

大眾傳播

美國的新聞與政治

● 姜敏寬

引言

世界上最早的“新聞紙”(News-sheet)，據說是紀元前五十九年在羅馬出示在公共場所的“每日大事”(Acta Diurna)，它除了記載當天的新生嬰兒和死亡訃告之外，主要便是報導羅馬帝國參議院的議程和討論。最早用印刷發佈新聞的還是紀元七百年間中國唐朝時代的“帝報”，顧名思義，它也是一種自皇室發出的通報和新聞。

從這種歷史的源頭看，新聞和政治之間關係，可說自古皆然。現代的報紙和雜誌，雖然種類複雜而繁多，但比

較最有影響力而有普通性的，却仍是和政治最有關係。不論是屬於政府的宣傳刊物也好，或私人經營的大眾傳播媒介也好，它們的共同特點便是對政治新聞的重視。

美國自從十七世紀殖民時代開始，最早的新聞與政治之爭便是由曾格(John Peter Zenger)因批評紐約當時殖民州長而引起的言論自由之爭。近代每四年一次的總統大選和定期的地方選舉，也都是所有新聞界的大事，每家重要的報紙和新聞雜誌，不僅有專欄報導或分析各候選人的背景和政治立場，而且也增派專門記者以跟蹤方式，對各候選人的行踪以及各地選民的意向，都盡量加以詳實的報導。

平時，即使不是選舉的季節，美國大眾傳播媒介對上至總統、國會下至市鎮首長的活動，也都是予以密切注意的，凡有與大眾有關的問題，也都儘量地加以披瀝。譬如六十年代的越戰，七十年代尼克森總統的辭職，以及八十年代美國保守派的得勢等，新聞界的影響力都是不可忽視的：一方面促進一般人對這些重大政治問題的了解和認識，另一方面也促成一股社會力量，對這些問題的演進和發展，都發生了極大的影響力。

爲了深刻的理解美國，特別是美國政治運作的情況，我們便不能忽視美國新聞與政治之間的關係。究竟美國新聞界對政治發展的影響有多大？政治和新

聞的關係又是如何建立的？新聞自由對政治發展的利弊何在？這些問題都有研究的價值。這裡筆者祇就個人的觀察和了解，提出下面的解釋，俾供參考。

新聞的功用

很明顯地，所有新聞媒介都有一定的社會功能：它是傳播一切新知和信託的工具。但是，任何工具也都會因為使用的方法的不同而產生不同的效果，新聞媒介尤其如此。有些國家把傳播媒介用為宣傳政府政策的工具，也有些國家則把這種媒介視為反映民意的工具。在美國新聞傳播媒介便是政府以外的機構，它的存在受到憲法第一修正案保障，並不受政府的支持，也不受政府的干涉，各有其獨立存在的條件。

因此，在這種獨特的環境下，美國新聞媒介的功用便與大眾（包括讀者、聽眾、廣告戶）的需要有最密切的關係。凡是能夠獲得大眾所支持而能長期生存的報紙和雜誌，於是便必須全力地為大眾服務，這和由政府或某種團體所支持的刊物必須全力為它們的支持者服務是同一的道理。具體地說，美國新聞媒介主要的功用不外下列兩項：

第一，向大眾提供可靠的資料和消息。大眾所關心的，凡生活上的衣食住行，社會上的犯罪、教育，國家的行政、立法和財經，以及國際間的衝突和矛盾等，都是一個為大眾服務的刊物或傳播媒介所不能忽視的新聞。更具體點說，凡是足以影響大眾生活或思想或行動的新聞，他們都有所謂“知的權利”，傳播媒介都有義務真實報導的責任，否則便等於“失職”，長期下去便會完全失去大眾的信任和愛護，其結果便是不能繼續生存！

第二，保護大眾的利益。單是替大眾提供可靠的資料和消息，祇能滿足他們“知”的慾望，是消極的，還不夠。一個有使命感的新聞媒介，通常在美國還要積極地重視大眾的利益，並進而用它的影響力對這種多數人的利益加以保護。譬如環境的污染，便是最有害於居民的，傳播媒介不僅要加以報導，而且

還有提出解決辦法的任務。交通安全，氣候的改變，政府官員的貪污，立法機構的法案，社會福利和保險等，都對大眾的利益有直接或間接影響，傳播媒介都必須站在大眾的立場，代他們去追查事實或追究責任，使他們的利益得以不斷地受到保障。

當然，新聞媒介為了達成以上兩種任務，它可以採取多種不同的方式，也可以單獨強調某種特殊的服務範圍，譬如專門提供經濟新聞的“華爾街日報”，也有專門強調社會新聞的“紐約每日新聞”，其他專門性的期刊，更不用說，都有其特殊的讀者對象和他們所代表的利益，他們之間共同點就是和讀者站在相同的立場；他們所堅持的原則，都是為大眾服務，而不是政府的宣傳工具。

傳播媒介與政府

美國的這種大眾傳播媒介與政府對峙的現象，表面上看來確實是很矛盾的。一方面傳播媒介的本身都是私人企業組織，即使由很多股東的資本或股東大會的選舉才能產生各該公司的董事長或總經理，但他們絕不依政府的行政首長或立法的參眾議員們那樣，具有由一般公民公開投票選舉出來的更大的代表性；而另一方面則由新聞媒介來代表人民利益，以對抗民選代表所主持的政府，豈不是本末倒置？

其實，仔細進一步觀察，這種現象却並不矛盾。主要原因就是大眾傳播機構的基本存在是要靠大眾支持的，所以他們的立場必須要和大眾一致；相對的政府組織，雖然主政的首長是由人民定期選舉出來的，但他們施政的方針和政策，並不是直接受制於人民，往往是受個人或少數所謂“壓力團體”（pressure groups）的利益所影響，尤其是長期的不受選舉影響的官僚，多與人民的利益脫節，因此常有違背人民利益的現象，如果沒有獨立的大眾傳播機構監督，其貪污舞弊的情況，便無法避免。所以嚴格地說，由官僚所控制的政府和由大眾支持的新聞媒介互相對峙的局

面，不但不矛盾，而且也是很自然的。

從另一個角度來看，一般人民的組織力量是很薄弱的，而且各人為了謀求自己的生計，在現代的複雜社會裡，是很難以發揮力量的。相反地，政府機構則是一個強有力的組織，單獨行政首長的更換或善意（good will）是不足以保證大眾的利益的。所以必須有第三者的介入。在美國，這第三者便是大眾傳播媒介，它們是統治者（政府）和被統治者（人民）之間的橋樑，一方面反映民意，替大眾爭取利益；另一方面也代表人民經常地監督政府，並且把政府的一切活動——包括領導者的私生活——都用公開的方式向大眾提出報告。美國的政治生活，便是透過這種關係而實現的。

美國政治的特點

根據韋氏字典的定義“政治”（Politics）就是“統治的藝術或科學”（the art or science of government）或“有關指導或影響政府政策的藝術或科學”。創建民國的孫中山先生則說：“管理衆人的事即為政治”。美國一九四四年出版的一本“政治入門”小冊子裡，對政治的界說則是：“政治就是如何由什麼人得到什麼、何時以及為何得到的一種科學”（Politics is the science of how who gets what, when and why.）² 這個定義是和新聞的定義頗為相似——即一般所謂的新聞五大要素：“如何”（how）、“何人”（who）、“何時”（when）、“何地”（where）及“為何”（why）。這裡所缺的祇不過是一個“何處”而已。

當然，比較詳細一點的解釋應該是：“建立聯盟、達成妥協、說服人民以使他們個人的利益得以重新訂定的一種藝術”。³ 這就是現在加州大學聖地亞哥分校教授社會學和傳播學的舒德生（Michael Schudson）的說法。他不僅對“政治”下了這樣足以說明美國政治特點的定義，而且還提倡傳播媒介應該擔當起政治教育的任務。他說：“這並不是要使傳播媒介去唱政治口號或說教

。我的意思就是傳播媒介或者用他們自己的行動去促進一種比許多主張單一問題的團體所有的更深刻的對政治的觀點，或者在不知不覺中或無意之間，已經接受了壓力集團的狹窄的政治觀點，兩者都不使人驚奇。我認為傳播媒介所不能做的就是對任何政治問題都袖手旁觀，因為那是不可能的。新聞媒介必須在他們的工作中採取某種政治立場，不論是批評性或不加批評，這都是難以避免的。”⁴

這裡所引用舒德生的話，一方面說明了美國政治的特點包括：“聯盟”(coalition)、“妥協”(compromise)及“說服”(persuasion)等基本社會因素，另一方面也確定了傳播媒介與政治的正當關係：“不是……去唱政治口號說教”，而是直接地“採取某種政治活動”，用“批評”或“說服”的方式，以監督政府或“教育”選民。

傳播媒介與政治

舒德生對傳播媒介與美國民主政治的關係，除了上面所引用的幾句話以外，還有更詳盡的分析與研究。他首先指出從事於新聞記者自己的觀點：“新聞界的任務就是幫助培養更多的有見解的選民，然後這些有見解的選民便會創設一個更好更完善的民主政治”。⁵但是接著他却提出許多政治思想家的不同看法。有些著名的學者認為現代民主政治的毛病，就是“參與的人太多，所知道的人多而不是太少”。他們主張傳播媒介應該積極地使人民減少對政治的興趣，然後民主政治才會更有前途。

譬如在美國新聞史上最負盛名的一位專欄作家，李普曼(Walter Lippmann)，就曾在他的書中明白地指出：新聞本身是不能使民主政治有所改進的，因為在正常的情況下，傳播媒介“祇能記述各種機構的工作實況”，而所謂的“大眾”(Public)也並不是大多數的公民或選民，“祇不過是那些對公共事務比較有興趣而用支持或反對的方式加以影響的人們而已。”他並且更進一步地說：“我們必須放棄全體人民統治的概念。取而代之的概念就是：人

民在偶然的機會中被動員起來，以他們的多數去支持或反對那些真正統治他們的人。”由於他對民主的本質有這種不同的認識，所以他不相信新聞的任務就是使公民們能夠對政治作理智而有事實根據的判斷。他認為新聞界最多也不過是“替完全不了解真象的人民提供一些簡單、清楚、可用的指引，以便他們去採取理智的行動”而已。⁶

舒德生個人則認為傳播媒介目前填補了美國人一般對政黨政治興趣低落的缺陷。據統計，一九六〇年選民中以共和黨或民主黨身份投票的佔百分之四十二，但在一九七二年的選舉時，這種比率已降低到百分之二十三。越來越多的新選民或青年人都不願意參加任何政黨，而以獨立選民的身份去投票。他特別建議，新聞媒介應該有自知之明，用心理學上的所謂“精神分裂”方式去努力達成民主政治中的功能：“他們應該一方面對政治學者所說的很難以達到的理想民主政治極力推進主張，另一方面卻同時根據現實的需要，用富於想像力的方式去反應政治理論家們所觀察到的現實政治，兩方面並重。”

結論

從以上簡略的敘述，我們可以看出，美國的新聞傳播媒介對政治的影響是多方面的。在定期的選舉時期，它們的任務就是直接地提供有關選舉的一切資料，這包括候選人的背景和對選民有關問題的不同立場，選民的意願和動向，如果是全國性的選舉，還有對國際現實的分析與各候選人對國際問題的了解和態度等。選其中以民意調查和候選人的能力表現最為重要。在沒有選舉的時期，新聞傳播機構便成為一般人民的代言人，經常發掘人民所關心的社會問題，隨時監視政府行政立法司法機構的操作情況和政策，然後提出報導、解釋，或質詢。

由於美國的民主政治制度特別需要“聯盟”、“妥協”和“說服”，所以民意的影響必須透過傳播媒介加以客觀地傳佈。為了傳播媒介的立場必須儘量客觀，對社會上各種“聯盟”或組織的

利益都必須顧到，所以它們在經濟上和經營方面必須真正獨立，不受任何特殊利益或壓力集團的控制。即使有專為某種團體或特殊利益而創辦的刊物，它們的力量或影響力一定也會被相反的團體抵消。基本上，美國並沒有限制出版的自由，而發行量大也較有影響力的報紙、雜誌和廣播、電視——尤其是像“紐約時報”、“華盛頓郵報”、“時代週刊”、“新聞週刊”等出版物——却並不多，主要原因便是它們是否能夠得到大眾的支持而能自給自足。

總之，美國的開國元勳之一傑佛遜總統曾經有句名言：“如果讓我就有政府而無報紙或有報紙而無政府作一選擇，我將毫不猶豫地選擇後者。”⁷今日美國的報紙和政府對峙現象，可以說受到這句名言的影響很大，而且與早期美國政治領袖的民主風度最有關係。

姜敏寬：美國《時代》雜誌資深研究員
兼記者，專門負責亞洲新聞。

註釋：

1. 參閱 *World Book Encyclopedia* 有關新聞記載。
2. 原文見 John Bartlett 著 *Familiar Quotations* (一九八二年版) 第九九四頁。
3. 原文是：“Politics - the art of building coalition, Making Compromises, Persuading People that their own interests may be redefined.” 參見 Michael Schudson 著專文“News Media and Democratic Processing” *Society* (January/February 1984), pp. 45-53.
4. 同上注。
5. 見 Michael Schudson 的專文第一段。
6. 參閱 Walter Lippmann's *Public Opinion* and “The Phantom Public”.
7. 見上舉 Michael Schudson 的專文。
8. 原文是：“... Were it left me to decide whether we should have a government without newspapers, or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter.” (Thomas Jefferson's Letter to Col. Edward Carrington, Paris, Jan. 16, 1787).

堆頭大十宣傳廣十通俗趣味 博益出版社的經營公式

● 本刊記者

以推動讀書風氣及發掘新進作家為目標的博益出版有限公司於1981年9月成立，迄今剛好五年，究竟它朝上述兩個目標邁進了多少？其發展歷程又有甚麼值得借鏡的經驗？該公司推廣經理陳錦榮（圖）表示，第一個目標可說已有點成就，但第二個目標仍有待進一步努力。

他指出，博益成立之初，一般書籍的銷量平均約為兩三千本，但現時一些名氣不大的作家撰寫的書，亦能賣出四五千本，反映讀書風氣漸見普及。

作者的號召力與質素

至於提拔新進作家的成績則未如理想。陳錦榮指出，博益成立之初，曾在報章作廣泛宣傳，呼籲有志者投稿，以便挑選優秀作品代為出版。不過，鑑於新進作家的號召力沒有保障，博益仍決定先以一些享譽文壇的作家打響頭炮，遂將董器、林燕妮和倪匡等作家羅致旗下，並將他們曾在報刊登載的文章結集出版。

博益站穩陣腳之後，再刻意提拔新進作家，例如舉辦創作比賽，鼓勵寫作及從中發掘有潛質的新秀，但五年來真正提拔到的

新秀作者只有十個左右，成績差強人意。

追隨潮流把握消費口味

陳錦榮表示，暢銷書不一定是寫得好的書，但出版社當然希望出版的書暢銷，如果書籍不夠通俗，銷量自然有限。既要通俗，內容必須符合時下口味，而閱讀也有潮流，能掌握潮流並配合得宜，成功才會有望。

他指出，香港讀者的閱讀潮流可歸納為以下幾類——言情、武俠、科幻和鬼怪。舉例來說，當人人喜愛閱讀科幻小說時大量出版科幻書，則雖不中，亦不遠矣！

由於博益是電視企業有限公

司的附屬公司，在宣傳方面無疑佔盡優勢，不過，良好的分銷網亦不可忽略。博益的銷售點比一般書籍廣，除了在書店出售，更擴展到超級市場，便利店、電視服務站，以至報攤，博益的影子無處不在，縱使路人未必個個購買，最低限度，卻留下印象，對其推廣起了積極作用。

重聲勢書名要醒目

出版數量也能夠影響一間出版社的聲譽及形象。在博益成立頭一年多，出版書目只有二十多種，由於數量有限，較難引起讀者注意，就以視覺上觀察，廿多本書排在書架上也不起眼，而且讀者可作的選擇不多，對出版商的印象不深。於是，它在1983年開始，每周出版一本新書，累積起來，現時總共出版了二百多項，聲勢浩大了，地位亦隨而上升。

書目擴大之後，類型也變得多樣化，計有小說、少年叢書、食譜、生活情趣叢書及藝術小品等。推廣及包裝時要注意每本書不同的風格和對象。首先是為書本改名，因為人怕改變名，書也相同，所以取個易為人接受而又能引起讀者興趣的名字是非常重要的。



要的。定了書名，第二步是建立形象。何謂「形象」？就是讀者手人感到的所屬類別，如果讀者留意一下，他會發現絕大部分的博益書籍的書封設計是統一的，但有少數規則不同，譬如博益和號外雜誌合作出版一些曾在號外連載的書，如《加國日記上》、《主人與家臣》比較年青而前衛的讀者，有別於其他博益書籍較廣泛的讀者，採用的設計為完

全另一版本。另外品味更為通俗的作品，更會以另一個名為「火花」的出版社面世，以資識別。

公平交易橋樑充足

陳錦榮指出，博益由於是一間具規模機構的附屬公司，作家對它的信心比較大，市面上有一些出版商往往在銷售方面不誠實報數，令作家蒙受損失。而博益

在這方面一向誠實報數，所以與作家的關係良好，稿源亦相當充裕。

至於未來的發展，會集中開拓少年叢書，主要為提供多些教育性書籍給年輕人。以前博益曾嘗試出版一些如「大千世界」的藝術書籍，不過反應未如理想，而對於文學性較重的書籍，現仍未有出版的打算，因對這類市場未有充分把握。

（原載：信報財經月刊〔港〕1986年10卷6期126—127頁）

市政局刊物—「香港文學展顏第三輯」及「馴悍記」

最近看了市政局公共圖書館出版的「香港文學展顏第三輯」和楊博士撰著「上北亞名劇」《馴悍記》兩部「新稿」，略此對兩部書作者與編者的話，好讓讀者對書的內容及可讀性有所認識。

「香港文學展顏第三輯」收錄了一九八三及八四年間所出版之中文學術作品及評論作品，計有小說五篇，散文八篇及詩七首。

主編黃健偉曾擔任九一年創作獎小說組和八四年新設組的評判，他為「展顏」揀了一堆美談字的情書，將該各篇作品的思想和藝術，簡略回顧並二層創作性作品。

在導言裡，黃氏指出小說組的作品大都洋溢濃厚的寫實色彩，「時空背景都是當前的香港，人物以中下階層的為主」；而散文組的作品，「也大都從香港的現實生活出發，很有本地色彩」。

黃氏又說：「香港不少具備馬可待之才的作家，馳騁於豐富的幻術，虛構曲折愛情故事。這些小說的佳處者，自然有其文學價值，甚至有高度的文學價值。可是，過於離奇巧合的情節，其功用常只在取悅讀者，而不求皮應肉響，使人不能無憾。當其精神的作品，如型屬「創作能」的小說，緊扣於現實的社會和生活，其境界遠復見作者沉思獨運之情，使感為認真讀者，讀完此種那些幻術虛構的小說，更有知性和感性的滿足。」

一九八三年創作獎小說組冠軍許國基及他的得獎作品《阿達倫德》時表示：「在塑造阿達倫德這個『遺失青年』的人物形象時，我想起法國藝術評論家丹納的提示：『藝術品等級的高低取決於它表現的歷史特徵或心理特徵的重要、穩定與深刻的程度。』我試圖在上述兩個特徵努力，盡量性格化地展示阿達倫德特定的生活和心態，力求作品帶有較濃烈的社會意義。」

一九八四年創作獎散文組冠軍胡燕青對她的「彩店」，有以下感受：「我選了一所賣紅紫的舖子，作為這篇劇作的題材，原因很簡單：它給我豐富而具體的感覺。它對我顯得動態、親切，它透過泥土味兒，同時又使我感到恐懼、疑惑和好奇。它站在活人與死人之間，神秘而香醇，卻又無止的華麗。它的門面總是火紅火綠，內裡却是黑沉沉的，那種繁複，總使我聯想到另外一個世界。有時我不覺懷疑，那就是通向死亡的一個秘密入口。」

口。

「劇作的時候，我試圖以至少兩個層次來寫。在第一個層次上，我希望能夠表現一個實象，一種可觸可感的生活；在第二個層次上，我希望能夠透過一些意象和象徵，走向一個較為廣闊的邊界，並且對其作出適當的判斷；最後，我盼望透過這一層創作，展露『我』（作為一個人，無意地處身於此的感覺。）」

現任美國科羅拉多大學戲劇系教授楊世彭博士曾於八三至八五年間，出任市政局香港話劇團藝術總監。執導過《馴悍記》的演出，他譯著的《馴悍記》是一本中英文對照的全譯本。

「馴悍記」全書共二百二十多頁，除包括楊博士親撰討論原著、中譯本，以及舞台演出技術問題的文章外，亦有一些歐美著名劇團演出該劇的資料，以及歐美五個劇團及香港話劇團演出《馴悍記》的珍貴劇照三十五幅。

楊博士《馴悍記》出版自序中指出此書乃全譯本，他說：「『全譯本』在這本書中與英文並列刊出，供讀者中英對照。為使行數相符，我也把譯文重新潤色修正，使中譯的行數與原文完全符合，並使絕大多數的標點符號也與原文相符。」

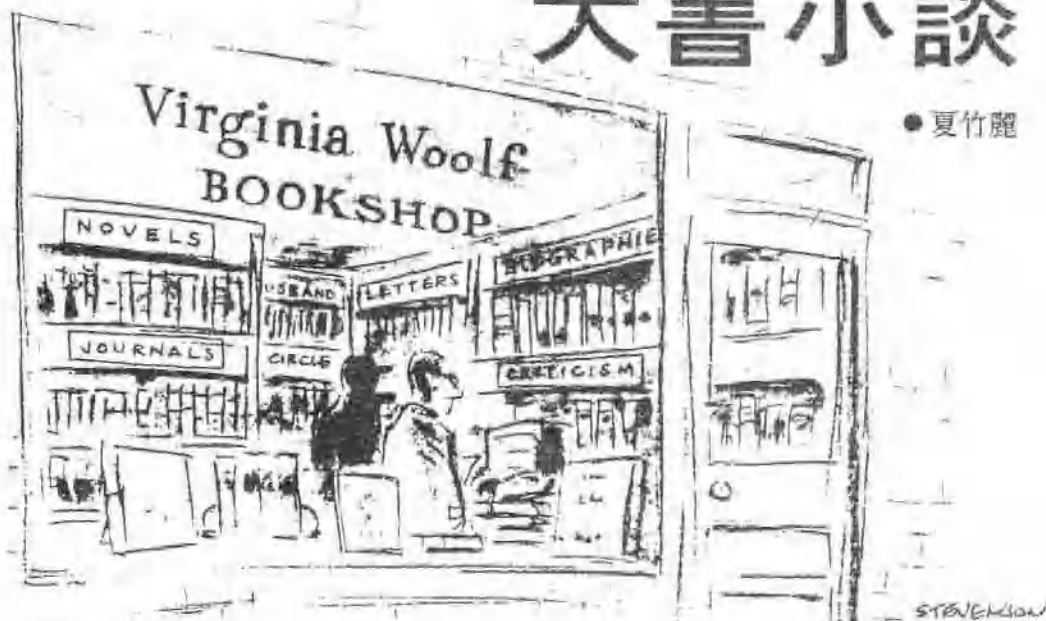
「全譯本的作用，尤其是以中英對照的方式刊印，不外是使研究莎劇的學者學生多一個譯本可供參考，使一般不識英文的讀者，多一個中譯莎劇可供閱讀。可是，我當年翻譯《馴悍記》的本意，却是專供舞台演出，使演員們易於朗誦劇中的台詞，使導演及設計師有個新劇本可作較現代化的演出。因此，本書除了兼顧這點要求，譯文中的節制部份乃以一種不同的字體排出，使讀者一目了然，也使戲劇從業人員可以很方面地抄錄節制本，作排練之用。」

本書還包括幾篇相關的文章，討論《馴悍記》的劇本與中譯，諸如來源及演出史，現存的中譯本，這個譯本與現有譯本的重要區別等等。另有一些章節專門討論演出本劇的技術問題，諸如導演構思、角色詮釋、佈景、服裝、及燈光設計等等。這些資料與文字，相信對國內某些戲劇專業人士是有些參考價值的。」

（原載：南北極〔港〕1987年200期35頁）

大書小談

● 夏竹麗



《紐約客漫畫集：一九七五——一九八五》
(The New Yorker Cartoon Album
1975 - 1985)

出版社：澤宏書局
(Viking)
1985, 103頁

六十年過去了，《紐約客》已經成為美國最有影響力的文學雜誌。它有了與所有其他雜誌不一樣的風格和吸引力。很明顯的一點是，它不說誰是總編輯，許多文章都不署名，即便是署名文章也沒有作者簡介。但是，任何作家都想在《紐約客》發表自己的東西。事實上，在《紐約客》上刊登出來的小說都是美國第一流作家的作品。

《紐約客》的發行量差不多有五十萬份。從它誕生到現在，經過了兩位總編輯之手，哈得·羅斯(Harold Ross)和威廉·修恩(William Shawn)，這兩個人是美國知識界的傳奇人物，有關他們的傳說很多，人們常喜歡談論的是他們最願意去哪家餐館，為什麼《紐約客》的編輯部會設在西四十三街那棟既靜又破的辦公樓裏。

《紐約客》的編輯和作家班底中包括最有名的幽默家詹

姆士·塞伯(James Thurber)，兒童作家懷特(E.B. White)，著名短篇小說家約翰·契伏爾(John Cheever)，約翰·阿普代克(John Updike)，辛格(I.B. Singer)，安·泰勒(Ann Tyler)，艾莉斯·亞當斯(Alice Adams)，唐洛·巴森姆(Donald Barthelme)，沙林杰(J.D. Salinger)等。《紐約客》的戲劇評論家布萊當·吉爾(Brendan Gill)曾經寫了一本書《紐約客的作家們》(Here at the New Yorker)，專門討論作家與雜誌的關係和名作家的生活。此書成為一九七六年的暢銷書。

在形式上，這本雜誌前面幾頁總是刊登一些有關最近的娛樂生活的消息，電影、戲劇、餐館、夜總會，樣樣都有。然後是“The Talk of the Town”，這個專欄由一系列很短的、沒有署名的小文章組成，有時候是關於政治，有時候是很輕薄的幽默，有時候甚至是談兒童的玩具。接著就是小說和詩歌。通常小說祇有兩篇，一篇較短，一篇稍長。最近一段時期，《紐約客》的小說基本上都偏於“一片生活”的風格，即少有故事情節，通過生活中極細微的事情探索人與人之間的關係。另外是非文學類的作品，篇幅都很長，所談的範圍也很廣。雜誌的後半部是由《紐約客》的寫作班子的人親自撰寫的評論專欄，它們包括電影、戲劇、舞蹈、體育以及書評。

但是，《紐約客》的最獨特的風格是與它的漫畫分不開

的。很多知識份子都承認，他們訂這份雜誌的目的就是為了欣賞其中的漫畫。而且，美國的大學生和種種專業人士，都喜歡把反映他們自己生活的漫畫剪下來，貼在辦公室的門上或牆壁上，以此來提醒自己：生活不必過於嚴肅。

在中國，漫畫的功能主要是批評官僚主義和表揚社會中的好人好事。但《紐約客》的漫畫的題材却是和生活本身的內容一樣豐富多彩，差不多每一種職業都被漫畫家戳刺過，而且也包括國王和歷史人物，甚至還包括動物。許多漫畫並不是為了引人發笑，而祇是對某種人或某種情況的描寫。有時候，漫畫家用自己的筆去探索語言和抽象的數字。最擅長這類題材的漫畫家是索爾·斯坦貝克（Saul Steinberg），他曾經是來自羅馬尼亞的難民。

一般來說，《紐約客》每隔十年便會讓一家出版社出版它的漫畫集，以此作為對一段歷史的幽默記錄。今年正好是第六個十周年紀念，這是一個好機會來向中國讀者介紹每一個美國知識份子都喜愛的東西，因此，我決定把這期的“大書小談”專欄獻給這本漂亮的漫畫集。

幽默可能和詩歌一樣，也是最難被翻譯成另一種語言而不失其韻味的。《紐約客》的漫畫很多都是借文字遊戲和雙關語來配合形象。它們有時候是把某種比喻的意思明確地表達出來，或者是把一種很傳統古老的說法放在現代的環境裏。有的漫畫的幽默要依賴讀者是否了解美國人的生活情景、表達習慣，以及社會傾向才能體會得到。當然，有些漫畫的幽默完全在於它畫得怎樣而並非它表現了何種情況，這是為什麼很多讀者說，他們很喜歡這些漫畫，但講不出所喜歡的原因。假如一個中國人能欣賞《紐約客》的漫畫，那他一定是一位“美國通”；但如果他無法領會這些漫畫的幽默，而有機會和一位美國朋友坐下來，請對方解釋一下，那他肯定會學到許多有關美國文化的知識。

舉幾個例子來說，在一個漫畫裡，一條鯨魚問自己的伙伴，“但是，他們能夠救自己嗎？”如果要理解這幅漫畫的幽默，就必須知道所謂的“救鯨運動”，這是最近在西方掀起的保護自然資源的一種社會運動。漫畫家在這裡含著地諷刺了人類自己。他的意思是：鯨魚是很容易的，但人類（即“他們”）是否能夠從核子戰爭和其他現代恐怖狀態中自救出來呢？

另一幅漫畫是表現兩位科學家同在一个實驗室工作，他們背對背地坐著，一位回過頭來說：“我看了這一期的《實驗室通訊》，發現您二十年來所做的工作和我二十年來所做的一模一樣。”通過這幅漫畫，我們可以了解到不互相溝通和交流的現象在全世界都存在。

有些漫畫是談公司的生活。一位董事會總裁在會議上宣佈：“先生們，昨天晚上，在俄亥俄州，一個十一歲的小孩玩計算機，他接通了我們公司計算機的系統，把我們的錢全部移到瑞士去了。”這個幽默和最近西方在談論計算機的安全性問題有關。這是任何公司和銀行最害怕發生的事。還有一幅漫畫是嘲弄所謂的“工作瘋子”，這樣的老板都希望自己的下級和他一樣，不要命地工作，連聖誕節都去上班。在

這幅漫畫裡，一位“工作瘋子”對假日裡空蕩蕩的辦公室大發脾氣。

國際性貿易問題也是漫畫家的挖苦題材。在下面這幅漫畫裡，那位先生用慣了其他國家製造的東西，他很吃驚地望著手中的東西說：“怎麼搞的，美國造？”



“Hey! ‘Made in U.S.A.’!”

婦女地位的改變也是一個經常出現的題目。有一幅漫畫是由兩個畫面組成，上面是一位男人進了家門，脫衣摘帽，說：“親愛的，我回來了。”下面是他的妻子跟在他後面走了進來，脫掉大衣，放下手提包，說：“親愛的，我回來了。”在另一幅漫畫裡，公司的老板正坐在辦公桌前，他桌上的麥克風發出一條命令：“愛德華先生，這是你的秘書米爾那，你是否能下樓去幫我買一杯咖啡和一塊西蘭花？”在現實生活裡，公司老板就是這樣把秘書當保鏢使喚的。以下的漫畫諷刺了美國婦女們最近提出的一個要求。她們說婦女長大了，用不着男人稱她們為“姑娘”，而應稱“女人”。因

為她們認為稱“姑娘”表示別人對自己不尊敬，好像婦女總是比男人小。所以，這幅漫畫裡的爸爸對自己的女兒說：“安，有些女人來找妳。”

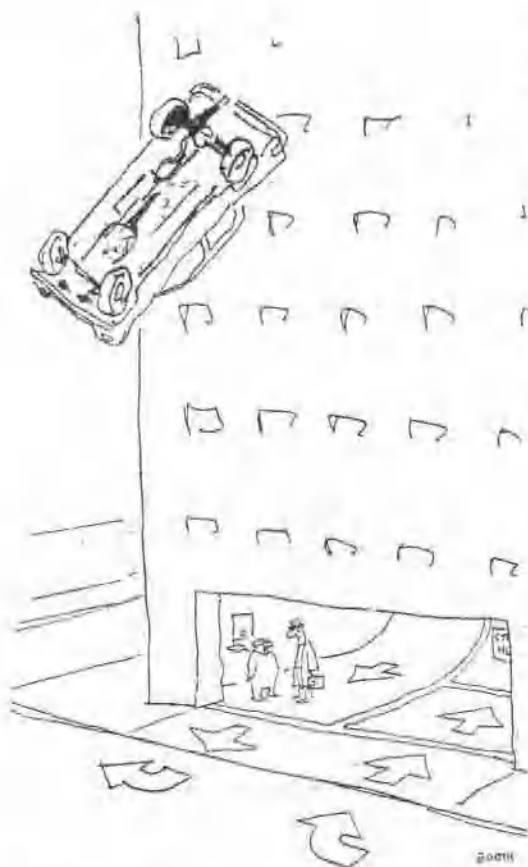


"Some women to see you, Anne."

我最欣賞的漫畫之一是這幅嘲笑作家總是有借口不去動筆寫東西。這位作家說：“鉛筆削得很尖，紙很乾淨，光線很好，椅子很舒服，咖啡很熱，房間也很溫暖……一切就緒，現在可以動筆了……唔，這房間也許太溫暖了……”



我也比較喜歡下面這幅漫畫的句子。通常，你去存車庫取自己的小汽車，管理人員會告訴你：“先生，等一下，您的汽車馬上就下來。”那個意思是說，有人會乘電梯上去，從上面的停車處把你的車開下來。可是，車子停得太久，一時下不來，怎麼辦？也許祇好像這幅漫畫所說的，“您的汽車馬上就下來了”。



"Your car will be right down, Mr. Lundquist."

有的幽默是孩子們講大人的話或者是孩子們很不自然的成熟狀態。譬如一個小孩站在自己的家門口對他的女玩伴說：“我覺得當一個好人有許多的壓力。”在另一幅漫畫裡，一個小女孩對男孩說：“嚴扎，我不準備邀請你參加我的生日晚會，因為我們的關係不是我所需要的那樣令人滿意。”通過這小孩子來講這種話，漫畫家提出了兩個問題：一方面這種表達方式在美國社會相當普遍，以我於小孩子也這樣說；另一方面，這樣的表達又是顯得多麼的愚蠢和乏味。

追逐時髦和社會性的模仿也是《紐約客》的漫畫家諷刺的對象。在一幅漫畫裡，二十多對男女在中央公園跑步，祇有一對男女手牽手在散步，一輛警車停住，警察問他們：“出了什麼事？”這個意思是說，人人都在跑步，不跑步的人反而顯得很奇怪。另一幅跑步的漫畫更描繪出美國社會的競爭性。兩個人一前一後地跑着，後者說：“他跑得比我快，但我的鞋子的質量要比他的好。”社會的模仿性是下面這幅漫畫的題目。一個商人揹着一架錄音機在街上走，他的朋友碰見他說：“您怎麼搞的，漢克？您看上去年輕了四十歲。”平常，祇有那些黑人中學生才揹着錄音機在大街上開哄哄地逛來過去。



"What have you done to yourself, Hank? You somehow look forty years younger."

下面這幅圖也是諷刺社會模仿性的。現在，美國有騎自行車“熱”。很多美國人愛騎那種能拆卸的自行車，因為你把一個車輪取掉，就不會有人偷你的車了。這個商人去一家高級餐館，按道理說，裡面的侍者會問：“先生，要存放大衣嗎？”而他現在問：“存單車輪嗎，先生？”



我自己最喜歡的漫畫家是喬治·布什(George Booth)。上面那幅停車場的漫畫就是出自他的手筆。他的人物看上去好像都是一些渾身沾滿了虱子的窮人。他們總是和一大群狗和貓住在一起。人們在欣賞這些人物時，很難說出他們為什麼這樣滑稽可笑，可他們就是這個樣子。下面兩幅圖是布什先生給我們的建議：怎樣保持暖和。



Trained-cat hat.



另一位很有名的黑色幽默漫畫家是查里斯·愛當斯(Charles Addams)。他喜好描繪一種緊張感，即你所害怕的東西馬上就會發生。在一幅很有代表性的漫畫中，他讓我們看一個人怎樣把門鎖緊。這個人用十幾把大鎖把門鎖好，可是，在他的腳所踩的地板上，一個小偷正準備撬開地板進入他的房間。當然，這幅漫畫不祇是在談城市生活的危險，而是說明我們人類總是喜歡給自己創造一種安全感。這本漫畫集的編輯也是帶着黑色幽默感，選了這幅漫畫作為集子的結尾。編輯好像是故意在提醒我們：“唔……你以為你自己正在享受看漫畫，小心啊！危險也許馬上就會發生。”

夏竹麗：書評家，專為《紐約書評》、《紐約時報星期週刊書評》、《新共和》和《華盛頓郵報》撰稿，現居紐約。

(原載：知識分子[美]1986年2卷2期119—123頁)