

语言服务视域下旅游景区外语服务研究

何江涛

(西安翻译学院, 陕西 西安 710105)

摘要: 伴随着我国文化旅游产业的迅速发展, 各旅游景区境外游客的数量不断增加。境外游客的到来使得景区的外语服务需求不断增加。本文在语言服务视域下对旅游景区外语服务展开探究, 首先分析了旅游景区外语服务的现状和意义, 之后具体讨论了当前旅游景区外语服务存在的问题, 最后提出了具体的外语服务策略, 希望为推动我国旅游景区外语服务工作的发展提供一些参考和建议。

关键词: 语言服务; 旅游景区; 外语服务

随着全球化进程的不断深化, 语言文字的功能正在强势发挥作用, 成为促进科技、经济、文化和社会发展的重要动力之一, 社会各领域对语言服务的需求也不断增强。在旅游业, 随着国际化业务的发展, 各个旅游景区的外语服务需求不断增加。随着我国一系列刺激旅游政策的提出, 各省每年都会接待数量庞大的来自不同国家的外国游客, 这也带来了对外语解说服务的需求。通过分析旅游景区的报道和数据, 我们可以发现当前各个景区在中文解说服务上做得比较到位, 但外语语音讲解服务则相对紧缺, 与当前各景点日益增长的国外旅游服务需求不相匹配。因此, 基于语言服务视角充分了解当前我国旅游景点在外语服务方面的需求, 并提出可行性的解决对策, 对提升我国的国际文化地位, 向世界传递中国的声音具有重要价值。

一、旅游景区的外语服务现状及意义

促进文化发展、推动文化创新是新时期我国发展的重要任务。而文化的对外传播工作对于文化发展和创新非常关键。文化体现了国家和民族的精神面貌, 表达着国家和民族深层次的精神追求, 是民族的繁衍不息、发展壮大的养分。我国丰富多彩的民族文化和历史悠久的传统文化为我国旅游业的发展提供了丰富的养分, 众多的文物古迹每年吸引着每年都吸引了大量的国内外游客前来参观。

互联网以及各类移动终端为外语服务提供了重要的基础支持。基于移动终端的智能外语解说平台成为旅游景区外语服务的重要组成部分, 各个景区都看到了信息化发展的潜力, 致力于打造智慧景区。游客通过扫描二维码或者租用景区解说设备就可以听到智能语言解说, 并可自行选择所听语言, 包括英、韩、日、法语等等。但整体来看, 景区的外语服务工作做得还不够。仍有大量外国游客得不到较为完善的语言服务。导致这一问题的原因有很多, 对外传播工作还做得远远不够。同时, 在传播渠道上, 对新媒体的运用也不充分。

旅游景区的外语服务不仅关系外国游客来中国旅游的体验, 同时影响着中华文化和中国故事的传播。旅游景点往往承载着丰富的中国传统文化, 具有较高的观赏和研究价值, 做好景区的外语服务可以让更多的游客了解和欣赏厚重的中国文化。因此, 我们有必要探究旅游景区外语服务不足的原因, 分析在新时代背景下如何做好景区外语服务和对外传播。

二、外语服务目前存在的主要问题

(一) 景区官方网站缺少外语导览信息

当前, 我国大部分旅游景区在景区内部指示牌中通常都设有中、英、法、日、韩语的简单介绍, 但我国景区的网站上基本只有中文介绍, 部分景点只会做一些简单的英语介绍。通常而言, 外国游客参观景点之前会上网查询景点旅游信息, 而景区网站缺少英文介绍就会直接影响外国游客的旅游决策。部分景区公众号

只提供了中英文两种语言服务。例如, 河南省龙门石窟只有中文网站, 水泉石窟和巩义石窟连网站都没有, 以至于很多游客根本就不知道后两个石窟。

(二) 外语语音解说服务语种单一

各地景区的外语服务水平参差不齐。北京、上海、深圳等一线城市外语服务水平相对较高, 其他地区则明显偏弱。同时, 外语基本只有英语, 还有少量的日语、法语, 其他语言服务则相对较少。仍以 5 A 景区龙门石窟为例, 龙门石窟公众号提供了有关景点的部分英文介绍, 但是景点导览、购票服务等都没有英文版本, 也未提供外语解说器服务。这就导致外国游客必须懂部分中文语言才方便购票, 或者需要专门的导游引导。在参观时, 外国游客扫描二维码找到英文画册, 之后还需要扫描每个洞窟的二维码才能听到或看到该洞窟的讲解。参观时由于景区人多、网络服务拥挤, 游客们扫描二维码也多有不便。

(三) 景区的外语解说信息和中文信息很不对等

我国各地景点蕴含着丰富的文化、历史、政治等内容, 深挖每个景点都可以找到深厚的历史渊源。但受到翻译水平的制约, 英语导览、旅游景点介绍中往往只呈现景点的基本信息, 缺少细致、全面的中文解说。因为中外文化差异很大, 外国人对我国的历史朝代、文化等缺乏了解, 并且不同语言在翻译时会存在细小的表达差异, 因此如何准确科学地将景点及其中承载的中华优秀传统文化介绍出去, 让外国人理解中国文化、理解景点所承载的文化价值和历史意义, 就显得尤为重要。

(四) 外语解说服务人员不足

当前国内很多旅游景区的解说员队伍不稳定, 兼职解说员比较多。在旅游旺季, 大学生以兼职、实习、志愿服务等方式参与到景点外语服务中。而专职解说员多是中文解说, 无法提供外语解说服务。解说员队伍不稳定就导致景区外语服务工作效率低。通常, 兼职大学生讲解员对景区了解有限, 对景点的文化内涵缺乏较为深刻的认识, 提供不了比较专业的解说, 再加上队伍不稳定, 因此管理部门在外语服务反馈方面难以获得准确的反馈信息, 不知道讲解员是否将景区准确介绍给外国游客。当前我国各景区尽管有不少外国游客, 但他们普遍通过旅行社或者找外语导游解决语言不便的问题, 影响中华文化的传播。

三、提升旅游景区外语服务的建议

做好外语服务, 旅游景区才能吸引更多外国游客, 促进我国经济、文化的国际合作与交流。景区要从“本土型”服务转向“开放化”服务, 树立国际视野, 深刻认识到外语服务的重要性, 认识到未来外语服务需求必然继续扩大的趋势, 提高景区的外语服务水平, 具体可以从以下四点入手。

(一) 外语译文和原文内容要尽可能对等

因为不同语言具有不同的语言表达特点, 因此如何保证翻译

的准确性非常重要。语言服务视域下,保证翻译服务的准确性时旅游景区外语服务的第一要务。美国翻译理论家奈达的“功能对等”理论,译文读者对译文的反应与原文读者对原文的反应应该做到基本一致,译者要尽量“在译语中用最贴近、最自然的对等语再现源语的信息,首先是意义上的对等,其次是风格上的对等”。因此在提供景点外语解说等服务时,要关注语言意义、风格上的对等。当前,我国景区的外语介绍相较中文介绍缺少很多信息,特别是在介绍富含中国特色文化的相关内容时,因为翻译能力不足或者担心翻译错误产生不良的文化宣传效果,经常会进行省略。对此,景区及相关政府部门要进一步强化相关翻译服务,聘请专家团队制作一份较为准确的翻译模板,对于一些专有名词进行专门研究,制作出专有名词翻译名录,为景区做外语服务提供参考。

(二) 要依托高校人才资源,搭建优秀的外语服务队伍

针对旅游景区外语服务人才短缺、解说员队伍不稳定等问题,景区及相关政府部门可联系当地高校,广泛动员高校师生参与景区外语服务,将之打造成高校的长期特色项目,让高校和景区结成长期合作关系。利用高校教师队伍对专有名词、特殊语句等进行研究,规范外语解说,强化对外语解说等服务的统一规范化管理。针对景区英语、日语、俄语、法语、汉语、德语等翻译服务发展不均衡的问题,动员高校广泛的外语专业学生,提升其他语言服务水平。

景区也可与高校合作培养一批通晓专业知识和外语知识的旅游服务业人才,不但可以为旅游景区语言环境营造提供技术支撑,同时也可以让大学生们充分利用自身的优势,为推动中国文化走向世界作出自己的贡献。藉由这一群人的主动推介,海外人士对中国文化有了更深层次的了解,也就是逐步减少了他们对于中国文化的敏感度,从而消除了他们之间的隔阂,从而推动了国际间的交流。

另外,景区和有关部门要加强对景区工作人员外语能力的培训,将提升外语服务能力作为景区服务升级的重点工作去抓,通过组织外语培训班、外语竞赛、编写外语景区常用语小册子等全方位提升景区工作人员的外语水平,为创建国际旅游名城提供了外语人才支持和人才储备。

(三) 借助智能化技术提供智能外语服务

智能化技术成为新时期旅游景区外语服务的重要助力。智能语言导览等服务使得游客全过程获得个性化、智能化的服务,优化外国游客的旅游体验。当前,旅游景区外语服务工作队伍不稳定的根本原因在于外国游客数量不固定。通常,旅游景区会配备少数几名外语服务人员,但由于数量少,因此需要游客提前预约。这种淡旺季外语服务供需差距大的问题可通过设置外语服务器进行解决。在外国游客来华旅游旺季,外语解说器是对解说员不足的有效补充;而当旅游淡季外语服务需求骤然骤降时,配置的外语服务器也不会给景区带来较高的成本。

安阳殷墟景区的成功经验也值得广大旅游景区借鉴。殷墟景区在公众号上配以中、英、日、韩四种外语的语音讲解,搭建了较为完善的公众号外语服务体系,满足了大多数外国游客的语言服务需求。当然,这种做法对于景区的资金、组织能力都提出了较大的考验,不少规模小的景区无法撬动充足的资金和其他资源建设如此完善的公众号外语服务体系。但这种成功经验仍然不失为一种有价值的思路。

此外,景区还要继续创新智能化外语服务,不断升级改造智能外语服务设备,创新智能化外语服务理念,依托现代智能化技

术打造全景服务,通过视觉、听觉、触觉等多途径、多模态的方式提供更具体验感的外语服务,帮助外国友人达成跨文化交际的目的。

(四) 关注语言服务过程中的文化传播

语言服务与文化传播是密不可分的。在语言服务视域下探究景区的外语服务工作,不仅要关注外语服务本身,同时还要关注外语服务过程中的文化传播,要将“讲好中国故事、传播好中国声音”与做好景区外语服务结合在一起,这也是当前我国各大景区加强外语服务工作的重要内容。当前,不少外国人对中国的认识还停留在20世纪,他们的主观认识和中国真实面貌存在着较大的反差。因此,旅游景区外语服务需要深刻把握传播规律,基于文化部门的引导做好外语服务工作中的文化传播,正确引导舆论。要在“要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局”的引领下,基于外国游客心理、信仰、文化背景、思维方式上的特点,用他们能够接受的方式进行语言服务,同时准确地将文化传播出去,将中国故事讲述生动,让外国游客客观正确地认识中国。

(五) 继续强化景区与外国游客的互动

旅游景区要继续完善外语宣传体系,从搭建外语网站、提供景区外语宣传册、制作景区导览图、提高外语旅游咨询、完善景区公交车站和出租车等提供的基础设施的外语标识等多样化的外语服务,形成更全面的外语服务体系,让外国游客在景区可以很方便地获得帮助,较深刻地认识和理解景区的人文内涵。此外,景区也可加强针对外国游客的旅游产品的设计与开发,以此刺激外语交流需求,提升外语服务水平。很多外国友人喜欢通过亲身参与的形式对景区加以认识和了解,因此景区要基于外国游客的旅游消费特点开发适合他们的旅游产品,让外国游客愿意参与到与景区的互动中,提升外国游客在景区交流表达的欲望。这不仅可以一定程度上提升旅游景区对外国游客的吸引力,亦能加强旅游文化的交流。

四、结语

伴随着中国特色社会主义进入新时代,随着“一带一路”等的建设,我国对外交流日益密切,旅游业也面向越来越多的外国游客。外语服务是旅游景区服务的重要组成部分,不仅影响外国游客对中国旅游的体验,同时也影响外国对中国的认识。因为,各旅游景区要做好外语服务工作,提高城市的品位,要突出文化特色,打造国际文化旅游目的地。为了将中国的旅游和文化名片宣传出去,我们应该树立国际化视野,借鉴国内外的先进经验和做法,借助移动终端等现代化科学技术优化旅游景区优质的外语服务,进一步提升我国的国际地位和外语服务层次。

参考文献:

- [1] 尤婧,孟祥杉.山西省旅游资源外语语言景观优化研究[J].文化创新比较研究,2024,8(01):114-120.
- [2] 张继红.旅游景区外语服务建设研究——以河南省景区为例[J].江苏外语教学研究,2021(03):57-59+52.
- [3] 李啸天.苏州园林语言服务现状调查研究[D].新疆师范大学,2021.
- [4] 石燕妮.旅游领域语言生活调查及语言规划研究[D].武汉大学,2021.
- [5] 高莉,赵德芳,李小玲.语言服务视域下的旅游景区外语使用现状调查研究——以海螺沟景区为例[C]//外语教育与翻译发展创新研究(10).四川民族学院外国语学院,2020:4.