



高级商务英语系列教材

总主编 叶兴国 王光林

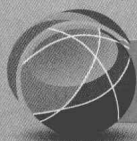


高级商务笔译

Business English Translating

主 编 温建平

外语教学与研究出版社
FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS



高级商务英语系列教材

总主编：叶兴国 王光林

高级商务笔译

Business English Translating

主 编： 温建平

副主编： 刘全福

编 者： 王 强 叶 泉 蔡 莉

吴 朋 温建平

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

高级商务笔译 / 温建平主编 ; 王强等编. — 北京 : 外语教学与研究出版社, 2014.6

高级商务英语系列教材 / 叶兴国, 王光林主编
ISBN 978-7-5135-4838-0

I. ①高… II. ①温… ②王… III. ①商务—英语—翻译—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 139845 号

出 版 人 蔡剑峰
项目负责 任 佼
责任编辑 屈海燕
封面设计 吕 茜
版式设计 付玉梅
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 北京京科印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 13
版 次 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5135-4838-0
定 价 35.90 元

购书咨询: (010) 88819929 电子邮箱: club@fltrp.com
外研书店: <http://www.fltrpstore.com>
凡印刷、装订质量问题, 请联系我社印制部
联系电话: (010) 61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com
凡侵权、盗版书籍线索, 请联系我社法律事务部
举报电话: (010) 88817519 电子邮箱: banquan@fltrp.com
法律顾问: 立方律师事务所 刘旭东律师
中咨律师事务所 殷 斌律师
物料号: 248380001

序 言

我国的英语教育为国家的经济社会发展作出了重要贡献。正如一位著名的英语教育家所言,在经济、科技等领域的每一项重大进展背后,都活跃着一批接受过英语专业教育的人才。但是,随着经济社会的迅猛发展和变化,特别是随着英语专业教育规模的急剧扩大和教育改革的不断深入,英语专业教育在赢得喝彩的同时也招来了诟病。从20世纪90年代开始,英语教育界的有识之士开始关注英语专业人才的培养模式问题,关注的焦点是英语专业应该培养什么样的人、培养多少人和如何培养人。

英语教育家关注的问题,就其本质而言,与经济学家关注的问题不谋而合。根据微观经济学的基本理念,在一个竞争性的市场环境中,对处于微观经济层面的企业来讲,生产什么和生产多少是关系到企业存亡的问题;而如何生产则是事关企业得失的问题。微观经济学的这一基本理念并不是说如何生产的问题不重要,对一个企业来说,和生产什么、生产多少一样,如何生产也是一个事关存亡的问题。但是,在一个竞争性的市场环境中,生产什么和生产多少相对企业的存亡是一个快变量。如果错误定位生产什么和生产多少,如何生产的问题解决得再好,产品销不出去,企业也会即刻倒闭;而如何生产的问题相对企业的存亡是一个慢变量。如果正确定位生产什么和生产多少,就会有时间和条件去逐步解决如何生产的问题。当然,如果如何生产的问题长期得不到解决,企业也会在市场竞争中失败,但对企业经营者的决策来讲,解决如何生产的问题与解决生产什么和生产多少的问题有完全不同的含义。

如果仅仅从在竞争性环境下发展的角度来观察英语专业管理层的决策过程,微观经济学的这一基本理念同样也适用于英语专业人才的培养。目前,全国开设英语专业的高校近千所,在校接受英语专业教育的学生有数十万之多。社会对英语专业人才的接受程度呈两极分化态势。一方面,2011年凤凰网和中国雅虎等媒体发布的“中国高校本科毕业生薪酬TOP24排行榜”和“高校真实就业率排行”表明,一批以外语特别是英语教育见长或英语教育特色鲜明的外语院校的毕业生在就业和薪酬方面表现出了强大的竞争力(全国外语院校协作组的17所外语院校仅占全国本科高校总数的1.5%,进入上述两个榜单的外语院校协作组成员分别有8所和5所,分别占上榜院校的33.3%和25%);另一方面,社会上传言英语专业毕业生就业难。2010年教育部阳光高考网站把英语专业列为失业量较大,就业率持续走低,且薪资较低的高失业风险型专业。

这组数据向我们昭示:在竞争日趋激烈的环境下,企业界由于没有解决好“生产什么和生产多少”的问题而遭淘汰的案例也有可能出现在英语教育界出现;在英语专业教育规模不断扩

大的形势下,千校一面的培养模式亟待改变;环境已经发生了历史性的深刻变化,英语专业人才培养模式应该随着环境的变化而变化。

举办英语专业教育的近千所高等院校尽管是在同一个专业名称下实施教育,但这些院校在国家投资力度、学科门类、隶属关系、办学形式、办学体制、科研规模、所处区域、办学水平和服务层次等方面存在巨大差异。每一所高校都可以用矩阵式的排列从两个维度来描述类与型。即使同一类型院校,其办学基础和办学特色也往往各自不同。不同的大学有不同的历史和现实条件,发展轨迹和基础条件各不相同,所处的地域也不同,在长期的办学过程中都已形成了各自的特色和优势。每个学校只要找准自己的角色定位,选择适合自己的办学模式和发展路径,办出特色,办出水平,用特色鲜明的人才培养规格去满足各种细分的市场需求,就能赢得地位和尊敬。反之,如果培养出来的英语专业人才千人一面,势必造成英语专业人才的积压和贬值,对国家、院系和学生个人的发展都会产生不利的影响。

为顺应各种历史性的深刻变化,各英语院系的专业人才培养模式正呈现多样化和个性化发展的趋势。改革方案虽各有特色,但就其方向而言,大致可以分为两类:有的院系主张主动为社会经济发展服务,培养复合型英语人才;有的主张正本清源,回归英语学科本质。各种主张都是各院系理性思考和选择的结果,都有其内在合理性,并没有高低优劣之分。英语专业人才培养模式的多样化和个性化发展是在英语专业培养规模急剧扩大、社会需求发生深刻变化的形势下,英语院系为求生存求发展科学定位的必然结果。

特别值得一提的是,对外经济贸易大学、广东外语外贸大学和上海对外经贸大学(原上海对外贸易学院)等院校从20世纪90年代就开始探索建设商务英语专业。在中国国际贸易学会商务英语研究会的指导下,已经连续举办十届全国高校商务英语研讨会。2006年,教育部批准目录外试办商务英语本科专业。最近公布的《普通高等学校本科专业目录》(修订一稿)把商务英语作为“比较成熟、布点较多、稳定性好、共识度高的专业”之一列入了《基本目录》。这是教育管理高层根据变化了的形势对英语专业教育作出的适应性调整。先目录外试办再进入基本目录的过程反映了教育管理高层积极慎重的科学态度。在近千所高校举办英语专业本科教育,数十万在读英语专业本科生,进出口总额约占GDP总额百分之五十的情况下,举办商务英语本科专业的必要性和重要性不言而喻。

目前,全国举办商务英语本科专业的院校已有几十所,开设商务英语课程的院校有几百所之多。为了给举办商务英语本科专业和开设商务英语课程的院系提供一套高质量的商务英语系列教材,我们应外研社之邀,组织编写了“高级商务英语系列教材”。在编写过程中,我们力求体现以下编写原则:

1. 商务英语教材应该与教育主管部门的战略意图相吻合。国家教育主管部门要求高校创新人才培养模式,提升人才培养质量的战略意图和《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》提出的“适应国家经济社会对外开放的要求,培养大批具有国际视野、通晓国际规则、能够参与国际事务和国际竞争的国际化人才”的要求应该在教材中有所体现。

2. 商务英语教材应该适应国际商务领域发生的深刻变化。加入世界贸易组织后,我国的商务领域已经发生了深刻变化。以国际贸易为例,贸易的运行对象已经从传统的货物贸易向包括货物贸易、服务贸易和知识贸易在内的“大贸易”拓展;贸易政策涉及的范围已经从过去单纯的贸易政策领域向与贸易有关的领域延伸;贸易的体制环境已经从封闭的国内贸易体制环境向开放的全球多边贸易体制环境转型;国家对贸易的管理方式已经从传统的内外贸分割管理向内外贸一体化管理的方向转变;贸易运行平台已经从传统的贸易运行平台转向数字化、信息化和网络化的贸易运行平台。本系列教材力求克服教材内容严重滞后于国际商务实际的通病。

3. 商务英语教材应该涵盖国际商务的方方面面。国际商务可以定义为任何为了满足个人和机构需要而进行的跨境商业交易。具体地说,国际商务包括商品、资本、服务、人员和技术的国际流通,知识产权(包括专利、商标、技术、版权等)的跨境交易,实物资产和金融资产投资,用于当地销售或出口的来料加工或组装,跨国的采购和零售,在国外设立仓储和分销系统等。商务包括贸易和投资以及与贸易和投资有关的方方面面。就所涉及的领域而言,商务涉及了营销、金融、税收、结算、跨国公司管理、对外直接投资、知识产权、电子商务、贸易法律和跨文化交际等领域。就所涉及的行业而言,商务不仅包括贸易和投资,还包括运输、旅游、银行、广告、零售、批发、保险、电信、航空、海运、咨询、会计等行业。上述领域和行业都是商务的组成部分,上述环境下使用的英语就是商务英语。

“高级商务英语系列教材”包括《高级综合商务英语(1-2)》、《高级商务英语听说(1-2)》、《高级商务英语写作》、《新编进出口英语函电》、《高级商务笔译》、《高级商务口译》、《高级商务英语阅读(1-2)》、《跨文化交际导论》、《国际商务导论》、《国际商法教程》、《国际会计教程》、《国际进出口贸易实务教程》、《商务沟通》等。

本系列教材的编写人员都是具有长期商务英语教学经验的教师,主要来自上海对外经贸大学、华东师范大学、上海外国语大学、香港中文大学、澳大利亚昆士兰大学等院校。

本系列教材主要供高等院校英语专业、商务英语专业和财经类专业学生使用,也可供具有相当英文水平的商界从业人员使用。

中国国际贸易学会商务英语研究会的专家学者对本系列教材的编写给予了诸多帮助。在此,向关心和帮助本系列教材编写的所有人员表示衷心感谢。

由于编者水平有限,书中难免有不妥甚至错误之处。我们恳切地希望大家提出宝贵意见。

叶兴国

中国国际贸易学会商务英语研究会理事长

编写说明

商务英语是英语的一种重要的功能变体，是英语在商务活动中的应用；它是一种工作语言，一种交际能力的体现形式；它既有个别商务活动的专业性，又与社会大众所使用的普通英语息息相通。（林添湖，2004）正因为如此，商务英语与一般英语有相似之处。二者的语言基本属性相同。商务英语和一般英语都体现了英语的基本语言特征，都是基于语言理论基础上的生成行为。民族思维的相似性、社会生活环境的相似性决定了二者所需要的翻译技巧和所依据的翻译理论应该相同或者大致相同。

对商务英语翻译而言，英语是基础，翻译是落脚点，商务知识是内容拓展。知识是可以通过学习者的学习过程获取的，而能力是需要培养的。掌握知识的目的在于提高能力，提高能力可以更好地运用知识，二者是并行不悖的关系，即：商务英语翻译=商务（知识）+英语（基本功/技能）+翻译（技能/能力）。这些认识决定了商务英语翻译教学的内容体系和功能，也决定了编写翻译教材的理念应该是：把知识传授、思维训练和能力培养有机结合起来，帮助学生在实践中运用学到的语言知识，使知识最终转化成语言运用能力。

基于此，本教材以翻译活动的各个层面为脉络，以商务英语文本为主要翻译对象，让学生在学习翻译的过程中，了解并熟悉商务英语文本的特点，并掌握商务知识；在了解商务英语特征的同时，了解翻译的基本技能和方法，了解商务文本翻译与文化背景的关系，了解翻译的难点和关键所在，并通过商务文本的翻译训练，提高学生对翻译的感悟能力，打好翻译基础。本教程不是就商务谈商务，也不是就翻译论翻译，而是以商务英语为媒介来阐释翻译技巧和方法。在内容方面突出商务特色，强调商务英语专业基础知识的重要性，注重选材的实用性、时代性、灵活性和规范性。在技巧上注重学习方法的习得和思维方式的转换，以实现提高学生翻译能力和商务英语知识水平的双重目的。

本教材共有 13 章，在内容安排上遵循以下逻辑：

- 从翻译中易出现的问题出发，指出提升翻译能力的对策；
- 从英汉语言对比角度讨论英汉语言在诸多方面的异同，让学生了解翻译技巧的理据，也为后面的学习安排作好铺垫；
- 从翻译中的转换、衔接与连贯、信息的融合与拆分等技能层面为学生提供指导和帮助；
- 从语境、意义、文化三个相对宏观的层面阐述翻译与三者之间的关系，帮助学生从更宽广的视角来理解翻译的实质，了解影响翻译的诸多因素，以达到提高翻译水平和翻译能力的最终目标；

- 根据教学经验归纳总结学生翻译作业中出现的典型问题,分析出现这些问题的根源并指出避免这些问题的方法;
- 最后一章相对独立,体现了信息化时代翻译的新特点。编者根据自己在翻译教学和实践中的尝试,专门总结了计算机辅助翻译的一些工具和使用方法,以方便学生查询使用。

本教材的特点体现在以下方面:

1. 采用翻译和商务主题双主线进行编排。商务英语翻译涉及翻译本身的特点,也涉及广泛的商务主题。因此,每一章中既有翻译讲座——让学生了解翻译的过程、翻译中遇到的问题、应该注意的事项以及翻译的对策,同时也有商务知识讲座和商务语篇翻译练习——通过介绍商务主题知识、词汇特点等内容,让学生在翻译学习中了解商务内容,掌握翻译技能。

2. 以问题为切入点展开翻译讲座。编者根据多年的翻译教学经验,选择最能体现各章翻译技能要求与特点,且有一定难度的句子翻译作为开篇,以引起学生对该章翻译问题的关注。

3. 选材注重实用性、时代性、灵活性、规范性。从国外报刊或网络上选择较新的资料作为译例或练习题,力求体现现代社会商务英语的发展状况。另外,为了体现举例的典型性,编者采用了少量的其他语篇(如散文),以便让读者能从这些实例中更深刻地理解翻译的特色。

4. 翻译练习类型多样。每章附有与本章翻译知识讲座和商务语篇翻译相关的各类练习,便于从多个方面检验学生的学习效果。通过问题导入、思考题和摘录商务语篇中的句子或词组等练习,提倡反思式学习,加深学生对翻译过程的理解,帮助其提高对翻译及语言材料的敏感性;术语翻译旨在帮助学生拓展并积累相关商务主题的常用术语;句段和篇章翻译要求学生在具体语境中翻译词汇和句子,以此提高学生对翻译连贯性、逻辑性、词义的灵活性和语境因素的认识与把握,同时提升其翻译技能。

基于本教材的特点,编者对使用者提出以下建议:

1. 多动手实践。翻译是一门实践性很强的技能,熟能生巧。教材中的多种练习形式,希望学生能认真对待,根据要求进行翻译、比较和思考。这对认识翻译中的问题,提升对翻译实质的认识和翻译能力都很有益处。

2. 认真阅读教材内容,积极拓展课外知识,注意打好英汉语语言基本功。

3. 对参考译文不能盲信盲从。在原文理解层面不可避免地存在“一千个读者就有一千个哈姆雷特”的现象,译者解读的不同必然会带来译文的不同。在语言表达层面,也存在译者的先在知识对翻译选择的影响和译者的审美对译文措辞的影响等诸多因素。因此并不存在所谓唯一的标准译文,本教材中提供的“参考译文”仅供参考比较。翻译应强调“同归”而“殊途”,“一致”而“百虑”,学习者要学会在比较中鉴别,在比较中选择,在比较中提高。

上海对外经贸大学和上海外国语大学的多位教师参与了编写，温建平编写了第 1、9 章，蔡莉编写了第 2、3 章，吴朋编写了第 10、11 章，王强编写了第 6、7、12、13 章，叶泉编写了第 4、5、8 章。上海对外经贸大学的温建平和上海外国语大学的刘全福审阅了全部章节。

在本教材编写过程中，总主编叶兴国教授多次对编写提纲提出宝贵建议和意见；责任编辑在审稿过程中曾先后提出多条意见和建议供编者思考；李劭青对本书进行了文字校对，并提出了很多文字和结构安排上的建议。本教材采用了一些编者在翻译教学过程中收集到的学生翻译实例，这些实例虽然有些问题或者错误，但是却给了编者很多思考和灵感，也使编者们尽可能做到有的放矢，提高本教材的针对性和实用性。谨此一并致谢。

由于编者水平有限，加之时间仓促，难免会有疏漏之处，恳请各位专家、学者和读者不吝赐教。

温建平

2013 年 10 月

目 录

第 1 章	提升翻译能力的对策	1
第 2 章	英汉语言特点对比	16
第 3 章	商务词汇的翻译	30
第 4 章	句子的翻译	42
第 5 章	主语和谓语的翻译	57
第 6 章	翻译中的转换	69
第 7 章	信息的拆分与融合	82
第 8 章	翻译中的衔接与连贯	96
第 9 章	翻译与意义	109
第10章	翻译与语境	121
第11章	翻译中的文化因素	132
第12章	翻译症与对策	143
第13章	翻译工具	157
附录 1	商务语篇翻译参考译文	171
附录 2	参考文献	194

第 1 章

提升翻译能力的对策

Some people imagine that the greatest problem in translating is to find the right words and constructions in the receptor or target language. On the contrary, the most difficult task for the translator is to understand thoroughly the designative and associative meanings of the text to be translated.

—Eugene Nida

问题导入

1. 阅读下面这段文字，并将其译成汉语。

Even the best corporate names are under attack these days. Still, those companies are reaping the benefits of years they spent building customer trust and honing images of quality and dependability. To weather an extended bout of distrust and instability, strong brands are crucial. Companies also will have to work doubly hard to keep them intact.

译文

2. 从翻译的角度说明有哪些需要注意的单词和短语。至少列出五个。

提高商务翻译能力的对策

“懂外语就能翻译”的无师自通论一直是语言学习中的一大误区。有人认为，翻译既然是两种语言之间的转换，因此只要掌握了母语和一门外语，就可以从事翻译工作。似乎只要学过外语，便可借助词典进行母语和外语之间的翻译，与翻译相关的问题也能够迎刃而解。这些认识上的误区直接导致了翻译教学与学习中的诸多问题。

翻译初学者在实际翻译过程中容易出现眼高手低的情况，认为只要看得懂就能翻得出。在具体操作中，他们往往对原文亦步亦趋，不敢越雷池一步，做不到灵活变通。其翻译常常直接照搬词典释义，脱离了原文语境，或者拘泥于原文语法结构，逐字逐句进行对应。这仅是普遍存在的一般性问题。具体到商务翻译，由于其涉及商务文本的特殊性质，学习者又对英汉语言差异和相关商务知识掌握不足，因此翻译中还容易忽视英汉文本单复数差异问题、数字和日期的包含或排除问题以及否定的范围问题，等等，从而落入翻译陷阱，导致沟通的失误。

本章主要就翻译初学者存在的问题针对性地提出以下几点提高翻译能力的对策。

1. 多动手，提升语言意识

语言基本功是做好翻译的前提和基础，如果不能透彻理解语言，或缺乏扎实的语言基本功，就很难做好翻译。理解和翻译不仅需要译者的源语基本功，也需要译者对译入语具有很好的驾驭能力，否则翻译时会感到力不从心。

翻译过程中，译者常会发现自己对语言的掌握不够到位或不够准确。翻译是一种语言输出技能，没有丰富有效的语言输入，就不可能有有效的语言输出。第二语言习得理论认为，输入是输出的基石，而只有输入被内化为纳入(intake)，才能转化成输出。从语言学习规律来看，语言知识的记忆是非常必要的，但记忆中的词汇和语言结构往往都是消极知识，而且具有一定的模糊性，并不能保证正确地使用语言。只有通过语言使用，这种记忆才能得到检验和强化，消极词汇和语言结构才能转化成学习者可以自由支配的积极知识。同理，只有通过大量的翻译实践，才能提高学习者对翻译的感性认识和对翻译理论与技巧的领悟能力。

在翻译实践中，学习者会接触到丰富的语言材料，遇到各种各样的问题，并对无意中发现的诸多问题形成朦胧的认识和看法。翻译过程可以唤起学习者对两种语言的注意，关注那些一般语言学习中容易被忽视的语言现象，将隐性知识转化为语言中的显性知识，并通过语言运用最终内化为隐性知识，从而提升语言意识，强化学习者对语言功能和形式的认识与敏感性，最终达到提升翻译能力的目的。

例1 A good book is often the best urn of a life enshrining the best that life could think out; for the world of a man's life is, for the most part, but the world of his thoughts. Thus the best books are treasuries of good words, the golden thoughts, which, remembered and cherished, become our constant companions and comforters. "They are never alone," said

Sir Philip Sidney, “that are accompanied by noble thoughts.”

参考译文：好书常如最精美的宝器，珍藏着人的一生思想的精华。人生的境界，主要就在于他思想的境界。所以，最好的书是金玉良言的宝库，若将其中的崇高思想铭记于心，就成为我们忠实的伴侣和永恒的慰藉。菲利普·悉尼爵士说得好：“有高尚思想作伴的人永不孤独。”（王克礼译）

上述译例选自散文名篇，从中我们可以领略到贴切的用词、得体的结构、美妙的语音和灵动的思想，更令人惊叹的是译文语言形式与思想内容的绝妙结合，真可谓悦耳动心，美不胜收。翻译学习者若能在加强实践的同时，多观摩诵读名家译文，一定能够终身受益。

下面一例选自商务文本，但其精准恰当的用词同样令人耳目一新，也值得我们观摩学习。

例2 Even the best corporate names are under attack these days. Still, those companies are reaping the benefits of years they spent building customer trust and honing images of quality and dependability. To weather an extended bout of distrust and instability, strong brands are crucial. Companies also will have to work doubly hard to keep them intact.

参考译文：现在即使是最著名的公司品牌也饱受非难。然而，这些公司已经开始收获多年来苦心经营建立起来的客户信任以及所营造的优质可靠的企业形象给他们带来的益处。要经受住不断的信任危机和动荡不安，就必须有强大的品牌形象。这些公司需要付出双倍的努力方可维护其品牌形象。

在《英译中国现代散文选》序言中，翻译家张培基就将自己娴熟高超的英语水平归功于自幼开始的散文背诵。他这样写道：“当时我们都觉得压力很大，但苦尽甘来，事后莫不感到受用不尽。这九十六篇短文装在头脑里，使我增加了对英语和散文的兴趣，增加了语感，慢慢悟出了写文章的路子。从那以后，在我从事翻译或写作时，过去熟读的点点滴滴会不知不觉地出现在脑子里面。”因此，不论是商务翻译还是一般翻译，都需要大量阅读，要学会从语言材料中汲取营养。

2. 勤思考，培养语言认知方式

要学好翻译，除具备扎实的源语和译语基本功，还必须能够在双语之间进行转换，这两种能力体现在理解原文信息并按照译入语思维方式及语言特点再现原文信息这两个环节。翻译离不开意义，而意义的载体是具体的词汇和句法结构。由于语言是以认知为基础的，不同的语言使用者具有不同的认知方式，因此使用中的语言往往具有动态性，不同的概念可以用同一个词汇来表达，同一概念也可以用不同的词汇来表示，这些都蕴涵着不同的认知方式。因此，在翻译过程中，需要转换的不仅是语言事实及词汇和结构本身所表达的意义，而且还包括这些词汇和结构的安排方式以及其中隐含的意义。换言之，翻译不仅要再现语言形式的字面意义，而且要传递其中所蕴含的言外之意和隐含信息。

我们曾对学习者处理翻译作业中某些词语的方式进行过观察，结果表明，多数学习者都倾向于直接套用词典释义，尤其是词典所列举的前几条释义，而做不到根据上下文引申出词语的动态意义。初学者容易把翻译完全视为单纯的语言形式转换，而很少去思

考语言形式背后所隐含的丰富信息及其与所在语言环境的关系。因此, 认知方式的培养是提升翻译能力不可或缺的重要方面。

例3 The US was teetering on the edge of *recession* when Iraqi troops stormed into Kuwait in the summer of 1990. The surprise strike by Saddam Hussein shook financial markets. Oil prices spiked, the stock market swooned and consumer confidence plunged. The *combination* drove the economy *decisively* into a downturn that lingered for months—and dashed the *reelection hopes* of Commander-in-Chief of Operation Desert Storm, George H. W. Bush.

原译1 当伊拉克的部队在 1990 年的夏天侵入科威特的时候, 美国正在经济萧条的边缘上摇晃着。萨达姆·侯赛因出人意料的袭击震颤了整个金融市场。石油价格飙升, 股市低沉, 消费者信心骤降。这些因素的结合决定性地使经济状况打入低谷沉迷数月, 并且严重地打击了沙漠风暴的总指挥, 老布什连任总统的希望。

原译2 1990 的夏天, 当美国正徘徊在是否要撤军的边缘上的时候, 伊拉克人的军队气势汹汹的闯入了科威特。萨达姆·侯赛因的这次突然袭击使得金融市场发生了动荡。石油的价格达到了高峰, 消费者信心跌落, 股市变得低迷。种种这些使得经济在数月里毅然决然地衰退, 并且冲击了沙漠军事行动的总司令乔治·布什的改选希望。

本例原文使用了多个动词, 每个动词的基本意义都可以在词典中查找出来, 但假如把词典释义直接搬进译文, 难免会让读者难以理解。在原译 1 中, storm 的意义没能译出, 无法体现 storm 在本文中的“突然、快速”之意, teeter 一词的译文有些僵化。“打入低谷”、“打击”与后面的内容无法搭配, “这些因素的结合决定性地”等表述方式说明译者没有真正理解原文的意义, 此外对 reelection 的理解上也存在明显偏差。原译 2 则对原文某些词语的隐含意义进行了适当引申(如“是否要撤军”), 但同时也可以看出, 译者对几个关键动词的翻译不恰当, 而且对斜体部分的翻译出现了错误。如果能够从认知的角度来理解词典中各种释义之间的关联, 并结合具体上下文, 我们就能正确理解原文意义, 并给出恰当的译文。

参考译文: 1990 年夏, 伊拉克军队大规模入侵科威特时, 美国正处于经济衰退的边缘。萨达姆·侯赛因发动的这次突袭行动震惊了金融市场, 石油价格一路飙升, 股票市场陷入低迷, 消费者信心跌至谷底。受这些因素的综合影响, 世界经济不可逆转地出现了长达数月的滑坡, 也使“沙漠风暴”行动总指挥乔治·H.W. 布什谋求连任的希望化为泡影。

认知学习方式可以教会学习者根据已有知识激活相应的思维技巧和推理规则, 从而有意识地利用构词、语义变化和文化背景等相关知识对未知信息进行思考和推理, 有利于学习者感知和内化认知规律, 主动使用语言学习策略。因此, 学习者的进步不是 $1+1=2$ 的累加, 而是体现为 $1+1>2$ 的增效效应。

在翻译实践中, 译者面对的是作者对语言的创造性使用。在不同作者的笔下, 同一个词汇或结构被置于不同的语言环境, 也往往被赋予不同的涵义并具有作者的个性特征。就翻译而言, 如不能准确把握作者赋予词汇的特殊涵义, 就无法准确再现原文的真正意义和作者的真正意图, 就会丧失翻译过程中的创造性, 这样译出来的东西就像是“鸟的标本”, 一根羽毛不少, 但不能飞翔, 没有灵魂和灵性。

由此可见,认知是语言学习的钥匙,学习者在翻译学习中应该着力培养自己的认知方式和对词汇意义的感悟能力。只有这样,才能根据不同的语境或上下文准确理解词汇和语言结构,从而提高翻译能力。

3. 常比较,提升思维转换能力

从语言和思维的关系来看,“语言离不开思维,任何语言都是由词汇和语法规则构成的符号系统,而词汇和语法规则是思维的结果,词的意义正是概括了的思维和概念,语法结构则是思维逻辑的表现”。同时,思维活动总是借助语言来实现,语言是思维的“物质外壳”,是思维的现实化。英汉两种语言之间的差异实质上是两种语言所蕴涵的思维差异,因此,英汉两种语言之间的翻译必然会涉及不同思维方式的转换。

一位苏联语言学家曾经指出:“最适合的外语学习方法是可以使学生悟到母语的语法结构,使其自动转移到外语上的方法。”“本族语对外语学习的影响有两个方面:有利的一面——正迁移;无利的一面——负迁移,或称干扰。恰到好处的对比教学有利于发挥正迁移和克服负迁移。”(范维杰,1994)只有这样,才能“在目的语的学习过程中,目的语与母语水平的提高相得益彰;目的语文化与母语文化的鉴赏力相互促进;学习者自身的潜能得以充分发挥。”(高一虹,1994)可以这样说,认识两种语言的差异无疑是从根本上提高翻译能力的必由之路。

例4 Any business is only as good as the people who comprise the organization. Therefore, an excellent employee is a pearl of great price.

原译1 做生意就如同组成这个团体中的人打交道。因而,一名优秀的员工就如同一颗价值不菲的珍珠。

原译2 实际上,任何企业都是由工作人员所组成的。因此,卓尔不群的员工是对公司而言是无价之宝。

原译3 任何公司的好坏取决于其人员构成。因此,一名优秀的员工对于公司来说相当于无价之宝。

原译4 优秀的企业需要优秀的人才来运营和管理,因此,一个出色的雇员就是公司的无价之宝。

原译5 任何一家企业都仅是和构成这个组织的成员那样优秀。因此,一名出色的雇员就如无价之宝。

原译6 一些企业的好坏取决于其员工素质的高低。因此,一个优秀的员工犹如一颗无价珍珠。

在上述六个译文中,前半句翻译都有问题,原译1和原译2没有正确理解原文结构,忽视了 as good as 这个词组;原译3和原译4虽然注意到了这个词组,但是仅仅从 good 一词的本义来推演该词组的意义,理解上出现偏差;原译5和原译6虽然理解正确,但译文仍没能摆脱原文思维方式和语言结构的束缚。

参考译文:员工的素质决定组织的品质。因此,优秀员工是组织的无价之宝。

不同语言的特点或独特之处是翻译技巧得以产生的理论依据。语言的独特性使得我们无法在英汉两种语言之间寻求语言结构的绝对对等,而必须深刻领会英语原文的言内、言外意义,然后再从汉语中寻求功能相当的表达形式来再现原文的意义。因此可以

说, 英汉翻译是对英语原文信息内容高度融合并根据汉语特点寻找适当表达形式的复杂过程。

4. 广阅读, 拓展商务知识和相关文化知识

除上述三个方面的问题之外, 翻译学习者还应该具备宽广的知识面, 即所谓“通百艺而专一长”(knowing something of everything and everything of something)。在商务翻译中, 不仅涉及语言知识, 还涉及商务知识, 假如不了解所译内容的背景知识, 翻译时就无法做到灵活变通, 更无法做到游刃有余。

例5 Quakle, which went bust within a year of its launch, measured a borrower's creditworthiness according to a group score, similar to the feedback scores on eBay.

原译1 Quakle 在它开办的一年之内就破产了, 它通过一个类似于易趣网反馈评价的群组评价来衡量借款方的信誉良好程度。

原译2 Quakle 创办仅一年就破产了, 因为它根据组得分, 类似 eBay 上的反馈分数来衡量借款人的信用。

Quakle 是英国的一家 P2P 贷款公司, P2P 即 peer-to-peer (lending) 或 person-to-person (lending), 人人贷, 2011 年 11 月倒闭时创办还不到一年。eBay 是美国一家电子商务网站, 虽与易趣曾有过合作关系, 但二者并不等同, 自 2012 年 4 月起, 易趣已不再是 eBay 在中国的相关网站, 故而不可将其译成“易趣网”。此外, 要正确翻译 group score 这一词组, 须了解 eBay 的反馈评分机制。该机制以已购买某商品的全部顾客对产品的各项打分为基础, 可理解为“用户/客户/顾客集体评价”等。译为“群组评价”或“组得分”虽大致说得过去, 但却不足以反映其全部意义, 而且容易让读者误以为该组是“专家委员会”等。由此可见, 知识面对准确翻译是至关重要的。

参考译文: Quakle 借鉴了 eBay 的信誉评分反馈机制, 利用贷方的集体评分来衡量借方的信用, 但创办不到一年就破产了。

5. 严要求, 培养高度的责任心

翻译是一项要求很高的工作, 其中甘苦只有译者自知。在翻译过程中, 一个句子, 甚至一个词汇都可能成为棘手的问题, 稍有不慎, 便有可能会带来麻烦。因此, 翻译大家无不具有严谨的作风。严复在《天演论·译例言》曾经感慨“一名之立, 旬月踟躇”, 鲁迅也曾经感叹“词典不离手, 冷汗不离身”, 而在他们笔下都产生了不朽的译著。为了减少翻译中的失误, 译者应该做到以下三点:

(1) 养成自上而下理解、自下而上转换的习惯。在理解原文时, 译者要从整体的角度去把握局部的意义, 包括用词、搭配关系和句式安排, 同时还要悉心体会作者在语言选择时所参照的聚合关系, 实现自上而下的理解。假如仅仅孤立地看待词句, 而不能把这些因素置于原作的整体语境中, 或不参照聚合关系这一坐标, 就很难体会作者在语言链中的良苦用心与真实意图。而在翻译转换过程中, 译者则必须将自己对原作信息的全方位把握重新整合, 选择恰当的、能够体现原作者思想精髓的词汇、搭配和句式等来实现语言形式的转换, 自下而上进行译文的重构。

(2) 译文审校是翻译的重要步骤。不少初学者总是对自己充满信心, 对自己的译文

非常满意，一旦翻译完成，就觉得万事大吉。

(3) 用逻辑来检验译文的准确性。匈牙利著名翻译家拉多·久吉尔博士说过：“翻译是逻辑活动，翻译作品是逻辑活动的产物。”语言表达清晰，推理合情合理，文通字顺，文气贯通，语言就合乎逻辑性。因此，逻辑是检验译文准确性的重要标准。

例6 It is a fact that not once in my life have I gone out for a walk. I have been taken out for walks; but that is another matter.

原译1 老实说，长这么大我从没以步当车过。虽然我曾被带出去散步，然而这是另外一回事。

原译2 确实，我这一生中散过几次步，但要说是不是自愿，那就是另一回事了。

原译3 我一生中确曾不止一次出去散步。我也被人叫去散步——但那是另一码事。

原译4 事实上我不止一次出去散步了。我被带出去散过好几次步，但那是另外的情况了。

上例原文词汇都是常用词汇，对学习者的不应该构成问题，但从上面的译文来看，事实并非想象的那么简单。用逻辑的标尺去审视一下，就会发现译文前后矛盾，读来不知所云。对比原文中两个句子的内容，再审视一下译文，即可看出问题的症结在于译者没有正确理解第一个句子中的 not once，该词组可解释为“不止一次”，也可以解释为“一次也没有”。根据第二个句子的意思“我曾被别人带着去散步”，从逻辑角度判断，第一个句子应该指没有去散过一次步。

参考译文：说实在的，长这么大，我从未真正散过步。我也曾应邀出去走走，但这和散步是两码事。

综上所述，翻译是对译者综合能力要求很高的一项工作。译者的功力绝非一朝一夕可以练就，而是需要在长期的翻译实践中不断提升对语言的认知和感悟能力，增强对源语和目的语之间差异的认识，有意识地培养两种语言之间的转换能力以及实现上述转换所需的思维能力和文化能力。

商务语篇翻译与解析

The Psychological Contract

(1) One concept that has been useful in discussing employees' relationships with organizations is that of a psychological contract, which refers to the unwritten expectations employees and employers have about the nature of their work relationships. Because the psychological contract is individual and subjective in nature, it focuses on expectations about “fairness” that may not be defined clearly by employees.

Both tangible items (such as wages, benefits, employee productivity and attendance) and intangible items (such as loyalty, fair treatment and job security) are encompassed by psychological contracts between employers and employees. Many employers may