

# Research on Creativity and Planning of Mass Cultural and Artistic Activities

Zifeng Liu

Hefei Cultural Center (Lai Shaoqi Art Museum), Hefei, Anhui, 230000, China

## Abstract

In the current era of rapid socio-economic development and significant improvement in people's living standards, the demand for spiritual and cultural life among the masses is becoming increasingly diverse and urgent. Cultural and artistic activities, as an important carrier to meet this demand, are becoming increasingly important. In this context, it is urgent to conduct in-depth research on the creativity and planning of mass cultural and artistic activities. By innovating the content and form of activities, optimizing organizational management models, and accurately meeting the needs of the masses, not only can the quality and attractiveness of cultural and artistic activities be improved, but also the role of culture in uniting people's hearts and enriching the spiritual world can be fully utilized, promoting the prosperity and development of socialist culture, and helping to build a more dynamic and warm public cultural service system.

## Keywords

Mass culture; Art activities; originality

## 群众文化艺术活动的创意与策划研究

刘子丰

合肥市文化馆(赖少其艺术馆), 中国·安徽 合肥 230000

## 摘要

在社会经济快速发展与人民生活水平显著提升的当下,群众对精神文化生活的需求日益多元且迫切,文化艺术活动作为满足这一需求的重要载体,其重要性愈发凸显。在此背景下,深入开展群众文化艺术活动的创意与策划研究迫在眉睫。通过创新活动内容与形式、优化组织管理模式、精准对接群众需求,不仅能够提升文化艺术活动的质量与吸引力,还能充分发挥文化凝聚人心、丰富精神世界的作用,推动社会主义文化繁荣发展,助力构建更具活力与温度的公共文化服务体系。

## 关键词

群众文化; 艺术活动; 创意

## 1 引言

群众文化艺术活动能够在一定程度上体现人民群众的思想和社会的发展特征。因此,在组织群众文化艺术活动时,应紧跟时代发展的步伐,满足人民群众的实际需求,并最大程度地发挥文艺活动的教育作用,以此来推动我国社会和谐稳定发展。

## 2 现阶段群众文化艺术活动的组织发展方向

### 2.1 迎合社会发展趋势

随着信息技术的发展,在新媒体背景下,多元化的社会思潮不断涌现,这深刻地影响了群众文化艺术活动的开展。面对新的群众文化建设需求,传统的工作模式已经不能

发挥作用,因此,政府和政府应当对传统的工作模式进行创新,以适应时代的发展需求,以此来促进群众文化发展。

### 2.2 提高文化艺术活动水平

随着经济的发展,群众对精神文明建设提出了新的要求。政府部门应当不断创新策划理念和思路,以使其能够适应当前群众对文化发展的需求,通过文化艺术活动不断提高群众的审美能力和艺术水平,凝聚群众力量,推动我国社会主义文化建设<sup>[1]</sup>。

### 2.3 满足群众的文化需求

政府在组织群众文化艺术活动的过程中,要从群众的需求出发。尤其是在多元化发展的背景下,群众之间存在个体差异,在活动中也有自己的想法和需求。因此,群众文化艺术活动应当坚持“以人为本”,尊重人民群众的个体差异,这也是开展群众文化艺术活动的重点,要在提升群众文化艺术活动水平的基础上,使其更加符合新时代艺术教育工作的规律。

【作者简介】刘子丰(1978-),男,中国安徽合肥人,馆员,从事群众文化活动策划、群众文化的文艺作品创作研究。

### 3 目前群众文化艺术活动组织与策划中存在的问题

#### 3.1 资金与资源投入不足

绝大多数群众文化艺术活动的资金来源高度依赖政府财政拨款,这种单一的资金供给模式存在显著弊端。一旦地方财政出现收支紧张的情况,活动经费便难以得到有效保障,不仅致使活动规模大幅缩减、形式陈旧单一,更使得优质艺术资源的引入以及先进设备技术的应用举步维艰,严重削弱了活动的整体质量。而在精品文艺作品创作领域,资金短缺带来的困境更为突出:受限于有限的经费,创作者难以开展深入的实地采风、进行专业的艺术培训,也无法聘请高水平的制作团队,导致创作素材匮乏、表现手法落后,难以打造出具有创新性和感染力的精品佳作。

此外,文化设施建设滞后问题突出,许多社区存在专业文化活动现场不足问题,现有场地普遍存在设备老旧、功能单一的问题,难以满足多元化、创新性活动的开展需求。部分地区想举办大型文艺演出,却因场地与舞台设备匮乏而被迫取消;策划手工制作、艺术培训等活动时,又面临缺乏专业工具及教学场地的困境。资金与资源双重匮乏,严重制约了群众文化艺术活动丰富性及可持续发展。

#### 3.2 活动内容与形式缺乏创新

大多活动还停留在传统模式,文艺演出以歌舞、小品等为主,展览多采用书画陈列形式,内容陈旧单调,难以跟上时代发展节奏<sup>[2]</sup>。策划者对群众日益多元的文化需求调研不充分,未精准把握不同年龄及职业群体的兴趣焦点,导致活动难以引发情感共鸣。面向年轻群体的活动仍采用传统说教形式,难以激发参与积极性;针对老年群体的活动过度依赖老套表演形式,缺乏新颖性。

当前群众文化艺术活动在形式创新层面存在明显短板,既缺乏跨领域的深度融合,也缺少创新性设计,未能充分挖掘现代科技手段与新兴文化元素的潜力,使得沉浸式、交互式的新颖体验严重缺失。活动同质化现象尤为严重,各区域之间盲目模仿,未能立足本土特色,对地域文化内涵的挖掘与展现不足,导致活动丧失个性化表达。特别是在文旅融合的大趋势下,未能将非遗技艺、传统手工、地方民俗等特色文化资源与旅游产业深度结合,无法打造出集文化体验、旅游观光、互动参与于一体的综合性活动项目。

#### 3.3 宣传推广力度不够

宣传途径依旧以传统方式为主,大多通过社区公告栏张贴宣传海报、广播播报等渠道,传播范围仅能覆盖周边区域,难以触及更广泛的人群。在新媒体蓬勃发展的当下,未充分挖掘互联网平台的传播优势,如微信公众号、短视频平台等新媒体矩阵建设不足,活动信息发布频次低、形式单一,缺乏精心策划的预热视频、创意图文等推广内容,难以吸引群众关注。并且有些活动即便在网络平台发布信息,也因缺乏专业运营支撑,难以借助大数据实现精准推送,导致目标

受众获取信息受限。

宣传的持续性不足,仅在活动筹备阶段简单通知时间地点,未重视活动进行中的实时报道和结束后的成果展示,无法形成宣传热度。宣传内容也多停留在活动基本信息层面,未挖掘活动亮点,也未讲述相关文化故事,难以激发公众参与热情,最终使不少精心策划的文化艺术活动因“深闺中无人晓”,造成资源浪费,未能充分发挥文化惠民功效。

#### 3.4 区域合作薄弱

当前,群众文化艺术活动在区域合作层面存在显著薄弱环节。各地区在文化活动组织与策划过程中,往往各自为政,缺乏统筹规划与协同合作机制。尤其在长三角等文化资源丰富地区,尽管具备良好的合作基础,但区域间尚未形成常态化、制度化的文化交流合作模式,资源共享与优势互补难以实现。县区文化馆之间的工作联动也存在诸多障碍,信息沟通不畅,在人才交流、设备调配、活动策划等方面缺乏有效协作,导致优质文化资源分散,难以形成规模效应。这种区域合作的缺失,使得各地在活动策划时重复投入资源,却难以打造具有广泛影响力的品牌活动,不仅造成资源浪费,也制约了区域文化的整体发展与公共文化服务效能的提升,无法满足群众对高品质、多元化文化活动的需求。

### 4 加强群众文化艺术活动组织创意与策划的有效措施

#### 4.1 拓展资源渠道

在政府方面,应积极争取财政专项支持,主动开展文化产业发展基金、公共文化服务体系建设专项资金的申报,为活动提供稳定的资金支撑。推动政府实施公共文化服务采购,通过公开招标方式,吸引专业艺术团体及文化企业参与活动策划与执行,依托其专业优势提升活动质量。

此外,还应该拓展社会合作渠道,弥补资源缺口。为此,应加强与企业的合作,采用冠名赞助、公益资助等方式,吸引企业资金投入。与本地知名企业联合举办“企业文化艺术季”,企业提供资金支持,活动为企业提供品牌宣传机会,实现互利共赢。主动与社会组织及基金会对接,争取项目赞助,依托其资源优势,策划举办有广泛影响力的大型文化艺术活动。探索“文化+商业”融合模式,与商场、景区等开展协同合作,将文化艺术活动融入商业空间,如在商场举办非遗手作体验市集,既丰富群众文化生活,又为商家带来客流,实现文化与商业的融合发展。整合社会闲置资源要素,可提高资源利用效率<sup>[3]</sup>。

#### 4.2 创新活动内容与形式

立足地域文化特色,将当地非遗工艺、民俗传说、传统节日等元素巧妙融入活动内容,打造兼具文化底蕴与旅游吸引力的特色项目。例如在民俗文化活动中,不仅呈现传统民俗表演,还增设非遗手工艺制作体验专区,邀请剪纸、刺绣、陶艺等非遗传承人现场授艺,让游客与当地群众在参

与中感受传统文化魅力，同时将这些文化体验与周边景区串联，开发特色文旅线路。依托红色文化资源，打造沉浸式红色故事分享场景，通过情景再现、角色扮演等方式，让游客在互动中传承红色文化精神，助力红色旅游发展。聚焦社会热点与百姓生活，将环保、健康、科技等现代主题纳入文化艺术创作领域，推出主题摄影展、科普戏剧演出等活动，增强内容的现实价值与情感共鸣。

通过科技手段与创新思维，实现形式层面的突破，主动运用虚拟现实、增强现实、人工智能等前沿技术，为民众带来全新体验。如打造以VR为载体的艺术展馆，让群众足不出户即可观摩世界各地的艺术展览；运用AR技术，为传统书画展览增添动态特效与互动模块，赋予静态作品鲜活生命力。

### 4.3 加强宣传推广

构建全方位、立体化的宣传体系，整合传统媒体与新媒体资源，创新宣传方式与内容，精准触达目标受众，营造浓厚的文化活动氛围。在宣传渠道整合方面，充分发挥传统媒体与新媒体的独特优势，与电视、广播、报纸等传统新闻媒体合作，开设聚焦群众文化艺术活动的栏目或板块，通过新闻报道、专题访谈、活动预告等方式，增强活动的专业权威性与公信力，在地方电视台拍摄文化活动纪录片，深度剖析活动筹备过程、精彩瞬间及其文化内涵；在报刊开辟文化板块，定期刊发活动资讯与文化评析。积极拓展新媒体宣传阵地，依托微信公众号、微博、抖音、视频号等渠道，构建多层次的新媒体传播体系，通过发布图文、短视频、直播等多样化的信息内容，扩大活动的传播范围与影响力，在抖音平台发起与活动相关的话题挑战，引导大众参与创作并积极分享，形成指数式传播效果。

宣传内容及形式创新是吸引群众关注的关键，在内容创作方面，深入挖掘活动亮点，展现文化特色及艺术价值亮点，制作富有感染力和吸引力的宣传载体，为文艺演出制作炫酷预告片，呈现演员风采及节目精彩片段；为艺术展览拍摄创意海报，融入展览主题元素与视觉亮点。注重宣传内容的叙事魅力与互动活力，通过讲述活动背后的故事、参与者的感受，引发群众情感共鸣。

在宣传形式方面，采用线上线下协同方式，开展活动前期预热与互动体验，线下在人流密集场所设置活动宣传站点，发放宣传手册、举办迷你快闪演出；线上开展活动门票秒杀、线上抽奖、话题交流等互动活动，激发群众参与热情。建立宣传效果反馈体系，依托数据挖掘、问卷调查等措施，了解群众对宣传内容及形式的偏好，及时调整宣传策略，实

现宣传推广的精准有效，引导更多群众了解并参与文化艺术活动，切实发挥文化活动在凝聚人心、丰富精神世界方面的重要作用。

### 4.4 深入调研群众需求

采取多样化的调研渠道，线上依托社交媒体平台、政务公众号、网络调查问卷等渠道，广泛收集群众意见。线下采用社区巡回走访、入户交流、召开座谈会等形式，与百姓进行面对面沟通。针对不同年龄、职业及文化素养层次的群体，设计不同的调研方式。例如：针对年轻群体，采用线上问卷、话题互动方式，面向老年群体举办社区茶话会、进行上门询问，精准掌握各群体的文化偏好及活动诉求。在调研过程中，重点收集群众对活动内容、形式、时间、地点等多方面的具体需求，了解群众期望参与的文化艺术领域，是传统戏曲、现代舞蹈，还是手工技艺、科普讲座；询问群众更偏爱室内活动还是户外体验形式，对活动举办的时间和频率有何建议。关注特殊群体的需求，以残障人士、农村留守儿童、进城务工人员等群体为对象，深入了解他们在文化参与中存在的困难与诉求，确保活动覆盖到每一类人群。

构建动态化需求监测体系，定期开展群众文化需求调研工作，及时掌握需求变化趋势，结合社会热点话题与文化潮流走向，分析群众新产生的文化需求，为活动策划提供前瞻性参考。完成调研工作后，对收集的信息进行系统性梳理与深度分析，运用大数据手段挖掘群众需求的共性与个性特征，形成科学系统的群众需求分析报告。以调研结果为指导，在活动创意与策划阶段，精准对接群众需求，开发特色鲜明、个性突出的文化艺术活动，让活动内容更具吸引力，形式更符合群众喜好，切实提升群众的参与积极性与满意度，推动群众文化艺术活动迈向高质量发展阶段。

## 5 结语

综上所述，群众文化艺术活动的创意与策划研究是一项兼具现实意义与长远价值的系统性工程。未来，还需持续关注社会发展趋势与群众需求变化，深化创意与策划的理论研究和实践探索，推动群众文化艺术活动朝着更具创新性、参与性、普惠性的方向迈进。

### 参考文献

- [1] 张欣.文旅融合视域下群众文化艺术活动的实践路径研究[J].河北画报,2025(2):31-33
- [2] 程玮.地方特色艺术在群众文化活动中的保护与利用研究[J].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2025(6):050-052
- [3] 刘红.群众文化活动的策划与创意研究[J].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2024(1):0108-0111