

主编 徐真华

全球化背景下的外国语言文学研究丛书

商务英语文体研究

A STYLISTIC STUDY ON BUSINESS ENGLISH

戴桂玉 著

广东省“211工程”三期

主编 徐真华

全球化背景下的外国语言文学研究丛书

商务英语文体研究

A STYLISTIC STUDY ON BUSINESS ENGLISH

戴桂玉 著

图书在版编目(CIP)数据

商务英语文体研究 / 戴桂玉著. —上海:上海外语教育出版社,2012
(全球化背景下的外国语言文学研究丛书)

ISBN 978-7-5446-2537-1

I. ①商… II. ①戴… III. ①商务-英语-文化论 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 226410 号

出版发行: **上海外语教育出版社**

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@slep.com.cn

网 址: <http://www.slep.com.cn> <http://www.slep.com>

责任编辑: 蔡一鸣

印 刷: 上海叶大印务发展有限公司

开 本: 890×1240 1/32 印张 7.75 字数 253 千字

版 次: 2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5446-2537-1 / H · 1260

定 价: 31.00 元

本版图书如有印装质量问题,可向本社调换

全球化背景下的外国语言文学研究丛书

编委会名单

主编：徐真华

编委：（以姓氏笔画为序）

王初明	韦立新	平 洪	刘 岩
刘建达	杨 可	李敬平	余 东
陈开举	陈多友	林秀梅	郑 超
郑立华	章宜华	董燕萍	曾用强
戴桂玉			

总序

外国语言文学学科的发展是与国运衰微、西学东渐、现代大学勃兴紧密联系在一起。随着 1840 年鸦片战争的爆发,东西方文明在古老中国不断冲突、碰撞、磨合以及融汇,其剧烈之程度在中国对外交往史中前所未见。西方列强的坚船利炮使东方老大帝国的羸弱暴露无遗。清政府内洋务派为了挽救清廷的统治危机,主张引进、仿造西方的武器装备和学习西方的科学技术,兴办洋务,创设近代企业,将发展重点放在“器物”层面,“师夷长技以制夷”。1894 年,中国在甲午海战中惨败,民族危机空前深重,引起思想文化教育界强烈震动,“中学为体,西学为用”受到空前挑战,“制度”革新摆上核心日程,变法维新运动持续高涨。

此时,时代需要中国与西方之间的“翻译者”,从一开始,外语就承担了读懂历史变迁、推动民族奋起自强的重任。中国一批最早接受西方思想的知识分子,如魏源、郑观应等,为译介西书和传播西方的政治体制、科学知识,发挥了很大的作用。1862 年,被誉为近代第一所国立外国语学院京师同文馆应运而生,恭亲王奕訢等人在给清政府的奏折上阐明了建馆的意图:“欲悉各国情景,必先谙其言语文字,方不受人欺蒙。”作为清代最早培养译员的洋务学堂和从事翻译出版的机构,同文馆为推动中国近代化作出了积极而重要的尝试。此后,得益于外语的译介作用,西学在中国的发展步伐不断加快。曾负责海外的严复翻译了一批重要的西方著作,他的译著(如亚当·斯密的《原富》、斯宾塞的《群学肄言》、孟德斯鸠的《法意》,尤其是赫胥黎的《天演论》,以“物竞天择”、“适者生存”、“优胜劣汰”的生物进化理论阐发救亡图存的观点)启蒙与教育了一代国人,产生了振聋发聩的影响。戊戌变法之年,中国第一所国立综合性大学——京师大学堂创立伊始,即开设英、法、德、俄、日五个语种的课程。1902 年,京师大学堂复学,且随即合并了京师同文馆,次年更名为译学馆。随着现代高等教育在中国的兴起,外语专业作为一门独立学科在我国建立并逐步发展。揭橥“民主”和“科学”两面旗帜的“五四”新文化运动,为外语学科的发展增添了动力和活力。

适值“三千年未有之大变局”,以促进中国近代化为宗旨的海外留学热潮激情涌动。1872年到1875年间,由近代中国留美第一人容闳提议,清政府先后派出四批共120名幼童赴美国留学。这些留美幼童是中国历史上最早的官派留学生。此后,旨在寻求真知的官派和自费留学逐波激荡。这些留学生归国后分布在政界、军界、实业界、教育文化界等各个领域,不少人成为中国近代历史上的知名人物。及至民国时期,一批既饱览西学又具有深厚国学根底的“海归”执掌大学外文系或者从事外文教学研究工作。作为“睁眼看世界”的文化精英,他们学习和借鉴西方先进的理念、模式和方法,制订学术范式,建立课程体系,名师俊彦辈出,学术声誉远播。从当年北京大学、清华大学、西南联大等高校外文系的一流学术阵容可见一斑。在外文界,前辈不懈开拓进取,后学奋力继承创新,学术薪火相传,在短短数十年内为外语学科奠定了较为厚实的基础。1949年以后,由于国内、国际形势的嬗变,外语学科的持续发展受到很大干扰和破坏。1978年中国实行改革开放政策,长期以来对外封闭的坚冰开始消融,外语学科又受到重视,得以焕发新的生机和活力。

近30多年来,科学技术迅猛发展,社会思潮与思想观念更趋丰富多元,学科既深度分化又高度综合,这些变化既拓展了外国语言文学的外延,又深化了其内涵。尤其是20世纪90年代后,全球化趋势深入发展,国与国之间的相互依存明显增强,对人类社会的影响涉及经济、政治、教育、社会及文化等各个领域,为外国语言文学创设了新的发展环境和条件。在这个进程中,我国外语界就全球化背景下外国语言文学的使命和责任、外语教育规划、外语学科发展路径、外语人才培养模式等理论和实践问题进行了积极的探索,为推动我国经济社会发展、促进中外文化交流、培养高素质国际化人才作出了重要贡献。在全球化背景下,我们面临进一步提升高等教育国际化水平、繁荣发展哲学社会科学、扩大中国学术的国际影响力和话语权、增强国家文化软实力、增进国际理解的艰巨任务。哲学社会科学要繁荣发展,既要“请进来”,也要“走出去”,对本国传统文化精髓,既不狂傲自大,也不妄自菲薄;对外国优秀文明成果,既不全盘照搬,也不一概否定。在纵横捭阖的大时代面前,我国学术发展更需要世界眼光、国际视野和“海纳百川、有容乃大”的广阔胸怀。面对新形势、新任务,外语院校和外语系学科有独特和不可替代的优势,有责任、有义务、有能力推进内涵发展、质量提升、品牌建设,服务于整个国家学术的发展,服务于国家外交战略能力的大幅提升。

国学大师、清华研究院“四大导师”之一陈寅恪先生曾经说,“读书必先识字”,他自己就精通梵语、英语、法语、德语、巴利语、波斯语、突厥语、西夏语,还修习过中亚古文字和蒙古语。时至今日,要了解古希腊、古埃及、古印度、古巴比伦文明的历史,要感受罗马帝国的辉煌和文艺复兴的灿烂,要领略工业革命和西方哲学的魅力,要把握当前国际社会发展的律动和人类进步的脉搏,外国语言文学仍然是一种十分重要而必不可少的工具、载体和媒介。在全球化背景下,普世价值往往更易超越民族、文化、宗教、局域认知等,通过外语这座桥梁得以交流和沟通、发扬和传播,从而提升人类社会的福祉。

高等学校的根本任务是培养人才。为适应全球化和高等教育国际化的需要,外语院校和外语学科一项很重要的使命和责任,就是要践行“立足平凡、追求卓越”的教育理念,创新人才培养模式,着眼于培养全球化、高素质公民。这种人才,具有较高的公民素养,“不能仅仅是语言、翻译方面的专家,更要在此基础上成为对象国研究和区域研究的专家,成为外语精湛、专业突出、高素质的复合型、复语型的国际化人才”(教育部副部长郝平)。简而言之,全球化、高素质公民的内涵可以用“中国灵魂、世界胸怀、现代意识”十二个字来表述,它包含了人与自我、人与国家、人与世界三个命题。第一,大学生要追求自我完善,务求“格物、致知、诚意、正心”,修身自持,赋予个体生命实际意义。第二,大学生要理性爱国,正确理解与认同传统文化,自觉参与现代中国的社会—文化转型进程。第三,大学生要用全人类而非单一国家民族的眼光关注诸如气候变化、核扩散、大规模传染病等国际性难题,不断提高跨文化交际能力,对外具有独立的品格和开放的心态。

在全球化语境下,外国语言文学需要遵循学科发展规律,顺应国家政策安排,不断加强自身建设,逐步提升学科的影响力和话语权。推进外国语言文学基础理论研究,密切追踪国外学术前沿,注意学习和借鉴,但不能满足于“跟随”和“阐释”,要力争取得有突破性的、具有国际影响的原创性外文理论成果。充分发挥外语学科优势,整合相关学科资源,开展全球问题、国际区域和国别问题的长期跟踪研究,为国家外交战略服务。积极主动对接国家和地方战略需求,就外语教育教学和对外交往的重大理论和实践问题,鼓励个人自由探索,支持学科集体攻关,为党和政府提供高水平的决策咨询服务。比如,广东外语外贸大学在广东省政府的鼎力支持下组建的广东国际战略研究院,近年来就国际金融危机、中国—东盟自贸区成立、日本地震海啸等重大问题对广东的影响及对策,组织外语专

家和相关学科学者进行专题研究,向有关方面提交了高质量的调研报告,对政府施政和企业决策产生了积极的影响。“走出去”,是繁荣发展我国哲学社会科学的重要环节。外语院校和外语学科可充分发挥自身独特优势,健全高端国际型人才培养体系,重点培育一批高水平、专业化的翻译团队,培养造就一批造诣高深的翻译名家,翻译并向海外推介一批中国文化经典和学术精品。要适应学科分化与综合的趋势,加强外语与经济、管理、法律、文化、军事、信息技术等学科的交叉和融合,在保持传统语言文学学科优势的基础上,努力催生出一批能与国际学术界直接对话、具备学术话语权的新型特色交叉学科。加强与港澳台外语界的交流与合作,积极参与国际学术活动和学术组织,积极参与和推动国际学术组织有关政策、规则、标准的研究和制定。

以“工程”、“项目”和“课题”等名义对高等学校发展实行管理和调控,是我国高等教育体制的重要特色。目前,少数外语院校进入国家“211 工程”建设高校行列,外国语言文学学科也拥有一批国家级重点学科、教育部人文社科重点研究基地、教育部特色专业建设点、国家精品课程、国家教学名师等,这些总体上构成了外语学科领域的学术制高点。2008 年,广东外语外贸大学“全球化背景下的外国语言文学研究”入选广东省“211 工程”三期重点学科建设项目,其系列专著凝聚了“语言·文学·文化”、现代技术与语言教学评估、跨文化交际与管理、翻译研究与实践等研究方向,来自政府的支持为广外外语学科的创新发展提供了新的机会和平台。出版“全球化背景下的外国语言文学研究丛书”,一来可作项目成果的初步展示,二来以此就教于同行专家学者。

慢工出细活,厚积才能薄发。全球化背景下外国语言文学学科的发展,与中国改革开放与现代化建设事业一样,依然任重而道远。

是为序。

徐真华^①

2011 年 6 月

① 徐真华,广东外语外贸大学教授,博士生导师;广东省人民政府文史研究馆馆员,文史馆文学院名誉院长。

Contents

前言	1
Preface	3
Chapter 1 Introduction	5
1.1 The Development of Western Stylistics	5
1.1.1 Formalistic Stylistics	8
1.1.2 Functional Stylistics	8
1.1.3 Cognitive Stylistics	9
1.1.4 Pragmatic Stylistics	9
1.1.5 Discourse Stylistics	9
1.1.6 Linguistic Stylistics	9
1.1.7 Literary Linguistics	10
1.1.8 Social Historical and Social Cultural Stylistics	10
1.2 Main Concepts Relating to Modern Stylistics	11
1.2.1 Stylistics	11
1.2.2 Language	11
1.2.3 Aspects of the Speech Events	12
1.2.4 Language Varieties and Functions	13
1.2.5 Difference between Discourse and Text	14
1.2.6 Register	15
1.2.7 Genre	16
1.2.8 Style	16
1.2.9 Functional Style	20
1.2.10 The Representative Form of Stylistic Features	20
Chapter 2 Functional Stylistic Approach to Business English ...	30
2.1 Contextual Analysis of Business English	30
2.2 Semantic Analysis of Business English	32

2.2.1	Generic Structure	32
2.2.2	Cohesion	39
2.2.3	A Case Study of the Cohesive Ties in a Business Public Relation Letter	51
2.3	Lexicogrammatical Analysis of Business English	55
2.3.1	Thematic Structure	55
2.3.2	Mood Structure	68
2.3.3	Modality	73
2.3.4	Transitivity Structure	92
Chapter 3	Pragmatic Stylistic Approach to Business English ...	104
3.1	Politeness Principles Applied to Business English	105
3.1.1	Leech's Politeness Principle	105
3.1.2	Brown and Levinson's Face-Saving Theory	107
3.1.3	Politeness Principles Revealed in English Business Correspondence	109
3.1.4	Politeness Strategies Applied to English Business Negotiation	118
3.2	Speech Act Theory Applied to Business Correspondence ...	126
3.2.1	Notion of Speech Act Theory	126
3.2.2	Performatives	126
3.2.3	Locutions, Perlocutions and Illocutions	127
3.2.4	Indirect Speech Acts	129
3.2.5	The Relations between Sentence Types and Illocutionary Acts	130
3.2.6	The Stylistic Colors of Speech Act	130
3.2.7	Speech Act and Text	131
3.2.8	A Case Study of the Speech Acts Represented in International Business Correspondence	132
3.3	Cooperative Theories Applied to Business English	136
3.3.1	Conversational Implicature	136
3.3.2	Cooperative Principle	137
3.3.3	Application of the Cooperative Principle to Business Correspondence	138

Chapter 4 Cognitive Stylistic Approach to Business English ...	150
4.1 Definition of Conceptual Metaphor	151
4.1.1 The Cross-Domain Mapping	152
4.1.2 The Experiential Hypothesis	154
4.2 Classification of Conceptual Metaphor	154
4.2.1 Orientational Metaphor	154
4.2.2 Ontological Metaphor	155
4.2.3 Structural Metaphor	156
4.3 Cultural Influences on Metaphor	158
4.4 Study of Metaphors in Economic Discourse	159
4.4.1 Economists' Views	159
4.4.2 Applied Linguists' Views	160
4.5 A Case Study of Organism Metaphor in English Business Discourse	161
4.5.1 Economy-as-Person Metaphors	161
4.5.2 Economy-as-Animal Metaphors	166
4.5.3 Economy-as-Plant Metaphors	167
4.5.4 Summary	168
Chapter 5 Critical Discourse Analytical Approach to Business English	169
5.1 Different Definitions of Critical Discourse Analysis (CDA) ...	169
5.2 Discourse & Ideology	170
5.3 Eight Key Principles of CDA	172
5.4 Fairclough's Three-Dimensional Model	173
5.5 A Case Study of the "Prominent" and "Concealing" Functions of Conceptual Metaphor in Advertisements	175
5.5.1 Metaphors in Advertisements	176
5.5.2 Conceptual Metaphors from the Perspective of CDA	178
5.6 A Case Study of the Gender Roles Revealed in the Transitivity Choice of a Commodity Advertisement	183
5.6.1 Gender	183
5.6.2 Androgyny	185
5.6.3 Transitivity Choice	185

5.6.4	Analysis of the Data	187
Chapter 6	Ecocritical Discourse Analytical Approach to Business English	193
6.1	Deep Ecology	194
6.1.1	Two Norms	194
6.1.2	Eight Principles	196
6.2	Attitude System	197
6.2.1	Affect	199
6.2.2	Judgment	199
6.2.3	Appreciation	201
6.3	A Case Study of the Deep Ecological Consciousness Encoded in English Eco-hotel Profiles	203
6.3.1	Description of Linguistic Features in Terms of Transitivity and Attitude	203
6.3.2	Interpretation of the Deep Ecological Consciousness	211
6.3.3	Explanation of the Social Contexts	214
6.3.4	Summary	215
References		218
Appendix		226

前言

商务英语指的是在商务活动中所发生的英语语言行为以及由这种语言行为所产生的语言现象。随着国际经济、商务、贸易的全球化发展,英语在国际商务活动中的应用已成为不可或缺的工具。如何有效而得体地使用商务英语已成为商人、从业者们关注的话题。为了适应经济发展和就业市场的需要,近年来,我国有 800 多所大学设立了本科层次的商务英语专业或方向,有 1000 多所大学开设了“商务英语”课程。2008 年,广东外语外贸大学首先成功申报了硕士研究生“商务英语研究”专业。2012 年,对外经济贸易大学开始招收商务外语研究博士生。商务英语已成为一个新兴的研究领域。学术界已开始从不同角度,例如,从语言学、语用学、系统功能语法、语料库语言学、跨文化交际和文体学等角度,对商务英语语言和文体进行研究。但是商务英语文体作为一门新的课程和研究领域还有待学术界进行深入系统的研究。

本书旨在运用现代文体学理论和方法以及语言学和文化理论对商务英语文体进行比较系统和全面的研究。全书运用功能文体学、语用文体学、认知文体学、批评性话语分析、生态批评话语分析等来分析和研究英语商务文本,如商务信函、商务谈判、经济文本、商业广告、旅游资料等;从语域、语类结构、语篇、语义、词汇、语法、语用、功能、意识形态等层面上探讨英语商务文本的文体特征及其功能。

本书具有理论和实际意义,不仅有助于人们掌握不同的文体学、语言学及文化理论,深刻理解不同英语商务文本的语言特征和文体模式,而且还有助于人们把书本上所学的理论和分析方法运用于商务英语写作、商贸实务、商务翻译和商务英语教学中。本书还可以作为商务英语专业的研究生和本科生的“商务英语文体课程”的教材。

在此我要感谢广东外语外贸大学“211 工程”项目基金和国际商务英语学院给本书所提供的资助,还要特别感谢我的研究生仇娟、孙铭姗、夏婵和

王靖涛在我撰写过程中所给予的帮助和支持。

由于本人水平有限,书中难免会有不成熟的观点和不妥之处,恳请广大读者批评指正。

戴桂玉

Preface

With the globalization of business and trade in the world, the use of English in business activities has become more and more prevalent and inevitable. Business English as a new specialty in higher education and a new topic in academic field has become very popular both at home and abroad. Scholars, teachers, postgraduate and undergraduate students have attempted to explore the language of Business English from different perspectives such as from linguistic, pragmatic, systemic functional grammatical, cross-cultural, corpus linguistic and stylistic aspects. However, up to now few attempts have been made to study the stylistic features of the language of Business English in a comprehensive and systematic way. This book aims at applying different modern stylistic approaches and linguistic theories to the analysis of English business texts from different linguistic levels. Registers, genres, metaphors, hedges and culture in English business texts and discourses are also studied.

In this book, we will mainly apply Functional Stylistics, Pragmatic Stylistics, Cognitive Stylistics, Critical Discourse Analysis, Ecocritical Discourse Analysis and Appraisal Theory to the study of Business English including different kinds of English business correspondence, English expressions in business negotiation and economic writing, and also the texts of English business contract, hotel introduction, business advertising, etc. so as to systematically present a panoramic view of the linguistic features and stylistic functions of English business writings and discourses as well as the cultural and ideological elements encoded in English business texts.

This book is composed of six chapters, each of which provides one special stylistic approach to the study of Business English with one or more than one case studies in every chapter.

The first chapter is an overview of the development of western stylistics and an introduction to the main concepts concerning modern stylistics so as to equip the readers with some background knowledge about the western modern stylistics.

Chapter Two applies functional stylistic approach to the study and analysis of

Business English at different levels such as contextual, semantic and lexicogrammatical levels, dealing with the register, generic structure, cohesion and coherence, thematic structure, mood and modality structure, and textual structure of some kinds of English business texts.

Chapter Three is devoted to the application of pragmatic stylistic approach to English business writing and negotiation by using politeness theories, speech act theory and cooperative theories.

In the fourth chapter, we will mainly study conceptual metaphors from the perspective of Cognitive Stylistics with a case study of the organism metaphors in economic and stock market expressions.

Chapter Five is concerned with the application of Critical Discourse Analysis to the study of English business advertising to reveal the covert ideology encoded in the advertising texts.

Chapter Six introduces a complete new Ecocritical Discourse Analytical Approach to uncovering ecological consciousness in hotel introduction with a case study of eco-hotel profile.

This book is of theoretical and practical significance. It is not only conducive to people's mastery of different stylistic methods and linguistic theories in analyzing business texts and to people's deep understanding of the linguistic features and stylistic modes of different English business writings but also helpful for people to apply what they have learned in this book to business practice, English writing, business translation and Business English teaching. This book can be used as a text book for both postgraduate and undergraduate students who are majoring in Business English. It is hoped that this book can make some contribution to the teaching and learning of Business English, to the broadening of people's vision of doing business, to the enrichment of stylistic analytical methods in studying business and economic texts and to the enlargement of the scope of Business English research.

Introduction

This book purports to explore the stylistic features and functions of Business English from a comprehensive perspective of Functional Stylistics, Pragmatic Stylistics, Cognitive Stylistics, Critical Discourse Analysis, and Ecocritical Discourse Analysis. Under the guidance of different stylistic, linguistic and cultural theories, this book will provide a variety of English business textual or discoursal analyses concerning business correspondence, business contracts, business negotiation, economic writings, tourist or hotel introduction, business advertising, etc. so as to systematically present a panoramic view of the linguistic features and stylistic functions of business writings as well as the cultural and ideological elements encoded in business writings. This chapter will start with the background knowledge of western stylistics and then relate the main concepts of modern stylistics, which will provide readers with some basic ideas about modern stylistic development and the basic concepts used in the stylistic study of Business English in the book.

1.1

The Development of Western Stylistics

The study of style in the west derived from ancient Greek and Roman rhetoric. The doctrine of “decorum” or fittingness of style has passed down from the rhetoricians of Ancient Greece and Rome, who applied it first to oratory and then to written language. Up to the late 19th century, style studies