主编/崔波 责编/卢阳 校对/王龙霄 美编/马佳雯
电话：(010)84078838—8081 本版邮箱：wwbbowuguan@163.com
2023年7月11日

■讲解园地

红色讲解员队伍现状与培养途径探究

——基于黄冈市讲解员队伍现状的调查

程庆霞 陈玮

黄冈是一片充满红色记忆的土地，是鄂豫皖革命根据地的核心区域、中国革命走向胜利的重要转折地，是大别山区第一次组织大规模武装暴动——“黄麻起义”和第一面党旗升起的地方。黄冈拥有丰富的红色文化资源，保存有红安七里坪革命旧址、董必武故居、李先念故居3处近现代全国重点文物保护单位以及655处各类红色革命遗址遗迹。拥有黄麻起义和鄂豫皖苏区纪念园、李先念故居纪念园、陈潭秋故居纪念馆等知名红色场馆和一批优秀红色讲解员。

2021年黄冈市红色讲解员大赛成果展示

党的十八大以来，党和国家高度重视红色资源保护利用，反复强调要用好红色资源、传承红色基因。随着“全国红色故事讲解员大赛”、红色旅游五好讲解员培养项目以及各省市红色故事讲解大赛等活动的举办，红色讲解员队伍越来越受到社会关注和重视。

红色讲解员队伍建设的必要性

红色讲解员是红色基因的坚定传承者、红色故事的精彩讲述者、红色精神的生动诠释者、红色文化的忠实传播者、红色风尚的有力引领者，代表一个单位甚至一个红色区域的精神面貌。自开展党史学习教育主题活动以来，全国一大批以红色文化为主题的纪念馆、博物馆和革命旧居成为红色教育的主战场，迎来了参观热潮。

黄冈市红色场馆主要分布在红安县、麻城市、团风县、英山县等革命老区。2021年“黄麻起义和鄂豫皖苏区烈士陵园”等3条线路入选全国“建党百年红色旅游百条精品线路”；陈潭秋故居等3家景区入选“灵秀湖北·十佳红色旅游经典景区”；陂安南苏维埃政府旧址、鄂豫皖特区苏维埃政府旧址等一大批革命旧址遗迹串珠成链成为党史“教室”，红色文物史料成为党史“教材”。改造升级黄冈市博物馆、董必武纪念馆、陈潭秋纪念馆、黄冈革命纪念馆等9个场馆；推出黄冈现代革命史陈列、黄冈建党百年历史成就等专题展览30余个。博物馆（纪念馆）成为党史学习教育的重要场所，越来越多的观众主动走进红色场馆了解历史，接受爱国主义教育。社会对于红色文化的关注度不断提升，红色主题社教活动、红色研学游、红色夏令营备受欢迎。因此，锤炼一支政治觉悟高、业务能力强的红色讲解员队伍尤为必要。

黄冈市红色讲解员队伍现状

据调查统计，黄冈市21家博物馆（纪念馆）现有专职讲解员93名，其中，革命历史类纪念馆和革命烈士陵园讲解员52名。全市讲解员用工形式多为专项招聘和劳务派遣，其中，专项招聘讲解员31名，劳务派遣讲解员62名。近年来，全市高度重视讲解员队伍建设工作，坚持政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好“五好”标准，通过组织培训、举办大赛、宣传推介、项目扶持等方式，锻造了一支优秀红色讲解员队伍。

重视红色讲解员业务培训和实践锻炼。建立岗前培训、集中培训、实践锻炼相结合，提升全市红色讲解员整体能力素质。2021年建党100周年之际，举办全市红色讲解员培训班，来自全市博物馆、纪念馆及红色旅游景区从事讲解工作的70余名学员参加了培训。2022年5月，英山县举办全县红色讲解员培训，100余名学员参加培训。2022年9月，浠水县举办红色讲解员能力提升培训班，来自各乡镇、县直单位、红色教学点的124名学员参加培训。2023年3月，团风县通过“课堂+现场”的方式，对全县37名红色讲解员开展培训。据统计，全市已累计开展讲解员岗前培训200余场、集中培训120余场，培训通过理论授课、现场教学、专题讲座、交流互动、学习成果展示等形式全方位提升了全市讲解员综合素质。

同时，广泛开展红色故事宣讲和红色讲解员实践锻炼。组织红色讲解员走进机关、学校、企业、社区、公交车等开展业务交流和红色故事宣讲270余场，将红色资源优势有效地转化为党史学习教育教材，丰富了党史学习教育形式，展现了新时代红色讲解员的使命担当。

重视以赛代练提升红色讲解员业务水平。全市先后承办“讲述红色故事——大别山区革命文物优秀讲解案例交流推介活动”“讲好红色故事 传承红色基因——黄冈市红色讲解员大赛”“永葆红安红——红安县首届红色旅游讲解员大赛”等讲解职业技能大赛，搭建起了全市乃至全省和鄂豫皖三省红色讲解员交流展示平台，参赛红色讲解员业务水平得到极大提升。

同时，组织推介优秀红色讲解员参与各级职业技能大赛。据统计，全市红色讲解员已斩获国家级荣誉8项、省部级荣誉17项、省级荣誉83项、市级荣誉180余项，为锻造一支专业的红色讲解员队伍打下了坚实基础。

重视优秀红色讲解员宣传推介和项目扶持。利用学习强国、湖北卫视、中国文物报、文旅湖北、黄冈日报等媒体广泛宣传红色讲解员。全市21家博物馆（纪念馆）先后推出红色讲解员讲述红色故事、黄冈故事短视频260余个，开展线上线下红色主题社教科普活动720余场，红色讲解员参与录制国家、省市级新闻媒体宣传活动980余场。

1名讲解员出席第十四届全国人民代表大会、1名讲解员出席中国共产党湖北省第十二次代表大会、3名讲解员参与“伟大历程 辉煌成就——庆祝中华人民共和国成立70周年大型成就展”“人民至上 生命至上——抗击新冠肺炎疫情专题展”“中国共产党历史展览馆”场馆讲解。积极争取对红色讲解员的项目扶持，目前已争取国家级项目扶持1项，省级项目扶持1项。2名讲解员入选文旅部“全国红色旅游五好讲解员培养项目”，4名讲解员入选“湖北省红色旅游五好讲解员培养项目”。

红色讲解员队伍建设目前存在的突出问题是：人员不稳定现象较普遍，职业认同感仍存在偏差。由于体制机制的限制，目前全市近三分之二的讲解员为劳务派遣、签订合同或临时聘用，待遇普遍偏低。其次，讲解员发展前景堪忧，老讲解员退下来后多转到其他岗位，如保管文物、看护革命旧址等，能脱颖而出走上更高岗位的极少。再次，部分讲解员对自己的职业不认同，认为讲解是“青春职业”，仅仅将这份职业作为“跳板”，缺少长远规划。再加上少数管理者对讲解员只布置任务、提出要求，忽视了疏导和关怀，导致讲解员出现职业价值感缺失，在某种程度上也增加了讲解队伍的流动性。

讲解员水平参差不齐，业务研究与社会教育相对脱离。目前，全市优秀讲解员多数集中在二、三级博物馆以及爱国主义教育基地，这些场馆均有相对固定的讲解员招聘流程和周期，讲解员整体素质偏高，而中小型博物馆（纪念馆）、红色遗址等场所讲解员较少，有的虽有讲解员但也存在身兼多职的现实情况。其次，讲解工作已由单一单向的阵地解说转变为多元多向的供给解说，讲解员既是青少年研学课程的开发者，又是党性教育的现场教员，有时还是政府大型会议的接待员和大型展会的临时解说员，每一个角色的转变都意味着不同的工作要求。就以上目标来看，全市仍缺乏一支成规模、结构优、引领强的红色讲解员队伍。

关于红色讲解员培养的一些思考

完善培训体系，丰富红色讲解员知识储备。全市多数红色讲解员都不是相关专业出身，业务能力的提升多依靠自学和“传帮带”，举办和参加红色讲解员培训班等系统化集中培训是提高业务能力的重要途径，但也应该持续开展有针对性的日常培训。集中培训一般为3至7天，因受名额等条件限制，讲解员参训机会不多，加上有时候新老讲解员一起培训，缺乏针对性。所以，各场馆更需重视本场馆日常培训，建立符合本馆实际的培训制度。随着社会的发展，博物馆学已成为涉及多行业的综合学科，对讲解员提出了更高的要求。讲解员必须调整和充实知识储备，既要专门针对宣教工作进行能力训练，如语言表达、心理素质、才艺展示；又要全面掌握业务知识，如展陈设计、馆藏文物、考古发现；还要建立与博物馆相关的知识技能，如社教活动策划、文物故事撰稿、红色故事宣讲、学术理论研究等。

健全长效机制，激发讲解员干事创业热情。突出日常考核，严格执行场馆内部考核制度，考察讲解员日常工作能力和现实表现等综合情况。注重考核的公平性，避免考核流于形式，考核结果需与绩效挂钩。对于常年奋战在一线的讲解员，场馆评优评先要结合实际情况适当向其倾斜，激励讲解员积极努力，热爱工作。考核结果需记入讲解员个人考核档案，为讲解员发展方向提供依据，充分激发讲解员主人翁意识。让讲解员参与社教课程研发实施和讲解培训工作中，创造平台让其实现自我价值。对取得成绩或成果的讲解员给予一定奖励，进行宣传，调动讲解员队伍的积极性，营造人人求上进的良性氛围。

充分认识到红色讲解员队伍建设的重要意义，建立讲解员日常培训制度和长效激励机制，真正提升讲解员业务能力以及职业价值感，才能使讲解员队伍保持动力，将红色故事讲述好、传承好，让红色场馆社教功能可持续发挥，让红色文化资源真正“活”起来。

■教育心得

搭建博物馆社会教育通向家庭教育的桥梁

以青岛市城市文化遗产保护中心为例

陈国凤

博物馆通过社会教育活动搭建博物馆与家庭教育之间的桥梁，是新时代下发挥博物馆公益教育职能的有效突破，是提升未成年人科学文化素养、厚植文化基因的有益探索。本文以青岛市城市文化遗产保护中心平台为依托，以青岛优秀历史人文资源为基础，探索以亲子观众为核心的博物馆社会教育活动体系，可为中小型博物馆开展具有家庭教育意义的社会教育活动提供借鉴。

博物馆社教活动与家庭教育结合的时代需求 中华民族历来重视家庭，传统家庭美德铭记在中国人的心灵中，融入中国人的血脉中，是支撑中华民族生生不息、薪火相传的重要精神力量，是家庭文明建设的宝贵精神财富。博物馆作为文化机构，应主动挑起担子，为中华民族文明发展担当重任。

近年来，国家持续提升博物馆未成年人教育功能，呼唤体现地域文化特色、符合观众多元需求、贴近时代发展脉搏的社教项目。在此过程中，以家庭为单位的观众参与到社教活动中来，就从形式、过程和成效上对家庭教育起到了不容小觑的益效。博物馆社会教育与家庭教育结合有着充分的法律基础。2022年1月1日起施行《中华人民共和国家庭教育促进法》，引导全社会注重家教和家风。

青岛有大量珍贵的历史建筑和文化遗产，其中以1897年至1914年最为突出。20世纪30年代南京国民政府接管青岛时期，因国立山东大学的落成而吸引众多文学家落户青岛，使得青岛老城区呈现出一派名人故居星罗棋布的风貌。因此，青岛西部呈现出的历史风貌与东部呈现出的现代化都市风貌，共同形成了如今文化底蕴深厚的青岛。青岛市城市文化遗产保护中心是融青岛市区现存最古老的明清砖木结构建筑群——青岛天后宫、中国近代著名的思想家康有为晚年在青岛的寓所——康有为故居，以及全国重点文物保护单位——青岛德国总督楼旧址博物馆在内的多元文化载体，对开展城市文化遗产类社会教育活动有着先天优势和有利条件。

观众的直接需求是博物馆社会教育活动与家庭教育相结合的根本动力。以青岛市城市文化遗产保护中心为例，中心各场馆年均接待观众总量60余万人次，其中未成年人观众量达22万人次，占总观众量的38%。根据调研可知，86%的观众表示愿意在博物馆参加亲子社教活动。另据中心社教活动开展实际来看，在参加活动的家长当中，超过90%的观众认为以家庭为单位的亲子活动效果翻倍，80%以上的学生倾向于与家长共同完成活动。而亲子观众走进博物馆是为了满足特定的需求：受到文化艺术熏陶、开阔眼界、休闲社交、建设积极亲子关系等（杜莹，《从博物馆满足亲子观众需求谈博物馆亲子美育品牌建设》，《中国博物馆》，2016年）。其中，良好的亲子关系是促进家庭教育有效输出的根本。那么，家庭教育的建立就要从三方面入手：一是父母，二是孩子，三是环境支持系统［叶一舵、白丽英，《国内外关于亲子关系及其对儿童心理发展影响的研究》，《福建师范大学学报（哲学社会科学版）》，2002年］。毫无疑问，博物馆作为环境支持系统，其功能的完善和发展显得尤为重要。

青岛市城市文化遗产保护中心在五百年戏楼开展戏曲科普亲子活动

博物馆社教活动与家庭教育结合的实施现状 目前，国内外各大博物馆会根据自身的条件和资源，设置针对不同年龄层孩子的家庭教育活动，如美国大都会博物馆的教育活动针对的观众年龄是从18个月到17岁；巴黎蓬皮杜艺术中心有针对新生婴儿的干预实验性项目，常规家庭项目则是2岁开始；纽约现代艺术博物馆的家庭项目从4岁开始。

中国国家博物馆社教活动体系分为五个模块：学前阶段合作项目→小学阶段合作项目→中学阶段合作项目→大学阶段合作项目→更多合作项目；故宫博物院“我要去故宫”微课堂是为亲子准备的线上课程，家长与孩子透过屏幕共同了解故宫的建筑、历史、文物，在情感交流中共同成长。博物馆通过社教品牌影响力扩大社会知名度，这种教育理念的创新不断吸引亲子观众慕名而来，更好搭建青少年文化教育平台。

大型博物馆的资源优势为社会教育活动开展起到可持续性助推作用，那么中小型博物馆如何利用有限资源开展家庭教育活动，也是我们青岛市城市文化遗产保护中心持续探索的课题。

博物馆社会教育与家庭教育结合实践探索 截至2023年，青岛市城市文化遗产保护中心年均开展社教活动150余场，其中针对亲子观众开展的社教活动达70余场，服务线上、线下观众60余万人。从时间分布来看，中心针对亲子观众的项目中，85%集中在寒暑假及法定节假日，15%集中在周末。

中心针对亲子观众开展的社教品牌有：“七扇门推开青岛德国总督楼旧址博物馆”研学实践、“沿着黄河遇见海”主题活动、“文遗悦青岛”文化遗产主题亲子活动、“修身律己·廉洁齐家——老一代革命家的清廉家风”专题微课堂、“岁时·节序”二十四节气展教活动、“我们的节日”亲子手作活动等。其中，“修身律己·廉洁齐家——老一代革命家的清廉家风”专题微课堂通过对老一辈革命家的家书诵读，向亲子观众输出优良家风；“文遗悦青岛”活动围绕未成年人对于文化遗产不同观点，以“我眼中的文化遗产”摄影书法作品展从宏观视野上为亲子找到沟通渠道，加深对城市的热爱和理解；“岁时·节序”系列活动是以非物质文化遗产二十四节气为主题，开展非遗体验、亲子手作、亲子共读等家庭类展教项目，在传承中华传统文化的同时促进亲子共同成长；“七扇门推开青岛德国总督楼旧址博物馆”研学实践，带领亲子在博物馆探寻红色足迹、体验亲子手作等，加深亲子关系、厚植红色基因；“我们的节日”亲子手作活动，在培养亲子默契、传承非物质文化遗产、构筑爱国情怀方面起到助推作用。

此外，中心对未成年人实行免费参观，鼓励未成年人和家长担任志愿者，在服务观众中实现价值；文化“云五进”项目将文化活动通过线上带到偏远山村小学，为家庭教育匮乏的留守儿童送去温暖；研发益于亲子关系的“家邸”系列文创产品。

在团队建设上，致力于打造综合素质强、专业技能突出的社教队伍，更好地营造利于亲子观众的社教活动氛围。团队拥有10年以上社会教育经验的专业人员、历史专业人员、教育专业人员、外语专业人员，针对不同领域社教项目进行授课。

观众反馈方面，中心社教团队发放近千份调查问卷发现，93%的亲子观众对“青岛历史文化”“非物质文化遗产”类社教活动最感兴趣，79%的亲子观众对走进博物馆参与社教活动的频率需求是一个月一至两次；85%的观众倾向于博物馆开展“亲子手作”形式的社教活动等。

2014年和2019年，中心分别荣获“山东省十大优秀社会教育活动案例”，“百颗星火”志愿服务项目荣获青岛市第二届新时代文明实践志愿服务项目创益大赛三等奖，总督楼“研学微课堂”荣获青岛市教育局“终身学习品牌项目”，“家邸”系列文创产品在2017年荣获“全省优秀文博创意产品最佳创意奖”。此外，还拥有“全国文化遗产旅游百强案例”“青岛市爱国主义教育基地”“山东省优秀社会科普教育基地”“山东省历史文化保护传承示范案例”等。

总而言之，青岛市城市文化遗产保护中心社教活动受到了亲子观众的欢迎和认可，未来会提供更多的社教活动，更好地传承中华优秀传统文化，搭建博物馆社会教育通向家庭教育的桥梁。

做好博物馆重大主题活动的探索

以中国妇女儿童博物馆《家风故事汇》项目为例

梁红

做好重大主题活动体现了博物馆的社会责任和文化担当，近年来我国博物馆围绕重大主题进行了大量实践，其中不乏成功的探索，在社会上引起广泛关注，甚至成为一种文化现象。本文以中国妇女儿童博物馆《家风故事汇》项目为例，探讨新时代博物馆如何做好重大主题活动，如何实现宏大主题的时尚表达。

主题活动是指博物馆围绕党和政府的中心工作、重要决策、重大活动及相关社会热点，专门策划组织的重点活动，是博物馆围绕中心、服务大局的重要体现。近年来博物馆围绕建党百年、新时代十年成就等重大主题推出很多展览活动。新时代的社会环境下，语境发生了变化。对历史的认知，对优秀传统文化的弘扬，需有新的表达方式。

为深入贯彻“注重家庭、注重家教、注重家风”的重要指示精神，中国妇女儿童博物馆重点聚焦家庭文明建设，打造博物馆“亲子+”活动品牌《家风故事汇》项目：进行话剧展演，出版图书《我的家风第一课》，开发动画片《成长之约》……研发推出融合展览、演艺、图书、音频、动画的“家风”产品，累计受众超3亿人次。《家风故事汇》项目入选“新时代中央和国家机关党的建设成就巡礼展”、中华文物传播精品、全国优秀科普作品、全国家庭亲子阅读推荐书目、北京地区博物馆优秀教育项目等。把一个相对枯燥的主题做得群众爱看，融知识性、艺术性、科学性于一体，被主流媒体评价为“博物馆讲好中国故事的新探索，开展社会教育和社会宣传的新载体、新形式”。《家风故事汇》项目之所以会产生如此大的影响在于：

从观众出发，以小切口反映大时代。家风主题相对宽泛、不够具体、不易把握，博物馆做好家风教育活动，既不能图解文件又要避免落入传统英模事迹宣传的窠臼。《家风故事汇》展演活动深度挖掘馆藏上展人物背后的故事，紧紧抓住现代社会中大家最关注的家庭教育问题，以剧中剧形式展开，由一个现代普通家庭在处理事业与家庭、子女兴趣与家长期待之间的矛盾切入，提出“什么是新时代好家风、怎样践行新时代好家风”的问题，用梁启超、赵一曼、樊锦诗等6个古今优秀家风故事从不同角度提供解决思路。用一个个真实动人的细节来展开：樊锦诗面对夫妻分居和工作的矛盾时内心的纠结，赵一曼临刑前给儿子的遗书中深沉的母爱，梁启超、梁思成父子的“一生家国梦，几代赤子心”。虽然每个故事所处的时代背景不同，但所折射出来的情感是相通的，每个故事都透出浓浓的家国情怀。这些人物不再是一个个符号，而是有着普通人情感的活生生的人，他们面临跟普通人一样的问题，但他们的做法和选择格外令人感动。通过展演活动不仅让在场的观众欣赏了一场精彩的演出，更引导广大家庭传承展演中传达的优秀传统家风。

注重阐释，创新表达。《家风故事汇》项目以中国妇女儿童博物馆馆藏特色家风展览资源为依托，深度挖掘家风图片、资料、文献背后的故事，将博物馆教育活动与戏剧、动漫、故事讲述等相结合，进行形式创新，在真实客观的基础上运用多种艺术手段进行再创作，例如《成长之约》动画选取孩子成长中出现的问题，引出一位优秀女性，讲述一个故事，传达一种品质。通过向警予、屠呦呦、樊锦诗等杰出女性作为讲述人物，着力表现最能体现人物身上最核心的精神品质，并用动画、话剧、音频故事等多种形式进行演绎。

充分发挥新媒体的全方位传播作用。《家风故事汇》项目在传播时充分借助新媒体的优势，进行全媒体传播。展演项目首场演出通过网易等网络平台进行现场直播，演出视频在学习强国、中国网推送，总浏览量达到2200万人次。音频故事在学习强国、新浪微博等推送，全网点击量达4300多万。系列动漫项目采取全媒体传播的方式，在人民网、新华网、抖音等16个平台同步上线。在媒体选择上既有学习强国、央视频主流媒体官方平台，又有快手、哔哩哔哩等大众平台，累计播放量达1.7亿次。全媒体传播使博物馆的观众由线下的少数发展成为线上的多数，使博物馆文化的传播速度和影响力骤然提升。

总而言之，在当前新环境下，博物馆做好主题活动应做好以下几点：

树立“以观众为中心”的理念，加强研究。要树立“以观众为中心”的理念，加强对观众的调查研究，了解观众的兴趣所在、关注热点。进行主题活动时切忌喊口号、贴标签，避免高高在上的说教，既要用情也要用心，不但要让观众“知道、了解”，还要能让其“共情、共鸣”。既要尊重传播规律、创新叙事语态，符合当代审美，还要搭建双向互动的平台，让观众能够广泛参与进来，赋予观众更多的话语权。

博物馆讲好故事的关键在于能够深入挖掘文物藏品背后的人文历史及其所蕴含的民族精神和道德精髓，要深入到价值层面，挖掘其背后的历史价值、文化价值、审美价值和时代价值，寻找能够触及人性和情感的细节，在深厚研究的基础上实现转化、活化，从而达到透物见人、见事、见生活、见智慧和见精神。

《家风故事汇》展演活动用话剧、讲述、无伴奏合唱等现代观众喜爱的多种艺术形式进行阐释和渲染，带来极强的艺术冲击力，让观众有很强的代入感，继而震撼与感动。只有打动了观众才能起到宣传的作用，达到教育的目的。

提高阐释的能力，对接新入口、用好新媒体、满足新需求。要做好重大主题活动，内容阐释是关键，博物馆要在社会公众与文物藏品之间构建起一座桥梁。需要对社会现实、国家意志、主流价值观有深刻的认识，要把研究成果进行“活化”，转换成博物馆语言，用观众喜闻乐见的语言深入浅出地表达。

要做好内容开发与生产，博物馆除了加强自身人员的培训提升员工能力之外，还要整合社会资源、搭建平台，树立开放、合作和共享意识，发挥博物馆资源核心优势，变单一生产内容的模式转化为社会参与共同生产内容的模式，共同策划、开发各种原创性文化活动及文化产品。《家风故事汇》项目将博物馆活动与戏剧、与动漫相结合，博物馆发挥资源核心优势，多方整合资源，与北京人民艺术剧院、中国传媒大学、多家出版社、动画制作专业团队等社会机构进行合作。

博物馆要积极适应新的信息生产和传播方式，充分利用新科技新媒体，使之起到博物馆文化传播的放大器作用。《家风故事汇》项目作为一个博物馆活动项目，在疫情形势下，能够达到亿级的流量，很大程度上由于其在宣传推广时采取全媒体传播的策略。乘着数字化、智能化的“东风”，突破时间空间的限制，拓宽文化触达观众的边界，更好地激活文物中蕴藏的历史密码、文化信息、精神基因。