# 公共文化服务：让生活更有质感和温度

清晨醒来，点开手机浏览最新资讯；上班路上，听听自己喜欢的音乐；中午休息，刷一部心仪已久的大剧；下班后，进电影院放松一下紧绷的神经；晚饭后，跳一场酣畅淋漓的广场舞；临睡前，翻翻枕边书，伴着书香入眠；周末，带着孩子打卡博物馆、美术馆……这些曾经是老百姓想象中的文化享受，如今已无处不在，成为普通人的生活方式。

过去十年，我国基本建成覆盖城乡的现代公共文化服务体系，文化产品和文化服务供给空前丰富，人们的生活也因文化而更有质感和温度。

读者在上海嘉定24小时开放的图书馆内翻阅图书。

1.文化空间开夜场，形塑生活新风尚

夜幕降临，华灯初上。浙江自然博物院·24小时博物馆内，观众依然络绎不绝。在“DIY恐龙徽章”区，一群小朋友将自己填色绘制的恐龙图案，放入徽章模具中，旋即得到专属于自己的徽章。同样受欢迎的还有“AR绘鱼”，观众在投影机上绘制小鱼，所画小鱼立刻会投屏到墙面的动画中。

浙江省自然博物院院长严洪明介绍，自今年6月开馆以来，“24小时博物馆”深受群众欢迎，既丰富了当地市民的精神文化生活，又助力了夜间经济的发展，还便利了外地游客共享文化新空间和新体验。

近十年，像浙江省自然博物院一样，开放夜场的文化场馆越来越多。2019年元宵节期间，故宫首次举办“紫禁城上元之夜”夜场活动，“一曲笙歌春如海，千门灯火夜似昼”，故宫随即成为朋友圈“第一网红”。受故宫启发，2020年中秋节期间，北京的12家博物馆联袂举办夜场文化活动，邀市民到博物馆里过节。

观众在中国美术馆参观展览。

除了博物馆，图书馆、美术馆等文化场所也纷纷加入夜场活动。以江苏无锡为例，近几年，当地的公共文化场馆在节假日、暑期等开展夜场文化活动已经成为常态。夜间，没有了白日的喧嚣，人们徜徉在书海中、展品前，沐浴着书香，欣赏着精美的艺术品，一天的疲惫会渐渐消散。“以前，我喜欢在晚上撸串、泡酒吧。自从文化场馆有了夜场活动，我的夜生活就变了，晚上经常泡图书馆，或者到博物馆、美术馆看展览，到文化馆听讲座、看演出。”无锡市民魏滟说，“如果说‘深夜食堂’温暖的是人的胃，那文化空间夜场活动慰藉的则是人的心。”

2019年8月，国务院办公厅印发的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》明确提出：“大力发展夜间文旅经济，鼓励开展夜间游览服务，丰富夜间文化演出市场，优化文化和旅游场所的夜间餐饮、购物、演艺等服务。”在业内专家看来，越来越多的城市创新服务模式，推出夜间文化活动，不仅打通了公共文化服务“最后一公里”，更好地满足了人们高质量的文化夜生活需要，也在用文化的力量，形塑着一种新的生活方式和社会风尚。

2.文化课堂热起来，满足人们新需求

海风轻吹，华灯初上，走进厦门市文化馆培训教室，许多“上班族”下班后相约而至，参加葫芦丝、民族舞等培训活动，乐享公益文化艺术培训“大餐”……今年以来，厦门市文化馆等公共文化机构针对不同人群错时开办文化活动，提供特色化差异化文化服务，积极吸引群众和游客走进文化场馆。过去的文化艺术教育，两头热中间冷——参与者多为少年儿童和退休老人，中青年参与者甚少。如今，以中青年为主的“上班族”，逐渐成为文化艺术教育的重要参与者，这背后是他们潜在的文化需求的释放。

“群众有需求，我们有回应。”文化和旅游部公共文化服务司相关负责人说，十年来，各级公共文化机构通过“送文化”和“种文化”相结合的方式，不断推进公共文化服务的精准化，满足不同年龄、不同职业群众的文化需求。

为满足成年人的文化艺术需求，各地进行了不同的探索。上海市从2016年起推出市民艺术夜校，课程内容涵盖插花、香道、手机摄影、水彩画、陶笛、扎染、养生舞等100多种艺术种类。很多“上班族”结束一天的忙碌后，就算来不及吃晚饭，也要赶到文化馆上课。上海市群艺馆馆长、上海市民艺术夜校总校区负责人吴鹏宏介绍，截至去年8月，该夜校共开办课程181期，有5.6万多人次享受到了公益、优质的公共文化服务，而今年秋天夜校将覆盖上海16个区。不少学员表示，艺术学习让他们找到了自我，使原本平淡的生活多姿多彩起来。

“美好生活，人人向往。今天，人们不仅有更高的物质需求，也更加重视精神文化需求。”国家文化和旅游公共服务专家委员会委员、上海社科院研究员蒯大申指出，进夜校从补习文化知识到享受艺术熏陶，被全新定义的夜校体现了老百姓需求的变迁，契合了人民群众日益增长的文化需求。

3.文化活动火起来，成为城乡新风景

广西钦州，手工艺人在文化馆展示陶器制作技艺。

对个体而言，逛文化场馆，参加艺术培训，都是一种文化艺术的输入。单向的输入，显然难以满足人们的文化艺术需求，他们还希望唱出来、舞起来，在文化活动中张扬自我，表达对美好生活的热爱。

在中国，影响力最大、参与人数最多的群众文化活动非广场舞莫属，有人这样形容，有空地的地方，就有广场舞的存在。过去十年，广场舞参与人数快速增长，目前已经突破1亿。今年2月，广场舞还登上了北京冬奥会开幕式的舞台，让世界通过中国老百姓的舞姿看到了一个自信从容的中国。

广场舞的确舞出了基层群众的自信。内敛、含蓄、不善于表达自己的情感，这是世界对中国老百姓的固有印象。当国人把广场舞跳出了“中国印象”，当“Dancing Grannies”（跳舞的奶奶，指代“中国大妈”）频频登上国际媒体的版面，外国人开始用一种新的目光看待中国，他们从“中国大妈”的舞步中看到了中国老百姓的活力、自信、乐观以及对文化艺术的追求。

不过，也有专家对火热的广场舞活动作另一种解释：老百姓不是因为跳了广场舞而变得自信，而是因为更加自信了才会去参加广场舞等文化活动。这种解释不无道理。过去十年，我国全面建成小康社会，历史性地解决了绝对贫困问题，经济总量由2012年的53.9万亿元上升到2021年的114.4万亿元，占世界经济比重从11.3%上升到超过18%，人均国内生产总值从6300美元上升到超过1.2万美元。根据马斯洛的需求层次理论，老百姓的腰包鼓了，生活好了，自然会对精神文化层面的东西有更多追求。因此，广场舞等群众文化活动的火爆，其实是中国过去十年发展成就和老百姓富裕起来的生活的表征。

当然，过去十年，中国老百姓的文化生活除了跳广场舞，还有很多其他选择。文化和旅游部统计数据显示，2021年，全国群众文化机构共有馆办文艺团体9533个，全年演出11.45万场，观众5983.52万人次；同时，全国群众文化机构共组织开展各类文化活动252.17万场次，服务人次83289万。这些文化活动，共同编织成一幅覆盖城乡的特别风景，而这风景就是中国老百姓的生活日常。

潇湘晨报2022-8-24