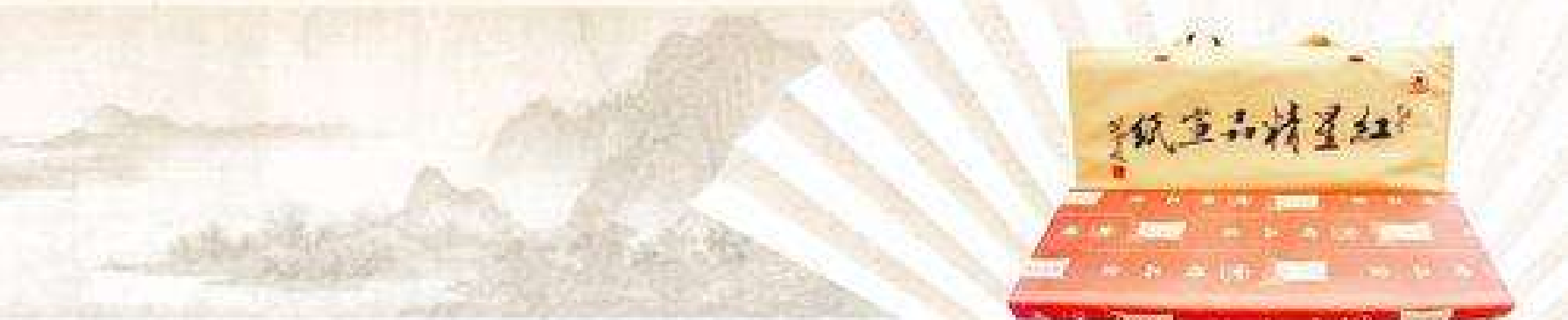


玉版光动毫 红星自生辉

——中国书画与宣纸

胡文军



民族品牌强国路④

宣纸与中国书画有着天然的联系。千百年来,被誉为“纸中之王,千年寿纸”的宣纸,因质地绵韧,质薄能坚,至厚能腻,不蛀不腐,搓折无损,利于书画创作及笔墨韵味的呈现,备受文人墨客喜爱。它与中国书画艺术共同发展,甚至决定性地影响了中国书画风格的变迁。作为中国造纸术的代表,宣纸既是承载中国文化记忆的载体,又是中华文明独具特色的文化。2009年,宣纸传统制作技艺列入《人类非物质文化遗产代表作名录》。宣纸的发展对坚定文化自信,坚守中华文化立场,坚持创造性转化、创新性发展,弘扬中华优秀传统文化具有不可替代的作用。

承千年技艺

宣纸源于唐代,产于泾县,因其隶属于宣州府而得名,传承至今已有一千二百多年的历史。

宣纸作为专有名词出现,最早见于唐代张彦远《历代名画记》。其卷二记载:“江南地润无尘,人多精艺……好事家宜置宣纸百幅,用法蜡之,以备摹写。”唐代,宣纸便被列为贡品。南唐后主李煜,曾亲自监制“澄心堂”纸,“肤如卵膜,坚洁如玉,细薄光润,冠于一时”,据称即由宣纸加工而成,谓之宣纸中的精品。

造纸术的发展,为书画创作提供了动力。唐代以前,画作多为绢本。唐以后,纸本画作渐渐多了起来,尺幅也越来越大。为了适应书画需求,其时便已明确区分生纸和熟纸。宋代,宣纸趋于成熟。目前公认最早的宣纸实物,为宋代张即之抄经册《华严经》(存于安徽博物院)。当时,宣纸不仅需求量大增,更为文人墨客所追捧。宋代诗人王令有诗赞曰:“有钱莫买金,多买江东西。江东西白如春云,独君诗华宜相亲。”文人的兴起,让宣纸有了更大的用武之地;宣纸技艺的逐步提升,又反过来促进了水墨写意的发展。明代,造纸业再次兴旺,宣纸声名大显,生宣特有的润墨性和渗透性,为书画家性情的抒

发提供了更广阔的表现空间,水墨写意有了长足发展,书画作品风格也更为多元。清代,宣纸在书画领域一枝独秀,宣纸的纸质、品种、技艺均有更大的创新发展,达到精美绝伦的程度。

从古至今,宣纸一直保持着纯手工制作的传统。宣纸传统制作技艺一共有108道工序,对水质、原料、器具、工艺等各方面都有严格要求。青檀皮和沙田稻草是宣纸的主要原料。根据用料配比、檀皮和稻草含量的不同,宣纸可分为棉料、净皮、特种净皮。按照加工方法,宣纸又分为生宣、熟宣、半生熟宣。每一种宣纸的柔韧性、湿染性、润墨性、艰涩性、轻灵性、胶着性都有所不同,落墨其上,自会随着书画家的心绪起伏,呈现不同的水墨效果。这是宣纸的奇妙之处,也是千年技艺得以传承的关键所在。

塑国纸品牌

乌溪,既是一个历史悠久的地名,早在东晋时期已经见诸史册;又是一条被文人雅士称为“中国宣纸河”的溪流名称。1985年,吴冠中先生曾写下《宣纸恋》,文中有这样的描述:农民爱水田,画家惜宣纸。念念不忘于宣纸的故里老家,挤时间去乌溪宣纸厂参观。泉水淙淙的偏僻山坳里的这家宣纸厂,历史可追溯到宋代末年。清嘉庆年间《泾县志》记载,乌溪“甘坑”所造纸为泾县之最,莹洁而耐久,远近传之。1949年底,新中国甫一成立,宣纸工人便利用原怀远庄宣纸厂厂址,在业内率先恢复了生产,商号“新生”宣纸厂。1951年10月,“泾县宣纸厂”开业,选用一颗红五角星代替了旧社会封口印上的“官”字,红星品牌就此诞生了,寄托着人们对宣纸业新生、兴旺的美好期待。

1954年,公私合营的安徽泾县宣纸厂成立,经多方对比选择,最终确定在自然条件优越、水源充足的乌溪建厂,并逐步把全县的宣纸生产力量集中到这里。自建厂之初,宣纸厂就把传承发展宣纸技艺、为艺术家服务视为品牌的使命。30多年间,这里曾是全中国唯一的一家宣纸厂。1957年、1983年、1989年,宣纸产量分别突破100吨、300吨、500吨大关,恢复了“罗纹”“白鹿(丈二)”“扎花”“龟纹”“露皇(丈六)”等历代名纸,全面恢复宣纸历史品种。1979年、1984年、1989年,红星宣纸蝉联三届全国质量金奖,不断突破自我,突破极限,创制新的品种,并于2000年首创二丈寸高宣,2015年成功开发三丈三寸高宣,满

足了书画家日益增长的纸张材质需求。宣纸与书画的生动互动,诞生了数不清的故事。远的不说,近现代刘海粟、李可染、黄胄、赖少其等一代大师都与红星宣纸深深结缘。1953年,荣宝斋负责人侯恺从北京长途跋涉来到泾县,历时两个多月,穿破了20多双草鞋,指导选址,帮助恢复宣纸生产;上世纪70年代,李可染先生向宣纸工人三鞠躬;赵朴初、启功、饶宗颐先后三任西泠印社社长分别题写“安徽省泾县宣纸厂”“中国宣纸集团公司”“中国宣纸股份有限公司”企业名称;中国国家博物馆为宣纸博物馆赠送一批乾隆宫廷老纸……这些趣闻佳话,在宣纸之乡和艺术界广为传诵。

从1951年泾县宣纸厂成立,到如今的中国宣纸股份有限公司,企业名称几经变换,但一代代红星人坚持“做好每一张纸”的理念没有变,坚持传承宣纸技艺、弘扬宣纸文化的信念没有变,服务于中国书画艺术家的意识没有变。在书画领域,红星品牌始终熠熠生辉。老一辈书画家迄今仍习惯性地把这个皖南山区的老字号称为“泾县宣纸厂”“乌溪红星厂”,把董事长、总经理称为厂长,这正是对品牌传承的认可与褒奖。

谋创新发展

做宣纸技艺和工匠精神的坚定捍卫者和弘扬者,是红星人的立身之基,也是我们的文化立场。党的十八大以来,在文化大发展大繁荣的形势鼓舞下,我们提出了“做好每一张纸,为中国文化发展做贡献”的响亮口号。为了“做好每一张纸”,我们从各个环节发力,建成了万亩青檀林基地,100万斤燎草加工基地,建成了檀皮集中蒸煮和黑液综合利用项目,实施了产能提升技改项目,培养了两名“大国工匠”、4名中国宣纸大师、3名全国劳模、3名省级工艺美术大师,企业自主评聘了100多名宣纸技师和高级技师,培养了年轻学员约170名,破解了传承、原料、环保、产能等瓶颈难题。作为传统文化产业的代表,我也光荣当选中共十九大代表,两名员工曾当选五届全国人大代表。

由生产制造而弘扬文化,红星宣纸站位层次更高了,发展手笔更大了,与美术的结合也更紧密了。如今的中国宣纸股份有限公司,成了中国美术家协会、中国国家画院和全国八大美院的创作写生基地,并在全国八大美院设立了“红星宣纸奖学金”。我们还坚持每年组织一个大型活动:2015年承办了中国

美术家协会年度工作会议、举办了中国宣纸博物馆开馆仪式;2016年承办中国美术家协会深入学习贯彻习近平总书记文艺工作座谈会重要讲话精神第六期专题研讨班;2017年承办“泾上丹青”等展览。这一系列在全国有较大影响力的活动,将广大书画艺术家吸引到泾县,泾县成了广大书画艺术家进行艺术创作的基地与家园。我们还投资1亿多元,建设了1万多平方米的“中国宣纸博物馆”,大力发展宣纸研学游、亲子游、国学体验游、创作写生游,年接待海内外游客近20万人次。

谈起宣纸,很多人觉得它是阳春白雪,是书画家使用的,是小众文化,与普通人关系不大,宣纸文化缺少大众的理解与参与。这也成为宣纸产业做大做强最主要的制约因素。郭沫若评价,“宣纸是中国劳动人民所发明的艺术创造,中国的书法和绘画离了它,便无从表达艺术的妙味”。红星人要坚持人民导向,满足人们美好生活对传统文化的需求,让更多人尤其是90后、00后了解宣纸。只有走进老百姓生活,宣纸才有更大的发展空间。

新时代,传统产业需要创新发展、突破发展。在坚持一流书画家服务、坚守高端与正宗的前提下,按照党的十九大报告“坚守中华文化立场”的要求,红星人努力抓住中式生活潮流兴起的机遇,在中国人的生活方式中寻找宣纸的位置,为中国人的生活方式提升文化品位,以此发展宣纸产业。下一步,我们还将以“中国特色,世界唯一”为目标,建设中国宣纸小镇;服务于中小学书法进课堂;积极把握“一带一路”机遇,拓展海外市场;抓住国家重视古籍保护、修复和出版的机遇,筹备举办首届中国宣纸出版论坛。发挥宣纸“纸寿千年”特性,研发古籍修复、印刷专用纸,恢复宣纸在古籍出版中的作用与地位;进一步走出去,让宣纸文化走进千家万户;以现有中国宣纸文化园为基础,提升宣纸文化体验功能与设备,开发系列文化体验产品,开发宣纸文创与衍生产品,在北京等大城市逐步开设系列宣纸体验工坊,传播宣纸文化。

新时代的红星人,正在党的十九大的精神指引下,争做“文化自信”的坚定实践者,让更多的人通过体验宣纸技艺喜欢上传统文化,让更多的人重拾汉字书写传统,努力为中国文化发展做出应有的贡献。

(作者为中国宣纸股份有限公司董事长)

配图设计:蔡华伟



设计驱动城乡交互

有关“设计丰收”的探索

姜永琪

乡村振兴是一个历史过程,必须具备战略定力,久久为功。早在2002年上海获得世博会主办权,并以“城市,让生活更美好”为口号时,我便产生了乡村价值在过于强调城市化过程中被忽视的担忧,决定发起一个实验性项目,探索中国城乡互动的可能性。这个项目,即已经持续了11年之久的“设计丰收”。

城市和乡村虽然代表了两种不同的生产和生活方式,且各有其优缺点,但二者仍是一个有机整体。现在产生的很多城市问题和乡村问题,很大程度上在于将二者割裂开来分别对待,从长远的角度看,只有将城乡当作一个有机整体来考虑,才可能实现资源互换,推动城乡共荣。好的城市和好的乡村,都会让生活更美好。乡村生产生活方式背后蕴含着丰厚的经济和人文价值。因此,我们希望通过重新定义问题,用设计思维在乡村寻找可持续发展的新动力,这种新动力可能是我们单一城市化之外的一种全新的选择。

仙桥实验——针灸式的可持续设计方略

设计作为人类有意识创造活动的先导,是驱动创新、实现资源升级利用的有效手段。城乡资源和需求链接背后,实则是一个巨大的经济和创业机会,设计和设计思维借此介入其中,可以创造一个城乡共荣可持续发展的新思路。在这里,需要解决的设计挑战,是如何通过设计,实现人才、资金、知识、技能、就业岗位等方面的城乡交互。从更大的层面来说,激活乡村与城市不同的生活和生产方式,应该可以酝酿出一个巨大的新经济体系。

基于上述思考,我选择崇明岛作为我们的实验基地,原因在于崇明既是上海最大的农业基地,也具有国际生态岛的声誉,很容易聚集全世界的智力共同思考如何实现城乡交互寻求解决策略,实现众创分享。项目得到当地政府大力支持。至于具体选点,我们希望其能够满足三个条件:一、交通方便;二、没有特殊资源;三、要有愿意改变的人,特别是乡镇干部。最终我们选择了暨新镇仙桥村为实验点——当时,还没有桥,仙桥村几乎位于两个轮渡站中间,是一个非常普通的村子,既没有名人也没有特别的风光,但实验项目得到当地镇政府和村政府一致认可,并与我们开始长达11年的合作。

选择仙桥,对我们来说既充满机遇也充满挑战——如果能把仙桥盘活,就能以其为典型向更大范围推广。项目启动后,最初的三年以研究为主,通过开展田野调查、国际设计工作坊、研讨会等形式,吸引了世界各地20余所大学和企业参与进来。通过研究,我们更深刻地认识到了这个村庄,发现了很多有价值的机会点,并通过战略设计、环境设计、产品服务设计、产品设计、传达设计、品牌设计、商业模式设计等多种设计方式,探讨将其实现创新转化的可能性。这些都成为我们以设计驱动城乡交互和积极的乡村变革的基础。

从2010年开始,我们决定落实想法。通过对之前提出的解决策略删选,我们决定基于“针灸式”的设计策略,即通过小的、相互关联的一系列设计介入项目,激活城乡资源、人才、资本、知识、服务的交换和互动,激活乡村潜能,推动系统性改变,如同对关键穴位针灸来实现对整个机体的调适。这些项目包括用自然农法耕种农场,出产农副产品。例如,我们对村里的6个大棚进行改造,将其中一个用来开展活动,以解决村里缺乏灵活开放的大空间问题。在大棚里,我们尝试设想各种不同的商业模式,包括乡村知识交换、培训、亲子、养老等。同时,我们改造了几间空置的农用房,分别叫“田埂”“禾井”和“花瓦”,成为扩大乡村吸引力的平台。自2015年开始,“设计丰收”和“奔放艺术家”合作策划“流变——艺术家驻村”项目,通过涂鸦、创作等形式推动艺术和设计植入乡村,以活化乡村文化和经济。

除了实体平台,我们也建立一些数字平台,以更好地链接消费者和乡村资源。这几年,我们组织了非常多

的活动以测试商业模式,看城市里的消费者是否愿意或者以什么样的方式进入。这些逐年建成的“原型项目”,慢慢形成了一个“小而互联”的系统,通过改革乡村这个供给端,创造了新需求、新就业、新业态和新模式,助力年轻创业者到农村创业,创造一条基于城乡交互的新经济、新模式、新就业的可持续发展新路。

发展愿景——从个体创意到社会创新

如果用数学象限来定义“设计丰收”,它是在两条轴线限定的四个象限里展开的,横轴是城市和乡村,纵轴是虚拟和实体。我们从乡村和实体这两个象限开始,向其他几个象限拓展,前期思考如何把城市资源带到乡村去;现在思考如何把乡村资源带到城市里来。目前计划的重点是都市农业和农产品流通服务,特别是基于都市农业的新业态,如餐饮、办公、学习、零售、娱乐等,在观念、生活和经济上改变大众对农业和城市的二元认知。

现在,这个项目已经走出研究室,由一群青年人开始创业尝试。尽管道路艰难,但已经开始逐步前进,我相信一定可以做成。这种全新的经济模式和市场,需要大量的“游戏规则重新定义者”,即需要更多有创业精神的青年人加入到这个改变社会的进程中。不管是“新农人”还是大设计,创业都是带动社会发展的新鲜血液,尤其是在“大众创业、万众创新”的当下,创业者更应以自己的思维来思考时代发展,把握时代机遇开创一片新天地。

项目开展至今,已获得社会广泛关注,但并未被准确认知。现在有不少媒体将“设计丰收”视为新农村、桃花源等,其实这都不是项目本质。“设计丰收”实质是一个创业项目,致力于开启一个具有自我造血功能的商业模式;同时也是一个平台,聚力更多人在这个平台上施展才华、贡献智慧,推动乡村振兴与社会创新。

在这个项目里,大学是作为一股积极改变社会的重要力量存在的。项目启动时,很少有设计学院扎根乡村工作,而现在越来越多的设计院校加入到城乡互动和乡村改造的方阵中。将社会大问题的解决同教育、研究和社会服务结合起来,也应该是未来大学发展的重要方向。作为一项持续展开、不断拓展的实验探索,“设计丰收”项目的未来,除了在城市展开都市农业、食品流通体系、城乡社区交互和介入等工作,也希望能够实现个体的、专业的创意逐步走向大众日常生活的创新,进而汇聚成一个巨大的社会创新。“设计丰收”的愿景是搭建一个巨大的“设计驱动的城乡交互”众筹众创、创新创业的生态社群,在这个社群里,人人都怀揣理想,针对中国城乡发展不平衡问题,通过主动介入和创新创业,为中国“三农”问题和城乡可持续发展提供创造性的解决策略。

“新农人”,大设计。我相信,这个领域将会是中国创意的一个巨大舞台,也将是中国设计对社会发展、甚至是对世界文明的一个贡献。

(作者为同济大学设计创意学院院长)

作为中华民族的“国粹”,中国画正以崭新的姿态积极与世界对话。经过改革开放40年的嬗变,在上世纪中国画变革中异军突起的当代水墨,深植于当下的社会形态、文化思潮、视觉经验与心理诉求,成为反映中国当代艺术精神的重要类型。新时代,随着文化交流的日益频繁、创作媒介的不断拓展,当代水墨展现新的活力,走向更广阔的探索空间。厘清当代水墨的演变路径和演化规律,对于审视其优劣、推动其健康发展无疑具有重要的现实意义。

经历了上世纪的“85新潮”美术等一系列探索,水墨画从题材内容、审美取向、表现方式等方面完成了从传统向当代的演进——从淡泊超逸的出世情怀转向浓郁热切的入世精神,从构思立意的主导古法转为现实取景的写生创作,从注重叙事转向日常经验阐发,从笔墨情趣的抒发转向视觉张力的建构,逐步进入充满多种可能性的开放结构之中。在这种开放结构中,当代水墨立足于横向借鉴与纵向继承两个维度,一方面努力向外拓展,充实水墨表现形态;一方面积极向内寻求精神支撑,在对传统中国画精神的观照中建构起现代文化内涵和审美观念。当代水墨延展出现诸多形态,呈现出多元化发展

面貌。

由于充满多种可能性探索,当代水墨并未被准确定义。就当下所付诸的探索而言,当代水墨主要呈现为两个走向:一是注重对当下感受的抒发——画家从泛泛的表意抒情转向对日常经验的发掘,摒弃空洞的表现而强调感受的

当代水墨要“破”更要“立”

韩立朝

真实性,力图表现具体情境中人的精神状态和审美诉求;二是重心从“画什么”转为“怎样画”,重视绘画语言的个性化和时代感——多数画家不再囿于传统的创作方法,大胆取法,不断于水墨媒材中融入新的表现元素,追求形式的当代意味与中华美学内涵的创新性转化,以带来全新的审美体验。

沿着这两种走向,当代水墨主要呈现为现代型水墨和实验型水墨两种形态。前者在坚守民族文化本位意识的基础上,将现代艺术形式美感与水墨材质固有特性相融合——既继承了传统笔墨重视生命与灵性、气韵与意境的精

神特质,又在一定程度上改变了传统的笔墨程式和结构关系,呈现出符合当代人视觉经验和审美取向的艺术面貌,具有承前启后的现实意义。后者强调观念先行并融入水墨媒材创作,力求颠覆传统中国画范式,甚至以带有哲学思辨和文化隐喻的形式来对应艺术变革。

相对于现代型水墨,实验型水墨图式化意味明显,试图建构起一种超越东西方艺术界限的艺术形式。

40年来,业界曾对当代水墨有不少诟病,主要原因在于改革开放之初,一些画家在求新求变的艺术思潮中,极力反叛传统,大量融入西方绘画元素,导致作品好似西方艺术的翻版,其原创性也受到质疑。伴随着国家弘扬中华优秀传统文化的举措,致力于当代水墨的画家也开始反思该何去何从,从而水墨变革伊始所具有的革新激情逐渐演化为平和的、深入的对水墨艺术的探究,多了一份理性与思辨色彩。现代型水

墨所彰显的根植传统的意识和对中华美学精神的理想追求,以及当下越来越多的实验型水墨不再大量挪用西方观念而更加注重对中国艺术精神的理解、体悟与表达,都显现出当代水墨对自身的反思和民族文化意识的深度觉醒。

作为笔墨中心主义受到挑战后艺术上大破大立的探索,当代水墨所做出的尝试无疑具有积极意义——以纯中国画的媒介,构建一种不同于传统中国画、符合当下审美经验且能够走向世界艺术图式。值得不断反省的是,艺术形式始终需要依附于艺术精神,民族绘画始终应以葆有民族特色为宗旨。作为艺术随时代演进的结果,当代水墨内含水墨精神,以及在继承中创新并融入世界潮流的精神价值和文化理念,这使其既具有吸纳世界不同艺术观念的可塑性,又具有对传统进行创新转化的结构,因此其发展既面临机遇也充满挑战。尤其是在各种文化思潮的激荡中,当代水墨不能一味追求形式创新而削弱精神表达。与中华文化特质保持一种逻辑关系、具有水墨精神的当代水墨才能自立于艺林。

