

促进文化消费提高

我省大众文化素质，审美情趣，文化软实力

贺启金

(哈尔滨广厦学院 - 艺术与传媒学院 黑龙江 哈尔滨 150025)

一、促进文化消费调查

(一) 大众文化素质的现状

随着人民生活水平的提高，文化层次不断提升，但在艺术文化的表现上还没有得到全面的推动。由于疫情的影响，民众生活消费的质量有所下降，但现在正是储备能量，潜心研究的最好阶段。如何推动我省大众文化消费，提高我省大众文化素质，审美情趣，文化软实力是当前更有必要渗入我省经济发展的有利元素。我省经济的相对落后，对文化发展具有阻碍作用。人们更多的钱花在衣食住行上，很少在电影、戏剧、展览以及文化旅游上消费。

(二) 大众文化消费的作用

社会发展的进步需要文化的推动才能走的更远。21世纪，信息媒体大量涌出，文化艺术消费应该成为大家关注的焦点。文化消费有助于提高全民文化素质，文化消费也将成为新生活的亮点。我省黑土地的文化，孕育了黑土地的人民。我省处于发展的过程中，过去的黑龙江是老工业基地，是金的发源地，很多文化历史需要挖掘带动黑龙江人民的文化认识。大众艺术消费能带动黑龙江的文化维度，大众文化消费是推动我省经济发展的正能量，也将是我省接轨走进大都市发展的必然之路。我省经济由于疫情而落后，也将由于文化的挖掘而走的更远。

(三) 大众文化消费的阻碍

基层群众文化活动设备设施陈旧、基层群众文化专业人才队伍缺失、部分地区群众文化工作难以开展、基层群众文化活动内容过于单一化，综上几点因素导致基层大众的文化素质低，审美情趣一般，文化软实力需要加强努力。我省主要体现在农村地区。

二、促进大众消费健康心里的文化发展

(一) 互联网的作用

睡前放下手机平板，醒后立即看看手机，这种生活方式已经是全民的常态，我们通过网络解决衣食住行，通过网络学习并获得最快捷的全球消息。因此互联网大众传媒在传播文化消费中发挥至关重要的作用。互联网更快捷，更广泛，更有效。因此我们需要通过互联网的协助发挥大众文化认识的积极作用。

(二) 从流行趋势谈大众

流行元素是人民决定的，流行元素的趋向展现了大众的审美情调，大众消费心里跟随流行元素同行，流行元素正反应了大众对审美情调的鉴定，审美认识造就了流行元素的商品化。那么流行元素的把握就变得至关重要，我们应该在整体上提高全民的文化素养。控制流行元素的文化性，以便更健康的全民行动。

(三) 从政治谈文化发展

国家着力注重课程思政，在大学时代培养学生的爱国情怀，培养学生注重发展本土文化的认识。大学生对于本地文化的认识也将带动年轻一代健康发展。在艺术教学的课堂上，从娃娃抓起文化的认识，在政治层面上发挥主力军推广，在各大网络媒体上发挥积极主动的力量。

(四) 从利益谈艺术产业

当前是利益化的决定成败的风气，商家多数以获取利益为主，忽视或者没有在文化层次上的关注，文化消费艺术消费会得到消费主力的青睐，注重健康时尚的文化消费心里必定会得到全民的认可。也将在龙江文化艺术产业中发挥更大的推动作用。

(五) 从大众文化心里谈消费

文化产业的发展最终靠大众文化以及消费心里来推动，因此从市场调研的角度，从互联网调查问卷中研究大众审美情趣，研究大众消费心里，关注消费群体的需求意义重大，为我省文

化市场化提供发展。

(六) 从名人出发

年轻一代是信息无界限交流的时代，通过微博可以与明星近距离交流，通过抖音可以关注明星的生活状态。明星成为年轻人追剧的理由，成为我们观看综艺的缘由。明星为社会做了很多贡献，带给我们生活乐趣，很多明星外交代表了我们国家以及城市的形象。因此明星的影响力是不可忽视的，我省人才辈出，明星也愿意在推动家乡文化发展上贡献自己的力量。从明星的生活中渗透我省文化，也将成为明星公益事业的亮点。如，明星的服饰多受到年轻人的关注，在服饰上展现我省文化。

(七) 与品牌合力

记得曾经的李宁是被遗忘的，那是阿迪和耐克疯狂发展的时代。如今我们知道奥运会运动员身上穿的李宁带给国人的精彩。我们更深刻的意识到国家的重要。李宁在发展的道路上一路传承民族，打造文化图案，烙印“中国李宁”。

由于生活水平的提高，认牌消费大有一部分人。与品牌合理，在经济互赢的基础上必将让我省文化消费更上一层楼。

(八) 虚拟体验推动竞争

当下我省地处祖国边缘，过去接受信息稍慢，但互联网拉进来我们与各地的联系，我们能通过多途径感受到更广泛的新鲜事物。当代人的消费者需要新鲜、刺激、与现代生活有差异化的文化体验。未来文化消费需要走个性化道路来满足变化多端的审美心里。过去我们没有能力挑剔，现在我们通过多途径满足好奇心。虚拟vr的技术发展越来越快。我省应该更有效的利用技术的发展带动艺术的发展。通过全民体验让广大消费者认识我省以及我国的文化的重要性，以方便在意识以及审美情趣上发挥积极作用。虚拟体验提供给人民多元化精神享受，必将为市场营销提供新思路和探索空间。

(九) 开发地域特色

每年的新年是全民感受观察的最好时机，休闲并且带动消费。我省冬天也是最有特点的季节，冰雪文化带来各地的游客。每个冰雪雕塑作品发挥着北方精神，哈尔滨大剧院也将展示了更深层次的艺术，新年礼物也将走进江南江北的各家各户，雪乡的艺术魅力无穷，冬天的北方是童话般的，也是推动文化经济发展的最佳时机。有效发扬旅游纪念品文化也是促进我省文化消费提高、大众文化素质的有效方式。

“民族的就是世界的”，黑龙江少数民族文化也占有独特资源优势。赫哲、鄂伦春、满、回、朝鲜、蒙古、达斡尔、鄂温克、柯尔克孜、锡伯等10个民族包括语言在内的文化、传统表演艺术、民俗活动、礼仪节庆、传统手工艺技能，以及相关的文化挖掘都可以作为特色的发展。

三、总结

疫情改变了好多人的消费形式，无论农村还是城市，无论上班族还是全职太太，网络均得到更好的运用。针对农村整体薄弱，城市可以带动农村发展，以网络普及的信息化宣传，从省会到村庄均适合。促进大众消费健康心里的文化发展，借助于当前的形式，结合国家号召的思政全面发展的前提，大众文化素质必将提高。在继续做好“稳企扶企”工作的基础上，如何进一步提振文化市场信心，促进文化消费及产业发展已成为新的迫切任务。在政府的协助下文化消费补贴扶持、推动文商旅联动发展、发挥文化建设投资带动作用必将促进文化消费提高我省大众文化素质，审美情趣，文化软实力。

黑龙江省艺术科学规划项目《新时期黑龙江大众文化艺术消费特色研究》
项目编号 2017D066