是人們會在同儕社群中分享資源，避免向市場購買產品和服務。比起直接購買，人們更願意花一些錢來短暫的得到這些物品 (Bardhi and Eckhardt,2012)。

消費社群的概念也能應用於圖書漂流，在滿足禮物贈送、分享與物品交換的前提下，可以形成書籍消費的特殊形態。

### 2.2 圖書漂流

圖書漂流起源於上世紀六七十年代的歐洲，於 2003 年起引進台灣。書本的漂流能串起讀者間彼此的交流，具有互動性質，能夠凝聚讀者向心力，形成自主的閱讀社群。

圖書漂流風靡的幾個城市中有幾個特點 (雷淑雲,2006)：

1. 書籍種類夠多，足以引發大眾興趣。
2. 易於經由網路運作，必須有網站免費熱情地支援。
3. 社區中上網習慣普及。
4. 信任人性基本是善良的。
5. 社會對知識有相當的尊重與好奇。

根據以上特點，可以歸納出圖書漂流和社會成熟程度與公民品質有關，並且與

網路使用習慣也有一定關連。雷淑雲也提到，漂書活動中，除了書籍本身的吸引力，如同玩遊戲般的方式也能促使許多人加入閱讀的行列，慢慢喚起人們對閱讀的喜愛，傳遞並分享閱讀的快樂。

漂書活動仍然有它的風險存在，羅恩·霍恩貝克（Bookcrossing 網站創辦人），在網站創立的前兩年僅有 10% 的書成功漂流，要讓圖書漂流能夠成功，使用者必須養成放棄擁有和控制的觀念，建立起能夠互相分享、交流的習慣。

### 3 方法

本研究透過網頁設計，建立漂書平台。前端頁面設計由 html 撰寫，後端以 mysql 架設資料庫，並以 php 連接前端與後端。圖 3.1 為本研究之資料模型，第一個資料表為申請單，主鍵為申請編號，並有申請人會員編號、書籍編號、想說的話以及是否成功申請之資訊。而申請人會員編號連接到會員資料表，會員資料表包含主鍵會員編號、姓名、帳號、信箱、手機、密碼。申請單的資料表中的書籍編號則連接到書籍資料表，書籍資料表包含主鍵書籍編號、放漂人會員編號、書籍名稱、作者、心得與簡介與是否成功漂出。

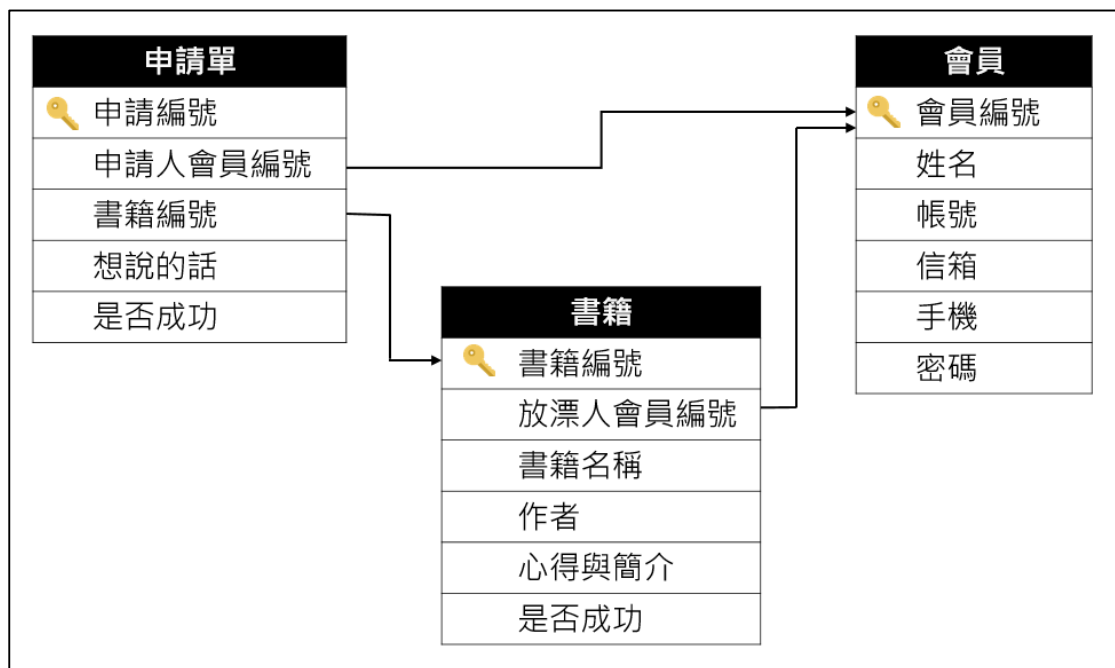


圖 3.1 資料模型

圖書漂流平台的使用功能如圖 3.2 所示，可以分為兩個部分，使用者能同時身為放漂人及收書人，放漂人可以使用的功能有上架書籍，確認收書人的申請單以及刪除自己上架的書籍。收書人則可以搜尋目前上架的書籍中有無想要申請的書籍，並且申請書籍，也可以刪除申請單。

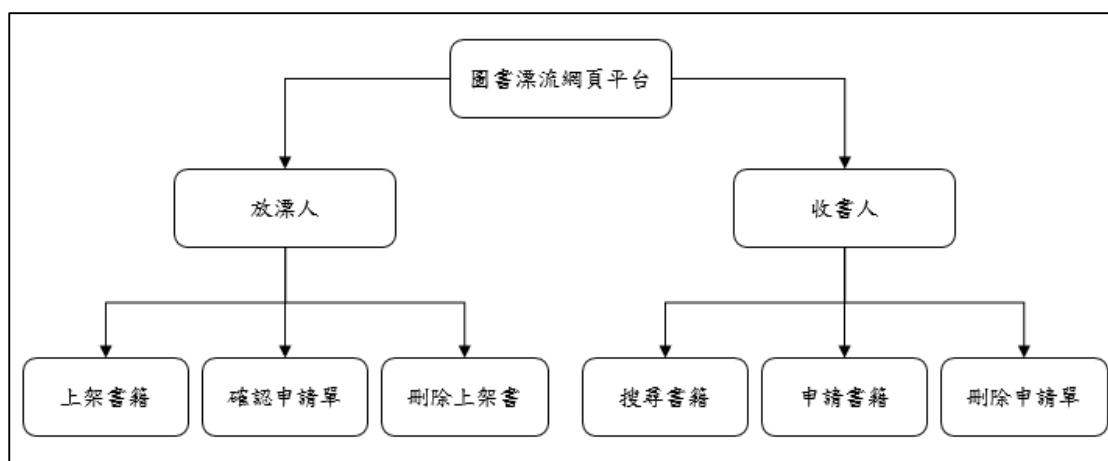


圖 3.2 圖書漂流平台功能

書籍從上架到漂出的流程如圖 3.3 所示：

1. 放漂人於平台上上架書籍。
2. 收書人於平台上申請書籍。
3. 放漂人同意收書人的申請單。
4. 放漂人獲得收書人信箱，收書人也獲得放漂人信箱，提供雙方互相聯絡。
5. 協調書籍寄出地點與運費等細節，寄出書籍完成漂流。

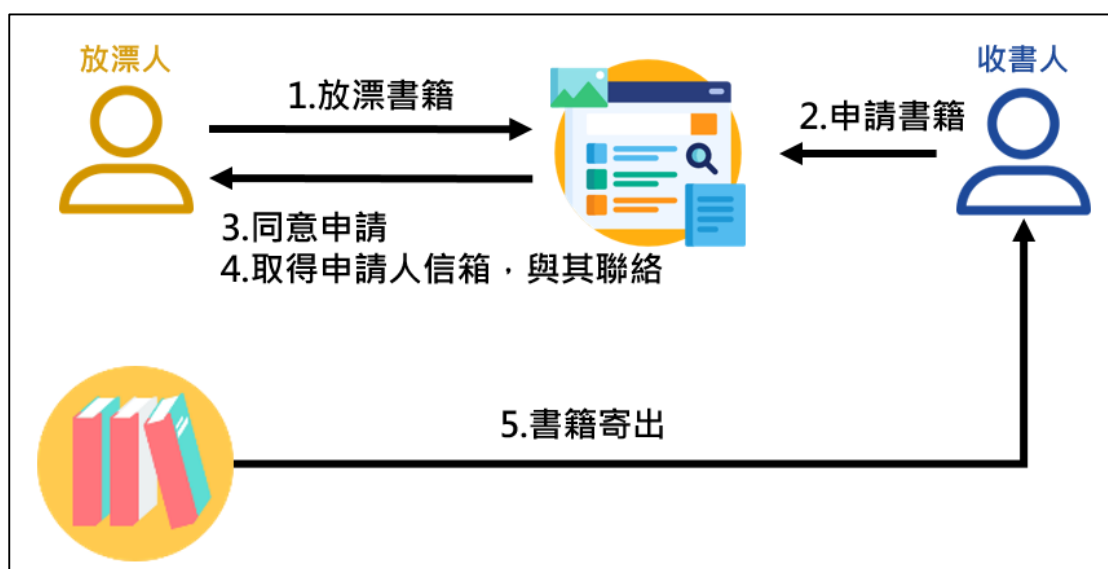


圖 3.3 書籍漂流流程

## 4 案例分析

此章節為圖書漂流平台實際案例使用與解說，分為共同功能、放漂人功能與收書人功能三部分。

## 4.1 共同功能

首頁頁面包含網站相關資訊與理念，右上角導航欄包含「首頁」、「登入」、「如何使用」、「上架漂書」、「申請漂書」、「我的書籍管理」與「登出」。若使用者點入「上架漂書」、「申請漂書」與「我的書籍管理」時尚未登入，會跳出登入警示，如圖 4.3。

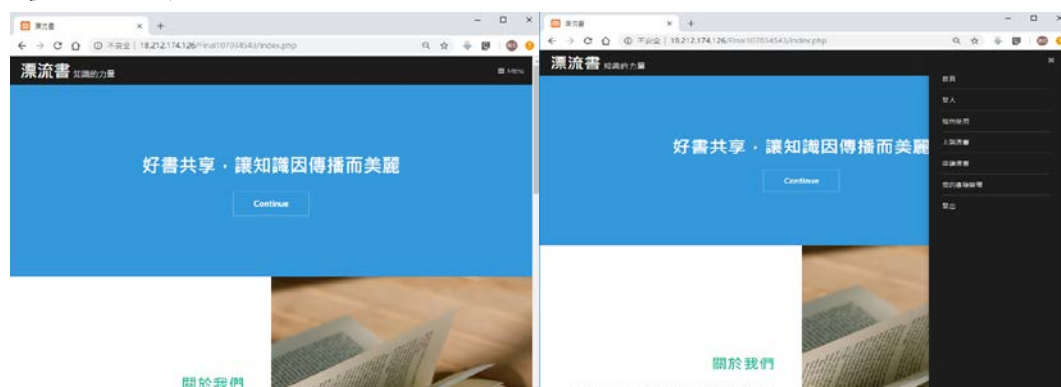


圖 4.1 首頁與導航欄



圖 4.2 「如何使用」頁面

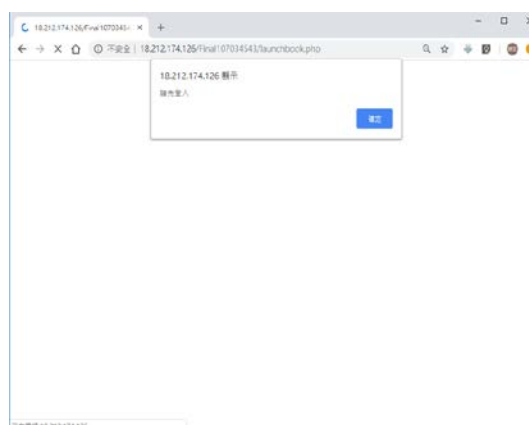


圖 4.3 登入警示

## 4.2 放漂人功能

放漂人能夠上架書籍，並且在「我的書籍管理」中的「誰申請我漂的書」，確認是否接受收書人的申請，同意之後可以在「我成功漂走的書」中看到該收書人的信箱，可以以此跟他聯繫詳細的書籍寄送地址。在「我尚未順利漂走的書」中可以看到上架但尚未被申請或是放漂人尚未同意申請的書籍，並且可以刪除。若刪除的書籍已經有人申請，但放漂人尚未同意，會跳出警示，通知放漂人同意申請。

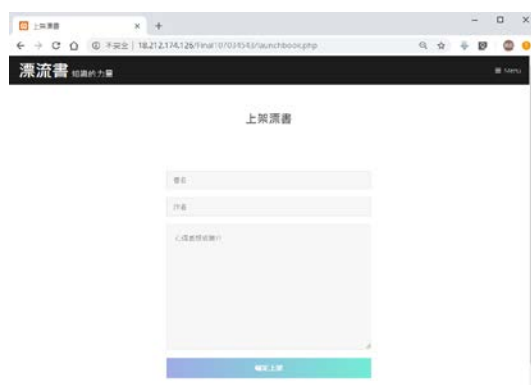


圖 4.4 「上架漂書」頁面



圖 4.5 確認申請與申請成功畫面

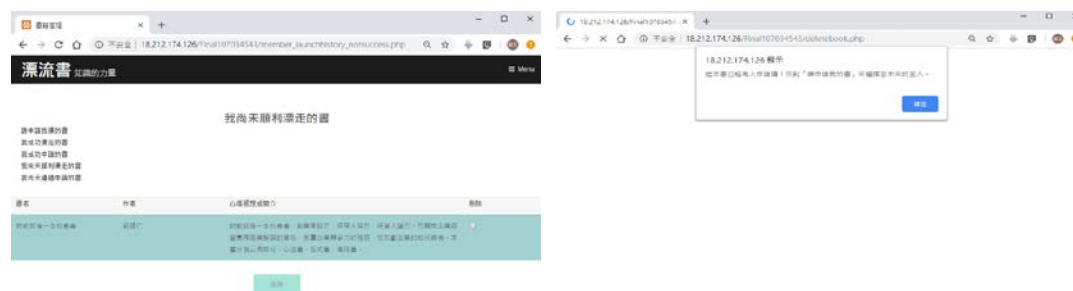


圖 4.6 刪除漂流書與警示

### 4.3 收書人功能

收書人可以在「申請漂書」中申請欲閱讀之書籍，一次只能選擇一本，選擇完畢可以在下方輸入想對放漂人說的話。在此頁面中有搜尋書籍的功能，如圖\_所示。收書人也可在「我的書籍管理」中的「我成功申請的書」得到放漂人的資訊，可以主動聯繫。在「我尚未通過申請的書」管理申請狀況，查看申請的書籍為等待中或是已經被別人漂到，也可進行刪除。

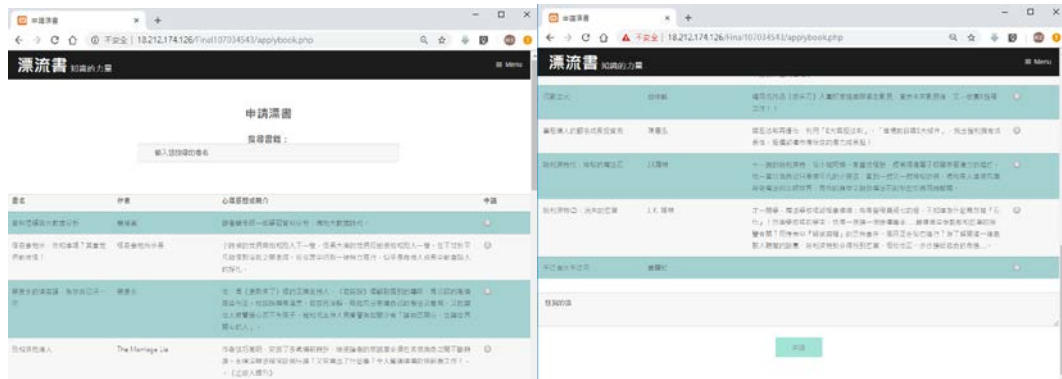


圖 4.7 「申請漂書」頁面

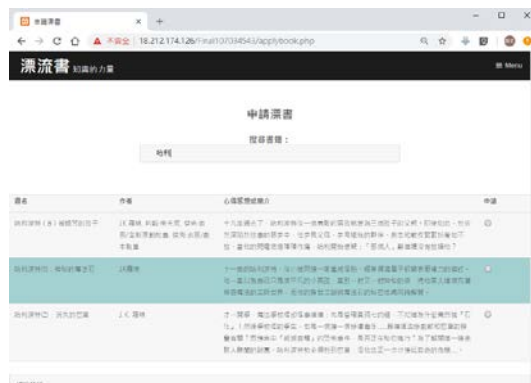


圖 4.8 搜尋功能

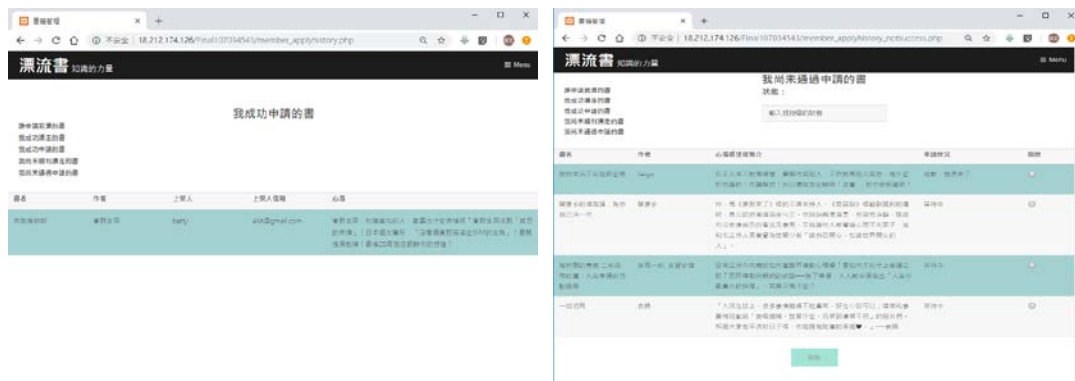


圖 4.9 成功申請的書籍與申請單管理

## 5 總結

藉由此平台，能夠減少實體漂流書站點的限制，降低地域性的約束，增加書籍的多樣性。如圖 5.1，使用此圖書漂流平台前，使用者會受到如前述的限制，而使用此平台後，各地的人都能上架書籍，也可以收取書籍。此為本研究的貢獻之一。另外，也能夠減少資源浪費，讓書的價值透過分享的方式發會到最大，更能以此平台推廣閱讀，增加人民人文素養。

未來希望能針對網站做更進階的功能，例如讓用戶互相評分，建立彼此的信任度。還有為書籍編號，建立書籍的漂流地圖，讓使用者能看到每本書的流向，避免人們有愛不釋手的習慣，讓使用者更願意將書籍分享出去，使圖書漂流能更長久的流傳。最後是新增討論去，讓使用者可以針對書籍做討論，互相交流。

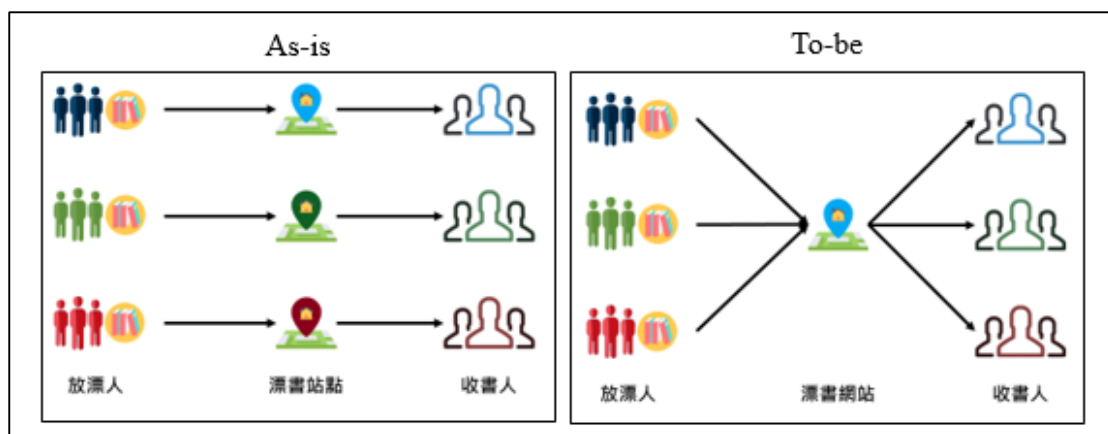


圖 5.1 Asis 與 Tobe 模型

## 6 參考資料

- [1] Matteo Corciolani and Daniele Dalli(2014), Gift-giving, sharing and commodity exchange at Bookcrossing.com: new insights from a qualitative analysis. Management Decision, Volume 52, Issue 4.
- [2] Bardhi, F., & Eckhardt, G.M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. Journal of Consumer Research, 39(4), 881– 898.
- [3] 雷叔雲(2006)。一本書的驚異奇航-談漂書運動。全國新書月刊，95，頁 4-7。