

近代外国人在华办报策略及对新闻出版“走出去”的启示

王 勇 王冠男

摘 要：近代外国人在华所办中文报刊的成功与他们所采取的在形式上大量采用中国传统文化样式，在内容上尽量迎合中国人的需要，在人力上大力利用中国人才的办报策略是分不开的。我国实施新闻出版“走出去”战略，可以借鉴近代外国人在华办报的策略，努力把握和满足国外受众的需求，尊重文化差异并尽量采取本土文化样式，大力借用和发挥本土资源优势。

关键词：近代外国人；中文外报；办报策略；新闻出版；“走出去”战略

作者简介：王勇，男，教授，博士。（昆明理工大学 艺术与传媒学院，云南 昆明，650500）

王冠男，女，硕士生。（云南大学 经济管理学院，云南 昆明，650224）

中图分类号：G215

文献标志码：A

文章编号：1008-6552（2014）03-0098-05

近代自1815年英国传教士马礼逊等在马六甲创办第一份近代中文报刊《察世俗每月统记传》并冲破清王朝的禁令输入我国起，外国传教士、商人和政客纷纷在华创办报刊，在19世纪40到90年代的将近半个世纪的时间内，他们先后创办了近170种中外文报刊，约占同时期报刊总数的95%。在整个19世纪，中国的报刊市场基本上由外国人所办报刊垄断。其中，近代外国人在华所办中文报刊达92种，^[1]它们以中国人为主要传播对象，对我国政治、经济、文化和社会产生了广泛而深远的影响，特别是一些著名报刊如《万国公报》、《申报》、《新闻报》等曾经很受读者欢迎，发行量大，发行范围广，影响了我国几代人。

尽管近代外国人在华办报情况比较复杂，既有积极的方面又有消极的方面，但近代外国人在华所办中文报刊能够冲破清政府的阻挠，克服中国人的疑惧和排斥，并逐渐站稳脚跟，赢得读者，打开市场，其办报策略就有值得研究之处，对于当前我国实施新闻出版“走出去”战略也有一定的启示意义。

一、近代外国人在华办报的策略

1815年前，中国只有封建官报和受到严格控制、主要是翻印官报的民间报房，尚没有近代化的报刊，而自1815年马礼逊等创办《察世俗每月统记传》始到19世纪末叶，出现了一大批由外国传教士和商人主办的影响深远的中文报刊，几乎垄断了当时中国的新闻事业。外国人在华所办中文报刊，特别是早期的中文报刊能够克服重重困难，赢得中国读者，其成功的原因是多方面的，从办报策略上来看，主要有以下几个方面。

（一）在形式上，大量采用中国传统文化样式

近代外国人在华所办中文报刊，将中国人作为读者对象和宣传对象。为了让长期处于闭关锁国的封建社会的中国人克服排斥心理，接受和喜欢他们所办报刊，早期来华办报的外国人非常重视对中国文化的学习和对中国人的性格、习惯的研究。《察世俗每月统记传》创办人马礼逊“最初几年差不多以全部精力学习中文。经过各种努力，他先后请来好几位中国人做家庭教师。……马礼逊搜集到500本左

右包括宗教、哲学、法律、历史、医药等方面内容的中文书籍，并能操一口流利的中国官话和粤语。”^[2]而且马礼逊身穿长袍，把指甲养得长长的，背后还拖着一条长辫子，^{[2](174)}在外形上将自己改造成中国人的样子。《察世俗每月统记传》的主编米怜，“和他的先行者一样，他也是竭尽全力学习中文。他说：‘要掌握这门知识，只有经过高度勤奋、专心致志和顽强的努力才能做到’”，而且米怜“是一位善于观察人的能手，能够机敏地抓住各种机会，以研究中国人的性格。”^{[2](170,177)}同样，在中国境内创办第一个近代中文报刊《东西洋考每月统记传》的传教士郭士立，他努力学习中国语言，研究中国情况，他经常穿起中国服装，装上一条假辫子，把自己打扮成中国人模样，甚至不惜拜一个福建人做干爸爸，来取得中国亲属的身份，^[3]使自己在外表上“中国化”。早期来华办报的外国人努力学习中国文化，研究中国人的性格和习惯，甚至不惜将自己“中国化”，一方面是为了拉近与中国人的距离，让中国人接纳他们，另一方面也是为了更好地融入中国社会，更深入地了解和研究中国的文化传统、中国人的性格和心理，在办报办刊上投中国人所好。早期来华办报的外国人正是根据他们自己对中国文化的学习，对中国人的习惯和性格的研究和了解，在办报过程中大量采用中国人所熟悉和习惯的传统文化样式，如《察世俗每月统记传》、《东西洋考每月统记传》等都采用木版雕印、竹纸印刷和中国传统的线装书款式；在封面上，《察世俗每月统记传》每期印有“子曰：多闻，择其善者而从之”、“人无远虑必有近忧”等中国人耳熟能详的儒家名句语录。它们在文章的写作上也大量运用中国文学特别是古典小说的表现手法，如广泛采用中国人所熟悉的章回体形式，连载稿常用“欲知后事如何，且看下回分解”等句子来结尾，文稿中还经常出现古典小说中常见的一些套话。它们虽然是教会和传教士所办的宣传基督教的刊物，但常借用儒学的形式来宣传，如常用儒学经典著作中的语句来表达基督教义。米怜就曾坦率地说：“对于那些对我们的主旨尚不能很好地理解的人们，让中国哲学家们（按：指儒家）出来讲话，是会收到好的效果的。”^{[2](174)}在这一办报思想的指导下，《察世俗每月统记传》的文章大量引用“四书”、“五经”中的文句和孔孟程朱的言论来阐释和宣传基督教义，给基督教义披上了儒学的外衣；而《东西洋考每月统记传》在借用儒学的形式方面有过之而无不及，其创刊号上一篇千字左右的序言，差不多有一半篇幅是用四书五经上的字句拼凑成的，甚至在一则新闻的前面，有时也用儒家语录“开路”。尽管长期处在闭关锁国政策下的中国人，对于外国人、对于基督教异常陌生，对近代报刊这种传播媒介也十分生疏，尽管由于妄自尊大，当时的中国人对他们眼中的“蛮夷”外国人抱有怀疑、鄙视甚至敌视态度，但早期来华办报的外国人在创办中文报刊过程中，通过采取中国人所习惯的传统文化样式，特别是借用在中国具有至高无上地位的儒学外衣，从而打消了中国人的戒备和疑惧心理，逐渐为中国人所接受。

（二）在内容上，尽量迎合中国人的需要

早期来华外国人所办中文报刊大多是传教士和教会所办，其最主要的目的是传教，如最早的中文刊物《察世俗每月统记传》是由伦敦布道会所派传教士马礼逊、米怜创办的，它“以阐发基督教义为根本要务”。但早期来华办报的外国人深知，虽然宣传宗教教义是他们的主要目的，但报刊要想为中国人所接受，必须使内容在一定程度上符合和满足中国人的需要，因此，在办报内容上，他们想方设法尽量迎合中国人的需要。如《察世俗每月统记传》作为一家宗教刊物，除了用一定篇幅讲解《圣经》，阐述基督教义外，还刊有《论仁》、《孝》、《父子亲》、《夫妇顺》、《仁义之心人皆有之》、《自所不欲不施之于人》、《古皇恕人》、《忠人难得》、《不忠受刑》、《不忠孝之子》、《论人之知足》等大量宣扬中国儒家伦理道德的文章，虽然它将中国儒家纲常伦理硬纳入宗教宣传的轨道，但它大量刊载的这些内容显然迎合了中国人的心理和需要；此外，它还刊载了《论日食》、《论月食》、《论月》、《论彗星》、《论行星》、《论静星》、《论侍星》、《论地为行星》、《论地周日每年运转一周》等主要是介绍天文学科学知识方面的文章，并附有说明日食、月食、地球运转等天文现象的插图，这些文章有的是专门针对中国民间流传的一些所谓“天狗食日”、“天狗食月”、日食月食彗星主凶兆等迷信观念而写的，是用科

学道理解释天文现象。虽然它最后将一切都归诸于神的创造,是为宣扬宗教服务的,但这些内容显然对当时的中国人来说是很新鲜的,具有一定的吸引力。后来的《东西洋考每月统记传》更是将科学文化知识作为刊物的主要内容,包括相当广泛的社会科学知识和自然科学知识。就自然科学知识而言,《东西洋考每月统记传》“所着重介绍的则是为中国社会所需要而又能较好反映西方近代科学成就的实用知识”,刊载了《火蒸车》、《水内匠笼图说》、《推务农之会》、《救五绝》等介绍西方最新科技成果和实用知识的科普文章。这些内容对于当时的中国人来说,有的非常新鲜,能开阔眼界,有的具有实用价值,具有一定的吸引力。而在早期传教士所办报刊中,最典型、最具代表性,发行最广、影响最大的《万国公报》,在内容上还随着客观形势的变化、随着读者需要的变化作相应的调整。在中日甲午战争之前,《万国公报》仍然像前几种传教士刊物一样,大量刊载介绍声、光、化、电等方面自然科学知识以及天文、地理、博物、医学等方面知识的文章,主要有《天文图说》、《生命大律》、《格致有益于国》、《西国治河成法》、《八星之一总论》等重要文章,以满足当时中国人对西方先进科技知识的渴求;而随着甲午战争的失败,先进的中国知识分子已不满足于了解西方的自然科学和制造技艺方面的知识,而渴望了解西方的社会科学知识,这时《万国公报》在内容上刊载的重点则由自然科学转向社会科学,大量介绍世界上的新学说,大量译载介绍西方各国政治、经济、文化方面的文章,如连载英国社会学家、哲学家基德的著作《社会进化》,美国作家贝拉米的空想社会主义小说《二〇〇〇年,回顾》等。在维新运动中,《万国公报》又大量刊载反映中外时局变化、介绍世界大势、倡导新政、鼓吹变法的文章,如《富国养民策》、《新政策》、《创设学校议》、《理财篇》、《广学兴国说》、《中日朝兵祸推本穷源说》等重要文章。这些内容满足了当时中国知识分子了解中外时局和变法维新的需要,受到中国知识分子的欢迎。据说,连光绪皇帝当时也订阅了《万国公报》,在1898年维新变法运动的高峰时期,《万国公报》的发行量高达3.8万份,创造了传教士在华所办报刊的最高发行记录。^{[2](237-239)}在戊戌变法时期,《万国公报》“一时学界奉为文明之灯”^[4],成为“影响中国领导人物思想的最成功的媒介”^[5],深深影响了康有为、梁启超等资产阶级维新派人物,乃至孙中山、黄兴等资产阶级革命派领袖。

(三) 在人力上,大力利用中国人才

虽然早期来华创办中文报刊的外国人,大多熟练掌握了中国语言,甚至成为“中国通”,但他们仍然非常重视利用中国人才。如最早的近代中文报刊《察世俗每月统记传》尽管非常简单,创办时总共只有三个人,但其中就吸收了中国人梁发参与出版发行工作。《万国公报》的创办人林乐知尽管精通中国语言文字,擅长沪、宁方言,熟悉中国政情,我国近代维新理论家、启蒙思想家、教育家、文学家郑观应就曾说他“衡论中国政治利弊如数掌上螺纹”^{[4](72)},但他仍然先后延请了沈毓桂、蔡尔康、任廷旭、范祎等中国文人帮助其主持编辑工作。如沈毓桂,林乐知评价他说“耆年硕学,为世所钦,鄙人尤钦佩之”^{[4](72-73)},他从1872年起,即协助林乐知编辑《万国公报》,一直到1894年2月才以87岁高龄告老退休,前后主持《万国公报》(包括其前身《教会新报》)笔政达22年之久。沈毓桂退休之后,《万国公报》又聘请“生员出身,博通经史,长于诗、文”的蔡尔康担任主笔。蔡尔康之后,林乐知又先后聘请任廷旭、范祎等襄助其编译工作。

而后来外国人在华创办的商业中文报纸,更是主要利用中国人才。如英国商人美查1872年在上海创办《申报》,就延聘了浙江人赵逸如为买办,蒋芷湘为主笔,同时聘请何桂笙、钱昕伯襄理笔政。蒋芷湘考上进士后,又改聘钱昕伯任主笔;钱昕伯退休后,又聘请黄式权担任主笔;黄式权因病退职后,又聘请金剑华担任主笔,并添聘由日本归国的张默专撰社论。而与《申报》齐名的《新闻报》,在1899年由美国政客福开森购得后,即聘请浙江温州人、我国近代著名报业经营家汪汉溪为报社总理,全权委托其办理报馆一切事务;汪汉溪全权负责《新闻报》20多年,直至1924年逝世;而后福开森又

聘请汪汉溪之子汪伯奇继任总经理。可以说，除了创办经费是外国人出的外，《申报》、《新闻报》是中国人才一手操办起来的，从编辑到经营都是中国人在打理。

来华创办中文报刊的外国人利用中国人才来帮助他们从事办报事业，显然是看中中国人才更了解中国国情和中国市场，熟悉中国人的秉性和习惯，能够把准中国人的偏好和市场脉搏，所以由他们来编辑和经营，更容易克服水土不服，赢得读者，占领市场，从而取得成功。事实上，近代外国人在华所办中文报刊之所以能取得成功，与他们信任和依赖中国人才、充分发挥中国人才的才干是分不开的。如《万国公报》之所以能在近代中国产生巨大影响，除林乐知的主持之功外，还得力于几位著名的中国编辑，可以说，《万国公报》是中国近代早期开明知识分子与传教士密切合作的产物。尽管林乐知精通中文，但要把外文原著翻译得贴切、易为中国人所接受，那还得仰仗那些土生土长、博通经史的中国主编。同样，《申报》《新闻报》之所以能成为中国近代发行量大、影响大，并且为美查、福开森等创造了巨大财富的著名报纸，显然与它们信任与依赖赵逸如、钱昕伯、汪汉溪等中国人才，充分发挥他们的才干是分不开的。

总之，近代外国人在华创办中文报刊，之所以能冲破清政府的阻挠，克服中国人的疑惧和排斥，赢得读者，取得成功，与他们所采取的在形式上大量采用中国传统文化样式，在内容上尽量迎合中国人的需要，在人力上大力利用中国人才的办报策略是分不开的。

二、对我国新闻出版“走出去”的启示

当前我国正在实施新闻出版“走出去”战略。我们的新闻出版“走出去”，是为了“扩大对外文化交流，增进人民之间的友谊，推动国家关系的发展”，同时也是为了推动中华文化走向世界，向世界人民展示我国的灿烂文化，提升国家文化软实力和弘扬中华文化，是使中华文明对人类进步事业有更大贡献的重要途径，与近代外国人来华办报办刊具有本质的不同。但是我们的新闻出版“走出去”，同样面临着一系列的困难，如不同文化之间的差异，意识形态的障碍，西方强势文化的竞争等等，因此，近代外国人在华创办中文报刊的策略对于我们实施新闻出版“走出去”战略具有启示和借鉴意义。借鉴近代外国人在华创办中文报刊的策略，我们在实施新闻出版“走出去”战略时要注意以下几点。

（一）准确把握并努力满足外国受众的需求

虽然我们实施新闻出版“走出去”战略的主要目的，是为了展示和传播我们的文化，弘扬中华文化，提升我国的文化软实力，但要达到这个目的必须以国外受众的接受为前提。而要使国外受众接受我们的新闻出版物，就必须准确把握和努力满足国外受众的需求。因此，我们实施新闻出版“走出去”战略，首先应认真研究和准确把握国外受众的需求。在市场营销学中，“需求=购买欲望+购买力”，需求就是市场，没有需求就没有市场。因此，我们首先要认真研究和准确把握不同国家、不同地区的人们，乃至不同阶层和社会群体的需求；其次，要想法设法去满足国外受众的需求。我们要针对不同国家、不同地区、不同阶层和不同社会群体受众的需求，生产不同的新闻出版物，来努力满足他们的需求。

（二）尊重文化差异并尽量采取本土文化样式

世界上不同地区、不同国家、不同民族拥有不同的文化传统，我们实施新闻出版“走出去”战略，将我们的新闻出版物向不同地区、不同国家、不同民族输出和传播，要排除文化差异乃至意识形态的障碍，让与我们拥有不同文化传统的受众消除抵触和排斥心理，接受和认可我们的新闻出版物，就必须尊重世界上不同地区、不同国家、不同民族之间文化的差异性，并尽量采取各个地方的本土文化样式。比如，如果我们向美国的受众报道新闻，就要尽量采取美国受众所习惯的客观报道形式，将新闻与言论分开，只报事实，不发表议论，叙述事实时，注意披露新闻来源，尽可能多引用直接引语，注

意新闻背景资料的应用,淡化语言的主观色彩,多叙述,少判断,不评论,同时注意报道的平衡性等,而不能采用我们惯常所使用的面向国内受众的新闻报道形式。原新闻出版总署署长柳斌杰就曾指出:“用我们习惯的思维方式和自己的语言方式去传播中国文化,国际读者很难接受。”^[6]实施新闻出版“走出去”战略要尽量做到“内外有别”^[7],即根据国内受众与国外受众的区别,采取不同的形式。甚至要做到“外外有别”,即针对国外不同地区、不同国家、不同民族的受众,根据它们不同的文化传统和接受习惯采取不同的形式,尽量采取本土化样式,只有这样才能为国外受众所接受和认可,我们的新闻出版走出去才能赢得受众和市场。

(三) 大力借用和发挥本土资源优势

实施新闻出版“走出去”战略面临着国外当地文化和西方强势文化的竞争,大力借用和发挥本土资源优势,可以达到“借力”与事半功倍的效果。首先,要大力利用和发挥本土人才的才干。实施新闻出版“走出去”战略,我们一方面要大力培养精通外国语言,了解和熟悉外国文化,对国外受众的性格和心理深有研究,同时又懂得新闻出版业务的复合型人才;另一方面,我们需要大力借用国外的本土人才,充分发挥国外本土人才的才干。不同地区、不同国家的本土人才比我们更了解当地的国情、民情,更了解当地的文化传统和人们的性格心理,更了解市场,也更容易为当地民众所接纳和认可,借用国外的本土人才,充分发挥国外本土人才的才干,不但能使我们更准确地把握所在国家受众的需求和偏好,能使我们的新闻出版物更好地满足所在国家受众的需求,而且更容易消除所在国家受众的疑虑和排斥心理,更容易被接受和认可;还可以大幅度节约成本,提高我们新闻出版的竞争力,不断开拓市场。其次,要大力借用和发挥本土企业的优势。我们可以采取兼并、收购、参股、控股、合资、合作等多种方式使本土企业,特别是新闻出版企业为我所用,变竞争为“合力”,变博弈为双赢,借用和发挥它们的渠道、网络、平台、品牌、人才、客户、管理等多方面的资源优势,使我们的新闻出版物能迅速开拓市场,占领市场。

总之,我国实施新闻出版“走出去”战略,可以借鉴近代外国人在华创办中文报刊的策略。在“走出去”过程中,要注意准确把握和努力满足国外受众的需求,尊重文化差异并尽量采取本土文化样式,大力借用和发挥本土资源的优势。这样我们的新闻出版“走出去”,就会走得更快,走得更稳,走得更远。

参考文献:

- [1] 易文. 中文外报: 一个独特的研究视野 [J]. 广西大学学报: 哲学社会科学版, 2008 (6): 131-135.
- [2] 方汉奇. 中国新闻事业通史 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1992: 169.
- [3] 宁树藩. 《东西洋考每月统记传》评述 [J]. 新闻大学, 1982 (5): 58-63.
- [4] 刘家林. 中国新闻通史 (上) [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 1995: 64.
- [5] 余育国. 催生中国报业近代化的四个外国人 [J]. 文史精华, 2008 (10): 17-23.
- [6] 李苑. 走出去, 让中国故事讲得更好 [N]. 光明日报, 2012-08-31 (5).
- [7] 王勇. 论新媒体环境下的“内外有别”传播原则 [J]. 中国出版, 2012 (4): 18-21.