文化强国之旅

产品名称	文化强国之旅
公司名称	南京国图文化传播有限公司
价格	98.00/1
规格参数	
公司地址	国 江苏 南京市 南京市中山北路105号长三角市场二楼南京时代文化
联系电话	025-58660230 18913317167

产品详情

文艺院团改革的新“ 猫论 ”

人为地割裂院团与观众、与市场之间的联系，戏曲艺术的发展就没有出路，这也是传统体制下一些文艺院团不断萎缩的根本原因所在。有的同志曾生动地用一种“ 猫论 ”来说明这一现象：猫的天性本来是抓老鼠，可是主人好心，总是拿鱼喂它，本意是鼓励它更好地抓老鼠，可是后来猫认为享受主人喂的鱼才是理所当然的，长期下去，最后就根本不会抓老鼠了。各种戏曲本来是与观众和市场有天然联系的，但人为地把院团“ 养 ”起来，进而行政化，长此以往，最后院团也就根本不会去争取观众、开拓市场了。由于长期游离于市场之外，因此也就被市场边缘化了，或者说是被市场“ 炒鱿鱼
”了，失去了生机活力，一方面民营院团生机勃勃，一方面国有院团找不到市场。

(选自《文化强国之路》一书《加快推进国有文艺院团改革》一文)

文化市场要狼鹿共舞

美国一个地方有一个很大的野鹿群，吸引着狼群。狼以野鹿为食物，跑得慢的野鹿就被狼吃掉了。后来

有一任总统为了保护野鹿群，就调动部队把狼群歼灭掉了，给鹿群创造了一个宽松的环境，结果野鹿体态也发胖了，传染病也增加了，最后这个种群越来越退化了，快维持不住了，这才明白，还得把狼群引进来，恢复生机。对文化领域来说，这个“狼”就是市场，“鹿”就是文化单位。在传统体制下，本来我们的愿望很好，把电影生产、发行单位办成事业单位，让它没有后顾之忧，结果造成和市场脱节，整个业界难以为继，发展不下去了。所以我们现在就是要引“狼群”，这个“狼群”就是市场。

(选自《文化强国之路》一书《电影要走产业发展的道路》一文)

坚持导向要面向群众，否则只是导了领导

文艺院团进入市场，最主要的是增强了活力，可以最大限度地满足广大人民群众不断增长的精神文化需求。否则就是业界所讲的，“政府是投资主体，领导是基本观众，评奖是主要目的，仓库是最终归宿”。表面上看得了很多奖，实际上得奖后就刀枪入库了，群众没有看到。所以你说你坚持了导向，你导谁了呢，导领导了，没导到群众，社会效益和经济效益全部是空的，或者是泡沫繁荣。要解决这个问题，必须要进入市场，由市场来检验。社会主义市场经济条件下，市场检验就是群众检验。

要严格纠正为评奖而评奖的倾向。为了得奖，耗费巨资，广聘人才，排一台戏、搞一部电影，演一场两场，就放进仓库，根本谈不上什么社会效益和经济效益，却能获得大奖。这种现象，群众概括为“以获奖为目的，以评委为标准，以政府为市场，以亏损为结局”，不仅严重损害各类奖项的严肃性，严重损害评奖单位的形象，而且错误地引导一些人远离群众、远离市场，甚至引发行业不正之风，引发文艺领域的腐败行为。这种现象再也不能继续下去了。

(选自《文化强国之路》一书《破除妨碍文化改革发展的思想观念和体制弊端》、《文艺评奖要以群众满意不满意、喜欢不喜欢为根本标准》等文)

有了市场香玉剧社可以捐飞机，没有市场，剧团连飞机票都买不起

梅兰芳就是在与群众结合中成为大师的。过去，梅兰芳和马连良等大师就是靠拉起人马唱对台戏，互相竞争，看谁能把观众拉过来。在与观众的互动中，形成了不同的流派，成为群众认可的名角大师。常香玉的香玉剧社就是靠没白天没黑夜地演出，为抗美援朝志愿军捐献了一架战斗机，而现在的许多剧团连飞机票都买不起。这就是走向市场与不走向市场的最大区别。

(选自《文化强国之路》一书《鼓励发展民营文艺表演团体》一文)

“ 没有市场体制，就产生不了梅兰芳 ”

人才特别是艺术人才，不是行政任命的，而是在市场的闯荡中由观众来任命的。可以设想，如果没有市场体制，就产生不了梅兰芳。正是市场催生了大师，梅兰芳在美国大萧条的1930年，唱红了大半个美国，开了中国京剧出国商业演出的先河。这样的大师级人物，只有在市场闯荡中对京剧不断推陈出新，在观众中树立了威望，才有可能产生。京剧在传统计划体制下很难产生梅兰芳，很难在国外进行成功的商业演出。只有在与群众和市场的结合中，才能使艺术不断推陈出新，才能使人才在观众中树立起形象和影响，才能让观众认可。