

《红色娘子军》60年后“回娘家”

60年前,中央芭蕾舞团创排的芭蕾舞剧《红色娘子军》首演,从海南走向全国、走向世界。60年后,芭蕾舞剧《红色娘子军》“回娘家”,在海南上演。

3月2日晚,中央芭蕾舞团经典芭蕾舞剧《红色娘子军》首演60周年纪念演出巡演首站在海口开演,海南省歌舞剧院全场座无虚席。

芭蕾舞剧《红色娘子军》根据梁信同名电影文学剧本集体改编,总共分为七幕,以中国革命历史为背景依托,讲述了在二十世纪三十年代的中国海南岛,从恶霸南霸天府中逃出来的丫鬟琼花,在红军党代表洪常青以及战友们的帮助下,经过血与火的战斗考验,从一名苦大仇深的乡下丫鬟,逐渐成长

为一名坚定的革命战士,生动描绘了一幅中国妇女坚强不屈的壮美图卷。

芭蕾舞剧《红色娘子军》创演于1964年。作为中国芭蕾民族化的创新尝试,该剧将西方古典芭蕾的精髓与中国传统文化艺术有机结合,创造性地加入了独具特色的民族舞蹈和戏曲成分,将中国戏曲中的亮相、圆场、顺风旗、托按掌,以及海南黎族民族舞蹈元素等,融入到曼妙的芭蕾舞姿中,体现出浓郁的海南本土风情和民族特色。

据统计,《红色娘子军》60年来在国内演出场次累计超过4000场,凭借震撼人心的情节、恢宏绚丽的场面、个性鲜活的人物形象以及独特的海南岛地域风情,激励、感染了一代又一代观众,在世界舞台上收获了无数赞誉。

当晚,随着红色大幕缓缓拉开,一

身军装打扮的“娘子军们”手拿刀枪和手榴弹,跳起经典的舞步,亮出倒踢紫金冠、掀身探海、乌龙绞柱等芭蕾绝活,瞬间点燃全场激情,带领观众重回峥嵘岁月。当“万泉河水清又清,我编斗笠送红军……”的熟悉旋律响起,引发全场观众小声跟唱。动情之处,更引得无数观众热泪盈眶。

“《红色娘子军》传递的是以琼花为代表的中国女性自强不息、顽强拼搏的娘子军精神,应该一代代继续传承下去。”观众陈丽芸说,“此前曾多次观看同名电影,这次终于能在现场观赏舞剧,中西结合的艺术化表演很有特色。”

今年,中央芭蕾舞团还将在北京、海口、深圳等20余个城市进行不低于60场的芭蕾舞剧《红色娘子军》全国巡演。

演员在表演芭蕾舞剧《红色娘子军》。

据中国新闻网

《喀什古丽》今晚央视播出

曾在中国金鸡百花电影节亮相的新疆题材电影《喀什古丽》,将于3月5日18:08在央视电影频道重播。

电影《喀什古丽》讲述了中国深圳企业家后代梁鹏与新疆喀什的内高班女教师袁雪在喀喀两地发生的一段浪漫动人的爱情故事。作为一部现实主义题材的轻喜剧电影,本片以新疆喀什地区为主要取景地,集旅游风光、美食、音乐歌舞为一体,用轻松诙谐的风格,塑造了一群充满活力与正能量的年轻人形象。

《喀什古丽》2020年在喀什首映时,被称为是“新疆的旅游大片”。该片曾入选第二届“三月三”民族电影展并荣获“展映优秀电影”称号,还入藏了中国电影博物馆。

该片还走进了中亚国家。2022年12月28日,电影《喀什古丽》在吉尔吉斯斯坦首都比什凯克市首映,成为首部在吉尔吉斯斯坦公映的中国电影,并激发了观众向往喀什、向往新疆、向往中国的热情。今年1月5日,该片在乌兹别克斯坦首都塔什干首映,中国驻乌兹别克斯坦大使于骏表示,通过电影《喀什古丽》,乌兹别克斯坦观众可以近距离感受中国多元文化以及新疆经济社会快速发展的新变化。

据中国新闻网



电影《喀什古丽》剧照

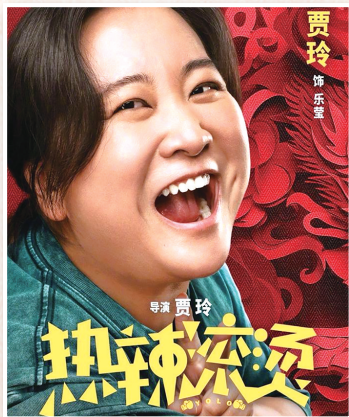
《热辣滚烫》票房突破34亿元

据灯塔专业版数据显示,截至3月3日14时34分,电影《热辣滚烫》票房突破34亿元,超过《唐人街探案2》(33.97亿元),位列中国影史票房榜第14名。目前影片持续热映中,票房还将进一步增长。

贾玲执导的电影《热辣滚烫》一经上映,便以话题性维持着超高热度,票房和口碑一路上涨,最终以27.24亿元票房成绩夺得2024年春节档票房冠军。

影片讲述了与社会脱节的“超重”女孩杜乐莹,因结识了拳击教练吴坤,从而了解到拳击这项运动,在困难四伏的生活境遇中,通过在拳击赛场上“赢一次”来开启人生新篇章的故事。

据1905电影网



《收获》“遇见”董宇辉收获“流量红包” 互联网呼唤更多头部文化主播

“文学的未来不会‘阴跌’,它只是换一种方式传播。”著名文学期刊《收获》主编程永新、作家余华和苏童近日一起做客头部网络主播董宇辉的直播间,四人畅谈两个半小时,销售杂志7万多套,合计成交金额逾1400万元,让这本老牌文学期刊在龙年新春收获了一个实实在在的“流量红包”。

创办于1957年的《收获》是中国著名文学期刊,由巴金和靳以先生创办,以“把心交给读者”为办刊宗旨。逾半个世纪中,《收获》与中国严肃文学一起几经起起落落、风风雨雨。眼下它不仅是中国最好的文学杂志之一,也是定价最“贵”的、销量最大的。尽管如此,面对网络文学的汹涌浪潮,《收获》主编程永新还是坦言“对这个时代发行、营销的方式不适应,出现了隔膜”。步履维艰之下,于是有了老牌文学期刊朝向互联网营销平台的“奋力一跃”。

“没想到余华老师这么幽默风趣”“苏童老师很儒雅”“三位文学老顽童实在太欢乐了……”备受关注的文学直播效果不俗:余华和苏童之间的幽默互怼,给网友们“演绎”了笑声不断的《老友记》;而余华深情回忆作家史铁生在上个世纪宁愿放弃10万元文学奖金,也要把自己的作品投给心中的文学标杆《收获》出版,更让不少观众唏嘘感动。



从传统的填书报订单、交邮局投递,到如今读者们在手机屏幕上与作家们谈笑风生而“点赞式下单”——严肃文学走近读者的方式有所改变。如果说《人民文学》的直播是为文学“寻亲”,那么《收获》这场直播则洋溢着友情的滋味。它们已成为严肃文学和网络直播“双向奔赴”的经典范例。

走出直播间,《收获》主编程永新直呼“值得”:“我们直接和读者交流互动,让真正的文学好作品抵达读者。”作为当红主播的董宇辉也表示“感恩”。他将自身流量归功于文学情怀:“我们这

两年受到了这么多关注,其实是沾了文学的光。是文学让我们变得亲密!”

的确,看似风马牛不相及的严肃文学和网络直播本质“互补”。网络直播让人与人在虚拟空间里即时互动、浅尝辄止、快速交流;文学则打破时间和空间限制,让人与人形成心灵默契,是漫长而深邃的精神沟通。自然,当文学走出封闭殿堂,而网络打开心灵的深度空间,“金风玉露一相逢,便胜却人间无数”。

不过,这场备受关注的文学直播让人欢喜之余也留下悬念。令人期待的是,未来互联网会否涌现出更多如董宇辉一般对文学怀有赤子之心和虔诚向往的“新锐文化主播”?毕竟,图书直播并非新鲜事,却大多没有激起几朵浪花。正是著名文学期刊与头部文化主播的“相见恨晚、相谈甚欢”,才造就了互联网记忆的“高光时刻”。

网络时代,文学需要新的传道人,能接地气、能谈情怀;互联网呼唤更多头部文化主播,激荡流量、润泽人心。随着时代发展和社会进步,人们对更好生活的向往与日俱增,互联网应促进优质文化产品生产传播。网络直播不应只是高喊“哦,买买买”的“带货渠道”,它可以有更多变革和转型,满足人们超越物质层面的追求。

据新华社