

肖像画展致敬劳模

劳动创造价值,奋斗成就梦想。在“五一”国际劳动节即将到来之际,我们用一场画展致敬劳模,感受劳模精神。4月26日,《与共和国同行——青岛百位劳模肖像画展》在即墨区万宝楼美术馆举行,惟妙惟肖的劳模形象传递着“爱岗敬业、争创一流、艰苦奋斗、勇于创新、淡泊名利、甘于奉献”的劳模精神,令人感动。此次展览由青岛市总工会、青岛市文学艺术界联合会主办,青岛市人物画学会及万宝楼美术馆承办。

劳动模范是广大职工和劳动群众的杰出代表,是先进生产力和先进文化的创造者,近年来我市涌现出一大批劳动模范和先进工作者,他们在各自不同的工作岗位上踏实肯干、兢兢业业为我市的各行各业的快速发展做出了积极的贡献,为广大职工树立了学习的标杆。此次,市总工会携手市文联,以劳模肖像画展的方式组织广大干部职工学习劳模、争当劳模,用劳模的先进思想和模范事迹去影响、带动职工群众,充分调动职工的积极性,并把这种积极性引导到促进生产发展、更好的完成各项任务上来,争取涌现出更多的爱岗敬业、务实求干的劳动模范。

据介绍,此次画展从筹备到展出,历时一年多的时间,中国美协会员、青岛市美协人物画艺委会副主任卢明主动请缨担当起了这项活动的主理人,并一人绘就了31位劳模的肖像画作。“这是一项光荣且艰巨的任务。”卢明在接受记者采访时表示,从专访劳模、组织画家、创作绘画……事无巨细,为百位劳模绘就肖像画,不仅绘画对象数量巨大,同时对画家也提出了更高的要求,“他们是生活在我们身边的劳动模范,因此为他们画像的过程中,不仅要求达到形似,更要神似,在表现手法上要求写实,同时还要赋予情感内涵。”卢明与其他创作者在绘画之前做了不少的案头工作,“为劳模画像,首先要了解他们的事迹,同时对他们的工作场景也要极为熟悉。”创作过程中,卢明与其他绘画者走到劳模身边,或是对谈,或是体验,用最为鲜活且具真情实感的笔触描摹出他们的高大形象,“有时候也会参考总工会提供的劳模照片,但绘画



劳模肖像之郑守仪。



劳模肖像之李桂美。



劳模肖像之许振超。



劳模肖像之张启荣。

创作的过程绝不仅仅是临摹复制,更重要的创作过程在于了解劳模们的感人事迹后,结合他们的工作场景进行二度创作,用画笔将他们身上的独特气质予以呈现。”

卢明坦言,在自己绘画的劳模肖像画作中,有医务工作者,有清洁工人,也有四方机厂的工人,职业岗位不同,人物身上的特质也有所不同,但共同的是他们对于工作的满腔热爱与无私奉献。卢明在创作的过程中也在感受着劳模精神,“正所谓是下笔如有

神,受到劳模们精神的感染,笔下的线条和笔墨也变得崇高起来。”卢明坦言,用情感推动笔墨,带着崇敬的精神去描绘劳模,也是自己在创作过程中的收获,“作为一名文艺工作者,要用手中的笔墨不断描绘新时代的美好图景,创作出更多更好的作品。”

目前,《与共和国同行——青岛百位劳模肖像画展》将于五一假期在即墨区万宝楼美术馆展出,后续还将陆续举行巡展,将劳模精神传递到更多的地方。

观海新闻/青岛早报记者 周洁
受访者供图

西海美术馆双展上新

4月28日,西海美术馆全新推出两场重磅展览,“安东尼·葛姆雷:有生之时”(4月28日—12月10日)与“姜明姬:天地”(4月28日—7月),邀请岛城观众在即将到来的“五一”用艺术生活点亮美好假期。

“安东尼·葛姆雷:有生之时”为西海美术馆年度重磅大展,艺术家安东尼·葛姆雷将带来一场关于身体与空间的雕塑艺术盛宴,展览沿着“作为空间的身体”的研究线索,引导观众走进艺术家直面人类于宇宙万物间立足点的本源性思索之旅。

安东尼·葛姆雷作为当代最具国际影响力的艺术家之一,因其探索人体与空间关系的雕塑、装置和公共艺术作品而受到广泛关注。本次展览所汇聚的作品贯穿艺术家近40年的创作生涯,展开前所未有的作品对话,多件重要作品首次展出,是安东尼·葛姆

雷迄今为止在亚洲最为全面的创作呈现。展览由中国美术家协会主席、中央美术学院院长范迪安担任策展人。

伴着春日私语,百花烂漫,艺术家姜明姬也献上一份饱含自然力量的艺术赞礼,身为韩裔旅法的著名当代艺术家,她的作品富含诗意和哲理,让观众得以窥探自然世界的神秘维度,在不知不觉间,踏上心灵朝圣之旅。此次展览“姜明姬:天地”是本届“中法文化之春”艺术交流项目之一,由法国前总理多米尼克·德维尔潘担任策展人,为公众呈献约90幅作品,包括艺术家在上世纪60年代到80年代完成、甚少公开展出的珍品,以及新近完成的新作,是继2011年在北京皇城艺术馆举办画展后,与中国观众的一次久别重逢和全新际遇。

除展览外,西海美术馆还将为观众全方位打造一站式艺术生活新体



西海美术馆展览海报。

验,临海而设的美术馆餐厅、集合设计师好物和展览文创的艺术商店等,都将为岛城观众带来不一样的假期时光。

观海新闻/青岛早报记者 周洁
西海美术馆供图

热播剧捧红青岛墨水河

文/王学义

因为一个“谐音梗”,热播剧《长月烬明》带火了蚌埠旅游。包括青岛在内的多地文旅部门,争相展开花式推介,努力为“五一”小长假再添一把火。

《长月烬明》跟蚌埠有什么关系?在这部剧里,战神冥夜和蚌族小公主桑酒之间的虐恋牵动人心。而蚌埠敏锐捕捉热点,结合“珠蚌迎宾”“火凤凰”的民俗典故进行宣传推广,让蚌埠再次走进公众视野,游客人数倍增。官方数据称,近日该市“两山一湖”夜市经济集聚区各景点,日均接待突破12万人次。该市还将趁热打铁,推进“禹荟里”美食城工期,计划于“五一”前开业。显然,蚌埠尝到了甜头。这也激发了很多城市的热情。比如,青岛市文旅局就在相关话题下,推介剧中同名的墨水河。

一部剧带火一座城,此前不乏先例。最典型的就是,今年年初《狂飙》带火了电视剧的取景地江门市。很多人都被剧中的“京海市”所吸引,想去看看那些充满广府风味的街景、南洋风情的骑楼群以及烟熏火燎的小馆。连同高启强和安欣所吃的“猪脚面线”,都成了网红食品。热剧所带来的流量,令人叹为观止。

在上个世纪,波普艺术家安迪·沃霍尔,曾对未来做出两个相互关联的预言:“每个人都可能在15分钟内出名”“每个人都能出名15分钟”。当时,他的预判还是基于大众传媒的现实。而今,在互联网大数据以及AI算法之下,这已经不难实现。事实上,无论江门还是蚌埠,其体现的不仅是热剧的流量,也是强推广的威力。通过密集的宣传以及精准的投放,在一段时间内锁定公众眼球。同时,从官方层面为文旅开辟通道,提供交通等各种便利,乃至根据剧情设置景点,从而将城市与热剧进行绑定,形成新的文旅IP。这样的做法会很快见效。

利用影视进行城市营销,这不是为了面子乱花钱,而是一种能力。如今,人们面临的是海量信息,好酒也怕巷子深。越来越多城市懂得这个道理,主动出击、创意营销。与影视营销相类似的,还有文旅局长出镜拍摄短视频,为家乡代言等。最近全网爆火的淄博烧烤,也是典型案例。无论蚌埠、江门,还是淄博,其实特色一直都在,只是突然间火了。原因就在于抓住了机会,找到了合适的切入口,实现了为城市引流。

通过影视为城市引流,青岛有着得天独厚的优势。作为中国第一个世界“电影之都”,青岛早已成为国内影视产业中的重要一环。《手机》《青岛往事》等影视剧中都有青岛美景。近年来爆火的《送你一朵小红花》《警察荣誉》等,又让珊瑚贝桥、太平山索道等成为“网红打卡地”。唐国强、黄渤、黄晓明等一大批明星生长于斯,仅青岛39中就走出数百名明星和演员。日前举行的2023青岛影视周,更吸引了整个行业的注意。这样的优势,是很多城市所不具备的。当然,作为世界著名旅游城市,青岛早已是一座网红城市。现在的情况在于,如何让青岛能够更红,以及如何让除了海边一线之外的郊区各区市也能走红,这是值得我们思考的问题。而且,对于城市来说,红只是第一步,更重要的是将流量变成“留量”。那考验的将是服务水平,还有城市综合实力。懂得借力,做好服务,优化生态,让城市出圈,并且出彩,这越来越成为一门必修课。