

融媒体视角下文博场馆可持续发展策略研究

李鑫

中国文字博物馆

摘要：随着融媒体在文博领域的不断应用，为解决文博场馆可持续发展中的种种挑战，本文以融媒体视角为切入点，以某文博场馆为例，深入研究文博场馆的可持续发展策略。通过对数字化多元呈现、定位理论、文博IP、大思政课、云端技术媒介化、馆城共融等策略的提出与实施方法进行探讨，为解决文博场馆面临的困境和挑战提供了创新性的解决方案。本文的研究成果旨在为文博领域相关从业者提供可行性建议与参考。

关键词：融媒体；文博场馆；数字化；可持续发展；有效策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.11.045

引言

融媒体在文博领域的应用对文博场馆的发展起到了积极的推动作用。然而，文博场馆在面临不同层面的困境时，亟须创新策略以实现可持续发展。本文旨在通过探讨融媒体视角下的文博场馆发展策略，解决文博产业功能杂糅、公共文化内容不足、新技术应用不足等问题。通过对不同策略的提出与实施方法的详细研究，旨在寻找创新性的解决途径，以促进文博场馆在当今数字化时代的可持续繁荣。

一、文博场馆概述

文博场馆是蕴含丰富文化内涵的文化机构，其内涵涵盖了广泛的文化资源。这包括了珍贵的文物藏品，承载着历史的记忆和文明的瑰宝。此外，文博场馆还汇聚了丰富的历史文献，呈现着社会发展的演进轨迹。艺术作品作为文博场馆的一部分，展示了人类创造力的多样性和艺术表达的深度。作为文化的载体，文博场馆不仅仅是文物的陈列场所，更是一个集教育、研究、传播为一体的文化平台。通过各类形式的展览、讲座以及文创产品，文博场馆努力激发观众对文化的兴趣，推动文化内涵的传承与创新。其开放性和多功能性使其成为人们深入了解和参与文化的重要场所。

二、融媒体视角下文博场馆可持续发展的重要性

1. 拓展文化传播途径，提高文化传承的广度

在融媒体时代，信息传播变得更为便捷高效。文博场馆通过融媒体平台，可以突破时空的限制，将文化传承的信息以多媒体形式呈现给观众。这不仅可以吸引更多年轻一代的关注，还能够通过图文、视频、音频等多种形式，使文化传承更加生动、深入人心。融媒体的广泛传播有助于将文博场馆的文化价值传递给更多的人群，提高文化传承的广度，使传统文化得到更好的保护和传承。

2. 促进数字化展示，提升观众体验的深度

随着数字技术的发展，融媒体在文博场馆中的应用

不仅仅停留在传播层面，更是为观众提供了更深度的文化体验。数字化展示、虚拟实境等技术的引入，使观众能够以更直观、互动的方式参与到文博场馆的展览中。这种数字化的展示形式不仅增加了参观的趣味性，还可以通过虚拟现实技术呈现一些历史场景，提升观众对文化历史的沉浸感。通过深化观众体验，文博场馆可以更好地吸引观众，提高观众的文化参与度，进而促使文博场馆的可持续发展。

3. 实现社会互动，提升场馆的社会影响力

融媒体的另一重要作用是实现与观众的实时互动，建立更紧密的社群关系。文博场馆可以通过社交媒体、在线讨论等方式，与观众进行更为直接的互动，倾听他们的反馈和建议。这不仅有助于树立文博场馆的开放形象，更能够准确了解观众的需求，为展览和活动的策划提供有益的参考。通过积极参与社会互动，文博场馆可以逐渐树立起更为积极向上的社会形象，提升其在社会中的影响力，为可持续发展创造更有利的社会环境。

三、文博场馆发展困境

1. 文化产业功能定位杂糅，产业链盈利模式有待明晰

文博场馆作为文化产业的一部分，其功能定位在一定程度上存在混杂的现象。在文化的多元化发展背景下，一些文博场馆不仅要承担文物保护和展览的职责，还要兼顾商业化运营和娱乐性质。这导致了文博场馆在功能定位上的不清晰，使其在产业链上难以找到明晰的盈利模式。产业链盈利模式的不明晰主要表现在票务收入、商业合作和文创产品开发等方面。一些文博场馆在经营中更偏向于依赖观众购票而非多元化的收入来源。此外，一些文博场馆在商业合作中过度注重商业利益，而忽视了对文化传承的责任。这样的经营模式既难以保障场馆的可持续发展，也容易导致文化资源的商业化过度，影响文博场馆在社会中的地位。

2. 公共文化高质量内容供给相对不足，社会教育功

能有待提升

在当前社会，公共文化的需求逐渐增加，人们对高质量文化内容的渴望也日益强烈。然而，一些文博场馆在高质量内容供给方面存在相对不足的问题。展览策划、文化活动设计等方面，有些场馆可能缺乏深度和创新，无法满足观众对文化的更高层次需求。此外，文博场馆的社会教育功能也有待提升。虽然一些场馆开展了一些教育活动，但在与学校、社区的深度合作、教育资源的优化配置等方面仍存在不足。缺乏与教育部门、专业机构的紧密合作，使得文博场馆在社会教育中的影响力受到一定制约。

3. 新技术、新形态、新平台应用不足，全媒体矩阵搭建有待完善

在数字化、信息化的时代，新技术、新形态、新平台对于文博场馆的发展至关重要。然而，一些文博场馆在新技术应用方面表现不足。缺乏创新的数字展览、虚拟实境技术的应用，使得观众体验受限，影响了文博场馆在当代社会的吸引力。同时，全媒体矩阵的搭建也亟待完善。一些文博场馆对于社交媒体、在线平台的运用不够灵活，缺乏全方位、多层次的信息传播手段。这导致了文博场馆在数字时代无法充分利用新媒体平台进行内容传播、互动与反馈，限制了其在社会中的知名度和影响力的提升。

四、融媒体视角下文博场馆可持续发展策略探索

（一）数字化多元呈现，让文明与文化“活”起来

首先，文博场馆需要投入大量资源进行数字化展览的规划与建设。这包括采用高质量的数字化摄影技术，对馆藏文物进行数字化处理，建立数字化档案。同时，通过引入虚拟现实（VR）技术，打造具有沉浸感的在线虚拟展览，使观众能够在虚拟空间中360度感受文物的细节。此外，文博场馆需要开发多元化的数字化体验项目。这可以包括在线文物互动解说系统、虚拟博物馆导览应用等。通过这些工具，观众可以在虚拟环境中与文物互动，获取更多的历史文化信息，提升参与感和学习体验。

以某文博场馆为例，该馆在数字化多元呈现方面，首先在馆内建设了高标准的数字化实验室，对馆内的文物进行数字化处理。同时，与科技公司合作，引入先进的虚拟现实技术，打造了一系列沉浸式的在线虚拟展览。此外，他们还开发了一款基于人工智能的文物互动解说应用，让观众可以通过语音和文物进行实时互动。

通过这一策略的实施，该文博场馆成功地 will 将文明与文化“活”了起来，为观众提供了更为丰富、沉浸式的

文化体验。观众不再局限于实地参观，而是可以通过数字化手段随时随地感受文物的魅力，进一步推动了文博场馆的数字化发展，提高了文化传播的广度和深度。

（二）“定位理论”满足公众需求，走好网上群众路线

首先，文博场馆需要进行市场研究，深入了解公众对文博展览的需求和偏好。通过调查问卷、社交媒体分析等方式，获取观众的反馈，了解他们对文博场馆的期望和期待。同时，根据市场调研结果，文博场馆可以制定“定位理论”，明确自身在文化领域中的定位。这包括确定核心主题、独特特色、以及在融媒体时代中的传播策略。通过“定位理论”的制定，文博场馆能够更好地满足公众的文化需求，建立起清晰的品牌形象。此外，采用融媒体手段，包括社交媒体、博客、在线讲座等，将“定位理论”传达给更多的公众。通过定期在社交媒体上发布有趣的文化知识、推荐精品展览等，吸引更多观众关注，并在网上建立积极的互动平台。

以某文博场馆为例，该馆在制定“定位理论”后，首先与专业媒体合作，发布深度报道，形成一系列有深度的文化解读。同时，通过社交媒体平台定期开展线上互动活动，邀请专业人士进行在线讲座，吸引了大量观众的关注。这一策略的实施使得该文博场馆在网上建立了强有力的文化品牌形象，成功走好了网上群众路线，提高了公众对文博的参与度和认知度。

（三）“文博IP”打造传播精品，彰显文化魅力和实用价值

首先，文博场馆需要进行深度挖掘和筛选，选择具有代表性、受众喜爱的文化元素作为“文博IP”的打造对象。这可以包括馆藏文物、历史人物、特色展览等。确保所选择的文化元素既有独特的文化价值，又能够引发观众的兴趣。同时，通过融媒体手段，运用社交媒体、短视频平台等传播途径，将“文博IP”进行创意包装和宣传。这可以包括制作有趣的短视频、推出专属社交媒体账号、与知名博主合作等方式，扩大“文博IP”的曝光度，吸引更多的观众关注。此外，利用“文博IP”打造相关周边产品和服务。例如，推出文化衍生品、定制化文化体验活动等，使“文博IP”不仅停留在文博场馆内，更能够成为观众日常生活中的一部分。

以某文博场馆为例，该馆通过深度挖掘馆内珍贵文物，选择了一位历史人物作为“文博IP”的代表。首先，在社交媒体平台上定期发布该历史人物的故事、趣闻，并运用短视频形式进行生动展示。同时，推出以该历史人物为主题的文创产品，如书籍、手办、定制化文创商品等。通过这一策略的实施，成功打造了一个具有

传播精品特质的“文博IP”，使得该文博场馆的文化魅力在社交媒体上得到了广泛传播，吸引了更多观众的关注和参与。

（四）“大思政课”融入历史传承，感知文化底蕴

首先，文博场馆需要制定“大思政课”的课程体系，明确涵盖的历史范围和主题。确保课程内容既涵盖了相关历史事件和文化底蕴，又具有系统性和深度，能够引导观众形成对历史传承的全面认知。同时，运用融媒体手段，将“大思政课”的内容进行多样化呈现。这包括在线视频讲座、互动式数字展览、社交媒体直播等形式。通过多媒体的方式，使得“大思政课”更加生动有趣，提高观众的学习积极性。此外，鼓励与学校、社会教育机构合作，将“大思政课”融入学校教育体系中。建立起与学校的合作模式，将文博场馆打造成为学校师生学习的延伸空间，加强与学生的互动。

以某文博场馆为例，该馆在实施“大思政课”策略时，首先建设了专业的课程开发团队，由历史学者、文化专家等多领域的专业人才组成。同时，与在线教育平台合作，制作了一系列精彩的在线思政课程。通过在社交媒体平台上定期推送课程内容，邀请专业人士进行线上互动讲座，吸引了大量年轻观众的关注。这一策略的实施不仅使得“大思政课”在社交媒体上取得了良好的反响，还成功将文博场馆打造成为一个具有教育功能的文化传播平台，进一步提升了文博场馆的社会影响力。

（五）“云端”技术媒介化，构建文博传播体系

首先，文博场馆需要进行数字化转型，将馆内文物、展览内容、教育资源等进行云端存储和管理。确保这些资源能够方便快捷地通过互联网进行共享和传播。同时，通过引入虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等“云端”技术，构建更为沉浸式的在线文博体验。这包括虚拟博物馆的建设、在线VR展览的开发等，使观众可以通过云端技术在家中感受到身临其境的文化体验。此外，建立与云端技术相关的互动平台，例如在线社交媒体、博客、在线讲座等。通过这些平台，文博场馆能够与观众进行更直接、更深入的互动，建立更紧密的社群关系。

以某文博场馆为例，该馆首先进行了数字化资源的整理和存储，将馆内的文物、展览内容等进行了云端管理。随后，引入了虚拟博物馆平台，在线推出了一系列沉浸式的VR展览。与此同时，通过社交媒体平台定期与观众互动，分享在线展览的幕后制作过程，引发观众的兴趣。这一策略的实施使得文博场馆在云端技术的推动下，成功构建了一个完整的文博传播体系，扩大了观众群体，提高了文化传播的深度和广度。

（六）“馆城共融”联合贯通，焕发文博产业新动能

首先，文博场馆需要与周边城市空间进行深度整合，形成“馆城共融”的发展理念。这包括与城市规划部门、文旅产业、商业区域等多方面的合作，确保文博场馆与城市环境相互融合，形成共生共荣的局面。同时，通过融媒体手段，建设“馆城共融”平台，整合文博场馆的展览、教育活动、文创产品等资源，形成一个全方位的文化服务体系。这可以包括建设官方网站、APP应用，将文博场馆的资源进行数字化呈现，使观众能够更便捷地获取相关信息。此外，推动文博场馆与城市其他文化机构、商业机构的深度合作。例如，在商业区域设置文博主题的街区，推动商家推出相关文创产品，举办联合文化活动等。通过这些联合贯通的举措，形成文博场馆与城市其他元素的互动，激发文博产业新动能。

以某文博场馆为例，该馆首先与城市规划部门进行了深度沟通，参与了周边地区的城市更新项目。在数字化方面，推出了一款文博场馆官方APP，用户可以通过手机随时查询展览信息、购买门票、参与线上活动等。与商业区域合作，推动了周边商家推出了一系列以文博为主题的文创产品，如餐厅特色菜品、商店文创商品等。这一策略的实施使得文博场馆成了城市文化的一部分，与城市元素相互交融，形成了共融共生的新局面，焕发了文博产业的新动能。

结束语

随着融媒体的推出和普及，文博场馆在可持续发展中亦需创新与优化，构建多元化的发展策略。我们需要积极探索创新和应用数字化、融媒体等措施，加强文博IP打造、大思政课融入、云端技术媒介化等策略，从而促进文博场馆的数字化升级；其中，虚拟展览、社交媒体互动途径可以满足观众的在线参与需求，提高文博产业的社会影响力。另外，加强与城市规划、商业区域等的合作，构建“馆城共融”模式，使文博场馆更好地融入城市文化体系，为文博全面发展奠定基础。

参考文献

- [1]黎筱筱,曹雅琪.从文博场馆到文化社区——以大明宫国家遗址公园考古探索中心运营为例[J].博物院,2022(3):7.
- [2]黎筱筱,曹雅琪.从文博场馆到文化社区——以大明宫国家遗址公园考古探索中心运营为例[J].博物院,2022(3):7.
- [3]晏亦华.文博事业发展探究[J].魅力中国,2018,000(018):252.