第一图书网, tushu007.com

<<公共图书馆宣传推广与阅读促进>>

图书基本信息

书名：<<公共图书馆宣传推广与阅读促进>>

13位ISBN编号：9787303155989

10位ISBN编号：7303155988

出版时间：2013-1

出版时间：李超平 北京师范大学出版社 (2013-01出版)

作者：李超平

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

作者简介

李超平，浙江大学公共管理学院信息资源管理系副教授，从事图书馆学、情报学的教学与研究。研究兴趣包括：图书馆学理论、公共图书馆管理、阅读研究等。

书籍目录

上篇公共图书馆的宣传推广 第一章概述 第一节公共图书馆宣传与推广的概念 第二节公共图书馆宣传推广的功能 第三节公共图书馆宣传推广的前提条件 第四节公共图书馆的公共关系与宣传推广 第二章公共图书馆宣传推广的理念与方法 第一节现代营销学与图书馆 第二节CIS战略与公共图书馆宣传推广 第三节公共图书馆宣传推广的创意 第三章公共图书馆宣传推广实务 第一节公共图书馆宣传推广的类型 第二节公共图书馆宣传推广的原则 第三节公共图书馆宣传推广的媒介 第四节公共图书馆宣传推广活动的组织 第五节媒体与网络宣传推广操作实务 第四章公共图书馆宣传推广的社会合作 第一节社会合作的目的与意义 第二节与社会机构合作操作实务 第三节社会人力资源的运用 下篇公共图书馆的阅读促进 第五章阅读与阅读研究 第一节阅读的含义、价值与动因 第二节阅读研究 第三节社会阅读 第四节重要阅读理论 第六章国际阅读促进活动 第一节国际阅读运动概述 第二节国家层面的阅读促进运动 第七章公共图书馆的阅读促进实务 第一节公共图书馆阅读促进概述 第二节公共图书馆阅读促进的方式 第三节公共图书馆阅读活动的类型 第四节公共图书馆阅读活动的组织

章节摘录

版权页： 插图： （一）图书馆简介 当一个公共图书馆面向民众介绍自己的时候，首先需要明确的对象，即图书馆简介是给谁看的，当然不会是给自己看的，也不是给同行看的，更不是给政府主管部门的管理者看的。
如果需要给同行看、给政府管理者看，那应该是另一个版本，一般民众与同行、政府管理者是很难同时兼顾的。
确立了阅读对象以后，还需要确立普通阅读者最希望看到的是哪些内容，站在他们的角度，一般而言，他们只是需要知道这是一个什么样的公共图书馆，有什么样的资源和服务，哪些内容有可能吸引他们，等等。
制作图书馆简介时，要避免出现下列问题。
（1）内容太长。
如果读者需要花费太多的时间和耐心才能读完一份图书馆简介，他们通常会选择放弃阅读。
内容太长的另一个弊端是容易把读者真正想了解的信息分散和屏蔽掉，影响他们对图书馆的了解。
（2）使用专业术语。
由于面对的是普通民众，他们中大多数人不熟悉专业术语，哪怕是已经使用较为普遍的专业术语，比如“检索”，显然不如“查找”更容易理解。
（3）炫耀政绩。
避免在图书馆简介中叙说自己做了什么、获得了哪些荣誉。
图书馆做了什么是关系到图书馆自身的职业责任问题，它不是阅读者感兴趣和需要知道的内容。
图书馆取得了荣誉，或许希望跟用户分享，但不能强行地向他们炫耀。
（4）叙述馆史。
图书馆简介的主要目的是让阅读者了解图书馆现状以便决定是否使用，除非有进一步了解的需要才可能产生阅读馆史的愿望。
是否需要进一步了解应该由阅读者自己来决定，所以最好的办法是在图书馆简介的页面给出链接。
（5）公文色彩。
应该从两个方面避免公文色彩：一是内容，比如图书馆将来的发展目标、工作预期等；二是语言，严谨、刻板的公文语言会减弱其可读性，应该避免使用。
（二）用户手册／指南 用户手册／指南是引导用户使用图书馆的辅助性工具，好的用户手册／指南应该使用户感觉信息完备，通过它可以顺利地使用图书馆。
用户手册／指南的内容一般包括以下几点。
（1）告知。
告知用户使用图书馆必须了解的信息，如开闭馆时间、交通、入馆须知、办证及借阅程序与规则等。

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com
<<公共图书馆宣传推广与阅读促进>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com