

CHINESE-ENGLISH
TRANSLATION
IN BUSINESS:

A

CRITICAL ANALYSIS

外研社高等英语教育学术文库

商贸汉英翻译
评论

刘法公◎著

15.9

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

1315.7
218

CHINESE-ENGLISH
TRANSLATION
IN BUSINESS:

A

CRITICAL ANALYSIS

外研社高等英语教育学术文库

商贸汉英翻译
评论

刘法公◎著

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

北京 BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

商贸汉英翻译评论/刘法公著. —北京:外语教学与研究出版社, 2004. 12
ISBN 7-5600-4649-5

I. 商… II. 刘… III. 商务—英语—翻译 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 137365 号

出 版 人: 李朋义

责任编辑: 刘相东

封面设计: 潘振宇

出版发行: 外语教学与研究出版社

社 址: 北京市西三环北路 19 号 (100089)

网 址: <http://www.fltrp.com>

印 刷: 北京大学印刷厂

开 本: 787×965 1/16

印 张: 12.75

版 次: 2004 年 12 月第 1 版 2005 年 7 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-5600-4649-5

定 价: 16.90 元

* * *

如有印刷、装订质量问题出版社负责调换

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话: (010)88817519

序

距离我的第一部商贸汉英翻译著作《商贸汉英翻译专论》1999年出版已经整整五年了。写这本《商贸汉英翻译评论》的计划始于2000年初，旨在客观评价商贸翻译的各种问题，推动各部门翻译水平的提高。这五年间，中国的发展突飞猛进，加入WTO的梦想早已实现，进出口贸易翻了两番，上海获得了2010年世博会的举办权，中国在世界上的政治和经济地位大大提升，人民的生活水平显著改善。我也从宁波大学调到汕头大学，又从汕头大学来到浙江工商大学任教。各方面的变化太大了。由于忙于教学工作和管理改革，拖到2003年7月才开始动笔写作本书。

五年的时间中国商贸汉英翻译的状况并没有多大的改观。我发现中国商贸领域的汉英译文，包括店名、标语、商标、广告词、说明书等文字的汉英翻译错误依然很多，甚至达到了严重影响中国外向型经济形象的程度。这种翻译状况使我有了完成这本书的紧迫感。我渴望商贸汉英翻译能得到足够的重视，希望商贸汉英翻译的那些错误能迅速得到纠正，盼望商贸汉英翻译的研究有更多的成果，更加系统化。经过我两年断断续续的写作，这本《商贸汉英翻译评论》专著终于可以付梓了。按理说，我应该如释重负，可不知为什么，写完这本书我不但没有如释重负的感觉，反而心里增添了几分沉重，总觉得包括我自己在内的中国成千上万的高校英语教师倾心血从事多年的英语教学和翻译研究，培养出来的数十万计的英语人才正在各行各业发挥作用，中国的商贸汉英翻译不应该还是这般模样。

然而，我们还是必须面对现实。几年过去了，各种涉外的文字材料中汉英译文错误依旧，例如，把“人均收入”错译成 Per capital income (应为 per capita income)；把“国内外朋友”译成 friends both home and abroad (应为 friends both at home and abroad)；把“消费品”译成 consumption production (应为 consumer goods)；把“电信产品”译成 electronics information products (应为 telecom products)；把“外向型经济”译成 foreign economy (应为 export-oriented economy) 这样的错误屡见不鲜。翻译研究和评论工作任重而道远，希望更多的同行加入到研究和评论商贸汉英翻译的行列。

法国哲学家库辛有句名言：“批判是科学的生命。”翻译科学化进程离不开评论和批评，因为学术化的翻译批评从实际出发，以求真为旨趣，以求实为基础，以尚理为先导。翻译评论是人们提高翻译水平的有效方法之一。分析别人的翻译错误，从别人的翻译错误和教训中锻炼自我，警示自我，从而达到取长补短，快速提高整体的翻译水平，这就是翻译评论的宗旨，也是我写本书的原则和目的。在我的理念中，翻译评论就是摆事实，讲道理，用事实说话，以道理服人，绝不“扣帽子，打棍子”，但愿我在本书中做到了这一点。

本书选取的汉英翻译原文和译文都是中国商贸领域客观存在的、流通已久的、影响较大的实料。这些举例资料是我用近十年的时间积累的中国各地公司、厂家实际散发的汉英对照宣传品，其中大部分是商家在广州出口商品交易会上使用的汉英对照宣传资料。它们折射着中国商贸汉英翻译领域的许多客观问题，也反映出这些领域翻译质量保障体系的薄弱。这些资料所反映出的翻译问题，如果不得到及时解决，将继续影响中国的国际贸易和经济发展。本书在阐述商贸翻译理论的基础上，

全面分析商贸汉英翻译中的各种问题,评论商贸汉英翻译译文的优劣,找出翻译错误产生的规律,总结出翻译好商贸领域的说明书、商业信函、商业广告等实用文体的翻译规律。这对解决商贸汉英翻译中的实际问题有立竿见影的效果。

综观中国的翻译评论,我们看到的是表扬的多,批评的少,所以许多翻译问题和缺陷难以暴露。而本书恰好相反,批评很多,表扬较少,所有的批评都以事实为根据,以英语语法、词法和句法为准绳。我在本书中采用的翻译评论方法是:通过对比原文和译文,分析译文的优点和缺点,分别列出语法问题、词汇问题、句法问题、文体问题、译名问题,总结他人译文失误的经验教训,找到解决误译的手段。为了证明翻译的差异,我还在大多数原译文评论的最后以“笔者试改译原译文”的形式提供新译文加以比较。

据我所知,本书是迄今第一部评论商贸汉英翻译的专著。书中采用的都是流通的翻译原文和原译文,富有客观现实意义。鉴于当前商贸汉英翻译的观点和理论成果不多,我在1999年出版的专著《商贸汉英翻译专论》以及后来发表的一些文章中的观点和理论在本书中又有所涉及,也表现出我就这个专题研究的长期性和连续性。我要感谢在本书的创意、写作、打印和编辑出版过程中为我提供帮助的同事和朋友们。我尤其要感谢我的夫人鲁平不辞劳苦地将本书手稿逐字逐句输入电脑,2003年整个暑假她在电脑前挥汗如雨的情景至今令我难忘。没有她的无私帮助,这本书不可能如期完成。

本专著定稿出版之时,正值我所在的杭州商学院更名为浙江工商大学,谨以此书为浙江工商大学的诞生献礼。

刘法公

2004年7月于浙江工商大学

目 录

序.....	F3
第一章 商贸汉英翻译评论的来龙去脉.....	1
一、萌动的思考与原始的启示.....	1
二、关于翻译质量与现状的一些感慨.....	2
三、商贸翻译亟需规范.....	7
第二章 对当前商贸汉英翻译质量的基本评价.....	9
一、商贸翻译缺乏标准和原则.....	11
二、基本评价不容乐观.....	12
三、商贸汉英翻译问题管窥.....	12
第三章 商贸汉英翻译原则的提出与可行性.....	20
一、提出商贸汉英翻译原则的意义.....	20
二、现有的一些翻译标准对商贸翻译的适用性.....	21
三、商贸汉英翻译的原则分析.....	22
四、商贸翻译原则从实践中来,还要到实践中去.....	34
第四章 家电行业介绍手册的汉英翻译质量点评.....	35
第五章 机械设备进出口行业宣传手册的汉英翻译点评.....	53
第六章 评两本国家级进出口公司宣传手册的汉英翻译.....	68
一、评《中国建筑材料及设备进出口公司简介》.....	68
二、评《中国出口商品基地建设总公司宣传册》.....	75
第七章 评五篇地方企业与公司简介的汉英翻译.....	94
一、评《西北国棉一厂简介》.....	94
二、评《中国太平洋保险公司及广州分公司简介》.....	99
三、评《广东省公证处简介》.....	106
四、评《四川甘孜藏族自治州对外经济贸易公司简介》.....	112
五、评《天津经济开发区简介》.....	121

第八章 评商业广告和产品说明书的汉英翻译	129
一、商业广告和产品说明书的汉英翻译应该遵循的标准.....	129
二、商业广告和产品说明书的汉英翻译现状.....	131
1.《老四川五香牛肉》.....	131
2.《老城隍庙五香豆》.....	132
3.《天津药材公司宣传广告》.....	133
三、译者英语水平与翻译能力俱佳是译文成功的关键.....	136
1.《潍坊风筝简介》.....	136
2.《可蒙双效美容霜》.....	140
3.《乐陵金丝小枣》.....	145
4.《山珍牌香榧》.....	149
第九章 评中国名酒包装盒上介绍辞的汉英翻译	159
一、评《沛公礼品酒简介》.....	159
二、评《国宴用酒：中国杜康简介》.....	162
三、评《曹州圣酒》.....	166
第十章 评中国旅游景点介绍的汉英翻译	172
一、评《张家界国家森林公园简介》.....	172
二、评《(海南)南山文化旅游区入园须知》.....	179
三、评《武陵园风景历史名胜区》.....	182
参考文献	192

第一章

商贸汉英翻译评论的来龙去脉

一、萌动的思考与原始的启示

从事翻译事业，光有实践，没有理论，就好比是闭着眼睛走路，知道迈步，却不懂如何迈步速度更快，不知如何抬脚使步态更稳健，也不明白自己要走的方向，更谈不上给别人指路了；而只能讲翻译理论，不能胜任翻译实践，就恰似没有腿的人谈如何跑步，讲跨步要领，论加速原理，自己却无法抬起腿来演示一下，只能当个“用嘴跑步的人”。

翻译是实践性很强的学问，要能讲解理论，更要能做好翻译。光会说不能练，难以服人；光会练不会说，难以教人。对自己只有译文没有论文就评不上教授的状况，许多翻译成果甚丰的大学教师牢骚满腹，十分不满，声言自己翻译多么苦，多么不容易，但他们也许不明白译文是翻译实践的证明，谁也不能忽视，而他们要做的是教授，教授乃大师，师者的职责是“传道、解惑、授业”。没有论文，就无法证明自己“传道”的理论水平；缺少理论，就难以在高层次上“传道授业”，当大师自然也就勉强了许多。

翻译理论绝不仅仅是谈论一些流派，阐述一些观点，还应该更多地归纳总结前人、同仁或自己的翻译经验、教训、技巧、思想，将这些宝贵的初级理论加以提炼，形成能指导他人翻译实践的原则、方针、系统思想。这样的翻译理论将具体而有效地指导我们的翻译实践，是我们翻译教学和翻译实践所急需的。我们的翻译理论必须有助于翻译实践的进步，必须有利于翻译实践的质量提高。目前中国的翻译理论和实践发展的状况是，理论争鸣此起彼伏，理论研究层次攀升，各种翻译学说唇枪舌战难分胜负，然而，翻译实践却倍受冷落，得不到翻译理论兴盛带来的好处，也不见社会翻译水平的明显提高。文学翻译高手后继乏人，商贸翻译任人发挥，科技翻译成了街头“杂耍”，仿佛懂点英语的人都能“译笔生花”。这是值得我们认真思考和重视的问题。

这种翻译理论与实践严重脱节的现象有深层次的原因，我不想就

此展开讨论。我一直在思考,我能为扭转这种翻译发展的畸形状况做点什么。1996年至2001年上半年,我曾经几次给英语专业本科生上《英语语法实践》这门课。开课前,我早就听同事们说,英语语法课很难教好,因为英语语法课授课内容枯燥无味不说,学生们中学阶段对语法多有接触,此时再学则毫无兴趣。我接受了别人教英语语法课失败的教训,用托福考试中的语法改错题作材料,以大学英语语法书为理论根据,边讲边练,使学生从语法改错中发现自己的语法缺陷,从英语语法书的理论中找到纠正错误的理论根据,效果很好。

从改错、分析错、归纳错中学习系统英语语法知识,填补学生自认为完整实则支离破碎的语法规则体系,这种英语语法教学方法非常生动活泼,学生不但感到有趣,而且还着迷般地要求多开这门课。他们都说这门课极大地激发了他们学习语法的积极性。学生能够从改错中快速提高自己的知识能力,这一事实给了我通过评析翻译中的误译来提高学生英汉/汉英翻译能力的启发和信心。我立即下决心利用搜集了10年之久的商贸汉英/汉英翻译误译的资料,以评论译文的方式探讨商贸翻译的原则、技巧和其他理论问题。我自己学习翻译的经验也证明:提高翻译水平的最佳方法是从别人的翻译错误和缺陷中汲取教训,避免自己再犯同样的错误。“前车之鉴,后事之师”。我们可以从借鉴别人的翻译错误教训中变得聪明起来了。在写这本书的过程中,我自己的翻译水平又提高了不少,但愿读者看完这本书后与我有相同的收获。

商贸翻译是翻译科学中的薄弱环节,商贸翻译实践由来已久却至今无成熟规则,理论研究刚刚起步更无系统观点,给我们提供了巨大的研究和发展空间。本书就商贸领域的一些翻译实例误译问题提出了许多商贸汉英翻译规范化的新观点,旨在指出商贸翻译的具体缺陷,确立一些不同商贸文体的翻译原则。笔者认为,翻译原则应依据翻译材料的学科制定。不同学科的语言表达方式决定着汉英翻译应遵循不同的标准,如商贸汉英翻译原则应是“恰当、简洁、易懂”。愿本书的理论基础和实例分析可以对商贸汉英翻译理论的建立做出贡献。

二、关于翻译质量与现状的一些感慨

目前,社会上流传的各种各样的感慨很多,有学术大师对学术研究浮躁的感慨;有大学毕业生对找工作难的感慨。然而,作为大学英语

教师,也作为热爱英汉翻译研究的人,作为对学生的翻译技能培养比较敏感的人,我不断听到这样几种无奈的感慨:

感慨之一来自于参加大学英语四、六级考试阅卷的大学英语教师:近年来大学英语学生的翻译能力在逐年弱化。大学英语四级考生在英译汉这个项目上的平均成绩始终未能超过及格分数线。给人印象最深的是,考生在翻译的第一步“理解”这个层面上就开始频频出错。不要说是一些简单的句子,就连一些最常见的词,如while, last, china, chance等,大多数学生也会译错,如: They didn't hear the two people coming down the gully path, Dad and the pretty girl with the hard, bright face like a china doll's. (误译:他们没有听见沟底小道上走过来两个人,是爸爸和他那个漂亮的女人。她的脸蛋又冷又艳,活像一个中国娃娃。)句子中的china是小写,不能望文生义地译为“中国”(China),小写的china做“瓷器”解,故a china doll应译为“瓷娃娃”。

为什么大学生们的英汉翻译能力在下降呢?原因很明显,长期以来,我们大学生在英语的课堂内外训练最多的是快速阅读,检测阅读理解的手段是做多项选择题。学生学习英语的过程日趋向粗放型发展。他们可以讲出阅读的英语文章的大意,也能够基本选对阅读理解中的选题,但却不能也没有时间去理解文章中的某些英语句子或某些重要词语,更讲不出这些词句的确切含义,而英汉翻译的过程则要求译者确切理解词、句、段、篇之后,将原语转换为译入语。大学英语学生学习英语的过程导致他们欠缺从事翻译的第一技能:确切理解词义。从理论上说,翻译难,翻译句子更难,因为从文章中抽取的句子通常结构比较复杂,词义比较难解,是学生学习中理解上容易出错的句子。翻译句子时,学生经常无暇深思熟虑,顺应表面意思硬译下去,很容易出现误解、误译。

感慨之二来自于中国的翻译爱好者和翻译工作者:现在社会上店名、标语、广告词、说明书等文字的汉英翻译错误太多,严重影响了中国外向型经济活动的国际形象。这种翻译状况应该迅速得到纠正。有的专家呼吁政府成立“翻译鉴定机构”来对翻译文字严格把关。然而几年过去了,各种涉外的文字材料中汉英译文错误依旧,例如,把“杭州”译成Hang Zhou;把“人均收入”错译成per capital income (per capita income);把“国内外的朋友”译成friends both home and abroad

(friends both at home and abroad); 把“上有天堂, 下有苏杭”误译成 Above is paradise, below is Suzhou and Hangzhou (Suzhou and Hangzhou in China are as beautiful as the paradise in Heaven); 把“消费品”译成 consumption production (consumer goods); 把“电信产品”译成 electronics information products (telecom products)。这些翻译错误看似微小, 但能够折射出一个国家、一个企业、一个文件的国际化交流能力。我们还是来说一些比较严重的翻译问题事例吧。

事例1: 北京某厂生产的“万寿山”牌海蟹方便面, 曾畅销一时, 然而, 如果留意一下它的英文说明书, 你就会发现在其汤料成份中并无蟹肉之类的海味, 倒是写着一个令人心惊肉跳的词——癞蛤蟆肉 (Toad Meat)。这也许是译者张冠李戴, 把“蟹肉 (Crab Meat)”错译成“癞蛤蟆肉 (Toad Meat)”了, 但这个错误所造成的不良后果却是难以估量的。

事例2: 据北京艾迪尔广告咨询公司做过的一项调查, 我国的产品英文说明书没有错误的不到50%。这里所说的错误尚不包括修辞及语言习惯上的错误。真正能做到完全没错的译文不足10%。这一事实告诉我们, 中国产品英文说明书的翻译质量较差, 已经到了严重影响产品国际营销的程度。一篇错误百出的英语说明书是无法说清楚产品信息的。

事例3: 某一国产矿泉水产品的英文说明书本想描述其产品水源岩层深厚, 水龄长久, 然而译成英文, 竟成“古潭死水 (old water in ancient ponds)”。无独有偶, 北京某厂生产的“京狮”牌一次性小毛巾译成中国式英语: Once Paper Towel, 竟然成了“曾经是纸巾”。

许多企业在产品包装上印上几行洋字, 只是作为一种装饰或是向消费者暗示自己的高雅身价而已。它们根本就不愿在翻译上下功夫, 花本钱。北京华斯啤酒集团印制的一份仅300字的英语说明中, 错误竟有17处。山东乳山生产的“天然苹果汁”是国家艺术体操队指定专用饮品, 其说明书的英语译文中也将苹果 (Apple) 误写成山楂 (Haw), 可能是从其他包装上照抄过来的吧。许多资深的翻译老师们说, 看到这种状况, 真为中国人惭愧。如果无需外国人看, 不印英文字倒也罢了, 以免丢人现眼。要在产品说明书上印英文, 就要保证译文准确, 否则难免砸了自己苦心经营的牌子。

汉英翻译错误层出不穷，原因有三：(1) 安排翻译的人误认为学过英语或考过四、六级英语的人就会翻译。(2) 接受翻译任务的人自认为翻译就是查字典，把汉语原文的词用英语词逐个对应上去。结果是，安排翻译的人不懂翻译却处处能找到人来做翻译，而接受翻译任务的人沉着应付，一本字典在手通译天下文字，中文变成英文就是翻译成功的标准。(3) 实用翻译一向被视为“雕虫小技”，难登大雅之堂，没有多少人肯下工夫认真钻研。这样的翻译过程在各种经济活动中非常普遍，误译层出不穷也就不足为怪了。

感慨之三来自于即将毕业外出找工作的在校大学生：翻译对我们来说没有什么问题，口译与笔译我们都十分熟练。我们已经翻译了不少的经贸洽谈会的材料。这些大学生视翻译易如反掌，尚未跨出大学校门就能说出连从事了一辈子翻译的老翻译家都不敢说的大话。这本身就说明这些学生还没有真正踏入翻译的门槛，还未得翻译的要领，还未尝到翻译之苦。社会上粗制滥造的一些译文也许大多就出自他们之手。请看下面的这段大胆译文，据说出自一位大学英语专业毕业的导游之手，我真服了他的“译胆”。

原文：“读万卷书，行万里路”。这是自古以来求学者的信条。行万里路后，找一个风景优美，环境幽静，文化底蕴丰厚的地方潜心修学，则是做学问者所追求的。杭州，正是最理想的胜地。古往今来，流传不少佳话：早在1600年前的晋代，葛洪游学来杭，在西湖北面山岭上结庐修学，著作了传世之作《抱朴子》，这座山岭从此姓了“葛”。元代画家黄公望在富春江畔的庙山坞结庐三年，创作了惊世巨作《富春山居图》。

原译文：There is a famous saying for learners: “read ten thousand books, line ten thousand roads”. After lining ten thousand road, they want to seek a scenery daintiness and a quite place to fix to learn, then doing the knowledge pursues of. Hangzhou is the best choice. All ages, spread not a few praise: As early as 1600 of Jin Dynasty, the study-abroad trip of Gehong come to Hangzhou. He stayed in West Lake northern side mountain range and bequeathed a famous book 《embraces the Pu son》.

this mountain range was from now on named by Ge. Mr. Hu-ang-gong-wang, a great painter of Yuan Dynasty, stayed near Fuchun River and finished artistic picture 《enriches the spring lives in the mountains》.

上面原译文的划线部分是我随手找出的一些错误，最令人不能忍受的是译者把“行万里路”误译成“把一万条路排成队”，简直是胡译。葛洪的著作《抱朴子》被译成 embraces the Pu son “拥抱朴的儿子”，更是可笑至极。“抱朴子”是葛洪自取的艺名，意为“坚持做诚实而正直的人”。译者不懂该名的内涵，却敢乱译，还误加了中文的书名号。再看《富春山居图》的译文 enriches the spring lives in the mountains，“富春山居”难道是“丰富在山上的春天生活”之意吗？“富春山”是杭州一座山的名，“富春山居图”可译为 Residing in Fuchun Mountain。上段英语译文本来是要在杭州旅游介绍手册中使用的，幸亏我们及时发现重译，可谓有惊无险，否则这样糟糕的译文印出来，将给杭州抹多大的“黑”呀！

感慨之四来自于一些以翻译为生计的翻译公司、靠翻译来增加收入的英语教师以及英语专业的研究生。“每千字30元钱也有人干。”一位谙知翻译创收之道的在校英语专业研究生惊讶地说道：“再这样下去，我们就揽不到什么活了。”毕竟，当时英译汉的标准价是每千字200多元。临时有翻译资料需要找人来做的公司和个人哪里知道翻译的质量优劣？它们很难知道，不同水平的译者之翻译质量有天壤之别。这些公司或个人选定翻译者的首要标准当然是翻译价格，因为许多人认为“翻译是一种低智商的劳力”，任何会点外语的人都会翻译。他们哪里知道目前80%的社会译品（指在社会上临时请人翻译的作品）错误百出，译文与原文差异很大，根本无法传递原文的信息。

劣质的翻译给厂家和公司带来的损失不仅是信息不畅通，而且是形象的破坏。翻译市场混乱，竞争无序，从业人员鱼目混珠，是当前社会译品质量低下的主要原因。中国的翻译市场为什么会出现这样的混乱状况呢？据《光明日报》2003年7月9日的一篇题为“翻译市场亟待规范”的文章说：目前，全国以专业翻译注册的各类翻译企业有3,000多家，但据估计，以咨询公司、打印社等各种名义注册而实际承揽翻译业务的单位有数万之多。背靠低成本的外语人力资源，原本已经很低的翻译价

格被一压再压,很多非正规的“翻译公司”的收费不及正规企业的一半。当然,其翻译质量就难有保障了。翻译价格战使成本较高但仍坚持翻译质量至上的正规翻译公司感到巨大的压力,业务量锐减。同时,翻译市场混乱的从业状态给翻译这个正在蓬勃兴旺的产业造成严重的信誉危害。人们无法辨别清楚,谁是称职的翻译人员,谁是翻译的“三脚猫”。

三、商贸翻译亟需规范

随着全球化经济发展的进程,作为各国语言信息沟通媒介的翻译已成为全世界最热门的产业之一。目前全球每年翻译产值已超过130亿美元,预计2005年中国的翻译市场规模将超过200亿元人民币。从毕业证书、成绩单的翻译到整本的论著和会议资料的翻译,从旅行社的导游到国际会议和各类现场谈判的口译,翻译产业已触及社会生活的各个方面。诱人的商业利益和巨大的利润空间吸引着人们争相开展翻译业务。目前,在中国注册一家翻译公司或翻译服务中心并不需要任何特殊的翻译从业资质证明。这就导致许多人认为开翻译公司是快速致富的途径。

翻译是一项低智商的劳动吗?可能不少人会给出肯定的回答。“翻译是一项低智商的劳动”源于“懂外语就能翻译,会查字典就能翻译”的错误认识。长期以来,翻译在中国并不是一个独立的职业,翻译人员大多是大专院校的外语教师或高年级的学生。由于这些人的本职工作是外语教学和外语学习,其中的很多人并未掌握翻译的全面知识和技能,或者说正在掌握一些翻译的知识和技能,偶尔做点翻译只是兴趣所致或金钱所驱。当前,我国从事翻译职业的人员已有很多,但他们大多“半路出家”。一方面,他们缺乏系统的外语翻译训练,导致翻译技巧和经验不成熟,另一方面,他们缺乏翻译所应具备的广博知识,使他们无法胜任翻译所面临的多领域、多学科的资料,所以这些翻译人员的“功夫”基本上是坚持跨学科、跨行业地“硬译”、“胡译”。错误百出的译文频频出现也就在所难免了。翻译资格认证制度可以逐步规范翻译企业和翻译人员的工作质量。国家人事部门在2003年发布了《翻译专业资格(水平)考试暂行规定》,将翻译专业资格水平考试纳入国家职业资格证书制度。这对提高中国翻译人员的素质将起到非常积极的作用。

翻译需要一个行业质量标准。为什么要制定这样的标准?翻译作

为一种创造性的劳动,能够有一个由客观规则来衡量的“标尺”吗?我们的看法是,“没有规矩,不成方圆”;规矩有一点,总比什么都没有好些。由于翻译行业是一个新兴产业,很多客户在寻求翻译帮助的时候,并不了解自己找到的这家公司的底细,更不知道翻译到底是一个什么样的工作和服务过程。由于缺乏统一的翻译服务标准,服务质量高低无法衡量,优胜劣汰就更办不到了。混乱无序的中国翻译公司、服务部有的根本没有专职翻译人员,也没有相应的管理机制,揽到翻译的活就顺手找个人来“翻译”一下,翻译质量无任何保障。这样的翻译公司严重损害了客户的利益。

可喜的是,2001年底,全国有30多家翻译公司自发组成了全国翻译企业协作网,号召行业自律。“协作网”得到了全国翻译企业的热烈响应,众多企业很快实现了从最初的价格自律、互相提供业务协助、通报业内不良行为,发展到共同制定各项翻译标准,很多“入网”公司都将“协作网”的成员照片放在店堂内的最显眼处,以示自己对翻译服务标准的重视。据报道,《翻译服务规范》国家标准已经制定出来。该标准将对翻译方式、翻译质量、翻译期限、翻译保密、附加服务等方面的服务做出具体规定。

我们必须承认,翻译是一种创造性的劳动,翻译质量的高低只能由人来判断,来维持。提高翻译质量仅靠制定一个标准是不够的,最重要的是提高翻译学习者的翻译水平。别人的错误是我们最好的老师。通过分析别人的翻译错误,我们就能很快学会避免再犯这些错误,掌握正确翻译的本领。

本书主要对商贸领域的一些汉英译文做出评论。评论译文的优劣是学习翻译技巧,提高翻译水平的有效途径。通过对比原文和译文,分析译文的优点和缺点,我们就能发现许多别人译文失败的经验教训,找到解决误译的办法。本书开展翻译评论的方法是:对比分析原文与译文,找出问题展开评论,分别列出语法问题、词汇问题、句法问题、文体问题、译名问题最后提供新译文加以佐证。

第二章

对当前商贸汉英翻译质量的基本评价

中国经济体制改革和对外开放拉近了中国与世界各国交往的距离。中国2001年底成功加入世界贸易组织使中国的贸易登上了与世界各国平等交易的平台。我们高兴地看到,2001年以后,中国的国际地位和国际影响力不断提高,与世界各国的经济和文化交往更加频繁,对外贸易日新月异。截止2003年下半年,中国已经与世界230多个国家和地区建立了经贸关系,进出口贸易总额由1998年的2,590多亿美元上升到3,000多亿美元。

世界贸易的主体语言是英语,中国作为世界贸易组织的成员国也始终使用英语与各贸易伙伴进行沟通和交流。中国加入世界贸易大循环促使国内各界掀起了新一轮的学习商务英语,使用商务英语的新热潮。有的涉外企业把员工能否流利地讲英语作为录用和确定薪资的第一条件。北京为了迎奥运促发展,制定并实施了百万人讲英语的庞大计划。如今在中国,完全不懂英语的人,无论是求职还是升迁必然困难重重。为什么中国如此重视英语?为什么需要如此多的人都学英语?

根本原因就是,中国已经是世界大家庭的成员,中国需要世界,世界也需要中国,而英语是我们与外界沟通的国际语言,是不以我们的意志为转移的世界交际媒介。据中国商务部2004年3月发布的一项统计,世界80%以上的文字信息是用英语发布的,世界上互联网90%是以英语为文本的;中国的国际贸易业务量的90%以上是通过英语来交流完成。

商贸领域的信息沟通已呈多种形式,如,网站、电子邮件、传真、信函、广告、合同、协议书等,但任何形式的对外交流和对外宣传都离不开文字,即便是口头谈判也要最后以备忘录的形式记录下来。无论对外交流人员懂英语与否,他都要在大脑中或书面上把己方的信息和条件从汉语转换成英语,再传达给对方。这就是商贸汉英翻译的过程。根据翻译的一般理论,翻译是从一种文字到另一种文字的有规律的转换。这个有规律的转换本身就很抽象,并没有可操作的指令。所谓有规律的转