

绘画审美接受泛化论

邢泽萍

北京师范大学

DOI:10.32629/er.v2i7.1943

[摘要] 以“西方绘画500年-东京富士美术馆藏品展”展出了富士美术馆的60件作品,代表500年的西方绘画史并展示从文艺复兴到20世纪的西方艺术。展品跨越时长为五个世纪,一方面绘画艺术作品为观赏者展示了西方500年艺术史的演变。以此画展的绘画作品论述绘画艺术在新媒体时代人们如何接受并传播。

[关键词] 绘画艺术; 新媒体; 接受; 审美

此画展从文艺复兴到后现代西方艺术史上有代表性的类型作品。展览的绘画作品大都出自于世界艺术大师的创作,一定程度上很受欢迎。另一方面,展览展出了日本国立美术馆珍藏的西方艺术绘画为我们提供了一个碰撞和融合东西方艺术观点的机遇,也为我们带来了另一种观察西方艺术的视角。

东京富士美术馆珍藏的艺术品是日本艺术博物馆珍藏的西方艺术画作。法国艺术史学家于格先生,在第二次世界大战中被称为卢浮宫艺术博物馆的绘画部长,以保护蒙娜丽莎不受德国纳粹的毁坏。在1974年,带着《蒙娜丽莎》访问日本的于戈先生会见了国际创价学会会长池田大作。于格先生非常同意池田先生“向更多人开放一流艺术”的想法,两人精神合拍的情谊果是在东京富士美术馆开幕式展览“近代法国绘画展”。这些世界级优秀的名画由法国八大美术馆代表展出,其中包含卢浮宫艺术博物馆。当私人 and 未实现大量藏品的非著名艺术画廊开放时,这些珍贵作品的收集及其展览是让人难以想象的。在史学家于格的指导下遴选出许多优秀油画作品,其中还包括了卢浮宫和凡尔赛宫的艺术作品。展览希望通过热爱大自然和人民,追求美丽并与世界交朋友。因为优秀的艺术不仅触动了人们的心灵,而且凝聚了人类精神的本质,将人们的心灵连接在一起。

这些应该从第一代日本艺术收藏家对西方艺术感兴趣并且同意西方艺术开始。日本艺术家与法国印象派艺术家建立了亲密联系-有时甚至在艺术作品上心灵契合。文化认同的基础也来自于此。明治维新后,日本努力向西方开放为日本收藏家带来了经济增长。这种艺术和文化之间的对话在西方和日本都取得了成果。与此同时,在欧洲,日本艺术开拓了新的艺术适应范围,莫奈和梵高等艺术家成为日本绘画的欣赏者和狂热收藏家。日本人对西方艺术的趣味日益上升。欧洲绘画500年的历史是日本没有的历史。这些绘画历史能够用来了解认识欧洲文化,同样绘画的表现形式也是日本人比较善于理解和接受。

新媒体传播

对于绘画艺术而言,数字媒体时代网络技术的发展为绘

画创作和绘画艺术家提供了新的可能性。大约一百年前,艺术范畴还是“精英教育”的概念。在后现代时代“每个人都是艺术家”的口号深入人心。特别是现今文化产业在政策倡导下,摄影和多媒体投影技术被运用于绘画学习中。技术的使用大大降低了绘画欣赏和学习的难度,也使得优秀的艺术作品得以广泛传播。

在商业运营中,“付费内容”成为2018年的互联网热潮。短视频直播,课程录制和回放,以及学习小组和其他网络运营的建立。学习小组中人与人之间的热烈讨论,积极参与,互相点赞。所有人都逐渐形成了群体中学习归属感的确立。传播炒作的热潮像是一个巨大的火花,让网民们都可以看到并接触。任何人都可以使用数字网络实现高效快捷传播,并以低成本使用它来产生有效的通信内容。在“每个人都可以成为艺术家”的背景时代下,除了专业艺术家,艺术老师的传播外,许多非专业人士也积极参与,使高端艺术作品充分利用现代技术进行普及认识。

虽然新媒体为艺术传播提供了极大的便利,但艺术毕竟关注的是人与现实生活。艺术的本质从来就不是技术创新。现实生活中的感受和情感仍然是艺术创作的源泉。数字媒体技术是一种最大化艺术表现力的工具,不能完全依赖它。艺术交流和沟通必须有情感联系。正确使用数字媒体技术可以为艺术注入新的活力并提供前所未有的支持。将艺术的吸引力和辐射提升到新高度。数字媒体“双刃剑”的特点也提醒人们正确使用它,为独立艺术留出空间和时间独立思考,并谨慎选择媒体群众信息。学会判断优秀艺术与劣等艺术之间的差异,并在自我心中建立衡量优劣艺术的小标尺。

受众者共情

此次绘画展览选出了东京富士美术馆著名艺术家的60件优秀作品。我们能够充分从这些绘画作品中16至20世纪欧洲艺术500年历史的纷繁复杂。每幅作品都附有几百字的中英文介绍和背景信息及艺术家的具体介绍,甚至是作品和相关内容。如果是对艺术史一无所知的人,也能够通过展览深入了解作品的内容和材料,以及不同时期的艺术变化风格。展厅内各种关系的形成和发展是基于信

息共享。这些信息共享是指个人对他人如何看待自己经历的理解。当艺术家的个人资料和作品与观众分享时,参观者将逐渐了解艺术家如何进行艺术创作。展览的信息共享将建立一个系统的情况,有利于双方交流,让接受者更了解艺术家。

当两位或两位以上的人可以在展厅内谈论和沟通。这些新的想法和观点将加深或扩展彼此对特定画家或作品的理解,提出这些新的理解新观点。如此反复,对某位艺术家或艺术品的理解便将得到扩展。如果欣赏者对西方艺术的历史知之甚少,这个展览让我们全面了解艺术史和欧洲艺术与美学的不断变化发展;如果欣赏者对西方的艺术史有一定的了解认识,那么我们就可以亲眼看到艺术审美的变迁以及造型用笔用色在作品中的呈现。

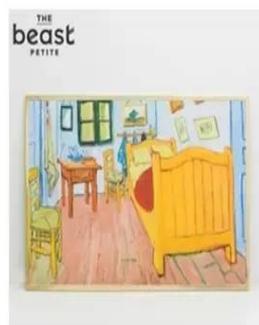
2018年暑期热播“延喜攻略”在互联网上掀起了“莫兰迪色”在整个夏天,简洁优雅的高档灰色配色,整体戏剧的高级感,以肉眼无法衡量的跨越“吸粉”无数。它源于意大利画家莫兰迪的色彩美学。乔治莫兰迪受到公众的关注,他的标志性作品《静物》在首都惊艳登场,在西方绘画500年中亮相。从布歇的《维纳斯的诞生》到莫奈迷人的《睡莲》;从大卫无拘无束的《拿破仑翻越阿尔卑斯山》到马奈的精致优雅的《漫步》,以及这种流行的莫兰迪色……这些曾经只在艺术教科书中可见的杰作现在都可以身临其境的近距离观看。在博物馆的特定环境中,观众可以相互产生特定的共情交流。信息情景共情不仅可以用于人际交流,还可以用于描述彼此的观展感受。画作中不太亮并且明度较低的颜色,仿佛整个画面似乎被一层灰色覆盖。不张扬,但它们在画面中互相制约,使观赏视觉达到完美的协调平衡。色彩的一致性和视觉舒适感让人感觉美丽和谐。让观众在参观前对画作就充满了好奇。

“文创”产品盛行

“文创”产品的普及在博物馆中,具有故事和文化特征的消费产品以有形或无形的方式传达博物馆的收藏品及其历史和文化知识,称之为“文创”产品。无论是“网红”推广胶带等文具产品,还是苏州博物馆推出的“延喜攻略”道具提供团队设计缙丝团扇工艺品,创建产品周边粉丝热……这些人们都已经在博物馆展台上才能看到历史遗迹,现在以文化产品这种表现方式讲述着古老人类的历史和生活故事。这些“文创”产品潜移默化的吸引了广大群众的兴趣,以静态动态的创作方式激发起人们探索历史热情。让广大人民群众对于研究讨论历史人物的生活故事充满的传奇色彩和好奇心。这些文化创意产品的大力推广,让人们在封存的历史中会感知到历史背后的点点滴滴。让历史中的人物和生活故事在我们面前“鲜活”了起来。使历史文化知识被赋予了生命力和价值感。不同博物馆推出了不同特色文化创意产品,讲述了不同历史文化背后的故事。让历史文化故事的记忆变得丰富起来,唤起我们回忆历史和回归传统的这扇门统统都被有趣的文化创意产品打开。

19世纪下半叶出现在历史舞台上的印象主义被称为“光的建构”,这是对观众最熟悉和最具吸引力的展品。展品包括马奈、莫奈、雷诺阿以及三位后印象派大师塞尚、高更和梵高的作品。比如2017年6月发行的艺术动画电影《至爱梵高·星空之谜》都使用梵高绘画的视觉风格,构建一个完整的视觉形式。从绘画的颜色到笔触,这部电影基于梵高的120幅油画,包括建筑,人物,场景细节等将有关梵高画作的所有细节都已扩大到电影创作中。看电影的观众对梵高的色彩魅力及梵高先生生前的传奇故事就已经充满了好奇感。展览梵高的油画,一部分原因中已经对多数观众先入为主。

还有在2016年,小猪与阿里巴巴集团的平台一起推出了梵高系列主题的房源,分别位于北京,上海和广州三个热门城市。主题房源中所有选定的元素都是梵高黄金时期的代表性画作,将带入住者体验梵高最深刻、最美丽的梦想。梵高油画的艺术魅力和动态视觉吸引力的相辅相成,已然成为一种更强大的艺术魅力,为观众带来一场特殊视觉效果的审美体验。床边的装饰画同时也是梵高同名画作《阿尔勒的卧室》的画作。这是梵高的经典作品之一,这幅卧室的画作展示了梵高内心世界的一些东西:感到孤独,却享受着沉默。



野兽派梵高主题装饰画



梵高《阿尔勒的卧室》

《睡莲》是莫奈晚年最重要的作品之一。他在本人的公寓里建了一个大花园,并在大花园里设置了一个大工作室。花园里的荷花池被认为莫奈艺术追求的最高心灵寄予物象。他极其热情地画了“睡莲”组群画。天马行空的艺术设计为时装设计师提供了奇妙的灵感来源,路易威登将最具代表性的艺术作品与时尚单品相联合。所有著名油画都被用经典风格包来呈现,体现别具心思的演绎感。时尚单品添加了艺术品概念,LV系列包包的身价也陡然上升。

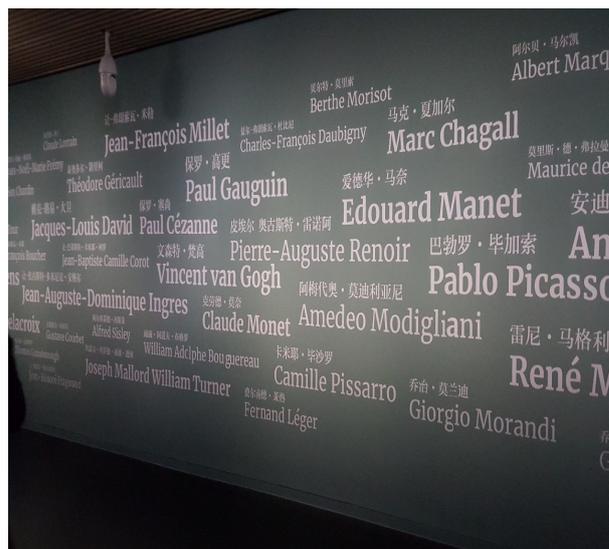




《睡莲》，克劳德·莫奈，布面油画，1908年

无论是梵高的电影、主题房源卧室，还是莫奈的时尚单品。总而言之，文化创意产品使文物“活”起来，让艺术、艺术作品也“火”了起来。人们喜爱购置那些“接地气”生活化的文化产品，如书签，钥匙扣，购物袋等。也喜爱体验文化创意为主题的各种服务，这些都是许多网民必需购买的物品和想要体验的视觉感观。

60幅画作不足以概括现代欧洲整个艺术史的全貌，尽管《拿破仑越过圣贝尔纳山》并不是雅克·路易·大卫的经典杰作；《君士坦丁的婚姻》也只是鲁本斯打的小幅草稿；德拉克洛瓦的绘画尺幅并不大；梵高的作品也尚未带来他典型的色彩风格。这些作品不一定是画家的经典代表杰作，但大多数作品都是如此明显，以至于人们可以猜出作者是谁。从有限的60幅作品中，欣赏者可以看到16世纪到20世纪500年的欧方绘画的发展脉络。在两个展厅的连接处，有一面展墙上把许多参展画家的名字覆盖在整个墙壁。一眼看去西方艺术史上重要的名字，观者都会心存敬畏并充满缅怀之感。



【参考文献】

- [1] 今秋北京将举办日本东京富士美术馆馆藏《西洋美术名作展》[J]. 美术, 1992(07):9.
- [2] 李翔. 膜拜与共情: 油画电影《至爱梵高》的观众期待与认同[J]. 当代电视, 2018(10):110-111.
- [3] 王柳庄, 胡好. 博物馆文创产品设计开发的观念与方法[J]. 设计, 2018(21):84-86.