

实用商务 英语翻译

第2版

徐 丹/编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书根据高职高专商务英语翻译教学的特点,坚持“实用为主,够用为度”的教学原则,突破多年来商务英语翻译教材的编写框架,以工作任务为主线,通过项目教学法将理论与实践、课堂教学与职业岗位能力培养相结合。在介绍翻译、商务英语翻译、英汉语言对比、翻译方法等翻译理论和常识的基础上,一方面以商贸翻译岗位的主要工作内容为主线,具体介绍名片、商标、组织机构名称、标识语、广告、企业介绍、产品说明书、内部文稿、对外文稿、商务信函、商务单证、商务报告、商务合同、旅游及餐饮菜单等实用文体的翻译;另一方面以常用英汉、汉英翻译技巧为主线,介绍词义的选择、词义的引申、褒贬和轻重、增词法、重复法、省译法、词类转换法、反译法、被动句翻译、词序调整、长句翻译的英汉翻译技巧和主语选择、谓语确定、无主句翻译、连动句和兼语句翻译的汉英翻译技巧及习语的翻译。本书适合作为高职高专商务英语、国际商务、国际经济与贸易、关务与外贸服务、国际文化贸易等专业的实用商务英语翻译教材,也可满足广大商务人士提升商务英语翻译技巧的需要。

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。举报:010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

实用商务英语翻译 / 徐丹编著. —2 版. —北京: 清华大学出版社, 2021.7

ISBN 978-7-302-58481-0

I. ①实… II. ①徐… III. ①商务—英语—翻译—高等职业教育—教材 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 121295 号

责任编辑: 高 岫 高晓晴

封面设计: 周晓亮

版式设计: 思创景点

责任校对: 马遥遥

责任印制:

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:

装 订 者:

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 18 字 数: 416 千字

版 次: 2017 年 10 月第 1 版 2021 年 8 月第 2 版 印 次: 2021 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 58.00 元

产品编号: 090461-01

第2版前言

随着国际交流和国际商贸活动的日趋频繁,商务英语翻译能力已成为从事国际商贸活动、国际化工作的必要条件。我国职业教育的蓬勃发展及以“教师、教材、教法”改革为核心的“三教”改革的不断推进,对职业教育的教材建设提出了新要求。为适应社会对应用型人才英语能力的新需求、高等职业教育教材建设的新需要,以及学生商务英语翻译能力的新需求,本书在第1版的基础上进行修订,主要目标是培养高职财经商贸相关专业学生的英语翻译能力,不仅可以提升学生的语言能力,还可以拓展其国际化视野。本书力求将课程思政有机融入教材编写,将英语翻译能力对接商贸实际岗位需求。本书融理论与实践为一体,选材新颖实用,形式灵活多样,实用性强。本书具有以下特色。

❖ 项目化教学的编写体例

本书采用项目化教学的编写体例,在每个项目后增设“翻译点津”栏目,介绍翻译家谈翻译、中国文化翻译、中国特色词汇翻译等内容,并在译例的选取上有意识地增加汉语语境下的翻译译例。

❖ 融理论与实践为一体

本书将翻译理论学习、翻译技巧讲解与商贸文体翻译实践训练有机结合,既有单句翻译的强化训练,也有篇章的综合训练,并更新了第1版教材中的部分例句、练习,使其更实用、针对性更强。

❖ 配套资源丰富

为方便教师教学和学生学习,进一步拓展教材内容,助力立体化教学的实现,本书配有二维码资源、课程标准、教案、教学课件等资源,教师可通过扫描右侧二维码获取。



教学资源

本书在修订过程中广泛听取商贸行业、企业专家及多年从事商贸翻译的专业人士的意见、建议,对本书编写内容、译例等进行了全面的更新和修订,使其充分体现行业及职业岗位实际需求,具有更强的专业性、实用性和趣味性。如有不足之处,恳请专家、学者、读者朋友不吝赐教。诚挚希望这本书能对我国商务英语翻译人才的培养尽绵薄之力。

所有意见、建议请寄往: gaoshen2184@sina.com。

编者
2021年4月

目 录

项目 1 翻译与商务英语翻译引入.....	1	二、根据词的语法形式确定词义.....	43
任务 1.1 翻译引入.....	2	三、根据上下文确定词义.....	43
一、翻译的性质.....	2	四、根据搭配关系确定词义.....	44
二、翻译的标准.....	4	五、根据学科和专业选择词义.....	45
三、翻译的过程.....	6	项目 4 商标翻译与英汉翻译技巧	
四、译者的素养.....	7	之词义引申、褒贬和轻重.....	48
任务 1.2 商务英语翻译引入.....	9	任务 4.1 商标翻译.....	49
一、商务英语的定义.....	10	一、商标简介.....	49
二、商务英语的文体特征.....	10	二、商标语言的构成.....	50
三、商务英语的翻译标准.....	14	三、商标的翻译技巧.....	51
项目 2 英汉语言对比与翻译方法.....	18	任务 4.2 英汉翻译技巧之词义引申、	
任务 2.1 英汉语言对比.....	19	褒贬和轻重.....	55
一、词的对比.....	19	一、词义引申.....	56
二、句子结构对比.....	21	二、词义褒贬.....	57
三、语篇对比.....	23	三、词义轻重.....	58
任务 2.2 翻译方法.....	26	项目 5 组织机构名称翻译与英汉翻译	
一、异化与归化.....	27	技巧之增词法.....	62
二、直译与意译.....	28	任务 5.1 组织机构名称翻译.....	63
项目 3 名片翻译与英汉翻译技巧		一、组织机构简介.....	64
之词义选择.....	32	二、组织机构名称的语言特点.....	65
任务 3.1 名片翻译.....	33	三、组织机构名称的翻译技巧.....	66
一、名片简介.....	34	任务 5.2 英汉翻译技巧之增词法.....	71
二、名片翻译技巧.....	34	一、从词汇上考虑增词.....	71
任务 3.2 英汉翻译技巧之词义		二、从句法结构上考虑增词.....	74
选择.....	41	三、从文化上考虑增词.....	76
一、根据词性确定词义.....	42	四、从修辞上考虑增词.....	76

项目6 标识语翻译与英汉翻译技巧

之重复法..... 79

任务6.1 标识语翻译..... 80

一、标识语简介..... 81

二、标识语的语言特点..... 82

三、标识语的翻译技巧..... 83

任务6.2 英汉翻译技巧之重复法..... 86

一、汉译“多枝共干”结构中的
重复..... 87

二、重复代词所替代的名词..... 88

三、重复强调型关系代词或关系
副词..... 90

四、重复上文出现过的动词..... 90

五、重复同义词语..... 90

六、译文修辞需要的重复..... 91

项目7 广告翻译与英汉翻译技巧

之省译法..... 94

任务7.1 广告翻译..... 95

一、广告简介..... 96

二、广告的文体特征..... 96

三、广告的翻译技巧..... 102

任务7.2 英汉翻译技巧之省译法..... 105

一、句法性省译法..... 106

二、修辞性省译法..... 109

项目8 企业介绍翻译与英汉翻译技巧

之词类转换法..... 113

任务8.1 企业介绍翻译..... 114

一、企业介绍简介..... 115

二、企业介绍的文体特点..... 115

三、企业介绍的翻译技巧..... 118

任务8.2 英汉翻译技巧之词类

转换法..... 121

一、转译成汉语动词..... 122

二、转译成汉语名词..... 124

三、转译成汉语形容词..... 125

四、转译成汉语副词..... 126

项目9 产品说明书翻译与英汉翻译技巧

之反译法..... 129

任务9.1 产品说明书翻译..... 130

一、产品说明书简介..... 131

二、产品说明书的语言特点..... 131

三、产品说明书的翻译原则..... 133

四、产品说明书的翻译技巧..... 134

五、产品说明书的常用术语及常用

句式翻译..... 137

任务9.2 英汉翻译技巧之反译法..... 140

一、肯定译作否定..... 141

二、否定译作肯定..... 144

项目10 内部文稿翻译与英汉翻译技巧

之被动句翻译..... 148

任务10.1 内部文稿翻译..... 149

一、公关文稿简介..... 150

二、常见内部文稿翻译..... 150

任务10.2 英汉翻译技巧之被动句

翻译..... 156

一、译成汉语主动句..... 157

二、译成汉语被动句..... 159

三、译成汉语无主句..... 160

四、译成“是……的”判断句..... 160

五、以it作形式主语的被动语态

句型的习惯译法..... 160

项目11 对外文稿翻译与英汉翻译技巧

之词序调整..... 164

任务11.1 对外文稿翻译..... 165

一、邀请函及请柬翻译·····	166	二、主语选择的常见途径·····	207
二、新闻稿翻译·····	167	项目 14 商务报告翻译与汉英翻译技巧	
三、致辞翻译·····	168	之谓语确定·····	212
四、对外文稿常用句式表达·····	169	任务 14.1 商务报告翻译·····	213
任务 11.2 英汉翻译技巧之词序		一、商务报告简介·····	214
调整·····	171	二、商务报告的翻译技巧·····	216
一、定语词序调整·····	172	三、商务报告常用术语和表达的	
二、状语词序调整·····	174	翻译·····	219
三、插入语词序调整·····	175	任务 14.2 汉英翻译技巧之谓语	
四、倒装句词序调整·····	176	确定·····	221
五、并列成分词序调整·····	176	一、谓语构成成分差异及谓语	
项目 12 商务信函翻译与英汉翻译技巧		翻译·····	222
之长句翻译·····	179	二、谓语形态变化差异及谓语	
任务 12.1 商务信函翻译·····	180	翻译·····	222
一、商务信函简介·····	181	三、谓语时、体、语气等表达差异	
二、商务信函的文体特点·····	182	及谓语翻译·····	222
三、商务信函的翻译要点·····	185	四、谓语语态标志差异及谓语	
任务 12.2 英汉翻译技巧之长句		翻译·····	223
翻译·····	190	五、谓语与主语、宾语搭配差异及	
一、顺序翻译法·····	190	谓语翻译·····	223
二、逆序翻译法·····	191	项目 15 商务合同翻译与汉英翻译技巧	
三、分句翻译法·····	191	之无主句翻译·····	227
四、综合翻译法·····	192	任务 15.1 商务合同翻译·····	228
项目 13 商务单证翻译与汉英翻译技巧		一、合同简介·····	229
之主语选择·····	196	二、商务合同的语言特点·····	229
任务 13.1 商务单证翻译·····	197	三、商务合同的翻译技巧·····	232
一、单证简介·····	198	任务 15.2 汉英翻译技巧之无主句	
二、单证的语言特点·····	198	翻译·····	238
三、单证的翻译技巧·····	202	一、采用祈使句·····	239
任务 13.2 汉英翻译技巧之主语		二、选用适当的名词或代词添补	
选择·····	206	主语·····	239
一、英汉句子结构的异同·····	206	三、采用被动句·····	240

四、采用倒装语序·····	240	项目 17 餐饮菜单翻译与翻译技巧 之习语翻译·····	259
五、采用“ <i>There be...</i> ”和“ <i>It be... + to-inf</i> ”等句式·····	241		
项目 16 旅游翻译与汉英翻译技巧 之连动句和兼语句翻译·····	244	任务 17.1 餐饮菜单翻译·····	260
任务 16.1 旅游翻译·····	245	一、中英文菜名的特点·····	260
一、旅游景点名称翻译·····	245	二、中餐菜名的翻译方法·····	261
二、旅游宣传资料翻译·····	248	三、西餐菜名的翻译·····	264
任务 16.2 汉英翻译技巧之连动句和 兼语句翻译·····	253	任务 17.2 常用翻译技巧之习语 翻译·····	267
一、连动句翻译·····	253	一、习语的定义·····	268
二、兼语句翻译·····	254	二、文化差异对习语的影响·····	268
		三、习语的翻译技巧·····	270
		参考文献·····	276



项目1 翻译与商务英语翻译引入

能力目标

能够根据翻译以及商务英语翻译的标准对翻译文本的质量进行初步评析。

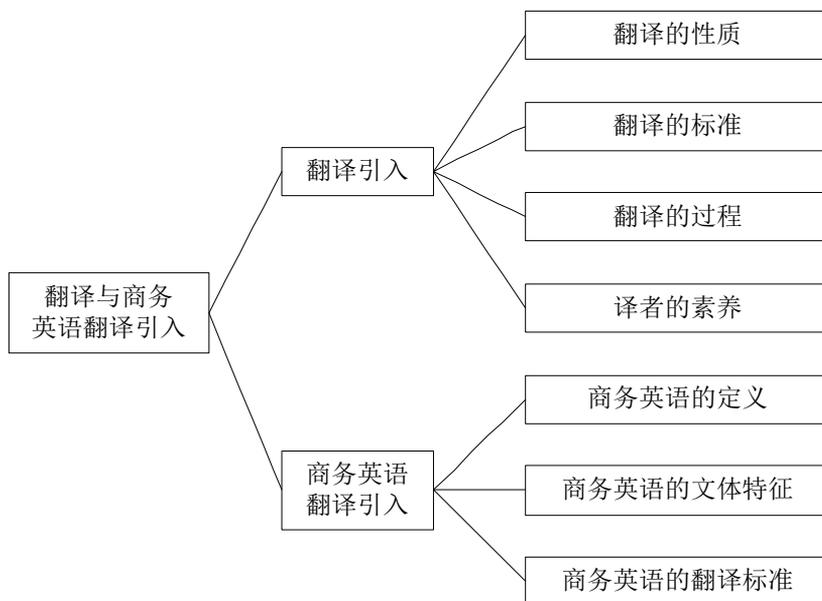
知识目标

1. 了解翻译的历史；
2. 掌握翻译的性质、标准以及翻译过程；
3. 掌握商务英语的特点以及商务英语翻译标准。

素质目标

培养跨文化沟通能力是从事商务翻译工作以及实现自我提升应具备的基本素质。

知识结构图



任务 1.1 翻译引入

任务引入

试译下列句子，分析翻译难点，并讨论翻译标准。

1. John can be relied on. He eats no fish and plays the game.
2. Don't cross the bridge till you get to it.
3. In marrying this girl, he married a bit more than he could chew.
4. Those who do not remember the past are condemned to relive it.

学习任务

一、翻译的性质

尽管翻译已有几千年的历史，但是对“翻译到底是什么”这个翻译学本体论的问题人们至今也没有达成共识。正如著名语言学家索绪尔指出的：“一部翻译理论史实际上相当于是对‘翻译’这个词的多义性进行的一场漫长的论战。”“翻译”(translating/translation)是一

个多义词，用英语可区别出不同含义和不同用法，主要有以下5个方面：

- (1) 翻译过程(translating)
- (2) 翻译行为(translate/interpret)
- (3) 翻译者(translator/interpreter)
- (4) 译文或译语(translation/interpretation)
- (5) 翻译工作/事业(translation)

翻译是一项十分复杂的语言活动，是跨语言、跨文化的信息与情感交流过程，是一种融艺术性与科学性为一体的创造性语言(思维)活动。《辞海》和《现代汉语词典》将翻译定义为：“把一种语言文字的意义用另一种语言文字表达出来。”我国翻译理论工作者也采用类似定义，张培基等(1980:9)认为“翻译是运用一种语言把另一种语言所表达的思维内容准确而完整地重新表达出来的语言活动”。王克非(1997:47)将其定义为：“翻译是译者将一种语言文字所蕴含的意思用另一种语言文字表述出来的文化活动。”尽管表述不尽一致，但上述定义存在着以下共同点。首先，翻译这一语言活动涉及两种不同的语言，即原文语言(或称原语)与译文语言(或称译语)。其次，翻译的目的是实现这两种语言之间意义的对应转换，即将原语表达的信息通过译语加以传递。再次，在实现这种语际意义的对应转换中，要做到完整、准确、意义不变；当然，在实际翻译过程中，要做到这几点只能是相对而言的。试比较下列两例中的汉译。

Good medicine is bitter in the mouth.

良药苦口。

Born with a silver spoon in his mouth, Tom is really a lucky dog.

汤姆生在富贵人家，真是个幸运儿。

通过比较不难看到，这两例的汉译虽然都准确达意、通顺自然，但在“完整地”表达原文意义的程度上却有所差异。这里所指的意义不只局限于概念意义，还包括风格意义(stylistic meaning)、形象意义(figurative meaning)和文化意义等。相对而言，第一句的汉译比较充分地传达了原文的各种意义。然而，第二句为了正确表达原文的概念意义，不得不舍弃原文的形象比喻而使形象意义遭受损失。再如，不同民族对“狗”(dog)的看法以及所产生的联想大相径庭。在汉语中，“狗”经常作为“卑鄙丑恶”的代名词，如狗仗人势、狗头军师、狗眼看人低，而在英语中“dog”的形象却迥然不同，经常用作“人类可依赖的朋友”的同义语。因此，许多含有dog一词的习语并不含有贬义：

help a lame dog over a stile (助人于危难之中；雪中送炭)

like a dog with two tails (无比高兴)

not (even) a dog's chance (一点机会也没有)

Every dog has its day (凡人皆有得意日)

work like a dog (苦干；拼命工作)

由此可以看出，由于英汉语言文化上的差异，两种语言之间意义的对应转换只能是尽可能地对等，而且考虑到两种语言表达方式上的不同特点，还需要重视译文的自然地道。美国著名翻译理论家尤金·奈达(Eugene Nida)指出：“Translating consists in reproducing in the

receptor language the closest natural equivalent of the source language message, first in terms of meaning, and secondly in terms of style.”。其意思是：“翻译就是在译语中用最为贴切自然的对等语再现原语的信息——首先是就意义而言，其次是就风格而言。”从中可以看出，翻译是一种复杂的语言活动，是一种融艺术性和科学性为一体的创造性语言(思维)活动。

二、翻译的标准

翻译标准是指导翻译实践的准则，是评价译文质量的尺度。长久以来，翻译标准一直是翻译理论研究的重要课题，同时是翻译工作者在实践中极为关注的重要问题，但至今未有定论。围绕翻译标准的百家争鸣也从一个侧面推动了翻译理论的发展，促进了翻译事业的繁荣。

(一) 国内主要翻译标准

在我国翻译史上，唐代佛经翻译家玄奘就曾提出翻译“既须求真，又须喻俗”的翻译标准。所谓“求真”，是指忠实于原文，“喻俗”则指译文应当通顺易懂，这在今天仍然具有指导意义。此外，国内影响比较大的翻译标准还有以下几种。

1. 信、达、雅

清朝末年，严复在《天演论》卷首的译例言中提出了著名的“信、达、雅”三字翻译标准。在很多学者看来，严复所谓的“信”“达”与玄奘提出的“求真”“喻俗”实质上并无二致，可以作为翻译的两条标准，但是对“雅”却争议颇大。一种观点主张，不看原文的具体风格特征，一味追求译文的古雅是不足取的，因此不能把“雅”作为一条翻译标准。另一种观点则认为，假若赋予“雅”以新的含义，将其解释为译文要讲究修辞，译笔要富于文采，那么“雅”仍不失为评价译文质量的一条标准。尽管翻译界对其认识不尽一致，但是在过去的—个世纪里严复所提出的“信、达、雅”翻译标准一直被广泛应用和研究，其影响至今仍经久不衰。

2. 宁信而不顺

这是近代翻译先驱鲁迅先生提出的观点，他对翻译标准的主要观点是：“凡是翻译，必须兼顾着两面，一当力求其易解，一则保存着原作的丰姿。”

3. 神似与形似

这是我国著名翻译家傅雷先生提出的。他认为：“以效果而论，翻译应该像临画一样，所求的不在于形似而在于神似。”他的理论对文学翻译有非常大的指导意义。

4. 化境

这是著名学者钱钟书先生提出来的。他的理论更适合于文学翻译。他认为，把作品从一国文字转化成另一国文字，既能不因语言习惯的差异而露出生硬牵强的痕迹，又能完全保存原作的风味，那就算得入于“化境”。

5. 忠实、通顺

目前翻译界公认的翻译标准是“忠实、通顺”。这四字标准言简意赅，便于理解和掌握，

为许多翻译教程所采用。

所谓“忠实”，是指译文必须完整准确地传达原作的思想内容，保持原作的语气和文体风格。这要求译者一方面对原作叙述的事实、说明的道理、描写的景物以及所反映的作者观点立场、思想情感等内容不妄加篡改、随意增删；另一方面又不以译者自己的风格取代原作的风格。风格通常包括民族风格、时代风格、语体风格以及作者个人的语言风格等。

所谓“通顺”，是指译文语言必须通顺易懂，遣词造句应当符合译语的语法规则和表达习惯，避免出现文理不通、逻辑不清、晦涩难懂等现象。为此，切不可逐词死译、硬译。相反，应当在“忠实”的前提下，摆脱原文形式的束缚，按照译语的行文规范和表达习惯组织译文。只有这样，才能保证译文具有相应的可读性，而不致变得洋腔洋调、生硬别扭。例如：

It is now thought that the more work we give our brains, the more work they are able to do.

原译：现在被认为，我们给脑子的的工作越多，它们能干的工作就越多。

改译：现在人们认为，脑筋越用越灵活。

The average shooting star is a small fragment of matter usually smaller than a pea and often no larger than a grain of sand.

原译：普通流星通常是比豌豆小，而且往往并不比一粒沙子更大的物质碎片。

改译：普通流星是一种很小的物质碎片，通常比豌豆小，只有沙粒那么大。

对比以上两例中的译文可以发现，“原译”大多拘泥于原文的表层形式，貌似十分忠实，实际上拖泥带水、累赘费解，而相比之下，“改译”无疑更加自然晓畅、通顺达意，更加忠实于原文的含义。由此可见，虽然忠实与通顺有时似乎相互矛盾，但实质上却是相辅相成的。忠实而不通顺，译文可读性差，读者无法理解，忠实也就无从谈起；通顺而不忠实，脱离原作的内容与风格，这样的译文也就称不上翻译，充其量只是一种编撰。因此，应当将忠实和通顺看作统一的整体，二者不可偏废。

(二) 国外主要翻译标准

1. 翻译“三原则”

最早为我国翻译界所熟知的外国翻译标准是英国学者泰特勒(Alexander F. Tytler, 1749—1814)在《论翻译的原则》(*Essay on the Principles of Translation*)中提出的翻译“三原则”，具体如下。

(1) The translation should give a complete transcript of the ideas of the original work.

译文应完整地复述出原作的思想。

(2) The style and manner of writing should be of the same character as that of the original.

译文的风格和笔调应与原作保持一致。

(3) The translation should have all the ease of the original composition.

译文应和原作一样流畅。

2. 功能对等

功能对等(functional equivalence)翻译标准是由美国著名翻译家尤金·奈达(Eugene Nida)提出的。他认为翻译的预期目的必须是原文和译文在信息内容、说话方式、文体、文风、语

言、文化、社会因素等方面达到对等。奈达衡量翻译的标准是看读者的反应。翻译的具体标准并非是单一的,而是多种标准共存的,其主次地位和作用随着翻译功能、读者和译者审美情趣的变化而变化。“翻译标准多元互补论”用辩证的方法推翻了数千年来翻译界试图建立一个绝对标准的设想,以一个“翻译标准系统”在翻译界引起了强烈反响,对翻译界有着重要的指导意义。

三、翻译的过程

翻译过程是正确理解原文和创造性地用另一种语言再现原文的过程,大体上可分为理解、表达和校核三个阶段。

(一) 理解

正确理解原文是正确、自然地表达原文的前提和基础。理解出错,则表达有误;理解不准确,则表达模糊。理解有助于了解全文的文体风格,使译文不仅忠实,而且通顺。

在动手翻译之前,首先要读懂原文。理清所要翻译的句子在段落中与其他句子之间的语法和逻辑关系,弄清代词的指代意思,分析所要翻译句子的词汇、结构或习惯用法,找出主语、谓语和宾语,判断各成分之间的逻辑关系等。

(二) 表达

表达是选择恰当的译文语言材料,把已经理解了的原作内容重述出来,是理解的结果。但理解正确并非意味着表达就能通顺和确切,对原文理解的深度和对译文语言的掌握程度关系到译文质量的好坏。此外,在表达上还有许多具体方法和技巧,这些将在后面的学习中详细论述。

(三) 校核

校核是理解与表达的进一步深化,是对原文内容进一步核实以及对译文语言进一步推敲的阶段。因此,校核是翻译过程中必不可少的阶段。通过校核,可以发现译文中可能存在的一些问题,对问题进行处理,确保自己理解和表达的内容准确完美。一般说来,翻译初稿完成后,至少应当校核两遍方能定稿。第一遍重点校核内容,第二遍润饰文字。条件允许的话,可以请他人帮助再校核一遍,以使译文质量精益求精。具体而言,在校核中尤其应当注意以下几点:

- (1) 内容理解上是否有误;
- (2) 重要词语或句子与段落是否漏译;
- (3) 词语或句子是否存在错译或措辞不当和生硬晦涩之处;
- (4) 是否出现陈词滥调、冷僻词汇或错别字;
- (5) 人名、地名、日期、方位、数字、专有名词等是否有错漏之处;
- (6) 译文的格式以及标点符号和其他专用符号是否合乎规范。

总之,译者只有一丝不苟、反复推敲、细致校核,译作才能文从字顺、准确达意。

四、译者的素养

翻译既要忠实又要通顺，这绝非一项轻而易举的工作，译者具备一定的业务素养，是很难胜任的。翻译人员应具备以下素养。

(一) 扎实的语言基础

翻译是涉及两种语言的活动，首先要透彻理解原文，再通过译者进行转换。因而先决条件就是译者应具有扎实的母语和外语语言基本功。对于以下例句的翻译，如果语言功底不扎实，很可能造成误译。

You can't be too careful. 你怎么小心都不过分。(≠你不能太小心。)

He is the last person to be fit for the job. 他是最不适合做这项工作的人。(≠他是最后一个适合做这项工作的人。)

(二) 广博的知识面

翻译是传播文化知识的媒介，因而译者的知识结构应该越广博越好。当然，样样精通是做不到的，但是，要求译者“译一行，通一行”并非不切实际。比如，翻译科技著作的必须掌握相关的科技知识，翻译社科文章的必须懂得相关的社科知识等。英语中有些词不能按照字面意思理解和翻译，要结合特定的专业及语境来确定其词义。例如 work 和 heavy。

art work 工艺品，工艺图

cable work 电缆工程

cold work 冷加工，冷作

link work 链系

deep work 深耕

work a machine 开机器

My watch doesn't work. 表不走了。

The yeast has begun to work. 酵母已开始发酵。

heavy rain 大雨

heavy crops 丰收

heavy road 泥泞的路

heavy heart 忧愁的心

heavy traffic 拥挤的交通

heavy bread 没有发好的面包

(三) 熟练的翻译技巧

一名合格的译者还需要熟练掌握一定的翻译技巧，能敏锐地感受原作的内容与风格，甚至是隐藏在文字中的文化差异。只有熟练掌握必要的翻译技巧，才可以相对高效地进行翻译实践，避免走弯路。

(四) 高度的责任感

译者应当具有高度的责任感，这包括崇高的政治责任感和良好的职业道德。崇高的政治责任感是说译者必须坚持用正确的立场、观点和方法来分析研究所译的内容，对有损国家尊严和人民利益的，要坚决加以抵制和批判。良好的职业道德是说译者必须意识到自己肩负的使命，树立兢兢业业、认真负责的态度。对不明白或不熟悉的，要勤查多问，不望文生义，不敷衍应付。

知识小结

翻译是运用一种语言把另一种语言所表达的思想内容准确而完整地重新表达出来的语言活动。国内主要翻译标准包括严复的“信、达、雅”，鲁迅的“宁信而不顺”，傅雷的“神似与形似”，钱钟书的“化境”以及现在公认的“忠实、通顺”。国外主要的翻译标准有英国学者泰特勒的翻译“三原则”以及美国著名翻译家尤金·奈达(Eugene Nida)提出的“功能对等原则”。翻译过程包括理解、表达、校核三个阶段。译者应具备扎实的语言基础、广博的知识面、熟练的翻译技巧和高度的责任感。

任务考核

思考题

1. 怎样正确理解古今中外不同学者提出的各种翻译标准？
2. 翻译的过程主要包括哪几个阶段？怎样理解各个阶段之间的相互关系？

课后训练

请将下列句子译成汉语，体会正确理解和确切表达的重要性。

1. Even ordinary men understand now that the universe is something vaster and broader than ever thought before.
2. Last night I heard him driving his pigs to market.
3. When air is in rapid motion, there is a decrease of pressure as the speed of the air increases and an increase of pressure as the speed of the air decreases.
4. No matter what the situation, arguments are a waste or, at best, a misuse of time.
5. He could not conceal his annoyance at being interrupted.

知识链接

翻译常用工具书

一、通用类

1. 陆谷孙. 英汉大词典[M]. 上海: 上海译文出版社, 1993.
2. 郑易里, 曹成修, 等. 英华大词典(最新修订版)[M]. 北京: 商务印书馆, 2001.
3. 曹焰, 张奎武. 英汉百科翻译大词典[M]. 北京: 人民日报出版社, 1992.
4. 北京外国语大学英语系词典组. 汉英词典(修订版)[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1995.

5. 吴景荣, 程镇球. 新时代汉英大词典[M]. 北京: 商务印书馆, 2000.
6. 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典[M]. 第7版. 北京: 商务印书馆, 2016.
7. 《汉语大字典》编委会. 汉语大字典(缩印本)[M]. 成都: 四川辞书出版社、湖北辞书出版社, 1993.
8. 王力, 岑麒祥, 林焘. 古汉语常用字字典[M]. 第5版. 北京: 商务印书馆, 2016.
9. *Longman Dictionary of Contemporary English*[M]. New Edition. London: Longman Group Ltd., 1995.
10. *The New Oxford Dictionary of English*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
11. *The Oxford English Dictionary* [M]. Second Edition. London: Clarendon Press, 1989.
12. *Webster's Third New International Dictionary of the English Language (Unabridged)*. G. & C. Merriam Company, Springfield, Mass., 1976.

二、专用类

1. 新华通讯社译名资料组. 英语姓名译名手册(第二次修订本)[M]. 北京: 商务印书馆, 1985.
2. 《世界姓名译名手册》编译组. 世界姓名译名手册[M]. 北京: 化学工业出版社, 1987.
3. 中国地名委员会. 外国地名译名手册[M]. 北京: 商务印书馆, 1983.
4. 辛华. 世界地名译名手册[M]. 北京: 商务印书馆, 1978.
5. 辛华. 世界报刊、通讯社、电台译名手册(修订本)[M]. 北京: 商务印书馆, 1978.
6. 综合英语成语词典[M]. 福州: 福建人民出版社, 1985.
7. 秦秀白. 当代英语习语大词汇(英汉双解)[M]. 天津: 天津科学技术出版社, 1999.
8. 杨志达. 简明美国俚语词典[M]. 北京: 商务印书馆, 1986.
9. 英汉缩略语词典[M]. 西安: 陕西人民出版社, 1980.
10. 史群. 英汉缩略语词典[M]. 北京: 商务印书馆, 1979.
11. 简明不列颠百科全书(十卷本)[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1986.
12. 中国大百科全书(多卷本)[M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1982.

任务 1.2 商务英语翻译引入

任务引入

请思考以下句子译文是否准确, 如不准确请改正, 并体会商务英语的语言特点。

1. M company, formed in 2005, is a specialist in financing high-tech companies.

成立于 2005 年的 M 公司是高科技公司融资领域的专家。

2. The principle of in full settlement should be applied to compensation for loss.

损失赔偿应采用全额赔付原则。

3. After graduation, the young man worked at Citi Bank.

毕业后, 这个年轻人工作在花旗银行。

学习任务

一、商务英语的定义

商务英语(Business English 或 English for Business)指的是人们在商务活动过程中使用的英语,属于专门用途英语(english for specific purposes, ESP)范畴,涉及许多与国际商务活动有关的专业和领域,不是一种独立的语言,是英语的一种社会功能变体,或者说,它是一种包含了各种商务活动内容,满足商务需要的英语。

二、商务英语的文体特征

商务英语文体特征是通过一些突出的标记性语言特征来体现的,即商务英语在词汇、句法、修辞等各方面表现出来的主要语言风格特征。作为一种特殊的语篇类型,商务英语有自己的一套使用频率较高的词汇、句式和语篇结构。

(一) 商务英语的词汇特征

商务英语具有广泛使用商业术语、缩略词、古旧词语、外来词语、臆造词语、正式词语、逻辑-语义衔接词语的特点。

1. 商业术语

频繁使用商业术语是商务英语典型的语言特色和文体风格,尤其是商务信函和商务合同中含有大量的专业词汇。如“claim”(索赔)、“turnover”(营业额)、“commission”(佣金)等。不少普通词语用于商务领域,具有专用商业术语的色彩,算是准专业词汇。比如,普通的英语词汇“inquiry”和“offer”在商务信函中指“询盘”和“发盘”。

2. 缩略词

本着方便、节约的原则,商务英语中常常使用一系列的术语缩略词,包括公司和机构的名称、商业术语、货币符号和其他计量单位等。例如,商业术语“documents against payment”(付款交单)缩略为 D/P,“letter of credit”(信用证)缩略为 L/C。再如:“bank draft”(银行汇票)缩略为 B/D,“consumer price index”(消费价格指数)缩略为 CPI 等。这些缩略词广泛用于商务往来的信函、电传、合同条款等。

3. 古旧词语

使用古旧词语(archaism)的现象在英语商贸合同、法律文书中比较普遍,能够避免语言

重复,使句式结构紧凑精练,措辞比较庄重,语体非常正式,显示了合同的严肃性及约束力。例如:

This Agreement and any rights or obligation hereunder are not transferable or assignable by one party to this Agreement without the consent of the other party hereto.

本协议以及本协议所规定的权利或义务不经另一方同意不得擅自转让。

此句中古旧词“hereunder”等于“under this Agreement”,“hereto”等于“to this Agreement”。

汉语商贸信函中使用文言文、半文言文的现象较为显著,如“欣悉”“候复”“特此”“贵方”“敬请”“谨上”等,显得既庄重又礼貌。

We have pleasure in forwarding our catalogue, which gives full information about our various products.

欣寄产品目录一份,提供我方各类产品的详细情况。

4. 外来词语

商务法律文书中有不少词来自拉丁语和法语,这与英国乃至欧洲的历史、宗教文化发展渊源有关。如“force majeure”(不可抗力)来自法语,美国签证申请表中有一栏目“alias”(别名、曾用名)来自拉丁语。此外,“ad hoc”(特别地、专门地)、“in re”(in reference to, in the case of, concerning, 关于)、“per se”(by itself, 自身)等也比较常见。

5. 臆造词语

臆造词语是商务英语广告和商标的一大词汇特点。商标和广告的共同特点是要用新颖独特的语言和符号让消费者一见钟情、烙印在心。为实现这一目标,商标和广告都会使用新造词。如“We know eggsactly how to sell eggs”广告语中“eggsactly”一词,故意将“eggs”和“exactly”拼缀在一起,达到新颖绝妙的效果,令人过目难忘。福特汽车广告“4ord costs 5ive% le\$\$ (Ford)”将数字与字母有机混合,“Ford”换成“4ord”,“five”变成“5ive”,“less”换成“le\$\$”,让数字映入消费者的眼帘,让声音传达商家的意愿,让美元代替优惠的价格,吸引消费者的目光,达到出奇制胜的效果。

6. 正式词语

商务英语中还倾向于使用较正式的“大字眼(big words)”,如 forward、assist、expedite、terminate、construe 等。这一点在商务合同等法律文书中十分普遍。但现代商贸信函写作中出现避免繁文缛节和套语行话的趋势,主张使用简单、直接、清楚的语言传达信息。例如:

受聘方因健康原因,经医生证明连续病休两个月后仍不能继续工作,聘方有权提前终止合同。

译文: If, owing to poor health, Party B has been absent from work two months in succession with a doctor's leave certificate and is still not able to work, Party A is entitled to terminate the contract prior to the agreed date of expiration.

商务英语合同中还多用 shall 一词,并非表示将来,而是用来加强语气,强调合同双方应尽的责任和义务,含有“必须”的强制意义,一般译为“应,应该”。例如:

The tenderer shall submit a basic tender which complies fully with the requirements of the

tender documents.

译文：投标者应提交一份完全符合招标文件要求的基本投标书。

7. 逻辑-语义衔接词语

为明确陈述贸易双方的立场和观点，尤其是贸易条件等，商务英语通常使用一些“逻辑-语义”衔接词语来陈述事物间的逻辑关系。如 *due to*、*caused by* 等表示原因；*therefore*、*as a result* 等表示结果；*providing*、*provided*、*assuming* 等表示假设；*nevertheless*、*otherwise* 等表示转折；*if only*、*unless* 等表示限定。这些词的正确理解和使用有助于正确翻译商务英语中的各类文本，准确传达原文的意思。

(二) 商务英语的句法特征

商务文体种类繁多，句式使用各具特色。商务广告用语倾向于简单易懂、简洁明了，多用简单句。商务信函与商务合同为正式的书面语体，正式的书面语句结构使用频率较高。实际上，任何语篇的句法都会采用长、短句并存，简单句、复合句并用的原则，这样，句式有变化、不枯燥。这里所讲的句式特征只是相对于句式的使用频率而言的，使用较多的主要有“介词+名词短语”句式、被动句、长句复合句等结构。

1. 介词+名词短语

商务英语要求行文简练、结构紧凑、表述清晰准确。因此，“介词+名词短语”句式的使用频率较高。用于句首，在功能和意义上相当于状语从句，但比使用从句更为简洁、正式；用于句中或句尾，具有较强的衔接功能，有助于语句表述规范，内容表达清楚完整。

At the request of Party B, Party A agrees to send technicians to assist Party B to install the equipment. (相当于 *As Party B requests, ...*)

应乙方要求，甲方同意派遣技术人员帮助乙方安装设备。

2. 被动句

被动句表述客观、正式，在商务信函中使用被动句具有表达委婉、言语礼貌的特点，还可以避免句子“头重脚轻(top-heavy)”。因此，被动句在商贸信函中有一定的应用，在商贸合同等法律文书中使用频率较高。例如：

Booking of shipping space shall be attended by the Buyer's Shipping Agency, China National Foreign Trade Transportation Corporation, Beijing, China.

中国北京对外贸易运输公司将作为买方的装运代理人洽订舱位。

如果上句用主动语态来表达，即“*The Buyer's Shipping Agency, China National Foreign Trade Transportation Corporation, Beijing, China, will attend to booking of shipping space*”，主语部分显得太长，头重脚轻，句子失去平衡。

3. 长句复合句

商务合同等商务法律文书为达到语言表达精确、周密的目的，明确规定合同双方的职责和权利，避免含糊不清或可能出现的情况或分歧，用较多的复合小句、状语或定语成分、并

列词语等进行限定或补充说明,构成较为复杂的长句复合句,这种句式在商务合同或协议书中尤为明显,使译者无法很快地理解句意,造成翻译困难。例如:

You may notice that the prices for these commodities have gone up a lot in the international market since last month because the cost of production has risen a great deal recently and we also have to adjust our selling price accordingly.

你也许注意到了,由于自上个月以来生产成本涨了许多,导致这些商品在国际市场上的价格大大上涨了,因此我们也不得不相应地调整我方的销售价。

此长句有三个意义段,分别是“you may notice...”“because...”“and we also...”。句子由两大部分构成,一个是“notice”后由“that”引导的宾语从句,另一个是“and”之后承上启下以表示结果的语句。在“that”引导的宾语从句下又有一个由“because”引导的原因状语从句,其中“for these commodities”和“since last month”分别为从句中的定语短语与时间状语。根据上述分析可以清楚地看到,该句虽然层次较多,逻辑关系较复杂,但表述相当明确。

值得注意的是,广告用语与商务合同、法律等文书的长句风格恰恰相反,讲究的是追求最精练的语言、最佳的信息传递、最少的版面/时间、最强大的吸引力和深入人心的效果。广告使用的句式往往是简单句、祈使句、感叹句和疑问句,句法简练,文字浅显。如“Good to the last drop”(滴滴香浓,意犹未尽——麦斯威尔咖啡)。再如,一家以“OIC”为商标的眼镜公司推出的广告,仅有三个单词“*Oh, I See!*”,广告语简短有力,谐音、语义双关,既浓缩了商标 OIC 的含义,又充分地传递了产品的效果,还有拟声“*Oh*”和感叹“*I see!*”抒发了眼镜配戴者又见清晰世界的情感,真可谓音、形、义兼备,完美地传达了消费者的心声。

(三) 商务英语的修辞特征

商务英语涉及公司简介、产品说明书、商务广告、商务信函、商务合同等不同文本类型,其语篇格式和语言风格不尽相同。此处所探讨的商务英语的修辞特征是指具体的修辞手法(figures of speech)。

无论是英语还是汉语,广告和商标都会使用多种语言修辞手段,从音、形、义各方面极力突出一个“新”字,吸引读者注意,扩大产品影响力,以达到成功推销产品的目的。

1. 语音修辞

汉语广告和商标常用的手法包括押韵、叠音、谐音、拟声、语气词等。例如下列商标和招牌名均采用了谐音手法,易记、易上口。例如:

① “蜜蜂”牌缝纫机(产品商标名)

分析:“蜜蜂”与“密缝”谐音。

② 食全食美, 蟹来无恙。(一饭店招牌名)

分析:与“十全十美, 别来无恙”谐音。

下面两则广告则采用了押韵的手法。

① 活力 28, 沙市日化(活力 28 洗衣粉)

分析:“8”和“化”押尾韵。

② 家有三洋，冬暖夏凉(三洋空调)

分析：“洋”和“凉”押尾韵。

商务英语广告和商标中较多采用谐音、押韵、拟声(onomatopoeia)等手法，使语音和谐悦耳、语意突出，激发读者的审美情趣和对美好事物的憧憬。

2. 字形修辞

英语广告语常采用杜撰新词或故意错拼等方式以产生出奇效果。汉语中更多地使用语音和语义方面的修辞，若有类似杜撰或错拼的手法，往往也具有谐音的修辞效果。例如：

Drink a Pint of Milka Day. (Drink a Pint of Milk a Day.)

一天请喝一品脱牛奶。

The Orangemostest Drink in the world. (Orangemostest = Orange + most + est)

香甜浓纯营养丰，世上橙汁我最橙。

3. 语义修辞

在语义方面，英语、汉语广告均采用反复、比喻、双关、套用、夸张、拟人等各种修辞手段，具体如下所示。

(1) 反复(repetition)

强生特效沐浴乳，特别的滋润给特别干燥的皮肤。

Johnson's Extra Care Body Wash & Lotion, Extra relief for extra dry skin.

(“extra” / “特”反复突出“强生/Johnson”的效果)

(2) 比喻(simile/metaphor)

Mom depends on Kool-Aid like kids depend on Moms.

妈妈依赖“可爱得”果乐，就像孩子依赖妈妈。

(3) 双关(pun)

Put some People in your life.

阅读《人物》杂志，生活增添伴侣。

(4) 仿拟(parody)

Only your time is more precious than this watch.

手表诚可贵，时间价更高。(套用诗句“生命诚可贵，爱情价更高”。)

三、商务英语的翻译标准

商务英语翻译比一般英汉翻译复杂得多：一方面，商务英语翻译要求译者既要熟悉英汉两种语言文化及翻译技巧，又要掌握一定的商务理论知识，了解实际商务活动过程，还要熟悉商务语言这一专门用途英语(ESP)变体的修辞特征；另一方面，商务英语涵盖面较广，涉及众多领域，如商务合同、合约等法律文本，商务信函、商务广告、招商简介等应用文本，还涉及保险、金融、投资、运输、索赔等各类文献，其语言特色各异。因此，翻译标准也有特殊性，即其翻译标准的多重性。也就是说，不同的文体其翻译标准应有所差异，不能用一把尺子来衡量。

(一) 统一

商务英语翻译中的“统一”是指在翻译过程中，译名、概念、术语应该保持始终统一，不允许将同一概念或术语随意变换译名。商务英语中涉及很多专业性的词汇。如“原产地”应该译为“place of origin”，而不是“original producing place”，“贸易盈余”应该译为“trade surplus”，而不是“trade profit”。此外，一些公司、机构、酒店的名称也应该按照约定俗成的翻译方法，而不能想当然地按照字面含义进行翻译。

(二) 忠实

商务英语翻译中的忠实指正确地将原文语言的信息用译文表达出来。这种忠实要求译文必须正确传达原文信息，要求原文读者获得的信息与译文读者获得的信息等值。如果译文不忠实于原文，就会引起误解，严重的会引起商务纠纷。忠实于原文并不等于机械地对译。请看下面汉语菜单的翻译：

蚂蚁上树 ants climbing trees

过桥米线 rice crossing a bridge

上面两个菜名翻译完全按照字面翻译，外国客人看了之后可能会不知所云。这样的译文就没有忠实反映原文的基本信息，即菜的信息。虽然菜名翻译很难做到对等，但读者应该获得与原文对等的最基本的信息，即菜的内容。可以改译为：

蚂蚁上树 rice noodles with minced pork

过桥米线 rice noodles

这样的译文虽然没有把汉语菜名中的文化意义传达给译文读者，但是把菜的基本信息传达给了读者，使译文读者获得了与原语读者近似的信息。

(三) 准确

商务翻译中的“准确”是指译者在将原语内容转换为译语的过程中做到选词准确，概念表达确切，物与名所指正确，数码与单位精确。例如：

The date of receipt issued by transportation department concerned shall be regarded as the delivery of goods.

由有关的运输机构所开具收据的日期即被视为交货日期。

句中的“concerned”按其字面意思译成“有关的”，显得笼统、不够严谨。根据合同内容做具体分析后可以看出，运输机构和合同货物之间的关系是“承运”的关系。因此，改译成“承运”则更准确明了。原文可以改译成：

由承运的运输机构所开具收据的日期即被视为交货日期。

Payment: By irrevocable L/C at sight to reach the sellers 30 days before the time of shipment.

支付：不可撤销的即期信用证装船前 30 天开到卖方。

译文完全照原文字面翻译，从内容上显得不够完整，未能恰当体现出原文中买方和卖方的关系。通过添加原文表面没有、实际却隐含的成分进行改译，使译文更完整、内容更清楚，

体现合同文字的严密性，便于合同读者的准确理解。原文可改译为：

支付：买方应在装船前 30 天将不可撤销的即期信用证开到卖方。

知识小结

商务英语是人们在商务活动过程中使用的英语，属于专门用途英语。商务英语在词汇、句法、修辞等各方面有着不同于普通英语的文体特征，其翻译应遵循统一、忠实、准确的翻译标准。

任务考核

思考题

请比较商务英语与普通英语在语言特征方面的差异以及商务翻译与普通翻译标准的异同。

课后训练

翻译下列句子，体会商务英语的语言特点。

1. Our terms of payment are by confirmed, irrevocable letter of credit, without recourse, payable at sight against presentation of shipping documents to the negotiating bank at the port of shipment.
2. The policy is being prepared accordingly and will be forwarded to you by the end of the week together with our debit note for the premium.
3. The contract shall be valid for 10 years from the effective date of the contract, on the expiry of the validity term of contract, the contract shall automatically become null and void.
4. An insurance claim should be submitted to the Insurance Company or its agent as promptly as possible so as to provide the latter with ample time to pursue recovery from the relative party in fault.
5. Please be informed that, on account of the fluctuations of foreign exchange, the quotation is subject to change without previous notice.

综合案例分析

翻译下句，分析该句的言外之意，体会翻译之难。

你现在是副经理了吧。

分析提示:

1. 问话人知道他是副经理, 但不敢肯定。
2. 他是副经理, 口气却比经理还大, 问话人这样问是提醒他摆正位置。
3. 副经理能力很强, 独当一面, 问话人为他是副经理而抱不平。
4. 副经理凡事做不了主, 问话人表示理解, 故意这样问他。

从以上角度考虑如何翻译。

实训活动

假设你是一名去翻译公司应聘商务翻译岗位的学生, 公司项目主管给你出的考题是“分析翻译与商务翻译的区别及联系, 并举例说明”。请利用所学内容, 将理论联系实际, 完成实训任务。

要求:

1. 以小组为单位组成翻译团队。
 2. 分解实训任务, 请各小组自行对成员进行角色分工, 确保组织合理和每位成员的积极参与。
 3. 每个小组在下次课前将实训报告提交至课程网站互动专区。
 4. 教师于下次上课时对前一个实训项目完成情况进行点评。
- (提示: 以后各项目实训活动要求可参见项目1的实训活动要求。)

翻译点津

翻译简史

学生可扫描获取“翻译简史”相关资料。

