新型城镇化视阈中衡阳旅游景点语言文字规范调查

李振中,李凌洲^①

(衡阳师范学院 文学院,湖南 衡阳 421001)

[摘要] 文章在新型城镇化视阈中探讨了衡阳旅游景点语言文字规范问题。主要内容是:衡阳旅游资源及旅游目的地特点;衡阳旅游景点语言文字规范及推广现状;衡阳旅游景点语言文字规范及推广的建议及对策。核心观点是:新型城镇化的核心和灵魂是人的城镇化,语言文字规范与否是新型城镇化进程中人的城镇化的重要外显标志。对当前我国正处于新型城镇化快速发展的关键时期具有时代意义和现实价值。

[关键词] 新型城镇化; 衡阳地区; 旅游景点; 语言文字; 规范化

[中图分类号] H141 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2016)05-0109-06

新型城镇化,是指资源节约、环境友好、经济高效、文化繁荣、社会和谐、城乡互促共进、大中小城市和小城镇协调发展的城镇化。有关新型城镇化问题学界关注度较多的领域主要在经济发展与新型城镇化的关系问题、三农问题、城市管理与地理学之间的张力等问题。而有关城市文化建设问题,尚未引起学界足够注意。特别是,新型城镇化进程中作为城市文化重要组成部分的语言文字规范问题在学界的关注度尤低。语言文字规范与否是衡量一个地区城镇化水平高低的重要指标,很有研究的必要。因此本文以此为选题对新型城镇化视阈中衡阳旅游景点语言文字规范问题进行调查。

一 衡阳旅游资源及旅游目的地特点分析

衡阳市是湖南第二大城市,也是人口大市,综合实力位居全省各市州第一方阵,辖五区(雁峰区、石鼓区、蒸湘区、珠晖区、南岳区)五县(衡东县、衡阳县、衡南县、衡山县、祁东县),代管两个县级市(耒阳市、常宁市),是湖南省域副中心城市,位于湖南省中南部。由于地处五岳之一南岳衡山的南部而称作衡阳;由于传说秋末冬初,大雁南归至此,必定歇翅驻留,所以雅名雁城。

衡阳市是中南地区重要工业重镇,国家级承接产业转移示范区,国家级加工贸易重点承接地。衡阳市现为全国现代物流枢纽城市,继2008年之后

次跻身中国城市信息化50强,成为湖南省唯一连续获此殊荣的城市,也是中南地区区域性物流中心。2013年以来,衡阳市城区面积逾128.68平方公里,城区常住户籍人口逾128.05万人,衡阳地区常住人口逾731.83万人。衡阳市濒临湘江,是湖南省及中南地区重要交通枢纽之一,多条重要公路、铁路干线在此交会,衡阳南岳机场也于2014年10月正式通航,交通条件更为便利。

衡阳地处湘南,境内遍布人文景观和自然景观。人文景观以石鼓书院为代表,自然景观以南岳衡山为代表。衡阳、长沙、张家界构成湖南旅游三大支撑点。2006年评为中国优秀旅游城市,之后,在中国最具吸引力的旅游城市评比中,其位列二十个最具吸引力的旅游城市之一。衡阳旅游资源丰富且全面,比如侧重人文景观的,有抗战及历史文化方面的旅游资源;侧重自然景观的,有生态休闲及观光方面的旅游资源。

(一)人文景观旅游资源

1、抗战文化旅游资源

抗战文化旅游资源,是指近代以来中国人民反抗外来侵略第一次取得完全胜利的抗日战争所留下的丰富旅游资源。分为两大类:一是以固化不可迁移物为表征的抗战文化遗址;二是以非固化可迁移物为表征的抗战文化遗产。抗战文化旅游资源可以

[收稿日期] 2016-05-27

[基金项目] 湖南省社科规划项目“传统聚落数字化保护技术”资助(编号14YBA050);湖南省工程实验室2013-2014年年度开放基金项目(编号:C1406);衡阳市社科基金项目(编号:2014D034)。

[作者简介] 李振中(1969-),男,湖南武冈人,衡阳师范学院文学院教授,博士。

^①湘南学院外国语学院学生。

使我们铭记历史、缅怀先烈、纪念胜利、珍爱和平,具有十分珍贵的历史、文化、艺术价值。因此,必须深度发掘、合理开发、有效保护、忠实传承、科学利用,使伟大的中国抗战史“浮上来”“活起来”,并转化成生动、鲜活的文化力量、教育力量、政治力量甚至经济力量^[1]。

衡阳在中国近现代抗战书写史上有其特有的值得大书特书的一页。这最为主要的有三点:一是衡阳保卫战,二是南岳衡山忠烈祠,三是南岳衡山游击干部训练班。堪称东方莫斯科保卫战的衡阳保卫战,以寡敌众、以少胜多,成为中国近现代抗战史上的经典战例。其拉锯作战时间之漫长,双方伤亡士兵之众多,战争惨烈程度之剧烈,可以与中国近现代抗战史上任何一场城市争夺战比肩。据日本的中日战史记载,这也是此前唯一的一次中国军队伤亡少于日本军队伤亡的战例。南岳忠烈祠,是建成时间最早的抗战纪念陵园。在中国抗战纪念陵园中,其规模最为庞大,气势最为恢宏。被列入国务院第一批八十处国家级抗战纪念遗址名录,同时也是爱国主义教育示范基地,全国重点文物保护单位。现存衡山南岳圣经学校见证了八年全面抗战时期中国国民党和中国共产党的合作抗日,国共两党曾经在这里合作创办过三期游击干部训练班。衡阳是全国所有城市中的第一座,同时也是全国所有城市中的唯一一座抗战纪念城。这些无疑是中国人民宝贵的历史财富和精神财富。这将在进行中国现代史教育和基本国情教育中发挥着不可替代的重要作用。

2、历史文化旅游资源

历史文化旅游资源,是以地域历史文化为内容,通过各种历史文化载体,以各种形式提供给旅游者消费的旅游资源。该旅游资源以其丰富的文化内涵、相当的发展规模和精深的人文底蕴独占鳌头,成为一种最具竞争力的优势旅游资源。历史文化旅游资源有物质文化和非物质文化遗产两种形态。

衡阳,是历史文化名城,地地道道,且蜚声中外。南岳衡山,是历史名山、宗教名山,国家5A级风景名胜。南岳衡山,在五岳中,独居江南,是中国长江以南地区甚至华南地区的宗教旅游中心。衡阳之地,历史悠久,人文兴旺,名人荟萃。比如这里诞生了蔡伦、刘巴、王船山、彭玉麟、夏明翰、罗荣桓、琼瑶、洛夫等古今发明家、思想家、军事家、革命家、作家。这里留下了大量历史文化遗存、革命历史纪念物和名人故居。主要有:石鼓书院、蔡侯祠与蔡伦墓、杜甫墓和杜甫祠及杜甫书院、王船山故居(败叶庐、观生居、湘西草堂)、禹王碑、西周铜佣钟、夏明

翰故居、罗荣桓故居、毛泽建烈士墓、欧阳海烈士墓、岳北农工会旧址、龙山文化遗址、商周文化遗址、春秋战国时期的青铜兵器等。这些都见证了衡阳所具有的深厚历史文化底蕴。

(二)自然景观旅游资源

1、生态休闲旅游资源

生态休闲旅游,是乡村旅游内涵的进一步丰富和发展,是发生在非城市区域的以乡村文化景观(农业生产及农村聚落)为主要依托的旅游活动。生态休闲旅游是21世纪新的旅游时尚。当前,该旅游资源的合理开发和蓬勃发展,既顺应了现代旅游业发展潮流,也适应旅游者的现实消费需求。

衡阳生态旅游资源丰富,较为典型的有:宝盖镇(衡南县)、东洲岛(雁峰区)、湘江生态风光带(衡阳市区)、温泉山庄和蔡伦竹海(耒阳市)、洙水风光带(衡东县)、天堂河漂流(常宁市)、雨母山林海(蒸湘区)等。衡阳休闲旅游资源也同样丰富,据统计,目前有11个五星级、50个四星级、27个三星级、11个二星级乡村休闲旅游服务区(点)。据调查,衡阳已经有五百多个乡村休闲旅游景点。大力发展生态休闲旅游成为衡阳今后的一个重要旅游增长点。该旅游增长方式所倡导的关爱自然、保护自然、利用自然、享受自然的主题,充分反映了现代旅游业的发展潮流和方向,正日益凸显出较强的生命力。

2、观光旅游资源

历来旅游的一项最基本的活动内容就是观光。观光的对象物有:风土人情、城市美景、人文古迹、风景名胜等。通过观光旅游,旅游者可实现多方面的需求和目的,比如异地购物的满足、现代化城市生活情趣的享受、大自然造化之美的鉴赏、心情的愉悦、性情的陶冶、见识的增长、眼界的开阔、常居环境的改变等。可以预见,在今后的一定时期内,在旅游市场中,这种基本的旅游方式还将占据一定份额。

衡阳拥有相当丰富的观光旅游资源。衡阳山水资源独特,有名山,有名水。名山除了有蜚声中外、五岳独秀的南岳衡山之外,还有回雁峰(雁峰区)、岫嵎峰(衡阳县)、雨母山(蒸湘区)、天堂山(常宁市)、岐山(衡南县)、四方山(衡东县)等。名水除了有湘江(流经衡阳市区)之外,还有红旗水库(祁东县)、天堂湖(常宁市)以及在衡阳地区汇入湘江的蒸水、洙水和耒水等。据调查,衡阳有18个A级景区:南岳衡山(南岳区)是5A级景区;蔡伦竹海(耒阳市)、罗荣桓故居(衡东县)是4A级景区;衡阳奇石文化博物馆、岫嵎峰国家森林公园、江口鸟洲、衡阳抗战纪念城、石鼓书院、陆家新屋(衡阳保卫战纪

纪念馆)、耒阳蔡伦纪念园、岐山旅游区、回雁峰旅游区、常宁印山文化旅游区是3A级景区;水口山工人运动陈列馆、耒阳市农耕文化博物馆、耒阳市汤泉旅游度假区、耒阳市党史陈列馆、衡山农民运动红色旅游景区是2A级景区。尤其值得一提的是,南岳衡山,风光绮丽,五岳独秀,宗教地位显赫,文化底蕴深厚,称之为宗教圣地,可谓名至实归。

二 衡阳旅游景点语言文字规范及推广现状分析

自2013年以来,衡阳市全面实施“南工北旅”战略,打造“旅游胜地”,建设国际旅游目的地,紧紧围绕做大旅游,做旺人气,做响品牌的发展思路,强化“一体两翼”,通过营销提高知名度、通过对接提高美誉度、通过活动提高影响力,实现旅游业规模、结构、质量、效益四个提升。据统计,2013年,衡阳市实现旅游综合收入221.2亿元,接待国内外游客3873万人次,同比增长25.49%和22.15%,旅游总收入占全市GDP的10%,旅游经济的总量与增幅稳居全省第一方阵^[2]。毫无疑问,随着旅游的更快发展,多元文化、多种语言将随之进一步交汇于此。随着文化交流的越发深入以及人员流动的越发频繁,作为旅游重要媒介的语言文字的地位将越来越突出和显赫。进一步大力规范语言文字,进一步大力推广普通话,已越来越成为强力推进和着力打造“大南岳衡山旅游经济圈”及“国际旅游目的地”的迫切需要。但据调查,目前衡阳旅游景点语言文字规范及推广现状存在两个亟待解决的问题。

(一)衡阳旅游景点语言文字工作亟待进一步规范

第一,衡阳城镇化水平在湖南省位于前列。2012年,湖南城镇化水平为46.65%,衡阳为47.90%,衡阳城镇化水平比全省高出1.25个百分点,居全省第5位。诺瑟姆曲线按照城镇化率分为3个阶段^[3]:10%~30%是初始阶段,30%~60%是加速阶段,60%以上是稳定阶段。衡阳恰好正处于城镇化加速阶段。

第二,衡阳的工业化进程明显加快。大量的就业岗位如磁吸铁一般吸纳农村富余劳动力往城镇转移,人口流动频率加快,城镇化进程大踏步推进。

第三,衡阳人口流动更为活跃。第6次人口普查的数据显示:衡阳流动人口占总人口的21.58%(154.23万),较之全国流动人口2.5亿(占全国总人口的17%),衡阳比全国要高出4.58个百分点。

第四,衡阳第三产业发展明显加快。衡阳自从被确定为国家服务业综合试点城市以来,第三产业

总量在不断扩大,增速在不断提高。2012年,衡阳第三产业增加值685.3亿元,增长13.5%,比全国、全省高出5.4、1.3个百分点。

第五,衡阳“四城同创”大力推进城镇化进程。为提升城市品位,衡阳市委、市政府提出要在2014年晋级全国交通管理模范城市,2015年成功创建全国卫生城市、全国园林城市,2017年问鼎“全国文明城市”。这将进一步完善城市功能、优化城市环境、优化配置城乡资源,增加就业人数,改善城乡居民生活,全面提升城市的吸纳能力和辐射能力,努力把衡阳建设成为经济繁荣、社会文明、环境优美、民生改善的宜居宜业宜旅城市^[4]。这是一方面。

另一方面:第一,衡阳属于少数民族散杂居地区。该市少数民族有三个与旅游景点语言规范紧密关联的主要特点^[5]:一是少数民族人口比例少,民族成份多;二是衡阳地处交通枢纽,少数民族流动人口多;三是“大分散、小集中”成为世居少数民族人口分布呈现的固有特点(衡阳12个县市区都有少数民族居住)。第二,衡阳属于方言比较复杂的地区。衡阳市区(雁峰区、石鼓区、蒸湘区、珠晖区)、衡阳县与衡南县的方言为正宗衡阳地方方言。衡阳人使用的方言,主要有湘语和赣语,耒阳话、常宁话属赣语区,其它属湘语区。其中祁东话属老湘语娄邵片,市区、衡南县、衡山县(包括南岳区)、衡东县属新湘语长益片。衡阳的方言虽五里不同音,但却十分平实,降调较多,另外,衡阳市区方言与西南官话较为接近。衡阳本地居民中,大部分普通话水平及使用率都不高。第三,衡阳不仅各地方言混杂,而且流动人口众多。衡阳是旅游胜地、宜居家园、文化名城、工业重镇,是湖湘文化、禅宗文化和农耕文化的重要发源地之一,吸引大量境内外游客每天来往衡阳。第四,衡阳第三产业蓬勃发展,新增旅游企业和游客量逐年递增。如果说,旅游企业、旅游景点、旅游景区存在语言文字尚需进一步规范的问题,那么,这四点当是直接导致问题的客观原因。因此,衡阳语委和衡阳旅游局要密切配合,协同相关部门对存在的问题限期整改,确保达到国家标准。整改的重点对象有三个:新增旅游企业、新增景区景点、新增酒店饭店;整改的重点内容有三个:各类旅游服务人员的用语、旅游服务用字、公共场所旅游指示。

(二)衡阳旅游景点语言文字工作亟待进一步国际化

《中华人民共和国国家通用语言文字法》于2001年正式颁布和实施,自此,语言文字规范工作的法律地位正式确立和奠定。这标志着语言文字规

范工作进入到一个新的阶段。据调查,目前,衡阳的语言文字工作取得了一定成效。这是多年不懈努力和细致工作的结果。政府主导、条块结合、齐抓共管的语言文字工作机制已初步建立,语言文字规范意识在广大干部群众中已明显强化,语言文字规范的良好环境已基本形成。各行各业的服务用语和工作用语已基本采用普通话。在城市语言生活中,规范汉字和普通话的主体地位已基本确立。2009年4月,衡阳市通过二类城市语言文字工作评估。2014年11月,衡东县通过三类城市语言文字工作评估,这是衡阳市第一家通过评估的三类城市^[6]。

但是,从调查的情况来看,相对于打造“大南岳衡山旅游经济圈”和建设“国际旅游目的地”的发展目标来讲,在规范化和国际化方面,衡阳的语言文字工作可以说是任重而道远。作为重要的对外贸易窗口,衡阳规范外语外文和汉语汉字的语言文字工作同样重要。随着国家城市语言文字工作分类评估的有序开展和城乡旅游业的蓬勃发展,在进一步提高语言文字规范意识,进一步养成在公众场合和正式场合说普通话、用规范字等良好习惯方面,衡阳旅游从业人员该首当其冲;在进一步做好学习、宣传、贯彻、实施《国家通用语言文字法》等工作方面,衡阳旅游局和旅游行业当责无旁贷;在进一步严格规范和使用现代汉字(比如旅游广告用字、服务指南用字、指示标牌用字、宣传品用字)等方面,衡阳旅游管理部门和与旅游相关企业应义无反顾。当前,衡阳旅游国际化程度在进一步提升,与之相匹配,在旅游宣传中需要将汉字(包括汉语拼音)和外文配合使用。但前提是,必须坚持“三原则、一符合”。“三原则”:一是有主有辅,主辅相宜。即以现代规范汉字为主,以现代规范外文或现代汉语拼音为辅。二是有大有小,大小相配。即现代规范汉字字体要大,现代规范外文要小。三是有上有下,上下相合。即现代规范汉字应当居于现代汉语拼音上方。“一符合”:现代汉语拼音必须依据国家颁布的《汉语拼音正词法基本规则》,必须符合国家标准。

三 衡阳旅游景点语言文字规范及推广的建议及对策

(一) 强化衡阳旅游景点语言文字的规范化工作

目前,衡阳旅游基础设施方兴未艾,衡阳旅游公共事业蓬勃发展。在建旅游景点景区,新建旅游亭台馆所,如雨后春笋般涌现。诸如此类的公共服务设施或服务行业,牵涉人员多,涵盖范围广。这势必

导致语言文字规划工作的难度加大。因此,要将衡阳旅游景点语言文字规范及推广工作强力推进,必须先遵循“循序渐进、由点及面”的原则。在这一原则的指导下,还必须做到两个“相结合”:

第一,将衡阳旅游景点语言文字规范及推广工作与衡阳作为全国首批服务业综合改革试点区的建设工作相结合。从规范面及推广面来讲,在衡阳地区的县市区乡镇街村组将国家语言文字的方针、政策、法律、法规广为宣传,务必做到家喻户晓。从规范及推广媒介来讲,大凡可以依托会议、媒体、影视、广播、网络、微信、QQ等传统或新兴媒介,将《国家通用语言文字法》和国家语言文字规范标准广泛宣传,务必做到人人皆知。从规范及推广软实力来讲,一是强化旅游景点语言文字规范工作的重视程度;二是强化衡阳这一全国首批服务业综合改革试点区的文化内涵。以此提升衡阳作为湖南次中心城市的综合服务功能。

第二,将衡阳旅游景点语言文字规范及推广工作与衡阳新型城镇化建设和新农村建设的工作成效和质量相结合。从规范及推广主体来讲,要提升旅游景点的内涵意识和品味意识,要提升旅游景点的服务质量,势必千方百计对旅游从业人员进行语言文字规范化方面的有效培训和严格考核。以此提升衡阳地区县市区乡镇街村组旅游从业人员在语言文字规范方面的综合素质。从规范及推广客体来讲,一是要将旅游景点的外显标识规范管理,统一着装,比如提示牌、标语、广告、招牌、名称牌等;二是将旅游景点语言文字规范工作进一步强化,势必进一步改善和优化旅游的关键“铁三角”。关键“铁三角”:一是文化实力和文化张力;二是人文环境和自然环境;三是人文景观和生态景观。以此来提升衡阳新型城镇化建设和新农村建设的工作成效和质量。

(二) 提升衡阳旅游景点从业人员的语言文字规范素质

国家规定,六类人员必须通过相应等级的普通话考证:第一,播音与主持艺术、师范等与口语表达密切相关专业的学生;第二,旅游、商业、邮电、公交等窗口行业从业人员;第三,国家工作人员;第四,电视台、广播电台的节目主持和播音人员,话剧影视演员;第五,申请教师资格证的人员和教师;第六,行业主管部门规定的其他应接受测试的人员。从广义来看,衡阳的旅游目的地不仅包括侧重人文景观的抗战及历史文化旅游资源,以及侧重自然景观的生态休闲及观光旅游资源,而且还包括与旅游紧密关联的交通工具、摊位摊点、饭店旅馆等场所。这些场所

的旅游从业人员具有5个主要特点:一是量大;二是与旅游的关系直接或间接;三是文化程度普遍不高;四是规范和推广语言文字意识不强;五是流动性强。以第4个特点最为关键。此外,还有居民普遍更乐意使用衡阳方言或其他民族语言(相对少数民族而言),或者说,在居民群体中普通话使用率不高。这一点在衡阳地区县市区乡镇街村组尤其突出。基于此,想方设法提升衡阳旅游景点从业人员的语言文字规范素质,就显得极为紧迫。以此树立衡阳良好的旅游形象,提升衡阳旅游从业人员的整体服务水平,提升衡阳的旅游品质^[7]。

(三)拓宽衡阳旅游景点其他语言文字资源的规范面及推广面

随着衡阳对外贸易、旅游经济以及全球化、国际化信息技术的迅猛发展,衡阳旅游景点的语言文字规范和推广就不再只是衡阳旅游目的地的事情,就不再只拘囿于衡阳旅游有形市场。换言之,规范与推广的领域还需要进一步拓展至其他语言文字资源。所言其他旅游语言文字资源,其涵盖面较为宏富,但最基本的包括中国境内四种大众传播媒体上的语言文字资源,即电信媒体、网络媒体、有声媒体、平面媒体上的旅游语言文字资源。具体是:电信媒体支持服务的微博、彩信、短信等;网络媒体支持服务的图像、录音、文稿等;有声媒体支持服务的电子图书的图像、录音、文稿及广播、电影、电视、录音带、宣传片、光盘等;平面媒体支持服务的报纸、杂志、图书文稿及相关通讯社电讯稿。只有对其他旅游语言文字资源积极利用、有效利用,加之以更为国际化、多元化的规范与推广途径或方式,才能实现衡阳旅游景点的有效营销,也只有这样,才能使衡阳旅游景点的服务质量更高、服务面向更广、服务软实力更强。

(四)增强衡阳旅游从业人员的跨文化交际能力

信息发出者和信息接收者之间进行交际,只要两者之间的文化背景不同,不管交际的目的达成与否,就算是跨文化交际。跨文化交际的有效实现,其前提是交际双方要具备跨文化交际能力。跨文化交际能力,是指在特定语境中,不同文化背景的交际双方实现有效而得体交际应该具备的能力(比如技能、意识、学识等)^[8]。在跨文化交际中,技能、意识、学识等均需通过语言文字来表现。旅游从业人员与旅游经营者建立劳动关系、为旅游者提供一切旅游服务。旅游交往过程和旅游互动过程构成旅游过程的全部内容。旅游过程的主体由旅游从业人

员、旅游经营者二者充任,旅游过程的客体由游客充任。在旅游过程中,不仅旅游从业人员有义务满足游客的语言文字信息需求,而且旅游景点经营者有义务为中外游客提供有质有量的语言文字信息服务。规范的语言文字是提供或满足游客需求的基础、前提和保障。从某种程度上来讲,统一、规范的语言文字是景点所在地区文化精髓的集中体现。游客不远万里来到景点旅游,势必以语言文字为媒介去深入探寻该点的历史和文化,势必以语言文字为媒介去跟该点服务人员作深入交流或深入体验。衡阳作为旅游胜地,作为国际旅游目的地,衡阳的旅游从业者不仅要提升规范用语(汉语普通话)和规范用字(第一批简化汉字)运用能力,尤其要具备较强的本土、本国甚至跨国的文化了解和理解能力。要具备这样的能力,就必须掌握一门以上外语外文,这是具备较好跨文化交际能力的前提。在建设全国首批服务业综合改革试点区的过程中,衡阳务必将着力培养高素质的国际化旅游服务人才和管理人才的计划同步实施。这是衡阳旅游市场参与国际竞争的真正抓手和推手。只有这样,才能从真正意义上实现衡阳作为国际旅游目的地的战略目标。

(五)统一衡阳旅游景点译名和强化译名文化视点

国外或境外游客来衡阳旅游时,率先关心的是景点。到了景点,第一需要的信息便是景点名称。可见景点译名的重要性。但是调查发现,从语言文字规范的标准看,衡阳旅游景点现有译名存在两个方面的问题:一是同一景点译名不一,游客无端产生困惑。比如,在衡阳市旅游线路图上,景点“烟雨池”、“雁峰寺”分别音译为 Yanyuchi 和 Yanfengsi,而在衡阳旅游网站的景点介绍中则分别意译为 Misty Rain Pond 和 The Goose Mountain Temple。再比如,南岳衡山水帘洞景点,誉为南岳四绝之一,但也是有两个不同译名:Water Screen Cave 是南岳衡山旅游官网景点介绍中的译名,Waterfall Cave 则是回雁峰大门旁衡阳风景介绍线路图上的译名。这种没有遵循同一性、明确性原则的景点译名,只会给游客带来不必要的困惑:究竟是同一个景点,还是两个不同的景点?二是景点译名过度音译,明显缺乏文化视点。比如,衡阳市区的回雁峰,雄踞南岳群峰之首,傲岸滔滔湘江之滨,位列衡阳八景之冠。回雁峰诸多著名景点的名称无不蕴涵着衡阳丰富的历史文化信息,无不展现出衡阳独有的人文地理风貌。但诸多景点译名过度音译(直接用汉语拼音标注)。例如,归雁亭 Guiyanting、回雁亭 Huiyanting、平沙落

雁 Pingshaluoyan、回雁阁 Huiyange、望雁台 Wangyantai。这势必湮没景点名称中原本富含的历史文化信息和独有的人文地理风貌。再比如,南岳衡山南天门景点,被音译为“Nantianmen”。这是译者把它作通常理解的“南岳衡山上南向通往山顶的大门”的结果。事实上“南天门”富含底蕴深厚的宗教文化信息。在道教文化中“南天门”隐喻为教徒潜心修炼、得道成仙的关口。因此,道观所在名山,人们常常看到道教徒们在接近山峰峰顶处修建的大门。可见,音译法固然是景点译名常用方法,但是音译过度而不顾及原名中富含的历史文化信息和独有的人文地理风貌,势必导致译名隐晦难懂,势必削弱译名的信息量和可读性,从而使衡阳旅游文化对外传播和旅游发展国际化大打折扣^[9]。

四 结 语

语言文字是人类最重要的交际工具、思维工具和信息载体。语言文字的规范对促进现代城市政治、经济、文化发展有着巨大的作用^[10]。或者说,语言文字规范化程度是衡量一个地区城镇化水平高低的重要指标。当前,我国正处于新型城镇化快速发展的时期。可见,新型城镇化进程中的语言文字规范化工作显得尤为紧迫。人的城镇化是新型城镇化的核心和灵魂。语言文字规范化是新型城镇化进程中人的城镇化的重要外显标志。因此,在新型城镇

化视阈中对衡阳旅游景点的语言文字规范进行调查研究,且在此基础上提出相应的对策和建议,当具有一定的时代意义和现实价值。

[参考文献]

- [1] 康琼.抗战文化遗产亟须保护传承[N].光明日报,2015-11-14(07).
- [2] 《衡阳年鉴》编辑委员会.衡阳年鉴(2014)[M].长沙:湖南人民出版社,2014:270.
- [3] 侯跃泽.解读衡阳城市化进程[J].湖南城市学院学报:自然科学版,2005(2):29-31,38.
- [4] 黄帅,等.新农村建设背景下衡阳新型城镇化发展战略研究[J].经济研究导刊,2014(31):36-37.
- [5] 张庆辉,等.我国新型城镇化路径选择及对策研究[J].辽宁经济,2015(12):30-31.
- [6] 杨洋.跨文化交际能力的界定与评价[D].北京:北京语言大学博士学位论文,2009:26.
- [7] 王再玉,等.从跨文化意识角度看旅游景点名称的英译——以衡阳旅游景点名称的英译为例[J].北京城市学院学报,2012(3):80-83.
- [8] 林玉华.从文化角度看旅游景点名称的翻译[J].重庆交通大学学报:社会科学版,2008(2):103-107.
- [9] 余曙初.义乌旅游景区景点语言文字规范调查研究[J].兰州教育学院学报,2013(1):29-31.
- [10] 中国语言文字使用情况调查领导小组办公室.中国语言文字使用情况调查(调查员手册)[M].北京:语文出版社,1999.

Investigation of Chinese Characters' Standardization of Hengyang Scenic Spots From the Perspective of New-type Urbanization

LI Zhen-zhong, LI Ling-zhou

(Hengyang Normal University, Hengyang 421001, China)

Abstract: Chinese characters' standardization of Hengyang scenic spots is from the perspective of new-type urbanization by expounding the features of Hengyang scenic spots and resources, investigating the Chinese characters' standardization and spreading of Hengyang scenic spots, and putting forward strategies and suggestions of the Chinese characters' standardization and spreading of Hengyang scenic spots. Urbanization of individuals is the key of new-type urbanization, during which standardization of Chinese characters is an important symbol of urbanization of individuals. Chinese characters' standardization of Hengyang scenic spots is of significance in the prime stage of China's new-type urbanization.

Key words: new-type urbanization; Hengyang; scenic spots; Chinese characters; standardization