

文旅融合背景下公共图书馆阅读推广服务路径研究

董艳凤

(泰安市图书馆, 山东 泰安 271000)

摘要: 公共图书馆凭借其自身丰富的馆藏资源和良好的阅读环境, 一直以来备受民众的喜欢, 因此它自然承担着全民阅读的重任。随着时代的发展, 各地公共图书馆也通过举办形式多样、主题新颖的活动来进行阅读推广活动。过程中, 阅读推广服务质量好坏会对阅读推广效果有着直接影响。以产业融合和产业共生理论为基础, 结合各地公共图书馆阅读推广活动进展, 本文围绕“行、住、食、游、购、娱”六个基本旅游要素来对阅读推广服务路径进行探讨。

关键词: 文旅融合 公共图书馆 阅读服务 推广路径

DOI: 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.09.01

自从文化部、国家旅游局合并后, 新的文化和旅游部便将“文化+旅游”二项产业视为国家未来发展规划的重头戏, 通过创新产业模式, 促进产业融合, 实现国家经济发展“从量到质”的转变。就目前来看, “文旅融合发展”主要包括了公共文化与旅游服务, 重在为民众服务, 以提高综合效益的方式来不断满足新的需求。作为社会主义下新公共服务体系主要内容之一, 图书馆服务需要在“文旅融合”大背景下努力完善现有服务机制, 通过不断创新服务形式, 拓宽服务维度, 满足多样化阅读需求。

一、概念阐述

(一) 公共图书馆

作为一种带有社会公益性质的服务场所, 公共图书馆始终都是地方政府履行职能的主要对象, 从功能角度看, 公共图书馆在提升市民综合素质, 提高市民文化素养, 满足人们获取知识需求方面发挥了不可替代的作用。与高校图书馆和机关单位图书馆不同, 公共图书馆是面向社会大众的, 一切来自社会大众的阅读需求, 公共图书馆要无条件满足, 毫无保留地提供文化信息。显然, 公共图书馆的典型特征便是公共性, 所涉及的全部“产品”都是带有公共性质的^[1]。

公共图书馆开展全民阅读推广活动, 对于其本身不但能扩展业务范围, 还能够实现公共图书馆的社会价值, 使公共图书馆更好地为文旅融合提供助力。另外, 公共图书馆开展全民阅读活动, 可以在社会上形成全民阅读的良好氛围, 提高我国整体的文化教育水平, 推动旅游业的发展, 这样看来, 公共图书馆开展全民阅读推广活动可以推动文旅融合的深度。

(二) 文旅融合

文旅融合是以文化为核心, 以旅游为载体, 将两种产业融合在一起, 借助旅游来宣传文化, 其最终目的是趋近于精神领域。“文化旅游”, 顾名思义, 即“文化”和“旅游”, “文旅融合”背景下, 一切被涵盖在二者概念范围内的元素和事物, 都被视为融合对象。虽然“文化”和“旅游”并不新颖, 但“文旅融合”对于很多人来说却是一个十分新鲜的概念, 不少学者会从“业态发展”角度去审视“文旅融合”, 也有些企业家会从产业发展模式角度去思考“文旅融合”。当前比较主流的观点认为, “文旅融合”背景下, “文化”和“旅游”是互联互通的, 旅游产业是文化传播的重要载体, 而文化则是拓展旅游维度的重要资源^[2]。

作为公共图书馆来说, 是我国文明建设的重要场所之一, 也是我国文化教育推动的主要场所之一, 通过国内多家图书馆举办公共图书馆旅游展览活动, 不仅可以为我国的文旅融合起到一定的宣传作用, 还间接通过展览活动, 吸引游客, 促进旅游行业的兴旺。另外, 随着经济全球化的深入, 公共图书馆不仅是文化教育的重要场所, 还是与外界交流的重要桥梁。

二、相关理论基础

(一) 产业融合

伴随数字技术的发展, 产业融合开始被更多人提及, 产业交叉现象层出不穷, 融合所带来的积极影响日渐凸显。从2000年开始, 产业融合在不断摸索前进的过程中得到诠释, 它指放宽行业间联系限制, 以技术创新作为办法, 打破行业壁垒, 为不同企业和行业合作、竞争创造有利条件。产业融合概念诞生至今, 信息业始终占据核心地

位。但随着该概念传播和应用范围越来越广，其内涵也得到进一步充实，我国学者马健在谈及产业融合问题时，提出了自己的看法，他认为，产业融合指的是伴随着管制放松以及技术创新，产业交叉点以及边界在技术方面进行融合，将之前市场需求以及产品特征进行改变，企业以及产业合作与竞争也随之出现变化，最终产业界限不再清晰，甚至不得不再被重新划分。

从宏观上看，不同产业若要在内容和运营模式上实现融合，显然难于上青天，但技术不同，其本身并不受行业内容限制，相反行业发展若要通过技术完成维度拓展，就必须遵循技术原理和其本身的功能界限，让内容与技术特点相融合，以最大限度发挥技术优势。例如，计算机技术在当今各行业发展中均扮演着十分重要的角色，但计算机技术诞生之处并不是以服务某个或某几个行业为目的，非IT行业若要借助计算机技术实现效率提升，就必须遵循计算机技术应用原理和使用原则。现如今的信息技术也与此类似，这就是为什么说产业融合要以技术创新为突破口来实现，而非产业内容本身^[9]。所以，当前观点认为，技术融合是产业融合的基础，只有完全实现了技术融合，业务与产品融合才能成为可能，并指向市场融合这一最终目标。

（二）产业共生

产生共生的实现需要具备一定前提条件，即以产业融合为基础，同时满足协调性、互动性以及融合性。部分学者认为，产业融合与产业共生融合虽然看上去相类似，但其实存在较大差异，产业共生融合所关键的问题是，产业创新和产业价值是否在一定时间内获得提升，以及创新之后业务连接关系是否得到重建。而产生共生融合则更多看重价值活动，内容集中在市场、产品以及技术的融合等方面。相比之下，产业融合范围要比产业共生融合范围更为宽泛。由此上述内容可知，产业共生必须建立在产业融合基础上，若产业融合存在问题，或融合关系并不牢固，产业共生现象便不会存在。

对于共生融合，其运作前提是价值创造，且创造效果要具有持续性。另外，“互动”也是共生融合得以实现的前提，而若要使产业间发生持续的互联关联，就必须保证物质能量间不断进行重复交换。现代产业共生融合理论将产业间的互动关系分为四类：“主动—被动”“主动—主动”“主动—随动”“随动—被动”，各自特点及共生行为模式具体如下。

第一，主动—被动。共生行为模式为寄生共生，特点为，单向的能量流动，通常不会衍生出新能量。

第二，主动—主动。共生行为模式为对称互惠共生，

特点为，在分工以及合作的基础上衍生出新能量，通常均匀分配。

第三，主动—随动。共生行为模式为非对称互惠共生，特点为，在分工的基础上衍生出新能量，并不会均匀分配。

第四，随动—被动。共生行为模式为偏利共生，特点为，能量流动以及双向物质，通常只对一方有利，不过总能量有所提升。

对于本文所论述的“文旅融合”而言，其主要指旅游业与文化业之间的融合。但二者融合是直接从事产品开始的，并非技术融合，这似乎与传统意义上的产业融合具有一定差距。因此，在本文看来，当前所提及的文旅融合，不应完全遵循传统产业融合规律，而是要根据旅游业和文化业固有特点，从消费场景融合和消费者融合做起，慢慢转向市场融合，继而实现产业融合^[4]。结合“互动”类型来看，文化业和旅游业融合属于“主动—主动”互动关系，即上面所描述的第四类互动关系。在“分工”和“合作”两种基础方式作用下，文化业和旅游业产生了新的发展能量，随着新能力的逐渐积累，“对称互惠”式的共生模式诞生。需要指出的是，“产业共生”本身对不同产业间的融合方式有着比较苛刻的要求，只有“互动式”融合才能实现协同发展。

三、公共图书馆文旅融合服务推广模式

现行公共图书馆文旅融合服务模式围绕“行、住、食、游、购、娱”六个基本旅游要素来展开。具体模式包括：“交通+阅读”“住宿+阅读”“美食+阅读”“游览+阅读”“文化产品+阅读”“娱乐+阅读”。

（一）“交通+阅读”

包括短途旅行和长途旅行两种阅读推广模式。

1. 短途旅行阅读推广

第一，图书漂流。是指将阅读率较低（多指在指定阅读场所曾被多次阅读过，无人问津的图书）的图书置于公共场所，无偿地为游客提供循环阅读服务。“图书漂流”灵感来自日本的“驿文库”图书阅读模式，允许自由借阅，不设时限，只要自觉归还即可。该模式通常不设专人管理。

第二，自助借还。是指用户利用自助设备，根据阅读兴趣、偏好，自主完成书目检索、图书借还等服务的过程。比较有代表性的做法是：2015年，国家图书馆与京港地铁在4号线上建立了“M地铁·图书馆”，乘客扫描图书图片上的二维码即可下载、阅读该书。“M地铁·图书馆”借鉴了西班牙马德里市图书馆的做法，即在该市12个地铁站设立了自助借还书机，每台机放置图书200册，以满足乘客免费阅读需求，但要确保及时归还。

第三，主题阅读推广。是指针对不同群体或人群推广特定文献，或按地域划分，或按内容划分，或按范围划分。2019年9月，“M地铁·图书馆”系列活动在深圳市开展，此次活动之所以能够顺利举行，并受到广大阅读爱好者的支持和爱戴，与深圳市图书馆、港铁（深圳）、QQ阅读三方的协同努力相分不开。前期活动以“码上阅读”的形式来进行，“少儿阅读”和“文旅生活”是“码上阅读”的两个核心主题，以地铁出行为主要场景，将优质图书推荐给公众；而后期活动则以“线下阅读”的方式来进行。

2. 长途旅行阅读推广

2020年，广西首家“高铁读书驿站”在钦州东站候车厅被正式启用。面积总共27平方米，书刊数量超过500册，驿站配备自助式借阅机、电子书借阅一体机等设备。图书内容多涉及当地历史文化、民俗风情、旅游景观等。公众通过身份验证即可实现书刊免押金借阅，阅读完毕后及时归还。

（二）“住宿+阅读”

第一，民宿阅读推广。作为一种新兴旅游住宿业态，民宿在乡村振兴和乡村旅游发展中成为亮点。文旅融合背景下，民宿图书馆的实现主要是图书馆和民宿企业的通力合作，正是这一新路径的开辟，使“民宿”被注入新的文化内涵。以践行文旅融合发展理念为宗旨，丽水市莲都区图书馆经过反复调查摸底与科学选址后，在业务指导基础上，于2015—2018年间建设了24家民宿图书馆，总共耗资20万元，包括历史、地理、文学、艺术在内的各种学科图书共5,537册，丰富的阅读内容满足了人们畅想书海的欲望。

第二，酒店住宿阅读推广。作为旅游住宿的主要场所，酒店一直以提供舒适、优越、安静的休息环境，以及专业服务而备受好评，这一环境恰好也满足了人们读书的要求。2013年，全国第一家“书香门第”开业，这是“书香酒店”旗下最具特色的主题酒店，经过短短几年时间发展，“书香门第”已遍布全国十多个省份，数量超过40家。酒店平均馆藏书册数量多达1500册，最多超过2000册，年均增量超过15%，更新数量达到20%。这一独具特色的阅读推广模式包括如下两项内容：第一，旅客阅读推广模式。为更好满足旅客阅读需求，以及酒店推广需求，苏州当地书香酒店通过互联网平台，将苏州图书馆OPAC链接到酒店网站首页上，并在后期增加了公众号服务，这样旅客在线预约需求便得到很好的满足。为进一步减少旅客“阅读等待”时间，酒店在大堂、走廊，以及多个公共区域均放置了种类丰富的图书，客房图书数量不低于5本。第二，员工阅读推广。书香酒店不仅会极力满足各方游客阅读需求，还会鼓

励员工“多读书，读好书”，部分酒店会要求每位员工每月至少阅读一本图书，然后写一篇读后感。主要负责人会将优秀“读后感”刊登在酒店报刊或网站首页的读书专栏上，入选者会获得丰厚的回报。

（三）“美食+阅读”

1. 美食图书馆阅读推广

图书阅读和美食表面上看不出有任何关联，但将烹饪原理、技巧用文字方式加以表达后，图书阅读便与美食建立起紧密联系。随着人们“身体力行”需求变得日益强烈，美食图书馆便成为每一位美食爱好者的诉求。基于此，“衡山·和集美食图书馆”在令狐磊的精心打造下成为全国最具代表性的“美食图书馆”。“衡山·和集美食图书馆”馆藏丰富，包括美食类、饮食文化类书籍超过5,000册，为美食书籍爱好者提供了便利、优越的阅读条件。具体推广方式包括：一是分众阅读推广。“衡山·和集美食图书馆”按照不同人群需求，设置了“专业性美食阅读”“吃货美食阅读”等个性化阅读服务，以满足不同人群阅读需求。另外，顾客可以按照自身喜好，定制美食书籍所描绘的食品，有专业烹饪师傅提供“一对一”服务，其中最具代表性的便是“黯然销魂面”（出自张小娴小说）。二是体验式阅读推广。这是一种极具参与性和体验感的推广方式，厨房向每一位美食爱好者敞开大门，不仅提供了美味佳肴，更为有制作需求的美食爱好者提供了各种形式的烹饪条件。三是场景化阅读推广“衡山·和集美食图书馆”具有多重场景属性，白天主要以“阅读空间”的形式呈现在游客面前，到了晚上，“美食图书馆”摇身一变，成为浪漫、雅致的、带有鲜明巴黎小酒馆风格的“书吧”。为致敬经典，“书吧”内每一款调酒都以伟大作家名字来命名，读者或游客在享受美食、美酒之余，还可领略文化时尚与地域风情。

2. 美食节阅读推广

“美食节阅读”不同于“美食图书馆阅读”，其节日特征十分鲜明，集现场制作、展示、品尝于一体，整个过程中，地方特色文化得到推广。以安徽省阜南县图书馆为例，该图书馆充分利用了当地政府所提供资源，在地城镇举办了“荷花文化美食节”，活动中，包括生态、地方历史文化、美食等在内的多类图书满足了游客的阅读需求，在扩大地方图书馆社会影响力的同时，也使外来游客更好认识和了解当地特色文化。

（四）“游览+阅读”

1. 研学旅游阅读推广

该推广模式更多与提升学生综合素质为目的来开展，

特别对于中小學生群体来说。属于一种体验式教育与研究性学习相结合的旅游活动。2019年,金陵图书馆按照内容线路,以每月两期的频率持续推出了“诗游南京·文览金陵”主题活动,诚邀国内知名文化地理名家带领读者游览文化古迹,内容包括著名历史事件和名人轶事,以及经典古诗词鉴赏,读者在浓厚的文化氛围下学习和吸收了大量文化精华,使自身文学素养得到提升^[5]。

2.文化旅游阅读推广

该模式主要是为了满足读者自发性旅游阅读需求而设立的,这样能够获取到更多自身感兴趣的文化信息,获得更为深刻的体验感。“走读人文绍兴”是绍兴图书馆最具特色的一项文化旅游阅读活动,此项活动诚邀当地最具资历的文史专家,带领读者游览、观赏、品鉴越藏书楼、鉴湖、沈园、青藤书屋、云门寺等绍兴历史文化古迹,同时将地方主要文献资源推荐给读者,以满足他们深度阅读的需求。

(五)“文创产品+阅读”

“文创产品+阅读”不同于其他推广模式,其主要方式有两种,一是“文创产品制作与销售”,二是“文创产品制作体验”。

1.文创产品制作与销售

文创产品制作需要融合特色馆藏资源来实现,同时还需借助内容丰富的文学作品(包括主题),以及功能强大的科学技术,三者相融合之下,高质量的文创产品得以呈现在读者面前。在销售方面,基于互联网技术突飞猛进的发展,线上平台销售模式现已成熟,可以采取“线上+线下”相结合的模式开展销售活动。

2.文创产品制作体验

文创产品制作是一种提升读者参与感,发挥读者特长,增强读者文学创作欲望的一种创新型阅读活动。通过将个人创意或思想融入整个作品制作,以更好凸显作品个性化特征,以及创新价值。目前为止,关于文创产品制作这方面内容,国家图书馆所提供的资源更为丰富,活动形式也十分丰富。

(六)“娱乐+阅读”

1.节庆活动阅读推广

节庆活动与一般性公共活动不同,由于带有浓厚节日特色与地方特色,文化内涵深厚,因此深得外来游客喜爱。无论是活动内容还是形式,都有着浓郁的风土人情和传统习俗,加之有特色美食相伴,游客兴致盎然。以此为基础,阅读推广活动将会十分顺利地进行下去。宁波市图

书馆在2019年元宵节期间策划一起极具地方特色的展览活动——“宁波老味道”,活动中,很多当地独有资源和文化都通过游戏和阅读方式得到宣传,使外地游客对宁波有了更为深入的了解。

2.游戏阅读推广

作为一项极具娱乐性的阅读推广活动方式,游戏阅读推广在吸引“非阅读”人群注意力方面有着独特作用,特别对于青少年和儿童群体来说。2020年6月,广州市图书馆以“广图寻宝”游戏的方式开展了一次大众阅读的活动,游戏过程中,大部分读者“获取图书馆阅读资源”的能力均得到提升,同时也扩大了广州市图书馆社会影响力。

3.影视阅读推广

北京大学图书馆于2019年举办了“电影艺术阅读推广活动”,活动中,各路知名人士对电影叙事技术提出了自己的看法,并分享了成功经验。很多有资历的老演员也分享自己电影背后的故事。此类活动不仅能够提升读者影视鉴赏水平,对推广图书馆影视书籍也起到积极的帮助作用。

四、结语

产业融合或协同产业发展在我国并不新鲜,不少行业都在尝试,但将图书馆与文旅产业融合,或将文化业与旅游产业融合,在具体实践起来,还处于摸索阶段。不过公共图书馆之于文旅融合的重要意义可见一斑,公共图书馆需要通过开展更多的活动,加强促进文旅融合深度,提高我国整体文化教育水平,为文旅融合提供重要动力。本文对文旅融合背景下的公共图书馆阅读推广服务进行研究,结合多地区发展现状,讨论了不同融合模式所带来的效果,并认为,围绕“行、住、食、游、购、娱”六个基本旅游要素来推广公共图书馆文旅融合阅读服务,将有助于获得较好的推广效果。

参考文献

- [1]夏亮.文旅融合背景下的公共图书馆阅读推广[J].四川图书馆学报,2021(06):60-63.
- [2]杜秋英.文旅融合背景下基层公共图书馆阅读推广策略[J].科技资讯,2021,19(31):164-165,171.
- [3]康思本,徐红昌,夏旭.文旅融合背景下图书馆阅读推广模式与路径研究[J].图书馆理论与实践,2021(05):97-104.
- [4]云凤丽.文旅融合视域下公共图书馆地方文献阅读推广策略研究[J].河北科技图苑,2021,34(04):85-89.
- [5]白小燕.文旅融合背景下公共图书馆阅读推广服务创新[J].文化月刊,2020(11):146-148.