

第一章 商务英语翻译概论

第一节 综述

一、商务英语的定义

在 21 世纪的今天，国际商务活动日益频繁。这些商务活动的许多领域，如技术引进、对外贸易、招商引资、对外劳务承包与合同、国际金融、涉外保险、国际旅游、海外投资、国际运输等，所使用的英语统称为商务英语（Business English）。

二、商务英语的特点

商务英语是英语语言体系中的一个分支，是为国际商务活动服务的专门用途英语。它基于英语的基本语法，如句法结构和词汇，但又具有独特的语言现象和表现内容。

1. 文体复杂

商务英语所涉及的专业范围很广，包括广告英语、法律英语、航运英语、服装英语、包装英语、信函英语、进出口英语等功能变体英语。了解国际商务英语的文体特点有利于译者延续原作的风格。

2. 用词专业

商务英语所要表达的信息是商务理论和商务实践等方面的内容，因此与专业内容密不可分。商务英语在词汇使用上的最大特点是对专业词汇的精确运用，其中包括大量具有商务含义的普通词和复合词，以及缩略词语等。如 C.W.O（订货付款），B/L（提货单），L/C（信用证），C.O.D（货到付款），W.P.A（水渍险），blue chip（蓝筹股、绩优股），bad debt（呆账），等等。不了解这些专业术语，就无法做好此类商务英语的翻译。

值得注意的是，商务英语词汇除了具有一般含义外，还具有特定的专业意义，这就给翻译带来了很大困难。因此，从事商务翻译的译者在实践中，就需要根据文章的内容辨别

所译词汇是在一般意义上使用的，还是在专业意义上使用的，从而准确地把握其含义，给出恰如其分的译文。例如：

例1

Industrial averages were up.

参考译文：工业股票的平均价格在上涨。

例2

Average is of two kinds: General Average and Particular Average.

参考译文：海损费用有两种：一种是共同海损，另一种是单独海损。

翻译技巧：

两个“average”因用在不同的专业领域，因而含义也截然不同。第一个为股票用语，意为“（若干种股票的）平均价格”；第二个为保险业用语，意为“海损费用”。

3. 句法特殊

商务英语句法从整体上讲，呈现出两种截然相反的文体特征。一方面，随着时代的发展，生活节奏的加快，商务英语日趋口语化、简单化，表现在语言结构上，就是简单句、并列句甚至省略句的使用愈来愈多。另一方面，一些商务文本的法律属性，如商务合同，又决定了商务英语语言严密性、准确性的特征，表现在语言结构上就是大量使用长句、复合句、并列复合句等句式，以及被动句、倒装句和含有较长插入语、同位语、介词短语等的特殊句型。例如：

例1

As requested in your letter of 21 June, we are enclosing our check for \$100.00.

参考译文：按照你方6月21日来信的要求，随信附上100美元支票一张。

翻译技巧：

这是一个口语化的句子，简洁明了，若按照传统正规写法，此句可写成“Re your letter of 21st inst., in connection with our account, we are remitting our check herewith, as per your request, in the amount of \$100.00.”由此可见，口语化的确比书面化省时省力。

例2

This contract is made by and between the buyers and the sellers, whereby the buyers agree to buy and the sellers agree to sell the under-mentioned commodity according to the terms and conditions stipulated below.

参考译文：本合同由买卖双方订立，双方同意按照下面规定的条款买卖以下商品。

翻译技巧:

这是个复合句，句子似乎有些啰唆，但却是商务合同的特点使然，它可确保所述事项准确、严密，有效避免纠纷。

三、商务英语翻译的重要性

在 21 世纪的中国，改革开放正在深化和发展。中国加入世界贸易组织之后，与世界各国在经济、文化、教育、投资以及其他领域内的交流和合作更加密切和频繁。商务英语已成为世界经济活动中必不可少的语言交际工具。可以说商务英语控制着大多数领域的国际交流。据统计，全世界 16 亿以英语为第一语言、第二语言或外语的人群中几乎 90% 的人每天都在与商务英语打交道，可见商务英语的应用十分广泛。

作为中国与世界其他国家商务交流纽带和桥梁的商务英汉和汉英翻译，近年来供需矛盾更加突出。中国的国际交流与合作的领域不断扩大，商务汉英互译的任务日趋繁多，令各行各业译者应接不暇。没接触过商务英语，也缺乏外贸业务知识的译者，恐怕难以将下面的汉语句子译成正确而又专业的商务英语：“本合同规定美元的价值由议付日中国银行公布的美元对德国马克、法国法郎的平均买卖汇率的比率来确定。”这句汉语专业性很强，若不熟悉商务英语合同付款的表达法，译者必然无从下笔，仅“本合同规定”、“议付日”和“美元对德国马克”中的“对”字，就可使其颇费周折。上句英语译文的表达也许会出乎你的意料，请看：The value of US Dollars under this contract is determined by the ratio of the mean buying and selling rates of US Dollars against Deutsche Marks and French Francs published by the Bank of China on the date of negotiation. 不了解商务英语合同付款表达法的译者也许想不到用 under this contract 来译“本合同规定”，更想不到“美元对德国马克”中的“对”字该用 against 而绝不是 to。这一翻译事实说明了商务翻译工作不仅依赖译者的英语水平，而且还需要有国际商务知识。然而，译者具备了英语技能和国际商务知识之后，也不一定能够有效地从事商务汉英互译。译者还必须掌握商务汉英互译的原则、技巧和特点以及常用商务性文章的翻译方法。

第二节 商务英语翻译的标准

在我国，文字翻译最早开始于春秋时期的《越人歌》，迄今大约有 2,500 年的历史，对翻译标准的争论也有 1,000 多年，但在翻译界迄今还没有一个大家都认同的翻译标准。对翻译标准的论战一直在进行。商务英语作为一门专门用途英语，鉴于其特殊性，翻译标准更是难以统一。

国内外翻译标准百家争鸣、百花齐放。现把国内外最著名的翻译标准理论列举出来，并针对商务英语翻译的特殊性进行分析和借鉴，谈谈它们对商务英语翻译的指导作用。

一、“信、达、雅”

1898年，清代翻译家严复在《天演论·译例言》中提出“信、达、雅”的翻译标准。

1. “信”

“信”主要是指忠实于原作的内容。译者必须把原作的内容完整而准确地表达出来，不得有任何篡改、歪曲、遗漏。本质上讲，“信”要求译者首先要完全读懂原文。这是最基本的要求。

2. “达”

在做到了“信”这一步之后，更高的要求是什么呢？这就是——“达”。“达”主要是指语言通顺易懂、符合规范。译文没有逐词死译、硬译的现象；没有语言晦涩、拗口的现象；没有文理不通、结构混乱、逻辑不清的现象。

3. “雅”

“信”、“达”、“雅”三个标准，从易到难，而“雅”就是翻译的最高要求和最高境界。所谓“雅”，就是要使译文流畅，有文采。译文的好坏取决于译者对于英语原文的理解程度以及汉语的修养水平。在翻译的过程中，为了达到“雅”的标准，我们务必注意以下几点：

- (1) 理解透彻之后再动手表达，否则表达的结果会令人莫名其妙。
- (2) 切忌在翻译时把汉语和英语对号入座，逐字逐句的对号入座的结果往往是不伦不类。

严复的“信、达、雅”的标准影响深远。它对商务英语的翻译同样具有指导作用：商务英语要求语言严谨、准确，这就要做到“信”；同时在“信”的基础上追求语言通顺易懂，这就是“达”；所谓“雅”，即“得体”，就是译文的语言风格必须与原文保持一致，而且译文的行文方式也必须符合商务文本的语言特征。

二、“直译”与“意译”

1979年，英国文学研究专家王佐良在《词义·文体·翻译》一文中写道：“要根据原作语言的不同情况，来决定其中该直译的就直译，该意译的就意译。一个出色的译者总是能全局在胸而又紧扣局部，既忠实于原作的灵魂，又便于读者的理解与接受。一部好的译作总是既有直译又有意译的：凡能直译处坚持直译，必须意译处则放手意译。”

1. 直译

所谓直译，就是在译文语言条件许可时，在译文中既保持原文的内容，又保持原文的形式。

2. 意译

汉语和英语分别属于不同的语系，两者在词汇、句法结构和表达方法上有很多的差异。当原文的思想内容与译文的表现形式有矛盾，不宜采用直译的方法处理时，就应采用意译法。意译就是不拘泥于原文的形式，重点在于正确表达原文的内容。例如：“Do you see any green in my eyes?” 这样的句子，只能采取意译的方法，把它翻译为“你以为我是好欺骗的吗？”

三、翻译的“三原则”

18 世纪末的英国学者亚历山大·泰特勒 (Alexander Fraser Tytler, 1747-1814) 在《论翻译的原则》(*Essay on the Principles of Translation*) 一书中提出了著名的翻译三原则：

1. 译文应完全复写出原作的思想 (A translation should give a complete transcript of the ideas of the original work)。2. 译文的风格和笔调应与原文的性质相同 (The style and manner of writing should be of the same character as that of the original)。3. 译文应和原作同样流畅 (A translation should have all the ease of the original composition)。

泰特勒在一百多年前提出的翻译原则主要针对文艺翻译尤其是诗歌的翻译，但他的原则广义地说适用于所有文体的翻译，他强调原文读者和译文读者的反应应该一致，这对于商务英语翻译也是非常重要的。例如，成功的商务信函翻译既要准确无误地传达相关信息，又要唤起信函接受者像信函发起者所期待的那样去做出反应。

四、“功能对等”

“功能对等” (Functional Equivalence) 翻译标准是由美国著名翻译理论家尤金·奈达 (Eugene A. Nida) 博士提出的。在众多的国外翻译家中，奈达的翻译理论可以说对我国的影响最大。他认为，翻译的预期目的主要是原文与译文在信息内容、说话方式、文体、风格、语言、文化、社会因素诸方面达到对等。奈达的翻译标准对国际商务英语的翻译具有巨大的指导意义，因为不管原文属于什么文体，关键是信息 (语义信息和风格信息) 的对等。

五、“语义翻译”与“交际翻译”标准

这个标准由著名英国翻译家彼特·纽马克 (Peter Newmark) 提出。他在所著的《翻译探索》(*Approach to Translation*) 中提出该标准。“语义翻译”集逐字翻译、直译和忠实翻译的优势，“交际翻译”集归化、意译和地道翻译的优势，二者相结合的翻译方法应该说是比较理想的。

以上列举了几位较为著名的翻译家的翻译标准观。综观国内外翻译家们的观点，可以得出结论：中外翻译标准其实质上有一致性，即：信息对等。国外各种翻译标准都是围绕

文体的内容、形式、整体信息的传递或对等展开的；国内各种翻译标准与国外的标准大同小异，主要围绕着忠实、等值、达意、传神等展开。说到底，不管什么样的翻译标准，都离不开一个“真”字；换言之，译文应该是原文信息的真实反映。商务英语的涵盖面较广，涉及众多的不同领域、不同文体，所以商务英语翻译的标准有其特殊性。鉴于商务英语这种特性，商务英语的翻译标准可以是“信息的灵活对等”，即：原文与译文语义信息的对等；原文与译文风格信息的对等；原文与译文文化信息的对等。

1. 原文与译文语义信息的对等

语义信息是基础。没有语义信息就没有风格信息或文化信息，因为风格信息和文化信息必须通过语言的基本含义表现出来。语言是信息的载体，语言若没有传递信息，风格信息和文化信息就无从谈起。语义信息包括表层语义信息（surface structure semantic message）和深层语义信息（deep structure semantic message）。表层语义信息指的是话语或语篇的字面意思。

例1

If, within thirty days after receipt by a party of a proposal made in accordance with paragraph 1, parties have not reached agreement on the choice of a sole arbitrator, the sole arbitrator shall be appointed by the appointing authority agreed upon by the parties.

参考译文：如果当事人一方收到按照第一款提出的建议后三十天内未能就遴选独任仲裁员达成协议，则应由当事人所约定的指定机关指定独任仲裁员。

翻译技巧：

所有法律文献只表达字面意思，说一就是一，不能有任何的引申。此法律文献十分清楚地阐述了遴选仲裁员的规定。所以，法律语言所承载的信息就是语言文字的表面所传达的信息，不存在任何的深层语义结构。

深层语义信息指的是表层结构语言所蕴含的意思，换言之，是“字里行间”的意思，这种意思要通过上下文的理解揣测出来。要了解深层语义信息，译者必须运用他对原语的社会、历史、文化、艺术等方面的知识能力，去感受、体会和挖掘原文所蕴含的深层结构的信息。

例2

We have the edge you need to meet any financial challenge. The Principal Edge. Whatever path you take in life, you'll face financial challenges and opportunities along the way. With the Principal Financial Group, you'll have all the tools you need to handle them. Each of our financial products and services, whether for business or individuals, has its own unique advantage built in. That's the Principal Edge. Financial products that give you an edge. The Principal Financial Group.

翻译技巧:

以上广告配有相应的刀的图片,若不仔细阅读广告,会以为该广告是有关刀具的,其实不然。广告中最重要的词是 edge,该词有“刀刃、刀锋”的意思,另外还有“事情的转折点”、“作用、优势”的意思。广告设计者利用了 edge 一词多义的条件,将 the Principal Financial Group 金融公司的服务项目 the Principal Edge 推出。所以,edge 一词在该广告的第一句话中表示“作用、优势”,而在该广告的倒数第二句话中又表示“事情的转折点”。另外,广告中用的 principal 一词也有双关意义。在公司名称中的英文单词翻译成汉语时一般用音译法,但该词基本意思有“主要的”和“资本”、“资金”。看到公司名称为 the Principal Financial Group,让英语读者联想到该财团资金雄厚,是众多财团中的主力军。为了让译文读者也有同样的联想,我们在翻译这个公司名称时可以不音译,而尽可能把原文的双关修辞手法在译文中再现出来,译为:“汇富财团”。

2. 原文与译文风格信息的对等

“风格”实际上是指不同的文体。风格信息是作为信息的传递载体——语言——所传递的信息之一。风格信息的传递在翻译中不可忽视。翻译中若忽略了原文的风格信息,不仅会使译文信息大量流失,而且使译文显得不得体。国际商务英语涉及不同文体的语言形式,如公文、法律、广告等。所以,翻译者必须重视不同风格信息的传递。

例1

These Rules shall govern the arbitration except that where any of these Rules is in conflict with a provision of the law applicable to the arbitration from which the parties cannot derogate, that provision shall prevail.

参考译文:本规则应管辖仲裁,但如本规则任何条款同适用于仲裁而为当事人各方所不能背离的法律规定相抵触时,则该法律规定应优先适用。

翻译技巧:

以上例子原文是具有法律意义的条款,汉语译文也必须是汉语的法律语言,否则,译文读上去不像法律条款。如 These Rules shall govern the arbitration... 若翻译成“这些规则应管制仲裁……”则听上去让人感到很不正规。另外,that provision shall prevail 中的 prevail 一词实在不好翻译,若不熟悉法律语言,则很难找到确切的词语。一般的词典所给的释义是“胜过”、“优胜”、“盛行”等,在此处显然不合适。

3. 原文与译文文化信息的对等

文化信息对等在语言的翻译过程中是可能的,因为尽管人类生存的条件、环境等方面有不同,但是,人类生存的需要和人的思维方式都有共性。不同的民族文化之间有许多这样那样的差异,国际商务英语翻译者需要了解这些差异,以便通过恰当的方法达到文化上的对等。这样的例子举不胜举。

例如：在汉语中，黑色与“不好的”、“倒霉的”、“邪恶的”特征相联系，而在商务英语中，in the black 这个短语有好的意思，表示“盈利”，这个短语来自记账时所用墨水的颜色。

可见，由于中国和英语民族有着不同的历史背景、风俗习惯、文化传统等，商务英语翻译中就必须准确地找到这种差异，才能在翻译工作中做到文化信息对等。

以上三个方面都强调对等。需要注意的是：这里的“对等”绝不是绝对的一词一句的“对等”，而是一种相对的概念。原文与译文的灵活对等就是不能拘泥于形式，对等不是词语的字对字的翻译。在保证原文的信息量最大限度地传递到译文中的前提下，译者可以灵活运用译入语，以便达到语义信息、风格信息和文化信息的最大程度的对等。

第三节 商务英语翻译的过程

翻译是把一种语言的信息用另一种语言表达出来的过程。美国著名翻译理论家奈达将翻译过程分为：分析（analysis）、转换（transfer）、重组（restructuring）、检验（test）四个阶段。

一、分析

分析包括对原文语言现象、文化背景、语篇类型及特征等进行的深入细致的分析。

1. 语言分析主要包括对原文词汇意义（如一词多义、多词同义等）、各成分之间的语法关系（如主谓结构、修饰结构等）、修辞手段（如拟声、双关、头韵、排比等）和惯用法（习语）等进行的分析。当源文本过长时，译者在仔细分析文本语义群的基础上可考虑将原文切分成几个小的部分。当源文本非常复杂时，译者为了消除表层结构和深层结构的不一致性，在进行语言转换之前，对源语文本进行语义结构的改写。改写的目的在于使隐含信息明朗化，消除次要意义和比喻意义。

2. 文化背景分析主要包括对因语言、历史、地理、风俗习惯等不同而造成的各民族独特的表达法和逻辑思维的分析。

3. 语篇类型及特征分析主要包括对原文题材、体裁、文体、风格乃至语篇内在的衔接、连贯等的分析。这对于我们选择翻译方法是至关重要的。一般来说，不同的语篇类型需要不同的翻译方法与之相适应，比如文学翻译就要求译者在翻译过程中具有创造意识，而商务翻译则更注重信息的准确性。因此，在动笔翻译之前，要对原文的语篇类型和文体特征进行认真的分析。

二、转换

转换是从语义结构分析到产生译文初稿的过程。这个过程在译者的心里完成，即将源语文本的语义信息用合适的目标语表达出来。

三、重组

结构重组就是组织译文中的词汇特征、句法特征和语篇特征，从而使所针对的读者能够最大限度地理解和领会译文。对于一位优秀的译者来说，整个过程几乎是自动进行的，实际上就像我们使用母语讲话一样。在重组这个阶段中，译者需要牢记：

1. 时刻考虑译文的读者群，以及他们的文化程度。
2. 时刻记住原文作者的写作目的。

四、检验

对于商务英语翻译而言，在检验的阶段，无疑各种商务文本的读者才具有最大的发言和评判的权力。检验的标准就是我们在上述第二节中已提到的三方面的灵活对等原则。译者可以同时也是检验者，其主要的任务是检验译文是否表达清晰、准确、自然。

检验方法有：

1. 与源文本进行比较

在翻译的全过程中，要不断地将译文和原文进行比较。比较的主要目的在于核对信息内容是否对等，确保没有更改信息、丢失信息和擅自添加信息。

2. 逆向翻译

请熟悉源语和目标语的人将译者已经译好的译文翻译成源语言。这必须在没有接触原文文本的前提下进行，否则会影响效果。逆向翻译得到的译文着重于语义的对等而不在于语言的流畅性。译者再将逆向翻译得到的译文与原文进行比较，找出两者在语义方面的区别和运用翻译技巧和原则的不足之处。

3. 对译文进行理解层面的检验

这是译文成功的关键。检验的目的在于确定译文是否正确传达了原文的信息，译文读者是否能够和原文读者获得同样的信息和感受。

检验的具体方法是：请看过译文的人重述译文的内容并回答与译文相关的问题。问题最好是在询问之前就已经精心设计好了的，而不是现场提出的。问题的内容可以是以下方面：（1）整个文本的风格；（2）文章的主旨；（3）细节内容。

检验者可以是译者本人，但最好由译者以外的人来承担，因为他人对译文的感受是全新的。检验者一般为目标语的流利使用者，来自社会不同层次，不同年龄的普通人。

检验者对译文的反应可以通过录音和记笔记的形式记录下来，再反馈到译者。

4. 对译文自然程度的检验

即检验译文是否表达自然，风格合适。该检验工作由评论员来完成。

5. 对译文可读性的检验

译者和检验者均可以对译文的可读性进行检验。检验的方法在于请人大声朗读译文的某一个完整的段落或章节，检验者仔细听，并记下朗读者停顿或犹豫过的地方。

一篇可读性强的文章应该有好的韵律和风格。这一点同样适用于译文。

6. 对译文一致性的检验

一致性主要体现在内容和格式两个方面：

(1) 检验译文中对关键词和概念寻找的对等词在整个译文中是否一致，这在科技、政治以及宗教文件里特别重要。

(2) 检验人名和地名的拼写形式、大小写、标点符号、呈现格式等是否一致。

第四节 跨文化交际与商务英语翻译

美国翻译理论家尤金·奈达指出：“翻译是两种文化之间的交流。对于真正成功的翻译而言，熟悉两种文化甚至比掌握两种语言更重要。因为词语只有在其作用的文化背景中才有意义”（谭载喜，《新编奈达论翻译》，中国对外翻译出版公司，1999）。从跨文化交际的角度讲，我们可以把翻译理解为这样一种过程：它是两种文化信息间的转换，而这种转换又是靠语际间的转换进行的。所以翻译既是一种跨语言的交际活动，同时也是一种跨文化的交际活动。跨文化知识在翻译过程中起着举足轻重的作用。在商务活动中，交易双方如能对跨文化差异有一个比较正确和充分的认识，将有助于商务活动顺利进行，达到交易的目的。而商务翻译工作者必须是一个真正意义上的文化人，精通跨文化交际的知识。只有这样，才能不仅做到语义信息上的对等，而且真正做到风格信息和文化信息上的对等。概括说来，在翻译中出现跨文化交际的因素表现在以下四个方面：

一、环境文化

环境文化指的是所处地域的自然环境和社会环境所形成的文化，表现在不同民族对一种现象或事物采用不同的言语形式来表达。跨文化交际学表明，特定的生长环境使人们养成了特定的思维定式，多数人类学者和社会学家都认为一个国家的地理条件在不同程度上对文化起着很重要的作用。例如：汉语中有个谚语“夏练三伏，冬练三九”。这是激励人们坚持锻炼身体。“三伏”和“三九”在英语里是什么呢？一个年轻翻译对几个加拿大人说“three fu”和“three nine”。听的人当然莫名其妙。他只要说“In summer keep exercising during the hottest days; in winter do the same thing during the coldest weather”就可以了。

二、民俗文化

民俗文化是指贯穿于日常社会生活和交际活动中由民族的风俗习惯形成的文化。语言来源于生活，生活习俗与人情世故在一定程度上制约着语言的表达系统。

例如：数词“八”在汉语中是现今最受人们喜爱的数——因为其发音与“发”谐音，迎合人们发财致富的心理，而英语中“eight”则没有这种意义。

又例：蓝色在英语国家有“忧郁、沮丧、沉闷、下流”的含义，所以，把“蓝天”牌台灯翻译成“Blue Sky Lamp”，这样的台灯怎么卖得出去呢？

在汉语和英语中，有些话没有互相对应的词。例如：一个中国青年到附近游泳池去游泳，一会儿他就回来了。和他同住一室的中国人和一个外国朋友都感到奇怪。他解释说：“游泳池里人太多，水太脏，早该换了。简直像芝麻酱煮饺子。”这个比喻很别致，很生动，和他同住一室的中国朋友笑了，而那个外国人既没有吃过“芝麻酱”也没有见过“煮饺子”，丝毫不觉得这个比喻幽默，难怪他显出一副茫然不解的神情。西方人形容某地人多、拥挤不堪，常说 It was packed like sardines.（塞得像沙丁鱼罐头一样，拥挤不堪。）这种比喻有些中国人可以理解，但不一定能欣赏其妙处，因为见过打开的沙丁鱼罐头的人很少，看到过一个又小又扁的罐头盒里，紧紧塞满整整齐齐的几排手指头长的沙丁鱼的人是不多的。

三、宗教文化

宗教文化是人类文化的一个重要部分，它指的是民族的宗教信仰、意识等所形成的文化，表现在不同民族在崇尚、禁忌等方面的文化差异。宗教禁忌给企业开展国际商务活动带来了各种忌讳和限制。如佛教徒习惯素食，不沾荤腥，印度教禁忌牛肉乃至相关产物，伊斯兰教禁止抽烟喝酒、禁忌猪肉等等。这些都是商务活动从业人员所必须认真考虑的，否则就会触犯禁忌，阻碍商务沟通，从而造成经济损失，甚至引发外交、政治纠纷。

在宗教文化方面，有些词语虽然在汉语英语里都有对应的词汇，但由于它们所蕴含的宗教文化信息不同，因此，在翻译时必须灵活处理。如“龙”与“dragon”，其表面意义都是一种想象中的爬行动物，但它的文化内涵却大相径庭。英语中的“dragon”是“怪物、魔鬼，凶残”的象征。一些描写圣徒和英雄的传说中讲到和龙这种怪物作斗争的事迹，多以怪物被杀为结局。最有名的也许是公元700年左右盎格鲁-撒克逊人关于贝奥武甫事迹的叙事诗。诗中主人公贝奥武甫打败妖怪格伦代尔后，与恶龙搏斗，两者同归于尽。有趣的是，中国画上的龙没有翅膀，西洋画上的龙却是有翅膀的怪物。然而，在中国，“龙”代表着吉祥、如意、神圣、高贵、权力。“龙”是中华民族源远流长的五千年文明史的象征。因此，中国人常把自己比喻为“龙的传人”。鉴于“龙”与“dragon”存在着文化信息上的差异，有些带有龙字的汉语不能译为“dragon”。如：“亚洲四小龙”译成英文时则变成了“four Asian Tigers”。

又例如：在西方，“十三”被认为是不吉利的数字，其原因就是与圣经故事中耶稣被他的第十三个门徒犹大出卖有关。所以，在西方国家，人们通常避免使用“十三”这个数字。在中国传统文化中，数字“十三”没有这种文化含义，但随着西方文化的影响，近来这种蕴涵也被国人所接受。

在中国传统文化中，“九”因为与“久”同音，所以“九”经常用来表示“长久”的意思。例如，我国历史中，皇帝都崇拜“九”，希望其天下长治久安。因此，我国便有“999”药品。英语中的 nine 没有这种含义。但不要把用“666”作商标的商品出口到英国，因为“666”在《圣经》里象征魔鬼。

四、历史文化

历史文化是由特定的历史发展进程和社会遗产的沉淀所形成的文化。不同的历史渊源使各民族间形成了相互不同的性格气质和生活方式。每个国家的历史都会给后人带来无尽的回忆和启示，这种领悟也反映在语言中。如一些典故具有浓厚的民族色彩和鲜明的文化个性，只有掌握它丰富的历史文化内涵并运用恰当的翻译方法，才能贴切地传达作者的意图。

如诸葛亮在中国家喻户晓，他是智慧的象征，但西方人未必知道他。因此，翻译者需采取直译和增译相结合的方式，将“三个臭皮匠，抵上一个诸葛亮”这句谚语译为“Three cobblers with their wits combined equal Chuke Liang the master mind”。

与中国丰富的成语和历史典故一样，西方也蕴藏着大量的历史文化瑰宝。许多英语典故涉及的人物和事件来自英国文学宝库，尤其是莎士比亚的作品。讲英语的人每天都在引用出自莎士比亚作品的典故，但往往是不自觉的。尽管莎士比亚的戏剧写于300多年以前，但是他的剧本中的许多台词流传至今。有些话已经成了日常英语口语的一部分。例如：forgive and forget（不念旧恶、不记仇），that's all Greek to me（我对此一窍不通），all's well that ends well（结果好就一切都好），all is not gold that glitters（发亮的东西不一定是金子——好看的东西不一定都有用），discretion is the better part of valor（小心即大勇、考虑周到胜过勇敢——此语常作为胆怯者解嘲的借口）等。莎士比亚戏剧和以后英美文学中的许多其他的人物或名称也已家喻户晓：

1. a Cleopatra（克娄巴特拉），指绝代佳人——这是莎士比亚戏剧《安东尼和克娄巴特拉》中的人物。

2. a Shylock（夏洛克），指贪婪、残忍、追求钱财不择手段的守财奴——这是另一个莎士比亚戏剧《威尼斯商人》中的人物。

3. a Dr. Jekyll and Mr. Hyde（杰基尔医生和海德先生），指有双重性格的人：一方面善良、温和（吉基尔医生），另一方面凶恶、残暴（海德先生）——这是史蒂文森的小说《化身博士》中的人物。

4. a Frankenstein（弗兰肯斯坦），人们常说“制造一个弗兰肯斯坦”，指杀伤原制造者的怪物或东西，也指制造这种东西的人以及可怕的怪物或人——这是玛丽·雪莱的小说《弗兰肯斯坦》中的人物。这本书的主人公是医学院的学生。他把尸体中的骨头取来，制造了一个似人的怪物，最后自己被这个怪物杀害。

5. a Sherlock Holmes（舍洛克·福尔摩斯），指有非凡才能的侦探或敏锐精明的人，这种人善于通过仔细观察、科学分析和逻辑推理，进行追捕或解决疑难问题——舍洛克·福尔摩斯是阿瑟·柯南道尔笔下的著名侦探。