

破56.94亿!

《长津湖》成为中国影史票房第一

本报讯 (首席记者 孙佳音)11月24日16时43分,据猫眼专业版数据显示,电影《长津湖》含预售票房已超56.94亿元,超越2017年上映的《战狼2》,摘得中国影史票房榜冠军,同时成为全球影史战争题材票房冠军、全球华语电影票房冠军,并继续位居2021年全球电影票房榜榜首。

《长津湖》以抗美援朝战争第二次战役中的长津湖战役为背景,向观众讲述了一段波澜壮阔的历史,影片不仅有浓烈的爱国情怀,也有反战的和平主义,在世界战争电影史上刻下了属于中

国的里程碑。

自9月30日公映以来,《长津湖》屡破影史纪录——10月5日,《长津湖》凭借19.56亿元的票房成绩成为中国影史国庆档票房冠军;10月19日,《长津湖》总票房突破50亿元,成为了中国影史票房最快破50亿元的电影。

《长津湖》取得的佳绩也获得了世界电影市场的关注。《好莱坞报道》赞叹它的票房成绩是“疫情以来好莱坞电影无法比拟的惊人数字”。随着《长津湖》不断创造新的纪录,中国电影市场的生机与活力也得到了充分证实,再一次向世界展示了中国故事的独特魅力。

云端相见 以诗会友

第六届上海国际诗歌节下月开幕

本报讯 (记者 徐翌晟)记者昨天获悉,第六届上海国际诗歌节即将在12月8日拉开帷幕。本届上海国际诗歌节仍延续去年的形式,充分利用互联网和数码、区块链等科技手段,通过“云端”线上信息传播的方式,开展系列主题活动。本届诗歌节的主题为“诗,和人类命运共同体”,力图以诗歌表达时代的回响,折射文学传播与镜鉴的精神之光。

诗歌节将邀请国内外20余位具有影响力的诗人,其中包括著名墨西哥诗人马加里托·奎亚尔、美国诗人比尔·沃拉克、来自北马其顿共和国的丹妮埃拉·安东诺弗斯卡-特拉季科弗斯卡、以色列诗人多里特·韦斯曼、英国诗人菲奥娜·桑普森、比利时诗人热尔曼·德罗亨布罗特、保加利亚诗人格奥尔基·康斯坦丁诺夫、法国诗人于格斯·拉布吕斯、罗马尼亚保拉·罗马内斯库等等。中国诗人有杨克、欧阳江河、刘向东、车延高、何向阳、胡弦、荣荣、西渡、李云等。

12月8日,第六届上海国际诗歌节开幕式暨“金玉兰”诗歌大奖颁奖典礼,将在徐汇区TRI第三空间举行。在为期四天的活动中,还将举办《上海文学》第六届上海国际诗

歌节特刊首发式暨诗歌论坛、“诗歌的源头——生活和大地”上海国际诗歌节嘉宾与本地诗人创作交流会、“上海的诗意”克勒门沙龙活动、“诗,和人类命运共同体”第六届上海国际诗歌节诗歌朗诵会、“诗歌之桥”著名诗人与大学生恳谈交流会、“相会朵云,诗在民间”著名诗人交流会、“海湖韵”诗歌征

集大赛颁奖典礼及诗歌鉴赏会等多种线上和线下联动的精彩纷呈的文学活动。

上海国际诗歌节力求以多角度、多层次的观念和形式设计,令诗歌艺术成为闪耀的文学与文化灯塔。本届诗歌节的指导单位为上海市人民对外友好协会,主办单位为上海市作家协会和徐汇区委宣传部。



听有声音的博尔赫斯

体会文字的音乐性

阿根廷诗人、小说家、评论家、翻译家博尔赫斯说:“如果世界上有天堂,那一定是图书馆的模样。”昨天下午,上海译文出版社在上生·新所的茑屋书店举办了“博尔赫斯有声诗集发布暨诵读分享会”。侧耳团队的主播印海蓉、王幸、邢航、李茜、徐惟杰作为博尔赫斯有声诗集演播,分享了他们眼中的博尔赫斯,并现场朗诵了诗人的代表作,“用声音唤醒内心沉睡的玫瑰与老虎”。

据介绍,在这次活动之前还组织了一次博尔赫斯诗歌全民朗读的活动,短短5天就有130多人报名参加。“说明有声和朗

读是很好的一个交流方式,让读者可以从另一个维度体会到文字的音乐性”。出版社方面表示。

引领了20世纪拉丁美洲文学潮的博尔赫斯迷宫般的写作手法对中国的先锋写作有着直接影响,上海译文出版社引进博尔赫斯所有作品版权,对其作品进行了纸质书、电子书及有声书不同形式的出版。目前已分三辑推出的作品中包含《小径分岔的花园》《沙之书》《恶棍列传》等著名作品。其中,电子书与纸质书出版进度同步,目前已出版共37种。

博尔赫斯有声诗集由上海译文出版社数字部研发推出。近年来,译文数字部全方位、多层次地推出众多有声产品,石黑一雄、村上春树、博尔赫斯等名家名作目前均已拥有有声书版本。截至今年10月,“译文有声”已推出300多种有声书,与喜马拉雅、懒人畅听、微信读书等10多家平台进行合作,全网收听量超过5000万。译文社还成立了讲书工作室,在“全版权、多形态”的出版战略布局的基础上,完全自主研发解读产品,打造“知识付费”服务模式的产品线。

本报记者 徐翌晟

曾站在时代浪尖的中国首个轻音乐团——上海轻音乐团

已经35岁了,该如何再创辉煌?近日,包括乐团开创者朱逢博、屠巴海在内各界艺术家、评论家齐聚一堂,为上海轻音乐团未来发展出谋划策,探讨如何提升“轻音乐”的辨识度?怎样培养有影响力的品牌艺术家?如何凭借更多有传播力的原创金曲重新擦亮“上海轻音乐团”的金字招牌?

家有一老,如有一宝。在上海轻音乐团,朱逢博和屠巴海就是这样两块宝。当年,已然成名的朱逢博自我挑战来“创业”,在改革开放的时代号召下,凭借敏锐的感知力,和屠巴海等志同道合的音乐人共同创建上海轻音乐团。

曾经,上海轻音乐团所到之处“场场爆满”,一度成为国内流行音乐风向标。在不久前轻音乐团成立35周年的音乐会上,84岁的朱逢博再度唱起《金梭和银梭》,文艺评论家毛时安感叹:“现场沸腾了,就好像昨天的明星,在今天又燃烧起来。”然而,光有“昨天的明星”是不够的,35岁的轻音乐团需要培养今天的明星和未来更多的明星。

文艺院团要与时俱进,关键词依旧是“人才”和“作品”。“有时候,好歌手缺的就是一首成名曲。”上海市剧协顾问刘文国说:“如今大热的歌手周深,在学校教书时就是众所周知的金嗓子,但最终广为人知还是靠着一首《大鱼》。是金子总要发光,让歌手发光的就是一首好歌。”

培养人才、抓紧创作的同时,如何在市场细分的音乐领域闯出自己的路、找到自己的受众也很要紧。毛时安脑洞大开:“现在音乐剧如此火爆,上海轻音乐团中人才济济,既能唱民歌,又有擅长通俗唱法的,何不做一个‘轻音乐剧’,或许能击中年轻的心。”

当然,无论在哪个时代,不管是歌手或乐团,有辨识度才有影响力和传播力。上海大学海派文化研究中心主任陈东认为:“现在的环境不比当年,竞争要激烈许多,这就需要乐团拧成一股绳,抱团出击才有突围可能。希望乐团能打造更多品牌艺术家。”

专家研讨如何擦亮「轻音乐」金字招牌

关键词还是人才和作品

本报记者 朱渊