

农业科技新成果绘画艺术应用于涉农企业品牌文化建设的研究

洪勇辉

(华中农业大学园艺林学学院 湖北武汉 430070)

【摘要】 近年来,随着农业科技新成果不断呈现,我国农业科技成果转化率低的问题也越来越突出,涉农企业品牌文化建设相对落后成为阻止我国农业科研成果转化的制约因素之一。农业科技新成果作为现代涉农企业核心竞争力,除了发展先进的科技外,还需注重品牌文化的研究。涉农企业品牌文化的建设方法是多方面的,关键在于要能够对涉农企业品牌文化建设准确定位,提高农业科技新成果的公众关注度和影响力,有效地促进农业科技成果转化。将农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设是品牌文化建设中的一种创造性手段,是美术工作者或艺术家通过充分发挥绘画的创造性和艺术性来展示与涉农企业品牌文化建设相关的农业科技新成果视觉美感、产品内容、科技特色,精神内涵以及企业文化等,从而形象生动、准确地推动企业品牌文化建设,提高涉农企业竞争力。

【关键词】 涉农企业; 品牌文化; 科技新成果; 绘画艺术

DOI: 10.18686/jyfyzy.v2i12.33122

1 农业科技新成果绘画的艺术特点和形式

农业科技新成果包括种植业、林业、畜牧业、渔业等方面,许多科学技术成果本身就展示着自然之美的特点,因此,当代农业科技新成果,在应用于农业生产和市场应用和推广方面,可以将农业科技新成果与绘画联系起来,这实际上就是以科技与艺术相融合,应用于涉农企业品牌文化建设,充分挖掘绘画艺术与科技的相互作用,不断注入品牌的文化和科技内涵价值。长期以来,对于科学与艺术的关系,认为它们相对立、分离的观点比较普遍,即使是在这样的状况下,也有人很早就注意到了科学与艺术之间存在着共同点,通过研究,人们发现,其实在人类早期,科学与艺术就是结合的,有着其内在的联系的。^[1]人类历史发展的过程告诉我们,科学与艺术之间有着紧密的联系,相互之间存在着一种无法抗拒的吸引力,这种吸引力主要表现在创造性和创新性。事实上,在科学技术不断向前发展的今天,科学与艺术的结合呈现越来越紧密的趋势,当代科学与艺术的结合呈多样性发展。关于涉农企业品牌文化建设的农业科技新成果绘画是绘画艺术新的表现内容和研究领域,具有较强的创造性和创新性。农业科技新成果绘画作为企业品牌文化建设的一种重要手段,它需要展示新产品的各种技术信息和企业文化特色,因此,农业科技新成果绘画在结合艺术审美的同时,同时也具有一定的商业性、现代性、科学性、宣传性、艺术性的特点。

2 借鉴和学习历史上科学绘画的表现形式,发挥现代农业科技绘画适应于涉农企业品牌文化建设的新内容

绘画作为一种艺术手段,在不同的历史阶段与科学的发展在内容与形式上存在着一定的联系和交集。文艺复兴时期,达·芬奇是将绘画艺术与科学知识结合起来进行研究的艺术大师,达·芬奇创作的人体解剖素描,拥有高度的准确性,在当时就造成了非常大的影响。而达·芬奇的解剖学笔记只是他的“私人收藏”,直到他去

世几百年后才为人所知。由此可见,绘画艺术往往比文字更具有影响力。可以说,达·芬奇的这些艺术作品就是科学研究与绘画艺术的一种完美结合,为以后的科学绘画起到了典范作用。

博物画是关于博物学的绘画,记录了人对大自然的观察、认识,与自然科学有一定相关性,博物画题材内容广泛,反映了人与大自然亲密的关系。虽然博物画通常并不以自然科学意义上的认知为目的,但它们的确记录了人类对大自然的观察、认识、客观上它们有一些注定成为科学的一部分。^[2]博物画图像推动了博物学的发展,对公众博物学的认知起到了非常积极的作用。博物画也为农业科技新成果绘画提供了学习借鉴的内容和方法。

现代商业绘画是商业广告的重要手段,是一种用直观的视觉形象传达商业信息、推广商业活动的图像化视觉传达形式,它能将需要传递的内容扼要生动地传达给人们。商业绘画创作领域广泛,包括杂志广告、商业电影、吉祥物设计、包装盒、图书封面等商业领域。文化享受,即将成为这个社会的时代精神,商业绘画因其文化内涵在这个时候必然得以发展,它是大众性的文化形式存在的,所以未来商业画的发展在具体行业中具有更充分地满足个人精神需要的内涵;而未来的社会,其社会构成是由互联网、手机网等网络化的重新格局、构化的重组形式,因此一切现实将在固有的基础上变化,商业绘画就在其中演变、更换、重构,未来更人性化的商业绘画产品以不同的网络为平台创造着不同的新可能。^[3]商业艺术的概念逐渐被接受,现代商业绘画也会被人们渐渐接受,商业绘画还处在发展阶段,关于农业科技新成果的商业绘画,理应有着良好的发展空间。

从达·芬奇的科学解剖绘画,到博物科学绘画,再到现代商业绘画,显示出绘画艺术在展示科学信息内容,公众传播力及商业推广方面有着非常大的作用,这些绘

画手法为农业科技绘画提供了学习和借鉴的形式内容,也从表现技法及形式内容方面显示农业科技绘画创作是确实可行的,这将对涉农企业品牌文化建设起着很重要的作用。实际上,农业科技新成果绘画就是结合科学绘画与商业绘画特征的一种绘画表现形式,充分发挥绘画艺术的特点,应用于涉农企业品牌文化建设。涉农企业加强企业文化建设可以提高企业竞争力,增强企业凝聚力、创造力,促进企业健康发展,但目前由于大多数涉农企业对企业文化的定位不够准确,在企业文化的建设过程中还存在着许多问题。21世纪,是科技与艺术在学科内容、研究思路、表达形式、目标追求等方面不断融合,相互渗透、启迪和促进发展的世纪。农业科技新成果绘画是以绘画艺术的手段彰显其内在的质、外在的美,以科技与绘画艺术相结合的形式应用于涉农企业品牌文化建设,将有着极其重要的研究价值。

3 研究农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设的内容和作用

涉农企业加强企业文化建设可以提高企业竞争力,增强企业凝聚力、创造力,促进企业健康发展,但目前由于大多数涉农企业对企业文化的定位不够准确,在企业文化的建设过程中还存在着许多问题。^[4]研究农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设,就是要挖掘涉农企业品牌文化建设的内容,对企业品牌文化建设准确定位。

3.1 农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设的内容

(1)要创作出反映农业科技新成果的绘画作品,就要具有一定的商业性、现代性、科学性、宣传性、艺术性的特点。如近年来,我国农业科研取得新进展,涌现出一大批新成果,以超级稻、矮秆小麦、杂交玉米、杂交大豆和转基因三系杂交抗虫棉为代表的现代育种技术已走在世界前列,2016成都农博会多项现代农业科技成果亮相。这些农业科技新成果本身就具有美的形式,如果通过画家的艺术加工创作,把现代农业科技新成果需要传递的内容扼要生动地传达给人们,将会推动科技新成果的公众认知。

(2)要通过农业新科技绘画发展推动企业品牌文化建设的内容。企业品牌文化包括两个方面,一个是消费中直接感知的表层要素,包括商标、包装、品名、色彩等。另一个是消费者在消费过程中所体会到的产品背后的企业文化和经营体验,如商品利益认知,情感属性、文化传统和个性形象等。农业科技绘画艺术,需要从这两方面展开研究和表现内容。绘画艺术从文化价值认知度和艺术手法,都能很好地融入企业品牌文化建设中,在绘画的过程中内化美感。绘画艺术通过展览的形式或画册、媒体等形式宣传农业科技新成果,能以艺术的力量赋予产品精神文化内涵,并展现产品科技含金量,有利于农业科技新成果的宣传和提升农产品品牌形象。

3.2 农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设的主要作用

(1)农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化

建设有利于企业品牌文化的挖掘,能更好地推动涉农企业品牌文化建设。企业文化是品牌之根,在经济全球化的今天,企业与企业之间的竞争,将会越来越多地渗透文化理念,全球企业竞争的革命,已由规模效益竞争转向企业文化和品牌文化的竞争。近年来,我国农业科技不断发展,新成果频频呈现,这为企业品牌的文化建设带来物资资源条件,科技绘画将从这些物资条件上挖掘艺术美在其中融入精神力量,将科技与艺术绘画融合起来,应用于涉农企业品牌文化建设。绘画元素中的色彩、造型、用笔能增强消费者的品牌直观感受。品牌的物质基础是新科技农业产品,品牌的精神力量是企业文化,新科技绘画在利用绘画本身艺术特点的同时,以绘画艺术的手法去表现农业科学研究中新的科研成果,并以这种实践的形式展现产品科技含量及文化内涵,进而促进产业品牌文化建设,展现企业文化。企业文化是品牌的灵魂,因此,通过涉农企业新科技成果绘画的研究,有利于提升品牌的价值,增加企业品牌的含金量。

(2)农业科技新成果绘画能促进绘画艺术与科技的交流,发展绘画艺术新的表现空间。自然科学研究与人文艺术学科领域,在很大程度上还是拘泥于专业知识,不能够很好地结合到一起。在网络化、信息化快速发展的今天,科技与艺术在学科内容、研究思路、表达形式、目标追求等方面已经开始不断融合,相互渗透、启迪和促进发展。如瑞士科学插图画家科妮莉亚·海塞·霍纳格用手中的画笔详细描绘变异蜻蛉类昆虫出现的细微差别,给人以强烈的视觉震撼力,引人深思,这是绘画艺术力量的表现。结合自然科学知识相关内容,以绘画的方式表达,能起到照片所表达不到的效果。因此,科技创新的农业科技新成果绘画创作是历史的发展,融科技美于艺术美,加强了农业科研文化以绘画艺术之间的合作交流,又赋予农业科研“农业美学”特征,具有时代的意义。从绘画题材和观念思维上,拓展了绘画艺术创作表现领域,赋予农业科学研究人文艺术精神。

4 发展农业科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化建设的方法和策略

(1)吸引绘画艺术工作者积极投入到科技新成果绘画创作工作中来,增强农业科技与绘画艺术之间的交流。科技绘画,需要专业的绘画工作者,目前,科学绘画者比较缺乏。高校美术教师可以成为中坚力量。现代各大农业院校,都发展成为文理综合性院校,开设艺术专业,美术教师创作团体越来越大,这在客观上为新科技绘画创造了条件。涉农企业品牌文化建设,农业高校美术教师和科研工作者通过交流合作,以科学与艺术在一定范围和程度上的相互融合,共同促进涉农企业品牌文化建设。人才培养、科学研究和社会服务是高校的三大职能,科学研究是高校学术水平和办学实力的集中体现,但同时在科学研究中要关注民生,科学研究要与社会服务更好结合起来。吸引绘画艺术工作者融入现代高校的农业科技研究,应用于涉农企业品牌文化研究,推广科学研究成果,让更多民众受益,这将成为高校农业科技研究很重要的一部分。农业高校美术教师可以成为农业科技

绘画先锋队,创作优秀的农业科技新成果绘画,带动涉农企业品牌文化建设。农业科技绘画作品可以用于展览或相关文献发表,并从艺术上和市场经济价值上进行肯定,通过艺术公众影响力和市场价值两方面吸引更多的绘画艺术工作者积极投入到科技新成果绘画创作工作中来。作品表现要求能够承载起科研知识宣传的效应,能带来产品文化品位的提升。

(2) 结合涉农企业品牌实例,从农业科技新成果绘画能够发展企业品牌文化建设内容,推动企业品牌文化建设。农业新科技绘画应用于涉农企业品牌文化的建设研究不能仅是理论上的高谈,更需要实在的行动研究。创作一幅优秀的科学绘画作品并不容易,画者需要较高的绘画技巧和艺术涵养,还需要通过与农业科研专家交流合作,了解产品科技内容,结合发展企业品牌文化特点,然后进行构思产品科研新成果绘画。这往往需要大量的研究和工作时间,展开绘画创作工作。农业科技新成果绘画,确立好绘画艺术表现的农业科技新成果的内容,可以从多方面展开建设。“十一五”以来,华中农业大学在杂交油菜、绿色水稻、优质种猪、动物疫苗、优质柑橘、试管种薯等研究领域,取得了被媒体誉为“六个一”的标志性成果,即指一枝花、一株稻、一头猪、一支苗、一棵树、一粒豆。2016年,华中农业大学大力实施选择“六个一”模式,提升产业精准扶贫效能,“六个一”中的部分内容作为农业科技新成果绘画表现内容,具有代表性,为“靶向”产业注入文化艺术元素,能够推动产业文化和龙头企业发展。

(3) 建立涉农企业品牌文化长期发展机制,加强涉农企业品牌文化建设的力度,重视农业新科技绘画在涉

农企业品牌文化建设中的作用。品牌属于高文化价值的范畴,是社会物质形态和精神形态的统一体,是现代消费心理和文化价值取向的结合。^[4]农业新科技绘画应用于涉农企业品牌文化建设要建立起完善的发展模式,要从绘画设备条件和绘画人员建设方面展开工作,创作农业新科技绘画,要研究绘画艺术表现农业科技新成果的方法与思想,要能够突出企业品牌文化价值和推动企业品牌文化建设。建立起新科技农业绘画激励机制,吸引更多的艺术工作者加入科技绘画创作工作中来。经常组织开展农业科技新成果绘画艺术展览,扩大农业科技新成果绘画艺术影响力,不断提升农业新科技绘画水平和表现力,从而带动企业品牌文化建设。

5 结语

如今,国际农产品市场的竞争日益激烈。我国的农产品在总数和产品结构以及市场结构上有了很大的变化,加强农产品质量和农产品品牌文化建设是提高我国农产品国际竞争的重要手段和有效途径。科技新成果绘画应用于涉农企业品牌文化研究,是艺术学与科技创新成果相融合,是涉农企业品牌文化建设的一种新的探索,从理论和实践上论证是切实可行的,通过多种途径发展农业科技新成果绘画,并应用于涉农企业品牌文化建设,通过丰富和发展涉农企业品牌文化建设,丰富品牌内涵,推广农业科技新成果产品,提高产品知名度,从而有效地提高涉农企业的市场竞争力。

作者简介:洪勇辉(1976.5—),男,湖北武汉人,讲师,硕士,研究方向:美术学。

【参考文献】

- [1] 于兰英. 谈科学与艺术的关系 [J]. 湖南社会科学, 2008 (3): 47-49.
- [2] 刘华杰. 博物学文化与编史 [M]. 上海交通大学出版社, 2014.
- [3] 王欢. 探索商业绘画的今天与明天 [D]. 陕西: 西北大学, 2007.
- [4] 和伟康. 涉农企业企业文化建设中存在的问题及对策分析 [J]. 天津农业科学, 2016, 22 (5): 119-121.