

「根」的啓示

黃希道

• 75 •

當黃文範先生在去年元月號（四十五期）的「書評書目」上，首次向國人介紹「根」時，國內似乎沒有一家出版社認真考慮過這本書——儘管當時這本書在美國轟動得無以復加，而且已經拍成了電視影集。

原因有二。第一、這是一部大書，原文厚達五百八十七頁——這項因素嚇阻了國內一些專門搶譯美國暢銷書的出版社。第二、這是一本與美國黑人有關的書。國內讀者雖然大多十分留意美國的種種動靜，可是，他們會同樣的關心「黑人的美國」嗎？這個問題誰也沒有把握。

兩個月後（三月一至七日），中國時報刊出了「根」的節譯，使該報廣大的讀者羣，對這本書的內容有了一個概略的印象。或許和中國時報的摘譯有關，同月二十日第一個節譯本出版了（好時年出版社），頗為暢銷。兩個月後（五月二十日），第二個節譯本也緊跟着問市了（德昌出版社）。此後，隨着美國傳播界的熱潮，國內各種傳播媒體對「根」的報導幾乎從未間斷過。就這樣，「根」一書在臺灣也像在美國一樣，幾乎無人不曉——這本書已不再須要靠廣告來推動了。

今年三月七日，中國電視公司開始播放「根」影集。這當然是臺灣「根熱潮」的頂點——不過，也是終點（德昌出版社的負責人呂重光先生如此預測）。等影集播放完畢，「根」一書也會像其他由傳播媒體捧紅的翻譯暢銷書一樣，很快的為讀者們所遺忘。然而，在短短一年內，「根」一書已經在不十分活絡的臺灣出版界創下了一個不算太小的奇蹟——大約賣掉十萬本。

筆者曾在熟人當中，就「根」一書何以暢銷這一問題作了一次調查。答案林林總總。有人認為和卡特政府的人權政策有關。有人認為和崇洋的心理有關。有人則認為和憐憫受害者的心理——或幸災樂禍的心理有關。不過筆者認為真正中肯，甚至可說唯一正確的答案是：這本書所以暢銷，純粹是因為傳播媒體過份強調所造成的。這個結論給了筆者一個啓示。

臺灣的傳播媒體受美國影響太深，這幾乎是一件不爭的事實。美國在風行什麼，這裏就跟着風行什麼。

。我們雖可用人類共同的審美觀或理解力來接受另一個國家的時尚，可是，須知一種時尚有一種時尚的背景，盲目追隨的結果將會斷喪自己的創造力。

以「根」為例，國內的傳播媒體除披露種種與這部書，或電視影集有關的花絮外，甚少作較為深入的知識上的探討（黑人的痛史在情感上與我們既無直接的關係，我們也就只好將它視為一種知識的問題）。至少我們應該瞭解：在黑白問題猶然十分棘手的美國，「尋根」對於黑人而言，並非最迫切的事情：「根」只是一道供他們發洩今日之怨的古老「哭牆」罷了。這是「根」真正的時代意義，而我們的傳播界竟始終無一言道及。

國人對於「時尚」常抱着極端的態度：不是趨之若鶩，就鄙棄有加。筆者認為，對於外國風尚，國內的傳播媒體如能在報導之餘，也對其背景加以客觀的分析，則或能幫助國人對外國時尚有一比較均衡的瞭解。