基层群文活动策划难点与突破路径

郭峰

赣州市文化馆，江西省赣州市，341000；

摘要：基层群众文化活动作为满足人民精神文化需求的重要载体，其策划质量直接关系到文化惠民的实际成效。当前，基层群文活动策划工作面临着资源整合难度大、群众文化需求难以精准对接、专业策划人才短缺等现实困境。一方面，基层文化资源分散，财政支持有限，场地、设备等硬件条件不足；另一方面，由于缺乏科学调研机制，活动内容和形式与群众实际需求存在脱节，导致参与度不高。此外，基层文化队伍中既懂文化又善策划的复合型人才较为稀缺，制约了活动的创新与品质提升。为突破这些发展瓶颈，需建立多元主体协同的资源整合机制，推动文化设施共建共享，拓宽社会力量参与渠道。同时，通过大数据分析、问卷调查等方式，深入了解不同群体的文化喜好，实现精准供给。此外，还应加强基层文化人才队伍建设，通过专业培训、经验交流等方式，提升策划人员的专业素养和创新能力，以此推动基层群众文化活动高质量发展。

关键词：基层群文活动；策划难点；突破路径

DOI：10.64216/3080-1486.25.04.050

引言

公共文化服务体系的根基在于基层群众文化活动，它不仅是构建和谐社会的重要纽带，也是滋养民众精神世界、提升文化涵养的关键载体。在社会经济高速发展的背景下，民众对文化生活的期待已从单一的娱乐需求，转向追求多元、个性的文化体验。然而，当前基层群文活动策划工作却面临诸多挑战，从资源整合到创意设计，从组织实施到效果评估，每一个环节都存在亟待解决的问题。这些现实困境，直接制约了活动品质，削弱了文化惠民的实际成效。如何精准剖析策划过程中的难点，探索出切实可行的破局策略，已成为基层文化工作者必须攻克的难题，对推动公共文化服务高质量发展意义深远。

1 基层群文活动策划的重要性

基层群文活动面向广大基层群众，具有广泛的参与性和影响力。它不仅是群众文化娱乐的重要途径，更是传承和弘扬优秀传统文化、培育和践行社会主义核心价值观的重要载体。通过策划高质量的群文活动，可以丰富群众的精神文化生活，增强群众的文化获得感和幸福感；促进基层文化交流与融合，营造良好的社会文化氛围；激发基层群众的文化创造力，推动基层文化的创新发展。例如，一些地方举办的民俗文化节，吸引了大量群众参与，让传统文化在现代社会中焕发出新的活力^[1]。

2 基层群文活动策划的难点

2.1 资源匮乏

基层地区文化活动的策划与落地，首当其冲面临的便是资源匮乏的难题。资金作为活动开展的“血液”，在基层财政体系中却始终处于供血不足的状态。地方财政对文化事业的预算有限，每年划拨给基层文化馆、文化站用于群文活动的经费，往往难以支撑大型活动的筹备与运营。以某乡镇文化站为例，年度活动经费仅5万元，在场地租赁、设备采购、嘉宾邀请等必要开支面前，显得捉襟见肘。受此限制，多数活动只能简化流程、压缩规模，原本可以丰富多彩的文化盛宴，最终沦为形式单一的简单演出或展览，难以达到预期的文化传播与群众娱乐效果。

物资资源的短缺同样不容忽视。活动所需的场地、设备、道具等，在基层地区常常难以得到充分保障。不少农村地区缺乏固定的文化活动现场，村民举办活动只能选择露天广场，或是临时借用学校操场、闲置厂房等^[2]。遇上恶劣天气，活动只能被迫取消或延期。此外，音响、灯光、舞台等专业设备的缺失，也让活动的呈现效果大打折扣。曾有村庄策划一场文艺晚会，因缺少专业音响设备，演员的声音无法清晰传递，台下观众兴致缺缺，活动效果不尽人意。

2.2 受众需求把握不准

基层群众文化需求的多样性与复杂性，为活动策划者设置了一道难以跨越的关卡。不同年龄层、性别、职业以及地域的群众，其文化喜好与参与诉求差异显著。

但在实际策划过程中,策划者往往难以准确把握这些细微且多元的需求。部分策划人员凭借过往经验,或是基于主观臆断来设计活动内容,忽视了对群众实际需求的调研与分析。

以老年群体为例,他们大多偏好传统戏曲、养生讲座等活动,但一些策划者在设计老年文化活动时,引入过多现代、快节奏的元素,没有充分考虑老年人的身体状况和文化习惯,导致活动参与度低迷。而针对青少年的活动,若缺乏趣味性与创新性,同样难以激发他们的参与热情。例如,某社区举办的科普活动,采用枯燥的理论宣讲形式,与青少年喜爱的互动体验、游戏化学习模式相悖,现场青少年寥寥无几,活动预期目标落空^[3]。

2.3 专业人才不足

基层群文活动的策划与实施,离不开专业人才的支撑。但现实情况是,基层地区文化队伍建设存在明显短板,专业策划人才稀缺。现有基层文化工作者中,不少人未接受过系统的活动策划培训,在创意构思、流程设计、组织协调等方面能力欠缺^[4]。他们习惯沿用传统模式开展活动,难以推陈出新,打造出富有吸引力和创新性的活动方案。

与此同时,基层文化工作者的工作负荷过重。他们不仅要负责群文活动的策划,还要兼顾文化宣传、文化遗产保护、文化市场监管等多项任务。一位基层文化站站长坦言,日常工作中至少60%的时间被行政事务占据,真正能投入到活动策划与执行的精力少之又少。在这样的工作状态下,策划出高质量、有特色的群文活动,无异于巧妇难为无米之炊。

2.4 宣传推广不力

宣传推广作为群文活动的“放大器”,直接影响着活动的知晓度与参与度。然而,基层群文活动在宣传推广环节普遍存在效能不足的问题。从宣传渠道来看,基层地区多依赖张贴海报、大喇叭广播、社区公告栏等传统方式。这些方式传播范围有限,信息传递速度缓慢,难以触达更广泛的人群。在信息传播高度数字化的当下,基层宣传手段的滞后性愈发凸显。

在宣传策划层面,同样存在诸多不足。由于缺乏专业宣传人才,宣传内容往往缺乏吸引力与感染力。宣传文案平铺直叙,缺乏亮点;宣传形式单一,未能充分利用短视频、社交媒体等新兴传播渠道。一些精心策划的活动,因宣传不到位,群众对活动内容、时间、地点知之甚少,最终导致活动现场门可罗雀,前期投入的人力、

物力和财力未能得到有效转化。

基层群文活动策划面临的资源、受众、人才与宣传等方面的难点,相互交织、彼此影响,共同构成了制约基层文化事业发展的复杂局面^[5]。要突破这些困境,需要从政策支持、人才培养、技术应用等多维度入手,探索更具针对性与实效性的解决路径。

3 基层群文活动策划难点的突破路径

3.1 多维度资源整合策略

基层群文活动常因资源有限难以施展拳脚,突破这一困境,资源整合势在必行。资金作为活动开展“血液”,其获取渠道的拓展尤为重要。基层政府应充分认识到文化建设在社会发展中的关键作用,将群文活动经费纳入财政预算重点保障范畴,设立专项文化活动基金,为活动的常态化开展提供坚实后盾。

与此同时,积极撬动社会力量参与,形成多元投入格局。可与当地企业建立合作联盟,企业通过资金赞助的方式支持文化活动,政府及活动主办方则为企业提供活动冠名、现场广告植入、品牌宣传等回报,实现社会效益与经济效益的双赢。如部分乡镇与本土企业携手举办乡村文化节,企业赞助资金用于舞台搭建、嘉宾邀请等,活动现场设置企业宣传展板、产品体验区,既丰富了群众文化生活,又助力企业提升了知名度。

在物资资源整合上,秉持“物尽其用、资源共享”的理念。主动与周边学校、企业沟通协调,在非教学或非生产时段,借用其场地、音响设备、灯光器材等资源。同时,发动群众参与到物资共享中来,鼓励大家捐赠闲置的桌椅、道具、乐器等物品,建立物资共享库,为活动筹备提供便利。通过这种方式,不仅盘活了闲置资源,还增强了群众参与活动建设的积极性。

3.2 以需求为导向的精准策划

深入了解基层群众的文化需求,是确保群文活动受欢迎、有实效的核心。策划者需运用多种调研手段,全方位、多层次地收集群众意见。除了传统的纸质问卷调查、面对面实地访谈,还可借助网络平台,开展线上投票、话题讨论等活动,广泛征集不同年龄、职业、文化层次群众的文化喜好。

基于调研结果,进行精准的活动定位与方案设计。针对老年群体,他们对健康养生知识关注度高,喜爱传统戏曲表演,可定期举办养生知识讲座,邀请专业医生现场讲解;组织戏曲名家进基层演出,搭建戏台,让老人们在门口就能享受文化盛宴。对于青少年群体,好奇心强、求知欲旺盛,可举办科普展览,通过实物展示、

互动体验等形式,激发他们对科学的兴趣;开展才艺比赛,为其提供展示自我的舞台,培养艺术素养。

此外,建立完善的反馈机制不可或缺。在活动现场设置意见箱,安排专人收集群众建议;通过线上平台发放满意度调查问卷,及时了解群众对活动内容、形式、组织安排等方面的评价。根据反馈意见,对后续活动进行优化调整,持续提升活动品质。

3.3 构建专业人才培养体系

人才是基层群文活动策划创新的关键要素。为提升活动策划水平,需从多个维度加强人才队伍建设。对于现有基层文化工作者,制定系统的培训计划,定期组织专题培训。邀请高校文化产业专家、资深活动策划人开展讲座,围绕活动策划理论、创意构思、流程管理、危机应对等内容进行授课,帮助他们更新知识体系,提升专业能力。

同时,加大专业人才引进力度。基层政府可出台一系列优惠政策,如提供住房补贴、岗位津贴、落户便利等,吸引高校文化产业管理、艺术策划等相关专业毕业生到基层工作,为基层文化队伍注入新鲜血液。

此外,搭建人才交流平台,建立跨地区、跨部门的人才交流机制。组织基层文化工作者到先进地区学习交流,参加行业研讨会、经验分享会,借鉴优秀案例和创新做法,拓宽视野,打开策划思路。通过“内培外引”与交流互动相结合,打造一支专业素质过硬、富有创新活力的群文活动策划人才队伍。

3.4 创新宣传推广模式

在信息爆炸的时代,宣传推广是提升基层群文活动影响力的重要抓手。充分发挥互联网和新媒体的传播优势,构建全方位、立体化的宣传矩阵。利用微信公众号、微博、抖音等平台,提前发布活动预告,详细介绍活动时间、地点、内容、亮点等信息。

创新宣传内容与形式,精心制作富有吸引力的宣传视频、海报。宣传视频可采用故事化叙事,以群众的视角展现活动的精彩瞬间和独特魅力;海报设计注重色彩搭配与视觉冲击,突出活动主题与特色。同时,开展多样化的互动宣传活动,如举办活动预告直播,与网友在线互动答疑;设置互动抽奖环节,网友分享活动信息即可参与抽奖,赢取小礼品,通过裂变式传播,扩大活动知晓范围。

4 案例分析

以某基层社区举办的“邻里文化节”为例。该社区

在活动策划初期面临着资金有限、群众参与积极性不高、宣传推广难度大等问题。针对这些问题,社区采取了一系列突破措施。在资源整合方面,社区与周边商家合作,获得了商家的资金赞助和物资支持;同时,发动居民捐赠闲置物品,用于活动的布置和奖品。在受众需求把握上,社区通过问卷调查了解居民的需求和兴趣,设计了亲子游戏、手工制作、文艺表演等丰富多彩的活动内容。在人才培养方面,社区邀请了专业的活动策划人员进行指导,提高了活动策划的水平。在宣传推广方面,社区利用社区微信群、公众号进行活动宣传,并制作了精美的宣传视频在抖音上发布,吸引了大量居民参与。最终,“邻里文化节”取得了圆满成功,增强了社区居民之间的感情,营造了良好的社区文化氛围。

5 结论与展望

基层群文活动策划对于丰富群众文化生活、推动基层文化事业发展具有重要意义。虽然目前在策划过程中面临着资源匮乏、受众需求把握不准、专业人才不足、宣传推广不力等诸多难点,但通过整合资源、精准定位受众需求、加强人才培养、创新宣传推广方式等突破路径,可以有效解决这些问题。未来,随着社会经济的发展和文化事业的进步,基层群文活动策划将不断创新和完善。我们应继续关注基层群众的文化需求变化,不断探索新的策划思路和方法,提高基层群文活动的质量和水平,为基层群众提供更加丰富、优质的文化活动,推动基层文化事业迈向新的台阶。

参考文献

- [1] 吴旭霞.和美乡村建设背景下新时代文明实践中心建设探究[J].新农民,2025,(10):10-12.
- [2] 刘长江,郑瑾.乡村振兴战略下达州市农村人口老龄化问题研究[J].四川文理学院学报,2025,35(01):7-13.
- [3] 郑淑玲.群众音乐文化推广及发展的思考研究[J].中国民族博览,2024,(19):130-132.
- [4] 徐丽娟,赖雅茹,吴继程.理想信念教育视域下大学生基层就业意愿培育路径探析[N].江苏经济报,2025-05-09(T08).
- [5] 杨柳.新媒体时代群众文化活动的创新路径[J].文化月刊,2023,(09):123-125.

作者简介:郭峰,出生年月:1986年11月,性别:男,民族:汉,籍贯:湖南桂东,学历:大学本科,职称:初级,研究方向:群众文化。