

“春游江淮请您来”宣传推广活动即将开启

记者3月3日获悉,省文化和旅游厅将于3月上旬开启2024“春游江淮请您来”宣传推广活动,各市接力推介春季旅游资源,全省发布“春之约”十大场景。

“春游江淮请您来”宣传推广活动是我省激活春游文旅市场、擦亮徽风皖韵标识的品牌活动。今年,活动实行省市县联动、政企媒互动,全面进军新媒体,广泛调动市场主体积极性,主动顺应文旅市场和消费主体的新变化,深入挖掘全省文化内涵,从优秀传统文化中寻找灵感,挖掘打造一批业态新鲜、主题新颖、参

与性强、具有高辨识度、强记忆点的文旅产品和消费场景,实现“流量”变“留量”、“网红”变“长红”。

从3月至5月,“春游江淮请您来”宣传推广活动在全省全面展开,包括媒体采风、“春游江淮”场景话题营销、“春游江淮”创意推广大赛、“春游江淮”成果展等系列活动。

自3月起,我省分时分组邀请长三角地区约100名媒体记者,以黄山地区为重点,陆续在全省开展春游采风,通过移动传播、视频传播、互动传播、社交传播等多种方式,进一步提

高大美安徽的知晓度美誉度。

活动期间,各市县、企业联动,聚焦“春游江淮”系列场景,开展场景话题营销。围绕春花、春茶、春味、春眠、春咏、春养、春学、春市、春曲、春行等“春之约”十大场景,推广江淮大地春季赏花、地方名茶、时令菜品、精品民宿、诗词文化、健康养生、地方戏曲、研学旅行、文创商品、自驾旅游等丰富多彩的春季特色文化旅游资源。

从3月至5月初,全省开展“春游江淮”创意推广大赛,征集摄影图片、攻略、游记等,引

导省内旅行社围绕“春之约”十大场景设计团队线路并推广促销,鼓励自媒体达人自行发布“春游江淮”相关短视频和微短剧,通过网络投票、专家评选、传播效果统计等方式,开展系列评选并设置最佳产品奖、最佳图片奖(摄影图片)、最佳美文奖(攻略、游记等)、最佳短视频奖、最佳微短剧奖。

5月19日前后,结合“中国旅游日”安徽主场活动举办“春游江淮”成果展,收集“春游江淮”创意推广大赛的优秀影像作品,在省内重点景区进行展示。(安徽日报记者 张理想)

雪落寿州

张红梅 摄



“江淮之春”非遗传承戏曲歌舞晚会3月11日上演

由中共合肥市委宣传部、中共淮南市委宣传部、中共六安市委宣传部联合主办的“江淮之春”非遗传承戏曲歌舞晚会将于3月11日19:30在合肥大剧院精彩上演。日前,笔者走进合肥市庐剧院探班,青年演员们正在为晚会火热排练。

庐剧,是安徽本土生长的地方剧种,流传于安徽境内皖中、皖西、沿江和江南的部分地区,至今已有近300年的历史,与徽剧、黄梅戏、泗州戏并称为“安徽四大优秀剧种”,深受广大人民群众喜爱。

走进合肥市庐剧院排练厅,现场演员们手拿戏曲道具“水旗”,正在排练。合肥市庐剧院院长段婷婷在现场逐个指导动作,细扣每个舞台走位。

作为戏曲中经常出现的道具,“水旗”是在一块蓝白色布料上绘制水纹,形象地表示水浪,在戏曲经典剧目《白蛇传》中经常使用。

合肥市庐剧院创作部主任黄兴介绍:“今年是龙年,我们这个节目通过将水旗与舞龙相结合,形成了波涛汹涌的大海画面。龙在海里来回翻腾舞动,是

戏曲美学意向化展示。”

在本次“江淮之春”非遗传承戏曲歌舞晚会中,合肥市庐剧院的演员们将参与两档节目的筹备。段婷婷说:“除了将戏曲中的水旗和肥西的传统非遗项目舞龙相结合,另一个保留项目戏曲联唱也将精彩纷呈。届时将会和淮南推剧、六安皖西庐剧进行一场集中展示。”

黄兴介绍:“在我们庐剧院的另外一个节目中,庐剧的老中青三代演员将为大家进行一场多元展示和呈现,观众朋友们可以期待一下。”(夏伟)

筑梦现代化 共绘新图景 代表委员风采

从人民群众中汲取艺术创作灵感

——访全国人大代表、安徽广播电视台音乐频率运营中心广播剧工作部主任吕卉

人民是文艺创作的源头活水。作为一名宣传思想文化战线工作者,全国人大代表、安徽广播电视台音乐频率运营中心广播剧工作部主任吕卉,一直对民生议题保持密切关注,也创作出许多群众喜闻乐见的文艺作品。

“中国是农业大国,也是人口大国,我们要稳稳端牢‘中国饭碗’。”过去这一年,吕卉的创作主要围绕农业展开。去年全国两会后,吕卉前往江苏采访第十四届全国人大代表、种田大户魏巧,并以其为原型创作了三集广播剧《我们的田野》。聚焦“谁来种地”难题,该剧讲述了自带新技术、新理念的高学历“新农人”魏巧、孙振中夫妇智慧种田、逐梦沃野的故事。

“我们希望以此吸引更多有技术有情怀的‘新农人’到青春的田野上筑梦逐梦。”吕卉说。该剧已于去年中国农民丰收节之际,在中央广播电视总台中国之声和央视视频播出。

围绕种业振兴,吕卉又赴安徽省农科院以及三亚南繁基地深入调研,了解农业科技人员在功能稻种子培育方面作出的种种努力,在此基础上创作广播剧《种子密码》。该剧已于去年底在安徽广播电视台录制播出。

今年全国两会,吕卉将带去一件议案、三条建议,均是与生活密切相关的民生实事。在关于制定《单用途预付消费卡管理条例》的议案中,吕卉提到,近年来,单用途预付消费卡经营者“存费

跑路”“诱导办卡”等侵犯消费者权益行为频发,由于缺乏有效监管,不少行业的发卡行为已经严重扰乱市场秩序,影响行业健康发展。

她建议,制定《单用途预付消费卡管理条例》,完善预售卡销售的准入条件、经营资质、信息披露等要求,规定预售卡的有效期、退卡机制、违约责任等,以法治力量维护消费者合法权益。

“只有站稳人民立场,文艺才能有正确的前进方向;只有紧密地联系人民群众,察民情、听民意、聚民智,才能充分发挥人大代表的作用,提出符合人民期待的好建议。”从2018年第一次当选全国人大代表以来,吕卉共提出30多条议案、建议。(班慧)

音乐剧是用音乐讲故事,音乐性、戏剧性和思想性缺一不可。音乐剧,“火”起来更需沉下来

纵观世界戏剧艺术舞台,音乐剧一直彰显着独特的文化影响力。中国音乐剧发展至今已超过40年,音乐剧产业在引进国外剧目与创作本土化并行的过程中,逐步形成中国风格。近年来,戏剧市场持续火热,原创音乐剧表现亮眼,《绽放》《理想之城》《雄狮少年》《东莞东》等一批现实主义题材、中华优秀传统文化题材的作品热演,取得市场和口碑的双赢。

拥抱青春,贴近年轻观众。“追逐”“梦想”“流行”成为原创音乐剧的热门标签,大时代普通人的奋斗历程引发共鸣。《理想之城》聚焦建筑行业的员工,《雄狮少年》展现舞狮学徒的成长,在“小人物、大理想”思路的演绎下,将“小”落得更细微。可以说,切口越小,越靠近年轻人,越能引发共鸣。

跨界创作,带动音乐剧“破圈”传播。国外许多经典电影衍生出了舞台版本,国产音乐剧也有不少改编自热门影视作品。音乐剧题材的跨界发展,受益于世界戏剧舞台的不断创新。而影视IP对音乐剧发展具有显著的助力作用,带动更多人对音乐剧产生兴趣、走进剧院。

深挖传统,舞台艺术创作彰显中国气韵。中华优秀传统文化成为舞台艺术创作的富矿,音乐剧舞台洋溢中国风,审美品位进一步提升。中央戏剧学院实验剧团创作的原创音乐剧《家》,改编自作家巴金的小说,演绎经典,致敬青春。《雄狮少年》等传统文化题材音乐剧的火爆,体现着国风、国潮愈发流行,为音乐剧创作打开更为广阔的空间。

音乐剧是什么?作为音乐剧从业者,我常常思考这个问题。如果说丝丝入扣的剧情是纬线,那么贯穿始终的音乐就是经线。音乐剧作品中的音乐一定要经得住时间的考验。国产音乐剧在创作中,往往会自然而然地结合中国音乐,但我们要认识到,中国音乐不是古乐的简单复刻,而是体现在多样的音乐表达之中。此外,音乐剧还要注重音乐对戏剧人物的精准刻画,音乐与戏剧需要相互交融、互动前行。音乐剧产业的长远发展,需要建立在艺术风格和音乐创作的精耕细作之上。

“万丈高楼平地起,一砖一瓦皆根基。”《理想之城》中的歌词,道出了音乐剧的创作规律。火热市场带来无限期待,也迎来新的考验。音乐剧是用音乐讲故事,音乐性、戏剧性和思想性缺一不可。音乐剧,“火”起来更需沉下来。希望音乐剧从业者尊重艺术创作规律来打磨作品,夯实艺术创作的根基,让中国音乐剧涌现出更多精品力作,推动戏剧舞台艺术蓬勃发展。

(郑欣闻笛)

音乐剧,「火」起来更需沉下来