

创新传播功能，提供优质服务——刍议数字媒体时代文化馆的服务职能

蒲艺蕾

北京市文化馆，中国·北京 100031

摘要：文化馆作为推动大众文化传播，提升文化品质的社会服务职能机构，肩负着重要的文化传承使命。随着近年来数字技术持续发展，尘封于文化馆的一些文字材料、实物展品获得了互动性更强的呈现方式，实现有机整合。拓宽了文化传播渠道的同时也强化了大众对文化追求的深度广度。为更好地发挥文化馆的社会服务职能，传统的文化馆需要朝着数字化方向实践高效转型。

关键词：文化馆；文化传播；文化服务；传统文化；数字化

Innovating Communication Functions and Providing High-quality Services — Discussion on the Service Functions of Cultural Centers in the Digital Media Era

Yilei Pu

Beijing Cultural Center, Beijing, 100031, China

Abstract: As a social service institution to promote the mass culture communication and improve the cultural quality, the cultural museum shoulders an important mission of cultural inheritance. With the continuous development of digital technology in recent years, some written materials and physical exhibits in the cultural center have been presented in a more interactive way to achieve organic integration. It broadens the channels of cultural communication and strengthens the depth and breadth of the people's pursuit of culture. In order to give full play to the social service function of the cultural center, the traditional cultural center needs to practice the efficient transformation toward the digitization direction.

Keywords: cultural museum; cultural communication; cultural service; traditional culture; digital

1 引言

文化馆作为为人民群众提供精神文化服务的重要载体之一，其文化服务品质不仅影响大众的文化认知与体验，也在一定程度上影响区域大众平均文化素养的发展水平。论文将从文化馆文化传播功能模块的创新和文化馆文化服务内容的组织管理机制的优化，两个维度阐述文化馆在数字化环境下，为大众提供优质文化服务的有效途径。

2 融媒体环境下的文化馆的发展困境及原因

2.1 文化馆的文化服务职能体现单一

文化馆作为大众精神文化的集散地，履行着优秀文化的教育、学习、组织、宣传、文化传播、资源集成等职能。从目前大部分地区的文化馆运营现状来看，文化项目单一，服务内容单一，文化知识与信息传输单一，文化资源的重复利用率低，管理模式单一，文化馆与大众互动形式单一等问题，已然成为文化馆践行创新发展的瓶颈，直接局限了文化馆多元文化服务生态的系统性构建。

2.2 文化馆的资源整合能力趋于薄弱

目前，大部分文化馆所呈现的文化服务内容或服务项目，普遍是基于对某些细分文化领域的定位而形成的。所有

文化资源物化内容与文字内容的收集、陈列、展示，都要紧密地围绕项目主题实现集成。这样的文化项目在彰显精准性的同时，却错失了挖掘、整合发散性重要文化资源的机会，导致文化资源整合的“半径”较小。

在针对大众服务群体的资源整合层面，很多文化馆所服务的群体是自主或偶然造访文化馆的群体，服务黏性弱，大部分人是“一次性服务”，无法对大众的文化服务需求进行深入开发。在被动的服务模式下，文化馆过往所连接与整合的固定群体资源是极其有限的，由于缺乏高性能“软件”的支持与驱动，其对丰富文化资源的整合力度较弱。

2.3 文化馆的教育服务范围受到局限

文化馆的教育服务范围受到局限，主要体现在文化馆教育服务的广度和深度均拓展不足。在服务广度层面，受文化资源整合能力薄弱的影响，一些极具地方特色的多元文化资源类型并未得到有机整合，以至于文化馆所展示的知识与信息显得片面。在服务深度层面，缺乏专业领域研究人员或团队的技术成果支持，致使文化馆呈现的内容浮于浅表，甚至一些知识或信息可能经不起考究。

这些问题的存在，都会影响大众对文化馆的教育服务能力评价，对一些专业文化领域的爱好者来说，文化馆所承

载的文化信息内容,以及所提供的教育服务,不足以满足他们精专的求知欲。

2.4 文化馆的内容呈现形式显得单调

部分地方的文化馆主要以文字、图片、典籍、实物作为主要的文化信息呈现要素。出于对重要文物进行保护,厚厚的玻璃、围栏在保护文物资源的同时,也削弱了大众的文化研习体验感,阻隔着大众深入地探究相关文字、实物材料。

在推动大众文化复兴的背景下,一些残障、视障等特殊群体,也有权力获得包含文化馆在内的文化服务机构所提供的社会服务。但在评估文化馆的内容输出,以及硬件、软件设施建设时会发现,是极少考虑到特殊人群的知识习得需求,利于残障、视障群体行走、停留的空间资源规划不充分,有声文化信息的传输建设路径也十分不足。

此外,很多文化馆尚且止步于为大众提供线下文化服务的境况,并未充分重视融媒体数字环境为文化馆实践可持续发展所带来的新机遇。文化馆的物理空间依旧局限着其资源的传播、分享,更局限着大众对文化馆所具有的教育功能的认知。

2.5 文化馆的品牌形象传播创新不足

纵观当下文化馆的运营模式,单一的文化服务职能,薄弱的资源整合能力,有限的教育服务范围,单调的内容呈现形式等因素,导致文化馆的形象传达给人以矮板、死气沉沉、无趣、乏味等印象。所有文化服务机构创新都需要依靠大众的互动和反馈,但有些地方文化馆,尚不具备接受、采纳大众创新意识形态的能力。当新旧观念无法在具有一定历史沉淀的文化馆物理格局上实现调和,那些对全新的事物满怀好奇的新生代,便毫不留情地选择将不思进取的文化馆抛弃在历史进步的潮流中。

任何地方的文化馆品牌建设,均需要依靠大众的口碑。在数字媒体时代,数字化的形象呈现与文化内容传播,是文化馆品牌形象传播的重要途径。文化馆自身乏善可陈的数字化内容体系建设,将其置于了不利的品牌传播境地。当大众在有限的文化馆品牌露出信息中,无法被激发起了解、探究的欲望时,有关文化馆的传播内容便直接被大众凭借直觉过滤掉。

3 创新文化馆文化传播功能模块的有效途径

3.1 推动文化馆数字化建设进程

文化馆作为公共文化服务体系的重要组成部分,在推进国家文化数字化战略总体格局中,文化馆数字化建设跃上新台阶更具紧迫性和艰巨性。与公共图书馆、博物馆实践数字化转型相比,文化馆领域数字化建设起步相对较晚,各级文化馆较为普遍的数字化建设和服务在近几年才陆续开展起来。

通过引入数字技术人才提升文化馆的数字文化资源生产力、开发能力和传播能力。以为大众提供优质的数字文化资源为目标,发挥文化馆文化资源实践数字化转化的天然优

势,全面推进文化馆的文化资源数字化转型。

3.2 借力数字技术拓展文化馆服务内容

为了打破文化馆以线下活动为主的文化互动、传播格局,文化馆在实践数字化转型的过程中,可以充分运用数字技术的文化资源生产、呈现、传播方案,让数字化赋能文化馆文化服务内容、形式、层次的拓展。

例如,借助数字技术实现珍贵文化资源文字材料、文物资源的数字化采集,推动文化资源的数字化档案建设,为后续推动形式多元的数字化文化资源建设,奠定重要的资源基础。

在数字图片样本采集的基础上,通过应用虚拟现实技术、全息投影技术、3D 技术,丰富大众与文化馆数字化文化资源的互动形式,激发大众探究特色文化的兴趣。

考虑到儿童识字量问题以及视障群体对有声文化资源的需求,文化馆可以竭力推动馆藏文化资源的有声数字化建设。当资源实现有声化后,文化馆可以借助融媒体渠道,积极推动线上有声数字化文化资源的传播,拓展文化馆数字资源的服务群体,让大众更便捷地享受到文化馆的文化资源服务。

针对细分领域文化有着浓厚兴趣的群体,文化馆可积极推动基于数字技术的信息检索服务建设,让文化爱好者可以通过相关的检索服务,精准获得相关文化领域的专业研习资源,促使大众的自主文化研习水平得到提升。

当文化馆实现了数字化建设发展后,文化馆便可在基础档案资源、多元数字化文化资源的驱动下,构建形成文化馆的数字化文化资源数据库。进而推进个体文化馆与中国不同地区、不同级别文化馆的数字化文化资源整合。借助数字化渠道,扩张具体区域大众可享受的文化资源服务内容。在宏观层面实现中国数字化文化资源的融通建设。

3.3 借力数字技术整合优秀传统文化

文化馆除了向大众提供优质的文化服务以外,还肩负着传承优秀传统文化,保护中华优秀传统文化的使命和责任。当文化馆的数字化管理和服务体系建设区域完善后,基于数字技术的复利价值,文化馆将彰显出更为强劲优秀传统文化整合能力。例如,对地方优秀传统文化的样本进行采集,与专业的研究团队共享相关数字化传统文化信息资源,在文化馆所构建的数字化服务平台上,为非遗传承人提供其展示技艺、作品的渠道,借力数字技术实现优秀传统文化的保护与传承。

推动以特色传统文化为主题的项目化活动建设,发挥数字化文化资源的内容优势,实现文化馆特色课程的开发与实施,发挥数字化融媒体渠道的宣传作用,将文化馆推出的特色课程传播出去,吸引大众参与到文化馆的线下活动中,实现文化馆特色活动的“线上+线下”联动。

3.4 打通多元合作渠道,发挥文化馆的教育服务职能

在中小学全面实施“双减”政策的背景下,文化馆发

挥文化资源储备优势,以及差异化的、专业的教育资源优势,将文化馆特色课程与中小学的课后服务相衔接,以优秀传统文化的传承与传播为例,由于文化馆有着天然的整合传统文化资源的能力,在文化馆整合了优质资源的基础上,将文化馆的特色课程转化为中小学的特色校本课程,落实文化馆的教育职能。同时,发挥文化馆的文化资源整合优势,支持中小学开发并实施多元化的研学内容,让中小学生在借助客观的文化资源实证材料,发展对优秀传统文化的认知。开展策划一些特色活动,将文化馆列为中小学生的实践活动基地,深化中小学生的专业知识得同时培养其实践合作能力。

此外,文化馆还可以与各级院校、专业文艺院团、社会组织团体等都实现聚合,将文化馆打造成为融通多元教育服务资源,传输优质教育服务内容、技术的平台。

3.5 打造文化传播人才资源聚集平台

将具有文化内容生产优势的传承人,掌握数字技术的专业人才,以及具有文化内容传播能力的媒体人,整合到文化馆的人才资源平台上,通过赋予不同领域人才以权利和责任,让不同领域的人才各司其职,通力合作,促进文化馆优质数字化文化资源的生产、重构、创新,以及传承和传播。将这些人才资源整合为文化馆平台的强力师资,让不同文化领域专业师资在该平台上实现“智慧”。将自主培养优质师资,提升文化领域师资的文化、教育服务能力,拓展为文化馆的重要服务管理模块,通过核心人才的培养与储备,保障文化馆的文化服务保持旺盛的创新力。

3.6 构建文化馆品牌形象传播矩阵

在融媒体背景下,为了凸显文化馆的品牌形象,彰显出文化馆全新的定位与气质,文化馆可以借助不同的媒体渠道,构建完善的融媒体矩阵,让传统的广播电视媒体、纸媒,协同主流的网络媒体,形成辐射范围广泛的,受众群体呈现倍增趋势的融媒体宣传阵列,让文化馆的数字化文化资源和文化馆品牌推介信息,通过不同的渠道实现精准的触达。形成有形式感的文化馆品牌形象识别度,通过文化馆的品牌形象构建,以及品牌活动激励,吸引大众自发助力文化馆品牌传播。

4 优化文化馆文化服务内容的组织管理机制

4.1 实施文化项目化管理

文化馆积极推动数字化建设,能够提高文化馆的资源、项目管理效能。当不同领域的专业人才在文化馆平台实现汇聚,文化馆便具有了同时策划并实施多个文化项目的的能力,并在数字化管理系统的支持下,实现对多个项目的精细化管理。

以激发专业人士参与对口项目的热情,让专业人才的文化传承与传播使命得到唤醒,在项目管理的架构下,激励专业人才实践文化项目内容与技术看新;在数字化环境下,

让文化内容的生产者,也能够成为文化内容的传播者;让文化馆线上与线下的文化活动资源、媒体宣传资源实现一体化整合。

4.2 推出精品传统文化课程

借助数字技术,推动针对优秀传统文化的精准开发,策划并推出有价值的传统文化课程。课程内容可以从地区特色文化体系中进行挖掘,包括但不限于手工艺品制作、传统音乐艺术、传统武术文化、茶文化、传统妆造、传统服饰等。根据招募学员的年龄层次,设计相关特色课程。在根据年龄开展分层教学活动外,文化馆可以通过搭建不同年龄层次学员之间的对话“桥梁”,让不同年龄的学员在文化馆平台上实现对话交流,让课程所激发的文化探索兴趣,引发学员的精神文化共鸣。

4.3 合理设计文化馆服务的收费机制

在文化馆履行社会公益服务的职责时,也需要有效评估,数字化环境下,文化馆为了实践数字化转型,所投入的经济价值。为了更好地整合文化资源、人才资源,文化馆在推动一些项目顺利实施时,可以考虑借助数字化手段,针对一些文化项目的材料、流程、时间投入、师资水平等要素,制定合理的收费标准。

在文化馆平台同步实施公益性与营利性相结合的收费机制,以此保障文化馆实践可持续发展。在数字化的组织管理模式下,文化馆可以通过与大众的互动,获得更加精准的文化项目支付意愿与支付能力反馈,以便文化馆所提出的收费模式为大众所接受。

5 结语

中国文化数字化发展是大势所趋,文化馆作为中国重要的文化服务机构,有责任积极投入文化馆数字化的建设事业之中,发挥数字技术的资源整合优势、文化传播优势、人才汇聚优势以及文化内容创新优势,将更高品质的文化内容、服务带给大众,让大众在文化馆内容与技术资源的支持下,实现文化数字化建设跃上新台阶。借助数字技术,发挥文化馆与中小学校的联络与教育服务优势,为中小学的教育变革,注入专业的文化资源力量。

参考文献:

- [1] 赵俊.“十四五”时期文化馆数字化高质量发展研究[J].文化月刊,2023(8):86-88.
- [2] 袁美.文化馆特色数字资源的开发和管理[J].中国民族博览,2023(3):96-98.
- [3] 惠潇.移动互联网时代的文化馆数字化公共文化服务——以陕西省文化馆为例[J].

作者简介:蒲艺蕾(1989-),女,中国山东平度人,本科,从事群众文化研究。