

群众文化活动创新设计与组织策略研究

郑皓月

会理市文化广播电视和旅游局 四川会理 615100

摘要：群众文化活动是满足人民精神文化需求的重要途径。在新时代背景之下，传统活动模式出现参与度降低、内容雷同等问题。本文从设计理念、内容创新、组织方法、资源整合、效果评价五个方面来研究如何打破传统思维定势，构建符合当代群众需求的活动体系。通过分析实践案例，提出可行的组织策略，给文旅单位开展群众文化工作提供参考路径，推动群众文化活动实现高质量发展。

关键词：群众文化；活动设计；组织策略；创新路径

群众文化活动属于文化建设的基础工程，同人民群众的文化获得感息息相关。目前的活动组织形式单一、群众被动参与、资源利用率低。探索创新设计、科学组织策略，是文旅工作者必须面对的实践课题。本研究立足基层工作现实，系统整理活动创新的关键要素，给出行之有效的实施方案。

一、群众文化活动的的设计理念革新

群众文化活动设计要改变供给思维，走向需求导向，了解各层面上不同的文化喜好，摒弃传统自上而下的供给方式造成的需求与供给错位情况。在策划机制上要破除“我办你看”的固定思维，创建群众全程参加的共创平台，让活动内容更合乎实际生活。同时要冲破固定场馆的空间束缚，把文化活动有机嵌入到社区广场、商业街区这些日常生活的场景当中，依靠环境营造来加强参与体验。这种设计理念的更新，需要对活动定位、活动策划、空间使用等各方面进行重新设计，使群众成为文化活动的创造者，使文化服务融入基层社会生态，从单向输送变为双向互动。

二、活动内容的创新突破

（一）传统文化的当代表达

传统文化资源是群众文化活动的重要内容来源，但是呈现方式要与时俱进。要善于提取传统文化的精神内核，用当代的语言、形式去重新诠释。戏曲可以采用沉浸式演出，让观众在移步换景中感受剧情；民间技艺可以开发体验工坊，让参与者亲手制作体会匠心；传统节

日可以融入现代仪式感设计，激活节俗的文化记忆^①。跨界融合是重要的方法，用传统音乐和电子音效相结合、用现代舞蹈表现古典诗词、用动漫人物讲述历史故事。这些创新并不是对传统的破坏，而是去寻找同当代审美相通之处。内容创作要避免生硬的说教，用故事化、情境化的形式来传递文化价值，使群众在轻松愉快的气氛中受到文化的熏陶，增强文化自信。

（二）数字技术的深度融入

数字技术给群众文化活动打开了新的可能性空间。虚拟现实技术可以创造出沉浸式的文化体验，使人们穿越时空去感受历史的场景，增强现实技术是在现实的基础上增加了数字信息，使活动更有互动性，直播技术突破了地域的限制，把优质的文化资源送到更广阔的地区。线上线下融合成为新常态，线下活动通过网络平台扩大影响，线上内容通过线下聚会加深体验。数字化不仅是技术的应用，更是思维方式的改变。建立数字文化资源库，把活动内容固化为可以持续使用的数字资产。借助大数据分析用户的行为主动推送符合其兴趣的内容。开发互动性较强的数字文化产品，从而提高群众参与的黏性。技术应用要考虑适老化设计，保证不同群体都能分享数字文化的红利。

（三）跨界融合的内容生产

破除文化门类之间的壁垒，尝试各种多元艺术形式的融合创新。音乐与美术结合开展现场绘画音乐会，文学与表演结合打造朗读剧场，体育与艺术结合创作运动主题舞蹈。跨界并不只是艺术领域内部跨界的表现，文化与科技、文化与商业、文化与旅游的融合也会产生新的内容形式。举办文化创意市集，将手工艺品展示与现场制作体验结合；开展文化主题研学活动，将参观游览

作者简介：郑皓月（1988.08-），女，汉族，四川会理人，大学本科学历，目前职称是中级职称（馆员），研究方向为群众文化活动、地方特色文旅活动。

与知识学习整合；组织文化消费季，将演出展览与商业促销联动。这样融合后能拓展活动的吸引力边界，吸引不同的兴趣圈层的群众。内容生产要重视原创，鼓励基层文艺工作者创作反映本土文化、贴近群众生活的作品，防止简单模仿、低水平重复，打造具有地域特色文化品牌。

三、活动组织的方法优化

（一）项目化管理的实施

将每项群众文化活动当作一个独立的项目来管理，确定目标、任务、时间节点、责任人。项目启动时期形成详细的实施方案，包含活动主题，内容安排，资源调配，风险预设等要素。根据活动的特点来组建项目团队，在策划、执行、宣传、保障等方面设置岗位，明确分工协作机制。在实施过程中采取节点控制的方法，设置关键的检查节点，及时发现并解决问题。项目化管理重视流程标准化，把成功经验变成可以复制的操作规程。建立项目档案制度，对活动的策划文档、执行记录、影像资料、效果数据等进行完整的记录，供以后的活动参考借鉴。项目结束之后进行复盘总结，从中吸取经验教训，不断改进工作方法。该种管理方式可以提高活动的计划性和执行力，减少活动的随意性和盲目性，保证活动质量稳定输出。

（二）社会化动员的机制

群众文化活动不能单靠文旅部门自己干，要建立多方参与的社会化动员机制。构建和基层组织的联动体系，经由社区、村委会、企事业单位工会等各种途径把活动信息传达给群众。培养扶持群众文艺团体，给予排练场地、设备、业务指导，使其成为活动的中坚力量。吸引文化志愿者参加活动服务，建立志愿者招募制度、培训制度、激励制度，形成一支稳定的志愿服务队伍。同社会文化机构、艺术院校建立合作关系，用专业力量提高活动品质。推动文化企业参与活动运作，培育市场化运作机制，促进社会效益和经济效益双提升。建立文化理事会等咨询议事平台，邀请各方面的代表对活动开展等提出意见和建议。社会化动员可以集中各方面的力量，扩大活动覆盖面和影响力，形成共建共享的良好局面。

（三）精细化执行的要求

活动执行环节决定群众体验，要重视细节。场地布置要考虑视听效果、安全通道、无障碍设施等要素，营造良好的参与环境。时间安排要契合目标群众的作息规律，避开极端天气和重大节假日，恰当把控活动时长^[2]。流程要紧凑流畅，减少冷场和等待的时间，留住观众的眼睛。现场服务要周到细致，设置咨询引导岗位，配备

应急医疗物资，设置便民服务设施。技术保障要提前调试，音响灯光、视频投放、网络直播等设备要有备用方案。应急预案应包含所有突发情况，并规定清楚处理程序以及责任人。活动结束后马上清理场地，搜集群众的意见反馈。精细化执行落实到每一个环节，需要工作人员有专业素养、服务意识，依靠标准化培训提高队伍能力，保证活动专业水准。

四、资源整合的策略方法

（一）公共文化资源的统筹

打破部门和区域的资源分割，建立统一的资源调配机制。整合文化馆、图书馆、博物馆、美术馆等公共文化设施，实现场馆、设备、人员的共享使用。建立区域文化资源数据库，摸清各类文化设施、文艺团队、非遗传承人、文化能人等资源的底数。利用总分馆制、文化联盟等形式来推进优质资源向基层流动。城市和乡村、中心与边缘之间要经常进行文化上的交流，减小区域文化发展上的差距。将各种艺术门类的专业力量整合起来，形成跨领域创作团队来提高内容生产的水平。使用废弃的工业遗产、历史建筑改造文化空间，激活存量资源。搭建资源共享平台，发布活动信息、场地档期、设备租赁等信息，实现资源共享。统筹要注重需求对接，按照活动性质、规模匹配资源，防止资源闲置、重复建设，提高公共文化投入的使用效益。

（二）社会力量的有效引入

拓宽资源渠道，激活社会参与活力。建立政府购买文化服务的机制，以项目招标、定向委托等形式，聘请社会文化机构来承办群众文化活动。鼓励企业承担社会责任，以赞助、冠名等形式参与公益性文化活动，形成多元投入格局。引导文化企业面向大众开发文化产品和服务，丰富群众文化消费选择。同高校艺术院系合作创建实践基地，学生社团参加活动策划执行，为活动增添青春活力，也为学生给予实践平台。发挥行业协会、文化社团的专业优势，在活动策划、人才培养、标准制定等环节给予帮助。引入社会力量要建立规范的合作机制，明确权利义务，加强过程监管，保证公益性方向。探索公私合作模式，采用特许经营、收益分成等办法，推动文化事业和文化产业相互促进，提高活动的自我造血功能。

（三）数字平台的综合运用

创建线上线下相融合的活动平台，提高资源整合水平。开发群众文化活动综合服务平台，集成活动预告、在线报名、直播观看、互动交流、效果反馈等各个功能，给群众参与提供便利。借助社交媒体来拓展活动的流传

范围,借助短视频,图文推送以及话题互动等手段,塑造线上声量。创建数字文化馆,开展点播欣赏、在线学习、远程辅导等活动,拓展活动的时空范围。开发移动应用,推送个性化活动信息,创建用户积分激励制度,养成参与习惯。平台应该重视数据的积累以及分析应用,根据用户行为数据来掌握需求变化,改善内容供应^[3]。创建与商业平台合作体系,用商业平台的技术能力和流量资源来增加公共文化服务的覆盖面。数字平台不是简单的线下活动搬移,而是要充分发挥数字技术优势,创造出新的参与体验和互动方式,形成线上线下互相促进的发展态势。

五、效果评估的体系构建

(一) 多维度评估指标设定

建立科学合理的评价指标体系,全面衡量活动的效果。定量指标为参与人次、活动场次、覆盖区域、媒体报道量、网络传播数据等,体现活动规模和影响力。定性指标有群众满意度,文化获得感,社会反响,专家评价等,表现活动质量与价值。要关注过程性指标,比如群众参与度、互动次数、回头参与率等,来评判活动的吸引力和黏性。设置长效性指标,对活动对群众文化素养、社区文化氛围的持续影响进行跟踪。不同种类的活动其评价的重点也不相同,展演类活动重视艺术水平与观赏感受,培训类活动看重技能提高与实际运用,赛事类活动注重公平公正与激励效果。指标的确定不能单纯追求数量,而应该重视效益和质量。建立分类评价标准,使评价结果具有可比性、指导性,为改进工作提供依据。

(二) 全过程反馈机制建立

评估不能只放在活动结束后,而应该贯穿策划、实施、总结的全过程。策划阶段通过专家论证、群众征询获得前期反馈,检验方案的可行性、吸引力。在执行阶段,通过现场观察、即时调查来收集过程反馈,及时调整执行策略。活动结束后,经过问卷调查、座谈访谈、网络评论等众多途径,大量地搜集参与者与观众的意见建议。建立反馈收集的统一标准,保证反馈信息全面、真实。对反馈的信息进行分类整理并加以深入剖析,找出普遍存在的问题及改进的方向。反馈结果要迅速通知有关方面,对于合理的建议给予采纳回应,形成闭环管理。建立反馈信息数据库,积累群众需求与偏好数据,为以后的活动策划提供依据。重视负面反馈的价值,把负面反馈当成发现问题、改进工作的重要线索。依靠持续的反馈循环,不断改善活动的设计与组织方式,从而

提高群众文化服务的精准度和有效性。

(三) 成果转化应用路径

评估的最终目的就是促进工作改进、经验推广。建立评估结果的应用机制,把评估中查出的问题列入整改清单,明确责任主体和完成时限。对评估中发现的好做法、好经验进行总结提炼,形成可复制的工作模式。组织经验交流活动,采用现场观摩、案例分享等形式来推动先进经验的传播。把优秀的活动案例编成培训教材,用以培训基层文化工作者的能力。建立激励机制,对评估优秀的团队和个人进行表彰奖励,从而调动其工作的积极性^[4]。把评价结果当作资源分配、项目启动的依据之一,促使各方看重活动品质。定期公布群众文化发展报告,公布评估数据和分析结果,接受社会监督。建立长期跟踪机制,对典型项目进行长期观察,研究项目发展规律和影响机理。通过系统的成果转化,使评估工作真正发挥作用,推动群众文化活动不断迈上新台阶。

结束语

群众文化活动的创新发展是系统工程,要从理念、内容、组织、资源、评价等各个方面协同推进。设计理念要坚持以人民为中心,把满足群众需求作为根本出发点,内容创新要立足传统、拥抱科技、注重融合,创造具有时代特色的文化产品,组织方法要走向专业化、社会化、精细化,提高活动的执行质量,资源整合要打破壁垒、开放合作,形成多元投入格局,效果评估要科学全面、注重应用,发挥导向和改进作用。文旅工作者要深入实践探索,敢于创新,在服务群众中提升能力,在文化传承中守正创新,推动群众文化事业繁荣发展,为建设文化强国作出贡献。面对新形势新要求,只有不断改革创新,才能使群众文化活动焕发出持久的生命力,真正成为人民群众的精神家园。

参考文献

- [1] 樊炳秀.新时期群众文化建设的困境与对策研究[J].参花, 2025, (35): 126-128.
- [2] 刘雪敬, 王明峰.浅析群众文化创作的全民参与机制构建[J].参花, 2025, (35): 138-140.
- [3] 李亮.群众文化活动的路径探究[J].参花, 2025, (32): 138-140.
- [4] 张杰.群众文化活动的时代价值及创新设计研究[J].国际公关, 2024, (08): 97-99.