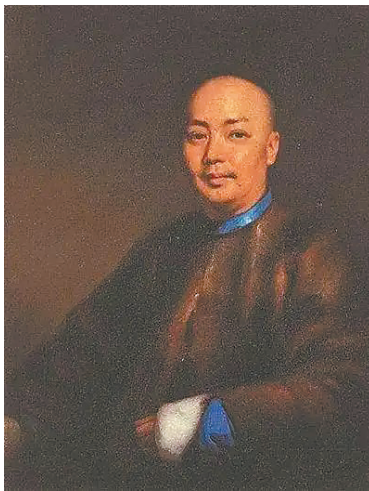


晚清广州画家 广告打到伦敦

“可以向读者保证,如果他们希望在下次彗星访问地球之前给母亲、姐妹、妻子、情人、知己留下一幅英俊漂亮的画像,甚至比她们心目中的形象更为出色——来找林呱,只要15块,传真效果罕见。”这是1835年《广东邮报》出现的一则外销画广告,行文用字可以说是摸准了在穗洋商的心理。这个广告主艺名林呱,是当时最出色外销画画家之一。与林呱同街竞技的,还有新呱、东呱、奎呱、发呱……在十三行鼎盛时期,靖远街上的洋画坊共有30多家,掌握了西洋技法的中国画师以流水线的操作方式,快速绘出一张张肖像画、市井风情画、植物禽鸟画,卖给各路洋商。在这里,“好卖”是作画的最高原则,叮当作响的银元是对画艺最好的奖赏,每年,几千幅由中国画师绘制的洋画就从这里装运商船,销往欧美各地。这些洋画坊与十三行的兴衰如影随形,其留下的画作也镌刻了老广州最真实的记忆。



林呱自画像

本土画坊工匠 巧绘科学图鉴

说起两百年前十三行一带洋画坊的常客,除了各路洋商外,还有一个身份极其特殊的群体——前来采集动植物标本的英国科学家。在劲吹欧美的“中国热”里,让普通人痴迷的是茶叶、丝绸和瓷器,让科学家朝思暮想的却是这个东方古国独有的花草与动物。

18世纪末19世纪初,英国皇家学会派出多名科学家,搭乘商船远赴广州,采集各种西方少见的动植物标本。为了落实皇家学会“一旦发现新奇、有用或美观的物种,一定要设法弄到手”的指示,这些科学家不辞辛苦,常常奔波于花市、鱼市和禽鸟市场,想方设法“定位”出更多的物种,其中光鸟类就不下一百种,鱼类也有100多种,花草瓜果更是数不胜数。

这些新物种被“定位”出来以后,科学家们却开始犯难了,这里与伦敦相隔万里,航程时间少说也有四五个多月,随船托运的植物大多在半途就枯死了,运到伦敦后已是面目全非,压根就没了研究价值;虽说可以做成标本寄回去,可标本也不能完全反映这些新物种的本来面目,科学家们想来想去,终于想到了救星——十三行一带的洋画坊。

画工们虽不知科学图鉴为何物,但只要提点得当,他们也能画得不错。让科学家挠头的是,当时的洋画坊里除了老板是主画师外,其他受聘而来的画工都是流水线作业的。一个画坊大多要雇佣二三十个画工,他们有的专门管画树,有的专门管画脸,还有专门管画手和脚,一张画总会由多个画工合作完成,甚至由老板承接的重要订单,底色和轮廓也是由画工完成的,这样的“流水线作业”才能尽可能缩短作画时间。

可这样的模式断然不能用在科学图谱的创作上,科学家们只得把画师请到家里,好吃好喝好招待,同时手把手地教,如何绘制出高度写实的植物花卉果实解剖图,如何保证动物的形态不失真,等画师一五一十地学会了,才把他们放回去。

科学家一旦与某个画师形成了合作关系,就会长期维持下去,很少中途更换,因为换人的成本实在太高。19世纪初受皇家学会派遣来穗的博物学家里夫斯就一直与一个名叫同呱的画师保持着极密切的往来,由同呱绘出的上千幅动植物图鉴,至今仍收藏在英国自然历史博物馆中,成为中国画师为科学发展作出贡献的见证。

王月华
来源:广州日报

画室扎堆街旁 门面小生意大

两百多年前,广州的十三行商馆区虽然名震四海,其实规模并不大,南到珠江岸,北至十三行街,东到西濠,西至联兴街,方圆不过一平方公里,专供“番鬼”购物取乐的街道也只有豆栏街、同文街、靖远街等寥寥数条。在这里,外销画室的存在颇有点另类,别的酒铺、饭馆、布店、鞋庄乃至杂货店门前有成群的外国水手闹闹嚷嚷,这些画室里却很少喧哗。画室一般门面不大,一楼用来做生意,待售的画作在墙上挂得满满当当,柜台上还摆着各种本地风景明信片,洋人的口味多种多样,待售画作也无所不包,酥胸半露的欧洲美女肖像旁边,没准挂着慈眉善目的观音大师的画像。前来买画的洋人,不管是肖像画的拥趸,还是市井风情画的粉丝,不管是想回家馈赠亲友,还是回国转卖赚差价,都不难在这里找到“心头好”。如果他们愿意多出一点钱,还可以进行“高端定制”,在画室二楼现场工作的画师随时向他们敞开大门。

其实,“外销画”这个称谓是今天学者的说法,两百多年前,人们把它们称作“洋画”,因为它们虽是中国人画的,但用的多是西洋技法,买家也多是洋人。据史料记载,当时在靖远街和同文街上开业经营的洋画坊共有30多家,每年光随船出洋的洋画就多达两千多幅,更别提难以计数的明信片式的微型画了。画师的收入虽然不能跟富商巨贾相提并论,但也是相当之体面。像当时最出名的外销画画家林呱,每年都有两千两白银入账,其他一些画家虽然不如他,但也能跻身中上阶层,就算是画坊里地位较低的画工,每年也有三四十两银子入账,生活远比一般的劳动阶层优越。

十三行鼎盛时期,“洋画”何以如此流行?说来道理也再简单不过。如今“地球村”时代,不管你去到哪儿旅行,还时不时想写

张明信片回家显摆呢(这两年或许改成了微信自拍),两百多年前来穗闯荡的各路洋商,可都是海上漂了大半年才来到广州的,这里的风土人情与家乡的差异又是如此之大,处处都让人惊讶和着迷。他们当然更想多弄些“明信片”寄回家了,再说西方到处都在闹“中国热”,如果多运些充满东方风情的“明信片”回国销售,没准还能发笔小财。当时还没发明照相机,洋画坊出售的各类反映市井风情的画作就是最好的“明信片”;此外,西方有浓厚的肖像画传统,洋商们特别喜欢委托画室绘制自己的肖像,或者寄给家人,缓解他们的思念之苦;或者作为礼物馈赠生意伙伴,加深彼此友情,这些需求都为画师提供了广阔的市场空间。

大打煽情广告 全球巡回办展

俗话说,没有金刚钻,别揽瓷器活。来穗闯荡的各路“番鬼”大多是商人,没有很高的文化品位,也不太能欣赏中国画里的意境之美,他们最看重的还是“画得像”,如果中国画师不能掌握“透视”、“明暗对比”之类的绘画技巧,那就很难把洋人的钱挣到手。于是,取经学艺,掌握西洋画技,成了中国画师的第一要务。

取经的一大妙招是研习西洋佳作。据学者陈滢撰文所述,早在17世纪,就有西方画家搭乘商船来到广州作画了,到18世纪末19世纪初,随船前来广州“采风”的英法画家更是不绝如缕,他们留下了大量描绘珠江风景与市井风情的画作,这些画作被大量刊印和出版,成了本地画师模仿学习的最佳资料。不过,演习西洋画作毕竟只能算自学,如果能找个洋老师教一教,那就更妙了。当时,前来“采风”的洋画家大多来去匆匆,只有少数几个长居了下来,其中最有名的是英国画家钱纳利。这位老兄毕业于英国皇家美术学院,在英国画坛也是个响当当的人物,可惜为人浪荡不羁,后来因为欠了一屁股债,避居

广东,以替洋商画像为生,一呆就是20多年。作画之余,钱纳利也培养了一些本地画家,其中最有成就的是上文提到的林呱。

要说国人的模仿能力,那真是超一流的。林呱原是钱纳利的跟班,帮着洗洗画具啥的,后来才跟着钱纳利学画。跟随了钱纳利一段时间后,他对老师画风的模仿水平之高,几乎到了惟妙惟肖的地步。俗话说:“教会徒弟,饿死师傅”,林呱自立门户之后,钱纳利虽然没有被饿死,却也被气得半死。同样画一幅肖像,他的要价不会低于50个银元,林呱却只要15个银元,因此大量订单转移到了林呱画室。钱纳利为此常破口大骂林呱是卑鄙小人,林呱却极少还击,毕竟订单比口水战要重要得多,况且“钱纳利学生”的身份,是他招揽生意的金字招牌。

林呱的精明,不仅体现在作画上,更体现在营销手段上。1835年,他就在《广东邮报》上打出了一则极其煽情的广告,文中说道:“可以向读者保证,如果他们希望在下次彗星访问地球之前给母亲、姐妹、妻子、情人、知己留下一幅英俊漂亮的画像,甚至比她们心目中的形象更为出色——来找林呱,只要15块,传真效果罕见。”他还多次委托代理人,在英国、美国参加画展,从而大大扩展了自己在洋商圈子中的知名度。

当时的“洋画界”,林呱是最有成绩的领军人物,此外,还有庭呱、新呱、同呱、发呱等多名画家,还有很多画家的名字,根本没有记录下来。每年随船出洋的数千幅“洋画”,就出自这些画家之手,随之走俏欧美。林呱的营销策略也被广为模仿。1857年,一个名叫孙呱的画家甚至将广告打到了远在英国《伦敦新闻画报》上。

读者你可能要问了,为什么这些画家的名字里都带有一个“呱”字呢?其实,“某呱”不过是人们对手艺人的惯用称呼罢了,就像我们今天称呼“张工”、“李工”一样,至于他们的真实姓名,则基本上已茫然不可考了。