

MỘT VÀI NGUYÊN TẮC DỊCH THUẬT VĂN BẢN THƯ TÍN THƯƠNG MẠI (ANH - VIỆT, VIỆT - ANH)

NGUYỄN THÀNH LÂN

Khi mà mức độ hội nhập của Việt Nam vào thương mại thế giới càng sâu rộng thì nhu cầu dịch thuật thư tín thương mại Anh-Việt, Việt-Anh càng trở nên bức thiết. Dựa trên lý thuyết về ngữ vực của Halliday (1994) và lý thuyết tương đương trong dịch thuật của Koller (1995), bài viết này đưa ra một số nguyên tắc dịch thuật văn bản thư tín thương mại xét ở giác độ ngữ nghĩa kinh nghiệm, thể hiện ở cách dịch từ ngữ thương mại, thuật ngữ chuyên ngành và hiện tượng danh hóa trong văn bản thư tín thương mại.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nền kinh tế toàn cầu hóa, thư tín thương mại tiếng Anh là một phương tiện giao tiếp phổ biến. Tuy nhiên, hiện nay năng lực và trình độ giao tiếp thư tín thương mại bằng tiếng Anh của các doanh nghiệp Việt Nam còn hạn chế. Theo số liệu khảo sát của Cục Việc làm, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, chỉ có 12,5% trong tổng số nhân sự tại các doanh nghiệp có khả năng giao tiếp trực tiếp bằng tiếng Anh (Nguyễn Phi Khanh, 2013, tr. 32). Thực tế đó làm phát sinh nhu cầu chuyển dịch thư tín thương mại Anh-Việt, Việt-Anh khi giao dịch với các đối tác nước ngoài. Từ lý do này, chúng tôi đã nghiên cứu và xin đưa ra một số nguyên tắc *chuyển dịch văn bản thư tín thương mại tiếng Anh* làm cơ sở tham khảo cho công tác đào tạo dịch thuật văn bản thư tín

Anh-Việt, Việt-Anh tại các trường đại học ở Việt Nam.

2. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU DỊCH THUẬT THƯ TÍN THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM

Ở Việt Nam trước đây, việc nghiên cứu phân tích diễn ngôn thương mại hầu như chưa được quan tâm. Tuy nhiên, ngày nay, do nhu cầu của nền kinh tế thị trường hướng đến hội nhập quốc tế, một vài học giả cũng đã nghiên cứu về phân tích diễn ngôn thương mại và nghiên cứu chuyển dịch loại văn bản này.

Nguyễn Trọng Đàn (1996), trong luận án tiến sĩ Ngữ văn *Phân tích diễn ngôn thư tín thương mại*, đã phân tích đối chiếu một số đặc điểm về ngữ vực giữa thư tín tiếng Anh và tiếng Việt. Hà Văn Riễn (1988) thì đưa ra một số phương pháp dịch thuật thư tín Pháp-Việt và Việt-Pháp trong luận án tiến sĩ Ngữ văn *Ngôn ngữ học với việc dịch thuật văn bản giao dịch thương mại*.

Nguyễn Thành Lân. Tiến sĩ. Trường Đại học Ngoại thương (Thành phố Hồ Chí Minh).

Như vậy, vấn đề dịch thuật văn bản thư tín thương mại tiếng Anh còn chưa được quan tâm và nghiên cứu sâu, đặc biệt trong việc tìm hiểu các nguyên tắc dịch thuật.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Bài viết này dựa trên lý thuyết ngữ vực của Halliday (1994) và lý thuyết tương đương trong dịch thuật của Werner Koller (1995). Trong đó lý thuyết ngữ vực xác định ba trường ngữ nghĩa của ngôn ngữ: *Kinh nghiệm, liên nhân và văn bản*. Lý thuyết tương đương của Koller xác định năm cấp độ tương đương trong dịch thuật mà người dịch phải nắm vững để áp dụng trong việc dịch thuật một thể loại văn bản cụ thể. Trước khi đi vào các nguyên tắc dịch văn bản thư tín thương mại, chúng ta hãy xem xét các lý thuyết này và tính hiệu quả khi áp dụng vào dịch thuật văn bản thư tín thương mại.

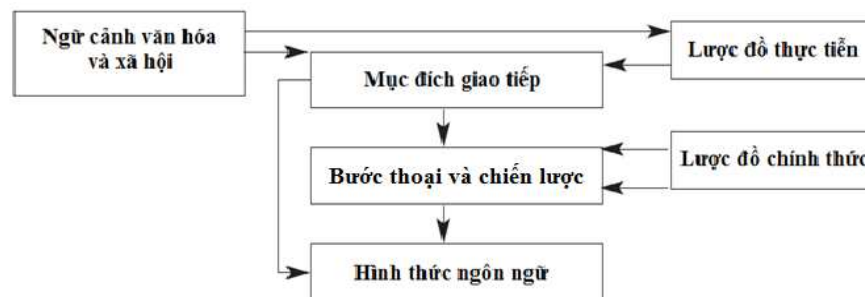
3.1. Ngữ vực

Thuật ngữ *Ngữ vực* được Halliday (1978, tr. 231) sử dụng đề cập đến “thực tế ngôn ngữ chúng ta nói hay viết tùy vào kiểu loại tình huống”, tức, tùy thuộc vào “ngữ cảnh xã hội sử

dụng ngôn ngữ”. Có ba quy phạm ngữ vực liên quan đến vấn đề này: loại tương tác diễn ra giữa người nói và người nghe (gọi là *Trường*), mối quan hệ liên nhân giữa người nói và người nghe (gọi là *Không khí*), mối quan hệ mà các tham thể mong đợi ngôn ngữ sẽ thực hiện trong tình huống đó (gọi là *Thức*). Sau này các nhà ngôn ngữ chức năng hệ thống trình bày tường minh hơn, xác định rõ rằng ngữ vực cũng bị ảnh hưởng và chịu sự tác động bởi ngữ cảnh văn hóa. Nếu ngữ cảnh tình huống gắn liền với một văn bản cụ thể và một tình huống giao tiếp cụ thể thì ngữ cảnh văn hóa liên quan đến tập quán của các tham thoại, bao gồm cả các nền tảng tri thức gắn liền với một cộng đồng diễn ngôn.

3.1.1. Ngữ cảnh tình huống và ngữ cảnh văn hóa trong thư tín thương mại
Hinds (1987, tr. 118) cho rằng ngữ cảnh tình huống của một văn bản cụ thể cần phải mang các tiêu chí như: hình thức và nội dung của thông điệp, ngữ cảnh, các tham thể, ý định và tác động của giao tiếp, từ khóa, các công cụ, các thể loại, tiêu chuẩn tương tác và diễn dịch. Có thể khái quát ảnh

Sơ đồ 1. Ảnh hưởng của ngữ cảnh văn hóa và xã hội đến hình thức ngôn ngữ



Nguồn: Hinds, 1987, tr. 91.

hưởng của ngữ cảnh văn hóa tới ngôn ngữ như Sơ đồ 1.

Theo M. R. Hall (1990, tr. 342), người phương Tây, do sống trong bối cảnh văn hóa ngữ cảnh thấp, không bị ảnh hưởng nhiều bởi ngữ cảnh, thường thể hiện ngôn ngữ trực tuyến (linear), với hành văn trực ngôn đi thẳng vào vấn đề, trong khi người phương Đông, do xuất phát từ văn hóa ngữ cảnh cao, bị tác động mạnh bởi ngữ cảnh, thường thể hiện ngôn ngữ mang tính vòng vo (circular) có xu hướng sử dụng hành văn gián ngôn, thể hiện gián tiếp các ý định, mục đích.

3.1.2. Trường, không khí và thức

Khi xem xét khái niệm ngữ cảnh của Malinowski, Halliday (1978) và Hasan (1989) đã mở rộng ba tiêu chí về ngữ cảnh tình huống thành: *trường, không khí và thức*.

- Trường diễn ngôn đề cao những gì xảy ra, bản chất của hành động xã hội diễn ra và những gì các đối tác tham gia vào. Đối với thư tín thương mại, trường diễn ngôn thể hiện các bản chất và hành động của giao dịch thương mại giữa các đối tác, như thông báo, yêu cầu, đề nghị, đàm phán, từ chối, thuyết phục...

- Không khí diễn ngôn đề cập đến người tham gia, bản chất của tham thể, vị thế và vai trò của họ. Thêm vào đó, nó cũng thể hiện loại quan hệ mà các tham thể đưa ra, bao gồm các mối quan hệ tạm thời và lâu dài với nhau; loại lời nói mà họ thực hiện trong đối thoại; và toàn bộ các quan hệ có ý nghĩa về mặt xã hội mà họ liên quan

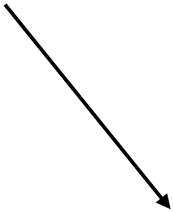
tới. Trong thư tín thương mại, không khí của diễn ngôn thường mang tính trang trọng do mối quan hệ liên nhân được xây dựng giữa các đối tác kinh doanh (như người bán và người mua) hay mối quan hệ trong nội bộ doanh nghiệp (như giám đốc và nhân viên).

- Thức của diễn ngôn liên quan đến ngôn ngữ sử dụng, là những gì mà các tham thể mong đợi ngôn ngữ sẽ thực hiện cho họ trong tình huống đó, tổ chức mang tính biểu tượng của văn bản, bao gồm các kênh và cách thức tu từ. Trong thư tín thương mại, thức thể hiện ở các biểu ngữ tập quán lặp lại như cách đặt vấn đề, cách yêu cầu, đề nghị, cảm ơn, xin lỗi...

Ngữ cảnh tình huống của một văn bản cụ thể (trường, không khí và thức) chủ yếu thể hiện qua từ vựng, nói lên các tư tưởng cơ bản của văn bản (Hasan, 1989, tr. 303). Tuy nhiên, ngữ cảnh tình huống cũng có thể được thể hiện bằng đặc điểm ngữ pháp của văn bản, chẳng hạn như sự chuyển tác (transitivity), thức, thể, các công cụ liên kết, loại mệnh đề... như được thể hiện trong Bảng 1.

Bảng 1 cho thấy cách thức người viết có thể sử dụng sự chuyển tác để thể hiện trường diễn ngôn. Ngược lại, người đọc có thể dự đoán những gì người viết bàn luận bằng việc rút ra kết luận từ phép chuyển tác này bởi người viết. Để hiểu mối quan hệ vai trò thiết lập bởi người viết, người đọc được khuyến khích nhận biết cách sử dụng thức, thể và các đại từ nhân xưng. Cuối cùng, thức diễn ngôn hay

Bảng 1. Mối quan hệ giữa văn bản và ngữ cảnh tình huống

TÌNH HUỐNG: đặc điểm của ngữ cảnh Trường diễn ngôn: những gì đang diễn ra Không khí diễn ngôn: người tham gia Phương thức diễn ngôn: vai trò quy định cho ngôn ngữ	Thể hiện bởi 	VĂN BẢN: thành phần chức năng của hệ thống cú pháp Ngữ nghĩa kinh nghiệm (sự chuyển tác, chỉ định...) Ngữ nghĩa liên nhân (thức, tình thái, nhân xưng) Ngữ nghĩa văn bản (chủ đề, đề-thuyết thông tin, mối quan hệ liên kết)
--	---	--

Nguồn: Hatim, 1990, tr. 146.

vai trò chỉ định cho ngôn ngữ phản ánh bằng mối quan hệ đề-thuyết, cấu trúc thông tin và mối quan hệ liên kết được người viết sử dụng.

Theo Hasan (1989, tr. 256), mỗi loại sự kiện giao tiếp khi so sánh với loại khác có các đặc điểm ngữ cảnh khác nhau (trường, không khí và thức). Ví dụ: đặc điểm ngữ cảnh của một thư chào hàng sẽ khác với một bài đưa tin hay một danh sách thực đơn trong nhà hàng. Các mục đích khác nhau liên quan đến các chức năng khác nhau mà văn bản phục vụ. Chẳng hạn, một thư bán hàng sẽ có đặc điểm ngữ cảnh khác so với thư khiếu nại ở chỗ: thư bán hàng mang chức năng tạo ra và duy trì sự quan tâm của người mua tiềm năng đối với sản phẩm hay dịch vụ, trong khi thư khiếu nại nhằm thuyết phục người bán về tình trạng tổn thất hay thiệt hại của hàng hóa hay dịch vụ nhằm đưa ra các giải pháp hợp lý. Halliday (1994, tr. 67) cho rằng “ngôn ngữ biến đổi khi chức năng biến đổi”. Khi thể hiện sự biến đổi trong văn bản - ngữ cảnh trong ngôn ngữ sử dụng, Halliday và Hasan đưa ra thuật ngữ “ngữ vực” nhấn

mạnh ý nghĩa của tư tưởng qua sự phong phú của ngôn ngữ.

Từ những nghiên cứu trên vận dụng vào dịch thuật tiếng Anh thương mại, người dịch cần phải phân tích các đặc điểm nội dung, hình thức ngôn ngữ và cấu trúc văn bản nguồn để có kiến thức toàn diện về cách thức tổ chức và tạo lập của văn bản thư tín. Để làm được việc này, người dịch cần phải xem xét ngữ nghĩa ngôn ngữ và các lựa chọn theo cơ cấu tổng thể. Hatim và Mason (2001, tr. 87) cho rằng, theo lý thuyết ngữ vực, tính tương đương giữa văn bản nguồn và văn bản đích là tính tương đương về chức năng của hai loại văn bản này, hay nói cách khác là tương đương về ngữ nghĩa *kinh nghiệm, liên nhân* và *văn bản*. Vì vậy, người dịch cần tái tạo đặc điểm ngữ vực của văn bản nguồn để quyết định việc chuyển dịch trong ngữ cảnh tình huống xuất phát của văn bản nguồn, để hai văn bản này phải mang chức năng giống nhau hoặc tương tự nhau.

Người dịch, đầu tiên, phải hiểu *trường, không khí* và *thức* của văn bản nguồn cũng như việc thể hiện của chúng tại các cấp độ văn bản, câu và từ ngữ

làm cơ sở trong việc tái tạo đặc điểm ngữ vực trong ngữ cảnh tình huống và văn hóa của văn bản nguồn, từ đó đảm bảo tính tương đương về chức năng khi chuyển ngữ. Do khuôn khổ của bài viết, trong phần này, chúng tôi chỉ đề cập đến một số nguyên tắc *chuyển dịch ngữ nghĩa kinh nghiệm* đối với văn bản thư tín thương mại tiếng Anh.

3.2. Tương đương trong dịch thuật

Theo Newmark (1991, tr. 138), tính tương đương với ngôn ngữ nguồn và tính thích hợp của ngôn ngữ đích thuộc về chức năng thông tin, do vậy phương pháp giao tiếp phải được áp dụng cho chức năng này để bám sát hiệu quả giao tiếp trong mọi cấp độ. Người dịch cần phải tập trung quan tâm đến ngữ nghĩa thay vì hình thức, tìm kiếm các tiêu chuẩn của ngôn ngữ nguồn và ngôn ngữ đích, tránh việc sử dụng ngữ vực không rõ ràng, mơ hồ xuất phát từ các khác biệt về văn hóa thể hiện trong ngôn ngữ.

Werner Koller (1995) đã đưa ra kiến thức thú vị và bổ ích về khái niệm tương đương. Quan điểm của ông về xuất phát điểm trùng hợp với hiểu biết của các tác giả khác về bản chất văn bản trong đối dịch, nó được đặt trong phạm vi lời nói (*la parole*) chứ không phải trong ngôn ngữ (*la langue*). Koller (1995, tr. 27) cho rằng: “Những gì được đối dịch là các phát ngôn và văn bản; người dịch thiết lập tính tương đương giữa phát ngôn/văn bản của ngôn ngữ nguồn và ngôn ngữ đích, chứ không phải giữa các cấu trúc và câu của hai ngôn ngữ”. Theo ông,

tương đương là khái niệm cốt yếu mang tính tiêu chuẩn về đối dịch, là ý nghĩa tương tự về giá trị giữa văn bản đích (bản dịch) và văn bản nguồn (văn bản gốc). Ngôn ngữ đích được đánh giá tương thích từ cấp độ từ vựng tới cấp độ văn bản. Tính thích ứng tối đa được xác định là tính tương đương, so sánh với tính không hoặc tương đương ít. Khái niệm tương đương thứ hai này tập trung vào đánh giá và phân tích đối dịch (Koller, 1995, tr. 28). Tác giả nhấn mạnh tính hữu dụng của khái niệm cấu thành về tính tương đương như sau: “tính tương đương với tư cách là khái niệm cấu thành mang tính nguyên tắc cho khoa học đối dịch, có nghĩa là sự lựa chọn, sự cắt giảm và cô đọng (*Reduction & abstraction*).

Nhằm nhấn mạnh khái niệm về tính tương đương để quan niệm này trở nên hữu ích trong việc phân tích (mô tả, phân loại và giải thích) các trường hợp chuyển dịch. Koller (1995, tr. 75) đã đề nghị áp dụng năm cơ cấu tương đương như sau:

+ *Tính hướng ngoài ngôn ngữ* (*extralinguistic*), *đã được điều chỉnh trong một văn bản* (= tính tương đương biểu vật – *denotative equivalence*). Trong thư tín thương mại, xuất hiện rất nhiều thành ngữ, quán ngữ mà người dịch phải chuyển đổi sao cho tương đương và phù hợp với ngôn ngữ đích. Ví dụ: trong một chào hàng (*offer*) hay đặt hàng (*order*), thuật ngữ “*cash payment*”, dù nghĩa biểu vật của từ “*cash*” là tiền mặt, nhưng trong thanh toán, thuật ngữ “*cash*” lại mang

nghĩa “sớm, ngay”, do vậy cụm từ này phải được chuyển dịch thành “*thanh toán ngay*” thay vì “*thanh toán bằng tiền mặt*”. Hoặc cụm từ “*sight draft*” trong đó nghĩa biểu vật của từ “*sight*” là “*nhìn thấy*” và “*draft*” là “*hối phiếu*”. Tuy nhiên trong văn bản thư tín, bản chất của cụm từ này là người được ký phát hối phiếu nhìn thấy hối phiếu và phải trả tiền cho người ký phát, do vậy, thuật ngữ này phải được chuyển dịch thành “*hối phiếu trả ngay*”.

+ Các nghĩa rộng của từ được điều chỉnh trong một văn bản thông qua loại hình lời nói (đặc biệt thông qua sự lựa chọn đặc thù trong số các khả năng đồng nghĩa hoặc gần nghĩa của biểu ngữ) trong quan hệ với sắc thái phong cách, phạm vi địa lý và xã hội, tần suất... (= tương đương về sắc thái nghĩa gắn kèm - connotative equivalence). Ví dụ, từ “*thông báo*” trong tiếng Việt có thể dịch thành “*notify, advise, inform, let someone know, tell*” với mức độ trang trọng giảm dần. Như vậy, người dịch phải hiểu mối quan hệ liên nhân trong văn bản để chọn từ thích hợp nhất để sử dụng. Chẳng hạn, trong câu: “*Chúng tôi sẽ thông báo cho ông về chi tiết của lô hàng*”, nếu đây là mối quan hệ lần đầu giữa người gửi và người nhận, mang sắc thái trang trọng, cần phải dịch thành “*We will notify/advise you of the particulars of the shipment*”, trong trường hợp này, không thể chọn “*let you know*” hoặc “*tell*” được.

+ Các tiêu chuẩn văn bản và ngôn ngữ (các tiêu chuẩn sử dụng), có giá trị đối với một số văn bản (= tương

đương về văn bản). Với tiêu chuẩn này, người dịch phải lưu ý tới sự khác biệt về hành văn, về cấu trúc ngữ đoạn giữa văn hóa Đông và Tây. Chẳng hạn, thư tín tiếng Anh đề cao hành văn trực ngôn trong khi thư tín tiếng Việt đề cao hành văn gián ngôn, nên khi chuyển dịch câu: “*Chúng tôi sẽ đánh giá cao nếu quý ngài có thể gửi hàng thay thế cho số hàng giao sai này*” cần phải chuyển dịch thành “*We must/would ask you to send the replacements for the wrong goods*”, thay vì dịch “*We would highly appreciate it if you could send the replacements for the wrong goods*”.

+ Người nhận (người đọc) mà bản dịch hướng tới và người đó là ai. Khi đó bản dịch được “*định vị*” để hiểu và hoàn thành chức năng giao tiếp của mình (= tương đương về dụng học). Người Việt cũng như người phương Đông luôn đề cao văn hóa quyền lực (chức quyền, tuổi tác, vị thế, giới tính...), trong khi người Anh-Mỹ không chú trọng tới vấn đề này (Munday, 2001, tr. 138). Do vậy, khi chuyển dịch văn bản thư tín Anh-Việt, người dịch cần hiểu rõ những đặc điểm trên của người nhận để chuyển dịch theo phong cách phù hợp với văn hóa đích.

+ Các phong cách cá nhân và mỹ học của văn bản nguồn (= tương đương về mỹ học). Đối với thư tín thương mại, đặc tính phong cách cá nhân và mỹ học của văn bản nguồn thường không được thể hiện rõ do bản chất của các văn bản này có xu hướng mang tính phổ quát, hơn là có xu hướng mang tính cá nhân. Tuy nhiên,

dấu ấn văn hóa vẫn ảnh hưởng khá nhiều đến hành văn, cấu trúc câu và các biểu ngữ sử dụng. Chẳng hạn, người phương Tây đề cao hành văn trực ngôn, tuyến tính, hiện tượng danh hóa, các cấu trúc câu đơn giản trong khi người phương Đông chú trọng hành văn gián ngôn, phong cách vòng, hiện tượng động từ hóa và các cấu trúc câu phức hợp. Vì thế, khi đối dịch, cần phải đảm bảo tính tương đương về phong cách này.

4. CHUYỂN DỊCH TÍNH TƯƠNG ĐƯƠNG CỦA NGỮ NGHĨA KINH NGHIỆM

Theo ngữ pháp chức năng hệ thống của Halliday (1994, tr. 231), các chức năng kinh nghiệm có liên quan đến cấu trúc thực tiễn xã hội, đó là ai làm gì, khi nào, ở đâu, và sự khác biệt về trường được thể hiện qua lựa chọn từ vựng thế nào. Theo ông, *trường* đề cập đến “những gì ảnh hưởng tới bản chất hành động xã hội đang diễn ra”. Dưới đây, chúng ta sẽ xem xét tính tương đương khi dịch thuật ngữ nghĩa kinh nghiệm trong các cấu trúc cú pháp và từ vựng đặc biệt.

4.1. Xác định ngữ nghĩa thương mại khi chuyển dịch từ đa nghĩa

4.1.1. Chuyển dịch Anh-Việt

Bản thân từ vựng không mang nghĩa kinh nghiệm, trừ khi chúng được đặt trong một ngữ cảnh. Điều này có thể thấy rõ trong việc chuyển dịch thư tín thương mại khi mà một từ có thể mang nhiều nghĩa trong những giao dịch khác nhau. Ví dụ: từ “*negotiation*”

- *The claim problem is still under negotiation*

(Khiếu nại đó vẫn đang được xem xét).

- *Please amend the L/C accordingly so as to enable our negotiation of draft* (Đề nghị tu chỉnh L/C cho phù hợp để giúp chúng tôi *chiết khấu* hối phiếu).

Như vậy, nghĩa thông thường của *negotiation* là “*bàn bạc, thương thuyết, xem xét*”, nhưng trong ngữ cảnh các bên trao đổi về việc thanh toán, “*negotiation*” mang nghĩa “*thanh toán hoặc chiết khấu*”.

Hoặc từ “*policy*”:

- *Our policy is payment by sight draft, documents against payment* (Chính sách của chúng tôi là thanh toán bằng hối phiếu trả ngay, trao chứng từ khi thanh toán).

- *We shall take out insurance at this end under our open policy* (Chúng tôi sẽ mua bảo hiểm ở mức này theo điều kiện bảo hiểm bao).

Như vậy, khi dịch ở *cấp độ từ* trong thư tín thương mại, người dịch cần phải chú ý đến ngữ cảnh giao tiếp thương mại để lựa chọn sử dụng từ có tính thương mại nhằm đảm bảo sự trung thành với văn bản gốc.

4.1.2. Chuyển dịch Việt-Anh

Hiện tượng từ đa nghĩa cũng gây thách thức không nhỏ trong quá trình dịch thư tín Việt-Anh, khiến người dịch buộc phải dựa vào ngữ cảnh tình huống cụ thể mà xác định nghĩa của từ ngữ trong cảnh huống đó.

Ví dụ: từ “*hàng hóa*” trong tiếng Việt khi dịch sang tiếng Anh sẽ ứng với rất nhiều từ trong các tình huống ngữ cảnh khác nhau. Có thể xem ví dụ ở Bảng 2.

Bảng 2. Ngữ nghĩa kinh nghiệm của từ “hàng hóa”

Từ vựng	Nghĩa tiếng Việt	Ví dụ	Bản dịch
Goods	Hàng hóa (phong cách trung tính)	Hàng hóa của chúng tôi đa dạng về mẫu mã và quyến rũ về màu sắc.	Our goods are various in designs and attractive in colours.
Merchandise	Hàng hóa (phong cách trang trọng)	Quý ngài sẽ thấy rất nhiều chủng loại hàng hóa trong tài liệu chào hàng của chúng tôi gửi kèm theo đây.	You will find a wide variety of merchandises in our sales literatures attached.
Commodities	Hàng (nguyên liệu)	Đề nghị lưu ý rằng đây chủ yếu là hàng nguyên liệu nên giá trị không cao.	Please note that these are mainly commodities therefore, their values are not so high.
Cargo	Hàng (trong quá trình vận chuyển)	Trường hợp không có hàng để giao vào thời gian giao hàng, cước khổng sẽ tính cho người bán chịu.	In case the cargoes are not available at the time of delivery, deadfreight will be borne by the seller.
Stock	Hàng (trong kho), hàng tồn kho	Hiện nay, chúng tôi đang kiểm kê hàng tồn kho.	We are now doing the stock control.
Shipment/ Delivery	Việc giao hàng, chuyển hàng	Hàng hóa sẽ được giao vào tháng Tư.	Shipment/delivery will be made in April.
Item/ article	Mặt hàng	Các mặt hàng này sẽ gây ấn tượng ngay cả với các khách hàng khó tính nhất.	These items will appeal even your most selective customers.
Ware	Hàng (sử dụng với từ ghép), ví dụ: warehouse (Nhà kho), lacquerware (hàng sơn mài), bambooware (hàng tre)...	Chúng tôi chủ yếu xuất khẩu hàng thủ công, chẳng hạn như hàng sơn mài, hàng tre, và hàng sứ.	We mainly export handicraft such as lacquerware, bambooware and chinaware.

Ngoài việc phân tích ngữ cảnh tình huống để xác định nghĩa của từ, người dịch cần phải nắm được kiến thức về sự kết hợp từ (word-collocation). Chẳng hạn như từ “thực hiện” dưới đây:

- Thực hiện một hợp đồng, đơn hàng: **Execute/perform a contract /an order**
- Thực hiện thanh toán: **Settle/ make payment**

- Thực hiện việc giám định hàng hóa:

Conduct an inspection

- Thực hiện một kế hoạch, dự án, chính sách: **Carry out/ Implement a plan/ a project/ a policy**

- Thực hiện khảo sát thị trường: **do a market survey**

- Thực hiện một chiến dịch quảng cáo: **Realize an advertising campaign.**

Ví dụ sử dụng từ “thực hiện” trong câu:

Cấu trúc từ kết hợp	Bản dịch
<i>Thanh toán phải được thực hiện bằng L/C không hủy ngang cho người bán hàng.</i>	<i>Payment shall be made by Irrevocable L/C in favour of the seller.</i>
<i>Giám định đã được thực hiện đối với lô hàng này và kết quả phát hiện nhiều tổn thất.</i>	<i>Inspection has been conducted for this shipment and as a result a lot of damage has been discovered.</i>
<i>Trong quá trình thực hiện hợp đồng, nếu có tranh chấp hay mâu thuẫn phát sinh, vấn đề sẽ được chuyển cho trọng tài giải quyết.</i>	<i>During the performance of this Contract, if any conflicts or disputes arise, the same shall be referred to the Arbitration.</i>

4.2. Thuật ngữ chuyên ngành

Cũng như các chuyên ngành khác, cộng đồng giao tiếp thương mại thường sử dụng các đặc ngữ hoặc biệt ngữ trong thư tín. Ví dụ: trong thư tín thương mại, có rất nhiều thuật ngữ chuyên ngành chỉ phương thức thanh toán, chẳng hạn như COD (Cash on Delivery - Thanh toán khi giao hàng), Confirmed L/C (thanh toán bằng thư tín dụng có xác nhận), *Collection payment* (thanh toán nhờ thu), DA (Documents against Acceptance - Thanh toán bằng phương thức trao chứng từ khi chấp nhận trả tiền), DP (Documents against payment - Trao chứng từ khi thanh toán), T/T (Telegraphic transfer - Thanh toán bằng điện chuyển tiền)... Điều này đòi hỏi người dịch, nếu không phải là thành viên của cộng đồng này, phải sử dụng tốt các từ điển chuyên ngành, do việc sáng tạo từ riêng có thể dẫn đến nhầm lẫn và sai sót trong việc chuyển dịch thông tin của văn bản nguồn, không được cộng đồng giao tiếp thương mại chấp nhận.

4.3. Danh từ hóa (nominalization) và động từ hóa (verbalization)

Theo Baker (1992, tr. 83), trong các

văn bản thương mại tiếng Anh, hiện tượng danh hóa thường xuyên xảy ra nhằm thể hiện hành vi của các tham thoại thay thế hiện tượng động từ hóa. Ví dụ:

(a) *That both parties **fulfilled** the contract satisfactorily will be the basis to develop business and cooperate further.* (Cả hai bên đều phải thực hiện hợp đồng một cách thỏa đáng làm cơ sở cho việc phát triển kinh doanh và hợp tác sau này).

(b) *The satisfactory **fulfillment** of the contract by both parties will be the basis for the development of business and further cooperation.* (Việc các bên thực hiện hợp đồng thỏa đáng sẽ là cơ sở cho việc phát triển kinh doanh và hợp tác sau này).

Trong (b), các từ "*fulfill*", "*develop*" và "*cooperate*" đã được chuyển thành những danh từ. Điều này được cộng đồng diễn ngôn thương mại tiếng Anh ưa chuộng hơn (Baker, 1992, tr. 283).

Như vậy, nhìn chung, khi dịch Việt-Anh, cần phải *chuyển đổi cấu trúc động ngữ thành cấu trúc danh ngữ* để làm rõ và đơn giản hóa các biểu ngữ. Đây là tập quán quen dùng trong cộng

đồng diễn ngôn thương mại của Anh-Mỹ mà không làm thay đổi ngữ nghĩa.

Tương tự như vậy, khi dịch Việt-Anh, các mệnh đề phụ (sub-clauses) cũng cần phải được *danh hóa* cho phù hợp hơn với phong cách viết của người Anh-Mỹ (xem ví dụ trong bảng dưới).

Cấu trúc mệnh đề trong tiếng Việt	Cấu trúc danh từ trong tiếng Anh
Khi con tàu Shangmaru cập cảng Sài Gòn, chúng tôi đã nhận toàn bộ lô hàng theo Hợp đồng số 123	On the arrival of SS Shangmaru at Saigon port, we took full delivery of the goods against Contract No.123
Khi phát hiện thấy ẩn tỳ, chúng tôi đã yêu cầu Vinacontrol tiến hành việc giám định đối với chuyến hàng này	Upon notice of inherent vice, we have invited Vinacontrol for inspection of the consignment.

KẾT LUẬN

Trên đây là một số nguyên tắc dịch thuật văn bản thư tín thương mại xét ở giác độ ngữ nghĩa kinh nghiệm. Do

kiểu loại văn bản này được cộng đồng giao tiếp thương mại sử dụng trong các giao dịch kinh doanh, có các đặc điểm riêng trong việc sử dụng các biểu ngữ tập quán đặc thù, nên khi dịch thuật, người dịch cần xác định chính xác ý nghĩa của các thuật ngữ chuyên ngành trong ngữ cảnh thương mại. Các thành ngữ, biểu ngữ liên quan đến các nghiệp vụ chuyên ngành như *giao nhận vận tải, bảo hiểm, ngân hàng...* cần phải được xem xét thận trọng, nếu không sẽ không được cộng đồng giao tiếp thương mại chấp nhận. Đối với từ đa nghĩa, cần phải xác định chính xác nghĩa của từ trong ngữ cảnh cụ thể đang được xem xét. Ngoài ra, cần chọn và sử dụng chính xác từ ngữ trong các hình thức kết hợp từ (word-collocation). Khi chuyển dịch Việt-Anh, cần ưu tiên sử dụng cấu trúc danh hóa thay vì cấu trúc mệnh đề hoặc động ngữ và làm ngược lại khi chuyển dịch Anh-Việt. □

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Baker, Mona. 1992. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. [M] London: Routledge.
2. Báo điện tử Chính phủ: website: <http://baodientu.chinhphu.vn/Home/Hon-74000-nguoi-nuoc-ngoai-lam-viec-tai-Viet-Nam/20117/9105.vgp>
3. Hà Văn Riễn. 1988. *Ngôn ngữ học với việc dịch thuật văn bản giao dịch thương mại*. Luận án tiến sĩ Ngữ văn.
4. Hall, E. T. & M. R. Hall. 1990. *Understanding Cultural differences: Germans, French and Americans*. Yarmouth. ME: Intercultural Press.
5. Halliday, M. A. K. 1978. *Language as Social Semiotic: the Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold and Baltimore: University Park Press.
6. Halliday, M. A. K. 1994. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
7. Hasan, R. 1989. *The Structure of a Text*. In Halliday, M. A. K. & R. Hasan (Eds), *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Oxford University Press.

8. Hatim, B and Mason, I. 2001. *Discourse and the Translator*. [M] Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
9. Hinds, J. 1987. *Reader Versus Writer Responsibility: A New Typology*. In: *Writing Across Languages*. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
10. House, J. 2001. *A Model for Translation Quality Assessment*. [M] Tübingen: Gunter Narr, 1981. House, J. *How Do We Know When a Translation Is Good?* In Erich Steiner and Colin Yallop.
11. Koller, Werner. 1995. *The Concept of Equivalence and the Object of Translation Studies*, Target 7 (2).
12. Munday, I. 2001. *Introducing Translation Studies*. [M] London: Routledge.
13. Newmark, Peter. 1991. *About Translation*. [M] Clevedon: Multilingual Matters.
14. Nguyễn Phi Khanh. 2013. *Năng lực tiếng Anh của các doanh nghiệp Việt Nam và vấn đề đào tạo tiếng Anh chuyên ngành*. Kỷ yếu hội thảo *Tăng cường gắn kết đào tạo và nghiên cứu khoa học với thực tiễn*. Trường Đại học Ngoại thương. Hà Nội: Nxb. Lao động.
15. Nguyễn Trọng Đan. 1996. *Phân tích diễn ngôn thư tín thương mại*. Luận án tiến sĩ Ngữ văn.