

BUSINESS TRANSLATION

商務翻譯

NO.1, 2018



Periodical of International Symposium on Business Translation and Foreign Language Teaching Research

商務翻譯和外國教學研究國際論壇期刊

Included in CNKI
中國知網收錄



ISSN 2637-9163



9 772637 916320

刊號:ISSN 2637-9163



第四次SIBT在吉林華僑外國語學院舉行

2017年12月30-31號,第四次商務翻譯和外語教學研究國際論壇(International Symposium on Business Translation and Teaching Research,簡稱SIBT),在吉林華僑外國語學院舉行。

該論壇由香港恒生管理學院發起,旨在促進兩岸四地的商務翻譯學科建設和商務外語教學的發展和交流。第一次論壇(原名商務翻譯高端論壇)在香港恒生管理學院舉辦,由該校常務副校長兼翻譯學院院長、中華商務翻譯學會名譽會長方梓勛教授擔任論壇主席。然後由對外經濟貿易大學英語學院、南京財經大學外國語學院舉辦了第二次和第三次論壇。第四次論壇由商務翻譯和外語教學研究國際論壇組委會主辦,吉林華僑外國語學院英語學院和高級翻譯學院聯合承辦,此論壇會刊《商務翻譯》編輯部和東師瑞普教育科技有限公司協辦。

第四次論壇前,經協商後將論壇名稱改為“商務翻譯和外語教學研究國際論壇(SIBT)”,建立了第四次SIBT組委會,方梓勛教授擔任名譽主席,東北師大原副校長、中華商務翻譯學會會長張紹杰教授擔任主席,吉林華僑外國語學院英語學院院長楊玉晨等16所高校教授擔任副主席,同時成立了以方梓勛教授為主任,黃際英教授、俞利軍教授、翁

鳳翔教授、高巍教授為副主任的論壇學術委員會。本次論壇共有來自國內外的50多所高校的79名專家學者和90多名吉林華僑外國語學院教師和研究生代表參加了此論壇。

12月30日10:00舉行開幕式,SIBT組委會副主席、東北師大教授、吉林華僑外國語學院英語學院院長楊玉晨教授主持和致開幕詞。遼寧省翻譯學會會長董廣才教授、遼寧省高校外語教學研究會會長楊俊峰教授、內蒙古高校外語教學研究會會長馬占祥教授、第三



次論壇舉辦方代表南京財經大學外國語學院院長肖輝教授分別致辭。吉林華僑外國語學院副校長黃際英教授代表秦和校長致歡迎詞。

全體參會代表合影後,大連外國語大學原副校長楊俊峰教授作《譯事三談》學術講座,南京曉莊學院/南京理工大學紫金學院外語學院院長顧維勇教授作主旨發言:《商務翻譯無專不譯》。來自開羅的Dr. Sayed Gouda作主旨發言:“Business Translation in a Context of Cross-Cultural Communication”。然後,翻譯碩士代表、歐洲中國企業家協會國際部主任王蒼作實戰演講:“How Could Translation Establish Business and Build Future?”。

12月30號下午,首先進行了兩場來自美國夏威夷大學的Dr.Dongping Zheng和Dr.Design L.Hudson的主旨發言,題目為“Translingual and translanguaging practices in translation: Ecological, dialogical and distributed perspectives”和“Social Constructivism, Custom Tailoring and Lesson Planning for Teaching International Business English”。

隨後,進行分論壇討論,由長春師範大學外國語學院院長馬建華教授、大連民族大學外語學院院長王維波教授和遼東學院外國語學院院長趙麗麗教授主持,代表們分別就商務外語、商務翻譯學科教學和研究領域的學科定位、專業發展方向、師資培養、課程建設、學科研究框架、人才培養標準、教材建設等議題進行了熱烈和深入的研討。

12月31日上午,吉林大學李朝教授作了《商務英語學科研究之交叉研究》的主旨發言;香港城市大學亞洲及國際學系助理教授Birgit Bunzel作“Presenting Oneself: The Culture of Professional Correspondence Translation”的主旨發言;天津財經大學孫建成教授作“語言經濟學視角下的商務翻譯研究”學術報告;來自美國的中國日報專欄作家、清華大學高級顧問Harvey Dzodin作了“Translation and Interpretation in the Age of Artificial Intelligence”的主旨發言;大連大學英語學院院長高巍教授作“工程商務文本翻譯研究與教學:基於修辭功能與互文性分析”的學術報告。

(轉封底)

Business Translation

*Periodical of International Symposium on Business
Translation and Foreign Language Teaching Research*

商務翻譯和外語教學研究國際論壇期刊

《商務翻譯》 No.1, 2018

Included in CNKI

中國知網收錄

Editorial Preface

創刊詞

Thank you for reading the first issue of Business Translation. We wish this new publication would be popular among the readers as well as researchers concerned.

As the proceedings of the International Symposium on Business Translation and Teaching Research (SIBT), the periodical is the first academic periodical focusing on business translation in the world. We launch this brand-new periodical as a professional platform for discussing and exchanging new ideas, thoughts and findings in the field of business translation, and at the same time, a dedicated forum for facilitating the research & education of business translation.

The periodical could never have come into being in this great New Era without the dedicated efforts from our contributors, reviewers and readers; and more importantly, it would never grow by leaps and bounds in the future without your unyielding support.

Therefore, we are always here awaiting and appreciating your contribution, suggestion, instruction, and subscription.

在商界和外语学术界专家、学者的支持下,《商务翻译》终于同广大读者见面了。

《商务翻译》是商务翻译和外语教学研究国际论坛(SIBT)期刊,系全球第一本专门研究商务翻译实践发展和理论发展动态的学术刊物。《商务翻译》办刊宗旨是建成一个为广大商界和外语学术界专家、学者和高校相关专业学子以及商务翻译和商务外语爱好者服务的学术沟通 and 交流平台,以促进中国商务翻译实践与理论研究和商务翻译教学领域的活跃和发展,推动商务翻译学术新思想的推广和应用,提高商务翻译人才培养的质量和效果。通过这个平台,我们可以互相交流学术研究成果,总结工作和教学经验,探讨商务翻译时间和学术发展的趋势和前景,从而更好地为商务翻译和商务外语研究贡献一份力量。

“路漫漫其修远兮,吾将上下而求索。”当有人还觉得《商务翻译》还像一颗刚刚出土的嫩芽需要春风倍加呵护的时候,她已经融入了浩瀚的森林,担负起了映绿一片天的历史使命。商务英语内容随着经济发展而日新月异,翻译技术和商务翻译教育技术随着时代的发展而推陈出新,各种学术思潮也有汹涌澎湃之势,在这种经济洪流涌动、技术不断进步、学术思潮纷呈的背景下,《商务翻译》的历史使命可谓重如泰山。但是,我们编辑团队有信心全力以赴地做好工作,办出刊物的特色,站在教学和科研的前沿,展现《商务翻译》的独特风采。我们也迫切期待着您关注的目光、中肯的建议和积极的参与。

在此,对长期来各位专家学者、同仁和广大师生对我们一如既往的支持和信赖,我们深表谢意。

Organiser: Organizing Committee of SIBT

主 辦:商務翻譯和外語教學研究國際論壇組委會

Co-organiser: ENRP Education Technology Co. Ltd.

協 辦:東師瑞普教育科技有限公司

Publisher: New Vision Press

出 版:新視野出版社

Editorial Committee

編輯委員會

Consultant: Fang Zixun (Hong Kong)

顧 問:方梓勛(香港)

Chairman: Zhang Shaojie

主任委員:張紹杰

Member: (Sorted by Pinyin)

Chang Le	Che Lijuan	Dong Guangcai	Gao Wei	Gu Weiyong	Li Hongru
Liang Zhengyu	Liu Yubao	Ma Zhanxiang	Sun Jiancheng	Tong Minqiang	Wen Xiuying
Weng Fengxiang	Xiao Hui	Xu Bing	Xu Jianzhong	Yang Yuchen	Yu Lijun
Zhan Hailin	Zhao Lili	Zhou Yuzhong			

委員:(按拼音排序)

常 樂	車麗娟	董廣才	高 巍	顧維勇	李洪儒	梁正宇	劉玉寶	馬占祥	孫建成	佟敏強
溫秀穎	翁鳳翔	肖 輝	徐 冰	許建忠	楊玉晨	俞利軍	戰海林	趙麗麗	周玉忠	

Chief Editor: Gao Wei

主 編:高 巍

Vice Chief Editor: Wang Yan He Zhanyi

副主編:王 岩 何占義

Editorial Director: Zhang Aimin

編輯部主任:章愛民

Vice Editorial Director: Zou Jing Yang Chunquan Liu Tingting Zheng Xiangli

編輯部副主任:鄒 靜 楊春泉 劉婷婷 鄭祥麗

Editor: Sun Yunchun Liu Hanzhi Bai Liping Wang Hui Hao Bo

編 輯:孫蘊春 劉寒之 白立平 王 薈 郝 博

Copyright @ 2018 by New Vision Press

All rights reserved.

ISSN 2637-9163 and ISSN 2637-921X(Online)

Printed in the United States of America

Editorial Office in USA(美國編輯部):

8414 Opulent Ave, Las Vegas, NV 89147

Email: williamliu0515@gmail.com

TEL: 469 867 2050

Editorial Office in China(中國編輯部):

大連市尖山街217號 東北財經大學師學齋315室

Email: sibt_j@163.com; 123388728@qq.com

TEL: 0411-84710460

Publication Date: March 25th, 2018

出版日期:2018年3月25日

Contents

目錄

- 001 No Know-How, No Translation of Business English / GU Weiyong
商務英語 無專不譯 / 顧維勇
- 007 The Application of Functional Equivalence Theory in Business English Translation
/ ZHANG Nan LIU Tingting
功能對等理論在商務翻譯中的應用 / 張楠 劉婷婷
- 013 The Translation of Chinese Publicity Materials of Tea Companies Under "the Belt
and Road" Policy / LIU Biao
“一帶一路”背景下茶企外宣材料英譯策略研究 / 劉彪
- 019 The Retrospection and Prospection about the Situated Method for Business Translation
Teaching / SUN Yunchun SHAO Hui
商務翻譯情境教學研究回顧與展望 / 孫蘊春 邵暉
- 028 Three Characteristics of Business English Translation Expressed in Business Column
of Xinhuanet / SHEN Panyang
從新華網Business欄目看商務英語翻譯特點 / 沈畔陽
- 032 A Study of BET Teaching Model Based on Constructivism and B-learning Concept
/ JIANG Xuelong
基于建構主義與混合學習理念的商務翻譯混合式教學研究 / 姜學龍
- 040 An Eye-tracking Approach to Metaphor Comprehension in Translation
/ WANG Junchao Paterson Kevin
基于眼動儀的商務隱喻翻譯認知過程研究 / 王俊超 帕特森·凱文
- 049 Translation Principles and Skills of Business Advertisement English
/ ZOU Jing ZHOU Yan
商務廣告英語的翻譯原則與技巧 / 鄒靜 周燕
- 055 An Investigation and Analysis of the English and Japanese Translation of Public
Signs of Tourist Attractions in Liaoning Province / XIAN Ming
遼寧省旅游景點公示語英日譯現狀考察與分析 / 鮮明
- 061 The Stylistic Features of English Business Newspaper Headlines and Guides
/ CHI Xiuxiang JIANG Guowei
商務新聞標題與導語研究——以英美報刊為例 / 遲秀湘 王黎麗
- 072 Exploration on Business Translation from the Perspective of Linguistic Economics
/ SUN Jiancheng PAN Pengcheng CAO Xi
語言經濟學視角下的商務翻譯研究 / 孫建成 潘鵬程 曹夕
- 078 Call for Papers of Business Translation, Periodical of SIBT
《商務翻譯》期刊徵稿啟事
- 081 2018 Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and
Teaching(2018 NALLTS) NO.2 NOTICE
2018東北亞語言學文學和教學國際論壇(2018 NALLTS)第二號通知
- 083 The Fourth SIBT at Jilin Huaqiao University of Foreign Languages/ ZOU Jing

No Know-How, No Translation of Business English

商務英語 無專不譯

GU Weiyong

顧維勇

NanJing XiaoZhuang University, Nanjing University of Science and Technology Zijin College,

Nanjing, 211171, P. R. China

南京曉莊學院 南京理工大學紫金學院 中國 南京 211171

【Abstract】 Without know-how of business English, a translator cannot have correct translation in the field. The paper focuses on the symbolic language phenomena of Business English — terminologies, plurals, combination of words, synonyms, and the signified meanings, giving direction to the translators of Business English to get professional knowledge.

【Keywords】 business English; translation; symbolic language phenomena

摘要：從事商務英語翻譯的譯者如果沒有商務專業知識，翻譯無法完成。本文提出了商務英語的5個專業標志，即術語、復數、詞語組合、同義詞選用、專業所指，以指導本專業從譯人員盡快掌握專業知識。

關鍵詞：商務英語；翻譯；專業標志

一、引言

商務英語翻譯的核心是要譯出專業內涵。對於一個不通專業的譯者來說，翻譯無法完成。本文中出現的“無專不譯”指的是：不懂專業的譯者無法翻譯，翻譯不能完成；即便完成，譯文也不大可能是正確的。

The word “document” comes from the Latin documentum meaning official paper. The word also carries meanings of “proof” and “evidence”. Therefore, a document is an official paper that serves as proof or evidence of something. (Hinkelman, 2009: 1)

原譯(後半句)：單據是用來證明或證實某一事件的官方檔。(李月菊)

改譯：單證是用作證明某交易活動的正式文件。

根據原作者的解釋，單證源自拉丁語 documentum 意為“正式檔”，而且還含有“證

明”的意思。所以後半句可譯為：單證是用作證明某交易活動的正式文件。

原譯作者翻譯時脫離了商務語境和商務意識，把 official paper, proof or evidence of something 分別譯成了“官方檔”和“證明或證實某一事件”，沒有把原意譯出。“官方”相對於“民間”而言，“證明或證實”根據英語 proof or evidence 譯來，但同義詞選用乃商務英語常用的表達方式，以達到精準的目的，而“某一事件”對譯 something，指代不清是什麼事件，應該明確指“某項交易活動或商務活動”。

二、商務英語的專業標志——術語

商務英語中的術語是商務英語專業的一個標志，翻譯時注重術語對等 (terminology equivalence) 是一條重要的翻譯原則。

何為“術語”？辭海(2000:1508)術語條：“各門學科中的專門用語。每一術語都

有嚴格規定的意義”。實用文體英語涉及的門類廣泛,大部分的詞語都有其在各門類中特殊的術語含義,如trade mark, 漢語術語為“商標”,用于指定公司產品的名稱或標記,一經註冊,受法律保護,不得冒用侵權。我們不能把它譯作:交易標志,或其他說法。一般說來術語具有單一釋義的特點,即一個英語詞語,對應一個漢語名稱,如:free trade, 自由貿易,這是個關稅術語,指不對進出口貨物徵收關稅,不能譯作“自由交易”或“自由買賣”等。

比術語再廣義一點的我們可用“行話”, (jargon / jargoon) 即行業內約定俗成的說法。辭海(2000:959)對行話的定義是:“各行業為適應自身需要而創造使用的詞語”。其實,商務行話也就是我們平時所說的專業用語或業務用語,亦即“地道”表達法。葉玉龍等(1998:21)認為,“所謂地道,就是譯文應體現出商務英語的特色,遣詞造句說的是內行話,符合商界的習慣表達”。李朝(2003:163)“無論是原語還是譯語,從結構、用詞及表達方式上均有各自語言的約定俗成的習慣格式。因此,由原語譯成譯入語時,應先將原語所表達的內容進行透徹的、準確的理解,然後再去想如何將原語的內容用譯語的方式和語言再現出來”。例如:knocking copy, 為一廣告學用語,指(對競爭者的產品進行的)攻擊性的廣告字眼,譯成其他的表達就不地道,不是行話。又如:knock-out agreement, 這是一個拍賣業內的行話,即“不競價協議”。

在翻譯實踐中,我們經常會遇到一些十分普通的詞語,但他們常常是十分專業的術語,如果翻譯時沒有術語對等意識,難免譯錯。舉例如下:

cap 術語為“上限”;對應的為“下限” floor; 而“封頂”則用 ceiling;

call 術語為“贖回”,如: call-adjusted yield 贖回調整收益率; call feature 贖回特

徵; call price 贖回價格; call provision 贖回條款; call risk 贖回風險; callable option or warrant 可贖回期權或權證; callable swap 要贖回互換; called bond 已贖回債券,但 call protection 術語為“抗贖回保護”。

call 的另一術語為“買權/進”,如: call swaption 買進型互換期權; call spread 買權利差; call or put (COP) 買權或賣權; call premium 買權溢金; call option 買進型期權; call of more option 多選擇購買權。

general cargo vessel (316): A vessel designed to handle break bulk cargo such as bags, cartons, cases, crates and drums, either individually or in unitized or palletized loads. 原譯:普通貨船:一種設計用來或單獨或聯合或平行地裝載諸如包裹、紙板箱、箱子、板條箱和圓桶等散裝貨物的貨船。

顯然,這是譯者對此項外貿運輸業務中術語的無知而造成的誤譯。此名稱應為“雜貨船”,原文列舉的“袋子”BAGS,“紙箱”CARTONS,“箱子”CASES,“板/柳條箱”CRATES,“桶”DRUM 等都是“雜貨”(BREAK BULK)的包裝物,這些包裝貨可“單獨(INDIVIDUALLY)”裝載,也可“成組(UNITIZED)”裝載,或者“貨盤(化)(PALLETIZED)”裝載。

三、商務英語的專業標志——復數

我們經常碰到一些復數形式的名詞所表達的意思與單數形式的名詞不完全相同甚至完全不同。有的語法學家或學者也已注意到了這一事實。如《商務英語翻譯》(2003,高等教育出版社)的作者張新紅等就指出:“英語中名詞單、復數歧義是個獨特的語法現象,如不加注意,往往會造成誤譯”。(2003:P154)但是在翻譯實踐中,譯者又經常忽略了這些特殊的復數形式的名詞,在沒有考慮到原文作者實際想要表達意思的情況下,信手譯來,難免犯錯,這樣的譯文也就無法準確地再現原文的意思,所以,大量的

誤譯與此有關,請看下面的譯例:

● In the event the Buyer does not furnish the seller with shipping instructions on or before August 17, 1987, the Seller may at his option cancel this contract and demand the Buyer to pay any damages he has sustained on account of such failure of the Buyer to give such instructions. 原譯:如買方在1987年8月17日或在此之前未向賣方發出裝運通知,則賣方可自行決定取消本合同,并要求買方賠償因未發出裝運通知而使其蒙受的一切損失。(張新紅等:P196)

這裏 damages 指“經濟損失(額)”,也就是要求買方支付“因損失而引起的賠償費”。

商務英語的復數有二種情況特別應該引起譯者的注意。一是單數用來表達一個名稱概念,而復數表示該概念或名稱的數量。

import 進口 → imports 進口量,進口的貨物;

export 出口 → exports 出口量,出口的貨物;

stock 庫存(貨) → stocks 庫存量;

flow 流 → flows 流(通)量(inflows 流入量, outflows 流出量);

reserve 儲存 → reserves 儲藏量,儲備額/量,如: international reserves 國際儲備(的量或種類),黃金、特別提款權,外匯及會員國在IMF的儲備淨額;

holding 持有(不可數) → holdings 持有量,儲備;

shipment 裝船 → shipments 裝船貨(的量);

sale 銷售 → sales 銷量,銷售額;

supply 供應 → supplies 供應量。

第二種情況是,復數名詞表示由單數名詞引申出的數量或款項,與單數名詞表示的概念不同,如:

damage 損壞 → damages 損壞而引起的

賠款,損失賠償額(如: ordinary / general damages 普通損害賠償費/額; substantial damages 實質性損害賠償費/額; loss and damages 損失及賠償費);

earning 所得 → earnings 掙得的財物,工薪;

effect 效果,作用 → effects 財物,動產(如: no effects 無存款);

liability 責任,義務 → liabilities 債務,負債;

engagement 從事 → engagements 債務;

proceed 前進,但復數 proceeds (從事某種活動或變賣財物的)收入,收益,在商務語境下通常指“匯款”,“貨款”(如: net proceeds 淨售得款);

receipt 收到 → receipts 收入,收益;

return 返回 → returns 收益,收入;

risk 風險 → risks 風險損失賠償額;

gain 收穫 → gains 利潤,收益;

yield 產量(不可數) → yields 收益,利潤,利息率;

collection 托收 → collections (應)收款額;

price 價格 → prices 價格上漲而獲得的錢。

在《國際貿易實務》(孫湘生等,2005)一書中,作者將 damages 誤譯為“損失”,原文是:

damages 損失

Where the action can be founded on breach of contract, damages for physical loss, i. e. for death, personal injury or damage to property, as well as for economic loss, i.e. loss of profit or other financial loss, can be recovered to the extent that the loss is not too remote. (孫湘生等,2005:44)

在商務英語中,短語 recover the damages “得到賠償”; “damage to”和“loss of”常搭配使用,表示“對……的損壞”或“……的損

失”，如：damage to or loss of cargo, “貨失貨損”。原文中 damages for physical loss …, as well as for economic loss … 指“對於有形損失以及經濟損失的賠償”。在法律英語中，remote damages 指“間接損害賠償金”。

上句試譯為：

(損失)賠償費

一旦發現違反合同的行為，有形的損失(即死亡，人員的受傷或財產的損壞)以及經濟損失(即利潤損失或其他經濟損失)，祇要該損失不是太間接，均可以獲得一定的賠償費。

International business activities also include an extensive range of optional methods available to firms for doing business internationally that involve different degrees of foreign direct investment commitments.

原譯：國際商務活動也包括一系列可供公司作選擇的進行國際貿易的方法。這些方法包括外國直接投資的不同程度的承諾。(李明, 2011: 96)

復數詞 commitments 專業所指為“投資款；承付款項，傭金”，這裏指“投資額”。

改譯：國際商務活動也包括大量可供公司從事國際貿易選擇性的方法，涉及到外國直接投資的不同額度。

International countertrade is a practice whereby a supplier commits contractually — as a condition of sale — to reciprocate and undertake certain specified commercial initiatives that compensate and benefit the buyer.

原譯：國際對等貿易，作為一種銷售條件，是指供應方以合同方式，承諾對某些特別的、給購買方以補償和利益的商務提案予以回報和承辦的一種做法。(李明, 2011: 118)

原作者說明：對照原文的語序和漢語譯文的語序便可發現，變序翻譯的意義就在于譯文根據地道、通順的漢語來行文，從而讓

譯文讀者一看便明白原文所傳達的意義所在。

實際上，作者對原語的所指不明白，特別是 undertake certain specified commercial initiatives 確保約定的商業盈利/利潤，復數 initiatives 的所指是本句理解的關鍵所在；international countertrade 國際對銷貿易；practice 做法，慣例；reciprocate 互換貨物；specified 是指合同指明的/規定的；compensate and benefit 同義詞迭用，補償與受益于……

改譯：國際對銷貿易的一般做法是，供貨商以合同的形式承諾，作為銷售條件，互惠交換貨物，確保約定的商業利潤以補償買方。

四、商務英語的專業標志——詞語組合

在商務英語文本中我們會看到一些詞語在不同的組合或搭配中表達完全不同的意思，在翻譯的時候值得充分考慮這個因素，如果顧名思義不加分析進行翻譯同樣會譯錯。

broken space 初看“打破了的空間”無法理解。在國際貿易運輸的語境下表示“虧艙”，指貨物裝船時的一種情形，即艙未裝滿。

broken amount “零頭股”，指不規則股數，如：67 股。

broken date 則指“非標準交易日期”，亦稱 odd date，反義為 even date (“規則交易日期”)。

In the event credit does not become more available in the near future, as owners' debt obligations come to maturity (especially in high leverage interest only deals), many will default due to their inability to make the balloon payment.

結果，在不久的將來不可能得到更多的貸款，當房主的債務到期還款時(尤其是高杠杆僅付息型貸款)，其中很多房主會違約不還款，因為他們無力償還大額尾款。

這裏的 balloon payment 指分期付款中最後一筆特大數額的付款。

五、商務英語專業標志——同義詞迭用

商務英語文本中,大量使用同義詞或近義詞,有時甚或是反義詞,以增強表達的精準度。“這種迭用,確保了所用詞語的意思不被曲解,并使原文意思高度完整、準確”。(顧維勇,2012:206)這種現象主要取決於中英文的語言表達習慣不同,而且也與兩種文化差異有關。

同義詞或近義詞迭用,多表示趨異,亦有表示趨同的,如: vary and modify, 修改和變更; covenants or agreements, 契約或協議; express or implied, 明指或暗示; loss, injury or damage, 失蹤, 受傷或傷害; loss or damage, 滅失或損壞; null and void, 無效; insufficiency or inadequacy, 不足; terms and conditions, 條款; provisions and stipulations, 規定。

Exchange is the core concept of marketing. For an exchange to take place, several conditions must be satisfied. Of course, at least two parties must participate, and each must have something of value to the other. Each party also must want to deal with the other party and each must be free to accept or reject the other's offer. Finally, each party must be able to communicate and deliver.

譯一:交換是營銷的核心概念。爲使交換發生,必須滿足幾個條件:第一,必須存在交換雙方;第二,每方都擁有對方所需的物品或價值;第三,每方都想要與對方交換;第四,雙方都能自主地接受或拒絕對方的提供;第五,雙方都有能力進行溝通和交貨。

譯二:交換是營銷的核心概念。要產生交換,必須滿足幾個條件。最重要的就是,至少須由兩方參與交換,一方必須具備對於另一方來說有價值的產品;一方還必須具有同另一方交換的願望;一方必須具備接受或拒絕另一方買賣的自由;最後,各

方必須具備溝通和送貨的能力。(李明,2011:12-14)

譯文二可能是作者對譯文一的錘煉推敲進行的修改。communicate and deliver 爲同義詞迭用,可理解爲求異“溝通和表達”。

改譯:交換是營銷的核心理念。交換的出現,必須具備幾個條件。首先至少要有兩方參與,每方必須具備對於另一方來說有價值的物品;每方必須具有同另一方交換的願望,同時每方可以自由地接受或拒絕另一方的交換請求;最後,每方必須具備溝通和表達的能力。

六、商務英語專業標志——專業所指

專業所指是指原語中的詞語的意義要根據上下文揣摩,找到原詞語的所指意義,用相應的目的語表達出來才是正確的,否則,譯文無法表達原文的意思。

STOWAGE INSTRUCTIONS These are specific instructions given by the consignor in a letter or on a shipping line or freight forwarder's pre-printed form regarding how or where a shipment should be stowed during transport. For example, a shipper may require that the shipment be placed below deck and amidships for greater protection from the elements and movement of the ship. (Hinkelman, 2009: 39)

STOWAGE INSTRUCTIONS 譯成:裝載或理艙須知,理艙須知(李月菊)

英語 STOWAGE INSTRUCTIONS 是一個外貿運輸中的專業概念,原作者在解釋中說得非常清晰:是發貨人以信件或以貨運公司或貨代打印格式給出的專門指令,說明運輸途中貨物應如何或在何處裝載。如:發貨人可要求其貨物艙內(甲板下)裝載或艙艙裝載以獲得更好的保護免遭來自船舶及其航行造成的影響。

STOWAGE INSTRUCTIONS 專業所指:積載/配載指令。

七、結束語

本文從商務英語的5個專業標志——術語、復數、詞語組合、同義詞迭用,專業所指——出發,通過分析具體的翻譯實例,突出了商務英語翻譯的專業性。希冀從事商務英語翻譯的譯者增強專業意識,迅速地掌握專業知識,做好商務英語的翻譯。

參考文獻

- [1] 方夢之主編. 中國譯學大辭典[Z]. 上海:上海外語教育出版社,2011.
- [2] 顧維勇編着. 實用文體翻譯[M]. 北京:國防工業出版社,2012.
- [3] 顧維勇. 商務英語復數形式詞語的

翻譯[J]. 中國翻譯,2007(5).

[4] 顧維勇. 一部理論與實例相悖的《商務英語翻譯》[J]. 南京曉莊學院學報,2006(3).

[5] 顧維勇. 析幾種商務英語翻譯教材及其譯例[J]. 上海翻譯,2007(1).

[6] 顧維勇,孫維林. 商務英語翻譯的文體意識[J]. 中國翻譯,2010(5).

[7] 李明. 商務英語翻譯(英譯漢)(第二版)[M]. 北京:高等教育出版社,2011.

[8] 汪璧輝,顧維勇. 從認知角度看商務英語翻譯偏差[J]. 上海翻譯,2011(3).

[9] 張新紅,李明. 商務英語翻譯(英譯漢)[M]. 北京:高等教育出版社,2003.

(continued from Page 012, 接012頁)

Language Education Press, 2004.

[2] Eugene A. Nida.&Charles R. Taber. *Theory and Practice of Translation*[M]. Shanghai:Shanghai Foreign Language Education Press, 2004.

[3] Eugene A. Nida. *Language, Culture and Translating*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 1993.

[4] Eugene A. Nida.&Jan de Weard. *From One Language to Another*[M]. Leiden: E.J.Brill, 1986.

[5] Eugene A. Nida. *Language and Culture——Contexts in Translating*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.

[6] Wolfram Wilss. *The Science of Translation- Problems and Methods*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.

[7] 黃遠鵬. 再論奈達翻譯理論中的“功能對等”[J]. 西安外國語大學學報, 2010(4): 101-102.

[8] 何帆. 功能對等理論在商務英語翻譯中的運用分析[J]. 商, 2014(18): 190.

[9] 梁戈,先蕾,任超迎. 奈達功能對等理論在中國的接受[J]. 現代語文,2016(10): 15-

16.

[10] 苗錫璞. 功能對等理論指導下的商務翻譯[J]. 內蒙古財經學院學報, 2011(1): 100-102.

[11] 譚載喜. 新編奈達論翻譯[M]. 北京: 中國對外翻譯出版公司,1999.

[12] 王丹丹. 從奈達的功能對等理論看商務應用文的翻譯[J]. 哲學與人文科學輯, 2011(S1): 29-30.

[13] 姚安新. 功能對等理論視角下的商務文本的翻譯[D]. 荊州:長江大學碩士論文 2013.

[14] 鄒力,王學文. 商務英語翻譯教程筆譯[M]. 北京: 中國水利水電出版社, 2013.

[15] 周敏. 功能對等理論在商務英語翻譯中的探索[J]. 科技信息, 2013(26): 195-196.

[16] 張梅梅. 功能對等翻譯理論下的商務合同英語詞匯翻譯探析[J]. 科技視野, 2014(8): 179.

[17] 2017年國務院政府工作報告(中英對照版), http://m.lt.chinadaily.com.cn/2017-03/17/content_28591593.htm?bsh_bid=16638486.

[18] 田蘭. 語言經濟學視角下商務英語的生態位思考[J]. 外語界, 2013, (4): 26-31.

The Application of Functional Equivalence Theory in Business English Translation

—An Analysis Based on *Report of the State Council on 2017*

功能對等理論在商務翻譯中的應用

——以《2017年國務院政府工作報告》為例

ZHANG Nan LIU Tingting

張楠 劉婷婷

School of Humanities, Tianjin University of Finance and Economics, Tianjin, 300222, P.R. China

天津財經大學人文學院外語系 中國 天津 300222

[Abstract] This thesis is based on Functional Equivalence Theory put forth by Eugene A. Nida and takes *Report of the State Council on 2017* for an example, making an analysis over the practical application of Functional Equivalence Theory in Business English Translation. Functional Equivalence Theory mainly includes lexical equivalence, syntactic equivalence, stylistic equivalence and discourse equivalence. This thesis regards the context with Chinese characteristics in Business English field as research subject, analyzing the practical application in Business English Translation from perspectives of lexical equivalence, syntactic equivalence and stylistic equivalence. The aim of this thesis goes to provide theoretical support and strategic guidance for Business Translation under globalization through the research about Functional Equivalence Theory in Business English Translation.

[Keywords] functional equivalence theory; business English; translation strategy

摘要：本文基于美國翻譯學家尤金·奈達(Eugene A. Nida)提出的“功能對等理論”，以《2017年國務院政府工作報告》為語料，對該理論在政府工作報告中商務翻譯領域的實際應用進行分析。“功能對等理論”主要體現在四個層面的對等，即詞匯對等、句法對等、文體對等和篇章對等。本文從詞匯對等、句法對等以及文體對等三個方面對政府工作報告中具有中國特色的商務翻譯內容進行研究，旨在為全球化背景下的商務翻譯事業提供理論依托和翻譯策略指導。

關鍵詞：功能對等理論；商務英語；翻譯策略

一、文獻綜述

隨着經濟全球化進程的日益加深，中國對外商務交流活動日益頻繁，商務翻譯在商務交流中發揮着日益重要的作用。進而，如何對商務文本進行有效的轉化則成為關鍵之舉。商務英語作為專門用途英語具有特殊的翻譯特點，包括詞匯、句法以及文體特

點。因此，在商務翻譯的具體實踐過程中，譯者仍需要翻譯理論的系統指導。

在對翻譯理論的研究中，美國著名翻譯學家尤金·奈達(Eugene A. Nida)于1964年提出的“功能對等理論”最為耀眼。尤金·奈達在其1964年出版的《翻譯科學探索》一書中正式提出了“動態對等”概念，這一概念着

作者信息：張楠，女，天津財經大學人文學院外語系，碩士研究生，研究方向：商務英語翻譯；劉婷婷，女，天津財經大學人文學院外語系副教授，博士，研究生導師，研究方向：商務英語

重強調在源語與目的語的轉化過程中,切忌一味地強調源語信息與譯語信息的絕對對應關係而是意在達到一種動態對等的境界。這種境界使得譯語信息和譯語讀者之間的本質關係達到與源語讀者和源語信息之間的對等。此外,1969年,在尤金·奈達與查爾斯·泰伯(Charles Taber)合著的《翻譯理論與實踐》一書中,他們對“動態對等”概念進行了更深層次的解釋:“譯語信息接收者對譯語信息的反應從本質上和源語信息接收者對源語信息的反應程度大致相同”。隨着對翻譯理論的深入研究,奈達基於“功能對等理論”提出:譯者應該把翻譯的注意力從原文與譯文的關係上轉移到譯文與讀者的關係上,並強調“讀者反應”才是衡量譯文的真正標準(王丹丹,2011)。黃遠鵬(2010)對“功能對等理論”在翻譯實踐應用中所產生的問題進行了歸納與總結。他以發表在中國外語類核心期刊上有關奈達的“功能對等理論”的論文為研究主體,對該理論的實際應用所產生的問題做出了總結,主

要包括“對功能對等理論概念的片面應用”、“對功能對等理論與奈達其他理論的糅合應用”、“他人視角下功能對等理論的偏向解讀”以及“對功能對等理論進行作者的自我闡述”四個方面的問題進行了歸納,其對奈達“功能對等理論”的相關研究有助於譯者在翻譯過程中認清理論應用的盲點,從而有效地提升譯者的翻譯水平。此後,梁戈(2016)在《奈達功能對等理論在中國的接受》一文中,對“功能對等理論”的起源以及該理論在中國翻譯事業的應用及影響進行了分析。作者對該理論在CNKI(中國知網)中的索引次數進行了文本與數據統計,所得數據有力地證實了該翻譯理論在中國翻譯事業中不斷擴大的應用範圍和影響。

在翻譯理論的應用研究方面,國內眾多學者對“功能對等理論”在商務英語翻譯中的應用進行了相關研究,旨在為商務英語的翻譯實踐提供有效的指導。何帆(2014)從語義對等、風格對等與文化信息對等三個方面對功能對等理論進行了系統的闡述。此

外,她對商務翻譯的特點進行了三個層面的歸納,即:商務英語的規範性、商務英語的文化氣息以及商務英語的準確度,並在詞語翻譯對等原則、語句翻譯對等原則和語篇翻譯對等原則的視角下,提出了一些商務翻譯的實用技巧與策略。也有學者對“功能對等理論”在商務英語不同學科範圍中的應用進行了研究。作為專門用途英語,商務英語的學科分支十分廣泛,例如:國際貿易、合同、對外勞務承包、技術貿易、保險以及廣告等。周敏(2013)應用功能對等理論對商務英語中的商務信函、商務廣告和商務合同三個方面進行了分析。她對商務信函翻譯過程中所應用的詞匯對等原則、商務廣告翻譯中所應用的句式對等原則以及商務合同中所應用的文體對等原則進行了對應分析,強調譯文與原文之間“最貼近、最自然”原則的重要性,並表明在商務英語的實際翻譯中,將“功能對等理論”考慮進去有助於源語信息向高質量目的語信息的轉換。此外,另有學者對商務英語中商務合同英語詞匯的翻譯進行了探索。張梅梅(2014)基於商務合同詞匯的專業性原則和準確性原則以及“功能對等理論”原則,對商務合同中的典型詞匯進行舉例分析。她對所引詞匯進行了詞匯對等、文本對等以及句意對等三個原則的分析,對商務英語中合同英語的詞匯特點與功能對等理論進行辨析,對商務英語範疇下的合同英語翻譯技巧起到了指導作用。

綜上所述,目前學者對“功能對等理論”與商務翻譯的研究主要體現在對“功能對等理論”的演變與發展、商務英語的翻譯特點以及“功能對等理論”對商務英語學科具體分支的研究方面,在“功能對等理論”在商務翻譯具體應用領域的研究相對有限。本文以《2017年國務院政府工作報告》為語料,從詞匯對等、句法對等與文體對等三個方面對“功能對等理論”在商務翻譯中的應用進行分析,旨在為商務翻譯實踐提供理論依托和翻譯策略指導。

二、商務英語的翻譯特點

商務英語翻譯作為一個促進國際商務

交流的分支學科具有獨特的翻譯特點。因此,祇有將商務翻譯的特殊屬性和特點考慮進去,才會使得譯文的呈現與目的語語言的要求更為契合。商務翻譯的特點體現在詞匯、句式和文體結構三個層面。

1. 詞匯的特點

商務英語詞匯具有專業術語性和縮略性兩個基本特點。首先,就詞匯的專業術語性特點而言,商務英語涉獵多個領域,如金融英語、商務廣告、國際貿易、金融保險、商務信函、商務合同等,其詞匯的翻譯風格則需遵循不同領域內的專業術語規則,例如,保險領域中的 insurance against breakage(保滲漏險)和 insurance policy(保險單)、金融英語領域中的 futures exchanges(期貨交易所)和 documentary bill(跟單匯票)等詞匯都具有專業術語性的特點,“policy”翻譯為“單據”而非其常見語意“政策”,“future”翻譯為“期貨”而非其常見語意“未來”,“bill”翻譯為“匯票”而非其常見語意“鈔票”;其次,就商務英語詞匯的縮略性特徵而言,簡潔明了的貿易詞匯在商務交流中發揮着不可替代的作用。例如,在保險領域中,Particular Average(單獨海損)和 Fresh Water or Rain Damage(淡水雨淋險)可分別用 PA 和 FWRD 的縮略形式來表達。在國際貿易組織名稱中,World Trade Organization(世界貿易組織)和 Organization for Economic Cooperation and Development(經濟合作與發展組織)則可分別用 WTO 和 OECD 的縮寫形式來表達。

2. 句式的特點

商務英語的句式特點包括復雜的句式結構、長句子的頻繁使用、被動結構的頻繁使用以及固定句型的廣泛應用。由于商務英語在各種正式的商務文書中頻繁使用,且與金融、法律、國際貿易、銀行等領域密不可分,其句式不同于口頭句式,應具有較強的專業性。商務英語翻譯中,目的語的輸出需充分考慮到源語句式結構和句式風格等因素,以達到對商務英語語言的專業性和正式化的標準。例如,商務英語範疇下,招標檔、投標檔以及商務合同中,復雜的複合句、分

割現象、介詞短語、插入語、同位語、倒裝句、被動語態等較為常見,更加要求這些句子結構語義層次分明。因此,充分考慮到商務英語句式特點而輸出的譯文,有利于準確和快速地傳遞商務信息。

3. 文體結構的特點

商務英語作為專門用途英語,與國際貿易、金融英語、商務廣告、國際商法等領域有着不可割斷的聯系,其文體風格隸屬於正式文體風格,應該嚴格遵循“7C”理論原則,即 correctness(準確度)、consciousness(簡練度)、clearness(清楚度)、completeness(完整度)、concreteness(具體度)、courtesy(禮貌性)和 consideration(體諒性)。商務交流活動的針對性與目的性要求我們在進行商務翻譯時應該將“7C”要素考慮進去。例如,商務英語範疇下,商務廣告的翻譯除了兼顧顧客心理接受程度和廣告的功能效應之外,同時還要關注商務廣告的簡潔精煉性和通俗易懂性,充分發揮目的語的語言優勢,采取靈活的翻譯方式。

三、“功能對等理論”在商務翻譯中的應用與分析

尤金·奈達從社會語言學和社會交際功能角度出發,提出了“功能對等理論”,他所倡導的“最親切而又最自然的對等”包含了兩個方面的論述:“最親切的對等”意味着原文與譯文應該在很大程度上與雙方母語所傳遞的語料信息相契合,而“最自然的對等”是對翻譯概念中風格與文體的要求(Nida, 2004:14)。商務翻譯的詞匯、句法以及文體結構特點在實際翻譯過程中仍需要“功能對等理論”的指導,祇有將商務翻譯的特點與詞匯、句式和文體對等原則進行結合使用,才能幫助譯者有效地輸出高質量的商務翻譯文本。

1. “詞匯對等原則”在商務翻譯中的應用與分析

詞匯對等原則要求在源語與目的語語言的轉換過程中,以字詞對等、多詞同義、一詞多義、詞義交織和無對等語五種不同的情況為基礎,來實現最大程度上的商務翻譯中

的詞匯對等原則。詞匯作為最小的能够獨立運用的語言單位，在語篇與文章當中發揮着至關重要的作用。詞匯對等原則在商務翻譯中的應用尤為關鍵，下文以《2017年國務院政府工作報告》中的中國特色詞匯為例，對等原則在商務翻譯中的應用進行具體分析：

例1：

SL1:推動全面建成小康社會取得新的重大進展。

TL1:We have achieved major progress in finishing building a moderately prosperous society in all respects.

例2：

SL2:全年經濟社會發展主要目標任務圓滿完成，“十三五”實現了良好開局。

TL2:We have accomplished the year's main tasks and targets for economic and social development, and got the 13th Five-Year Plan off to a great start.

例3：

SL3:推進農村信用社改革，強化服務“三農”功能。

TL3:We will move forward with the reform of rural credit cooperatives and strengthen the role they play in meeting the needs of agriculture, rural areas, and farmers.

例1，源語中“全面建成小康社會”，并未直譯為“building a healthy society”而是譯為“building a moderately prosperous society”。“小康社會”在被譯為目的語語言時，譯者綜合考慮到了源語國家的社會文化背景，將其處理為“a moderately prosperous society”。這種表達方式與“a healthy society”相對比，更大程度上實現了兩種語言之間的詞匯對等。同理，例2語料選段中“十三五”這個具有中國特色的經濟詞匯未被簡單的處理為英語中的“Ten Three Five”；例3語料中“三農”這個帶有當代中國新農村經濟發展態勢的詞匯并未被直譯為“Three agriculture”，而是在綜合考慮中國經濟背景的前提下，將其處理為“13th Five-Year Plan”和“agriculture,

rural areas, and farmers”。這是在對源語國家的文化和經濟因素進行考慮的前提下得出的譯文。

2. “句法對等原則”在商務翻譯中的應用與分析

在商務翻譯和商務文化交流過程中，源語和目標語語言對於句法的注重與倚重各不相同，因此句法對等原則對於商務英語翻譯的指導意義十分重要，中英文文本互譯時，會涉及到“單復數”和“句子結構”的問題。首先，就單復數表達方式而言，漢語往往沒有明顯的復數語言標識，而在英文中，單復數的使用却是十分明確。其次，就源語語言與目的語語言的句子結構而言，漢語常用主動結構，而英語常用被動結構。同時，漢語中主語有時無明顯表示，英語中主謂賓結構需完整表達。在翻譯過程中，對兩種語言的“單復數”和“句子結構”差異進行考慮，才能在商務翻譯中實現句法功能的對等，達到商務翻譯高質量輸出的要求。

例1：

SL1:我們將繼續與有關國家和地區商談投資貿易協議。

TL1:We will continue to negotiate investment and trade agreements with relevant countries and regions.

例2：

SL2:支持市場採購貿易、外貿綜合服務企業發展。

TL2:We will support the development of market procurement trade and integrated foreign trade service firms.

以“單復數”概念為例，例1和例2語料中，“有關國家和地區”、“投資貿易協議”以及“企業”等漢語詞匯在漢語背景下的表述不具有明顯的復數概念，而英文譯本“investment and trade agreements with relevant countries and regions”與“foreign trade service firms”則對復數要求十分明確。此外，例2語料中“企業發展”并未使用“的”來體現企業和發展之間的邏輯關係，但在譯文中使用“of”明確呈現出了兩者之間的邏輯關係。因

此,基於“功能對等理論”與商務翻譯的具體原則與特點輸出的譯文,在很大程度上適應了源語言的句法特點與目的語讀者的閱讀習慣。

例3:

SL3:增加先進技術、設備和關鍵零部件進口,促進貿易平衡發展和國內產業加快升級。

TL3:The import of advanced technologies, equipment, and important parts and components will be increased to promote the balanced growth of foreign trade and accelerate industrial upgrading in China.

例4:

SL4:中央預算內投資安排5076億元。

TL4:A total of 507.6 billion yuan of investment has been included in the central government budget this year.

例5:

SL5:擴大出口信用保險覆蓋面,對成套設備出口融資應保盡保。支持市場採購貿易、外貿綜合服務企業發展。

TL5: We will expand the coverage of export credit insurance and provide export financing insurance for all insurable complete sets of large equipment. We will support the development of market procurement trade and integrated foreign trade service firms.

例6:

SL6:推進國際貿易和投資自由化便利化。

TL6:We will promote the liberalization and facilitation of international trade and investment.

商務英語翻譯過程中,考慮到商務英語自身的句法特點與英語語言的句法特點,通常會對譯文進行“主被動結構轉換”和“補足主語”兩種情況的處理。如例3源語素材中“增加先進技術、設備和關鍵零部件進口”譯為“the import of advanced technologies, equipment, and important parts and components will be increased”;例4源語語料中“安排5076億

元”輸出為更加符合目的語讀者閱讀習慣的譯文:“A total of 507.6 billion yuan of investment has been included”。兩者均將源語中的主動結構轉化為目的語的被動結構,從而使得目標語言的閱讀者可以更加精準和順暢地理解文本意義。以“補充主語”為例,例5與例6中,源語素材中“擴大出口信用覆蓋面”、“支持市場採購貿易”以及“推進國際貿易”並無明顯的主語表達,譯文輸出為“We will expand; We will support 以及 We will promote”。譯文對源語主語進行了補充,進而很好地適應了目的語語言的語法要求以及句式結構要求,最大程度上實現了兩種語言之間的功能對等。

3. “文體對等原則”在商務翻譯中的應用與分析

文體對等則指對不同文體風格下的文本進行翻譯時,譯者需要對源語和目的語兩種語言的特徵同時進行把控。譯者祇有在靈活掌握了兩種不同語言之間的文體特徵時,才能創造出真實且契合目的語語言風格的翻譯作品。漢語的文體風格體現在漢語多用四字短語和排比結構來傳達語意和強調語氣。下文以《2017年國務院政府工作報告》為語料,對文體對等原則在商務翻譯中的應用進行具體分析:

例1:

SL1:必須科學施策、標本兼治、鐵腕治理,努力向人民群眾交出合格答卷。

TL1:We must adopt well-designed policies, tackle both symptoms and root causes, and take tough steps to make the grade in responding to the people.

例2:

SL2:促進經濟建設和國防建設協調、平衡、兼容發展。

TL2:We will continue to promote coordinated, balanced, and compatible development of the economy and national defense.

以“語意傳達”為例,政府工作報告中常出現不同構詞特點的四字短語或兩字詞語,如例1中“科學施策、標本兼治、鐵腕治

理”。譯文“adopt well-designed policies, tackle both symptoms and root causes, and take tough steps”并未依照漢語語言特點進行翻譯,而是將源語中的并列四字短語以并列動賓結構的形式輸出。就兩字詞語轉換輸出而言,例2源語中“協調、平衡、相容”譯為“coordinated, balanced, and compatible development”,實則是將源語中“副詞+動詞”結構轉換為譯文中的“形容詞+名詞”結構。這種靈活的轉換使得翻譯過程脫離了源語語言形式的禁錮,達到了“語意傳達”功能的對等。

例3:

SL3:凡法律法規未明確禁入的行業和領域,都要允許各類市場主體平等進入;凡向外資開放的行業和領域,都要向民間資本開放;凡影響市場公平競爭的不合理行為,都要堅決制止。

TL3:All industries and sectors for which entry is not explicitly prohibited by laws or regulations should be open to different types of market entities; all industries and sectors that are open to overseas investment should be open to Chinese private capital; and all unjustified activities that impede fair market competition should be stopped.

以“語氣強調”為例,漢語文體中,多用排比句來強調語氣。例句中三個“凡”字結構的使用和三個“都要”結構的使用使得源語“語氣強調”的意圖得以實現。源語中“凡”和“都要”分別譯為了目的語中的“All”和“should be”,以三個“all; all; all 以及 should be; should be; should be”形式輸出譯文,不但實現了雙語結構的對仗,而且準確處理和傳達了源語文體中的“語氣強調”功能。

四、結論與建議

本文以《2017年國務院政府工作報告》為語料,將“功能對等理論”中詞匯對等、句法對等和文體對等三個層面與商務翻譯的具體特點相結合,對政府工作報告中的翻譯文本進行了分析,旨在為商務領域中的翻譯實踐提供可取的理論依托和策略指導。首

先,就詞匯對等原則在商務翻譯中的應用而言,譯者應充分考慮到源語國家的文化和經濟背景,從而使目的語讀者能夠更加精準地理解源語的內涵。如文中例證“a moderately prosperous society”“13th Five-Year Plan”與“agriculture, rural areas, and farmers”的譯文輸出則充分的考慮到了翻譯原則與商務英語的自身特點。其次,基于句法對等原則在商務翻譯中的應用,譯者應充分考慮到源語和目的語之間的單復數形式轉換、主被動結構轉換以及主語補充原則。如文中例證“countries and regions; firms”“will be increased; has been included”與“we will expand; we will support; we will promote”的譯文輸出則充分地遵循了“功能對等理論”。第三,針對文體對等原則在商務翻譯中的應用,譯者應關注源語語料中四字短語和排比結構等文體的翻譯策略,以更好地實現源語中“語意傳達”和“語氣強調”的功能。如文中例證,譯文輸出為“adopt well-designed policies, tackle both symptoms and root causes, and take tough steps”,而源語則是具有典型中國特點的四字或者兩字詞語形式;譯文輸出為三個“all; all; all 以及 should be; should be; should be”,而源語則為三個“凡”字結構和三個“都要”結構。

本篇文章建議譯者在今後的翻譯活動中參考以下三個層面的建議。首先,譯者應具備良好的跨文化交際意識,將跨文化因素融入到譯文中,使目的語讀者在閱讀譯文時能夠獲得與源語言讀者閱讀源語言時的同等感受。其次,譯者應熟練掌握源語語言與目的語語言的語言特點,在翻譯過程中考慮語言差異,使譯文達到“最貼切,最自然”的對等標準。最後,譯者應借鑒恰當的翻譯理論,將源語語言特點與翻譯理論相結合,使源語言與譯文達到動態對等。

參考文獻:

[1] Eugene A. Nida, *M. Toward a Science of Translating*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign

(continued on Page 006, 轉 006 頁)

The Translation of Chinese Publicity Materials of Tea Companies Under the Belt and Road Initiative

“一帶一路”背景下茶企外宣材料英譯策略研究*

LIU Biao

劉彪

School of Foreign Languages, Guangxi Teachers Education University, Nanning, 530000, P.R. China

廣西師範學院外國語學院 中國 南寧 530000

[Abstract] Tea originated in China has been exported to many other countries since the ancient times. However, with the rapid development of tea companies in India, Sri Lanka and other nations, the export of tea nowadays in China is faced with great challenges. With the implementation of the Belt and Road Initiative, Chinese tea companies will embrace a new opportunity for further development. Therefore, Chinese tea companies, famed for their high quality, should strengthen their promotion to improve their competitiveness in the international market. In view of the differences between China and foreign countries, the translation of publicity materials of tea companies should adopt flexible strategies, together with the standard tea terms and expressions, to overcome the cultural gap and barriers so that it will enhance their promotion and position in the international market.

[Keywords] the Belt and Road; tea Companies; publicity materials; translation strategies

摘要:中國是茶葉的故鄉,自古就遠銷多國。然而近代中國茶企面對來自印度、斯里蘭卡等多國的競爭,茶葉出口受到了巨大衝擊。隨着“一帶一路”戰略的推行,中國茶企將迎來新的發展機遇。茶企在保證質量的基礎上,還應該增加宣傳力度,從而提升茶企國際競爭力,因此茶企宣傳材料英譯則顯得尤為重要。然而,中西方文化不同,表達習慣迥異,茶企外宣材料還存在很多問題。本文在深入分析譯文問題的基礎上,指出茶企宣傳材料英譯應以規範茶葉相關術語為根本,靈活運用翻譯方法,消除文化隔閡,提高企業國際宣傳力度,推動中國茶企走出國門。

關鍵詞:“一帶一路”;茶企;宣傳材料;英譯策略

2013年9月,國家主席習近平首次提出建設“絲綢之路經濟帶”和“21世紀海上絲綢之路”(以下簡稱“一帶一路”)的戰略構想。隨着國家全面推進“一帶一路”建設,中國國際經濟貿易將持續增加,對外文化交流也會逐步深化。中國是茶葉的故鄉,從唐代開始,茶葉就曾遠銷各國,對其他國家產生了深遠的影響。然而,近現代以來,中國茶葉

出口受到巨大衝擊,雖然種植面積和茶葉產量依然位居世界前列,却始終無法再現當年的輝煌成就。“一帶一路”戰略的實施為茶企帶來新的發展機遇。中國茶企應提升產品質量,增加宣傳力度,適應國際市場對茶葉產品的需求,提高產品國際競爭力,從而推動茶企的進一步發展,弘揚中國傳統的茶文化。在此過程中,中國茶企宣傳材料的英譯

基金項目: 本文是2015年度廣西高校科學技術研究項目(項目編號:KY2015LX213)階段性研究成果。2013年廣西師範學院青年科研基金項目。2017年度廣西師範學院教學改革工程立項項目(項目編號:2017JGX007)

作者信息: 劉彪,男,廣西師範學院外國語學院講師,碩士,研究方向:翻譯理論與實踐研究

是至關重要的一個環節。優秀的宣傳材料翻譯有助於茶企樹立良好的企業形象,吸引西方消費者,讓他們對於中國茶葉產品產生更深了解,以茶為平臺,借助中國文化的底蘊,推動中國茶葉走出國門,進而促進中國文化的傳播。

一、茶企宣傳材料英譯存在的問題

茶企宣傳材料主要是指企業以書面材料的形式,為國外消費者提供詳盡的信息,包括企業歷史現狀、業務範圍、產品特色等,加深國外消費者對企業的深入了解,獲得對方的信任,贏得他們的青睞。然而,很多茶企宣傳數據英譯過程中未能充分考慮中西方語言文化和思維方式差異,不了解外國消費者的閱讀習慣,因此,茶企宣傳材料英譯還存在諸多問題,具體體現在以下三個方面:

1. 語言表達層面

首先,我國茶葉品種繁多,茶葉命名方式不一而足,因此,茶葉名稱英譯五花八門,同一種茶葉不同茶企英譯也不盡相同,讓國外消費者一頭霧水,無法判斷。例如,鐵觀音茶可譯為 Tie Guan Yin Tea, Tieh-kwan-yin, Iron Guanyin Tea, Iron mercy goddess, Iron Buddha; 大紅袍茶的常見英譯有 Da Hong Pao tea, danghongpao tea, red robe tea, scarlet robe, ta-hung-p'ao 等。雖然是同一種茶葉,英文表達却各式各樣,無法讓國外消費者形成品牌忠誠,從而減弱產品的影響力。其次,茶葉從生產到飲用,中間涉及很多道程序,由此也產生了大量茶葉相關術語。然而在翻譯過程中,此類術語翻譯卻不相同,容易造成誤解。例如,“發酵”是茶葉生產過程中的一個重要環節,一般分為全發酵(full fermentation/complete fermentation)、不發酵(non-fermented)、前發酵(primary fermentation)、半發(half-fermentation/semi-fermentation)等。若不予以區分,本屬於統一範

疇的茶葉會被譯為不同名稱,讓讀者一頭霧水,不知所雲。例如,紅茶既可以根據名稱譯為 black tea,也可以根據生產過程譯為 fermented tea,不同的譯名讓其失去自身的特色,不利于產品的推廣。再次,有的茶葉讀音相同,意義却有着天壤之別,如果不明確區分,很容易誤導讀者。例如,中國湖北的恩施玉露茶,因其色綠如玉而得名,該茶被譯為 Chinese Gyokuro,這一譯名借鑒了日本玉露茶 Gyokuro 的譯名,但是日本玉露茶源自于其獨特的工藝及豐富的葉綠素,因此兩種茶葉本質上是不同的,相近的譯名會讓茶葉失去自身特色,無法讓國外消費者了解兩者之間的區別(王麗峰,2017:162-163)。

此外,茶企宣傳材料英譯文本拼寫錯誤、語法錯誤比比皆是,表達不夠規範,給國外消費者留下不好的印象,不利于樹立公司形象。中文茶企宣傳材料通常語言華麗,對仗整齊,還經常引經據典;英語企業宣傳材料傾向使用簡單的詞匯,讓宣傳材料淺顯易懂,適合不同層次的消費者。然而,許多茶企宣傳資料的翻譯依然采用直譯,不符合英語的表達習慣。例如,“香氣似蘭、似蜜、似果、湯色金黃橙亮”。The aroma is like orchid, honey and fruit and the liquor color is golden yellow and brilliant orange. 譯文祇求字面對應,沒有考慮英語習慣表達方式,不利于國外消費者的理解。

2. 內容層面

中文茶企宣傳材料,尤其是茶企公司簡介,內容通常平鋪直敘,篇幅一般較長,重點不夠突出,較多使用空泛的套話,偏愛展示所獲獎項和各種證書,往往加入一些口號性的表達。英文企業宣傳材料往往以宣傳公司形象與產品為核心,用客觀地表達,傳遞真實信息。茶企宣傳材料英譯過程中,很多譯者並未處理好中西宣傳材料內容上的差異,生搬硬譯,讓國外消費者失去閱讀興趣,

無法達到宣傳的目的。例如,XXX公司被評為農業農產化國家重點龍頭企業(XXX company was awarded State-level leading enterprise for agricultural industrialization)、2011年度中國茶葉行業百強企業(Second in Top 100 tea enterprises in China),榮獲高新技術企業稱號(High-tech enterprise of Hunan province)、中國食品行業質量放心品牌(China's Healthy Food)等。譯文將宣傳材料中公司所獲榮譽和稱號全部譯成英文,內容顯得臃腫,非但不能贏得國外消費者的認同,反而會引起誤解和反感,不能達到預期目的。

3. 文化層面

中國茶文化博大精深,淵遠流長,茶企宣傳材料中不可避免會出現許多文化相關的表達。由于中西方文化不同,若翻譯方法不够靈活,則容易造成誤解,適得其反。比如,中國馳名品牌龍井茶被英譯為 Dragon Well Tea;又如,“XXX公司已經成為吸引國內外投資的龍頭企業”。其譯文,“XXX company has become a dragon's head for investors both at home and abroad.”前面兩個例子中,無一例外都提到了 dragon 一詞,然而中文的“龍”和英文總的 dragon 寓意截然不同。在中國,“龍”代表權利、高貴,備受推崇;在西方,dragon 代表着邪惡、貪婪。因此,無論是 dragon well,還是 dragon's head 都和字面意思相近,所傳達的文化意象却相距甚遠,甚至還會引起國外消費者的反感,最終事與願違。隨着中國國際地位的提高,越來越多的中國元素在西方已經家喻戶曉,為了進一步推動中國文化走出國門,現在中國很多專有名詞都直接采用音譯的方式,因此,“龍井茶”可以改譯為 Longjing Tea,再更具自身特色的同時,還宣傳了中國文化;而“龍頭企業”可根據文中具體意思改譯為“one of the leading enterprises”,符合英語的思維方式和表

達習慣。

二、茶企宣傳材料英譯策略

國家推行“一帶一路”戰略,旨在打造“政治互信、經濟融合、文化包容的利益共同體”。中國茶企宣傳數據英譯,不僅有助於提升茶葉品牌走向國際市場,還可以傳播中國茶文化,帶動中國文化走出去,提升中國國際政治經濟地位。為了使世界人民完整、準確、深入地了解中國文化,外宣材料翻譯要遵循“外宣三貼近”原則,即“貼近中國發展的實際,貼近國外受眾對中國信息的需求,貼近國外受眾的思維習慣”(黃友義,2004:4-6)。茶企外宣材料的翻譯也應遵循上述原則,本文在此基礎上,結合上文中提到的茶企宣傳材料英譯的種種問題,針對中國茶企的具體情況,提出:首先,要統一茶葉相關術語,規範英語譯文表達;其次,茶企外宣材料翻譯過程中不應該逐字逐句地機械地把中文轉換為外文,而是根據國外受眾思維習慣,對中文原文進行適當的加工,有時要刪減,有時要增加背景內容,有時將原話直譯(黃友義,2004:4-6),採用靈活的翻譯策略;最後,應充分考慮中西文化的差異,努力消除文化隔閡。

1. 統一茶葉術語,規範譯文表達

茶企宣傳材料中無論是茶葉名稱還是茶葉相關術語,其英文譯文都有很多與之對應。“譯者更多是根據自己的理解來選擇譯文,最終譯文因人而異,五花八門”(鄒巍,2013)。倘若外國消費者連譯文的意義都無法理解正確,則更談不上宣傳茶葉產品、傳播中國茶文化了。因此,茶葉名稱及相關術語規範化勢在必行。一方面,茶葉在西方國家,尤其是英國,盛行已久,許多茶葉名稱和相關術語在英語裏已經存在成熟的表達方式,應以英語已有表達方式為準。例如,烏龍茶被譯為 oolong tea,該譯名已經家喻戶曉,廣為人知,因此,在對外宣傳過程中不需

要再做任何調整；另一方面，對於具有中國特色茶葉相關表達，茶學專家應與翻譯大家攜手合作，共同制定翻譯標準，編寫英文術語詞典，統一宣傳材料中茶葉相關術語英文譯本，就如同“中華老字號”英譯名的確定一樣，集思廣益，推動茶企走向國際市場，促進中國茶文化的傳播。還應有專業人士定期補充完善新出現的術語及表達，做到與時俱進。

此外，茶企外宣材料應找專業人士翻譯，並要通過嚴格的審核，避免一些簡單、明顯的拼寫、句子結構、基本語法和標點錯誤出現在英文譯文中，以免給國外消費者留下負面印象，從而影響他們對於產品質量的判斷。

2. 運用靈活的翻譯方法

茶企宣傳材料英譯旨在幫助國外消費者了解中國茶葉產品，提升茶企知名度，促進茶文化的傳播。茶企宣傳材料英譯過程中，應以外國消費者為中心，根據不同的翻譯材料，靈活使用直譯、意譯、減譯和省略等翻譯方法，順應外國消費者的閱讀習慣和思維習慣，達到譯文最終目的。其中，直譯是最常用，也是使用最多的翻譯方法。例如：“億健有機茶是中國有機茶的開拓者與領導者！2000年始，進行茶苗全面研發、培育、種植、管理等工作；”可以直譯為 Yihealth Organic Tea is the pioneer and leader of Chinese organic tea. The company started to carry out comprehensive research and development, cultivation, planting and management of tea seedlings from 2000. 例文中，中英表達內容基本相同，是對公司情況的基本介紹，因此可以直接翻譯。但是，在有些情況下，為了“貼近國外受眾對中國信息的需求，貼近國外受眾的思維習慣”，需要對中文內容進行刪減和調整，採用意譯和省譯的翻譯策略。例如，“億健有機茶從2006年起連續6屆獲得廣西

春茶節金獎；2011年第一次參加全國中茶杯大賽斬獲三個特等獎。”Yihealth organic tea got Guangxi Spring Tea Gold Prize for six consecutive years since 2006. And it participated in national Chinese tea cup competition for the first time in 2011 and got the three special awards. 原文中提到億健有機茶具體獲獎次數和名稱，這些獎項對於國外消費者而言非常陌生。筆者將原文中具體信息省略，僅指出產品多次獲得省級和國家級獎項，Yihealth organic tea got many prizes and awards at the provincial level and national level since 2006. 這樣更符合英語表達習慣。再如，“廣西茂聖茶業有限公司成立於2004年。公司主要生產梧州特色——六堡茶。”Guangxi Wuzhou MaoSheng Tea industry Co., Ltd was established in 2004. It produce famous Wuzhou specialty —Liubao Tea. 英語譯文不僅出現了語法錯誤“it produce”，而且屬於字對字直接翻譯，不符合英語表達習慣，應改譯為 Guangxi Wuzhou Maosheng Tea industry Co., Ltd, established in 2004, specializes in Liubao Tea. 漢語重意合，短句較多，側重中心意思的表達；英語重形合，長句尤為常見，側重主謂關係；因此，在翻譯過程中，應靈活調整，貼近讀者的表達和閱讀習慣。

3. 消除文化隔閡

茶企宣傳材料中一般會涉及很多中國特有的文化意象，譯者在翻譯過程中應首先深入理解茶文化相關知識，抓住核心部分，用深入淺出的方式表達，盡量消除中西化理解隔閡，從而吸引國外消費者。在宣傳企業產品的同時，實現中外茶文化交流，逐漸推動中國茶文化走出去。例如，“此茶祇應天上有！”This kind of tea should only be in heaven. 可以看出，原句仿造了唐代詩人杜甫《贈花卿》中的兩句：“此曲祇應天上，人間能得幾回聞”，難得聞而聞，愈見其奇妙之處，旨

在表達茶非常好喝,極為難得。如果直接翻譯,根本無法體現原文的意圖,還會造成國外消費者的誤解。可譯為 *It's one of the best tea in the world*. 修改後譯文傳達了原文意圖,也避免產生文化隔閡。當然,如果能够保留文化意象還應盡量保留。例如,文君綠茶因卓文君與司馬相如之佳話而得名,可以譯為 *Wen Jun Green Tea (Wen Jun, a talented woman in ancient China)*, 採用直譯加注釋的方式,既傳播了中國文化,又易于消費者的理解和接受;美中不足的是,譯文顯得冗長,不利于記憶。建議直接譯為 *Wen Jun Green Tea*, 同時在企業宣傳數據中進一步補充此茶相關典故。以其民族特色吸引消費者的興趣,刺激消費,同時,推動中國傳統文化的傳播。

此外,在茶企外宣材料英譯過程中,還應認真核查與茶葉相關的中文典故,以免誤解,導致翻譯錯誤。例如:水仙茶被譯為 *Narcissus Tea*, 顯然譯者在翻譯過程中將水仙茶理解為以花命名的一種茶葉,但是實際上,水仙茶并非源于水仙花這種花,而是源于福建建甌祝仙洞。在當地方言中,“祝”的讀音與“水”一樣,于是將“祝仙洞”讀為“水仙洞”,“祝仙茶”也就變成了“水仙茶”,從而為人們所熟知。如果譯為 *Narcissus Tea*, 會讓國外消費者誤以為該茶是由水仙花制成,不利于他們了解茶性及茶文化的推廣。建議直接譯為 *Shui Xian Tea*, 並在企業宣傳資料中進一步補充此茶相關典故。

三、提高茶企外宣材料翻譯質量的建議

前文主要從統一茶葉術語,規範譯文表達、採用靈活的翻譯方式、消除文化隔閡等方面逐一進行了探討,旨在解決茶企外宣材料翻譯在語言、內容和文化方面存在的各種問題。除上述內容之外,筆者認為還用從以下幾個方面進一步提高茶企外宣材料翻譯質量:

首先,培養專業的翻譯人才。茶企外宣材料翻譯存在諸多問題,其中最主要的原因就是譯者對於茶及相關文化了解不够深入,從茶的生產、加工到飲用,每個環節中涉及的概念和原理相對復雜,若譯者了解不够全面,則無法準確再現原意,從而影響茶葉品牌的推廣,制約中國茶葉的出口。因此,培養專業的茶翻譯人才迫在眉睫。尤其是高校,作為翻譯人才培養的搖籃,應調整培養目標,完善課程體系,增開與茶及茶文化相關的課程,並注重學生的實踐能力,鼓勵學生去茶企實訓、實習,全方位了解茶葉相關知識,從而提高茶翻譯人才的總體水平。

其次,構建茶企外宣翻譯語料庫。語料庫如今已廣泛應用於翻譯研究與實踐,具有很强的指導和現實意義。但是迄今為止,仍未有專門的茶產品翻譯的語料庫。茶企外宣語料庫可以從術語、表達和篇章等方面對茶產品外宣翻譯提高參考,提高譯者的翻譯速度,保證翻譯質量。同時,茶企外宣語料庫還可以為該領域的研究者提供豐富的研究材料,方便他們展開研究,提出相關理論及建議,從而進一步完善譯文,指導實踐。

最後,注重茶文化的宣傳推廣。茶文化綜合了佛、道、儒家的核心思想,是我們傳統文化的重要組成部分。茶文化的宣傳推廣不僅僅是茶企推銷茶產品的有效途徑,也是中國文化走出國門的重要媒介。因此,國家應加大茶文化的宣傳力度,以國家力量為核心,以茶企宣傳為主綫,促進中西方茶文化交流,求同存異,現實不同國家茶文化融合,進而加深世界文化之間的交流與溝通。

四、結論

茶企宣傳材料英譯旨在幫助國外消費者了解中國茶企,熟悉中國茶葉產品,提高茶企的國際影響力,從而售往世界各地,重現昔日輝煌。然而,茶企外宣材料翻譯質量確實讓人堪憂。多數茶產品的介紹讓人不

知所雲,打消了國外消費者進一步了解產品的積極性。由此可見,茶企宣傳材料譯文不僅影響國外消費者的理解,甚至影響企業良好形象的樹立。因此,宣傳材料英譯過程中應充分考慮外國消費者的理解接受能力,採用靈活的翻譯策略,達到譯文預期目的。在此基礎上,盡量傳播中國茶文化精髓,推動中國傳統文化走出。

參考文獻

[1] 張衡:構建更加有效的區域協調發展新機制[EB/OL]. <http://finance.china.com>.

cn/news/20180314/4569088.shtml,2018-03-14

[2] 孟志遠:億健有機茶:茶本健康質量自然——訪太原山恩茶業有限公司總經理李愛萍[EB/OL]. <http://news.163.com/15/1127/23/B9FF38Q300014Q4P.html>, 2015-11-28

[3] 黃友義.堅持“外宣三貼近”原則,處理好外宣翻譯中的難點問題[J].中國翻譯,2004(6):27-28.

[4] 鄒巍.關聯—順應視角下網絡外宣數據翻譯研究[D].南昌:南昌大學,2013(6):14-19.

(continued from Page 031,接031頁)

讀理解能力和商務素養也提出相關要求,集中折射出商務英語的跨學科特徵。大眾媒體的重要特點之一是傳播速度快、範圍廣、影響力大,商務英語作為媒體手段,經濟活動是它的載體,不可避免地要適應它,為它服務,所以短平快是商務英語翻譯的又一個重要特點。

五、結語

呂世生教授指出商務英語兼有語言價值屬性和經濟屬性(呂世生,2106),新華網的Business欄目對此做了很好的詮釋。如前文提到,商務英語是英語的一種變體,仍然是外語的二級學科,與英語之間的關係是屬種關係,所以與英語相關的所有知識和因素理所當然地制約着它。因此,對於它的研究,和英語項下其他領域的研究一樣,語言本身的特點和規律仍然是基礎和出發點。另一方面,“商務”這個定語又為它確定了使用對象和範圍,這一點又使其具備與英語項下的其他特殊用途用語,如法律英語、計算機英語等等具有同樣的特點和地位,其針對的領域也就是它的用途和相應特點。同樣如本文所述,因為Business這個詞所涵蓋的

內容較其他概念的內容更加寬泛,所以用途更廣、特點也相應地更多一些。經濟是商務英語的載體,發展是它的動力,語言對經濟和發展也有反作用,近些年來出現的新概念,如SWOT、win-win、the Belt and Road、zero-sum game等,還有漢語中已經耳熟能詳的翻譯——“蝴蝶、短板”效應,無不對我國經濟的發展起到一定的推動作用。有人說一個經濟學術語可能就是一種理念,而大部分這樣的術語都與商務英語翻譯有關,從中也可以看出商務英語翻譯和研究的重要意義。

參考文獻

[1] 顧康麗.論商務英語的語言特點,現代商貿工業[J].2010,(09):228

[2] 呂世生.商務英語的語言價值屬性、經濟屬性與學科基本命題,中國外語[J].2016(04):4-8.

[3] 束定芳主編.中國語用學研究論文精選[C].上海外語教育出版社2003

[4] 新華網 <http://www.English.news.cn>

The Retrospection and Prospection about the Situated Method for Business Translation Teaching

——Take the "Global Village" of the Jilin Huaqiao University

商務翻譯情境教學研究回顧與展望

——以吉林省華僑外國語學院“地球村”為例

SUN Yunchun SHAO Hui

孫蘊春 邵暉

College of English, Dalian University, Dalian, 116622, P.R. China

大連大學英語學院 中國 大連 116622

[Abstract] Along with the implementation of the strategy of "the Belt and Road" in our country, the general business translation teaching practice has got great progress and development. And it gives us the reflect both on the great shocks to the teaching method from economic progress and improvement and on the room for the improvement of the existing levels. The "Global Village" of the Jilin Huaqiao University of Foreign Languages is the products of a large fiscal investment under the condition of economic development and rich cash, and it also is the embodiment to promote education technology requirements and to complete education facilities. And it is the epitome of development of the practice of the situated method used in business translation teaching by leaps and bounds. "The Global village" is essentially a typical example of the situated method for business translation teaching in the virtualization of the process, the realization of the process, the intelligentization of the facilities, serialization of the content and the largenization of the proportion. It has a huge impact to the contents of teaching material of the business translation for the facilities for the situated teaching method with modern color such as "global village" to be put into use. It will produce profound influence to business translation teaching implementation process., and it will also give us anxious senses that we cannot successfully explain the existing teaching phenomena and the development trend of related situated teaching theory with the theory in hand, because it is highlighted that the theory has lagging far behind the business translation situated teaching practice and it also get a important role in promoting the level of of the situated teaching theory for the business translation. This paper focuses on the retrospect and prospect of the business translation situated teaching from different angles, taking the "Global Village" of the Jilin Huaqiao University of Foreign Languages as an Example.

[Keywords] business translation; global village; situated teaching; new trend

摘要: 隨着我國“一帶一路”戰略的實施,我國商務翻譯教學實踐也有了普遍的、長足的進步與發展,但也讓我們反思經濟進步和教學設施進步給我們帶來的衝擊,反思現有的水平是否還有很多需要提升的地方。吉林省華僑外國語學院“地球村”正是在經濟發展、資

作者信息: 孫蘊春,大連大學英語學院講師,碩士,研究方向:翻譯理論與實踐、中英詩詞比較研究;邵暉,大連大學英語學院講師,碩士,研究方向:認知語言學、教學法

金充裕条件下大规模财政投入的产物,是教育技术提升需求、教育设施完备需求的具體體現,是當今商務翻譯情境教學實踐突飛猛進發展的縮影。“地球村”實質上就是未來商務翻譯情境教學法流程實境化、流程虛擬化、設施智能化、內容系列化、規模宏大化趨勢的典型而突出的代表。諸如“地球村”等極具現代化色彩的情境教學設施的投入使用,對商務翻譯教材內容的選編有巨大的影響;對商務翻譯教學實施過程也將產生深遠的影響;也讓以往的情境教學法相關理論,無法圓滿地解釋現有的教學現象和相關教學的發展趨勢,從而凸顯了商務翻譯情境教學理論嚴重滯後于商務翻譯情境教學實踐的現狀,所以對商務翻譯情境教學理論水平的提升也具有促進作用。本文以吉林省華僑外國語學院的“地球村”為例,對商務翻譯情境教學做一個不同角度的回顧與展望。

關鍵詞: 商務翻譯;“地球村”;情境教學;新趨勢

一、引言

挑戰和機遇總是相伴而生。隨着地球上各個國家聯系的密切和依存的加深,隨着中國“人類命運共同體”理念的倡導和運行,我國高校商務翻譯學科教學出現了廣闊的發展前景和應用領域,然而,商務翻譯的教學效果不盡人意,存在着商務翻譯教學內容簡單枯燥、教學方法單一的問題,存在着翻譯教學質量差的問題。最終導致學生的翻譯能力沒有達到商務實際交流的要求、翻譯人才素質低下。商務翻譯一線教學工作者,在時代要求更高和教學挑戰更嚴峻的前提下,更多地採用現代化教學設備和場館、更多地採用情境教學法,從而啟動和更新商務翻譯教學內容、加強商務翻譯教學的吸引力,自然就成為一種重要的應對途徑。在國內,對情境教學的研究,是從1978年李吉林進行情境教學法實驗(顧明遠,2011:12)正式開始的。傳統的情境教學法的概念通常祇是指,教師依據學生不同的職業交際需要,結合教材內容,創設一些簡單、具體相關情境,指導學生開展角色扮演等活動,進行教師與學生的互動、學生與學生的互動、學生與情境的互動的教學活動。隨着教學實踐的深化和發展,情境教學研究雖然也逐漸積累了較豐碩的成果,但不可否認,迄今為止,相對於國外的情境教學方面的教學論研究,(吳文侃,1990:391)尤其是國內的商務翻譯情境教學的研究,仍然存在着“高原現象”,暫時處於停滯、尚待升華的階段。

其表現為,教師研究隊伍分散而缺乏整合,商務翻譯情境教學實踐固步自封,對情境教學實踐不足缺少應有反思,對現代化教育技術發展的忽視和放棄;情境教學理論支離破碎,缺少宏觀的、系列性的深化,創新的水平在相當長的時間內沒有新的突破。為推動商務翻譯情境教學進一步深入發展,豐富商務翻譯情境教學理論和實踐,筆者認為,商務翻譯情境教學的研究在教育技術如此現代化的今天,現狀有待於改進,研究方法有待於突破,研究範圍有待於拓寬,研究內容有待於深化。

二、商務翻譯情境教學的回顧

在研究商務翻譯情境教學或者是基本的“情境教學”概念的時候,我們通常都從情境教學的概念入手,比如,渤海大學外國語學院的于蘭老師在《英語情境教學:原理、特徵與策略》中寫到,“什麼是情境教學?人們的觀點有多種,有觀點認為情境教學就是情境教育的一種方式,如《教育大詞典》(卷一)對情境教學的定義為:情境教育方式之一。通過一定事件的形象描述或一定環境的設置、模擬,激發學生的情感和思維,使學生產生如歷其境的逼真感以達到一定的教育目的。有人把情境教學看作是一種教學組織形式,如“情境教學是指將教學內容、角色和場景高度融合後的一種‘仿真’教學組織形式。”有人把情境教學理解為一種教學模式,如“情境教學是基于情境認知與學習的教學模式”,參考了多

處情境教學的概念界定,提出了自己的概念,“因此,我們認為,凡是有意識地通過情境的創設進行的教學都可稱之為情境教學。”(于蘭,2011:36)和于蘭老師一樣,很多學者也都根據自己的教學實踐提出了很多類似的情境教學的概念,并在此基礎上對個學科領域的情境教學多了諸多闡述。但是,如果從更小的單位“情境”以及期間的細化分類來作為支點或者是基礎來探討情境教學,也許會有新的視角。比如,McLellan, H 很推崇情境學習模式,他認為,知識必須在情境中才能學到,這樣的情境有:第一種,真實的工作場景,第二種,真實的工作場景的“虛擬”替代品;第三種,仿真的工作場景,如影像或多媒體程序。(McLellan, H, 1994: 7)他把情境分成了真實、虛擬、模擬三種。從他的這一視角去考慮,我們在研究商務翻譯情境教學的時候,就會對許多教學過程的一些教學現象、教學理念,以及對商務翻譯情境教學的感念本身和相關理論,有更好更深的解讀。對我們回顧和展望商務翻譯情境教學也將有很大所幫助。

1. 商務翻譯情境教學理論方面

從知網論文檢索數據統計結果分析,和情境教學相關的論文,年代分布和學科領域分布的大數據排列是這樣的:1987年前,情境教學的相關論文還不到100篇;1997年前,情境教學的相關論文還不到1000篇;2007至今,情境教學類為主題的科研論文就以4000篇為基數,以每年四百至五百篇的速度遞增;2017年當年,有近8千篇情境教學相關論文在各類期刊上發表。到目前為止,高等教育階段的情境教學相關的科研論文已累計高達6712篇。但和商務翻譯相關的情境教學方面的論文,還是寥寥無幾,并且,有一些還是對商務翻譯情境教學祇是一帶而過,沒有系統的理論性論述。比如,“任務驅動教學以預先設置的任務為載體,將教學內容和教學重點隱含在一個或幾個具有代表性的任務中。通過創設真實的或類似于真實的學習情境,引導學生利用信息資源開展協作學習,主動完成任務,以實現對新知識的意義建構。”(李輝,

2011:35)這對商務翻譯沒有提及,對情境教學的具體實施沒有提及。還有人說,“多媒體教學設備的應用,利用豐富、有趣的教學信息,在短時間內將盡可能多的知識和技巧傳遞給學生,這樣能够提高學生的學習興趣和積極性,更加主動地參與到英語翻譯教學中,顯著提高教學效率。同時,采用多媒體設備能够創設具體的教學情境。例如,創建商務應用場景,由學生扮演商務活動中的角色,在實踐的過程中幫助學生更好地理解 and 掌握教學內容,同時讓學生在體驗的過程中享受課堂教學的樂趣,顯著強化教學效果。”(陳雙玉, 2015:71)這對商務翻譯有所提及,對情境教學的具體實施也有提及,也提到多媒體教學設備,但是,對最前衛的現代化教育技術沒有多少涉獵。李京雄老師說,“情境教學法是指通過創設各種教學情境來激發學生樂學動機的一種方法,諸如問題情境、成功情境、快樂情境、直觀情境、美感情境、競爭情境等。情境教學法要求創設的情境就是要使學生感到輕鬆愉快,心平氣和,耳目一新,促使學生心理活動的展開和深入進行。課堂教學的實踐中,我們也深深地感到:歡快活潑的課堂氣氛是取得優良教學效果的重要條件。學生情感高漲和歡欣鼓舞之時往往是知識內化和深化之時。”(李京雄, 2005:69)他對情境從主觀感覺的角度做了一些種類區效果描述,但缺少客觀存在角度的種類區分以及效果描述。蔣陽建老師在《地方高校商務翻譯課堂教學創新與實踐》中寫到:“我們采用 CBI 教學理念,選取實踐型的商務內容教學進行課程設計。教學活動模擬商務工作情境,教學內容由各項商務工作翻譯任務構成,學生的學習任務包括翻譯前的準備工作,材料收集和任務分析,任務實施以及對任務實施效果進行評價。這種任務型或項目型的教學,融合了翻譯任務分析、翻譯技巧講解、項目實戰等教學環節,翻譯理論與實踐相結合,通過構建仿真的教學情境來完成常見的商務文本翻譯實踐。”(蔣陽建, 2016:140-141)在這裏,模擬情境的概念計入了實踐性的理念,加上教學的

基礎理論——CBI 教學理念,在結合商務翻譯教學內容,本應該是比較完整的商務翻譯情境教學框架結構,但是,筆者還是覺得其對於當今智能化、規模化的教學設施、場館沒有更多的涉獵,很難說是較全面地闡述了商務翻譯情境教學法。

2. 商務翻譯情境教學實踐方面

從國家層面上,對外經濟的繁榮和發展,產生了巨量商務翻譯人才的需求,為商務翻譯情境教學提供了廣闊的發展前景;從高校的層面,政策和財政向商務翻譯的傾斜和投入,引入了智能化技術含量高超的教學平臺、設備,建設了頗具規模的教學設施、場館,為商務翻譯情境教學提供了強大的物質保障;從教師的層面,大量的智能投入和實踐探索,萌生着諸多的教學經驗和嶄新的教學理念,為商務翻譯情境教學提供了豐富的學術基礎。

以往的商務翻譯情境教學,衆多學者多從不同的角度,來展開自己教學實踐,都有自己不同的側重,比如,有的學者從多媒體、網絡、信息技術、VRML 虛擬現實技術、“雨課堂”平臺等教輔設施角度,有的學者從建構主義(王毅敏,2003:86)、CBI 內容依托式教學模式、(Met.M, 1999: 98)翻譯教學“5A (Alluring、Analyzing、Acting、Assessing、Arranging)”模式、任務型教學理論、“教學做一體”教學模式理論、李吉林情境理論、加德納的多元智能理論、研究性學習理論等學術角度,也有學者從“慕課”、“微課”和“翻轉課堂”(翟娜,2017: 91)、“精品課程”(丁文,2012:147)等課堂組織形式的角度,還有的學者從以過程為導向的模式(鄧麗君,2017:123)、校企合作形式、工作過程系統化等等的實境角度。

三、商務翻譯情境教學未來發展趨勢的展望

1. 商務翻譯情境教學形式的發展趨勢

隨着近年來商務翻譯情境教學實踐的深入和發展,商務翻譯情境教學原來那些臨時性的、設施單一的情境創設也已經不能滿足商務翻譯情境教學實際工作的需求,各種

類似于吉林省華僑外國語學院“地球村”這種固定的、系列的、綜合性智能設備參與的商務翻譯情境教學完整體系建構開始不斷建立和完善起來。商務翻譯情境教學在形式方面出現了規模宏大化、模式平臺化、設施智能化、功能多元化的發展趨勢。

1)規模宏大化:

被譽為“大型語言實踐教學基地”的吉林華僑外國語學院“地球村”是一座獨立設置的教學建築,外部呈奇特、精美的球體造型,建成于2011年6月16日,與翻譯實踐教育中心和外語聽說訓練實踐中心共同構成國際語言文化實踐教育中心,建築面積高達5330多平方米。按照前文所提 McLellan, H 的情境分類,地球村則是第二種情境——模擬情境,如此巨大固定設施投入使用,體現的是商務翻譯情境教學的情境設施建設規模宏大化的趨勢。

2)流程實境化

商務翻譯是相對復雜并且很接近于工作使用過程的知識體系,他的復雜性和應用性決定了它對情境教學的要求更接近也實戰、實用、甚至更接近真實的工作場景。這就決定了商務翻譯情境教學的流程實境性。

(1)校企聯合模式:學校與外貿企業、商務翻譯企業、外事部門的聯合與共建,就是一個很好的實境的商務翻譯情境教學過程。讓學生走進與未來就業方向相似的企業:翻譯公司、外貿企業,外事單位,身歷其境,對接自己的現在和未來,提前了解未來的工作責任、工作技能、工作流程,工作內容,可以使學生對自己的學業素質和發展方向有更精準的了解和把握。馮青老師在《校企合作視角下高職商務英語口譯教學模式改革》提到,“校企合作,與當地本慶企業建立合作關係,讓學生走進企業,走到口譯實踐中去,承擔各種與商務口譯有關的工作。”(馮青,2017:118)這位老師雖然不是為專門討論商務翻譯情境教學而發表的觀點,但是可以確定的是,這是基於豐富教學實踐經驗之上的獨到見地。

(2)講座會議模式:2017年12月末在吉林

省華僑外國語外國語學院召開的“第四次商務翻譯和外語教學研究國際論壇”上,吉林省華僑外國語學院對商務翻譯專業學生有組織、有計劃的參會安排。回顧分析學生現場參與的狀態和會後的反應,學生的參會收穫基本達到和超出了指導老師的預期效果。這給我們一個新的啓迪,在讀學生參加商務翻譯講座和學術會議,可以使學生始終站在商務翻譯學術的最前沿,把握本學科的學術動向,對培養學生的理論研究能力有所裨益。因此,參加頻率加密的商務翻譯學術會議和相關講座,也成為商務翻譯情境教學的重要實境陣地。

全國各類商務翻學術會議的影響也越來越大,商務翻譯學術會議參與對象也在發生變化,參會學生的年級從博士、碩士,逐漸接近本科層面,出現由部分教師帶領的學生團隊參與到商務翻譯專業學生全員參與的趨勢。筆者對近三年各類學術會議和講座中,高校學生參會狀況有過比較詳盡的統計,目前比較典型的參會形式有如下幾種:

①義工、禮儀人員:商務翻譯專業學生以義工身份參加學術會議的各個過程。

接待過程、頒獎過程;茶歇臺服務員;攝像、攝影;會議不同區域引導、校區參觀的導游、參與會場布置。

②直接參與講座、會議的學術探討:商務翻譯專業學生以參會學者身份,半價付費參加會議研討,自付差旅費、餐費,參與研討會全過程。碩士研究生的人數比例高于博士研究生,本科生逐漸開始出現。

筆者在此也特地做一個助力舉措的倡導:倡導商務翻譯專業學生參加講座、學術會議制度化;倡導學術會議舉辦方和承辦方做一定數量、一定比例地或者全部地減免學生會務費,甚至可以考慮增加一些吃住全額報銷的獎勵名額,來鼓勵商務翻譯專業的學生參加相關的學術會議。

(3)同傳會議設備的引入:同傳會議設備在高校的批量投入和普及性推廣,給商務翻譯情境教學提供了便利條件。每一次同傳會

議的召開都是商務翻譯情境教專業學生學的一次很好情境教學的見習和實習,不同水平的學生在不同層面的、不同程度的有準備地參與,都是實戰式的的情境教學過程;在平時沒有正式會議的時候,同傳會議設備也成為進行商務翻譯相關內容教學活動的便利條件。

按照前文所提 Mclellan, H 的情境分類,校企聯合模式、講座會議模式、同傳會議設備的引入等則是第一種情境——真實情境,體現的是商務翻譯情境教學流程實境化的趨勢。

3) 流程虛擬化:

商務翻譯的最終落腳點是在真實的工作場景中付諸實際應用,商務翻譯情境教學的最佳情境應該盡量工作流程實境化,這是毋庸置疑的。但是,在實際的商務翻譯情境教學實踐過程中,由於教學課時量和教學場地的限制,由於教學經費和實習經費的限制,再加上教師主導作用掌控範圍和教學效果把握程度的限制,實施於真實的工作場景不容易實現。而隨着科學技術,尤其是虛擬現實(Virtual Reality, 簡稱 VR)技術的發展和普遍應用,商務翻譯情境教學所需要的真實的工作場景可以通過技術虛擬而產生在我們課堂教學的環節之內。我們這裏使用一個“虛擬情境”的概念,即真實的工作場景通過虛擬現實技術形成有特定目的、有流程主題的“虛擬”替代品。李春景在介紹虛擬現實技術時說,“虛擬現實(Virtual Reality, 簡稱 VR)技術,就是用一個系統模仿另一個真實系統的技術。它通過計算機硬件、軟件以及各種傳感器構建了三維信息的人工環境——虛擬環境,可以逼真地模擬現實世界(甚至是不存在的)的事物和環境。當人們置身于這種環境的時候,仿佛置身于現實世界中,從而自然地實現與虛擬環境的交互活動。虛擬仿真技術具有沉浸性、交互性、虛幻性和逼真性四個基本特性。”(李春景, 2017: 17) 虛擬現實技術所產生虛擬情境,是商務翻譯情境教學合適的選擇,除了它省時、省地、省錢的優勢,最主要

的是選擇它的交互性特點。虛擬情境中的人機互動,是一種高仿真的人與人、人與物和人與背景的流程式的互動,由使用者根據自身需要,選擇提前設計好的專題自主進行,如實驗、洽談、公司會議、單證報關、現場驗貨,用戶不僅可以利用鍵盤、鼠標進行互動,而且可以通過特殊頭盔、數據手套等傳感設備進行互動。而虛擬情境中的各種對象和背景,能夠根據使用者的操作而產生相應的反應。所有的流程數據都是可以多次記錄連續保存并隨時調取的,從學的角度看,可以隨時回饋并作出相應調整;從教的角度看,可以適時了解、指導和宏觀把握、總體評價。我們看一個實例,“仿真公司教學模式具有系統性、仿真性、自主性、團隊性、知識性、競爭性和階段性等特點。實施模擬公司教學,學生通過在模擬公司學習,可以經歷全部的業務操作過程,了解、熟悉各環節之間的聯系,而又不必承擔任何經濟活動風險。模擬公司教學的基本方式是學生在“工作崗位”上學習,堅持以學生為中心,以自主學習為主綫,在收集信息、制訂計劃、作出決策、實施計劃、回饋控制、評估成果等教學環節中學生是主體和參與者,教師祇是學習過程的組織者、諮詢者和伙伴。”(趙鳳玉,2011:149)在這裏,筆者提及“流程虛擬化”的流程概念,主要是因為虛擬情境具有操作過程的內涵,它已經不是一個或幾個靜態的場景,而是有特定主題的流程。并且,學生可以在流程中反復訓練,直到有一個理想的操作評價記錄。還應該提到的就是虛擬情境的沉浸性特點,虛擬情境更加具有吸引性和參與樂趣,使教學內容更加直觀,更加便于實際操作,解決了以往商務翻譯教學簡單地照本宣科的教學弊端,有助于提高商務翻譯教學的質量和效果。

按照前文所提 Mclellan, H 的情境分類,虛擬情境等則是第二種情境——真實工作環境的“虛擬”替代品,體現的是商務翻譯情境教學流程虛擬化的趨勢。

4)設施智能化:

商務翻譯情境教學的生命力除了来源于

它靠近真實的工作場景或者是模擬、虛擬真實的工作場景這種“活”形式和它實用性的內容之外,還来源于它的許多設施都依托于智能的特性即多媒體設備與視頻課件的結合。和商務翻譯專業教學內容相關的慕課、微課和翻轉課堂、精品課程的視頻課件,數量逐漸增加,漸漸地在形成系列,構成情境教學中模擬情境的重要來源,將他們用于操作簡單方便的多媒體工具和網絡平臺,可以啟動書本上商務翻譯教學內容,增加商務翻譯情境教學的可實施性。

按照前文所提 Mclellan, H 的情境分類,模擬情境則是第三種情境——模擬的工作場景,體現的是商務翻譯情境教學設施智能化的趨勢。

5)功能多元化:

(1)教研功能:“地球村”集教與學雙向應用功能、學術和理論雙層面研究功能于一體,內部精心打造了中國村、聯合國村、英語語言村、日本村、韓國村、俄羅斯村等12個情境教學場館,讓學生不出校門就能身臨其境地領略世界各國不同文化和獨特風情,通過語言感受文化,通過文化熏陶語言,增強語言運用和跨文化交際能力。

(2)社會功能:到目前為止,“地球村”在國內仍屬首創,建設規模仍居第一。在探索商務翻譯應用型人才培養新模式領域,樹立起了一面“引領民辦高校健康發展的一面旗幟”;“地球村”于2011年和2013年先後被確定為省級實驗教學示範中心和國家級實驗教學示範中心。這使“地球村”既具備了教學功能,也具備了全國商務翻譯情境教學實踐發展楷模的社會功能。

(3)國際化功能:“地球村”2013年10月12日被聯合國教科文組織命名為“世界多元文化教育中心”,將這所高校的創新實踐教學模式納入國際文化交流範疇,(金姝,2013-10-12)地球村的國際影響力逐步擴大,影響輻射面越來越廣。

2. 商務翻譯情境教學內容的發展趨勢

通常情況下,包括商務翻譯在內的教學

內容的導向,會直接影響教學方法和教學設備、場館的選擇,影響教育技術的開發和發展方向。而在當今時代下,現代化教育技術的發展、教學設備的更新,以及相應教學方法的發展,連同國家對外經濟的迅猛發展,如一帶一路、跨境電商、對外投資等等,反過來影響教學內容的選編。

還以“地球村”為例,它從質量和規模上優化了商務翻譯情境教學設施、場館,提升了商務翻譯情境教學的水平和效果。同時,當教學情境的設施、設備和設置具有了相對穩定性和重復使用性的時候,“地球村”也會要求商務翻譯教學內容與之適應,并保持相對的也穩定性和重復使用性。所以,“地球村”等現代化教學設備和場館,也會對商務翻譯情境教學內容的選編方向具有多方面的影響作用。

1)向現代化經濟成果和高水平的教學成果和靠近

商務翻譯情境教學如果想與時俱進,必須及時更新,不斷更迭,如一帶一路、對外投資、跨境電商等時代內容;更新速度也要與信息時代的飛速發展和國民經濟的不斷發展保持平衡。同時好要兼容最新的科研和教學成果,取代教材中存在的陳舊內容。祇有這樣才能保持始終走在商務翻譯教學的科學前沿,適應商務翻譯情境教學的發展趨勢,很好的完成商務翻譯教學的培養目標與任務。

2)向突出實用化特點靠近

易于學生以後工作應用的導向,是決定商務翻譯情境教學知識結構的最重要因素。在商務翻譯情境教學在實施過程中,以商務會議、商務洽談、商業採購、商務運輸、商務保險等實際商務流程中的具體案例為參照,逆向思考教學環節,分解、微縮商務工作實境和商務工作實務流程,以使其在情境教學過程中易于模擬性重現,是很有必要的。陳昕老師在《案例教學法在商務英語翻譯課程中的應用分析》中說道,“案例教學法是指在學生掌握了有關的基礎知識和基本理論的基礎上,教師根據教學目的和內容的要求,運用典

型案例,引導學生利用所學知識,就具體問題進行思考和分析,最終解決實例問題的教學方法。這種教學法由美國哈佛大學工商管理研究生院于1918年首創,後普遍推廣到各校商業、工商管理類和教育、法律類等專業。由此看來,案例教學法和商務英語有着很深的淵源,因為案例教學法就是為商業而出現的。”(陳昕,2010:9)這也說明當今商務翻譯教材的內容,有向突出實用化的方向充實和改變的必要性。很多學者在談及商務英語課程的開發時候,倡導以任務導向、以工作為導向、以就業為導向,實際上也能證明這一點。

3)向現代化教育技術靠近

目前,各高校情境教學設備和場館進行的普遍性的現代化更新、升級,對相關商務翻譯情境教學內容的更新具有推動作用。商務翻譯情境教學所採用的現代化教育技術對商務翻譯教學內容產生一些和以前不同影響和訴求。有些教材雖然內容與時俱進,但祇是停留在紙質書本陳述階段,老師教起來、學生學起來,總是感覺鐵板一塊,與現有的教學方法不協調,教學效果不很理想,趕不上教學實踐進步的步伐。啟動這樣的教學內容,除了教學形式的調整,教學內容的調整也是勢在必然。比如,許多套完整的商務談判案例已經出現在商務翻譯情境教學所採用的虛擬情境——虛擬商務會議的設置中,那麼,被選的經典案例有關內容也就有必要出現在選用的商務翻譯教材之中。

4)向系列化、全覆蓋的情境教學課程體系靠近

整合數量逐漸增加的商務翻譯紙質教材和相關多媒體課件,借助于一些語料庫、(劉輝,2016:148)人工智能,使商務翻譯內容,向系列化、全覆蓋情境教學目標推進,最終形成一個高水的課程體系:象《新概念英語》、新視野《大學英語》那樣完整系列的PPT課件,并且多個版本;加入一些更多相關的、實用性更强的情境,增強智能化含量,使其不但有可以在普通多媒體上使用,還要有可以在虛擬洽談室、虛擬會議室那樣的虛擬情境設備等等

的多種智能設備上使用。若果說,將會是一個頗具規模的團隊學術活動,商務翻譯協會、論壇、商務翻譯專業龍頭學校、商務翻譯實際工作內容教材化進程的項目帶頭人會是這一學術活動的領軍主力,在全國一盤棋的大框架下,制定統一的商務翻譯教程的情境教學模板,採用有組織的大學術分段、分片包幹形式,結合各地區、各學校原來相對分散的、勞動重復性的、成果不集中的優質課評比等相關教學活動,把商務翻譯系列課程內容情境化、已完成的商務翻譯情境化內容系列化,最終形成系列化、全覆蓋的情境教學課程體系。這當然還需要組織協調,需要一個過程,但最終的方向是不會改變的。

5)向易于復制和便于傳播的方向靠近

“地球村”裏教學情境設置相對穩定,語言培訓中心中慕課、微課和翻轉課堂、精品課程多媒體課件可以多次反復選用,減少了一綫教師大量的重復勞動,降低了商務翻譯情境教學的資金成本和時間成本,這也給我們帶來一些重要的啓示:智慧勞動進入持續橫向與縱向積累,并易于復制和便于傳播的時代。商務翻譯情境教學的模式固定、教學內容易于復制和便于傳播,加大教育財政單次投入而減少多次情境創設成本、提高情境教學效果、效益,值得做深入思考與探索。未來商務翻譯情境教學內容效果的檢測重要依據之一就是,能否方便智慧共享、技術共享;從教師的角度,能够易于復制、易于實施,而從學生的角度,能够易于學習,易于應用。

3. 商務翻譯情境教學理論系統化研究的發展趨勢

一種教育思想是否符合時代的發展,要看它是否與他相關的教學實踐相同步。商務翻譯情境教學理論要與當今教輔設備現代化水平的提高齊駕并驅,這是它的生命力的重要標志,也是商務翻譯情境教學理論的發展方向。

本文的側重點也是探討如何避免商務翻譯情境教學實踐的固步自封,如何提高對現代化教育技術發展的認識和適應。盡力對以

往缺少宏觀性、系列性的觀點和思想進行整合與深化,努力為打造與時俱進的商務翻譯情境教學理論境微薄之力還以規模宏大化、功能多元化的“地球村”為例,它的建成和投入使用,使商務翻譯情境教學的實踐走在了商務翻譯情境教學理論的前頭,也讓以往的情境教學法相關理論,無法圓滿地解釋現有的教學現象和相關教學的發展趨勢,從而凸顯了商務翻譯情境教學理論嚴重滯後于商務翻譯情境教學實踐的現狀。商務翻譯情境教學理論出現了滯後的危機,但這種危機客觀上也將對商務翻譯情境教學理論的水平起一定的倒推作用。

當今大部分商務翻譯的教師都是半路從基礎英語和專業英語轉行過來的優秀教師,他們對情境教學的方法和設施都如數家珍,所以在商務翻譯的教學過程中運用情境教學的教學設施、場館,都是輕車熟路。以往的教學理論和教學技能在商務翻譯情境教學過程的遷移也都一蹴而就。但是,隨着商務翻譯情境教學實踐的深化和發展,隨着商務翻譯情境教學在內容、形式、教育技術現代化等方面的變化,在理論層面上出現了理論總結和深化的一些新課題:

(1)重新審視商務翻譯情境教學的理論支撐以及相應的實施策略,適當的時候還應當借鑒國外的一些情境教學的先進理念(約翰·杜威着. 王承緒譯, 2009: 137)和系統化思想(Brown, J.S, et al, 2011: 32-34)。

(2)對已有的商務翻譯情境教學相關理論的表述形式和表述內容做總結和深化,使其更加完善化、系統化(王立非, 2013: 23)

時代的發展,中國在世界民族之林的崛起,給我們商務翻譯情境教學實踐提出了更高的要求,也讓商務翻譯情境教學的理論面臨着更高的深化和升華及推廣應用的要求。

四、結語

隨着我國教育技術的進步,國家和個人對教育財政投入的加大,教育科研水平的提高和教育技術現代化水平的提高,商務翻譯

情境教學的形式、內容和理論,也將產生新的變化。商務翻譯會更親和情境教學;情境教學會更親和實用化和實戰化。商務翻譯情境教學與學生未來真實的工作場景、實際工作知識技能需求的一致性將會更加吻合。更多的智能系統和全系列模式化的視頻課件出現在商務翻譯教學一線的情境教學過程中,更多的外語院校會出現或者部分出現“地球村”等情境體系,這是一個可以預見的發展趨勢。商務翻譯情境教學在等待着時代和科技發展帶來的一個新的上升期,商務翻譯情境教學也會在我們的工作生涯裏發揮更好的作用。

參考文獻

- [1] Mclellan, H. Situated Learning: Continuing the Conversation [J]. Educational Technology, 1994(10): 7.
- [2] Met, M. Content-based instruction: Defining terms, making decisions [J]. NFLC Reports. Washington, DC: The National Foreign Language Center, 1999.
- [3] Brown, J.S, et al. Situated Cognition and the Culture of Learning [J]. Educational Research 2011 (1): 32-34.
- [4] 吳文侃. 當代國外教學論流派 [M]. 福州: 福建教育出版社, 1990: 391.
- [5] 約翰杜威著. 王承緒譯. 杜威教育集第2卷 [M]. 北京: 人民教育出版社, 2009: 137.
- [6] 王毅敏. 從建構主義學習理論看英語情境教學 [J]. 外語教學, 2003(2): 86.
- [7] 翟娜. 大數據背景下商務翻譯翻轉課堂教學模式研究 [J]. 自動化與儀器儀表, 2017(07): 91.
- [8] 丁文. 從英語類國家精品課程建設透視我國高校英語教學發展及存在的無 中國外語教育, 2012(08): 147.
- [9] 劉輝. 語料庫驅動的商務翻譯教學改革 [J]. 林區教學, 2016(1): 148.
- [10] 金姝. 吉林華橋外院“地球村”的新使命 [N]. 吉林日報, 2013-10-12. (10)
- [11] 鄧麗君. 以過程為導向的多樣化商務翻譯教學模式研究 [J]. 高教學刊, 2017(09): 123.
- [12] 王立非, 陳香蘭, 葛海玲. 論商務英語語言學的理論體系 [J]. 當代外語研究, 2013(05): 23.
- [13] 李京雄. 情景教學的策略研究 [J]. 教育探索 2005(05): 69.
- [14] 李輝. 對任務驅動下的翻譯教學“5A”模式應用的思考——以商務英語翻譯教學為例 [J]. 教育探索, 2011(4): 35.
- [15] 陳雙玉. 普通高校商務英語專業翻譯課程教學模式現狀與思考 [J]. 考試, 2015(94): 71.
- [16] 蔣陽建. 地方高校商務翻譯課堂教學創新與實踐 [J]. 宿州教育學院學報, 2016(10): 140-141.
- [17] 于蘭. 英語情境教學: 原理、特徵與策略 [J]. 教育科學, 2011(6): 36.
- [18] 馮青. 校企合作視角下高職商務英語口譯教學模式改革 [J]. 課程教育研究, 2017(37): 118.
- [19] 陳昕. 何萍. 案例教學法在商務英語翻譯課程中的應用分析 [J]. 知識窗, 2010(09): 9.
- [20] 李春景. 基於虛擬現實技術的《商務英語》課程教學優化研究 [J]. 海外英語, 2017(11): 17.
- [21] 趙鳳玉. 蔣和平 仿真公司教學模式在外貿英語函電教學中的應用研究 [J]. 教育與職業, 2011(36): 149.

Three Characteristics of Business English Translation Expressed in Business Column of Xinhuanet

從新華網 Business 欄目看商務英語翻譯特點

SHEN Panyang

沈畔陽

Foreign Languages Department, Guangdong University of Science and Technology,

Dongguan, 523083, P.R. China

廣東科技學院外語系 中國 東莞 523083

【Abstract】 *The Business Column of Xinhuanet (www.xinhua.net.com/english/business) is an important window for introducing China's economic development to the outside world. As far as Business English study is concerned, it is quite typical in terms of coverage, style and information, thus providing rich, fresh and convenient corpus for business translation. Analyzed from these three perspectives, the specific features show themselves in an easy way which is of present significance and operativeness.*

【Keywords】 *denotation; style; information; business translation*

摘要：新華網英語版的 Business 欄目是對外介紹我國經濟發展的重要窗口，就商務英語研究而言，其涵蓋的內容、表現風格、提供的信息都具有很强的典型性，同時也為商務英語的翻譯提供了語料易得、時尚新鮮的便利條件。從這三個角度對該欄目進行分析，有助於事半功倍地說明商務英語翻譯的具體特點，結合我國的語境背景，又具有現實意義和可操作性。

關鍵詞：外延；文體；信息；商務翻譯

一、引言

商務英語在中國的淵源可以追溯至改革開放初期的外貿英語，如今我國經濟的發展、對外開放的深度和廣度都遠非當年可同日而語，商務英語的內涵和外延當然也是今非昔比，從過去單純的外貿英語會話延伸到今天幾乎所有的經濟領域。然而相比之下，與經濟發展和語言跟進的速度類似，商務英語翻譯與當今的經濟形勢相比同樣相對滯後，直到近年來隨着高校裏商務英語教學的蓬勃發展和這個專業的紛紛獲批，對於這個領域的研究才不斷深入細化，呈現出一派方

興未艾之勢。經濟規律中的需求-供給關係也同樣決定着商務英語翻譯研究的進展，近年來以一帶一路建設為標志的我國對外經濟發展不斷加速，英語作為商務領域的世界語言理所當然地得到相應的發展空間，當前的社會和經濟背景為商務英語翻譯提供了很多其他學科所不具備的優越條件，主流媒體如 China Daily、Xinhua Network、People Network 都有 business 欄目的英語版，不僅使得商務背景下的英語運用得以普及和大眾化，利用得當，也為這個領域的學習與研究开辟了美好前景，是其他與英語相關的研究

領域無法得到的有利條件。出于教研需要，筆者長期關注新華網的 Business 欄目，本文從語言學、文體學和傳播學的角度對其進行分析，總結出商務英語翻譯三個方面的特點，希望能夠起到管中窺豹的作用。

二、Business 的外延意義大于“商務”的常識意義

Business 通常翻譯成“商務”，可是瀏覽一下新華網的這個欄目可以發現，這個英語單詞所涵蓋的範圍遠不止普通意義上的漢語“商務”二字可以蔽之，以 2016 年 12 月 22 日版面中的標題為例：

1. Portuguese president enacts state budget for 2017;
2. BRICS New Development Bank signs first loan agreement;
3. China's Hong Kong determined to phase out local ivory trade by 2021;
4. NDRC: overcapacity reduction still on agenda in 2017。

由此可見，行政、金融、貿易、經濟無不包含其中，與漢語版對應欄目的翻譯也是“財經”，說明 business 涉及的領域非常寬泛，內容豐富多彩，其實這也是 business 這個詞本身的意思所決定的，查查詞典就會發現“business”是個意思相對較多的多義詞（不可數名詞：商業；買賣；交易；生意）。例如：

Jennifer has an impressive academic and business background.

珍妮弗有着讓人印象深刻的學術和商務背景。

They worried that German companies would lose business.

他們擔心德國公司的業務量會下滑。

隨手網上一搜，僅 Collins 雙語詞典提供的義項就有 22 條之多，足可以看出英語中 business 的外延比漢語中的“商務”大很多。外延是指具有概念所反映的本質屬性的所有事物，也就是概念的適用範圍，“商務英語是英語的一種社會功能變體，專門用途英語

中的一個分支，英語在商務場合中的應用，包含了各種商務活動內容，是適合商業需要的標準英文。”（顧康麗，2010:9），從使用範圍看，《語言與語言學詞典》中對於語域的解釋是：“具有某種具體用途的語言變體，它與社會或區域（因說話者的不同而异）相對。”Hatim (1990) 則將其定義為“使語言行為適應于某一特定活動類型、正式程度等的一種傾向。”這個定義對於商務英語翻譯來說具有指導意義，因為作為特殊用途英語，商務英語的“獨特性指區別于一般的自然語言或民族語言，其確定性區別于一般語言及其他專用語言的應用範圍。”（呂世生，2016:7）新華網的 Business 欄目中在這個意義上的例子不勝枚舉，有的甚至與常識中的“商務”概念相去甚遠。例如：

China to accelerate key reforms in 2017

China will quicken reform next year in a coordinated manner and with a focus on key areas, said a statement released Friday after the Central Economic Work Conference.

漢語中，商務的廣義概念是指一切與買賣商品服務相關的商業事務，狹義的商務概念即指商業或貿易，對於大眾來說主要指的就是買和賣，而在英語中的使用範圍則遠遠不止 buy and sell，上面這篇報導是個恰到好處的例子。其實與 business 相比，“商務”還有兩個常常被忽略的內容：“經濟和管理”，這一點在 business 這個欄目中也是屢見不鮮：

China fully prepared for local gov't debt risks

中國已為應對地方政府債務危機做好準備。

By floating an emergency plan for local government debt risks Monday, China has addressed an issue that has made headlines for years. "We should make it clear that no crisis has ever occurred. The plan is more like a barrier against risk."

本周三,通過制定地方政府債務風險緊急預案,中國幾年來都很注視重視這個問題。“我們要明確指出的是,從來沒有危機發生,這項計劃就是要防患于未然。”

商務英語作為跨語言、跨文化經濟活動的媒介,妨礙交流的不僅是語言問題,背景和專業知識也同樣重要,因而不僅要懂得 business 和商務不僅就外延而言并非完全對等,而且由于文化和傳統方面的差異,二者常識意義上的不同也需要引起我們的注意,這對於商務英語翻譯來說是基本常識,遺憾的是常常却没有得到足夠的重視,造成理解方面的困難,舉例如下:

例 1. It is not surprising, then, that the world saw a return to a floating exchange rate system.

Floating policy is of great importance for export trade.

floating 在上述兩個句中的意思完全不一樣, floating exchange rate 意為“浮動匯率”,即可自由浮動,完全受市場力量決定的匯率制度。而 floating policy 則指用以承保多批次貨運的一種持續性長期保險憑證,常譯為“統保單”。

所以前一句譯為:浮動匯率制在全世界得以恢復就不足為怪了。第二句則要譯為:統保單對出口貿易至關重要。

例 2. A: Have you heard of Asian carp attack in U.S.?

B: What happened, then?

A: They have too many carps.

B: Unimaginable. Carps are expensive here.

從 A 的問題可以看出他對這樣的事情也是有些不可思議;從 B 的問題可以聽出他的吃驚心理。A 的回答表明他對這件事有所了解;B 的說法(常識、核心意義)則表明他對於鯉魚的不同態度。從 expensive 的意思推論, attack 在這個語境中不會是“攻擊”而是“泛濫”。英語語言學家 Plamer(1936)曾指

出:“語言不外是一連串的暗示,聽話人必須經過一番理解才能掌握說話人想要表達的意義。”所以,和其他領域的翻譯一樣,要想做好商務英語翻譯,商務背景知識同樣是很重要的。

三、文體風格自成特色

根據內容和語境的需要,為了實現交際功能,文體風格是很重要的一個方面。并且,由于商務背景的多樣化,表現形式的豐富多彩主要體現在用詞上,從新華網的 Business 欄目分析,主要有如下特點。

1. 生動形象,小詞大用。報導商務事件的英語要能夠抓住讀者的注意力,先聲奪人、先入為主地給他們留下生動印象。與正式文體相比,商務英語注重的是簡明扼要、引人注目,而不是知識傳授或說服教育。

China rolled out rules on Thursday to evaluate the green efforts of local governments.

中國本周四出臺一系列規定,重新評估地方政府在環保方面的努力。

China eyes breakthroughs in SOE reform.

中國在國企改革方面取得突破。

其中的 rolled out 和 eye 是很普通的詞匯,用在商務背景下很是傳神。商務英語作為實用文體,具有很强的指向性,不必像文學作品那樣追求語言的藝術美,更不需要使用過多修辭和華麗辭藻增強渲染氛圍效果,那樣反倒會喧賓奪主,衝淡主題。而且商務領域不是學術圈子,并非學問高深的人才可以經商,所以用詞不必高深,語法不必復雜,這一點給人留下很深印象,也需要譯者加以注意,能直譯就直譯的生動例證。

2. 莊重正式,嚴謹準確。商務英語所表達的核心內容是“錢財”,所以必須準確無誤不能含糊其辭,否則可能引起爭端甚至法律問題。這一點可能與上面的特點相悖,其實却是矛盾的另一個方面。新華網的 Business 欄目雖然不涉及具體業務,但對於國家大政方針的表述,這方面的要求更高一些。

China's 13th five-year plan on national

economy (2016–2020) aims to keep medium-high growth in the next five years. By 2020, the size of China's economy is expected to exceed 90 trillion yuan (13.8 trillion U.S. dollars), compared with 67.7 trillion yuan in 2015.

中國國民經濟十三五(2016~2020年)規劃的目標是在今後五年裏保持中高速增長,與2015年的67.7萬億元相比,到2020年經濟總量將超過90萬億元(13.8萬億美元)。

這一點也是新聞報導的一個重要原則,所以其中的年份都明確標出,兩種貨幣都進行折算,讓人感到可以信任。國際貿易中,商務英語的這一特點表現得更加突出明顯,因為新華網屬於宏觀媒體,類似的具體例子不多,但其特點起到了很好的提示作用,翻譯時也要充分加以注意。

3. 表達地道,中規中矩。商務英語中有很多固定、格式化的表達方式,如經常提到的被動語態、修辭手段、縮寫運用,等等,在新華網的business欄目中也是屢見不鮮,例子比比皆是,翻譯理論與實踐的基本原則同樣適用:

Beauty contest held in Manzhouli, N. China(標題中使用被動語態)

選美大賽在中國北方的滿洲裏舉行。(譯為主動語態)

Looking back at the economic priorities China set for 2016, addressing industrial over-capacity was always going to be a key battlefield. (暗喻)

回顧2016年中國制定的經濟發展重點,加強產能過剩治理仍然是主要領域。(用增譯法把暗喻內容翻譯出來)

Britain's GDP unaffected in immediate aftermath of Brexit vote(新詞)

脫歐公投後的短時間內,英國的GDP不會受到影響。(把新詞的意思翻譯出來)

China to press ahead with supply-side reform(標題裏不用謂語)

中國將繼續堅持供給側改革(依然翻譯

成漢語句子)

商務英語如果作為普通詞組,那麼商務是定語,英語是中心詞,英語和商務是“屬”和“種”的關係,所以英語的所有語法、文體要求在商務英語中仍然必須得到遵守,不能因為自己的特殊性置之不顧。相反,作為一種相對更加正式的文體,商務英語更加重視英語中的基本語法、文體等語言規範,這在新華網的Business欄目中很容易看得出來,漢語譯文也應如此。

四、信息量大且時效性强

首先,商務與其他領域如文學、政治、法律的另一個顯著不同之處在於它的信息含量和有效時間,這也是市場經濟的性質所決定的。以股票為例,今天的甚至此刻的情況肯定不會與昨天的甚至前一小時的完全相同。商務英語是“跨語言、跨文化的經濟活動這一特定領域的專用語言,具有世界通用語的功能及屬性,其語言功能不局限于工具性,更體現為語言與經濟因素相互作用。”(呂世生,2016:7)風雲變化市場中的信息量決定了商務英語內容的繁雜龐大,現代人工作生活的快節奏不可避免地影響到他們的閱讀習慣,商務英語作為這兩個因素的載體,必須具備相同的特點,這在新華網Business欄目中得到充分體現,從它的內容設置就可以看得很清楚:

News, Video, Biz Weekly, Foreign Exchange, Special Reports, Photos, China Economy, World Economy, Trade, Opinion, Industries, Finance, Most Popular... ..

其次,就時效性而言,內容幾乎天天更新,重大、熱點事件隨時報導,真正起到了信息源頭的作用。據筆者的跟踪觀察,除了法定假日外,內容每天都在更新,Latest News實時滾動播出,Foreign Exchange, Most Popular幾乎和中央電視臺的新聞頻道同步,深度報導分析也是與時俱進,充分說明商務英語緊跟經濟發展腳步的特點,這對於讀者的閱

(continued on Page 018, 轉018頁)

A Study of BET Teaching Model Based on Constructivism and B-learning Concept

基于建構主義與混合學習理念的商務翻譯混合式教學研究*

JIANG Xuelong

姜學龍

Northwest Minzu University, Lanzhou, Gansu, 730030, P. R. China

西北民族大學 中國 蘭州 730030

[Abstract] *Business English Translation (BET), a core course of ESP, should no longer be taught with the traditional translation model in this new era, and it is urgent to explore a new teaching model suitable for the characteristics of BET. This paper, therefore, constructs a blended teaching model of BET on the basis of Constructivism and B-learning concept. The model contains four modules from the perspectives of MOOC, corpus, translation of imitative writing and translation workshop. And then, its practicality and innovation are analyzed from the following six aspects: teaching theory, teaching goals, teaching model, teaching contents, teaching process and teaching evaluation.*

[Keywords] *constructivism; B-learning concept; BET; blended teaching model*

摘要:商務翻譯作為專門用途英語的一門重要課程,不能沿用傳統的筆譯授課模式,急需探索一種適合其特性的教學新模式。鑒于此,本文以建構主義與混合學習理念為依據,以慕課、語料庫、翻譯仿寫和翻譯坊為研究視角,構建了包含四大模塊的商務翻譯混合教學模式,並從教學理論、教學目標、教學模式、教學內容、教學流程和教學評價六方面來探討了該模式的實用性與創新性。

關鍵詞:建構主義;混合學習;商務翻譯;混合教學模式

隨着世界經濟一體化程度的加深,各國間商務活動日趨頻繁,商務翻譯的重要性也日益突顯。在英語語言國家,商務英語早已發展成為專門用途英語(English for Specific Purpose, ESP)的一個強勢學科。在我國,商務英語教學和相關人才培養也走過了近六十年的發展歷程。截至2016年,全國約有800所高校開設了商務英語課程,149所高校開設了商務英語專業。商務翻譯作為商務英語專業的一門核心課程,在商務複合型

人才培養過程中的地位是不可忽視的。但目前在國內大多高校,商務翻譯的授課仍採用“以譯品為取向的翻譯教學模式”(朱玉彬、許鈞,2010),這顯然與商務翻譯的實用性、專業性要求不相符,商務翻譯教學模式急需進行改革與創新。至于教學新模式如何構建,由新媒體聯盟(NewMedia Consortium)和EDUCAUSE Learning Initiative聯合發布的《NMC地平線報告:2017高等教育版》為我們指明了方向。該報告關注技術與

基金項目:本文系2017年甘肅省高校科研項目(2017B-86)、2016年甘肅省“十三五”教育科學規劃項目(GS[2016]GHB1286)、西北民族大學2017年中央高校重點項目(31920170050)和西北民族大學2015年教改項目(2015XJJG16-1001670123)的階段性成果。

作者信息:姜學龍,男,西北民族大學外國語學院講師,碩士,研究方向:翻譯學與翻譯教學

教育的結合,預測了未來高等教育領域的六大關鍵趨勢:推動創新文化、深化學習方法、關注學習測量、重新設計學習空間、合作學習與混合式學習設計。其中混合式學習的靈活性、易實現性以及對複雜多媒體技術的高整合性等優勢很明顯,具有很高的實用價值,必將成為高等教育領域的核心發展趨勢之一。鑒于此,本文以建構主義和混合學習理念為依據,以慕課、語料庫、翻譯仿寫和翻譯坊為研究視角,構建了包含四大模塊的商務翻譯教學的新模式——混合教學模式。

“教學模式是在一定教學思想或理論指導下,能正確反映教學客觀規律,以完成一定教學任務為目的的相對穩定的規範化教學程序和操作體系。教學模式的主要特點是:簡約性、整體性、操作性、發展性、範例性和獨特性。教學模式的主要構成因素有理論指導、主題、目標、程序、師生組合和互動、策略、內容、條件和評價(林記明、穆雷,2009)。”上述教學模式的主要構成因素可歸結為:教學理論、教學目標、教學內容、模式介紹、教學流程、教學評價六個方面,本文就從上述六方面來探討商務翻譯混合教學模式的構建。

一、教學理論——混合學習理念和建構主義

混合學習理念(Blended Learning, B-learning)緣起于因通信技術發展而出現的網絡學習(E-learning),該理念最先出現在企業培訓領域。一些企業在培訓時,為了減少人力及成本投入,創造了一種把網絡培訓與傳統培訓結合起來的混合培訓方式。隨後,這種線下與在線結合的混合方式很快得到教育界的認可,并被引進到學校教育中來。2002年,印度國家信息技術學院發表在美國培訓與發展協會網站上的《混合學習白皮書》(2002)把“混合學習”界定為一種包含面對面學習、實時網絡學習和自主學習的混合式學習方式,并把混合式學習分為三種類型:(1)技能導向型學習(Skill-driven

learning),是以發展學習者掌握特定的知識與技能為目的,自主學習與教師引導相融合的混合學習類型;(2)態度導向型學習(Attitude-driven learning),是以發展學習者特定的行為與態度為目的,各種事件與傳輸媒體相融合的混合學習類型;(3)能力導向型學習(Competency-driven learning),是以發展學習者工作所需能力為目的,績效提高工具與知識管理資源相融合的混合學習類型。

在中國,北師大的何克抗教授是最先將“Blended Learning”概念引進的人。他認為“所謂B-learning就是要把傳統學習方式的優勢和網絡學習的優勢結合起來。也就是說,既要發揮教師引導、啟發、監控教學過程的主導作用,又要充分體現學生作為學習過程主體的主動性、積極性與創造性(何克抗,2004)。”隨後,國內大多學者均認為混合式學習既是學習資源、學習環境、學習方式、學習風格的混合,也是績效支持、認知主義及建構主義學習理論的混合(鄒容,2017)。

建構主義(Constructivism)是對認知主義的繼承與發展,是一種探討知識與學習的理論,該理論重視學生獲取知識的自主性。依據該教學理論,學生獲取知識不是通過教師的傳授,而是在一定的文化背景下,參考必要的學習資料,借助教師和同伴的幫助,通過意義建構的方式來獲得。建構主義的教學模式可以概括為利用教學情境、協作共享、對話交流等方式充分發揮學生主動性的教學方法(閔宇,2017)。

與傳統筆譯教學相比,商務翻譯教學具有極強的實踐性與職業性。穆雷認為有必要將商務翻譯“納入實踐型導向的學位教育之中,加強學生商務翻譯的實際操作訓練,為語言服務業輸送合格的翻譯人才(穆雷、鄒兵,2015)。”該論斷明確了商務翻譯非研究型的學科定位,所以“講授-實踐-講評”的傳統翻譯教學模式,不符合商務翻譯的學科定位,不再適應商務翻譯培養應用型翻譯人才的教學目標,無法培養學生的自主學習

能力、協作能力與創新能力。而混合式學習理念所倡導的網絡學習方式却適應了當今電子商務的發展,提高了學生們利用網絡自主學習的能力。此外,建構主義倡導的協作共享、對話交流等活潑的教學方式,具有較强的可操作性,符合商務翻譯教學的獨特性,有助于培養學生們的團隊意識與創新能力。因此,將混合式學習理念與建構主義教學理論引入到商務翻譯教學實踐中具有啓示和創新意義,符合大學英語課程教學改革的方向。

二、教學目標——實踐與理論并重的商務翻譯綜合能力

根據最新頒布的《商務英語專業本科教學大綱(試用)》,商務英語專業的目標是培養英語基本功扎實,具有經濟、商務、法律等專業基本知識,人文素養較高,能適應經濟全球化發展,并具備國際視野的高素質複合型英語人才(姜學龍等,2017)。以專業大綱為準繩,商務翻譯課程的具體目標設定為如下四點:(1)能掌握并正確運用國際商貿方面的英語表達;(2)能掌握并正確運用基本的商務翻譯理論與技巧;(3)能較為熟練地翻譯各類型商務文本和材料;(4)具有運用英語處理國際商務業務的綜合能力。

要實現上述教學目標,必須建立較為完善科學的培養模式,既要嚴格按照專業要求和學術規範,又要緊密結合社會經濟的發展,滿足社會和市場的需要,培養出適應國家經濟與世界經濟發展的高素質複合型商務翻譯人才。

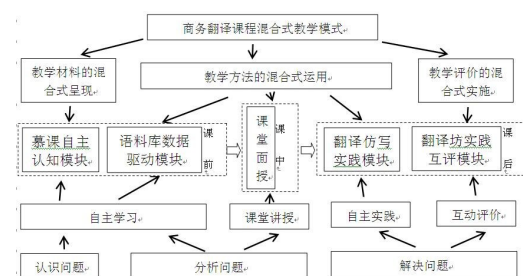
三、教學內容——以商務文本類型和功能為指導,兼顧翻譯理論與實踐

本商務翻譯混合教學模式立足于“大商務”概念,將學術商務翻譯與職業商務翻譯均列入教學內容之中,兼顧商務翻譯的理論與實踐。在教學內容的選材上,以商務文本類型和功能為指導,以語篇翻譯為主,輔以術語、句子的翻譯,主要涉及國際金融知識、國際市場營銷、經濟學理論、商務信函、商務

合同、商務廣告、商務證明、企業宣傳、商品說明書等九類文本。通過分析不同文本的語言特徵與功能,探討不同的翻譯策略與技巧,實現商務翻譯的跨文化交際,并最終培養學生的商務翻譯能力及其它綜合素質。

四、混合式教學模式——以四大子模塊為驅動的混合式教學

Margaret Driscoll (2002)認為混合式學習意味着學習過程可以“是為實現某一教學目標而基于Web技術(如虛擬課堂實況、協作學習、流媒體和文本)的混合;是多種教學方式(如建構主義、行為主義和認知主義)和教學技術(或非教學技術)的結合,共同實現最理想的教學效果;是任何形式的教學技術(如視頻、CD-ROM、基于Web的培訓和電影)與基于面對面的教師教學培訓方式的結合;是為形成良好的學習或工作效果而進行的教學技術與具體工作任務的結合。”基于教學材料、教學方法與教學評價的混合,筆者構建的混合式教學程序如下圖:



如上圖所示,本混合式教學模式包含了四個子模塊,它們依次是:慕課自主認知模塊、語料庫數據驅動模塊、翻譯仿寫實踐模塊和翻譯坊實踐互評模塊。其中慕課(Massive Open Online Course, 縮寫 MOOC),顧名思義,大規模網絡開放課程,興起于2011年斯坦福大學開設的一門自由網課程。2012年,慕課得到迅猛發展,這一年被稱為慕課元年,而2013年則被稱為中國慕課元年。以慕課為主題的教學模式研究也隨即成為國內學者研究的重點課題。慕課所倡導的自主學習、協作學習和個性化學習與混合式學習所倡導的理念高度一致。慕課自主認

知模塊是將現代化信息技術與傳統課堂相結合,在課前學生觀看由老師指定的慕課、微課或公開課等優質視頻資源,並進行在線互動討論的自主學習模式。

語料庫數據驅動模塊是以20世紀90年代初英國伯明翰大學Tim Johns提出的數據驅動學習(Data-Driven Learning)為視角,其基本原理是根據建構主義、人本主義教育思想,以學生為中心,引導學生對語料庫裏的大量語言現象進行觀察、概括和歸納,主動發現語法規則、意義表達及語用特徵等,來進行語言學習的發現式和探索式學習模式。

翻譯仿寫實踐模塊是以Bandura的社會觀察學習理論為依據,該理論將人類的學習歸為兩類:直接經驗學習和觀察學習。觀察學習是一個人通過觀察榜樣的行為而習得,分為注意過程、保持過程、生成過程和動機過程四個子過程,是社會學習的重要形式。大量心理學研究表明,人類的大多數行為都是通過觀察學會的。觀察學習祇有集中注意力才能準確地感知示範行為,人們將這些示範信息、以符號方式表徵在記憶中,保持記憶的目的是能夠重新提取出來並付諸行動。觀察學習者是否表現出示範行為受到行為結果因素的影響。行為結果包括直接強化、替代強化 and 自我強化。班杜拉把這三種強化作用看成是學習者再現示範行為的動機力量(賴昌貴,1993)。可見,習得是學習者與模仿刺激相互作用的結果,受到學習者的注意、記憶和動機等因素的影響。班杜拉(2001)進一步指出:“在技能獲得的過程中,示範觀察學習更像是規則學習”。翻譯仿寫實踐模塊就是利用網絡檢索翻譯中目的語的可比文本(示範文本),進行文本特點及相關翻譯規則總結,並依照示範文本進行翻譯,引導學生由有意識的翻譯仿寫進入無意識的翻譯創新的學習模式。

翻譯坊實踐互評模塊是教學組織過程中綜合貫穿任務驅動、合作學習、交際教學、答辯式等一系列新穎的教學理念與實踐。

工作坊譯自英文“workshop”,20世紀60年代美國設計師勞倫斯·哈普林將這一概念引用到都市計劃中,是指一小部分的群體聚集在一起就某一特定或專門領域的項目或課題進行學習、經驗、知識的交流、探討與分享,達到解決問題之目的。隨後保羅·恩格爾教授在美國愛荷華大學首創了翻譯工作坊,自此,翻譯工作坊研究呈星火燎原之勢。Gentzler(1993)在其著作《當代翻譯理論》(Contemporary Translation Theories)中把翻譯工作坊定義為“類似於翻譯中心的論壇,在論壇上,兩個或兩個以上的譯者一起從事翻譯活動”。具體而言,翻譯工作坊是指從事翻譯活動的人們聚在一起,就某項翻譯任務進行見仁見智的討論與協商,最終產生一個能為群體成員共同接受認可的譯本(霍興,2016)。

本混合教學模式,是一種採用信息技術、以學生為主體、教師為主導的交互式課程設計,是一種培養學生學習動機和思維能力的新式教學形式。它符合“認識問題——分析問題——解決問題”的哲學範式,具有一定的科學性。慕課自主學習的過程是認識翻譯難題的過程,語料庫數據分析和教師課堂講授是分析翻譯問題的過程,而翻譯仿寫和翻譯坊實踐過程是運用分析所得的結論解決問題的過程,四個子模塊無處不體現着混合式學習的自主化、個性化、混合性與交互性。此外,各子模塊還相互聯系,相互依存,慕課自主認知模塊和語料庫數據驅動模塊是商務翻譯課程混合式教學得以順利實施的前提。翻譯仿寫實踐模塊是對語料庫數據的具體應用與延伸;而翻譯坊實踐互評模塊是混合式教學模式的評價與監督。

Jennifer Hofmann認為混合式學習是用最優的媒體(或媒體組合)呈現適合學習者學習的最佳模塊(或模塊組合),從而實現最好的學習效果的一種教學設計思想(鄒容,2017)。本教學模式把慕課、語料庫、基於網絡的翻譯仿寫以及翻譯坊四模塊的教學優

勢結合到一起,並融合到商務翻譯教學實踐中,就混合式教學的混合性來說具有一定的創新性與可操作性。

五、教學流程——以商品說明書的翻譯教學為例

商品說明書是商務文本中較常見的類型,是生產者把產品推出市場的重要宣傳工具。在混合模式指導下,商品說明書翻譯的教學活動可分六步來實施:

第一步:小組劃分。教師根據學生的語言能力及知識水平均衡地對全班進行分組,每4人組成一個小的翻譯坊,並選出組長。

第二步:慕課自主認知環節。給定商品說明書的網絡慕課資源,各小組成員觀看並討論商品性能、用途、使用、保養方法和注意事項等方面內容,並歸納商品說明書的文本功能和翻譯目的。經學生們的分析及總結,說明書的文本功能主要有:說明書是一種實用文體,為產品服務的介紹性語篇,既實用又有高度的商業價值。作為一種目的性明確的文本,一般來說,說明書具有兩個主要功能,一是向消費者介紹產品的成分、性能、特點和使用方法等信息;另一方面,在介紹中還兼引發讀者興趣並購買產品,即說服消費者做出消費的目的。所以說明書的最終目的都是促進銷售。一份好的商品說明書不僅能夠提供有關商品的信息,還有助於樹立企業形象和促進商品的銷售,所以在國際貿易中商品說明書的翻譯質量至關重要。

賴斯認為,每個文本都可能包括好幾種不同的文本功能,要根據其占主導地位的交際功能來選擇與之適應的翻譯方法,不同類型文本的譯文應該有各自不同的翻譯方法與評價標準。產品說明書是信息型文本,主要作用是交流信息、知識和意見,其主要傳遞的是指稱語義。產品說明書的目的是介紹產品的性能、特點、作用和用法。因此,在翻譯此類文本時,英注重信息傳遞的客觀性,使更多的人了解這種產品,從而激發消費者產生購買欲望。

第三步:語料庫數據驅動環節。各小組利用網絡搜索至少4種不同類型商品說明書的平行語料,然後對英漢說明書的語言特點和句話特點深入分析,最終全面了解不同類型說明書的文本語言特點。結合學生們的語料分析總結及筆者的補充,說明書具有如下文本語言特徵:(1)專業術語應用,產品說明書是一種比較專業的應用文體,要求所給信息必須明確易懂,無含混模糊之處,體現在詞匯上就是用詞的專業性。(2)言簡意賅的表達形式,產品說明書不屬於文學性質較強的問題,祇要能簡潔明了地描述產品並將其相關用途等告知讀者即可。在英語說明書中大量使用簡單句和祈使句的現象屢見不鮮。祈使句常用來表示警告、強調等,具有直截了當、簡潔有力的效果。合成詞和縮略詞的應用使產品說明書更加簡便、意思更加明了,便于高科技產品的推廣,也可以使產品說明書更加標準化。(3)比喻等修辭使用頻率也較高,這主要取決於說明書的消費引導與宣傳功能。(4)傾向於用動詞現在時態,一般現在時的動詞來表明產品的一貫質量。(5)動詞-ing形式、動詞-ed形式和不定式出現頻率高,動詞的同根名詞也時常出現讓多個動詞的復雜含義表達通過這三種形式的轉化得到了實現,句子結構也因此變得十分精煉清晰。

第四步:課堂面授環節。老師組織各小組在商品說明書的文本功能、翻譯目的及文本語言特徵分析的基礎上,就翻譯策略及翻譯技巧進行交流討論,並進行適當的補充。產品類型不同,展示其內容的語言表達方式也會不同。根據功能目的翻譯理論,不同類型的產品說明書,應採用不同的翻譯策略。在英譯漢中,中文化妝品說明書通常使用優雅華麗的辭藻,引起讀者對產品的興趣;日用品說明書則使用翔實的文字介紹,比較注重內容或信息,因為它們的主要交際功能是告知讀者產品的性能、特點、作用及使用方法;藥品說明書應遵循相同的格式,注重信

息的準確性;工業產品說明書的語言簡潔、具體詳細,保證內容的真實性。

關於商品說明書的翻譯技巧,除常規技巧外,還需重點探討專業術語的詞義確定問題。由於產品說明書是面對廣大消費者的,他們的文化水平參差不齊,專業術語對於文化水平較低的消費者來說理解有些障礙,所以需要譯者在翻譯時權衡利弊得失,把握好術語詞義的選擇,既須體現術語的專業性,又須照顧消費者的理解能力,既須符合譯入語的規範,又須考慮說明書的宣傳作用。鑒于此,翻譯時,務必要從表述專業性、語言規範性、語境相符性和修辭性四個角度來確定詞義。

第五步:翻譯仿寫環節。教師給每小組分配一篇不同類型的商品說明書進行翻譯,要求首先在網絡上搜尋類型相仿的示範文本,然後依據之前分析的文體特點、翻譯策略及翻譯技巧進行仿寫。仿寫主要體現在兩個方面,一是語言仿寫,一是結構仿寫。語言仿寫主要是為了使譯文用詞地道;而結構仿寫主要是為了使譯文在句型、段落等結構上符合商品說明書的文本特點,避免句式結構單一,語法錯誤過多以及受原文結構影響而出現的諸如“翻譯腔”或“中式英語”等現象。

第六步:翻譯坊實踐互評環節。(1)小組成員個體翻譯。小組每一個成員閱讀、理解源語文本,查閱相關資料,依據示範文本完成自己的譯本。(2)小組討論。小組成員間

互相交流、學習各自的譯文、翻譯體會與思考,提出翻譯中遇到的困難,然後整合出本小組可接受的最終譯文發給老師檢查。(3)課堂譯本呈現與討論。這是翻譯坊教學環節的最重要一步。各小組代表在課堂上講授本小組的最終譯文,所講授內容包括:翻譯過程中對原文文本的分析及所采用的翻譯策略,翻譯過程中遇到的困難,翻譯心得與啓示等。其他小組的同學可以就其中的一些問題發表自己的看法、提出自己的意見、甚至提出自己的問題。(4)定稿修改。課後針對老師和同學們討論時所提的意見進行修改,確定最終定稿,並連同本次的翻譯實踐報告一併發給老師審核。

六、教學評價——評價內容、評價主體、評價手段的多樣化

教學評價是教學效果的評估機制,為保證教學評價的客觀性,本混合教學模式的評價體系具有多樣性的特點。首先是評價內容的多樣性。本模式不再采用傳統的總結性評價,而更注重新於學生學習過程中的形成性評價。翻譯任務的分配與執行、翻譯問題提出與總結、坊內坊際成員討論與互評、譯文修改與翻譯坊工作檔案等情況都可作為評價的內容。其次,評價主體的多樣性。評價主體不僅是單一的老師,可自評,坊內各成員可互評,坊際各小組也可互相評價,互相激勵。當然,為了避免同伴評價的主觀性與盲目性,筆者制訂了一份評價量表:

第三,評價手段的多樣化。除依據評價

序號	評價內容	滿分 分值	評價 得分	備注 說明
1	本次任務的具體分配情況	5		
2	各成員一致認為最難翻譯的三項內容	10		
3	坊內成員不一致的翻譯意見	10		
4	本次翻譯重難點及技巧歸納情況	10		
5	本次翻譯任務的檔案資料是否完備(至少包含:仿寫示範文本、討論記錄、譯文修改記錄)	20		

序號	評價內容	滿分 分值	評價 得分	備注 說明
6	參考書刊資料、使用語料示範文本情況及仿寫相似程度	20		
7	譯文格式是否規範,是否符合“信達雅”的翻譯標準,並遵循商務翻譯的基本要求	10		
8	譯文是否符合源文本的文體特徵,商務術語翻譯是否準確,語句是否簡潔、順暢、自然	15		

標準進行決定性評價外,教師還通過問卷調查與訪談的形式來評價各翻譯坊及成員的任務執行、團隊協作等情況。

以上六點即是商務翻譯混合教學模式的主要內容。本模式是以西北民族大學2014級英語專業學生為研究對象;以商務翻譯課程的混合式教學模式為研究內容;以建構主義和混合式學習理念為理論框架;以慕課、翻譯語料庫、翻譯仿寫和翻譯坊為研究視角而構建起來的,具有一定的科學性與可操作性。首先,本模式整合了各項教學資源,提高了資源利用率與學習效率,是教育系統內由技術支持的重大結構性變革。它使課堂教學和課外學習銜接起來,符合合作學習和自主學習的特點;它擴大學習形式和內容,符合終身學習的理念。其次,本混合教學模式以現代網絡技術為支撐,使商務翻譯教學朝着自主化、網絡化學習,交互性、促學性、混合性教學方向發展。

綜上,本文設計與構建的商務翻譯課程混合式教學模式在西北民族大學的英語本科生教學中已使用過兩輪,取得了良好的教學效果。當然,該模式還有一些不足之處,需在今後的教學實踐中進行豐富完善,並加以教學效果數據的分析與實證。筆者堅信本混合教學模式日後定會變得更加科學實用,定會為高校英語教學改革提供積極的借鑒意義。

參考文獻

[1] Garrison,D.R. E-learning in the 21st

Century: A Framework for Research and Practice[M]. New York: Routledge, 2015: 97.

[2] Gentzler,E. Contemporary Translation Theories[M]. London: Routledge, 1993:7.

[3] Jiang Xuelong. An Empirical Study of New Blended Translation Teaching Model[A]; 2017 International Conference on Education Science and Economic Management[C]; 2017 (106):436-439.

[4] Kaur,M. Blended learning: Its Challenges and Future[J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2013(1): 17.

[5] Margaret Driscoll, Blended Learning: Let's Get Beyond the Hype[J]. E-learning, 2002(1): 4.

[6] Rahman,N. Satisfaction on Blended Learning in a Public Higher Education Institution: What Factors Matter[J].Procedia- Social and Behavioral Sciences,2015(3): 62.

[7] Wu,J.H.,Tennyson,R.D.& T.L.Hsia. A Study of Student Satisfaction in a Blended E-learning System Environment[J]. Computers & Education, 2010(1): 98.

[8] 班杜拉. 思想和行動的社會基礎: 社會認知論[M]. 林穎,王小明等譯. 上海:華東師範大學出版社, 2001.

[9] 岑秀文,楚向群,岑志偉. 基于網絡和工作坊的非文學文本漢譯英仿寫教學法[J]. 上海翻譯, 2008(1): 58-61.

[10] 何克抗. 從 Blending Learning 看教育技術理論的新發展(上)[J]. 電化教育研究,

2004(03): 1-6.

[11] 胡杰辉,伍忠杰.基于MOOC的大學英語翻轉課堂教學模式研究[J].外語電化教學, 2014(160): 40-45.

[12] 霍興.翻譯工作坊教學模式微探[J].雲南農業大學學報(社會科學), 2016(10): 110-114.

[13] 姜學龍,王路平,韓鳳萍.商務英語翻譯教程[M].北京:煤炭工業出版社, 2017.

[14] 賴昌貴. A·班杜拉的社會學習理論述評[J].福建師範大學學報, 1993(4):119-126.

[15] 林記明,穆雷.翻譯的課程模式與教學模式辨析[J].外國語文, 2009 (2):115-119.

[16] 穆雷,鄒兵.論商務翻譯人才培養模

式——對內地相關期刊論文和學位論文的調研與反思[J].中國外語, 2015(12):54-62.

[17] 孫慧,魏芳芳.基于慕課和語料庫驅動的大學英語混合式教學模式研究[J].山東社會科學,2016(6):524-526.

[18] 譚芳.論網絡環境下的仿寫翻譯教學[J].中國翻譯, 2015(2):53-57.

[19] 閔宇.建構主義視角下商務英語翻譯新型教學模式構建[J].普洱學院學報, 2017 (6):103-105.

[20] 鄒容.混合式學習概念探究[J].北京宣武紅旗業餘大學學報, 2017(4):37-40.

[21] 朱玉彬、許鈞.關注過程:現代翻譯教學的自然轉向[J].外語教學理論與實踐, 2010 (1):84-88.

(continued from Page 048, 接048頁)

Film directors recruit friends to make phantom of the dead, for dire shortage of crowd actors.

15. Encouraging economic data added to the afterglow from the Central Bank's depowering.

Fantastic colourful rainbows added to the afterglow from the middle summer's dusk.

16. With Eurozone fiscal policy in the straitjacket, competitive devaluation is a growth strategy.

With all Eurozone athletes in the straitjackets, fierce competition is a definite result.

17. A year-end bonus is a carrot dangled so far in the distance that it can create little attraction.

The helpless farmer dangled a carrot so far in the front that it failed to motivate the donkey.

18. It takes online retailers a while to increase the traffic by bringing back customers.

It takes those policemen a while to bring the traffic back to original normality.

19. What reduced auditors' independence was the "Chinese walls" separating audit from other services.

What reduced further unification were the Chinese walls separating minorities from main groups.

20. The stock markets are two staggering drunks, who sometimes go in the same direction while other times not.

Outside the market are two staggering drunks, who sometimes go in the same direction while other times not.

An Eye-tracking Approach to Metaphor Comprehension in Translation

基于眼動儀的商務隱喻翻譯認知過程研究*

WANG Junchao Paterson Kevin

王俊超 帕特森·凱文

Editorial Department of Journal of Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, 510420,
P.R.China

Institute of Psychological Research, University of Leicester, Leicester, LE2 7RH, UK

廣東外語外貿大學學報編輯部 中國 廣州 510420

萊斯特大學心理學院 英國 萊斯特郡 LE2 7RH

[Abstract] This pilot study was intended to find evidence and develop a practical research design for identifying how Chinese English learners process metaphors in a translation-oriented task. An eye-tracking experiment was carried out to discover if the participants' eye movements exhibit dissimilar features and similar patterns when reading metaphorical expressions as compared with their literal counterparts. By tracking the eye movements of four subjects in twenty paired sentences showed that the current research design contained a number of problems, the main weakness being the uncertainties about the results of reading comprehensions. Besides, four subjects was far too small a population to provide reliable findings, even for a pilot study. However, even this limited data was able to give an indication that normally metaphorical expressions require increased time and efforts in a translation situation.

[Keywords] metaphor translation; eye-tracking; fixation; cognitive efforts

摘要:本研究旨在探索中國英語學習者在翻譯任務中對隱喻的認知理解過程,並為深入研究隱喻翻譯心理過程提供可行性研究設計。通過開展眼動實驗,所得數據可作為量化學生翻譯認知過程中的各項指標,揭示被試在理解隱喻表達和直義表達中的眼動特徵和認知心理過程。實驗結果表明,同直義表達句相比,隱喻表達句需要更多的理解時間和認知努力。此外,作為一項初步階段的研究,本研究也存有不足之處,主要表現在考慮被試的理解結果尚不夠充分。後續研究可結合其他實證方法並增加被試人數,以提高眼動實驗的效度與信度,為隱喻識別和商務教學提供心理實驗依據。

關鍵詞:隱喻翻譯;眼動跟踪技術;注視;認知努力

一、引言

隱喻歷來是翻譯研究中的重要課題。中外翻譯研究者從不同視角進行探索,取得了大

量的研究成果,諸如隱喻理解過程(Tirkonen-Condit, 2002; Gibbs, 2001)、隱喻翻譯過程(滕延江 & 張曉梅, 2006; Sjørup, 2008)、隱

基金項目:本文系國家社會科學基金項目“體驗-建構融通式筆譯教學創新模式”(13BYY088)和廣東外語外貿大學特色創新項目“漢英媒體話語中的經濟隱喻研究”(16TS12)的階段性成果

作者信息:王俊超,女,廣東外語外貿大學學報編輯,博士,研究方向:翻譯學、翻譯心理學與經濟隱喻研究;
Paterson Kevin(帕特森·凱文),男,萊斯特大學心理學院專職研究員,教授,研究方向:閱讀心理機制與眼球跟踪研究

喻翻譯技巧(Newmark, 1988; 譚衛國, 2007; 高新華 & 劉白玉, 2010)等層面。目前,以翻譯過程為導向(Process-oriented)的實證研究已成為西方翻譯學最為前沿的探索(Rayner et al., 2006:41; Mees et al., 2009; Göpferich et al., 2009; Göpferich et al., 2010),但從外語學習者的角度探討翻譯任務中隱喻理解過程的研究十分罕見。隨著技術的進步、翻譯學跨學科研究的加強以及“翻譯認知學”的提出(Muñoz Martín, 2010),眼球跟踪技術已被西方學者引進到翻譯研究中來,該技術能夠對譯者的在線認知過程進行實時記錄,成為翻譯過程研究最為先進的手段(Göpferich et al., 2008; Alves, 2015);然而需要指出的是,中國大陸學者尚未將這一新研究技術真正地用于翻譯研究的實踐中,而是囿于對這項技術的引介或述評(劉艷梅,冉詩洋 & 李德鳳, 2013; 馮佳 & 王克非, 2016; 王娟, 2016)。鑒于此,本文嘗試利用眼動儀對翻譯任務下隱喻認知過程進行探究,旨在探索外語學習者對隱喻表達及其相應直義表達在理解過程中的認知異同,並為商務隱喻翻譯過程的深入探討提供可行性研究設計。

二、研究背景

1. 研究問題的提出

自20世紀70年代始,心理語言學領域出現不少關於隱喻理解過程的研究(如Verbrugge & McCarrell, 1977; Ortony et al., 1978; Searle, 1979; Estill & Kemper, 1982; Glucksberg & Keysar, 1990),重點對比研究了隱喻與直義表達理解所需時間量的異同,但未能形成一致性認識,大量研究結果表明兩者在理解時間量上沒有顯著差別,因為語境對隱喻理解起重要作用(如Clark & Lucy, 1975; Deignan, 2005)。近年來,翻譯研究領域也出現了為數不多的關於隱喻翻譯中認知過程的研究(Tirkkonen-Condit, 2002; Sjørup, 2008)。其中, Sjørup (2008)使用眼動儀對三名專業譯者處理隱喻表達與直義表達時不同的眼動過程進行了研究,她從The Economist上選取兩段長度相當的文章,其中一篇含有五個隱喻,另一篇則沒有使用隱

喻,以此來比較譯者的眼動模式和注視時間。研究的主要假設是隱喻比非隱喻概念需要更大的認知處理時間量。這標志著隱喻理解時間這一話題在沉睡近二十年後的再度復蘇。

然而, Sjørup博士的研究在設計上存有一些問題:首先,正如作者自己所指出的,最大不足在於比較對象(隱喻和非隱喻表達)來自不同語篇,這使研究失去了比較的前提;盡管以自然語篇為實驗材料可提高研究的生態效度,但這一做法的代價則是降低了研究的信度;其次,對研究對象新奇隱喻和常規隱喻的劃分依據是主觀印象式,界限十分模糊;再次,僅通過眼動跟踪技術是無法判斷隱喻翻譯的困難到底是理解問題還是表達(轉換)問題,即單一的研究手段還無法區別出理解過程、協調過程和表達過程;最後,同心理語言學研究一樣,對比研究的隱喻和非隱喻理解出現的上下文語境不同,使得所得結論難以令人信服。針對這些問題,本研究將在實驗設計和研究對象的界定上提出改進辦法,具體為:第一,對比研究隱喻表達和其直義表達在翻譯中的理解過程,而不是隱喻表達和任意非隱喻表達(詳見實驗材料);第二,隱喻實例的選取是基于大型英語語料庫和一定量化參數;第三,實驗祇研究翻譯任務下的認知(理解)過程,不包括表達過程,一般認為Translog等技術更適合研究翻譯的表達過程;第四,在實驗材料設計上,本研究盡量使隱喻表達句和對應直義表達句的語境用詞相同、語句長短一致。

2. 理論假設

本實驗基于現有的心理學假說和發現之上。Just & Carpenter (1980)提出兩大假說:“眼-腦一致性假設”和“認知加工假設”。前者認為被試對某詞的注視即是對該詞進行認知加工;後者認為被試注視時間同長度認知加工時間長度相關聯。“眼-腦一致性假設”一直是眼動研究的基礎,而“認知加工假設”因未考慮到語境因素而受到質疑。但本研究對語境變量進行了嚴格控制,因而它也是成立的,可進一步闡釋為注視時間與認知努力成正相關,即

注視時間越長,說明認知處理難度越大,需要付出的認知努力也越多。此外,長久以來隱喻被認定為翻譯難點(如 Newmark, 1988; Schäffner, 2004; Boase-Beier, 2006),即理論家們認為隱喻的理解需要更多認知努力;所以本研究的假說是,較之直義表達式,外語學習者在理解對應的隱喻表達式時需要更長的注視時間和更多的認知努力。本文的主要目的在于考察中國英語學習者在理解隱喻和直義表達式時所需認知努力和時間上的差異,並為隱喻翻譯過程的深入探討提供可行性研究設計。

3. 隱喻識別步驟

鑒於文章研究對象是隱喻表達式而非概念隱喻,我們引用 Goatly (1995: 107-109) 給出的定義:隱喻是以一種非常規的方式來指稱或搭配兩種不同事物,其理解時基於不同事物之間的相似性。現有研究者給出了不同的隱喻識別步驟 (Metaphor Identification Procedure, MIP),一種是基於字典的方法,將隱喻區分為常規隱喻和新奇隱喻 (Lakoff & Johnson, 1980; Knowles & Moon, 2006; Semino, 2008; Ritchie, 2013; Charteris-Black, 2014),識別標準是隱喻意義的熟悉度,即已固化成為字典義的為常規隱喻,而那些意義還較為陌生的、尚未固化的為新奇隱喻 (Steen, 1999; Pragglejaz Group, 2007; Sjørup, 2008);另一種則是語料庫驅動的方法,識別標準是進行頻率統計 (Deignan, 2005; Charteris-Black, 2014),從而區分出常規隱喻和新奇隱喻,即在 BNC (British National Corpus) 每檢索出 100 個樣本中,隱喻用法少於 5 次的為新奇隱喻,大於 50 次的為常規隱喻 (Charteris-Black, 2014: 179)。為了增強區分的客觀性和可操作性,本研究將 Goatly 的定義與語料庫相結合,認為隱喻表達式新舊度的識別包括兩步:一是確定表達式不能按照字典義或字面義進行理解,從而初步區分出隱喻和非隱喻的用法;二是利用語料庫進行頻率統計,篩選出詞頻小於 5 次的隱喻表達式。相比於常規隱喻或概念隱喻,新奇隱喻因其陌生性可能會給外語學習者造成更大的困

難,因此對其理解過程的研究更具有理論價值和實踐意義。

三、眼動實驗

1. 研究方法

(1) 被試

被試是 4 名在英國萊斯特大學現代語言學院學習翻譯學的中國女研究生,裸眼或矯正視力 1.0 以上,均通過雅思考試並在萊斯特大學完成了一學期的翻譯碩士課程,具備參加實驗的英語語言水平和基本的翻譯能力。

(2) 實驗儀器

本實驗使用的儀器為 EyeLink2000 型臺式眼動儀。該儀器是超高速、高精度眼動追蹤系統,採取瞳孔與角膜結合的識別模式及頭部支撐系統,取樣率高達 2000Hz,即以每秒 2000 次的速度記錄被試閱讀時眼睛的注視位置、注視時間、次數等數據;眼動記錄裝置與計算機聯機進行實驗數據記錄,對眼動數據的統計處理也完全由計算機實現。同其他眼動儀相比, EyeLink2000 是目前採樣頻率最高的眼動分析設備(如美國應用科學實驗室生產的 504 型眼動儀的取樣率僅為 50Hz,哥本哈根商學院 Eye-to-IT 項目所使用的 Tobii1750 的採樣率為 250 Hz),加上穩定的頭部支撐,可以固定被試的頭部,更能精確地記錄下連續的眼動數據。

(3) 實驗設計

心理實驗研究員 Victoria 先將作為實驗材料的 46 個句子輸入電腦中,之後句子以 Courier 黑色字體隨機出現在白色背景的電腦屏幕中央。被試首先被告知實驗任務是以翻譯為最終目的的句子理解;在實驗正式開始之前,我們進行了三點水平校準程序,並且在每個測試開始之前都進行了連續兩次校準,即同字母大小的注視方框會出現在屏幕的左側,當方框被注視時,句子才會出現(句子首個單詞的第一個字母會取代方框的位置),每個校準點的偏差角度都會呈現出來;當理解了當前句子後,被試會按下手中的反應鍵,進行下一個句子的理解直至任務的完成。相對於五點和

九點校準而言,三點校準的優勢在于定位時間較短、對被試的幹擾性小、句子理解任務的連續性更強。

2. 實驗材料

我們從西方主流大衆商務報刊(包括 The Economist, Fortune, Businessweek)上選取了 23 個含有典型隱喻表達的句子(即隱喻度高);爲了使整個語句呈現在一行裏,我們對句子進行了統一的壓縮和調整,讓研究對象(隱喻表達式)盡量出現在句中位置而不是句子開頭或結尾處,並在包含空格的情況下,保持在 80 個字符左右;在此基礎上,我們利用隱喻的字面含義重新造句,盡量保持上下文語境用詞一致,形成長短相當的對比句。爲了保證句子的連貫性和可讀性,我們請萊斯特大學兩位語言學教授和兩位英語母語者對實驗句子進行了反復核查和修正。下面以“hidden gem”爲例做一說明。

原句:The CEO took this second company public and ultimately sold it for over \$1.5 billion. He credits the same hidden gem for creating approximately 25% of the value. One sales engineer. Nearly \$500 million of value created across two companies. (Fortune, 11 Feb., 2013)

實驗句子:

The CEO found a talented employee. He expected this hidden gem to make millions. (隱

喻表達句)

The miner found a precious stone. He expected this hidden gem to make millions. (直義表達句)

原句中下劃線部分爲下文中所提到的研究“興趣區”,但在實驗中材料是不做任何標記的,被試也不知道研究對象是翻譯中隱喻理解問題。這樣,我們準備了 23 個含有隱喻的句子和 23 個含有直義表達的對應句(詳見附表),其中有 3 對句子用于實驗的調試階段,其餘 20 對句子用于正式實驗中,每個句子的平均字數爲 15,在包含空額的條件下,平均字符數爲 90,在屏幕上均沒有超出一行。

3. 實驗過程

實驗在萊斯特大學心理實驗室進行。在實驗正式開始之前,每名被試將被告知眼動儀的工作原理和本次實驗的任務;之後被試將頭部放在支撐上,研究者將屏幕的中心調整到被試眼睛所在的水平線上,關閉視覺刺激屏幕外的其他光源,使被試處於自然放鬆的狀態。在進行連續兩次三點水平校準和六個句子調試訓練後,被試直接進入正式實驗階段。每個被試分別按照實驗設計和調試訓練的方式閱讀理解屏幕上的刺激物(即句子),完成任務後被試被要求按任意反應鍵進入下一句子的理解。40 個句子以隨機地方式逐一出現在屏幕上,被試一一進行理解直至屏幕上不再出現刺

DWELL_T	FIRST_FIX	IA_FIRST	IA_FIRST	IA_FIXAT	IA_ID	IA_LABEL	IA_REGRES	IA_REGRES	IA_SKIP	IA_SPILL	IA_REGRES	TRIAL_DW	TRIAL_FIX	TRIAL_IN
1513	280	0	280	1	5	1 Start	1	0	1.	1513	5885	19	5	
999	329	0	999	3	3	2 Target	0	0	1.	999	5885	19	5	
2993	180	1	180	1	10	3 End	0	1	0.	5505	5885	19	5	
3155	286	1	3155	9	9	1 Start	0	0	0	713	3155	6390	18	6
960	713	1	960	2	2	2 Target	0	0	0	273	960	6390	18	6
2088	273	1	2088	6	6	3 End	0	0	0.	2088	6390	18	6	
1198	215	0	215	1	5	1 Start	1	0	1.	1198	7051	20	7	
1304	523	0	1304	3	3	2 Target	0	0	1.	1304	7051	20	7	
4260	201	1	201	1	11	3 End	0	1	0.	6762	7051	20	7	
3188	607	0	3188	10	10	1 Start	1	0	1.	3188	6685	21	8	
1533	541	0	1533	5	5	2 Target	0	0	1.	1533	6685	21	8	
1964	187	1	187	1	6	3 End	0	1	0.	6685	6685	21	8	
2437	300	0	2437	9	9	1 Start	0	0	1.	2437	7070	23	9	
544	330	0	544	2	2	2 Target	0	0	1.	544	7070	23	9	
3585	178	1	178	1	11	3 End	0	0	0.	6566	7070	23	9	
2236	132	0	132	1	5	1 Start	1	0	1.	2236	5875	16	10	
492	300	0	492	2	2	2 Target	0	0	1.	492	5875	16	10	
2778	188	1	188	1	8	3 End	0	1	0.	5506	5875	16	10	
1742	81	0	1742	7	7	1 Start	0	0	1.	1742	6029	20	11	

圖 1 眼球跟踪各項指標數據記錄

激物爲止。眼動儀對被試眼動的整個過程進行了跟踪紀錄。爲了提高實驗的信度,被試按自願原則依次進行實驗,完成後立即離開實驗室。整個實驗進展非常順利,收集了大量的眼動數據(如圖1所示)。

四、實驗結果及討論

1. 主要眼動指標及實驗數據

通過對被試理解過程的即時測量,眼動儀可記錄被試認知加工句子過程中的一系列參數,它們構成眼動研究分析指標,一般分爲時間維度眼動指標和空間維度眼動指標兩類(Rayner, 1998; 韓玉昌, 2000)。本研究中所涉及的主要眼動指標(閆國利等, 2013)及實驗數據如下:

表1 關於隱喻句和直義句各項眼動指標的異同

Eye-tracking Index (ms)	FT D	GAZE	TOTAL TIME	REGS IN	REGS OUT	SKIP	FP FIX	TOTAL FIX	SPILL OVER	SENTE NCE Read-Time
Metaphorical	278	471	1174	25%	11%	58%	1.7	3.8	343	8394
Literal	278	434	1158	21%	19%	54%	1.5	3.6	336	8006

的平均凝視時間分別是471毫秒和434毫秒,這表明四位被試對隱喻的總注視時間要多於對其直義表達的總注視時間,即對隱喻的加工時間更長。

(3) 興趣區內第一遍注視次數(First-pass Fixations Count)

它是從被試的注視點從第一次落在興趣區開始到注視點離開該區域之間所有注視次數的總和。這一指標表明被試對句子形成心理表徵的快慢,第一遍注視次數越多,表明形成心理表徵的速度越慢。被試對所有隱喻表達式和對應的直義表達區內第一遍注視次數分別是1.7次和1.5次,這表明隱喻表達式更難形成心理表徵。

(1) 首次注視時間(First Fixation Duration, FFD)

首次注視時間是指在被試在興趣區內首個注視點的持續時間,是一個能反映詞匯早期加工的指標。興趣區(Area Of Interest, AOI)是研究者根據研究需要而確定分析的目標區域,在本研究中,隱喻表達式爲興趣區。四位被試對隱喻句和直義句的首次注視時間均爲278毫秒,即總體上是等時的。

(2) 興趣區內凝視時間(Gaze Duration)

它是指從首次注視點開始到注視點首次離開當前興趣區之間的持續時間,即對當前興趣區的總注視時間,是反映詞語加工的總體指標。所有隱喻表達式和對應的直義表達區域

(4) 總閱讀時間(Total Sentence Time)

總閱讀時間是被試閱讀整個句子的總時間,是反映被試提取和加工信息的重要指標。四位被試閱讀所有隱喻句子和直義句子的平均總閱讀時間分別是8394毫秒和8006毫秒,這表明總體上隱喻表達句比直義表達句需要更多的理解時間。

(5) 回視(Regression)

回視是指在第一遍注視興趣區後,對該區域進行再閱讀,發生的原因可能是對所讀內容的理解產生困難,出現歧義、錯誤或漏掉重要內容等。回視可反映出更深層次的加工,有兩種情形,一種是落入該興趣區的回視,一種是從該興趣區走出的回視,由此產生兩種新

表2 各被試理解句子的時間

被試\總時間	被試 1	被試 2	被試 3	被試 4	總時間(毫秒)
隱喻句	6809.5	8726	6004.444	12036.78	8394.181
直義句	7104.722	7617.778	5877.444	11424.89	8006.208
平均總時間	6957.111	8171.889	5940.944	11730.83	8200.194

的回視指標:回視入比率和回視出比率。回視入比率(Regression-in Proportion)是指在閱讀中從後面區域回視到當前興趣區的被試比率;而回視出比率(Regression-out Proportion)是指閱讀中從當前興趣區引發回視(越過當前興趣區左側邊界)的被試比率。其中,回視入比率反映的是被試對該興趣區加工的困難程度。實驗結果顯示,對隱喻表達式和直義表達式引發回視的被試比率分別是25%和21%,這表明隱喻表達更難加工,需要更多的認知努力。

表3 不同“興趣區”出現頻率和平均注視時間差異

興趣(AOI)	BNC 詞頻	隱喻表達式	直義表達式
jungle gym	1	1518.5	876.25
Chinese walls	39	967.5	884
phantom orders	0	1221.75	891.5
the traffic	995	599.25	559

2. 討論

從上述各指標和表1數據可知,被試在隱喻詞語或興趣區上需要的凝視時間量更大、注視次數更多、回視入比率更高,即隱喻詞語比其直義表達需要更大的加工時間量和認知加工努力,更難形成心理表徵;此外,含有隱喻詞語的句子的平均總閱讀時間量明顯大于直義句子所需時間量,即隱喻句子需要更多理解時間量。這些數據在一定程度上證實了我們的假設,即外語學習者在理解隱喻表達式時需要更大的注視時間量,並因此表明需要更多的認知加工時間量和努力。

一般認為,語境對隱喻的識解至關重要

(Black, 1979; Tirkkonen-Condit, 2002; Sjørup, 2008),但目前國內外研究沒有嚴格控制語境這一變量。本研究設計最大的優點在於盡可能地控制語境,使隱喻和對應直義表達式出現的前後語境用詞一致,從而使兩者在注視時間量和認知努力上具有可比較性。從被試個體情況上看,除被試1外,其他被試理解隱喻句子的時間量明顯多于理解直義句子的時間量。當然,本研究被試僅為4名,還不足以幫助我們得到具有統計意義的數據。但從表2可以看出,通過增加被試人數來改進實驗設計,可以

進一步論證本文的假設,並能夠發現個體差異。本研究的另一不足之處在於,為了提高眼動跟蹤的連續性和計時精確性,研究沒有要求被試在理解完每一個句子後說出理解結果,因而我們無法將理解時間、認知努力與理解效果結合起來分析。後續研究會將眼動實驗和鍵盤跟蹤技法或反省性有聲思維實驗結合起來,這樣不僅可以得到學生理解隱喻的結果,而且可以掌握學生解決隱喻的翻譯策略。因此,可通過增加被試人數和“多元論證”法(王少爽 & 高乾, 2014)來改進後續研究設計、增強實驗設計的效度和實驗結果的信度。

另外,通過回放眼球跟蹤記錄,我們對不同興趣區的注視時間進行了統計,分析發現“jungle gym”和“Chinese walls”這兩個源自不同文化的隱喻在注視時間上具有顯著區別(數據見表3);前者源自美國文化,常用在職場,指職業晉升的多重複雜路徑;後者具有很強的中國文化色彩,使讀者容易想到長城,兩者在注視時間上的區別使我們思考:是否源自不同文

化的隱喻會是影響隱喻理解的重要因素呢？另外，通過對比隱喻的詞頻和注視時間（見表3），我們發現詞頻與注視時間可能成負相關，即某一詞出現的頻率越高，對其注視時間就越短。因此，負載不同文化的隱喻和不同詞頻的隱喻也為我們進一步深入研究隱喻提供了新的研究話題與假設。

五、結語

本文基于原有的心理語言學和翻譯學實驗設計之上，采用目前最高精密度的Eye-Link2000型臺式眼動儀，對英語表達局和對應之一表達局上下語境這一變量做了易于對比的嚴格控制，考察外語學習者在理解隱喻表達句和對應直義表達句時注視所花費的時間量和認知努力的關係。通過對比分析各項眼動指標數據，我們初步證實了實驗假說，即較之直義表達式，外語學習者在理解對應的隱喻表達式時需要更長的注視時間和更多的認知努力，也在一定程度上證實了隱喻是翻譯（理解）難題的假說。通過對受試對不同文化和不同詞頻隱喻表達式的個例分析，實驗還發現了一些新的研究空間，如不同文化隱喻、隱喻的新舊度以及不同受試者之間的對比研究。此外，現有研究設計中還有一些不足之處：沒有設法收集受試對隱喻表達式的理解結果、受試人數過少，這些都需在後續研究中做進一步的改進，以提高實驗的效度與信度。

注：本文作者感謝萊斯特大學現代語言學院 Prof. Kirsten Malmkjær、Adelina Hild 對本項研究提供的指導和幫助。

參考文獻

[1] Alves, F. Translation process research at the interface. In A. Ferreira & J. Schwieter (Ed.), *Psycholinguistic and Cognitive Inquiries into Translation and Interpreting* (pp. 17–40). Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2015.

[2] Black, M. More about metaphor. In A.

Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (2nd. ed., pp. 19–39). Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

[3] Boase-Beier, J. *Stylistic approaches to translation*. Manchester, UK: St. Jerome Pub, 2006.

[4] Charteris-Black, J. *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

[5] Clark, H., & Lucy, P. Understanding what is meant from what is said: a study in conversationally conveyed requests. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 1975, (12): 335–359.

[6] Deignan, A. *Metaphor and corpus linguistics*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2005.

[7] Estill, R., & Kemper, S. Interpreting idioms. *Journal of Psycholinguistic Research*, 1982, (11): 559–568.

[8] Gibbs, R. Evaluating contemporary models of figurative language understanding. *Metaphor and Symbol*, 2001, 16(3–4): 317–333.

[9] Goatly, A. *The language of metaphors*. London and New York: Routledge, 1997.

[10] Göpferich, S., Alves, F., & Mees, I. (Eds.). *New approaches in translation process research*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2010.

[11] Göpferich, S., Jakobsen, A., & Mees, I. (Eds.). *Looking at eyes: Eye-tracking studies of reading and translation processing*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2008.

[12] Göpferich, S., Jakobsen, A., & Mees, I. (Eds.). *Behind the mind: Methods, models and results in translation process research*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2009.

[13] Glucksberg, S., & Keysar, B. Understanding metaphorical comparisons: Beyond similarity. *Psychological Review*, 1990, 97(1): 3–18.

- [14] Just, A., & Carpenter, P. A theory of reading: From eye fixation to comprehension. *Psychological Review*, 1980, (87): 329–354.
- [15] Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- [16] Mees, I., Alves, F., Göpferich, S., & Jakobsen, A. *Methodology, technology and innovation in translation process research: A tribute to arnt lykke jakobsen*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2009.
- [17] Muñoz Martín, R. The way they were: Subject profiling in translation process research. In I. Mees, F. Alves & S. Göpferich (Eds.), *Methodology, technology and innovation in translation process research* (pp. 87–108). Copenhagen: Samfundslitteratur, 2010.
- [18] Ortony, A., Schallert, D., Reynolds, R., & Antos, S. Interpreting metaphors and idioms: some effects of context on comprehension. *Journal of Psycholinguistic Research*, 1978, (6): 242–260.
- [19] Pragglejaz Group. MIP: a method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 2007, 22(1): 1–39.
- [20] Rayner, K. Eye movements in reading and information processing: 20 years of research. *Psychological Bulletin*, 1998, (124): 372–422.
- [21] Ritchie, D. *Metaphor*. New York: Cambridge University Press, 2013.
- [22] Schäffner, C. Metaphor and translation: Some implications of a cognitive approach. *Journal of Pragmatics*, 2004, 36(7), 1253–1269.
- [23] Searle, J. *Metaphor*. In A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- [24] Semino, E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- [25] Sjørup, C. Metaphor comprehension in translation: Methodological issues in a pilot study. In S. Göpferich, L. Jakobsen & M. Mees (Eds.), *Looking at eyes: Eye-tracking studies of reading and translation processing* (pp. 53–77). Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2008.
- [26] Steen, G. *Understanding metaphor in literature: An empirical approach*. London and New York: Longman, 1994.
- [27] Tirkkonen-Condit, S. Metaphoric expressions in translation processes. *Across Languages and Cultures*, 2002, 3(1): 101–101.
- [28] Verbrugge, R. & McCarrell, N. Metaphor Comprehension: Studies in Reminding and Resembling. *Cognitive Psychology*, 1977, (9): 494–533.
- [29] 馮佳, 王克非. 探悉翻譯過程的新視窗: 鍵盤記錄和眼動追蹤[J]. 中國翻譯, 2016, (1): 12–18.
- [30] 高新華, 劉白玉. 金融危機英語隱喻詞匯的翻譯[J]. 外語學刊, 2010, (5): 119–121.
- [31] 韓玉昌. 眼動儀和眼動實驗法的發展歷程[J]. 心理科學, 2000, (4): 454–457.
- [32] 劉艷梅, 冉詩洋, 李德鳳. 眼動法在翻譯過程研究中的應用與展望[J]. 外國語(上海外國語大學學報), 2013, (5): 59–66.
- [33] 譚衛國. 英語隱喻的分類、理解與翻譯[J]. 中國翻譯, 2007(6): 42–46.
- [34] 滕延江, 張曉梅. 關聯理論對隱喻翻譯的動態闡釋[J]. 東岳論叢, 2006(5): 185–187.
- [35] 王娟. 國外翻譯過程實證研究中的眼動跟蹤方法述評[J]. 外語學刊, 2016, (4): 124–129.
- [36] 王少爽, 高乾. 翻譯過程研究的新模式探析——從 Triangulation 的譯名談起[J]. 上海翻譯, 2014, (1): 27–31.
- [37] 閔國利, 熊建萍, 臧傳麗, 餘莉莉, 崔磊, 白學軍. 閱讀研究中的主要眼動指標評述[J]. 心理科學進展, 2013, (4): 589–605.

附表

實驗材料

1. The CEO found a talented employee. He expected this hidden gem to make millions.
The miner found a precious stone. He expected this hidden gem to make millions.
2. Talented employees really move the needle, as \$5 million of value was created yearly.
Talented tailors really move the needle of sewing machine, as millions was created yearly.
3. Keep collecting talents; such flywheels can deliver energy when companies need expansion.
Keeping collecting energy, such flywheels can deliver energy when engines get started.
4. To curb RMB speculating, Beijing seeks to kill currency vultures with a legal arrow.
To curb chicken missing, farmers seek to kill circling vultures with a sharp arrow.
5. People climb the jungle gym, not the ladder, to look for opportunities all around to the top of careers.
Children climb the jungle gym, not the ladder, to look for opportunities all around to the top of bars.
6. The new CEO entered a company with a revolving door at the top: Yahoo has had 4 CEOs in 5 years.
The new customer entered a store with a revolving door in the front: it has such a door in the back.
7. We ensure this is the real hero, ‘product porn’: stunning product that exposes real appeal.
We ensure this is the real target, children porn: indecent photo that depicts sexual activity.
8. The economic critic, wearing dull goggles of history, argued that it was speculation.
The diver, wearing fashionable goggles of his club, argued that it was exploration.
9. After the crisis, banks serve up the red meat of convertible bonds to yield starved investors.
After the crisis, markets serve up the red meat of domestic pigs to ease starved consumers.
10. The telecoms giant BT locks horns with its rival Sky over pricing for sports.
The black giant bull locks horns with its rival over hours in the bullfight.
11. Their policy has found fertile ground in a nation sick of continuous cuts.
The seeds have found fertile ground in a garden full of fallen leaves.
12. Since the anti-corruption campaign, aircraft Embraer admits to being bruised in Chinese private jet market.
Since the pro-democracy campaign, student protesters admit to being bruised in the demonstration in HK.
13. Giving bad feedback aside, ‘toxic consumers’ are motivated to harm a brand’s reputation on social media.
Giving bad side-effect aside, toxic food additives are motivated to make a fortune at minimum costs.
14. Online sellers recruit friends to make phantom orders, for shipping more goods will attract more buyers.

(continued on Page 039, 轉 039 頁)

Translation Principles and Skills of Business Advertisement English

商務廣告英語的翻譯原則與技巧

ZOU Jing ZHOU Yan
鄒靜 周燕

College of English, Dalian University, Dalian, 116622, P.R. China
大連大學英語學院 中國 大連 116622

【Abstract】 With the development of economic globalization, more and more products and services from abroad pour into our country. As an effective means of publicizing and promoting foreign goods or services, business advertising English is found everywhere. How to better translate business advertising English so that it can truly realize its advertising function in the target language countries is an important task for translators. This article will be discussed from the requirement of business advertising English translation of the translator. This business advertising English translation will follow three principles: concise and creative translation principles, the principle of cultural translation and aesthetic principles. On the basis of the above principles, translators should adopt specific translation techniques, such as literal translation, free translation, creative translation, corresponding translation. Translation should not only focus on the language level, but attention to the cultural connotation. The advertisement involves not only making the translation faithfully convey the original information, but also achieving the reappearance of the original call function. Business Translation eventually makes the target language consumers purchase behavior.

【Keywords】 commercial advertisement, translation, principles, skills.

摘要: 隨着經濟全球化的發展,越來越多的來自國外的產品和服務涌入我國。作為宣傳和推銷國外商品或服務的有效手段,商務廣告英語隨處可見。如何更好地翻譯商務廣告英語,使其在目的語國家依然能夠真正實現其廣告的功能成為翻譯工作者所面臨的一項重要任務。本文將從討論商務廣告英語翻譯對譯者的要求入手,闡述商務廣告英語翻譯要遵守的三大原則:簡潔有創意的翻譯原則、文化翻譯原則和美學翻譯的原則。在遵守以上原則的基礎上,譯者要採用特定的翻譯技巧,如直譯、意譯、創譯、增譯、套譯和縮譯。翻譯時不僅要關注語言層面,也要關注廣告所涉及的文化內涵,使譯文不僅能忠實地傳達原文信息,而且能實現其再現原文的號召功能,最終使目的語的消費者產生購買行為。

關鍵詞: 商務廣告;翻譯;原則;技巧

一、引言

商務廣告是指商品經營者或服務提供商以某種形式介紹商品或服務的廣告。它

是一種融合了認知、了解和勸說的活動,其特徵具體表現為以下三個方面:一是將有關產品和服務的信息通告給廣大消費者,激發

作者信息: 鄒靜,大連大學英語學院講師,碩士,研究方向:翻譯理論與實踐、教育技術開發;周燕,大連大學英語學院講師,碩士,研究方向:翻譯理論與實踐、中英詩詞比較研究

其購買欲望,使其實施購買行為;二是在需求衰退的市場上刺激需求,在需求匱乏的市場上創造需求;三是現代廣告在塑造良好企業形象及消費者溝通方面具有重要作用[1]。商務廣告英語的翻譯是一種特殊的實用文體翻譯,是一種跨語言、跨文化的交流活動,需要特定的翻譯原則和技巧。對商務英語廣告進行翻譯時,必須了解廣告的文體特徵,根據其內容和特點,選用恰當的翻譯方式,既要展現原文的語體風格,又要充分表達出原文的信息,這樣才會讓譯文讀者也能獲得同樣的感受。另一方面,譯者要了解目的語的廣告規範,既要遵循目的語的廣告語體風格,又要尊重譯語文化,注重譯文接受者的反映。祇有這樣,才能確保廣告翻譯實現它的預期功能,有效地把產品介紹給目的語消費者,最終使其購買產品。

二、商務廣告英語翻譯對譯者的要求

廣告英語的翻譯應以功能對等為原則,使譯文與原文有大致相同的廣告效果、信息傳遞功能和移情感召功能。翻譯出來的廣告內容必須符合目標語的接受要求,符合該文化語境中大眾的表達習慣和審美心理。因此,對翻譯工作者也提出了較高的要求。

1. 譯者應充分理解廣告英語原文,恰當傳譯原文的信息。範仲英在《實用翻譯教程》一書中認為,翻譯要“鑽進去,跳出來”[2]。“鑽進去”是指鑽研原作,吃透原作;“跳出來”就是要擺脫原文語言方面的影響和束縛,設法按照目的語的表達習慣把原文重新表達出來。因此,首先必須弄清廣告到底要傳達什麼信息、欲激發讀者產生何種聯想和做出何種判斷與評價,進而採取何種行為等問題,然後才能做出恰當的翻譯。

2. 譯者應了解目的語國家的文化傳統及消費心理,了解文化禁忌。劉宓慶在《文化翻譯論綱》中認為,語言在本體論上是文化的:語言的文化性和人文性就是它的本質,語言是特殊的文化現象。每種語言都有其獨特的表達方式、不同的文化差異與文化背

景[3]。因此,英語廣告的翻譯應在區別兩種語言特點的基礎上,綜合考慮社會、文化、消費者群體等各方面因素,選擇與原文對等的最貼切、最自然的表達方式。

3. 具有扎實的中文功底。商務廣告的目的是勸購商品,應盡力宣揚商品的特色、功能和優點。因此,廣告會使用大量的褒義形容詞對產品加以贊美,從而吸引消費者。在翻譯商務廣告時,譯者同樣應盡量使用贊美性的形容詞。另外,漢語中的“四字格”詞組具有構型短小,涵義深刻和高度概括性等特點,往往言簡意賅,寓意深刻,韻律協調,符合中國人的審美心理,有助於增加消費者對商品的好感。

4. 熟練掌握廣告的文體特點。譯者要使用合適的文體,才不會使譯文與原文格格不入。比如,廣告的基本特點是簡明扼要,淺顯易懂。廣告用詞多具有通俗語體色彩,且詞語多含有積極意義,行文構句多使用單音節詞和合成詞。句子比較簡短有力,大量使用省略句、祈使句及破折句,忌諱用結構複雜的長句。巧妙地運用各種修辭手段,創造出精辟獨到、效果非凡的廣告詞,包括:比喻、雙關、押韻、排比、擬人等等。譯者應盡量保持原文的修辭手法,並考慮目的語的特點,使譯文流暢而富有美感,同時還應注意英漢表達上的差異,以求最佳的可讀性和廣告效果。

三、商務廣告的翻譯原則

著名學者廖七一認為廣告翻譯應遵循三個原則,即效果優先原則、符合譯語文化原則、符合譯語廣告規範和特色原則[4]。因此,本文將商務廣告的翻譯原則歸納為:簡潔有創意的翻譯原則、文化翻譯的原則和美學翻譯的原則。

1. 遵循簡潔富有創意的原則

廣告語是一種典型的宣傳文體,多數情況下,廣告翻譯對“忠實原文”的要求並不很高。所以,在廣告翻譯時,譯者可以自由發揮自己的創造力,靈活處理,譯出富有創意

的譯文,以此來吸引消費者,實現勸購的目的。同時,譯者要注意譯文的簡潔性,使讀者一目了然,從而更容易了解和記住產品。

2. 遵循文化翻譯的原則

文化差異影響着廣告譯文預期目的的實現,因此,翻譯時應注意到廣告的跨文化因素,諸如商品使用人群不同的文化價值觀,不同的心理結構和不同的地域環境與人文環境等。因此,譯者需要巧妙處理不同國家間的語言文化差異,注意廣告的文化內涵,常使用一些文化色彩濃厚的俗語、典故等,更能夠增加廣告的文化底蘊,從而達到宣傳產品,促進銷售的目的。例如:

Where there is a way, there is a Toyota.

譯文:車到山前必有路,有路必有豐田車。(豐田汽車)

該廣告譯文巧妙地換用了一句中國家喻戶曉的成語,給人極其深刻的印象。而在與美國做交易的時候,該廣告又譯成:Not all cars are created equal.(并非每輛車都生而平等)。該譯文又切合了美國人崇尚平等的民族文化,自然受到美國人歡迎。

Not all cars are created equal. (三菱汽車)

譯文:古有千裏馬,今有三菱車。

這則廣告套用了俗語“古有花木蘭,今有娘子軍”。但是,如果直譯成“并非所有的車都生來平等”就會令人費解。

因此在翻譯英文廣告時,要尊重中國的文化習俗,慎重考慮其效果,避免引起文化誤解。

3. 遵循美學翻譯的原則

傅仲選認為,翻譯是審美主體(譯者)通過審美中介(譯者的審美意識)將審美客體(原文)轉換為另一審美客體(譯文)的一種審美活動[5]。譯者應在用詞,句法和修辭上多作考慮,將廣告原文中的內涵美與語言美再現到譯文中去,再現廣告的號召力,達到與原文同等的廣告效應。例如:

Gentle Touch: Relax and enjoy, service

comes from the heart when you fly Cathy Pacific. The Heart of Asia. (泰國航空公司)

譯文:溫柔的觸摸:當您乘坐泰國的航班時,您就能輕鬆地享用來自心靈的服務。亞洲之心。

該廣告譯文用立意新穎的措詞“溫柔的觸摸”、“亞洲之心”、“輕鬆享用來自心靈的服務”,給人以美感,並很好地表達了航空公司對乘客的人文關懷。

Good to the last drop. (美國麥氏咖啡)

譯文:滴滴香濃,意猶未盡。

譯文向消費者描繪出清香四溢,美味可口的麥氏咖啡,令讀者讀後有香氣撲鼻,垂涎欲滴之感。

這些廣告譯文明快有力,新奇獨特,妙趣橫生,充分體現了商務廣告翻譯中形式美與促銷有機結合的語言特色,具有獨特的表現力和藝術感染力。

四、商務廣告的翻譯技巧

Nord提出的目的性原則決定了譯者在廣告詞翻譯中應考慮以下三個因素:譯文語體,讀者反應和譯語文化。因此,廣告翻譯需要譯者發揮創造力,在功能對等的基礎上採取靈活多變的翻譯策略。一般來說,翻譯技巧包括:直譯、意譯、創譯、增譯、套譯和縮譯。

1. 直譯

直譯就是把原來語言的語法結構轉換為譯文語言中最近似的對應結構,但詞匯則依然一一對譯,不考慮上下文,可以理解為在譯文中既保留原文內容又保留原文形式,特別是保留原文的語言特色。例如:

Challenge the Limits. (三星電子)

譯文:挑戰極限。

When you come, you are a guest of ours, when you leave, we are the friends of yours. (酒店)

譯文:來時他鄉客,去時故人心。

Let's make things better. (飛利浦電子)

譯文:讓我們做得更好。

Extraordinary Cola, Extraordinary Choice.
(非常可樂)

譯文:非常可樂,非常選擇。

Take Toshiba, take the world. (東芝電
子)

譯文:擁有東芝,擁有世界。

We lead, others copy. (理光打印機)

譯文:我們領先,他人仿效。

以上廣告語的翻譯都用了直譯法,譯者使用了簡短的句式,明確而清晰地傳達了廣告的字面意思和深層內涵,在很大程度上再現原廣告的形式、內容和風格。

2. 意譯

意譯是指譯者在受到譯語社會文化差異局限時,不得不捨棄原文的字面意思,以求譯文與原文意義相符和功能相似。意譯通常取原文內容而捨棄其形式,允許譯者有一定的創造性,但原文的基本信息應該保存。這種譯法較為自由、靈活,譯文比較地道,可讀性較強。例如:

We can't forge ahead by sticking to existing roads. (奧迪汽車)

譯文:開拓進取,勇于創新。

If it moves, pumps, turns, drives, shifts, slides or rolls, we check it.

譯文:成竹在胸,縱橫馳騁。(汽車廣告)

You and Northwest, business at its best.
(西北航空)

譯文:有你的惠顧和支持,西北航空公司的生意定會興隆。

A Mars a day keeps you work, rest and play.

譯文:火星巧克力,生活源動力。

以上譯文中,譯者根據原文所暗含的語意,將省略的暗語添加進去,將冗餘的詞句刪去不譯,意思明確清晰。

3. 創譯

創譯是指基本脫離了翻譯範疇而重新創造的過程,是一種再創型翻譯。創造性翻譯往往保留廣告的“靈魂”,使譯文與原文形

式對等、但內容完全不同而富有創意的新版本。例如:

Every time a good time. (麥當勞)

譯文:分分秒秒歡聚歡笑。

原文使用了押尾韻的修辭技巧,但在譯文中并未以相同的形式再現,而是通過迭詞(分分秒秒)和對仗(歡聚歡笑)將原文的意境渲染得淋漓盡致。

Kids Can't wait. (蘋果計算機廣告)

譯文:不試不知道,蘋果真奇妙。

上例原文與譯文押尾韻,而且對仗、簡練,朗朗上口,易讀易記。

A great way to fly. (新加坡航空)

譯文:飛越萬裏,超越一切。

Good to the last drop. (馬克斯韋爾咖啡)

譯文:滴滴香濃,意猶未盡。

譯文“意猶未盡”四個字不但體現了原文的思想精髓,而且所引發的遐思更是精彩絕妙。

該廣告原文是一個名詞短語,簡單明了。而譯文採用工整對偶的四字詞語,節奏明快,琅琅上口,展現了該產品的巨大魅力。

4. 增譯

增譯是對原文廣告進行內容上的補充。增譯有兩種情況,一種是對原文某些關鍵詞的詞義進行挖掘、引申或擴充,把隱含意思表現出來。有時,出于中文表達習慣,在翻譯時多使用四字成語,言簡意賅却能錦上添花,給人留下深刻印象。例如:

The relentless pursuit of perfection. (雷克薩斯汽車)

譯文:專注完美,近乎苛求。

It's all within your reach. (AT&T)

譯文:聯絡世界,觸及未來。

Elegance is an attitude. (浪琴手表)

譯文:優雅態度,真我性格。

Anytime. (TNT 快遞服務)

譯文:隨時隨地,準時無誤。

Just do it. (耐克)

譯文:耐克服飾,不妨一試。

Do it right, first-rate, top-notch, without a hitch and absolutely flawless. (美國捷運)

譯文:服務準確,質量一流,業內頂尖,交遞準時,投送無誤。

上述廣告譯文均采用增譯的策略,利用對偶的四字結構,提升了產品和服務的品味。

5. 套譯

套譯就是借用目的語中某些慣用結構來進行翻譯的一種方法。被借用的結構可以是成語、諺語、名言佳句。譯者應對原廣告及要套用的結構有深刻了解,對語用場合和內涵進行分析,才能做到恰當得體的翻譯。例如:

The Ultimate Driving Machine. (寶馬汽車)

譯文:登峰造極。

該譯文既符合中文的語言習慣,又在文化層面上進行了演繹和詮釋。譯文套用了在漢語中是有強大的文化內涵的成語“登峰造極”,比喻學問、技能等達到最高的境界或成就,可以說是一個出色的翻譯。

Where there is a way, there is a Toyota. (豐田汽車)

譯文:車到山前必有路,有路必有豐田車。

中文的翻譯借鑒了中文習語“車到山前必有路,船到橋頭自然直”,與原文廣告結構相符,產生交相輝映的效果。

What's on your arm should be as beautiful as who's on it. (西鐵城手表)

譯文:好馬配好鞍,靚表襯俊男。

譯文套用了漢語的俗語“好馬配好鞍”,使產品形象變得更加優美,激發潛在顧客購買的欲望。

Shanghai TV — Seeing is believing. (上海牌電視機)

譯文:上海電視,有目共賞。

譯文套用了成語“眼見為實”,使產品的形象更加生動。

He laughs best who runs longest. (汽車輪胎)

譯文:跑到最後,笑得最好。

譯文套用了成語“誰笑到最後,誰笑的最好”,體現了輪胎的經久耐用的卓越質量。

All roads lead to Rome, All Bailing lead to home. (百鈴餐具)

譯文:條條大路通羅馬,款款百鈴進萬家。

譯文套用了人們耳熟能詳的成語“條條大路通羅馬”,使廣告通俗易懂,容易記憶。

Though your life is busy, Long Card makes it easy. (建行龍卡)

譯文:衣食住行,有龍則靈。

譯文套用了著名詩句“山不在高,有仙則靈”,使人感到親切,拉近了與消費者的距離。

6. 縮譯

縮譯就是刪去一些可有可無的,或者有了反而顯得累贅的詞。這種方法適合處理那些廣告原文寫得不够精煉,信息過剩的文本。例如:

Wherever you are. Whatever you do. The Allianz Group is always on your side. (安聯集團)

譯文:安聯集團,伴您左右。

“Wherever you are. Whatever you do.”在譯文中被刪掉。雖然進行了縮譯,但廣告的意思并未受到太大的影響,反而給人簡潔明了的感覺。

Our shoe polish is surely of the first rate; It shines your shoes and you look great. (鞋油)

譯文:一流產品,足下增光。

With a copy of The Globe in your hand, the world unfolds before you so grand. (《全球》雜誌)

譯文:一冊在手,縱覽全球。

在以上兩例中,譯文比原文明顯簡短。經過縮譯,不僅保留了廣告的本來信息,而且使信息傳達更加簡練,更有利于給消費者

留下深刻印象。

五、結論

商務廣告既是一種經濟現象,具有促進銷售,指導消費的商業功能;同時也有社會功能,傳播適合社會要求、符合人民群眾利益的思想、文化觀念。譯者在進行廣告翻譯時,不僅要遵守翻譯原則,而且要掌握翻譯技巧。在關注語言層面,包括用詞、句法和修辭的同時,也要關注廣告所涉及的文化內涵,使譯文不僅能實現忠實地傳達原文廣告語的信息功能,而且實現其再現原文的號召功能,從而達到在目的語中宣傳產品或服務,進一步吸引消費者並最終達到使其產生

購買行為的目的。

參考文獻

- [1] 羅選民. 互文性與商務廣告翻譯[J]. 外語教學, 2014(3):93
- [2] 範仲英. 實用翻譯教程[M]. 北京: 外語教學與研究出版社, 2016
- [3] 劉宓慶. 文化翻譯論綱[M]. 武漢: 湖北教育出版社, 2017
- [4] 廖七一. 西方翻譯理論探索[M]. 南京: 譯林出版社, 2013
- [5] 傅仲選. 實用翻譯美學[M]. 上海外語教育

(continued from Page 060, 接 060 頁)

概念的詞語。同時,用最簡潔易懂的語言形式表達盡可能多的信息和內容。旅游景點公示語的翻譯需要充分考慮文化差異,努力跨越文化鴻溝;熟悉外國語言習俗,防止落入文字陷阱。在可能的情況下采取平行文本比較分析策略,參照同一文本類型的外語文本,使譯文既能連貫自如地傳達原作內容又符合目的語規範和文化標準。要潛心研究外國文化和外國人的心理思維模式,善于發現和分析中外文化的細微差別和特點。盡量使用等值詞或對等詞、進行背景注譯、補全詞義和正確處理文化差異等。盡量為受眾增譯,針對外來參觀者對中國歷史文化了解有限的現實,從弘揚中華文化的角度,很多歷史人物、地名等需要進行人性化增譯或編譯。

此外,有關部門要重視翻譯工作,把高校外語專業的廣大師生動員起來,公示語翻譯必能迅速改觀。建立相關的機制,着力培養一批了解語言文化差異並能運用相應的翻譯原則和技巧進行中外語言轉換的高級翻譯人才,這樣才能從根本上解決翻譯問題。

參考文獻

- [1] 丁衡祁. 努力完善城市公示語 逐步

確立參照性譯文[J]. 中國翻譯, 2006.

- [2] 宮偉. 公示語日譯策略研究——基於日語及日本文化特色[J]. 日語學習與研究, 2016.
- [3] 衡孝軍. 對外宣傳翻譯理論與實踐[M]. 世界知識出版社, 2011.
- [4] 王大來. 翻譯中的文化缺省研究[M]. 中央編譯出版社, 2012.
- [5] 楊仕章. 文化關鍵詞翻譯研究[J]. 解放軍外國語學院學報, 2016.
- [6] Mary Snell-Hornby. Translation Studies: An Integrated Approach [M]. Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- [7] Andre Lefevere. Translation/History/Culture A Sourcebook[M]. Shanghai Foreign Language Education Press, 2010.
- [8] 黃友義. 堅持“外宣三貼近”原則, 處理好外宣翻譯中的難點問題[J]. 中國翻譯, 2004.
- [9] 萬華. 公示語翻譯: 問題與規範——以某 5A 風景區公示語英譯為例[J]. 上海翻譯, 2017.
- [10] 張志祥. 旅游翻譯中的交際規範[J]. 上海翻譯, 2017.

An Investigation and Analysis of the English and Japanese Translation of Public Signs of Tourist Attractions in Liaoning Province

遼寧省旅游景點公示語英日譯現狀考察與分析*

XIAN Ming

鮮明

*School of International Business Communications, Dongbei University of Finance & Economics,
Dalian, 116025, P.R.China*

東北財經大學國際商務外國語學院 中國 大連 116025

[Abstract] *This paper analyzes the problems of the English and Japanese translation of public signs in tourist destinations in Liaoning Province based on the real situation, and also analyzes the translation strategies of some successful examples. It can contribute to the translation of public signs.*

[Keywords] *public signs; translation; English and Japanese translation*

摘要:本文在分析遼寧省旅游景點公示語英語翻譯現狀的基礎上指出了目前公示語翻譯存在的問題,並分析了成功的公示語翻譯採用的翻譯策略,對公示語的翻譯有一定的應用價值和指導意義。

關鍵詞:公示語;翻譯;英日譯

一、旅游公示語翻譯的研究意義

隨着對外開放的不斷深入和“一帶一路”建設的推進,外語使用被賦予了前所未有的責任和擔當。其中,公共服務領域對外語需求不斷擴大,以公示語翻譯為代表的對外傳播翻譯活動正是順應“一帶一路”建設,響應國家外語能力建設的具體表現,對於向世界講好中國故事,傳播好中國聲音,促進中國文化走出去具有重要意義。

旅游景點公示語是我省對外宣傳的重要媒介,也是遼寧省對外宣傳事業的重要基礎性環節。旅游景點公示語的翻譯可以向更多的國家和地區傳播並宣傳我省具有地方特色的旅游項目和文化產品,可以促進對外友好交往,增進外部世界對我省的了解,

擴大我省的國際影響力,在國際上展示並樹立我省的良好形象,加強軟實力建設,為我省的經濟文化事業的發展創造良好的國際環境。

在目前我國旅游景點公示語翻譯研究中,大多數研究集中于中譯英的翻譯研究現狀、存在的問題以及翻譯的策略等,尚未有學者關注公示語的英日翻譯情況以及翻譯的質量等。

基于我省旅游景點公示語翻譯的現實情況,本研究從建構和傳播我省良好形象的角度出發,重點分析我省重要旅游景點公示語的英日語文本,針對翻譯的問題提出切實可行的翻譯策略建議,具有一定的應用價值和現實指導意義。

基金項目:本文系鮮明主持的2016年度遼寧省教育廳科學研究項目(編號:LN2016YB014)“遼寧省地區形象對外宣傳語的翻譯策略研究——以英日譯語文本為例”的階段性成果

作者信息:鮮明,女,東北財經大學副教授,博士,研究方向:翻譯理論與實踐

二、遼寧旅游景點公示語翻譯現狀

根據筆者的考察,在我省以外的重點旅游景點中,已經有多語種的翻譯。比如,山東泰山景區和南京的明孝陵景區都有英日韓三個語種的公示語。盡管我省在主要的旅游景點都設立了公示語英語翻譯的指示牌,由于遼寧省特殊的地理位置和歷史文化,有許多來自日本的游客來我省參觀,考慮到他們的要求,有的著名景點設有英日譯的公示語,這些地方大多集中在大連和沈陽的一些景點,比如沈陽故宮、大連星海廣場等。這些為促進我省的對外傳播提供了一些必要條件,但目前的旅游公示語英日譯現狀還存在一些問題,比如,我省的旅游景點公示語中錯誤或不規範的外語翻譯隨處可見,嚴重影響了我省的對外形象;各種旅游宣傳畫冊、資料和旅游場所宣傳告示牌的翻譯中,翻譯質量問題不容樂觀。這些問題不僅不利于對外傳播與交流,甚至還會產生負面影響。

筆者整理了在我省旅游景點公示語英日翻譯的文本後發現有一些誤譯的例子,錯誤主要包括一些拼寫和語法錯誤。許多錯誤都是由死譯帶來的。

筆者在大連市星海廣場腳印雕塑發現了日文翻譯的錯誤,剛好意思完全相反。中文是“腳印雕塑,請勿踩踏”,意思是不許游客踩踏腳印雕塑。而日文的翻譯却是“足跡の彫刻濕っぽい踏みつけ”,給人的感覺恰恰是鼓勵游客去踩。

在大連市和平廣場商圈的臺階上,筆者發現了如下的英文careful stairs,這是根據字面的死譯鬧成的笑話。由于機械地套用母語的表達結構,使得英譯文的言外之意(語用意圖)與原文背道而馳。

大連市博物館中在電梯處提示游客不要碰到頭,“當心碰頭”被翻譯成了“warning overhead obstacles”。

其中,一樓展廳的貝雕“九龍壁”的簡介的英文翻譯讓人一頭霧水,其中的翻譯語法

錯誤比比皆是,有損我省的對外宣傳形象。

原文如下:貝雕“九龍壁”全長7.15米,寬73厘米,高2.75米。整個作品歷時三年多完工。該“九龍壁”以北京北海公園大型九龍壁為藍本,結合貝雕工藝的特點精致而成。制作團隊選擇使用了重兩噸,共十五種貝殼為原料的貝殼制作出了該九龍壁;其中包括大小龍1595條,貝殼元寶花1048個,珍珠714粒,鬥拱104個。

英文譯文如下:

Dalian Shell Carving Company has finished the “Shell Nine Dragons Wall” in last 3 years which length 7.15 metres, width 73cm, height 2.75 metres.

The “Wall” was made based on “Nine Dragons Wall” of Beijing Beihai Park. With the characteristics of shell carving technology to finish refined. The production team has chosen 2 tons 15 different kinds of shell as materials to finished this “Wall”, which include 1595 dragons, 1048 shell “yuanbao” flowers, 714 pearls and 104 bracket systems.

譯文中存在多處語法錯誤,比如詞性誤用、定語從句結構不完整、動詞不定式誤用、標點誤用、語言不通等問題,反映了翻譯水平不高以及態度不認真。

總體來說,導致部分旅游公示語翻譯質量欠佳的原因主要有三點:一是忽視了中外在語言和文化上的差異;二是翻譯工作者本身的素質及工作態度有待提高,如對號入座、機械死譯、缺乏跨文化交際意識等;三、公示語翻譯沒有得到足夠的重視,相關部門對翻譯工作的監管不嚴格。

三、遼寧旅游景點公示語典型英日譯文本分析

經過筆者調研發現,在我省旅游景點中,沈陽故宮的英日雙語公示語翻譯比較成功地采用了一些翻譯策略,尤其是在翻譯某些文化缺省詞方面有很多成功之處。

3.1 采用的翻譯策略

具體的翻譯策略包括減譯、增譯和編譯。

3.1.1 減譯

旅游景點公示語的目的是吸引更多的外國游客,增強他們對我國自然景觀、民族風情等的喜愛,進一步促進旅游產業。對於受眾而言,主要是從文本中獲得自己感興趣的信息。因此,語言應該是簡練、通俗、易懂。

由于語言和文化差異,漢語許多意象無法在英語和日語中找到相應的意象,如果要將主要文化信息在文中一一明確表達出來會導致譯文句子無限擴展和延伸,從而造成了冗長解釋,這時可以採用減譯的方法,把意象轉化為意義。

以下是沈陽故宮的英日翻譯文本。

【例1】大清門

原文:建于清太宗天聰年間(1627-1635),為皇宮正門,皇帝進出大內宮闕和文武官員上朝的必經通道,某些宮廷儀式也在此舉行。

英譯文本:The Daqing Gate

The Daqing Gate, constructed during Huangtaiji period (1627-1635), was the front gate of the imperial palace, and was the only way which emperors and officials must pass to enter and go out and attend court sessions. Some imperial court ceremonies were also held here.

日譯文本:大清門

清の太宗天聰年間(1627-1635)に創建され、大臣たちが參上する際に必ず經由する瀋陽故宮の正門である。

我們可以看到英日譯文對於原文中的一些信息沒有原封不動地譯出來,比如“大內宮闕”和“宮廷儀式”有中國文化內涵的詞語在英日譯文中都沒有譯出。

【例2】日晷

原文:日晷也稱“日規”,是我國古代計時器,利用日光照射指針在晷盤上的投影標

示時間。此處日晷是乾隆十年(1745)增設,與嘉量相配象徵國家統一。

英譯文本:The Sundial

The Sundial was a timing instrument in ancient China. It used the shadow of a pointer reflected on the sundial plate to tell the time. It was located here in the 10th year of Qianlong period (1745) to match the Jialiang, symbolizing the unity of the country.

日譯文本:日晷

日規とも呼ばれ、乾隆十年(1745)に増設され、古代の日時計である。嘉量と合わせて國の統一を象徵するものである。

對比英日譯文我們發現,英語譯文中把日晷的計時原理翻譯了出來,而日語中並沒有說明日晷的計時原理,對於日語讀者來說,他們無法得到這方面的信息。

【例3】神竿

原文:亦稱索倫竿、還願竿,宮中按滿族薩滿教習俗舉行祭天典禮時使用。祭祀時在竿頂錫門內放碎米、雜肉等喂“神鵲”(烏鴉),以示答謝天神之意。

英譯文本:The Divine Pole

The Divine Pole, also called Suolun pole or wish-redeem pole, was used for holding ceremonies to worship heaven in the imperial palace according to the Shaman customs of the Manchu. During the ceremonies, people put grains and offal into the tin pot on its top to feed the “divine bird” (crow) to express thanks to god.

日譯文本:神竿

索倫竿とも呼ばれ、満州族の原始宗教・シャーマニズムの祭祀を行う際に使われる。

英語譯文把祭天典禮的細節充分翻譯了出來,而日語譯文省略了關於祭天典禮的細節。

【例4】烟囪

原文:建于清太宗天聰年間(1627-

1635),是典型的具有滿族特色的“跨海烟囱”,也是盛京皇宮中唯一的一座烟囱。

英譯文本:The Chimney

The Chimney, built during Huangtaiji Tiancong period(1627-1635), is the only chimney in Shenyang featuring typical characteristics of Manchu “cross-ocean chimney”.

日譯文本:煙突

清の太宗天聰年間(1627-1635)に創建され、瀋陽故宮の中で典型的な満州族の特徴を持つ唯一の煙突である。

英文譯文充分譯出了“烟囱”是滿族特色的信息,日文并没有充分翻譯,省略了“跨海烟囱”是滿族特色的信息。

【例5】鳳凰樓

原文:建于清太宗天聰年間(1627-1635),是皇帝後妃便宴和讀書之處。清遷都北京後,樓內曾收貯清代帝王像及御寶等。鳳凰樓是清代沈陽城內最高建築,“鳳樓曉日”為著名的盛京八景之一。

日譯文本:鳳凰樓

清の太宗天聰年間(1627-1635)に創建された建物である。清代の盛京では、この鳳凰樓が城内で一番高い建物で、「盛京八景」の一つ「鳳樓曉日」として讃えられた。

對比漢語和日語譯文我們看到日語譯文關於鳳凰樓的功能部分沒有譯出。原文有幾處中國文化特色的詞語和信息,比如“清代帝王像”和“御寶”等內容超出了國外讀者的認知語境而沒有被譯者譯出。

譯者采用減譯的原因主要在於,原文中含有中國文化負載詞,翻譯這些詞時需要添加諸多解釋性說明才能被外國受眾理解,而旅游公示語展示的空間有限,為了便於外國受眾抓住景點的核心內容,譯者大刀闊斧地去粗取精,調整篇章結構,刪減了一些與主題關係不大的次要信息,在文字上進行了適當的加工處理。

3.1.2 增譯

通常旅游景點公示語的目標受眾不熟

悉中國文化,沒有與我們相同的文化預設,在這些地方不進行增譯的話往往會語義不明甚至造成誤解。目標文化中的讀者可能對原語文化中讀者所擁有的普遍常識不甚了解,這時需要以顯化的方式呈現。具體來說,增譯的手段包括採用文外注釋,即添加腳注、尾注、超級鏈接等方式使語義更加明確。增譯具體的方法是把原文中隱含的文化信息和文本意圖表露出來,在譯文中增添有助於譯文讀者理解和認知的表達方式。

【例6】故宮內的鳳凰樓的一段說明文字。

原文:建于清太宗天聰年間(1627-1635),是皇帝後妃便宴和讀書之處。清遷都北京後,樓內曾收貯清代帝王像及御寶等。鳳凰樓是清代沈陽城內最高建築,“鳳樓曉日”為著名的盛京八景之一。

英譯文本:The Fenghuang Pavilion

The Fenghuang Pavilion, constructed during Huangtaiji Tiancong period (1627-1635), was the place where emperors and empresses and concubines dined and read. After the Qing moved the capital to Beijing, the portraits of Qing emperors and emperor's imperial seals used to be stored here. The Fenghuang Pavilion was the highest architecture in Shenyang in Qing Dynasty. “Sunrise View in the Fenghuang Pavilion” used to be one of the eight spectacular sceneries of Shengjing.

對於外國受眾來說,中國歷史上的皇帝的姓名、年號、廟號等信息都不是很熟悉,所以翻譯的時候需要添加注解和說明。比如原文中“清太宗天聰年間”,在英文譯文中就添加了當時的皇帝“Huangtaiji”說明當時的統治者。筆者還認為盛京的翻譯應該加上注解是指沈陽的舊稱。對於熟悉中國歷史的人來說,這是一個常識,而對於不了解中國歷史的外國受眾來說可能會產生疑惑,甚至產生兩個地名的誤解。

翻譯中如果遇到帶有明顯民族文化特

點的信息時需要進行一番解釋,這時往往頗費神:既擔心文內注釋祇言片語講不清楚,又怕破壞文本語義和邏輯連貫性。筆者認為這種情況可以采用文外注釋的方法,如添加脚注或尾注,如果解釋的信息較多,可以用超鏈接的方式建立獨立文本。

3.1.3 編譯

編譯是外宣譯者較多采用的一種翻譯策略。由于文化背景和意識形態的差异,把源語直接翻譯成目的語并不能達到最佳的宣傳效果,譯者需要采取編譯的方式首先加工整理原文,然後再翻譯。編譯是譯者通過編輯和翻譯生成的解釋體,即譯者在對源語文本進行分析,大幅度改變源語文本結構和信息,以方便目的語讀者接受,使目的語文本更通順、更清楚、更直接,更好地實現交際目的。編譯是夾雜着編輯的翻譯,加工整理的目的是使原文更加條理化,更具有針對性,更能為譯語讀者接受。

【例7】沈陽故宮大政殿的翻譯

原文:沈陽故宮最早的建築。始建于努爾哈赤遷都沈陽之初,清入關前也稱“大殿”或“篤恭殿”,是大典時皇帝御臨之處,也作為八旗諸王議政之所。清遷都北京後逢朝會及節日慶典,沈陽各衙署官員仍于殿前行禮;清帝東巡盛京時亦于此舉行慶賀筵宴。建築造型和裝飾融多民族風格于一體,與十三亭的布局組合則體現出滿族八旗制度的特色。

英譯文本:The Dazheng Hall

The Dazheng Hall was the earliest architecture of Shenyang Imperial Palace. It was constructed after Nuerhachi moved the capital to Shenyang, and was also called the “Grand Hall” or the “Dugong Hall” before the Qing entered the Shanhai Pass. It served as the place where the emperor stayed in the ceremonies and where lords of the Eight Banners discussed political issues. Officials of all government departments in Shenyang still saluted be-

fore the hall at important meetings and festival ceremonies; the emperors of the Qing Dynasty also held ceremonies and gave banquets in the hall when they visited Shengjing. The architectural structure and decorations integrate various ethnic features. Its integration with the Ten Pavilions all embodied the features of the Eight Banner System of the Manchu.

日譯文本:大政殿

ヌルハチが瀋陽へ遷都する際に創建されたもので、瀋陽故宮の建築群のうち、最も早く建てられた建物である。十王亭との組み合わせは八旗制度の特色を表している。

對比文本發現,日文譯文的許多信息都進行了改編,把對外國人來說有效的信息“最早的建築”、“滿足八旗制度特色”以醒目的位置列出,便于讀者以最快的速度得到信息,其他的信息則適當刪減。

旅游景點公示語的主要功能是傳達內容與信息,在翻譯時不必拘泥于體現原文風格的細枝末節。翻譯時應把翻譯目的放在首位,在實現翻譯目的的前提下考慮受眾的文化與社會背景,實現譯文與受眾情景之間的連貫,做到貼近受眾的文化背景,減少受眾在理解和接受時候可能面臨的困難。針對譯文受眾的需求可以進行摘譯、編譯和改寫。把對外國人來說有效的信息以醒目的位置列出,便于讀者以最快的速度得到信息。譯者可以從原文語篇中提取其認為符合譯文交際功能的信息,進行增、刪、補、改等處理,該強化的強化,該弱化的弱化,該調整的調整。

3.2 文化負載詞的翻譯

在旅游景點公示語中含有大量有關中國文化的負載詞。這些文化負載詞包含鮮明的地域民族文化特徵,漢語譯成外語時不但文化的載體改變了,文化語境也不復存在,這時會出現兩種情形:一是目的語中沒有相應的詞語來承載原文中的文化因素,形

成詞語空缺；二是譯文讀者缺乏理解原文所需要的漢語文化背景知識。這就給文化負載詞的翻譯帶來一定難度。文化負載詞的翻譯可以採取音譯、意譯和兩者結合的翻譯策略。有時這三種方法不能滿足翻譯需要，尤其是對一些文化含量高的詞語，譯者需要訴諸變譯策略，如釋義、增譯、轉譯等方法。翻譯時宜採取語義翻譯，再加以說明和解釋。

筆者選取了沈陽故宮中景點公示語中的文化負載詞為例進行說明。

【例8】嘉量

原文：嘉量是我國古代標準計量器。此處嘉量及石亭是乾隆十年(1745)增設，用以象徵江山萬代，國家統一。

英譯文本：

The Jialiang was a standard measurement instrument in ancient China. The Jialiang and the stone pavilion here were constructed in the 10th year of Qianlong period (1745), and they were used to symbolize the lasting sovereignty and unity of the country.

日譯文本：嘉量

乾隆十年(1745)に増設され、古代の計量器である。日晷と合わせて國の統一を象徴するものである。

我們看到，英日翻譯均針對目標讀者把最關鍵的信息傳遞了出來，對於不了解中國傳統文化的讀者來說，嘉量就是一種古代的標準計量器。英文翻譯是“a standard measurement”，日語是「計量器」。譯文對乾隆十年後都標注了標準紀年方式。嘉量的目的是象徵國家統一，英日翻譯分別譯成“lasting sovereignty and unity of the country”和「統一を象徴するもの」，英日譯文均直接點明了計量器的作用，將譯文讀者放在第一位，保證讀者理解和接受信息，達到交際的目的。用語簡潔，表義清晰。

文化負載詞的翻譯需要考慮國外受眾的思維共性、心理習慣、信息需求和言語表

現方式等因素。貼近國外受眾對中國信息的需求，貼近國外受眾的思維習慣，與受眾之間建立起“認同”，是改善翻譯質量的根本。

綜合上述翻譯策略，旅游景點公示語的譯者應當積極應對兩種語言的差異，在翻譯過程中恰當轉換，針對翻譯過程中的文化差異和社會差異適當補譯和釋義。譯者還應該尊重目標語文化，否則出現一些文化方面的鴻溝時，宣傳效果就難以達到。譯者在翻譯時要樹立文化意識，在正確認知原文作者意圖的前提下，翻譯時不必拘泥原文形式，可以運用各種翻譯策略，進行適當的刪減、增加、解釋和調整等，以傳達出原文的信息和語用意圖。

四、小結及建議

綜觀我省旅游景點公示語的英日語譯文文本，有些文本存在各種錯誤，這些問題不僅不利于對外傳播與交流，甚至還會產生負面影響，有損我省的對外形象。這些問題一方面是由于相關單位對旅游景點公示語翻譯了解和重視程度不夠，在人力和物力方面的投入較少。另一方面是由于目前翻譯行業的發展不夠成熟，缺乏有效的準入機制和評價體系。面對日益增長的中譯外需求，一些不具備資質的人員混雜其中，造成翻譯質量的下降。有關部門應當對旅游景點公示語的翻譯做詳細的調查，對於發現的問題應當在諮詢相關外語專家的基礎上進行修改更正。

我省一些有代表性的旅游景點公示語的翻譯(以沈陽故宮為例)由于採用了恰當的翻譯策略而增強了譯文的可讀性、可接受性和對外傳播效果，對於增加我省文化軟實力，提升我省積極正面的形象大有裨益。

總結翻譯具體策略上的建議包括：

要在語法、詞語拼寫以及語義覆蓋範圍正確的基礎上，結合具體語言環境和文化背景，根據話語意圖選擇最貼切表達該事物或

(continued on Page 054, 接054頁)

The Stylistic Features of English Business Newspaper Headlines and Guides

商務新聞標題與導語研究——以英美報刊為例

CHI Xiuxiang WANG Lili

遲秀湘 王黎麗

College of Business Management, Beijing Union University, Beijing, 100871, P.R.China

College of English, Dalian University, Dalian, 116622, P.R.China

北京聯合大學商務管理學院 中國 北京 100025

大連大學英語學院 中國 大連 116622

【Abstract】 *Reading English business news is an effective way for English learners to learn modern English. Understanding of the features of business news headlines and blurbs is the first task of reading English newspapers and news, because readers are attracted by business news headlines, and the headlines generalize the news content, so the title has the characteristics of simple and novel, unavoidably bring difficulties in understanding. Mastering the characteristics of English news headlines can properly understand the meaning of the title, thus helping to complete the effective reading of English news. Guides introduces the most important content of news events, reveals the theme of the news, and can arouse readers' interest in the beginning of reading, thus plays a crucial role in business news reading. This article elaborates on a number of characteristics of English news headlines from the aspects of grammar, vocabulary and rhetoric through the selection of the latest authoritative British and American newspapers and business news of the classic examples and at the same time it provides the classification of English newspapers and news leads and expounds on the respective characteristics. By understanding these stylistic features, reader can gradually be familiar with English headlines and blurbs, master the regular pattern of English newspapers and business news headlines and blurbs and lay a solid foundation for better reading English newspapers and news.*

【Keywords】 *English business news; title; guide language; characteristics*

摘要：閱讀英語商務報刊新聞是英語學習者學習現代英語的有效途徑。了解商務新聞標題和導語的特點是閱讀英語報刊新聞的首要任務，因為商務新聞標題既要吸引讀者，又要高度概括新聞內容，所以標題具有簡約和標新立異等特點，難免帶來理解上的困難。掌握英語新聞標題的特點，就能夠恰當地理解標題的含義，從而有助於完成有效的英語新聞的閱讀。導語介紹新聞事件中最重要內容，揭示消息的主題，並能引起讀者閱讀興趣的開頭部分，因此在商務新聞閱讀中起着至關重要的作用。本文將從語法、詞匯和修辭方面，通過從最新權威英美報刊商務新聞中選取的經典實例，來詳細闡述英語商務新聞標題的諸多特點，同時為英語報刊新聞導語進行了分類並詳細闡述了各自的特點。通過了解這些文體特點，閱讀者能夠逐步熟悉英語報刊標題和導語，掌握英語報刊商務新聞標題和導語的規律，為更

作者信息：遲秀湘，北京聯合大學商務管理學院副教授，碩士，研究方向：商務管理、商務翻譯；王黎麗，大連大學英語學院講師，碩士，研究方向：認知語言學、教學法和商務翻譯

好地閱讀英語報刊新聞打下堅實的基礎。

關鍵詞：英語商務報刊新聞；標題；導語；特點

一、引言

英語商務報刊新聞作為實用文體的一種，越來越受到人們的關注。主要是由於它的內容緊密結合社會，包羅萬象，及時報道了當今世界政治、經濟、科技、文化及社會生活日新月異的發展變化，提供了有關各行各業的最新消息，因此，更具促進語言學習和擴充社會科技與人文知識的價值。同時，由於大學英語四、六級考試、研究生英語考試及雅思閱讀材料越來越多地來源於權威英美報刊，鼓勵學生大量而又有效地閱讀英語報刊新聞，有助於提高他們的英語閱讀水平，拓寬國際化視野和提高文化素養。新聞包括標題、導語、正文、背景和結語。由於標題在新聞裏起着至關重要的作用，因此，這裏主要探討英語商務報刊新聞的標題(headline)的特點以及如何有效閱讀新聞標題，從而有助於理解英語報刊新聞。

二、英語商務報刊新聞標題的文體特點

標題是新聞報道的點睛之筆，通常以鮮明的黑體大字在文章的搶眼處標出，它既要扣住全文要點，又要新穎醒目。新聞報道作為一種獨特的文體，它的文法和用詞與一般的書面英語有很大的區別。要想有效閱讀一篇英語新聞，必須首先了解其標題的語言特點。對英語學習者來說，掌握標題的語言特點，是讀懂標題的關鍵。

1. 標題的語法特點

新聞文體最大的特點是簡潔性。一方面要節約讀者的寶貴時間，另一方面報紙自身版面有限。要在有限的版面上傳播盡可能多的信息，那就要求文章言簡意賅。因此，在語法方面具有如下特徵：

(1) 省略

從語法角度來看，英語新聞標題有其一套獨特的語法體系，新聞英語學者稱之為

“標題語言”(headlines)。採用省略的方式來編寫新聞標題，使之短小精悍。寥寥數字，就點出文章的主題或新聞中最具價值的內容。

1) 冠詞省略。例如：

① Eat less meat to prevent climate disaster, study warns (=Eat less meat to prevent a climate disaster, a study warns)

guardian.co.uk, April 13, 2012

② Thousands face marathon challenge (=Thousands face the marathon challenge)

Press Association, April 22, 2012

需要注意的是，並非所有的冠詞都能省略。如：West Point Makes a Comeback (make a comeback 是固定搭配，意思是“東山再起、卷土重來”，不定冠詞不能省略)。

2) 連詞“and”省略，通常由逗號代替。例如：

① Apple, Foxconn labor pact awaits industry reaction

The Washington Post, March 31, 2012

② Congress passes bill for transport jobs, student loans

Reuters, June 29, 2012

3) 系動詞省略。例如：

① UK recession (is) deeper than thought

guardian.co.uk, June 28, 2012

② Assad's fate (is) unclear in world powers' Syria plan

Reuters, June 30, 2012

4) 助動詞省略。例如：

① Giovani dos Santos (is) leaving Tottenham for La Liga

guardian.co.uk, June 29, 2012

② Government (is) to order review of inter-bank lending rate

guardian.co.uk, June 30, 2012

(2) 靈活使用時態

由于新聞標題必須言簡意賅,不可能采用英語的所有時態形式來濃縮新聞事實。為此,新聞標題形成了自身獨有的時態特點,以達到使動詞既傳神達意又具時間感的目的。英語報刊的新聞標題中一般不用過去時態,當然更不用過去完成時等時態,而采用現在時態,使讀者閱讀報刊時一如置身于這條新聞事件中,這叫做“新聞現在時”(Journalistic Present Tense)。英語新聞標題中常用的動詞時態主要有三種:一般現在時、一般將來時和現在進行時。[1]

1) 一般現在時表示過去

英語新聞標題常用一般現在時,以增強報道的新鮮感(Freshness)、現實感(Reality)和直接感(Immediacy)。此外,還可省去動詞過去式構成中常見的“ed”兩個字母,節省標題字數。正因一般現在時在英語新聞標題中的這一特殊用法,初讀英語報紙的讀者應特別注意這一現象,不要把它誤以為是日常英語語法中的一般現在時。例如:

Facebook announces \$1bn purchase of mobile photo network Instagram

guardian.co.uk, April 9, 2012

2) 將來時除用“will+動詞原形”外,更多使用“be+動詞不定式”,“be”通常被省略。例如:

Eat less meat (is) to prevent climate disaster, study warns

guardian.co.uk, April 13, 2012

3) 表示正在發生的事情多使用“be+現在分詞”,“be”通常被省略

對於正在發生的事態或動作,英語新聞標題也按日常英語語法規則處理,采用現在進行時“Be + 現在分詞”這一形式,但其中“Be”又通常省略。例如:

① Bye bye Blackberry? Company (is) considering handset sell-off to Amazon or Facebook

The Daily Mirror, June 24, 2012

② Small Farmers (are) Creating a New Business Model as Agriculture Goes Local

The New York Times, July 1, 2012

(3) 語態

1) 多用主動語態,少用被動語態。

新聞標題使用動詞主動語態的頻率遠遠超過被動語態。新聞標題有時為突出動作的承受者通常采用被動語態,目的在于抓住讀者的注意力。

2) 使用被動語態時,“be + 過去分詞”結構中的助動詞“be”通常省略,除非強調動作的執行者時用“by”引出動作的執行者,很多情況下不適用“by”引出動作執行者,標題的過去分詞直接表示被動意義。例如:

① UK banks (is) told to raise more capital
guardian.co.uk, March 24, 2011

② Low-ball appraisal: Mortgage (is) denied

Fortune, March 30, 2012

(4) 標點

1) 逗號取代and。例如:

① H5N1 Paper Published: Deadly, Transmissible Bird Flu Could Be Closer than Thought

Time, May 3, 2012

② Europe signals openness to relaxing Greek timetable, lowering loan rates

The Washington Post, May 10, 2012

2) 破折號引進某一說法。例如:

① How Greece could leave the euro-zone — in five difficult steps

The Observer, May 13, 2012

② Falling inflation should boost the economy — and give QE the green light

guardian.co.uk, June 19, 2012

3) 冒號提示下文,在引語前表示“說”或執行系動詞be的功能。例如:

① Tablet Wars: Google Looks to Take on Apple Ipad

CNN, February 4, 2010

② Vince Cable tells shareholders: throw out bank cheats

Guardian.co.uk, June 30, 2012

2. 標題的詞匯特點

(1) 多用短小詞

英語新聞標題總是力求用有限的字數來表達新聞的內容，為此，選詞盡可能經濟達意、簡短明了，偏愛選用那些短小精悍或字母最少的動詞。這是因為短小易懂、形象生動的措詞不僅能增強新聞的簡潔性和可讀性，而且還能節省版面篇幅。例如：

① Giant food firms fail to back battle against obesity (back=support)

The Observer, March 18, 2012

② Stocks end spectacular quarter (end=finish)

Fortune, March 30, 2012

標題除偏愛使用短小動詞外，還常常選用簡短、字母數少的名詞或名詞詞組。如 accord 與 agreement; aide 與 assistant; aim 與 purpose; drive 與 campaign; talk 與 negotiation 等。

(2) 多用首字母縮略詞

英語的整個發展趨勢是逐漸簡化，反映在詞匯層面上的重疊現象便是大量縮略詞的涌現。例如：

1) 組織機構等專有名詞的簡稱

① No whitewash: The FLA finds dozens of Foxconn violations (FLA = Fair Labor Association 公平勞動協會)

Fortune, May 9, 2012

② RIM prospects dire after launch delay: analysts (RIM= Research In Motion 加拿大黑莓機制造商)

Reuters, June 29, 2012

2) 常見事物的名稱

① Lower light bills curb gasoline's boost to CPI (CPI=Consumer Price Index 居民消費價格指數)

Reuters, April 13, 2012

② In France, M.B.A. Candidates Learn Leadership, in the Mud (M.B.A. = Master of Business Administration 工商管理碩士)

The New York Times, July 2, 2012

3) 職業或職務的名稱

① Former Israeli PM Yitzhak Shamir dies aged 96 (PM= Prime Minister 總理)

guardian.co.uk, June 30, 2012

② Why CEO loneliness is bad for business (CEO= Chief Executive Officer 首席執行官)

Fortune, June 29, 2012

(3) 多用節縮詞

① Why Co-op's bank crusade needs to succeed (co-ops=co-operations)

The Observer, March 25, 2012

② Fed again adopts wait-and-see approach (Fed= The Federal Reserve)

The Washington Post, April 4, 2012

(4) 外來語

① Olympic medal pollution protesters disrupt Rio Tinto meeting (Rio Tinto 是西班牙文，意為黃色的河流。這裏指力拓礦業集團)

guardian.co.uk, April 19, 2012

3. 標題的修辭特點

修辭是對感知過程中的某種聯想關係進行描述的一種語言藝術手法，在英語新聞中有着重要的作用。在保證新聞報道的紀實性和正確性的前提下，巧妙地使用修辭格，能增加文章色彩，吸引讀者們的閱讀興趣。尤其是在新聞標題中，修辭手法的恰當使用能使讀者更多、更好、更準確地了解新聞事實，起到先聲奪人的效果。常用的修辭手段有：比喻、借代、誇張、委婉、雙關、仿擬、押韻等。

(1) 比喻

比喻是把兩個事物的相似性進行比較，表明本體和喻體的相類關係，幫助人們通過

熟悉的喻體認識相對陌生的本體。例如：

① Soaring dragon, Busy Tiger (英國《經濟學家》上的一篇報道。文章高度贊揚了中國大陸經濟的飛速發展對周邊國家和地區產生的積極影響。精妙的比喻為讀者展現出一幅生動的畫面。)

② Russian Reform Old Wine in New Bottle (俄羅斯改革新瓶裝陳酒。以 old wine 比喻舊政, new bottle 形容改革, 形象生動。)

③ Middle East: A Cradle of Terror (中東恐怖主義的搖籃。以 cradle(搖籃)形容發源地, 恰如其分。)

(2) 借代

借代 (metonymy) 是新聞寫作中非常有用和有效的修辭手法。借代不直接說出某人或某事物的名稱, 而是借用與其密切相關的名稱或其本身的某些屬性指代。例如：

① In Stratford's Olympic park, you can smell the ambition for London 2012

guardian.co.uk, February 10, 2012

借用 London 2012 來指代 London Olympic Games。

② Wall Street doesn't know how to value private equity firms

Fortune, May 3, 2012

Wall Street(華爾街)指代美國金融界。

(3) 誇張

誇張 (hyperbole) 就是運用豐富的想象, 過激的言詞, 渲染和裝飾客觀事物, 把事物的特徵, 有意地加以誇大或縮小, 以達到強調的效果。例如：

① Graying Armies to Defend Social Security (Graying Army 指的是 Large groups of aging people, 這裏運用了誇張的手法, 描述了捍衛社會安全的老年人的人數之多。)

② Euro 2012: Reign of Spain goes on as Italy trail in their stardust

The Guardian, July 1, 2012

這裏的 reign 一詞運用了誇張的修辭方法——西班牙球隊繼續它的統治地位。

這裏的 reign 并不是指領土或王國的統治, 而是誇張地闡述西班牙足球隊的強大和不可戰勝。

(4) 仿擬

仿擬是指套用那些人盡皆知的習語、諺語、典故、名詩佳句、文學名著或名人名言以達到新奇幽默的效果。在新聞標題中靈活使用仿擬的修辭手法不但可以生動形象地表達新聞內容更能瞬間抓住讀者的眼球吸引讀者注意力, 讓人回味無窮。例如：

① To Cheat or Not to Cheat (標題套用的是莎士比亞戲劇《哈姆雷特》中的經典對白 “to be or not to be”)

② Gone with the Waves (隨着人們文明意識的提高, 傳統落後的喪葬觀正在改變, 越來越多的人選擇海葬。該標題套用文學名著 “Gone with the Wind”《飄》, 改換一詞而顯露新意。)[2]

③ Easy Com. Easy Gone (該新聞套用諺語 “Easy come, easy go”, 報道了有關網絡經濟來得容易去得快的新聞事實, 描述了網絡經濟泡沫的消失, 別出心裁, 題旨鮮明深刻。)

(5) 雙關

雙關 (Pun) 就是一語兼兩意的修辭方式, 故意利用詞語的發音、詞義、形式來傳遞雙重信息。主要分為諧音雙關 (homophonic puns) 和語義雙關 (homographic puns)。雙關語可以使新聞報道具有簡潔凝練、詼諧風趣等效果, 並以其獨特的幽默吸引讀者的注意, 激發讀者去聯想其另一層意義, 讓人回味無窮。例如：

① Olympic food prices are hard to swallow

這則新聞出自英國《衛報》Guardian.co.uk, 報道關於倫敦奧運會食物價格大幅度上漲的事實。swallow 一詞既指 “吞咽” 食物, 又指食品價格讓人難以 “接受”, 一語雙關, 形象而又生動。

② Microsoft opens a new window

這則新聞標題出自《美國新聞與世界報道》U.S. News & World Report。window 一詞一語雙關,既指“窗口”,又指微軟公司新的軟件操作系統 Windows XP。

③ Climbers hold summit talks

summit talks 原義是“首腦會議”,而這則新聞報道了有關中國、日本、尼泊爾三國運動員登上世界最高峰——珠穆朗瑪峰的情況,在此處一語雙關,增加了趣味性。

(6) 押韻

押韻是對語言進行提煉以達到超出語言表層結構的特殊意境,是利用了發聲的音響效果表現出語言符號的深層語義,賦予語言更豐富的內涵。押韻包括頭韻和尾韻。例如:

① Splunk makes a splash (頭韻)

Fortune, April 19, 2012

② PM mocked for ‘hokey-cokey’ over Europe (尾韻)

The Financial Times, July 2, 2012

三、英語商務報刊新聞導語的分類和文體特點

1. 導語的特點

導語是以簡練而生動的文字介紹新聞事件中最重要內容,揭示消息的主題,並能引起讀者閱讀興趣的開頭部分。因此,導語有三大使命:一是介紹最重要、最精彩的事實;二是揭示消息的主題;三是引起讀者的閱讀興趣。

導語一般是消息的第一自然段,有時也由前兩個自然段組成。導語實際上也是標題的展開,它一般以一句或兩句完整的句子陳述有關的事件和消息。通常由最新鮮、最重要、最吸引人的事實構成,以牽制讀者通讀全文。因此,導語是消息的精髓和作者文才得以展現的窗口。以“新”、“奇”、“導”為最,力戒冗長、壅塞、呆板、枯燥、流於公式。導語大體分為以下幾種:

一、概括性導語(summary lead)

概括式導語又稱綜述性導語(roundup

lead)。它是以概括的、直接陳述的方式寫作的導語。其特點是:把新聞事實的輪廓,概要地敘述出來,以引導讀者提綱挈領地閱讀新聞並抓住要領,從而使事實、信息的傳遞呈現直線交流狀態,所以最為簡潔明了,極易為讀者所理解和認知。

例如:

1) Olympic medal pollution protesters disrupt Rio Tinto meeting

The annual meetings of two of London's biggest mining companies were disrupted by environmental protesters and unionists from around the world on Thursday.

guardian.co.uk, April 19, 2012

2) WRAPUP 2-US private-sector hiring slows in April, stirs concern

U.S. companies hired the fewest people in seven months in April, a worrisome sign for a labor market that has struggled to gain traction and adding to concerns that the economy has lost some momentum.

Reuters, May 2, 2012

二、要點式導語(main fact lead)

直接式導語又稱為“硬新聞導語”,是媒體使用頻率最高的導語形式。它主要用于突發性新聞、重大新聞、時間性強的新聞的報道。因為這些新聞是讀者急于快速了解的信息,讀者沒有時間和興趣在獲取這些信息時去玩味記者製造的文字遊戲。它最突出的特點便是:從第一句話開始,就集中描述新聞事件的主題,單刀直入地先進告訴讀者新聞事件的核心內容,將何人(who)、何事(what)、何時(when)、何地(where)、為何(why)、結果(how)這些要素中最為重要的內容交代出來,讓讀者一目了然。有時候,導語中未必把六大要素(五個W和一個H)一次性全部交代清楚,可能祇涉及其中的幾個要素。

例如:

1) Thousands face marathon challenge

Organisers said just over 37,500 entrants had registered for the event, which begins in Greenwich, south-east London at 9am.

Press Association, April 22, 2012

這個導語告訴讀者：

何人(37,500 entrants)

何事(registered for the event)

何時(at 9am)

何地(in Greenwich, south-east London)

2) New EU- US organics partnership is good news for both sides of Atlantic

On Wednesday, the European Union and the United States announce a historic partnership to make it easier to trade in organic foods, opening up opportunities for organic farmers and ranchers, small businesses, and jobs in packaging, shipping, and marketing on both sides of the Atlantic.

guardian.co.uk, February 15, 2012

這個導語將新聞要素中最為重要的內容交代得十分清楚：

何人(the European Union and the United States)

何事(announce a historic partnership)

何時(on Wednesday)

何地(outside a hotel near St Paul's Cathedral)

為何(to make it easier to trade in organic foods)

結果(opening up opportunities)

三、描寫性導語 (descriptive lead)

描寫式導語是通過對新聞的一個場景、一個情節、一個景物、一個畫面進行描寫而成的導語。其特點是：抓住新聞中的主要事實，或事件發展的高潮，或事物的某一有意義的側面，或某個特定的場景，作簡潔傳神的形象描寫，形成現場實感，讓讀者有身臨其境的感覺，從而牢牢地吸引住讀者。例如：

1) Olympic food prices are hard to swallow

It was bad luck for the Olympics organisers that their test events last weekend were held on one of the dreariest, greyest, coldest May days most of us can remember. It was even worse luck if you hadn't eaten before you arrived.

I was hoping to be impressed by the Olympic Park. Instead, we shivered on the windswept tarmac of one of the thoroughfares (it really is huge), whose architectural inspiration evidently came from a Tesco car park. The queues for everything were enormous. And, after waiting 20 minutes, I parted with £4.80 for two coffees. And none of that fancy cappuccino or latte. No, it was a plain filter coffee of the type where you'd think £1 was having a laugh. A friend who went to the evening event at the main stadium could only find a sloppy curry in a cardboard box, but at more than £5 he wasn't tempted.

guardian.co.uk, May 11, 2012

第一段和第二段通過生動形象地描寫了作者一行人在寒冷的五月來到倫敦奧林匹克公園排着長隊購買價格不菲且質量不佳的食品的情景，使讀者有身臨其境之感，不禁對新聞產生了共鳴。通過這種描寫式導語，能很好地抓住讀者的注意力，吸引對於該新聞最大程度的關注。

2) In France, M.B.A. Candidates Learn Leadership, in the Mud

On a particularly muddy June day in Brittany, a group of bankers, managers and consultants tried to solve an unusual problem. Using a wooden plank, several lengths of rope, a squished plastic oil drum and a metal grid, they were trying to cross two daunting pits to retrieve an injured colleague.

Though the immediate objective of the exercise was simple to grasp, the eventual key to the problem — the full cooperation of a team

consisting of German, French, Belgian and Indian citizens — was tougher to realize.

The New York Times, July 2, 2012

第一段生動形象地描寫了一些銀行家、經理和顧問接受拓展訓練的情景,使讀者有身臨其境之感,對新聞產生了興趣,引起讀者對於該新聞的關注。第二段點出了主題,即此項訓練的關鍵是團隊合作,使讀者對新聞的主旨有所了解。

四、直呼式導語 (direct address lead)

直呼式導語也叫作“人稱式導語”是指記者以一種和讀者直接對話的方式,以第一或第二人稱的筆調撰寫出消息的導語,寫出的導語這種導語縮短了記者和讀者之間的距離,令讀者有一種親切感。

例如:

1) H5N1 Paper Published: Deadly, Transmissible Bird Flu Could Be Closer than Thought

You might not have noticed, but the influenza world has been in a bit of an uproar since late last year, when news leaked out that two teams of researchers had purposefully tweaked H5N1 bird flu in the lab to potentially make it more transmissible among human beings.

Time, May 3, 2012

2) Low-ball appraisal: Mortgage denied

NEW YORK (CNMMoney) -- You find the home of your dreams. You're pre-approved for a mortgage. You've scheduled the closing. Then ... the appraisal comes in too low and the deal blows up.

CNMMoney, March 30, 2012

五、引語式導語 (quotation lead)

引語式導語是用新聞中重要人物關鍵性或有針對性、有代表性或有新意的講話,作為消息的開頭。完整引用或部分引用消息中主要人物的關鍵性或有代表性或有新意的談話,以增強消息的真實性、可信性與權威性。例如:

1) U.S. sees China pushed to let market forces work

(Reuters) – China will be compelled to let market forces play a larger role in managing its economy as it faces complicated challenges ranging from an aging population to rising wages and prices, a senior U.S. Treasury Department official said on Tuesday.

Reuters, May 8, 2012

2) County hides evidence, suit alleges

Los Angeles County prosecutors and sheriff's officials have for years concealed complaints about law enforcement misconduct and other important evidence from defendants in criminal cases, according to a lawsuit filed Tuesday by civil rights attorneys and legal scholars.

Los Angeles Times, July 11, 2012

六、懸念式導語 (suspense lead)

懸念式導語就是用某些驚人的場面或戲劇性的細節的描寫作為引子,為整個新聞的展開設置懸念、埋下伏筆。這種導語能夠充分調動讀者閱讀興趣,讓讀者欲罷不能,迫不及待地想一口氣讀完整篇新聞。

例如:

1) Study Finds Dramatic Rise in Skin Cancer Among Young Adults

As a young adult with porcelain skin — I prefer that term to pale — I get it. Bronzed skin is perpetually “in,” and nobody likes going to the beach only to have to sit under an umbrella and shield their eyes from the glare of their own upper thighs. But a new study from the Mayo Clinic finds an alarming increase in skin cancer among young adults, and the reason may be their persistent efforts to tan.

Time, April 2, 2012

這篇新聞導語的前兩句敘述了年輕人都不喜歡擁有白皙的皮膚,古銅色皮膚永遠

時髦，因此大家都願意到海灘上進行日光浴。第三句由“*But*”起句，指出了由于皮膚長期接受陽光照射，年輕人患有皮膚癌的人數有了驚人的增長。該導語的前兩句很好地為下文的展開設置了懸念，埋下了伏筆，讀者，尤其是喜歡擁有古銅色皮膚的讀者不禁會產生疑問：到海灘上曬太陽的這種做法難道有什麼不妥嗎？從而使讀者產生了閱讀興趣。

2) Ouch! FDA Warns an Electric Toothbrush Might Break Your Teeth

Your toothbrush is supposed to help you maintain those pearly whites, not chip them or cut up your gums.

On Thursday, the U.S. Food and Drug Administration (FDA) issued a warning to consumers about the battery-powered Arm & Hammer Spinbrush, formerly known as the Crest Spinbrush before 2009. The agency said it had received reports of parts of the toothbrush breaking off at high speeds during use, resulting in chipped or broken teeth, choking hazards, swallowed pieces, cut gums and injuries to face and eyes.

Time, February 17, 2012

這篇新聞導語是由兩段構成。第一段敘述了使用電動牙刷的目的應該是保持牙齒潔白而不是折斷牙齒或者損傷牙齦。第二段是關於美國食品和藥物管理局提出警告——佳潔士電動牙刷在使用中高速振動會導致電動牙刷部件折斷，從而容易導致牙齒碎裂、窒息、吞下牙齒碎片、割傷牙齦、損傷臉部和眼睛。該導語的第一段通過指出使用電動牙刷原本的良好意圖，為下文敘述電動牙刷的危險性埋下了伏筆。讀完第一句，讀者，尤其是準備購買電動牙刷或者正在使用電動牙刷的讀者不禁會產生疑問：難道電動牙刷還會傷害牙齒或者牙齦嗎？從而使讀者很想繼續讀下去，看個究竟。

七、延緩性導語 (delayed lead)

延緩式導語又稱“多段落導語”。它最為突出的特點是：將新聞中最關鍵的信息並不直接告訴給讀者，而是常常放在第二三段甚至第四段，用情節、細節、故事的精彩片段，激發讀者的興趣、好奇心、探知欲，借此引領讀者進入新聞事件的核心。這種導語主要用于故事性、趣味性強的新聞、新聞特稿及各類軟新聞的寫作。例如：

1) Wall Street doesn't know how to value private equity firms

FORTUNE -- Shortly after the Blackstone Group went public in mid-2007, I advised friends not to buy the stock. Investors didn't seem to understand how private equity firms like Blackstone should be valued, as illustrated by a 6% share price bump in the days after Blackstone agreed to acquire Hilton Hotels. Private equity firms recognize value when they sell assets, not when they acquire assets, I argued. They aren't conglomerates that generate margin via economies of scale.

Today, as the Carlyle Group (CG) heads to the Nasdaq, I am reconsidering my advice. Not because the Street now properly values Blackstone or the handful of other publicly traded private equity firms. Instead, it's because the fundamental mispricing persists, and it has created a ridiculous amount of upside potential.

For starters, it is important to understand that private equity firms have two primary revenue streams: ...

Fortune, May 3, 2012

這篇新聞的關鍵信息不是在第一段，而是放在第三段。前兩段通過情節的敘述來激發讀者的興趣，從而引領讀者進入新聞事件的核心。

八、對比式導語 (contrast lead)

所謂對比式導語，即將兩種或兩種以上具有一定內在聯系的、且富有對照反襯的新

聞事實，置于同一體中進行分析對比、相反相成的導語。如，在導語中同時列舉兩個極端的新聞事實，如今與昔、喜與悲、大與小、生與死以及此時此地的情景與另一處的情景等，把它們對比起來，以突出該新聞事實的意義。把對比的方式用于導語的寫作，能使一篇新聞在比較中彰顯新聞價值。因為事物差異明顯，經緯分明，它們在人們的視覺上和心理上產生的刺激就會因事物間的強烈反差而愈加強烈，心理反就愈明顯，而人們的好奇心自然也就會因此而生。其次，一則新聞一開頭就運用對比，比原原本本、平鋪直叙有着更好的表達效果，它常常會促使讀者產生尋根究底，問本索源的心理。因此，對比式導語是制造懸念、抓住讀者的一種很好的導語形式。

例如：

1) As Furniture Burns Quicker, Firefighters Reconsider Tactics

One of the first tasks for firefighters arriving at a blazing home has long been to ventilate the structure — make holes in it — so that hot gases and smoke can escape. It has been this way for generations: a so-called roof man from a ladder company opens a hatch or saws through the ceiling, while other firefighters break windows as they search inside, often before the first drop of water has hit the fire.

But house fires have changed. Now, spurred on by at least one grievous injury to a firefighter last year, the New York Fire Department is rethinking its tactics for residential fires, while trying to hold onto its culture of “aggressive interior firefighting” — charging inside burning buildings as fast as possible.

The New York Times, July 1, 2012

這篇新聞的導語由兩個段落，以對比的方式構成。第一段描述了消防員救火時所采用的一種很古老的方法——首先，盡快使

房屋通風，以便使熱氣和濃烟散出去，然後再用水滅火。第二段由“*But*”起句，描述了紐約市消防局重新考慮了住宅救火的策略——盡量保持原有救火方式的同時，要盡快衝進起火建築物的內部進行滅火。通過對比，讀者了解了消防隊員救火策略的今與昔，同時對新的救火方法產生了期待和好奇。通過采用對比式導語，更好地突出了該新聞的價值。

2) In Stratford's Olympic park, you can smell the ambition for London 2012

Alfred Dickens, the novelist's brother, wrote a General Board of Health report on the area soon to be occupied by the Olympic athletes, recording that “the cholera raged” and there was “neither drainage nor paving” — “in winter the streets were impassable”. More recently it was a site of old warehouses and weedy dereliction. It smelled of the oil and paint and chemical effluent that had leached for years into the land around the Hackney Marshes.

Today the soil has been cleaned in giant machines like twin-tubs, to neutralise the toxic elements left behind by 200 years of industrial adventure. Never, in the fields of leisure and national prestige, has so much dirt been scrubbed so expensively and with so much hope invested in the particles. You could almost eat the soil now.

guardian.co.uk, February 10, 2012

這篇新聞的導語也是由兩個段落，以對比的方式構成。第一段描述了倫敦城郊的斯特拉特福德奧林匹克公園所在地昔日作為廢棄的工業區的糟糕場景。第二段由“*Today*”起句，描述了如今該地建成了奧林匹克公園而發成的翻天覆地的變化。通過對比，讀者了解了斯特拉特福德奧林匹克公園的今與昔，同時對斯特拉特福德奧林匹克公園產生了美好的向往。

九、提問式導語 (question lead)

提問式導語是將有關問題通過一個尖銳而鮮明的問題提出來,以引起受眾的關注,引起讀者思考,然後用事實予以回答。有時是設問,即要求自問自答。例如:

1) Life, Interrupted: Cancer Is Awkward

Disease has a way of invading your social space, forcing your hand. Will you tell your family and close friends only? What about acquaintances and work mates? Will you share your diagnosis on Facebook? Who knew cancer needed a social consultant?

The New York Times, May 3, 2012

2) Google's self-driving car: Is this the next generation of autos?

Remember how adult you felt when you first got your driver's permit? Make sure it's preserved in your mind to tell your children, because now it's Google's self-driving car that's spreading its wings. The company's pie-in-the-sky project was approved for a license to hit the road in Nevada this week.

The Washington Post, July 2, 2012

十、複合式導語 (combined lead)

複合式導語指一個導語同時概述兩個或兩個以上同等重要的新聞事實,一般用于報道比較重大或複雜的新聞事件,常以“when”, “as”, “amid”, “following”, “while”或“in the wake of”等作為連接詞,把并列的幾個新聞事實復合成一句。

例如:

1) London 2012: army reinforcements called in for the Olympics

The military has been asked to provide up to 3,500 extra troops to guard the London Olympics, amid concerns that private security firm G4S will be unable to deliver the number of staff it promised.

guardian.co.uk, July 11, 2012

英語商務報刊新聞的導語是新聞的窗口,往往容納着新聞最為主要的信息。通過讀導語,讀者就能夠大致了解新聞的主要內容,然後決定是否要閱讀整篇新聞報道。因此,了解和掌握導語的分類和特點不僅能夠使讀者迅速獲得重要新聞事實,而且能夠幫助讀者提高閱讀英語新聞的效率。

四、結語

許國璋教授曾經說過:“祇有通過閱讀,你才能獲得最大的實踐量,才能享受到學習外語的甜頭;讀,給你帶來了一個嶄新的世界!”的確,作為了解外部世界的一條重要途徑,英語商務報刊新聞的閱讀越來越受到人們的關注。通過閱讀商務英文報刊,了解和掌握英語報刊新聞標題和導語的文體特點,不僅可以使學生學到地道的現代英語,而且可以豐富知識和開闊視野,為培養國際化人才奠定良好的基礎。

參考文獻

- [1] 張健.報刊英語研究[M].上海:上海外語教育出版社,2010.
- [2] 張志勇.英語新聞標題的修辭特色[J].新聞愛好者,2012,(8),51
- [3] 孫世凱.新聞記者入門[M].北京:北京出版社,2014
- [4] 威廉.梅茨.怎樣寫新聞——從導語到結尾[M].北京:新華出版社,2016

Studies on Business Translation from the Perspective of Language Economics

語言經濟學視角下的商務翻譯研究

SUN Jiancheng PAN Pengcheng CAO Xi

孫建成 潘鵬程 曹夕

School of Humanities, Tianjin University of Finance and Economics, Tianjing, 300222, P. R. China

天津財經大學人文學院 中國 天津 300222

【Abstract】 *The study of language economics started late in China, and the related research combined with business translation is in its infancy. This paper takes the correlation study of language economics and business translation as the starting point, analyzes the relevant issues of business translation in the field of language economics, and put forward a new idea of business translation studies—that is to conduct the study based on language is human capital, economic value of language and the relationship between language utilization and value. The aim of this paper is to expand new connotation of business translation from the language economics perspective.*

【Keywords】 *business translation connotation ; language economics; research method; language economic value theory*

摘要：語言經濟學研究在中國起步較晚，而與商務翻譯相結合的相關研究更處於起步階段。本文以語言經濟學與商務翻譯的關聯度研究為切入點，分析語言經濟學視域下的商務翻譯相關問題，提出商務翻譯研究新思路，即從語言人力資本、語言經濟價值論和語言使用與價值呈現度關係等視角展開研究，旨在拓展語言經濟學視角下商務翻譯的新內涵。

關鍵詞：商務翻譯內涵；語言經濟學；研究方法；語言經濟價值論

一、引言

一般認為，西方對於語言經濟學的研究始於1965年Jacob Marschak發表的一篇語言經濟學論文，而中國直到20世紀90年代才引入語言經濟學這一名詞。語言經濟學的領軍之作當屬魯賓斯坦(A. Rubinstein)的Economics and Language: Five Essays(2000)，其中文版名稱為《經濟學與語言》(上海財經大學出版社，2004，譯者錢勇、周翼)(蔡輝，2009：1-5)。近十幾年來，學者對語言經濟學的研究逐步增

多，許其潮在1999年發表了論文《語言經濟學：一門新興的邊緣學科》，將語言經濟學這一概念引入中國；林勇、宋金芳於2004年在《經濟學動態》中發表了《語言經濟學評述》，角度為語言與收入和經濟發展的關係、語言的網絡效應和語言政策；張衛國2008年完成的博士論文《語言的經濟學分析：一個初步框架》是國內第一篇對語言經濟學理論體系進行詳盡和系統研究的博士論文(黃少安，2012：41-46)。之後，該學者還從人力資本、公共產品和制度的

作者信息：孫建成，男，天津財經大學國際交流與合作處處長，教授，碩士生導師，文學博士，研究方向：翻譯學；潘鵬程，女，天津財經大學人文學院外語系碩士研究生，研究方向：英語筆譯；曹夕，女，天津財經大學人文學院外語系碩士研究生，研究方向：英語筆譯

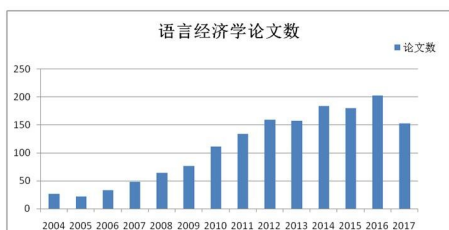
角度提出新命題。我們發現,對於語言經濟學的研究正在不斷壯大。但是對於以語言經濟學視角研究商務翻譯的成果較少,本文在大數據分析基礎上,解析了語言經濟學相關理論視域下的商務翻譯研究新角度,主要包括語言人力資本、語言經濟價值論和語言的使用與價值呈現度關係等多維度研究。在此基礎上,本文又闡述了商務翻譯研究跨學科、跨領域的新內涵。

二、商務翻譯研究新領域:語言經濟學領域

從近十幾年的商務翻譯研究中我們可以看出,多數學者的研究切入點是語言學領域,而與經濟學領域相結合的研究還未成熟。因此,對於經濟學角度的商務翻譯研究是值得深入探討的。

1. 語言經濟學概念與國內研究現狀

曾經也有很多學者提到語言和經濟發展的關係,但是就如中國古代佛經翻譯中對於理論部分祇言詞組的總結,語言和經濟學的關係論述並沒有成為體系化的理論。1965年,信息經濟學開拓者馬爾沙克(Jacob Marschak)最先提出了語言經濟學的概念,並揭示了語言的經濟學性質,認為語言和其他資源一樣擁有經濟特性,即價值、效用、費用和收益。自此,語言經濟學,作為經濟學方法論的分支,開始慢慢興起。就2003年到2012年來說,在SSCI期刊上發表的語言經濟學論文僅142篇,而其中以國際貿易出現的關鍵詞詞頻僅達12次;而在中國,我們以知網上發表的語言經濟學論文數量,即下列圖表為據進行說明:



如圖1所示,語言經濟學的相關文章雖然呈增長趨勢,但與知網每年檢索文獻相比,數量還是較少。

而以語言經濟學和商務翻譯為關鍵詞檢索,我們得出如下數據:



如圖2所示,近十年來,以語言經濟學視角研究商務翻譯的檢索文章數量更少。自1999年許其潮首次將“語言經濟學”的概念引入,這才使得這一學科在中國逐漸為人所知。因此,中國對語言經濟學的研究歷史祇有短短不到二十年,與相關領域的結合研究也有限,研究成果和理論還亟待完善。

2. 語言經濟學與商務翻譯的聯繫

商務翻譯,顧名思義,就是商務和翻譯相結合。翻譯本身是雙語的運用,與語言學科等問題息息相關。因此,商務翻譯是語言學科和國際商務貿易學科的交叉結合,其範圍融合了語言學科中的語言學、應用語言學、跨文化交際學等,同時也包括了商務方面的對外貿易、國際金融、跨國運輸等方面;同理,語言經濟學是語言學與經濟學科的交叉結合。其從經濟學角度打開了研究語言的新領域,提供了新視角,將語言經濟化。同時國際商務貿易學科又和經濟學有着密不可分的關係。其次,語言經濟學是一門實證科學,而商務翻譯是實踐性學科。二者的應用型特徵十分鮮明。這些共同特徵使得語言經濟學視角下的商務翻譯更有研究性。因此,無論是從語言學角度還是經濟學角度,商務翻譯都和語言經濟學聯系密切。

再者,語言的使用和社會經濟發展緊密相連,經濟發展的高峰期往往也是語言發展最繁榮的時期(蔡輝,2009: 1-5)。而當下,我國中國特色社會主義已經進入新時代,經濟發展也必然進入新的時期,無論是一帶一路還是十九大報告指出的經濟方向,都無疑證明了經濟發

展的良好態勢。在這種情況下,作者堅信,語言對經濟的影響會日益增大,語言的經濟屬性會在商務翻譯方面更大程度地體現出來。而商務翻譯和外語教學研究國際論壇的發展與商務翻譯期刊的創辦都在很大程度上表明了商務翻譯與語言經濟學的內在關聯十分緊密。

3. 語言經濟學對商務翻譯的現實指導作用

對不同的讀者,要有不同的翻譯目的。翻譯目的決定了具體的翻譯策略,這對於商務翻譯同樣適用。這裏就體現了基于不同的翻譯目的,即運用合適的方法,力求充分發揮語言的經濟特徵之一,即價值特徵。例如譯者給公司老總或高層翻譯一篇關於當下商務的最新消息或經濟政策文章時,就要適當適用綜述類型方法,不需要一字一句的精準翻譯,因為翻譯目的是使高層決策者快速了解最新政策大體走向和形式,使高層在短時間內了解政策內容並作出快速而有效的處理。而若是譯者給技術工人或操作人員翻譯有關技術類型的應用文章時,就應該運用技術工人熟悉的語言文體,並適當采取編譯或改翻的方法以求其讀者可以在最短時間內了解某技術或機器的使用原則。這時翻譯目的就變成了使技術人員在最短時間內了解技術的應用或機器的操作流程。由此我們可以發現,基于不同的目的,我們要用不同的翻譯方法,正確運用語言表達,這樣才可以提高傳達效率,在最短的時間內達到最大的經濟效益並發揮了語言的經濟價值。

談及商務翻譯質量評價方式,我們會思考:我們目前的評價方式都有哪些?它們是否可以較為全面的評價商務翻譯質量?其是否符合語言經濟學特點?評價方式的運用具體可以為個人、企業和社會帶來或者提升多大的經濟效益?根據調查,現在的評價方式衆多,但各有利弊。比如我們所熟知的商務英語考試。該考試旨在考察學生商務英語的聽說讀寫能力,却很少涉及商務翻譯內容;而翻譯資格的考試更多的側重于綜合翻譯能力,雖權威,但是缺乏商務專業領域的針對性。而商務翻譯考試在實際運用中的承認度和使用廣度

到底有多強,企業、公司和社會的認可程度又有多廣,考查的內容是否具有足夠的代表性和權威性,是否足以作為評價標準等等這些問題都是我們需要考慮的因素。實際中,同樣資質的應聘者,企業更容易接受擁有相關領域專業證書的人。但是真正工作起來,擁有一紙證書的人員的翻譯能力就一定強嗎?事實恐怕不是如此。因此,專業性考試的證書更像是敲門磚,至于能在多大程度上證明商務翻譯能力,還有待商榷。

其次,在教學中使用的形成性評價模式可以為我們所借鑒。形成性評價是和終結性評價相對的概念,是基于對學生學習過程的持續觀察、記錄和反思做出的發展性評價。同樣,在商務翻譯的評價方面,應該包括譯者翻譯學習的過程;譯員翻譯運用的方法和策略以及掌握使用程度;譯員對語料庫的運用能力;翻譯水平檢測;問題改進效果。因此,譯員商務翻譯能力的有效評價模式之一應包括自評、互評與客戶的回饋的結合使用。而對於具體客觀內容,要注重評估詞匯、語法、商務專業知識、翻譯技巧和文章邏輯結構的掌握程度。對於形成性評價,參與評價的權威性主體越多,該評價模式的結果就越有認可度和說服力。

最後,校企合作的模式可以幫助我們評價商務翻譯質量。校企合作模式具有針對性,即主要研究對象為即將畢業的學生,是學生和工作人員的結合地帶。對於商務翻譯來說,校企合作模式更有利于實現商務翻譯人才的應用實踐性。企業對於商務翻譯人員的評價不僅包括客戶回饋,還有上司和同事視角下的客觀評價,這樣進一步提升了評價質量;而對於這些回饋,無疑是來自實踐的第一手數據,可以更好的指導改進形成的商務翻譯理論,並給高校中即將走向商務翻譯崗位的學生提供寶貴的經驗,使校企共同進步。在此基礎上,無論是商務翻譯人才培養方面還是企業發展角度,均降低了投入,增加了產出,雙方為自身、為彼此、為社會都貢獻了更多經濟效益和經濟價值。

但是,我們需要認識到,每一種評價方式

都不是最完美的,這就要求結合使用并對其不斷融合,形成互補。

三、商務翻譯研究新方法:以語言經濟學理論視角進行研究

1. 語言人力資本視角

語言經濟學的基本理論之一就是語言是一種人力資本。人力資本是指勞動者受到教育、培訓、實踐經驗、遷移、保健等方面的投資而獲得的知識和技能的積累,而由于這種知識和技能可以為其所有者帶來收益而形成了特定的資本——人力資本。而語言在各方面的使用都在不同程度上帶來了資本收益,如語言老師,翻譯人員,商務溝通人員,涉外人員等等。而語言作為人力資本與商務翻譯相結合所需要的人才就是從事商務翻譯的人員。而商務翻譯人員的市場需求度是怎樣的呢?這就需要我們進行一定程度的需求調查和供給調查,包括商務翻譯人才的雙語功底,商務知識,實踐能力,整合資源能力,終身學習能力,緊跟時代潮流能力,職業素質等方面的供給是否可以滿足需求,從而明確商務翻譯學科以及實踐性建設的現狀以及不足之處,并對癥下藥,制定相應的對策。商務翻譯人員的資本價值與經濟社會發展市場需求成正比。而現在在市場上普遍的現狀是對於高級商務翻譯人才的需求很大,但是能够符合標準的人員數目却很少。商務翻譯人才相比于其他方面的翻譯人員來說,更具有專業性,一名高級商務翻譯人員需要具備扎實的雙語語言功底和純熟的商務專業知識。這就對商務翻譯的準確度有極高的要求,因為商務語言的使用嚴謹規範,失之毫厘謬以千裏,一點小的錯誤都會為公司企業帶來巨大損失。所以,商務翻譯人員如何利用語言這一人力資本為公司企業帶來經濟利益并且如何有效的將利益最大化,才是研究商務翻譯實用性的新方式。

此外,有關專家在研究了市場的需求以及人才供給的不對應情況後,將視線投向了另外一個新興領域:人工智能,即將人工智能與商

務翻譯結合,探索繼續使語言提質增效并帶來經濟收益的新方式。這一想法的基礎實現就是大衆化的翻譯軟件。但是基于翻譯記憶和語料庫的不完善,所有的翻譯軟件自動翻譯程序都沒有實現人類達到的效益,雖速度快,但是質量并不高。于是還是有人更傾向于翻譯軟件中人工服務。由此,專家們又提出計算機輔助翻譯,即使用相關輔助性工具和軟件輔助譯員處理文件,輔助翻譯,包括商務翻譯。但是由于計算機輔助翻譯的主體還是人,這一方式的重點還是對於譯者綜合能力的考察。翻譯軟件中的人工翻譯也是將客戶需要翻譯的檔與譯員擅長領域和翻譯風格做DNA匹配,運用匹配度最高的譯員進行分工分配型翻譯。但是隨着科學技術的不斷完善和發展,現今已經出現質量高的同聲傳譯智能系統,并且已經成功在相關會議上出色的完成了翻譯任務,但是由于技術較新,還有不少問題亟待解決與完善。對於公司企業來說,智能運用會增加成本投入,而且對於具體翻譯的質量還沒有得到統一認證,而設備的使用壽命,更新周期,維護費用都是需要考慮的問題。在智能翻譯深層次提升之前,其無疑是一種高投入,高風險,效益不確定的翻譯輔助產品。人工智能是一把雙刃劍,理論和實踐還需要時間檢驗。此外,現今最熱門的一個研究方向就是神經機器翻譯,即通過神經網絡直接實現自然語言之間的自動翻譯,借鑒了人腦處理翻譯的工作機制,并加入編碼譯碼技術以實現語言轉換。但是這一語言翻譯“完美化理論”還僅僅停留在初步想法和理論分析的層面,距離實際操作使用很遙遠,也許在將來可以實現。由此觀之,人工智能的發展同樣使語言作為資本帶來效益,但是對於商務翻譯,有着更高嚴謹性的要求,即百分之百的準確度;復雜多樣的文本類型,即包括商務合同、商務信函、郵件、廣告語和說明書等;特殊的語言現象,即特殊詞匯和特殊句式的使用;獨特的文化背景,即商務衆多領域的背景知識。這些特點使得商務翻譯

人工智能化難度加大。因此,人工智能帶動商務翻譯的經濟效益迅速化還需要很長一段時間的發展。

2. 語言經濟價值論視角

既然語言作為一種人力資本,就會為人類社會帶來經濟效益和價值。但是對於語言的投入和產出,這二者之間是否均衡,一定量的投入具體可以為個人、社會和國家帶來多大產出,這些都需要做進一步調查。從教學的角度出發,以財經類院校為例,此類院校的特色專業便是財經管理商務國貿類。而對於與語言結合的特色專業無疑就是商務英語專業。具有一定實力的財經類院校對於商務英語人才的培養投入很大,這是基由國家政策和地方院校培養目標決定的。財經類院校的商務英語會設置諸如國際經濟法、國際貿易單據制作、商務信函寫作等專業課程,也會設置諸如跨文化商務交際和商務英語的基礎語言類課程。而對於運用雙語教學的商務國貿專業,因學生們的關注重點都在專業知識的學習上,所以專業課程過硬,但是對於雙語專業課程,鮮有人關注其與翻譯。而對於非財經類院校,如師範類院校,受學校特色影響,其商務英語的商務氛圍大大降低;而部分地方綜合類院校的商務英語專業質量更有待提升。而對於師範類或者綜合類院校,商務英語畢業的學生幾乎很少從事商務翻譯行業,究其原因,一是專業水平程度受限,二是專業英語水平受限,三是翻譯能力缺失。由此觀之,對於商務英語甚至于商務翻譯學科和人才培養的投入,各院校參差不齊。那麼產出如何?即商務人才質量如何?通過調查,這些院校商務英語專業的畢業生幾乎很少成為商務翻譯人員。溯其原因,商務翻譯公司更傾向於商務專業畢業的非英專學生,即更注重對專業領域知識的理解程度。因此,熟練掌握商務相關領域的知識並能夠靈活運用到實踐的商務翻譯人才稀缺。此外,通過筆者調查研究發現,無論是國際貿易、商務專業的英語課程設置,還是商務英語、商務財會金

融的專業課設置,側重點都是學科特色,而忽略了商務與翻譯,翻譯與經濟之間的聯系。由此觀之,對於商務翻譯的投入和產出有着較大差異,投入多的產出便多且質量高,創造的經濟價值就會越大。因此,對於商務翻譯,我們還需加大投入,彌補漏洞,不斷完善。

此外,商務翻譯譯員的培養需要付出時間成本和機會成本。學習雙語或多語翻譯需要投入大量的時間、金錢等物質條件。但是與一般物質資源相比,語言人力資本更具有增值性和收益性。對譯員個人來說,譯員依靠在商務中雙語的翻譯為自身獲得經濟收益;對社會來說,雙語或者多語種翻譯滿足市場需求,從而獲得經濟效益。投入增加,產出也會隨之提高,即隨着商務翻譯譯員專業知識儲備越來越多,對專業詞匯越來越熟悉,翻譯水平和熟練度越高,其提供的價值就越大,獲得的經濟效益也越大,為社會帶來的經濟價值也越大。另外,當語言人力資本同其他物質資本協同運作時,就可以產生 $1+1>2$ 的價值和經濟效益。

但是語言怎樣才能帶來更大的經濟價值?或者說經濟價值觀點對語言方面有什麼新的要求?當語言作為獨立的工具或是資本,就要不斷完善工具和增加資本,即關注語言的發展,重點研究語言和新興領域的結合,以語言經濟學為例,當我們的視角轉換,就會對語言的發展有不同的新要求。對於語言的完善,可以使語言和大數據結合,即語言的信息化就會帶來更大的經濟效益和價值。大數據就是巨量數據,指需要新處理模式才能具有更强的決策力、洞察力和流程優化能力的海量、高增長率和多樣化的信息資產。而大數據具有大量、高速、多樣和價值特點。(http://www.baidu.com/)當從事商務翻譯時,我們需要大量擴充翻譯記憶,充實語料庫,祇有語料庫越豐富,即達到語料大數據的規模,翻譯質量和速度才會有更大保證。這樣,環環相扣,語言和大數據的結合就會為個人、企業、公司和社會帶來源源不斷的價值。

語言離不開人類,當語言被賦予人文特點,語言創造的經濟價值就轉化為使用語言的人或者使用雙語進行翻譯的譯員創造的經濟價值。此時,要想經濟價值誇大化,就要提升譯員的水平。這就要求使用雙語或者多餘翻譯的譯員不斷的隨時代進步,完善自身素質。譯員要創造翻譯神經網絡。翻譯神經網絡包括內在方面和外在方面。內在方面是指譯員經過經年累月的翻譯實踐和理論的結合,對商務專業翻譯領域形成了自己獨特的反射弧,將自己掌握的翻譯經驗和技巧由點連成綫,綫連成面,最後形成基于神經反射生理系統的網絡。這無疑是譯者的最高層次。就如政府檔翻譯人員般常年研究一個類目的翻譯內容,總結翻譯理論,并在實踐中不斷檢驗。外在方面即充分使用商務翻譯輔助性工具,充分利用計算機輔助翻譯及相關原理,不斷實踐,在實踐中尋找最適合譯員個人的輔助工具,并將譯員自身翻譯流程與輔助工具有機結合,形成暢通無阻的翻譯鏈條,四通八達的翻譯網絡。這無疑是將個人與社會經濟價值最大化的有效手段之一。

3. 語言使用與價值呈現度關係視角

從宏觀上看,語言在不同市場上的使用程度不同,經濟價值也不同。若商務英語的需求在勞動市場上急需,在私人和公共消費市場上的應用越廣,那麼其產生的價值就越高。若某段時間,某個地域,商務英語的需求降低,掌握并使用商務英語的人數減少,經濟效用就會降低。換句話說,語言使用體現的價值不是一成不變,而是動態的。從微觀角度說,這裏的價值可以分為個人價值和社會價值。而個人價值和社會價值是相互促進的。從譯員自身看,譯員的翻譯水平不止在其自身的水平,也在于企業對其能力提高的相對投入和支持。從企業來看,語言所產生的經濟價值可大可小,這就需要透過企業商務事務成果大小來判斷。而這兩方面的充分結合和發展就會促進經濟的發展。

四、商務翻譯研究新內涵

語言是翻譯的外觀形式,商務是翻譯的實在內涵。語言經濟是商務經濟的重要價值。而對於商務,有了新的研究方法,便為翻譯注入了新內涵。因此,語言作為一種人力資本,成為翻譯的載體,成為價值產生的工具。無論是人工智能的運用還是神經機器的研發,都為研究商務翻譯打開了新的思維方式,使商務翻譯研究有了新的意義與價值。由此,在後續的語言經濟價值論中,對商務語言的投入、產出和成本也有了不同于以往的思考。在此基礎上,本文提出了商務翻譯中的參與主體——譯員和參與客體——語言完善的新思路,即語言和大數據的結合以及翻譯神經網絡的創造。而不同于以往靜態看待問題的眼光,語言呈現出的價值則是動態的,因此,商務中的翻譯也是動態的。對此,商務翻譯也有了新變化。

經過幾十年的改革與發展,中國的各方各面都有了突飛猛進的轉變。同樣,在國際商務交流方面的成效越來越大,因此語言的經濟價值也不可忽視。而現在,我們正處於新時代,這就要求我們對各項學習活動有新的觀察角度,新的研究方法。商務翻譯研究也是如此。單一學科的研究方式固然可以透徹分析研究一種現象,但是建立在專一學科基礎上的跨學科的研究角度必定成為將來商務翻譯研究的主綫。而跨學科又可以拓展延伸為跨領域。在此基礎上,研究可以更有效率和效用,即可花費更短的時間、更少的成本達到更好的功效,從而再將效益最大化。而以經濟學視角,以語言經濟學為代表,研究商務翻譯,無疑為商務翻譯的研究打開了新角度,新方法。其豐富了商務翻譯研究形式,和語言角度互補,促進了經濟發展和文化傳播,從而推動了國家的興旺發展。

五、結語

綜上所述,本文研究的目的是為商務翻譯研究開出一個新方案。以語言經濟學角度研究商務翻譯,是社會發展進入新時期的需要,

從不一樣的視角探究更深更廣的商務翻譯。首先,本文通過探析語言經濟學的內涵,分析了其與商務翻譯的現實指導意義,即翻譯的根本目的是服務於讀者以及社會。商務翻譯的評價標準需要各類評價方式的有機結合,形成多元系統。其次,本文通過運用語言經濟學領域相關理論,即語言人力資本、語言經濟價值論和語言使用和價值呈現度關係等研究了商務翻譯新方法。最後,本文從語言經濟學角度淺析了商務翻譯的新內涵,持有與時俱進的心態,推動該領域商務翻譯的進一步發展。基於語言經濟學角度下的商務翻譯還處於初級探索發展階段,尚有大量理論知識處於未發掘階段,故而本文會有一定的局限性。因此,今後二者的相關度研究還需學術界給與更多關注。

參考文獻

- [1]A. Rubinstein. *Economics and Language: Five Essays*, 2000.
- [2]Bleakley, H&A. Chin. "Age at arrival, English proficiency, and social assimilation among US immigrants." *American Economic Journal: Applied Economics*, 2010, 2(1): 165-192.
- [3]Coulmas F. *Language and Economy*, Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 1992(15): 27-44.
- [4]Gary Becker. *The Economic Approach to Human Behavior*, University of Chicago Press, 1976.
- [5]Grin, F. "Economic approaches to language and language planning: An introduction." *International Journal of the Sociology of Language* (1996) 121(1): 1-16.
- [6]Grin Francois. *Language Planning and Economics. Current issues in language planning*, 2003: 4.
- [7]Jacob Marschak. *經濟學與語言*[M],上海財經大學出版社,2004.5,錢勇、周翼譯
- [8]Leslie, D. and Lindley, J., "The impact of language ability on employment and earnings of Britain's ethnic communities", *Economica*, (2001) 68: 587-606.
- [9]Marschak, J., "The economics of language", *Behavioral Science* (1965)10(2): 135-140.
- [10]Melitz Jacques. "Language and trade." *European Economic Review*, 2008, 52 (4): 667-699.
- [11]Selmier, W. T.&C. H. Oh. "International business complexity and the internationalization of languages." *Business Horizons*, 2012, 55(2): 189-200.
- [12]蔡輝.語言經濟學:回顧與發展[J].外語研究,2009, (4):1-5.
- [13]董令.校企合作的經驗和反思[J].邢臺學院學報, 2016, (9):187-189.
- [14]黃少安.語言經濟學及其在中國的發展[J].經濟學動態, 2012, (3):41-46.
- [15]劉國輝,張衛國.中國語言經濟學研究述略[J].語言教學與研究, 2012, (6):102-109.
- [16]林勇,宋金芳.語言經濟學評述[J].經濟學動態,2004, (3): 65-58.
- [17]馬雲霞.語言在國際交往中的經濟價值研究[D].2012, (10).
- [18]莫再樹.語言經濟學視角下的商務英語教育研究[J].Foreign Language World. 2008 (2):65-72.
- [19]莫再樹.基於語言經濟學的商務英語教育研究[M].長沙:湖南大學出版社, 2014.
- [20]田蘭.語言經濟學視角下商務英語的生態位思考[J].外語界,2013,(4): 26-31.
- [21]許其潮.語言經濟學:一門新興的邊緣學科[J].外國語, 1999(4).
- [22]張衛國.語言的經濟學分析:一個綜述,經濟評論[J]. 2011, (4):140-149.
- [23]張衛國.語言的經濟學分析:一個基本框架[M].中國社會科學出版社, 2016.

CALL FOR PAPERS

Business Translation, Periodical of SIBT

“Business Translation” the quarterly Periodical, the first and only scholarly Periodical dedicated to business translation studies, is scheduled to launch its inaugural issue at the begin of 2018.

The Periodical is organized by the organizing committee of the International Symposium on Business Translation and Teaching Research (SIBT), co-organized by ENRP Education Technology Co., Ltd, hosted by School of International Business Communications, Dongbei University of Finance & Economics, and published by New Vision Press. It aims to promote the research & teaching of business translation in China and support the professional development and academic exchange of business translators. The Periodical has been included in CNKI.net and hopefully, will be indexed by CPCI-SSH (ISTP) soon.

Taking paper quality and topic relevance as the only criterion for publication, the Periodical is inviting papers on an ongoing and year-round basis, specifically, on the following subjects:

- Business translation theories, practices, and teaching
- Disciplinary construction & development of business translation
- Theories and practices of machine translation
- Inquiries and insights into translation industry
- Reviews on translation works, etc.

Your papers may be written in Chinese, English, Russian, Japanese, Korean, or Spanish, and it should contain the following elements and their corresponding English translations:

- Article title, author name, author school and zip code,
- Abstract, Keywords, Correspondence address
- Information about the author (short biography, one paragraph)

Your submission should be in .doc format, no less than 3 pages; accepted manuscripts are typed with 1.5 spacing and with a font point size of 12 (as submitted in Microsoft Word format); and the reference should follow the APA style, i.e., American Psychological Association (APA) Format (6th Edition, 2009). Since any submissions to the Periodical will be submitted to single-blind review, it is highly recommended to list such identity information as the article title, author name, degree, title, and affiliation, and sponsored project only on a separate page.

If your submission is accepted for publication in our Periodical, it shall not be published in any periodical(s) elsewhere without the permission of the Editorial Office of “Business Translation”. Please remember that the Editorial Office reserves all rights to refuse submitted work. Therefore, you may be asked to remove extreme graphic material or excessive language, unless otherwise declared ahead. Your submission would be at your own disposal and not be returned in case of no notice for revising or publication within the referring period of 5 weeks upon receiving it.

Editorial Office(China):

Email: sibt_j@163.com ; 123388728@qq.com

TEL:0411-84710460; 15640288993

Add:315, Shixuezhai, No.217 Jianshan Street,Dalian

《商務翻譯》期刊徵稿啓事

為促進中國商務翻譯研究與教學領域的活躍和發展,提高商務翻譯人才培養的品質和效果,學術季刊《商務翻譯》(ISSN2637-9163)將於2018年初創刊。該雜誌由商務翻譯和教學研究國際論壇(SIBT)組委會主辦,東北財經大學國際商務外語學院承辦,東師瑞普教育科技有限公司協辦,美國新視野出版社出版,系全球第一本專門研究商務翻譯的學術刊物。該刊被中國知網(CNKI)收錄檢索,待進CPCI-SSH(ISTP)國際檢索。

《商務翻譯》按照國際學術期刊慣例實行同行專家匿名評審制度,以稿件品質和本刊宗旨作為刊發標準。現面向從事商務外語、商務翻譯等相關教學科研工作的高校教師及商務翻譯實踐從業人員常年徵集稿件:

1. 主要欄目:商務翻譯理論研究、商務翻譯教學研究、商務翻譯學科建設與發展、機器翻譯理論和實踐、商務翻譯案例、翻譯產業探究、相關翻譯書評等。

2. 來稿要求:需遵循一般學術規範,可選用中、英、俄、日、朝鮮語、西班牙語等六種文字撰寫;但標題、作者姓名及簡介、通信地址、摘要及關鍵字等內容請附對應英文。有關正文及參考文獻的格式要求,請參照“美國心理學會(APA)論文格式(第六版)”。

3. 投稿要求:請以Word文檔格式排版(1.5倍行距,字體大小12),以E-mail附件形式投稿。來稿力求精煉(但不得低於3個版面)。為方便匿名審稿,請作者另頁標注論文題目、作者姓名、學位、職稱、單位、資助課題等資訊。

4. 稿件處理:本刊審稿週期為五周,超過五周未獲通知,請作者自行處理稿件,恕不退稿。對擬刊用稿件,除非作者事先聲明,本刊有權做文字性或技術性修改,或要求作者修改。請勿一稿多投;來稿文責自負。

投稿信箱:sibt_j@163.com;123388728@qq.com

聯繫電話:0411-84710460

編輯部連絡人:郝博 15640288993

編輯部地址:大連市尖山街217號 東北財經大學 師學齋315室

2018 Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching(2018 NALLTS)

NO.2 NOTICE

Dear Mr. /Ms. _____,

2018 Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching (2018 NALLTS) will be held in Hailar City, Inner Mongolia, China. There will be keynote speeches by well-known experts and scholars both at home and abroad. We sincerely invite you to share with us your new ideas and achievements in the fields.

THEME: "Linguistics, Literature, Translation Studies and Theory and Practice of Foreign Language Teaching in China: Prosperity and diversity"

TOPICS: 1. Frontier Studies on Linguistics and Applied Linguistics.

2. Literary Studies and Foreign Language Education & Research

3. Researches on Intercultural Communication and Translation / Teaching

4. Foreign Language Teaching and Research in Universities and Colleges in Northeast Asian Region

ORGANIZER: Organizing Committee of NALLTS

HOST: Inner Mongolia Higher Learning Institution Foreign Languages Teaching Research Association;
School of Foreign Languages, Hulunbuir University

CO-ORGANIZERS: ENRP Education Technology Co. Ltd.

CDS International Culture Developing Co. Ltd

New Vision Press

WORKING LANGUAGES: English & Chinese

MEETING FORMAT: 1. Keynote speeches by 5–6 invited scholars;

2. Presentations by participants who submitted papers.

MEETING DATES: Meeting: 23rd–24th June, 2018; Registration: after 2 o'clock p.m. 22nd

(The meeting begins at 9 o'clock on 23rd).

ACCOMMODATION: Hulunbuir Shanshui Hotel (Xuefu Road No. 1, Hailar District, Hulunbuir City).

TRANSPORTATION: From Hulunbuir Dongshan Airport to Hulunbuir Shanshui Hotel

1. After your arrival at the Hulunbuir Dongshan Airport, you can go to the hotel by taxi, which is about RMB 10; 2. After your arrival at Hulunbuir Train Station you can go to the hotel by taxi, which is about RMB 15.

The coming NALLTS will publish 2018 NALLTS proceedings which will be recorded and retrieved by CPCI-SSH and CPCD. Moreover, all of academic papers recorded by CPCI-SSH will have 2017 NALLTS certificates as honor.

Expenses: For further information about REGISTRATION FEES, please send email to info@nallts.com or 1034501032@qq.com.

Contact: NALLTS Office: 024–31994562 Hao Bo: 15640288993

School of Foreign Languages, Hulunbuir University: 0470–3103317 Hu Buqin

Hailar Office of CDS International Culture Developing Co. Ltd : 0470–8133456

Wang Zhiwen: 13947022600

Organizing Committee of NALLTS
School of Foreign Languages, Hulunbuir University

2018 東北亞語言學文學和教學國際論壇(2018 NALLTS)

第二號通知和邀請函

尊敬的_____先生/女士:

2018 東北亞語言學文學和教學國際論壇(簡稱 2018 NALLTS),將在海拉爾舉辦,現誠邀您及各位高校同仁參會,提出新觀點、貢獻新思路、報告新成果。會上將有國內外知名專家學者作主旨發言。

【會議主題】“中國的語言學、文學、翻譯研究與教學的理論與實踐:繁榮和多樣性”

核心議題: 1. 語言學與應用語言學前沿問題研究;

2. 文學研究;

3. 跨文化交際與翻譯和教學研究;

4. 東北亞地區高等院校外語教學協同創新研究等。

【主辦單位】NALLTS 組委會

【承辦單位】內蒙古高校外語教學研究會 呼倫貝爾學院外國語學院

【協辦單位】東師瑞普教育科技有限公司 華宸衆星(北京)國際文化發展有限公司 美國新視野出版社

【會議語言】英語和漢語

【會議形式】1. 主旨發言:國內外知名學者 5-6 人做主旨發言;

2. 分組討論:分4個專題組,入選論文的宣讀和討論(頒發論文宣讀證書)。

【會議時間】2018 年 6 月 23-24 號,22 號下午 14 點開始接待報到,23 號上午九點半開會。

【會議和報到地點】呼倫貝爾市山水酒店(呼倫貝爾市海拉爾區學府路11號)

【到達路線】1. 呼倫貝爾(東山機場)出租或滴滴打車 10 元到達。

2. 列車海拉爾站,出租或滴滴打車 15 元到達。

本次集結出版2018 NALLTS國際會議文集,進入《社科與人文國際會議錄索引(CPCI-SSH)即ISTP》和中國知網(CPCD)檢索。本次論壇將頒發2018NALLTS論文獲獎證書。關於論文,詳見徵稿啟事。

【會議費用】會務費人民幣 1000 元,研究生 500 元,旅費和住宿費自理,標準間 280 元/間,大床房 300 元/間,合住 140 元/人。請參會者提前將會務費和房費匯到對公賬號(戶名:華宸衆星(北京)國際文化發展有限公司;賬號:中國農業銀行北京硅谷亮城支行11251401040002913),同時將參會回執發送到論壇郵箱 info@nallts.com 和 1034501032@qq.com。回執(網站 www.nallts.com 下載)截止日期為 5 月 30 日,報到時領取正規發票。參會者需持交費回執編號或房間號報到。

【聯系方式】NALLTS 秘書處: 024-31994562 聯系人:郝博 15640288993

呼倫貝爾學院外國語學院: 0470-3103317 聯系人:張鎖軍 胡布欽

華宸衆星國際文化發展有限公司海拉爾辦公室: 0470-8133456 聯系人:王志聞 13947022600

論壇網站: www.nallts.com (內有詳細說明和簡介)

東北亞語言學文學和教學國際論壇組委會

呼倫貝爾學院外國語學院

The Fourth SIBT at Jilin Huaqiao University of Foreign Languages

The Fourth International Forum on Business Translation and Teaching Research at Jilin Huaqiao University of Foreign Languages was held on December 30–31, 2017.

Fourth SIBT Background

Launched by the Hong Kong Hang Seng Management College, the forum aims to promote the development and exchange of business translation disciplines and business foreign language teaching in the four sides of the strait. The first forum, a former high-end forum for business Translation, was held at the Hong Sheng Management School in Hong Kong and chaired by Professor Fang Zixun, president and director of the Institute of Translation Studies and China Business Translation Society. Since then, the second and third forums have been held by the English College of Business and Economics University and the School of Foreign Languages of Nanjing Finance and Economic University. The Fourth forum organized by the Organizing Committee of International Forum on Business Translation and Foreign Language Teaching, is jointly hosted by English and Advanced Translation College of Jilin Huaqiao University of Foreign Languages, which is sponsored by the editorial office of "Business Translation" and the ENRP Education Technology Co. Ltd.

Fourth SIBT Organizing Committee and Academic Commission Establishment

Before the the Fourth Forum, the name of the forum was changed to "International Forum on Business Translation and Teaching Research (SIBT)", and the fourth SIBT Organizing Committee was established, Professor Fang Zixun was served as Honorary Chairman, Northeast Normal University former vice president, president of Chinese Business Translation Association, Professor Zhang Shaojie as chairman, Yang Yuchen, director of English College in Jilin Huaqiao University of Foreign Languages. It has 16 university professors as Vice Chairmen, and has set up a Forum Academic Committee with Fang Zixun as Director, Professor Gao Wei, Professor Huang Jiying, Professor Yulijun and Professor Weng Fengxiang as Deputy Director. This forum has a total of 79 experts and scholars of more than 50 universities from both at home and abroad and more than 90 Jilin Huaqiao University of Foreign Languages teachers and graduate students participated in this forum.

Fourth SIBT Schedule

The Opening Ceremony was hold at 10:00 on December 30, the SIBT Organizing Committee's Vice Chairman, Professor Yang Yuchen from Northeast Normal University and President of English College in Jilin Huaqiao University of Foreign Languages, presided and delivered the opening ceremony. Professor Dong Guangcai, President of Liaoning Translation Society, Professor Yang Junfeng, Director of Liaoning University's Foreign Language Teaching Research Institute, Professor Ma Zhanxiang, President of Foreign Language Teaching Research Association of Inner Mongolia University. Third forum organizers, representative of Nanjing Finance and Economics University, Professor Xiao Hui delivered. Professor Huang Jiying, vice president of Jilin Huaqiao University of Foreign Languages on behalf of Qin He, the President of Jilin Huaqiao University of Foreign Languages delivered the welcome words.

After the photo of all the participants, Professor Yang Junfeng, former vice president of Dalian Foreign Language University, made a keynote speech. Professor Gu Weiyong, director of the Foreign Language College of Nanjing Xiaozhuang University/Nanjing Zijing Technology University. Dr. Sayed Gouda from Cairo made a keynote speech: "Business Translation in a Context of Cross-cultural Communication". Then, Ms Wang Hui, the Master of Translation, European Association of Chinese Entre-

preneurs International director made speech for the actual combat : "How Could Translation Establish Business and Build Future?"

On the afternoon of December 30, two keynote speeches were first made by Dr.Dongping Zheng and Dr.Design L.Hudson from the University of Hawaii in the United States, titled "Translingual and Translanguaging Practices in Translation: Ecological, Dialogical and Distributed Perspectives "and" Social Constructivism, Custom Tailoring and Lesson Planning for Teaching International Business English.

Subsequently, the discussion was conducted in a forum, chaired by Professor Ma Jianhua, dean of the Foreign Languages College in Changchun Normal University, Professor Wang Weibo of the Foreign Language College of Dalian National University and Professor Zhao Lili, director of Foreign Languages Institute of Liaodong University. They addressed the subject orientation, professional development direction, teacher training, course construction, the subject research frame, the talented person training standard, the textbook construction and so on.The question has been carried on the intense and the thorough discussion.

On the morning of December 31, Professor Li Chao of Jilin University made the keynote speech of "Cross Study of Business English Subject Research"; Professor Birgit Bunzel, assistant professor of Department of Asian and International Studies in Hongkong University presented keynote speech:"Presenting Oneself:The Culture of Professional Correspondence Translation"; Professor Sun Jiancheng of Tianjin Finance and Economics University made speech named as"Business Translation Research from the Perspective of Linguistics "; China Daily columnist from the US, senior advisor of Tsinghua University, Harvey Dzodin made the keynote speech "Translation and Interpretation in the Artificial Intelligence"; Professor Gao Wei, President of the English College of Dalian University, " Research and Teaching of Engineering Business Text Translation: An Academic Report Based on Rhetorical Function and Intertextuality Analysis."

Academic lectures and keynote speeches were conducted by Professor Cheng Yingxin of Bohai University, Professor Liang Zhengyu of Huzhou Normal University, Professor Ma Jianhua of Changchun Normal University and Professor Xiao Hui of Nanjing Finance and Economics University.

Professor Ding Jianhua, chairman of the SIBT organizing committee and Professor Wang Zhiguo ,director of the Oriental Language College of Jilin Huaqiao University of Foreign Languages, read the first board members of the Commerce and Foreign languages Institute of Jilin Province and announced the establishment of the Institute. Professor Yang Yuchen ,the President of the Association of Business and Foreign languages of Jilin Province, spoke on behalf of the organizer.

Vice Chairman of SIBT Organizing Committee Dong Guangcai, Professor Yang Yuchen passed the forum flag to the fifth SIBT organizer of Dalian University, Professor Gao Wei who is representative and President of English College and Professor Sun Yunchun. President Gao Wei said, "we must make the fifth SIBT do better, everyone will be expected in 2019 in Dalian . Professor Zhang Shaojie, chairman of the forum, sent a greeting video from the conference in Changsha. Professor Dong Guangcai, vice chairman of SIBT Organizing Committee, made the concluding remarks of this forum.

(Translator: Zou Jing, College of English, Danlian University)

以技能為核心 以就業為導向 助你走上成功之路

中華商務翻譯技能等級考試CBTT

China Business Translation Skill Grade Test

隨著CBTT影響和規模的增大，應CBTT考試各地參考單位要求和資訊科技發展現狀，經上級主管部門同意，自2015年12月起，場地考試和網路考試同時交叉進行。CBTT考試將以專業性培訓系統、科學測評體系，嚴謹的考務流程、統一評卷的新形式，贏得良好的社會效益。頒發中華商務翻譯學會 商務翻譯技能證書，可以網上查詢編號。

一、CBTT考試語種

英語、俄語、日語 及韓語和西班牙語。

二、CBTT報名和考務安排

- 1、到就近的培訓考試基地（考點）報名繳費，領取教材參加培訓後進行場地考試。
- 2、CBTT網上報名繳費。考生可隨時報名，接到教材後按考試管理辦公室统一安排，確定地點和機考時間參加考試。

三、CBTT網上考試方式

與場地考試一樣，各個語種考試由兩個模組組成：筆譯模組和口譯模組。筆譯模組考試時間是60分鐘、自己下載答題紙拍照郵寄；口譯模組考試時間是15分鐘，在電腦或移動終端上答題並現場錄製音頻，後臺評測。

四、CBTT考試級別與報考條件

1. 翻譯員（四級）：由通過公外AB級考試的專科生和各專業本科生及專科高職外語專業學生報考。
2. 助理翻譯師（三級）：由各專業碩士生、外語專業本科生和商務外語專業專科生及持翻譯員證者報考。
3. 翻譯師（二級）：由商務外語專業本科生和外語專業碩士研究生及持助理翻譯師證的考生報考。
4. 高級翻譯師（一級）：由商務外語專業（含外語專業）講師及以上職稱者持翻譯師證者報考，經考評委員會審核確認。

符合報考條件的未通過者，可免費補考一次

五、CBTT考試日期時間

每年5月第二個周日和6月第一個周日14點；11月和12月第一個周日14點

六、聯繫地址

中華商務翻譯學會技能認證研究中心：

100024 北京市塔營北街甲6號信德大廈6407 電話：010-56213728

中華商務翻譯技能等級考試管理辦公室：

110013瀋陽市惠工街217號德郡大廈2202（東師瑞普教育科技有限公司）

電話：024-31994562 15640288993 郵箱：info@bflttst.com 1034501032@qq.com

中華商務翻譯技能等級考試網址：www.bflttst.org

QQ:1034501032



培訓考試基地：_____ 電話：_____

聯繫人：_____ 電話：_____



(接封二)

學術講座和主旨發言等,分別由渤海大學程迎新教授、湖州師範學院梁正宇教授、長春師範大學馬建華教授、南京財經大學肖輝教授等主持。

SIBT組委會秘書長丁俊華博士主持閉幕式,吉林華僑外國語學院東方語學院院長王志國教授宣讀吉林省商務外語學會第一屆理事會成員名單并宣布學會成立,吉林省商務外語學會會長楊玉晨教授代表學會講話并代表承辦方致告別辭。

SIBT組委會副主席董廣才教授、楊玉晨教授向第五次SIBT承辦單位大連大學英語學院代表高巍和孫蘊春教授傳遞論壇會旗,高巍院長講話表示,一定要把第五次SIBT辦得更好,大家2019年大連再見。論壇主席張紹杰教授在長沙向大會發來視頻賀辭。SIBT組委會副主席董廣才教授做本次論壇總結并致閉幕詞。



ISSN 2637-9163



9 772637 916320

\$9.98