



本文 DOI: 10.16675/j.cnki.cn14-1065/f.2018.19.075

# 探析乡镇文化站在农村文化建设中的作用

## □李 芳

(甘肃省平凉市庄浪县杨河乡政府 甘肃 平凉 744617)

摘 要:农村群众文化建设是社会主义新农村建设的重要一环,能够提高乡镇居民思想道德素质和科学文化的水平。乡镇文化站是新农村文化建设的重要节点,对于丰富群众精神世界、开展新农村文化建设具有重要意义。乡镇文化站的建立与完善,对乡镇文化活动开展具有重要意义。

关键词:乡镇文化站;农村;文化建设

文章编号: 1004-7026(2018)19-0120-01

中国图书分类号: G242

文献标志码: A

乡镇文化站是由政府设立的,致力于服务当地群众的公益性综合文化机构和公共文化设施单位,是现代农村精神文明建设的主要窗口,是政府和农村群众联络感情和推进社会主义新农村建设的纽带,是宣传党的方针政策、弘扬先进文化的前沿阵地。乡镇文化站的设立,对于乡镇的文化建设,农民的素质提升以及农村精神文明的建设都有重要意义<sup>[1]</sup>。

### 1 乡镇文化活动现状分析

## 1.1 参与人数不断增加

随着社会经济的发展,人民生活水平不断提高,人们对精神生活提出了越来越高的要求。乡镇群众活动在近些年来不断发展、完善,乡镇的文化活动的主体不断丰富、趋向多元化。人们将工作和生活中的经验和兴趣带到文化活动中,使乡镇文化活动的形式不断丰富和完善。

## 1.2 活动形式不断丰富

受传统文化和习俗影响,乡镇的文化活动一直以来较为单一,缺乏新意。因此,在乡镇文化建设中,需要为农村文化活动注入一些新鲜的血液,丰富农村文化活动的形式,吸引更多群众参与其中。在传统的文化活动的基础上,丰富群众的精神文化生活,提升群众的生活幸福感,满足建设和谐社会的需要。近几年广受关注的广场舞、小舞台戏剧、体育锻炼等文化活动方式,正逐渐成为乡镇群众的重要文化活动方式<sup>[2]</sup>。

## 1.3 活动体系不断完善

随着国家相关政策的出台,一些乡镇积极响应国家号召,改变了传统的文化活动观念,文化部门也加大了对乡镇文化活动的宣传力度。在乡镇文化活动获得政府的重视和支持之后,文化活动的场地、设备装备等问题得到了高效率的解决。群众的思想和精神也随着时代的发展得到了提升,越来越多地参与到多样的文化活动中。

## 2 乡镇文化站对农村文化建设的重要作用

## 2.1 指导文化建设,传达建设精神

乡村文化站是农村文化建设的枢纽,利于传达政府对农村群众的文化生活改善的指导思想。乡村文化站能够准确地向上传递农村群众文化建设需求,向下对群众传递党的政策文化建设的路线,促使政府与农村群众有机联系,使双方的关系更加紧密。乡镇群众的文化活动受当地的民俗和习惯的影响,政府通过乡

镇文化站可以更加了解民意和群众的文化需求。不同地域人们的兴趣爱好和生活劳作各自具有不同的特点,因此,各地政府需要制定有针对性的文化建设方案,具体而微地丰富农村群众的精神文化生活。此外,利用乡镇的文化站也可以向乡镇群众传达党的文化建设路线和方针,帮助群众更具体地了解政府的思想。

## 2.2 联系群众关系,维护社会稳定

乡镇群众性格淳朴,群众彼此联系紧密。由于乡镇的娱乐设施和文化设施较少,文化建设的设施和环境相对较差,人们的娱乐活动方式局限于棋牌、聊天等,极易因金钱或口角的矛盾引起争执。受部分农村群众道德水平较低影响,或在不良行为习惯的引导下,可能会将矛盾激化,从而导致不良的社会影响。乡镇文化站可以通过开展文化教育活动和丰富的文化活动来改善人际关系,提升居民的思想文化素质,从而达到稳定社会秩序、维系群众之间和谐关系的目的。

### 2.3 保留文化韵味,彰显文化特色

中华文化博大精深,源远流长。乡镇文化是中华文化的重要组成部分,具有中国文化的地域特色和韵味,具有重要的价值。美食文化、雕塑文化、绘画文化、传奇传说、戏曲文化等,都是独特的乡镇文化。随着社会的现代化发展,许多传统文化和地域特色都随着文化传承人的故去而消失,变成无迹可寻的文化遗产。通过对乡镇文化站的建设,乡镇中优秀的传统文化会得到发掘、探索、继承与发展,使宝贵的传统文化得到继承与发扬。

## 3 结束语

乡镇文化站对乡镇文化建设具有重要意义。基层 政府和文化管理部门应加大力度宣传乡镇文化站的 作用和地位,使其发挥在文化建设中的功能,更好地 满足乡镇群众日益增长的文化需求,真正践行社会主 义现代化文化建设道路。

## 参考文献:

[1]蒲霞.乡镇文化站在带动农村群众文化建设中的作用探析[J].大众文艺,2018(11):22.

[2]刘小云.新农村文化建设中乡镇文化站发挥的作用探索[J].大众文艺,2017(10):6.

[3]邱杰.发挥乡镇文化站作用,带动农村群众文化建设[J].现代企业文化,2017(2):167-168.