

Research on the Cultural Needs and Influencing Factors of Urban Residents in Tianjin

Shaoxing Zhang, Li Li

Tianjin University of Administration, Tianjin
Email: zhangshaoxing@tj.gov.cn

Received: Aug. 4th, 2020; accepted: Aug. 19th, 2020; published: Aug. 26th, 2020

Abstract

After more than ten years of public cultural service system construction, the national public cultural service function has made great progress, especially the hardware infrastructure, but the related survey shows: community residents participation enthusiasm, the use rate of public cultural facilities only accounts for about 40%. In order to meet the cultural life of community residents, further improve the overall civilization quality of citizens, and better formulate the regional 14th and 5th year public cultural development plan, there is no need to understand the cultural needs and influencing factors of urban residents and lay a solid foundation for improving the level of public cultural services. To this end, this study takes Nankai District, Xiqing District and Jinghai District of Tianjin city as the research objects, adopts the questionnaire method to conduct the survey, and discusses the level and type of cultural demand from gender, age, region, education level, consumption concept, family size and other factors. The conclusion is that the demand for leisure culture, cultural consumption and culture and art has exceeded that of mass culture. Gender factor, age factor, regional factor, education level, consumption concept and family size all affect the level of cultural demand. Gender factor and education level are important factors affecting the type of cultural needs. The construction of the public cultural service system lags behind the development of residents' cultural needs.

Keywords

Urban Residents, Cultural Needs, Influencing Factors

天津市城镇居民文化需求及影响因素研究

张绍兴, 李 丽

天津行政学院, 天津
Email: zhangshaoxing@tj.gov.cn

收稿日期: 2020年8月4日; 录用日期: 2020年8月19日; 发布日期: 2020年8月26日

摘要

经过近十多年的公共文化服务体系建设, 国家公共文化服务功能取得巨大进步, 特别是硬件基础设施, 然而相关调查显示: 社区居民参与积极性、公共文化设施使用率大约仅占40%左右。为满足社区居民文化生活、进一步提升国民整体文明素养、更好制定区域十四五公共文化发展规划, 有必要了解城镇居民文化需求及影响因素, 为提升公共文化服务水平打好基础。为此, 本研究以天津市南开区、西青区和静海区为调研对象, 采用问卷法进行调查, 从性别、年龄、区域、教育水平、消费观念、家庭人数等因素探讨文化需求水平及文化需求类型。调查结论为: 居民休闲文化、文化消费及文化艺术需求已经超过大众文化需求; 性别因素、年龄因素、区域因素、教育水平、消费观念及家庭人数均影响文化需求水平; 性别因素、教育水平是影响文化需要类型的重要因素; 公共文化服务体系建设落后于居民文化需求水平发展。

关键词

城镇居民, 文化需求, 影响因素

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

习近平总书记在党的十九大报告中指出: “中国特色社会主义进入新时代, 我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”从文化的视角来看, 其不平衡与不充分体现在许多方面, 比如地域的文化生产与供给差异; 不同群体的文化需求与消费差异等等。自十二五以来, 国家出台一系列相关政策, 加大公共文化服务体系建设, 不断满足居民文化需求, 保障居民平等享有文化权利。然而, 根据相关调研结果显示, 社区书吧、街道文化站等使用率相对较低, 知晓度不足, 各地区投入建设差异较大等等, 居民对身边公共文化建设的满意度有待进一步提升。分析原因, 可能是公共文化服务体系建设过度注重标准化、指标化, 没有考虑到区域、人群、习俗等差异性因素的影响。

文化需求是指人们为了满足日常精神生活而需要产生的文化产品或服务的要求[1]。马斯洛需求层次理论将人的需求由低到高的顺序进行排序分别为: 生理需求、安全需求、归属与爱的需求、自尊的需求、认知的需求、审美的需求、自我实现的需求。按照马斯洛的需求层次理论, 文化需求应属于认知需求或审美需求这样较高层次阶段, 是在满足了人自身的生存、安全等较低层次需求之后的精神升华。随着我国社会、经济的不断发展, 人民生活水平的持续改善, 不同区域、不同群体对文化需求产生较大差异。从根本上来讲, 分析城镇化进程中居民的文化需求及影响因素, 是认识文化发展不平衡与不充分的出发点, 对于公共文化服务体系的建设和有效资源配置具有关键性的作用和意义。为此, 本调查主要围绕居民文化需求及影响因素进行调研, 希望结果对进一步完善公共文化服务体系及管理有一定价值。

2. 研究对象及方法

2.1. 研究对象

2019年6月~2020年7月, 以天津南开区、西青区、静海区部分居民及党校培训的部分学员为研究

对象。放问卷 613 份, 有效问卷 585 份, 有效问卷占 95.4%。样本统计分析: 男性 223 人(38.1%)、女性 362 人(61.9%); 最大年龄 65 岁, 最小年龄 23 岁, 平均年龄 41.5 岁; 南开区 168 人(占 28.7%)、西青区 138 人(23.6%)、静海区 107 人(18.3%)、党校培训学员 172 人(29.4%); 硕士及以上 78 人(13.3%)、本科 215 人(36.8%)、专科 114 人(19.5%)、高中(含中专)及以下 178 人(30.4%); 独自居住 47 人(8%)、两人居住 83 人(14.2%)、3 人居住 318 人(54.4%)、4 人及以上居住 137 人(23.4%); 40.7% (238 人)为积蓄型消费类型、40.5% (237)属于平衡型消费类型、约 18.8% (110 人)的被试属于透支型消费类型。

2.2. 文化需求评价指标及统计工具

研究采用“文化需求度”调查表, 调查表由两部分构成: 第一部分, 由区域、性别、年龄、教育程度、收入水平、婚姻状况、家庭人口数量、消费观念等 8 个人口学变量; 第二部分由大众文化、休闲文化、文化艺术、文化消费 4 各维度构成文化需求的因变量指标, 文化需求水平的 5 个维度采取李克特 5 点计分法, 总分为 5~25 分之间, 分数越高, 意味着文化需求越高。研究采用 SPSS19.0 对数据进行统计分析, 探讨文化需求水平及影响因素。

3. 统计分析

3.1. 不同文化类型需求统计分析

从表 1 可以看出: 48%的被试选择不需要大众文化, 累计 31%的被试选择需要大众文化; 45.8%的被试具有休闲文化需要, 远高于 20.7%的没有休闲文化需求的被试; 对于文化艺术需求, 63.5%的被试表示需要, 远高于 36.6%的不需要被试; 对于文化消费, 26%的被试认为没有文化消费需要, 74%的被试表示有文化消费需求, 从统计分析看, 文化消费正逐渐被居民所认可。按文化需求类型的百分比排序: 休闲文化、消费文化、文化艺术及大众文化。从文化需要类型可以推测, 文化产业发展具有基础和动力, 同时也从侧面反映出公共文化服务体系建设在满足居民文化需求方面需进一步提升(见表 1)。

Table 1. Statistical analysis of demands of different cultural types

表 1. 不同文化类型需求统计分析

	非常不需要	不需要	需要	比较需要	非常需要	Total
大众文化需求	85	196	123	98	83	585
百分比	14.5	33.5	21.0	16.8	14.2	100.0
休闲文化需求	27	94	196	189	79	585
百分比	4.6	16.1	33.5	32.3	13.5	100.0
文化艺术需求	73	141	114	159	98	585
百分比	12.5	24.1	19.5	27.2	16.8	100.0
文化消费需求	32	120	159	178	96	585
百分比	5.5	20.5	27.2	30.4	16.4	100.0

3.2. 不同性别文化需求比较

性别因素是影响文化需求水平及类型的重要因素之一。除大众文化需求外, 女性被试对休闲文化、文化艺术、文化消费及文化需求水平均高于男性且存在显著差异($p < 0.001$ 或 $p < 0.05$)。进一步研究两性文化需求的差异形成因素, 可能对促进公共文化事业、文化产业均衡发展具有重要价值(见表 2)。

Table 2. Statistical analysis of cultural needs of different genders
表 2. 不同性别文化需求统计分析

	性别	N	Mean	Std.	t	df	Sig. (2-tailed)
大众文化	男	223	2.87	1.26	0.727	583	0.468
	女	362	2.80	1.29			
休闲文化	男	223	3.11	1.05	-4.256	460.990	0.000
	女	362	3.48	1.02			
文化艺术	男	223	2.96	1.24	-2.308	583	0.021
	女	362	3.21	1.32			
文化消费	男	223	2.78	0.83	-9.786	583	0.000
	女	362	3.65	1.17			
文化需求	男	223	11.72	1.88	-8.366	583	0.000
	女	362	13.14	2.08			

3.3. 不同年龄阶段的文化需求比较

年龄与文化需求的关系比较复杂。1) 随年龄增加大众文化需求度在增加, 但各年龄阶段存在显著差异($p < 0.001$); 2) 休闲文化需求随年龄增加呈“∩”型, 即随着年龄增加需求先增加, 然后再降低, 40~49 岁年龄阶段需求最好, 老年人休闲文化需求最低; 3) 文化艺术需求随年龄增加, 需求在降低, 30 岁以下年龄阶段的文化艺术需求最高; 4) 文化消费需求, 呈现出两头高的趋势, 但运行曲线并不规则, 50~60 岁年龄阶段需求最低; 5) 文化需求呈现出: 60 岁以上年龄阶段文化需求水平最高、30 岁以下较高、40~49 岁阶段文化需求适中, 30~39 岁阶段文化需求较低, 50~59 岁年龄阶段文化需求最低(见表 3)。

Table 3. Statistical analysis of cultural needs at different ages

表 3. 不同年龄阶段的文化需求统计分析

	年龄阶段	N	Mean	Std.	F	Sig.
大众文化	60 岁及以上	68	4.90	0.31	158.871	0.000
	50~59 岁	120	3.40	1.18		
	40~49 岁	117	2.86	0.99		
	30~39 岁	128	2.10	0.76		
	30 岁以下	152	2.03	0.78		
	Total	585	2.83	1.27		
休闲文化	60 岁及以上	68	2.78	1.02	12.099	0.000
	50~59 岁	120	3.40	1.28		
	40~49 岁	117	3.78	0.94		
	30~39 岁	128	3.39	1.02		
	30 岁以下	152	3.16	0.78		
	Total	585	3.34	1.05		

Continued

文化艺术	60岁及以上	68	2.04	0.50	62.542	0.000
	50~59岁	120	2.19	1.19		
	40~49岁	117	3.19	1.34		
	30~39岁	128	3.63	1.21		
	30岁以下	152	3.84	0.83		
	Total	585	3.12	1.29		
文化消费	60岁及以上	68	3.35	0.81	28.091	0.000
	50~59岁	120	2.71	1.25		
	40~49岁	117	3.22	1.15		
	30~39岁	128	3.14	1.03		
	30岁以下	152	4.01	0.87		
	Total	585	3.32	1.13		
文化需求	60岁及以上	68	13.07	1.83	10.644	0.000
	50~59岁	120	11.70	2.01		
	40~49岁	117	13.05	2.31		
	30~39岁	128	12.27	2.51		
	30岁以下	152	13.03	1.44		
	Total	585	12.60	2.12		

3.4. 不同区域的文化需求比较

区域因素是影响文化需求水平的重要因素。南开区(原属天津市六区)、西青区(原属天津市郊区)、静海区(原属天津市郊县)对于大众文化、休闲文化、文化艺术、文化消费的需求表现出显著差异,城市化越发达,大众文化的需求越低,休闲文化、文化艺术、文化消费的需求越高;南开区被试文化需求水平显著高于静海区、西青区被试。党校培训学员在大众文化需求、休闲文化需求、文化需求水平显著低于三个区的被试需求水平,但在文化艺术、文化消费需求显著高于三个区的被试水平,存在这种差异的因素可能是年龄、教育及消费观念引起的(见表4)。

Table 4. Statistical analysis of cultural needs in different regions

表4. 不同区域的文化需求统计分析

	区域	N	Mean	Std.	F	Sig.
大众文化	南开区	168	2.79	1.29	62.084	0.000
	西青区	138	3.33	1.15		
	静海区	107	3.62	1.26		
	党校培训学员	172	1.97	0.73		
	Total	585	2.83	1.27		
休闲文化	南开区	168	3.70	0.90	23.825	0.000
	西青区	138	3.54	1.15		
	静海区	107	3.37	1.25		
	党校培训学员	172	2.84	0.71		
	Total	585	3.34	1.05		

Continued

文化艺术	南开区	168	3.52	1.26	49.472	0.000
	西青区	138	2.59	1.28		
	静海区	107	2.26	1.20		
	党校培训学员	172	3.68	0.89		
	Total	585	3.12	1.29		
文化消费	南开区	168	3.22	1.23	10.820	0.000
	西青区	138	3.11	1.06		
	静海区	107	3.10	1.19		
	党校培训学员	172	3.72	0.96		
	Total	585	3.32	1.13		
文化需求	南开区	168	13.23	1.76	7.686	0.000
	西青区	138	12.40	2.29		
	静海区	107	12.52	2.56		
	党校培训学员	172	12.20	1.86		
	Total	585	12.60	2.12		

3.5. 不同教育程度文化需求比较

随着教育程度的增加,文化需求在提升,并且各个教育水平之间的被试存在显著差异($p < 0.001$)。分析大众文化、休闲文化、文化艺术及文化消费四个具体评价指标,除文化艺术需求随着教育程度需求增加外,其他文化需求并不随教育程度必然增加;大众文化与受教育程度成反比、大学(本科、专科)教育水平的被试休闲文化需求最高、教育程度改变了文化消费方式(见表 5)。

Table 5. Statistical analysis of cultural needs at different educational levels

表 5. 不同教育程度的文化需求统计分析

	教育程度	N	Mean	Std.	F	Sig.
大众文化	硕士及以上	78	2.40	0.65	64.754	0.000
	本科	215	2.17	0.96		
	专科	114	3.04	1.30		
	高中及以下	178	3.67	1.28		
	Total	585	2.83	1.27		
休闲文化	硕士及以上	78	3.18	0.94	2.503	0.058
	本科	215	3.41	0.98		
	专科	114	3.49	0.81		
	高中及以下	178	3.22	1.27		
	Total	585	3.34	1.05		
文化艺术	硕士及以上	78	4.62	0.49	296.695	0.000
	本科	215	3.82	0.87		
	专科	114	2.78	0.68		
	高中及以下	178	1.83	0.93		
	Total	585	3.12	1.29		

Continued

文化消费	硕士及以上	78	3.50	1.27	16.963	0.000
	本科	215	3.62	1.03		
	专科	114	3.35	1.17		
	高中及以下	178	2.85	1.03		
	Total	585	3.32	1.13		
文化需求	硕士及以上	78	13.69	1.71	26.934	0.000
	本科	215	13.02	2.20		
	专科	114	12.66	1.69		
	高中及以下	178	11.57	2.01		
	Total	585	12.60	2.12		

3.6. 不同消费观念的文化需求比较

消费观念影响文化需求水平。积蓄型的被试大众文化需求水平最高；平衡型被试休闲文化需求水平最高；透支型被试文化艺术、文化消费需求水平最高；文化需求水平受消费观念的影响较大，透支型消费观念的被试文化需求水平最高。不同消费类型的被试在大众文化、休闲文化、文化艺术、文化消费及文化需求水平上存在显著差异($p < 0.001$) (见表 6)。

Table 6. Statistical analysis of cultural needs of different consumption concepts

表 6. 不同消费观念的文化需求统计分析

	消费类型	N	Mean	Std.	F	Sig.
大众文化	积蓄型\月	238	2.99	1.33	9.289	0.000
	平衡型\月	237	2.87	1.34		
	透支型\月	110	2.37	0.84		
	Total	585	2.83	1.27		
休闲文化	积蓄型\月	238	3.11	1.00	13.499	0.000
	平衡型\月	237	3.59	1.16		
	透支型\月	110	3.29	0.72		
	Total	585	3.34	1.05		
文化艺术	积蓄型\月	238	2.68	1.33	27.198	0.000
	平衡型\月	237	3.30	1.31		
	透支型\月	110	3.65	0.81		
	Total	585	3.12	1.30		
文化消费	积蓄型\月	238	2.49	0.83	220.503	0.000
	平衡型\月	237	3.64	0.94		
	透支型\月	110	4.43	0.74		
	Total	585	3.32	1.13		
文化需求	积蓄型\月	238	11.27	1.80	110.146	0.000
	平衡型\月	237	13.41	1.99		
	透支型\月	110	13.74	1.35		
	Total	585	12.60	2.12		

3.7. 家庭人口数量的文化需求比较

大众文化和文化需求水平随家庭人口数量增多而增高; 家庭人口 2~3 人时, 文化艺术和文化消费, 需求水平较高; 家庭人口 1 人或 4 人及以上时, 休闲文化需求较高。从有关数据分析看, 大龄单身群体的长期存在、结婚意愿的淡化、繁衍责任的缺乏、三口家庭模式的认同、追求生活质量的观念等因素的影响, 1~3 口的家庭模式可能长期存在, 因此在构建公共文化服务体系的同时, 有必要考虑到家庭模式对文化需求的影响(见表 7)。

Table 7. Statistical analysis of cultural needs of different family populations

表 7. 不同家庭人口的文化需求统计分析

	消费家庭人口数量	N	Mean	Std.	F	Sig.
大众文化	1 人	47	1.62	0.82	202.147	0.000
	2 人	83	2.36	0.64		
	3 人	318	2.44	0.99		
	4 人及以上	137	4.42	0.78		
	Total	585	2.84	1.27		
休闲文化	1 人	47	3.89	1.15	5.537	0.001
	2 人	83	3.33	0.77		
	3 人	318	3.24	1.07		
	4 人及以上	137	3.39	1.05		
	Total	585	3.34	1.05		
文化艺术	1 人	47	3.32	0.91	30.549	0.000
	2 人	83	3.34	1.32		
	3 人	318	3.40	1.32		
	4 人及以上	137	2.26	0.91		
	Total	585	3.12	1.30		
文化消费	1 人	47	3.13	0.80	8.196	0.000
	2 人	83	3.52	1.19		
	3 人	318	3.46	1.11		
	4 人及以上	137	2.94	1.168		
	Total	585	3.32	1.13		
文化需求	1 人	47	11.96	2.55	3.292	0.020
	2 人	83	12.54	2.06		
	3 人	318	12.53	2.22		
	4 人及以上	137	13.00	1.64		
	Total	585	12.60	2.12		

4. 结果与讨论

4.1. 结论

随着国家综合国力的不断增强, 人民生活水平的不断提升, 居民的文化需求也发生较大变化。居民

文化需求不再仅仅局限于大众文化, 休闲文化、文化消费及文化艺术需求已经超过大众文化需求。性别因素、年龄因素、区域因素、教育水平、消费观念及家庭人数均影响文化需求水平, 性别因素、教育水平是影响文化需要类型的重要因素。十二五以来, 国家公共文化服务体系建设更多集中在硬件性、基础性、标准化建设, 公共文化服务体系建设有待差异化、品质化发展。

4.2. 讨论及建议

从居民文化需求及影响因素探讨、分析城镇化进程中区域文化产业、文化事业发展, 更好地为居民提供有针对性的、高质量的文化服务体系。

第一, 国家文化服务体系、管理能力需完善、提升。经过近十年的公共文化服务体系达标化建设, 很多区域已经具备符合国家标准居民文化服务功能, 比如街道文化中心(站)、社区书吧、城市书吧等等。调查发现, 公共文化设施的使用率、社区居民参与积极性相对较低, 比如某示范性社区书吧, 居民参与、使用率约占 4 成; 相比而言, 休闲公园、体育文化设施使用率、参与率远高于前者; 调查也同时发现参与、使用者主要集中在中老年人。

从文化产业发展看, 区域依然存在巨大差异, 以电影文化消费为例。市区文化消费配比(南开区为原先市内六区)明显高于郊县(西青原为近郊、静海原为县乡), 市区存在规划分布不合理, 过度集中化趋势; 而郊县配比不足, 分布不合理。

第二, 合理规划、引导大众文化、休闲文化, 保障居民基本的文化需求。随着经济的发展, 居民文化需求也在提升, 差异性也在增大, 但大众文化依然是居民基础性、保障性文化, 尤其是老年人、低收入群体。

大众文化是“在工业社会产生、以都市大众为消费对象、通过大众媒介传播的、无深度的、模式化的、易复制的、按市场规律批量生产的文化产品”[2]。大众文化经过近 40 多年的发展, 已经成长为与学界主导的精英文化、官方主导的主流文化并驾齐驱。大众文化的娱乐性、通俗性、商业性、流行性等特质对我国传统文化格局进行解构和重建, 影响着人的思想观念、价值取向和行为实践。从狭义上说, 休闲文化可以具体为进行某项休闲活动的文化, 如品茶文化、棋牌文化等; 从广义上说, 休闲文化可以简单地理解为如何看待休闲, 如何进行休闲以及如何获得休闲体验的文化, 体现了如何对待休闲的观念、态度、行为方式以及通过何种方式加强休闲教育[3]。

大众文化、休闲文化对于城市文化、市民精神的建构具有重要价值和意义。大众文化、休闲文化简单地都可以划分为积极的和消极的, 科学的、健康的、合理的、文明的大众文化、休闲文化可以滋养居民的心灵、缓解心理压力、提升精神境界, 使思想情操向健康方向发展; 而消极的大众文化、休闲文化会是居民浑浑噩噩、迷失自我, 助长消费主义、享乐主义, 甚至挑战传统优秀的民族精神。

第三, 根据区域发展合理规划、提升文化艺术服务设施和水平。

文化艺术是一个比较笼统的概念。简单地可以分为传统文化艺术和现代文化艺术。以载体为例, 如传统文化艺术馆、现代美术馆、音乐馆等所展出或演出为内容的文化艺术。文化艺术需求受教育程度、区域、消费观念、家庭人口数量影响较大, 但居民整体需求水平在增加。

首先, 合理规划、建设区县级传统民俗文化博物馆。使其充分发挥公共文化的教育功能, 成为传统文化艺术的保护、传承基地, 满足居民传统文化艺术需求, 为居民守住魂、留住根; 其次, 以地方艺术院校为基地, 构建总 - 分馆产业化服务模式。例如以天津音乐学院为基地, 以天津文化中心为中心, 合理规划建设各区子中心, 协调配置资源, 循环利用各项资源。再次, 完善文化艺术消费方式。随着教育、收入水平的不断提高, 居民文化艺术要求也在提升, 促进文化艺术产业化发展, 更多人愿意自费欣赏, 满足自我精神需求。政府也应考虑到, 基层群众也有文化艺术需求, 为此政府应采用政府购买、鼓励企

业赞助、慈善义演等方式, 满足低收入群体、弱势群体及农民工群体的文化艺术需求。

第四, 城镇化过程中文化服务产品应考虑到社会效益和经济效益。城市文化建设应充分发挥城市文化的教化和经济功能。城市文化对促进城市精神, 人的全面发展具有重要作用。公共文化服务体系和文化产业促进城市文化发展, 也成为衡量城市文化的重要指标, 特别是文化产业已经成为城市经济重要指标, 甚至是支柱产业。居民文化消费是促进文化产业发展的主要动力, 居民在享受文化产品的同时, 应从中获得教育及启示, 增加民族的认同感、责任感、使命感, 不断提升人生境界, 追求人的自我实现, 文化产品不能仅仅作为刺激经济效益的手段。

总之, 性别、年龄、教育水平、消费观念、区域及家庭人口数量等因素影响文化需求及文化需求类型。过去将近 10 年的公共文化服务体系标准化建设取得了一定的成效, 居民文化需求得到一定程度的满足, 但文化设施使用率、社区居民参与率及文化服务管理水平仍需进一步提升。随着智能化城市的建设、大数据的运用结合居民差异性文化需求, 合理规划不可移动文化服务设施硬件, 协调可移动文化服务软件, 提升公共文化服务能力和水平。

参考文献

- [1] 张功翠, 朱桂元. 南京市机构养老文化需求现状调查分析——基于需求层次理论[J]. 产业与科技论坛, 2019(23): 60.
- [2] 陈刚. 大众文化与当代乌托邦[M]. 北京: 作家出版社, 1996: 22-23.
- [3] 陈琪, 孙林叶. 休闲文化: 大学文化的题中应有之义[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2019(6): 75.