

高雅艺术消费：现状分析与建议

倪光珺

(广东省中山市文化艺术中心 广东 中山 528400)

【摘要】 长期以来,高雅艺术凭借其艺术性较高、价格高昂、内涵丰富的特点成为了中上层部分人所欣赏的艺术,也是一些经济能力较高的人们丰富精神世界和艺术修养的重要途径。然而随着人们物质生活的日益富足,对于精神文化的需求也日益提高,普通民众也希望通过欣赏艺术来获得精神方面的满足,高雅艺术的推广也逐渐从专注高雅人群转为面向广大人民群众,但是广大民众在高雅艺术消费方面却存在一些问题,严重影响了高雅艺术的发展和推广。基于此,本文就对高雅艺术的消费现状进行具体分析,有针对性的根据人们的心理需求和物质水平提出可操作的改善建议,期望能以此为参考促进高雅艺术更好的推广,满足各个阶段人们的精神文化需求。

【关键词】 高雅艺术;消费现状;有效建议

一、高雅艺术概述

在社会发展快速的背景下,大多数人们的物质需求得到了充分的满足,于是在吃饱穿暖之外,人们越来越多的开始关注对艺术的欣赏,从老一辈人喜爱的戏曲、相声,到青年人喜欢的音乐、舞蹈、绘画,甚至是电影、脱口秀等等,都是艺术的表现形式,这种人们能够直观理解、寻常可见的艺术就是通俗艺术。与之相对的像是交响乐、艺术展、芭蕾舞、音乐会等,普通民众接触较少,也很难理解内涵,不易懂,民众觉得高不可攀的艺术大多就是高雅艺术。这种认知上的误区使得人们不敢接触高雅艺术,使高雅艺术在推广中面临了一些不可避免的问题。

二、高雅艺术消费现状

2.1 演出票价较高

随着人们经济水平的提高,物价也呈现飞速发展的态势,明星演出的天价出场费现象也时有出现,在此背景下有内涵的艺术家们身价更是直线攀升,为了提高经济效益,剧场一方面聘请知名艺术家,一方面只能提高票价去弥补出场费支出的亏损。同时就高雅艺术本身而言,如今还没有达到普及的状态,群众对于艺术的不理解使得大多数人不愿意将钱浪费在看不懂的高雅艺术欣赏上,尤其是一些歌剧的演出,平均票价高达500以上,这对于普通民众而言,可以说是不必要的支出,人们更是不舍得买票,高雅艺术的消费市场也就因此难以打开。

2.2 民众普及性低

当前在艺术欣赏方面,民众喜爱的大多还是相对流行的通俗艺术,就影视艺术而言,以娱乐型为主的商业电影一般票房都较好,传播范围也较广,同时也很难在专业的电影节上出现,而内涵丰富的艺术电影票房可以说是甚有人知,然而却能在电影节上斩获大奖,两者之间的差距就可以看做通俗艺术和高雅艺术受众程度的差异。对于高雅艺术而言,其丰富的内涵只是吸引了少数人的注意,无法满足大众对艺术的需求,自然导致民众普及性低,很多人不关注,甚至不知道在哪里购买剧场的票,城市内的剧场在哪里等等,严重影响了高雅艺术的消费市场发展。

2.3 民众素质影响

民众普及程度低就代表着大多数人们对于高雅艺术了解甚少,即使进行了消费,在观看时也会因为素质不高使得艺术的高雅性受到影响。例如在交响乐的演奏中,人们欣赏的目的是为了感受乐曲的大气,提高艺术修养,然而一些人却觉得声音太吵,听不懂,索性睡完了全场,或是一味的玩手机,激动时还会欢呼、录音、拍摄等,这对于高雅艺术而言就是不尊重艺术家的表现,还会影响其他观众的欣赏体验。民众的低素质也是高雅艺术发展的阻碍之一。

2.4 推广手段单一

在信息时代营销手段日益丰富的今日,高雅艺术的推广仍拘于形式和表面,只是在官方网站上上传海报,现实张贴海报等进

行宣传,传播的深度和广度以及范围受到了一定的限制,没有起到引导民众欣赏高雅艺术的作用。单一的推广手段使得民众缺乏获得高雅艺术信息的渠道,自然使得其发展受限。

三、高雅艺术消费建议

3.1 调整演出票价

高昂的票价一直是普通民众接触高雅艺术、欣赏高雅艺术的一道门槛。相关剧场需要在票价方面进行合理控制,根据当地的物价水平和艺术家的水平对票价进行相应的调整,在政府扶持的帮助下使高雅艺术的票价更加亲民,让民众从经济方面更愿意去接受,以此来打开高雅艺术消费市场的局面。

3.2 提高民众素养

年轻者的欣赏水平很难再进行改变,老一辈的人看惯了自己喜爱的艺术也不愿接受新的艺术。高雅艺术在推广时就要重视青年人的消费市场,将高雅艺术与教育结合起来,大学中开设艺术社团、成立学校军乐团,高中艺术课开设芭蕾舞、国标等增加艺术种类,基础教育引导年纪小的学生去文化馆和少年宫进行艺术欣赏。如此一来,不仅提高了年青一代对高雅艺术的欣赏水平,还使得艺术更加容易走入人们的心中,提高了人们的艺术修养,从根本上强化了民众的素质。

3.3 推广高雅艺术

在经济时代的影响下,宣传对于艺术的影响也起着至关重要的作用,合理的宣传不仅能扩大艺术的传播范围,还能有效的提高经济效益。因此,高雅艺术的推广方面就需要充分利用新媒体的便捷性,通过短视频记录并传播高雅艺术表演片段,甚至可以拍摄艺术家的日常,让民众感受到高雅艺术其实并没有那么的高不可攀,以趣味性的宣传内容吸引民众的注意,调动民众的欣赏兴趣,激发民众的高雅艺术消费情绪。

结语

综上所述,在新时期社会快速发展的背景下,高雅艺术的市场扩大已经是时代所趋,高雅艺术消费的繁荣也在一定程度上代表了人们艺术修养的提高,面对如今演出票价较高、民众普及性低、民众素质影响、推广手段单一的问题,在降低票价追求短期利益的同时,还要从长远的角度进行问题的解决,从教育阶段就对人们进行高雅艺术的普及,提高民众素质,立足于观众的教育进行多元化的艺术创新和推广,以此来使高雅艺术得到长远的发展,真正实现全民欣赏高雅艺术,扩大消费的目的。

参考文献

- [1] 赵良云. 文化滋养, 功在千秋——谈天津高雅艺术市场的观众拓展[J]. 戏剧之家(上半月), 2013(03): 128-130.
- [2] 伍益中. “高雅艺术进校园活动”现状分析——以湖南高校为例[J]. 艺海, 2012(6): 160-162.
- [3] 徐望. 我国大众与分众文化市场发展评析[J]. 江汉学术, 2018, v. 37; No. 217(03): 99-106.