

翻译研究新探索丛书

商务英汉/汉英 翻译深论

A Further Study of C-E/E-C Translation for Business

鲍文 著



国防工业出版社

National Defense Industry Press

翻译研究新探索丛书

本书由浙江工商大学浙江省英语语言文学重点学科资助出版

商务英汉/汉英翻译深论

A Further Study of C-E/E-C Translation
for Business

鲍文 著

国防工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

商务英汉/汉英翻译深论/鲍文著. —北京:国防工业出版社, 2012. 12

(翻译研究新探索丛书)

ISBN 978-7-118-08622-5

I. ①商... II. ①鲍... III. ①商务—英语—翻译—研究 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 035725 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)

国防工业出版社印刷厂印刷

新华书店经售

*

开本 880×1230 1/32 印张 9 $\frac{5}{8}$ 字数 350 千字

2012 年 12 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—2000 册 定价 35.00 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

随着世界经济全球化和信息一体化的不断加深,中国与世界经济合作日益广泛,国际商务往来日益密切。作为中国与世界其他国家经济和商务交往的纽带,商务文献和材料的翻译在整个翻译产业链中的比重越来越大,其地位日趋突显,需求与日俱增。进入新世纪以来,商务翻译实践涌现出了许多脍炙人口的优秀译作,许多语言研究者和翻译工作者也从不同角度对商务英汉/汉英翻译理论与实践做出了卓有成效的探讨,提出了许多真知灼见,为提升我国商务翻译水平做出很大贡献。

然而,由于高校商务英语专业设置较晚(于2007年开始正式招生),商务英语学科尚处于发展的初始阶段,专门从事商务英语研究和商务翻译的研究队伍尚未形成。大多数的商务翻译研究只是高校英语专业教师翻译课程中的一部分内容,将商务翻译作为相对独立体系的研究并不多见,将商务翻译上升到理论高度的研究更为鲜见。商务翻译的研究成果零星散落,未成体系。目前,商务英汉互译实践大多还是“工匠式”、“经验式”的简单技艺。商务翻译研究和实践的发展水平难以适应我国一日千里的国际化步伐和国际商务活动的蓬勃发展,也不能满足我国商务英语学科突飞猛进的发展要求。因此,加强理论建设,揭示理论内涵,认识商务翻译中英汉语际转换的实质以及转换系统中的行为模式,使商务翻译从“自在行为”上升为“自为行为”,从而提高

商务翻译的语际交流水平,是目前商务翻译研究中亟待解决的问题,也是方兴未艾的商务英语学科的重要内容之一。

本书在国内外现代翻译理论的基础上,探讨商务英汉/汉英翻译的内涵、宏观原则、翻译标准、翻译策略,构建商务英汉互译的理论框架体系。全书共分为8章。第1章“绪论”从分析商务英语的概念、商务英语与普通英语关系等方面入手,探讨商务英汉互译的本质、属性、内涵和译者素质构成。第2章“商务英汉互译理论基础”和第3章“商务英汉互译实践理论”在阐释巴尔胡大罗夫等值论、卡特福德转换论、关联翻译论、巴斯奈特文化翻译论、奈达功能对等论、纽马克文本分类论、德国功能目的论和中国学者黄忠廉变译论的基础上,阐述以上理论在商务英汉互译中的适用性和应用性。第4章“商务英汉互译理论构建”,基于商务翻译的本质和中外翻译理论,建立商务英汉互译的翻译标准、宏观翻译原则、翻译策略导向等理论框架和体系。第5章“商务法律类文本英汉互译”提炼分析商务法律文本的特征,讨论其英汉互译中的准确性、正式性、严谨性、规范性等问题。第6章“商务广告类文本英汉互译”分析商务广告目的与特征,阐述广告文本翻译的理据,并阐述商务广告中的“等效性”、“创造性”、“文化弥补与转换”等问题。鉴于产品说明是广告文本的特殊形式,本章专设第6节研究商品说明书英汉互译方法,提出商品说明书翻译的策略与技巧。第7章“商标英汉互译”从商标概念和功能入手,提出商标翻译原则,讨论商标英汉互译中如何保留原文信息、如何在商标音译中进行创译,以及如何在商标英汉互译中传递文化意象等问题。第8章“国际物流文本英汉互译”分析物流文本基本特征,创立国际物流文本英汉互译的策略与方法。

本专著以现代商务活动为研究范畴，吸纳国内外翻译理论精华，深入细致地研究现代商务文本的英汉/汉英翻译特征、规律、标准、原则、策略与方法，从宏观研究到微观探讨，理论与实践并重。本书是商务英汉互译理论与实践的系统论著，可以作为大学本科、硕士研究生等层次的理论和实践指导书，也可以为商务英语学科的翻译研究和教学提供参考和借鉴。

本专著是笔者《国际商务英语学科论》和《国际商务英语教学论》的姊妹篇，专门研究商务英汉/汉英翻译，汇集了笔者多年商务翻译研究和教学的潜心体验。前人的相关著作、论文和网上资料使笔者在写作中获得了许多启迪和思考，在此深表谢意。本专著凝聚了广大商务英语学科研究者的智慧和结晶，同时也给后人留下了许多研究空间，愿与译界同仁携手共叙本研究的深层课题。

笔者所在的浙江工商大学外国语学院各位领导和同事对本书的写作给予了大力支持，同时，得到“浙江工商大学浙江省英语语言文学重点学科”基金资助，在此一并表示感谢。

鲍文

2012年11月于杭州

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 商务英语概述	1
1.2 商务英汉互译概念	9
1.3 商务英汉互译特征	12
1.4 商务英汉互译译者素质	14
第 2 章 商务英汉互译基础理论	28
2.1 六层次等值论与商务英汉互译	28
2.2 翻译转换论与商务英汉互译	38
2.3 关联翻译论与商务英汉互译	47
2.4 文化翻译论与商务英汉互译	56
第 3 章 商务英汉互译实用理论	67
3.1 功能对等论与商务英汉互译	67
3.2 文本分类论与商务英汉互译	76
3.3 功能目的论与商务英汉互译	87
3.4 变译论与商务英汉互译	97
第 4 章 商务英汉互译理论构建	115
4.1 商务英汉互译现状与问题	115

4.2	商务英汉互译宏观原则	118
4.3	商务英汉互译策略导向	124
4.4	商务英汉互译分类翻译标准	136
第5章	商务法律类文本英汉互译	155
5.1	商务法律类文本特征	155
5.2	英汉互译中的准确性	156
5.3	英汉互译中的正式性	162
5.4	英汉互译中的严谨性	176
5.5	英汉互译中的规范性	178
5.6	长句翻译技巧	185
第6章	商务广告类文本英汉互译	196
6.1	商务广告文本特点	196
6.2	英汉互译理论依据	199
6.3	英汉互译中的“等效”	202
6.4	英汉互译中的创造性	211
6.5	英汉互译中的文化弥补	217
6.6	商品说明书英汉互译	226
第7章	商标英汉互译	241
7.1	商标的概念内涵	241
7.2	商标功能分析	243
7.3	商标英汉互译原则	246
7.4	原文信息保留	248
7.5	音译的创造性	252
7.6	文化意象传递	261

第 8 章 国际物流文本英汉互译	273
8.1 国际物流文本特征	273
8.2 国际物流专业术语翻译	276
8.3 复合长句翻译技巧	280
8.4 国际物流语篇翻译	286

第1章 绪论

研究商务英汉/汉英翻译(以下简称商务英汉互译)不能不谈到商务英语,因为商务英语既是商务英汉翻译的源语,也即翻译主体,同时又是商务汉英翻译的译语,也即翻译客体。理清商务英语的发展、商务英语的概念以及商务英语与普通英语的关系,是界定商务英汉互译的概念、研究范畴和研究对象的基础。那么什么是商务英语?商务英语怎么发展而来的?它与普通英语的关系如何?

1.1 商务英语概述

1.1.1 商务英语的发展

商务英语由英语发展而来。18世纪英国工业革命以后,工业资本和金融资本迅速积累,英国对海外殖民地扩张迅猛突进。与此同时英国向海外输送大量移民,英语从本土向国外广为传播,英帝国主义的扩张势力把英语推向全世界。

20世纪中叶,第二次世界大战结束后,人类社会开始进入了一个前所未有的、大规模的科技和经济高速发展时代,推动着整个人类社会的快速发展。这种社会发展的新形势和新情况需要一种能在国际上比较通用的语言来反映,使世界各国人民在科技和

经济发展中沟通思想,开展政治、学术、经济、社会发展、文化等方面的交流,推广各个领域的研究成果。

战后的美国在科技和经济方面的发展走在世界前列,成为举世瞩目的世界科技和经济强国。美国的官方语言——英语也因此成为国际和经济活动中最通用的语言交际工具。据统计,把英语作为第一语言的有英国、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰等 10 多个国家,把英语作为官方语言的国家也有新加坡、印度、菲律宾、加尼日利亚、加纳等 10 多个国家,把英语作为第二语言的国家有瑞典、丹麦、挪威、芬兰和冰岛等国。英语的使用人口从 400 年前的 500 万左右,发展到至今的 10 多亿。英语已逐渐发展成为一种世界语言,成为今天世界政治、经济、科技、文化交流最重要的世界通用语言工具。

随着世界经济社会的不断发展,英语广泛应用于国际间商务活动与交流的各个领域。英语以服务国际商务活动为目标、受到广大从事国际商务活动的人们的普遍认同与接受。国际商务活动中英语的使用涵盖了与其相关的各个领域,它不仅包括商务中所指的商务谈判业务、信用证、装运、保险、索赔、付款等,也包括金融、贸易、运输、投资、财会、经济法、国际合作、国际惯例等方面的英语。这种在国际商务活动中使用的英语不仅在词汇、语法资源等的选择方面有一定的特征,而且具有鲜明的意识形态、礼貌体制、话语形式,与一定的商务背景知识相联系,具有明确的目的性,并以需求分析为基础。因此,英语在国际商务活动的使用中,越来越有别于普通英语,形成一个特殊的交际系统,具有独有的特征,成为英语语言的一种功能变体——商务英语。

1.1.2 商务英语概念

商务英语概念最早在英语国家提出,英语本族者称他们在商

务活动中使用的英语为商务英语,以区别于普通英语。

虽然迄今学术界并未对商务英语形成统一观点,但对于其核心内涵,国内外的专家和学者从多方面、多角度进行了探讨和阐述,对理解和把握商务英语概念内涵具有重要作用。其中国外较有代表性的有:

琼斯和亚历山大(L. Jones & R. Alexander)称国际商务英语为“English for business”或“English used in business contexts”(Jones & Alexander, 1994),首次确立了商务英语的名称,并且大致描述了商务英语的概念。

皮克特(D. Pickett)认为商务英语是“中介性语言”(mediating language),位于特定商务技术语言和普通大众语言的交界地带,是一种“工作语言”(working language)。它包含语汇层次和交际层次,几乎不涉及语法层次(Pickett, 1989)。

罗宾逊(P. Robinson)则将商务英语的特征归纳为:与一定的商务背景知识相联系(context-based);有明确的目的(goal-directed);以需求分析(need analysis)为基础;有时间上的压力(time pressure)(Robinson, 1991)。

埃利斯和约翰逊(M. Ellis & C. Johnson)从专门用途英语(ESP)的思路出发,认为商务英语是专门用途英语的一个分支,是商务环境中应用的英语,也就是已在从事或将要从事商务行业的专业人才所学习或应用的专门用途英语(Ellis & Johnson, 1994)。

苏伊(R. W. Shuy)在对一系列商务话语语料分析基础上,指出商务英语不仅具有专门化词汇,而且还具有更多包括专门化句法、语义等内容的专门化语言,将商务英语与普通英语区分开来(Shuy, 1998)。

贾沃斯基和库普兰 (A. Jaworski & N. Coupland) 从话语的角度对国际商务英语进行分析, 对话语的含义进行了解释: 话语是与社会、政治、文化程式相应的语言的应用, 语言既反映社会秩序, 同时又塑造社会秩序和人与社会的互动。他们对商务英语的内涵和特点从社会语言学的话语角度进行了阐述和解释 (Jaworski & Coupland, 1999)。

巴吉勒—切皮尼和尼切森 (F. Bargiele-Chiapini & C. Nicherson) 认为商务英语是一种职业话语, 是人们使用英语进行商务活动的结果。语言和商务活动之间具有密切相连的关系。从商务话语角度来看, 商务英语是商务话语诸因素互动过程的产物, 因而是可以定性分析和描述的。商务活动顺利进行, 商务活动参与人都必须依靠对语言的使用以及对英语的词汇、语法等内容进行适当的选择。同时, 商务活动本身决定了语言的使用特点。只有对商务活动有一个全面的了解, 掌握商务活动的有关知识, 并对其中的规范和程序有清晰的认识, 对社会文化差异敏感, 对语用策略娴熟运用, 才能准确把握商务话语的实质特征。商务话语中商务学科知识、语言和商务技能三者密不可分 (Bargiele-Chiapini & Nicherson, 1999)。这个定义详细分析和阐述了商务英语中语言与商务的密切关系, 并首次提出了商务英语的三个组成要素。

中国学者对商务英语概念的分析主要有:

程世禄、张国扬把商务英语归类到职业英语范畴, 同旅游英语、科技英语、医学英语并列 (程世禄、张国扬, 1996)。

王兴孙认为“商务英语实际上就是商务环境中应用的英语, ……是专门用途英语 (English for Specific Purposes) 的一种变体, 也就是已在从事或将要从事商务行业的专业人士所学习或应

用的专门用途英语”(王兴孙,1997)。他认为专门用途英语是与某种特定的专业或目的相关联的英语,把商务英语看作是商务活动的工具,是英语的一种应用变体。

史天陆认为:“所谓‘商务英语’就其语言本质而言就是在商务和经贸领域内经常使用的反映这一领域专业活动的英语词汇、句型、文体等有机的总合。”(史天陆,1999)

邹美兰从语言层面上分析认为:“商务英语就其本质而言,就是在商务领域内经常使用的反映这一专业活动内容的英语词汇、句型、文体等有机总合,它属于特殊用途英语。”(邹美兰,2004)她还根据英国剑桥大学考试委员会及我国国家教育部考试中心所指定的BEC考试教材 *International Business English* 引言内容得出结论:“商务英语是为‘需要使用英语’的工作人员和即将投入商界的学生们所写。使用英语是目的,商务是指使用英语的商务工作人员和商务环节。英语是传播的媒介,而商务则是传播的内容。‘商务’与‘英语’不是简单的相加关系,而应该是有机融合。”(邹美兰,2004)

张佐成、王彦对国际商务英语概念做过如下分析:商务英语是在商务场合中,商务活动的参与人为达到各自的商业目的,遵循行业惯例和程序并受社会文化因素的影响,有选择地使用英语的词汇语法资源,运用语用策略,以书面或口头形式所进行的交际活动系统(张佐成、王彦,2002)。他们界定了商务英语的三个主要因素:商务学科知识、英语语言知识和商务运用,同时也较为全面地阐述了这三者的关系。

张新红、李明认为,“商务英语是英语的一种社会功能变体,是专门用途英语中的一个分支,是英语在商务场合中的应用。商务英语所承载的是商务理论和商务实践等方面的信息,没有承载

商务理论和商务实践等方面信息的英语不能成为商务英语”(张新红、李明, 2004)。这个界定同时强调了商务英语的语言和商务两个重要方面。

陈准民教授指出:“商务英语的定义可宽可窄。最窄的定义是‘只有与商业直接有关的英语才能叫商务英语’。稍宽一点的定义是‘一切与商业相关的领域(经济、管理、法律等)的英语都算商务英语’。最宽泛的定义则是‘凡是一切超越了私人关系的英语都是商务英语’,因为商务英语来自‘Business English’,而‘business’在英语中的定义绝不仅仅是商务,只要不是‘personal’的东西都是‘business’。因此,‘business’既可译为‘商务’,也译为‘公务’。这也是为什么飞机上的‘business class’被译为‘公务舱’而不是‘商务舱’,‘go on a business trip’被译为“出差”而不是“出商差”。可以说,除了经济、管理、法律,其他领域(如政治、外交、媒体、社交等)的英语都是‘business English’,都是商务/公务英语。”(陈准民, 2008)这个定义覆盖了商务英语所涉及的所有领域,是目前国内最为全面的定义。

从国内外学者对商务英语概念的分析,可以概括出商务英语核心内涵包括:商务英语不是一种独立的语言,而是专门用途英语的一种变体,是用于跨文化国际商务活动的交流工具;国际商务英语是商务环境中应用的英语,与国际商务活动密切相关,其内容覆盖与国际商务相关的一切领域,如经济、管理、法律、政治、外交、媒体、社交等;国际商务英语是一种专门化的语言,语言的专门化表现在国际商务英语词汇、句法和语义等方面(鲍文, 2009)。

1.1.3 商务英语与普通英语

商务英语,如同其科技英语、医学英语等其他专门用途英语,都是英语的语言变体。然而,商务英语又是一门特殊的专门用途英语。学习科技英语、法律英语是个人获取知识的行为,而学习商务英语则是学习成为商务世界的成员(Dudley-Evans & John, 1998)。因此,商务英语自成学科,其特征表现在它以商务活动为交际目的,与一定的商务背景相联系,并且与职业行为直接挂钩;它有明确的目的,应用于特定的职业领域,具有特殊的内容,涉及与国际商务职业领域相关的专门化内容。根据商务英语的专门用途英语属性及其与专门用途英语的不同特征的特点,我们可以分析出商务英语与普通英语的关系,而理清普通英语与商务英语的异同点则有利于开展商务英汉/汉英翻译研究。

首先,普通英语(General English)是人们日常生活所使用的最广泛的语言,普通英语能力包括英语语言的听、说、读、写、译的英语基本技能方面。普通英语运用通俗易懂的语言来表达人们的普通思想和进行信息交流(翁凤翔, 2008)。对学习者来说,学习普通英语的目的就是掌握英语的听、说、读、写、译五项基本技能,获得日常场景的英语交际能力。而商务英语(Business English)作为专门用途英语的一种,是一定语域中使用的英语,具体来说,是国际商务环境下使用的专门用途英语。对学习者来说,学习商务英语是为了获得将英语作为一种手段或工具进行国际商务沟通、并从事实际国际商务事务的应用能力。

第二,普通英语是人们生活和交际中所使用的英语,内容主要是英语知识和技能以及跨文化交际的一般知识。而作为商务环境下使用的英语,商务英语涉及经济、法律、管理、信息等多种领

域,其知识和能力结构包括专业词汇、常用句式和文体风格,以及这些领域和行业的内在知识体系。英国商务英语专家布瑞格(N. Brieger)提出了“商务英语范畴理论”,指出商务英语应包括五个方面的知识:语言知识(language knowledge)、交际技能(communication skills)、专业知识(professional content)、管理职能(management skills)和文化背景知识(cultural awareness)等核心内容(Brieger, 1997)。也就是说,商务英语集语言、专业知识、国际商务交际为一体,强调商务交流和商务沟通能力,其专业性和目的性非常明显。

第三,商务英语以英语语言共核为基础。所谓语言共核是指“某种语言中大多数人都用的那部分语言。这部分语言不受地域、教育程度、社会地位、职业、话题的制约,在词汇、语法和意念功能方面的差异也不大”(刘法公, 2003)。英语语言共核并不是指英语语言所有的内容,而是英语语言共核作为所有用途英语和场合的通用语言内容,它不能使掌握者应付各种具体的英语语言交流活动。英语语言共核作为适用于所有场合的通用语言,是所有用途和场合的通用语言。因此,作为商务场合使用的英语,也即商务英语,同样以英语语言共核部分为基础。商务英语是基于普通英语基础知识,根据国际商务活动内容发展的用英语进行国际商务活动的语言。也就是说,商务英语以普通英语为基础,普通英语是商务英语教学的依托和基石。

第四,普通英语和商务英语并不是界限分明、各自独立,而是呈交融状态。商务英语以普通英语为基础,并非独立语言。商务英语事实上是普通英语与国际商务行业英语的混合体。行业英语指具有行业特征的英语材料,商务英语是国际商务活动中所使用的语言,与文学语言、科技语言等文体具有共同的实质。可