“知苏达理”社科普及品牌的创办经验

苏州市社科联

苏州，自古以来就是文化昌盛、人文荟萃之地，“崇文重教、知书达礼”是苏州人的文化基因。旨在“知晓苏州、通达明理”的“知苏达理”社会科学普及品牌，在苏州有着天然的生长发育土壤，创办虽只有短短一年，却在苏州全市乃至省内外都引起了较大反响。

定准方向 打造全新惠民品牌

2016年7月，《江苏省社科普及促进条例》颁布施行。在此之前，苏州市已经连续十二年开展“社会科学普及宣传周”活动，全市累计开展各类知识竞赛、主题演讲、社科成果展、社科书市、社科知识“四进”以及大型广场咨询等群众性、社会性公益普及活动3000余次，组织各类专题报告会、社科讲坛、巡回演讲、社科沙龙4000多场，编撰出版各类社科普及读物300多种，发放社科普及资料数十万份，直接受众超过50万人次，辐射人群达数百万。“社科普及周”的概念也在不断的拓展延伸，变宣传周为宣传年，变阶段化为常态化，基本实现宣传全年不间断、活动全年不停歇的状态。同时，苏州市也充分重视品牌的带动效应，尝试性开展品牌活动。恰逢《条例》出台，苏州市立即抓住这一契机，

靠前思考，主动探索，本着借力发散、借力提升的原则，开始谋划社科普及工作的框架格局。

在苏州市转型升级的攻坚期，人们对文化生活和精神需求更加多样化，对社科人文的需求也有着强烈期盼，如何用理论引领，如何用社会主义核心价值观鼓舞激励大众，一直是社会科学普及工作需要思考的问题。《条例》的出台，促使我们必须加紧思考，赶紧实践。正是在这样的机遇与挑战下，我们萌生了让社科普及品牌化、立体化、系统化发展的想法。

围绕这一出发点，苏州围绕三个方面展开谋划。一是找准定位，依托苏州悠久的历史文化遗产，立足于苏州，创设“知苏达理”社科普及专属品牌。二是形成体系，将“知苏达理”品牌逐步充实丰满，形成框架格局，构建立体的工作体系，由点而面，点亮面强。三是建立保障，市社科联新建社科普及处，落实专项资金300万元，配套相关机制，确保品牌既能落地、更能落实。

“知苏达理”社科普及品牌诞生一年来，举办了一批社科讲座，开展了一批普及活动，完善了一批优化机制，建设了一批载体阵地，实现了

讲座多元化、活动品牌化、载体系列化、宣传矩阵化、机制体系化的“五化”社科普及工作“苏州模式”。

创新创优 构建全面普及大格局

苏州的社会科学普及工作，始终以贯彻落实《江苏省社会科学普及促进条例》为主线，推出四大创新创优举措，在社科惠民上下实功夫、推新模式，全面构建社科普及大格局。

一、重点做优，细分做精，分层次打造系列讲座课堂

社科人文类讲座一直是深受全市人民喜爱的重点活动，也是社科普及工作的一个重要抓手。近年来，苏州市紧紧围绕继承性和民族性相结合、原创性和时代性相结合、系统性和专业性相结合的原则，以“知苏达理”为品牌引领，分别策划举办“知苏达理·师说”“知苏达理·社科人文直播课”“知苏达理·社科基地大课堂”“知苏达理·社科学会分享课”四类讲座，分层次办好讲座课堂，实现讲学普及的立体化和全方位。

《知苏达理·师说》作为苏州每季推出国家顶级专家学者授课的高端讲坛，定位不仅仅是一场演讲，更是“一个城市与一个领域的高端对话，一次深度的社科人文普及，一场人文盛事的气氛营造”，借助多平台资源和国家级“大咖”的影响力，通过持续的话题热度引发大众关注，形成品牌效应，营造浓郁的人文苏州氛围，提高大众人文素养。2017年6月，首场“知苏达理·师说”邀请北京故宫博物院院长单

霁翔来苏，围绕苏州与故宫的双城故事进行了两个多小时的演讲，数百名听众冒着暴雨前来，全场座无虚席，腾讯大苏网全程视频直播，全国实时观看人数达到160万，既做强了普及传播，又扩大了苏州的城市影响力。

“社科人文直播课”是面向苏州市民的又一个偏人文教育普及的讲座品牌，先后邀请中科院院士郑时龄、中央财经大学教授刘树勇等专家来苏授课，每场线上线下累计覆盖10万余人，全年举办4-5场。

“社科基地大课堂”则依托全市社科普及示范基地，充分发挥基地资源优势，以整合为途径，借助一系列传播手段，使讲座更贴近生活、贴近大众，实现社科普及的广泛发动和精准到达，全年开展28场。

“社科学会分享课”以全市近百家社科类学会为依托，在青年人喜欢的书店、咖啡店等场所，以沙龙的形式，将学会研究成果用通俗而富有感染力的方式向大众传播，全年重点开展5场。

二、内容求新，方式求变，做精做活系列品牌活动

自“知苏达理”品牌诞生以来，先后成功举办“知苏达理·享朗读”“知苏达理·社科人文随声听”“知苏达理·社科人文基地行”等特色活动。

“知苏达理·享朗读”活动。专门设计并打造了一辆专属的“朗读车”，精选一批社科人文读物，供市民朗读。这座“移动朗读亭”，以当前大热的朗读方式来实现社科人文的自我普

及，达到了润物细无声的普及效果，活动还通过微博与大V互动，话题阅读量累计超过30万次。

“知苏达理·社科人文随声听”。这是一档以音频为主打的活动，通过邀请全市各领域具有影响力的人物、推荐一篇曾经打动过自己、激励过自己、产生过共鸣的人文社科类文章，说明推荐理由和读后感受，并由推荐者朗读制作成语音节目，每周一期，在喜马拉雅电台、无线苏州APP、苏州社科微信公众号同步推出。迄今为止，这个栏目的收听量已超120万。苏州的文化、政治、经济、教育等领域的知名人物，全国道德模范钱月宝、中国戏剧梅花奖“二度梅”获得者王芳、全国三八红旗手标兵郁霞秋、市侨联主席沈晋华等“苏州大咖”纷纷以这种形式与公众分享各自的人生体悟，形成一股“走心”的正能量，赢得如潮好评。

“知苏达理·社科人文基地行”。这是一个实地教学活动，旨在“盘活”社科普及基地资源，增强基地教育效果。我们把全市50个社科基地进行分类，策划了8条线路，分别组织企业家、妇女代表、大学生等各领域代表，用一天的时间进行实地走访，线上平台发表感言，同步媒体全程跟进，并以电视专栏、报纸专版的形式全景呈现，使市民进一步了解自己所在城市丰厚的人文底蕴，收到了广泛好评。

三、规范管理，项目带动，持续强化系列载体创新

社会的进步要求社科普及的功能不断拓展与优化，社科普及只有依据信息社会传播渠道的多样化特点，不断创新载体，才能激发生命力，才

能产生新亮点。苏州市不断探索，持续创新载体建设，以组织载体促进常态发展。

基地建设不断加强。全市通过对社科普及基地、社科类社会组织以及各类社会社科普及机构的管理、联络、扶持，保证了社科普及工作的常态化和社会化。苏州市先后命名50家单位为市社会科学普及示范基地，并先后成功创建省社科普及示范基地10家，全国优秀人文社科普及基地2家。基地数量与质量层次在全省均居于前列，成为我市社会科学普及的主要平台和重要社会力量。修订出台《苏州市社会科学普及基地管理办法》，规范基地管理，通过定期复评方式，引入竞争淘汰机制，实现社科普及基地的进入与退出。逐年加大对各基地的指导和扶持力度，每年开展“社科普及活动项目申报”工作，评选出普及程度高、群众满意度高和实用性强的社科普及重点项目，给与资金资助，通过项目带动基层社科普及基地建设，强化科普功能，发挥自身优势，开展特色活动，从而激发基地的内生活力。

学会管理不断推进。社科类学会是社会科学普及的另一支重要力量，全市共有社科类社会组织100余家，近年来，在市社科联的带动下，各学会、协会（研究会）充分利用自身特点和资源优势，采用多种形式，跨行业、多专业的整合社会科普资源，为广大市民提供科普服务。举办富有特色的研讨会，利用重要纪念日开展科普活动，开办以普及历史和科学文化知识为主要内容的学会沙龙，既传播社科知识，又激发了学会活力。

文化载体有效利用。重视各类适合开展社科

普及工作的文化事业场馆、历史文化景区（街镇）、教育场所、社会科研机构等机构，以项目合作等方式加强联系，先后联合苏州博物馆、苏州城墙博物馆、苏州戏曲博物馆、苏州市名人馆、苏州园林博物馆、苏州碑刻博物馆、苏州市规划展示馆、苏州工艺美术博物馆等一大批文化场馆开展社科普及活动，取得了良好的普及效果和社会影响。近年来，各类组织载体广泛开展社科普及宣传活动，发挥社会科学传播、普及、教育示范功能，基本能做到有组织、有机构、有阵地、有成果、有影响。今年初，苏州市在全市70余家图书馆及分馆，投入建设“知苏达理·社科图书专架”100多个，实现了所有图书馆分馆的全覆盖。设立专业标识，实行专架专用，按照季度分系列分领域投放社科类图书，方便广大读者借阅，加大社科普及品牌推广的同时也直接缩短了读者与社科读物之间的“一步之遥”。同时，围绕读书主题，深入社区、机关、学校开展“探寻古城老街巷”、“跟大师学非遗”、“你买书 我买单”系列社科普及活动。

四、多元共建，巧搭平台，着力构建媒体宣传矩阵

现代传媒与大众工作生活紧密相关，是当今进行社会科学普及最为重要的载体，发挥着越来越大的作用。为了实现社科普及宣传的全面立体，我们在报纸、电视、电台、网站、app全面布局，主流媒体和新媒体同步推进，实现了媒体宣传的矩阵化。开设《苏州日报》“社科界”理论专版，连续刊发“三新实践看苏州”

专题，围绕市委市政府的工作重点，充分发挥好社科理论总结经验、释疑解惑、凝聚力量的正向激励作用。

开设《姑苏晚报》“知苏达理”社科普及专版。以通版形式记载苏州社科普及活动，发布社科普及活动信息，传播社科人文知识。

联合电视台策划推出《知苏达理·记录》专题节目。节目分“知苏”“达理”“躬行”“深耕”四个板块，以全景式记录的形式，全方位、多层次、多形式地扩大和提高社科知识普及的知晓度和影响力。

在继续办好苏州社科网的基础上，推出“苏州社科”微信公众号。公众号开通近一年来，已成为“社科粉”了解社科知识、参与活动报名、知晓相关政策、学习分享理论的“精神家园”。同时，通过苏州地铁内3000个移动视频高频传播“知苏达理”品牌公益广告，让“知苏达理”品牌做到“家喻户晓”。

开发APP小游戏“社科知识点点点通”。结合省市党代会精神传达、各领域社科知识，策划了生动的“闯关苏州城门”手机游戏。小小“手游”吸引社会人士广泛关注，参与答题人次累计达30万，取得了意想不到的宣传效果。

五、充分整合，借力提升，不断建立完善工作机制

机制建设是工作开展的重要保障，管用、可行的好机制，能有效提升工作水准和效能。我们在深入调研的基础上，加大力度，建立健全科学合理、具体实在、切实可行的工作保障机制。

建立项目引导机制。设立社科普及专项经费300万，用于开展全市社科普及工作。专设社科普及创新项目扶持经费，规范评审机制及管理实施办法，调动全社会积极性，通过公开征集、网络票选、专家评审，最终评选出引导扶持项目并给与引导资金。今年，共分三个类别评选出30项创新引导扶持项目，扶持资金共计50万元。

推进中心辐射机制。筹备成立实体化的社会服务机构“苏州市社科普及中心”，依托普及中心社会组织的机制优势，辐射全市社科类社会组织，承办全市性的社科普及工作项目，开展对外交流、巡展、竞赛等各类活动。

形成激励扶持机制。对基层社科联、社科基地、社科类学会进行表彰激励，通过开展“优秀社科普及项目扶持”“基地讲解员技能网络比赛”“社科基地大课堂评优”“社科学会分享课评优”等方式，对社科优秀活动、项目、组织进行奖励扶持。

拓展培训提升机制。设立社科骨干培训提升项目，制度化开展好“社科学会负责人培训班”“社科基地负责人培训班”等专业培训，通过系统培训，坚持理论与实践、普及与提高相结合，帮助广大社科工作者扩大自身视野、充实知识结构、提高工作能力，从而规范社科普及工作，提升社科普及质量。

润物有声 实现普及工作全面提升

一年来，“知苏达理”作为社科惠民品牌，经过不断深化、升华、渗透，品牌影响力获得了极大提升。在“知苏达理”这样一个大品牌下，

衍生出十多个子品牌正在密集落地，各类项目有序开展，系列活动在各类媒体平台上频频亮相，不断地制造热点，覆盖面越来越广，渗透性越来越强，可谓“月月有花，季季结果”，实现普及工作的全面提升。

一是从高原到高峰的提升。无论是平台讲座，还是系列活动，我们始终注重多层次普及，充分分析各类受众群体的实际需求，对症下药，既能连天线，又要接地气。正是基于这一指导思想，我们聚全力打造了“知苏达理·师说”活动。这是社科普及领域的一座“高峰”，从创意策划到组织执行，从整合全市乃至全国媒体力量到搭建高水平工作平台，“师说”呈现的是一个城市的社科人文情怀。首场活动前后历时三个多月筹备，秉承精品理念，打造高端品牌，实现了观众人数达160万的历史性重大突破。

二是从舞台到平台的提升。社科普及工作没有舞台展示，就得不到价值认同，但没有平台支撑，就出不了精品项目。靠着主动谋划、靠前谋划，着力搭建多方共建、多措并举、多元共享的社科普及事业平台，让专业的平台干专业的事，让专业的人才策划专业的内容，让专业的团队做出专业的效果，“知苏达理”惠民品牌吸引了一大批社会力量，培育了一大批普及项目，影响了一大批普及人群，真正实现了社科普及工作的社会化、常态化。

三是从系列到系统的提升。以前，无论是做活动，还是搞讲座，常常得意于一城一池的成功，把系列活动看成是万能法宝。在实施“知苏

达理”品牌建设之后，着重致力于构建社科普及工作的生态圈，立足于打造全方位、多层次、立体化的社科普及宣传体系，实现从系列到系统的浴火重生，为扩大社科普及的支撑力提供了基础保障。

四是从品位到品牌的提升。随着经济社会的发展，人民群众对社科人文需求的层次不断提高，我们在普及活动的设置上，一直按照“高端大气上档次”的标准，不断地自我淬炼和转型升级。从单一的项目推动，到品牌的整体设计，我们完成了从品位到品牌的跨越，以品牌的影响力来带动工作的辐射面，以品牌的权威性来引领工作的高标准。

正是本着不断提升的愿力，苏州市通过“知书达理”这个社科惠民品牌，聚力创新创优，聚焦富民惠民，始终秉承社科普及的初心，实现了越来越大的社会效益。

在创办“知书达理”社科普及品牌的过程中，我们深深体会到，新时期社科普及工作要做出成效和影响，必须做到：

1.要具有方向引领的责任担当。哲学社会科学具有鲜明的意识形态属性。要始终坚持正确的政治方向，以马克思主义为指导，切实把中国特色社会主义理论体系贯穿到社科普及工作全过程，转化为清醒的理论自觉、坚定的政治信念、科学的思维方法，在围绕中心、服务大局中找到坐标，找准定位，才能以社科普及的外在形式有效引领社会思潮。

2.要高度重视全媒体传播方式。影响力历来取决于传播力。“知苏达理”在一年多的实践

中，积极协调各类内外资源，报纸、电视、广播、网络电台、移动客户端，形式涵盖文章、书籍、专题节目、网络视频、音频栏目，采用不同渠道、不同介质和多个形式、各种载体进行内容的传播，拓宽了普及覆盖面，延伸了普及影响力，使得社会效益愈加良好。

3.要充分发动社会力量参与。民间力量蕴含着无穷的创新活力。充分挖掘和汲取社会力量，从民智中汲取养分、寻找能量，将深奥的理论大众化、通俗化、形象化，才能更接地气，才能实现理论话语与民众话题的交融会师，消除“官”与“民”的情感隔阂，从理论说教跨越到受众的自我求教。

4.要高度关注用户体验。“互联网思维”的大背景下，用户体验的好坏直接关系到用户注意力的抢夺。互联网时代的资讯足够发达，信息足够丰富，用户切换选择足够便捷，这一切都意味着，我们必须做得更好，才能吸引更多的人。群众关心什么，喜欢什么样的形式，变得越来越重要，“引导”必须和“求知”并轨，才能真正发挥效力。