

文体汇



扫一扫添加新民体育、新民演艺微信公众平台

本报文体中心主编 | 总第 251 期 | 2018 年 1 月 21 日 / 星期日 责任编辑 / 张坚明 视觉设计 / 戚黎明 编辑邮箱: xmwhb@xmwb.com.cn

挖掘现实、红色题材 关注历史、本土题材 全力打造『上海品牌』舞台艺术精品

打响上海文化品牌

本报讯(记者 朱渊)为期四天的“上海市舞台艺术精品创作——2017 年度剧本研讨会(下半年)”昨在沪落下帷幕。在参与专家“会诊”的 15 部剧目中,现实题材作品和红色题材作品占了 80%。未来,不但现实题材、红色题材将被进一步深入挖掘,历史题材、本土题材也将成为上海舞台艺术作品的创作方向。

在 2017 年度重点选题中,现实题材作品和红色题材作品尤为亮眼。其中,既有讲述习近平总书记知青生涯中平凡故事和朴素情感的评弹《梁家河纪事》,也有表现中国首架自主研发大飞机 C919 诞生过程的话剧《追梦云天》;既有表现浦东开发开放与普通人观念转变的淮剧《浦东人家》,也有回溯中共建党时期先行者峥嵘岁月的话剧《新青年》、歌剧《晨钟》,更有以普通市民视角看待中共一大在上海召开的音乐剧《上海·1921》,讲述国歌作者在上海从事革命文艺活动的歌剧《田汉》,以及革命历史题材舞剧《七月的栀子花》和芭蕾舞剧《闪闪的红星》等。

从 2016 年的选题研发,到 2017 年的剧本创作,2018 年将是这些选题和剧本被大量推上舞台的一年。通过为期四天的分组讨论、聆听专家意见,各剧目主创将在夯实一度创作的基础上,跟进二度创作的组织与实施,确定时间表,制订路线图,有计划、有目标地推进创作,争取在今年推出一批立得住、传得开、留得下的舞台艺术精品,共同塑造响当当的“上海品牌”。

会议还指出,要打造艺术“高峰”,打响“上海文化”品牌,还需上海的创作者们在新时代交响、民族歌剧、本土歌曲上狠下功夫。此次分组讨论中唯一主题论坛“新时代的交响乐”,集结全国优秀作曲家、指挥家,共同探讨如何用交响乐这一“国际语言”向世界讲好“中国故事”。而在参与研讨的剧目中,上海歌剧院的《晨钟》《田汉》和《天地神农》,让人们看到了上海歌剧工作者在“中国民族歌剧传承工程”上的持续努力。

与诸多舞台巨制相比,一首好歌体量虽小传播力却相当巨大,作为最具大众性的艺术作品,好歌可以被持久传唱,其润物细无声的作用比其他艺术作品难以取代的。上海如今仍欠缺一批关注时代、关注生活,具有较高艺术品质,从真实情感出发,能“口口相传”的好歌曲。

上海市舞台艺术精品创作 2017 年度重点选题

- 评弹《梁家河纪事》(上海评弹团)
- 话剧《追梦云天》(上海话剧艺术中心)
- 话剧《家客》(上海话剧艺术中心)
- 滑稽戏《皇帝不急太监急》(上海滑稽剧团)
- 歌剧《晨钟》(上海歌剧院)
- 芭蕾舞剧《闪闪的红星》(上海芭蕾舞团)

- 舞剧《七月的栀子花》(上海歌舞团)
- 京剧《浴火黎明》(上海京剧院)
- 话剧《大清相国》(上海话剧艺术中心)
- 淮剧《武训先生》(上海淮剧团)
- 交响乐《敦煌》(上海交响乐团)
- 歌剧《天地神农》(上海歌剧院)
- 歌剧《炎黄曲》(上海爱乐乐团)
- 沪剧《董竹君》(上海沪剧院)
- 音乐剧《犹太人在上海》(徐俊文化艺术有限公司)



从乐迷藏品变为文化“潮品”

黑胶唱片“焐热”了

黑胶唱片市场渐成规模

文体社会

经过数字时代的大浪淘沙,磁带和 CD 已几乎无人问津,而沉寂许久的黑胶唱片却出人意料地迎来了新的春天。上海音乐学院去年 12 月 25 日与中唱(上海)有限公司签署合作协议,内容包括创办上音国际唱片品牌,推动中国音乐作品在海外出版发行,首批成品将以黑胶、CD、DVD 等为载体于今年 6 月亮相法国戛纳国际音乐博览会。在上海,黑胶正从小众玩家的家中走出,走进广阔的都市文化空间。

爱乐情怀

古典音乐发烧友周君来与黑胶唱片的情缘源于 20 多年前的一次意大利之旅。当时他下榻的酒店对面恰好是一家黑胶唱片店,这引起了他对歌剧黑胶唱片的兴趣。老板一开始对他很没礼貌,生怕那些头版黑胶被挑走,说这些唱片已被人全订购了。于是周君来便夸老板长得像意大利著名男高音歌唱家佳克米尼,老板一乐,终于拿出很多好品相的头版黑胶让他挑选。周君来也因此拥有了人生的第一张黑胶唱片——玛丽亚·卡拉斯演唱的《拉美莫尔的露琪亚》。

从此以后,周君来不知不觉地收藏了上千张黑胶唱片,家里的一间卧室也被改造成了“唱片间”。对他来说,20 世纪歌剧黄金年代的歌唱家最完美和最真实的声音都留在了黑胶唱片里,虽然现在各个音乐网站都有数字版,“但出来的声音电子味儿特别重,严重失真了”。

对音乐网站主编凡木来说,在网速和手速的激烈竞争中幸运地抢到一张“首版限定”,或在大大小小的唱片店里兜兜转转找到一张绝版存货,是最值得回味的。

文化推广

Daily Vinyl(以下简称 DV)曾经只是一家

线上黑胶唱片店,去年,经营者小饼与她的团队终于在静安区的一栋小楼里开了间线下工作室。在这里,黑胶爱好者们可以自由试听那些感兴趣的唱片,其中不乏典藏级的名盘。工作室还定期地举办迷你工作坊和唱片集市,音乐爱好者可以在这里进行音乐视频节目和电台节目的录制。

上海另一家有名的唱片店 Uptown 也与 DV 有着密切合作。小饼的团队和 Uptown 的经营者为了推广黑胶唱片文化,一起做了份免费阅读物《唱片日常》,分享国内外的音乐及唱片资讯。《唱片日常》基本上两个月一期,乐迷在网店任意消费或到国内一些唱片实体店即可获取,目前已经出到第 13 期。《唱片日常》里介绍的唱片并不局限于店内售卖的盘,而是以主创团队以及约稿嘉宾的喜好为主,因此吸引了不少乐迷。

商业考量

去年,青年爵士小号演奏家李晓川在上海录制了他的首张黑胶唱片《上海速写》,从爵士的角度用音乐记录他在上海的生活感受,黑胶介质为简洁与干净的音乐又赋予了几分强烈的层次空间感。

用黑胶唱片来传播音乐,其中既有对黑胶唱片的情怀,也有复苏黑胶唱片的商业考量,“听黑胶的感觉与听 CD 或 MP3 的感觉都不一样,目前也没想过要做 CD,因为这些音乐挺适合以黑胶的形式存在。”李晓川说。去年底,《上海速写》第一批唱片迅速售罄,目前,第二批也将订完。

越来越多像李晓川这样的音乐人,选择以实体黑胶唱片来做专辑,沪上不少文艺空间也将黑胶文化融入商业经营,比如将菜单做成黑胶唱片形状并售卖唱片的咖啡馆以及可以听黑胶唱片音乐的酒吧等,黑胶唱片在再次焕发生命的同时,也为不少商业场所吸引了一批拥趸。

见习记者 赵玥 吴旭颖

相关链接>>>

据统计,2017 年,美国黑胶唱片销量为 1432 万张,连续第 12 年保持增长;英国全年黑胶销量为 410 万张,刷新过去 26 年的纪录;日本则卖出了 79.9 万张黑胶唱片,为 10 年来的最高纪录。1998 年,中国大陆最后一条黑胶

唱片生产线消失。2015 年 12 月,有着 26 年音像制品生产历史的广州番禺永通音像恢复生产黑胶唱片,而中国唱片(上海)有限公司也已购买了德国的一条黑胶唱片生产线,在国内刻录黑胶唱片重新成为可能。

传承酒文化 诚意征集茅台酒

征集时间: 2018年1月21日-28日早8点-晚5点 (行动不便者免费上门收购)

诚信现金征集, 价格公道
自愿交易、公平、公开、公正

征集范围: 1950年-2017年茅台酒、五粮液、骨酒、各种洋酒等, 2000年以前库存积压的各种老酒、冬虫夏草, 1995前生产的安宫牛黄丸、老阿胶、片仔癀等。

徐汇区: 华山路1621号浦江精选酒店二楼 271室 (近淮海西路) 地铁路线: 9、10号线交通大学站下7号出口向前走50米, 公交48、138、113、923、328路华山路淮海西路站下, 向后走50米 电话: 15821101267 赵先生

静安区: 陕西北路640弄1号 (回收礼品店) 江宁路680号近昌平路 (回收礼品店) 电话: 13148161858 朱先生

年份	价格
2017-2010年	1500-3200元/瓶
2009-2001年	3300-6000元/瓶
2000-1996年	6200-9000元/瓶
1995-1990年	11000-17300元/瓶
1989-1986年	17300-21500元/瓶
1985-1980年	2万-30000元/瓶
1979-1970年	3万-80万元/瓶
1969-1950年	90万-699万元/瓶

同仁堂骨酒1000元/瓶、片仔癀1000元/片
80年同仁堂安宫牛黄丸5000元/丸
90年以前老阿胶2600元/斤

日期清楚, 包装齐全! 高假(53)度
此表为不跑酒, 全品相价格, 当天交易