

Discussion on the Innovation Method of the National Art Popularization Mechanism

Junsong Ye

Chengdu Cultural Center, Chengdu, Sichuan, 610072, China

Abstract

In today's society, art is not only a symbol of high culture, but also an important force to connect people's hearts and promote the harmonious development of society. The popularization of art, as an important way to enhance the cultural quality of the whole people and enrich the spiritual and cultural life, its importance is self-evident. With the progress of the Times and the development of the society, the participation of the whole people in art popularization activities has become a key link to promote the prosperity and development of cultural and art undertakings. In recent years, China's art popularization work has achieved initial results. From urban areas to rural areas, from children to the elderly, the tentacles of art education have been continuously extended, and various art exhibitions, performances, lectures and other activities have blossomed everywhere, providing rich artistic experience and learning opportunities for the public. Based on this, this paper analyzes the innovative method of the national art popularization mechanism, in order to achieve the breakthrough progress on the existing basis.

Keywords

comprehensive art popularization mechanism; cultural center; new media

全民艺术普及机制创新方法探讨

叶峻嵩

成都市文化馆，中国·四川成都 610072

摘要

在当今社会，艺术不仅是高雅文化的象征，更是连接人心、促进社会和谐发展的重要力量，艺术普及作为提升全民文化素质、丰富精神文化生活的重要途径，其重要性不言而喻。随着时代的进步和社会的发展，全民参与艺术普及活动已成为推动文化艺术事业繁荣发展的关键一环。近年来，中国艺术普及工作已经初见成效，从城市到乡村，从儿童到老人，艺术教育的触角不断延伸，各类艺术展览、演出、讲座等活动遍地开花，为民众提供了丰富的艺术体验和学习机会。基于此，论文对全民艺术普及机制的创新方法进行剖析，以期在现有基础上实现突破性进展。

关键词

全面艺术普及机制；文化馆；新媒体

1 引言

艺术普及是提升全民艺术素养、增强文化自信的基石，人们通过艺术教育和欣赏活动能够更好地理解和感受艺术之美，进而提升个人的审美能力和创造力。全民参与艺术普及不只在促进文化传承与创新方面具有现实价值，更是能够增强社会凝聚力，提升民众的幸福感和归属感，艺术的普及让每个人都能成为文化的创造者和传播者，共同推动社会文化的繁荣发展。

2 全面艺术普及工作的开展方式与途径

近年来，随着中国经济社会的迅猛发展和人民生活水

平的显著提高，文化艺术工作迎来了前所未有的新发展形势。在这个背景下，加快推进全民艺术普及不光成为提升国家文化软实力、增强民族文化自信的重要途径，更是能够满足人民群众日益增长的精神文化需求、促进社会和谐发展的必然要求。

文化馆作为中国设立的基层文化建设机构，承载着传播科学文化知识、弘扬优秀传统文化的历史使命，也担当着提高民众综合素质、促进社会文明进步的重要任务，在全民艺术普及工作中文化馆凭借其深厚的文化底蕴、丰富的教育资源以及广泛的社会联系发挥着无可替代的作用。为更有效地推动全民艺术普及，各地的文化馆应紧密结合当地的社会发展实际情况因地制宜地开展社会公众教育活动，其开展过程不光要注重艺术知识的传授，更是要强调艺术氛围的营造和艺术情感的培养，通过吸引广大群众积极参与的方式让艺术真正走进千家万户并成为人民群众生活的一部分^[1]。

【作者简介】叶峻嵩（1987-），男，中国四川成都人，本科，馆员，从事群众文化研究。

在全民艺术普及的具体实践中,文化馆还应积极探索创新工作方式方法,积极利用现代信息技术手段打造线上线下相结合的艺术教育平台,让更多人能够便捷地获取艺术资源和学习机会。同时,也可以加强与学校、社区、企业等社会各界的合作,共同搭建艺术教育的广阔舞台;举办各类艺术展览、演出、讲座等活动,为人民群众提供丰富多彩的艺术体验和学习机会。

3 文化馆全民艺术普及存在的问题分析

3.1 文艺产品服务缺少精细化分层

从目前来看,成都市大多数文化馆所提供的文化艺术产品服务主要集中在讲座、文艺演出、艺术展览及艺术理念培训等相关领域,但这些活动内容普遍呈现出较高的同质化。而许多文化馆在实施服务时往往缺乏较为深入的调研与分析,未能准确把握当地群众的多元化、个性化文艺需求,这种自上而下的“粗放式”服务模式已难以有效满足现代社会的多样需求。

以成都市的部分文化馆为例,其所开展的文艺活动、培训及讲座等项目的主要受众群体集中于儿童和中老年,年轻人参与率仅有12%,这显然与全民艺术普及的目标相去甚远。另外,许多文化馆在开展文艺服务时采取“一刀切”模式,未能有效进行细致的分层处理而使得受众的文艺水平参差不齐,这不光给文艺活动的开展带来了重重困难,甚至逐渐导致群众的参与度和满意度大幅下降^[2]。

3.2 数字文化资源体验感较差

从目前来看,中国许多大型文化馆均已在线上创建了自身的微信公众号、微博账号、门户网站及群众文化云平台等数字服务渠道,但这些网络平台普遍存在一些问题而影响用户的整体体验。具体而言,部分文化馆在文化云平台及官方网站上的网页分类显得杂乱无章,缺乏明确的导向性而使得部分栏目未能发挥其该有的功能与作用。同时,许多文化馆在网站与平台维护方面投入较少,其所展现的内容无法反映出自身特色与全面艺术普及特点,内容更新也不够及时。许多群众在线上使用手机APP或PC端登录网站或平台浏览文化艺术服务内容时会受到设计不合理、操作不科学、技术不过关等方面的限制而影响体验感,最终使得其在文化艺术宣传方面逐渐形同虚设^[3]。

3.3 农村群众艺术普及缺位

普及农村居民的文化艺术生活不但能丰富农民精神文化生活的需要,更是乡村振兴战略深入实施的关键一环,但现阶段中国乡村文艺活动面临着空无化、空心化的严峻挑战。一些文化馆在推进乡村文艺工作方面显得力不从心,或是由于资源有限而难以全面覆盖所有乡村地区,导致部分乡村地区文艺活动匮乏甚至出现文艺活动的空白地带;即便有文艺活动也往往形式较为单一,难以有效满足农村居民日益增长的文艺需求。同时,农村公共文化服务机构在利用网站、

文化云平台App、微信等数字文化服务平台进行文艺宣传普及方面也存在明显不足,这些平台本应成为农村居民享受文艺产品服务、反馈自身文艺需求的重要桥梁,但在实际操作中却未能充分发挥其应有的作用^[4]。

由于缺乏有效的文艺服务途径和反馈渠道,农村居民在文艺普及方面的缺位现象日益凸显,他们不但无法接触到丰富多彩的文艺活动,更难以表达自己的文艺需求和意愿。这种供需失衡的状态长此以往将严重影响农村居民文化艺术素养的提升,进而制约乡村文艺事业的繁荣发展。因此,加强农村地区的文艺普及工作,优化数字文化服务平台才能真正实现乡村文艺的繁荣发展,为乡村振兴战略的有效推进提供强有力的文化支撑。

4 全民艺术普及机制的创新路径

4.1 建立分级供给制度,促进全面艺术普及精细化

4.1.1 核心受众

核心受众群体因其具备较高的文化知识 with 艺术审美理念,自然就成为分级供给制度中的首要服务对象,他们对艺术服务的精准性与专业性有着更高要求。但这一群体在时间成本方面较为高昂,所以在满足其艺术服务需求时要尽可能将服务内容精心提炼,实现服务的快捷化与高效化。核心受众所关注的艺术领域和方向往往与时代潮流和走向相统一,这就需要文化馆在进行艺术服务时必须重视创新性与原创性,尽可能采用更具创意的艺术表现方式来满足其对艺术的新奇感与探索欲。为更好地服务于这一群体,文化馆可以考虑将他们组织成馆内的专业团队,让其直接参与到艺术创作中来,通过实践进一步提升他们的艺术素养和创作能力。同时,借助这一团队的力量打造出具有影响力的艺术品牌并在“走出去”方面下功夫,让这一品牌在社会各界产生广泛的影响,从而吸引更多的艺术爱好者加入其中,共同推动文化艺术事业的发展^[5]。

4.1.2 次级受众

次级受众群体在文化艺术方面的造诣相对一般,其对艺术服务的需求层次相较于核心受众会有所降低,这也意味着文化馆需要更加注重拓展服务的深度来满足他们在艺术上的进一步需求。由于这部分受众往往承担着较重的学业和工作负担,在接受文化艺术服务体验方面会受到时间与精力所限,因此提供更具弹性的服务时间就成为满足他们需求的关键。以成都市文化馆为例,该馆会利用周末或节假日等时间为群众提供他们喜爱的艺术演出等文化艺术服务,这种做法不但可以有效利用群众的闲暇时间去普及艺术知识,还让他们能够在轻松愉快的氛围中深入接触和理解艺术内涵。

4.1.3 潜在受众

潜在受众群体受到生活环境方面的限制,其在艺术知识掌握、艺术需求体验与审美素养等方面相对较低,文化馆在对其进行针对性艺术服务时更采用大众化的方式来使其

更为容易地接受与理解。相较于核心受众与次级受众,潜在受众群体拥有更多的闲暇时间用来参与文艺活动,所以延长文化艺术演出的时间与周期会使其通过沉浸式体验的方式更为深入的了解艺术内涵与价值。另外,许多潜在受众群体在日常生活中几乎不会关注艺术内容及发展,因此文化馆在提供服务时应特别注重艺术服务的体验感,通过设计互动艺术展览、艺术工作坊等新颖的艺术体验活动让其在参与和体验中逐渐感知并喜欢艺术。

4.2 引入 PPP 模式,提升全面艺术普及供给能力

为提升文化馆的艺术服务能力,进一步为人民群众提供更为丰富多元的艺术服务,单纯依赖政府的单方面努力显然是不够的。面对这一挑战,文化艺术行业需要创新服务模式并引入公私合营(PPP)模式,让更多的社会资本在政府介入下注入文化市场,从而激活文化产业的活力。在这一模式下,政府可以选择与具备专业能力和丰富艺术资源的文化企业进行合作并购买其艺术服务产品,这些文化企业可以根据群众的喜好和需求,定期或不定期地为群众提供精彩纷呈的艺术服务来充实文化馆的艺术内容,提升服务质量。

为确保这种合作模式的持续性和有效性,政府可以对群众满意度较高的文化馆给予资金奖励,以表彰其在艺术服务方面的卓越表现,这种奖励机制不但可以激发文化企业的服务热情和创新动力,还能够引导更多的社会资本投入文化事业中来进一步丰富群众的艺术生活。此外,引入 PPP 模式并充分利用社会资本还有助于盘活艺术服务供给市场,推动文化产业的繁荣发展,随着更多的社会资本进入文化市场,广大受众群体可以期待看到更多新颖、独特、富有创意的艺术服务产品来满足人民群众日益增长的精神文化需求。

4.3 借助新媒体渠道,丰富全面意识普及多样性

在数字化时代背景下,新媒体以其互动性、即时性和广泛覆盖性为全面艺术普及提供了前所未有的机遇,文化馆可以充分利用新媒体渠道去宣传和普及艺术知识与内容。具体而言,文化馆可以在微博、抖音、快手、B 站和微信公众号等社交媒体平台创建官方账号并定期发布艺术作品介绍、艺术家访谈、艺术史知识等内容,也可以利用短视频或直播形式进行艺术品的鉴赏、创作过程的展示以及艺术知识的讲解,吸引更多用户群体关注并参与到艺术宣传活动中来。

为了达到全面艺术普及效果,各文化馆及相关行业可以与教育机构或艺术家合作推出在线艺术课程,内涵可以涵盖绘画教学、音乐指导、舞蹈赏析或戏剧表演等多个艺术领域,在满足不同群体学习需求的同时提升其艺术素养和审美能力。另外,基于跨界合作与传播的全面艺术普及方式能够

让宣传方式更具潮流感,文化馆可以与时尚、科技、教育及游戏等领域的品牌或机构合作并共同推出艺术相关的跨界产品或活动,拓宽艺术传播渠道的同时吸引更多潜在受众的关注。

4.4 加强校地合作,提升全面艺术普及效能

文化馆在提升艺术服务能力的过程中除了要深入挖掘和充分利用自身的师资资源外,还应当积极寻求与高校和地方合作,努力搭建起人民群众与学校之间的紧密桥梁,促进双方资源的优势互补的同时还能在更广泛的层面上推动文化艺术事业的繁荣发展。采用加强校地合作的方式使能够学校更加深入地了解基层群众的文艺需求,从而调整教学内容和方法,使教授的知识更加“接地气”并与群众的文艺实践紧密衔接。

另外,高校师生进入文化馆开展讲座、开设课程或参与文艺活动可以为人民群众提供更加丰富多样的艺术学习体验,其不但可以将专业的艺术知识和技巧传授给群众,更是能够通过现场示范和互动教学的方式让人民群众更加直观地感受艺术的魅力,进而激发他们对艺术的兴趣和热爱。而文化馆借助高校名师的知名度和影响力也可以在艺术领域树立更加鲜明的品牌形象,吸引更多的艺术爱好者和关注者,进一步提升自身的社会影响力和美誉度。

5 结语

随着时代的发展,传统的艺术普及机制已难以满足人民群众日益增长的文化需求,创新艺术普及机制并探索更加高效、多元的传播方式就成为当前文化艺术事业发展的重要任务。笔者结合自身工作经验与心得总结,对文化馆在全民艺术普及机制方面的创新方法进行讨论,希望对相关人士有所帮助。

参考文献

- [1] 吴赛锋.新时代社会力量参与全民艺术普及的探索与实践——以深圳为例[J].艺术大观,2024(17):113-115.
- [2] 夏商周,张素琪.艺术传播中的数字化未来:高校艺术资源助力与全民艺术普及机制初探[J].艺术当代,2022,21(6):103-105.
- [3] 王枫.新时代文化馆全民艺术普及的创新推广与供给侧改革[C]//中国文化馆协会理论研究委员会,东莞市文化馆.新时代文化馆事业高质量发展——第二届全国文化馆理论体系构建研讨会获奖论文集,重庆市沙坪坝区文化馆,2019:5.
- [4] 史维林.全民艺术普及机制创新方法探讨[J].智库时代,2018(28):183-184.
- [5] 权红涛.全民艺术普及机制创新方法探讨[J].大众文艺,2017(4):18.