

“十五”国家重点图书



翻译理论与实务丛书

罗进德 主编

TRANSLATION THEORY
AND PRACTICE SERIES

旅游翻译与涉外导游

陈 刚 著



中国对外翻译出版公司

旅游翻译与涉外导游

陈 刚 著

中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

旅游翻译与涉外导游/陈刚著.——北京:中国对外翻译出版公司,
2004.6

(翻译理论与实务丛书)

ISBN 7-5001-1243-2

I. 旅... II. 陈... III. 旅游-英语-翻译②导游-英语-
翻译 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 051625 号

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区车公庄大街甲 4 号(物华大厦六层)

电 话/(010)68002481 68002482

邮 编/100044

传 真/(010)68002480

电子邮件/ctpc@public.bta.net.cn

网 址/www.ctpc.com.cn

责任编辑/章婉凝

责任校对/立 序

印 刷/北京奥隆印刷厂

经 销/新华书店北京发行所

规 格/850×1168 毫米 1/32

印 张/14.375

版 次/2004 年 6 月第一版

印 次/2004 年 6 月第一次

印 数/1-5 000

ISBN 7-5001-1243-2/H·381 定价:26.00 元



版权所有 侵权必究

中国对外翻译出版公司

作者简介

陈刚，杭州人，国家特级导游、教授、译审。曾长期供职于外事旅游部门，在国家历史最悠久、规模最大的旅行社集团之浙江中旅集团公司担任过英语导游翻译、海外市场营销、旅行社管理及培训等方面的工作。有在海外学习、工作的经历。现任浙江大学翻译学研究生导师，主要学术兴趣包括翻译理论研究、跨文化交际与口笔译实践和教学、旅游英语与跨文化翻译、涉外导游培训与管理等。有关论文见于国家一级和核心期刊，有译著、专著、教材等四十多部。

为中国第四次翻译高潮贡献精品

翻译理论与实务丛书 总序

中国历史上第四次翻译高潮正在神州大地蓬勃推进，方兴未艾，景况壮观。

中国历史上出现过三次翻译高潮：东汉至唐宋的佛经翻译、明末清初的科技翻译和鸦片战争至“五四”的西学翻译。而目前这一次的翻译高潮，无论在规模上、范围上，还是在质量水平和对中国社会发展的贡献上，都是前三次翻译高潮无法比拟的。

这一次翻译高潮的出现，首先是全球信息时代降临的结果。信息爆炸、知识爆炸，同时也就是翻译爆炸。在今日“地球村”，离开翻译谈论知识信息，是不可思议的。同时，这次翻译高潮的出现又是以中国推行改革开放新政，走上社会主义市场经济的现代化强国之路为契机的。历史潮流滚滚向前。在人类高奏和平发展的大乐章中，翻译无疑是其中不可或缺的旋律。在中华民族复兴的大进军里，翻译必然是一支活跃的先头部队。

翻译，无论是作为文化现象、思想运动，还是作为一项职业、一种知识技能，总与所处的时代背景密不可分。翻译的观念、方法、样式、标准、风格，无不与时俱进。观察一下世界范围和中国国

内的翻译实践活动和理论研究,不难得出结论:翻译确实是人类精神文明中最富活力、最敏锐的领域之一。信息时代和市场经济,决定了目前这次翻译高潮最突出的特点。较之前三次翻译高潮,这一次的翻译高潮信息量更庞大,涵盖面更广泛,题材体裁更丰富多样,方式更灵活便捷,技术装备更先进,从业人员更众多,受益者更普遍,理论研究更活跃,人才培养更具规模。如果从经济学观点看,翻译作为信息产业之一支,现在所产生的经济效益也是历史上空前的。如果说前三次翻译高潮,都是外文译入中文为主,那么这一次翻译高潮则正在改变中国在翻译上的“人超”地位,对外介绍中国和外部了解中国的迫切需要,对中译外提出了更高的要求。

在新世纪的门槛上,我们欣喜地看到,翻译作为一种社会迫切需要、大有用处的知识技能,翻译学作为一门内涵深广的人文学科,在最近二十年的新时期有了长足发展。学翻译、教翻译、研究翻译、评论翻译和从事翻译职业的实践,已经成为与对外开放同步前行的社会文化热点之一,持续升温。翻译教学和译学理论研究,其规模之大、阵容之强、水平之高、成果之丰都是前所未有的,正引起国际翻译学术界的瞩目。中国作者的名字和作品在国际权威译学刊物上频频出现,正从一个侧面反映着我们的成就。翻译教学已经从语法为纲的语法复制型翻译模式中解放出来,已经分清了教学翻译和翻译教学这两个本不应混淆却曾长期混淆的基本概念,大学翻译课不再是外语教学的手段,而是在双语知识基础上培养口笔翻译技能的高级课程。翻译理论研究继文艺学、语言学之后,又有了美学、语篇分析、社会符号学、语言文化比较研究等从多角度研究翻译的方法或理论工具,为确立翻译学作为一门以翻译为研究对象的,开放的,跨学科的人文科学的地位奠定基础。有关翻译的知识大大地丰富和深化,使越来越多的人认识到:翻译及其理论研究不应是应用语言学的一个分支,而应享有独立的学科地

位。翻译教学和理论研究领域这些可喜的变化,无疑对造就高水平的翻译人才、提高我国数以十万计的翻译从业者的业务水平和工作质量发挥着积极的作用。

理论与实践互动,是翻译事业健康发展的必要条件。在这方面有两个良好趋势值得注意。一是随着新一代翻译工作者和翻译教师、翻译研究家的迅速成长和翻译学科的壮大(以翻译学和翻译理论与实践为方向的硕士研究生教学点已有近百个,博士点约有十个),以及众多翻译学术刊物的出现,学术论文的发表,学术专著的出版,特别是由于译学研究成果的可信和有用,“翻译无理论”和“翻译理论无用”的声音,除了极个别场合外已经不大听得到了。这当然是个积极的变化。二是译学著述不再是文学翻译家和大学翻译教师的专利,各行各业从事翻译工作的有心人,他们挟着丰厚的实践经验,迈步跨入这个领域,著书立说,带来一阵阵清新气息。这方面以科技翻译界贡献最为突出,其他如外交、贸易、金融、工商企业、编辑出版、对外宣传等各界,也都有作者涌现出来。翻译实务的经验以此得到总结,得以条理化、系统化,为后来人指点门径,同时也为我们的译学建设作了贡献。基础研究与应用研究相互为用,有血有肉、骨肉匀停,这一趋势无疑是健康的,值得欢迎的。

这套“翻译理论与实务丛书”正是在上述喜人形势之下应运而生,编辑出版的。

中国对外翻译出版公司,作为国内惟一以翻译为特色的国家级出版机构,成立二十多年来已经陆续编辑出版数十种翻译理论与技巧类图书,其中若干种已经成为翻译研究或教学领域脍炙人口的必读书,在国内外翻译界赢得了声誉,奠定了公司在译学书籍出版方面的领先地位。尽心竭力继续为翻译界广大专家、学者、教

师、从业人员、学生和人数众多的翻译爱好者提供高质量的专业读物,是我们义不容辞的责任。

现在,在已有的成绩和经验的基础上推出这套“翻译理论与实务丛书”,我们有几点想法:一、加强自主策划,提高原创性,体现信息时代和市场经济环境下翻译的新任务和新特点;二、加强实用性和针对性,不仅要反映翻译教学和研究的新趋势、新成果,更要关注科技、经济、法律、贸易、金融、旅游、传媒等非文学领域的翻译实务;三、笔译与口译兼顾,英译中与中译英兼顾,着重于中英互译和中译英;四、有选择地引进境外著作,港台海外华人翻译家和翻译理论家不乏佳作,立足中华语言文化,有其独特魅力,是我们的首选。

这些想法能不能实现,能不能把我们贡献精品的愿望变成现实,全靠翻译界广大学者专家、学校师生以及广大读者的支持与合作,没有这种支持与合作,我们的想法再好也只是空话而已。我们所期待的支持与合作,既包括惠赐书稿、推荐选题、介绍作者,也包括对我们已出的书发表评论,无论是表扬还是批评,都将鼓励我们把工作做得更好,是我们无任欢迎的。

丛书主编 罗进德 谨识

第一章 旅游翻译的趣味性

1.1 为何谈趣味

旅游翻译,既是一个严肃的话题,又是一个趣味的话题。“严肃”,应该指态度、作风等认真严格,而不是令人敬畏之类;即使是“严肃”,也可以在轻松的气氛下娓娓道来。严谨治学,乃国人千百年来优良传统;现代旅游,乃当代人追求情趣、崇尚自然、返朴归真的生活方式。严肃也罢,趣味也罢,都是为了求“真”。旅游翻译同样是求“真”——交互式地求“真”:弘扬中国文化,把中国文化活生生地、真实地展现给外国旅游者,又把外国文化、经济等客观、真实地介绍进来,“洋为中用”。真可谓一举两得,何乐而不为呢?

旅游翻译,来自旅游,又服务于旅游。没有旅游活动,哪来旅游翻译实践,更不用说旅游翻译理论了。现代人要想旅游,须有钱有闲,两个要素缺一不可。要熟悉旅游翻译——包罗万象的旅游翻译——须有旅游实践,尤其是 guide-interpreter(陈刚,1987),即翻译导游/导游翻译的长期实践。换言之,你最好既有(当英语导游的)“英镑”旅游(inbound tour)经历,还有(当国际领队的)“澳镑”旅游(outbound tour)机会;你或作为一名经理在 office hours 跟 CX(国泰航空公司)砍价,争取 AD75%(旅行社代理商 1/4 票价),或作为一名涉外旅行社的市场营销代表在 happy hour 跟同行趣谈 fam tour(航空公司或旅游目的地减价或免费邀请旅行社人员的旅游),由于累积了较多的 mileage allowance,坐飞机常常 upgrade 到

头等舱；…… 总之，你最好经常“乐”过，“趣”过，又同时经常“严肃”过，“思考”过。旅游工作和翻译工作都是实践性很强的工作，更不乏急需的、长期的研究课题。然而旅游翻译是翻译界和旅游界均研究较少的课题，根本原因在于：翻译界的有关人士“趣味”不够，旅游界的有关人士又“严肃”不足。其实，严肃的研究本身就包含着无穷的趣味，研究旅游翻译更应该寓“乐趣”于“研究”之中。

旅游有趣味，搞旅游翻译也有趣味，甚至趣味更浓。旅游者，旅游工作者，不一定对旅游翻译感兴趣，但搞旅游翻译的一定（得）对旅游感兴趣，对旅游翻译中的难题感兴趣，而且要越难越感兴趣。如果旅游是人的一种欲望，那么接受旅游翻译高难度的挑战同时从中寻求并获取乐趣也是人的一种欲望。这听来难道没有趣味吗？

何为“趣味”？难以定义。它是直觉的、感性的、个性化的、因人而异的、非理（论）性的……所谓智者乐山，仁者乐水。有些事情会令你趣味横生，有些工作又会使你感到趣味无穷。讲英语的人（比如美国人）性情似乎比较开朗、外向（outgoing personality/extrovert）。当问他们：“昨晚的马戏表演如何？”回答很简短、很直接、很干脆：“Big fun!” 或者“A lot of fun!” 听了之后，回味无穷。一个 fun 代表的含义太丰富了。当你让蜜月团自由活动，说：“Have fun!” 这个 fun 只可意会，不可言传。几乎每个旅游团中，总有一两个团友滑稽、幽默，你可以说：“That guy is full of fun.” 这个 fun 应该就是我们当代的口语表达法，意为“（此君爱）搞笑”。有时组织年轻人登塔比赛，比赛总有输赢，胜不骄、败不馁，做一个“a good loser”，他们会脱口而出：“Just for fun!” 大有我们中国人常放在嘴边的那句话：“重在参与嘛！”的确有“大将风度”。

旅游就是要开开心心，开心而来，开心而归。搞导游的，要学会开心，要学会使客人开心，寓教于乐，导出“趣味”。搞旅游翻译，既要有轻松的心态，会激发兴趣，培养兴趣，追求“趣味”，保持“趣

味”，使旅游翻译具有使你愉快、使你深感兴趣、有长久吸引力这样的特性。光有趣味还不够，“知之者不如好之者，好之者不如乐之者”（孔夫子）。对此，笔者另有解读：“知之”为刚有趣味，“好之”为已大有趣味，而“乐之”则乃充满趣味也。总之，“趣味”是旅游之快乐源泉，是旅游翻译之快乐源泉；反之亦然。

“江山如此多娇，引无数英雄竞折腰”（毛泽东）。中国的山水文化多么丰富，中国的历史文化多么厚重，中国的风土人情多姿多彩。凡来中国一游的海外宾客，无不对在世界上独一无二的中国旅游资源表示赞叹。真可谓“风景这边独好！”中国人喜闻乐见的诗词、楹联，有诗情画意名称的风景名胜，百吃不厌的名菜名点，优美动听的古代传说，令人眼花缭乱的京剧武打，改革开放后的万千气象，还有更多其他的独具中国文化特色的东西，这些都是海外游客慕名而来的种种因素。我们向海外游客做介绍，做导游，做翻译，深感任重而道远，同时又深感能力之有限，因为太多的“趣味”——山水之趣、人文之趣、乡音之趣——丢失在翻译之中（lost in translation）。对笔者而言，过去、现在乃至将来，翻译充满着追求的乐趣，也伴随着追求之中的痛苦：

其一，如何将岳飞庙中的《满江红》译得既朗朗上口，又保持气势？

其二，如何将俞曲园的传世之作

“重重叠叠山，
曲曲环环路，
丁丁冬冬泉，
高高下下树。”

译得简洁、明快？

其三，如何让欧美游客能更多地欣赏到西湖天下景的

“水水山山处处明明秀秀
晴晴雨雨时时好好奇奇”

的形式、内涵?

其四,如何将这幅妙趣横生的对联

“翻身不忘共产党
吃喝不忘秦始皇”

译得达意、谐趣?

其五,如何把北京文化遗产胡同里的代表性楹联

“子孙贤族将大
兄弟睦家之肥”

有形式、有逻辑、有内容地译介出去?

其六,如何将道教楹联

“黄泽不竭
老子其犹”

的深刻内涵、隐喻等展现给外国人?

其七,如何译出佛教中雅俗共赏的对子

“大肚能容容世上难容之事
开口便笑笑天下可笑之人”

中“爱憎分明”但又“开朗戏谑”的特色?

其八,如何在观看“傩戏”时,翻译、详述中华民族这一“濒危”文化遗产?

其九,如何翻译小吃“西施舌”中的“西施”?

其十,如何翻译可能是治水英雄大禹的“衣冠冢”及其上边的“窆石亭”?

其十一,如何通过好的翻译成功推销曾为“贡粉”的藕粉等旅游土特产?

其十二……

旅游翻译就是这样,“趣味”“痛苦”并存,酸甜苦辣自知。从旅游(特别突出的是涉外导译)这么一个典型的跨文化交际活动、这么一个朝阳产业(或新兴行业)、这么一个跨学科专业入手,通过

“译”和“导”对现当代翻译理论有一个以小见大、举一反三、并较为理智的了解和把握,能使我们在今后的工作中(实践型的,教学型的,研究型的,或兼而有之型的)获得综合性、全方位的提高。笔者来自跨文化交际的行业,深深知道:只要你用心了,你就会有所得。这种所得是他人难以感觉到的,这种所得之后的“趣味”更是他人难以体会的。虽然大家会背“No pains, no gains”这句谚语,但笔者认为这种“pains”是“The pleasure of taking pains”(美国诗人罗伯特·弗罗斯特)。所以,你付出的过程就是快乐的、幸福的、有趣味的,也就是“gains”。这也正如爱尔兰诗人叶芝曾说:除非力所不能及,人生之快乐程度在于选择困难之大小(Short of the impossible, the satisfaction we get from a lifetime depends on how high we choose our difficulties)。我坚信:这样快乐的付出定有所得,定有丰厚的回报。

经过不断的实践、积累、思考、提升,笔者之“趣味”似乎升华了,变得有理性了,变得能动了,并转化为自觉的行动了,转化为终身追求的事业了。由此,自然产生了旅游翻译趣味中所包含的(或将会产生的)十种特性。为什么正好是“十性”,而非“九性”或“十一性”呢?其实,旅游翻译的趣味何止这些?正因为举不胜举,干脆就举“9+1”个吧,“9”是“阳数”,在中国文化中表示“多”,再加“1”个,不是更多吗(这是趣味,还是逻辑?)!再则,从跨文化角度出发,我们应意识到英美美人一般喜欢整数,所以又是“中外合资”、“中西合璧”,笔者称之为“旅游翻译趣味十性”:

1. 启发性;
2. 知识性;
3. 思想性;
4. 实用性;
5. 规范性;
6. 针对性;

7. 灵活性;
8. 艺术性;
9. 严肃性;
10. 趣味性。

怎么“趣味十性”中还包括趣味性?当然,这就是“趣味中孕育着更大、更多、更深刻的趣味”,这就是不断的“自我充实”、“自我完善”。这些趣味性不可能一言以蔽之,这些趣味性的获得也不可能一蹴而就,这些趣味性的阐释只可能融入于其他阐释之中——还容笔者慢慢道来,容读者慢慢体味。

如果你对旅游翻译产生了强烈的兴趣,“行万里路”自不待言,“读万卷书”,包括读人生这本大书,更是不言而喻的。要学知识,要做学问,应学做人,而且要首先学做人,“世事洞明皆学问,人情练达即文章”是有其深刻人生哲理的。旅游翻译更多的是导译,是要直接跟来自海内外的各种各样的人、各种身份的人打交道的。这是基础,而学会导译,就要学会(起码略知一二)营销——海内外的市场营销,营销是针对人这个消费群体的;学会导译,就要学会管理——现代管理,管理也是要与入打交道的;……如今,旅游界最缺的是复合型人才,即集这三位于一体的人才:懂导译,懂营销,懂管理,而且不是“一般的懂”。对所有这些,你都得发生兴趣。当你为此奋斗的同时,它也会给你带来难以描述的趣味。

如果你对旅游翻译产生了强烈的兴趣,打好业务基本功,比如要学好、掌握业务知识,绝非一日之功。正所谓“活到老,学到老”,“活到老,(还)学不了”。人生有涯而知无涯。光是开一张基础知识的书单,数目就不下几十本。读了这些书(当然还远远不够),通过了考试,本科毕业,乃至研究生毕业(硕士或博士),其实仍尚未是实际意义的毕业。因为旅游专业,旅游翻译专业,跟相关的行业、产业有直接的关系(如不是单纯的笔译,“坐家”就行)。从教育与市场相结合的角度出发,没有经过实际检验的产品(学生就是一

种“产品”),很难说是“适销对路”的。即使“销路”很好,产品本身也有一个生命周期:“介绍期、成长期、成熟期、衰退期”;而且产品还有一个边际效用。迄今为止,中国已有旅游专业的硕士生、博士生,但尚未有导游翻译专业的硕士生、博士生,尽管已有“屈指可数”的国家级特级导游。根据传统的观念和做法(惯例),研究生的学位是要通过研究即做学术学问(academic research)才获得的,且要有真创见。既然要有真创见,不会解决实际(现实)问题是不行的。因为我们国家培养研究生就是本着“宽基础、重应用”的原则。哪一个企业欢迎不懂实际的 MBA? 哪有一所医院欢迎不会看病的医学博士? 哪一个国画系欢迎从没画过一幅国画的研究生来执教绘画? 研究型大学的研究生的培养目标也是要求研究生有解决实际问题的能力。在目前的体制下,(毕业的)研究生中,导游得好、导译得好、营销得好、管理得好的,人数很少;他们中间做出了真正意义上有创见的(纯学术的或理论联系实际的)研究的,人数也很少或者凤毛麟角,除非是笔者“孤陋寡闻”。起码笔者读过的有关旅游翻译的研究生论文,大约就是几乎没有自己见解的连格式/规范都有大问题的“他论文章”,还正式签写了是在“导师的指导下”的“自创性声明”。我们并不在此抱怨、责备,因为这样的产出是自然的、正常的——学生和导师对相关的“学术实际”和“现实实际”知之不多(即投入不多,也很难有实效的投入),难以有相关专业和行业专业人士所具有的鉴别力。笔者本人也不鼓励自己的研究生写这方面的论文,因为他们毕竟缺乏应有的社会实践。研究生毕业后,他们中改行的有之(有的也喜欢改,原因颇多,似有隐衷);另有所谋的有之;“学而优则仕”的有之,从某种意义上说,可能算是“点缀”或“摆设”。他们很少能在上述提到的任何一个方面(如管理合资酒店、涉外旅游公司、政府旅游部门,或者海外市场营销研究、国际会展业研究、进入 WTO 后中国的旅游战略宏观、微观研究等)崭露头角。这是人才浪费问题,人才的含金量问题,

还是“产品”处于尚未“成熟”的阶段,或者如何在这方面培养有真才实学的专业人才的可能性研究出了问题?

这一课题,不知是否给有识之士带来了趣味?作为对旅游翻译深感兴趣的笔者,对此一直给予关注,一直在进行探讨。这既具有学术趣味,也使趣味性 with 实用性相结合。

搞旅游翻译,就是要将趣味性与学术性、实用性很好地结合。旅游翻译要搞得好,真是要做一个真正的“杂家”,不仅仅是传统上所理解的“知识面广,什么都懂一些的”杂家(one that knows something of everything——笔者阐释),而且或最好是像“先秦时期融汇各家学说而成一家之言的学派”(guide-interpreter and/or translator that combine/combines various schools of thoughts into one; guide-interpreter and/or translator that know/knows everything of something and something of everything——笔者阐释):关注“三界”——翻译界、旅游界、全世界。俗话说得好:“家事、国事、天下事,事事关心”。因为微观、宏观“观观相扣”;人生观、世界观、翻译观“观观相连”。中国译界有一个“翻译标准多元互补论”,西方译界也有一个“多元系统论”,世界上更有“旅游全球化”论(均参见第二章)。

本书原先的书名是《包罗万象的旅游翻译》,笔者很喜欢这个名字。由于时间有限,只得割爱,同时也将“本来可以是包罗万象”的话题微缩成现在这个篇幅,像是盆景。盆景可分为山水盆景和树桩盆景。不知笔者的盆景属于“山水”还是“树桩”?简而言之,盆景是一种“控制”(tree control)或“限制”(the limitations of one's own conscious mind),所以笔者须凭直觉行事。尽管如此,不论哪种盆景,中外游客都喜欢欣赏,还在家中种植,更有两千多年的“傲人”历史,现已传遍了整个世界;被描绘成“无声的诗”、“立体的话”、“活的化石”等,还会给人以“沧桑感”抑或“幼嫩感”(the illusion of age)。不论笔者的盆景属于哪种类型,但愿具有盆栽艺术

所固有的美学价值。在此笔者也热切期盼读者、专家,本着对“盆景”的关爱、呵护、细心、耐心以及各自独特的美学观,把笔者“这根树桩”栽培成能为人瞩目的“一道新的旅游风景”。愿这道风景能给大家带来点“趣味”。

1.2 趣味中的严肃

趣味和严肃,应是你中有我,我中有你,互相兼容的。讲趣味,并非不严肃,并非是意在供人们茶余酒后消遣的鸳鸯蝴蝶派的小说,或是专门迎合低级趣味的所谓“文明戏”。笔者因公去过泰国。感到既“有趣”又“困惑”的是:色情旅游,在工业发达的文明国家有之,然而在发展中国家——一个佛教国家——居然也有之,而且似乎并行不悖,“很和谐”。去年11月上旬,世界女子网坛大明星库尔尼科娃在被誉为“东方夏威夷”的泰国度假胜地芭堤雅逗留。她此行目的是为这一旅游胜地做宣传,被描写为库娃代言色情旅游。芭堤雅几乎是色情的代名词,打的就是色情旅游这张牌。人们都说,到泰国不看人妖表演,简直就像没去过泰国一样,而人妖表演以芭堤雅的最为有名。笔者绝非在此“煽动”旅游翻译去观看“色情”演出,须知人妖表演(笔者指的是ALCAZAR CABARET SHOW, SIMON CABARET, TIFFANY'S SHOW 和 CHIP'S CABARET等)却是这个色情城市里“最干净”(或是“最严肃”、“最不色情”)的“文艺演出”。所以,去泰国看这类演出不能算是“色情旅游”(具体解释见本章1.3节),陪同一起前往观看的导游或领队也不能算是“色情导游”或“色情领队”。对此,社会学专家、经济学专家、旅游专家(当然包括涉外导游和国际领队或海外陪同)、翻译专家等,在兴趣之后都会进行“严肃”的思考。这种严肃可以是一种学术性的严肃,严肃中同时带来学术性的趣味。人妖与国际旅游有关系,自然值得导游、领队等旅游同业关注(当然这也是一种