

重庆市沙坪坝博物馆作为典型的中小型博物馆，在博物馆飞速发展的今天，主动向社会敞开大门，携手京东重庆开展非遗体验系列活动，创新“博物馆进大型商超”模式，在京东电器超级体验中心、京东MALL等成功举办“碎瓷嵌艺”非遗体验系列活动，首次将馆藏文物、特色建筑与青少年创作融为一体，首次将博物馆社教空间与城市商业综合体融为一体，打造博物馆综合展览教育项目，也是一次对博物馆与公众对话形式和方法的新探索。

### 号召力：前期招募，“大品牌+博物馆”碰撞出吸力

为对参与活动的人数进行提前把控，“碎瓷嵌艺”嵌瓷非遗DIY体验活动采取预约参与的形式。在活动的初始阶段，沙坪坝博物馆通过馆方微信公众号推文、京东社群等多个渠道积极号召广大公众，以期借助京东这一大型品牌与博物馆深度合作，产生更强大的号召力，激发社会公众的广泛关注和热情参与。

“博物馆+商超”的合作模式，目的之一在于借助大型商超的广泛覆盖和影响力，进一步扩大活动的受众群体。通过这一模式，公众能够更便捷地了解传统文化，体验博物馆社教活动。同时也有利于拓宽博物馆的宣传渠道，使活动的号召范围更广泛，辐射相近社区，从而解决中小型博物馆“社教活动招募人数不足”“参与社教活动的公众画像单一”的痛点。

### 传播力：推向公众，“线上+线下”形成传播场域

当下，传播力的实现往往依赖于线上宣传和线下传播的有机结合，二者相辅相成，共同作用才能形成一个强大的传播场域。在这个场域中，通过各种传播手段和渠道的相互作用，产生强大的推动力，使其能够迅速有效地将特定的内容传递给更多的人，实现信息的广泛传播，从而达到扩大影响、普及知识、推广产品等目的。

本次非遗宣教活动的两个主要推动力量——沙坪坝博物馆和京东超级体验店，都设法通过各自的方式来扩大活动的传播力。沙坪坝博物馆作为一个公共文化机构，利用其展览、教育活动等渠道，向公众传播非遗文化的独特魅力；而京东超级体验店，作为一个大型电商平台的线下大型体验商场，则通过其广泛的用户基础和线上平台，将非遗文化推向更广泛的受众。两者合作形成了一个强大的传播场域，使得非遗文化的宣教活动能够触及更多的人，有效增强了活动的传播力。

文化与商业双渠道宣传，扩大了宣传途径，快速吸引了大量关注，同时打破了博物馆固有的传播受众圈层，实现不同领域宣传受众的交融。活动在人流密集的商场中庭开展，开放大场地，直接面对商场客流进行授课，吸引往来人群驻足停留，让非遗课堂授课现场即时增加更多非预约的新受众，吸引他们关注“博物馆+商超合作”的系列活动，引导他们了解博物馆并产生到馆参观的意愿，线下影响力由此得到扩大。

### 创新力：挖掘馆藏，“新文创+新形式”探索新路径

嵌瓷是国家级非物质文化遗产，作为传统建筑装饰技艺，其主要做法是将彩色碎瓷片镶

## 重庆市沙坪坝博物馆非遗社教路径探析

陈虹锦 付雨佳

# 中小型博物馆『进商超』

嵌在灰塑的泥坯之上，利用瓷片的釉面色彩，形成斑驳繁复的肌理，达到建筑装饰的效果。嵌瓷最早见于明末清初的潮汕闽南地区，后随着湖广填四川移民运动传入川渝地区，成为川渝地区广泛运用的建筑装饰手法，多见于屋顶和墙面装饰。

本次“嵌瓷DIY”非遗社教体验活动将非物质文化遗产与趣味性课堂教学相结合，以DIY为形，以非遗为核。活动围绕嵌瓷非遗工艺小课堂和嵌瓷工艺DIY创意体验这两个主要环节展开。在“嵌瓷DIY”工艺小课堂环节，授课教师以生动细致的语言讲解和丰富多彩的嵌瓷图片介绍什么是嵌瓷、嵌瓷的作用、运用场景和常见图样等有关知识，让课程内容深入浅出、妙趣横生。在“嵌瓷DIY”创意创作环节，活动使用到的材料包是重庆市沙坪坝博物馆2023年配合原创展览“碎瓷嵌艺——嵌瓷体验展”独立开发的嵌瓷DIY文创。该文创曾荣获2024“重庆好礼”旅游商品(文创产品)大赛银奖。通过创意体验这一环节，现场观众不仅可以在实践中感受嵌瓷技艺的魅力，还可以把自己的DIY创作作品免费带回家。于博物馆而言，在开展活动的同时，将馆内文创产品推广出去，既实现了创收，又增加了知名度，让更多人了解博物馆，为博物馆增加了潜在的参观人群和文创购买人群。

相比于“非遗进课堂”的教学模式，“非遗进商超”可谓是博物馆寻求破圈的一大创新。一方面，将非物质文化遗产与趣味性课堂教学相结合，引入新颖的教学内容，让非遗为课堂注入灵魂；另一方面，博物馆进入商超超市开展各类活动，让开放的活动现场摆脱了空间有限的学校课堂，活动场地更加宽敞开放，便于孩子和家长共同听课、一起互动，且吸引了更多公众的关注和兴趣。以非物质文化遗产作为教学的核心内容，是看重其承载着丰富而深刻的文化内涵；选择非物质文化遗产作为活动的实践载体，是因为它具备现场动手制作的操作性和可行性，让公众在亲自动手的过程中感受非物质文化遗产的独特魅力，深入了解其背后的历史和文化。“非遗进商超”是博物馆教育资源进入社会的有益尝试，充分诠释了“让文物活起来”的文化内涵，使博物馆更好地走进大众视野，助力非遗在当代社会的传承。

### 影响力：总结经验，让“博物馆+商超”模式遍地开花

此前，国内外已有不少博物馆与商超合作以寻求跨圈层的突破。例如，位于日本大阪的高端百货品牌阪急百货，曾举办过一场以“form of spirit in africa”为主题的非洲艺术展览。该展览不仅汇聚了大量非洲艺术作品，还特邀了非洲艺术家亲临现场。活动期间成功吸引了众多具备高度艺术鉴赏力的顾客群体，并对此百货内各类业务产生了积极且正面的转化效果。而国内，苏州博物馆于2020年走进上海世纪汇广场，携手新锐艺术家，共同呈现了一场跨越时空与领域的展览，为公众带来前所未有的艺术体验，探索了博物馆与商业合作的新型模式。故宫博物院、三星堆博物馆等文博单位也曾携手商业地产做过全国的巡回快闪店活动。

目前来看，博物馆与商超的合作形式上主要体现在以下两个方面：一是将小型展览搬进商

场，在商场设置主题展览，其中数字展的形式较为常见；二是在商场设置快闪柜台，售卖博物馆文创产品。虽然有的博物馆在选用以上形式的同时有设计与之配套的教育活动，但往往活动方式简单、规模不大，且主要围绕展览展开、为展览服务，并没有形成系列化、相对独立的社教活动。本次沙坪坝博物馆与京东超级体验店的合作，以“嵌瓷小课堂+DIY体验”的社教活动为中心，让家庭成为活动的主角，是将中小型博物馆社教活动迁移到更大空间、更多人流的区域而进行的有益尝试，活动形式具有灵活性、开放性，活动内容又不失文化内涵和教育意义，在博物馆实现自身知名度和影响力的提升，助力文化宣传和非遗传承等使命完成等方面都大有裨益。

在商超开展博物馆自身已经比较成熟的教育活动，相较于策划主题展览，准备时间更短，开展工作更快。对中小型博物馆而言，更具有短时间内实施的可行性。系列形式的教育活动也更易于复制，甚至能够实现每周在不同的商超场地开展活动。例如本次嵌瓷体验活动，由于此前已经在博物馆内成功开展过，即使更换场地，只要在准备阶段与商超工作人员充分沟通、通力合作，就能顺利落地。活动超预期的成功，商超方也表示满意，主动提出继续追加活动场次，其他商超也提出合作意向。由此，博物馆进商超的宣教活动系列化、常态化也变得水到渠成。

在深入分析和细致总结目前的工作经验以及存在的不足之后，沙坪坝博物馆致力于将博物馆与商场这两种截然不同的业态进行深度融合，以期打造出一种全新的、具有示范意义的创新模式。计划通过文化与商业的碰撞，让博物馆不再仅仅是一个静态的展览空间，而是变成了一个可灵活移动、充满活力、能够与公众进行互动的社交平台；同时，商场也不仅仅是购物的场所，而是变成了一个能够体验文化、享受艺术的文化生活空间。

以文促商、以商养文。“博物馆+商超”这一模式，既借助商业力量做好文化宣传，又助力商业繁荣发展，实现了文化与商业的双赢。希望通过这种创新模式，不断扩大博物馆的影响力，以期开展规模更大、形式更丰富、更有意义的社教活动，让更多的人参与到文化和商业的互动中来，从而推动我国文化事业和商业的协同发展。



“碎瓷嵌艺——嵌瓷技艺体验展”社教活动



嵌瓷非遗传承人课堂

博物馆作为至关重要的文化教育机构，在青少年儿童教育领域承担着重大责任。伴随社会的不断发展，针对青少年儿童的教育不再仅仅局限于传统的课堂教学模式，博物馆作为“第二课堂”的作用越发凸显。融合儿童心理学与行为认知学理论，能够更好地设计教育活动，从而满足青少年儿童的需求。博物馆的展教活动不但要满足青少年儿童的好奇心，更需激发他们的学习兴趣和探索欲望。

### 博物馆教育与青少年心理认知的关联

儿童的心理认知会影响他们参观博物馆的效能。美国心理学家的研究显示，好奇心的发展受到诸多因素的影响，博物馆可以根据儿童的行为认知来制定教育策略，保持新异性与熟悉性的平衡有助于发展好奇心，进而提高参观兴趣。例如，在学龄前，可以用色彩鲜艳的展品吸引他们的注意力；在青少年时期，可以设计具有挑战性的问题引导他们思考，组织小组活动促进他们成长，同时为家长提供相应的指导等。

基于少年儿童的行为认知规律，博物馆能够制定相应的教育策略。对于处于幼儿期的儿童，应当利用色彩鲜艳、形状奇特的展品以及互动活动来吸引他们的注意力，从而培养其观察力。对于青少年儿童，则需要设计具有挑战性和启发性的问题，引导他们主动进行思考和探索，同时组织小组活动，促进他们在与同伴的交往中学习成长。此外，为家长提供教育指导，让他们能够依据孩子的心理认知特点引导参观，这也是提升博物馆教育效果的重要环节。

### 广西壮族自治区博物馆青少年儿童教育活动解析

“行走的广西博物馆”针对不同年龄段的青少年儿童量身定制活动内容。在学龄前阶段，借助具有特色的元素以及互动游戏的形式传播文博知识；在青少年时期，结合展览开设研学课堂，并设置流动展览区域。该活动对儿童产生了积极的影响，赢得了家长和学校的高度赞誉，荣获多项荣誉，为传统文化的传承树立了优秀典范，吸引了更多的社会关注。

“跟着博物馆游广西”研学游活动，精心设计了多条主题鲜明的研学路线，充分考量儿童的认知特点。在学龄前注重趣味性，在青少年阶段追求知识的深度与广度。此项目通过创新合作模式，联合文博单位与旅行社，整合各方资源，拓展了教育的广度和深度，为研学游活动提供了创新思路，让更多的孩子从中获益。

“儿童考古探秘馆”划分四个区域，依据不同年龄段的儿童进行设计。在学龄前，以吸引儿童注意力为主要目标；在儿童时期，着重培养其创造力和动手能力；在青少年阶段，让儿童亲身体验考古与文物修复。依据不同年龄开展不同的授课主题。低阶段强调趣味性，中阶段传授知识并培养实践能力，高阶段侧重独立思考，对儿童进行分年龄段培养。“儿童考古探秘馆”取得了良好的教育成效，受到家长和社会的广泛认可，成为重要的教育阵地，接待了众多儿童和家長。



“行走的广西博物馆”活动

### 情感共鸣：打造心灵栖居的精神港湾

繁忙的都市生活中，人们往往寻求一处能够让心灵得以栖息的港湾，一个能够触发情感共鸣、连接过去与现在的空间。周末场的亲子教育活动总是充满欢声笑语。设计师李然带着女儿参加了为迎接母亲节专门策划的非遗面塑教育活动。活动将夏县西阴仰韶文化的彩陶花纹元素与非遗面塑技艺相结合，李然和女儿通过亲手制作面塑作品，加深了彼此的情感联系，爱意和祝福的融入，使得作品更加具有情感价值。这一活动不仅是一次亲子间的互动体验，更是一次深刻的文化传承与情感共鸣的旅程。

为了更好地满足老年群体的精神文化需求，近年来山西博物院策划推出了一系列创新服务。通过“文化养老+情感联结+社交赋能”的理念，将博物馆打造为可以为老年群体提供丰富精神文化生活的“港湾”。如“博物馆里的老年大学”主题系列文化服务项目，结合时令、节气、重要节日，精心策划座谈会、参观赏析、创作体验等活动。这些活动不仅让老年观众能够近距离接触和了解博物馆的珍贵文物，还通过互动体验的方式，增强了他们的参与感和获得感，同时也有助于让老年人重新找到生命的意义锚点，更为城市老龄化治理提供了“弹性基础设施”。这些经验表明，博物馆作为文化机构，能够以文化之力实现从“老有所乐”向“老有所为”的升华，也为中国式文化养老提供了实践样本。



山西博物院抗击新冠肺炎主题捐赠展

### 博物馆教育实践中面临的问题及解决方案

在教育活动的实践进程当中，也面临如下困境：

在亲子游活动里，存在孩子对家长过度依赖进而致使独立性降低的情况。例如，一名5岁的女孩在活动中由于依赖妈妈而缺少独立参与游戏的兴致。与此同时，家长“越位”的现象十分严重，就像在“辨字体找成语”的游戏中，部分家长为了争夺名次而代替孩子参与，使得孩子变得被动，进而影响到孩子的自信心和探索欲望。

博物馆与学校、家庭的合作不够紧密，尚未形成常态化、系统化的合作机制。“汉字王国”亲子游活动虽然有专家提供建议，但活动频率和影响力有限。博物馆进校园的活动大多为单次活动，学校开发相关教育课程的情况较少。

与其他社会机构的合作还有待加强，在“跟着博物馆游广西”项目中，与旅行社的合作虽有一定成效，但资源整合的深度和广度仍需提升。此外，经费不足以及项目人员较少制约了博物馆教育资源的整合，正如广西自然博物馆的工作人员所提到的，工作难以常态化、规模化、系统化地开展。

基于此，可结合青少年儿童心理认知考虑以下解决方案：

家长应当在多重角色之间灵活地进行转换。当孩子对展品产生兴趣的时候，家长可以扮演充满好奇的“老小孩”，从而激发孩子的分享欲望；当孩子需要榜样时，家长要积极参与活动，展现出强烈的求知欲；在互动游戏中，家长可以适度的成为对手，以激发孩子的竞争意识；在团队活动时，家长作为队友与孩子共同完成任务。在参观的过程中，家长可以与孩子讨论展品，通过提问来引导孩子的注意力，同时要注意自己的言行举止，避免功利性对孩子造成影响；在亲子游戏中，家长可以放手让孩子主导，可增加父亲带孩子参与活动的时间，以更好地培养孩子性格。

根据儿童的心理认知特点来优化课程。在幼儿期，课程应当注重趣味性和互动性，例如用故事化的方式讲解文物知识，设置动手操作的环节。在青少年期，课程要增加深度和挑战性，组织专题讲座、开展研究性学习活动、设置创意项目。加强与学校教育的衔接，结合学校的教学大纲和课程安排来设计研学活动，为教师提供资源和培训，通过发放参观卡吸引孩子和家长参与，从而提高博物馆教育的覆盖面和影响力。



儿童考古探秘馆

作为山西省最大的史志类综合博物馆，山西博物院在征集保存重大历史事件重要见证物方面发挥着巨大作用。近年来，山西博物院秉持着“为明天收藏今天”的理念，积极向全社会征集抗击新冠肺炎疫情的见证物，先后征集到抗击疫情中使用过的防疫物品物件资料、相关行政文件、证书等，包含战地日记、山西抗疫药方、一线视频（音频）、绘画书法作品等不同形式及内容的见证物千余件。在“山西博物院抗击新冠肺炎主题捐赠展”现场，观众驻足展柜前。作为亲历者，这些见证物不仅记录了那段特殊时期的历史，更承载了无数人的情感，个人记忆与集体记忆也在此交汇。这种情感联结机制，使博物馆超越单纯的展陈空间，升华为承载集体情感与记忆的精神容器，成功唤醒了人们对那段特殊时期的集体记忆。由此产生的情感共鸣不仅增强了人们的爱国情感，也激发了人们对生命的敬畏与珍惜。

站在山西博物院观景平台远眺，汾水汤汤与千年文明在此交汇。当青铜吉金的回响遇见现代人的心灵诉求，当历史记忆转化为幸福动能，博物馆正在书写新时代的民生答卷。这里不仅是守护文明的根据地，更是培育幸福感的沃土；不仅是展示过往历史的橱窗，更是通向美好未来的桥梁。在推进博物馆事业高质量发展背景下，山西博物院正持续发力，以文化之力润泽民生，用文明之光温暖城市，为提升民众幸福指数提供着源源不断的精神滋养。



“你身边的博物馆”教育活动

# 博物馆：通往幸福的文化密码——以山西博物院为例看公共文化空间如何提升民众幸福指数

梁峰耀

在快节奏的现代生活中，博物馆作为文化传承与创新的重要载体，已悄然突破传统教育场所，在提升民众幸福指数方面体现出独特价值。其作用不仅限于文化保存，更能通过多维度的社会参与和情感连接，演变为滋养公众精神生活的幸福空间，成为促进个人幸福与社会和谐的催化剂。国际博物馆协会近年来的全球观众调研数据显示，约78%的受访者将参观博物馆列为提升生活满意度的重要方式。不同年龄、职业群体在博物馆中获得的幸福感，正以差异化路径重构着现代人的精神家园。

### 文化认同：构筑精神原乡的坐标体系

山西博物院“晋魂”基本陈列，通过“文明摇篮”“夏商踪迹”“晋国霸业”等七大历史专题，为三晋儿女架设起穿越时空的认知桥梁。青铜器上的斑驳铜锈，陶器上的绳纹肌理，壁画中的人物神态，都在向人们诉说着这片土地上的文化基因。这种文化寻根之旅，正在创造独特的幸福体验——当临汾市民在镇馆之宝“晋侯鸟尊”展品前认出家乡出土的文物时，那种“原来我的祖先如此智慧”的惊叹，正是文化认同带来的深层幸福。

数字技术赋予这种认同以更立体的表达。山西博物院依托丰富的馆藏文物资源，充分利用现代科技手段，开发了AR眼镜智慧导览项目。在“天下晋商”展厅，AR眼镜智慧导览让参观者仿佛置身于明清时期的商业世界，立体化地呈现了晋商的商业版图、金融创新、文化精神及社会影响，带领观众沉浸式感受晋商“纵横欧亚九千里，称雄商界五百年”的辉煌与骄傲。在外地上学的学生胡同学表示：“AR眼镜智慧导览非常方便，特别是通过虚实融合的信息交互，可以使我对眼

前的文物与历史有更直观、深度的理解。”这种传统与现代的对话，不仅消除了文物与观众的距离感，更让文化记忆转化为可感知的精神财富。数据显示，应用数字化导览后，观众平均停留时间延长40%，获得的文化感知和认识也相应会有较大提升。

### 知识共享：构建终身学习的幸福阶梯

终身学习是适应社会发展、实现个人价值的必由之路。山西博物院作为文化传播的一个重要平台，通过一系列教育活动，有效促进了知识的传播与共享，为终身学习体系的构建提供了有力支持。

在山西博物院社教空间与会议中心，公众服务部的社教人员依据“大河流金——黄河流域青铜文明特展”精心设计了配套教具。孩子们可以用陶土亲手制作复刻青铜器纹样，从揉泥、塑形、刻画纹样再到上色，在制作的过程中，教育员结合展览内容细致讲解我国青铜器的历史信息、制作工艺和纹样特点以及审美价值。这种体验式的教育活动，获得的知识留存率远高于被动听讲模式，孩子们在触摸、制作、创造中建立与文物的情感链接，对青铜器文化有了更加全面的认识，进而感受到中华文明的博大精深，激发学习热情，广泛涉猎知识，促进终身学习。

“晋界讲坛”是山西博物院推出的一个系列讲座活动，邀请了众多专家学者就考古、历史、文化等领域进行专题讲解。讲坛内容涵盖了山西及黄河流域的文明史、青铜器研究、文物保护等多个方面，为公众提供了专业、深入的学习机会，公众可以聆听专家的见解，拓宽视野，提升文化素养。同时，“晋界讲坛”还促进了学术界与公众之

间的交流与互动，推动了知识的传播与共享。“晋界讲坛”不仅定期举办线下活动，还会将讲座内容以视频的方式在线上进行推送，观众可通过线上线下互动的方式参与进来，使得学习成为一种持续不断的过程，满足公众多样化的学习需求。

山西拥有丰富的文物资源，山西博物院又是省内馆藏文物资源较为丰富的文物开放单位。作为一个地区的文化记忆集合体，山西博物院理应将文化成果惠及三晋儿女。然而，受文博资源分布不均等因素的影响，山西省内很多偏远地区享受不到博物馆提供的这些文化服务。为了更好地发挥博物馆社会教育职能与使命，让平时鲜有机会来博物馆的人群共享山西丰厚的文化资源，“你身边的博物馆”教育活动应运而生。该项目以流动博物馆的形式开展，走出馆舍为公众提供文化服务，突破了固定空间和实地建筑物的模式，拉近了博物馆与公众的距离，将知识传播到社区、学校、乡村等更广泛的区域。这种学习空间的拓展，让那些受地域、资源限制的人群同样能够享受知识、文化带来的乐趣。通过展示传播山西丰富的历史文化资源，不仅激发了公众对本土文化的热爱和学习热情，同时也增强了公众文化自信。在文化自信的基础上，公众更加愿意投入时间和精力去学习和探索未知领域，为终身学习注入了持久的活力。

知识共享在构建终身学习体系中发挥着重要作用。山西博物院的实践表明，博物馆通过知识共享构建的终身学习体系，实质是创造文化赋能的幸福生产机制。这种以文物为媒介、以教育为纽带，以幸福为旨归的模式，为破解文化资源分配不均、满足人民美好精神生活需求提供了重要启示。未来，山西博物院将进一步拓展共享边界，让博物馆真正成为全民终身学习的精神殿堂。