

一曲咏叹调



万里中意情

本报记者 郑娜



▲15位旅意歌唱家录制歌剧 视频截图

从提出这个想法，到把大家组织在一起，到演唱、录制、后期加工，再到最终做成视频推出，张喜秋和他的朋友们只用了3天的时间。“整个过程，我们不仅被音乐感动，也被中意两国人民之间的情谊感动着。”张喜秋说。

携手抗疫让两国走得更近

“歌剧被誉为音乐艺术皇冠上的明珠，最早诞生于意大利。中国有不少歌唱家曾在或正在意大利学习歌剧，他们是中意两国文化交流的使者，对意大利和意大利人民有着深厚的感情。在意大利最困难的时候，他们发出声援特别有意义。”孙群表示。

《今夜无人入睡》的视频录制完成后，意大利驻广州总领事馆在微信公众号上发布了这个视频，并表示：“今天早晨，当我们醒来时，我们所有人都心系意大利。在过去的几周里，我们留在这里支持中国朋友与新冠肺炎疫情的抗争。在有需要的时候，朋友是不会离去的。感谢我们歌剧界的朋友，他们希望通过这个视频来表达对意大利的支持。视频中他们演唱了普契尼的《今夜无人入睡》。黎明到来，我将获胜！亲爱的中国朋友们，黎明到来的时候我们会获胜的！”

视频传到意大利后，在意大利社交媒体引发关注和反响。现任意大利文化部部长、2020中意文化旅游年协调人达里奥·弗朗切斯基第一时间将视频放到自己的脸书(Facebook)上，同时写道：“感谢这些杰出的中国年轻人，他们的视频感人至深，给我们带来充满希望的信息。”意大利国会议员、国会欧盟政策委员会副主席玛丽娜·贝格利表示，感谢中国艺术家在这个艰难的时刻为我们带来的勇气，相信共同抗击疫情的经历会让两个国家走得更近。

疫情不会阻挡交流的脚步

“新冠肺炎疫情刚发生的时候，大家都懵着，一些计划停了下来。我们一直在给双方树立信心，努力推动中意行业往来、民间交流不要停下来。”孙群对记者说。

2020年是中意文化旅游年。北京国际设计周从2019年开始，就在文旅部、北京市政府相关机构的指导下，策划和组织包括中意世界文化遗产摄影展、米兰设计周、威尼斯双年展等在内的系列活动。随着新冠肺炎疫情的不断演变，北京国际设计周和意大利的合作伙伴，一直在采取各种措施，调整方案，积极应对。

除了提议并协助张喜秋及14位旅意歌唱家共同演绎《今夜无人入睡》之外，北京国际设计周还做了几件事情：一是向中意家居行业发起了“米兰@中国”(From Plan A to Plan @)的行动倡议，号召中意家居设计行业通过线上、线下多种方式，继续保持家居行业的经贸往来，继续推进中意设计的行业交流，二是向威尼斯双年展发出申请，将2020威尼斯双年展中国城市馆主题从原先的“中国大运河”变更为“疫情与城市”。这个方案得到包括威尼斯市政府、威尼斯建筑大学以及火神山医院设计单位的大力支持。

另外，随着国际疫情持续升级，北京国际设计周常务副主任王昱东还联合多家机构，推出“我们

双遗联袂 借船出海

这版《浮生六记》演出了“国际范”

朱玲

在主题选取和呈现方式上都独具特色。剧中沈复、芸娘本是表兄妹，因一碗花粥定情，两人成婚后，居住在苏州沧浪亭畔，构筑起一段烟火神仙般的诗意生活。苏州的沧浪亭、虎丘、醋库巷洞庭君祠、仓米巷、万年桥、太湖都留下了他们的足迹。到真实的地点追寻几百年前发生过的真实故事，是该剧一大吸引力。同时，这部以婚姻爱情为主题的剧作，又与昆曲里常见的才子佳人传奇截然不同。它既区别于至情至感天地泣鬼神《牡丹亭》，也相异于因皇权社稷而割恩遗恨的《长生殿》，讲述的只是“一生一世一双人”的凡人凡事，却又不平凡——在女子大门不出二门不迈的封建社会，沈复却鼓励妻子女扮男装并陪她一起出门观灯，于细微处内烁出中国戏曲中鲜有的现代光芒。“愿生生世世为夫妇”却以“恩爱夫妻不到头”的悲剧收场，看似笔调平和舒展，实则蕴含着中国文学史上的悲剧因子。此外，自1935年林语堂英译本出版以来，《浮生六记》先后被译成德、法、丹麦、瑞典、日、马来等多国文字。译者与译作在西方世界享有一定知名度，是它吸引外国观众、打开国际通道的一个重要前提。

园林版昆曲《浮生六记》的演出地点为剧中故事发生地之一、苏州最古老的园林沧浪亭。在这部剧中，入选世界文化遗产名录的苏州园林和入选世界非物质文化遗产名录的昆曲“双遗联袂”，大大提升了剧作的文化内涵。演出并不固守于园中一景，而是让观众随人物剧情移步换景，这种实景沉浸式体验与静坐剧场里的观演完全不同，使得观众的代入感、参与感倍增。此外，园林版昆曲《浮生六记》还针对不同天气状况设计了晴版和雨版路线，针对不同的观众需求量身定制包场版，并于场外相继推出主题活动，如策划见面会、故事会、清赏



《Everything will be fine》

奥罗拉



《家园，我们在一起》

美味蟹黄堡



《武汉，我们在一起》

李醒醒

(以上图片均来自北京国际设计周“我们在一起”公益活动)

在一起”2020抗击新冠肺炎全球招贴设计公益征集活动，向全球不同国家及地区征集抗疫设计作品。截至3月17日上午，活动共征集作品数量8021组、10764幅，参赛者5436位。其中，18岁意大利女孩奥罗拉也带着自己在社交媒体上广为传播的《Everything will be fine》，参与到本次征集活动中。她表示，希望通过公益传播将这幅作品与更多中国人一起分享。

据介绍，此次公益活动全部作品均免费向全世界政府、公益组织、媒体、企业及公众开放，提供免费下载，用于疫情公益宣传推广。

墙内看花

AI写稿也有著作权

张凡

日前，深圳市南山区人民法院依法审结全国首例人工智能作品侵权案。法院对被告上海盈讯科技有限公司未经许可，在其经营的“网贷之家”网站上向公众提供侵权文章内容，以供公众在选定的时间、选定的地点获得的行为进行了一审判决，裁定被告赔偿原告经济损失及合理的维权费用人民币1500元。由于涉案作品的创作主体并非自然人而是人工智能软件，该案件可谓开启了人工智能作品著作权保护的先河，对未来人工智能作品创作及传播意义重大。

近年，人工智能技术逐渐应用于新闻写作、绘画、诗歌写作等诸多领域，有关人工智能生成物的著作权问题也一直困扰着学界和实务界。如何判断人工智能生成物的独创性？怎么看待人工智能生成物的创作过程？相关人工智能使用人员的行为能否被认定为法律意义上的创作行为？人工智能生成物是否属于具有著作权的作品？人工智能生成物的著作权是否应该得到保护？此次案件对围绕人工智能生成物著作权存在的争议进行了探索与回答。

人工智能作品虽是由智能软件在技术上生成而来的，但整体上体现了背后主创团队人员的个性化安排、标准选择以及表达意图，其间具有一定的独创性，这部分同样应该得到人们应有的尊重和法律的保障。此次案件对今后同类案件的审理有一定的借鉴意义，也对今后如何看待人工智能作品具有启示意义。

随着人工智能技术在当下社会更广泛范围内的应用，著作权保护范畴应该从自然人创作向人工智能作品延伸，并就相关细节作出及时调整与修订，从而更好地适应互联网信息技术时代可能出现的新情况新要求。将文学、艺术和科学领域内具备独创性的人工智能生成物认定为作品并进行著作权保护，符合著作权法激励创作的立法宗旨，有利于激励人们主动利用人工智能进行创作，也有益于人工智能产业的良性发展。

中国《著作权法》自上世纪90年代初实施以来，著作权意识已经深入人心，民众维权意识大大增强。快速发展的互联网使得人们的信息表达及书写形式日渐多样化、智能化，然而互联网并非“法外之地”，一旦侵权行为发生，就须承担相应的侵权责任，在这种情形之下，人们日常的“触网”行为更需要加强自律。

2019年演出票房迈入200亿大关 票房增速赶超电影市场

本报(记者郑娜)近日，大麦网联合灯塔研究院发布《回望峥嵘 企盼春天——2019年演出行业洞察报告》。报告显示，2019年中国演出票房迈入200亿大关，同比增长7.29%，票房增速赶超电影市场。

报告显示，过去一年中国演出市场蓬勃发展，剧场、演唱会、旅游演出在票房上齐头并进，形成三足鼎立态势。市场消费结构“年轻化”趋势明显，呈现“低频次、高单价、稳输出”的特征，“95后”购票能力持续看涨，成电影演出消费主力。“跨城观演”成为新常态，沿海演出消费升级。现场观演已经成为当下年轻人文娱休闲的新风尚。演出票房贡献方面，去年旅游演出增速最猛，同比上升9.58%，票房收入为73.79亿元，直逼剧场的84.03亿元。演唱会票房收入为42.59亿元，同比上升6.88%。

报告还对2020年演出行业的发展趋势进行展望。受新冠肺炎疫情冲击，线下演出按下暂停键，但“云音乐节”“云演唱会”“云剧场”等创新表演形式应运而生，直接带动一部分用户由线下转战线上观演，有望形成新的演出风口。报告还指出，随着5G时代的到来，VR、AR等数字虚拟技术将打破不同艺术形式和观演人群的壁垒，推动沉浸式观演升级。与此同时，文化演出在空间上还形成了新的业态形式，作为专业剧场外沿的商场、地铁、书店开始形成新的演艺空间。截至今年1月，上海市“演艺新空间”已达50家，未来三年这一数字将增至200家。

《2019年演出市场洞察报告》是大麦网联合灯塔研究院发布的首份全维度演出行业洞察，中国演出行业协会为本次报告提供行业指导。

图片报道

杂技团，练功忙



▲近日，天津市杂技团的演员们在练功房内练功

新华社发



近年来，新编戏曲剧目数量增长与市场预期不理想形成的反差，已逐渐引起戏曲界专家学者的重视，而新编园林版昆曲《浮生六记》却以其独特的艺术展现方式和沉浸式的感官体验，受到多方关注和好评，成为一个值得关注的现象。该剧是在清代苏州文人沈复自传体散文《浮生六记》的基础上改编而成，由苏州好端正文化传媒有限公司出品，是苏州市姑苏区人民政府携手苏州市园林和绿化管理局，倾力打造的“戏剧+”创新文化项目。自2018年七月初首演以来，已演出逾百场。其传播策略立足国际视野，主要表现在“引进来”和“走出去”两个维度。为了开发和吸引更多潜在的海内外观众，该剧