

论消费社会语境下的诗歌翻译

徐臻, 熊辉

(西南大学中国新诗研究所, 重庆北碚, 400715)

摘要: 当前的诗歌翻译和消费社会语境处于一种深度共生的状态, 由此带来了以下变化: 其一, 由于诗歌翻译生产方式的改变, 诗歌的可译性被重构, 诗歌原文在一定程度上被忽视; 其二, 诗歌翻译的传播渠道多元化, 诗歌翻译文本以多种方式符号化为“消费品”; 其三, 诗歌翻译批评并没有把诗歌的美学特质放在首位, 并且非专业的批评在一定程度上占有话语优势。对于诗歌翻译而言, 消费社会的商品编码规则、符号表意方式才是导致危机的本源。因此, 消费社会并不是诗歌翻译的末日, 应当让诗歌返回其应有的位置, 让诗歌翻译坚守专业性和严肃性。

关键词: 诗歌翻译; 消费社会语境; 市场; 知识分子

中图分类号: I052

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2017)02-0201-06

消费社会语境从多个层面影响着当前的翻译文学, 而本文选择诗歌翻译为研究对象主要缘于以下因素: 第一, 在文学翻译中, 诗歌翻译的可译性最为复杂, 关于诗歌能否翻译的争论也更激烈。消费社会语境改变了诗歌的可译性, 导致了译者在选材、译介策略等方面的异变, 这一点让诗歌翻译与消费社会的关系更为凸显。第二, 比起其他文体而言, 诗歌与现实的关系更加微妙, 诗歌高度符号化并试图超越现实探寻存在, 这为消费社会将诗歌翻译文本转化为波德里亚所言的“消费品”提供了更多便利, 也更有利于在符号学层面对之进行剖析。第三, 翻译诗歌的阅读、评价过分注重社会介入性, 最终导致诗歌译者和评论者对消费社会语境的仇视。基于上述考量, 加之目前对消费社会与诗歌翻译之间关系的研究相对缺乏, 可见对这一课题进行探讨具有迫切性。

一、消费社会语境与诗歌翻译的求生之路

诗歌翻译与消费社会语境之间存在着矛盾共生的关系, 一方面, 诗歌翻译和其他文学作品的创作、传播和接受一样处于当前消费社会的大语境中, 不可能完全摆脱市场因素的干扰; 另一方面, 诗歌因其特殊的文学地位, 总是试图站在远离市场和消费的立场上

重塑其“精英文学”的品质, 试图通过与现实保持决绝的姿态以推翻消费社会的平面化或庸俗化。在此种张力关系中, 诗歌翻译必须争取生存空间。市场机制的引入为诗歌翻译带来了新的活力。20世纪80年代中期以后, 中国的文学出版事业经历了从“计划”到“市场”的转型。1988年, 财政部税务总局颁布的《关于对出版物征收增值税的若干问题的通知》里所列举的六类免税照顾范围并不包含非党派机构出版社出版的作品, 加之1999年版税制度的实行等, 让出版单位不得不卷入市场的洪流中, 诗歌翻译固有的生产模式在此转型浪潮中势必受到强烈冲击。

首先, 由于20世纪80年代后期诗歌热潮的退却和大众对诗歌的疏离, 加上生活方式的改变和媒体的发展, 翻译诗歌必须找到新的刺激点来引起受众关注。在追踪潮流的消费语境中, 诗歌同样被不断更迭的“朦胧诗”“第三代诗”“中间代诗”等“时髦话语”引领创作的潮流, 因而凡与这些新兴的诗歌创作方式保持亲缘关系的外国诗歌, 更容易受到国人的青睐, 从而为翻译诗歌争取到了又一层生存空间。比如在1986年到1999年之间, 有不少译诗集被冠以“外国朦胧诗”的名称^①, 但确切而言, 国外并没有一个中国当代文学史上的“朦胧诗”类别, “朦胧”在这里只是一种风格的泛称。译诗集如此命名, 其中原因显然不乏市场考虑。20世纪80年代在南宁举办的全国诗歌讨论会上

收稿日期: 2016-11-10; 修回日期: 2017-02-07

基金项目: 中央高校基本科研业务费学生创新创业项目“五四时期的西方文论翻译研究”(SWU1609310)

作者简介: 徐臻(1988-), 男, 重庆人, 西南大学中国新诗研究所博士研究生, 主要研究方向: 翻译文学; 熊辉(1976-), 男, 四川邻水人, 西南大学中国新诗研究所教授, 博士生导师, 主要研究方向: 翻译文学与中国现代诗学

有关“朦胧诗”的争论引发了相关的“朦胧诗”的讨论热潮,虽分歧不断,但“朦胧诗”由此人所皆知,故而在当时译介“外国朦胧诗”更有可能获得读者的关注。

其次,经典诗歌作品的翻译依然是主流,但译介的动因已改变。1988年到1999年间出版的翻译诗歌主要是对经典的重译或再版,普希金、聂鲁达、艾略特、莎士比亚、波德莱尔、惠特曼、泰戈尔等诗人的经典作品几乎每年都有新的译本或再版出现。^②随着时代的变迁,经典著作基于语言表达和艺术审美的变化肯定有重译的必要,但“消费”也是促进经典重译的内在驱动力之一。从资本转换的角度而言,经典作品因为携带了较高的文化资本而具有更高的经济潜力^③。除经典的外国诗歌被大量翻译之外,一些新近的优秀诗作,特别是诺贝尔奖光环照耀下的诗人诗作也越来越多被翻译为中文。1986年诗刊社编辑出版了冰心等翻译的诗作,以《诺贝尔文学奖获得者诗选》为名出版,收录了17位诗人的作品;1988年浙江文艺出版社编选了《诺贝尔文学奖获奖诗人作品》,收录26位诗人的346首诗作;1991年花城出版社出版了《诺贝尔文学奖获得者诗歌赏析》,1992年漓江出版社出版推出了“获诺贝尔文学奖作家丛书”,其中包括瑞典诗人卡尔费尔德的《荒原和爱情》。短短几年间,中国出版社如此高密度地结集出版诺奖诗歌翻译作品,显然有着借诺贝尔文学奖的国际影响力让“文化资本”充分转化为“经济资本”的策略。

译介方式的多元化让消费社会语境下的诗歌翻译焕发生机。从翻译策略来看,部分诗歌翻译一定程度上规避了语言障碍。1987年湖南人民出版社出版了《北欧现代诗选》,其译者北岛强调在翻译过程中得到了精通源语的专家们的帮助,聘请了国外汉学家校对和把关,源语文本的地位得到了应有的尊重,这能在很大程度上可以被称为让读者信服的译作。而在2009年出版的《时间的玫瑰》中,北岛无限强调“文本细读”,以多种译本的细读来逆向推测原文的艺术魅力。但“文本细读”是“封闭式阅读”(close reading),强调排除作家、时代、历史、文化语境等文学外部因素的干扰,专注于剖析文学文本所携带的悖论(paradox)、张力(tension)、反讽(irony)等修辞特征。既然原文都缺席了,“封闭式阅读”从何谈起?诗歌翻译之难众所周知,但面对文化交流的使命和商业利益的驱动,有的译者为了译文的合法性就重新寻找诗歌可译性问题的突破点。例如,《时间的玫瑰》这部作品,其特别之处在于译者不仅进行了诗歌翻译,还随时在场进行解释或评价,这样的现象很少出现在过去的诗歌翻译文本

中。韦努蒂认为译者不应该“隐形”是针对“异化翻译”这种方式而言的,着眼的是译文本身,而北岛不仅是译者“显形”更是译者“在场”,不断左右读者的判断从而获取读者认可。《时间的玫瑰》显然在尝试构筑读者的“审美趣味”,这就让诗歌翻译一方面与迎合大众的通俗读物区别开来;另一方面又巧辟蹊径“使读者认可”。所以,在大众文化及其强势推导的文化全球化背景下,诗歌的可译性问题已经不仅仅关涉语言与艺术的维度,而且关涉如何打破市场操控以及读者消费期待等诸多因素构筑而成的文化困境。

另外,诗歌翻译在消费语境下出现了声像综合文本,呈现出从诗歌到“歌诗”的体裁新变,这种类型的诗歌翻译文本给受众带来了新鲜而独特的审美感受。以2015年央视春节联欢晚会上莫文蔚演唱、赵照改编的《当你老了》为例,就情感而言,《当你老了》的源语文本是叶芝的诗“*When you are old*”,编译却淡化了原诗的情诗色彩,特别是在“春晚”这个特殊的舞台中播出,更多的给人关于亲情和家庭的联想;就形式而言,从单纯的诗歌到“歌诗”,“*When you are old*”完成了一次体裁上的蜕变;就受众而言,虽然以诗入歌并非新鲜事,但“随着新媒体的广泛传播,歌的影响力超过了以往任何年代。当代歌诗与其他艺术体裁的重大区别,正在于它的群体性”^[1]。从诗歌到“歌诗”的翻译达成了让诗歌这一“小众”文本向大众传播之目的,而这也正是消费社会的文化传播逻辑:让消费群体最大化,消费潜力最大化。

二、消费社会语境与诗歌翻译的变异传播

作为“消费品”,翻译诗歌就不仅是供人阅读那么单纯,它必须符合消费社会对消费品的要求。在波德里亚的理论体系中消费被规定为:“(1)不再是对物品功能的使用、拥有;(2)不再是个体或团体名望声誉的简单功能;(3)而是沟通和交换的系统,是被持续发送、接收并重新创造的符号编码。一句话,交换本身成为目的。”^[2]因此,诗歌翻译文本在消费语境中被多角度符号化,其表意机制变得更加复杂。

首先,从印刷出版物的角度来看,诗歌翻译文本形成了新的“消费品”样态。消费社会语境中存着一种特殊的诗歌翻译的“大众阅读”方式,即作为教学辅导类或课外阅读类书籍被阅读。当前消费社会语境下读者面对的问题不是选择太少,而是因选择过多所导致的无从选择。“越是开放的体系,元语言组成复杂化,越是无法提供答案。符号泛滥的结果是形成‘选

悖论’(paradox of choice), 即‘开放后的自动封闭’, “应当说当代社会与传统社会相比, 最大的特点就是宽轴, 给个人的选择和解释更大的余地, 但是由于符号泛滥危机, 当代社会的人受制于‘选择悖论’, 越来越倾向于单轴行为, 即是放弃选择, 放弃聚合操作。这样, 消费也在无选择中成为异化的意义活动”^[3](372-373)]。1988年新疆人民出版社出版了《中学生外国诗歌选读》, 2000年四川人民出版社出版的《中学生课外阅读与欣赏·外国诗歌卷》, 该书特别冠名童庆炳主编, 以文学研究专家来告知中学生应该阅读什么外国诗歌, 无疑具有很强的吸引力。这类书籍代替了中学生的自行选择, 同时也把自己的受众锁定为中学生, 此时诗歌翻译的选材标准、翻译质量等很难定论(显然绝大多数中学生并不具备评价翻译诗歌优劣的专业素养)。此外, 中学生是否真的“必读”这些翻译诗歌? 他们无法确证自己的需求, 马尔库塞在《单向度的人》中明确辨析了当代社会用一种“虚假需求”置换掉人的“真实需求”, 以此来促进消费^[4](6-7)]。此时的诗歌翻译文本是在教学辅导或课外阅读这一外部层面上获得消费价值, 这一价值又介于翻译诗歌的艺术性和非艺术性价值之间, 具有很强的魅力。

其次, 更极端的“消费品”建构行为是将诗歌翻译文本在整体上作为“符号”被消费。在这一层面上, 翻译质量、审美或艺术价值并不是衡量译作优劣的首要因素, 译作本身的价值才是重中之重, “现在竞争的输赢, 企业的生死, 起决定作用的是在商品或服务上添加的符号价值。过去符号补的是物之稀缺, 现在符号补的是价值之稀缺”^[3](367)]。2015年冯唐翻译的《飞鸟集》因其中部分颇具争议的译诗而激起千层浪, 在一番喧闹之后, 出版方决定下架所有剩余冯唐版的《飞鸟集》。至于为什么要下架, 浙江文艺出版社的解释是: “之所以要下架召回, 是出版社根据这段时间读者和媒体的反馈做出的决定。并非来自主管部门的外部压力, 也不是因文学作品翻译表达所引起的争议。”^[5]读者和媒体是文学消费的主要环节, 当然可以让出版社做出下架《飞鸟集》译本的决定, 但这是否是下架的全部原因却无法确证, 但可以确定的是目前还在流通的冯唐版《飞鸟集》价格快速上涨。以“孔夫子旧书网”为例, 目前冯唐签名本被炒到了2470元, 2015年一印一版最高被炒到了550元^④, 而价格的高走与该诗歌翻译的质量并不一定成正比, 更多的是这本书的稀有版本附加上了额外的符号价值。一旦进入此种消费模式, 诗歌翻译文本就可以被视为“机械复制时代的艺术品”。艺术品之所以贵重在于其唯一性, 冯唐版《飞鸟集》的召回让流通中的翻译诗集变得稀缺, 签

名版更是将稀缺变成唯一, 该书在“物”与“价值”两个层面上都获得了稀缺性, 此时诗歌翻译文本的表意完全可以脱离文字内容, 跻身“艺术品”消费的表意系统中^⑤。

再次, 当诗歌翻译文本进入赛博空间(cyber space)后, 读者更无须“占有”或“使用”它, 翻译诗歌成为了“人与人之间关系消费的中介”。^[2]翻译诗歌数字化的方式主要有以下几种: 其一, 传统的印刷文本被扫描成电子书; 其二, 诗歌翻译者借助自媒体发布自己的译作; 其三, 在相关主题的网络论坛进行诗歌翻译文本的传播。第一种方式主要是本文载体的改变, 对于诗歌翻译的冲击相对较小, 问题主要集中在后两者。与其他文体和其他物品不同, 诗歌本身高度符号化, 诗歌(特别是当代诗歌)与现实之间的关系本已非常微妙, 以至于它更容易滑向自我指涉(例如“诗到语言为止”)。过去读者面对的是定型的翻译诗歌文本, 即使译者采用了韦努蒂所言的“异化翻译”, 把自己充分暴露在译文之中, 读者能直接对话的对象依然是翻译诗歌文本本身, 即诗歌翻译的物质呈现才是最终目的。但自媒体的出现打破了这种局面: ①在自媒体上发布诗歌翻译作品不仅让译者显形, 而且让译者在场。读者可以就译诗直接与译者进行对话, 甚至在某种程度上左右译者对译文的修改和把握, 这样就会让译诗处于潜在的未完成状态, 即使译者不再修改它。②诗歌翻译作品面对的是网络用户与用户之间的评论与探讨, 读者可以直接参与到诗歌翻译中, 甚至发表自己的译作。表面上看来这是在传播渠道上促进了诗歌翻译, 然而深层的问题是, 在网络传播中, 借助译诗文本的发布, 用户与译者及与其他用户对话, 在众声喧哗中译诗文本成为了中介性的消费品, 以至于译诗在这样的表意结构里面, 指向的不是原作, 不是创造原作的诗人, 甚至也不是译者, 而是译诗文本自身的中介作用。布尔迪厄强调: “象征生产的劳动无法简化为艺术家操作的物质生产行为, 这一点从未像今天体现得这样明显。新定义的艺术劳动使得艺术家前所未有地依靠评论家的全部参与。”^[6](207)]这里的“评论家”已经不仅限于专业人士, 而是所有参与到消费中的用户。一旦用户之间的对话开启, 译诗作为符号的表意功能就已经完成, 剩下的工作就是不断进行自我复制和传播, 继续在该表意结构中寻找意义的表达。因此, 诗歌翻译这种表意逻辑中所承载的不是诗意, 而是人与人的关系。

当然, 也有读者在意的是翻译本身的质量、原作的文学地位、诗人和译者的功底等传统因素。唯有在这些专业读者面前, 受众消费的才是翻译诗歌文本作

为文学文本的价值。但实际上上述消费方式总是胶着在一起,“物品的符号之所以是物质性的,而不是纯粹能指的抽象性拟写,就是因为它是财富、权力和使用价值的物质性凝结。因此,物品符号永远都不能改写为纯粹的符码,总体上它只能以其物质性为基础来编码,而不能变成纯粹的能指”^[7]。所以不会存在完全不关注译诗内容而购买译诗文本的消费者,也不存在永恒有效的批评鉴赏规则来左右受众的消费决定。既然诗歌在消费社会中必然成为消费品,那么诗歌翻译在这样的语境中面临的问题是它还能表达什么意义?特别是网络打开了边界,人人可以评论,人人可以发表译诗,专业的译者要如何面对这样强烈的冲击?

三、消费社会语境下的诗歌翻译批评

面对消费社会对诗歌翻译的冲击,诗歌翻译的批评者也无法忽视当前的各种激变。从批评的方式而言,对翻译诗歌审美性的关照显得不足,这导致批评者有意无意中也参与到了消费社会的文学经典建构模式中。这种模式强调从诗人到诗作的批评逻辑,先确立诗人的某种经典地位,而后其诗作的价值得以确证,这种模式下诗作的艺术性和审美性无法得到充分论证,反而让诗歌翻译的批评者越来越强调译诗的社会介入性,究其本质,批评者是在借助诗歌翻译履行“知识分子”的职能,此时的翻译诗歌依然处于一种消费品状态。然而诗歌翻译与消费社会的深度共生状态虽无法改变,但当代诗歌并没有停止对人生的追问与反思,因此让诗歌翻译寻回严肃性和审美性,把目光更多投向诗歌自身,或许能在困境中找到希望。

首先,部分专业的批评者并没有把诗歌翻译的审美性与艺术性放在首位,而是对诗人的境遇和写作姿态给予了更多关注。2009年译林出版社出版了薛庆国翻译的《我的孤独是一座花园》,2012年出版了阿多尼斯文集《在意义的天际写作》,加之阿多尼斯与中国诗人之间密切的交往,他的诗作确实引起了一定反响。杨炼把他与阿多尼斯的会面称为“终于摆脱欧美媒体的转手,而第一次由两个诗人面对面、心对心地直接交流”^[8]。阿多尼斯的诗作之所以引起国内诗坛的关注,在阿多尼斯看来是因为当代阿拉伯诗歌具有鲜明的反抗性,“在社会生活中解放个性,以反抗意识形态、泛政治化、伊斯兰宗教话语。在诗歌中解放创造力,以反抗各种简单化”。这一点获得了杨炼的认同:“当代中国诗歌被我称为‘恶梦的灵感’。”^[9]阿中两国诗人重视的“反抗”是诗人的写作姿态,并不能直接指

向作品的艺术价值,虽然不管是阿多尼斯还是达尔维什,他们的诗作的确在国际上获得了认可,但评论者不约而同地倾向于先确立诗人的地位再翻译其诗作,对于其诗歌原作和译作的审美特征较少给出明确的分析,这种从诗人到诗作的批评逻辑其实有意无意间陷入了消费社会的文学经典建构模式中,一方面在消耗着经典作品的经济潜力,另一方面又借助评论界的言论来急迫地建构新的经典,一旦诗人的地位获得确证,其诗作的文学地位似乎也得以确证,这也为诗歌翻译寻找到了必要性,从而达成“短期”和“长期”生产的合谋^⑥。

其次,由于批评渠道的多样化,非专业的评论较之于专业评论,开始逐步占有较强的话语优势。社会学家李银河曾撰文称冯唐的《飞鸟集》译本迄今为止最好的中文译本,从用语的雅俗、韵律以及诗意三方面对冯唐译诗做出了肯定。李银河对冯唐将“mask”译为“裤裆”,将“hospitable”译为“骚”的方式做出了自己的解释:“我认为这两处译得不能算错译,只是不够雅而已。而冯唐之所以用词有些许不雅,跟他的文字风格有关。他这个人一向比较生猛,他自己的诗就是这样,常常是汗水淋漓,荷尔蒙喷溅,如果不反性禁欲,看上去还是蛮有趣的。”^[10]应该说,李银河的评论有其独到之处,但她所使用的批评话语和批评逻辑缺少文学批评的专业性,在她的批评中,具有表意能力的核心部分不是冯唐译得如何,而是冯唐译本的差异性——他与其他泰戈尔诗歌译者的不同之处,落脚点还是冯唐其人而非翻译诗歌本身。对翻译诗歌差异性的强调虽然能寻找到有效的表意方式,但无助于探讨翻译诗歌的美学特征,并且从结构主义语言学的角度来看,差异性只是表意的权宜之计,本质上它反映出来的还是某种客观实在的缺席,此处即是对翻译文本审美特征评价的缺席。由于“消费”的基础是把对象符号化,而符号表意的重要基础是系统性和差异性,所以消费社会对于消费品有一套严格的编码规则,消费品在符号系统中的排序决定了它的消费价值。在诗歌翻译中,为了增加译本的符号价值,就必须增加其在同类序列中差异性。赵毅衡认为,过去对文学经典的确立是通过纵向的、历史的比较,其生产周期和持续时间相对较长。当下的文学经典选择是一种横向的群体选择,靠的是吸引更多受众,因此需借助媒介的包装和吹捧,“媒体与名人实为相互利用”^[11]。当下,任何人都可以进入到对诗歌翻译的评价领域中,也可以进入到诗歌翻译的实践中,导致了边界的无限扩张,专业译者和研究者的批评实际上影响甚微。托尼本尼特指出,存在着一种学院之外的“大众阅读”

(untutored reading), “这种阅读产生于学院之外, 与在学院之中运行的文本批评话语没有多大关系, 相对地没有受到多少影响”^{[12](96)}, 这一点在当前诗歌翻译批评中体现得尤为明显。

诗歌译者和翻译诗歌评论者过分注重对社会现实的介入, 使得对诗歌翻译的批评变成了某种“知识分子”职能的履行方式, 进一步导致了对诗歌翻译审美性与艺术性的忽视。在消费社会的语境中, 诗歌翻译的批评者更需要把握好批评的标准, 重视翻译诗歌文本的地位, 而非借助批评来消费翻译诗歌。罗伯特·诺奇克强调: “某个学者当上某学报主编, 或成为追求某项事业的组织中的活跃分子, 那么, 他立刻就不再是个学者或专家了, 而成了我们所说的知识分子, 他们据以判断一切问题的, 就不再是根据自己的特殊技能, 而是以典型的知识分子的方式, 即仅仅根据某些时髦的一般观念去判断问题。”^{[13](7)}当诗歌翻译者和批评者忽视了专业批评的视野就可能陷入这种困境, 使得诗歌翻译批评无法言说诗歌本身的美学特征和翻译的专业问题。西川在谈及米沃什的诗作时提及米沃什的诗作具有明显的历史感: “或许基于这一点, 在讨论米沃什或与之相似的诗人时, 我们可以置新批评要求删除诗人历史经验的理论于不顾。”^{[14](19)}并且进一步认为诺贝尔文学奖的授奖词“没能解释清楚米沃什的诗歌何以与众不同”。^{[14](20)}西川希望从诗人与祖国、历史等外部环境的关系中来确证米沃什诗作的魅力, 着重探讨诗歌与历史、政治间的微妙关系, 虽然他对米沃什诗作的语言并没有忽视, 但没有明确从翻译诗歌的语言和审美角度去谈论米沃什诗作(西川承认不懂波兰语)。西川采用的这种评价方式当然有其合理性, 对诗歌的理解也确实不能忽视其历史时空, 但过多强调翻译诗歌与社会历史的关系会使翻译诗歌的美学特征居于次要地位, 此时的批评者是作为“知识分子”通过对诗歌翻译的批评来表达某种社会观念和社会意识, 而不是以文学专业的眼光来看待诗歌翻译中的艺术问题。在哈耶克看来, “知识分子”是职业的“贩卖观念的二手商人”(secondhand dealers in ideas), 而诗人(包括诗歌翻译者)、诗歌研究者都属于“知识分子”行列。“正是这些知识分子决定着, 我们应当接触到什么样的观点和意见, 哪些事实比较重要, 因而可以让我们你知晓, 应当采用什么样的方式、从哪些角度向我们说明这些事实。”^{[13](5)}诗歌翻译在语言艺术和思想观念等各方面都存在着技术难点, 这些困难需要专业的译者和评论者对之进行解读和评价, 经过这一层“过滤”后, 普通读者才更有机会领略翻译诗歌的艺术之美, 然而当下所缺少的恰好是这样的诗歌翻译批评。

最后, 值得进一步指出的是, 消费社会并非诗歌翻译的末日。消费社会语境中, 诗歌翻译在生产、传播与评价等方面都受到了强烈冲击, 一定程度上引发了学者们的担忧, 不少译者或诗人开始抨击当下的诗歌翻译现状和某些翻译言论, 其中北岛的言辞尤为激烈: “我为中国的诗歌翻译界感到担忧。与戴望舒、冯至和陈敬容这样的老前辈相比, 目前的翻译水平是否非但没有进步, 反而大大落后了? ……而如今, 眼见一本本错误百出、佶屈聱牙的译诗集立在书架上, 就无人为此汗颜吗?”^{[15](163-164)}姑且不对北岛的观点正确与否做出评价, 至少这样的态度是明显地在疏远消费社会的翻译生产方式, 疏远以市场和销量为衡量标准来判断诗歌翻译是否成功的现状。哈立德·马塔瓦在谈论当代诗歌翻译时强调: “翻译促成重新表达。通过翻译, 一种语言进行着自我更新, 检验着、宣扬着、实践着关于何为人的新观念。”^[16]不难看出, 绝大多数诗歌译者和诗人还是坚信诗歌作为“精英文学”的地位不会动摇, 虽然当前诗歌翻译因为消费语境而出现不少问题, 但其目的和实践依然是为了传播“何为人的新观念”, 与只为销量和讨好读者的读物并非一丘之貉。

从部分诗歌译者和诗人反对消费社会的方式来看, 当代的诗歌的“精英”色彩并未完全消散, 问题的关键在于他们认错了“敌人”, 以至于他们的“反对”无助于矫正当前诗歌翻译出现的弊端。他们几乎异口同声地把责任推给了市场和商业化, 但罗伯特·诺奇克认为, 这种现象源自于“文人知识分子”(wordsmiths) 在市场中被冷落, “市场未必会奖励给那些知识上最有价值的研究工作以应有的奖赏; 它所奖励的是那些公众喜欢的东西。……市场, 就其本质而言, 对知识的美德是中性的”。^{[17](60)}此话一针见血, 市场对知识的中立性应当被承认, 诗歌翻译是否能获得较好的经济回报并不取决于市场这个机制, 而是取决于“掏钱购买的公众通过市场表达出来的趣味和偏好”。^{[17](60)}20世纪80年代的诗歌热潮已经过去, 诗歌译者和研究者应当摆正自己的位置, 虽然出现了令人担忧的现象, 但还必须看到, 部分学者或译者没有认识到市场对于“知识的中立性”, 没有洞悉市场的偏好与选择标准到底从何而来, 过分强调对社会的介入性, 忽视了诗歌翻译自身的审美维度, 最终导致诗歌翻译的困境。

总而言之, 当前的诗歌翻译与消费社会语境处于共生共存的状态, 导致诗歌翻译危机的不是市场机制, 而是消费社会中“消费品”的符号表意规则。目前的诗歌翻译过多介入到了这种语用之中, 但译者和研究者却怪罪于市场机制和商业化带来了“庸俗”。所以, 消费社会对于诗歌翻译而言, 总体是趋于中性的, 抛

弃诗人和译者的“知识分子”身份,让诗歌翻译回归严肃,回归审美,避免卷入消费品的符号表意规则中,诗歌翻译也会有广阔的生存空间。

注释:

- ① 如:1989年四川文艺出版社出版的王幅明著的《中外著名朦胧诗赏析》;1990年广州花城出版社出版的鲁玛著的《外国朦胧诗150首》。
- ② 根据《全国总书目》的收录情况来看,以普希金的作品为例,1987年出版了查良铮翻译的《普希金抒情诗选》(上下),戈宝权的《普希金诗集》,1988年查良铮版本再版,1989年出版了王士燮翻译的《普希金抒情诗选》,1990年出版了冯春翻译的《普希金文集:叙事诗》、黎华翻译的《普希金抒情诗100首》,1991年查良铮版本再版,同时还出版了刘湛秋译的《普希金抒情诗选》,1992年出版了冯春译的《普希金抒情诗选》和高莽编译的《普希金抒情小诗》,1993年出版的苏俄诗歌甚至是普希金的作品。
- ③ 布尔迪厄认为现代社会中资本主要有三种存在形态:(1)经济资本以金钱为符号,以产权为制度化形式;(2)社会资本以社会声誉、头衔为符号,以社会规约为制度化形式;(3)文化资本以作品、文凭、学位为符号,以学位为制度化形式。并且一定条件下,这些类型可以以一定比率相互转换,最终变为经济资本。(见:赵一凡.西方文论关键词.北京:外语与教学研究出版社,2006:571.)
- ④ 数据统计日期为2016年4月17日。
- ⑤ 关于冯唐版《飞鸟集》是否是“艺术品”的论证会离题太远,且有关当代艺术的定义争议太多,此处不再展开,但显而易见的是,这种符号表意模式和当代艺术品的表意模式存在同构关系。
- ⑥ 布尔迪厄在《艺术的法则》中将艺术生产分为“短期生产”和“长期生产”两种模式,并指出前者是基于市场考虑的艺术生产方式,后者则是经典的建构模式。

参考文献:

- [1] 陆正兰.“歌诗”:一种文学体裁的复兴[J].当代文坛,2016(1):69-72.

- [2] 吴兴明.简析波德里亚的“物”理论关于物的理解与消费社会批判的一个简明讨论[J].雕塑,2012(2):38-41.
- [3] 赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012.
- [4] 赫伯特·马尔库塞.单向度的人:发达工业社会意识形态研究[M].刘继译.上海:上海世纪出版集团,2008.
- [5] 凤凰资讯.冯唐译本《飞鸟集》被召回[N/OL].http://news.ifeng.com/a/20151229/46880810_0.shtml,2015-12-29/2016-04-17.
- [6] 皮埃尔·布迪厄.艺术的法则[M].刘晖译.北京:中央编译出版社,2001.
- [7] 吴兴明.反思波德里亚:我们如何理解消费社会[J].四川大学学报(哲学社会科学版),2006(1):62-69.
- [8] 杨炼.什么是诗歌精神[J].读书,2009(3):75-79.
- [9] 阿多尼斯,杨炼.诗歌将拯救我们阿多尼斯和杨炼对谈[J].诗探索,2004(增刊1):266-275.
- [10] 李银河.冯唐的译本是《飞鸟集》迄今为止最好的中文译本[OL].http://blog.sina.com.cn/s/blog_473d53360102wa86.html,2015-12-27/2016-4-17.
- [11] 赵毅衡.两种经典更新与符号双轴位移[J].文艺研究,2007(12):4-10.
- [12] 托尼·本尼特.文化与社会[M].王杰,强东红等译.桂林:广西师范大学出版社,2007.
- [13] F.A.哈耶克.知识分子与社会至上主义[C]//知识分子为什么反对市场.秋风译.长春:吉林人民出版社,2003.
- [14] 西川.米沃什的另一个欧洲[C]//切斯瓦夫·米沃什.米沃什词典(一部20世纪的回忆录).西川,北塔译.桂林:广西师范大学出版社,2014.
- [15] 北岛.时间的玫瑰[M].南京:江苏文艺出版社,2009.
- [16] 哈立德·马塔瓦.身份、权利和向“我们的遣返女神”的祈祷论翻译和诗歌创作[J].李昕译,王家新校.上海文化,2015(7):90-100.
- [17] 罗伯特·诺齐克.知识分子为何拒斥资本主义[C]//知识分子为什么反对市场,秋风译.长春:吉林人民出版社,2003.

On poetry translation in the context of consumption society

XU Zhen, XIONG Hui

(Chinese Modern Poetry Research Institute, Southwest University, Chongqing 400715, China)

Abstract: The situation that poetry translation and consumption society goes hand in hand at the present has brought about some problems as follows. First, the production method of poetry translation has been changed, and as a consequence, the translatability of poetry has been reconstructed and source language texts have been ignored. Second, the transmission of translated poems has become diversified so that translated texts have been signified as consumption goods in various ways. Third, criticism of poetry translation does not rank the aesthetic features of poetry as top priority, and nonprofessional criticism has taken the discourse advantage to a certain extent. As far as poetry translation is concerned, the origin of the crisis lies in the encoding rules as well as the modes of semiotic signification in consumption society. Therefore, consumption society should not mean the doom of poetry translation, and poetry should return to where it deserves to be so that poetry can hold fast to its intrinsic professionalism and seriousness.

Key Words: poetry translation; consumption society; free market; intellectuals

[编辑:谭晓萍]