

英汉商务信函中人际意义 表述手段对比研究*

朱士昌

摘 要: 本文以商务信函为讨论的主要内容。通过对英汉商务信函中的人际意义表述手段进行对比研究,发现英汉商务信函中的人际意义表述手段方面的区别与语言之间存在着极为密切的联系,正如本斯坦(Bernstein, 1972)所言:语言影响着文化,同时也受文化的影响。语言符号和社会文化存在着相互体现的关系,同样,社会文化也必然反映于语言系统中,一种社会结构与人们在这一社会结构中所使用的语言方式存在着直接的相互关系,因此,可以这样认为,社会结构、社会文化与语言行为是一种相互依存而又相互制约的互动机制。

关键词: 商务信函基本特征; 人际功能; 词汇特征; 句法特征

中图分类号: H059 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2007)04-0059-06

一、商务信函的基本特征

商务信函的基本特征可以被扼要地描述为“7C原则”。

1. 完整(Completeness) 信函应完整表达所要表达的内容和意思,而要做到这一点,通常要把握住5W和1H:“Who”(何人)、“When”(何时)、“What”(何事)、“Where”(何地)、“Why”(何因)和“How”(方式)。

2. 正确(correctness) 商务信函中表达的用词、用语以及标点符号都应力求准确无误,这是因为信函中所涉及的内容往往是商务交往中双方的权利、义务、利害关系等事宜,稍有疏漏势必会造成不必要的麻烦甚至是经济方面的损失。

3. 清楚(Clearness) 商务信函应该做到用清晰而又明确的语言阐述写信人的意图,任何晦涩难懂或模棱两可的语言都应力求尽可能地避免。

4. 简洁(Conciseness) 商务信函的“简洁”应该在无损于“完整”和“正确”的前提下,用尽可能少的文字言简意赅地叙述所要表达的内容。

5. 具体(Concreteness) 商务信函的内容要具体明确,使阅读者一目了然。

6. 礼貌(Courtesy) 商务信函的语气要和缓、客气而得体,在语气上应尽可能积

* 本文得到上海市教委科研项目(03HS25)的资助。

极地展示出企业、公司的形象 and 个人的修养。

7. 体谅(Consideration) 商务信函应尽量避免使用大量的“we、I、our”等代词,而应该在适当的场合多用“you、your”等代词,因为这样能表明写信人处处为收信人的利益着想,有助于建立起良好的业务关系。

二、人 际 功 能

人际功能旨在研究人们在交际过程中所涉及的“身份、社会地位、年龄、性别”和“对所叙述的事件的态度、观点”等。人际功能使交际的参与者在一定的语境中来实现和完成表达见解、影响他人的观点或行为,从而履行其社会角色。根据埃金斯和斯莱德的观点,说话人(交际者)的角色关系主要反映在4个方面——地位关系、情感上的参与度、接触等。就“地位关系”而言,不同的文化中特定的角色关系中地位是不平等的。“情感上的参与度”则可以从交际互动的参与者的严重程度进行观察:即从不重要(遥远、互不相关)→有些重要(诸如“校友”或特定工作中的同事、商务活动中的客户)→很重要(情人、亲密朋友、家庭成员);此外,“情感的参与”也可以围绕“肯定”或否定、持久或短期等难度进行讨论。“接触”则主要指交际参与者之构建或已经存在的熟悉程度,它还可区分为“经常性的”或“间断性的”、“自愿的”或“不自愿的”等。不言而喻,交际参与者们之所以能结合到一起主要是为了完成某项实际的任务或把自己视为“社会人”来沟通和交流。

就交际者本身所担负的角色而言,人际功能又可区分为“社会角色”和“交际角色”。“社会角色”指的是交际的参与者在社会交往中履行各自的“社会角色”(警察与罪犯、老师和学生、医生与病人、军官与士兵)。这些社会角色的不同要求他们所选用的语言表达方式与各自所履行的“社会角色”尽可能地实现一致。“交际角色”则主要涉及人们在交际过程中所履行的交际功能——提供信息、说服他人、表达同情等。在现实生活中,人们所履行的“社会角色”并不是一成不变的,交际者所使用的语言形式会随着语境的变化而发生相应的变化。在某一特定的语境中,“社会角色”并不认为是主导因素,相反“交际角色”却起着支配性的功能,但这种角色的变化往往受社会交际过程中各种“情景参数”所制约,同时读者也可以从语言的使用中对“社会角色”的含义获得启迪。

通过对语言的观察和分析,人们不难发现人际意义包含了两个十分重要的概念——权势因素和同等关系。所谓“权势因素”,通常表明人们在交际过程中所表现出的等级差异往往决定语言交际的方式、词汇的选择和句式的确定,而“同等关系”则尤其强调处于相同(似)社会地位的交际者是如何运用语言来建立、维持其友好、和睦的关系。人际意义的表述的重要手段之一是“评价性机制”,因为“它带有很重的语义负荷”。“人际意义不应该仅仅以句子、篇章等语结构来区分层面,而应该以不同的互动形态来区分层面。”人际元功能关注的是篇章作者和篇章意图中的作者与读者之间的互动关系,即说话人用语言表达自己的态度,并影响读者的态度和行为。由此可见,人际意义的重要特征反映在两个方面:“互动”指话语(交际过程)中所有与作者和读者互动相关的方方面面;“态度”指话语(交际过程)中作者与读者对话语的(情感上的或批评性的)态度和评价有关的方面。

综上所述,本文主要分析的语场是商务信函;语旨为从事商贸活动的有关人员;语式则

为书面语。语境能决定语言的选择,相反语言也能构建语境的特征;同样基于上述的讨论,我们可以根据在特定语境中的英汉商务信函在人际意义的表达方面的手段进行预测及分析。

三、英汉商务信函中的人际意义表达手段

作为非常重要的非技术性写作之一,商务信函的写作目的具有多样性:“建立起商务关系、信用调查、介绍商品、订货、投诉、描述商品、订购等方面的基本特征。”值得提出的是虽然商务信函的写作主要涉及上述范畴,但在交际过程中人际意义依然是不容忽视的重要因素,因此有必要不断地调整写作技巧,以最大限度地达到交际的和谐。

1. 英语商务信函的词汇特征 词汇研究是语域分析中一个十分重要的方面,是词汇与语义场建立的基础。商务信函作为从事商务工作人员共同熟悉的信息载体,其中包括国际通用术语。此外,由于商务信函以文书代表言辞,可能涉及双方的权利、义务甚至利益的得失,这就要求商务信函用词格外慎重、通顺易懂、简明扼要。从笔者所收集商务信函来看英汉商务信函的词汇呈现出以下共同特征:(1)礼貌得体用语;(2)普通简洁词汇;(3)惯用术语词汇;(4)规劝性词汇;(5)专业性词汇;(6)缩略词与简称。

英语商务信函的词汇能够表示出肯定的含义,表示情态意义的副词、形容词或分词都可以被用来表示客气和礼貌的口吻。此外,英语商务信函也经常运用正式的词语来表示语气的正式程度。

2. 汉语商务信函的词汇特征 汉语商务信函的主要使用对象是国内的贸易机构、世界各地的华人商人。与英语商务信函相比,汉语商务信函的用语与行文都非常讲究端重,语气要求正式、礼貌和自谦。正是由于这些特征,汉语商务信函中运用词汇表示人际意义的手段也非常普遍。

首先,表现在信函的正文部分。汉语商务信函在称呼对象时使用尊称,对此交际双方必须遵守,一旦违反这些规律往往被人们认为是缺乏礼貌和涵养。按汉语的表达习惯,我们往往称对方为“令、贵、尊”等以表示尊称,而对自己则用“小、敝、愚、拙”等词以表示自谦。因此自己的公司往往被称之为“敝公司”,而对方的公司则被称为“贵公司”。但是应该值得指出的是,随着经济文化的发展以及人们之间交际的骤增,人们使用尊称和自谦的现象也发生了某些变化。例如现在用“你公司”来替代“贵公司”、“我公司”来替代“敝公司”的现象为越来越多的人所接受。其次在用词方面,汉语商务信函中经常出现一些文言词语或客套礼貌用语。在汉语商务信函中常用的这类词语有“收悉、承蒙、为盼、赐复、乞量、兹、谨、查收、请”等。

从上述的扼要分析中,我们不难看出,中西方文化方面的差异导致了不同的社会用语原则。在商务信函中,汉语的表达常常把表示礼貌和自谦联系在一起,而英语则并不如此。在语言的使用方面,英语的表达习惯中常常使用表示情态语气的语言手段:情态动词、形容词、副词、分词等,但汉语的表达手段并不相同,由于汉语不是通过词形的变化来表示诸如“时态、数”等的概念,汉语表示人际含义的手段则主要通过诸如“尊称”以及“自谦”的语言表达方式。

英汉商务信函在称呼语和结束语方面也反映出两种不同的语言在文化中的烙印。英语的称呼语一般由“Dear Sir”、“Dear Sir or Madame”、“Dear Mr./Ms.”等,

而以这种称呼语开头的信函中,其结语一般为“Yours truly”、“Truly yours”、“Sincerely yours”、“Yours sincerely”。由于称呼语中出现了“Dear Mr./Ms.”,连同对方的回复时的签名中获悉对方的姓名,这样显得简洁但又不失亲切和礼貌。还应指出的是英语商务信函中的结语比较简洁,常见的有“Best regards (Regards)”甚至“Cheers”等,但汉语的“称呼语”及“结束语”却往往由于语境的不同而产生很大的区别。在汉语商务信件中,在表达称呼语之后,作者往往要加上一定的“提称语”,即用来提高称谓的词语。对尊长用“尊签、赐签、钧签”等;对平辈则用“台签、大签、贞签”;对晚辈则用“青签、收签”等。正文后的祝颂语主要被用来表示作者对读者的“祝愿、孝敬、慰勉”,它们可以起到十分重要的礼仪作用。与称呼语一样,祝颂语也因信函的撰写者与读者之间的关系而定:对尊长用“敬请福安”、“敬请金安”、“敬请大安”、“恭请平安”;对平辈则运用下例的祝颂语:“顺颂时祺”、“此颂春安”(春天)、“即请年安”(过年时)、“敬颂时绥”等。对晚辈则采用“即颂刻好、顺问近好”,但不用“请”。

汉语商务信函中的署名也因受信人的不同而产生相应的变化,给老师写信,署名当然是“学生、弟子、受业”;对尊长,署名后应加上“叩上、敬稟、叩稟、拜上、敬启、肃上”;对平辈,署名后则需加上“敬白、谨启、敬上、拜启”等。由此可见,语言具有强烈的社会性,也就是说语言能够反映语言使用者的社会地位。同一件事,由于身份、社会地位等方面的差异也会导致使用不同语体意义的词语来表示。

3. 英汉商务信函的句法特征 句式也是语篇形式的十分重要的手段。广告文体较多采用祈使句,这是因为广告的功能之一是敦促人们去购买商品;科技文体中长句为多,这也是该文体的特点之一,其原因是科技英语在表达过程中尤为注重表达内容的逻辑性、严密性以及完整性。商务信函的句法特征正如 Ashley 曾经提及的那样:“在商务信函中,为了使商务信函更加显得礼貌而又得体,除了选用一些相应的语言以外,还应尽可能地使用被动语态和复合句,因为被动语态能使作者的请求显得更加亲和而容易被人接受;简短句则会给人以一种突兀的感觉,但复合句却能有效地缓和这种感觉。”我们的分析也证实了 Ashley 这种说法是恰如其分的。从句类和句型方面来观察,商务类信函中的句式及句型相对而言比较单一,主要句类为陈述句和祈使句,这是因为陈述句能更为有效地阐述相关事务,完成交际的目的。从句式上来看,多用复合句,也就是韩礼德所称之的“小句复合结构”。

英汉语的商务信函均以“小句复合结构”为主体,分别为71%和61%。小句复合结构的主要功能是围绕信函中所涉及的事务向读者传递态度方面的信息——表达“祝贺、希望、歉意”,这样的复合结构能达到双重目的,对读者表示的尊重和表达信息的明瞭。

(1)松散句与圆周句之间频繁交替使用。在用小句复合结构及其所阐述的内容时需考虑两个因素。其一是通常把新的信息放在小句的末尾,而另一因素则是指将小句中复杂和重要的部分放在小句的末尾,前者被称之为“末尾焦点”而后者被称之为“末尾重点”。这样的句式安排能够使语义的表达通过句式的安排逐渐形成“高潮”,从而使句子显得生动有力,这种表述的手段被称为“圆周句”。使用圆周句能够使读者在阅读的过程中产生一种期望。相反,“松散句”的特点是将句中的语义核心部分放在句首,而句子中的其余部份则是对其进一步的叙述、补充或说明。

在商务信函中较多地运用“松散句”,这样做主要是有利于对信息的陈述,便于作

者与读者之间的沟通。不管信函中包含的信息是“积极的”还是“消极的”，读者在小句的首尾获得这一信息时，迫切希望明白其中的原因，显然这与商务信函的主要功能是吻合的。

(2) 祈使句和条件句的使用。在商务信函中，英汉两种语言在表达“要求”时所用的语言手段是一致的——运用“please”(请)式的祈使句，这是因为祈使句能十分清楚地告诉读者该做什么或不该做什么，这就使交际简洁、有效而且显得彬彬有礼。但是就英汉商务信函在祈使句的使用方面来看，汉语使用得更为频繁些。此外，汉语的表达习惯常常在表示“请求”的愿望之后补充一些扼要的说明，这样一方面能使“要求”更加具体和明瞭，而且也容易使读者接受，这是因为作者显然充分考虑到了读者的“面子”。

在商务信函中条件句的使用能够表示出礼貌、委婉和与读者商洽的语气。条件句(通常是if条件小句)的运用使主句中所包含的信息具有了某种条件，这样也减弱了作者把某种观点强加于读者的意味，从而使提出来的建议听起来更具有试探性的含义。英语中条件句既可置于句首也可以置于句末，但汉语中则把祈使句放在句首为多。商务信函中肯定含义的句式会给读者一种热情、诚实、坦诚或体谅他人的感觉，容易令对方产生好感，同时也显得很有礼貌，相反，否定性的句子则容易使对方感到不快。

(3) 敬语与谦词的使用。汉语中使用大量的敬语和谦词，以表示对对方的尊重和礼貌，但英语却通过使用情态动词、情态意义的副词以及某些被动语态结构来表示。在英语商务信函中，作者常常利用时态的手段来表示礼貌，这种过去时并不是简单地表示过去的时间，而是作者利用一种探询的语气与读者进行商洽。因此把它称之为“态度过去时”。作者利用一般过去时表示现在的“请求、希望、建议”，产生了在时间距离方面的某种空间，这样做的目的实际是充分顾及了读者的“消极面子”，为逐步实现交际和谐留下了空间。正是由于这个原因，以“could、would、should”等情态动词与其他动词原形相结合构成的虚拟语气表示礼貌的请求成了英语信函的又一特征。

与英语表述所不同的是汉语的动词并没有时态方面的变化，但它利用汉语中特有的表达方式(兹、顿、届时)来传达时态之概念。而与表达礼貌请求、提出建议或表示愿望等相关的人际意义主要通过词汇的手段来实现，汉语中“敬请、烦请”等就表明了这一点。人们通过选择适当的动词、名词短语甚至句型结构来表达对读者的尊重和对自我的贬抑，这又是汉语表示人际关系意义的具体表征。与英语商务信函不同的是，汉语在表示相似交际功能时往往使用“附加疑问句”，如“烦请在今天下班前将最新的报盘传真于我好吗？”。这类句型在英语商务信函中出现的频率很低，因为在英语中人们更多使用的是祈使句和条件句。

四、结 语

综上所述，英汉两种语言在商务信函的词汇和句法方面具有很多相似之处，应该可以被描述语言的共核范畴。两种语言在相同的文体中表现出以下特点：措词及用语简洁明瞭、礼貌得体、目的性强；正式程度适中，就语体的分类来说应该属于“商洽文体”。但是，由于语言是文化的组成部分，同时又是文化的载体，对于同一种语体可以拥有不同的形式表达：遣词造句、构建篇章等。就人际意义的表达而言，英汉商务信函表示礼

貌的方式存在着许多不同之处:英语主要运用语法手段,而汉语则依靠词汇的选择来完成这一功能。因此,需要强调的是在撰写商务信函时,在交际的话题和任务都明确的前提下,所选的语言应该充分考虑文化的背景、民族的习惯,同时还应该充分选择语言与交际的话题、任务、交际者之间关系等方面的因素,使各种关系达到和谐,从而顺利实现商务交际活动。

(作者单位:上海应用技术学院)

参考文献:

- [1] Bander, R. G. 1978. American English Rhetoric. Holt, Rinehart and Winston.
- [2] Bernstein, B. 1972. Social Class, Language and Socialization in Language and Social Context. P. P. Giglioli ed Penguin Books.
- [3] Halliday, M. A. K. 1973 Exploration in the Functions of Language, London: Edward Arnold.
- [4] Halliday, M. A. K. and R. Hassan, 1976. Cohesion in English. Longman.
- [5] Halliday, M. A. K. 2004 An Introduction to Functional Grammar. 3rd edition, London: Edward Arnold.
- [6] Hymes, D. 1972. On Communicative Competence in Pride and Homes.
- [7] Jakobson, R. 1960. Closing Statement: linguistics and poetics in Sebeok.
- [8] Joos Martin 1967. The Five Clocks. New York: Harcourt, Brace and World.
- [9] Leech, G. N. 1983. Principles of Pragmatics. New York: Longman House.
- [10] Michael Hoey. 2001. Textual Interaction. London & New York: Routledge.
- [11] Quirk, R. et al. 1972. A Grammar of Contemporary English. London: Longman.
- [12] Robinson, W. P. 1972. Language and Social Behavior. Harmondsworth: Penguin Books.
- [13] Stern, H. H. 1983. Fundamental Concepts of Language Teaching. Oxford University Press.
- [14] Van Dijk, Teun A. 1997. Discourse as Interaction in Society in Discourse as Social Interaction Teun A. van Dijk ed. London: Sage Publications.
- [15] 李战子. 话语的人际意义研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2002.
- [16] 朱士昌. 情态值——社会人际关系的镜子[J]. 上海师范大学学报, 2002, (5).

敬告读者

为适应新的形势,更好地服务读者,编辑部决定从2008年起,将目前正度16开版本改为大度16开版本,并增加版面至每期80页,价格也作相应调整,每期为8元。扩版后本刊的特色保持不变,将保持严谨的学术内涵和朴实的编辑风格,注重国际贸易理论与应用研究,力求把握发展脉络,探寻发展趋势。

本刊编辑部