

← (上接 14 版)

的压力,因此他坚持,在自己创办的杂志中保持编辑部门的独立性,鼓励编辑和作者无须迎合商业,而应聚焦深耕内容,以求内容的不断创新。

3. 图片内容创造者

与文字方面的作者队伍相似,《纽约客》的图片编辑同时也可能是图片作者,编辑与插画创作同时进行,两者相辅相成。在创刊初期,主导《纽约客》的整体图片编辑体系的是艺术总监瑞·阿尔文(Rea Irvin),他曾经在《生活》杂志担任艺术总监,第一个《纽约客》封面的设计制作正是出自他手,整本杂志的主体设计基调也由他制定。由于杂志起步阶段缺乏人手,阿尔文在 1925 年曾亲自画过 8 次封面漫画,12 次内页漫画。

除了艺术总监外,1925 年的 45 期杂志由共计 14 位漫画家为杂志绘制了封面,马克斯·李(Max Ree),朱利安·德·米思奇(Julian de Miskey),伊龙卡·萨拉斯(Ilunka Sarasz)等人都画了三次以上。在《纽约客》内部,图片的绘制与编辑通常并不区分封面漫画和内页漫画,所有图片统一收稿后,将会进行统一审阅,最后,图片编辑挑选出特别优秀的画作当封面,其余的则用于内页插图。这一步骤的筛检原则是,需要选择都市性与幽默性兼具,且需要独特的创意,不断加入新元素。

(三)栏目:群像与主打

《纽约客》在 20 年代后期时常会临时增加新栏目,但是

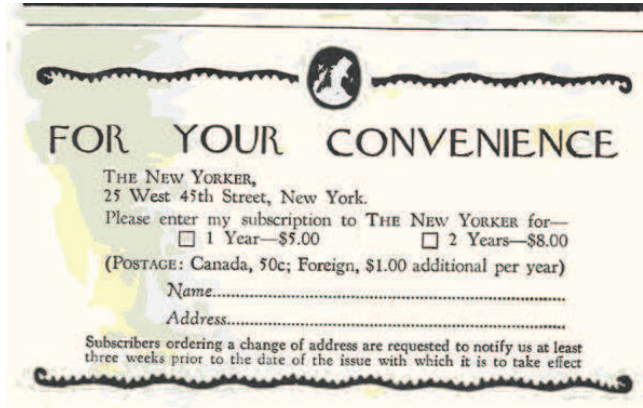
依然有一些栏目长期运行,其中包括:“城中话题”、“新闻背后”、“人物侧写”、“大剧院”、“时光沙漏”(The Hour Glass)、“漫画”、“小说”、“诗歌”、“大道内外”(On and Off the Avenue)、“无部门”(No Department)、“四处走走”、“我们之间”(In Our Midst)、“书籍”(Books)、“何处购物”(Where to Shop)。其中,“城中话题”栏目的位置最初基本居于整本杂志的开头,并占据最大篇幅,达到 6-7 页左右,穿插社论和漫画。到 1926 年 2 月开始,除了广告大幅占据开头位置之外,“四处走走”成为了第一个文字栏目,但篇幅较少,仅为 2-3 页。除了这些常规栏目,截至 20 年代末,《纽约客》还有包括“城中小记”(Jottings About Town)、“往昔回忆”(Recollections)、“近期影院”(The Current Cinema)、“纽约与大都市”(New York, ETC)、“详尽报道”(A Reporter At Large)等小版面专栏穿插。总体来说,这些栏目所涉及的内容包含了从纽约城内的大小意义事件,到社会问题讨论,到名人往事回顾,以及虚构的文学诗文、幽默漫画的全部资讯,对纽约市民的物质与精神生活都有所帮助,堪称纽约百事通。

“城中话题”栏目的纽约城新闻内容和睿智优雅的语言风格,十分能体现《纽约客》的定位,因而与目标受众十分契合,该栏目很快就成为主打栏目,乃至活跃至今。从结构上看,这一栏目最初由十篇左右的新闻提炼组合而成,而在几个月后,它逐渐形成体系,并于 1926 年 7 月末确定了相对固定的版

式:每周的“城中话题”由十余位作者共同撰写,拼合而成;首条位置放“随笔与短评”(Notes and Comment),共 4-5 条,占据大半个页面;其他文章共 11 篇左右,每篇均有概括性标题。该栏目的这种版式一直沿用到 1929 年。在行文风格上,这一栏目的内容带有十足的幽默趣味,经常从小处着手,如描述某位初来纽约的妇人的怪异行为,或是不同商店販售的烟草之间的区别。比如,“随笔与短评”中,作者会历数在本周内依据所见所闻有感而发,虽然琐碎且带有自主意识,讽刺意味凸显,而字里行间又颇具风雅,堪称“温柔的嘲讽”。在 1929 年的 8 月,该栏目就刊出了讽刺每年夏天美国人争先恐后前往纽约长岛度假盛况的内容。

“小说”栏目组成杂志主体。1920 年代,《纽约客》每期平均刊登 7 篇小说,占据全杂志 1/5 的页面,相比《时代》周刊的 1/10,占比颇高。光 1927 年一年,它便刊登了 433 篇小说,这既体现了《纽约客》对文学的重视与关注,也体现了 20 年代的小康知识分子的阅读趣味。小说是一种虚构艺术,由于《纽约客》直至 1969 年都不设目录,编辑也不对小说进行单独栏目标注,因此创刊初期,《纽约客》内容的虚构与非虚构之间的界限被刻意模糊,文章内容的真假全凭读者自行判断。

《纽约客》的小说题材取自纽约市民身边发生的事,例如 1928 年 7 月 21 日刊中就刊登过一篇题为《云中花园》的小说,描述了作者与邻居的日常



《纽约客》杂志的订阅表

生活对话,和他们一起用电灯的光照培养植物的趣事。《纽约客》也曾刊登菲茨杰拉德的《一部自传》,菲茨杰拉德虽然是一名严肃文学大家,但此文讲述的是 20 年代美国禁酒令颁布后的生活现状,笔调轻松,讽刺意味十足。

《纽约客》杂志的漫画可以分为封面漫画和内页插画。其封面漫画一直以来都是标志性亮点,近年来更被单独販售,体现出全球文化市场对《纽约客》漫画的高度认可。

首先,在内容上以人为本,与当下潮流密切相关,是纽约人日常生活百态的缩影。在 1929 年的 52 幅封面中,有 46 幅都将人放在画面的中心,其中绝大多数是上流社会的人物。比如,1925 年 10 月 31 日刊,封面是有钱人坐在高层包厢里看歌剧的优雅画面;而 1928 年 3 月 17 日刊,则画了人们观看华丽马戏团表演的景象。第二,在形式上,《纽约客》有一个众所周知的公众漫画形象——尤斯塔斯先生(Mr. Eustace Tilly)。他手拿单片眼镜,戴着高礼帽,身穿高领礼服,正在欣赏一只蝴蝶——这是其艺术总监瑞·阿尔文创作出来的人物。这一典型的 20 年代绅士形象自此成为了传统,每年距离创刊日 2 月 21 日最近的一期,都会用“他”当封面。在艺术设计风格上,“尤斯塔斯先生”的形象塑造,主要受到装饰艺术的影响,同时也体现了“新艺术”运动风格的某些特征:画面线条流畅,造型夸张,色彩鲜明。

《纽约客》的内页插画更具特色。首先,其漫画使用量大。经过统计,除了各栏目固定标题图之外,《纽约客》内的插图数不断增长,从 1925 年第一刊的 20 幅,到 1929 年 12 月 28 日刊的 38 幅,大大小小,几乎每页都有。第二,其内容同样“以人为本”,在 1929 年 12 月 28 日刊中,有 21 幅出现了穿着西服的贵族绅士或精心装扮的上流社会女士,而配文字的大型漫画中也多描述绅士之间、绅士与仆人之

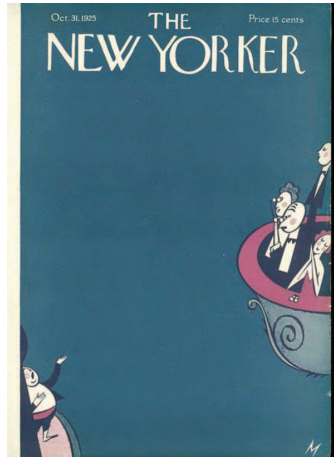
间的对话。第三,《纽约客》的内页漫画与文章内容甚少关联,独立存在,这是杂志长久以来保持的传统之一,插画因而拥有了完整的内涵和独立的审美。另外,其绘制风格多变,有简笔画、水彩画、草稿流素描等多种笔触,读者的视觉观感十分轻松。

(四)《纽约客》的出版与发行

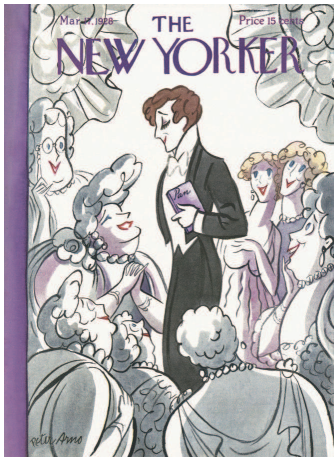
《纽约客》的印刷风格一直保持着优雅和传统,其版式有以下几个特色:第一,封面设计具有品牌识别性。杂志左侧有竖边彩色条,颜色不定,通常与封面漫画保持同一色调,偶尔也随漫画内容进行创新。杂志名称放在封面的顶部,字体是由瑞·阿尔文设计的,全手工绘制,细长古典,充满绅士风度。出刊时间位于封面左上角,价格位于右上角,字体不变。第二,内页版式设计使用经典网格设计。《纽约客》将内页文字等比分成三栏放置,版面没有大量留白,而是以文字和简笔插图将它基本填满,图文结合,观感适宜,达到一种视觉上的平衡与和谐。文章正文字体则由威廉·卡尔森设计,因而被称为卡尔森字体,其原型为荷兰巴洛克字形,阅读起来没有负担。

1920 年代,《纽约客》处于起步阶段。该杂志原定每周二发行,后于 1926 年改为每周五,购买方式有两种:报刊亭零售,每本 15 美分;寄送订阅表,全年订阅,每年 5 美金,两年联购 8 美金,加拿大读者每年增加 50 美分邮费,其他国家增加 1 美金邮资。

1925 年创刊初,《纽约客》的年发行量只有 14064 份,广告收入为 36000 美元,但到第三年,其发行量已经翻了 4.3 倍,达到 61053 份,广告收入更是翻了近 30 倍,数额超过 100 万。《纽约客》杂志的价值在这短短五年之间飞速增长,甚至在 20 年代末也没有受到经济大萧条的影响。



《纽约客》杂志 1925 年 10 月 31 日刊的封面



1928 年 3 月 17 日刊的封面



1929 年 12 月 28 日刊的封面