# 德国功能翻译理论在国际商务英语翻译中的运用(1)论文

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-02-22

*【论文摘要】 商务英语是实用性文本，以广告为例，其交际性很强，翻译过程中采用适度的调整，包括增译、减译、转译等灵活方法会实现预期的目标，收到良好的效果。 【论文关键词】 德 国功能翻译理论 商务英语 广告 运用一、德国功能翻译理论 德国功能...*

【论文摘要】 商务英语是实用性文本，以广告为例，其交际性很强，翻译过程中采用适度的调整，包括增译、减译、转译等灵活方法会实现预期的目标，收到良好的效果。 【论文关键词】 德 国功能翻译理论 商务英语 广告 运用

一、德国功能翻译理论 德国功能翻译理论起源于20世纪70年代，以1971年凯瑟琳娜.莱斯(Katharina Reiss)的《翻译批评的可能性与限制》一书的出版为标志，主要代表人物是凯瑟琳娜.莱斯(Katharina Reiss)，汉斯.弗米尔(Hans Vemeer)， 克里斯蒂安.诺德(Christiane Nord) 和贾斯塔.赫兹.曼塔里(Justa Holz Manttari)。此前西方多数翻译理论家持语言学的翻译理论，即翻译等值理论，这种理论把翻译看作类似密码转换的过程，主张以原语文本为中心，注重的是原语文本，以及在译语文本中保存原语文本的特征。

功能翻译理论者认为等值理论在实际翻译中是没有办法完全做到的，同时在许多情形下也是没有必要的。弗米尔提出了译文功能论，他认为翻译的过程是由翻译的目的所决定的，译者在整个翻译过程中的参照系不应该是对等翻译理论所要求的原文及功能，而应该是译文在译语文化环境中所预期达到的交际功能。

随后，诺德提出了“功能加忠实”的概念，指出翻译是创作使其发挥某种功能的译语文本，它与其原语文本保持的联系是由译文预期或所要求达导的功能确定的。由于各民族的语言障碍及文化差异，翻译过程中要关注的重要因素是受众。

这一理论强调翻译是基于某种文本的行为，但是原语文本只是给译者提供了多源信息的一部分，允许译者选取性地翻译，原文和译文之间必须有一定的联系，这种联系的质量和数量由预期译文功能决定。诺德为处于特定语境的原文中哪些成分可以保留，哪些成分必须根据译文语境进行调整甚至改写提供了标准。

功能翻译理论的功能指的是语言的传意，诺德的“功能加忠实” 不是对形式或内容而言的，它注重的不是译文与原文在形式与内容是否对等，就文本功能强调译文应该在分析领悟原语文本的基础上，以译入文预期功能为目的，根据不同语境因素，选择灵活的翻译方法，使原语与目的语发挥同样的传意效果，这使得功能翻译理论较等值翻译理论和极端功能主义表现出更高的科学性和可操作性，尤其在应用文体的翻译中表现尤为明显。

二、国际商务英语 国际商务英语是商务人士在国际商务场合使用的英语，这种英语具有和标准英语不同的特点，它是以国际商务为语言背景的应用性语言。国际商务英语既不同于英式英语也不同于美式英语，它们是被灵活使用的英语，强调语言调适和相互可理解性，国际商务涉及到诸多不同的行业和领域， 因此国际商务英语涵盖了相关各个领域的专业英语，如经贸英语、财会英语、金融英语、法学英语、商标及广告英语等。

商务英语背后的文化主要是欧美文化，商务英语的翻译受这一文化的制约。这就是说，人们要在特定的语言环境下使用专门用途的英语，人们发现，英语在使用过程中由于行业，团体，功能等因素而产生了变体，其中一个很重要的方面就是国际商务英语的翻译理论与实践，在此，本文作者以广告的翻译为例，探讨德国功能翻译理论在国际商务英语翻译中的运用

(1)。

三、广告的文体和广告的作用 文本大致可分为两类：实用类文体与文学类文体，毫无疑问，前者重视内容而后者重视形式，前者以传达信息为目的，后者以美学意义为考量。国际商务英语，无论是商贸信函，合同条款、索赔、仲裁、包装、运输，还是产品说明、商标、广告都属于典型的实用性文体，这类文体的翻译无论在译法上还是在译文形式上都要求有很大的灵活性和变更性，没有办法做到原文与译文完全等值或对等，以商品的广告为例，广告活动不仅是商业活动，还是文化交流，信息沟通，它在左右着人们的生活方式和消费习惯。

广告话语的交际目的可以用“AIDA”来概括，即吸引注意(attention)、引起兴趣(interest)、激发欲望(desire) 、敦促行动(action)（黄国文 2001，299），广告的作用在于提供信息、争取顾客、扩大市场、促进销量，所以广告翻译的时候必须充分考虑这些功能，首先广告语言必须大众化、通俗化、富有感召力，诱惑力，符合大众的审美与实用心里，行文力求简洁明快，重点突出，层次分明，同时要充分考虑原语和译入语在文化上的差异，回避禁忌，用译入语读者最容易接受的方式来表达。侧重交际翻译，注重效果上的对等。

四、德国功能翻译理论在广告翻译中的具体运用例析 目的和功能是实用文体翻译的依据和归点，根据德国功能翻译理论：原文和译文是两种独立的具有自身价值的文本，在翻译的时候，译者根据原文提供的信息，通过充分理解，正确判断以后将原语的语言和文化信息有条件、有选择、有策略地传递给译语接受者，广告语言用词灵活夸张。因此在广告这种实用性很强的文体翻译中在兼用语义翻译和交际翻译的同时侧重交际翻译，即注重翻译信息产生的效果，关注原文读者反应与译文读者反应的对等。

根据功能翻译理论的观点，以翻译的目的和翻译的功能为命题，虽然原文的一些文化信息在译文中消失，但考虑到广告的文体特点及用途，权衡利弊，这种舍弃是值得的。通过大量研究实用文体的翻译实践和其达到的目的状况，笔者认为以实现译文预期功能为目的的适当调整、灵活翻译，突破传统翻译观念，即采用增译、减译、转译、或综合等方式会收到良好的效果，例如： 1.天上彩虹，人间长虹 Let the rainbow in the sky; Send his twin brother to you —— To keep your spirit high. 这是“长虹”电视机的广告，如果按照字面直译的话应该是：“The rainbow in the sky; Changhong in man’s world”不仅死板僵硬，而且令人费解，很难让人把彩虹和长虹电视机有机地联系起来，对此译文在翻译的时候明显使用了增译的方式，采用了修辞格，运用了拟人和比喻手法，把“长虹电视机”比作“天上彩虹”并比作两兄弟，彩虹是被世界每一个人所期望看到的神美景观，通过To keep your spirit high.的增补，极大地刺激译文接受者强烈地审美欲望和好奇心，给人留下很深的印象，同时刺激购买欲望。

2.此旅行箱体积虽小，颇具功效。 Compact and Impact. 这则旅行箱广告的翻译中，摈弃了直译或语义翻译的范式，如果直译，它的译文应该是“Although the volume of the suitcase is small ，it is of quite effect ”，如此冗长而平常的复合句译文不会引起任何人的兴趣，可如果用Compact and Impact这两个押韵词效果就截然不同了，Compact代表旅行箱；Impact表达冲击力和影响力，其效果是显而易见的，颇有感染力和创造性。

3．北京团结湖烤鸭店是全聚德挂炉烤鸭，为保证宾客品尝精美风味，本店烤鸭全部现吃现烤。精选纯北京白鸭，以果木挂炉烤制，只需40分钟就能让您品尝到色泽枣红，香酥脆嫩，浓香四溢的正宗北京烤鸭。

Beijing Tuanjiehu Toast Duck Restaurant uses only the finest Beijing Ducks which are only roasted after you place your order. Preparation takes 40 minutes， after we will serve you with a delicious golden red Beijing Duck with crunchy skin. 显而易见，这是一则遵循功能翻译原理进行的翻译实践，译文注意到中西文化背景的差异和北京全聚德烤鸭的世界闻名度采用了转译、缩译的灵活方式，将“全聚德”和“团结湖”进行了巧妙的并译，目的是为了突出“团结湖烤鸭”，其他专业术语如“果木挂炉”是信息接受者不了解也无须了解的信息，在这则广告说明语中就略去了。这样处理的译文言简意赅，完全达到了其交际功能，效果很好。

综上分析可以进一步说明：德国功能翻译论的核心理论——“目的论”对实用性文体的翻译有很积极的指导意义，同时也在翻译实践中得到了证实和检验。

五、结语 笔者认为，德国功能翻译理论不但对实用文体的翻译有现实的指导意义而且也给商务英语翻译实践提供了比较科学合理的理论依据。传统上人们一直认为翻译不能随便增减词句，可现实的问题是：商务英语中某些特殊的文体，如广告，只有通过增译、减译、改译等适度的调整性翻译才能准确而有效地将原语信息传达给译语接受者，也就是说功能翻译理论对一些商务英语的文本翻译有很积极的指导意义，但不是绝对的，因为商务英语涉及的面太广，内容太复杂，比如，商务活动中的法律文书文本和商标广告用语就截然不同，德国功能翻译理论在商务英语翻译中的应用尚有研究空间。

参考文献: Nord christiane Translation as a Purposeful Activity-- Functionalist Approaches Explained [M]. Manchester StJeromePublishing 1997 Wilss Wolfram . The Science of Translation Problems and Methods [M] .ShanghaiShanghai Foreign Language Education Press， 2001 Gentzler Edwin Contemporary Translation Theories [M] . London Rouledge 1993 林华:德国功能翻译理论及其在实用文体翻译中的应用[J] .江汉大学学报（人文科学版）2006，

（6） 陈小慰:翻译功能理论的启示：对某些翻译方法的新思考[J] .中国翻译2000，

（4） 王兴孙:对国际商务英语学科发展的探讨[M]上海:上海交通大学出版社， 1997 黄国文:语篇分析的理论与实践——广告语篇研究[M] 上海:上海外语教育出版社，2001

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn