



画山画水画乡土 有盐有味有风情

■记者 杨心梅

构图饱满、造型夸张、色彩鲜艳、画风质朴……作为现代民间绘画形式的一种,农民画根植于传统民间艺术的沃土,不断吸收乡风民俗丰厚的营养和民间传统文化的精髓,有土中见雅、拙中见美、大朴不雕的特质。

在“中国民间文化艺术之乡”、四川省唯一的“中国农民画乡”井研,农民画这朵“艺术奇葩”含蕊飘香数年,其饱满的构图、夸张的造型、鲜艳的色彩、质朴的画风,给人强烈的视觉冲击和审美享受。

“画天、画地、画自己,画山、画水、画乡土”,井研农民画在生动表现农时、农事、农俗、农风、农景、农情的同时,也真实反映当代农民的生活形态和朴素感情。2007年,井研农民画被列入乐山市非物质文化遗产保护名录。作为井研农民画创始人之一、井研农民画代表性传承人的饶绍清越画越有劲,他说,希望有更多的后起之秀参加农民画创作,把井研农民画发扬光大。



《乡愁》

饶绍清 画



《茶林颂》

饶绍清 画



从乡土中来 “泥腿子”画家引来关注

井研农民画起源于上世纪60年代初期,从诞生以来,就以表现时代主旋律为主题,内容多为民间喜庆、纳祥招财等传统图案。半个多世纪以来,井研农民画先后盛装进京,远赴韩国,走进北大,巡展全国。发展至今,井研农民画已打造成为四川省对外文化交流名片、全国农民文化艺术“一村一品”优秀项目、中央宣传部确定的全国公益宣传文化品牌。

在井研农民画发展的道路上,饶绍清是被众人公认的“笔耕不辍、作品等身”。可在他的回忆里,和农民画结缘源于一个偶然的契机。“当时国内其他省份已经兴起农民画创作,我就自己尝试着画。后来有幸在昆明参观了一场农民画展,可以说如痴如醉,深受吸引。”年轻的饶绍清心想,这样的艺术形式为什么不能在井研也蓬勃发展呢?说干就干,他自开始认真琢磨起“井研味道”的农民画。

自幼学习中国画的饶绍清,其实并不是地地道道的农民,可为了画好农民画,当时在原分全乡担任文化站站长的他天天泡在田间地头,仔细观察农村生活和农业生产,与淳朴的庄稼人打交道,再将这些乡土生活和人文绘成艺术作品。成百上千幅作品从他的笔下源源不断流出,或见诸报刊,或频频出境,成为向外界展示井研农村新气象的窗口。“从提笔开始画农民画到现在,转眼已是一甲子,可好像都发生在昨天。”

“因为所处环境不同,每个地方的农民画在画风上都有其独特之处。比如陕西的农民画带有剪纸的味道,云贵高原

的颇具少数民族风情。”说到井研农民画为什么这么受欢迎,饶绍清十分自豪,“在井研,农民画多展示局部小景,色彩鲜艳、构图饱满、造型夸张、画风质朴,一看你就能明白展现的是什么,这样直白的艺术形式非常吸引老百姓。”

因为饶绍清的带动,不少农民文艺爱好者也鼓起勇气,提起画笔,井研农民画创作的队伍越来越大。井研县文化馆也向这门艺术投来了关注的目光,数期农民美术培训班开班开遍井研县每个乡镇。省市美术专家结合井研农民画创作讲授专业知识和技法,不少学院派的专业美术人才也加入井研农民画研究创作队伍,极大地提升了农民文艺爱好者的绘画水平。越来越多的农民文艺爱好者不再停留于单纯的爱好和模仿,转而大胆开始了自己的创作。

“泥腿子”画家们灵感如泉涌,作品如飞雪,成绩自然不能被辜负。上世纪90年代初,井研县城举办了首届农民绘画展,井研农民画逐步走出“深闺”,开始为外界所知。1992年,洋溢着泥土芳香的井研农民画走到乐山;1999年,代表四川亿万农民的井研农民画进京展出;2007年,井研农民画被列入乐山市非物质文化遗产保护名录,同时赴韩国专场展出;2008年,井研农民画成为北京大学第一次举办农民画展览的展出对象,实现乡土艺术与高雅文化的交流和对话……如今,井研农民画更是成为各大非遗节的常客,被各大博物馆收藏、搬上舞台,开发衍生艺术品等。



到生活中去 多彩画卷为时代“发声”

笔墨丹青讴歌新时代,多彩画卷绘就新景象。

从井研农民画诞生开始,它的存在就与井研风俗民情、农业生产、农村生活紧密关联。随着社会大环境的飞速发展和变化,井研农民画的内涵也在不断更新——城镇化速度的加快、大量农民外出务工或到县城生活,让井研农民画的内涵逐渐转变为以农村生活题材为主,符合时代审美情趣,其作品本身无论风格、水平均展现出新时代新农村的新风貌,成为了新农村文化繁荣发展的缩影。

今年2月,以饶绍清为首的6名井研农民画画家合力创作出长5米、高1.5米的巨幅农民画《乡村振兴百里橘香》。这幅迄今为止画幅最大的井研农民画画作,对以展现局部小景为特色的井研农民画而言,在发展道路上是一次巨大的自我革新,更是对井研新农村生活的全景展现。

饶绍清告诉记者,该作品以“产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴”为主题,以井研柑橘百里产业环线为背景,融合“柑橘园区、研溪

湿地、大佛水库、雷氏民居、三江白塔”等井研元素,描绘出井研县奋力实施“五大振兴”所取得的成就,将助力井研文旅发展、乡村振兴和全面小康。“井研农民画构图充实饱满,要创作这样一幅巨大的画作,就必须要有足够多的内容填充,这样的尝试对我而言很有挑战性。”

而在2008年首进北京大学开展之后,井研农民画这种乡土艺术,也打开了和高雅文化的交流之门。2012年、2014年,四川美术出版社先后2次出版井研农民画专著;2013年,井研农民画走进乐山师范学院,举办专题研讨会并被列为学校重点调研课题;2015年,井研农民画衍生艺术品先后亮相第十一届中国(深圳)文化产业博览交易会 and 第五届中国成都国际非物质文化遗产节;2016年,井研农民画推广教材



饶绍清在学校普及井研农民画



饶绍清(左)和画家们创作中

周末特稿

《井研农民画特色与技法》正式出版……越来越多的人被井研农民画所蕴含的乡土魅力所吸引,助推井研农民画蓬勃发展。“我的儿子现在也是井研农民画创作队伍中的一员,他是在专业院校学习美术之后再学农民画的。我很高兴看到有越来越多像他一样的年轻人认可农民画,创作农民画。”饶绍清说。

“曾经的井研农民画是对农村司空见惯的生活情景赋予独特的意义,让观者共情,如今的井研农民画则更多的是为时代‘发声’。”饶绍清表示,与时俱进是井研农民画创作的不懈追求。作为井研文化的一张闪亮名片,不可否认,农民画已是具有重大文化品牌价值的非遗产品,在其打造与传承上,井研从未懈怠。

(本文图片由井研县文化馆提供)



寻访乐山非遗传承人

“水墨寻道·诗意嘉州”

书画作品开展展

本报讯(记者 杨心梅)7月1日,“水墨寻道·诗意嘉州”书画作品展在市美术馆开展。市美术家协会20位书画家创作的200幅国画作品,为市民送上一份视觉盛宴。

气势磅礴的金口大峡谷、出淤泥不染的荷花、宁静的乌尤寺、清新的花鸟山水……当天上午,不少观众前往画展现场观看。记者注意到,参展作品中,有一组水墨人物画格外引人注目,其描绘主体并不是乐山人文,而是贵州苗族的岂沙部落。该作品作者熊火花告诉记者,作品是她多次前往贵州采风过程中创作的,因为生动描绘了岂沙部落的人物特点,作品得到了贵州美术界的认可和好评。

市美术家协会主席李开能表示,此次“水墨寻道·诗意嘉州”书画作品展是继2019年在贵阳美术馆展出之后,回到乐山的汇报展出,也是文旅融合发展的一次美术文化交流的视觉延伸。参展的书画家非常用心,通过对生活的体验、对社会的关切进行个人艺术创作,呈现出多姿多彩的面貌。



好文创更要有融合的功夫

■ 东原

人们耳熟能详的端午习俗中,除了吃粽子、挂艾草、戴香包、赛龙舟,还有哪些能让孩子们更多地了解传统节日的文化意蕴?今年端午节期间,北京一批老字号策划了相关主题活动,利用云课堂的方式讲述非遗知识,展现精湛技艺,其中包括多种文创产品。如一得阁墨汁推出IP联名款,采用俏皮呆萌的熊猫形象包装,让老手艺焕发出时尚范儿。(6月28日《北京青年报》)

现在,文创产业已经成了风口行业。拿故宫博物院来说,已经从一个传统的文化博物馆,变身成了超级文创IP。数据显示,早在2017年,故宫的文创收入便已突破年15亿元。文创产品的走红,从根本上讲,源于人们日益增长的美好生活需要,而市场对此做出了积极的反应。正如这个端午小长假,人们在很多城市都可以看到,端午文创已经突破了香囊、鸭蛋等传统样式范畴,产品越来越丰富,也颇受市民和游客的欢迎。

突如其来的疫情打乱了经济社会的节奏,文化产业同样面临着严峻的挑战。相对于其他文化产业,文创产品更容易借助互联网实现“腾云驾雾”。可以预计的是,文创产业有着巨大的发展前景,但这一切不会自动到来,值得思考的是,什么才是好的文创?

好文创,当然要有文化——顾名思义,文创产品就是“文+创+产品”,其中“文”,是放在第一位的。如果一款文创产品失去了文化,也就失去了灵魂,而一个艺人如果没有深厚的文化素养,就很难成为大师。这里有一个例子:扬州剪纸艺术家张永寿,一开始的作品还属于“剪样”的范畴,比如剪鞋样、剪刺绣样,后来,张永寿从中国古典绘画中寻出路,最终剪纸艺术得到了突飞猛进的发展。反过来讲,倘若透支品牌,去搞一些四不像的东西,恐怕火得快,凉得更快。

但好文创光有文化还不够。正如我们看到,很多文创产品,虽然标榜自己很有文化,有的还能上溯多少年,但市场并不认可,其中一个重要原因,就是在“创”上做得不够。美学家朱光潜说过,“老是那样四平八稳,没有一点精彩,不是‘庸’就是‘俗’”,虽是天天在弄那些玩意,却到老没有进步……一稳就定,一定就一成不变,由熟以至于滥,至于滑。”文化在于创造,必须要有创意,要给人眼前一亮,产生共情的感觉。

今天的“创”,还有与市场接轨的问题。任何一种产品,最终都是由市场检验的,即便是现在的非遗,也是当年的消费品,如果没有市场视角,只是活在自己的世界里,也就失去了文创的意义。尤其是现在,随着年轻消费群体的崛起,文创产品更应该与时俱进,研究年轻人的文化心理、消费性格,考虑他们喜不喜欢、能不能接受。同时,文创产品,还有一个传播和推广的问题。如何通过互联网的方式,采用短视频、直播带货等形式,拉近与消费者的距离,这是一个新的挑战。

这些年来,创新精神与工匠精神常被放在一起讲,文创也是如此,这个行业需要精益求精的工匠精神。仍以端午文创为例,不少样式都是前人留下来的,体现了一代又一代的传承。如果一款文创产品只顾追风口、蹭热量,忽视了对品质的追求,甚至走向了粗制滥造,恐怕也不会有什么未来。特别是对于从业者来说,一定要有工匠意识,耐得住寂寞,老实实在做产品。

一定意义上讲,一个好的文创从业者,既要懂文化、会创造、肯琢磨,还要融合“文化人+创意人+手艺人”的特征。这三者从来都不是分立的,现在对此提出了更高的要求,做好了这些,文创产业和从业者何愁没有光明的未来。