

# 浅析博物馆的创新文化传播方式——H5 应用探讨

李燕

(河南科技大学 河南洛阳 471000)

**摘要:** 本文分析了洛阳博物馆文化传播的现状, 探讨其不足, 并提出了针对性的建议。通过问卷调查, 了解大众需求, 并结合国内外知名博物馆 H5 技术应用案例, 为洛阳博物馆的发展提供指导。旨在提高文化传播效果, 增强博物馆的知名度和影响力, 守护文明记忆。

随着互联网和移动技术的快速发展, 文化传播方式正在发生变革。传统方式已无法满足大众需求, 博物馆作为文化传承的关键, 必须创新传播方式。H5 技术为博物馆馆藏品带来了全新的资源梳理与整合方式, 促进了文化的传播和文化的发扬。本文通过案例分析, 研究了 H5 技术在博物馆文化传播中的优势、类别和方法, 填补了相关理论的不足, 促进了博物馆文化的全面发展。

## 一、国内研究现状

H5 技术作为新媒体展示方式, 具有独特的交互性能和良好的传播效果。目前关于利用 H5 技术传播传统文化的研究文献较少, 但国内已有相关图书和文献涉及 H5 设计规范、方法及案例。H5 技术在未来产品设计和营销中将发挥重要作用, 但对博物馆文创产品与 H5 混合开发应用的研究尚待深入。

## 二、国外研究现状

据相关资料显示, 国外的博物馆文创产品开发早在 20 世纪下半叶就已初具雏形, 在整体博物馆营销策略的框架下, 已经形成了一套相对成熟的文创产品开发机制。此外, 也有国外学者认为, 随着数字博物馆的普及, “数字文创品”的潜力愈发

强大, 不仅能为用户提供在线文化内容, 而且为博物馆提供了分析用户数据的途径。

## 三、洛阳博物馆文化传播现状分析

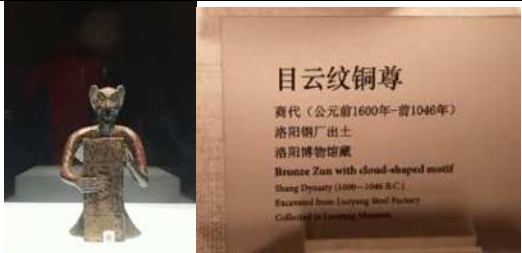
### (一) 洛阳博物馆概况

洛阳博物馆是一个综合性博物馆, 创建于 1958 年, 是新中国成立后最早的地市级博物馆之一。作为十三朝古都, 洛阳博物馆利用丰富的文物资源, 不断提升建设, 于 2008 年跻身国家一级博物馆。现有两万余件馆藏, 五千件珍贵文物。但文化传播创新不足, 影响力有限。因此, 本文在调研应用 H5 创新文化传播方式的基础上, 以期进一步推动 H5 技术在文化创新传播领域中的应用实践, 为传播界的创新发展贡献力量。

### (二) 洛阳博物馆文化传播现状

洛阳博物馆在文化开发及传播方面起步较晚, 近年来受益于城市发展和政府支持, 逐渐受到大众关注。但仍面临诸多问题, 如馆藏文物的宣传开发和文化传播不足, 经济效益和社会传播功能未达预期。本课题通过对洛阳博物馆的实地调研、内容拍摄和整理, 笔者将洛阳博物馆的文化传播现状分析用表格方式呈现, 具体如下表所示:

分类	图片	分析
洛阳市博物馆的官方网站 <a href="http://www.lymuseum.com/index.php">http://www.lymuseum.com/index.php</a>		该页面简要介绍了洛阳博物馆, 包括日常活动、陈列展览和洛博讲堂等栏目。然而, 网站内容较为单调, 视觉效果不佳, 且部分内容未更新, 如洛博文创一栏信息缺失, 无文创产品展示, 仅有空白页面。这表明博物馆网站缺乏日常维护, 许多信息仍停留在 2014 年版本, 未随时间更新迭代。此外, 缺少专门介绍代表性展品的页面, 关注度不高, 分享欲望不强。
洛阳博物馆微信公众号		洛阳市博物馆于 2022 年认证了官方微信公众号, 公众号在大众日常生活中最大的作用就是预约参观博物馆并接受文章推送。根据最近两年的更新来看, 公众号增加了数字洛博和洛博互动的栏目, 进行一些线上的展览和互动, 提升用户的分享欲, 以及增加用户的活跃度, 但是由于公众号互动内容单一, 所以观众参与度不高, 仅有百余人参与。

<p>文物展览</p>		<p>洛阳市博物馆内的主要文化传播方式是依靠实物展览,用户可以租借讲解器进行自主参观,或者是用手机扫描文物配备的二维码进行对文物的进一步了解,展陈方式单一,缺乏新意,无法满足所有人的需求,千馆一面。</p>
-------------	---	---

#### 四、“互联网+”背景下的 H5

##### (一) H5 的概念

在“互联网+”背景下, H5 作为全新网页语言走进大众视野。H5 是移动端基于 HTML5 技术的动态交互界面, 融合多种传播形式。H5 具有跨平台传播优势, 不依赖特定操作系统或设备, 可在各种终端流畅展示。目前国内 H5 主要依托微信平台传播, 通过朋友圈链接分享或二维码扫一扫打开。H5 页面形式丰富, 涵盖触觉、听觉、视觉等全方面感官体验。其次, H5 的应用形式也具有多元化, 如视频问答、游戏互动、调查问卷等。H5 凭借低成本、高传播性成为移动端主要传播手段, 有超越传统媒体趋势。其应用行业也日渐广阔, 用于活动推广、活动总结、行业邀请函等。“互联网+”背景下的 H5 在博物馆中应用的主要类别有以下几种:

##### 1. 图片类

常见的 H5 类型包括翻页类和长图类, 主要用于宣传、引流。在博物馆中, H5 多用于文物的详情介绍, 用生动的手法展示静态物件, 让观众更直观地了解文化。例如《清明上河图 3.0》的互动艺术展演, 通过沉浸式长图再现画作的美学价值, 长图使用了原作中的大量元素来丰富视觉效果, 表现出画家对于大场面及小细节的极致处理。

##### 2. 游戏互动类

此类 H5 强调用户与 H5 的互动行为, 引导用户参与。主要类别有游戏类和测试投票类。游戏类 H5 多为场景动态设置, 规则简单, 无需下载 APP, 用户可参与手势与移动端的交互, 如拉拽、拖动、选择等。

互动类 H5 还包括测试投票类, 主要集中在心理、性格测试和比赛中常见的投票方式。用户根据选择生成不同结果, 参与投票可提高人气值。例如友邦保险联合上海博物馆推出的测试类 H5 “进阶吧, 青铜”, 用户答题答题完成后, 会自动生成海报, 随即会跳转到友邦保险的抽奖界面, 填写用户信息, 进行抽奖。该 H5 使用了上海博物馆的元素, 例如竹筒、鼎、酒樽等, 既宣传了上海博物馆浓厚的文化底蕴, 又实现了友邦保险的宣传策略。

##### 3. 视频类

视频类的 HTML5 的广告主要指的是将 HTML5 的技术与视频拍摄相结合, 视频为提前准备好的创意视频, 其中部分制作精良的视频甚至能达到电影级别。视频中的视觉效果带给用户极大的视觉冲击, 给开发者带来了良好的宣传效果。此类 H5 是保障低能浏览用户和用户需求的双重保障, 因而可能会缺一

定的互动性, 但是各个开发者似乎都在极力避免交互性的缺失, 会在视频的结尾部分增加部分的交互行为。例如金典与大英博物馆、网易哒哒联合推出的品牌营销作品, 展示出金典牛奶历史发展过程, 同时展示了大英博物馆的 3D 长镜转场, 气势磅礴, 视觉冲击力极强, 仿佛带人穿越回千百年前。后半部分做了部分交互, 用户随机抽取五张卡牌选择其一, 是以大英博物馆馆藏品为图案的海报, 页面底部“分享给好友”按钮引导用户分享, “获取新伙伴”按钮则跳转至购买页面, 为用户考虑的很周到。



##### 4. 场景类

场景类 H5 多用于场景宣传, 结合技术如重力感应、VR、AR 等, 营造特定场景, 吸引用户。例如, 东莞市博物馆和沈阳故宫院联合举办的新春大展采用 VR 实景样式, 用户可足不出户浏览博物馆全貌, 点击图标可浏览瓷器并听语音介绍。



##### (二) “互联网+”背景下 H5 的优势

##### 1、互动性更强

在“互联网+”背景下, H5 技术提供丰富的感官体验, 突破传统被动浏览, 通过交互方式将传统媒体的信息传达扩展到多感官沉浸式体验。H5 的互动性和多感官融合是其优势, 使用户从被动变为主动参与者, 通过视觉化呈现直观了解事件和数据, 提升体验感和参与感, 产生深刻印象, 并乐于分享, 扩大信息传播范围。

##### 2、推送便捷化

相较于传统宣传，H5在“互联网+”背景下设计流程更短、投放快、可及时修改。H5依托互联网，精准推送到用户眼前，节约等待时间、减少资源浪费和宣传成本。

### 3、信息实时性

H5可根据服务器收集的用户实时信息调整内容，提高创作效率和用户满意率，增强信息可读性和可信度。这种优势是传统宣传方式无法比拟的。

### 4、多媒体呈现

在“互联网+”背景下，H5制作成本低但传播范围广。与传统传播媒介相比，H5在视觉和交互体验上更出色，能吸引更多用户。这种依附于互联网技术制作生产的移动网页链接，有时只需借助专用的制作工具，加以设计师的无限创造才能，就能形成物品介绍。传统宣传依赖高价媒介，受众有限，H5则具有强大用户群和传播潜力，通过丰富的多媒体语速快速传播信息。

总之，博物馆作为国家文化象征，在交流和社会经济中发挥重要作用，不仅是文化遗产展示中心，也是文化传承的关键桥梁。应与时俱进，创新传播方式，满足人民精神文明需求，推进社会主义文化建设，共同建设博物馆文化名城。

#### 附录：调查问卷

本章节通过问卷调查分析，考察洛阳博物馆参观人群、目的及需求，以确定“互联网+”背景下H5与洛阳博物馆结合的必要性。调查针对参观人群，线下实地及线上微博粉丝群发放问卷，有效回收121份。（结果具有一定的局限性，仅限参考）。

#### （一）参观人群

调查显示，洛阳博物馆主要吸引19-30岁人群，其次为5-18岁青少年，女性与学生为主。近90%的访客携带移动设备，因此移动端H5受众广。洛阳博物馆可针对此群体开发文创产品如抱枕、配饰、等。

	选项	所占比例
年龄	5-18岁	20%
	19-30岁	52%
	31-45岁	22%
	45-60岁	5%
	60岁以上	3%
性别	男	33%
	女	67%
是否使用移动设备 (包括手机、平板电脑等)	是	89%
	否	11%

#### （二）参观目的及对洛阳博物馆内数字展陈的了解

大部分参观者以旅游、研究、教育为主，53%人群对数字展陈有兴趣，希望增加展览方式。H5可针对青少年群体，增加科普与互动，加深印象，宣扬博物馆文化。

参观目的（多选）	研究	62%
	教育	35%
	旅游	78%
	购物	5%
	工作需要	5%
	其他	10%
对于数字展陈的看法	碰到了就会看看	53%
	不会在意	10%
	会有强烈的上手欲望	22%
	增加了对文物的兴趣	15%
期望洛阳博物馆可以增加更多的展览方式	是	83%
	否	17%
对洛阳博物馆内数字展陈的期望	很喜欢，希望可以普及	66%
	随意，可有可无	20%
	不喜欢，更喜欢实物	14%

洛阳博物馆作为洛阳市区内最富盛名的博物馆，面临竞争压力，存在文化传播形式单一、与参观者互动少、缺少吸引年轻人的原动力等问题。借助“互联网+”背景下H5的传播优势，可以改善这些问题，降低开发成本，广泛借助大众传播优势，吸引更多人走进博物馆。

此外，对洛阳博物馆的现状和参观者进行调查，揭示了文化传播的现状和不足，深入了解参观者的精神需求。博物馆作为兼具社会和教育价值的公益场所，只有真正了解大众需求，才能更好地进行文化开发传播，希望借助新技术提高洛阳博物馆的社会影响力和教育意义。

#### [参考文献]

[1] “互联网+”浪潮下博物馆文创产品的开发与经营[J]. 桑霖. 收藏与投资, 2023[2] “互联网+”背景下传播博物馆文创设计[J]. 韩梦. 艺术家, 2021

[3] 博物馆文化创意产品开发研究[D]. 陈凌云. 上海大学, 2018

[4] “互联网+”背景下的博物馆文化创意产品开发研究[D]. 李壮. 苏州大学, 2020

河南省社科联2023年课题，课题名称：数字化战略下高校数字图书馆界面应用研究，编号 SKL-2023-1743