

# 澳大利亚地方图书馆文创产品开发思路及启示\*

——以昆士兰、新南威尔士州立图书馆为例

唐 义 王君洁

**摘 要** 地方图书馆是当前图书馆文化创意产品开发的重要主体。文章结合文献分析和网站调研,对澳大利亚地方图书馆文创产品开发的思路进行解析,归纳其在载体选择、内容设计、产品促销等方面的特点,最后从资源选择、地方文化元素再消化、产品种类、开发体系、增进社区关系等方面提出对我国地方图书馆文化创意产品开发的参考借鉴之处。表3。参考文献25。

**关键词** 地方图书馆 文化创意产品 澳大利亚

## Research on Ideas of Cultural and Creative Products in Local Libraries of Australia

——Take State Libraries of Queensland and New South Wales as Examples

Tang Yi Wang Junjie

**Abstract:** Local library is an important subject of library cultural creative product development. Based on literature review and website research, this study analyzes the ideas of cultural and creative products in Australian local libraries. Results show that these products have distinctive features in selection of material carriers, design of contents and promotion of products. Moreover, from the aspects of resource selection, local cultural elements to digestion, product types, development systems, and proximity to communities, the study puts forward references for the development of cultural and creative products in local libraries in China. 3 tabs. 25 refs.

**Keywords:** Local Library; Cultural and Creative Product; Australia

### 1 引言

2016年5月1日,国务院办公厅转发文化部等部门《关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》,强调了图书馆、博物馆等文化机构在创意产品开发方面的主体作用<sup>[1]</sup>。图书馆文创产品能够体现图书馆的文化内涵,传达图书馆的教育功能、经营理念和文化传播作用<sup>[2]</sup>。地方图书馆是以省级、副省级公共图书馆为中心,涵盖市、县、乡、社区等多个级别的图书馆的集合体,是开发文化创意产品的重要力量。2017年7

月,文化部确定37家省级、副省级公共图书馆为试点单位,带头推动图书馆文创事业的发展<sup>[3]</sup>。

在国内图书馆文创产品开发研究方面,相关成果主要介绍了图书馆文创产品开发的方向<sup>[4]</sup>、障碍<sup>[5]</sup>、授权模式<sup>[6]</sup>、侵权风险<sup>[7]</sup>、营销策略<sup>[8]</sup>、经营模式<sup>[9]</sup>,但也有不少研究成果介绍了欧美地区在文创产品开发方面的经验。纪双龙和马家伟对欧美7个图书馆的网上商店进行调研,探究其产品开发的思路和方法<sup>[10]</sup>;王毅和柯平<sup>[11]</sup>、张雅琪和柯平<sup>[12]</sup>、李平和曾伟忠<sup>[13]</sup>分别对美国、英国

\* 本文系2017年国家社科基金青年项目“‘资源驱动型’档案文化创意产品开发模式及其实现研究”(项目编号:17CTQ031)研究成果之一。

经验进行探究。澳大利亚幅员辽阔,拥有众多独特的动植物及自然景观,地方特色明显。此外,土著文化作为澳大利亚人文历史的组成部分,也具有极其鲜明的特点<sup>[14]</sup>。作为这些地方文化资源的重要收集者,澳大利亚地方图书馆保持着较高的发展水平。截至2017年底,澳大利亚全国共有1666个公共图书馆服务点,除国家图书馆、7个州立图书馆及2个领地图书馆外,大量服务点广泛分布在各个行政辖区<sup>[15]</sup>。马力围图书馆等多个地方图书馆在当地特色馆藏建设中做出了许多有益尝试<sup>[16]</sup>,在文化资源保护方面具有先进性。这都为澳大利亚地方图书馆文创产品的开发奠定了良好的基础,但我国目前还鲜有相关文献系统深入地分析澳大利亚地方图书馆文创产品的开发思路。本文选取澳大利亚这一地方特色鲜明、图书馆建设体系较为完备的国家,对其地方图书馆文创产品的创意实践情况展开分析。

## 2 澳大利亚地方图书馆文创产品概况

20世纪90年代,澳大利亚出台了“创意国家”(Creative Nation)发展战略,提出大力发展文化创意产业,力求为传统文化注入社会经济价

值。2009年,澳大利亚政府又出台了《推动创意——21世纪创新发展日程》,进一步强调文化产业的创新、创意发展<sup>[17]</sup>。基于丰富充实的文化资源,澳大利亚地方图书馆响应政府号召,推出了大量富有文化创意的商品。其中,维多利亚州立图书馆、新南威尔士州立图书馆、昆士兰州立图书馆、南澳大利亚州立图书馆、塔斯马尼亚州立图书馆等均设立了文创产品专门商店。商店所经营的商品,也从最初的书籍、印刷品逐步拓展到服饰、文具、餐具等贴近日常生活的创意用品。

昆士兰州、新南威尔士州在人口数量、经济、文化、社会发展水平等各方面均位居澳大利亚各州之前列,并且注重图书馆的建设。本文将以上述两州的州立图书馆为例,通过分析其文创产品的类型、内容、创意来源,探讨澳大利亚地方图书馆开发文创产品的创意思路,以期为我国地方图书馆的文创产品设计与开发提供借鉴。

### 2.1 昆士兰州立图书馆文创产品

笔者于2018年11月30日从昆士兰州立图书馆官网<sup>[18]</sup>上获知该馆的文创产品类型及内容,详见表1。

表1 昆士兰州立图书馆的文创产品

文创产品类型	文创产品内容
书籍	为好奇心强的人、逍遥物外者、家庭主夫(House Husband)、知识分子、发明家、浪漫主义者分别准备的书籍
海报	展出海报、复古地图、复古海报、复古建筑草图
文具	澳大利亚旅行笔记、爱书人笔记本、太空旅行笔记本、“我们的家庭传统”笔记本、爱书人铅笔套装、土著艺术系列笔记本
日历	“书的世界”(The World of Books)日历、贝克特日历、文学女性日历、达斯·维德家庭日历、澳大利亚印象派日历、日本版画日历、日本园林日历
首饰	粉色水母耳环
圣诞精选	各类圣诞主题产品
土著文化礼品	珊瑚斜纹围巾、卡伦·泰勒画作帆布包、阿尔玛花岗岩杯子、泰迪·吉布森杯子、露丝·斯图尔特茶托、奥托·西姆斯茶壶

续表

文创产品类型	文创产品内容	
文学主题礼品	爱丽丝梦游仙境陶瓷杯、“流动书车”(Bookmobile)图钉、“霍尔登·考尔菲尔德的帽子”图钉、“书是魔法”图钉、“小王子和玫瑰”图钉、“打字机和咖啡”图钉、红宝石鞋式样的伦敦茶具套装、福尔摩斯杯子、福尔摩斯袜	
特定人群礼品	给孩子的礼物	玩偶、童书、茶具套装、蜡笔、迷宮益智玩具
	给创意者的礼物	铅笔色素包、昆士兰复古海报、19世纪布里斯班地图、幻想类图书
	给他的礼物	钢笔、墨水、门萨谜语牌、昆士兰建筑模型、殖民地时期建筑风格模型、昆士兰航海复古海报、昆士兰“烟草女孩”旧海报、投资和冒险类图书、父子共读类图书
	给她的礼物	考拉茶杯、金合欢树茶杯、笑翠鸟茶杯、仙人掌纸景、昆士兰女性类旧海报
	给历史爱好者的礼物	布里斯班历史类图书、殖民地时期建筑风格模型、昆士兰历史人文类旧海报、澳大利亚的第一张地图
	给语言爱好者的礼物	语言类图书,包括词典、乔叟诗歌导读
	昆士兰礼物	布里斯班和昆士兰全系列,包括丝巾、旧海报、书、茶杯、磁铁、帆布包
	其他	给爱好不明者的礼物

昆士兰州立图书馆的文创产品种类丰富,其网上商店将商品分为书籍、海报、文具、日历、首饰、圣诞精选、土著文化礼品、文学主题礼品以及特定人群礼品等九大类,下文着重对书籍与海报、文具与首饰及特色礼品展开介绍。

### 2.1.1 书籍与海报

书籍、海报类文创产品的开发基于昆士兰州立图书馆的馆藏资源,凸显不同主题特点、不同时代特征或面向特定人群。

文创商店将书籍按照建筑设计、烹饪、儿童、历史、土著文化等类别排列。与一般书店不同的是,文创商店的每一类图书中都有昆士兰州的地方印记。烹饪书籍中,《昆士兰的味道》(Flavours of Queensland)介绍昆士兰当地美食;建筑设计图书中,《1880—1920年的昆士兰房屋》(Building of the Queensland House 1880-1920)以文字与图片的形式描绘了当时的木工技术;土著文化图书的地方特征尤为明显,迈克尔·艾尔德的《布里斯班黑人》(Brisbane Blacks)一书,收录了50多篇第一手的采访资料和故事,使人们对布里斯班原住民的生活有更为清晰的了解<sup>[18]</sup>。

基于网站调研内容,笔者将昆士兰州立图书

馆的海报产品分为四类,第一是展出海报,指图书馆举办过的各类活动的海报图片;第二是复古地图,涵盖以布里斯班为代表的昆士兰州各地区,时间以19世纪为主;第三是复古海报,包括19世纪昆士兰州各种旧海报的复制品,主题各异,有描绘节日、事件的,也有刻画动物、人物的;第四则是20世纪初昆士兰州部分建筑草图的复制品,包括昆士兰国家银行、布里斯班联邦保险公司等的草图。这些产品依托书籍、海报等传统纸质载体,基于图书馆的馆藏资源,实现图书馆文化与地方人文历史的结合。

### 2.1.2 文具与首饰

文具类产品融入了图书馆元素、地方元素或文学作品元素,为读者提供生活、阅读、写作的工具。澳大利亚印象派日历基于本地印象派画家的作品而设计,深受读者喜爱。弗雷德里克·麦卡宾(Frederick McCubbin)、阿瑟·斯特里顿(Arthur Streeton)等艺术家的印象派作品曾经给澳大利亚人民以强烈的国家归属感,且在当地文化中至今仍然最具代表性和最受欢迎<sup>[18]</sup>。文具类文创产品以此为基点,将艺术家的印象派画作设计为日历、笔记本,既迎合了广大民众的需求,又较好地

宣传了地方艺术。昆士兰州立图书馆官网上仅展示了一种首饰类文创产品,是以澳大利亚箱型水母为原型设计的耳环,充满着奇异瑰丽的地方特色。

### 2.1.3 特色礼品

昆士兰州立图书馆的特色礼品,大致可分为土著文化主题、文学主题和特定人群主题三大类。土著文化和托雷斯海峡岛民的视觉艺术是昆士兰的一大特色,于是昆士兰州立图书馆融入相关元素设计了围巾、帆布包和茶具;文学主题

产品则立足于读者喜爱的作者和作品,从中挖掘出经典元素以开发茶杯、袜子等实用性产品;另外,昆士兰州立图书馆还将读者按性别和爱好等划分为不同群体,根据他们的需求提供各具特色的文化创意产品。

## 2.2 新南威尔士州立图书馆文创产品

笔者于2018年11月30日在新南威尔士州立图书馆官网<sup>[19]</sup>查询到该馆文创产品的类型与内容,详见表2。

表2 新南威尔士州立图书馆的文创产品

文创产品类型		文创产品内容
书籍		小说、历史探索、休闲旅游、摄影、传记、自然、军事、土著文化等主题图书
档案照片		殖民地时期的艺术(Colonial Art)、历史地图、悉尼海港大桥、悉尼旧地图、郊区地图、展览图片、威廉逊剧院海报
礼品	Trim Cat 主题	玩偶、明信片、铜制雕塑、书籍、钥匙扣
	首饰	澳洲鸵鸟耳环系列;与本土品牌 Polka Luka 及 Polli 的合作系列
	围巾	袋鼠故事围巾、土著艺术围巾、花卉植物围巾
	领带	水波纹领带
	陶瓷制品	本土艺术家作品陶瓷杯
	明信片	书巢、天堂图书馆、口袋花园等主题的明信片,图书封面或书脊式样明信片
	其他日用品	悉尼海港大桥系列和馆藏艺术作品系列的抱枕、帆布包、眼镜布、装饰画、隔热垫、平板电脑保护套、冰箱磁贴、练习本(Exercise Book)

新南威尔士州立图书馆的文创产品数量不及昆士兰州立图书馆,但同样具有特色,而且载体种类更丰富。例如,印有馆藏艺术品或悉尼风景的抱枕、眼镜布、平板电脑保护套等,十分契合公众的日常生活需求。

此外,新南威尔士州立图书馆十分注重动物形象的运用,如“Trim Cat”主题的玩偶、雕塑、书籍等一系列产品。Trim Cat 作为航海家马修·弗林德斯的宠物<sup>[19]</sup>,伴随着他围绕澳大利亚进行多次探险航行,澳洲的第一张地图也由此诞生。因此,新南威尔士州立图书馆将它作为澳洲的象征,开发出极具创意和历史内涵的系列产品。

## 3 澳大利亚地方图书馆文创产品开发的创意思路

### 3.1 载体选择原则

澳大利亚地方图书馆文创产品的载体可分为三类:第一类是茶具、钥匙扣、抱枕等生活日用品;第二类是日历、书籍、文具、海报等文化产品;第三类则是穿戴型产品。三类载体分别体现了实用性、知识性和传播性的选择原则。

#### 3.1.1 实用性原则

两所地方图书馆的文创产品载体选择均较注重实用性。茶具、钥匙扣、抱枕、图钉等在读者的日常生活中具有一定的实用价值,能够激发读者的购买欲。与时俱进、满足生活新需求的实用载体也予以重点开发,如平板电脑保护套等科技

产品的配套用品,为图书馆吸引着年轻的顾客。

### 3.1.2 知识性原则

图书馆设计文创产品不能脱离其知识传递机构的属性,要抓住其馆藏资源与博物馆和美术馆藏品的不同之处,凸显与图书馆息息相关的载体形态。因此,除日用品、穿戴品或娱乐产品以外,澳大利亚地方图书馆仍然保留了具有知识载体特性,且易与馆藏资源相结合的物品,如书籍、档案地图与海报,确保文创产品具有浓厚的图书馆气息。

### 3.1.3 传播性原则

调查的两所图书馆所选择的载体都具有易于承载文化特质并进行传播的特点。澳洲鸵鸟耳环、袋鼠故事围巾、印有馆藏艺术作品的帆布包都能够在公开场合使用,本身即具有极强的信息交流功能。融合地方元素、彰显个性的穿戴型文创产品不仅是读者自身文化和地方归属感的体现,也是人际活动中人文信息传递的形式,能够较好地实现文创产品传播文化的初衷。

## 3.2 内容设计思路

### 3.2.1 地方特色

与其他类型图书馆相比,地方图书馆开发文创产品的特殊立足点是地方文化。澳大利亚地方特色鲜明,两个图书馆基于各自情况,分别从地方历史、地方建筑、地方动植物和土著文明方面凸显地方特色。

第一,地方历史。图书馆自身保存着大量本州历史地图、档案图片和海报,可以作为文化创意产品开发的基点,由此开发的文创产品既能反映地方历史,又能与馆藏资源直接融合,在推广地方历史和宣传图书馆自身文化方面发挥着不可替代的作用。例如,昆士兰州立图书馆制作了19世纪布里斯班地图、澳大利亚第一张地图的复制艺术品。两馆还对反映当地人民生活状态的20世纪的宣传海报进行重设计,如给男性读者的“烟草女孩”旧海报、给女性读者的昆士兰女性类旧海报,实现了读者爱好、怀旧情感与地方历史的结合。

第二,地方建筑。建筑是地方人文的一部分,也是澳大利亚地方图书馆文创产品设计的创意来源。新南威尔士州立图书馆以地标性建筑海港大桥作为设计元素,开发了抱枕、帆布包、眼镜布、装饰画、平板电脑保护套、冰箱磁贴等产品;昆士兰州立图书馆则着眼于历史建筑,设计了昆士兰殖民地时期风格的建筑拼接模型,兼娱乐性与人文性于一体。

第三,当地动植物。动植物是地方自然景观的表现,将当地动植物元素融入文创产品设计中,一方面增强了地方形象的辨识度,吸引顾客的喜爱,提升社会公众的认同感;另一方面填补人文特色空缺,从自然环境角度挖掘创意内容来源。澳大利亚的特色动物种类极多,其国徽的左侧是一只袋鼠,右边是一只鸬鹚。两种动物都出现在了州立图书馆文创产品的设计元素之中:新南威尔士州立图书馆制作了展示袋鼠成长故事的围巾,昆士兰州立图书馆则设计了鸬鹚陶瓷杯。植物也是地方特色的一部分,澳大利亚植物资源丰富,约有1500个属、12,049个种<sup>[20]</sup>。昆士兰州立图书馆以生长在当地的金合欢花为原形设计了茶杯。

第四,土著文明。地方特色还可以历史上某一突出的文明为代表。新南威尔士州立图书馆长期以来专注于土著文化资源的保存和记录,该馆不仅与土著社区合作,记录土著文化资深经历者对自身文化的理解和认识;同时还注重对雕刻、绘画等土著人各个时段的非文字资料的收集<sup>[14]</sup>。这些优质的馆藏资源成为文化创意产品开发的基础,土著艺术围巾、土著文化书籍都为文化遗产的传承提供了契机,也为读者了解地方特色文明提供了窗口。

### 3.2.2 与图书或图书馆有关

图书馆的文创产品设计必然不能脱离图书或图书馆,因此,澳大利亚两个州立图书馆的另一个文创开发思路便与书籍和图书馆有关。

“When in doubt go to the Library”(疑惑时就去图书馆吧)被印制在帆布包上。图书馆传统的借阅卡片也被作为设计元素,分别制成围巾、茶杯、拉链包和袜子,成为爱书人的自我宣言。昆士

兰州立图书馆还开发了一套铅笔,每一支上写有与书相关的不同短语,例如“*I Like Big Books*”(我喜欢大部头书)、“*The First Rule of Book Club*”(读书俱乐部的第一条规则)。新南威尔士州立图书馆则设计了异形明信片,以图书封面或并排的书脊作为描绘对象,具有新意。

### 3.2.3 与著名作家或作品有关

著名作家及其作品也是地方图书馆设计文创产品的创意来源之一,其特点包括:

第一,注重细节。澳大利亚地方图书馆并不将著作名称、作者等信息印制于产品上,而是采取再创作的方法,通过挖掘英语文学作品中的细节,设计一系列产品(见表3)。(1)关注书籍人

物,如福尔摩斯元素的茶杯、袜子;(2)关注书中的道具物品,昆士兰州立图书馆就以《麦田里的守望者》主人公的帽子作为图钉图案,以《绿野仙踪》主人公的红宝石鞋作为茶具灵感来源;(3)着眼于书中的著名片段,例如《小王子》中小王子与玫瑰对话的片段成为图钉图案的设计原型;(4)利用著名的意象概念,“*Books turn muggles into wizards*”(书籍让不会魔法的人也拥有魔法)图钉就是利用《哈利波特》中的短语表达对书籍魅力的赞叹<sup>[18-19]</sup>。无论是着眼于人物、道具、片段还是意象,这种设计思路都使文创产品成为激发读者阅读兴趣、进行阅读推广的一种途径。

表3 文学类文创产品及创意来源

文创产品名称	涉及作家或作品
贝克特日历	塞缪尔·贝克特
文学女性日历	从简·奥斯汀到毕翠克丝·波特的12位女性作家
“爱丽丝梦游仙境”陶瓷杯	《爱丽丝梦游仙境》
“霍尔登·考尔菲尔德的帽子”图钉	《麦田里的守望者》
“小王子和玫瑰”图钉	《小王子》
“书是魔法”图钉	《哈利波特》
红宝石鞋式样的伦敦茶具套装	《绿野仙踪》
福尔摩斯杯子、福尔摩斯袜子	《福尔摩斯探案全集》

第二,注重名著作品的民众普及度。图书馆产品设计所取材的作品都在英语国家有较高的普及度,且以儿童和青少年文学为主。这样的方式易于普通大众理解文创产品的设计内涵,发挥书籍作为不同地区、不同时代之间文化纽带的作用。

### 3.2.4 利用特殊节日

特殊节日是生活仪式感的凝结,集中反映各地迥异的民风民俗。昆士兰州立图书馆会在圣诞节推出节日文创产品,融入圣诞元素,为当地读者在特殊节日的人文往来和交流提供契机,增强地方图书馆的影响力。

### 3.2.5 与本土艺术家和本土优秀品牌合作

与当地艺术家加强合作,选择反映当地民俗、历史的画作为文创元素,提高公众对本土艺术的认知度。如昆士兰州立图书馆的卡伦·泰勒画作帆布包、泰迪·吉布森杯子,融入了当地艺术家的设计,拓宽了图书馆的文创开发视野。

与本土优秀品牌进行合作,利用品牌的战略优势、技术优势助力地方图书馆文创产品的开发。新南威尔士州立图书馆就与品牌 Polka Luka 及 Polli 合作,推出系列首饰产品,既助推了当地文化创意产业的发展,又确保产品具有较高的质量和民众信任度。

### 3.3 文创产品营销思路

#### 3.3.1 明确目标对象

澳大利亚地方图书馆对读者、消费者对象做了详细的划分。昆士兰州立图书馆的网上商店中,有专为孩子、男性、女性、语言爱好者、历史爱好者等不同特征读者群体设计的专栏,为各类人群推荐不同的文创产品。如针对历史爱好者提供澳大利亚的第一张地图、布里斯班历史类图书等,向男性读者推荐建筑模型、航海海报等,向女性读者推荐纸景、茶具等。基于细分目标群体确定的产品设计定位和产品推广策略,不但是文创开发者从事设计活动的出发点和总纲,避免创作的盲目性,而且是用户消费的指引,使得顾客能以最短的时间、最少的精力获得贴合自身需求的产品信息。

#### 3.3.2 注重儿童及家庭需求

地方图书馆在当地社群中具有纽带联结作用,而儿童及家庭作为当地的重要读者和社群,成为地方图书馆开发文创产品面向的重点对象。在所调查的两所图书馆的多个产品类型中,都有专为孩子设计的文创产品,如昆士兰州立图书馆设计的玩偶、蜡笔、“达斯·维德家庭”日历;在亲子产品方面,“我们的家庭传统”(Our Family Traditions)笔记本提供了充足的记录空间,可以记录家庭的第一个电话号码(First Home Phone Numbers)、家谱图、生活故事,保存当地家庭的独特记忆。

#### 3.3.3 语言幽默风趣

结合读者选购礼物的心情,澳大利亚地方图书馆推出极具幽默、调侃意味的导购标语。在所调查的两所图书馆网上商店的“Gifts for word-smiths”(给语言爱好者的礼物)菜单下面,提供词典等严谨的英语语言类书籍礼品,宣传语“每个家庭都有一个喜欢咬文嚼字的挑刺家伙”让读者感受到图书馆的风趣幽默、平易近人,拉近了地方图书馆与读者之间的距离,同时对图书馆自身品牌的塑造也具有积极意义。

## 4 对我国地方图书馆文创产品开发的启示

### 4.1 化泛在文化为地方特色

当前我国地方图书馆的部分文创作品,往往立足于泛在文化的宣扬,寻求单纯的书卷元素和复古气息,而缺少地方特质的呈现。这导致我国图书馆文创产品的相似度高、创新性不足,各地区之间、各馆之间的文创产品难以区分。我国地域辽阔,不同地区的地理环境、人文历史、风俗习惯具有较大差异,这正是地方图书馆文创产品开发工作焕发活力的关键所在。

#### 4.1.1 立足馆藏资源

以馆藏为突破点,挖掘地方图书馆的特色文创元素,是解决问题的途径之一。地方图书馆往往收藏有大量地方文献、名人著作,依托此类馆藏进行文创设计,一方面反映当地著名人物、历史进程、风土人情,另一方面体现图书馆与其他社会文化机构的不同之处。如我国台湾地区图书馆的“采风”系列书签,其图案均出自馆藏《采风图合卷》,既有针对台湾物产的描述记录,也有民俗风情图案<sup>[21]</sup>;四川省图书馆的“杜甫与熊猫”<sup>[22]</sup>,同样是馆藏特点与地域特色相结合的良好典范。在地方历史方面,湖北省图书馆可以使用荆楚作品元素,南京图书馆可以结合六朝著作、《红楼梦》相关元素。各地图书馆可继续拓宽思路,形成历史的纵向角度和自然、地理、建筑、人文等横向角度相结合的文创产品设计思维。

#### 4.1.2 融入非遗、民俗色彩

非物质文化遗产是保持群体认同感的文化载体,是地方文明的宝藏。文化创意产品开发应符合非遗的“生产性保护”概念,实现非遗保护与社会文化发展之间的互动。因此,图书馆可以与本地非遗传承人资源以及本地艺术家联合进行文创产品设计。如郑州图书馆就曾经邀请国家级非物质文化遗产保护项目(开封朱仙镇年画)的传承人任鹤林先生做讲座,并基于木版年画开发了挂饰类文创产品<sup>[23]</sup>。

各地方言、民歌、曲艺作为传统民俗的重要

组成部分,也可以成为图书馆文创产品开发的依托,如郑州图书馆的河南方言明信片、老家歌谣系列手抄本<sup>[23]</sup>。同时,地方图书馆可以着眼于传统节日,在春节、端午节或当地民族节日推出融入民俗文化的文创产品,增强产品的时效性。

## 4.2 地方文化元素再消化

任继愈先生提到:“古籍图书兼具文物与文献两种价值,文献价值体现在让读者读、看、用,如果只有文物价值,没有文献价值,其总体价值就减少了一半以上。”<sup>[24]</sup>作为图书收藏和利用机构的图书馆,同样应注意开发文创产品的“文献价值”,也即被阅读、被思索的价值。这就要求文创设计者在发掘、吸收地方元素后,对其进行再消化、再产出,避免单一、重复的简单印刷。澳大利亚两所图书馆在处理英语文学作品时即采取了这一手法,通过对文学作品细节的再产出,赢得读者欢迎。我国绍兴地区的文创产品与之相似,并不将著作名称、作者等直观的信息印制于产品上,而是采取再创作的方法,以文献中独特的意象和广为人知的标语为最终元素。用《从百草园到三味书屋》手稿的图案作为笔记本封面<sup>[22]</sup>、将鲁迅作品中的著名短语设计为钥匙扣,促使顾客在购买文创产品的同时有兴趣探索其背后的文化渊源。

相对于作为物品的价值,地方图书馆文创产品更重要的作用在于文化信息的传播。只有真正把握地方文化元素所包含的信息,避免未经消化吸收的字面重复,才能为读者打开了解地方文化、探寻符号背后意义的窗口,真正实现文创产品作为文化传播媒介的价值。

## 4.3 拓宽设计空间,丰富产品种类

载体选择的一种思路是着眼日常生活,重视产品的实用价值,另一种思路则是彰显图书馆文化传播的功能,选择最易于传播大量信息或与读写有关的载体。我国地方图书馆的文创产品开发思路往往倾向于后者,许多图书馆设计了笔记本、书签等知识性形态的产品,较好地体现了图书馆作为文化机构的特点,但在穿戴型、实用型

产品设计方面,我国地方图书馆显得“文气有余,活泼不足”,思路仍有拓宽的空间。衣帽、配饰及生活日用品应更多地被纳入设计范畴,真正让文化浸入百姓生活。例如,国家图书馆以甲骨文形态设计的肥皂,南京图书馆的《十竹斋画谱》雨伞,都是让文化通过文创产品“活”起来的良好典范。

## 4.4 建立地方图书馆文创开发多层次体系

文化区域并不等同于行政区划,许多省市由于历史传统、地理位置等多种因素而具有相似的文化特征。因此,各地图书馆的文创元素既相互重合,又有独特之处。如何协调各个地方图书馆之间的关系,减少重叠、凸显特色,是亟待地方图书馆体系解决的问题。全国图书馆文化创意产品开发联盟于2017年9月成立<sup>[25]</sup>,省级、副省级图书馆可以借此进一步发挥优势作用,协同本地区市、县、社区图书馆,逐层、深入地挖掘隐藏在基层地区的历史文化、地方特色,从中找到有关文创产品的创意来源;同时建立与其他同级地方图书馆的交流机制,在参考借鉴中吸收经验并挖掘自身的特色及优势。

## 4.5 贴合民众生活,增进社区关系

相较于国家馆、高校馆、专业馆,地方图书馆的最大特征就是与当地民众生活结合紧密。因此,地方图书馆应当发挥基层社区分(支)馆的优势,深入当地民众生活,重视生活实用类产品的开发,增进居民日常生活与图书馆的有机联系,培育图书馆的本地影响力;注意亲子类以及尊老爱幼、邻里互助主题文创产品的设计,以文创产品作为增进家庭与社区和谐发展的纽带;结合具体实践,提升产品的娱乐休闲性,使创意内涵通俗易懂,赋予文化以乐趣。

本文通过调研分析澳大利亚昆士兰州立图书馆和新南威尔士州立图书馆的文创产品,梳理了澳大利亚地方图书馆文创产品的设计方法和思路,并归纳出我国地方图书馆可参考借鉴的地方。地方图书馆在文创产品设计开发方面要拓宽

思路,从载体、内容、营销等多角度体现人文情怀,凸显地方特色。随着社会的不断发展及国家政策的持续扶持,我国地方图书馆的文化创意产品开发定会取得新的进展。

#### 参考文献

- 关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见[EB/OL].[2018-11-30].[http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content\\_5073722.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content_5073722.htm).
- 莫晓霞.图书馆文化创意产品开发探讨[J].图书馆建设,2016(10):98-101.
- 文化部关于印发《“十三五”时期全国公共图书馆事业发展规划》的通知[EB/OL].[2018-11-30].[http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/07/content\\_5230578.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/07/content_5230578.htm).
- 武吉虹.图书馆文化创意产品开发方向与原则探究[J].图书馆理论与实践,2017(8):15-19.
- 蒋倩,夏洞明.图书馆文创产品开发的障碍及策略研究[J].四川图书馆学报,2018(1):15-18.
- 王继娜.图书馆文化创意产品授权模式探究[J].图书馆理论与实践,2019(1):33-36.
- 张小兵.论图书馆文化创意产品开发中的知识产权侵权风险[J].图书馆建设,2017(5):24-28.
- 袁红军.“互联网+”背景下图书馆文化创意产品营销策略研究[J].图书馆工作与研究,2018(1):52-55.
- 郭军.图书馆文化创意产品经营模式探究[J].图书馆理论与实践,2017(8):24-27.
- 纪双龙,马家伟.图书馆文创产品开发的创新思路研究[J].图书馆,2018(11):51-57,98.
- 王毅,柯平.美国公共图书馆文化创意产品开发实践研究[J].图书馆建设,2017(9):69-77.
- 张雅琪,柯平.美国图书馆文化创意产品发展现状及启示[J].图书情报工作,2017(22):59-68.
- 李平,曾伟忠.英国图书馆文化创意产品开发实践研究[J].图书馆学研究,2018(16):97-101.
- 刘丽,张建中.图书馆少数民族特色文化资源建设及服务研究——基于澳大利亚新南威尔士州立图书馆土著文化建设的启示[J].国家图书馆学刊,2017(6):88-95.
- Australian Public Libraries Statistical Report 2016-2017[EB/OL].[2019-06-25].[https://www.nsla.org.au/sites/default/files/documents/aust\\_pub\\_lib\\_stats\\_report\\_2016-17\\_final\\_8.pdf](https://www.nsla.org.au/sites/default/files/documents/aust_pub_lib_stats_report_2016-17_final_8.pdf).
- 李娟.论公共图书馆地方历史文献资源建设——基于澳大利亚马力围图书馆的思考[J].图书馆建设,2016(3):39-42.
- 冯长,刘振东.我国文化创意产业发展路径研究——澳大利亚的经验借鉴[J].改革与战略,2017(7):193-195,202.
- State Library of Queensland Shop[EB/OL].[2018-11-30].<https://www.shop.sq.gov.au/>.
- Library Shop.State Library of New South Wales[EB/OL].[2018-11-30].<https://shop.sl.nsw.gov.au/>.
- 马武举.澳大利亚的森林资源与野生动物保护[J].河南林业,2003(6):54-56.
- 黄佳玲.台湾地区图书馆文创产品开发实践与启示[J].图书馆建设,2019(1):99-103,108.
- 川图的“杜甫与熊猫”软萌可爱,图书馆文创值得期待[EB/OL].[2018-11-30].[http://sc.ifeng.com/a/20171116/6150710\\_0.shtml](http://sc.ifeng.com/a/20171116/6150710_0.shtml).
- 董伟.公共图书馆文创产品研究开发路径探究——以郑州图书馆为例[J/OL].[2019-01-21].<https://doi.org/10.19373/j.cnki.14-1384/f.20190108.003>.

## 欧洲数字图书馆 2018 年度报告发布

2019 年 5 月 7 日,欧洲数字图书馆发布 2018 年度报告。报告显示,在 2018 年:

- 成员馆达到 2235 家;
- 网站访问量 450 万次,数字资源总量超过 5750 万件,文献下载量 285,357 件;
- 全年共获得投资 599.61 万欧元,全年运营支出 568.85 万欧元。

### 资料来源

- 1 10 highlights from 2018 in Europeana Foundation Annual Report [EB/OL]. [2019-06-10]. <https://pro.europeana.eu/post/10-highlights-from-2018-in-europeana-annual-report>.
- 2 Europeana Foundation Annual Report & Accounts 2018; A decade of democratising culture [R/OL]. [2019-06-10]. [https://pro.europeana.eu/files/Europeana\\_Professional/Publications/Europeana%20Annual%20Report%20and%20Accounts%202018.pdf](https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Europeana%20Annual%20Report%20and%20Accounts%202018.pdf).

(国家图书馆研究院 提供)

- 
- 24 庄建.甘为学术研究“做嫁衣”——记国家图书馆出版社 [DB/OL]. [2019-01-18]. <http://www.chinalibs.net/ArticleInfo.aspx?id=147864>.

t20170912\_3637883.shtml.

- 25 “全国图书馆文化创意产品开发联盟”成立大会在国图举办 [EB/OL]. [2019-01-18]. [http://www.cssn.cn/wh/wh\\_hdzl/201709/](http://www.cssn.cn/wh/wh_hdzl/201709/)

(唐义 讲师 武汉大学信息管理学院博士后,王君洁 武汉大学信息管理学院图书馆学专业 2016 级本科生)

收稿日期:2019-01-23