

群众文化活动创意策划与组织实施要点

王光灿

北碚区文化馆, 重庆, 400700;

摘要:群众文化活动作为基层文化建设的重要支柱,是丰富民众精神生活、推动社会和谐发展的关键力量。在社会快速发展、民众文化需求升级的当下,此类活动虽形式多样、覆盖面广,但仍存在内容陈旧、组织粗放、宣传不足等问题。部分活动缺乏创新,难以贴合时代脉搏;组织环节存在人员职责不清、资源利用低效的情况;宣传方式单一,未能充分借助新媒体传播优势。本文系统探讨群众文化活动的创意策划与组织实施要点,从精准定位目标受众、深度挖掘特色主题、创新规划内容形式等方面阐述创意策划方法;从科学人员分工、高效资源整合、严格流程管理等维度剖析组织实施策略;同时提出多元宣传推广与科学效果评估路径,旨在为提升群众文化活动质量、增强社会影响力提供切实可行的指导,满足民众日益增长的文化需求。

关键词:群众文化活动;创意策划;组织实施;效果评估

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 03. 040

引言

在社会经济快速发展的当下,人民群众对精神文化生活的需求日益增长且呈现多样化趋势。群众文化活动作为满足这一需求的重要途径,在基层文化建设中占据着不可替代的地位。然而在实际开展过程中,活动形式老化、组织效率低下、宣传不到位等问题逐渐凸显,难以充分满足群众日益提高的文化需求。因此,深入研究群众文化活动的创意策划与组织实施要点,对提升公共文化服务质量、推动文化事业繁荣发展有着重要的现实意义。

1 群众文化活动现状分析

1.1 活动开展情况概述

如今,群众文化活动在城乡各地广泛开展,形式愈发丰富。在城市里,社区充分发挥文艺团队的力量,定期举办歌舞、戏剧演出等活动,极大地丰富了居民的业余生活;在乡村,“文化下乡”活动持续推进,送图书、送戏曲等举措让农民在家门口就能享受文化盛宴^[1]。同时,像音乐节、民俗文化旅游节这类大型文化活动,不仅吸引了本地群众积极参与,还吸引了众多外地游客,成为展示城市文化形象的重要窗口。

随着互联网技术的不断进步,线上群众文化活动也蓬勃兴起。线上展览、直播演出、网络文化讲座等形式层出不穷,打破了时间和空间的限制,让更多人能够便捷地参与到文化活动中来^[2]。不少文化机构借助短视频平台、社交媒体开展线上活动,吸引了大量年轻群体,取得了良好的社会效果。

1.2 存在的问题与不足

尽管群众文化活动取得了一定成绩,但仍存在不少问题。首先是活动内容缺乏创新,很多活动多年来形式和主题一成不变,没有结合当下时代精神和群众新需求进行改进,导致群众参与热情不高。其次,组织管理方面存在诸多漏洞,人员分工不明确,物资调配不及时,活动时间安排不合理等情况时有发生,使得活动现场秩序混乱,执行效率低下。此外,宣传推广工作不到位,过度依赖报纸、电视等传统媒体,对新媒体平台的运用不够充分,而且缺乏与群众的互动反馈机制,难以根据群众意见及时优化活动内容和形式^[3]。

2 群众文化活动创意策划要点

2.1 明确活动目标与定位

确定活动目标是创意策划的首要任务。活动目标要紧密结合群众实际需求和社会发展趋势来设定。如果活动旨在弘扬传统文化,就可以策划传统艺术展览、文化讲座等活动;要是以促进社区和谐为目的,那么组织社区运动会、文艺比赛等互动性强的活动会更合适。同时,要清晰界定活动的受众群体、规模大小和特色亮点。不同年龄、职业、兴趣的群体对文化活动的需求差异很大,比如青少年喜欢时尚潮流和科技元素,针对他们的活动可以融入这些内容;而老年群体更关注文化内涵和健康养生,活动设计就要侧重这方面。

2.2 挖掘活动主题与亮点

活动主题是整个活动的灵魂,要具有时代特色、文化内涵和吸引力。可以从当地的历史文化、民俗风情中寻找灵感,也可以结合当下社会热点问题来确定主题。比如,在传统节日期间,举办具有地方特色的庙会、民俗晚会;围绕环保、公益等热点话题,策划相关的文化

活动,引导群众树立正确的价值观。

想要吸引群众参与,挖掘活动亮点至关重要。亮点可以体现在邀请知名艺术家、文化名人参与,也可以通过创新表演形式,像采用多媒体互动演出、沉浸式体验等,还可以设置独特的活动环节,如抽奖、互动游戏等,增加活动的趣味性和吸引力。

2.3 规划活动内容与形式

丰富多样的活动内容和灵活新颖的形式是提升活动吸引力的关键。可以将文艺表演、文化展览、互动体验等多种形式有机结合起来,满足不同群众的文化需求。例如,在一场综合性文化活动中,安排歌舞表演、戏剧演出、美术展览、手工制作体验等项目,让群众既能欣赏精彩的表演和展览,又能亲身参与其中,获得独特的文化体验。

在活动形式上,除了传统的线下活动,还应积极探索线上线下融合的新模式。利用网络直播让更多人观看活动现场,通过社交媒体平台开展线上投票、互动讨论,增强活动的互动性和传播力,扩大活动的影响力^[4]。

3 群众文化活动组织实施要点

3.1 人员安排与分工

合理的人员安排是活动顺利开展的基础。要根据活动的规模和具体内容,设置策划、舞台设计、节目编排、后勤保障、安全保卫等多个岗位。每个岗位都要明确职责和工作任务,确保活动各个环节都有人负责。

活动策划人员要有创新思维和较强的组织协调能力,能够制定出科学合理、切实可行的活动方案;舞台设计人员要熟悉舞台艺术和灯光音响技术,打造出美观且实用的舞台效果;节目编排人员要具备丰富的艺术经验,编排出高质量的节目;后勤保障和安全保卫人员则要保障活动现场的物资供应和人员安全,各岗位人员密切配合,形成高效的工作机制。

3.2 资源调配与整合

资源的有效调配和整合是活动成功的关键。活动所需资源包括人力、物力、财力等多个方面。在人力方面,除了专业工作人员,要充分发挥志愿者的作用,招募有相关技能和服务热情的志愿者参与活动组织和服务。在物力方面,要根据活动需求,提前准备好舞台设备、音响器材、演出道具等物资。在财力方面,合理安排活动经费,做好预算规划,确保各项开支都能得到保障。

此外,还要积极整合社会资源,与文化企业、社区、学校等合作,通过与文化企业合作,可以获得活动赞助和技术支持;与社区、学校合作,能够扩大活动的参与范围和影响力,实现资源共享、优势互补^[5]。

3.3 活动流程管理

科学规范的活动流程管理是活动有序进行的保障。要制定详细的活动时间表和流程安排,从活动筹备、宣传推广、现场布置,到活动进行、结束后的总结评估,每个环节都要明确时间节点和责任人。

在活动现场,安排专人负责流程监控和协调,及时发现并解决出现的问题。同时,建立完善的安全保障机制,制定应急预案,对活动场地进行安全隐患排查和整改,设置明显的安全标识和疏散通道,确保群众的人身安全和财产安全,让活动能够顺利、安全地开展。

4 群众文化活动的宣传推广

4.1 宣传渠道选择

宣传渠道的合理选择直接决定着活动的传播广度与参与热度。传统媒体凭借广泛的受众基础与官方权威性,仍是触达全年龄段人群的重要方式。例如,在市级电视台黄金时段播放活动预告,能覆盖中老年群体;在地方党报开辟专题版面,可通过深度报道提升活动公信力。而抖音、小红书等新媒体平台则以裂变式传播和精准推送见长,通过算法推荐,能将汉服文化节、街头艺术表演等年轻化活动精准推送给目标人群。此外,社区公告栏、电梯广告等线下渠道,适合进行区域性精准宣传;与本地生活类公众号、大V合作开展内容共创,可借助其粉丝黏性实现口碑传播。实际操作中,需根据活动规模、预算和目标人群特征,将传统媒体的公信力、新媒体的传播力和线下渠道的渗透力有机结合,形成立体式宣传矩阵。

4.2 宣传内容设计

优质的宣传内容是吸引群众参与的核心要素。在视觉呈现上,应采用高清图片、动态海报和短视频等形式,如用航拍镜头展现文化节的热闹场面,或通过特写镜头展示非遗手工艺品的细节,直观传递活动魅力。文案创作需兼顾信息传递与情感共鸣,既要清晰说明活动时间、地点、参与方式等基础信息,也要融入故事性表达。例如在宣传社区公益演出时,讲述参演居民从零基础到登台表演的成长历程,引发观众共情。同时,要根据活动筹备、预热、举办、复盘等不同阶段,制定差异化宣传策略:筹备期侧重悬念营造,预热期突出亮点预告,举办期实时分享精彩瞬间,活动结束后通过数据盘点和参与者采访强化影响力,持续保持群众关注度。

4.3 互动宣传与反馈

互动宣传能够显著提升群众的参与感与活动黏性。线上可开展多样化互动:在微博发起#我最期待的活动

环节#话题讨论,激发用户参与;通过微信公众号进行线上投票,让群众决定演出节目单;设置限时抽奖活动,以门票、文创礼品为奖品扩大传播。线下则可在活动现场设置创意互动区,如在音乐节设置“歌词接龙”挑战点,在艺术展览中安排“即兴创作角”,鼓励群众拍照打卡并分享至社交平台。建立多维度反馈机制同样重要,通过线上问卷星、线下纸质问卷收集定量数据,结合活动现场随机访谈、意见箱留言获取定性反馈。对收集到的建议进行分类整理,如针对活动流程、内容设置、服务保障等方面的问题,及时调整优化,形成“宣传-参与-反馈-改进”的良性循环,持续提升活动品质。

5 群众文化活动效果评估与改进

5.1 评估指标设定

科学合理的评估指标是衡量群众文化活动成效的重要依据。评估指标应全面、客观、科学,能够真实反映活动的实际效果。可以从活动的参与度、满意度、影响力等多个维度设定评估指标。

参与度方面,通过活动的报名人数、现场实际参与人数、线上活动的点击量、互动数据等量化指标来衡量;满意度则通过问卷调查、现场访谈等方式,了解群众对活动内容、组织管理、宣传推广等方面的评价;影响力可从媒体报道数量、网络传播数据、社会舆论反馈等方面进行评估,综合判断活动在社会上引起的反响。

5.2 评估方法与流程

评估群众文化活动效果应采用定量分析和定性分析相结合的方法。定量分析主要通过数据统计,对活动的参与规模、经济效益等可量化的指标进行评估;定性分析则借助专家评价、群众反馈等方式,深入了解活动的文化价值、社会影响等方面。

在评估流程上,要制定详细的评估方案。在活动结束后,及时收集相关数据和信息,包括活动现场的记录、群众反馈、媒体报道等。对收集到的数据进行系统分析和总结,形成客观准确的评估报告,为后续活动改进提供依据。

5.3 改进措施与建议

根据评估结果,针对活动中存在的问题和不足,制定切实可行的改进措施和建议。如果活动内容缺乏创新性,就要加强对策划团队的培训,鼓励他们学习新的创意理念和方法,引入外部创意资源,为活动注入新的活力。

要是活动组织管理不够规范,就需要优化工作流程,

明确各岗位人员的职责和权限,加强对工作人员的培训和管理,建立健全考核机制。同时,要建立长效改进机制,定期对群众文化活动进行总结和反思,持续优化活动的策划和组织实施水平,推动群众文化活动不断向前发展。

6 结论与展望

6.1 结论

群众文化活动的创意策划与组织实施是一项复杂的系统工程,涉及目标定位、主题挖掘、内容规划、组织管理、宣传推广、效果评估等多个环节。只有精准把握每个环节的要点,注重创新和细节,加强各环节之间的协调配合,才能有效提升群众文化活动的质量和影响力,更好地满足人民日益增长的精神文化需求,推动基层文化建设和社会和谐发展。

6.2 展望

随着社会的不断发展和进步,群众文化活动将迎来更多机遇和挑战。未来,活动策划将更加注重个性化,通过大数据分析等技术手段,精准把握不同群体的文化需求,提供更具针对性的文化服务;智能化技术将深度融入活动的策划、组织、宣传等各个环节,提高活动的组织效率和参与体验;国际化文化交流也将日益频繁,群众文化活动将有更多机会与国际文化接轨,展示中国文化的独特魅力。相信通过不断探索和创新,群众文化活动将在丰富人民精神文化生活、促进社会和谐发展中发挥更加重要的作用。

参考文献

- [1]余清勇.群众文化中广场舞的认知及引导策略[J].大众文艺,2017,(05):14-15.
- [2]赵颖.新时期群众文化活动存在的问题及解决对策探析[J].辽宁师专学报(社会科学版),2023,(02):35-38.
- [3]吕晓东.试析电视台大型群众文化活动策划与组织[J].卫星电视与宽带多媒体,2020,(08):135-136.
- [4]崔琮珊.浅谈非遗文化传承对群众文化建设的意义[J].中国民族博览,2023,(23):75-77.
- [5]袁点.浅谈群众文化大型活动策划[J].黄河之声,2017,(20):123-124.

作者简介:王光灿,出生年月:1988.04,性别:女,民族:汉,籍贯:重庆,学历:本科,职称:(现目前的职称)馆员。