

Research on Innovative Pathways for Promoting Reading Publicity in Public Libraries

Tufu Huang Qian Zhang

Shangrao Library, Shangrao, Jiangxi, 334000, China

Abstract

The cultural and tourism integration innovation of public libraries essentially involves transforming reading behavior into a cultural consumption experience through spatial reconstruction, technological empowerment, and institutional breakthroughs. It is necessary to further strengthen three core capabilities: "content IPization, service scenarization, and communication socialization", making libraries an irreplaceable cultural hub in the urban cultural and tourism ecosystem. Under the dual background of cultural and tourism integration and digital transformation, public libraries need to break through traditional service models, deeply integrate cultural resources with tourism scenarios, and build a three-dimensional reading promotion system of "knowledge + experience".

Keywords

Public Library; Reading Promotion; Innovative Pathway

公共图书馆阅读宣传推广的创新路径研究

黄土福 张倩

上饶市图书馆, 中国·江西 上饶 334000

摘要

公共图书馆的文旅融合创新,本质是通过空间重构、技术赋能与机制突破,将阅读行为转化为文化消费体验。需进一步强化“内容IP化、服务场景化、传播社交化”三大核心能力,使图书馆成为城市文旅生态中不可替代的文化枢纽。在文旅融合与数字化转型的双重背景下,公共图书馆需突破传统服务模式,通过文化资源与旅游场景的深度耦合,构建“知识+体验”的立体化阅读推广体系。

关键词

公共图书馆; 阅读宣传推广; 创新路径

1 引言

在数字化浪潮与全民阅读深度推进的背景下,公共图书馆作为文化传播的核心阵地,正面临服务模式转型升级的迫切需求。深化跨界合作、构建多元生态,已成为突破传统服务边界、提升阅读推广效能的关键路径。

2 融合文旅资源,拓展服务边界

资源活化:构建文旅融合的阅读内容体系。地方文化IP的数字化转译,依托地域特色文化资源(如历史名人、非遗技艺、民俗故事),通过VR全景、AR互动、数字孪生等技术,将地方文献转化为可沉浸体验的文化场景。例如,开发“古籍中的城市”数字漫游项目,读者扫描书页即可触发3D历史场景还原,实现“阅读即旅行”的跨界体验。主题化资源库建设,围绕“红色文旅”“非遗研学”“生态科普”等主题,整合图书馆资源与旅游线路,打造“一书一景”的阅读地图。如省图书馆推出的“海丝文献书展”联动世遗景点,读者借阅相关书籍可兑换景区导览服务^[1]。场景重构:

打造“图书馆+”的文旅服务空间,嵌入旅游动线的阅读节点,在景区、交通枢纽、民宿等场景设置“文旅图书小站”,提供地方文献借阅、文化盲盒抽取、研学任务卡等轻量化服务。嘉峪关市图书馆通过“24小时智慧图书馆+文旅图书小站”网络,实现“游客即读者”的流量转化。夜间经济中的文化延伸,延长图书馆开放时间,策划“夜读剧场”“星空读书会”等活动,结合灯光秀、非遗展演等元素,将图书馆打造为城市夜间文旅地标。技术赋能:构建智慧化阅读推广生态,5G+AI驱动的个性化推荐,利用游客行为数据(如停留时长、借阅偏好)构建用户画像,通过小程序推送“文旅套餐”——如亲子家庭收到“非遗手作+童书借阅”组合,老年游客收到“地方戏曲+养生文献”包。元宇宙场景的跨时空体验,开发数字分身导览系统,读者可化身虚拟角色参与“历史人物对话”“古籍修复挑战”等互动游戏,同步生成个性化阅读报告并兑换文创礼品。

机制创新:构建多元主体协同网络,“图书馆+旅游机构”联合运营,与景区、旅行社合作推出“阅读积分换门

票”“研学证书认证”等激励机制,如省图书馆与乌镇景区联动的“古镇寻书”活动,游客完成指定任务可兑换船票。培养“文旅阅读推广人”队伍,通过馆员培训计划,提升其文化解说、活动策划、新媒体运营能力,打造兼具专业性与亲和力的服务团队。意大利 ICCU 的“BDI 经理课程”模式值得借鉴。、品牌传播:构建全媒体营销矩阵,短视频平台的“爆款”内容生产,策划“图书馆里的非遗”“馆长带读”等系列短视频,利用抖音、小红书等平台进行话题营销。如嘉峪关图书馆通过“外籍友人荐书”视频在海外平台获得超 10 万次曝光。跨界联名扩大影响力,与文创品牌、咖啡店等合作推出“阅读主题套餐”,如“地方志咖啡+特藏文献盲盒”,通过消费场景渗透实现文化传播。

3 创新技术应用,提升服务效能

智慧服务重构阅读生态,智能交互升级:5G+AI 技术支撑的智能导航系统,可实时分析读者动线热力图,精准推送个性化书单。如区图书馆通过读者数字足迹分析,实现新书到馆即精准触达目标人群。沉浸式阅读体验:VR 技术还原历史场景,如区图书馆将《巴渝通史》转化为三维互动展,读者可“穿越”参与历史事件决策。AR 书架则让经典名著封面动态呈现故事片段。场景化阅读空间再造,文旅融合场景:市图书馆与趵突泉景区共建“泉水书房”,游客扫码听泉声伴读《老残游记》。图书馆运河分馆推出“运河水系古籍 VR 漂流”,读者可虚拟泛舟查阅历史水文资料。社区微空间创新:乡村图书馆将拖拉机声转化为白噪音背景音,配合乡土文学阅读区,形成“原声阅读”特色场景。精准化传播体系构建,大数据画像推送:通过借阅记录、活动参与等数据构建读者知识图谱,如市图书馆为科技工作者定制“前沿技术专题包”,包含论文、专利、行业报告等多元资源。社交裂变传播:开发“阅读盲盒”小程序,用户完成阅读挑战可解锁名人荐书视频,分享至社交平台可获赠书券。可持续运营机制创新,文化 IP 孵化:嘉兴梅里有为图书馆挖掘当地“梅里”文化,开发梅子酒书签、竹刻书签等文创产品,收益反哺阅读推广。元宇宙阅读社区:构建虚拟图书馆空间,读者可化身数字人参与线上读书会,使用 NFT 技术收藏电子藏书票。

4 深化跨界合作,构建多元生态

跨界合作:打破行业壁垒,激活资源协同,跨界合作的核心在于通过跨领域资源整合,实现服务场景的延伸与创新。当前公共图书馆可重点推进以下合作模式:文旅融合:打造城市文化 IP,以阅读活动为载体,与城市旅游、文化创意产业深度联动。科技赋能:构建智慧阅读场景,引入 AI 技术、VR/AR 等数字工具,开发沉浸式阅读体验^[2]。如市图书馆联合艺术机构打造“多巴胺的夏天”立体展,将图书内容转化为可交互的艺术装置,吸引年轻群体参与。技术跨界不仅优化服务效率,更拓展了阅读的时空边界。企业协

同:拓展社会参与网络,联合企业开发员工阅读计划、社区共建阅读空间等。北京市朝阳区图书馆通过“馆店融合”模式,在商业综合体设立城市书屋,实现阅读服务与生活场景的无缝衔接。此类合作可降低运营成本,同时增强社会资源整合能力。多元生态:构建分层服务体系,满足个性化需求,多元生态的构建需以用户需求为导向,形成覆盖全人群、全场景的服务网络:空间生态:打造“无边界”阅读网络,借鉴图书馆经验,建立“中心馆-分馆-基层服务点”四级网络,通过流动图书车、草原书屋等延伸服务触角,实现“城镇十分钟文化圈”全覆盖。空间生态的拓展,使阅读服务突破物理限制,深入社区、乡村等末梢。内容生态:开发分众化阅读产品,针对不同群体设计差异化服务。例如,为青少年开发“阅读+研学”课程,为老年群体提供大字版图书与健康主题讲座。内容生态的精细化,可提升用户粘性,避免“一刀切”式推广的局限性。参与生态:激发社会共创活力,通过志愿者团队、阅读推广大使等机制,吸纳作家、艺术家等社会力量参与。市图书馆借助社交媒体发起“1 小时沉浸阅读挑战”,激发用户自发传播,形成“政府引导-社会参与-用户共创”的良性循环。挑战与对策:破解合作壁垒,保障生态可持续,跨界合作与多元生态的推进面临多重挑战,需针对性破解:资源整合难题:建立跨界合作协调机制,明确权责分配。例如,区图书馆通过数字化平台统一管理合作方资源,降低沟通成本。技术应用瓶颈:加强馆员数字技能培训,引入第三方技术支持。AI 推荐系统、大数据分析等工具的应用,需兼顾技术可靠性与用户隐私保护。可持续性风险:探索“公益+商业”的混合模式。

5 强化品牌建设,增强社会影响力

品牌建设:打造地域文化 IP,构建差异化影响力。深挖地域文化资源,围绕地方历史、民俗、非遗等元素,打造具有辨识度的阅读品牌。例如,图书馆以“阅读北疆”为主题,联动全区各级图书馆开展科尔沁皮雕体验、阴山岩刻展览等活动,将北疆文化融入阅读推广,形成覆盖全区的品牌矩阵。市图书馆依托“天下第一雄关”文化底蕴,推出“书香雄关”读书节、“图书馆之夜”等品牌活动,通过 IP 赋能提升城市文化吸引力。分层设计品牌活动,针对不同受众群体开发阶梯式品牌体系。区图书馆构建“四阶四维”青少年阅读推广模式,从 2-3 岁“线上故事会”到 8-12 岁“深读创享”计划,结合年龄特征设计互动式、沉浸式活动,年服务超 5 万人次。此类分层策略可有效提升品牌粘性与社会覆盖面。服务创新:构建智慧化、碎片化阅读生态,智慧图书馆建设,通过 24 小时自助图书馆、电子资源共享平台突破时空限制。勐腊县图书馆建成全州首个 24 小时自助图书馆,并开发“一卡通”通借通还系统,实现县域总分馆资源互联,年接待读者量增长 356%。此类技术应用可显著提升服务便捷性与用户满意度。碎片化阅读推广,利用新媒体技术打造“阅读+”

模式。结合短视频、有声书等载体,可适应现代人快节奏生活方式,扩大阅读触达面。跨界融合:拓展文旅合作场景,实现资源共生,文旅空间共建,将阅读服务嵌入旅游场景。市图书馆在景区设立“文旅图书小站”,推出“书中场景重现之旅”活动,使游客从“看风景”转向“品文化”;县图书馆在勐远仙境景区打造旅居康养书吧,结合民俗文化开展“阅旅勐腊”活动,实现文旅资源双向赋能。社会力量协同,建立“政府主导+社会参与”合作机制。市图书馆通过财政专项拨款支持“濠川文化大讲堂”,年举办活动超百场,吸引市民深度参与。此类模式可有效缓解资源瓶颈,提升活动可持续性。传播优化:构建全媒体矩阵,强化品牌声量,线上线下联动传播,线下活动结合线上直播、短视频扩散。图书馆利用“瀑布流”数字技术开展诗歌朗诵比赛,线上参与人次达13.6万;市图书馆通过社交媒体推广“图书馆之夜”活动,形成“现象级”传播效应。内容营销策略,结合重大节点策划主题传播。如围绕世界读书日、国庆节等推出“品读北疆经典”“红色之旅”等系列活动,通过故事化、场景化内容增强情感共鸣。评估反馈:建立动态优化机制,确保长效发展,多维度评价体系,参考品牌影响力评估模型,从基础设施、服务质量、传播效果等维度开展定期测评。例如,通过读者满意度调查、活动参与度分析等数据,及时调整品牌策略。风险防控机制,针对内容同质化、资源不足等风险,建立动态监测与应对预案。如通过专家智库支持活动创新,避免形式单一化。

6 完善评估机制,保障可持续发展

空间再造:构建新型阅读生态圈。主题化空间运营:借鉴“良阅书房”“晓风书屋”等模式,将阅读空间与地方文化基因深度融合。例如图书馆通过“阅读北疆”品牌,将科尔沁皮雕、阴山岩刻等非遗元素融入空间设计,形成“一馆一主题”的特色矩阵。智慧化服务延伸:“地铁书房·悦享馆”采用智能借还书柜,实现“轨道阅读”。文旅融合场景:开发“图书馆+景区”模式,如在历史街区设立主题分馆,结合AR技术还原历史场景,使阅读成为文旅体验的有机组成部分。

内容创新:激活文化基因表达。经典活化工程:内蒙

古图书馆开展《平“语”近人——习近平总书记用典》专题阅读竞赛,通过知识竞答、诗歌朗诵等形式实现经典文本的当代转化。在地文化挖掘:建立地方文献资源库,如杭州图书馆“宋韵文化”专题展,结合VR技术重现南宋市井生活,形成“可阅读的城市记忆”。跨媒介叙事:开发“有声图书馆”“剧本杀式阅读”等产品,如内蒙古图书馆“瀑布流”数字技术应用,实现静态文本的动态呈现。

机制突破:构建协同治理网络。社会力量参与:“新华书店+农家书屋”模式引入企业运营,通过公益创投、捐赠众筹等方式拓展资金渠道。馆际协同创新:长三角图书馆联盟开展“阅读马拉松”联动,实现资源互通、活动共办、品牌共建。数字平台赋能:内蒙古“书香北疆·码上悦读”云平台年举办473场活动,总访问量超3482万人次,形成线上线下融合的传播矩阵。

评估机制:闭环管理与持续优化。动态反馈机制设计,实时监测系统:部署物联网设备采集空间使用数据,结合读者评价系统实现“活动-反馈-优化”的闭环管理。多元主体参与:组建由读者代表、文化学者、社区工作者构成的监督委员会,定期开展服务质量评估。风险预警机制:建立活动效果评估模型,对参与率持续低于阈值的项目启动优化或退出程序。长效保障措施,政策支持体系:推动全民阅读地方立法,明确新型阅读空间建设标准与财政补贴比例。人才培养计划:设立阅读推广专员岗位,开展“文化经纪人”认证培训,提升队伍专业素养。

7 结语

总之,公共图书馆需持续关注技术发展趋势(如AI、元宇宙)和社会需求变化,探索“阅读+社交”“阅读+创意”等新场景,推动阅读推广从“服务提供”向“价值共创”转型。

参考文献

- [1] 韦彬.图书馆纸本外刊阅读推广研究[J].才智.2018,(3)12-13.
- [2] 潘晶.县级图书馆推广全民阅读的措施探讨[J].大众文艺.2015,(9)144-146.
- [3] 王远峰.公共图书馆助力乡村阅读推广路径探析[J].佳木斯大学社会科学学报.2024,42(6)221-223.