

中小型博物馆青少年教育的方法与路径

——基于泰州市博物馆的思考

潘红¹

（泰州市博物馆 江苏 泰州 225300）

【摘要】 博物馆发挥教育功能是博物馆的重要工作内容，也是与公众进一步联系的主要途径之一。我国博物馆数量最大的观众群体是青少年群体，加强对这一群体的调查研究，有利于博物馆教育职能的发挥。泰州市博物馆通过加强馆校合作，策划固定的教育体验活动，打造青少年教育活动品牌，注重与博物馆各部门以及学校、社会文化机构群策群力，在博物馆青少年教育的方法和路径方面取得了一定成效，可为中小型博物馆的青少年教育工作提供一定的借鉴。

【关键词】 博物馆 博物馆教育 青少年教育 中小型博物馆 泰州市博物馆

【中图分类号】 G260 **【文献标识码】** A

博物馆发挥教育功能是其与公众进一步联系的一个主要途径。2007年8月，《国际博物馆协会章程》（ICOM Statutes）调整了博物馆定义，明确博物馆以“为社会及其发展服务”为宗旨，将教育功能加以强调¹。2015年，《博物馆条例》也将博物馆的教育职能放在重要位置。习近平总书记多次考察参观博物馆，突出强调了一个博物馆就是一所大学校，“要保护好、管理好、研究和利用好凝结着中华民族传统文化的文物，让历史说话，让文物活起来，给当代人以民族自信和历史启迪”²。如何“让历史说话，让文物活起来”，博物馆界一直在思考。近年来，博物馆通过开展各种教育活动，如动手操作、互动体验、举办讲座、现场观摩等，使公众能更多地了解博物馆文物及其背后的故事。

一、中小型博物馆青少年教育现状与困境

当前，素质教育理念已深入人心，家长、学校和社会各界越来越重视青少年的健康成长和全面发展。2016年12月，教育部等11部门联合印发《关于推进中小学生研学旅行的意见》（教基一〔2016〕8号），明确指出要因地制宜开展研学旅行。研学旅行是学校教育和校外教育衔接的创新形式，帮助中小学生学习国情、热爱祖国、开阔眼界、增长知识，着力提高他们的社会责任感、创新精神和实践能力³。为此，学校要将研学旅行纳入中小学教育教学计划，同时加强研学旅行基地建设。

博物馆不仅重视展览的品质，而且也重视各类人群尤其是青少年群体的教育。为此，博物馆正逐步加强与学校的合作共建工作，尝试在教育资源等方面的合作交流。在这方面，大型博物馆的青少年教育工作已发展得相对成熟，但对于大多数中小型博物馆而言，博物馆青少年教育工作面临更多困难。

1. 同质化现象严重

作者简介：潘红（1966—），女，泰州市博物馆党支部书记、副馆长、副研究馆员，主要研究方向：博物馆学。

由于馆藏资源有限、观众量较少等一系列问题，大多数中小型博物馆的青少年教育活动存在同质化现象。如多举办元宵节猜灯谜、中秋节做月饼等活动，活动内容和形式较为单一，个性化缺失，既缺乏创新和突破，也无法凸显当地的地域文化特色，导致青少年参加活动的积极性逐渐下降，甚至无法激起他们参与或体验的兴趣⁴。

2. 馆校合作内容脱离

目前，中小型博物馆教育与学校教育的内容联系不多，甚至相互脱离。学校教育是基础教育，博物馆教育作为学校教育的补充和延续，为学校教育服务，我们称之为“第二课堂”。然而，博物馆在“博物馆进校园”等馆校合作中多会遇到以下情况：博物馆工作人员主动联系学校开展博物馆教育活动，但很多情况下被学校拒绝。校方考虑到博物馆进校园可能会占用学生的学习时间，很多家长也认为孩子没有更多的业余时间参与博物馆的教育活动。究其原因，一方面是学校对博物馆教育功能的认识不足，认为博物馆多为收藏文物、观看展览的场所，而忽视了博物馆所具有的教育功能；另一方面是博物馆在学校开展的教育活动还有所欠缺，如讲解内容与学校教材、青少年的生理心理特点结合得不够充分，所开展的活动内容比较枯燥、形式单一。

二、泰州市博物馆青少年教育的方法与途径

对青少年观众文化需求的充分调研，是博物馆做好教育工作的前提条件和保障，是博物馆教育工作朝着良性方向发展的必不可少的信息获取通道。博物馆工作者首先应通过调研明确青少年观众为什么要参观博物馆以及参观博物馆的最大文化需求是什么，不断改进现有工作理念和方法，从而实现博物馆教育活动贴近青少年、贴近群众和贴近生活。

为了更好地了解青少年的文化需求，江苏泰州市博物馆（以下简称“泰博”）结合青少年教育学习特点和本馆教育资源进行了问卷调查。总计发放调查问卷 600 份，其中有效调查问卷 589 份。通过调查得知，在青少年的日常文化消费中，网络消费（如游戏、社交、动漫、娱乐节目等）占据较大比重，甚至成为青少年文化消费的主要组成部分。青少年是网络消费的最大用户群之一，上网已成为他们学习、休闲娱乐的重要方式和内容。青少年参观泰博多出于游玩或参加学校的统一活动等目的，多数青少年也表示想通过参观展览增加自己的课外知识、开阔视野。这说明青少年对于博物馆的认识多停留在传统的参观与学习方面，即通过参观展览和了解文物信息来提高综合素养。

基于对青少年参观博物馆的问卷调查结果的分析，泰博在设计展览和青少年教育活动的过程中，更多地考虑了青少年群体的实际文化需求，设计了一定的与展览相关的互动体验项目或活动。如在展厅增加文物认识类游戏项目，青少年既可以通过展厅的触摸屏探索此类游戏，也可以下载后带回家学习，在一定程度上增加了展览的趣味性和吸引力；又如在设计青少年教育活动时，结合青少年学习、思考的特点和兴趣爱好点，设计了适合不同年龄段的青少年体验活动，从而提高了青少年对展览的认识，使他们在愉快的教育体验活动中增长知识。

1. 加强馆校合作

在馆校合作大背景下，泰博分别与泰州凤凰小学、城东小学等学校签订了馆校共建协议，建立馆校共建关系，将学校课堂延伸至博物馆。如学校利用星期五下午的活动日时间，带学生到泰博进行一个多小时的互动教育课程活动。泰博设计了“问题单”，学生在参观博物馆前将其感兴趣的问题写到“问题单”内，博物馆根据“问题单”结合馆藏文物资料设置较为具体的、有针对性的教育活动；泰博又设计了展览参观“学习单”，学生可以在博物馆完成“学习单”的内容，也可以将“学习单”带回家查阅补充资料；学校还利用课堂教学时间鼓励学生分享所得。这种方式产生了良好的教育效果，学生在课堂书本所学的历史知识在博物馆中得到印证，博物馆的参与体验式教育活动又弥补了学校讲解教育单一性的缺陷。这种馆校互动模式极大增强了青少年对历史知识的认识，有助于正确历史观的形成。

2. 策划固定的教育体验活动

泰博根据地域文明特征和展览特色，策划并定期开展了固定的体验活动。

根据常设展览“大明衣冠”设置了青少年教育活动项目——“明服工坊”系列活动。活动设在固定场所，根据展览特色与目标，场所内布置了与展览相适宜的背景、陈设、家具等历史场景，增强了青少年的体验感和沉浸感。“明服工坊”系列活动由“汉唐余辉”“祥纹瑞饰”“衣冠禽兽”“经天纬地”“草染芳华”等子项目构成，从明代服饰的历史发展、纹饰装饰、补子文化、纺织和印染工艺等角度，全方位向青少年阐释明代服饰的整体风貌。青少年在活动中也可参与手工制作，以制作“明服杯垫”为例，泰博把明代服饰的形制和纹饰印制在杯垫上，青少年观众在参观展览后，根据记忆和理解填涂颜色，这一活动产生了良好的宣传效果。

泰州自古人杰地灵、名人辈出，拥有众多的文化遗产，为了让市民亲身感受泰州历史、留住城市记忆，泰博根据泰州地域文化特色，面向公众组织策划了“追寻大师的足迹”“古城遗魂”“子城碑的诉说”等系列体验活动，并有针对性地策划青少年教育活动。例如，“追寻大师的足迹——泰州历史名人系列社教活动”就是面向青少年策划的、旨在让青少年了解泰州本土文化名人的系列课程；2021年泰博社教人员组织青少年走进老城区乔园、姜堰天目山遗址等进行现场参观学习，增强了青少年对泰州文化遗产的保护意识；根据馆藏文物南唐时期“泰州重展筑子城记”碑，开发了“州建南唐”系列主题活动，包括对“泰州重展筑子城记”碑的经典名句进行书法临摹，学习传统拓印方法，让青少年在了解泰州城市沿革的同时体验拓印的乐趣，还可将拓印作品带回家。

3. 打造品牌

泰博在开展的诸多青少年教育活动中，注重打造品牌教育活动。泰博结合泰州地区的张怀瑾、胡媛、施耐庵、王艮、柳敬亭、郑板桥、高二适、丁文江、朱东润等名人事迹，策划了针对青少年群体的“追寻大师的足迹——泰州历史名人系列社教活动”，陆续推出了“追寻大师的足迹——书画名家郑板桥”“追寻大师的足迹——教育家胡媛”“追寻大师的足迹——理学家王艮”等系列活动。馆方社教人员既带领青少年走进大师故居、重温大师故事，又结合讲座等方式提升青少年的参与感，树立对家乡的自豪感和归属感，收到了较好的社会反响。“追寻大师的足迹——泰州历史名人系列社教活动”已成为泰博的品牌教育活动，被评为2017年度“江苏省博物馆青少年教育示范项目”。

4. 群策群力

泰博鼓励全馆各部门群策群力，共同参与博物馆教育的设计或实践，以期提高青少年教育活动的质量。除了社会服务部等部门，馆内其他业务部门对于博物馆青少年教育的思路与方法或有所不同，可以在各自研究的基础上设计博物馆青少年教育项目。例如泰博考古部工作人员结合考古学专业知识，参与策划了“小小考古家”等考古类社教活动，普及了青少年对考古学科和考古学家的认知。

泰博还加强与相关文化机构或个人的合作，如与《泰州晚报》小小记者站、相关非物质文化遗产传承人合作，邀请他们共同参与青少年教育项目的开发。这种模式极大丰富了青少年教育活动的种类和形式，在某种程度上既解决了馆内社教人员人手不足的问题，也调动了文化机构或个人参与的积极性，更限度地利用社会文化资源。

三、对中小型博物馆青少年教育方法与路径的思考

结合泰博青少年教育活动的实践，笔者认为可从如下几方面改进和拓宽中小型博物馆青少年教育的方法与路径。

1. 形成相对固定的教育体验活动

中小型博物馆既可以结合本馆的常设展览内容，将展览内容和教育活动相结合，策划并形成相对固定的青少年教育项目；也可以充分利用临时展览资料开发教育活动，进一步让文物“活起来”。例如可以利用常设展览打造固定的体验活动，同样可以利用馆藏特色文物形成固定类型的教育体验活动。

2. 打造博物馆教育品牌

提到打造精品，很多人会想到精品展览；说起树立品牌，很多人会认为这是企业的专用名词。其实，博物馆各方面的工作都要有精品意识、打造自己的精品，有品牌意识、树立自己的品牌。实施精品战略和品牌战略，能够有效地带动全局的发展，这已被许多博物馆的实践证明，博物馆的宣传教育活动领域也不例外⁵。中小型博物馆可根据博物馆所在地的历史文化特征，结合馆藏文物，深挖博物馆教育品牌，突出地域文化的宣传和品牌效应的形成，通过教育活动使博物馆成为宣传当地优秀历史文化的闪亮名片。

3. 群策群力

从博物馆层面而言，当前我国博物馆青少年教育工作多集中于社教部门。大型博物馆的社教部门除了讲解人员外，还有教育学、心理学、考古学等专业人员共同承担公众教育工作；中小型博物馆的社教部门则多由讲解员组成，讲解员的专业较为单一、知识结构有限，同时还要承担接待等其他工作。因此对于中小型博物馆来说，青少年教育工作人手不足的情况格外严重。中小型博物馆的青少年教育工作不能仅局限于博物馆社教部门，可与其他部门通力合作，寻求不同学科专业的思想碰撞，创新理念和方式。

从学校层面而言，博物馆可向学校征集博物馆教育活动的创意策划。一方面，教师在平时的教学活动中能够根据自己的教育实践和经验，结合教材特点，更了解青少年的学习特点，提出较好的教育方法；另一方面，青少年也可在平时的生活学习中将自身的关注点提供给博物馆，作为馆方设计青少年教育活动的重要参考，从而为博物馆青少年活动注入新的理念和思路。

从社会层面而言，中小型博物馆可与相关文化机构或个人进行合作，实现资源互补，达成共赢的新模式。一方面，博物馆利用文化机构或个人所长，结合馆藏资源和专业知识，为教育活动注入活力和新意，可进一步“让文物活起来”，从而满足青少年的文化需求；另一方面，文化机构利用开发博物馆文化资源的机会，可以将其创新性的理念带入博物馆教育课堂，成为提升博物馆文化传播与公共服务的助力。

4. 充分利用网络

传统的博物馆青少年教育多为组织青少年观看展品、阅读文字说明，缺乏互动性和吸引力，而网络教育利用现代技术，把图像、文字、声音、动画相结合，提供给青少年观众多种感观体验，并寓教于乐，形象生动直观⁶。当下新媒体发展迅猛，移动学习成为一种新型的学习方式，学习者可在任何时间、任何地点通过智能手机等移动设备和无线通信网络，获取所需的学习资源，并能及时与他人进行互动交流和分享。新媒体强大的移动性则使得借助手机、平板电脑等移动终端和移动通讯网络实现新型的移动博物馆成为可能⁷。因此博物馆青少年教育可以适当地与网络新媒体和手机应用程序（app）结合起来，也可以根据馆藏特色开发更多的“云课堂”，让青少年在移动端随时随地观看和操作，推动青少年与博物馆之间更好的沟通与交流。

此外，可以在政策层面继续强化中小型博物馆青少年教育，有效保障中小型博物馆青少年教育活动的推进。进一步深化馆校合作机制，博物馆青少年教育活动要研究学校教材，从教材中提炼教育活动内容，同时深挖文物信息和文物价值，做到与学校教育内容紧密结合或互为补充。在设计活动方案的过程中，可以征求学校的意见和建议，丰富活动内容和形式，并以一种不同于学校教育的动态方式或博物馆独有的体验互动方式呈现，从而达到预期的教育效果。

注释:

1[1] 龚良:《新时代,博物馆让文物活起来》,《博物院》2018年第1期。

2[2] 《“一个博物院就是一所大学校”工作推进会在西安博物院召开》, [EB/OL] [2018-03-21] [2021-08-20] https://museum.gmw.cn/2018-03/21/content_28053349.htm.

3[3] 《关于推进中小学生研学旅行的意见》(教基一[2016]8号), [EB/OL] [2016-12-19] [2021-08-20] http://www.gov.cn/xinwen/2016-12/19/content_5149947.htm.

4[4] 马率磊:《中小博物馆开展青少年研学旅行策略探究》,《文物春秋》2018年第5期。

5[5] 丁福利:《博物馆宣教工作也要打造精品树立品牌》,《中国文物报》2003年6月18日第3版。

6[6] 颜雯、韦立立:《博物馆网络教育初探》,《博物馆研究》2010年第4期。

7[7] 邱克、陈刚:《论手机博物馆及其教育功能的发挥》,中国博物馆协会博物馆学专业委员会编《中国博物馆协会博物馆学专业委员会2013年“博物馆与教育”学术研讨会论文集》,中国书店2013年。