



博物馆教育资源整合的探索与思考

Exploration and Reflection on the Integration of Museum Education Resources

陈 慰

Chen Wei

(中国国家博物馆社会教育宣传部, 北京, 100006)

(Social Education and Propaganda Department, National Museum of China, Beijing, 100006)

内容提要: 在“让文物活起来”思想的指导下, 中国博物馆界更加重视文物、展览的研究与利用, 注重发挥博物馆的社会教育功能。本文结合近年来博物馆教育转型发展过程中的实践案例, 通过对博物馆资源、资源整合等相关概念的分析, 探析博物馆教育资源整合的原因、整合的方式及其作用, 旨在为新时代博物馆教育工作的进一步发展提供借鉴。

关键词: 博物馆 教育 资源 整合

Abstract: Under the guidance of the idea of “letting cultural relics alive”, the Chinese museum community pays more attention to the research and utilization of cultural relics and exhibitions, and put more emphases on the social education functions of museums. This paper hopes to analyze the concepts of “museum resources” “resource integration” and some other related ones, combined with the practical cases in the transforming and developing process of Chinese museum education in recent years, to reveal the reasons, the methods and the effects of the integration of museum educational resources. The author hopes that it can provide some references for the further development of museum education in the new era.

Key Words: Museum; education; resources; integration

随着时代的发展和社会的变革, 中国博物馆在传承中华优秀传统文化与传播社会主义核心价值观等方面发挥着越来越重要的作用。习总书记指出, 要“系统梳理传统文化资源, 让收藏在故宫里的文

物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来”。作为直面观众的一线担当者, 博物馆的教育部门也越来越多地承担着梳理、运用各种资源, 为公众提供优质文化教育服务、正确引导公



众价值观念的责任。为此，博物馆教育行业近年来进行了许多极为有益的探索，教育观念与教育方式不断发展、创新，取得了诸多让人眼前一亮的成果，在整体上实现了从单一宣教模式向参与体验式教育的重大转型。这样的成绩离不开各博物馆教育部门同仁所付出的艰苦努力，离不开他们对博物馆教育资源所进行的深入挖掘和创造性整合。

一、博物馆教育资源整合的原因

资源是生产资料或生活资料的来源，包括自然资源和社会资源^[1]，是一个国家、一定地区、一个系统所拥有的人力、物力、财力等物质要素的总称。进行物质生产生活需要资源，进行精神文化生产生活同样需要资源。博物馆作为国家重要的精神文化生产单位和公共文化服务机构，也在占有资源、使用资源。一般来说，博物馆拥有的资源包括文物藏品资源、展览展示资源、研究成果资源、场馆环境资源、财政经费资源、人力人才资源等。博物馆的不同业务部门，通过不同的方式组织、运用这些资源，为公众提供各种类型的博物馆服务。

在使用资源的过程中，一定会出现一项业务需要使用多种资源或者多项业务同时使用一种资源的情况。这就需要对资源进行分配，尽力使各项工作都能得到一定数量的资源来保证开展。但是，分配后的资源必定是不完整、不平衡、不充分的。想要做好工作，就要将这些零散的资源进行整合，使它们形成一股合力、为实现同一个目标服务。所以，资源的有限性是资源整合的首要原因。整合的本意是通过整顿、协调重新组合，具体到博物馆教育工作中，就是要围绕对公众的教育服务这一目标，将一切与之相关的可用资源整理出来、调动起来，并进行优化组合，从而发挥每一项资源的价值，实现资源效用的最大化。

此外，博物馆教育的特殊性决定了其进行资源整合的必要性。一般来说，教育是将一定的知识、技能传授给某些对象的过程，传统的学校教育就是典型的例子。博物馆教育的重点不在传授而在

引导，可以看作是对人们已有知识的检验与升华。它以文物藏品、展览展示为基础，但并非单纯地让观众欣赏文物或者了解一些历史文化知识，而是要挖掘文物背后的人文精神内涵，传递符合社会主流意识形态的思想观点与价值观念。这不仅是客观层面的物质展现，更是主观层面的精神塑造。显然，要完成这个任务，凭借一种资源孤军作战是难以实现的，仅仅使用某种资源的浅层价值也是无法实现的。好的博物馆教育，应该做到善于调用多方面的资源、进行多角度的协作，还应该善于挖掘已知资源的潜力、具备开发未知资源的能力，这也是资源整合在纵深方向上的含义。

二、博物馆教育资源整合的方式

2015年3月，国务院颁布实施《博物馆条例》。条例从国家法规的层面上强化了博物馆的社会教育功能，专门设立“博物馆社会服务”一章，并明确规定：“博物馆应当根据自身特点、条件，运用现代信息技术，开展形式多样、生动活泼的社会教育和服务活动，参与社区文化建设和对外文化交流与合作。”在这样的背景条件下，各级各类博物馆积极探索发挥教育服务功能的方法和途径，创造性地对博物馆相关资源进行了不同程度的整合。归纳起来，大致可以分为以下两种类型：

（一）对自身资源的挖掘与重构

1. 观众信息资源

观众是博物馆行业服务对象的总称。前来博物馆参观、访问的各类观众，总会在有意无意间留下许多关于其身份、行为、偏好的各种信息。在大数据时代，这些信息也是支撑博物馆教育发展的重要资源。每位观众的性别、年龄、职业各不相同，文化教育背景也不相同，甚至属于不同的民族、来自不同的国家。因此，他们对博物馆教育的需求、反馈也不会相同。加强对观众信息的了解和分析，对一个博物馆在教育方面的战略布局和总体安排大有裨益。利用、整合观众信息资源，有数据分析和分



类研究两种方法。

数据分析是在大量采集、积累观众信息数据的基础上,用统计学的方法对这些数字进行分析,从而发现规律、把握趋势。目前,国内已经有一些大型博物馆启动了对观众信息的收集、分析,积累了一些相关数据。比如中国国家博物馆在2018年2月20日发布的《中国国家博物馆观众数据报告(2017年度)》显示:2017年接待观众总数8062625人次,其中未成年人观众139万人次,占比17%;北京地区观众356万人次,占比44%;外籍观众77万人次,占比9.5%^[2]。这得益于中国国家博物馆在新馆建设时开发的票务系统具有观众数据收集的功能。根据历年数据情况分析,中国国家博物馆把教育项目的重点目标定位在经常来馆的、本地常住未成年观众身上,开发出多个适合这些观众群体的系列课程。2018年5月,上海博物馆数据中心初步建成。它是“以数字化为技术手段,博物馆学为理论依据开发的数据分析和管理系统……对博物馆的主要业务数据进行了科学挖掘和精准分析……在这一系统中,既可以精确搜集博物馆每一天、每一小时的观众人数,亦可以准确了解到这每一天、每一个小时观众大致分布在博物馆的哪一个角落……通过对上述各种数据的长期累积,多维度分析,获得博物馆公众服务效应的数据画像,得到博物馆传播的趋势性预测,将为本馆及时调整发展策略,实施基于馆藏和观众需求的精准服务产生重要的评估及决策依据”^[3]。

分类研究是按照一定的标准,将观众划分为不同的群体,再具体研究某个群体所携带信息反映出特点或问题。如根据年龄层次,把观众划分为成年人和未成年人;根据来源属地,把观众划分为本国人和外国人;等等。分类研究可以在宏观数据分析的基础上,进一步对特定观众的不同需求进行更深入的了解,让博物馆教育部门对这些潜在教育对象有更清晰的认识,为有针对性地规划教育项目、策划教育活动提供更好的方向指引。在近年分类研究的基础上,中国国家博物馆构建了层次丰富、覆盖全面的公共教育服务体系。针对不同年龄阶段青少年学生的身心发展特点,开发了稚趣、认知、博

悟、养成四大系列博物馆课程;根据不同专业程度成人观众的参观了解需求,安排有公益讲解、语音导览、国博讲堂等不同层次的项目;对于残障人士参观或国际友人来访,也能够提供适合他们特点的教育服务。相信在未来,对观众信息资源的采集、分析和进一步研究与运用,还将为博物馆教育的转型发展特别是教育服务供给侧的转型发展提供更多的线索与支持。

2. 藏品资源和展览资源

藏品资源和展览资源是博物馆之所以成为博物馆的独特资源,也是博物馆向观众提供各项服务的基础资源。各馆藏品数量不等、种类不同,展陈思路和布展方式也有巨大的差别。因此,基于藏品、展览策划的教育活动也应该各不相同。要尽力避免“千馆一面”,做出自己的特色。

从前,绝大多数博物馆提供的教育服务都几乎只有一种,那就是展览讲解。究其原因,虽有时代背景的条件限制,但更多在于博物馆教育使用藏品资源和展览资源的方式非常单一。即便是在今天,还有许多馆仍然习惯性地将整个展览及其包括的所有藏品作为一个整体,作为教育活动的目标和依托。实际上,对这两种资源进行有主题地梳理、分类,有层次地使用不同的展览,甚至只使用展览的一个局部或是藏品的某些主题,将会更精确、更有效地实现预定的教育目的。仍以中国国家博物馆为例展开论述。

作为国家级博物馆,中国国家博物馆拥有48个展厅,收藏有140万余件藏品,展出有“古代中国”和“复兴之路”两个系统、完整展示中华文明历史的基本陈列,还有青铜器、佛造像、钱币、瓷器、石刻、革命文物、现当代美术作品等十多个专题展览,以及每年50余个高水平国际交流展和临时展。每个展览都有自己的精彩内容,其中也不乏闻名于世的精品文物。那么,如何使用不同的展览、藏品资源安排不同的教育内容?

一是根据展览的不同性质,提供不同程度的教育服务。首先保证为基本陈列和常设专题展提供



普及性服务，通过专职讲解员和志愿讲解员对整个展览的主线与概况进行介绍，满足普通观众参观、了解展览的愿望。然后针对专题展和交流展，特别是主题性很强的文化展和艺术展，设计专而精的教育活动，如为中国古代青铜艺术展设计的“鼎盛中华”、为中国明清家具珍品展设计的“承坐之间”，为罗马与巴洛克艺术展设计的“当鲁特琴遇上琵琶”，分别把关注点集中在青铜器中的鼎、明清家具中的桌椅、巴洛克艺术中的音乐上，从小口径深度切入，只解读其中最特色的部分，让参与者不仅能知道展品“是什么”，还能知道展览“为什么”。

二是利用藏品的不同特点，开发不同主题的教育课程。这种资源使用方式的本质就是跳出展览的思路框架，按照教育目标的需要策划独立的课程。这样的教育课程不是单纯把展览中展示的所有藏品罗列一遍，而是把精心挑选出来的少数展品有逻辑性地串联起来，与当时的历史和文化结合，构成一个有主题、甚至有故事的体验式教学课堂。在中国国家博物馆里并没有一个专门为“古代中国”展设置的教育活动，但却有《古代陶器》《古代玉器》《古代科学》《古代丝路》等15门从不同选题角度讲述中华文明发展历史的课程；也没有专门为“复兴之路”展设置的教育活动，但却有《甲午国殇》《维新变法》《星火燎原》《新中国》等36门以不同时代为背景讲述中华民族自强不息、实现复兴历程的课程。此外，还与北京市史家小学联合，全面盘点、精心梳理馆藏精品文物，将它们分门别类地抓取、整合，开发了“说文解字”“美食美器”“服饰礼仪”“音乐辞戏”四大主题共34课的系列课程。每个主题下包含8—10个适合三到六年级学生的不同内容，条分缕析，循序渐进，很好地实现了对规模庞大、叙事宏伟的展览资源的解析与重构。

3. 员工人力资源

员工是博物馆开展各项工作尤其是教育工作最核心、最宝贵的资源。其他资源都属于客体性资源，被动型属性比较明显，而员工人力资源是主体

性、主动型资源，其作用的发挥直接决定着其他资源开发、利用、整合结果的好坏。因此，一定要提高对员工资源的重视程度，引导这股力量发挥应有的正面作用。

博物馆教育部门的员工往往具有年轻化、专业化的特点。随着近几年我国文化事业和博物馆事业的蓬勃发展，许多博物馆新建、改扩建，也吸纳了一大批新的员工，为博物馆行业增添了新的活力。这些新生力量大多是“八零末”“九零后”，受教育程度高，专业性背景强，有活力，有想法。但是，年纪轻决定了他们的工作经验尚不丰富、工作能力尚不成熟，专业化也带来了习惯于只从自己的专业视角看待问题的局限。所以，针对具有这样特点的员工可以考虑从以下两方面入手，进行培育引导、优化整合。

一方面，要打破专业界限来使用。虽然博物馆教育部门的员工来自多个专业，有历史学、考古学、教育学、新闻学、艺术学等，但实际工作并不是这样展开的，也就不可能按照这些学科门类分工，是谁的学科让谁负责。应该提倡以设立项目小组的形式，吸收多个学科的员工进入，但要统一站在博物馆的角度去思考和运用自己的专业。通过相互交流、相互启发，形成专业碰撞和学科融合，最终把这些知识和技能都统筹到博物馆教育的落点上。对于个体而言，这也是一个了解其他专业的机会。参与人员通过相互间的学习、跨专业的合作，逐渐学会运用多角度的方法去思考问题，培养了综合解决问题的能力。

另一方面，要站在教育角度来培养。博物馆教育部门的员工素质关乎博物馆公共文化服务的质量与社会教育目标的实现，因而不能只借助于他们的原有专业技能，还应着重围绕博物馆的教育目的对他们进行再培养。除了博物馆的基础知识，还应让其明确本馆的办馆宗旨、服务定位、运营方针等，从宏观上对自己承担的教育任务有一个清醒的认识；要让他们了解教育学的理论、方法和技巧，从而具备从事教育工作的品德与素养；要让他们学习国内外的优秀博物馆教育案例，从而理解博物馆教



育的内容、形式、流程等；更要让他们在策划、开发各种教育项目的过程中不断试验、打磨、总结、提升，在实践锻炼中逐步成长、成熟。当然，也要奖勤罚懒，配合一定的人事激励措施促进年轻人的成长。

（二）对外界资源的吸收与融合

1. 与教育界的密切配合

博物馆本就是国家公共文化服务体系、国民教育体系的重要组成部分。尤其是在如今进行基础教育改革、推行素质教育的背景下，越来越多的家长、学校乃至校外教育机构意识到了博物馆的重要性，开始把博物馆作为重要的教学资源和教育场所。《博物馆条例》中，也对教育行政部门利用博物馆资源开展教育教学、社会实践活动做了明确规定，并指出：“博物馆应当对学校开展各类相关教育教学活动提供支持和帮助。”可见，博物馆与教育具有天然的和法定的紧密联系，二者存在极大的共识与共为空间。因此，教育界也成为博物馆教育应该联合、吸纳的对象资源。

在这方面，博物馆、教育行政部门和中小学校都进行了许多探索与实践。其中，平台搭建、基地建设和项目合作是近年来最为典型、最富成效的三种方式。

平台搭建是指通过某种介质建立沟通联系，使相关的信息或产品实现交流，从互知到互惠。这个中间介质可以是某种媒介载体（如互联网），也可以是一个专门机构。2008年9月，北京市启动了面向全市中小学生的社会大课堂活动，在市教委下专门设立了“北京市中小学生社会大课堂管理办公室”，负责选取、联络有益于学生素质教育的社会资源单位，引导、规范各学校参与校外实践教学活动。另外，还配套建设了“北京市中小学生社会大课堂”网站^[4]，负责向全市发布资源单位的基本信息、特色活动、预约方式等，方便中小学校、学生根据自身的需要选择参加。北京市的多家博物馆积极支持、主动参与其中，报送资源信息，推荐特色活动。目前，在网站公布的“资源单位介绍”栏目中可以看到，有“博物馆、科

技馆、展览馆类”123家，“名人故居、纪念馆类”9家，联手占据了全部名录487家单位的27.1%。通过申报成为社会大课堂的资源单位，博物馆让自己的教育活动及课程信息被全市中小学知晓；通过参与大课堂组织的特色案例征集、教师学生成果展示等活动，又将自己的教育特色和教育成果向全市进行了宣传推广。利用社会大课堂这个平台，博物馆更好地实现了它的教育功能。

基地建设是将某些场馆确定为常设地点，作为某种活动的基础性、集中性支撑。举办长时间、大规模的活动，一般都会确定一些具有资质、符合条件的场所作为基本活动地点。博物馆也应该抓住这样的机会，争取成为活动的主办地或共建方，借助这些活动能够提供的有利条件，增强和发展自己的教育服务能力。这样的典型例子包括为贯彻落实《爱国主义教育实施纲要》而设立的“爱国主义教育基地”、为贯彻落实《关于推进中小学生研学旅行的意见》而评选的“研学旅行示范基地”等全国性的例子，也包括北京市为贯彻落实《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》而开展的北京市中小学“四个一”活动^[5]等地方性的案例。在“四个一”活动中，承办博物馆的学生接待量达到了日均千人，远远超过了原有博物馆教育课程设计的容纳体量。这也促使各馆大力开发适应大规模展厅教学的相关课程，研发实践学习任务单，提升教师教学技巧，引导学生带着问题进入展厅进行探究式学习，取得了良好的效果。可以说，在某种程度上完成了博物馆教育课程模式的又一次发展创新。

项目合作是指两个或两个以上的参与机构，为达到某个共同的目的而联合开展工作。这种形式在近年突出表现为馆校合作，也有教育主管部门与博物馆的合作。比如前文中提到的中国国家博物馆与北京市史家小学合作，相继推出了《中华优秀传统文化——博物馆综合实践课程》和《写给孩子的传统文化——博悟之旅》两套系列课程及教学用书；四川博物院与绵阳一迪幼儿园合作，共同研发面向幼儿的博物馆文化体验课程^[6]。另外还有上海科技馆与上海市教委联合，围绕“开发一门博物馆课程、培训



一批科技创新教师、培养一群学习型学生”三个方面开展广泛深入的合作^[7]；湖南省博物馆与长沙市教育局、长沙市教育科学研究院、长沙市教师联合会等机构联合成立“历史教师沙龙”组织，组织开展了形式多样的沙龙活动^[8]，都通过吸引教师走进博物馆、培养教师利用博物馆，从而带动更多的学生爱上博物馆。

应该说，博物馆对于与教育界的交流、互动、合作已经积累了比较丰富的经验，其核心就是要实现优质教育资源的共享，将双方共通、共融的政策、资金、人力等资源进行整合使用。未来，博物馆与教育部门还可以在挖掘优势资源、创新合作模式和建立长效机制等方面，多做工作、多出成绩。

2. 与社会机构试水合作

在传统的“文教结合”思路之外，以台北故宫博物院及北京故宫博物院为代表的实力大馆还走出了一条“文创结合”的新路，与创意团队、制作公司等联合，让藏品化身萌物，从博物馆的展厅走向了千家万户，营造出参观博物馆、关注博物馆、享受博物馆的良好社会氛围，使“活起来”的博物馆及其代表文化真正成了人们美好生活中的一部分。令人欣喜的是，这样的思维模式和运营方式也开始在博物馆教育领域探索试水。

2015年9月，广东省博物馆的“牵星过洋——万历时代的海贸传奇”展览名动一时，引起各方关注。除了藏品精美丰富、主题紧扣“一带一路”时代背景外，展览方式和教育策划也颇为新颖。展览开幕时，广东省博物馆在地铁广州塔站推出“千年海丝·文明广州——海上丝绸之路文化展”，利用该站3号线站厅、APM线站厅、APM线列车及3号线列车4个展区展出，使参观者乘坐地铁时就能欣赏到若干文物精品。同时，还联合广州市少年宫，引入学生策展人参与到展览教育项目的策划中，并运用手绘装饰及3D场景等多种呈现方式，将小艺术家们所绘制的海上丝路作品嵌入地铁站台及APM线文化专列；拍摄的宣传片、制作的动画片、游戏和微课也通过地铁新媒体平台发送。这次跨界合作，不仅全

方位展现了海上丝绸之路当年的盛况，也将藏品、展览所承载的历史文化连接到新生一代的理解创作、推广至市民生活的公共场所，彰显了博物馆更为广阔的社会教育空间和社会教育价值。

2016年8月17日，中国妇女儿童博物馆与中国民族器乐学会、北京乐器学会共同签署了国学国乐文化合作协议书^[9]。各方希望通过国学、国乐的学习、传播以及音乐会展演等多种活动形式，以高雅的古琴诠释诗词，探索一条将古典诗词与古琴艺术发扬光大、普惠大众之路。这又是一个博物馆与社会机构合作，探索共同整合资源、发挥社会教育功能的生动案例。

不论是大众的公共文化场所，还是小众的古典艺术领域，博物馆都能以自己纵贯古今、包罗万象的优势，找到相关联的切入点，从而发挥传播优秀文化、传递正确价值观念的作用。在博物馆里，能够举行的展览、陈列的展品和开展的教育活动永远都是有一定限制的。走向馆外、走向大千世界，选好主题、选好结合点，整合运用社会机构的各种资源，就可以大大丰富拓展博物馆教育的施展空间和影响范围。此外，吸纳社会力量参与博物馆教育活动，可以使博物馆教育部门在策划、执行过程中减少投入，节约资源。通过吸引各企事业单位投入资金、场馆、人力等软硬件设施，博物馆可以在少投入甚至不投入的前提下，向社会提供更多、更优质的精神文化产品和公共教育服务，而社会机构尤其是企业也可以取得合理的社会经济回报，形成互利双赢的合作局面。因此，虽然从现在来看，博物馆教育与各类社会机构的合作还只是处于初步探索和逐渐尝试的阶段，但我们有充分的理由对这条切实有效、良性循环的资源整合道路寄予更多的期待。

三、博物馆教育资源整合的作用

可以说，博物馆教育资源不断整合的过程，就是博物馆教育事业不断发展的过程。通过对内部要素的挖掘与重构，增强自身能力；通过对外部力量的吸收与融合，扩大社会影响。



通过资源整合,博物馆教育将对博物馆及相关行业产生更加积极的影响。作为手段与过程,博物馆教育深化了博物馆对观众信息的了解,加强、改善了藏品、展览与观众的互动,提高了员工为观众服务的能力,有利于提升博物馆的吸引力和号召力;作为目的与结果,博物馆教育促进社会公众特别是青少年学生更多地走进到博物馆,欣赏和享受到精美藏品与精致展览带来的文化服务,同时接受到历史、艺术、科技等多方面的知识内容和思想理念,实现了本身的教育职能。这样的良性循环,不仅能够推动博物馆自身的发展,也将带动教育、文创乃至媒体行业的共同发展。比如博物馆课程,不仅各地学校开始开设,许多社会教育机构也在关注、模仿;比如“来自故宫的礼物”,常年位居淘宝小商品、小礼物销售榜前列;再比如《国家宝藏》《如果国宝会说话》等文博系列节目,推出后火遍大江南北,成为现象级的全民话题。

更进一步说,博物馆教育资源的整合,将使博物馆能够更好地担负起新时代国家文化建设的历史使命。让文物、遗产、古籍“活起来”,不仅是

要加强对这些物质载体的保护、展示,更重要的是要将它们所蕴含的历史、文化、精神、价值挖掘出来、传播出去,实现中华文化的创造性转化和创新性发展。这样,才能在满足人民群众对美好生活的期待的同时,更好地发挥“以文化人”的作用,传承、弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化,培育人民群众的理想信念、价值理念和道德观念,提升国民整体素质、提高社会凝聚力、推动国家和民族发展。而这正是博物馆教育事业的职责所在,也是其梳理、整合各种资源的终极目标和最大动力。此外,我们也应以此为契机,加强对外文博教育发展,使之助力于中华文化魅力的全球展现、推动各个文明不同文化之间的交流互鉴。从文物“活起来”到文明“活起来”,博物馆教育可以发挥作用的地方还有很多。

“中国各类博物馆不仅是中国历史的保存者和记录者,也是当代中国人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗的见证者和参与者。”新时代的博物馆人,整装待发。

注释

- [1] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编:《现代汉语词典》(第7版),商务印书馆,2017年,第1732页。
- [2] 中国国家博物馆官网:《中国国家博物馆观众数据报告(2017年度)》, <http://www.chnmuseum.cn/tabid/1832/InfoID/114171/ftid/71/Default.aspx>。
- [3] 上海博物馆微信公众号:《给我给我一双慧眼吧:上海博物馆数据中心初步建成》, <https://mp.weixin.qq.com/s/AB7C-zpLV14qNfAu1cS5AA>。
- [4] <http://bjssc.bjedu.cn>。
- [5] 即:中小學生至少參加一次天安門廣場升旗儀式,分別走進一次中國國家博物館、首都博物館和中國人民抗日戰爭紀念館。
- [6] 弘博網微信公眾號:《2016博物館盤點|社教篇》, <http://www.hongbowang.net/shejiao/2017-01-06/6246.html>。
- [7] 弘博網微信公眾號:《2016博物館盤點|社教篇》, <http://www.hongbowang.net/shejiao/2017-01-06/6246.html>。
- [8] 胡偉矗:《開展館校合作,打造歷史教學新平台——湖南省博物館歷史教師沙龍成立十周年簡記》,《中學歷史教學》2017年第3期。
- [9] 古琴之家微信公眾號:《中國婦女兒童博物館與中國民族器樂學會、北京樂器學會共同簽署國學國樂文化合作協議書》, https://mp.weixin.qq.com/s/5oi_HcTmePg55MiQVJxsQQ。