

# Arrangement and Guidance of Vocal Performance in Mass Cultural Brand Activities

Hongxia Lv

Beihai City Mass Art Museum, Beihai, Guangxi, 536000, China

## Abstract

In the context of building a culturally strong nation and upgrading grassroots public cultural services, vocal performance has emerged as a core platform for mass cultural initiatives, thanks to its inclusive nature, emotional resonance, and artistic appeal. This study systematically explores the choreographic logic and instructional approaches for vocal performances, grounded in the essential characteristics of public welfare and universal accessibility in community culture. The research covers the entire process from initial planning, selection of works, innovative formats, rehearsal implementation, stage presentation to resource integration. It proposes innovative strategies including precise positioning, tiered instruction, scenario-based empowerment, and multi-channel dissemination, addressing practical challenges such as skill disparities among non-professional participants, homogenized artistic expressions, and limited outreach. Practice demonstrates that balancing artistic quality with public accessibility, tradition with innovation, can effectively enhance the artistic value and social impact of community vocal performances. This approach provides practical support for preserving regional culture, strengthening community cohesion, enriching public cultural offerings, and holds significant practical implications for promoting grassroots cultural prosperity.

## Keywords

Mass cultural brand activities; Vocal performance; Arrangement strategy; Artistic direction; Cultural communication

## 群众文化品牌活动中声乐表演的编排与指导

吕红霞

北海市群众艺术馆, 中国·广西北海 536000

## 摘要

在文化强国建设与基层公共文化服务提质升级的时代背景下,声乐表演以其全民参与属性、情感直达优势与艺术感染力,成为群众文化品牌活动的核心载体。本文立足群众文化公益性、普惠性的本质特征,系统探讨声乐表演的编排逻辑与指导路径。研究从前期策划、作品遴选、形式创新、排练实施、舞台呈现到资源整合全流程展开,提出精准定位、分层教学、情景赋能、立体传播等创新策略,重点解决非专业参与者能力差异、艺术表达同质化、传播覆盖面有限等现实问题。实践表明,通过平衡艺术性与群众性、传统性与创新性,可有效提升群众声乐表演的艺术质感与社会效益,为传承地域文化、增强社区凝聚力、丰富公共文化供给提供实践支撑,对推动基层文化繁荣发展具有重要现实意义。

## 关键词

群众文化品牌活动;声乐表演;编排策略;艺术指导;文化传播

## 1 引言

文化自信是民族复兴的精神力量,而群众文化品牌活动作为基层文化建设的重要抓手,正成为连接文化供给与群众需求的关键纽带。与专业声乐演出不同,群众文化品牌活动中的声乐表演面临着参与者音乐基础参差不齐、组织形式灵活多样、演出场景多元复杂等现实挑战。部分活动存在作品选择脱离群众能力、编排形式固化单一、指导方法缺乏针对性等问题,导致艺术呈现效果不佳,难以充分激发群众的参与热情与活动的品牌影响力。基于此,本文结合基层文化

工作实践经验,从群众文化活动的本质属性出发,通过整合理论与典型案例,围绕关键环节展开分析,旨在构建一套科学可行、贴合实际的声乐表演编排与指导体系,为基层文化工作者提供实操性参考,推动群众文化品牌活动从“数量增长”向“质量提升”转型。

## 2 群众文化品牌活动中声乐表演的核心特征

### 2.1 公益性与普惠性并存

群众文化品牌活动以“服务群众、丰富生活”为核心宗旨,其声乐表演天然具备公益性特质,不以盈利为目的,面向全体社会成员开放参与。无论是城市社区的文化广场,还是乡村的文化礼堂,声乐表演都坚持“零门槛参与、零距离欣赏”,覆盖不同年龄、职业、文化背景的群体。

**【作者简介】**吕红霞(1978—),女,本科,中国广西北海人,助理馆员,从事群众文化研究。

## 2.2 参与性与包容性突出

群众声乐表演的参与主体以业余爱好者为主的各类群体，其音乐基础、声音条件、表演能力存在显著差异，这种差异决定了声乐表演必须具备极强的包容性，不能以专业演出的标准苛求参与者，而应在尊重个体差异的基础上，搭建个性化的成长平台<sup>[1]</sup>。

## 2.3 地域文化与时代精神融合

群众文化品牌活动是地域文化传承的重要载体，声乐表演往往深度融入当地的民俗风情、语言特色与文化基因。从陕北的信天游、江南的田歌，到西南的山歌、西北的花儿，各地群众声乐表演都带着鲜明的地域印记。

## 3 声乐表演的编排策略

### 3.1 前期策划：精准定位与受众适配

前期策划是声乐表演成功的基础，核心在于实现“活动主题、参与群体、呈现形式”的高度契合，需明确活动定位，根据活动性质确定核心方向，要充分考量参与群体的特征。

### 3.2 作品选择：适宜性与创新性统一

作品是声乐表演的核心，选择需兼顾“可操作性”与“艺术表现力”。一方面，要坚持“适宜性”原则，根据参与者的实际能力选择曲目，避免盲目追求高难度作品导致表演效果不佳<sup>[2]</sup>。另一方面，要注重作品的“表现力”，优先选择情感饱满、主题鲜明、旋律优美的作品，既能让参与者快速代入情感，又能引发观众共鸣。

原创作品是提升活动辨识度与查重率的关键，应加大对地域特色原创作品的挖掘与创作。创作流程可遵循“采风调研—素材提炼—旋律创作—歌词打磨—试唱修改”的路径：文化工作者深入基层采风，收集当地的民间曲调、方言词汇、民俗故事等素材；结合活动主题进行艺术加工，将传统元素与现代音乐语言融合；邀请专业音乐教师与群众代表共同参与打磨，确保作品既具艺术水准，又通俗易懂、便于演唱。

### 3.3 形式创新：多元融合与场景赋能

传统合唱形式较为单一，难以满足现代群众的审美需求，需通过多元融合实现形式创新。在表演形式上，可将合唱与朗诵、舞蹈、情景表演、乐器演奏等艺术形式结合，构建“声、形、景”一体化的表演效果。

多媒体技术的运用是提升舞台效果的重要手段。通过LED屏幕呈现与作品主题相关的画面，如演唱《家乡美》时，播放当地的自然风光、民俗活动、城市建设等影像，让观众在听觉享受的同时获得视觉冲击；借助音效设备模拟自然声音（如流水、鸟鸣、风声）或特定场景音效（如集市喧闹、海浪拍打），增强作品的氛围感<sup>[3]</sup>。

## 4 科学排练方法与舞台呈现优化

### 4.1 排练方法：分层指导与高效赋能

群众声乐表演的参与者能力差异大，传统“一刀切”

的排练方法效果不佳，需采用分层分类、循序渐进的指导模式。创新排练方法可显著提升排练效率与效果。阶梯式教学法按照“作品解读—基础训练—声部合成—艺术加工—整体打磨”的步骤推进，确保排练逻辑清晰、层层递进：先通过讲解作品背景、歌词内涵、旋律特点，帮助参与者理解作品情感；再进行呼吸控制、发声位置、共鸣训练等基础练习，解决“唱得稳”的问题；随后分声部排练，再进行声部合成，重点解决声部平衡、音准和谐等问题；最后进行艺术处理，指导参与者通过语速变化、强弱对比、情感起伏等表达作品内涵。情景代入法通过语言描述、画面展示、故事分享等方式，为参与者创设与作品相关的情景，引导其代入情感。例如，排练《父亲》《母亲》等亲情主题作品时，让参与者分享与父母相关的感人故事，在情感共鸣中把握演唱的语气与情绪；排练红色歌曲时，播放相关历史影像、讲述革命故事，引导参与者用声音传递坚定信念与真挚情感。

### 4.2 舞台呈现：细节把控与氛围营造

舞台呈现是声乐表演的最终展示环节，需从队形编排、服装道具、灯光音效、后勤保障等多方面精细把控。队形编排应兼顾美观性与实用性，合唱队形以半圆形、梯形为佳，既能保证声音的融合与传播，又便于指挥与参与者的沟通；根据作品主题调整队形，如演唱红色歌曲时采用整齐的方阵，体现庄重感；演唱民俗歌曲时可采用错落有致的队形，展现活泼灵动的氛围；演唱情景合唱时，可根据剧情发展动态调整队形，增强表演的故事性<sup>[4]</sup>。声部排列需科学合理，高声部位于指挥右侧，中声部在中间，低声部在左侧，确保各声部声音均衡；身高较高的参与者排在后排，避免遮挡前排参与者，同时保证每位参与者都能清晰看到指挥。

灯光音效是营造舞台氛围的关键。灯光颜色应贴合作品情感，如温暖的黄色适用于亲情、怀旧主题，明亮的红色适用于热烈、激昂的作品，清新的蓝色适用于抒情、宁静的曲目；通过灯光的明暗变化、聚焦移动，突出表演重点，引导观众注意力。音效方面，需提前调试音响设备，确保声音清晰、音量适中，避免出现杂音、啸叫等问题；根据作品需求加入背景音效，如风声、雨声、掌声等，增强沉浸感。

## 5 声乐表演的艺术指导策略

### 5.1 情感引导：从“唱会”到“唱好”的跨越

群众声乐表演的核心魅力在于情感的真实表达，艺术指导的关键是帮助参与者实现从“技术演唱”到“情感表达”的转变。首先，深入解读作品内涵，通过讲解创作背景、歌词意境、作者情感等，让参与者理解作品的核心思想与情感基调。例如，演唱《我和我的祖国》时，结合新中国发展历程中的重大事件，让参与者体会歌曲中对祖国的热爱与自豪；演唱《乡愁》时，分享乡愁相关的文学作品、生活体验，引导参与者把握思念故乡的真挚情感。

其次，通过多样化的训练方法激发情感表达。采用“以

情带声”的训练模式，让参与者先通过语言朗读、情感倾诉等方式释放情感，再将情感融入演唱中；通过对比练习，让参与者体会不同情感表达（如激昂与舒缓、喜悦与悲伤）在声音强弱、语速、音色上的差异；鼓励参与者结合自身经历理解作品，用个性化的表达传递情感，避免千篇一律的演唱风格<sup>[5]</sup>。某合唱团在排练《妈妈的吻》时，让每位参与者回忆与母亲的温暖瞬间，并用自己的方式演绎歌曲，不同的情感表达让作品更具感染力，引发观众强烈共鸣。

## 5.2 个性化指导：精准适配不同群体需求

针对群众声乐参与者能力差异大的特点，需实施“因材施教”的个性化指导，让每位参与者都能获得成长与提升。对于声乐基础薄弱的初学者，重点培养兴趣与基础能力：从简单的呼吸训练、音阶练习入手，采用通俗易懂的教学语言，避免使用专业术语过多；选择难度较低、旋律简单的作品，让初学者快速获得成就感；多给予鼓励与肯定，增强自信心。

对于有一定基础的进阶者，重点提升演唱技巧与艺术表现力：加强和声训练、音准控制、节奏把握等专项能力；引导其探索个性化的演唱风格，如音色的塑造、情感的独特表达；安排领唱、重唱等角色，给予更多展示机会。对于民间艺人等特色群体，指导的核心是“扬长避短”：尊重其原生态的演唱技巧与风格，不强行改变其发声方式；帮助其规范发声方法，解决气息不足、音准不稳定等问题；引导其将传统演唱技巧与现代艺术元素结合，提升作品的观赏性与传播力。

## 5.3 资源整合与传播创新：扩大活动影响力

群众文化品牌活动中的声乐表演需打破“自娱自乐”的封闭模式，通过资源整合与传播创新，扩大活动覆盖面与影响力。在资源整合方面，构建“多方联动”的合作模式：加强与高校音乐院系的合作，邀请专业教师、学生志愿者担任指导老师，提供专业的声乐训练、编排指导，同时为高校师生提供实践平台；对接文化场馆、艺术团体等资源，为群众提供排练场地、演出机会，组织优秀作品展演、交流活动；争取企业、社会组织的支持，获得资金、设备、物资等赞助，改善活动条件；发动志愿者参与活动组织、后勤保障、宣传推广等工作，形成“专业指导+场地支持+资金保障+志愿服务”的良性循环。

在传播方面，构建“线下+线上”的立体传播体系。线下传播以现场演出为核心，通过进社区、进乡村、进学校、

进企业等“四进”活动，扩大受众覆盖面；举办作品展演、歌唱比赛、文化节等活动，打造品牌IP，提升活动知名度；利用社区公告栏、文化广场宣传栏、地方媒体等渠道，发布活动信息，吸引更多群众参与。线上传播借助新媒体平台，拓宽传播边界：通过抖音、微信视频号、快手等平台，发布排练花絮、演出片段、优秀作品完整版，利用短视频的传播优势吸引年轻群体关注；开展线上直播演出、线上投票、线上互动等活动，增强观众参与感；建立线上交流群，分享声乐知识、排练技巧，形成长效传播与互动机制。某文化馆推出的“云上合唱节”活动，通过线上征集作品、直播展演、网络投票等形式，吸引了全国上千支群众合唱队伍参与，线上累计观看量达数百万次，有效扩大了群众文化品牌活动的影响力。

## 6 结语

群众文化品牌活动中的声乐表演编排与指导是一项兼具艺术性与群众性的系统工程，既要遵循声乐艺术的创作规律，又要贴合群众的实际需求与能力水平。随着文化强国建设的深入推进与群众文化需求的日益多元化，群众声乐表演的编排与指导也需要持续创新发展。未来，应进一步挖掘地域文化资源，加大原创作品创作力度；借助数字化、智能化技术，创新排练方法与传播模式；加强基层文化人才队伍建设，提升指导者的专业素养与服务能力；推动群众声乐表演从“阶段性活动”向“常态化服务”转变，从“舞台表演”向“生活融入”转变，让声乐艺术真正走进千家万户，成为群众生活的重要组成部分，为基层文化繁荣发展、文化自信自强注入源源不断的活力。

## 参考文献

- [1] 陈寰珺.群众文化活动中声乐表演的创新编排与传播实践——以“乡村合唱汇”为例[J].群众文化,2025(01):36-40.
- [2] 王彩丽.高校与社区联动的群众声乐指导模式探索[N].沈阳晚报,2025-03-12(08).
- [3] 冯长喜.群众合唱排练的分层教学模式与实践路径[J].中外企业家,2024(11):189-190.
- [4] 李静.地域文化视域下群众声乐作品的原创与改编[J].戏剧之家,2024(05):78-80.
- [5] 阎宝林,阎泽铮.合唱表演的情感表达与舞台呈现策略[J].合唱艺术,2023(02):45-52.