

ChatGPT 背景下景区日语标识语建设

——以南京景区旅游业为例

陈姝妍, 王雨馨, 卢姝玟, 何心仪
南京工业大学浦江学院外国语学院, 江苏 南京 210000

摘要：近二十年来,“语言风貌”渐成社会语言学领域关注的焦点,研究成果显著。标识语作为语言风格中不可缺少的部分,它既构成城市外观中最核心的要素,又是观察城市语言环境、直观呈现城市整体形象的视窗,对于城市语言风貌的准确描写与评价具有十分重要的意义。如何精准地传达与传递中国文化信息,对于我们的城市建设来说是至关重要。基于此,本次研究选取南京旅游景区日语标识为研究重点,对标识语现存问题及其产生根源进行深度剖析,探讨提高翻译准确度,塑造城市形象以及传播中华文化等方面的有效对策。

关键词：旅游景区; 日语标识语; 南京; 国际化; 文化传播

Construction of Japanese Signage for Scenic Spots under the Background of ChatGPT

—Taking Nanjing Scenic Area Tourism Industry as an Example

Chen Shuyan, Wang Yuxin, Lu Shuwen, He Xinyin

School of Foreign Languages, Pujiang College, Nanjing University of Technology, Nanjing, Jiangsu 210000

Abstract: In the past two decades, "language style" has gradually become a focus of attention in the field of sociolinguistics, with significant research results. As an indispensable part of language style, signage not only constitutes the core element of urban appearance, but also serves as a window for observing the urban language environment and presenting the overall image of the city intuitively. It is of great significance for accurately describing and evaluating the urban language style. How to accurately convey and convey Chinese cultural information is crucial for our urban construction. Based on this, this study focuses on the Japanese signage of tourist attractions in Nanjing, and conducts a deep analysis of the existing problems and root causes of signage language. It explores effective measures to improve translation accuracy, shape urban image, and promote Chinese culture.

Keywords: tourist attractions; Japanese identification language; Nanjing; internationalization; cultural communication

一、日语标识语的重要性与研究现状

标识语在公众场合向公众提供所需信息及服务,其中,外语标识语已经成为向外国游客展现本国国际开放程度、树立积极国际形象的重要工具。从已有研究资料来看,我国公共服务领域语言建设仍以英语为主,日语相关研究相对匮乏。在全球经济不断一体化的背景下,据江苏省人民政府发布的数据显示,南京作为长江三角洲地区重点经济文化枢纽,年均海外游客高达数十万^[1],因此城市外部形象建设及国际语言背景塑造尤其重要。经初步调研与调查发现:南京城市公共标识日语标识语比较少见,与南京的城市经济发展之间存在显著的不协调,这在一定程度上可能会

影响南京的外部形象及其未来发展。景区公共语与旅游感知形象关系研究属于旅游管理理论,但国内对该主题的研究还不深入,现有的研究关注点在景区公示语方面,主要研究景区公示语翻译现状及存在的问题、对城市形象的影响两个方面^[2]。所以,认真搜集、校对南京各景区日语标识语,综合归纳、总结其问题所在,找出较好的翻译方法有着不容忽视的现实运用价值。

二、南京景区日语标识语调研结果

我们针对南京的代表性景点,包括夫子庙、玄武湖公园、明孝陵陵墓、江宁织造府博物馆及南京博物院等,开展了为期一个

基金项目: ChatGPT 背景下的公共服务领域日语标识语建设——以南京旅游业为例 (PJ202413905074)。

作者简介:

陈姝妍 (2003-), 女, 壮族, 江苏盐城, 本科, 学生;

王雨馨 (2004-), 女, 汉族, 江苏泰州, 本科, 学生;

卢姝玟 (2004-) 女, 汉族, 江苏宿迁, 本科, 学生;

何心仪 (2003-), 女, 汉族, 四川眉山, 本科, 学生。

月的实地调研。期间，我们访问了多个景区，收集并分析了近四十条与日语标识相关的词条，进而归纳总结出南京景区日语标识的当前状况。

（一）普及度不高

南京各大旅游景点标识牌数量众多，它们在向旅游者展示景点特色与魅力的同时，也给旅游者以丰富的资讯与介绍，其重要性不可忽视。但是，根据实地考察的资料，南京的旅游景点的标志翻译大多使用英文，而在某些特定的景点里，只有很少一部分甚至完全不使用日语作为标识。有一部分景点标识语译文不地道，甚至还存在误译现象。如南京博物院陈列的历史文化资料，洗手间及朝向，涉及安全及秩序的标识牌等，多数只给出中英文对照，日文标识语比较少见。在夫子庙的旅游景点中，大多数用日语翻译的标识牌主要用于描述重要的旅游景点，而像道路提示这样的提示性标识语则相对较少，真正具备安全提醒功能的标识语几乎是零。

（二）多语言环境建设不够全面

就南京博物院而言，它是一座享有崇高声誉的文化宝库。为加强国际游客参观感受，博物院电子讲解器以中文、英文、日文及韩文四种文字进行语音导览。另外，博物馆也采用多种途径在海外民众中传播中华传统文化，例如举办展览，讲座及训练。这一举措给外国游客带来很大方便，让外国游客在游览过程中能够更加深刻地认识中国丰厚的历史文化背景，进而更加轻松地穿越语言障碍、领略中华文明特有的魅力。

尽管在提供语音导览服务方面做得相当全面，但在提供纸质媒体服务方面仍存在不足之处。例如，日语版地图册、旅游指南等服务点较少。对于打算对旅行进行细致策划或者想获得实体资料以随时查询的日本旅游者来说，比较不便。同时，参观指南手册仅提供中文版本供游客选择，这对于那些不擅长中文阅读的日本游客来说，构成了一个巨大的信息鸿沟，文化传播无法实现。

（三）格式存在问题

受中文书写习惯影响，许多日语简介在段落格式方面表现出与日语传统书写规则并不完全吻合。具体来说，比如，某些句子在段落的起始位置通常会预留两个空格，但这种做法并未严格遵循日语的书写标准，适当的方法应是只在句首留一个空格。

（四）忽视理解认知的差异

在夫子庙景区，以A级评定景区是针对中国的评定标准，在日本并不适用。简单地照搬翻译并不能让日本游客理解其真正含义，不利于文化传播^[3,4]。

从整体上来看，南京地区旅游景区日语标识缺乏普及度，全面性与准确性，制约中华文化有效传播与弘扬。基于此，本研究综合运用有关理论对景区标识语存在的问题进行了深入分析。为提高ChatGPT环境下日语标识语翻译的准确性，本文对公共服务领域日语标识语高效构建策略进行了深入的研究。这样既增加景区吸引力，又提升外国游客旅游体验感，同时推动中华文化国际传播与中日友好交往。在深入研究分析后，我们给出了一些可能的解决方法。

三、解决对策

解决以上所提问题，首先必须强调标识语设置关键性及其保持时效性。大多数公示语日译研究对象不明，术语使用不统一，不规范。现有的日译研究没有对公示语的定义，范围涉及领域等进行明确界定，大部分是对某区域的日译误译案例进行分析，且误译现象分类混乱^[5]。另外，标识语用得太久或更新得太慢也将直接造成景区宣传效果的大大降低。为此，有关部门及单位可结合城市实际发展情况及需要，定期审查校对这些标识语，保证标识语内容新颖，准确，实用，适时做出必要替换。

再者，从翻译者角度来看，在对标识语进行翻译时一定要对标识语中特殊的语法意义及其文化元素进行深刻反思。译者除了要有坚实的语言基础外，还要有丰富的文化修养以及灵敏的跨文化意识。这就保证了翻译结果不仅能够准确传递原文含义，而且能够符合日语表达习惯与审美标准，真正做到“信、达、雅”^[6]。

（一）加强旅游部门对标识语规范化的重视

标识语建设对促进城市旅游业起着必不可少的重要作用，有必要提高对这一问题的重视与关注程度。因此，有关的责任机构可以根据国家质检总局、国家标准委联合发布的2017年12月29日正式发布《公共服务领域日译写规范》（GB/T 35303-2017）^[7]制定一套完整的规章和制度，明确在翻译景点标识语时必须遵循的标准规范，以确保标识语的标准化管理有稳固的支撑。中日双语标识语规范化这可以积极促进城市文化全面建设和旅游景点日语标识语推广，进一步提升城市的文化影响力。再者，各景点相关部门可以组织专业人员，对所有标识语的翻译情况进行全面细致地检查。为确保检查工作的有效性和全面性，将具体任务分配到相关部门，明确职责分工，确保责任到人。

（二）提高人工审核标准

当前，很多景点都选择用翻译软件直接翻译标识语，也有使用人工翻译却不经过二次验证的，从而造成日语标识语翻译存在语法错误或者语义偏移等问题。相关部门可积极吸收有专业翻译能力者或邀请高校专业教师担任志愿者组成专业翻译团队。该小组将在很长一段时间内负责校译有关区域内的城市标识语和改进人工审核标准，从而保障翻译质量、避免误译出现。

（三）强化群众与媒体监督

旅游日语标识语质量提升也需大众和媒体共同规制。目前日语标识语译文普遍存在误译现象，导致语言文化上产生一定程度差异。可以鼓励公众参与并改正翻译过程中出现的失误。如设立纠错奖励制度，对于发现日语标识语翻译中的错误并给出改进建议的公众给予表扬或物质奖励，激发公众的参与热情和监督意识^[8]。基于此，媒体也可以提升自身素养、增强与社会公众的互动交流、及时公布相关标识语信息。

（四）结合ChatGPT提高精确度

在机器翻译由人工智能驱动的时代大背景下，人机和谐共生已是可以预见的将来发展趋势。在涉及与历史文化密切相关的标识语翻译作业中，手工翻译既费时又需付出较多代价。尤其在已有词汇基础无法明确传递译文意义或者涉及未知翻译内容情况

下，更需依靠词典或者寻找相关参考资料加快翻译进程^[9]。另外，在某些特殊场合进行翻译时，人工翻译有其局限性。所以在标识语日语翻译时可考虑整合人工翻译技术和 ChatGPT，在 ChatGPT 这一辅助手段的帮助下，不仅能够提高翻译效率，而且能够帮助译员更加准确地对文本内容进行整理与理解，使翻译工作更加有的放矢，进一步提高译文整体质量与审美价值。

四、ChatGPT 应用的利弊分析

在使用 ChatGPT 同步翻译南京景区标识语时，我们发现 ChatGPT 确实可以通过以下几个方面帮助改善南京景区日语标识的建设环境：

（一）语境理解：ChatGPT 可以帮助理解景区标识的具体语境，避免直译带来的歧义。通过提供更多背景信息，它可以根据特定场景给出更合适的翻译。

（二）文化差异：有些中文词汇或表达在日语中可能没有直接的对应该词，ChatGPT 能提供基于文化差异的调整方案，使翻译更符合日本游客的习惯和理解。

（三）速度效率：ChatGPT 作为人工智能翻译工具，能快速完成大量景点标识翻译任务，满足不同语言游客需求。其高效性尤其适用于新景点开放或标识更新场景，可节省人力和时间成本。同时，ChatGPT 的快速响应能力支持实时翻译，确保游客即时获取准确信息，为景点运营提供灵活性和便利性。

（四）但同时，ChatGPT 的翻译内容也存在一些局限性：

1. 在简体与敬体的使用上存在问题。
ChatGPT 在翻译景区标识时倾向于使用敬体，且缺乏自主转换为简体的能力。这反映了 ChatGPT 的翻译风格倾向于遵循日本社会的语言礼仪规范，但这与国内标识语的翻译习惯并不吻合。
2. 介绍性等长文、一些固定短语问题较少，部分短语易出现异义翻译。

如玄武门景区的南京城墙处，有标识语为：“有 / 无登城口城门”，意为介绍该处是否为有登城口的城门，国内现有准确翻译为「登り口がある / ない城門」；而 ChatGPT 翻译则为「登城口の城門がある / ない」，意为此处是否有着带有登城口的城门，与原文意思相悖。

3. 部分文化差异仍然存在。

夫子庙景区以中国的 A 级评定标准定为国家 AAAAA 级旅游景区，国内现有译文与 ChatGPT 都将“AAAAA 级”译为了「AAAAA 級」，没有注意到这一评定标准在日本并不适用，没有考虑到这一方面两国存在的文化差异。

通过对照，可以发现，ChatGPT 的翻译虽然在正式性和礼貌性上是正确的，但在特定场景下（如景区标识）可能不完全符合实际需求。因此，ChatGPT 在某些特定场景下确实存在一些不足，特别是对于需要考虑语境和实际应用的翻译任务，它缺乏对语境的深度理解，翻译风格具有单一性，对文化和功能性的考量不足，即 ChatGPT 在进行翻译时，可能更多注重语言本身的准确性，而忽视了翻译的功能性和受众需求。这并非说 ChatGPT 完全

无法处理翻译任务，而是它在某些情境下可能需要更细致地调整和反馈。通过人工修正、结合具体情境，ChatGPT 的翻译仍然可以成为一种有价值的辅助工具，但在一些细节上可能需要进一步的优化。

五、结束语

景点及其标识语的翻译不仅展现了城市的文化风貌，更体现了其深远的影响力。确保公共领域翻译的准确性，对于推动国际语言文化交流、强化跨文化背景下的有效沟通具有关键作用。为了增强文化自信，促进南京乃至中国文化的国际传播，塑造积极的国际形象，景点名称翻译不能一味译意，应当更多地考虑如何尽力保留其身份识别功能和文化价值，重视传播中华文化异质元素，这样才有助于“中国文化走出去”^[10]。我们必须严格管理和规范跨文化交际场景下公共标识语的翻译。当前，面对存在的翻译问题，公众也可积极发挥监督作用，并及时向相关部门反馈。政府部门则需加大监管力度，确保问题得到切实解决。针对译名不统一的情况，政府可组织译者共同商讨，形成共识后向公众发布统一译名。对于译者而言，深入理解中国文化是基础，应在此基础上深入翻译研究。同时，译者需不断提升翻译技能，保持严谨的工作态度，从外国游客的角度出发，以传播中华优秀传统文化为目标，灵活运用多种翻译方式，确保翻译的精准性和适用性^[6]。

参考文献

[1] 江苏省人民政府. 江苏统计年鉴2024[EB/OL].<https://tj.jiangsu.gov.cn/2024/nj14/nj1412.htm>

[2] 崔红. 旅游景区公示语翻译问题与对策研究——以河南省某些景区公示语为例[J]. 商丘师范学院学报, 2018, v.34; No.287(11):Y

[3] 薛博文. 功能翻译理论下公共标识语的日译问题与翻译策略[J]. 才智, 2019, (18):222.

[4] 洪洁. 南京市语言景观日语翻译的现状 & 翻译策略研究[J]. 现代语文, 2021, (09):67-72.

[5] 张果. 公示语日译研究十年综述——基于2012—2021年的万方数据. 湖北文理学院学报, 2022, 43(06), 60-63+83.

[6] 芮阳, 胡燕娜. 跨文化交际背景下的旅游景点及标识语翻译——以湖州市为例[J]. 海外英语, 2023, (21):26-28+31.

[7] 教育部语言文字信息管理司. 公共服务领域日汉译写规范:GB/T 35303-2017[S]. 中国标准出版社, 2017.

[8] 杨南翎, 赵亚玲. 功能对等理论指导下公共标识语翻译现状及改进措施——以宜宾市八县两区为例[J]. 智库时代, 2019, (31): 221-222.

[9] 贺静茹, 宗悦, 吴斌. 新一代人工智能对翻译行业的影响探究——以ChatGPT为例[J]. 科技与创新, 2024, (19):44-48.

[10] 牛新生. 关于旅游景点名称翻译的文化反思——兼论旅游景点翻译的规范化研究[J]. 中国翻译, 2013, 34(03):99-104.