

# 从语言价值看翻译价值对等\*

徐莉娜

(青岛大学, 青岛 266100)

**摘要:** 等值始终是翻译研究关注的问题, 相关讨论大多涉及等值的概念、类型及可行性。本文从语言价值视角重新审视翻译对等现象, 根据索绪尔的语言价值说探讨意义和价值的关系, 以“相同价值”解释等值问题, 指出在共享使用价值的基础上原文和译文保持的对应关系即翻译等值。

**关键词:** 语言价值; 使用价值; 等值; 改写; 多维性; 翻译单位

中图分类号: H315

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2019)05-0110-4

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2019.05.018

## Equivalent Value in Translation from the Perspective of Linguistic Value

Xu Li-na

(Qingdao University, Qingdao 266100, China)

Equivalence has drawn close attention in linguistic-oriented translation studies. There have been plenty of discussions about its concepts, categories and feasibility. Based on the principles of linguistic value proposed by Saussure, this paper discusses the relation between signification and value, whereby equivalence is defined as “equal value”. Equivalence can only be justified when there is a use-value based correspondence between the source and the target texts.

**Key words:** linguistic value; use-value; equivalence; rewriting; multidimensionality; translational unit

“等值”一直受到翻译理论研究的关注, 相关讨论大多涉及等值的概念、类型和可行性问题, 鲜有人问津翻译对等单位设定的依据。从语言价值的角度看, 判断两个语言单位的对等交换性在于判断它们是否有相同的语言价值。

### 1 语言间符号的关系

“语言价值”是索绪尔符号理论体系的核心概念。该理论从能指、所指和语言系统的角度考察语言符号的价值, 从差别性、交换性和对比性方面解释语言单位和语言系统的关系、意义和价值的关系。“词语的价值仅是不同要素共存的结果而已。价值乃是共存要素的对等物”。(索绪尔 2007:154) 共存关系是语言价值的基础, 关系对等是翻译中价值对等的基础。价值对等体现目的

语语言价值和源语语言价值的可交换性。可交换程度和翻译对等程度有正相关性。

语言符号的产生是任意的。任意性使符际间的词不可能完全以“A = 甲”的简单等式关系存在, 这在某种意义上增加翻译的难度(金隄 1998: 86)。“如果词的任务只是表现预先规定的概念, 那么语言之间都会存在意义上完全对等的词。”(Saussure 2001:114-115) 事实并非如此, 符号的任意性导致不同语言间概念表征的差异。差异的存在说明翻译不是简单的“A = 甲”, 而是 A 语言价值 = 甲语言价值。

### 2 符号的价值

词是音响形象和概念任意结合的产物, 是表达思想的基本语言单位, 也是符号切分世界的结

\* 本文系国家社科基金项目“翻译失语症研究”(14BY010)、山东省高校教改项目“产学研结合的翻译人才培养模式研究与实践”(2012180)和青岛大学特色名校建设项目“翻译的路径”(198-201301030435)的阶段性成果。

作者电子邮箱: 2273720760@qq.com

果。差别性和任意性是符号切分世界的方式,切分的结果是:(1)意义单位的形成;(2)不同语言间能指体系和所指体系不同。每种语言切分世界的方式不同。所指体系的差异意味着不同语言组织概念或范畴的方式不同,也意味着不同语言间词的语义表征不完全对等,语言之间词义部分不对等是常态,这一点在翻译中表现得尤其突出。

在声音和思维的连续体上进行切分可产生一定数量的能指和所指对立相依的语言单位。这些语言单位构成一种语言的词汇系统,可分辨性或差别性是切分词的依据,没有差别性就没有词的产生。差别切分能指,也切分概念和概念范畴,使概念与概念相互区别而又相互联系,此联系即语言价值产生的基础。

孤立的词只是音响形象和概念的结合体,是一个封闭的、独立存在的语言单位,孤立的词有意义但不具备价值。词的意义相对单个符号而言,价值则相对语言系统和规约而言。换言之,词的意义源于能指和所指的关系,价值则源于词与语言系统中其他要素的共存关系。“语言是一个系统,系统中的各要素有连带关系,每个要素的价值取决于各要素间的共存关系。”(Saussure 2001: 113)不考虑与之相邻的其他词就不能确定这个词的价值。价值是语言系统中各要素共存关系的产物。当概念既是声音的等价物又是共存要素的产物时,意义等同于价值。

区分意义和价值的概念给翻译等值一个符号学的解释,即不同语言间概念相同或部分相同的两个词在孤立状态下即使有相同的意义,也未必有相同的价值。翻译等值追求两种语言依托符号间的关系或符号与文本外其他要素的关系形成的价值对等,而不是脱离语言使用范围的词义对等。实际上,同一语言中或不同语言间的同义词都可以用来说明价值和意义是不同的,因为同义词具有相同的意义但不同的价值。价值体现于语言系统中要素的差别或关系。意义相同的两个词只有在特定语境里才能决定其价值是否对等。

### 3 翻译——同价值话语单位的转换

把翻译看作同价值话语单位的转换指在价值共享的基础上以甲话语单位置换 A 话语单位。语言价值是能指系统交换的基础,也是实现翻译中话语单位等值交换的条件。

#### 3.1 价值原则

价值是不同系统间要素的等价交换。所指和能指是语言学中不同系统的要素:一个是概念系

统,一个是声音系统。语言符号的价值体现在交换中:音响形象的价值实现于概念的存在,反之概念的价值也是由音响形象来体现的,声音和概念由此形成可交换的等价关系。两者的交换发生在语言内部,是静态的,交换的结果是符号的形成。翻译中也有一种交换,但交换发生在不同语言的能指系统间,即音响形象的交换。A 语言与甲语言在声音层面(即能指层面)进行交换,交换的结果是改变音响形象,致使不同的能指匹配相同的所指。在共享所指的基础上甲语言符号与 A 语言符号构成等价关系。单从能指交换的层面来看,翻译对等似乎是通过改变源语音响形象再现能指和所指等价关系的符号系统切换行为,但实际上这仅仅是相对单个符号的翻译而言,只是一种涉及单词的静态等价交换关系,这种交换不是真正意义上的翻译等值概念。

就孤立的词而言,如果 A 语言和甲语言在能指层面与同一个所指产生等价交换,那么 A 语言与甲语言之间就构成符号的等价关系,两者意义对等,或者说概念对等。这种静态对等的单词翻译常见于词典翻译和以教或学单词为目的的教学翻译。脱离语境的词义对等充其量不过是一种静态的翻译对等概念,称不上是翻译价值对等。语言符号的价值实现于符号的使用过程。“使用价值”(use-value)是区分翻译价值对等与结构主义语言学等值观的关键要素(Pym 1992:38)。“我们应该舍弃结构主义语言学一度采用的不同语言系统间对称性的‘对等价值’理念,应该借助经济学的交换理论来区分自然使用价值对等和功能对等这两个假设,应该看到等值实际上是在交换价值基础上体现的对等翻译理念。”(同上)“自然使用价值对等”指不同语言系统中存在的自然对等语言单位的概念,这也正是等值论受到质疑的关键原因。翻译价值对等侧重于等价值基础上的语际间话语单位能指形式的转换,这可以理解为功能或动态对等的含义。

#### 3.2 翻译中的价值对等

词在翻译中的价值须满足可交换性和可比性两个条件:(1)根据可交换原则:目的语的能指和所指之间也有等价交换关系。源语的能指和所指的等价关系在改变音响形象后变成目的语能指和所指的等价关系。在这一语符切换过程中,等价物是所指,这是交换的基础,也是体现能指价值的实体;源语和目的语的话语单位所指不变,等价关系不变。这是一种改变能指不改变所指的单词翻译。(2)根据可比性原则,一个词与其他词相比

才能确定该词在系统中的价值。词在翻译中首先需要确定的是意义。意义的基础是能指和所指的等价关系。其次,要确定的是词在系统中的价值。意义不完全等同于价值,价值归属于特定的系统,在系统中产生的意义才有价值。

能指和所指间的联系产生意义,符号与符号的联系产生价值,价值体现在符号的使用过程中。脱离语境,符号的意义是静态的,被语境激活的意义才能体现出符号的价值,价值是动态意义之所在。

#### 4 等值的多维性与改写的适度性

翻译即改写,翻译中的改写因意识形态差异或语言差异的干扰而发生,改写为的是选择与翻译目的相适应的诗学维度或意识形态维度的价值对等交换单位。对等维度的选择取决于源语的语言价值、目的语的诗学规范或文化规范的取向。价值对等是译者做出的目的性明确的翻译选择结果。

##### 4.1 翻译等值的多维性

语言价值体现在使用过程中。语言的使用在语音、语义、语法、语用、意识形态等不同维度上体

现一定的价值倾向,因此,翻译价值对等的取向也是多维度的。等值单位不是对称性地存在于不同语言系统中,而是译者通过比较选择出来的在某一个或几个维度上可对等交换的翻译操作单位,这是一种不少学者倾向采纳的客观审视翻译过程的眼光。持有或倾向等值观的学者都是以在某一个或几个层面上建立起来的对等关系来界定或谈论等值概念的(Catford 1965, Pym 1992, Koller 1983)。事实上,无论是形式等值还是动态等值,无论是语用等值,还是语言规范等值,任何翻译对等单位的采用都是译者在考量语言使用维度的前提下做出的翻译选择。选择是动态的,决定选择的是“使用价值”或“有用性”(utility)(Pym 1992: 44),选择的直接结果就是或对形式或对内容做出某种性质的改写。

##### 4.2 价值选择的倾向性与改写的目的性

价值的选择有明显的倾向性,皮姆以英国电视游戏节目“The price is right”为例说明判断等值关系的依据不是语言形式(同上 2007:274)。表<sub>1</sub>显示同类的节目名称在不同语言间不同维度的对等关系。

表<sub>1</sub> 不同语言间话语单位对等关系的多维性

语言类型	英语	法语	西班牙语	德语	汉语
语言特征	The price is <b>right</b> .	Le <b>juste</b> prix.	El precio <b>justo</b> .	Derpreis ist <b>heiss</b> .	价格 <b>猜猜猜</b> 。
语法结构的对等程度	主系表结构	偏正结构	偏正结构 (后置定语)	主系表结构	主题—评述结构
right 的语义对等程度	right 的释义:in conformance with <b>justice</b>	The <b>right</b> price. 语义对等	The <b>right</b> price. 语义对等	The price is <b>hot</b> . 所指不对等	<b>Guess</b> at the price. 命题不对等
音韵效果对等程度	price 和 right 押韵	无音韵效果	无音韵效果	preis 和 heiss 押韵	以原词复现体现音韵效果

\* 表中的汉语名称为笔者添加。

根据表<sub>1</sub>中各项说明,可概括为以下3点:

(1)有相同有用性的话语单位在不同语言里可以有不同的语法结构。作为电视栏目名称,语法结构越简单、越便于记忆越好。法语和西班牙语分别省略系词采用偏正结构,这是一种满足电视节目命名简洁性原则的策略。虽然其语法结构与英语的不同,但命题相同,语义价值则相同。

(2)如果两种语言在某个层面(如语义、语音、功能)拥有相同的有用性,那么在这个层面上的两个话语单位可构成价值对等交换关系,这种关系是操作话语单位转换的价值基础。

(3)话语单位的价值有时来自语言系统内

部,有时来自语言的使用环境。如果环境是决定使用价值的因素,翻译时则倾向于功能层面的价值对等,而非语义层面的价值对等。例如:德语 heiss(热的、刺激的)的语义与英语 right 没有语义特征对应关系,而有相同语义对应关系的则是 richtig(正确的)或者 recht(合适的),但 preis 与 heiss 同现和 price 与 right 同现一样,会产生很好的谐音效果,谐音突出语音的和谐美。此外,在 preis 的语义限制和电视节目场景的作用下,heiss 的语言张力得以加强,猜价格节目场景的刺激程度犹如温度一般触手可及(同上),这一点也使得 heiss(对应英语是 hot)可以与 right 构成有效的价

值对等关系。这种以效果为重的翻译行为是一种功能取向的等值翻译。

就翻译而言,以上5种语言的话语单位都可以相互转换,转换的基础是不同维度的价值对等关系。价值的选择意味着对原文某些维度的舍弃和改写。如果以英语电视节目的名称作为原文,那么The price is right就是其他4种语言翻译改写的参照物。这4种语言的翻译与原文的关系如下:

(1)语法形式不对等,语义价值对等。法语和西班牙语译文改写的是原文的语法形式,主谓结构改为偏正结构,命题不变,语义关系对等。Right释义中justice语义特征显示这个英语单词与法语的juste和西班牙语的justo有共享的语义成分,因此三者语义价值对等。语义成分和语义关系对等意味着所指对等,以所指对等为取向的翻译称为语义等值翻译。

(2)语法形式对等,词义不对等,但形式—审美效果对等。德语译文是在语义维度上对原文进行改写,舍弃right的语义对等词richtig,取而代之的是表示温度的词heiss,这是一种典型的诗学取向的改写,以功能价值为重,改写语义,保留原文的谐音效果,以谐音之美吸引受众的注意力。

(3)语法形式不对等,词义不对等,但形式—审美效果对等。汉语译文与原文的句子结构不一致,前者为主题—评述句,后者为主谓句。此外,在词汇层面汉语译文改写原文(right改为“猜”),但重现原文的形式—审美效果,用叠词体现原文的韵律,再现原文押韵的美学效果。再者,对原文的改写是一种语言规范取向的适应性策略。有研究者对中国内地及香港凤凰卫视的1030个电视栏目进行统计,绝大多数栏目的名称都在二至八言(音节)之间,其中以四言、五言最多,中央台节目中以五言格式命名的栏目主要集中在二套、三套等娱乐性、文艺性较强的频道(蒋成峰2007)。“价格猜猜猜”正是以五言格命名娱乐节目的做法,很适合受众的审美价值观。

改写不是任意的,对哪一个维度进行改写都不能改变主题。Price是主题词,所有的译文都必须保留该主题词,改写主题就彻底切断译文和原文的关系,两个文本之间也就不存在价值对等。围绕同一个主题可以换一种语言形式、表述方式和视角,所有的改写都是为更好地表现原文主题,

或让目的语读者更易于接近原文。

## 5 结束语

翻译是在有一定价值对应关系层面上进行的跨语言文化的交际活动。脱离作为参照物的原文和交际环境谈意义和改写都不是一种正确的做法。既然等值发生在不同的维度上,那么改写也应该在相应的维度上进行,这种基于相同价值的改写才能控制改写的方向性和适度性。如果说翻译是一个寻求可交换对等话语单位的过程,那么语言使用价值就是衡量原文和译文之间话语单位转换的依据。

## 参考文献

- 蒋成峰. 电视栏目名称的语言学分析[J]. 重庆邮电大学学报, 2007(1). || Jiang, C. -F. Linguistic Analysis of the Names of TV Columns[J]. *Journal of Chongqing University of Posts and Telecommunications*, 2007(1).
- 金隄. 等效翻译探索[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 1998. || Jin, D. *On Translational Equivalency* [M]. Beijing: China Translation & Publishing Corporation, 1998.
- 索绪尔. 普通语言学教程:1910-1911 索绪尔第三度讲授[M]. 长沙:湖南教育出版社, 2001. || Saussure, de F. *Saussure's Third Course of Lectures on General Linguistics (1910-1911)* [M]. Changsha: Hunan Education Publishing House, 2001.
- 索绪尔. 索绪尔第三次普通语言学教程[M]. 上海:上海世纪出版集团, 2007. || Saussure, de F. *Course in General Linguistics (3rd)* [M]. Shanghai: Shanghai Century Publishing Group, 2007.
- Catford, J. C. *A Linguistic Theory of Translation* [M]. London: Oxford University Press, 1965.
- Koller, W. *Einführung in die Übersetzungswissenschaft* [M]. Heidelberg: Quelle & Meyer, 1983.
- Pym, A. *Translation and Text Transfer: An Essay on the Principles of Intercultural Communication* [M]. Frankfurt: Peterlang, 1992.
- Pym, A. Natural and Directional Equivalence in Theories of Translation[J]. *Target*, 2007(2).
- Saussure, de F. *Course in General Linguistics* [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2001.