



“小切口、大传播”：新时代社科理论基层传播的机制创新与效能提升研究

李毓龙

(临沂科技职业学院, 山东 临沂 276000)

摘要：新时代背景下，推动哲学社会科学理论向基层延伸是强化理论武装、提升文化软实力的重要路径。当前社科理论基层传播面临内容抽象、表达僵化、主体协同不足、效果不均衡、反馈机制不健全等问题，导致理论“到基层却难入人心”。文章以“小切口、大传播”为视角，探讨其逻辑内涵、现实堵点与创新路径。“小切口”强调从群众关切问题入手，以微观议题承载理论，生活叙事阐释思想，增强传播亲和力；“大传播”通过多元联动、融媒协同、分众传播与闭环反馈，实现全域覆盖与深度转化。为此，应构建议题转化、分众适配、场景嵌入、融媒协同、基层参与和反馈优化机制，推动传播由“单向灌输”向“双向互动”、“文本覆盖”向“价值认同”、“形式到场”向“实效落地”提升。“小切口、大传播”是社科理论传播创新与效能提升的重要方法论和实践路径。

关键词：小切口；大传播；社科理论；基层传播；机制创新；传播效能

收稿日期：2026年3月26日

中图分类号：G206

通讯作者：李毓龙，临沂科技职业学院

"Small incision, large communication": Research on mechanism innovation and efficiency improvement of grassroots communication of social science theory in the new era

Li Yulong

(Linyi Vocational College of science and technology, Shandong Linyi 276000)

Abstract: Under the background of the new era, promoting the extension of philosophy and social science theory to the grass-roots level is an important path to strengthen the theoretical armed and enhance the cultural soft power. At present, the grass-roots communication of social science theory is faced with problems such as abstract content, rigid expression, insufficient subject coordination, unbalanced effect, and imperfect feedback mechanism, which lead to the theory "difficult to get into the hearts of the people at the grass-roots level". From the perspective of "small incision, large communication", this paper discusses its logical connotation, practical blocking points and innovation path. "Small incision" emphasizes starting from the issues concerned by the masses, carrying the theory of micro issues, explaining ideas through life narration, and enhancing the affinity of communication; "Big communication" realizes global coverage and deep transformation through multiple linkage, media coordination, focus communication and closed-loop feedback. To this end, we should build a mechanism of topic transformation, focus adaptation, scene embedding, media coordination, grassroots participation and feedback optimization, and promote the promotion of



communication from "one-way indoctrination" to "two-way interaction", "text coverage" to "value recognition", "form presence" to "effectiveness implementation". "Small incision and large communication" is an important methodology and practical path for the innovation and efficiency improvement of social science theory communication.

Key words: Small incision; Mass communication; Social science theory; Grassroots communication; Mechanism innovation; Communication effectiveness

一、引言

理论一经群众掌握，便会转化为推动社会发展的现实力量。基层作为国家治理体系的基础单元和社会思想文化建设的重要场域，是社科理论传播的终端落点，也是理论实现价值转化的重要实践空间^[1]。进入新时代，随着信息传播格局深刻变革、媒介生态持续重构、社会受众日益分层，传统以集中宣讲、会议传达、文件学习为主的理论传播模式，已难以完全适应基层群众差异化、场景化、互动化的接受需求^[2]。特别是在短视频平台、社交媒体、移动终端高度普及的背景下，信息获取逻辑从“组织供给”逐渐转向“用户选择”，理论传播的内容表达、话语形态、平台路径与评价机制均面临新的调整要求^[3]。

从现实情况看，当前社科理论基层传播虽然在组织体系、平台搭建、宣讲队伍建设等方面取得了明显进展，但在传播实践中仍存在一些突出问题：其一，部分理论内容停留于宏观叙事和概念传递，缺乏与基层日常生活的有效对接；其二，传播方式相对单一，难以形成持续吸引和深度互动；其三，理论传播与基层实际问题结合不够紧密，导致受众“愿意听”的动力不足；其四，传播主体之间资源整合与协同联动不足，难以形成系统化传播格局；其五，传播成效评价多停留在形式层面，缺少对群众理解、认同与行动转化的深入考察^[4]。

因此，如何在坚持理论高度与价值导向的前提下，增强基层传播的亲近性、解释力和感染力，成为新时代社科理论传播研究的重要命题^[5]。基于这一现实背景，本文提出以“小切口、大传播”作为分析框架，试图从传播理念、传播机制和传播效能三个维度，对新时代社科理论基层传播的创新路径进行系统研究，以期理论传播工作提供更具实践针对性的参考。

二、“小切口、大传播”的理论内涵与价值逻辑

（一）“小切口”是新时代社科理论传播的现实表达方式

所谓“小切口”，并非对理论内容的简化处理，更不是对理论深度的削弱，而是一种更符合基层传播规律的表达策略。其核心在于从群众熟悉的现实问题、生活场景和日常经验入手，将抽象、宏大、系统的理论内容转化为可感知、可理解、可参与的具体议题。它强调从“讲大道理”转向“把大道理讲清楚”，从“概念先行”转向“问题导向”，从“理论本位”转向“受众本位”^[6]。

在基层传播语境中，群众更容易接受与自身生活密切相关的话题。就业压力、社区治理、家庭教育、乡风文明、文化遗产、养老服务、乡村振兴等议题，往往比抽象理论表述更能形成认知入口^[7]。因此，“小切口”的本质，是以现实问题为媒介，把理论从抽象层面拉回具体生活，让理论阐释建立在经验共鸣基础之上，进而增强传播的到达率和接受度。

（二）“大传播”是新时代社科理论传播的整体效能追求

“大传播”强调的不仅是传播范围的扩大，更是传播深度、影响广度和转化效度的整体提升^[8]。它要求理论传播突破传统单一渠道、单一主体、单一场景的局限，形成多平台联动、多主体参与、多层级贯通、多场景嵌入的传播格局。其根本目标是推动理论传播从“局部覆盖”迈向“系统渗透”，从“短时触达”迈向“持续影响”，从“表层知晓”迈向“内在认同”。

在媒介融合不断深化的今天，理论传播不再局限于课堂、会场与报告厅，而是需要进入社区广场、乡村院落、网络空间、文化活动、志愿服务和基层协商等多元场域。只有构建起线上线下融合、传统媒体与新媒体互补、组织传播与社会传播协同的立体化传播体系，才能真正实现理论传播的广覆盖、强黏性和深影响^[9]。



(三) “小切口”与“大传播”的内在统一性

“小切口”关注传播起点，解决的是“从哪里进入群众认知”的问题；“大传播”关注传播扩展，解决的是“如何形成规模效应和社会影响”的问题。二者并非相互独立，而是构成一个内在统一的传播逻辑体系。没有“小切口”，理论传播就难以真正贴近基层语境；没有“大传播”，切口再精准也难以形成持续影响。正因如此，“小切口”与“大传播”既是方法层面的双重创新，也是新时代社科理论基层传播实现提质增效的重要统一路径。

三、新时代社科理论基层传播面临的现实困境

(一) 理论内容抽象化与基层认知具体化之间存在张力

社科理论具有较强的思想性、逻辑性和系统性，其学理深度决定了理论传播必须保持必要的严肃性与规范性。然而，在实际传播中，如果理论表述过于依赖概念堆砌、政策术语和宏观叙事，往往容易造成基层群众“听不懂、记不住、用不上”的问题。基层群众的认知习惯更多是经验性的、情境性的和问题导向的，因此理论传播若不能完成从“学术语言”到“大众语言”、从“政策表达”到“生活表达”的有效转换，就难以实现真正意义上的思想认同^[10]。

(二) 传播方式传统化与媒介生态多样化之间存在错位

当前不少地方的社科理论传播仍主要依赖会议宣讲、集中学习、专题培训等传统形式，虽然具有规范性和组织力，但在吸引力、参与性和持续传播效果方面存在明显不足。尤其是在短视频、直播、社群传播等已成为大众日常信息接收重要方式的背景下，传统传播模式难以满足基层群众碎片化、即时化和互动化的信息消费习惯。理论传播若仍停留于单向输出，势必削弱其传播穿透力和现实影响力。

(三) 内容供给与基层需求之间存在适配不足

理论传播不是简单地“把内容送下去”，而应是“把群众真正需要的理论解释送到位”。现实中，一些基层传播内容与群众最关心的现实问题结合不够紧密，缺乏对具体生活议题的深入回应。例如，

在谈及共同富裕、文化自信、社会治理等理论主题时，若不能结合基层群众对收入改善、公共服务、社区参与、文化生活等方面的现实体验进行阐释，理论就容易停留在“说理层面”，难以形成“理解层面”和“认同层面”的深入转化。

(四) 传播主体多元化与协同机制弱化之间存在矛盾

新时代社科理论传播涉及宣传部门、高校社科专家、理论宣讲员、基层干部、媒体从业者、志愿服务队伍等多个主体。这些主体各有优势，但在实际运行中，往往存在职责边界不清、资源整合不足、内容生产分散、传播节奏不一致等问题。部分地区理论传播还存在“活动化”“应景化”倾向，缺少常态化组织和制度化推进，导致传播资源难以形成聚合效应。

(五) 传播评价表层化与实效要求深化之间存在脱节

传播工作能否真正产生实效，关键不在于“开展了多少活动”，而在于“理论是否真正进入群众头脑、转化为实际行动”。但从现实来看，一些理论传播评价仍较多停留在场次、人数、点击量等形式指标层面，对群众的理解程度、情感认同和行为变化缺乏深入追踪，导致传播工作的优化调整缺少可靠依据，也不利于形成长效改进机制。

四、“小切口、大传播”视域下社科理论基层传播的机制创新

(一) 构建议题转化机制：实现宏大理论的微观表达

理论传播要想真正进入基层语境，首要前提是找准群众关注的现实切口。这就要求在社科理论传播中，善于从群众日常生活中提炼议题，将理论命题转化为生活问题、发展问题和治理问题。例如，可以将“以人民为中心”的发展思想转化为民生改善、公共服务优化、基层治理提效的现实案例；将“文化自信”转化为地方文化资源保护、非遗传承和社区文化建设的具体实践；将“共同富裕”转化为就业增收、教育公平、社会保障等基层关心的议题。通过问题导入、案例支撑、故事表达和场景嵌入，使理论传播从抽象叙述走向具体阐释。

(二) 构建分众适配机制：增强理论传播的



精准触达能力

基层受众不是单一整体,而是由青年学生、社区居民、农村群众、企业职工、基层干部等多种群体构成。不同群体在文化水平、媒介习惯、信息兴趣和价值关注上存在明显差异。因此,理论传播必须坚持分类施策、分众传播。面向青年群体,应强化短视频表达、互动化叙事和网络话语适配;面向社区居民,应突出问题回应和情感共鸣;面向农村群众,应注重乡土语言、案例讲解和文艺化传播;面向基层干部,则应强化理论联系实际的政策阐释和能力提升。只有实现传播对象与传播方式的精准匹配,才能提升理论传播的有效供给水平。

(三) 构建场景嵌入机制:推动理论传播融入基层日常生活

理论传播不应只是“专题活动”,更应成为基层日常生活的一部分。应积极推动理论传播走出单一宣讲空间,进入群众的现实生活场景之中。可以将理论传播与新时代文明实践、志愿服务、社区协商、文艺展演、节庆活动、乡村文化建设等结合起来,通过“理论+文化”“理论+服务”“理论+实践”的方式,让群众在参与中接受理论,在体验中理解理论,在实践中认同理论。场景嵌入不仅能够增强传播的现场感和亲近感,也有利于实现理论传播由“被动接收”向“主动感知”的转化。

(四) 构建融媒协同机制:打造立体化传播平台矩阵

在媒介融合背景下,理论传播必须适应“全程、全息、全员、全效”的传播格局,构建多平台联动的传播矩阵。传统媒体在权威发布、议程设置和理论阐释方面具有优势,新媒体则在即时传播、互动反馈和情感连接方面更具优势。应推动两者协同联动,在内容生产上实现同题策划、分层表达,在传播渠道上实现多端同步、互为补充,在传播形式上实现图文、短视频、音频、海报、直播等多元融合。特别是要重视“轻量化”“可分享”“可参与”的新媒体表达形式,以适应基层群众移动化、碎片化的信息接收习惯。

(五) 构建基层参与机制:实现理论传播的共建共创

理论传播要真正深入基层,不能只依靠“上

面讲”,更需要“基层讲”“群众讲”。基层干部、社区工作者、教师、乡贤、文艺骨干、志愿者等群体,既是理论传播的重要参与者,也是理论阐释的生动实践者。应建立健全基层理论传播共同体,鼓励群众围绕身边故事、发展变化、治理实践和文明创建等内容开展共创共讲,使理论传播更加贴近地方实际和群众感受。通过发掘基层典型人物和鲜活案例,将理论阐释建立在真实经验之上,能够显著提升传播的可信度和感染力。

(六) 构建反馈评价机制:形成理论传播提质增效闭环

有效传播必须建立在科学评价基础之上。新时代社科理论基层传播应突破单纯以活动场次、受众人数和点击量为核心的评价思维,逐步建立涵盖传播到达、参与互动、认知理解、价值认同和行为转化等多维指标的综合评价体系。可通过问卷调查、访谈座谈、用户留言分析、传播案例追踪等方式,及时了解基层群众的接受状况和实际需求,并据此调整传播选题、表达方式和平台策略。只有形成“传播—反馈—优化—再传播”的闭环机制,才能推动理论传播从经验驱动走向科学治理。

五、新时代社科理论基层传播的效能提升路径

(一) 坚持内容导向,增强理论传播的思想深度与现实温度

内容始终是理论传播的核心。无论平台如何变化、形式如何翻新,决定传播效果的根本仍是内容质量。新时代社科理论基层传播必须坚持正确的政治方向和价值导向,确保理论阐释准确、立场鲜明、逻辑严谨。同时,也要强化现实观照能力和情感表达能力,把理论中的原则性内容转化为群众可感知、可理解的现实叙事,实现“有高度”与“接地气”的统一、“讲道理”与“有温度”的统一。

(二) 加强传播队伍建设,培育复合型理论传播人才

新时代理论传播对传播者提出了更高要求,不仅需要“懂理论”,还需要“懂基层”“懂媒介”“懂表达”。因此,应通过分类培训、实践锻炼和平台支持,建设一支由理论专家、基层干部、媒体人才、文化工作者和志愿者组成的复合型传播队伍。尤其



要注重提升传播者的问题意识、叙事能力、媒介素养和互动能力,使其既能够进行理论深度阐释,又能够采用群众喜闻乐见的方式开展传播实践。

(三) 强化数字赋能,提升理论传播的精准化与智能化水平

数字技术的发展为理论传播创新提供了重要支撑。借助大数据分析、内容标签管理、用户画像识别和智能推荐机制,可以更加准确地掌握不同群体的兴趣偏好与需求特征,实现理论内容的精准投放和差异传播。同时,要充分利用短视频、直播平台、音频平台、社群媒体等数字传播工具,增强理论传播的互动性和传播效率。但需要注意的是,数字赋能不能停留于技术层面的形式更新,更应服务于理论内容的深度表达和价值认同的有效生成。

(四) 健全制度保障,推动基层理论传播常态化长效化

理论传播的持续推进离不开制度支撑。应将社科理论基层传播纳入宣传思想文化工作总体布局,建立健全选题策划、资源整合、平台共建、队伍培养、项目支持和考核激励等制度机制。通过制度化安排,推动理论传播由“临时任务”转变为“常态工作”,由“阶段性活动”转变为“体系化工程”,从而不断提升基层传播的连续性、稳定性和可持续性。

六、结语

新时代社科理论基层传播既承担着推动党的创新理论深入人心的重要使命,也承担着凝聚社会共识、提升文化自信、服务基层治理的重要职责。面对媒介环境变革、受众结构分化和基层需求多样化的新形势,传统理论传播模式亟须转型升级。“小切口、大传播”作为一种兼具实践智慧与方法价值的传播理念,既强调从群众身边事、现实事、关切事切入,提升理论传播的贴近性和可感性,也强调通过主体协同、平台联动、场景嵌入和机制

创新,扩大理论传播的覆盖面、影响力和转化力。

从根本上看,新时代社科理论基层传播的成效,不在于形式上“铺开了多少”,而在于实质上“走进了多少”“认同了多少”“转化了多少”。因此,必须坚持以人民为中心的传播立场,把理论传播深度嵌入基层实践和群众生活之中,不断优化内容供给、创新传播机制、完善评价体系,推动社科理论真正从文本走向生活、从话语走向实践、从传播走向认同。唯有如此,才能真正实现理论传播的提质增效,为新时代文化建设和基层社会发展提供更加坚实的思想支撑。

参考文献:

- [1] 习近平.论党的宣传思想工作[M].北京:中央文献出版社,2020.
- [2] 习近平.习近平文化思想学习纲要[M].北京:学习出版社、人民出版社,2024.
- [3] 中共中央宣传部.习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要[M].北京:学习出版社、人民出版社,2023.
- [4] 郑杭生.社会学概论新修[M].北京:中国人民大学出版社,2019.
- [5] 陈力丹.传播学纲要[M].北京:中国人民大学出版社,2021.
- [6] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2011.
- [7] 喻国明.媒介融合背景下传播格局重构研究[J].新闻与传播研究,2021(4).
- [8] 张国祚.当代中国哲学社会科学话语体系建设研究[J].马克思主义研究,2020(6).
- [9] 高长武.新时代党的创新理论大众化传播路径研究[J].思想理论教育,2022(8).
- [10] 王永贵.基层理论宣讲的现实困境与创新路径[J].理论导刊,2023(5).

作者简介:李毓龙(1983-),男,汉族,山东临沂人,硕士,临沂科技职业学院副教授,主要研究方向为艺术学。