

商务英语对汉语的影响

朱 务 诚

摘 要: 本文对汉语中的外来词进行了探讨,指出绝大多数的外来词是通过商务英语进入汉语的。文章通过大量崭新的例子论证了商务英语对汉语造成的影响;通过它引进了大量外来词及对汉语的词汇、语意、词义、书写、语音等造成的异化。文章还引证了大量令人信服的全意译的外来词来说明它们也应被视为外来词。本文还探讨了由商标而来的外来词及因其触发而形成的特殊群体。文章最后还呼吁善待外来语,并引进更多外来词以丰富汉语。

关键词: 商务英语;汉语;外来词;异化

中图分类号: H313 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2003)01-0067-04

当前世界经济已迈入 21 世纪,国际商务活动日趋频繁——其中包括电子商务活动。这些商贸活动中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,涉外保险及会计,国际旅游,海外投资,国际运输、物流,国际经济法,企业管理等所使用的英语统称为商务或商贸英语。它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国际交流,国际交流离不开商务英语,据统计全世界 16 亿以英语为第一、第二或外语的人群中几乎 90% 的人每天都在与商务、商贸英语打交道。

前些日子我参与编写了“新世纪英汉经贸大词典”的编写工作。在编写的过程中我发现商务英语在汉语引进的外来语方面所起的作用是不可低估的。我认为绝大多数的外来语是通过商务英语引入的。商务英语是一门反映了许多学科发展的综合类语言课程,它与当今世界上的政治、经济、贸易、科技、文化及各种商务经贸活动密切相关。当今世界上政治、经济、贸易、新产品、管理经营等方面的新名词、新术语都通过它迅速地反映了出来。鉴于上述理由大量外来词通过商务英语进入汉语是一点也不会令人感到惊奇的。下面将论述商务英语对汉语造成的两方面影响:(1) 通过它引进了大量外来词;(2) 这些外来词对汉语造成的异化。大量外来词的引入必然会导致汉语的某些异化。这种异化在词汇、语音、语义、书写甚至语法层都有所反映。

一、音译的外来词

过去有沙发、咖啡、香槟、忌司(cheese)、攀或派或排或批(pie),现在有克隆、镭射、莱卡(lycre,一种人造纤维)、蕾丝(lace,花边)、销品茂(shopping mall)、压克力(Acrylic,一种浴缸)、冷扣(cold call,上门推销商品,或电话推销商务)、伊妹儿、猫(modem)、尖头鳗(gentle-

man)、天丝(TENCEL,一种环保高科技纤维,能做服装)、宁闭(nimby=not in my back yard,指反对在本社区兴建有害设施者)、辛普莱斯(Simplese,一种食用脂肪替代品,常用于制作无脂冰淇淋)、锒哩(jelly,果冻)、卡巴莱(cabaret,卡巴莱表演,指餐馆、夜总会有歌舞等表演的夜间娱乐)、宝姿(Ports)、贴士(tips)、香波(shampoo)、飞客(phreaker,指偷打长途电话者)、报事贴(Post-it,一种便条,来自商标名)、奔腾、尼尔客或尼尔克族(nilk=no income lots of kids,指无收入而多子女者)、丁客(dink=double or dual income, no kids)、多客(DEWK, dual employed with kids,指双职工多子女家庭)、旦客(DENK=dual employed, no kids,指双职工无子女家庭)、提客(TICK=two-income couple with kids,指有孩子的双职工夫妻的一方)。有些人在上述这些词后再加上一个“族”,笔者认为无此必要,客已说明问题,但有些人把“客”写成“克”那就要加“族”字了。

二、音意结合的外来词

拷(call)机,因特网,扎啤(a jar of beer,通常指生啤),奶昔(milk shake),纳米(nano),乐透彩票(lottery),宾戈卡(bingo card,指随杂志发送的,邮资已付的明信片,读者可凭卡免费函索广告中的有关产品的信息),POS机(=point of sale,指的是信用卡的拉卡机),史帮肉垃圾(spam,指的是电子垃圾),阔恩肉(Quorn,一种素肉),威士卡(Visa,一种信用卡),BP机(beeper's machine),保龄球(bowling),嬉皮士(hippie),玛皮士(muppie,指都市中年职业人士),夕皮士(sippy,指55-80岁中已婚、身健有稳定收入的消费者),富皮士(woopie,指有钱的老人),耶皮士(Yappie,指年轻富有的家长),逸皮士(Yeepie=Youthful Energetic Elderly People Involved in Everything,指积极参加各类活动精力充沛的老人),雅克士(Yuca,古巴裔雅皮士),雅废士(Yaffie,指失败的城市青年),雅皮士(Yuppie=Young Urban Professionals的首字母缩合加词尾而成,指城市少壮职业人士),滋皮士(zuppie,指正当壮年、职业处于上升阶段的人士)。

汉字具有表意性,是表意文字,其文字本身多多少少地表示了一些意思,但音译及音意结合的外来词不但破坏了汉字的表意性及形意识别的通道,还借用了其他语言的发音和意义,这对汉语来说是一种异化。

三、意译的外来词

有很多人认为全意译的外来词不是外来词,因为它们受借入语言的各种规则的支配,不影响借入语的独立性。对此笔者有不同的观点。第一,它们中很大一部分词在意义上已与汉语原意不同了;第二,它们的组合也不符合汉语的规律。下面就是这方面的外来词。

我们过去引进了白领、蓝领,从汉语角度讲,他们指的是蓝或白色的衣领。可是外来词的意思却与此不同了。难道这不能算外来词吗?现在又出现了开领(open collar,指远距离或在家上班的人),无领(no collar,指在虚拟办公室上班或家居办公的),亮领(bright collar,指美国社会中1945年后出生的成功人士),灰领(grey collar,指从事维修保养技术的工人),金领(gold collar,指专业技术熟练的),新领(new collar,指年薪在2-4万美元的非白领员工),钢领(steel collar,指机器人)。上述几个组合或者是意思与汉语不符,或者是汉语中没

有的组合,如“亮领”。

下面再讲几个组合:

黄金告别(golden goodbye,指公司给高级雇员的大笔退休金),黄金问候(golden hello,指公司给新员工的丰厚见面礼),黄金握手(golden handshake,指大笔的退休金或解雇费),黄金镣铐(golden shackle,指公司为鼓励雇员安心工作而向其支付的钱),黄金降落伞(golden parachute,指公司给被解雇的高级管理人员的大笔补偿金)。与此类似的还有白金握手(platinum handshake,也指丰厚的退休金),金发女郎经济(goldilocks economy,指温和经济),锡降落伞(tin parachute,指给解雇员工的少量经济补偿)。上述几个组合在汉语里基本上是没有的。

下面再看几个与“干”字有关的外来词组合:干啤(dry beer),干马提尼酒(dry martini),干红(dry wine)。上述“干”的意思已异化为酒精含量高或含糖量少的意思,这是汉语原本没有的意思,没有的组合。

玻璃天花板(glass ceiling)和水泥天花板(cement ceiling)也有异曲同工之妙,它们与汉语的意思已是相差十万八千里了,在外来词里,前者指妇女或少数民族成员在职业晋升方面的无形障碍,后者指这些人在晋升方面不可逾越的障碍。

冷推销(即前文所说的冷扣,cold call,指未经同意或安排的推销电话,上门推销或邮递推销),红眼航班(redeye,有时又译夜航航班)。

还有软技能(soft skill,指人事管理),软饮料(soft drink,指不含酒精的碳酸饮料),软毒品(soft drug,指不易成瘾的毒品),软贷款(soft loan,指可用本国货币偿还的一种外国贷款),软推销(soft selling,指用不易为人觉察的方式推销……)。这些与“软”组合的词组不是与汉语中“软”的原来意思不同,就是汉语中不大可能组成的搭配。

此外还有杏仁蛋白层(marzipan layer,指股票公司中地位仅次于合伙人的经管人员阶层),妈妈轨道(mommy track,指妇女放弃晋升等机会,化更多时间照料子女的做法),经济电房(economic power house,指在经济上发展很快很强大、很有影响并提出很多点子的公司或地方),销售马拉松(sellthon,指下大力气推销的活动)。

最后看“量贩”及“物流”两词。此两词最近在汉语中不时出现,特别是物流几乎处处可见,已成为汉语中的新宠了,其实它们是从日语中转来的英语词,原来分别为“hypermarket”及“logistics”。

上述的外来词都是意译的,但从汉语的角度来讲,它们都是一些异化的,在汉语中不曾有过的组合。虽然有人不同意,但并不能因为它们貌似中文组合而把它们排斥在外来词之外,它们还是应作为外来词来对待的。

四、由商标而来的外来词

通过商标的翻译而进入汉语的外来词已成了商务英语影响汉语的一个特殊群体了。这是一批大名鼎鼎、誉满全球的国际名牌的商标。其中饮料酒类有:可口可乐,百事可乐,雪碧,芬达,百威啤酒,轩尼诗,马爹利红酒;汽车有:奔驰,福特,别克,凯迪拉克,劳斯莱斯,丰田,菲亚特,宝马;家用电器有:菲利浦,索尼,松下,西门子,惠而浦,诺基亚,摩托罗拉,戴尔,开利,夏普,伊莱克斯;化妆卫生用品有:雅丝兰黛,兰寇,香奈尔,露化浓(Revlon),百爱神

(Poison), 薇姿(Vichy), 强生, 护舒宝; 体育用品有: 阿迪达斯, 耐克, 康威, 锐步……其他还有宝姿, 皮尔卡丹, 波音, 万事达, 固特异, 嘉实多, 浪琴, 劳莱克斯……都是一些家喻户晓、人们所公认的名牌。因为这些洋商标的影响, 一些中国厂商一反常规, 纷纷以洋名来为自己的商标取名, 如: 纳爱斯(Nice), 乐凯(Lucky), 脱普(Top)、乐百仕(Robust), 四通(stone), 奇安特(Giant), 昂立(Only), 芬格欣(Function), 安吉尔(Angel), 索芙特(Soft), 百德(Best), 香颂(Chanson), 喜乐(cheerio), 哥达浪克(good luck), 易伟(eway)……不胜枚举。除了少数例外, 如, 可口可乐, 奔驰, 宝马, 固特异, 奇安特, 乐百仕, 喜乐, 其余都是些音意已和汉语不同的组合了。这些组合违反了汉语表意性的规律。厂商的用意自然是为了促销, 但他们无意中促发了汉语中一个特殊群体的异化。

五、直接引进的洋字码

直接引进的洋字目前在国内受到的压力最大, 有人说它们污染了汉语, 使之变得不纯洁了。还有人说夹用英语不伦不类, 但这些人的反对起作用了吗? 去年出版的《现代汉语词典》增补本里, 也出现了一百多条外文缩写词条, 其中包括 BP, WTO, E-mail 等字条。就连我们的总书记和总理在谈话中也常常使用 WTO, APEC, TMD 等洋字。确实洋字在汉语中的出现不但在发音, 意义, 甚至在书写方式上都造成了汉语的异化。但是尽管如此, 出现在我们汉语中的洋字还是与日俱增。下面举一些与商务英语密切相关的洋字: CEO(首席执行官), CFO(首席财务官), CIO(首席信息官), COO(首席营运官), CTO(首席技术官), ATM, ACM(automated checkout machine, 自动收款机)……这类洋字的一个特点就是它们基本上都是包含信息量较大的缩略词。有时笔者想这可能就是这类词会在汉语中存在的最大原因。如 DVD(digital video disk or versatile disk, 中文为数字视盘), 又如 ISDN(Integrated Subscriber Digital Network, 中文为综合业务数字网)译成汉语是又难记又拗口。倒不如直接引用洋文, 既简洁, 又能和国际接轨。

另外笔者认为: 我们可以轻而易举地把这些洋字融入汉语, 可英语或其他拼音语言就不可能把汉字原封不动地引入他们的词库, 这是我们汉语独一无二的特点。由此可见中文的包容性多大啊!

最后, 因为我国已加入 WTO, 今后对外商务经贸活动必将日趋频繁, 因此此类词语将越来越多地进入汉语, 我们不必对此感到紧张, 顺其自然, 让其自生自灭吧。

适者生存, 不适者淘汰, 这也是语言发展的一个规律, 我们不必杞人忧天!

(作者单位: 上海对外贸易学院)

参考文献:

- [1] 徐丹. 文化融合中的语言翻译问题[J]. 中国翻译, 1998(3).
- [2] 徐丹. 文化融合中语言异化问题[J]. 中国科技翻译, 2000(2).
- [3] 陆谷孙等. 英汉大词典补编[M]. 上海: 上海译文出版社, 1997. 7.
- [4] 周国强. 新世纪英汉经贸大词典[M]. 上海: 上海外语教学出版社, 即将出版.
- [5] 朱耀先. 浅谈中西文化差异与翻译[J]. 中国翻译, 1997(4).
- [6] 吴莹. 新英汉词典(世纪版)[M]. 上海: 上海译文出版社, 2000. 12.
- [7] 魏彩霞. 浅谈国际贸易中商标的翻译[J]. 中国翻译, 1997(3).
- [8] 仓蓝菊. 厂商与品牌名称翻译漫谈[J]. 中国科技翻译, 1999. 2.
- [9] 王德春. 英语借词使汉语更丰富[J]. 淮北煤师院学报, 1992(2).