

文博新媒体矩阵在全媒体时代的发展与机遇

李巍 / 中国文物信息咨询中心 北京 100029

贺占哲 / 中国国家博物馆 北京 100006

摘要：微博开通十年来，已成为政府形象宣传、应对突发事件和权威发声的首选窗口。其中的文博类微博更是不断开拓创新，利用微博平台讲好中国故事，为厚植文化自信注入源源不断的活力。在全媒体时代，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。

关键词：博物馆；文博；新媒体；微博矩阵；融合发展

2009年，新浪微博正式上线，自此拉开了中国自媒体的序幕。同年10月12日，@深圳博物馆开通微博，文博新媒体紧跟时代，迈出了自己的一小步。截至2019年底，微博月活跃用户数为4.97亿，网络效应不断增强，产品持续创新，内容生态日益丰富，改变了内容生产方式与传播方式。作为领先的社交媒体平台，微博的地位进一步强化，并成为政府形象宣传、应对突发事件和权威发声的首选窗口。十年来，文博微博开通账号逐年增多，用户稳步上涨，形式日益多样。文博微博的运营者也不断开拓创新，利用微博平台讲好中国故事，为厚植文化自信注入源源不断的活力。在全媒体时代，信息无处不在、无所不及、无人不用，促使舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战^①。笔者以2019年为例，探索文博新媒体在全媒体时代的发展现状与机遇。

一、文博微博用户整体画像

（一）规模逐渐扩大

文博微博用户规模逐渐扩大，文博类账号、粉

丝、互动量等均有明显增长。截至2019年12月，政府文化类微博蓝V账号（即机构认证账号，以下简称“认证账号”“账号”或“官微”）共计2208个，2018年12月政府文化类蓝V账号共计1548个，同期相比增加660个。认证账号数量大幅增加，说明国内外文博单位对新媒体传播的重要性认识有了显著提高，已逐渐把微博平台作为自身传播的一个重要渠道。文博微博阅读量、粉丝量以及视频发布量都有大幅度增加。2019年文博微博的总阅读量73.04亿，较2018年同期增加近33亿；粉丝总量为6465万，较2018年增加2900万；视频发布量为4.85万，较2018年增加2.7万^①。

（二）地域分布日益均衡

文博微博用户的总体地域分布仍集中于东部地区，以长三角、京津冀和珠三角为中心。广东、浙江、江苏、北京的文博微博账号数量排在全国前四，累计占到总体的30.2%。中西部地区、发达地区县市的文博微博账号数量与以往相比有一定增长，但青海、西藏、贵州、海南等省（自治区）的文博单位微博账号数量相对来说比较少，未来还有很大的发展空间。

作者简介：李巍，女，中国文物信息咨询中心影视部，馆员，主要研究方向：文博新媒体传播。电子邮箱：lee.v@126.com。

贺占哲，男，中国国家博物馆，副研究馆员，主要研究方向：文博新媒体传播。

^① 数据来源：新浪微博数据中心。数据时间为2019年1月1日至12月30日，包括文博微博阅读量、发博量、原创量、转发量、评论量、点赞量、头条文章、视频数、直播数、粉丝数据，以及行业热议话题阅读Top100、账号主持话题阅读Top100、互动最高单条Top100、阅读最高单条Top100等基本数据。