

# 提升城市功能与品位的对策研究

——以浙江省桐庐县完善外国语言服务为例

蒋沈凯 彭敏 李家锐

浙江工商大学杭州商学院 浙江杭州 311508

**摘要:** 基于桐庐县现行城市发展政策,实现桐庐县的城市功能与品位的提升与蜕变,需要结合桐庐县产业特色与常住居民性格,因地制宜,具体问题具体分析。由于产业优势,国际会展、赛事纷纷在桐庐县举办,桐庐县的国际化趋势日渐明朗。外国语言服务水平是国际化的重要衡量标准,提高外国语言服务水平也是完善城市功能、提升城市品位的重要举措。通过开展广泛的社会调查,在桐庐县的城市硬件设施和民宿聚集区开展外国语言服务的试点工作,总结出建立外国语言服务的建设机制,能够反哺桐庐县经济社会,提升城市形象,完善城市运作。

**关键词:** 外国语言服务;城市功能与品位;国际化;浙江桐庐

## 一、导语

2022年亚运会马术项目在桐庐举行,将迎来新一轮发展契机。城市硬件设施建设上,桐庐县2020年国民经济和社会发展统计公报指出,富春未来城建设迎来攻坚时期,韵达全科创中心、申通国际总部、中通快递第二总部、圆通国家工实验室、银泰城、中通快运全球总部等10亿元以上项目全部开工。全年新开工土地面积1021.46亩,完成固定资产投资48亿元,实到外资6010万美元。县第一人民医院、综合客枢纽中心、富春未来湖等重点公建配套项目有序推进。

桐庐正在全力打造“醉美县城”景区,推进美丽城镇建设。城市硬件设施建设与城市文化软实力建设相辅相成,桐庐县要完善城市功能、提升城市品位必须重视城市文化软实力的提升。民宿产业的高度聚集与产业转型升级,无形中拉长了境外游客的长期旅居时间,也增加了国际赛事服务的机会。桐庐正在走向国际化,而展现城市国际化服务水平重要指标之一是外语语言服务。然而完善城市功能、提升城市品位的过程中外国语言服务很容易被忽略。因此,细化研究桐庐县外国语言服务水平的必要性与重要性也不言而喻。

## 二、关于城市国际化与语言服务的认知

桐庐县要完善城市功能、提升城市品位必须重视城市文化软实力的提升,重要途径是提升外语语言服务水平。首先,对国际化、语言服务这两个概念进行阐述。

廖峻需等(2021)对国际化的定义是指国与国之间进行文化、经济等方面的交流。施岚等(2019)指出国际化旅游服务水平包括通信、交通、支付、多语种、旅

游、购物六大类。李琳等(2019)、屈哨兵(2007)、王传英(2014)对语言服务从狭义和广义上进行了界定,狭义语言服务指翻译与本地化服务、语言教学与培训服务、语言技术工具开发、语言支持服务、多语信息咨询、特定行业领域的语言服务等。赵世举(2012)、袁军(2014)将语言服务定义为以语言文字为内容或手段为他人或社会提供帮助,或者提供有助于转换语言信息的技术工具知识技能等。李现乐(2010)指出协助人们完成语言信息的转换处理类似的定义还有以语言为内容或以语言为主要工具手段的有偿或无偿的活动,是对翻译服务的拓展与创新。李宇明(2014)认为,广义的语言服务定义指语言政策语言战略和语言规划,包括对语言服务资源的配置使用和规划语言服务就是利用语言(文字)语言知识、语言艺术、语言技术、语言标准、语言数据、语言产品等语言的所有衍生品,来满足政府社会家庭及个体的需求。李德鹏、窦建民(2015)认为,可从语言政治服务、语言经济服务、语言文化服务三个方面对语言服务领域进行分类。

Darmawan, Mulyadi, Setia和Oktavianus(2018)认为语言分为两个层面,即形式层面与意义层面,以及,公共标志上的语言是交流方式的一种形式——口头和非口头的。口头设计又称语言设计,而语言设计又可分为两部分:语言形态和语言类型,即翻译形式、音译形式、言语行为、礼貌策略等。

理清国际化、语言服务这两个概念后,不难梳理出外语语言服务水平的提升有助于要完善桐庐城市功能、提升城市品位,桐庐可利用其独具的自然风景旅游优势,进一步全面优化城市语言规划(公共标志、景区景观介

基金项目:2021年桐庐县社科联课题

绍等)。借助2022年亚运会国际赛事的东风,向世界递出桐庐的名片。麦泳愉等(2021)指出语言服务在赛事中发挥着传播媒介的作用,发达的网络让各个国家即便隔着远洋也可以了解彼此。完善的语言服务体系可以增强赛事在国际上的影响力,同时对城市软实力的建设具有促进作用。我国大部分体育赛事的语言服务较其他国际性赛事仍有差距,需要加大投入。

把桐庐打造成世界闻名的旅游城市,其依据是关于桐庐县城市品质提升的研究中,赵干(2021)提出桐庐县城市品牌形象的树立要完善象征表达系统,聚焦核心城市地标,打造旅游科技商业新城;完善文化精神系统,强化城市稀缺性生态文化与差异性名人文化形象构建,提升城市品牌形象传播的有效性;完善价值驱动系统,强化教育、医疗等优质公共服务平台建设和管理服务体系升级,激发高铁时代的“涓滴效应”;完善品牌形象系统,增强城市品牌深度运营管理和精准渠道建设,打造一核多品,继续领跑城市媒介形象;完善产业服务体系,聚焦质效提升,以现代化产业新体系的构建提升城市产业形象。唯独没有提到提升国际化服务水平和外语语言服务。因此,本课题立足桐庐,从国际化服务水平和外语语言服务的角度研究桐庐城镇建设对策,致力于完善桐庐的城市功能、提升桐庐的城市品位。

### 三、桐庐县完善外国语言服务的路径

#### 1. 基本思路

桐庐县隶属浙江省杭州市,近年来国际赛在杭州举办,城市热度不断攀升,桐庐县第三产业发达,尤其是民宿行业成为支柱产业。站在桐庐县国际化的角度,为桐庐县完善城市功能,提升城市品位,主要聚焦于外语语言服务的体系建设,并用于城市硬件设施的改进,如设置中外多语言导览指示牌;招募精通外语的志愿者,并制定一套完善的志愿者服务体系;民宿接待的对外化,如提高外国游客接待能力,提供随行翻译服务等。最后达到服务桐庐县经济社会发展,提升人民生活品质,促进产业转型升级的目的。

#### 2. 普遍调查

通过文献分析、实地考察对桐庐县的城市硬件设施和民宿聚集区进行普遍调查。访问桐庐县政府、城建局、文旅局听取桐庐县城市建设计划和行动措施;走进桐庐全县各地,选取县内居民1000名开展抽样问卷调查,以提升桐庐县国际化水平的必要性与重要性为切入点,对县内常住居民进行10个桐庐县城市建设发展相关问题的采访调查,获得数据统计并分析。结合问卷调查结果,总结县内居民的想法,提出完善外国语言服务的可行性

建议,供桐庐县政府参考。

#### 3. 实施方向

站在桐庐县国际化的角度,主要聚焦于外语语言服务的体系建设,逐步改进桐庐县的硬件设施,在桐庐高铁站等主要交通枢纽、瑶琳仙境等4A级景区正确设置中、英、日、韩多语言导览指示牌;完善共同交通的中英双语播报功能;建立统一的对外宣传媒体同道,定时更新桐庐县实施全域旅游的各类信息。

桐庐县民宿产业发展势头良好,桐庐县2020年国民经济和社会发展统计公报指出,全县4A级景区6个,4A级以上村落景区1个;各类旅行社23家,高星级酒店11家,精品民宿101家,民宿经营户共660家,床位数1.17万张。要充分利用民宿产业,实现民宿接待的对外化,如提高外国游客接待能力,提供随行翻译服务等。

以亚运会为契机,唤起桐庐县常住居民的乡土情结,引导居民参与到城市建设中,在居民中宣传普及外语语言服务对桐庐县完善城市功能,提升城市品位的意义,引起桐庐社会的重视,通过招募精通外语的志愿者,制定完善的志愿者服务体系,形成全民参与的氛围。动员桐庐县各企事业单位也能够广泛参与社会服务,促进科研成果转化为社会成果,服务地方。

### 四、桐庐县完善外国语言服务的意义

桐庐县经济特色是快递、民宿等第三产业发达,服务类产业对外语语言服务的需求高。桐庐县完善城市功能、提升城市品位,依靠外语语言服务是重要创新,既能带动就业又能完善城市服务,加快城镇建设。

国际化是衡量城市发展水平的重要指标,通过提升城市的文化软实力,有助于助力城市功能完善,与城市硬件配套设施完善相辅相成。有助于桐庐县理清城镇建设思路,突出重点,解决城镇建设过程中人文品质提升的难题。

2022年亚运会的马术项目,将会给桐庐带来世界各地的外国友人。以2022年亚运会为契机,桐庐县必将迎来发展新机遇。因此,提高国际化服务水平,尤其是外语语言服务水平,对于桐庐进一步提高城市化、加快脚步融杭,有着不可或缺的作用和极为深远的意义。

### 五、结语

桐庐县要完善城市功能、提升城市品位必须重视城市文化软实力的提升,重要途径是提升外语语言服务水平。通过对国际化、语言服务这两个概念阐述,指出提高国际化服务水平,尤其是外语语言服务水平,对于桐庐进一步提高城市化、加快脚步融杭,有着不可或缺的作用和极为深远的意义。完善城市功能、提升城市品位

的过程中外国语言服务很容易被忽略。要立足桐庐县推进国际化的高度站位,充分依托快递、民宿等服务类产业,挖掘具有外语语言服务能力的各类人才。以亚运会为契机,唤起桐庐县常住居民的乡土情结,引导居民积极参与到城市建设中,动员桐庐县各企事业单位也能够广泛参与社会服务,通过招募精通外语的志愿者,制定完善的志愿者服务体系,形成全民参与的氛围。

#### 参考文献:

- [1]韩建丽.发挥外语院校优势,提升语言服务水平[N].语言文字报,2019-10-09(002).
- [2]李德鹏,窦建民.当前我国语言服务面临的困境及对策[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2015,(5):63-68.
- [3]廖峻霁,王盛,冉雨鑫.我国会展业国际化水平提升策略研究[J].商展经济,2021(05):1-3.
- [4]李琳,王立非.基于计量可视化的我国语言服务研究十年现状分析(2008-2017)[J].山东外语教学,2019,40(05):12-21.
- [5]李现乐.语言资源和语言问题视角下的语言服务研究[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2010,(5):16-21.
- [6]李宇明.语言服务与语言消费[J].教育导刊,2014,(7):93-94.
- [7]麦泳愉,奚少敏.马拉松赛语言服务促进城市形象塑造的研究[J].新闻研究导刊,2021,12(02):51-52.
- [8]屈哨兵.语言服务研究论纲[J].江汉大学学报(人文社科版),2007(6):56-62.
- [9]施岚,邱强.以军运会为契机,提升武汉国际化旅游服务水平[N].中国旅游报,2019-04-02(003).
- [10]王传英.语言服务业发展与启示[J].中国翻译,2014,(2):78-82.
- [11]袁军.语言服务的概念界定[J].中国翻译,2014,(1):18-22.
- [12]赵干,周叶芹.城市品牌形象与城市文化软实力提升研究[J].文化产业,2021(10):67-68.
- [13]赵世举.从服务内容看语言服务的界定和类型[J].北华大学学报(社会科学版),2012,(3):4-6
- [14]Darmawan R, Mulyadi, Setia E, et al. LANGUAGE ASPECT OF FORM IN SAMOSIR'S TOURISM PUBLIC SIGNS: A LINGUISTIC LANDSCAPE STUDY[J]. International Journal of Multidisciplinary Research Review, 2018, 5(12):7.