

高等学校商务英语系列规划教材



实用国际商务 翻译教程

(英汉双向)

A PRACTICAL COURSEBOOK FOR
INTERNATIONAL BUSINESS
TRANSLATION

戴光荣 编著



清华大学出版社
<http://www.tup.com.cn>



北京交通大学出版社
<http://www.bjtu.cn>

013071428

《《 高等学校商务英语系列规划教材

H31-43

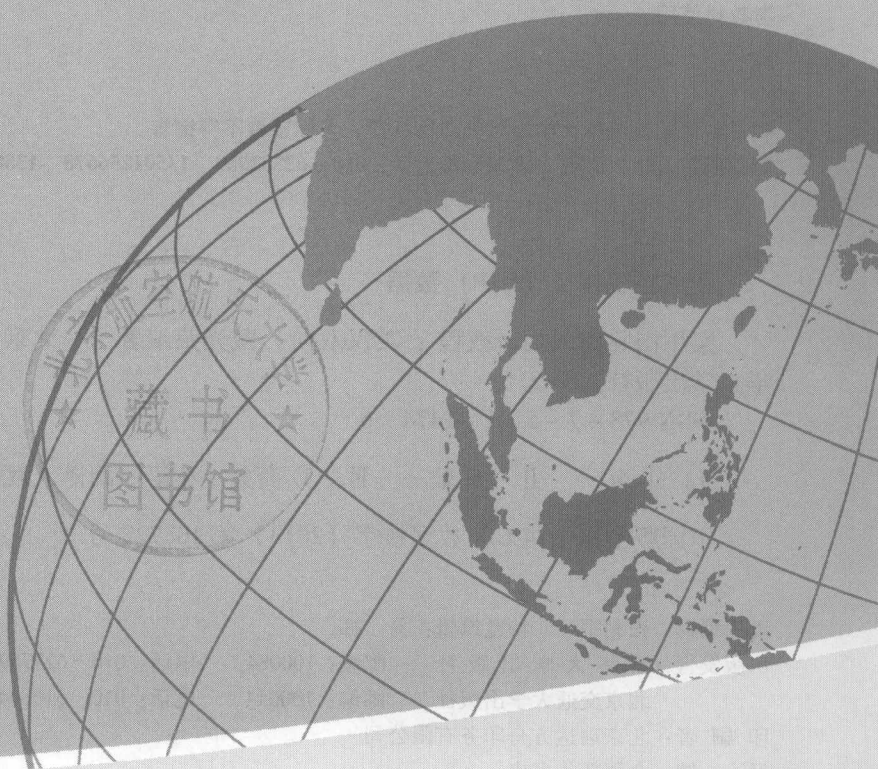
572

实用国际商务翻译教程

A Practical Coursebook for International Business Translation

戴光荣 编著

→ (英汉双向)



北航

C1678626

清华大学出版社
北京交通大学出版社
· 北 京 ·

H31-43

572

内 容 简 介

本书集编者多年商务翻译教学与实践经验,针对常见的商务文体,包括招投标文本、商务广告、商务合同、商务信函、商务法律、餐饮菜单、商务旅游等,分析其词汇、句法及语篇特征,抓住不同文体的功能与词汇、句法或篇章等特点,通过对第一手丰富的翻译实践材料进行精辟细致的分析,提出相应的翻译策略,帮助读者全面掌握商务翻译的原则。

本书取材范围广泛,可操作性较强。材料大多来自现实生活中的商务文本,内容真实可靠,有助于读者全面认识商务文本的特征,掌握各种商务文体的翻译策略。同时,本书将理论与实践有机结合,把编者多年来在商务翻译的教学、科研中所思所得进行归纳整理并进行提升,能为读者提供教学研有机结合的有用参考。

本书可供高等院校商务英语专业、英语专业与翻译专业等高年级本科生和研究生及从事翻译教学和研究,尤其是商务翻译和研究的教师及科研人员使用,也可供商务翻译工作者和广大翻译爱好者等参考,还可以供国际商务、国际贸易、文化传媒、旅游、广告、法律等专业的高年级本科生作为复合型专业英语参考教材使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

实用国际商务翻译教程:英汉双向/戴光荣编著. — 北京:北京交通大学出版社:清华大学出版社,2013.5

ISBN 978-7-5121-1474-6

I. ① 实… II. ① 戴… III. ① 商务-英语-翻译-教材 IV. ① H315.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第108722号

责任编辑:张利军 特邀编辑:易娜

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印张:12.75 字数:415千字

版 次:2013年6月第1版 2013年6月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1474-6/H·307

印 数:1~3 000册 定价:25.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

序言一

很高兴能为戴光荣老师的书稿作序。

戴光荣老师自中南大学毕业后，放弃更多更佳的选择，来到福州，加盟福建工程学院。学院是福建省人民政府举办的以工为主，涵盖工、管、文、理、经、法等多学科的应用型本科院校，2002 年经教育部批准，由原福建建筑高等专科学校与福建职业技术学院合并组建，办学历史溯源于 1896 年清末著名闽绅林纾、末代帝师陈宝琛创办的“苍霞精舍”，被称为福建“建筑业的黄埔军校”、“机电工程师的摇篮”。

戴光荣老师作为青年才俊，“初生牛犊不怕虎”。初来乍到，外语学科建设才刚起步，条件很不成熟，专业人才缺乏，没有研究团队。在多年的教学中，该同志能苦练基本功，虚心好学，勤于钻研，勇挑重担。他的奋斗历程，也代表了我校英语专业发展的轨迹。2005 年外语系成立并开始招收第一届英语专业（国际商务方向）学生。与此同时，外语学科团队的成立、学士学位授予权的获得（省教育厅免实地考察），以及一系列外语精品课程的建设、课题的立项、高质量学术论文的发表等，都凝结了该同志的辛勤汗水。该同志积极参与学科建设，并承担了“商务翻译”、“实用英汉翻译”、“翻译理论与实践”等多门专业核心课程的教学，教学效果显著，其历年的课堂教学质量测评分数名列全校老师前茅。

辛勤教学之余，该同志克服一切困难，集中精力投入当今外语界最为前沿的语料库翻译学研究中，几年内可谓捷报频传：主持并完成了多项校级课题及一项教育部全国高等教学研究中心国家级课题，在研一项教育厅社科基金课题，最为可喜的是 2010 年国家社科基金青年项目申报取得成功。他这一系列研究都把语料库作为研究工具，在研究方法上有独到见解，取得可喜的研究成果，在学界反响良好。到目前为止，已在国内外专业核心期刊发表学术论文 20 多篇，数次应邀参加国际国内大型学术研讨会，获省部级以上奖励多次。除此之外，该同志还悉心辅导学生参加各类大型学科竞赛，成绩斐然，为学校教学科研等多方面的建设立下了汗马功劳。

正是有了一批戴光荣同志这样勤奋努力的教师，学校才有了蓬勃发展，经国务院学位委员会批准，我校成为 2008—2015 年新增硕士学位授予单位立项建设院校及教育部首批“卓越工程师教育培养计划”的试点高校之一。学校紧贴海峡西岸经济区建设需要，不断加强学科建设和科研工作，产学研成果迭出。

今天，我们很高兴地看到，戴光荣同志辛勤的劳动又结出丰硕之果：《实用国际商务翻译教程》历经几年的教学实践，终于完成了，这是外语学科建设的一件盛事，也是我校学科建设的一件喜事，更是我校英语专业（国际商务方向）青年学生们的幸事。

最后引用我校创办者——著名翻译家林纾的一句话结束本序言，并与戴光荣同志共勉：
“强国者何恃？曰恃学。恃学生。恃学生之有志于国。尤恃学生人人之精实业。”

戴光荣

福建工程学院校长

控制科学与工程方向博士生导师

铁道部有突出贡献中青年科技专家

2013年5月

序言二

大家都知道,学校是培养国家人才的神圣阵地。课程设置、教学环节和教学内容,都关系到国家创新人才的培养教育。随着国家的政治、经济、文化的全面发展,国际地位的空前提高,对外交流也在日益扩大,其中有关的商务领域和商贸活动,更加凸显其重要地位。

如何促进教育更加适应国家、社会需求,建设人力资源强国,商务英语得到了更加广泛的重视,发展迅猛。开设商务英语方向或课程的大专院校,已由上世纪80年代末期的300余所,发展壮大到了目前的600余所,就是一个明显的例证。也就是说,为了适应国家进一步改革开放的需要,我们无论是在跟欧美发达国家,还是跟亚非拉发展中国家打交道,围绕着贸易、投资开展的各类经济、公务和社会活动,会更加日益活跃。因此,在大专院校里设置的商务英语课程,自然地显出其重要性。

“商务翻译”是商务英语核心课程之一,在整个商务英语课程体系中占有重要地位。这里介绍一位承担多年商务翻译课程教学、教学效果显著的戴光荣老师。

自本世纪初,我在长沙的一次学术活动中认识了戴光荣老师以来,我们就书信往来未断,互相提供了相应的帮助,深知他对于商务英语的教学和研究十分投入,知道他在硕士毕业后,克服了种种困难,在自己新的教学岗位上,非常敬业。特别是在长达十年的书信联系中,发现他天资敏悟,勤奋好学,善于钻研,谦虚诚恳,上进心强,一直热爱教育事业,发现他从不以受到了某种学术嘉奖而沾沾自喜,或是完成了某些授课时数而自我满足。他总是勤于钻研教学大纲,领悟关键词汇,潜心引导学生主动“探索实践、思考学习”的教育方式,从而不断发表了一系列有关科研、教学方面的优秀论文,受到了同行们的一致好评。光荣的这种朝气蓬勃的热情和敬业、创业的精神,实在是非常难能可贵。

月前收到了光荣的《实用国际商务翻译教程》(以下简称《翻译教程》)书稿后,我没有立即给他回信。因为,这是他首次邀请我来为他的书写序。我在这样思考着:如今的书店或书展会上,名目繁多的“教程”,真是唾手可得。为什么教学任务一直繁忙的光荣老师,还要来着墨数十万言,专门去写《翻译教程》呢?当我认真看完全书、并了解到作者勇于面对现实的竞争和各种挑战,一直在教学之余,不断搜集资料,认真总结经验,把“教学相长”真正运用到了实践中,并获得了与众不同的新收获时,我才真是为之感到非常高兴。

笔者认为,《翻译教程》是他今年的一部力作。在商务翻译上具有广泛的实用性、深刻的实践性和多元的应用性。它确实是一部很有特色的教材,值得向同行们来推广、使用。

打开《翻译教程》,我们会清楚地看到全书针对社会商潮大发展以来常见的

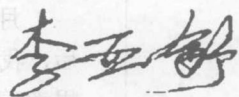
各种商务文体,包括招投标文体、商务广告、商务合同、商务信函、商务法律、商务旅游、商务菜单等等方面的内容,分析了其词汇、句法及语篇的特点。作者抓住不同文体的功能与词汇、句法和篇章结构等等不同的特点,尤其进行了精辟细致的分析,提出了不同语境下的翻译策略,这就有助于读者全面掌握商务翻译的原则。因此,具有宽泛的实用性,是其显著特点之一。

《翻译教程》中列举的实例,非常丰富。这也是与当前商业大潮中的社会现象很相适应的。如前已述,作者在从事教学与科研时,留心积累第一手实践材料,使这些来自现实生活中的商务文体材料,经作者去粗取精、避滥求真的筛选后,内容真实可靠,也便于读者运用操作,体现了“授人鱼,不如授人以渔”的教学思想。也可以说,这是光荣老师多年从事商务翻译教学与实践经验的提高与系统总结。因此,《翻译教程》中深刻的实践性,又是其另一个特点。

《翻译教程》在第一章里就开宗明义,肯定了翻译学对于商务翻译的指导意义。作者扼要归纳了国内外一些翻译家的学术观点之后,接着阐明了自己从事商务英语研究的重心,是对商务翻译活动中的基本理论、翻译实践及与翻译相关的多个方面进行的综合研究。作者认为,商务英语是一个动态的概念,它具有专门用途英语的特征和属性。它与商务语境的紧密结合,使其含义在不断扩大、延伸和发展。不言而喻,商务英语的使用,必然要涉及语言知识、专业水平、交际才能、管理技艺与文化背景知识等核心内容。面对纷繁复杂的商务翻译活动,需要准确把握翻译实质与翻译标准,准确把握翻译文本特征,积极实现翻译效用的最大化。这除了需要译者能熟练掌握各类商务活动流程、丰富的实践经验及典型的案例外,还要善于归纳整理它,并把它提升到理论认识上去。这需要通晓并善于运用国际商务翻译上的多元理论。理论来源于实践,又要运用多元理论去分析案例、研究对策、指导翻译实践。因此,多元化的应用性,是《翻译教程》中的再一个重要特点。

总之,光荣老师的《翻译教程》有着明显的实用价值和现实意义。全书洋洋 40 余万言,结构严谨,语言流畅,例证新颖,内容丰富。它的实用性、实践性和应用性特点显著。笔者深信:该书的出版,一定会受到广大读者的热情欢迎,亦会有助于促进国际商务翻译教学的发展。

是为之序!



中国科学院教授

中国英汉语比较研究会第一、二届理事会副理事长

中国翻译协会第三、四、五届理事会副理事长兼科技翻译委员会主任

2013 年 5 月

于中国科学院

前言 *Preface*

自二十世纪八十年代以来,专门用途英语(ESP)发生了重大变化,商务英语成为 ESP 日益重要的领域,商务英语教育在我国教育体系中也从无到有、从小到大。全国至今已有数百所高校开设了商务英语专业,教育部也先后批准对外经济贸易大学、广东外语外贸大学等高校开设商务英语本科专业,标志着商务英语作为一个适合我国经济发展与社会需求的独立专业的诞生,它将成为我国传统英语语言文学专业以外培养英语人才的又一有效模式和新型途径。

商务英语主要运用于商务领域和商务活动中。在现代市场经济环境下,商务是指围绕贸易、投资开展的各类经济、公务和社会活动,具体包括贸易、金融、营销、旅游、新闻、法律、外事等。当前的经济环境使商务英语涉及的领域更加广泛。中国国际贸易学会国际商务英语研究委员会的统计数据表明,我国开设商务英语方向或课程的大专院校已由 20 世纪 80 年代末的 300 余所扩大到了目前的 600 多所,发展速度迅猛。

作为商务英语核心课程之一的“商务翻译”也随着社会的需要而走入课堂。当前,商务翻译类的教程五花八门,质量参差不齐。很多教程编写年代“久远”,部分内容已经脱离现实,对学习者的商务翻译实践没能起到很好的指导作用。

本书作者在从事“商务翻译”课程教学过程中,深感该门课程的重要性,也感叹教学资料,尤其是具有可操作性的翻译实践材料非常缺乏。面对纷繁复杂的商务翻译活动,如何准确把握翻译实质与翻译标准,实现商务翻译效用的最大化,需要译者能熟练掌握各类商务活动流程,准确把握翻译文本特征。随着实践经验的增多,本书作者在不断发掘资料、丰富教学内容,与外界不断交往的过程中,在众人的帮助之下,整理形成了本书。

本书遵循理论与实践相结合的原则,对各类商务翻译进行详细解读,既有理论深度,也具有较强的可操作性。本书的编写思路与优势如下。

- (1) 理论与实践有机结合,体现实用性、可操作性。
- (2) 收集具有可操作性的商务翻译文本,真正形成商务特色。
- (3) 涉及面广,具有较强的指导性与参考价值。
- (4) 将教学备课与自学辅导相结合,使用方便。
- (5) 结合自身语料库翻译研究之所长,探索商务翻译语料库的创建及其运用。
- (6) 介绍部分对商务翻译教学与实践有益的在线翻译语料库。

本书各章之后均附有思考题或翻译实践题,既方便学习者自测,也方便教师教学参考。

本书在编著过程中参考了多方面的资料,笔者对所引用材料的作者表示衷心的感谢。本书的编写得到了编著者家人的鞭策、鼓励与无微不至的爱护,也得到

了众多好友的帮助,尤其是北京交通大学出版社张利军编辑的鼎力相助,还得到了编著者所在单位的校系领导的关爱与支持,特别是校长蒋新华教授能在百忙中拨冗作序在此一并表示衷心的感谢。

本书稿完成后,还得到中国科学院李亚舒教授及中南大学萧立明教授的悉心指导。李亚舒教授还把对编著者的关爱与鼓励,写进了序言。这份纯洁的爱,将永远鞭策编著者在今后的教学科研等工作中,再接再厉,更上层楼。

在此还值得一提的是,编著者的学生积极投入了“商务翻译”课程的学习,有许多例证及其译文,都在课堂上得到大家的细细推敲,真正做到了集思广益。这些学生毕业后投入了广阔的商务贸易、商务翻译等实践活动中,他们仍能在百忙之余积极帮忙搜集相关商务翻译的第一手素材,可以说,编著者既是该课程的授课者、组织者,也是最大的受益者,在此对他们道一声:谢谢。

编著者才疏学浅,书中存在的不足之处,真诚渴望能得到大家的帮助,不胜感激。编著者的联系邮箱为 carldy@126.com,中国科学网的实名制博客为: <http://blog.sciencenet.cn/u/carldy>。

编著者

2013年5月

目录 Contents

第 1 章 商务翻译的发展及其定位

1.1 翻译学对于商务翻译的指导意义	1
1.2 商务翻译发展的必然性与重要性	3
Exercises	5

第 2 章 商务语篇的词汇特征

2.1 引言	7
2.2 专业性	9
2.3 庄重性	15
2.4 明确性	17
2.5 简洁性	18
2.6 其他用词特征	19
Exercises	21

第 3 章 商务语篇的句法特征

3.1 长句的使用	24
3.2 主动句与被动句	25
3.3 现在时态的运用	26
3.4 礼貌用语的广泛运用	27
3.5 社交性套语的广泛运用	28
Exercises	31

第 4 章 标书的翻译

4.1 时代对招投标提出的要求	33
4.2 关于招投标的基本知识	34
4.3 招投标文件的组成	36
4.4 标书的语言特点	37
4.5 标书的翻译策略	44
4.6 标书的术语及常用句型	46
Exercises	48

第 5 章 广告的翻译

5.1 广告的定义	51
-----------------	----

5.2	广告的标题及其句法修辞特点	51
5.3	广告语篇的美学特征	58
5.4	广告的翻译策略	61
5.5	广告翻译中的美学关照	63
5.6	中文常用广告套语的翻译	64
5.7	部分经典广告翻译赏析	65
	Exercises	68

第6章 商务合同的翻译

6.1	合同的定义及分类	71
6.2	商务合同的语篇结构	73
6.3	商务合同的语言特色	76
6.4	商务合同的翻译实践	82
6.5	商务合同翻译的常用词汇	92
	Exercises	94

第7章 餐饮菜单的翻译

7.1	引言	99
7.2	中西方饮食文化的差异	99
7.3	中西菜式命名及烹饪方法的差异	100
7.4	菜单的翻译技巧	101
7.5	中文菜单翻译的原则	103
	Exercises	105

第8章 旅游翻译

8.1	旅游翻译的定义及其分类	107
8.2	旅游翻译的必要性与重要性	107
8.3	旅游宣传广告中的文化因素	108
8.4	文化因素导致的旅游翻译障碍	108
8.5	旅游指南的信息分类及其翻译	109
8.6	旅游景点名称的翻译	116
	Exercises	117

第9章 商务法律的翻译

9.1	法律英语的定义	120
9.2	法律翻译的必要性与重要性	120
9.3	法律英语的用词特征	121
9.4	法律翻译的原则	124
9.5	法律英语中主要情态动词的用法及其翻译	127

9.6 有关 and、when 及 if 的翻译	129
9.7 法律语言中“条”、“款”、“项”、“目”等词的翻译	132
Exercises	133

第 10 章 商务信函的翻译

10.1 商务信函的类别及相关知识	136
10.2 商务信函的篇章构成	137
10.3 商务信函的基本原则	138
10.4 几种常用的商务信函	140
10.5 商务信函的翻译原则	146
10.6 商务信函术语及其翻译	148
10.7 商务信函结尾语	151
10.8 商务信函语料库	152
Exercises	154

第 11 章 语料库在商务翻译中的运用

11.1 基于语料库的商务翻译研究	156
11.2 翻译中的语料库	157
11.3 商务翻译中涉及的单语语料库及其运用	159
11.4 商务翻译语料库的创建及其运用	168
11.5 在线翻译语料库	175
Exercises	186

References	188
------------------	-----

商务翻译的发展及其定位



1.1 翻译学对于商务翻译的指导意义

商务翻译近年来发展迅猛。在当前商务英语作为独立学科的情况下,开展商务翻译研究,是学科发展的必然,也是时代发展的需要。要研究探讨商务翻译的发展及其定位,离不开翻译学这一大体系。

翻译学(Translation Studies)作为研究翻译理论与翻译现象的学科,通过对翻译的性质、过程、方法等方面进行客观科学的描写,提出系统的翻译理论。在我国,人们已经习惯于用“翻译学”一词来指称翻译研究整个领域。翻译学作为一门研究翻译现象的人文学科,其学术地位已经得到越来越广泛的认可(张美芳,2005:4)。

我国第一个明确提出建立翻译学的是董秋斯,他于1951年在《翻译通报》上发表《论翻译理论的建设》,提出“翻译是一种科学”,“从这一种文字译成另一种文字,在工作过程中,有一定的客观规律可以遵循,并不完全靠天才或灵感……这规律是客观存在的,不是某些人凭空想出来的。要发现它和通晓它,就得向与此有关的客观事物作一番调查研究的工作。那就是说,我们首先得考察各语文的构造、特点和发展法则,各学科的内容和表现方式,各时代和各国家的翻译经验。然后把这三样东西的调查研所得结合起来,构成一个完整的理论体系”(罗新璋,1984:537)。

翻译学的英语对应词为 translation studies,这一复数形式暗示着“一种多元化的研究,即翻译学是一门综合性、交叉性学科”(方梦之,2004:25)。美国学者詹姆斯·霍尔姆斯(James Holmes)于1972年在哥本哈根举行的第三届应用语言学年会的翻译组宣读了一篇十分重要的论文“The Name and Nature of Translation Studies”(《翻译研究的名与实》),但这篇文章直到1988年才为人所熟知(Holmes,1988/2000:173)。在这篇文章中,霍姆斯勾画了一个整体的翻译框架,描述了翻译研究所应该涵盖的内容。这个框架随后由以色列著名翻译研究学者吉迪恩·图里(Gideon Toury)以图表的形式呈现出来,如图1-1所示。

从这一结构图可以看出,翻译学包括两大块:“纯理论翻译学”与“应用翻译学”。纯理论翻译学下分为两支:“理论分支”与“描写分支”。

英国翻译学研究者杰里米·芒迪(Jeremy Munday)在《翻译学导论——理论与实践》中对“纯理论翻译学”的目标做了如下陈述。

(1) 描述翻译现象(描述性翻译理论)。

(2) 建立一些普遍的原则,用以解释和预测翻译现象(翻译理论)。

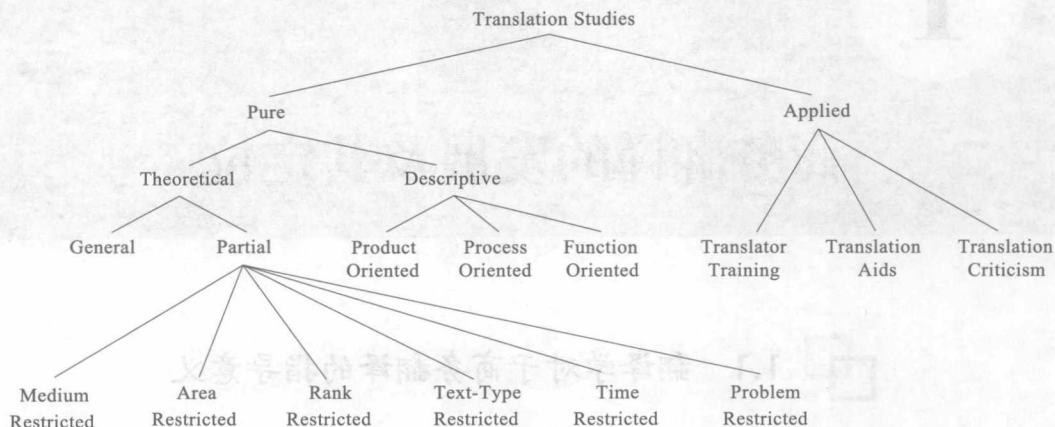


图 1-1 霍姆斯的翻译学结构图 (Toury, 1991: 181)

纯理论翻译学又分为“一般理论”和“专门理论”。需要注意的是，这里的“一般理论”是指那些致力于描述或解释各种类型的翻译，并加以概括，适合所有翻译的研究。“专门理论”则包括对以下几个方面的研究。

(1) 翻译媒介研究 (medium-restricted theories)，根据翻译是由机器还是由人工来进行划分：由机器进行的翻译可分为机器翻译和机助翻译；人工翻译可分为书面翻译和口头翻译（同声传译、连续传译）。

(2) 翻译语对研究 (area-restricted theories)，仅限于特定的一些语言或语言集合和（或）文化。

(3) 翻译层级研究 (rank-restricted theories)，限于单词或句子的某一个特定层次，（通常是单词或句子的语言学理论）。

(4) 文本类型翻译研究 (text-typed restricted theories)，考察特定的话语或文本类型，如文学文本、商业文本和技术文本的翻译。

(5) 翻译时期研究 (time-restricted)，如翻译史。

(6) 具体翻译问题研究 (problem-restricted theories)。

“描述性翻译研究”重点探讨三个方面：翻译产品、翻译功能和翻译过程。

至于“应用翻译学”，霍姆斯认为应该包括以下几部分。

(1) 译员培训 (translator training)：教学方法、测试技巧、课程设计。

(2) 翻译辅助工具 (translation aids)：辞典、语法、信息技术。

(3) 翻译批评 (translation criticism)：译作评价，包括对学生的翻译练习进行评分，也包括对公开出版的译本展开评论，如图 1-2 所示。

国内学者谭载喜教授把翻译学分为内部结构与外部结构。内部结构包括三部分：普通翻译学、特殊翻译学和应用翻译学。普通翻译学主要研究人类语言、文化及其翻译的一般规律，研究翻译的一般过程和翻译在整个科学体系中的地位及其与其他科学的关系。特殊翻译学主要研究两种具体语言的互译问题，涉及这两种语言和文化的对比，揭示出它们之间有规律的和无规律的、对应的和不对应的、彼此融合的和彼此冲突的东西，然后提出能指导两种具体语言互译的理论。应用翻译学主要研究如何把普通翻译学和特殊翻译学的理论运用于翻译实践、翻译教学、翻译批评、翻译工具书的编撰和机器翻译等（谭载喜，2000：21-22）。

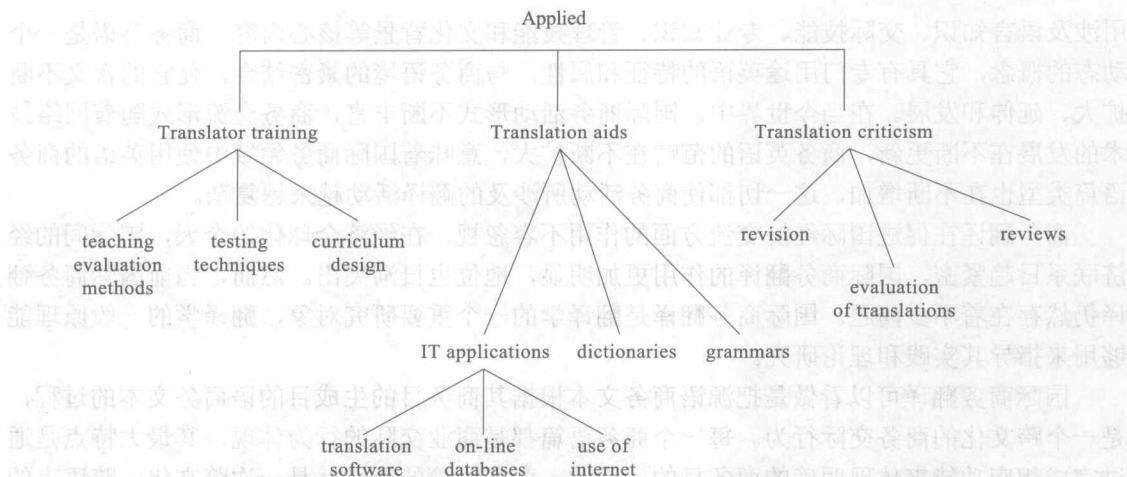


图 1-2 应用翻译学结构图 (Munday, 2001: 13)

刘宓庆教授把翻译学分为三大模块,即翻译史、翻译理论和翻译资讯工程,把翻译教学包括在内(刘宓庆,2003:135)。

有学者总结了翻译理论体系应该包括七大块:(1)翻译基础理论;(2)翻译标准论;(3)翻译程序论;(4)翻译风格论;(5)翻译方法论;(6)翻译批评论;(7)翻译教学论(翁凤翔,2006:392)。

有了上述关于翻译学的简单归纳,我们对于当前商务翻译研究有了一个可供参照的体系。



1.2 商务翻译发展的必然性与重要性

商务翻译研究是对商务翻译活动中的基本理论、应用理论、翻译实践及与翻译相关的各方面进行研究。商务翻译作为一种跨文化的交际活动,涉及中外两种语言与文化之间的互译,“国际商务”泛指跨国界所从事的商务活动。“国际商务是个大概念,它包括任何与国际商务活动有关的行业,如国际金融、国际经济、国际贸易、国际物流、国际商法、商业广告等”(翁凤翔,2006:393)。

国际商务可以泛指一切跨越国界的各种商业活动,包括商品、劳务(如技术、熟练劳动、运输)、资本任何形式的经济资源的国际传递。国际商务有国际贸易和国际投资两种最主要的形式,其中前者包括货物贸易和服务贸易,后者包括对外直接投资和间接投资。单就国际贸易的内容而言,WTO框架之下的三大协定最具有权威性,即:有关货物贸易的《关贸总协定》、《服务贸易总协定》和《知识产权协定》。其中,服务贸易中还包括通讯、运输、分销、教育、旅游、建筑、娱乐、保健等12个项目。任何形式的国际商务,本质上都是各国企业之间的商业交易活动,其根本目的在于营利。

英语作为一种国际通用语言,在国际商务活动中也发挥了举足轻重的作用。商务英语就是在商务环境中应用的英语,它是专门用途英语(ESP)的一种。从这个意义上说,商务英语也就是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。商务英语的使

用涉及语言知识、交际技能、专业知识、管理技能和文化背景等核心内容。商务英语是一个动态的概念，它具有专门用途英语的特征和属性，与商务语境的紧密结合，使它的含义不断扩大、延伸和发展。在当今世界中，国际商务活动形式不断丰富，商务交流形式随着网络技术的发展在不断更新，商务英语的范畴在不断扩大，意味着国际商务领域中使用英语的商务语篇类型也在不断增加，这一切都使商务活动所涉及的翻译活动越来越复杂。

商务翻译在促进国际经济交流方面的作用不容忽视。在经济全球化的今天，国际间的经济联系日趋紧密，国际商务翻译的作用更加明显，地位也日渐突出。然而，当前国际商务翻译仍然存在着不少问题。国际商务翻译是翻译学的一个重要研究对象，翻译学的一般原理能够用来指导其实践和理论研究。

国际商务翻译可以看做是把源语商务文本根据其商务目的生成目的语商务文本的过程，是一个跨文化的商务交际行为。每一个商务语篇都是商业交际的行为体现，其最大特点是通过完成相应功能来体现明确的商务目的。因此，商务语篇的翻译就是一次跨文化、跨语言的交际行为，其翻译活动的目的就是要发挥源语语篇在目的语受众文化中应有的功能。根据文本的语义特征、词汇特征、语法特征和文体特征，可将文本分为三种基本类型，即信息型文本（informative text）、表情型文本（expressive text）、操作型文本（operative text）。

信息型文本的翻译主要向读者传递信息，如参考书、商务信函、官方文件、学术文章等；表情型文本包含一种审美成分，体现审美效果，如诗歌、小说等；操作型文本旨在说服读者采取某种行为，如政治宣传、广告等。

Snell-Hornby (1988) 提出了一个自上而下的综合性文本分类方法，并确定了各自的翻译标准的模式，结合各文本类型的特点确定了各类文本的翻译标准。具体来说，将翻译的文本大致分为3类。

(1) 文学翻译，包括圣经、戏剧、电影、抒情诗等。

(2) 一般语言翻译，包括报纸及大众信息类文本。

(3) 特殊用途语言翻译，包括法律语言、经济语言、医学语言、科技语言等。

从文学到特殊用途语言的翻译，涉及越来越多的非语言知识，制约翻译过程的各个方面和翻译标准更加严格，要求译者不仅要理解语言字面意义，还要理解其言外之意。这三类文本之间没有一个准确的界限，是一种开放性的分类模式。

商务语篇跨度很大，如商务广告为达到吸引顾客的目的，常常借助文学手段来增加其文字情感的渲染力，并且也需要一定的艺术创造力，翻译则必须通过译者的主观能动作用将这种艺术性和感情诉求表现出来，以达到同样的功能。这就使其翻译带有一定的文学翻译色彩。商标的翻译是典型的商务目的与艺术创造力的综合体现。商务法律合同的翻译可属于法律语言范畴，也可属于商务语言范围。如果商务合同的标的物是具有高度专业技术性的产品，那么从货物描述到产品规格又有一定的科技英语的特点。

商务信函作为商务沟通中的最主要形式之一，内容范围甚广，自身又可以根据内容和目的的不同从不同角度进行分类，既有广告性的促销信，也有谈判性的洽谈信，还可能是实现一般社交目的的感谢信和祝贺信，或公文性质的通知信等。

近年来国际采购业务扩大所形成的越来越多的招投标文件，无论是招标文件还是投标文件，实质上是一种商业合同，一旦为双方接受，就具有法律的约束力。这就要求招投标文件措辞精当、结构严谨、术语专业、思维缜密、文体正式、语意明确。

语篇类型不同, 语境不一致, 词义也不一样, 例如:

(1) Part time barman required. Hours and salary negotiable.

招聘兼职酒店招待员, 工作时间和薪水面议。

(2) This Bill of Lading shall be issued in a negotiable form, so it shall constitute title to the goods and the holder, by endorsement of this B/L. 所签发的提单应为可转让的, 故只要在提单上背书, 便确定了货物和持票人的所有权。

(3) Heavy enquiries witness the quality of our products.

大量询盘证明我们产品的质量过硬。

这样的现象, 在国际商务翻译中普遍存在, 需要我们根据商务语境的要求, 认真思考, 谨慎翻译。

本书从第一线商务翻译教学与实践经验出发, 探讨商务翻译过程中译者所应注意的各个方面。就商务翻译而言, 译者一方面要熟悉行业术语, 另一方面要能用晓畅语言, 将相关知识综合起来并加以准确表达。余下各章将分门别类, 对商务翻译活动进行详细探讨。



阅读并尝试将下面关于文本类型与翻译的英文短篇翻译成汉语, 注意使用恰当的对等术语。^①

Katharina Reiss's work in the 1970s builds on the concept of equivalence but views the text, rather than the word or sentence, as the level at which communication is achieved and at which equivalence must be sought (Reiss, 1977/89: 113–14). Her functional approach aims initially at systematizing the assessment of translations. It borrows Karl Buhler's three way categorization of the functions of language (i.e., the informative function, expressive function and appellative function. See Buhler, 1934/65). Reiss links the three functions to their corresponding language “dimensions” and to the text types or communicative situations in which they are used. These links can be seen in Table 1. The main characteristics of each text type are summarized by Reiss (1977/89: 108–9) as follows:

(1) “Plain communication of facts”: information, knowledge, opinions, etc. The language dimension used to transmit the information is logical or referential, the content or “topic” is the main focus of the communication, and the text type is informative.

(2) “Creative composition”: the author uses the aesthetic dimension of language. The author or ‘sender’ is foregrounded, as well as the form of the message, and the text type is expressive.

(3) “Inducing behavioural responses”: the aim of the appellative function is to appeal to or persuade the reader or “reciever” of the text to act in a certain way. The form of language is dialogic, the focus is appellative and Reiss calls this text type operative.

(4) Audio-medial texts, such as films and visual and spoken advertisements which supplement

^① This passage cited from: MUNDAY J. *Introducing translation studies: theories and applications*. London & New York: Routledge, 2001: 73–74.