

文旅深度融合背景下 推动博物馆研学高质量有序发展

高一凡

近年来,“文博热”持续升温。博物馆为青少年提供了一个生动、直观、多维度的深度学习和沉浸式体验空间。博物馆研学作为一种将博物馆资源与社会教育实践及旅游体验相结合,并通过主题课程、深度沉浸、互动参与、技术赋能等方式,为全年龄段受众尤其是青少年群体提供兼具知识性、教育性、体验性和社交性的文化服务产品,受到社会广泛欢迎。同时,在政策不断推动下,博物馆研学蓬勃发展,社会效益和经济效益均取得良好成效。

博物馆教育功能的实现、博物馆研学不仅使博物馆教育功能从静态无声传达与默化,走向动态有声共情与内化,更实现了知识建构、思维发展、价值熏陶与文化认同的深度功能,将博物馆的物质性、知识性及其教育性转化为历史传承、能力塑造和育人实效。研学活动超越传统课堂的边界,实现跨时空无边界学习,并突破学科壁垒,创造出融合历史、地理、科学、艺术、文学等多领域的跨学科综合性学习体验。另外,博物馆研学还体现了教育包容性特征,为不同年龄、不同能力的受众提供适配的学习项目,推动研学朝着普惠共享的方向发展。

集体记忆的构建。博物馆研学是一个动态的、体验式的记忆建构场域。它通过物证、叙事、仪式和互动等要素,将抽象的历史和文化转化为参与者(尤其是青少年)可感知、可共鸣、可内化的群体体验,从而有效地重塑或构建集体记忆,并增强历史文化的凝聚力、生命力和传承力。如为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,京津冀三地文物部门联合开展的“抗战记忆·红色之旅——京津冀博物馆馆藏教育实践活动”,串联三地红色历史文化地标,通过红色研学游,让公众深度体验,追寻抗战足迹,传承红色基因,建构集体红色记忆。

对行业的带动。博物馆研学作为一种文旅深度融合的新兴业态,正发展成为以博物馆生态为核心圈层的行业,成为新的增长点。其与各行业的关联性和连带效应,带动了上下游发展,拉动了博物馆文创设计、生产、销售全链条增长。同时,催生了博物馆课程研发、师资培训、研学策划执行等教育服务与培训的不断涌现,取得良好效益。据“智研咨询”研究报告,2024年上海市文创总产出2.467万亿元,其中文化创意核心领域增值6813.41亿元,尤其文博创意产值占比逐年提升。博物馆研学还极大地推动文化内容与数字技术深度融合与双向赋能,而一些研学旅行项目具有IP塑造效应,助力区域平衡发展与品牌提升,让那些拥有独特地域文化、工业遗产、非遗技艺或自然资源的三四线城市乃至乡村,也可打造出独具特色的研学品牌,如景德镇陶瓷研学、安吉生态博物馆研学等。

可以说,博物馆研学已远超“教育学习”的单一范畴,成为行业带动性强、兼容大的新业态。据“艾媒咨询”发布的监测报告显示,2024年中国研学旅行市场规模已达1791亿元,同比增长21.9%,预计2025年将突破2132亿元。随着政策的持续支持和技术不断进步,博物馆研学业将在更大范围、更深层次上发挥其教育功能和社会价值,社会 and

经济双重效益将进一步扩大和释放。

当然,随着博物馆研学热的持续高涨,研学市场也不免出现新问题新挑战。尤其部分社会机构或旅行社等推出的一些研学产品,将博物馆文化殿堂当成“旅游景点”,把“深度体验”化为“匆忙打卡”,从出发时的“深度探究”铮铮誓言,滑向“浅层观光”的匆匆收场。社会民众对这种“游而不学”“研学失衡”的现象遂生不满,博物馆研学发展也浮现出一些隐忧,需要我们理性审视、深入思考。

一是部分机构主导的研学产品重形式轻内容,同质化较明显,缺乏内容深度,还停留在“走马观花+知识填空”的初级阶段。同时,活动形式过度依赖单向讲解与任务手册驱动,缺乏真正能激发主动探究、互动体验的课程设计;③数项目目不副实,旅游包装痕迹明显;行程安排景点式博物馆连轴打卡,追求的是“游过掠境”而非“真学真研”等。

二是部分家长尚存功利化倾向,偏离研学初衷。忽视学生自主意愿和过程体验,将研学视为“提分工具”“升学筹码”,追求“一纸证书”,而非提升综合素养的实践途径。有的学校将博物馆研学作为“任务”组织,为应对上级考核或追求“特色办学”,只是将研学作为“对外展示”的美化项目。凡此种种,偏离了研学初衷,弱化了博物馆研学对青少年观察力、审美力、价值判断力和历史思维的熏陶作用。

三是研学热潮之下,一些机构过度追求利润收益,忽视社会效益。如借势“名馆”“名校”噱头,收费畸高,动辄数千上万,将普惠性博物馆资源异化为高消费,无形中筑起经济壁垒。部分研学机构蹭博物馆公共资源,追求高额利润,扭曲研学教育使命,影响文化普惠性,损害博物馆公信力。

四是研学规模激增导致监管难度加大,市场竞争日趋激烈。一些缺乏专业资质的旅行社、教育公司等大量涌入,出现无序竞争现象。有些旅行社借“教育咨询”名义经营研学产品,但工商注册却无“研学”或“教育咨询服务”类别。研学指导人员资质缺乏专业机构认证等。

此外,随着研学进馆客流量不断攀升,给博物馆物理空间、设施环境、管理服务和安全保障带来极限压力。尤其一些机构研学团存在超员、应急预案不足、保险缺失、排队人员资质或数量不合规等问题。客观上讲,这些都对博物馆服务承载能力、运营成本控制、文物保护手段、应急处置和安全管理体系等带来全方位、系统性的挑战和考验。

当前博物馆研学热潮透露出的隐忧,是文旅深度融合背景下,研学市场和行业大发展所必然面临的挑战。日前,文化和旅游部发布了《研学旅游服务要求》《出境研学旅游服务要求》《研学旅游课程与线路设计指南》三项行业标准。这是研学旅游行业发展进程中的重要里程碑。三大标准同步发布实施,形成了一套较为完整的标准体系,加之此前相关部门出台的一系列制度规范,为促进博物馆研学高质量可持续发展提供了规范和指导。

第一,加强研学市场协同监管,规范行业秩序。一方面,在新颁发的行业标准要求的基础上,

文旅、教育及市场监管等部门对一些已经颁发多年的相关法规,要与时俱进修订完善,加强各部门行业间相关监管制度的衔接连贯,避免各部门规章制度的冲突。同时,要完善相关配套实施细则,建立严格的机构资质准入认证机制。另一方面,强化协同监管,建立联合执法机制,加大执法力度,规范市场运作,优化行业生态,对存在虚假宣传、质价不符、安全隐患突出等问题的机构“零容忍”。

第二,深化研学概念内涵认知,平衡属性定位。关于“研学”及其相关概念,不同部门出台的文件表述不尽相同。如“研学”“研学旅行”“研学旅游”“研学产品”等多种表述。事实上,概念表述及其内涵界定牵涉到属性定位。“研学”更侧重研究性学习、思考与深度体验,强调公共教育性。“研学旅游”或“研学产品”更倾向于市场性和商业性。从根本属性上看,各类研学都是基于文旅深度融合的产品,但又具有较强特殊性。其具有鲜明的教育性和公益性,有时也具有一定的营利性。《研学旅游服务要求》明确要求“遵循教育性、实践性、安全性原则”,且将“教育性”列在首位,并强调坚持社会效益和经济效益相统一,注重社会效益。在文旅行业深度融合发展背景下,博物馆研学要注意平衡公共性与市场性,在保障合理的经济效益时,必须确保公益性不被过度侵蚀,进而推动博物馆研学走向普惠共享。同时,可探索多元化成本分担机制,如政府补贴、社会赞助、公益基金等。

第三,加强博物馆能力建设,提升运营质量。博物馆要通过系统性、前瞻性的能力建设,提升运营质量和水平,应对研学潮带来的考验。一是提升科学管理与运行能力。通过优化智慧预约系统、动态限流与导流、错峰开放与延时服务等方式提升流量管控水平。二是提升观众服务与体验质量。拓展多元化智慧导览,推进志愿者专业化升级,提升现场服务温度与效率,健全高效投诉反馈机制等。三是深化内容建设与传播创新,打造高质量、有吸引力的核心展览,定期更新展陈内容和升级展陈技术。另外,需加强博物馆自身教育队伍建设,培养兼具文物与博物馆学、教育学、心理学等的复合型专业人才。

第四,纠正社会认知偏差,回归研学初衷。要积极从理念引导、内容设计、质量把控到社会协同,系统引领社会认知回归研学初衷。要明确研学的本质是“基于实物的情境化学习”,聚焦知识探究、深度体验、素养提升和内容认同等研学核心目标价值。强化博物馆研学内容升级,聚焦以研学课程为核心的研学产品服务体系,深挖博物馆资源的文化属性和教育价值,并转化为结构化、体系化的研学旅游课程,构建“馆—校—家”研学共同体,向家长普及博物馆学的正确理念和认知态度,提升对研学质量的辨别能力,形成多方协同育人的良好格局,推动博物馆研学健康有序高质量发展。

(本文系中共一大纪念馆·上海大学国家革命文物协同研究中心2025年度项目“人工智能时代革命文物跨文化传播研究”<批准号XTYJ2025021>阶段性成果 作者单位:上海大学)

在新时代教育不断深化的背景下,韶山革命纪念馆(以下简称韶山)依托厚重的革命文化,培育精品阵地讲解,打造“韶山下的思政课”,树立“我的韶山行”青少年红色研学标杆,塑造“韶山红色文化创意”特色名片,构建了“传承—利用—创新”三位一体的教育生态体系,实现了韶山革命纪念馆红色文化资源传承与利用、保护与开发、赓续与创新的深度融合,为革命文物资源的转化利用提供了实践范式。

资源禀赋与优势整合

近年来,韶山以全域视野和系统思维对红色资源进行优化,整合零散的革命遗址、红色旧址、革命文物以及历史文献,以教育品牌为育人载体,日益形成“场域样板、互动特色、行走体验、沉浸延伸”的品牌矩阵,进而形成了多层次、立体化、宽领域的教育载体网络。在毛泽东同志故居、韶山毛泽东同志纪念馆、韶山毛泽东图书馆、毛泽东广场等实体空间,通过见人见物见精神,形成从具象感知和抽象认知升华至情感认同、行动自觉的教育效果。

韶山作为毛泽东同志和一大批革命先辈开展革命活动的重要承载地,拥有众多革命旧址和纪念设施、场馆。如全国爱国主义教育示范基地、国家一级博物馆、全国研学实践基地——韶山毛泽东同志纪念馆;全国重点文物保护单位——毛泽东同志故居、毛泽东启蒙私塾旧址南津、毛泽东组织开展农民运动的旧址毛氏宗祠、毛鉴公祠、毛震公祠、1959年回乡调研的松山一号楼等革命旧址;韶山毛泽东图书馆藏有珍贵的毛泽东手稿和文献资料,为来韶游客拓展理论知识、查阅历史典籍提供了有力信息;还有人民群众缅怀毛泽东同志、党员同志开展入党宣誓、重温入党誓词的毛泽东广场;有全国最早成立的农村党支部之一的纪念馆——中共韶山特别支部陈列馆,这些场馆形成了“革命历程展示—精神谱系传承—实践教育深化”的场域链条,进一步完善了“感知—认知—认同”的教育闭环。

品牌创新与认知迭代

筚路蓝缕、潜心深耕,铸造精品阵地讲解。韶山毛泽东同志纪念馆始建于1964年,开放六十一年以来接待国内外游客上亿人次。在韶山的建设发展过程中,纪念馆场馆阵地讲解排队排头兵光荣使命,打造阵地讲解行业样板,以常态化阵地讲解挖掘特色藏品精神内核,通过分众化传播、跨界化协同、沉浸式体验与数字化赋能,实现了从传统红色教育向现代品牌的转型,构建了多元主体参与的价值共创体系。

进入新时代,韶山馆推出分众设计、普惠服务,开展定时免费讲解、语音导览、志愿讲解等,年度平均为观众讲解1.2万余批次,纪念馆及旧址共计接待观众980万人次。量与质的双提升,是韶山馆追求高质量阵地讲解的真实写照,为此,韶山馆充分发掘、挖掘文物背后的故事,在讲解过程中注重文物展品、展版史实、党史故事与新时代紧密结合,强化对受众党史知识的普及、讲解员先后在首届“博协杯”全国博物馆讲解大赛专业组斩获佳绩,入选教育部、中共中央宣传部、中央党史和文献研究院、退役军人事务部、国务院国资委联合组建的全国高校“中国共产党人精神谱系”宣讲团,体现了讲解队伍的专业水平。

因红而生、强强联动,打造“韶山下的思政课”精品。自2021年起,韶山与中央党史和文献研究院第二研究部联合推出“韶山下的思政课”。“韶山下的思政课”研学实践活动通过邀请北京大学、清华大学等国内知名高校博士研究生来韶实地研学,构建了“专家研究—博士研学—青少年参与”的知识生产共同体。用好革命纪念馆文物旧址、展览、宣传讲解资源,以新视角设计符合青少年认知特点的思政教育课程,已形成了60集的思政课视频,在“学习强国”等主流媒体平台播放,点击量上亿次。

几年来,“韶山下的思政课”已形成品牌效应,成功探索出了利用革命纪念馆地开展思政教育与党史研学融合的新途径,开创了党史学习教育、青少年思政教育常态化长效化的“韶山模式”,得到了中央和湖南省委的关注与肯定,验证了“革命场域+学术资源+媒体矩阵”协同模式的有效性,开创了党史学习教育常态化的“韶山范式”。

应势而红、多维融合,打造“我的韶山行”青少年红色研学标杆。为用好红色资源,引导广大中小學生扣好人生“第一粒扣子”,湖南省“我的韶山行”青少年红色研学活动应运而生,自2023年5月起组织湖南全省中小學生到韶山革命纪念馆地开展研学。

韶山青少年研学突破学科边界,融合历史、伦理、美学等多维知识开展场景互动教学,侧重认知科学中“情境认知”的赋能;研学课程如“学伟人精神”系列课程充分考虑青少年认知发展特点,以“学榜样、悟精神、做传人”的递进逻辑,推动价值观念教育的实践落地;因地制宜,打造“行走的研学课堂”,利用毛泽东故居旧址周边空间开展移动教学,使红色旧址叙事与自然生态空间产生情感合力,取得教育实效,体现了“研—学—行”一体化的研学建构标准。

教育品牌的实践探索与价值研究

以韶山革命纪念馆为例

谭意

截至今年8月,“我的韶山行”红色研学活动共计接待研学学生346批、75.5万余人,研学授课21295堂,收到千余份(条)青少年留言。2024年6月,教育部办公厅发文将“我的韶山行”红色研学活动作为典型经验在全国进行推广,形成了红色研学的“韶山标准”。

应时而潮、沉浸延伸,塑造“韶山红色文化创意”双丰收新名片。2016年,韶山毛泽东同志纪念馆被授予全国92家文创试点单位之一,成立韶山文博文化发展公司。随着《关于推进博物馆改革发展的指导意见》《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》等文件出台,为韶山馆结合受众需求深挖馆藏资源指明了方向,推出一系列沉浸式红色文创作品,蹚出了一条具有韶山印记、红色标识、昂扬励志的展厅延伸新路,塑造了革命纪念馆地文化创意事业发展的“韶山新名片”。以青春品牌“奋斗吧少年”系列文创产品为例,该系列产品背景源于毛泽东同志奋斗的一生。产品突破单品思维,从大品类规划到单款细节,如对“奋斗少年”Logo进行精心设计,将钟表和拳头的元素融入Logo,钟表寓意分秒必争,拳头寓意积极进取、迎难而上中的精神,并与阵地讲解和研学实践进行融合,使观众特别是青少年在沉浸式观展和文创体验中感受力量,把韶山的革命精神带回家,构建了“文创产品—数字互动—反馈迭代”的传播体系,取得显著社会效益。



“我的韶山行”青少年红色研学

品牌价值与长效育人

从历史实证到价值认同:坚持让革命文物说话,强化阵地讲解鼓舞当下、关照未来的教育意义。韶山留存着大量的革命旧址和丰富的革命文物,在展厅和旧址内,坚持让无声的文物通过教育活动品牌掷地有声,在展厅、旧址等专属场域结合展线设置、场景营造,挖掘革命文物背后蕴含的历史故事、革命精神等,形成知识和情感双向传递,进一步增强代入感。以文物为载体,以受众为核心,从讲历史过渡到讲现实,从讲故事延伸到讲道理,在聆听讲解和互动发问的体验中,带领观众切身感受毛泽东等老一辈革命家的伟大精神和崇高风范,引发受众的内心触动。

从分层覆盖到生成合力:坚持“大、中、小”一体化,形成革命精神融入中国式现代化建设的强大合力。为进一步做好革命文物宣传利用的后半篇文章,“韶山下的思政课”从首季以知名高校博士研究生为主要对象,发展为博士研究生与中学生、小学生、革命后代等多元主体的思政课堂宣讲群体,从即将步入工作岗位的博士研究生到面临高考的莘莘学子,再到正处在人生观、价值观发芽育苗阶段的小学生,与革命后代等共同开展思政课探讨、实地探访、课程录制,无不体现出以韶山革命纪念馆地特色合力推进思政教育、落实立德树人根本任务的强大合力。

从空间利用到生态建构:坚持全场域体验,树立革命历史叙事与自然生态融合的研学新标志。在韶山教育品牌中“我的韶山行”青少年红色研学由湖南省委高位推动,湖南省韶山管理局主要负责教育、课程和教学资源保障,在“红色研学展教互动”的文物利用体系课程中,形成了文物深度挖掘与趣味表达、知识性与触动性于一体的文物利用体系,充分利用毛泽东故居周边山水林田等开发农耕课堂、情景剧场等,进一步深化融合实践教学,探索课堂等课程建设,培养青少年团队协作精神和创新思维能力。红色研学,底色是红,基础是研,重点在学,“行走的研学课堂”通过空间移动教学,激活了青少年在环境心理学中的“场所精神”,使革命历史叙事与自然生态空间形成跨学科、多维度的教育合力。

从文化传承到智慧升级:坚持守正与创新并举,凸显红色基因与革命传统教育融入文创品牌的赓续。以韶山毛泽东同志纪念馆的文化创意发展为例,文创研发和宣传坚持正确政治方向,坚持以人民为中心。创意产品以革命精神为基石,红色文化为纽带。机器人销售与大模型构筑亦在逐步完善。

同时,充分发挥人工智能在文创产品宣传和传播方面的立体矩阵,韶山毛泽东同志纪念馆红色基因库建设、韶山毛泽东同志纪念馆数字场馆、韶山智慧旅游服务平台等着力打造创意产品、交互体验进行鲜活呈现,着力强化视觉冲击和情感共鸣,将研学教育的规律性与创意服务的目标性深度统一,构筑起以文化创意产品发挥资政育人、培根铸魂功能的“智慧枢纽”。

(本文作者系韶山毛泽东同志纪念馆馆长)

以戏剧为载体 协同浸润学前教育实践

白玉银

三方协同:共育机制的核心架构

《心中的红旗》成功的关键在于清晰定位并有效整合了园、家、社三方角色与资源,形成育人合力。

幼儿园:专业引领的“教育转化者”

幼儿园承担了核心策划与转化职能。教师团队将宏大的革命历史与抽象的革命精神(如勇敢、奉献、信念),依据3至6岁幼儿具象思维特点,精心转化为符合幼儿认知水平的儿童语言、角色设定和戏剧情节。通过情境创设、角色扮演等沉浸式手段,搭建起能够让孩子理解的认识桥梁,将红色教育从课堂静态学习延伸至动态生活体验。

剧目排练与日常课程深度融合。除戏剧课程外,教师在日常课程中也会结合时事进行教育,将特定的历史纪念日转化为生动的教育契机,使红色教育从课堂延伸至生活实践,深化幼儿的情感体验与历史认知,构建了常态化、生活化的教育闭环。

家庭:深度参与的“精神示范者”

家长的角色超越了传统的“观众”或“配合者”,深度融入戏剧创演全过程。他们既是舞台上的演员,用声音、表情、肢体语言具象化传递革命者的不屈精神,也是幕后的教育者,在排练间隙结合文物故事、历史细节,与孩子进行真实的历史对话。当孩子看到父母化身历史讲述者,在舞台上坚定呼喊“新中国万岁”时,历史的距离感被瞬间消弭。家长的亲身示范与情感投入,使抽象的“信念”“勇敢”变得可感可知,实现了言传身教,成为连接孩子与历史最具温度的“桥梁”。

社会:资源赋能的“专业支撑者”

在剧目打造过程中,社会力量超越基础性的场地支持或嘉宾参与,实现了覆盖创作、排演、推广全链条的深度赋能,其核心体现在两方面。

博物馆资源的教育化转译。重庆渝中区拥有红岩革命历史博物馆、重庆中国三峡博物馆两个国家一级博物馆,为剧目提供了坚实的专业支撑。博物馆专家深度介入创作,与幼儿一起打磨剧本,依据文物背后的史实指导表演细节。他们对历史场景的精准还原与人物情感的深刻把握,显著提升了剧目历史真实性的情感感染力。具备博物馆教育专业背景的家长“本色出演”,也将剧中相关的历史资源和研究视角带入排练讨论,进一步提升了历史叙述的严谨性。社会力量的专业化参与为教育注入了历史深度与高度,有效避免了内容的浅表化,实现了历史传承与艺术表达的双效提升。

协同创新,立体推广。今年5月,《心中的红旗》在重庆市教育委员会、重庆开放大学、渝中区人民政府指导下,在区委委主办的家长节活动上成功首演,获得现场400余名观众一致好评。此后,剧目进一步面向社区幼儿及家长展演,并得到红岩魂陈列馆、《新华日报》总馆旧址等文博场馆的大力支持,于各场馆拍摄实景微视频,未来将通过线上平台进行广泛传播,实现教育影响从园所延伸至社会多个层面。

价值彰显:共育实践的突破性意义

《心中的红旗》实践的核心价值在于成功打破了传统教育的固有边界,实现了教育的立体化、生活化与活化。

拓展教育场域,实现立体化育人。家庭与博物馆等社会机构的深度融入,极大地丰富了幼儿教育场景的维度和资源,使红色教育从单一的校园场景拓展至家庭生活与社会文化场域,构建了更为立体的育人环境。

活化社会资源,焕发教育新生。博物馆等文博机构的红色资源通过戏剧这一生动形式,真正“活”了起来,有效触达并浸润低龄儿童的心灵,极大地延伸和激活了文博机构的教育功能,为历史教育在新时代焕发生命力提供了范例。学校、家庭、博物馆等多元主体的协同发力,共同构建了剧目从创作到传播的良性生态,拓展了红色教育的深度与广度。

具象价值引领,深化立德树人。当孩子们看到父母、老师、博物馆专家为讲好“红旗”故事而共同努力时,“爱祖国”“有信仰”“懂感恩”等宏大价值不再是空洞口号,而是身边最亲近之人用行动书写的真实篇章。剧目结尾孩子们高举红旗的呼喊,正是三方同心托举的信仰之光与成长之力的最佳印证。

《心中的红旗》剧目是博物馆依托园、家、社协同机制,助力幼儿园红色教育创新的一次深度实践。实践表明,当博物馆以专业力量精准“赋能”,幼儿园便能更有效地将红色资源转化为适合儿童的“活教材”。这面由馆、园、家三方共同以爱与责任、专业与情怀绣制的“心中的红旗”,既彰显了博物馆在教育链条中的独特价值,也印证了协同共育是引导幼儿价值观形成、落实立德树人根本任务的有效路径。此模式亦为文博机构主动参与学前教育、推动红色基因传承提供了可复制、可推广的经验示范。

(作者单位:重庆中国三峡博物馆)