

新时代高校推动基层社科理论宣传的策略研究

冯甜甜, 葛欢欢

泰山职业技术学院, 山东 泰安 271000

DOI: 10.61369/SSSD.2025090011

摘 要 : 新时代背景下, 高校作为社会科学理论研究与传播的重要阵地, 肩负着推动基层社科理论普及与实践转化的重要使命。当前基层社科理论宣传在实际推进过程中面临多重现实挑战, 理论内容与群众实际需求脱节, 出现“悬浮化”现象, 难以真正融入基层社会生活。针对这些问题, 高校需发挥自身智力优势与组织优势, 探索更具实效性的宣传路径。通过优化宣传策略, 不仅有助于增强人民群众对主流价值观的认同, 也为构建具有中国特色的哲学社会科学话语体系提供实践支撑。

关 键 词 : 新时代; 高校; 基层社科理论宣传

Study on Strategies for Colleges and Universities to Promote Grassroots Social Science Theory Propaganda in the New Era

Feng Tiantian, Ge Huanhuan

Taishan Vocational and Technical College, Tai'an, Shandong 271000

Abstract : Against the backdrop of the New Era, colleges and universities, as important positions for social science theory research and dissemination, shoulder the important mission of promoting the popularization and practical transformation of grassroots social science theories. Currently, the promotion of grassroots social science theories faces multiple practical challenges in the actual advancement process: the theoretical content is disconnected from the actual needs of the masses, leading to a "disconnection phenomenon" that makes it difficult to truly integrate into grassroots social life. To address these issues, colleges and universities need to leverage their own intellectual and organizational advantages to explore more effective propaganda paths. By optimizing propaganda strategies, it not only helps enhance the masses' recognition of mainstream values but also provides practical support for constructing a discourse system of philosophy and social sciences with Chinese characteristics.

Keywords : new era; colleges and universities; grassroots social science theory propaganda

一、高校推动基层社科理论宣传面临的困境

(一) 基层社科理论宣传内容悬浮

基层社科理论“悬浮化”现象在当前实践中表现突出, 反映出理论传播与实际需求之间的脱节。首先, 理论认同度不足进一步加剧了“悬浮化”趋势。即便部分基层群体接触到了社科理论内容, 也因缺乏共鸣而难以形成价值认同。理论传播过程中忽视不同区域、群体的文化差异与认知习惯, 统一模板式的输出难以回应多元利益诉求与现实困惑^[1]。

其次, “悬浮化”还体现在理论实施过程中的形式主义倾向。部分高校和社会组织在开展基层宣传时注重完成任务指标, 追求活动数量与表面覆盖, 忽视实际效果评估。宣讲会、培训课等活动虽定期举行, 但内容重复、互动缺失, 参与者被动接受, 缺乏深入交流与思想碰撞。

再者, 更深层次的问题在于理论生产与基层实践之间存在结构性断裂。高校作为社科理论的重要产出地, 其研究成果多集中于学术期刊与专业会议, 较少以适合基层理解的方式进行转化^[2]。

研究人员与基层工作者之间缺乏稳定沟通机制, 理论更新无法及时对接社会治理需求, 这种割裂状态使得理论难以真正嵌入基层治理结构与民众认知框架, 最终演变成为一种象征性存在, 仅在特定场合被提及, 却无法持续发挥作用。理论“在场”却不“在地”, 成为制约基层社科宣传实效的关键障碍。

(二) 基层社科理论宣传力度较小

部分高校在社科理论宣传方面投入的人力、物力和资源相对有限, 导致宣传覆盖面窄, 影响力不足。在组织机制上, 多数高校尚未建立专门负责基层社科理论宣传的职能部门或专职团队, 通常由宣传部门或马克思主义学院兼职承担, 职责不清、任务交叉, 导致工作推进乏力。宣传人员多为教师或行政人员兼任, 缺乏专业的传播训练与基层工作经验, 难以针对不同群体设计差异化的宣传方案

从经费支持角度看, 专项宣传资金普遍不足, 许多宣传活动因预算限制而被迫缩减规模或取消, 无法实现跨区域、多层次的推广^[3]。一些高校即便开展宣讲活动, 也多集中在校内课堂或学术会议中, 面向社区、乡村等基层单位的延伸极为有限。

课题基金项目: 本文系2025年山东省人文社会科学课题一般项目“山东新时代基层社科理论宣传普及的提质增效研究”的阶段性成果; 泰山职业技术学院泰山文化融入高校思政建设科研创新团队(2025KYCXTD12)的阶段性成果。

最后,社会协同力量的调动同样不足。高校与地方政府、社会组织之间的联动机制不健全,资源共享渠道不通畅,宣传资源分散,难以形成合力。基层群众对社科理论的认识仍停留在“高深”“抽象”的印象中,高校未能通过有效方式打破这种认知壁垒^[4]。宣传过程中忽视对青年群体、务工人员、老年人等特定对象的关注,传播内容同质化严重,缺乏针对性与吸引力。

(三) 基层社科理论宣传渠道较少

传播路径的单一性使得理论难以触及更广泛的受众群体,尤其在城乡结合部与偏远地区,信息传递链条薄弱,导致社科理论停留在学术圈层内部,未能实现有效下沉。多数高校仍依赖传统方式开展宣传,如纸质刊物、校园讲座和公告栏展示,这些形式受时间与空间限制明显,覆盖范围有限,且互动性不足,难以激发群众参与兴趣^[5]。

新媒体平台的应用虽有所尝试,但普遍存在更新频率低、内容枯燥、缺乏针对性等问题,未能充分发挥数字媒介在传播速度与广度上的优势。部分高校微信公众号或官网栏目长期未更新,信息滞后,公众关注度持续走低,传播效果大打折扣。

社区、乡村等基层单位本应成为社科理论传播的重要节点,但由于资源投入不足,缺少常态化传播载体,导致理论宣传出现“断点”与“盲区”。一些地方即便设有宣传站点,也多流于形式,工作人员专业素养参差,难以承担深度解读与有效传达的任务。校地合作渠道尚未健全,高校与地方政府、社会组织之间的协作松散,缺乏稳定的信息共享与传播协同机制,使优质理论资源无法顺畅导入基层。

志愿服务队伍虽有一定基础,但培训体系不完善,传播手段陈旧,仍以发放传单、集中宣讲为主,缺乏创新表达与贴近群众生活的转化能力^[6]。青年学生作为传播主力,其社会实践周期短、流动性强,项目延续性差,影响了宣传工作的系统性与深入性。部分地区对数字化基础设施建设重视不够,网络覆盖率低,智能设备普及率不高,进一步制约了线上渠道的拓展。

二、新时代高校推动基层社科理论宣传的策略

(一) 创新四化协同模式,推动宣传提质增效

在新时代背景下,高校推动基层社科理论宣传需突破传统路径依赖,构建需求设定的分众化、宣传主体的多元化、内容设计的生活化与传播媒介的数字化协同机制,形成系统性、动态化、可持续的宣传生态^[7]。

首先,基层群众的认知习惯、知识结构与信息接收方式存在显著差异,统一化的理论输出难以实现有效覆盖。通过大数据分析 with 实地调研相结合的方式,对不同年龄层、职业群体、地域特征的受众进行分类画像,制定差异化宣传方案,提升理论传播的针对性与接受度。针对青年群体侧重价值引导与未来展望,面向社区居民则聚焦政策解读与生活关联,使社科理论真正嵌入个体认知框架。

其次,宣传主体不应局限于高校教师或理论专家,而是吸纳学生志愿者、基层干部、社会组织成员乃至普通群众共同参与,

形成多层次、跨领域的传播网络。高校可依托社会实践项目、志愿服务团队和校地合作平台,组织师生深入街道、乡村、企业开展互动式宣讲,将学术话语转化为民间语言。同时鼓励基层典型人物现身说法,以亲身经历诠释理论内涵,增强说服力与亲和力^[8]。

再者,理论内容的设计摆脱抽象化、概念化的表达惯性,转向贴近日常经验的叙事方式。将马克思主义基本原理、社会主义核心价值观等宏大命题融入具体生活场景,如通过家庭关系、邻里互助、职业发展等现实议题展开讨论,使理论阐释具有可感知的情感温度与实践指向。高校可联合社区开发情景剧、微短剧、案例故事集等形式,用真实情境承载理论逻辑,降低理解门槛,激发共鸣效应。

最后,高校可以充分利用短视频平台、微信公众号、直播工具等新媒体手段,打造线上线下融合的传播矩阵。借助算法推荐技术实现内容精准投放,利用弹幕评论、在线问答等功能增强用户参与感。建设虚拟展馆、线上讲座库、智能问答系统等数字资源平台,提供全天候、可检索的理论服务。

(二) 融合地方文化品牌,保证宣传精准落地

地方文化蕴含着丰富的历史积淀与群众基础,是连接高校社科理论资源与基层社会需求的重要纽带。高校可以尝试将地方文化元素融入社科理论宣传,能够有效打破理论传播的抽象性与距离感,使党的创新理论更贴近民众生活实际^[9]。通过挖掘地域特色文化符号、民俗传统、红色资源与人文精神,构建具有本土辨识度的“社科+”宣传品牌,有助于增强理论传播的亲和力与感染力。例如,结合地方非遗项目开展理论宣讲,以民间艺术形式演绎政策内涵,既保留文化传承的温度,又赋予理论表达新的呈现方式。

依托地方文化品牌推进社科理论宣传,需注重内容转化与话语重构。高校应组织师生深入城乡社区、乡镇村落,调研区域文化特征与群众认知习惯,提炼可资利用的文化IP,打造一批主题鲜明、形式活泼的理论传播产品。将学术语言转化为通俗叙事,把宏大命题落脚于百姓关切,实现理论供给与群众需求的有效对接。设立“社科+地方文化”示范点,孵化社区文化讲堂、乡村理论驿站等载体,借助庙会、节庆、集市等人流集聚场景开展互动式宣传,扩大覆盖面与参与度。

高校应联合地方政府、文化机构、媒体平台共建协同机制,制定品牌建设规划与评估体系,确保资源整合与项目落地。鼓励教师将地方文化研究纳入科研选题,支持学生社会实践团队围绕“社科+”主题设计志愿服务项目,形成教学、科研与社会服务联动格局。定期举办“社科文化周”“理论进万家”等活动,强化品牌识别度与影响力。通过典型经验推广与案例汇编,推动成熟模式在不同区域复制延伸,促进基层社科宣传由零散化向系统化转变。

(三) 利用数字化工具,发掘多渠道宣传媒介

数字化技术的迅猛发展为高校开展基层社科理论宣传提供了全新手段,借助互联网平台与智能设备,理论传播能够突破传统时空限制,实现更广覆盖、更深渗透^[10]。

其一，高校可依托微信公众号、短视频平台、微博等社交媒体构建理论传播矩阵，通过短小精悍、形式生动的内容吸引基层群众关注。其二，高校可建设线上社科普及平台，整合教学资源与研究成果，打造集文章发布、视频展播、互动问答于一体的综合性数字门户。此类平台不仅服务于校内师生，也可向社区、乡镇等基层单位开放，形成资源共享机制。通过设置专题栏目，如“政策解读”“理论进万家”“乡土与文明”，持续输出具有现实关怀的理论内容，引导公众理解国家政策与社会变迁背后的学理逻辑。其三，直播技术的应用进一步拓展了理论宣传的场景可能性，高校可组织专家学者走进乡村礼堂、社区活动中心，开展线上线下同步的社科讲座与咨询活动。群众可通过手机实时参与互动，提出关切问题，实现双向交流。这种沉浸式、即时性的传播方式有效提升了基层受众的参与感与获得感。第四，虚拟现实与增强现实技术也为理论宣传注入新活力。开发红色文化体验项目或社会科学情景模拟应用，让群众在虚拟环境中感受历史脉络与理论力量，使抽象概念具象化、可感知。最后，高校应加强与地方媒体、网络平台的合作，联合制作高质量的社科普及内容，扩

大传播声量。建立数字内容生产团队，培训师生掌握新媒体运营技能，形成可持续的内容输出机制。当高校主动融入数字生态，基层社科理论便能真正“下沉”到生活现场，在多元媒介交织的网络中焕发持久生命力。

三、结束语

综上所述，高校在新时代背景下承担着传播社会科学理论的重要使命，其推动基层社科理论宣传的实践不断深化，取得了一定成效。通过创新协同机制，部分高校已探索出课程化、项目化、团队化与服务化相结合的宣传路径，提升了宣传的系统性与持续性，增强了理论内容的可感性与可及性，使抽象理论转化为具象行动，在服务社区、乡村和基层单位的过程中实现了价值传递。未来需进一步强化制度设计，推动高校与地方政府、社会组织建立稳定合作架构，形成资源共享、责任共担、成果共创的协同格局，确保理论传播不只是“走过场”，而是真正进入人心、指导实践。

参考文献

- [1] 米加宁，章昌平，李大宇，林涛. 第四研究范式：大数据驱动的社会科学研究转型[J]. 学海, 2018(2): 11-27.
- [2] 董艺，邓纯东. 坚持马克思主义在哲学社会科学中的指导地位[J]. 中共福建省委党校学报, 2019, 0(2): 10-16.
- [3] 樊丽明，杨灿明，马骁，刘小兵，杜泽逊. 新文科建设的内涵与发展路径（笔谈）[J]. 中国高教研究, 2019, 0(10): 10-13.
- [4] 胡健. 哲学社会科学创新、技术革命与国家的命运[J]. 当代世界与社会主义, 2020(2): 186-195.
- [5] 邹晓玲. 新文科背景下中文师范专业教学改革三个维度[J]. 高教论坛, 2020(10): 19-20.
- [6] 闫慧，韩艳芳，张钰浩，郑光纯. 图书馆信息学与新文科交叉领域的关系预测研究[J]. 情报资料工作, 2021, 42(1): 21-27.
- [7] 郭广银. 中国特色哲学社会科学必须以马克思主义为指导[J]. 红旗文稿, 2021(9): 4-7.
- [8] 宋继伟，刘颖. 新文科建设背景下人文社会科学科研转型提升之路径探索[J]. 贵州师范大学学报（社会科学版）, 2022(2): 83-89.
- [9] 张会庆，吕岩. 基于新文科理念的文艺学课程建设：逻辑遵循与实践路径[J]. 大学与学科, 2024, 5(1): 46-60.
- [10] 李博文，张永雷. 人文社科类本科生科研组会创新探究[J]. 西部素质教育, 2025, 11(2): 19-24.