

高校博物馆科普课程开发实践研究

——以川藏公路博物馆为例

王贤 李浩铃 聂新雨

(四川交通职业技术学院 成都 610000)

摘要: 高校博物馆的建立极大丰富学校的育人资源,为高校发展提供了知识助力、文化资源和育人载体。高校博物馆通过科普课程开发,与高校发展深度融合,整合多方资源,极大提升了科学传播和育人成效,使得科普课程开发成为了高校博物馆发展的重要特征和方向。本文以川藏公路博物馆的科普课程开发实践为例,论证了科普课程在高校博物馆发展中的优势和意义,展示了高校博物馆科普课程开发对整合各方资源,实现博物馆的文化传播和高校育人价值统一的实践成效,并在此基础上总结出高校科普课程开发的实践路径,以供同业参考。

关键词: 高校;博物馆;科普课程

一、高校博物馆发展困局分析

博物馆是一个国家民族发展的历史剪影和文化缩影,是文化传播和教育的重要平台,高校博物馆的建立将博物馆的功能与高校的育人活动深度融合,但我国“高校博物馆整体质量偏低,发展状况参差不齐”^[1],相比于社会上的其它博物馆,颇有藏在深闺无人知的尴尬。主要原因有以下几点:从管理体制来看,高校博物馆由高校进行统一管理,然而高校的主要职能是教育职能,对于博物馆的管理来说并非“专业人士”,高校资源投入也相对较少;同时,高校博物馆并不直接面向社会,主要面向高校内部,而高校对于市场化运作同时受制于政策限制和操作经验,其市场化程度始终受限;最后,高校运营博物馆尚未形成具有影响力的消费习惯和消费文化,这对于高校博物馆的宣传提出了挑战。高校博物馆的发展必须与高校发展深度融合,以价值引领目标统一,以资源夯实融合基础,以创新赢得市场竞争。

事物发展都有其追求的目标,只要目标一致,就能够保证方向一致,但目标只具有方向性,缺乏动力,只有价值统一才能够实现真正的目标一致。博物馆的价值主要在于文物,其价值由文物衍生出来,教育价值是其中之一,具有独特性且伴随着时代发展,地位愈加重要。“文物特殊的教育方式与博物馆中巨大的教育资源是其他教育机构所不能提供的,因博物馆较适合作为‘宏大视觉’的载体,能够将文物本身的价值及文物的精神充分表达出来,发挥着独特的公众社会教育职能”。^[2]博物馆的教育价值与高校的核心价值统一,为二者目标的统一提供了动力,同时,教育价值的实现呈现出的多维度目标特点,又为二者深度融合提供了更深更广的融合空间和合作方式,其中课程教育成为价值目标的主要实现形式。课程是教育的主要形式,对于高校而言是已经实行多年的“主业”,具有丰富的资源和成熟的经验,而博物馆传统文物讲解和文化宣传工作在形式上也具有课程教育的一般特点,文物教育的独特性在价值和实现方式上又拓宽了高校价值实现的深度和广度,从而为二者的融合提供了坚实的基础。

价值目标提供了动力和方向,但融合发展也不是空中楼阁的任意架构,需要丰富的物质基础,高校拥有的教育资源和博物馆拥有文物资源为二者的融合提供了物质基础。二者的价值即是在对资源的开发利用中得以实现,二者的融合需要有具体的实践载体,高校拥有师资、设备、场地、文化、学生等,博物馆拥有文物和人才资

源等,需要通过具体的实践活动才能够实现资源的融合。科普课程即是其中的典型形式,科普的形式将文物资源这一博物馆的核心资源开发利用起来,又通过课程的形式与高校教育资源链接,于博物馆而言使得文物资源得以实现其应有的价值,又围绕着科普课程继续做着文物的保护、收藏、研究、交流、教育等“主业”,于高校而言通过博物馆增强了甚至填补了原有教育活动中的薄弱和空白领域,增强立德树人实效。“校馆共建”的实践已经探索多年,本文中谈论的“博物馆”虽为典型的博物馆,但高校的博物馆应做扩大解释,包括高校档案馆、校史馆、博物馆、科技馆等系列展馆,因为这些馆藏“保存了高校历史、教学、科研诸方面的成果,这些成果在文化、科技领域处于重要位置,为高校的发展提供了有力的保障”。^[3]同时,正如同高校可以实现全国乃至全球范围内的交流互鉴,扩大资源的影响和利用,博物馆也有其“朋友圈”,应当重视高校博物馆与其它高校博物馆和社会博物馆的交流合作,从而极大拓展资源的开发利用,夯实融合基础。

随着我国社会主义市场经济的不断深化,高校发展特别是职业院校愈来愈重视市场竞争,“在市场经济条件下,市场这只‘无形的手’必然对高等教育质量进行调控”^[4],高校遭遇市场竞争不可避免,博物馆也是如此。如何在激烈的市场竞争中赢得主动,创新是不二的选择。目前,创新已经成为我国经济社会发展的第一动力,社会上的博物馆已经嗅到了创新技术发展带来的机遇,并做出反应,中国人民革命军事博物馆即提出了关于博物馆数字化转型的思考,指出:“2021年10月,国务院办公厅印发《“十四五”文物保护和科技创新规划》,要求坚持科技创新引领,全面深化文物领域各项改革,激发博物馆创新活力”。^[5]博物馆的展览、讲解、科研、宣传等传统工作正日益深度融合信息技术的最新成果。

二、川藏公路博物馆科普课程开发实践的经验与反思

高校博物馆必须与高校发展深度融合,才能够获得博物馆发展的长久动力。坐落于四川交通职业技术学院的川藏公路博物馆通过系列科普课程开发与实践,将博物馆的文物保护、文化传播、科普教育价值和学校立德树人根本任务统一起来,实现了二者发展目标的统一;同时,通过科普课程的开发与实践,在校企合作、对外宣传、思政实践等领域实现资源的深度融合;最后,科普课程的开发与实践也经受住了市场化的重大考验,取得了不错的成绩。这些做法形成了一些可供复制推广的经验,笔者将就此做简要介绍。

川藏公路博物馆成立于2021年6月,主馆坐落于成都市四川交通职业技术学院院内,其余分馆分别位于川藏公路沿线,由多个合作单位共同建设,打造“1+N”馆藏模式,其中主馆隶属于四川交通职业技术学院并进行运营管理。馆藏以川藏公路为主题,收藏了70多年来川藏公路交通建设相关的实物和档案资料,是珍藏和保护川藏公路筑路史料的重要场所、“两路”精神的红色基因库。川藏公路博物馆具有鲜明的交通血脉,与四川交通职业技术学院的历史文化和行业特色相得益彰,为二者的融合发展提供了很好的文化基础。但川藏公路博物馆最初的发展却并不顺利,如上文所述,川藏公路博物馆成立伊始即面临缺人、缺钱、缺方向的尴尬。川藏公路博物馆是全国第一个以“川藏公路”为主题的博物馆,四川省第一个以“公路”为主题的博物馆,学校受制于资金政策的原因,无法从社会上大量招聘专业的讲解员,而且相关人才稀缺。学校发动思政、礼仪、播音主持、专业课教师等对讲解员突击培训,在短时间内建立起了高质量的讲解员队伍。但单纯的讲解难以满足消费者的需求,经过广泛调研,我们发现前来参观馆藏的消费者具有鲜明的研学特征,开发研学课程即满足了消费者需求,又增加了收入,为博物馆发展奠定了坚实的物质基础。根据学校和博物馆的实际情况,我们将研学课程的重点放在科普课程开发上,即放弃大量专业性很强的研学课程,集中主要资源开发与主题相关的科学普及性课程,收到了超出预期的实践效果,自2021年6月末正式开馆以来,截止2022年6月23日,博物馆总计成功接待了来自全国各地单位团体参观428场次、17498人次和254个单位。经过一年多的深入实践,川藏公路博物馆逐渐明确了传承“两路”精神、宣传交通文化、普及交通知识作为发展的目标和方向,在价值内涵上与四川交通职业技术学院形成相互促进的良性循环。主要经验有:

一是“1+N”馆群建设模式让科普课程“有教室”

博物馆的科普课程并不采取传统的教室授课模式,而是在博物馆等相关场地进行现场授课,授课内容以参观互动为主,这就需要大量的“教室”,一个主馆难以满足需求,将极大限制课程开发的数量和种类。川藏公路博物馆确立了“1+N”馆群建设模式,除了在四川交通职业技术学院进行主馆建设之外,又在川藏公路沿线天全、雀儿山、新都桥等地建设了多个分馆,在分馆建设中,交通行业企业合作参与,使得分馆建设的速度和质量得到有效保证。同时,四川交通职业技术学院还将校园内的实训场地、设备、校史馆等资源统一纳入到博物馆科普课程开发实践中,全校15000名学生通过强大的馆群资源支持,实现了思政实践课全覆盖。“1+N”馆群建设模式让科普课程的研学线路更加丰富,极大拓展了课程开发的范围,博物馆在开馆一年的时间内,已成功开发运营了五大科普研学路线,并荣获2021年度成渝地区十佳科普研学线路称号。

二是走校企合作道路让科普课程“有专业”

每一个博物馆都是立足于馆藏资源开展活动,川藏公路博物馆与其主管单位四川交通职业技术学院具有鲜明的交通行业特征,科普课程的开发也要立足于馆藏资源的优势特点进行开发。四川交通职业技术学院不断拓展校企合作的深度和广度,在川藏公路博物馆建设中,充分发动交通行业企业的力量,多方参与到馆建设当中,开发的科普课程如“大国交通”、“轨道中国”、“交通工程力学”等系列课程具有鲜明交通行业的特点,让千篇一律的博物馆科普课程具有鲜明的“专业性”,即提高了辨识度,获得了竞争优势,同时具有“专业性”的科普课程精准定位了交通行业科普研学的需求,大

量交通行业企业参与到共同开发当中的兴趣和利润都极大提高,在较短时间汇集众多资源,又反过来推动了博物馆和学校的发展进步。

三是整合各方资源让科普课程“有老师”

现代博物馆的发展对人力资源的需求已经超出了传统讲解员的范畴,科普课程的运作需要领队、专业讲师、讲解员等多名老师共同完成。川藏公路博物馆与交通厅、交通运输部、四川省博物馆、四川省博物馆学会、四川省旅游协会研学分会、蜀道集团、四川交通职业技术学院等国家机关、企事业单位、行业协会组织等深度合作,一方面建立起自己的人才队伍培养体系,在成立不到1年的时间里,培养了荣获2021年四川省科普讲解大赛二等奖、三等奖,2021年交通运输部科普讲解大赛三等奖等荣誉的高质量讲解员队伍;另一方面又通过科普课程开发,让学校的优秀教师走上科普课程的讲台,让交通行业企业的专家担任专业讲师,极大提升了科普课程的质量,学校、企业与川藏公路博物馆的合作有着坚实的基础,又保障了这种教师队伍的长期稳定性。

四是推动博物馆融媒体建设让科普课程“有流量”

“互联网背景下,各行业的竞争加剧,博物馆获取流量变得困难,头部的聚集效应造成博物馆之间两极分化,中小博物馆有被边缘化的危险。”^[9]高校博物馆藏在深闺,尤其如此。推动融媒体建设是获取流量的重要手段,习近平总书记曾在中共中央政治局第十二次集体学习时用“因势而谋、应势而动、顺势而为”来强调融媒体的发展^[7],这指明了融媒体发展是宣传工作的大势所趋。川藏公路博物馆不仅通过传统媒体加大宣传力度,先后有人民日报社、新华社、中央电视台、中国新闻社、中国交通报、四川日报、四川新闻网等十多家中央和省级主流媒体对川藏公路博物馆相关活动进行了宣传报道。同时博物馆还通过四川直播网、学院微博号等平台进行“云游川藏公路博物馆”在线直播,访问量高达200多万人次,录制了党史小故事视频32个,网络观看人次近20万人次,建立了微信公众号,正在筹备抖音视频账号等,全方位推进融媒体建设,让博物馆的科普课程获得更多流量。

科普课程有了教室,就有了授课的平台,有了专业,就有了“专业课”,有了好老师就保证了上课质量,有了流量,就有了“招生简章”。虽然川藏公路博物馆在科普课程开发方面取得了一些的成绩,但也存在一些不足,对这些不足的反思也是推动科普课程进一步发展的重要力量。

一是资源投入不足。川藏公路博物馆开馆后,在1年的时间里总共接待428场次、17498人次,其中有近6成选择了科普课程,而整个博物馆的专职讲解员只有3名,科普课程需要的接待人员包括讲解员、专业讲师和领队,平均每个团队需要4到5人,学校教师已有常规教学科研任务,企业资源主要涉及到分馆的共同建设、维护等方面,只在科普课程的少数环节、少数分馆能够提供有效支持,这极大地增加了科普课程的接待压力,而相关的人力、经费、物质支持并没有增加,导致在后期的一些接待中出现人员不足和质量下降的情况。

二是课程质量不高。川藏公路博物馆的科普课程虽然紧密结合博物馆的交通行业主题特色,但由于资源不足、经验不够、创新不多等原因,导致部分课程在实践中出现教学道具不足、粗陋、数量少等情况,教师资源不足使得一些教学水平较低或专业不过硬的教师在授课时出现了教学效果差等情况,同时在组织授课、参观等后勤服务中,也出现了一些服务有疏漏、不及时、不到位等情况。

三是文化传播、思想教育效果不突出。博物馆的重要价值功能就是通过文物进行文化传播和思想教育。川藏公路博物馆的科普课程在专业性方面占据大部分内容,但对于“两路”精神、交通文化等宣传在环节设计和内容设计方面占比较少,在部分学员反馈中,甚至有参加了科普课程,但是对于“两路”精神、交通文化等毫无印象等情况。

三、高校博物馆科普课程开发的实践路径

通过以上的分析,我们可以发现高校博物馆发展应当更加重视科普课程的开发,相对于社会上的其它博物馆,科普课程是高校博物馆的不对称优势,川藏公路博物馆的经验和反思给高校科普课程开发提供了正反两方面的经验,我们在推动高校科普课程开发中,可以走如下的实践路径。

第一,立足馆藏,确定主题

馆藏是博物馆的立馆之本,也是科普课程的灵魂所在,没有博物馆的馆藏,科普课程将丧失开设课程的基础性材料,同时,科普课程并非是馆藏的展览式介绍,而是对馆藏的深入挖掘和再次创造,因此必须要对馆藏背后的文化、精神、价值等进行再创造,以课程的形式,科普的使命来打造高校博物馆科普课程。川藏公路博物馆是围绕川藏公路的修筑历史而形成的相关馆藏建成的博物馆,其背后的核心价值文化就是“两路”精神,这是第一批公布的中国共产党人精神谱系中的重要精神,也蕴含着红色文化、交通文化和蜀道文化等文化价值,具有特色鲜明、主题明确、内容丰富的馆藏。川藏公路博物馆基于馆藏,于党建方面开设有“两路”精神专题的科普课程,于文化方面开设有交通文化、蜀道文化专题的科普课程,后来在一些课程中将“两路”精神、交通文化、蜀道文化深度融合,取得了不错的效果。因此,高校博物馆科普课程应当立足于馆藏,找到优势特色,然后确定相应的主题,进行科普课程的开发。

第二,校企合作,汇集资源

当前,随着社会主义市场经济的进一步发展,无论是高校的博物馆还是非高校的博物馆,在市场化浪潮中经历了严峻的考验,有的主动适应,积极创新,不仅高质量完成了博物馆的使命,而且创造了不菲的经济价值,有的却经营惨淡,入馆人数骤降,在文化宣传、馆藏研究、科普教育等方面作用有限。川藏公路博物馆在建馆伊始就十分注重与交通行业的企事业单位合作,积极推动校企深度合作,在主馆建设、分馆建设,沿线遗址建设,各交通文化展厅、蜀道文化展厅建设过程中汇集各方资源,加大投入,一年左右时间即建成近十余个主馆、分馆和相关的文化展厅,如果仅仅依靠川藏公路博物馆所在四川交通职业技术学院的力量,这根本是不可能完成的任务。校企深度合作,必须基于市场化规则,要积极探索科普课程在市场化中的定位,实现学院教育价值、企业商业价值和博物馆的价值使命三者共赢的模式。

第三,转变思想,提升服务

高校博物馆科普课程建设,要转变思想提升服务。首先要转变传统博物馆收藏展览的思想,要将高校博物馆建设与高校发展紧密结合起来,实现教育价值和博物馆价值的深度融合,其中科普课程是重要的实现形式。博物馆科普课程建设不仅提高了服务学院立德树人根本任务的能力,提供了更多的实践教育资源,提升了育人效果,也提升了服务博物馆发展的能力;其次要转变传统公益性博物馆发展的思想,必须具备市场化的思维,市场化并非与公益相冲突,公益的实效是资源的实效,而在社会主义市场经济建设中,所有资

源的最基本规则是市场规则,所以高校博物馆科普课程建设也需要主动适应,转变思想,提高市场化的服务能力;最后要具备信息化思想,提升信息化服务能力。信息化是当前社会经济发展最重要的趋势,与二十世纪初的信息化特点相比,当前信息化对教育的影响更加突出,在信息获取、生产和传播方面与文化传播、思想教育、价值塑造呈现出深度联系和复杂的张力链接,没有信息化的思维是办不好博物馆科普课程的。川藏公路博物馆在科普课程开发过程中,投资建设了VR一体机、投影仪、信息化教学设备等,在馆藏建设方面也建设有线上资源,在新媒体方面建设有公众号等,取得了很好的效果。

第四,校馆共建,实现双赢

高校博物馆科普课程建设必须走校馆共建道路,实现双赢。高校中建设博物馆,博物馆的日常管理与高校管理融为一体,客观上造成学校与博物馆共建的状态,但是博物馆和学校又存在各方面的不同,这使得共建并不能自然生成,需要根据不同的情况,探索共建模式。川藏公路博物馆由四川交通职业技术学院进行日常管理,在科普课程建设中,从资源共建、目标共建和发展共建出发,逐步走出了一条适合自身的校馆共建模式。其中尤其突出的是校企合作,四川交通职业技术学院在四川交通行业具有较强的影响力,川藏公路博物馆在交通文化、蜀道文化、交通精神领域具有代表性,而学校的优势专业群建设和文化建设也与交通行业、文化紧密联系,因此二者在这一领域深度合作就有了共同的需求,川藏公路博物馆基于此,在科普课程建设中,充分考虑四川交通企业的各种需求,打造优势特色课程,取得了不错的效果。

参考文献:

- [1]赵宏.我国高校博物馆运营绩效评估体系构建研究[D].暨南大学,2019.DOI:10.27167/d.cnki.gjnu.2019.000575.
- [2]刘钰婷.以物为镜,立德树人——浅谈博物馆文物的教育价值[J].中国民族博览,2022(04):202-204.
- [3]沈峻岭.论高校馆系与地方馆系间教育体系的共建[J].山西档案,2013(04):47-50.
- [4]李斌.市场论下的高等教育质量保障研究[D].湖南大学,2014.
- [5]沈业成.关于博物馆数字化转型的思考[J].中国博物馆,2022(02):19-24.
- [6]王宇广.互联网对于博物馆的双重影响研究[J].安徽文博,2020(00):9-15.
- [7]习近平在中共中央政治局第十二次集体学习时强调 推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础[J].思想政治工作研究,2019(03):4-5.

作者简介:王贤(1989.12—),男,汉族,四川南部县人,法学硕士,四川交通职业技术学院马克思主义学院教师,讲师,研究方向:思想政治教育。

李澜铃(1993.05—)女,汉族,四川遂宁市人,文学学士,四川交通职业技术学院川藏公路博物馆专职科普干事。

聂新雨(2000.09—)女,汉族,四川泸州市人,四川交通职业技术学院大专毕业,四川交通职业技术学院川藏公路博物馆专职科普干事。

项目来源:四川交通职业技术学院项目:川藏公路博物馆科普课程开发与实践,项目编号:2021-KP-11,级别:院级。