

新形势下博物馆对外宣传教育活动的组织与策划

王璐璐

内蒙古鄂尔多斯市博物院

[摘要]随着国家的发展和社会的进步,人们愈发重视对历史文化的宣传教育工作,有利于增强国民的文化意识,促进我国历史教育水平持续提高,而博物馆展览则是有效宣传途径之一。不仅要求展览的内容丰富、讲解精彩,更重要的是整体流程是能够吸引大家的兴趣,这就需要创意新奇的宣传教育活动,文章从以下几方面进行简要分析。

[关键词]博物馆; 对外宣传; 教育活动; 组织策划

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.2012

引言

博物馆是进行历史文化交流的重要场地,也是我国文化发展与传承的主要媒介,它能够带领人们回顾历史,畅想未来,对国家的发展和社会的进步起到不可忽视的作用。博物馆的宣传教育活动也逐渐引起人们重视,作为对外开放的基础,展览能够直接体现出博物馆整体的工作能力和水平,本文围绕展览的组织与策划展开讨论。

一、策划在博物馆对外宣传教育活动中的重要性

博物馆不同于其他以营利为目的的场所,它是为社会发展提供服务的、公开的永久性机构,对历史文化见证物进行收集、研究、保存以及传播,特别是为教育和展览做准备。民众的宣传工作是博物馆能否发挥最大价值的桥梁,博物馆开放以后,群众的教育工作是首要任务,不仅要认真做好宣传讲解,还要采用多种方式进行教育活动,使得更多人知道场馆的存在,而不是仅限于周边居民,扩大影响范围,保证离博物馆较远的人们也知道它的存在。这是最基本的宣传工作,先让民众知道它的存在,在空闲时间前去观看,从而保证他们能够接受历史文化的教育。这也是把场馆办的更加生动,有效发挥其文物价值,扩大博物馆社会影响力的重要方法。

展览活动不仅要丰富多彩,为了获得更高的社会效益需要精心策划整体流程。不仅仅有计划的安排宣传工作,而是要具体到某个项目、某个活动的计划和打算,采取怎样的措施进行规划,然后实施运行,让它取得更好的效果。为了确保万无一失,必须要详细考虑到活动的各个环节,包括遇到突发事件的处理,紧急情况的应对等等,都要安排专门人员负责对接。一个好的可执行性策划案,无论对企业还是事业单位的知名度,都能起到积极的提高作用。同样的,馆内如果拥有极具价值的作品,但是却无人知晓,一样没有意义,要用尽各种方式加强宣传,组织群众前来参观,通过口口相传的方式深入到各行各业中,从而扩大博物馆的影响力。为了进一步激发群众对展览的兴趣,除了拥有高素质的接待和专业的讲解人员外,还要针对主题活动展开一系列的宣传与策划。

二、新形势下博物馆对外宣传教育活动的组织与策划

(一) 确立活动主题

博物馆宣传工作的首要任务是确定活动的主题,并根据它制定出具有针对性的活动和形式,考虑到参观对象的年龄、职业等因素,决定采用多媒体讲座还是游戏互动的方式进行互动。整理流程的创意性固然重要,但是在策划中要注意它的可执行性,必须要充分贴合展览主题,如果举办的活动与整体主题无关,则无法起到教育的作用。同时要注意活动的展开形式,要以人身安全为首要任务,其次是注意不要脱离实际,根据场地的范围合理规划,切忌不要打乱活动秩序,增加安全隐患。如果是学生前来参观,在活动主题的选择上要偏年轻化,以激发兴趣为主,采取游戏化互动是最佳选择,保证每个学生都能有效参与进互动,在游戏的过程中接受文化教育的熏陶,潜移默化的促进大家对历史文化的了解。如果是单位组织的成年人前来参观,主题则要偏向文化价值方面,采用讲座的形式进行传播,途中适当加入问答对话,以此提高大家的活动参与度,加强对历史文化的认知与了解。由此可见确立活动主题的重要性,这是一场展览能否顺利进行的重要因素,必须拥有明确的目标才能为后续活动的开展做好铺垫,最大程度上发挥博物馆的展览价值^[1]。

(二) 确定活动预算

在具体操作中,确定活动主题之后便要落实预算问题,这要按照不同的宣传渠道进行分别制定。支出最多的是专业媒体的投入,如广播电台的插入广告,能够有效保证博物馆被更多人知道,但是同样也是最大的一笔支出,通常是按照时间来计算费用,将其穿插在交通广播、民事新闻以及晚间节目等栏目组的休息空档,进一步保证了它的宣传效果。个别展览还会在电视上或者公交车站点进行宣传,在电视上的播出需要专业人士剪辑相关视频,严格控制时长与播出内容,保证在有限的时间内将博物馆介绍清楚;公交站台上的广告投放多是制作背景海报的方式,让每天路过的行人都能最直观的看到和展览相关的信息,注意要将具体的地址、开馆时间以及参观要求等罗列清楚,为大家提供更加便利的参考,这两方面支出通常是在人工剪辑视频、设计海报的制作费用以及原材料购买上的花费。同时,还要考虑到群众来到馆内提供的饮用水或是小食的消费,包括材料的采购和摆放物品等,都是包括在预算范围内的。在参考需要严格保护的场地时,还要为大家提供鞋套,避免破坏现场。这些都是需

要经过仔细计算得出的费用，汇成博物馆活动策划从宣传到落实的总预算。

（三）细致安排活动

活动的细节安排通常是从任务分工、时间分配、活动对接以及物质采购等方面展开的。活动的顺利实施离不开工作人员的合理分配，负责接待、场馆内带路以及作品讲解等都需要不同的人完成，大家在各自的岗位上恪尽职守，为展览做好充足的准备工作。其次是时间的分配，最先设置活动的开始时间，而后对于各个环节的时长也要有明确的把控，不能在某个部分花费过长时间导致影响后续活动的实施。这也是对主办方提出的更高要求，需要有很强的临场反应以及应变能力，懂得在不同的情况下如何高效解决问题。活动对接指的是不同环节的结合，进行完上一项后应有工作人员带领群众去到下一个场所进行准备，保证现场有条不紊的进行各项任务。至于物质方面，也需要提前安排妥当，活动中所需材料和道具，在开始前应准备充足，最好预备双份，避免活动中发生意外或是本身质量问题影响使用。正是每个细节都有明确的分工，才有了一个又一个精彩活动的成功，对流程的掌握是活动执行的重点所在，不仅有助于方案的顺利实施，更是对博物馆内文物的历史价值进行最大程度上的宣传教育^[2]。

（四）统一宣传资料

要想高效的对博物馆进行宣传，主办方应提前确定好宣传资料，明确选择哪些内容来预告展览活动的信息。在制作宣传资料时，首先要清楚的知道自己的目标群众，大概是什么年龄阶段，从事哪些工作等基本信息，根据他们的兴趣爱好以及空闲时间进行合理安排。比方说针对学生的宣传资料要以教育为主，科普历史文化的学习价值，针对年纪较大的人来讲，重点宣传博物馆的历史意义，发生过哪些值得回忆的事情等。保证不同年龄阶段的人来到这里都能有所收获并且有再次前来的想法。其次，在制定宣传资料时要突显特色，能够全面的概括博物馆的优势所在以及文化价值，反映出展览的特点，不能和普通宣传一样平平无奇，让群众看到广告便有一探究竟的欲望。最后，必须具备专业性，宣传资料上的内容、理念以及博物馆的形象必须一致，和对外发行的新闻稿也要相同，避免被群众或者媒体发现漏洞。通过对宣传资料的严格筛选，保证博物馆在大众面前的第一印象，用最专业的态度迎接大家的到来^[3]。

（五）确定宣传渠道

在策划活动中，除了明确以上信息外，还有很重要的一点便是确定宣传渠道，确定将信息用哪种方式传递给大众。随着现代信息技术的快速发展，互联网被广泛应用于各行各业，比传统媒体增加了便捷性以及时效性。因此，宣传渠道可以有多种，如大众媒体、宣传网站、微博平台以及微信朋

友圈等等，都是很好的途径。它们各自具备独特的优势，同时又能够相互弥补不足，可以同时进行博物馆宣传推广。这些是针对时间自由的成年人，可以随时随地通过互联网获取信息，但是对于学生群体，没有足够的时间接触网络，导致消息闭塞。对此可以安排工作人员渠道学校进行实地宣传，带好提前准备的纸质广告，去到每个班级对大家进行介绍，对于同学们的提出的问题还可以现场解决，从而保证高效的宣传推广。号召他们利用课余时间前来参观，丰富历史文化底蕴，对于学习也有一定的促进作用。通过确定宣传渠道进一步加强群众对博物馆的认知，有效保证活动的顺利实行。

（六）展开合作执行

活动创意的有效性是在具体的实践中反映出来的。每一项活动的顺利实施都不是单纯的依靠个人力量，而是整个团队的共同努力，在家目标一致，齐心协力的展开合作。一个专业的团队要明确规章制度，每个人都应服从管理，如果没有纪律，在执行中很容易出现问题。每一次展览从时间、地点、人员、到主题、流程等方面，明确以上信息后，大家就要按照要求执行。其中没有所谓的重要人物，每一个岗位都很重要，负责这些工作的每一个都很关键，活动的任何流程都不能出现纰漏，确保高质量的完成展览。但是，中途总是不可避免的出现一些无法预料到的情况，有问题时团队中的人不能互相推卸责任或是采取逃避措施，相反的，要大家共同面对，集思广益想出解决办法，争取在最短的时间内处理完毕，将意外带来的伤害降到最低。保证群众的博物馆参观体验，即便发生特殊情况也不会影响他们的心情，这就是临场反应能力的体现。一场完美的活动策划离不开工作人员的相互配合与共同努力，在这个过程中不仅锻炼个人能力，更是培养团结协作精神，保证博物馆宣传工作的顺利开展^[4]。

结束语

综上所述，新形势下博物馆对外宣传教育活动的组织与策划不仅体现在明确主题、确定预算、活动细节、宣传资料以及渠道的确认等六大方面，还有更多行之有效的途径有待研究。随着人们对博物馆服务要求的提高，在制定宣传策略时也要与时俱进，开拓创新，用新的思路和手段来丰富展览活动，促进博物馆历史文化教育功能的发挥。

参考文献

- [1]叶萌. 新媒体时代博物馆的线上宣传策略探讨[J]. 首都博物馆论丛, 2020(01): 108-112.
- [2]薛琛. 浅析博物馆宣传中新媒体的运用现状[J]. 东方收藏, 2020(23): 106-107.
- [3]郭洁. 试论博物馆宣传教育的技术创新[J]. 东方收藏, 2020(23): 110-111.
- [4]胡慧娟. 博物馆展览宣传推广中的释展与营销[J]. 自然博物, 2020, 5(01): 118-122.