

探析新媒体在博物馆公众服务工作中的应用

毛廷敏慧 史天琦*

成都博物馆

摘要：伴随科技的发展，新媒体已经深入影响到我们的日常生活，博物馆作为社会文化的重要载体，也需要与时俱进，利用新媒体技术提升公众服务的质量。基于此，本文首先介绍了新媒体在博物馆公众服务工作中的应用意义，然后分析了存在的问题，最后提出了有效的应对策略。本文的目的是强调新媒体在博物馆公众服务中的重要性，并呼吁博物馆界应更加积极利用新媒体技术，以便有效地传播文化信息，提升公众服务水平，进一步推动社会文化的发展。

关键词：新媒体；博物馆；公众服务工作；应用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.08.098

伴随科学技术的不断发展，新媒体已经成为现代社会中信息传播的主要途径。博物馆作为历史文化的重要载体，其公众服务工作也受到了新媒体的深刻影响^[1]。本文旨在探析新媒体在博物馆公众服务工作中的应用，以为博物馆提升服务质量、扩大影响力提供参考。在此基础上，本文首先介绍了新媒体在博物馆公众服务工作中的应用意义，然后分析了存在的问题，最后提出了有效的应对策略。通过本文的研究，我们可以更好地了解新媒体在博物馆公众服务工作中的现状与问题，为博物馆更好地利用新媒体提供参考。同时，也可以促进博物馆事业的健康发展，提高公众对博物馆的认识与参与度。

一、新媒体在博物馆公众服务工作中的应用意义

（一）有利于提升服务质量与效率

新媒体技术的运用极大地提升了博物馆公众服务的质量与效率。一方面，通过开发博物馆官方网站、移动应用、微信公众号等新媒体平台，观众能够更加便捷地获取展览信息、活动预告、教育资源等。这些平台不仅提供个性化的参观指南，还支持在线购票、语音导览等功能，使观众能够自主安排参观行程，充分满足他们的个性化需求。

（二）有利于拓展宣传推广渠道

新媒体平台为博物馆提供了丰富的宣传推广渠道。通过社交媒体、短视频平台等新媒体，博物馆可以发布最新展览信息、文物背后的故事与专家解读等内容。这不仅能够扩大博物馆的影响力，还可以吸引更多潜在观众走进博物馆。同时，博物馆通过与网红、意见领袖等合作，可以充分提升品牌的曝光度与关注度。

（三）有利于促进观众互动与参与

新媒体的应用为博物馆公众服务提供了更多互动与参与的机会。观众能够通过评论、留言、分享等方式与

博物馆进行互动，表达自己的观点与建议^[2]。这不仅有助于提升观众的满意度，还能为博物馆改进服务提供参考依据。此外，通过线上活动、投票等新媒体形式，博物馆可以鼓励观众积极参与，推动社区建设与用户生成内容（UGC）的发展。

二、新媒体在博物馆公众服务工作中存在的应用问题

（一）技术更新迅速，跟进较为困难

伴随科技的飞速发展，新媒体技术也在不断更新换代，包括互联网技术、移动应用开发技术、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术等。对于博物馆来说，跟进新媒体技术的更新速度是一项挑战。一方面，博物馆需要不断投入资金与人力成本来引进新的技术设备与人才；另一方面，博物馆也应该不断学习与掌握新的技术应用方法，以便更好地将其应用到公众服务工作中^[3]。然而，由于博物馆经费与人力资源的限制，很难做到全面跟进技术的更新换代。

（二）信息过载问题，影响服务质量

由于新媒体渠道的广泛传播特性，博物馆可以通过多种渠道发布信息，如官方网站、社交媒体平台、移动应用等。然而，这也容易导致信息过载问题。一方面，过多的信息容易让观众感到困惑与不知所措，影响观众对信息的吸收与理解；另一方面，过载的信息也容易导致信息的权威性与准确性受到影响，从而影响博物馆的服务质量。

（三）信息安全问题，存在安全隐患

新媒体的应用涉及大量的信息与数据，包括观众的个人信息、博物馆的藏品信息等。如果信息安全保护不到位，可能会导致观众的个人信息泄露或博物馆的藏品信息被盗用等安全问题。同时，网络攻击与病毒传播等也可能对新媒体应用带来安全隐患。因此，博物馆需要采取有效的信息安全保护措施，确保观众的信息安全

与博物馆的信息资产安全。

（四）缺乏专业人才，制约全面发展

新媒体在博物馆公众服务工作中的应用需要具备一定的专业知识与技能的人才。然而，目前许多博物馆缺乏这类专业人才，特别是既懂博物馆业务又懂新媒体技术的复合型人才。人才的缺乏直接制约了新媒体在博物馆公众服务工作中的应用与发展。因此，博物馆需要加大人才培养力度，通过培训、引进等方式培养一批具备专业知识与技能的新媒体人才队伍。

（五）观众体验各异，多端体验不佳

新媒体在博物馆公众服务工作中的应用旨在为观众提供良好的参观体验与服务。然而，由于每位观众的使用习惯与需求不同，以及不同新媒体渠道的技术与展示方式存在差异等原因，导致观众的体验不一致。例如，有些观众喜欢通过移动应用进行导览与互动游戏；有些观众则更喜欢通过官方网站获取信息与参与线上活动等。因此，博物馆需要不断完善多端体验设计与服务功能实现全方位的覆盖，以满足不同观众的需求与提高观众的体验满意度。

（六）缺乏评估机制，效果难以衡量

新媒体在博物馆公众服务工作中的应用效果需要进行科学评估，才能更好地优化服务与提升质量。然而目前许多博物馆缺乏有效的评估机制来衡量，新媒体应用的实际效果与质量难以进行科学的评估与反馈^[4]。这使得博物馆难以了解观众的需求与反馈，以及评估新媒体应用的实际效果与质量。因此，建立一套科学、有效的评估机制势在必行，以衡量新媒体在博物馆公众服务工作中的应用效果与质量，发现问题并加以解决，同时也为未来的发展提供有价值的参考依据。

三、新媒体在博物馆公众服务工作中的应用策略

（一）制定技术更新策略，跟进新媒体技术的更新换代

博物馆可以制定技术更新策略，明确在新媒体应用方面的投入与人力安排，逐步跟进新媒体技术的更新换代。具体而言，博物馆可以采取以下措施：第一，针对不同的新媒体平台与技术应用，制定个性化的开发计划与运营策略，确保博物馆的新媒体应用与观众的需求相匹配。第二，建立产学研合作：与高校、研究机构建立紧密的合作关系，共同开展新媒体技术的研究与开发^[5]。通过定期举行研讨会、学术交流等活动，了解最新的技术动态，以便及时跟进更新。第三，制定技术路线图：根据博物馆公众服务的需求，制定详细的技术路线图。包括技术的选择、升级路径、实施时间等方面，

以便有计划地应对技术更新迅速的问题。第四，建立技术生态圈：通过与技术供应商、合作伙伴等建立紧密的合作关系，共同打造一个技术生态圈。在这个生态圈内，可以实现技术的共享、交流与升级，从而降低单个博物馆跟进技术的难度。

（二）优化信息传播策略，提高信息传播的质量与效率

针对信息过载问题，博物馆可以采取以下措施优化信息传播策略，提高信息传播的质量与效率：首先，明确信息传播的目标与受众群体，有针对性地发布信息与内容。例如，针对不同年龄段、兴趣爱好的观众，发布与之相关的信息与内容，提高信息的吸引力与阅读量。其次，合理规划信息的发布频率与数量，避免信息过载问题的出现。例如，在展览期间，博物馆可以通过官方网站、社交媒体平台等渠道发布展览信息、活动预告等，但要注意控制发布频率与数量，避免观众感到信息过于冗余。最后，提高信息的权威性与准确性，确保信息的质量与可信度。博物馆应该加强对信息发布人员的培训与管理，确保发布的信息是准确可靠的。同时，博物馆还能够通过与专家合作等方式，提高信息的权威性与可信度。

（三）加强信息安全保护，确保博物馆的信息资产安全

针对信息安全问题，博物馆可以采取以下措施加强信息安全保护，确保观众的信息安全与博物馆的信息资产安全：第一，制定完善的信息安全管理制度与规范，明确信息安全保护的要求与责任人。第二，加强信息安全教育与培训，增强员工的信息安全意识与技能。第三，采取有效的信息安全技术与措施，如数据加密、访问控制、防火墙等，确保信息的机密性、完整性与可用性。第四，定期进行信息安全检查与评估，及时发现与解决信息安全问题。第五，与专业的信息安全服务机构合作，建立完善的信息安全应急预案与响应机制。在发生信息安全事件时能够迅速采取措施进行处置并恢复信息系统的正常运行，最大限度地降低潜在的损失与影响。第六，对观众的信息进行分类与管理，加强敏感信息的保护；严格控制对观众信息的收集、存储、使用与共享等活动，明确信息使用目的、范围与方式，符合法律法规的规定并确需共享时应当严格履行审批程序，同时采取必要的加密、解密措施，防止发生信息泄漏、滥用等不良后果。

（四）加强专业人才培养，提升新媒体的综合运营能力

针对缺乏专业人才的问题，博物馆可以通过以下途径加强人才培养：首先，内部培训：组织专业的内部培训，教授新媒体运营的基础知识与技能。能够邀请有经验的媒体人或专业人士进行授课，或者提供在线培训课程与自学资料^[6]。通过系统的培训，可以提高博物馆员工的新媒体素养与运营能力。其次，外部合作：与具有丰富经验的新媒体机构或个人进行合作，借助他们的专业知识与技能来提升博物馆的新媒体服务水平。可以通过项目合作、咨询服务等方式，引入外部的新媒体专业人才，为博物馆的新媒体工作提供指导与支持。最后，人才引进：招聘具有新媒体运营经验与技能的人才，为博物馆的新媒体团队注入新鲜血液。能够在招聘广告中明确要求具备新媒体运营经验，并对应聘者进行严格的筛选与面试。这样可以确保招聘到的新媒体人才具备足够的经验与能力，为博物馆的新媒体工作带来新的活力与创新。

（五）深入完善观众体验，提升公众服务的整体质量

针对观众体验不一致的问题，博物馆可以通过以下途径完善观众体验：第一，优化内容制作：创作更多高质量、有趣、有教育意义的内容，以吸引不同层次的观众。可以邀请专业的编剧、作家等创作人员来编写有趣的情节与解说词，同时注重内容的视觉效果与音效设计。通过生动、形象的内容，能够吸引观众的注意力并提高他们对博物馆的兴趣。第二，强化互动体验：利用新媒体技术，如虚拟现实、增强现实等，为观众提供沉浸式的互动体验。可以在展品旁边设置虚拟现实展示柜或增强现实体验区，让观众能够通过手机或VR设备来观看展品的3D模型或动态演示。这样可以增强观众对展品的认知与理解，提高他们的参与度与互动体验。第三，提升用户体验：关注观众需求，优化界面设计，提高服务质量，使观众可以更方便地获取信息与使用服务。能够通过用户调研与反馈收集等方式，了解观众的需求与痛点，然后对博物馆的网站、移动应用等界面进行优化设计。同时可以提供多语种服务、在线客服等便利措施，满足不同地区与群体的观众需求，提高用户体验与服务质量。

（六）建立有效评估机制，最大限度地实现效果的衡量

针对缺乏有效评估机制的问题，博物馆可以通过以下途径建立评估机制：首先，设定评估指标：设定新媒体服务的评估指标，如点击率、转化率、用户满意度等。可以设定明确的评估指标体系，对博物馆的新媒体服务进行全面的评估。评估指标应该涵盖网站、社交媒

体账号、移动应用等多种新媒体平台的数据，同时还要关注观众反馈与意见领袖的评价等方面的指标。通过全面的评估指标体系，能够准确地衡量新媒体服务的实际效果^[7]。其次，数据监测与分析：收集并分析新媒体数据，了解观众的行为与需求，为优化服务提供依据。能够通过数据分析工具来监测与分析博物馆的新媒体数据，如访问量、停留时间、跳出率等。通过数据分析的结果，可以了解观众的行为习惯与需求特点，从而为优化服务提供重要的参考依据。最后，定期评估与反馈：定期对新媒体服务进行评估，收集观众反馈，及时调整与优化服务策略。可以定期组织内部评估会议或委托第三方机构进行独立的评估，对博物馆的新媒体服务进行全面的评估与反馈收集。通过评估结果与观众反馈的收集整理，可以及时发现存在的问题，并制定相应的改进措施与优化策略。

四、结语

总而言之，通过以上分析，我们可以看到新媒体在博物馆公众服务工作中发挥着越来越重要的作用。新媒体不仅拓宽了博物馆的宣传渠道，还为观众提供了更为便捷的参观方式与更丰富的互动体验。同时，新媒体技术的应用也提升了博物馆的公共服务水平，拉近了观众与文物之间的距离。未来，随着科技的不断发展，博物馆应积极探索新媒体技术的应用，创新服务模式，提高公共服务质量，为观众带来更好的参观体验。

参考文献

- [1] 刘园园, 王楠. 新媒体在博物馆公共教育中的作用——以濮阳市博物馆为例[J]. 东方收藏, 2021(10): 70-71.
- [2] 杜臻. 新媒体视域下博物馆开展传统节日教育策略研究[J]. 艺术博物馆, 2022(6): 58-63.
- [3] 黄平. 博物馆教育活动助力公共服务能力提升的路径——以云南省博物馆社会教育工作为例[J]. 新丝路: 下旬, 2022(7): 0183-0185.
- [4] 臧杰斌, 晏兴林, 吕咏梅. "云游侨博"对博物馆公共服务网络化的新探索[J]. 文物天地, 2022(8): 9-15.
- [5] 孙其媛. 关于博物馆公共文化服务建设的思考[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022(5): 93-95.
- [6] 王维康. 基于微信公众平台做好博物馆公众服务刍议[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022(7): 85-88.
- [7] 赵建玲. 博物馆社会教育与公众服务发展研究——以临沂市博物馆为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2021(15): 121-123.