

因地制宜开展主题知识竞答

灌南县二郎神文化遗迹公园

我们灌南县二郎神文化遗迹公园，是国家 AAAA 级景区，这次在省第十四届社科普及宣传周主题知识有奖竞答中取得了一些成绩，也获得了奖励和鼓励。那么我们有哪些主要的特色做法呢？

首先是领导重视，突出主题，坚持了正确的政治方向。景区管理处成立专门领导机构，且层层推进，对社科普及宣传周以及主题知识有奖竞答实施了强有力的组织领导。景区为了营造活动氛围，做了大量的易拉宝展架以及海报张贴在游客的集散地，以此来烘托社科普及主题知识有奖竞答的重视程度，我管理处积极向领导汇报，做好沟通协调，成立了社科普及宣传周领导小组，旅游局局长为领导小组组长，景区管理处主任为小组副组长，景区管理处其余人员为组员。副组长具体负责活动的组织、策划、协调与落实。

除了领导支持以外，最主要的还是要看战斗在一线的基层社科普及人员的组织与协调能力。我们灌南县对于连云港市来说是个小地方，没有多大的特色，不管从经济发展水平或是旅游资源的开发利用都比较匮乏与闭塞。对于整个江苏省来说就更是相形见绌。既然大环境是如此，那我们应该如何通过这次社科主题知识有奖竞答去开拓市民的视野呢？在 2014 年的时候我做过一个调查，在景区游玩的一百位游

客当中，我问同一个问题：您听说过哲学社会科学界联合会这个机构吗？知道这个机构是干什么的吗？其中有 97 个人很快速的就告诉我：“不知道，没听过。”说实话，当时我也是刚接手社科工作这一块，连自己都模棱两可、云里雾里的。我只知道，我去开过几次大会，听过几次讲座，然而我并不怎么能听得懂。

而如今，在一线的我，通过不断的接触与学习，不仅自己开始了解我们社科联这个庞大的架构，每次省、市组织的各种名家讲座自己也听的入神且津津有味，更是刷新了自己的世界观与价值观。同时我也惊奇的发现，老百姓也开始去试着理解社科普及工作了，每次我们组织社科宣传活动，他们都会停下脚步来看看了解一下，不管是我们发的宣传单页还是手掌书，都会看到老百姓惊喜的眼光和求知的欲望。比如我们发的一些咱们市社科联的科普丛书，如《优生优育》

《民法常识》《行政法常识》等都是贴近老百姓生活的，他们知道组织开展社科知识普及是为了提高广大人民群众的社会科学素养，是对老百姓有利有助的活动。就拿这次社科主题知识有奖竞答来说，我们景区管理处虽然积极的在景区布置营造氛围，引导游客积极扫码答题，并且组织工作人员讲解题目的内容。说实话，收效甚微。怎么办？怎样才能把这个活动推广出去，成为困扰我们的问题，也是迫在眉睫需要解决的问题。也许对其他景区来说，人家的客流量之大跟我们景区没有办法同日而语。所以我想，客流不进来，那我们就走出去。“哪人多，咱就去哪”。就这样我们社科小组

成员拿着印刷好的上千份社科知识有奖竞答的宣传单，早上去超市门口堵着、晚上去市民广场蹲点、四点五十趁着小学放学时就去大门口发。这样，效果就出来了，参与的人数多了起来，值得我们高兴，可真正让我们高兴的是，知识竞答的很多题目，小学的孩子都知道答案，证明我们社科普及是真正贴近生活，贴近老百姓的。反过来，这也是我们在一线的社科人员值得深思的问题：到底我们应该以什么样的形式、什么样有效的方式把哲学社会科学传播出去，怎样把我们的队伍壮大。这是需要我们在以后的工作中共同探讨和交流的问题。

其实还有一个宣传的好途径。那就是小学、初中的微机课，（当然了，也没几个学校愿意帮忙，尤其是在县城的学校里）所以我就带着我们的小组成员去了我曾经当过教师的一所乡镇中心小学，利用那里的人脉资源，在高年级孩子们的微机课上，利用十分钟的时间，登录省社科联的网站，输入自己爸爸妈妈、爷爷奶奶的手机号码，就可以参与答题，既能得到电脑操作技能的锻炼又可以学到知识还可以让我们的社科普及深入其中得到宣传，一箭三雕，何乐而不为呢？

同时作为景区，我们还占了一个优势，那就是有十一黄金周加在我们这次主题知识有奖竞答的过程中，景区也是动员了所有工作人员从我们的景区官方网站、微信公众号、微博、乃至员工的微信朋友圈，积极地去宣传推广此次活动，但凡在景区内扫描二维码的还可以免费赠送二郎神特色钥

匙扣、祈福丝带等小礼品。

也许我们的方法没那么高级，也没那么新颖，但是我想，我们一线社科人的心是相同的，都是滚烫的。说这么多，不是为了证明自己有多卖力的去做这件事，也不是为了证明自己的宣传推广办法有多好。其实就是想做好咱们社科人该做的本分之事，尽社科人该尽的力量而已。