

多媒体时代,文化单位的宣传手段也在不断创新,其宣传团队正探索以各自的亮点和特色吸引大众。记者近日采访了在此方面具有创新意识并取得了优异成绩的3支文化宣传团队,了解他们的责任态度、创新意识,倾听他们的工作故事,希望为相关文化单位提供借鉴和工作思路。

从普通馆员到制造流量的“幕后推手”

本报记者 王学思

因为他们「爱上这座城」

入冬,盼雪。对于我国北方的大多数人而言,冬日里无雪不欢。

今冬北京的初雪来得猝不及防,可谓“一夜之间”的惊喜。雪后初霁的故宫仿佛每次都有不同的味道,于是,还未及雪停便有大批网友“坐等”故宫官方发布的雪景。

张林是雪夜第二天凌晨5点起床冲进宫去拍照的。他就是被广大网友“催图”的故宫官微摄影师之一。他所在的故宫博物院资料信息部数字传媒组,目前共有7位“80后”“90后”负责故宫博物院官方微博、微信的日常运营。

聊起故宫发布雪景组图,张林回忆,最早是从2014年初的那场雪开始的。“其实是无心插柳,没想到就惊艳了网友。”张林说,此前,故宫微博更新的内容大多是从故宫官网上“搬”过来的一些文物介绍,网友转发、评论、点赞量最多过千,而那条雪景博主的转发、评论、点赞量史无前例地达到3000多次。这让他们意识到,故宫的美景是可以引起大众关注的兴趣点。

自此,故宫官方微博有了第一个固定的图片专题——故宫的二十四节气。小编们细心地把图片做成手机壁纸的尺寸,此举广受网友欢迎。每逢一个节气来临,“坐等美图”“换壁纸”渐渐成了粉丝网友的一个习惯。年复一年,这个话题还在延续,小编们给它起了一个更诗意的名字——“爱上这座城”。

受图片话题的启发,小组成员开始更多地从用户视角来思考内容的推送,对古建、文物藏品等文化类知识的传播和分享方式也越来越贴近大众的阅读偏好。比如,对于文物藏品的推文不再局限于描述“长宽高”,而是换之以更有温度的文字;选择的配图也是悉心制作,呈现最完美的构图和效果。

今冬初雪的那条微信推文上线仅10分钟阅读量就突破了“10万+”。漂亮的用户数据离不开数字传媒组编辑长期以来的苦心经营,但他们也十分清楚,良

好的用户反馈更来自于近年来故宫不断拉近与公众的距离而打出的一套“组合拳”。从故宫文创,到“紫禁城里过大年”,再到《上新了·故宫》……面对受众群体的年轻化、需求的多样化,故宫正以更亲民的姿态、更活泼的形式呈现和传播它厚重的历史和文化魅力。

600岁的故宫,拥有186万件文物藏品,是世界上现存规模最大、保存最为完整的木质结构古建筑群。“大家都说我们平台高、资源多,输出优质内容似乎是水到渠成。可越是这样,大众的期待也越高。”数字传媒组的编辑盛馨艺戏称,“殊不知家里有‘矿’的孩子其实也‘压力山大’。”

盛馨艺近期在负责故宫官方微博推出的“宫猫记”系列话题,这是一个以手绘宫猫插画介绍故宫文物、宫廷习俗和生活场景的栏目。要呈现一幅趣味横生的宫猫插画,背后的每一处细节都要做到很考究。“我们做这些的初心就是传播和分享故宫的文化知识,因此,准确性是做大众化解读最重要的前提。大量查阅资料和向有关专家请教也是我们工作中十分重要的部分。”盛馨艺说。

盛馨艺将这份工作比作一条纽带,一头指向过去,一头指向未来。“我们要很了解受众偏好、要能洞察前沿,同时也要很清楚文物和古建专家们的研究领域,然后再发挥自己会讲故事的专业优势,构建一条‘高速公路’把两边打通。”其实盛馨艺到故宫工作刚满一年,但记者与其在聊天中能明显感受到工作给她带来的成就感。

一年来,令盛馨艺感触很深的还有小组里严谨、执着和愉快的工作氛围:“同事们的输出感很强,出于对故宫文物和文化的敬畏之心,大家每天都会挤出时间阅读专业书籍,再结合自己的理解制作图片、排版,这种专注感特别动人,更让我觉得如果我没有做好自己的工作,都对不起他们花的这份心思。”

点开张鹏的微信朋友圈,会立刻知道国家图书馆最近正在或即将举办的重点展览、重要活动。作为国图负责新闻宣传工作的馆员之一,他除了在朋友圈用媒体报道链接“刷屏”,“原创”的一条条图文状态,也在字里行间流露出身为国图人的骄傲,以及他对这份工作的初心和情怀。张鹏称自己的这些举动为“职业病”。

这一“职业病”,身为国图办公室副主任的李楠也有。事实上,李楠与张鹏“刷屏”的做法非但没有被朋友们“拉黑”,反而吸引了不少意想不到的媒体合作。

李楠说,2019年4月国图启动的互联网信息战略保存项目,正是她不经意间在朋友圈发的一条“工作帖”吸引了新浪微博相关负责人的关注。后来此事汇报给馆领导,又经过馆内相关部门与新浪相关团队就项目可行性及实施方案的多次座谈,才有了后面围绕签约活动的各种宣传思路等。再后来,便有了“2000亿条微博入藏国家图书馆”话题登上微博热搜。

念念不忘,必有回响。2019年初,央视《国家记忆》栏目的制片人发信息询问馆办:“你们建馆110周年纪念日是哪天?”“可以给你们做一个110周历程的专题。”经过双方的几次商议,最终确定了以国图历史变迁及主要服务功能为切入点,制作《国图风云志》5集系列片。这是央视十年来首次以国图为主题拍摄系列专题片,该片于2019年11月在CCTV4播出,不仅收视效果好,而且也成为献给国图建馆110周年的一件意料之外的“生日礼物”。

一直以来,国图馆办负责全馆宣传工作的

留言里满载的好评和鼓励,让她至今难忘,这也成为对大家绞尽脑汁通宵工作的最好嘉奖。

后来他们就沿这个思路做了下去。比如,在“三八”妇女节爱岗敬业、低调谦和的女馆员;在“七一建党日”画《共产党宣言》背后的故事;暑期来临时,画图书馆的“暑假使用说明书”;为了让读者了解图书馆的采编、典藏和借阅等业务流程,他们画过《一本书的奇幻之旅》;为了让更多人亲近古籍,画了《99%的人都不知道的古籍演变史》;甚至,在图书馆闭馆装修的时候,他们用漫画的方式告诉读者,他们并没有什么带薪休假,而是在为图书馆能够提供正常服务忙碌着……

尽管,追求新思维、探索新做法很累,他们也常发愁围绕书、馆员、阅读活动、建筑等内容做过一轮策划后,还能从哪些角度做选题,但是在繁琐辛苦的工作之余,“每当看到因为自己的努力不断攀升的关注用户数时,那种满足感和成就感便油然而生。”

在他们的努力下,“漫画温图”以一种幽默、有趣、易懂的方式讲述着图书馆的人、事、物,透过它和他们,更呈现了一座城市图书馆应有的温暖和接地气的模样。

【高光时刻】

故宫博物院微博粉丝数**870万**, 2019年共发布微博**902条**, 总阅读量**15.24亿**。
代表性话题#爱上这座城#累计阅读量超**20.3亿**。
微信公众号“微故宫”粉丝**177万**, 2019年共推送图文**63条**, 总阅读量**1425.9万**, 其中《故宫下雪了! 收图! 》一文阅读量达**425.7万**。

【团队配置】

大片担当——张林

考古文博专业硕士, 酷爱摄影的“85后”男生。以前每天微信运动步数低于1.5万步就会被同事们念“今天没有好好拍片啊”。现为故宫社交媒体主编的他, 不时在稿件堆里怀念被“念”的日子。

脑洞担当——盛馨艺

“90后”美少女, 新闻专业出身的她感知力强, 面对新鲜事物会快速张开所有毛孔, 能够将看似严肃的话题以活泼可读的文字传递给大众。

“颜值”担当——韩雪辉

不同摄影师的作品最终都会汇总到她手上, 经过她的润色、统合, 最终呈现出大家看到的成品。



故宫

归口管理,在有限的人力下,宣传工作倚重于馆内各业务部门的配合,更借力于各媒体平台的支持。”2019年这些喜人的宣传成果,更源于多年来国图的宣传全面配合大局工作,以及与媒体朋友建立起的深厚友谊,大家在创新宣传方式方面也更积极主动。”李楠坦言。

“近年来,馆里但凡组织重大活动前都会邀请媒体开一个宣传策划会,大家一起帮我们就如何吸引大众关注展开头脑风暴、出谋划策。比如前不久我们在举办的中华传统文化典籍保护传承大展中推出的实景解谜游戏,就是经过媒体策划会的催化产生的。此外,鉴于国图的文献信息服务功能,许多媒体朋友在做选题的时候也经常向我们求助,利用国图的资源查找历史资料、核实关键信息或是提供拍摄场地等,我们都给予最大程度的支持。”国图办公室主任苏品红说,“在长期的联络与合作之下,我们与媒体的合作互信愈发深入,宣传推广方式也得以不断创新。”

2019年世界读书日期间,国家图书馆馆长、中国图书馆学会理事长饶钊与全国公共图书馆代表共同向社会发出图书馆人对于服务全民阅读、推进学习型社会建设的倡议,全国有超过3000家各级各类图书馆积极响应。除线下活动外,李楠他们还联合新浪微博、抖音、微信等新媒体平台积极组织阅读推广活动的宣传。比如,他们和抖音合作的“明星荐书”、和新浪微博合作的“馆长寄语”等短视频宣传手段,吸引了广大青年读者的关注;与新浪微博发起的“全民读书季”话题阅读量突破8.7亿,创下国图主题活动网友参与互动之最。

念念不忘 必有回响

广州图书馆发布2019年“成绩单”

本报讯 (驻广东记者谭志红)1月7日,广州图书馆发布2019年“成绩单”。

2019年,广州图书馆及16个分馆共接待公众917.5万人次,其中新馆接待访问798.4万人次,平均每天有2.5万人次到馆,继续保持该数字在国内公共图书馆领域的领先地位。

据了解,2012年广州图书馆新馆开放时,实体馆藏总量为526万册(件)。截至2019年底,这一数字达到1026万册(件),即7年间增长了近1倍。该馆实体馆藏文献品种达223.5万种,并形成了地方文献、历史文献、家谱文献、名人专藏、多元文化等馆藏特色。

据广州图书馆馆长方家忠介绍,该馆日前共与12家国外城市公共图书馆缔结了友好城市图书馆关系,2019年接收日本福冈综合图书馆等9家机构的赠书1300多册,其中新增意大利语种文献273册。目前,该馆共有英语、日语、韩语等12种外文文献,其多元文化馆设立了14个国家专区,同时设立了语言学习馆,供公众借阅外文文献。

与此同时,广州图书馆的借阅量也保持稳定上升。2019年外借文献达1169.7万册次,外借人次达239.1万,分别比去年同比增长5.5%和6.1%。

截至2019年底,广州图书馆共有持证读者176.9万人,共有211.5万人次参加了在广州图书馆举办的4360场阅读推广及文化活动。

方家忠说,数字资源服务成为广州图书馆新的服务效益增长点。2019年,广州数字图书馆的网站访问量达14742.1万次,同比增长20.2%;数字资源下载、浏览量同比增长36.2%。

据悉,从今年2月起,广州数字图书馆的在线注册范围将从广州户籍人口扩大到所有在广州的人口,即只要手机定位显示在广州的人,即可注册成为广州图书馆读者,使用读者证号码即可使用广州数字图书馆、广州图书馆APP等所有数字资源平台上的一切资源及服务。

千本“小人书”亮相首图庆新年

本报讯 (记者马震)近日,由中国动漫集团与首都图书馆联合主办的“红色经典”连环画艺术展在首都图书馆开幕,展览展出千余本连环画和百余幅连环画封面画框,内容涵盖经典故事、经典文学作品和电影等。

展览分10个单元,“苦难辉煌”“英雄豪情”“红色少年”“日新月异”为主展览单元,展示了《长征》《红岩》《闪闪的红星》等数百册“小人书”,带领观众回顾革命历史和社会主义建设过程。“传统文学”“民间文学”“戏曲文学”“电影百年”“世界文学”等单元,展示了以连环画形式呈现的各类经典文学艺术作品,《三国演义》《木兰从军》《穆桂英》《甲午风云》等经典作品均在其中。“多彩世界”单元展出以绘本、卡通漫画等新形式出现的连环画,展现了连环画这一有着千年历史、具有中国特色的艺术之花在新时期焕发出的新生命力。为配合此次展览,首图还举办《黑猫警长》数字连环画分享会、“记忆中的连环画”读者沙龙、“图书馆阅读课”等多项阅读推广活动。

展览展期至1月19日。其间,首图少儿教育文献(连环画)阅览区向读者开放,精选馆藏的500余本新时期连环画和1000余册教育主题图书供读者阅览。

青岛市文化志愿服务走进敬老院

本报讯 (驻山东记者华伟)1月9日,“艺术彩虹”青岛市文化志愿服务走基层“微演艺”活动来到山东青岛九久夕阳红敬老院,为老人们送去新年的欢乐与祝福。

活动中,文化志愿者奉献了一台集京剧选段《梨花颂》、快板《三打白骨精》、歌曲《田野的春天》,以及魔术、变脸、器乐演奏等喜闻乐见的文艺节目于一体的精彩演出,受到老人们的欢迎。志愿者还为老人们送去了由青岛市文化馆组织书法家书写的新春“福”字,提前为老人们送上新春祝福。

据了解,青岛市文化馆近年来重视维护老年人、未成年入、外来务工人员、残疾人等弱势群体的人文权益,利用“微演艺”文化志愿服务形式助推文化惠民活动的深入发展,最大限度地提高公共服务资源利用率和社会效益。

漫画图书馆的人、事、物



国家图书馆

在我国公共图书馆领域,浙江省温州市图书馆是最早开通微信公众号的图书馆之一。在2012年“微信公众平台”上线后的第二年,温图便推出了自己的公众号,利用新媒体技术为读者提供阅读推广、活动报名、数字阅读、问题咨询等线上服务。

黄海彬是温图公众号的幕后“掌舵人”,他骨子里是个喜欢接受挑战和尝试新事物的人,因此尽管手头工作繁杂,但对公众号的耕耘从不懈怠。如何让公众号“有人关注、有人阅读、有人使用”是他最常思考的一件事。“我长期关注的一个漫画类的公众号给了我不少的启发,于是产生了用漫画这一新颖、有趣的形式宣传图书馆工作的念头。”他说。无巧不成书,2017年温图对外招聘微信小编时,刚好有一名应聘者擅长画漫画,这个叫吴渲迪的女孩后来成了温图公号“漫画温图”栏目的主笔。

吴渲迪进馆后接到的第一个创作任务,是结合当时临近的“情人节”画一组讲述图书馆服务功能的漫画。从起底稿、与同事们讨论、到修改、再讨论、再修改……如今,她已不记得那篇漫画推文在上线前修改了多少次,但那篇推文下远超其他推文的阅读量和点赞量,以及一长串的读者

【高光时刻】

温图微信公号连续**4年**入选大众喜爱的**50个**阅读公号。
截至2019年底, 温图公号关注人数累计超**19万**, 发文超过**1000条**, 阅读量达**310余万**次。

【团队配置】

智慧担当——黄海彬

“80后”资深馆员, 计算机专业出身, 历任技术部、业务办、读者服务部, 现作为温图信息中心主任, 主要负责新媒体平台的选题策划和内容审核。

漫画担当——吴渲迪

“90后”少女, 负责新媒体平台的日常信息编辑、图片美工、漫画绘制, 很宅, 很有才。

文案担当——林中牧

“90后”中文专业研究生, 爱想、能画、点子多, 属于全能型写手, 开创了“温小图说书”栏目, 同时负责回复读者的留言。



温州市图书馆

黄卓制图