

【主持人语】(南昌理工学院副校长、教授翁凤翔)我国商务英语教育有许多商务英语学科的重大问题亟待澄清并加以解决,商务英语文体学研究便是其中之一。商务英语文体学是学科也是课程,在商务英语学理论体系中的位置举足轻重,在商务英语教育中不可或缺。鉴于此,我们邀请了几位商务英语专家撰写文章以飨读者。

戴桂玉的文章对商务英语文体学的定义做了准确描述,为商务英语文体学的研究范式提供了逻辑合理、学理清晰、科学可行的几套思路,并通过实例论证了该研究范式的可行性。该研究范式为商务英语文体学理论体系的构建提供了宝贵的资源。湛军论证了商务英语文体本质与研究的核心问题,对商务英语文体学定义做了独特的概括,通过对隐喻与委婉语的实例分析,阐述了商务英语语篇的文体特征,有理有据地论证了商务英语文体的发生过程是旨在实现信息输出预设效果最大化的编码过程,并对商务英语教学提出要求。该研究对商务英语文体学的理论建设具有启发意义。王立非通过实证研究对比分析了中美自贸协定文体特征。该研究的亮点是研究者通过测量中美自由贸易协定英文版的句法复杂度和语域特征找出了两类文本文体特征的异同。贸易协定文本的长句和复杂句及语域特征最能体现经贸法律文件严谨性的特点。该研究成果对经贸法律英语文体教学与研究有非常好的指导意义。翁凤翔的文章认为,文体是为实现特定交际目标的动态言语选择后所表现的有独特语言特征的静态语言形式。这种特有的语言形式具有特殊的语言功能,该功能通过语言选择和语言组合来体现。商务英语文体具有独特的“商性”特征,并有“纯商性”和“次商性”之分。该文还对商务英语文体学其他重要方面做了探讨,如商务英语文体学的属性及其功能、学科“基本问题”、研究对象等。这些方面的明确将为商务英语文体学理论体系的建立提供建设性思路。

本专栏的四篇文章从不同的视角对商务英语文体学的理论体系架构及其内涵做了富有成效的探讨,这对我国的商务英语文体学研究的教学具有很好的引领作用。

论商务英语文体

翁凤翔¹, 翁静乐²

(1. 南昌理工学院, 江西 南昌 330044; 2. 上海政法学院 语言文化学院, 上海 201701)

摘要:商务英语文体学在商务英语专业教学和学科理论体系中都是非常重要的内容。已有不少研究商务英语文体的文章发表,但将商务英语文体作为独立学科研究的成果比较少见。通过探讨商务英语文体学的一些重要概念和问题,进一步论证商务英语文体具有显著的“商性”特征,重点对商务英语文体学的学科属性、研究对象、学科“基本问题”等做了详细论证,对建立商务英语文体学提出了自己的观点,旨在为商务英语文体学的建立做些抛砖引玉的工作。

关键词:文体; 文体学; 商务英语文体学; 商务英语学科

中图分类号: H 043 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-895X(2024)01-0001-07

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.240115019

收稿日期: 2024-01-15

作者简介: 翁凤翔, 男, 教授。研究方向: 商务英语学、国际商务。E-mail: ukmusician2003@aliyun.com

通信作者: 翁静乐, 女, 讲师。研究方向: 商务英语学、国际金融。E-mail: judy.weng@yahoo.com

On Business English Stylistics

WENG Fengxiang¹, WENG Jingle²

(1. Nanchang Institute of Technology, Nanchang 330044, China; 2. School of Languages and Cultures, Shanghai University of Political Science and Law, Shanghai 201701, China)

Abstract: Business English stylistics is a very important component in Business English teaching and its theoretical system. Although a large number of articles on business English style have been published, few articles discussed its disciplinary features. This article makes a tentative study on some key concepts and issues of Business English Stylistics, arguing that Business English Stylistics is obviously characteristic of business nature. It then explores the detailed discipline attributes, research object and fundamental issues of Business English Stylistics. Further, the research suggests the ways to establish Business English Stylistics.

Keywords: style; stylistics; business English stylistics; business English discipline

任何外语教学都必然涉及文体教学与研究。商务英语自2007年开始试办,2012年获得教育部批准正式成为本科专业至今,商务英语文体一直是商务英语教学与学科研究中的重要内容。然而,笔者发现,虽然关于商务英语文体研究的成果不少,但将商务英语文体从学科层面加以研究的文章少有发现。商务英语学在我国已有比较深入的研究,其学科理论体系正逐步建立起来。因此,不管是为了丰富商务英语学的学科内涵,还是围绕商务英语文体的教学及其研究,商务英语文体学研究都是当代商务英语学术界的重要任务。本文旨在为商务英语文体学的建设提供一些不成熟的思路。

一、关于文体

探讨商务英语文体学,首先有必要明确以下几点:文体概念、文体类别、商务英语文体特征等。

(一) 文体概念

“文体”的英文是 style。古希腊的 Aristotle 有“style 即形式”之说,英国作家 Jonathan Swift 认为 style 是“在恰当的地方使用恰当的词”。

关于文体的含义,胡壮麟等列举了中外学者有代表性的观点:“秦秀白综观各家之言,归纳了一些:‘表达方式说’‘外衣说’‘行为方式说’‘选择说’‘社会情境制约说’。”^[1]刘世生等则罗列

了21种定义,包括 Gorgias 的“风格及修辞说”^[2]。张德禄等认为:“Style 可以指汉语中所称的文体,表示各种类型的文章的体裁,……在英语中,文体可以包含风格、语体和体裁。但无论文体作为风格、语体还是体裁,都表现出一个共同特点,即文体是统一性和特殊性的辩证统一体。”^[3]以上学者对文体都有很深的研究,尤其是张德禄在英语文体研究领域硕果累累。他们关于文体的观点具有代表性,不过主要是对普通英语文体的研究。

关于文体概念,我们还可以找到许多论述。笔者研究了各家观点后发现,文体主要涉及几个要素:言语选择、语境制约、交际目的制约、行业/专业特征显著。

文体是在语言的动态使用过程中产生的,它不是某一种语言固有的静态形式,而是在动态的语言使用过程中形成了惯有的使用形式。当这种形式在写作者、读者与文本之间产生共鸣,文本中这些与众不同的语言形式便成为该文本的固有特征。不同文体的话语体式 and 结构形式各具特征,这种固有特征就是一种文体。例如,网络语言文体就是在网络出现之后形成的文体。

由此看来,文体是为实现特定交际目标的动态言语选择所表现的有独特语言特征的静态语言形式。这种特有的语言形式具有特殊的语言功能。该功能通过言语选择和语言组合来体现。举例说明之。商务英语广告文体的交际目标是传递商品信息并通过

具有劝说功能的语言让广告受众对商品产生兴趣,进而购买商品。广告的语言选择根据不同产品和不同受众会有所不同。例如,同样是服装广告,针对成人和针对小孩的广告语言选择会不尽相同。这种语言的选择是动态的。但是,当这些各具特色的广告语言成为广告设计者心中惯有的思维方式,在这种思维下撰写的广告语言就表现为静态的广告文体。再如,文学文体的交际目标是通过文学作品传播作者的思想,实现寓教于乐的目标。作者通过艺术性手段进行文学作品语言编码。文学作品的内容来源于生活但又高于生活,其作品特征体现了“高于生活”的“艺术性”。换言之,“高于生活”的文学作品文体通过各种手段,如修辞、文学体裁等来实现其交际目的。正如商务英语文体的“商性”体现商务英语文体的特征,文学文体的“艺术性”体现文学文体的特征,艺术化的静态语言形式也体现出文学文体特征。

(二) 文体分类

提及文体类别,人们一般首先会想到文学文体,这是因为中外学者通常都研究文学类文本的文体,甚至有人把文学文体看作是“文体”的代名词。

文体分类中,文学无疑是一个单独而又重要的文体类别。但是,现实生活和工作中的各种非文学文本的文体与人们更加贴近,如商务文体在经济社会中与人们关系更加密切。

学者们对文体分类各抒己见。

秦秀白将文体分为两大类:实用文体和文学文体。他认为,常见的实用文体有广告文体、新闻报道文体、公文文体和科技文体。他同时将科技文体归为实用文体^[4]。

根据侯维瑞的观点,英语的功能文体分为:文学英语、广告英语、新闻英语、科技英语、法律英语^[5]。

刘宓庆将文体分为:新闻报刊文体、论述文体(指社会科学的论著、研究报告、文献资料以及报刊社论和评论等)、公文文体、描述及叙述文体、科技文体、应用文体等^[6]。

笔者认为将文体分为两大类比较可取:文学文体和实用文体。文学之外的任何语言文体基本都是写实的,是对客观现象的真实描述。因而,文学文体以外的文体可统一归为实用文体。

两大类文体各有自己的子文体:文学文体有小

说体、诗歌体、散文体、戏剧体等;实用文体的子文体更多,如商务文体、科技文体、应用文文体、新闻文体、广告文体、法律文体、政论文体、学术文体等。实用文体包括了诸多子文体,这些文体表现出独特的文体特征且有一个共同点,即具有很强的实用性,如组织机构的公务文本、法律文书、公司营销文本、公司管理文件、产品说明书等。这些文体的实用性帮助人们在工作、生活中进行有效沟通,解决某些实际问题。

二、商务英语文体

商务英语文体指的是具有“商”性特征的,在商务活动中为达到某种商务目的所使用的,用来交际和传递商务英语语言信息的独特文体。商务英语文体是长期在国际商务实践中积淀并逐步形成的产物,具有从内容到形式的文本整体风格特征。商务英语文体属于实用文体,其文体特征是客观反映现实,没有渲染和艺术化的语言(商务广告除外)。

商务英语是英语的一种功能变体,同法律英语、科技英语、文学英语一样,有着独特的文体特征。商务英语教学与研究涉及商务英语文体,认识到商务英语文体的重要性是商务英语教学与研究的关键。

商务英语文体的总体特征是其“商性”。商性与经济利益相关,涉及国家、组织、个人之间的经济往来和交易、为达成交易的过程管理以及其他国际商务活动。“商”的语言最能体现人与人之间交际的与众不同。交际过程中的语言是否得体,直接影响商务交际的效果和目的。

商务英语文体有纯商性和次商性之分。纯商性特征指的是直接与商务相关的方面,如谈判、广告、营销、销售、产品展览会等文本的特征;次商性指不是直接与客商交际过程中所使用的文本表现出来的文体特征,如公司内部管理文献、商务报告等。

商务英语文体通过商务英语语言表现出来。商务英语语言分正式和非正式两类。当然,有些商务英语语言的文体介于正式与非正式之间,这就需要人们熟知各种商务英语文本的文体。

三、商务英语文体学

商务英语文体学通常指一门学科或课程。商务

英语文体学内涵包括商务英语文体的各有关方面。本文只探讨商务英语文体学的学科理论问题。

犹如讨论商务英语文体需要明确文体内涵一样,探讨商务英语文体学需要明确文体学概念。关于文体学概念,学界有各种观点。

王佐良等认为“文体学是一门研究文体的学问”^[7]。换言之,“文体”是文体学的研究对象。

刘世生等认为:“文体学是用语言学方法研究文体风格的学问。就目前的发展情况看,文体学的研究范围大致包括语体学、文学文体学和理论文体学三个方面。”^[2]事实上,文体学还应包括对非文学文体的研究。

笔者认为:“文体学重视对‘语域’的研究。文体学语域的研究对包括商务语言在内的语言的变体有非常大的指导意义。……文体学不仅仅只研究文学文体,研究视野扩大到其他语言的变体:商务英语文体、科技文体等。”^[8]

Peter Verdonk 认为:“文体学关注语言风格的研究……因此,文体学,一门研究文体的学科,可以被定义为对语言中独特表达的分析,以及对其目的和效果的描述。”(Stylistics is concerned with the study of style in language... So stylistics, the study of style, can be defined as the analysis of distinctive expression in language and the description of its purpose and effect.)^[9]

张德禄等认为:“文体学是用语言学的方法来研究语言的文体的学问。”^[3]

可以看出,学者们的观点趋于一致:文体学是研究文体的科学,研究文体的构成、文体功能、文体效果等。由此看来,商务英语文体学是研究商务英语文体的科学(学问)。

商务英语文体学(Business English Stylistics)研究具有商性特征的英语语言符号有机组合的文体,研究英语语言在国际商务活动中的运用状况,探索商务英语语言手段的选择所产生的特定文体效应。它以语言学方法为主要工具,对国际商务英语文本体裁和口语范式及其教学做出描述和阐释。

商务英语学科理论体系中,商务英语文体学与商务英语语言学、商务英语语用学、商务英语话语分析等,皆是商务英语理论体系中的重要组成部分。商务英语文体特征鲜明,与普通的英语文体有明显差异。由此可见,作为研究商务英语文体的商务英语文体学有重要的学科意义,在商务英语学科

理论体系中有着特殊的地位。

(一) 商务英语文体学属性

学科属性指的是一门学科的本质特性及学科归属。商务英语文体学的学科归属取决于商务英语文体学的研究对象、研究内容及研究方法等。商务英语文体学源自文体学,换言之,是文体学衍生出来的交叉性、综合性边缘学科。商务英语文体学与语言学、批评学、修辞学有关系,但不属于这些学科,因为商务英语文体学的研究对象与这些学科的研究对象有所不同。

众所周知,汉语文体学归属在文学门类的一级学科中国语言文学之下。作为外语学科,商务英语文体学属于文学门类一级学科外国语言文学下的学科方向。商务英语文体学学科属性的明确能为商务英语文体学的进一步发展指明方向,也能为商务英语教学与研究提供理论依据。换言之,商务英语文体学能指导商务英语教学与研究,同时也能指导国际商务英语沟通。通过以下分析可知,商务英语文体学的各种功能和作用不可小觑。

(二) 商务英语文体学的功能

明确商务英语文体学功能对商务英语文体教学与研究及商务英语界的商务英语交际与文本制作有实际意义。商务英语文体学理论涉及商务英语文体的各种功能。作为一门独立的综合性边缘学科,商务英语文体学有其独特的功能,表现在以下几个方面。

1. 理论指导功能

根据认识论原理,认识对实践具有能动的反作用,正确的认识对实践有促进作用。科学理论是正确的认识,对实践有重大的指导作用。由此可知,商务英语文体学理论有助于人们对商务英语文体有正确的认识,并对商务英语文体实践具有指导作用。

商务英语文体学理论是在文体学发展过程中逐步衍生出来的实用文体学理论,它能满足商务英语教学与研究以及国际商务界在使用商务英语实践过程中的理论需求。

2. 教学指导功能

商务英语文体学为商务英语教学提供了语言文本分析路径。通过商务英语文体分析,能更好地剖析商务英语文体的商性特征。在区分各种商务英语

文体过程中,能有效地描述商务英语各种子语体的文体功能及其特征,有助于教师更有效地完成商务英语教学任务,让学生更深层次地认识商务英语文体,更深入地把握商务英语文本独特的语体结构,从而更有效地掌握文本内容。

3. 文体批评功能

商务英语文体学为商务英语文体批评和商务英语翻译批评提供了理论依据。商务英语文体学研究商务英语文体,回答“什么是商务英语文体”这个问题,解释商务英语文体的实质,探寻商务英语文体分析更有效的方法,阐释商务英语文体形式与内容的关系,求证商务英语文体的独特功能等。商务英语文体学的研究任务为商务英语批评铺垫了基础。商务英语批评的目的是通过研究、分析、区分商务英语文体与其他文体来体现商务英语文体的特殊功能及商务英语文体在语篇中的独特作用。例如:“This offer is subject to our final confirmation.”这句话,通过商务英语文体标记 subject to 充分体现了句子的商性和正式性。由此看来,商务英语文体学有批评功能,其理论可帮助人们对商务英语文本和商务英语翻译作出有理有据的批评。

4. 交际指导功能

商务英语文体学对跨文化商务交际有指导功能。商务交际者十分关注交际效果。国际商务交际过程体现出商务英语文体商性特征的语言选择与商务交际效果有直接关系。商务英语文体学的交际指导功能表现在提醒我们这样一个事实:若要获得最佳国际商务交际效果,必须重视不同的商务场合、语境中的语言文体及其文体标记的选择。不同语体的文体有所不同,有时甚至大不相同。体现文体风格的载体是具体的商务英语话语,话语选择的正确与否直接影响交际各方的交际目的。例如,与客户聊天可用随意的文体,而与客户进行商务谈判则用正式的文体。文体把握得当与否直接关系到商务交际效果。由此得知,商务英语文体学的理论思想对商务英语交际过程有十分重要的指导作用。

既然商务英语文体学研究商务英语文体,而文体又是在某一个交际领域有目的地使用某种语言的表现手段和表达方式的总体,那么,文体学的研究便与为了某种特定的目的而使用特殊语言手段来达到特定交际目标有关。这也充分说明了商务英语文

体学在跨文化商务交际中有促进和提高交际效果和效率的功能。恰当的商务英语文体信息可让信息接受者对交际产生浓烈的兴趣,并让信息接受者对文本的信息加深记忆痕迹。

5. 连接功能

商务英语文体学具有连接商务语言学和商务英语批评的功能。商务英语文体学重点研究商务人员怎样选择商务英语文体语言以达到预期的商务交际效果。商务语言学理论和方法充当分析商务英语的工具。研究者不限于采用某种特定的语言学模式,而是根据分析的实际需要,采用一种或多种恰当的语言学模式,旨在帮助进行商务英语批评,而不是旨在发展商务语言学理论,只关注与商务效果密切相关的语言特征。商务英语文体学研究者通常都将商务英语文本的阐释和语言描写有机地结合起来。他们一般会反复研究商务英语文本,企图找到与商务英语文本主题和商务效果有关的英语语言特征,之后运用适当的商务语言学工具对有关的商务英语语言结构进行分析研究,阐明其国际商务意义。在商务英语文体研究中,描写过程与阐释过程密不可分,被描写的是经过阅读阐释发现与商务蕴意相关的语言现象。另外,商务英语文体语言分析有助于突出或修正阐释的结果。由此可知,商务英语文体学涉及商务语言学和商务英语批评学,但并不属于商务语言学,也不属于商务英语批评学,它只是在这二者之间起到连接的桥梁作用。

(三) 商务英语文体学的研究对象

独立的学科有独特的研究对象。商务英语文体学的研究对象是商务英语文体现象,即商务英语文本的体裁、风格、语言特征等。

商务英语文体学研究的是能获得最佳效果的,具有商性的英语语言文体构成手段及其特殊作用,研究构成商务英语文体的语言手段在跨文化商务交际过程中的效果和效应。从商务英语文体学的这个特点来看,它比语言学、文学甚至修辞学的研究范围更大。任何为达到某种商务目的使用英语语言以获得突出、强调和清晰效果的手段,均是商务英语文体学所要研究的。

由于商务英语文体学具有特定的研究对象、原则和方法,且所研究的体裁现象与其他学科均不同。某些学科的研究虽然也涉及体裁,但通常只研究与

自己有关的体裁的某个方面。因此商务英语文体学的研究对象凸显其独特性和不可替代性。

商务英语文体学研究商务英语文体的特征、本质及其内在规律时会涉及其他学科,但它不属于那些学科。商务英语文体学逐步生成一个完整、独立的体系,有明确的研究对象。其他学科都难以取代商务英语文体学对商务英语体裁进行系统的、多维度的研究。商务英语文体学研究对象的不可替代性充分证明了商务英语文体学自成体系的学理依据。

(四)商务英语文体学的学科“基本问题”

1. 关于学科的“基本问题”

学科的“基本问题”是一门学科的核心问题,而非关于学科的一般问题。“基本问题”对学科理论的构成有直接的影响,决定了从什么角度去研究这门学科,也决定了该学科的研究对象,与学科理论有千丝万缕的联系。学科的基本问题与学科是否存在紧密相关。

一般来说,一门学科的“基本问题”是该学科的核心所在,具有“牵一发而动全身”的作用。学科的基本问题就像学科大厦的地基,与学科的理论体系内容血脉相融,它要回答该学科中关于某个特定的事物或现象的许多认识中最具根本性的问题。学科的基本问题与学科研究中的问题有密切的关系,具有“稳定性、不变性”特征,如哲学的基本问题是物质与意识的关系,而非其他二者之间的关系。一门学科的基本问题是该学科的源泉。人们对学科基本问题的认识差异会形成不同的学科流派。

王世忠认为:“学科的‘基本问题’具有针对‘基本构成要素’之间的‘联系性’的特征。学科的‘基本问题’,从本质上看,总是要求对特定事物或特定现象的‘基本构成要素之间的相互关系’进行理解和认识;也就是说,它总是从基本构成要素之间的‘相互关系’的角度来提出相应的有关认识问题。”^[10]换言之,一门学科的“基本问题”一般都是关于该学科核心内容某些要素之间的关系问题,如政治经济学的学科基本问题是“劳动力、资本、剩余价值”之间的关系问题,社会学的学科基本问题是“个人与社会”的关系问题,翻译学学科的基本问题是“原文、译文、译者、读者”之间的关系问题,等等。由此可知,商务英语文体学的基

本问题也是学科内涵某些方面的关系问题。

2. 商务英语学的“基本问题”

根据商务英语文体学的学科属性特征,商务英语文体学诸多问题中最具代表性的问题是商务英语文体形式与商务英语文体内容的关系问题,因此,这就是商务英语文体学的“基本问题”,因为研究商务英语文体,必然涉及商务英语文体的表现形式、蕴含的内容以及相互之间的关系。著名的文体学家王佐良教授很早就发现:“文体研究中的一个核心问题是形式与内容的关系问题”^[7]。

内容与形式是一对哲学范畴,具有辩证的、对立统一的关系。世界上的一切事物都具有内容与形式,都是内容与形式的辩证统一体。内容是构成事物内在诸要素的综合,而形式是指事物内在诸要素的组织、结构和表现形态。商务英语文体的形式与内容也是辩证的、对立统一的关系。商务英语文体的内容通过与众不同的商务英语文体形式来表现,而商务英语文体形式则通过商务英语文体语言形式和语言表达手段来体现。使用什么样的语言形式和语言手段来表达内容,是商务英语文体学构建过程中的关键问题,也是商务英语文体学研究的重点之一。

形式与内容是不可分割的,没有无形式的内容,也没有无内容的形式。内容与形式之间是相互作用的。内容决定形式,形式适合内容,形式与内容之间相互匹配。商务英语文体学总体上研究商务英语文体的表现形式及其作用与商务英语文体内容及其含义的关系。商务英语文体学的学科基本问题的确定,基于商务英语文体和体裁的研究基本上是围绕通过文体形式来表现文体内容以及涉及该文体形式和内容的各有关方面。商务英语文体是独立成篇的、承载商务信息内容的文本体裁/样式,是商务英语文本构成的规格和模式,是一种独特的文化现象,也是其历史内容长期积淀的产物。商务英语文体反映了文本从内容到形式的整体特征。

文本的文体和体裁是通过文本的语言形式表现出来的。商务英语文体形式与其内容是辩证统一的关系。文体的形式对文体蕴含的具体内容有直接的能动作用。换言之,商务英语文体形式对商务英语文体内容有制约作用,而商务英语文体内容反过来决定商务英语文体形式。商务英语文体形式依赖于内容,且随着内容的变化而变化。但是,商务英语文体的形式又有一定的独立性,对内容起反作用。

任何商务英语的文章、篇章、文本的文体都可以从形式和内容两个维度去研究。

3. 商务英语文体学基本问题和研究对象

商务英语文体学的学科基本问题与商务英语文体学的研究对象有关联。商务英语文体学学科的基本问题基于商务英语文体学的研究对象并决定了其研究对象。既然商务英语文体学的研究对象是商务英语文体现象,研究商务英语文体必须研究话语和语言手段的选择所表达的具体内容,同时研究商务英语文体信息如何通过这些手段和内容得以体现。商务英语文体形式的不同直接影响其文体内容。商务英语文体学研究的内容包括要回答人们关于商务英语文体学的形式与内容的认识问题。

商务英语文体的形式与内容的关系构成了商务英语文体学的“基本问题”,研究商务英语文体时必然会研究这一问题。如此,我们研究建立商务英语文体学的理论体系架构就有了明确的方向。

四、结语

目前研究商务英语文体学科理论的成果很少,这与商务英语学的发展和商务英语专业教学极不协调。因此,探讨建立商务英语文体学是我国商务英语界的重要任务。我们需要在研究商务英语文体的基础上,加大力度研究商务文体学的学科理论及其

理论体系构建,为建立商务英语文体学做好扎实的基础研究。

参考文献:

- [1] 胡壮麟,刘世生. 文体学研究在中国的进展[C]//王守元,郭鸿,苗兴伟. 文体学研究在中国的进展. 上海:上海外语教育出版社, 2004: 7-8.
- [2] 刘世生,朱瑞青. 文体学概论[M]. 北京:北京大学出版社, 2006.
- [3] 张德禄,贾晓庆,雷茜. 英语文体学重点问题研究[M]. 北京:外语教学与研究出版社, 2015.
- [4] 秦秀白. 文体学概论[M]. 2版. 长沙:湖南教育出版社, 1997.
- [5] 侯维瑞. 英语语体[M]. 上海:上海外语教育出版社, 1996.
- [6] 刘宓庆. 文体与翻译[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 2019.
- [7] 王佐良,丁往道. 英语文体学引论[M]. 北京:外语教学与研究出版社, 1987.
- [8] 翁凤翔. 商务英语研究[M]. 上海:上海交通大学出版社, 2009.
- [9] VERDONK P. Stylistics[M]. 上海:上海外语教育出版社, 2012.
- [10] 王世忠. 学校管理学学科基本问题研究[J]. 湖北教育学院学报, 2006, 23(9): 113-117; 120.

(责编:朱渭波)