

中华人民共和国文化部艺术司编

“十年磨一剑”，已入选精品工程的很多作品还有提高的空间。精品提名剧目、精品剧目，还有第三年度剧目初选剧目，虽然在进入精品工程之后都经过了半年多的修改，但对舞台艺术作品来说，精益求精不懈，精雕细刻才能出精品是亘古不变的真理。这些作品一定要坚持演出，在演出中不断修改提高，是不是精品，一定要放在历史的长河里，经受时间和观众的考验。

2004-2005

国家舞台艺术 精品工程论评

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

guojiawutaiyishu
jingpingongcheng
lunping

2004
2005

／ 中华人民共和国文化部艺术司编
于 平主编

国家舞台艺术
精品工程论评

文化艺术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国家舞台艺术精品工程论评: 2004—2005/中华人民共和国文化部艺术司编. - 北京: 文化艺术出版社, 2006. 9

ISBN 7-5039-3051-9

I. 国... II. 中... III. 舞台艺术 - 艺术评论 - 中国 - 2004—2005 - 文集 IV. J81-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 087692 号

国家舞台艺术精品工程论评 (2004—2005)

编者 中华人民共和国文化部艺术司

主编 于平

副主编 蔺永钧 刘中军

责任编辑 胡晋

责任校对 李惠琴

出版发行 文化艺术出版社

地址 北京市朝阳区惠新北里甲1号 100029

网址 www.whyscbs.com

电子邮箱 whysbooks@263.net

电话 (010) 64813345 64813346 (总编室)
(010) 64813384 64813385 (发行部)

经销 新华书店

印刷 三河市国英印务有限公司

版次 2006年9月第1版

2006年9月第1次印刷

开本 787×1092毫米 1/16

印张 33.25

彩插 0.5

字数 450千字

书号 ISBN 7-5039-3051-9/J·814

定价 38.00元

版权所有, 侵权必究。印装错误, 随时调换。

《国家舞台艺术精品工程论评》编辑委员会

主 编：于 平

副 主 编： 藺永钧 刘中军

编 委 会： 李延年 程桂荣 余建军 尹晓东

安远远 邓 林 张凯华 周汉萍

吕育忠 陈 樱

资料整理： 陈立群 杨 雄 万 素 刘金霓



豫剧《程婴救孤》



话剧《黄土谣》





舞剧《妈勒访天边》



舞剧《红河谷》





歌舞《云南映象》



昆剧《班昭》

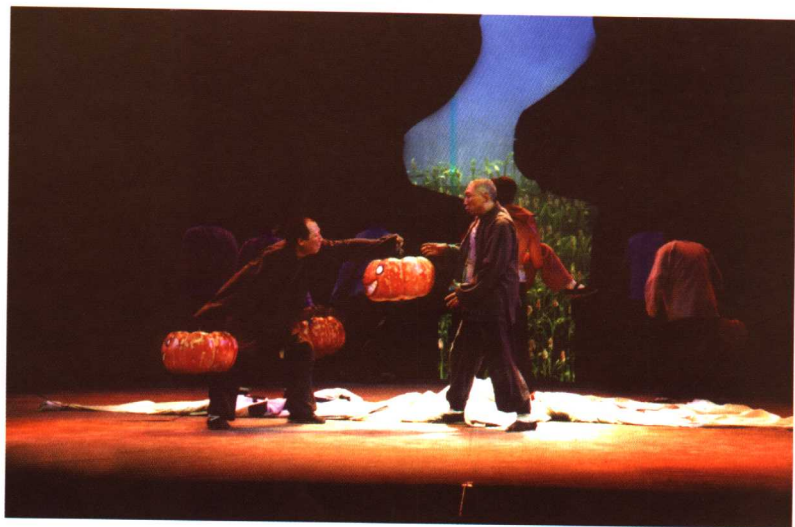


话剧《凌河影人》

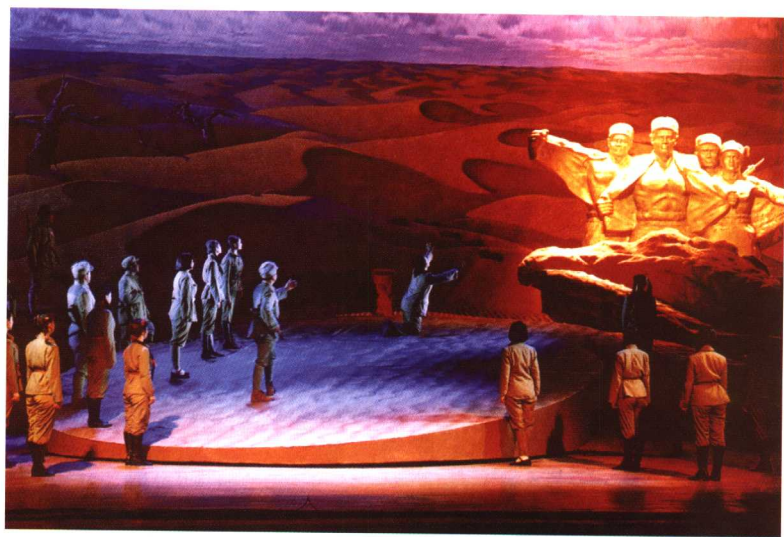


儿童剧《红领巾》





话剧《生死场》



吕剧《补天》

关于精品工程持续推进的 几点意见(代序)

陈晓光

国家舞台艺术精品工程已经进行了三年，推出了20台精品剧目、34台精品提名剧目，可以说基本反映了我国舞台艺术创作近十多年来的代表性成就，艺术地反映了正在实现伟大复兴的中华民族的文化形象。精品工程的各项运作机制日益完善，并对其他项目和各地的艺术活动提供了借鉴。对于一个五年期工程项目来说，第四年可说是中期了。国家舞台艺术精品工程如何保持后劲，如何才能圆满完成规划中的任务，是摆在我们面前的一道难题。接下来两年中还有哪些作品可参加申报？可成为精品？会不会是矮子里面拔将军？会不会出现一年不如一年的现象？在此，我谈几点想法，是否可以概括为四个意识，想与大家探讨。

一、强化精品意识

1. 推出精品是精品工程的首要任务。什么是精

品?我在去年的精品工程申报会议上曾经有过较为详细的解释:一是要具有时代精神和现实意义,要求形象鲜活、内涵丰厚,能够代表当前本艺术品种的最高水平;二是在继承本艺术品种的特色和传统的基础上,作品要具有创新意识和推陈出新意义,有助于推动本艺术品种发展;三是要具有独特的艺术表现力、较强的艺术感染力、较高的艺术价值和较强的艺术生命力;四是作品要雅俗共赏,群众喜闻乐见,在坚持社会效益的前提下,体现社会效益和经济效益的统一。应该说这是一个很高的标准。现在入选的20台精品,尽管水平不一定整齐划一,但社会还是能够认可和接受的。后面30台精品会是哪些剧目?艺术质量如何?现在还不太好说。无论如何,要把质量观念放在首位,把质量当作精品工程的生命线。精品工程申报工作是新一年度各项工作的开端。申报作品的艺术质量将决定初选剧目和精品剧目的整体水平,为此,各级文化主管部门一定要高度重视,做好申报工作。

俗话说,“十年磨一剑”。已入选精品工程的很多作品也还有提高的空间。精品提名剧目、精品剧目、还有第三年度的初选剧目,虽然在进入精品工程之后都经过了半年多的修改,但对舞台艺术作品来说,都还远远不够。当年,有的“样板戏”曾经修改二百多次。当然,“样板戏”的生产方式已经不适用于今天,但精雕细刻才能出精品却是亘古不变的真理。这些作品一定要坚持演出,在演出中不断修改提高,不能像狗熊掰棒子,掰一个丢一个。是不是精品,一定要放在历史的长河里,经受时间和观众的考验。

2. 正确认识当前的创作形势。创作的繁荣,为培育精品奠定了基础。近年来,随着精品工程的实施,各地对于艺术创作的重视程度越来越高,艺术创作的社会环境越来越好。全国性、地区性、各省范围的艺术节、戏剧节、音乐节、舞蹈节、曲艺节和许多艺术比赛等活动异常活跃,“文艺创作迎来了新高潮”。一批新创作的优秀作品崭露头角。在精品工程前两个年度的征集剧本中遴选的优秀剧本,相当部分已经立于舞台,参加当地的艺术活动并投放市场检验,有的取得了良好的社会效应。因此,在下一个年度的精品工程开始之际,各地要总结前几年经验教训,认真筛选、严格把关,把本地

区最优秀、最具加工修改潜力的作品报上来,确保精品工程的高水准。

3. 建立科学合理的申报选拔机制,确保优秀作品入选。精品工程实施以来,各地在申报工作上已经初步摸索并建立了一些符合当地实际情况、行之有效的做法。我想强调以下两点:

第一,要制定科学的质量评价体系。既要尊重专家的意见和建议,又要兼顾观众反应、演出场次和演出收入。国家舞台艺术精品工程精品剧目评审中已经引入了市场评价体系,专家评价和市场评价分别占65%和35%。从2003—2004年度的评审结果看,还是可行的。舞台艺术的最终目的在市场,所以我们一定要尊重观众的反应,倾听观众的心声。近年来,舞台艺术创作一直存在着大制作、大舞台、大队伍的倾向,存在着豪华包装甚至是严重浪费的现象,评论界对此多有批评。但从演出剧目看,舞台要求高、道具器材多、演职员队伍庞大,肯定是不利的,也不利于艺术本体的发展。在今年的精品剧目展演中,大制作的弊病已经暴露出来。曾有评论人员指出,舞台艺术现在是一流舞美、二流导演、三流编剧。话说得有些难听,但细细想想,确有一定的道理。这个问题一定要引起各级文化主管部门的重视,特别是对于浪费的现象要严厉批评、坚决改正。要带头倡导勤俭节约、繁荣艺术的正气。

第二,各级文化主管部门要有开阔的胸襟。随着文化体制改革的不断推进,转为企业或划转到其他部门单位主管的院团越来越多,这就要求各地的文化主管部门具有海纳百川的心胸,不要只盯着文化厅直属的几个团。省会城市院团、地市级院团、民营院团都应该纳入视野。《云南映象》入选第三年度初选剧目后,在民营院团中引起了不小的震动。各地对这些民营院团要积极扶持,在质量达到要求的情况下,应积极推荐。

二、树立新剧目、新演员、新观众的“三新”意识

有专家指出,当前我国舞台艺术的发展面临三大挑战:一是大众传媒特别是电视剧与电视文艺节目争夺观众的挑战;二是越来越

多的外国演出团体包括有世界影响的团体来华演出的挑战；三是迅猛席卷全国的时尚流行艺术组台演出的挑战。近几年，我国的舞台演出每年都在40万场左右，观众4亿人次。这一数字似乎很多，其实只是一部热销电视剧一晚上的观众人数。这样的局面让人感到前所未有的压力。我看，舞台艺术要想在种种挑战中立足，就必须牢固树立“三新”意识，以新剧目、新演员或新明星培育新市场和新一代观众。源源不断地推出优秀的剧目是一个剧团、一个剧种的品牌。舞台艺术是以表演为核心的综合艺术，其表演者中的佼佼者，往往受到观众的热烈欢迎，甚至“追捧”，与剧目一起成为影响票房收入的重要因素。观众则是舞台艺术的鉴赏者和消费者，是赖以生存和发展的基础和动力。今年上半年，我曾经到黑龙江、辽宁对京剧院团进行调研。当时我多次讲到“三新”问题。我觉得检验一个艺术品种、艺术院团生存发展状况的基本标准，就是要看其是否做到了这“三新”。看一门艺术、一个艺术院团，是否具有生命力和发展潜力，关键看其是否在不断培养并赢得新的观众，不断创作新的剧目，不断推出新的优秀演员。

三年来，精品工程推出了一大批优秀作品和优秀人才，但是距离时代的要求还远远不够，堪称品牌的新剧目仍然较少，新的演员、新的明星——领军人物仍然是凤毛麟角，舞台艺术特别是戏曲艺术的观众严重老化，“三新”工作任重道远。

树立“三新”意识，要从三方面入手，一是努力创作反映现实生活、深刻揭示时代精神的优秀作品，在精品工程的申报中，各地要把这样的作品积极报上来，借精品工程的平台，加工锤炼。二是利用精品工程的扶持、竞争机制，大力培养人才，提供良好的环境，使优秀人才脱颖而出。三是全社会普及艺术知识，提高艺术素养，在年轻人中培养越来越多的戏迷、曲友。近年来，很多院团在这方面做了大量工作。中直院团的进校园演出基本上形成了惯例，很多剧目就在大学的礼堂举行首演仪式。北京大学百年讲堂也成了首都的一个重要的演出场所。外地有的院团自行举办业余学校，编写了教科书，并到中学开设普及艺术教育课程。还有的院团与新闻媒体联合创作剧目，借媒体的力量，扩大宣传，培养了大量观众。这种

八仙过海、各显神通的做法值得大力提倡。无论是新作品创作、新人才推出、还是新观众的培养，都不可能一蹴而就，都需要一段较长的时间，文艺工作者要做好打持久战的准备。

三、加强宣传意识

1. 争夺和培养观众迫在眉睫。三年来，虽然精品工程的各项工
作取得了很大成绩，在全社会的知名度和影响面有所扩大，但是，
展演、宣传、推广仍然是精品工程的一个薄弱环节。展演之后，许
多人反应强烈，没想到不为人知的小剧种梨园戏《董生与李氏》、工
人题材的话剧《父亲》那么精彩。很多观众，就是因为不了解舞台
艺术才不愿走进剧场。有时候，即使赠票也不能保证一定有观众。
争夺和培养观众是当前最重要、最紧迫的任务。为此，精品工程办
公室将不断探索扩大宣传的方式方法，同时希望全国的艺术管理者、
艺术院团都积极行动起来。

2. 做好精品工程展演工作。精品工程展演是宣传的重要方式。
第二年度展演比第一年度规模扩大了，社会反响增大了。但也有一
些问题要加以探讨。像资金怎样再充足一些？院团的经济压力怎样
再小一些？上座率怎么再提高一些？等等。精品工程办公室将认真
总结经验，改进运作机制，调动各地文化主管部门和艺术院团的积
极性，把展演做大做好。当然，对舞台艺术来说，精彩的演出本身
就是最好的宣传。从政府职能转变的角度和实际工作来看，精品工
程办公室组织的两三次展演、几场演出，与院团常规演出相比，还
是有一定的局限。开拓演出市场，增大精品剧目的市场份额，主要
还是要依靠院团的自主演出。

另外，前不久，艺术司刚刚开过移植剧目工作会议。我也注意
到了，在文化部购买版权向基层院团推荐的二十多部剧目中，精品
剧目《一二三，起步走》、《贬官记》相当受欢迎。听说《华子良》、
《村官李天成》也有院团移植演出。今后，这一方面还大有潜力可
挖。

3. 用高科技手段开展宣传。精品工程现在制作的精品剧目光盘