

公共文化服务创新研究丛书

丛书主编：何俊

丛书副主编：张卫中 郭持华

浙江省 群众文化活动 品牌研究

张建春 金才汉 主编

ZHEJIANGSHENG QUNZHONG WENHUA
HUODONG PINPAI YANJIU

公共文化服务创新研究丛书

丛书主编：何俊

丛书副主编：张卫中 郭持华

浙江省 群众文化活动 品牌研究

张建春 金才汉 主编

ZHEJIANGSHENG QUNZHONG WENHUA
HUODONG PINPAI YANJIU



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

浙江省群众文化活动品牌研究 / 张建春, 金才汉主编. — 杭州: 浙江大学出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-308-14115-4

I. ①浙… II. ①张… ②金… III. ①群众文化—文化
活动—研究—浙江省 IV. ①G249.275.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 280658 号

浙江省群众文化活动品牌研究

张建春 金才汉 主编

责任编辑 余健波

封面设计 林智广告

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州林智广告有限公司

印 刷 杭州丰源印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 19

字 数 255 千

版 印 次 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-14115-4

定 价 52.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: (0571) 88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

目 录

第一章 引 论	1
一、群众文化与群众文化活动的涵义	4
二、群众文化活动的意义	8
三、群众文化品牌研究的内容、框架与方法	14
第二章 群众文化品牌概述与理论探索	18
一、群众文化品牌的基本涵义	18
二、群众文化品牌的形态及特征	25
三、群众文化品牌在经济社会发展中的影响力	39
第三章 浙江省群众文化品牌发展历程	45
一、浙江省群众文化品牌发展的历史回顾	45
二、浙江省打造群众文化品牌成功实践	52
三、浙江群众文化品牌的创建策略	61
第四章 浙江省群众文化品牌的培育与塑造	69
一、群众文化品牌的形成条件	69
二、群众文化品牌诊断	78
三、群众文化品牌的开发与培育	80



第五章 群众文化活动品牌保护	83
一、群众文化活动品牌保护的意义	83
二、群众文化活动品牌保护面临的困难与问题	87
三、群众文化活动品牌保护的基本原则	91
四、群众文化活动品牌保护的对策	94
第六章 浙江省群众文化活动品牌战略	103
一、浙江省群众文化活动品牌定位	104
二、浙江省群众文化活动品牌个性化战略	110
三、浙江省群众文化活动品牌 PIS 战略	118
四、浙江省群众文化活动品牌传播战略	137
五、浙江省群众文化活动品牌的延伸战略	145
第七章 浙江省群众文化活动品牌发展模式选择与机制创新	151
一、浙江省群众文化活动品牌发展的模式选择	151
二、浙江省群众文化活动品牌发展的机制创新	173
附录一 浙江省打造群众文化活动品牌案例汇编	200
案例 1 杭州市打造“风雅颂”民间艺术展示品牌的 几点思考	200
案例 2 舟山市打造“市民系列”群众文化活动品牌	206
案例 3 群星展厅打造视觉艺术的星光大道	213
案例 4 浙江义乌农村文化节 ——“五大转变”	217
案例 5 秀洲中国农民画艺术节 ——现代民间绘画的艺术殿堂	222
案例 6 着力打造歌城品牌 全面提升城市品位	227

案例 7 浙江省未成年人读书节	
——惠及青少年的公共文化服务大舞台	231
案例 8 浙江省公共图书馆讲座联盟	236
案例 9 打造民间艺术品牌团队的启示	241
案例 10 打响丽水全民摄影品牌的实践与思考	245
案例 11 庆元县“月山春晚”	251
案例 12 浙江省“唱响文明赞歌”文化关爱老少边贫地区系列活动	
——浙江省艺术专家辅导团、浙江省优秀节目(演员)	
展演团八年回眸	255
案例 13 仙居县以百姓大舞台为载体激发群众参与文化的	
积极性	261
案例 14 三门县农村文化特派员“驻点联村”制度	265
案例 15 “中国开渔节”的品牌路径诠释	270
案例 16 “娥江之春”音乐会发展历程探究	273
附录二 浙江省群众文化活动品牌名录	278
主要参考文献	291
后 记	295

第一章 引 论

从科技强国到文化强国,经历了 30 多年改革开放洗礼的中国又一次站在了历史的起跑线上,我们不仅要建设一个物质富裕的国家,我们还要建设一个精神强大的民族;我们不仅要将五千年的历史文化永世传承,我们还要创造一个崭新、充满活力、光芒四射的现代文化,使中华民族永远巍然屹立于世界民族之林,为人类文明进步作出更大贡献。在我国人民全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济增长方式的攻坚时刻,2011 年 10 月 18 日,党的十七届六中全会高瞻远瞩、旗帜鲜明地从战略和全局的高度向全党和全国人民发出了全面推动社会主义文化大发展大繁荣的倡议。《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》指出:“人民是推动社会主义文化大发展大繁荣最深厚的力量源泉”,要“为人民群众成为社会主义文化建设者提供广阔舞台”、要在全社会营造鼓励文化创造的良好氛围,让蕴藏于人民中的文化创造活力得到充分发挥。”2014 年 10 月 15 日,习近平总书记在主持召开文艺工作座谈会时强调,文艺是时代前进的号角,最能代表一个时代的风貌,最能引领一个时代的风气。实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦,文艺的作用不可替代,文艺工作者大有可为。党中央的英明决策为新时期我国群众文化活动指明了方向,鼓舞人心、催人奋进。

我国群众性的文化活动开展历史久远,源远流长。群众文化活动以生动、形象、直观的展示群众喜闻乐见的生产、生活内容,在和谐社



会建设的今天,起到了启发群众、教育群众、团结群众、服务群众的作
用,成为中国传统文化的基石。群众文化活动提高了人民群众的艺术
创造能力和道德文化修养,丰富了群众的精神文化生活,塑造了群众
的文化灵魂。大力开展群众文化活动坚持了中央提出的我国文化艺术
教育的指导方针,即坚持“用科学的理论武装人,用正确的舆论引导
人,用高尚的情操陶冶人,用优秀的作品鼓舞人”。人民群众是我国社
会主义文化的创造者、建设者和实践主体,社会主义文化建设的出发
点和归宿是满足人民群众日益增长的精神文化需求,增强文化自觉,
树立文化自信,激发群众文化创造活力,不断提高人民群众的思想道
德素质和科学文化素质,实现人民群众的文化利益。以研究现代化而
闻名的著名学者英格尔斯认为:“无论哪个国家,只有它的人民从心
理、态度和行为上,都能与各种现代化形式的经济发展同步前进、相互
配合,这个国家的现代化才真正能够得以实现。发展最终所要求的是
人在素质方面的改变,这种改变是获得更大发展的先决条件和方式;
同时也是现代化过程自身的伟大目标之一”^①。

在内容丰富、形式多样、分布广泛的群众文化活动中,那些独具魅
力、有着良好口碑、格调高雅、充满活力、能够鲜明地反映当地群众思
想观念、行为意识及物质文化特性的标志性群众文化活动品牌,达到
了思想性和艺术性的完美统一,是群众文化活动中的精品,在繁荣地
方文化事业中发挥着举足轻重的作用。群众文化活动品牌,既是保障
人民群众基本文化权益的重要标志之一,也是提升当地文化品位和文
化形象的重要手段。群众文化活动品牌讴歌时代的主旋律,极富感染
力和创造力,深受广大群众欢迎,发挥着显著的社会效益^②。

树立群众文化活动品牌,是浙江省开展公共文化服务、深化群众文
化活动与建设文化大省的需要。2005年《中共浙江省委关于加快建设

① 殷陆君.人的现代化[M].成都:四川人民出版社,1985年,第57页。

② 刘莉.打造新时代的群众文化精品[J].科学之友,2011,第4期,第134页。

文化大省的决定》提出,到2010年初步形成与浙江经济社会发展相适应的文化发展格局,到2020年建成主要发展指标全国领先的文化大省,2008年《浙江省推动文化大发展大繁荣纲要》,进一步提出了建设社会主义核心价值体系、公共文化服务体系、文化产业发展体系的发展目标,2011年浙江省文化厅与省农办联合印发了《关于进一步加强村级文化建设的指导意见》,明确了加强浙江省村级文化建设的四项政策措施,即加强村级文化阵地建设、推动公共文化资源配置向村倾斜、充分调动社会力量参与村级文化建设、建立健全村级文化建设的保障机制。改革开放以来,浙江不仅经济取得了飞速发展,而且文化事业特别是群众文化事业也取得了蓬勃发展,在全国创建了多个群众文化活动品牌。但浙江群众文化活动品牌数量、品牌创新动力、品牌支撑仍然不能满足文化大省发展的需要;还存在着对建设群众文化活动品牌认识不足以及在全国具有较高知名度和强劲品牌优势的群众文化活动品牌还很少等问题,群众文化活动品牌还不能满足广大人民群众日益增长的精神文化生活的需要。如何对群众文化活动品牌进行培植?如何充分有效利用现有群众文化活动的基础?群众文化活动品牌在地区经济社会文化发展中发挥怎样的作用?如何构建群众文化活动品牌的创新机制、长效发展机制?如何推动浙江省群众文化活动品牌理论与实践的研究与发展?这些问题均需要我们从战略的高度、以实事求是的态度,以国家加快发展社会主义文化、提高文化软实力为契机,审时度势,与时俱进,在创建群众文化活动品牌的实践过程中去解决;通过群众文化活动品牌反映各地区群众文化发展的个性和特色,树立群众文化的整体形象,以品牌提升文化竞争力,以品牌全面推进、创新并促进群众文化活动的可持续发展,巩固原有的群众文化活动成果。在文化产业大发展的今天,不断提高群众文化活动的质量和水平,是当前和今后一段时期我国群众文化事业发展的基本点和出发点。



一、群众文化与群众文化活动的基本涵义

文化是指千百年来人类所创造的一切精神和物质财富。文化的内涵非常丰富,在我国古代“文化”一词最初是指以礼乐制度教化百姓。在现代,从存在主义的角度,文化则指对人的存在方式的描述^①。“群众文化(mass-culture)”内涵包罗万象,众说纷纭。在法兰克福学派的眼中,“群众文化”甚至是个贬义词,代表着无个性风格、雷同、平庸、缺乏审美特质,使有个性的个人成为无个性的群众的文化^②。我国“群众文化”一词出现于1953年,是指人们职业外,自我参与、自我娱乐、自我开发的社会性文化,是以人民群众活动为主体,以自娱自教为主导,以满足自身精神生活需要为目的,以文化娱乐活动为主要内容的社会历史现象。群众文化可概括为主体为群众,客体为活动^{③④}。林秀认为:群众文化是广大人民群众在生产生活实践中,通过非功利性、非职业性的文化表达,实现自我参与、自我怡情、自我开发的文化现象,人民群众在其中抒发情感、愉悦身心、展示自我,蕴藏着追求自我完善、按照美的规律认识和掌握世界的文化诉求^⑤。

与“群众文化”概念相联系的有“草根文化”、“大众文化”、“精英文化”、“雅文化”、“俗文化”等。“草根”是“大众”相对于官方或精英阶层的一种比喻,有非主流、非权威、非标准、非正式、非专业之意。“草根

① 张雁白等著. 品牌文化战略与创新[M]. 北京: 经济科学出版社, 2011年, 第45—46页.

② 邓安庆, 邓名瑛. 文化建设论——中国当代的文化理念及其系统构建[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 2009年, 第87页.

③ 刘丽. 繁荣群众文化创建文化强市[J]. 中国集体经济, 2011年, 7月下旬, 第188页.

④ 郑永富著. 群众文化学[M]. 北京: 中国国际广播出版社, 1993年, 第318页.

⑤ 林秀. 激发群众文化工作活力的些微思考[J]. 大众文艺, 2008年, 第32页.

文化”虽有“大众文化”的含义,但骨子里却透露出弱势文化、平民文化的涵义。而“精英文化(elite-culture)”是人文知识分子创造、传播和分享的文化,讲究高雅和理性^①。与“精英文化”相对应的“大众文化”,是指“一地区、一社团、一个国家中新近涌现的,被大众所信奉、接受的文化。大众文化是在工业化技术与消费社会语境下,通过大众传媒广泛传播、适应社会大众文化趣味的文化范式和类型,是一种集体性的文化行为,其最显著的特征是狂欢化^②。“大众文化”也可以是指大多数社会成员可接受、可理解从而可以享受的文化,同时也指社会大多数成员集体创造的具有普遍的可接受性的精神文化样式^③。大众文化甚至又被称为通俗文化、流行文化、市民文化、平庸文化、快餐文化等。大众文化虽然涉及面广、传播者与受众者众多,但社会大众文化在一定程度上存在着盲目性、低浅性、自发性和过于商品化的褊狭^④。大众文化是由居于从属地位的人们为了自己的利益而创造出来的,大众文化是一种充满了各种悬殊差别的文化^⑤。

精英文化、大众文化或所谓的“雅文化”、“俗文化”都是大众文化的组成部分,只是表达的方式不同;“大众文化”既可以由文化精英们生产,也可以由人民大众生产。因此,从大众直接参与的角度,“大众文化”与“群众文化”之间并没有本质的区别。美国哥伦比亚大学社会学教授赫伯特·甘斯认为:文化只有品味的不同,没有高低贵贱

① 温汉华,“草根”文化对精英文化的狙击——谈“一个馒头引发的血案”[J].学理论,2011年,第9期,第126页。

② 徐美恒,尹明丽,于春敖,公共关系学在大学生素质教育中的价值[J].天津大学学报(社会科学版),2002,(2).转引自:杨超,付大坤.大学精英文化及其对大众文化的价值引领[J],国家教育行政学院学报,2011年,8月,第25页。

③ 邓安庆,邓名瑛.文化建设论——中国当代的文化理念及其系统构建[M].湖南人民出版社,2009年,第88页。

④ 杨超,付大坤,大学精英文化及其对大众文化的价值引领[J],国家教育行政学院学报,2011年,第8期,第25页。

⑤ (美)约翰·菲斯克,杨全强译.解读大众文化[M].南京:南京大学出版社,2001年,第40—41页。



之分。大众文化和精英文化二者虽然具有不同的特点,但二者都服务社会^①。

随着我国改革开放和现代化建设的深入发展,在物质财富显著增加的同时,人民群众的文化需求愈来愈强烈,文化传播途径和表达方式也呈现多样化的发展趋势。传统的群众文化活动多数以“山寨文化”、“草根文化”或“非主流文化”的形式呈现在人们眼前,但随着群众文化艺术水平的提高,各地广泛涌现的群众文化活动品牌则以其形式的多样性、内容的通俗性、理念的超越性、受众的大众性、发展的可持续性在群众文化活动中崭露头角,展示了强大的生命力,给人们带来快乐与享受,受到群众的好评,成为各地群众文化活动开展的楷模。

“文化活动”是指有别于体育活动、社会活动的一种“特殊的活动”。狭义的文化活动是指文艺演出、图书阅读、文物鉴赏、艺术教育、影视欣赏、文化交流等;广义的文化活动则是指所有含有教育意义、精神熏陶、心灵感动、品格提升的各类活动。企业、机关、学校、城乡不同主体出现的多种文艺性、民俗性、交流性的演出、竞赛、游行、集会、宣传、教育等活动,更是我们所说的文化活动^②。在中国,由于文化需求与文化市场存在多级性与差异性,文化活动的复杂性与综合性明显^③。“群众文化活动”是人民群众为满足精神生活需要,以自身活动为主体,以自我娱乐为目的,所进行的具有民族特色、地方特点和综合性、普及性、大众性、传承性的各类文化活动^④。“群众文化活动”有按单位系统划分的社区文化、校园文化、企业文化、军营文化;也有按活动范

① 张丹.美国文化产业发展战略研究[D].山东大学硕士学位论文,2008年。

② 朱希祥,许玲妹,王从仁,姜衡.文化活动的策划与操作[M].上海:东华大学出版社,2005年,第3页。

③ 王钧,刘琴.文化品牌传播[M].北京:北京大学出版社,2010年,第224—234页。

④ 宋清.充分发挥群众文化在和谐社会中的作用[J].大众文艺,2011年,第11期,第170页。

围划分的广场文化、庙会文化、公园文化、家庭文化；有按人群划分的老年文化、少儿文化；也有按活动类型划分的节日文化、旅游文化、民俗文化、生态文化等^①。群众文化还可以根据群众文化活动在市场上的地位分为政府主导与非政府组织自办的文化；根据文化的表现形式有静态与动态、可见可感与不可见不可感的文化活动；还可根据性质分为传统与现代、创新与继承等群众文化活动类型。

群众文化活动历史悠久，几乎有了人类，就有了民间文化活动，沿袭至今，其活动形式可以说是多种多样的，其活动内容也是十分丰富的。中国历史发展进程中的群众文化活动，由原始歌舞逐步进化发展到实用艺术，文化艺术活动由自娱扩展为娱人。在民间、歌坊、舞坊大批喜爱下里巴人文化的群众创造了许多脍炙人口的艺术作品：如歌曲、相声、评书、快板、小品等民间表演艺术形式纷纷登上艺术舞台^②。群众文化活动以“歌舞戏曲表演”、“书画摄影”、“会议展览”“图书阅读”、“影视欣赏”、“文体娱乐活动”等主题活动的形式，利用各种舞台，以服务人民群众为宗旨，使人民群众在感官与情感上获得美的享受与体验。因此，群众文化活动具有主体的群众性、风格的通俗性、来源的基层性、效果的实用性、作用方式的渗透性等显著特征^③。此外，群众文化活动还具有导向性、参与性、自娱性、广泛性、融合性与多元性等特征。

① 冷建平. 群众文化与社区文化链接研究[J]. 科教文汇, 2011年, 2月中旬刊, 第199页.

② 李庆荣. 论工人文化宫在群众文化工作中的作用[J]. 企业家天地, 2011年, 第2期(中旬刊), 第109—110页.

③ 石晓琳. 新时期下对加强群众文化建设的几点建议和思考[J]. 大众文艺, 2010年, 第4期, 第155页.



二、群众文化活动的意义

文化是一个民族的根,决定民族的兴衰^①。群众文化活动的意义首先表现在有利于先进文化的传播与和谐社会的塑造。群众文化活动以群众喜闻乐见和贴近大众生活的形式与内容,在最广大的基层人民群众中,弘扬着我国各地优秀的传统文化与先进文化,用实际行动履行着中央提出的我国文化艺术教育的指导方针;群众文化活动承载着中华文化精神价值,是社会主义核心价值体系中的重要一分子。群众文化活动的力量,早已深深熔铸在民族的生命力、凝聚力之中,成为中华民族共同的精神家园。随着社会经济的快速发展,中国在国际上社会地位的日益提高,人民群众对高层次、高品质的群众文化活动的渴求也在日趋增强。在大力开展公共文化服务设施建设的同时,充分运用现代化的理念,打造具有民族性、地域性、时代性的群众文化活动品牌,为群众文化事业的发展摇旗呐喊、打造声势,从而吸引更多的人民群众积极参与到群众文化活动中来,已成为现今群众文化事业发展的一个大方向^②。文化品牌是国家和地方经济社会发展与文化影响力提升的重要标志,因此,打造群众文化活动品牌已成为时代发展的要求。

群众文化活动普及面广、参与者多、可信度高、影响深远,为我国社会主义和谐社会的建设作出了不可替代的贡献。文化幸福是幸福指数的重要标尺。随着市场经济的发展,社会化、商品化、现代化、自娱乐化,将成为群众文化活动发展的方向。因此,多层次、多形式、多渠道地开展群众文化活动,可以满足新形势下广大人民群众对精神文化的

^① 浙江省图书馆学会. 公共文化服务与图书馆实践的创新[M]. 杭州: 杭州出版社, 2006年, 第2页.

^② 张书娜. 浅析新时期群众文化品牌活动建设走势[J]. 大众文艺, 2010年, 第2期, 第151页.

基本要求^①。开展群众文化活动也是城乡建设的一项重要内容,是城市特别是新农村文化建设的重要智力支持和精神动力^②。

其次,群众文化活动是切实保障公民基本文化权利、满足公民公共文化需求的重要手段,对我国的公共文化体系建设具有重要意义。1984年12月10日联合国大会通过的《世界人权宣言》第27条规定^③:人人有权自由参加社会的文化生活、享受艺术,并分享科学进步及其产生的福利;人人对由于他所创作的任何科学、文学或美术作品而产生的精神的和物质的利益,有享受保护的权利。“自由地、不受限制地获取知识、思想、文化和信息是个人行使民主权利和获得平等发展机会的基础”^④。从一定意义上说,凡是有碍于人民大众享受参与文化活动和进行文化创造的政策或举措都是直接或间接地对大众侵害^⑤。在长期的革命实践过程中,我们党总结了一系列文化活动开展的成功经验,为文化工作制定了为人民服务、为社会主义服务的“二为”方向和百花齐放、百家争鸣的“双百”方针。人民群众不仅应该享受文化成果带来的福利,而且还要参与到各种文化活动中去,创造并实现自身的价值,以获得精神文化的更多满足并促进自身的发展^⑥。早在20世纪80年代,法国学者弗朗索瓦·佩鲁就提出:“个人的发展,个人的自由,是所有发展形式的主要动力之一。这种个人的发展和自由能够在每个

① 郭飞跃.文化馆的形象建设:群众文化文论集[M].福州:海风出版社,2008年,第10页。

② 吴理财等.当代中国农民文化生活调查[M].北京:知识产权出版社,2011年,第3页。

③ 杨琳瑜.和谐社会视角下公共文化服务体系建设的机制创新[J].内蒙古农业大学学报(社会科学版),2010年,第3期,第232—234页。

④ 浙江省图书馆学会编.公共文化服务与图书馆实践的创新[M].杭州:杭州出版社,2006年,第2页。

⑤ 贺善侃等.国际大都市公益文化比较研究[M].上海:学林出版社,2010年,第97页。

⑥ 刘文俭.公民参与公共文化服务体系建设的对策研究[J].行政论坛,2010年,第3期,第80页。



人所赞成的和在其各种活动中所感受到的各种价值范围内充分实现他们的潜力。”^①群众文化活动的开展应该遵循“人人关心文化活动、人人热爱文化活动、人人参与文化活动、人人享受文化活动”的理念。

第三,群众文化活动是讴歌正气,宣传“真、善、美”,抵制各种封建没落腐朽思想与西方“文化殖民”思想侵害的重要法宝。当前,全球化正在以各种各样的形式对中国传统文化和社会主义主流文化形成冲击,一些人甚至对中华民族的传统道德观念和伦理准则产生怀疑,我国的文化安全正面临着严峻的考验。随着人民收入水平的增长和消费水平的升级,一方面广大人民群众迫切需要丰富多彩的文化活动以满足精神生活的需要,另一方面在经济社会发展过程中,一些地方文化建设同经济发展水平与人民群众日益增长的精神文化需求不能完全适应,文化建设特别是群众文化活动同推动科学发展、促进社会和谐的要求还不能完全适应;个别地方群众公共文化生活萎缩,腐朽文化死灰复燃;一些人精神迷失,信仰空虚,三俗(即庸俗、低俗、媚俗)现象严重;一些地方封建文化残渣、遗风陋俗、赌博、迷信活动甚至黑社会、毒品等现象死灰复燃;个别地方农村社会出现了核心价值缺位、价值观混乱现象,严重影响了城乡社会的稳定与社会的和谐发展;加之一些地方群众特别是偏远地区的农民群众缺乏充足的公共文化服务供给和活动空间,农民群众的公共文化生活会因缺乏积极的组织与引导而日益萎缩,农村群众公共文化生活会出现畸形发展的势头^②。一些地方农村文化发展水平不平衡,公共文化队伍配备不足且整体素质偏低,农民业余文化队伍数量较少,活动不多,得过且过、小富即安的小农意识思想挥之不去^③;一些地方开展群众文化活动和创作文艺作品意识模

① 弗朗索瓦·佩鲁.新发展观[M].北京:华夏出版社,1987年,第17页.

② 巩村磊.论当前农村公共文化服务机制的缺失与构建[J].党政干部论坛,2010年,第4期,第38—40页.

③ 陈立旭,潘捷军等.乡风文明:新农村文化建设——基于浙江实践的研究[M].北京:科学出版社,2009年,第1—5页.

糊,是非、善恶、美丑界限不分。因此,采取积极应对策略,强化人民的文化安全意识,维护国家文化安全,大力弘扬传统文化与社会主义文化,加强群众文化活动的引导,发挥群众性文化活动在各地构建和谐社会中的正面宣传作用、团结凝聚人心的作用、党和群众关系的桥梁纽带作用、大众娱乐作用、社会稳定作用及文化传承作用,提高广大人民群众精神文化生活品质,已到了刻不容缓的地步。

恩格斯指出:“文化上的每一个进步,都是迈向自由的第一步。”^①资本虽然对于作为文化主体的人起到过解放作用,又起着束缚的作用,这就是用经济的力量压迫着文化的力量,把人们的文化主动性践踏在经济原因之下^②。1998年,联合国教科文组织在斯德哥尔摩召开了“文化政策促进发展”政府间会议,讨论通过了《文化政策促进发展行动计划》,该计划指出,“发展可以最终以文化概念来定义,文化的繁荣是发展的最高目标”,“文化的创造性是人类进步的源泉。文化多样性是人类最宝贵的财富,对发展是至关重要的”^③。与此同时,在大力开展群众性的文化活动中,政府应该履行公共文化服务的职责,不断加强公共文化服务,充分利用公共权力和公共资源来保障公民文化权利、满足公民基本公共文化需求。文化不仅是人类的灵魂,也是作为实践的精神活动的过程。公共文化服务具有公平、公益、公开、共享与多样的特征;公共文化服务应与市场文化服务相协调,既满足群众的基础性文化需求,也要满足群众的消费性文化需求,让群众享有参与文化生活、分享文化成果、开展文化活动与保障文化利益的权利。

第四,群众文化活动是丰富群众文化生活,提高全民族文化软实力的重要途径。开展丰富多彩、群众喜闻乐见的文化活动越来越成为各

① 马克思恩格斯选集[M].北京:人民出版社,1995年,第3卷,第153页。

② 万是明.全球化时代中国特色社会主义文化建设[D].华中师范大学硕士学位论文,2006年。

③ 梁卫国.金元浦.文化发展方式怎样转变?[EB/OL].2012[2011-07-18].中国社会科学网.http://www.cnki.gov.cn/content/2011718/news_64186.shtml