

打造群众文化品牌展现特色文化魅力

邓建国

江西省文化馆

[摘要]随着不断提高的生产力和生活水平,精神文化的需求也出现了一定程度的上升。提高社会科学文化素质、满足群众文化需求、推进社会主义精神文明建设、加强社会主义先进文化建设为宗旨,开展群众性文化活动。主要依靠文化中心等群众文化服务机构开展群众文化活动,负责为公众提供文化服务,组织文化活动。然而,由于大众文化活动同质化,效率低下,很多文化机构提供给大众的文化,并不完全符合大众的需要。为此,文化服务机构的各项工作都要以创新群众文化服务方式、打造群众文化品牌、展现特色文化魅力为着力点。

[关键词]群众文化品牌; 特色文化; 打造

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.03.752

引言:如今,随着各种活动的日益兴盛,人们越来越频繁地参与到文化活动中来,对文化形式和内容的要求也日益提高。文化服务机构作为承担着为群众提供文化活动,需要满足群众文化需求,减少同质化、低效率的群众文化活动,必须不断改革创新。作为文化事业单位,要根据现阶段群众的文化需求,创造性地为群众创造喜闻乐见的文化活动,打造文化品牌,增加品牌的影响力,不断与时俱进,开拓创新,打造文化品牌。通过开展形式多样、富有创意的文化活动,在满足群众文化需求、构建和谐社会上下功夫。

一、新时期群众文化活动的时代内涵

当前,我国经济建设水平取得显著成就,人民群众精神文化生活需要也被带动了。有效发挥了群众性文化活动的作。面向公民的群众性文化活动,旨在丰富公民精神文化生活的内容,提高公民对精神文化生活的满意度。大众文化品牌不同于其他品牌,如商品品牌,主要是指能够带来经济效益的品牌,也是以追求社会效益为主的无形资产。作为庞大的文化品牌。活动标记。从群众文化工作的角度来看,打造群众文化品牌之后,然后最大限度地弘扬群众精神、促进和改善文化福祉的同时,确保群众文化活动对公众更具吸引力。

(一)群众文化品牌具有公益性

创建群众性文化品牌是一种非营利性的公益行为,具有鲜明的新时代标志。群众性文化品牌建设要弘扬中华优秀传统文化精神,以建设社会主义核心价值观、讲好中国故事、传播中国声音、提升中国形象为主线。时代精神和典型的人民精神。引导社会风气,凝聚人心,培育人才,提供精神动力,促进文化大发展大繁荣。创建群众文化品牌的目的是尽可能满足人们的精神文化需求,实现其良好的社会价值,从精神层面拓展群众文化活动的社会属性。因此,大众文化品牌更注重自身核心文化价值的形成,也应非常重视品牌的社会效应。

(二)群众文化品牌具有共享性

创建群众性文化品牌,一定要有广大群众的积极参与,群众的认同感。这是一个不断迭代的过程,群众参与文化建设,分享文化,愿意在别人中间去推广,愿意再参与、再分享。一个完整的文化品牌应由品牌名称(即活动名称)、

品牌形象标志(即活动标志)、品牌口号(即标语)、品牌属性(即活动形式)、活动周期等要素组成(包括事件受欢迎程度、声誉和满意度)。就像企业打造产品品牌一样,产品没有知名度、美誉度和满足感,也就是产品没有品牌。消费者一般不会消费非品牌产品,更不用说再消费或重复消费,因为符号、形象、价值等其产品的认知没有传递到消费者的大脑,消费者对其产品的认知也没有传递。高。因此,作为公共文化产品,需要响应群众精神需求。群众文化活动应着力打造“知名度、美誉度、满意度”的品牌,调动群众的积极性和参与性。最大化社会价值。发展自我实现的文化需求,然后实现文化与分享文化。群众性的文化活动只有不断提升活动的品牌,才能最大限度地发挥社会功能。

二、群众文化品牌建设的不足

(一)思想观念的陈旧

近年来,政府有关部门和一些社会团体不断加大对群众性文化活动的支持和关注力度,其出发点就是让群众的生活更有趣。但它的目的性和导向性太强,导致文化活动的娱乐色彩更浓。逐渐地,它们变得不仅仅是表演和建筑,以丰富人们的生活。久而久之,文化活动的建设就会缺乏高度和深度。也就是说,这样的文化活动虽然普遍受到大家的欢迎和认可,但由于其诸多不适应时代发展的短板和不足,注定要被淘汰。造成这种情况的根本原因在于,传统的方式一直沿用,时间久了没有更新换代,导致活动比较普遍和落伍,影响和阻碍了文化品牌的建设。

(二)优势不突出

在创建群众文化品牌时,可以考虑将地域特色、个性等加入进来,使之各具特色。从以往的经验 and 案例来看,人们在合理建设和开发的同时,虽然结合了区域内的条件和需求,但并未增添区域特色。正因为忽视了内容与形式,内容与形式过于雷同,因此,要使正在建设中的群众性文化活动具有唯一性、新颖性,仍然困难重重。

(三)缺乏创新

打造群众文化品牌,群众基础必须是创作的核心。有时可能与人们的兴趣和社会潮流有所不同,但如果只一味地考虑大众的喜好,就跟不上社会潮流;但如果盲目追随社会

潮流，就无法充分考虑大众的需求。因此，文化活动创新难度大，它需要在大众需求与社会趋势中寻找创造与发展的平衡点。

三、打造新时期群众文化活动的品牌路径

（一）坚持质量优先，树立大众文化品牌意识

社会在发展，时代在进步。提高人民群众的物质文化生活迫在眉睫，对精神文化生活的需要普遍提高。在当前形势下，不能停留在一般水平，但必须乘势而上，把握潮流组织开展群众性文化活动，与群众文化需求同步提高，共同发展。作为实施“全民艺术普及”的专职机构，必须树立强烈的品牌意识，具备打造大众文化活动的水平和能力，并通过有效的组织和创作，真正成为形式规模化、群众性强、经得起时间考验的文化品牌，是一个持续开展、参与广泛、质量优良、认可度高的群众性文化活动的品牌。作为群众性文化活动的品牌，受到人民群众的广泛认可，就具有较大的社会影响力，深受群众喜爱，参加群众性文化活动的人就会越来越多。流行文化的功能作用会进一步突出。大众文化的社会效益将更大。所以群众文化活动的品牌魅力正在于此。

（二）积极鼓励群众参与品牌建设活动

要成功开展群众性文化活动，必须有群众的积极参与。人作为活动的核心力量，如果能够深化大众文化的活动，必将有助于大众文化品牌的创新。例如，在大部分农村开展了“农村舞台”“人民剧场”等多项品牌活动，旨在鼓励更多的社会群众主动参与，调动群众的积极性和积极性。另外，在群众自发的文化活动中，要求群众作为演员参与实际文艺演出，既锻炼了群众的主动性和主体性，也使群众的参与积极性在一定程度上得到了提高。针对我国的一些传统节日，市文化宫可以组织群众参加“猜灯谜”“赏京剧”“赛龙舟”“歌节红”等多项文化活动。既弘扬了我国的文化传统，又丰富了大众文化。因此，要积极鼓励群众参与品牌建设活动，通过文化互动和创新，为传统基地注入新鲜血液。

（三）保障优质服务，实现群众文化活动满意度

通过不断提升知名度和美誉度和优质的服务，来达到群众文化活动的满意度。群众文化活动是否成功，是靠群众对社会的满意程度上来决定的。满足不同层次群众的精神文化需求是举办群众性文化活动的根本目的，而群众是否认同，必须成为检验活动成败的“试金石”。正如习总书记指出的：“以人民为中心，就是要把文艺工作的出发点和落脚点放在满足人民群众的精神文化需求上，把人民群众作为文艺的主体”。以人民为鉴赏家、文学鉴赏家、艺术审美鉴赏家。为人民服务，是文艺工作者义不容辞的责任。作为举办群众性文化活动的各级文化馆单位。要始终以人民为中心”作为开展各项文化活动的指导思想和工作方针，“公益”“基本”“平等”“便民”贯穿

群众文化活动自始至终。整合各方资源，为想要就近参与活动的群众提供最优质的服务。组织好群众性文化活动，主动深入生活，深入现实，了解新时代不同群体和不同层次人群的精神文化需求，主动采取行动并愿意做出贡献。

（四）加大群众文化宣传力度，实现全民参与群众文化活动的建设

广大群众参与文化活动的意识不断增强。参与的热情也越来越高。但是，仍然有很多人对群众文化活动知之甚少，接触有限。为此，文化中心等群众性文化服务机构要加大对群众的文化宣传力度，继续扩大宣传范围，更广泛地聚集群众，让群众参与建设文化活动。在建筑活动中建立事业。提出自己的观点，让群众文化活动品牌凝聚人民的智慧，助力群众文化建设更符合民意。当然，一个人可以在这个过程中拥有丰富的经验。积极参与文化活动，既能享受文化带来的乐趣，又能锻炼自己的主观能动性，为群众文化活动的建设做出贡献。

（五）推进公共文化流动服务

发展移动公共文化服务，实现与固定设施服务和数字服务的互补性，促进基本公共文化服务均等化，完善公共文化服务体系。移动公共文化服务是移动公共文化服务的一种方式，主要是满足固定文化设施难以到达的场所和人群的公共文化需求。移动服务运营商可以依托公共图书馆、文化馆（站）、各级博物馆、数字文化项目和乡村影院放映项目。与固定公共文化设施和人员提供的文化服务相比，流动公共文化服务具有灵活、简单、方便、高效的特点。内容形式丰富多样，接地气贴近人们的生活，资源相对丰富，适合整合，适合互补，更活跃，更相关。移动服务模式同时也搭建完成了，实现了在公共文化部门、公共文化单位和民间文化组织之间的链接。

结束语：总之，打造一个庞大的新时代文化品牌，是一个系统性、复杂性的长期项目。需要政府各部门、各文化机构以及社会各方面的通力协作。所以，在海量文化品牌建设的新时代进程中，应立足实际发展，强化组织领导，打造高效运转的工作机制；积极鼓励群众参与品牌建设活动，加强群众文化品牌建设宣传。

参考文献：

- [1] 李淑萍. 创新群众文化服务，打造群众文化品牌. 文化科学, 2019-11.
- [2] 林永善. 繁荣基层文化打造群众文化品牌. 文化科学, 2017-12.
- [3] 庄健. 浅析如何打造群众文化品牌. 建筑设计及理论, 2016-12.

作者简介：邓建国（1979.07-），男，汉族，江西南昌，舞台技师，大专，群众文化。