

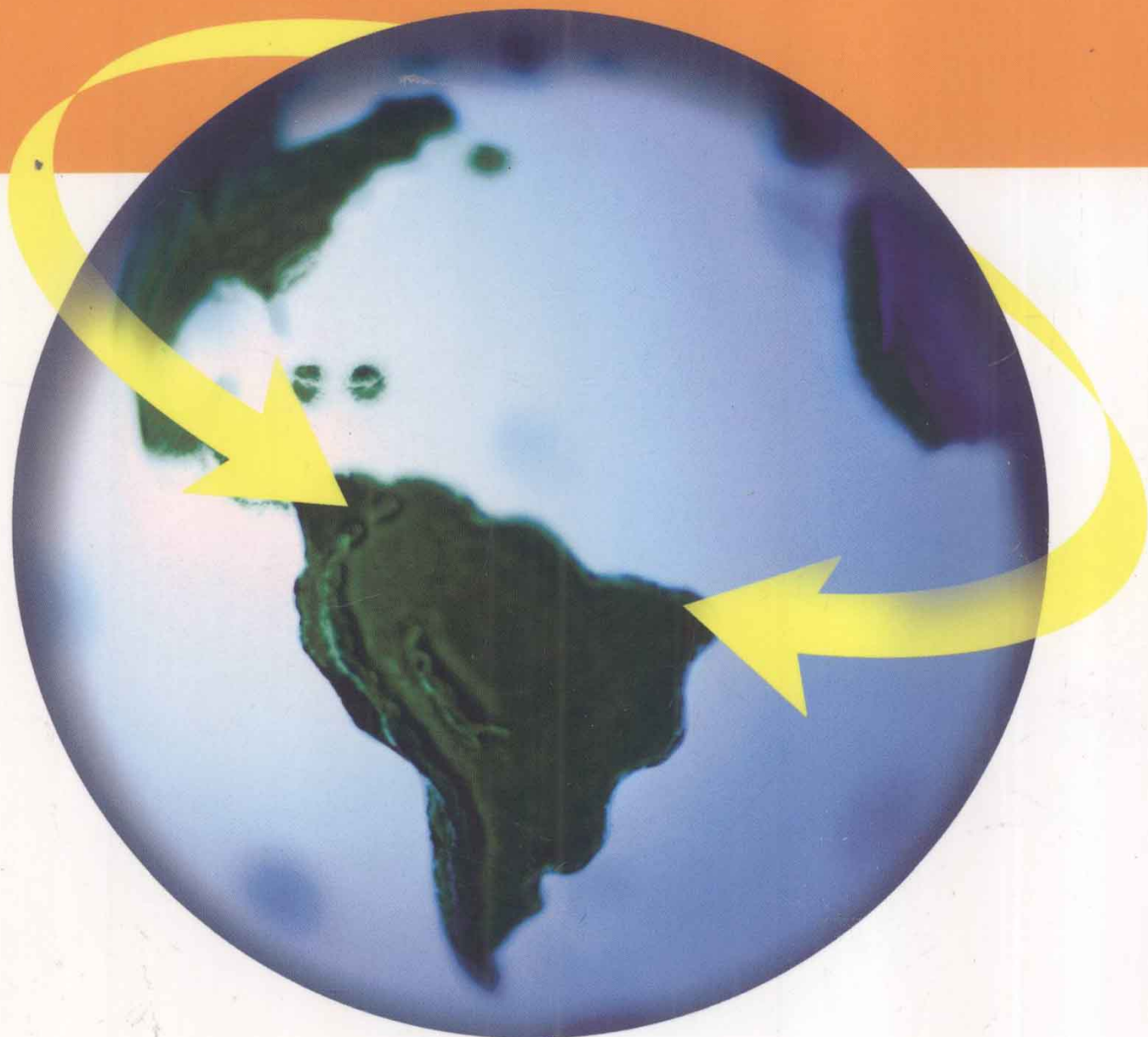
商务



英汉翻译教程

AN ENGLISH-CHINESE TRANSLATION COURSE
FOR BUSINESS

主编 李明



New Century Business English 新世纪商务英语专业本科系列教材

商务



英汉翻译教程

AN ENGLISH-CHINESE TRANSLATION COURSE
FOR BUSINESS

—— 主编 李明 ——

编者 卢红梅 王晓雯 李明

图书在版编目(CIP)数据

商务英汉翻译教程 / 李明主编; 卢红梅等编.

—上海: 上海外语教育出版社, 2010

(新世纪商务英语专业本科系列教材)

ISBN 978-7-5446-1770-3

I. ①商… II. ①李… ②卢… III. ①商务—英语—
翻译—高等学校—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第071736号

出版发行: 上海外语教育出版社

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@sflep.com.cn

网 址: <http://www.sflep.com.cn> <http://www.sflep.com>

责任编辑: 邵海华

印 刷: 江苏省扬中市印刷有限公司

开 本: 850×1168 1/16 印张 13 字数 360千字

版 次: 2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

印 数: 3 100 册

书 号: ISBN 978-7-5446-1770-3 / H·0765

定 价: 23.00 元

本版图书如有印装质量问题,可向本社调换

新世纪商务英语专业本科系列教材

顾 问：陈准民

专家委员会(按姓氏笔画排序)：

王立非 王晓群 叶兴国 平 洪 刘法公
吕世生 严 明 李生禄 肖云南 陈 洁
陈建平 林添湖 俞洪亮 宫恒刚 郭桂杭
龚龙生 彭 龙 程幼强 谢 群 潘惠霞

前 言

《商务英汉翻译教程》是一部深入浅出地介绍商务英汉翻译基本技巧和翻译基础理论、着力培养学生的译者能力和翻译能力、有效夯实学生语言水平和商务专业知识的教科书。本教材认为,凡直接或间接与经济利益的丧失或获取有关系的文本就是商务文本。而对商务文本所进行的翻译就是商务翻译。“商务翻译”在英语中的对应语是“Business Translation”或“Commercial Translation”。

商务翻译涵盖的范围非常之广,但在这里我们将其主要限定在以下几方面:

- | | |
|--------------|----------------|
| (1) 经济; | (2) 金融及财政; |
| (3) 经营与管理; | (4) 财务会计与营业报告; |
| (5) 流通与营销; | (6) 电子商务与信息技术; |
| (7) 贸易与商业书信; | (8) 商务合同与法律; |
| (9) 商务信函; | (10) 商业广告; |
| (11) 商务信用证; | (12) 商品说明书。 |

在编写本教材的过程中,我们非常注重翻译基本技巧和翻译基础理论的介绍,对每一章中的译例、句子翻译练习和篇章翻译练习均作了精心挑选,并以符合学生认知水平的方式将翻译基本技巧和翻译基础理论融入对译例的讲解之中,重视译例和篇章内容的知识性、趣味性和时代感,同时还非常注重教材在教授过程中的可操作性,并重视从形式到内容两方面来激发学生的求知欲,着力引导学生关注对语言现象的观察和分析,重视由具体到一般的思维过程,发挥学生的学习自主性,培养学生以一变应万变的翻译实际操作能力。

本教材根据一学期授课之需,一共编写了18章,每章(第一章除外)包括“译文对比”、“译技讲解”、“译技深化”、“译文优劣判断”、“商务词汇拾零”、“翻译练习”等六个部分。

每一章的“译文对比”部分,旨在让学生通过对比英语原文和汉语译文,了解其中所涉及的翻译技巧,该翻译技巧正是本章将要讲解的翻译技巧。该部分也是第二部分“译技讲解”的引子。

在第二部分的“译技讲解”中,我们简要地对在“译文对比”部分中所涉及的翻译技巧进行点拨,接着便较为深入地讲解该翻译技巧,讲解时做到简明扼要。

第三部分是“译技深化”部分。在该部分中,我们选取10个例句来重点探讨本章所涉及的翻译技巧,并在【讲解提示】中进行简要提示,必要时还给出涉及类似翻译技巧的例句,以进一步深化所讲解的翻译技巧。在选取例句时,我们充分考虑到这些例句的趣味性、思想性、专业性和时代感。因本教材是商务翻译,其中所选例句或翻译练习均含有丰富的商务内涵,这需要学生认真消化才能领会。

第四部分的“译文优劣判断”中,我们提供三个英文句子,每个英文句子通常给出两种汉语译文,让学生对照英语原文对这两种不同的汉语译文进行优劣判断,以提高学生的译文鉴赏力。

第五部分的“商务词汇拾零”中,我们提供了20个商务英语词汇或表达法,并给出各自的汉语对应语,以提高和扩大教材使用者的商务专业词汇。

每一章的最后部分是“翻译练习”,其中包括句子翻译和篇章翻译。所有翻译练习的参考译文均置于书的末尾,以方便教材使用者参照。使用者在参照翻译参考译文时,必须清楚这样的情况:翻译参考译文不同于其

他练习答案,练习答案通常只有一个,其英文对应语是“key”,而翻译参考译文(英文为“reference version”,不是“key”)仅供使用者参考。使用者在翻译过程中,完全可以给出不同于参考译文的翻译来,这些翻译有可能在某些方面会比参考译文更为成功或出色。这是可能的,也是允许的。作为教授翻译的教师,应该在翻译教学过程中多鼓励学生们给出不同于参考译文的翻译来,应该树立他们的信心,让他们敢于拿起笔来给出自己得意的译文,敢于挑战参考译文中所给出的翻译。这是由“译无定规”这一翻译的性质决定的。但另一方面,在翻译同一原文时,的确会出现“千人千面”的情况,这就要求翻译教师要“名副其实”,即:翻译教师既是教师,又是译者。因此,翻译教师应不断提高自己的翻译实际操作能力。只有在翻译方面进行了长时间的修炼,教师才有可能具备敏锐的眼光,善于发现学生所提供译文中的闪光点 and 不足。也只有这样,教师才能够对这些闪光点和不足进行恰到好处的评点。

翻译教学同翻译活动一样,亦无“定规”。本教材中的翻译材料我们已使用一个学期,在教学上主要采取了以下教法,在此想同各位同仁一起分享:每一周让学生完成一个章节的翻译练习,教师在上课前对学生完成的作业进行批改,对学生在翻译过程中出现的问题了如指掌。在下一次上课时,让学生(通常两至三个学生)轮流到讲台上进行展示,讲出他们在翻译过程中的疑惑以及所碰到的难点。教师在一旁指出他们在翻译中所出现的问题,然后就这些问题进行旁征博引的讲解。学生感觉到,这样教授翻译他们收获很大。

本教材由李明教授担任主编,负责全书体例的编写、统稿以及第一章、第二章、第三章、第十六章、第十七章、第十八章的编写。卢红梅副教授编写第七章、第九章、第十章、第十二章、第十四章和第十五章。王晓雯老师编写第四章、第五章、第六章、第八章、第十一章和第十三章。

本教材得以问世,我们要衷心感谢上海外语教育出版社的领导对本书的出版所给予的大力支持,尤其感谢该出版社高等教育事业部主任谢宇女士和邵海华女士为本书的策划、编写、编辑和出版所做出的各种努力。感谢广东外语外贸大学校长仲伟合教授在我们编写过程中所给予的激励和鞭策。我们还要感谢广东外语外贸大学高级翻译学院2006级翻译专业本科生、高级翻译学院2009级MTI周末班全体学员、高级翻译学院“翻译实务”双学位2007级4+0班全体同学,书中所使用的翻译例句和翻译练习,绝大部分都在他们的课堂中使用过并就译文进行了充分、热烈而深入的讨论。

本教材主要面向商务英语专业高年级学生作为翻译教材之用,也适用于高等学校翻译专业本科学生和英语语言文学专业本科高年级翻译方向的学生使用,还可作为广大从事翻译教学的教师、翻译硕士专业(MTI)学员、翻译专业硕士研究生以及其他翻译爱好者学习翻译和研究翻译的案头必备。

译海无涯,人生有限,书中谬误之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

李 明

2009年秋于广东外语外贸大学高级翻译学院

* 该项成果得到“广东外语外贸大学‘211工程’项目”资助(项目编号:GDUF211-1-060)。

目 录

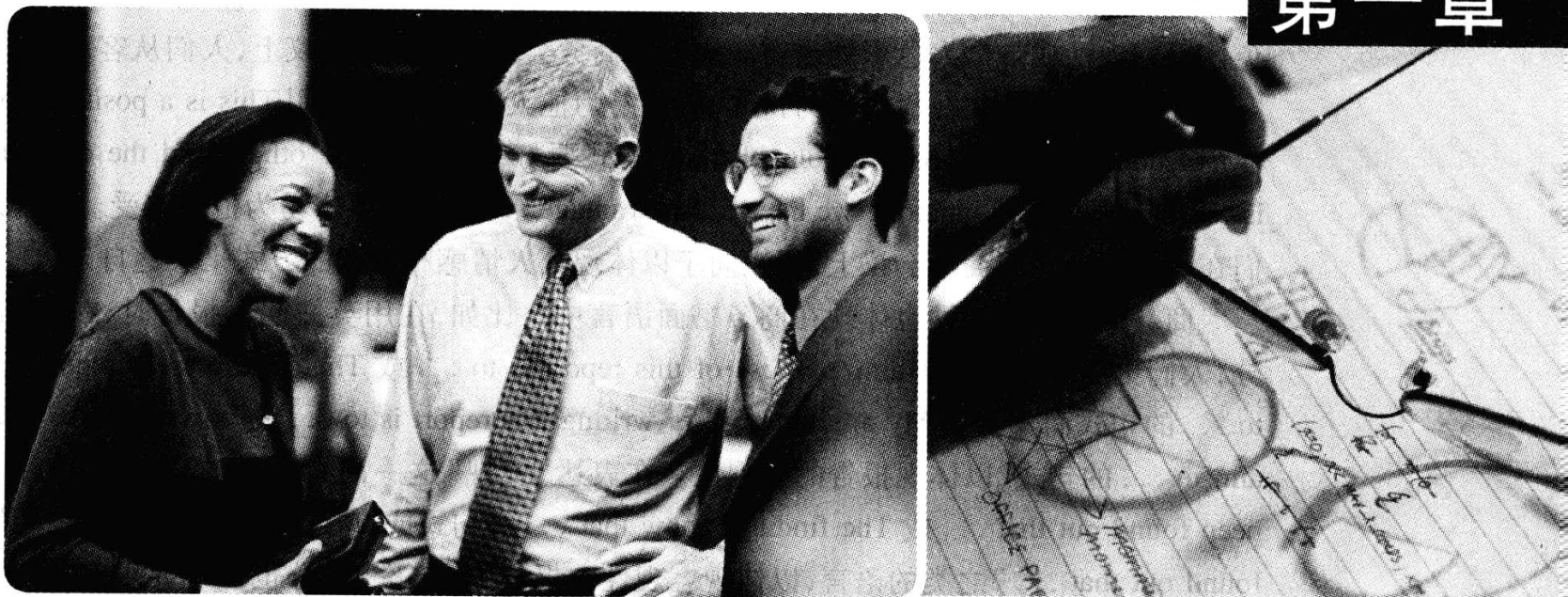
第一章 商务英语与商务英语翻译	1
一、商务英语的界定.....	1
二、商务英语的语言特点.....	1
三、商务英语的语篇特点.....	4
四、商务英语翻译的标准.....	6
五、商务词汇拾零.....	10
六、翻译练习.....	10
第二章 词义的选择	12
一、译文对比.....	12
二、译技讲解.....	12
三、译技深化.....	14
四、译文优劣判断.....	17
五、商务词汇拾零.....	18
六、翻译练习.....	18
第三章 词类的转换	20
一、译文对比.....	20
二、译技讲解.....	20
三、译技深化.....	22
四、译文优劣判断.....	25
五、商务词汇拾零.....	26
六、翻译练习.....	26
第四章 增词翻译法	28
一、译文对比.....	28
二、译技讲解.....	28
三、译技深化.....	29
四、译文优劣判断.....	33
五、商务词汇拾零.....	34
六、翻译练习.....	34

第五章 减词翻译法	36
一、译文对比	36
二、译技讲解	36
三、译技深化	38
四、译文优劣判断	41
五、商务词汇拾零	42
六、翻译练习	43
第六章 重复翻译法	44
一、译文对比	44
二、译技讲解	44
三、译技深化	46
四、译文优劣判断	50
五、商务词汇拾零	51
六、翻译练习	52
第七章 词义引申翻译法	54
一、译文对比	54
二、译技讲解	54
三、译技深化	55
四、译文优劣判断	58
五、商务词汇拾零	59
六、翻译练习	59
第八章 正说反译法与反说正译法	61
一、译文对比	61
二、译技讲解	61
三、译技深化	63
四、译文优劣判断	66
五、商务词汇拾零	67
六、翻译练习	68
第九章 主语的翻译	70
一、译文对比	70
二、译技讲解	70

三、译技深化	72
四、译文优劣判断	75
五、商务词汇拾零	76
六、翻译练习	77
第十章 被动语态的翻译	78
一、译文对比	78
二、译技讲解	78
三、译技深化	79
四、译文优劣判断	83
五、商务词汇拾零	84
六、翻译练习	84
第十一章 语序的调整	86
一、译文对比	86
二、译技讲解	86
三、译技深化	89
四、译文优劣判断	92
五、商务词汇拾零	93
六、翻译练习	93
第十二章 从句的翻译	96
一、译文对比	96
二、译技讲解	96
三、译技深化	99
四、译文优劣判断	102
五、商务词汇拾零	103
六、翻译练习	103
第十三章 分句与合句翻译法	105
一、译文对比	105
二、译技讲解	105
三、译技深化	107
四、译文优劣判断	111
五、商务词汇拾零	111
六、翻译练习	112

第十四章 商务信函的翻译	114
一、译文对比	114
二、译技讲解	115
三、译技深化	115
四、译文优劣判断	119
五、商务词汇拾零	120
六、翻译练习	120
第十五章 商务广告的翻译	123
一、译文对比	123
二、译技讲解	124
三、译技深化	127
四、译文优劣判断	130
五、商务词汇拾零	131
六、翻译练习	131
第十六章 商务合同的翻译	133
一、译文对比	133
二、译技讲解	133
三、译技深化	139
四、译文优劣判断	142
五、商务词汇拾零	143
六、翻译练习	144
第十七章 商务信用证的翻译	146
一、译文对比	146
二、译技讲解	146
三、译技深化	153
四、译文优劣判断	157
五、商务词汇拾零	158
六、翻译练习	158
第十八章 商品说明书的翻译	161
一、译文对比	161
二、译技讲解	161

三、译技深化·····	164
四、译文优劣判断·····	167
五、商务词汇拾零·····	168
六、翻译练习·····	168
附录	
翻译练习参考译文·····	173
参考文献 ·····	193



商务英语与商务英语翻译

一、商务英语的界定

在国际商务活动中,英语起着举足轻重的作用,使用范围非常广泛。渐渐地,它在自己的领域内形成了独特的语言特征及文体风格。由于其独特性,人们现在将它从普通英语中分离出来并称之为商务英语。在学术界,商务英语也被称之为商务用途英语(English for Business Purposes) (Dudley-Evans & St John, 1998:53)。

商务英语是指以服务于国际贸易和营销等一系列商务活动的内容为目标,集实用性、专业性和明确的目的性于一身,为广大从事国际商务活动的人们所认同和接受,并具备较强社会功能的一种英语变体。它包括语言知识、交际技能、专业知识、管理技能和文化意识等核心内容(向嫣红,2000:21)。在当今这个经济全球化的世界里,包括技术引进、对外贸易、招商引资、对外劳务承包与合同、国际金融、涉外保险、国际旅游、海外投资、国际运输、商业广告等在内的商务活动,无不涉及英语的使用。在所有这些活动中所使用的英语,均称之为商务英语。

那么,商务英语到底有哪些方面的语言特点呢?到底什么是商务语篇或商务文本呢?下面就这些问题进行介绍。

二、商务英语的语言特点

(一) 具备较强的客观性

商务交往中所使用的语言大多是为了交易的目的服务的:说话人劝说他人按照自己提出的意见行事,目的是要得到自己想得到的东西。但在使用语言时,人们多使用客观性语言,避

免使用主观性或带个人色彩的语言。比如在商务会谈中或商务会议上,人们从客观的角度来对某件事进行评价往往显得更为得体,更容易为他人接受。如,使用 *This is a positive point* 比使用 *I think he has a positive point there* 的句式要好;使用 *On the other hand the disadvantage is ...* 比使用 *In my opinion, we have a disadvantage ...* 的句式要容易为他人接受。换言之,人们在商务会谈中或商务会议上,不倾向于以体现个人情感和观点的方式来表达自己。

商务英语的客观性也体现在商务书面语言中。比如,在用英文起草报告时,在“引言”部分,人们更多地使用 *The aim/purpose of this report is to ...* 或 *This/The present report sets out to ...* 的句式而不使用 *My aim/purpose of writing this report is to ...* 或 *In writing this report, I aim to ...* 的句式,以体现报告的客观性。在表达“发现”这一词义时,人们更多地使用 *It has been found out that ...* 或 *The findings show that ...* 等句式或直接陈述事实,而不使用诸如“*I found out that ...*”之类的语言,以体现客观性。报告的“结论”部分也多半要求客观,这样才能令人信服。体现结论客观性的句式通常是 *It was decided/agreed/felt/concluded that ...* 或 *No conclusions were reached regarding ...*, 而使用 *I found that ...* 的句式则表明强烈的个人色彩。在报告的“建议”部分,也多使用体现客观性的句式,如 *It is suggested/proposed that ...*, 而若使用带有主观色彩句式 *We would recommend that ...* 时,建议的程度就会大大降低。

(二) 使用平实、准确的表达方式

人们在使用商务英语表达思想时,更倾向于使用明白晓畅、逻辑关系明确的方式进行交际。如,人们常常使用 *as a result, for this reason, in order to* 等表示上下文的逻辑关系。另外,人们也非常注意语言的简洁性,尤其在使用传真和电话进行交际时更是如此。此外,有些常用概念以词簇形式出现,以避免拐弯抹角,如, *cash with order* (订货付现), *just-in-time delivery* (送货及时), *primary industry* (初级工业)等。这类术语有很多现在都有了各自的缩写形式,如 *CIF* (*cost, insurance, freight* 到岸价格), *FOB* (*free on board* 船上交货价,离岸价), *C. W. O.* (*cash with order*)等。对于这些术语和概念,从事国际商务活动的人们都应该熟悉。

商务英语明晰、准确的表达方式还体现在用词明白易懂、正式规范、平实达意。比如,人们多使用常用词语,用 *approval* 而不用 *approbation*, 用 *improve* 而不用 *ameliorate* 等,以保证所用词语具有国际通用性,保证能为普通的从事商务活动的人们所理解,但同时又不过于口语化,即商务英语所使用的语言又不能过于非正式。有些商务文书(如合同)因为具有规范、约束等公文性质,因此会使用一些很正式的、冷僻的词汇,如使用 *prior to* 或 *previous to* 而不使用 *before*, 使用 *expiry* 而不使用 *end*, 使用 *certify* 而不使用 *prove*, 使用 *solicit* 而不使用 *seek* 等。在动词的使用方面,多用非常正式的单个动词而不太使用小巧的常用动词或“动词+介词/副词”或“动词+名词+介词”等动词短语,如,多使用 *appoint* 而不使用 *make an appointment of*, 使用 *continue* 而不使用 *keep on* 或者 *go on*, 使用 *supplement* 而不使用 *add to* 等。而在介词和连词的使用方面,由于现代英语中的介词和连词非常通俗简短,将这些介词和连词置于商务英语中会与商务英语中所使用的比较正式和规范的名词和动词不相协调,故商务英语中往往采用以繁复的介词短语来替代简单的介词和连词的做法,用 *in the nature of* 替代 *like*, 用 *along the lines of* 替代 *roughly*, 用 *for the purpose of* 替代 *for*, 用 *in the case of* 替代 *if*, 用 *in the event that/of* 替代 *if*, 用 *with reference to* 和 *with regard to* 替代 *about* 等。俚语或粗俗用语不在商务

英语中出现。

商务英语同普通英语在语言表达方面很重要的不同之处在于,商务英语不厌其烦,表达具体、明确,不含糊其辞、不笼统抽象。如,商务英语中不说 We wish to confirm our telex dispatched yesterday,而要说 We confirm our telex of July 2nd, 2000。因为前一句中表示时间的指示语 yesterday 含糊不清、指代不明,后一句中的 July 2nd, 2000 清晰明了。再比较以下不同表达法(王晓辉,祝远德,2001):

普通英语说法	商务英语说法	所表达的意义
in a week	in one week or less	一周以内
before August 10	on or before August 10	8月10日前
in early July	within the first 10 days of July	7月上旬

(三) 具备独特的行业特点

商务英语具有独特的行业特点,许多日常用词用于商务英语语篇中具有新的、特殊的意义。换言之,商务英语的语言形式、词汇及内容等与专业密切相关,承载了商务理论与商务实务等方面的信息。要充分理解商务英语的意义和内涵,必须有商务理论和商务实务等方面的知识。

与其他领域的英语相比,商务英语在词汇方面有以下特点(参见李素真,2000:80):

1. 人们熟识的英语单词,如 advice, in favor of, against 等在商务英语中往往被赋予新的、特殊含义。如:

- 1) Upon receipt of these sellers' delivery advice, the buyers shall, 15—20 days prior to the delivery date, open a transferable, irrevocable letter of credit in favor of the sellers for an amount equivalent to the total amount of the shipment. (收到卖方的交货通知,买方应在交货期 15 至 20 天前,开具一个以卖方为受益人的可转让的不可撤销的信用证,金额与发票总额等值。)
- 2) The credit shall be payable against presentation of draft drawn on the opening bank and the shipping documents specific in Article 13 hereof. (信用证凭开户银行所开汇票和第十三款规定的装运单据支付。)

从上例可以看出,advice 在商务英语中不是“建议”、“忠告”之意,而是“通知”之意;in favor of 不是“赞同”、“偏爱”之意,而是“以……为受益人”、“以……为收款人”之意;against 不是“对抗”、“反对”之意,而是“凭”、“用……交换”之意。对商务英语语篇要做到深入理解,只知道每个单词在普通英语中的含义是不够的,必须掌握它在商务英语中的含义。

2. 除上面这一特点外,商务英语中还大量使用同义词连用的并列短语。若从短语的构成及各个词语所表达的意义看,它们显得啰嗦、重复,但它们在商务英语中是约定俗成的表达法,不可去掉其中任何一个词语,如: terms and conditions (条款), amendments and alterations (修改), made and signed (签订), each and every (每一个)等。这类表达法尤其在商务合同之类的语篇中使用最多,这主要是为了克服由于许多英语

词语具有一词多义的特点,以免在句中发生意思不明的现象,避免合同双方按照自己的意图来理解信息。为确保所用词语不被曲解,采用同义词连用,取两个或两个以上同义词的共义,以保证内容上的准确,维护法律文件的独解性尊严(傅伟良 2002:6)。

3. 商务英语中所涉及的经济情况和商务活动往往是在特定背景下发生的,因此,这些经济情况和商务活动都会受到错综复杂的经济和非经济因素如政治、历史及文化、科技等发展的影响和制约。有些词项看上去非常简单,但它们在内涵上却表达了一种复杂的背景,如果不了解事件发生的背景,就无法明白主题内容。如:

The attention of commodities dealers was last week captured initially by events on the stock exchange, where Monday's big bang was muffled by computer failures, but turned later to the troubled oil market. (做初级产品生意的商人的注意力被周一开市的股票交易所的盛况所吸引,那里定于周一开始的“大爆炸改革”,由于计算机系统失灵而黯然失色,而后他们的注意力就转向了混乱不堪的石油市场。)

文中的 big bang 是指英国伦敦股票交易所于 1986 年 10 月对对外政策、管理收费和交易方式所进行的一次改革,内容包括取消固定回扣,依靠计算机信息来控制市场等。这里,用改革第一天开始的情况作背景,衬托初级产品交易所当天开市由静到动的状态。背景本身也是经济性质的,如果对 big bang 之类的背景缺乏了解,就很难看出文章的逻辑关系。

三、商务英语的语篇特点

(一) 较强的语域特征和目的性

商务英语具有较强的语域特征和目的性。根据功能语言学的观点,语域是由一套特定的语境值决定的语言变体,即由说话人从事社会活动的性质决定的,其主要限制性变项有语场(指所进行的社会活动的类别)、语旨(指交际者之间的角色关系)和语式(指语言交际的符号结构)。这些限制性变项是同一语篇社团的成员都必须共同遵守的。它们具体体现是,商务英语有自己专门的词汇和套语,有定型的纲要式结构,再加上其交际的目的性,便构成了特定的商务英语的语类。

商务英语的任何语类,其纲要式结构都具有阶段性,都遵循一定的步骤。澳大利亚学派功能语言学家 J. R. Martin 认为,语类是“一种有步骤的、以交际目的为导向的社会交往过程”。Egins 也认为,语类是“一种有步骤的、有目的的活动类型”。他还认为,在我们的文化中有多少种已被承认的社会行为,就有多少种语类。交际的目的是语类的核心与灵魂,交际目的相同的语篇具有大致相同的纲要式结构,这种纲要式结构具有程式化色彩,具有重复性、习惯性和约定俗成性,它必须为某个社团成员所共同遵守。如商务信函的纲要式结构是写信人地址、收信人地址、称呼、正文、结束语、签名、附件等;正文中的纲要式结构要依据商务信函的目的而定。不同类型的商务信函具有不同的交际目的,如请求信的交际目的在于得到对方满意答复;收款信的交际目的在于得到对方应支付的款项或未能还款的说明;销售信的交际目的在于推销产品或服务以便最终获得成功等。尽管商务信函的纲要式结构都一样,但具有不同目的的商务信函,其体现样式却有所不同,因而构成不同的语类。

同理,其他类型的商务语篇无不具有各自的纲要式结构和目的性。正如 Ellis & Johnson (2002:7)所言:使用语言是为了达到某个目的,对语言的运用成功与否,取决于商务交易和商务活动是否具有成功的结果。因此,在商界,学习英语不是为了学习而学习,使用英语也不是为了使用而使用,而是为了达到某个目的。一家在首尔的德国公司其长期目标可能是建立良好的贸易关系,那么该公司的代表不管是使用口头英语还是书面英语,都要服务于这一目的。

(二) 较强的程式化色彩

从事国际商务活动的人往往需要接触他们以前从未接触过的,或者只有一面之交的人。但由于人们时间紧迫,见面的时间往往不会很长。在这种情况下,需要有一种国际公认的行事方式,以便让来自不同文化、操不同语言的人们共同遵守,从而彼此融洽相处,愉快从事跨语言、跨文化的商务活动。因此,体现他们交往的语篇常常带有程式化色彩。在这些具有程式化色彩的语篇中,他们大量使用套语,而且所使用的语言都讲究礼貌,同时也简短、直截了当,因为对于商务人员来说,时间便是金钱。尽管有时可能需要做更长时间的交谈(如共进午餐时的交谈),但交谈双方谈话的方式和谈话的内容必须具有这样的典型特点:彼此交谈的目的就是建立良好的合作关系,但同时又避免过于熟悉。

商务语篇中所使用语言的礼貌程度取决于商务交际的语境,在该语境中,三个因素起关键性作用:1)交际双方是刚建立的关系还是已经建立的关系;2)交际双方之间的权势关系;3)交际双方的文化价值观和文化态度(Dudley-Evans & St John, 1998:61)。若交际双方是刚建立的关系,那么,买卖双方就要遵循商界的既定规则和各种礼貌原则来顾及彼此的“职业面子”。如果买卖双方已建立了关系,他们就可以不按照商界的规约去做,他们各自采用的礼貌策略就只为保住对方的“个人面子”而已。“面子”是交际活动中交际双方彼此给予对方的一种协商的公众形象(Dudley-Evans & St John, 1998:62)。

面对面的交往如此,通过书面形式的交往亦如此。在商务英语信函中,时时考虑给对方保住面子是非常重要的礼貌策略。这是由商务交往的特点决定的。因为一封彬彬有礼的信函能使你在对方心目中树立起一种正直、热情、有良好文化素养和职业道德的形象,使对方愿意同你合作、竭诚为你服务。

交际双方的权势关系取决于哪一方更需要另一方或哪一方可以最大限度地伤害另一方。若双方相对权力平等,双方的关系就是“给予”和“拿取”。当权力不平等时,有权势的一方往往决定最终结果。Yli-Jokipii (1994)经过对买卖双方各交易阶段的书面文件调查发现,权势几乎总是在买方一边。当然,权势关系不仅仅存在于买卖过程中,也存在于所有交际活动中。

影响商务合作关系的第三个因素涉及文化价值观和文化态度。商业界完全可以被假定为一个跨国界的言语社团。在该言语社团里,人们都遵循“国际”上广为接受的礼貌准则,不管这些礼貌准则对于某些国家来说多么新奇。对于世界各国从事商务活动的人们来说,有一点他们是清楚的,即“和气生财”。正因为如此,商务英语才能够成为广大从事国际商务活动的人们所认同和接受、并具备较强社会功能的一种英语变体。

(三) 独特的语篇文体特点

商务英语语篇具有独特的文体特点,主要表现在以下几个方面:

1. 实义词的词汇密度高,使得整个语篇负载的信息量大。实义词与功能词相对,是指用

来指称或描述事物、品质、状态或动作,可以单独使用而具有意义的词语,包括名词、动词、形容词和副词。一个语篇的信息主要靠实义词来体现。商务英语语篇对实义词的依赖程度非常高,因而语篇所负载的信息量也就很大。如: *Information age organizations can manage the complexity of the large hierarchical structure without losing the speed of the entrepreneurial start-up.* (信息时代的各种机构有能力处理因规模庞大的层级制结构而引起的复杂局面,而又不失企业家新创企业所需要的速度。)在这个只有 20 个词语的句子中就有 12 个实义词。

2. 名词化程度高。使用名词化可以将许多需要用句子才能表达的意义用名词词组就表达出来了,因此,使用名词可以使信息量集中,符合在商务交际中语言表达的经济原则。另外,因为名词化都是动词的名词化,不使用动词而使用名词就可以避免涉及时、体、语态、语气、情态等因素,使得整个语篇显得客观、正式、严谨。如:

If, whether during the execution of the works or after their completion and whether before or after the repudiation or other termination of the contract, between the Employer and the Contractor arises any dispute in connection with, or arising out of, the Contract or the execution of the works, including any disagreement by either party with any action, inaction, opinion, instruction, determination, certificate or valuation of the Engineer, the matter shall, in the first place, be referred to the Disputes Review Board.

(无论是在工程实施过程当中,还是在工程完成以后,也无论是在放弃合同或其他终止合同之前或者之后,如果业主与承包商之间出现任何与合同或工程实施有关的争端,或因合同或工程实施而引发的争端,包括任何一方对工程师的任何行动、懈怠、意见、指示、决定、证书或评价等所产生的异议,那么该争端应首先提交争端审核委员会。)

在这句话中, *execution*、*completion*、*repudiation*、*termination*、*disagreement*、*action*、*inaction*、*instruction*、*determination*、*valuation* 分别是动词 *execute*、*complete*、*repudiate*、*terminate*、*disagree*、*act*、*do not act*、*instruct*、*determine*、*value* 的名词化。

3. 在招标文件、投标文件及合同中,语篇的句子结构严密、复杂。为阐述名词化现象而援引的上面这个例句足以说明招标文件、投标文件及合同中语篇句子结构的严密性和复杂性。这类语篇的句子结构之所以具有严密性和复杂性,是因为文件或合同本身必须清楚明了、明白无误地陈述业主和承包人以及合同双方各自的义务、责任、权限等,每一项条款的阐述同时又做到了面面俱到、滴水不漏、无懈可击。
4. 严格按照各种语类的纲要式结构并参照各种语类的交际目的行文。上文谈到,纲要式结构和交际的目的是语类的核心与灵魂,交际目的相同的语篇具有大致相同的纲要式结构,这种纲要式结构具有程式化色彩,具有规约性、重复性、习惯性和约定俗成性,并且为从事商务活动和商务交际的人们所共同遵守。

四、商务英语翻译的标准

根据对以上就商务英语所作定义的理解,我们可以这样定义商务语篇:凡直接或间接与经济利益的丧失或获取密切相关的文本,就是商务语篇。对这类语篇所进行的翻译,就是商