

多模态话语研究及文化维度理论视角下广州旅游网站外文版研究

梁昊文

(中山大学新华学院, 广东 广州)

摘要: 中国作为拥有大量旅游资源的国家, 要将中国的旅游资源推向世界, 建设好旅游网站的外文版是不可忽视的一环。然而, 建设外文版网站并不只是简单地把中文网站翻译成对应外语即可, 还需要考虑目标受众的文化背景、网站设计等因素。本文以广州市旅游局官方网站的英文网站为例, 从多模态话语研究及相关文化研究理论出发, 对我国旅游网站外文版进行分析, 对可能存在的问题提出可行的解决方案。

关键词: 多模态话语分析; 旅游网站; 网站设计; 跨文化交流

本文引用格式: 梁昊文. 多模态话语研究及文化维度理论视角下广州旅游网站外文版研究[J]. 教育现代化, 2019, 6(13): 185-187.

一 引言

根据国家旅游局的数据: 仅在 2016 年入境旅游人数就达 1.38 亿人次, 同比增长 3.8%, 其中外国人入境 2814.2 万人次, 同比增长 8.3%; 但外国人入境仅占入境游客的 20.39%。而根据美国 CEOWORLD 杂志提供的数据, 2016 年赴美入境游客, 位列首位的加拿大就达到 1930 万人次, 墨西哥和英国也达 1873 万人次和 457 万人次之多。根据国家统计局数据: 2016 年全国国际旅游外汇收入为 1200 亿美元, 其中广东省国际旅游外汇收入为 185.77 亿美元, 占全国 15.48%。

旅游网站扮演着吸引潜在游客, 帮助游客了解旅游景点、旅游服务等功能。为更好地改进我国的旅游外宣, 本文将旅游大省广东省主要旅游网站——广州市旅游局官方网站的英文网站为分析对象, 在文化维度理论及多模态话语研究理论的观照下, 为我国旅游网站建设提供参考。

二 理论基础

(一) 多模态话语分析

所谓多模态 (multimodal), 指的是除文本以外, 还包含图表、图像、视频、音频等一个或多个模式组成的复合话语; 在互联网时代, 网站就是一种常见的多模态话语文本。多模态话语研究的理论出发点是韩礼德的系统功能语言学, 认为语言即是一种社会符号。韩礼德提出要在社会文化语境中解释语言。在韩礼德的系统功能语言学理论的基础上, 社会符号学应运而生, 该学科将符号资源视作人类在

一定社会背景和一定的历史时刻里相应特定的社会、文化或经济需要而创造的意义表达系统, 认为分析语言符号得出的结论对于其他符号模式同样具有适用性, 由此诞生“多模态符号学”。针对韩礼德提出的语言的三大元功能 (概念元功能、人际元功能和组篇元功能), Kress 和 Van Leeuwen 将多模态意义系统分为与三大元功能相对应的三种意义: 再现意义、互动意义和构图意义。本文将重点从构图意义这一角度对我国旅游网站进行分析。

构图意义: 对应于功能语法的语篇 (组篇) 意义, Kress 和 Van Leeuwen 提出了多媒体语篇的构图意义, 并指出构图意义的三种资源: 信息值、取景和显著性。

1. 信息值: 信息值是通过元素在构图中的放置实现的。任何特定的元素在整体中的角色取决于它是被放置在左边抑或是右边, 中间抑或是边缘, 还是页面空间或图片的上方或下方。

根据 Kress 和 Van Leeuwen 的观点从左到右的放置造成了“已知——新信息”的结构: 放在左边的信息是“已知的”, 放在右边的是新的。元素位置处于上方或下方也会使到信息值的不同。如果某个元素被置于上方, 而其他元素被置于下方, 那么置于上方的是“理想的”, 而被置于下方的则是“真实的”。

2. 显著性 (Salience) 显著性指的是元素对观看者注意力的不同的吸引程度。元素的显著性可以通过被放置在前景或背景、相对尺寸、色调值的对比 (或色彩)、鲜明度等来实现。

3. 取景 (framing) 有无取景手段 (可通过造成分割线条或实际分割框架的线条来实现), 这些线条

作者简介: 梁昊文, 男, 汉族, 广东广州人, 硕士, 助教, 研究方向: 翻译、外语教育及文化研究。

割断或连接图像中的元素,表示它们在某种意义上是属于的还是不属于的

(二) 文化维度理论

荷兰心理学家、管理学家吉尔特·霍夫斯泰德(Geert Hofstede)和他的团队曾在IBM公司的各国员工中进行过问卷调查,对世界上多个国家的文化价值观进行了分析调查。随后,霍夫斯泰德提出了衡量不同文化(国家)之间价值观差异的五个维度。

1. 权力距离(Power Distance)指一个社会中地位较低的成员对于所在社会或组织中权力的不平等分配的接受程度。

2. 个人主义/集体主义(Individualism VS Collectivism),这个维度是衡量某一社会总体是关注个人的利益还是关注集体的利益。

3. 男性气质/女性气质(Masculinity VS Femininity):这一维度通常用于衡量一个社会是偏向强调竞争、获得成功的“男性”价值观,抑或是看重个人、情感、生活质量等的“女性”价值观。

4. 不确定性的规避(Uncertainty Avoidance)指一个社会对不确定性事物与非常规情况的容忍度。通常回避程度高的文化比较重视权威、地位资历、年龄等,并试图以提供较大的职业安全,建立更正式的规则,不容忍偏激观点和行为,相信绝对知识和专家评定等手段来避免这些情景。

5. 长期取向和短期取向(Long-term and Short-term):指的是该社会的成员对时间选择的倾向性,是更注重未来的发展,还是看重眼前的利益,满足于立竿见影的功效。

6. 霍夫斯泰德的理论得到了广泛的应用与实践。Marcus和Gould将霍夫斯泰德的五大维度用于分析不同文化背景底下的网页设计。提出了不同维度底下网页设计的特点,具体如下。

(1) 权力距离(Power Distance):

1) 高权力距离的特点:a.获取信息的机构:高结构;b.在心理模式中的等级结构:深;c.强调社会或道德的秩序(如:国家主义、宗教等)以及他们的标志物:频繁/突出;d.突出强调领导人;e.强调安全的重要性,对接入进行了种种限制:对用户实施的明确的、强制且频繁的限制;f.专门负责组织信息的社会角色(如:专属于经理人的环节,非经理人不得参加):频繁出现。

2) 低权力距离的特点:a.获取信息的机构:低结构;b.在心理模式中的等级结构:浅;c.强调社会或道德的秩序(如:国家主义、宗教等)以及他们的标志物:较少/不突出;d.突出强调普通公民、消费者或雇员;e.透明的、包容的,允许自由浏览的机制;f.专门负责组织信息的社会角色(如:专

于经理人的环节,非经理人不得参加):不频繁出现。

(2) 个人主义/集体主义(Individualism VS Collectivism):

1) 个人主义:a.基于个人成就的动机得以最大化;b.展示成功的图景:物质主义和消费主义;c.修辞风格:争议性/争论性的表达;对极端化的表达予以宽容(或鼓励);d.突出年轻人和行动;e.凸显个体;f.珍视的社会道德:真相;g.在变化中强调的事物:新的及独特的事物。

2) 集体主义:a.基于个人成就的动力被集体主义淡化;b.展示成功的途径:完成社会-政治的日程;c.修辞风格:官方口号、对夸张和争议予以压制;d.突出年长的、有经验的和智慧的领导人;e.以群体的形式展现商品;f.珍视的社会道德:关系;g.在变化中强调的事物:传统与历史。

(3) 男性气质/女性气质(Masculinity VS Femininity):

男性气质更注重:a.传统性别、家庭、年龄的区分;b.为探索和控制而设置的导航;c.通过游戏与竞赛吸引注意;为实用用途而设置的图片、生效、动画;2) 女性气质更注重:a.模糊性别角色;b.通过诗歌、可视化审美吸引注意。

(4) 不确定性的规避(Uncertainty Avoidance):

1) 高UA指数倾向于:a.简洁:运用清晰的比喻、有限的声音和有限的数据;b.在用户使用之前就试图去预测/揭示用户的行动及结果;c.使用导航指南,以防用户迷路;d.拥有这样的心理模式和协助系统,意在减少“用户错误”;e.冗杂的线索(颜色、版式、声音等),用以减少歧义。

2) 低UA指数倾向于:a.复杂度:最大限度地展示内容和选项;b.允许(乃至鼓励)用户在网页上“漫步”,容忍存在的风险,鄙视“过度保护”(over-protection);c.对导航指南的控制更少;d.拥有这样的心理模式和协助系统,意在强调概念而非缩小任务;e.对颜色、版式和声音等进行编码,以最大限度传递信息。

(5) 长期取向和短期取向(Long-term and Short-term):

1) 长期取向:a.实践和实际价值的内容;b.作为信息和信任的人际关系;c.有耐心去促成结果、达成目标;

2) 短期取向:a.关注真相的内容;b.作为信息和信任源头的规则;c.希望快速得到结果,实现目标。

三 中国旅游网站外文版多模态文本分析——以广州旅游资讯网英文版为例

在打开页面之后,可以看到网站的网页横幅广

告 (Banner) 置于网页的上方, 占据屏幕近一半的比例。该横幅广告一共有三幅幻灯片供播放, 分别为 1) 仰视角度拍摄的中山纪念堂及孙中山铜像。2) 仰视角度拍摄的广州全景以及圣心大教堂的特写。3) 广州各大著名地标建筑的“合照”。三张照片都是突出建筑物, 但看不到市民或旅客。

根据视觉语法理论, 多媒体语篇在构图意义方面有三种资源: 信息值 (Information Value)、取景 (framing) 和显著性 (Salience)。其中, 信息值是通过元素在构图中的放置实现的。一般而言, 置于上方的是“理想的”, 而置于下方的是“真实的”、“细节的”。“理想的”通常是信息中最显著的部分。

显著性 (salience) 指的是吸引观看者注意力的不同程度。如前所述, 这一网页横幅广告 (Banner) 占据了屏幕近半的比例, 其相对尺寸大于同屏幕上的其他元素, 自然, 其显著性比其他元素要高得多。

此外, 视点 (仰视 / 平视 / 俯视) 的不同, 获得的象征权势是不同的 (胡壮麟等, 2005)。其中, 仰视 (拍摄对象) 则表明拍摄对象有权势, 平视表明观看者和拍摄对象地位平等。而上述网页横幅广告 (Banner) 中展示的图片, 除一张为平视之外, 其余都以仰视的角度拍摄。因此, 观者在其中更多的感受到的是拍摄对象所具有的权势。由此可见, 中国文化中的高权力距离倾向 (PDI: 80) 的确体现在了网页设计上。

四 广州市旅游资讯网设计对潜在旅客的可能影响

表 1

国别 (地区)	PDI 指数得分	排名
中国香港	68	15/16
泰国	64	21/23
日本	54	33
美国	40 (较低)	38
加拿大	39 (较低)	39
澳大利亚	36 (较低)	41
英国	35 (较低)	42
新西兰	22 (较低)	50

要让语篇完成交际的功能, 就应该考虑其目标受众的接受能力、文化背景等多个方面。因此, 笔者对广州市旅游资讯网的潜在目标受众的文化进行分析: 根据邵宇梅、冯卫红 (2016) 的研究, 2001—

2014 年间广东省入境旅游市场客源地中, 除排名第一的港澳同胞外, 日本排名第二 (平均市场占有率为 0.34), 美国排名第三 (平均市场占有率为 0.16), 英国、泰国、加拿大、澳大利亚的平均市场占有率为 0.03 或 0.04, 俄罗斯为 0.01, 以上为广东省入境旅游市场的主要客源地。相关国家 (地区) 的权力距离指数如表 1 所示。

不难看出, 除英语国家外, 位于亚洲的泰国、日本、中国香港均是权力距离指数相对较高的国家和地区。而所有英语国家的 PDI 指数均处于较低水平, 在这些国家中, 除美国是广东省入境旅游的第三位客源地, 市场占有率达 0.16 外, 其他在广东的市场占有率仅达 0.03 或 0.04。旅游网站的作用不可忽视。

五 结论

广州市的官方外文旅游网站在一定程度上代表了我国旅游网站的风格与制作水平。但我国官方外文旅游网站的页面设计未能很好地按照其面向受众更易接受的设计风格进行安排。为此, 提出以下建议: 1. 在设立面向不同文化背景的读者的网站时, 不仅要相关内容翻译成相应的文字, 还应该结合相关文化知识, 设计专属于某一特定文化的专门网站。2. 可在设计网站时聘请相关文化 (国家) 的顾问进行咨询, 或参考相关国家已有的网站进行参考。3. 在设计网页的过程中, 可对设计团队进行跨文化交流相关理论及实践的培训, 同时学习多模态话语分析、视觉语法等知识。4. 可在各语种网页上设置调查问卷, 向相关国家及文化的浏览者收集他们对网站的意见, 及时进行更新改造。

参考文献

- [1] 陈国明. 跨文化交际学 [M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2009.
- [2] 邵宇梅, 冯卫红, 宁朝琴. 2001—2014 年广东省入境旅游市场变化特征分析 [J]. 价值工程, 2017 (12): 53-55.
- [3] 胡壮麟, 朱永生, 张德禄, 等. 系统功能语言学概论 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- [4] 胡文仲. 跨文化交际学概论 [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1999.
- [5] 景兴润. 旅游网页文本的编译方式分析 [J]. 教育现代化, 2016, 3(13): 140-141.
- [6] Hofstede, G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values [M]. Beverly Hills: Sage, 1980.