

### 三、全媒体时代文博新媒体的发展态势

中共中央政治局于2019年1月25日就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。习近平总书记强调,推动媒体融合发展、建设全媒体成为我们面临的一项紧迫课题,要运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展,做大做强主流舆论,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础,为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量和舆论支持<sup>[2]</sup>。

#### (一) 文博新媒体与人的融合发展

新媒体是内容、服务、关系三者之间的能量耦合。内容吸引用户,服务带来流量,关系产生互动。文博新媒体一方面承担着让文物活起来的使命,用鲜活的形式拉近与年轻用户的距离,另一方面也要深入发掘文物的内涵,为人民群众提供丰厚的精神食粮,要将文博新媒体的运营放在国家文化自信建立的层面,加强用户对国家、民族的认同。

文博新媒体首先要与用户融合。如今,在新媒体传播环境下出现了用户文化,用户的主动性增强,在网络平台上,用户可以发表观点、分享生活、接收消息,媒体与用户文化的融合要始终以中国优秀的传统文化为基奠,正确引导用户文化,提高用户媒介素养,为建设社会主义文化强国提供强有力的支持<sup>[3]</sup>。

文博新媒体关键要与行业人才融合。新媒体凭借在传播速度、覆盖广度等方面的优势迅速抢占媒介市场的大量份额,但在媒体融合发展的契机下关键是要加快与专业人才融合的步伐。文博行业全媒体新闻工作者深入实际、深入思考,将文博知识和文物保护理念凝练在提升文化自信的战略上,提高文博新媒体的传播力、公信力、影响力、引导力。

#### (二) 文博新媒体与新技术的融合发展

移动互联网已成为当前信息传播的主要渠道。随着5G技术、云计算、大数据、人工智能等新技术的不断发展,移动媒体必将进入加速发展的新阶段。在新媒体与新技术的融合发展中,利用机器人写作无疑是人工智能技术在新媒体领域的主要应用,如中国地震台网用机器人在微博平台发布消息。在构架全媒体的理念指导下,文博新媒体更要加快与人工智能技术的融合。

媒体平台算法技术是未来的发展趋势。文博新媒

体要树立大数据思维,发挥新媒体在数据领域的先天优势,将文博单位线上、线下产生的大数据最新成果应用到新闻数据的采集与分析过程中,使内容更优化、成本更低、传播更高效,实现新媒体与大数据技术卓有成效的融合,优势互补,相互影响,共同发展。

新媒体给文博机构带来的不仅是传播空间的革新,其基于互联网的数据服务也为文博传播提供了更科学的评估手段,从而生成更具目的性和针对性的传播对策。2019年,微博探索了多个针对文博微博账号的传播效果测评方案,以账号“文博头条”为代表的各文博微博阅读量和互动量的数据公示、以智能算法模型为基础的微博影响力账号排行榜榜单输出,为文博机构的微博运营提供了可量化的效果评估参考,意义重大。

### 四、文博新媒体,永远在路上

当前政务微博的组成结构进入优化阶段。随着文旅融合和文物机构深化改革,各个机构职能重新部署,随机构改革应运而生的新的政务新媒体获得网友关注。有关部门加强对新媒体的监管,并发文通报“零发稿”或长时间没有更新的政务账号,一些政务新媒体“只建不管”的状况将开始得到改善。

#### (一) 对文物内涵的挖掘还需加强

资源和内容始终站在价值链的上游,这是文博机构最大的优势和最强的竞争力所在。虽然微博新媒体的内容和形态日益丰富多元,但是优质内容的生产仍然处于匮乏状态。当前,部分博物馆在新媒体探索过程中呈现出过度娱乐化的趋势,这些互动体验反馈虽表面热烈,其背后却是一片虚假繁荣。因此,文博机构更应坚守自身所代表的文化价值和知识表达,以健康的流量观和高度的社会责任意识去传递内容。

“让文物活起来”,关键是要讲好文物的故事。而要讲好文物的故事,必须要构建起完整而有效的文物故事讲述体系。这需要跳出传统的考古学、器物学和文物学等研究的窠臼,以文化传播和公共教育为目的,站在中国智慧、中国精神和中国价值的高度,深入挖掘隐藏在文物背后的历史和文化,做到见物、见人、见精神,为讲好文物故事提供强大的学术支撑。

#### (二) 对革命文物的解读还需加强

作为革命文化的物质载体,革命文物凝结着中国