

教育部「人文社會科學教育改進計畫」委託
「台灣巴別塔第二外語網站計畫」

世界文學

【冬季號】

消費、流行與文學

張茂樑

趣味中學西班牙語：以汽車品牌為例

梁 蓉

民衆劇場的異質消費取向

楊銘塗

環境危機及其解套：談宮崎駿的動畫

鄭芳雄

從佛道的觀點看歌德的《浮士德》

吳錫德

卡繆作品的中譯及其在台灣的影響

簡 潔

現代德語文學裡的女性神話

彭春陽

日本的國民女歌人蜷万智



國家圖書館出版品預行編目資料

消費、流行與文學 / 吳錫德主編. -- 初版. -- 臺
北市：麥田出版；城邦文化發行, 2002[民91]

面：公分 -- (世界文學：6)

含參考書目

ISBN 986 - 7782 - 53 - 4(平裝)

1. 文學 - 論文、講詞等

810.7

91022862

世界文學

6

【冬季號】

消費、流行與文學



【編者編語】

文學不死，只是更加花俏

◎吳錫德/《世界文學》主編

當代文學的最大特徵莫過於它的破壞性及開創性。從二十世紀七〇年代開始興起的「解構主義」文學批評；羅蘭·巴特喊出「作者已死！」德希達更誇張地宣布：「作品已死！」文學創作從未面臨如此嚴峻的批評，文學創作者也從未如此倉皇失措，文學讀者一方面感懷文學同好的快速流失，一方面又懷疑起自己的文學品味是要過時了，又還得虛心求教於那些光怪陸離的文學形式……。

二十世紀伊始，隨著人類社會的都市化、工業化與複雜化，文學的形式與作用也跟著多元化與複合化。文學的「正典」（如小說、詩作、劇作）的天地已被快速地侵蝕，新興的文學形式便涵蓋在所謂「副文學」（paraliterature）領域，包括針對普羅大眾的諸多消費形式（即向大眾文學、通俗文學靠攏），如：科幻小說、魔幻小說、連載小說、偵探小說……等等，這些有的早已在上個世紀初大行其道。緊接著，隨著媒介的發達，如廣播、電視、網際網路等，廣播劇、電影、電視劇、網路文學也搶盡鋒頭，成了許多人——甚至是絕大多數的社會人，汲取文學營養的唯一管道！此一現象對傳統文學（即文字書寫，或印刷書寫）的衝擊可謂大矣！此乃來自外部的挑戰。

七〇年代以來，「解構主義」（deconstructionism）對於文本「解放式」的理解與批評，應可稱為來自內部史無前例的顛覆（否定）。「解構主義」是「文本之中關於意義的各種論戰力量之間的一種嬉戲。」它看似輕鬆任為，但它也是「文學批評史上最具有理論傾向和最具哲學

性質的運動」！它旨在凸顯研究方式和意義之間的矛盾，就像語言的述行特點和述願特點之間的矛盾一樣。不過，根據德希達的詮釋，文本本身就是動態、可變，且開放的，吾人無庸刻意誇大「解構主義」所主張的「去中心」及「消解」。反之，文本本身即存在著彼此的區分，及相互推延的對立或差異關係，即所謂的「延異」(differance)。簡言之，「解構主義」批評理論旨在「解構結構」，認為並不存有一種封閉式的結構；其次在「解構文本」，即反對文本的確定價值認定和終極意義關懷，認為文本乃是一種有機網絡；接著才是「解構閱讀」，即反對傳統功利式的閱讀，主張讀者應當家作主（否則讀者不就成了作者的僕人），主動閱讀甚至誤讀的模式。

總之，隨著人類社會複雜化的演進，文學變得更多元了；同時，隨著人類精神狀態的新趨向：深度模式的削平、歷史意識的消失、主體性的淡化（如全球化），文學的形式與內容變得更開放（小至廣告文章、流行歌曲、大至警世巨構、廟堂宏論）。文學書寫出現了多種可能（新小說、新新小說、後現代）；書寫的形式也廣泛出現有聲書本、圖像書本、視像書本（電子書）。而且書寫的目的也逐漸邁向消費性與議題性，如：女性文學、情色文學、環保文學、生態文學……等等。簡言之，二十一世紀的新文學勢必更普及、更多元、更具開放性！我們有信心：文學不死，只是更加花俏而已！

歡迎讀者朋友們上我們的網站，與我們交流。

「台灣巴別塔第二外語網站」：<http://taiwanbabel.fr.tku.edu.tw>

目錄

編者編語 / 吳錫德 002

消費、流行與文學

- 張茂樁 趣味中學西班牙文——以汽車品牌為例 008
梁 蓉 民眾劇場的異質消費取向 032
楊銘塗 環境危機及其解套——談宮崎駿的動畫 040
簡 潔 現代德語文學裡的女性神話 054

研究特區

- 鄭芳雄 從佛道的觀點看歌德的《浮士德》 072
吳錫德 卡繆作品的中譯及其在台灣的影響 091
彭春陽 日本的國民女歌人俵万智 107
徐宗潔 淺論日本「老人童話」的幾個主題 115
李細梅 俄羅斯十二世紀史詩《伊戈爾遠征記》之賞析 127
張 旭 譯經文學傳統與近代英詩漢譯 139

書評書藝

- 林愛華 《格林童話》產生的歷史背景與出版經過 160
彭春陽 日本白樺派作家群像 167
林 芝 馬富茲的創作新風格與「蘇非主義」 173
林鎮山 評《真與美——東方白文學自傳》 180

每季 一書

姚巧梅 《大師童心——給心洗洗澡》 184

阮若缺 《黑暗中的小星星》 186

林哲意 《卡拉馬助夫兄弟們》 188

簡潔 《打太極拳的女孩》 190

張淑英 《盲目》 192

國際文壇動向

簡潔 從集中營到斯德哥爾摩 196

梁景峰 德國《東亞文學雜誌》 199

Bermond 小說般的一生——大仲馬誕生200週年慶 202

消費、流行與文學

發行人	趙順文
顧問	謝志偉
主編	吳錫德
編委會委員	謝志偉 趙順文 吳錫德 張淑英 簡潔 徐瑋輝 林明德 林長寬 宋雲森 黃啟輝 陳明姿 鄭芳雄 邱若山 蔡淑玲 劉光能 林盛彬 黃錦容 倪安宇 林玫君
版面編排	陳健美 鴻霖國際事業股份有限公司
行政顧問	陳靜瑤
行政暨編輯助理	周筱琦 張雅芳
出版	麥田出版 台北市信義路二段213號11樓 電話：(02)2351-7776 傳真：(02)2351-9179
發行	城邦文化事業股份有限公司 台北市愛國東路100號1樓 電話：(02) 2396-5698 傳真：(02) 2357-0954 E-mail: service@cite.com.tw 網址: www.cite.com.tw 郵撥帳號18966004 城邦文化事業股份有限公司
香港發行所	城邦(香港)出版集團有限公司 香港北角英皇道310號雲華大廈4/F, 504室 電話：25086231 傳真：25789337
新馬發行所	城邦(新、馬)出版集團 Cite(M) Sdn. Bhd. (458372 U) 11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia 電話：603-90563833 傳真：603-90562833 E-mail:citekl@cite.com.tw
印刷	鴻霖國際事業股份有限公司

初版一刷 2002年12月

ISBN：986-7782-53-4

售價：200元

版權所有・翻印必究

Printed in Taiwan

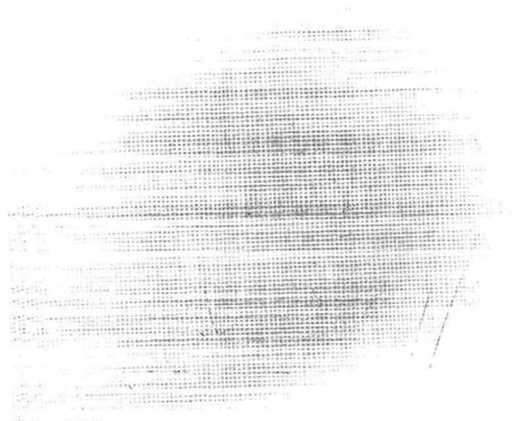
消費、流行與文學

趣味中學西班牙文——以汽車品牌為例

民衆劇場的異質消費取向

環境危機及其解套——談宮崎駿的動畫

現代德語文學裏的女性神話



◎張茂樁／淡江大學西班牙文系副教授

趣味中學西班牙文¹

——以汽車品牌為例*

近年來，台灣的社會逐漸地走向國際化，琳瑯滿目的商品招牌到處可見，其中亦不乏各式歐美商品。對一般人而言，名牌是大眾在購物上的第一選擇，而這些品牌，也早已深植人心，人人都對各式品牌如數家珍，甚至可以琅琅上口，繼而成為日常生活的一部分。這些品牌，大都以英文為主，但其中亦有許多正巧是西班牙文²！

根據我們研究，在廣告用語中，汽車廣告佔了大部份；不知是巧合還是廠商刻意追求，許多商品名稱都和廣告所強調之本身特質符合。例如日產（Nissan）Primera譯為「霹靂馬汽車」就是一成功案例。不僅譯音極似霹靂馬，且primera在西班牙文中有「第一名」之意。中文譯名「霹靂馬汽車」亦表示了廠商「快馬加鞭」的訴求。又如飛雅特的Punto（整點）汽車，亦是採諧音譯法，譯為「奔騰」汽車。廠商以「奔騰」為品牌名，主要是因為「奔騰」二字在發音上與punto相近，且「奔騰」可表示「快速無比」，正好與廠商欲向消費者大力推薦之處相同。古時本來就以「車馬」並稱「交通」，如今以馬馳名車，「奔騰」堪稱為翻譯的佳作。

再看我們以另一汽車廣告Cefiro為例，說明如何自廣告中，趣味地學習西班牙文。Cefiro和日文「西裝」之發音酷似，本身

所強調的是房車中的頂級，正如西裝是所有衣物中的頂級。“Cefiro”在廣告中並無正式之中文譯名，但我們可依廣告本身的訴求：極靜音的汽車。根據此點，強調它在所有房車中，行駛過程是最安靜的。

西班牙文Cefiro³之意為「西風、微風」，正巧和其訴求之特性相符。如同微風，不疾不徐地行駛，凸顯其溫文儒雅，就如同人著西裝般典雅帥氣；若採意譯法，我們可將Cefiro譯為「風度汽車」；反之，若譯成「西風汽車」則不恰當。我們亦可採用音譯法，將之譯為「雪飛柔」汽車⁴，強調「雪飛柔」駕馭起來如同細雪紛飛一般的輕巧。

另一成功案例是福特汽車METROSTAR⁵之廣告，雖是一個動態的廣告，這兒我們以敘述的方式表達如下：

有位盲人他的聽覺很靈敏，和攙扶他的男士走在路上，他憑聽覺就可以知道從樹上飄下來的是楓葉、經過他身旁的女子是穿著香奈兒的鞋、在旁邊的快門聲音是萊卡相機，所以旁邊攙扶他的男士也對他報以肯定的眼光；後來突然這輛METROSTAR開過來了（而且車尾畫面很像

1. 自趣味中學學習西班牙文並非指自遊戲中學習西班牙文、自歌唱中學習西文等，而是指每個人在日常生活中，只要對那些既有的品牌稍加注意，就能有趣及有效率的學習西班牙文。請參張茂椿（2001）、（2002a）、（2002c）、（2002d）。

* 本文感謝國科會經費贊助NSC91-2411-H-032-011及陳昭燕同學資料整理。

2. 在台灣，日常生活中早已充滿著西班牙文而不自知，例如：casa mia（我的家）卡莎米亞麵包店、Andante（行走的）春風衛生紙、CASA（家）房金衛視、primera（第一）霹靂馬汽車、FORMOSA（福爾摩莎）台塑石油、台朔汽車等。

3. Céfiro 在西文中有重音。

4. 亦可譯為「喜福來」汽車（乘坐此車，喜事福氣跟著來）。

5. 我們以陰影（sombra）直接標示在西班牙文上，以便和英文區分。

朋馳C-Class)，但這位盲人先生憑關門的聲音卻說這部車是賓士。（我們猜廣告商想要說他們的車跟賓士一樣高級吧！）

METROSTAR之正式中文譯名：「沒錯是她」，這個譯名是採諧音法⁶，不僅將品牌名譯出且符合車商本身廣告之訴求：「沒錯是她」⁷ METROSTAR。

《e天下》的eMBA Club講座裏，王文華（2002）強調，「要取一個成功企業的名字，還是要以易記、簡短為主……有時企業名字必須具備一點奇特、怪異的性質」。因此，品牌的命名，應採音譯法或意譯法，我們認為一般廠商為求其產品暢銷，無不聘請專業的美工計師及專業的行銷人員，依產品本身之特性，採諧音（音譯法）等技巧，一方面依品牌名之發音，另一方面依產品既有之特質，予以正式譯名。例如，日產「霹靂馬」Primera、速霸陸「硬皮鯊」Impreza等，都是音譯方面之代表。另一方面，福特汽車Pronto（迅速的），則是採意譯法，以車子本身快速的特性，成為大家的「好幫手」，因此，以「好幫手」貨車來命名。

Punto



在國內有正式中文譯名之車商品牌不多，但在這些有正式譯名之品牌車和西班牙文完全相同⁸者，共計15個品牌，和西班牙文相似⁹者，計有2個品牌（請參附件一）。在有正式中譯名之品牌中，採音譯者較意譯者為少，主因在於絕妙的音譯（品牌名之中、英文採諧音，讓消費者好記外，亦和產品本身之特性有關連）一般是可遇不可求，因此，在無法採諧音之譯法下，車商大部份會依其品牌名之意或產品本身之特性採意譯法。

（附件一）有正式中譯名稱之車輛

汽車品牌	英譯中	西譯中	中文品名	公司名	車商名稱	編號
Carnaval		嘉年華	嘉年華 ¹⁰	Ford	福特汽車	001
911 Carrera		街道	卡蒂納 911	Porsche	保時捷	002
Casa Blanca		白色之家	卡薩布蘭加	SUBARU	速霸陸	003
Corolla	花冠	小皇冠	花冠越野者 ¹¹	TOYOTA	豐田汽車	004
Corona ¹²	冠；根莖	皇冠	可樂娜 ¹³	TOYOTA	豐田汽車	005
Diablo		魔鬼	惡魔 ¹⁴	Lamborghini	藍寶堅尼	006
ECLIPSE	蝕	日蝕	日蝕傳奇 ¹⁵	Mitsubishi	三菱汽車	007
Festiva		假日	嘉年華 ¹⁶	Ford	福特汽車	008
Impreza (impresa ¹⁷)		(公司企業)	硬皮鯊 ¹⁸	SUBARU	速霸陸	009
Laser	雷射	雷射	全壘打 ¹⁹	Ford	福特汽車	010
Metrostar ²⁰		(地鐵)	沒錯是她 ²¹	Ford	福特汽車	011
Murcielago		蝙蝠	蝙蝠	Lamborghini	藍寶堅尼	012
Primera		第一	霹靂馬 ²²	Nissan	日產汽車	013
Pronto	很快地	快速	好幫手 ²³	Ford	福特汽車	014
Punto	點	整點	奔騰 ²⁴	Fiat	飛雅特	015
Santa Fe	聖大非	聖塔菲	聖塔菲 ²⁵	Hyundai	現代汽車	016
Sonata	奏鳴曲	奏鳴曲	奏鳴曲 ²⁶	Hyundai	現代汽車	017

中文品牌名有標示陰影者，是採音譯法命名。其他未標示者，採意譯法。有些車商除採意譯法外，尚會依車名本身之屬性，加入一些適當的字眼：豐田汽車 Corolla，車商命名為「花冠越野者」、三菱汽車 Eclipse 之正式譯名「日蝕傳奇」等，都是車商採意譯法外，還加入了一些字眼：三菱在「日蝕」後加入「傳奇」一詞，更加地凸顯出神秘的美感；豐田在「花冠」後加入「越野者」，亦能顯示出其特性。

為了有效率的學習西班牙文，我們將和西班牙文有關之汽車品牌有系統地歸納分析成十五大項：

一、汽車品牌和「地名」有關：

汽車品牌	英譯中	西譯中	中文品名	公司名	車商名稱	編號
Alhambra	阿爾罕布拉宮	阿爾罕布拉	阿爾罕布拉	Seat	喜悅汽車	001
Cordoba	尼加拉瓜貨幣單位	哥多巴	哥多巴	Seat	喜悅汽車	002
Ibiza	伊比薩島	伊比薩島	伊比薩	Seat	喜悅汽車	003
Leon (leon)	利昂 (男子名)	獅子	雷昂	Seat	喜悅汽車	004
Santa Fe	美國新墨西哥首府	聖塔菲	聖塔菲	Hyundai	現代汽車	005
Seville (Sevilla)		塞維亞	塞維亞	Cadillac	凱迪拉克	006
Toledo Cupra	托利多	托雷多	托雷多	Seat	喜悅汽車	007

現代汽車的用的「聖塔菲」(Santa Fe²⁷) 是一個普遍的地名，阿根廷、智利、古巴以及美國都有同名的城市存在，想必是希望車子也能像名字一樣，遍布世界的各個角落吧！至於西班牙「喜悅汽車」(Seat) 的車種，為了凸顯其為西班牙國產汽車，則多半用西班牙當地的城市名字來命名，例如，伊比薩 (Ibiza)、阿爾罕布拉 (Alhambra)、哥多巴 (Cordoba)、雷昂 (Leon) 以及托雷多 (Toledo)，這五種款車的名字都與西班牙的城市同名。有

6. METROSTAR 和「沒錯是她」發音酷似。METROSTAR 是採英、西文合併使用之品牌，近年來台灣在品牌名的使用上，有多種語文的趨勢，例如，法文、義大利文及英、西文或西、英文合併使用之品牌：豐田汽車“*Trueno Sprinter*”（西文，雷鳴、英文，短跑選手）「奔雷」汽車、“*Dr. Bella*”（美麗的）「貝雅膠原全效精華液」、「*Mr. Paco*」（人名）「巴可餐廳」（仁愛路4段345巷）、“*Luna sea*”（月亮）「月之海樂園」、「*Para dogs*」（爲了）「柏拉圖皮包店」、「*Rebecca taylor*」（女子名）「瑞貝卡圍巾店」、「*Uno tour*」（一）「行建旅遊」。
7. 其他福特汽車如 *Liata* 音譯成「你愛她」，亦是採音譯法。我們依車商之音譯法，福特另一名為“*Vista*”之房車，或可譯為「唯視她」。新新聞出版“*Dolce vita*”（義）「甜蜜生活」亦採音譯法將之譯為「都是爲她」。位於遠東企業中心3樓之“*Eros 4*”髮廊，“*Eros*”是「愛神」之意），我們亦可採「諧音」技巧：將之譯為「愛若是詩」髮廊。
8. 完全相同是指和西班牙文之字元相同，西班牙文本身自有之重音，這兒則不予考慮（因品牌名之印刷上，有時重音不易打入之故），但名詞之陰、陽性並非完全相同。
9. 括號內為西班牙文，我們以這種方式排列，以便同時和左邊之品牌名比較。
10. 車語生活 *Car&Life*，Vol.36，2000年，6月號，第6頁。
11. 請參 <http://big5.china.com/gate/big5/app.china.com/business/car/shw.php?carid=445>。
12. 墨西哥「可樂娜」啤酒亦是採“*corona*”為品牌。
13. <http://home.kimo.com.tw/chitaymotors/html/product/productb2.htm>。
14. http://www.auto-online.com.tw/story/lamborghini/story_lamborghini.html。
15. 同註9，145頁。
16. <http://web00632.web.seed.net.tw/ford.htm>。
17. “*impresa*”為西班牙文“*empresa*”（公司）之古語（*DRAE, Diccionario de la lengua española, Real Academia Española*）。
18. <http://www.u-car.com.tw/ucar-fan/fan-discuss-detail.asp?BoardID=3922&ClassID=4>。
19. <http://tw.club.yahoo.com/clubs/LASER-FAMILY>。
20. 我們以陰影（*sombra*）直接標示在西班牙文上，以便和英文區別出來。英文無 *metrostar* 這個字，但“*metro*”在英、西文都是「地下鐵」之意，福特汽車 *Metrostar* 除有「沒錯是她」之諧音譯法外，尚有人稱之為「都會之星」。
21. <http://doc.udnmoney.com/udndoc/feather01/car-5/index-a09.htm>。
22. <http://home.kimo.com.tw/chitaymotors/html/product/nissan.htm>。
23. <http://www.handolu.net/templet/newcar/ford-t.htm>。
24. <http://home.kimo.com.tw/chaintire/details.html>。
25. http://doc.udnmoney.com/udndoc/feather01/car_9/other_11.htm。
26. <http://www.tada.org.tw/2002/main/doc.asp-number=11.htm>。
27. “*Santa Fe*”（神聖的信念），連台北市（潮州街）都有以“*Santa Fe*”為店名之咖啡廳：「桑塔菲咖啡館」“*Santa fe cafe*”：請參張茂樁（2002a）。

趣的是，美國產的凱迪拉克竟然取名為塞維亞（Seville），塞維亞²⁸原為中世紀時西班牙王國的首都名，是目前整個GM集團旗下的旗艦車種，有別於傳統美式房車方正、保守的造型，整體質感充滿著濃烈歐式氣氛，可說是凱迪拉克車輛設計風格的一個分水嶺，自從它誕生以後，後續的凱迪拉克都逐漸改用較為歐式的內外造型²⁹。

二、汽車品牌和「動物名」有關：

汽車品牌	英譯中	西譯中	中文品名	公司名	車商名稱	編號
CORVETTE (corveta)	輕武裝快艦	(馬的跳躍)	躍馬	CHEVROLET	雪佛蘭	001
Impreza (impresa)		(公司、企業)	硬皮鯊	SUBARU	速霸陸	002
Leon (leon ³⁰)	利昂 (男子名)	獅子	獅王	Seat	喜悅汽車	003
Primera		第一	霹靂馬	Nissan	日產汽車	004
Miura		兇猛的公牛	蠻牛 ³¹	Lamborghini	藍寶堅尼	005
Murcielago		蝙蝠	蝙蝠	Lamborghini	藍寶堅尼	006
MUSTANG	北美野馬		野馬	Ford	福特汽車	007
Mercury Sable	水銀、 美洲貂	軍刀	沙布烈	Ford	福特汽車	008
Saloons (salon)	大廳	大廳	鯊龍	MB	中華賓士	009
Tercel (tercer)	雄鷹	第三	鐵鷹	TOYOTA	豐田汽車	010
Tigra ³²		雌虎	蒂格拉	Opel	歐寶汽車	011

以動物名稱作為車子名字的車款不少，而以動物的型態作為車標的車廠也很多，例如「積架」(Jaguar)的圖騰就是一隻撲向獵物的銀豹。又如車中之王，義大利的「法拉利」(Ferrari)的標誌正是一隻奔馳在黃底國旗上的黑馬，而為了與之抗衡，同屬義式血統的「藍寶堅尼」(Lamborghini)選擇了一隻金牛作為其標誌。藍寶堅尼旗下車子的名稱一向都出人意表，除了作為其車廠代表的「蠻牛」(Miura)是依據車標樣式命名之外，稱霸市場數年的「惡魔」(Diablo)也以其流線型的外觀聞名，今年新推出的「蝙蝠」(Murciélago)更是顛覆設計的概念，與一般跑車勁帥的外型大大不同，竟以蝙蝠倒吊時圓圓的模樣作為構想，設計出這樣富有特色的新車。

廠商的心意不難猜測，大體上，都是借助動物的野性、迅捷……等等既有印象，藉以造成車子與動物有相同特質的暗示，進而促進大眾的購買慾。例如雪佛蘭(CHEVROLET)的「躍馬」(CORVETTE³³)、日產的「霹靂馬」(Primera)和福特的「野馬」(MUSTANG)都創造了一種馬匹快速奔馳以及躍動的印象；豐田的「鐵鷹³⁴」(Tercel)也是如此，鷹隼的飛翔本來就予人快狠

28. 塞維亞之西班牙文：“Sevilla”。

29. 汽車線上情報雜誌網址：<http://www.auto-online.com.tw>（網梭科技）。

30. 屬「喜悅汽車」(SEAT)之車款，除有「獅子」之意，也是西班牙的一省。

31. 「兇猛的公牛」意即「蠻牛」(我們直接引用保力達B之廣告)。

32. 屬「歐寶汽車」(Opel)之車款；注意！「雌老虎」和「母老虎」不同，「母老虎」之西班牙文是“estar hecho una leona”，有關「紙老虎」及「秋老虎」之西班牙文，請參張茂椿(1997)。

33. CORVETTE和西文corveta(馬的跳躍)相似。

34. Tercel英文是「雄鷹」之意，但Tercel和西文Tercer(第三)相似，二者都以“Ter...”發音，和中文之「鐵」相近，因此，Tercel汽車在無正式中譯名之情況下，或可將之譯為「鐵鷹」汽車。