

追赶兵车：军事文艺的使命与光荣

□张西南

党的十八届三中全会描绘出了全面深化改革的新蓝图，还对围绕党在新形势下的强军目标，深化国防和军队改革发出了新的动员令。军队各项工作都要向这个总目标总部聚聚焦用力，军事文艺不仅包括其中而且还要站到前列。这是因为文艺具有其他工作不可替代的独特功能 and 作用，而深化改革、富国强军的伟大实践又为开掘新的创作题材提供了极其宝贵的大好机遇。素有担当和使命的军队文艺家们，必会倾听时代的呼唤，借改革的东风，乘强军的兵车，围绕大目标，立足大舞台，应势而动，顺势而为，开创军事文艺繁荣发展的新局面。

使命职责与自身发展的双向互动

早在革命战争年代，我们党对所领导的文艺工作的性质和任务就作了最明确的阐述，文学艺术是整个革命事业的一部分，是服从党在一定革命时期内所规定的革命任务的。在这个总的指导思想引领下，我军作为执行革命政治任务的武装集团，也是宣传革命思想的有文化的军队。为了宣传群众、动员群众进行革命战争，军队高度重视运用文艺武器，开展文艺活动，发展文艺工作。毛泽东同志说过，从1927年到1937年的第二次国内革命战争时期，有“两种反革命的‘围剿’：军事‘围剿’和文化‘围剿’”。也有两种革命深入：农村革命深入和文化革命深入”。从那时起，部队文艺工作得到加强发展。各个方面军都建立了专业文艺单位，成为部队政治工作不可缺少的重要部分，和广大指战员的战斗、生活紧密相联，往往跟着工作任务或战斗任务而来的，就有文艺活动协调动作，文艺工作确实成为了部队重要的战斗力，为宣传土地革命和扩大红军起了巨大作用。与此同时，党领导的左翼文艺战线，虽然与革命根据地和工农红军相距甚远，但同党的军事战线始终心手相连。一方面为红军指战员提供了极其宝贵的读物，对于引导青年投身革命、坚定理想信念起了极大作用。另一方面不断输送文艺才俊到根据地和革命队伍里，创作演出了一批至今仍然光芒四射的艺术瑰宝。新中国成立以后，军队的文艺家热情赞颂新中国的丰功伟绩，努力塑造社会主义新人形象，生动反映改天换地的伟大壮举，对于巩固新生的红色政权，开创社会主义的伟大事业，发挥了十分突出的重要作用。历史的经验告诉我们，军队文艺工作把服从和服务党在一定革命时期内所规定的总任务，从来都是作为自己的崇高使命和光荣职责。需要说明的是，这个总任务当然是指党在较长时期的总的纲领任务，就如现在我们所说的强军目标，是党着眼当前和今后一个较长阶段国际安全形势和国家根本利益而制定的治军兴军的总方略，而不是只在一时一地的某项具体工作的“政策条文”。强调军队文艺家要以服务强军目标为己任，决不是一个临时附加的“额外任务”，如果被“接受”勉强“配合”，那与我们穿的这身军装就不相符了。如果还把本来就肩负的使命、分内的职责理解为是“遵命文艺”，那我们可不可以作出这样的解读，军队文艺家就是要遵时代之命、强军之命，就是要努力不负党和人民的托付之命、希望之命。

回顾人民军队的漫漫征途，跟着枪声走，围着战场转，一直是我军文艺工作优良传统集中体现，也是军事文艺长久而不衰的生存之道和命脉所在。在“围剿”封杀革命的腥风血雨中，古田会议《决议》明确规定，要把各级政治部的艺术股充实起来，开展演剧、打花鼓、上壁报、征集和编写革命歌谣等活动。在叶剑英、刘伯承先后任校长的红军大学里，成立了我军第一个剧团——八一剧团。聂荣臻、罗荣桓、罗瑞卿等开国元勋都曾登台演出，宣传普及革命道理，引导坚信星火燎原。抗战全面爆发后，毛泽东又亲自组织一批文艺家深入敌后采访写作，讴歌抗日军民的英雄业绩，极大地鼓舞了全民族团结抗日的英勇斗争。我军的文艺家与红军、八路军、新四军战士们一起在火线上冲锋陷阵，有的倒在长征路上，有的献身抗日烽火，有的惨遭白色恐怖杀害，他们的鲜血与战士们的血流在了一起，谱写了我军文艺史上最光辉的一页。在新的历史条件下，军队文艺工作面临新情况新问题。邓小平在党的十二届二中全会上严肃指出，“一切向钱看”的歪风在文艺界也传播开了，“有些演员、有些解放军的文艺战士，也被卷到里边去了”。30年弹指一挥间。党所批评的这些现象并没有完全消除，有的方面还有增长蔓延。在这些现象背后，潜在着两个深层次的问题，一个是文艺队伍成分不断更新，地方和军队文艺院校已成为人员补充的主要来源，年龄结构上“80后”、“90后”逐渐增多。这部分新补入的成员对我军文艺工作的老传统、思想认识有“代沟”，传承实践有“缝隙”。另一个是在资深一些、名望也高一些的文艺家中，多数德艺双馨，成为表率模范。也有少数人起了变化，下基层的步子迟缓了，服务的热情不如过去了，有时也打起了散碎银两的算盘。这些现象虽然只是个别，但如果不能引起整个队伍从上到下的高度警觉，我们的优良传统就可能只是珍藏在军史馆里、书写在教材课本中，或被当作标语口号束之高阁。不能很好地继承发扬我军文艺工作的老传统，不仅关系到这支队伍的血脉能不能一脉相承，还直接影响到年轻一代能不能从这些宝贵的精神财富中吸取丰厚的营养，并转化为在新形势下自觉服务强军实践的强劲动力和非凡能力。这就是我们提出要从历史的高度，回顾学习老传统，做到温故知新的初衷和全部意义。

如果说对革命历史和优良传统丧失记忆是危险的，那么，对在新的时代涌现出来的新的事物、新的人物缺乏敏锐的眼光和表现的激情，同样也是危险的。因此，强调军事文艺为强军目标服务，也是实现自身发展的内在要求，从某种意义上说，发扬老传统，开拓新境界，就是开创了一条新的生活之路，也是一条新的繁荣之路。我军正在进行的围绕强军目标的伟大实践，如同上个世纪80年代军队进行的那场深刻变革一样，将为军事文艺打开一片新天地。当我们今天重读那个时代的文艺作品《河那边升起一颗星》《百万大裁军》《蓝军司令》《奔涌的潮头》《在这片国土上》等等，仍能感悟到文艺家反映客观世界的固有规律愈接近正确、愈接近真实，他的作品在读者观众中所引起的共鸣和反响就愈大，对现实生活的激励推动作用就愈大，自然这样的作品就愈能受到广大官兵和人民群众的欢迎。提倡热火朝天的现实生活，当然不是要否认间接生活经验的作用，更不是说除了亲自体验的感受之外，通过其他方式得来的材料或感受就没有价值。为了生活经验的深入和广，不能采取关门主义拒绝接受或轻视间接的生活经验。但只有道听途说的浮光掠影的材料，一点没有对强军实践的切身体验，又如何写得好这场“目标战”？因此，就是为了认识的广阔，也必须有所深入。没有某方面的深入，很难对于其他方面有效的比较研究；没有某一方面深入的理解，对于其他方面的理解也会肤浅，想广阔也广阔不起来。当然，生活实践和创作实践不能断然分割，我们不必等到已经非常熟悉现实生活才着手创作；为了更好地去认识新一轮强军大潮中的“弄潮儿”，只能是在反复的生活与创作的实践中解决生活与创作的矛盾。要不然，不仅放弃了当前的任务，停顿了创作，而且对于生活的认识，和非文艺家的人们毫无区别，那就难免削弱文艺家在



认识生活实际时的独立活动，即形象的把握；也难免损害创作时的构思，即形象的思维。这方面也有两个问题需要引起重视，一个是人要走出去，心要沉下来。有的至今还未动起来或本来就不想动，有的走出去了，但浮在面上，沉不下去，或心有旁骛，耐不住寂寞，不能聚精会神，影响了深入的质量和效果。另一个是到了生活中，见物不见人，求大不求细。对新武器装备、大规模的演训活动感兴趣，占用精力多，而对研究思考人与武器的关系、人与战争的关系以及不同战区、不同部队和不同层面的官兵关系，还有强军实践中出现的新旧矛盾、新老事物和军政军民之间遇到的新情况新问题研究思考不够。置身改革大潮，面对生活洪流，我们的文艺家更需要用发展的观点来观察现实，辨析矛盾，不为“习见”、“平常”、“多数”等框框所束缚，善于把握住当代最有特征、最有意义的事物，也就是典型的事物。如果暂时没有能力全方位地表现伟大的变动，也可以表现它的一角。因为任何宏伟建筑总是一木一石垒起来的，我们何妨就从一木一石入手，把那些发生在军营深处的细微平凡而又有代表性的事物写成具有“四两拨千斤”意味的典型事物，同样能够唤起读者观众对于共和国军人的思想共鸣，乃至向往崇高的感情。即使题材不是很重大，总没有离开向着强军目标奋进的生活现实，这比那种面壁虚构、凭空追求不凡和伟大、而形象苍白和内容空泛的作品要有用得多。

艺术的服务与服务的艺术相互关联

鲁迅在《文艺与革命》一文中讲过一番话，“一切文艺固是宣传，而一切宣传却非全是文艺。……革命之所以于口号、标语、布告、电报、教科书……之外，要用文艺者，就是因为它是文艺”。虽然过去85年了，前辈的思想仍然没有过时，对于我们迈步强军目标的征程，认清文艺的功能，发挥独特的优势，主动有所作为，还具有振聋发聩的警示作用。这就是要遵循艺术的特点规律，坚持用艺术的思维、语言、形式和手段，为军营提供品质纯正、丰富多样、喜闻乐见的精神文化产品，让广大官兵从内心感到想看、爱读、好玩，并且能够在文化艺术的欣赏娱乐之中受到思想引导、知识启迪和身心养育，进而增强部队凝聚力和战斗力。这也正是我们希望军事文艺达到的那种润物细无声、桃李不言、下自成蹊的大境界。为此需要下功夫研究解决在这方面存在的突出问题。

最让文艺家感到伤脑筋的是公式化、概念化这个“老大难”问题，长期困扰军事文艺创作，尤其在舞台艺术、影视艺术中表现更突出一些。构思一晚会，编导一部戏剧，拍摄一部影视，创作一首歌曲，往往注意思想政治内容多一些，而对艺术形式的表现得有所忽略，有的本不适合舞台表演，却偏要用生硬的方式搬上舞台，到头来不仅改变了概念、呆板的效果。回想在新中国成立之初，第一届全军文艺会演比赛中，一只手风琴伴奏，一个男声小合唱，将《我是一个兵》唱响全国，传遍全国，留传至今。这首歌的内容无可击，主题极其鲜明，并且加入了战斗口号，但决不是从概念出发，而是源于战士语言，表达战士情怀，文字简明，短促有力，易学好唱，朗朗上口，堪称是政治思想内容与艺术形式完美统一典范。随后召开的全军音乐舞蹈座谈会上，与会者认为，有的合唱歌曲形式很大，和声没有什么毛病，听起来好像也很“雄壮”，但是从歌曲里没办感受到它的军旅节奏和生活气息，只是觉得不过是合唱队员们在表演而已。这种歌曲缺乏军事文艺最主要的东西即战士的思想感情、生活和民族的语言，因此它是没有生命没有力量的。有时会议还对当时部队曲艺说唱节目中出现的问题给予批评，有的作品基本倾向是公式化、概念化和脱离生活，这些人把报纸上的通讯和故事简单地翻下版，把生硬的词句和标语口号不加选择地塞进说唱的套子里去，其结果不是改造、丰富和发展说唱形式，而是向旧形式的束缚和庸俗语言的投降。这是60年前军队文艺家们研讨的问题，至今程度不同地困扰着军事文艺创作。倡导文艺为强军目标服务，首先是要贴近强军实践，防止因为思想落伍而带来创作滞后或出现别的偏差。但也必须防止出现只有正确的政治观点，而缺乏艺术力量的所谓“标语口号式”的倾向。文艺前辈们用自身的经验教训告诉我们，即使有了正确的立场，选择了重要的主题，获得了新颖的素材，如果缺少处理、加工和表现这种主题及素材的能力，创作出来的也不能成为富有艺术感染力的好作品，不会为广大读者观众所欢迎。这说明军事文艺创作中存在的问题，并不都是因为肩负的使命任务所致，像眼下影视中的一些“抗战剧”、“谍战剧”和“家庭剧”，有的作品情节生硬、人物雷同，有的故事荒诞、艺术粗糙，公式化、概念化的问题成为顽症。还有一些美术作品千篇一律的山水和拼拼凑凑的花鸟竹石，何尝又是因为政治任务的因素所致，却照样很“公式”很“概念”。既然是一个“老大难”问题，解决起来就不可能轻而易举，要求文艺家既有对强军目标深刻的理性认知，又有在目标实施过程中的真切感受；既能调动以往生活经验的扎实积累，又有对新军事变革

的敏锐发现，并且善于从中抓住一切有价值的具体现象，最终从生活中提取获得活生生的艺术形象而有所作为。

强军是为了能打仗、打胜仗，部队要练真功夫、硬功夫，真刀真枪地干。这就要求送到演兵前沿的文艺作品必须是优选优化优质的佳作良品，那种有其名而无其实的东西是肯定会遭冷遇的。值得注意的是，现在有一种得“奖杯”而不得“口碑”的现象。正如近期一位省委书记撰文所言，作品获奖之日便是“刀枪入库”之时。有的作品未与读者观众见面就得了奖，有的作品在剧院剧场里坐“冷板凳”也得了奖，还有的作品原本就颇多微词照样得奖。对于这些原因复杂多样的获奖作品，由于艺术质量不高，群众不买账，官兵不喜欢。或许有过的同志会说，那是对宣传投入太少，营销的功夫下得不够，社会不了解，关注程度低。不能否认，在日趋竞争激烈的文化市场，确有一个文化产品的营销策略问题。但这些仍然是建立在产品自身艺术质量的基础之上的，如果创作乏力，先天不足，即使后来有大腕云集的超一流团队和耗费巨资的大投入制作，包括进入市场前不计成本、花样翻新的造势和连篇累牍的宣传，照样遭遇冷清的尴尬，输给了初出茅庐的“小制作”。事实证明，新一代的读者观众对当今文化市场上那些过叫卖的产品已逐渐失去了兴趣和信任，相反，他们对口口相传、人人推荐的作品更易接受而给予青睐，自然唤起他们的观赏兴趣和消费驱动。当然不是说，人们对获奖的作品统统不感兴趣，而是要看得的什么奖，奖项的信誉高不高、评出来的奖与广大读者观众的评价相不相符。总之，评奖并不是衡量一部文艺作品的根本标准，过去如此，现在如此，中国如此，外国也如此，既不要把评奖看得过重，也不要以为拿了奖就能掩盖作品本身的不足，要把功夫更多地下在打磨作品上，真正拿出叫好又叫座的作品来，让将军和士兵都喜欢，让军营和社会都称赞，这才是强军实践所需要的文艺支持，才是文艺服务功能的最佳体现。

应当承认，军队文艺家对文化市场的学习研究还是不够的，不回避市场，而要适应市场，不迎合市场，而要拿出先进文化去影响引领市场。在目前情况下，对优秀的军事文艺作品给予适度宣传和积极推荐是必要的，有利于通过市场产生更加广泛的社会效益。对那些深受官兵喜爱却因客观条件局限而不能及时阅读或观赏的好作品，通过现有的文化行政体制和服务供给系统给予及时有力的保障，满足部队特别是基层一线的需求更是必不可少的。这些行之有效的形式和方法，一方面符合军队高度集中统一的特点规律，另一方面也符合文艺作品本身具有思想性、艺术性和观赏性相统一的标准，两者不可偏废。现在的问题是，有的作品质量平平，既缺乏对思想内涵的深入开掘，又未能塑造出动人心魄的艺术形象，还少了引人入胜的故事和质朴浓郁的生活气息，却希望通过行政手段来“埋单”，其效果只能是费力不讨好。我们党的执政纲领有一条重要的原则，就是做决策、办事情，要看广大人民群众满意不满意、欢迎不欢迎、高兴不高兴。“文化进军营”就是既要把优美的精神食粮送给官兵，还要让自己的作品在军营接受检验，如果艺术质量不高的作品即使用行政手段统一推广，也不可能为大多数官兵喜闻乐见，服务仍不能奏效。与此同时，军事文艺还肩负着为亿万人民服务的重任，人员之多、社会之广，不可能再用行政手段的方式去统一组织读者和观众。过去已有类似情况发生，地方有的影院对有关方面推荐的作品，采用“搭桥推广”的优惠办法吸引观众，且不说这种“廉价”的方式效果如何，仅就文艺家的自尊也无法做到心安理得。一部文艺作品的阅读欣赏具有无限的能动性和丰富性，尤其是面对今天向我们走来的年轻一代官兵，他们与社会其他领域的同龄人有着更相同的文化背景和文化需求，特别是对精神文化产品的阅读欣赏有着许多的共鸣点和趋同性，这对我们如何更好地为新一代官兵也是今天军营的主体服务，提出了新的要求新的标准，从创作观念到服务方式都必须来一个转变，任何原封不动地沿袭过去的想法和做法都是不足取的，改革已是大势所趋、势在必行。

变革模式与创新手段的双赢效应

我军文化服务系统具有自身特色的体制、渠道和方式，主要是专业文艺队伍到基层服务的演出机制、文化装备器材标准统购配发机制、电影拷贝自主采购内部发行的放映机制、建制旅团为重点的俱乐部活动机制。其中，既有战争岁月沿袭下来的传统做法，又有和平年代计划经济条件下形成的体制模式，符合不同历史阶段的实际，适应我军建设发展的需要，发挥了军事文艺服务部队建设及官兵成长的特殊功能和促进作用。

随着改革开放不断深入，特别是文化体制改革的力度不断加大，国有公益性文化单位活力得到增强，社会公共文化体系基本建成，文化市场空前繁荣，为人民享有健康丰富的精神文化生活提供了极为充足的资源。这比军队自身所有的文化资源要广阔得多、深厚得多、丰富得多，也我们在新

形势下进一步加强和改进军队文艺工作，借助国家和社会的文化资源，为我所用，服务官兵，提供了良好的外部条件和坚实的物质文化基础。能不能把握住时代机遇，走出军民融合深度发展的路子，用好用足社会文化资源，现在的关键是要转变观念，从长期以来习惯封闭式的管理模式、关起门来在营房内开展自我循环式的活动，转变为适应开放的转型的社会环境，打开营门吸收时代的先进文化和蕴藏在民间的优秀文化，以此作为对军营文化的有益促进和补充。要强化资源共享的意识，有借船出海的气，还要有借鸡生蛋的智慧，而不要对现在甚至是送上门来的文化资源不闻不见，还把自己停留在过去那个社会物质文化极度匮乏的阶段，还在那里做万事不求人的盘算，企求继续维持小而全甚至大而全的文化体制和服务模式。或许有的同志会说，社会文化资源也不像你说的都那么好，作为部队好用吗？不能否认，当前社会文化市场确有不完善的地方，文化产品良莠混杂的现象仍然存在，正如什么时候花园里都会长杂草，稻田里会出稗子一样，这些问题改变不了对整个社会文化健康向上的总体评价，改变不了整个社会文化对部队官兵成长进步具有积极影响的总体评价，也改变不了整个社会文化对促进国防和军队现代化释放正能量的总体评价。我们应该解放思想，跟上时代，适应深化文化体制改革的新形势，借助社会文化资源打造军营文化新阵地。提倡“拿来主义”，并不是不问青红皂白，不加鉴别筛选，而是既要有海纳百川的文化包容，满足官兵不断增长的多种精神需求，又要有科学求实的原则标准，真正把那些有营养、有品位、有质量的文化资源引入军营，特别要注意了解哪些是青年官兵渴望需求而部队自身又无法无力提供的资源项目，这样才能有的放矢，选择适当，让有限的资源发挥出最大的效益。

开发借用社会文化资源，既有思想观念的转变，还有一个方法手段的问题。我们不能停留在一味地“走出去”、“请进来”这些老框框里，而要通过网络来创新拓展方法手段，力求在网络这个新平台上融入国家构建的现代公共文化服务体系，从而开发、利用和整合各种文化资源，形成具有民族风格、时代精神和军旅特色的网络文化。从蕴藏文化资源的数量质量来看，从使用文化资源的人员广泛和简便快捷来看，没有什么其他的途径、方式和载体能与网络相比。在一定意义上说，谁掌握了网络，谁就等于拿到了“芝麻开门”的钥匙，谁就能充分占有无限广阔的文化资源，谁就能成为最实惠的享用者和受益者。从幅员辽阔的国土来看，从拓展国家利益的实践来看，从执行非战争军事行动来看，士兵不像过去那样始终与一个固定的营盘相守，战车、舰船、飞机和新的航空航天器，已经和正在成为新的流动的军营，足迹、轮迹、航迹、轨迹，近在长城内外，远在五洲四海。传统的文化服务模式，显然已不能适应今天与未来国防和军队现代化的需要，即使我们的文艺队伍有一股热忱，也可能受到客观因素制约，去不了，够不着，心有余而力不足。改变工作中的被动状态，首先要在思想上主动变换思路，从习惯在四面围墙的礼堂剧场服务，走向没有障碍的网络空间去施展抱负。现在部队已有的电视媒体、网络媒体和音像制作部门，为我们变革服务手段、拓展延伸服务领域架起了“立交桥”，开通了“高速路”。现在的当务之急，就是要善于“上桥上路”，不仅要把有限的人力、财力资源节省下来，更要积极开发创造新的文化资源，更多更好地投入到为强军目标的服务中去。在这个转变中，需要有一种前瞻的眼光，看到正在到来的大数据时代，将会引发新的生活、工作与思维的大变革，包括经济学、政治学、社会学在内的许多科学门类都会发生巨大甚至是本质上的变化和发展。那种认为做到产品制作影像化、传播手段网络化就可以了的自满思想是要不得的，因为这种数据的奥妙只为谦逊、愿意聆听且掌握了聆听手段的人所知。文艺家们应该尽快行动起来，从创作源头到加工生产的中间环节以至产品推广服务使用的全过程，去认识因为大数据开启的又一次时代转型，正如科学家所预言的那样，“一旦思维转变过来，数据就能被巧妙地用来激发新产品和新型服务”。到时候，纵然是天路再高，大洋再远，车速再快，航向再广，我们的文艺家也会通过“大数据”紧紧相随，部队官兵就是走到天涯海角，也不会感到寂寞孤单，先进的军事文化将始终陪伴在他们身边，给他们无穷的快乐和力量。

迎接大数据带来的信息风暴，文艺队伍的地位作用将更加重要。因为部队官兵所需要的精神文化食粮，很多都要依靠军队的文艺家们去耕耘培育。采取“拿来主义”，也不是简单的照搬照套，而是要坚持特殊要求和多样需求相统一的标准，扬长避短，取长补短，既有锦上添花，更要雪中送炭，补我未有之缺，解我燃眉之急。队伍要加强，观念必先转变，目的是固强补弱，打破传统的服务模式，探索与时代同步的新路径，在创新中求发展，使军事文艺不可替代的作用得以充分发挥。发展是硬道理，创新是发展的灵魂。如果少了创新，妨碍发展，文艺队伍真的就可能面临生存危机。当前要抓住那些自身已不满足、官兵又反映强烈的问题入手，作为研究解决的重中之重。比如，如何从留恋大剧场、热衷大制作的服务模式，转变为小型化、综合性的轻车简从型服务模式；如何从人力物力财力过多用于高层活动的服务模式，转变为精力向基层转移、政策向基层倾斜、活动在基层组织的重心下沉型服务模式；如何从单纯依靠明星大腕到部队演出的服务模式，转变为开办网上艺术学校培训基层文艺骨干的远程教育服务模式，等等，这仅只是就新形势下军事文艺服务强军实践所做的初步探讨，可能有概括不全或表述不准的问题。只有与新的文艺实践相结合，在具体服务的过程中大胆去闯去试，才能摸索出一条既适合军队文艺队伍又符合基层生活的路子来。任何机械的转变、流于形式的转变，都是要注意避免的。可以说，转变需要勇气和胆识，冲破思想上的框框，突破利益固化的藩篱，还要有科学的智慧和辩证的思维，把坚持战斗力标准与尊重文艺规律统一起来，正确处理服务强军实践中可能遇到的各种矛盾问题。诸如文艺的题材选择和数量比例的问题，是纯粹的“清一色”，还是以军为主兼顾其他，做到主旋律与多样化的统一。还有文化产品的内容与部队现实生活的距离问题，是仅从描写的事物和人物所处的时空来看，还是既注重近距离的直接展示，也不反对远距离的反思透视，做到内容的外在形态与思想内涵的统一。追求文化服务的效应是立竿见影还是潜移默化，既要看到时间就是军队的生命，未来战争瞬间成败，文化服务不能慢慢来，要雷厉风行，伴随保障。同时，也要强调潜移默化，因为文化服务的特点就是寓教于乐、寓理于情、寓庄于谐，都要有一个吸收、消化并转化的过程，不适当地追求速效反应，有可能背离艺术规律，造成一些急就章因缺少打磨而不精细，即使送到部队也可能出现两厢情不愿、欲速则不达的结果。切实研究解决诸如此类的问题，再也不能迟缓了，这是改革的召唤，强军的号令，也是部队官兵的殷切期望。聚集在党的旗帜下的文艺家们，想必已经踏着“军歌”的节拍，像我们的前辈一样，整齐步伐奔向解放的战场，整齐步伐奔赴祖国的边疆，永远以向前的姿态去追赶疾速奔驰的兵车。