

马约里卡：意大利文艺复兴时期的“时代镜像”

李施宇

(西南大学美术学院, lbs20230328@163.com)

摘要:锡釉陶在意大利文艺复兴时期迎来了发展的黄金期,意大利的锡釉陶又被称为马约里卡(Majorica)。在意大利文艺复兴时期,马约里卡既不能算作是真正的“奢侈品”,又不意在强调其实用价值,但却进入了发展的鼎盛时期。马约里卡的勃兴并非偶然,既得益于当时较优越、开明的社会环境又反映出特定时代的内涵,成为意大利文艺复兴时期的“时代镜像”。从陶器的装饰纹样上看,马约里卡与意大利文艺复兴时期的其他图像同构成“互象”关系,共同传递出文艺复兴时期的文化内涵;从陶器的社会价值上看,马约里卡的发展得益于环境的同时又彰显出当时消费社会大众化、浓厚的家族权力意识等重要的时代内涵。

关键词:意大利;文艺复兴;马约里卡;消费主义

意大利是欧洲较早发展资本主义经济的国家,资本的发展以及财富的积累,不仅为意大利提供了一定的物质经济基础,同时也推动了人的觉醒,人们开始逐步摆脱中世纪的禁欲主义、蒙昧主义,重视人的思想、人的价值,肯定人的欲望,进一步推进了欧洲人文主义的发展,艺术也逐步脱离封建教会的思想禁锢,朝向多元化方向发展。此时,对古典艺术的复兴,以及时代新技术的探索成为文艺复兴的时代主题,人们热衷于不断探索新的艺术表达。大约在1460年至1560年,意大利陶艺家将从伊斯兰世界借来的技术——用锡氧化物制成的不透明釉料,转变为世界陶瓷中前所未有的类型:文艺复兴时期的马约里卡(Majorica)^[1]。与罗马时期的陶器相比,

马约里卡不仅在制作技术上有所更新,其反映的社会价值也值得深入考察。

1 装饰纹样:文艺复兴时期的图像互象

互象性是指图像之间的各种关系以及从一个图像到另一个图像的转换方式,它是在“互文性”这一文学研究范畴的基础上形成的一个艺术概念^[2]。与朱丽娅·克里斯蒂娃(Julia Kristeva)的“互文性”^[3]相比,互象更加强调视觉图像之间的关系,更加去主体化。每一个图像都是在与其他图像的关联中产生,或是“引用”,或是“再创”,或是“并置”。马约里卡的装饰图像与意大利文艺复兴时期的其他艺术作品同样具有互象性,即一种图像与图像之间的对话关系。

[收稿日期]2025-03-29

1.1 引用关系

图像之间的引用关系最为常见,贡布里希认为,艺术的制作就是一个“图式与修正”的过程^[4]。图示的概念以中国的粉本最为典型,画家根据原有的粉本进行创作,对存在的“粉本”的使用就是对图式引用的过程。马约里卡的装饰图像也同样以其他绘画作品为“粉本”,与其他图像之间存在着引用关系。如乔治·安德烈奥利(Giorgio Andreoli)于1525年创作的《美惠三女神陶盘》(图1),首先在作品名称上就直接体现了与古希腊神话故事之间的互文关系。除此之外,同一题材的各个作品之间的互象关系更是值得深究。在图像上,左右两位女性正面面向外侧,外臂均呈打开的姿态,头部转向两边;中间的女子面向内侧,背部朝外,头部转向右侧;三位女性胳膊互相勾搭,颈部皆有红色珍珠似的项链,其中右侧女子手中持有红苹果。这一图示使观者想到拉斐尔创作于16世纪初的《美惠三女神》(图2)。二者创作时间间隔仅有20年左右,高度重合的图像特征,可以直接看到马约里卡图像对文艺复兴时期绘画作品的引用,而拉斐尔·桑西(Raffaella Santi)的《美惠三女神》又是受到了前一时期艺术作品的影响。

1.2 再创关系

贡布里希(Ernst Hans Josef Gombrich)“图式与修正”中的“修正”便是强调再创造的过程,新图像与“粉本”之间存在着再创关系,艺术的发展关键在于创造。马约里卡的纹样不仅对原来的绘画作品有所引用,同时也结合自身媒介特性对传统图式进行创造与更新。“基督受难”这一主题频繁出现在文艺复兴时期的绘画作品中,这一题材在传统作品的处理中,多表现一个场景,尤其是基督被挂在十字架上这一抓人眼球的瞬间,



图1 《美惠三女神陶盘》



图2 《美惠三女神》

如馆藏于大都会艺术博物馆的木板上蛋彩画《基督受难》(图3)。

创作于1510年的《基督受难盘》(图4)同样表现基督受难的场景,装饰纹样以陶盘结构中央的凹陷为中心,并将基督被挂在十字架上这一高潮场景置于中间位置,在图案创作上利用自身媒介形状,将传统图式与陶盘底部凹陷部分重合,并在陶盘剩余部分上下左右各增加4个场景,形成了以圆形为中心、四周环绕式的构图,打破了传统绘画作品的构图程式,改1个场景为5个场景。



图3 《基督受难》



图4 《基督受难盘》

不同的艺术作品在媒介上有所区别,马约里卡的纹样结合自身媒介特性,引用传统图式的同时,又在构图、布局上进行了再创造。

1.3 并置关系

马约里卡与众多文艺复兴时期的绘画作品一同体现了文艺复兴时期的时代观念。意大利文艺

复兴既是对古典文化的回归,也是对新文化的创造。在这一时期的图像上既体现了古典文化的复兴,出现了众多古希腊的神话题材,又体现了人文主义精神的觉醒,表现出自然科学在艺术领域中的发展,如数学、解剖学的发展带动绘画中透视法的运用。马约里卡与其他文艺复兴时期的作品,并置于同一时空之中,并在此空间中一同发展,共同体现了文艺复兴时期的时代精神。

首先,装饰纹样经历了从早期平面化走向立体化的过程,由二维平面走向了三维立体。如藏于克利夫兰艺术博物馆的《描绘狮子的陶盘》(图5),体现了早期马约里卡装饰纹样的画面效果。画面仍以二维图像为主体,空间关系较弱,且主体的狮子元素与四周的装饰图案仍留有原始美术的余烬。而发展到16世纪中期的陶盘,以藏于大都会博物馆的《汉尼拔遭遇罗马军队的陶盘》(图6)为例,其装饰纹样在画面故事、空间关系、色彩效果等方面都有了显著的变化,画面效果更具有三维立体性。



图5 《描绘狮子的陶盘》

其次,锡釉陶作为一种新的技术,本身就契合文艺复兴时期对新技术的探索。在表现古典



图6 《汉尼拔遭遇罗马军队的陶盘》

题材的作品中,意大利人不仅证明了对古典文化的热情,以及对古代陶器的复兴,同时也证明了现代人的创新能力^[5]。马约里卡绘画图案的推进和文艺复兴时期的其他油画一样处于一种并列关系,共同反映了时代发展的内涵。

2 时代表征:消费社会的“奢侈品”

12世纪,意大利开始遭遇频繁的战爭、疫病等灾害,导致人口骤减,社会财富被少数幸存者所继承,财富的积累使意大利较早进入消费性社会,为马约里卡的发展提供了一定的经济支持。此外,随着资本主义经济的发展,一批新的城市精英阶层发展起来,他们拥有大量财富,成为城市新贵。资本的丰盈必将带来对社会地位的需求,他们通过赞助艺术来附庸风雅,试图用新的“品位”和“优雅”取代根深蒂固的贵族“血统”。伊莎贝拉·埃斯特(Isabella d'Este)对精美物品的赞助很好地证明了意大利北部贵族如何从封建时代转向文艺复兴时代的品位和消费。一方面,她拥有大量的马匹,为担任军事指挥官提供了背景;另一方面,她具有文艺复兴时期城市新

贵的艺术品位,成为艺术作品的赞助者和收藏者^[6]。

维尔纳·桑巴特(Werner Sombart)在《奢侈与资本主义》中谈道:“资本主义早期的大城市基本上都是消费性城市这一点值得注意。”^[7]毋庸置疑的是,资本的积累为文艺复兴时期众多奢侈品,以及马约里卡的发展提供了扎实的经济基础,但这并不能成为文艺复兴时期马约里卡勃兴的决定性原因。正如理查德·戈德斯维特(Richard A Goldthwaite)所认为的:文艺复兴时期大量财富的积累,以及财富的广泛分布,或许可以解释为什么人们有能力购买东西,但不能解释为什么他们想要购买的东西本身,包括马约里卡。简言之,经济发展提供的是允许的原因,而不是真正有效的原因^[5]。那又是何种原因真正推动了马约里卡的勃兴?

理查德·戈德斯维特强调,与金银珠宝相比,马约里卡的生产成本并不高,算不上是真正的奢侈品^[5]。所以马约里卡的消费市场不仅针对于贵族阶级,同时也为市民阶层敞开大门。一方面,与奢侈品相比,马约里卡价格适中,给了更多阶层可以选择的机会;另一方面,贵族阶级的选择强化了市民消费主义的观念,使其追逐自己所能承担,同时又受到上层人士所青睐的消费品。贵族与市民的共同追求进一步促进了马约里卡在意大利文艺复兴时期的发展。

有意思的是,大量贵族阶层甚至会选择以马约里卡制成的餐具取代用金银制成的餐具。以理查德·戈德维斯特的观点来看:一是因为许多意大利人倾向于将餐具视为死资本,而在发达经济体中,金银可以更好地流通和投资以产生收入;二是因为马约里卡的制作技术是前所未有

的,可以说比金条还要稀有,这也恰好符合文艺复兴时期对技术追求的时代背景,贵族阶层不会认为使用这种工艺技术制成的餐具会损害他们的尊严,对新技术的支持反倒会给他们带来一定的名声;三是就马约里卡本身而言,它更加干净安全,不会有难闻的气味,更不会损害身体的健康^[5]。

因此,意大利文艺复兴时期的马约里卡不仅以较低的成本打破了消费市场的阶层限制,还以其安全性的材质、新颖的技术手法渗入贵族阶层的日常生活。不高的价格既能满足市民阶层的消费,技术与材质的加持又受到贵族阶层的青睐,使其成为一种社会性的消费。

此外,除餐具的使用,制作较为精美的马约里卡与普通陶器相比,部分又脱离实用价值,强调一种展示价值,具有“奢侈品”的性质。但毕竟成本决定价值,马约里卡与豪宅、珠宝相比,又没有“奢侈品”的价格。16世纪早期,即使是最优质的陶器也比珠宝、银器、黄金、水晶和宝石便宜,因为金银这些物质的材料本身具有很高的内在价值^[6]。正是因为马约里卡既是一种人人都负担得起的“奢侈品”,又具有贵族阶层的“带动效应”,两者共同构成了马约里卡在意大利文艺复兴时期发展的“有效原因”。马约里卡的发展也标志着意大利文艺复兴时期消费主义的社会观念,不仅仅存在于少数的宫廷贵族之中,而是已经下渗到普通市民的生活,从而成为了一种广为认可的社会风尚。马约里卡之所以特别,是因为它融合了一种新的文化共识,包含平等主义的社区品位和价值标准^[6]。马约里卡背后所代表的是意大利文艺复兴时期资本的积累,以及“消费主义”观念大众化、下渗化的趋势。

3 家族徽章:权力象征的图像表达

李泽厚在《美的历程》中提到,原始美术中的图案大多都是有意味的形式,形式背后积淀了社会内容^[8]。原始美术中多出现“龙”“凤”形象,这种形象被认为是蛇图腾、鸟图腾的原始部落不断战胜、合并其他图腾而成。与中国“图腾文化”相契合的是,西方也多使用一些“纹样”去表现家族、城市,并将其称之为纹章。纹章这一概念诞生于12世纪中叶,纹章的目的是识别个人身份。它是一种代码,承载着关于所有权、赞助,或者至少是一般政治或社会归属的重要信息^[9]。纹章从中世纪开始就出现在各种艺术媒介中,如手稿、玻璃、壁画、珐琅、雕塑等。

马约里卡传入意大利之初,造型较为简单,装饰上多为家族纹章。家族纹章在文艺复兴时期大量出现在马约里卡的装饰中绝非偶然,也并非只存在于马约里卡这一载体之中,文艺复兴时期艺术作品中大量的家族纹章反映的是当时家族地位的重要性。15世纪,意大利社会与政治的动荡,为富有家庭参与政治管理提供了机会。在佛罗伦萨,家族的背景决定个人社会地位的高低。以美第奇家族为例,家族以银行业起家并迅速发展,不仅掌握了意大利文艺复兴时期的经济命脉,更是成为当时整个佛罗伦萨的实际统治者。而家族纹章作为“占有有力”的标识,即是展示家族荣耀的最好的契机。因此,文艺复兴时期的一些家族赞助艺术的同时,更倾向于留下“家族”的痕迹,以展示权力和地位。

家族纹章常出现在服饰和建筑之中。以藏于伦敦国家美术馆的一幅女子肖像画为例(图7)。画中女性呈现为正侧面的姿态,肩部绘有家族的徽章,且徽章成为与观者面对面且距离最

近的对象,女性的侧面展示的实则是家族的正面^[10]。因此这幅作品实际目的不在于展示女子肖像,而是家族权力与地位的表现,传达出这个家族对这位女子的“占有”。建筑方面以美第奇家族资助或拥有的为代表,如乌菲兹美术馆、美第奇里卡尔迪宫(图8)、圣洛伦佐教堂(图9)等都随处可见美第奇家族的纹章。服饰、建筑中的纹章都直观地显示了家族地位与权力在文艺复兴时期的重要性。



图7 《女子像》

文艺复兴时期的马约里卡装饰纹样中也出现了大量的家族纹章。如弗朗切斯卡(Francesco Xanto Aveli)为普奇家族(Pucci Family)所制作的家族纹章陶盘(图10)、乔治(Maestro Giorgio Andreoli)为维德莱斯基家族(Vitelleschi Family)所制作的陶盘(图11),均以家族纹章为陶盘的中心加以创作。



图8 美第奇里卡尔迪宫



图9 圣洛伦佐教堂



图 10 《普奇家族纹章陶盘》



图 11 《维德莱斯基家族纹章陶盘》

有意思的是,弗朗切斯卡为普奇家族所绘制的家族纹章的陶盘纹饰风格不一,样式繁多,既有直接以家族纹章为主体、四周辅以装饰纹样补充的陶盘(图 10),又有间接将家族纹章融入古希腊罗马神话故事背景之中的设计(图 12、13),两者实则都是家族势力的代码。可以推断出,弗朗切斯卡从事着专门为普奇家族制作家族纹章陶盘的工作,与普奇家族存在着一定的雇佣关

系。马约里卡陶盘的装饰纹样实则是普奇家族意识的传达。此处的陶盘和女子服饰、建筑等物体中的家族纹章具有相同的社会价值,是文艺复兴时期家族权力、地位、财富的象征,是文艺复兴时期家族概念的文化载体。



图 12 《纹章盘:阿波罗的故事》



图 13 《纹章盘:埃涅阿斯的故事》

由此可见,意大利文艺复兴时期的家族概念已经渗透到了各个领域,马约里卡虽然作为一种陶盘,但在此已失去了实用价值,更加强

调的是其展示价值。因此,马约里卡装饰中大量出现家族纹章也不足为奇,马约里卡也成为了家族展示其地位与权力的载体,因为价值相对较低更得到了广泛的制作。反过来,家族的需求也为马约里卡的发展提供了坚实的经济基础。

4 结束语

马约里卡在文艺复兴时期逐步脱离实用价值,与当时的经济、政治、文化产生紧密的联系。正如巴克森德尔(Michael Baxandall)所认为,15世纪的画作是某种社会关系的积淀^[11]。文艺复兴时期的马约里卡,同样具有这种特性,不单单作为简单的工艺品,而是能够反映当时经济、政治乃至文化等多重社会含义的物质载体。对马约里卡的解读也不能局限于单纯的形式、图像分析,更应该放在当时的社会背景、文化语境之中,去剖析其真正价值与意义。

参考文献

[1] WILSON T. Making maiolica[J]. Bulletin of the Detroit Institute of Arts, 2013, 87(1/4): 6-7.
[2] ULRICH P. Metzler lexikon kunstwissenschaft[M]. Stuttgart:

Verlag J. B. Metzler, 2011: 208.

[3] KRISTEVA J. Semeiotiké: recherches pour une sémanalyse [M]. Paris: Éditions du Seuil, 1969.
[4] 贡布里希. 艺术与错觉: 图画再现的心理学研究[M]. 林夕, 李本正, 范景中, 译. 长沙: 湖南科学技术出版社, 2000: 84.
[5] GOLDTHWAITE R A. The economic and social world of italian renaissance maiolica[J]. Renaissance Quarterly, 1989, 42(1): 1-32.
[6] KINGGERY W D. Painterly maiolica of the Italian renaissance[J]. Technology and Culture, 1993, 34(1): 28-48.
[7] 桑巴特. 奢侈与资本主义[M]. 王燕平, 侯小河, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000: 31.
[8] 李泽厚. 美的历程[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2009: 27.
[9] LILLICH M P. Early heraldry: how to crack the code [J]. Gesta, 1991, 30(1): 41.
[10] 吴琼. 女性肖像的“形象学”: 论 15 世纪佛罗伦萨的女性肖像画[J]. 文艺研究, 2024(1): 127-143.
[11] BAXANDALL M. Painting and experience in fifteenth-century italy: a primer in the social history of pictorial style [M]. Oxford & New York: Oxford University Press, 1972: 1.

(责任编辑:朱艳红)