

# 历史博物馆的文化传播创新实践对策分析

王家俊

黑龙江省社会科学院，黑龙江 哈尔滨 150028

DOI: 10.61369/SSSD.2025120001

**摘要：**在数字化浪潮与文化消费升级的双重驱动下，历史博物馆作为文化传承与传播的核心载体，面临着传统传播模式与现代公众需求之间的适配挑战。基于此，本文针对历史博物馆的文化传播创新实践展开研究，阐述了历史博物馆文化传播创新的重要价值，提出了相应的实施对策，并对传播过程展开了思考，旨在为历史博物馆提升文化传播效能、实现可持续发展提供理论参考与实践路径。

**关键词：**历史博物馆；文化传播；创新实践；传播对策

## Analysis on the Countermeasures of Innovative Practices in Cultural Communication of History Museums

Wang Jiajun

Heilongjiang Academy of Social Sciences, Harbin, Heilongjiang 150028

**Abstract :** Driven by both the digital wave and the upgrading of cultural consumption, history museums, as the core carriers of cultural inheritance and communication, are facing the challenge of adapting traditional communication models to the needs of the modern public. Based on this, this paper conducts a study on the innovative practices in cultural communication of history museums. It expounds the important value of innovating cultural communication in history museums, puts forward corresponding implementation countermeasures, and reflects on the communication process. The purpose is to provide theoretical reference and practical paths for history museums to improve the efficiency of cultural communication and achieve sustainable development.

**Keywords :** history museums; cultural communication; innovative practices; communication countermeasures

## 引言

历史博物馆是承载人类文明记忆、展示历史文化脉络的重要场所，其核心使命在于将厚重的历史文化资源转化为可感知、可体验的公共文化产品。随着社会经济的快速发展，公众的文化需求日益多元化、个性化，传统“重收藏、轻传播”“重展览、轻互动”的博物馆运营模式已难以满足时代要求。近年来，从故宫博物院的数字故宫建设到河南博物院的考古盲盒走红，一批历史博物馆通过创新实践成为文化传播的“网红”阵地。在此背景下，深入探讨历史博物馆文化传播创新的价值与路径，具有重要价值。

## 一、历史博物馆文化传播创新的重要价值

### (一) 有利于创新丰富文物展示方法

传统历史博物馆的文物展示多以“器物+标签”的静态模式，观众只能通过玻璃展柜远距离观赏，难以深入理解文物背后的历史语境与文化内涵。文化传播创新则通过引入数字化技术与互动体验设计，打破了物理空间与展示形式的限制。例如，借助3D扫描与虚拟现实(VR)技术，观众可以“走进”文物的制作现

场，直观感受古代工匠的技艺流程；通过增强现实(AR)技术，原本静止的壁画、陶俑能够在屏幕上“动起来”，再现其历史场景。这种具象化、沉浸式的展示方法，不仅降低了观众理解历史的门槛，还能激发其探索兴趣，让文物从“沉默的展品”转变为“会讲故事的载体”<sup>①</sup>。

### (二) 有利于促进馆际交流

文化传播创新为历史博物馆之间的交流合作搭建了新的桥梁，打破了地域与资源的壁垒。在传统模式下，馆际交流多局限

作者简介：王家俊（1997—），男，壮族，广西百色人，研究生，（2024年7月毕业于黑龙江省社会科学院），研究方向为俄国史。

于线下展览合作与学术研讨，受时间、空间与成本的限制较大。而通过数字化平台的建设，博物馆可以实现文物资源的共享与联动传播，建立馆际数字资源库，实现学术成果、展览策划方案的共享，降低中小博物馆的运营成本。此外，创新的传播形式还能促进博物馆之间的差异化合作，如有的博物馆擅长文物数字化技术，有的博物馆善于文创产品设计，通过优势互补，共同推动行业整体发展<sup>[2]</sup>。

### （三）有利于构建博物馆品牌形象

在文化市场竞争日益激烈的当下，鲜明的品牌形象是历史博物馆吸引公众、提升核心竞争力的关键。文化传播创新能够帮助博物馆塑造更具亲和力与辨识度的品牌形象。通过贴近公众需求的传播内容与形式创新，博物馆可以打破“严肃、刻板”的传统印象，树立“有趣、有料、有温度”的品牌标签。良好的品牌形象不仅能够吸引更多观众走进博物馆，还能带动文创产品销售、文化服务输出等相关产业发展，形成“品牌+产业”的良性发展闭环<sup>[3]</sup>。

## 二、历史博物馆的文化传播创新实践对策

### （一）优化陈列展示，进行具象化文化传播

陈列展示是历史博物馆文化传播的核心环节，优化陈列展示需从“以文物为中心”转向“以观众为中心”，通过具象化的呈现方式增强观众的体验感与参与感。首先，应注重展览主题的故事化叙事。将文物置于具体的历史场景中，通过时间线、人物关系、事件脉络等方式构建完整的故事框架，让观众在“听故事”的过程中理解历史文化。其次，引入多元化的展示技术与手段。除了传统的实物展示，还应合理运用声、光、电、数字媒体等技术，打造沉浸式展览空间。如利用全息投影技术再现历史人物对话，通过互动触摸屏让观众查询文物详细信息，设置模拟体验区让观众参与古代工艺制作等。最后，注重展览的互动性与参与性。设计互动游戏、手工体验、主题打卡等环节，让观众从“被动观赏”转变为“主动参与”<sup>[4]</sup>。

### （二）加强社会教育，推进社会化文化传播

社会教育是历史博物馆履行公共文化服务职能的重要途径，加强社会教育需突破馆舍边界，推进文化传播的社会化延伸。第一，开展不同对象、形式的针对性教育活动。根据不同的对象和需要，要制定不同的教学计划以及参与活动形式。针对青少年开展“博物馆研习日”“我来做小讲师”等形式活动，通过实地考察、亲身参与以及互动交流的方式点燃青少年的兴趣火苗；针对老年人开展“历史文化课堂”“文物鉴赏会”等，通过满足老年人的心理要求与深入文化的需求。同时与学校加强联系，建立“二课课堂”；配合社区打造“博物馆文化站”，定期举办流动展览、文化讲座等活动；联合企业展开针对性文化体验服务，提升企业文化<sup>[5]</sup>。

### （三）设计文创产品，开展实践化文化传播

文创产品是历史文化“活起来”的重要载体，设计文创产品需坚持“文化为核、创意为魂、实用为本”的原则，让公众在使

用产品的过程中感受历史文化的魅力。第一，注重挖掘文物自身文化内涵。在文创商品设计方面，不仅要注重文创商品对文物外貌的还原性，更要挖掘文物背后的历史典故、文化符号和价值观，并将其转化为有时代美感、实用价值的文创商品。如河南省博物馆的“考古盲盒”，它以考古发掘为题材，并通过模拟“发掘”将仿制文物藏于其中，让使用者在“挖掘”过程中感受到考古的魅力，同时也能收获与仿制文物相关的文物信息。第二，注重商品功能与创造性。依据当下社会的实际需求，可以生产与研发文具、服饰、家居用品、电子产品配件等不同类别的文创商品以适应各类使用情境，同时也可以运用新材料、新技术和新设计理念以提升商品的质量与创意水平。第三，注重文创商品市场化推广方式。除了在博物馆实体销售外，也应该利用电商网站、社交媒体、线上直播等方式拓展商品的市场份额，也可以通过举办文创商品设计比赛、主题展示等方式扩大商品影响力<sup>[6]</sup>。

### （四）拓展线上渠道，提供常态化文化传播

线上渠道是历史博物馆实现文化传播常态化、广覆盖的重要途径，需根据不同平台的特性，打造差异化的传播内容与形式。第一，微信公众平台每日发布持续的、常态的文化内容。庞大的流量和精准的信息输出是推动深奥的词条、展览预告、文物传说内容的主要媒体平台，可以开设“文物一天”“历史常识抢答”“线上馆内导览”等栏目并定期更新优质内容来培养受众阅读习惯。第二，微博平台以当下语言风格再造传播空间。以海量传播、高交互性、高话题性为其显著特色，因此可发布当下新闻、趣味视频、话题性讨论等内容，使用网络热词、表情包、短视频等方式将严肃的历史内容与趣味相结合，进而引起年轻群体的关注。第三，短视频平台开通传统文明与新媒体融合的科普传播方式。以抖音、快手平台为例，多为年轻受众群体，以可视化且简短的视频资料传递历史内容，比如可以开设“文物小词典”“历史一分钟”“博物馆探店VLOG”，使用动漫、情景剧等形式使历史文化更生动有趣、易懂易记<sup>[7]</sup>。

## 三、历史博物馆的文化传播创新实践思考

### （一）走出传统困境，增强传播引导力

长期以来，历史博物馆的文化传播内容过于专业、晦涩，难以被普通公众理解接受，导致传播效果不佳。走出这一传统困境，需要增强传播引导力，将“专、深、难”的传播内容进行“短、平、快”的碎片化处理。首先，要转变传播理念，由“以我为主”转变为“以受众为中心”，探索不同人群的认知习惯与信息需求，用他们乐意接受和易于理解的语言与传播方式去传递历史文化。其次，要把握好的传播速度，科学合理地应用碎片化传播与深度传播的方式方法。碎片化传播更利于快速吸引大众眼球，比如短视频、微博热搜等；深度传播则能使受众群体更好地培养自身的文化和认识水平，比如微信公众号大文章与在线课程等。运用两种传播方法的有机结合来实现扩大影响面与加深影响力的目的。最后，要加大内容引导作用，在向大众传授历史知识之余更要注重引导中华优秀核心价值观、道德情操、人文精神的

传承，由此引领大众树立正确的历史观和文化观<sup>[8]</sup>。

## （二）清晰传播定位，合理选择传播平台和内容

博物馆作为传播主体，选择传播内容和传播平台应根据观众的特性，实现“精准传播”，避免“大水漫灌”式的无效传播。第一，精确化目标受众。可通过市场调研、用户数据分析等方法将我们的目标受众群体精准化，如用户的年龄、性别、行业、学历、爱好等，将之作为我们选择宣传内容和渠道的依据。第二，结合目标受众的需求选取宣传内容。不同类型的受众对内容的兴趣、期待各不相同，例如年轻人群更容易对古代的传奇故事或者游戏娱乐内容有兴趣；成年人易对文化艺术欣赏等方面感兴趣；而学者易对考古新发现以及文物方面的深入了解等更专业的内容感兴趣。第三，结合各种媒介类型来改变宣传方式。每个媒介都是有着不同运行法则和使用者偏好的，博物馆需要以这种特性来制定相应的宣传方式<sup>[9]</sup>。

## （三）注重平台建设，扩大博物馆影响力

平台建设是历史博物馆文化传播创新的基础保障，只有打造功能完善、运营专业的传播平台，才能有效扩大博物馆的影响力。第一，加大新媒体运营队伍的建设。为了更好地传递和推送博物馆的信息，需要建立一套从事内容设计、文稿撰写、影像制

作、数据调研等方面的人才机制，打造新媒体高质量的信息和影响力传播。对于现有人员，还需要加强对他们的培训和学习，让他们拥有更强的网络媒介使用能力。第二，做好社交媒体全流程的运用。博物馆可以利用微信、微博、视频、云展览等形式建立“全流程媒体传播平台”，进行多元化、多渠道的传播。此外，还需要积极寻找其他公司、文化和名人博客的合作，让其用外部优势来延伸传播范围<sup>[10]</sup>。

## 四、结语

综上所述，历史博物馆的文化传播创新是时代发展的必然要求，也是博物馆实现自身价值、服务社会公众的重要途径。在创新文化传播路径过程中，可通过丰富文物展示方法、设计文创产品、加强社会教育和拓展线上渠道等方式，有效提升文化传播的效能和覆盖面。在具体工作中，博物馆要注重走出传统困境，清晰自己的传播定位，注重建设传播平台，为文化传播创新提供持续的动力与保障。同时，历史博物馆要不断探索适应时代需求的文化传播模式，让历史文化在新时代焕发出更加绚丽的光彩。

## 参考文献

- [1] 周瑞.博物馆微信公众号量化指标与文化传播效率研究——以陕西历史博物馆为例 [J].文博,2024,(05):88-92.DOI:CNKI:SUN:WEBO.0.2024-05-011.
- [2] 王昌林.社会历史类博物馆国际传播效果的影响因素与提升路径研究 [D].广东外语外贸大学,2024.DOI:10.27032/d.cnki.ggdwu.2024.001885.
- [3] 周瑞.博物馆网络文化传播模式的实践与探讨——以陕西历史博物馆官方媒体平台为例 [J].科学教育与博物馆,2024,10(01):82-89.DOI:10.16703/j.cnki.31-2111/n.2024.01.013.
- [4] 余娟.飒沓冕旒:陕西历史博物馆章怀太子墓《狩猎出行图》文创设计研究 [D].西安外国语大学,2023.DOI:10.27815/d.cnki.gxawd.2023.000372.
- [5] 周瑞.文博类科普短视频创作与推广研究——以陕西历史博物馆为例 [J].科技传播,2023,15(07):125-128.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2023.07.024.
- [6] 邹萍萍,李杰琼.红色文化传播实践的情感动员机制研究——以北京地区革命历史博物馆为例 [J].传播与版权,2022,(10):102-104+121.DOI:10.16852/j.cnki.45-1390g2.2022.10.018.
- [7] 步雁,曹琳娜.博物馆教育文创研发之路及思考——以陕西历史博物馆为例 [J].中国博物馆,2020,(03):117-121.DOI:CNKI:SUN:GBWG.0.2020-03-021.
- [8] 张攀."疫"起行动:陕历史文化传播迎来转型升级 [N].中国文物报,2020-07-07(006).DOI:10.28145/n.cnki.ncwwb.2020.000821.
- [9] 李叶.陕西历史博物馆在对外文化传播中的功能研究 [J].戏剧之家,2020,(02):220.DOI:CNKI:SUN:XJZT.0.2020-02-146.
- [10] 常玲.以辽宁天主历史博物馆为例探讨博物馆对优秀传统文化传播的推进作用 [C]//中国博物馆协会城市博物馆专业委员会,郑州市文物局.城市博物馆规划与建设——中国博物馆协会城市博物馆专业委员会第九届学术年会论文集(2017·郑州).辽宁天主历史博物馆:,2017:335-338.