



如烟如画

——烟画中的精神品质及其当代价值

许晓伟 郭友南 著

国家一级出版社

 中国纺织出版社

全国百佳图书出版单位



Track

如烟如画

——烟画中的精神品质及其当代价值

许晓伟 郭友南 著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

20 世纪初, 烟画作为营销手段曾风靡全国, 其内容题材涉及甚广, 有学者称之为“小烟卡大世界”实不为过。其从民间俗语到历史名人典故, 从经典语录到民间谚语, 从戏曲人物到日常行为规范, 如同一部人生指南, 是千百年来中国人生活经验之总结和凝练, 具有极强的中华美学价值。同时, 烟画作为传统文化是前人所积累和沉淀的精神存在, 作为文化传统是后人对这一精神存在的继承和创新。

后人对历史文化的采撷是极为苛刻的, 往往只采撷最为经典的精神品质。鉴此, 烟画作为百年前文化产品, 其本身具有文化价值。对“民国”时期烟画的解读和研究, 有助于中华民族文化精神与审美活动的延续与创新。特别在中华民族伟大复兴的当下, 更具时代意义。本书试图去深入地解读烟画, 发现烟画的美学价值, 通过在浩瀚的烟画作品中, 选取一小部分给读者鉴赏。让读者认识到烟画之美, 并从中体会和挖掘烟画的精神价值。

本书为浙江省社会科学界联合会重点研究课题成果, 课题编号为“2017Z28”。

图书在版编目 (CIP) 数据

如烟如画: 烟画中的精神品质及其当代价值 / 许晓伟,
郭友南著. — 北京: 中国纺织出版社, 2018.11
ISBN 978-7-5180-5514-2

I. ①如… II. ①许… ②郭… III. ①卷烟—商标—
研究—中国—民国 IV. ①J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 241211 号

责任编辑: 宗 静 特约编辑: 韩翠娟 责任校对: 寇晨晨
责任印制: 何 建

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博<http://weibo.com/2119887771>

鸿博睿特 (天津) 印刷科技有限公司印刷 各地新华书店经销

2018 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 12.5

字数: 350千字 定价: 68.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前言

早在 2012 年夏天，曾在曹海荣老师家中看过其父亲收藏的烟画，这些烟画虽时隔近百年，仍保存完好。由于烟画种类繁多、精致小巧而且题材丰富，当时就被吸引。三年后（2015 年）的夏天，在曹海荣老师的无私帮助下，我的心愿终于实现，完成了对曹家所收藏的烟画的逐个拍摄记录，共计 500 余张。在整理过程中感悟到烟画虽是西风东进的产物，但从清末到“民国”时期，经久不衰。烟画一般分为两面，正面是图，背面是文字。其内容俯仰天地万象，涵盖了市井民俗、文化体育、琴棋书画、奇花异草等。方寸烟画，看似迷你，却蕴藏着浓厚的社会文化气息和历史含义。不禁感慨，这些烟画间渗透着百年前文明精神的价值导向和传统文化中的精神品质，而这种价值导向在当下的社会显得尤为珍贵，因为它蕴含着中华文化与外来强势文化碰撞后的发展姿态，这种姿态健康而向上、从容而积极，是中国传统文化精神品质的体现和传承，也是当时时代转型期间中国社会的真实写照。

烟画又称烟卡，嘉兴人称之为“香烟牌子”。20 世纪初，英美烟草公司的卷烟打开中国市场后，为刺激消费，在小包香烟中多插有兑奖的画片，内容有《水浒传》等故事。商家承诺集齐所有画片可以兑换奖品，集齐一套《三国演义》的可以兑换进口派克金笔一对，当时值 30 块大洋。这可是一笔巨款，“民国”初期，鲁迅先生在北京师范大学做教授时月薪是

300大洋，相当于现在至少3万元。有如此丰厚的奖品回报，自然成为民间老少都积极参与的游戏，烟卡的收集在民间开始盛行。

1904年上海三星纸烟有限公司为抵制外国香烟，在上海开办中国较早的烟草公司，其印制的单色32片一套清末“美女牌九”全中文香烟牌子，是国产香烟牌子的鼻祖。不久，国内各烟草公司也开始纷纷效仿这一做法，并增加了新的内容，使得收集烟卡的风气更甚。烟卡图案题材更为本土化、通俗化。从我们现在能看到的烟卡看，主要以民间俗语谚语为主，其他种类包括：神话传说有《白蛇传人物》《佛教人物》；民俗风情有《民国百业》《京剧脸谱》《十二生肖》《花会赌戏》《武术》《滑稽戏》；风景名胜有《南京风景》《北平风情》《上海风景》《中国风景》等。另外时尚的电影明星、名伶剧照、海浴美人也是烟卡图案的重点选材。而烟卡图案最早最常见也最经久不衰的题材，还是古典文学，如《水浒一百〇八将》《三国故事》《薛仁贵传》《封神榜》《后汉演义》《火烧红莲寺》等。以《封神榜》传奇故事为内容的烟卡更是多达20余套。《红楼梦》《西游记》等题材的烟卡也分别有20余套。

对现有烟画图片整理的首要工作就是识别，不仅是文字的识别，更有烟画种类以及历史典故的查寻和考证。在此暂且将烟画分为以下几类。

1. 民间俗语类

此类烟画有“咬耳朵”“喝冬瓜汤”“东西”“老婆”“羊肠小道”“卖野人头”“妃子笑”“高帽子”“十姊妹”等。这一类别的烟画还是比较好理解的，每张烟画上助以文字说明，读起来很有趣，且能长知识，比如“喝冬瓜汤”在张恨水的小说中提及，很多人不解其意。

2. 历史名人典故类

这一类烟画比起民间俗语类具有较为深厚的文化历史背景。每一个烟画背后都有一个美好的历史典故，典故也会涉及历史名人轶事。为了便于普通大众能够解读和传播，设计者在烟画的背面作了注解。此类烟画是各种类别中最具有中国精神品质的一类。其中的历史名人典故几乎蕴含了华夏几千年来民族文化精神，是中国文化中的巨大精神宝库。面对先人留下的这么好的东西，我们有责任将其传承下去。只有做好中国文化精神品质的传播和普及，国人的精神价值倾向才会完善和丰富，继而实现民族的

伟业复兴。

中国经济阶段性高速增长和国人生活质量上改善和提高是40年改革开放的巨大成果，然而物质上的富足必须与精神丰富相结合才能实现中华民族的真正强大。精神文化的建设是小康社会重要组成部分，如果一个社会物质极大丰富而精神空虚、价值观单一、人际关系冷漠、社会各个环节缺乏相互信任，这个民族的未来是显而易见的；反之，一个民族在继承了数千年传统文化，在保留民族精神品质的基础上融入时代大潮，那么他们将是不可战胜的。这个民族的未来是无法估量的。

那么我们民族的精神品质又是什么呢？“沈周嫁女”“秦少游学道遭朝华”“岳楚云”“东坡诗赠李琦”“李后主”“晏殊侍儿”“冯蝶翠”“沉香街”“韩堦盲妻”“杜秋”“金玉缘”“史湘云眠勺”“选婿窗”“蛛丝卜巧”“肉屏风炭”“醉舆烛奴”“孙侍儿”“文德皇后”“碧玉”“参军教歌”“推子楼”等，这些历史典故无不渗透着中华民族千年来的美好向往和价值追求，之所以能够传承千年仍为人所乐道，具有如此强大的文化生命力，正是文化传统中的精神品质使然，好似传统文化中的血脉始终在流淌。以烟画“沈周嫁女”为例，沈周（1427～1509年）是明代中期文人画家，江苏苏州人。一生布衣，学识渊博，不应科举，专事诗文、书画，飘然世外，不受财富、权力、地位、名声等世俗所羁绊，沈周将这些红尘之物视为粪土，文徵明赞为“神仙中人”。沈周的女儿嫁给史西村的儿子，因为沈周以教私塾绘画度日，生活并不富裕，嫁女之时无钱购置许多嫁妆，就用一个旧竹橱装了一些画做陪嫁。女儿的婆婆一看嫁妆如此“寒酸”，便命人抬到灶房当柴烧掉。但见纸化灰烬，青烟缭绕之时，百种千样、锦彩斑驳的鸟雀从烟中腾空翔集，嘒嘒鸣啾。待到史西村闻讯而来，画已经只剩下了一张。原来，沈周所画的鸟都是活的。也许嫁女不假、诗画为妆奁也确是沈周作为，然而后面所画的鸟儿都活了则是民间无意之中将其神化，也说明沈周是受大众推崇敬重的人。

3. 经典采撷

“遗子满赢金，不如教一经”，从中可以看到民间对经典的敬重与喜爱，其中蕴含大量的传统文化精神，是精神品质使然，也正如此，经典才会得以持续流传。然而，经典众多，读书人将经典中的至理名言采撷出来

进行普及和推广，以达到受众的最大化，这是一种对前人经典很好的传承方法。古人知道文化传承最好的方式就是受众最大化。也就是将民族文化中的精神品质与当代相融合，以达到个人与社会、经典与时代、精神与物质、道德与法制、信仰与价值的平衡。这是一个民族持续下去的文化根基。“走不视地者颠”“珠在山不求贵价于人，人自贵之”“众星不及一明月”“众擎易举，孤掌难鸣”“种瓜得瓜，种豆得豆”“饱食终日，无所用其心，难矣哉”“远水救不了近火”“欲速则不达”“移山倒海，有志者事竟成”“往者不可谏，来者犹可追”“遗子满赢金，不如教一经”“一年之计在于春，一生之计在于勤”“一人耕之，十人聚而食之”“养儿防老，积谷防饥”“朽木不可为柱”“象齿焚身”“夏当积薪冬则燃之”“无财非贫，无业为贫”“鱼不可以无饵钓也”“才学兼优而无德则为人所轻”“饱而知人饥，温而知人寒”“守财不施，谓之财奴”“践薄冰以待白日”“水至清则无鱼”“鹬蚌相争，渔翁得利”“莫大的祸，起于须臾之不忍，不可不慎”“腹有诗书气自华”“婢美妾娇非闺房之福”“自奉必须勤俭”“宜未雨而绸缪”“毋临渴而掘井”“瓜田不纳履，李下不整冠”，等等，均在烟画中得以体现。

4. 民间谚语类

民间谚语为人们对生产、生活以及人生中长期积累的经验进行描述的简练语言，是民族传统精神文化不可或缺的组成部分。这类烟画以最为通俗易懂的语言和形象向大家展示了华夏民族的人生观和价值观。如“满饭好吃，满话难说”“省吃俭用，一生受用”“三思而后行”“上梁不正下梁歪”“犬不以善吠为良”“前人种树，后人乘凉”“未到悬崖方勒马”“酒极则乱”“家有良田千亩，不如一艺随身”“以心自照见吉凶”“家有一老，如有一宝”“好男不和女斗”“爱其子必敬其师”“勿持势力凌逼孤寒”“让人三分不吃亏”“事非经过不知难”“积财不如积德”“骄者必败”“贪吃懒做，挨冻受饿”“世间处事疏忽之人虽行茂林亦不见有薪”“议论多成功少”“饱人不知饿人饥”“百善孝为先”“儿孙自有儿孙福，莫为儿孙作马牛”“有理无理，出在众人嘴里”“婴孩常病伤于饱也”“恶人还有恶人磨”“鼓不打不响，话不说不明”“穷当益坚，老当益壮”“年少不更事”“千穿万穿，马屁不穿”“人无千日好，花无百日红”，等等。

5. 日常行为规范

日常行为是精神文化的日常外在表现，正所谓“腹有诗书气自华”。精神与行为可以说是一枚硬币的两面。一种是具体表现，而另一种则是无形精神价值系统。在大多数时候我们可能过分强调人的外在规范，却忽略了人的另一面，就是精神价值观。“开车不可突然抢先”“不要在行进的车上向外抛扔东西”“见人耳语不可窥听”“祸从口出，病从口入”“与人方便，自己方便”“谨防顺口言，爱惜有时钱”“早起三日当一工”“至乐莫于读书”，“至安无如教子”“气忌盛，心忌满，才忌露”“帮助儿童及老弱穿过马路”“富贵之家常有穷亲戚来便是忠厚”“公路上不可放牲畜”“穿过马路须先立定后向左右看清”“注意并服从交通信号灯”“世间第一好事莫如救难怜贫”“不要一面看书一面在街上走”“儿童不要在马路上游戏”“见贫苦亲邻须多温恤”“脚踏车在公路上不得并行”“脚踏车只能乘坐一人”“过时不可还”“水可以载舟亦可以覆舟”“堂上之言宜遵室内之言莫听”“行进铁道时要特别注意”“不要在街上玩狗”“勿从靠街心的一面下车”“早起有无限好处”“车子在转弯处不可超越”，等等。

中国当下社会已经开始向全面小康社会迈进。所谓小康社会，就是物质较为丰富，是温饱社会的升级版。除了物质层面，与之相呼应的就是小康社会下精神文化的丰富和追求。社会主义价值观是在中国传统精神文化基础上发展完善的价值观，具备传统文化精神品质，社会主义文明价值观才会具有强大的生命力。也许近40年我们更多关注的是经济发展中的GDP和物质追求，我们确实做到了。中国已经成为世界第二大经济体，我们的吃、穿、用、住等方面得到了极大的改善。面对40年的高速发展，我们是否也应该思考一下，也许在我们快速行进的时候，有些东西可能被自己忽略了。也许突然发现自己原本积攒数千年的“软”资本——格调、气质、内涵、精神，被现在奢华的外表所掩盖。

从公元1900年前后到今天，面对西方强势文化的冲击，我们经历了迷失、彷徨、坚定、困惑的历程，在经济发展之初原本的设想是什么样子的呢？今天的我们应该更加清醒，梦想应该不会是目前这个样子。应该是青山绿水、朴素纯真、相互信任、内心强大、精神丰富、有同情心、感恩之心、宽容之心。最重要的是我们几千年的故事，真实且丰富到无人能

及，我们应该用今天的形式把这个千年的故事讲下去给我们的后人。我们首先应该是自豪和骄傲的，当代符合这种精神品质的案例比比皆是，能够把昨天的故事和当今社会的优秀品质讲给后生就是文化传递。

本书的撰写正是出于对烟画的喜爱而开始的。限于篇幅，本书从新记录的众多烟画中采撷一部分来鉴赏，它将以一个客观的视角来忠实地记录烟画，同时区别于以往烟画汇编画册缺乏对内容的解读，我们希望在欣赏烟画的同时能触及精神价值的审美体悟。烟画不仅仅关注了民国百姓的生活、人生哲学、道德规范，也集成了中国传统文化的精髓，而这种传统文化是融入百姓中的文化，它仿佛是一个长辈在和晚辈谈心，抑或是人们围坐一炉拉家常，它就是生活，也正是生活才让烟画在看似平静的视觉表现中彰显了一些熟悉的味道，而这味道不仅仅可以用来品尝过去，也可以用来品尝当下。我们会惊喜地发现，在欣赏烟画的过程中，在品读烟画内在精神品质的邂逅中，每个人都能找到自己喜欢的那一枚烟画。

作者

2018年4月



图 1-1



图 1-2



图 1-3

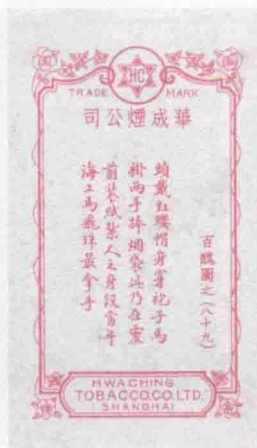


图 3-1



图 3-2



图 3-3



图 3-4



图 3-5



图 3-6



图 3-7



图 3-8

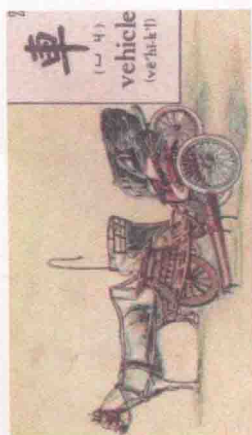


图 3-9



图 3-10



图 4-1



图 4-2



图 4-3



图 4-4



图 4-5

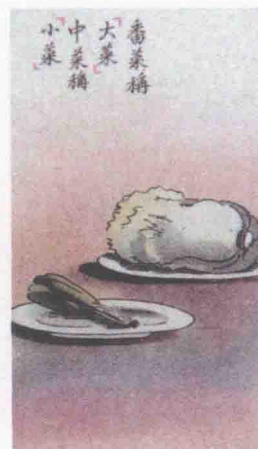


图 4-6



图 4-7



图 4-8



图 4-9



图 4-10



图 4-11



图 4-12



图 4-13



图 4-14



图 4-15



图 4-16



图 4-17



图 4-18



图 4-19



图 4-20



图 4-21



图 4-22



图 4-23



图 4-24



图 4-25



图 4-26



图 4-27



图 4-28



图 4-29

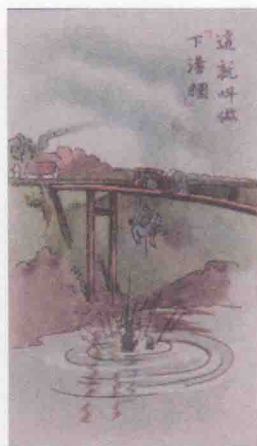


图 4-30



图 4-31



图 4-32



图 4-33



图 4-34



图 4-35



图 4-36



图 4-37



图 4-38



图 4-39



图 4-40



图 4-41



图 4-42



图 4-43



图 4-44



图 4-45



图 4-46



图 4-47



图 4-48



图 4-49



图 4-50



图 4-51



图 4-52



图 4-53

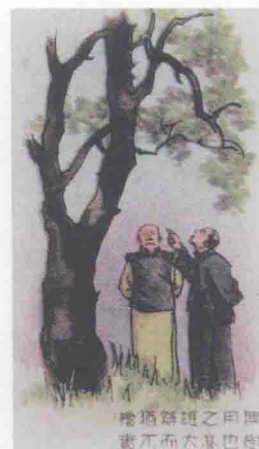


图 4-54