

# 传媒高校“三下乡”社会实践育人研究

谢葵萍

南京传媒学院，江苏南京 211199

DOI: 10.61369/RTED.2025180016

**摘要：**传媒高校“三下乡”社会实践将课堂知识与社会需求相结合，通过科技赋能、影像赋能、声音赋能、艺术赋能等方式助力乡村振兴与发展，在提高学生综合素养和专业能力，助推学生就业创业等方面，育人成效显著。本文针对实践中所存在的短期出效果任务完成心理，课题同质化不接地气等问题，提出做好提前对接、专业吻合、安排合理并落到实处等工作，通过开设传媒赋能乡村的专业课程与“三下乡”课题相互衔接，植入相关科研课题建立稳定长效的驻村传媒服务站，引入创意人才服务乡村文化产业，让“三下乡”社会实践真正成为连接传媒青年成长与乡村文化振兴的纽带，从而提高融合育人的实效。

**关键词：**传媒高校；乡村振兴；“三下乡”社会实践；融合育人

## Research on Education through "Three Goes to the Countryside" Social Practice in Media Universities

Xie Kuiping

Nanjing University of Media and Communication, Nanjing, Jiangsu 211199

**Abstract :** The "Three Goes to the Countryside" social practice in media universities combines classroom knowledge with social needs, and contributes to rural revitalization and development through means such as technology empowerment, image empowerment, sound empowerment, and art empowerment. It has achieved remarkable educational effects in improving students' comprehensive literacy and professional abilities, and promoting their employment and entrepreneurship. Aiming at the problems in practice, such as the psychology of completing tasks for short-term results and the homogenization of projects that are not grounded, this paper proposes to do a good job in advance connection, professional matching, reasonable arrangement and implementation. By offering professional courses on media empowering the countryside to connect with "Three Goes to the Countryside" projects, implanting relevant scientific research projects to establish stable and long-term village-based media service stations, and introducing creative talents to serve rural cultural industries, the "Three Goes to the Countryside" social practice can truly become a link connecting the growth of media youth and rural cultural revitalization, thereby improving the effectiveness of integrated education.

**Keywords :** media universities; rural revitalization; "Three Goes to the Countryside" social practice; integrated education

高校暑期开展的文化、科技、卫生“三下乡”社会实践是当前“大思政课”实践育人的重点内容。传媒高校将播音、编导、摄影、新闻传播、数字媒体、视觉设计、戏剧影视等各专业学生进行组队开展的“三下乡”社会实践，将专业课程由课内延伸到课外，将毕业选题拓展到业界项目，成为大学生将课堂知识与社会需求相结合的重要实践平台<sup>[1]</sup>。实践时长约为1-2周，活动主题明确，内容丰富，涵盖了文化“下乡”与科技“下乡”两方面。文化方面，包括走进红色教育基地进行思政研学，融入党建和团建<sup>[2]</sup>；深入山间田野探索智慧农业发展路径，致力科技新农与三农宣传；走访乡村困难家庭，通过支教帮扶和公益募集等方式给留守儿童和老人等困难群体送去温暖，利用传播手段为弱势群体链接社会资源；前往民俗文化村对秦腔、鼓乐、傩舞、传统手工艺等非遗进行学术考察，采集图片与音视频等一手资料，宣传乡村地域文化；通过景观墙绘对村景点改造升级，将优秀文艺作品送下乡，开展学术讲座和文艺科普，向村民推广普通话，用镜头记录乡村风貌与历史变迁，设计游戏动画和文创产品助力乡村文旅……。科技方面，包括开展智能交互、大数据、AI技术科普，将AI、VR、AR等新兴技术带入乡村建设；采用无人机拍摄乡村风貌，组建抖音号，在直播间带货土特产并科普农业知识。紧跟时尚潮流，将乡村文化故事制作成RAP、IP形象、动画、游戏，运用AI技术复原乡村历史画面，通过VR设备与历史人物进行对话，通过数字化互动展示和IP形象开发生成虚拟主播讲述文化故事等。传媒高校“三下乡”活动通过科技赋能、影像赋能、声音赋能、艺术赋能等方式把先进生产力和先进文化传播到乡村，综合传媒各方力量赋能乡村振兴与发展<sup>[3]</sup>。

作者简介：谢葵萍（1978—），江西萍乡人，硕士，南京传媒学院副教授。研究方向：非遗传承与文创设计。

## 一、传媒高校“三下乡”社会实践的育人实效

提高学生综合素养和专业能力。“三下乡”社会实践让青年学生深刻体悟红色文化精神和城乡文化振兴的时代脉搏，增强爱国主义情感和文化自信，是校内思想政治教育的延伸与深化。“三下乡”使得专业教学和社会实践紧密结合，使其有思维深度和广度的传媒人才。“三下乡”强化团队精神和集体意识，传媒高校通过吸纳传媒各专业学生进行专业交叉融合达到优势互补，通过共融共通的团队协作使得综合素养得到很大提升，这有利于激发学生的学习兴趣与学习动机，促进学生全面发展和培养学生核心素养。大学生参与“三下乡”社会实践活动，是一次深入乡村、锻炼意志、实践专业知识、提高社交能力的绝佳机会<sup>[4]</sup>。“三下乡”活动促进学生的全面发展，也让艺术的种子在实践地区的孩子心中萌芽，改善了当地的文化氛围，增强了人们的审美意识<sup>[10]</sup>。在活动中，各专业学生团结协作进行专业交叉融合并达到优势互补，团队成员的学术思维、审美判断与设计创新等各方面能力得到提高。学生在活动策划、活动组织、设计宣传等一系列实践体验中得到专业能力的锻炼与提升。“三下乡”能够帮助学生在实践过程中了解社会现实，提升社会责任感，通过实践的满足感、成就感来提升自信心<sup>[5]</sup>。“三下乡”是一次增长智慧、强健体魄的锻炼机会<sup>[6]</sup>。面对高温天气、交通不便等困难，学生团队发挥聪明才智一起自主解决问题，在艰苦的环境中磨炼了学生的品质与体质，在劳动实践中体验劳动魅力。相比于在校内课堂，在实地调研过程中，师生和谐愉快的教学气氛难以忘怀，增进了师生的感情。乡村鲜活的社会生态环境为大学生的思想政治教育和专业教育提供了现实教材与实践平台，开放式的调研与交流，接触到学术前沿，开阔了视野，学生领悟得会更快，教学效果更好。

助推学生就业创业。将大学生“三下乡”实践活动与乡村振兴有机结合，既能为乡村发展注入人才、技术与创新活力，又能让青年学子在服务乡村的过程中受教育、长才干。<sup>[3]</sup>学生通过“三下乡”社会实践，透过现象抓本质，深入了解乡村地域文化，考察就业岗位，培养创新创业精神，可以增强服务地方和社会的意识，为其探明创新创业项目的方向以及未来的职业发展打下坚实基础。

## 二、传媒高校“三下乡”社会实践存在的问题

短期出效果，任务完成式心理。很多“三下乡”社会实践仓促组队，由于时间紧迫、经费有限，对服务乡村振兴的认识不够以及对当地情况认识不够，变成了走马观花式的考察。观察的大多是表面现象，对于乡村发展中所存在的难题解决方案存有完成任务和一厢情愿的心理。为了完成任务短期要出效果，变成了拍照打卡速成暑期作业，因此失去了活动本质与育人目的。

课题同质化，不接地气。很多“三下乡”实践课题内容类似，实践模式雷同，项目设计同质化。针对乡村所提出的发展问题，专业不相匹配，实践课题与乡村产业优势结合不紧密，由于观察大多是表面现象，“三下乡”项目可持续性与保障措施不强，

没有建立具有长效性与稳定性的可持续发展目标，导致高校的文化帮扶和当地村民的实际需求出现了偏离。

## 三、传媒高校“三下乡”社会实践的育人成效提升策略

建立稳定长效的驻村传媒服务站，引入创意人才服务乡村文化产业。推进传媒高校与乡村政府企业的深度合作。以“三下乡”社会实践为平台，通过植入传媒赋能乡村等相关科研课题建立稳定长效的驻村传媒服务站，将课堂教学与实际应用相结合，提高学生的实践能力和创新意识。高校应建立动态反馈机制，定期评估技术落地效果并优化服务方案。“三下乡”的价值，从来不在乎“下乡多少次”的数量累积，而在于“留下多少根”的实效沉淀。在传媒高校与乡村服务点深度合作下，学生的实践学习不再只是应付完成实习任务，相关合作单位也不会觉得自己并没有从中受益，只是在为高校、为学生服务。在合作实体的运营过程中，无论是高校还是合作单位，都积极参与、认真对待，不仅让学生所学知识真正有了用武之地，也为合作单位提供了丰富、优质的人力资源，可谓一举两得。在驻村点建立观察点，将动态鲜活的乡村文化建设案例植入传媒专业教学中，要改变“过时”案例教学的传统授课模式，开展产学研结合的教学，引导学生对乡村真实的数字媒体运营项目展开实践和探索，将抽象的理论讲解转变为乡村文化建设项目引领下的“有用”课堂，让专业教学“接地气”。

由于乡村传媒人才的缺乏，很多村镇无法运营自己的公众号，即使创建了自己的公众号，也因内容缺乏原创性，传播自由随意，各类信息存在抄袭现象，无法达到三审三校标准而被上级单位叫停。以笔者组织的“井冈红韵，承创非遗”实践团所调研的“农民将军”故里沿背村为例，该村是全国文明村和省首批红色名村，每年都会接待来自各大高校组织的“三下乡”团队，活动年年有，活动也很丰富多彩，开展的大部分是走进红色教育基地开展研学实践，对农田水利探索智慧农业路径，为村民送去科普讲座和文娱节目，对孤寡老人和留守儿童进行帮扶和支教等内容<sup>[7]</sup>。在数智化时代，乡村对于传媒人才的需求一直是紧缺的，传媒高校在乡村成立长期稳定的乡村驻村融媒体点显得尤为重要。每到暑期，各高校各二级学院公众号推送最多的内容就是“三下乡”社会实践，这些内容可以同步转化为驻村公众号的宣传内容，但却未得以实现。

传媒人才是乡村文化振兴最缺的创意力量。大学生良好的教育背景和开阔的视野，使得他们对现代科技往往持有更为积极的心态，更加善于运用新技术为传统产业赋能，通过将数据、信息、网络等新质生产要素带回乡村，为乡村产业振兴引入新引擎<sup>[8]</sup>。由于信息滞后和观念的陈旧，在乡村文化建设中需要加入更多的新鲜血液，在“三下乡”活动中，积极引导大学生参与乡村文化建设，成为新村民、新乡贤，发挥文化精英在村文化建设中的杠杆作用。新乡贤在乡土韧性的作用下回到村庄，成为推动村庄走向善治的重要力量。新乡贤带动更多农民成为乡村文化的

主动创作者、表达者与传播者，形成传播乡土文化、讲好振兴故事、建设数字乡村的热潮。由新乡贤建立驻村文化传媒服务站，结合当地新闻媒体机构的实际需求，通过共同创办如广告部、编辑部、记者站等实体，共同创建运营公众号，改变以往传统的校企合作模式。以公众号等作为当地文化宣传的重要窗口，宣传内容包括农事活动与农产品，农业等专业知识科普、当地文化活动如“村晚”、“村BA”、“村”文化IP及文化创意活动，利用文化创意提升农产品附加值等，将乡村文化遗产资源转化，助力乡村文旅经济发展，真正做到点燃乡村活力的目的，做成文化惠民工程。

开设传媒赋能乡村的专业课程与“三下乡”课题相互衔接。遵循国家乡村振兴的指导方针，开设涉农助农的传媒课程，如针对乡村文化遗产的保护、传统手工艺的传承、创意文化节策划，乡村文旅沉浸式数字展示等方面，将乡村振兴思政主题融入传媒类课程<sup>[9]</sup>。在人工智能时代，智能化的数字媒介叙事以其特定的媒介方式和话语逻辑进入到现实的政治、经济、文化过程乃至普遍的日常生活当中，成为当今最具影响力的叙事文化生产与消费形式之一。给乡村进行科技赋能与文化赋能同样重要。开设乡村文化数字媒介叙事等课程，同时为乡村振兴进行科技和文化赋能。与校内实践课和普通的社会实习完全不同，“三下乡”社会实践是暑期有计划、有组织，深入乡村、服务乡村的社会实践活动，比如针对乡村文化振兴的课题，在前一学期提前开设传媒赋能乡村的专业课程，与“三下乡”课题相互衔接，实践团队要于活动之前找好乡村驻地，先对乡村实际状况与发展痛点做前期调查，提

前对接好乡村驻地，根据乡村真实需求再拟定个性化实施计划，社会实践过程要与毕业设计选题、学生就业方向形成关联。在组建实践团队时，团队成员所学专业要与课题研究相匹配。以笔者组织的“遇见景德，薪传非遗”实践团所调研的三宝村、老厂村、双凤村为例，面对非遗传承人、“景漂”访谈中提供的大量信息，学生很难进行综合分析。虽然在“三下乡”之前学生在课堂中已了解了颜色釉、青花、扒花、柴烧等非遗工艺，但对“景漂”的概念与情况不清楚，因此需要提前让学生了解“景漂”这个群体，再做采访。这些“景漂”一开始是聚集在景德镇城乡交界处的一些村庄和工厂，如老鸦滩、老厂、雕塑瓷厂、陶溪川等地，后来许多“景漂”开始向更远的乡村迁移。在了解“景漂”之后，学生在做田野考察与人物访谈的时候就能做到心中有数，能采访到核心问题，并从中抽绎出有效或有用信息。传媒人才不仅要具备扎实的图片编辑等基本能力，同时还要具备熟练的数字媒体运营能力。作为将来传媒行业从业者，学生不仅需要具备媒体人的媒介素养，更需要经过实践训练，将理论知识加以运用。

#### 四、结语

总之，高校要制定专门服务乡村的传媒人才的培养方案，发挥“三下乡”社会实践在实践育人方面的功效，深化“实践育人”的观念，促进学生的全面发展。乡村同时要为青年传媒人才开通绿色就业通道，助力学生成长成才，真正让青年学生受教育、长才干，改善乡村文化生态，为乡村振兴做出贡献。

#### 参考文献

- [1] 龙臻.大学生“三下乡”实践育人实效[J].村委主任, 2025 (04).
- [2] 李奕蕾.美育视域下的艺术院校“三下乡”实践育人研究[J].百花, 2023 (09).
- [3] 刘超.大学生“三下乡”暑期社会实践赋能乡村振兴实践育人模式分析[N].河北经济日报, 2025年7月31日第20版.
- [4] 张春艳.高校“三下乡”助力乡村农业发展的实践路径探究[J].农业科技创新, 2025 (11).
- [5] 陈化先.让“三下乡”落地生根[N].江西日报, 2025年8月18日第006版.
- [6] 闵兢, 黄慧.返乡青年治村的实践逻辑与空间再生产[J].中国青年研究, 2024 (08).
- [7] 粟后发.乡土韧性与城乡回路:精英反哺的社会文化动因及影响[J].社会学评论, 2022(4).
- [8] 胡疆锋.为乡村振兴提供更多文化动能[N].人民日报, 2023年12月5日第20版.
- [9] 施旭升.媒介如何“讲故事”:媒介叙事的价值立场和话语逻辑[J].艺术传播研究, 2024 (05)
- [10] 方李莉.景德镇模式——以艺术撬动遗产资源为内生驱动力的新型发展模式[J].民族艺术, 2025 (03).