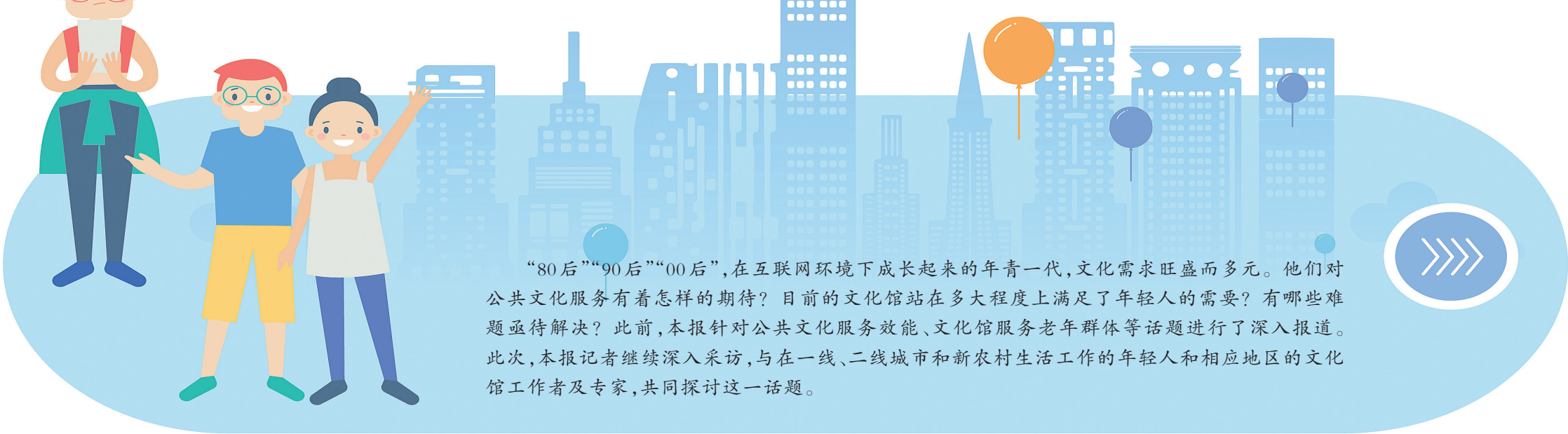


# “80后”“90后”“00后”期待怎样的文化馆



“80后”“90后”“00后”，在互联网环境下成长起来的年青一代，文化需求旺盛而多元。他们对公共文化服务有着怎样的期待？目前的文化馆站在多大程度上满足了年轻人的需要？有哪些难题亟待解决？此前，本报针对公共文化服务效能、文化馆服务老年群体等话题进行了深入报道。此次，本报记者继续深入采访，与在一线、二线城市和新农村生活工作的年轻人和相应地区的文化馆工作者及专家，共同探讨这一话题。



## 一线城市【青年说】

都市白领、青年群体有各自接触文化艺术资源的渠道，但缺少文化体验和开展活动的场所。我们乐于了解AR、VR等各种新技术，对人工智能等硬核话题来者不拒，也热衷于解锁各种新技能。文化馆得用“智慧”来吸粉，如果举办有调性、能沉浸、开脑洞的靠谱活动，我都愿意参加。

### 观点 1

科技范儿 创意活动 “治愈”效果



需求关键词

在一线城市工作，“996”是常态，闲暇时间希望参加一些有“治愈”效果的文化活动。洋气、酷炫的文化活动和社会心理学相关内容更合我的口味，希望在文化馆看到街舞、民族舞、即兴戏剧、创意剪纸、心理座谈会这样的课程。空间距离上，当然是越近越好。

### 观点 2

社交功能 艺术普及 离得近

希望文化馆能有更多艺术鉴赏、导赏、导读的培训课程，在图书馆、博物馆、美术馆等专业场馆之外，还缺个“馆圈儿”叩开“美丽新世界”的大门呢！

### 观点 4

## 二线城市【青年说】

我去文化馆参加活动，还是喜欢体验一些有区域文化特色、有地域群体氛围的活动。

### 观点 1



需求关键词

有群体氛围  
地方特色的文化内容

### 观点 2

我从事文创开发的工作，选择留在中部地区二线城市的重要原因是觉得这里更有人情味儿。希望文化馆能提供更具有地方特色的文化课程，能打开渠道，让年轻人参与文化资料梳理、开发和推广等工作。

## 【回 应】

供给关键词：突入“玩家圈” 增强互动性 年轻人服务年轻人

吴榕美(上海市群众艺术馆馆长)：我们组建了一支白领团队，他们不仅是我们的特色示范队伍，还是“信息来源”和“调研员”，不断为我们提供新鲜的文化兴趣点和需求点，很好地提升了项目实效性。我们从虚拟社区入手，突破各类玩家圈。在豆瓣、百度贴吧、微博等进行搜索，关注那些反映时代文化潮流并具有广泛、积极影响的网络社群。插画、模型、玩具、折纸等网络社群被筛选出来。我们将这些线上社群活动在线下进行充分展示，取得了很好的反响。但面对不断扩大的年轻群体，我们在捕捉和满足他们的需求方面还有很多项目和机制上的短板。下一步，如何提高互动性仍是重点。

郑昕(北京市西城区第一文化馆馆长)：目前，我们倾向于用“年轻人服务年轻人”“专业服务对接专业诉求”的思路去发展，着力将绘画、舞蹈、音乐、阅读等常态项目打造得有趣味性、有想象力，增加年轻群体的成就感和文艺信心。要想玩转，我们还需要政府支持和更多社会力量参与，推进硬件再造以及专馆专用，培育有成长性的项目。

张馨元(北京市朝阳区文化馆副馆长)：年轻人的消费习惯更加务实，只要文化产品和品牌活动的创意符合当下流行趋势，就可以吸引年轻人。我馆推出的“金刺猬”大学生戏剧节、“9剧场”，就受到了大批年轻人的青睐。未来，我们的目标是让年轻群体主动参与文化馆项目的拓建。

## 【回 应】

供给关键词：把服务送过去 网络直播

王利(四川省成都市文化馆党总支书记)：我们一是走出去，把服务送到年轻人身边。天府新谷“文化连锁店”充分利用午休和下班之后的时间，联合企业，为成都市高新区天府新谷园区群众提供“年轻态文化一小时”服务。二是请进来，在了解年轻人需求的基础上设置讲座主题，2018年，“走近艺术”共举办了104场讲座，内容从巴蜀谐剧到西方戏剧艺术，从中国传统乐器到西洋乐器，从京剧、川剧到美声声乐。该活动通过“文化天府”APP进行预约报名并同步网络直播的方式也受到年轻人点赞。

## 【专家视点】

支招：“精神境界”与实际需求并举 变革服务内容 将现代技术运用于空间营造

李国新(国家公共文化服务体系建设的专家委员会主任委员、北京大学教授)：公共文化机构要为年轻群体服务，首先要变革现有的服务内容，比如重庆市武侯区文化馆探索推出了“艺创空间”，吸引那些喜欢谱曲、漫画、表演等文化艺术的年轻人进馆体验，这些都是过去文化馆服务内容里没有的，却是年轻人感兴趣的；其次要适应年轻人的时间特点，要为他们提供可以在闲暇时间参与的活动；最后要把现代技术运用到空间的营造中来，为年轻人提供他们真正需要的基础性、常态性服务。

巫志南(国家公共文化服务体系建设的专家委员会委员、上海社会科学院研究员)：目前，即使是我国东部以及发达地区文化馆，也难以跟上受众需要，我国公共文化服务的供需不平衡问题仍十分突出。一线城市面对庞大的年轻群体，更需要审时度势、重整定位，拓展服务、善用设施。其一，作为公共文化机构，依托公共财政资源，服务项目要围绕党和国家的中心工作，将国家政策的解读与年轻群体的社会化生存需要有效勾连，提升“精神境界”；其二，注重研究年轻群体的实际需求，逐步开发出有利于拓展眼界和思辨力、提高艺术素养的精品课程，丰富青年文化生活，要避免项目和课程的窄化，更不要满足于唱唱跳跳的娱乐化倾向。其三，根据所处地域和年轻群体文化消费特点，统筹发展，细致谋划，做好布局。尤其要重视打破制度僵化，引入更多文学、艺术学、社会学、心理学的人才，打造能提供综合性文化服务的人才队伍。

## 【专家视点】

支招：打好“特色牌” 营造“网红”文化空间

金武刚(国家公共文化服务体系建设的专家委员会委员、华东师范大学教授)：中部地区可以打好“特色牌”，将公共文化机构打造成为年轻人乐于集聚、有所增益的公共交往中心。一是想其所需，做好年轻人的文化服务工作。包括营造具备“网红”性质的文化空间环境，提供满足个性化需求的文化资源，组织时尚性较强的文化活动等，增强特色文化服务供给。二是用其所长，支持年轻人的自我服务工作。设计文化志愿服务项目，发挥年轻人的专业特长，从需求者变身为供给者，共同参与服务供给。

针对西部地区年轻群体基数相对小的现状，文化馆要做细“均等化”工作，尝试开发面向留守儿童、空巢老人的课程和项目。

## 新农村【青年说】

学生时代我是个文学青年，然而步入社会，从事的工作和兴趣完全不沾边。所以特别希望能够在家乡文化馆找到一个组织和大家一起读书、分享。



需求关键词

找到组织  
更多选择

### 观点 1

说起文化生活，我们主要是看电影或者用手机在网上看一些趣味短视频、和网友玩游戏等，文化馆能否给我们提供更多有意思的文化选择？

### 观点 2

供给关键词：更多文化带头人 与社会机构合作

顾炯杰(浙江省嘉兴市平湖市新仓镇党委委员)：我镇充分利用村文化礼堂，于2016年成立新仓镇农民读书会，读书会围绕本土特色文化打造了“怀旧经典阅读”品牌。同时把读书会与乡村振兴建设以及镇里各项中心工作有机结合，提供各种实用的农技书籍，帮助订阅党报和科技信息类报纸，培养有文化、有技术、讲文明的新型农民。目前，全镇农民读书会已设有村(社区)、学校、企

## 【回 应】

业农民读书分会13个，会员共3000人。现在需要更多踏实肯干的文化带头人。倪菁茜(浙江省嘉兴市嘉善县罗星街道文体中心负责人)：我们与当地的一家社会培训机构合作，保证文化馆从早上9点开放到晚上8点，将许多很好的师资纳入选择范围；专门设置了书法、架子鼓等培训课程，吸引了许多年轻面孔加入；将目光聚焦于街道内企业的工作人员，在午间专设了白领课堂，一经开课，效果出乎意料得好。面对年轻群体，如何引导他们成为地方文化的中流砥柱已是重要课题。

## 【专家视点】

支招：了解显性和潜在的文化需求 加强策划和新媒体推广

王全吉(中国文化馆协会理论研究会副主任委员、浙江省文化馆党总支副书记)：首先，要充分了解年轻人的文化需求，包括显性文化需求和潜在文化需求。走近青年群体，近距离了解的同时，通过数字网络平台把握年

轻人的审美趣味和文化追求。其次，以艺术家的审美、策划者的视角，去策划年轻人喜闻乐见的文化活动。再次，重视公共文化服务的新媒体推广。年轻人是数字化服务的主流人群，要用好新媒体，向青年群体传播和推广文化场馆内面向年轻人的项目，扩大公共文化服务传播的覆盖面和知晓度。此外，要打造服务年轻人的文化服务品牌。