

商业翻译导论

TRANSLATION AS A BUSINESS

褚东伟 著

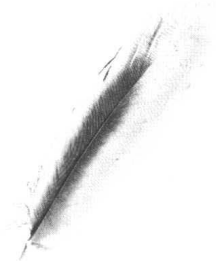


湖北教育出版社

TRANSLATION AS A BUSINESS

商业翻译导论

褚东伟 著



湖北教育出版社

(鄂)新登字02号

图书在版编目(CIP)数据

商业翻译导论/褚东伟著. —武汉:湖北教育出版社,
2002

(中华翻译研究丛书. 第二辑)

ISBN 7-5351-3366-5

I. 商… II. 褚… III. 商业-翻译理论

IV. H059

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 052020 号

出版 发行:湖北教育出版社
网 址:<http://www.hbedup.com>

武汉市青年路 277 号
邮编:430015 传真:027-83619605
邮购电话:027-83669149

经 销:新 华 书 店

印 刷:黄冈日报印刷厂

(438000·黄冈市八一路 9 号)

开 本:850mm×1168mm 1/32

6 插页 9 印张

版 次:2003 年 1 月第 1 版

2003 年 1 月第 1 次印刷

字 数:202 千字

印数:1—3 000

ISBN 7-5351-3366-5/H·129

定价:24.00 元

如印刷、装订影响阅读,承印厂为你调换



褚东伟 1968 年生,河南泌阳人。广东外语外贸大学基础英语学院第四教学部主任,讲师。南京大学英语语言文学研究生毕业,1993 年起从事翻译等大学英语课程的教学工作并曾在南京、海口、深圳、广州等地进行了大量重要的口、笔译活动,2001 年 9 月获得译林第四届戈宝权文学翻译奖(优秀奖)。翻译处女作《头场雪》(1993 年 10 月《译林》),主编《新编经贸英语翻译教程》。

曾经从事过的口译和笔译项目包括:海南绿浪公司 FMC 设备进口谈判;美国华盛顿投资集团海南公司多个项目;海南安信公司(港资)、海南省农垦局和澳大利亚 COSTA'S 的瓜菜冷冻保鲜合作项目;海口新机场招商项目(海南迪福国际商务公司承接);深圳科松电子有限公司与国外供应商的各种谈判和技术培训;深圳讯业金网中英文网站的规划;深圳市外语学会、香港 ITS I 公司和一些国外翻译机构承接的各种项目。

序

冯之林

应作者之邀为《商业翻译导论》作序,于我不仅仅是义不容辞而且还是一件乐事。因为这书的选题有新意。常见的论及翻译的专著大抵讲理论或谈技巧。至今还没有——至少我还没有见到过——把翻译作为一种商业活动,作为我们必须惨淡经营的一个行业(business)来系统论述的专著。

我没有写序的经验,可是我知道读序的人大多会跳过华而不实的廉价恭维,所以我选择老老实实在地说一说这书是写给谁的,写些什么,好在哪里,有何不足,作者是什么人,仅此而已。

本书的目标受众有三:提供商业口、笔译服务的译员、译者、经营管理者及中介;从事口、笔译研究的人士;已经在口、笔译教学领域打拼或有志加盟其中的教师或培训者。

本书内容分商业和翻译两大块。前者包括商业翻译市场的概况,商业翻译的运作过程和质量控制,全球范围内可供商业翻译译员、译者、服务客户、服务对象查询的一切资讯,包括翻译工具、期刊、网址等。后者包括翻译的基本概念、一些理论流派和翻译技巧等。

初涉口、笔译实践的人士可能并不熟悉这一领域的市场情况、职业操守、如何保护自己的权利、如何提高自己的专业水准,《商业翻译导论》对此一一解释。有些翻译服务的经营

管理者可能不十分清楚如何科学而高效地进行项目管理,应该采取什么竞争策略,如何定价,如何撰写翻译合同等,《商业翻译导论》对此一一说明。

看得出,作者试图在有限的篇幅内,把商业翻译所涉及的诸多重要方面尽量包容进来进行阐述,对翻译和翻译市场化这两个过程进行比较完整的描述。整部书的写作围绕着商业翻译这一清晰的主题,书中随处可见作者的一些独到的提法和观点。如翻译服务提供商的概念在本书中反复出现,这是翻译服务的一个现代化标志,它代表着服务意识,代表着规范化,代表着科学管理。作者把翻译服务的质量和效率看作客户和提供商之间互动的结果,在本书一开始的第二章《用户方翻译项目管理》中,把翻译服务对象拉进了翻译过程,认为用户和翻译服务提供商之间不是单纯的买卖关系,用户也要为自己翻译项目的成败负一定的责任。作者在第十章《翻译的语言美学》中把语言美的基本规律用于探讨商务英语文档汉译中的功能对等,立意别致,举例生动。再如,作者在第十一章《商业翻译的标准与商业翻译的质量控制》中所提出的商业翻译的标准是“可执行的合同标准”以及通过过程控制保证翻译质量的提法也是非常耐人寻味的。

本书优点:内容新、眼界宽、实用性强。我们可以说它是一本小型的商业翻译指南。先说内容新。本书有一多半章节所论述的概念和内容都是许多从业者没有接触过甚至于没有听说过的。“商业”和“翻译”这两个名词当然没什么新鲜,但是合在一起是个什么定位恐怕知道的人就不多了。当然说它新是就国内背景而言。欧洲的翻译事业已经是商业翻译的天下。翻译与商业不搭界的情况早已成为历史。再说眼界宽。作者坦言本书从互联网上搜索下载了最新的与商业翻译有关的部分内容,这无疑拓宽了读者的眼界。比如第十七章就介



绍了多语种网站的翻译与维护,其中提到翻译作业平台的重大变化。如果我们自己去网上查询这些资料不仅会事倍功半,恐怕劳而无功也在所难免。我尤其欣赏本书作者在附录内容上的良苦用心。本书的附录占去全书近五分之一强的篇幅,包括翻译用户问题解答、国内外翻译中心简介和网址、国内外和翻译行业相关的期刊、出版物和电子论坛、世界各地的翻译组织等。除上述种种,本书还有一点难能可贵之处:语言简练。

毋庸讳言,本书也存在着一些不足之处,如在商业翻译理论上的探讨还有待深化。我们希望,也相信,作者本人或其他有志于商业翻译研究的人士会在系统化、理论化方面有更大突破。

《商业翻译导论》出自一位 30 岁出头的青年之手,而且是作者的第一本专著。可它有着振聋发聩的作用,甚至还有点非圣无法又不听邪的味道。相信译界的同仁并不会因其稚嫩而小覷它。毕竟作者有近 10 年的口、笔译实践经验,拿过戈宝权翻译竞赛的优秀奖,又是冲浪网上的高手,加上天资聪颖、勤奋刻苦,这书的分量读者一掂自然会心中有数。

2002 年 2 月 4 日于广外大

前 言

这是一本初探商业翻译学的书。所谓商业翻译学,就是对商业翻译系统的研究。所谓商业翻译,就是作为商业活动、作为社会交换而进行的翻译活动。

1993年起,我开始从事翻译实践和翻译教学活动,亲眼目睹着改革开放所带来的翻译行业的繁荣。中国加入 WTO, 中外商贸活动和文化交流进入一个新的空前活跃的阶段。翻译行业将会在新的时代发挥更大的作用。我于 1999 年开始构思本书,终于在 2002 年春节到来之际完成全部书稿。中间有我个人从事翻译工作的体验和翻译教学心得,也有对国内外翻译行业的调查研究。应该说,这本书生逢其时,我首先要说一句:谨以此书献给加入 WTO 后的中国,献给翻译第一线的工作者和所有关心翻译事业的人们。

根据美国联合商业情报公司(Allied Business Intelligence, 缩写 ABI)的预测,到 2006 年全球的人工翻译市场可望达到年产值 57 亿美元,机器翻译市场达到 1.17 亿美元,软件和网站本地化市场分别达到 35 亿美元和 30 亿美元。这么庞大的市场自然少不了中国人。

庞大的市场需要大量高度专业化的翻译服务提供商。养之有素的翻译服务提供商可以在有限的时间内有效地调动翻译资源,成功地移植翻译经验。

目前在经济比较活跃的一些国家,翻译产业已经具有了

很大的规模和很高的专业化水平。在中国,随着国际化程度的提高,商业翻译也出现了空前繁荣的局面,各主要城市都有不少翻译机构和大量的专业或兼职从业人员。

这种喜人的形势背后也有不少的隐忧。由于起步晚等原因,翻译行业在中国的发展还面临着许多问题,专业化水平有待提高,规模和档次也有待提高,否则无法与蓬勃发展的经济相适应,同时只有这样做翻译行业才能生存和发展。目前国内许多翻译机构呼喊“吃不饱”的情况下,国外著名的翻译企业却带着自己的品牌产品和服务抢滩中国,而且显示了旺盛的生命力。

在这种背景下,进行商业翻译的探讨与研究,对于翻译从业人员素质的提高,对于翻译企业改善经营管理、对于中国商业翻译产业的整体发展、对于国内翻译服务用户选择提供商、对于高校学科建设和培养翻译人才都有着重要的意义。

本书的英文书名 Translation as a Business 最能体现作者写这本书的意图。“作为商业活动的翻译”。“商业”是这种翻译的性质而不是翻译的内容。书中除了从翻译学的角度看翻译外,也用了大量的篇幅从商业学的角度考察翻译,既关注翻译本身,也关注翻译的商业环境。这种研究着重于实践,我们可以称之为一种应用翻译研究。

也许有人会对商业翻译研究抱有误解,认为翻译是高尚的事业,不能谈商业化,不能谈一个“钱”字。应该指出,我们不怕商业化,问题是要怎样商业化。俗话说,君子爱财,取之有道。什么是利益,什么是责任,把翻译放入商业化的社会大环境中考量,让我们的译者和翻译服务提供商多一只明亮的眼睛,让翻译用户消费得明明白白,这应该是很有价值的事情。

由于作者本人的水平有限,书中难免有这样那样的不足

之处,请读者谅解。本书有一个重要的目的,就是抛砖引玉,能够引起读者对商业翻译研究的兴趣,从而推动商业翻译学的发展。

本书读者对象为:翻译工作者和准翻译工作者、翻译项目管理人员、翻译公司管理层、翻译研究人员、高校翻译课教师、高校外语或翻译专业本科生、研究生、博士生。

在本书问世之际,作者特向以下人士表示衷心的感谢:

冯之林教授:冯教授的名字经常听人提起,见到她却发现这是一位非常谦和的长者和能者。对于一个晚生送来的书稿,她在教学和科研任务繁忙的情况下抽空仔细进行了审阅并应作者请求欣然作序。根据冯教授的建议和提供的资料,作者增加了《商业口译》一章并对其他一些地方进行了改动。

唐瑾老师:在前期准备工作完成后,作者即把选题介绍寄给湖北教育出版社的外语编辑唐老师,唐老师答复的效率和不拘一格的精神给了作者极大的支持。希望通过这本书的出版能够谋得唐老师一面。

广东外语外贸大学方凡泉副校长和科研处领导:由于学校科研部门的支持,本书在广东外语外贸大学得以立项,这也是作者重要的力量源泉。

广东外语外贸大学基础英语学院蔡荣坚书记、李海丽院长、霍海洪副院长、胡青球副院长在不同的阶段对本书表示了关心和支持,我在此也表示衷心的感谢。

褚东伟于广州

二〇〇二年一月十日





目录

CONTENTS

序 /1 冯之林

前言 /1

第一章 绪论 /1

第二章 用户方翻译项目管理 /7

第三章 翻译服务竞争策略 /18

第四章 翻译服务定价策略和技巧 /27

第五章 专职译员和兼职译员的管理 /42

第六章 翻译科学的基本理论 /52

第七章 翻译学的基本概念 /70

第八章 翻译的基本技巧——理解的技巧 /80

第九章 翻译的基本技巧——表达的技巧 /89

第十章 翻译的语言美学 /95

第十一章 商业翻译的标准与商业翻译的质量控制 /107

第十二章 口译和笔译的关系 /117

第十三章 商业口译 /124

第十四章 翻译培训 /132

第十五章 现代专业翻译的基本工具 /142



第十六章	电脑辅助翻译(CAT)	/158
第十七章	多语种网站的翻译与维护	/171
第十八章	翻译业务的扩张——本地化及其他	/187
第十九章	翻译合同	/200
第二十章	翻译行业性组织的作用	/214
后 记 /225		
附 录 /227		
附录一	翻译用户问题解答	/227
附录二	国内外部分翻译服务提供商及网址	/233
附录三	世界各地的一些翻译组织	/236
附录四	国内外与翻译行业有关的一些杂志、出版物和电子论坛	/238
附录五	国际化术语解释(英语)	/244
附录六	国际译联和中国译联简介	/259
参考文献和参考网站 /264		
致读者 / 唐瑾 /269		
编辑的话、补记 / 唐瑾 /275		

第一章

绪 论

一、商业翻译

商业翻译是把翻译当作一种经营活动而进行的翻译。商业翻译的提供者(个人或者机构)叫做翻译服务提供商(Translation Service Provider)。商业翻译服务的对象(本书中称用户或客户)是社会各行各业的个人或机构。商业翻译的特点是翻译服务提供商向用户提供专业服务并获取作为交换条件的报酬。

商业翻译和翻译的内涵不同。翻译是任何把一种语言转换成另一种语言的活动,而商业翻译特指把翻译当作一种商品或服务而提供的活动。商业翻译和翻译的外延也有所不同,商业翻译的外延小于翻译的外延,虽然商业翻译所涉及的领域非常广泛,从商务文件、产品或服务说明、科技资料、文化交流到文学作品,可谓三教九流无所不包,但绝对不是所有的翻译活动都要以商业服务的形式进行的。除了翻译的普遍特点和普遍规律外,商业翻译还有一些特殊的特点和规律,如在运作方式、翻译标准、翻译质量控制等方面都有其独特性。

商业翻译与商务翻译不同。商务翻译是商务活动中所涉



及的翻译工作。商务翻译是商业翻译的业务范畴之一,但是只有部分商务翻译是通过商业翻译完成的。

商业翻译是一个非常有魅力、非常具有挑战性的、也非常有前途的行业,是全球年产值数十亿美元的大产业。

二、商业翻译的定位,研究商业翻译的必要性

根据美国联合商业情报公司(Allied Business Intelligence, 缩写 ABI)的预测的估计,2001 年全球语言行业的总产值为 140 亿美元,而且随着需求的增加,到 2004 年,语言行业的年产值有望达到 200 亿美元。根据该公司的预测,2006 年全球的人工翻译市场可望达到年产值 57 亿美元,机器翻译市场达到 1.17 亿美元,软件和网站本地化市场分别达到 35 亿美元和 30 亿美元。传统的跨国商贸活动日趋活跃,新崛起的电子商务也在一日千里飞跃发展。人们相信,随着互联网在各国发展,互联网上的内容会继续增加,互联网上的语种多样性也会越来越明显。2004 年的网页数将会增加到 2001 年网页数的 6 倍。网址数将达到 2600 万。根据 Computer Economics 1999 年的估算,2001 年互联网上讲英文的用户为 51%,讲其他语言的用户占 49%;随着互联网在世界范围内的普及,非英语国家也有越来越多的人上网,这种比例预期会有所变化。到 2003 年,英语用户将占总数的 46%,而非英语用户将达到 54%;到 2005 年,英语用户将占 43%,非英语的用户将占 57%。有全球战略的企业欲向全世界推出自己的产品和服务,必须能够让全世界的客户尽可能直接地了解这些产品和服务。怎样做到这一点呢?最重要的手段之一就是使自己的产品和服务资讯及时地用客户的语言传达给客户。

企业有这么多国际化和本地化的需要,但企业自身的专长往往不在于语言,大多数的翻译工作要依靠专业的翻译机构来完成,因为合格的专业翻译机构有足够的人力资源和翻译项目管理经验,它们可以帮助企业更好地着力于企业的主营业务。商业翻译是企业走向国际市场的一双翅膀,在全球商务交流中扮演着重要的角色。

多年来,人们对翻译的研究大多侧重于翻译现象本身,如翻译是什么、翻译的标准是什么、翻译的过程是怎样的、翻译的语言学、翻译的文化学、翻译的美学以及某种语对(language pair)的转换规律等,这些研究所揭示出的一般道理和规律正是今天商业翻译得以蓬勃发展的重要基础之一。但是商业翻译作为一种特殊翻译现象,有着自身特殊的规律,它除了涉及翻译的一般特点和规律外,还有自身的特点和规律。如,商业翻译的运作是商业性的,有着鲜明的商业特点;商业翻译的标准是可执行的合同标准而不是可以争议的“信、达、雅”等道德标准或“等值”或“等效”等学术标准,虽然合同标准会参考这些道德或学术标准;商业翻译的过程是一种包括传统的翻译过程的商业服务提供过程;商业翻译涉及市场状况、为谁服务、提供什么类型的服务、怎样包装服务、怎样建立翻译过程质量控制体系以及售后服务怎样进行等问题。翻译服务提供商和翻译研究人员对诸如此类的问题都要进行仔细的研究才能更好地推进商业翻译活动。如果不及时地总结商业活动的经验,不对有关问题进行细致的研究,商业翻译活动难免陷入盲目状态。对于商业翻译的研究有助于建立行业规范,为翻译服务提供商、翻译行业从业人员、翻译用户和其他有关人士提供必要的指导。

三、关于商业翻译学

商业翻译学是有关商业翻译的学问,具体地讲,是有关商业翻译现象、过程和规律的学问。商业翻译学要对商业翻译现象进行两方面的工作,一是描述,二是解释,也就是回答两个问题:What is happening? Why is it happening? 商业翻译学对于商业翻译的过程也要进行两方面的工作,一方面要描述,另一方面要进行规定。

商业翻译学在翻译学体系中应该属于应用翻译学的范畴,特点是以翻译为出发点和中心,从商业运作的角度考察翻译,和商业学具有密切的关系。它同时兼具翻译学和商业学的属性。这是由商业翻译的性质决定的。商业翻译作为一种商业服务,其核心“产品”是翻译,该“产品”既是翻译学的研究对象的一部分,也受翻译学规律的支配。另一方面,在该“产品”的“生产过程”之外,还存在一个商业过程,提供服务的各个环节呈现出很强的商业特征,商业翻译又受商业规律的支配,这就要求我们从商业学的角度来研究商业翻译。

商业翻译学的内容从大的方面讲,包括翻译方面的内容和商业方面的内容,或两方面的交叉内容。详细地讲,商业翻译学可以包括以下各方面的内容:

翻译科学的基本理论、翻译的基本技巧、翻译的基本工具、翻译技术的应用、翻译的质量控制、口译和笔译的关系、翻译培训、译员管理、翻译合同、翻译与市场、翻译服务定价策略、用户方管理、翻译服务的国际化、翻译业务的扩张、翻译行业性组织的作用等等。这是与商业翻译活动密切相关的几个比较突出的问题,也是商业翻译学研究的重要内容。

四、建立商业翻译学的意义

建立商业翻译学具有极大的实践意义。商业翻译学的建立应该是商业翻译活动推动的结果。商业翻译实践的需要推动了翻译业界人士和翻译研究领域的学者不断对商业翻译活动进行总结和探索。国内外已经有不少商业翻译组织如英国的翻译公司协会(ATC),还经常有业界人士举行的研讨会,如ATC年会,而且翻译刊物也对商业翻译越来越关注,甚至出现了专业的商业翻译杂志,最为关注商业翻译的杂志有《国际语言》(*Language International*)和著名的网络杂志 *Translation Journal* 等(见附录四)。商业翻译的研究已经成了一个现实的大课题,商业翻译学建立的时代已经到来。因为商业翻译活动发展到今天也迫切地需要专业的指导。可以说,在2001年10月16日和17日举行的英国ATC年会上,每一篇发言都是关于商业翻译的深入的研究。美国著名的 Accurapid 翻译公司创建二十多年(1978年创立),其创办人盖布·博卡(Gabe Bokor),因为多年来对提高翻译质量和翻译的地位做出了突出贡献,于2000年被授予美国翻译协会最高奖项亚历山大·格德勋章。

Accurapid 公司创办的在线杂志《翻译杂志》是“翻译工作者写的关于翻译工作者和翻译事业的出版物”,上面发表了大量关于商业翻译的方方面面的文章。2001年,该杂志获得了一个ISSN刊号,成为一家正规的电子刊物,更加巩固了其研究商业翻译和商业翻译学重要基地之一的地位。商业翻译学在商业翻译实践中产生,是对商业翻译的描述,同时也对商业翻译实践起着积极的促进作用。商业翻译学的成果可以反过