

Research on innovation path and practice of grassroots mass cultural activities in the new era—Take the construction of characteristic cultural brand of the Corps as an example

Di Gao

Publicity, Culture, Sports, Radio, Television and Tourism Center of 104th Regiment, 12th Division, Xinjiang Production and Construction Corps, Urumqi, Xinjiang, 832000, China

Abstract

In the context of the new era, when designing and implementing grassroots cultural activities, relevant personnel should ensure that the cultural content is closely tied to reality, focusing on local cultural characteristics and resources to create distinctive cultural brands. This approach aims to meet the growing needs of the grassroots population for a better life through these cultural activities. Building on this concept, this article will use the construction of the Xinjiang Production and Construction Corps (XJPC) distinctive cultural brand as a case study to systematically analyze the innovative approaches and practical situations of grassroots cultural activities in the new era. The article will explore and clarify principles of innovation and practice, such as understanding the needs of the masses, leveraging the strengths of various parties, and establishing long-term mechanisms. By doing so, it aims to outline strategies for building the XJPC's distinctive cultural brand, conduct detailed discussions based on actual conditions, and enhance the effectiveness of this brand's construction.

Keywords

grassroots mass culture; Corps; cultural brand; innovation path

新时代基层群众文化活动的创新路径与实践研究——以兵团特色文化品牌建设为例

高迪

新疆生产建设兵团第十二师一〇四团宣传和文体广电旅游中心, 中国·新疆 乌鲁木齐 832000

摘要

在新时代背景下, 基层群众文化活动在设计与实施过程中, 相应负责人员应确保文化内容联系实际, 围绕当地的文化特色以及文化资源, 打造特色文化品牌, 以此开展群众文化活动, 满足基层群众日益增长的美好生活需要。结合以上观念, 本文接下来以兵团特色文化品牌建设为例, 针对新时代下基层群众文化活动的创新路线以及实践情况开展系统性分析, 探究明确创新与实践原则, 如: 了解群众需求、发挥多方优势、构建长效机制等, 以此梳理兵团特色文化品牌建设策略, 结合实际情况开展细致论述, 提高兵团特色文化品牌建设实效。

关键词

基层群众文化; 兵团; 文化品牌; 创新路径

1 引言

群众文化并不是简单的娱乐, 而是与文化传承、价值引导和社会心理建构有着极为紧密的联系。在新时代下, 基层群众文化活动在设计与实施过程中, 应满足基层群众的需求, 并兼顾多层次的审美需要。同时, 也应进一步挖掘当地的文化特色, 促进当地文化的传承和发展, 提高群众文化活动的开展效果。

【作者简介】高迪(1986-), 男, 中国河南平舆人, 本科, 馆员, 从事群众文化研究。

2 新时代基层群众文化活动的创新路径与实践原则

2.1 深入基层, 关注群众诉求

我国各地文化发展部门在规划基层群众文化活动方案时, 需要深入基层, 深度理解基层民众的真实需求, 关注群众的诉求、兴趣倾向以及生活特征, 以此确定群众文化生活创新方向。在此过程中, 有关部门的负责人员构建更为完善的需求调查与反馈渠道, 通过线上问卷、面对面访谈、网络互动等形式, 增加工作人员与基层群众之间的沟通和交流, 掌握一手信息, 充分地了解基层群众想“看什么”“玩什

么”“学什么”，后续根据群众的需求以及兴趣倾向塑造内容饱满、创意新颖具有普及程度的文化项目。同时，在基层群众文化活动规划与设计过程中，运用这些能够引导基层群众踊跃地参与进来，使得群众成为文化活动的共建者。

2.2 挖掘资源，形成跨界协同

基层群众文化活动在设计与实施期间，负责人员应深入挖掘当地所蕴含的文化资源，并增加各方之间的互动交流，形成跨界协同，推进基层群众文化活动的有序开展。首先，从资源层面进行分析，在基层群众文化活动进行时，深入挖掘当地的文化内容，并拓展丰富文化的展现形式，既能够增加群众对于活动内容的了解，也能够让群众联系生活实际，积极踊跃地表达自己的想法，提高群众的参与积极性^[1]。其次，从跨界协同层面进行分析。在基层群众文化活动开展期间，需要经费、场地、人员、技术等多方面的保证，仅凭当地的旅游中心很难兼顾各个方面的需求。对此，在基层群众文化活动开展期间，应增加政府、社会、群体以及当地企业之间的交流互动，为活动开展提供资金、场地、人员、技术等方面的支持，并进一步拓展活动的传播渠道，使得更多的群众参与进来。

2.3 长效运营，提升活动效果

现阶段，我国各地在发展期间文化部门所开设的基层群众文化活动以及相应项目在初期虽然吸引了群众的关注，让群众能够主动地参与进来。但由于后续的活动跟进缺乏创意性，导致活动难以系统性地开展。在新时代下，基层群众文化活动在实施期间，应形成立体化的管理模式，从根源处保证基层群众文化活动的可持续性发展。例如，针对文化活动的內容以及主要形式进行分析，应避免“千篇一律”或者“粗放式”的文化现象，需要根据群众的反映以及时代的热點，对其內容进行调整，努力打造独特并富有丰富内涵的文化活动。在文化活动运营期间，相关人员也应结合热点时事以及时代的发展趋势，适当地调整活动的方案以及后续的计划^[2]。例如，在活动进行时，应用数字技术、新媒体平台等，通过在线直播、VR技术或者交互游戏等方式创新文化活动的形式，增加文化活动与群众之间的黏性，为公共文化事业的长足发展奠定基础。

3 新时代基层群众文化活动的创新路径与实践策略

3.1 挖掘当地红色文化，建设独特文化品牌

新时代下，基层群众文化活动在创新与实施期间，相关人员应深入实地进行挖掘，了解当地所蕴含的文化内容，联系群众的生活实际对文化元素进行再次的创新与调整。现阶段，在新疆兵团发展期间为进一步推进公共文化事业的发展，丰富基层群众文化活动的內容，已经建立了与兵团文化相关的品牌，如：1. 红色教育类。其中包含了三五九旅纪念馆沉浸式体验活动，通过情境的创设以及实地的展现

增加人们对于红色文化的了解；2. 民俗节庆类。结合当地的地理优势以及文化传统，政府开设了“大话西游万亩桃园”桃花季、老君庙文化庙会、塔里木河捕鱼节、胡杨文化旅游节等，让人们在特定的节日中能够回顾历史，感悟文化。3. 文创产品类。在新疆兵团发展过程中，以“军垦旧址”为核心要点，开设了与军垦旧址相关的“军垦娃娃”IP系列手办，将战士们的形象以更加真实直观的方式展现出来。在总结与分析过程中发现，新疆兵团在发展期间积极开展文化品牌的建设，但在建设发展阶段也体现出了部分问题，如：在兵团文化品牌建设过程中，青年群体的参与积极性不高，18~35岁的参与者仅占整体人员的29%^[3]。

结合实际情况进行分析，在兵团特色文化品牌建设过程中，深入挖掘当地所蕴含的红色文化资源，结合人们的需求以及人们的关注，建设独特的文化品牌。新疆兵团军垦旧址是指兵团人与社会主义革命和建设时期为捍卫边防的安全、助力当地的农业生产、工商业发展所修建的具有历史作用，承载着兵团历史记忆且体现了独特的教育和纪念意义的建筑与构筑物等遗址。现阶段，在新疆兵团军垦旧址共包含以下类型：军政机构旧址、文教卫生场所旧址、农工商产业建设旧址、住行用生活设施旧址、戍边工事旧址、纪念设施旧址等。针对新疆兵团军垦旧址进行分析与深入挖掘，能够了解在军垦旧址中蕴含着十分丰富的红色文化、革命文化以及传统文化。对此，在兵团独特文化品牌建设过程中，以新疆兵团军垦旧址为核心，设计“军垦记忆”文化品牌，联系实际情况，让当地的基层群众能够回顾往昔，回忆历史，感悟自己与军垦旧址之间的联系，由此激发人们的内心情感，使得基层群众文化活动能够持续性、系统性且深入性地开展。

3.2 关注群众现实需求，实施品牌文化活动

新时代下，为确保基层群众文化活动的系统性开展。在活动实施过程中，应打破传统活动模式的束缚，根据群众的需求以及当地的特点，构建全新的活动形态与实践路径。首先，当地的旅游中心以及主要的负责单位应将传统单一的主办方模式转变为多元共创模式，引导当地的群众能够主动地参与其中，了解多方主体的想法，使得基层群众文化的开展更加多样有趣。其次，在基层群众文化活动设计与实施阶段，应构建更为完善的运行机制，深入挖掘活动在过程中的主要问题，并根据群众的表现以及群众的反映，对其內容进行再次的调整与优化，使得基层群众文化活动能够持续性系统性地开展^[4]。在此过程中，可以构建“策划-组织-实施-反馈-优化”闭环运行机制，并设立“群众文化活动创意库”等，常态化地征集当地的群众意见，优化群众文化活动的內容和主要形式。

结合“军垦记忆”文化品牌的特点以及当地的实际情况进行分析，在群众文化活动进行时，了解不同年龄段基层群众的实际需求以及兴趣倾向，再次创新活动內容以及活

动形式。①初中、小学学生以及未上小学的儿童。在当地的军垦博物馆、团史馆、牧史馆开展系统性的红色文化教育，通过博物馆中物品以及资源的展现，让儿童、小学生以及初中生拥有自己对于军垦旧址军垦文化的记忆和了解。在此期间，可以开设“走进博物馆”“博物馆讲解员”“让博物馆的藏品活起来”等一系列活动，激发学生思考探究的积极性，发挥学生的力量，让博物馆中的历史以及文化不断传承。②高中学生；群众文化活动设计期间，深入挖掘当地所蕴含的红色资源，并将其融入多样的艺术学科，引导学生开展亲身实践。如：在开展基层群众文化活动时，根据高中生的学习内容以及高中生的身心发展特点，引入艺术类的实践活动，让学生能够联系自己所学知识结合自己所掌握的历史资料开展创作，通过自己的实践唤醒更多人对于兵团军垦文化的记忆。③社会中青年人以及中年人。借助技术手段，开设创新实践活动，如结合农工商产业建设旧址、戍边工事旧址等开设实践互动体验，借助AR\VR设备创设真实的情境，让社会上的中青年群众可以联系自身，回顾自己的成长历程。④老年群众。开展“军垦老物件展”，引导老年群众能够自发地提供自家的产品，并主动讲解自己与藏品故事；引入“爷爷的垦荒故事TED讲演”，让当地群众的青年与老年相互配合，在讲解过程中将真实的军垦故事、高尚的军垦精神传承下去。

3.3 创新活动宣传渠道，品牌传播主体协同

兵团特色文化品牌在建设过程中，需要发挥多方主体的优势，并根据活动的内容以及活动的形式，创新活动宣传渠道，使得当地更多的基层群众能够了解活动的要点，积极主动地参与其中。首先，应针对基层群众文化活动的形式以及开创的模式进行创新，通过主体协同，构建“政府+企业+群众”的共创模式，并全面发挥多方主体的优势。例如，在基层群众文化活动实施阶段，当地的文化站可以为活动提供相应的场地；企业则负责运营，为其提供技术帮助；群众则可以提出自己的想法和意见，众筹活动的内容。例如，“百姓大舞台”可以实施众包制，既有效地激发了群众的兴趣，也能够保证基层群众的主动参与。其次，在大数据时代下，基层群众文化活动开展期间，为保证兵团特色文化品牌建设的持续性以及系统性，则可以借助技术手段构建线上线下的双空间，真正搭建云上兵团VR展厅，为基层群众还原1960年的垦荒场景，唤醒人们的记忆。最后，在兵团特

色文化品牌建设期间，为进一步推进群众文化活动的高效开展，全面普及，应打破传统的宣传模式，打造“破圈”的宣传链。在此过程中，主要的负责人员可以与线上媒体平台进行联系，通过短视频的形式传播群众文化的内容以及亮点，增加人们的关注。

3.4 构建完善科学制度，促进文化品牌发展

兵团特色文化品牌在建设过程中，为持续性地推进基础群众文化等创新性实施，既应为其提供相应的场所以及人员支持，同时也应构建更为科学完善的制度使得活动能够有序地进行。基于以上观点，在兵团特色文化品牌建设期间，应从以下几方面进行分析：一是人才层面。基层群众文化活动在设计以及实施期间，需要高质量的人才与群众进行密切的沟通，整合群众的意见，提出创新性的活动实施建议。为吸引人才的主动参与，在兵团发展过程中可以设立“兵团文化创新奖”，使得更多青年能够返乡创作，为其提供多样的思路以及新颖的看法。从技术层面进行分析，在兵团特色文化品牌建设以及基层群众文化活动开展过程中，应发挥兵团文化的资源优势，开发“兵团文化资源数据库”，整合当地的文化内容，并结合群众的需求以及兴趣倾向对其内容进行再次的调整，开展二次创作。

4 结语

综上所述，在新时代下基层群众文化活动创新实施期间，应革新传统的活动形式，结合当地的特点以及群众的需求，建设兵团特色文化品牌，由此吸引人们的关注，确保人们积极主动地参与其中。在建设过程中，基层群众文化活动的负责人员应深入挖掘当地的红色文化，关注群众的现实需求，并创新活动的宣传渠道，构建更为完善科学的制度，促进群众文化活动的持续性开展。

参考文献

- [1] 陈法杰 管仲 王宁 田子龙.高质量发展背景下新疆文旅产业融合发展创新路径研究[J].兵团党校学报, 2024(3).
- [2] 魏延琴.兵团基层社会治理能力现代化的实践与路径探索——基于兵团第四师基层社会治理工作的调查[J].大众文摘, 2023(4):0141-0143.
- [3] 王允环.新时代基层群众文化活动的组织与策划探究[J].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学, 2025(1):056-059.
- [4] 于天奎.新时代基层群众文化活动的组织与策划[J].文化产业, 2024(16):65-67.