

图书馆文化创意产品开发形式延伸发展的理性思考

邱 丽

(江苏商贸职业学院,江苏 南通 226011)

摘要: 创意文化产品的开发,在现代的经济发展过程,不论任何形式的创意文化产品开发,在经过互联网作为主要传播渠道进行营销之后,都能够取得非常好的传播与发展。与创意文化产品的这一特点,我们在进行创意文化产品开发的时候,还应当进一步强调对于文化的传承和发展。所以近几年来,尤其是对于知识类的创意文化产品开发现象越来越多,图书馆文化创意产品的开发延伸在现当代的创意文化产品开发和发展背景之下,就显得极有优势。基于此,本文立足于图书馆文化创意产品开发形式延伸发展,进一步展开理性地思考,探究图书馆文化创意产品未来的发展方向,寻找适合图书馆文化创意产品进一步发展的相关策略。

关键词: 图书馆;文化创意产品;伸发展;思考;策略

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.01.189

在现当代的图书馆文化创意产品开发过程当中,我们常常可以发现非常多具有代表性的优秀文化创意作品,并且在社会范围内也起到了文化传播的积极影响,最终真正实现了商品附加值和商品文化文化价值的双重提升。但是在图书馆文化创意产品开发的过程当中,同样也存在某些乱象。对于未来图书馆文化创意产品开发的形式延伸和发展,还需要进行进一步的理性思考,为未来图书馆文化创意产品的开发寻找更优策略。基于此,本文立足于现阶段图书馆文化创意产品开发的主要形式,以及现阶段图书馆文化创意产品开发的主要问题,进一步展开如何促进图书馆文化创意产品开发的策略探究^①。

1 图书馆文化创意产品开发的现实情况分析

1.1 创意文化产品开发的形式单一,在一定程度上缺乏品牌效应

在某些主体进行图书馆文化创意产品开发的过程当中,虽然文化创意产品开发的门槛较低,每个人或者每个企业都能够以个人或者组织的形式来进行。但事实上,任何创意文化产品都离不开品牌效应的影响,人们在消费过程当中更加倾向于选择具有品牌效应的产品。也是那些进行图书馆文化创意产品开发的个人,或者是小型企业,在创意文化产品开发的起步阶段,由于缺乏较大的品牌作为主要支撑,所以缺乏品牌效应,很难取得消费者的青睐。并且,纵观现阶段的图书馆文化创意产品开发,所具有的形式是非常有限的。比如说大部分人在进行图书馆文化创意产品开发的时候,都会进行书签、明信片等相应的产品开发。除此之外很少有其他能够具备足够创新性的创意文化产品形式,在一定程度上现阶段的创意文化产品开发形式还较为单一。

1.2 资金缺乏是主要困境之一

在进行创意文化产品开发的过程当中,需要大量的资金支持,否则就无法对图书馆文化创意产品的开发进行合理的资源投入和产品生产。但是对于大部分图书馆来讲,图书馆一般情况下都是非营利性的,所以图书馆本身的获利就非常低。再加上如果图书馆在进行创意文化产品开发的过程当中,就必须投入一定的资金和人力物力,那也意味着图书馆在原本获利较低的情况下,还需要继续进行资金的投入。这对于大部分图书馆来讲都是具备巨大困难的。有些图书馆正是由于资金的缺乏,所以虽然有较好的图书馆文化创意作品的理念或者是创意,但是也很难真正的募集资金来将这些创意付诸实际行动。

1.3 专业化图书馆文化创意产品的人才队伍缺乏

图书馆文化创意产品的开发,需要具备较高专业性的相关人才。首先对于一项文创产品的开发,要迎合现代大众的消费观念,这样才能够使创意产品能够真正进入大众视野,并且获得消费者的青睐。第二,在进行创意文化产品开发的过程当中,还涉及美工设计等方面的内容,所以如果对于人才的要求太低,那么所进行的图书馆文化创意产品开发和生产质量也是较差的。因此,专业化的图书馆,创意文化产品的人才队伍缺乏,所以导致了图书馆公益文化产品的开发进度较为缓慢,并且图书馆文化创意产品的更新换代速度也较慢^②。

2 图书馆创意文化产品开发的主要意义分析

首先从现当代消费者的消费观念来看,人们满足了基本的物质生活条件之后,都开始有了更高层次的精神追求,于是知识消费在现当代就开始成为了消费的主流。只在现在的时代之下去尝试进行图书馆文化创意产品的开发,在一定程度上有助于迎合现代人们的消费需求。第二,从文化发展的角度上来看,知识经济时代的到来,意味着我们必须促进全体国民综合素质的提升。因此,在现当代进行图书馆的创意文化产品开发,有利于图书文化的传播,进一步提高我国人民的受教育水平,提高全体人民的综合素质。从图书馆自身的发展角度来看,图书馆文化创意产品的开发在一定程度上有利于提高图书馆的知名度。在现当代的社会生活当中,我们常常可以发现快节奏的生活和互联网对于人们生活的影响,越来越多的人开始对纸质图书丧失了兴趣,能够去进行纸质书籍阅读,或者是持续性阅读的人越来越少。在这样的情况之下,很多线下图书馆的发展也逐渐进入了尴尬的境地。为了进一步破除线下图书馆发展的尴尬境地,促进线下图书馆的健康发展,所以进行图书馆文化创意产品的开发,也是具有一定必要性的。总的来看,进行图书馆文化创意产品的开发,不仅仅能够起到文化传播的作用,促进全体国民投入大众创新万众创业的行业当中。另一方面对于图书馆自身的发展也具有重要性的影响。因此在图书馆的发展过程当中,尝试继续进行创意文化产品的开发,能够提高公共服务能力,进一步有害人们的生活水平,满足现代人们的精神追求和知识追求。^③

3 图书馆文化创意产品的开发形式连升级策略探究

3.1 注重进行馆藏资源的复制和延伸

但一些规模较大的图书馆当中,有非常多的图书资源都是不能外借的,但是人们对于这些图书资源又具有一定的需求,所以图书馆在进行创意文化产品开发的过程当中,就可以注重对图书馆内的

馆藏资源进行复制和延伸。比如说,古代的甲骨文在现当代部分人的眼中是具备较强生命价值的,所以有很多人对于甲骨文都比较感兴趣,那么这个时候图书馆在进行文创产品开发的时候,就可以进行甲骨文资源的复制。例如,图书馆可以尝试设计和甲骨相似的明信片,然后再和甲骨相似的明信片上面运用甲骨文来进行祝福语的撰写。又或者图书馆还可以尝试开发一些人们日常生活当中会用到生活用品,比如制作和甲骨文的甲骨相似的手工皂,人们日常的衣着上印制甲骨文等等。通过这样的形式,就能够对图书馆当中某些不便于公开的资源来进行复制和分享。并且这种复制和分享的方式不仅仅是以知识文化的形式,而是深入到了人们日常生活当中的方方面面。这种将图书馆资源和文化元素融入人们日常生活方方面面的文化产品开发,能够在人们的日常生活当中,对人潜移默化的产生一定的影响,真正意义上实现文化元素的传递。所以说对图书馆内的馆藏资源进行复制和衍生,并且将这种资源的复制和衍生与人们的日常生活和消费有机结合,才能够真正称之为成功地开发。

3.2 注重增强图书馆文化产品开发的体验性

在人们对某些文创产品进行接触的时候,最直接的感受就是审美体验。那么在加强图书馆文化创意产品开发的过程当中,我们也可以适当调整思维,通过优化人们的体验性来进一步提高图书馆文化创意产品开发的质量和效果。比如说,图书馆可以运用虚拟现实的现代科技手段,在人们进行图书借阅的过程当中,以卷轴的形式进行书籍展示。这样一来人们在进行书籍阅读的时候,既能够破除传统的纸质书籍阅读局限性同时又能够不运用手机来进行阅读。而是通过沉浸式阅读的方法,模仿古人书籍阅读的形式,以卷轴的形式来进行书籍阅读体验,更加有利于增强读者在书籍阅读过程中的体验感。另外,图书馆还可以引入一些古典乐器,比如说古筝,箏篪、长箫、竹笛等,然后邀请专业的音乐创作人时,到图书馆当中对一些古典的诗词进行音乐改编。在进行古典诗词音乐改编和演奏的过程当中还可以让进入图书馆当中的读者身着汉服进行参观和欣赏。在条件允许的情况之下,还可以进行古典舞蹈的排练,在古典诗词改编和演奏的过程当中,让专业的演员来进行古典舞蹈表演。用这样的方法,读者进入图书馆之后,所能够获得的体验感就大大不同,并且还能更加真实的去接触中国的传统文化,有利于促进中国传统文化的传播。最后图书馆还可以尝试将一些书籍进行缩小版的复制,然后将这些缩小版的复制书籍作为纪念,凭读者进入图书馆之后,如果对某些书籍具有较强的兴趣,那么也可以购买这些缩小版的书籍复制纪念品。通过这些丰富多样的形式,对于图书馆文化创意产品的开发,就直接突破了带给消费者审美体验的这一句型。消费者在将图书馆文化创意作品欣赏的过程当中,还能够得到沉浸式地体验和消费体验。并且如果图书馆在这些方面的工作能够真正落实到位,尽可能的去尝试进行新型的图书馆文化创意产品开发,那么很有可能为线下图书馆的生存和发展迎来新的契机^[4]。

3.3 将消费者融入图书馆文化创意产品开发的过程当中

在现当代的文创产品开发过程当中,DIY的形式对于消费者的吸引力是较大的,且最大的优点就在于消费者能够根据自己的创意和想象来进行相关作品的DIY。所以图书馆在进行文化创意产品开发的过程当中,也可以考虑将消费者融入图书馆的文化创意产品开发过程当中,让消费者运用DIY的形式来进行文创产品的创造。就

比如说图书馆可以在馆内提供各种各样的丝绸绢帛,当消费者在图书馆内进行收集越多的时候,能够将一些自己喜欢的数字或者文字以刺绣的形式放到丝绸绢帛上。每一个消费者所喜欢的文字和作品是不同的,那么他们所进行的创作也会是不同的,这些消费者最后还能够将自己DIY的文创产品带走,能够大大提高消费者在图书馆当中的体验感。除此之外,图书馆还可以定期进行图书馆文化创意产品设计征集活动,这一种设计征集活动是面向图书馆全体消费者的,图书馆当中的全体消费者都可以去进行自主投稿。最后如果哪一个消费者的创意被图书馆选中,图书馆就可以为这名消费者提供免费的图书借阅,或者是文创产品赠送的服务。通过这样的形式,图书馆进行文化创意产品开发的时候就不再完全依赖于专业化的设计人才,是能够将依赖的主体转移到受众身上。并且通过受众自身的文创设计,图书馆相关工作人员也能够进一步了解现当代人们对于图书馆文创产品的现实性需求,更加迎合现代人们对于图书馆文创产品的需求方向去进行相关的图书馆文化创意产品开发。

4 结束语

总而言之,在现当代的文化创意产品开发过程当中,任何产业都能够取得一定的成就,能够取得消费者的青睐。但是在文创产品开发过程当中,也具备一定的品牌限制。不难发现那些具备一定品牌效应的相关文创产品,发行之后就能够在迅速获得消费者的青睐和追捧,并且引发一定的消费潮流。^[6]所以图书馆在进行文化创意产品开发的过程当中,由于缺乏品牌效应,那么就要想办法去从其他方面来进行弥补。比如说图书馆可以采用馆内典藏书籍的复制和延伸方式,将一些图书馆当中的文化元素融入到消费者的日常生活当中来,以潜移默化的形式对消费者进行广告植入。另外图书馆在进行文化创意产品开发的时候,还可以尝试运用VR等技术手段,进一步增强消费者在图书馆当中的沉浸式体验感。最后图书馆在进行文化创意产品开发当中,还可以将消费者也融入到图书馆的文化创意设计过程中,以DIY的形式来激发消费者的参与感,有助于图书馆的文化创意产品开发,更加迎合消费者的实际需求,逐渐帮助图书馆的文化创意产品树立品牌效应。

参考文献

- [1]姚林青,卢国华.文化创意产品的经济性质与外部约束条件[J].现代传播,2019(5):106-110.
- [2]田利.图书馆文化创意产品开发形式延伸发展的理性思考[J].内蒙古科技与经济,2017(2):123-125.
- [3]刘斌.图书馆服务与文化产业研究[J].延安职业技术学院学报,2018(10):103-106.
- [4]赵晓红,武莉莉.公共图书馆文化创意产品开发研究——以南京图书馆为例[J].农业图书情报学刊,2016(11):88-91.
- [5]莫晓霞.图书馆文化创意产品开发探讨[J].图书馆建设,2017(10):98-101.
- [6]李红.研究图书馆开展文创工作的理性思考[J].中文信息,2020,09.

作者简介:邱丽,副研究馆员,服务于江苏商贸职业学院,已发表数十篇论文。