

博物馆短视频创作中的阐释理念与实践

——以故宫博物院“抖来云逛馆”项目为例

The Theory and Practice of Interpretation in the Creation of Museum Short Videos:
A Case Study of “Visiting the Museum on Douyin” of the Palace Museum

姜倩倩

Jiang Qianqian

(故宫博物院, 北京, 100009)

(The Palace Museum, Beijing, 100009)

内容提要: 博物馆承担着阐释藏品价值的职能, 而做好阐释的关键是建立观众与藏品信息的关联。短视频是博物馆在新媒体时代履行阐释职能的有效途径。故宫博物院“抖来云逛馆”系列短视频项目在主题策划、内容编创和形式表达方面均从观众角度出发, 做好阐释, 拉近观众与藏品的距离, 激发观众对中华优秀传统文化的热爱, 增强文化自信。

关键词: 博物馆 短视频 阐释 “抖来云逛馆”

Abstract: Museums have a responsibility to interpret the value of their collection, and the key to a good interpretation is to establish the relevance of visitors to the collection information. Short videos are an effective way for museums to perform their interpretive functions in the new media era. The Palace Museum's project “Visiting the Museum on Douyin”, a series of short videos, takes interpretation into consideration in terms of theme planning, content creation and formal expression, to narrow the distance between visitors and collections, stimulate visitors' love for fine traditional Chinese culture and enhance their cultural confidence.

Key Words: Museum; short video; interpretation; Visiting the Museum on Douyin

国际博物馆协会于2022年8月24日公布博物馆新定义, 指出“博物馆是为社会服务的非营利性常设机构, 它研究、收藏、保护、阐释和展示物质与非物质遗产”^[1]。由此可见, 阐释是博物

馆的重要职能。在“让文物活起来”“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”^[2]“创新表达方式, 大力彰显中华文化魅力”^[3]“坚定文化自信……秉持开放包容……坚持守正创新”^[4]等理念指引下, 我国博物馆教育人员也在谋求新的表现形式, 以更好地阐释文物的历史价值、文化价值、审美价值、

科技价值和时代价值，短视频便是其中之一。

在新媒体时代，为适应快节奏生活、碎片化学习，以及居家办公学习等非正常时期观众减少的现实，短视频这一卓有成效的宣传渠道无疑是博物馆的优选。短视频时长短、传播快、受众广，不受时间和空间限制，能够弥补观众不能实地参观的遗憾。而且短视频平台自带点赞、收藏、转发、评论等功能，可以增强观众对博物馆活动的参与度和互动性。

根据中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》^[5]，我国短视频用户已达10.26亿人，用户使用率为95.2%。其中，抖音平台月活跃用户最多，为7.61亿^[6]，其用户数据可在很大程度上反映短视频行业趋势。根据巨量算数^①和抖音近两年报告，抖音知识内容数量、学习兴趣用户数量和博物馆相关视频播放量均呈快速增长趋势^②。如何让文博类视频更具传播力和吸引力，满足用户文博内容学习需求，是博物馆在短视频创作中面临的一大挑战。

为应对这一挑战，博物馆在探索切实有效的视频阐释方式。阐释是一种有目的的交流方式，目的是激发观众对个人意义的探索和形成个人与事物、地点、他人和概念的联系^[7]。阐释并非单

纯的提供信息，而是在信息的基础上建立相关性。任何阐释，如果不能将展示或描述的事物与观众性格或经历相联系，都是没有意义的^[8]³⁶。博物馆要做好阐释，就需要建立起信息与受众之间的关联，使受众对博物馆提供的信息产生兴趣、有所认知、建立信任，从而对其思想和行为产生影响。

2022年4月至10月，故宫博物院与抖音联合推出“抖来云逛馆”故宫科普系列短视频，在故宫博物院官方抖音账号推出200期短视频，由故宫博物院专业研究人员出镜讲解，介绍故宫建筑、文物、历史、文化、展览等。每期视频3分钟左右，重点讲述一个知识点。截至2023年12月31日，该系列视频播放总量达1.3亿。此外，在由国家文物局和中央网信办主办的“2023年度中华文物新媒体传播精品”推介活动中，“抖来云逛馆”获评优秀项目。该项目由故宫博物院教育人员、研究人员与抖音合作完成，从专题策划、内容编创到形式表达都充分考虑博物馆阐释的职能，拉近与观众的距离，力求达到更好的传播效果。

一、专题策划：覆盖领域广泛，观众可见可感

博物馆短视频既要满足博物馆文化传播的需求，也要符合抖音用户的兴趣喜好。有鉴于此，“抖来云逛馆”系列视频在策划上以覆盖领域广泛和观众可见可感为原则，规划了20个专题（图1），每个专题10期。一方面多角度展现故宫，满足不同观众对故宫的兴趣和期待；另一方面让知识讲述有实物依托和实景感受，以便观众知识理解、兴趣激发和情感代入。

1. 覆盖领域广泛

“抖来云逛馆”是故宫博物院在抖音平台推出的首个系列短视频项目，在策划上力求兼顾故宫博物院历史文化、建筑文物、博物馆工作等不同侧面，以建立和提升观众对故宫博物院的整体认识和理解。

① 巨量算数是一个提供抖音热点排名和变化的网站，根据相关数据发布抖音行业、产品、用户和趋势洞察报告。

② 2022年12月2日，巨量算数发布的《2022抖音知识报告》显示：2022年1月至10月，抖音知识内容兴趣用户超过2.5亿，相较2021年年初增长44.1%；知识类内容作品发布数量增长35.4%，内容涵盖人文社科、科技、科普、个人管理等多方面。2023年12月2日，巨量算数发布的《心向愿望，步履不停——2023抖音年度观察报告》显示：2023年上半年，抖音教育兴趣用户突破1.6亿，教育相关投稿量增长20%，教育相关视频播放超过1800亿次。2022年5月，抖音发布的《2022博物馆数据报告》显示：2022年抖音上博物馆相关视频数量同比增加70%，播放量超过394亿次，相当于全国博物馆一年接待观众人次的72倍，故宫博物院位列抖音最受欢迎博物馆之首。2023年5月，抖音发布的《2023博物馆数据报告》显示：2023年博物馆相关话题播放量同比增长165.97%，故宫博物院位列用户最爱打卡博物馆之首。

故宫博物院建立在明清皇宫紫禁城基础之上，承载着中华五千年文明，汇聚了中华优秀传统文化。从规划建设到使用变迁，这座城见证无数风云变幻、人事浮沉，有说不完、道不尽的故事。聆听这些故事不仅可以了解当时人们的生活、思想，也可以史为鉴，对当下有所体悟。为此，“抖来云逛馆”规划了5个历史文化专题，以关键节点、重要人物和典型事件串联紫禁城六百多年历史，解读紫禁城建筑规划与设计中的蕴含的中国传统文化，讲述曾经发生在这里的中西文化交流故事。

故宫博物院拥有世界上保存最完整的古代木结构宫殿建筑群和186万余件/套文物珍品。这些建筑、文物及其承载的文化内涵是故宫博物院的价值所在。为此，项目规划了3个建筑专题和10个文物专题，讲述古建筑设计理念与匠人智慧，展现故宫不同门类藏品风采及其背后的故事。

故宫博物院于1925年成立，是首批国家一级博物馆，承担着安全保卫、开放服务、学术研究、数字技术、展览展陈、

宣传教育等工作。这些工作，有的观众看得见，有的观众看不见，有的观众视而不见。为此，该项目特意策划2个展览专题，揭秘展览幕后工作，使观众对博物馆工作有更深入的了解。

2. 观众可见可感

在博物馆阐释工作中，借助实物的阐释效果优于单纯的文字和图片阐释，因为实物更能给人留下直观形象、具体深刻的印象，便于感知和理解。“抖来云逛馆”各个专题，在内容规划上尽量寻找实物依托，既利于信息传递，也能吸引观众前来参观，寻找视频中的内容，加强观众与博物馆的情感联系。

基于这一原则，200期视频中，建筑和文物专题所占比重较大，其中建筑30期、文物100期，占总数的65%。建筑专题以实景拍摄为主，展现建筑平面、立面、剖面等的规划理念与设计思路，以及斗拱、彩画、藻井等元素的功能作用与文化内涵，为观众提供欣赏建筑的多个角度。文物专题，首选常设展览中的文物，以便观众随时前来实地欣赏。故宫博物院常设展览有两种：原状陈列和专馆。原状陈列展现宫殿建筑在某个历史时期的陈设原貌，出于文物保护的考虑，大都不能近身参观，呈现效果不佳。专馆中，视频拍摄期间开放的有陶瓷馆、钟表馆、珍宝馆、石鼓馆、雕塑馆和御医药馆，除雕塑馆涉及宗教、话题敏感外，其他几个展厅的文物都有呈现。同时，为了展现代表门类和特殊工艺文物，如青铜器、漆器等，也选取了部分不在展的文物，从库房调出实物拍摄，展现文物立体形象，增强直观感受。



图1 “抖来云逛馆”专题合集

历史、文化专题也尽量以相关建筑和文物为切入点或案例来展开。例如，从文华殿讲到明代经筵仪式，从角楼讲到故宫博物院古建修缮工程；以体仁阁和弘义阁为例讲解五行与五常的对应，以万春亭和千秋亭为例讲解五位与四季的对应等。

展览专题也以看得见、摸得着的展柜、灯光、道具等为依托，引导观众观察展厅里的设计细节，体会展览人员的用心。当然，为了更好地展现幕后工作，有的选题也探秘隐藏在展墙背后、与展厅环境息息相关的空调管道、温湿度仪器等。

基于以上两个原则，“抖来云逛馆”完成主题策划，搭建起整个项目的骨架，并以此为依托邀请相关领域专家出境讲述。

二、内容编创：选题贴近生活，语言通俗易懂，主旨积极正向

内容是短视频的核心，内容的选择与阐释直接影响短视频的质量和传播效果。选题要贴近生活，激发观众兴趣和情感共鸣；讲述要通俗易懂，避免学术刻板的表达。除专业知识外，还要有积极正向的思想和价值观表达，这样才能让阐释既清楚明白，又有现实意义。

1. 选题策划：故事生动，贴近生活

“抖来云逛馆”涉及的主题，都有极其丰富的内容体系，但并不是每件文物、每个知识点都适合讲述。从便于理解和传播的角度考虑，项目尽量选取有趣味、有故事、有关联的文物和知识点，以此引发观众兴趣和思考。“不能摸、不方便碰甚至生活中早已不存在的

藏品，博物馆人也要努力找到这样或那样的联系，缩短历史、文物与观众现实经验之间的距离。”^[9]

文物选择上，项目通过深入挖掘文物来源、功能、纹饰、工艺等方面知识，选取了一些比较有故事性、关联性和记忆点的文物。以青铜专题为例，很多观众对青铜器敬而远之，一则青铜器名称生僻拗口，不易辨读；二则青铜器颜色沉闷单一，不够鲜亮；三则青铜器文化内涵丰富，不易理解。但青铜器是了解中国文化发展的重要载体，也是故宫博物院重要收藏门类，有必要向观众普及。为此，青铜专题特意选取器型特别、故事有趣和相互关联的文物讲述。例如，造型别致、酷似现代鸳鸯锅的环带纹甗，险些流失海外、幸而传奇追回的燕乐渔猎攻战纹壶，主人为甥舅关系的楚王畚璋剑和越王者旨於赐剑等。

在知识点的选择上，也注重贴近观众生活，展现古今联系，讲述有趣真实的历史故事。有技巧的阐释从那里（过去）开始，引入与之相似的、我们自己熟悉的日常事物^{[8][42]}。中西文化交流主题，就为观众揭开了皇帝不为人知的一面：康熙皇帝十分爱惜自己的胡须，叮嘱西洋医生为其做唇部手术时，要尽量减少修剪胡须的数量；乾隆皇帝叮嘱画师画像时要画出其眉毛特点。这些故事让观众看到了皇帝生活化的一面。

再如钟表主题讲述大臣傅恒因忘记给表上弦导致上朝迟到的故事，与现代人的生活产生共鸣；服饰专题以《甄嬛传》剧照为例，讲解帝后朝服的样式，指出影视剧的着装错误；文化专题从“龙的传人”“二月二龙抬头”等词语引入对龙文化内涵的解读。这些选题都与观众日常工作和生活体验联系紧密，既有亲切感，又有记忆点。

2. 语言表达：通俗易懂，张弛有度

丹·斯珀伯（Dan Sperber）和戴尔德丽·威尔逊（Deirdre Wilson）在关联理论中提出，信息相关性的高低有两个判断标准，其中之一是获取和吸收新信息所需的努力，所需努力越小，相关性越高^[10]。“抖来云逛馆”视频内容以研究成果为依托，并将专业学术的表达转化为通俗易懂，甚至略带诙谐的语言，使内容阐述更为清晰明了、易于理解。

这种转化主要体现在三方面。

一是对专业术语进行解读，或将其与现代概念对比，降低观众理解难度。例如讲到百子辟盘时，解释“辟”字为婴儿周岁的意思，与这件盘子用作抓周的功能相符，让专业术语更加“平易近人”。再如将宋代斗茶与咖啡拉花艺术对比，将灵沼

轩水晶宫与海洋馆对比，让古代生活与现代生活接轨。

二是将抽象的概念形象化，加深观众印象。文物和历史的讲解多涉及年代、尺寸信息，但抽象的数字并不能够给观众留下深刻印象，需要对其加以阐释。信息并不是阐释，阐释是基于信息的解释^{[8]44}。建筑主题视频中讲到唐代佛光寺东大殿斗栱2.26米，几乎相当于姚明的身高，而故宫太和殿斗栱只有1米多点，相当于五岁小孩的身高。这种比喻不仅将抽象的数字具象化，也使两者的对比更加生动有趣、印象深刻。

三是恰当运用网络语言，使表达更加活泼生动、接地气。如讲述乾隆皇帝要求其画像能真实反映他的每一条皱纹，换句话说，不要一幅经过“美颜”的肖像。再如，在讲解雕塑馆展品摆放时，提到有缺损、不能单独立在展柜里的文物，尤其是佛造像，不能让它们“躺平”，而要对其加以固定，展现文物真实信息。“美颜”“躺平”都是时下流行的网络词语，用在视频中不仅十分贴切，也能让观众心领神会。

3. 主旨表达：积极正向，价值升华

短视频作为博物馆进行社会教育的一种实现形式，承担着对观众进行正向引导的作用。“抖来云逛馆”除对专业内容进行阐释外，也将思想意识和价值观引导融入其中，使视频更具现实意义。这种引导主要体现在两方面。

一是通过展现中国古人智慧，增强民族自豪感和自信心。例如讲解钟表时，介绍在西洋钟表进入中国之前，中国古人就已通过观测日月星辰的周期变化，利用日晷、铜壶滴漏、香漏等工具计时，体现了古人对自然万物的细致

观察和巧妙利用；而在西洋钟表进入中国宫廷后，智慧的中国匠人也在学习西方钟表技艺的基础上，对钟表加以改造，制作出独具中国特色的更钟，以满足夜间打更需求，并制作冠架钟、迎手钟、容镜表等兼具计时与其他实用功能的钟表，展现出中国文化的包容性与创新性。

二是通过讲述器物工艺和历史故事，启发现代人对待自然和生活的态度。例如，介绍珊瑚盆景时，呼吁观众在欣赏珊瑚制品时思考如何珍惜大自然的馈赠，保护海洋生态环境；介绍服务清宫的西洋人时，总结出人要做出一番成就，既要掌握专业技能，也要有好的身体和性格。

通过对选题、语言和主旨三个层次的把握，“抖来云逛馆”完成各个专题的内容编创，为骨架填充上丰满的血肉，形成项目的基本面貌。

三、形式表达：影音图文结合，生动传递信息

“抖来云逛馆”讲述内容涉及众多建筑、文物、展厅，内容丰富、信息量大，而现场讲述受场地、时间、安全等多方面因素影响，无法完全满足信息表达需求。为此，视频录制运用了多种道具，并在后期制作时配以大量图片、文字、动画等，辅助信息理解，丰富视频画面，使内容阐释更加直观、生动、有效。

1. 道具使用：展示说明，实验验证

如上所述，实物展现的效果要优于图文。实物展现，不限于建筑和文物实体，也可以是道具。为实现更好的阐释效果，“抖来云逛馆”在录制时使用了多种道具，其作用主要有二：展示和实验。

展示用道具，通过实物呈现，给观众以直观感受和直接印象。如介绍故宫博物院院史时，借助1971年的《故宫简介》和2021年《故宫日历》实物，展现故宫博物院一以贯之的文化传播与观众服务工作；讲到古人观画方式时，使用书画文创产品，展示古人欣赏画作的方式。

实验用道具，通过辅助现场实验，用数据说话，达到验证和阐释的目的。故宫博物院藏脱胎朱漆菊瓣式盖碗上刻有乾隆御制诗，说这个盖碗“把比菊花轻”。脱胎工艺制作的器物的确很轻，但真的比菊花还轻吗？当然，这里的菊花只能是大朵菊花，否则无法与盖碗相提并论。这个疑问，是每个看到这句

话的人都会有的。为此，该专题在策划时特意设计称量环节，但因视频拍摄时，大朵菊花还未上市，只好选用观众最熟悉不过的鸡蛋与盖碗对比，让观众大致感受盖碗重量^①。

2. 文字使用：强调标示，引用注音

“抖来云逛馆”视频中的文字，除字幕外，还有大量花字，主要起强调、标示、引用和注音作用，方便观众理解记忆。

强调类文字，将单独的字词以花字呈现，提示观众注意。例如，“瓷”字诞生前，人们以已有的文字“资”来代指原始青瓷，视频在此处将“瓷”字和“资”字分别以花字形式呈现，突出重点；再如提到琉璃是“斜玉旁”时，将“琉璃”一词单独呈现，并将偏旁以其他颜色显示；引用文献中的部分字句也会高亮展示，比如书画作品中的某段题跋。

标示类文字，在建筑视频中的应用最为广泛，主要用于标示建筑构件名称，方便观众辨识和理解。例如梁架中的梁、枋、椽子，斗拱中的坐斗和升，须弥座的束腰、上枱、下枱、上枋、下枋和圭角等（图2）。

引用类文字，主要是对文献、诗词原文的引用，起突出强调、方便阅读和丰富画面的作用。如西洋人对豆腐的描述“整块白如雪，触之如软木塞”，杜甫在“青春复随冠冕入，紫禁正耐烟花绕”中对“紫禁”一词的使用等。

注音类文字，不仅限于文字，还包括拼音。需要注音的一是生僻字，如



图2 以文字标示建筑构件



图3 石鼓文字注音

古代酒器“酒瓠”中的“瓠”字注音xiáng，并用小字注释含义“装酒装酱的容器”。二是与现代汉语读音有差别的字，尤其是青铜器和石鼓上的铭文，可用拼音或常用同音字注音。比如越王勾践的姓“者旨”读作“zhū jī”，以拼音标注。石鼓铭文中“秀弓寺射”中“秀”读作“chōu”，寺读作“dài”，就以同音字注音，标记为“秀（抽）弓寺（待）射”（图3）。

3. 图片使用：补充对比，增强信度

现场拍摄的镜头，信息容量有限，尤其很多文物、场景无法现场拍摄，需要借助图片辅助说明。短视频中的图片主要用以补充信息、对比说明，文献类图片还有增强信息权威性的作用。

补充信息类图片，以文物图片为主，将视频中提及而现场无法拍摄的文物以图片形式展现出来，增强画面丰富性和信息说服力。例如，讲到锭子药时，除拍摄展厅中的两件锭子药，还配以大量故宫博物院收藏的不同形状、工艺的锭子药图片，展现锭子药的精致美观、丰富多样。再如，讲到西洋传教士在宫廷里吃到的猎物时，配以郎世宁画《乾隆皇帝围猎聚餐图轴》，展现野外狩猎、处理猎物和煮食猎物的场景。

对比说明类图片，通过对比不同时期、不同风格、不同状

^① 策划人员为弥补遗憾，在秋季菊花上市后，特意补拍视频，将一朵菊花与盖碗分别称量对比。实验数据显示，这朵菊花比盖碗重10克，由此证实乾隆皇帝所言非虚。

态等的图片来说明问题。例如，对比秦公簋铭文和石鼓铭文，说明二者字体相近，可能是同一时期作品；对比西方圣母玛利亚画像和我国德化窑送子观音坐像，说明明代人将圣母玛利亚视为活菩萨，将其称为送子观音的缘由；对比延禧宫灵沼轩复原前后手绘图，说明灵沼轩水族馆的设计。

文献类图片，用以说明信息来源，增强信息可信度和权威性。例如在介绍金星玻璃山子时，引用清宫造办处档案说明这件山子曾由乾隆皇帝下令带往盛京；介绍碣和碑的区别时，引用《后汉书·窦宪传》原文“方者谓之碑，圆者谓之碣”，说明二者的区别在于形状。

4. 动画使用：情景再现，解释说明

在缺乏实物、图片和史料时，制作动画既能辅助信息理解，也能丰富画面。动画不仅指手绘动画，也包括文字动画，以及文字与手绘相结合的动画。动画可展现的内容十分广泛，如再现场景、解释原理、对比阐释、说明关系等。

场景再现类动画，多用于讲述历史故事、宫廷制度、文物用途。前两者通常素材有限，不足以支撑生动具体的内容。例如，西洋人穿着中式长袍在雪地中艰难行走的故事，清宫派遣御医、御医看病、专人尝药的制度等，仅有文献记载，画面单薄。通过手绘图，文字记载便转化为具体的人物形象、生动的故事场景，不仅丰富了画面，也便于观众理解。后者因文物保护缘故，无法真实演示其用途，却可通过动画弥补，还原其使用场景。例如，在青铜匜和青铜盘的实拍视频上绘制水流动画，模拟其浇水和盛水的用途（图4）；再如在

钟表上绘制朝冠动画，展现其作为冠架钟的实用性。

原理解释类动画，用以说明设计原理、操作规范、制作工艺等。例如，古人辨方正位的方法“水地以县，置槷以县，眡以景，为规，识日出之景与日入之景”，即便用通俗的语言表述，也很难让观众在脑海中形成完整的画面。为此，视频特意制作动画，将古人找水平与垂直位置，以及测定东西南北的方法绘制出来（图5），具体形象，一目了然。此外，脱胎工艺、隔震台工作原理、文物照明角度等，也都辅以动画展示，直观生动，清楚了。

对比阐释类动画，多用于呈现镜头无法表现的区别，如釉陶和瓷器在釉的厚度和成分上的差别，清代《工程做法》规定的建筑尺寸与实际测量的建筑尺寸的出入。前者为手绘动画，后者为图片与动画相结合，都将肉眼难以分辨或现场无法感知的区别生动呈现出来，大大增强了阐释效果。

过程关系类动画，适用于表现发展过程、机构沿革、人物关系等。例如，秦国从边陲小国到发展崛起、一统天下的历史，故宫博物院不同时期文博机构的设立与合并，青铜制“者旨於賜”剑主人与“畚璋”剑主人舅舅与外甥的关系（图6）等内容，时间跨度大、时间节点多、关系复杂，仅凭文字描述较难记忆和理解，但通过绘制动画，便可将文字描述转化为脉络清晰的动画，方便观众理解领会。

“抖来云逛馆”充分发挥短视频的灵活性与包容性，在拍



图4 动画演示使用青铜器倒水与接水



图5 动画解释古人确定方位的方法



图6 动画解释两把青铜剑主人之间的关系

摄和后期制作时综合运用多种方式表达阐述，将内容阐释得清楚明白、具体生动，赋予血肉之躯以灵动的表情。

四、项目管理：细化进度规划、严格审核机制、加强沟通协调

前述阐释理念顺利实现，与项目整体合理、高效的管理密不可分。该项目并非故宫博物院前期规划项目，一启动即面临进度赶、审核严、协调多的问题。为此，项目团队通过细化进度规划、严格审核机制和加强沟通协调等方式保障项目顺利推进。

1. 细化进度规划

该项目上线很快^①，自故宫博物院与抖音达成合作意向至首条视频发布，不过半月。这意味着，不同专题的选题策划、文稿撰写、剪辑制作须同步推进，有时间重合之处。为此，项目组制定了详细的进度表，规划每个专题、每个环节的截止日期，确保每期视频文案、拍摄、剪辑与审核进度跟上发布节奏（图7）。

其间，故宫与抖音工作人员虽办公时间、作息制度有所不同，但以进度表为指导，双方密切配合，快速反馈，保证了项目的及时推进。

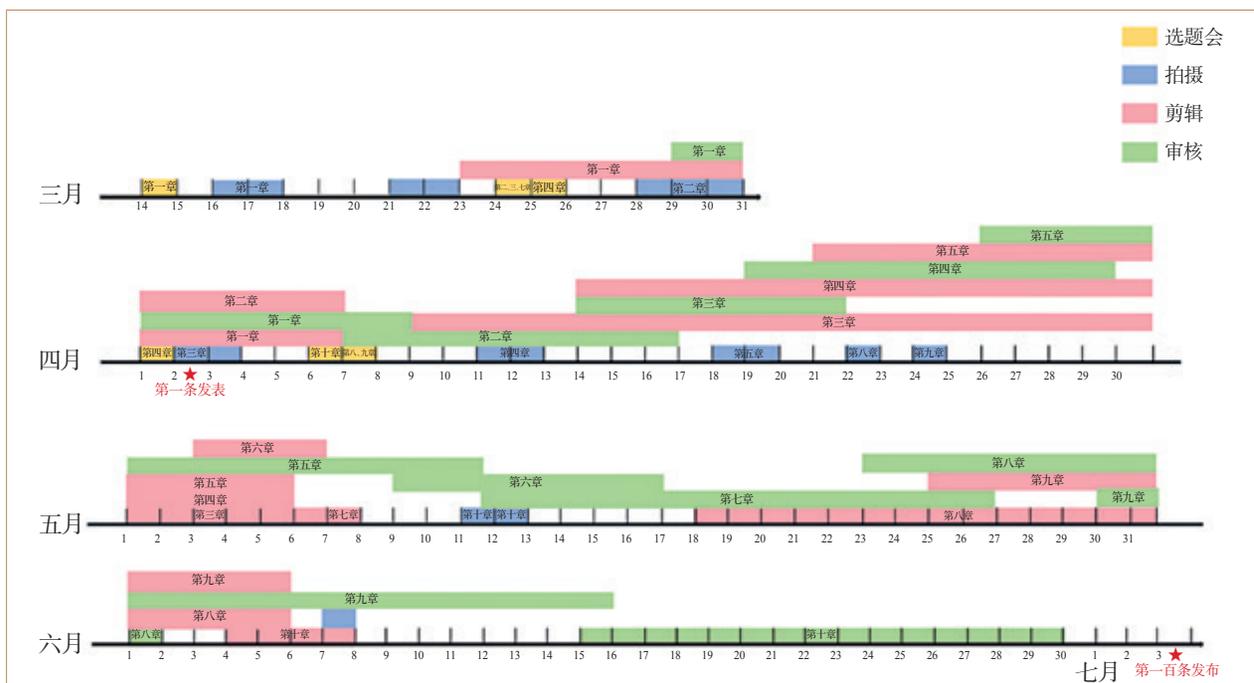


图7 “抖来云逛馆”第一季进度表

^① 故宫博物院与抖音于2022年3月达成合作意向，并规划于当年5·18国际博物馆日集中宣推该项目。为实现更好的宣推效果，项目须在宣推前完成50期短视频发布，以便观众在宣推期即可观看多个专题内容，形成聚合传播效果，吸引更多关注。

2. 严格审核机制

作为故宫博物院官方推出的短视频，其传达的信息应准确严谨、清晰明了，避免任何歧义和误导。为此，项目采用三级审核制：统筹和执行人员初审；初审修改后，由出镜专家二审；项目负责人终审。

视频审核要点包括知识准确，逻辑合理，图文匹配，画面美观，动画简洁易懂，包装特效统一，观点不存在学术争议，表述不存在歧义，不涉及意识形态、版权问题等。必要时还需根据视频主题和时长，调整语序、理顺逻辑、增删内容，以弥补现场拍摄的不足，使整个视频讲解更加流畅清晰。

3. 加强沟通协调

该项目中，故宫博物院负责专家讲解与策划协调，抖音负责视频制作和宣传推广，分工明确。但双方单位性质、核心诉求和工作模式均存在差异，这就要求策划协调团队加强联络沟通工作，增进彼此

理解。为此，策划协调团队与出镜专家和抖音团队多次沟通，一方面使专家了解抖音视频特点、制作流程与拍摄要求，以便规划讲述内容、讲述风格和讲述地点；另一方面使抖音团队清楚故宫工作原则与视频内容规范，以便视频风格、制作要素和宣推方案整体一致、切实可行。

该项目虽前期准备时间有限，但凭借详细的规划、严谨的审核和积极的协调，上线后进展迅速顺畅，保证了视频及时高质量的输出。

五、结语

博物馆作为社会服务机构，承担着藏品阐释的职能，侧重藏品信息真实准确的表达；而短视频作为新媒体传播工具，更侧重信息快速广泛的传播。随着短视频平台用户学习需求的增长，博物馆与短视频平台的合作将更加密切，博物馆短视频也将更具影响力。

博物馆短视频创作要找准二者平衡点，以观众为中心，从专题策划、内容编创和形式表达三个方面做好阐释，选取满足观众需求、贴近观众生活、引发观众兴趣，同时符合博物馆定位和社会价值取向的内容，以通俗生动的语言和灵活多样的表达呈现出来，让历史文化和建筑文物真正活起来，深入观众生活，带给观众以感动和启迪。

参考文献

- [1] ICOM approves a new museum definition [EB/OL]. (2022-8-24). <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>.
- [2] 习近平. 把中国文明历史研究引向深入 增强历史自觉坚定文化自信[J]. 求是, 2022(14): 4-8.
- [3] 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[A/OL]. (2017-01-25). http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.
- [4] 习近平. 在文化传承发展座谈会上的讲话[J]. 求是, 2023(17): 4-11.
- [5] 中国互联网络信息中心. 第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[R/OL]. (2023-8-28). <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.
- [6] Quest Mobile 2023中国移动互联网年度报告[R/OL]. (2024-1-30). <https://www.questmobile.com.cn/research/report/1752183696050458625>.
- [7] HAM S H. Interpretation: making a difference on purpose [M]. Golden: Fulcrum Publishing, 2013: 62.
- [8] TILDEN F. Interpreting our heritage[M]. 4th edition. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2007.
- [9] 果美侠. 以图释义: 博物馆教育阐释中“图”的应用及策略[J]. 科学教育与博物馆, 2021(4): 285-294.
- [10] SIMON N. The art of relevance[M/OL]. <http://www.artofrelevance.org/2017/06/06/meaning-effort-bacon/>.