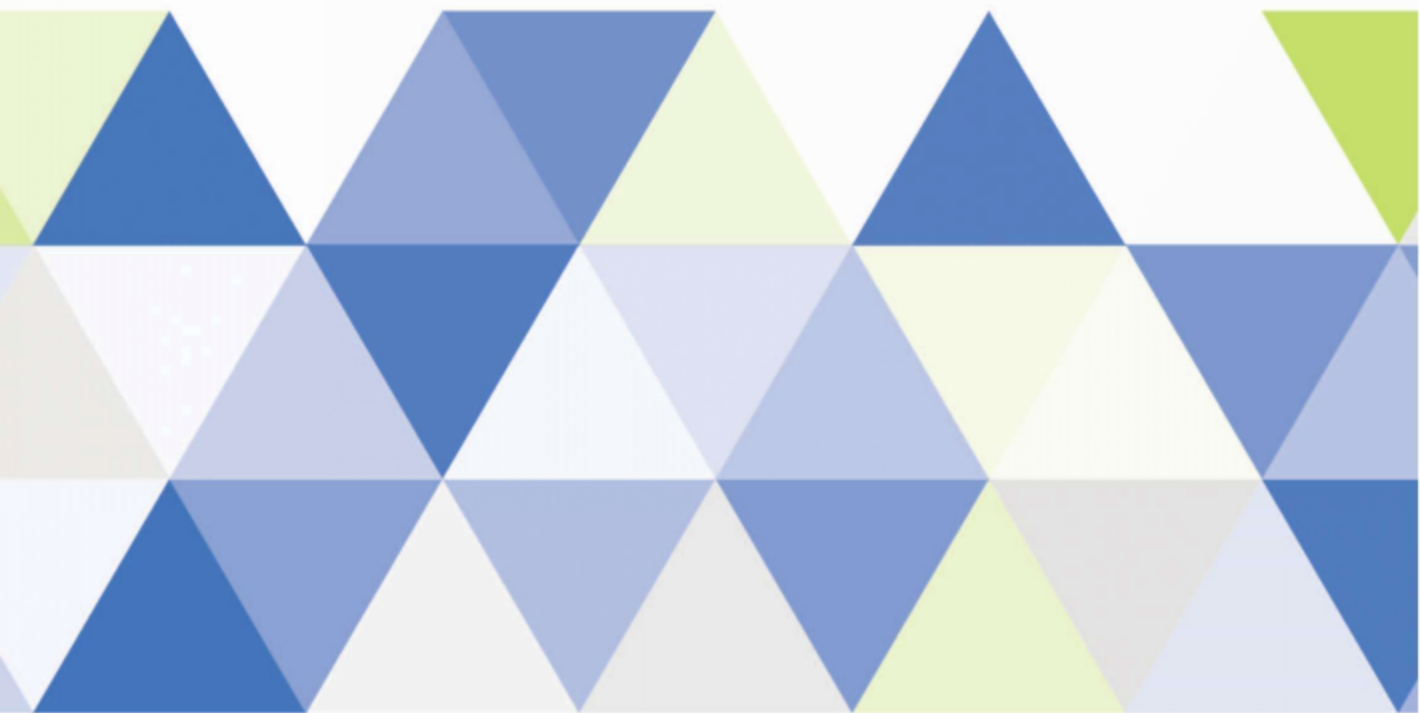


SHANGWU YINGYU
YUYAN TEZHENG YU FANYI YANJIU
商务英语语言特征与翻译研究


王悦◎著



商务英语语言特征与翻译研究

王悦◎著

天津出版传媒集团

天津科学技术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

商务英语语言特征与翻译研究 / 王悦著. -- 天津 :
天津科学技术出版社, 2019.2
ISBN 978-7-5576-6145-8

I. ①商… II. ①王… III. ①商务—英语—翻译—研究 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 050981 号

责任编辑: 房 芳
责任印制: 兰 毅

天津出版传媒集团 出版

 **天津科学技术出版社**

出版人: 蔡 颢
天津市西康路 35 号 邮编 300051

电话 (022) 23332397

网址: www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

天津印艺通制版印刷有限责任公司印刷

开本 787×1092 1/16 印张 9.875 字数 250 000

2019 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 50.00 元

前 言

商务英语是一种为适应特殊商务活动应运而生的特殊产物。商务英语是指以服务与商业活动为目标，集实用性、专业性、目的性于一身的语言工具，包含众多商务活动的内容，比平常使用的英语更加适应商业需要。由于商务英语的涉及面非常广泛，所以商务英语在商务活动的使用中包含大量专业术语，形成了自身鲜明的语言特点。随着世界经济日益全球化的发展，中国与世界各国的交往日益频繁。随着我国对外贸易的不断向前发展，当前企业对企业的电子商务也在不断发展壮大。我国迫切需要一大批熟练掌握外语、通晓商务知识、熟悉国际商务环境、善于跨文化交际的国际型商务人才。商务英语是我国涉外经济活动中的主要交际语言，商务英语在这一活动中起桥梁作用，必须了解商务英语的规律和特点才能做好翻译。对涉外谈判工作人员、涉外企业管理人员和涉外翻译工作者来说，熟悉商务英语相关专业知识，掌握商务英语语言特点，遵循翻译原则，研究翻译策略是应当具备的必要条件。

本书首先对商务英语进行界定，并从不同的认识视角来分析商务英语，对商务英语进行话语分析；之后在对商务英语翻译的特点、分类、现状、未来等进行概述的基础上，分析了商务英语翻译的理论和技巧；最后以信函、广告、合同、说明书为切入点，详细探讨了实用商务文体的语言特点及翻译原则与方法。

2018年度辽宁省普通高等教育本科教学改革研究项目立项“基于 iwrite（英语写作教学与评阅系统）对大学英语四六级写作教学改革的研究”。

本书共五章，约 25 万字，由大连财经学院王悦撰写。在撰写本书的过程中，笔者倾注了大量的心血，但由于时间、水平有限，书中不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正！

王 悦

2018 年 7 月

目 录

第一章 商务英语概述	1
第一节 商务英语的界定	1
第二节 商务英语的认识视角	3
第三节 商务英语的理论研究	15
第二章 商务英语话语分析	29
第一节 商务英语话语共同体	29
第二节 体裁研究	42
第三节 基于体裁的商务英语专业话语实践	48
第三章 商务英语翻译概述	62
第一节 商务英语翻译	62
第二节 当代商务英语翻译的现状	73
第三节 商务英语翻译的未来与展望	75
第四章 商务英语翻译理论与翻译技巧	80
第一节 商务英语翻译理论	80
第二节 商务英语的翻译技巧	100
第五章 基于各类文体的语言特征和翻译	108
第一节 商务英语信函的语言特征和翻译	108
第二节 商务英语广告的语言特征和翻译	120
第三节 商务英语合同的语言特征和翻译	132
第四节 商务英语说明书的语言特征和翻译	143
参考文献	151

第一章 商务英语概述

第一节 商务英语的界定

商务英语是个实际存在的事物，人们从不同角度进行了研究。

多年来，商务英语被当作专门用途英语的一个种类来解释。专门用途英语最初是为了解决普通英语教学中目标和针对性不强的问题而兴起和发展起来的一项英语教学改革运动，和普通英语一样都是英语的教学方式，属于教学概念，并不是对专门用途英语本身或对英语的使用进行系统描述的理论。因此，商务英语从一开始就是一个教学概念。从商务英语的发展过程来看，的确也是作为教学活动开展的。专门用途英语提供了开展这项教学活动的原则、方式、方法，并没有对商务英语本身到底是什么做出解释。

从社会功能变体视角来分析商务英语，我们对英语在商务活动中的使用结果和过程有了深切的认识。从社会功能变体的角度来看商务英语，商务英语不只是一系列词汇、语法、语篇特征，而是包括这些词汇、语法、语篇特征在话语中的价值，以及社会文化规范、认知结构、使用者的策略和技巧各个方面。商务英语构成一个话语系统，包含 Scollon 所说的意识形态、话语形式、礼貌体制和社会化途径诸方面。从这个角度出发，商务英语可以具体表述为商务英语是在国际商务领域和活动中，参与人为达到各自的商业目的，遵循或化用社会文化常规和行业惯例、程序，运用语用策略，有选择地使用英语的词汇语法符号资源和视觉、听觉符号资源，以书面及口头形式或其他媒介进行的多模态交际活动系统。

从专门用途英语或社会功能变体视角来看商务英语，都是从语言的角度进行的，是站在英语语言文学学科内来看商务英语。换一种角度，从学科专业的角度，我们对商务英语有新的认识。

从专业或学科来看待商务英语既满足我国社会经济发展需要，同时尊重商务英语学科自身的发展需要。全球化背景下，教学理念和中国社会经济都发生了巨大变化。国家要求高等教育适应社会经济发展要求，培养复合型人才和创新性人

才。高等教育理念发生了从学术理性向社会经济效益的转变。

对学科之间交叉形成的新领域进行探索是科学研究的重要任务。商务英语作为交叉学科，由于业内人士的大力推动和社会对这种交叉学科研究的鼓励，已经成为一个重要的研究领域。

商务英语学科有独特的研究对象。商务英语学科的研究对象是在专门用途英语理论的指导下开展的具有中国特色的英语教学活动，即在对英语在商务领域和活动中的使用进行完整、系统描述的基础之上，根据学习者需求进行的专门用途英语教学。商务英语教学与其他英语教学相比在教学内容、教学方式、教学评估、师资等方面体现出特殊性，这些构成了商务英语学科的研究对象和内容的特殊性。

具体地讲，商务英语专业的培养目标是能够在国际商务领域和活动中行为的复合型英语人才，学生需要获得商务专业人士的专业技术（professional expertise）。Bhatia 提出专业技术包括三个方面：学科知识（disciplinary knowledge）、专业实践（professional practice）、话语能力（discursive competence）。可见，商务专业人士的行为能力不仅涉及语言一个方面，还涉及语言和商务知识的互动以及语言与具体目标任务之间的互动。因此，商务英语的教学内容包括相关的商务学科知识和内在逻辑、商务专业人士处理日常业务的认知和行为策略、知识和内在逻辑用语言表达的方式、策略及技巧。

商务英语的教学方式受教学内容制约，任务教学、案例教学是商务英语教学的基本方式，在操作上以与专业技术相应的话语类型、活动及语言资源的使用策略、技巧为指导原则。商务英语教学的效果也要从学生是否掌握专业技术的诸多方面来考查。

商务英语专业的从业教师应该是复合型教师。和普通英语教学以提高学生语言能力的目标不同，商务英语专业教学需要紧扣专业技术，也就是学生在目标环境下的行为能力，包括在商务语境和活动中使用英语的能力。如果教师不能把学科知识的学习和语言学习有机结合起来，教学内容缺乏有效性，不能帮助学生学会学科系统知识、内在逻辑及其语言表达方式，或从专业的角度来看问题和使用语言。

很明显，商务英语是一个内涵丰富、外延也相当明确的大概念。商务英语的三种认识视角都有各自对这个概念内涵和外延的阐释。把三种理解综合起来，我们可以尝试为商务英语下如下的工作定义。

国际商务作为社会经济活动，其活动参与者采用 / 化用商务惯例和程序，选择使用英语的词汇语法资源以及视觉、听觉符号资源，通过书面、口头及 / 或多种模态实现其交际目的。商务英语就是以这个策略性交际系统为内容的教学活动（Business English involves the teaching of the system of strategic communication in the social and economic domain of international business in which participants, adopting/

adapting business conventions and procedures, make selective use of lexico-grammatical resources of English as well as visual and audio semiotic resources to achieve their communicative goals via the writing modality, speaking modality, and/or multi-modality)。

这个定义综合考虑了商务英语发展的历史和其实质内容两个方面。首先,考虑了商务英语作为专门用途英语的起源这个因素,最初就是以一种教学活动为人所知的。在我国,商务英语还发展成为一个具有独立性的学科专业。此外,商务英语是英语在商务领域和活动中的使用。这种使用由于商务目的、内容、方式的制约而表现出一系列特点。商务英语就是以这些特点为核心内容的教学活动。

对商务英语的认识是逐步深入和完善起来的。商务英语起源于专门用途英语,是一个教学概念。从英语的社会功能变体角度,我们看到英语在商务活动中使用的特点,为商务英语教学提供了内容。作为一个学科专业,商务英语是为系统培养复合型英语人才服务的。把这些认识综合起来,我们既考虑到了商务英语发展的历史,也抓住了实质内容,这样就可以给商务英语下一个科学、合理的工作定义。

第二节 商务英语的认识视角

一、各家论商务英语

什么是商务英语?国内外专家学者众说纷纭,反映了业界对这个核心概念的各种认识。本节中,我们对其中有代表性的观点加以回顾,并对这些观点进行归纳,总结其中的共同之处,希望有助于揭示商务英语的本质。

(一) 有关商务英语的各种观点

对商务英语的论述很多。下面是国内外商务英语研究者提出的一些有代表性的观点。

(1) 专门用途英语课程可以根据学习者的专业进行区分。在此可以区分为三个大类:科学和技术用途英语(EST)、商务和经济学用途英语(EBE)和社会科学用途英语(ESS)(It is possible to distinguish ESP courses by the general nature of the learners' specialism. Three large categories are usually identified here: EST [English for Science and Technology], EBE [English for Business and Economics] and ESS [English for the Social Sciences].)(Hutchison & Waters)。

(2) 商务英语显然是英语的一种方言,但不是为英格兰独有。实际上,商务英语根本不是因地域而产生的方言,而是因活动、行业、事务或情境而产生的方言。我们造个术语,即工作语言,来表示它(It is clearly a dialect of English

but not exclusively of England. Indeed, it is not a dialect defined by place at all but by activity, occupation, subject matter or situation. For this we might coin the term ergolect—work language...) (Pickett)。

(3) 商务英语必须在专门用途英语 (ESP) 的大背景上来认识。这是因为商务英语具有专门用途英语各个领域重要的共同特征: 需求分析、大纲设计、材料选择和开发。和专门用途英语的其他种类一样, 商务英语暗示对特定范围语言的界定, 强调在特定情境下专门的交际活动 (Business English must be seen in the overall context of English for Specific Purposes (ESP), as it shares the important elements of needs analysis, syllabus design, and materials selection and development which are common to all fields of work in ESP. As with other varieties of ESP, business English implies the definition of a specific language corpus and emphasis on particular kinds of communication in a specific context.) (Ellis & Johnson)

(4) 专门用途英语教学有一块重要部分可以称作商务英语 (There is an important section of ESP teaching that can be called Business English.) (St. John & Johnson)。

(5) 商务英语实际上就是商务环境中应用的英语, 是专门用途英语 (English for Specific Purposes 或 English for Special Purposes, 简称 ESP) 的一种 (variety)。商务英语已发展成一门学科 (王兴孙)。

(6) 着重介绍商品贸易程序 (寻求建立业务关系、询盘、报盘、订货等) 的外贸英语这一概念已显然不能再反映目前的国际经贸现状。相比较而言, 商务英语或国际商务英语这一名称更全面、更好地涵盖了我国涉及的国际商务活动, 也更准确地反映了国际经贸的发展趋势 (王关富、徐伟)。

(7) 这种分类把商务用途英语 (EBP) 归入 EOP (职业用途英语) 的一个范畴。EBP 有时和 EOP 分开来看, 因为一方面, 既涉及大量的普通英语, 也涉及专门用途英语; 另一方面, 自身是重要的大范畴。尽管如此, 商务用途是职业用途, 因此把商务用途英语看作 EOP 的一部分合乎逻辑 (This classification places English for Business Purposes [EBP] as a category within EOP [English for Occupational Purposes]. EBP is sometimes seen as separate from EOP as it involves a lot of General English as well as Specific Purpose English, and also because it is such a large and important category. A business purpose is, however, an occupational purpose, so it is logical to see it as part of EOP.) (Dudley-Evans & St. John)。

(8) “商务英语”是个模糊概念。“商务英语”的内容也随着“商务”含义的变化而变化。“商务英语”是一个动态概念, 含义在扩大、延伸和发展……无论从字面意义还是从实践角度考虑, “商务英语”中语言与业务之间的关系均非并重关系, 而是主从关系。“英语”为正, “商务”为偏 (左臆)。

(9) 从科学定位来看, 国际商务英语属外国语言学和应用语言学的下属分支, 是一门实践性很强的学科(黄震华)。

(10) 在中国, 广义地说, 凡是在我们对外经贸业务活动中使用的英语都可以涵盖在商务英语之下, 范围极其广泛且还在不断扩展; 然而作为一个学科或作为一个课程的系列, 商务英语就不能把旁杂的一切都包揽其中, 而是把其中精华、具有代表性典型的部分集中起来, 再据其内容、性质、功能等加以分类而组合成一个学术和教学的体系。所谓“商务英语”, 就其语言本质而言就是在商务经贸领域内经常使用的反映这一领域专业活动内容的英语词汇、句型、文体等有机的总和(史天陆)。

(11) 作为一门应用性很强的学科, 经贸英语在中国的发展主要取决于对外经贸事业本身在中国的发展(陈准民)。

(12) 商务英语是英语的一种社会功能变体(social functional variety), 是诸多专用英语(ESP)中的一种(黄伟新)。

(13) 国际商务英语, 作为一个独立的专业或学科, 在中国高校已经是一个不容置疑的事实存在(林添湖)。

(14) 根据研究对象的内容和特点, 商务英语学科大体归属于语言学学科之下, 可以确定为语言学(一级学科)之下的应用语言学(二级学科)之下的英语教学(三级学科)之下的商务英语学科(四级学科)。显然, 商务英语学科是一个应用型交叉学科, 涉及语言学、心理学、社会学、经济学、管理学、法学、教育学、计算机科学等相关学科(对外经济贸易大学商务英语理论研究小组, 2006)。

二、商务英语的认识视角

从以上论述中可以看出, 专家、学者在使用商务英语这个概念时的所指不完全相同, 甚至还使用了不同的术语, 例如, 商务英语、经贸英语、商务用途英语、国际商务英语。这从一个方面说明商务英语外延广阔, 内涵丰富。同时, 对上述各家之说进行仔细分析, 我们还是能够找出一些规律性的东西。

首先, 上述各家看待商务英语的角度可以归纳成三种类型: ①把商务英语看作专门用途英语的一种, 如 1, 3, 4, 5, 6, 7。②从语言特征的角度把商务英语看作英语的一个功能变体或品种, 如 2, 8, 10, 12。③把商务英语看作一个学科或专业, 如 5, 9, 10, 11, 13, 14。我们把这三个角度分别称作分析商务英语的三种视角或路径: 专门用途英语视角、英语的社会功能变体视角、学科专业视角, 并将在下面详细讨论。

其次, 国外专家学者多从专门用途英语视角来认识商务英语, 很少从英语的社会功能视角来看, 没有国外学者把商务英语看作一个学科专业。中国专家学者

则不同,大多数认同专门用途英语的视角,也认为商务英语具有自身的语言特征,是英语的一种社会功能变体。与国外同行不同的最明显之处,是把商务英语当作一个学术研究和教学实践的独特领域。

其实,国内外学者之间的认识异同是可以理解的。专门用途英语、商务英语这些概念发源于国外,我们是在培养国际商务人才需要的背景下把它们引进中国来的。在国外,专门用途英语是一种英语教学体系,是一个服务其他专业的行业,因此没有被提到专业或学科的层次。值得注意的是,西方近年来对专门用途英语的学科地位似乎有些变化。Swales (2000)认真地提出了专门用途英语作为一个完全的职业(full profession)或语言科学之下的一个分支学科(clear sub-discipline in the language, sciences)的问题。在我国则不同,从事国际商务所需的商务英语人才是英语专业人才,需要通过专业训练才能培养出来,而如何培养这类人才需要科学研究。这就使采取专业、学科的角度成为合乎逻辑的认识商务英语的视角。

三、三种视角之辨

国内外专家学者对商务英语的认识大体采用了三种不同的视角,即专门用途英语视角、英语的社会功能变体视角和学科专业视角。本小节力图对各种视角追根溯源,加以分析,以更好地认识商务英语。

(一) 专门用途英语视角

商务英语是在专门用途英语的理论框架下提出的,被认为是专门用途英语的一个分支或种类。专门用途英语领域的理论家和实践者对此多有论述。这在上一小节已经明确。

既然商务英语被看作专门用途英语的一种,那么我们需要认真考察一下专门用途英语本身是什么,我们从这个角度能对商务英语达到什么认识。

1. 专门用途英语的发展历程

专门用途英语是20世纪60年代开始并不断发展形成的一套系统的英语教学理论。根据Mackay & Palmer (1981)的说法,专门用途英语最初是为了解决普通英语(general English)教学中目标和针对性不强的问题而兴起和发展起来的一项英语教学改革运动。专门用途英语理论的提出是英语教学应对第二次世界大战后三个方面的变化的结果:英语成为科学技术、国际商务领域的强势语言,教育理念上强调学习者的中心地位,以及语言学理论的发展进步(Hutchinson & Waters, 1987)。

对专门用途英语的发展历程有不同的阶段划分。Dudley-Evans & St. John (1998)把学术英语(典型的专门用途英语)划分为四个阶段,而Hutchinson & Waters (1987)把专门用途英语的发展历史划分为五个阶段。Nelson (2000)对主要的专门用

途英语理论著作进行研究,发现这些著作中对专门用途英语的发展历程的表述尽管稍有差异,但实质内容是相同的。在此,我们采用 Hutchinson & Waters (1987) 的五个阶段的划分,即语域分析、修辞和语篇分析、目标情境分析、技能和策略分析以及以学习为中心。

语域分析阶段始于 20 世纪 60 年代。英语教学基于不同语域使用不同的词汇语法特征这一认识,围绕学习者所要学习的语域中的词汇语法特征设计教学大纲、组织教学材料和教学活动。例如,针对科技英语的学习者,教学大纲围绕他们在学习科技语篇过程中可能会遇到的词汇语法形式来进行组织,不必包括不会遇到的词汇语法形式。

修辞和语篇分析阶段重视在语域分析阶段被忽视的篇章层次的特征,描述了语篇的组织特征和表现这些特征的语言形式。这些特征和形式成为教学大纲的内容。这个阶段的教学材料中的典型做法是教学生辨认语篇模式和语言组织方式。

目标情境分析阶段提出了系统分析学习者在目标环境下如何使用英语的步骤和方法:首先对学习者的目标环境进行辨认,然后对该环境下使用的语言特征进行细致分析,分析的结果成为教学大纲的内容。

技能和策略阶段关注的不是语言本身,而是语言使用背后的思维过程。教学材料培养学生的阅读和听力策略,分析语言使用中的推理过程、解释过程等。

以学习为中心的阶段与上述四个阶段不同。上面四个阶段的重点都是描述人们用语言做什么,而以学习为中心的阶段关注语言学习过程,关注学习者怎样获得处理目标情境的能力。专门用途英语的发展历程告诉我们专门用途英语到底是什么。Hutchinson & Waters (1987: 19) 认为,专门用途英语必须被看作一种方式,而非一种产品。专门用途英语不是某种特殊的语言或方法,也不包含一种特殊类型的教学材料……专门用途英语是一种语言教学方式,在这种教学方式下,教学内容和教学方法取决于学习者学习的目的 (ESP must be seen as an approach not as a product. ESP is not a particular kind of language or methodology, nor does it consist of a particular type of teaching material. ... ESP, then, is an approach to language teaching in which all decisions as to content and method are based on the learner's reason for learning.)。

程世禄、张国扬 (1996: 2) 认为,专门用途英语是种目标明确、针对性强、实用价值高的教学途径。

Dudley-Evans & St. John (1998: 4-5) 对专门用途英语进行了迄今为止最为详细和明确的界定。他们提出了专门用途英语的必备特征 (absolute characteristics) 和可选特征 (variable characteristics)。见表 1-1。

表 1-1 专业用途英语的必备特征和可选特征

必备特征	可选特征
被设计来满足特定需求	可以是为特定学科设计的，或与特定学科有关
利用所服务学科的潜在方法和活动	可在特定教学条件下使用不同于普通英语的方法
以适合于上述活动的语言、技能、 话语和话语类型为中心	往往为成人学习者服务
	常常是给中级或高级学习者所设计的

从表中可以看出，专门用途英语是一种英语教学方式，教学目的是满足学习者的特定需求，教学内容是与特定学科的潜在方式和活动相匹配的语言、技能、话语和话语类型。

显而易见，专门用途英语从产生到现在都是一种英语教学理论。在专门用途英语视角下，英语教学以满足学习者的需求为出发点，教学内容和方法根据学习者在目标领域或情境下使用英语的实际情况来确定，形成了以需求分析、语言描述、学习理论为三大支柱的教学大纲设计理论体系。

2. 专门用途英语对商务英语是什么的回答

商务英语是在专门用途英语理论框架之下提出的。从专门用途英语的理论出发，商务英语是一种特色鲜明的英语教学方式。专门用途英语提出的需求分析方法给商务英语教学提供了思考框架和操作思路，是专门用途英语理论给英语教学所做的重要贡献。学习者需求的描述往往涉及语言技能、行为技能、知识、思维过程等方面。这几个方面虽然如 Phillips (1981) 指出的那样不可分割，但针对不同的学习者，侧重点往往可以不同。

因此，从专门用途英语角度来看商务英语，商务英语是一种教学方式。把商务英语当作专门用途英语的一种，实际上解决的是教学方式问题，并没有揭示英语在商务领域和活动中的使用情况。

专门用途英语理论不能对商务目标情景下英语是如何使用的做出系统描述，这正是专门用途英语的内在缺陷之一。专门用途英语理论不是对英语的使用进行系统描述的理论。尽管专门用途英语理论体系也包含一个语言成分，但重点考虑的是如何使教学符合学习者的需求，而不是对语言使用本身进行系统研究。这一点 Hutchinson & Waters (1987) 和 Nelson (2000) 都注意到了。Nelson (2000) 指出，在专门用途英语发展的各个阶段都提到了语言描述的重要性，有些阶段（如语域分析、修辞和语篇分析、技能和策略分析）还对语言使用的情况进行了重要描述，但关注的重点是分析需求的手段，而不是对语言的系统描述。这个问题对商务英语更为突出。学术研究者往往因个人认识取向、精力投入因素或语料的限制因素而长期忽视对商务英语进行系统研究。

（二）英语的社会功能变体视角

把商务英语当作英语的一种社会功能变体对认识商务英语很有吸引力。语言存在于使用之中，语言的使用受一系列语境因素的制约，例如时间和空间等情景因素，语言使用者的性别、年龄、社会阶层、职业等个人社会特征，以及语言使用发生时正在进行的活动类型、所处的社会文化等超越个人的社会特征。与这些特征相对应，语言的使用体现语音、词汇、句法特点。这些语言特点构成了语言的各种社会功能变体，对语言使用体现出来的这些特点的研究是文体研究，这种研究是试图寻找商务英语共核的理论依据。

商务英语作为英语的一种社会功能变体的观点，得到了理论分析和实证研究两方面的支持。

1. 理论分析

提到专门用途英语，人们往往会提到专业词汇的问题。范谊（1995）在讨论专门用途英语的逻辑理据时，对专业词汇的看法颇有见地。他指出，一门学问要成为独立的学科，必须有一整套描述其研究对象、目的、方法、规律、定理的基本概念。这些概念反映在语言上，就是专业术语，即专业词汇。离开了专业术语，该学科的工作就无法准确描述。不同学科的专门词汇的总和，统称为科技词汇，在形态上可能与某些普通词汇相同，也可能是由几个普通词汇组合而成，但在语义上都有严格的定义和确切的内涵，绝不允许与其他词义混淆。

商务英语专业词汇反映的是商务活动的语义内容，词汇意义包含了有关商务活动过程和细节的信息，有专属于以商务活动为职业的商务专业人士的内容。同时，商务活动是社会经济民生的一个方面，很大程度上和普通大众相联系，因此也必然使用普通语汇。Pickett（1989）认为，商务语汇除一部分外来语之外，基本上是从普通语汇来的，商务语汇使用了普通大众语汇的材料和语汇构造模式，两者之间存在6种不同程度的关联。

（1）商务语汇以普通词汇作为构词词根，有些普通词汇经常作为商务词汇使用。例如：percentage, loan, trade等。这类商务语汇是普通大众所能理解，也普遍使用的。

（2）商务语汇由普通语汇经复合或联想扩展而来，其意义可以相当准确地被推断出来。例如：takeover, cheap loan, shelf-life, upmarket, down-market, brand image等。

（3）商务语汇由普通语汇构成，意义是可以猜测出来的，但普通大众理解其含义有一定困难。例如：export credit, guarantee, brand loyalty, share等。

（4）商务语汇由普通语汇构成，但是非业内人士从字面猜测会弄错。例如：container, terms of trade, computer trading等。

（5）商务语汇由普通语汇构成，但是其意义需要专业知识才能理解。例如：

piggy-back scheme, preference share, General Agreement on Tariffs and Trade, free on board 等。

(6) 商务语汇由普通词汇复合而成, 复合方式基于某种联想。语汇和概念之间的关系不是显而易见的, 在一定程度上是约定俗成的。这类语汇还包括外来语和大量缩略语。例如: tombstone, a sweetheart contract, a Chinese wall, APR, GATT 等。

2. 实证研究

语言学家 Leech (1966) 对英语广告进行的语域分析和 Nelson (2000) 的商务英语词汇研究是两项非常有价值的实证研究。

(1) 广告语言研究。广告是语言在商务领域使用最明显的例子。Leech (1966) 对英国广告从语域角度进行的经典分析, 为商务英语语言特征的存在提供了有力的证明。他对英语广告在句子、短语、词汇层次的特征进行了细致描写, 还探讨了衔接和语义方面的特征。

从使用的词类来讲, 英语广告中大量出现的是形容词。语料中前 20 个使用频率最高的形容词按照其出现频率依次是“new”“good/better/best”“free”“fresh”“delicious”“full/sure”“clean/wonderful”“special”“crisp”“fine”“big”“great”“real”“easy/bright”“extra/safe”“rich”。这些都是表示褒义的形容词。表示贬抑意义的形容词使用得少。另外, 和形容词搭配的名词大都有一定范围。例如, 和“new”搭配的名词范围很广, 包括表示产品或其附属品的名词(如“booklet”“bottle”“car”“shampoo”“soup”“tyre”“weedkiller”等)、广告的产品名称、关于产品特征的名词(如“sizes”“shape”“look”“colour”等)以及一些抽象名词(如“contest”“competition”“ideas”等)。“good/better/best”只与表示食品或烟草的名词搭配。“free”和表示赠品或免费送给购买者的物品搭配。和“fresh”“delicious”“crisp”“rich”搭配的名词经常表示食品。“clean”和表示清洁产品的名词搭配。“sure”“safe”常常和表示卫生产品的名词一起使用。

动词在广告中使用数量少, 而且常常是单音节词, 是英语日常语言中使用的核心动词, 包括“make”“get”“give”“have”“see”“buy”“come”“go”“know”“keep/look”“need”“love”“use”“feel/like”“choose”“take”“start/taste”。这些动词的含义空泛, 语义要么与消费者对商品的心理倾向有关, 如“love”“need”“like”; 要么反映广告主希望消费者和广告的产品发生关系的各种情况, 如用“get”“buy”“choose”“ask for”表示拥有, 直接敦促受众购买; 或者用“take”“try”“use”“have”“enjoy”表示消费, 如“Enjoy these chocolates that look divine”, 或者用“see”“look”等请求受众注意, 如“While the Liberator heats the water, look at this.”表示拥有关系的那组动词常常使用宣传的产品作为主语, 例如“Oxo gives a meal man-appeal.”表示对产品的感受和感觉的动词也使用广告

的商品作为主语，例如“Cyril Lord Standard Carpet feels so soft.”。

从句式使用来看，疑问句和祈使句的使用频率很高。30个独立主句中就有一个疑问句，4个主句中就有一个祈使句，否定形式的祈使句很少。广告中疑问句的使用也很多。广告标题使用疑问句，正文作为应答。

广告中大量出现由非谓语动词作为中心构成的非限定句和小句，4个句子中就有1个是小句。非限定小句几乎都是独立使用，从书写上看像句子（放在两个句号之间）。广告话语呈现出不连续（disjunctive）的特点。

原因状语从句、条件状语从句、时间状语从句在英语广告中大量出现，而且表现出有趣的特点。在“when”引导的时间状语从句中，从句和主句表达的更像是一种条件关系，而不是一种时间序列。从句用“you”作为主语，主句用祈使句式。在主从句的相互位置上，“when”从句往往放在主句前面。例如下面的例子：

When you need aspirin, drink Disprin.

“if”引导的条件状语从句中，“if”从句一般在先，主句在后。例如：

... but if by mid-week the shelves are getting bare, and money's short, the six extra eggs will make a really good meal...

“because”引导的原因状语从句中，一般把果放在前头，随后说因。例如：

Now Johnson's Glo-Coat becomes super Glo-Coat-because the new formula is three ways better.

把结果放在后面说时，则常用“so”“that's why”来引起。例如：

Men love cheese. So next time you pack his lunchbox pop in some cheese and an apple.

When there's a baby in the house, cleanness matters so much more. That's why so many mothers are using Clinic Shampoo.

Leech的研究表明，英语广告作为英语在商务语境中的一种使用，根据广告目的的要求选择使用英语的词汇、句法资源，体现了商务语义表达对英语词汇语法系统进行选择的过程和特征。

（2）商务英语词汇研究。Nelson（2000）对商务世界的词汇使用进行了深入的实证研究。他把词汇分为若干范畴，找出了商务世界和日常生活世界使用的词汇范畴的具体例子。表1-2左半部分是商务词汇，右半部分是非商务词汇。

表 1-2 商务词汇和非商务词汇

Business Lexis	Non-Business Lexis
1. People From the business world: <i>customer, contractor, manager, seller, buyer</i>	1. People Family, royalty, domestic relations: <i>man, mum, wife, dad, baby, Queen</i>

续表

Business Lexis	Non-Business Lexis
2. Institutions Companies and business institutions: <i>company, industry, airline, telecom</i>	2. Institutions Societal: <i>church, army, hospital, council</i>
3. Things Business-related, concrete: <i>product, property, equipment</i>	3. Things Diverse: <i>horse, cat, diamond, glass, river</i> Abstract: <i>expression, intelligence, preference</i>
4. Places Business-related: <i>office, department, boardroom</i>	4. Places House and home: <i>curtain, bedroom, bathroom, kitchen</i> Countryside: <i>bay, hill, sea, forest</i>
5. Days of the week: <i>Not key</i>	5. Days of the week: <i>Saturday, Sunday</i>
6. States & qualities Business-related and positive: <i>growth, stability leadership, competence</i>	6. States & qualities Ethical questions/meaning of life: <i>death, life, war, peace, truth, age</i>
7. Dynamic public verbs <i>sell, manage, manufacture, deliver, confirm</i>	7. Personal and interpersonal private verbs <i>know, see, pray, feel, die, lie, marry</i>
8. Positive impersonal adjectives <i>new, best, successful, available, relevant</i>	8. Positive and negative personal adjectives <i>nice, lovely, beautiful, bloody, dead, dark</i>
9. Money Focus on money/finance: <i>cashflow, VAT, GDP, capital, earnings</i>	9. Money No/little mention of money/finance-only mentions: <i>quid and pound</i>
10. Activities Business-related: <i>investment, payment, development, production</i>	10. Activities Personal, family related: <i>birthday, Christmas, marriage, prayer</i>

商务世界和日常生活世界的词汇都可以归于 10 种共同的范畴，但同一范畴包含的词汇大不相同。例如，在机构这一范畴中，商务英语包括公司、产业、航空公司、电信等词汇，而日常生活英语包括的是教堂、军队、医院和市政会等词汇。这两类不同的词汇材料构建的世界泾渭分明。

3. 对社会功能视角的评价

对商务英语从社会功能变体的研究还不够多，深度上也有待发掘。但是从上面的论述中可以看出，商务英语具有英语社会功能变体的特征，具体体现在词汇、句子、语义层面。

当然，上面提到的研究是从一种静态、成品的角度来对待商务英语的，具有