

# Theme planning and effect evaluation of mass festival activities

Yufei Li

Chengdu Center for Foreign Cultural Exchange, Chengdu, Sichuan, 610020, China

## Abstract

As a vital platform for cultural preservation, community cohesion, and enriched public life, the thematic design and implementation effectiveness of mass cultural festivals directly determine their value. This study explores three core principles guiding festival planning—cultural heritage preservation, community resonance, and contemporary innovation—based on the essential attributes of mass cultural events. It proposes a strategic framework of “cultural foundation exploration, value symbol refinement, and diversified expression transformation,” while establishing an evaluation system encompassing four dimensions: participation engagement, cultural identity, social impact, and sustainability. The research aims to provide theoretical support for standardized and high-quality festival development, empowering these events to serve as a bridge connecting cultural memory with public sentiment in the new era.

## Keywords

mass culture; festival activities; theme planning; effect evaluation; cultural inheritance

## 群众文化节庆活动的主题策划与实施效果评估

李雨菲

成都市对外文化交流中心，中国·四川成都 610020

## 摘要

群众文化节庆活动作为传承文化、凝聚社群、丰富公共生活的重要载体，其主题策划的精准性与实施效果的科学性直接决定活动价值。本文从群众文化节庆活动的核心属性出发，探讨主题策划需遵循的文化遗产、社群共鸣、时代创新三大原则，提出“文化根基挖掘—价值符号提炼—多元表达转化”的策划路径，并构建包含参与度、文化认同、社会影响、可持续性四个维度的效果评估体系。研究旨在为群众文化节庆活动的规范化、品质化开展提供理论支撑，助力其在新时代发挥联结文化记忆与公共情感的纽带作用。

## 关键词

群众文化；节庆活动；主题策划；效果评估；文化遗产

## 1 引言

群众文化节庆活动是基层文化建设里不可或缺的一部分，依仗其展现的群体参与特性、周期循环特性、文化属性，化作彰显地域特性、汇聚社区认同、充盈精神世界的关键载体，从往昔传统庙会到当下现代文化节，该类活动一直承载起传播文化价值、顺应情感需求、带动社会沟通的职能。当前城市化进程增速与文化多元发展的背景下，群众对节庆活动的盼望，从简单的娱乐消遣转为更深层次的文化认可与情感交融，这针对活动主题的设计与效果的评判提出了更高的要求。部分群众文化节庆活动呈现出主题模糊不定、形式雷同性、与群众需求脱节等状况，导致活动影响力弱化、难以长期维持，需从理论视角厘清主题策划的逻辑条理，打造科

学规范的效果评估标杆，推动群众文化节庆活动切实成为扎根社区、服务百姓、弘扬文化的可靠载体。

## 2 群众文化节庆活动主题策划的核心原则

### 2.1 文化传承性原则

群众文化节庆活动，其核心价值是文化延续及活化，主题策划应把本地历史传统、民俗特色、非遗资源等文化根基作为出发点，杜绝脱离地域文化语境支撑的“飘浮式”创意，不管是把传统节庆实施现代方向的转化，就算是针对新立节庆做文化植入，皆应保障主题包含可判别出的文化基因，让活动成为民众触碰历史、体悟传统的纽带，结合地方戏曲、传统手工艺、民俗仪式等元素设计相关主题，可引发民众文化记忆的复苏，又可带动传统文化于当代生活下实现创造性演化<sup>[1]</sup>。

### 2.2 社群共鸣性原则

群众参与是群众文化节庆的核心要义，主题策划应当

【作者简介】李雨菲（1993-），女，中国四川成都人，本科，助理馆员，从事群众文化管理研究。

贴合社群生活阅历与情感期盼,防止过度聚焦商业利益或视觉效果而漠视群众主体地位,主题应彰显特定社群共同秉持的价值理念,诸如邻里敦睦、劳动可贵、生态友好等情形,运用具象化符号及场景的谋划,激起群众的代入体验与参与积极性,聚焦“社区共融”主题的节日活动,依靠集体创作、互助游戏等类似形式,激发群众对社群的归属情怀,令活动成为聚拢人心的引力源。

### 2.3 时代创新性原则

群众文化节庆活动要在传承阶段实现创新突破,主题策划需契合时代发展轨迹,纳入当代社会聚焦的话题,诸如生态良好文明、科技飞速进步、文化深度包容等情形,让活动兼备传统积淀与现代风采,创新并非将传统否定掉,而是利用全新表达样式、互动模式及传播管道,赋予传统文化主题全新生命力,采用数字技术实现传统民俗主题沉浸式表达,可拉动年轻群体参与相关事宜,还可赋予主题时代特质。

## 3 群众文化节庆活动主题策划的实施路径

### 3.1 文化根基挖掘:从在地资源到主题内核

主题策划发端是对本地文化资源进行系统性梳理,以田野查究、文献梳理、社群对话等方式推进,查找地域文化中的核心因子,涵盖历史事件实例、名人生平故事、民俗习惯传统、自然景象等,从所挖掘元素中提炼代表性文化标识,水乡地域可聚焦切入“水文化”,清理与水相涉的生产风习、民间掌故、生态智略。工业城镇可就“工匠执着精神”展开,探究制造业历史中的劳动记忆及技艺传承踪迹<sup>[2]</sup>。

待挖掘工作完结后,需对文化元素进行价值过滤筛选,留存那些既能展现地域风貌、又能引发普遍反响的内容,将其转换为主题的核心灵魂,该进程应规避文化元素的随意堆叠,而是通过逻辑关联来串联,生成饱含深度的主题主线,把“传统节庆仪式”“非遗技艺展示”“当代生活创新”整合为“文化传承与新生”主题,收纳多元事项,进而梳理出明晰的价值线索。

### 3.2 价值符号提炼:从抽象理念到具象表达

主题核心价值需借助具象化符号系统向群众传递,从三个层面出发开展符号提炼:聚焦“丰收”主题举办的节庆活动,能设计出麦穗造型的视觉形象标志,设定割稻体会、丰收盛筵等行为片段,搭配聚焦“耕耘与收获”的主题故事,将抽象的“丰收”概念具象为可触可悟的符号架构。

符号提炼需依从简洁化与独特化原则,保障大众能迅速领会并铭记主题,符号应呈现出包容的属性,可兼容不同群体认知偏好,杜绝因文化沟壑产生理解上的偏差,在多民族聚居的地带,主题符号应拼合各民族文化因子,凭借共有的情感(像团结、欢娱)实现跨文化的呼应感。

### 3.3 多元表达转化:从主题概念到活动设计

主题须凭借具体活动形式落地达成,转化为群众可投入、可经历的内容,活动设计可围绕主题形成“核心活动加

上辅助活动”的结构模式:核心活动承载起主题核心价值内涵,就如开幕的仪式、主题的展览、民俗的表演之类;辅助活动增添主题的表达范畴,好比互动交流工作坊、亲子欢乐体验、美食市集阵列,契合各类人群诉求。

活动形式的创新是推动主题落地的核心,可冲破传统“表演-观看”的单一模式,采用介入式、沉浸式、联合共创式设计手法,推动群众成为主题表达的介入者而非观望者,聚焦于“社区记忆”主题设计的活动,可安排“旧物件展览环节”“社区故事展示板块”“集体共同完成壁画创作”等部分,招募群众奉献自身的记忆与创意,令主题借互动自然表露。

## 4 群众文化节庆活动实施效果的评估维度

### 4.1 参与度评估:群众主体性的体现

作为衡量群众文化节庆活动影响力的基础指标,囊括参与规模的情况、参与深度的状态、参与群体的多样程度三个范畴,参与规模并非简单地追求人数的多寡,而是看重目标群体的覆盖比例数值,诸如社区居民、特定兴趣团体的参与占比;参与深度反映出群众在活动中的投入情形,诸如是否主动参与互动进程、是否多次参与多轮活动;参与群体多样性可体现活动对不同年龄、职业及文化背景人群的吸引力,杜绝活动成为某一群体的“自我愉悦”。评估参与度要聚焦于群众主动参与的意愿情形,而非被动动员达成的成效,看群众有无自行传播活动内容、活动结束后是否分享体验,能评判活动对群众的吸引程度几何,参与度评估的核心考量是查看活动是否确实贴近群众需求,形成群众欣然投身的生活文化片段<sup>[3]</sup>。

### 4.2 文化认同评估:价值传递的有效性

群众文化节庆活动核心目标里有文化认同这一项,评估应聚焦活动在文化认知、情感归属及行为转化方面产生的效应,从文化认知层面看,可分析群众是否借活动加深了对本地文化的洞察,好比是否可说出主题蕴含的文化标识性符号;情感归属范畴,能评定群众是否借活动提升了对地域文化的骄傲感,诸如是否肯向他人推荐本地文化;行为转化维度,能观察到活动后群众是否更积极投身文化传承,诸如进行非遗技艺的研究学习、投身民俗活动参与等。评估文化认同需防止浅层化,不可只把“群众表达喜欢”当作衡量标准,而宜留意长期成效,活动终结后民众对本地文化的提及次数情况、对文化保护支持度的起伏,皆可作为更具价值的评估凭据。

### 4.3 社会影响评估:社群联结的强化

群众文化节庆活动在社会层面的价值,表现为对社群关系、社会氛围起到积极作用,评估可从三个维度切入展开:查看活动有无增进群众彼此的交流与合作,有邻里关系改善、跨群体互动增多;查看活动是否传递了积极的价值认知,是否带动群众留意公共议题;收集媒体、社会组织、专家就

活动给出的评估意见, 勘查活动的社会认可水平。社会影响评估需把活动的“溢出效应”纳入关注范围, 即活动在日常生活里造成的长期影响, 针对“环保”设定主题的节庆活动, 若能够推动民众在平常日子里养成环保的习惯, 甚至推动社区制定环保公约, 可说明活动产生了深度层面的社会效应。

#### 4.4 可持续性评估: 活动生命力的保障

可持续性评估审视活动能否长久实施并不断精进, 涉及三个维度: 组织可持续性的考量点。可持续性评估要避免短视的审视视角, 不应仅聚焦单次活动的成效, 需审视活动是否形成可复用、可进阶的模式, 是否搭建起群众反馈机制, 是否可依据反馈调整主题策划框架; 有无建立起稳定的志愿者梯队, 为活动给予长效支撑<sup>[4]</sup>。

### 5 群众文化节庆活动效果评估的实施方法

#### 5.1 定性评估: 深度把握情感与价值

定性评估多借助访谈、观察、文本剖析等途径, 获取群众情感体验内涵与活动价值传递实质, 可挑选不同群体代表开展深度访谈, 探究其对活动主题的领悟、参与体验及对文化认知的转变; 采用现场当下观察, 写下群众互动行为及情绪的变化, 衡量活动环节的吸引力大小; 实施针对活动宣传资料、群众分享话语的文本解析, 析取其内关键词汇与情感走向, 鉴定主题传播实效。定性评估的好处是可深入剖析活动的隐性影响, 诸如群众文化认同感、社群归属感等无法精准量化的事项, 为主题优化给予定性的凭据。

#### 5.2 定量评估: 系统监测参与与影响

定量评估借助数据统计、问卷调查之类途径, 分析诸如参与度、满意度这类可量化指标, 谋划针对相关方面的问卷, 采集群众针对活动主题、环节及组织的满意程度评分; 统计诸如参与人数、重复参与频次占比、各群体参与比例等数据, 估测活动的覆盖达成效果; 解读活动传播数据, 以社交媒体的提及量、转发量作为分析点, 评定主题在社会层面的影响力。定量评估应杜绝出现数据的表面化剖析, 应把定性结果融入分析, 解析数据背后的缘故, 要是某环节参与的人数不多, 需借助访谈探究是否因主题关联度低, 还是形式欠缺吸引力, 为优化事宜提供精准指引。

#### 5.3 动态评估: 构建持续优化机制

群众文化节庆活动效果评估不应仅在活动结束后阶段进行, 要构建一套从策划到实施, 再到评估和优化的动态循环机制<sup>[5]</sup>。活动策划工作开端, 依靠预调研明确评估方面的重点; 活动实施进程里, 按照现场反馈及时对环节作出调整; 活动实施完结后, 把定性及定量结果进行汇总, 产出评估总结。把评估结论融入下次活动主题策划工作, 实现不断优化升级。动态评估重点是达成活动与群众需求同步进化, 让主题策划一直紧贴时代的发展进程与社群的变动, 维持活动的蓬勃生命力。

### 6 结论

群众文化节庆活动里, 主题策划与效果评估为系统工程, 要把文化传承当作根基、将群众需求作为导向、以时代创新作为动力, 主题策划借助挖掘文化底蕴、提炼价值标识、完成多元表达转变, 把抽象的文化价值转换成大众可体验、能介入的活动内容; 效果评估从参与的程度高低、文化的认同强弱、社会的影响大小、可持续的时间长短四个维度, 全面估量活动的实际价值, 为活动完善给出凭据。实践过程中应防止主题策划出现同质化, 评估陷入形式化, 始终恪守“群众主体”理念, 促使群众文化节庆活动实际成为文化与生活、个体与社群的联系纽带, 伴随社会文化的不断前行, 主题策划应进一步强化包容度与创新度, 效果评估需把重点放在长期影响与社会价值上, 激励群众文化节庆活动在传承阶段开展创新, 靠创新的活力带动发展, 赋予基层文化建设持久动力。

#### 参考文献

- [1] 宋鹏. 新时代群众文化活动策划与组织策略探讨[J]. 参花, 2024, (29):146-148.
- [2] 彭曲. 传承与创新: 群众文化活动的组织策划[J]. 云端, 2024, (37):44-46.
- [3] 万青. 新形势下群众文化艺术活动的创意与策划[J]. 参花, 2024, (23):134-136.
- [4] 于天奎. 新时代基层群众文化活动的组织与策划[J]. 文化产业, 2024, (16):65-67.
- [5] 刘毅超. 浅析群众文化活动策划与组织策略研究[J]. 中国民族博览, 2022, (23):99-101.