

群众文化活动品牌化建设的路径探索

邱昌亮

江西省文化馆

[摘要]近些年来,我国经济实现了飞速发展,社会主要矛盾发生了变化,人民群众的追求也逐渐从物质生活转向精神生活,更加注重生活质量的提升。在这一现实情况下,做好群众文化活动,加强群众文化活动的品牌化建设已经成为大势所趋。本文就群众文化活动品牌化建设的重要性进行了简单阐释,总结了在这一过程中存在的问题,并提出了具体的解决路径,希望能够落实好群众文化活动品牌化建设工作,充分发挥群众文化活动的优势和价值,丰富人民群众的精神世界,提升他们的生活幸福感和满意度。

[关键词]群众文化活动;品牌化建设;路径

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2021.12.1945

在当今社会,特别是在我国已经全面建成小康社会的新时代下,人民群众已经从以往对物质条件的追求转化为对丰富精神世界的追求。为了满足人民群众的这一需求,政府有关部门开展并落实了一系列群众文化活动。经历了一段时间的发展,群众文化活动的数量和种类都有了一定程度的扩展,群众文化活动品牌得以形成。不仅有助于增强群众文化活动在整個社会中的影响力,还有助于提升群众文化活动品牌效益,促进群众文化活动更好地服务于人民群众。

一、群众文化活动品牌化建设的重要性

(一)有助于提升人民群众的文化素质

从群众文化活动的开展模式来看,其行主体和服务对象都是人民群众,这就意味着群众文化活动品牌化建设的推动者也应当是人民群众。在落实品牌化建设的过程中,国家有关部门必然会关注本地的基础设施建设情况。借助这一方式,能够促使人民群众积极参与到文化活动中,实现对其精神生活的丰富,也有助于提高人民群众的文化素质。

(二)有助于健全公共文化服务体系

公共文化服务体系的目标群体为基层的人民群众,旨在贯彻落实法律赋予人民群众的基本文化权利,群众文化活动是公共文化服务体系的重要组成部分,也是实现这一目的的重要途径。加强群众文化活动品牌化建设,有助于健全公共文化服务体系。

(三)有助于提高公共文化的科学利用率

在进行群众文化活动品牌化建设的同时,能够有助于将公共文化服务体系中呈现出的价值导向得以体现,并通过具体的活动形式表现出来,有助于提高公共文化的科学利用率。群众文化活动品牌化建设是对群众文化活动的一种革新和优化,为人民群众丰富自己的精神世界提供了有效渠道,对提高公共文化的科学利用率作用显著。

二、群众文化活动品牌化建设存在的问题

(一)建设理念存在一定局限

尽管近些年来政府部门对群众文化活动的关注有所增加,以期能够进一步丰富人民群众的精神世界。然而,大多数群众文化活动都具有较强的随意性,缺乏内涵,不能适应社会的要求。之所以会出现这一现象,主要原因就在于仍然以传统的思维方式组织群众文化活动,使得活动类型单一,阻碍了群众文化活动的品牌化建设进程。

(二)品牌化建设机制相对落后

在时代的发展之下,以往的群众文化活动品牌化建设机制已经不能适应当今社会的发展状态,为群众文化活动品牌化建设带来了一定影响。不仅不能发挥群众文化活动应有的作用,也会在一定程度上浪费活动开展时所投入的人力物力成本。

(三)群众文化活动品牌单一

不同群体对群众文化活动建设的需要有所不同,部分地区的群众文化活动品牌相对单一,只能满足一部分人民群众的精神需求,为他们创造丰富的业余生活。然而,这无法形成广大群众广泛参与的局面,也不利于保证该活动品牌具有长久的生命力。

(四)缺少系统的活动规划

部分地区在进行群众文化活动品牌化建设的过程中,往往只着眼于当下的一个或几个活动项目,对其进行相应的安排和经营。但品牌建设过程中常常会受到不同因素的影响,缺少系统、长远的活动规划和品牌建设计划容易导致群众文化活动在开展过程中遇到很多阻碍,甚至由于领导人注意力和发展理念的转变而夭折,不能真正起到丰富人民群众精神世界的目的,具有较大的不稳定性。

(五)群众文化活动特色不鲜明

想要让人民群众发自内心地认可、支持并主动参与群众文化活动,就要保证这一活动形式与他们的日常生活有着紧密的联系,他们足够熟悉且具有一定兴趣,适应本地的现实情况和历史传承。部分地区开展的群众文化活动不具有鲜明的地方特色,不能引起当地群众的共鸣和情感上的反馈,品牌化建设效果也无法达到预期。

三、群众文化活动品牌化建设的具体路径

(一)坚持以人为本的建设理念

落实群众文化活动品牌化建设工作,主要目的就是为人民群众提供丰富多样、品质优良的群众文化活动,是以人民群众的当前文化活动情况为指向,以人民群众追求的丰富精神世界为目标。因此,在进行品牌化建设的过程中,有关部门应当时刻坚持以人为本的建设理念,真正为了人民,依靠人民,促进精神文明建设的发展。

首先,有关部门应当从群众文化活动的规模和类型出发,形成群众建议、群众关注、群众参与的良好活动模式。坚持以人为本,就是要将群众的想法和观点贯彻到落实群众文化活动的各个方面和各个步骤。在活动的准备和设计阶段,有关部门可以借助信息化平台或社区,在活动的类型、开展方式等各个角度,积极听取人民群众的想法和建议,将有关信息进行分析,选取切实可行的建议融入文化活动的安排中。通过这一方式,有助于提高人民群众对群众文化活动的关注程度,形成群众争相参与的良好局面。其次,无论是群众文化活动的开展水平还是品牌化建设的具体成效,都应当将是否受到群众的广泛欢迎作为最重要的评价标准之一。与此同时,还应当注意符合人民群众的认知,要接地气,不脱离人民群众的日常生活,避免由于追求过高的艺术水平而无法被广大人民群众所理解并

接受。

(二) 积极创新品牌化建设机制

群众文化活动品牌化建设是近些年才出现的概念,有关部门欠缺丰富的建设经验,对品牌化建设工作缺少足够的重视,以老一套的活动开展模式来进行群众文化活动的品牌化建设工作,不能够真正发挥其对人民群众业余生活加以充实的作用。因此,有关部门应当积极创新品牌化建设机制,改变传统的工作模式,将群众文化活动融入人民群众的日常生活中。

首先,应当注重提高文化活动的品牌引导性。一般来说,在活动项目的建立时,有关工作人员会充分发挥自身的优势地位,借助一系列实验和交流活动,实现对活动品牌性的构建与提升。为了打造符合人民利益、适应当地情况的文化活动品牌,还要加强信息流通,提高工作效率,制定具有可操作性的活动方案。以茂名市为例,在近几年举办了多起“唱响茂名”的文化活动,打造了具有本地特色的文化活动品牌,受到了人民群众的热烈欢迎,也吸引了广泛的参与。其次,还应当采取相应措施提高品牌知名度。只有做好宣传工作,才能够促进人民群众对文化活动品牌的了解,提高引导性,使得人民群众愿意参与到文化活动中来。与此同时,还应当注重不同地区的实际情况,以人民群众喜闻乐见的方式和通俗易懂的语言进行宣传,借助本地政府的微信公众号或其他社交平台账号,营造人民群众普遍关注、积极参与的良好局面。

(三) 构建多元化群众文化活动品牌

开展群众文化活动就是要满足本地区内各年龄段群众的精神文化需求。然而,由于人们在教育背景、成长环境、工作岗位、思想观念等方面都有着显著的不同,这就导致他们对群众文化活动的需要也不可能完全一致。单一的群众文化活动品牌不能切实满足人民群众多样化的需要,无法让各个群体都获得良好的精神体验。因此,应当构建多元化的群众文化活动品牌。

一方面,人民群众可以从自己的兴趣爱好和价值偏向出发,探索建设符合自己价值观念和实际需要的文化活动品牌。具体来说,部分群众所热爱的文化活动可能不具有较大的普遍性,需要相应的设备支持或学习经历,不能广泛开展。为了满足这一部分人民群众的需要,则可以赋予他们自己打造文化活动品牌的权利,由政府有关部门承担对相关品牌的扶持与帮助。另一方面,也应当以长远、辩证的态度看待群众文化活动品牌,采用循序渐进的方式进行品牌建设,确保小品牌也能够获得相应的发展空间,营造百花齐放的文化活动品牌建设局面,从而促进群众文化活动的多元化发展。在这一过程中,政府应当发挥好宏观调控的作用,避免过多干预相关活动品牌的构建,而是将自己置于支持者、帮助者的位置。

(四) 制定群众文化活动的长远规划

想要真正实现群众文化活动品牌的可持续发展,不受时间流逝的影响而经久不衰,就需要有关部门站在一定思维高度上对群众文化活动开展的情况进行规划。在对活动品牌经营建设的过程中,难免会受到诸多因素影响,领导者的思想认识、政策的支持情况都是重要因素。如何避免群众文化活动的品牌经营具有较强的稳定性和长远性,则需要制定长期的发展计划,促进活动品牌的标准化和规范化。

应当注意的是,要建立完善、稳定的投资体系。资金支持对群众文化活动的开展成效和品牌化建设的水平起到了至关重要的作用。在对群众文化活动进行投资的主体之中,政

府的地位十分关键。在部分经济发展良好的地区,可以建立政府——社会二级多层次的投资体制,在充分调动起社会支持力量的同时,尊重政府的主导地位。特别是在经济发展相对落后的地区中,民营企业的实力不够雄厚,这就导致对群众文化活动的社会支持远远不够,只能借助政府资助开展相关活动。在这一情况下,更应当制定规范化的群众文化发展规划,尽量减少地方领导发展理念对群众文化活动开展的影响。

(五) 保持鲜明的地域特征

一直以来,我国都是一个幅员辽阔、拥有多个民族的大一统国家。在不同的地区、民族中,有着具有较大差异的地理环境、风俗习惯和历史传统。这是在长期的历史发展历程中形成的,对当地人民的生活方式和思想理念都有着直接影响。因此,在进行群众文化活动品牌化建设的过程中,有关部门应当注重尊重当地的实际情况,保持鲜明的地域特征,打造具有地域特色的文化活动品牌,促进各地独特文化传统的传承与弘扬。

第一,应当维持当地的文化样态和风俗传统,并在这一基础上提炼精华内容,与群众文化活动的品牌建设灵活地结合起来,有助于形成独具特色的活动品牌。例如,秦腔作为陕西地区独有的戏剧形式,充分表现了陕西人民的粗犷豪迈,为当地人民所喜爱。在开展群众文化活动时,就可以将秦腔的有关因素融入其中,在帮助人民群众提高归属感和使命感的同时,也能够为中华优秀传统文化的传承和发展提供渠道。第二,还可以在群众文化活动品牌化建设的同时适当加入自然地理因素。不同地区由于海拔高度、地理条件、气候情况等都有所不同,在长期的生产生活中形成了不同的地理文化。例如,在海拔较高的地区,能够形成独具特色的高原文化,对人们的生活方式产生了显著影响。将这一因素融入群众文化活动中,能够增强人民群众的接受程度,为其提供更符合他们认知的活动形式。

结束语:

综上所述,群众文化活动品牌化建设不是一蹴而就的工作,而是一项具有系统性和整体性的任务,需要社会各界人士尤其是政府部门付出努力并给予最大化的支持。在这一过程中,应当注重体现不同地区的鲜明特色,为群众文化活动品牌化建设提供足够的发展机会。与此同时,还应当时刻注意从人民群众的角度出发,想他们所想,真正站在他们的角度上思考问题,切实满足他们的需求。

参考文献:

- [1] 彭建峰.群众文化活动品牌建设机制研究——以“延安过大年”为例[J].文化学刊,2021(04):33-36.
- [2] 李建国.试论公共服务背景下的群众文化活动品牌建设[J].中国民族博览,2018(12):63-64.
- [3] 张德亮.公共文化服务背景下的群众文化活动品牌建设浅谈[J].文化创新比较研究,2019,3(09):161-162.
- [4] 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.
- [5] 邓超.公共文化服务下的群众文化活动品牌建设探析[J].文化创新比较研究,2018,2(15):155-156.

作者简介:邱昌亮,男,汉,山东,馆员,大专,群众文化。