

徐莉莉 著



广告呈现与传播中的近代澳门社会

基于《澳门宪报》中文广告的研究

Modern Macao Society in Present and Propagation of
Advertisements



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

广告呈现与传播中的近代澳门社会

基于《澳门宪报》中文广告的研究

Modern Macao Society in Present and Propagation of
Advertisements

徐莉莉 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书对历史上《澳门宪报》的中文广告进行了系统挖掘,不仅以史料证实了《澳门宪报》开启了我 国近代官报广告之先河、中国博彩广告发布于 1851 年等诸多“第一”之纪录,更从广告呈现角度活化了近代澳门的政治、军事、外交、经济、文化、社会生活等多方面图景,尤其是从多元文化共存与交融的视角,折射了以华人为主体的澳门民众向现代化、城市化生活转型发展的艰辛步伐。著作以丰富史料、学理分析显示广告史及与澳门社会发展研究方面的学术价值。

本书适合高校新闻与传播院系师生参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

广告呈现与传播中的近代澳门社会 / 徐莉莉著. —上海:上海

交通大学出版社,2016

ISBN 978-7-313-14845-2

I. ①广… II. ①徐… III. ①广告-历史-研究-澳门-近代

②社会发展史-研究-澳门-近代 IV. ①F713.8-092②K296.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 084619 号

广告呈现与传播中的近代澳门社会:基于《澳门宪报》中文广告的研究

著 者:徐莉莉

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

出 版 人:韩建民

印 刷:常熟市梅李印刷有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

字 数:388 千字

版 次:2016 年 6 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-14845-2/F

定 价:58.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:19.5

印 次:2016 年 6 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0512-52661481

序 一

Preface One

徐莉莉博士毕业于武汉大学。我参加了她的博士论文《呈现与传播：〈澳门宪报〉中文广告(1850—1911)与近代澳门社会发展》的答辩。当时见到论文后就觉得眼前为之一亮。因为从2012年开始，我作为澳门科技大学的特聘教授及博导，每年都要到澳门上课及指导博士论文。而据我了解，澳门的广告业相对弱小，很难做深入的研究。徐莉莉博士则从报刊广告历史入手，另辟蹊径，选择《澳门宪报》为研究样本，进行大量第一手资料的收集与梳理，形成了厚实的、有见地的、具有创新意义的《呈现与传播：〈澳门宪报〉中文广告与近代澳门社会(1850—1911)发展》论文，现在又即将付梓出版。我对她的辛勤劳动及著作的问世表示衷心祝贺。

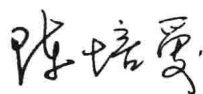
在广告业随着中国经济蓬勃发展的今天，广告学术研究的视野与水平也在迅速提升。从厦门大学最初创立广告学专业到今天各大院校普设该学科，不过短短30余年。其间，广告学术研究成果可谓硕果累累，经历了以国外广告的引介为主到对本土话题大量关注的过程。但就本人一直耕耘的广告史领域而言，学术视野中仍有许多尚待开发的“新土”。诸如一度繁荣的近代中国报刊广告，其发展境遇与今天自由开放的市场经济环境十分相似，它的研究对我国广告业在面向未来的高速行进当中，如何从历史经验里汲取智慧进行借鉴与反思，甚有裨益。

目前，我国近代报刊广告的研究多以内地范围内为主，对文化环境相同但开端更早的港澳广告关注却不多见，当然这与周边资料的不易获取有直接关系。作为中国历史上较为特殊的殖民地，澳门是中国近代社会向城市化、现代化转型的发祥地，也是近代报刊媒介和中文广告的发祥地之一。很难得的是，本书发掘了这一地区的报刊中文广告资料，十分系统地将1850—1911年《澳门宪报》长达61年中的2896则广告进行了分类，以社会发展理论为总体框架予以关照，通过个案研究，运

用数量统计、内容分析等方法,对《澳门宪报》的中文广告从经济、政治、文化、社会四个维度进行了全方位的解读。特别是将广告置于澳门近代社会发展的大背景下展开探讨,使研究具有了更为宏观的社会视野和现实借鉴意义,反映了作者很强的学术洞察力与创新能力。这种以史带论、史论结合的方法突破了“就广告、论广告”的学术局限,将广告对现代化转型的呈现与传播有机联系起来,为我们关注广告与社会发展的互动关系提供了新的视角。

《澳门宪报》是我国近代报刊的源头之一,开启了中国近代官报广告的先河,对它的关注也为澳门广告史、近代报刊广告史的后续研究奠定了坚实的史料基础。

希望这本立论新颖、资料翔实、结构严谨、文本规范、行文流畅的专著能够启迪广告界同仁的学术思想,也为丰富中国广告史的研究增添新的一笔!



厦门大学教授、博导

2015年11月写于厦门大学

序 二

Preface Two

见到徐莉莉博士即将付梓的《广告呈现与传播中的近代澳门社会：基于〈澳门宪报〉中文广告的研究》书稿，作为她的导师，我感到十分欣慰。广告史作为广告研究的一大领域，近年来的新作不少，对澳门的关注则不多见，博士论文更是未有涉及。徐莉莉博士通过对《澳门宪报》的廣告的系统考察，将澳门广告业放在了近代社会发展的背景之中进行深入细致的研究，选题很有新意，且具有很强的学术价值，所使用的数据也很可靠。

澳门作为中国近代开埠最早的国际化商港和资本主义国家在中国的第一个“租借地”，虽然面积狭小且缺乏自然资源，但一直以来却承载着近代中国与西方文化交汇互动的重任，也是中国近代思想形成与发展的中心之一。在华洋混居的近代澳门社会，报刊及随之发展起来的广告业到底扮演着何种角色，是否出现过亨廷顿所说的“文明冲突”？这其实是一个非常有研究意义的问题。都说当代广告是国民经济的晴雨表，而已成为过去的广告又何尝不是回溯历史的“多棱镜”呢？我一向认为，用发展的眼光，从社会传播结构的系统视角去观照广告运动，探寻广告运动与社会系统之间的关系，是进行广告研究应该具备的重要方向。

摆在读者面前的这部著作，不仅对澳门广告史进行了细致的梳理，对中国广告史史料给予了一定的勘正，在研究视角上更具有强烈的社会观照和人文关怀。作者徐莉莉博士有较好的学科背景，她有着多年的教学、科研及管理经验，使得她在看待问题时能保持一种难得的理性和敏锐。在攻博期间，徐莉莉为了完成该项研究更是付出了艰苦卓绝的努力。在确定博士论文选题之后，她即奔赴澳门多次，查阅、收集和检索相关资料。

在研究中，徐莉莉从 1850—1911 年《澳门宪报》的 2 896 则近代中文广告切

入,以社会发展理论为总框架,分别从政治、经济、文化、社会生活四个维度展开剖析,更是对这四个方面中各变量之间相互映射的关系进行了考察,考察了这些广告所反映出的澳门近代社会基本面貌及其变迁过程。徐莉莉的这种深入具体的个案研究,在新史料的积累上为中国广告史研究领域作出了一些可贵的探索和共享。同时,她所采用的以史带论、史论结合的研究方法,也为我们研究中国广告史,特别是区域广告史拓宽了研究视野。

本书是作者在博士学位论文的基础上修订完善而成的。我很高兴看到徐莉莉博士在读博期间学习与科研的成果可以成书出版,与学界同仁分享。当然,她本人也提出,书中的观点还可从广告与社会治理创新的角度作进一步的提升,争取在理论上有新的突破,也对澳门广告业的研究提出了新的计划。我十分期待看到她新的研究成果问世。

武汉大学教授、博导

2015年11月

目 录

Contents

第一章 导 论 1

 第一节 研究的问题及意义 1

 第二节 主要概念界定 7

 第三节 本书研究理论框架 11

 第四节 研究方法与论述框架 20

 第五节 本书的主要观点 21

第二章 《澳门宪报》与《澳门宪报》中文广告 27

 第一节 澳门近代史上的《澳门宪报》 27

 第二节 《澳门宪报》的中文广告 46

 小 结 81

第三章 《澳门宪报》中文政府公告:辅助澳门殖民统治的“喉舌” 83

 第一节 《澳门宪报》中文政府公告的内容界定及数量统计 83

 第二节 《澳门宪报》中文政府公告的主要细分类别 96

 第三节 《澳门宪报》中文政府公告的基本特征 132

 第四节 《澳门宪报》中文政府公告对澳门近代政治的呈现与传播 135

 第五节 《澳门宪报》中文政府公告与澳门近代社会政治的互动发展 141

 小 结 147

第四章 《澳门宪报》中文经济广告:推行澳门经济政策的“窗口” 149

 第一节 《澳门宪报》中文经济广告的内容界定及数量统计 149

 第二节 《澳门宪报》中文经济广告的主要细分类别 155

第三节 《澳门宪报》中文经济广告的基本特征	194
第四节 《澳门宪报》中文经济广告对澳门近代经济的呈现与传播	197
第五节 《澳门宪报》中文经济广告与澳门近代社会经济的互动发展	203
小 结	205
 第五章 《澳门宪报》中文文化广告:沟通澳门文化包容政策的“桥梁”	208
第一节 《澳门宪报》中文文化广告的内容界定及数量统计	208
第二节 《澳门宪报》中文文化广告的主要细分类别	212
第三节 《澳门宪报》中文文化广告的基本特征	224
第四节 《澳门宪报》中文文化广告对澳门近代文化的呈现与传播	227
第五节 《澳门宪报》中文文化广告与澳门近代社会文化的互动发展	233
小 结	236
 第六章 《澳门宪报》中文社会生活广告:引导澳门社会城市化发展的 “推手”	238
第一节 《澳门宪报》中文社会生活广告的内容界定及数量统计	238
第二节 《澳门宪报》中文社会生活广告的主要细分类别	244
第三节 《澳门宪报》中文社会生活广告的基本特征	273
第四节 《澳门宪报》中文社会生活广告对澳门近代社会转型的呈现 与传播	276
第五节 《澳门宪报》中文社会生活广告与澳门近代社会的互动发展	285
小 结	288
 参考文献	289
 索 引	297
 后 记	301

第一章

导 论

第一节 研究的问题及意义

一、问题的提出

广告的内涵与外延往往是随着时代的变迁而变化的。不同的时代背景下,广告的基本内涵、形式及其在当时社会发展阶段中发挥的功能与影响都有所不同。那么,在近代社会的东西方不同社会制度与文化习俗交汇之处,在中国最早开埠的近代澳门,当时的广告又与今天有哪些不同?有着什么样的呈现和影响?

今天的现实是明天的历史,昨天的历史也是当时现实的反映,现实的发展常常从历史的长河中寻找智慧。对于当下的广告,我们习惯于注重考察它的经济效益和盈利模式;而若把视野放得开阔一点,“广告既是营销,又是传播;既不是单纯的营销,又不是单纯的传播”^①,可以分析广告作为营销传播对提升企业竞争力的品牌效用;如果眼界再高一些,则如发展广告学所关注的那样,可以探寻它对于广告业发展乃至产业升级、国家进步的社会效益。

而对于已经成为过去的广告,我们不仅将其视为服务于社会需求的营销传播工具,更感兴趣的是它成为我们回溯历史、窥探当时社会面貌的“多棱镜”。而这正是本书的关注点。可以说,对广告与近代社会的关系研究是一种宏观研究的学术视野,这一研究视角具有更强烈的社会关照和人文关怀。“新世纪的广告批评,应从广告与人、广告与社会、广告与经济、广告与文化、广告与道德、广告与科技等多角度出发,研究广告如何有利于人的全面发展……”^②我国学者也认为:“从社会传播结构的系统视角去观照广告运动,特别是广告运动和社会生活系统之间的互动

① 张金海,姚曦.广告学教程[M].上海:上海人民出版社,2003:15.

② 张金海.20世纪广告传播理论研究[M].武汉:武汉大学出版社,2002:25.

关系,是把握广告知识谱系和进行广告实践的重要基准。”^①其研究目标在于:“探究广告的种种形态及其表现形式怎样诱使个人认同于社会的意识形态、立场以及表征。某种程度上说就是探讨广告对社会和文化所造成的某些结果。”^②

基于这一研究取向,本书具体分析广告在历史上如何反映并推动着近代社会的城市化与现代化进程,并最终落脚于实现人的现代化转型。因此,本书的研究主线就是考察《澳门宪报》中文广告所反映出的澳门近代社会基本面貌及其变迁过程。从研究视角上看,该选题应隶属于广告的社会学研究与广告史学研究的范畴。

之所以选择澳门及《澳门宪报》的中文广告作为研究样本,主要是基于近代报刊广告真实、全面地反映了当时社会发展变迁的现实,并在此社会环境中发挥了尤为显著的历史影响,也鲜明地表征了广告与近代社会的互动关系。探讨这一问题需要我们关注近代澳门社会的独特魅力及其发展历程。

澳门于16世纪中叶(1553年)开埠,至今天历经400多年沧桑,依旧风采不减,其在社会发展中稳定的社会转型和城市化进程给我们留下了许多历史的追忆和思考。

它是中国近代开埠最早的国际化商港和西方列强在中国的第一个“租借地”,也是鸦片战争后被纳入中国“条约口岸”体系的自由港之一;它是于16世纪中叶被远道而来的葡萄牙殖民者使用“行贿”手段“入居”并开埠的中国第一个“政治特区”(中国拥有主权),而于1887年中葡两国签订了《中葡和好通商条约》后,澳门又成为葡萄牙人“永居管理”^③的所谓“殖民地”。澳门在经济(商埠与贸易)、政治(主权与治权)和社会(文化与意识)等方面能在长达400多年的历史进程中,充分发挥自己的比较优势来推进其极具个性化的现代化之路,并以它那独特的产业——博彩业的繁荣而闻名于世。

澳门的土地面积狭小(虽经泥沙冲积和不断填海拓地,至2004年,澳门的总面积仅为27.3平方公里)^④,缺乏自然资源,人口不足47万(即使20世纪80年代以来澳门人口急剧增加,至2004年,澳门的总人口也仅为46.11万余人)^⑤,且华洋杂居。但是,澳门却是近代中国与西方文化交汇互动的桥梁,是近代中国与西方文化交错共处的中心,是中国近代思想形成、发展与走向世界的滥觞。

因此,我们想要追问的是:在长达400多年的历史长河中,澳门的政治、经济和文化如何能够得以保持长期的稳定发展乃至繁荣?尤其是在鸦片战争后,澳门在

① 刘泓.广告社会学论纲——关于广告与社会互动关系的阐释[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2006(3):188-194.

② 刘泓.广告社会学论纲——关于广告与社会互动关系的阐释[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2006(3):188-194.

③ 《中葡议定通商和好条约条款》第二款.参看中国第一历史档案馆等:明清时期澳门问题档案文献汇编(三)[M].北京:人民出版社,1999:372.

④ 澳门特别行政区政府统计暨普查局[EB/OL].[2004-11].<http://www.dsec.gov.mo>.

⑤ 澳门特别行政区政府统计暨普查局[EB/OL].[2004-11].<http://www.dsec.gov.mo>.

其内外环境都发生重大社会转型和变化之际,实行殖民统治的澳葡政府如何克服和应对这一系列挑战?葡人与华人、天主教与佛教(妈祖)、西方文化与中华文化如何能够和安相处、相蓄包容而没有发生过诸如亨廷顿(美国学者)所说的“文明冲突”?东西方不同制度、不同民族、不同宗教、不同文化习俗混杂的澳门社会如何运转与维系?最根本的是,一直隐现其中的《澳门宪报》广告扮演了什么角色?基于上述疑问,本书尝试运用传播学、社会学、历史学、发展学等相关理论,以《澳门宪报》中文广告为研究对象,探究近代《澳门宪报》的中文广告如何呈现澳门社会的转型与发展及其推动作用,希望为中国近代广告史和广告社会学的研究提供一个新的视角与个案依据。

二、研究意义

澳门虽然是中国一个面积很小、人口不多的“行政特区”和小型“经济体”,但它在世界近代的的东西方文化交流中、在西方殖民者以华人为主要对象的西方式制度实践上具有独特的历史地位和典型的代表性。同样,澳门的近代中文报纸及报纸广告在中国近代报刊史和广告史中自然也因其所处的特殊社会发展环境而具有独特、重要的地位。而《澳门宪报》中文广告作为中国境内近代最早出版的报纸广告之一,它所具有的历史参照性也是不言而喻的:对今天的澳门而言,19世纪中叶之后的半个多世纪里整个中国出现前所未有的重大变化对澳门的影响都真实、鲜活地反映在《澳门宪报》广告之中。因此,笔者选择了“广告呈现与传播中的近代澳门社会:基于《澳门宪报》中文广告的研究”作为自己的研究主题,认为这一选题不仅具有重要的政治和社会意义,还具有下列独特的历史与现实价值和理论研究价值。

(一) 历史与现实价值

澳门于16世纪中叶开埠,历经400多年沧桑,有许多值得我们追溯与思考的问题,而这与其独特的、充满矛盾与魅力的城市身份和发展历史密切相关:

首先,澳门是一个充满历史魅力的海港城市。它是近代中国走向开放、走向世界的起点,是西方列强对中国发动鸦片战争的策源地之一,也是东西方文化交汇的桥梁和中国近代思想的摇篮之一……今天的澳门更是亚洲经济舞台上的一颗璀璨明珠,也是当代亚洲经济发展最具活力(人均GDP排名亚洲第五)、产业结构最具特色的经济体之一。

其次,澳门也是一个充满个性特征的国际商埠。它是中国近代开埠最早的国际化商港和西方列强在中国的第一个“租借地”,也是鸦片战争后被纳入“条约口岸”体系的自由港之一;它是于16世纪中叶被远道而来的葡萄牙殖民者使用“行贿”手段“入居”并开埠的中国第一个“政治特区”(中国拥有主权),而于1887年中葡两国签订了《中葡和好通商条约》后,澳门又成为葡萄牙人“永居管理”的所谓“殖民地”。澳门在经济(商埠与贸易)、政治(主权与治权)和社会(文化与意识)等方面以鸦片战争为分水岭的这种前后两重性特点在中外历史上是罕见的。

再次,澳门更是一个充满韧性活力的微型经济体。它面积狭小(虽经泥沙冲积和不断填海拓地,至2004年,澳门的总面积仍不足为27.34平方公里^①),缺乏自然资源,人口不足47万(即使20世纪80年代以来澳门人口急剧增加,至2004年时,澳门的总人口也仅为46.11万余人),且华洋杂居、东西文化交错共处。然而,它却能在长达400多年的历史进程中,充分发挥自己的比较优势来推进其极具个性化的现代化之路,并以它那独特的产业——博彩业的繁荣而闻名于世。

从以上一系列的澳门城市的特殊性上可以推断,澳门在近代中国的历史发展与变迁中独具魅力和典型性,而广告及其媒介载体作为反映当地经济与文化活动的“多棱镜”,对它的研究将必然成为我们挖掘其产业发展与社会转型特征的重要切入点。《澳门宪报》中文广告真实、鲜活地反映了:

(1) 19世纪50年代后澳门成为世界罪恶的“苦力贸易”、鸦片贸易的中心,以及发展为世界知名博彩中心的历史。因此,《澳门宪报》中文广告是研究澳门政治体制变革、经济转型、文化传播、社会发展的史料来源。

(2) 19世纪中叶以后澳门的城市化建设,具体有交通管理章程、电话及邮政网络、航运设施、金融税收制度、教育慈善事业等。因此,《澳门宪报》中文广告是研究近代澳门社会城市化、现代化进程的历史档案。

(3) 19世纪中叶以后内地的大批华人迁入澳门改变了葡华人口的数量对比,自此澳门社会居民以华人为主,澳门社会呈现出底层民众如乞丐、娼妓等的日常生活。因此,《澳门宪报》中文广告是研究澳门不同族群的社会矛盾以及近代澳门华人移民的社会生活记录。

因此,本选题通过澳门在鸦片战争前后至1911年的广告史研究,将为近代中国沿海商埠和港口体系的多视角考察、为中国近代对外贸易史的深入探析、为中国城市现代化的比较研究提供一个可供解读的独特切入点,从而对我们深入了解澳门今天的社会、政治、经济与文化现状的历史成因,更好地理解今日澳门独特的社会机理,及“一国两制、澳人治澳”的方针,具有重要的意义和价值;也对今天如何加强内地与澳门特区之间的沟通融合,理解澳门今天社会发展的现代化道路和模式提供重要的历史线索。

(二) 理论研究价值

“相对理论广告学和实用广告学来说,我国学者对历史广告学的研究尚很薄弱。学者们虽然注意到了历史广告学在广告学科体系中的重要地位,但多是在其专著或教材中勾勒了中外广告发展、演变的脉络,并没有对这一问题进行深入、系统地研究。从总体情况来看,我国学者对这一学科领域的研究成果不多,数量有限,特别是对中国古代广告史、近代广告史和国外各个时期广告史等专门史的研究

① 澳门特别行政区政府统计暨普查局[EB/OL].[2004--11].<http://www.dsec.gov.mo>.

基本上处于空白。”^①从中国广告史已有的研究成果看,极少见集中探讨近代中国地方广告业的专著和专文,只是在一些相关的论著中对这一问题有所涉及,而且以叙述性的文字居多^②。

而本选题研究的《澳门宪报》是澳葡政府于1838年在澳门创办的第一份政府公报,它是澳门近代报刊中历史较为悠久的一份报纸,同时也是我国境内近代以来第一份官方报纸、第一份双语(葡萄牙语和汉语)报纸、第一份载有征婚广告的报纸、第一份载有船期广告的报纸,等等。《澳门宪报》不但刊载了大量用葡文和中文发布的政府信息和社会新闻,也登载了许许多多、各式各样的葡文和中文广告,这些广告开启了中国近代官报广告之先河,亦是中国广告史中不可或缺的一部分,对于丰富中国近代广告史具有一定的理论借鉴意义和学术价值。具体体现如下:

(1) 澳门文化是澳门400多年来得以生存和发展的核心内质,因此,通过对《澳门宪报》中文广告的研究,特别是通过对《澳门宪报》中文广告与澳门社会形态关系的梳理,并运用传播学和发展学等相关理论,来对《澳门宪报》中文广告进行多元多维的深入、细致的考察和研究,可以对澳门传播史研究进行补充,使人们对澳门在鸦片战争前后至1911年的经济、政治和社会的重大变化及这一变化所产生的深刻影响有一个比较准确、客观和深刻的认识,从而使澳门传播史的研究能在更为全面、深入、科学的基础上,为中国传播史的多元性、宽角度的研究提供一个新的视角。

(2) 同时,澳门是中国近代报业和近代广告业肇始的鼻祖,由于澳门是中国领土的一部分,因此,本选题集中于对澳门早期最重要的报纸——《澳门宪报》中文广告研究将为近代中国报业史的多视角考察、为中国近代广告史的深入探析、为中国中外大众传播史的比较研究提供一个可供解读的特例个案,对提升大陆学者对澳门研究的学术地位等具有现实的支撑。

(3) 具体来说,对《澳门宪报》中文广告的研究,反映了19世纪50年代以后我国近代广告业及报业的历史巨变,对于澳门史及中国广告史研究而言,其学术价值都是不可或缺的。其可以归纳为四个方面:

首先,拓展澳门报刊广告研究。

它提供了19世纪50年代后澳门成为“中国报刊发源地”。当前,国内学者有许俊基的《中国广告史》(2006)、赵琛的《中国广告史(修订版)》(2008)、王淑兰的《中外广告发展史新编》(2010)、杨海军的《中外广告史新编》(2014年再版)等著作涉及对澳门近代广告的研究,尚没有学者对其进行过系统的研究。

研究《澳门宪报》的专题学术研究论文仅有3篇,而研究《澳门宪报》广告的论文仅有查灿长的2篇。本书是对《澳门宪报》中文广告进行较为细致、全面、系统的

① 杨海军,王成文.历史广告学:广告学研究的一个新领域[J].广告研究,2006(4):25-27.

② 朱英.近代中国广告的产生发展及其影响[J].近代史研究,2000(4):87-115.

探究,这是有意义的尝试和探索。

其次,深化《澳门宪报》广告研究。

它是记载了19世纪50年代以后澳门成为“中国土地上出版的第一份外文报、婚姻报、船期报和中国境内最早的近代报刊发刊地”的最直接物证^①,因此,它是研究中国近代广告史原始资料的一个不可或缺的重要史料。

本研究根据《澳门宪报》的官方媒介性质,将其置于当时社会与历史的大背景下去解读,以期较为准确描述《澳门宪报》所刊载的广告中体现的政治导向及其发挥的“喉舌”功能。经济的社会转型、多元文化融合和社会变革,即城市现代化的发展。

再次,补充广告史研究内容。

在中国广告史的研究中也有不少尚待完善之处。如,关于我国境内最早刊登航运广告的中文报纸,国内学者刘家林认为是1857年创刊于香港的《香港船头货价纸》,但是根据对《澳门宪报》的解读,可发现早在1854年12月9日,《澳门宪报》中就出现了航运广告。又如,在研究中发现,我国近代中文报刊刊登的第一则船期广告、海外招工广告、专卖广告、博彩广告、城建广告等应为我国最早或较早出现的报刊广告形式,均出现在《澳门宪报》。对这些史料梳理、研究并提出的新事例和新结论,无疑是对我国广告史研究的有益的补充。

最后,为进一步认识澳门提供借鉴。

澳门作为中国近代以来最早对外开埠通商的城市以及东西方文化的交流中心,其发展历程有着与中国大陆地区诸多不同的个性特征。因此,从史学研究的价值来看,《澳门宪报》的中文广告见证了葡萄牙在澳门的殖民统治,通过研究《澳门宪报》的中文广告,将为我们解读澳门近代的思想变迁与文化融合提供第一手的珍贵史料。运用发展学理论,对澳门近代广告史进行考察,不仅对澳门近代史研究做出了补充,而且使人们透过独特的广告视角对近代澳门社会发展变化及这一变化所呈现的深刻影响有一个比较准确、客观和深入的认识,为中国今天社会发展的城市现代化多元性、宽角度的研究提供一个新的理论依据和理论范式,提供重要的历史线索和现实借鉴,对今天加强、提升大陆学者对澳门社会发展研究的学术地位等具有现实意义,因而,本选题也具有一定的理论意义。

历史证明,《澳门宪报》(1838年9月5日创刊)的中文广告(1850年开始刊登)“是一座澳门近代史原始资料的宝库,也是一座中国近代报业、新闻、广告、传播等发展史原始资料的宝库。它将为我国深入研究并补充中国报业、新闻、广告、传播史,提供了不可多得的宝贵文献资料”^②。

① 查灿长.中国近代报刊起源探究——以《澳门宪报》为个案[J].新闻界,2006(6):106-107.

② 查灿长.中国近代报刊起源探究——以《澳门宪报》为个案[J].新闻界,2006(6):106-107.

第二节 主要概念界定

一、近代广告

“研究任何一种理论,都必须首先弄懂它所使用的基本术语。”^①本书围绕近代澳门社会的报刊广告展开研究,限定词是“近代”的澳门,其研究的主体为“广告”。但是,人们对广告的界定直至今天依然存在着不同的理解,这是不同的广告理论流派及其研究的不同视角造成的。所谓“近代广告”主要是基于广告所处的社会发展阶段而加以限定的,“近代”的时间概念是相对于“古代”和“现代”而言的,这种说法本身就是将广告放置于社会研究和历史背景下进行考量的结果。

所谓“近代广告”实质上就是对“广告”所处的社会环境用“近代”加以概括并限定,它与“古代广告”“现代广告”的区分主要根源于所处的社会形态和历史发展阶段不同。当然,就广告自身的发展特征而言,用“近代”加以界定也有其自身形态和媒介载体等多方面的具体特征,而这些特征主要根源于其所处的社会环境。

首先,从广告所处的社会环境来看,所谓的近代社会与“现代社会”和“古代社会”有显著的区别。后文中会详细阐释不同社会发展阶段的划分标准及其特征,这里不再赘述。

其次,从广告自身的形态而言,所谓的近代广告具有内容和形式上的不成熟性和过渡性特征。例如相比古代广告,近代广告超越了口头传播和实物传播的局限性,以批量印制的图文为主,承载的内容信息量更大,表现形式也更加丰富了;但是与现代广告相比,它以平面印刷形式为主,无法借助声、光等多感官的表达方式,承载内容信息的能力仍受局限,其商业诉求也比较单一,营销手段较为落后等。

再次,从广告依托的媒介载体上看,近代广告与古代广告最大的区别在于其依托了刚刚出现的大众报刊媒介,作为一种新兴的印刷载体,近代广告借助批量印刷、面向公众定期发行的大众报刊在广告信息传播能力和覆盖的范围上大大拓展了,而且随着商业报刊的出现,广告与媒介的共生关系更加紧密;但是与现代广告相比,其媒介载体的信息传播能力仍受局限,尤其在传播的共时性和交互性上缺乏技术支持。

基于上述分析,《澳门宪报》的中文广告就鲜明地体现了这些尚不成熟的过渡性特征。首先,它出现于近代社会阶段,即1840—1919年(目前国内也有公认的说法为1840—1949年);其次,它依托的《澳门宪报》作为中国近代较早出现的中文报刊,报刊的印刷和版式是较为落后的书刊式,行文及用语为公告的口吻和文言体;再次,作为一份官方报刊,其公告式的表述方式缺少现代营销意识和广告用语修辞,商业性色彩比较淡化,等等。上述这些都反映了它并不具备现代报刊广告的种类

① 罗荣渠.现代化新论[M].北京:北京大学出版社,1998:3.

种特性,只能判定为一种具有现代报刊广告雏形的近代广告形式。

但是,相比内地乃至亚洲的同期报刊广告,《澳门宪报》中文广告仍是较为先进的。一是它是中国最早的官报广告,开启了中国近代官报广告之先河;二是它拥有诸多较早出现的广告内容,如船期广告、海外招工广告、征婚广告、专卖广告、双语广告等等;三是它涉及了澳门近代社会多元化的产业类别或社会文化领域,而这些在内地和香港的广告中较为少见。如澳门的博彩业广告、“苦力”贸易广告、各种专卖广告,甚至是针对社会边缘群体的娼妓、乞丐管理广告。

因此我们说,《澳门宪报》的中文广告反映了澳门近代社会的阶段性发展特征,自身也具有典型的近代报刊广告特点,在近代广告中具有独特而典型的研究价值。

二、澳门文化

“文化”,人类学家与社会学家都通常把它定义为由“一个社会或一些人共同承认的价值观和意义体系,包括使这些价值观和意义体系具体化的物质实体”^①。当人们按上述的价值观来指导自身的行为实践时,也就必然在创造物质文化的过程中体现出这些价值观的固有特征。然而,“文化实质上是人类行为选择的标准体系,这些公认的行为标准就是文化,社会就是靠文化粘合成一个整体,而且文化的积累和提高还促进社会的发展,人类的进步都是靠文化的。”^②

澳门自古以来就是中国的领土,澳门文化的历史基础即是中国传统文化,它“根植于中国社会”^③。然而,16世纪中叶,澳门开辟为国际商埠后,东西方文化开始在这里交汇与扩散,并由此使之在400多年的历史中,出现一种中西融合、多元包容的文化特质,也是历史赋予澳门的独特机遇与文化生成基础。

回顾历史,澳门文化是澳门400多年来得以生存和发展的核心要素之一。历史证明,澳门实施的文化策略符合了澳门社会“华洋杂居”的文化环境特点。澳门作为近代中国与西方文化交汇互动的通道,是近代中国与西方文化交错共处的中心,是中国近代思想形成、发展与走向西方的摇篮。澳门的葡人与华人、天主教与佛教(妈祖)、西方文化与中华文化能够和安相处、相蓄包容,而没有发生过诸如美国学者亨廷顿(Samuel Phillips Huntington)所说的“文明冲突”,这背后政策导向的因素发挥了关键的调和作用。澳门400年相对稳定的城市文化发展史也表明了,多元文明的碰撞与相处并不一定带来对抗与冲突,反而形塑了澳门在不同种族、民族的文化交往中的独特魅力。而这一历史过程最终造就了开放、多元、包容的澳门文化。

《澳门宪报》作为官方媒体反映了当时澳葡政府对华人传统习俗的尊重态度

① 戴维·波普诺.社会学(上册)[M].刘云德,王戈,译.沈阳:辽宁人民出版社,1988:197.引自:黄汉强.澳门文化、澳门精神及其价值.《濠镜》[J].澳门社会科学学会学报,1997(15):15-20.

② 黄汉强.澳门文化、澳门精神及其价值.《濠镜》[J].澳门社会科学学会学报,1997(15):15-20.

③ 黄汉强.澳门文化、澳门精神及其价值.《濠镜》[J].澳门社会科学学会学报,1997(15):15-20.