

公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设路径

贺佳

宁夏中卫市沙坡头区旅游文化体育服务中心

[摘要] 伴随着时代的飞速发展与我国经济体系的不断变化, 人民群众的生活质量得到显著提升, 城市化的建设也在向着人民群众所需求的方向逐渐趋于多元化发展, 在这一大时代背景下, 群众对精神文化提出更高要求, 基于此, 作为服务于人民的群众文化活动也应当得到升级与优化, 打造群众文化活动品牌成为热点。本文就从群众文化活动品牌建设的思想内涵出发, 结合当前时代发展趋势来深入探析如何立足于公共文化服务, 构建群众文化活动品牌。

[关键词] 公共文化服务; 群众文化活动; 品牌建设

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.376

前言

在人民群众生活水平不断提高的时代背景下, 我国对群众文化的建设提高了重视程度, 也意识到精神生活之于人们的重要性并不亚于物质追求, 这一点体现在日常生活中, 人们希望能够轻松地看一场演出, 或切身参与到演出中, 起到舒缓压力、感受美好生活的效果。对此, 为了实现群众稳定的目标, 群众文化活动品牌的建设成为当下社会聚焦的热点话题, 也是有待不断提升的公共文化服务策略。

一、群众文化活动品牌建设思想内涵

人是环境的产物, 人的发展亦是环境影响下的结果, 若想要推动社会发展, 就要懂得提高文化生活质量。在日新月异的新时代, 衣食住行虽依旧是人们的重点关注内容, 但除去物质生活之外, 精神文明建设也尤为重要, 群众文化活动品牌的建设核心意义就在于此。

群众文化活动品牌建设的内涵可概括为以下几点: 首先, 在基层人民群众中构建群众文化活动, 可以全面提高人民群众的文化修养, 并丰富其业余时间, 在潜移默化中使群众的精神世界愈加富足, 同时, 满足人民群众的各方面文化需求, 营造积极向上且美好乐观的文化环境。其次, 在进行群众文化活动的过程当中, 人民群众会充分展现自身特长与能力, 并以饱满的热情参与到活动中, 有效稳定社会群众文化团体。那么为了构建群众文化活动品牌特性, 政府有关部门应结合公共文化服务要点来组织具有专业能力以及文化修养的团队, 并进行广泛文化活动宣传, 这样的方式有助于扩大群众参与文化活动的范围。作为当前时代我国公共文化服务的核心组成部分, 人民群众文化活动的创新与优化迫在眉睫, 在此基础上提高群众文化活动的品牌性, 有助于增强政府基础服务的专业能力及思维水平, 在一定程度上满足人民群众对日常生活中的精神文化需求, 拉近政府与人民群众之间的联系, 促进和谐社会的构建^[1]。

二、群众文化活动品牌建设存在的不足之处

(一) 对品牌建设的思想认知不足

在现阶段的日常生活当中, 政府相关部门和各大社会机构都在大力开展以不同形式或不同主题为推动的人民群众文化活动, 并积极做好宣传与推广工作, 力求通过此项工作来实现人民群众文化生活的多样性发展。但在活动的实际组织

过程中, 无论是活动内容的选用还是活动流程的规划, 基本都带有明显的指向性与目的性, 存在着思想内涵较为淡薄的问题。群众文化活动自开展以来, 得到广大人民群众的一致喜爱, 但现实与预期存在着一定差距, 所以在活动的实际开展过程中不可避免会产生一些问题与不足之处, 导致最终的结果无法满足人民群众的真实需求, 但这些问题以及不足之处的根本原因源自于对群众文化的思想认知较为落后、有待提升。

(二) 品牌建设特点优势不够突出

对于群众文化活动的品牌建设, 除去最基本的品牌意识提升之外, 也要凸显出文化活动的个性与特点, 意在通过文化活动不断充盈人民的精神世界, 进而形成良好的文化修养, 成为高素质人民。但一直以来, 文化活动在开展的时候, 需要考虑到诸多问题, 比如地域环境的问题、地区实际发展状况, 以及文化活动的选择等, 所以在项目的实施过程中无法充分凸显出文化品牌优势, 加之许多文化活动内容大同小异, 模式较为单一, 致使人民群众文化品牌的构建缺乏特点与个性, 不能够顺应时代发展而创新^[2]。

(三) 欠缺品牌建设所需的创新性

为了提高群众文化活动的品牌性, 就需要将人民群众视作活动的核心, 但目前身处于不同地区的人民群众, 不论是文化层次, 还是精神上的需求, 都存在着极大差异, 对于娱乐的聚焦点和当前时代的文化发展相矛盾, 如果群众文化活动在建设过程中过于侧重迎合人民群众的喜好, 那么就会使得品牌建设无法紧跟时代发展的大趋势。但如果过于侧重紧跟时代发展, 而忽视人民群众的需求, 就无法充分调动人民群众参与文化活动的积极热情, 所以这一矛盾问题成为了人民群众文化品牌建设中的重大阻碍。

三、公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设策略

(一) 结合群众需求, 丰富活动形式

为了打造群众文化活动品牌, 发挥群众文化活动品牌价值, 政府与各大社会机构需要积极提升文化活动的品牌性, 并懂得借鉴多种文化活动形式, 结合其优势来丰富群众文化活动内容。

首先: 针对有关活动所呈现的正向系数进行全方位分析, 以分析得来的数据为基础, 调查当地人民群众对多种类

型活动的支持度,衡量人民群众对文化活动在开展过程当中所产生的价值,进而保证文化活动的品牌性在最大程度上得到提升。文化活动在开展过程中,政府有关部门需要加强对活动品牌对象的选择重视程度,以群众的兴趣爱好为导向,以传统活动形式为依托(如节日活动、春节晚会等),将满足群众精神文化需求作为活动开展的风向标。例如:结合浙江丽水地区乡村特点,与文旅局等部门共同创办乡村春晚活动,在乡村春晚中,集合丽水当地的父老乡亲,营造热闹的春晚氛围,将山区特色饮食、文化艺术等优质资源融入到春晚活动当中,展现中华优秀传统文化的精粹,推动乡村治理体系向现代化发展进程,也能够落实乡村振兴的经济发展目标^[3]。

其次,政府有关部门也可组织群众打造民间舞蹈团队,或戏曲、太极团队,引导老年团体在休闲时间开展相关文化活动。因为这些文化娱乐活动多由老年人自发构成,所以虽然更为热闹和丰富,但不够系统化和专业化,无法实现长期发展的目标。那么若想要有效提高群众文化活动的品牌性,政府相关部门需要借鉴这些活动所呈现出来的优势,将其作为经验,成为推动未来大型文化活动建设的重要助力。

除此之外,在构建群众文化活动品牌的时候,需要了解各年龄群体的真实诉求,科学规范群众文化活动的开展内容以及活动形式,如:借助青少年比较喜欢的古风元素设计古诗词比赛活动、古代点茶活动、书画活动等;结合亲子群体设计能够展现中华传统孝道文化的亲子活动。凸显出顶层活动在群众文化活动中的作用,着重杜绝活动形式局限为唱、跳的弊端,发挥群众文化活动品牌的积极引导效用,实现群众文化多元发展目标。

(二) 注重文化交流,增强品牌引导

文化活动存在艺术特征,包括但不限于舞蹈、乐器、美术、书法武术等等,良好的群众文化活动不仅能够达到提高活动参与者艺术修养的目标,也可以实现全人民素质的提升。文化活动的形式多种多样,立足于多元化艺术内容开展群众文化活动,需要相关人员能够不断精进自身文化及艺术水准,通过多方文化交流活动来丰富群众文化活动内容,充分发挥出政府文化部门的专业优势,使群众文化活动品牌性得到有效提高。

为了打造健康积极的人民群众文化品牌,政府有关部门应注重增强信息的流通性,借助新时代发展下的先进信息技术来选择更多文化活动资源,拓宽群众文化活动的开展渠道,发掘文化品牌活动的引导性价值。此外,政府有关部门也要提升工作效率,以人民群众的精神生活诉求为目标,设计更为科学且更具可行性的活动计划,在保障满足人民群众文化需求的同时,构建活动品牌,比如:结合贺兰山东麓葡萄酒、宁夏星星故乡等文化品牌构建诸如:葡萄酒文化旅游节、星空文旅等活动,与文化品牌合作,能够凸显当地文化

价值,使其成为全市乃至全省的群众文化活动代表,提高广大人民群众的家乡自豪感。

(三) 实现多方联合,构建大型活动

为了拓宽群众文化活动建设面,政府有关部门可以联合商场或各大文化机构开展更具规模性的文化活动。如:联合商场开展音乐演出、联合博物馆或艺术展览馆等开展艺术鉴赏大会或艺术竞赛等活动,满足人民群众的多方面文化需求。其次,政府也可立足于文化活动,开展诸如摄影展、书法比赛,或地域文化遗产等有关活动,这些文化活动能够在满足人们精神文化需求的同时,传播中华优秀传统文化,提高全国人民群众的文化素养与思想内涵。比如:在“文化和自然遗产日”这一天,联合当地的旅游企业、民俗文化协会等组织,开展非物质文化遗产的宣传活动,或通过非遗购物节、沙漠音乐节等趣味活动展现中华民族传统工艺的魅力,使这些非物质文化遗产被更多人关注,进而不断传承下去,使活动更具推广与宣传意义,满足群众精神文明需求。

除此之外,政府也应着重增强对群众文化的活动宣传力度,借助广大人民群众的号召力量与引导力量,来鼓舞更多群众积极参与与文化活动建设中,实现全员文化发展建设目标。与此同时,政府也要考虑到不同地区下的不同文化特点,不同地区生活下的人们受到生活习惯以及文化习俗等方面的影响,所以在文化追求以及精神文明需求上存在着极大差异,为了打造良好的群众文化活动品牌,就要确保人民群众能够在活动的参与过程中感受到当地文化特色与自然环境,结合当地实际情况,与群众共同打造群众文化活动平台,通过层层培育的方式为基层群众文化的活动开展提供鲜明导向。对于一些经济实力较弱,以及城市化建设进度较低的地区,政府需积极增加经济上的投入,力求建立更加完善的文化活动设施,为今后的大型文化活动建设奠定扎实稳固的基础^[4]。

结论

综上所述,立足于公共文化服务的大环境背景之下,若想要提高人民群众的文化活动影响力,推动社会正向发展,就务必要聚焦群众文化活动的构建,并在其中建立起相应品牌性。与此同时,结合文化活动的主题内容,以及在活动过程当中存在的问题与有待加强之处进行深入分析研究,总结经验,使接下来的诸多群众文化活动得到质量提升。此外,将创新精神融入其中,确保群众文化活动与时代发展趋势相接轨,实现群众文化的可持续性发展目标。

参考文献

- [1]沈静.公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设[J].大众文艺,2018(17):24.
- [2]关敬菲.关于公共文化服务背景下群众文化活动品牌的建设分析[J].中国民族博览,2019(10):61-62.