暑期社会实践总结

——汪文颖

在上学期间，我们注意到在大学城里会出现一大批参观游玩的学生，经过了解后知道这是近两年来才逐渐流行的研学旅行活动。研学旅行的具体定义为：学生集体参加的有组织、有计划、有目的的校外参观体验实践活动。研学要以年级为单位，以班级为单位进行集体活动，同学们在老师或者辅导员的带领下，确定主题，以课程为目标，以动手做、做中学的形式，共同体验，分组活动，相互研讨，书写研学日志，形成研学总结报告。和课外兴趣小组或者是俱乐部的区别在于这种研学旅行应该不拘束在校园内，不拘束在学生的家长营造的舒适圈内，而是跳出来，和同龄人一起去解决一些可能存在的人际交往的问题矛盾，去面对可能会超出该阶段学生会有的知识边界，从而建立起自己的人际交往准则，找到属于自己的解决问题的方式，建设起自己的社会道德底线，甚至培养起独属于自己的兴趣圈，进而使自己的自理能力、创新能力和实践能力得到大幅度的跃升。在现实生活中，通过我们团队对偶然到访的初中生进行的有关大学城研学旅行的活动过程的观察，我们发现，在保证集体性参观的过程中，并不能很好地确保研究或者是学习的开展。从以大学城为主题的研学旅行的设计来看，学生只能参观浏览学校的环境和部分公共设施，但是对于该学校的历史文化，校园魅力或者说是大学生活都没有得到真切的体验，更不用说去发现该高校对于自己的吸引点或是去摸索发现自己的兴趣领域。与普通游客游玩景点差不多，因而我们需要一些改变，去让学生是真正体会到研学旅行的研学特点。但是不太幸运的是，学生的暑假生活很是不易，因而我们决定从开展研学旅行的公司开始，中间又掺杂着对于家长或是教师的相关态度和意见。我们访问了三家研学旅行的公司：汇景研学，南京正大国际旅游有限公司和南京天下行国际旅行社。这三家公司分别代表了较为知名的研学旅行公司与不太知名的研学旅行公司和才起步的研学旅行公司。回顾总结访谈内容，我们得到以下的信息点：

这三家公司的总部都在南京，他们的研学旅行的内容基本上都是围绕江苏、浙江、上海等地的相关人文历史，其地域内新兴的工业基地，著名大学城文化，较为基础的科技体验开展的。在这五个领域内，会结合他们服务对象的学校学习内容进行研学旅行的设计。对于其中可能涉及到的较为复杂的专业知识，有的公司（如汇景研学）会有专门的教师进行讨论请教，进而设计出较为通俗有趣的方案；而有的公司没有相关老师可以进行咨询，所以只能降级使之成为参观浏览。

这三家公司大都是上门自我推销，学校并没有一个专门的长期规划，仅仅是当做一个短期内要完成的任务，没有延续性进而就不能确保教育的效果。而且一个研学旅行项目的真正实施的周期为1-3天，与普通游客游玩景点的周期相仿，所以总的来说研学旅行还依旧停留在游玩上。

在研学旅行设计方案中，仅有汇景研学一家有专门的培训系统，对相关的从业人员进行系统且专业地培训，其余两家直接由导游领队，所以在专业度上还有待提高。同时，还有一个问题即参与活动的学生与教师无法在过程中直接反应他们的观感与学习感受，从研学旅游公司这个组织者的角度出发，他们不安排这种过程中的反馈安排一是因为时间太短，活动太满，二是因为害怕询问后太强硬，会妨碍到和学生融洽相处。

研学旅行结束后，公司没有直接收集到和学生直接相关的感受，而是和对接的学校负责人处获得，且并没有设计如何让学生记录在此过程的所得。即没有直接的成果展示显示学生们真正地提升了自己的能力。

这三家公司也表示过比较期待能与特定的学校达成长期稳定的合作关系。若是能够拥有能够长期稳定合作的学校，公司将会研发系列课题，并将前产品进行有针对性的优化。

由于研学旅行是近两年才提出的新概念，对素质教育而言有一定的辅助作用。但是，也有不少产品，活动直接冠名研学两字，实质内容却毫不相关，真真是挂羊头卖狗肉，甚至会有家长认为这是与冬夏令营一样的活动而阻止孩子参与。所以，研学旅行的概念还不是十分的深入人心，同时没有具体的行业规范和审核制度，导致“研学”这个词语被滥用。所以要加强行业规范建设。

以上是我们对于三家采访内容的总结归纳。其实，对于研学旅行的突然盛行，就因为其突然，哪怕再有政府的支持，但是没有行业的规范与审核，没有榜样的带头作用，研学旅行只能跌跌撞撞自己摸索着前进。面对此等情况，我们结合能搜集到的相关资料以及我们所学到的知识来解决这个问题：

建立一个平台，协助研学旅行公司进行网上一对一快速结交事业伙伴的进程，同时也能帮助公司收集相关产品的在学生间的评价

同时也需要换个平台，帮助孩子们在活动结束后进一步将自己的兴趣点进行深度开发进而体现深度学习的概念

在旅行过程中可进行纸质日记或者是电子日记的记录，让孩子在旅行过程中的心情和感悟进行记录，可作为纪念，也可作为自己某些能力的佐证。

学校或地方政府应该制定长远的教育性较强的研学旅行计划，使之具有较高的教育意味以及能够长时间全面的认识自己的故乡或某一知识点。