

19人获评首批“齐鲁诗词名家”

山东诗词学会召开第四届二次常务理事会,探索诗词发展新路径

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李康宁

12月5日上午,山东诗词学会第四届二次常务理事会在济南召开。大会总结了一次常务理事会以来全省诗词事业的发展概况,宣布了山东省第二届优秀诗人及首批“齐鲁诗词名家”人员名单,并颁发证书及奖牌、奖杯。围绕当地诗词事业的发展,淄博、菏泽等7家与会单位做了经验分享及交流。

会议由山东诗词学会常务副会长、山东省政府原秘书长蒿峰主持。山东诗词学会会长、山东省政府原副省长赵润田作工作报告并提出明年工作计划。会议从坚持正确政治方向、合作推进诗词

发展、培养壮大诗词队伍、巩固扩大诗词阵地、切实加强工作保障等方面,回顾了诗词学会所开展的大量卓有成效的工作及明显成效。这些阶段性成果,已经得到了社会的广泛认同和赞誉。今年6月中旬的中华诗词学会五届二次常务理事会暨全国各地诗词学(协)会联席会议上,山东诗词学会重点发言,得到参会人员的一致认可。中华诗词学会会长周文彰在讲话中多次提及山东,号召大家学习借鉴山东经验。

赵润田会长指出,坚持坚定正确的政治方向,始终是做好学会工作的前提和根本。学会不断创新党建工作,将党建工作融入到学会的日常工作中。目前,已经与全省近四分之一的县(市、区)

达成了战略合作,其中菏泽市已经在全省第一个实现全域覆盖。同时,还举办了诗词征文、诗词咏诵、大型书画展等系列庆祝建党百年主题活动。

此外,学会还与山师大文学院合办建立中华当代诗词研究中心。计划重点开展编撰出版大型文献丛书《山东诗藏》,创办《当代诗词研究丛刊》,编辑出版当代诗词集、诗词选,组织各类诗词研讨会三方面的工作。在办好学会刊物《历山诗苑》,完善学会官方网站和微信公众号的同时,还积极创新,与省内各大媒体合作,不断拓展新的诗词阵地。

换届以来,山东诗词学会共计新发展会员414名,现共有1592名省级会员。省、市、县各级诗词

会员总数近20000人。今年8月,学会委托第三方,在全国组织著名专家,在各地推荐的候选人中,经过两轮匿名盲评,共评选出41名省优秀诗人。同时确定获选两届省优秀诗人的,授予“齐鲁诗词名家”荣誉称号。首批共有19人获此荣誉称号,这些“齐鲁诗词名家”也将不再参加以后的山东省优秀诗人评选。

淄博、菏泽、日照、滨州等地市分会代表,现场介绍了各自的发展经验。临清市、曹县相关人员也讲述了在《山东诗藏》搜集编撰中的经历与体验。省学会诗书画研究院积极发挥直属机构作用,取得了显著成绩。

2022年,山东诗词学会将以党的十九届六中全会精神为指

导,加倍努力,扎实苦干,全面开创工作新局面。赵润田表示,要进一步提升对市县诗词学会的服务,又要发挥会员服务社会的优势;既要重视各级学会党的建设,更要加强对优秀诗人的推介宣传;及时总结推广新经验,探索推动诗词发展的新思路、新途径、新形式。

首批“齐鲁诗词名家”名单:

蒿峰、宋彩霞、布凤华、李宗健、孙燕、张文富、姜艳霞、汪冬霖、张敬爱、蔡红柳、贾乐玉、包美荣、郭小鹏、杨孔鑫、牛银生、陈彩祥、高怀柱、李艳霞、谢玉萍

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 师文静

创意撞车 很容易引发抄袭嫌疑

12月5日,网友发现赵丽颖、肖央、董子健主演的《谁是凶手》的一组官方海报和日剧《胜者即正义》海报相似度过高,引发抄袭质疑。《谁是凶手》这组海报中,三位主角互相“捂眼”“捂嘴”“捂耳朵”,表达“不看”“不说”“不听”或“看不见”“不能说”“听不到”类似的意思。这组海报搭配一部寻找连环凶杀案真凶的悬疑剧,还算有想法、有创意,也贴合悬疑剧的风格。

但类似的创意早已出现在日剧《胜者即正义》中,而且两部剧海报中的人物比例、人物站位、神情和姿势也很相似。2012年首播的《胜者即正义》讲述官司胜诉率高达100%却性格偏执的律师古美门和坦率、鲁莽的后辈黛真知子一起解决疑难案件的故事。剧中古美门代理的都是非常棘手和水很深的案件,“不看”“不说”“不听”的海报创意也符合这部日剧的气质。

是不是两部剧的海报设计师创意撞车了呢?5日晚间,《谁是凶手》海报设计方发道歉信并表示,海报创意是基于主角三人之间扑朔迷离的人物关系,选用了《论语·颜渊》的经典之句“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言”,本是无意,但出现创意雷同和排版相似,仍负不可推卸的责任。剧方转发道歉信,称对于系列海报引起的舆论争议,真诚地向观众道歉,会陆续将该系列海报在各传播渠道删除。

对于设计者的这个解释,不少观众并不买账,一是认为以上日剧播出时很火,作为专业设计师不可能没看过其海报;二是认为即便创意来自《论语》的“三礼”,那海报角色站位、角度雷同解释不通。其实,取材“三礼”并不是很有新意的创意设想,市面上其实早就出现一些“三礼”文创,比如“不看”“不说”“不听”小猴子玩偶等。设计师想用这个创意,应该有自己的深度发挥与二度创作,附加上自身独特想法或许不会有这么多争议。

近期,待播谍战剧《潜伏者》和已播谍战剧《叛逆者》粉丝自制海报创意相似,也引发了不少



网友关注。《叛逆者》有一张倒立的上海老洋房建筑加特殊字体剧名的粉丝自制海报,新剧《潜伏者》的官方海报也是倒立的上海外滩老洋房建筑加特殊字体剧名的组合。两张海报的字体一样。就有网友为《叛逆者》粉丝自制海报叫不平,声讨《潜伏者》海报设计者抄袭。《潜伏者》海报设计师很快晒出海报设计图时间,并称早在2019年设计就已定稿,并得到剧方认可。而海报字体一样,是因为两部剧出自同一家公司。其实这个“乌龙”算是海报设计创意的撞车,建筑物倒置构图的海报在影史上比比皆是,《007:大破天幕杀机》《盗墓空间》等都有类似的创意,而且有的影片各种方向“摆布”建筑,营造复杂的空间感。很多电影海报都有建筑对称倒立的创意。《潜伏者》编剧余飞也发文称,鉴定抄袭是有门槛的,他看到过“反抄袭编剧抄袭”的情况,以及打官司告别人抄袭发现对方是买了版权的情况等,所以发表这方面的言论要谨慎。

原创崛起 但国产海报问题也不少


此前就有影视作品因海报跟别人的“一模一样”而引发官司和轩然大波的。2016年,动画《汽车人总动员》抄袭迪士尼动画《赛车总动员》的海报以及角色形象,被法院判定著作权侵权

配不上电影的品质,甚至不断地给好作品抹黑。

当下影视作品的海报创作已经从创意手法老套、得不到重视,到了一个好作品拼海报创意的时代。毕竟一张元素丰富、有创意有深意的海报,可以为投资巨大的影视作品带来足够的关注度。影视海报已从一张简单的宣传纸,变成了可以观察作品各种指数热度的重要工具,作品先行海报的发布能带起多少话题和讨论度,都有数据可参考。影视工业链条上的每一环都在细化和深化,影视海报设计也开始专业化,主海报、角色海报、人物关系海报、倒计时海报、业绩海报、收官海报等细分化海报都成影视宣发的重要物料。一些大片从立项开始,海报设计团队就入组,最终目的是为了设计出既有营销思维又符合电影气质的海报。尤其是这两年,《一秒钟》《我和我的祖国》《八佰》《刺杀小说家》《1921》等影片的创意海报让观众过目不忘,并引领一波海报创意新潮。

而相比电影海报花样百出、不断创新,国产电视剧海报则还处在互相模仿、不注重创意的阶段。国产剧的海报有多丑,是很多剧迷经常吐槽的问题。除了大制作、大题材剧以及口碑悬疑剧,大多数国产古装剧、都市剧的海报缺乏创意,尤其是网剧的海报“分不清你我”,总能出现多部剧海报风格撞车的情况。电视剧海报总是一种风格火了,就出现大量的模仿者,“拿来主义”非常盛行。有的网剧、网综互相指责海报抄袭自己的,最后被网友发现,其实也都是借鉴国外大片的创意。

最近《扫黑风暴》的片头用图出现版权纠纷,《风起洛阳》的海报中的团扇也出现版权问题,说明影视作品各种物料除了模仿、借鉴、互抄外,还存在复杂的版权问题,这些问题都需要片方、剧方、设计者以及整个行业去合力解决。创作者哪怕存在一丝侥幸和犯懒,参照别人的创意去设计海报,最终都可能反噬到作品的口碑上。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:徐静 美编:陈明丽