

语料库视域下的 商务英语翻译文化意象传递策略 ——以产品推介翻译为例

■ 姬露露

(郑州工业应用技术学院 河南 新郑 450064)

【摘要】本文旨在探讨语料库视域下商务英语翻译中文化意象的传递策略,以产品推介翻译为具体研究对象。首先阐述文化意象在商务英语翻译中的重要性,分析其与产品推介之间的紧密联系。详细介绍语料库在商务英语翻译中的应用现状及优势,包括提供丰富的翻译实例、辅助译者确定词汇搭配与语义等。深入探讨基于语料库的商务英语翻译文化意象传递策略,如文化意象的识别与理解、文化意象的转换与重构、文化意象的补偿与注释等,并结合具体的产品推介案例进行分析说明。强调在翻译过程中应遵循的原则,如准确性、等效性、文化适应性等,以期提高产品推介翻译的质量,促进跨文化商务交流的顺利进行。

【关键词】语料库;商务英语翻译;文化意象;产品推介

【中图分类号】H315.9

【文献标识码】A

【文章编号】2097-2261(2025)10-0070-03

【DOI】10.20133/j.cnki.CN42-1932/G1.2025.10.022

随着全球经济一体化的加速,商务英语翻译在国际贸易与商务合作中的作用日益凸显。在商务英语翻译中,文化意象的传递不仅关系产品信息的准确传达,更影响目标市场消费者对产品的认知与接受程度。语料库技术的发展为商务英语翻译提供新的视角与工具,帮助译者更好地处理文化意象,提高翻译质量。以产品推介翻译为例,研究语料库视域下商务英语翻译文化意象传递策略具有重要意义。

一、文化意象在商务英语翻译中的重要性

(一)文化意象的内涵

文化意象是一种文化符号,蕴含着特定民族或文化群体的历史、传说、价值观、风俗习惯等丰富内涵。在语言中,文化意象通常通过特定的词汇、短语或表达方式来体现。例如,在中国文化中,“龙”是一种具有神圣、权威、吉祥等象征意义的文化意象;而在西方文化中,“dragon”被视为邪恶、凶猛的象征。这些文化意象在商务英语翻译中如果处理不当,可能导致误解或文化冲突^[1]。

(二)与产品推介的联系

在产品推介中,文化意象常常被用来塑造品牌形象、传递品牌价值。许多产品的名称、广告语或宣传文案都包含文化意象。一款中国传统茶叶品牌以“凤凰单枞”命名,“凤凰”这一文化意象在中国文化中象征着高贵、吉祥,为产品增添独特的文化魅力。在将其翻译为英语时,如果不能准确传达“凤凰”的文化意象,使外国消费者难以理解产品的特色与价值。因此,在商务英语翻译中,妥善处理文化意象,有利于成功产品推介。

二、语料库在商务英语翻译中的应用现状及优势

(一)应用现状

当前,语料库在商务英语翻译领域已得到较为广泛的应用。众多翻译机构与专业译者积极构建或借助各类语料库开展工作。在平行语料库方面,其包含大量源语言与目标语言相互对应的商务文本,如商务合同、产品说明书、广告宣传资料等的双语对照内容。译者可从中迅速获取特定词汇、短语及句子结构的常见翻译方式,例如“商务洽谈”常见翻译

为“business negotiation”,通过检索平行语料库能看到多种语境下该词的用法实例,为翻译提供直观参考。同时,可比语料库也发挥着重要作用,收集同一语言的不同变体或不同语言但主题、体裁相似的商务文本。译者利用可比语料库能精准把握词汇在不同商务语境中的语义变化与搭配特点。比如“launch”一词,在产品发布语境中与“product”搭配,而在项目启动语境中则与“project”搭配,可比语料库可清晰呈现这些差异^[2]。此外,许多高校与研究机构也建立了专门的商务英语语料库,用于教学与科研。在教学中,帮助学生熟悉商务英语的语言特点与翻译技巧;在科研方面,为商务英语翻译理论研究提供数据支持,推动该领域翻译研究不断深入。然而,语料库的应用也并非毫无挑战,如语料库的更新维护、数据的筛选与分析等仍需进一步完善与优化,以更好服务于商务英语翻译实践。

(二) 优势

在商务英语翻译中,语料库具有如下优势:1. 提供丰富的翻译实例。语料库为译者提供海量的翻译实例,使译者直观看到不同文化意象在不同语境下的翻译方法。对于“松鹤延年”这一包含文化意象的短语,译者在语料库中搜索到多种翻译版本,如“Pine and Crane for Longevity”“Longevity Symbolized by Pine and Crane”等,并根据具体的产品推介语境选择最合适的翻译;2. 辅助确定词汇搭配与语义。在商务英语翻译中,词汇搭配和语义的确定非常关键。语料库帮助译者了解特定词汇与其他词汇的常见搭配关系,以及在不同语境中的语义变化。例如,“quality”一词在商务英语中有多种搭配,如“quality control”(质量控制)、“quality assurance”(质量保证)、“high-quality product”(高质量产品)等。译者可以通过语料库检索,准确把握“quality”在产品推介文本中的具体含义与搭配用法,从而更好地处理与文化意象相关的词汇翻译;3. 提高翻译效率与质量。借助语料库,译者可快速检索到所需的翻译信息,避免传统翻译中大量查阅词典和参考资料的繁琐过程,从而提高翻译效率^[3]。同时,由于语料库中的语料来源于真实的商务文本,翻译实例具有较高的可信度和实用性,能够帮助译者提高翻译质量,使翻译文本更加符合商务英语的表达习惯和目标市场的文化需求。

三、基于语料库的商务英语翻译文化意象传递策略

(一) 文化意象的识别与理解

一方面,利用语料库进行词汇检索与分析,译者首先要源文本中准确识别文化意象,结合语料库进行词汇检索来实现。在翻译一篇关于中国传统工艺品的产品推介文本时,

遇到“如意”这一词汇,译者可在语料库中搜索“如意”及其相关的中文表达,查看其不同语境中的用法和解释,同时搜索对应的英语翻译。通过分析语料库中的检索结果,译者可发现“如意”在文化意象上通常与吉祥、顺遂相关,常见的英语翻译有“Ruyi”(音译)或“as-you-wish”(意译)等。根据产品的特点和目标市场的文化背景,译者可以选择合适的翻译方式;另一方面,研究文化背景知识,除词汇检索,译者还需深入研究文化意象背后的文化背景知识。语料库可以提供一些相关的文化注释或背景介绍,但译者仍需进一步查阅相关的文化资料、历史书籍、民俗研究等,以全面理解文化意象的内涵。对于“旗袍”这一文化意象,译者不仅要知其英语翻译“cheongsam”,还要了解旗袍的历史起源、款式特点、在不同历史时期的文化意义以及在国际时尚舞台上的影响力等。只有这样,译者才能在翻译过程中准确地传达旗袍的文化魅力,如在产品推介中介绍旗袍的独特设计、体现的东方女性美以及所承载的中国传统文化底蕴^[4]。

(二) 文化意象的转换与重构

在文化意象的转换过程中,直译和意译是两种常用的方法,译者应根据具体情况灵活运用。对于一些在目标文化中有相似文化意象或能够被目标读者理解的源文化意象,可以采用直译法。例如,“长城”直译为“the Great Wall”,在国际上已经被广泛认知,其文化意象能够直接传达给外国读者。而对于一些源文化意象在目标文化中不存在或可能引起误解的情况,则需要采用意译法。例如,“玉兔”在中国文化中是月亮的象征,与嫦娥奔月的传说相关,如果直译为“Jade Rabbit”,可能会使外国读者感到困惑。在产品推介翻译中,如果是一款以“玉兔”为主题的饰品,可以意译为“Moon-associated Ornament”(与月亮相关的饰品),这样既能传达产品与月亮的联系,又能避免文化意象的误解。当直译和意译都无法很好地传达文化意象时,译者可考虑采用文化意象的替换或重构策略。例如,在中国文化中,“喜鹊”象征着吉祥、喜庆,而在西方文化中,“magpie”虽然也是一种鸟,但并没有类似的文化意象。在翻译一款以“喜鹊”为图案的婚庆用品产品推介文本时,可以将“喜鹊”替换为西方文化中象征爱情与婚姻的“dove”(鸽子),翻译为“Wedding Product with Dove Pattern”(带有鸽子图案的婚庆用品),从而使目标读者更容易理解产品的寓意。另外,译者还可根据产品的特点和目标市场的文化需求,对文化意象进行重构。例如,对于一款融合中国传统剪纸艺术和现代设计理念的产品,在翻译其产品推介文本时,可将剪纸艺术中的“蝙蝠”(在中国文化中象征着福气)这一文化意象重构为“Lucky Symbol”(幸运符号),并结合现代设计元素进行描述,使外国消费者能够更好地接受产品的文化内涵^[5]。

（三）文化意象的补偿与注释

在商务英语翻译中，由于文化差异，文化意象在转换过程中会失去部分内涵或意义。为弥补这种损失，译者可以采用文化意象补偿策略。例如，在翻译中国传统美食“粽子”的产品推介文本时，“粽子”这一文化意象与端午节、屈原等文化元素紧密相连。如果仅翻译为“zongzi”或“rice dumpling”，外国读者很难理解其背后的文化内涵。译者可以在翻译文本中补充相关信息，如：“Zongzi, a traditional Chinese food made of glutinous rice and various fillings, is usually eaten during the Dragon Boat Festival to commemorate the ancient poet Qu Yuan.”（粽子，一种由糯米和各种馅料制成的中国传统食物，通常在端午节食用以纪念古代诗人屈原。）通过这样的补偿，使外国消费者更好了解“粽子”的文化意义，增加产品的文化吸引力。此外，对于一些较为复杂或难以在翻译文本中直接补偿的文化意象，译者可采用注释的方法。注释可采用脚注、尾注或文中括号注释等形式。例如，在翻译一篇关于中国传统中医药产品的产品推介文本时，遇到“阴阳”这一文化意象，由于其内涵非常丰富且难以用简单的英语表达准确传达，可在文中采用括号注释的方式，如“Yin-Yang(the two opposing and complementary principles in Chinese traditional medicine and philosophy)”（阴阳（中国传统医学和哲学中相互对立又相互补充的两个概念））。既能在翻译文本中保留“阴阳”这一文化意象，又能为读者提供必要的解释，帮助他们理解产品的文化背景和原理。

四、商务英语翻译文化意象传递应遵循的原则

（一）准确性原则

准确性是商务英语翻译的首要原则，在文化意象传递中也不例外。译者必须准确识别源文本中的文化意象，并选择合适的翻译方法，确保翻译后的文化意象在目标语言中的表达准确无误。在翻译一款具有中国传统文化特色的产品名称时，如果对其中的文化意象理解错误或翻译不准确，会导致产品信息的误导，影响产品在目标市场的销售。因此，译者要充分利用语料库资源，结合文化背景知识，对文化意象进行精确的翻译。

（二）等效性原则

等效性原则要求翻译后的文化意象在目标文化中的效果与源文化意象在源文化中的效果尽可能相似。意味着译者不仅要考虑语言层面的转换，还要关注文化层面的传递。在产品推介翻译中，一个成功的文化意象翻译应该能够在目标市场消费者心中唤起与源市场消费者相似的情感、联想和认知。为实现等效性，译者需根据目标市场的文化特点和消费者需

求，灵活运用文化意象的转换、补偿和注释等策略，使翻译后的产品推介文本有效传达产品的文化价值和品牌形象。

（三）文化适应性原则

商务英语翻译涉及不同文化之间的交流与沟通，因此译者必须遵循文化适应性原则。在处理文化意象时，要充分考虑目标市场的文化禁忌、价值观和审美观念等因素。在一些西方文化中，数字“13”被视为不吉利的数字，如果产品推介文本中涉及与“13”相关的文化意象或数字组合，译者可能需要进行适当的调整或替换，以避免引起目标市场消费者的反感。又如，在颜色文化意象方面，在中国文化中，红色象征着喜庆、热情，而在西方文化中，红色有时可能与危险、暴力相关。在翻译产品推介文本时，译者要根据产品的目标市场和文化背景，选择合适的颜色文化意象表达方式，使产品能够更好地适应目标市场的文化环境。

五、结论

在语料库视域下，商务英语翻译文化意象传递策略，对于产品推介翻译具有重要意义。通过准确识别与理解文化意象、合理运用转换与重构策略、有效进行补偿与注释，并遵循准确性、等效性和文化适应性等原则，译者能更好处理商务英语翻译中的文化意象，提高产品推介翻译的质量。语料库为译者提供丰富的资源和有力的工具，帮助译者在跨文化商务交流中跨越文化障碍，准确传达产品的文化内涵与品牌价值，促进国际贸易与商务合作的顺利进行。然而，文化意象的处理是一个复杂而动态的过程，译者需要不断学习和积累文化知识，提高自身的语言能力和翻译技巧，以适应不断变化的市场需求和文化环境。

参考文献：

- [1] 李琪. 跨文化视域下商务英语翻译语料库探析[J]. 绥化学院学报, 2021, 41(12): 83-85.
- [2] 胡文飞. 语料库翻译学视域下的汉英词典文化词研究[J]. 外国语, 2023, 46(05): 101-111.
- [3] 莫丽娅. 基于语料库的外贸英语信函中程式化信息研究[J]. 湖北第二师范学院学报, 2017, 34(05): 5-8.
- [4] 任朝旺, 曾利沙. 中英文经济报道中概念隐喻的跨文化性[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2016, 15(11): 64-69.
- [5] 江玉君. 文化差异视域下的商务英语翻译实践探析[J]. 现代英语, 2024(06): 93-95.

作者简介：

姬露露(1997.4-), 女, 汉族, 河南洛阳人, 硕士研究生, 研究方向: 英语翻译。