

电子商务英语翻译中语义和文体 信息的对等传递

应林忠

(同济大学 浙江学院, 嘉兴 314051)

摘要: 美国翻译理论家 Nida 和 Larson 各自提出了翻译中的信息传递模式, Nida 模式较重视表层结构研究, 而 Larson 模式较重视深层结构研究, 如何结合两者优点实现源语和译语在语义和文体信息上的对等传递, 值得探讨。通过对电子商务英语词汇和句式特征进行分析, 指出电子商务英语翻译只有掌握其语言特点, 才能达到忠实性、地道性和一致性。为了实现语义信息的对等传递, 基于奈达动态对等功能理论提出了电子商务英语翻译中四种语义信息传递模式(契合式、平行式、冲突式、借代式); 为了实现文体信息的对等传递, 基于平行结构理论提出名词短语三种扩展性形式(分层递进式、意群组合式、平行排列式)。电子商务英语翻译时, 这些语义信息传递模式和名词短语扩展性形式在实现语义和文体信息对等传递中都有其实践运用价值。

关键词: 对等; 电子商务英语; 语言特点; 传递模式; 名词短语扩展性形式

中图分类号: H 315.9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1009-895X(2017)01-0023-07

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2017.01.005

Semantic and Stylistic Information Equivalence in Translations of E-business English

Ying Linzhong

(Foreign Languages Department, Tongji Zhejiang College, Jiaxing 314051, China)

Abstract: Both Eugene A. Nida and Mildred L. Larson have suggested their information transmission modes respectively; Nida emphasizes the surface structure while Larson focuses on the deep structure. It might be worthwhile to probe into how to combine the merits of the two modes with an aim to acquire the semantic and stylistic equivalence between the SL and the TL. Through analysing the features of vocabulary and sentence structure, the author suggests that it be necessary to have a basic understanding of the linguistic features in the translation of e-business English with an aim to translate faithfully, idiomatically and consistently. Based on Nida's theory of dynamic or functional equivalence, four information transmission modes in translation of e-business English are suggested, including correspondence, parallel, confliction and substitution; Founded on the theory of parallel structure, three types of expanded noun pre-modifiers (ENP) are presented, including graded progress, meaning section combination and parallel arrangement, either the information transmission modes or the types of ENP are of practical value in acquiring the semantic and stylistic equivalence in translation of e-business English.

收稿日期: 2015-12-20

作者简介: 应林忠(1968-), 男, 副教授。研究方向: 电子商务英语、英汉互译。E-mail: yinglinzhong@126.com

Keywords: *equivalence; E-business English; linguistic features; transmission modes; expanded noun pre-modifiers (ENP)*

一、电子商务英语翻译中信息传递的基本原则

美国翻译理论家 Eugene A. Nida^[1](1975) 和 Mildred L. Larson^[2](1984) 参考 Noam Chomsky (1957) 提出的转换生成语法 (transformational-generative grammar, 简称 TG) 理论^[3], 提出了各自的信息传递模式。Nida 模式认为源语表层结构通过核心句 (kernels) 将信息传递给译语表层结构, 而 Larson 模式提出源语表层结构通过深层结构将信息传递给译语表层结构。两个传递模式强调通过核心句或深层结构传递信息, 但其所指信息均为语义信息, 不包括文体信息。文体附在语言表面, 不能通过核心句或深层结构传递; 文体属于表层结构, 翻译离开表层结构具体特点, 文体就荡然无存。借鉴 Nida 模式和 Larson 模式各自的特点, 笔者提出关于信息对等传递设想: 语言和文化差异给信息传递造成一定障碍, 但翻译过程中可以实现信息对等传递。基于该信息对等传递设想, 电子商务英语翻译中可以实现语义和文体信息的对等传递。

随着英特网的迅速发展, 商业公司或企业都面临业务往来方式的巨大变化。电子商务在商务实践中日益成熟并成为流行的经营模式。IBM 公司弗兰克·琼斯 (Frank Jones) 指出电子商务是利用互联网和信息技术从根本上转变贸易关键业务策略和过程^[4]。企业能否利用互联网开展业务将成为其生存的关键, 正如英特尔董事长安迪·格鲁夫 (Andy Grove) 所说: “In the next five years all companies will be Internet companies or they won’t be companies at all.”^[4] 在国际商务活动中, 电子商务英语使用范围非常广泛, 并在其领域内逐渐形成了独特的语言特征。在学术界, 电子商务英语被认为属于商务用途英语 (English for Business Purpose)^[5], 因此笔者认为, 研究电子商务英语特征应借鉴商务英语一些现有的研究成果, 如按照刘淑云和武立波的观点, 商务英语不同于普通英语, 突出表现在其文体特点方面, 即 “7C” 原则: Correctness (准确), Conciseness (简洁), Clearness (清楚), Completeness (完整), Concreteness (具体), Courtesy (礼貌), Consideration (体谅); 在

句法方面, 使用固定的套语和比较复杂的句式结构; 在词汇方面, 运用有特殊的意义的普通词汇, 以及旧体词和缩略词^[6]。王芳也有类似观点, 认为商务英语源于普通英语, 但有其独特的语言特征。而且商务英语语言最明显的特点是它是商务实践、商务理论知识的载体, 用词有明显的专业性^[7]。李松岩认为商务文本翻译应遵循 “忠实性、正确性、一致性”^[8]。周立人主张以奈达 (Nida) 动态对等功能理论 (the theory of dynamic or functional equivalence) 研究商务英语翻译, 他认为商务英语翻译取决于两个关系的比较, 即目标语言受体 (the target language receptors) 和目标语 (the target language text) 之间的关系应该大致相当于原受体 (the original receptors) 与原文 (the original text) 的关系, 这种双重关系是动态对等理论基础^[9]。刘世伟提出并行结构翻译, 认为正确使用平行结构使句子整齐对称, 平行结构是把两个或者两个以上意思并列成分用同等或相似的语法形式表现出来, 使用得当, 可使语句工整、对称, 具有巨大的感染力; 同时可使语音连贯、流畅, 富有强烈的节奏感^[10]。王欣提出商务英语文本中应该重视翻译动词模式 (verb pattern) 研究^[11]。

笔者认为, 商务英语翻译时实现语义和文体信息的对等传递, 不妨利用上述翻译原则建立相应的信息传递模式, 如参考刘淑云和武立波、刘世伟的观点建立文体信息传递模式; 参考王芳、周立人的观点建立语义信息传递模式。本文初步探讨电子商务语言, 主要是词汇 (语义) 和句式 (文体) 特点及其翻译方法与技巧, 具体分析实现语义和文体信息对等传递的途径。

二、电子商务英语词汇层面上的信息对等传递

电子商务是涉及众多领域的交叉新兴学科, 所以电子商务英语词汇内容丰富, 专业性强。根据内容, 电子商务英语词汇大体上可分为技术术语和普通词汇; 根据词汇组成可分为合成词、派生词、缩略词等, 其中一词多义现象非常典型。

(一) 技术术语

技术术语是指用于特定主题或工艺中的单词和

短语, 翻译时通常有其等价词。电子商务英语具有独特的行业特点, 其词汇及内容与专业密切相关, 承载了商务理论与商务实践等方面的语义信息, 人们熟悉的英语单词在电子商务英语中往往被赋予新的特殊含义。例如: group buy (网上集体议价), online venture (在线投资), off-contract buying (非契约购买), profit/loss statement (损益帐), investment returns (投资回报), wholesale (批发), market segmentation (市场分隔)。这些词反映了电子商务英语独特的语言特征, 翻译时要体现李松岩提出的“忠实性、正确性、一致性”原则, 以实现语义信息的对等传递。

另外, 研究这些技术词汇需要注重“创新组合”语义信息传递。通过 e-, online-, cyber-等合成新词, 如 e-marketplace (电子交易市场), advertise online (网络广告), cyber-banking (网上银行); 通过名词连用, 名词中心词前置形容词修饰语合成新词, 如 logistics network (物流网络), purchase order tracking (购货订单处理跟踪); 将两个或两个以上的词语构成新词, business-to-business (企业间的)。电子商务英语词汇特征表现出简易化特点, 这同现代商务交际中“简易化”趋势相一致, 也与英美国家现在流行的简易英语运动 (Plain English Movement) 有直接联系。

为了实现语义信息的对等传递, 准确翻译电子商务英语技术术语不妨注意以下几点: 1) 密切注意一个词在电子商务英语中的专门词义, 特别需要恪守严谨的作风, 防止翻译词义的主观随意性; 2) 学习英语现代构词法是翻译的基本功, 电子商务英语词汇日新月异, 但一般来说, 都是有“法”可循的, 通晓英语构词法, 可以使译者在面对浩如烟海的电子商务英语词汇时心中有数, 懂得如何去解析词语; 3) 译者通过悉心的词义辨析获得该词词义后, 应严格遵循电子商务英语的用词习惯, 给某些概念以约定俗成的翻译, 即应保持一贯性 (consistency), 不应在不同的上下文中随意改变, 引起概念上的混乱。

(二) 普通词汇

指用于几种学科或专业的词汇, 不同语境中往往有不同含义。例如: transmission 在电子学中表示“发射”“播送”, 力学中表示“传达”“变速”, 物理学中表示“透射”, 医学上表示“遗传”。电子商务英语中许多普通词汇含义取决于具体电子商务英语文本语境, 有相当数量的专业术语借自英语常用词汇,

即以引申或者扩展的基本词义来给新的概念命名, 如: customized software (顾客定制的软件), match (匹配), carbon paper forms (复写纸形式), automated reports (自动报表), browser-equipped phones (带浏览器的电话), database systems (数据库系统), 等等。

笔者认为, 对这些普通词汇可以借助奈达动态对等功能理论^[12]进行翻译, 以实现语义信息的对等传递。为此, 在电子商务英语翻译中有必要实践下列四种语义信息转递模式:

(1) 契合式 (Correspondence): 概念深层结构对应, 表达形式 (表层结构) 大体对应;

(2) 平行式 (Parallel): 概念深层结构对应, 表达形式 (表层结构) 大体平行;

(3) 冲突式 (Confliction): 概念深层结构对应, 表达形式 (表层结构) 各不相同;

(4) 借代式 (Substitution): 概念深层结构空缺, 表达形式 (表层结构) 相应空缺。

其中, 契合式可能性最大, 最基本原因是人类对客观世界和主观世界的认识往往具有相对的一致性, 思维逻辑的相对一致性导致语言表述逻辑的相对一致性。例如: cross-industry (跨行业), operating systems (操作系统), customer care (客户关怀), data collection (数据收集), customers buying preference (客户购买偏爱), maximum value (最大价值), ineffective error messages (无效错误信息) 等。平行式出现频度也很大, 在深层结构即概念的双语对应的前提下, 表达形式虽然缺乏契合式的相对一致性, 但却以平行的模式表现。如英语 “shed crocodile tears” 的平行式翻译是 “猫哭老鼠假慈悲”, 汉语 “雨后春笋” 平行式翻译是 “spring like mushrooms”。在电子商务英语中, 平行式翻译经常可见, 如: maverick purchasing (个性化购买), “maverick” 原意是 “unbranded calf”, 这里喻意为 “unorthodox person, person who dissents from the ideas, of an organized group” (Oxford Advanced Dictionary)。又如: overhead (日常营业开支), 原意是 “above one's head”, 这里指 “the cost which a business has to deal with daily, e. g. rent, ads, salaries, light, heating”。冲突式往往产生于一词多义现象, 如汉语 “私人住宅” 译成英语是 “private house”, 但 “公共住宅” 不是 “public house” (在英国指 saloon 或者 bar, 在美国指 inn 或 hospital)。电子商务英语中这样的普通词汇不少, 如: customs clearance (清关), freight consolidation (货物联运), seamless (通畅的), market niche (市场份额),

red tape (官样文章), keeping customers in the loop (紧紧抓住顾客), 等等。另外, 电子商务英语翻译中研究冲突式十分必要, 可以帮助译者提防和辨别语言转换中的陷阱 (pitfalls)。探究和调整双语的深层涵义, 使双语深层结构相互对应, 再赋形于表层, 即译文的语言形式。替代式是在语言转换时广泛使用各种替代成分以替补空缺的手段。翻译时双语中一方有某些词语变异, 但在翻译中找不到对应成分。如: “dot-com start-ups” (新兴网络公司), “white elephant” (需要高额成本维护, 实际上已经无利可图的资产), “clock watcher” (指上班经常看时间, 巴不得下班时间快到的人), “brick-and-mortar store” (实体店, 与网络商店相对应), 等等。解决对应空缺矛盾的主要方法是替代或借引, 即找出语言中的平行结构。

从语义转换的四种基本模式来看, 契合式最为普遍, 应用范围最广。平行式、冲突式和替代式的并存都基于英汉语言之间的语义信息的差异。

(三) 合成词

通常两个或两个以上的单词合成新词。例如: marketplace (市场), website (网站), bubble economy (泡沫经济), digital globe (数字地球), salespeople (销售人员)。最常见的是通过 e-, online, cyber 和其他词汇连用合成新词。但对于包含 electronic 或 e- 的新词不能一律翻译成“电子……”, 需要考虑语境灵活翻译, 以实现语义信息的对等传递, 如: electronic shopping mall 译为“网上购网中心”比“电子购物中心”能更准确地表达原文的意思。另外, 对于合成词的翻译应该注意翻译的统一性, 如 electronic banking, e-banking, cyber banking, online banking 等实质上表示同一事物, 指“网上银行”。在电子商务英语中, 通过合成法能复合出大量的经济和商务领域的新词。

商务英语中合成词各成分词汇意义紧密结合组合成新词意义, 结构平行, 整齐对称, 这些新词对新思想和新事物表达有其独特作用。大部分电子商务英语合成词均取直译法, 即将两个合成词素的词义直译作偏正联缀。这些合成词具有较强的语域特征和目的性, 有定型的组合结构和交际的目的性。这些合成词涵义范围比较狭窄, 词义精确、固定、严谨, 其伸缩性和对上下文的依赖性比较小, 具有较强的独立性。这与汉语里“同一个词语的词义即使在不同的上下文也一致”的情况相符合。由于电子商务英语发展日新月异, 各行业、各集团都尽可能使用英

语常用词汇来表达各种概念, 在这种背景下, 英语词汇的范围很容易扩大。换言之, 英语词汇容易获得新义, 汉语词汇则不然, 在一定程度上流于执着、凝滞, 不易变通。例如翻译带有“金”字的词汇时, 在英语中往往有灵活的表达方式: 押金 (deposit), 奖金 (bonus), 定金 (down payment), 佣金 (commission), 周转金 (revolving fund) 等等。

(四) 派生词

电子商务英语中, 通过前缀和后缀构词的情况很多, 例如: multi-protocol (多协议), inter-business (公司间), teleconference (远程会议), retailer (零售商), coordination (协作), confidentiality (保密性), microkernel (微内核), programmable (可编程的)。其中, 词缀只能黏在词根上构成新词的语素, 它本身不能单独构成词。如通过“re”构造出 resell (转卖), recall (召回); 通过“ex”构造出 export (出口), exchange (外汇) 等。在电子商务英语中最常用的词缀有 e- (电子), online (在线), cyber- (网络), hyper- (超), tele- (远程), -ity (性质) 等。

这些词体现了王芳提出的商务英语词汇源于普通英语, 但有其独特语言特征。有些派生词翻译需要适当增词, 才能准确通顺地表达原意。词缀具有极大的灵活性, 同时又具有极强、极广泛的搭配表意能力, 这是因为一方面词缀的基本词义都比较稳定明确, 另一方面它们的附着力都很强, 附着在根词之前或之后, 概念可以立即形成。先解析 (词素及词素义), 后合成 (将词素意义进行调整联缀), 从而得出一个完整的词义。由于英语中的前后缀及构词成分大都来自拉丁语, 备有拉丁语词典, 以供解析词语时查阅也是必要的。熟悉电子商务英语词汇的构词成分, 对解析、判断、翻译电子商务英语词汇, 实现语义信息的对等传递很有帮助。

(五) 省略词

由于商务竞争越来越激烈, 人们都在想方设法提高效率, 电子商务英语的简约性特点, 突出表现在大量使用省略词, 如: CRM (Customer Relationship Management, 客户关系管理), EOS (Electronic Ordering System, 电子订货系统), FTAM (File Transfer Access and Management, 文件传输存取与管理), IRM (Information Resource Management, 信息资源管理)。这些省略词简洁、方便, 由于电子计算机等学科迅速发展, 在电子商务英语中出现了很多的新省略词。省略词构

成一般采用三种方法: 1) 首字母缩略, 如上述 CRM, EOS, FTAM 等; 2) 首尾字母缩略, 如 Rd (road, 路), BK (bank, 银行), ft. (foot, 英寸) 等; 3) 截割缩略, 如 apps (applications, 应用软件), ID (identity, 身份), ad (advertisement, 广告) 等; 4) 转音缩略, 如 B2B (business to business, 企业对企业)。

这些省略词词义单一, 简洁明了, 使用规范, 节省时间, 提高了效率, 在贸易中表明双方所遵循的合同标准化规则, 暗示了买卖双方的责任、费用和 risk 划分。翻译这类词汇时首先需要溯本求源, 找出原词或根词, 除了新造词以外, 其新义不会与原词或根词的本义相距甚远。此外, 电子商务英语中大批纯专业术语的词义一般比较稳定, 这些词可以采用契合式语义信息传递模式, 以实现语义信息的对等传递。

(六) 一词多义现象

多义词是指在不同语境中具有不同含义, 完全可以按照奈达动态对等功能理论进行翻译, 实现语义信息的对等传递。例如: “industry” 最初表示“勤奋的劳作”, 后来“劳作”进入新历史发展阶段, 其意义变为“有组织的生产劳动”, 当人类社会出现制造业后, 其意思变成“工业”。而在当代社会几乎任何获利活动, 都被称为“工业”, 例如: tourist industry 旅游业, insurance industry 保险业, farm industry 农业, entertainment industry 娱乐业。电子商务英语中“一词多义”现象很普遍, 多义和歧义都必须避免, 翻译时需要分析原语中多义词在特定语境中的具体含义, 然后在目的语中再现。英语词汇所包含的意义往往具有游移性 (vacillation) 和灵活性, 主要体现在英语词汇的意义多根据各自的前后搭配和语境而变化, 英语词汇常常是引申义、内含义、扩展义、内含义、外延义等多种意义的集合。下面以 “share” “floating” 为例进行说明。

例 1 We are prepared to *share* the expenses with you.

译文 我们愿与你方分担费用。

“share” 用作动词, 意思是“分担”。

例 2 The company was formed with 2000 *shares*.

译文 该公司由两千股组成。

“share” 用作名词, 意思是“股份”。

遵循奈达动态对等功能理论^[12], 电子商务英语翻译中就不会出现“一词多义”误译现象。

例 3 It is not surprising, then, that the world saw a return to a *floating exchange rate* system. Central banks were no longer required to support their own currencies.

译文 在这种情况下, 世界各国又恢复浮动汇率就不足为奇了。各国中央银行也就无须维持本币的汇价了。^[13]

例 4 *Floating policy* is of great importance for export trade; it is, in fact, a convenient method of insuring goods where a number of similar export transactions are intended, e. g. where the insured has to supply an overseas importer under an exclusive sales agreement or maintains sales representatives or subsidiary companies abroad.

译文 统保单对出口贸易至关重要。它实际上是货物保险中的一种便利的办法, 特别适合于分不同的时间出口的一批类似货物, 如, 当被保险方根据独家代理协议书向国外的进口方供货, 或在海外委任了销售代表, 设立分支机构时之用。^[13]

例 3 和例 4 中, 单词 “floating” 意思完全不同。例 3 中 “floating exchange rate” 指 “浮动汇率”, 即可自由浮动, 完全受市场力量决定的汇率制度; 例 4 中 “floating policy” 意思是 “统保单”, 指用以承保多批次货运的一种持续性长期保险凭证。

溯本求源, 词义的演变起因于社会的发展。一直以来, 许多人认为翻译就是一种模仿而已, 如 Mounin 提出翻译就是这样的过程: $a, b, c, d \dots = A, B, C, D \dots$ $a', b', c', d' \dots = A, B, C, D \dots$ 于是: $a, b, c, d \dots = a', b', c', d' \dots$ ^[14]。但事实并非如此, 从历时角度看, 语言本身是不稳定的, 它总是处在运动过程中, 正如 Katharina Reiss 提出: “Language is (among other factors) a temporal phenomenon and thus subject to the conditions of time. This also applies to language in written texts and therefore to these texts themselves, a factor which is significant for translating.”^[15]

语言是社会存在的反映和社会实践活动的媒介。因此, 社会的发展就成了语言发展的动力。同时, 任何一种语言本身必然记录下了社会的发展。在电子商务英语翻译中, 首先要洞察原文中通常暗含的词义发展; 其次, 要力求在译文中体现这一发展, 也就是翻译时认清英语词义的历时性。电子商务英语中一词多义现象是词义演变的结果。从中古英语, 即公元 1100 年至今, 英语词汇总体说来已经有 915

年历史,历史的发展造成了英语词义的不断累积,是英语词义灵活多变的基本原因。更为重要的是,我们必须识别某一个词在特定的历史条件和时代背景下的词义,而不是以现代英语或当代英语的词义取代该词在不同时期的历时词义,只有这样才能实现语义信息的对等传递。

三、电子商务英语句式层面上的信息对等传递

由于篇幅所限,电子商务英语句式层面上的信息对等传递仅仅以大量存在的名词短语和条件句为例。翻译时使用刘世伟提出的平行结构理论,刘淑云和武立波提出的7C原则,实现文体信息的对等传递。

例5 One of the *e-business processes* includes *buying and selling* over the Internet.

译文 电子商务程序之一就是通过因特网进行买卖^{[16]2}。

平行结构可用名词、动词、形容词、副词、短语、并列句、各种从句等表达。使用平行结构实现文体信息传递的准确、简洁、清楚、完整。

例5中, *buying and selling* 是平行结构, *e-business processes* 是类似平行结构的名词短语, 电子商务英语名词短语往往采取扩展性形式 (the expanded noun pre-modifiers, 简称 ENP), ENP 可以有效地简化语言结构。电子商务英语注重叙述事实和论证推断, 因而要求言简意明, 其基本问题之一就是语言结构的简化。ENP 分析如下。

(一) 分层递进式 (Grading)

指前一个名词依次修饰后一个名词, 形成层次递进关系。

例6 interferon spray concentration processing

译文 干扰素 (的) 喷药 (的) 浓缩剂 (的) 加工法^{[17]276}

例6中, “interferon”修饰“spray”, “interferon”和“spray”两个词合成修饰“concentration”, “interferon”“spray”和“concentration”三个词合成修饰“processing”。

例7 Haystack's site provided detailed *product submission guidelines*.

译文 干草堆网站提供有关产品提交方案的详

细说明^{[16]81}。

例7中, “product”修饰“submission”, “product”和“submission”合起来修饰“guidelines”。

(二) 意群组合式 (Meaning Section Combing)

几个词构成一个意义片段 (meaningful segment), 整个 ENP 意思由几个意义片段表达。

例8 computer programming teaching device manual

译文 计算机程序编制 (的) 教学装置 (的) 手册^{[17]276}

例8中, 第一个意义片段“computer programming”, 第二个“teaching device”, 两个意义片段合起来修饰“manual”。

下面的例9同理:

例9 A good place to start is establishing your *customer interactions and internal business management process*.

译文 一个好的起点是建立你的客户关系和企业内部管理程序^{[16]81}。

(三) 平行排列式 (Paralleling)

指中心词前面的修饰词是互相独立的, 各自修饰后面的中心词。如:

例10 3-feet glass manhole door

译文 三英尺玻璃入孔门^{[17]276}

本例中, 单词“3-feet”“glass”“manhole”各自修饰中心词“door”。

例11同理:

例11 Business Customer will require records and invoices that are acceptable to *tax and accounting authorities*.

译文 顾客会索取税务部门和财政部门认可的购物清单和发票^{[16]115}。

从上面几个例子可以得出结论: 电子商务英语在文体信息传递方面的显著特点是名词化 (Nominalization)。名词化倾向主要指广泛使用能表示动作或状态的抽象名词或者起名词功用的非限定动词。名词化倾向与电子商务英语的文体的基本要求密切相关。使用名词化可以将许多需要用句子才能表达的意义用名词词组就表达出来了, 因此使用名词可以使信息量集中, 符合在商务交际中语言表达的经济原则。另外, 因为名词化都是动词的名词化, 不使用动词而使用名词就可以避免涉及时、体、

语态、语气、情态等因素,使得整个语篇显得客观、正式、严谨。

除了使用大量名词短语,使用条件句也是电子商务英语文体信息传递方面的明显特征。

例 12 *If you wish to build a website, one early task is to decide the purpose of the site.*

译文 如果你想建立一个网站,最初的一个任务是决定网站的目的^{[16]16}。

例 13 *Supposing yours becomes an e-business, you transform your relationship with your customers.*

译文 如果你的公司电子商务化,你与客户的关系就改变了^{[4]37}。

例 14 *On condition that we have described the business, should we discuss target market next?*

译文 业务介绍完毕之后,下面就应该讨论市场定位吗^{[16]87}?

例 15 *Assuming that you cut your price to match national catalog levels, you are chopping out margins on sales you'd probably get anyway.*

译文 如果你把价格降至国家统一目录标准,你就会减少你可能得到的销售利润^{[4]47}。

例 16 *Unless otherwise stated or agreed upon all prices are net without commission.*

译文 除非另有规定或者经双方同意,所有价格都是不含佣金的净价^[18]。

例 17 *We will send you an order for 5,000 metric tons provided/providing that you can ship in May.*

译文 假如你方能在5月份装船,我们将订购5 000公吨^[18]。

例 18 *As long as you can reduce your limit by 5%, we could probably come to business.*

译文 只要你方能把底线降低5%,我们就有可能达成业务关系^{[4]77}。

例 19 *In case there are any other provisions to the contrary herein, insurance coverage and limits shall be subject to approval of the parties.*

译文 如果有与本合同相悖的规定,保险范围和责任限制以合同各方同意为准^{[4]97}。

值得注意的是,电子商务英语中,有时还使用隐含条件句,如下面两个例句。

例 20 *You could benefit from higher sale with a little concession of a 2% reduction.*

译文 只要稍微做让步,比方说降价2%,就

可得到一大笔交易^[18]。

例 21 *We cannot possibly deliver the merchandise in this condition to our customers but might accept the lot at a reduction of 20% on the contract price.*

译文 我们不可能将这样的货物交给顾客,但如果按照合同削减20%,也许可以接受^[18]。

由上可知,电子商务英语文体方面的显著特点是重叙事逻辑上的连贯(Coherence)、表达上的明晰(Clarity)与畅达(Fluency),避免行文晦涩,避免论证上的主观随意性。电子商务英语语篇具有纲要式结构和目的性,在这种情况下,需要有一种国际公认的行事方式,让彼此融洽相处,愉快从事跨语言、跨文化的商务活动。大量使用条件句正体现了交往中的语篇常带有程式化的特征。这些程式化语篇中,大量使用套语,而且所使用的语言都讲究礼貌(Courtesy),同时行文简短,直截了当,这些符合刘淑云和武立波提出的7C原则。纲要式结构具有规约性、习惯性和约定俗成性,并且为从事商务活动和商务交际的人们所共同遵守。

四、结束语

笔者认为,电子商务英语涉及的专业范围很广,而且电子商务英语同普通英语在语言表达方面有许多不同之处,对于电子商务英语翻译有必要掌握其主要语言特点,灵活运用基本翻译技巧才能做到忠实性(faithfulness)、地道性(idiomaticness)和一致性(consistency)。“忠实”是指译文所传递的信息和原文的信息保持等值关系。“地道”是指译文的语言要符合商务英语语篇的语言规范。“一致”是指在电子商务英语翻译过程中所采用的译名、概念、术语等在任何时候都应该保持一致,不允许将同一概念或术语随意变换译名。基于上述分析,得出如下结论:Nida和Larson提出的各自模式其实都是单轨模式,而事实上信息传递包括语义和文体两方面。笔者提出的模式,源语表层结构一方面通过深层结构将语义信息传递给译语表层结构,另一方面直接将文体信息传递给译语表层结构,这本质上是双轨模式,因此在翻译实践中具有更高的理论指导意义。笔者认为,今后的研究应注重电子商务英语中动词模式与纲要式结构研究和对各种文化因素的翻译,以及对电子商务英语翻译文本的批判性评价。

(下转第52页)

- 应[D]. 长春:吉林大学,2007.
- [6] 匡颖.《土生子》中的种族主义及其双重恶性效应怪圈[J]. 劳动保障世界,2013(8):184.
- [7] 吴敏.从种族主义受害者到存在主义的英雄解析[D]. 西安:陕西师范大学,2009.
- [8] 杨晓蓉.论《土生子》在美国非裔文学和美国文化中的意义[J]. 四川师范大学学报(社会科学版),2007,34(1):105-110.
- [9] 姜艳艳.《土生子》在美国文学中的重要地位[J]. 阜阳师范学院学报(社会科学版),2006(3):30-31.
- [10] 李怡.美国黑人文学的里程碑——理查德·德特的《土生子》之研究[D]. 武汉:华中师范大学,2000.
- [11] Frege G. On sense and reference[C]//Geach P T, Black M. Translations from the Philosophical Writings of Gottlob Frege. Oxford: Basil Blackwell, 1970:56-78.
- [12] 何自然,陈新仁.当代语用学[M]. 北京:外语教学与研究出版社,2004.
- [13] 何自然.语用学概论[M]. 长沙:湖南教育出版社,2002.
- [14] 王守元,苗兴伟.预设与文学语篇的建构[J]. 外语与外语教学,2003(3):1-3.
- [15] 何自然.语用学与英语学习[M]. 上海:上海外语教育出版社,1997.
- [16] 朱永生,苗兴伟.语用预设的语篇功能[J]. 外国语,2000(3):25-30.
- [17] Wright R. Native Son[M]. New York: Harper Perennial Modern Classics, 2005.
- [18] Levinson S C. Pragmatics[M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2001.
- [19] 倪海燕,唐德根.语用预设的语篇功能体现[J]. 求索,2005(11):186-187.
- [20] Leech G N. Semantics [M]. 2nd ed. London: Longman, 1981.
- [21] 魏在江.预设研究的多维思考[J]. 外语教学,2003,24(2):32-35.
- [22] Short M H. Exploring the Language of Poems, Plays and Prose[M]. London: Longman, 1996.

(编辑:朱渭波)

(上接第29页)

参考文献:

- [1] Nida E A. Language Structure and Translation: Essays [M]. Redwood: Stanford University Press, 1975.
- [2] Larson M L. Meaning-based Translation: A Guide to Cross-language Equivalence [M]. Lanham: University Press of America, 1984.
- [3] Chomsky N. Syntactic Structure [M]. Berlin: Mouton de Gruyter, 1957.
- [4] 崔刚. 电子商务英语[M]. 北京:线装书局,2002.
- [5] Dudley-Evans T, St. John M. Developments in English for Specific Purposes: A Multi-disciplinary Approach [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- [6] 刘淑云,武立波.浅谈商务英语的特点[J]. 商业研究,2002(5):152-153.
- [7] 王芳.商务英语的语言特色探讨[J]. 华北科技学院学报,2003,5(2):109-111.
- [8] 李松岩.商务英语翻译原则与技巧[J]. 辽宁师专学报(社会科学版),2003(6):63-64.
- [9] 周立人.动态等值理论在商务英语翻译中的应用[J]. 国际商务研究,2001(1):59-63.
- [10] 刘世伟.商务英语中的平行结构及其翻译方法[J]. 湖南广播电视大学学报,2003(1):81-82.
- [11] 王欣.商务英语中以谓语动词为中心的基本句型的翻译[J]. 辽宁财专学报,2003,5(6):76-77.
- [12] Nida E A. Toward a Science of Translation [M]. Leiden: Brill, 1964.
- [13] 林海琴.商务英语常见误译例析[J]. 科技英语学习,2004(3):39-41.
- [14] 许钧.试论译作与原作的关系[J]. 外语教学与研究,2002,34(1):15-21.
- [15] Venuti L. Translation, Community, Utopia [M]//Venuti L. The Translation Studies Reader. London: Routledge, 2002.
- [16] 崔刚.电子商务英语同步练习[M]. 北京:线装书局,2002.
- [17] 刘宓庆.文体与翻译[M]. 北京:中国对外翻译出版公司,1998.
- [18] 彭漪,于鑫.商务英语中条件关系的表达及其翻译[J]. 中国科技翻译,2010,23(2):18-21.

(编辑:朱渭波)