



商务英语学习精品系列

BUSINESS

商务汉英语言文化 对比分析与翻译

■ 李太志 编著



国防工业出版社

National Defense Industry Press

商务
英语

013025172

I131
1852

商务英语精品学习系列

广东省哲学社会科学规划项目(09GK-04)

广东省高等学校人才引进专项资助项目

商务汉英语言文化 对比分析与翻译

Contrastive Analysis of Language & Cultural
Messages in BC-BE Translation

李太志 编著



国防工业出版社

· 北京 ·



北航

C1631955

H31

1852

内 容 简 介

本书从不同层面、不同视角、不同切入点对商务汉英语言文化进行多维观照和对比分析,旨在构建一个较为系统的商务汉英语言文化对比分析的框架体系,在对比分析商务汉英语言文化差异的基础上,有针对性地提出指导有效商务汉英翻译的启示和预防可能受汉语影响而发生的商务汉英翻译失误的警示。

图书在版编目(CIP)数据

商务汉英语言文化对比分析与翻译/李太志编著.

—北京:国防工业出版社,2013.2

(商务英语精品学习系列)

ISBN 978-7-118-08580-8

I. ①商... II. ①李... III. ①商务-汉语-文化语言学-研究 ②商务-英语-文化语言学-研究 ③商务-英语-翻译-研究 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 009399 号

※

国防工业出版社 出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)

天利华印刷装订有限公司印刷

新华书店经售

*

开本 880 × 1230 1/32 印张 8½ 字数 206 千字

2013 年 2 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—2000 册 定价 29.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店:(010)88540777

发行邮购:(010)88540776

发行传真:(010)88540755

发行业务:(010)88540717

前 言

作为商务汉英翻译译入语的商务英语只是专门用途英语的一个分支。商务英语作为一个新兴的三级或四级学科,引起人们关注与研究的时间并不长。第二次世界大战之后,随着全球科技、经济、文化的迅猛发展,特别是在经济贸易全球化不断加快的今天,传统的以纯语言文学为主的英语学习越来越不适应形势发展的需要,满足不了以英语作为交际工具来学的需求。因此,复合型英语专业或学科的发展势在必行,从而掀起了商务英语学习的热潮,也引发了对商务英语的研究兴趣。

作为在商务语境或情景中使用的英语,商务英语不是一种独立的语言形式,而是一种社会功能语言变体。经过几十年的发展,“商务英语在国外已经发展成为专门用途英语中最大的一个分支,国外学者对商务英语的性质、定义、范畴、功能特征等进行了比较系统的研究。在国外,商务英语研究已经开始向商务话语研究和跨文化商务交际研究发展”(王立非,2011),现已出版了大量学术专著,包括《商务话语:文本与语境》、《商务话语评价》、《跨文化与国际商务交际:理论、研究与教学》等。在我国,商务英语研究与商务英语专业的蓬勃发展一样,发展势头迅猛,成果颇丰。比如,“在外语类核刊上发表的商务英语论文有二百多篇,涉及商务英语翻译、商务英语教学、商务文化等内容。其中,商务英语翻译类文章名列前茅,占16.6%(2006年~2010年)”(王立非,2011)。发表在我国外语类及语言类核心刊物上有关商务英语翻译的论文可以说代表了我国商务英语翻译的研究现状。最具代表性的商务汉英

翻译类成果要数刘法公 2002 年在《中国翻译》上发表的“商贸汉英翻译的原则探索”,其他关联度较高的成果包括“商务应用文的英译应与国际接轨”(恒齐、隋云,《中国翻译》,2003)、“论商务文本翻译标准的多元化”(马会娟,《中国翻译》,2005)、“商务英语翻译的文体意识”(顾维勇,《中国翻译》,2010)、“新世纪十年来商务英语翻译研究:回顾与前瞻”(石春让,《解放军外国语学院学报》,2012)等。

除了以商务英语翻译为题的论文之外,近年来以商务汉英翻译为专题进行研究的教材和专著却屈指可数,其中包括《商贸汉英翻译专论》(刘法公,1999)、《应用翻译功能论》(贾文波,2004)、《商务英语翻译(汉译英)》(李明,2007)、《商贸汉英翻译评论》(刘法公,2004)、《工商企业翻译实务》(许建忠,2001)、《实用文体翻译》(顾维勇,2005)等。

可见,商务汉英翻译研究的工作有待深入,商务汉英翻译的质量急需提高。到目前为止,旨在跨文化对外商务英语交流的商务汉英语言文化对比与翻译的研究工作不是很多,也不太系统,研究的空间较大。因此,本书拟从宏观和微观两个层面对比分析商务汉英作为特殊用途的社会功能语言变体所表现出来的语言文化上的差异,并据此提出针对性较强的适用于商务汉英翻译的启示与预防因汉语负面影响而发生失误的警示。本书的主要内容和总体框架简述如下:

第一,以功能语境理论为指导,从宏观层面探讨商务英语作为商务汉英翻译译入语在语域之语场、语式和语旨三个方面的语言文化特征,继而分析功能语境对商务汉英翻译的制约作用(第二章);

第二,以汉英对比分析理论为指导,分别从语言与文化两个宏观层面对比分析商务汉英作为特殊用途语言变体所表现出来的语言文化特征及其差异,并据此提出灵活而恰当的翻译方法和策略

(第三章);

第三,梳理并简述适用于商务汉英翻译的国内外翻译标准和原则,探讨分析商务汉英翻译标准的多样性以及商务汉英翻译中存在的问题(第四章);

第四,以语体和文体为切入点,对比分析商务汉英在语体和文体方面表现出来的语言文化特征及其差异,在此基础上探讨语体和文体分析在商务汉英翻译中的作用,并据此分别统领和指导对词句段篇和商务信函、商务合同、商业广告、商业说明书等几种主要文体中表现出来的语言文化差异及其翻译的探讨(第五章、第十章);

第五,以语体分析为引领,分别从词、句、段、篇等微观层面对比分析商务汉英语言文化差异,继而提出对商务汉英翻译针对性较强的启示与预防因汉语负面影响而发生失误的警示(第六章、第七章、第八章、第九章);

第六,以文体分析为引领,分别对商务信函、商务合同、商业广告、商业说明书等几种具有代表性的应用文文体中表现出来的商务汉英语言文化差异进行比较系统的对比分析,继而提出对商务汉英翻译的启示与警示(第十一章、第十二章、第十三章、第十四章)。

全书共分绪论、概论、分论1(词句段篇)和分论2(几种主要商务汉英应用文文体)四大部分。通过从不同层面、不同视角、不同切入点对商务汉英语言文化进行多维观照和对比分析,本书旨在构建一个较为系统的商务汉英语言文化对比分析的框架体系,在对比分析商务汉英语言文化差异的基础之上,有针对性地提出指导有效商务汉英翻译的启示和预防可能受汉语负面影响而发生的商务汉英翻译失误的警示。

出于上述宗旨,本书既是为热心研究商务英语翻译的同仁抛砖引玉,又是为即将从事对外商贸工作和正在进行对外商贸工作

的精英们做学习和参考之用。笔者相信,对商务汉英语言文化的对比分析将丰富我国商务汉英翻译教学的内容,有助于商务汉英翻译水平和跨文化商务英语交际能力的提高,有益于我国对外商贸事业的繁荣与发展。

最后,谨向在本书撰写之中给予指点和帮助的专家学者致以衷心的感谢!特别是向对本课题研究成果进行评审验收的专家学者表示诚挚的敬意!同时,恳请读者对书中存在的疏漏之处给予批评指正。

李太志

2012年9月

目 录

I. 绪论

第一章 认识几个与商务汉英对比分析与翻译有关的问题	2
1.1 商务汉英是汉英各自语言的一种社会功能变体	3
1.2 商务汉英翻译是在商务语境下发生的跨语言、跨文化的交流活动	6
1.3 商务汉英翻译中涉及的语言与文化具有特殊性	9
1.4 商务汉英“体中有体,类中有类”,翻译力求“得体”与“功能对等”	11
1.5 本课题的研究对象、目标、任务与内容	13
1.6 本课题研究的指导理论、研究现状和方法	14
本章参考文献	24

II. 概 论

第二章 功能语境制约下的商务英语语言文化特征与翻译	28
2.1 功能语境制约下的商务英语语言特征	28
2.2 功能语境制约下的商务英语文化特征	40
2.3 功能语境对商务英语翻译的制约作用	43
本章参考文献	48
第三章 语言文化关联下的商务汉英对比分析与翻译	51
3.1 语言关联下的商务汉英对比分析	52
3.2 文化关联下的商务汉英对比分析	57
3.3 为有“交际”而多“译”善“变”	64
本章参考文献	78

第四章 商务汉英翻译标准及其存在的问题	81
4.1 适用于商务英语翻译的标准	82
4.2 商务汉英翻译中存在的问题	90
本章参考文献	97

III. 分论(1)

第五章 “纵聚合关系”论观照下的商务汉英语体	
修辞对比分析与翻译	100
5.1 “纵聚合关系”论观照下的商务汉英语体修辞	
对比分析与翻译	101
5.2 对商务汉英语体翻译的启示:“斟酌词句”	
需有修辞眼光	110
5.3 对商务汉英语体翻译的警示:不要文白夹杂,	
有失“体统”	111
本章参考文献	113
第六章 商务汉英词义对比分析与翻译	115
6.1 “实”义与“虚”义、“增”译与“减”译	116
6.2 “普通词义”与“专业词义”及翻译转换	121
6.3 商务汉英褒贬词义对比分析及其翻译	125
6.4 商务汉英正式与非正式语体词义对比分析及	
其翻译	129
6.5 商务汉英正反义对比分析与翻译转换	134
本章参考文献	137
第七章 商务汉英词类用法对比分析与翻译	139
7.1 商务汉英动词/名词用法差异对比分析与翻译	140
7.2 商务汉英动词/介词用法差异对比分析与翻译	145
本章参考文献	150
第八章 商务汉英句法对比分析与翻译	152
8.1 商务汉英意合与形合之间的句法差异对比	

分析与翻译	153
8.2 商务汉英尾重与头重之间的信息结构差异对比 分析与翻译	159
8.3 汉语突出话题与英语突出主语的句法结构差异对比 分析与翻译	164
8.4 商务汉英人称与物称之间的句法修辞差异对比 分析与翻译	166
8.5 商务汉英主动与被动语态之间的句法修辞差异对比 分析与翻译	170
本章参考文献	174
第九章 商务汉英段篇修辞对比分析与翻译	176
9.1 商务汉英语段修辞差异对比分析与翻译	177
9.2 商务汉英语篇修辞差异对比分析与翻译	190
本章参考文献	194
IV. 分 论 (2)	
第十章 商务汉英文体对比分析与翻译	196
10.1 商务汉英文体特征对比分析与翻译	197
10.2 对商务汉英翻译的启示:文体修辞分析与优化, 英译分“体”别类	205
10.3 对商务汉英翻译的警示:切合原文文体,不要 “跑调串体”	206
本章参考文献	208
第十一章 商务汉英信函语言文化对比分析与翻译	209
11.1 商务汉英信函语言文化差异的对比分析与翻译	209
11.2 对商务汉英翻译的启示	217
11.3 对商务汉英翻译的警示	219
本章参考文献	220

第十二章 商务汉英合同语言文化对比分析与翻译	221
12.1 商务汉英合同语言文化差异的对比分析与翻译	222
12.2 对商务汉英翻译的启示	228
12.3 对商务汉英翻译的警示	229
本章参考文献	233
第十三章 汉英商业广告语言文化对比分析与翻译	234
13.1 汉英商业广告语言文化差异对比分析	234
13.2 对商务汉英翻译的启示	243
13.3 对商务汉英翻译的警示	247
本章参考文献	250
第十四章 汉英商业说明书语言文化对比分析与翻译	252
14.1 汉英商业说明书语言文化差异对比分析与翻译	253
14.2 对商务汉英翻译的启示:渲染适度、突出信息	258
14.3 对商务汉英翻译的警示	259
本章参考文献	262

I . 绪论

Business English differs from other varieties of ESP in that it is often a mix of specific content (relating to a particular job area or industry), and general content (relating to general ability to communicate more effectively in business situations).

—Mark Ellis & Christine Johnson

一句中国话,翻译英语怎么说;一句英语,中国话里怎么表达,这又是一种比较。只有比较才能看出各种语文表现法的共同之点和特殊之点。

——吕叔湘

第一章

认识几个与商务汉英对比分析与翻译有关的问题

近年来,经贸全球化(globalization)和一体化(integration)不断加快与深入,中外商贸交流与交往也随之越来越频繁、越来越紧密。在使用英语这种全球最常用的工作语言进行商贸交流与交往而进行翻译时,我们发现,汉英两种语言之间有着极大的差异,并且,这种差异涉及到汉英两种不同文化。上述差异不仅包括汉英作为不同民族的语言在普通意义上的语言文化差异,而且还包括汉英两种语言在商务这种特殊语言用途(Chinese and English for specific purposes /ESP)中表现出来的语言变体(variety of a language)与语用文化(pragmatic culture)上的差异。前者(汉英作为不同民族的语言在普通意义上的语言文化差异)只是本课题研究的出发点与基础,后者(汉英两种语言在商务这种特殊语言用途中表现出来的语言变体与语用文化上的差异)才是本课题研究的重点与关注的焦点,也是本课题研究的特别之处。本课题的研究旨在以对普通汉英语言文化差异所做的对比分析作为背景或基础,继而对商务汉英两种语言变体与语用文化上的差异进行多维观照和对比分析,以便提出更有效更有针对性的商务汉英翻译的启示与预防因汉语负面影响而发生失误的警示。

在对本课题研究之前,我们有必要对以下几个相关的问题进行简要论述:

- (1) 商务汉英是汉英各自语言的一种社会功能变体;
- (2) 商务汉英翻译是在商务语境下发生的跨语言跨文化的交流活动;
- (3) 商务汉英翻译中涉及到的语言与文化具有特殊性;
- (4) 商务汉英“体中有体、类中有类”,翻译力求“得体”与“功能对等”;
- (5) 本课题的研究对象、目标、任务与内容;
- (6) 本课题研究的指导理论、研究现状概述和方法。

1.1 商务汉英是汉英各自语言的一种社会功能变体

作为一种社会功能语言变体,商务汉语(Business Chinese)或商务英语(Business English)是在商务情景或商务语境(business contexts)中使用的汉语或英语。包括商务英语在内的特殊用途英语并非是一种独立或特别的语言形式,而是现代英语的一种社会功能语言变体(Hutchinson & Waters, 1987),是专门供特定的社会文化群体所使用的一种语言范围(Halliday, 1964)。笔者认为,这一论断同样适用于商务汉语。

为了更深入更全面地把握作为专门用途的商务汉语或商务英语的本质属性,在此需要回答以下两个问题:

(1) 商务汉英涉及到的商务是什么?书中所说“商用”又作何解?

人们一提到“商务”就会马上想到“商业”(commerce)。商业仅是指“以买卖为手段促进商品流通的经济行业”(黎运汉,2005);英语用于表示商业买卖活动的词语不只 commerce 一词,还有 shopping、trade、selling 等词,如“商业街”(shopping street)、“商厦”(shopping mall)、“商业用语”(trade language)、“商业特色”(selling points)等。另外,“商业”一词还可用来指“商业管理”,所以,“商务部”的英译就是 Ministry of Commerce,“美国商务部长”

就是 US Secretary of Commerce。虽然“商业”(commerce)与“商务”(business)经常混用,但是,严格来讲,“商业”只是“商务”所涵盖的其中一个意思,“商务”一词的内涵与外延较广。

从广义上讲,商务汉语或商务英语“围绕国际贸易、国际投资等各类国际经济、公务和交往活动中使用的外语而展开学术研究,如国际贸易、国际金融、国际营销、国际旅游、国际财经新闻、国际法、国际海事研究等,表现出职业话语和专门用途的特点”(王立非,2011)。可见,商务汉语或商务英语涉及到的商务不单指商业或生意,而是指商业经济活动中的一切事务,即除私人事务之外的围绕贸易、投资开展的各类经济、公务和社会活动,如:商业贸易、金融保险、证券投资、交通运输、营销、旅游、信息、新闻、法律、外事等。从狭义上看,商务汉语或商务英语“涉及到的商务类型及其文本至少包含3种:商务广告、企业介绍、产品描述等文本;与商务人员跨文化交流、求职工作等相关的文本;与世界经济、国际贸易、金融、证券及投资、市场营销、管理、物流与运输、合同与协议、保险与仲裁等相关的文本”(石春让、白艳,2012)。

此外,书中有时所说“商用”是指“应用于商务或商贸语域”这个意思,也就是汉英在商务或商贸这个特殊社会功能中的专业用法、半专业用法和行业用法。比如,“公事公办”这一俗语用于商务或商贸之中,就另有说法,即“生意场上无父子”。对应的英译——“Business is business.”用于普通场合就是“It is a serious matter.”(安亚中、张健,2008)的意思,而用在生意场上的意思则是“*There's no pity in business. /In the business world there is neither father nor son.*”(尹帮彦,2005)。再如,“average”一词用于普通英语,意思是“平均”,而用于商务或商贸英语时,其词义就获得了专业词义,并且,用在不同行业有着不同的专业词义:在证券投资业中,其意思通常是“股票平均价格”,如“*industrial averages*”(工业股票的平均价格);而用于保险业中,它主要指“海损”,如“*general avera-*

ges and particular averages”(共同海损与单独海损)。

(2) 什么是商务语言? 什么是商务汉语和商务英语?

商务语言是一种特殊用途或专门用途的语言变体。具体地说,商务语言就是商业主体在商业实务中为实现商业目的而运用的语言(黎运汉,2005),就是“在国际商务中使用的语言”(王立非,2011)。再具体地说,商务语言就是“在商务社会交际、采购、销售、洽谈、登广告、拟计划、管理、服务、储运、调查、统计、导游以及商品说明、招牌和商标命名乃至商务记者招待会、商务讲话和庆典致辞、演讲等商务活动中所使用的语言”(李明,2007)。

虽然“商务汉语”之说目前还没有广为流传,但在广为国际社会接受的“商务英语”这一学科与专业名称的影响之下,教育市场上已经有了类似于“剑桥商务英语”教材和“剑桥商务英语考试(BEC)”的《商务汉语》(湖南科技出版社)教材和“商务汉语考试(BCT),并且,“经贸汉语”(黄为之、黄锡之,2000)之说却广为流传。

相比之下,“商务英语”(English for Business Purposes; Business English)之说则早已深入人心(李明,2007)。当今,商务英语培训席卷全球,英国人主编的《剑桥商务英语》教材更是风靡全球。除了在英美等以英语为母语的国家已有高校(如:英国的 University of Central Lancashire)开设商务英语专业外,商务英语已在包括中国、日本、韩国、泰国、马来西亚、巴西、越南和阿拉伯国家在内的以英语为外语的许多国家和地区,被设置为一门专业或课程,对学生进行系统而全面的国际商务英语知识与技能的培训。这些显然都是“商业全球化、文化多样性在商务活动中与日俱增”(王正元,2001)的国际社会的普遍需求。虽然商务英语作为一门学科进行学术研究的历史可以追溯到 20 世纪六七十年代,作为一门课程来开设,“在我国已有 60 多年的历史”(王立非,2011),但近几年,商务英语在我国作为一门新兴专业(2007 年教育部批准开设的商务

英语本科专业)来开办,发展势头很猛。“在我国,目前已有 540 多所高校设立了商务英语专业或方向,在校商务英语本科生达到 20 多万”(王立非,2011)。可见,在我国已经掀起了“商务英语热”。

1.2 商务汉英翻译是在商务语境下发生的跨语言、跨文化的交流活动

中国人到了美国,在大商场或国际机场里,如果搞不明白“restroom”这个标识语,就很可能想当然地把它误解为“休息室”;甚至有人在我国学校教学楼的教师休息室门口,竟然悬挂标有英译——“Restroom for Teachers”的门牌,结果闹出了外教到“教师休息室”上厕所的笑话。在英语中,“restroom”是指像机场、商场、超市这样的大型公共场所里的“厕所”、“洗手间”或“盥洗室”。可见,我们对“厕所”这一标识语的理解与英译可能因文化语境的不同而引发错误。

“为了检测英文缩略语 WC 的准确意义,记者采访了来自美国的杰克。杰克认为这样的标志用在公共场合非常不雅,因为在英国英语中,WC 类似中文所说的“茅厕”,是比较粗俗的说法。而在外国(英、美等国)表示厕所时多用 Restroom,意思为“洗手间”(《北京晨报》,第 14 版)。而“我们在伦敦实地调研得出的结论与此恰恰相反。在 London Tower 附近我们就拍摄了一个 24 小时开放的 WC 的公示语牌。我们还询问了长驻英国,不久前归来的外交人员,得到的回答是 WC 在伦敦较少使用,但外国人多的地方反而使用。北京第二外国语学院公示语翻译研究中心的专家们,2004 年和 2005 年在对西欧、北欧和南欧等 11 国的实地考察中发现,国际化程度高的旅游城市 WC 都昭然悬挂。在某种意义上来说,WC 已经不再是原始意义的‘茅房’,已经更新,已经‘中介化’”(王颖、吕和发,2006)。由此可见,小小的“厕所”这个公示语的英译——“WC”虽对英语为本族语的人来说是个粗俗的说法,但是,在国际