

商务英语的语篇文体特征: 基于隐喻与委婉语的分析

湛军^{1,2}, 王迪²

(1. 上海海事大学 经管学院, 上海 201306; 2. 上海海事大学 外国语学院, 上海 201306)

摘要: 商务英语文体本质上是围绕信息输出实现预设交流效果的一个多层面处理过程。在全球经济变革的当下, 通过商务沟通与合作伙伴和客户建立长期友好关系比以往更为重要。商务英语的语言和文体特征, 主要是隐喻、委婉语和习语作为核心的比喻元素, 成为增强和丰富商务英语表达的重要方式。通过分析和论述商务英语文体本质、研究的核心问题以及商务英语语篇文体中的比喻元素, 探讨商务英语中比喻模式的使用及其作用, 揭示比喻模式通过词汇和语法的方式实现预设目标, 并说明其隐含意义, 据此阐述商务英语的语篇文体特征及教学要求。

关键词: 商务英语; 语篇文体; 文体本质; 核心问题; 隐喻、习语与委婉语

中图分类号: H 314.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-895X(2024)01-0025-06

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.240103004

Stylistic Features of Business English Discourse: Remarks Based on Metaphor and Euphemism Analysis

ZHAN Jun^{1,2}, WANG Di²

(1. School of Economics and Management, Shanghai Maritime University, Shanghai 201306, China; 2. College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai 201306, China)

Abstract: Business English style is essentially a multi-level process that focuses on expected information output to achieve preset communication effects. In the current era of worldwide economic revolution, it is more important than ever to establish long-term friendly relationships with partners and customers through business communication. The linguistic and stylistic features of business English, mainly in terms of metaphor, euphemism and idiom which are taken as the core figurative elements, have become an important way to enhance and enrich the expression of business English. This paper discusses the essence of business English style and the core issues in research, as well as the figurative elements in the discourse style of business English and business English teaching.

Keywords: Business English; discourse style; essence of style; core issues; metaphor and euphemism

收稿日期: 2024-01-23

基金项目: 2024年上海高校一流本科课程建设(沪教委高(2024)2号); 上海高校重点课程建设项目(沪教委高(2021)34号); 2022年上海海事大学“国家双万课程建设”项目(沪海大(2021)200号)前期成果

作者简介: 湛军, 男, 教授。研究方向: 企业管理、战略与创新、商务英语、翻译。E-mail: ucmt2023@126.com

商务英语话语最为关注的是跨文化商业运营和不同商业环境下沟通的准确性及有效性。商务英语文体对国际商务沟通与交流的质量起到不可忽视的重要作用,因而成为商务英语领域值得深入研究的重要课题。文体学(亦称风格学)是研究文本体裁的特征、本质及其规律,介于语言学、文艺学、美学、心理学等学科之间的综合性边缘学科。

文体学的归属在学界仍存在争议,概括起来主要有三种观点:(1)文体学是语言学的一个分支学科^[1-3]; (2)文体学是文艺学的一个组成部分^[4-7]; (3)文体学具有自己的独立性,绝非是某学科的附属,其研究范围极其广阔^[8-10]。学术界对文体学的定义及其内涵的理解存在不同观点:文体学属于综合性边缘学科,正处于发展、完善的阶段;文体学处于较高的学科层次,具有独立性、边缘性、综合性等性质;文体学是一门具有特定的研究对象、原则和方法的独立学科,其所研究的体裁现象,其他任何一门学科都无法囊括。

英国 A. 布洛克等人在《现代思潮辞典》中认为:作为语言学的一个分支,文体学研究在不同语境下使用语言(尤指文学语言)的特点,并试图确立能够说明个人及社会群体在使用他们的语言时所作的特定选择的原则。商务英语文体可以定义为:在跨文化国际商务交流领域,通过有目的的选择所产生的表现手段和表达方式的总体。文体特征一般体现在:文体手段多样化、语言的表达手段、语言的感情色彩、语言的美学功能、同一观点的多种同义表述方式。商务英语文体的目标与一般性的文体学目标别无二致,即:确定习惯(确定语言使用的习惯);引发评述(引发富有意义的评述);建立特点(建立语篇的独特性);导致理解(产生对语篇的理解)。

一、商务英语文体本质与研究的核心问题

商务英语文体是在历史上形成的,同时被整个商务行业(乃至全社会)所接受的完整体系。商务英语文体学是研究和探讨该语言体系的科学,是为了更加有效地表达思想,对选择和运用语言材料的原则进行研究的语言学的独立分支。商务英语文体研究的核心在于以下两个方面:(1)对如何遵循语言习惯、符合商务文化、立足商务知识、实现预设交流目标的规律进行分析与总结,也就是说,对

选择服务于语言交流目标的手段/方法应该遵循的原则/规律进行研究,研究目的旨在服务于交流目的(主要是语言交流);(2)商务英语文体表达的手段选择:采用按照语言规律、符合文化模式、基于商务专业知识的方式与途径,手段选择应该基于对来自多层面或多维度问题的考虑。一般而言,文体学的分析层次包括多个层面,即语法层面、词法层面、图形层面、音韵层面、语篇层面,商务英语文体亦是如此。

商务英语文体本质上是关乎信息输出的一个多层面处理过程。简单而言,文化元素嵌入商务活动进而产生商务文化;商务文化与商务知识嵌入商务文体的多层面并体现在对词法、句法、篇章(语篇)、音韵、图形的选择与处理上,进而对旨在进行有预设目标的商务沟通完成编码。这个编码过程就是文体研究需要探索的关键——编码服务于为实现预期目标的信息输出,因为编码影响解码。着眼于交流目的的商务英语文体问题研究框架见图1。

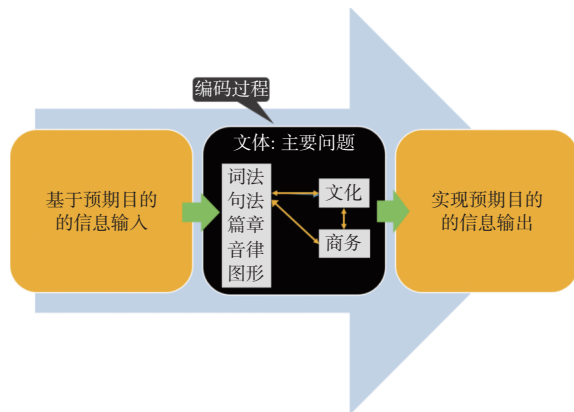


图1 着眼于交流目的的商务英语文体问题研究框架
Fig. 1 Research framework for problems in business English style for communicative purposes

二、商务英语语篇文体中的比喻元素

商务英语语篇文体对于国际商务沟通与交流的质量起着不可忽视的重要作用,作为文体研究的一个层面,它是商务英语领域需要深入研究和探索的一个重要问题。在全球商业层面,商业英语表达应该清晰、直接和明确,因为沟通时必须保证包括财务、技术、方法等方面的信息明确无误。然而,国际商务沟通,尤其是语篇层面,包含隐喻、习语、委婉语等比喻元素,而这些元素极易引起那些不熟悉其深层含义或文化意义的非母语商务人士的困惑,影响他们正确解读语篇文体试图传递的真正意图。

鉴于此,以下对商务英语的语篇文体中的比喻元素展开分析并论述语篇文体特征。

商务英语使用本领域的独特词汇,例如外贸、管理、市场营销、金融、会计等专业词汇。每一个商务专业领域都存在大量与日常使用和一般理解相去甚远的特定技术词汇。商务话语除了其专业性外,还经常使用取自文学作品或日常交流的委婉语、隐喻和习语,以便人们在脑海中对抽象现象和事件形成具体且鲜明的画面。正如 Chan 等所言:“商务英语包括一些人可能称之为日常英语的语言。所以,商务英语是一般日常英语、一般商务英语和专门用途英语的总称,它并不局限于只出现在某些特殊商业领域的单词或短语。”^[11]只要随意浏览一下精心设计的广告语言,就会发现各种各样的隐喻性语言充斥其中,如健康饮料使人更加强壮,大马力越野车使旅途出行更易于驾驭,新技术加持的手机更加有助于联通信息世界等等。同时,这些广告使用委婉的语言来降低信息的直接或可能的冒犯意味,甚至隐瞒真实情况。同样,商业书籍也从各种各样的文学作品中借用文化或历史典故等。

许多学者研究了商务英语语篇的语言学特点,并强调其在建立更好和持久的关系方面的重要性。商务英语特点的重要性和正确使用的必要性对商务活动的效率及成功与否具有直接的影响,因此成为学界一直重视的关键问题^[12]。众所周知,在一种文化中的表述所具有的说服力并不能保证在其他文化中具有同样的说服力,因此,成功的沟通在很大程度上取决于说话者在跨文化交流与互动问题上的能力。运用包括商务英语在内的英语语言文体功能的基本知识成为一种很好的工具,这有助于揭示在特定环境或特定文化背景下,人们表达想法和立场而采用的各种方式背后的原因。大量的研究已经证明,源于应用外语的语言和文体知识的习得可以帮助提高学习者的整体读写能力和沟通效率^[7-9,13-14]。

(一) 商务英语语篇中的隐喻和习语

隐喻是通过将一个事物与另一个事物进行比较来描述其特点的一种修辞手法。仔细研究文体学的术语隐喻,就会发现其核心含义和用法,这是一种美学和修辞手段,主要出现在诗歌和散文语言中。在任何类型的语篇中,隐喻和习语作为一种不使用 like, as, similar, alike, similar 等比较术语来表达两个实体之间比较关系的比喻性语言,被用来揭示更深层次的含义,传达复杂性,增加吸引力。

莎士比亚是一位著名的隐喻作家,他善于用隐喻来描述更抽象的概念,如生命、时间和宇宙。他的戏剧中有丰富的原创隐喻和习语,比如,他在戏剧 *As You Like It* (《皆大欢喜》) 中写下的著名台词寓意深刻并被广泛使用:

All the world's a stage,
And all the men and women merely players.
They have their exits and their entrances,
And one man in his time plays many parts,
His acts being seven ages.
整个世界是一个舞台,
所有的男男女女都只是演员。
他们有退场也有入场,
一个人一生扮演多个角色,
他的表演跨越了七个时代。

用“stage”(舞台)来比喻人生已经成为英语中常用的隐喻。用一个人所经历的“seven ages”(七个时代)来寓意:一个人在经历从生到死的整个过程中,本质上是一个在人生舞台上需要充当不同角色的演员。由于莎士比亚的盛名及其留下的文学遗产,“life stage”(人生舞台)成为一个富于寓意且使用广泛的习语,暗指每一个人必须因环境与时代要求不同而扮演不同的角色,颇有“人在江湖身不由己”的意味。在商务文化中,以具体的事例来表述抽象的概念不胜枚举。“time”“fortune”“success”“life and love”等词语在不同的语境中被赋予不同的内在涵义。具有隐含意义的“money”被用来表示“昂贵”“珍贵”,“fairy tale”被用来寓意“奇异”“虚构”“令人惊叹”。使用隐喻和习语来表达深刻的含义,不仅名人和诗人使用,普通人使用,同样在商务英语中也使用。

隐喻和习语在理解世界的基本概念方面起到重要作用,比如理解生与死、生命与爱、思想与社会等。认知语言学家认为:“隐喻虽然是令人愉快的修辞手段,但并不只是多余的,而是我们思维和概念化过程中不可或缺的属性。”^[15]因此,概念隐喻通过将世界上的具体概念(健康、疾病、人体、战争、体育、游戏、机器等)映射到抽象概念(情感、观念、政治、经济、时间、事件、人际关系、交流等)的目标领域,从而在两个领域之间建立联系。

大多数习语的意义都有大量系统的概念动机^[14]。由于大多数成语都基于概念隐喻和转喻,因此系统动机产生于源域和目标域之间获得的一系列“概念映射或对应”^[13]。因此,类似于隐喻的习语在我们

的日常言语中广泛使用,比如经常使用的短语“under the weather”意味着生病,“full of beans”表示活泼和精力充沛,而“幸福”的抽象概念被习惯地表达为“to be on the top of the world”。

隐喻和习语不仅在日常生活或文学领域被大量使用,而且在商业环境中也被使用。篇名为 *Keys to Success in Managing a Black Swan Event* (《成功管理黑天鹅事件的关键》) 的文章为这一点提供了具有说服力的证据^[16]。该文章的标题本身就表明了整个问题的隐喻本质,也证明了隐喻在商业语言中频繁出现的合理性。习语和隐喻的使用是为了使表达的信息更具关联性,也许是间接的,在某些情况下甚至或多或少是矛盾的^[12,14]。

每一种语言,甚至每一个社会交往的领域都属于各自的用语或习语,这些习语变化很大,往往会使整个话语系统更为丰富。在商务交流中,像“rat race”(激烈的竞争)和“red tape”(繁文缛节)这样的习语被大量专业人士和普通人所理解并使用,因为这些人熟知上述两个习语所隐含的真实意义:“The unpleasant situation in business and life in which people are always struggling to compete against each other for success”(在商业和生活中令人不愉快的情形——人类总是为争取成功而相互竞争);“official rules that seem complicated and unnecessary and prevent things to be done quickly and easily”(看起来复杂和不必要的那些官方规则,使该办的事情无法快捷有效地完成)^[14]。

(二) 隐喻将人类行为概念化

人类的动作或行为被认为是将隐喻和习语概念化的共同来源。通过总结经济过程和人类活动之间的相似之处,商业语篇通常采用一种直接的方式来传递信息,并通过暗示和推理传达我们理解中的预期效果。例如,短语“do an icebreaking”(打破僵局),旨在表明双方开始对话并与商业伙伴建立融洽关系的过程。再如,一些人类活动或程序被借用来表达经济交易或经济系统如何运作,例如“to breed”(培养、成长),“have an appetite”(感兴趣、有需求),“be welcomed up and down”(接受或排斥),“to bow to pressures”(屈服于压力)。人类的态度和行为可以作为商业交流中使用的抽象表达的认知分析的源域,即管理、金融、物流、营销和经济学。上述举例展示了谓语句组是如何传递隐喻意义的。

(三) 隐喻将商业困境比喻为健康问题

在有些情况下,人的身体状况,如健康或疾病,常被用来表示诸如经济状况或问题、适当或不适当的商业环境、合作伙伴的优势或劣势等抽象概念。例如:“Monitor and review the health of trading partners”(监测与审查贸易伙伴的状况是否正常);“What about environmental or ecological health?”(环境或生态的状况如何?);“New ideas are the lifeblood of Dyson”(新创意是戴森公司的命脉);“It was just a pain getting down here”(接下来的就是令人头疼的问题);“Just get through pain barrier, you'll see the end and be OK.”(只要突破这些困难的阻碍,你就会看到终点,没啥担心的)。这些话借助与健康有关的表述来喻指经济或商业的现状、问题、挑战等抽象概念,起到在商务交流中提高表达的生动性与形象化,达到信息表达易于理解的目的。

(四) 隐喻将商业竞争寓意为体育竞赛

一般来说,商业竞争和体育竞技被视为在过程的本质上具有可比性或相似性。从过程来看,商业环境被认为是“a playing field”(比赛场地),涉及比赛规则的比喻比比皆是。例如:比赛规则不完善被表达为“barred holds”(无规则);改变比赛规则被表达为“wrestling with measures”(破坏规则)等。如今,商业和体育之间的关系如此紧密地交织在一起,以至于体育活动被广泛地应用于诸如训练团队合作技能、通过学习足球规则来获取谈判成功等原本属于企业管理的活动中。例如:“No holds barred”,(没有限制或禁止,尤指在竞技比赛中,没有限制对手使用的技巧或动作,在比喻意义上,它表示没有任何限制或约束,尤其是在表达敌对行为或攻击的程度、性质等方面,对手采取特别无情或恶毒的方式);“Reverse innovation bandied around in boardrooms”(逆向创新在董事会中广为流传);“Environmentalists wrestled with measures of, and frameworks for, sustainability”(环保主义者为了可持续发展的措施和结构绞尽脑汁)。

(五) 隐喻将商业环境比喻为战场

商业环境经常被认为或理解为“battlefield”(战场)。在商业活动中,具体和抽象概念的转换是用来更生动地表达有关“negotiation”(谈判)

的活动。当想象一场战争时,战争就会与战役、战场、前线、士兵、武器等概念联系起来。从认知术语的角度来看,这些概念是源域(source domain),而目标域(target domain)包括市场份额、促销和广告政策、商业中应用的各种策略等商业术语或概念。例如,“In the international marketing battlefield”(在国际营销战场上),“There are a number of fronts on which we are competing”(我们在许多战线上与对手进行竞争)。

(六) 将抽象表述或具体表述加以概念化的习语

事实上,那些既在商务对话中也在日常交流中经常出现的短语、单词和字词组合,已经被广泛使用并受到普遍欢迎。它们是隐含在习惯用语中的隐喻短语,传递着各种具体或抽象的想法。例如,将“binary choices”(二元选择)称为“a two-way street”(双向道路),将无法集中注意力和不能广泛思考称为“tunnel vision”(隧道视野),将新兴行业和初创企业称为“infant industry”(婴儿行业)。此外,不少习惯用语来自源域概念,例如,“leadership styles”(领导风格)和“management”(管理)。这些习语基于目标域加以解码,已成为表达危机和冲突事件的通用方式。再如“black swan event”(黑天鹅事件,意喻不知晓并象征未知事件),“investment horizon”(投资周期,投资者把钱拿回来的预期时间),“ploy will succeed”(计谋得逞,通过欺骗某人获取优势的狡猾方式),等等。

(七) 商务语篇中的委婉语及其作用

在商务交际中,委婉语起着缓和或调解的作用,即以间接和温和的方式表达不同的意见、要求、需要、建议。通过使用委婉语,可以消除不情愿、不满、强迫或命令的语气。在商务话语中恰当地使用委婉语,可以在商业实体或客户之间建立良好的关系,可以营造富有成效的商业氛围,与客户建立持久的关系,从而建立忠实的客户群,实现互惠互利。因此,委婉语在商务英语语篇文体中的应用同样值得关注。

“委婉语”一词源于希腊语,原意是“出色的演讲”。它泛指用来避免传递不愉快或冒犯性的语义的单词或短语。“委婉语是说话人在日常交际中,在一定情况下所使用的一种含蓄的、间接的表达方式。”^[16]主要是用来用弱化或软化的词语代替令人不悦或过分直接的词语。委婉语的主要功能是使思

想和事实更温和、更温暖,听起来更令人愉快,以尽量减少言语的粗俗和直接程度。正如 Mirabela P. A.所说:“……委婉语意味着试图软化某些刺耳的东西。”^[17]在商务英语语篇中使用委婉语,有助于以积极的方式传达消极信息。下面的例子说明了公司活动中使用委婉表达,以避免冲突或负面影响^[15](举例的前部分为委婉化处理的表述,后部分括号中为真实寓意):(1)“I’m afraid that the company is going to have to restructure”我认为这个公司要结构调整(make employees redundant 解雇员工);(2)“Our CEO is leaving to pursue other opportunities”我们的CEO另谋高就(has resigned 辞职);(3)“We’re afraid that you are overqualified for this job”我认为您对于这份工作资历过高(too old 年龄偏大);(4)“We think that you have been economical with the truth on your application form”我们认为您在申请表中实情陈述不多(you have lied 您隐瞒实情);(5)“We think that your youth and enthusiasm would be better suited to another role”我们认为您的年轻和热情更适合另一个任务(inexperience 经验不足);(6)“We have experienced a lot of customer churn over the last year”去年我们流失了很多客户(complaints 客户抱怨与投诉)。

上述委婉表达的模糊和温和体现在动词结构中,如“重组”“追求”和“资质过高”的被动语态,也体现在其他表述中,如“经济的”“年轻和热情”或“大量客户流失”。如果管理者想要传达负面或坏消息,熟练地使用委婉语不可或缺。在商务活动中,选择寓意积极的短语,用令人愉快的语言、语调甚至肢体语言来传递信息实现预设目标至关重要。

在商务英语的语篇中使用委婉表达,目的是传达积极和模糊的想法。例如,“let someone go”表达的意思是“fire somebody”(解雇某人)。前者听起来很中性,能让人产生平静放松的情绪,而后者则会产生负面影响,甚至会引起过激反应。下面的例子是基于谓语和形容词名词短语,这些短语通过使用文学加工和模糊化处理的词语取代直接和强硬的词语来隐藏话语中不愉快的寓意。举例的前部分为委婉化处理的表述,后部分括号中为真实寓意:(1)“The department is thin on the ground”这个部门基础薄弱(There is an insufficient number of staff in the department 这个部门人手不足);(2)“We’ve got some real challenges”我们面临着一些

真正的挑战 (we are facing some real difficulties 我们正遭遇一些真正的困难); (3) “ They will be tough doors to knock on ” 他们将是很难敲开的门 (It will be hard to attract these customers back 很难再把这些客户吸引回来); (4) “ The chemical sector is a really complex set of customers ” 化工行业有着非常复杂的客户群体 (A group of difficult customers 一群难缠的客户); (5) “ You’ve really got to focus on in how we look after that sector next year ” 你必须把重点放在我们明年如何对待这个行业上 (Try harder 加倍努力) 。

三、讨论与结语

商务英语中语篇的隐喻和习语是修辞和表达诗意的手段,也是商业话语中用以表达批评、好战、自信和让步等含义的强大语言工具,而委婉语则用于促进合作伙伴关系,创造融洽氛围。商业交际中隐喻和习语的广泛使用,通过对人类活动、自然现象、健康问题、体育甚至战争的概念化,提供了对商业世界一些抽象概念的更深层次的理解。委婉语,作为一种强大的文体工具,具有文化内涵,巧妙地隐藏了话语的负面影响,并在沟通中带来互利。然而,对于商界人士来说,使用委婉语或带来风险,因为更坦率的态度或表达会让一些人更为喜欢。

如前所述,商务英语文体本质上是关乎信息输出的一个多层面处理过程,也就是基于预期目的的信息输入与和实现预期目的的信息输出,这是二者之间基于多层面影响相互交织而进行的编码过程,主要体现在对词法、句法、语篇、音韵、图形的选择与处理。语篇中的隐喻、习语以及委婉语作为核心的比喻元素本质上可以被视为经演化沉淀成为广为接受的语言习惯和文化,比喻元素在语言中的运用,实际上是使用者通过编码实现预期的交流目的。

掌握隐喻和习语有助于培养概念思维,能够帮助商务英语在内的语言学习者了解构成话语单元、确定语言元素的多方面语义和语用互连,进而提高他们的语言技能。大多数具有高水平语言能力的商务人士都能在跨文化商务交流中轻松地破译和自发地运用隐喻、习语以及委婉语,从而成功地传达他们的真实意图或情感。因此,商务英语教学需要揭示并强调上述比喻元素在商务语篇中的作用,帮助学生建立更深刻、微妙的语言感觉,使他们对语言形成有更系统、更深入、更有意义的理解。

参考文献:

- [1] 李龙植. 文体学与语言实践[J]. 语言教学与研究, 1981(2): 102 - 108; 119.
- [2] 哈特曼·斯托克. 语言与语言学词典[M]. 黄长著, 林书武, 卫志强, 译. 上海: 上海辞书出版社, 1981.
- [3] A. 布洛克, O. 斯塔列布拉斯. 枫丹娜现代思潮辞典[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 1988.
- [4] 金哲, 姚永抗, 陈燮君. 世界新学科总览[M]. 重庆: 重庆出版社, 1987.
- [5] 竹内敏雄. 美学百科词典[M]. 池学镇, 译. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 1987.
- [6] M. H. 阿伯拉姆. 简明外国文学词典[M]. 曾忠禄, 郑子红, 邓建标, 译. 长沙: 湖南人民出版社, 1987.
- [7] 罗吉·福勒. 现代西方文学批评术语词典[M]. 袁德成, 译. 成都: 四川人民出版社, 1987.
- [8] 勒内·韦勒克, 斯汀·沃伦. 文学理论[M]. 刘象愚, 邢培明, 陈圣生, 等译. 南京: 江苏教育出版社, 2005.
- [9] H. G. 威多森. 实用文体学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1999.
- [10] 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.
- [11] CHAN C S C, FRENDO E. New Ways in Teaching Business English [M]. Alexandria, Virginia: TESOL International Association, 2014.
- [12] PONOMARENKO E V, MALYUGA E. Business English and functional linguistics: teaching practical English in perfect harmony with theory [EB/OL]. [2023-12-10]. <https://www.researchgate.net/profile/ElenaMalyuga/publication>.
- [13] MARTIN J R. English Text: System and Structure [M]. Amsterdam: Benjamins, 1992.
- [14] WHITTAKER R, O'DONNELL M, MCCABE A. Language and Literacy: Functional Approaches [M]. New York: Continuum, 2006.
- [15] ALEKSANDROVA O V. Introduction to functional anglistics [EB/OL]. [2023-12-10]. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185001109>.
- [16] KOVÁCS É. On the use of metaphors in the language of business, finance and economics [EB/OL]. (2018-02-08)[2023-12-10]. <http://www.husse-esse.hu/wp-content/2007/08/husse-8-on-the-use-of-metaphors-in-the-language-of-business.doc>.
- [17] MIRABELLA P A. Doublespeak and euphemisms in business English [EB/OL]. (2018-03-23)[2023-12-10]. <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2010/n1/018>.

(责编: 朱渭波)