



## 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》 II. 2020 Volume 6

Included in CNKI

中國知網收錄

**Organiser:** Organizing Committee of SIBT

**Co-organiser:** ENRP Education Technology Co. Ltd.

**Publisher:** New Vision Press

### **Editorial Committee**

**Consultant:** Zhang Shaojie Fang Zixun(Hong Kong)

**Chairman:** Yang Junfeng

**Member:** (Sorted by Pinyin)

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

**Chief Editor:** Gao Wei

**Vice Chief Editor:** Wang Yan Liu Hanzhi

**Editorial Director:** Zhang Aimin

**Vice Editorial Director:** Yang Chunquan Liu Tingting Yan Haifeng

**Editors:** Sun Yunchun Bai Liping Liu Bao Wang Hui Hao Bo

Copyright @ 2020 by New Vision Press

All rights reserved.

Printed in the United States of America

Editorial Office in USA:

8414 Opulent Ave, Las Vegas, NV 89147

Email: williamliu0515@gmail.com

TEL: 469 867 2050

Editorial Office in China:

315, Shixuezhai, No.217 Jianshan Street, Dalian

Email: sibt\_j@163.com; 1034501032@qq.com

TEL: 0411-84710460; 15640288993

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

Publication Date: December 25th, 2020

**主 辦:**商務翻譯和外語教學研究國際論壇組委會

**協 辦:**東師瑞普教育科技有限公司

**出 版:**新視野出版社

## **編輯委員會**

**顧 問:**張紹杰 方梓勛(香港)

**主任委員:**楊俊峰

**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 鴻  
胡安江 馬占祥 孫建成 佟敏強 溫秀穎 翁鳳翔 肖 輝 許建忠  
楊玉晨 俞利軍 張法連 戰海林 趙麗麗 周玉忠

**主 編:**高 巍

**副主編:**王 岩 劉寒之

**編輯部主任:**章愛民

**編輯部副主任:**楊春泉 劉婷婷 顏海峰

**編 輯:**孫蘊春 白立平 劉 寶 王 薈 郝 博

## **聯系方式:**

美國編輯部 :8414 Opulent Ave, Las Vegas, NV 89147

電子郵件 : williamliu0515@gmail.com

電話: 469 867 2050

中國編輯部 :大連市尖山街217號東北財經大學師學齋315室

電子郵件:sibt\_j@163.com; 1034501032@qq.com

電話: 0411-84710460; 15640288993

刊號:ISSN 2637-9163 和ISSN 2637-921X(電子版)

出版日期:2020年12月25日



# Contents

## 目 錄

- 001 職業教育4.0時代高職商務英語專業的困局與出路 / 劉建珠  
The Problems and Solutions of Business English Programs in Higher Vocational Schools  
at the Age of Vocational Education 4.0 / LIU Jianzhu (Page 009)
- 010 “新經濟原則”在商務英語信函中的運用 / 曹瑞爛 高 莉  
On the Application of New Economy Principle in Business English Letters / CAO Rui-  
lan GAO Li (Page 018)
- 019 商務俄語翻譯與中俄跨境電商雙向融合的契合點研究 / 王新萍 趙浩然  
Research on the Coherence Points between Business Russian Translation and the Two-way  
Integration of Sino-Russian Cross-border E-commerce / WANG Xinping ZHAO Haoran  
(Page 025)
- 026 佛教旅游景区外宣翻譯與文化傳播研究——從“外宣三貼近”原則看五臺山景区介  
紹英譯 / 陳存軍 王嘉銘  
Effect of English Translation of Buddhist Scenic Spots on Cultural Dissemination from  
the Perspective of “three Closenesses to International Publicity” –Taking Mount Wutai  
as an Example / CHEN Cunjun WANG Jiaming (Page 032)
- 033 企業網站本地化翻譯能力評價與提升研究——以遼寧省重點企業網站為例 / 熊瑾  
如 顏海峰  
Research on the Evaluation and Improvement of Enterprise Website Localization Transla-  
tion Capability: A Case Study of Websites of Key Enterprises in Liaoning Province /  
XIONG Jinru YAN Haifeng (Page 042)
- 043 專門用途英語(ESP)視角下國際物流與供應鏈管理英文授課教學能效研究 / 宋友  
開 張少蘭 王文珍

- Study on English Teaching Effects of International Logistics and Supply Chain Management from Perspective of English for Specific Purpose (ESP) / SONG Youkai ZHANG Shaolan WANG Wenzhen (Page 048)
- 049 基于CBI教學理念的商務英語教學模式研究 / 李 寧  
Research on Business English Teaching Model based on CBI Teaching Concept / LI Ning (Page 055)
- 056 從“走出去”到“融進去”——兼評譯著*The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain*由Springer出版 / 吳浩浩  
From “Going out” to “Going Globally” —A Book Review on the English Translation of *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* Published by Springer / WU Haohao (Page 064)
- 065 接受理論關照下的中國科幻文學外譯考量——以《三體II:黑暗森林》為例 / 韓淑芹  
Translation of Chinese Science Fiction under Guidance of the Reception Theory: A Case Study of *The Dark Forest* / HAN Shuqin (Page 072)
- 073 大數據時代背景下人工譯員的生存空間 / 張旭光  
The Living Space of the Artificial Translators in the Big Data Era / ZHANG Xuguang (Page 085)
- 086 Research on Cultivation Mode of Business English Talents in the Context of Cross-border E-commerce / SUN Li (Page 094)
- 095 新冠疫情公示語語言特徵及翻譯策略研究 / 孫依群 賈 敏  
Linguistic Features and Translation Strategies of COVID-19 Public Signs / SUN Yiqun JIA Min (Page 101)
- 102 機械工程文本中被動句的漢譯策略 / 羅薦文 常 樂 朱乃新  
English-Chinese Translation Strategies of Passive Sentences in Mechanical Engineering Texts / LUO Jianwen CHANG Le ZHU Naixin (Page 107)

- 108 講好中國抗疫故事——《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書翻譯策略研究  
/ 陳紀伊杰 崔 丹  
A Case Study of Translation Methods of *Fighting COVID-19: China in Action* / CHEN JI  
Yijie CUI Dan (Page 115)
- 116 淺談基于語料庫的商務與法律翻譯研究 / 李 蕾  
Corpus-based Solutions to the Translation of Business and Legal Texts / LI Lei (Page 120)
- 121 《新冠病毒肺炎預防手冊》的英譯：論翻譯在人類命運共同體構建中的價值/ 袁 微  
The Translation of *The Corona-virus Prevention Handbook*: A Discussion of the Value of  
Translation in construction of a Community of Shared Future for Mankind / YUAN Wei  
(Page 126)

# 職業教育 4.0 時代高職商務英語專業的困局與出路

劉建珠<sup>①</sup>

深圳職業技術學院 商務外語學院 深圳 518055 中國

**摘要:**通過對全國商務英語專業設置情況進行數據統計和對比分析,指出國內“高職商英”的發展態勢不同於“商英本科”,存在整體趨勢下滑以及區域分布很不平衡的問題。在分析職業教育 4.0 時代對“高職商英”人才培養帶來的挑戰以及“深職商英”實踐經驗的基礎上,指出從智能化、綜合化、全球化和持續化等進行專業轉型升級是破解“高職商英”目前困局的有效出路。

**關鍵詞:**商務英語;職業教育 4.0;深職商英;專業轉型

## 一、前言

商務英語專業(以下簡稱“商英”)在國內構建了一個由中職、高職、本科、碩士和博士等不同教育類型和學歷層次構成的、覆蓋職業教育和普通教育的完整學科體系。在這個學科體系中,“高職商英”起步最早,規模最大。但是,在同國內兄弟院校部分“商英”負責人和管理人員交流過程中,筆者發現不少高職院校的“商英”在最近十年都存在招生萎縮和第一志願錄取率變低以及畢業生就業競爭力和專業對口率下降的問題。麥可思研究院最近幾年公布的《中國高等職業教育質量年度報告》也印證了“高職商英”的這一現狀。

隨着時代發展和市場需求的變化,跟許多傳統專業一樣,“高職商英”目前的發展也遇到了前所未有的挑戰。與國內許多兄弟院校情況有所不同的是,深

圳職業技術學院商務英語專業(以下簡稱“深職商英”)的發展一直處於“迎難而上”的態勢。自 1994 年成立之初起,“深職商英”一直緊跟時代和經濟發展步伐,隨時調整人才培養目標和課程設置,大膽進行教學改革和專業轉型,積累了不少成功經驗,先後被評為全國高職高水平示範院校重點專業和全國職業教育創新行動計劃骨幹專業,“深職商英”教學團隊及其所在的教工黨支部也分別榮獲國家級優秀教學團隊和全國高校黨建樣板支部稱號。有鑒于此,筆者試圖通過對全國高職院校商務英語專業的設置情況進行調查以及對“深職商英”的實踐分析找到破解“高職商英”困局的有效出路。

## 二、商務英語專業設置數據統計與分析

教育部網站最近公布的數據統計

<sup>①</sup>劉建珠,男,博士,教授,研究方向:翻譯教學、商務英語

基金項目:本文系廣東省教育科學十三五規劃 2020 年度項目《面向粵港澳大灣區現代服務業數字貿易人才培養高地建設研究》(2020GXJK300)階段性成果

結果顯示,“數據科學與大數據”“機器人工程”“智能科學與技術”等專業越來越受到各大院校的追捧。專業的發展活力直接體現在專業設置的數量變化上。發展向好的專業必然受到歡迎,設置這些專業的院校數量自然就會增加。反之亦然。專業設置的數據直接反應了人才培養機構和管理部門對該專業的態度,也反映了該專業的發展態勢。

### 1. 數據信息統計

筆者根據教育部近期公布的高等職業教育專業設置備案和審批結果,並經由全國高等職業學校擬招生專業設置備案結果數據檢索網站根據地域和年份逐條查詢,得到了最近八年(2013–2020)全國31省份(不含港澳臺地區)設置“高職商英”的院校數據。

爲了更加全面了解整個商務英語專業學科體系在國內的發展現狀,除了“高職商英”的數據外,筆者從教育部高等學校商務英語專業教學協作組每年發布的“新增院校批次”信息中獲取了全國14批次(2006–2019)開設“商英本科”院校的數據(如表2所示)。

### 2. 數據對比分析

從表1和表2所提供的數據信息來

看,“高職商英”和“商英本科”的發展態勢無論總體趨勢還是具體分布都有明顯的差異。

首先,全國開設“高職商英”的院校數量比開設“商英本科”的院校數量多,但2013年以來呈現持續下降趨勢;“商英本科”開設的年份比“高職商英”晚,但是全國設置該專業院校的總體數量持續上升,每年都有新增院校,與“高職商英”的數量差距正在縮小,有後來居上的發展態勢(如圖1所示)。

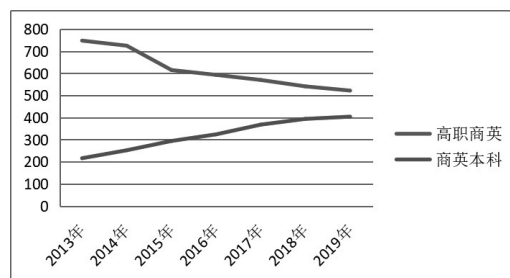


圖1 全國開設“高職商英”和“商英本科”院校數量發展態勢對比圖

其次,“高職商英”的發展存在明顯的地域差異,而“商英本科”的差異更多體現於院校的學科屬性上。“高職商英”集中在東南沿海發達省份的高職院校,而“商英本科”則集中在經貿、財經和外語類院校。

從表1提供的數據看,雖然全國31

表1 全國“高職商英”設置院校數據信息一覽表

年份	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
總計	748	725	615	593	570	541	522	498

表2 全國“商英本科”設置院校數據信息一覽表

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	3	7	14	31	62	145	215	251	293	323	367	393	403

表3 中國東西部省份以及廣東省開設“高職商英”院校數量一覽表

年份 區域	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
西部	90	84	61	58	56	53	46	40
東部	321	310	283	279	274	262	260	246
廣東	76	83	89	89	95	79	84	89
全國	748	725	615	593	570	541	522	498

個省級行政區域設置“高職商英”院校的數據基本上都是逐年走弱,但是不同區域數據的下降幅度有所不同。有的地區緩慢下降,有的則急劇下跌,也有的地區在有些年份保持不變甚至還有小幅上升。其中,下降幅度超過50%的省份主要集中在中國西北和東北地區,例如甘肅、貴州、陝西、內蒙古、黑龍江、吉林、遼寧等。這一方面說明中國大部分地區對“高職商英”人才的輸送持續走低,另一方面也說明在現代服務業欠發達的西北和東北地區,這種下降態勢尤其明顯(如圖2所示)。

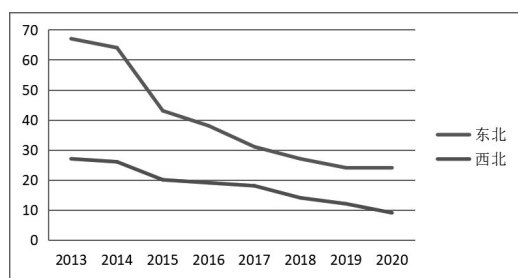


圖2 中國東北和西北地區設置“高職商英”院校數量發展態勢對比圖

表1所收集到的數據也反映了“高職商英”存在區域分布上的不平衡性特徵,東西差距明顯、西部地區貧弱、廣東一省獨大的現象十分明顯(如表3所示)。這一差距也是中國東西部經濟發

展程度差異的真實寫照。從表3提供數據來看,中國西部地區設置“高職商英”院校的總數不僅在一開始就遠低於東部地區,這種差距隨着時間的推移也越來越大,西部12省的總和甚至抵不過東部一個廣東省。

如表3數據所示,中國西部12省份2013年開設“高職商英”的院校數量總和是90所,僅占全國總數的12%,不到東部地區的30%。到2020年後,中國西部僅有40所高職院校開設了商務英語專業,在全國所占有的份額下降為8%,而東部地區開設“高職商英”的高職院校數則達到246所,幾乎占據全國半壁江山(如圖3所示)。

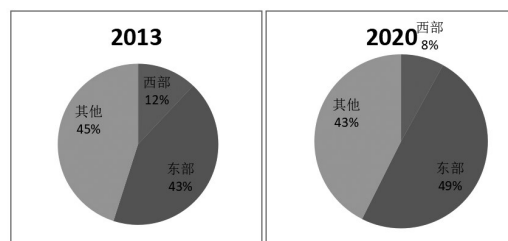


圖3 中國東西部省份2013和2020年開設“高職商英”院校比例對比圖

鑒于中國東部經濟明顯優于西部的事實,“高職商英”設置集中在中國東部沿海省份的院校似乎是正常的。但



是,在經濟全球化的形勢下,地區經濟發展水平的差異不應該成為“高職商英”發展不平衡的主要理由。從縱向比較來看,“高職商英”設置的總體數量變化同中國經濟發展尤其是現代服務業發展的總體上行趨勢並不吻合。

### 三、“高職商英”的時代困局

高職教育有別於普通教育的最大特點是其人才培養目標和培養規格直接對接不斷適應時代變化的產業和市場需求。“高職商英”的發展狀況與職業教育當前所處的4.0時代密不可分。職業教育4.0時代對“商英”人才的能力結構提出了新的要求。但是,國內(特別是西部地區)不少高職院校的“商英”專業沒有跟上職業教育4.0時代步伐及時轉型和升級。

#### 1. 職業教育4.0的內涵

隨着互聯網及智能終端設備的迅猛發展,人類文明跨入了“人工智能”的大門,職業教育也隨之邁進了4.0時代。

職業教育4.0是伴隨着“工業4.0”而提出的概念。“工業4.0”由德國政府於2013年提出,指的是將CPS(信息物理系統,Cyber Physical Systems)技術廣泛運用到工業生產過程和物流領域,同時通過網絡將物品或者服務進行全方位連接的數字化和智能化工業生產模式(陳瑩,2019:92)。

工業化引領了人類文明的新方向,也推動職業教育發展進入了新時代。在人類社會的四次工業革命與工業化進程中,職業教育扮演着不同的角色,發揮着不同的作用。陳衍(2015:1)指出,在產業更新換代的大背景下,工業化先後經歷“農牧和養殖文明時代”、“機器工業文明時代”、“商業文明時代”和“信息智能文明時代”,職業教育也實現了從1.0到4.0的升級與轉型,從以“學徒+工具”為中心發展到以“職業人+互聯網”為中心。

為了進一步明確職業教育4.0同工

表4 工業1.0-4.0背景下各階段職業教育特徵與載體對照表

職業教育時代	工業化時代	教育特徵	教育載體
職業教育1.0 (農牧文明)	工業1.0 (機械化)	職業培訓學校 (以“學徒+工具”為中心)	師傅+徒弟 (封閉式)
職業教育2.0 (工業文明)	工業2.0 (電氣化)	職業學校教育 (以“學生+設備”為中心)	教材+教室 (半封閉式)
職業教育3.0 (商業文明)	工業3.0 (自動化)	校企合作職業教育 (以“員工+基地”為中心)	專業+產業 (半開放式)
職業教育4.0 (智能文明)	工業4.0 (智能化)	數字化職業教育 (以“職業人+互聯網”為中心)	人工智能+終身學習 (開放式)

業4.0的關係,筆者以“職業教育4.0”為主題詞在中國知網(CNKI)查閱了最近五年(2015-2020)發表在國內核心期刊的全部論文。綜合這些論文作者的研究成果,筆者得到了工業1.0-4.0背景下以及不同文明發展所對應的各階段職業教育特徵及其載體對照表(參見表4)。

從表4可以得出職業教育4.0的概念,即:在工業4.0和智能文明時代背景下形成的、從職業教育1.0發展過來的、以智能化和數字化為特徵、以職業人為培養目標、以互聯網和人工智能為主要手段的、開放式終身學習模式。

## 2. 職業教育4.0的挑戰

職業教育4.0時代的到來給“高職商英”的人才培養帶來了全新的挑戰。陳衍(2015:1)指出,職業教育在4.0時期深耕信息智能文明時代,所培養的技能人才在能力規格上突出體現“智、綜、群、責”四個字,一切教育教學改革將因此而變。在《職業技術教育》雜誌2015年卷首一文中,陳衍對以上四個字進行了詳細解讀,筆者將其概括為智能化、綜合化、全球化和持續化。這“四化”特徵得到了陸啓光(2015)、呂一枚(2016)、胡茂波(2016)、張宏亮(2017)、韓雪軍(2018)、陳瑩(2019)、李文靜(2020)等學者的正面回應。“深職商英”的實踐表明,這“四化”特徵是目前“高職商英”人才培養所面臨的主要挑戰。

第一、智能化挑戰。工業4.0的第一特質是智能化,在整個經濟社會中具體表現為智能化生產、智能化管理和智能

化服務(陸啓光,2015:6)。智能化與數字化緊密相連。在工業4.0時代,勞動者駕馭智能化新型工業生產模式的數字能力成為實現國家發展策略的關鍵因素(陳瑩,2019:90)。“高職商英”的職業面向主要是現代服務業的數字貿易、商務管理、語言服務、教育培訓等崗位。隨着服務的智能化,現代服務業的許多崗位能力要求將發生根本性的改變,數字能力將成為“高職商英”畢業生不可或缺的能力。對學生進行數字思維和數字能力培養是“高職商英”目前面臨的一大挑戰。

第二、綜合化挑戰。隨着工業4.0時代的到來,工作分類將會明顯減少,員工的崗位權限則會增大。陳衍(2015:1)指出,工作性質和工作範圍的變化意味着職業教育一直主張的專門教育將轉變為綜合教育,具體體現為專業群教育。張宏亮(2017:108)也認為,在工業4.0時代,技能人才職業能力結構將從簡單工作任務處理能力向綜合職業能力轉變,由單一的專業能力向多學科融合能力轉變。這一轉變顯然會給“高職商英”帶來衝擊,因為國內大部分“高職商英”還沒有擺脫傳統的英語學科思維,重點一直放在單一的英語能力培養,對跨學科和跨專業複合育人準備不充分。

第三、全球化挑戰。“工業4.0”將加快世界經濟一體化進程,加快人才流動與產業周期演變,促使職業教育國際化,從而牽動職業教育辦學思想和定位由服務于區域經濟向服務于全球經濟

轉移(呂一枚,2016:67)。陳衍(2015:1)指出,先進的技術保障了一個成員在全球範圍內快捷、直接的溝通,這種工作方式的變化直接要求職業教育不僅僅要培養技能,更要培養學生的全球化意識和專業合作能力。在全球化和世界經濟一體化浪潮推動下,“高職商英”不能以所在區域經濟不發達為借口,應該擺脫僅為區域經濟服務的思維定式,無論是老師還是學生都要進一步開拓國際視野,提升全球合作服務意識。

第四、持續化挑戰。張宏亮(2017:108)指出,工業4.0時代職業院校學生職業能力培養存在的基本問題是學習氛圍較差,教學方式陳舊,主動學習和終身學習能力不強,新時代技能人才職業能力結構需求要由維持性學習能力向持續終身學習能力轉變。為了主動適應時代的發展變化,職業教育首先需要進行觀念轉型,將一次性職業教育轉到終身性職業教育(陸啓光,2015:6)。但是,觀念的轉型往往是最難實現的。事實上,“高職商英”畢業生之所以認為自己的專業不對口,很重要的原因是缺乏可持續性,終身學習的意識不足。

#### 四、商務英語人才培養的“深職”經驗

雖然全國“高職商英”的總體發展趨勢下滑,“深職商英”却處於穩步上升的態勢。成立26年以來,“深職商英”一直緊跟時代步伐,及時調整人才培養目標,大膽進行教學改革和專業轉型,走出了一條與時代發展同步的“高職商英”人才培養之路,在智能化、綜合化、

全球化和持續化等“四化”轉型方面積累了不少經驗,可為兄弟院校同類專業提供一定的參考和借鑒。

第一、提出了“數字引領、英語助力、商務搭臺”專業建設理念。面對“工業4.0”時代帶來的智能化挑戰,“深職商英”在“PEB”(袁凌燕,2008:115)和“BEC”(劉建珠,2018:10)人才培養體系的基礎上提出了“DEB”體系,將數字(Digit)技術擺在了英語(English)技能和商務(Business)知識之前,提出了“數字引領、英語助力、商務搭臺”的專業建設思路,將數字技術能力納入了人才培養規格和專業能力結構之中。在具體實施方面,“深職商英”聯合阿裏巴巴成立數字貿易學院,投入重金建設外語智慧學習中心和數字化專業教學資源庫,倡導“綫上”與“綫下”相結合的混合式教學,開設“商務ICT”、“人工智能翻譯”、“大數據分析”等智能化課程,旨在培養學生的數字思維並提升他們的數字技術能力。

第二、構建“商務英語+拓展方向”一流專業群發展思路。面對“工業4.0”時代帶來的綜合化挑戰,“深職商英”堅持復合育人和協同育人理念,先後提出並踐行了“商務+英語”和“商務英語+拓展方向”專業建設思路,旨在培養面向現代服務業的綜合性、複合式、創新型、高素質技術技能人才,而不是僅僅培養英語技能人才(劉建珠,2018:68)。針對專業所對接的產業鏈和崗位群,“深職商英”以一流專業群建設為目標,設立了“數字貿易”、“語言服務”、“教育培



訓”和“商務管理”等四個專業拓展方向,構建了基于“崗位+方向”專業群發展思路,大力開展校企合作和產教融合,大大提高了學生的綜合素養、就業競爭力和就業相關度。

第三、成立“國際先進教育理念和教法推廣中心”。面對“工業4.0”時代帶來的國際化挑戰,“深職商英”將“了解、尊重他國文化,具有較強的全球化意識和跨文化交際意識,熟悉國際規則,對全球利益共同體有比較深入的認識”直接寫進了專業標準和人才培養方案的培養規格中。“深職商英”先後同美國、英國、澳大利亞等英語國家的高校建立深度合作關係,定期選派學生和老師分別以交換生和訪問學者身份到國外高校交流一個學期。與此同時,“深職商英”成立了“國際先進教育理念和教法推廣中心”,積極引進和推廣“Outcome Based Education”(成果導向教育)、“E-learning”(數字化學習)等國際先進的教育理念和教學方法,大力開展“一帶一路”沿綫國家技能人才招聘,提升了專業的國際化水平以及人才培養質量。

第四、開展職業素養“5C”終身學習教育。面對“工業4.0”時代帶來的持續化挑戰,“深職商英”將“具備一定的人文素養、科學素養、創新意識、工匠精神、批判思維和較強的就業創業能力、可持續發展能力”寫入專業標準的培養目標。在具體實施上,“深職商英”圍繞用人單位所關注的職業素養,邀請企業一綫專家以講座形式圍繞校園規範(Campus Performance)、溝通技巧(Com-

munication Skills)、能力拓展(Competency Development)、承諾意識(Commitment Awareness)以及職業規劃(Career Planning)等“5C”專題開設系列講座,分階段引導學生提升自主學習能力和可持續發展意識。與此同時,“深職商英”聯合華南師範大學、韶關學院等國內本科院校以及昆士蘭科技大學、西雅圖城市大學等國外高校,打通“專升本”和“專升碩”通道,提升了學生的終身學習意識。

### 五、結語

隨着我國改革開放的深化和現代服務業的發展,市場對商務英語專業人才的需求量一直是上升的。教育部網站2018年公布的統計結果顯示,“商務英語”同“數據科學與大數據”“機器人工程”“智能科學與技術”等專業一道被列入普通高校新增備案數量較多的十大本科專業。同“商英本科”發展態勢相反的是,“高職商英”遇到了新時代帶來的嚴峻挑戰,整體上出現了下滑態勢,西部省份的情況更加不容樂觀。

在“工業4.0時代”,智能化、綜合化、全球化和持續化的人才培養越來越成為職業教育的共識。“深職商英”的實踐表明,面對職業教育4.0時代的到來,從以上“四化”進行專業轉型是破解“高職商英”目前困局的必由之路。時代變了,人才培養方案和專業標準自然也應順勢而變,否則將被時代淘汰。正如陳秋明(2018:110)所指出的,“轉型是新時代職教戰綫必須面對、必須回答的時代命題。”

## References (參考文獻)

[1]Cao, Y. 2018. Evolution and Transformation of Vocational Education from Industry 0.0 to Industry 4.0. *Chinese Vocational and Technical Education*.

(曹曄等.2018.從工業0.0到工業4.0的職業教育演進與變革,《中國職業技術教育》,第25期,第39-45頁.)

[2]Chen. Q. M. 2018. How to build a world-class Vocational College under the background of artificial intelligence. *Research in Higher Education of Engineering*.

(陳秋明.2018.人工智能背景下如何建設世界一流職業院校,《高等工程教育研究》,第6期,第110-116頁.)

[3]Chen. Y. 2019. German vocational education's response to the Industry 4.0: improving workers' digital skills. *Comparative Education Review*.

(陳瑩.2019.德國職業教育對工業4.0的回應:提升勞動者數字能力,《比較教育研究》,第6期,第90-97頁.)

[4]Chen. Y. 2015. Vocational Education 4.0. *Vocational and Technical Education*.

(陳衍.2015.職業教育4.0,《職業技術教育》,第21期,第1頁.)

[5]Han. X. J. 2018. Morphological analysis of "Vocational Education 4.0" from the Perspective of "Industry 4.0". *Vocational and Technical Education*.

(韓雪軍等.2018.“工業4.0”視野下“職業教育4.0”的形態分析,《職業技術

教育》,第28期,第6-11頁.)

[6]Hu. M. B. 2016. The Strategy and Enlightenment of German Vocational Education in Accordance with "Industry 4.0" Development. *Modern Education Management*.

(胡茂波等.2016.德國職業教育契合“工業4.0”發展的策略及啓示,《現代教育管理》,第10期,第92-97頁.)

[7]Liu. J. Z. 2018. A Study on the Curriculum of Business English in Higher Vocational Colleges Based on the Composition of Professional Competence. *College English Teaching and Research*.

(劉建珠等.2018.基於專業能力構成的高職商務英語專業課程設置研,《大學英語教學與研究》,第1期,第6-10頁.)

[8]Liu. J. Z. 2018. The "Six-integration" Educational Concept and its Application in the Construction of Business English Program in Higher Vocational Colleges. *Journal of Shenzhen Polytechnic*.

(劉建珠.2018.“六融合”教育理念及其在高職商務英語專業建設中的實踐研究,《深圳職業技術學院學報》,第4期,第68-74頁.)

[9]Lu. Q. G. 2015. Transformation of Vocational Education Based on "Industry 4.0". *Vocational Education Forum*.

(陸啓光.2015.基於“工業4.0”的職業教育轉型,《職教論壇》,第16期,第4-9頁.)

[10]Lv. Y. M. 2016. "Industry 4.0"

will lead vocational education to realize three shifts. *Forum on Vocational Education*.

(呂一枚.2016.“工業4.0”將牽引職業教育實現三個轉移,《職教論壇》,第16期,第67-70頁.)

[11]Yuan. L. Y. 2008. Reform and Practice of Comprehensive English Teaching in Higher Vocational Colleges under PEB Mode. *Forum on Contemporary Education*.

(袁凌燕.2008.PEB模式下的高職綜合英語教學改革與實踐,《當代教育論壇》,第5期,第115-116頁.)

[12]Zhang. H. L. 2017. The Struc-

tural Change of Vocational Ability of Skilled Talents in Industry 4.0 and the Strategy of Vocational Education Adjustment. *Modern Education Management*.

(張宏亮.2017.工業4.0時代技能人才職業能力結構需求變化與職業教育調適策略,《現代教育管理》,第10期,第108-112頁.)

[13]Zhou. J. 2017. The challenge of "Industry 4.0" strategy to vocational education and its countermeasures. *Education and Vocation*.

(周靜.2017.“工業4.0”戰略對職業教育的挑戰及應對,《教育與職業》,第2期,第16-21頁.)

## The Problems and Solutions of Business English Programs in Higher Vocational Schools at the Age of Vocational Education 4.0

LIU Jianzhu

Shenzhen Polytechnic, Shenzhen, 518055, China

**[Abstract]** Based on the statistics and analysis of the Business English programs in China, the author states that the number of vocational Business English programs tends to decrease and there exists a regional imbalance, which is different from the situation of the bachelor program of Business English. After making an analysis of the challenges that the Business English programs are faced at the age of Vocational Education 4.0 as well as the practice of Business English program in Shenzhen Polytechnic, the author argues that the solutions lie in program transformation featuring intelligence, integration, globalization and sustainability.

**[Keywords]** Business English; Vocational Education 4.0; Business English Program of Shenzhen Polytechnic; Program Transformation



# “新經濟原則”在商務英語信函中的運用

曹瑞嫻<sup>①</sup> 高 莉<sup>②</sup>

安徽工業大學 馬鞍山 243002 中國

**摘 要:**商務英語信函作為國際貿易中一種重要的書面交流方式,其語言的簡潔性和經濟性直接影響書面交流的時效性。本文將經濟學領域已存在的理論範式運用于商務英語信函的語用分析中,以言語配置的“新經濟原則”為理論框架,即經驗能量共識準則、社會能量均衡準則、擇近準則、言語生效準則以及從眾準則,剖析商務英語信函語言的經濟性問題,即言語配置最優化的問題,旨在指導商務人士在語用層面上更好地用經濟性的語言進行言語交流,以最少的言語投入量達到語言效用的最大化,促成商務活動成功。

**關鍵詞:**新經濟原則;商務英語信函;語用分析

## 一、引言

作為英語的一種功能變體,商務英語是專門用途英語(ESP)的分支之一,適用於各種商務場合。商務英語信函是國際商務會話交往的一種書面形式,在國際貿易往來中起着舉足輕重的作用。不同于面對面的交談,商務英語信函的寫信人和收信人之間的一切交流僅能依托于文字,這就要求寫信人在商務英語信函的詞匯、句法、語篇等層面上仔細斟酌,提升雙方交流的效率,達到交際目的。在言語交際過程中,寫信人通常會采用適當的語用原則以便能更有效地傳達交際意圖。因此,一個能對會話交往的全過程都行之有效的語用原則是必不可少的。

## 二、對商務英語信函的一般語用分析

在國際貿易中,商務英語信函是主

要交流手段之一,承載和傳遞了貿易雙方的思想,它的正確撰寫直接影響到貿易的成功與否。一封成功的商務英語信函的撰寫,除要求商務人士具有扎實的英語寫作基礎,掌握外貿應用文體所有的套用格式外,還要關注語用原則在商務英語信函中所起的作用,並遵循商務英語信函的寫作原則。眾多學者也運用過不同的語用原則對商務英語信函進行語用分析,主要涉及合作原則、禮貌原則和關聯理論等。

合作原則在商務信函中起到重要作用,在商務信函書面交流中,交流雙方的言語輸出都最大程度地圍繞着交際目的。禮貌原則指導言語交際中禮貌的實現,商務英語信函中的禮貌準則已成為國際經濟交往的普遍要求,許多專家在商務英語信函語境下對禮貌原則展開研究(司福成,2003:103-106;李淑

<sup>①</sup>曹瑞嫻,女,教授,研究方向:語言學、翻譯

<sup>②</sup>高 莉,女,碩士生,研究方向:商務英語、商務語言應用

基金項目:本文系“國家社科基金項目一般項目‘口譯的語音加工研究’”(項目編號:15BYY024)的研究成果

平,2012:215-216;劉永厚 鄭雙,2015:79-88)。同時合作原則和禮貌原則通常是進退相讓的互補關係,根據不同的語境恰當處理二者之間的關係,達成最佳言語交流(秦曉杰,2001:11-14;韓晶晶,2015:245)。

除了合作原則和禮貌原則外,關聯理論也常運用於商務英語信函研究,如從語用學的角度對商務書信中的模糊語言進行闡述,並探討在關聯理論視角下模糊語在商務書信中的應用以及其翻譯策略(王婷妹,2010:81-82;85);通過對商務英語信函樣本中模糊語言使用實例進行分析,得出商務英語信函樣本中模糊語言可以採用的翻譯策略(陳珊珊 餘鵬,2015:72-75)。

要分析商務英語信函言中言語交際的全過程,僅依靠以上三大原則還不夠:首先,合作原則比較抽象籠統,是在宏觀層面指導分析言語交際的總過程,其四條準則之間有重複且存在矛盾關係;其次,Leech的禮貌原則是對Grice合作原則的進一步補充,但禮貌原則並不完善,因為禮貌帶有極強的文化色彩,在不同的文化習俗場合下,禮貌的表達方式也不盡相同。除此之外,Sperber和Wilson在前人的基礎上提出的關聯理論對合作原則進行了修正,並認為合作原則及其準則可以用關聯原則“一以概之”(1986),因為合作原則注重對“意義”的研究,具體為“隱含”,關聯理論是對包含明義和隱含在內的整個交際過程的研究。但關聯理論顯露出將主體思維理想化、形式化和運算化的傾

向,突出表現在關聯理論試圖僅以語境效果和處理努力這兩個變量的消長關係為轉移,來解釋複雜多變的語用現象(張亞非,1992:9-16;80);而且“關聯性不能囊括交際活動中的一切要素,必須加以分解”(姜望琪,2006)。因此,在商務英語信函語用研究中,僅以上述理論原則分析言語交際過程還不夠。

上述的合作原則、禮貌原則和關聯理論作為語用學研究的三巨頭,都在一定程度上不能滿足言語交際過程的研究。合作原則過分關注意義研究,對言語使用的全過程缺乏綜合、全面的考慮,而對其進行修補的禮貌原則和關聯理論又存在着片面性和不徹底性,傳統語用研究中存在的諸多問題使得革新勢在必行(劉永厚 王園,2016:74-84)。

### 三、“新經濟原則”

在西方經濟學中,經濟學家給經濟學下了各種各樣的定義,但對“經濟”的定義卻比較模糊。但“經濟”有一種含義,就是用較少的人力、物力、財力等獲取較大的成果或收益。經濟分析中的“經濟”與上述含義有類似之處,在言語交際過程中,一般主張用最少的話語投入量傳達說話人的意圖,並且能够使受話人理解交際意圖從而以言行事。但兩者又略有不同,經濟分析中“經濟”指言語交際中言語的最優化配置,即言語運用達到了如此理想的境地,以致於在現有語境因素不變的條件下,該言語量的任何增減都會影響交際效果的充分實現(向明友,2000:3-9)。基於語言學研究中的經濟思想、語用學的歷史和現狀

和話語的屬性,運用經濟分析的方法研究言語經濟性問題無疑是可行的。

“新經濟原則”的提出是爲了更好地指導人們實現言語的優化配置,它包括五條準則:一般均衡準則、前提共識準則、擇近準則、言語生效準則以及從衆準則。其中一般均衡準則包含五種局部均衡:局部均衡(I)——言語投入與共知經驗的均衡、局部均衡(II)——用于啓動和促動的言語量與受話人根據已有的交際動機強度決定的對言語的可能的需求量的均衡、局部均衡(III)——說話人的言語投入與受話人可能的除阻需求的均衡、局部均衡(IV)——言語投入與受話人心理需求的均衡和局部均衡(V)——言語投入的具體量與由權差決定的受話人的心理需求達成的均衡。但局部均衡(I)和前提共識準則疑有重疊之處,因此將一般均衡準則和前提共識準則重構爲經驗能量共識準則和社會能量均衡準則(胡劍波,2010:69-72;劉永厚 王園,2016:74-84)。遵照這些準則來配置言語,言語的效用就能實現最優化,這樣的言語就是真正意義上最經濟的言語。

#### 四、“新經濟原則”在商務英語信函中的具體應用

##### 1. 經驗能量共識準則

話語的前提就是說話人爲了提高語言的效用,把自己估計的受話人可能已經了解或可能會基本認同的那部分信息視爲當然,幹脆不再使用言語重復描述……說話人通過對共知經驗進行預設的策略,減輕言語交際中的言語表

達負擔(向明友,2002:309-316+380)。商務英語信函的交際過程涉及衆多專業概念和專業術語,參與商務活動的各方基本都是這個行業內的專業人員,都知悉基本的專業概念。因此,在信函來往中,本着言語經濟性的目的,雙方一般不會解釋某個專業概念或是專業術語,這也節省了雙方閱讀信函的時間成本。

商務領域專業術語常以縮略詞的形式出現在商務英語信函中,體現了言語經濟性。這些術語涉及到商務活動的方方面面,涉及詢盤、還盤、保險、運輸方式、支付方式、議價等。舉例來看:CPI(Consumer Price Index 消費者價格指數)、LC(Letter of Credit 信用證)、BL(Bill of Lading 提單)、IPO(Initial Public Offerings 首次公開募股)、CIF(Cost, Insurance and Freight 到岸價)、FOB(Free on Board 離岸價)等。

除了專業術語外,還有些商務英語詞匯的意義是約定俗成的,雖與其在一般場合的意義大有不同,却也無需再做解釋。商務人員在使用這些詞匯時就運用到經驗能量共識準則,提高了商務英語信函寫作的效率,也節省了閱讀的時間成本。例如 statement,在普通場合用作“聲明、陳述”,在貿易場合用作“結算單、報表”;policy,在普通場合用作“政策、方針”,在貿易場合用作“保險單”。

因此,縮略詞和專業詞匯的掌握對商務人士來說是非常之必要的,可作爲與對方交流的前提共識,可以有效減少言語的投入量,提升信函的書寫、閱讀



效率。

## 2. 社會能量均衡準則

“均衡”原本是物理學中的概念,比如一個人靜止地站在地面,人所受地球向下的重力和地面給人的向上支持力,大小相等,方向相反,人因受力均衡處於一種靜止狀態。“新經濟原則”將“均衡”引入言語的投入量和需求量的關係中。顧名思義,“均衡”表示在言語交際中,說話人的言語投入與受話人對話語的理解需求達到均衡,言語配置才能達到最優化,投入言語的總效用才能達到最大化。該準則實際的出發點是交際過程中信息量的多少,這與 Grice 合作原則中的量的準則具有異曲同工之妙,不多不少的信息量是最理想的,它既保證了說話人提供同等信息量的省力性,也保證了受話人理解所需信息量的經濟性(許佳 楊連瑞,2014:41-46)。

但並不是時時處處都需遵循信息在數量上的均衡,在語用層面這種均衡指的是言語效用。舉例來看,關於損益,如果行事的内容給受話人帶來的益處大,損失小,勸其行事的言語投入就相應減少;如果給受話人帶來的損失大,益處小,勸其行事的言語投入就要增加。這裏增加多少,減少多少也要視由行事的損益度所決定的受話人的心理需求而定(向明友,2002:309-316;380)。在商務英語信函寫作中,有直接寫作和間接寫作兩種方式。在傳達諸如祝賀信、邀請函、招聘信、推薦信等“好消息”時,信函内容對收信人帶來的益處大於損失,因此採用直接寫作方式;在傳達諸如延

期交貨、拒絕邀請、拒絕理賠等“壞消息”時,信函内容對收信人帶來的損失大於益處,採用間接寫作方式,通常在闡述“壞消息”前加上適當的解釋(buffer),通常是先揚後抑,更易于收信人接受“壞消息”。因此,這種“均衡”以言語效用最大化為目標,視言語交際語境靈活處理言語的投入量與需求。

## 3. 擇近準則

擇近準則是在一定程度上對經驗能量共識準則的進一步補充,它要求說話人在詞匯、語法結構的選擇和切入話題等言語投入在方式上充分考慮對方的擇近傾向,使言語配置適應聽話人(劉永厚 王園,2016:74-84)。這條準則要求說話人作為言語事件的主動者、言語配置的操作者不能片面遷就個人單方面的擇近傾向,在選擇話題,推定前提時要充分考慮受話人的擇近傾向。祇有充分考慮了受話人對話題的可接受程度,說話人的交際意圖才能不被受話人誤解,交際才能順暢地進行。本文從内容和形式兩個層面具體探討擇近準則在商務英語信函寫作中的運用。

第一,在内容上要精準。假設作為賣方,對於買方的詢盤,必須要給出具體且準確的回復函。例如買方想訂購一批雨衣,對雨衣的規格、材料質地、顏色及價格進行詢盤,買方必須就這些要點逐一進行準確回復,切不可模稜兩可或有所遺漏,避免給買方造成再次詢盤的麻煩,提升貿易交流的效率,在這一過程中賣方採取了擇近準則。除此之外,商務人士還需謹慎使用一詞多義的詞

匯或短語。如詞匯“interest”，在商務領域內，有“好處、利益”“合法權益、股份”“利益關係(尤指財務上)”“利息”“(企業等的)同行；參加經濟活動的當事人”；如縮略詞“F.C.”，可表示“fixed capital”(固定資本)、“fixed charges”(固定費用)以及“fixed contract”(遠期合同)。在不加任何說明的情況下使用類似“F.C.”這樣有多種含義的縮略語，會給收信人帶來誤解，阻礙言語交流，耽誤雙方貿易進程。在這種情況下，寫信人可以使用全稱，也可在該縮略語在信函中首次出現時標注其全稱，以減輕收信人的理解負擔；若後續再次使用，可使用縮略形式以減少信件內容的長度。

第二，在形式上要練達。應選擇短句且熟悉的詞匯替代長句及不熟悉的詞匯。

(1) This machine has a tendency to develop excessive and unpleasant audible symptoms when operating at elevated temperature.

(2) This machine tends to get noisy when it runs hot.

對比例(1)和例(2)，二者表達意思相同但形式不同，例(1)的表達過於冗長，多用形容詞，如“excessive”“unpleasant”“audible”“elevated”，共17個單詞；且句子結構複雜，含有并列句，其中又套有從句。而例(2)句子結構簡單，共10個單詞，用熟悉常用的詞匯簡練地表達意思，是為首選。

#### 4. 言語生效準則

從字面意思可以看出，此項準則的使用是想讓言語達到效果，完成交際活動。在言語交際行為中，言語具有兩項最基本的功能：承載功能和調節功能（向明友 朱邁青，2001：81-86）。在表達信息時，僅準確無誤地傳達信息還不够，還需考慮收信人看到信息後的心理情感表現。因此需準確巧妙地使用言語的調節功能，即改善收信人的心理狀態，使其樂于行事。如果說話人的言語能讓受話人明白自己該做什麼，並且也全心全意地去完成這件事，那麼說話人的言語就發揮了效用。本文提出兩種語用策略，旨在更好的運用言語生效準則。

第一，恰當使用“You-viewpoint”。採用“You-viewpoint”寫作可以在商務交往中建立善意。這種寫作視角是把關注點置于收信人身上，能顯示出禮貌和誠意，是一種能更好地說服和改善人們心理情感狀態的技巧。從廣義上講，“You-viewpoint”寫作強調收信人的興趣和關注，它強調“You”“Your”而弱化“We”“Our”的影響。但這不僅僅是使用第二人稱代詞的問題，而是將收信人置于中心的一種態度。雖然這種視角可以促進交際雙方建立友好關係，商務人士也需慎用。其原因是：在傳遞好的消息或是一般性消息時，可以側重選擇“You-viewpoint”，但當想要表達的消息會威脅到對方的利益時，就需要仔細斟酌，巧妙使用或是盡量避免使用“You-viewpoint”。從以下的例子中可以看出這一區別。

(3) Your misunderstanding of our order caused you to make this mistake.

(4) If you had understood our order, you would have done it correctly.

例(3)和例(4)所表達的內容一樣,形式不同,但話語的效果完全不一樣。在貿易往來中,一方因沒理解訂單而犯了錯誤,這屬於一個壞消息,在例(3)中,用的“You-viewpoint”不僅不會拉近雙方關係,反而會冒犯的對方,有責怪的對方之意,嚴重的還可能會直接終結雙方的交易。相反,例(4)採用虛擬語氣的形式,從另一角度巧妙使用“You-viewpoint”闡述消息,即“如果你理解了訂單,就能處理好”。這種傳遞消息的方式,既能顯示出己方是站在對方角度幫對方考慮問題,也能在沒有威脅對方面子的情況下委婉地暗示出其實過錯方是對方而不是己方。

第二,委婉傳達“壞消息”。在必須傳達令人失望的消息時,可以使用間接的寫作方式。這一方式的主要原因是,如果站在對方的立場上傳遞壞消息,為對方的利益考慮,對方會更易于接受。

(5) I cannot accept the recommendation of the site-selection committee.

(6) I wish I could accept the recommendation of the site-selection committee.

此處所傳遞的也是不好的消息,但例(5)和例(6)處理的方式不同,言語效用大有不同。例(5)直接表達不能接受,即拒絕,這在貿易往來中是比較忌諱的。貿易雙方都希望能促成一項交易,

如果在雙方交流過程中,直接表達這種拒絕,會顯得很不禮貌,直接冒犯到對方,不利于雙方的貿易關係。例(6)的處理方式是採用這種積極的表達語氣,表層意思是希望能夠接受這一建議,實際也表示難以接受,但這種積極的表達方式能有效化解因直接拒絕可能導致雙方貿易關係僵化的情況。

除此之外,在傳遞壞消息之前做出適當地解釋,即使用鋪墊(buffer),負面信息也會得到更積極地接受。事實上,恰當的解釋甚至能起到使收信人相信寫信人的立場是正確的勸服效果。此外,解釋還能緩和壞消息的衝擊,更利于收信人接受。這種加上解釋的間接的寫作方式由四個部分組成:1)鋪墊;2)壞信息的理由;3)壞消息的明確聲明;4)友好和積極的結束語。

### 5. 從眾準則

從字面可以得出,此項準則指導商務人士追隨大眾慣用的商務英語信函書寫模式或用語,即在長期的實踐中形成的國際商務約定俗成的規範。為了實現語用行為中的言語效用最大化,交際者雙方必須共同遵守從眾準則,即必須遵守語言社團內大多數成員都共同遵守的長幼、尊卑、真假、善惡、美醜等社會文化方面的道德、信念及價值觀規則,法律、法規及公約等社會組織規則以及語言工具的結構規則(向明友,2002:309-316;380)。從眾準則在商務英語信函中具體表現為簡練的言語風格和高度程式化的寫作結構形式。同時商務合同語言高度程式化,一般都采



用從總則到條款的先宏觀後微觀的語篇結構,這有助於為當事人創造理解文本內容的語篇語境(嚴曉江,2012)。

信函的結構一般是三段式:開頭語、正文和結束語。例如信函開頭語:I am writing to tell you ...; Thank you for your letter of June 26 ...等;信函結束語: We hope this transaction will lead to an enduring relationship between us; We look forward to more cooperation between us in the future等。

還有一些在具體語境下的慣用表達法,例如表述強烈的訴求: Unless your consignment reaches us no later than ..., we will cancel our order; If you cannot provide qualified goods within ..., we'll ask for a refund等;表示邀請: We should/would be very pleased/glad/delighted if you could honor us with your presence; Please confirm your participation at your earliest convenience等。

## 五、結語

“新經濟原則”理論運用經濟學分析方法,指導言語交際過程中言語的優化配置,達到言語效用的最大化。在“新經濟原則”框架下,本文具體舉例分析經驗能量共識準則、社會經驗均衡準則、擇近準則、言語生效準則和從眾準則在商務英語信函寫作中的應用,拓展了“新經濟原則”的研究領域,同時也豐富了對商務英語信函研究的語料。本文旨在指導商務人士更高效準確地撰寫商務英語信函,實現言語的優化配置,

達成言語交際的目的,促成商務工作的開展,着力培養商務英語實用性人才。

## References (參考文獻)

[1]Chen, S. S. & Yu, P. 2015. Translation Strategies of Hedges in Business English Letters from Relevance Theory. *Journal of Suzhou University*, No.4.

(陳珊珊,餘鵬.2015.基于關聯理論的商務英語信函中模糊語言的翻譯策略,《宿州學院學報》,第4期,第72-75頁.)

[2]Han, J. J. 2015. The Application of Cooperative Principle and Politeness Principle in Business English Letters. *Economic & Trade*, No.15.

(韓晶晶.2015.合作原則和禮貌原則在商務英語信函中的應用,《經貿實踐》,第15期,第245頁.)

[3]Hu, J. B. 2010. On New Economy Principle of Speech: A Discussion with Professor Xiang Mingyou. *Foreign language and Literature*, No.5.

(胡劍波.2010.也談言語配置的新經濟原則——與向明友教授商榷,《外國語文》,第5期,第69-72頁.)

[4]Hu, Y. K. 2013. *Business English Writing*. Foreign Language Teaching and Research Press.

(胡英坤,車麗娟.2013.《商務英語寫作》,北京:外語教學與研究出版社.)

[5]Jiang, W. Q. 2003. *Contemporary Pragmatics*. Peking University Press.

(姜望琪.2003.《當代語用學》,北京:

北京大學出版社.)

[6]Li, S. P. 2012. On Politeness Principle in Business English Letters Writing. *China Business & Trade*, No.30.

(李淑平.2012.論商務英語信函寫作中的禮貌原則,《中國商貿》,第30期,第215-216頁.)

[7]Liu, Y. H. & Wang, Y. 2016. New Economy Principle and the Optimal Distribution of Business English Correspondence. *Journal of Shanghai University of International Business and Economics*, No.5.

(劉永厚,王園.2016.“新經濟原則”與商務英語信函的言語優化配置,《上海對外經貿大學學報》,第5期,第74-84頁.)

[8]Liu, Y. H. & Zheng, S. 2015. The Application of Politeness Strategies to Business English Correspondence Writing. *Journal of Shanghai University of International Business and Economics*, No.1.

(劉永厚,鄭雙.2015.禮貌策略在商務英語信函寫作中的應用,《上海對外經貿大學學報》,第1期,第79-88頁.)

[9]Qin, X. J. 2001. Cooperation and Politeness in English Business Letters. *Journal of Xi'an Foreign Languages University*, No.4.

(秦曉杰.2001.英文商務信函中的“合作”和“禮貌”,《西安外國語學院學報》,第4期,第11-14頁.)

[10]Si, F. C. 2003. On the Politeness

Principle for Writing Business Letters in English. *Journal of Huaqiao University (Philosophy & Social Sciences)* No.4.

(司福成.2003.論英文商務信函中的禮貌原則,《華僑大學學報(哲學社會科學版)》,第4期,第103-106頁.)

[11]Sperber, D. & Wilson, D. 1986. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.

[12]Wang, T. M. 2010. Translation of Hedges in Business Letters from Relevance Theory. *Journal of Mudanjiang University*, No.5.

(王婷妹.2010.關聯理論下商務書信模糊語的翻譯,《牡丹江大學學報》,第5期,第81-82+85頁.)

[13]Xiang, M. Y. 2000. On Feasibility of Economic Approach to Speech Behavior. *Foreign Language Education*, No.3.

(向明友.2000.論經濟分析的可行性——經濟分析語用學探究之一,《外語教學》,第3期,第3-9頁.)

[14]Xiang, M. Y. 2002. New Economy Principle of Speech. *Foreign Language Teaching and Research*, No.5.

(向明友.2002.論言語配置的新經濟原則,《外語教學與研究》,第5期,第309-316; 380頁.)

[15]Xiang, M. Y. & Zhu, M. Q. 2001. On Social Communicative Function of Speech Behavior. *Foreign Language Research*, No.1.

(向明友,朱邁青.2001.論言語的社會交際功能——經濟分析語用學探究

之二,《外語學刊》,第1期,第81-86頁.)

[16]Xu, J. & Yang, L. R. 2014. The New Economy Principle for the Speech of Business English. *Language Education*, No.4.

(許佳,楊連瑞.2014.商務英語語言的新經濟原則,《語言教育》,第4期,第41-46頁.)

[17]Yan, X. J. 2012. *A Coursebook for Business English Translation*. Nanjing University Press.

(嚴曉江.2012.《商務英語翻譯讀本》,南京:南京大學出版.)

[18]Zhang, Y. F. 1992. Review of

Relevance Theory. *Foreign Language Teaching and Research*, No.3.

(張亞非.1992.關聯理論述評,《外語教學與研究》,第3期,第9-16;80頁.)

[19]Zhou, R. Q. 2007 The Application of Pragmatic Principles to the Writing of Business English Correspondence. *Journal of Guangdong University of Foreign Studies*, No.1.

(周瑞琪.2007.語用原則在商務英語信函寫作中的運用,《廣東外語外貿大學學報》,第1期,第92-94;101頁.)

## On the Application of New Economy Principle in Business English Letters

CAO Ruilan GAO Li

Anhui University of Technology, Ma'anshan, 243002, China

**[Abstract]** As an important way of written communication in international trade, the simplicity and economy of business English letters directly affect the timeliness of written communication. This paper applies the existing theoretical paradigms in the field of economics to the pragmatic analysis of business English letters, taking the New Economy Principle of speech distribution as the theoretical framework, and starting from the maxim of experience power equilibrium, the maxim of social power equilibrium, the maxim of satisfaction adequacy, the maxim of the effectiveness of speech and the maxim of conformity. This paper analyzes the economic problems of business English letter language, that is, the optimization of speech distribution. The purpose of this paper is to guide business people to efficiently express themselves in economic language, and to maximize the effectiveness of language with the least amount of language input.

**[Keywords]** New Economy Principle; business English letters; pragmatic analysis

# 商務俄語翻譯與中俄跨境電商雙向融合的契合點研究

王新萍<sup>①</sup> 趙浩然<sup>②</sup>

長春理工大學外國語學院 長春 130022 中國

**摘要:**在研究具有發展潛力和創造力的中俄跨境電子商務活動中、具有核心價值和發揮橋梁作用的商務俄語翻譯人才培養和應用過程中,發掘雙向聯合和互動切入的客觀條件和實際背景。突出雙向交融的創新性和使命必然性的同時權衡利弊,為保證融合效果達到合作價值最大化、行業體系的影響最優化及健康科學化,從切入雙方價值本身、切入過程和後期評價等方面敘述中俄跨境電子商務與商務俄語翻譯人才雙向融合研究持續良性發展的可行性。

**關鍵詞:**中俄跨境電商;商務俄語翻譯;雙向融合;契合點

隨着中俄國際關係和商貿往來程度的日益加深、信息科技的不斷發展,跨境電商是國際商場互動背景下的必由之路。而作為國際商務交際的核心,商務俄語翻譯人才的培養,在其前期、中期和後期實際運作的全過程都與中俄跨境電商產業緊密相關。因此,研究中俄跨境電商和商務領域的翻譯人才雙向融合,就顯得十分必要。明確二者融合的雙向條件應當嚴謹平等,在分別對待本領域的潛在發展力和威脅力上的矛盾應是相抗衡的,對待差異條件進行判斷很容易誤入雙重標準的陷阱(圖)。



我們先將中俄跨境電商和商務俄語翻譯人才以獨立個體為基礎、以漸趨融合為展望,分別以三個着眼點分開、展開來談。

## 一、跨境電商的內外環境

中俄跨境電商作為异地交互商務發展的新型開發方式,要以兩國邦交實際和國情體制入手,作為深入研判的大方向;跨境競爭作為開拓市場疆域進行營商活動的根本形式;而從發展歷程中總結經驗、從當前運營大局中未雨綢繆,考慮到電商的發展前景或潛在威脅是日後長久發展的理性必然。

中俄國情包含兩國的經濟、政治、文化發展現狀和政策指引環境,以及外交關係、體制支撐、市場環境、民風民俗和人民消費需求等。經濟始終可以作為判斷一個國家的發展形

①王新萍,女,教授,研究方向:俄語課程與教學論、俄語翻譯學、俄語語法學

②趙浩然,男,本科生,研究方向:商務俄語翻譯、俄語語言學

基金項目:本文系吉林省教育科學規劃課題《信息化時代高校俄語語法課程改革研究》(GH19087)的成果



勢、生活質量和消費水平的首選標準,其發展程度也在很大程度上體現了決策層對於新時代和新事物的接受力,以及對國內、國際事務的幹預和影響效果。除此以外,經濟現狀或總體發展程度也會間接影響文化的普及和教育水平、科技人文發展水平,國家的總體發展程度對於國際社會的影響也會成為其在國際舞臺上是否會得到普遍重視和認可的主要標準之一。當前,中俄在經濟文化上交往密切,為了推廣雙方的教育資源、推進人才培養的機制體制共享,兩國互派交流訪問學者和國際留學生的規模也愈加壯大。在經濟上、企業和政府間紛紛制定和出臺惠及兩國邊貿和基礎設施建設的政策,為貿易流和經濟資源合理分配、以及迎合發展所需給予極大方便。目前,中俄兩國的國際關係已經取得全面突破,上升至“新時代中俄全面戰略協作伙伴關係”,堪稱新時代國際外交關係的典範。我們承認中俄都存在自己無法自給的、不同程度的發展需求,為了謀求更加豐富而優質的自然或人力資源、優惠的海關邊貿政策以及合適且健康的貨幣匯率環境等等,都在利用兩國關係大好的局面彌補和滿足自身的缺陷和需求。但不可否認的是,在兩國交往活動中,對待體制和市場環境的改革態度是具有彈性和活力的,如果在某一領域的密切合作或改革後的狀態確能給雙方邊貿活動帶來利益,那麼市場會自發感應且

作出良性反應。

在跨境商務活動交往中,競爭與合作是主要的交往方式,二者相輔相成、既對立又統一。作為跨境電商,我國在俄羅斯市場與在俄本土或其他電商品牌開拓或爭奪自己的業務範圍,其之間更多的就是競爭關係。在實際運營時,“電子商務”中“商務”的影子在保留一定基礎上有所體現或者僅具有商務性質以外,就已經受到在運營期間接觸到的消費群體、競爭或合作領域的營銷環境、需求或發展群體等影響,取而代之的是細化為包含醫療醫藥、輕重工業、棉麻紡織、食品加工、物流運輸、品類服務、工程承包等在內的領域,圍繞商務性質上下波動,並接觸甚至脫離至其他性質和領域。在對待涉及專利產品、保密技術或國家特色等具有市場熱度、社會重視度和輿論敏感度的產品或資源上,中俄電商的合作或跨境銷售應採取謹慎的態度,從申請批准到銷售全程合法合規,尊重兩國的保護性資源。市場競爭就是同行業電商的經營博弈,在正常的營銷環境下,電商的經營策略標準和評判分析能力往往會受決策層和總體人才水平決定,並由此將博弈雙方拉開差距,甚至決定成敗。此時,必要的合併收購既是對翻盤無望的企業盡力挽回損失的極限補救辦法,也是具有稍高營商能力和適應市場需要的電商企業繼續騰飛的跳板,它可以在某些部門或管控方式上借鑒或繼承所收購或合併的、

已有一定基礎甚至曾經是行業翹楚的領軍企業的經營經驗,即利用目前我方的成功經驗結合以往他方的制勝關鍵。實際上,推進完善結合本地服務體系和營商環境的電商服務平臺建設,是利于我方企業盡快實現本地化經營的最佳表現形式,不僅可以減少貿易壁壘,還能降低一定程度的支付風險(蒙威,2020:291-292)。除此以外,通過測評的手段繼續吸納原企業的高級人才或職工,也是對合并收購類企業日後發展的管理方式的回血再造。誰都不能始終對自身的發展方式予以全面的肯定,成功理念是暫時的,即真理是有條件的,是相對的。一旦突破了一定的時空局限環境就未必適用,甚至將淪為謬誤。成本與利潤的權衡也是考慮到一個跨境電商能否合理定價、把握消費主體的廣泛意願并抓住市場先機的關鍵。在考慮成本時,應根據人力物力分開考慮并予以分散化、碎片化地選取;在考慮利益時,除核心專利、特供、國家人管、民生必需等特殊品類商品外,應因時、因地、因人而异,在一些涉及企業運營關鍵的要素——作用于成本和利益問題上,應予以重點考慮并拉開差距,既不影響市場穩定,又不影響平均盈利,如:消費水平欠發達的與高消費經濟發展程度優的城市地區、明顯的地貌地勢等自然環境特別與非特別的城市地區、在某一產業或領域發揮作用突出和品牌效應的地區(或某地區中雖不至于上升到主體地位,

但相對發揮該效應的其他屬類)等。除此以外,主要原料產地和競爭激烈程度也是納入考慮範圍的方向,如果某一地區的產品種類豐富、各電商競爭力強,那麼可以從價格、質量、品牌宣傳力度等優勢予以競爭,在敏感對待競爭對手間專利技術或品牌商標的侵權和產權保護的同時,積極利用好當地法律法規和形勢政策的武器維護合法權益,亦可承擔相應的行業責任,全方位維護電商競爭利益。競爭是把雙刃劍,在促進市場的需求更新和推動電商平臺優勝劣汰的同時,又是倒逼平臺發揮產業特色和創業精神的不竭動力和永恒源泉。

中俄跨境電商面臨着的發展前景,是我們分析中俄跨境電商的歸宿。追求永恒發展是人類歷史長河中在不同領域都在探索存在意義的永恒真諦,跨境電商也是如此。一個事物的發展和存在都是內外因的和諧、力的均衡。在電商發展之路,我們依舊需要遵循全面協調可持續的發展理念,將創新作為永恒的課題。在建立健全科學的產業評估制度的同時,能夠賦予這種機制以彈性,能受時代、市場和需求的多樣化審核和自我評估,協助各領域優勝劣汰、公平競爭,在保護資源和維護有限的自然資源合理利用的前提下開發新能源和可替代能源技術,建立為基本的產業發展賦予業界長期認可的基礎;在對待市場受眾和參與者時,同時考慮到買家賣家的雙邊利益,杜絕雙重標



準,創新開拓雙方互利共贏的調度與協調體系,使得市場運行的大框架得以穩定操控貿易流的輸入和輸出;在對待發展問題上,所有的中俄跨境電商的參與者都不應袖手旁觀。從長計議、細化目標、分段執行。各行各業應結合自身的合理需要及時進行產業企業的自省自測、自制評估,將產業的未來牽制至每個參與者對未來的思考當中去,及時幫扶、支持或處分、清退。這既能維護合理的營商環境,又為領域的新機遇帶來機會。

## 二、商務俄語翻譯的融合

下面我們談談商務俄語人才方面如何與中俄跨境電商相融合。如果說商務俄語翻譯人才,其所涉及的標籤無非是“俄語翻譯”、“商務”和“人才”。那麼商務俄語的界限是什麼、現代社會和市場環境對於“人才”的定義標準是什麼、與之相關的翻譯資質又如何評判,是我們圍繞其展開考慮的重點問題。人才和事業相融合,二者之間就必然有利益契合點和事業發展的共同特點。如果說是雙向融合,那麼二者間除了互為牟利的利益或發展點外,還應該具有二者結合後能夠作為一種同向發展的整體,為自身、周邊領域甚至國際關係謀發展,發揮強強聯合獨有的影響力和作用力。

中俄跨境電商對於語言人才的發展需求,除了基本的俄語能力外,更多偏重于所掌握的語言能力結合一定的、特定的商務屬性。如果商務翻譯人才的發展方向逐漸偏重于語言

本身的學習和使用,翻譯色彩濃厚而導致商務性漸趨褪色,那麼就難以參與到電商領域的長期發展活動中來。但這也不是絕對的,語言很容易受到網絡用語、時間潮流或大眾偏好等因素獲得某一時間段內的彈性作用力。或許在某一特定的時間活性內,專攻術業的翻譯人才迎合市場需要的能力不亞于偏重商務的翻譯人才,甚至達到稍許趕超的效果,但是商務元素與電商產業長期契合的、高度一致的前提就直接決定了這種關係的持續是分時間段的、暫時的、輩分接替的。一旦在市場環境內活性因素更替、消失、減退,專攻術業的翻譯人才會立刻失去應用優勢,而商務翻譯人才在經過稍許學習新元素的階段後就可盡快應用開來。但是,至于應用和融合的速度、程度和質量,要取決于商務翻譯人才在實踐磨合中的耐受和積累程度。在校企對接過程中,應將人才培養與業務實踐相銜接、將人才應用與市場需求相融合,各領域加快建設人才的培養、實踐、應用的全方位同步體系,使人才資源不濫用,能受靈活分配和調度。加快建設統一協調的人才資歷認證和采信體系,使高效、便捷、及時、公平的認證體系運用到人才附加值的公平賦予競爭活動中,既能促進行業提升人才水平的積極性,又能提高企業的篩選效率,保證雇員質量。讓市場人才的需求者成為標準的制定者,將極大地調動行業運營活動的普遍積極性和創造性。

對於“人才”的定義,正如前段提到的,是需要有業內統一的標準約束和規範的。能够反映當下時代的市場需求,就是人才的價值和定義,所以人才是需要市場來決定的,招聘和應聘活動作為人才進入市場及市場引進人才的必要準人性平臺,考察的門檻就是資歷是否達到相應的具體的要求,即是否是符合相應條件的“人才”。可能不同的地域、市場、企業會受到相應的條件諸如崗位、企業自身發展程度等局限,對人才的要求也參差不齊,但是這些企業標準的最大公約數是守恒的、平均的,是市場最普遍要求的絕對體現。這就需要業內來制定最適宜且精準的標準,來考查、定義人才,即給有意進入電商領域的相關專業人士自我評價的尺度,也為企業行業規範市場人才標準提供了可信賴的保障。在評定過程中要堅決杜絕雙標,避免一條紅綫決定成敗的硬性條約。可以通過多方權威的、多形式的考評活動,分批次、分等第地劃分人才定義程度和效能梯度,等第區間要適當合理,不應過於粗泛和失去科學性;也要避免歸于細密冗長,失去實用性。既要保證資質全程的公平、公正、公開,又要保證全程進行的科學合理。在人才定義活動中,可以分地域、電商領域細分、人才密集度等因素開拓更多更完善的考核組織、考核類型,完全不必局限一家。如高校可以通過建立對俄跨境電商實踐基地、派遣赴俄留學生等方式,使商

務俄語翻譯的培養過程中融入目標市場的概況和背景,從而實現理論同實踐的緊密天然結合(陳德惠 武亞男, 2020: 106-108);與此同時,高校作為人才培養的主要陣地,在商務俄語翻譯的培養內容和環節融入其教學的全部過程中扮演着不可或缺的作用。其中較具有代表性的是在信息化時代以俄語語法為主體框架的俄語語言學課程改革。在信息化大背景下的改革過程中,師生應提升以俄語語法為導向、綜合素質為基準、教學環節為樞紐的改革素質,以發揮源頭作用的教育改革積極推動商務俄語翻譯人才培養事業達到質的飛躍。人才的培養需要多樣性,那麼面對風雲變幻、多樣化的商務市場,更應使資歷證明的方式和組織多樣化。在人才定義活動中,應注意如下幾點:人才是否能達到能力輸出的最大化,其最大化的程度、效率和質量如何;是否具備相關領域的技術感應能力,能根據所學和實踐經驗分析和預測發展趨勢,提前做好新形勢下自我能力的自覺提升;基本功是否與實踐相脫離,即是否達到內外兼修的能力;當前的學習狀態和水準是否自由可塑,能否根據市場需求自由且彈性地應用個人能力;是否具有創業骨幹潛質。創新創業始終都是時代和市場發展永不過時的發展元素,有創新想法和獨特新穎的發展方向一直以來都是市場的未來期待。發展是前進的、上升的,在此期間可能會受實際情況

而波動、緩慢甚至倒退,這就需要業內的協會、商會和權威公益機構甚至是政府部門予以必要的協助。

### 三、關於雙向融合的小結

綜上,我們分別分析了當前中俄跨境電商的宏觀市場環境和商務俄語翻譯人才的發展情況。接下來,我們談談二者如何結合、如何融合,以及迎來雙向融合的新局面後會取得怎樣的突破和進展。

在我們談雙向融合時,應該明確一點,就是“雙向”是否代表着利益相悖、發展方向相反?答案當然是否定的。在這裏,雙向的根本前提、出發點和發展的利益契合方向都是一樣的。跨境電商事業是以人才和科學技術為核心,逐代更迭、滾動發展、螺旋上升的。在此期間,尤其是在更迭間隙期間,不適合未來發展并被市場拋棄和重新選擇的人才和技術將成為跨境電商吸納新更迭內容的前提和硬性模式,並發揮參照借鑒的次等價值。跨境電商會為人才(特指商務俄語翻譯人才)提供不同但因況制宜的標準,充分表明市場的需求。此時的需求是市場的普遍需求在不同資歷和等級的企業中和自身成正比的映射。在吸納人才後的工作活動也是對俄語翻譯人才的再培養和重塑的過程。跨境電商的介入是人才實用性最鮮明的體現,也是展現市場需求和人才潜在用武之地的權威途徑。

那麼,人才作為對普遍的跨境電商事業有力的反作用力,在直接改造跨境電商事業發展、以互利共贏為出

發點作為事業發展的主控方,將掌握着絕對的技術和發展內涵的主動權。無論是參加工作接受已有經驗的企業再培養、還是自主創業,都是對跨境電商事業發展的推動。在二者融合時,我們應注意融合的節點和條件;把握融合的方式和條件控制;預測和發揮雙向融合利益最大化;堅持科學發展觀,促進融合過程的資源不浪費、價值不流失,維護融合結果的作用可持續、作用力可轉移。

### References (參考文獻)

[1]Chen, D. H., Wu, Y. H. 2020. Problems and Countermeasures in the Development of China's Cross-border E-commerce Exports to Russia. Business Economy.

(陳德慧,武亞男.2020,中國對俄出口跨境電商發展中存在的問題及對策,《對外經貿》,第1期,第106-108頁.)

[2]Meng, W. 2020. Analysis on the development status and Prospect of E-commerce between China and Russia. The Farmers Consultant.

(蒙威.2020.中俄電子商務發展現狀及前景分析,《農家參謀》,第14期,第291-292頁.)

# Research on the Coherence Points between Business Russian Translation and the Two-way Integration of Sino-Russian Cross-border E-commerce

WANG Xinping ZHAO Haoran

*College of foreign languages of Changchun university of science and technology, Changchun,  
130022, China*

**[Abstract]** *In the study of the development potential and creativity of Sino-Russian cross-border e-commerce activities, in the process of training and application of business Russian translation talents with core values and playing a bridge role, and explore the objective conditions and practical background for two-way cooperation and interaction. Highlight the innovation of two-way integration and the inevitability of mission while weighing the pros and cons. In order to ensure that the fusion effect maximizes the value of cooperation, optimizes the impact of the industry system, and makes health scientific, it is described in terms of the value of both parties themselves, the process of entry, and the later evaluation. The two-way integration of Russian cross-border e-commerce and business Russian translation talents studies the feasibility of sustainable and sound development.*

**[Keywords]** *Sino-Russian cross-border e-commerce; business Russian translator; two-way integration; coherence points*



# 佛教旅游景区外宣翻譯與文化傳播研究

——從“外宣三貼近”原則看五臺山景区介紹英譯

陳存軍<sup>①</sup> 王嘉銘<sup>②</sup>

浙大城市學院外國語學院 杭州 310015 中國

吉林外國語大學高級翻譯學院 長春 130117 中國

**摘要:**“外宣三貼近”原則是由黃友義教授于2004年提出,即“貼近中國發展的實際”、“貼近國外受眾對中國信息的需求”和“貼近國外受眾的思維習慣”。中國旅游景點中涉及佛教的人文景觀占比較大,然而該領域的對外翻譯失誤現象却是一個普遍存在的問題,主要是因為人們對佛教文化翻譯重視不夠,對佛教景区的文化內涵及特殊意義也稍顯認識不足。本文以山西省佛教聖地五臺山為例,從“外宣三貼近”原則探討佛教旅游景区的英譯對文化傳播的影響與對策分析,以提高佛教旅游文本的翻譯水平,加快中西宗教旅游文化的交流與發展。

**關鍵詞:**佛教文化;五臺山;旅游翻譯;“三貼近”原則

## 一、引言

隨着中國經濟和旅游業的發展,各類文化旅游場所迎來前所未有的大發展,其中佛教文化景區也不例外。根據國家旅游局官方公示,截止2020年1月7日,文化和旅游部確定了22家景區為5A級景區,至此,除去已經摘牌的,我國5A級景區數量達到280家”,這裏面有近1/4為各類宗教旅游景区,大多數跟佛教相關。

可以看出,佛教文化景區業已發展成為中國文旅業中不可忽視的力量。更重要的是,佛教文化不僅聚集了中國傳統文化的重要元素,在某方面更是中國文化的一個縮影,在越來越多外國游客到訪的背景下,佛教文化類旅游景区不僅僅祇是一個旅游景区,也是一個中外文化交流碰撞的交

匯點,并借此向海外游客展示了傳統的中國佛教文化,包括與佛教有關的建築文化、民俗文化和宗教藝術等。

從文化交流的角度來講,佛教文化景区的英譯就成為一個中外交流的外宣媒介,不僅決定着海外游客的參訪體驗,在一定程度上還會直接影響中西方文化的交流、傳播與發展。因此,在處理佛教旅游景区景點介紹英譯時,也應該充分考慮其外宣翻譯特點,借鑒黃友義提出的“外宣三貼近”原則(2004),即在漢語外譯工作中必須堅持“貼近中國發展的實際,貼近國外受眾對中國信息的需求和貼近國外受眾的思維習慣的基本原則”,旨在更好地對外宣傳和傳播中國特色文化,增強中國在國際地位的話語權,着力構建全方位、多層次、寬領域的外宣格

①陳存軍,男,浙大城市學院外國語學院教授,博士,研究方向:語言學與應用語言學、翻譯理論與實踐

②王嘉銘,女,吉林外國語大學高級翻譯學院碩士研究生,研究方向:英語筆譯



局，為中國的和平發展營造良好的國際環境，為中國對外發展樹立良好的國家形象，提升中國的文化軟實力。

本文擬從外宣翻譯角度，依據“外宣三貼近”原則來探討佛教文化景區的漢語介紹英譯問題，提出改進原則，以便能更好地處理中國特色佛教文化的外宣翻譯，既提升了旅游文化的品質，也傳播了中國特色文化，某種程度上提高了中國文化自信，加強了中國的國際話語權。

## 二、從“外宣三貼近”原則看五臺山景區文化推廣與外譯

山西省是華夏民族的重要發源地之一，是黃河文明的搖籃，是中國晉商文化的發源地。山西省具有獨特悠久的歷史和豐富多彩的精神文明，是不可多得中華特色和傳統文化聚集區。事實上，山西的旅游資源不僅數量多，而且種類豐富多樣，包括古建築類、革命遺迹類、邊塞文化類、民俗類、宗教文化類等五大類型。其中，多以古鎮、寺廟為主。這其中最具代表性的非五臺山莫屬。五臺山佛教文化景區，位于山西省東北部，位列我國四大佛教名山之首，是當代世界五大佛教聖地之一，也是當今中國唯一兼具漢地佛教和藏地佛教的佛教殿堂。

鑒于山西省豐富的佛教文化資源，山西省應該充分利用當地的文化旅游資源，加強佛教文話推廣和旅游發展，這對于山西省來說就是順應其發展的最為重要的實際。而要想最大限度地取得佛教文旅資源的推廣和發展成果，就必須加大力度，將具有中國

特色的古鎮、寺廟介紹給外來游客對傳播，這既對弘揚中國特色文化具有重大意義，亦能極大地本地化旅游產業的進一步發展，從而實現經濟與文化雙豐收。

### 1. 貼近中國發展實際：五臺山景區外譯現狀與問題

從實際做法來看，山西省文旅部門也確實做出了大量的努力，這一點在五臺山景區的外譯上尤為明顯。五臺山景區內每座寺廟的門票以及景點標識牌上，基本都配有相應的英漢景點介紹。

但是，從“外宣三貼近”原則來看，由于中西方傳統文化的差異與衝突，致使佛教文化的許多符號意義在西方話語語境中受到較大的限制，五臺山景區英譯存在一些明顯的問題，不利于中國傳統文化的對外交流與傳播。這方面主要涉及介紹資料英譯中產生的翻譯失誤，包括文化性翻譯失誤、功能性翻譯失誤、文本型翻譯失誤和語言性翻譯失誤等。例如：

【例1】五開間殿，二層重檐硬山頂。

【譯文】*This Hall has five entrances and double eaves with firm mountain roof style for two floors .*

此句中，“五開間”就是典型的中國傳統建築文化中的術語，一般應該指五個相對獨立的室內空間，可以大致理解為五個類似房間那樣的布局，而不是祇有五個入口。所以，此句“五開間殿”被譯為“*This Hall has five entrances*”是屬於文化性失誤，應該被譯

為“The five-hall palace”或“The five-hall temple”可能會更貼切。此外,改句後半部的“mountain roof style”的處理也顯得過於簡單化了,没能區分出中國建築文化中的“硬山頂”與英文中“mountain roof style”之間的文化差異。

此外,五臺山景區介紹外譯中還存在諸如中式英語、詞不達意、語法錯誤、拼寫錯誤、上下文不一致等一些較為明顯的翻譯問題。

這都顯示,在五臺山景區介紹外譯過程中,没能堅持“貼近中國發展實際”這一首先基本外宣翻譯原則。

## 2. 貼近國外受眾對相關文化信息的需求

旅游文本是一種以召喚功能為主、兼具信息功能和傳遞功能的特殊性文本。作為游客的國外受眾,在參觀具有中國特色的人文景觀時,其最主要的需求便是理解性,即獲得與源語文本受眾同樣的理解和感官體驗。被譽為西方“現代翻譯理論之父”的奈達提出了功能對等的概念(Nida, 1993),即以讀者為中心的翻譯觀,認為評價譯文最重要的方法之一是對比譯入語讀者與源語讀者閱讀文本後作出的反映。奈達的功能對等理論對旅游對外翻譯工作的啟示就是應該選擇最適宜于外國旅游者的文本,使他們對旅游資源信息(而非某一源語文本信息)的接受和滿意程度最大限度地接近國內旅游者,實現功能對等,動態對等。

佛教是世界三大宗教之一,雖然是一種外來宗教,但自傳入中國後逐漸趨向本土化。外來游客參觀中國本

土的佛教人文景觀的主要目的就是了解具有中國特色的佛教文化,因此,貼近國外受眾對中國信息的需求,就要最大程度地將中國本土文化翻譯給外來游客,讓不了解中國傳統文化的外來游客在閱讀譯入語文本後能夠獲得同樣的理解體會。

看看下面兩個例句:

【例2】殿座六角臺基,殿體六角建築,殿頂六角重檐攢尖頂,造型在五臺山寺廟群中別具一格。

【譯文】*With a hexagon base, a hexagon body and a hexagon double eaves pavilion roof, make it one of the most unique temples in Mount Wutai.*

【例3】面寬五間,單檐歇山頂,四出廊。

【譯文】*It has a single-eave combined hip-gable profiles, four corridors and is six pillars wide.*

佛教旅游資源的範圍相當廣泛,內容非常豐富,包括佛教聖地、佛教名山、佛教建築、佛教藝術、文物、佛教節慶、佛教名人、佛教飲食、佛教氛圍等。參觀佛教景區的外來游客必然想對該人文景觀有全方位的了解,上面三個關於佛教景區建築介紹的例子中,“重檐攢尖頂”和“單檐歇山頂”對於外來游客來說,單從字面翻譯來看,理解是很有困難的,包括重檐的功能,為何在這種景區采用重檐或單檐建築,其中的意義和內涵又是什麼。“重檐”是指漢族傳統建築中有兩層屋檐的建築,單檐是指漢族傳統建築中有一層屋檐的建築,重檐一般比單檐更顯尊貴。如

若不將其解釋清楚,外來游客恐怕很難理解。

因此,對外旅游翻譯在堅持貼近旅游發展的實際、反映旅游資源的本來面貌的同時,必須滿足國外旅游者特殊的信息需求。與文學作品不同的是,旅游材料文本的主要功能是向讀者提供相關的旅游信息,激發讀者的閱讀興趣,從而喚起讀者對旅游的興趣。因而,能否讓外國讀者游客順利地理解譯文,是能否實現旅游材料翻譯功能與目的的首要條件。

### 3. 貼近國外受眾的思維習慣

旅游作為現代社會中居民的一種短期性的特殊生活方式,其特點具有“异地性,業餘性和享受性”(杜銳,2017)。國際旅游者利用閑暇時間,來到異國他鄉,追求新奇特別的體驗和享受。他們的目的是消遣娛樂,放鬆心情,如果在此期間過多地投入精力去消解複雜的語言信息,則事與願違。因此,在對外旅游翻譯過程中,必須按照目的語民族思維方式的特點,調整語句結構,以符合外國游客和讀者的語言表達與接收習慣。

首先,佛教是從印度傳入中國,因此對於西方游客是相對陌生的,他們耳熟能詳的是古希臘神話、聖經等。因此,對於佛教中出現的人物、功能,對於他們也許很難理解。請看以下雙語介紹:

【例4】殿內供奉三世佛銅像,兩側為十八羅漢塑像,為90年代重塑。殿前兩棵古鬆,樹齡千年以上,高約30米,蒼翠挺拔。

【譯文】*There enshrines the bronze statue of Trikala Buddhas and the 1990s rebuilt Eighteen Arhats which are two sides. Two 30 meters high, thousand-year-old pines stand verdant and straight up in front of the hall.*

【例5】殿內正中佛臺上塑白文殊菩薩騎獅像,左塑善財童子作膜拜狀,右塑修羅天,于闐王。

【譯文】*In the middle of the hall, the statue of Bai Manjusri Bodhisattva riding a lion is sculptured on the table, on the left, a Shan Cai Boy is knelt, on the right, Xiu Luo-tian and Yu Tianwang are sculptured.*

其中,“三世佛銅像”“十八羅漢”“文殊菩薩”“善財童子”“修羅王”對於外國游客是完全陌生的人物,上文中的英譯中有梵文、英文和漢語拼音的方式來翻譯,不僅翻譯方法不統一,更重要的是漢語拼音的英文翻譯對於外來游客是雲裏霧裏,以他們的思維是難以理解的。

其次,西方哲學強調分析型抽象理性思維,這種趨勢反映在語言表達形式上,就出現了英語重形式、重寫實、重理性的特點,形成了其句式構架嚴整、表達思維縝密、行文注重邏輯理性,用詞強調簡潔自然,描述突出直觀可感的風格。因此,在英譯時,應該注重英文的表達方式、表達習慣,用更地道的英文、更準確的表達來將中國傳統文化傳遞給外來游客。

### 三、佛教旅游景区英譯研究的意義

旅游景区英譯是一個覆蓋面比較



窄的文化領域,其介紹材料外譯也較為專業,但是其畢竟屬於更廣泛的文化範疇,對於中國傳統文化的推廣與傳播起着不可忽視的作用,研究佛教旅游景区英譯意義重大。

### 1. 加強文化外宣

佛教旅游景区作為山西最具特色的傳統文化是山西旅游業對外宣傳的重要窗口,其文化內涵、文化特色和宣傳方法的有機結合在很大程度上影響着山西省,乃至中國的文化外宣進程。當今,隨着中國在國際地位的不斷上升,中國傳統文化逐漸受到全球的關注,然而,由於存在語言障礙,國外游客往往祇能依賴景點介紹詞來了解即將觀光景區市。可以說,景區介紹詞英譯是確保有效跨文化交流的重要手段。

### 2. 激發學術考察

除了衆多以觀光旅游為目的的游客之外,世界三大宗教之一的佛教以及其相關旅游景区還吸引着國內外相關領域的學者進行考察和研究。目前,中國文化走出去活動已經如火如荼地展開。愈來愈多宗教領域的專家學者從學術視角出發,對五千年來始終不間斷、延續至今的中華文明的文化形態詳加研究。針對這類人群,佛教景區的介紹詞不僅要保證英譯的準確無誤,還必須傳達言語背後的學術信息。換句話說,除了採用直譯、意譯等基礎翻譯策略外,還要增加許多相關信息。例如上文在翻譯佛像的介紹詞時,要順便介紹佛像傳至中國的信息;當時造成的社會影響;某種面容姿態的佛

像盛行一時的社會、宗教、歷史、文化和美學原因等。這些輔助性手段都是為了提升佛教聖地的學術研究價值和社會影響。

### 3. 促進跨行業合作

佛教旅游景区宣傳詞英譯以文字轉換為起點,跨文化交際為契機,多種形式文化旅游活動的開展為渠道,促進多行業、多領域的合作。此過程可以大大促進我國與其他國家在旅游觀光、翻譯出版、經濟發展、人員交往、學術交流等諸多方面的合作。而且,重要的是,通過大力發展景區介紹詞英譯,可讓景區所在城市乘着文化旅游的東風,進一步提高在國內的影響力,並邁向世界。

### 四、結語

綜上所述,作為中外文化交流的匯聚點與中國傳統文化傳播的觸發地,佛教旅游景区越來越成為講好中國故事,弘揚傳統中國文化的重要載體,在中國文化外宣翻譯的地位與作用也日益凸顯。

作為外宣翻譯的工作者,我們要更深入地研究佛教景區文化的外譯研究,在進行景區介紹文本翻譯時要堅持“外宣三貼近”原則,讓譯入語讀者讀過文本後能夠和原文本讀者達到同等的效果,以便進一步做好佛教旅游景点英譯工作,讓中國傳統文化傳揚世界。

### References (參考文獻)

- [1]Nida, Eugene A. 1993. *Language, Culture and Translating*. Shanghai: Shang-



hai Foreign Language Education Press.

[2]Bai, J. Y. 2010. *Culture and Translation*. Beijing: China Social Science Press.

(白靖宇.2010.文化與翻譯.北京:中國社會科學出版社.)

[3]Cui, Z. S. 2006. A Tentative Analysis of Wutai Culture and its Essence. *Mount Wutai Research*.

(崔正森.2006.略論五臺山文化及其核心.五臺山研究. No.3.)

[4]Du, R. 2017. Thought on the Status Quo and Opportunities of Tourism Development in Shanxi Province. *Economist*, 07:169-171.

(杜銳.關於山西省旅遊業發展現狀和機遇的思考.經濟師,2017(07):169-171.)

[5]Huang, Y. Y. 2004. Adhering to the Principle of “three Closenesses to International Publicity” and Taking Caution in Handling the Key Problems in Foreign Publicity Translation, *Chinese Translators Journal*, 6:27-28.

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

[6]Lan, Y., Chen, Y. Z. 2014. Mechanism and Route of Cultural and Tourist Industry Integration-Taking Shanxi Cultural and Tourist Development as an Example. *Economic Issues*, 9:126-129.

(蘭苑,陳艷珍.2014.文化產業與旅遊產業融合的機制與路徑——以山西省文化旅遊業發展為例.經濟問題,

(09):126-129.)

[7]Niu, X. S. 2013. Reflections on the Translation of Scenic Spot Names-Standardization Research on Scenic Spot Translation. *Chinese Translators Journal*, 3:99-104.

(牛新生.2013.關於旅遊景點名稱翻譯的文化反思——兼論旅遊景點翻譯的規範化研究.中國翻譯,(03):99-104.)

[8]Wang, Y. 2009. Cultural Information Translation of Materials about Buddhist Tourism Spots-Taking Chinese-English Translation of Mount Wutai Scenic Spot Introduction as an Example. *Journal of Taiyuan City Vocational College*, 12:173-175.

(王贊.2009.佛教旅遊景點資料中的文化信息英譯——以五臺山景區介紹漢英翻譯為例.太原城市職業技術學院學報,(12):173-175.)

[9]Yan, L. L. 2010. A Tentative Analysis of “three Closenesses to International Publicity” in Cultural and Tourist Translation of Central Plains. *Journal of Henan University of Technology (Social Science)*, 1:93-98.

(閔麗俐.2010.淺論中原文化旅遊翻譯的“三貼近”原則.河南工業大學學報(社會科學版),6(01):93-98.)

[10]Yao, T. 2017. A Probe into Chinese-English Translation Strategies of Mount Wutai Cultural Publicity Materials. *China National Exhibition*, 5:121-122.

(姚騰.2017.五臺山文化外宣英譯策略之探.中國民族博覽,(05):121-

122.)

[11]Zhao, X. L. 2006. Possible Influence of Buddhism on China Folk Culture. *Qinghai Social Sciences*, 5:126–130.

(趙行良.2006.試論佛教對中國民俗文化的影響.青海社會科學,(05):126–130.)

## Effect of English Translation of Buddhist Scenic Spots on Cultural Dissemination from the Perspective of “three Closenesses to International Publicity” —Taking Mount Wutai as an Example

CHEN Cunjun    WANG Jiaming

*School of Foreign Languages, Zhejiang University City College, Hangzhou, 310015, China*

*School of Translation and Interpreting, Jilin International Studies University, Changchun, 130117, China*

**[Abstract]** *The principle of “three closenesses to international publicity”, put forward by Huang Youyi, means “closeness to the reality of China’s development”, “closeness to the needs of foreign audience for Chinese information” and “closeness to the thinking habits of foreign audience”. In China’s tourism industry, the human landscape involving Buddhism accounts for a large proportion. However, the translation of Buddhist culture has not attracted enough attention in modern society. Its failure is a common problem in the translation of modern Buddhist humanistic tourist attractions, which is mainly due to the neglect of the cultural connotation and special significance of Buddhist scenic spots. Taking Mount Wutai, a Buddhist shrine in Shanxi Province, as an example, this paper probes into the effect of English translation of Buddhist scenic spots on cultural dissemination from the principle of “three closenesses to international publicity”, and objectively analyzes the solutions to improve the translation quality of Buddhist tourism texts and speed up the development of tourism related to religion.*

**[Keywords]** *Buddhist culture; Mount Wutai; tourist translation; the principle of “three closenesses to international publicity”*

# 企業網站本地化翻譯能力評價與提升研究

——以遼寧省重點企業網站為例

熊瑾如<sup>①</sup> 顏海峰<sup>②</sup>

大連外國語大學 大連 116044 中國

北京外國語大學 北京 100089 中國

**摘要:**在數字全球化時代,企業外文網站作為國際市場了解我國企業的重要窗口,可以幫助企業吸引海外客戶,從而提升企業在國際市場中的競爭力。本文首先分析本地化在企業國際化進程中的重要作用,闡釋網站本地化翻譯的概念內涵,進而構建網站本地化翻譯能力評價模型,以遼寧省9家重點企業網站作為案例,分析影響企業網站本地化翻譯能力的因素,並嘗試性地提出提升對策。

**關鍵詞:**本地化翻譯能力;遼寧省重點企業;外文網站建設;評價模型;提升對策

## 一、網站本地化翻譯能力的研究基礎

本地化是語言服務行業的重要組成部分。中國翻譯協會在2011年發布的語言服務行業規範《本地化業務基本術語》(ZYF 001-2011)中將本地化定義為“將一個產品按特定國家或地區或語言市場的需要進行加工,使之滿足特定市場上的用戶對語言和文化的特殊要求的軟件生產活動”。如今,本地化已成為涵蓋軟件本地化,網站本地化和遊戲本地化等多對象的語言服務實踐活動。其中,網站本地化是“以目標受眾的需求及客戶的要求為指導,通過復雜的交際、認知文本和技術流程,修改互動數字化文本並將其應用於不同的語言和社會文化環境中

的過程”(Jiménez-Crespo, 2013)。網站本地化翻譯能力作為衡量網站本地化程度的指標,直接體現了用戶使用經翻譯後的網站獲取信息的難易程度。

在全球化的時代背景下,外文網站不僅是其他國家了解我國企業最便捷高效的渠道,也是國內企業對外進行形象建設的主要途徑。隨著我國不斷擴大對外開放並積極實施“走出去”戰略,建設並完善外文網站已成為我國企業當前發展的必然要求。企業外文網站進行高質量的本地化可以準確及時地為海外客戶提供所需產品信息,同時吸引潛在客戶,從而幫助企業擴大客戶群體,拓展海外市場。因此,企業外文網站建設是否成功,對企業在國際市場中的競爭力有着舉足輕重

①熊瑾如,女,大連外國語大學高級翻譯學院翻譯專業學生,研究方向:翻譯理論與實踐

②顏海峰,男,北京外國語大學外國文學研究所博士研究生,山東政法學院副教授,研究方向:詩歌翻譯

基金項目:大連外國語大學學生創新創業訓練計劃項目“遼寧省企業多語種網站建設現狀與對策研究”(202010172044);遼寧省教育廳科學研究經費項目“語言服務環境下翻譯質量管理體系優化研究”(2019JYT14);大連外國語大學校級教學改革研究重點項目“大數據時代應用型翻譯人才信息素養培養模式研究”(2019Z04)

的影響。

經濟全球化進程的加快和網絡經濟的發展加劇了企業所面臨的市場競爭。一方面,網絡的普及給企業帶來了更大規模的潛在客戶;另一方面,如雨後春筍般出現的同類網站也給客戶提供了更多選擇。此時,網站本地化便成為企業應對這一挑戰的重要舉措。企業可根據客戶的多樣性,如網站用戶所屬區域(Locale)等,有針對性地采取包括翻譯在內的多種本地化方式以提高其品牌知名度。如此一來,企業通過提升網站易用性,既能夠擴大客戶群體,增加市場份額,又可以減少客戶流失,從而獲得長遠回報。此外,由於當前進行網站本地化企業的數量及企業網站本地化程度仍然較為有限,企業在網站本地化方面仍然存在大量空白,本地化過程中的翻譯問題也較為突出。鑒于此,企業應抓住這一機遇,及時進行網站本地化建設,以此搶占市場先機,提升其競爭優勢。

## 二、網站本地化翻譯能力評價模型構建

自“網站本地化”概念誕生至網站本地化行業逐步發展期間,國內外許多學者提出了評估網站本地化翻譯能力的模型。Singh(2012:255)將網站本地化翻譯能力分為四個維度,分別是內容本地化、文化定制化、鏈接到國際網站的情況以及翻譯質量,並在此基礎上給出了網站本地化程度的評分表(其中1為最低分,表示完全沒有進行該方面的本地化;5為最高分,表示在該方面進行了足夠的本地化)。此外,

Jiménez-Crespo(2013:128)從網站本地化的充分性、準確性和有效性出發,將網站本地化翻譯能力分為文內因素、文外因素及其與源語文本間的關係三個維度。基於 Hofstede 的文化理論, Singh & Pereina(2005:54)認為對網站本地化翻譯能力的考察應主要關注網站本地化在五個文化維度方面的適切性,即集體主義和個體主義、不確定性規避程度、權力距離、男性化與女性化及高低語境。崔啓亮和王丹丹(2017)針對中國語言服務企業英文網站本地化翻譯能力給出了包括網站功能在內的六個指標。為了全方位評估遼寧省重點企業網站的本地化翻譯能力,本文根據研究對象特徵,綜合以上評估模型,首先提出三項評價指標,分別為網站內容質量、網站文化適應性和網站功能滿足情況。

同時,在技術迭代加速、信息更新頻繁的今天,企業外文網站建設並非一勞永逸,而是需要進行定期維護並及時發布新產品信息,以更好突出其品牌的時代特色,從而在當前競爭日益激烈的市場環境中站穩腳跟,進一步鞏固並盡可能擴大海外市場。因此,網站後期維護也應作為一項指標考慮在內。此外,優化網站使用體驗能夠增加網站用戶在頁面停留時間,從而讓用戶作出更有利于企業的行為,如產生購買意願乃至最終購買產品。舒適的網站瀏覽體驗也能夠為企業吸引更多潛在客戶,為企業長遠發展奠定基礎。鑒于此,網站用戶體驗感也應該作為一項評價網站本地化翻譯能力的指



標。

綜上,本文的網站本地化翻譯能力評估模型包括5個一級指標,每個一級指標下設若幹二級指標。

網站本地化翻譯能力是由多項指標共同組成的有機整體。每一項指標從不同角度出發,滿足網站本地化過程中的不同需求。其中,網站內容質量起到關鍵作用。本地化翻譯作為本地化的重要組成部分,“對中國企業‘走出去’與‘一帶一路’倡議的順利實施具有重要意義”(徐珺 吳萍,2019)。企業網站本地化有別于傳統的翻譯實踐之處在于,它對翻譯提出了更高要求。此時,貼切的翻譯有利于充分傳遞企業產品信息,也有利于塑造專業的企業形象。網站文化適應性方面,由于網站本地化不僅僅是對網站上文本的翻譯,也包括一些非文本內容的處理,如網站所使用的圖標、主題色等。這要求企業根據目標市場所處社會文化環境進行網站本地化,以避免可能的不解甚至誤解。本地化後的企業網站同樣應滿足其作為企業網站的功能,即為網站用戶提供全面準確的信息,激發潛在客戶合作洽談或購買產品的意願等。另外,網站後期維護和網站使用體驗均為網站本地化建設時所需要考慮的指標。

### 三、遼寧省重點企業網站本地化翻譯能力評價

#### 1. 選擇網站的依據

中國企業500強是由中國企業聯合會、中國企業家協會按國際慣例組織評選并于中國500強企業高峰論壇

發布的中國企業排行榜。該排行榜每年向社會公布一次,其呈現出的特徵不但對於我國企業的未來發展起到指導作用,而且對我國經濟結構的轉型升級具有借鑒意義。該榜單以過去一年企業的營業收入為標準對企業進行遴選,入圍企業在各自行業中均處於領先地位,擁有相對穩定的市場、一定的企業規模及較為成熟的企業文化。因此,本文參照2019年發布的榜單,篩選出其中上榜的遼寧省企業(共9家)并分析如下。

#### 2. 評估方法與結果

綜合不同學者對企業網站本地化這一問題的研究,網站功能滿足情況、網站內容質量及網站文化適應性三項應作為主要評估指標。其中,網站功能是否滿足是企業服務能力和水平的直接體現,因此應被賦予最高權重,占30%;其次,網站內容質量與用戶所能獲取到的信息數量和質量息息相關,應占總比重的25%;此外,網站文化適應性作為企業在進行外文網站建設時所要考慮的重要方面之一,貫穿企業外文網站建設始終,因此賦予其25%的比重。網站後期維護和網站用戶體驗感兩項的重要性雖不及以上三項,但仍會對網站吸引并留住客戶造成一定影響,因此各占比10%。基于各一級指標在企業網站本地化建設方面的不同影響,賦予其不同權重,從而對每家企業的外文網站進行評分。

根據上述分析,列出企業外文網站本地化翻譯能力的各個指標及其分值,如表1所示。

表1 遼寧省企業外文網站本地化翻譯能力評估表

序號	一級指標	二級指標	權重 (%)	加權得分
1	網站功能滿足情況	企業形象塑造、產品描述、聯系方式等	30%	
2	網站內容質量	翻譯內容的比重、翻譯質量等	25%	
3	網站文化適應性	頁面及圖標設計、當地政策適應等	25%	
4	網站後期維護	企業外文新聞更新頻率、網站運營等	10%	
5	網站用戶體驗感	網站空間布局、易操作性、交互性等	10%	

表2 企業外文網站本地化翻譯能力評估分值

公司名稱	本地化翻譯能力指標得分					綜合得分
	功能	內容	文化	後期	體驗	
鞍鋼集團有限公司	26.94	23.16	21.08	8.73	8.62	88.53
大連萬達集團股份有限公司	27.25	20.82	22.41	8.64	8.93	88.05
華晨汽車集團控股有限公司	24.13	22.17	20.43	8.45	8.27	83.45
本鋼集團有限公司	22.51	19.32	18.69	7.03	7.54	75.09
盤錦北方瀝青燃料有限公司	17.53	14.27	14.35	5.23	5.14	56.52
遼寧嘉晨控股集團有限公司	9.36	8.48	7.34	3.51	4.19	32.88
盛京銀行股份有限公司	1.54	1.35	1.42	1.84	1.21	7.36
福佳集團有限公司	9.91	10.76	6.15	1.42	3.37	31.61
環嘉集團有限公司	1.25	1.03	1.22	1.17	1.05	5.72

筆者根據如上所述的指標權重及評分規則,分別分析了這9家企業網站本地化情況。在分析過程中,筆者選取了熟悉該項目的多位成員,對網站本地化各項指標進行評分,並取平均值

得出總分。表2為9家企業外文網站的最終得分情況。

通過以上數據可知,在所選取的9家企業中,3家企業得分80以上,處於良好水平;另有1家企業得分70以上,

處于中等水平。其它5家企業本地化翻譯能力較弱,得分均不足60分。這說明大部分企業仍然沒有意識到建設英文網站的重要性和必要性。下文將對外文網站本地化翻譯能力進行具體分析。

### 3. 外文網站本地化翻譯能力SWOT分析

SWOT分析法是哈佛商學院 Kenneth. R. Andrews 于1971年在其所著的《公司戰略概念》一書中提出的一種分析方法,通過綜合企業內外部條件,進而分析其優勢(Strength)、劣勢(Weakness)、面臨的機會(Opportunity)和威脅(Threat)。由表2可知,上述9家遼寧省外文網站建設的評估結果參差不齊,因此可採用SWOT分析法,客觀評價企業自身的內部條件和外部環境因素,為企業外文網站建設提供參考意見。

#### (1) 優勢

得分在中等及以上的4家企業在外文網站建設方面優勢明顯。在網站內容質量方面,4家企業外文網站界面內容可讀性強、欄目全面、導航欄設置清晰,方便用戶查詢所需信息。其中,鞍鋼集團有限公司的外文網站在其中文網站基礎上,增加了“‘一帶一路’倡議”一欄;大連萬達集團股份有限公司則進一步採取了創譯的方式對其網站進行本地化。創譯作為“一種特色翻譯,是在目的語系統中,以單模態或多模態的形式,對源文本進行編輯、重組、創作性重寫、創意性重構等的轉述方式,以實現目標話語的表達性與目

的性”(陳琳 曹培會,2016)。大連萬達集團股份有限公司不在中文網頁設計的基礎上將信息進行重組,以大篇幅突出其企業文化,塑造其負責任的企業形象。可以說,這2家企業在網站內容質量和網站文化適應性方面表現較好,基本達到了企業外文網站建設的效果。此外,這4家企業也較為注重網站的後期維護和使用體驗,及時更新企業新聞並優化網站頁面設計。這些方式有助於企業外文網站發揮在海外市場營銷中的核心作用,也有助於企業在全球化的國際市場競爭中占據一席之地。

#### (2) 劣勢

相較之下,仍然有5家企業外文網站建設情況不容樂觀。這些企業在外文網站內容質量方面均存在嚴重不足:或祇將其所屬母公司網站進行本地化;或祇將導航欄簡單譯為英語;甚至將導航欄譯為英語後僅保留首字母,令人不知所雲;或通篇祇有英文的企業名稱。這充分表明這些企業對外文網站在國際市場的作用以及外文網站的受眾群體認識不足。需知,企業的外文網站面向的是國際市場中大量的潛在客戶,而不是作為其中文網站的裝飾去吸引本地用戶。企業祇有真正明白對網站進行翻譯以及本地化的目的,才能有效建設其外文網站。相反,企業對外文網站意義理解不充分、對網站本地化作用的認識不足,致使企業不願在此方面花時間、花精力、花費用,網站建設疏漏之處較多,沒能發揮在海外市場營銷中的核心作用,不利

于企業在海外市場的發展。

### (3)機會

在全球化程度日益加深的今天,翻譯有史以來第一次被視為幫助企業真正走向世界的戰略(Angelone, Erik, et al., 2020)。企業外文網站作為企業國際化進程中重要的組成部分,反映了企業國際化經營的水平和能力。“翻譯從其服務對象、服務形式和服務效果來看,再也不祇是一種孤立的語言轉換。相反,借助互聯網這個交際平臺上的全球性運作,翻譯已成為伴隨整個產品制作過程的系統工程,上升為全球化的一個重要組成部分”(馬文麗 王利明,2005)。此外,隨着我國加大“走出去”的力度,并實行“一帶一路”倡議等擴大對外貿易的舉措,遼寧省企業應在仔細考察其面臨的外部條件基礎上,充分利用國家政策,開發市場需求的巨大潛力,進而轉型為深度參與全球經營、實現全球業務布局的全球化企業。企業可以以此為契機,采取一系列措施,如整合國際國內資源、尋求當地合作伙伴的協助、吸納精通小語種及深度了解區域文化的語言服務人才、增強線上服務的便利性等,從而在建設外文網站的基礎上,打造國際知名品牌。

### (4)威脅

全球化的時代注定是一個機會與威脅并存的時代。遼寧省企業在外文網站建設方面與我國優秀企業乃至優秀跨國公司仍有很大差距,這些差距對遼寧省企業進一步發展及拓展海外市場造成了不同程度的威脅。首先,國

際化企業增加了我國國內的市場競爭,對我國企業尤其是遼寧省企業帶來了不小的衝擊。筆者在對英語國家國際化企業網站進行剖析後發現,絕大部分企業不僅擁有覆蓋多種語言以及不同地域的網站設計,而且擁有針對不同市場的產品推送,其對海外市場的重視程度可見一斑。這也在一定程度上增加了我國企業打入海外市場的困難度。其次,由于遼寧省企業外文網站建設工作起步較晚,面對外文網站建設完善、網站本地化程度高且擁有固定客戶群體的國內大企業甚至跨國企業,如何在外文網站建設方面突出其企業特色,在市場細分的條件下分一杯羹成了企業不得不思考的問題。

## 四、遼寧省重點企業網站本地化翻譯能力的影響因素分析

### 1. 企業營業額

企業營業額作為企業實力的外在體現,直接決定了企業有多少預算來進行網站本地化以及本地化的程度。在本次研究所考察的9家網站中,網站本地化翻譯能力得分位列前三的企業,其營業額均超過1500億元,並且在2019年發布的中國企業500強榜單中均處於前30%。由此可知,外文網站在這些企業的國際化業務中發揮着重要作用。高質量的網站翻譯及完善的網站本地化在幫助企業拓展海外市場、增加收益的同時,也方便企業根據海外受眾的不同需求,有針對性地調整和完善其企業外文網站,從而形成良性循環。然而,雖然這3家企業的網站



本地化建設與遼寧省其它企業相比程度較好,但是在全國500強企業中的表現仍不够出色。鞍鋼集團有限公司作為遼寧省營業收入第一名的企業,其在全國也僅處于第99位。這在一定程度上解釋了其外文網站本地化程度較榜單中排在前列的企業存在差距的原因,也從相反的角度說明了企業營業額對其外文網站本地化程度的限制和影響。

## 2. 企業國際化運營布局

企業的外文網站建設情況也受到其國際化運營布局的影響。換句話說,企業對自身的定位以及對目標市場的選擇會影響企業在本地化語言選擇方面的偏好。令人遺憾的是,在本次所分析的9家企業中,外文網站建設僅停留在以英語為單一語言的建設上。造成這種情況的原因之一可能是,受其運營布局所限,企業國際化業務僅限于英語國家或地區。然而,雖然英語作為國際語言使用廣泛,但這種做法仍缺少對海外用戶多樣性的考慮。因此,遼寧省企業若想進一步發展,應在確定其目標市場的基礎上,綜合其與目標市場的地理距離或文化距離,按照“先近後遠”的原則進行本地化。

## 3. 企業成立時間

影響企業外文網站建設情況及網站本地化翻譯能力的因素還包括企業的成立時間。造成本次入選全國500強的9家遼寧省企業外文網站建設狀況差異的另一原因是企業成立時間不同。首先,老牌企業有更多資本進行更充分的網站本地化建設。大連萬達集

團股份有限公司成立于1988年,是這9家遼寧省企業中成立最早的,其本地化翻譯能力評估得分也相對較高。其次,一些老牌企業受其創立年代限制,網站本地化的意識較弱。本次本地化翻譯能力評估中,得分較低的5家企業成立時間也較早。此外,新興企業出于競爭壓力,更注重網站本地化建設。鞍鋼集團有限公司和本鋼集團有限公司均成立于2010年,在本次研究的9家企業中成立最晚,其網站本地化翻譯能力得分却相對老牌企業而言較高。綜上,企業成立時間通過影響企業的營業額、企業發展思維模式和企業所面臨的市場環境,間接影響了企業外文網站的建設情況。

## 五、遼寧省重點企業網站本地化翻譯能力提升對策

### 1. 注重企業國際化品牌建設

在全球化背景下,萬物互聯成了各行各業發展的新趨勢。企業應充分把握這一機遇,在鞏固國內市場的基礎上,發揮企業外文網站在其他國家了解我國企業方面的重要窗口作用,着眼于開發國際市場。對於企業來說,“一旦決定要開拓新的市場,本地化作為全球化戰略的一部分就要同時跟進,而不應被視為事後工作,消耗不必要的成本和時間”(陳誼,2011)。因此,遼寧省企業應從建設完善有效的外文網站出發,打造國際化品牌。“品牌國際化形象往往代表着優質的產品與服務,擁有國際化品牌的企業在市場中也往往處于領導地位”(楊楠,2015)。可以預見的是,企業網站本地化的價

值將日益凸顯,而願意在此方面投入的企業將獲得長期收益。

## 2. 注重跨文化思維的網站設計理念

“文化價值觀影響不同消費者對同一信息的認知、態度和反應,所以企業網站需要反映當地文化價值觀并積極進行本土化建設,才能實現與目標消費者的有效溝通”(史興鬆 單曉暉, 2019)。企業網站本地化不僅限于對其網站頁面上的文本進行翻譯,還需要對其它非語言信息(如符號、圖標等)進行處理。非語言信息作為企業網站界面的重要組成部分,影響着網站受眾的使用體驗。文化意識較強的企業能夠照顧到各文化對非語言信息的不同認知并體現在外文網站建設中。鑒于此,企業在建設其外文網站時,應考慮目標市場人群習慣及當地文化等一系列因素,并在此基礎上提出一套綜合性網站本地化解決方案。

## 3. 注重移動端網站的設計

由于網絡的普及和手機輕便易攜的特點,手機移動端已代替電腦端成為人們獲取信息的首要方式。相應地,人們使用手機的頻率逐漸增加,移動端用戶人數日益增多,市場潛力巨大。中國互聯網絡信息中心(CNNIC)發布的第44次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》數據表明,截至2019年6月,我國網民規模達8.54億,其中手機網民規模便達8.47億,網民使用手機上網的比例高達99.1%。“與電腦端相比,移動端在操作方式、屏幕尺寸、上網速度、使用場景、交互模式等諸多方面存

在顯著差異”(許慧珍, 2017)。由于用戶在移動端和電腦端的使用習慣等方面存在諸多不同,若簡單將電腦端的網頁設計套用于移動端,則可能出現瀏覽不便等諸多問題。由此可見,企業在進行網站本地化時,需要根據移動端的特點推出定制網站,以優化使用界面,提升用戶使用體驗。

## 4. 注重網站的互動交流能力

企業外文網站的功能之一是為客戶提供所需信息,并進一步將客戶需求與企業所提供的產品或服務進行匹配。在此方面,企業可以通過分析其外文網站用戶點擊率數據,在用戶關注度較高的版塊增強網站互動性。此外,企業還可以適當增設在綫諮詢欄目等,以及時消除客戶疑慮并提供最適合客戶需求的選擇。在為用戶創造更舒適的瀏覽體驗的同時,企業也可以提高顧客轉化率,從而達到其外文網站建設的目的。翻譯作為網站本地化過程中的核心環節,其注重交流功能翻譯的社會性(許鈞, 2004)也應體現在企業外文網站建設過程中。

## 六、結語

企業外文網站作為其它國家了解我國企業的重要窗口,在企業參與國際市場競爭中起到了關鍵作用。企業應以“打造國際化品牌”為指導思想,注重提高網站本地化翻譯能力,采取提升網站內容質量、改善網站使用體驗、提升網站互動性、推出網站移動端等方式,着力推進企業外文網站建設。企業祇有願意在網站本地化方面投入人力物力財力,才能吸引潛在的海外

客戶,從而在國際市場中占有一席之地。

### References (參考文獻)

[1]Angelone, E., Ehrensberger-Dow, M. & G. Massey. The Bloomsbury Companion to Language Industry Studies. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2020.

[2]Andrews, K. R. 1971. *The Concept of Corporate Strategy*. Homewood: Irwin.

[3]Jiménez-Crespo, M. A. 2013. *Translation and Web Localization*. New York: Routledge.

[4]Singh, N. 2012. *Localization Strategies for Global E-Business*. Cambridge: Cambridge University Press.

[5]Singh, N. & A. Pereira. 2005. *The Culturally Customized Website*. Oxford: Elsevier.

[6]Chen, L. & Cao, P. H.. 2016. On the Name and Nature of Transcreation. *Foreign Languages and Their Teaching*.

(陳琳,曹培會. 2016.論創譯的名與實.《外語與外語教學》,第6期,第123-130頁.)

[7]Chen, Y. 2011. Localized Translation in the Globalization Campaign. *Journal of Northeast Normal University (Philosophy and Social Sciences)*.

(陳誼.2011.全球化背景下的本地化翻譯.《東北師大學報(哲學社會科學版)》,第4期,第157-160頁.)

[8]Cui, Q. L. & Wang, D. D. 2017. An Analysis of the Localization Ability

of Chinese Language Service Companies' English Websites. *Minority Translators Journal*.

(崔啓亮,王丹丹.2017.中國語言服務企業英文網站的本地化能力評析.《民族翻譯》,第3期,第82-89頁.)

[9]Ma, W. L. & Wang, L. M. 2005. Network Localization and New Language Support. *Chinese Science & Technology Translators Journal*.

(馬文麗,王利明.2005.網絡本地化與新語言支持.《中國科技翻譯》,第4期,第15-17頁.)

[10]Shi, X. S. & Shan, X. H. 2019. A Corpus-based Study on Linguistic and Cross-cultural Adaptation of Chinese Corporate Websites. *Foreign Languages in China*.

(史興鬆,單曉暉.2019.基于語料庫探討中國企業英文網站的跨文化適應水平.《中國外語》,第2期,第71-80頁.)

[11]Translators Association of China. 2011. Basic Terminology for Localization Business.

(中國翻譯協會.2011.本地化業務基本術語.)

[12]Xu, J. & Wu, P. 2019. CiteSpace-based review on domestic and foreign localization research: Status quo, problems and strategies. *Foreign Language Education*.

(徐琚,吳萍.2019.基于CiteSpace的國內外本地化翻譯研究:現狀、問題與對策.《外語教學》,第6期,第87-91頁.)

[13]Xu, H. Z. 2017. Visual Presen-

tation and Mobile Commerce Consumer Satisfaction--An Empirical Study Based on SOR model. *China Business and Market*.

(許慧珍.2017.視覺呈現與移動端用戶滿意度——基于SOR模型的實證研究.《中國流通經濟》,第8期,第97-104頁.)

[14]Xu, J. 2004. On the Value of Translation. *Foreign Languages and Their Teaching*.

(許鈞.2004.翻譯價值簡論.《外語與外語教學》,第1期,第35-39頁.)

[15]Yang, N. 2015. Influence of Brand Internationalization Image on Consumer Behavior. *Reform of Economic System*.

(楊楠.2015.品牌國際化形象對消費者行為的影響.《經濟體制改革》,第2期,第126-131頁.)

# Research on the Evaluation and Improvement of Enterprise Website Localization Translation Capability: A Case Study of Websites of Key Enterprises in Liaoning Province

XIONG Jinru YAN Haifeng

*School of Advanced Translation and Interpretation, DUFL, Dalian, 116044, China*

*Foreign Literature Institute, BFSU, Beijing, 100089, China*

**[Abstract]** In the era of digital globalization, enterprise websites in foreign languages serve as an important window for other countries to understand Chinese enterprises, which can help enterprises attract overseas customers, thereby enhancing their competitiveness in the international market. This paper first analyzes the important role of localization in the process of enterprise internationalization and explains the concept and connotation of website localization translation so as to build a website localization translation capability evaluation model. Taking 9 key enterprise websites in Liaoning Province as cases, this paper then analyzes the factors affecting enterprise website localization translation capability, and tentatively proposes several measures for improvement.

**[Keywords]** Localization Translation Capability; Key Enterprises in Liaoning Province; Foreign Language Website Construction; Evaluation Model; Measures for Improvement



# 專門用途英語(ESP)視角下國際物流與供應鏈管理英文授課教學能效研究

宋友開<sup>①</sup> 張少蘭<sup>②</sup> 王文珍<sup>③</sup>

桂林旅遊學院 桂林 541006 中國

**摘要:**本文在專門用途英語(ESP)視角下,將國際物流與供應鏈管理課程預習、復習、小組討論與課後作業完成以及知識章節學習效果反饋為問卷設計要素,針對完成課程學習41名商務英語專業中國學生和43名來華留學生國際貿易專業就教學能效進行調查研究,共計收回84份有效問卷,並使用SPSS軟件24.0進行量化分析。分析發現:(1)預習、復習、積極參與小組討論能促進學習能效的提升;(2)本門課程國際物流與供應鏈等商務知識,跨文化也是學生感興趣的點;(3)外國學生來到中國學習,不僅想學習專業知識,更對學習中國語言文化充滿積極動機;(4)中外學生都意識到語言技能+專業知識是未來通向職業之路的競爭性優勢與能力。

**關鍵詞:**ESP;中外學生;教學能效;調查研究

## 一、引言

教育部頒布的《大學英語課程教學要求》已經明確指出大學英語教學的目標是培養學生的語言綜合應用能力(MOE, 2004: 1-4),教育部頒布的《國家中長期教育改革和發展規劃綱要(2010-2020年)》提出要培養能夠參與國際事務與國際競爭的國際化人才(MOE, 2010: 1-5)。近年來,國際貿易的發展對人才需求呈現出的新特徵是複合型與高水平的專業人才,既要具有國際商務知識,又要具備電子商務、計算機與數據分析、外語語言能力及跨文化交際等技能。從應用型高校國

際商務專業改革對人才培養層面看:面對國際貿易飛速發展的新業態,各應用型高校以及高職院校都抓緊時機進行改革,目標在於培養符合市場需求的複合運用型人才。然而,從總體來看,國際商務人才培養,無論在教學理念、教學方法、教學資源還是實踐環境上,仍然與市場需求嚴重脫節,國際貿易企業對專業外貿人才的需求與現階段人才的培養是極度不平衡的,深化人才培養課程改革勢在必行。

## 二、專門用途英語(ESP)與國際物流與供應鏈管理課程

ESP是專門用途英語(English for

①宋友開,男,講師,博士,研究方向:專門用途英語(ESP)

②張少蘭,女,碩士,副教授,研究方向:專門用途英語(ESP)

③王文珍,女,助教,研究方向:專門用途英語(ESP)

基金項目:林旅遊學院教育教學改革研究項目階段性成果(項目編號:2020XJJG006)、2020年度桂林旅遊學院教育教學改革研究項目階段性成果(2020XJJG006)、2019年度廣西自治區區級教改A類項目(2019JGA344)階段性成果

Specific Purposes)的簡稱,指與某一特定學科或職業相關的英語,如商務英語、工程英語等。ESP與普通用途英語(English for General Purpose, EGP)屬於英語的兩大功能類別。ESP可以劃分為科技英語(EST: English for Science and Technology)、商貿英語(EBT: English for Business Trade)以及社科英語(ESS: English for Social Science) (Dudley-Evans, T. & St. John. M., 1998:102-110),國際物流與供應鏈管理英語課程屬於商貿英語的核心課程。在新時代跨境國際貿易與ESP基本語境下,涵蓋了跨境物流基本理論與概念、國際物流企業的競爭性優勢、績效、戰略適配性、驅動要素、多式聯運物流運營、設計供應鏈的要素、物流成本控制、關鍵路徑技巧與甘特圖、物流與供應鏈矩陣、國際貿易清關與稅收等模塊知識點。“國際物流與供應鏈管理”課程對於提高學生跨境貿易知識習得、提升學生的國際視野與認知具有重要作用和意義。本課程為英文授課,不僅面向中國學生,也面向來華留學的外國學生,針對本課程的教學能效進行調查研究對改進提升課程的設置與安排具有重要實踐意義。

### 三、調研過程設計

#### 1. 調研對象與分析方法

本此調研對象為已經完成國際物流與供應鏈管理課程學習的2016級商務英語大三年級共計41名學生,以及2017級、2018級來華留學生年級共計

43名學生,通過線上問卷方式在學生教學交流群進行問卷發放與回收,發出84份問卷,共計收回84份有效問卷,問卷回收率與有效率為100%。問卷收回後,用SPSS軟件24.0版本進行量化分析,其中男生35名,占比41.70%,女生49名,占比58.30%。

調查對象年齡分布:最小年齡19歲計1名,占比1.19%,最大年齡28歲計2名,占比2.38%,人數前三的樣本年齡分別是21歲計28名,占比33.33%,22歲計22名,占比26.19%,23歲11名,占比13.10%,排在第四的樣本年齡為20歲計10名,占比11.90%,24歲計4名,占比4.76%,25歲計2名,占比2.38%。樣本共計84名同學,年齡段呈正態分布,表明調查對象為本科生。

調查對象國籍分布:84名樣本中,中國學生共計41名,占比48.80%;外國來華留學生共計43名,來自12個不同國家和地區,分布情況為:烏茲別克斯坦12名,占比14.30%;利比裏亞和尼泊爾均為6名,占比均為7.10%;埃塞俄比亞5名,占比6.0%,孟加拉國4名,占比4.80%;津巴布韋3名,占比3.60%;甘比亞和巴基斯坦均為2名,占比2.40%;布隆迪、加納、盧旺達均為1名,占比1.20%。樣本學生第一官方語言包括了中文、烏茲別克語、英語、法語等四種語言,但學生的英語基礎和水平較好。國際物流與供應鏈管理課程授課語言為英語和中文授課,英語授課時間占95%以上,祇有少數專

學術語用中文釋義。

## 2. 調研指標與課程模塊設計

本次調研指標分為學習方法：預習、復習、教材學習、超教程範圍學習、檢索數據、小組作業等指標，即是正常的學習流程，從預習到復習環節，中間環節為課堂討論和課後作業。課程模塊即知識單元，包括基本理論與概念、競爭性優勢、績效、戰略適配性、驅動要素、多式聯運物流運營、設計供應鏈的要素、物流成本控制、運輸關鍵路徑技巧、甘特圖、物流與供應鏈矩陣、國際貿易清關與關稅、語言與跨文化等知識點模塊。其中，基本理論和概念為課程引入，競爭性優勢、績效、戰略適配性、驅動要素為課程1級難度知識點矩陣，多式聯運物流運營、供應鏈設計要素、物流成本控制、物流運輸關鍵路徑技巧、甘特圖等為2級難點知識點矩陣，物流與供應鏈矩陣、國際貿易清關與關稅、語言與跨文化知識為3級難度知識點矩陣。學習方法的施用對象為各知識點矩陣，通過調查研究不同學生對不同知識點的學習能效，發現學生的學習習慣與知識點習得效果，為課程設計與教學方法進一步完善和提升提供數據支撐。

## 4. 調研方法

本研究以“Likert”為調研問卷設計方法，設置分值1~7，選項分布對應“非常同意、很同意、基本同意、同意、基本不同意、很不同意、非常不同意”，其中，1~4分屬於同意範疇，5~7分屬於

不同意範疇。在獲取84名中外學生的樣本數據後，用SPSS對數據進行了頻率、描述和探索性分析。

## 四、調研結果

1. 學習習慣調研結果：學習習慣包括預習、復習、小組討論和完成作業四項，問卷調查分別設置未“是否有預習？”“是否有復習？”“是否參與小組討論？”“是否按時完成作業？”根據調查分析結果，在84名樣本個案中，78名同學進行了課前預習，占比92.90%，6名同學沒有進行預習，占比7.10%；77名同學進行了課後復習，占比91.70%，7名同學未進行復習，占比8.30%。有預習和復習習慣的樣本個案呈對等和正相關關係。而71名同學參加了小組討論，占比84.50%，而未參加小組討論的同學13名，15.50%，69名同學能按時完成課後作業，占比82.10%，未能按時完成課後作業的個案有15名同學，占比17.90%。

## 2. 中外學生學習習慣對比研究

通過用SPSS軟件24.0版本進行了探索性分析發現：中國學生預習情況比外國學生好（見圖1），外國學生參與小組討論、完成課後作業的主動性和積極性比中國學生高（見圖2）。

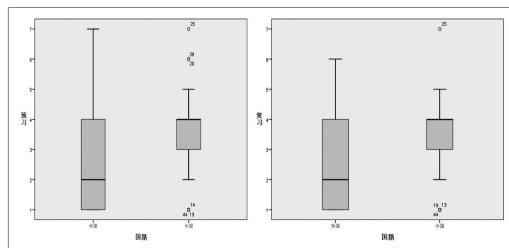


圖1：中外學生學習習慣對比

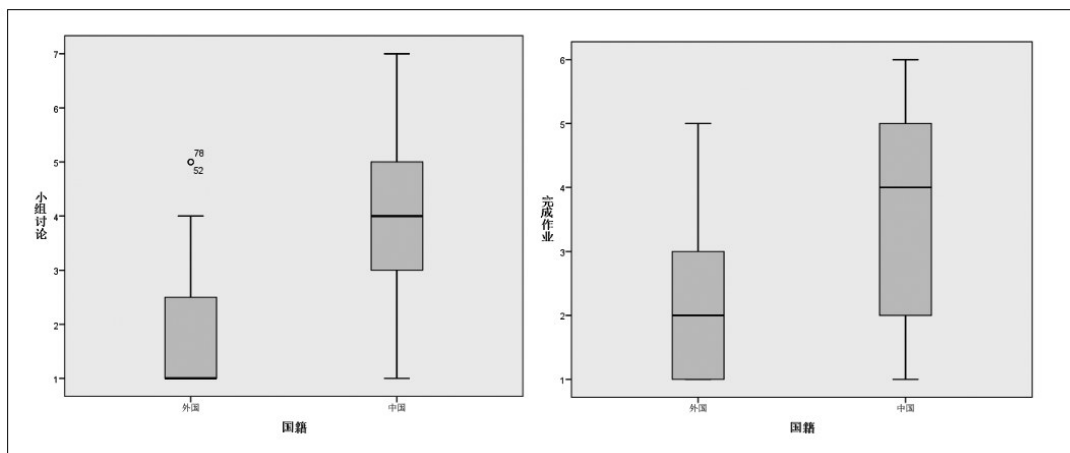


圖 2: 中外學生小組討論完成作業對比

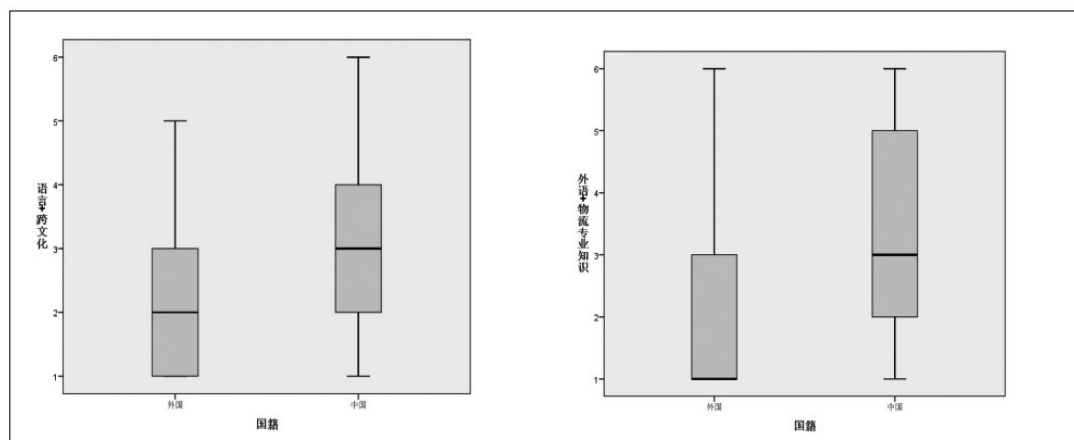


圖 3: 中外學生學習能效對比

### 3. 語言+跨文化、專業知識

本課程教學對象包括2016級商務英語專業中國學生41名,及國際貿易專業來自12個不同國家的來華留學生2017級28名和2018級15名學生,母語涵蓋中文、英語、烏茲別克斯坦語、孟加拉語、巴基斯坦語、法語等,英文為通用語言,學生的英語水平有一定差異,本課程的授課語言為英語。通過柯爾莫戈洛夫-斯米諾夫和夏皮洛-威爾克檢驗發現,語言+跨文化和語言+國際物流專業知識的顯著性都小于

0.05,證明數據分析具有統計學意義。梳理“語言+跨文化”和“語言+國際物流專業知識”頻率分析結果發現:其中73個樣本表示通過本門課程提高了語言能力和跨文化知識及意識,占比86.90%,而11個樣本表示本門課程對語言能力和跨文化知識和意識提高不是特別大;此外,71個個案表示本門課程有助於提高外語能力和國際物流專業知識,占比84.50%,而13名同學表示本門課程對外語能力和國際物流專業知識的提高幫助不是特別大。進一



表 1: 單元知識學習能效

知識單元	掌握人數/比例	未掌握人數/比例
課程定義和概念	72 名/85.70%	12 名/14.30%
企業競爭性優勢	70 名/83.30%	14 名/16.70%
國際物流企業績效與驅動要素	70 名/83.30%	14 名/16.70%
多式聯運物流運營	69 名/82.1%	15 名/17.90%
設計供應鏈的要素	71 名/84.50%	13 名/15.50%
物流成本控制	70 名/83.30%	14 名/16.70%
運輸關鍵路徑設計方法和甘特圖	69 名/82.10%	15 名/17.90%
物流與供應鏈矩陣	71 名/84.50%	13 名/15.50%
國際貿易和物流稅收與海關清關	68 名/81.00%	16 名/19.00%

步分析莖葉圖發現:外國學生對於本課程所獲得的“語言+跨文化”知識與交流意識和“語言+國際物流”專業知識的人數均大于中國學生(見圖3)。

#### 4. 知識單元學習能效調研結果

針對知識單元的學習能效調研,共分為10個知識單元,分別是:課程定義和概念、企業競爭性優勢、企業績效與驅動要素、多式聯運物流運營、設計供應鏈的要素、物流成本控制、運輸關鍵路徑設計方法與甘特圖、物流與供應鏈管理矩陣、國際貿易與物流稅收與海關清關等,每個知識單元的學習能效問卷設置均為“是”和“否”,通過用SPSS軟件24.0版本對數據分析顯示:所有知識單元的教學能效均大于80%,這與期末考試成績80分以上的人數占絕大多數相吻合(見表1)。

#### 五、總結與討論

通過研究分析SPSS數據分析軟件得出結果發現:(1)外國學生學習主動

性比中國學生強;(2)外國學生來自12個不同國家,更加活躍,參與小組討論已完成作業比例大于中國學生;(3)外國學生來到中國學習,不僅想學習專業知識,更對學習中國語言文化充滿積極動機;(4)中外學生都意識到語言技能+專業知識是未來通向職業之路的競爭性優勢與能力;(5)對各知識單元的掌握程度均在80%以上,這與80%的同學期末考試成績達到80分以上(B以上)一致。本調研結果啓示:針對中國學生需要強化所對應的國際物流與供應鏈管理英文專業術語表達與跨文化交流能力培養,而針對外國學生需要強化國際物流與供應鏈管理專業中文術語表達及跨文化知識與意識培養。

本研究的研究樣本僅有84名同學,專業包括商務英語專業41名中國學生和國家貿易專業43名來自12個不同國家的外籍學生,樣本量雖具有

統計學意義,但還是過少。本研究結果對於加強專門用途英語(ESP)課程教學設計改革與實踐具有一定的參照意義。

### References (參考文獻)

[1]Dudley- Evans, T. & St. John. M. 1998.Developments in ESP—A multi-disciplinary approach. Cambridge: Cambridge University Press.

[2]The Ministry of Education, P. R. C. 2004. College English Curriculum Requirements (For Trial Implementation).

Beijing: Higher Education Press, 2004: 1-4.

(教育部.大學英語課程教學要求(試行),高等教育出版社,2004:1-4.)

[3]The Ministry of Education, P.R.C. 2010. Outline of the National Medium- and Long-Term Program for Education Reform and Development (2010-2020), 2010: 1-5.

(教育部.國家中長期教育改革和發展規劃綱要(2010-2020年),人民出版社,2010:1-5.)

## Study on English Teaching Effects of International Logistics and Supply Chain Management from Perspective of English for Specific Purpose (ESP)

SONG Youkai ZHANG Shaolan WANG Wenzhen

Guilin Tourism University, Guilin, 541006, China

**[Abstract]** *This paper aims to explore the teaching effects of English for specific purpose (ESP). Questionnaire was hired as the tool for collecting data of sample which includes 41 Chinese students who major in business English program and 43 foreign students who major in international trade program. SPSS 24.0 was hired for quantitative analysis, the results indicated that: (1) Foreign students are more positive in preview and review; (3) 43 foreign students come from 12 nations who are more positive taking part in team discussion for settling home assignment; (2) Foreign students studying in China who are more interested in Chinese language and culture in classroom; (4) Both Chinese and foreign students have common sense that language + specific major can be their competitive advantages for their future career.*

**[Keywords]** *ESP; Chinese and foreign students; teaching effects; investigation and research*

# 基于CBI教學理念的商務英語教學模式研究

李 寧<sup>①</sup>

天津大學仁愛學院 天津 301636 中國

**摘 要:**本研究旨在探究CBI教學理念融入商務英語教學的效果。研究採用定量與定性相結合的方式,發現經過一年的CBI商務英語教學後,學生的成績有所提高,並且學生對該教學模式的接收程度較好。因此可得出結論,在商務英語教學中引進CBI理念,有助於提高學生的英語水平,而且還能改善學生的學習態度。

**關鍵詞:**CBI教學;商務英語;教學模式

## 一、引言

CBI(Content-based Instruction)理念興起于20世紀60年代的加拿大,是指基于內容的語言教學。CBI教學將目標語言與主題內容相結合,把語言學習的焦點從傳統的語言學習本身轉移到通過學習內容來掌握語言技能。通過內容教學,學生可以在以語言為工具獲得知識的過程中,獲得語言能力的提高。自20世紀60年代至今,CBI教學觀念已獲得了普遍發展,并被應用于不同的教學情境中。在不同的教學實踐過程中,面對不同的學生,為了滿足不同的教學目標以及適應特定的教學條件,CBI也體現出不同的特徵,發展出相互聯系的各種具體的教學模式。Brinton等(1989)將CBI分為三大基本類型:主題式教學(theme-based instruction)、保護式教學(sheltered instruction)以及輔助式教學(adjunct instruction)。主題式教

學模式是指以某主題或話題構建教學大綱,各個主題相結合以構成課程主幹的教學模式,這種教學模式是CBI教學中最常見的形式。保護式教學模式主要應用於實施語言教學策略的第二語言課堂中,該模式可以使那些語言水平低于本族人的學生理解和掌握學術知識。輔助式教學模式通過向學生提供常規的學術知識,來輔助他們形成可轉移的學術技能,常見的授課模式為專業課加語言課,語言課對專業課起輔助作用。

## 二、CBI教學理念與商務英語教學

商務英語專業以英語和管理學、經濟學、法學、貿易等相關學科的主幹課程為主修內容,是一門應用型、交叉型、多門類的復合型學科。該專業旨在培養具有扎實的英語基本功、寬闊的國際視野、專門的國際商務知識與技能的應用型商務英語專業人才。商務英語專業學生應掌握經濟學、管理學和法學等相關

<sup>①</sup>李 寧,女,講師,研究方向:二語習得

基金項目:本文系天津大學仁愛學院教學改革項目“商務英語CBI教學模式有效性的實驗研究”(項目編號2019-1-12)的階段性成果

學科的基本知識和理論,具備較強的跨文化交際能力與較高的人文素養,能在國際環境中熟練使用英語從事商務、經貿、管理、金融等工作。商務英語專業以培養“英語+X(X指某一商務專業內容)”複合型人才為目標(陳勇 肖雲南, 2004),所以商務英語專業具有跨學科的特點。商務英語教學既要注重語言能力,又要重視商務專業內容,而CBI教學模式正是將語言學習和教學內容相結合的教學方式,因此很適合商務英語教學。

本文的研究問題有以下兩個:

①經過一學年的CBI教學,學生英語水平是否有所提高?

②學生對CBI商務英語教學態度如何?

### 三、研究方法

在本學年綜合商務英語教學中,教師在兼顧商業知識的理解、商業文化的了解的基礎上,着重基礎知識的教授,要求學生對詞匯、語法熟練掌握並主動運用。此外,在授課過程中還強調課堂中學生與學生、學生與教師間的互動。針對 Warming up 模塊,學生能針對單元主題提出相關問題,並聯系實際生活進行擴展。針對 Dilemma & Decision 模塊,學生之間能夠按照教材內提供的觀點,分成兩方或多方進行討論,有代入感,能夠有效激發學生的參與主動性。除傳統講授法外,還在課堂中為學生開辟自由辯論、小組互動的時間,激發學

生的主體性,但保留教師的引導和約束作用。教學手段上,除了利用電教設備,還啓用了網絡授課平臺,定時定量把控學生對語法、詞匯、篇章、文化知識的掌握和運用程度。

#### 1. 研究設計

本研究旨在探索CBI教學模式在商務英語專業教學的可行性和效果,以及學生對CBI教學的態度。本研究以天津某高校商務英語專業大二學生為研究對象,設計課程為“綜合商務英語C”和“綜合商務英語D”。所使用的教材為《新標準商務英語綜合教程》(外語教學與研究出版社,2018)。本教材所選用課文、課後題等內容均與商務相關,並涉及商業實務中的很多方面,如運輸物流、人力資源管理、廣告營銷、電子商務、公司法等。“綜合商務英語”課程主要通過與商務相關的篇章,利用語言基礎訓練與篇章講解分析,使學生逐步提高語篇閱讀理解能力,了解商務英語的表達方式和特點,擴大詞匯量和熟悉英語常用句型,具備基本的口頭與筆頭表達能力。

本研究採用定量研究和定性研究相結合的方式進行,包括一系列以測試為基礎、以結果為目標的實驗,利用SPSS統計軟件商務英語專業學生學進行一年的CBI模式教學,通過課堂教學實驗,對學生的英語學習情感、技能及水平進行量化研究和質化分析,考察CBI教學模式在商務英語教學環境中



的教學適用性,為該模式在教學實踐中的應用和推廣提供理論支持和實證依據。

## 2. 研究對象

本研究以天津某高校2018級商務英語專業學生為研究對象,共三個班,人數分別為26、24和22人,共計72人。

## 3. 研究工具

本研究的研究工具由“英語水平測試卷”和“商務英語學習調查問卷”組成。2019年8月,筆者根據近幾年的英語專業四級試卷,制定了“英語水平測試卷”,并于次月對學生進行測試;2020年6月,在結束兩個學期的CBI商務英語教學後,在俞理明的《商務英語學習調查問卷》的基礎上,制定了“商務英語專業CBI教學調查問卷”並通過問卷星進行發布,完成調查問卷的數據收集及分析。

“英語水平測試卷”主要用于測試學生對英語知識的使用,即測試英語水平。前後測所使用的試題均選自英語專業四級真題的“詞匯與結構”部分和閱讀理解部分。為了確保評分的客觀性,所有試題均為單項選擇題,共70題,共計70分,考試試卷為90分鐘。這套英語水平測試題作為學生英語能力的衡量工具來獲取他們英語水平的數據。

“商務英語專業CBI教學調查問卷”針對學生對CBI課堂教學的態度進行展開,共由19道題目構成,具體構成情況如下表所示:

表1 大學英語四級考試調查問卷題目構成

調查因素	題目號
1. 學生英語學習基本情況調查	1-4
2. 學生對CBI教學的態度與看法	5-8
3. 學生對課程的態度與看法	9-12
4. 學生對教材的態度與看法	13-15
5. 學生學習商務英語的目的	16-19

## 4. 數據采集

英語水平前測在實驗初期進行,後測在大二期末進行。在回收的72份試卷中,有兩份調查卷因漏選選項而作廢,因此,有效調查卷和有效試卷各為70份。作者運用SPSS13.0統計軟件對測試卷和問卷所得的數據進行分析,顯著值 $\alpha$ 定為0.1。

## 四、研究結果與分析

1. 經過一學年的CBI教學,學生英語水平是否有所提高

實驗結束後,對前後測成績分別進行描述性統計分析,並數據分析結果如下:

表2 前後測成績分別進行描述性統計分析結果

	數量	平均數	標準差
前測分數	70	26.7	9.4
後測分數	70	31.1	10.9

由表2結果可知,後測分數平均值(31.1)高于前測分數平均值(26.7),對前後測分數進行獨立樣本T檢驗,得到以下結果:

由表3可見,前後測分數的方差齊( $P>0.1$ ),獨立樣本T檢驗顯示,學生前

表3 獨立樣本T檢驗結果

	Levene's test for equality of variances		T-test for equality of means		
	Levene statistic	Sig.	T	Sig.	df.
前後測分數	1.37	0.27	-2.5	0.00	138

後兩次測試的成績差异具有統計意義( $P<0.1$ )。

根據學生前後測成績平均分的比較和獨立樣本T檢驗,可得出以下結論:經過一學年的CBI教學,學生的英語水平有所提高。

2、學生對CBI商務英語教學態度如何

調查問卷結果表明,學生對本學年教學較為滿意,其中,第5~10題調查結果如下:

第5題 用英語學習商務知識相關內容能够(或已經)提高你的英語水平?

选项	比例
A. 非常同意	15.91%
B. 同意	62.88%
C. 不一定	17.42%
D. 不同意	3.03%
E. 非常不同意	0.76%

選項比例

- A. 非常同意 15.91%
- B. 同意 62.88%
- C. 不一定 17.42%
- D. 不同意 3.03%

E. 非常不同意 0.76%

用英語學習商務英語相關知識,也就是本學年所採用的CBI教學,從調查結果可以看出,幾乎所有學生認為這種教學方式能够提高英語水平。

第6題 用英語教授商務知識很有必要。

选项	比例
A. 非常同意	26.52%
B. 同意	55.3%
C. 不一定	16.67%
D. 不同意	0.76%
E. 非常不同意	0.76%

選項比例

- A. 非常同意 26.52%
- B. 同意 55.3%
- C. 不一定 16.67%
- D. 不同意 0.76%
- E. 非常不同意 0.76%

大部分學生認為需要用英語教授商務知識。

第7題 課堂中的商務知識使你對英語學習產生了興趣或有了更大的興趣。

选项	比例
A. 非常同意	16.67%
B. 同意	59.09%
C. 不一定	17.42%
D. 不同意	4.55%
E. 非常不同意	2.27%

## 選項比例

A. 非常同意 16.67%

B. 同意 59.09%

C. 不一定 17.42%

D. 不同意 4.55%

E. 非常不同意 2.27%

本道題與前面對於學生選擇商務英語專業的原因相對應,大部分學生是對商務知識有興趣的,因此課堂上將英語和商務知識結合起來可以提高學生的學習興趣。

第8題 總起來講,你對目前用英語教授商務知識的教學效果感到滿意。

选项	比例
A. 非常同意	18.18%
B. 同意	64.39%
C. 不一定	10.61%
D. 不同意	4.55%
E. 非常不同意	2.27%

## 選項比例

A. 非常同意 18.18%

B. 同意 64.39%

C. 不一定 10.61%

D. 不同意 4.55%

E. 非常不同意 2.27%

大部分學生對本學年本課程的教學感到滿意。

第9題 本學年的《綜合商務英語》課程使你學到了很多商務知識。

选项	比例
A. 非常同意	16.67%
B. 同意	65.15%
C. 不一定	12.88%
D. 不同意	2.27%
E. 非常不同意	3.03%

## 選項比例

A. 非常同意 16.67%

B. 同意 65.15%

C. 不一定 12.88%

D. 不同意 2.27%

E. 非常不同意 3.03%

大部分學生從本學年課堂學習中學到了商務知識。

第10題 你對《綜合商務英語》課程很感興趣。

选项	比例
A. 非常同意	14.39%
B. 同意	65.91%
C. 不一定	15.15%
D. 不同意	2.27%
E. 非常不同意	2.27%

## 選項比例

A. 非常同意 14.39%

B. 同意 65.91%

C. 不一定 15.15%

D. 不同意 2.27%

E. 非常不同意 2.27%

### 五、結論與建設

CBI教學模式與傳統教學模式相比,更注重學習內容,而非形式。從研究結果可以看到,CBI教學模式能夠有效提高學生的英語水平,適合商務英語專業教學。將CBI教學模式有效應用到商務英語教學中具有一定的可行性,然而也會遇到一些困難,比如教師本身出語言教學外,還應具有一定的商務知識。因此,在實際教學中,學校應考慮到教師的局限和學生的需求,最大程度地發揮CBI教學模式的優勢。

### References (參考文獻)

- [1] Kelly, I. G. 1969. 25 Centuries of Language Teaching. New York: Newbury House, 36.
- [2] Richards, J. C., Rodgers, T. S. 2001. Approaches and Methods in Language Teaching. Cambridge: Cambridge University Press, 204.
- [3] Cai, J. 2002. Second Language Acquisition and Teaching Model Research. *Beijing Second Foreign Language College Journal*.
- (蔡堅.2002.第二語言習得與教學模式的研究,《北京第二外國語學院學報》,第4期,第10-22頁.)
- [4] Yuan, P. H. 2008. *Research on Content-Based Foreign Language Teaching Models in English Teaching Environment in Chinese Universities*.
- (袁平華.2008.《中國大學英語教學環境中以內容為依托的外語教學模式研究》.上海:上海交通大學.)
- [5] Deng, X. H. 2003. Foreign Language Teaching from the Perspective of Multimedia. *Foreign Languages and their Teaching*.
- (鄧星輝.2003.基于多媒體視角下的外語教學.外語與外語教學,第9期,第30頁.)
- [6] Wang, X. G. & Wang, Y. Q. 2010. On the Organic Combination of Traditional English Teaching Mode and Multimedia English Teaching Mode. *Inner Mongolia Agricultural University Journal*.
- (王興剛,王雲青.2010.談傳統英語教學模式與多媒體英語教學模式的有機結合,內蒙古農業大學(社會科學版),第1期第135頁.)



# Research on Business English Teaching Model based on CBI Teaching Concept

LI Ning

*Tianjin University Renai College, Tianjin, 301636, China*

**【Abstract】** *This study is to explore the teaching effect of business English teaching based on CBI teaching idea with quantitative and qualitative methods. The study reveals that after a year of CBI business English teaching, students have improved their English competency, and they are satisfied with the teaching mode. The findings show that business English teaching based on CBI concept can facilitate students' English learning and also effectively affect their attitude toward English learning.*

**【Keywords】** *Content-based Instruction; business English; teaching mode*

# 從“走出去”到“融進去”——兼評譯著 *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* 由 Springer 出版

吳浩浩<sup>①</sup>

閩南師範大學外國語學院 漳州 363000 中國

**摘 要:**本研究試從譯介學角度對岳峰、鄧夢寒、夏春秋的譯著 *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* 進行評價。認為其譯介特點有:優選原本、讀者取向、專業水準、團隊運營。該譯著是繼《房地產大轉型的“互聯網+”路徑》英譯本之後,由斯普林格出版的又一中國當代房地產經濟學譯著,為中國學術話語譯介和融入國際學術界提供了目的、內容、策略、管理、傳播方面的啟示,具體表現為:一、融入國際學術話語是中國學術文獻譯介的主要目的之一;二、中國學術話語譯介過程中的文本選擇應考慮市場需求;三、國際化視野下的交際翻譯策略是譯本“融進去”的途徑;四、國際化的翻譯管理是翻譯產品融入國際的保證;五、系列化的譯介傳播方式是譯本持續“融進去”的砒碼。

**關鍵詞:**譯介學;跨文化翻譯;融進去;國際化

## 一、引言

岳峰、鄧夢寒、夏春秋英譯的巴曙鬆、楊現領房地產經濟學著作系列之二——《新中介的崛起與房地產價值鏈的重構》(*The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain*) 于2018年4月26日由斯普林格出版社(Springer)出版發行。該譯著是“文化走出去”戰略背景下,岳峰領導的團隊對中國學術推廣所做的又一次嘗試。

第一次嘗試發生在2015年,斯普林格主動簽約團隊,并于2016年在海外出版發行了岳峰等譯的巴曙鬆、楊現領的房地產經濟學系列著作之一——《房地產大轉型的“互聯網+”路徑》的英譯本。

該譯本成為哈佛大學等高校經濟與管理等學科的館藏書目,其市場銷量截止2019年1月1日已達到5826本,在學術譯著中處於領先地位。2018年該系列之二——《新中介的崛起與房地產價值鏈的重構》的英譯本 *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* 相繼出版。該譯著截止2019年1月1日,銷量已達到708本,作為海外了解中國房地產業現狀和前景的文獻,居非歐美國家作者書籍前列,引起了國際學術界對中國房地產經濟的廣泛探討。這不得不說是中國經濟學術話語在國際上的又一突破,也是學術“走出去”戰略的再次提升,即由“走出去”到“走進

<sup>①</sup>吳浩浩,女,講師,研究方向:翻譯理論與實踐、詩學

去”,再到“融進去”。

中國學術走出去,走向世界,歸根結底就是中國文化走出去,是話語權的延伸,是軟實力的提升(陳佳冉,2013:3)。中國學術走出去是中國文化戰略走出去的一部分,而翻譯是現代學術交流和信息傳播的重要手段,是中國學術走出去的必要工具之一。好的學術譯本,不僅為推介中國當代各學術領域的成果發揮作用,同時也為中國構建文化軟實力、贏得國際話語權提供動力,還為中國學術“融進去”鋪平道路。因此,譯本承載的信息和擔當的使命不僅是譯者個人的追求,還是翻譯和出版組織根據市場需求達成的合意,更是一個國家研究成果能否被世界認識的憑據和文化是否被認同的關鍵。譯本的質量應從國家戰略的角度看待,應在譯介效果的基礎上做出分析。評價這樣一個成功的譯著,分析其成功的原由,勢必對中國學術走出去起到推動作用。

譯介學是對文學翻譯中的創造性叛逆現象做出研究之後提出的翻譯學理論,最早用于文學翻譯領域,近年來則更多地用于不同文化間的作品翻譯及推廣。它關注的不是語言轉換的問題,而主要是翻譯“作為人類一種文化交流的實踐活動所具有的獨特價值和意義”(張曄,2003:89)。《譯介學》(謝天振,1999)的出版標志著譯介學作為一個學科的形成。本研究試運用譯介學理論,對該譯著做出評價。

## 二、譯著特點

團隊為《新中介的崛起與房地產價值鏈的重構》提供了一個準確而完備的譯本。根據譯介學理論,筆者認為譯著——*The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain*有如下特點:

### 1. 優選原本

要實現翻譯的意義,前提是內容的選擇。如果選取有交流價值的原文進行研讀,運用翻譯使之跨越語言和文化的障礙,那麼原文將在譯文中得到延展和再生。可見,譯本的選擇關係到翻譯的價值所在。

《新中介的崛起與房地產價值鏈的重構》一書洞見了中國住宅市場正從增量房開發向存量房流通的歷史轉折。該書借鑒了港、澳、臺地區及美、日、澳等國房地產經紀行業的經驗,提出了住房需求升級、房屋消費的帕累托改進的巨變中,經紀人角色的轉變。

該著作視角新穎、具有建設性和前瞻性,對於促進經紀人職業的專業化、規範化,對於指導房地產行業在互聯網背景下持續穩定地發展具有現實意義。因此,它是一部值得推介的中國當代房地產經紀學著作。

### 2. 讀者取向

謝天振(2008:35)指出翻譯是“通過語言文字的轉換把原作引入到了一個新的文化圈,在這個文化圈裏存在着與原作所在文化圈相異甚至完全不同的文化

傳統,存在着相異甚至相去甚遠的審美趣味和文學欣賞習慣”。由此可知,譯文讀者的文化以及審美是影響譯文接受度的重要因素。因此,團隊在完成譯著的過程中充分考慮了他文化讀者的需求。譯者們運用轉譯、個性化翻譯等手段對原文進行再創作,使之融入譯入語文化。試舉一例分析之。

原文:消費者直接受害于低水平的經紀人隊伍。無故遭受輪番電話騷擾,網絡虛假房源漫天、被經紀人“話術”蒙蔽草率簽約、受騙買到問題房屋等等,在買賣房屋的整個流程中都充斥着各式各樣的“痛點”,加之缺乏對經紀人的監管,遭受損失的顧客投訴無門,問題難以獲得合理解決,行業“黑中介”的形象在口口相傳中不斷被強化。消費者與經紀人之間難以建立真正的信任感,在整個買賣過程中不得不處處提防、小心翼翼,消費體驗極差。(巴曙鬆 楊現領,2017:211-212)

譯文: Low-level professionals directly victimize consumers. Painful experiences include endless harassment calls, false housing information all over the Internet, being tricked into signing contract or buying a problematic house. Due to the lack of proper broker supervision, victimized customers do not have a channel to complain or claim compensation. Trust between home buyers and brokers is further damaged by exaggerated

accounts of bad intermediary agents, leading to poor consumer experience as one has to be vigilant and worried at all times. (150-151)

詞匯是一種語言和文化概念的集中體現。原文的詞匯類型豐富,有如下幾種:專業詞匯,如“經紀人”;暗含諷刺意義的行話,如“話術”;評價性俗語,如“黑中介”;作者個人喜好詞語,如“痛點”(該詞在本書中出現6次);漢語成語,如“小心翼翼”。各類詞匯各具特色和功能,在不同文化中的含義也不盡相同。因此,譯者面對的不止是詞匯在兩種語言之間的轉換,還需要充分考慮文化的適應性。譯文將之分別進行了處理。首句的“經紀人”為轉譯,他處則為直譯。首句中譯為 professionals,是因為後語境提到 broker supervision 以及 brokers,因此該處採用了強調其專業素養的 professionals 一詞,具有概括性。“話術”譯為 being tricked into,抓住了“話術”背後的實際目的,與西方讀者直截了當的理解習慣相一致。“黑中介”譯為 bad intermediary agents,指出行話反映的實質,譯語通俗易懂。“痛點”此處譯為 painful experiences,是對原文列舉的中介行業混亂行為的概括。“小心翼翼”譯為動詞短語和副詞詞組 be worried at all times,刻畫出購房者的擔憂程度。

以上譯文從文化的範疇衡量讀者的接受傾向,採用了適宜的表達形式,使原文嚴謹又不失生動的風格通過語言得到



了再現。

### 3. 專業水準

根據譯介學對學術文本翻譯的專業性要求,本研究認為翻譯理論、技術與語言是專業要求的一方面,而原文涉及的房地產經濟學理論與知識結構則為另一方面。這兩方面互為表裏:懂得翻譯理論,能嫻熟運用翻譯技巧,語言地道,是確保翻譯質量的前提條件;把握原文內容所涵蓋的行業信息,盡可能地體現行業的特點,是譯文學術性的體現。總之,要達到專業水準,需要滿足以上雙方面的要求。

作為外語人,如何在譯文中體現房地產經紀行業的專業性,該團隊付出了一番努力。據團隊介紹,為了消弭他們與原著作者經濟學家巴曙鬆、楊現領的行業認知差異,他們選取了國內外房地產經紀學著作,進行雙向閱讀,最終與原作者建立起認知和概念的“共同場”。再加之,岳峰已有與斯普林格合作的經驗,諳熟經濟類學術文獻的翻譯要求。因此,翻譯時能有的放矢地精確譯出了原著的內涵。試舉一例如下:

原文:目前,一線城市的二手房交易量占整體樓市交易量一半以上,二手房交易已然成為市場主導。在二手房市場迅速升溫的同時,二手房交易環節也向着多樣化、復雜化方向延伸,但隨之而來的種種資金需求和風險控制問題常常得不到有效的解決。(巴曙鬆 楊現領,2017: 135)

譯文:At present, the volume of second-hand house transactions accounts for more than half of the overall housing market transactions. Second-hand house transactions already play a leading role in the housing market. As the second-hand housing market is heating-up rapidly, the transaction procedure is becoming more diversified and complicated. But problems related to various capital needs and risk control are often not effectively solved. (97)

從術語看,原文專業術語的使用頻率高,如上例中“二手房交易量”“樓市交易量”“資金需求”“風險控制”,等等。譯文同樣以專業術語的形式呈現,即 volume of second-hand house transactions、volume of housing market transactions、capital needs、risk control,等等,做到了等效。從句式看,原文作為經紀學文獻,容量較大、層次復雜的複合句所占比重極大,因而譯者在翻譯時將之拆分為語義關聯的句群,使句法層次和結構都得到了調整。本例中的第二句,“二手房交易環節也向着多樣化、復雜化方向延伸”是“二手房市場迅速升溫”的正向結果,而“資金需求和風險控制問題常常得不到有效的解決”是兩者的負面影響。因此,譯文在 as 引導的因果關係複合句之後,利用轉折意義的連詞 but 將另一表示結果的句子銜接起來。該例足見譯者整合復雜句的語言邏輯能力。從認知看,原

文的隱喻在譯文中得到了合理的闡釋。如：“二手房市場迅速升溫”實際上是以交易量增多隱喻市場逐漸活躍。考慮到譯入語同樣存在溫度隱喻或者“火”隱喻，譯者採用了 be heating up 這個詞組對應原文。針對另一隱喻，譯者採用了不同的翻譯方法。原文“二手房交易環節……延伸”是典型的道路隱喻，譯入語文化中也有一隱喻類型，但是聯想意義有差別，後者經常將道路與生命歷程聯繫起來，因此譯文採取了省略隱喻義而凸顯本義的顯化翻譯方法。

團隊雙方面的專業程度在譯著中得以顯現，不僅是譯者們在翻譯理論架構下進行翻譯實踐的結果，更是他們在中西學術文化中探赜索隱所取得的成效。

#### 4. 團隊運營

該著作的誕生是團隊合作的成果。全書總共8個章節，由三位譯者交替完成。整部譯著由岳峰整合文體風格和邏輯脈絡。作為房地產經紀學著作，原著的圖表非常豐富，數據處理也專業、細緻。在翻譯圖表和數據的過程中，翻譯團隊找到鏈家研究院以及譯國譯民翻譯公司進行協作，運用了多媒體圖文軟件對譯文和圖表進行了完整對接。在譯著傳播與推廣方面，該團隊借助斯普林格的出版平臺、亞馬遜網站的銷售平臺和各學術機構及高校圖書館，對譯著進行了積極的介紹。

可以看出，翻譯作為推介手段，依靠翻譯家單打獨鬥的時代逐漸遠去，取而

代之的是翻譯團隊運營以及與社會各界的合作。團隊運營能有效緩解翻譯任務量大、交付周期短的現代語言服務壓力，也能提高譯著的質量，而後者反過來也為譯著的出版及推介進行增加了勝算。

### 三、對中國學術“融進去”的啓示

通過分析該譯著的特點，筆者認為該譯著對當前尚處於逆差的中國學術譯介有如下啓示：

#### 1. 目的方面

融入國際學術話語是中國學術文獻譯介的主要目的之一，應受到重視。以往我們的學術翻譯項目大多是國內向國外輸出為主導，注重塑造中國學術形象，却往往流於自說自話，難以被國際學術界接受。鑒於該譯著的成功經驗，本研究認為翻譯是中國學術擴大國際影響的關鍵，而譯介應以“融進去”為主要目標。“融進去”不再是單純的信源輻射，而是以受眾作為譯介的落腳點和信息接受者的精準傳播。所以在今後的譯介中，我們可以減少單方宣傳的主觀性，多一些受眾思維和客觀性。

#### 2. 內容方面

融入國際學術話語，譯本的選擇需要考慮市場的需求。譯哪些文本，哪些內容，是中國學術融入國際過程中經常討論的問題。但是縱觀學術翻譯實踐，社會主導遠遠多於經濟主導。學界重視學術著作的社會效應無可厚非，然而忽略其經濟效應實非良策，其結果是運營成本居高不下，市場收益甚微。

該譯著及其系列正在積極地改變着這一態勢。該譯著銷量可觀,原因之一是中國學術譯介與國際學術及出版機構在內容選擇上的趨同。正因如此,該譯著可以借船出海,利用國外出版社已有的平臺及銷售途徑,既取得社會效益又獲得經濟效益。

### 3. 策略方面

怎樣譯好中國學術?從譯介學看來,即在譯入語文化中再現原文的意旨,并且實現譯文在譯入語文化中的交際目的。在這個過程中,采取的翻譯策略可以是交際翻譯策略,即保留原文最大程度原創性和語篇特徵的前提下,在譯入語文化中做出適應和變通,主要方法包括轉譯、改譯、節譯等等。這是中國學術“融進去”的一條現實可行的譯介之路。譯著在這方面做到了有保留,有捨棄,有變通,既維護了原著思想的完整性,傳遞了學術信息,又融入了譯入語讀者的視閥。

### 4. 管理方面

翻譯管理是指一個翻譯組織或系統以及所擁有的資源,通過特定的管理流程或工作流程來提供達到具體翻譯項目質量要求的翻譯服務以及相應的增值服務。其主要內容通常包括:項目管理、流程管理、人力與技術資源、客戶維護、質量管理與風險控制等。(管新潮 熊秋平, 2015:138)回顧整個譯著的翻譯過程,團隊有效地做到了以下幾點:在項目管理方面,對項目做出了選擇和評估,在與斯普林格合作的成功經驗的基礎上,預計

了翻譯的難度、團隊的實力和完成項目所需的時間。在流程管理方面,團隊采取了流程監督的方法,譯者自主反饋進程與團隊監督相結合,形成“羊群效應”。在人力與技術資源方面:譯員根據自身的特點和愛好領取任務,對翻譯中遇到的共同的難點,利用互聯網、資源庫優勢建立圖庫、語料庫。在客戶維護方面,團隊定期與斯普林格進行交流,獲得出版與銷售信息。在質量管理方面,團隊采用自審、互審、專家主審等方式,最大限度地優化了譯著的質量。在風險控制方面,團隊把控每個時間節點的任務完成量,不但將超期風險降至最低,而且提前完成了譯著。

除此之外,團隊在效益管理方面也可圈可點。正如Breese等(2015:1438)指出的“Contextualization and governance are key factors for BM to be ‘found in translation’ (語境化和規制是翻譯中效益管理的兩個重要因素[作者譯])”,團隊十分注重項目的語境化和管理規制。對於前者,團隊一方面專門研究了國際房地產經濟學及管理學方面的語料,比較相關文本,得出其語言、語篇特徵,并使譯文盡量適應國際學術話語語境。另一方面,團隊把握國際出版界對中國房地產經濟學著作的需求,使譯著從外觀設計到關注的熱點都實現了語境化。對於後者,團隊的管理既有章可循,又靈活適中,完成項目的過程中發揮出每一位成員的優勢。

隨着全球化、信息化時代的到來,“翻譯活動的工作領域、工作內容、工作形態以及工作手段都發生了劃時代的革命性的變化(楊平, 2012: 9)”。學術翻譯活動已逐漸走向國際化視野,因而更多地依賴于團隊的分工以及跨界交流合作。團隊的成功管理經驗,可為解決當今學術翻譯看重產出而疏于管理的普遍問題提供策略上的參考。

#### 5. 傳播方面

譯介的基本作用是傳播。因此,學術翻譯的基本作用是在世界範圍內傳播學術信息。信息時代,尤其是當今新媒體環境下,學術傳播已有了顯著變化:學術傳播由過去的學術機構處于主導地位,進入到“以學者為中心”的時代。當前,學術傳播的效果不僅取決于學術成果的品質,而且與其表現形式、傳播模式密切相關(張攀, 2014: 174)。因此,在譯介中國學術時,我們不僅需要考慮原著學術思想、風格的呈現,而且需要將原著作者的個性顯現出來,使之存在于譯文之中,作用于讀者的交際視閥。在傳播模式方面,除了信源對信宿的一次傳播,信息接受者對其他大眾的二次傳播也應當成為學術譯介考慮的目標。除此之外,譯介的頻度,同樣應當納入譯介學的範圍。一次傳播或者短期傳播引起的讀者反應往往難以持久,因此,以被業界認可的中國學者為中心,譯介其學術系列或可產生長期的國際影響力。

#### 四、結語

中國學術從“走出去”到“融進去”是一個延續的過程。其內涵是在世界範圍內,實現與國際學術界的平等交流與對話,並且最終建立我國的國際話語體系。這是一個系統的工程,不僅需要中國當代有代表性的學術著作作為譯源,而且需要學術界、出版界構建其譯介渠道,更需要翻譯界對如何譯介做出思考和努力。

該譯著的成功反映的不僅是翻譯程度的問題,更體現了譯者們對如何譯介中國學術的艱苦實踐和理性思考。團隊的運作方式也將作為翻譯管理經驗而推廣,譯介系列著作的做法將作為譯介傳播模式而受到重視。

譯著對譯介理論同樣具有反撥效應。誠然,譯介學為我們評價該譯著的產生過程和價值提供了理論基礎,但是反觀譯介學,依然有需要完善的空間,如非文學類文獻翻譯的應用以及信息的遺失、變形與擴展背後的動因的分析,等等。國際化背景下的翻譯管理、譯介頻度等新問題,也應是譯介學研究的對象。

總之,為了更好地實現中國學術從“走出去”到“融進去”,本土特色、國際視野和平等對話,將是今後譯介研究和實踐的方向所在。

#### Reference (參考文獻)

- [1] Ba, S. X. & Yang, X. L. 2017. *The Rise of New Brokerage and Recon-*



*struction of Real Estate Value Chain*. Xiamen: Xiamen University Press.

(巴曙鬆,楊現領.2017.《新中介的崛起與房地產價值鏈的重構》,廈門:廈門大學出版社.)

[2]Ba, S. X. & Yang, X. L. 2018. *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain*. Yue, F. et al. Trans. Singapore: Springer Nature Singapore Pte. Ltd.

[3]Breese, R. et al. 2015. Benefits Management: Lost or Found in Translation. *International Journal of Project Management*, 7, 1438–1451.

[4]Chen, J. R. 2013. Chinese Publishing Should Have the Wisdom and Aspiration in Going Globally. *Guangming Daily*, 9, 3.

(陳佳冉.2013.中國出版走出去要有頭腦和抱負,《光明日報》,第9版,第3條.)

[5]Guan, X. P. & Xiong, Q. P. 2015. Translation Management—Strategies and Technologies in Response to Language Services Industry. *Industrial Engineering and Management* No. 2.

(管新潮,熊秋平.2015.翻譯管理——應對語言服務行業的策略與技術,《工業工程與管理》,第2期,第138–143+151頁.)

[6]Xie, T. Z. 2008. Media-translatology: A New Perspective for Comparative Literature and Translation Study.

*Journal of Bohai University (Philosophy & Social Science)*, No. 2.

(謝天振.2008.譯介學:比較文學與翻譯研究新視野,《渤海大學學報》(哲學社會科學版),第2期,第33–38頁.)

[7]Yang, P. 2012. On Expanding Translation Research and Promoting Scientific Education for Translation. *Chinese Translators Journal*, No. 4.

(楊平.2012.拓展翻譯研究的視野與空間 推進翻譯專業教育的科學發展,《中國翻譯》,第4期,第9–10頁.)

[8]Zhang, P. 2014. Academic Transmission in the Age of New Media. *Academic Journal of Zhongzhou*, No. 7.

(張攀.2014.新媒體時代的學術傳播,《中州學刊》,第7期,第174–176頁.)

[9]Zhang, Y. 2003. On Expansion of Traditional Translation Research from the Perspective of Media-translatology. *Foreign Languages Research*, No. 3.

(張曄.2003.譯介學對傳統翻譯研究領域的拓展,《外語學科》,第3期,第89–91頁.)

# From “Going out” to “Going Globally” —A Book Review on the English Translation of *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* Published by Springer

WU Haohao

*School of Foreign Languages, Minnan Normal University, Zhangzhou, 363000, China*

**[Abstract]** Based on translatology, the book review is made on *The Rise of New Brokerage and Reconstruction of Real Estate Value Chain* translated by Yue Feng, Deng Menghan and Xia Chunqiu in 2018. Their translation is featured by selectness of the source text, reader-orientation, professionalism and team management. The translation is one of the newly published English version of the contemporary Chinese real estate economic literature series by Springer after its first publication of “Internet Plus” Pathways to the Transformation of China’s Property Sector in 2016. It is found that the translation has shed light on Chinese academic literature translation and globalization in terms of translational purpose, content, strategy, management and transmission. To be specific, these findings include: firstly, the fundamental purpose of Chinese academic literature translation is to merge into the international academic discourse; secondly, the selection of source text in Chinese academic literature translation is market-oriented; thirdly, global communicative translation strategy is an approach to acceptance by the international academia; fourthly, internationalized translation management guarantees academic globalization; fifthly, translating academic series is an effective mode of transmission for sustainable academic integration.

**[Keywords]** medio-translatology; cross-cultural translation; integration; academic globalization

# 接受理論關照下的中國科幻文學外譯考量 ——以《三體II:黑暗森林》為例

韓淑芹<sup>①</sup>

中國石油大學(華東)外國語學院 青島 266580 中國

**摘要:**接受理論強調“以讀者為中心”,在翻譯中譯者需充分考慮目標語讀者的接受度和期待視野。本文從接受理論視角出發,以《三體II:黑暗森林》的翻譯為例,探討中國科幻文學外譯讀者中心視角下的為“受”而譯,基於讀者的期待視野再現科幻小說的文學性、科學性和文化性。

**關鍵詞:**科幻小說;讀者接受理論;期待視野;文學特性;科學特性;文化特性

## 一、引言

劉慈欣的《三體》系列被視為中國科幻文學的裏程碑之作,該系列由《地球往事》、《黑暗森林》和《死神永生》三本書構成。由中國教育圖書出版進出口有限公司與美國托爾(Tor Book)合作,簽約美籍華裔作家、翻譯家劉宇昆翻譯第一、三部,美國人 Joel Martinsen (中文名周華)翻譯第二部。

相比之下,目前學界對美國譯者周華的譯本《三體II:黑暗森林》(以下簡稱《黑暗森林》)關注度不高。但在美國讀書網站 Goodreads 的讀者評論中,有人認為“相比第一部,第二部的譯者採用‘英式’本土化的寫作方式,從而讓英語讀者覺得在讀一本西方文學作品而不是東方作品的西方譯本……”;劉宇昆也在《三體III》的譯後記中向其致謝,感謝他帶來的翻譯上的啟發。事實上,周華本人是一位科幻迷,還曾翻

譯過劉慈欣的《球狀閃電》《思想者》等其他科幻作品,而且作為地道的美國人翻譯中國科幻小說,其翻譯能夠更好地了解 and 揣摩西方讀者需求,為西方讀者所接受。本文從接受理論的視角出發,探討《黑暗森林》譯本如何有效傳遞原文文本信息,提升目的語讀者對譯文文本的接受度。

## 二、接受理論

接受理論源于20世紀60年代,亦稱“接受美學”,該理論強調“讀者中心論”,認為“在作者、作品與大眾的三角形之中,大眾並不是被動的部分,並不僅僅作為一種反應,相反,它自身就是歷史的一個能動的構成”(周寧 金元浦,1987:24)。接受理論強調讀者關照下的跨文化語境、讀者認知心理以及視野融合。“跨文化語境維度凸顯譯者與讀者所處文化語境的差異,在保障核心內容準確翻譯的前提下,譯者應

<sup>①</sup>韓淑芹,女,副教授,碩士生導師,研究方向:翻譯教學、翻譯理論與實踐

對不符合英語語言文化表達的修辭與結構進行調整；讀者認知心理維度強調充分關照在閱讀譯本之前讀者的先在知識與期待視野，譯者應預判譯本與讀者相關知識儲備的關聯，避免造成理解誤區；視野融合則強調譯者要積極地將原文視野與讀者期待視野融為一體，使讀者能夠透徹地理解原文並實現最佳的傳播效果”(尹佳, 2016: 78)。接受理論將重心轉向讀者，譯者在翻譯過程中在關注原文本的同時，須關照潛在的目標讀者，從而實現跨文化交際目標，確保讀者對譯本的正確理解，實現讀者通過譯本了解原文文本語言、文化、知識的有效傳遞。

### 三、科幻小說及其翻譯

科幻小說作為一種文學類型，可以理解為“科學”(science)+“幻想”(fantasy)+“小說”(fiction)的複合體。科幻小說具有科學性，是基于現有科學技術對未來科技發展趨勢及其對人類社會影響的預示；科幻小說重視科學幻想，是作家構想的未知世界；歸根結底，科幻小說作為“小說”類型，具有典型的文學性。正如美國科幻小說界的泰鬥艾薩克·阿西莫夫所說：“科學幻想小說是一種文學。……寫作的目的是要使讀者(對科學)發生興趣”(郭建中, 2016: 24)。科幻小說兼具科學性和文學性的特點，同時着眼于人類作為一個種族的命運，這些特徵構成了科幻小說普適性(uni-

versality)的特點。魯迅先生認為翻譯科幻小說的目的是為了讓讀者“獲一斑之智識，破遺傳之迷信，改良思想，補助文明”(陳福康, 2000: 17)。

杜博妮教授(Bonnie S. McDougall)將英語世界的中國文學翻譯模式分為學術翻譯、商業翻譯、出于政治動機的翻譯以及個人翻譯。商業翻譯指翻譯發起人可能是譯者，也可能是文學代理或出版商。他們希望譯作能夠盡可能地吸引更多的讀者……(馬會娟, 2013: 67)目前科幻小說的翻譯大多屬於商業翻譯的範疇，《黑暗森林》的翻譯行為也不例外。此類翻譯希望盡可能吸引更多的讀者，因此讀者接受度勢必成為譯者翻譯的首要考量要素，而目的語恰好是譯者的母語，也有利于譯者從目的語讀者的視角進行翻譯考量。

### 四、接受理論關照下的《黑暗森林》譯本解析

根據接受理論的觀點，應重視讀者在翻譯中的作用，譯文成功與否的關鍵在于目的語讀者能否理解、接受該譯文，譯文能否實現與目的語讀者期待視野的融合。

#### 1.“讀者中心論”下的為“受”而譯

《三體I：地球往事》英譯本的成功為第二部《黑暗森林》的翻譯圈定了目標讀者群，可以說《黑暗森林》的英譯本是在眾多“三體迷”的翹首期盼中誕生的。因此《黑暗森林》的翻譯選擇本身就是“讀者中心”的體現；《黑暗森林》的翻譯延續了嚴謹的翻譯風格、為譯文提供了豐富



的副文本,力求實現譯文的最大化接受。

另一類典型的為“受”而譯,則是譯文中對帶有性別傾向、特別是弱化女性性別的描述進行了刪改,見例1:

例1:現在她那嬌小的身軀處于身後將傾的絕壁下,顯得格外弱小和無助。(劉慈欣,2008:82)

譯文: Now her small frame seemed tiny and helpless against the sloping cliff wall. (Liu Cixin, 2016:99)

分析:傳統意識中,女性往往被塑造為“柔弱的、順服的、依賴性的”形象,西方受女性主義思潮的影響更注重性別平等,因此譯文采取了去性別話的中性化詞“small”,規避了 delicate、gentle、weak、tender 等詞可能帶來的負面聯想。

## 2.“期待視野”下的“特性”翻譯

“期待視野”(horizon of expectation)作為接受理論的核心概念,強調讀者在閱讀任何作品之前已有的知識、觀點,類似于常說的“百科知識”,它們可以喚起讀者的記憶與期待,而科幻小說的文學特性、科學特性就構成了此類文體共同的、已有的期待視野。與此同時,讀者在閱讀中一定希冀帶着原有的期待獲得新的知識、觀點并形成新的期待視野,而中國科幻小說的魅力也在于呈現一個完全不同于西方視角的、帶有中國獨有的文化烙印的中國式科幻小說,于是西方讀者的“求異”心理也會對此產生特定的跨

文化期待。于是期待視野下的科幻作品翻譯就要側重文學特性、科學特性和文化特性三個維度。

### (1) 文學特性

科幻小說歸根結底是“小說”,因此其文學性是第一位的。科幻作品的文學性一方面體現在其主題思想中,科幻作家大多着眼于人類作為一個種族的命運,而《三體》在國外讀者中大受歡迎的原因在于“中國人越來越多地從全人類的視角來思考世界”;另一方面,任何文學作品的文學性必然體現在其語言風格上,《黑暗森林》中最典型的的就是多種修辭手法的運用。因此滿足讀者對科幻作品文學性期待的譯文應當能夠再現原文的文學主題及語言風格特色。

例2:褐蟻和蜘蛛不知道,在宇宙文明公理誕生的時候,除了那個屏息聆聽的遙遠的世界,僅就地球生命而言,它們是僅有的見證者。(劉慈欣,2008:7)

譯文: As that distant world held its breadth to listen, neither ant nor spider was aware that they, out of all life on Earth, were the sole witnesses to the birth of the axioms of cosmic civilization. (Liu Cixin, 2016:8)

分析:《黑暗森林》的“序幕”中以褐蟻這一象徵意象開篇,褐蟻與蜘蛛、褐蟻與人類,“它們彼此都感覺到了對方的存在,但同過去的一億年一樣,雙方沒有任何交流。”以整部小說的脈絡

來看,褐蟻象徵着宇宙文明,褐蟻的一系列活動和感知就如同宇宙文明中的人類文明和三體文明,是整本書主題和情節的鋪墊。爲了凸顯這一宇宙文明之間的“黑暗法則”,譯文改變了原文的語序,將 *that distant world held its breadth to listen* (遙遠的世界屏息聆聽) 放在句首作爲前景化信息 (*foregrounding*) 凸出小說的背景;原文中的“在宇宙文明公理誕生的時候”這一時間介詞短語則譯爲“見證”的賓語 *the birth of the axioms of cosmic civilization*, 于是“宇宙文明公理”成爲一種既定事實的存在。

《黑暗森林》的中文原文中作者採用了明喻、暗喻、擬人、反復、對仗、仿擬、反問等多種修辭手法,譯文中對修辭手法的處理也是可圈可點。

例3:他想:過去不是夢,過去還是找上門來了。(劉慈欣,2008:291)

譯文: *The past isn't a dream, Luo Ji thought. The past catches up with you.* (Liu Cixin, 2016:341)

分析:羅輯蘇醒後感覺“過去真的是一場夢了”,然而很快艦隊聯系會議特派員喬納森就找到了他去參加面壁計劃的最後一次聽證會。于是不由感慨“過去還是找上門來了”,以擬人修辭說明難以擺脫“過去”的窮追不捨。英譯文“*The past catches up with you*”復現了原文的擬人修辭,按照柯林斯詞典的釋義“*if something catches up with you, you are forced to deal with some-*

*thing unpleasant that happened or that you did in the past, which you have been able to avoid until now*”,直譯再現了原文的文學化語言。

例4:在互聯網浩瀚的信息海洋中,有一個偏僻的角落,在這個角落裏,也有一個偏僻的角落,在這個角落的角落裏,還有角落的角落的角落,就在一個最深層的偏僻角落裏,那個虛擬的世界復活了。(劉慈欣,2008:27)

譯文: *In one remote corner of the vast sea of information on the Internet, there was a remote corner, and in a remote corner of that remote corner, and then in a remote corner of a remote corner of that remote corner—that is, in the very depths of the most remote corner of all—a virtual world came back to life.* (Liu Cixin, 2016:34)

分析:原文讀起來如繞口令一般的“角落”一詞反復出現令人印象深刻,譯文以同樣多的 *remote corner* 再現了原文的反復;但如此冗長的修飾語在漢語這種意合的語言中也許無可厚非,在英語中則很可能給人頭重腳輕之嫌。譯者採用破折號的特殊結構,英文破折號可以起到解釋性說明和強調破折號之後內容的作用,直譯加增譯既保留了原文的語言特色又符合英文讀者的閱讀期待。

## (2)科學特性

例5:“鐵隕石數量不多,祇占隕石總數的百分之五,而且這三塊成色都

很好。您看，這一塊是八面石，這塊是副鎳角礫斑雜岩，看這上面的交錯條紋，這叫韋氏條紋；這種平行的叫牛曼條紋；這種含有錐紋石，這塊有鎳紋石，這可都是地球上沒有的礦物。”（劉慈欣，2008：224–225）

譯文：“Iron meteorites are not very common. They represent just five percent of all meteorites, and these three are fine specimens. See here—this one’s an octahedrite. Look at the crisscross pattern on the surface. They’re called Widmanstätten patterns. And here’s a nickel-rich ataxite. These parallel lines are called Neumann lines. This piece contains kamacite, and this one is taenite, a mineral not found on Earth.” (Liu Cixin,

2016:264)

分析：原文中對隕石的描述採用了術語表達，“八角石”、“韋氏條紋”、“錐紋石”等，此類科技術語的英譯應體現科學化、術語化的特點，譯文中的措辭 octahedrite、ataxite、kamacite、taenite 均為地質專業英語詞匯，所有詞的後綴-ite 即表示“石頭”的概念，相同的後綴專業詞匯可以給讀者展現科幻小說的科學性、嚴謹性和專業性；而“韋氏條紋”和“牛曼條紋”本就源自英文，Widmanstätten patterns 和 Neumann lines 屬於成功的“回譯”，體現了譯文的專業性，符合讀者閱讀科幻小說所期待的科學期待視野。“科技文體最大特點是準確，翻譯過程中就必須恪守再現倫理模式”（李先玉，2016：44），同理翻譯

表1 腳注中的文化信息分類

類別	內容
稱謂詞	小；老；子
文學作品	《三國演義》、《銀河英雄傳說》
人物介紹	劉步蟾、王小波、東郭、西子
地點	威海衛、敦煌、西柏坡
諺語或俗語	不孝有三，無後為大；深挖洞、廣積糧、不稱霸；我不下地獄，誰下地獄？
文化現象	工業券
錢數換算	注釋7和19都是人民幣換算成美元後的錢數
其他	八一、基地組織

科幻小說中的科技內容也需要“再現”原文的科技特徵,才能滿足譯文讀者的科學期待視野。

### (3)文化特性

譯者翻譯時使用了豐富腳注作為副文本,值得注意的是因為中西方文化背景的差异,中英文讀者的先在文化知識不同,因此對應目的語文化的譯文腳注與原文腳注并非對應,而是譯者另起爐竈,基于譯文讀者的期待視野提供文化注解。譯本中共有26條腳注,除6條科技術語注釋外,其餘20條均為文化信息注釋,按照其類別可分為8種類型,見下表1:

以副文本形式呈現的腳注與譯文本相呼應,為譯文讀者提供了先見知識之外的文化信息,也為滿足譯文讀者獲得新的文化視野提供了可能。

例6:史強沉默良久,說:“不孝有三,無後為大……”(劉慈欣,2008:146)

譯文: After a lengthy silence, Shi Qiang said, “Three things are unfilial, and having no issue is the greatest.” (Liu Cixin, 2016:172)

*Translator's Note:* This famous quote about filial piety appears in *Mencius*, a collection of conversations and anecdotes related to the Confucian philosopher of the same name, who lived in the late fourth century BC.

分析:譯文避開了原文中“後”特指“兒子”所可能帶來的性別歧視質

疑,選用 issue (the immediate descendants of a person),該詞在法律術語中指“直系繼承人”,更貼近英文讀者的認知視野;而腳注中說明該句關於“孝道”的引用出自《孟子》,并介紹孟子是公元前4世紀後半葉的儒學宗師,《孟子》一書是孟子言論及活動的匯編。通過腳注提供相關文化背景知識并介紹了中國古代儒學家及其著作,從而拓展了英文讀者渴望了解中國傳統文化的期待視野。

### 五、結語

在當下中國文化“走出去”的背景下,目的語讀者接受成為檢驗翻譯成功與否的重要標準。接受理論強調以“讀者為中心”,注重讀者的先在知識和期待視野,譯者應充分關注潛在的目標讀者這一接受群體,在翻譯過程中注重對原文本語言文化語境的復現、調整或刪減,從而實現譯文在目的語讀者群體中的有效接受。“正確把握讀者反應,并使之與翻譯方法有機結合起來關係到翻譯的得失”(秦洪武,1999:48)。中國科幻小說的翻譯,既要滿足英文讀者對科幻小說的文學特性和科學特性兩大科幻小說共性的接受,從而契合英文讀者先在的期待視野;也要滿足英文讀者對跨文化的中文科幻小說文化特性的接受,有效傳遞其獨特的中國化的文化特色,實現英文讀者拓展已有期待視野的需求。



## References (參考文獻)

- [1]Chen, F. K. 2000. *History of Chinese Translation Theories*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.  
(陳福康.2000.《中國譯學理論史稿》,上海:上海外語教育出版社.)
- [2]Guo, J. Z. 2004. *Translation of Popular Science and Science Fiction: Theory, Techniques and Practice*. Beijing: China Foreign Translation Press.  
(郭建中.2004.《科普與科幻翻譯:理論、技巧與實踐》,北京:中國對外翻譯出版社.)
- [3]Jauss, H. R. (translated by Zhou, N. & Jin, Y. P.) 1987. *Reception Aesthetics and Reception Theory*. Shenyang: Liaoning People's Press.  
(姚斯.1978.《接受美學與接受理論》,沈陽:遼寧人民出版社.)
- [4]Liu, C. X. 2008. *Three Body Problem: The Dark Forest*. Chongqing: Chongqing Press.  
(劉慈欣.2008.《三體:黑暗森林》,重慶:重慶出版社.)
- [5]Liu, C. X. (translated by Joel Martinsen). 2016. *The Dark Forest*. New York: A Tor Book.  
(劉慈欣,周華譯.2016.《黑暗森林》,紐約:托爾出版社.)
- [6]Li, X. Y. 2016. EST Translation from the Perspective of Translation Ethics: A case study of *Brief History of Time and The Theory of Everything*. *Chinese Science & Technology Translators Journal*.  
(李先玉.2016.翻譯倫理視角下的科技翻譯——以《時間簡史》和《萬物理論》為例,《中國科技翻譯》,第1期,第40-42頁.)
- [7]Ma, H. J. 2013. Translation of Modern and Contemporary Chinese Literature in English World: Status and Problems. *Chinese Translators Journal*.  
(馬會娟.2013.英語世界中國現當代文學翻譯:現狀與問題,《中國翻譯》,第1期,第64-69頁)
- [8]Qin, H. W. 1999. The Significance of Reader Reception in Translation Theory and Practice. *Foreign Languages*.  
(秦洪武.1999.論讀者反應在翻譯理論和翻譯實踐中的意義,《外國語》,第1期,第48-54頁)
- [9]Yin, J. 2016. Readers' Acceptability in Foreign Publicity Translation from Reader Reception Theory——Interviews with Huang Youyi and Xu Mingqiang. *Chinese Translators Journal*.  
(尹佳.2016.從讀者接受理論看外宣翻譯中的讀者關照——黃友義、徐明強訪談錄,《中國翻譯》,第5期,第76-80頁.)

# Translation of Chinese Science Fictions under Guidance of the Reception Theory: A Case Study of *The Dark Forest*

HAN Shuqin

*School of Foreign Studies, China University of Petroleum, Qingdao, 266580, China*

**[Abstract]** *The reception theory emphasizes reader-centeredness and therefore translators should take into full consideration of the reception and expectation of potential target readers. This paper applies the reception theory, based on the analysis of the translation of *The Dark Forest*, explores the fulfillment of reader-centeredness and the representation of literariness, scientificity and culture-specificity in translating Chinese science fictions.*

**[Keywords]** *science fiction; the reception theory; expectation horizon; literariness; scientificity; culture-specificity*

# 大數據時代背景下人工譯員的生存空間

張旭光<sup>①</sup>

遼寧生態工程職業學院 沈陽 110122 中國

**摘要:**本文以文化與審美、翻譯倫理和目的論為理論基礎,以大數據翻譯和人工翻譯為對象,通過定性研究的方式,探討早期機器翻譯和大數據翻譯的運算模式并且指出其弊端,進而和人工翻譯比較并且提出人工翻譯的適用範圍和優越性,從而得出結論:大數據翻譯既無法也不應該取代人工翻譯的全部領域,但是可以輔助人工譯員從事重複性工作以此提高工作效率;同時,人工譯員必須提高翻譯能力,以此在優勢領域保持競爭力和生存空間。

**關鍵詞:**大數據翻譯;人工翻譯;文化與審美;翻譯倫理;目的論;生存空間

## 一、大數據翻譯的緣起

中國古代西周時期的《易經》提出道的概念,將世界分為天地兩儀,再以二進制進行匹配,衍生出八卦、六十四卦,進而生化出天地萬物。隨着科技發展,二進制的運算模式被西方採用,并由約翰·紐曼發明了電子計算機。但是,彼時數據需借由硬盤等設備存儲并由CPU單機運算。繼太陽電腦公司及亞馬遜集團于1983年和2006年春先後推出“網絡是電腦”的理念和彈性計算雲服務之後,谷歌在2006年秋提出了雲計算的概念。雲計算技術以互聯網為依托進行數據傳輸,解決了存儲設備小、運算速度慢等問題,實現了大量數據的瞬時運算。這就是大數據的前世今生。

時至今日,大數據時代關照下的人工智能已經融入我們的日常生活,甚至已經在某些領域超越了人類智商。悄無聲息之間,大數據已經作為一場科技革

命,顛覆了傳統工業的運作模式。翻譯行業自然也不例外。

目前,谷歌提供百餘種翻譯服務,百度提供數十種翻譯服務。靈格斯、有道、金山詞霸等公司也在陸續分割市場。由于具有“Volume(大量)、Velocity(高速)、Variety(多樣)、Value(價值)”(馬兆林,2015:11)的4V特徵,在綫翻譯以其準確性、及時性、便利性、質優價廉和支付簡單等特點,逐漸成為主流的翻譯模式,侵吞了大部分翻譯市場。僅谷歌翻譯早在2016年就可以每天為超過兩億人提供多種語言免費翻譯服務了。這對人工譯員造成了極大的衝擊。

## 二、大數據翻譯研究現狀

隨着雲計算技術的實現,對於大數據翻譯的研究逐漸拉開了帷幕。就大數據翻譯研究的動向而言,基本可以劃分為學界研究和行業研究兩大陣營。

<sup>①</sup>張旭光,男,講師,研究方向:翻譯理論與實踐

基金項目:本文系“AI時代翻譯技術教學與研究國際研討會暨2019年世界翻譯教育聯盟翻譯技術教育研究會年會”的會議論文

## 1. 學界研究

首先,諸多專家已經率先在機器翻譯領域著書立說,國內比較著名的包括《機器翻譯研究》(馮志偉,2004)和《計算機翻譯研究》(張政,2006),前者論述了國內外多種機器翻譯系統的運算理論和機制,後者探討了機器翻譯史和機器翻譯的適用範圍。國外比較著名的包括《Computational and Quantitative Studies》(Halliday, 2007)、《The Spoken Language Translation》(Manny Rayner & David Carter 等, 2010)和《Computers and Translation》(Harold Somers, 2012),前者從概率語法、語料庫、智能計算等角度對語言的機器翻譯進行了思考,中者從語料庫、語言覆蓋、語言處理三個層面對詞匯識別、語法認知、語料庫數據收集、多種語言覆蓋、語言識別、聲音模塊、多語言翻譯、方言處理等問題做了論述,後者研究了記憶系統、本地化、民族方言、語料庫、商業語言、網絡翻譯、受控語言等問題。此外,以大數據翻譯為研究對象的諸多論文分別對翻譯教學、商務英語、譯者狀況、翻譯生態等領域進行了研究。

第二,中國比較文學學會和中國翻譯協會于2017年10月在沈陽聯合舉辦了“大數據時代下的翻譯”高層論壇。來自各大高校的專家、學者、教授就翻譯與自然科學、翻譯與人文科學、“一帶一路”下的外譯研究、語料庫、機輔翻譯、人工智能和計算機輔助翻譯教學等議題展開了討論。

可見,學界對於大數據翻譯的研究,主要針對於宏觀層面的思考和特殊領域的建制進行展開,譬如認知技術、語料庫、歷史發展和社會意義等。但是,對於翻譯公司在數據時代的經營、運作、譯員狀況和客戶需求等微觀問題,並沒有給予廣泛關注。

## 2. 行業研究

一方面,百度、有道、靈格斯等公司在提供高質量免費在線翻譯的同時,向對譯文有更高質量需求的客戶提供有償服務。而且,谷歌公司在保留計算機翻譯服務的同時,率先進軍移動市場,與華為集團簽約,將翻譯軟件固化在華為手機中,對手機用戶提供移動在線翻譯,而其移動端的語料庫已經用龐大的句子語料庫取代了諸如海詞詞典等詞典軟件所提供的單詞查詢技術。

另一方面,諸如SDL等公司已經將研究方向拓展到翻譯教學軟件領域,力圖開發翻譯教學輔助軟件、學生兼職翻譯工作平臺等多種服務項目,以此瓜分教育市場。

所以,與學界不同的是,行業研究並不關注翻譯現象和翻譯活動的宏觀思考,而是更注重翻譯軟件開發、語料庫建設和便捷程度的升級,並以此實現提升客戶滿意度進而爭奪市場份額的最終目的。

另外,值得一提的是,《應用翻譯研究:大數據與本地化視角》(岑秀文編撰,2016)按照政府編、企業編、文化編、學術編和教師發展編五個類目收錄了



23篇論文從不同角度對大數據翻譯進行了探討。可見,學術陣營和行業陣營的研究齊頭並進,互相指導,互相借鑒,使大數據翻譯研究成爲一個系統。

### 三、大數據翻譯的工作方式和弊端

大數據技術是以雲計算作爲基礎並以互聯網進行數據傳輸的運算模式。所以,大數據翻譯必須依托雲計算和互聯網這兩個必要條件才能完成。雲計算是由采用幾萬臺甚至上百萬臺服務器所構成的虛擬超級計算機進行運算的技術,特色在於對海量數據的挖掘能力和瞬間處理能力。所以,從本質上講,大數據翻譯和早期機器翻譯擁有共性,即這兩者的翻譯過程都屬於基於數學運算的數學行爲。這個核心問題在早期機器翻譯和現如今的大數據翻譯中都有體現。

#### 1. 早期機器翻譯的工作方式和弊端

“早期機器翻譯采用基於規則的運算系統,包括直接翻譯系統、轉換系統和中間語言系統,分別在詞義對應、句法對應和中間語言轉換的層面上進行翻譯操作。”(馮志偉,2004:40-42)雖然運算過程是按照程序員所編寫的程序執行,但是,“計算機無法進行常識推理。”(Harold Somers,2012:121)所以,在翻譯過程中,不可能有人類心理因素和情感因素的參與。因此,時態、被動語態、虛擬語氣等需要利用常識和邏輯推理才能完成的項目,對於以數學運算爲核心的機器翻譯而言,是鞭長莫及的。

所以,早期機器翻譯祇能在規則運算的層面上采用直譯法進行源語和目標語的轉換,而無法將“直譯法、套譯法、意譯法、解釋法等翻譯方法結合起來。”(劉星光,2015:29)因此,沒有藝術創造力的參與,無法達到人工翻譯的效果,甚至產生翻譯錯誤,存在着弊端,難以令人滿意。

#### 2. 大數據翻譯的工作方式和弊端

大數據翻譯規避了早期機器翻譯的基於規則的運算系統,另辟蹊徑,以語料庫、雲計算和網絡傳輸作爲依托。雖然得益於雲計算對分布計算、并行計算、效用計算、網絡存儲、虛擬化、負載均衡和熱備份冗餘等技術的融合,大數據翻譯能夠完成毫秒級別的實時翻譯運算,但是任何事物都是雙刃劍。大數據翻譯在提高翻譯速度的同時,也存在着問題。

首先,“在基於統計的機器翻譯方法中,知識的表示是統計數據,而不是語料庫本身;翻譯知識的獲取是在翻譯之前完成,翻譯的過程中不再使用語料庫。”(馮志偉,2004:44)因此,基於統計的機器翻譯的實現過程中所依托的兩個變量,即,運算中可供選擇的語料庫的範圍和長期運算中具體詞匯自然選擇所累積的統計學概率,直接決定了目標文本的生成,也勢必在廣大受衆中引領語言的走向。因爲,在翻譯之前,機器就已經自動選擇了統計數據較高的譯文語素作爲輸出選項,而沒有考慮該統計數據所對應的譯文語素的文化層次。

換言之,該譯文語素選項并非因為其文化層次較高而祇是因為大多數人都在使用,才被基于統計的機器翻譯系統標記為較高的統計數據并默認使用這個語素輸出翻譯結果。同時,那些統計概率較低的語素就會在翻譯過程中被機器屏蔽掉。因此,在某種程度上,基于統計的機器翻譯扮演着剔除文化精華的角色,既會使很多燦爛的語言文化消亡,又會使語言文化的走向變得單調,甚至產生畸變。

第二,“在基于實例的翻譯方法中,雙語語料庫本身就是翻譯知識的一種表現形式,翻譯知識的獲取在翻譯之前沒有全部完成,在翻譯過程中還要查詢并利用語料庫。”(馮志偉,2004:44)所以,客戶為了翻譯而上傳原文的過程,也是翻譯公司獲取信息并累積語料庫的過程。用戶參與即要收集某些用戶數據,這便不可回避地產生了隱私泄露的擔憂、問題和後果。基于實例的翻譯中的數據對於提供翻譯服務的公司而言是透明的。一旦這些企業把客戶數據拿去另作他用,後果不堪設想。另外,雖然在采用基于實例的翻譯時很多廠商都承諾盡量避免收集用戶隱私,即使收集了也不會泄露或使用。但是,把所收集的原文作為資源進行學習以形成更為龐大的語料庫并以此語料庫向其他客戶提供翻譯服務,這種做法本身就是信息泄露的行為。所以,基于實例的機器翻譯方法,“不需要花費大量人工去調試規則庫,翻譯的效果隨着語料庫的增

大逐步提高”(劉群,2008:8)的前提就是語料庫所獲得的實例逐步增多,而其背後所映射的問題就是客戶群所泄露的信息逐步增多。

#### 四、人工譯員的生存空間

##### 1. 文學翻譯對人工譯員的需求

作為翻譯體系的子系統之一,文學翻譯因其在文化缺省、文化意象和美學意義三個層面的特殊性,無法被機器翻譯代替,為人工譯員保留了生存的空間。

##### (1) 文化缺省語境

首先,泰特勒(A·F·Tytler)認為,“譯作應該完全再現原作的思想。”(楊建華,2009:108)換而言之,有效的翻譯的基礎是原文信息的等效傳遞。所以,決定翻譯質量的關鍵因素之一在于,譯者在實施翻譯行為之前是否對信息源的信息進行完整獲取,而信息源的信息包括兩部分,即信息內容和信息背景。正如奈達(Eugene A. Nida)所述,“任何一種交際都有八大要素:信息源、信息內容、信息受體、信息背景、信碼、感覺信道、工具信道、噪音。”(譚載喜,1998:26)

大數據翻譯之所以能夠處理科技文本,是因為科技文本多是以規範性的受控語言按照行業的體例書寫,能夠對文本的信息進行充分表達,為原文讀者和譯文讀者提供了相同的信息含量。基于大數據的機器翻譯,祇需識別文本的字面信息內容就能完成對信息源的全部信息進行正確識別和完整獲取。

但是,文學文本却與科技文本有所不同。就文學文本而言,作者在創作之初,就假定了作品的目標讀者範圍是本國讀者,所以在行文中對於本國讀者共同了解的信息背景即文化語境進行了無意或有意的省略。當作者認為沒有必要羅列基于共同認知的文化語境信息時,就會無意地省略信息。當作者認為省略掉某些文化語境信息可以達到幽默、暗示或諷刺的效果時,就會有意地省略信息。因為文學作品需要在文化中獲得生命和營養,所以文化缺省就導致了問題。作為目標讀者的本國讀者可以通過原文給定的信息補全省略的信息,獲取原作期望表達的信息源和效果。但是,目標讀者之外的譯作讀者,由于不具有和目標讀者共同的文化認知,單純依靠大數據翻譯所提供的字面信息,就祇能獲得信息內容,却無法獲得信息背景,使信息源的獲取造成遺漏。其中,信息背景,即信息交流的文化語境是一個非常龐大而且復雜的認知系統,按照霍爾的理論,“文化的精髓完全處於隱藏狀態,可見之處僅為‘冰山一角’。”(Katan, 2004: 29)越是歷史悠久文化深厚的國度,文化的密度和張力就越大,語言的顯性信息就越少,語言的隱性信息就越多。所以,文化缺省所導致的大量信息必然造成譯入語讀者理解的障礙。在這種情況下,祇有人工譯者將隱藏在字面下的隱性信息進行大量的挖掘、分析、處理並進行有效的補充,才能完整地完成信息源的獲取任

務。

由于大數據翻譯是數學行為,以規則、統計、實例的方式,通過文字比對進行運算,所以,判斷採取哪種譯文的前提是,提供足夠多的上下文作為語境進行運算。但是,大數據翻譯目前的運算能力僅僅是通過臨近的幾個詞匯和短語判斷上下文的關係,這是遠遠不夠的。因為上下文的語境信息很可能要跨越段落,甚至文學寫作中的“首尾呼應”現象的信息點祇存在于起始段落和結束段落之中,這不是大數據翻譯能夠解決的。例如,“他捅了馬蜂窩”有兩種含義。字面意義是,他採取暴力手段破壞了馬蜂的巢穴。文化含義是,他惹了麻煩。所以,百度翻譯的查詢結果是,“He poked a hornet's nest”,完全忽略了文化語境的信息,使文化缺省成為了大數據翻譯的劣勢,使人工譯員的人工翻譯得到了保留的必要和發揮的空間。

## (2) 文化意象錯位

當翻譯活動進行到第二個環節,即在已經獲得信息源的全部信息之後開始進行信息傳遞,就需要面對信息和信息受體之間的問題。在這個環節,譯者必須深知兩國文化,才能進行正確有效的翻譯,否則就會造成文化意象錯位。文化意象錯位,就是兩個國家因為政治、歷史、民俗等原因對共同的物質賦予了不同的文化寓意。文化意象錯位不能得到解決的直接結果,就是導致譯入語讀者對原文的錯誤理解,甚至造成事故。



譬如,貓頭鷹在中國是不詳的象徵,在西方却是智慧的象徵;喜鵲在中國代表着吉祥,在西方却傳遞着多嘴多舌的嫌疑。這些文化意象錯位的現象,大數據翻譯難以處理,必須依靠人工譯員在通曉源語和譯入語文化的情況下才能規避錯譯的風險。

具體物質的文化意象錯位尚且如此嚴重,抽象物質的文化意象錯位問題更是如此。試以“禮貌”為例加以說明。李鴻章訪美時,在美國境內的中餐館宴請名流,“我們略備粗饌,聊表寸心,沒什麼可口的,實在不成敬意,請各位包涵。”(陳德彰,2005:243)陪同口譯忽略了兩國文化意象對於“禮貌”的不同理解,翻譯為,“We've just prepared some poor food and nothing is so delicious as it should be. Perhaps these dishes can't even help to show my kindness to you all. Please excuse me.”(陳德彰,2005:243)由于中西方對於“禮貌”的文化意象有不同理解,口譯人員按照字面意義翻譯,導致了文化意象錯位,造成了國際交流的障礙。素質不佳的口譯人員尚且不能靈活變通,以數學運算為基礎的大數據翻譯更是難以解決問題。

另外,對於同一行政架構下共用同種官方語言的多民族國家而言,翻譯過程中出現的文化意象錯位問題更加普遍。雖然不同民族的人由于歷史原因、政治原因或多種原因的共同作用在同一行政架構下生活并使用同一種語言,但是各民族因為文化差異的長期作用

對同種語言賦予了不同的寓意。對於這類語言文字的翻譯,必先考慮文字的民族來源,才能確定語言攜帶的文化信息。大數據翻譯對於文本的民族隸屬問題不具備邏輯判斷能力,便很難正確處理這些文字所隱含的不同文化含義。試以漢語“錘子”一詞為例進行說明。首先,按照字面意義,“錘子”是一種工具,翻譯成英文是“hammer”。(北京外國語學院英語系漢英詞典編寫組,1978:109)但是,“錘子”一詞在東北地區和四川省却被賦予了不同的文化含義。由于羅永浩先生出生于吉林省并因其“彪悍”的教學模式影響了一代東北人,而後退出培訓業轉產手機行業,以“錘子”為手機命名,所以“錘子”在東北地區,除了本意“工具”之外,被賦予了“手機”和“彪悍”兩層含義。但是,在四川地區却有所不同。四川人對於“錘子”一詞,除了本意之外,理解成“傻子、缺心眼兒”。所以,在捕捉信息的階段,大數據翻譯因為無法判斷語素的民族信息,便無法決定應該選擇何種文化意象,最終導致無法形成信息的正確判斷。第二,“錘子”的英文釋義“hammer”由于文化意象的作用,在西方國家已經被賦予另外一種含義,“悍馬”車、“軍用級別的戰車”。這就使信息向信息受體傳達的過程中再次遇到文化意象的考驗。文化意象,一來一去,使信息在傳遞過程中變得撲朔迷離,令大數據翻譯難以招架。因為文化意象是以生活為基礎在長期心理感覺的作用下由共同生活在某一



區域的人們一起賦予的,這個過程經歷了生活的積累、心理的參與和美的賦予,所以人工譯員可以通過社會認知體系構架下的邏輯判斷解決矛盾所導致的偏差,提高翻譯的可能性、有效性和準確性,為人工譯員保留了生存的空間。

### (3) 翻譯美學

作為文化的結晶,詩詞歌賦是文學翻譯中不可避免的文體,這在中國文化外譯工作中尤為多見。由於文體的特殊性,古文和詩詞歌賦的翻譯工作不在大數據翻譯的服務領域之內,必須由人工譯員採用人工翻譯的方式承擔。因為詩人往往通過語不驚人死不休的語言傳達深厚的美感。正如,翻譯家拉姆斯登(Joseph Ramsden)所言,“翻譯之美集中表現於修辭美、意境美、風采美、形象美、典型美與宏觀美。具有上述美感的譯品能起潛移默化、陶冶感染的作用,可使讀者獲得感情上的享受和精神上的滿足。”(黃龍,1988:84)

首先,詩歌為了達到格律的要求,使用凝練的語言將字數限制在規制之內,進而必須借用典故所暗含的大量信息補充規制的字數限制所造成的難以表達思想的問題,以此使信息充實、飽滿,進而為讀者打開聯想的空間並呈現給讀者廣闊的視域。祇有深諳源語典故的人,才能在各種詞語的關聯和影射中,推斷出作者想要傳達的信息。

第二,作為可以配樂吟唱的藝術文體,詩詞歌賦遵循一定的格式和韻律,

其中凝結了中華民族古典文化的美學意義。在西譯時,若祇顧及字面意義和文化內涵的傳達,而破壞了結構、韻律的美感,將會使原文的美學色彩大打折扣,使翻譯活動成為一種失敗。

第三,詩詞歌賦多是作者在情緒波動時的情感凝結。所以,主觀因素較多、主觀感情深厚。今人無法設身處地經歷作者的處境,就難以感同身受。若不調用感情去超越時空假想一番,又怎麼能夠體會得到作者的愛恨情仇、喜怒哀樂、嬉笑怒罵、愁苦嗟嘆、癡狂痴嗔、疑詫默淡等情懷究竟各是為哪般。

以上提到的三個方面,是文學翻譯不可規避的審美問題。審美必須融合社會認知、邏輯判斷、情感參與和責任意識才能解決,對於大數據翻譯而言,目前是望塵莫及的。人工譯員,在情感和邏輯的參與下,“翻譯前必須了解作者的精神與人格,必須經過判斷、推理、演繹、歸納、抽象、升華等一系列再創作的過程”,(黃龍,1988:29)融合原作的信息和韻律,進行深度加工之後再輸出譯文,才能達到美學效果。這為人工譯員保留了生存空間。

### 2. 文化倫理

前文提到,基於統計運算的大數據翻譯,會因為統計概率的運算模式,在長期的標記、篩選和使用過程中使語言發生狹窄化、單一化的畸變。

但是,人工翻譯卻擺脫了統計運算的概率模式,使譯者主體性得到充分發揮,允許譯者根據目標讀者的文化層次

選擇譯入語的用詞範圍。譬如,人工譯員可以在實現《論翻譯的原則》(A·F·Tytler, 1970)中所提出的“譯文應該完全再現原文的思想,譯文的風格和筆調應該與原文的性質相同,譯文應該和原文同樣流暢。”(楊建華,2009:108)的基礎上,追求嚴復提倡的“信、達、雅”中的“文雅”標準,為迎合風雅文士之流的目的語讀者而刻意采用高風雅致的語匯作為譯入語文本的用詞範圍。因此,使語言能夠依照不同社會群體的喜好得到使用和推廣,為保留文化和語言的多樣性做出貢獻。

在此試舉一例加以說明。與漢語詞匯“說”對應的英語詞匯包括“talk, relate, opine, utter, vocalize, phonate, declare, claim, pronounce, articulate, express, chant, coo, remark, narrate, report, announce, assert, ejaculate, broach, chat, gossip, patter, palaver, gab, crack, snap, snarl, shout, bellow, growl, bark, yell, converse, discourse, deliver, address, prattle, parley, enunciate, voice, emit, recite, grumble, murmur, mumble, mutter, whisper, jabber, babble, gabble, clamor, bawl, thunder, boom, scream, shriek, screech, squawk, rave, waffle, twaddle, harangue, confer, disclose, deliberate, plead, etc.”(陳德彰,2005:43)而與英語詞匯“cut”對應的漢語詞匯包括“切、割、截、剝、斬、削、鋤、砍、劈、剖、拉、宰、伐、剪、裁、刻、修、刺、戳、挖、捅、扎、刈、斫、剡”。(陳德彰,2005:44)這種

情況,在古文翻譯尤其是典籍翻譯裏尤為多見,各種實例,不勝枚舉。儘管語言如此豐富,但是目的語中的大多數詞匯都將因為大數據翻譯基於統計運算的“擇優錄取”而被淘汰。

語言多樣性是文化多樣性的外顯形式之一。大數據翻譯必然在長期的淘汰機制裏,使語言的多樣性消解,甚至使文化走向枯竭。祇有人工譯員可以在有意識參與的情況下,豐富譯文語言的多樣性,使語言文化得到繼承和發揚。

### 3. 交際語境對人工譯員的需求

作為翻譯體系的子系統之一,交際翻譯因其特殊性,難以被機器翻譯代替,為人工譯員保留了生存的空間。

#### (1) 基於商務目的的改寫

多元系統學派的伊塔馬·埃文·佐哈爾(Itammar Even-Zohar)認為,“翻譯文學與本國文學的關係,翻譯文學與社會、文化、歷史的關係,構成了一個個子多元系統。這些系統相互交叉、相互影響、相互依存,構成了整體文化的大多元系統。”(劉軍平,2009:330)文化學派的蘇珊·巴斯奈特(Susan Bassnett)此為基礎,將翻譯研究的視野拓展到“目的語系統中對翻譯文本規範的接受,以及目的語文化中譯本的取捨原則。”(劉軍平,2009:339)就取捨原則而言,文化學派的勒菲弗爾(Andre Lefevere)進一步指出,“翻譯是一種改寫,改寫即操縱,翻譯的改寫是為特定的意識形態服務的手段。改寫或翻譯必定受到目的語文化詩學、文學觀念和意識形態規範的制

約,譯者在此規範內進行操作。”(劉軍平,2009:418)而功能學派的弗米爾將影響翻譯的宏觀因素具體化到可見的微觀層面,“翻譯‘目的’成為翻譯的功能,原文和譯文的互動由翻譯的目的來決定。翻譯的目的根據接受者不同,而會有所不同。譯者應該用最適當的翻譯策略來達到目的語文本意欲達到的目的。”(劉軍平,2009:377)所以,Masao-mi Kondo強調,“就本質而言,已經沒有爭論的必要了。因為字字對應的翻譯策略是沒有立足之地的。”(Katan,2004:13)在這種情況下,翻譯的信息源已經不局限于文本本身,而需要在其他因素的參與下按照特殊目的進行變化。大數據翻譯勢必很難捕捉變更後的信息源,造成翻譯的疏漏甚至錯誤。而人工譯員恰恰可以在溝通與協調的過程中,對翻譯意圖進行明確,對原文進行調整,進而獲得完整的信息源,確保翻譯工作向着有效的方向進行。

這些必須面臨操控和改寫的文體在商務翻譯活動中比較多見。在此試舉一例佐助證明。甲方委托旅行社安排甲乙雙方老總到草原商旅,看到草場退化成了漫坡黃土,甲方老總對旅行社工作人員說,“這裏的風景,可真美啊!”大數據翻譯根據語言文本翻譯成“The scenery here is really beautiful.”雖然字面意義合理,但是却忽略了發言人語氣中所隱含的真正意圖,造成了誤譯,使甲乙雙方之間的人際關係產生了摩擦。相反,人工譯員卻可以通過發言人的語氣

和表情捕捉到隱藏信息,了解到發言人所想表達的真正意圖是失望和諷刺,將文本翻譯成,“Our manager is disappointed with this travelling arrangement.”使信息得到正確的理解和傳達,使旅游公司能夠及時調整,進而保證企業洽談與合作能夠向着和諧而又積極的方向發展。

## (2) 基于符號功能的改寫

在口譯現場,尤其是在陪同口譯現場,發言人的講話內容並不能構成所有的源語輸入信息。發言人的手勢、說話語氣和所提交的圖表或物品都在傳達着隱含的信息或意圖。正如奈達所言,“翻譯是一種可以被系統描述的行為,它與不同學科相聯系,以一系列科學學科為基礎,包括心理學、語言學、交際理論、人類學和符號學。”(佟穎,2016:13)而Ferdinand·De·Saussure在《普通語言學教程》中論及,“符號的任意性又決定人們創造和使用符號必須在一定的社會環境中,得到社會集團的共同認可,而符號一經確定便不容許任何人隨便更改。”(佟穎,2016:18)所以,發言人已經在與口譯人員的長期配合中,對於手勢、語氣和所提交的圖表或物品形成了一套僅限于兩個人共同認知的符號體系。舉個不夠雅觀却很形象的例子,趙本山在小品《老伴》中說:“我說蒜,你就應該知道,我要的是紫皮獨頭的。”

針對這種情況,大數據翻譯祇能識別發言人的語言信息,對於發言人的肢體語言、說話語氣、提交的圖表或物品



以及特殊符號都無法進行合理的分析和處理,勢必要在翻譯過程中造成信息的誤譯或漏譯。但是,口譯人員却可以根據現場的具體情況,對源語信息進行最大程度的整合、分析和理解,進行有效的增補、轉譯或省略,減少誤譯、漏譯發生的概率。就此而言,人工翻譯具有大數據翻譯無可替代的優勢,為人工譯員保留了生存空間。

#### 4. 人機交互式機器翻譯

不得不承認的是,某些領域“翻譯資料的重復率一般都達到了 20%~80%,也就是說,至少有 20% 以上的翻譯工作是無謂的重復勞動。翻譯記憶軟件有可能幫助我們消除重復的翻譯勞動,提高翻譯工作的效率。”(馮志偉, 2004:65)但是,“這種方法不追求系統能在所有領域獲得高質量譯文,而祇希望在翻譯某一狹窄的專業領域的文本時獲得高質量譯文。”(俞士汶, 2003: 278)

所以,更多時候,是通過人工幹預引導的方法,犧牲機器全自動翻譯的能力,在人機互動的協調工作下,完成高質量的翻譯任務。這類方法可以通過交互式分析、交互式轉換和交互式生成的方式,分別在譯前、譯中和譯後對源語言進行分析、按照語言的文化和功能進行轉換和對輸出的譯文進行編輯、修改和潤飾,使翻譯質量得到最佳的實現。

#### 五、結論

二十一世紀是科技高速發展的世紀,如火如荼的大數據技術已經走進了

生活的諸多領域,其中的大數據翻譯技術也已經深入了日常生活。

但是,正如文中探討,大數據翻譯採用基於規則、統計、實例的工作機制,在數學模塊的驅動下進行工作。這種工作方式不具備人類所擁有的社會認知體系、邏輯判斷能力、情感與審美的思維、需求與目的的滿足以及對整體思維的操縱能力。所以,對於文學翻譯中的文化內涵、文化意象、審美要求以及交際翻譯中的目的與符號都很難駕馭,無法提供高質量的翻譯服務。但是,這些領域的任務却可以由人工譯員在認知、思考、推理、溝通和協調的運作下得到更好的實施與完成。這為人工譯員保留了廣闊的生存空間。同時,隨著大數據技術的發展,人工譯員可以在以人工翻譯為主體的情況下,借助大數據翻譯技術的快速、高效和便捷優勢,採用人機交互翻譯模式,提高工作效率和效果。

所以,人工譯員更要努力磨練翻譯技能,提高翻譯質量。一是為了避免對大數據翻譯形成依賴性進而造成翻譯質量下降的後果,二是人工譯員有責任繼承並發揚豐富的語言文化使其免受大數據翻譯在長期作用中所導致的文化畸變甚至消亡。

#### References (參考文獻)

[1]Ma, Z. L. 2015. *Understanding Big Data through One Book*. Beijing: Posts and Telecom Press.

(馬兆林.2015.《一本書讀懂大數



據》.北京:人民郵電出版社.第11頁.)

[2]Feng, Z. W. 2004. *Study of Machine Translation*. Beijing: China Translation and Publishing Corporation.

(馮志偉.2004.《機器翻譯研究》.北京:中國對外翻譯出版公司.第40-42頁.)

[3]Harold, S. 2012. *Computers And Translation*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press. p. 121.

[4]Liu, X. G. 2015. *Comments on the Chinese Machine Translation Study: Problems and Solutions*. Beijing: Science Press.

(劉星光.2015.《中國機器翻譯研究述評:問題與對策》.北京:科學出版社.第29頁.)

[5]Feng, Z. W. 2004. *Study of Machine Translation*. Beijing: China Translation and Publishing Corporation.

(馮志偉.2004.《機器翻譯研究》.北京:中國對外翻譯出版公司.第44頁.)

[6]Feng, Z. W. 2004. *Study of Machine Translation*. Beijing: China Translation and Publishing Corporation.

(馮志偉.2004.《機器翻譯研究》.北京:中國對外翻譯出版公司.第44頁.)

[7]Liu, Q. 2008. *Study of Some Key Techniques of Chinese English Machine Translation*. Beijing: Tsinghua University Press.

(劉群.2008.《漢英機器翻譯若干關鍵技術研究》.北京:清華大學出版公司.

第8頁.)

[8]Yang, J. H. 2009. *Major Thoughts of Western Translation Theories*. Tianjin: Tianjin University Press.

(楊建華.2009.《西方譯學理論輯要》.天津:天津大學出版社.第108頁.)

[9]Tan, Z. X. 1998. *New Edition of Nida's Translation Theory*. Beijing: China Translation and Publishing Corporation.

(譚載喜.1998.《新編奈達論翻譯》.北京:中國對外翻譯出版公司.第26頁.)

[10]Katan, David. 2004. *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Page 29. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.

[11]Chen, D. Z. 2005. *Introduction to English Chinese Translation*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.

(陳德彰.2005.《英漢翻譯入門》.北京:外語教學與研究出版社.第243頁.)

[12]Chen, D. Z. 2005. *Introduction to English Chinese Translation*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.

(陳德彰.2005.《英漢翻譯入門》.北京:外語教學與研究出版社.第243頁.)

[13]Chinese English Dictionary Compiling Group of English Department of Beijing Foreign Languages University. 1978. *Chinese English Dictionary*. Beijing: The Commercial Press.

(北京外國語學院英語系漢英詞典

編寫組. 1978.《漢英詞典》.北京:商務印書館.第109頁.)

[14]Huang, L. 1988. *Translation Art Course*. Nanjing: Nanjing University Press.

(黃龍. 1988.《翻譯藝術教程》.南京:南京大學出版社.第84頁.)

[15]Huang, L. 1988. *Translation Art Course*. Nanjing: Nanjing University Press.

(黃龍. 1988.《翻譯藝術教程》.南京:南京大學出版社.第29頁.)

[16]Yang, J. H. 2009. *Major Thoughts of Western Translation Theories*. Tianjin: Tianjin University Press. Tianjin: Tianjin University Press.

(楊建華. 2009.《西方譯學理論輯要》.天津:天津大學出版社.第108頁.)

[17]Chen, D. Z. 2005. *Introduction to English Chinese Translation*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.

(陳德彰. 2005.《英漢翻譯入門》.北京:外語教學與研究出版社.第43頁.)

[18]Chen, D. Z. 2005. *Introduction to English Chinese Translation*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.

(陳德彰. 2005.《英漢翻譯入門》.北京:外語教學與研究出版社.第44頁.)

[19]Liu, J. P. 2009. *History of Western Translation Theories*. Wuhan: Wuhan University Press.

(劉軍平. 2009.《西方翻譯理論通史》.武漢:武漢大學出版社.第330頁.)

[20]Liu, J. P. 2009. *History of Western Translation Theories*. Wuhan: Wuhan University Press.

(劉軍平. 2009.《西方翻譯理論通史》.武漢:武漢大學出版社.第399頁.)

[21]Liu, J. P. 2009. *History of Western Translation Theories*. Wuhan: Wuhan University Press.

(劉軍平. 2009.《西方翻譯理論通史》.武漢:武漢大學出版社.第418頁.)

[22]Liu, J. P. 2009. *History of Western Translation Theories*. Wuhan: Wuhan University Press.

(劉軍平. 2009.《西方翻譯理論通史》.武漢:武漢大學出版社.第377頁.)

[23]Katan, D. 2004. *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press. Page 13.

[24]Tong, Y. 2016. *Study of the Translation Mode of Social Semantics*. Tianjin: Nankai University Press.

(佟穎. 2016.《社會符號學翻譯模式研究》.天津:南開大學出版社.第13頁.)

[25]Tong, Y. 2016. *Study of the Translation Mode of Social Semantics*. Tianjin: Nankai University Press.

(佟穎. 2016.《社會符號學翻譯模式研究》.天津:南開大學出版社.第18頁.)

[26]Feng, Z. W. 2004. *Study of Machine Translation*. Beijing: China Transla-

tion and Publishing Corporation.

(馮志偉. 2004.《機器翻譯研究》.北京:中國對外翻譯出版公司.第65頁.)

[27]Yu, S. W. 2003. *The Outline of*

*Computational Linguistics*. Beijing: The Commercial Press.

(俞士汶. 2003.《計算語言學概論》.北京:商務印書館.第278頁.)

# The Living Space of the Artificial Translators in the Big Data Era

ZHANG Xuguang

*Liaoning Ecological Engineering Vocational College, Shenyang, 110122, China*

**[Abstract]** *This paper takes culture and aesthetic appreciation, translation morality and Skopos theory as the theoretical bases, and takes big data translation technology and artificial translation as the subject, through qualitative research, discusses the operation modes and faults of both machine translation and big data translation technology so as to compare with artificial translation and suggest the working fields and advantages of artificial translation, which makes a conclusion that, big data translation technology can not and shall not take the place of artificial translation in all the fields, but can assist artificial translators to fulfill the repetitive works to enhance the working efficiency, meanwhile, artificial translators should forge translation ability better so as to maintain competitive power and living space in the advantageous fields.*

**[Keywords]** *big data translation; artificial translation; culture and aesthetic appreciation; translation morality; Skopos theory; living space*

# Research on Cultivation Mode of Business English Talents in the Context of Cross-border E-commerce

SUN Li

*Nanyang Institute of Technology, Nanyang, 473004, China*

**[Abstract]** *In the context of strong national policy support for cross-border e-commerce, coupled with the increase in market demand for imported goods, the cross-border e-commerce retail import industry has ushered in great development opportunities. Cross-border e-commerce is an interdisciplinary subject with characteristics of international trade, e-commerce and foreign languages. However, there is a serious shortage of interdisciplinary CBEC talents according to corporate reports. Therefore, this article aims to figure out the cultivation mode of English talents suitable for the development requirements of CBEC import industry. It first describes the achievements and opportunities of cross-border retail import business, then introduces three forms of cross-border retail import business for highlighting the advantages of stocking mode and analyzes CBEC retail import's demand for interdisciplinary talents, finally proposes five suggestions for improvement of English talent cultivation to help Business English graduates meet the talent needs of CBEC market and industry.*

**[Keywords]** *CBEC retail import; talent needs; talent cultivation*

## 1. Introduction

China's cross-border e-commerce (CBEC) has gained much popularity and momentum since the "Opinions on the Implementation of Relevant Policies to Support CBEC Retail Export" was unveiled by the Ministry of Commerce in 2013, the generally accepted first year of China's CBEC (Ministry of Commerce, 2013). Since then, government agencies, traditional foreign trade enterprises, logistical firms, financial organizations, universities and colleges are positively

responding to national call of developing CBEC based on "Internet Plus", and striving to realize the transition of enterprises, increase employment rate and promote "mass entrepreneurship and innovation". In addition, General Administration of Customs of China organized pilot cities and integrated pilot regions to solve the problems of CBEC development by establishing CBEC customs clearance service platform and integrated service platform. Under the help of service platforms, a great many e-com-

---

①孫莉,女,南陽理工學院,講師,研究方向:商務英語教學,英語語言與文化



merce enterprises, logistical firms, financial institutions have stepped into the field of CBEC. Now, China's CBEC is developing quickly, and has more and more demand for talents. In face of this opportunity, many majors in universities and colleges are making reformation to come up with the need of this new market. Business English major is no exception. English learners have a language advantage, but what cross-border industries need are comprehensive and practical talents. Therefore, Business English major is still facing the transformation task of "English language +".

## 2. Status Quo of CBEC Retail Import

### 2.1 Market and Investment

According to 100EC.CN data, total trade volume of China CBEC was 10.5 trillion yuan in 2019, increasing by 16.66% compared with 2018, Among which, trade volume of export CBEC was 8.03 trillion yuan, while trade volume of import CBEC was 2.47 trillion yuan. In the trade structure of cross-border import and export e-commerce, export ratio is 76.5% and import ratio is 23.5%. In the transaction mode of CBEC, B2B ratio is 80.5%, B2C ratio is 19.5%. However, from the perspective of investment and financing, import e-commerce still plays a dominate role in cross-border e-commerce development. As report goes,

in 2019, cross-border e-commerce investment and financing amounted to 21.47 billion yuan, of which export e-commerce was 4.146 billion, accounting for 19.3%; imported e-commerce was 16.997 billion, accounting for 79.2%. According to "TOP10 CBEC financing in 2019", there were 9 cases of import e-commerce financing, and the financing amount was huge. Thus, it can be seen that cross-border import e-commerce has a promising prospect under the context of economic globalization (E-commerce Research Center, 2020).

### 2.2 National Policies

In January 2016, State Council issued "Agreement on Establishing CBEC Integrated Pilot Zones in Twelve Cities" (The State Council, 2016), coupled with Hangzhou, thirteen pilot cities strived for innovation in business process, supervision mode and information construction. In July 2014, General Administration of Customs of China issued "Announcement on Adding Customs Supervision Code" (General Administration of Customs of China, 2014), this announcement adds the code "1210" which are approved in special customs supervision and bonded logistics centers of CBEC pilot cities (Type B). In December, 2016, General Administration of Customs of China issued the supervision code "1239" (General Administration of Customs of China, 2016).

toms of China, 2016), and it is applicable to CBEC retail import goods in customs special supervision areas or bonded logistics centers (type B) in non-pilot cities. In December 2018, the General Administration of Customs of China issued “Announcement on the Supervision of Cross-border E-commerce Retail Import and Export Commodities” (General Administration of Customs of China, 2018). This announcement includes a number of management rules for cross-border e-commerce enterprise management, customs clearance management, tax collection management, site management, quarantine, inspection and logistics management, and return management. In March, 2020, the General Administration of Customs of China issued “Announcement on Regulatory Matters Concerning the Return of Cross-border E-commerce Retail Imported Goods” (General Administration of Customs of China, 2020). According to this announcement, under the cross-border e-commerce retail import model, the domestic agent of the CBEC enterprise or its commissioned customs declaration enterprise may apply to the customs for the return of goods.

### 2.3 Demands of Domestic Consumers

In recent years, the improvement of Chinese living standard and government

bonus have aroused the desire of domestic consumers to buy overseas. B2C import business has become a new fashion in China. B2C is called retail model, because enterprises sell goods to individual consumers by post logistics and commercial express. The 1980s generation and 1990s generation have become the main consumption groups of cross-border online shopping. According to iiMedia Research (2020), the number of China cross-border online shoppers was more than 150 million in 2019, and is expected to reach 232 million. In 2018, young people of 26 to 35 years old occupy 56.3% in cross-border online shopping, these people have high education level, stable job, economic base, and children, so they have high consumption demand for overseas products, especially mother and baby products, cosmetics, foods and clothes (Qianzhan Industry Research Institute, 2019).

### 3. CBEC Retail Import Business

The main import products for individual consumers include baby and mother products, cosmetics, clothes and luggage, health care products, etc. So far, there are mainly three kinds of normalized import business modes in China, including direct delivery mode, goods collection mode, and stocking mode (see Table 3.1).

Table 3.1 Import Modes of CBEC

Types	Direct delivery (B2C)	Goods collection (C2B)	Stocking (B2B2C)
Operation	Consumers order directly from overseas online shopping platforms which deliver products to consumers by international logistics	Consumers order from Chinese online shopping platforms, merchants procure abroad, deliver large parcels by international logistics to China, then make sorting, packaging and customs clearance, finally deliver products to consumers by domestic logistics.	Overseas products are stocked in bonded area, and are purchased as personal items after customs clearance, then delivered to consumers by domestic logistics.
Customs Supervision	E-order, e-payment voucher, e-waybill, transparent customs clearance	Parcels delivered to domestic bonded warehouses by international logistics with rapid customs clearance	Parcels stocked in customs supervision area with rapid customs clearance.
Delivery Location	Overseas	Domestic	Domestic bonded warehouses
Advantages and Disadvantages	Advantages: various, superior, novel, even scarce products. Disadvantages: insecure quality and high logistic cost.	Advantages: various, superior, novel, even scarce products. Disadvantages: long logistic time and high logistic cost.	Advantages: shorter logistic time, good quality under customs supervision, convenient after-sales service, optimized shopping experience. Disadvantages: limited products.
Price	Commodity price + international logistic cost + personal postal articles tax + domestic express cost	Commodity price + international logistic cost + personal postal articles tax + domestic express cost	Commodity price + personal postal articles tax + domestic express cost

From the above table, we can find the first import mode is not only limited to specific consumers who understand foreign languages, but also has high logistic cost. The second mode has long delivery time and high logistic cost, though it is driven by consumer need. While the third kind of import mode has the least risk for domestic consumers because of customs supervision and domestic after-sales service centers, moreover, stocking mode has shorter delivery time, usually for one to three days. This mode is the best choice for customers who value the quality of commodity and timely shopping experience, so it has the widest range of target audience. Bonded stocking mode is popular with Chinese people because of better shopping experience. Bonded import business (B2B2C) refers that overseas commodities are stocked in bonded warehouses and have no import taxation before consumers purchase. In April 8, 2016, China carried out new personal postal articles tax regulated with three gears, namely, 15% , 30% , and 60% (State Taxation Administration, 2016). This policy limits the sum of consumption for one time and one year, and regulates if consumers exceed the limit, personal items will be levied according to general trade mode. This new tax policy shows the features of online bonded import mode: personal use and limited

number.

#### 4. CBEC Retail Import Talent Need

The traditional supply chain is the model of supplier → manufacturer → distributor → retailer → consumer. However, in order to solve the problem of high cost of cross-border trade, pilot cities that carry out CBEC online bonded import business have created a new supply chain model and reduced the intermediary links of the supply chain. Its business process includes direct overseas procurement → overseas warehouses → international logistic → bonded areas → cross-border e-commerce platform → domestic express delivery → consumers. For cross-border import trade enterprises or platform companies, the most important thing is to find out consumers' favorite goods abroad. These companies usually send some of their Chinese employees overseas and let them in charge of procurement business. If enterprises or platform companies found some product is a hot sale, they will order their overseas employees to negotiate with local manufacturers or suppliers and sign a contract. At the same time, procurement staff need to track the sales volume and inventory volume of procured goods, and to make a summary and an analysis of procurement business. To do the work well overseas, procurement employees should have both better



English communication ability and enough knowledge and experience in the fields of procurement, international trade, business negotiation, even international law. In addition to procurement, CBEC enterprises or platforms need the management staff, marketing staff and technological staff who open up global market, expand online business, maintain customs relationship, and website operation. This shows that cross-border import e-commerce involves a wide range of disciplines, and need talents with mixed knowledge of English, business, marketing and management. Therefore, the universities and colleges should upgrade the current talent cultivation system.

## 5. Conclusion and Suggestions

The rapid development of cross-border e-commerce has a relatively large demand for foreign language talents, but only those who have comprehensive knowledge and can engage in business to solve practical problems can meet the needs of corporate overseas business development.

### 5.1 Adjust Curriculum Structure

English Department can optimize traditional courses, set up new comprehensive courses, and improve the proportion of practical courses, and make curriculum closely connected to students' academic thesis, internship and employment. According to business needs of current CBEC development, English de-

partment should set up curriculum system including language, international trade, marketing, logistics, e-commerce, internet, and establish CBEC comprehensive training room. Therefore, four parts of courses are suggested, respectively computer, English and business, cross-culture, and business operation. The first part is "Computer Fundamentals and Applications" course, because CBEC enterprises or platforms carry out trading by use of internet. The second part is Business English course such as "Business English Interpreting", "Business English Negotiation", "Business English Correspondence", because CBEC enterprises or platforms need negotiators who can speak English in foreign trade and also need staff who can send correspondence by use of Internet and English to overseas customers. The third part is "Survey to One Belt One Road Countries" course, because the key content of one belt one road strategy is cooperation in investment, trade, and customs clearance, aiming at liberalization and convenience of trade between China and these countries. Under such good policy environment, China's CBEC enterprises and platforms have focused on the cooperation with countries along the belt. The fourth part is business operation course such as "CBEC Operation and Management", "Internet Marketing", "CBEC

platform Operation” courses, because CBEC enterprises or platforms usually concentrate on competition of products and operation, eager for staff who know to develop international market, propaganda products, and maintain customer relationship. Moreover, the training of CBEC platforms are indispensable, because almost every foreign trade company is doing business by use of online platform. Therefore, universities should cooperate with foreign trade companies and assign students with real platform or store accounts.

### 5.2 Send Teachers to Enterprises

At present, more and more CBEC enterprises have a high demand for students' comprehensive ability. It is widely believed that single discipline cannot satisfy talent needs of CBEC development. Narrow knowledge range and weak problem-solving ability are urgent problems. Training of knowledge and skills is closely related to teachers who are the spreader of knowledge and supervisor of students' practice. However, interdisciplinary knowledge is a big challenge to teachers of Business English major who are more familiar with English language and literature. Therefore, English teachers have to make transformation from single discipline to mixed disciplines, and have to learn and practice in CBEC enterprises, learning the newest business situation, business processes, knowledge

requirement of CBEC industry. Therefore, English teachers can use spare time such as holidays to observe and practice in foreign trade enterprises or operate businesses on e-commerce platforms, even can cooperate with enterprises in teaching courses and selecting textbooks so as to train students for the need of CBEC development and make students know post requirements in advance and improve students' post adaptability.

### 5.3 Develop Vocational Guidance

English department should establish alumni association, and invite excellent alumni who are successful in CBEC business to give lectures, which may include the following four parts. The first part is to tell his or her startup experience including lessons, hardships and achievements, so as to inspire students to work harder and build up their confidence in the near future. The second part is to tell students talent needs of current CBEC from his business field, thus helping students to set up clearer objectives, and be more motivated to keep on studying new and useful things by their efforts. The third part is to tell students business operation process by online presentation, making students learn post requirement and realize the importance of practice. The fourth part is to give business ethics training, helping to improve the social service consciousness and professional loyalty & integrity of students.

In addition, English department should organize students to participate in career fair of CBEC enterprises each year and let students learn the categories of e-commerce posts and post requirements for knowledge, skill, certifications, degree, working experience, etc. In this way, students can make a list of objectives, such as studying both English and other foreign language, e-commerce, international trade, international law, business negotiation, business etiquette, platform operation, computer application, getting certifications of TBEM-4, TBEM-8, BEC, best graduate, etc.

#### 5.4 Organize CBEC Contests

The university should train and improve students' e-commerce skills by organizing students to take part in CBEC skill contest and show students' professional knowledge and practice ability compared with their peers. This kind of contest can let teachers prepare early and make special instruction to students who tend to participate in the contest, which means that students will learn more knowledge and skills than what they can get from textbooks, and make more practice and do more innovation. Besides, university should organize students to join in CBEC innovation and entrepreneurship contest. In this contest, students have the real e-commerce platform account. They can fully show their innovation ability in platform promotion,

marketing, website design, etc. Participating students will be much more likely be recruited in advance by some enterprises if their idea and ability are recognized and awarded in the contest.

#### 5.5 Implement Apprentice System

The cooperation between university and enterprise can help break the conflict between teaching and real working task. Apprentice system is a good choice. In this system, students follow the experienced employee of enterprises as their masters who will make exemplary teaching in real tasks, and focus on training students to master new knowledge and skills. Apprenticeship system requires not only students' internship in enterprises, but also consistent talent cultivation program. Therefore, a committee comprising of university, business, and industry professionals should be set up to help identify talent cultivation project, teaching plans, and curriculum structure. A new examination system also should be established, that is, the combination of theory examination and training examination by school teachers and enterprise masters. Furthermore, supervisor system can benefit students a lot. That is, teachers lead several students to provide various services for CBEC enterprises or platform companies, such as translation service, online platform operation service, online product sales service, etc. This is beneficial to improve teaching quality and

strengthen service awareness of students. Apart from this, enterprise masters can be invited to give lessons or lectures in university classes, and lead students to do relevant working tasks in companies.

### References

[1]Ministry of Commerce of The People's Republic of China. 2013. Opinions on the Implementation of Relevant Policies to Support CBEC Retail Export. Retrieved from <http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/ai/201308/0130800274049.shtml>

[2]E-commerce Research Center. 2020. 2019 China's Cross-Border E-commerce Market Data Monitoring Report. Retrieved from [https://www.sohu.com/a/400969137\\_232938](https://www.sohu.com/a/400969137_232938), 2019.

[3]The State Council. 2016. Agreement on Establishing CBEC Integrated Pilot Zones in Twelve Cities. Retrieved from [http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-01/15/content\\_10605.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-01/15/content_10605.htm).

[4]General Administration of Customs of China. 2014. Announcement on Adding Customs Supervision Code. Retrieved from <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302267/56123/index.html>.

[5]General Administration of Customs of China. 2016. Announcement on Adding Customs Supervision Code. Retrieved from <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302267/30743/>

[index.html](#).

[6]General Administration of Customs of China. 2018. Announcement on the Supervision of Cross-border E-commerce Retail Import and Export Commodities. Retrieved from <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302267/2141321/index.html>.

[7]General Administration of Customs of China. 2020. Announcement on Regulatory Matters Concerning the Return of Cross-border E-commerce Retail Imported Goods. Retrieved from <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/2480148/2937081/index.html>.

[8]iiMedia Research. 2020. 2019-2020 China's Cross-Border E-commerce Industry User Scale and User Behavior Analysis. Retrieved from <https://www.iimedia.cn/c1020/69327.html>.

[9]Qianzhan Industry Research Institute. 2019. Market status and development trends of China's cross-border import e-commerce industry in 2019. Retrieved from <https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/191105-96b123ba.html>.

[10]State Taxation Administration. 2016. Notice on the Tax Policy for Cross-Border E-commerce Retail Imports. Retrieved from <http://www.chinatax.gov.cn/n810341/n810755/c2044092/content.html>.



# 新冠疫情公示語語言特徵及翻譯策略研究

孫依群<sup>①</sup> 賈 敏<sup>②</sup>

中國計量大學 杭州 310018 中國

**摘 要:** 隨着新冠肺炎在全球的傳播,各國與疫情相關的公示語應運而生。本文以中英公示語為研究語料,從語言層面的詞匯、句法、修辭三方面分析了疫情期間中英公示語的異同點,並解釋其文化原因。在奈達的功能對等理論的基礎上,研究發現使用詞性轉換法、減詞法、語態轉換法和正說反譯法等翻譯策略,對公共衛生應急事件公示語的英譯有一定參考價值。

**關鍵詞:** 新冠疫情;公示語特徵;功能對等論;中英公示語翻譯

自2020年1月爆發以來,新冠疫情已肆虐全球。根據Worldometers網站實時統計數據顯示,截至北京時間8月21日12時左右,全球累計確診新冠肺炎病例22860184例,累計死亡病例779105例,且目前仍有上升的趨勢。為抗擊疫情,提醒人們注意衛生習慣、保持社交距離、警示隔離等作用的公示語發揮了重要作用。同時,隨着中國經濟快速發展,我國國際地位的顯著提升,加之疫情以來中國及時有效的抗疫經驗,國內的中英文新冠防疫公示語隨處可見,其中公示語的正確翻譯與否不僅直接影響着一些外國友人對國內疫情防控措施的判斷,也是衡量一個國家整體形象的重要標準。為了更好地控制國內疫情進一步擴散,對英語公示語的翻譯準確程度也提出了較高要求。

## 一、公示語的概念及功能特徵

公示語的漢語表達有很多近義

詞,如標示語、標語、告示語、提示語、標牌、警示語、社會用語、語言風貌、語言景觀等。雖然以上近義詞語義相近,不同領域使用名稱却有所不同。而這些近義詞的上義詞應為“公示語”,它的含義更廣泛,能够包括其近義詞的內涵和外延(王朝,2018:137-139)。基於這個概念并根據功能特徵,可以把公示語分為以下五大類:指示性公示語、警示性公示語、限制性公示語、強制性公示語和宣傳性公示語。

### 1. 指示性公示語(Directive Public Signs)

指示性公示語體現的是周到的信息服務,沒有任何限制、強制意義,其功能在於指示服務內容、指示方向、地點服務等。如指示新冠病毒檢驗篩查地點就有多種說法,包括“COVID-19 TESTING”“COVID-19 Assessment Centre”“For COVID-19 Clinic Fellow Green

①孫依群,女,本科生,研究方向:翻譯

②賈 敏,女,講師,研究方向:話語分析、商務翻譯

基金項目:本文為2020年中國計量大學校立開放實驗項目(項目編號:XL2020103)

Line”等。

## 2. 警示性公示語(Cautionary Public Signs)

警示性公示語是提醒公眾注意潛在危險,及早采取預防措施的公示語。在疫情期間張貼告示提醒公眾預防新型冠狀病毒的措施較為常見。如提醒公眾洗手時間“Wash your hands more often for 20 seconds”,隔離區對外進行警告“Stop, this household is in isolation”,疫情警示“Public health alert”。

## 3. 限制性公示語(Restrictive Public Signs)

限制性公示語對相關公眾的行為提出限制、約束要求,語言直截了當,但是和強制性公示語相比,語氣不會過於強硬。在疫情期間,人與人之間保持一定的社交距離和待在家中不出門是防止感染新冠病毒的重要措施,西方很多國家的公示語對公眾都提出了類似的要求,如“居家抗疫”(Stay home, stop the spread)、“保持社交距離”(If you are around other people, keep 6 feet between you when possible. Avoid hugs, handshakes, large gatherings and close quarters.)等。

## 4. 強制性公示語(Mandatory Public Signs)

強制性公示語要求相關公眾必須采取或不得採取任何行動。語言應用直白、強硬,如在疫情爆發期間,“禁止外賣配送”(Restaurants, bars, and cafes are limited to food take-out and deliv-

ery);“去過重點疫情地區或者有感染新冠病毒相關癥狀的人禁止入內公共場所”(If you, or someone you have been in contact with, have recently traveled to China and experiencing flu-like symptoms, please report that information immediately upon checking-in at this facility.)等。

## 5. 宣傳性公示語(Public Slogans)

宣傳性公示語向公眾傳遞信息或對某一特定事件進行宣傳。如相關商業品牌還通過自己的特色商標和廣告語來鼓勵大家居家抗疫,如Coca Cola公司將品牌名稱各個字母之間距離分開“C o c a. C o l a”意在倡導疫情期間保持社交距離;Nike公司更是將著名廣告詞“Just Do It.”改為“Just Don't Do It.”;一些城市市長的抗疫鼓勵話語也是有效的宣傳性公示語,如美國蘇福爾斯市市長保羅(Paul TenHaken)在疫情期間所說的“By staying apart, we will stick together.”成為鼓勵大家居家隔離的宣傳性公示語。

## 二、中英公示語的語言特點分析

標識語首先屬於語言範疇,雖然部分中英文標識語在語言形式上特別接近,但在某些語言方面還是存在着一定差異的。本部分具體分析中英文公示語在語言特徵上的一些差異。

### 1. 詞匯

(1)中英公示語詞性差異性:中文公示語多用動詞性結構,而英語公示語多使用名詞、動詞、短語和縮略詞,

如：

- 1.Mask Donation Drop-off
- 2.Attention! COVID-19 check point is in 14 km.
- 3.保持室內空氣流通,避免到人口密集地
- 4.不食野味,防範病毒,保護自己

(2)詞匯選擇：中英都以簡潔易懂為原則

爲了能讓公眾在較短的時間內領悟到公示語所要傳達的信息,公示語的結構力求簡潔。英語公示用語的詞匯選擇認真考慮到廣大公眾的文化水平,嚴格避免使用生僻詞語、古語、俚語、術語(北竹 單愛民,2002:76-79)。中英有關新型冠狀病毒的公示語絕大部分都是公眾所熟悉的詞匯,通俗易懂,更爲大眾所接受,也能真正發揮公示語的作用,更好推動防疫工作的開展。

## 2. 句法結構

### (1)句式結構不同

中文公示語句子變體較多,英文公示語以祈使句爲主,如下文例1,兩者都想表達一個共同的信息,即“疫情期間居家隔離,減少外出感染風險”,但通過兩者的句式對比發現,中文公示語句子變體較多表達效果有的委婉有的則起警示作用,而英語公示語中並沒有過多的變體,語言表達直接明了,因爲公示語的受眾對象明確,爲了更好起到警示或提示作用,所以句式以祈使句爲主。

(2)表達信息所占句子結構成分不同

中英公示語在這一句法結構的差異點主要體現在狀語從句的使用上。漢語公示語表達一般將時間、條件狀語從句在前,主句在後,而英語則與之相反,主句在前,時間、條件等狀語在後。如下文例2中文公示語將條件從句“一旦出現發燒等異常”放在句子前面,而英文公示語則將主句“Do not visit”放在句子前面。

例1.(中)今年過年不串門,串門祇串自家門。

(英)Stay home, keep safe.

例2.(中)一旦出現發燒等異常,請立即到定點醫院就診。

(英)Do not visit if you have a cough, cold or fever.

## 3. 修辭手法

修辭手法是爲了提高語言的表達效果,在寫作中運用的一種語言表達方式,修辭手法涵蓋的範圍較廣,種類較多,在公示語中常見的修辭手法主要有比喻、對偶、仿擬等,下文重點分析疫情公示語中的“仿擬”和比喻這兩個修辭手法。

作爲一種富于創造性的修辭手段,仿擬故意模仿現成的語言形式,如人們所熟知的詞語、成語、諺語、膾炙人口的名詩佳句等,通過“舊瓶裝新酒”方式,表達一種全新的思想,給人以奇妙機智的感受,產生幽默諷刺、別開生面的修辭效果(崔珣麗 呂汝茵,

2008:63-67)。在新冠肺炎疫情期間,下列中英公示語爲了宣傳戴口罩的重要性,在修辭手法上都用到了仿擬:

例3:保命千萬條,口罩第一條。

例4:杰倫說聽媽媽的話,把口罩戴好。

例3運用了對偶和仿擬,例4仿擬了一首歌,例3中的原有表達形式取自中國電影《流浪地球》中一句著名的臺詞“道路千萬條,安全第一條”,這句臺詞在電影上映之初就給中國觀眾留下了深刻印象,如今將其改成與疫情相關的“口罩第一條”,毫無違和感,而且起到有效鼓勵大家戴口罩的作用。

比喻即甲乙兩個事物,找到甲事物和乙事物的共同點,發現甲事物暗含在乙事物身上相似的特徵,而對甲事物有一個重新的認識,若將甲事物比作乙事物,那麼甲事物爲本體,乙爲喻體。例5是在美國紐約曼哈頓區一張音樂劇《歌劇魅影》(*The Phantom of the Opera*)的劇照下面寫着“Phantom of the Opera: popularizing masks since 1986. Please wear a face covering in public.”該公示語將疫情期間佩戴的口罩比喻成劇中魅影在晚會上戴的面罩,本體爲疫情期間佩戴的口罩,喻體則爲劇中人物所戴面罩,並且告訴人們“自從1986年就已經流行戴口罩了,請大家在公共場合佩戴口罩。”例6則運用鴻門宴這一典故的寓意,將疫情期間吃的飯比作項羽請劉邦吃的鴻門宴,具有生命危險,意在傳達“疫情期

間聚餐具有生命危險”這一信息。

例5: Popularizing masks since 1986. Please wear a face covering in public.

例6:現在請吃的飯都是鴻門宴。

### 三、從“高低語境”來看中英公示語語言的差異性

上文分別從詞匯、句法結構和修辭分析了中英公示語的異同點,無論是鼓勵公眾待在家以防肺炎進一步傳染,還是表達疫情早日結束的期望,美國公示語的表達更加直白清楚,公眾所看到的字面意思就是所要表達的意思。相比于美國,中國的公示語語言表達則更加委婉含蓄。

語言與文化之間相互影響,相互作用,中英公示語語言的差異性很大程度上是受各自文化差異性的影響。中國在過去幾千年的歷史發展中,受封建社會儒家思想的影響,語言表達委婉,舉止謙虛謹慎,而一些英語國家受到文藝復興時期“以人爲本”的思想的影響,重視個人發展,強調思想解放,在表達個人觀點時更加直接,所說即所想。1976年,美國人類學家E.T.霍爾(Hall Edward T, 1976)認爲人類所有的交際都受到環境的影響,他提出的高語境(High Context)和低語境(Low Context)的概念可用來解釋此差異性,高語境是指在語言使用時確認或猜測與對方有共同的語言背景。與其相反,低語境則與對方很少或沒有共享的背景。因爲背景相同,高語境情景時話語



會相對抽象晦澀,說話的人期待對方能够很快理解和認同。低語境情景時受眾對說話的人沒有這個期待。因為怕說得不够全面和清楚,說話人會使用更具體和直接的修辭方式。所以受各自思想文化的影響,中國人溝通方式比較高語境,一些英語國家人民的溝通相對是低語境。

#### 四、功能對等論指導下疫情公示語的翻譯策略

美國翻譯理論家奈達在出版的《翻譯的理論與實踐》一書中正式提到動態對等:“動態對等也就是譯文讀者對譯語的反應程度大體上與原語讀者一樣。”之後該理論形成了著名的功能對等翻譯理論(Nida, E. A, 1964: 159)。公示語是一種號召性的文本,其功能性很強,與其他文本相比較為特殊,所以在翻譯公示語時翻譯的方法與普通的文本不太相同,在疫情公示語的翻譯中不能夠做到完全語言對等,依照英語公示語的語言表達習慣進行翻譯,不需要做到逐字翻譯,即能够使讀者或聽眾獲得與目標語相同的信息或感受。

“功能對等”理論主要包括詞匯對等、句法對等、篇章對等及文體對等。公示語受自身文體篇幅的限制,此篇主要從詞匯和句法方面進行分析總結出詞性轉換法、減詞法、語態轉換法和正說反譯法四大翻譯策略。

##### 1. 詞性轉換法

警示性、提示性、限制性和強制性

四類公示語主要是為公眾提供相關明確信息,起到警示、提示和限制的作用。在疫情期間由前文中英公示語語言特點的詞匯分析可知中文公示語多用動詞性結構,而英語公示語多使用名詞、動詞、短語和縮略詞,倘若仍然將中文公示語直接翻譯成動詞結構,句子就會顯得冗長,反而不利于主要信息的傳達。所以為了讓受眾快速獲取信息,在這四類公示語在中英翻譯時使用詞性轉換法較多,比如:

##### 例6:核酸檢測點

譯文:COVID-19 Assessment Centre.

例7:串門一時爽。二天醫院床上躺。

譯文:Staycation is better than hospitalization.

##### 2. 減譯法

宣傳性公示語是向公眾傳遞信息或對某一特定事件進行宣傳。疫情期間,宣傳居家抗疫,戴口罩勤洗手的宣傳公示語最為常見。在以往,標語一般都是由國家機關、企事業單位、社會團體發出的,發布之前,通常要認真審視遣詞造句,預測宣傳效應和受眾接受程度。而此次抗疫標語的創作主體是普通民眾,這就賦予了標語口語化、強硬化和幽默化的語言特點(原慧艷, 2020: 70-73),但由于創作主體的普遍性,不免會出現很多簡單粗暴的公示語,如下三例中一些帶有“死”“上墳”“殘殺”等字眼的公示語倘若直譯,不

僅會誇大疫情嚴重性造成社會過度恐慌,而且在華外籍人士看到這類公示語可能會對我們國家造成一些誤解和批評從而國家自身形象也會受到影響,因此對於公示語中易引起誤會造成恐慌的詞可以選擇減譯。

例8:出門戴口罩,不戴死翹翹。

譯文: Please wear a mask for your health.

例9:今年上門,明年上墳。

譯文: Please make less visits to relatives and friends this year.

例10:串門就是互相殘殺,聚會就是自尋短見。

譯文: Visiting and gathering are detrimental to each other.

### 3. 語態轉換法

漢語屬於主題顯著的語言,強調個人感受的主體思維習慣,所以在語言上多采用主動語態。英語中凡是不願說出或是無從說出施動者,以及爲了上下文的連貫或是強調動作的承受者等場合,都要使用被動語態,在中文公示語翻譯成英文時需要適當轉換語態,更符合英語國家民衆的閱讀習慣,如:

例11:因疫情原因,園區已關閉現場售票渠道。

譯文: Due to COVID-19, the box office is closed to face-to-face interactions.

例12:如果您近期接觸過新冠肺炎確診患者,請主動向當地社區報告

譯文: Please report to local community if you have been exposed to a person with known coronavirus.

### 4. 反說正譯法

當在漢語中以反說的形式符合中國人的思維,但在英語中需要譯成正說的方式以符合英美人的表達習慣,如新冠肺炎期間在醫院隔離病房處通常會貼上“此處爲隔離區域,閑雜人等請勿入內”這樣的公示語,在翻譯成英文時爲了更加符合英語國家民衆的語言表達習慣,句子中否定的成分需要譯成肯定形式:“Quarantine area: authorized personnel only.”。

### 五、結語

本文以疫情期間收集到的國內外公示語爲例,較爲詳細地整理了公示語的功能特徵分類,從語言層面的詞性、句法、修辭三方面分析了疫情期間中英公示語的異同點,並解釋其文化原因,在功能對等論的指導下,總結歸納了公共衛生應急事件管理中公示語的翻譯策略,分別是詞性轉換法、減詞法、語態轉換法和正說反譯法。本文擬對國家今後在公共衛生應急事件管理中公示語的使用和翻譯提供參考。

### References (參考文獻)

- [1]Bei, Z., Shan, A. M. 2002. On the Linguistic Features of English Public Signs and Chinese-English Translation, *Journal of Beijing International Studies University*, No.5.

(北竹, 單愛民. 2002. 談英語公示用語的語言特點與漢英翻譯, 北京第二外國語學院學報, 第5期, 第76-79頁.)

[2] Cui, X. L., Lv, R. Y. 2008. A Cognitive Approach to Parody. *Journal of Shijiazhuang University*, No.2.

(崔珣麗, 呂汝茵. 2008. 仿擬修辭的認知闡釋. 石家莊學院學報, 第2期, 第63-67頁.)

[3] Hall Edward, T. 1976. *Beyond Culture*. New York: Doubleday.

[4] Nida, E. A. 1964. *Toward a Sci-*

*ence of Translating*. Leiden: E. J, Brill.

[5] Wang, C. 2018. On Translation Principles for Public Notices, *English Teachers*, No.21.

(王朝. 2018. 公示語翻譯原則探究, 英語教師, 第21期, 第137-139頁.)

[6] Yuan, H. Y. 2020. The language art of hard-core slogans against COVID-19, *Language Planning*, No.4.

(原慧艷. 2020. 抗擊疫情“硬核”標語的語言藝術. 語文建設, 第4期, 第70-73頁.)

# Linguistic Features and Translation Strategies of COVID-19 Public Signs

SUN Yiqun JIA Min

China Jiliang University, Hangzhou, 310018, China

**[Abstract]** With the epidemic of COVID-19, public signs related to the pandemic can be seen everywhere. Based on the data collected home and abroad, this paper aims at comparing the linguistic features of the pandemic public signs in English and Chinese by analyzing the part of speech, sentence structure and rhetoric as well as the cultural implication behind them. Based on Nida's functional equivalence theory, the research works out that translation strategies such as conversion of part of speech, omission, translation of passive voice and conversion of affirmation and negation in translation suggested for the C-E translation of pandemic public signs.

**[Keywords]** COVID-19; features of public signs; functional equivalence theory; C-E translation of public signs

# 機械工程文本中被動句的漢譯策略

羅薦文<sup>①</sup> 常 樂<sup>②</sup> 朱乃新<sup>③</sup>

沈陽理工大學外國語學院 沈陽 110159 中國

錦州錦恒汽車安全系統股份有限公司 錦州 121007 中國

**摘 要:**機械工程在國民工業經濟和工程商務中占有重要的地位,機械工程英語因而成為科技英語的重要分支。機械工程文本中被動句分布廣泛,值得深入研究。本文在回顧相關理論的基礎上首先對機械工程文本中的被動句進行語言定位,然後分別從譯成漢語主動句、譯成漢語被動句、譯成漢語無主句等三個方面重點闡述了機械工程英語被動句的翻譯策略,最後總結了機械工程英語被動句翻譯策略在翻譯、專業英語教學以及國際工程商務等方面的應用價值並提出了對未來研究的展望。

**關鍵詞:**機械工程英語;被動句;漢譯策略;應用;工程商務

## 一、引言

作為科技英語的重要分支,機械工程英語在詞匯、句法及語篇等方面存在着諸如專業術語使用廣泛、句子結構冗長復雜、被動句使用廣泛、專業知識晦澀難懂且邏輯性強以及語篇銜接緊密等諸多特點。其中,被動句的使用最為復雜,翻譯起來較難處理。隨着改革開放的持續深入和“一帶一路”倡議的穩步實施,包括機械工程在內的工程類英語的翻譯質量儼然已成為促進國際化的工業經濟和工程商務發展的關鍵所在,自然也位列翻譯界的熱門話題之一。可見,對機械工程英語(尤其是其中的被動句)進行翻譯研究非常必要。

## 二、理論基礎

漢語和英語不僅在語言上存在差異,語言使用者在思維、認知、文化以及價值觀上也存在差異,這些差異通常會在詞匯、語義、語法和語篇等層次上表現出來,給語言轉換造成困難(秦洪武 王克非,2010)。在科技英語翻譯實踐中,中英差異尤為凸顯。苗雨(2019)認為,盡管我國科技文體的句法正逐漸向簡明、簡單過渡,但主動態仍是少數。英國語言學家誇克(Quirk, 1985)曾指出:在科技英語文本中,至少存在三分之一的被動句。科技英語涉及復雜的定義、分析、設計、制造及維修等各個方面,其中存在大量客觀事實。因此,為了符合該專業的表達習

①羅薦文,男,碩士研究生,研究方向:科技英語翻譯

②常 樂,男,教授,博士,碩士生導師,研究方向:二語習得、專門用途英語

③朱乃新,男,高級工程師(碩士生企業導師),研究方向:工程與商貿英語翻譯

基金項目:遼寧省教育廳人文社科項目“基於語料庫的機械英語詞匯表創建”(項目編號:LG202015),獲得遼寧省教育廳資助,在此致謝!



慣、規範和約定，一般會減少主語的出現，使用被動句來闡述事物的發展過程。

作為科技英語的重要分支，機械工程類文本使用被動句的目的首先是為了更客觀地闡明被描述對象的內在特徵，強調受動者的重要性；其次，基於機械工程類文本的受眾，文本不僅要嚴謹、客觀、具有科學性，還要具有一定的可讀性——被動句可以引起讀者興趣，將讀者的注意力導向文中的重要信息和客觀事實；另外，在機械工程文本中，有時無法明確施動者，基於模糊主語這一特點，採用被動句可以避免這一問題，使作者和文本的立場客觀、表意明確。陶韜(2018)強調，科技文體的目的在于向世人傳遞有關科技的信息和成果。因此，目的論的三法則對機械工程類文本的翻譯研究具有很强的指導意義。由德國語言和翻譯家弗米爾(Vermeer, 1984)提出的“翻譯目的論”的核心概念是：翻譯過程的最主要因素是整體翻譯行為的目的。它包含三大原則，即目的原則、連貫原則和忠實原則——目的原則是翻譯需要遵循的首要法則，即翻譯的結果取決於翻譯的目的，連貫原則和忠實原則必須服從於目的原則。

### 三、機械工程英語被動句的漢譯策略

使用被動句主要是為了強調動作，突出動作的承受者，以及對有關事項作客觀描述、規定等(史彭海，

2011)。機械工程英語是對機械工程專業的理論知識、制造技術等的客觀描述，其文字敘述客觀，行文得體，措辭嚴謹，因而常常使用被動句，以更好地體現文體的嚴謹性。基於目的論，機械工程英語被動句的翻譯處理可採取以下三種譯法。

#### 3.1 譯成漢語主動句

為了保證譯文的準確性、易讀性和交際功能，翻譯時，可採用轉譯法，即將英文的被動句轉換成漢語的主動句，具體為以下四種翻譯方法：保留原句主語；將原句主語譯成賓語；將英語的被動句譯成漢語的判斷句；添加邏輯主語。

##### 3.1.1 保留原句主語

機械工程英語中被動句的表達既不需要使用明顯的被動詞匯，也無需改變句子的主語。可以使用“通過”“加以”等詞衝破英語語言結構的限制，使譯文通順連貫。

例 1: An inclined plane is a rigid surface that is oriented at an angle with one side higher than the other.

譯文：斜面是一種傾斜的剛性表面，它的一側比另一側高。

例 2: Steel can also be fastened mechanically via bolts, but steel sometimes requires welding for certain joints.

譯文：鋼也可以通過螺栓進行機械固定，但有時需要焊接某些接頭。

##### 3.1.2 將原句主語譯成賓語

當機械工程英語中出現由“by”

“via”等詞引導的被動句時,在翻譯時爲了更符合譯入語的表達習慣,通常省略介詞,將原句主語譯成譯入語的賓語。

例 3: Heat can be transferred via conductive heat transfer, convective heat transfer, or radiant heat transfer.

譯文:通過熱傳導、熱對流或熱輻射的方式可以傳遞熱量。

例 4: Basic knowledge of electrical systems is required for mechanical engineers to design and work with electromechanical systems that give power and actuation to projects.

譯文:機械工程師在設計和使用爲項目提供動力和驅動的機電系統時,需掌握電氣系統的基本知識。

### 3.1.3 將英語的被動句譯成漢語的判斷句

漢語中常用判斷句式對事物的屬性作出判斷。一般來說,機械工程英語中用來說明客觀事物的表達均可譯成漢語的判斷句。

例 5: A simple machine is defined as a device that changes the direction and/or magnitude (amount) of a force.

譯文:簡單機械是一種改變力的大小和方向的裝置。

例 6: Contrast this with an inclined plane, where force is typically exerted by an object that is located on the inclined plane.

譯文:與楔子不同,斜面上的力通

常是位于斜面上的物體施加的。

### 3.1.4 添加邏輯主語

機械工程英語行文簡潔嚴謹,因此會大量使用無施動者的被動句。在翻譯此類被動句時,應首先準確理解原文內容,再根據上下文添加施動者,盡可能地使譯入語讀者以源語讀者的方式來理解譯文。

例 7: Another materials consideration is how the material can be fastened to itself or other components.

譯文:機械工程師還會考慮如何將材料固定在自身或其他零件上。

例 8: This thought process then naturally flows into why this design or project is needed.

譯文:這一思維過程就自然地轉化成爲什麼工程師需要這種設計或項目。

### 3.2 譯成漢語被動句

英語通常借助改變動詞形態來表示被動結構,漢語則依靠詞匯方法來表達被動。在機械工程英語文本中,中英被動句的使用目的均是爲了強調客觀事實,突出語篇重點,加強行文的準確性。因此,可以采用譯成顯性被動句和譯成半隱形被動句兩種方法。

#### 3.2.1 譯成顯性被動句

顯性被動句中明確存在表示被動的詞語,如“被”“遭”等。將原文譯爲對應的被動句,即可以在形式上與原文呼應,又能在內容上突出重點。

例 9: A ramp is a common example

of an inclined plane, and it is classified as a simple machine because it reduces the amount of force required to move a load a given vertical distance.

譯文：斜坡是斜面的一個常見例子，它被歸類為簡單機械，因為它減少了垂直移動重物所需的力。

例 10: Other materials, such as plastics, can also be manipulated into various shapes, yet may be easier to work with because standard tools (drills, band/scroll saws, and bending/shaping tools) are enough to produce the required outcome.

譯文：其他材料（例如，塑料）也可以被加工成各種形狀；但相對於金屬來說，塑料的可操作性更強，僅需要使用標準工具（鑽頭、鋸子、彎曲/成型工具）即可達成目的。

### 3.2.2 譯成半隱形被動句

用“由”“為……所”“受”等半隱形被動詞匯所表達的半隱形被動句，不僅使譯文符合譯入語表達習慣，也呼應了源語的表達方式，極大程度地保留了原文的表達風格。

例 11: A lever is a device made up of a rigid body with three basic elements: a load, a pivot point (or fulcrum), and an applied effort.

譯文：杠杆是一種由剛體組成的裝置，它具有三大基本要素：荷載、樞軸點（或支點）和作用力。

例 12: An example of something in

shear stress is a bolt holding two plates together while the plates are being pulled in opposite directions.

譯文：例如，由螺栓連接的兩塊板材受到相反方向的拉力時，我們稱這個力為剪應力。

### 3.3 譯成漢語無主句

無主句是漢語的一個獨特句式。在機械工程英語翻譯實踐中，如果無法確定動作的執行者，可將英語的被動句處理成漢語的無主句，以達到譯文的交際功能。

例 13: If multiple pulleys are used together, you can also change the system's output force relative to the input force.

譯文：如果多個滑輪組合使用，相對於系統的輸入力，還可以改變系統的輸出力。

例 14: Best service finish is provided by machining methods, especially by grinding.

譯文：用機械加工方法，特別是磨削方法，可以獲得最佳表面光潔度。

## 四、應用與展望

被動句是機械工程英語中的常見句式，如何將機械工程文本被動句的翻譯處理得準確、清晰和流暢是中英語言之間轉換的重點和難點。對機械工程英語文本開展漢譯策略研究，即可以為機械工程乃至整個工程類的翻譯提供具有實用價值的參考，增強從業人員的英語翻譯能力，又能惠及機

械專業的師生和研究人員,使他們通過深入了解專業文獻的翻譯方法,提高英語閱讀理解和翻譯能力,從而更好地為從事專業教學、學習與研究服務。另外,隨著“一帶一路”的倡議加速國內外工程業務往來,對機械工程英語的翻譯研究無疑將有助於我國國際工程商務從業者熟悉工程英語的基本特點及語言運用慣例,從而在國際工程商務等工作中更有效地發揮專業所長。

同時,機械工程英語文體在詞匯、句法和語篇方面都具有明顯的專業性。譯者在工作中需要花費大量時間來熟悉、了解行業語言的特徵。鑒于此,基于語料庫的工程類英語詞匯表能為譯者提供其他工具無法替代的幫助,也將成為本領域研究的必然走向之一。工程類英語詞匯表在涵蓋大量的工程類學術詞匯的同時還包含着相當規模的常用工程專業詞匯,譯者在進行與工程類相關的翻譯工作時,完全可以依靠工程類英語詞匯表來提高翻譯工作的準確度和效度(羅薦文、常樂、朱乃新,2019;常樂、吳明海、陳穎,2020)。

### References (參考文獻)

- [1]Reiss, K. & Vermeer, H. 1984. *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory*. St. Jerome Publishing.
- [2]Quirk, R. 1985. *A Comprehensive Grammar of the English Language*. London: Longman Group Limited.
- [3]Chang, L., Wu, M. H. & Chen, Y. 2020. Construction and Application of a Corpus-based Mechanical English Word List. *Northeast Asia Forum on Foreign Languages*, (3): 39-43.  
(常樂,吳明海,陳穎.2020.基于語料庫的機械英語詞匯表創建與應用構想.《東北亞外語論壇》,第3期,第39-43頁.)
- [4]Luo, J. W. & Chang, L. & Zhu, N. X. 2019. Corpus-based Engineering English Academic Word Lists: A Review Article. *Business Translation*, (2):69-74.  
(羅薦文,常樂,朱乃新.2019.基于語料庫的工程類學術英語詞匯表研究綜述.《商務翻譯》,第2期,第69-74頁.)
- [5]Miao, Y. 2019. Translation Characteristics and Skills of Vocabulary and Syntax in Mechanical English under the Guidance of Skopos theory—Taking the Translation of Mechanical Engineering English as an Example. *Journal of Heze University*, (4): 59-63.  
(苗雨.2019.目的論指導下機械英語詞匯和句法翻譯特點及技巧——以《機械工程英語》的翻譯.《荷澤學院學報》,第4期,第59-63頁.)
- [6]Qin, H. W. & Wang, K. F. 2010. *Comparison and Translation Between English and Chinese*. Foreign Language Teaching and Research Press.



(秦洪武,王克非.2010.《英漢比較與翻譯》.外語教學與研究出版社.)

[7]Ran, M. Z. 2011. Translation Skills of Mechanical Engineering English. Foreign Language and Literature, (S1):68-70.

(冉明志.2011.機械工程英語的翻譯技巧.《外國語文》,第S1期,第68-70頁.)

[8]Shi, P. H. 2011. Translation of Engineering English. Shaanxi Normal University General Publishing House Co. Ltd.

(史彭海.2011.《工程英語翻譯》.陝西師範大學出版總社有限公司.)

[9]Tao, T. 2018. Translation of Passive Voice in Sci-Tech Report from the Perspective of Skopos Theory: A Case Study of Infocomm Media 2025. PhD Dissertation. Beijing: China University of Petroleum.

(陶韜.2018.《目的論視角下科技報告的被動語態翻譯——以Infocomm Media 2025漢譯為例》.北京:中國石油大學碩士論文.)

# English-Chinese Translation Strategies of Passive Sentences in Mechanical Engineering Texts

LUO Jianwen CHANG Le ZHU Naixin

*School of Foreign Languages, Shenyang Ligong University, Shenyang, 110159, China*

*Jinzhou Jinheng Automotive Safety System Co. Ltd, Jinzhou, 121000, China*

**[Abstract]** *Mechanical engineering English has grown into an important branch of English for Science and Technology owing to the prominent status of mechanical engineering in the national industrial economy and engineering business. Passive structures are pervasively distributed in mechanical engineering texts, and hence worthy of in-depth study. Staring from with a general review on relevant theories, this article first provides a language mapping to the passive sentences in mechanical engineering texts, then elaborates with examples upon some English-Chinese translation strategies of passive sentences in the field of mechanical engineering, including 1) translated into Chinese sentences in active voice, 2) translated into Chinese sentences in passive voice, and 3) translated into Chinese sentences with non-subject, and finally comes the prospect of the application of these strategies to translation, specialized English teaching, and engineering business.*

**[Keywords]** *mechanical engineering English; passive sentences; E-C translation strategies; application; engineering business*

# 講好中國抗疫故事

——《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書翻譯策略研究

陳紀伊杰<sup>①</sup> 崔 丹<sup>②</sup>

吉林外國語大學 長春 130117 中國

**摘 要:**面對當前這場由新冠肺炎疫情引發的國際公共衛生緊急事件,助力中國抗疫故事“走出去”,向世界講述中國抗疫故事,分享中國經驗,幫助外國讀者了解并認同中國的抗疫,進而以點帶面,切入真實的中國,正是譯者的職責與擔當。《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書翻譯正當其時,其語體本身凸顯豐富修辭性、三字格與四字格以及數字縮略的詞匯特徵以及主謂與邏輯模糊的流水句特徵。翻譯實踐正是基于此文體特徵,運用功能對等理論的視角和理論框架,以直譯、省譯、補充翻譯、增添主謂關係以及邏輯分層為主導翻譯策略,從而有效地實現翻譯功能,將中國抗疫經驗與世界分享,實現了中國在構建人類命運共同體中發揮的實質性作用。

**關鍵詞:**《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書;文體特徵;功能對等;翻譯策略;人類命運共同體

目前,新冠肺炎疫情席卷全球。中國最早啓動應對疫情的抗擊與研究。無論是控制疫情的政策方針還是實踐舉措皆卓有成效。為積極參與全球抗疫,向世界抗疫分享中國的成功經驗,中國國務院新聞辦公室于2020年6月7日發布《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書(下文簡稱為“白皮書”),并進行多語種翻譯。

白皮書用“中國抗擊疫情的艱辛歷程”、“防控和救治兩個戰場的協同作戰”,“凝聚抗擊疫情的强大力量”與“共同構建人類衛生健康共同體”四個章節綜述中國抗疫的時間綫,抗疫舉

措,抗疫經驗,國際合作立場,展示了中國的抗疫歷程,呈現了中國的治理能力與我黨的科學決策,體現了我國“人民至上,生命至上”的抗疫理念。因此,對《白皮書》英譯的翻譯策略的分析對于向外國讀者講述中國抗疫故事,并展示一個真實的中國有着重要的意義。

在世界抗擊疫情的背景下,讓外國讀者讀懂并喜歡中國抗疫故事格外重要。翻譯作為一門跨語言文化交際活動,在講述中國故事的過程中扮演着重要角色。本文以《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書及其英文譯本為出發點,分析了其作為外宣文本的

<sup>①</sup>陳紀伊杰,男,碩士生,研究方向:英漢互譯

<sup>②</sup>崔 丹,女,英語語言文學博士,教授,碩士生導師,研究方向:英美文學與英漢互譯

基金項目:本文為吉林省教育科學規劃課題《新時代外語人才的愛國主義和社會主義核心價值觀教育研究》(項目編號:GH20517)的階段性研究成果

語體特徵及其翻譯策略。

## 一、《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書中文語言特徵

源語文本是翻譯的對象與目標，對其文本語體特徵的分析十分重要。詞法層面，《白皮書》以戰喻疫頻度較高，三字格與四字格貫穿文本始終，數字縮略語凸顯。句法層面，《白皮書》突出流水句主謂關係與內部邏輯關係的模糊性。

### 1. 詞法層面

#### (1) 詞匯比喻

中文宣傳文本中擅用比喻等修辭手法，一方面“將抽象的觀點具象化，充分利用受眾的求新心理”(孫昕，2020: 33-36)，促進宣傳標語的傳播，另一方面，在保證語義情況下，改變表達形式，降低語言等級，使原本嚴肅晦澀的宣傳文本通俗易懂，完成宣傳的目的。

本次疫情中，政府文本大量使用比喻等修辭。最典型的就是“以戰喻疫”，即使用戰爭相關詞匯來比喻疫情防控，如“保衛戰”、“阻擊戰”等，以此比喻緊急狀態，既能夠表達事件狀態，更能夠激發讀者的情感，從而實現宣傳的目的。

#### (2) 三字格與四字格

中文常用三字格與四字格群來完成語法和修辭功能，一方面發揮修辭作用，使語言活潑生動，同時將正式文本與口語融為一體，在保持文本準確的特徵的前提下，增強了文本在民衆

間的接受性，做到“雅俗共賞，雅俗共用”(馬國凡，1987: 51-58)

在使用三字格與四字格修飾事物時，語氣上遵循由慢到快，由輕到重的邏輯，從而在有限的空間內有效地傳達語義。三字格與四字格能表示動作行為本身，其中又以四字格居多，因為四字格能夠承擔更多的信息，符合中文複合詞多由兩個語素並列構成的結構特徵。由於其語音特徵，受宣傳文本青睞。如：

例1：全國上下貫徹“堅定信心、同舟共濟、科學防治、精準施策”總要求。

該句使用了四個四字格來概括抗疫要求，分別是一個動賓短語和三個偏正短語，將字數本不相同的短語壓縮成了四字格並列在一起，完成了語義的傳達，讀起來朗朗上口。

#### (3) 數字縮略語

中文具有高度概括性的特徵，對重複的內容，會進行省略或縮略處理，方便讀者記憶，最常見的就是數字縮略語。其多見於對三字格與四字格集群的處理，往往以“A(B)CD, A(B)DE, A(B)EF”的形式出現，其中A(B)就是中心語，即相同結構並列的短語中所重複強調的成分。此時，後文中就可以將其縮略為“3(個)A(B)”即“中心語出現次數+中心語”的結構，如：

例2：堅持集中患者、集中專家、集中資源、集中救治“四集中”原則

“集中”在四個短語中作不同成分（前三者為動詞，最後一個是副詞）但

在表層,四者都是以“集中”作中心語,所以在後文中以“集中”為中心語進行縮略,保留并強調了“集中”,完成了縮略的目的。

數字縮略語十分靈活,除了對三字格與四字格集群的縮略以外,在其他同結構短語群縮略中也有表現。中心語位置靈活可變。根據文本內容與目的,中心語也可非原文中詞語,其功能為強調原文的核心含義,重點在于強調所共有的性質特徵。

## 2. 句法

### (1)流水句中的主謂結構模糊性

流水句是由多個短句以逗號相連而成的長句,體現中文“一個小句接一個小句”的特徵(呂叔湘,1979:27)。對其討論離不開對主謂結構的探討。中文是主題顯著的語言,形式上的主謂關係并不是必要的,多主語、單主語乃至無主語都是存在的。

在單主語流水句中,特例為省略主語,以多個以動詞引導的短句組成的“無主句”。主語省略并不代表主語消失,要到語篇中進行推斷,此現象多見于政府工作報告等政府文本中。主謂關係的模糊化導致中文的流水句一個句子中包含多個意群,如:

例3:中共中央把握疫情形勢發展變化,確定了“外防輸入、內防反彈”的防控策略,/鞏固深化國內疫情防控成效,及時處置聚集性疫情,分類推動復工復產,/關心關愛境外中國公民。

本句雖然主語都是“政府”,但却

包含了3個意群,分別是“確定策略”、“鞏固成效”與“關愛公民”。

### (2)流水句邏輯關係模糊性

中文流水句的鬆散性還表現在邏輯關係的模糊上。在中文流水句中,表層的主謂關係并非必要。一個流水句內部可包含多個不同意群,進而淡化了句子表層的邏輯關係,將其隱含在句子內部,如:

例4:國際社會同舟共濟、守望相助,就一定能够戰勝疫情,走出人類歷史上這段艱難時刻,迎來人類發展更加美好的明天。

例4祇有“就”一個邏輯詞,承接前後,而從“就”開始的三個短句遵循的是由小到大、由近到遠的綫性邏輯關係。

## 二、《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書英文翻譯策略

本章針對上一章論述的結果,論述了《白皮書》英譯本針對這些語體特徵所使用的翻譯策略。詞法層面,《白皮書》采取了直譯、省譯和補充翻譯的策略;句法層面,《白皮書》采用了增添主謂關係和邏輯分層的翻譯策略。

### 1. 詞匯翻譯策略

#### (1)比喻詞匯

翻譯策略要根據文本的類型來選擇,對於以信息性和誘導性為特徵的文本,應根據“譯入語的表達習慣、文體特徵、修辭形式進行翻譯”(吳建國 & 秦聞佳,2016:76-81+94)。由于中英語言差異,在翻譯的過程中要對原文



的修辭以及句式進行修改,以貼近英語讀者表達習慣。

白皮書突出“以戰喻疫”的修辭手法,成為“固定或標準的隱喻”(Newmark, 1982: 84-96)。翻譯要考慮隱喻所帶有的文化體驗能在目的語中呈現多少,進而決定翻譯策略。考慮到語言文化間的共性,為達到最佳傳輸效果,可以考慮直譯策略,如:

#### 例5:武漢保衛戰

英譯: an all-out battle to protect Wuhan

原文使用“保衛戰”比喻“武漢疫情防治”,而“battle”有“a lengthy and difficult conflict or struggle”(Pearsall, *et al.*, 2007: 167)的含義,二者有相似的隱喻含義,故譯文使用“battle to protect Wuhan”來進行翻譯。

隱喻產生於語言文化環境,其翻譯能再現原文風格,促進文化交流。雖可以直譯,但文化背景的差异會導致一些隱喻不能直譯。如,中文常用多個喻體形容單個事物,若直譯,雖能達成形式對等,但會導致譯文冗長,關係不明,違背文體特徵,無法達到功能對等。故應對譯文結構進行調整,避免喻體直譯導致的堆砌,在尊重原文信息的同時,達到讀者反應對等。

#### (2)三字格與四字格

三字格與四字格是中文特有的詞匯,翻譯應以追求在與源語在“概念內涵、語言形式和交際功能方面的對等為目標”(Nord, 2001: 21-52),實現信

息的表達,語言的結構和功能的再現這三者的統一,如:

#### 例6:應收盡收、應治盡治、應檢盡檢、應隔盡隔

英譯: All those in need are tested, isolated, hospitalized or treated.

原文是四個動賓短語的四字格。譯文採取了提煉中心語,以四個分詞的形式相并列連接,再現了原文四字格的結構形式與語音特徵。原文按由重到輕“住院,治療,檢測到隔離”的順序排列。譯文排列並沒有選擇順序或倒叙策略,而是根據英美疫情管控措施這一社會文化背景做出調整,再現邏輯順序的同時,完成了語篇的交際功能,達到了在譯入語讀者中的功能再現。

由於中英雙語差异,完全的對等是無法實現的,語義的缺失是無法避免的。中文有包含多個不同短語的複雜的三字格與四字格群,為保證功能再現,譯者應遵循完成語篇交際功能的要求,將信息的傳達與譯入語讀者的理解放在首位,再考慮結構的再現,如:

#### 例7:追蹤到人、登記在冊、社區管理、上門觀察、規範運轉、異常就醫

英譯: Tracing, registering, and visiting each individual, placing them under community management, and transferring them, if necessary, to designated medical facilities for quarantine or treatment as per due procedures.

原文是四個動賓短語以及兩個偏正短語，無法簡單通過單個詞匯進行直譯。譯文以動名詞短語以及增譯對其進行轉換，最大程度上完成了信息的傳遞與功能的再現。

### (3) 數字縮略的翻譯

數字縮略語體現了中文的高度概括性特徵，直譯會導致讀者無法理解。對於首次出現的數字縮略語，應對其進行解釋來完成信息的傳遞，如：

#### 例8：六穩

英譯：To stabilize the six fronts — employment, finance, foreign trade, inbound investment, domestic investment, and market.

“六穩”指“穩就業、穩金融、穩外貿、穩外資、穩投資、穩預期”，是政治術語。外文讀者沒有這一背景知識，導致雙方信息不對等。譯文進行了補充翻譯，顯化了縮略的含義。

名詞及動詞作中心語可以直譯，如果是形容詞或副詞，就應避免直譯，因為若是采取名詞化處理可能會出現歧義導致信息傳遞的錯誤。

數字縮略語可代指專有名詞。對於出現次數較少且內容專業性較強的縮略語，比起直譯，不如省譯並顯化更能讓人直觀地理解信息，如：

#### 例9：三區兩通道

英譯：Clean zones, partially contaminated zones, contaminated zones, and separate passages for medical staff and patients.

“三區兩通道”指“清潔區，半污染區和污染區；醫務人員通道和病人通道”。在原文中祇出現一次，且沒有解釋，其專業度較強，對應的英文術語也較長。直譯會導致句子冗長，影響理解，妨礙交際功能的完成。故譯文采取了省譯的方法以求最直觀的信息傳遞。

## 2. 句法翻譯策略

### (1) 流水句主謂結構的增添

中文流水句有多主語，單主語以及無主語。多主語流水句將同一主題的不同動作與其發出者整合在一起，是可分割的。而英文以主謂結構為核心，一個句子一個主謂結構，翻譯應根據原文的主語進行劃分。

在單主語流水句中，可通過以核心主謂結構來引導，剩下的部分以動名詞以及名詞化的方式連接，在傳遞語義的前提下，完成對文本結構特徵的再現。對於無主語流水句，其主語隱藏在語篇中，應對原文語篇進行分析，如：

例10：大力開展應急科普，通過科普專業平臺、媒體和互聯網面向公眾普及科學認知、科學防治知識，組織權威專家介紹日常防控常識，引導公眾理性認識新冠肺炎疫情，做好個人防護，消除恐慌恐懼。

英譯：To disseminate knowledge about its Covid-19 response, China has released relevant information through platforms for popularizing science, and

through the media and the internet. Leading medical experts have offered advice on routine self-protection to help the public see Covid-19 in a rational way and forestall panic.

譯文根據“平臺科普”和“專家科普”兩個意群進行拆分,避免了一個句子多個意群。為防止主語重複,譯文選擇“China”來引導第一個單句。第二個單句則選擇動作的主要發出者“權威專家”來擔當主語,完成了邏輯分層。

#### (2)流水句的邏輯分層

“漢語的語義表達依靠時間及事理順序形成聯系,句子與句子之間無須關係連詞,一個動作之後接着下一個動作”(孫衛斌,2008:73+79)。而英語“每個句子有一個主謂結構,而且句子之間的邏輯關係緊湊”(韓西苗,2017:108-117)。漢語流水句缺少顯性的邏輯連詞,而“英語的複雜句則通過有形的手段構成邏輯清晰的延續結構”(趙朝永&王文斌,2020:27-32)。翻譯要將其邏輯關係顯化出來,如:

例11:強調要把新冠肺炎防控科研攻關作為一項重大而緊迫任務,在堅持科學性、確保安全性的基礎上加快研發進度,為打贏疫情防控的人民戰爭、總體戰、阻擊戰提供強大科技支撐

英譯: He said that this work must be taken as a major and pressing task and proceed as speedily as possible, while abiding by the rules of science and

ensuring safety, so as to provide strong scientific and technological support for overcoming the epidemic.

原文看似有“防控科研”與“科研團隊”兩個主語,但實際上,整個句子的動作發出者是“科研團隊”,其餘分別是行為、條件與目的。譯文選擇遵循以謂語動詞為核心,通過不定式、分詞、關係詞的連接來翻譯。

中文流水句一個句子有多個意群。而英語“一個段落一個意思,一個意思有不同層次時也常分段分述”(徐秀梅 & 宮欽言,2005:24-26)。直譯會導致錯亂無章,譯者應對原文進行分句及分段,使譯文層次鮮明,如:

例12:中共中央把握疫情形勢發展變化,確定了“外防輸入、內防反彈”的防控策略,/鞏固深化國內疫情防控成效,及時處置聚集性疫情,分類推動復工復產,/關心關愛境外中國公民。

英譯: In response to the evolving Covid-19 dynamics, the CPC Central Committee adopted an approach to prevent the coronavirus from entering the country and stem its domestic resurgence. /Efforts were made to consolidate gains in virus control, promptly treat cluster cases, and get the country back to work sector by sector. / Care and support were given to Chinese citizens abroad.

原文中多個短句是并列關係,包含3個意群:“確定策略”、“鞏固成效”與“關愛公民”。譯文對原句進行拆分,

避免信息的堆砌,保證了信息的傳達,符合譯入語讀者的閱讀習慣與思維模式,達到與源語讀者相近的閱讀反應。

### 三、結論

本文通過對《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書的原本以及英譯本進行分析,討論了其中所體現的中文特徵與翻譯策略。中文常用修辭、三字格與四字格以及數字縮略語的詞匯特徵及主謂與邏輯模糊的流水句特徵。與此相對應,站在譯入語讀者的角度,分析了英譯本中對修辭的直譯、省譯與不譯,對四字格的處理,對數字縮略語的補充翻譯與不譯策略以及對流水句的主謂關係的增添與邏輯關係的分層的翻譯策略的應用。

在未來的中外跨語言跨文化交際中,中國外宣翻譯舉足輕重,因此白皮書的翻譯實踐為抗疫翻譯提供可資借鑒的模範與範文。在這個時代背景下,中文文本外譯的需求祇會不斷擴大。如何選擇使用翻譯策略來跨越語言文化的鴻溝,傳遞中國的聲音,並讓外國讀者認識到真實的中國,值得每位譯者深入思考與踐行。

### References (參考文獻)

- [1]Pearsall, J., Hanks, P. & Soanes, C., et al. 2007. *The New Oxford English-Chinese Dictionary*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- [2]Newmark, P. 1982. *Approaches to Translation*. Oxford: Pergamon Press.
- [3]Nord, C. 2001. *Translating as a Purposeful Activity*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- [4]Han, X. M. 2017. International Publicity Translation Strategies of Chinese Materials in Perspective of Western Rhetoric: a Case Study of English Version of China's Progress in Poverty Reduction and Human Rights. *Journal of Eastern Liaoning University (Social Sciences)*.
- (韓西苗.2017.講好中國故事:西方修辭學視角下的外宣翻譯——以《中國的減貧行動與人權進步》白皮書英譯文為例,《遼東學院學報(社會科學版)》,第五期,第108-117頁)
- [5]Ma, G. F. 1987. A Study on Four-Character Idiom, *Journal of Inner Mongolia Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)*.
- (馬國凡.1987.四字格論,《內蒙古師大學報(哲學社會科學版)》,第S2期,第51-58頁)
- [6]Lv, S. X. 1979. *A Study on Chinese Grammar*. Beijing: The Commercial Press.
- (呂叔湘.1979.《漢語語法分析問題》,北京:商務印書館,第27頁.)
- [7]Sun, W. B. 2020. A Study on the Translation of Chinese Run-on Sentences. *Neijiang Technology*.
- (孫衛斌.2008.漢語流水句的英譯方法.內江科技,第1期,第73+79頁.)



[8]Sun, X. 2020. A Study of the Features and Requirements of Slogans: a Case Study of Slogans of Pandemic Control and Prevention. *Applied Writing*.

(孫昕.2020.淺談標語的表達特點及寫作要求——以防疫宣傳標語為例,《應用寫作》,第6期,第33-36頁.)

[9]Wu, J. G. & Qin, W. J. 2016. “Zero Translation” Reconsidered. *Shanghai Journal of Translators*.

(吳建國,秦聞佳.2016.詞語“全球化”——“零翻譯”原則與策略探析,《上海翻譯》,第1期,第76-81+94頁.)

[10]Xu, X. M. & Gong, Q. Y. 2005. A Study of Division in Translation.

*Shanghai Journal of Translators*.

(徐秀梅,宮欽言.2005.語序的調整與標點的運用——淺談分譯法,《上海翻譯》,第4期,第24-26頁.)

[11]Zhao, C. Y. & Wang, W. B. 2020. A structural contrast between Chinese run-on sentences and English complex sentences from the perspective of English temporality and Chinese spatiality. *Foreign Language Education*.

(趙朝永,王文斌.2020.漢語流水句與英語複雜句結構特性對比:英漢時空特質差異視角,《外語教學》,第5期,第27-32頁.)

## A Case Study of Translation Methods of *Fighting COVID-19: China in Action*

CHEN JI Yijie CUI Dan

*Jilin International Studies University, Changchun, 130117, China*

**[Abstract]** In this Public Health Emergency of International Concern of Covid-19 pandemic, translators should take part in the “Going Out” of Chinese action in pandemic, introducing experiences, helping foreign readers learn a real China. Therefore, the *Fighting COVID-19: China in Action* is released. It reflects textual features, including the lexical features of frequent use of rhetorical options, three- and four- character idioms and the number words, and the syntactic features of ambiguity of subject-predicate relations and the logic relations in run-on sentences. Based on the these, the translation methods are applied, including the literal translation, the omission and amplification, the addition of subject-predicate relations, and the division by logic relations, guided by Functional Equivalence Theory, through which the function is achieved in sharing the anti-pandemic experience and fulfilling the Chinese role in the community of shared future.

**[Keywords]** *Fighting COVID-19; China in Action; textual features; Functional Equivalence Theory; translation strategy; a community of shared future*

# 淺談基于語料庫的商務與法律翻譯研究

李 蕾<sup>①</sup>

山東政法學院 濟南 250014 中國

**摘 要:**無論是國家戰略還是城市發展,法律法規和商務合同的精準高效互譯都是基礎保障之一。建設商務與法律專門語料庫,並將其用于翻譯研究能進一步拓展語料庫翻譯學研究範圍,減少因商務合同語言問題帶來的糾紛,也為法律法規的精準適用提供依據。本文提出對商務合同及法律法規雙語語料進行收集整理,構建涉外商務合同與法律法規語料庫,旨在為商務與法律翻譯領域提供策略。

**關鍵詞:**語料庫翻譯;法律法規;商務合同

## 一、雙語平行語料庫研究現狀

首先,語料庫語言學與翻譯研究的結合起源于英國學者蒙娜·貝克爾(Mona Baker),她研究了語料庫翻譯學的理論價值、意義、翻譯文本的本質。多蘿西·肯尼(Dorothy Kenny)、薩拉·拉維奧薩(Sara Laviosa)和奧洛漢(Maeve Olohan)也相繼進行相關的應用研究(Hunston, 2007)。目前國內對於語料庫的研究,大部分集中在文學題材和翻譯教學相關領域,在商務法律文本翻譯方面的研究無論在數量還是研究層面的廣度上都相當匱乏。

其次,在國內雙語平行語料庫的建設方面,大多選取大方向,如中國英漢平行語料庫,建成了一些專門用途語料庫,如上海交通大學的莎士比亞戲劇英漢平行語料庫、燕山大學的《紅樓夢》譯本平行語料庫、紹興文理學院的魯迅小說漢英平行語料庫等,以商

務合同和法律法規為研究對象的語料庫鳳毛麟角,僅包括北外建立的 UTH 雙語法律英語語料庫的少數幾個。

國內外對於語料庫語言學的研究數量不斷遞增,研究內容和視角也在不斷擴大。但研究多停留在文學文體翻譯層面,語料庫語言學在商務和法律翻譯方面的研究還存在很大的空白,國內現有的語料庫多為單語的中文語料庫,涉外商務合同和涉外法律文本的中英雙語語料庫的研究甚少。語料庫語言學是法律語言學的重要研究領域(Coulthard & Johnson, 2010),因此對該領域具有一定啟發和借鑒作用的研究迫在眉睫。

## 二、涉外商務合同及法律法規中英平行語料庫的作用

1. 涉外法律法規中英平行語料庫不僅可作為翻譯輔助工具,還可用于語言與翻譯研究。涉外法律法規中英

<sup>①</sup>李 蕾,女,講師,研究方向為法律語言學、法律翻譯

基金項目:本文系山東政法學院校級科研項目一般課題“涉外法律法規中英雙語平行語料庫建設及應用研究”(項目編號:2020Q01B)的階段性成果

平行語料庫的理論研究和應用研究不同于一般通用語言語料庫的相關研究,其實用性更強,應用更廣。商務及法律翻譯中有些帶有規律性的翻譯原則(李克興,2018)。這些翻譯原則和規律在語料庫中得以充分顯現。語料庫中的語料主要從網絡獲得雙語文本,包括涉外法律法規文件和商務合同文件,根據法律文本原有的體系結構和編號機制,對語料做字段對齊和標注。這種專業型平行語料庫不僅可為經驗型機器翻譯研究提供豐富資源,還可用于專業術語提取。

2. 通過語料庫能够建立新的翻譯質量評估模型,有利于翻譯效率及翻譯質量的提高。涉外法律中英雙語平行語料庫能够對涉外法律條例翻譯文本質量進行評估,從兩個方面對法律文本進行評估:命題內容和法律效果。在前期搜集語料的過程中發現,我國法律相關門戶網站英文版面的法律法規文本參差不齊,更新緩慢。這種中英文對照文本的缺失或多或少是由于缺乏有效的翻譯手段造成的。從這個角度來看,涉外法律中英平行語料庫能够對涉外法律翻譯效率及翻譯質量的提高起到相當大的作用。

### 三、商務及法律翻譯平行語料庫構建

隨着網絡技術的發展,語料庫技術快速發展解決了大量語料難以分類存儲的難題。語料庫成為翻譯者參考資源,也成為機器祇能翻譯的系統資

源庫。構建可用于商務法律翻譯平行語料庫是促進商務及法律翻譯質量和效率的重要步驟。

#### 1. 語料庫構建路徑

第一,分析并歸納現存涉外法律法規語料庫中存在的語言翻譯問題。該部分對多方面的涉外法律法規語料庫文本進行歸納,得出常見導致法律法規翻譯出現偏差的問題類型。

第二,收集商務合同文本及涉外法律法規雙語語料,建立涉外合同文本法律法規中文及英文語料庫。運用中華人民共和國中央人民政府官網約20部涉外事務的法律法規中英雙語語料,以及來自翻譯公司和涉外律所的真實案例庫的語料建立涉外商務合同和法律法規中英雙語語料庫作為研究對象。

第三,運用語料庫工具進行標注檢索并探索法律雙語語料庫的建設途徑和應用方法。建立相應的雙語平行語料庫後,有針對性地進行信息的篩選和分析,最後對篩選出的語料,就信息、句法結構、法律效力和法律意圖四個方面,對比參照語料庫 Lexisnexis 做出定量和定性分析并總結出實用的翻譯方法。

#### 2. 語料庫構建相關技術

第一,可採用機器輔助文本自動對齊的技術方式。商務翻譯和法律翻譯方面的平行雙語語料庫是專用于該方面的專門語料庫,且商務正式文本與法律法規翻譯文本句式較正式且單

一,需要大量雙語平行語料的支撐。在語料對齊過程中,需要對齊的對象是段落、句子、短語、詞組、單詞,在翻譯對齊過程中,譯者通過機器翻譯技術將源語和語料庫中要翻譯的句子進行對照,得出相似性,找到最恰當的例子,再對比將與原句對齊的目標語例子生成譯文。其中,文本自動對齊技術代替手工對齊,能大大加快英漢互譯速度,提高效率和準確度。

第二,可採用機器翻譯工具。機器翻譯工具也是語言處理工具,語料庫的構建需要有關文本文法、語義庫,需要採用信息檢索技術、文本分類技術和快速揀選技術等,並且需要通過統計工具與案例分析技術將文本對象總結到機器翻譯系統中。建成的商務合同及法律法規平行語料庫能存儲雙語文檔格式,支持機器翻譯模式,能促進翻譯過程中從靜態翻譯到動態翻譯的轉化,文本拖入文本框,譯文立即出現,節省翻譯成本。因此,語料庫與翻譯工具相結合的技術能促進提高翻譯質量,節省人工翻譯成本和時間。

### 3. 語料庫構建語料收集及清理

構建語料庫前,如相關商務合同及涉外法律法規信息不甚完善,則需收集可用專業材料,並寫入語料庫,為以後用語料庫進行的翻譯任務做好充分準備。在此過程中,要保證被收集信息正確性,按照語料庫信息格式設定完畢,實現語料庫系統的有效更新。商務合同語料庫信息資源以商務合同為

主,包括銷售合同、購買合同、代理合同、僱傭合同、承包合同、租賃合同等;涉外法律法規語料庫以涉外法律法規中文及英文版本為主,採用人民共和國中央人民政府官網中涉外事務法律法規作為主體。

語料庫素材被收集進語料庫後,語料庫建設者在語料庫正式投入使用前需要將語料進行篩查以及清理,從而提高語料庫資源的查詢正確度,從而增進翻譯的精準度。篩查清理時可用 Eitpad Pro 作為篩查工具,將語料庫錄入文本變為清潔文本。

## 四、語料庫在翻譯中的實際應用

1. 語料庫能在翻譯過程中驗證合同與法條中的近義詞含義。合同語言與法律文本中多近義詞並列使用,但在法律翻譯初學者翻譯過程中常容易錯用,因此利用語料庫對英譯過程中被譯成英文並用近義詞的中文短語進行檢索,例如常用的短語“條款”可被譯為“terms and provisions”;而有些短語則幾乎從未在英文文本中被使用,如“liability and obligation”,而這個表達常在初學者翻譯“責任和義務”短語時被不恰當地當作正確譯文。同樣,中文文本中也會出現近義詞短語並列出現的情況,並常常組成一個中文詞匯,例如英文中兩個並列動詞組成的短語“sign and issue”在漢語中應譯為“簽發”一個詞。在英文合同及法律法規漢譯時將此類近義詞並列使用的短語輸入語料庫,可自動生成常見譯文,從而



能够避免不恰當譯文的出現。

2. 語料庫能在翻譯過程中驗證合同及法條詞匯語義韻特點(王漢平, 2012)。語義韻是指詞與詞組成的搭配形成的語義場,例如,有些特定詞語會吸引一些具有同樣或近似語義場的詞來搭配,這些搭配詞組頻繁使用在段落或篇章中會營造出一種類似的語義氛圍,即語義韻。語義韻可分為積極語義韻、校級語義韻和錯綜語義韻三種。衛乃興(2002)在語料庫中檢索“cause”,發現該詞具有消極語義韻,常與一些含有消極意義的詞搭配組合,如“irritation”“damage”“problems”“errors”等等,形成消極的語義氛圍。若譯者在翻譯時將積極涵義的詞與“cause”搭配,則會形成不恰當搭配,例如“cause of prosperity”“cause of development”等,出現語義韻衝突現象。商務文本與法律文本專業詞匯搭配較多,相對來說比較固定,因此利用語料庫檢索方法,能够區分驗證詞匯的語義韻特點,從而在翻譯中找到固定合適的搭配詞語。

3. 語料庫能在翻譯過程中驗證合同及法條中的詞語搭配。語言有一特徵,詞的搭配相對固定,每種語言都有自己特定的詞語搭配習慣。詞語搭配受到多種因素的影響,如漢英兩種語言使用人群的文化、地域、習慣、教育背景等,都會影響到所使用語言的詞語搭配情況。中英兩種語言使用環境不同,使用人群不同,因此差別很大,

兩種語言中表達相同意義的詞,搭配範圍也會出現差異。例如,中文中的詞語“紅茶”在英文中的對應詞是“black tea”,“紅”在英文中對應的同義詞本應是“red”,而與“tea”相搭配的詞却是“black”。再比如,漢語“殺,殺死,殺掉”這個詞,英文中對應的詞是“kill”,漢語的搭配詞是“殺人”,但英文中“kill”却可以和“time”搭配,意思是“消磨時間”。所以由于詞的適用範圍不同,引申義不同,詞的搭配範圍也不一致(許餘龍,2000)。因此初級譯者在進行合同及法條翻譯時容易出現以上問題,對英文中的詞語搭配準確性不確定,此時可充分利用語料庫檢索信息的便利作用,驗證譯文中的搭配詞是否符合絕大多數譯文樣本中的表達,從而確定其準確性。

## 五、結語

涉外法律語言具有嚴謹性,需要有專業譯者進行統一修正來實現法律語言的規範。法律在某種程度上代表一個國家的形象,多種譯法帶來混亂,不利于法律語言的規範化和標準化。法律法規翻譯以及商務合同翻譯是一種團體工作,需要有更多的權威機構加入,建立權威涉外法律以及商務合同中英雙語語料庫,對英譯法律術語進行不斷的審定、改進,並對現有成果進行不斷補充和更新,才能從根本上改善商務法律翻譯語言不規範的問題。

### References (參考文獻)

- [1]Coulthard, M. & Johnson, A. 2010. *The Routledge Handbook of Forensic Linguistics*. Taylor & Francis e-library.
- [2]Hunston, S. 2007. Semantic Prosody revisited. *International Journal of Corpus Linguistics*, 122 (2).
- [3]Li, K. X. 2018. C-E Translation of Legal Provisions—Taking the Translation Version of a Judicial Interpretation as an Example. *Chinese Translators Journal*, No. 5.  
(李克興.2018.法律條文的漢英翻譯——以“兩高”的一個司法解釋翻譯為例.《中國翻譯》,第5期,第94-100頁.)
- [4]Wang, H. P. 2012. Corpus-based Study on the Application of Semantic Prosody in C-E Translation. *Kaoshi Zhoukan*, No. 54.  
(王漢平.2012.基于語料庫的語義韻研究在漢英翻譯中的應用,《考試周刊》,第54期,第42-43頁.)
- [5]Wei, N. X. 2002. General Means to Semantic Prosody. *Foreign Language Teaching and Research*, No. 4.  
(衛乃興.2002.語義韻研究的一般方法,《外語教學與研究》,第4期,第300-307頁.)
- [6]Xu, Y. L. 2000. Referring Expressions and Their Accessibility in Chinese and English. *Foreign Language Teaching and Research*, No. 5.  
(許餘龍.2000.英漢指稱詞語表達的可及性,《外語教學與研究》,第5期,第321-328頁.)

## Corpus-based Solutions to the Translation of Business and Legal Texts

LI Lei

*Shandong University of Political Science and Law, Jinan, 250014, China*

**[Abstract]** *Accurate and efficient translation of laws, regulations, and business contracts is one of the basic requirements for the implementation of national strategies and the development of cities. Building bilingual parallel corpuses of specialized business contracts and laws and regulations will be conducive to the study of translating business and legal texts and to the expansion of corpus translation studies, thus helping to reduce disputes caused by language problems in business contracts, and providing a basis for the accurate application of laws and regulations. The paper proposes an attempt to collect and organize translation materials of contracts and laws, followed by a plan to construct a parallel corpus, in the hope of working out solutions to business and legal translation.*

**[Keywords]** *corpus-based translation; laws and regulations; business contract*

# 《新冠病毒肺炎預防手冊》的英譯：論翻譯在人類命運共同體構建中的價值

袁 微<sup>①</sup>

中國民航飛行學院 廣 漢 618307 中 國

**摘 要:**翻譯是人心互通、文明互鑒的橋梁與紐帶。當前全球疫情肆虐,中國譯者翻譯出版的《新型冠狀病毒肺炎預防手冊》英文版在國際社會獲得了積極反響,對國際社會抗疫有重要價值。《手冊》的翻譯不但向全世界傳播了中國的抗疫經驗,也展示了我國優秀的民族文化,彰顯了我國在全球抗疫中的擔當與情懷,這正是翻譯在人類命運共同體構建實踐的價值體現。人類命運共同體的構建是人類社會發展的必然選擇,而作為國家戰略資源的翻譯行為,是傳播文化的橋梁,是共享文明的紐帶,是構建人類命運共同體的基石。在構建人類命運共同體的時代語境下,譯者人文情懷與工匠精神、翻譯的多模態多維度傳播至關重要。

**關鍵詞:**《新冠病毒肺炎預防手冊》;翻譯;人類命運共同體;話語共同體;價值

翻譯作為人類社會歷史最悠久的活動之一,在信息互通、情感互傳、經貿往來和政治互信等方面發揮了基礎性作用。“在克服阻礙交流的語言差異的同時,翻譯為交流打開了通道。多虧翻譯,人類社會從相互阻隔走向相互交往,從封閉走向開放,從狹隘走向開闊”(許鈞,2004)。在文明互鑒、文化交流的過程中,翻譯的價值不可低估。正如廖七一所言,“從原始部落的親善交往,文藝復興時代古代典籍的發現和傳播,直至今天世界各國之間文學、藝術、哲學、科學技術、政治、經濟的頻繁交流與往來,維護世界的穩定和持久和平,翻譯都發揮了不可估量的作用”(廖七一,2001:1)。在國際交往日益頻繁,各國利益密切關聯的時代語境下,人類命運共同體的構建是時代的

選擇和歷史的必然。人類命運共同體的構建的前提是話語共同體,而話語共同體的形成又依賴于翻譯行為,因此翻譯在人類命運共同體構建的價值值得深入探討。

新型冠狀肺炎的大肆蔓延是全世界的災難,全人類都面臨着共同的挑戰。為了方便人民群眾的自我預防,降低疫情傳播風險,《新型冠狀病毒肺炎預防手冊》(以下簡稱《手冊》)應運而生,在普及防疫知識和中起到了關鍵作用。隨着新冠病毒的全球肆虐,人類命運共同體的意識更加深入人心,全世界人民都深刻感受到人類的命運息息相關,沒有人能置身事外。我國是新冠疫情的重災區,疫情爆發較早,在衛生防疫、病毒防控、疾病治療等方面積累了一定的經驗。全球合作抗疫的前

①袁 微,男,中國民航飛行學院講師,研究方向:文體學、翻譯學

基金項目:四川省教育廳項目:四川少數民族民間文學譯介生態研究——基於生態翻譯學的視角,項目編號:18SB0844

提是語言互通,信息共享,所以翻譯有舉足輕重的地位。中國譯者敏銳地捕捉到《手冊》的翻譯對於全球抗疫的重要性和實用性,通過翻譯助力全球抗疫,為構建人類命運共同體貢獻自己的力量。《手冊》的翻譯與對外傳播彰顯了中國譯者的世界情懷,提升了中國的國際影響力。

### 一、主動請纓,精益求精:《手冊》英文版走向世界

全球疫情爆發,全人類面臨着巨大的考驗和困境。中國在抗疫中的經驗彌足珍貴,經驗的分享與傳播有利于全人類攜手合作,共同抗疫,也是構建人類命運共同體的生動實踐。特別是有中醫學介入的中國經驗為全球抗疫帶來了新的曙光,所以中國抗疫經驗的傳播與共享在全球抗疫中顯得尤為重要。譯者朱珊主動請纓,勇于擔當,各方協調,為《手冊》的成功翻譯付出了艱辛的努力。朱珊任職于中國石油大學(華東),是國際醫學口譯協會會員、澳大利亞翻譯協會會員、加拿大翻譯協會會員,兼任中國中醫藥研究促進會國際部副主任。她專注于醫學翻譯,一直為世界衛生組織、聯合國教科文組織等提供同聲傳譯。作為資深的醫學翻譯,朱珊敏銳地意識到在全球抗疫的時代語境下,中國抗疫的經驗對世界抗疫至關重要。于是,她主動請纓,協調各方,承擔起《手冊》的英譯工作。在朱珊領導下的翻譯團隊,日夜兼程,祇為盡快把中國抗疫的經驗傳播到全世界,通過搭建語言橋梁為全球抗疫助力。翻譯團隊對譯文精益求精

精,特別是對於醫學術語翻譯時內涵和外延的譯文反復斟酌。《手冊》英譯的華彩部分在於中醫藥的翻譯,中醫藥屬於中華優秀傳統文化,其翻譯既要考慮譯文讀者的可接受性,做到通俗易懂,符合英語的表達習慣;同時,翻譯作為一種文化傳播行為,必然要向世界展示我國的優秀文化,增強我國文化的國際影響力,在國際舞臺贏得話語權。

《手冊》英文版行文流暢,質量上乘,已由美國天馬出版公司出版,目前已收到俄羅斯、德國、西班牙等國11家出版機構的出版合作意向。“英文版手冊還特別針對美國當地特點,專門匯集了美國疾控中心(CDC)有關新冠病毒和疫情的專業信息,並指導如何在美國開展疫情防控。”[1]《手冊》英文版把中國抗疫的經驗成功傳播到全世界,是中國譯者向世界傳播中國之聲,助力世界戰“役”的結晶。中國譯者的使命就是要匯通世界文明成果,弘揚中國優秀文化,把中國的聲音傳播到世界。

### 二、中國譯者的世界情懷:中國經驗的全球傳播

疫情肆虐全球,亟待中國分享抗疫經驗,這是中國譯者的使命和責任,也是中國在世界舞臺構建話語共同體的機遇。《手冊》的翻譯,不僅僅涉及到語言的轉換,更是把自己優秀的傳統文化傳播到全球,體現了中國譯者的世界胸懷和人道關懷。這是歷史與時代賦予中國譯者的使命,通過《手冊》的翻譯,傳播中國經驗,助力世界抗



疫。

《手冊》全面總結了中國防控新冠肺炎疫情的成功經驗和科學方法,具有豐富的知識性和大衆普及性,可讀性和可操作性強,對全民認識新冠病毒以及如何做好疫情預防有現實指導意義。“大家不計報酬、勳力同心,日以繼夜地工作,經過初譯和五輪審校,圓滿完成任務。”[2]中國譯者以其強烈的人文情懷和高尚的職業精神快速而精準的把《手冊》進行了英文翻譯,天馬出版公司迅速購買版權,在北美地區推廣發行。中國駐紐約總領事黃屏大使應邀與天馬出版公司總裁裏昂(Tony Lyons)通電話,贊賞其“積極分享中國防控疫情的寶貴經驗,有助於科學指導美國民衆了解相關知識並做好防護,加強中美兩國在防控疫情等方面的合作”。[1]翻譯向全球民衆普及了新冠病毒的常識,提高了的防疫病毒的能力,增強了醫療機構的防疫信心。同時,由於翻譯中涉及許多中醫藥術語,譯者在考慮受衆的語言習慣和思維習慣的前提下,盡量保留中華文化的特色,最大程度地呈現中華民族的文化精髓。一方面,《手冊》的翻譯是爲了普及新冠防疫的知識,所以譯文具有實用性;另一方面,翻譯作爲一種文化輸出,在翻譯過程中不可避免有文化遷移和文化負載,自然會無形中樹立中國國家形象,提升國際影響力。翻譯是中國經驗世界傳播的必由之路,而中國經驗的世界傳播是時代和歷史的必然選擇,具有重大的現實意義。以朱珊爲代表的中國譯者用自己的專業

精神和高尚情懷向世界展示了中國譯者的風采和擔當。在面對公共危機時,譯者同樣在前綫用筆尖奮鬥,用語言戰“疫”。《手冊》的翻譯讓中國經驗得到世界傳播,讓中國譯者的風采得到展現,特別是凸顯了翻譯在構建人民命運共同體中的紐帶作用。“中國努力在國際社會積極發聲,提供中國智慧與中國方案,用新文明觀構建新天下觀,用優秀中華文化弘揚當代價值,正在逐漸被世界各國所接受和認同。”(蔣明煒,2020)中國譯協高度評價道:“在新冠疫情肆虐全球之際,中國在治療與預防等方面的策略與措施對世界各國具有重要的借鑒意義。疫情面前,翻譯工作者以大愛的情懷和無私的奉獻,向世界各國人民提供中國方案,增進對疾病的認識和理解,指導個人預防,降低疫情傳播風險。這也是向世界傳遞我國團結一致、齊心抗“疫”的中國聲音!”[2]《手冊》的翻譯助力全球抗疫,樹立良好的國家形象,提升了中國在世界舞臺的話語權,證明了翻譯在構建人類命運共同體中的橋梁和紐帶作用。

### 三、翻譯與傳播:構建人類命運共同體的基石

自從巴別塔計劃失敗以來,人類因爲語言不通而彼此隔離。語言不通造成各個種族之間無法理解,貿易和往來不能進行,文化和文明不能共享,甚至還會產生摩擦發生衝突。不同國家與民族之間的溝通與往來必須依靠翻譯。翻譯能力作爲一種重要的戰略資源,直接影響到民族的文化影響力

和國家的軟實力。

1.人類的命運息息相關,休戚與共,必須要强化人類命運共同體的意識,推進人類命運共同體的構建步伐。人類命運共同體的核心要旨在于:一方面要追求自己國家的可持續發展,另一方面要努力關照他國追求合法利益,從而在謀求本國發展中的同時促進各國共同發展繁榮。“協和萬邦、以和為貴”是中華民族的傳統哲學思想,為人類命運共同體的理念提供了雛形,費孝通先生提出的“各美其美,美人之美,美美與共,天下大同”更是為構建人類命運共同體指明了方向。構建人類命運共同體彰顯了中華民族責任和擔當,這也是中華民族追求偉大復興的“中國夢”的生動體現,目的就是促進各個國家和民族之間信息互通,文化相通,資金融通等重要戰略,它的前提就是通過語言的共通與共享。語言是人類最基本最重要的交際工具,話語共同體是文化交流、文明互鑒的前提。人類命運共同體的構建是全人類未來發展的趨勢,是當前國際局勢和人類生活的時代選擇。全球疫情形勢持續嚴峻,人類社會受到前所未有的挑戰。在全球疫情肆虐之際,世界上任何一個國家都不可能做到獨善其身,構建利益相關的命運共同體和實施互助合作的抗疫戰略是時代的選擇和歷史的必然。全球疫情促使人類對自己命運進行深刻思考,對人類命運共同體的構建的願望也更加迫切,更加堅定地認為“構建人類命運共同體是為解決當前乃至以後的全球問

題、世界難題而必然做出的歷史選擇”(陳培永,2020)。

2.翻譯是構建人類命運共同體的基石。翻譯的地位一直被低估,但翻譯不僅僅是不同語言之間的轉換,更是國家文化傳播能力的體現,是國家在世界舞臺話語權的展現。翻譯活動作為溝通不同語言文化的橋梁與紐帶,是構建“人類命運共同體”的重要手段,是促成交流共通的核心力量。“國家翻譯能力是一個國家軟實力的重要組成部分,具有重要的戰略意義,它有利于促進一個國家的社會發展、有利于提高其國際話語權、有利于實施其國際行動”(高雷,2019:3)。《手冊》的翻譯與傳播就證明了翻譯作為溝通的橋梁對於人類公共危機的應對至關重要。換言之,翻譯是將人類命運共同體構建付諸實踐的前提和基石。作為中國譯者,必須承擔起傳播中國文化,分享世界文明的使命,從而搭建起中外溝通互鑒的橋梁。從這個角度來說,翻譯讓世界更美好更通暢。要真正“講好中國故事,傳播中國聲音”,必須把翻譯能力提高到國家戰略層面,重新審視翻譯的地位和價值。

#### 四、人類命運共同體構建中翻譯行為的努力方向

人類命運共同體的建立是有利于國際社會發展的重要舉措,而翻譯在構建人類命運共同體中舉足輕重。《手冊》的翻譯與傳播就是中國在構建人類命運共同體中的努力與實踐,不但向國際社會傳播了我國在抗疫中的經驗,也向世界展示了中國的民族精神

與氣魄,增強了文化軟實力,提高了國際地位。翻譯作為國家重要的戰略資源,直接決定着國家的對外傳播能力,也直接影響人類命運共同體的構建步伐。《手冊》的翻譯和傳播體現了中國譯者的使命與情懷,是“講好中國故事,傳播中國聲音”的典範。

然而,我國在國際上依然存在失語的現象,甚至遭受語言暴力。基于翻譯行為的信息互通之路并不通暢,基于話語構建的國家形象構建任重道遠。中國話語的國際影響力還不够,國際傳播能力有待進步一加強,中國特色話語體系構建任重而道遠。翻譯作為各民族溝通與理解的橋梁,是消除隔閡、增強理解的文化實踐。翻譯的表現形式是話語的呈現,“話語共同體是人類命運共同體的內在組成部分,構建共同話語是構建人類命運共同體必需的根本路徑”(蔣明燁,2020)。

因此,為了更好的構建話語共同體,我們必須砥礪前行。一方面,譯者要有人文情懷和工匠精神。譯者作為翻譯活動的中心與樞紐,作為話語的傳播者,必須有精益求精的工匠精神和以讀者為中心的翻譯情懷。作為最復雜的精神活動之一,翻譯的目標是兩種語言文化之間的交流、溝通與調試,因此譯者必須要在兩種語言與文化之間游刃有餘,既能把我國對外話語體系中中國氣度和民族精神傳達出來,又能用外國讀者容易接受的語言呈現出來,這樣以讀者為中心的翻譯考量彰顯了譯者的人文情懷。優秀的譯文需要譯者卓越的雙語能力和高招

的翻譯技能,是譯者語言靈感和反復斟酌的結晶,所以好的翻譯需要工匠精神。另一方面,多模態多維度的話語傳播尤為重要。傳統的語言轉換的模式已經不能適應當今讀者的閱讀習慣個審美品位,因此多模態多維度的傳播就顯得尤為重要。文本的翻譯知識話語共同體構建的起步,之後還需要通過各種媒體各種活動對其進行傳播,從而真正提高國際話語權,構建話語共同體,真正做到“讓中國話語感動世界”(蔣明燁,2020),為構建人類命運共同體而努力。人類命運共同體的構建任重而道遠,需要國際社會的共同努力和各行各業的齊心協力。作為語言溝通和文化傳播的使者,我們必須披荊斬棘,筆路藍縷,為構建人類命運共同體的宏圖偉業努力奮鬥。

#### Notes (注釋):

[1]《新型冠狀病毒肺炎預防手冊》英文版在美發行[EB/OL].2020-3-27  
[http://www.chisa.edu.cn/rmtnews1/hai-wai/202003/t20200327\\_311412.html](http://www.chisa.edu.cn/rmtnews1/hai-wai/202003/t20200327_311412.html)

[2]中國翻譯協會助力中國戰“疫”經驗國際傳播[EB/OL].2020-03-06  
<http://www.tac-online.org.cn/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=395&id=3657>

#### References (參考文獻)

[1]Chen, P. Y. 2020. The Importance of a Community of Shared Future for Mankind in Anti-Epidemic Campaign  
*ECONOMIC DAILY*.

(陳培永.2020.全球抗疫凸顯人類命運共同體理念的重要性經濟日報.)

[2]Gao, L. 2019. Constructing a Community of Shared Future for Mankind: from the Perspective of Translation. *Journal of Huaiyin Normal University (Social science)*, No. 3

(高雷. 2019. 構建“人類命運共同體”的翻譯之維.淮陰師範學院學報(社會科學版).No. 3.)

[3]Jiang, M. W. 2020. The Construction of a Community with Shared Discourse Based on the Concept of a Community with a Shared Future for Humanity. *Journal of Tianjin International Stud-*

*ies University*. No. 2.

(蔣明煒.2020.讓中國話語感動世界——從人類命運共同體看話語共同體的構建.天津外國語大學學報. No.2.)

[4]Liao, Q. Y., et al. 2001. *British current translation theories*. Wuhan: Hubei Education Press, No. 1.

(廖七一等. 2001. 當代英國翻譯理論.武漢:湖北教育出版社, No. 1.)

[5]Xu. J. 2004. A Discussion on Translation Values. *Foreign Languages and Their Teaching*, No.1.

(許鈞. 2004. 翻譯價值簡論.外語與外語教學, 第1期.)

# The Translation of *The Corona-virus Prevention Handbook*: A Discussion of the Value of Translation in construction of a Community of Shared Future for Mankind

YUAN Wei

*Civil Aviation Flight University of China, Guanghan, 618307, China*

**[Abstract]** Translation links people's heart and nations' civilization. The publication of *The Corona-virus Prevention Handbook* has received have received good response, which is beneficial and valuable for the anti-epidemic in international community. One on the one hand, it spreads Chinese experience in anti-dynamic practice, and on the other hand, it shows the excellent national culture and spirit. The construction of a Community of Shared Future for Mankind is an inevitable choice. As a national strategy resource, translation is a bridge of culture and civilization. In the context of construction of a Community of Shared Future for Mankind, translators should spare no efforts for excellent translation and dissemination agencies should adopt multidimensional approaches.

**[Keywords]** *The Corona-virus Prevention Handbook*; Translation, a Community of Shared Future for Mankind; a Community of Shared Discourse; Value



# 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), hosted by ENRP Education Technology Co., Ltd, 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
- Legal translation and technology 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 ; 1034501032@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,東師瑞普教育科技有限公司承辦,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、法律和科技工程翻譯、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;1034501032@qq.com

聯繫電話:0411-84710460

編輯部連絡人:郝博 15640288993

編輯部地址:沈陽市惠工街217號德郡大廈2202室

## 期刊《東北亞外語論壇》徵稿啓事

東北亞語言學文學和教學國際論壇(簡稱NALLTS),是立足于東北亞旨在促進學術交流與合作的國際平臺(每年舉行一次),入選論文由美國新視野出版社出版NALLTS文集,進入《社會科學與人文科學國際會議錄索引(CPCI-SSH)》數據庫檢索,同時中國知網(CNKI)全文收錄。

《東北亞外語論壇》(NAFLS)為NALLTS期刊,中國知網全文收錄,國際刊號:ISSN 0025-7249和ISSN 0257-2478(電子版),由美國新視野出版社出版,由東師瑞普教育科技有限公司協辦,是一份面向外語界專家、學者和教師的關於語言學研究、外國文學研究、翻譯理論實踐、外語教育教學研究和跨文化交際等領域學術期刊。入選本期刊稿件,經作者本人申請和專家組審查合格,可編入NALLTS文集進入CPCI-SSH檢索。

本刊為語言、文學和教育類專刊,欄目設置如下:語言學、外國文學、翻譯理論、外語教育理論、外語教學實踐、評價研究、碩博論壇、外語資訊等欄目。本刊為雙月刊,每逢雙月25日出版,定價:6.98美元。

本刊3版起發,每版中文1500字符,英文3000字符,作者來稿要求提供作者信息,即工作單位、通訊地址、郵編、聯繫電話、電子信箱,文章的題目摘要和關鍵詞等相應信息。稿件用中文和外文均可,但題目、作者單位、摘要和關鍵詞必須有英文。

投稿信箱:nafls@vip.163.com 和 1164026978@qq.com

### 編輯部(美國):

內華達州拉斯維加斯華立大街8414號,郵編89147

電話:4698672050

郵箱:williamliu0515@gmail.com

### 編輯部(中國):

沈陽市惠工街217號德郡大廈2202室,郵編110013

電話:024-31994562;15640288993

郵箱:nafls@vip.163.com

## *Northeast Asia FORUM on Foreign Languages* Calls for Papers

The Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature & Teaching (NALLTS) serves as an international platform to promote academic and cooperations exchange in Northeast Asia (Once a year). The high-quality papers will be included in the NALLTS proceedings published by New Vision Press. All NALLTS proceedings will be included in the CPCI-SSH International Index and CNKI database. Northeast Asia Forum on Foreign Languages (NAFLS) is the periodical of NALLTS, which is published by New Vision Press and co-organized by Dongshirui Education Science & Technology Ltd., Co. Included in CNKI. The ISSN is ISSN 0025-7249 and ISSN 0257-2478 (online). As an academic periodical for language experts, scholars and teachers, the content focuses on linguistics, foreign language and literature studies, translation and foreign language education and teaching research. Articles published in the periodical will be included in the CNKI database, and some of them may enter the CPCI-SSH International Index which is priced.

Columns of the periodical are as follows: linguistics, foreign literature, translation theory, foreign language education theory, foreign language teaching practice, evaluation research, graduate BBS, foreign language information and so on.

Each page of the periodical may contain about 1500 Chinese or 3000 English words. Three pages would be the minimum publishing coverage. When contribute, the author need to provide the following information: work unit, address, postcode, phone number, email address, the title, abstract and key words of the article. The article can be written in either Chinese or English, but the title, the abstract and key words must be in English (and Chinese if the article is written in Chinese).

This periodical is specialized for language, literature, and special education. Contributions from all walks of life are welcome.

**Email :** [nafls@vip.163.com](mailto:nafls@vip.163.com); [1164026978@qq.com](mailto:1164026978@qq.com)

### **Editorial Office Abroad:**

8414 Opulent Ave, Las Vegas, NV 89147

**TEL:** 469 867 2050

**Email:** [williamliu0515@gmail.com](mailto:williamliu0515@gmail.com)

### **Editorial Office in China:**

Rm. 2202, Dejun Mansion, 217 Huigong St. Shenyang, China

**TEL:** 024-31994562 15640288993

**Email:** [nafls@vip.163.com](mailto:nafls@vip.163.com)



## 商務翻譯和外語教學國際論壇(SIBT) 第五次SIBT二號通知

爲了適應我國兩岸四地和全球商務翻譯學科建設的發展需求,使商務翻譯研究和翻譯教學領域的同仁及從事商務翻譯的工作者獲得更廣泛的學術交流機會,在已經舉辦過四次SIBT基礎上,第五次商務翻譯和外語教學國際論壇將於2019年12月6-8號在大連舉行。

**【主辦單位】**商務翻譯和外語教學國際論壇組委會

**【承辦單位】**大連財經學院國際商學院

**【協辦單位】**東師瑞普教育科技有限公司

**【論壇議題】**1.商務翻譯理論研究;2.商務翻譯的學科發展與建設;3.商務翻譯實務探索;4.商務翻譯教學實踐;5.商務翻譯商業模式探索;6.包括法律科技工程醫學等商務翻譯研究

**【會議時間】**2019年12月6-8號,6號14點開始接待報到。

**【會議和報到地點】**大連財經學院國際會議中心

**【會務費】**正式代表900元,研究生代表500元,住宿和交通費自理,住宿300元/每雙人標準間。請於11月25日前將住宿費和會務費彙至對公帳號(戶名:瀋陽東師瑞普教育科技有限公司,賬號:0334310102000002032,開戶行:盛京銀行沈陽銀合支行,或支付寶:info@nallts.com),彙款後在回執內標注彙款明細。現場刷公務卡繳費,亦須提前通過上述方式預繳費,報到時退費。

**【論文和發言】**參會者可以提交論文和分組發言(有宣讀論文和發言證書);論文經審核可以進入本論壇期刊《商務翻譯》,中國知網收錄,還可以申請進入國際會議文集 Proceedings of The 2019 Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching (NALLTS),此文集出版後進入CPCI-SSH國際檢索和中國知網檢索。投稿詳見其徵稿啓事。

關於其他詳細到會路線和日程等,報名回執後請看第三號通知。

回執和投稿郵箱:sibt\_j@163.com; 1034501032@qq.com

联系人和电话:郝 博(秘书处)15640288993 ;024-31994562

晋炳坤(承办方)0411-39265057

SIBT組委會秘書處  
大連財經學院國際商學院

# The 5th International Symposium on Business Translation and Foreign Languages Teaching (SIBT)

The 5th SIBT will be held in Dalian City. This symposium provides a premier forum to exchange ideas and promote research into critical areas related to business translation and foreign languages teaching. Topics of interest include but are not limited to

- research into business translation
- directions and trends of business translation
- translation practice for business
- business translation teaching
- CAT and business translation

**Organizers:**

- Organizing Committee of SIBT
- International Business School, Dalian Institute of Finance and Economics
- ENRP Education Technology Co.,Ltd

**Time:** 6<sup>th</sup> to 8<sup>th</sup> December, 2019,

**Registration:** 2:00pm , 6<sup>th</sup> December,2019

**Venue:** International Conference Center of Dalian Institute of Finance and Economics

**Registration fee:** ¥900 for academic staff and ¥500 for graduates. The participants are responsible for their own transportation and accommodation expenses. The organizer can help to arrange the accommodation at the participants cost, ¥300 for a double standard room. Registration and accommodation fees are to be transferred to the company account before Nov. 25<sup>th</sup> (Account Title: 沈阳東師瑞普教育科技有限公司, Bank Account: 0334310102000002032, Bank: 盛京银行沈阳银合支行, or the Alipay: info@nallts.com) . Please indicate the purpose and the amount of the currency in the postscript. The official card holders need to pay the above mentioned fees in advance.

**Papers:** Authors can submit their papers and group statements (A certificate of presentation will be issued) ; Papers are selected and included in *Business Translation (SIBT Periodical)*, the CNKI database, or can apply for *Proceedings of Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching (NALLTS)*. The proceeding will enter the CPCI-SSH database and the CNKI database. The contributors can refer to the call-for-papers notice.

**Receipt and Submission email:** sibt\_j@163.com ; 1034501032@qq.com

**Contacts:** Hao Bo(Secretariat) 15640288993 ; 024-31994562

Jin Bingkun(Organizer) 0411—39265057

Secretariat of SIBT Organizing Committee  
International Business School,  
Dalian Institute of Finance and Economics

## Summary of 2020 NALLTS

Northeast International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching (NALLTS), launched by Northeast Normal University, aims to improve the academic level of Northeast Asia area. NALLTS has been supported by many universities in the world, especially colleges and universities from England, America, South Korea, Japan, Russia and other countries. At the same time, NALLTS has been warmly welcomed by the universities in Northeast and North China, thus the establishment of the organization committee, which includes Zhang Shaojie (the chairman), Yang Junfeng, Liu Yongbing, Li Zhengshuan, Ma Zhanxiang, Zhou Yuzhong, Dong Guangcai, Yang Yue, Yuan Honggeng, Jiang Yufeng and Wen Xu. All are the deans of schools of foreign languages at colleges and universities, working as the standing directors.

2020 Northeast International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching (2020NALLTS) was held on November 25<sup>th</sup>, 2020. This conference was sponsored by Organizing Committee of Northeast Asia International Symposium on Linguistics, Literature and Teaching, organized by Academy of Literature of Shanghai International Studies University and Guangdong Frontier Education Academy of Science, and the co-organizers were ENRP Education Technology Co. Ltd. and New Vision Press. More than 400 experts, scholars and colleagues from colleges and universities attended the conference. 142 teachers from more than 100 colleges and universities submitted papers to the proceedings of the conference which will be included in CPCI-SSH. 5 Chinese and foreign experts gave keynote speeches. In addition, more than 40 delegates presented the abstracts of their academic papers.

The opening ceremony of 2020NALLTS was presided by Dr. Ding Junhua, Secretary-General of NALLTS. Professor Zhang Shaojie, Chairman of NALLTS, delivered the opening speech. Professor Yu Jianhua, Academy of Literature of Shanghai International Studies University, delivered the welcoming speech. Five keynote speeches were delivered at the conference, and more than 40 scholars presented abstract papers including literature, linguistics, teaching and translation studies. Professor Yang Yuchen from Northeast Normal University, Professor Yu Jianhua from Academy of Literature of Shanghai International Studies University, Professor Zhang Shaojie from Northeast Normal University, Professor Li Zhengshuan from School of Foreign Languages, Hebei Normal University and Dr. Stephen E. Ronto gave their keynote speeches and the titles of the speeches were "On a Clause Relational Approach to Discourse Analysis", "Connecting a Different Reading Public: Compilation of A Companion to American Literature", "The Grammar-Pragmatics Interface: A Case Study of Voice Constructions", "Donne's Art of Conceit" and "EdTech in Language Teach-

ing: A Cup of TEA".

Dr. Ding Junhua, Secretary-General of NALLTS, made a summary speech. Dr. Ding Junhua presided the closing ceremony, delivered a closing speech, and announced the list of awarding papers, Li Ye, Gao Yan, Wang Xiaomei, Lu Bin and other 11 winners were awarded.



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統一安排，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書報考。
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書的考生報考。
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書報考，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@bflst.com 1034501032@qq.com

中華商務翻譯技能等級考試網址：www.bflst.org QQ:1034501032



培訓考試基地：\_\_\_\_\_ 電話：\_\_\_\_\_

聯繫人：\_\_\_\_\_ 電話：\_\_\_\_\_