盼行業轉型傳承
畫師姜志名
戲院廣告畫記載港片黃金時代

■姜志名視繪畫廣告畫為藝術。

曾幾何時，在電腦噴畫還未盛行的年代，戲院外的電影宣傳廣告是由人手繪畫而成的，雖然電影「落畫」後海報即被拆走，但事實上每一幅作品都傾注了創作者的心血。這個行業在香港存在了短短數十年的時間，因為技術進步，令人手繪製的戲院廣告在上世紀90年代起漸漸式微。雖然行業不敵時代巨輪，但對於「老行尊」姜志名而言，他仍然希望能讓更多香港人認識這個行業。「我覺得自己有個使命感，希望能為這個行業做一些事情，以其他方式讓這個行業傳承下去。」

採訪：香港文匯報記者 朱慧恩

圖片由受訪者及主辦方提供

掐指一算，姜志名在戲院廣告畫行業打滾30多年，畫過無數的戲院廣告，筆下粒粒天王巨星。在上世紀80年代，電影業正經歷黃金時代，戲院廣告牌畫師每天密密畫，接Job接到手軟，收入豐厚。「兒時常聽說學畫畫將來要乞食，我覺得自己都算好運吧！」他憶述。然而，隨着時代發展，在上世紀90年代，手繪戲院廣告漸漸被電腦噴畫取替，戲院廣告牌畫師的角色也漸漸淡出舞台，黯然消失於大眾眼中。訪問時，姜志名隨身攜帶一本相冊，裡面貼滿了舊時工作的照片。可會懷念舊時的日子？「你擁有一樣東西時，可以長時間擁有，也可以瞬間消失，你不能控制。就算你覺得那樣東西很寶貴，除非你真的花很多人力物力把它保留，否則始終都會消失。」

自小不愛讀書愛畫畫

姜志名自小喜愛畫畫，在15歲那年，適逢暑假，任職臨時演員的姜爸爸，在片場認識了一些畫戲院廣告畫的人，便順勢送姜志名到一間名為孔雀美術廣告公司的地方做暑期工。當年，「孔雀」在行內已甚有江湖地位，其創辦人劉煒堂與利揚、黃金及余福康在行內並稱「四大天王」。在那裡做了短短數月的暑期工，自知不是讀書的材料，相隔一年，姜志名索性正式拜劉煒堂為師，正式開展了戲院廣告畫師的生涯。

拜師學藝的日子，過得不易。那些日子，姜志名形容主要負責一些「下欄嘢」，例如搬搬抬抬、清潔或刷板等的苦工。雖然未有機會碰畫筆，但卻一直抓緊每個偷師機會，默默觀察師傅和師兄如何畫畫。「兒時爸爸帶我到戲院看電影，都會默默望着那裡的廣告畫，那時便訓練了我們的觀察力。所以，當我觀察師傅畫畫時，都會留意他那些細微的動作或習慣。」縱然掛在戲院外牆的作品沒有他的份，但每逢放工後，他便拿起爛掉的木板練習作畫。功力一點一滴累積下來，跟隨劉師傅十多年後，姜志名便脫離師傅的庇蔭，隻身向外闖。不過，多年來他一直保持謙卑的態度：「雖說是三年滿師，但其實整輩子都在學習吧。」所謂學海無涯，大概就是這個意思。

廣告畫風格幾歷變遷

在電腦噴畫還未普及的年代，戲院廣告張張都以人手繪製，如假包換。第一幅出自姜志名的手的作品，便是《半斤八兩》。「那時師傅外出旅行，就把工作交給我們，當時真是既緊張又興奮。踏出了這一步後，往後執起畫筆也就更加得心應手。」雖然每當電影落畫後，那張專屬的廣告畫便光榮結束了任務，不過，這並不等於它沒有藝術價值。事實上，在繪畫廣告畫的過程中，廣告牌畫師對繪畫技巧及外在事物的頓悟是必不可少的。「最基本的是你要對繪畫技巧、基本繪畫元素，甚至香港的繪畫歷史有認識。而更重要的就是你能否鍛煉出仔細的觀察力，把你所觀察及理解到的，放進作品中。」

作為繪畫形式的一種，原來不同年代的戲院廣告畫其風格也經歷幾許變遷。「我們都是華南來的比較多，最初的作品會有類似水墨的效果。後來有第一批香港的人到了外國學習西方的繪畫技巧，所以風格會是傾向油畫的寫實效果。」後來，隨着本地電影業的發展越來越蓬勃，畫師也由過往的慢工出細活，變得既要追求品質也要追求速度。「油畫是很耗時，後來就轉了水性顏料，所以風格又再有少許不同。」創作戲院廣告畫有別於一般的人像作品，裡面的人物皆建基於電影的故事。「例如周潤發，他在《英雄本色》和《賭神》的性格就截然不同，故無論是色調還是筆觸，均會盡量跟隨電影的故事或氣氛。」而數到最考功夫的地方，則必定是畫眼睛。「眼神是會說話的，要把眼神精準地畫出來，難度很高，而且還要畫到那麼大。」用行內人的比喻，畫眼睛就猶如捉毒蛇。「兒時常聽師兄說，畫眼睛就好像捉毒蛇的手，亦即捕捉眼神時落手要十分精準。」

廣告畫九十年代被取替

香港以往有「東方荷里活」的美譽，當年本地電影業百花齊放，故當時戲院廣告畫師不愁工作，姜志名憶述，當年好景時，一個月能有數萬元收入。讀藝術等於乞食，在那個時候顯然不適用。然而，再高超的技藝，也不敵時代的洪流。自從電腦噴畫出現後，便漸漸取代了手繪作品。而姜志名的職業生涯亦以名導史提芬史匹堡的《侏羅紀公園》的廣告畫作結。戲院廣告畫大約在一九九幾年時開始式微，到2000年左右絕跡。「有次放工後，打算到銅鑼灣的戲院看看那些廣告，豈料已經完全消失，少不免有點失落。」

「有時你看到其他地方如日本或台灣仍然保留這種職業，你就會覺得可惜。」說到這裡，姜志名有點感慨。「雖然現時香港人對藝術的接受程度比以往高，但始終在商業角度來說，會覺得不太值得。無論是商業價值還是藝術價值，在香港好像不太被接受。但其實有人喜歡從事這個行業，是因為他喜歡這門藝術。他們會不斷提升這門藝術的層次，但可惜在香港並沒有給予他們充裕的時間。不過，短短幾十年間，在香港這個小小的地方能造就『四大天王』，香港人真的很勁。」離開老本行後，姜志名於香港演藝學院從事教學工作，六月退休。現時年輕一代普遍對這個行業無甚認識，而姜志名則仍很希望大眾對這消失的行業認識更多。最近，正於九龍城廣場舉辦的「全齡·傳承·擁抱愛」光影聖誕城展覽中，便展出了姜志名親手創作的廣告畫。「我覺得有個使命感吧，有時能代表這個行業，帶給大家共同回憶，也算對這行業有交代。」

■姜志名希望這個行業可以傳承下去。

■多年來姜志名畫過無數作品。

■姜志名（左）笑言自己很瘦小，最辛苦是搬板。

■《半斤八両》的廣告畫是姜志名首幅親手完成的作品。

■每一幅戲院廣告畫都傾注了創作者的心血。

■戲院廣告畫是一代人的回憶。

■姜志名為戲院繪畫的廣告畫。

■姜志名為今次活動設計繪畫的戲院廣告。

■姜志名所繪畫的廣告畫十分引人注目。

寄望行業有更多人認識

當年的戲院廣告畫多以6×4呎的木板砌成，而姜志名則試過在一個月內趕起超過1,000塊6×4呎的戲院廣告畫的板塊。跟隨師傅工作多年後，姜志名自立門戶，成立了自己的公司。「那時接很多間戲院的工作，早上五點多就『出車』，走遍港九新界。那時已經做到很熟手了，畫一個人頭不用一個小時便完成了。那時除了考慮如何畫得好外，也要考慮如何畫得快。」從事這行30多年，難忘事情不少，也發生過「蝦碌」事件，聽畢他的分享，也讓人忍不住大笑。「當時為紅磡的國華戲院畫畫，當我離開後突然收到戲院經理的來電，說整個紅磡都知道自己的名字了。原來同事誤以為經理的名字是電影的名稱而寫到廣告牌上，包括戲院外牆的大牌及戲院內的細牌都是。當時心想『大鑊』，最後就重新刷過囉。」姜志名憶述。

明星不易畫

工作多年，不時會接觸到明星，姜志名則表示自己最欣賞周潤發。「那時他正由票房毒藥變為國際巨星，雖然人紅了，但又不會很囂張。」筆下粒粒皆是當紅巨星，但原來不是每位明星都那麼容易畫出來，像有一些明星的樣子沒太大特徵，但演技十分精湛，這樣的人就很考師傅的功架了，例如有我們熟悉的「火雲邪神」梁小龍。「他的功夫及演技都很好，但要把他畫得傳神，就比較困難了。」樣子沒有太大特徵的人物難畫，但原來人人皆知的名人也同樣難畫。「因為大家都知道他們是什麼樣子，畫得差少少就會被人看得出。」

縱然行業風光一時，然而，隨着科技發展，始終敵不過時代洪流。「我不抗拒科技，我會思考如何令兩者共存，但在一個商業為主導的城市，生活節奏又那麼急速，這個行業好像也很難持續落去，所以我也需要轉型。」後來，姜志名到了香港演藝學院從事教學工作，也曾為學院製作一些大型的舞台背景，今年六月退休。他坦言自己從來沒有離開過這個行業。「繪畫是一種藝術，我很喜歡畫畫，而戲院廣告只是繪畫的其中一種形式，我閒時也會進行創作，我覺得自己從未離開這一行，只是作品會以另一種形式呈現。」能把這門手藝傳承下去，一直是姜志名的心願。他也身體力行地推動這件事，例如會叫學生畫電影海報並一起展出。而在今次展覽的活動中，姜志名亦會親自落場，指導大家繪畫電影人物。「不希望這個在香港出現短短幾十年的行業霎時說消失便消失，我覺得這樣東西還是有價值，希望能承傳下去。」姜志名說。

■姜志名畫過無數名人。