

从“三论”角度来看商务外语的发展

王铭玉 天津外国语大学

摘要：随着我国经济改革和对外开放进程的加速发展，商务外语的重要作用愈加凸显。与之相适应，外语学界加大了对商务外语的研究力度，展开了一系列相关紧要问题的探讨。调查表明，虽然商务英语在我国教学领域已成气候，但就整个商务外语而言，亟待解决的难题还很多。从本体论来看，涉及商务外语生存的术语概念、学科地位、培养模式、理论体系、专业目录等问题还需进一步确定；从认识论来看，商务外语的理论构建尚需加强，它与符号学说、功能主义、建构主义等学说的关系还有进一步求证的空间；从方法论来看，在教学方法、教学关系、科学研究等方面还有进一步研讨的必要。商务外语是一个新兴的专业和学科方向，正确的引导和全方位的研究必将极大地促进这一新生事物的健康发展。

主题词：商务外语；本体论；认识论；方法论

中图分类号：H319.1

文献标识码：A

文章编号：1672-9382(2013)04-0004-07

作者简介：王铭玉，天津外国语大学语言符号应用传播研究中心教授，博士，博士生导师。研究方向：语言符号学、普通语言学、功能语言学和外语教学论。E-mail: mywang2@163.com。

我国的商务外语教学与研究兴起于20世纪末21世纪初的商务英语，目前，我国有近700所院校开设商务英语课程或专业方向（李静，2011：148）。另外，几所主要的经贸类院校和外语院校还相继招收了以国际商务英语为研究方向的硕士研究生，更值得一提的是，2012年起，商务英语的博士点开始试点招生（王立非、李琳，2011：14-18）。可以说，“商务英语”在我国已成气候。与此同时，近些年其他语种也陆续开设了商务外语课程，但其课程设置、教材编写、教学方法、师资队伍等方面还很不成熟。这样，我们不得不面临着如下之尴尬局面：一方面是商务英语“渐成气候”，一方

面是其他商务外语发展缓慢；更为突出的是，一方面商务外语在实践层面上多有进展，但在理论层面上却“迟滞不前”，极大地影响了其学科地位的树立。那么问题出在何处？如何科学地进行学科理论构建？怎样拓展该领域的科学研究工作？下面我们尝试从本体论、认识论和方法论角度作一分析，期望对推进商务外语的发展有所裨益。

1 从本体论角度看商务外语

所谓本体论指关于存在及其本质和规律的学说，主要探究世界的本原或基质。从本体论

角度看商务外语就是关照那些与商务外语“生存”攸关,而又未加确定的基本原则。这里涉及一些“议而未决”的问题,本文遵从开放性原则,“摆查”为主(主要以商务英语为例),目的在于引起“共鸣”。

1.1 关于术语概念

“商务外语”,顾名思义,是“商务”和“外语”两个概念的复合,具有双重的属性,但孰重孰轻是一个争议的问题。

首先,从认识路径来界定。一种是把商务英语当作English for specific purposes的一个分支来看待,另一种是从business discourse的视角来认识商务英语,把它看作英语在商务领域和活动中的使用(陈准民等,2006:5)。其次,从专门用途英语的角度进行类推。比如Jones & Alexander曾把商务英语称为English for business或English used in business contexts(转引自徐鲁亚,2005:82)。另外,有不少人从使用环境出发,把商务英语看作商务环境中应用的英语,产生了一种被大家所广为接受的Business English说法。

我们认为,商务外语已是一种客观存在,采用俗名、多名的方法,甚至无名的方法都会给这一事物的发展带来消极的影响,不妨从术语学角度把商务外语确定为一种复合概念,用Business Foreign Language(BFL)表示。

1.2 关于学科定位

商务外语要想登上“大雅之堂”,学科定位至关重要。目前,对商务外语的定位问题存在着四种疑问、四种认识和三种观点,它们直接影响着该学科的发展。

四种疑问:(1)我们培养的是懂商务的英语人才还是懂英语的商务人才?(2)我们需要的是具有商科背景的英语教师还是具有深厚英语功底的商科教师?(3)在教学中是用英语教商务还是以商务为内容教英语(徐鲁亚,2005:83)?(4)我们建设的是“英语商务”还是“商务英语”学科?

四种认识:(1)凡是在对外贸易中应用的英语都可以称之为商务英语;(2)商务英语实际上就是商务环境中应用的英语;(3)商务英语是语言学与管理学、经济学交叉学习应用的一种学科;(4)商务英语是涉及多门类、跨学科的交叉性综合体,是英语的一种重要功能变体,也是专门用途英语的一个重要分支(咸

修斌、唐文龙,2005:60)。

三种观点:第一种观点把商务英语归于英语语言文学门下,即以英语语言学和应用语言学理论为指导,以语言为依托,以掌握系统的语言知识和基本的商务知识为目标的英语语言学和经济学类学科有机结合的交叉学科,是英语语言学的一个重要功能变体;第二种观点把商务英语学科视为英语语言学和经济学类学科两者之间的有机结合,是二者相互交叉和融合的一门新兴学科,英语语言学、英语应用语言学和经济学、管理学类学科的有关理论都应该是该学科发展的理论基础;第三种观点是一种折中的观点,认为目前在意见不一的情况下,可暂时灵活考虑:既可以把它列在一级学科“经济学”门下,按“经济学—应用经济学—国际商务—国际商务英语”这一顺序把它列为其中的三级或四级学科;也可以把它列在一级学科“语言学”门下,按“语言学—英语语言学—专门用途英语—商务英语”这一顺序把它列为其中的三级或四级学科(咸修斌、唐文龙,2005:60;林添湖,2001:147)。与此相类似,王立非(2012:4-9)在谈到学科定位时,提到了三种分类观:第一种为语言学分类观,认为商务外语是以语言学为理论基础的,因此,将商务外语纳入应用语言学学科范畴;第二种为管理学分类观,认为商务外语以管理学为理论基础,商务外语属于工商管理学科范畴,主要研究重点是国际商务沟通;第三种为经济学分类观,即在一级学科层次与应用经济学相交叉,在二级学科层次,与国际商务、国际贸易或世界经济相交叉。

1.3 关于人才培养模式

目前,我国的商务英语教学大致有五种培养模式:(1)“商科或其他专业+少量商务英语课程”。这种模式主要以商科、英语语言文学或其他专业为主,加上少量的商务英语课程。(2)“商科或其他专业主修+商务英语辅修”。(3)“商务英语专业”。商科专业课程全部用英语授课,类似于英语国家的商科专业。(4)“商务英语主修+其他专业辅修”。(5)“双学位”。商务英语专业与其他专业的学位课程都修,拿两个学位。一般认为,采取第一和第二种模式培养出来的学生是懂英语的商务人才,第三和第四种模式培养出来的是懂商务的英语人才,而第五种模式培养出来的是既懂商务又懂英语的人才(陈准民等,2006:5)。

1.4 关于理论体系

从商务外语的发展阶段来看,目前正值理论体系建设时期。国内一些学者分别从不同的角度探索商务外语的理论基础、构建理论框架,尽管还没有取得同行的广泛认同,但也形成了几个值得研究的构想(曹德春,2012:10-15)。

一是以翁凤翔(2009)为代表的“商务英语学科理论体系构架”,由内部系统和外部系统构成,前者包括三个分系统:商务英语教育史、商务英语理论和商务英语翻译理论;外部系统也包括三个分系统:哲学思维、语言符号和社会文化。二是以林添湖(2010)为代表的“商务英语学科的逻辑体系”。它包括三个部分:逻辑起点、逻辑中介和逻辑终点。逻辑起点是国际商务学科与英语语言学科之间的交叉性;逻辑终点是学科人才培养的复合性;逻辑中介是商务英语学科的研究对象,即商务英语教学全过程的运动状况及其规律,具体细化为四个方面(商务英语教学的双主体、受体、客体和载体)和五个环节(需求分析、课程设置、教材选编、教学方法和教学测试)。三是以张佐成(2008)为代表的“商务英语话语研究体系”。它沿用“商务语言学”概念,把商务话语(比如电话、社交、演说、开会、谈判、信函写作、报告写作)作为研究重点,将研究范围细化为商务话语研究、商务行为研究以及人才培养研究。四是新近由曹德春(2011;2012)提出的“基于国际商务沟通的商务英语理论体系”,它以美国商务沟通理论为基础,并结合功能语言学的基本原理、二语习得的输出驱动假设、商务沟通自身的兼容属性,以及我国跨国并购、海外上市等高层次国际商务活动的现实需要而构建的,整个体系包括四个理论子系统:国际商务沟通理论、跨文化交际理论、国际商务理论和英语教育理论。其中国际商务沟通为核心理论,它将研究视野从现有的人际沟通层面,扩展到组织沟通和公共关系两个层面。

1.5 关于目录缺失

无论是专业建设,还是学科建设都讲究“名正言顺”。在我国,教育部颁布的大学本科专业目录和学科目录具有“法规”和“指南”性质,是指导高校发展的重要依据,甚至在某种程度上可以把它们视为“指挥棒”。从近些年来两次公布的本科专业目录来看,在第一次(1998年)公布的专业目录中并未正式提及

商务外语,只是在外国语言文学类中出现了以“050249S”为代码的商务英语字眼,但有两个限定条件:一是“经教育部批准同意设置的目录外专业名单”,二是尾码S表示在少数高校试点的目录外专业;在2012年正式公布的新一期本科专业目录中,虽然可喜地见到了商务英语的身影(商务英语的编外尾码S去掉了,代码变成了正式的“050262”)。但从最重要的学科目录分类来看,在语言学这个一级学科属下,无论是在二级学科(共10个)还是在三级学科(共77个)中都没有见到商务外语(或商务英语)这个字眼。“名不正,则言不顺”,商务外语的发展受到了政策上的制约,这是一个不能不思考的问题。

2 从认识论角度看商务外语

所谓认识论指探讨人类认识的本质、结构,认识与客观实在的关系;认识的前提和基础的学说,又称知识论。商务外语的产生是由现实需求激发而成的,因此它在实践层面的发展远远快于理论层面的发展。但随着学科需求的上升,商务外语的软肋越来越突出,它在理论支撑、学科基础、认识理据等方面显得苍白乏力。所以,从认识论出发来探讨商务外语的发展就是要从理论构建角度、从学理层面、从关系方面为商务外语寻找理论支撑力量,使商务外语摆脱纯应用的标记,达到理论与实践的有机统一,从而奠定学科的前提与基础。

2.1 符号学说与商务外语

符号学(semiotics)是一种具有认识论和方法论意义的科学,它与许多学科关系密切,对商务外语而言它具有重要的价值。

比如,符号学家莫里斯(C. Morris)认为世界由三个要素(符号、客观对象、人)组成,而它们彼此的关系又构成了符号世界的三个分支:语构学(syntactics——研究符号与符号的关系)、语义学(semantics——研究符号与对象的关系)和语用学(pragmatics——研究符号与人的关系)(王铭玉,2004:135)。如果我们把商务英语当作“专门用途英语”的一个分支来看待,它就和语用学直接关联;如果我们从“商务话语”的视角来认识商务英语,那么语用学和语构学的介入会对商务外语的构建起到应有的框架性作用。比如,商务外语中符号和解释者的关系较为微妙,为了达到特殊交际目

的, 会经常使用礼貌表达方式、委婉表达方式等, 充分发挥了语用学所具有的人对符号的“游戏作用”(李春林, 2007: 31)。

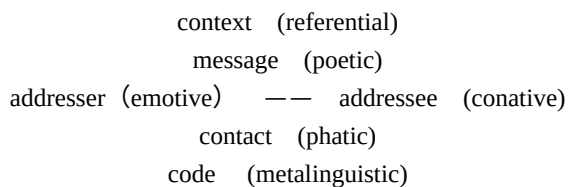
再如, 符号的标记性理论将语言符号的标记分为形式标记、分布标记和语义标记, 而商务外语恰恰表现出了很强的标记性。先看形式标记(formal marking), 即根据是否具有某种特定的外部特征或标记来描写和分析一对对立的语言成分。商务外语时常呈现用词的古朴化情形以示严谨, 如在商务合同和法律条文中, 常会使用前者替代后者: commence → begin; terminate → end; hereafter → from this time; hereby → as a result of this; therein → in that place。除此之外, 语态被动化也是形式标记的一个体现。它是指在商务合同、商务信件和法律文书中, 为了强调客观事实, 减少个人感情或意愿的影响, 经常使用被动语态。再看分布标记(distributional marking), 通常有标记项在分布范围上要比无标记项受限制。商务外语要求使用的商务类专业术语的国际化色彩明显, 所以经常碰到一些源于拉丁语或法语的国际词汇。例如: ad valorem duty 从价(关)税; agent ad litem 委托代理人; force majeure 不可抗力。而在语气方面, 由于商务英语基本都用于阐述、说明、解释等, 因此陈

述式使用频率很高, 而祈使句(表示要求和命令)和虚拟式(表示与事实相反的假设)使用较少。最后, 再来考察语义标记(semantic marking), 一般认为, 一个有标记词比无标记词在词义上更加具体。比如, 为了达到明确和具体的目的商务外语推崇简洁化, 一般较少使用修饰语: Free From Average (一切海损均不赔偿), Owner's risk (损失由货主承担); 经常用单词代替词组: Expedite 代替 hurry up; 在请示、拒绝、申辩以及商务广告等方面使用省略的表达方式: Ask for More (某香烟广告); Hope that you will finish the shipment of our Nov. Order (省略主语)。(李春林, 2007: 31)

2.2 功能主义与商务外语

功能主义(functionalism)指现代语言学界与形式主义相对的一种学术思潮, 它旨在通过语言在社会交际中应实现的功能来描写和解释各种语言现象。

美国语言学家雅各布森(R. Jakobson)在一篇题为《语言学与诗学》(1960年)的论文中提出了语言行为之六面及其六功能的模式(下图由本文作者综合而成, 括号外是六个面, 括号内为相应的六个功能):



由于商务外语关注交流对手、注重接触、高度使用专业用语, 所以功能体现非常明显。一是意动功能(conative function), 即商务谈判主方借助于语言对受话者施加影响并达到某种实际商务效果的功能; 二是寒暄功能(phatic function), 即为了建立和维持商务接触, 营造有利于己方氛围而进行交际应酬的功能。三是元语言功能(metalingual function), 即用语言去解释语言的功能, 商务外语的专业化很强, 无论是说服对方, 还是促成交易, 对元语言及其转换都有很高的要求。

系统功能语言学家韩礼德(M. A. K. Halliday)的语言功能观同样对商务外语的理论构建具有启示意义。韩礼德的主要思想包括两大方面: 语言功能和语境因素。前者分概念功能、人际功能和语篇功能; 后者分话语范

围、话语基调和话语方式。就语言功能而言, 商务外语除了完成基本的概念功能之外, 还特别注重人际功能和语篇功能的体现。因为人际功能(interpersonal function)反映语言中讲话者和受话者之间所建立和维持的一定的交际关系, 这恰是商务外语的主要功能; 而语篇功能(textual function)显示的是语言既上下连贯又符合语境需要的功能, 商务外语的特点之一就是语言的衔接和商务环境的匹配。就语境因素而言, 阐释商务外语的空间更大。首先, 话语范围(field of discourse)突出之处在于语言所描写的整个事件和讲话者有意图的活动, 而商务外语本身就是通过事件促成交易; 再则, 话语基调(tenor of discourse)通常分为个人基调(personal tenor)和功能基调(functional tenor)两大类, 商务外语就是要通过前者建立话语活动参加者的相互关系, 通

过后者传达讲话者的讲话意图。最后是话语方式(mode of discourse),随着科技的发展,商务活动话语交际的媒介和手段越来越多,它不仅包括口头的和书面的传统方式,还需要图文的、声像的、纸质的、电子的、当面的、异地的途径等,话语方式的作用愈发重要。

2.3 建构主义与商务外语

建构主义(constructivism)是学习理论中由行为主义发展到认知主义以后的结果,最早是由瑞士心理学家、认知发展领域内最有影响的专家皮亚杰(J. Piaget)提出来的,在20世纪80年代末90年代初开始受到学界的推崇。建构主义对商务外语的价值主要体现在教学理论与实践上,因为二者具有极大的契合性。一方面,建构主义可以为商务外语教学提供理想的理论指导,比如建构主义倡导的双主模式、真实情境、群体合作等思想正是商务外语教学所需要的;另一方面,商务外语也为建构主义学习理论提供了广阔的应用空间:多媒体手段辅助的商务外语和“自主学习”是协调的,商务外语对虚拟现实空间的开拓可以满足“情境学习”要求,而商务外语对网络信息平台的使用恰恰为“协作学习”提供了条件。

建构主义理论首先对商务外语的师生关系提出了要求。它提倡建立三种新型关系:

(1) 师生的“情境的共享有关系”——就是在课堂上要创设一种有利于商务交际活动的真实场景和相应氛围。(2) 师生的“会话的平等协作关系”——教师要放弃传统外语教学模式中高高在上的身份,切实地成为各种模拟商务仿真情境活动中的参与者。(3) 师生的“意义的共同建构关系”——教师要成为学生主动建构意义的帮助者、促进者,真正实现以学生为中心的商务外语教学模式。为此,建构主义式的商务外语教学对教师提出了新要求:教师要能够灵活地设计主题内容;教师要有更高的教学技巧;教师要利用多种复杂的策略去支持学生的个人理解;教师要有额外的合作学习和管理技能方面的能力。

3 从方法论角度看商务外语

所谓方法论是人们认识世界、改造世界的一般方法,主要解决“怎么办”的问题,即人们用什么样的方式、方法来观察事物和处理问题的学说。从方法论角度出发来探讨商务外语的发展主要关注教学方法、教学关系和科学研究

等问题。

3.1 关于教学方法

教学方法直接关系到教学效果,对商务外语而言,教学方法主要是由学科的专业性质决定的(参见朱玉清,2006:24-25)。

第一,商务外语教学属于“专业趋向教学”,即它已经不是一般的外语培训和基本的技能训练,而是“外语+专业”的“二合一”教学。因此,除了打好外语基本功这个大前提外,教师应注重轻重缓急,围绕“三个点”(“术语+常识+知识”)进行外语教学活动。第二,商务外语教学属于“案例应用”教学,即它已经不是传统的语言文学教学和知识性教学,而是透过案例进行的分析问题和解决问题式教学。商务活动实际是在处理一个个贸易“案件”,因此我们的商务外语教学应该在案例分析的过程中展开,在案例的设置上,主要是围绕国内外经济问题和经济现象、商务活动、典型企业(公司)等选定案例(葛新,2004:88)。第三,商务外语教学属于“情景对话”教学,即它已经不是习以为常的“讲台式”教学,而是“教学寓于情景,情景激活语言”的交际式教学。我们学习商务外语不仅要掌握从事商务交际活动所必需的技能,学会接听电话、洽谈、演示,以及书写信函、报告、备忘录等,还要掌握一些非语言因素,如交际策略、社会文化背景、交际双方关系等,这些因素也应在商务英语教学中得到重视(阮绩智,2005:29)。第四,商务外语教学属于“师生互动”教学,即它已经不是固有的教师“一言堂”式教学,而是基于建构主义理论之上的以学生为主体、以教师为主导的交流式教学。为此,可采用灵活多样的形式,如讨论会、模拟谈判、市场报告、产品演示等,给学生实际运用输入的语言知识和专业内容的机会,增加“互动交流”,从而真正实现“以学生为中心”的教学模式(阮绩智,2005:30)。

3.2 关于教学关系

商务外语教学不是一种孤立存在,而是具有跨学科工程的性质,其教学质量直接关系到商务外语的学科建设和人才培养模式问题,因此我们要注意把握以下四种关系(王玉平,2005:76)。

3.2.1 外语能力与商务知识以及实践技能的关系

商务外语首先需定位在外语,这是前提;

然后要看商务知识的含量,这是基础;最后要考查应用水平,这是条件。总体归纳起来,就是“外语能力+商务知识+实际技能”。外语能力通常指外语基本功,通过听说读写译等方面表现出来;商务知识是指有关商务贸易的基本理论知识,还包括相关的国际商务政策法规和惯例、金融、营销、会计、洽谈、电子商务、文秘等方面的知识;实际技能是一种综合素质的体现,包括翻译技能、交际洽谈技能、商务业务操作技能、电子商务技能,还有中外文文字处理及办公自动化技能等。

3.2.2 自主办学与合作办学的关系

自主办学是一个方向,但并不排斥合作办学,相反,对商务外语而言更需要校际合作的模式。商务外语可以说是语言学科和商务专业技能的结合,如果能够整合院校之间的教学资源,就能很好地解决商务外语教学中存在的困难。从课程设置来看,要做到按需设课,坚决避免因人设课的毛病,要通过合作办学的途径来解决学什么的问题;从师资方面看,商务外语教师需要具备扎实的语言技能、系统的商务知识和合适的教学方法,而这方面的人才匮乏难求。因此,要充分利用外语院校的语言教师和财经、经贸院校的专业教师,尤其要关注一些具有商务经历的海归人员,用其所长,通过内部培养、外部引进的方式来解决跟谁学的问题。

3.2.3 商务外语教学和双语教学的关系

在商务外语教学中,常常提及双语教学的问题。实际上,后者和前者既相关又相异:相关之处在于商务外语也要通过双语教学来学习商务知识,相异之处在于商务外语更主要是通过各种商务活动,或者是通过模拟各种商务活动来习得外语技能、走进商务领域。因此,在现实教学中要把握好场景与外语这两个重要手段去实现预计的教学目标。

3.2.4 市场适应性与学科完整性之间的关系

目前市场对商务外语人才的需求量较大,就业这个指挥棒经常驱使高校纯粹为了需求而培养。我们认为,高校可以满足社会的需要,但不能屈服于社会的欲望,我们培养的对象不仅是个产品,更重要的是个可持续性发展的特种人才。所以不仅要专业角度来设计专业技能的培养,还要从学科的角度不断地完善课程体系的方方面面,不能因为过于突出某一具体专业知识或技能而破坏学科的完整性。

3.3 关于科学研究

德国逻辑学家迈纳(A. Menne)认为科学

研究有七个要素:研究者、研究领域、方法总体、研究机构、物质手段、句法排列、历史背景。商务外语是一个重要的人才培养方向,但从长远角度看,它仅仅作为一个专业取向还不够,还必须要有自己的学科定位、必须要与科学研究联系起来才能“立足”,因此,上述七个要素对商务外语的发展至关重要。

(1) 研究者——学术队伍。

目前商务外语的师资队伍正在形成,但离学术队伍的形成还有较大的差距,需要加大学位层面上的培养和海外人才的引进力度。

(2) 研究领域——研究方向。

我们学术研究的重点不仅是建立一般的课程体系,而是在问题研究和多学科研究的基础上建立商务外语自己独立的科学的理论体系,所以研究方向应是基础的、多维的、利于学科发展的,除了在上文中谈到的一些学科理论视角外,还可以将语言学、交际学、批评分析、社会学、文化研究、历史学、新闻学、外交学、经济学、管理学等理论应用到商务外语研究中。

(3) 方法总体——研究策略。

商务外语需要建立起自己独具特色的方法体系,一是教学方法体系,包括教师教学法、学生学习之法、教材编写之法、测试学生之法、语言实践之法以及评教评学之法,二是研究方法体系,可以采用修辞分析法、话语分析法、民族方法学、语料库方法、批评分析法、交际媒介法、谈判研究法、多模态分析法、语用学方法等(Bargiela-Chiappini, 2009)。

(4) 研究机构——研究平台。

就全国而言,专门的商务外语研究中心、研究所、研究基地还很少,尚不能构成业内主力军,而零星的单打独斗是很难支撑一个学科的发展的。

(5) 物质手段——条件保障。

商务外语与传统的外语教育有所不同,前者更需要充足的物质条件,一是满足新兴学科的创建,二是提供更多的项目经费用于科研,三是专业的仿真性和直观性特点要求实验室的建设(比如商务实训室、电子商务室等)和现代化教学和网络设备的投入。

(6) 句法排列——成果体现。

任何一个学科有无地位不取决于暂时的人数多寡,要看核心竞争力如何,其中科研成果(比如书文奖项)是重要指标,以论文为例,目前有关商务外语的文章并不少,但统计

表明,基本的载体都是一些非主流刊物,中文社会科学索引(CSSCI)来源期刊的登载比率较低。调查发现,商务英语论文存在“四多两少”现象:从研究角度看,研究商务英语翻译的论文多,研究商务英语教学的论文多,运用语言学理论研究商务英语的论文少;从研究领域看,笼统地研究商务英语的论文多,研究英语广告的论文多,深入研究国际商务具体领域专门用途英语的论文少(叶兴国等,2011:58)。总之,大部分文章的科研价值不高,从而严重影响学科声誉。

(7) 历史背景——社会责任。

商务外语的出现是经济社会发展的必然,虽然学界对它还存有一些质疑,但它登上学科的殿堂是大势所趋,此时它应有担当精神,敢于争先进位,多做些奠基性工作,把人才培养和学术研究结合起来,履行社会赋予的神圣职责。

总之,商务外语是一个新兴的专业和学科方向,但目前的现状是需求推动着它的发展,从众心理支使着它的前行,而理论上的乏力却限制了它的发展速度,学科专业的不完备性又危及了它的存在前景。如何破除这一尴尬局面?我们尝试着从本体论、认识论和方法论角度谈了自己的一些不成熟的看法,欢迎批评指正。□

参考文献

- [1] Bargiela-Chiappini F. *The Handbook of Business Discourse*[M]. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
- [2] 曹德春. 跨学科构建商务英语理论体系的核心[J]. 中国外语, 2011(2).
- [3] 曹德春. 基于国际商务沟通的商务英语理论体系[J]. 中国外语, 2012(3).
- [4] 陈淮民、王关富、张佐成、邢建玉. 论商务英语的学科定位、研究对象和发展方向[J]. 中国外语, 2006(5).
- [5] 葛新. 商务英语素质教育的几点思考[J]. 沈阳教育学院学报, 2004(2).
- [6] 李春林. 商务英语的语用特征分析[J]. 长春大学学报, 2007(3).
- [7] 李静. 国内三所高校商务英语专业课程设置比较分析[J]. 重庆教育学院学报, 2011(4).
- [8] 林添湖. 试论商务英语学科的发展[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学学报), 2001(4).
- [9] 林添湖. 试论商务英语学科的逻辑体系[J]. 商务英语教学与研究, 2010(2).
- [10] 阮绩智. 大学商务英语课程目标及教学原则[J]. 外语界, 2005(3).
- [11] 王立非, 李琳. 商务外语的学科内涵与发展路径分析[J]. 外语界, 2011(6).
- [12] 王铭玉. 语言符号学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004.
- [13] 王玉平. 商务英语课程体系设计构想[J]. 辽宁师范大学学报, 2005(7).
- [14] 翁凤翔. 商务英语理论体系构架思考[J]. 中国外语, 2009(4).
- [15] 咸修斌, 唐文龙. 商务英语学科定位的新思考[J]. 高教探索, 2005(2).
- [16] 徐鲁亚. “商务英语”的学科定位与实践教学[J]. 民族教育研究, 2005(6).
- [17] 叶兴国. 中国商务英语研究: 现状与趋势[J]. 中国外语, 2011(2).
- [18] 张佐成. 商务英语话语[M]. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2005.
- [19] 朱玉清. 商务英语的特点及其教学原则[J]. 河北职业技术学院学报, 2006(3).

Business Foreign Language: Ontological, Epistemological and Methodological Approaches

Abstract: China's ever-quickenning pace of economic reform and opening up is increasingly foregrounding the importance of "Business Foreign Language" (BFL), some critical issues of which are now under intensified discussion. Relevant surveys reveal BFL as still problematic despite the fact that its predominant branch—"Business English" has gained much recognition in the area of foreign language teaching in China. From an ontological perspective, BFL, for its very existence, demands a clearer definition regarding terminology, disciplinary position, theoretical system, education model, and its entry into the Discipline Catalogue. From an epistemological perspective, BFL entails stronger theoretical confirmation especially in its relation to semiotics, functionalism and constructivism. And from a methodological perspective, BFL requires further studies in terms of teaching, research and teaching-learning relationship. As a burgeoning discipline, BFL calls for intensive and extensive studies based on an appropriate and efficient methodology.

Key Words: Business Foreign Language (BFL); ontology; epistemology; methodology