

第十二届全国国际商务英语研讨会会议论文集

商务英语学科建设与专业发展

主编 段玲琍 胡文飞 周钰颖

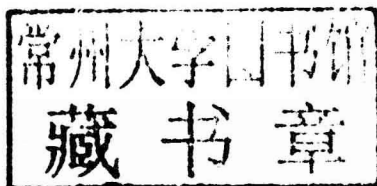
外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

第十二届全国国际商务英语研讨会会议论文集

商务英语学科建设与专业发展

主编 段玲俐 胡文飞 周钰颖



外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

北京 BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

商务英语学科建设与专业发展 / 段玲俐, 胡文飞, 周钰颖主编. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2017.11

ISBN 978-7-5135-9651-0

I. ①商… II. ①段… ②胡… ③周… III. ①商务—英语—学科建设—研究 IV. ①F7

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第297971号

出版人 徐建忠
责任编辑 任 佼
责任校对 刘小萌
封面设计 韩 雪 锋尚设计
出版发行 外语教学与研究出版社
社 址 北京市西三环北路19号(100089)
网 址 <http://www.fltrp.com>
印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 19.5
版 次 2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5135-9651-0
定 价 69.90元

购书咨询: (010) 88819926 电子邮箱: club@fltrp.com

外研书店: <https://waiyants.tmall.com>

凡印刷、装订质量问题, 请联系我社印制部

联系电话: (010) 61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com

凡侵权、盗版书籍线索, 请联系我社法律事务部

举报电话: (010) 88817519 电子邮箱: banquan@fltrp.com

法律顾问: 立方律师事务所 刘旭东律师

中咨律师事务所 殷 斌律师

物料号: 296510001

编委会名单

顾问：(按姓氏拼音顺序排名)

王俊文 叶兴国

主任：仲伟合

编委：(按姓氏拼音顺序排名)

陈洁 (上海对外经贸大学)

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 (上海外国语大学)

李莉文 (北京外国语大学)

李雪茹 (西安外国语大学)

刘白玉 (山东工商大学)

刘法公 (浙江工商大学)

吕世生 (南开大学)

彭青龙 (上海交通大学)

王关富 (对外经济贸易大学)

王光林 (上海对外经贸大学)

王立非 (对外经济贸易大学)

王鲁男 (四川外国语大学)

翁凤翔 (上海海事大学)

肖云南 (湖南大学)

严明 (黑龙江大学)

前言

回首 2016 年,虽有世界经济复苏乏力的阵阵寒流,但中国作为世界经济增长第一引擎,GDP 仍迈上了 70 万亿元台阶。在我国深度融入世界经济和全球交往之际,外资公司的登陆使国内人才市场对商务英语专业人才的需求量激增,对商务英语专业人才的质量也提出了更高要求。

基于以上背景,由中国国际贸易学会国际商务英语研究委员会主办、四川外国语大学商务英语学院承办的“第十二届全国国际商务英语研讨会”于 2016 年 10 月 28-30 日在重庆成功召开。本次大会以“商务英语学科建设与商务英语专业的创新与发展”为主题,并系统讨论了“商务英语学科理论体系构建”“商务英语国家标准的执行与相应措施”“商务英语专业建设与校企合作”“商务英语教材研究”“商务英语专业教师发展”等议题,为全国高校同行搭建了交流思想、互通有无、借鉴经验的良好平台。

本次大会邀请了来自中国和加拿大的 8 名专家作主题发言,内容涵盖了商务英语教学、商务交际、教师发展能力以及商务语用等方面。共有 480 多位专家、学者和业界精英参加,分别来自中国和加拿大的 170 多所高校、科研院所、出版社等,规模之大,史无前例。大会共收到 135 篇参会论文。经专家初审、二审和终审三个环节,总共有 52 篇论文获奖。其中,郭桂杭教授撰写的“商务英语教师自主能力调查与研究”等 5 篇论文获一等奖,黄志华副教授撰写的“校企合作机制对商务英语专业建设作用探索——基于西南地区高校的实证研究”等 6 篇论文获二等奖,邹旭老师撰写的“*How Do Business English Teachers Deal with Business Matter*”等 25 篇论文获三等奖,另有 16 篇论文获优秀奖。

为了促进获奖论文研究成果的宣传、借鉴和推广,会议组织者从 52 篇获奖论文中选取 38 篇,将其汇编成第十二届全国国际商务英语研讨会会议论文集:《商务英语学科建设与专业发展》。论文集内容丰富、题材广泛,兼顾理论研究与实际应用,几乎涵盖了商务英语领域近年来的所有热点议题,如商务英语学科理论体系构建、商务英语国家标准的执行与相应措施、商务英语专业建设与校企合作、商务英语教学与教材研究、商务英语专业教师发展等。

此次研讨会的成功举办和论文集的顺利出版获得了中国国际贸易学会会长王俊文先生和常务副秘书长刘明国先生、中国国际贸易学会国际商务英语研究委员会名誉理事长

叶兴国教授、常务副理事长王立非教授、副理事长兼秘书长郭桂杭教授及各位副理事长的全力指导,并得到了外语教学与研究出版社的鼎力支持,在此表示衷心的感谢!

中国国际贸易学会国际商务英语研究委员会理事长

仲伟合

2017年3月于广东外语外贸大学

目 录

商务英语学科理论体系构建

商务英语专业创新研究：“复”与“合”	张武保（2）
基于语言经济学的商务英语 CMB 经济理论模型探析	邓静子 林小宁（10）
从语言经济学视角看经济话语中的概念隐喻	
——以《经济学人》的财经和商业专栏为例	胡钧涵（20）
解构主义视域下跨境电商中的地方文化对外传播	樊继群（27）
从模因论视角下研究汉英经济语篇中概念隐喻的相似性	
——以战争隐喻为例	司涵也（33）
从文化认知的角度看跨文化商务交际中的面子丢失问题	樊秋涛（38）
从课堂设置角度探析商务英语发展现状与学科建设	翟菁菁（46）

商务英语国家标准的执行与相应措施

商务英语专业本科学科体系建设地方性探索	
——以河北师范大学商务英语专业建设为例	李淑景 杨蕴文（54）
应用型大学商务英语专业核心竞争力分析	陈 瑶（61）
基于《商英国标》的特色商务英语专业建设研究	路文军（68）
“第四次工业革命”对商务英语专业的影响：新需求下对商务英语专业人才	
培养模式的探究	吴希希（74）
商务英语专业学生就业核心竞争力培养分析	卢海翔（81）
“一带一路”背景下的商务英语专业需求识别与开发	孙圣勇（87）
关于新《商英国标》的几点认识	陈念君（95）

商务英语专业建设与校企合作

实训实践与专业实习：商务英语校内外实践教学的能力培养实效评估	吴斯丹 毛浩然（102）
校企合作机制对商务英语专业建设作用探索	
——基于西南地区高校的实证研究	黄志华 孙 茜（114）
商务英语全程实践教学体系构建路径探索	邹 莉（122）
建构主义视角下商务英语复合型人才校企合作教学模式探究	钟伶俐（130）

商务英语专业校企合作新思路：合作教育课程之设想篇·····	王 佳 (138)
中美企业家身份构建的批评话语研究：以福布斯 2015 年中美富豪排行 榜前十的人物简介为例·····	王秋蓉 (147)

商务英语教学与教材研究

商务英语教材的真实性原则再认识·····	何锡梗 (156)
任务教学法和案例教学法在商务英语教材《体验商务英语综合教程》(第二版) 中的结合使用·····	杨 琳 (165)
翻译目的论视角下的商务英语翻译教材建设研究·····	陈 宁 (172)
CIPP 视角下的商务英语专业教学质量评估体系研究·····	陈 博 (179)
A Study on the Application of Task-Based Assessment in Business Communication Course in China·····	栾晓菲 (185)
商务英语专业写作课堂中思维能力培育的评价研究 ——基于课堂观察的案例报告·····	王淑花 (201)
社会表演学与高校商务英语专业人才培养 ——四川外国语大学商务英语学院莎剧表演教改探索与实践·····	曾 立 (213)
布卢姆教育目标分类理论在商务英语教学中的意义·····	许春华 (218)

商务英语专业教师发展

“互联网+”时代背景下商务英语教师能力提高研究·····	余春梅 廖国强 (226)
地方应用型本科院校商务英语专业师资建设实证研究 ——以云南省为例·····	李 鹏 (233)
基于校本培训机制的商务英语教师发展探究·····	马 骞 (241)
How Do Business English Teachers Deal with Business Matter·····	邹 旭 (247)
知识构建驱动的商务英语教师专业发展·····	吴 朋 (252)

其 他

基于语篇历史研究方法分析美国媒体中的华为企业形象：以《华尔街日报》的 一篇报道为例·····	鲍茜茜 (262)
基于认知耦合范式的翻转课堂教学设计与应用 ——以《商务英语》为例·····	余 姿 (269)
论商务画册翻译的范畴化理论模块建构·····	吕 洁 (280)
从批评话语分析角度解读苹果 CEO 库克的隐私承诺·····	郑文娟 (287)
文化智能对跨文化商务谈判策略选择的影响·····	余 静 (294)

商务英语学科理论体系构建

商务英语专业创新研究：“复”与“合”

张武保（广东外语外贸大学 广东 广州 510420）

摘要：复合型专业是跨界组合的结果。复合的目的是为了增值。能否增值关键要看两个字：一曰“复”，二曰“合”。“复”是指叠加的种类与方法，“合”则是指不同内容交织在一起的融合程度。“复”是平移，“复”而不“合”是“什锦糖式”的叠加；“合”才是创新，是“鸡尾酒式”的融合。“合”则成体，“合”才能增值。商务英语专业是一条跨界组合而形成的价值链。这条价值链的增值与否，既取决于各种复合成分的多寡，也取决于它们相互融合的程度。要成为一个名副其实的独立专业，商务英语专业不仅要研究“什锦糖式”的“复”，更要研究“鸡尾酒式”的“合”。

关键词：商务英语专业；复合型；“复”与“合”

1. 引言

我国的商务英语专业，是一门隶属于外国语言文学类的复合型专业，与英语专业、翻译专业合称为英语类三大专业（仲伟合，2013）。由于商务英语专业的设计交叉复合了经济、管理、贸易、法律等专业的内容，一直以来，“复合”成了该专业研究的主题之一。然而，纵观商务英语专业文献研究，多数文献集中研究专业之“复”，而较少文献研究专业之“合”（张武保，2014）。2014年，全国高等学校商务英语专业教学协作组讨论形成了商务英语专业本科教学大纲，称为《高等学校商务英语专业本科教学质量国家标准》（以下简称《商英国标》）。《商英国标》规定：“商务英语专业旨在培养英语基本功扎实，具有国际视野和人文素养，掌握语言学、经济学、管理学、法学（国际商法）等相关基础理论与知识，熟悉国际商务的通行规则和惯例，具备英语应用能力、商务实践能力、跨文化交流能力、思辨与创新能力、自主学习能力，能从事国际商务工作的复合型、应用型人才。”这一目标的确立，从宏观上界定了商务英语专业所要复合的基本内容。但是，语言学、经济学、管理学、法学等都是一个个庞大的学科体系，作为一个外国语言文学属性的复合型专业，商务英语专业的设计既要涵盖诸多领域的专业知识，又要不失其外国语言文学的性质特点，实非易事。一个复合型专业的形成，不是简单的叠加或拼凑，而是要根据需求，把不同专业的知识和技能有机、有序地平移过来，形成一个独特、科学、系统的专业教学体系。“复合”本是“复”与“合”两个概念的统称。有的复合是

简单的叠加，即把两种或两种以上东西累加在一起，如什锦糖、复合词等；另有些复合则是把不同物质混合成一体，形成一种新物质，如鸡尾酒、智能手机等。“什锦糖式”的复合只注重“复”的手段或方法，不产生新产品，没有品牌概念；“鸡尾酒式”的复合则注重“合”的结果，有创新，具有新品牌效应。这是商务英语专业研究的核心问题，也是本文所讨论的主题。

2. 专业复合的方法及原理

复合专业就是把两种或两种以上的专业内容，经过平移交叉，设计成一种新的专业体系，以达到博采众长、产生协同效应的增值目的。复合的方法是多种多样的，包括结合、组合、融合、化合、合作、整合、合并等。在英语中，不同的复合理念也有不同的表达方式。弄清它们的差异，有助于我们分析商务英语专业的复合问题。

(1) compound: 把两种或两种以上的东西进行组合 (something made up of two or more separate things combined together), 这是典型的“什锦糖式”复合；(2) combination: 使不同的物质结为一体 (causing things to join or mix together to form a whole), 它既可能是“什锦糖式”，也可能是“鸡尾酒式”的复合；(3) integration: 通过组合或结合使某种东西成为另一种东西中的一部分，多译为“整合” (combining something in such a way that it becomes fully a part of something else), 这显然属于“鸡尾酒式”的复合；(4) collaboration: 尤指为同一目标协同合作 (working closely with another person especially in a project of joint interest), 是一种功能上的复合，而不是形态上的复合；(5) amalgamation: 为了提高效益，减少成本，把两个或两个以上的运营体 (公司) 合二而一 (Adam, 1995), 这是典型的融合之“合”。

商务英语专业的复合是多维性和多层次的。从《商英国标》所规定的专业结构来看，它的复合多为compound或combination。从教学实施的角度来看，它的复合多为integration或collaboration。这是因为，商务英语语言与商务专业知识的教学不可能完全孤立进行，它们你中有我，我中有你。专业知识的编排需要integration，而课程与课程的教学衔接又需要collaboration。从它的教材与教学管理来看，商务英语专业的复合多为integration或amalgamation。所以，在商务英语这个复合型专业中，有复有合，复、合相继，复为方法，合为目的。

为什么商务英语专业又要复又要合呢？归纳起来，其原理主要有三：

(1) 复合基础观。复合基础观是企业战略竞争力发展的理论。这里的“复合”概念指对企业拥有的或外部可利用的资源进行创新、整合，从而创造出独特的竞争优势或发展路径。需要指出的是，复合基础观所关注的并不是稀缺资源，而是普通资源。它所关注的也是普通企业的生存与发展 (陆亚东, 2012)，这对于许多普通院校来说是非常有价值的。

(2) 需求基础观。需求基础观是一种市场导向 (market-oriented 或 need-based) 理论,也是ESP的理论基础。需求基础观认为,需求是创新的基础,只有真正的需求才能成就伟大的创新。如果社会没能自然而然地形成需求的土壤,创新或许不可能出现,即便出现,也可能趋于消失。这一理论非常契合商务英语专业形成的初衷。

(3) 增值效应理论。增值效应就是 $1+1>2$ 的效应。这种增值,既包括复合理论知识增值,也包括复合技能增值。但复合增值具有不确定性特点,也就是说,复合既可能增值,也可能减值。

总之,复合专业是一种创意,也是一种创新。复合基础观、需求基础观、增值效应都是商务英语专业复合的主要理论基础,也是商务英语专业得以建立、生存与发展的主要理论依据。

3. 商务英语专业的“复”与“合”

商务英语专业的设计及其结构是在多种复合原理基础上形成的。它的专业设计与市场需求要有契合 (conformity); 它的专业构成既有复合 (compound), 也有结合 (combination); 它的教师与教学既有整合 (integration), 也有合作 (collaboration); 它的核心教材编写更要有融合 (amalgamation)。可以说,商务英语专业的设计、教材、教师、教学等,是一条“复”与“合”交替进行或相互补充的价值链。

商务英语专业的“复”是很明显的。《商英国标》对商务英语专业核心课程规定了四大模块,即英语知识与技能模块、商务知识与技能模块、跨文化交际模块、人文素养模块。显然,这几个模块的构成既是 compound,也是 combination。它们之间既有相对的独立性,又有一定的衔接性与交互性。《商英国标》所规定的七门专业基础课程(综合商务英语、商务英语听说、商务英语阅读、商务英语写作、经济学导论、管理学导论、国际商法导论)和五门专业核心课程(商务翻译、国际贸易、国际营销、跨文化交际、欧美文化概论),也是 compound 与 combination 的结果。其中,商务类的基础和核心课程基本是从其他专业平移过来的,如经济学导论、管理学导论、国际贸易、国际营销等;语言类的基础和核心课程,有些是从英语专业中平移过来的,如语言学、英美文学等,也有些是商务英语专业学者们编写而成的,如综合商务英语、商务英语听说等。复合专业的成功与否取决于几个主要方面:需求的相合性、教材的融合性、教师的合作性、教学的统一性以及实践的合一性。

3.1 需求的相合性

相合性 (conformity) 就是专业设计与市场需求相契合的程度,因此,也可称为契合性 (张武保, 2014)。相合性属于需求基础观范畴,是复合型新专业建立的基础,也是专

业立项的主要依据。相合是指专业培养目标与市场需求相适应的程度。由于科学技术在不断进步,市场需求在不断变化,这便导致了商务英语专业相合性动态发展的特点。商务英语专业的相合性一般包括三个维度:第一是国际相合,第二是本土相合,第三是个人相合。国际相合是国家发展战略需求的结果;本土相合是区域经济发展的结果;个人相合是市场需求的趋同结果。三十多年前,商务英语专业的目标是服务于“请进来”的市场需求。如今的国家战略、区域经济结构、个人发展需求都发生了变化,商务英语专业的目标当然也要与时俱进,重新调整,以达到新的契合。同时,对于一个专业而言,“请进来”与“走出去”的人才培养定位显然是不同的。前者强调的是“洋为中用”或“他为我用”,而后者所强调的则是“中为外用”或“我为他用”。“洋为中用”是借力,“中为外用”则是发力。所以,在新的形势下,新的契合就是商务英语专业与中国元素的契合。

3.2 教材的融合性

复合型专业需要复合型教材。那么,这个复合型教材是“什锦糖式”的复合,还是“鸡尾酒式”的复合?所谓“什锦糖式”的复合,就是借用相关专业的课程与教材。这种复合简单易行,但难以产生独特性,不利于专业的发展。试想:一个专业完全借用另一个专业的核心基础课程及教材,课程名称与教材内容完全一样,这样的话,这个核心到底是谁的核心?这个基础到底是谁的基础?一个独立的专业首先要有能够体现其专业特点的独立教材,尤其是专业基础课程和核心课程的教材。这是商务英语专业目前的软肋。复合专业的教材就是指复合内容的融合,即英语与商务的融合。从这一点来看,《商英国标》还是一个“什锦糖式”的设计,尤其是那些语言技能课程,如听说课、阅读课,既没有专业特色,又无助于思维与创新能力的开发,不应该独立设课,而是应该通过练习形式,把这种技能融入其他专业课程中去。为了使得英语与商务、知识与技能的融合循序渐进地进行,就要通过教材的编写,使其融为一体。这样既可以减少科目数量,又可以丰富专业课程形式。更重要的是,这样的教材才能体现商务英语专业的特色与特点,形成独立专业的概念。复合性是商务英语专业的首要特性。但必须强调的是,商务英语专业中的英语并非普通英语,商务英语专业中的商务亦非普通意义上的商务,而是商务的英语和英语的商务。这种特点只有通过融合性教材才能得以体现。

商务英语专业教材的融合性可分为几个维度:语言知识与商务知识的融合、语言技能与商务技能的融合、中外商务知识的融合、中西文化的融合、汉英语言知识的融合。教材融合就是要使语中有商、商中有语、中西结合、知技结合。因为商务英语专业的语言教材内容是商务语料,商务教材的行文是英文载体,所以称之为“你中有我,我中有你”。又比如:商务英语写作教材不能只谈英语写作,不谈商务汉语写作。同理,跨文化

教材也不能只有西方文化,而不谈中国商务文化或其他商务文化。口语或语音教材也不例外。这种语言技能课程的教材不能只强调标准的英美语音语调,更应该强调重点商务国家和地区那些非标准的语音语调,如英美方言、中东语音、印非语音等,因为国际商务活动中标准的语音语调甚少,而非标准的却甚多。总的来讲,“复”是商务英语专业的设计理念,“合”才是商务英语专业的真实目的。这个“合”首先体现在教材内容的融合,融合的教材才能体现商务英语专业的独立性以及与其他专业的差异性。

3.3 教师的合作性

复合型专业需要复合型教师。一般来说,商务英语专业教师的复合是语言专业教师与商务专业教师的复合。这主要是一种compound形态的复合。也就是说,语言专业教师教授商务英语语言类课程,商务专业教师教授商务专业类课程。调查表明,多数语言专业教师与商务专业教师之间合作性很低。这是因为,多数语言专业教师是英语专业背景,对商务知识了解甚少;同样,多数商务专业教师为商科教育背景,欠缺语言学的理论基础。这样就会导致在教学过程中“语不理商,商不理语”的两不合现象,其结果会使学生的英汉商务知识难以互译互换,普通语言难以置换为商务语言。当然,也有少部分“双师型”教师,他们既有语言学的教育背景,也有商务专业的教育背景,称得上是integration或amalgamation形态的复合。但这类教师所占比例很低,且培养成本高、周期长,一般难以做到。如果要让一支复合型(compound)教师队伍,实施一个整合型(integrated或combined)教学计划,就必须加强课程与课程之间、年级与年级之间,尤其是语言专业教师与商务专业教师之间的合作(collaboration)。同时也要有一个有能力协调不同专业、不同课程的管理团队,使不同专业、不同教师、不同阶段前后衔接、上下配合、互相补充、相互巩固,从而形成一个环环增值的价值链。只有这样,才能使整个专业的各个复合成分之间实现真正意义上的融合。否则,复合就难以达到增值的目的,甚至还会出现减值效应。表面上看,复合型课程的设计是不同模块的拼凑,但实质上,在不同课程、不同年级、不同模块之间存在着严谨的连贯性和交互性,是一个承上启下、环环相扣的链条。链条的价值是要通过教学活动才能得以体现。这样看来,建立一支整合的(integrated)“双师型”教师队伍是必要的,但更重要的是各门课程教师之间的合作。教师之间的合作性提高了,这条复合型价值链就增值了。所以,教师之间的合作是商务英语专业增值的主要保证。

3.4 专业教学的统一性

教学是专业实施的主要活动。复合专业的另一个特点是教学的统一性。商务英语专业教学的统一性主要体现在教学的两个层面:第一个层面是知识教学与技能训练的统一,

第二个层面是语言教学与商务教学的统一。

在传统的英语专业教学中,知识与技能课程是分割开来的,听、说、读、写都分别设立科目进行分体教学。这是针对过去的初级外语教学不普及、学生欠缺应有能力的现象所设计的。这类技能课程,在国外多采取预科形式来解决,不记入专业学分。另外,这类语言技能多属于重复机械操练,不利于创新思维的开发,不宜开设在大学学习阶段。大学是专业学习时期,是开发思维与创新能力、获得专业知识与专业技能的时期。这一阶段的教学应视语言为工具,用工具学习专业知识,并在学习专业知识的同时,提高专业语言的应用能力。这就是我们这里所说的统一性。任何专业教学都离不开听说读写:老师教,学生就要听;要讨论案例,学生就要说;要阅读教材教辅,学生就要读;做课外作业,学生就要写。这个过程就是把语言当作工具来运用。这种运用,不仅可以强化听说读写的专业语言能力,而且可以提高学生的外语直接思维能力和创新能力。倘若把语言技能课分设单开,既影响专业知识的学习,又制约思维能力的发展。

3.5 实践的合一性

商务英语专业的目标就是培养应用型国际商务人才。应用就是实践,即所谓知行合一。胡适先生曾经批评当时的大学生“只会考试,不会做事”。意思就是只会学,不会用;只有理论,不会应用。现在的大学生仍然存在着学历与能力、理论与实践不相适应的问题。虽然商务英语专业是复合型的,教材、教学过程都是复合型的,但模块与模块之间、课程与课程之间却是割裂开来的。此所谓只有“复”而没有“合”,难以达到知行合一、转识为智的目的。明代心学家王阳明所提倡的知行合一就是要把学与用相统一。培根说知识就是力量。其实只有把知识转化为智慧才能变为力量,这就是转识为智。商务英语专业所培养的人才,名曰复合型,实则合一型。复合是对他们知识结构、技能结构的概括描述,而合一则是人才能力的具体体现。“复”是为了学,“合”是为了用。此所谓:纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。

4. “合”的创新性

一个专业最重要的标志就是它的独特性以及与其他专业的差异性。这种独特性与差异性只有通过“合”才能产生。因为“合”是创新,而不是拷贝;“合”是独我,而不是像他。商务英语专业的创新要在“合”上做文章,在名称、内容、设计、实施过程等方面均得以体现。比如:“商务英语”这个词,它的英文表达至少有三种,一种是English for business;一种是business English;还有一种是biz-English。窃以为,只有biz-English才具有独我特点。英国的脱欧是独一的,从而出现了brexit(英国脱欧)这个词;电子商务的出现增添了不少独特的表达方式,如e-mail、e-law、e-commerce、e-book等等。这些表达既有

独特性、又有新颖性,能够体现各自的特点。商务英语专业及其各种课程的名称表达,就应该效仿这种做法,既避免与其他相关专业的重复,又能体现自己的专业特点和差异性。商务英语专业是以商务英语语言为核心的复合专业,所以,Biz-English应该成为该专业的品名标识。一切被复合的专业内容都要打上这样的标识,如Biz-English writing、Biz-English grammar、Biz-English phonetics等。俗话说:名不正,则言不顺;言不顺,则事不成。有了品名标识,名就正了,言就顺了,事也就容易成了。当然,仅有名称上的标新立异是不够的。市场上很多书籍都冠以“商务英语”的名称,但内容却非常空洞,大有“挂羊头卖狗肉”之嫌。要做到名副其实,就必须在专业品名标识的基础上,从内容、设计乃至实施过程方面狠下“合”的功夫。这种“合”就是把被“复”的不同专业成分统一于一个标识为Biz-English的合体中,并各家之长而克其短,化各家之神而去其形,使这个“合”成为自然的、全方位的融合:专业设计的融合、市场需求的契合、教师之间的配合、知技教学的融合以及教学管理的调和,从而形成一个内外互动、上下一致、教学相长、知行合一的价值链。这样的“合”就是amalgamation。这样的“合”才能产生专业的独特性以及与其他专业的差异性。这是商务英语专业建设创新发展的方向。

5. 结论

一个新专业的建立需要有其原理及理论基础。商务英语专业的主要原理和理论基础是复合基础观、需求基础观以及复合增值观。复合性是商务英语专业设计的主要特点。本文通过对各种复合形体的研究得出这样的结论:复合是“复”与“合”两种概念的合成。在商务英语专业这个复合体中,“复”主要是指专业构成的方法,“合”则是专业复合的目的。“复”是不同专业知识、技能在专业设计、课程设计、教师组成等层面的组合、复合、相合或合成;而“合”则是指不同专业知识、技能在教材编写、教学过程、教学管理以及教学实践等层面的融合性体现。“合”则成体,“合”则增值;“复”而不“合”,不能成体;不能成体,则不能增值。这就是复合增值不确定性的原因所在。同时,需求基础观告诉我们,商务英语专业是一门应时、应需、应急而成的交叉复合型专业。科学技术的发展是商务英语专业发展的原动力。在信息化时代、在工业4.0时代、在互联网时代、在中国走向世界、推进“一带一路”倡议发展的时代,商务英语专业不能停留在原有的模式上,而是要与时俱进,不断增添新的、时代所需的专业知识和技能。“需”为“复”的前提或动因,“合”为“复”的结果或目的;不为“复”而“复”,也不为“合”而“合”;“复”与“合”皆为“需”而设计,为“需”而增减。这就是与时俱进,知行合一,也是商务英语专业创新的意义所在。所以,“复”与“合”,将是商务英语专业研究的一个动态、永恒的主题。

参考文献

- Adam, J. H, 1995. *Longman Dictionary of Business English (English-Chinese)* [Z]. Hong Kong: Longman Asia Ltd.
- Wernerfelt, B. 1984. A resource-based view of the firm [J]. *Strategic Management Journal* (2): 171-180.
- 陆亚东, 2012, 中国式管理中的“合”理论[R]. 第八届创业与家族企业国际研讨会论文。
- 陆亚东, 2013, 中国企业成长战略新视角: 复合基础观的概念、内涵与方法[J], 《管理世界》(10): 106-117, 141。
- 任荣伟、区胜霞、余雷, 2014, 初创弱性与新创企业失败——基于资源及能力的实证研究[J], 《创新与创业管理》(2): 22-28。
- 张武保, 2014, 《商务英语专业与学科研究》[M]。北京: 外语教学与研究出版社。
- 中国社会科学院语言研究所词典编辑室(编), 1983, 《现代汉语词典》(*The Contemporary Chinese Dictionary*) (汉英双语) [Z]。北京: 商务印书馆。
- 仲伟合, 2013, 拔尖创新型国际化人才培养模式的探索与实践——以广东外语外贸大学为例[J], 《广东外语外贸大学学报》(1): 98-101。