

加拿大公共图书馆文创产品开发研究 ——以卡尔加里公共图书馆为例

唐 义¹, 冷亚琼²

(1. 福建师范大学 社会历史学院, 福州 350117; 2. 武汉大学 信息管理学院, 武汉 430072)

摘 要: [目的/意义]以卡尔加里公共图书馆为例, 调查分析加拿大公共图书馆文创产品开发状况, 为中国文创产品开发提供借鉴。[方法/过程]通过文献调研和网络调研, 指出了加拿大公共图书馆开发文化创意产品的优势, 梳理了卡尔加里公共图书馆的文创产品类型, 分析了创意因素来源和开发推广模式, 总结了该图书馆文创产品开发的特点。[结果/结论]提出了中国公共图书馆文创产品开发可供借鉴之处。

关键词: 公共图书馆; 文化创意产品; 加拿大

中图分类号: G252

文献标识码: A

文章编号: 1002-1248 (2020) 11-0052-10

引用本文: 唐义, 冷亚琼. 加拿大公共图书馆文创产品开发研究——以卡尔加里公共图书馆为例[J]. 农业图书情报学报, 2020, 32(11): 52-61.

Cultural and Creative Product Development of Canadian Public Libraries: Taking Calgary Public Library as an Example

TANG Yi¹, LENG Yaqiong²

(1. College of sociology and history, Fujian Normal University, Fuzhou 350117;

2. School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072)

Abstract: [Purpose/Significance] Taking Calgary Public Library as an example, this paper investigates and analyzes the development of Canadian public libraries' cultural and creative products, providing references for the development of Chinese cultural and creative products. [Method/Process] Based on literature review and online survey, the article points out the advantages of the Canadian public libraries in developing cultural and creative products, sorts out the types of cultural and creative products of Calgary Public Library, analyzes the source of creative factors and development models and summarizes the characteristics of the Library's cultural and creative product development.

收稿日期: 2020-10-07

基金项目: 国家社会科学基金青年项目“社会力量参与公共数字文化服务的机制研究”(16CTQ005); 福建师范大学科研启动项目

作者简介: 唐义 (ORCID: 0000-0002-1920-5853), 男, 副教授, 福建师范大学社会历史学院, 研究方向为信息资源建设与服务、图书情报学教育等。冷亚琼 (ORCID: 0000-0002-0021-4143), 女, 武汉大学信息管理学院

[Results/Conclusions] Calgary Public Library's experience can be used as a reference for the development of cultural and creative products in China's public libraries.

Keywords: public library; cultural and creative products; Canada

1 引言

文化创意产品是与民族和地区的文化背景有一定联系,源自个人才情、灵感或智慧,并通过产业化的方式进行生产、消费和营销的,满足人们精神需要和欲望的任何有形产品和无形产品^[1]。文化产品具有推广文化,发展文化产业的重要作用。2016年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》^[2],强调各类博物馆,美术馆,图书馆等文化文物单位应该依托馆藏文化资源,开发各类文化创意产品,以增强文化文物单位服务能力和服务水平。2017年,文化部印发的《“十三五”时期全国公共图书馆事业发展规划》把文化创意产品开发列入公共图书馆发展的重点任务和评估定级标准^[3]。公共图书馆以其丰富的馆藏文化资源,完善的分支体系和良好的社会形象,成为文化创意产品开发的重要主体。

国外20世纪70年代就已经开设了独立的图书馆商店出售贩卖各式各样的文创产品,包括美国纽约市公共图书馆,英国国家图书馆和加拿大卡尔加里公共图书馆都设有专门的文创商店,文创产品的开发已经比较成熟。而中国第一家图书馆线上商店“国图旺店”在2016年才上线^[4],文创产品的开发模式还在摸索当中。相较于国外公共图书馆文创产品开发情况,中国公共图书馆文创产品开发方面还有很大的发展空间。

通过文献调研可以发现,在现有的国内文创产品开发研究中,对于国外图书馆文创产品经验介绍主要集中在美国^[5,6]、英国^[7,8]、澳大利亚^[9]图书馆的开发思路,文创类型和营销推广等方面,对于加拿大公共图书馆发展状况的研究还有所欠缺。据统计^[10],2017年,加拿大的文化GDP增长1.8%,达到531亿加元,占国内生产总值的2.7%。同时加拿大的文化工作岗位增

长1.6%,达到666500个,而2017年整个经济领域的工作岗位增长1.9%,文化产业为加拿大经济发展和工作岗位的提供贡献重要力量。可见文化创意产业已经成为加拿大发展的关键因素。2017年加拿大仅国际文化产品出口就达到157亿加元。

加拿大不仅有英、法移民文化,还有印第安等土著民族文化,具有丰富的文化资源,是典型的移民国家。加拿大公共图书馆作为文化资源中心,在政府支持下进行文创产品的开发,取得了良好的成果。其中卡尔加里公共图书馆作为加拿大第二图书馆系统,覆盖全市21个地区,通过线上商店的方式提供了类型多样的文创产品,以激发公众灵感和好奇心,创造更好的社区氛围为目标,取得了良好的效果,其创意因素来源和开发模式具有典型性。因此笔者以卡尔加里公共图书馆为例,从2019年12月到2020年10月,通过文献调研和网络调研相结合的方式,梳理其文创产品创意因素来源和开发推广模式,探索加拿大公共图书馆文创产品发展特点,期望为中国图书馆文创产品的开发提供建议。

2 加拿大公共图书馆发展文创产品的优势

2.1 政府推动

加拿大政府大力促进文化产业的发展,加大文化投资力度,鼓励文化产品创新,在税收上实行减免优惠。凡是想税务部门申报并获核准减免税优待的文化艺术机构,接受捐款时免交所得税,同时捐助者凭受赠者出具的“善款发票”,所交联邦货物服务税可悉数退税。不仅对于文创开发提供税收减免优惠,还提供经费资助。在2019年加拿大政府财政预算提议引入立

法修正案,以确保向加拿大指定机构捐赠的具有重大意义的文化财产捐赠获得税收优惠^[11]。联邦文化遗产部每年都对文化生产和艺术创新提供公共经费资助,例如加拿大艺术与遗产支持计划、出版扶助计划、多元文化计划等。2014—2015 财年加拿大联邦政府预算案中^[12],准备为加拿大文化遗产部下属的重点项目提供总计 1.05 亿加元的财政支持,其中加拿大图书基金将获得 900 万加元,可见加拿大联邦政府对于文化艺术的支持,且 2015 年起,重点项目承担机构每年将固定得到以上数额的资助。在 2019 年的政府预算中^[13],政府将加大对艺术家和文化活动的支持,不仅提议从 2019—2020 年开始的两年内向加拿大艺术表现基金提供 1 600 万加元用于支持全国各地艺术活动的开展,还将提供 2 400 万加元用于艺术和遗产计划的建设,促进文化多样性的发展和加大对文化艺术的支持。

2.2 基金支持和奖金激励

加拿大的全国性和地方性纯文化基金非常之多,包括联邦层级的“加拿大创新基金会”,出版方面的加拿大期刊基金,政府奖项“John G.Diefenbaker 艺术奖”等。这些工艺美术类的基金和创新基金激励加拿大人民更多地进行文化创造,为图书馆文创产品的开发设计提供了灵感。另外加拿大还有许多公共图书馆基金,为公共图书馆的各项发展提供支持。例如卡尔加里公共图书馆基金为促进知识文化传播和筹集经费建设图书馆线上商店,主要进行文创产品的销售。基金的支持极大地促进了加拿大公共图书馆文创产品的开发。

2.3 较为完整的图书馆体系网络

加拿大公共图书馆系统是由全国各地的图书馆系统及其分支构成。以温哥华图书馆为例,温哥华公共图书馆是不列颠哥伦比亚省温哥华市的公共图书馆系统,也是加拿大第三大公共图书馆系统,由 22 个分支机构组成,其中最大的分支是其中心,称为中央分支机构,位于温哥华市中心的图书馆广场^[14]。截止到 2016 年,阿尔伯塔省有 7 个区域图书馆系统,222 个市政图书馆,共 322 个图书馆服务点^[15]。层层联系,

点面结合的公共图书馆体系为文创产品的开发提供了良好的条件。阿尔伯塔省的卡尔加里公共图书馆下设有 21 个社区图书馆,借助完善的公共图书馆体系,在该图书馆线上商店购买文创产品的消费者能够方便地在自己的社区图书馆获取自己购买的产品,大大提升了文创产品获取的便捷性。

2.4 资源丰富有特点

加拿大是一个典型的移民国家,有 100 多种民族^[16]。各地的移民为加拿大带来丰富多彩的文化,促进了多元环境的形成。在这种环境中,各民族特色表现方式和民族特征相互影响,形成了丰富而有特色的文化资源,为加拿大文创产品的开发提供了丰厚基础。

3 卡尔加里公共图书馆文创产品发展概况

卡尔加里公共图书馆是加拿大使用量第二大的图书馆系统,超过一半的市民拥有图书馆的借阅卡。卡尔加里公共图书馆线上商店是由卡尔加里公共图书馆创建的,其主要目的是通过筹款保障确保卡尔加里公民拥有世界上最好的公共图书馆^[17]。线上商店销售收入的 100% 用于支持卡尔加里公共图书馆的基本工作,促进卡尔加里人能够充分获得知识,信息和服务。

3.1 文创产品类型

对卡尔加里公共图书馆网上商店的调研发现,其文创产品的类型是按照物质载体划分的,主要包括服装、配饰、图书、生活或者工作用品、礼品卡 5 个大类^[18]。其中对服装、配饰、生活或者工作用品又细分有小类。

3.1.1 服装

服装主要包括上衣、袜子、领带和儿童服装等产品。上衣的类型可以大致分为 3 种:包含图书馆因素的衬衫,描述心情的 T 恤以及与当地品牌公司 Local Laundry 合作的运动衫。以图书馆因素作为设计亮点的上衣包括图书馆邮票衬衫,借书证邮票毛衣等。“阅

表 1 卡尔加里公共图书馆文创产品类型

主类别	子类别	代表产品
服装	上衣、袜子、领带、儿童服装	“阅读最快乐”毛衣, “感到疑惑去图书馆”T恤, 禁书围巾, 芝麻街小袜, 图书馆窗袜, 哈利·波特·霍格沃茨之家袜子
配饰	手提袋、首饰	我爱图书馆手提袋, 小王子搪瓷别针套装, 图书馆别针, 图书馆窗口耳环
图书	图书印刷品	展览目录, 儿童读物
生活或者工作用品	水杯、拼图、版画、贺卡、迷你	看起来像经典书籍的茶罐, 哈利波特版画, 图书馆拼图, 市中心街景版画, “禁书”
	砖模型、电子产品、书签	水杯(热反应), 图书馆口罩, 向所有人开放-图书馆伞
礼品卡	定制类商品	礼品卡可以作为知识的礼物赠送给他人

读时最快乐”毛衣, “感到疑惑去图书馆”T恤等系列产品则以心情描述为特点。图书馆圆领运动衫是图书馆与当地品牌合作开发的产品, 简单的运动衫上左上角印有心形图案, 定制设计的心形代表对图书馆的喜爱和对社区的支持。设计师 Erin Lawrence 说: “这是一个热情好客的设计, 代表了社区和联系。它只需要一点点就可以说明很多问题, 就像图书馆是每个人的家一样, 这是每个人的毛衣”^[9]。将图书馆, 当地品牌和社区人民通过一件小小的运动衫联系起来, 能够很好地增加对图书馆, 整个社区的认同感, 同时能够促进当地品牌的发展, 支持卡尔加里的制造业。

袜子、围巾、领带的设计则呈现出系列化产品的特点。把禁书标识、建筑街景、图书馆卡等不同的文化元素印制在袜子、水杯和围巾上, 就形成了不同文化元素的同类别系列产品。另外图书馆还为儿童设计了一系列的文创产品, 包括棕熊童袜、芝麻街小袜、好奇的乔治连体衣等, 这些产品的设计主要以受到儿童欢迎的动物、人物形象为主, 富有童趣。另外图书馆还在产品的材料上进行了特别的设计, 例如使用100%纯棉的连体衣, 进行底部防滑处理的袜子, 在细节上关注儿童群体的特点和需求。

3.1.2 手提袋和配饰

卡尔加里公共图书馆手提袋主要是“我爱图书馆”系列产品, 不仅包括“我爱卡尔加里公共图书馆”手提袋, 还包括“我爱 Judith Umbach 图书馆”等分支的社区图书馆手提袋。“我爱图书馆”系列手提袋是在卡尔加里公共图书馆的“Love Your Library”日的启发下设计的, 购买者可以使用手提袋去装精彩的读物,

表达对社区图书馆的喜爱。Chloe Purcell 是“我爱图书馆”系列手提袋的设计者, 作为一名视觉传达设计师, 她喜欢尝试各种风格和媒介, 并在自己的作品中传达相应的理念。这款经她设计以简约素描为主并传达对图书馆喜爱的手提袋一经推出便受到当地人民的欢迎。配饰主要包括图书馆徽标大头针系列, 图书馆窗口系列和小王子人物形象别针系列。图书馆窗口耳环系列以新公共图书馆标志性窗户外形作为形状, 由卡尔加里的珠宝设计师 Cinder & Sage 进行设计, 主要是庆祝新公共图书馆的建成。

3.1.3 图书

卡尔加里公共图书馆并不把这个线上商店作为书店使用, 在图书板块主要提供图书形式的印刷品。例如图书馆推出的文字展览目录印刷本提供了在新的中央图书馆展出展览的正式目录, 用户可以购买书籍查看展览的相关内容, 通过这种途径将文创和主题展览相结合, 建设图书馆品牌。图书馆还另外推出儿童读物, 这些儿童读物主要是由卡尔加里当地作家进行撰写说明。

3.1.4 生活或者工作用品

生活或者工作用品主要包括水杯、拼图、版画、贺卡、迷你砖模型和电子产品等。设计思路主要是将卡尔加里图书馆品牌因素、特色馆藏、本土特色元素、经典书籍和名人形象等融入产品的设计中。主要包括公共图书馆建筑拼图、“战争与桃花茶”茶罐、卡尔加里3D直通地图、瑞秋·麦克林(文学女性)贺卡和印有图书馆徽章的充电器等。其中比较有特色和代表性的是运用热反应原理的禁书杯。把热饮料倒入该杯子后,

在杯子上会开始出现（原本被覆盖的）禁止的书名。禁书杯以有趣的热反应的原理进行了追求民主自由理念的传达。公共图书馆作为知识存储和传播中心，应该承担起保障公民自由获取信息的权利，同时也可以提醒用户添加热水，致力于健康的生活方式。

3.1.5 礼品卡

卡尔加里公共图书馆礼品卡可以在线上商店上购买任何东西，包括支付图书馆滞纳金等，这种象征知识传播的礼品卡可以成为赠送礼物的一个不错的选择。每张礼品卡均具有根据其价值量身定制的独特设计，可以选择\$5、\$10、\$20和\$50作为生日、假期或任何特殊场合的礼物。消费者购买后即可立即下载产品，如果需要实物礼品卡作为礼物，可以通过致电基金会或者在社区图书馆注释框中进行留言。

3.2 文创产品创意因素来源

张雅琪等认为综合图书馆协会、国家图书馆、公共图书馆、创意设计组织等各主体的产品设计元素来看，以图书馆的辨识度而言大致可分为两种：一种是能够展现图书馆自身独特性质的设计元素，另一种是图书馆通用性的设计元素，并将图书馆文创产品的取材分为图书馆 Logo、图书馆建筑、图书馆历史、图书馆馆藏、经典书籍和畅销书籍、知名学者和图书馆元素等方面^[6]。纪双龙等经过对国外图书馆商店产品的研究，将国外图书馆文创产品创意要素来源分为图书馆品牌符号、图书馆文化符号、馆藏资源、地域文化符号等4个方面^[20]。综合已有的研究成果和调查现状，笔者将卡尔加里公共图书馆文创产品创意来源分为图书馆品牌形象、世界文化符号、文学历史主题、本土特色文化、主题展览与节庆日活动和其他。

3.2.1 图书馆品牌形象

品牌形象能够非常简明的方式将企业文化、经营理念等内容传递给大众，是人们对企业品牌以及产品的认知度和认可度的重要体现。图书馆的品牌标识由图书馆特有的馆藏特色、建筑、区域文化、价值观等共同构成，在文创产品中融入有价值的图书馆文化符号，可以提升图书馆品牌^[8]。在卡尔加里公共图书馆文

创产品开发中，将图书馆的建筑、徽章、周围风景和地图、特色资源、价值观等融入产品的设计中，形成了一系列兼顾创意性和实用性的产品，包括印有图书馆卡、借书证的袜子，包含图书馆建筑的手提袋、徽章、水杯等。

3.2.2 世界文化符号

世界文化符号主要包括公共图书馆核心理念和价值观、经典书籍和影视形象、知名人士等。权力游戏版画以“冰与火之歌”作为设计元素设计版画，包括兰尼斯特之家、斯塔克故居等一系列产品。与此类似的还有指环王版画，哈利波特版画。“战争与桃花茶”茶罐以战争与和平的书籍形象作为茶罐外壳，内装精心配置的桃花茶。以桃花茶的持久浓烈象征战争与和平这一经典书籍带给我们的影响。而以“禁书”为元素设计出的系列产品，包括禁书袜子、禁书水杯和禁书围巾等则代表了公共图书馆保证自由阅读的理念和价值观。

3.2.3 本土特色文化

将当地独具特色的本土文化作为设计元素是图书馆文创产品开发的常见思路。本土特色文化元素包含当地的建筑街景、社会生活、丰富文化和历史等方面。卡尔加里市中心街景版画和3D地图是以建筑街景作为设计元素，加深对城市社区的认同感。卡尔加里直通地图（3D可打印）囊括了卡尔加里住所、活动方式，并描绘了形成城市血液的自然栖息地和城市基础设施。将城市的艺术和工程注入功能性艺术品或者物品中，能够激发卡尔加里群众对周围环境艺术的欣赏和对城市的认同感和自豪感。另外土著文化和移民带来的多元文化也为文创产品的开发提供了丰富的资源。

3.2.4 主题展览与节庆日活动

假日卡系列包括圣诞节快乐、新年快乐和节日饰品等，每张卡片都结合了图书馆元素和假日元素，可以通过购买这些独特的节日贺卡分享节日的气氛。图书馆还将展览与文创产品开发相结合，文字展览目录印刷品就是在新图书馆展出的 Print(ed) Word 展览的正式目录，该展览位于新中央图书馆4楼的TD大阅览室的西北走廊，人们可以通过购买展览目录印刷品对

该展览有大概的认识,实现图书馆展览和文创产品的互动。

3.2.5 其他

卡尔加里公共图书馆服务体系也成为文创产品设计的灵感来源之一,Chloe Purcell设计的“我爱图书馆”手提袋不仅包括卡尔加里中央图书馆建筑图案,还将下属的21个社区图书馆纳入设计的范畴,形成系列产品,社区成员可以选择自己社区图书馆图案的手提袋进行购买。以“禁书”元素设计的系列产品也收到广泛的欢迎,图书馆借此传达自由阅读的重要性。同时图书馆产品的设计也可能受到世界重大事件的影响。2019年底爆发的新型冠状病毒肺炎给各国人民生命安全和身体健康都带来威胁,也让人们意识到个人防护的重要性。具有抗菌保护和防尘过滤功能的图书馆口罩一经推出就得到很高的评价,提醒人们增强个人防护意识,为构建安全卫生的公共环境贡献力量。

4 卡尔加里公共图书馆文创产品开发推广模式和特点

4.1 文创产品开发推广模式

卡尔加里公共图书馆文创产品开发包括自主开发,第三方合作开发,直接采购等多种模式,同时接受用户定制和第三方捐赠,其中与第三方进行合作进行文创产品的设计和开发是其主要的开发模式。

(1) 自主开发。自主开发模式主要是指卡尔加里公共图书馆负责采购和设计的团队根据图书馆馆藏资源和品牌形象等进行产品设计,并委托企业进行生产。主要代表作品包括新卡尔加里公共图书馆徽标的大头针和蓝色图书馆卡杯,这类产品设计较为简单,大多直接取材于图书馆建筑或图书馆 Logo 等已有元素。

(2) 与第三方合作开发。第三方合作开发模式主要是指卡尔加里公共图书馆通过与学校,艺术家和文化创意企业等第三方进行合作进行文创产品的设计和开发。卡尔加里公共图书馆文创产品的大多数设计,包括墙壁艺术品、手提袋、贺卡、杯子、Nenshi 市长

的迷你图以及一些以书为主题的包装纸,都是由阿尔伯塔省艺术与设计学院的当地艺术家和学生设计的。阿尔伯塔艺术设计学院对加拿大20世纪视觉文化的发展具有极其重要的贡献,它的诸多毕业生作为艺术家和设计者在加拿大乃至国际上赢得了极高的声誉,也是加拿大仅有的4所可以颁发学位的公立艺术设计学院之一。来自国际知名艺术学院的学生和当地的艺术家为卡尔加里公共图书馆文创产品的设计提供了源源不断的灵感和创意。例如其中受到大家一致好评的“我爱公共图书馆”手提袋是由阿尔伯塔艺术与设计学院(现为阿尔伯塔艺术大学)研究生Chloe Purcell创作的,而当地的平面设计师Benjamangus创作了一系列受Harry Potter启发的版画,其中包括Azkaban、Diagon Alley和Hogsmeade等。

(3) 直接采购。卡尔加里公共图书馆不仅与当地高校和艺术家合作,还会直接从固定品牌商选购合适的文创产品,在减少设计制作等流程的同时支持当地企业的发展。同时利用图书馆商店的平台为商家提供宣传推广的渠道,主要为从事儿童青少年事业的单位和小微企业提供宣传渠道,扩大当地品牌商的影响。

(4) 用户定制和捐赠。为了满足个性化的需求,图书馆还为用户提供定制的服务。用户可以根据个人需求和喜好进行礼品卡,版画等产品的定制。同时该馆还接受第三方的馈赠,并且在线上商店提供了捐赠的入口,包括来自基金、媒体等馈赠,捐赠内容囊括礼品、图书等各种类型,这些捐赠的产品也会成为文创产品的一部分。

网络营销与折扣促销是卡尔加里公共图书馆文创产品的主要推广模式。通过线上商店,可以扩大产品的覆盖面,免费送货到社区图书馆的服务使得购买者更便捷地获得购买的文创产品。在线上商店专门有一个分类放置的是折扣产品,以较低的价格吸引更多的用户,也有利于培养现有的消费群体^[21]。除此之外,卡尔加里公共图书馆还通过社交媒体渠道和电子邮件进行市场推广,并且使用诸如社区图书馆的海报和明信片之类的邮件或促销通知来获得更多流量。

4.2 文创产品开发特点

4.2.1 体现公共图书馆的价值观和使命

《公共图书馆宣言》为世界各地的公共图书馆确立了基本使命。柯平通过分析《公共图书馆宣言》将公共图书馆的使命总结为教育使命、文化使命和信息使命^[2]。卡尔加里公共图书馆根据本馆的情况和本地特点将自己的使命定位成通过图书馆将个人与思想和经验、灵感和洞察力联系起来,增强社区能力,并秉承包容、好奇心和合作的价值观。无论是将书籍元素和茶叶结合的“战争与茶”茶罐、“我爱图书馆”系列手提袋、好奇心乔治童袜、图书馆伞(向所有人开放)、“禁书”系列产品等文创产品,寻求高校合作、艺术家合作以及当地品牌合作的开发模式,还是关注儿童、青少年等特殊群体的理念,卡尔加里公共图书馆致力于通过兼顾实用性、艺术性和思想性的文创产品向大众传播文化知识,传递自由、包容、创新和合作的理念,坚守履行作为公共图书馆应尽的社会职能,促进社区整体的进步和个人更好的发展。

4.2.2 关注儿童和青少年群体

卡尔加里公共图书馆特别关注儿童青少年的成长,在文创产品栏目中有专门针对青少年和儿童的文创产品。图书馆对儿童文创产品的设计元素、用料等进行精心处理。素材选取方面基本上选用受到儿童欢迎的卡通动漫人物,并且辅以比较明亮的颜色,在用料上特别注重材料的质感和安全性。例如好奇的乔治连体衣采用的是100%纯棉材料,棕熊等系列童袜都进行了底部的防滑处理。而面向青少年群体的文创产品除了契合需求外,还注重热爱阅读、好奇心和创新意识等理念的传达,并且积极开发各种与阅读推广相关的文创产品,关注青少年知识的获取和价值观的培养。

4.2.3 面向不同的人群设计多样化文创产品

不同对象群体的知识水平、兴趣、需求各不相同,因此图书馆应该根据儿童青少年、成年人和老年人不同群体的特征来进行文创产品的设计,甚至同一年龄段中由于工作性质、阅读偏好、知识结构等不同对文创产品也呈现出不同的偏好。卡尔加里公共图书馆提

供了适合儿童系列的童袜、连体衣、儿童读物,适合青少年的版画、拼图、T恤衫,适合流行文化爱好者的指环王版画、哈利波特版画,适合办公人员的“图书馆建筑”水杯以及适应节日气氛的贺卡等产品。考虑到不同人群的消费能力不等,图书馆提供从5美元到40美元价格不等的产品,同时开设折扣专栏,实现多层次的消费。

4.2.4 开发设计系列化产品

将文化元素融入产品,打造系列产品,是国外图书馆文创常用的方法,包含了同一文化元素相关的不同类别的系列产品,也包含了运用不同元素的同类别系列产品。加拿大卡尔加里公共图书馆禁书标识、图书馆建筑、市区街景、书籍元素等不同的文化元素印制在水杯上,形成系列产品。系列化的产品有较为统一的形象,可以形成一个独特的产品群体,便于图书馆打造品牌产品。

4.2.5 融入本地特色文化

作为典型的多文化和多民族城市,卡尔加里在文化碰撞中也形成了自己独特的文化,不仅包括独具特色的土著文化,还包括包容交融的多元文化。YYC运动衫和T恤是卡尔加里人表达对城市的热爱的一种流行方式,图书馆将这些元素融入服饰的开发中,形成了兼顾图书馆元素和地方特色的运动衫。融合地域符号的街景版画和3D地图一经推出便受到广泛欢迎。

4.2.6 跨界合作

跨界合作是卡尔加里公共图书馆主要的开发方式。文创产品的研究离不开人才,图书馆由于经费有限不可能汇集大量文创开发方面的人才,而仅仅依靠图书馆的管理人员又是远远不够的,因此需要专业的设计师和艺术家进行产品的设计,卡尔加里公共图书馆充分吸收当地艺术高校的学生、艺术家、设计师和企业参与到文创工作中来,进行产品的开发制作。在与当地品牌企业合作的过程中,不仅能解决文创产品生产线的问题,还能帮助企业进行宣传,建立良好的合作关系。图书馆圆领运动衫是图书馆与当地品牌合作开发的产品。此举既为图书馆带来新的文创产品,也促进了品牌的宣传,促进社区和当地经济更好地发展。

4.2.7 利用社交媒体网络平台开展互动宣传

除了通过线上的折扣促销活动吸引消费者以外,卡尔加里公共图书馆还通过社交媒体渠道(如 Facebook)、电子邮件进行市场推广,吸引更多的消费者和获取更多的流量。卡尔加里公共图书馆商店相关负责人表示将卡尔加里公共图书馆线上商店链接到其 Facebook 页面,能够使顾客更方便地获取商品信息和进行支付^[23]。以线上书店作为主要的营销平台,实现渠道的平台化,同时通过社交网络媒体进行用户流量的获取,可以促进文创产品的宣传推广,扩大影响力和知名度。

5 对中国公共图书馆文创产品开发的启示

加拿大卡尔加里公共图书馆文创产品的开发为中国公共图书馆文创产品的开发提供了可供借鉴的经验,通过梳理卡尔加里公共图书馆文化创意产品开发优势,类型和开发推广模式,可以为中国图书馆文创产品的开发提供如下建议。

5.1 履行社会职能,关注特定群体

文创产品的核心价值应该是让民众通过文创产品亲近文化、深入了解图书馆馆藏的历史特色、增加对图书馆的认同感,从而增加民众的文化自信^[24]。卡尔加里公共图书馆立足公共图书馆的社会职能,结合本地的特色,将自己的使命定位成通过图书馆将个人与思想和经验、灵感和洞察力联系起来,并把书籍元素、禁书元素融入文创产品开发中,以合作的理念助力文创产品的设计和生产,激发社区人民热爱阅读,寻求合作和追求创新包容。另外卡尔加里公共图书馆对于青少年的关注也可以带给我们一些启示,青少年是公共图书馆的重点服务对象,这个阶段也是培养阅读习惯和价值观养成的关键时刻,因此中国图书馆在设计文创产品时要关注青少年人群的特点,开发具有正向引导作用的受欢迎的产品。综合来看,中国图书馆在文创产品开发过程中应该充分遵循其社会职能,保护文化遗产,促进阅读推广,传播知识和文化,并履

行教育使命,文化使命和信息使命。例如对特色馆藏,古籍善本等作为文创产品开发元素,设计出兼顾艺术性,文学性和实用性的文创产品,避免文创产品的同质化和浅层化。在经济利益与社会利益发生冲突时,应该将社会利益放在首位,坚守图书馆文化传播的初衷。

5.2 结合本馆实际,创新开发模式

组织经营模式、产品设计模式和宣传推广模式是当前图书馆的主要开发模式的主要内容^[21]。当前中国文创产品开发存在专业人才匮乏,产品种类少,受众面窄,品牌不具影响力等问题。各个图书馆应该针对本馆现有的问题进行开发模式的创新,选择合适的开发模式。首先是经营模式,经营模式主要包括内部经营,公司经营,授权经营和委托经营^[21]。现在中国较为常见的经营模式是内部自主经营,但是存在开发成本高,人力资源不足的情况。卡尔加里的跨界合作模式可以提供一些思路,可以在把握文创工作的发展方向基础上对资金,人才等压力进行分散,从而促进图书馆文创的良性发展。其次是产品设计模式,对分析卡尔加里公共图书馆网站和相关文献^{[14][8]}可以发现,寻求与第三方合作的跨界融合的开发模式成为较优的选择。中国公共图书馆可以在内部文创部门或者小组进行产品设计的基础上,寻求与高校、艺术家、设计者和企业的合作^[4],整合不同领域力量,实现互利合作。对于宣传推广模式,图书馆可以采取线上线下结合的方式,同时积极运用微信、微博及网络直播等渠道进行推广,充分发挥“互联网+”环境下新媒体的作用,扩大宣传范围和品牌影响力。

5.3 依托特色馆藏,注重群众需求

“馆藏资源不但是图书馆服务的基础,而且可为图书馆文创产品开发提供有力支撑。馆藏资源的完整性、系统性、多样性、稀缺性直接决定了文创开发中可利用资源的质量”^[25]。中国图书馆具有丰富的馆藏资源,如果不加挑选地对馆藏资源进行开发,很容易出现产品同质化和品种单一化的现象。卡尔加里作为典型的多元文化城市,拥有丰富的土著文化资源和移民文化

资源。在产品设计中卡尔加里公共图书馆把特色馆藏、品牌展览与文创产品相结合,进行系列产品的开发,并针对不同群体设计出多层次价格和多类型形式的文创产品。因此中国图书馆文创产品应该关注古籍善本、地方特色文献、特色数据库等特色馆藏,开放兼顾文学性、艺术性和实用性的特色文创产品。例如山东省图书馆可以依托齐鲁方志专藏等特色文化资源,将馆藏资源和地方街景结合起来,制作城市版画和3D地图,将城市的历史与当代注入文化创意产品之中。文创产品开放不仅需要特色馆藏进行梳理和挖掘,还要以群众的需求为导向,开发针对不同群体的类型多样,价格多层的产品,特别关注儿童和青少年群体的阅读需求和价值观导向。

5.4 完善体系网络,寻求联盟合作

卡尔加里公共图书馆通过中央-社区图书馆的体系实现了文创产品的便捷配送,也助力系列化文创产品的开发。中国的公共图书馆可以借鉴纵向联系的体系,借助省-市-县(区)-乡镇-村图书馆网络的联系,促进文创产品的开发,宣传和配送,加强区域内图书馆的联系。中国的省级、副省级公共图书馆可以协同本地区市、县、社区图书馆,深入地挖掘隐藏在基层地区的历史文化和地方特色^[9]。寻求联盟合作包括加入“全国图书馆文化创意产品开发联盟”和与邻近文化文物单位结成联盟两个途径^[20]。前者可以实现资源的共享,获得文创开发的丰富的物质基础,同时能够进行开发经验的相互交流。与邻近文化文物单位进行联盟合作可以充分发挥地理优势,体验地域特征,实现互利共赢。

6 结 语

本文在对加拿大公共图书馆开发文化创意产品的优势进行分析的基础上,梳理了卡尔加里公共图书馆的文创产品类型,分析了创意因素来源和开发推广模式,总结了该图书馆文创产品开发的特点:体现公共图书馆的价值观和使命,关注特殊群体,面向不同的

人群设计多样化产品,结合本地特色文化,跨界合作以及利用社交媒体网络平台开展互动宣传的开发推广等。最后,提出了中国公共图书馆文创产品开发可供借鉴之处。公共图书馆文创产品开发是新时代落实国家相关文件精神、实现阅读推广的重要途径。在目前中国公共图书馆文创产品开发处于初级阶段的情况下,希望公共图书馆能够充分借鉴国外的先进经验,结合本馆、本地区的实际情况,积极利用各种资源开发文创产品,提升公共图书馆在本地居民和游客中的地位,为实现文旅融合战略添砖加瓦。

参考文献:

- [1] 郝鑫. 浅析文化创意产品的内涵和外延[J]. 现代交际, 2012(7): 126-128.
- [2] 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]. [2019-12-28]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-05/16/content_5073722.htm.
- [3] 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]. [2019-12-28]. http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/07/content_5230578.htm.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 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, 61(22): 59-68.
- [7] 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.
- [8] 王毅, 林巍. 英国国家博物馆和国家图书馆文化创意产品开发现状及启示[J]. 国家图书馆学报, 2019, 28(2): 14-24.
- [9] 唐义, 王君洁. 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[J]. 国家图书馆学报, 2019, 28(4): 60-69.
- [10] Culture gross domestic product and jobs increase [EB/OL]. [2020-01-19]. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190425/dq190425b-eng.htm>.
- [11] Supporting donations of cultural property [EB/OL]. [2020-01-19].

- <https://budget.gc.ca/2019/docs/plan/chap-04-en.html#Part-2-Support-for-Diversity-Culture-and-the-Arts>.
- [12] Canadian government budget for FY2014 [EB/OL]. [2019-12-28]. <https://www.budget.gc.ca/2014/docs/plan/toc-tdm-eng.html>.
- [13] Support for diversity, culture and the arts [EB/OL]. [2020-01-19]. <https://budget.gc.ca/2019/docs/plan/chap-04-en.html#Part-2-Support-for-Diversity-Culture-and-the-Arts>.
- [14] Vancouver public library [EB/OL]. [2020-01-19]. https://en.wikipedia.org/wiki/Vancouver_Public_Library.
- [15] Quick facts about Alberta public libraries[EB/OL]. [2020-01-19]. <https://www.alberta.ca/public-library-statistics.aspx>.
- [16] 高苏. 加拿大基础教育的多元文化课程[J]. 中国民族教育, 2007(2): 43-46.
- [17] Creating the best public library in the world [EB/OL]. [2019-12-28]. <https://librarystore.ca/pages/about-us>.
- [18] Shop for a cause and support the Calgary public library foundation [EB/OL]. [2019-12-28]. <https://librarystore.ca/>.
- [19] Local laundry: Library crewneck sweatshirt[EB/OL]. [2019-12-28]. <https://librarystore.ca/collections/clothing/products/local-laundry-library-crewneck-sweatshirt>.
- [20] 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.
- [21] 王光媛. 图书馆文化创意产品开发工作流程及模式研究[J]. 图书馆工作与研究, 2019(10): 25-32, 74.
- [22] 柯平. 公共图书馆的使命——《公共图书馆宣言》在公共图书馆事业发展中的价值[J]. 图书馆建设, 2019(6): 13-19.
- [23] The Calgary public library store [EB/OL]. [2019-12-28]. <https://www.shopify.com/success-stories/the-calgary-public-library-store>.
- [24] 苟素心. 浅谈图书馆文创产品与阅读推广的关联性[J]. 才智, 2019(31): 248-249.
- [25] 郑钧. 试论省级公共图书馆文创产品开发工作[J]. 图书馆工作与研究, 2017(8): 84-90.
- [26] 唐义, 崔琬琬. 我国公共图书馆文化创意产品开发研究[J]. 图书馆, 2018(11): 44-50.