

20 世纪上半叶中国的月份牌广告

李 广

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412008)

摘要: 20 世纪初兴起于上海, 并风行半个世纪的月份牌广告, 是中国商业广告设计发展史上独有的产物。因其独特的艺术视觉成为中国美术史上的一种特殊美学形态, 对我国的广告设计史、绘画史、服装史、影视业产生深远影响, 为现代商业广告设计提供借鉴。

关键词: 月份牌; 广告; 设计; 风格

以“月份牌广告”现象的源起、艺术特征为具体探讨对象, 以某一时代为参照背景, 用具体的设计现象为模本进行解剖, 从中抽取商业设计的成长规律和传承基因。我们的理论研究充其量只是一种催生剂, 这种研究和尝试不一定有具体的结果, 却能够启发一种思路, 为当下广告设计提供借鉴。

一 月份牌广告的源起和主要内容

据考证, 最早的月份牌画是 1896 年鸿福来票行的《沪景开彩图》。在鸦片战争之后, 清政府被迫打开国门实行“五口通商”。中国最大的商埠上海, 十里洋场商店林立、万商云集, 它汇集了世界各地的名牌。这时出现了许多替洋人办事的“洋”买办, 中国新兴民族资本也开设了一批商号, 同洋行展开了竞争。许多“洋商”为倾销商品占据市场沿用了国外早期商业广告附赠画片的手段, 从海外泊来大量“洋画”, 不料投放市场后受到冷遇。而国内新兴民族资本却因此受到启发, 结合国内传统的审美、文化需求与外来传播手段设计制作出带有中国传统神话、传说、典故、风俗、风景的新型商业画片来, 并在画上印有商号和年历, “月份牌”也因此而得名。这种形式新颖、寓意吉祥的月份牌一经诞生, 其独特的表现手法与别具风格韵味的效果便赢得人们的喜爱。^[1] 经过几代设计者的创作, 月份牌广告在新旧杂处及东西交错的冲突时代中摸索出了一条不屈不挠、自强不息的民族商业设计的成长之路, 它是我国最早的印刷品广告, 清晰地再现了半封建半殖民地

社会民族资本主义遭多重压制、排挤、抵制外国资本的入侵而艰难的发展历程。

20 世纪 20、30 年代的旗袍时装美女, 开创了月份牌画的鼎盛时代, 因而月份牌又俗称“美女月份牌”。20 年代末, 身穿大袖旗袍的清纯女学生, 可说是时髦中的佼佼者。30 年代月份牌创作盛期, 月份牌中的美女是第二代都市女性的时髦代表。当时一大批电影明星如胡蝶、阮玲玉、黎莉莉等都被作为模特出现在月份牌画中。她们穿当时最流行的时装; 用当时最新潮的物品: 电话、电炉、钢琴、话筒、唱片等; 有当时最时髦的消遣: 打高尔夫球、抽烟、骑马、游泳、航空……都市摩登女郎为月份牌与旗袍找到了彼此共同表达的形式, 因而旗袍与月份牌流行步伐一致, 月份牌中的旗袍总是成为当令新装。(图 1)

另外, 还有一些反映民族经典的题材: 来源于《三国演义》《红楼梦》《西厢记》等文学名著和李白、关羽、八仙、牛郎织女等人物, 为传统文化的传承发挥了积极作用。(图 2)

月份牌画反映的是当时中产阶级的视觉情调, 也体现出那个时代对于温饱富足的共同追求, 而较少表现理想、拼搏、团结、进取方面的题材, 因此, 烙有深深的时代局限性, 而这种局限性正是它的个性, 一方面这种虚幻的画风可以成为心灵和审美的避难所、麻醉剂; 另一方面它也成为丰富民众心理弹性, 积蓄力量向幸福生活迈进的动力、目标。^[2] 商业设计从来就不等同于艺术创作, 它既要商品与商业

*收稿日期: 2008-09-08

基金项目: 湖南省社科基金项目(04ZC101)

作者简介: 李广, 男, 湖南长沙人, 湖南工业大学包装设计艺术学院副教授, 硕士, 主要研究方向为平面设计艺术。

行为负责,又要取悦于普遍的大众审美,所以我们要以平和的心态接受商业设计的媚俗和局限,才能看到浅薄形式下深藏的实用之美,济世之美,才能感受那份带着镣铐舞蹈着的沉重和飞扬,而不是舞台上为少数人鼓掌的“小天鹅”。



图 1 月份牌样图 A



图 2 月份牌样图 B

二 月份牌广告的艺术特征

1 中西结合,以西为主:首先,月份牌画的典型技法是:不特别强调明暗调子,只用炭精擦出淡淡的素描关系,再敷之以水彩,既有中国工笔画渲染的含蓄文静又吸收西洋画的立体和质感表现,使得画中美女人容白里透红,细腻滋润而真实生动,并逐渐形成以“甜、糯、嗲、嫩”为特色的月份牌画风。这种技法的出现是以 1914 年安徽籍旅沪画家郑曼陀创作的《晚妆图》为标志。其次,月份牌画中人物虽然是黄皮肤、黑头发、黑眼珠的中国人,比例却有所夸张,类似今天时装画的模特造型比例,多用八头身、八头半身与九头身,而体格则圆润丰满,使旗袍女郎更显得亭亭玉立,姿秀不凡。画家经过艺术想象的加工,综合了中西审美的因素,塑造出审美中理想的身材容貌,使月份牌中美女达到了一种至善至美的效果。然后,月份牌的造景也体现出写意与写实结合的特点,把东方散点透视的移花接木与西方立体写实再现技法融合,营造出似幻似真的美好境界。

2 传统与现代结合,以现代为主:月份牌美人画不仅在造型上尽善尽美,在性格上也兼容了传统的相夫教子,温婉和顺与现代求知向上,自由独立的双重美德,呈现出一种理想的健康状态。随着现代观念的引入,所谓的新女性概念兴起。时代观念鼓励女性多读书、走出户外、念大学、参加公益活动,而不是像过去的标准:女子无才便是德。服饰方面的传统与现代结合体现在穿著改良式的旗袍,源自清末民初的旗袍式样带有封建主义色彩,以宽大的袄裙、

袄裤为主,后来袄身及袖子逐渐变窄改短。到了 1919 年“五四”运动后,妇女地位提高,开始流行穿改良旗袍,到了 30 年代,“旗袍花边运动”开始流行,这时的旗袍忽长忽短,腿部开叉有高有低,还要镶滚美丽的花边,充分融入了现代审美设计,使女性展现出更加俏丽婀娜的风姿,引领和反映着当时的时尚。^[3]

3 实用与审美结合,以审美为主:月份牌原是以宣传、推销商品为主旨,但从它面世以来的画面结构来看,占据主要画面的不是商品本身,而是美丽的人物和经典的传说。作为主角的商品只被处理在边框等不大显眼的位置,退居从属地位。早期的月份牌,其中人物与所宣传的商品可能全不相关,月份牌画家们考虑得更周到的是画中美女——如何使她们更加美丽动人。直至月份牌盛行的中后期,才出现以画中人直接传达商品信息的画面。这种推广策略看似无心,实则有意,采用的是欲擒故纵的商业伪装,能够使得商业信息突破受众重重心理防线,实现较高的暴露频次。月份牌广告画既是上个世纪中西美学的产物,又开创了中国近代商业广告之先河。

4 主题风情万种,渗透拜物情结:我们可以在月份牌里发现,几乎所有女性都有同海派小说家笔下所描绘的那样,有一种“卖弄风情”的“微笑”。鲁迅先生曾经这样形容月份牌美女:“时髦女子所表现的神气,是在招摇,也在固守,在罗致,也在抵御,像一切异性的亲人,也像一切异性的敌人,她在喜欢,也正在恼怒。”月份牌中无论是背景和道具的布置,还是女性神情和姿态的设计都流露出这种欲攻欲守,欲迎欲拒的暧昧态度。人们的观念也从鄙夷洋人转而为崇尚西洋文明及其生活。从这一时期开始步入兴旺的月份牌,自然地将这种世俗的向往予以充分展示:俏丽大方的女子,健康活泼的儿童,异国风情的家居布置,直接舶来或仿制舶来品的商品,衣食住行,休闲娱乐,婚姻家庭,月份牌细致地制造了一个温馨、西化、新派的物质世界,而这种关于富足、享乐的倡导直接刺激着商业文明发展。

5 创造性的画面构成:月份牌广告画的当中醒目位置是美妇倩女形象,设色艳丽,整个构图饱满很少留空,四周配有精心设计的画边边框,在适当的位置画上商品及商号名称,两边或下方配上中西对照年历。加之采用从国外引进的彩色石印技术,印刷的月份牌画真实感强,色彩鲜艳,精致美观,别具一格,其视觉效果大大区别于传统木版年画。

月份牌画风是中国近代美术史上一种特殊美术形态,尽管月份牌画是由洋商从国外带来的广告发

展而变异形成的,但在有着深厚的文化积淀的上海,最终被改造成具有中国传统文化、民俗风情的广告形式。这种造型手法与审美的结合也是一种西风东渐的产物,但最终为中国民众所接纳形成了独特的艺术程式与流派,这个过程是立体多元的,它与经济斗争发展同步,与时代文明对应,同当时科技、材料的运用结合。月份牌是以一种低姿态的传播形式入世的,却最终成为一种审美主流,雄辨的证明了时代与民众在特定的环境下存在审美共性,而传媒形式、技术的发展与壮大只有把握这种共性需求,调整自身角度、积极的适应并不断创新才有可能成为富有时代特征的主流。

三 研究月份牌广告的现实意义

上海月份牌的辉煌已成昔日黄花,我们也一度批判那种萎靡的脂粉气,浮华的商业气息和病态世俗的人物趣味,甚至还有一些色情的封建主题,但我们不能忽视的是它在那个时代为提倡国货,挽回权利,发展民族经济,抵制外资入侵的政治、经济意义;更不能忽略它作为国内实用美术先驱对我国广告设计史、绘画史、服装史、影视业的深远影响,凡是有阳光的地方都免不了有阴影,上海月份牌广告画为我

们呈现了一个时代商业发展的清晰脉络,疏理借鉴月份牌广告的得失无疑是我们发展现代商业广告设计的最佳途径。

当今广告设计面临着巨大的机遇与挑战,中华民族以前所未有的速度崛起,成为贸易大国,全球进入贸易一体化竞争时代,这是一个商业的战国时代,也是一个诞生英雄和奇迹的时代,广告界外来列强的拓荒抢滩与本土诸侯的粉墨登场;西方现代设计理念的渗透与传统文化的复苏;设计内涵样式的趋同与媒体技术的多样;信息的高流量与低达到率等等因素都使得当代广告设计充满变数、异数,大浪淘沙,为成就最终的时代霸主和设计的主流提供机遇。

参考文献:

- [1] 邓明.老月份牌年画[M].上海:上海书画出版社,2003
- [2] 王受之.大陆月份牌年画的发展和衰落[J].联合文学,1994(111).
- [3] 《历史月刊》编辑部.上海风采录[J].历史月刊,1991(42).

(责任编辑:李珂)

《湘东文化》征稿启事

株洲历史文化研究会会刊《湘东文化》在各级领导和各界同仁的鼎力支持下,即将面世了!由株洲历史文化研究会主办,各编委单位协办的《湘东文化》将以继承,弘扬湘东文化,促进湘东地区经济、文化和社会的和谐发展办刊宗旨。《湘东文化》初期为季刊,栏目拟设:湘东溯源沿革、神农文化、历史人物、湘东百业、旅游名胜、文物典籍、民俗风情、方言俚语、当代名人、工商精英、域外游子、红色记忆、校园风采、文化动态、知名品牌、诗词歌赋等。刊物坚持通俗性和学术性的统一,热切期待你的加盟和赐稿。

附:

编辑部地址:株洲市天元区泰山路151号(湖南工大师院校区图书馆五楼)

联系人及联系电话:易小斌:07332661105 陈立人:07336593887

电子邮箱: yxb9957@126.com

《湘东文化》编辑部