

她从南平市剪纸非遗传承人摇身变成全国“首批乡村网红优秀人才”

——“剪”芳华别样红

□本报记者 姚雨欣 通讯员 徐华山 文/图



黄丽萍创作的朱子卡通建盏烧制技艺剪纸



近日,在顺昌县一场70多人参与的剪纸培训活动中,一位年近六旬的大爷人生首次尝试剪纸手工活。在老师的指导下,他顺利剪出一幅玫瑰花作品:“我要将它送给我的老伴,她一定很惊喜。”



载,是南平市剪纸非遗传承人、南平市工艺美术大师。今年1月6日,全国“乡村网红”培育计划暨“汇文采”文化惠民行动计划启动仪式在哈尔滨举行。由省选送的黄丽萍、仁青郎加、被文化和旅游部全国公共文化发展中心评为“首批乡村网红优秀人才”(全国仅18名)。



老与新的转化

前往哈尔滨领取全国“首批乡村网红优秀人才”荣誉时,千里冰封的景象勾起了黄丽萍的回忆。

“2021年冬天,顺昌罕见地下了雪。我把自己身着《龙凤鸾袍》剪纸服装在宝山雪景中拍摄的视频发到抖音上,获得1008个赞、193条评论。”黄丽萍说。

在这次为乡村网红评选准备的作品中,就有这件剪纸服装。长10余米的《龙凤鸾袍》全套服装,由凤冠、霞帔和裙装组成,华美呈现了凤穿牡丹、鲤鱼跃龙门等具有中国传统文化美好寓意的图样。

“我很早就有创作剪纸服装的想法,并先后剪了7套不同风格的作品。其中,《龙凤鸾袍》完成度最高。能与全国各地的网友分享自己的热爱,我感到十分欣喜。”黄丽萍说。

其实,在家乡顺昌,黄丽萍早就“连卖菜阿姨都知道”的文化名人了,许多人称她为“剪纸狂人”。

“儿时看奶奶拿着红纸和剪刀,三剪两剪,一只只小鸡、小狗就‘跳’出来,真是羡慕极了。”幼时的黄丽萍,便对剪纸充满了迷恋。

长大后,她翻阅了大量的剪纸书籍和报刊,并经常踏上寻访国内剪纸名家的路途。从热爱到精通,2005年以来,她已在多家报刊发表了1000多幅剪纸作品,相关作品获中国剪纸艺术节优秀奖、“争艳杯”铜奖、厦门文博会最佳传承奖等。

与此同时,她积极承担当地的公益剪纸教学活动。在其多年培训下,顺昌学习剪纸的爱好者已达3000余人,她也连续五年被评为南平市优秀教师。

中国剪纸分成很多流派,而顺昌剪纸具有典型的南派剪纸技法特色,以精细见长。作为闽北剪纸(顺昌)新一代传承人,黄丽萍还经常思考:如何将老手艺玩出新花样?

她运用水彩颜料点染或套色作背景,用广告纸作拼色,结合传统剪纸,加入现代创意设计,以本土大圣文化、宝山风光为主,设计出邮票、书签、包、杯子、灯



快与慢的纠结

一张纸,一支笔,几乎没有停顿,纸上很快就被花繁复的线条和图案铺满。然后,左手拿纸,右手拿剪刀,用网友的话说,“一顿操作猛如虎”,一幅精巧可爱的作品就跃然纸上,整体外轮廓呈现出“福”字,“武夷”二字居于左上角位置,可爱的卡通大圣形象居于“田”处,花繁多的桃子、祥云等图案巧妙地在各处点缀……

通过视频,黄丽萍分享了创作大圣福文化剪纸的全过程,行云流水的操作让网友连连点赞。通过网络的流量加持,她的“剪纸朋友圈”不断扩大,也迎来了更多的跨界合作机会。

“很多省外的网友和单位通过视频看到我的剪纸作品,竟然变成定制合作的客户。而与他们的合作,也是灵感的碰撞,以前我从未想过还能剪新能源、游戏人物这样的新题材。这些合作不仅打开了思路,也打开了财路。”黄丽萍说。

她与中广核新能源湖北分公司合作,创作了一幅扇形剪纸,画面中央是成排的太阳能发电板和风力发电装置,背景点缀着阳光和云彩,正上方的“福”字还蕴含“八闽来贺”字样;与广东欢喜斗地主游戏公司合作,将游戏人物转化为剪纸形象,作品中还有春节的元素,整体画风可爱灵动。

近年来,黄丽萍积极挖掘非遗的经济价值,开展个性化剪纸商品定制,推出的窗花、摆件、服饰、商品logo、包装等得到市场认可。

2018年,她创立了黄丽萍剪纸艺术有限公司,目前共有3个工作室,团队30余人。“这些年,随着业务量越来越大,我聘用了不少员工一起完成剪纸制作工作,还带动当地家庭困难的村民参与进来。”黄丽萍说,一些村民因身体原因行动不便,她便亲自上门授课,安排他们在家完成订单。

2019年,由于黄丽萍对地方公共文化发展带动作用明显,当地主管部门将顺昌城市记忆

馆委托给她管理。依托该平台,黄丽萍开展了多场线下文化活动及线上教学直播,将剪纸技艺与公共文化发展更加紧密地结合在一起。

红了以后,产业规模逐渐扩大,社会效益逐渐凸显,剪纸变成了改善他人生活甚至带领他人创业致富的抓手,这让黄丽萍很开心。不过,手作技艺与网速相比,始终是门“慢活儿”。在这场前所未有的手速与网速的较量中,黄丽萍不得不接受“慢”的现实。

“太慢了,剪不完。”黄丽萍告诉记者,今年春节前,她满心欢喜接到十几个订单,然而快乐的心情很快变得沉重起来,因为任务难以完成,“大年三十晚上我和团队还在赶制剪纸”。

“熬再多的夜,也难以解决问题。如何优化团队力量,让生产能力足以匹配网络流量带来的机遇,成为亟待解决的问题。”她说。

遇到这种困境的乡村网红,并不只黄丽萍。武夷山的沈丹,抖音粉丝超2000万名。此前,她未曾想过自己用小镜头记录的乡村生活会被那么多人关注,更没想到短视频分享还可以带动家乡农产品的销量大增。

“有了前端的流量打开市场,后期的生产、物流、售后等产业链如何匹配,都是乡村网红成长路上的难题。”沈丹说,“个人力量始终有限,我经常思考如果有一天我不火了,靠我带货卖农产品的乡亲们怎么办。后来我意识到,授人以鱼不如授人以渔。”

如今,沈丹积极推动、帮助产区农户学习短视频创作和发布,培育更多知农爱农、有独立造血能力的互联网新农人。

“经过不断探索,我意识到,流量和内容真正的价值并不在于带一波货,而是通过视频内容,让更多人了解家乡风采、产品优势及风土人情,让产品变得更生趣。对于一个地区的产业链来说,这是长远而利好的事。”

科学平衡网络之“快”与现实之“慢”,让短视频产生长效效益,让乡村网红发展模式更具可持续性,也成了黄丽萍努力的方向。

“网红展示的是一个人的形象,但绝不是一个人的单打独斗。建立有机配合的团队,极其重要。”黄丽萍说,当前,她正积极招聘美工、设计师等成员,增强团队力量,以为后续更好地发展作准备。



虚与实的思辨

借助移动互联网,更多人看到了黄丽萍的作品。但一些网友的评论,也激发她认真思考乡村网红这一身份的意义与责任。

“有网友留言说,不愿称我为乡村网红,更希望叫我黄丽萍老师,因为他们觉得‘网红’未必是褒义词。在他们看来,网红群体鱼龙混杂,传播内容相对低质。”她说。

自抖音、快手引爆网络以来,各类短视频平台上涌现出大量的乡村主播,“三农”题材内容更是炙手可热。快速上升的热度和有序管理的缺失,引发了诸如“网红设立虚拟人设,其实是在演戏赚流量”之类的乱象。

“‘网红’存在一些不好的解读和联想,但难道我们就要为此放弃这个身份吗?不!这反而说明需要更多有正面示范作用的乡村网红走上舞台,更积极、更广泛地传播优秀文化。”她认为,乡村网红的名气是虚的,但要去做的工作、要担的责任却是实的。

“乡村网红是有根的,是与故土相伴成长的。乡土特色与网络特性,为我带来了走红的机会。小有名气之后,更需怀有敬畏之心。能以乡村网红的身份,讲好家乡故事、传播正能量,我十分珍惜。”她说。

在全国“乡村网红”培育计划暨“汇文采”文化惠民行动计划启动仪式上,黄丽萍结识了更多志同道合的乡村网红。

由省选送的乡村网红、西藏昌都藏族小伙仁青郎加,用唐卡作画作品述说闽藏协奏山海歌的故事。此外,有的乡村网红用动人的歌曲邀请网友到东北做客,有的乡村网红用视频直播形式带领游客“云游”北京密云古北水镇……

据悉,全国“乡村网红”培育计划自2020年下半年启动以来,已累计培育百余位乡村网红。他们利用多种形式,参与展示家乡美景、民俗风情以及农产品直播销售等活动,让家乡风采被更多网友所看到。

有学者指出,乡村网红现象是移动互联网时代我国乡村文化的新景观。他们展示了中国乡村充满生机、蓬勃生长的文化发展活力,反映了中国农民积极乐观、努力向上的精神风貌,表现了具有地域特色、民族风情的文化多样性,是充满正能量的乡村草根文化力量。

“参加颁奖活动时,我发现有些乡村网红有专门的摄影师随行,这也让我感受到自身在短视频创作能力和互联网传播能力上有所欠缺。如果说我在剪纸艺术方面算得上一名合格的老师,那么我在视频制作上还只是一名刚入门的学生。”黄丽萍坦言,当前,自己发布的短视频多为自己拍摄再简单剪辑,制作相对简单、粗糙,各个作品也缺乏统一的风格,一定程度上影响了传播效果,她也正在寻求突破之道。

结合“网”之特点,探索“红”之渠道,并通过全网联动,以直播、短视频等融媒体传播方式推进城乡公共文化服务体系一体建设,建立线上线下融合发展的公共文化产品供给体系,正成为黄丽萍、仁青郎加等全国“首批乡村网红优秀人才”肩负的新使命……

图片说明

- ①黄丽萍在拍摄剪纸教学视频。
- ②仁青郎加(左)、黄丽萍(中)等乡村网红合影。
- ③黄丽萍展示自己的剪纸服装作品。

