

“奢侈”变色及社会文化心理反制

赵爱英

(河南职业技术学院 工商管理系,河南 郑州 450046)

摘要:近几年来,贬义词“奢侈”出现大量褒义用法,奢侈感情色彩之所以出现变化,是中西文化交流和时尚消费心理共同作用的结果,奢侈褒化受社会文化心理反制,在传统文化和主流社会心理反制下,奢侈的贬义色彩不会消失,将成为集褒贬两种感情色彩于一身的“双色词”。

关键词:奢侈;变色;社会文化心理;反制

中图分类号:H109.4

文献标识码:A

文章编号:1008-5092(2009)03-0068-03

在传统汉语文化语境中,“奢侈”是一个不折不扣的贬义词。但是,近年来,奢侈出现了褒义用法。如:

腾讯网2005年12月6日《你是男人奢侈品 or 日用品》:“如果可以,如果可能,很多女人都愿意成为奢侈品吧,谁又会不愿意享受那种被崇拜、被追求的感觉,谁又会不乐意让主动权掌握在自己的手里?!”^[1]

新华网2008年05月28日《花型珠宝绽放的花语》:“克里斯汀娜·阿奎来拉甚至……说:热爱珠宝是女人的本能,如果你不热爱昂贵而奢侈的珠宝,那你绝对不能称自己为女人。”^[2]

央视国际网2006年08月28日一篇消息的标题:《奢侈不“奢” 名流不“名”——京奢侈品展名不副实》^[3]

《大河报》2008年7月10日C22版:“奢侈经典名包”。

打开网络,键入“奢侈”一词,可以搜索到的有关奢侈的网页达数千万条,奢侈组成的新词让人眼花缭乱:“奢侈品”、“奢侈频道”、“奢侈生活”、“奢侈男人”、“奢侈女人”、“奢侈族”、“奢侈体验”、“奢侈文化”、“奢侈人物”、“奢侈品牌”、“奢侈一刻”、“奢侈经典”、“奢侈报道”、“奢侈旅游”、“奢侈图库”、“新奢侈主义”、“奢侈心理学”、“奢侈品资讯”、“奢侈品专营”、“奢侈品消费”、“中国豪富奢侈榜”等等。在这些语用环境里,奢侈几乎是“华贵”、“时尚”、“高端”、“精品”

等的近义词,带有明显褒义色彩。有人据此认为,奢侈感情色彩发生了由贬到褒的变化,即所谓“变色”。有学者认为是luxury一词在中文里的错误翻译或者说是翻译不当所造成的。卢晓在其翻译的《奢侈品品牌管理》一书《译者序:奢侈,不再误解》中说:“在英文中,luxury在《牛津高阶辞典》中的注解是‘a thing that is expensive and enjoyable but not essential’在《剑桥高阶辞典》中是‘something expensive which is pleasant to have but is not necessary’。也就是说,在英文的解释中没有贬义的感情色彩。因此,这个词的中文翻译是不准确的,把中国的传统价值观中否定的一面附加给了‘luxury’一词。所以,当‘luxury products’,‘luxury goods’,‘luxury brands’等一系列带有luxury一词的英文单词随着‘奢侈品’消费和市场营销在中国出现的时候,自然而然的,中文翻译也就成为了‘奢侈产品’,‘奢侈品’和‘奢侈品牌’。所有这些词也就天生下来带有中文特有的‘挥霍浪费和过分享受’的贬义了。所以用奢侈一词来对应翻译luxury是不准确的。”^[4]^[13]这段话的意思说,英汉翻译的技术失误导致了汉语奢侈的词义扩大,使汉语中原来没有的“高端消费品”“华贵”(中性或褒义)等意义附加到奢侈身上,奢侈发生褒化的正是英汉对译附加的这部分意义。

的确,英汉两种语言的词汇不对称为汉语奢侈词义的扩大和褒化提供了契机。但是如果说把这种现象全部归因于翻译缺陷,也不切合实际。

收稿日期:2008-12-23

作者简介:赵爱英(1963-),女,河南西华人,副教授,硕士,研究方向:语言应用学。

事实上, luxury 在英语系统中本身就身兼两种色彩,既有“过度糜费”、“奢华”等贬义,也有“华贵”、“舒适的环境”、“给人以享乐的事情”等褒义。褒、贬从语言环境可以判断非常清楚。如:《简爱》中有“*We believe in hard work, plain food, simple clothes and no luxury of any kind.*”^{[5]126}的句子,译为“我们信仰的是刻苦耐劳、节衣简食,无任何奢侈可言”,此处显然是贬义。

《远大前程》中有“*The man who had paid for my education and luxuries for years was risking his life to see me.*”^{[6]152}的句子,汉语译为“多年来,一直给我支付用于教育和奢侈的这个人,冒着生命危险来看我”,此处 luxuries 相当于汉语中的“安适生活”,虽然用奢侈一词对译,我们也能明显感觉出是褒义。

Luxury 在中国改革开放以前与汉语对译,并没有引起汉语奢侈词义的扩大或增加。人们从译文的语言环境中完全可以准确理解词义及其感情倾向。改革开放以来,国外大量高端消费品涌入中国,而中国的消费者多数是刚刚从温饱线上走过来,消费水平不高,在中国传统文化心理的作用下,普遍感觉到高端消费就是奢侈,这恰恰与奢侈一词在英汉对译中的失误产生了歪打正着的契合。而一部分观念超前的消费者,则积极接受西方“高端消费”的理念,在满足“崇洋”、“时尚”、“标榜财富”、“显示成就”等心理作用下,完全接受英语 Luxury 的褒贬两色意义,导致汉语奢侈的词义扩展。可见,奢侈词义的扩大说到底仍然可以归结为是中西不同文化心理相互影响和渗透的结果。

词义扩展后的奢侈,其“挥霍浪费”、“花费大量钱财过分追求享受”等意义不会消失,其褒化过程会受中国传统文化和社会心理的强力反制。

中国有“黜奢尚俭”的文化传统。在中国历史上,王朝兴衰与俭奢对应的周期性循环规律逼迫人们对奢侈的选择进行思考。先秦诸子百家对黜奢尚俭都有明确的主张。儒家把“温、良、恭、俭、让”作为重要德目,《论语·学而》指出“奢则不孙(逊),俭则固。与其不孙(逊)也,宁固。与其奢也,宁俭”(《论语》第77页)。《老子》第67章提出为人处世“三宝”：“一曰慈，二曰俭，三曰不敢为天下先”(《老子》第124页)，《老子》第29章要求“去甚，去泰，去奢”(《老子》第51页)。墨家则一贯主张“节用”，反对浪费，《墨子·节用》

有“节俭则昌，淫逸则亡”(《墨子》第59页)。在先秦典籍中可以找到许多思想家、政治家从哲学高度对俭、奢问题的理性思考。如《左传·隐公三年》：“骄奢淫佚，所自邪也”(李梦生著《左传译注》第14页)，《左传·庄公二十四年》：“俭，德之共也；侈，恶之大也”(李梦生著《左传译注》第152页)，《尚书·太甲上》：“慎乃俭德，惟怀之图”(李民、王健著《尚书译注》第128页)，《尚书·大禹谟》：“克勤于邦，克俭于家”(李民、王健著《尚书译注》第32页)，《孟子·离娄上》：“恭者不侮人，俭者不夺人”(金良年著《孟子译注》第159页)，《韩非子·十过》：“常以俭得之，以奢失之”(《四库全书》第729页)、“侈而情者贫，而力而俭者富”(《四库全书》第729页)，《荀子》“足国之道，节用裕民，而善臧其余”(《四库全书》第695页)。《周易》把人们对节俭的态度和相应的结果分为三种，分别为“甘节，吉”，“安节，亨”，“苦节，凶”(《易经》第188页)。意思是奉行节俭，就会吉祥如意，不愿节俭，则会遭遇凶险与不幸。可见，在先秦时期，戒奢崇俭观念已经广泛植入社会政治、宗教、道德等层面。以后的历朝历代，人们对奢侈问题进行了更加深入细致的探讨，虽有争论，但主流观点认为奢侈危害很大，如贾谊《论积贮疏》：“淫侈之俗日以长，是天下大贼也”(《贾谊集》第221页)，《晋书》：“奢侈之费，甚于天灾”(房玄龄等著《晋书》第1319页)；认为奢侈导致贪残，如司马光《资治通鉴·梁纪》：“今天下守宰所以贪残，良由风俗侈靡使之然也”(司马光《资治通鉴》第1905页)，《清史稿·李赓芸》：“奢者必贪”(赵尔巽主编《清史稿》第1489页)；奢侈导致丧乱祸亡，如李商隐《咏史》：“历览前贤国与家，成由勤俭败由奢”(《全唐诗》第539页)，余继登《典故纪闻》：“丧乱之源，由于骄奢”(余继登著《典故纪闻》第201页)，司马光《训俭示康》：“侈则多欲，君子多欲则贪慕富贵，枉道速祸；小人多欲则多求妄用，败家丧身”(《四库全书》第1094页)，曾国藩《曾文正公全集》：“奢靡之始，危亡之渐”(欧阳修、宋祁主编《新唐书》第2165页)、“始作骄奢本，终为祸乱根”(《全唐诗》第838页)；白居易《草莽莽》：“奢者狼藉俭者安，一凶一吉在眼前”(《全唐诗》第427页)，龙遵叙《饮食绅言》：“简约不贪，则可延寿；奢侈过求，受尽则终”(龙遵叙著《饮食绅言》第38页)。正因如此，奢侈历来成为文人挞伐的对象，《全唐诗》：“骄侈玷危位

素牢,镜中形影岂能逃? (《全唐诗》第 708 页)”王安石《辱井》:“奢侈自是前王耻,不到龙沉亦可羞”(北京大学古文献研究所《宋全诗》第 1341 页)。从以上资料可知,大到安邦治国,小到居家营生,戒奢崇俭思想无不渗透其中。可以说,戒奢以俭深深扎根在中华民族的集体意识之中,成为中华民族鲜明的民族性格和文化基因。奢侈褒化,很难逾越“黜奢尚俭”的文化传统。

当今中国选择的是一条有别于西方的现代化道路,是一条以贯彻“科学发展观”为指导、以“构建和谐社会”为目标的有中国特色的社会主义道路。胡锦涛提倡的八荣八耻观,强调“要进一步增强节俭意识,始终发扬艰苦奋斗的精神”。体现了对黜奢尚俭传统文化的呼应和继承。党和政府始终把勤俭节约、艰苦奋斗作为重要的政治理念贯穿于社会管理的各个层面。原因在于,科学发展观以可持续发展为内核,要实现可持续发展,就必须努力去降低能耗、保护生态环境,建设资源节约型、环境友好型社会。在国家还不富裕、经济结构和增长方式、收入分配方式尚存在着诸多问题的情况下,只有增强节俭意识、保持艰苦奋斗,才能缓和矛盾,凝聚人心,取得实在效果。同时,

从经济层面看,虽然消费被认为是刺激经济发展的三驾马车之一,但以过度消费、无节制消费甚至挥霍浪费为特征的奢侈,也会给社会经济发展造成危害。发展经济既要重视消费,又要强调理性消费、节约消费、适度消费、文明消费、健康消费,呼唤科学消费理念的指导。所以,中国社会的尚俭本色在相当长时期里不会改变。特别是,在目前贫富差距逐渐拉大、社会稳定面临考验的特殊时期,中国社会反对“挥霍浪费”、反对“过分追求享受”的主流社会心理不但不会削弱,反而会得到加强。这样,奢侈词性的迁移也就失去了根本动力。目前奢侈词义扩展部分的使用,还大多在网络和商业宣传领域。在较为严肃的电视、电台和书报杂志上一般慎用或不用。另外,目前也没有辞书收录奢侈的词义扩展部分。这说明奢侈变性还缺少社会的广泛认可。

综上所述,奢侈一词随着我国经济进一步发展、国民消费水平提高,其扩展意义“高端”“华贵”等义将逐渐定型。但受社会文化心理反制,而其原有意义(浪费,铺张,挥霍无度)也不会消失,将与扩展意义一起形成身兼褒贬两色(类似于小姐、同志等)的特殊词语。

参考文献:

- [1] cherry. 你是男人奢侈品 or 日用品[EB/OL]. (2005-12-6)[2008-11-10]. <http://fashion.qq.com/a/20051206/000008.htm>.
- [2] 周莎莎. 花型珠宝绽放的花语[EB/OL]. (2008-05-28)[2008-11-10]. http://news.xinhuanet.com/lady/2008-05/28/content_8268053.htm.
- [3] 陆静. 奢侈不“奢”名流不“名”——京奢侈品展名不副实[EB/OL]. (2006-08-28)[2008-11-10]. <http://news.cctv.com/financial/20060828/103126.shtml>.
- [4] [法]米歇尔·舍瓦利耶,热拉尔·德·马扎罗夫. 奢侈品品牌管理[M]. 卢晓译. 上海:格致出版社,2008.
- [5] [英]夏洛蒂·勃朗特. 简爱[M]. 方菲译. 北京:二十一世纪出版社,2004.
- [6] [英]狄更斯. 远大前程[M]. 邹仁民译. 北京:外语教学与研究出版社,1997.
- [7] 光明日报评论员. 忧患意识、公仆意识和节俭意识[N]. 光明日报,2007-3-9(1).

The Alignment of Luxury's Emotion Colours

ZHAO Ai-ying

(Department of Business Administration, Henan Vocational Technical Institute, Henan Zhengzhou 450046, China)

Abstract: In Chinese linguistic environment of traditional civilization, luxury is a derogatory term of the bright - coloured at the emotion. But in recent years, the words luxury has attained an unusual commendatory usage in some social intercourse and propagation's occasion. Variations of the luxury's colours at the emotion are caused by its enlarged meaning. Under the function of the traditional culture and the modern consumption mentalities. Luxury's commendatory colour can't disappear and it will hold two posts to become a double-faced word, in other words, it is both derogatory and commendatory with the emotion colours.

Keywords: luxury; discolour; society; culture

(责任编辑:李开玲;校对:丁 一)