

## 傳遞書的溫度及心的溫度--辦理「2016世界閱讀日」隨筆

參考組 傅彥儒

在自家的信箱紙堆中整理出廣告單和帳單，這是許多人的日常瑣事，但若這些冰冷的紙張中夾雜了意外的祝福，總能讓人備感驚喜。前些日子意外收到朋友旅外時寄來的明信片，滿載著心情和祝福，再思及友人奔波在外，猶願費時書寫滿紙的祝福，能有友人這般殷勤掛念和祝福，心中便覺無限和煦。

彼時適逢今年世界閱讀日的發想期間，期望能把自身的感動複製到更多人的生活之中。現代通訊技術雖便利，無論用電腦或手機都能夠便利地與人交談，但這樣便利的方式卻總讓人覺得少了幾分情感。如今卡片及明信片已越來越少人使用，但收到實體祝福的人，卻總是更能感受到對方的溫度。我們便規劃透過寄送明信片的方式，傳遞心意給久未相逢的親友並分享一份閱讀的心情。

幾經揉捏，是年世界閱讀日以「分享繪喜閱」為標題，實體結合插畫，核心理念則是分享，共辦理三個子項目：

- 1.郵寄你的閱讀心事(邀請讀者來寫明信片，由館方代寄)
- 2.午後的禪繞畫體驗(體驗插畫的基礎樂趣)
- 3.用好書交流好書(自由漂書，流通組辦理)

終末之時，明信片的寄送幾近寄送完畢，禪繞畫的報名也額滿，也有不少讀者帶了書來自助交換。結案的數據看似相當漂亮，但過程卻是不斷努力和調整而來，且也讓我們明白仍有許多進步空間。為了發掘讀者的習性和需求，本次系列也置入部分實驗性的做法，讓我們更加了解讀者。這都成了我們的寶貴經驗：

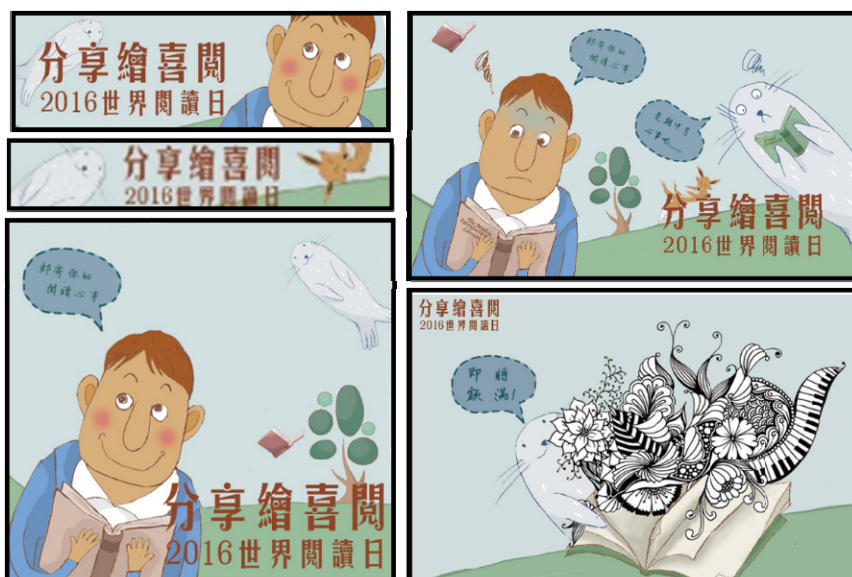
### 宣傳通路的多元化和視覺化

現有的活動宣傳通路十分多元，許多活動成效不彰，往往是訊息無法傳遞給目標族群。現在常用的方式如：張貼海報、圖書館網頁、校網廣告、臉書圖文、電子郵件……等。許多通路媒體的版面並不適合作大量資訊的露出，因此額外架設活動網站儼然也已成趨勢。如此的好處是平面設計時僅須留下必要資訊，甚至不提供資訊，僅做興趣的提起，少了文字的排版，編排和視覺獲取都簡化許多。而缺點是閱聽者如果需要更多資訊，勢必要利用手機或電腦再做瀏覽。也因此平面設計是否能吸引人，便格外重要了。

現在許多免費的架站平台可以快速地提供網站架設，不儘快速、美觀、有些網站甚至提供統計數據，我們可以透過交錯時程排定的做法，分別推出

不同通路的露出，再從統計數據比較各種通路引入的閱聽人數量推斷各個通路的觸及成效。

從此次和過去經驗幾乎可以確定，電子郵件或校園電子報的成效極低，不僅讀者收了信不讀，甚至是連信箱都不曾打開。也發現各種通路的觸及比例相當平均，因此未來進行活動推廣的宣傳通路會需要考慮的面向將越來越多。



針對不同媒體特性和主題內容，須使用各種不同形式的視覺平面

我們也發現突出的視覺化設計和強化敘事效果也較能夠吸引閱聽眾。許多閱聽人因為被有趣的圖片或突出的視覺設計吸引才會點擊觀看訊息。這也再次說明視覺版面的重要性。

### 化被動為主動

系列活動甫推動時，讀者的回應並不多，每日只有零星的讀者詢問。待活動時程過半，推廣的成效比例仍有限。推廣時便改變被動等待讀者來參與的姿態，主動向讀者做推薦。先是從身邊經常入館的讀者及館內的工讀夥伴開始，邀請他們一起參與活動，待他們參與後，亦更容易推薦給其同學朋友們，成為活動的推廣前線。此外也另外擇一日於館外擺設簡易的攤位，主動招攬學生參加，當日即邀請到大量的讀者參加。從中也得知，即便我們發布了許多實體和網路訊息，甚至海報就在讀者們日常行經的場域，許多人還是沒有注意到。而最簡單直接的方式，看似傳統，成效又慢，但執行起來卻展現了快速的影響，也能和讀者建立互動關係。



由於推廣成效有限，遂主動到館外擺設攤位宣傳

### 活動的主題訂定至關緊要

圖書館辦理的活動類型越來越多元，從原本閱讀、圖書館利用教育相關的活動，至今圖書館從藏書閱讀的角色逐漸走向多元學習的支援場域，凡與進修學習的活動，都可能是圖書館積極嘗試經營的方向。本次辦理禪繞畫的體驗課程之迴響意外地快速，訊息隨整體包裝露出後即有不少讀者報名，最終也報名額滿。在這個活動中不僅不需要以獎勵品吸引讀者，更是連獨立的網路宣傳都還沒做就幾近額滿。從讀者的回饋中也發現，讀者會參加講座往往是因為對主題有興趣，且較偏好具互動性及實作性的活動。

### 缺席的問題難解

講座類型的活動中，參與者報名後缺席，一直是主辦單位難以克服的問題，也因此人數拿捏上也總會預留一至兩成的缺席名額。然本次活動於舉辦前一日以簡訊通知參與者，卻仍有近三分之一的讀者無故缺席，不僅影響活動成效，也剝奪了未及報名讀者的權益。除了簡訊以外，尚能以什麼方式確認出席意願或減少缺席率，是未來值得共同探討的問題。

### 社群網站的經營與商務廣告值得投資

透過社群網站作推廣已是時代趨勢，本系列活動的讀者亦是以社群網站獲得資訊者為大宗。然而社群網站經營確是不易，若無平日耕耘累積固定的粉絲數量，亦難以在推廣的關鍵時刻達成效益。社群網站的經營可謂是處處細節，我們嘗試了不同類型和時間點的網站發文，若是發佈的時間點不當，

抑或呈現方式不適合，都可能成效不彰。此次也發現適度購買廣告增加訊息露出量，不僅可以引進不常瀏覽的讀者，也提高讀者確實點開觀看的深度觸及比例。竊以為在服務推廣時，圖書館除了過去的宣傳方式，亦可考慮適度給予社群行銷商務推廣預算。

### 活動辦理時間期程須琢磨研究

從參與活動的讀者回饋中可以發現，讀者對於活動辦理的時間總是頗有微詞，理由是活動舉辦在平日的下午，若有課堂會無法參與。在時間的訂定時，確有許多難處，除了考量課堂時間外，亦要授課的講者能夠配合。故圖書館辦理活動時僅能盡量避免多數通識課或必修課的時間，無法面面俱到。另一方面，也考量若將活動辦理在晚間或週末，讀者恐有其他外務或活動安排，所以也鮮少安排在課後的時間。究竟要如何訂定活動的時間，未來或可與讀者多做溝通並與他館共同討論，找到能符合最多人期待的時間點。

### 後記

我們邀請讀者參加明信片寄送時，總有很多讀者羞怯的表示不知道要寄給誰或是不知道要寫什麼，但當他們坐下來書寫時，卻總是專注地傾注心意在紙張上，最終不知道要寫什麼的讀者總是意外地刻下滿紙的祝福，多得連地址都無處落寫。又後來，讀者遇見我時告訴我，對方收到明信片時非常驚喜，他也覺得很開心，所以特地要告訴我。也從這個活動中，我們看見讀者用心地推薦一本真心喜歡的書給對方。這些分享閱讀的心情和祝福的心意能夠傳遞流動，便使我們覺得，早先所做的一切努力，算是值得了。



同學回饋表示對互動式或動手做的活動比較有興趣