

手机点单 共绘需求地图

上海率先建成现代公共文化服务体系

打响上海文化品牌



公共文化配送产品菜单不仅给市民提供方便,也为配送提供了数据支持

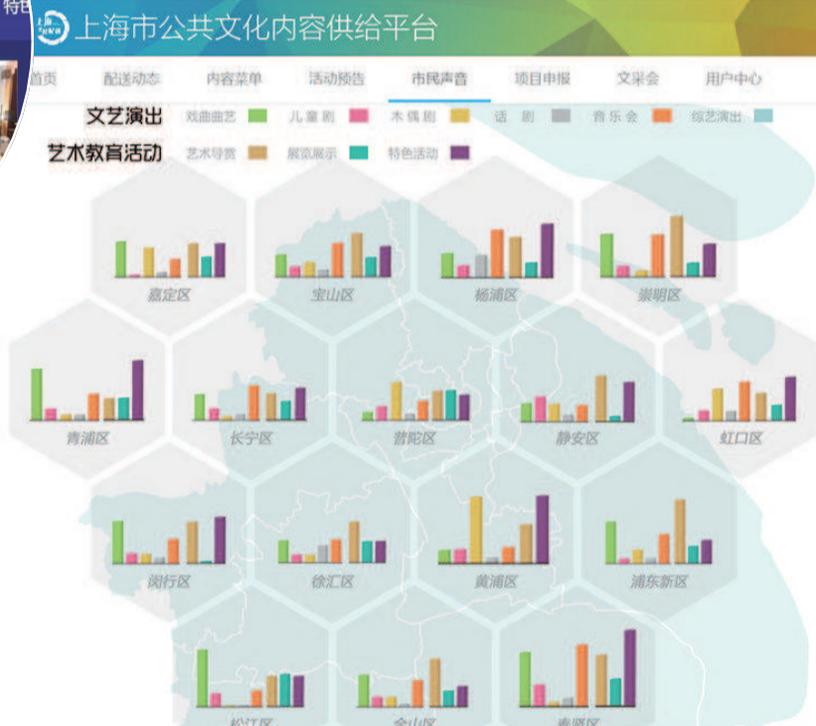
在上海,出家门走10分钟左右,就可以到最近的一个综合文化活动室。活动室面积可能不过100平方米左右,但是有限的空间里有一个“文化需求二维码”。打开手机扫一扫,丰富多样的公共文化配送产品“菜单”就跳了出来。是选3D打印笔DIY手工制作、“一带一路”上的民俗舞蹈体验、科学魔术秀、名家名段演唱会还是海派文化咖啡体验、百乐门爵士大乐队上海老歌金曲音乐会?扑面而来、五花八门的“菜单”还真让人选起来颇费思量呢!

大范围推广

“菜单”点进去,能看一段视频或者图片集,文字介绍描摹了概况。例如“科学魔术秀”原来不仅融合了艺术、游乐与综艺,还是一档亲子教育活动,包含了物理、化学乃至天体知识……与此同时,还有不少满足求知欲的观赏可以选。上海评弹团团长高博文会向大家介绍如何欣赏评弹艺术,吉他名家姚忠则会一边弹奏一边演示技巧……

随着前年建成5000多个居村综合文化活动室,这个“文化需求二维码”就在全市贴了5000多个。当然,如果连家门都不想迈出去,也可以直接在文化云上找到需求菜单。在此之前,市民想“点单”看演出,是通过一张张放在社区文化活动中心的问卷来人工反馈的——市民在问卷上打勾,然后交给工作人员,工作人员再反馈给东方公共文化配送中心。在问卷调查之前,则是定期开座谈会……

记者近日从市文化和旅游局获悉,上海已经率先基本建成现代公共服务体系。当“精准化服务”成为“上海服务”的关键词时,点对点的手机扫码,成为首选。这是一个多方共赢的选择。据东方公共文化配送中心朱静波表示,“文化需求二维码”让市民的需求更明确,也让提供文化内容的院团、社团、演员等各类社会主体更清晰、有针对性地优化节目。这样良性循环的结果,就是有更多更好的节目送到更多的点。”



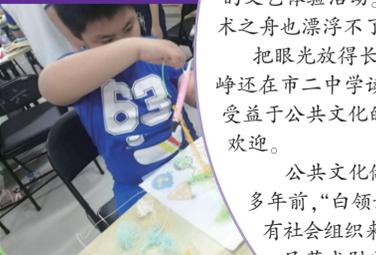
数字里的公共文化

上海已经建成——
市区两级公共图书馆23个、街镇图书馆216个
市区两级文化馆24个、社区文化活动中心216家
标准化居村综合文化活动室5546个

东方社区信息苑311个
美术馆89家
博物馆131家
上海市区两级注册文化类社会组织达到1200余家,较2015年增长近30%



“啡”比寻“尝”——海派文化咖啡体验系列活动
演出单位:上海东方青少年国际文化交流中心
节目类型:特色活动



3D打印笔DIY手工制作
演出单位:上海沁池信息科技有限公司
节目类型:特色活动

大数据助力

因为手机点单形成的大数据,也留存在了后台,日积月累,就形成了一个“需求地图”——哪个区哪个街镇哪个居村的居民更喜欢什么类型的节目,久而久之,一目了然。以浦东新区为例,文艺演出中的戏曲,以及民俗文化和非遗类是最受社区、街镇欢迎的。手工活动、法制宣传和时事讲座也颇受欢迎,体现了居民的心手灵巧以及旺盛的求知欲。纵观全市,无论是青浦、闵行还是黄浦、杨浦,居民对时常融入新生事物的“特色活动”的需求增长速度最快。

有了这个“二维码”和“地图”,去年市区两级公共文化内容配送文艺演出、文化讲座、特色活动共计3.88万场,文艺指导7.8万课时,电影和农村数字电影放映10万余场,受益人次1768万。

今年,上海基本建成覆盖城乡、便捷高效、保基本、促公平的现代公共文化服务体系。近期,国家文化和旅游公共服务专家委员会8位专家组成的评估组,对上海推进现代公共文化服务体系建设情况展开评估,实地赴基层27个点,进行考察,全部达成国家公共文化服务体系示范区创建标准。上海公共文化服务工作满意度评估综合得分90.46分。这是自2011年国家公共文化服务体系示范区(示范项目)创建工作启动以来,全市16个区共有11个区参与了共四批国家公共文化服务体系示范区(示范项目)的创建,占比70%。

上海已经形成了“中心城区10分钟、郊区15分钟的公共文化服务圈”的目标,是依托了背后市、区、街镇、居村四级公共文化设施网络。人均公共文化设施建筑面积从十二五末期的0.15平方米增加到2平方米。十三五期间,还积极推动建设介于街镇、居村中间的3.5级“邻里中心、街区中心”;设置村居4.5级“客堂间、睦邻点”等基层服务点。还与社会机构共建公益性文化服务的城市书房、智慧图书馆、望江驿等新型公共空间。

创建7年的上海市民文化节,已累计服务市民超1亿人次,成为上海重大文化品牌项目,实现了系统内“小循环”到社会化“大循环”的转变,用小力气,做出了大事情,有力推动政府职能转变,促进公共文化服务社会化发展。

本报记者 朱光

马上评 文化民生

建设国际文化大都市,不仅仅意味着要引进多少国际名家名团到上海举行首演、原创多少票房过10亿元的影片,还包括市民百姓能在低价甚至免费的前提下,以最便捷的方式,欣赏、参与最喜欢的文艺体验活动。如果没有追求美的市民,如水一般载着艺术之舟,艺术之舟也漂浮不了多久。爱美、爱艺术的市民,是最基础的观众。

把眼光放得长远些,在最基础的观众群里,还会成长起艺术家。当徐峥还在市二中学读书时,他只是一名热衷参与文艺活动的中学生,一个受益于公共文化的孩子。当时,他不会想到“囡”系列影片在如今会大受欢迎。

公共文化做得好,还会孵化出热衷推广文化的公益组织。二十多年前,“白领话剧”兴起,大家对“小剧场戏剧”一知半解。当时,没有社会组织来承担“导赏”这一功能。国家级院团忙于摸索市场,民营戏剧公司也在市场里沉浮:“我们能活下来就很好了,哪儿有空做艺术普及?”如今,导赏课程被大量需要,且让专业演员又找到了新舞台……大家都开心,城市更美好。 朱光