

民國初期平面媒體的視覺呈現：以上海『良友畫報』為例

陳國傑

摘要

創刊發行于上海 1926 年至 1945 年的《良友》是 20 世紀中國第一本大型綜合性畫報，發行量與其影響力經久不衰，在民國初期《良友》畫報領導時尚潮流、展現都會風華、報導公眾人事、緊扣時代脈搏，真實紀錄當下的都會生活氛圍，成為保存時代影像文化資產的重要媒介。1984 年開始，《良友》第四任主編馬國亮陸續在香港發收回憶文章，馬國亮以曾為主編的視角回溯《良友》畫報的發展過程與興衰始末，一股上海記憶持續被喚醒，1990 年台灣商務印書館將 1926 年至 1945 年的《良友》彙結成冊重新印行、2002 年馬國亮先生在香港的回憶文章也被結集為《良友憶舊》一書出版。隨著這股出版熱潮，被塵封在《良友》內的文化資產很快引發海內外研究者的關注。

大眾傳媒之於都市文化的建構與發展有絕對的影響力，民國初期的上海，畫報作為平面視覺媒體呈現，不僅體現與形塑著當時的城市語境，也具體的構築現實與想像。本文即試圖從《良友》畫報的內容價值取捨暨版面編排方式、美術設計、廣告呈現手法等視覺面向來進行解讀，以期獲得當時期的都市文化脈絡與新的詮釋。

關鍵字：文化資產、大眾傳媒、城市語境、都市文化

* 康寧醫護暨管理專科學校 數位影視動畫科講師
中原大學設計學博士生

電子郵件：aik348@knjc.edu.tw

收稿日期：2009.11.18

修改日期：2010.03.17

接受日期：2010.03.30

Visual Presentation of Graphic Media in Early ROC: Case of *The Young Companion* in Shanghai

Chen, Kuo-chieh

Abstract

First published in Shanghai, *The Young Companion* (TYC, 1926-45) was China's first leading integrated pictorial in the 20th century. Though the circulation and influence was low, as an important medium conserving cultural image assets of the times, TYC pioneered fashion, reflected urban charm, covered celebrities and their events, and closely was in step with the time with its true records of life in that time. Since 1984, the fourth TYC chief editor Kuo-liang Ma began publishing a series of memoirs to recall the rise, development and decline of TYC from an editor's viewpoint, thus evoking the remembrance of Shanghai. In 1990, The Commercial Press Ltd. republished TYC during 1926-45 in a single volume. In 2002, Ma's memoirs were published in *Remembrance of TYC*. Following this TYC exclusive, the cultural assets contained in this forgotten pictorial drew the attention of researchers at home and abroad.

Mass media has absolutely influenced urban cultural formation and development. In the early days of Shanghai, pictorials presented in graphic visual media not only realized and shaped the urban context of the time, but also built reality and imagination. This paper attempts to investigate the urban cultural links to that time and reinterpret such links by analyzing the layout, art design and advertisement presentation of TYC.

Keywords: cultural assets, mass media, urban context, urban culture

* Lecturer, Department of Media Arts, Kang-Ning Junior College of Medical Care
PhD. Student in Design, Chung Yuan Christian University

壹、無人不讀，無處不在

《良友》發行於中國的關鍵與動亂年代，是我國新聞出版史上第一本九開大型畫報，1926年創刊於上海。初為月刊，1934年7月曾改為半月刊，半年後又恢復為月刊。1937年「八一三」抗戰爆發後休刊三個月，之後出了兩期16開本，隨即又恢復為9開本，六期後再次停刊。1939年2月在上海複刊，正常出版至1941年12月後，因太平洋戰爭爆發而休刊。1945年10月在大陸出版了最後一期。1954年《良友》創辦人兼第一任主編伍聯德在香港以「海外版」的名義，重新出版《良友》畫報，至1968年再度休刊。1984年6月《良友》在香港重又複刊至今。而本文重點關注和分析的主要是以《良友》創刊後在中國大陸出版時期(1926.2—1945.10)，其間共出的172期又兩個特刊為範圍。這當是《良友》最為輝煌、也是最有研究價值的階段。

《良友》是一本以視覺圖像為主要表現形式的刊物，第四任主編馬國亮在回憶錄上指出

『《良友》這樣的形式和內容，不只在中國畫報界是首創，在世界各地也稱得上是前驅。當時以畫報稱的，雖有英國的《倫敦圖解新聞》和日本的《朝日新聞》畫刊，都像當時上海的時報畫報一樣，均偏重時事。像《良友》那樣，除了軍事政治、國內外時事、還有經濟建設、社會生活、藝術文化、科學知識、電影體育、家庭婦女兒童等方面，無不兼備的，國內還沒有。在國外，則是《良友》創刊十年以後，才有了美國的《生活雜誌》。另一個類似的《蘇聯建設畫報》，也後於《良友》四年。』(馬國亮，2002)。

《良友》發行的二十年間，刊行彩圖四百餘幅、照片三萬兩千餘幅，曾創下四萬餘冊的月銷售量。作為民初中國持續最久的一份大型畫報，它對中國近代社會的變遷、動蕩不安的世界局勢、國內外各界之風雲人物、文化藝術、名勝古蹟等等無不做詳盡記錄（齊秋生，2004）。另外，馬國亮也在1990年台灣商務印書館重加印行版的《良友》畫報序文中寫到

『今天我們重翻這些已成為過去、紀錄著二十到四十年代的歷史文獻，所有那時期的國內外大事、各領風騷的人物、社會動態、科學文化，一一重現眼前。時光倒流不僅是冥想，而是歷歷在目。它的可貴在於它是以照片紀錄歷史，以形象顯示當時所有重要或次要的事件、人物、社會等現場真

相，比單純以文字紀錄的資料更具體，也更真實。』（良友畫報，台北：1990）。

就在這樣的語境下，《良友》畫報以圖像的展現近全景式的記錄了上個世紀 20 年代到 40 年代中國上海等的都市生活，更因為是誕生於半封建、半殖民地時代的上海，《良友》相當長的一段時期裏，在中國都市的常民文化中扮演著極為重要的角色。

而做爲畫報月刊的形式，《良友》的傳播流通性在時間與空間上都被極至擴大延伸化，發行範圍遍及全中國與海內外華人社區，延續時間長、出刊量多、讀者群龐大，影響力毋庸置疑。在《良友》100期紀念特刊上，即以廣告形式刊登謂之「《良友》無人不讀，《良友》無處不在。」。從搭配的圖片上更可以見出它的讀者不只遍及普通城市居民，如主婦、現代女性、工人、巡捕、老頭、掌櫃、戲院的觀眾、茶室裡的茶客、學生等，且不乏社會名流，如老舍、葉靈鳳、張天翼、黎錦暉、胡蝶、金焰等。（圖1）《良友》如此普泛化的閱讀範圍和讀者層次，爲它贏得了「良友遍天下」的美譽，更爲重要的是，《良友》以其前所未有的豐富內容和精美時尚的編輯風格默默影響與滿足了那個時代人們的想像，一個關於現代都市生活的想像、關於西方世界的想像、關於摩登時尚的想像等等，今日，在半個多世紀後，《良友》重新展現在世人面前，我們得以從中一窺昔日上海的都市文化風情。

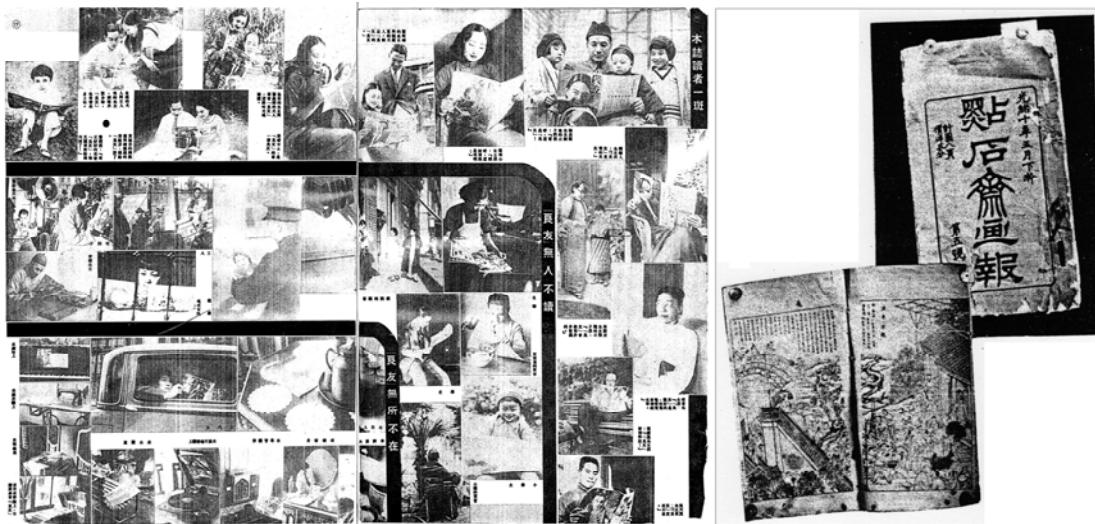


圖 1《良友》100 期紀念特刊上，以廣告形式刊登謂之「《良友》無人不讀，《良友》無處不在。」。圖 2《點石齋畫報》，沒有攝影圖片，是一部半傳統的繪畫紀錄。

貳、上海的都市文化建構

1912 年中華民國成立前後，清朝的舊勢力尚未徹底清除，民國的新勢力尚且稚嫩，從中央到地方，軍閥當道，政府幾近癱瘓，社會呈現出一片無序混亂的狀態。然而就在同時，上海的租界卻有如國中之國，獨享著一份特別的平和，甚而，租界在經濟、人口等各方面都進一步加快了其發展的速度，由 1912 年開始至 1936 年可謂上海租界高度繁榮的一個階段，也是都市文化極致成形與展現的時期。即使人們譴責當時上海屈辱的半殖民制度，卻往往帶著愛恨難分的矛盾心理接受上海在近代中國城市中的特殊優越地位。都市文化在上海的具體表現很多，但最主要是受西方影響甚深的經濟商業化和市政制度化，傳統中國雖不乏商業文化，江南一帶在明清時期更是中國商業化程度最高的地區之一，但上海自五口通商開埠後由西方帶來近代資本主義的商業精神卻是前所未有的，同時上海又是近代中國市政管理最制度化的城市，如租界各種章程之齊全，是中國其他城市所難望其項背的。

《上海摩登一種新都市文化在中國》一書的作者李歐梵從現代化的角度對《良友》做了獨到的個人詮釋。他在《上海摩登》書中細膩地分析《良友》畫報中的各種專欄內容，包括女性、兒童、電影、商業百貨、建築、藝術與娛樂、甚至是封面和廣告欄位等。並從中國近代社會追求現代化的觀點剖析出一本全新的《良友》，李歐梵指出《良友》

『有意識地為現代性作廣告，借此幫助了上海都會文化的建構。由此它不僅標誌了現代中國報刊史上意義深遠的一章，也呈現中國現代性本身的進程上邁出了歷史性的一步。』（李歐梵，2001）。

《上海摩登》在以前所未有的高度強調印刷文化的生產和消費至於新上海都市文化的重要性，認為這種以印刷媒體為仲介的現代化，事實上是一種形式和風格上的流行文化，儘管這種文化未必能真正影響到人們內在的思想深處，但卻形成了對於視覺文化和城市生活外在華麗表面的大眾幻想，並將知識份子的啟蒙活動與都市民眾新的生活模式聯繫在一起。既然《良友》作為一本新市民階層的平面媒體，以文字和圖像，且主要是以具體的視覺形式為生活在或嚮往生活在大都市的讀者描摹營造出來的現代化的繁華和夢幻，《良友》的編輯是基於何種的立場與價值取向去篩選取捨呈現畫報本身呢？又如何妝點設計

與剪輯編排呢？都是本文所關切與論述的重點。

參、編輯視野價值所引導的西方想像

李歐梵也在馬國亮的《良友憶舊》序文中提到－

『作為一種都市文化的產物，《良友》畫報可以說是開風氣之先。在此之前，當然還有《點石齋畫報》（圖2），但它沒有攝影圖片，是一部半傳統的繪畫紀錄。但《良友》畫報卻是嶄新首創，它不但把報紙上的時事圖片發揚光大，而且更製造了各種設計的新花樣，諸如漫畫、外國雜誌圖片的大量轉載，甚至在設計上緊跟當時流行的Art Deco風格，使得這種印刷媒體（雜誌）和電影與建築聯線，當然更為商業文化如時裝、房子、傢俱等等，提供了一個媒體空間。這一切「文化製作」，從後現代理論立場來看，都不過是一種「模擬」或「幻象」（*simulacrum*），但卻忽視了一個基本事實：它也是人造出來的，而且是幾個少數有才華的個人，如伍聯德（《良友》畫報創辦人）和馬國亮。』（馬國亮，2002）。

所以從李歐梵所提出的這個基本事實中去探討《良友》畫報的編輯價值取向立場，則不能不提及《良友》出版史上最為重要的三位主編－伍聯德、梁得所和馬國亮。伍聯德是《良友》的創辦人和前四期的主編，從內容到形式都具開創性，使《良友》快速紅遍半壁江山。而梁得所主編的13—68期，承接前者又有所開拓，把《良友》從消遣無聊引領成為開拓生活視野的刊物，達到老少皆宜，雅俗共賞。當時就有人說「《良友》畫報一卷在手，學人專家不覺得淺薄，村夫婦孺不嫌其高深」（馬國亮，2002）。而馬國亮自第69期接手主編《良友》直至抗戰爆發後在香港出版的第138期止，歷時最久，對《良友》的建樹和功勞也最大。用現代文學研究家趙家璧的話說『以馬國亮主編時期，無論從編輯思想，選題編排，組稿對象（包括文字、繪畫、攝影等），印刷質量，可稱是《良友畫報》的全盛時期，也可以說畫報編輯上的黃金時代。』（良友畫報，上海：1990）那麼，站在《良友》豐富而華麗的視覺圖像後面的編輯群是基於何種的立場與價值取向去呈現畫報本身？我們先從歷任的主編背景切入。

一、第一任主編伍聯德

伍聯德(1900~1972)廣東台山人，其父早年飄洋過海在美國打工，後來開洗衣店，血汗所得為贍養國內妻兒。伍從小由伯父帶到廣州嶺南大學讀完大學預科，因當時嶺南尚未設本科，父親要他到美國讀大學。伍唸書時即對美術很感興趣。念預科時便和另一位同學共同翻譯了一本關於美術的書《新繪學》，賣給上海商務印書館。兩人拿了稿費到上海玩了一個月，參觀了商務印書館，從此對出版事業發生極大的興趣。伍放棄留美機會，決心到上海闖門路。在商務印書館三年當中，為商務出版的《兒童世界》寫美術圖案字。美術圖案字過去很少人嘗試，伍聯德可能是個首創者（馬國亮，2002），商務印書館沿用多年的商標是他寫的。《良友》封面上的刊名二字，和雙鵝的商標一樣也是創刊沿用至今，都出自伍聯德先生之手。《良友》畫報由創刊直至第四期，都由伍聯德自己主編。畫報的成功讓伍聯德對出版事業有了更大的信心，他是個思路靈敏、行動迅捷的人，一想到什麼，立刻著手進行，從不猶豫。良友公司這一個規模不算大的出版機構，在往後多年出版的許多期刊、小畫冊書籍，多半都是他計畫的。創業之初事事親力親為的伍聯德覺得必須騰出手來從事其他出版的計畫。因此，從第五期開始便邀請周瘦鵠擔任第二任主編。

二、第二任主編周瘦鵠

周瘦鵠(1895—1968)江蘇蘇州人，為當時鴛鴦蝴蝶派作家（馬國亮，2002）。伍聯德最初禮聘周，認為周在出版界是老資格，在文壇上是名牌，但事實上卻未能從他身上得到預期效益，周將所擅長的言情風格文稿帶入《良友》，並未獲得讀者的青睞。且當時的情況是周瘦鵠對圖片的組織、選用和編排都是外行，同時周瘦鵠也實在是個忙人，難以兼顧，絕大部份的編輯工作還是落回伍聯德身上。伍聯德吸取了教訓，知道「用人唯才」才是明智，送走主編八期的周瘦鵠，大膽採用當時年僅二十二歲的梁得所。（馬國亮，2002）

三、第三任主編梁得所

梁得所(1905~1938)廣東連縣人。篤信基督、生活嚴謹、愛好藝術的父親，在德性和藝術興趣方面，都給兒女一定的影響，共養了九個兒女，梁得所是老

二，哥哥是個畫家，另外有個音樂家弟弟。梁得所從家鄉的小學畢業後到廣州花地的美國教會設立的培英中學半工半讀，以勤奮見稱。擔任過校內學生組織職務，也經常負責編輯學刊的牆報，在上面寫點東西，畫點美術版頭。中學畢業後，在親友的慇懃資助下至山東齊魯大學攻讀醫科。但讀不到一個學期，覺得學醫非他興趣所在，由於伍聯德的賞識，最後決心放棄學業到上海加入良友。伍聯德是在偶然機會認識梁得所，剛開始只是請他擔任掛名的駐山東的特約記者，是請他留意一下山東的新聞資料。整個時期，只在第10期上面看到梁得所的一張泰山風景，但同期裡卻有他繪的世界婦女運動領袖愛倫凱的畫像和他第一次在畫報上發表的文章。不過在更早的第7期裡，早已介紹了他和他所繪杭州棲霞的水彩畫了，他雖未進過美術學校，卻自學繪畫，情況像伍聯德。
(馬國亮，2002)

四、第四任主編馬國亮

馬國亮(1908~2002)廣東順德人。父親是個保守書生，精於醫術卻不願以此營生，長日在家讀醫書、課兒、寫字、學畫，靠祖業殘羹過活，子女眾多、家境不佳。馬國亮是梁得所廣州培英中學的下屆學弟，高三上學期後，決意放棄剩半年到手的畢業文憑，1927年到上海剛開辦的新華藝術學院(後改稱「藝專」)學習美術。一年後，為急於求成離開學院，改投白俄畫家普特爾斯基門下，可惜半年之後，家境不再容許。之後曾當廣告學徒，但生活不濟，輾轉求職，到處碰壁。最後經由梁得所的引荐，意外在《良友》落腳，成為梁的助手。因為中學時，曾負責過編輯學校的牆報，既寫稿、又繪畫的，當時也已在廣州報紙投稿，都是梁得所了解的。因此在良友工作不久後，便在《良友》畫報與其他定期刊物上寫稿，並為一些特約稿作插圖。不料這些思想和技巧尚還不成熟的東西，卻引起了伍聯德的注意，馬國亮成為梁得所離職後主編的最佳繼任人選。(馬國亮，2002)

五、第五任主編張沅恆與張沅吉

張沅恆早年畢業於光華大學，畢業後入良友公司作為《中國學生》的攝影記者，參加良友全國攝影團，編有《桂林山水》、《西北一瞥》、《頤和園》、《聖

地巡禮》等畫冊，1939年2月出任《良友》第5任主編至1941年12月因公司被日軍查封被迫卸任。其弟張沅吉(1905-1986)生於上海近郊，早年畢業於上海美專。三十年代活躍於上海畫壇。他勤於創作，不事張揚。作品風格平實、不造作、題材貼近生活，張沅吉1945年10月主編了第172期良友畫報。

從上述歷任主編的背景資料中，可以歸納出伍聯德、梁得所和馬國亮三位重要主編的共同性—

- (一)、三人同爲廣東人，廣州是中國最早（1757年）與最主要的對外開放的通商口岸，自古工商業發達，廣東也成爲中國最早接觸西方思想的省份。
- (二)、三人家境雖均不富裕，但都支持子女求學，有間接接觸西方的機會。
- (三)、均未曾接受完整系統的高等教育，即投入工作。
- (四)、在進入《良友》擔任主編之前，均未曾出過國真正到過西方。
- (五)、除了馬國亮受過學院美術教育，伍聯德、梁得所雖未曾受過正統美術教育，卻都自學繪畫，三人對美術繪畫均有相當程度的涵養。
- (六)、三人共同的興趣是對印刷業、雜誌、文學、音樂、美術的熱愛，有著編雜誌的共同理想。

從這些歸納出的共同性來判斷，似乎不難理解現代性、西方性的觀點和思維模式，是如何影響著《良友》畫報所呈現出的形式和風格？在此，研究的過程無疑是饒富興味的。從第二任周瘦鵠主編5~12期後就離開《良友》可略窺一般，表面上周是因忙於其他刊物的工作辭去總編輯一職，真實原因卻是因爲道不合不相與謀，周不能很好地理解伍聯德的辦刊理念與想法，情趣不投。在《良友》創刊兩週年時伍聯德曾暢談了自己的想法

『欲謀國家的富強，第一要振興教育，發揚文化。…………《良友》的使命是普及教育，發揚文化的。』（良友畫報，1928）。

因此，《良友》畫報的宗旨是爲了國家的富強做基礎性的工作，「以出版業保國育民，以印刷業富國強民」，伍聯德深知大眾媒體的文化傳播力量，中國幅員廣大，主張要民智開、教育興，惟一的門路，就要多出版書報。所以之後重用年僅二十歲且又寂寂無名的梁得所，梁得所後又力荐僅高中畢業的馬國亮，最根本的原因還是他們對《良友畫報》的編輯理想和宗旨的認同。當然，

這種理想與認同也來自於他們從小生成環境的共同經歷。既然《良友》編輯們的價值取向是要「開啓民智」，且又以「圖像」這種最赤裸的視覺直觀方式來進行教育普及工作，就當時的條件和環境來看，具備有對於視覺圖像的組織、選用和編排能力的主編是必要的。而且將畫報的內容與視覺圖像素材取向西方社會是一種必然的選擇，如同羅蘭·巴特在《攝影札記》中從「被攝影者」和「觀看者」的角度討論了攝影，他指出攝影的結果會帶來「反觀自身」(to see oneself)的新文化行為。這種新行為使得被攝者的「我，變成他者」，在不露聲色的轉換中離間自我意識的認同，因此「攝影將主體變成客體」(photography transformed subject into object)，甚至將主體進一步變成公眾注視下的「博物館展示品」(museum object)。（cf.Roland Barthes, 1981）在《良友》的編輯心中「西方」等同於「現代」、「時尚」、等同於「進步」，那是一個理想的參照形象，現代文明之所在。但很明顯的，這只是《良友》編輯群體所建構的「他者」、所想像的「西方」，伍聯德、梁得所、馬國亮主編《良友》之前和其間均沒有正式留洋的經驗，他們甚至不能也沒辦法去關心一個真正真實的西方內涵，他們所關心的只是一個所謂現代的、發達的西方樣貌，一個由東方魔鏡中呈現出來的西方想像。於是，在透過視覺手段所呈現的《良友》中，能夠看到那些關於現代西方衣冠文物的圖像與充滿溢美之辭的文字註解。

表一：《良友》歷任主編整理表（此表為本研究整理）

	主 編	編輯期間	編輯內容	編輯特徵	視 覺 風 格 呈 現
第一任	伍聯德	1~4 期 1926	介紹人物、 國內新聞、 美術、文學 電影、兒童	編輯專欄雜 亂無章	▲訂定開本與基本圖文編排形式、「良友」 美術標準字與雙鵝商標，確立封面編排 以知名女性圖片為主，輔以歐式圖案邊 框形式(圖 3)。 ▲內頁文字欄位為 2~4 欄，隨圖片或廣告 而調整。
第二任	周瘦鶴	5~12 期 1926~1927	介紹人物、 國內外新聞、 美術、文學、女 性、兒童體育	從第十期開 始，編輯項 目分門別類 文學作品增 多	▲第 7 期開始內頁書眉設計形式多樣 化，且從第 10 期，書眉內開始放置期 別與專欄名稱。

第三任	梁得所	13~77 期 1927~1933	介紹人物、國內時事、世界時事、美術攝影、文學、女性(服裝)、兒童、體育、科學、教育、戲劇電影、道路航空、華僑	加強國內外「時事性」消息，編輯項目的體系化和多樣化	<ul style="list-style-type: none"> ▲內文圖像編排形式愈趨活潑化。 ▲專欄標題名稱開始使用美術圖案字表現手法，60 期左右達到高峰，直至此時期末。 ▲第 13 期開始封面多了本期要目欄位，歐風邊框形式更為突顯，此風格維持至 24 期（圖 4）。 ▲第 13 期開始也在封面頁後增加卷頭，類似內封面但表現手法更為多元，但以中式為主（圖 6、7、8）。直至 66 期拿掉良友二字，完全以攝影作品為主，直至下任主編完全取消卷頭。 ▲25 期後封面以女性圖片滿版出血為固定形式，直至第 172 期。（圖 5） ▲25 期後內頁書眉設計形式愈趨簡化。61 期開始以圖片為主的專欄書眉取消，而文字為主專欄的書眉已經簡化至剩良友二字暨頁碼，65 期後只剩頁碼與單純線條，直至下任主編完全取消。 ▲25 期後內文欄位以 2~3 欄為主，編排行間與欄間的留白增多，版面愈趨清新。 ▲25 期後確立圖說增加中英文對照形式，且中文圖說始終維持直式。 ▲46 期開始出現彩色內頁，往後彩色內頁張數陸續增加。 ▲53 期後開始出現拉頁，更強化畫報的圖像特色與編排多樣手法。
第四任	馬國亮	78~138 期 1933~1938	國內時事、世界展望、美術攝影、文學、科學、工業、電影戲劇、體育、女性(服裝)	明顯增加有關上海都市新聞，計劃系列圖片多。	<ul style="list-style-type: none"> ▲內頁書眉被取消。 ▲卷頭頁被取消。 ▲封面形式大至底定，以良友兩大標準字與女性圖片為底圖滿版出血，其餘文字就簡化至邊陲。 ▲少有專欄標題名稱使用美術圖案字表現，但會加大字體或加框裝飾以突顯標題。 ▲內文欄位以 2~6 欄為主，偶有 7 欄甚至 8 欄，圖片欄位間隔縮小，整體版面留白少、壓迫感大，編排美感較欠缺法則，但也偶有突破佳作。
第五任	張沅恆 張沅吉	139~172 期 1939~1945	國內時事、世界時事、軍事交通、女性、文學、電影戲劇	多數是抗戰時期有關戰爭的報導，文學以報告、雜文為主。	<ul style="list-style-type: none"> ▲多為延續上一任風格。

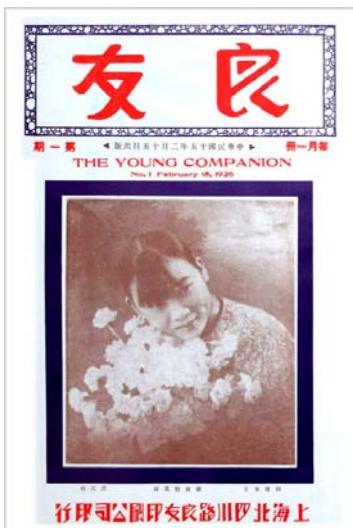


圖3《良友》的創刊號封面，包含所有的原素，女性圖片也會標示被攝者與拍攝者名稱，甚至是圖片主題名稱。



圖4《良友》第13期封面，直至24期以歐風邊框為架構的形式，西方色彩濃厚，多了本期要目欄位，雙鵝標誌也頗為明顯。



圖5《良友》第113期封面，滿版出血的固定形式，除了「良友」之外的元素被簡化至極致，此期是運用「月份牌」手法表現。

肆、先進時尚的呈現形式與風格

當洋裝書東渡到中國之時，書籍的洋裝化，著實讓中國的書籍設計起了一場變革。當鴛鴦蝴蝶派的言情書籍開始衰落，一些以照片為主導的畫報式刊物慢慢開始崛起之時，一種新的閱讀模式與版面設計也應運而生。這一種新的閱讀習慣出現，意味著「書刊」作為一種新的文化任務與功能的載體，以往以文字為主的版面設計模式已經不堪適用。然而，把書籍設計單獨拿出來梳理，是因為「設計」這個詞作為一個西化引進的詞，在中國古代稱之為「製作」。當書籍的編排、裝幀等等製作，給予定義為「設計」的同時，意味著書籍的創作載體、創作目的、創作習慣等等都已經發生了改變。作為書籍傳播的直接對象，讀者的閱讀模式也隨之改變。古代書籍製作與現代書籍設計的整個改變過程，並不單單僅是新科技與新概念的引入與增加，它也涉及中國對整個世界觀的改變。

中國畫報的發展可分為三個階段，即石版、銅版、影寫凹版，而《良友》作為最初影寫凹版印刷物，開拓了畫報的一個新紀元。九開版大的《良友》畫報所登出的插圖與照片不但清晰且色彩極為鮮明，其知識符號的視覺效果達到

最高頂點。從某種意義上看，《良友》不忽視畫報作為一個通俗性讀物的娛樂性和商業性，以視覺的再現方式，成為一個現代知識資源與綜合性文化形象的展示載體。在伍聯德來看，教育的文化性與商業性可以並行不悖，而商業性就是他實現現代工程的有力手段。因此他採取了內容和形式兩個方面上的差別化策略，要通過印刷術的革新把彩色圖片的美感極大化，又以精美的編輯設計與視覺性包裝效果來抓住讀者的視線，滿足大眾的城市生活感覺和審美需求。當然，《良友》畫報也經過多次嘗試性的調整階段，歷時二十年的光景，又是中國第一本大型綜合性畫報，其中的轉折更迭值得本研究做一歸納整理（表一），以下是按畫報的基本版面欄位為分類來探討《良友》的視覺呈現形式和風格。

一、封面

考究的封面無疑是吸引受眾第一印象的重要手段，而時尚類刊物以感性元素為訴求，在視覺傳播中更是常用的模式，而這種模式是從《良友》開始。《良友》畫報的封面女郎同「良友」兩字一般，從創刊以來就如同是畫報的品牌，包括它的英文名字「THE YOUNG COMPANION」、西曆紀元年月日、歐式花邊等等（圖 3），都是構成《良友》封面的視覺元素。這些精選的封面新女性，她們大部分是直視鏡頭的，眼光大膽而勇敢，不是被看，而是在注視讀者，用眼光和讀者交流；她們多是影星、女學生、社會名流，是推翻傳統「拋頭露面」負面意義的現代新女性。

前 24 期的封面編排形式基本上是精緻嚴謹的，提供的訊息元素也較多。女性圖片雖然一向佔據最醒目的位置，但只是封面的眾多視覺元素之一。在 13~24 期中，歐式邊框更成為醒目的制式封面版型，並加入「當期要目」文字欄位（圖 4）。25 期後以女性圖片滿版出血成為《良友》封面往後的固定形式，除了「良友」二字，圖片之外的元素降至最少、最小，這讓版面顯的俐落、簡潔、大方，視覺上也更能聚焦於封面人物本身（圖 5）。女性圖片的表現形式也不僅限攝影圖片，融合了照相擦筆畫和水彩畫這兩種技法為一體的月份牌畫風，極能夠表現出人物的立體感以及肌膚的柔和質感，特別引人注目，也是《良友》封面的視覺利器。第 13 期開始在封面頁後增加卷頭頁，相較於封面類似內容要素，卷頭像是內封面，但表現手法更為活潑多元，拿掉封面的西方元

素、確不一定是中國女性、不再是「良友」標準字，每一期都是新的視覺饗宴（圖 6、圖 7、圖 8）。

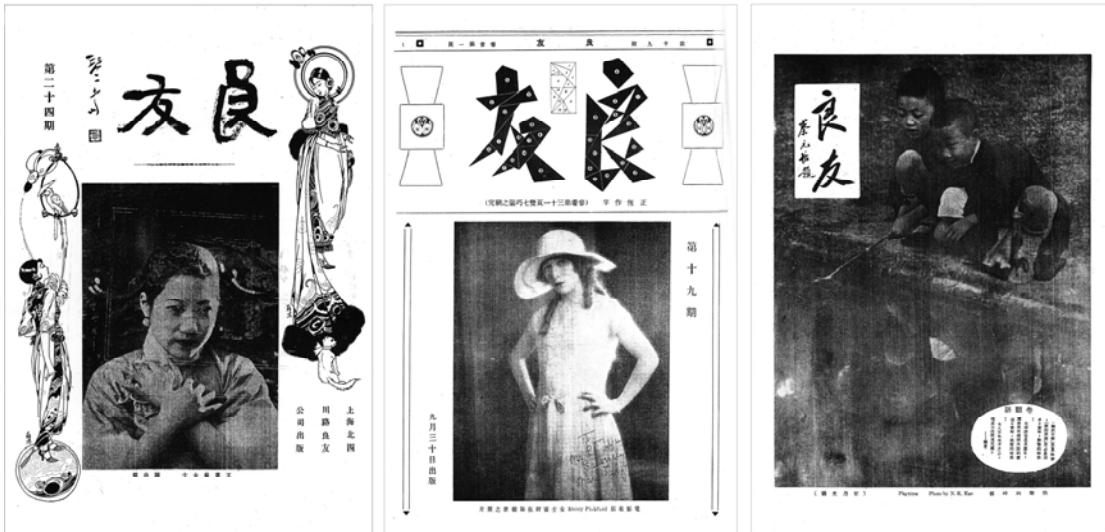


圖 6《良友》第 24 期，卷頭頁設計
不拘形式，每集邀請不同名人
撰寫「良友」二字。
圖 7《良友》第 19 期，卷頭頁設計
變化風格多元，視覺上更
為豐富。
圖 8《良友》第 42 期，攝影圖片內
容也無限定，任何主題作品都
有可能。

二、內文頁之內容與美術編排

《良友》畫報與其他書報的不同之處，不僅在於它的外表印刷精美、材料豐富、紀錄真實，更在於它的獨特編輯理念，馬國亮就曾指出

『一般畫報的最大錯誤，就是把報的本身太消遣化，這是不對的。畫報的作用，應該是和其他的文字雜誌一樣，不僅供消遣，而是貢獻實益。不過它的解釋方法是實際的圖片而不是抽象文字，使讀者更有興趣去和它接觸，和更真實地認識那事件的本質而已。』（良友畫報，1933）。

時尚雜誌要與社會融為一體，必須從社會文化、社會發展出發，在內容中體現對社會民生的關懷。《良友》曾透過多種模式實現時尚與社會生活連結，第一，策劃專欄，讓更多的社會生活與文化融入到時尚中。自 104 期起，邀請文學名家描寫上海生活的各種日常風情，如曹聚仁寫回力球及賭球、茅盾寫証券交易所、穆木天寫弄堂、郁達夫寫茶樓等。此前的「行人穿越道上的上海」、「上海街頭文化」，之後的「都會的人馬」、「方城之戲」等系列圖片都是反映民眾生活的。這些專欄內容，共同在讀者腦海中建構了一幅完整的上海都市圖

像。第二，《良友》從時尚的視角觀察社會、報導時尚。選擇兼具時尚元素與鄰家特質的女性進行報導，如電影明星、時髦女郎或大家閨秀、小家碧玉等都能以體現出時代新女性的樣貌，讓更多的讀者產生共鳴、追趕時尚。（圖 14）

既然要避免抽象，且能讓讀者有興趣去和它接觸，《良友》更將時尚溶入於呈現畫報的視覺手段上。《良友》的版面設計模式，絕對是中國現代書籍設計進程的一個重要革命，它幫書籍與閱讀開啓了一種以圖片為主、文字為輔的新模式。也就是說，圖、文之間的關係，其實是由美術設計師來完成，而不是文字工作者。例如 102 期《良友》的「每日之二十四小時」中的時鐘刻意被置於畫面正中央，各個活動圖像依順時鐘模式排列在四周，時鐘則俱備引導讀者閱讀順序和方向的功能（圖 9）。然而，85 期的「都會的刺激」（圖 11）與 46 期的卷頭「全國運動會的印象」（圖 10），則是運用拼貼手法，將各種項目的情況以不規則的、隨機、瀟洒的拼貼在一起。為的是表達體育場與都會的活力、緊湊、動態與速度。幾種完全不同的圖像處理方法，顯示版面設計的視覺作為，正積極的參與到訊息內容的詮釋中，充當著訊息及意義的建構者。《良友》畫報的這些內文以圖片為主的設計版式，即使在今天看來，仍然可以用時尚和先鋒來形容。



圖 9《良友》第 102 期。



圖 10《良友》第 46 期。



圖 11《良友》第 84 期。

三、攝影圖片

奠定《良友》基石的兩位主編伍聯德和梁得所有一個共同的特徵，就是對美術的熱愛，各自進修，不約而同，他們倆也都曾翻譯過西洋美術史的書籍，伍聯德為《新繪學》，梁得所為《西洋美術大綱》。以透視法為代表的西方美術

對於當時的中國人來說，其實是另一種認識世界的方式，也正是在這個意義上，作為新潮藝術的「美術」和同樣來自西方的「攝影」產生了意義的融合，並同時運用在涉及社會生活、政治、經濟、時事的畫刊上。這種觀看方式是啓蒙的，當然也是現代的。攝影圖像在諸多方面都具有更容易滿足人們需求的優勢，它更方便、快捷、生動、直觀，還具有直接的審美作用，這都是傳統語言文字的表達難以具備的（圖 12）。《良友》畫報追求的不僅是傳播新知識，還包括介紹和展示時尚的都市生活方式。透過攝影機的鏡頭，西方衣冠文物、新制度、新知識、新的生活模式與陌生的都會日常生活，具象的體現在現代媒體的空間裡。相比之下，它可能不如文字期刊的內容及其理論體系深刻，卻以比文字刊物更加「通俗」、「有趣」和「接近人們生活」的模式來建構現代知識。

（良友畫報，1935）

《良友》豐富博雜的圖像內容中，「西方圖像」確實佔據了重要且明顯的位置。有關西方世界的圖片在每期中均佔很大的份量，在某些月份裡比例甚至超過百分之五十。由於其內容的龐雜紛呈和量廣面大，乍看似乎很難為其進行適當的歸類，但如果僅是聚焦在圖像的表達主題上，還是大致能夠歸納為四種類型，即「西方時聞」、「西方文化」、「西方物質」和「西方搜奇」；另外，電影造就了人們視覺的「貪婪」，上海電影工業的繁榮帶來了「圖像」的繁榮，「圖像」開始成為一種消費內容。電影的發達，刺激了社會對「圖像」的需求，電影劇照和電影明星也成了《良友》畫報必不可少的內容（圖13）。



圖 12 在《良友》中攝影圖片經常會被以按圖索驥的形式來編排介紹各專業領域的知識性專欄，如 103 期「電影.從編劇至放映」、171 期「一張良友封面的設計和完成」。



圖 13《良友》第 100 期 54、55 頁，電影相關報導很多，就在電影專欄內文旁，可以經常看到電影相關的廣告，確實是相得益彰。

圖 14《良友》第 99 期 22 頁，畫報所形塑的時代新女性。

四、插畫

插畫是一種結合繪畫與文字創作的藝術表現，有著「敘說」內在思維的視覺傳播性。插畫的創作媒材手法多變且風格多元，但有一共同點就是透過這些畫面的氛圍與情感，從而傳達出詮釋文本的意象。這正與《良友》一向採取的視覺立場相同，所以插畫在《良友》扮演的角色有如美術編輯之於版面設計，特別是在以文字為主的文章專欄裡，插畫可以有如畫龍點睛。當時，曾為《良友》畫報畫過插畫的有葉淺予與萬氏兄弟等（圖 16），且後來多成為中國藝術創作界的大師級人物。

在《良友》畫報中插畫創作者與美術編輯的人才重疊度與支援性很高，六十年代在上海拍攝《大鬧天宮》卡通長片，被稱為「中國卡通電影之父」蜚聲國際影壇的萬籟鳴導演，早年在商務印書館與伍聯德共事，從《良友》創刊開始，就一直和《良友》有往來，除了為專欄文章作插畫，還在良友出版過畫集。馬國亮接任畫報主編後，先是請他繼續為畫報做插畫，後來商得他的同意，請他擔任畫報的美術編輯。另兩位也曾任《良友》美術編輯的是李旭丹、丁聰。李旭丹上海新華藝專畢業，在梁得所主編時曾和馬國亮一起當助理編輯，後來繼續協助馬一段相當的時期（圖 15）。丁聰則是著名漫畫家之一，出版過《阿

Q 正傳》的插圖畫集，《良友》經常發表的「古趣錄」漫畫便是他的作品。（馬國亮，2002）加上伍聯德、梁得所、馬國亮三任主編也都因為各自對美術領域有所涵養，都不時在《良友》畫報中的版面編排、美術圖案字標題、漫畫、插畫等等都經常看到他們三位的設計創作身影（圖 17）。



圖 15《良友》107 期 25 頁，李旭丹
為畫報文章所畫的插畫。



圖 16 上圖，萬籟鳴的插畫。下圖，
葉淺予的插畫。



圖 17《良友》第 63 期 10 頁，馬
國亮為畫報所畫的漫畫。

五、廣告

《良友》畫報是當年銷路最大的媒體，但每期刊登的廣告並不算多，原因是當時工商界利用傳播媒介推銷產品的認識遠不如今日，另外的原因是《良友》對廣告的選擇相當嚴格。日報廣告時效如曇花一現，只有一天，但《良友》這樣的畫報，廣告時效何止一個月？往往被保存起來重複翻看，加上行銷全球，刊登收效更廣。當年的上海是文化商業的中心，有意刊登廣告者著實不少。只是缺德不法之輩會利用《良友》這樣無遠弗屆的刊物，特別是那郵購商號，說得天花亂墜，寄出的卻是有名無實。另一種是與色情有關的廣告，也不予接受。

《良友》是一本男女老幼皆可閱讀的刊物，是一本內容健康，擺在家庭裡而面無愧色的刊物，內容更不應有任何負面的廣告出現。再一種今日看來是不可思議的限制，就是給予編輯部的權力。假使編輯部認為當期廣告過多，而又不便增加篇幅時，為保護讀者利益，編輯部可以拒絕刊登（馬國亮，2002）。

選擇時尚雜誌的讀者，必然也會是選擇時尚雜誌廣告宣傳產品的消費者，選擇合適的廣告也至關重要，其中的基本原則是要讓廣告與其刊物同步跟得上時尚。歸納從刊登《良友》廣告的常客中即能看出端倪，當時上海最豪華的電影院—奧迪安電影院（Odeon Theatre）廣告，這與《良友》盛極一時的電影報導相得益彰。常刊登的廣告還有百貨公司、人壽保險、照相器材、雪茄、化妝品、電燙斗、鮮奶、奶粉、牙醫、香煙、白蘭地等廣告。這些廣告產品所面向正是《良友》讀者，體現了《良友》的定位和時尚，同時這些廣告又能更真切地體現良友讀者的所需。另一方面，由於這些外商品牌多具有濃烈的西方色彩，既使是在上海租界，華人消費者畢竟還是絕對多數，廣告商為了要突顯華人對這些產品的接受度，刻意淡化西方。宣傳意象上，讓這些廣告展現出讓讀者易於接受的在地性視覺風情。這種視覺呈現正好與廣告以外的欄位所追求的時尚現代，表象上恰恰是相反的，但實質內涵所追求的，仍然是一致的（圖18）。



圖 18《良友》畫報中的廣告，三花、拜爾、寶華、柯達、旁氏等多數的西方廠商，偏好運用東方元素或貼近在地的手法表現；除了日常生活所需外，更包含時尚的休閒用品，右上的電影拍攝機相關廣告，稱的上是畫報中的常客，可顯現當時的電影風行勝況與市民的經濟能力。

伍、中西融合的視覺特徵

民國初期的上海是中國對外經濟、文化交流的窗口，居民能接觸較多西方文化，自由意識很強。隨著外國資本在中國市場的擴大與中國民族工商業的發展，商品經濟也日趨繁榮，城市民眾的消費需求空前高漲，這在一定程度上刺

激了設計藝術的發展。西方藝術思潮極大地影響了當時上海人的思想觀念，並充分表現在設計藝術的各個領域，包括建築設計藝術、商業美術設計、服裝設計和工業設計上。這除了源自於當時中國在文化上提倡「西學東漸」、「中學為體，西學為用」，另一方面與西方對中國的經濟侵略有直接關係，導致早期上海各領域的設計，都能具體看出當時國外流行的造型、圖案與色彩。因此，民國初期上海在各設計藝術領域的西化傾向是其時代與地域兩方面作用的結果。

設計思潮在商業應用的美術設計上表現最為充分，也是民國初期眾多設計領域中商業性最強的一種。在民國初期，歐美的生產器具和生活用品大量湧入，上海在商品的生產運用了西方先進的技術，也在產品外觀和廣告宣傳設計方面別具匠心，設計更加精美。這個時期的上海商業設計明顯進入了一個嶄新的時代，出現了大批融合東西方審美思想與藝術造型的設計。大批新的藝術形象被使用表現於當時的商品外觀設計中。有些商品雖然是國產貨，但為了迎合當時市民的崇洋求新心理，在外觀設計上大量抄襲國外商品設計，多處使用英文字母，以表明此商品是達到國際水準的時髦商品。

商業美術設計大多運用於與民眾日常生活相關的各類用品，目的是吸引消費者注意，宣傳商品品牌與知名度。民國初期的上海追求浪漫時尚蔚為風潮，當時最為流行的具有中西融合風格的「月份牌」最能說明此一時期商業美術設計上的中西融合情況。19世紀末，外國香煙進入中國市場，採用西洋美女畫的包裝設計，並沒有達到預期效果。中國民眾的標準仍然停留在晚清的美女形象。於是，以中國美女形象的產品包裝便應運而生，利用西方技法所畫的中國美女月份牌海報則收到良好的宣傳效果。同樣，透過西方印刷科技所生產的《良友》畫報，當然也被視為一項民眾日常生活相關的商品，在其中，我們也不難看到中西融合的視覺特徵，如封面設計裏的西方元素與女性圖像的定位和選擇、內文頁裡的西方圖像對比東方上海生活的日常風情描寫、廣告欄位的西方產品運用東方意象的宣傳手法等等都是此特徵的展現；辛亥革命後華僑愛國心大受鼓舞，從他們回國投資的產品宣傳設計中，也經常可見華僑身份「反觀自身」的展露，中國傳統的符號性元素成為「他者」，花木蘭從軍、岳飛抗金等愛國內容也曾被用到。另外像壽桃、石榴、如意、古錢、吉祥紋樣等，還有眾多的歷史人物、神話人物、民俗人物等圖案，也經常在上海許多商業美術設計

中被採用。這都在在說明了民國初期上海的商業美術設計在學習西方美術設計的同時仍留有諸多東方的民族符徵（圖 19）。



圖 19《良友》畫報中的香煙全頁廣告，都是華僑投資的廠商，不論是品牌名稱、文案或視覺圖像上都偏好中國傳統的符號性元素，但是產品的包裝又是極為明顯的西方設計風格。

陸、結論與建議

《良友》的視覺呈現方式，可以說是中國現代平面媒體的一次重要革命，它為書籍與閱讀開啓了一個新的境界視野。中國傳統以來，書籍就是盛載文字的載體，而圖像只多是用來說明文字。但在《良友》中，圖像卻處於主導的地位，文字反而成為圖像的輔助，美術編輯成為操作圖像與文字之間的訊息意義建構者。總結本研究「民國初期平面媒體的視覺呈現：以上海『良友畫報』為例」基本上有以下幾項特徵—

- 一、現代城市生活的意識形態與媒體任務
- 二、編輯視野價值所引導的西方想像
- 三、一種新的閱讀模式與版面設計
- 四、中西融合的視覺特徵

上海在民國初期達到都市發展的一個尖峰，印刷技術的進步、攝影技術的發展、上海電影的繁榮、通俗文化與大眾文化的興起以及整個社會環境的變化，都給平面媒體的進一步發展帶來了契機，從而使平面媒體的發展走向一個高潮。《良友》畫報是「摩登西方」的一場時尚媒體視覺盛宴，編輯者以東方人對西方特有的文化想像模式去幻想和切割，呈現一個所謂的現代性西方，並

將這一想像的「西方」作為現代化的指代性符碼，以經過精心選擇、刻意重組的視覺形式建構了《良友》編輯者意識中的「西方」、「現代」、「時尚」形象，並經廣為傳播，成為遠離西方現代都市生活的讀者們共同的想像。在這一符碼性的轉換和價值定位中，《良友》圖像的取材、編輯者選材的心態、所採取的視覺敘事策略和結構手段，典型地折射出中國知識份子在界定自己的文化立場時那種特有的矛盾和焦慮，這也正是鴉片戰爭以來中國人最根本的精神衝突。

參考文獻

一、碩博士論文

- 王怡文（1997）。《中國「月份牌」美女海報圖像研究》。成功大學藝術學研究所碩士論文。
- 余芳珍（2003）。《消閑閱讀習慣在近代中國：〈良友畫報〉出版體與圖畫想像空間之擴展》。政治大學歷史所碩士論文。
- 翁凡哲（2005）。《時尚雜誌與政治明星—從〈良友畫報〉看蔣介石形象1926-1945》。台灣師範大學歷史研究所碩士論文。
- 齊秋生（2004）。《走向現代的都市女性形象—從良友畫報看20世紀30年代的都市女性》暨南大學碩士學位論文年。
- 劉怡伶（2007）。《〈良友畫報〉與中國現代性的建構—以上海時期為中心》。彰化師範大學國文學系博士論文。

二、著作書籍

- cf.Roland Barthes. (1981). “Operator, Spectrum and Spectator” & “He Who Is Photographed”, Camera Lucida: Reflections on Photography, trans. by Richard Howard, New York: Hill and Wang.
- Kathryn Woodward等著，林文琪譯（2004）。《身體與認同：同一與差異》。台北：韋伯文化。
- Susan B.Kaiser著，李宏偉譯（1997）。《服裝社會心理學》，第五冊。台北：商頂文化出版社。
- 于醒民、唐繼無（1992）。《上海：近代化的早產兒》。台北：久大出版公司。
- 王秀雄（2002）。《美術心理學》。台北：高寶出版社。
- 李歐梵著，毛尖譯（2002）。《上海摩登：一種新都市文化在中國1930~1945》。香港：牛津大學出版社。
- 李孝悌（2002）。《戀戀紅塵：中國的城市、慾望與生活》。台北：一方出版社。
- 杜雲之（1972）。《中國電影史》，第1期。台北：臺灣商務印書館。
- 胡平生（2002）。《抗戰前十年間的上海娛樂社會（1927~1937）：以影劇為中心的探索》。台北：台灣學生書局。
- 珍·杜南，宋佩譯（2006）。《觀賞圖畫書中的圖畫》。台北：雄獅美術出版社。
- 益斌、柳又明、甘振虎（1998）。《老上海廣告》。上海：上海畫報出版社。

章君穀著、陸京士校訂（1968）。《杜月笙傳》，第2冊，台北：傳記文學出版。

馬國亮（2002）。《良友憶舊——一個畫報與一個時代》。台北：正中。

曾西霸《走入電影天地》。台北：志文出版社。

郭繼生主編（2001）。《月份牌畫藝術與文化》。台北：南天書局。

國立歷史博物館編（2001）。《上海百年風華》。台北：國立歷史博物館。

辜振豐（2003）。《布爾喬亞：慾望與消費的古典記憶》。台北：果實出版社。

辜振豐（2004）。《時尚考》。台北：果實出版社。

趙家璧（2008）。《編輯憶舊》。北京：中華書局。

趙琛（2001）。《中國近代廣告文化》。長春：吉林科技出版社。

蔡豐明（2001）。《上海都市民俗》。上海：學林出版社。

劉家駒（2003）。《清史拼圖》。台北：遠流出版社。

臧傑（2009）。《天下良友(一個畫報里的人生傳奇)》。青島：青島出版社。

鄭天挺《清史探微》。台北：雲龍出版社。

蕭同慶（2005）。《影像史記》。廣州：南方日報出版社。

三、雜誌文章

良友畫報重加印行版（1990）。《良友畫報》，第1期~第172期。台北：台灣商務印書館。

良友畫報影印本（1986）。《良友畫報》，第1期~第172期。上海：上海書局。

吳湘湘（1997）。（民國初年美術月份牌的史料價值），《傳記文學》，72-1：61-72。

卓伯棠（1993）。（月份牌的沿革—中國商品海報），《聯合文學》，9-10：93-112。

徐素霞（1996）。（插畫—獨立而完整的藝術），《雄獅美術》，302：11-20。

彭小妍（1997.03）。（「新女性」與上海都市文化—新感覺派研究），《中國文哲研究所集刊》，10：317-355。

黃沛文（2002）。（花編副刊「自寫自畫」圖畫作品風格研究），《自由時報》，民87-89年。屏東師範學院視覺教育研究所。

四、研究報告

上海通社編（1973）。《上海研究資料續集》。台北：中國出版社影印。