
文化创意产业与图书馆延伸服务研究

赵晓红

(南京图书馆, 江苏 南京 210018)

【摘要】公共图书馆文化创意产品服务是提升服务水平、满足读者多元化文化需求的重要途径。文章通过分析图书馆开展文化创意产品开发的背景,以南京图书馆开发文化创意产品作为实证研究的对象,阐述了文化创意产业在公共图书馆延伸服务中的意义,分析新形势下图书馆发展文化创意产业是走可持续发展道路的必然选择。

【关键词】文化创意产业;图书馆;延伸服务

0 引言

随着社会发展,公共图书馆作为人们文化生活的重要组成部分,亟须主动拓展公共文化服务的广度和深度,打造集学习交流、创意展示、休闲娱乐于一体的综合性文化场所。国务院日前出台《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》,明确鼓励具备条件的文化文物单位采取各种方式开展文化创意产品开发。新形势下图书馆发展文化产业是走可持续发展道路的必然选择,通过合理地研究与开发,提供给民众丰富多彩的文化创意产品,成为提升图书馆软实力的重要途径。

1 图书馆文化创意产业的基本内涵

文化创意是指以文化生产和文化服务为专门对象的思维创新和观念创新活动^[1]。它绝不是对传统文化的简单复制,而是依靠人的灵感和想象力,借助传统文化资源实现的再提升。文化创意产业以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成功为核心价值,以知识产权的实现或消费为交易特征,为公众提供独特的文化体验。

公共图书馆文化创意产业服务模式就是通过设计人员的智力劳动,对图书馆的资源进行重构或者融合其他文化资源,形成新的、具有高附加值的服务手段和方式。

2 南京图书馆文化创意产品研究

2.1 藏品资源为文创产品的设计提供创意来源

南京图书馆拥有丰富的图书典藏资源,是江苏省图书保障中心,具备发展文化创意产业的独特优势。截至2015年年底,南京图书馆馆藏图书1062万册,仅次于国家图书馆和上海图书馆。历史文献是南图馆藏的一大特色,目前有古籍160万册,民国文献70万册。在古籍中善本超过14万册,其中有很多唐代写本、辽代写经、宋、元、明、清历代写印珍本等,截至2016年3月,已有524部珍贵古籍入选国家珍贵古籍名录。利用这些珍贵典籍,开发出本馆特色,用更生活化和艺术化的形式满足大众的文化消费需求,同时也将对馆藏文献的文化精神、艺术价值起到一定的传播作用。丰富的藏品资源为文创产品的开发提供了核心创意来源,而文创产品的开发也使藏品的价值得以更好地实现。

作者简介:赵晓红(1966—),女,江苏淮安,本科。

2.2 南京图书馆文化创意产品种类

南京图书馆丰富的珍贵典籍为文化创意产品的开发提供了丰富的素材。在 2016 年“4·23”世界读书日之际，推出“惠风书堂”服务项目。“惠风书堂”是开在图书馆里的书店，它集借阅、买书、休闲于一体，空间开阔，环境雅致，目前在架图书近两万册，6 000 种，同时首次尝试开展本馆文化创意产品展销（见表 1），致力于打造“南京图书馆文化品牌”，获得广大读者的肯定和赞扬。

表 1 南京图书馆文化创意产品

生活小物	3C 产品	服装首饰	家居用品	文具
玩偶	鼠标垫	丝巾	筷子	书签
手机链	U 盘	T 恤	刀叉	文具
钥匙扣	手机保护壳	领带	马克杯	便签贴
扇子	汽车用品	帽子	杯垫	笔记本
钟表		包包	烟灰缸	文件夹

2.3 文化创意产品开发类型

图书馆文创产品设计以馆藏资源为依托，由创意设计赋予产品以教育、审美、认知、娱乐等多种功能。在产品的设计时，依据不同文化背景、年龄层次的消费群体的需求，开发符合大众消费心理且具有创新意义的图书馆文创产品。图书馆读者以年龄层次分类，大体可分为下列几种类型。

2.3.1 学生读者

15 - 24 岁左右的高中生和大学生，他们有强烈的好奇心，易接受新鲜事物，需要给予积极和正面的引导。但由于他们经济还未完全独立，不具有一定的购买力。据此，图书馆应开发出适合学生的学习工具且价格较低的产品，如笔袋、笔、文件夹、益智类产品等。

2.3.2 年轻读者

25 - 40 岁左右组成家庭踏入社会的年轻人，这类读者朝气蓬勃、思维活跃、求知欲强，是这个社会的中坚力量，具有对美和时尚的敏锐度。据此，应重点开发具有时尚感的居家日常生活用品和电子办公产品，如 U 盘、鼠标垫、钥匙扣、冰箱贴等。

2.3.3 中老年读者

这类读者多是已有一些社会阅历的中年人和五六十岁的离退休干部、职工，他们多是自己来馆借阅度过休闲时光或带领晚辈前来读书，可以开发如杯垫、餐具、洗漱套装寿礼、装饰品等。

3 文化创意产业在图书馆延伸服务中的意义

3.1 图书馆文化教育功能的延伸

文化教育一直是图书馆社会服务的首要功能。读者不仅可以从图书中获得知识，也可以从图书馆的文化产品中加深对其文化内涵的认知。只有将图书馆中的文化与创意相结合，才更有利于读者了解一个图书馆、某一展览甚至某一本图书的文化内涵，因此文化创意产品对图书馆的发展起到了巩固文化内涵和文化知识的教育作用。

3.2 图书馆文化传播和宣传的需要

图书馆作为传统文化机构，它的传播功能的限制性主要是：场地的限定性、传播信息深度和广度的有限。若将文化产品的传播模式作为辅助手段，那么图书馆的文化商品便可以成为最好的宣传工具。因此，图书馆的文化创意产品必须富有本馆的文化内涵，并承载着一系列的历史和文化信息。这些被赋予更深内涵的文化产品被广泛地销售出去，也就意味着该图书馆的文化被广泛地传播了出去。通过各种形式的文创产品，可以将典藏文献与民众生活连接起来。

3.3 图书馆经济效益的增长

当前，我国公共图书馆全部实现了无障碍、零门槛进入。笔者所在的南京图书馆地处南京繁华中心地带，平时读者日均流量 6000 人，双休节假日超万人。随着读者数量猛增、图书馆维护与发展资金不足，经费压力不断加大。我国公共图书馆性质是公益性全额拨款事业单位，依托于政府财政。这种习惯于依靠政府拨款的生存模式迫切需要改变，图书馆需要去探索和开拓新的求生存、求发展的路子。发展文化产业，带来合理的经济收入，无疑可以在资金上对图书馆事业的发展起到支撑和辅助作用。

3.4 推动图书馆事业的可持续发展

随着知识经济、信息社会的到来，作为信息服务主体的图书馆，其服务的内容、形式和手段都应发生转变，以满足读者的多元化需求。文化创意产品在获取经济效益的同时，还提升了人们的人文素质。它以其特有的创意特性，利用有限的资源最大限度地满足人们日益增长的文化需求，充分发挥了图书馆的社会功能，也推动了图书馆事业的可持续发展。

4 结语

公共图书馆文化创意产业服务是图书馆传统服务功能的延伸和扩展。由于我国图书馆文创产品开发处于刚起步阶段，所以在产品的开发设计上缺乏一定的经验，产品缺乏创新性以及品牌意识，所以迫切需要大力培养和引进专业开发人才，开发更多优秀的文创产品，以适应公共图书馆多元化服务的需要。

参考文献：

[1] 欧阳有权. 文化产业概论[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 2007.