

跨文化视域下“英语+文旅”实践融合模式路径探索

陈秋瑾, 宇文静*

大连工程学院 辽宁大连

【摘要】在文旅产业国际化、全域化发展的时代背景下,跨文化传播能力已成为地方文旅品牌破圈出海、吸引入境客源的核心关键。为破解地方文旅对外传播的现实困境,本文以双语传播理论为核心支撑,以大连文旅为具体研究案例,聚焦“英语+文旅”的跨界融合发展模式,探索适配地方文旅国际化发展的实践路径。研究表明,标准化、差异化、场景化的双语传播策略,能够有效消解中外文化认知偏差,打破地方文旅对外传播的跨文化壁垒,优化入境游客文旅体验,提升城市文旅国际知名度与品牌影响力,同时推动本土非遗、地域文脉等特色文化资源的全球化传播,实现文旅产业提质增效与地域文化对外输出的双向赋能。本研究可为地方文旅国际化传播、“外语+文旅”跨界融合发展提供理论参考与实践借鉴,为城市文旅高质量对外开放提供全新的发展思路。

【关键词】跨文化视域; 英语+文旅; 双语传播; 融合模式; 国际传播

【基金项目】学院教育教学研究基金课题(JXYJ2024012):英语专业“理解当代中国”系列课程联动建设研究;大学生创新创业训练项目(X202513198153):双语旅路星图:解锁大连多元盛景

【收稿日期】2026 年 8 月 15 日 **【出刊日期】**2026 年 9 月 3 日 **【DOI】**10.12208/j.sdr.20260076

Cross-cultural exploration of pathways for the integration model of “English + Cultural Tourism” practice

Qiujin Chen, Wenjing Yu*

Dalian University of Engineering, Dalian, Liaoning

【Abstract】 Under the background of internationalization and globalization of the cultural tourism industry, cross-cultural communication competence has become the core of local cultural tourism brands to expand beyond their nation and attract inbound tourists. To address the practical problem in the international dissemination of local cultural tourism, this paper takes the bilingual communication theory as its theoretical foundation, adopts Dalian's cultural tourism industry as a research case, and focuses on the cross-sectoral integrated development model of “English + Cultural Tourism” to explore practical pathways for the international development of local cultural tourism industries. Research shows that standardized, differentiated, and scenario-based bilingual communication strategies can effectively eliminate cognitive differences between Chinese and foreign cultures, break through cross-cultural barriers in the external dissemination of local cultural tourism, optimize the travel experiences of inbound tourists, and enhance the international popularity and brand influence of urban cultural tourism. Furthermore, these strategies facilitate the global dissemination of local intangible cultural heritage and regional cultural traditions, thereby realizing a two-way empowerment of industrial upgrading and external cultural output. This study provides theoretical references and practical implications for the international dissemination of local cultural tourism and the cross-sectoral integration of foreign language + cultural tourism, while offering novel insights for the high-quality opening-up of urban cultural tourism.

【Keywords】 Cross-cultural perspective; English + cultural tourism; Bilingual communication; Integration model; International dissemination

*通讯作者: 宇文静

1 引言

在全球化与文旅产业国际化进程加速推进、国际交往不断深化的背景下, 跨国、跨地区旅游已逐渐成为游客体验异质文化与地域风情的重要选择, 地方文旅资源的跨文化传播需求日益迫切。旅游宣传已经成为展示城市形象、推广文旅资源的核心载体, 而语言障碍与文化差异却成为制约游客旅游体验的关键因素, 传统文旅服务存在的语言服务能力不足、文化转译机制缺失等问题, 更是构成了地方文旅产业“走出去”的核心瓶颈。在此背景下, 双语旅游宣传产品应运而生, 双语中英旅游宣传不仅承担着信息传递的基础功能, 更在文化互鉴、市场拓展与产业提质升级等维度发挥着不可替代的作用^[1], 既可为游客提供语言便利, 也能为国际游客供给精准的文化体验, 同时助力地方文化符号实现跨语境传播, 是传播目的地文化、推动跨文化交流的重要载体。本文依托大学生创新创业训练计划项目, 聚焦双语文旅宣传产品的研发与推广, 旨在通过创新服务模式, 为游客打造更优质、便捷、深入的旅游体验。

2 国内外研究现状

国外学界关于语言与旅游的跨文化研究起步较早, 但“英语”与“文旅”作为固定融合框架的研究并不多见。主流成果更多分布在旅游语言服务、跨文化交际能力培养和体验式学习这几条线索上。Byram (1997) 提出的跨文化交际能力模型至今仍被广泛引用, 为语言教学介入旅游场景提供了理论支点, 但其侧重点仍在语言技能与文化知识的二元结构上^[2]。在应用层面, 旅游英语常被划入专门用途英语 (ESP) 的范畴, 相关讨论多围绕教学法展开。Richards (2018) 在回顾近年文旅研究时明确指出, 文旅融合的实质是“体验创造”, 语言在其中的功能更接近于媒介, 而非融合的主动方。^[3]整体来看, 国外研究倾向于把语言视为服务的配套工具, 对于“英语+文旅”作为一种系统性融合模式的探索不足, 路径层面的讨论较为分散。

国内在这一领域的讨论热度近年来上升较快。一是跨文化传播视角的引入。王立非 (2024) 指出“从教育内涵看, 语言服务教育注重培养学生在多语环境中的专业服务能力……不仅要学会跨语言有效沟通, 还要学会理解和尊重文化差异, 能够在多元文化的环境中准确、高效地提供语言服务。”^[4]英

语专业不应停留在工具定位, 而应向跨文化服务转型, 文旅场景是转型的重要试验场。二是产教融合路径的实践探索, 於春毅 (2026) 在《教育观察》上提出“高校需以文旅产业创新为核心导向, 重塑产教融合育人理念, 搭建多元主体协同育人平台, 重构对接产业需求的课程体系, 强化双师型师资队伍建设, 优化全过程多元评价模式, 辅以政策、资源、管理三重保障, 构建适配产业创新节奏的闭环育人机制。”^[5]

3 地方文旅面临的问题

当前各地文旅资源开发驶入提质升级阶段, 不少城市与县域坐拥特色自然风光、民俗非遗、历史古迹等优质文旅家底, 但在面向跨地域、跨语种游客开展对外传播与落地接待时, 软实力配套建设明显跟不上文旅出海、全域引流的发展节奏。对外交流层面的沟通壁垒与内容适配短板不断凸显, 集中体现在对外沟通和内容诠释两大层面, 具体表现为语言障碍、文化转译缺失两大痛点。

3.1 语言障碍

当前多数地方的官方文旅宣传材料、景区导览标识、公共服务提示大多仅配备中文内容, 仅少数热门景区有英文翻译, 部分非热门目的地甚至完全没有英文导览信息, 外国游客获取信息极为不便。即便配备了英文翻译的内容, 也多是由翻译软件或非专业文旅领域的翻译人员完成, 存在大量直译生硬、术语不准确的问题, 无法清晰传递文旅信息的核心内容。此外, 线下一线服务场景中, 多数本地商户、导游、景区工作人员缺乏基本的英语沟通能力, 无法为外国游客提供问路、咨询、应急处理等基础服务, 进一步加剧了外国游客的出行阻碍, 直接降低了国际游客的旅行体验, 也限制了地方文旅资源吸引国际客源的能力。

3.2 文化转译缺失

大连文旅对外开放进程中, 语言文化维度存在如下核心问题:

首先, 大连地方文旅场景中, 非遗工艺术语等专业领域术语普遍存在翻译失真现象^[6], 致使国际游客无法准确把握非遗工艺的文化价值, 对其文化内涵形成模糊认知。其次, 大连文旅领域存在文化转译机制缺位问题, 多数景区公示语、文创产品外宣材料等内容的翻译仅完成基础语言符号转换, 未充分考量中西方的文化认知差异, 造成文化意象传

递断裂,难以激发国际受众的情感共鸣。最后,大连非遗文化与文旅资源相关翻译工作,亟需“语言能力+文化素养+专业知识”复合型人才支撑,当前该类人才储备较为匮乏。

4 跨文化视域下“英语+文旅”融合模式落地实践

为达成“地方文旅传播与跨文化融合”的核心目标,项目组以线上发布双语短视频为核心载体展开多维尝试:聚焦地方非遗技艺、特色美食、小众景观等核心文旅元素,组建“内容策划+双语文案+本地达人”专项小组,挖掘每个场景的文化内涵与故事性;采用“英文讲解/配音+中文字幕”的呈现,兼顾本地受众的情感共鸣与海外受众的理解门槛,既保留“烟火气”的本土表达,又规避文化语境差异导致的传播壁垒;同时搭建多平台分发矩阵,结合大众推荐精准触达年轻群体与海外潜在游客,通过“短平快”的传播形式打破传统文旅宣传的时空限制。

4.1 理论根基:双语传播理论内涵、特征与运行逻辑

双语传播理论是跨文化传播研究的重要分支,其核心在于探讨两种语言在信息传递中的协同效应与互动机制。在旅游宣传领域,双语传播通过语言系统的整合运用,能够有效突破单一语言的传播壁垒,实现跨文化信息的精准触达与价值传递。基于此,双语传播的特点、模式及影响因素成为解析其作用机理的关键维度。

双语传播理论起源于社会语言学与跨文化传播学的交叉研究。其理论根基可追溯至海姆斯(Hymes, 1972)提出的“交际能力”概念,该概念明确了语言使用须适配社会环境,提出语言使用的社会适切性^[7]。其后,卡纳尔与斯温(Canale & Swain, 1980)将交际能力细化为语法能力、社会语言能力、语篇能力和策略能力四个维度,为双语传播的实践分析提供了可操作的工具^[8]。拜拉姆(Byram, 1997)进一步将语言能力与文化知识、文化态度及批判性文化意识和技巧整合进同一框架,明确指出了跨文化场景中语言传播的文化协商特质^[2]。

从特征来看,双语传播表现为四个层面:语言选择的双轨性,即传播者需根据对象和语境在两种语言间切换;文化中介性,即语言转换会同时伴随着文化意义的重新建构;动态协商性,即传播者与接收者之间持续互动与调整,从而影响传播效果;

情境依赖性,即不同场景对语言策略会提出不同的要求。

从运作模式来看,双语传播可分为三类,即并行模式、交替模式和融合模式。并行模式指在同一传播活动中同时使用两种语言,形成双通道输出,常见于标识系统或宣传材料;交替模式指根据交际反馈在不同语言间来回切换,多见于互动交际;融合模式则不再刻意区分语言边界,而是以目标语为主体嵌入母语文化元素,形成混杂但有效的传播形态。三种模式在实际运用时可交替或混合出现。

从影响因素来看,传播主体层面涉及语言熟练度和文化敏感度;传播客体层面涉及接收者的语言能力和文化背景;传播情境层面涉及场景性质、正式程度及媒介形式。三者共同制约着双语传播的最终效果。

文旅场景的本质是文化资源的呈现与跨文化体验的生成,而英语在这一过程中既是信息传递的工具,也是文化意义协商的场所。双语传播理论所提供的分析维度——从语言选择的双轨性到传播效果的制约因素——恰好对应了“英语+文旅”实践中从语言能力到文化理解、从服务场景到传播效果的多层次问题。因此,本研究将以此为基础,从双语传播的特征、模式与影响因素出发,进一步探讨英语与文旅如何在跨文化视域下实现深度融合与路径建构。

4.2 实践路径:依托双语传播理论的文旅短视频跨文化落地策略

项目组参照“浪漫大连”海外账号运营逻辑,借助抖音等多平台发布中英双语文旅短视频,视频内容覆盖棒棰岛、跨海大桥、星海广场等大连地标,将其与原创叙事、双语配音字幕结合,现阶段已完成8处景点、非遗资源的双语短视频摄制上线,后续规划覆盖美食、交通全文旅场景,中长期打造大连专属英文文旅IP。视频依据双语传播理论,试图构建适配跨文化传播场景的短视频双语运营方案。

4.2.1 构建短视频双语分层排布体系,实现模式融合

依据双语传播的运作模式,项目组对短视频的语音、字幕与配套图文进行分类设计,兼顾信息传递自由度与传播精准度。

项目核心采用“英语配音+中英文字幕”的整合传播形式,面向国内受众以中文语音为主,搭配中英双语字幕;面向国际受众以英语语音为主,同步

配置双语字幕。例如播报“前往星海广场”时,字幕统一标注为“前往星海广场/go to Xinghai Square”,实现两种语言深度融合,依托双语协同加深受众记忆,适配短视频视听一体化的媒介属性。

交通、门票等刚需实用信息不依附于视频字幕呈现,单独制作双语图文卡片,中英文内容并列独立展示,如“门票:100元/人 Ticket:100RMB/person”;景点地图、路线标识同样采用中英文平行标注,受众可独立读取任意语种的信息,复刻旅游手册的平行传播逻辑。

此外,项目一方面实行语音分层切换:路线、公交等刚需实用信息以受众母语播报,保障游客快速获取出行指引;大连焖子、老建筑等文化拓展内容穿插英语语音讲解,形成“实用信息母语优先+文化内容外语拓展”的分层语音结构。另一方面依据受众身份调整整体语言权重:面向国内游客以中文为主体内容,英文仅作补充点缀;面向海外游客以英文为主导内容,中文仅标注核心专有名词,精准契合分层传播分众投放的核心逻辑,实现语言、信息及模式融合。

4.2.2 依托双语传播四大特征,优化短视频双语内容表达

项目组紧扣语言选择的双轨性、文化中介性、动态协商性及情境依赖性四大特质打磨文案与配音,实现双语内容对跨文化认知的适配。

首先,项目组利用语言选择的双轨性划分内容职能。文化解读板块发挥中文表达优势,详细阐释大连老建筑、本土民俗的历史细节;英文承担核心信息凝练功能,以短句提炼文化内核,中文侧重内容深度、英文侧重表达通俗,实现两种语言的优势互补。互动环节则采用双语双向引导,如“评论区分享你的大连印象! Share your impression of Dalian in the comments!”,同时兼顾国内受众的亲切感与海外受众的可读性。

短视频文案则坚持短句为主的表达原则,尽量避免复杂长句,以降低不同语言背景受众的理解门槛。针对大连特色民俗等难以直接对应的文化词汇,统一采用“直译加意译补充”的处理方式,既保留本土文化标识,又通过附加解释消解中外认知差异,完成跨文化传播中的意义衔接,从而实现双语传播的文化中介性。

在短视频制作过程中不预设固定的中英文配比,

而是根据受众国籍分布、内容类型和传播场景动态调整两种语言的占比。同时,通过字幕色彩区分语种(中文为白色、英文为灰色),以语音停顿划分信息单元,使双语表达在不同传播语境中保持灵活应变。

同时,项目组针对交通路线、票价、开放时间等出行关键信息,采用配音、字幕与图文卡片三重渠道以双语重复呈现,依托情境依赖性提升跨语言环境下信息接收的稳定性,避免游客遗漏重要攻略信息。

4.2.3 针对三大影响因素,完成短视频媒介的针对性优化

双语传播的效果并非只取决于语言本身,还受制于传播主体、传播客体与传播情境三个层面的制约。项目组据此对短视频内容作出如下相应设计。

针对传播主体,项目组尝试通过降低语言门槛来控制输出难度。短视频的受众语言水平参差不齐,如果文案中频繁出现复杂句或生僻表达,部分观众可能因无法理解而直接放弃观看。因此,短视频的表述尽可能简化,句式以短句为主。对于长地名和专有名词,视频采用反复播报的方式,让语言能力不足的受众也能通过多次观看完成理解,避免无法获取信息。

针对传播客体,项目组则侧重缩小文化认知差距。海外受众对东北民俗缺乏认识,如果直接呈现大段中文内容,很容易产生理解障碍。因此在处理本土文化内容时,视频通过简短的英文点睛式注解,补充必要的文化逻辑,让不熟悉中国地域文化的观众也能理解文字背后的含义,从而减少由文化差异导致的误解。

针对传播情境,项目组采用适配小屏媒介的视觉与信息呈现。由于短视频的屏幕空间有限,如果信息量过大,画面会显得拥挤,观看体验也会下降。所以项目组在短视频设计上,将英文核心关键词加粗并放在视觉重心位置,中文辅助字幕置于下方;地图、路牌等标识全部采用双语标注,通过箭头引导和分区排版缓解画面拥挤,使信息呈现符合小屏传播的接收效果。

5 跨文化视域下“英语+文旅”融合模式的落地成效

跨文化双语文旅短视频落地一年形成了可量化的传播数据:账号累计涨粉上百人;单视频最高播

放量 1.2 万次、点赞 840 次、转发 660 次、评论 1200 次, 全平台视频总播放量突破万次。以下是收到的具体成效。

5.1 双语传播赋能城市国际化品牌

项目组依托跨文化符号转换, 打破单一语种传播壁垒, 从而助推东北亚港口城市的国际化传播。双语宣传能够适配海内外受众认知差异, 降低国际游客信息解码难度, 全方位提升大连在东北亚及全球旅游市场的认知度, 帮助城市参与全球文化话语体系, 夯实国际化港口文旅定位。

5.2 消解语言障碍, 优化入境游客出行体验

双语标识、导览解说、应急指引补齐国际游客出行短板, 以大连金石滩景区通过中英文对照的地质解说牌为例, 双语同步实现科普游览双价值, 交通、游览、消费全流程便利度提升, 游客满意度正向积累, 形成口碑引流, 拓展入境潜在客源。

5.3 跨文化转译实现对外输出与本土文化建设双向赋能

双语是跨文化对话的核心媒介, 通过直译+意译结合的文化转译方式, 对星海广场雕塑群、傅家庄历史建筑群进行阐释, 不仅保留了建筑本体的物质文化价值, 更通过精准的译介使“滨海山城”的地理特征与“开放包容”的城市精神形成跨文化认知。这种基于旅游场景的文化阐释, 也使大连的非遗项目如庄河剪纸、复州皮影等传统技艺, 得以补齐过往文旅翻译只做字面转换、缺少文化内涵注解的短板, 依托文化调适性弥合中西高低语境差异, 让大连地域文化突破地域限制, 完成全球化再生产, 实现中外文化双向理解与交流。

双语双重叙事可以重构大众对大连本土历史、民俗的认知。面对大连近代开埠历史, 双语兼顾殖民历史客观脉络与本土文明主体性, 消解单一中文叙事容易产生的文化自卑心理; 中英文对照的民俗科普, 让本地民众更加清晰地认知本土文旅资源的全球价值, 培育地域文化认同感, 增强文化自信。

5.4 双语文旅内容带动多元产业增收

项目组实践的线上双语短视频发布和高互动量可以为文旅部门及项目带来平台流量分成。同时, 随着入境游的增长, 与文旅相关的电商合作、广告植入等也有望获得收益。粉丝积累到一定规模后, 创作团队还可以承接品牌商单、直播赚取佣金, 从而带动多元产业增收。

6 小结

“英语+文旅”融合模式是地方文旅走出去的关键路径, 其核心在于以英语为桥梁, 实现“语言工具—文化内涵—产业服务”的深度契合。本文立足全球化文旅产业发展与入境旅游市场扩容背景, 针对地方文旅跨文化传播中的语言障碍和文化转译缺失两大核心问题, 以大连为例, 系统探索“英语+文旅”实践融合模式的路径与成效。

研究指出, 现有文旅传播研究多聚焦人才培养与文本翻译, 缺乏对融合实践路径及成效的系统性探讨。基此, 项目组以“线上双语文旅短视频”为核心载体, 构建了“英语+文旅”融合模式的落地实践, 明确基础信息双语同步、文化解读母语主导、互动引导双语呼应的内容分工, 通过简化表达、文化负载词“直译+意译”及视觉元素辅助, 实现信息与视觉的平衡。

实践取得了显著成效。在城市文化传播层面, 项目通过多平台发布大连景点及非遗相关双语视频, 累计播放量破万, 单条最高播放量 1.2 万次, 涨粉上百人, 构建起特色大连旅游视频 IP, 助力“浪漫大连”城市形象的全球传播; 在产业价值层面, 不仅可通过流量分成获得收益, 更为后续电商合作、广告植入奠定基础; 在模式创新层面, 形成了可复制的“双语融合+场景化体验”文旅视频创作标准, 为地方文旅“走出去”提供了理论支持与实践参考。

参考文献

- [1] 李庄. 在守正创新中绽放异彩. 读写月报[J], 2025(22), 55-56.
- [2] Byram, M. Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence[M]. Bristol: Multilingual Matters, 1997.
- [3] Richards, G. Cultural tourism: A review of recent research[J]. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2018, 36: 12-21.
- [4] 王立非. 专门用途英语教学理念与实践的“语言服务转向”[J]. 中国 ESP 研究. 2024 (04): 140-150, 167-168.
- [5] 於春毅. 文旅产业创新驱动下高校文旅专业产教融合育人机制研究[J]. 教育观察, 2026, 15 (16): 36-38, 58.
- [6] 大连市对外宣传翻译中心. 2025 年大连文旅翻译服务发展报告[R]. 2025.

- [7] Hymes, D. On Communicative Competence [A]. J. Pride, & J. Holmes, Sociolinguistics [C]. Harmondsworth: Penguin Books, 1972: 269-285.
- [8] Canale, M., & Swain, M. Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing [J]. Applied Linguistics, 1980, (1): 1-47.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS