

# 商务英语与跨文化翻译研究

祁 岩 著

吉林人民出版社

## 前 言

商务英语是实用性和专业性都很强的应用性语言。目前，在对外贸易、招商引资、国际旅游、海外投资以及国际运输等商务活动中所使用的英语统称为商务英语。近年来我国的对外开放程度越来越高，商务英语的应用也越来越普遍，商务英语的翻译数量显著增加，翻译质量也备受关注，这要求译者在遣词造句上更加精益求精。商务英语词汇有着明显的特殊性，本书从术语性、书面性、简洁性以及普通词汇在商务英语中的变化四个方面来阐述其词汇的特殊性。商务英语词汇的翻译标准也有其特殊性，本书重点阐述了“准确性原则”和“统一性原则”。通过对商务英语词汇特点的归纳总结，笔者发现商务英语词汇主要可以分为四大类：专业术语、行业套语、缩略语以及大量的普通词汇。前三类词汇的含义较为固定，一词多义的现象较少，且不带有感情色彩，所以往往借助商务专业词典就能译出，而普通词汇则含义丰富，使用灵活，同一个词在不同专业或不同上下文中，其概念也不同，是翻译的难点，翻译这类词要经过仔细斟酌词义的过程。本书归纳总结了以下三种方法：根据语境进行翻译、根据对应的专业领域进行翻译、根据搭配进行翻译。电子商务英语已经发展成为一种常用的实用文体，对其语言特点与翻译技巧加以研究十分必要。本书首先简述研究背景、研究现状、研究问题、研究方法、研究意义和文章结构；接着

论证电子商务英语的主要用词特点和句法特点；然后，结合笔者的翻译实践，探讨英语电子商务语篇的翻译技巧，聚焦于省略、增词、反复、倒装等变通手法应用于电子商务文本翻译的可行性；最后讨论电子商务语篇“TYPICAL EC BUSINESS MODELS”翻译中难点的解决办法。主要采用归纳与演绎，定性分析为主、定量分析为辅的研究方法。本研究有助于读者了解电子商务英语的特点，并有助于译者提高英语电子商务语篇翻译的质量。

# 目 录

<b>第一章 绪 论</b> .....	1
一、课题背景 .....	1
二、研究现状 .....	2
三、研究的问题.....	2
四、研究方法 .....	2
五、研究意义 .....	2
六、文章结构 .....	2
七、商务英语翻译研究：回顾与前瞻 .....	3
八、商务英语翻译的4Es标准 .....	10
<b>第二章 电子商务英语的主要特点</b> .....	18
一、商务英语词汇的概念 .....	18
二、商务英语词汇的特点 .....	18
三、电子商务英语词汇及句式特点 .....	20
四、商务英语词汇汉译的原则 .....	24
五、商务英语词汇汉译的方法 .....	25
<b>第三章 案例描述</b> .....	28
一、翻译要求 .....	28
二、翻译过程 .....	28
<b>第四章 案例分析</b> .....	31
一、词语的翻译 .....	31
二、句子的翻译.....	34
三、篇章的翻译.....	36
四、商务英语合同中被动语态 .....	40

<b>第五章 文献综述</b> .....	52
一、翻译美学的发展 .....	52
二、翻译美学理论构架 .....	53
三、翻译审美表现论 .....	56
<b>第六章 商务英语的文本特点</b> .....	58
一、商务英语的文本类型 .....	58
二、商务信函的文本特点 .....	58
三、商务合同的文本特点 .....	61
四、商业广告的文本特点 .....	64
五、商务单证的文本特点 .....	65
<b>第七章 商务英语文本翻译的求美策略</b> .....	67
一、商务英语文本翻译标准的四个方面 .....	67
二、商务英语文本翻译的求美策略 .....	71
<b>第八章 从功能对等角度看商务英语翻译</b> .....	77
一、功能对等及其对商务英语翻译的指导作用 .....	77
二、商务英语的语言特征 .....	79
三、商务英语翻译中的功能对等 .....	81
<b>第九章 商务英语翻译教学</b> .....	86
一、基于语料库的商务英语翻译教学研究 .....	87
二、商务英语翻译教学研究的重要性 .....	90
三、商务英语翻译教学模式 .....	93
<b>第十章 商务英语合同中长句的翻译</b> .....	106
一、翻译实践分析 .....	106
二、翻译实践总结 .....	117
<b>结束语</b> .....	119
<b>参考文献</b> .....	123

# 第一章 绪 论

商务英语是实用性和专业性都很强的应用性语言，在对外贸易、招商引资、国际旅游、海外投资以及国际运输等商务活动中所使用的英语统称为商务英语，商务英语是专门用途英语中最重要、最活跃、发展最快的一个分支。近年来我国的对外开放程度越来越高，商务英语的应用越来越普遍，商务英语的翻译数量显著增加，翻译质量也备受关注，这要求译者在遣词造句上更加的精益求精。本章首先归纳总结了商务英语词汇的特点，商务英语源于普通英语，但又是普通英语与商务各领域专业知识的结合，有着明显的特殊性，本章从术语性、书面性、简洁性以及灵活性四个方面来阐述其词汇的特殊性。商务英语词汇的翻译标准也有其特殊性，本章重点阐述了“准确性原则”和“统一性原则”。在这两大翻译原则的指导下，本章重点讨论研究了商务英语词汇的翻译策略。由于商务英语词汇有着明显的特殊性，于是根据商务英语的词汇的特点，先将商务英语词汇分为四大类，再分别对其翻译策略进行了讨论。本章将商务英语词汇分为以下四类：专业术语、套语、缩略语及普通词汇。前三类词汇的含义较为固定，通常可以找到一一对应的翻译；而普通词汇则含义丰富，使用灵活，同一个词在不同专业或不同上下文中，其概念也不同，翻译时有很强的灵活性，需要译者仔细斟酌。

## 一、课题背景

随着互联网快速发展，商业公司面临着巨大的商业模式的变化，最明显的是贸易网站的使用。电子商务正在发展成为一个越来越受欢迎的商业模式，一个公司能否充分利用互联网可能成为其生存的关键。未来五年，公司或成为互联网公司或毁灭，电子商务意味着不仅拥有一个促进买卖的网站，而且拥有一个复杂的关系链（保清、苻之，1983：45）。电子商务利用互联网和信息技术的综合能力，从根本上改变关键业务策略和流程。电子商务的形成和发展导致电子商务英语的形成与发展。在经济全球化背景下，电子商务英语已发展成为一种常用的实用文体。显然，研究电子商务英语的特点与翻译非常必要，且很有意义。作为一名英语笔译者，深知自己面对机遇的同时还面临着巨大的挑战。要熟悉电子商务英文文本翻译的前提是通过大量的翻译实践，全面提高电子商务英语的翻译技能，了解其文本特点，熟悉其翻译技巧会使我们事半功倍。

2013年,笔者在上海瑞科翻译公司为期两个月的实习让笔者受益匪浅,大量的翻译素材让笔者对电子商务英语的翻译有了较为深刻的认识,产生了浓厚的兴趣。于是决定选择电子商务英语文本作为硕士论文的分析文本。

## 二、研究现状

根据电子商务英语以及综合实用英语课程自身的特点,其作用是提高学生的英语能力,并在教学过程中培养学生的独立思考能力。电子商务英语不同于普通英语,我们可以看到它引人注目的功能、结构和词汇。商务英语虽然根植于普通英语,但它具有独特的语言特征。虽然有诸多学者研究电子商务英语,发表的论文为数不少,但理论较多,实际应用分析较少,存在理论脱离实践的现象。电子商务英语是一门实用性很强的文体,结合大量实例探讨电子商务英语的特点与翻译技巧的成果很少。

## 三、研究的问题

(1) 电子商务英语的主要特点有哪些?(2) 电子商务英语汉译是否通常采用“省词”“增词”“重复”“倒装”等翻译技巧?(3) 电子商务英语汉译有哪些难点?如何处理难点?本研究旨在回答上述三个问题。

## 四、研究方法

本研究主要从语言学和翻译学的视角,采用演绎法、归纳法、定性分析和定量分析等常用研究方法,结合实例分析,探讨电子商务英语的主要语言特点与其翻译技巧。实例分析以定性分析为主。

## 五、研究意义

本书旨在帮助读者了解电子商务英语的主要特点与翻译技巧。通过大量的翻译实践,笔者深感电子商务英语文本的翻译不仅需要扎实的语言功底,而且需要熟悉翻译技巧,因为电子商务英语有其独特性。了解电子商务英语的特点和翻译技巧,对于提高电子商务英语文本翻译的效率,改善其翻译质量,都有明显的实际意义。

## 六、文章结构

简要论述相关研究背景和研究现状,并指出研究问题、研究方法、研究意义和论文结构。探讨英语电子商务文本的主要用词特点和句式特点。案例描述:主要描述《电子商务英语(节选)》翻译过程中遇到的难点及解决方法,聚焦于翻译过程的三个阶段:原文理解阶段,汉语表达阶段,译文校对阶段。案例分析:

从词语、句子和篇章三个层面对文本《电子商务英语(节选)》加以分析。笔者结合文本从词语的增补、词语的删减和词语的反复等方面来论证词语的翻译技巧;同时,笔者着重分析倒装句、被动句的翻译技巧;在篇章翻译层面,笔者从篇章的连贯性和逻辑性进行了分析。结语,归纳全文要点,指出其局限性和今后要研究的方面。

## 七、商务英语翻译研究:回顾与前瞻

2000年—2010年,十年间我国商务英语翻译研究取得了丰硕成果,通过对这些研究成果进行归类和分析,可以窥测我国这十年来商务英语翻译研究的特征、现状及发展态势。目前商务英语翻译研究领域存在的问题有:理论研究未成体系,商务翻译研究缺乏创新,缺少方法论指导,商务翻译批评不够深入。未来的商务翻译研究宜加强创新意识,多视角、多层次地深入研究。随着全球经济贸易一体化的快速发展,我国与世界各国的商务往来日益频繁。商务英语翻译在国际商务活动中发挥着日趋重要的作用,与此相应,商务英语翻译的研究方兴未艾。笔者拟对十年来我国商务英语翻译研究的现状进行综述,旨在推进商务英语翻译的进一步发展。

### (一) 商务英语翻译研究的界定和分类

商务英语(Business English)是在专门用途英语(English for Specific Purposes)的理论框架下提出的,是为国际商务活动这一特定的专业学科服务的专门用途英语。Jordan把专门用途英语分为两类:以学术为目的的英语(English for Academic Purpose)——指用以完成学业或进行学术研究、交流所使用的英语,学术性较强;以职业为目的的英语(English for Occupation Purposes)——指从事某一行业工作所使用的英语,实用性和专业性较强。(1997:1-2)根据这一标准,商务英语又可以分为两类:一般商务用途英语(EGBP:English for General Business Purposes)和专门商务用途英语(ESBP:English for Specific Business Purposes)。商务英语文体复杂,所涉及的专业范围广泛,包括广告英语、法律英语、应用文英语、服装英语、包装英语等功能性变体英语。从狭义的定义看,商务英语至少包含以下3种类型:1)商务广告、企业介绍、产品描述等文本;2)与商务人员跨文化交流、求职工作等相关的文本;3)与世界经济、国际贸易、金融、证券及投资、市场营销、管理、物流与运输、合同与协议、保险与仲裁等相关的文本。St John认为,自20世纪90年代以来,商务英语已经发展成为专门用途英语的一个最重要的分支。在我国,商务英语是一个动态的概念,有经贸英语、商贸英语、外贸英语等名目繁多的称谓。商务英语教学始于20世纪50年代。20世纪90年代以后,商务英语的教学和研究工作出现了欣欣向荣

的局面。不言而喻，商务英语翻译研究是指各类与商务英语有关的笔译和口译的理论与实践研究。搜索“中国期刊全文数据库”，我们发现，有关商务翻译的论文数量很多，一些高质量的论文主要集中在《中国翻译》《中国科技翻译》和《上海翻译》（原名《上海科技翻译》）上，这些论文基本上能代表我国商务英语翻译的研究现状。这些研究大致可以分为6类：商务翻译理论、商务翻译原则、商务语言特征及翻译策略、商务翻译方法、商务词汇翻译和商务翻译错误分析及对策。

## （二）商务英语翻译研究现状综述

进入21世纪，我国对外经贸活动日益频繁，商务翻译的需求日益扩大，学者们对这一领域的关注程度明显加强。十年来，商务翻译研究取得了较大进展。人们不但从宏观的角度研究商务翻译的理论、原则、策略，还从微观的角度探讨商务翻译的语言特征、词汇翻译、句子翻译和误译等。学者们主要采取理论结合实践的研究方法来解决实际问题。同时，商务翻译研究的范围也不断扩大，从以商务词汇翻译和错误分析为主导，发展到运用翻译理论指导商务翻译活动，经历了一个从感性认识到理性认识的过程。

### 1. 商务翻译理论

进入21世纪，人们对商务英语的范畴达成了相对一致的看法。商务翻译理论研究也与时俱进，不断发展。从语言学角度看，商务英语是专门用途英语中的一个分支。与其他应用翻译相比，商务翻译既有共性也有个性。这种共性体现在它们的核心都在于沟通，在于能否使用属于源语和译入语特定文化的语言准确、清晰地进行理解沟通。正是基于这种共性，商务翻译理论大都源自现有主要的翻译和语言学理论。杨芳从系统功能语言学角度出发，用语域理论对商务合同英语的语篇进行了分析，目的在于帮助译者从多角度探讨商务合同英语，以求译出准确、符合经贸合同惯式的地道译文；同时，也可以检验系统功能语言学理论在商务语篇分析和翻译研究方面的可行性和可操作性。秦红根据德国学者诺伊贝特（A. Neubert）的观点——语言成分对等和语义对等都受语用对等的制约，通过口译实例，考察了国际商务谈判口译中的语用语言等效和社交语用等效问题。在对比语言学兴起的背景下，王大来引用商务英语的例句对英语形合和汉语意合进行了对比研究，认为译者应该根据英汉语言的特点选择正确的商务翻译策略。陈振东、杨会军从认知语言学的角度，剖析了商务英语中动、名词隐喻的实例，论述了商务英语中隐喻的认知过程及其翻译。

### 2. 商务翻译原则

对商务文本的翻译来说，国内外翻译史上的翻译标准大多笼统，现有翻译

原则难以完全适用于商贸汉英翻译。刘法公在《商贸汉英翻译的原则探索》一文中率先提出了商贸翻译“忠实、准确、统一”的6字翻译原则，并详细阐述了该原则的实质内容，强调了商贸专业知识和语言特点决定翻译原则的变异。刘法公还指出，这里的“统一”也包括“译名统一”，没有“译名的统一”，翻译的“忠实”标准就无从谈起。此外，其他学者也对商务翻译的原则进行了广泛的探讨。恒齐、隋云认为，商务翻译要做到“达意、传神和表形”，要按照“入乡随俗”的原则，用英语中“约定俗成”的语言和形式进行创造性的翻译。彭萍认为，商务文本翻译的具体尺度应该是意思准确，术语规范，语气贴切。也有学者认为，商务文本的翻译不可能有一个统一的、可以指导一切商务翻译实践的标准。马会娟认为，商务文本的复杂性决定了商务翻译标准必然是多元化的，即不同的商务文体应该有不同具体的翻译标准。李明清指出，商务英语有其自身的特点和规律，在翻译中需要“变通”来完善和促进“等效”。章爱民从商务英语中文化差异产生的根源入手，分析了商务英语语境下文化因素的表现方式和翻译策略。他提出，商务英语中的文化因素体现在6个方面：1) 地理位置和自然环境；2) 个体及其生活方式；3) 人们的社会意识；4) 历史常识；5) 社会机构；6) 文学、艺术等。文化可以渗透到语言的各个层面，如词汇、句法、语用、语篇等。他指出，商务英语翻译中文化因素的翻译策略可以概括为：1) 培养文化敏感性，强化跨文化意识；2) 避免本土文化失语，寻找中西文化契合点；3) 从容面对文化融合，纯洁、美化汉语文化。

### 3. 商务语言特征及翻译策略

了解商务英语的文体特点有利于译者把握原作的风格信息传递。作为英语的一个功能性变体，商务英语的语言有其显著特征。张新红、李明从宏观的角度总结了商务英语的语言特点。他们认为，商务英语的语言形式、词汇以及内容等方面与专业密切相关；用词明白易懂、正式规范、简短达意、语言平实；句子结构通常较为复杂，句式规范，文体正式，尤其体现在招标文件及合同中；叙述事物时具体明确，不能含糊其词，不着边际，应力戒笼统抽象；在国际商务英语应用文特别是国际商务信函中，礼貌是其中非常重要的语言特点。杨芳对商务英语中俚语的“不拘礼节、幽默、新颖”的风格进行了分析，强调了商务英语的俚语风格决定其翻译特色。孟广君分析了商务文本中源语意义解码与译入语意义编码时所发生的语际差异，提出从虚与实、抽象与实体、模糊与确切的的意义关系入手，可以寻求译入语语意构建的方法。顾维勇、孙维林指出，商务英语的文体意识淡薄，严重制约和影响了译文的质量和商务英语的教学质量，认为翻译商务英语文本时译者必须要有术语对等意识、复数意识、商务专业知识的意识和词汇组合意识。

#### 4. 商务翻译方法

近年来对于商务翻译方法的讨论主要集中在商务合同翻译方法上。随着我国对外经贸活动的增多,各种商务合同的英译任务也越来越多,而合同翻译质量的好坏又直接关系到双方当事人的切身利益。这要求译者要熟练掌握国际贸易、国际金融、保险、会计、报关等方面的专业术语,仔细分析、准确理解原文,用规范的语言和符合译语习惯的译文妥善地表达原文,力争准确无误。商务合同作为一种特殊的应用文体,其行文的一大特点就是准确和严谨。可喜的是,这方面的研究已很多且越来越细化。周燕、廖瑛以语用分析为依据,从英汉语言差异的比较出发,介绍了英文商务合同中较为复杂的长句的常用翻译方法和技巧。也有学者提出,商务翻译一方面要忠实原文的信息和语体;另一方面,译语的语言形式不必受原文语言形式的限制,可以进行必要的变通。田文军从翻译的基本原则“忠实”和基本方法“变通”入手,探讨了这一原则和方法在商贸翻译过程中的应用。王英宏、吕世生指出,在商务汉英翻译中灵活地使用英语从句可使译文更为地道,并探讨了常见的一些汉语商务文体结构类型,如并列复句,表达条件、因果、假设、转折、目的等关系的偏正复句的英译技巧。梁雪松提出,外贸产品样本翻译首先要达到所译信息的准确,行文通畅,词句简约,符合商务英语的文体特点,但实际状况却难以令人满意。他截取了内地近400余家出口产品的样本实物,甄举了大量翻译实例,归纳并分析了语篇和文体失误的5种表现:混淆词性、词义使用语境,大面积漏译、误译甚至恶译,“搬字过纸”式的死译、套译、对等翻译,句内语义、逻辑与结构错误,语句与语境使用不当、表达生硬。彭漪、于鑫从条件关系的显化和隐含的角度出发,着重探讨了商务英语中条件关系的表达法,并分析了其翻译方法。

#### 5. 商务词汇翻译

现代英语词汇丰富,词义灵活。商务英语词汇具有很强的专业性。普通词汇(包括复合词和缩略词等)具有的商务含义会随着社会经济生活的变化而不断丰富。如果不能正确理解商务词汇的含义和选择词义,商务翻译就很难做到忠实、准确。肖曼君从修辞、专业以及语境3个方面,通过对商务词汇翻译实例的分析,论证了正确理解和选择词义是保证商务英语翻译质量的首要条件。由于许多商务活动和现象首先出现在英美国家,这就决定了相关词汇首先出现在英语中,因此在商务翻译中应尽可能地追本溯源。陈小慰从证券、商贸活动、产品宣传与促销等方面探讨了回译和借用在此类商务词汇翻译中的应用。范勇则具体分析了电子商务英语的词汇特征。他认为,电子商务英语的词汇涉及领域多,词语的专业性强;构词方法多样,新词语层出不穷。人们还对商务英语的语体风格做了探讨。李月菊探讨了商务英语汇票的特点及其翻译方法。顾维勇则分

析了商务英语单词的复数形式在不同的商务语境下的不同意义。此外,一些学者对商务英语中出现频率较高、用法灵活、内涵丰富的词汇也进行了总结,如吴静霓探讨了商务英语中介词 in 的翻译;梁志坚分析了 cover 及其派生词的用法与汉译等。

#### 6. 商务翻译错误分析及对策

近年来,人们主要从微观的角度分析商务翻译错误。一些学者对商务翻译实践中存在的问题进行了分类总结,李太志归纳出了几类典型的问题,如文体不当、文白夹杂、误译、错译、漏译、随意增减信息、翻译有欠准确,等等。陈建平对经贸合同翻译中的常见译文失真问题做了具体的分析。陈欧则试图从分析外贸商务英语中的一些基本特征和常见的理解误区入手,探讨如何避免在翻译中对外贸英语语义的误解和谬译。针对目前商务翻译中存在的诸多问题,段梦敏指出,商务翻译人员应该高度重视商务英语专业知识,掌握商务英语语言特点,遵循准确严谨、规范统一的商务翻译原则,研究翻译策略,从而减少翻译失误,提高译文质量。

### (三) 商务英语翻译研究存在的问题

目前的商务翻译研究虽然取得了很大成绩,但仍然存在一些问题。

#### 1. 商务翻译理论研究未成体系

方梦之指出,我国的应用翻译研究是在改革开放后才有起色的,基础相对薄弱,起步晚,讨论微观技巧多,选题重复,无系统理论,学术底气不足。近几年来,我国商务翻译市场急剧扩大,翻译量与日俱增,翻译手段日益进步,翻译形式灵活多变,但是商务翻译理论方面的研究与这种发展态势不相适应,商务翻译理论的多层次研究工作亟待加强。贾文波和位方芳等学者指出,目前学术界在商务、旅游等应用翻译研究中运用较多的是功能翻译理论。而对其他翻译理论(如基于语言学途径、文化途径、哲学途径产生的各种翻译理论)却鲜有涉及,因此商务翻译研究显得难以深入下去,缺乏体系完备的方法论和理论框架。商务翻译理论的不深入阻碍了人们对商务翻译的进一步认识,商务翻译实践中遇到的很多问题也难以从理论方面寻求解决。汪福祥指出,当前我国的翻译理论研究需要在深层次、多层面上进行探索。“还需要有一批‘专才’,需要有一批敢于并勇于进入某一理论的‘深层’进行探秘求源的学者。”

#### 2. 商务翻译研究缺乏创新

林克难指出,目前国内翻译界存在跟风随大溜现象,这使得游离于主流之外的学者往往感到受压和不满;更多的“识时务的俊杰”“有识之士”,特别是那些莘莘学子,为了达到论文通过或者发表的目的,便东拼西凑,找一些理论,

不管合适不合适，加到自己文章里为之壮色。目前的商务翻译研究中也不乏重复性阐述现象，学者们大都集中用某一种微观技巧或者理论观点来研究商务翻译中的具体问题，缺乏选题创新和研究对象的创新，这在一定程度上阻碍了研究视野的拓宽。

### 3. 商务翻译研究缺少方法论指导

目前，商务翻译研究中对翻译微观技巧的讨论较多，但还没有明确的方法论作为指导。虽然很多翻译方法和技巧可以运用于商务英语翻译，但我们认为，商务英语语言有其自身特色，而商务翻译的方法也应该具体地体现自己的特色，不能用一般的翻译方法完全替代。否则，方法论的缺失可能导致未来商务翻译研究底气不足，发展空间有限。

### 4. 商务翻译批评不够深入

Peter Newmark 指出：“翻译批评是翻译理论与实践之间的一条主要纽带。”我国翻译界著名学者许钧也指出，在一些具体现实的问题上，翻译批评的失语与缺席对翻译事业的健康发展无疑是不利的，翻译批评应该切实负起对翻译实践的监督、批评与引导的责任来。目前商务翻译批评文章的数量虽然比较可观，但大多是感性的挑错式或者评析式的批评，从多个视角系统地、理性地深入分析和评论的研究并不多见。这样做只能看到问题的表象，难以发现实质性问题。

## （四）商务英语翻译研究的前瞻性思考

针对目前商务翻译研究存在的问题，我们认为，未来的研究应在以下几方面多做努力。

### 1. 加强商务翻译理论的研究

我们可以进一步系统地分析翻译理论在商务翻译中的适用性，可以探讨商务翻译的标准、商业化、机器翻译、工具、行业管理及与业界的互动等问题。还可以从更为客观的角度来研究商务翻译的理论，例如，20世纪90年代以来，翻译研究出现了文化转向，我们可以从跨文化和语际转换的角度来研究商务翻译理论。余东、陈可培等认为：“一个民族的文化既有求新发展的需要，也有内在的稳定性。翻译中的异化策略可满足求新的需要，归化则往往是民族文化的稳定性所致。”那么，我们可以深入地探讨翻译理论对中西商务文化的碰撞、对接，乃至相互促进，共同发展等理论问题。同时，我们可以更多地从大量的商务翻译实践中提炼翻译理论，比如，探讨能否有较好的翻译理论去指导业界已形成的模板式的商务合同和商务函件等的翻译。另外，近年来，在功能语言学研究的热潮过后，又出现了认知语言学研究热潮。那么，认知语言学的相关理论能否对商务翻译理论的建设有互补作用，也值得我们认真研究。

## 2. 加强商务翻译研究的创新性

我们不仅要关注商务英语语言本身的时代变化发展,也要积极开辟新的研究领域,增加新的研究视角,挖掘新的研究素材,从而促进商务翻译研究的良性发展。随着科技的发展,传统的商务文本(如商务信函、电报等)产生了新的变体,如产生了商务报告、商务新闻等新的模式,文本的载体也出现了新的形式(如电子文本等)。这些变化,对商务翻译研究提出了新的挑战,也提供了新的视角。商务语言和日常语言相比较,词汇、句法、篇章等都有更多的规定性,少了灵活的修辞,语际转换也较为简单,那么,新兴的机器翻译能否更好地服务于商务翻译,这值得我们研究。还有,商务英语口译在经贸活动中起着非常重要的作用,但商务英语口译的研究却鲜见。另外,商务英语和科技英语、新闻英语等同属专门用途英语的分支,这些不同分支之间有何异同,以及产生异同的原因,这些都值得我们研究。

## 3. 继续加强商务翻译中常用方法和技巧的系统的总结

实用的翻译方法和技巧,对翻译实践有着积极的作用。我们需要归纳出符合商务英语自身特色的方法论作为指导。常用的汉译英、英译汉的技巧很多,如词汇选择、词类转换、增译法、减译法、反译法等,这些技巧在具体的商务翻译中的适用性如何;商务翻译中,还有哪些独有的实用的翻译技巧没有总结出来,或是没有传播开来;商务英语有很多模式化的语篇,而目前还未见有人从语篇的角度研究商务英汉互译。这些也值得我们研究。

## 4. 重视商务翻译教学方法的研究

商务翻译教学显得越来越重要。据统计,我国开设商务英语专业的高校达600余所。商务英语教学不但要求学生掌握英语知识、国际商务知识和商务技能,同时还要掌握交际认知和技能。在商务英语教学中,商务翻译教学极其重要。我们有必要对商务翻译的课程安排、教材编写和教学方法等各个环节进行深入研究。20世纪90年代英国剑桥大学出版社的商务英语证书(BEC)教材登陆中国,此后,商务英语考试和培训在我国如火如荼。这也值得我们研究。

## 5. 加强商务翻译批评

翻译批评是翻译研究重要的一环。我们要深入分析商务翻译译文的质量,既可以对译文进行功能性批评,也可以进行分析性批评,还可以深入探讨商务翻译批评的内容。也就是说,我们可以尝试系统地总结商务英语翻译的错误类型和主要问题等,也可以从宏观的语篇的角度来研究商务翻译。21世纪以来,商务英语翻译研究取得了丰硕的成果,但也存在亟待改进的诸多问题。商务翻译研究者需加强创新意识,多视角、多层次地做深入的研究,尤其要加强商务翻译理论、商务翻译方法和商务翻译批评等方面的研究。

## 八、商务英语翻译的 4Es 标准

翻译标准一直备受我国译界关注，但商务英语翻译标准却似乎讨论得不多。商务英语翻译的 4Es 标准，即原文与译文在语义信息、文体信息、文化信息、商务功效四个方面的对等。笔者认为，4Es 商务英语翻译标准重点衡量商务英语翻译在信息对等，尤其是商务功效的对等。译本的商务功效对等是商务英语翻译的终极目标。

### （一）翻译标准概说

传统的翻译标准基本停留在二元对立的层面上。辜正坤提出翻译标准的多元化：“翻译标准多元化指的是多而有限，而不是多而无节，它意味着我们应该以一种宽容的态度承认若干个标准的共识性存在，并认识到它们是一个各自具有特定功能而又相互补充的标准系统。”这说明多种翻译标准并存的必要。原因有多重，其中最主要的原因是文本体裁差异，如神似、形似的文学翻译标准一般不能用作商务翻译标准。即使同是商务翻译，商务法律、法规的翻译标准与商务广告的翻译标准又有不同之处。辜氏提出一个标准系统：绝对标准—最高标准—具体标准。他认为，绝对标准是原作本身，最高标准是最佳近似度，具体标准是具有实用价值的具体标准，即分类标准。我们认为，以原作作为翻译标准，理解上有些费解，原作是翻译的信息源，翻译的一切方法必须以原作为基础，原作作为标准，似乎有点牵强。翻译是将原作所包含的信息用另外一种语言表达出来，而不是以原作作为准则。翻译标准“指翻译活动必须遵循的准绳，是衡量译文质量的尺度，是翻译工作者不断努力以期达到的目标。”原作只是翻译的信息源和基础，是译文质量对照的对象。虽然目前没有一个大家都认同的翻译标准，但是我们可以共同探讨，制订一个“大标准”。在这个标准的基础上，根据不同的文本特点，制订具体的具有行业文本文体特征的小标准，如，商务翻译标准、科技翻译标准、文学翻译标准、新闻翻译标准等。在这个基础上，再根据每一个具体标准制订更为细化的标准，如商务翻译标准可以进一步分为广告翻译标准，商务法律、法规翻译标准；文学翻译标准可以再细分为小说翻译标准、诗歌翻译标准、戏剧翻译标准等。此外，郑海凌提出“和谐说”。此说以中国传统哲学“中庸之道”为基础。提出“和谐说”的哲学基础，是我国古代文化思想里的“中和”观念和我国古典美学里的“中和之美”。按照这种翻译标准，译者必须把握好分寸，在翻译过程中准确地把握好“度”，译者在审美创造的过程中，一方面要正确地理解原作，另一方面要恰当地表现原作，既不能太过，也不能不及，以其敏锐的分寸感把握“适中”，最终达到“和谐”的审美效果。“和谐”的关键是适中。换言之，译者在翻译过程中对原作信息用译

入语表达出现矛盾而进行处理时,不能太左,也不能太右。郑海凌的“和谐说”主要针对文学翻译,对国际商务翻译的指导意义不大。文学翻译讲究审美效果,而商务翻译讲究客观,不需要追求艺术美的效果。不过,如果抛开审美意识,以中庸之道为基础的“和谐说”对商务翻译也有一定的指导意义。任何翻译过程中都会遇到问题,在进行问题处理的过程中,有时为了达到翻译目的,只有在取舍的矛盾中采取适中的办法来解决问题。杨晓荣在《翻译批评导论》中提出翻译标准的“第三种状态”。她研究了翻译标准的二元对立后,在翻译标准多元的基础上提出“第三种状态”,其核心也是试图找出一条中间的道路来阐释翻译标准。她的“第三种状态”与郑海凌的“和谐说”有异曲同工之处,都是以中庸的哲学为基础的。但是,如果说郑海凌试图寻找两者之间的适中方法的话,杨晓荣的“第三种状态”走出了二元对立的状态,在二元的基础上,寻求你中有我,我中有你的介乎两者之间又包含两者的“第三种状态”。杨晓荣说:“‘第三种状态’既不是A,也不是B,因为它不纯粹;但它又兼有二者的性质,因此又可以说它既是A,也是B。”“第三种状态”作为翻译标准也不是“多元互补”。杨氏的“第三种状态”寻求一种融合性的平衡,讲究翻译标准的依据和条件。提出一个翻译标准,其先决条件是该标准的对象是什么,是文学翻译还是科技翻译,或是商务翻译。杨氏对“条件”作了较为翔实的解释,有理、有据,颇为人信服。杨晓荣认为:“无条件地讲翻译标准,好像怎么说都有道理,也都不完全对,但是,只要对某一特定的翻译活动的需求一出现,翻译这个概念就由抽象化为了具体,各种相关因素因而产生(包括译者的翻译观),翻译标准也就明确了。”说到底,翻译标准的确定是以该标准的适用对象为前提的。讲到适应,有必要提到胡庚申的“翻译适应选择论”。他将翻译标准的基础建立在适应选择论上:“成功的翻译是译者成功的多维度适应与适应性选择的结果,评价翻译主要看译品的‘整合适应选择度’……从选择适应论的角度来看,最佳的翻译就是‘整合适应选择度’。”他认为“适”与“不适”由译者决定,因为胡先生的翻译理念是“译者中心”。怎样判断自己的翻译“适”还是“不适”,得靠译者自己主宰了。后来他在“翻译适应选择论”的基础上提出生态翻译学说,其核心还是关于翻译过程中的适应与选择问题。其实,胡庚申先生的理论与上述郑海凌的“和谐说”、杨晓荣的“第三种状态”有相似性,译者确定翻译标准自己去把握“适”与“不适”的“度”。谭载喜认为“翻译标准的厘定是翻译学研究的一个重要环节。”他将翻译标准分为几个不同的层次:(1)内容对等层次;(2)形式对等层次;(3)完全对等层次;(4)部分对等层次;(5)功能对等层次;(6)话语类型层次;说明不同的话语类型必须制定不同的翻译标准;(7)言语文体层次;(8)译文实用层次。谭氏的分类是在对等的基础上的。他的这种分类具

有实用意义。此外，还有翻译目的论的翻译标准、动态对等翻译标准。

## (二) 商务英语翻译标准

商务英语涵盖面较广，涉及众多领域，有其特殊性和多重性，例如，商务英语涉及法律、法规和广告。法律、法规具有规定性、约束性，用词严谨，措辞谨慎，没有模棱两可的“模糊语言”。广告的目的主要在于宣传产品，建立起产品和企业的形象以达到促销的目的，所以广告语言用词灵活，语言可以渲染，具有文学语言的特征。在研究了中外翻译家的翻译标准后，我们认为对等的概念可以作为商务英语翻译标准的基础。商务英语翻译标准是“信息灵活对等”(Dynamic Message Equivalence)，概括为“4Es”，即：(1) Equivalence of semantic message of source language and target language (原文的语义信息与译文语义信息对等)；(2) Equivalence of stylistic message of source language and target language (原文的文体信息与译文的文体信息对等)；(3) Equivalence of cultural message of source language and target language (原文的文化信息与译文的文化信息对等)；(4) Equivalence of business effect of source language and target language (原文的商务功效与译文的商务功效对等)。“4Es”的关系是，首先要做到语义信息对等。语义信息包括表层语义信息和深层语义信息。然后，在语义信息对等的前提下，文体信息也需达到对等，尤其是原文文体信息非常突出时更是如此。语义信息对等和文体信息对等是商务英语翻译中最基本层面的对等。在此基础上，若原文承载了文化信息，译者必须无条件地设法将原语中的这种文化信息最大限度地传递到译入语中去。第四个“E”是以前面三个“E”为条件的，如果前三个“E”有任何一个“E”做得不够，第四个“E”，即原文的商务功效与译文的商务功效便难以达到对等。另一方面，语义信息对等和文体信息对等必须服从于文化信息对等。换言之，在语义信息对等和文体信息对等与文化信息对等出现矛盾时，必须以文化信息对等为大局，以商务功效对等为目的。必须说明，文化信息并不总是以语言承载。换言之，原文中有时没有承载文化信息。这时，译者自然不必考虑文化信息须对等。但是，任何时候，译者都必须以商务功效对等为最高标准，因为所有商务文本都承载商务信息。若译文中的语义信息或文体信息或文化信息（如果有的话）没有与原文中这三个方面达到对等，商务功效对等就将大打折扣。商务功效对等是以前面三个方面的对等为前提条件的。从另外一个角度来看，译者在翻译商务文本时，必须时刻牢记译文有其“商务目的”。例如公司简介的翻译。译者在翻译公司简介时必须明白，该简介具有营销功能。公司简介是宣传公司及其产品的文本，具有吸引读者和引起读者兴趣并最终让读者成为公司客户的功能。这就是公司简介