

博物馆是保护和传承人类文明的重要殿堂,是连接过去、现在与未来的桥梁。在新时代背景下,如何充分发挥博物馆的社会教育功能,实现从“馆舍天地”到“大千世界”的延伸,成为博物馆高质量发展的核心议题。品牌化社教研学作为博物馆创新社会教育模式、提升公共文化服务水平的重要抓手,通过系统化、特色化、可持续的活动设计与运营,不仅能够增强青少年对历史文化的认同感和归属感,更能为博物馆的发展注入新的活力。本文基于青州市博物馆的实践案例,深入剖析品牌化社教研学激发博物馆高质量发展新动能的内在逻辑与实现路径,希冀为我国基层博物馆行业的创新发展提供参考与借鉴。

品牌化社教研学的内涵与价值

品牌化社教研学的内涵
品牌化社教研学是以博物馆馆藏资源和文化底蕴为核心,通过明确品牌定位、系统活动设计、专业运营管理及持续品牌推广,形成具有辨识度和影响力的社会教育与研学品牌体系,其以青少年为主要服务对象,融合传统与现代、知识与体验、线上与线下,为公众提供多元化、沉浸式文化学习体验。与传统博物馆社教活动相比,它具有品牌辨识度高,拥有独特名称、标识和主题;活动体系化强,围绕品牌定位形成系列化、层次化内容;运营专业化,通过规范管理、专业师资和完善服务保障质量;影响力广泛,借助品牌效应吸引更多公众参与,提升博物馆社会关注度和美誉度等特征。

品牌化社教研学的价值
对博物馆自身,品牌化社教研学是提升核心竞争力的重要途径,能充分挖掘馆藏资源和文化价值,将静态文物展览展示转化为动态文化体验,增强吸引力和感染力;还可通过品牌化运营拓展收入来源,实现社会效益与经济效益双赢,为可持续发展提供支撑;对青少年教育,其提供了走进历史、触摸文化的平台,打破了传统课堂局限,以沉浸式、互动式体验激发青少年对历史文化的兴趣与热爱,培养文化素养和创新能力;对文化传承与发展,其是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要载体,通过创新形式和内容让传统文化焕发新活力,增强文化自信和民族认同感,且能广泛传播推广,让更多人了解和传承,扩大文化影响力。

青州市博物馆品牌化社教研学的实践探索

构建特色社教品牌矩阵,夯实发展基础
青州市博物馆依托自身深厚的历史文化底蕴和丰富馆藏资源,聚焦青少年文化传承,打造了一系列特色鲜明的社教品牌,形成完善的品牌矩阵。在主题化品牌定位上,“海岱大课堂”以青州地区历史文化为核心,通过专题讲座、现场教学等让青少年系统了解海岱文明发展脉络;“状元学堂”围绕明代状元卷等馆藏文物,开展科举文化体验、状元故事分享等活动,传承勤学苦读、奋发向上的精神;“青博工坊”注重传统技艺传承,开设拓片制作、陶艺创作等手工体验课程,让青少年在实践中感受传统工艺魅力;“青博XR数字体验”融合现代科技,通过MR、VR等技术重现历史场景,带来沉浸式数字文化体验。在多样化活动设计方面,围绕各品牌定位,以传统节日为节点开展“节日+文化+体验”系列活动,如春节的年俗手作、元宵节的灯谜雅集等,将传统文化与生活实践结合,增强青少年参与感和体验感。从规模化服务成效看,系列社教活动累计服务青少年群体50余万人次,其中,“青博工坊”“状元学堂”等四大社教品牌全年开展423场活动,服务超30万人次,通过品牌化运营构建起“品牌化运营—场景化体验—精准化传播”的立体教育体系,为自身高质量发展夯实了基础。

创新“馆企联动”模式,破解发展难题
2023年5月青州市博物馆新馆开放后,面临资金短缺、人才匮乏等挑战,为此创新实施“馆企联动”机制,引入社会力量实现资源整合与优势互补,推动社教研学活动高品质发展。在规范合作体系上,构建“博物馆主导+市场化运营”模式,成立专门监管公司全程监督管理合作项目,既发挥博物馆文化资源和专业知识优势,又借助市场主体的资金、技术和运营能力,提升社教研学活动质量与效益。在打造优质课程方面,与相关企业合作,开发出MR“海岱华章”、XR“李清照的一生”等数字研学课程及“谁是亚醜”等特色研学课程,其中“谁是亚醜”课程获全国文博社教十佳案例,彰显该模式在课程创新上的成效,这些课程融合传统历史文化与现代科技,为青少年带来全新学习体验。在拓展多元业态上,引导第三方企业将茶文化、文创等业态融入研学体系,如设置茶文化体验区、开发相关文创产品,既丰富活动内容形式,提升吸引力,又为博物馆带来新的收入增长点。据统计,新馆开馆以来,已开展研学活动330余场,接待观众17万人次,“馆企联动”模式有效破解资金和人才难题,为品牌化社教研学持续推进提供有力支撑。

深化馆校与媒体合作,扩大品牌影响力
青州市博物馆重视与高校、媒体等多方合作,通过资源共享、优势互补,扩大社教品牌影响力,提升社会关注度。馆校合作方面,与中国美术学院、西安美术学院、潍坊理工学院等高校深度合作,共建产学研大平台,高校提供专业学术支持和人才资源,参与社教课程设计开发,博物馆则为高校提供实践教学基地,助力人才培养,此举拓宽了研学活动内容形式,也提升了其学术性和专业性。媒体合作方面,2024年与新华网等合作推出馆长直播课和“实景课堂”等活动,馆长直播课获百万次点击,“实景课堂”在社交平台刷屏,产生广泛传播效应,借助主流媒体和教育平台的技术优势与传播渠道,有效提升了品牌知名度和影响力。

借力AI技术赋能,推动品牌升级
在人工智能时代,青州市博物馆积极拥抱新技术,将AI与社教研学深度融合,推动品牌化社教研学升级发展。积极参与新华网举办的“博物AI+新知计划”,该计划聚焦人工智能技术与文博教育的融合路径,旨在为青少年打造开放、智慧、沉浸式的文化学习新范式,助力博物馆明确AI技术在社教研学中的应用方向和发展目标。在AI技

品牌化社教研学激发博物馆高质量发展新动能

——以青州市博物馆为例

张安生



青博工坊



青博状元学堂

术多维度应用方面,规划打造智能导览系统,依据游客年龄、兴趣等提供个性化服务与内容推荐,提升参观体验;开展文物数字化修复与还原,借助AI模拟文物原貌,助青少年直观了解文物历史与价值;开发以青州历史为背景的AI互动教育游戏,让青少年在解谜中学习历史知识,增强学习趣味性和参与度。同时,博物馆计划依托特色馆藏文物,联合各方开发AI科普视频课,通过智能算法精准推送“国宝故事”,并积极参与“我眼中的国宝”AI创作平台及“小小讲解员”视频征集活动,鼓励青少年参与文化创作与传播,构建AI+文博精品内容矩阵。

品牌化社教研学激发博物馆高质量发展的动能分析

提升社会教育效能,强化文化传承动能
品牌化社教研学通过系统化、特色化的活动设计,为青少年提供了多元化、沉浸式的文化学习体验,有效提升了博物馆的社会教育效能。青州市博物馆的系列社教活动累计服务50余万人次,其中超30万为青少年群体,这意味着大量青少年通过博物馆的社教活动接触和了解历史文化,增强文化认同感和归属感。这种社会教育效能的提升,不仅实现了博物馆“传承文明、启迪未来”的使命,更强化了文化传承的动能。青少年作为文化传承的未来力量,通过品牌化社教研学活动培养的文化兴趣和素养,将转化为推动中华优秀传统文化传承与发展的持久动力,为博物馆的高质量发展提供深厚的文化根基。

拓展服务边界,增强可持续发展动能
品牌化社教研学打破了博物馆传统的服务模式 and 空间限制,通过“流动的文化课堂”“馆校合作”“线上直播”等形式,将博物馆的服务延伸到社区、校园和网络空间,拓展了服务边界。例如,青州市博物馆借势“国际博物馆日”等节点,携带展板、文物复制品走进社区、校园,让更多人便捷地接触到博物馆文化。同时,品牌化社教研学以及相关的文创产品销售等,为博物馆开拓了新的资源支撑渠道,形成“资源—投入—发展”的良性循环,增强了博物馆的可持续发展动能。

创新文化传播方式,提升品牌影响力动能
品牌化社教研学通过融合现代科技、跨界合作等方式,创新了文化传播的方式和渠道,提升了博物馆的品牌影响力。青州市博物馆借助AI、VR、MR等技术开发数字研学课程,通过新华网等媒体平台进行广泛传播,使“青州微笑”“明代状元卷”等文化符号被更多人所熟知。这种品牌影响力的提升,不仅吸引更多游客走进博物馆,参与社教研学活动,还为博物馆带来更多的合作机会和资源支持。青州市博物馆在品牌影响力扩大后,与更多企业、高校和媒体建立了合作关系,进一步推动了社教研学活动的创新与发展,形成了品牌影响力与博物馆发展相互促进的良好态势。

促进多方协同合作,汇聚发展合力动能
品牌化社教研学是一项系统工程,需要博物馆、企业、高校、媒体等多方主体的协同合作。青州市博物馆通过“馆企联动”、馆校合作、媒体合作等模式,构建了多方协同的合作网络,汇聚了发展合力。在这个合作网络中,各方发挥自身优势,共同为品牌化社教研学的发展贡献力量。企业提供资金和技术支持,高校提供学术和人才支撑,媒体提供传播渠道和平台,博物馆则整合各方资源,主导活动的策划与实施。这种多方协同合作的模式,不仅提高了品牌化社教研学的质量和效益,也为博物馆的高质量发展汇聚了强大动能。

综上所述,以青州市博物馆为案例,研究表明品牌化社教研学通过构建特色品牌矩阵、创新“馆企联动”模式、深化多方合作及借力科技赋能等路径,能有效提升博物馆社会教育效能、拓展服务边界、创新文化传播方式、促进多方协同合作,为其高质量发展注入新动能。

(作者单位:青州市博物馆)

(上接5版)
白釉黑花鱼藻盆 (图6)
有粘接,口径45.5厘米,高17厘米。圆唇,敞口、卷沿,斜腹,圈足。盆外下部施黑釉,盆内白地黑绘花装饰技法,口沿饰弦纹,弦纹间饰虚实相间纹,盆内壁上部三分之一处饰弦纹,以下饰竖条纹,盆底主纹饰绘鱼纹,配以水纹,左首鱼,鱼逆流而上,水藻随水飘动,画面生动。胎色灰白,胎质坚硬。无论口径、釉色,还是纹饰,均与三道岗沉船1993年出水的鱼藻盆(LSW0023)完全相同。

白釉梅瓶 (图7)
丰体,高18.8厘米,大口,口沿处微外卷,圆卷唇,束颈,肩部平耸,弧腹,下腹斜收,圈足,挖足较深,全身施白釉,且有凸弦纹装饰。此类梅瓶最显著的特征是在不同程度拉长瓶身的基础上,加大足壁外撇幅度,呈喇叭形,内曲的胫部明显呈束腰状,平底圈足的挖足很深,足平沿。该梅瓶与绥中三道岗沉船的白釉梅瓶(LSW0051)极为相似。

绥中三道岗沉船发掘报告中称“三道岗沉船瓷器属于磁州窑中彭城窑似可确定”,故南开河一号沉船出水的白釉铁锈花盘、白釉黑花鱼藻盆和白釉梅瓶当亦为彭城窑产品。

南开河沉船还出水13件仿钧窑瓷器,均为青蓝釉,含碗11件、盂1件和盘1件。根据考古发现,位于彭城镇西12千米的青碗窑是元代新增建的著名磁州窑窑场,专烧钧瓷。由于滏阳河流域各窑场均为“河流穿窑式”依河傍岸的分布格局,青碗窑也可算作彭城窑的下属窑场,这些仿钧窑青蓝釉瓷器(图8)应出自该窑场。

此外,南开河沉船还出水5件豆青釉瓷器,均为盘(图9)。笔者目力所及,磁州窑并无生产豆青釉瓷器的记载和相关资料,而作为磁州窑系重要窑口、下限到元代的鹤壁集窑则生产豆青釉瓷器,鹤壁集窑考古发现的大量瓷器及残片以白釉为主,其次有黄釉、黑釉、天蓝(钧)釉、豆青釉以及白地划花、白地绘黑花、青绿地划白花等多种,其1978年发掘的第三期出土的碗、盘、高足杯、白釉绘花



图6 白釉黑花鱼藻盆



图7 白釉梅瓶



图8 仿钧窑青蓝釉碗

