

热点聚焦

人民广场音乐喷泉升级改造凸显“海纳百川、晶彩申城”主题,使之与上海博物馆的厚重感相映成趣

声光电交叠,“城市大客厅”更具观赏性

本报讯 (记者史博臻)自上海人民广场改建工程于1994年国庆节竣工以来,上海市民和南来北往的追梦人纷至沓来“打卡”——当时,位于人民广场中央的320平方米圆形喷水池开创了国内大音乐旱喷泉的先河。今年,在庆祝新中国70华诞之际,这座承载了市民游客无数欢声笑语的城市广场再次翻新升级,目前人民广场音乐喷泉改造项目已结构封顶。更多新老朋友将在这里感受更好的观赏、休憩体验。

家里客厅要翻修,会是一件令人头疼的事情;而对“城市大客厅”进行翻修,那就更加困难了。人民广场地理位置重要,功能特殊、规模大,翻新工作面临许多场地限制条件,同时必须确保地下迪美商业街的安全运营,施工难度不小。

隧道股份上海市地下空间设计研究总院有限公司是此次翻新工作的设计单位,负责人民广场喷泉景观及地下设备用房修缮。工程修缮面积约6860平方米,其中地面部分约3720平方米,地下室约3140平方米。设计师团队在对人文现状、历史风貌特色充分调查分析的基础上,用特有的审美方式解决这个“城市大客厅”的翻修任务。

作为国内首创的大音乐旱喷泉,同时也是这次修缮设计的重点部分,水景是更新的要点。设计师以“海纳百川、晶彩申城”为主题,组合多重喷泉,将数码投影雾效与雕塑结合,综合声、光、电理念增加空间层次,赋予喷泉更高观赏性,使之与上海博物馆的厚重感相呼应。同时,通过对喷泉喷射角度的轴向控制,形成线性波浪或花篮等多种不同表现形式,方便在不同时间段呈现不同的效果。

对家进行过翻新的人都有这样的感受:总会保留一些用着习惯,富有设计亮点的物件,把情感一代代传承下来。这一点,设计师们都想好了:本次修缮工程会把人民广场独具特色的一些“老朋友”保留下来,用一些桌椅板凳留住情感,留下记忆。

地上负责美,地下则负责“维”。城市设计师要将通风、给排水、电气结合智能化监测系统考虑进去,将“城市大客厅”变成特有的小生态系统。为了让人民广场“强壮”与“长寿”,设计团队结合资料和工程建设需求,通过BIM模型的可视化特点实现设计辅助,提高设计施工管理的决策效率和水平,为后期运维提供了更加可视化的平台。



人民广场音乐喷泉效果图。(均隧道股份上海市地下空间设计研究总院有限公司供图)

修缮设计将通过对喷泉喷射角度的轴向控制,形成线性波浪或花篮等多种不同表现形式



文化视点

翻译家周克希:不能容忍读客如此“碰瓷”《追忆似水年华》

■本报记者 陈熙涵

昨天,一个惊人的消息在读书人的朋友圈刷屏。有人注意到,读客图书在法国作家普鲁斯特《追寻逝去的时光》的新版腰封上,不顾事实而宣称该书“曾有一个错误译名——《追忆似水年华》”,并称此次由“读客文化”出版的是“全三册”。

记者在第一时间联系到了该书译者周克希。他告诉记者,得知译作被这样“处理”,“吃惊”之余表示不能容忍,已与出版方交涉,要求将“错误译名”“全三册”等非常不妥之处进行更正并撤回腰封。他还表示对“如此营销”完全不知情,且至今未收到样书,从朋友转给他的图片上看到“全三册”三个大字印在书名下方,连称自己只译出三卷,“全三册”的提法极易对读者形成误导,以为这本书就是普鲁斯特原著的全部内容。

不满“碰瓷”,网友报复性打出2.3的低分

周译《追寻逝去的时光》并非一本新书。2014年,周克希用10年时间译出的第一卷《去斯万家那边》、第二卷《在少女花影下》和第五卷《女囚》首度面世,先后在上海译文出版社、人民文学出版社、华东师范大学出版社出版,这次读客与江苏凤凰文艺出版社合作出版为该书的第四度面世。

谈到此次被业内称为“读客碰瓷《追忆似水年华》”的事件,周克希表示难以置信。“与他们接洽时,他们的诚恳、专业和由衷喜爱普鲁斯特的态度,打动了他们。”“他们说这么好的书稿,之前似乎没能形成与之匹配的影响力。”读客有关负责人话里话外的“遗憾”之情,表达了读客对做好、卖好这本书的充分信心。

令人万万没想到的是,这套书才一上架,立刻引发了读者抵触。有豆瓣网友发帖,不仅不满于把三卷称为“全三册”,而且认为这种宣传方式几乎否定了《追忆似水年华》这个曾经耳熟能详的译名为这部作品在中国文学市场传播作出的贡献。

“碰瓷事件”同样让周克希本人感受到了伤害。昨天晚些时候,周克希看到了读客发出的致歉声明。声明就读客版《追寻逝去的时光》引发了业内争论并给业内外带来的困扰“深表歉意”,称事情发生后,公司进行了团队整改,并全面召回已发出的全部图书,进行销毁处理……自始至终,未提及该书译者只字片语。周克希告诉记者,他曾经对



▲引发纷争的读客版《追寻逝去的时光》。

一个信息爆炸的年代,图书在营销方面动足脑筋在所难免,但怎样琢磨,边界底线在哪儿,是不是更应该成为首要考虑的问题?

读客方面提出,要在致歉信里说明是在译者不知情的情况下擅自使用了这样的宣传方式,并且也要对译者表示道歉,然而对方却支支吾吾,以“保护译者”为由搪塞。

目前,该书在豆瓣上的评分降至2.3分,已对周克希的声誉造成了连带影响,而此前他与其他出版社合作的几个版本评分几乎都在9分以上。

译者澄清:译名没有对错,只是翻译观念不同

说到《追忆似水年华》的版本,不能不提它唯一的全译本。1982年开始,译林出版社相继出版了由15名译者共同翻译完成的七卷本《追忆似水年华》,到2012年又作了一次较大的修订。

15名译者包括李恒基、徐继曾、桂裕芳、袁树仁、潘丽珍、许渊冲、许钧、杨松河、周克希、张小鲁、张寅德、刘方、陆秉慧、徐和瑾、周国强。周克希曾希望以一己之力推出一个全译本。然而,完整翻译七卷本、250万字的《追忆似水年华》,对一名



►由上至下:译林出版社2012年版《追忆似水年华》修订本;华东师范大学出版社版《追寻逝去的时光》;人民文学出版社版《追寻逝去的时光》。

翻译家的体力而言是巨大的挑战。普鲁斯特的句子特别长,最长的句子由394个法文词组成,翻译难度不言而喻。十多年前,记者就听闻周克希先生为了准确传达一个词的意思,常常思虑几周甚至几个月;有时好不容易译出一个长句,等译到后面发现并不完全准确,再回过头推倒重译。

带着痛苦与纠结的心情、面对力不从心的身体状况,2014年,周克希引用法国作家法朗士的一句“人生太短,普鲁斯特太长”,将终止翻译的决定公之于众。而他手头已译完的一、二、五卷,因译本品质出众而被多次出版。

由于在出版此三卷时将书名从全译本的《追忆似水年华》改成了《追寻逝去的时光》,因此有人认为“《追忆似水年华》的译法有错”这一说法本身就来自周克希。周克希昨天对记者强调,自己从来没有说过《追忆似水年华》的译法是不对的,“《追忆似水年华》跟英译名之一的 Remembrance of Things Past 有那么一点像,都很唯美,只是在我看来不够忠实于原书名的意思。而我追求更贴合普鲁斯特原意的译法,尽

管它可能比较朴实,不那么‘美’,不那么易于传播。”事实上,普鲁斯特当年也曾对英文版的书名感到失望,认为虽然出自莎士比亚十四行诗又和法文版首字母对应,看着十分巧妙,却毁了他小说的原意。最后英文版尊重他的意见,把译名改为了 In Search of Lost Time。

鉴于普鲁斯特是一位有着深刻哲学思考的作家,他的这部代表作开创了心理写作的先河,因此周克希认为,普鲁斯特的原意是物理的时间是无法找回的,但心理的时间是留得住、找得回的。可以说,《追忆似水年华》和《追寻逝去的时光》二者之间,更多是翻译观念上的不同。信达雅从来就是一个见仁见智的问题,更何况不同年代的审美,决定了翻译所追求的方向是不一样的,因此一部名著在传播过程中,译名变更并不是稀奇的事。《追忆似水年华》这个书名,在推动这本名著在中国的普及和风行上起过的作用是不能否定的,像这样在书封上武断地以“错误”一词来否定它,无疑是抹杀了经典在传播中至关重要的一步。

快评

读客“碰瓷”《追忆似水年华》,碰出了读者心里的不爽,碰出了译者的有苦难言,更碰出了出版营销的种种乱象。

接受采访时,周克希提到的一点引起了记者注意。他说:“在读客的编辑话语里,经常能听到一种自相矛盾之处。”比如他们会说“我们比较了几个普鲁斯特的译本,最终选择了您的”;又如“我太喜欢您的译本了……”事已发展至此,翻译家才回过神来:“如果说这样的赞美和认同是发自内心的,那又为何要搞些哗众取宠的名堂来包装出版我的译作呢?”

周克希的这番话,说出了长久以来盘桓在读者心中的两难:是信作品,还是信营销?一个信息爆炸的年代,图书在营销方面动足脑筋在所难免,但怎样琢磨,边界底线在哪儿,是不是更应该成为首要考虑的问题?

这恐怕不是《追寻逝去的时光》一本书和周克希一位译者的处境。

记得几年前,就在莫言获得诺贝尔文学奖后不久,作家叶兆言的新散文集就和新晋诺奖得主“捆绑”上了。在叶兆言《动物的意志》一书的黄色腰封上,赫然打上了一排字:中国具备夺取诺贝尔文学奖实力的作家不止一个,如果你对中国的文学不甚了解,请读叶兆言。中间“除了莫言,至少还有叶兆言”几个粗体大字还作了特殊处理,显得格外醒目。当时,这些与作品本身毫无关联的文字引发了一场“公开叫板莫言”的风波,无辜被牵连的叶兆言对此“很不受用”。

而这一事件里无辜“躺枪”的莫言,也差点成为“营销乱象”的受害者。当时,出版社为他的新作《蛙》设计了一个写满广告词的醒目腰封:“世界级作家莫言酝酿十多年,创作四余年,潜心打造的一部当代中国最感动天地的长篇力作。一个乡村妇产科医生动人心魄的人生经历……”好在,这个出版社比较尊重作者,给莫言过目。莫言看后明确表示“把那些形容词统统拿掉”,后来出版社尊重了他的意愿。

2013年,《追风筝的人》译者李继宏执笔翻译《小王子》新译本尚未正式发售,却因“迄今为止最优秀译本”“纠正现存其他56个《小王子》译本的200多处硬伤、错误”等宣传营销用语遭到了读者的强烈抵触。当年33岁的李继宏,因被冠以“天才翻译家”而成了纷争中的靶子,豆瓣网友纷纷发起“一星运动”抵制,之后该书的综合评分从9.3分一路狂跌到3.7分。抵制活动的发起人表示,该书的宣传语完全无视林秀清、周克希等法语译者的优秀译本,是“极其恶劣的行为”,更是一种“无底线”的宣传方式。

不遗余力地吹捧自己的作者、译者,是此类图书营销的立足点。唯我最佳的排他性,被当作此类营销的制胜法宝。然而,对于这样肉麻的吹捧,大多数读者和作家却并不领情。周克希告诉记者,他特别反感有人把他称为泰斗,还印在书上,要是之前能看到样书,一定不会同意这种做法。值得深思的是,反观近年来被吐槽得最厉害的图书营销事件,往往集中出现在那么几家在营销宣传上不遗余力、不惜重金的出版机构之手。而最可悲的是,有业内人士指出,对于“错误译名”和“全三册”愤怒的往往是业内人士或资深书迷,而这部分人并不是“读者”们的目标读者。因此,他们的不满,在只追求销量的出版商眼里,也许只需一份无懈可击也无多少诚意的“致歉声明”就可以摆平。

新书营销究竟要加多少戏?

陈熙涵

上海外资零售为何这样红火

(上接第一版)
全家中国便利店控股有限公司执行长特别助理童伟国告诉记者,中国是全球移动支付技术最先进、市场最成熟的国家,全家的自助收银机也是领先于日本总部,率先在中国市场试点推行。“上海的商务部门在自助收银机等创新上经常给我们建议,鼓励我们加快创新。”童伟国介绍,截至今年8月,上海已有近百家门店铺设了自助收银机,这一创新项目也已作为典型案例上报至商务部。

开市客(COSTCO)和奥乐齐(ALDI)都是通过电商形式先进入中国,试水成功后在上海落地并开出首店。在奥乐齐江宁路店,从澳大利亚空运过来的牛奶、牛排都是“独家”商品,这里80%的产品是自有品牌,20%是进口产品,产品丰富度很高。奥乐齐中国区公关负责人告诉记者,目前两家中国首店不仅是最新的概念店,而且数字化程度远超海外,店内支持小程序下单,5公里内送货上门,这是海外没有的场景,也大大增强了品牌自身的活力。

形成优势互补高质量发展区域经济布局

(上接第一版)要改革土地管理制度,增强土地管理灵活性,使优势地区有更大发展空间。要完善能源消费总量和强度双控制度,全面建立生态补偿制度,健全区际利益补偿机制和纵向生态补偿机制。要完善财政转移支付制度,对重点生态功能区、农产品主产区、困难地区提供有效转移支付。东北地区要主动调整经济结构,推进产业多元化发展,加快国有企业改革,打造对外开放新前

沿,加快转变政府职能,弘扬企业家精神,加强干部正向激励,树立鲜明用人导向,实现全面振兴。

会议指出,我国制造业规模居全球首位,是全世界唯一拥有全部工业门类的国家。要充分发挥集中力量办大事的制度优势和超大规模的市场优势,以夯实产业基础能力为根本,以自主可控、安全高效为目标,以企业和企业家为主体,以政策协同为保障,坚持应用牵

引、问题导向,坚持政府引导和市场机制相结合,坚持独立自主和开放合作相促进,打好产业基础高级化、产业链现代化的攻坚战。

会议强调,要实施产业基础再造工程,做好顶层设计,明确工程重点,分类组织实施,增强自主能力。要打造具有战略性和全局性的产业链,围绕“巩固、增强、提升、畅通”八字方针,支持上下游企业加强产业协同和技术合作

攻关,增强产业链韧性,提升产业链水平,在开放合作中形成更强创新力、更高附加值的产业链。要建立共性技术平台,解决跨行业、跨领域的关键共性技术问题。要发挥企业家精神和工匠精神,培育一批“专精特新”中小企业。

中央财经委员会委员出席会议,中央和国家机关有关部门负责同志列席会议。