

文旅融合背景下省级 公共图书馆阅读推广服务研究

文/岳巍

摘要：随着人民群众对生活品质的要求和对文化的需求逐渐提升，各地纷纷推出结合本地特色文化的文旅融合项目。公共图书馆作为社会主义公共文化服务体系的重要组成部分，承担着“推动、引导、服务全民阅读”的重要任务。为应对好文旅融合的发展要求，公共图书馆应将文化服务与旅游服务相结合，不断改进发展战略，提高服务水平。基于此，本文简要研究省级公共图书馆文旅融合发展策略。

关键词：文旅融合；省级公共图书馆；阅读推广

公共图书馆是指向社会公众免费开放，收集、整理、保存文献信息并提供查询、借阅及相关服务，开展社会教育的公共文化设施。公共图书馆文旅融合这一名词的提出较为新颖，目前未找到明确的公共图书馆文旅融合这一概念的解释。公共图书馆文旅融合是以公共图书馆所拥有的文化旅游相关资源为主要纽带，以公共图书馆为主体，结合“诗与远方”的美好愿景，利用理论与实践相结合的方式所开展的多层次、多方面、多功能的文旅融合活动，并借助现代科学技术为旅游者提供具有文化特色的旅游产品、文化服务或特定场景的相关服务。公共图书馆文旅融合包

括空间资源、人力资源、馆藏资源等融合，是一种多方互利共赢的新模式，可为文旅融合事业的发展注入活力^[1]。

一、文旅融合概述

文化产业是对文化的加工与再生产，是以各类实体或虚拟文化产品为主要依托物，满足人们对于文化的需求的产业，包括文学创作、舞蹈和影视剧等；旅游产业是随着旅游业的发展，各行业要素相互融合、相互交叉形成的具有紧密联系的产业链，包括游览行业、接待行业、交通行业、商业等。对于文化产业和旅游产业之间的关系，现阶段主要有两种不同的理



解,一种是强调旅游产业与文化产业两者之间的差异性,通过包容的方式将两大产业的共同特色融入另一方;另一种将文化旅游合并理解为广义的产业融合,未对两者之间的区别进行细分。本人认为文旅融合是旅游产业和文化产业的发展方向,未来文化产业将会与旅游产业更深地融合,把文化融入旅游中凸显旅游中的文化因素,让旅游带入特色文化元素更具底蕴,实现一加一大于二的融合发展模式。

二、文旅融合背景下省级公共图书馆阅读推广的重要性

(一) 宣传地方文旅特色

随着近年来人们对优秀传统文化及文化旅游的关注度不断提升,无论是外地游客还是本地居民,基本有着接触、了解、学习特色地域文化的浓厚兴趣,如果图书馆能够面向广大读者群体,积极开展有针对性的公共文化服务,那么当地的各种特色地域文化可以得到有效宣传,逐渐被更多人了解。而在旅游宣传方面,图书馆则能够通过阅读推广工作的有效展开,对本地的特色旅游资源进行详细介绍,将各种旅游项目的魅力充分展现给更多读者,以达到吸引潜在游客前来旅游的目的^[2]。

(二) 拓展公共服务体系

图书馆的核心职能是为读者群体提供各种各样的公共文化服务,帮助其熟悉、掌握各种文化知识,不断提高个人文化素养,并对文化产业与旅游业的发展起到促进作用,而阅读推广服务的有效展开,能够使公共服务的形式得到有效拓展。在游客旅行处于疲惫的状态时,图书馆能够通过阅读推广服务的宣传,为广大游客提供休息、遮蔽、界限空间等方面的社会服务,使其在安静、明亮、整洁的环境中放松身心。而在游客对当地旅游资源不够了解的情况下,图书馆可以通过对各种阅读推广活动的组织,对地方特色旅游资源进行详细介绍,并提出各种各样的游览观光建议,为广大游客提供旅游指导方面的公共服务。

三、省级公共图书馆文旅融合存在的问题

(一) 宣传推广不力

长期以来,公共图书馆给人们留下一种存储书籍传递知识但缺乏创意以及活力的刻板印象,随着社会的发展,在时代的要求下公共图书馆虽然功能不断增多,服务内容不断创新,但是依旧没有立刻吸引住人们的眼球。文旅融合概念的提出已经有了一段时间,但是对于一般群众来说文旅融合还是一个陌生的概念,群众目前尚未有一个良好的渠道了解这些信息,这对文旅融合的推进是十分不理想的。现在公共图书馆主要还是依靠被动的形式来吸引读者,缺少主观能

动性,对活动前期的宣发工作没有做到位,并且很少举办文旅融合方面的展览等活动,而且活动仅限于表面,缺乏有内涵有深度的活动内容,难以真正使群众产生兴趣,对于有兴趣参与活动的也会受限于活动形式收获较差的活动体验。

(二) 专业人才紧缺

专业型人才的紧缺是制约文旅融合产业更好更快发展的关键性因素。文旅融合产业是以文化和旅游产业为主,多种产业混合形成的新型产业,需要大量对文化、旅游、运营、管理各个方面皆较为精通的复合型人才,没有人才力量那么发展也无从谈起。当前,一些省级公共图书馆缺乏专业的技术人员,有的工作人员疏于专业技能的学习,可外出学习、交流的机会也相当有限,不利于整体服务水平的提高。

(三) 融合技术单一

新技术的应用能为公共图书馆文旅融合发展带来新活力,但省级公共图书馆在文旅融合中涉及新技术的应用较少。现阶段开展的活动一般包括线上阅读活动以及线下的游园、展览、观影活动,虽开展种类多样,但活动形式较为陈旧,不具新意。随着文旅融合产业的发展,游客已参与过各种形式的文旅融合活动,一般的活动形式很难再具有较大的吸引力,而活动形式老旧的重要原因之一就是技术手段的单一。

(四) 深度融合受限

合作与交流是当今社会发展的主旋律,合作是通往成功的基石,交流是取长补短的重要途径,与外界交流合作并建立长期友好的关系对图书馆的发展至关重要。但是部分省级公共图书馆对文旅融合地开展依旧是“闷头苦干”“闭门造车”,与旅游、交通、餐饮等行业合作较少。另外,在对读者提供的服务方面,省级公共图书馆受限于“以书为本”的理念,缺乏对读者的人性化关怀,既没有很好地将旅游元素融入馆内服务中,也没有考虑到读者的文化休闲、情感交流等需求^[3]。

四、文旅融合背景下省级公共图书馆阅读推广的可行模式

(一) “交通+阅读”模式

交通出行作为游客旅游活动的重要组成部分,虽然看似与阅读并无太大关系,但由于游客出行过程中的空闲时间比较多,因此图书馆在依托文旅融合背景进行阅读推广时,同样可以将游客的交通出行活动与阅读活动联系起来,通过为游客提供旅途阅读资源的方式,引导其利用旅途中的空闲时间阅读。在短途旅行方面,图书馆可选择在地铁站、公交站点设置图书自助借还机,并与微信小程序等平台绑定,使游客通

过扫码借阅的方式,获得有关旅游攻略、景区介绍、地域历史文化等内容的书籍资料,在地铁、公交上阅读,待阅读结束后再借助下车站点的图书自助借还机将图书直接归还。在长途旅行方面,图书馆可以在高铁站、公路客运站建立专门的读书驿站,设置图书自助借阅机、电子书借阅一体机、电子阅读设备等,同时存放与旅游攻略、景区介绍、地域历史文化等内容有关的实体书籍,为即将出行的旅客提供多样化阅读服务,使其能够在候车、乘车期间阅读,并于本站或终点站归还书籍。此外,图书馆还可以选择在客流量较大的公交站点、地铁站、火车站、公路客源地等处定期组织线下阅读推广活动,通过旅游常识或地方文化知识有奖竞猜、图书抽奖赠送等方式吸引游客参与。

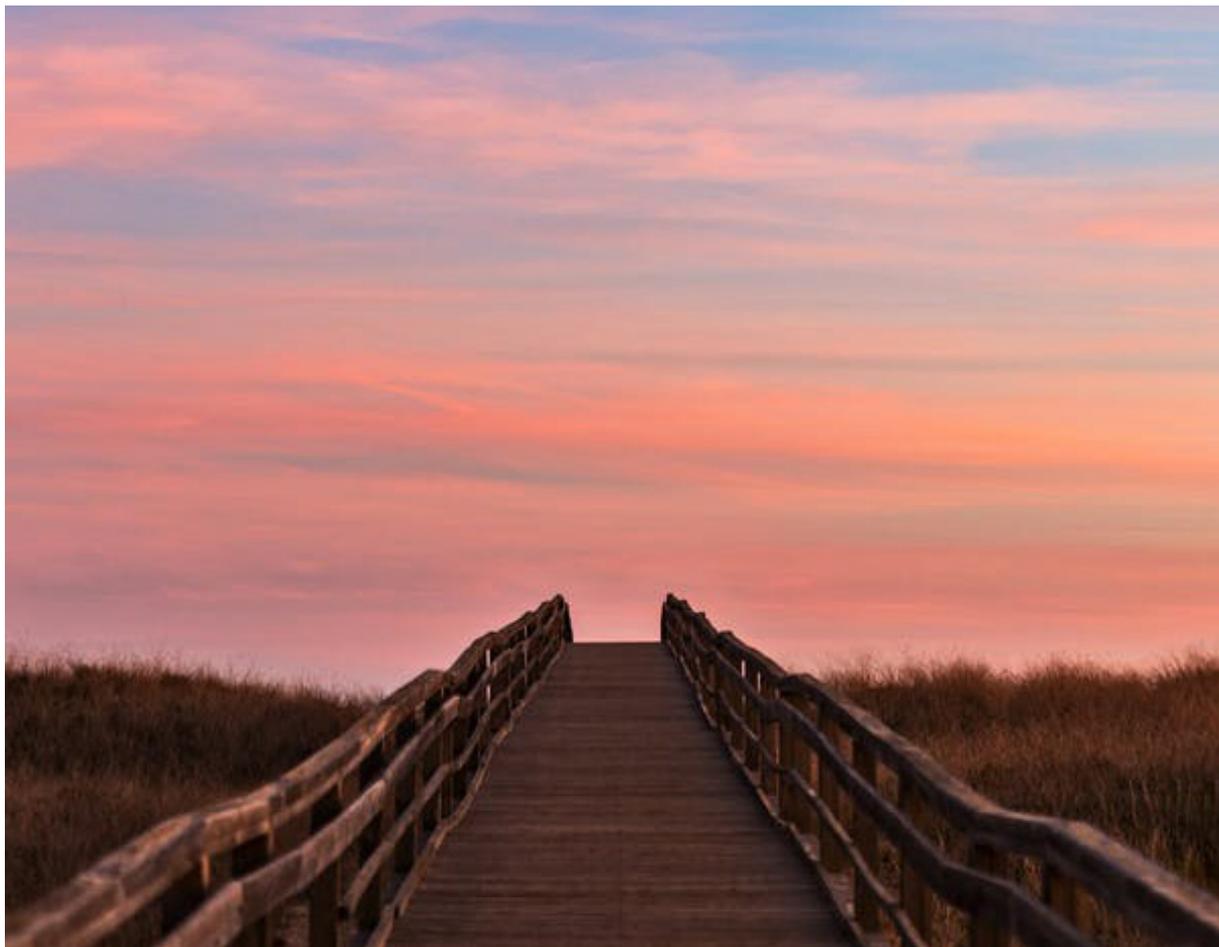
(二)“住宿+阅读”模式

图书馆要想做好阅读推广活动,引导、吸引广大游客积极阅读,并借此推动文旅融合发展,就需要将游客住宿与阅读活动有机联系起来,实行“住宿+阅读”阅读推广模式。在酒店住宿方面,可选择与酒店合作推出各种阅读推广服务,为入住的游客提供

购书优惠券、图书借阅抵扣房费等优惠,或是将图书借阅、购买方面的福利及数字图书馆链接直接放置在各个酒店预订平台上,以达到吸引更多游客入住并并行阅读的“合作共赢”目的。近年来,民宿行业迅速发展,可以选择与民宿企业合作,共同建设民宿图书馆,以民宿为载体,引进图书馆的各种资源和服务,使游客享受到更具特色的文化服务,于旅途休息期间阅读^[4]。

(三)“餐饮+阅读”模式

一些游客在外出旅游时,会选择品尝当地的各种特色美食,对于图书馆来说,为了实现阅读推广效果,可以充分利用游客喜爱美食的这一共同点,建立并实行“餐饮+阅读”阅读推广模式,将地方特色美食与阅读活动联系起来。在每年的旅游旺季,图书馆可选择与旅游部门合作,共同举办以地域文化元素相关的美食文化节,精选与地方饮食文化或民俗文化、生态文化相关的图书资源,在美食节进行推广,使游客在享受美食的同时,对美食的起源、制作工艺流程、取材及背景传说故事等有更多了解,并使旅游体验到进一步提升。而在游客对美食品质要求较高且个人



口味差异较大的情况下,图书馆可以与餐饮企业合作,共同推出个性化菜品定制服务,为游客提供与食品相关的各种图书文献、影像图片资料等资源,并鼓励其从书籍、影像图片资料中寻找灵感,定制各种美食。

(四)“文创+阅读”模式

文创产品本身也具有文化产品与旅游纪念品的双重属性,因此图书馆在进行阅读推广时,还可以选择将文创产业与阅读活动联系起来,实行“文创+阅读”阅读推广模式。图书馆馆藏历史文献资源丰富,可选择与文创企业合作,对具有地方历史文化特色的文创产品进行开发,并在文创产品销售阶段对产品相关历史文化及创作思路展开介绍,使游客在购买文创产品后,产生阅读有关历史文献的兴趣。而在公众审美、消费观念等方面个体差异较大的情况下,可以由图书馆推出文创产品个性化定制服务,鼓励读者积极参与到文创产品开发设计中来,将个性创意与图书馆文化资源融合起来,为文创产品开发提供创新思路,并得到更符合个人认知的图书资源。

五、文旅融合背景下省级公共图书馆阅读推广的策略

(一)重视服务形式创新

在文旅融合背景下,公共图书馆的阅读推广不仅需要面向本地居民,还要将庞大的游客群体列为阅读推广对象,要想吸引游客积极阅读,则需要准确把握其在旅游时可能会产生的各种需求及生活活动特征,并面向游客的各个特殊生活场景创新服务形式。在游客出行、观光游览、参与娱乐活动后比较疲惫的情况下,图书馆需要尽可能将阅读服务便捷化,通过送书上门、设立图书借还点等方式,为游客阅读提供更多便利。而在游客群体规模较大、线下推广活动容易受场地与成本等因素限制的情况下,则可以依托微信小程序、App、官方网站等,积极开展书单推荐、特色美食图片与饮食文化分享等各种线上阅读推广活动,有效提升阅读推广活动的影响力。

(二)打造阅读推广品牌

当前很多游客虽然比较注重旅游期间的文化享受,但对于公共图书馆的关注度还不高,如果图书馆按照常规方式来进行阅读推广,能够吸引到的游客较为有限。面对这一问题,图书馆还需要积极打造阅读推广品牌,通过定期组织某一主题精品阅读活动的方式,将精品活动品牌构建起来,并在持续开展活动的过程中逐渐提高活动品牌影响力,进而使精品阅读活动被更多游客或潜在游客知晓,成为当地热门旅游项目之一。

(三)重视馆舍与站点建设

在文旅融合发展过程中,由于图书馆本身属于地方旅游资源的一部分,因此有关图书馆单位要想有效进行阅读推广,还需要提高对馆舍、站点建设的重视,结合地域特色文化元素,对图书馆及各分馆的建筑及图书借还站点进行灵活设计,使有关建筑、设施更具观赏性,并在吸引游客阅读的同时,为其带来良好的游览体验。同时,还可以从游客的实际需求出发,为各图书馆分馆及站点配备更加完善的基础设施,满足其休息、娱乐、饮食等方面的简单需求,以达到优化游客阅读体验的目的。另外,图书馆还需要全面推动数字图书馆建设,为游客提供功能完善的线上阅读平台,并加强多区域图书馆间的联动合作,使其在获得良好旅游与阅读体验的同时,将阅读兴趣、良好阅读习惯长期保持下去,这也正是图书馆阅读推广的核心目的。文旅融合发展虽然使图书馆阅读推广的重要性得到了显著提升,但要想真正取得理想的阅读推广效果,图书馆还需要将“交通+阅读”“出行+阅读”“餐饮+阅读”等阅读推广模式落实到位,同时在阅读服务形式创新、阅读推广品牌建设、馆舍与站点建设等方面采取合适的阅读推广策略。

六、结语

综上所述,随着社会经济迅速发展以及精神文明建设持续推进,近年来国内游客旅游逐渐从单纯的景观观赏、休闲娱乐转变为对文化享受的追求,这不仅对旅游业的整体发展产生了影响,还为文旅融合带来了难得的发展机遇。省级公共图书馆作为文旅融合发展的主体之一,实现影响力、服务质量等各个方面的整体提升,则需要坚持从实际出发,对合适的阅读推广模式与阅读推广策略展开深入探讨。

参考文献:

- [1]林秋霞.国内公共图书馆阅读推广研究[J].兰台内外,2021(34):64-66.
- [2]王雪超,姚雪梅.图书馆文旅融合研究的热点与前沿[J].大学图书情报学刊,2021,39(6):116-121.
- [3]马静.红色文献在公共图书馆阅读推广中作用探析[J].图书馆工作与研究,2021(S1):136-139.
- [4]李振新.文旅融合下的公共图书馆服务创新路径[J].焦作大学学报,2021,35(3):76-78.

作者简介:岳巍(1982—),男,本科,馆员,研究方向:图书馆相关。

(作者单位:内蒙古自治区图书馆)