

全国商务英语专业教学协作组重点推荐师资培训参考书
商务英语教师学养丛书

职场话语

Workplace Discourse

Almut Koester 著

全国商务英语专业教学协作组重点推荐教师
商务英语教师学养丛书

职场话语

Workplace Discourse

Almut Koester 著

王立非 导读

图书在版编目 (CIP) 数据

职场话语/考埃斯特 (Koester, A.) 著; 王立非导读.

—上海: 上海外语教育出版社, 2016

(商务英语教师学养丛书)

ISBN 978-7-5446-4387-0

I. ①职… II. ①考… ②王… III. ①商务—英语—教学研究

IV. ①H319.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第135650号

©Almut Koester 2010

This reprint is published by arrangement with Bloomsbury Publishing Plc.
Licensed for sales in the People's Republic of China only, excluding the
territories of Hong Kong, Macau and Taiwan.

本书由Bloomsbury出版公司授权上海外语教育出版社有限公司出版。

仅供在中华人民共和国境内 (香港、澳门、台湾除外) 销售。

图字: 09-2015-363

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@sflep.com.cn

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

责任编辑: 苗 杨

印 刷: 上海叶大印务发展有限公司

开 本: 787×1092 1/16 印张 14.25 字数 328千字

版 次: 2016年7月第1版 2016年7月第1次印刷

印 数: 2 500 册

书 号: ISBN 978-7-5446-4387-0 / H · 1989

定 价: 32.00 元

本版图书如有印装质量问题, 可向本社调换

“商务英语教师学养丛书” 专家委员会

顾问：戴炜栋 庄智象

主任：王立非

委员（按姓氏音序）

陈 洁（上海对外经贸大学）

程幼强（天津外国语学院）

邓 海（西南财经大学）

宫桓刚（东北财经大学）

郭桂杭（广东外语外贸大学）

贺 云（上海外国语学院）

洪 岗（浙江外国语学院）

黄国文（中山大学）

李 红（重庆大学）

李雪茹（西安外国语学院）

刘宝权（上海财经大学）

刘法公（浙江工商大学）

刘世生（清华大学）

吕世生（南开大学）

彭青龙（上海交通大学）

施 旭（浙江大学）

王晓红（中央财经大学）

翁凤翔（上海海事大学）

向明友（北京航空航天大学）

谢 群（中南财经政法大学）

许德金（对外经济贸易大学）

严 明（黑龙江大学）

俞洪亮（扬州大学）

Helen Spencer-Otey（英国华威大学）

Winnie Cheng（香港理工大学）

前言

为了适应经济全球化和高等教育国际化的快速发展,我国近年来设立了商务英语专业和翻译专业。商务英语教育在我国已有60年的历史,2007年,商务英语专业获批,2013年,教育部批准商务英语列入基本目录(专业代码050262);全国现有145所高校开办了商务英语本科专业,商务英语已形成了从专科、本科、研究生、博士生到在职培训一条龙的人才培养体系。如何开展商务英语教学和科研?广大教师迫切希望得到有效指导。

商务英语具有自身的特点,包含三个层次:1.英语共核:语音、普通词汇、短语和语法等;2.通用商务英语:通用英语在商务环境中使用时,词汇、短语和句法结构的含义发生变化,产生商务特定含义;3.专业商务英语:金融、交通、贸易、投资等专业性很强的词汇、术语、短语和语篇。

商务英语作为ESP最重要的分支,关注国际商务中的语言应用和文化的影响,按照学科特点和属性,具有以下研究重点:国际商务话语、国际商务体裁、国际商务沟通、国际商务文化、国别商务环境、商务英语教学等。围绕这些重点,国外学术界近10年来的研究集中于专用英语、商务话语、商务体裁、跨文化交际、国际通用语、商业媒体、商务语用、商务认知、经济与语言等领域。根据以上重点,我们邀请国内外专家精心挑选和推荐,从国外引进了有关专著,填补目前国内商务英语学术参考书的空白。

本套丛书是一个开放系列,内容涉及跨学科理论、教材教法、科研方法等。本套丛书的出版得到了上海外语教育出版社、教育部外语专业教学指导委员会、全国商务英语专业教学协作组、全国国际商务英语研究会等机构的大力支持。我们邀请了部分商务英语专家学者组成专家委员会,并为丛书撰写导读,在此表示衷心感谢。我们相信,本套丛书的出版对提高我国商务英语教师的教学和科研水平以及促进商务英语人才的培养必将有重要的意义。

对外经济贸易大学教授、博士生导师



2013年7月

导 读

一、职场话语研究概述

1. 话语与话语分析

话语是特定的社会语境中人与人之间沟通的具体言语行为。话语分析主要关注语言作为媒介,如何影响我们的沟通以及社会、政治、经济、文化的形成。话语分析与语言学有着十分密切的联系,从理论框架到研究方法都受到了理论语言学、结构主义语言学、应用语言学和语用学等语言学分支学科的影响,也吸收了社会学、人类学、教育学、心理学、认知科学、哲学等许多学科的理论和方法。

话语的主要特征可以概括为以下五点:1) 人们在进行口头或书面交流时,往往不是用一个孤立的句子,而是使用大量有组织的句子;2) 使用和理解语言时,语境是不可缺少的因素;3) 不管是口头还是书面交际,小句和小句之间,句子和句子之间,段落和段落之间,都存在结构上或语义上的联系;4) 语言是以语块(chunk)的形式在大脑中储存的;5) 篇章对句式及变体的选用有制约作用,句子也具有篇章的特性,如有定与无定的表达等。

话语分析采用系统功能语言观,关注交际动机、主位、述位、过渡、衔接、照应、指示、替代、连贯、语境、语域等问题,使语言研究超越句子的范畴。Halliday (1994) 把属于句法层的主位、述位研究扩展到了语篇层。他认为,语言衔接不仅存在于语法层面上,从词义上讲,所有结构都是衔接的,从而总结出了部分语篇结构类型,对语篇或语篇衔接展开研究,强调语境对语言的影响。Schiffrin (1994) 在《话语分析方法》一书中介绍了六种话语分析方法:1) 言语行为理论;2) 互动社会语言学;3) 交际人类学;4) 语用学;5) 会话分析;6) 变异分析。马博森(1999)补充了7) 关联理论和8) 系统功能语法。

2. 职场话语的定义

职场话语的概念十分宽泛,除私人话语和学术话语外,一切话语类型都属于职场话语,包含机构话语、商务话语和专业话语等专用话语

(Koester, 2010), 如, 办公话语、传媒话语、贸易话语、医疗话语、法律话语等。职场话语有广义和狭义之分。广义的职场话语是通用办公话语, 泛指政府部门、公司机构等工作环境中使用的沟通语言; 狭义的职场话语是专业话语, 专指行业或专业技术人员之间沟通使用的带有专业内容的语言, 常常充斥着许多专业术语, 如, 金融话语、航空话语、工程话语、计算机话语等。

3. 职场话语研究现状

职场话语研究是专用语言学和话语分析的一个分支, 主要研究在职场环境下口头或书面话语使用的特点和规律, 以及如何对二语学生或员工实施有效的语言教学或培训。职场话语研究的主要领域包括商务话语研究和国际商务通用英语研究, 前者涉及如商务谈判、总裁话语、企业年报等; 后者探讨英语作为国际通用语在职场中使用的特点和规律。

1) 商务话语研究

商务话语研究重点关注三个方面 (Bhatia, 2008): 1) 商务话语作为一种社会实践; 2) 商务话语权力关系的建构与表达; 3) 商务话语的运作机制。商务话语分析分为口头和书面话语两类, 运用会话分析、语用学、跨文化交际、多模态语料库等理论和方法对会议话语、公关演讲、总裁话语、商务谈判中的沟通模式和话语特点开展研究, 也研究语言使用对交际过程和结果的影响 (王立非、李琳, 2014)。商务语篇分析主要运用功能语言学理论和方法, 关注商务写作和书面沟通手段, 如邮件、信函、广告、报告、合同、企业宣言、公司年报、网站等书面文本的特点和功能。研究方法通常采用体裁分析、内容分析、对比分析、案例法、访谈、语料库、定量统计等多种手段。

近10年来, 国外商务会话研究不断发展, 论文发表呈逐年上升的趋势。语言学、经济管理、新闻与法律等学科都不同程度地关注商务会话, 研究热点集中在商务会议情景中的面子与礼貌、幽默话语、会话身份构建等话题, 采用的研究理论框架涉及语言学、语用学、交际学、社会语言学、管理学等。这些研究采用实证研究, 以定性研究为主, 少数研究运用定量或混合型研究 (王立非、李琳, 2014)。

近10年来, 国外商务谈判话语研究增长较快, 机构会话分析、互动语用学、互动社会语言学、跨文化商务交际等互动语言学 (interactional linguistics) 构成了商务谈判话语研究的理论基础。这些理论围绕互动话

语的本质特征,探究商务语境中的谈判话语的互动特点和规律,解释原因,构建出一系列理论模型。研究热点集中在商务谈判语用学、跨文化商务谈判话语和电子商务谈判话语,具体涉及礼貌理论、积极与消极面子、言语行为、跨文化关系管理、跨文化互动能力、国际通用英语等热点话题;语言学和沟通学关注商务谈判话语研究较多。实证研究,特别是定性研究,是商务谈判话语研究的主流范式,混合研究开始增多(王立非、张斐瑞,2014)。

对总裁话语研究梳理显示,过去30年来,国外总裁话语研究热点涉及总裁信函话语、总裁风险话语、总裁演讲话语、总裁声明话语、总裁傲慢话语等。总裁话语研究方法以实证研究居多,定性定量混合研究最多,主要采用内容分析、话语分析、批判阐释法、体裁分析、案例法、语料库、批评话语分析、问卷、访谈、定量统计等。对总裁风险隐喻特点考察可发现,其涉及12类概念隐喻,包括[战争]隐喻、[身体或疾病]隐喻、[天气或地理]隐喻、[建筑或房屋]隐喻、[设备或材料]隐喻、[测量]隐喻、[食物]隐喻等(李琳、王立非,2016)。

对企业年报话语研究显示,体裁分析不仅对语篇特征进行描述,而且关注语篇如何建构并实现交际意图的。体裁的组成部分是语轮(move)和语步(step)。语轮由比语轮低一级的语步组成,每个语轮不但具有自身交际目的和功能,同时还有助于整个语篇实现体裁的交际目的(Biber, Connor & Upton, 2007)。对比分析中英文企业社会责任年报的语轮结构特点发现(王立非、韩放,2015):1)中英文企业年报的语轮结构大体相同,都包含必选语轮和可选语轮,但语轮分布、顺序和种类存在差异;2)80%的中文年报都包含“外部环境”语轮;而英文年报新增“报告摘要”语轮,各语轮顺序较灵活,“负面信息披露”和“征求反馈”两类语轮使用率较高。钱嘉惠、王立非(2015)以态度评价和归因理论为框架,分析能源企业年报中致股东的信的态度资源及其特点。研究发现,语料中出现最多的是判定资源,其次是鉴赏资源和情感资源。判定系统中出现最多的评价资源是做事才干,企业高管通过对企业能力的评价,特别是用数据积极评价财务能力,使得评价更具说服力,以赢得更多投资。大多企业倾向于表达愉悦、自豪和自信的情感,对能力的判断占主导地位。在情感资源中,快乐、安全和满意呈现较均匀的分布状态,情感资源的表达通常强烈、积极而直接。语料库分析结果印证了“自利性归因”倾向。王立非、邵寒(2016)运用修辞结

构理论框架和RST分析软件, 对比分析中美银行英文社会责任年报的语篇结构发现: 1) 两类年报语篇结构关系存在种类上的异同, 二者均包含阐述、并列、准备等六种结构关系; 2) 两类语篇中阐述、并列结构关系与其他类结构关系相比存在显著差异; 3) 两类年报存在语步结构差异, 实现各语步功能的语篇结构关系分布也存在显著差异。

2) 国际商务通用英语

经济全球化促使国际金融、贸易和投资激增, 国际商务往来频繁, 英语加速成为国际通用语 (*lingua franca*), 国际通用英语在职场中的使用受到关注 (Dewey, 2007), 国际商务通用英语 (BELF) 因此而诞生, 成为国际间交往和跨国公司管理的工具。另一方面, 英语出现了从标准语向本土化语言发展的趋势, 各种本土化英语不断出现, 如新加坡英语、印度英语、非洲英语、中国英语 (包括香港英语和内地英语) 等, 全球英语 (Globishes) 高涨, 是英语的本土变体和全球本土化 (*glocalization*) 的产物。

国际商务通用英语是一种区别于英式英语或美式英语的新生英语变体, 英美民族性、文化性和价值观等负载量大大降低。它的诞生源自过去20年来英语功能实用主义思潮, 国际商务通用英语有利于国际贸易, 促进双边交流和理解, 受到欧美学者的欢迎, 也日益被非英语国家学者接受, 如新加坡和尼日利亚。国际商务通用英语属于职场话语, 其专业性、行业性和职业性等特征凸显, 超越了国家和其他语言, 成为各国、各民族、各种族、各行业平等沟通和交往所使用和接受的一种中性语言。

近年来, 职场话语研究的领域不断扩大, 出现了传媒话语研究、IT话语研究、政治话语研究、法律话语研究、医学话语研究、军事话语研究、体育话语研究等, 职场话语具有重要的研究价值和广阔的应用前景。

二、本书内容概要

本书是一部职场话语研究专著, 2010年被Continuum出版社收入“专用话语研究系列丛书”^①, 2016年由上海外语教育出版社引进国内, 收入“商务英语教师学养丛书”。本书是英国伯明翰大学Almut

^① 该套系列丛书由伦敦大学教育学院Ken Hyland教授担任总主编, 包含职场话语、学术话语、媒体话语、元话语、职业话语、教育话语等方面的八部专著。

Koester教授的力作。她在职场话语研究方面颇有建树,发表了许多论文和数部专著,如《工作语言》(*The Language of Work*, 2004)和《职场话语调查》(*Investigating Workplace Discourse*, 2006)等。作者在本书中运用体裁分析和语料库语言学的方法,对职场话语的形式、内容、功能、意义等作了系统阐述,并以大量实例加以佐证。本书学术性强,理论联系实际,结构清楚,文字易懂,参考文献丰富,对深入认识职场话语的本质、开展专用话语教学与研究,具有重要参考价值,值得广大商务英语教师、本科生、研究生认真研读,对其他外语教师和经管专业师生以及企业员工提高专业外语水平也是一本很好的参考书。

1. 本书结构

全书共分为两个部分,七个章节。第一部分包含前四章,从不同视角对职场话语进行定义和描述;第二部分包含后三章,就职场话语的具体理论与应用展开论述。第一章对职场话语概念、性质、使用范围、研究方法、未来发展趋势等进行了探讨。第二章介绍了职场话语的特点和不同体裁。第三章探讨基于语料库语言学的职场话语研究。第四章重点研究职场常见的指令性话语,涉及指示语使用以及相关培训。第五章专门探讨职场公关话语,包括交易公关话语和幽默话语。第六章探讨跨文化交际和英语通用语的使用,强调国际化和国际商务活动对职场话语所产生的影响。第七章探讨如何将研究成果应用于职场英语教学和教师培训。

2. 各章概要

本书重点论述以下五个问题:1)什么是职场话语?2)职场话语的典型特征是什么?3)职场话语在各类职场活动中起着何种作用?4)职场话语在职场公关中具有怎样的作用?5)职场跨文化沟通有何特点?

第一章 职场话语的定义

职场话语使用者十分普遍,包括同事、客户、顾客、专家之间等,使用场所也十分广泛,包括办公室、医院、工厂、公司、法庭等。本章首先对职场话语进行了定义,并对职场话语、机构话语、专业话语、商务话语进行了区分。作者指出,职场话语是一个广义的概念,包含机构

话语、商务话语和专业话语三类专用话语。职场话语与机构话语的概念较宽泛，二者常常可以互用。职场话语泛指一切职业场合所使用的口头或书面互动话语。而商务话语和专业话语的概念则较具体，商务话语是一种专门类型的职场话语，特指商务场合和商业部门使用的语言，是商务环境下或商务机构内人们的社交语言（Bargiela-Chiappini, 2009）。广义的商务话语指公司与公司之间、公司与客户之间就生意或业务进行的口头（如，商务会谈）或书面（商务函电）沟通；狭义的商务话语指公司内部上下级之间或员工之间的沟通。专业话语则特指学科领域内专业人员使用的话语，需要掌握和学习专业知识，接受过培训，才能听懂或运用的专业话语。

其次，本章还对“话语共同体”（discourse community）与“实践共同体”（practice community）两个概念进行了解释，话语共同体具有以下六个特征：1）具有广泛认同的共同目标；2）成员间建立了相互沟通机制；3）使用参与机制分享信息和反馈信息；4）为了某种目的掌握或采取一种或多种体裁进行沟通；5）除掌握专门体裁外，还掌握专业词汇；6）成员的专业背景和话语技能达到较高程度。实践共同体具有三个特点：1）相互接触；2）工作相同；3）技能相同。

第三，本章介绍了职场话语的研究方法，包括社会学、人类学、心理学、语言学等多视角，运用民族志方法、会话分析、体裁分析、互动社会语言学、批评话语分析等方法。作者还具体论述了互动顺序与机构顺序的概念，引用Bhatia（2008）的四维空间模型，指出话语研究可以从四个不同空间展开：1）文本空间（考察篇章和篇章知识）；2）技术空间（考察体裁与体裁知识）；3）专业空间（考察行业惯例与专业技能）；4）社会空间（考察社会惯例和社交语用知识）。

第二章 职场体裁：职场口头与书面话语

本章介绍了职场话语的不同体裁类型，以往的研究将职场体裁分为八类（Koester, 2010）：1）私人谈话（private conversation）；2）接触交谈（contact conversation）；3）口头发言（presentation talk）；4）培训讲课（training talk）；5）评价谈话（evaluation conversation）；6）策划交谈（planning conversation）；7）危机谈话（crisis conversation）；8）分析讲话（analysis talk）。作者提出常用的职场话语体裁分为三大

类: 1) 单向体裁 (unidirectional genre), 包括指令性话语体裁、通报会体裁、服务接触话语体裁、汇报话语体裁、请求话语体裁; 2) 合作体裁(collaborative genre), 包括决策话语体裁、工作安排话语体裁、讨论与评价体裁; 3) 非事务性体裁 (non-transactional genre), 包括寒暄话语、办公室闲聊话语。

在本章中, 依据三类话语体裁的理论框架, 作者列举典型研究案例说明三类话语体裁的特征。作者列举了三个案例, 第一个案例是商务决策会议体裁, 采用英美职场口语语料库 (American and British Office Talk, 简称ABOT) 的语料, 对商务会议的结构加以说明。第二个是服务接触体裁案例, 具有必要和可选两类语步, 必要语步包括销售请求、销售承诺、销售、购买、购买完结等; 可选语步包括问候、发起销售、销售询问、终结等。第三个案例是电子邮件体裁, 它具有许多口语体裁特征, 是一种杂糅体裁, 反映出当今职场话语体裁快速发展和多形式杂糅的趋势。此外, 本章还探讨了公司内部的体裁使用, 包括书面体裁、口头体裁、口语与书面语互动, 以及职场话语体裁的互文性凸显特征等。

第三章 职场话语语料库研究及启示

本章首先介绍了职场话语语料库的发展现状, 然后探讨了职场话语的词汇语法特征、语用特征、基于语料库的职场体裁研究。职场话语语料库发展历史较短, 目前, 已建成的职场话语语料库包括新西兰维多利亚大学开发的“职场中的语言项目” (Language in the Workplace Project), 包含2000条商务会议口头交谈语料, 大约18小时。另一个职场话语语料库是Mike Nelson开发的100万词的口头和书面“商务英语语料库” (Business English Corpus)。该语料库区分了经商语言 (language doing business) 和论商语言 (language talking about business) 两类, 前者包括电子邮件、商务报告、会议、谈判、电话交谈等语料; 而后者包括商务图书、报刊杂志、访谈等语料。第三个职场话语语料库是“剑桥—诺丁汉商务英语语料库” (Cambridge and Nottingham Corpus of Business English), 容量为100万词, 语料从英国医药行业、IT业、制造行业的公司内部业务会议录音转写而来。第四个语料库是“香港英语口语语料库”的职场英语子库, 包含在中国香港录制的30个小时的会议、服务接触、职场发言、求职面试、电话交谈、办公室非正式谈话等

语料。近年来，香港理工大学还开发了700万词的“香港金融服务语料库”（Hong Kong Financial Service Corpus）。

此外，本章还聚焦职场话语的词汇语法特征、语用特征、体裁特征研究，就词汇特征而言，采用剑桥—诺丁汉商务英语语料库和商务英语语料库，考察职场话语中的高频词、关键词，并列举出职场话语的前50个高频词和关键词，发现customer（顾客）、meeting（会议）、order（订单）高居榜首。这个结果也从Nelson（2006）的研究发现得到证实（见表1）。

表1 五类商务领域的英语高频关键词表（Nelson, 2006）

商务人员	商业活动	商业行为	商务描述	商务事件与实体
Customer（顾客）	Business（商务）	Sell（销售）	High（高）	Sale（销售）
Manager（经理）	Investment（投资）	Manage（管理）	Big（大）	Merger（并购）
Supplier（供应商）	Delivery（发货）	Achieve（实现）	International（国际）	Export（出口）
Distribution（分销）	Development（开发）	Improve（改进）	Successful（成功的）	Performance（绩效）
Staff（职员）	Payment（支付）	Operate（运营）	Best（最佳）	Market（市场）

本章还基于商务英语语料库考察职场话语搭配和语块、语义韵等。例如，从商务英语语料库中提取发现，最高频的2词块为：you know, I think, of the, I mean；最高频的3词块为：I don’t know, a lot of, at the moment, we need to；最高频的4词块为：at the end of, the end of the, have a look at, a bit of a等。

就语用特征而言，作者列举了一项基于小型健康医疗电话服务语料的研究，去除医学术语后，将词汇归类后得到以下类别：1）否定词、2）命令词、3）人称代词、4）模糊词、5）肯定与否定反馈语（backchannel）和指令语。上述各类词语多具有人际意义功能，反映出职场话语的语用特点。其他相关研究也表明，职场话语的语用特征包含不同类型的言语行为，如同意/反对、表达观点、反馈语、礼貌标记语、模糊语等典型职场语用特征。

就职场体裁特征而言，本章首先探讨了词汇语法与体裁的关系，对职场话语人际功能研究发现，人际标记语是职场话语体裁的一个典型特征，包括情态动词（modal verb）、模糊语（vague language）、模糊限制语（hedge）、强调语（intensifier）和习语（idiom）等。其次，本章还探讨了语步与话语结构的关系。研究发现（Hoey, 1994），职场话语

通常遵循“三阶段”语步结构的特点，并伴随有明显的标记词：

第一阶段：提出问题，如problem（问题）、difficult（困难）等标记词；

第二阶段：回复/解决，如response（回复）、result（结果）、figure out（解决）等标记词；

第三阶段：评价，如work（工作）、good（很好）等标记词。

从职场话语的词汇语法、语块与语义韵、语步体裁不同层次的特征，可以归纳、总结出职场话语的三个典型特征：1）具有明确目标导向；2）具有特定和具体的限制；3）具有专门的推理框架与过程。由此可见，职场话语的目的、关系、活动千差万别，但其本身存在一定的规律性。

第四章 一同干活与让人干活：职场指令话语研究及培训

本章聚焦于职场话语中的指令语（directives）和程序性话语（procedural discourse），通过考察指示性（denotic）“would, could”和认知性（epistemic）“have to, need to”两类情态动词，指出体裁影响程序性话语的词汇语法选择。职场话语中最突出的两类话语是决策话语和程序性话语。程序性话语是发号一种指令，指挥他人如何做和做什么，如，培训新员工时，提出总体要求，解释步骤或对具体工作指导等。程序性话语中最常用的是指令语。职场与机构指令语研究形式多种多样，涉及农场主与农工、高校行政职员、医生与病人、警察和法官与罪犯、单位人员开会等。影响指令语的三个关键因素受到学界广泛关注：1）指令语使用的机构语境；2）指令语使用的机构等级与权力；3）指令语使用的话语环境。

基于ABOT语料库的职场程序话语研究发现，人际标记语存在于各类职场指令话语中，包括情态动词、模糊语、限制语与强调词、习语。此外，研究显示，事务性和合作性谈话的指令语和请求语中，祈使句、情态动词、Let's/Let me等大量存在。对培训员工的程序性话语研究显示，保持一致（solidarity）和参与策略是职场人际话语的显著特征。本章结尾强调，指令语和程序话语研究应当得到高度重视，解读指令语含义时要考虑体裁的影响。

本章研究职场话语的两种类型：公关话语和幽默话语。公关话语对顺利完成职场沟通不可或缺。公关话语分为三类：寒暄（phatic communication）、公关插话（relational episode）、公关话语序列与话轮（relational sequence and turn），具有以下职场社交功能：1）建立并维护关系，保持和谐，消解冲突。2）身份协商：通过公关话语可以确立或强调集体身份（group identity），保持统一性。如，表明立场观点、避免尴尬和冲突、营造和谐氛围、提高工作效率，明确身份等。公关话语是一种非事务性口语（non-transactional conversation），本身不以任务为导向，不以信息交流为目的，如办公室八卦（office gossip）和闲聊（small talk），但它是职场话语的组成部分，时常在事务性谈话或商务会谈中出现，并不时转换。

研究表明（Holmes & Stubbe, 2003），公关话语具有保持一致和礼貌功能，作为社交话语策略，可以帮助建立和维护同事、生意伙伴、服务供应商之间的人际关系，加强友谊，拉近上下级之间的距离。寒暄沟通是典型的公关话语形式，根据交际双方关系的熟悉程度而定。关系密切的同事往往会省略寒暄话语，直接进入主题，不过也有个别例外。研究也发现关系熟悉的供应商和客户之间寒暄，供应商持续了18个话轮，客户持续了8个话轮才切入正题，话语大多以短句和单个毗邻对为主。此外，职场中常见通过公关话语表明非机构身份，如，在经理与下属身份关系中，机构身份完全不平等，经理通过开玩笑的方式，转换个人高高在上的职场身份，与交谈者拉近工作关系，建立个人感情，达到解决问题、完成下达指令的目的。本章还以大量的案例语料探讨了三类实践共同体：1）英美高校的本科生和研究生教务员与学生；2）英美出版社编辑员工；3）民营企业主，英国办公设备供应商和美国广告与有机食品销售商。通过对比三类不同行业的人员使用公关话语的情况和访谈，可以发现不同行业公关话语使用的特点和异同。

本章研究的另一种公关话语是幽默话语，包括情景语境幽默、取笑、自嘲、双关语、笑话等，具有两类不同类型和风格：1）赞同性（supportive）和挑战性（contestive）幽默；2）合作性（collaborative）与竞争性（competitive）幽默，受到场合、参与者和文化等多种情景因素的影响。幽默风格指幽默话语的建构方式，合作性幽默表现出回应或

完成话语的特点，而竞争性幽默表现出松散而无关联的一次性嘲讽。

职场幽默话语的功能主要有凝聚人心、关系建构、身份与权力建构、性别建构等，传达职业群体的准则与价值，是建立、密切和巩固关系的一种策略。本章有关职场幽默话语研究涉及幽默的种类以及幽默与职场文化的关系。职场幽默话语是职场减压或强化企业文化的有效方式，如，医疗机构专家与病人之间的幽默对话可以缓解治疗过程的痛苦感受，有助于治疗。作者列举了一项有关幽默与职场文化的研究作为案例（Holmes & Marra, 2002），语料来源于职场语言数据库，采用实践共同体理论框架，对比了四类职场会议中幽默使用的数量、类型与风格，这四类职场分别为：1) 工厂、2) 私营企业、3) 公共事业单位、4) 政府部门。研究发现，工厂中幽默话语数量最多，事业单位最少。基于ABOT语料库的研究也发现，公关话语幽默十分常见，事务性会谈中也偶有发生，主要为以下六类：1) 情景幽默、2) 嘲笑、3) 自贬、4) 双关语、5) 讲述趣闻轶事、6) 讲笑话。幽默的功能包含五种：1) 建构身份、2) 自我保护、3) 表示一致、4) 减少失礼、5) 表达分歧。最常见的幽默话语是情景话语和嘲笑两类，保持一致是幽默的最主要功能。赞同性幽默在职场公关话语中最普遍。男女在职场公关话语幽默使用上表现出差异。经理和下属使用幽默的次数大体相当，下属采用自贬幽默较多，幽默的批评功能也十分常见。公关话语和幽默话语研究应当引起学术界关注。

第六章 跨文化交际与职场通用英语

本章探讨了国际通用英语在职场跨文化交际中的作用，具体涉及两类研究，一类是非母语者从事国际商务沟通所用的英语；另一类是英语母语者的职场沟通。作者首先定义什么是国际通用英语（ELF），继而对国际商务通用英语（BELF）的概念进行论证，着重论述了在跨国职场环境、国际商务环境、多民族职场环境中的公关语言使用情况。国际通用英语研究主要涉及音位、词汇语法以及语用，研究发现（Jenkins, 2000），国际通用英语具有一些共性特征：如，动词第三人称单数s缺失、疑问句语序无变化、冠词使用错误、介词结构移位等。

近年来，部分学者（Planken, 2005; Rogerson-Revell, 2008）提出了国际商务通用英语的概念，其核心和价值所在是如何成功实现跨文化

沟通,关注的焦点不是模仿母语者如何使用地道英语,而是关注英语使用的有效性、关联性和经济性等语用特征。作为从事国际商务必备的沟通工具,商务通用英语具备三个特点:1)语用特征,以使用为导向;2)言语调适(speech accommodation):为成功沟通主动调整发音、词汇、结构以及转换语码(如英汉语混用),使得沟通变得简单和易懂;3)放过失误(let pass),对交际者的英语采取默认和宽容的态度,只要不影响沟通,一般不去纠正语言使用不当。在国际商务通用英语中不修正是一种普遍现象。

国际商务通用英语促使我们思考如何定位英语教学,是把英语作为英美人的母语来教,还是把英语作为国际通用语来教,这关系到对英语属性的认识 and 外语教学理念的转变。研究显示(Koester, 2010),商务英语除了信息传递功能外,常常还兼有明显的职场公关语言功能,表现为大量使用限制语、强调语、模糊语、习语、隐喻(metaphor)等。国际通用英语作为一种有用的沟通工具,本身并不带有身份区别的功能,而是使用者赋予了它不同民族、地区、局部或个体文化身份特点。

本章还讨论了英语国家中多民族职场英语使用的情况,如,公司雇佣少数族裔员工等。跨民族文化交际的特点差别很大,但职场对少数族裔员工的要求没有改变,如求职面试中,尽管就业和移民情况发生了很大变化,员工必须达到公司的三项要求:1)了解企业文化;2)掌握职场语言;3)个人素质达标。

第七章 将科研应用于职场话语教学

本章重点探讨如何将科研成果应用于职业英语、专业英语和商务英语教学。首先对研究咨询成果应用于教学和培训进行综述,然后具体举例说明,如何将研究成果应用于教学和教材开发。职场话语和商务话语应用性很强,许多研究课题都来源于职场的现实问题。就教学和培训而言,需求分析的成果可应用于专业或以职业需求为导向的培训课程,如医学英语课程、工程英语课程、学术英语课程等。体裁分析为教材编写提供了丰富的数据。商务和职场话语研究加深了我们对职场沟通语言本质的认识,反过来有助于我们开展课程设计、大纲编写和教材研发。职场话语研究大多采用专用英语研究方法,如需求分析、体裁分析、语料库分析等。通过研究可以缩小书本教学和实务之间的差距,使教学更加