

《月华》广告文化与民族性诉求

刘 莉^[1]

广告是近代新出现的一种传媒文化。作为近代文明发展的引领者之一,它的出现在很大程度上改变了过去依靠家族、社群、官僚机构等传递观念的模式,而使自身成为极具影响力的观念载体和传播途径。作为近代公共传媒的重要组成部分,报刊广告曾对近代经济、文化、社会生活的方方面面都产生过广泛的影响。因此,以《申报》《大公报》等大报为代表的报刊广告受到研究者的日益关注,并产生了一系列成果。比较而言,对近代少数民族报刊广告的关注成果则甚为少见,而其中对回族报刊广告的研究更是几近阙如,这与近代回族报刊业相对繁荣的局面很不相称。伴随着近代思想启蒙和文化运动的步伐,民国时期的各种回族报刊逐渐兴盛发展起来,先后创刊达 200 多种^[2],这既是当时回族社会、宗教、文化宣传的主阵地,也是商业经济跻身的绝佳舞台。伴随着回族报刊的兴衰与始终,其所发布的相当数量的广告亦集体传示着多样化的资讯信息,在那些稚嫩质朴的图文符号的背后,也隐约透露着特定的时代和民族的声音。笔者在浏览民国时期各种回族报刊的基础上,选取其中拥有较高社会影响力特别是对近代回族社会产生过巨大影响的《月华》^[3]为对象,就其大量刊登的广告文案做一专题研究,描述展示其广告样式内容,归纳评介其广告类别特征,挖掘揭示其广告的民族性元素及广告隐示的回族民族认同话语价值,以期拓展和丰富近代报刊史的研究,并就教于方家。

《月华》于 1929 年 11 月创刊至 1948 年 6 月停刊,前后断断续续历时约 20 年。在《月华》发展过程中,广告与其共生共存,其中又以 1929 年到 1937 年的广告发布最为集中且为最多,1937 年抗战爆发后,由于战时物资匮乏,刊物难以为继,几度停刊、复刊,广告的刊登也日渐稀少,仅见零星的启事、鸣谢等。因此,本

文的研究主要以 1929~1937 年的《月华》广告为主。

一、《月华》与《月华》广告

《月华》是民国时期回族伊斯兰教学术类刊物。在马福祥、唐柯三、马振武、孙幼铭、赵振武、孙绳武等人的倡导下,于 1929 年 11 月 5 日创刊。初为 5 日刊,出版 6 期后改为旬刊,1947 年又改为月刊,1949 年新中国成立后更名为《回民大众》后旋即停刊,约计出版 17 卷,485 期。此刊由北平成达师范学校主办,北平月华报社编辑发行,社址初设北平东四牌楼清真寺成达师范学校内,后因战乱随成达师范学校辗转桂林、重庆,抗战胜利后又回迁北平,赵振武、白寿彝、金殿桂、马金鹏、庞士谦等先后出任主编。《月华》可谓近代中国所有回族伊斯兰刊物中历时最久、影响范围最广、最具代表性的报刊。

《月华》的创办,得益于近代中国西北“宁马”^[4]家族的重要人物——马福祥^[5]在经费上的大力支持。长期以来,马福祥与其家族一直是《月华》在经费财源上的重要支持者。1929 年秋天,马福祥与成达师范主要负责人唐柯三、马振五、孙绳武等人在讨论中国回教未来发展前途时,即以“吾教教义不彰、西北民智落伍为叹”^[6],认为:“欲求吾国回教振兴,首宜提倡教民知识,知识提高,则种种事业,自然头头是道,易于着手。且陕甘西北一带,为吾国回民根据地。而教民知识落伍,较内地尤甚。非有以启迪之,不足谋整个回民之进步。”故极力主张:“欲达此旨,必要发行定期刊物,以沟通文化,开通风气。风气既开,则教育易于普及。盖西北一带,多以读汉字书为危险事,虽有大力,未易夺其志,故发行刊物,实为振兴吾教之要图。”^[7]于是决定创办《月华》报刊,办刊宗旨亦确定为:“发挥回教适合现代化潮流之精义,介绍世界各地回民之消息,增进中国回民之知识与地位,解释回教新旧派别之误会,发达中国回民之国家观念,提倡中国回民之教育及生计。”^[8]经费由马福祥每月捐助大洋 100 元,其余靠刊登广告及募集自筹。与此相适应,开辟众多栏目,如《古兰经》诠释、时事评述、言论讲坛、学术讲座、论著选载、回教世界、演讲录、记事、专件、调查、文艺作品等。同时,像其他近代报刊一样,《月华》亦专门开辟广告栏目。

因此,月华虽然“本非营业性质”^[9],但为发行报刊所计,也注重以广告经营,开辟广告栏目,收取一定费用的办法来筹集办报资金。在创刊号上便首发了“王记电料商行”“成达师范学校委托医院:儒医许少华”“成达师范学校委托医

院 外科医士哈锐川、哈锐溪”“成达师范学校收到捐助校款宣单”四则简单直白的广告 标志着《月华》广告的诞生。随即于第二期刊登“本刊广告章程”(如附表一) 将版面、价格等“广而告之”于社会大众。从此,广告即与《月华》相伴相随,成为其中的一个固定栏目,也成为展示回族报刊显性与隐性主张的一个特殊窗口。

附表一 本刊广告章程^[10]

面积	三期	半期	全年
二方寸起码	五元	二十四元	四十五元
每加一方寸	二元	十元	十八元
说明:一、本刊广告运用艺术的原理作成活动的版式插排各栏文字之中用促阅者之注目 二、广告费不分等级地位概按面积计算如左表 三、图画制版价目另议 四、广告一律先期收费其登全年者得分二次续付 五、特别广告不能拘定尺寸期数者仍请来社面议			

据此可知《月华》报刊一般是根据广告版面面积和刊登时间的长短来决定收费的额度^[11]。1931年第三卷后又改为按照杂志页码注意力的高低和版面大小来设置(如附表二)。封底价格最高,且区别底皮里外收取不同费用,正文和内文部分较低,这都和现在报刊广告刊例类似。

附表二 重订广告价目表^[12]

地位	底皮外面			封底皮里面		内文	
	全面	半面	四分之一面	全面	半面	半面	四分之一面
面积	全面	半面	四分之一面	全面	半面	半面	四分之一面
三期	八元	五元	三元	六元	四元	二元	一元
半年	四十元	二十五元	十五元	三十二元	二十二元	十元	五元
全年	七十元	四十元	二十五元	六十元	四十元	十八元	九元
说明	一、制版,价目另议。 二、刊资先付,全年可分二次交。 三、特别广告,请来社面议。						

关于《月华》广告的内容分类,笔者按照《月华》广告所涉及的领域,一方面借鉴了著名报学专家戈公振先生的分类法^[13],一方面又结合现代广告学的分类方法与原则,将《月华》的广告从整体上划分为三种类型。

(一)商业广告

是指以推销产品或服务以取得盈利的广告,也就是我们所说的狭义的广告。

《月华》刊登的此类商业广告主要包括某种商品的售卖、促销等,商业启事、商务通告、声明、开业、迁移、转让等,医生、医院、药品等,餐饮、饭馆等,招聘、求租、招聘等,律师介绍,生产机器的各种配件、修理、安装等。《月华》广告所介绍的商品、商务种类繁多,如商品出售有王记电料商行、济安堂王回回狗皮膏药、义文斋珠宝店等,饭馆饮食广告有东长顺羊肉馆、同悦楼羊肉馆、清真永顺轩饭馆、元兴堂饭庄、西德胜羊肉馆等,介绍诉讼业务的如律师王桂照、韩桐彬等,医疗医药广告有医生“儒医许少华”“医学士张旭初”“按摩医士王筱溪”等,药堂有“万安堂”“济安堂”“永庆堂”等等。

(二)文教广告

是那些传播教育、科学、文化、艺术等信息的广告,包括招生、考试、学校通知等,书籍、报纸、杂志出版等,演讲、展览等。《月华》上的文教广告,主要以回族伊斯兰书籍和教育招生为主。20世纪初,由于大量回族出版机构(如报馆、书店、杂志社等)的出现及大量回族学校的兴办,出版和教育广告数量大增,成为《月华》广告中不可忽视的重要力量。由于《月华》与成达师范学校关系密切,《月华》成为成达师范对外宣传的窗口和展示自己的重要舞台,因此,刊登成达师范出版部的书籍广告和成达师范的招生广告为最多。《月华》利用刊物封底、封三位置或文后补白,轮流刊登成达师范出版部、北平清真书报社新出书目或重印书广告及回族各类学校的招生广告,连绵不断。

(三)社会广告

是指不以盈利为目的的提供社会各方面信息的广告。《月华》的社会广告主要包括团体及个人的通告、迁址、启事、募捐、捐款、恭颂、鸣谢、代邮及各类声明等。其中的任何一种绝对数量都不是很多,其中的某一种可能会在刊物的某一时期显得多些,如《月华》报社和北平成达师范的鸣谢声明等。《月华》的社会广告涉及内容比较宽泛而庞杂,当时社会的丰富多彩亦从中可见一斑,可谓社会镜像的多棱镜。

从总体的广告类别及内容上看,《月华》前三年文教广告数量寥寥,主要以商业和社会广告为主。后来从1932年第四卷开始,工商广告开始明显减少,而文教广告日渐攀升,其迅猛增长的势头尤其引人注目,一度超过其他广告类别而位居首位。再就是声明、启事特别多。这说明广大民众对报刊的传播功能已有足够的认识,也说明民众群体认同意识的增强。

为了能够比较清晰而直观地了解《月华》发行广告的数据信息,笔者特意对1930年^[14]至1937年每年1月份的广告发行数量做了抽样统计,并制成柱状图(见图1),演示该刊物从1930年到1937年历时八年的黄金发展期广告发布数量的发展变化走势情况。

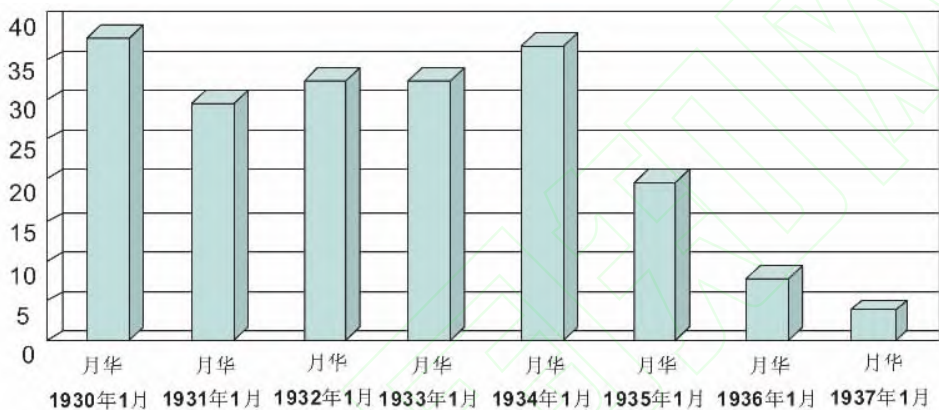


图1 1930~1937年的1月份《月华》广告月投放量 单位:则

其中,创刊第二年的1月份刊登的广告量为38则,此后各年1月份依次为1931年30则、1932年33则、1933年33则、1934年37则。在接下来的三年中,月刊广告量开始下降,1935年为20则,1936年为7则,1937年1月仅为4则。通过一个月的广告投放量可以大致测知全年的广告总量。以上广告数量的变化也与该刊物的总体发展状况相吻合,这主要是由于1934年以后,华北京津地区在日本军事行动的紧逼下,社会经济已不如以前宽裕,刊物已无法再维持原来的发展状况。从1936年第八卷开始,《月华》进入简朴困难之境,连彩色封皮都节省了,每期的页数也减少了许多。社会政治、经济发生的重大变局自然也波及影响到了《月华》,其广告业也明显走向滑坡。

二、《月华》广告与回族消费文化的形塑

报刊广告是商业经济发展的产物,而消费是商业经济发展的根本动力,广告文化与消费文化之间存在着密切联系。在国内相对和平宽松的20世纪二三十年代,以清真饮食、医药、珠宝、制茶、制皂业等为代表的回族传统商业经济取得长足发展。回族经济与报刊之间互为依托,一些行业通过报刊广告推销产品,提高知名度,报刊也从各类广告客户那里获取一定的资金。一方面,报刊广告展现了

经济社会的发展景象,另一方面,报刊的发展始终受到受众需求的制约和牵引。正如丹尼斯·麦奎尔所言:“大众媒介的发展历史表明,受众既是社会发展的产物,也是媒介及其内容的产物。人们的需求刺激出更适于他们的内容供给,或者说大众媒介有选择地提供那些能够吸引人们的内容。”^[15]报刊广告显然是联系受众和商业社会的信息媒介。近代回族报刊注重刊登广告,显然与其当时的经济社会、消费市场发展有着密切联系。近代回族报刊广告作为商业营销的手段之一,向广大的回族受众提供丰富的经济和文化信息,它作为一种流行的文化现象,在改变并塑造着回族民众的生活方式,也推动着回族消费文化的发展。

清真餐饮业是回族传统的经济行业,凡是有回民聚居的地方必有此行业。民国时期,回族餐饮业兴旺发达,一些饭馆便将新兴的报刊广告作为推荐其菜品品种和食品风格、争取客源的营销手段之一。一些清真餐馆如东长顺羊肉馆、清真永顺轩饭馆、同悦楼羊肉馆、元兴堂饭庄、西德胜羊肉馆等都经常在《月华》上刊登广告。有些饭馆在其新开张、迁址之时常刊登广告告知顾客,如清真永顺轩饭馆的主人杨德禄就刊登了其“新张广告”以吸引顾客:“本轩开设前门外观音寺京华客栈后院内。地点适中。食料清洁,对于烹调,尤其心得。各地教胞莅平,宿于清真京华客栈,食于清真永顺轩,堪称两便。今新张伊始。价钱更为克己。赐顾诸君尽兴乎来。”^[16]可以看出,这则广告的诉求对象是回民群体——“各地教胞”,并称“食料清洁”,目的在于让回族民众放心食用。“清真元兴堂瑞记饭庄”是《月华》广告的常客,“本堂开设旧京已数十百年,精研食谱烹调优良,专做南北大菜,成桌教席,随意便饭,闷炉烧鸭,应时糕点,各种罐头,一应俱全。对于外会手续,精敏异常。此外创制芬芳适口,有益卫生。新奇菜蔬,食品多种,中外驰名,毋庸赘述。至于院落宽阔,房间清洁,冬夏凉暖,两便其宜,乃其余事。近数年因经营乏术,以致生意减色,今特聘昔年经理及庖师等重回本堂,将内容竭力整顿”,利用重新开张之际,刊登广告云:“房间座位务取清洁舒畅,伺应力求勤敏周到,其各种菜蔬食品精益求精,价值力取低廉,兼设平民化之小卖部,并添女子招待。先本堂已修理完竣,定于国历十二月二十日重新开幕,请诸公光顾品尝,无任欢迎。”^[17]其就食品品种、消费环境、经营策略、新近潮流等各个方面,极尽渲染之能事,是《月华》上话语最为齐全的餐饮广告。后来该饭庄增添新的食品品种时也即时更新广告内容:“本堂烹饪优良,久已驰名中外,现值秋高气爽,本堂不惜重资特聘名师于本月二十一号加添烤涮鲜美牛羊肉片,兼售小卖,定价格外克己,请惠顾

品尝,无任欢迎。”^[18]19世纪后期,西餐成为中国餐饮的品种之一,并逐步在上层社会中流行。在民国社会,吃西餐成为官商富绅追求的消费方式之一,回族餐饮业也不甘落后,适时地推出西餐品种,来引导回族餐饮消费的潮流。清真元兴堂瑞记饭庄新添西餐广告云:“本堂重行开业以来,深承各界惠顾,实深感荷。今又添设西餐一部,特聘欧美名师,精制英法大菜、随意小吃、西式点心、各国名酒,定价从廉,伺应殷勤,以酬顾主,请诸公光顾品尝,无任欢迎。”^[19]由于西餐在调味佐料、原材料及厨师等方面的配置有较高的难度与要求,一般酒楼是无力经营的,广告显示出清真元兴堂瑞记饭庄的规模及实力之大是一般小餐馆所不能比的。

在《月华》上刊登广告的还有专门从事茶叶经销的回族茶商和店铺,如著名的正兴德茶庄。正兴德茶庄是天津回民穆文英于清嘉庆年间创办起来的,到民国时期发展规模迅速扩大,成为一个集工贸于一体的著名企业。它在湖南、浙江、河南、安徽等地采购茶叶,并就地加工,然后运往华北一带销售,在天津设总、支三店,在北京、保定、沧县、泊镇等地设有分店。兴盛时期的正兴德,年销售茶叶330余万斤,营销总额



图2 正兴德茶庄广告(《月华》,1934年第六期,第二十五、二十六、二十七期合刊)

共计200余万元,平均利润按10%计算,每年可获纯利20万元^[20]。其在《月华》上连续半年刊登广告,以寻求代理处经售茶叶,广告云:“本庄在中国回教中,为最大之茶叶商店。各种出品,清洁卫生,适合上等标准。倘蒙各地代理经售,极表欢迎。请赐函洽,当有详复。”^[21]这则广告刊在封底,制作精美,是《月华》中少有的一则图文并茂的广告(见图2)。

近代的传统医药业纷纷开展广告营销,除了运用传单广告和招牌广告外,报刊广告成为医药推销的主要媒介。从《月华》创刊开始,医疗广告就一直是其广告的一项主要内容。如在《月华》创刊号上的四则广告中,关于医疗类的就有2则。

1930年第二卷第二期的12则广告中,有3则医疗广告,占到总量的1/4。在1934年的《月华》上出现了一则以“薛智明鸣谢唐斐礼大医师”为标题的启事广告,以患病康复者的口吻介绍说:“余患哮喘之症十有五载,昔因饮食失调操作过度致起病根。每逢春秋气候转变之际稍一不慎斯病即发,咳喘气阻呼吸不灵,冷汗淋漓顽痰作鸣。是以数日难安枕席困苦万状,历经中西各医诊治均难奏效,自谓今生恐无断根之希望矣,不意去岁得友人之介绍至哮喘专家唐斐礼大医师诊治,经先生用其个人所发明之根治哮喘特效新法诊治,不数月此病霍然而愈病根尽除还我健康,此乃先生医术高明,对于哮喘肺病等症,尤具特殊经验,造福人群良非浅显,用特登报以鸣谢悃,并告各界与我同病者速来除根,免受痛苦而登健康之域也,最近先生发明一种哮喘除根新药,以备路远不能来此就诊者函购,按序吞服,其与注射并无异耳,特此声明。”^[22]这则广告一改过去王婆卖瓜式的传统推销方式,广告主做了角色转换,以消费者的口吻现身说法,构思巧妙。类似广告在医药和医疗广告中屡屡出现,以期增加消费者对商品的信赖程度。近代以来鸦片消费大张其道,鸦片的种种危害也受到社会各界的广泛批判和抵制,在强大的舆论压力下,一些烟民开始选择戒烟,因此各种戒烟药便应运而生。如《月华》的一则“神效再生膏”的戒烟广告就详细地介绍了其功效、服用方法、价格、地址等,广告云:“速戒鸦片吗啡白面之瘾须服海臣氏神效再生膏,纯系科学新法保在十二小时以内断净,不吐不泻不受痛苦。服药法:空心服药勿用晚饭,晚八点服药,水三口服药,片刻沉睡。夜间须用人伺候,饮以凉开水六七饭碗,喝后即小便十四五,其滞即从小便流出。次日早八点时喝百合粉一碗,吃点心毕,即出外散步去。七日内不许吃肉,即可完全断净,且能于第二日照常做事。倘如腿疼便可散步,如肚子疼则喝凉开水,即将绿水吐出,可旧完愈。有志戒断者请来函购药,每付药水五元,一付断净,钱到即寄。代售处:北平朝阳门内禄米仓小雅胡同,门牌四十五号,裕后堂,金。”^[23]其推销效果非常明显,并吹嘘其“纯系科学新法”制成的神奇功效。另外,社会名流是社会公众人物,他们是某些领域的权威或被公认的拥有高尚道德情操的人士,其言行举止在社会上拥有广泛的影响力。他们在报刊上登载启事,貌似非盈利性质,但与专门广告一样对社会消费起到引导刺激作用。《月华》1932年第十五期刊登“马松亭特发启事”曰:“鄙人前因公赴京,过济小住,天雨地滑,晨礼下殿,左臂跌伤,肘骨错节,作奇痛,幸经健民整骨科医院院长兼山东省国术馆委聘治疗所所长张杨文慈女士治疗,立时痊愈,至今苦痛全失,曲直

自如,铭感之余,特为介绍,以备患者知所问津焉。”^[24]马松亭是民国时期著名的大阿訇、回族教育家、回族社会活动家,他对“正骨名医”的“介绍”效果相信不会亚于一则正宗的医疗广告。

回族是一个全民信仰伊斯兰教的民族,伊斯兰教的教义与神学思想皆在阿拉伯文典籍中,故“故研习阿文,实为探讨回教文化之基本”。因此,千余年来回族在清真寺教育中,“阿文原文书籍之肄习始终不辍”^[25]。所以,阿文的原文原书流入中国,亦成为回族在宗教族群上的特殊需求。由于一般汉人书局、出版社法也不愿经办这种带有浓厚伊斯兰色彩的业务,故由回族知识界来办理此项业务亦成为必然之事。“最近三十年来,经营此种文化事业,致其最大力者,当以上海协兴公司、上海中国回教书局,以及北平成达师范出版部为最。”^[26]这些回族文化出版机构纷纷在民国时期重要的回族报刊上刊登大量阿文书籍广告,在引领回族精神文化消费导向上扮演了重要角色。《月华》自创刊之日起就经常刊登这种阿拉伯文原文书籍广告,而且自第四卷以后比例大为增加。这类书籍广告主要以北平成达师范出版部的广告为最多,其书籍广告书目繁多,主要以影印埃及官方版《古兰经》,回民中小学、中阿大学、回民师范所需的中阿文教义课本、阿文读本与阿文文法书,以及一般民众自修专用的通俗宗教知识手册为主。教科书类的广告如《清真教典速成课本》,其在《月华》的广告标榜“文字简明,一看即懂”,对于回民小学或民众教义研习皆一体适用^[27]。因此在当时颇受欢迎,到了1936年已扩充为“增图六版”^[28]。成人自修的教义知识普及书籍有一本“语体文,加标点”的《穆信玛提》,其广告强调“极简明极清楚”,凡“常行人,行教门,看了《穆信玛提》就使得够了!”^[29]还有针对一般识字程度较低的教民出版了四种以通俗、携带方便为其特色的小丛书,即由商丘李复真阿訇所编的《穆民劝善歌》,以及三种“回教常识小丛书”:《丧葬》《斋戒》《开斋节》^[30]。这些回族文化出版机构在《月华》上广泛地做广告宣传,在引导回族精神消费的同时也扩大了信息传播,在一定程度上满足了当时回族教内知识界及民众的需求,对于回族宗教与学术文化的发展贡献极大。

三、《月华》广告文化与民族性诉求

广告不仅是一种经济行为,也是一种文化行为,广告的文化行为是通过商品的宣传进而引导人们的消费行为实现的。每一个消费者都是他所属的民族成

员,他所接受的民族文化必然会影响其消费意识的形成,并作用于他的消费行为。为此,广告文化在某种程度上必然会汲取民族文化的精华,表现民族文化的特色,符合民族接受的心理,这样才能更好地被受众理解,并能引起情感上的共鸣,取得最大的诉求效果。《月华》是一份回族报刊,受众主要是回族民众,广告自然主要是向回族民众进行宣传,这就使得《月华》广告不得不更多地考虑回族的宗教信仰、行为习惯和心理状况,自然地就与回族伊斯兰文化紧密地结合在一起,体现出它的民族性特征。民国时期的《月华》广告打上了浓厚的民族性烙印,并编织了一系列特有的话语,通过一系列广告展示,引导回族民众的消费方式和消费内容,并参与创建了民族性的想象空间,这也使得《月华》广告客观上昭示着一定的民族诉求意义。

(一)从广告文案形式上彰显回族伊斯兰特色

从较早几期的《月华》广告的形式与内容上看,都较为简单,主要是告知商品销售和商业服务的简单信息,诸如某地卖某物、某行干某事之类,如刊登在《月华》上的第一则广告“王记电料商行”云:“承办电气工程,批发各国电料,经售飞利浦灯泡,出赁水耀汽灯。”(见图3)整体而言,最初的《月华》广告标题简单、格式单调、广告内容缺乏个性特征。基本说来,早期《月华》广告的文字,仅仅起到传递商业信息的简单作用。如前所述,广告是一种文化传播现象,而文化又是通过某个民族的活动而表现出来的一种思维和行为方式,一个民族的文化因其独特性必然会给广告带来独特的个性,从而提升广告的吸引力与认可度。广告要走进受众心里,就不能不接受、吸纳民族文化的有益、有利内容,将民族文化融入广告文化之中。于是,后来的《月华》广告结合回族民众的行为习惯和心理状况,从回族伊斯兰文化中借取各种资源来形成自己的语言技术成为必须和必然。如《月华》报刊广告中大量出现的“清真”“回教”“穆民”“教胞”“教亲”等回族伊斯兰教特有的语汇,即为显现。根据《古兰经》的规定,回族饮食有许多禁忌、特殊规定和要求,因此在《月华》的餐饮业广告中“清真”“卫生”“洁净”等词也频频出现。回族在宗教领域及日常生活中保留了大量的波斯语、阿拉伯语词汇,后来的《月华》中也出现了汉语与阿拉伯语相结合的双语广告,一般上半部分是汉语广告词,下面配有阿拉伯文,这样的广告不仅从形式上更为丰富多彩,而且更能彰显回族伊斯兰特色,也更会增强回族民众的民族认同感,宣传的效果更佳(见图4)。

王記電料商行

承辦電氣	工程批發	各國電料	經售飛利	浦燈泡出	貨水耀汽	燈
------	------	------	------	------	------	---

前門外楊梅竹斜街中開路
電話南二局七〇四

图3 王记电料商行广告（《月华》1929年第一卷，创刊号）

福生食堂

樓二	牌九	單六	東一	平四	北局	：址地
：話電	：話電	：話電	：話電	：話電	：話電	：話電

設備雅潔 地點適中 食品精美 應酬週到

* مطعم فوشين *
 ﴿ بكنين شارع دون دان بايو ﴾
 هذا المطعم يقدم لك الطعام الاسلامي على الطريقة الأوربية، وحوق وسما
 المدينة بحيث يسير لكل إنسان أن يذهب إليه بدون مشقة، وكل معداته
 وأدواته نظيفة، وطعامه لذ بزوجد اللطافة، ويقدمه لك أحسن الخدم وأنظفهم
 بكل أدب وإحترام. فإذهب إليه لترى مايسرك﴾

图4 福生食堂广告（《月华》，1934年第六卷，二十八、二十九、三十期合刊）

(二)在日常生活消费广告诉求中宣扬回族伊斯兰教风俗习惯

回族在形成和发展过程中逐步形成了具有鲜明民族特点的风俗习惯,并体现在日常生活之中。由于回族饮食的许多禁忌、特殊规定和要求,在这样的前提下,回族民众发展了独具特色的清真餐饮业,在《月华》广告中的回族餐饮行业,大都表明自己的清真风格与食品清洁卫生特色,以此吸引回民消费就餐。化妆品广告也突出“清真”品性,刊登在1934年《月华》的一则“瑞馨斋皂厂”的广告就直接以“请用清真化妆品”为标题,广告云:“土耳其香皂:制法清洁,气味芬芳,涤垢润肤,冬夏咸宜。”“清真日光皂:清洁,快利,在舶来品之上。”“清真白玉霜:原料纯净,润肤增妍,穆民仕媛,化妆极品。”^[31]在标明化妆品的功能品格之时还特别标榜其原出伊斯兰正宗、制法清洁、原料清洁纯净,是专门针对“穆民仕媛”的“化妆极品”。另外,按伊斯兰教规定,男孩12岁在开始承担宗教义务和履行“天命”和“逊乃”的宗教功课前,有施行割礼的习俗。割礼是阿拉伯语“赫特乃”的意译,回族俗称“逊乃提”,也叫成丁礼,亦称为“割包皮”,指穆斯林男孩割掉阴茎包皮的仪式。此礼一般在回族穆斯林幼童5岁至9岁时施行,以前,基本上由在穆斯林聚居区走村串户的类似“走方郎中”的“逊乃巴巴”完成。随着医学的发展,民国时期的一些医院也施行这种手术。有医生在《月华》上刊登广告云:“中西手术:侯崇恩免费施行割礼,寓牛街西寺对面,门牌四十三号”^[32]。从这则广告可知,这位侯崇恩医生不但免费施行割礼,而且从“中西手术”词中也显示该医院的规模与现代化,在这样的医院施行手术,既安全、快捷,又卫生,一定深受广大穆斯林的欢迎。

(三)从教育招生广告诉求中提倡发展回族民族教育

发展现代化的新式回族教育是近代回族新文化运动的具体表现之一。发展新式回族教育的主要内容是包括针对传统回族“经堂教育”的批判与改革,以及建立符合现代回族民众需求的回民小学、回民中学、回民大学等多样化的回族学校教育。民国时期,许多回族报刊以提倡发展回族教育、提高回民智识为己任,同时各级各类回民教育事业也处于蓬勃发展中,各类学校纷纷利用报刊开展广告宣传,以扩大招生规模。《月华》中就有相当多的北平成达师范和西北公学等学校的招生广告。如成达师范学校于1930年夏季,首度利用《月华》进行宣传,刊登广告内容大致如下:招生范围包括初级部、高级部,两班预计招收的人数各20名。高级部的考生年龄限制在16岁以上、20岁以下,且粗通阿拉伯文,曾在初级中学毕业或有同等学力者;其考试科目有阿文、国文两科。此外,考试方式倒是具有弹性,不但采取随到随考的方式,对于路途较为遥远的外埠考生,只要能提出妥实保证者,皆可用通函试验的办法^[33]。同时,成达师范也在《月华》上积极宣传其新生入学的资讯,其招考新生的主要对象为16岁以上20岁以下的高小毕业生,或具有同等学力者,以1931年师范部第三班入学考试为例,考试科目为国文、数学,对于路途遥远的考生,若有妥实保证者,仍得用通函试验的办法(见图5)。更特别的是,他们还利用《月华》在当时全国各地回坊的影响力,进行了一场突破性试验,即除了陕西、新疆、四川、云南等少数省份之外,在全国华北、华中、内蒙古、西北甚至于东三省,凡是回民较为聚集的地区多聘有“代试员”,并设立“代试处”,让距离北平较远的外埠回民子弟,皆可就近向各代试员及代试处报名投考。此外,《月华》也刊登了中国近代第一所回族女子中学——新月女中的招考初中一年级新生和初二编级生的招生广告(见图6)。



图5 北平东四牌楼成达师范学校招考新生广告 (《月华》,1931年第三卷,第十五期)

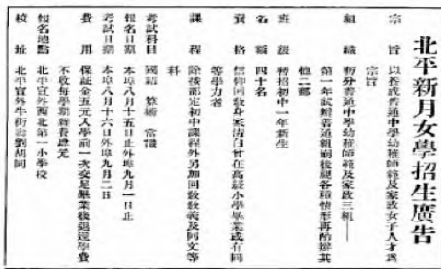


图6 北平新月女学招生广告 (《月华》, 1935年第七卷, 第十七期)

各类回族学校的招生广告为广大学生和家長提供了较为详细的考试信息,及时地将文化教育信息传递给他们,为受众接受新式回民教育提供了多样化的选择。而各类书局、出版社出版的大量阿文教材、研究著作等,也常在《月华》上刊登广告,为受众了解回族伊斯兰书籍市场的动态及深度文化交流与传承提供了第一手资源。这些文教广告在推动新式回族教育消费大众化方面,起着重要的文化传播和舆论导向作用。

四、结 语

《月华》广告以其相对比较丰富的内容和表达方式,为我们认识近代回族消费文化的变迁开启了一扇窗口。而报刊广告本身也是我们解读社会文化的载体,诚如赵君豪所言:“凡社会间一切动态,自广告中所显露者,较之新闻陈述,尤为真切,盖广告多为各个分子自己所刊布之文字也。”^[34]通过广告,我们可以探知当时社会的消费潮流及其伴随着的真真切切的价值取向,探测消费大众化过程中导致的自觉与不自觉的种种嬗变。从这个意义上讲,《月华》广告也是解读回族消费文化、延伸研究近代回族社会变迁的独特途径。

就《月华》广告的初衷来看,与其他一般近代报刊相比并无差别,都是为补贴办刊费用而进行的一种商业行为,但由于其回族报刊的天然属性,又使其与生俱来地带上了民族性的胎记,当它进一步发挥功能之时,从选择与被选择、传播与接受、目的与绩效等互动的任何角度考量,其必然也必将彰显鲜明的民族性特点,广告也就客观上裂变成为发行者间接倡导民族性话语的方式,部分地演绎着与报刊其他栏目所宣传的办刊宗旨和义务一致的使命。从这一角度上说,《月华》的广告既是一种商业行为,也是一种文化行动;即可以说是一种经营行为,也可以说是一种民族教化行动。总之,从回族想象空间建构的视角反观《月华》的广告,其历史意义、价值与贡献,正在于广告的背后。

注释:

[1]作者简介:刘莉,宁夏大学人文学院历史系副教授,南京大学历史系民族与边疆研究中心博士研究生。

[2]马博忠:《民国时期中国穆斯林报刊统计表》,《回族研究》2008年第4期。

[3]对于《月华》,学界多角度、多层次进行了专题研究(参见拙文《近二十年来回族报刊研

究述评》《回族研究》2010年第2期) ,但针对《月华》的广告进行的探讨研究迄今未见。

[4]民国时期,西北回族军阀有所谓“西北五马”之称,实际上指的是“河州三大户”:马安良-马廷勤家族、马福祥-马鸿逵家族、马麒-马步芳家族。他们的父辈都是清同治年间协助清政府平定西北回民事变的回族将领。民国时期,马福祥侄子马鸿宾任宁夏镇守使,后来其子马鸿逵任宁夏省主席,故其家族有“宁马”之称。马麒任西宁镇守使,后其子马步芳任青海省主席,故其家族有“青马”之称。

[5]马福祥(1876~1932),字云亭,甘肃河州(今临夏)回族人。清光绪21年(1895年)与兄马福祿组建“安宁军”,以镇压河湟事变有功,为甘肃提督董福祥收为部下,逐步上宦途。后历任西宁镇总兵、甘肃宁夏镇总兵、宁夏将军兼护军使、绥远都统。国民政府成立后,历任军事委员会委员、青岛市市长、安徽省政府主席、蒙藏委员会委员长等职。马福祥毕生热心回族与伊斯兰教文化教育事业,曾于西北、北平地区兴办学校60余所,北平西北公学、成达师范学校等皆得其助。此外他更资助刊印伊斯兰教汉文译著数十种,主持编纂《朔方道志》《蒙疆纪要》《蒙疆状况》等书。见金宜久:《伊斯兰教小辞典》,“马福祥”条,上海辞书出版社,2006年版,第129页。

[6]马松亭:《五年以来之月华报》,《月华》,1934年第六卷,第二八、二九、三十合刊。

[7]记者:《社论:悼马云亭先生》,《月华》,1932年第四卷,第二十五、二十六、二十七期合刊。

[8]编辑部:《本刊宗旨》,《月华》,1929年第一卷,创刊号。

[9]编辑部:《本社紧要启事》,《月华》,1932年第四卷,第一期。

[10]资料来源:《月华》,1929年第一卷,第二期。

[11]民国时期也有的报刊是按照字数和时间收取广告费,如《民权报》1913年3月28日的《告白刊例》称:“一礼拜,一百字收银一元,二礼拜,一百字收银一元八毫,一月一百字收银三元……”

[12]资料来源:《月华》,1931年第三卷,第四期。

[13]戈公振在《中国报学史》中,对报刊广告类别作过系统分析,他以我国二三十年代上海、北京、天津、汉口和广州的报刊为例,对广告状况作了详细剖析,把广告分为商务广告、社会广告、文化广告、交通广告和杂项五大类。戈公振:《中国报学史》,中国新闻出版社,1985年版,第175页。

[14]《月华》创刊于1929年11月,1929年没有1月刊,故统计这几年1月份的月广告投放量时,没有将1929年计算在内。

[15][荷兰]丹尼斯·麦奎尔著,刘燕南译:《受众分析》,中国人民大学出版社,2006年版,第35页。

[16]编辑部:《广告 清真永顺轩饭馆新张广告》,《月华》,1932年第四卷,第十、十一、十二期合刊。

- [17]编辑部:《广告:清真元兴堂饭庄启事》,《月华》,1930年第二卷,第三六期。
- [18]编辑部:《广告:清真元兴堂瑞记饭庄新添烤涮牛羊肉》,《月华》,1931年第三卷第二十五期。
- [19]编辑部:《广告:清真元兴堂瑞记饭庄新添西餐广告》,《月华》,1931年第三卷,第十四期。
- [20]武树滋、鲁箴:《正兴德茶庄经营概况》,载《回族史论集》,宁夏人民出版社,1994年版,第686-687页。
- [21]《月华》,1934年第六期,第二十五、二十六、二十七期合刊。
- [22]编辑部:《广告:薛智明鸣谢唐斐礼大医师启事》,《月华》,1934年第六卷,第七、八、九期合刊。
- [23]编辑部:《广告:神效再生膏》,《月华》,1932年第四卷,第八期。
- [24]编辑部:《马松亭启事:介绍正骨名医》,《月华》,1932年第四卷,第十五期。
- [25]赵振武:《三十年来之中国回教文化概况》,《月华》,1937年第八卷,第二十二期。
- [26]赵振武:《三十年来之中国回教文化概况》,《月华》,1937年第八卷,第二十二期。
- [27]编辑部:《广告:教典速成课本》,《月华》,1931年第三卷,第一期。
- [28]编辑部:《广告:北平成达师范学校出版部简明书目》,《月华》,1936年第八卷,第三六期。
- [29]编辑部:《广告:穆信玛提》,《月华》,1931年第三卷,第一期。
- [30]编辑部:《广告:极便宜的新书》,《月华》,1935年第七卷,第三十期。
- [31]编辑部:《广告:请用清真化妆品》,《月华》,1934年第六卷,第二五、二六、二期期合刊。
- [32]编辑部:《广告:中西手术》,《月华》,1931年第三卷,第十三期。
- [33]编辑部:《北平东四牌楼成达师范学校招编级生广告》,《月华》,1930年第二卷,第十七期。
- [34]赵君豪:《中国近代之报业》,上海申报馆,1938年版,第223页。