

中国瓷器对英国 韦奇伍德瓷器的借鉴反思

□ 赵宏伟

地球是圆的,人类文明的相互影响和传播在地球上周而复始,从未停止过,只是在不同的历史时期,传播的速度、力度、方向等有所不同而已。瓷器作为中华民族的重要发明,曾引起了人类物质生活革命性变化,对人类文明作出了重大贡献。唐代以来,瓷器便通过陆上和海上两条丝绸之路源源不断地输往世界各地,在中西文明交流中起着桥梁和纽带作用,促进了西方制瓷工业的诞生和迅速崛起,并开出一朵朵有其特色的奇葩异花。

英国最著名的陶瓷工厂之一,韦奇伍德陶瓷厂于17世纪成立,它的创始人乔赛亚·韦奇伍德1730年出生在英国一个陶瓷世家。从9岁开始他就跟着兄长在父亲遗留下来的家庭作坊里制陶。韦奇伍德是一位具有革新精神的陶瓷制造商,他毕生为陶瓷制作技术的改进进行了数千次实验。

1759年,乔赛亚在斯特福德郡创办了以自己的姓氏“韦奇伍德”为品牌的陶瓷工厂。韦奇伍德与其他陶瓷制造家一样,他早期的实验主要是生产一些可以模仿进口的昂贵的中国瓷器,尽量使其外表和手感与中国瓷器相似。

1762年韦奇伍德在仿制中国陶瓷的基础上研制出米白色瓷器。1765年,这种瓷器得到了英国王后的选用,韦奇伍德陶瓷从此获得“王后御用陶瓷”的称号。不久,俄国女

皇卡特琳娜二世给韦奇伍德下了一张具有挑战性的订单,订了全套952件米白色餐具。韦奇伍德在每件瓷器上都绘有不同的英国风景图,总共画了1244幅工笔画,整套餐具成为了非凡的艺术品。从而使欧洲许多工厂都效仿韦奇伍德,改产米白色陶瓷,甚至法国和德国的一些大工厂也受到影响(图一、图二)。

然而,白色瓷器的始祖是中国的唐代,我国唐代已经能烧制出精美的白瓷了,比韦奇伍德白瓷的制作成功早一千多年的历史。史有“南青北白”之称,以越窑青瓷为首的瓷窑代表南青,以邢窑白瓷为首的瓷窑代表北白。

唐代白釉金釵杯托(图三),器由杯和托两件组成,杯壁饰一卷曲状云龙形把手,外底阴刻“新官”两字款,杯托镶有金釵,此器为唐代定窑产品,胎体轻薄,釉质洁白光润。1980年浙江临安水邱氏墓出土,现藏临安市文管会。

唐代白瓷,从胎体、釉色、以及娴熟的运用雕花、印花、贴花等技法装饰,标志着中国唐代白瓷的完全成熟。



图一 韦奇伍德 白瓷风景盘



图二 韦奇伍德 白瓷茶杯



图三 唐代白釉金釦杯托

中国瓷器经过历代工匠的不断创新完善,到东汉已烧制出成熟的青瓷。继汉代青瓷和唐代青、白瓷之后的宋代,中国陶瓷业进入百家争鸣的辉煌时代,当时的瓷窑遍布大江南北,有著名的“汝、官、哥、定、钧”五大名窑,以及龙泉窑、磁州窑、吉州窑、建阳窑等窑场林立的繁荣景象,制瓷技术达到了至臻完美。在造型和纹饰上形成了自由奔放、简练潇洒的时代风格,受到世界各国的追捧。南宋龙泉窑青瓷双耳瓶(图四),高28.8厘米,2008年3月19日在纽约佳士得拍卖创出228.1万美元的高价。

元代是中国瓷器创新和繁荣的时代,元世祖忽必烈1278年在江西景德镇设立了“浮梁瓷局”,创造出精美的白釉青花、蓝釉白花、青花釉里红、高温蓝釉等瓷器。



图四 南宋龙泉窑 青瓷双耳瓶

元代青花缠枝牡丹海马图狮钮盖罐(图五),高31.8厘米,2008年香港苏富比春拍,以2272.75万港元成交。元代青花瓷慑人心魄的价格再次震撼了世界。

以上宋元瓷器拍卖价格虽然带有年份久远的因素,但它们当时出口世界的价格也是非常昂贵的,古代就有“家有万贯,不如汝瓷一件”“黄金有价钧无价”的美誉。官窑瓷器更是不惜工本,“千中选十、百中选一”,可以想象它们的价格。当时,各国的宫廷皇室、王公贵族、富商大贾都以拥有一套中国瓷器而感到骄傲和自豪。据有关记载,当时欧美人在结婚时,因拥有一套中国瓷器而欢呼炫耀。这足以说明当时中国瓷器精湛的艺术水平征服了所有购买者,使之成为引领世界潮流的奢侈品。



图五 元代青花缠枝牡丹海马图狮钮盖罐



图六 韦奇伍德 蓝地贴塑神话人物提梁罐



图七 韦奇伍德 蓝地白花贴塑神话人物纹茶杯及杯托

从清早期上溯至商代的数千年间,中国瓷器制作技术令全世界瞩目,中国瓷器成为世界各国人们向往拥有的艺术奢侈品,这期间瓷器技术和瓷器实物的传播方向,是以中国为中心向全世界辐射的。

1775年韦奇伍德在借鉴中国瓷器雕塑、贴塑工艺的基础上,烧造出了欧洲最负盛名的陶瓷品牌碧玉细炆器,这是一种无光、未上釉的炆器。韦奇伍德聘用当时著名的雕刻家约翰·弗拉克斯曼,将他所做的各种雕像和浮雕花样翻制到碧玉蓝色陶器上。韦奇伍德这种把白色装饰物贴附在蓝色炆器的胎体上,与胎体的颜色形成强烈对比,立体浮雕效果令人惊叹,每件作品都洋溢着浪漫与尊贵。

现藏厦门华侨博物院的韦奇伍德蓝地贴塑神话人物故事提梁罐(图六),高16.8厘米,口径13.8厘米。器表以蓝色底衬托白色的浅浮雕图,描绘希腊神话中丰饶与欢乐的节庆场景。造型简洁明快,格调清新,高雅优美,立体效果令人惊叹。

韦奇伍德蓝地白花贴塑神话人物纹茶杯及杯托(图七),由茶杯和杯托两件组成,杯身一周饰神话人物和树木鲜花,错落有致,杯托内边饰神话小天使,疏密相间,整体和谐优美。这和我前面所介绍的唐代白釉金釵杯托相比较各具特色,表现出东西方文化审美情趣的不同,但唐代白釉金釵杯托比韦奇伍德蓝地白花贴塑杯托早面世约1000年,瓷器的东风西渐是不容置疑的。

现藏上海历史博物馆韦奇伍德蓝地白花贴



图八 韦奇伍德 蓝地白花贴塑神话人物纹双耳盖盅

塑神话人物纹双耳盖盅(图八),高27厘米,主体纹饰为神话故事人物,盖和足部装饰花草纹,其多层次的装饰风格与我国元青花装饰风格有异曲同工之感,只是造型更具有西方人的审美取向罢了。

还有著名的“罗马波特兰”花瓶,现藏于大英博物馆,已成为英国的国宝。1793年英国使团出使中国,韦奇伍德瓷器也是献给乾隆皇帝的礼物之一。

中国古代瓷器雕塑、堆贴以及青花瓷器的发明,对英国韦奇伍德蓝底白花贴塑炆器产生的影响是不言而喻的。但韦奇伍德在瓷器的制作中不断创新探索,是值得我们晚清以来落后的中国制瓷业认真学习和借鉴的。

1812年,韦奇伍德首次推出精致的骨瓷餐具。骨瓷加入了一定比例的动物骨粉,色泽纯白,有一种半透明效果。这种瓷器美丽温润、质轻,且极为耐用。1902年美国老罗斯福总统在白宫举行盛宴,1935年玛丽皇后号豪华邮轮首航,1953年英国伊丽莎白女王加冕,在这些著名的世纪大典上,韦奇伍德骨瓷餐具皆参与其中。直至今日,许许多多精美的韦奇伍德产品依旧完美诠释着这一品牌的传统内涵。《大不列颠百科全书》将乔

(下转6页)

俗怪异、胖瘦高矮、动静喜怒诸形……随其偶对,参差得宜为妙”,可见,罗汉像既没有经典上的具体依据,也没有外来的图样范本,因此造作的自由性是很大的,完全随作者的创意而定。造像中同名异相或异名同相的情况是很常见的。就以俗称为“降龙”和“伏虎”的二尊罗汉为例,在南阳十八罗汉中是第四和第七尊者,在杭州烟霞洞十六罗汉中是第四和第十四尊者,在苏州紫金庵十六罗汉中则是第十一和第十二尊者,清代乾隆则定为第十七和第十八尊者等等。因此,各地出现风格迥异的罗汉形象就成为很常见的现象了,这也正是中国佛教造像成就的一大体现。

三

罗汉的观念虽源于印度,可是在印度,罗汉却未形成信仰。而在中国,罗汉信仰普遍,罗汉的作品随处可见,这正是中国佛教本土化的一大特征。在中国,佛教的传播,主要不是靠佛教的经典和教义,而是靠形象化的佛像、佛画及与佛有关的讲唱文学、戏剧等作品。因为,在众多的信徒中,大部分文化水平不高,他们看不懂浩繁的佛经,也悟不透佛教深奥的哲理,于是,中国佛教不

可避免地走上了世俗化的道路。广大信徒主要靠烧香拜佛、祈福祛凶,求佛保佑,把佛当成万能的保护神来信仰。

罗汉和佛、菩萨的庄严端凝截然不同,他们个性鲜明,或喜或怒,或祥和或威猛,有的状若汉僧,温文儒雅;有的胡貌梵相,夸张变形,处处流露出人间的情感,使人倍觉亲切。浓厚的世俗化色彩,使罗汉受到人们普遍喜爱和欢迎,信仰也能够深入民间。

这些汉化了罗汉塑像,虽然为供人膜拜的偶像,但随着时间的推移,其宗教职能逐渐淡化,呈现出鲜明的世俗化趋势,具有愈来愈大的审美价值和研究价值。它显示了我国古代艺匠们高超的雕塑水平,形象地反映了当时社会政治、经济、宗教和文化的变迁,为研究古代的宗教文化艺术及中外文化的交融提供了形象真实的资料。因而,作为宗教艺术形式之一的这组十八罗汉群像,不愧为南阳地区乃至全国宗教文物宝库中的一颗明珠,弥足珍贵。

(作者工作单位:河南省南阳市博物馆)

(上接9页)

赛亚·韦奇伍德誉为“英国陶瓷之父”。他对陶瓷制造的卓越研究,使他成为工业革命的伟大领袖之一。乔赛亚去世后,其子孙继承祖辈的事业,始终使韦奇伍德位于世界陶瓷领导品牌地位。而韦奇伍德这个品牌,也成为了世界上最具英国传统的陶瓷艺术的象征。清代中期以后韦奇伍德瓷器已经处于世界领先地位。正如前文所讲,文明的传播不是永恒不变的从一个方向发出的,它是朝着更先进、更科学、更完美的方向前进的。

在科技发展日新月异的今天,韦奇伍德瓷业受到了很大的冲击,英国为振兴韦奇伍德传统产业,政府和企业投入很多研究经费进行产品精致化的改良,保护国家传统的优秀企业品牌,这种

做法是值得我们中国瓷器界学习借鉴的。我国政府要向我们的瓷器企业伸出援助之手,让中国瓷器再造辉煌,一个名牌树起来是不容易的,是多少代人心血和汗水凝聚而成的,不能让它们轻易垮掉。我国目前的瓷器业要向欧洲、日本等国先进的技术学习,再不能用数百年前的制瓷技术和曾经的辉煌解决目前落后的局面。世界瓷器在引进高科技和现代化的管理,中国制瓷业不引进先进的高端技术与管理,而求生存求发展,面对世界如此的激烈竞争显然是行不通的。科学的时代需要我们作出科学的抉择,瓷器曾经的东风西渐现在应该是西风东借了。

(作者系厦门华侨博物院副研究馆员)