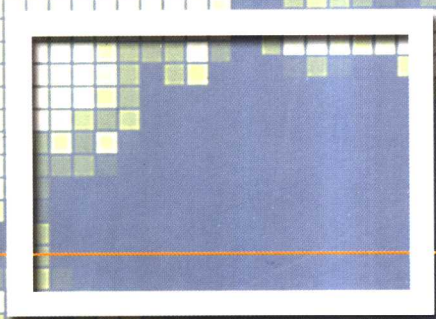


在梦想与现实之间

——鲁斯与中国

罗 宣 著

人 民 出 版 社



在梦想与现实之间

——鲁迅与中国

王 康 著

北京 三联书店



在梦想

与现实之间

—鲁斯与中国

罗 宣 著

人 民 大 学 出 版 社

责任编辑:乔还田

责任校对:湖 催

图书在版编目(CIP)数据核字(2005)第 047620 号

在梦想与现实之间——鲁斯与中国/罗 宣著

-北京:人民出版社,2005.7

ISBN 7-01-004997-1

I. 在… II. 罗… III. 鲁斯, H. R. (1898 ~ 1967) - 影响 - 对华
政策 - 研究 - 美国 IV. ①K837.125.42 ②D822.371.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 047620 号

在梦想与现实之间

ZAI MENGXIANG YU XIANSHI ZHIJIAN

——鲁斯与中国

罗 宣 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市双桥印刷厂印刷 新华书店经销

2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月北京第 1 次印刷

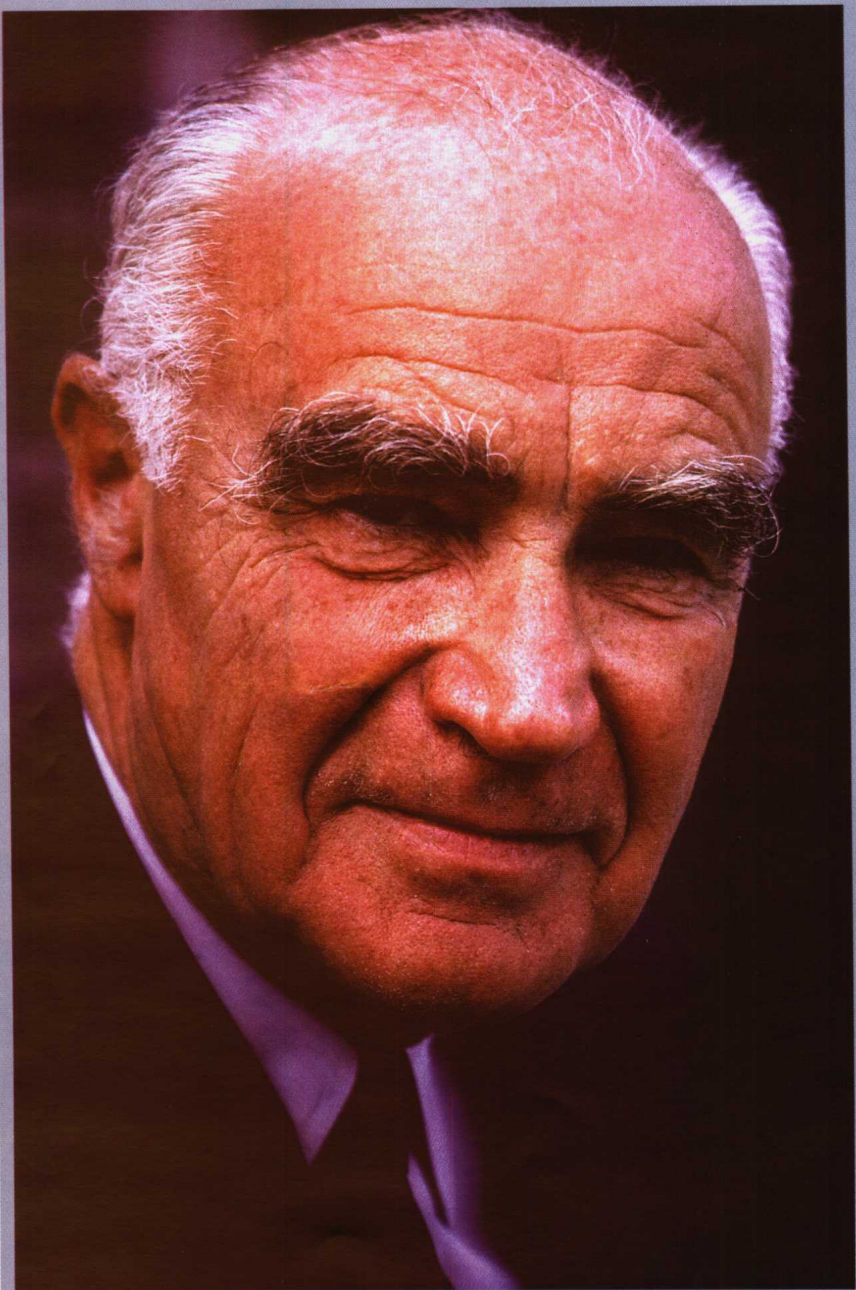
开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:14.375

字数:356 千字 印数:1-5,000 册

ISBN 7-01-004997-1 定价:30.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539



鲁 斯

目 录

序.....	(1)
引 言.....	(1)
第一章 鲁斯其人	(18)
一 新闻大王	(18)
二 加尔文教信徒	(23)
三 国际事务干涉主义者	(28)
第二章 中国情结的形成	(38)
一 传教士家庭	(39)
1. 风起云涌的海外传教运动	(40)
2. 父亲鲁思义	(47)
二 生长在乱世中国	(59)
1. 在文化“孤岛”中成长	(59)
2. 优越感与中国情结的形成	(70)
三 向洋望故乡	(75)
1. 中学时代与绵绵中国情	(75)
2. 耶鲁熏陶与政治理想确立	(81)

2 在梦想与现实之间

第三章 打造《时代》帝国	(86)
一 艰难创业	(87)
1. 开创《时代》	(87)
2. 独掌《时代》发展方向	(96)
二 《时代》帝国的形成	(102)
1. 创造《财富》	(102)
2. 引领《生活》	(110)
3. 《时代》在前进	(116)
第四章 从关注中国到全力扶蒋	(123)
一 关注遥远的中国	(123)
1. 初期报道中国	(124)
2. 鲁思义们在中国的失败	(129)
二 决心梦圆中国	(136)
1. 《大地》在震动	(136)
2. 蒋介石带来新希望	(143)
3. 下定援蒋决心	(153)
第五章 大力报道中国抗战	(161)
一 抗战时期的对华报道	(162)
1. 太平洋战争爆发前的中国报道	(163)
2. 太平洋战争爆发后的中国报道	(179)
二 鲁斯与白修德关于中国问题的争论	(195)
1. 鲁斯的新闻观	(195)
2. 白修德对中国的初期报道	(201)
3. 日渐严重的分歧	(205)

4. 难以避免的争论·····	(213)
5. 离经叛道的时代人·····	(224)
第六章 抗战期间的援华行动 ·····	(232)
一 创立美国联合援华会·····	(232)
1. 美国联合援华会的创建·····	(233)
2. 美国联合援华会的援华宣传·····	(237)
3. 配合宋美龄在美的宣传·····	(247)
二 不拘一格的援华行动·····	(253)
1. 财力与人力的支持·····	(253)
2. 声援抗战·····	(265)
第七章 徘徊在梦想与现实之间 ·····	(279)
一 “美国世纪”与美国化中国梦想·····	(280)
1. 美国化中国梦想的曙光·····	(280)
2. 一次美妙的旅行·····	(290)
二 坚决捍卫蒋介石·····	(295)
1. 不和谐的音符·····	(295)
2. 为蒋介石造舆论·····	(308)
三 全力配合马歇尔调停·····	(315)
1. 马歇尔的使命·····	(315)
2. 马歇尔与蒋介石的矛盾·····	(326)
3. 天平倾向于马歇尔·····	(335)
四 敦促 1948 年《援华法》的出台·····	(342)
1. 影响决策的努力·····	(342)
2. 敦促政府援华与援华法的出台·····	(349)
五 梦断中国·····	(355)

4 在梦想与现实之间

1. 失败的统治·····	(356)
2. 最后一搏·····	(364)
第八章 难以释怀的中国情结 ·····	(372)
一 继续反共援蒋 ·····	(373)
1. 《时代》周刊对大陆的反动报道·····	(373)
2. 继续支持蒋介石·····	(379)
二 仍然关注中国 ·····	(386)
1. 对麦卡锡主义的态度·····	(387)
2. 关注中国大陆·····	(394)
三 晚年的反思 ·····	(401)
1. 反共态度的缓和·····	(401)
2. 逝世前未完成的著作主要观点·····	(409)
结语:大时代的弄潮儿 ·····	(415)
参考文献 ·····	(430)
档案文献 ·····	(430)
期刊杂志 ·····	(431)
英文参考书目 ·····	(432)
中文参考书目 ·····	(446)
后 记 ·····	(452)

引言

在一个民主制国家,新闻媒体在公众舆论的形成中占有重要的地位。报刊左右公众舆论的例子在美国历史中屡见不鲜。开国之初,汉密尔顿、麦迪逊和杰伊等撰写的联邦党人一系列论文在《独立日报》、《纽约邮报》等纽约报刊上的发表,对于争取美国宪法的批准至关重要。约翰·奥沙利文(John O'Sullivan)在《民主评论》上鼓吹的“天定命运”思想,促成了美国大陆领土的兼并,至今还为美国史学家所津津乐道。赫斯特报系^①关于“你提供新闻,我制造战争”的呼声余音在耳。

亨利·鲁斯一手创造的“新闻帝国”和鼓吹的“美国世纪”所带来的影响和上述这些例证相比毫不逊色。本书所深感兴趣的不仅在于“美国世纪”概念本身,而且在于亨利·鲁斯如何把它应用在他魂牵梦绕的中国身上。通过新闻媒体如何在美国公众中炮制出一个

^① 赫斯特(William Randolph Hearst, 1863—1951)是美国报纸发行人,后发展了报纸托拉斯系统。

“美国化”的中国形象。这个形象是怎样产生、发展起来的,又是如何幻灭的。一位美国学者在“美国世纪”如日中天的时候说过这样一番话,“当今的世界并不需要另一个美国,也不需要再出一个俄国,而需要一个新的中国。”这个新中国是利用美国和俄国的知识,但仍保持自己文明特色的中国。在 20 世纪三四十年代,能真正理解这个意思的人并不多。亨利·鲁斯更不可能理解一个独立、具有自己特色的现代中国的含义。如果他能够多活 30 年的话,可能懂得的会多一些。

研究鲁斯的中国情结有三个无法回避的问题,也是主导鲁斯形成其中国观和新闻观的三大因素。其一,新教加尔文宗中长老会教派思想的影响。长老会教派主要有三个基本思想:1. 预定论。即上帝对世人尽心挑选,被选中者是上帝的选民,否则就是弃民。选民应该是那些百折不挠地努力苦干、道德高尚、珍惜时间、节约钱财、充分利用和掌握时机发财致富的人。预定论鼓励资本主义商业竞争,提倡追求财富。鲁斯笃信美国是上帝选民,应担负起上帝赋予的特殊使命,并坚定拥护资本主义制度,这些思想明显是受其宗教信仰中预定论的影响。2. 入世观。长老会教义强调关心政治、改造世俗社会,认为教会应监督国家、家庭和社会发扬上帝之道,使社会基督教化,以新教思想改造社会;认为信徒应培养政治意识,有条件的应在政府中担任官职,不担任官职的也不应逃避责任,而应积极地监督政府的政策是否符合基督教的原则。3. 共和制的教会组织。长老会崇尚共和政治,教会的管理严格按照共和体制进行,这也是长老会政治理念在宗教上的反映。鲁斯一生以忠诚的共和党分子闻名,这与其信仰的宗教是密不可分的。

其二,共和党在 20 世纪 30 年代以来的政治主张及其特点决定了鲁斯在此期间的宣传政策。鲁斯新闻帝国最活跃的时期正值共和党在野,在此过程中鲁斯始终忠实支持共和党,其杂志扮演了共和党

喉舌的角色。共和党在这一阶段的特点是支持自由企业制度,反对福利国家,对改革持保守态度,因而反对罗斯福新政。鲁斯及其杂志一直与罗斯福作对,1936年和1944年的两次总统竞选中,鲁斯都是竭力攻击时政和现任总统。两人的敌对关系甚至一度发展到罗斯福总统盛怒之下,下令不得给鲁斯签发出国护照的僵局。1941年鲁斯访华后到1945年罗斯福去世这段时间,正是中国抗战的紧要关头,鲁斯却没能踏上中国半步,不是鲁斯不想来中国,而是因为尽管鲁斯多次提出访华的要求,却都被断然拒绝了。

其三,罗斯福入主白宫期间,鲁斯与其虽然在新政等国内问题上存在分歧,但双方在对华政策的走向与主张上是基本合拍的。日本侵华战争爆发后,美国面临解决经济危机的问题,无暇顾及日本对中国的威胁,对日实行绥靖政策,不愿在中日之间做出抉择。在外交政策上,罗斯福虽不主张孤立主义,但欧洲的战略地位超过了远东,因此,在相当长的时间内,美国不可能采取积极的对华政策。太平洋战争爆发后,美国的战略方针仍是“先欧后亚”,因此需要中国牵制尽可能多的日军兵力,使美国得以集中对付德国,同时在太平洋战场,美国更需要中国的配合。二战后期和战后,美国对华政策是要建立一个相对稳定而亲美的中国,目的是使中国成为为美国提供巨大的市场和原材料的基地,抵制苏联,在国际事务中与美国站在一起,进一步稳固美国的霸权地位。罗斯福对此曾表白说,有五亿中国人站在美国这一边,这在“紧接着战争结束以后的时期”,是会“非常有用的”。^①而出于意识形态斗争的考虑,反共反苏始终贯穿美国外交政策。从大的战略方针上看,鲁斯反对孤立主义和坚决反共等主张都与美政府保持了一致。这也是鲁斯的中国观和新闻观在此期间对美

① 转引自资中筠:《美国对华政策的缘起和发展,1945—1950》,重庆出版社1987年版,第20页。

国对华政策制定,对舆论能够发生影响的一个重要原因。



鲁斯一向以《时代》周刊、《生活》画报和《财富》杂志的创刊人兼主编闻名于世,他在二战前后积极敦促美国支援国民党政府的所作所为也为人所熟知。那时鲁斯心目中的中国,是基督教信仰、政治民主、经济资本主义化等潮流横扫全国的中国,是逐步西化的中国。他要迎接的是美国人民应勇于承担起历史重任的“美国世纪”,勇于向世界推行“美国式”民主的时代,而中国在他看来是最合时宜的目标。鲁斯一生所从事的新闻事业的特殊性为他在美国化中国的梦想提供了具体实施的途径。

集基督教信念、极端爱国主义、民主自由信念于一身的鲁斯,因其早年在华的独特经历,从小就与中国结下了难以割舍的情结。奇特的经历造就了奇特的人生观和新闻观。14岁前在中国的那段岁月里,鲁斯在几乎完全封闭的环境下接受了美国文化,接受了其父辈期望通过向中国传教,传播上帝福音,改造中国等观念,由此使鲁斯形成了对基督教的虔诚,对民主自由的向往,对祖国强烈的爱,以及对中国的钟情。这一切致使他坚决反对主张无神论的共产主义,并希图通过自己所从事的新闻事业所特有的影响力,继续传播福音。与其父辈不同的是,鲁斯是要向全世界传播福音,传播美国式的民主自由,实现美国世纪。因而他从少时就深爱上的,但又贫穷落后,饱受外强凌辱的中国自然就成了鲁斯第一个,也是最渴望实现美国民主和美国世纪的对象。皈依了基督教、亲美、反共、声称追求民主政治的蒋介石,正是鲁斯实现其梦想再合适不过的对象。“美国世纪”

和“扶蒋反共”的信念贯穿了鲁斯的一生。

事业盈利和个人荣耀并不是鲁斯终生追求的目标。对鲁斯来说,最有吸引力的人生目标是像传教士一样给同胞和全世界带来上帝的福音,带来福利、民主和幸福。他以这种并非人人都赞同的信念为依据,施展他作为报界巨头的特殊权力。他的信念是:只有他知道什么是有益于大众的,而他办刊物的宗旨就是要教育大众,向他们及时传递他认为必要的信息,担负起类似传教士传道的职责。作为坚定的共和党人,虔诚的长老会信徒,传教士的儿子,他决心为自己笃信的美国所肩负崇高使命而效力。鲁斯的确比其他政治家更具优势,因为他拥有可以帮助他实现目标的宣传工具。

还在1939年,鲁斯的新闻帝国每周拥有的美国读者就已达百万。随着《时代》周刊和《生活》画报加拿大版、墨西哥版、南美版,还有其他国家的地方版,如瑞典、澳大利亚、伊朗、埃及、印度和中国版以及美国海外服役人员版等版本的发行,鲁斯新闻帝国更增添了不止百万的国外读者。这样庞大的读者队伍加上鲁斯新闻帝国利用电台和新闻记录影片所做的宣传,使独揽新闻帝国大权的鲁斯执掌了决定人们最终得到何种导向的新闻之大权。以《生活》画报为例,它以焕然一新的照片形式加深感官印象,小说般的体裁叙述形式,以言简意赅的方式分析极其复杂的事件,使读者在不知不觉中为其所吸引,并接受其观点。因此,鲁斯的杂志上报道的新闻主题往往左右了读者对该主题所抱的态度。从这个意义上说,鲁斯“既能影响人们思考些什么问题,也能影响人们怎样思考”。^①

^① M·E·麦库姆斯和D·L·肖:《设置日程研究的发展:思想市场二十五载》(M. E. McCombs and D. L. Shaw, "The Evolution of Agenda-setting Research: Twenty-five Years in the Marketplace of Ideas,"),《传播学杂志》(*Journal of Communication*),1993年第43卷第1期,第65页。

而到鲁斯去世前的 60 年代末,时代公司已经拥有千百万美国读者。1967 年 2 月,鲁斯飞抵纽约参加时代公司董事会每月的例会时,“公司空前繁荣。在刚刚结束的一年中,《生活》画报每周发行量达到 750 万份……居所有杂志之首,其广告比其他任何杂志多两倍,赢得 17,000 万美元的年收入。《时代》周刊发行量达 500 万……年收入仅次于《生活》画报,达 8,600 万美元。”鲁斯的杂志获得的收入占公司总收入的 65%。图书发行部分占 12%。“其余收入来自房地产、出售股票以及广告。公司此时拥有四个电台,五个电视台。……时代公司每股股票售价高达 100 美元左右,其全部股票的市场价格接近 69,000 万美元。”^①

除了杂志,时代公司设有一个邮购书籍部。1964 年,国内书籍销量 800 万册,国外 100 万册,一个教科书出版部(有 600 万笔交易);一个读书俱乐部,有订户 10 万;五家电台和六家电视台,有 2,500 万家庭收听和收看;若干造纸厂、林场、油田,另外还有房地产买卖。^② 1964 年,《财富》杂志出版的《美国 500 家最大企业机构指南》将时代公司列为第 157 名。

这样强大的新闻帝国对舆论界,对美国政府政策制定的影响是不容小觑的。鲁斯新闻帝国在鲁斯有生之年自始至终都贯彻着他反共、扶蒋和为实现美国世纪,特别注重在美国化中国的政策,在一定程度上影响了美国对华外交政策,虽然鲁斯对政策影响因世界形势的变幻时隐时现,但美国在鲁斯去世前的多年间始终奉行扶蒋反共的政策,也多少是鲁斯影响的反映。

① 约翰·科布勒:《鲁斯传:他的〈时代〉、〈生活〉和〈财富〉杂志》(John Kobler, *Luce: His Time, Life, and Fortune*),纽约道布尔迪公司 1968 年版,第 283 页。

② 科布勒:《鲁斯传:他的〈时代〉、〈生活〉和〈财富〉杂志》,第 3 页。

三

鲁斯不是惟一对美国化中国抱乐观态度的人,有许多传教士、作家以及政治家同他一样对美国梦在中国的实现抱有幻想,再加上成百上千为各种慈善、政治、教育和文化组织工作的普通工作人员,都对中国的美国世纪的未来充满信心。这些人和鲁斯的中国未来是美国世纪的观念是有历史渊源的。

中国未来属于美国世纪的观点是历史发展的产物。本世纪初美国国务卿约翰·海伊(John Milton Hay)提出的“门户开放”政策,标志着美国西部开发的结束。第二次工业革命使美国经济实力迅速强大,国内市场相对饱和,促使美国外交政策由一贯的孤立主义转向寻求贸易和文化扩张的“自由发展主义”。在这一扩张过程中就“掺杂了这样的信念:其他国家应该而且能够追随美国自己走过的发展之路”^①,也就是说,美国的经济史、文化史甚至流行文化和政治意识形态都可以成为全世界通用并效法的模式,“其他民族和国家如果不踏着美国的脚印走,就不能真正解决他们面临的问题,不能真正改善他们的生活”。^②

20 世纪三四十年代家长式政治思想的流行助长了美国化中国

① 埃米莉·罗森堡:《传播美国梦想:美国经济与文化的扩张 1890—1945》(Emily Rosenberg, *Spreading the American Dream: American Economic and Cultural Expansion, 1890—1945*),纽约希尔与王氏出版公司 1982 年版,第 7 页。

② 威廉·阿普尔曼·威廉斯:《美国外交的悲剧》(William Appleman Williams, *The Tragedy of American Diplomacy*),纽约德尔公司 1972 年版,第 11 页。

观念的形成。家长政治即如同对待儿童般的对待成年人,这不但是美国对待中国的一贯态度,也是美国对待其他国家尤其是亚洲国家的习惯做法。把其他国家当做次主权政体,把其他民族当做未成年人,这就自然为美国干涉他国内政找到了借口。当然表面上这些干涉行为要打着“行善”、“为他国谋幸福”的幌子。20世纪早期美国以老子姿态自居,就像老子对待儿子一样对待中国,将家庭中父与子的关系套用到国际政治中来。这种家长式外交以传教热潮和乐善好施的国际间互助行动的形式最直接地表现出来。在舆论工具的作用下,美国公众形成了这样的错觉:中国人民似乎迫不及待地希望在蒋介石的指引下,渴望接受基督教和民主政治的熏陶。1931年以后,蒋介石便以“坚定而英勇的基督徒”准备带领人民迈向美国式未来的形象,受到美国的欢迎。而这种关系中最诱人的部分是中国众多的人口,保证了美国对华经贸中将获得丰厚的利润。所有这些更增强了美国人的自信心,自信美国高人一等,自信中国一定能按照美国的模式改造过来,更自信中国应该这样被改造^①,而美国这样做似乎又完全出于利他主义精神。

新闻媒体在传播灌输上述思想与信念所起到的作用是不可忽视的。斯蒂尔在《美国人民与中国》一书中就曾指出,“美国公众之所以普遍对中国持保守的态度,受一张报纸编辑方向的影响比任何方面都大”。^②它们在报道国际事件时使用诱导性的词语、过于简单化的分析,往往造成编者的主观意志误导了舆论。文化历史学家对有意地诱导公众对某一事物的印象及其影响问题还没有得出结论,

① 参见肯尼思·E·休梅克:《美国人与中国共产党人》(Kenneth E. Shewmaker, *Americans and Chinese Communists*),康奈尔大学出版社1971年版。

② A·T·斯蒂尔:《美国人民与中国》(A. T. Steele, *The American People and China*),纽约麦格劳·希尔公司1966年版,第166页。