

郁金香花事正盛。除了闻名遐迩、今年因为疫情不得不搬到“云”上的荷兰库肯霍夫郁金香花展之外,还有艺术大师们留下的诸多作品让我们得以亲近它的风姿

梵高、莫奈和常玉为何都钟情于它

王琪森

眼下,郁金香花事正盛。而在郁金香的王国荷兰,由于疫情蔓延,一年一度、闻名遐迩的库肯霍夫郁金香花展只能改在“云”上举行。

郁金香象征着美好、胜利、庄严、华贵。全世界不少人都对它情有独钟,艺术家们也频频用画笔表现它,其中既有梵高、莫奈、毕加索、马蒂斯等一众西方艺术大师,也不乏唐云、米楚生等中国画名家。让我们循着中外画家笔下郁金香的靓丽风姿,相信郁金香的诗和远方依然充满希望。



▲毕加索《郁金香与女孩》



▲梵高《郁金香田》



▲郁金香的丰艳美丽、华贵挺秀也拨动了中国画家的心弦。被称为“海上花鸟四大名旦”之首的唐云,就很喜欢画郁金香。图为他的《郁金香飞蝶图》局部

这幅莫奈的《荷兰郁金香田》就像艺术家早期的名作《日出·印象》那样,传达了印象派绘画的表现意识



▲这幅莫奈的《荷兰郁金香田》就像艺术家早期的名作《日出·印象》那样,传达了印象派绘画的表现意识

约四百年前,郁金香风靡欧洲,价格飞涨,经历一夜崩盘的人间戏剧后,成了荷兰遍地种植最多的花卉

在郁金香丰满的花蕾中,曾内蕴着一个诗意的传说:古代有一位美丽的少女,三位勇士同时爱上了她,一个送她一顶皇冠,一个送给她一把宝剑,另一个送了她一块金子。但她对谁都不予钟情,只好向花神祷告。花神深感爱情不能勉强,便将皇冠变为鲜花,宝剑变成绿叶,金子变成茎根,这样合起来便成了一朵郁金香。

郁金香真实的身世颇有传奇性,它原产于中东,十六世纪传入欧洲。1582年的人间四月天,在英国女王伊丽莎白五色彩缤纷的御花园内,郁金香以其丰艳雍容、气派高贵的风韵倾国倾城,被尊为皇苑之花。不久,郁金香在法兰西成为名流身份的社会象征。1589年,在巴黎的香榭丽舍大街,手持郁金香的贵夫人成了一道最时髦的风景。1593年郁金香传入荷兰,成为贵族名人的新宠。进入十七世纪后,疯狂的郁金香已风靡欧洲,郁金香球茎供不应求,价格飞涨。1608年,一个法国人用3万法郎的珠宝换了一个珍贵的郁金香球茎。由此拉开了郁金香泡沫效应的序幕。1637年2月1日,一棵名为“永远的奥古斯都”的稀有郁金香,售出价竟是6700荷兰盾,这个价格等同于阿姆斯特丹运河边的一幢豪宅,这也是荷兰全民炒郁金香创造的一个春天的童话。但好景不长,仅三天后的1637年2月4日,郁金香泡沫效应一夜崩盘。这个人类历史上最早



▲塞尚《郁金香》
▲马蒂斯《年轻女孩与郁金香》



梵高最初的一幅名作,画的就是著名的库肯霍夫郁金香花海;莫奈在郁金香田野的风景画中,弥散出对人生岁月的思考与解读

郁金香的花朵丰美鲜艳,瑰丽多姿,花叶素雅娟秀、青碧苍翠,花杆刚劲挺拔,亭亭玉立,造型独特、气质高贵、色彩华丽,再加上那么丰富多元的象征意蕴,因而深受画家们的青睐。

1883年,荷兰著名的后印象派画家梵高来到有着荷兰最美最大春季郁金香花海的库肯霍夫。那铺天盖地、正蓬勃开放的郁金香,使这位刚满三十岁的青年画家激动不已,他在花海中奔走、徜徉,寻觅着创作的灵感,感受着芳菲的风韵。库肯霍夫在15世纪时原是一个女伯爵的领地,她在后花园种植了蔬菜和植物,库肯是“厨房”的意思,霍夫是“花园”的意思。后来,这里集中了不少花农,成了郁金香的种植基地。1830年,荷兰聘请了德籍景观园艺家,设计了英式的库肯霍夫花园,以郁金香为主题展示,其它还有风信子、水仙等,花卉数量达百万株以上。花园内有片片花田和清碧的湖水、飞溅的喷泉、春天的林木相拥。当生活中颇为失意、情感上亦很

孤独的梵高来到这里时,库肯霍夫已建园三年,可算是初具规模。眼前的郁金香一片生机盎然,梵高兴奋地打开了画夹,创作了最初的名作《花田》。此时梵高的画风还是写实的,前是黄、白、红、蓝的郁金香花田,纵向布局中显得颇有气势,笔触细腻传神,色彩缤纷相映,背景是农舍和风车,在蓝天白云的映衬下,整个画面洋溢着明朗阳光的气氛。

与梵高纵向构图的郁金香相映成趣的是莫奈横向构图的《荷兰郁金香花田》,被视为“印象派领导者”的莫奈,是法兰西标志性的画家之一。他最擅长于光与影的造型与表现,色彩与视觉的融合和变幻。因此,在莫奈的画中看不到明确的阴影或突出的轮廓线。此幅《荷兰郁金香花田》就充分表现了莫奈的这种艺术追求与创作特征。浩瀚的郁金香花田五彩斑斓、绚丽夺目,无数的花朵和花枝在随风摇曳,一架古老的风车在守望望着花田,整个画面倾注了他的创作追求,表达了饱满的情绪与主观的视觉意向,从而在郁金香田野的风景画中弥散出对人生岁月的思考与解读,就像他早期的名作《日出·印象》那样,传达了印象派绘画的表现意识。

塞尚的《郁金香》则是表现得相当郁勃刚健,挺竖高耸的花朵,厚实青绿的花叶,粗壮朴实的花瓶,使整个画面焕发出一种大自然的活力与生机。作为后印象主义画家代表的塞尚,他的一生在创作上不断地探索,立志要“将印象主义变得像博物馆中的艺术那样坚固而永久”,因而被誉为“现代绘画之父”。其作品和观念影响了二十世纪许多艺术家和艺术运动,他对色彩与明暗进行了对比调整,大胆地取消了以往的视觉透视点,从而使画面与众不同,显得更直觉、更明朗、更纯粹。值得一提的是塞尚的静物画大都以水果为主,花卉画得很少,而他却对郁金香却有“粉丝”之情。

1932年,毕加索为正在热恋中的特雷莎创作了《郁金香与女孩》;马蒂斯笔下的郁金香,随着他世界各地的展览而风靡

1927年,已成名于法兰西画坛的47岁的毕加索,在地铁口与金发披肩、美丽

丰满的17岁少女——玛丽·特雷莎一见钟情。从此,特雷莎走进毕加索的生活,不仅成为他绘画、雕刻的模特,还成为他相当宠爱的情人。1932年,毕加索为正在热恋中的特雷莎创作了《郁金香与女孩》,这不仅是“玛丽·特雷莎系列作品”之一,而且是他立体派画作的巅峰之作。他以极简线条、解构碎裂、变形抽象、重新组合的方法表现了他心中情人的美艳丰丽,特别是那一专注的眼神,传导了一种向往与憧憬,而女孩头上的一条绿枝,如春梦萦绕。作为画面前端上金色的花篮中,一枝双色郁金香正美艳绽放,象征着遇见的欢快与喜悦,尽管整幅画构图简洁,但却营造出一种富有诗意的浪漫情怀,给人以丰富甜蜜的爱情想象。由此可见,郁金香在毕加索眼中的魅力。难怪在17年后,毕加索在给特雷莎的情书中,依然一往情深地倾诉他初遇女神时的激动。为此,画中的郁金香才是双色的。此幅杰作在2012年以4152万美金创下当年世界艺术品成交的价格纪录。

在当时的法国画坛,和毕加索一起构成双子座的是野兽派领袖马蒂斯。非凡的郁金香在他的心中也有着特殊的地位,代表着美好、纯洁、热烈的语境意象。对于绘画,他一往情深地告白:“我好像被召唤着,从此以后我不再主宰我的生活,而它主宰我。”1905年的枫丹白露,文艺评论家路易·沃塞尔前去巴黎秋季沙龙美术作品展参观,那一幅幅色彩粗犷、笔触洒脱,似信手随意抹成的油画作品,冲击着他的眼球,看得他触目惊心,展览中间有一尊多那太罗的雕像,沃塞尔随口惊呼:“多那太罗被野兽包围了!”就这样在流派纷呈的画坛又有一个新的流派诞生了——野兽派,而这个流派的领军人物就是年仅36岁的马蒂斯。

而马蒂斯结缘郁金香的名作《年轻女孩与郁金香》,创作于1910年,这时的马蒂斯已进入了他的黄金期,这张画作随着他在巴黎、纽约、伦敦、莫斯科、柏林、斯德哥尔摩的展览而风靡欧洲。《年轻女孩与郁金香》中的女孩美丽静好,素衣黑裙,一派淑女风韵,她面前两盆正含苞待放的郁金香,似少女的青春芳华。大胆的色彩,简约的造型,和谐的构图,装饰的趣味,一切都是“野兽派”的马氏印记。

一幅郁金香被崇为常玉的代表作,折射出自由、浪漫、向往;“海上花鸟四大名旦”之首唐云,也很喜欢画郁金香

那是一棵停留在温暖时光和美好记忆中的郁金香,丰映的花朵含苞待放,茂盛的绿叶舒展绽放,粉红色的背景光华潜蕴而雅然明媚。在上个世纪三十年代的世界花都巴黎,有一个来自中国的留学生,他一个人在塞纳河边的咖啡馆中,一边看《红楼梦》或是拉小提琴,一边画画。他就是当时和徐悲鸿、林风眠等一直赴法勤工俭学的常玉。作为一名富家公子,此时的他生活优裕,既不“勤工”,更不“俭学”,而是一心痴迷他所相恋的绘画,为此开创了他一生中最高贵、最华丽的阶段,这和他后来困顿落魄时的创作形成极大反差。而一幅郁金香正是被崇为他这一阶段的代表作。色彩雅致和悦,构图简洁明朗,既有印象派的象征,又有野兽派的姿态,骨子里有一种自由、浪漫、向往的折射,这时他的作品已参加

过法国秋季沙龙,尤其是在欧洲美术界地位崇高的法国杜勒里沙龙。这位奉行“我行我素,不媚世俗”的画家,被称为“东方的马蒂斯”。

“金陵美酒郁金香,玉碗盛来琥珀光。”这是唐代诗仙李白的名句。为此,宋代的王安石在诗中写道:“郁金香是兰陵酒,枉入诗人赋咏来。”晏殊则在《浪淘沙·高阁对横塘》中云:“藕丝彩袖郁金香,曳雪牵云留客醉,且伴春狂。”尽管经植物学家考证古人笔下的郁金香,是指中药材“郁金”炮制的一种美酒,因很香醇,故称“郁金香”,但这同有名异物,至少也说明我们在历史上很早就有了郁金香的名称和概念。

据《中国植物史话》记载,郁金香引入我国,大约始于二十世纪三十年代,当时数量并不多。尔后经过几十年的发展,如今的郁金香已成为令人瞩目的花卉景观。郁金香的丰艳美丽、华贵挺秀也拨动了中国画家的心弦。被称为“海上花鸟四大名旦”之首的唐云,就很喜欢画郁金香。这位生性海派,用XO酒过药、用金贵的曼生壶泡茶的老先生,他笔下的郁金香充满了春天的气息和青春的情怀。如《郁金香蝶图》,红、黄、紫色数朵郁金香花昂首迎风,高低呼应、疏密有致,下面老笔勾勒的蓬蓬勃勃,生机无限。画的上方是一只展翅的蝴蝶,正对着郁金香花款款起舞,从而使整个画面静中有动,焕发出生命的活力。在敷色上,唐云老亦采用西洋重彩法,花朵的色彩相当厚重饱满,颇有壮硕的质感。而书画印三绝的来楚生,他笔下的郁金香则相当简约洗练,仅二片花叶,一枝花朵,笔触空灵,色彩淡雅,意韵清逸,犹如清水出芙蓉,给人以丰富的想象,显示了画家独特的造型能力和表现形态。(作者为资深文艺评论家)

“云旅游”如何更好促进文博业转型升级

杨柳

柔美而舒适的配色,闪闪发亮而跳脱的小鹿,聆听着结尾的那句“比金钱和美丽皮毛更珍贵的是那颗善良的心”,脑海中浮现出童年时在莫高窟游览的情景。那时还没有各种数字化展示手段,一切都是古朴而原始的样子,走入阴暗而狭小的洞窟中,听着讲解员的讲解,懵懵懂懂不能完全理解那些故事和艺术形式,但仿佛顺着讲解员手指的方向向上望去,就能窥见很多的秘密,遇见很多的美。感谢“云游敦煌”小程序,在观看根据莫高窟第257窟壁画《九色鹿》改编的《神鹿与告密者》动画剧中,唤醒了这些美好的记忆。

唐代诗人沈佺期曾写“拂云游四海,弄影到三山”,能够云游四海,追寻“诗和远方”几乎是每个人内心的向往。也记得有一首歌叫做《我想去桂林》,里面有句歌词“我想去桂林,可是有时间的时候我却没有钱;我想去桂林,可是有了钱的时候我却没时间。”可惜,当疫情袭来,人们发现即便有了钱和时间,旅行的计划依然无法实现。在这样的背景下,“云旅游”这类文旅新品应运而生,茁壮生长,成为了文旅产业智慧转型的典范。

今年2月底,敦煌研究院联合腾讯等共同打造的微信小程序——“云游敦煌”抢先体验版正式上线。这是首个集探索、游览、保护敦煌石窟艺术功能于一体的微信小程序,据正式上线10日内,总访问量超过500万。4月13日起“云游敦煌”推出的敦煌动画剧首映按钮,也很快成为各大社交媒体的热点。这一系列动画剧在数字化修复和“还原”壁画的基础上,对故事中的角色和人物进行了动态化的制作,并配上鲜明活泼自带网络属性的台词,如“皮革大衣”“只要功夫练到位,站在哪里都是C位”等。用户还可自行选择故事和角色尝试配音,或邀请亲朋好友分饰角色,合作完成故事配音。

不同于“云游敦煌”这类沉浸式代入感极强的“云旅游”产品,在5G技术的加持赋能下,旅游直播也突破了原有技术和形式的局限,孵化出爆款。不久前,故宫博物院就凭借直播“云赏春”火了一把,在各平台的播放量累计破亿,它代表了时下“云旅游”的另一种思路,更多地利用移动拍摄、VR沉浸体验等全新手法传播实景,将自然景观与人文景观结合在一起,满足了人们实地逛公园的体验感。在以三条路线进行的三场直播中,人们既能看到形形色色的古建筑,也能看到故宫春日的自然生态,如花花草草、鸟雀官猫,建筑背后的人文历史掌故则穿插其中,多角度拼凑出一幅人们平日不曾留意到的故宫景象。

此外,融合“主播讲解+文化讲解+直播带货”的“云旅游电商直播”,同样成为各大博物馆在疫情期间的全新选择。被网友称为“文博界李佳琦”的西安碑林博物馆的讲解员白雪松自2月23日在淘宝平台首开直播以来迅速走红,从王羲之的碑石到李世民陵墓浮雕石刻昭陵六骏,网友们在白雪松幽默诙谐又极具专业性的讲解下“秒懂”文物背后蕴含着的文化与知识,进而对这个相对小众的国家一级博物馆产生了浓厚的兴趣,纷纷留言说等恢复开馆就要去参观。其淘宝官方旗舰店粉丝数增长至近4万,相关照片、字帖等文创商品销量也大幅提升。

随着技术的不断演进,“数字化”早

已成为旅游产业和相关企业转型升级的一个关键词,人们也早已习惯在线上订购机票、酒店,景点门票,通过各种旅游平台查询景点的相关信息、攻略等。而近年来数字化逐步向旅游产业的上游延伸,许多文博机构使用数字化手段对文物进行修复和展示,同时通过各大社交和电商平台的传播增强旅游景区的知名度和影响力,真正让许多只可远观、晦涩难懂的文物走下神坛,“活”了起来。文化旅游因自身蕴含的艺术与文化价值,与数字化产生了更多融合发酵的空间。如遭大火烧毁超90%藏品的巴西国家博物馆也通过数字化手段在网络平台逐渐“活”了过来,Google Arts & Culture推出的虚拟访问博物馆计划利用其街

景技术,将巴西国博的部分藏品电子化,并用谷歌街景将博物馆中曾经的展品和展厅呈现在人们眼前。而腾讯最近也与巴西国家博物馆签约,向中国游客征集参观时留下的影像资料,用人工智能在数字世界重建部分展品。

对于“云旅游”这一新兴事物,曾有人忧心它会不会是疫情期间的无奈之举。的确,如若在缺乏产品和技术创新的情况下,仅仅把线下资源搬到线上,“云旅游”将成为渠道化的产物,而缺乏自身独有的文化社会价值。令人欣喜的是,“云游敦煌”“故宫云赏春”“碑林博物馆直播”等产品形态创造出各不相同的文化旅游体验,扩展着博物馆的传播边界。2019年8月,科技部等六部门印发《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》,科技与文化的深度融合已上升到国家战略层面。我期待在不久的将来,数字化文旅产品将更多地涌现出来,通过颇具体验感、浸入感的技术手段,让更多的人一边感受着人类文明进程中璀璨的历史和文明,一边构筑着不断发展和进化的文化生态系统。(作者为传播学博士后,上海理工大学网络与新媒体系青年教师)

艺·思