

商务 翻译标准 多元论

李明清◎著

Pluralism of Standards in Business English Translation

PLURALISM OF
STANDARDS IN BUSINESS
ENGLISH TRANSLATION

湖南人民出版社

■ 湖南商学院出版基金资助

■ 湖南省教育厅科研项目资助[课题编号08C481]

商务 翻译标准

多元论

李明清◎著

Pluralism of Standards in Business English Translation

PLURALISM OF
STANDARDS IN BUSINESS
ENGLISH TRANSLATION

湖南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务翻译标准多元论 / 李明清著. —长沙: 湖南人民出版社,
2009. 8

ISBN 978 - 7 - 5438 - 5929 - 6

I. 商… II. 李… III. 商务 - 英语 - 翻译 - 研究 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 148041 号

商务翻译标准多元论

李明清 著

出 版 人: 李建国

责 任 编 辑: 戴 军

装 帧 设 计: 洪 杰

出版、发行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路 3 号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 长沙富洲印刷厂

印 次: 2009 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 850 × 1168 1 / 32

印 张: 7.75

字 数: 174000

书 号: ISBN 978 - 7 - 5438 - 5929 - 6

定 价: 18.00 元

营销电话: 0731 - 82226732

(如发现印装质量问题请与承印厂调换)

前 言

改革开放以来，尤其是我国加入 WTO 后，各种商务活动更加频繁，新的商务领域不断拓展，商务英语的概念越来越开放，越来越具跨学科性，商务英语复合型人才需求的呼声越来越高，尤其是实用商务翻译人才奇缺，这使得国内许多研究纯语言文学翻译的专家、学者的视线也不得不有所偏移。

笔者自 20 世纪 80 年代中期以来，一直从事商务实践（在湖南省内多家外贸公司挂职锻炼，兼职顾问），与商务英语和 ESP（English for Specific Purpose，即专门用途英语）教学，故老爱琢磨一些商务类实用文体的翻译：商标词“Head & Shoulder”为何译为“海飞丝”？广告语“Connecting People”（诺基亚手机）缘何译成“科技以人为本”？“亚洲四小龙”怎么成了“Four Asian Tigers”？合同语言翻译为何使用那么多古体词和外来词？商务信函语言翻译为何陈腐，那么体谅、礼貌？带着这些问题，笔者拜读了王佐良先生“新时期的翻译观”、苏伦斯·韦

2 商务翻译标准多元论

努蒂的“归化与异化”、刘法公先生的《商贸英语翻译专论》、彭萍教授的“商务文本翻译尺度的探讨”等理论著述。他们对商务英语翻译标准都提出了独到的、指导性的见解，如王佐良先生认为：“商务翻译应根据文体定译法”；刘法公先生认为商务英语翻译标准应为“忠实、通顺、统一”；彭萍教授认为，“术语规范，意思准确和语气贴切”是商务文本翻译之标准。尽管这些宽泛的商务翻译标准都具有指导性，笔者还是觉得较为笼统，对于文体多样化的商务英语翻译仍缺乏可操作性。

由于商务英语涉及面之广，文体风格多样，很难形成一个统一的标准，只能在“等效”和“标准多元”的基础上寻求个性翻译准则。著名英语语言专家辜正坤先生曾指出：“真正有实用价值的翻译标准正是那些具体的标准。”于是乎，笔者便下定决心，在传统翻译理论和现代翻译理论的指导下，结合个人多年的商务实践和教学经验，寻求常见的几种商务文体分门别类的翻译标准，这也是本著作得以成型的主要原因。

本著作共分七部分：第一部分概述了商务英语常见文体形式、种类、商务英语翻译的重要性和素质要求、商务英语普遍的文体风格、语言特征及其翻译标准多元化理论的支撑和实际应用。其他六个部分分别介绍商标词、商务广告、商务合同、商务信函、产品说明书、商务信用证的翻译背景知识，阐述了这些应用文体的语言特征、文体风格并根据这些分门别类的文体特点归纳和总结了各自的翻译策略和翻译标准。

在寻求翻译标准的同时，针对各种文体翻译中的文化认同现象作了个人倾向性评价和分析，这也是本著作的创新之处。

本书在确定论题、收集资料、研阅文献，拟订提纲、执笔撰写及修改定稿的全过程中，一直得到了一些专家学者（如

湖南商学院潘建教授、湖南大学商务英语系主任肖云南教授、湖南商学院学报原主编魏启德主任以及湖南商学院外国语学院领导和同事们)的热情支持和悉心指导。本书的出版得到了湖南商学院学术著作资助和湖南人民出版社的大力支持。我的学生石超在资料收集、版面设计、编排、文稿校对诸方面给了莫大的帮助,亦令我感铭在心,在此一并致谢。

由于笔者才疏学浅,在商务翻译标准的归纳总结上难免有遗漏之处,在例证分析和理论深化上难免存在着不足或不妥之处,尚祈方家教之!

李明清

2009年5月于长沙金苑花园

目 录

前言	(1)
第一章 导论	(1)
一、商务英语的界定	(1)
二、商务英语文体形式	(2)
三、商务英语文体翻译的重要性	(2)
四、商务英语文体翻译者的素质要求	(2)
五、商务英语文本的文体特点	(5)
六、商务英语翻译标准的多元化	(12)
第二章 商标词的翻译	(25)
一、商标和商标词翻译的背景概述	(25)
二、商标词的构成、语言特点及翻译	(28)
三、商标词的翻译策略	(35)
四、商标翻译中的文化差异	(41)
五、商标词的翻译标准	(47)

2 商务翻译标准多元论

第三章 商务广告的翻译	(52)
一、商务广告翻译的背景概述.....	(52)
二、商务广告的文体特点及翻译.....	(54)
三、广告翻译中的跨文化因素.....	(62)
四、广告翻译中的美学效果.....	(72)
五、广告英语的翻译策略.....	(77)
六、商务广告的翻译标准.....	(82)
第四章 商务合同的翻译	(93)
一、商务合同的背景概述.....	(93)
二、商务合同的文体特点及翻译.....	(96)
三、商务英语合同的翻译策略.....	(110)
四、商务英语合同的翻译标准.....	(136)
第五章 商务信函的翻译	(141)
一、商务信函的背景概述.....	(141)
二、商务信函的文体特点及翻译.....	(144)
三、商务信函的翻译标准与策略.....	(161)
第六章 产品说明书的翻译	(180)
一、产品说明书的背景概述.....	(180)
二、产品说明书的内容.....	(182)
三、产品说明书的文体特点及翻译.....	(186)
四、产品说明书的翻译策略.....	(198)
五、产品说明书的翻译标准.....	(200)

第七章 商务信用证的翻译.....	(206)
一、商务信用证的背景概述.....	(207)
二、商务信用证的文体特点及翻译.....	(208)
三、信用证的翻译标准.....	(223)
参考文献.....	(226)

第一章 导 论

一、商务英语的界定

要研究商务英语翻译，首先就要了解什么是商务英语。商务英语（Business English 或 English into Business）是专门用途英语（English for Specific Purpose 即 ESP）的一种，是英语的一种功能变体。实际上商务英语是一个开放（open-ended）体系，它不仅涉及目前所有商务活动，如技术引进、技术转让、对外贸易、招商引资、对外宣传、国际投资、涉外保险、国际旅游等，还包括随着经济和科技发展不断涌现的商务活动，如网上贸易、物流、知识产权、国际人力资源管理、会展等新兴领域，它不仅涉及语言学，还涉及经济学、营销学、会计学、法学、金融学、贸易学和管理学等许多边缘学科的知识，显然是一门交叉学科。

二、商务英语文体形式

国际间商务活动内容广泛，形式多样，主要的文体形式有：商标词、广告、产品说明书、商务信函、商务协议或合同、商务信用证和商务报纸杂志等。

三、商务英语文体翻译的重要性

随着国际间商务活动形式的不断拓展，新的商务文体形式也不断产生。要做好商务英语文体的翻译并非一蹴而就。并非懂英语的人就能做翻译，不同的文体形式有着不同的翻译标准。不了解双方的文化、不了解国际惯例、商务规则是难以担当商务翻译的。一项商务活动的开展，从询盘至合同生效、履行到贸易争端的仲裁都需要专业的知识，严谨的态度，这一切都将影响到双方利益。纵观中国商业史，无论是古代的“丝绸之路”，还是近代史上的“闯关东”和“走西口”、“下南洋”，商务翻译的重要性都是显而易见的。

四、商务英语文体翻译者的素质要求

要做好商务英语翻译，不外乎几个方面的条件，即扎实的语言功底（外语和母语）、广博的知识（包括有关的历史、地理、风俗、文化以及各商务专门领域等的基本知识），加之端正的工作态度（严肃认真等）。俗话说：商场如战场。作为国际商务交流的使者，不管从事口译工作还是笔译工作，其责任都非常重大。总的说来，商务翻译工作者的具体素质要求可概

括为以下几个方面。

（一）译入或译出语言基本功过硬

从事商务翻译的人，中英文水平的高低，将直接影响译文的质量。英译汉时，如果英文功底不好，就难以做到透彻理解英文原文的信息，就很难把握原文的逻辑关系，势必影响信息的传达，导致错译；汉译英时，如果英文词汇掌握不好，英文语法不够精通，对英文中专业术语和固定搭配掌握不够牢固或数量不足，那么翻译出来的文字势必会在拼写、语法和表达上出现纰漏，让读者看起来别扭，读起来拗口，理解起来费力，甚至会闹笑话。因此，掌握足够的英文词汇，精通英文语法，特别是一般常用词汇和商务词汇，正确使用专业术语和搭配都是极为重要的。另一方面，长期以来，很多人存在一种误解，认为汉语的好坏不会影响翻译，而且大部分中国学生都会认为，既然汉语是我们的母语，在理解和表达上当然不会存在任何障碍。实则不然，很多时候，正是因为我们有上述想法，便不再注重汉语水平的提高，试想，英译汉时，如果对一些汉语词汇的用法把握不够，句式处理不好，依然得不到通顺的译文；汉译英时，如果对汉语词汇或句子理解不透，就无法忠实地传达原文的意思。由此可见，中英文语言基本功对翻译的重要性。商务翻译是一种涉及专业领域的翻译，中英文语言功底就显得尤为重要。因此，商务翻译工作者更要注意提高自己的中英文语言水平（彭萍，2008）。

（二）商务知识熟练

所谓商务翻译，显然要对商务知识熟练，不说非常专业，至少要基本内行。范仲英在其编著的《实用翻译教程》中提

4 商务翻译标准多元论

到：“一个外语工作者要从事某种专业的翻译工作，除继续提高外语水平外，还要努力学习该专业，使自己逐渐成为熟悉该专业的行家。只有这样，才能做好这项工作。翻译实践表明，译者丰富宽广的知识，一方面有助于加深对原文的理解，由于原文理解深刻透彻，翻译时就可以摆脱原文语言的束缚，灵活自如地表达原意。另一个方面，由于对所译内容具有一定的知识，可以根据自己对这方面事物的了解，选用最恰当的词语，把原意恰如其分地表达出来，更好地为读者所接受，收到接近原文信息所表达的效果”（范仲英，1994）。一个称职的商务翻译工作者不仅需要掌握丰富的商务知识，包括贸易、金融、商法、投资、物流、保险、管理、会计、人力资源、电子商务等诸多领域的知识，还需要了解双方的文化差异、风俗习惯。

（三）翻译态度严谨

商务翻译不只是一种语码的简单转换工作，在这一转换中，既要忠实原文信息，又要保证译文通顺可读。如果在翻译过程中，想当然或生搬硬套，必定会导致对原文信息的误传，译文也难免满足不了目的语要求，甚至会出现生硬拗口的地方。对商务翻译来说，更应该持一种严肃认真的工作态度，因为商务翻译更多地涉及双方的经济利益，稍有不慎，会将其中的数字、双方的义务或国际商务原则或规范搞错，势必会给商务来往的双方或单方造成一定的经济损失，妨碍商务合作与交流的正常进行。因此，培养良好的翻译作风，端正翻译的态度，是商务翻译者面临的一项重要任务（彭萍，2008）。

商务翻译者的素质只有达到了上述三个方面的要求，才能满足目的市场的诉求。

五、商务英语文本的文体特点

(一) 词汇

Lewis 将词汇分为四种类型,一是单词 (words) 和短语 (polywords),指传统意义上的词汇,前者指单个的词;后者指由两个或两个以上单词组成的固定短语,如商务英语中 firm offer,短语不能拆开来用,其中的单词也不能随意替换。二是搭配 (collocations 或 word partnerships),指以较高的频率出现单词组合,如 sustain loss。三是惯用话语 (institutionalized utterances),主要指可以整体储存的词块,如一些套语等,例如商务信函中 “Enclosed please find...”。四是句子框架和引语 (sentence frames and heads),指可扩展的包含固定形式的词块,主要作为篇章组织的手段,如欢迎和介绍出席人员时说 “We’re pleased to welcome...”,阐明会议主要议题时可以说 “We’re here today to...”,结束议题时可以说 “Let’s bring this to a close for today”。“It will be appreciated if ...” 对某人因某事而感激。

词块具有较强的语用功能,其使用往往局限于某些特定的语境当中,商务英语是商务语境下的英语的使用,要增强语用意识,把词块当成词汇最小单位,可以提高语言使用的准确度,从而达到有效的商务沟通目的,例如 “firm offer” 在商务语境下的含义为 “实盘”,而 “下定单” 应为 “place an order” 而不是 “make an order”。商务英语词汇特点如下。

1. 用词正式准确严谨

在国际经贸往来中,交易各方处于不同的国家和地区,由

6 商务翻译标准多元论

于语言文化的差异,极易产生误解,而根据国际贸易惯例和法规,交易双方的往来信函是交易的一部分,具有法律上的效力。因此,除广告语体外,商务英语在用词方面力求准确无误,一般选用词义相对单一的词来替代词义灵活丰富的词,以便使文体更庄重,增加严肃感。这样的词汇很多,如:acquaint (be familiar with)、by return (soon)、constitute (include)、effect (make)、grant (give)、levy (charge)、inform (tell)、initiate (begin)、in lieu of (in place of)、substantial (large)、tariff (tax)、terminate (end)、utilize (use) 等等。

2. 大量运用半专业词汇

商务英语的词汇一般包括普通词汇、半专业词汇和专业词汇。普通词汇是通用英语中的常用词汇。半专业词汇是由普通词汇转化而来的,在商务英语中有特殊的含义,这部分词汇占商务英语词汇的大部分。究其原因是由于商务英语涉及的范围广泛,包括工业生产、经济、贸易、法律等多个方面,因此在商务英语文献中,大量使用半专业词汇。例如: If a country is exporting more than it imports, it is receiving foreign currency and has a balance of trade surplus. 如果一个国家的出口大于进口,便是贸易顺差。这里 balance 是“差额”、“余额”的意思,是商务英语中的意义,而在通用英语中,是“平衡”之意。类似的词汇很多,如: accept (承兑)、agreement (条款)、collection (托收)、credit (贷款)、document (单据)、draft (汇票)、honor (承兑)、interest (利息)、offer (报价)、policy (保险单)、promotion (促销) 等等。

3. 古语词的使用

英国语言学家 Leech (1998) 在英语词义的分类学说中指出,专业词语、古语词及外来词都属于具有正式用语风格的词

汇 (words with formal stylistic meaning), 完全符合商务英语语体行文准确、简洁的要求。商务英语中出现了大量的古语词, 常常由 here, there, where 为词根, 加上一个或几个介词构成的合成副词。常用的有 hereinafter (之后, 在下文中)、herein (在此, 于……之中)、hereby (据此, 以此)、thereinafter (在下文, 此后)、therein (在那里, 其中)、thereof (由此)、whereas (鉴于)、whereby (根据, 凭) 等等。

4. 词项重复现象比较普遍

为了避免歧义, 达到准确无误的目的, 商务英语中经常出现同义词或近义词的词项重复, 协议、单证、合同等法律性文件中尤其突出。如: controversies and difference (争异)、losses and damages (损失)、methods and procedures (途径)、on and after (自……起)、terms and conditions (条款) 等等, 这些词汇之间有着同义或近义关系, 相互之间起补充或完善的作用, 在很大程度上保证了准确性和严密性。

5. 外来词的应用

商务英语中所使用的专业词汇和半专业词汇, 特别是专业词汇, 大多来自于拉丁语、法语和希腊语。外来词的使用使商务英语文本更加正式。如来自拉丁语的 as per (按照), re (事由), ex (在……前), tale quake (按照样品), 法语如 force majeure (保险用语)。

6. 缩略词的使用相当普遍

商务英语中有许多缩略术语, 是商务英语词汇的重要组成部分。有的是由主干单词的打头字母组成的, 还有的出现在电传电报或 E-MAIL 中, 是人们在长期使用过程中演变的结果。这些词的词义单一, 简洁明了。使用时保证规范, 减少误差; 同时又节省时间, 提高效率。在商务英语中使用的缩略语主要

8 商务翻译标准多元论

分为三类：国际贸易电讯电传缩略语，如：ABT, B/S (balance of sheet 资产负债表), BAR/D (barter deal 易货交易) 等等。国际经济贸易组织缩略语，如：WTO (世界贸易组织), ICC (国际商会), EEC (欧洲经济共同体), NYSE (纽约证券交易所) 等等。常用商务英语缩略语，如：W/B (waybill or World Bank 贴现汇票或世界银行), F. O. B (Free On Board 离岸价), wt (weight 重量) 等等。常用缩略语在外贸业务函电中出现的频率很高，熟练地掌握这些缩略语是我们学习外贸英语的一个重要环节，有的缩略语不止一个含义，这样就必须借助上下文来判断它的意思。

7. 名词使用的倾向性

为了使文本更加正式、庄重和客观，合同及其他负有责任的法律文本中通常更倾向于使用名词。如：As it is certain that the market is in great need of additional quantities, we wish to book with you a repeat order for the following items. 不用动词的 need, 而用有名词 need 的介词短语。

8. 新词的不断出现

商务英语作为一门综合类语言学科，与当今的政治、经济、文化和科技活动紧密相关，并随着时代的发展而发展。许多反映当代经济贸易的新思路、新概念及其先进技术等新词汇不断涌现，且大多属于复合词语。新词汇的主要构造方法就是将两个或两个以上的词按照一定的次序排列起来构成新词。比如随着数字信息技术的发展，出现了 cybercast (电子货币)、virtual store (虚拟商店) 等新词汇。又如随着公司企业管理方式变革和贸易组织的成立，出现了 CEO (首席执行官)、China-Asian Free Trade Area (中国东盟自由贸易区) 等新词语。