

How to transform and upgrade grassroots cultural centers in the popularization of art for all mass culture.

Junsong Ye

Chengdu Cultural Center, Chengdu, Sichuan, 610072, China

Abstract

This article delves into the current status of grassroots cultural centers in promoting universal art education, highlighting issues such as outdated service philosophies, monotonous content, insufficient digital services, and a lack of talent. By studying the practical experience of Chengdu Cultural Center, it summarizes effective measures including innovating service philosophies, enriching content, expanding service methods, and strengthening talent development. These measures aim to propose targeted strategies for the transformation and upgrading of grassroots cultural centers, with the goal of better adapting to contemporary needs, providing strong support for universal art education, and promoting high-quality development in public cultural services.

Keywords

grass-roots cultural centers; universal art popularization; transformation and upgrading

基层文化馆站如何在全民艺术普及中转型升级

叶峻嵩

成都市文化馆, 中国·四川成都 610072

摘要

本文深入剖析基层文化馆站在全民艺术普及中的现状,指出其在服务理念、内容、方式及人才队伍建设方面存在的问题,如服务理念滞后、内容单一、数字化服务不足、人才匮乏等。通过研究成都市文化馆的实践经验,总结出创新服务理念、丰富服务内容、拓展服务方式、加强人才队伍建设等有效举措,进而针对性地提出基层文化馆站转型升级策略,旨在推动基层文化馆站更好地适应时代需求,为全民艺术普及工作提供有力支撑,促进公共文化服务事业的高质量发展。

关键词

基层文化馆站; 全民艺术普及; 转型升级

1 引言

在文化强国建设的大背景下,全民艺术普及对于提升国民文化素养、丰富精神文化生活、促进社会和谐发展具有不可替代的作用。基层文化馆站作为公共文化服务体系的重要组成部分,是开展全民艺术普及工作的前沿阵地。近年来,随着人们生活水平的提高,对文化艺术的需求呈现出多样化、个性化的趋势。然而,传统的基层文化馆在服务内容、服务方式等方面逐渐暴露出一些问题,难以满足民众日益增长的文化需求。基于此,本文将对基层文化馆站如何在全民艺术普及中转型升级展开研究。

2 基层文化馆站在全民艺术普及中的现状与问题

2.1 基层文化馆站的功能与定位

基层文化馆站是政府设立的公益性文化机构,其主要功能包括组织开展各类群众文化活动、提供艺术培训与辅导、进行文化遗产保护与传承、收集整理民间文化艺术等。在全民艺术普及中,基层文化馆承担着重要的责任,是连接政府与群众的文化桥梁,旨在提高全民的艺术素养和审美水平,丰富群众的精神文化生活。其定位应是以人民为中心,立足基层,面向大众,提供普惠性、均等化的公共文化服务,让广大群众能够便捷地参与文化活动,享受文化发展成果。

2.2 全民艺术普及对基层文化馆站的要求

随着全民艺术普及工作的深入推进,对基层文化馆站提出了更高的要求。在服务对象上,需要从以往主要服务“一老一小”向“全民、全域、全时、全龄”拓展,覆盖不同年龄段、不同职业、不同地域的人群。在服务内容方面,要满足群众多样化、个性化的文化需求,不仅要有传统的音乐、

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

舞蹈、美术等艺术门类，还应涵盖新兴的文化艺术形式以及与生活息息相关的文化内容。在服务方式上，要更加注重便捷性和互动性，充分利用现代信息技术，实现线上线下相结合的服务模式，提高服务效率和质量。还要求基层文化馆站能够培养和壮大基层文化队伍，激发群众的文化创造力，推动文化的传承与创新。

2.3 当前基层文化馆站存在的问题

当前，部分基层文化馆站存在多方面发展短板。在服务理念上，过于侧重行政职能，忽视群众主体需求，活动策划未深入调研，内容与群众需求脱节，如文艺演出节目陈旧，导致群众参与度低。服务内容层面，较为单一，多集中于传统文化艺术培训，对数字艺术等新兴形式涉足少，且缺乏针对性和差异化，无法满足不同群体个性化需求，像青少年和老年群体的特定需求未得到充分关注^[1]。服务方式方面，多依赖线下活动，虽尝试数字化服务，但线上平台建设不足，资源更新慢、功能单一。同时，与社会机构合作欠缺，服务覆盖面和效能不高。人才队伍建设存在明显问题，专业人才尤其是新兴领域和数字化技术人才匮乏，工作人员年龄与知识结构老化。人才培养机制不完善，加之待遇较低，难以吸引和留住优秀人才，制约了新时代全民艺术普及工作发展。

3 成都市文化馆在全民艺术普及中的实践经验

3.1 创新服务理念，以群众需求为导向

成都市文化馆积极转变服务理念，将满足群众文化需求作为工作的出发点和落脚点。通过开展问卷调查、实地走访、线上互动等多种方式，深入了解不同年龄、职业、地域的市民对文化艺术的需求和期望。根据调研结果，调整和优化活动策划与组织，确保文化服务更加贴近群众实际。例如，针对成都市民对传统文化的热衷以及对文化遗产的关注，成都市文化馆策划了一系列具有地方特色的文化活动。其中，“成都故事·百家谈”市民公益讲座邀请了众多专家学者，围绕成都的历史文化、民俗风情、传统技艺等主题进行深入讲解，深受市民喜爱。同时，为了吸引年轻人参与，文化馆还举办了“国潮文化节”，将传统文化与现代潮流元素相结合，通过汉服展示、国风音乐表演、传统手工艺体验等活动形式，激发了年轻人对传统文化的兴趣和热爱。

3.2 丰富服务内容，满足多样化需求

为了满足市民多样化的文化需求，成都市文化馆不断丰富服务内容，拓展服务领域。在传统艺术培训方面，除了开设声乐、舞蹈、美术、书法等常规课程外，还根据市场需求和市民反馈，增设了瑜伽、茶艺、摄影后期制作等热门课程。同时，积极引入新兴文化艺术形式，如数字艺术创作、短视频制作等，为市民提供了更多元化的选择。成都市文化馆注重挖掘和传承地方特色文化，打造了一批具有成都地域文化特色的文化品牌项目。例如，“成都文化四季风”系列活动，按照春夏秋冬四季分别举办不同主题的文化活动，

包括音乐消夏、欢歌庆秋、劲舞暖冬、民俗闹春等，涵盖了音乐、舞蹈、戏剧、民俗等多个艺术门类，充分展示了成都丰富多彩的文化生活。同时，文化馆还积极推动非遗项目的传承与发展，通过举办非遗展览、非遗技艺体验活动、非遗进校园等方式，让更多的人了解和认识成都的非物质文化遗产。

3.3 拓展服务方式，线上线下融合发展

成都市文化馆紧跟时代步伐，积极推进数字化建设，实现线上线下服务的深度融合。一方面，加强线上平台建设，打造了“成都市文化馆云平台”，整合了各类文化资源，包括艺术培训课程、文化活动直播、艺术作品展示等内容。市民可以通过手机、电脑等终端随时随地访问云平台，参与文化活动，学习艺术知识。例如，在疫情期间，成都市文化馆通过云平台开展了“线上公益艺术培训”“线上文化展演”等一系列活动，满足了市民在家期间的文化需求，取得了良好的社会反响。另一方面，创新线下服务方式，拓展服务空间。除了利用馆内场地开展文化活动外，成都市文化馆还积极与社区、学校、企业等合作，将文化服务延伸到基层。例如，开展“文化进社区”活动，在社区设立文化服务点，定期组织文艺演出、艺术培训等活动，方便居民就近参与。同时，与学校合作开展“艺术进校园”项目，为学生提供专业的艺术教育和指导，培养学生的艺术素养。成都市文化馆还利用城市公共空间，举办街头艺术表演、快闪活动等，营造了浓厚的城市文化氛围。

3.4 加强人才队伍建设，提升服务水平

成都市文化馆高度重视人才队伍建设，通过多种途径加强人才培养和引进。在内部人才培养方面，制定了系统的培训计划，定期组织工作人员参加各类业务培训和学术交流活动，提升工作人员的专业素养和服务能力。同时，鼓励工作人员开展业务研究和创新实践，为工作人员提供良好的发展空间和平台。在人才引进方面，积极拓宽人才引进渠道，通过公开招聘、人才引进计划等方式，吸引了一批具有专业背景和创新能力的优秀人才加入。还通过与高校、专业艺术院团等合作，建立了兼职教师队伍和专家顾问团队，为文化馆的业务发展提供了智力支持^[2]。成都市文化馆与四川音乐学院、成都美术学院等高校合作，邀请高校教师担任艺术培训课程的兼职教师，提高了培训课程的质量和水平。同时，聘请了一批知名艺术家和文化学者作为专家顾问，为文化馆的活动策划、项目实施等提供专业指导。

4 基层文化馆站转型升级的策略建议

4.1 转变服务理念，树立以人民为中心的发展思想

基层文化馆站应深刻认识到自身在全民艺术普及中的重要使命，彻底转变传统的服务理念，树立以人民为中心的发展思想。将满足人民群众的文化需求作为工作的核心，从群众的角度出发策划和组织各类文化活动。加强与群众的互

互动交流，建立常态化的需求反馈机制，及时了解群众对文化服务的意见和建议，并根据反馈不断调整和优化服务内容与方式。例如，定期开展群众文化需求调研，通过问卷调查、线上投票、座谈会等形式，广泛收集群众的需求信息。在活动策划阶段，邀请群众代表参与讨论，充分听取他们的意见，确保活动内容和形式符合群众的喜好。同时，注重对活动效果的评估，以群众的满意度为重要衡量标准，对活动进行总结反思，不断改进工作，提高服务质量。

4.2 优化服务内容，打造多元化、特色化服务体系

基层文化馆站需在服务内容与群体关怀上优化升级。在内容方面，既要巩固传统艺术，又要引入新媒体艺术、动漫制作等新兴形式，契合年轻人多样化需求；同时挖掘本地民间艺术、民俗文化等资源，打造地域文化品牌，像开设剪纸、刺绣等手工艺培训课程，组织展览比赛。还可结合历史遗迹、自然风光开发文旅体验项目，实现文化和旅游融合。在服务特殊群体上，针对老年人开设养生文化、戏曲欣赏等适配课程；为残疾人打造无障碍环境，提供盲人音乐、聋人舞蹈等专属艺术培训；与学校合作，开展青少年艺术夏令营、儿童戏剧表演等课外文化活动，培养未成年人艺术兴趣与创造力，全方位满足不同群体的文化需求。

4.3 创新服务方式，实现线上线下协同发展

基层文化馆站可从数字化建设与线下空间拓展两方面提升服务。在数字化建设上，加大投入完善线上平台功能，整合艺术培训视频、文化讲座音频等资源，构建数字化资源库并及时更新共享。借助虚拟现实、增强现实技术开展虚拟展览、演出等沉浸式文化活动，增强群众参与感；同时强化线上互动功能，通过在线交流、投票等，提升群众黏性。在线下服务空间拓展方面，积极联动社区、学校、企业、景区等。在社区设服务点，开展文艺演出、图书借阅等活动；与学校合作推进艺术教育进校园；和企业协作举办文化活动，丰富职工生活；于景区设文化驿站，展示地方特色，开展文

旅活动，实现文化服务全方位覆盖。

4.4 强化人才队伍建设，提高服务能力

基层文化馆站可通过多举措加强人才队伍建设。一方面，制定科学人才培养计划，定期组织业务培训、学术交流等活动，鼓励工作人员参与在职教育和技能培训，提升专业素养；建立内部学习交流机制，开展业务研讨与经验分享，促进共同进步。另一方面，拓宽人才引进渠道，通过公开招聘、项目合作等方式，吸纳文化艺术、数字技术等专业人才；提高待遇，改善环境，为人才提供发展空间^[1]。同时，与高校、艺术团合作，聘请兼职教师和专家顾问充实队伍。积极招募培育文化志愿者，建立完善的招募、培训与激励机制，提供专业指导，提升服务能力。让志愿者参与活动策划、现场服务等工作，弥补人员不足，拓展服务领域，丰富服务内容，提升整体服务质量。

5 结语

基层文化馆站在全民艺术普及中占据关键地位，其转型升级迫在眉睫。尽管当前面临诸多挑战，但通过借鉴成功经验，实施针对性的转型升级策略，基层文化馆站有望突破困境。在未来的发展中，基层文化馆站应持续紧跟时代步伐，积极探索创新，不断提升服务质量与水平，满足民众日益增长的文化需求，为文化强国建设贡献更大力量。同时，社会各界也应给予基层文化馆站更多关注与支持，共同推动全民艺术普及事业蓬勃发展。

参考文献

- [1] 罗陵.基层文化馆站如何在全民艺术普及中转型升级——以西双版纳景洪市为例[J].民族音乐,2024(2):111-113.
- [2] 苏明海.文化馆推进全民艺术普及的创新与实践[J].艺术评鉴,2020(19):180-182.
- [3] 张莹.新时代文化馆推进全民艺术普及工作的对策分析[J].中国民族博览,2023(16):247-249.