

紐約公共圖書館善用科技 將小說名著搬上 IG

文、圖／編輯部

閱讀的形式可以很多元，美國紐約公共圖書館善用 Instagram 重現經典小說，吸引超過 30 萬閱讀人次。



美國紐約公共圖書館將經典小說搬上 Instagram。

誰說滑世代不閱讀，只要用對方法，也能吸引大批讀者重拾閱讀樂趣。現在就跨越世界的任意門，跟著美國紐約公共圖書館（The New York Public Library）一起用 Instagram（以下簡稱 IG）享受閱讀外語經典小說的樂趣。

「Insta Novels」計畫 將小說搬上 IG 平臺

回顧 2018 年 8 月，當紐約公共圖書館透過「Insta Novels」計畫，將經典小說發

布到 IG，提供讀者閱讀時，不少人抱著遲疑的想法。在這個閱讀容易分心的時代，真的能吸引讀者在資訊量爆炸、講求快速的社交軟體上閱讀小說嗎？一年後，紐約公共圖書館用行動、數據證明只要善用科技、選對方法，就能喚起人們的閱讀興趣。

「Insta Novels」是由紐約公共圖書館與創意廣告行銷團隊——Mother New York 共同合作的計畫，透過數位化結合創意發想，將作家路易斯·卡羅的《愛麗絲夢遊仙境》、夏洛特·吉爾曼的《黃壁紙》、卡夫卡的《變

形記》、艾倫·坡的《烏鴉》、狄更斯的《小氣財神》（又譯《聖誕頌歌》）等小說作品搬上 IG 平臺，讓更多人有機會閱讀到這些精彩故事。

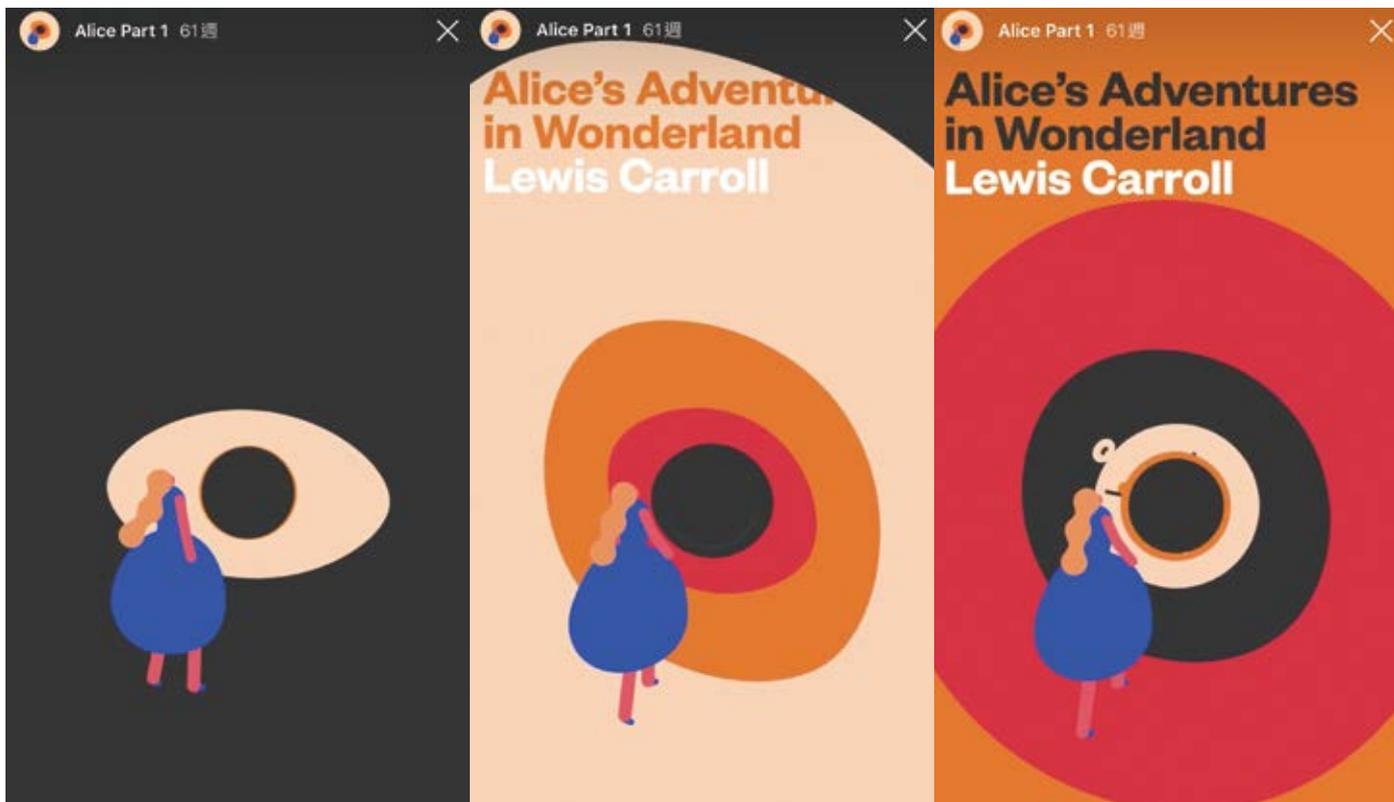
設計動畫效果 提供舒適閱讀感受

點開《愛麗絲夢遊仙境》，一位穿著藍色洋裝的金髮女孩，走向前方不斷擴散、旋轉的眼睛……在 IG 上呈現的每部小說都經過重新包裝設計，特別邀請了藝術家 Magoz、英國動畫導演 César Pelizer、設計公司「Buck」等知名創作者（或工作者）及團隊擔綱視覺設計、繪製配圖，製作成動畫頁面。動態中的字體、背景顏色也極為講究，不同於一般較為刺眼的亮白螢幕底色，以略偏黃的顏色，提供讀者舒

適的閱讀感受；字體則採用了 Georgia 字型，並運用特別勾勒的線條，讓讀者可以輕鬆地在手機上閱讀小說。

閱讀方式與一般的電子閱讀器類似，點擊手機螢幕左側是翻到上一頁，右側則為下一頁。頁面右下角也加入了翻頁的連續定格動畫，例如《愛麗絲夢遊仙境》是正在倒茶的茶壺和茶杯，《小氣財神》則是正在燃燒中的蠟燭，長按可停留在閱讀的頁面或點擊一下翻至下一頁。

然而，將小說放上 IG，讀者是否有耐心能好好閱讀完長篇文章，是讓人存疑的最大疑問。紐約公共圖書館也針對這項問題找到解決方式，將小說以分段的限時動態來呈現，以提升讀者的閱讀意願。另外，還設計了生動的動畫藏在頁面中，讓讀者更加身歷其境。



邀請知名創作者（或工作者）及團隊擔綱視覺設計，製作成動畫頁面。（翻攝於紐約公共圖書館 Instagram）



透過 Instagram 閱讀經典小說，讓閱讀無遠弗屆。

計畫的首席創意官科琳娜·法魯西（Corinna Falusi）曾表示，每項設計都是為讀者所量身打造，力求讓小說的閱讀變得有趣，並且令它在使用上更為簡單、容易操作，讓讀者在分享視覺的平臺上，也能共享文字。

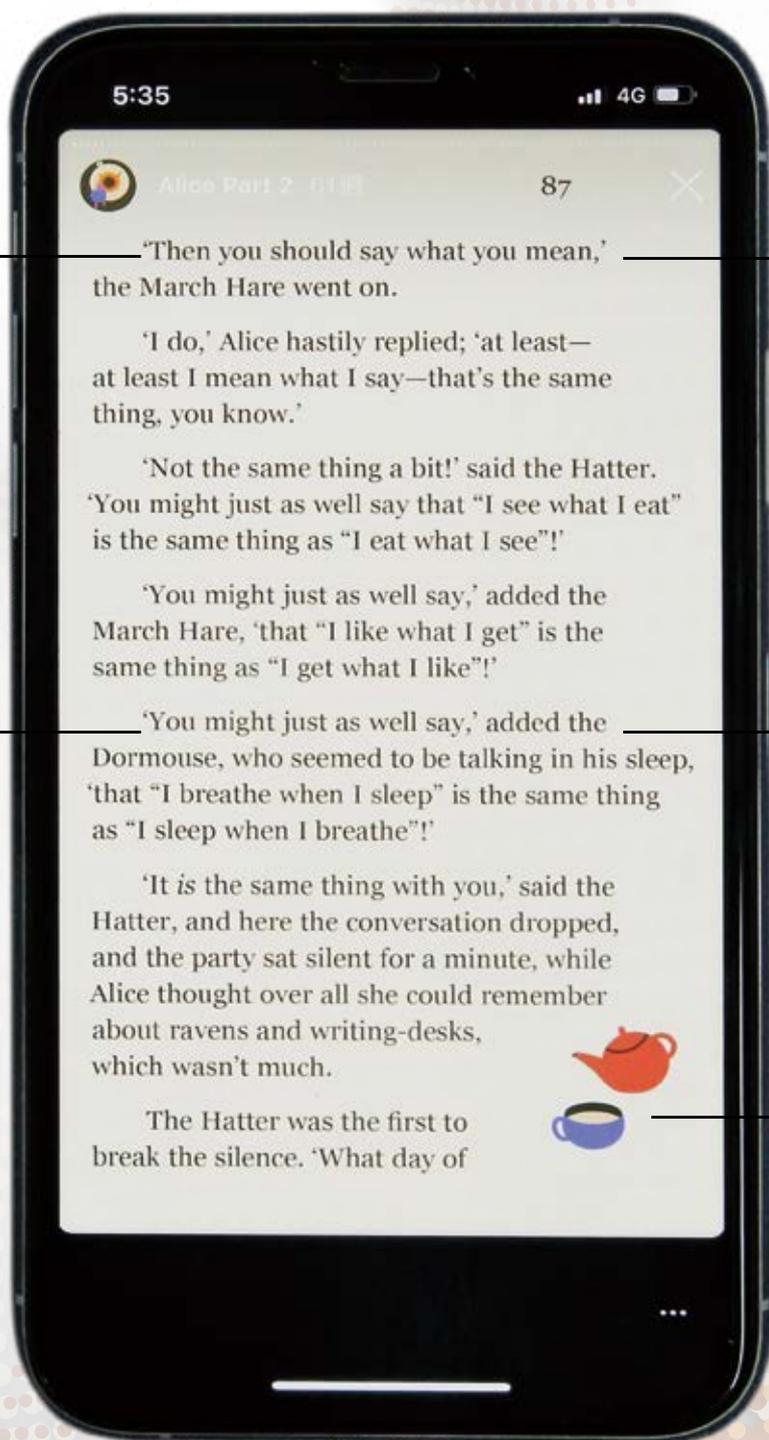
善用科技 讓閱讀更為親近

或許仍有不少人對於手機閱讀仍存在著批判態度，但紐約公共圖書館持開放的態度來看待閱讀推廣這件事。數位媒體總監理查德·施諾爾（Richard Schnorr）就曾表示，只要人們想閱讀，我們都覺得不錯。透過 IG 平臺

發布小說作品，讓館藏資源經由數位科技的應用，讓更多國家的讀者可以共享經典名著，讓閱讀無遠弗屆。

自紐約公共圖書館將小說名著發布到 IG 以來，閱讀量持續攀升，截至 2019 年 9 月，已被閱讀超過 30 萬次。IG 粉絲數一年增加 13 萬，成長超過 65%。館方曾在《華爾街日報》的訪談中提到，希望透過「Insta Novels」計畫，讓大家知道圖書館不只是堆滿舊書籍的石體建築。的確，圖書館用數據說明了與其抱怨數位科技造成閱讀人口下降，不如善用科技提升閱讀風氣，讓閱讀更貼近大眾。🌀

紐約公共圖書館 IG 閱讀設計



內文的字體採用 Georgia 字型。

螢幕背景略偏黃，眼睛較不刺眼。

點擊手機螢幕左側可翻到上一頁。

點擊手機螢幕右側可翻到下一頁。

螢幕頁面右下角設計了翻頁的連續定格動畫。