

公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设

孟 辉

(江苏省徐州市沛县安国镇文体站 江苏 徐州 221600)

[摘要] 人们的生活需求包括物质需求和精神文化需求,在物质需求日益得到满足的当今社会,人们开始追求更高质量、高水平、形式多样的精神文化活动。以政府为主导,引领社会群众文化活动的开展,加强文化活动品牌的建设,既是政府自身文化建设职能的体现,也是社会广大人民群众对政府工作提出的新要求。在公共文化服务背景下,推动群众文化活动品牌建设既有利于丰富人们的日常生活,满足大家的精神需求,同时也有利于促进社会精神文明风貌的形成,提升全民的精神文明素养,对人们自身的发展和国家文化建设的发展都具有积极意义和重要的影响。本文将从社会文化建设的现状分析出发,探讨如何为人民群众提供高质量高水平的公共文化服务。

[关键词] 公共文化服务背景;群众文化活动;品牌建设

引言

随着社会经济的飞速发展,国民的生活水平有了显著的提高,人们的生活需求的重心逐渐从物质满足转移到精神上的满足。因此,过去的文化活动和精神文明的建设逐渐难以跟上社会的进步,也难以再满足人们的需求,寻求更高质量的文化活动和精神满足自然而然的成为了社会发展的新趋势。基于这一社会现状,加强群众文化活动的品牌建设成为了我国文化建设发展的新出路。

一、群众文化活动品牌的概念

谈到社会文化建设,首先要清楚群众文化活动和品牌的概念,才能有清晰的思路 and 方向。群众文化活动是指以政府为主导,在政府的引领下社会参与进来,共同构建和发展文化活动的文化形态。品牌则是一种商业上的概念,它泛指企业的知名度。群众文化活动的品牌建设就是以群众文化活动为对象,对其以商业形式进行一定的规划、设计、宣传和管理,从而使得该文化活动具有一定的知名度。前文我们已经说过,群众文化活动是以公共文化服务为背景,也就是说其覆盖面是全民全社会的,而非仅仅是某一特定群众,我们在分析群众文化活动品牌建设时需要牢牢把握住这一特性。

二、群众文化活动品牌的意义和价值

建设群众文化活动品牌是我国公共文化建设和文化服务体系中的重要一环,打造形象良好的文化品牌可以让人民群众在品牌的影响下积极进行自我的文化教育和自我服务,通过各种形式的文化活动丰富自身的生活和我国的公共文化体系,最终促进整个国家文化建设的进步。同时,建设文化品牌还可以将文化品牌与经济发展相结合,通过文化建设带动相关经济产业的形成与发展,例如特色文化品牌展演、文化品牌周边等,达到文化建设与经济建设的双发展。由此可见,文化品牌的品牌建设对于社会而言具有积极的意义和价值,值得我们大力发展。

三、群众文化活动品牌的对策

品牌指的是知名度,而想要打响知名度,离不开长远发展和以人为本,只有在品牌建设过程始终坚持可持续性的发展战略和以人为本的理念,才能真正形成积极的、形象良好的文化品牌。

(一) 要有长远的目光,始终坚持长远性发展

文化品牌的建设不是一朝一夕可以完成,想要真正打造良好的群众文化活动品牌需要长期的建设和发展,走可持续性的发展道路。想要让人民群众形成文化品牌意识需要在长期的文化活动中潜移默化地影响,让人们在参加生活中的文化活动的時候逐渐了解和接受该文化品牌。在长期发展中,政府要发挥好引导作用,对群众文化活动的发展制定相应的规划,且该规划应

当是长期稳定的,从而保障人民群众的接受度。建设文化品牌,不能因为暂时性的收获和效益就选择捷径,放弃可持续性发展。政府和社会的投入不能浅尝辄止,而应当持之以恒,引导文化建设朝着正确的方向发展。

(二) 始终坚持以人为本,发挥人民群众的力量

群众文化活动,顾名思义是以人民群众为主体,在建设品牌的过程中自然要最大化地发挥他们的力量。文化活动的开展需要人们的积极参与,政府在引导群众文化建设的过程中,应思考如何让更多的人参与进来,以期能够达到全民参与的效果。以人为本,除了要鼓励人民群众参与,发挥其力量,还要求文化品牌的品牌建设要考量人们的利益。这一点就要求在制定品牌建设的规划的时候充分结合当地的文化资源和人们的需求,不能盲目地开展建设活动。政府要充分了解有哪些文化资源,以及人民群众喜欢哪些文化资源和文化活动,根据人们的喜好和需求来制定规划,才能让更多的人接受,从而为群众文化品牌的建设提供可能性和发展机会。

(三) 找寻文化品牌与其他品牌建设的相同点,取长补短

文化品牌的品牌建设与其他领域的品牌建设在某些地方具有相同点,政府在引领群众文化品牌时可以结合相应的其他品牌建设,分析其特定和具有积极效益的措施,经过改进和调整后引用到自身的建设中,达到取长补短的效果。在这一过程中,需要参与者仔细考量二者之间的优缺点,加以取舍,以他山之石攻玉,为文化品牌的品牌建设提供好的借鉴。

结束语

建设群众文化活动是利国利民的积极举措,我们应当仔细分析当前的文化发展现状,做出正确的判断和决策,不断地推动品牌建设,打造具有特色的、鲜明的、可持续性发展的良好群众文化活动品牌。

参考文献

- [1] 胡冬文. 关于公共文化服务背景下群众文化品牌的建设分析[J]. 艺术评鉴, 2017, 07: 184-185+157.
- [2] 王楠. 针对公共文化服务背景下群众文化品牌建设的思考[J]. 智库时代, 2017, 06: 231+239.
- [3] 程媛媛. 山东省公共文化服务品牌建设现状与发展策略研究[D]. 山东大学, 2018.
- [4] 邓超. 公共文化服务下的群众文化品牌探析[J]. 文化创新比较研究, 2018, 215: 155-156.
- [5] 李建国. 试论公共服务背景下的群众文化品牌[J]. 中国民族博览, 2018, 12: 63-64.