

融媒视野下的博物馆宣传推广

——四川省博物馆学会传媒和市场推广专委会年会综述

长风

12月5日至6日，四川省博物馆学会传媒和市场推广专业委员会（以下简称“传媒和市场推广专委会”）2024年会在遂宁召开。年会以“融媒眼中的博物馆”为主题，着眼文博宣传推广实践，就创意策划、宣传联动、跨界合作、新技术运用等展开深入交流探讨。会议由中国文物报社、四川省文物局、四川省博物馆学会、重庆市博物馆协会指导，四川省博物馆学会传媒和市场推广专业委员会主办，四川博物院、遂宁市文化广播电视体育和旅游局、遂宁市博物馆（四川宋瓷博物馆）承办。相关文博单位负责人、专家学者及媒体代表共计120余人参会。

主旨发言

中国博物馆协会副理事长刘超英表示，年会主题“融媒眼中的博物馆”，深刻反映了当下我们所处的时代环境。作为文博宣传推广的专业队伍，一方面要不断夯实文博专业知识，加强对文物、历史的研究，另一方面，要用好互联网平台，从融媒的视角，去发现、搭建博物馆与其他行业之间的桥梁，让博物馆公共文化服务在云端丰富起来，让博物馆承载的优秀文化走进人们的生活，走进人们的心里，让珍贵的文化瑰宝在新时代焕发出新光彩。

四川省文物局副局长濮新表示，传媒和市场推广专委会作为重要的行业平台，为构筑四川文博宣传推广矩阵、强化宣传推广作出了积极贡献。在数字化转型背景下，四川不少文博单位积极利用新媒体手段丰富宣传推广形式，亮点纷呈。各博物馆和媒体的创新实践不仅丰富了博物馆的展示形式，也拉近了与观众的距离，让文物更加鲜活、生动地呈现在大众面前。传媒和市场推广专委会在交流协作、联系媒体、策划活动等方面，还可以发挥更重要的作用，通过搭建更加紧密、高效的合作网络，加强会员之间的信息共享、经验交流与项目合作，共同探索文博事业发展的新方向、新路径，推动文博事业不断迈上新台阶。

四川省博物馆学会副理事长侯世新讲述了随着科技的飞速发展和社会的深刻变革，博物馆的传播与推广工作面临的新要求。一是深化交流合作势在必行。要进一步加强与省内外博物馆和传媒领域的企事业单位之间的联系和交流。通过搭建常态化的交流机制，共同探索文化遗产大众化传播的创新路径和有益经验。二是创新实践势在必行。在科技日新月异的潮流下，需要突破传统思维，敢于尝试新的传媒手段和推广策略。充分利用现代科技手段，打造沉浸式、互动式的文化体验。三是强化人才培养势在必行。传播推广的核心驱动力是人才，要通过举办专题培训班、开展学术交流活动、引进优秀人才等方式，不断提升

从业人员的专业素养和业务能力。特别要注重培养一批既懂博物馆、又懂传媒，既善创意、又善推广的复合型人才。

重庆市博物馆协会秘书长雷学刚表示，当前传媒行业十分繁荣，基于博物馆文化传播而产生的“最大流量”终将成为博物馆高质量发展的“最大增量”。博物馆要脱颖而出、“博取”观众眼球，必须深度聚焦受众需求，坚持内容为王，打造出精品力作。首先，要因地制宜，坚持原创与策划并重，以独特的融媒视角呈现地域文化，满足观众多样化的精神文化需要。其次，要量身定制，从理念、内容、体裁、手段、形式等多方面进行革新，进行分众化、差异化传播，确保“读者在哪里、受众在哪里、宣传报道的触角就伸到哪里”。再次，要灵活多样，充分挖掘馆藏文物特色，精心打磨并呈现生动鲜活、引人入胜的传播内容，始终抓住新时代博物馆文化交流传播的“焦点”。未来，博物馆应建设强大的传媒矩阵，探索跨平台、跨媒介的传播模式和更加立体多元的传播体系，塑造新的融合传播生态，为博物馆高质量发展赋能添彩、锦上添花。

四川博物院副院长谢丹表示，博物馆文化传播是集体智慧源源不断输出的过程，当前宣传推广媒介、技术手段、传播形式不断推陈出新，与时俱进的传播理念，是做好博物馆宣传的基础。博物馆宣传推广工作应该被视为共创共享、集体智慧源源不断输出的过程。首先是加强联络，以交流促合作，推动博物馆、媒体、文化企业之间的交流与互动，发挥各自优势，共同提升博物馆的整体影响力。其次是创新宣传方式，提升传播效果。不断探索新媒体、新技术在博物馆宣传中的应用，生动展现博物馆的文物和文化内涵。三是秉持开放、创新、合作的精神，拓展合作渠道，让“破圈”成为常态。积极寻求与广电传媒、互联网企业等机构的合作，拓展宣传渠道，扩大文博事业的影响力，助力文博事业高质量发展，为传承和弘扬中华文明贡献力量。

案例分享

南京博物院副研究员杨小苑以《融媒体时代下，南京博物院传播矩阵的搭建与运营》为题，讲述了在融媒体时代背景下，南京博物院如何搭建与传播其文化矩阵，并详细阐述了运营策略与成效。她在阐述融媒体概念与时代特征的基础上，强调了博物馆传播内容多样化、平台多元化、高时效性、碎片化、互动性与社交化等特点。她介绍，南京博物院的定位与宣传目标，旨在满足公众需求，扩大知名度与影响力，并促进文化旅游发展，因此形成了包括官方微信、微博、网站、抖音等多个平台的传播体

系。同时，通过与海外媒体的合作，进一步拓宽了文化传播的国际视野。在具体运营中，她以南京博物院90周年院庆宣传为例，解析了宣传的高度、广度和持续度。以“无尽藏——苏轼的书画艺术精神”展宣传为例，简述了通过挖掘故事、结合数字展示、进行学术解读和全网推广等策略，成功提升了展览的知名度和影响力。杨小苑认为，博物馆宣传与推广要加强内容创意与策划，拓展数字传播渠道，利用大数据优化传播效果，运用海外平台推广传统文化，为观众提供更加丰富的文化体验。

新华网“博物中国”负责人徐嘉文以《博物馆与传媒的双向奔赴——以新华网“博物中国”为例》为题，讲述了博物馆与媒体的融合创新和探索实践。他认为，随着我国博物馆事业的持续快速发展，博物馆“热”日渐成为涵盖全社会各年龄人群的重要文化现象。随着软硬件水平的大幅提升和大众对文化遗产价值认识的不断深入，博物馆逐渐改变了以往严肃刻板形象，越来越成为年轻人群满足高品质精神文化需求的去处。另外，随着人工智能、5G、虚拟现实等新技术的不断突破，博物馆和文博领域的各类机构也在以更加积极主动、多元包容的姿态和日渐丰富的形式进入大众的视野以及生活。此过程中，大众传媒扮演着不可或缺的角色，不仅助推博物馆资源和资讯的传播普及，同时也和各类文博相关机构一起，在不断创新演化的文化环境中进行内容、形式、渠道等全方位的探索实践。

重庆中国三峡博物馆刘竞希以《“三峡韵”引发的思考》为题，分享了“人间有味是清欢——明清画境中的生活景象”展览的宣传推广案例。她介绍“三峡韵”一词来源于“故宫跑”，是指观众们蜂拥看展，争抢第一时间一睹展品风采。她认为，“三峡韵”出现，也反映了文化供应，尤其是优质文化资源供应的稀缺。文化资源也需要“供给侧”改革，推出中高端个性化产品和展览，进行精心设计和策划，调整内部结构，培育新型文化业态。当前，碎片化、短平快的宣传，一方面给博物馆展览带来“破圈”效应，但其传播方式与文博信息的“深阅读”也产生了矛盾。文博信息的传播需要一定知识储备和门槛，而自媒体的属性却是“注意力经济”“消解权威”。如何应对真假、铺天盖地的碎片化信息，也是文博内容传播者接下来要解决的重要课题。

四川封面传媒有限公司泛文化新闻部总监曾洁以《三星堆融媒体报道，助力中华文明出圈》为题，介绍了“融媒体报道+系列精品讲座+创新技术”博物馆宣传推广实践。她认为，尽管传播方式正在发生日新月异的变化，但“内容为王”仍是宣传推广不变的准则。在社会调查的基础上，确立宣传推广的切入点，创意策划了三星堆问答专栏，采用“顶级专家解答+妙趣横生的‘翻译’”的方式，深入浅出地表

举办多样化社会教育主题展 建设多维度多目标展教空间

王瑞昌 何东蕾 钟玲

四川博物院于2024年12月18日推出“传承、创新、发展——四川博物院社会教育展”。展览旨在回溯历史，展望未来，将四川博物院80余年的社会教育工作理念与发展历程通过展览的形式呈现给观众。展览面积约600平方米，分为“追忆过往 与时俱进”“新馆落成 浣花新生”“创新思想 加强研究”“一个博物院就是一所大学校”四个单元，融合教育课程活态呈现形式，将教学空间、互动体验区、儿童阅读区、沙龙讨论区、观众休闲区等空间同步设计与打造，建成“四川博物院研学中心”（川博学苑），全面提升四川博物院公共文化服务能力。

四川博物院“一核+三维+五理念”的教育实践

2024年国际博物馆日主题为“博物馆致力于教育和研究”，突显了博物馆在提供全方位教育体验和促进人们终身学习中的关键作用。随着“博物馆热”“研学潮”和“云教育”的兴起，全国博物馆教育线上线下齐头并进，推动了面向公众的教育项目与活动的数质提升。

四川博物院充分发挥教育功能，有效盘活博物馆资源和空间，注重打造多样化公共文化服务，通过“一核+三维+五理念”的形式，即以“以人为本”教育理念为核心；构建馆内博物馆课程、馆外文化惠民活动、线上数字资源普及的三维立体教育体系；践行“大教育”“重研究”“均等化”“终身学习”“开放共享”的五大理念，满足公众多元文化需求。

大教育——“博物馆大学校”教育理念

贯彻“大教育”“大学校”教育理念，将开展以公众为中心的教育活动视为博物馆工作的核心内容，秉承所有博物馆工作人员都有义务为社会提供教育服务的使命感和责任感。在四川博物院，你可以看到——展陈与教育：运用景观、模型、影像、多媒体等展示手段增加展览的趣味性；文保与教育：把文物保护的“后台”搬到“前台”开展文物修复观摩、“小小文物修复师”等教育活动；宣传与教育：通过媒体推广，以文物赏析专题、线上展览、知识科普、文博互动等形式，拓展文博知识传播途径；典藏与教育：举办“库区开放日”活动，将博物馆库房这一“神秘”之地有序面向公众开放；文创与教育：开发文化创意与教育相融合的寓教于乐的文创教育产品，促进了文博知识的传播与普及。

重研究——“研究型博物馆”教育理念

2015年9月，四川博物院与四川省教育科学研究院共同成立了四川省博物馆教育研究所，致力于青少年博物馆教育研究与课程开发。这一创新模式为四川博物院在全省范围内建立长效馆校合作机制奠定了基础，也成为全国博物馆文教机制探索的先行者。通过国内首创的博物馆教育研究所，四川博物院已与100多所大中小学建立馆校合作机制，培育学校师资，博物馆与学校合作策划研学实践教育活动，使学生在博物馆的学习过程中开阔视野，开放心态，开启心智。四川博物院博物馆教育研究取得显著成效。十年来，四川博物院举办了近20次高水平的国内及国际教育研讨交流



2023年全国“家校馆”研讨交流活动课例演示



“大篷车”流动博物馆走进民族地区

会，派遣教育研究人员在全国及全球数百次传播四川博物院的教育理念和实践。四川博物院相继完成了20余项国家级、省部级、市厅级课题，涵盖博物馆教育理论和实践应用研究。在《中国博物馆》《现代中小学教育》《历史教学》等核心期刊发表文章10余篇，在省级以上刊物发表文章百余篇，编著出版《博物馆研学实践教育研究》《被收藏的文明——古蜀之光》《我把川博文物讲给你听》《风物荟萃毓天府——四川博物院》等10余部著作。2023年，四川博物院编制并发布了地方标准《博物馆志愿服务规范》（DB51/T 2990-2023），并积极参与博物馆研学课程标准化制定的前端研究。四川博物院教育研究与实践不断获得表彰，累计获得近40项讲解类、课程研发、研学路线及推荐案例等奖项与荣誉。

四川省博物馆教育研究所将文博与教育紧密结合，不断提高文物研究阐释和展示传播水平，努力让文物真正“活”起来，成为全国可复制、可推广、可示范的创新之举。

均等化——“人人享有博物馆学习”理念

四川省文博事业发展进入快车道，但仍然存在区域分化明显、总体发展偏弱、偏远地区文物资源匮乏等问题。四川博物院通过全国首创“大篷车”流动博物馆，深入基层开展流动展出；建立四川省博物馆远程教育、数字化教育网络，最大限度实现文博教育均等化。

2009年，四川博物院突破区域限制，首创“大篷车”流动博物馆项目，以文物参观、数字化展示、非遗体验、学术讲座等多种方式，让群众在家门口就能享受丰富的文博盛宴。至今，“大篷车”足迹遍布部队、厂矿、学校、边远山区、民族地区，已开展巡展136次，服务川渝40余个地州市县，接待观众超过160万人次，行程30余万公里。

2016年，四川博物院与四川省电化教育馆合作，率先将博物馆数字资源接入国家数字教育资源公共服务体系，将博物馆的研究成果转化为课程资源，向全省960万小学生和60万教师进行推送，惠及广大民族地区及偏远地区，建立起广覆盖、普惠性的远程博物馆教育体系。

2020年，四川博物院积极推进多平台、多渠道数字化导览服务，微信端推出语音导览、VR视频解说、线上讲解预约系统等数字化讲解服务，增设可视化智慧导览系统，形成

了“语音+视频”“数字+真人”的导览教育体系，满足不同观众的参观需求。2022年，“乐博探索”数字教育资源库正式上线，涵盖美育、科学等多门类课程资源，包括历史、化学、物理、音乐等多个学科，通过线上直播、文博视频、动画微课等形式，将博物馆优质文博资源面向社会开放应用。

终身学习——“全年龄段”博物馆教育理念

四川博物院在研究与实践过程中，逐步构建了贯穿全年龄段的博物馆终身学习体系。博物馆教育服务对象从幼儿至老年，服务区域遍及省内偏远山区至核心城市；服务人群包括普通观众及特殊群体，形成了全天候、多场景、针对性的博物馆教育服务体系。

迄今为止，四川博物院已开发了超过200项课程及活动，设计了20余条研学旅行和文化行旅线路，每年教学时间超过1000课时。2016年，四川博物院与幼儿教育机构合作，成立“四川博物院幼儿教育课题研究基地”，开发《博物馆的植物园》《神奇动物在哪里？》等课程，逐步建立了博物馆早期教育体系。同时，四川博物院开展学科课程研究，挖掘文物资源，结合中小学生学习特点，根据国家课程标准，开发了覆盖基础教育阶段的“学科学、鉴历史”博物馆综合课程。成人专题活动“生活美学+成人雅集”，通过文化实践、艺术欣赏、非遗传承、沉浸式展演等形式，让参与者在传统与现代的融合中体验历史文化和艺术创作的乐趣。每月最后一个周四为四川博物院老年专场活动，旨在亲老、适老、助老，通过展览通俗化阐释、多感官导览、手工艺创作、艺术疗愈、摄影艺术培训、代际教育体验和馆际参观等活动，满足老年群体的文化需求和社交愿望。

开放共享——“盘活资源”博物馆教育理念

在“文旅融合”大热、博物馆参观“一票难求”的情况下，四川博物院较早预判并先期出台《关于优化参观秩序的公告》《四川博物院规范展区公共文化服务公告（试行）》等相应管理办法，并采取优化公共设施设备配置、升级智能票务系统、建立动态入馆机制、提供优质导览服务等方式，为公众打造更为便捷、舒适的参观体验，规范了社会机构入馆及开展教育活动的行为。

四川博物院通过牵头建立“四川省文博教育联盟学校”“四川省文博研学联盟”“国家家校馆教育联盟”和“四川博

达权威观点。通过一场直播联动、一个创意短视频、一场经典讲座、一组创意海报，有节奏、多形式、相互配合地实现了三星堆现象级融媒体报道。

“古猫|陪你看博物馆”主理人汤诗伟以《短视频的长期传播》为题，探讨了人力和财力都有限的中小型博物馆应采取何种策略进行长期传播。他认为，短视频无疑是未来宣传推广的发展趋势，但不应过分追求粉丝数量，而应专注于内容制作。优质内容通过官方或其他合作渠道的转发，或通过用户主动搜索，都有可能获得良好的传播效果。博物馆的文物价值需要深度解读才能释放，因此制作短视频时务必注重内容。他建议中小型博物馆可以采用“一年深入解读一件文物”的策略，从多角度进行阐释，形成系列短视频，进行全面、权威的解读，进而扩大官方宣传推广的影响力。

遂宁市博物馆副馆长禹艳以《融媒体时代下博物馆的文化传播与推广》为题，分享了博物馆如何在融媒体视角下，更好地传播和推广文化。她认为，过去，博物馆往往是文化传播的主体和中心，而传播媒介则被视为传递信息的工具和手段。在融媒体时代，这种关系已经变得越来越模糊和复杂。博物馆不再是文化传播的唯一主体，各种文化机构、社会团体乃至个人都可以成为文化传播的主体。传播媒介也不再是单纯的信息传递工具。在融媒体时代，传播媒介已经具备了强大的内容生产能力和传播分析与策划能力。当前需要深化媒介融合，创新传播形式，加强文化内涵挖掘与创意表达，努力构建全球视野下的文化传播格局。

在融媒体时代的浪潮中，让文物以更加璀璨的姿态绽放光芒，让更多人感受到传统文化的魅力，是所有文博人和媒体人共同的使命。大会主办方表示，“下一步，我们将秉持‘平台共建、内容共商、资源共享、效益共赢’的理念，密切联合全省博物馆文化宣传力量，加强川渝地区博物馆宣传协作，适时举办共创活动，创新宣传方式，拓展合作渠道，不断完善博物馆文化普及的互联网空间，共谱‘文博宣传协奏曲’。”



物院教师沙龙”等平台，以开放共享的姿态，促进资源要素有序流动，推动文教、文旅合作创新。

2017年，四川博物院与四川省教育信息化与大数据中心合作，积极推动全省68所文博联盟学校与当地文博资源融合，开展博物馆课程进校园、双师共建、馆校合作培训和赛课等活动，促进地州市博物馆与学校的长期合作。

2021年，四川博物院牵头成立四川省文博研学联盟，制定了研学服务体系标准，推出针对中小学生和亲子家庭的合作指导、规范和标准，促进了四川省博物馆研学实践教育发展。

“四川博物院教师沙龙”通过文教合作平台，充分发挥了教研员、校长和教师的作用，深化馆校合作，联合开展师资培训，参与学校博物馆课程建设和论证。四川博物院与四川省教育科学院、成都市教育科学院及多个区级教育科学院，以及四川省、成都市内30多所学校合作，围绕课程论证、沙龙会、博物馆资源进校园、学校博物馆建设帮扶、课程设计与实施等展开多层次合作。

2023年，四川博物院共同发起成立“国家家校馆教育联盟”，融合学校、博物馆、相关教育组织、机构及企业，推动文博教育与学校教育的全路径产、学、研融合发展。

四川博物院推出的“传承、创新、发展——四川博物院社会教育展”把教育与展览空间有机结合，具有功能可变、目标多维、动态生成、常态运营的特点。未来四川博物院研学中心将在工作日期间为中老年观众提供文化赏析活动；夜间打造“博物馆青年夜校”，为年轻人、灵活就业人员等提供文化艺术欣赏及技能培训；周末及节假日为青少年提供博物馆优质课程，让博物馆成为社会公众身边的“大学校”。

时代更替，岁物丰成。历经八十余载的潜心耕耘，四川博物院对博物馆教育进行了体系化构建、项目化推进、时代化呈现、全域化实施。四川博物院将依托研学中心（川博学苑）的建成，继续以必成之心，努力营造“汇学、慧学、惠学”的大学校教育生态，继续广泛深入开展博物馆里过传统节日、纪念日活动，加强对中华文明的研究阐发、教育普及和传承弘扬，加大爱国主义教育和革命传统教育，培育文化生活新风尚。



四川博物院社会教育主题展空间展示效果图