

衣若芬《南洋风华——艺文·广告·跨界新加坡》，新加坡：八方文化创作室，2016，369页。



《南洋风华——艺文·广告·跨界新加坡》以“跨界”为主轴，内容涉及“艺文”、“广告”两大部分。“艺文”部分论析十余位文人与新加坡结下的文学、书画因缘。有别于作者在此前曾出版的《苏轼题画文学研究》、《三绝之美郑板桥》、《艺林探微：绘画·古物·文学》等相关研究论著，此次研究场域首次从“中华”跨界至“南洋”，发掘两地之间曾经碰撞出的文化火花。秉持着文艺趣味与学术严谨性并重的撰写风格，作者除了以专业眼光对书法、绘画的笔法、风格作鉴赏分析，还探索了背后隐含着的新加坡历史文化内涵，比如《海洋城市的时代印记——黄遵宪在新加坡的楹联试析》，就由黄遵宪的楹联，引申出

对新加坡早期海南移民船务事业的论述，进而对十九世纪新加坡“海洋城市”的特质进行思考。这类文章的研究视角对文史研究者而言，仍有一定的借鉴价值。

如果说“艺文”部分是作者“亚洲视觉文化与美学”研究领域的延伸，那么“广告”部分则是“文图学”方法的展示平台，所占篇幅虽然不大，然而其在作者心目中的份量却等同于“艺文”部分。从作者的学术历程来看，早在二十余年前就已开始致力于探索“文”与“图”的微妙关系。凭藉着传统中文系学术的研究实力，再融汇多年的探索心得，作者得以开创“文图学”这一新颖的研究概念。

本书包含三篇与广告有关的文章：《吸烟与爱国——“五四运动”前后南洋兄弟烟草公司在新加坡〈叻报〉的广告》（以下简称《吸烟与爱国》）、《“文图学”研究示例——1920-30年代虎标永安堂药品在东亚的报纸广告》（以下简称《虎标》）、《商品宣传与法律知识——1920-30年代虎标永安堂药品的“反仿冒”》。通过这几篇对二十世纪初华文报纸商业广告的研究，作者很好地向读者示范了如何诠释“文”与“图”的新生产形式，以及新的依存关系。仅就前两篇而言，研究对象主要涵盖商家、消费群、广告文案撰稿者，旁涉时代背景、审美文化、政治意识、出版机制等社会学领域。两篇论文的主旨明晰，都是想藉由广告文图的原生态面貌，探索其背后的文化意义和社会价值。然而，有异于一般社会学论文的平板笔调，作者却是以饱蘸文学灵气之笔，轻松书写出严谨翔实的考究成果，加上广告图影复古情调的渲染，确实易于使读者感受到别样的阅读乐趣。

《吸烟与爱国》一文侧重于“反思民族情感与爱国意识对于消费行为的影响”。作者简练梳理了南洋烟草公司与英美烟草公司的权利矛盾，以及力挽狂澜的广告应对策略，引领读者进入那个大时代的特殊背景氛围中，去想象、感受消费者的爱国意识情绪是如何地牵动着商家的利益，并由此顺理成章地引出对南洋兄弟烟草公司广告的种种分析，章法严密，过渡自然。《虎标》则通过对药品广告基本策略、商标造型演变、广告“中国化”的演变历程、广告情境设计等一系列问题的探讨，集中体现了“文图学”的研究指向及内涵，如何在传统文史研究

的基础上，藉由“原生态图文”生动还原了许多隐藏着的历史真相。

仔细体会后可发现，这两篇文章对一系列问题所投注的关注与探讨，既能环环相扣，又能单独拈出供读者细细品味，且多处彰显出作者多元的学术根底和素养。比如在《虎标》中，作者追溯了中国古代以动物为标记的商业广告源头，并解释其优越于语言文字的原因，为永安堂药品以老虎为商标的构思寻找到了历史渊源的依据。接着，作者又耐心逐一地考究出老虎商标造型演变背后的东南亚文化因素。而在《吸烟与爱国》中，作者关注了南洋兄弟烟草公司的广告文案如何把中国传统经典变易为符合产品宣传的内容，指出涉及的经典包括《诗经》、李后主词、童蒙读物等。文章的尾声，作者始终不忘探讨烟草传入中国之后，数百年来中国人对烟草的认知和态度发生了怎样天翻地覆的转变（过程中引用清代诗词、报纸广告来印证）。如此洋溢着人文情怀的论述思路，似乎得力于作者过去在中文系传统研究领域的训练和积累，它使我们感受到作者对传统学术仍然怀有一份真挚的感念之情。

作者在研究生时期曾师从曾永义、石守谦两先生研究中国古代文人书画文学与各种文字载体，之后进入大学执教仍继续往此领域深入钻研，故在书画与文物鉴赏方面有着精湛的造诣。此造诣使作者在发掘广告背后深意时更加得心应手。比如，《吸烟与爱国》刊载了《叻报》1902年7月27日一则香烟广告，广告以中国传统版画风格描绘“长尾发辮的女子左脚单膝着地而跪，右手右手在地面写字（拾物？）”，作者凭借鉴赏经验，敏锐发掘出此广告设计呼应中国备受欺凌的时代背景，“适合用来表达民族意识的要求——女子（弱者）、土地（国家）”，合理地诠释出广告设计者的动机和巧思。又如，《虎标》论析永安堂市场拓展到中国之后，产品风格逐步趋向中国情调，作者先注意到其中包含了模仿中国古代绣像小说插画的形式，之后又具体考究出一些广告图像的来源即为清代仕女画。在文学素养与书画鉴赏造诣的相交融汇下，文章最终顺势导出广告撰稿人顾影自怜的美学语言及扭曲心理，收结于低回婉转的氛围之中，令人沉思。

总括而言，“广告”作为此书诠释“跨界”形态的窗口之一，与另一窗口“艺文”，让我们有机会一睹新加坡过去曾有过的人文底蕴，以及她与中华地区剪不断的千丝万缕关系。不论是想从书中汲取历史知识或知晓文人轶事的一般读者，抑或想从作者的研究方法中获得借鉴和启迪的学者们，相信都会不同程度上改变对新加坡这一“西化商都”的刻板印象，甚至激发起从“文图关系”中接续去探索“南洋风华”的动力，呼应作者抛砖引玉的美意。

谭勇辉  
南方大学学院  
yhtam@sc.edu.my