

合肥罍街语言景观研究

——以官方标牌为例

熊芝园 刘浩楠 徐喜 王梦婕¹

(安徽三联学院外语学院, 安徽 合肥 230000)

【摘要】: 语言景观是社会语言学中一个重要领域, 着重考察公共空间内语言标牌的象征意义。本文以合肥罍街语言景观官方标牌为研究对象, 从罍街语言景观官方标牌设计者、观赏者与官方标牌三者的互动关系中, 探讨罍街当前语言景观对合肥罍街发展存在的利弊, 并在此基础上提出相对应的修改意见及未来展望。

【关键词】: 语言景观 合肥罍街 官方标牌

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

0 引言

语言景观又称为“Linguistic Landscape”, 这个经由 Landry & Bourish 于 20 世纪 90 年代在《社会心理学与语言期刊》(Journal of Language and Social Psychology)中提出的“语言景观”概念是语言景观研究的奠基之作(Landry & Bourish1997)。而后经过 Ben-Rafael 等(2006)增加了语言景观的内涵, 定义它为可展示一个国家社会文化风俗的重要象征符号, Gorter 等(2006)则扩大了语言景观研究的方向, 更视其为研究多语现象和社会学的一个重要途径。

而国内语言景观研究更集中关注于标牌语言规范、修辞手法的使用和语言景观背后所反映的语言政策以及英汉双语标牌的使用情况等。其中夏娜(2014)以少数民族语言、汉语和英语在丽江古城的使用情况为例, 大力开展了具备中国特色的语言景观研究, 为当前国内语言景观发展作出了突出贡献。而本项目着眼于合肥罍街语言景观官方标牌, 意在为国内语言景观研究提供新资料, 也有助于罍街语言景观建设的完善与发展。

1 合肥罍街语言景观的分析与研究

本文以合肥罍街官方标牌为研究对象, 通过前期语料收集及后期线下实地问卷调查方式, 对“设计者”“观赏者”与“官方标牌”互动关系的分析, 共回收 167 份问卷调查。问卷调查共计 13 题, 主要受众群体为周边住户、游客和商家等。内容以探究答卷者对罍街语言景观总体印象的多选题为主。而在已回收的问卷中, 半数以上答卷由游览者填写, 其中来自乌克兰、巴基斯坦及英美的外籍游客填写的答卷占 20%, 官方机构的答卷有 50 份, 占比 30%。由问卷反馈可知, 19~30 岁的答卷人占 80.84%, 以本科生居多, 且以国人为主。

1.1 官方标牌设计者与官方标牌的互动关系

¹基金项目: 合肥罍街语言景观研究——以官方标牌为例(202010959053)

基于问卷调查内“墨街标牌设计者通过官方标牌传达什么信息?”,充分表明官方标牌的空间载体作用,更便于深入探究设计者与官方标牌的互动关系。

“标牌设计者”意图通过官方标牌平台向游览者传递五种信息。根据设计者目的,“官方标牌”大致可分为警示标语、多语标牌、特色标牌、基础性标牌以及宣传标语五类。

在收到的167份调查问卷中,第三类标牌占比63.47%,答卷人认为“设计者”通过特色标牌凸显墨街特色文化街区的地位,超过半数的答卷人则认为设计者试图以多语标牌的设置增加墨街客流量,也为游客提供更好的体验感。24.55%的答卷人认为设计者意在借助第五类标牌宣扬中国传统文化。有将近半数的答卷人认为标牌设计者以第四类标牌增加游客体验感。此外,38.92%的答卷人认为“设计者”没有使用足够的语言标牌传达出墨街游览环境的安全性,亦显示出当前合肥墨街第一类警示标牌匮乏等多方面的问题。

在比对获得的数据后,可看出官方标牌在互动关系中发挥的特殊作用。表现为:第一类和第四类官方标牌不仅能充分反映出当前墨街语言标牌类型匮乏,也能显示出当前墨街没有足够的宣传与警示标语;“设计者”考虑墨街外国游客的存在而设置的多语标牌和特色标牌,虽在某种程度上扩大了墨街游客群体,但依旧存在部分悬而未决的问题。

1.2 观赏者与官方标牌的互动关系

基于问卷调查中“合肥墨街能够吸引游客的特色?”这一问题,在一定程度上显示出墨街语言标牌投射出的语言景观总体状况,进一步推动观赏者与官方标牌互动关系的深入研究。

从观赏者的角度出发,墨街的建筑色彩、标语、布局、商业性、建筑风格、特色文化与观赏者的角度息息相关,关于游览者对合肥墨街的总体印象共有七类选项,其中建筑色彩分明的占据比例最高,为61.08%。其中,合肥墨街的古朴典雅的建筑风格、标语中华优秀传统文化突出、标牌布局合理的特点分别占据所有答卷者的52.1%、48.5%、45.51%。游览者针对合肥墨街的特色文化街区和商业性强的特点,分别占比为32.34%、27.54%,关于其他选项占比仅0.6%。

从“观赏者”与“官方标牌”的互动关系中得出,61.8%的观赏者认为墨街建筑色彩分明,52.1%认为建筑风格古朴典雅,二者都占据所有答卷者的主要地位,从占比为32.34%以及27.54%的特色文化街区和商业性强的数据中可以分析出墨街官方标牌无法给墨街“观赏者”留下深刻印象,及墨街官方语言标牌追求商业化和高利益,丧失了特色文化街区的优势与独特性,导致观赏者游览体验不佳。此外,有将近半数的观赏者对当前合肥墨街特色官方标牌内容及中华优秀传统文化表示出高度的认可与赞同,这能够反映出当前墨街官方标牌的设置存在的成功之处。

2 官方标牌设计者与观赏者的互动关系

墨街作为特色旅游文化美食街和重要地域文化象征,主要游览群众为国人。设计特色语言标牌意在增强合肥墨街作为特色商业街的独特优势。再加上多类型语言标牌布局分布,也使外国游客的游览更为便利,为游客提供了更好的服务和体验感。此外,“设计者”也以各类警示与安全标语为游览者营造一个安全的环境。

此外,由于特色官方标牌的存在,合肥墨街给观赏者最为深刻的就是“墨特色”仿古建筑的风格形象。而多类语言标牌内容设计文化感浓烈,为“观赏者”留下标语内容中华优秀传统文化突出的印象,扩大了“观赏者”的来源及数量以及墨街的知名度。虽然“设计者”把特色语言标牌与商业性活动结合能够推动当地经济发展和文化传播,但从结果来看,“观赏者”对合肥墨街商业性强的接受程度普遍不高。

3 研究结果与未来展望

3.1 语言标牌设置与布局合理

墨街官方巧妙利用其受众群体大多为国人，采用单语标牌和部分多语标牌的联合布局，内容应用多为临近地区的韩语及日语，充分考虑了游客的多样化。因此能够在一定程度上推动受众人群的扩大，吸引大批外来游客前来。

通过结果可知，墨街官方语言标牌集中表现地方特色，设置在街道两侧，直观醒目，再加上不同类型的语言标牌颜色合理且功能之间相互依存且权责分明，能为墨街的游客提供一个和谐的游览环境。

3.2 语言景观突出中华优秀传统文化

墨街官方标牌标语内容主要采用中文单语形式，集中展示了中化优秀传统文化和墨街特色地域文化，譬如方言、古诗、各地特产以及合肥历史地名等，从多角度描绘墨街的优势。此外，墨街官方语言标牌中各类诗歌的运用和历史名人及典故的介绍，在让游览者感受到浓郁的文化氛围的同时，也吸引到更多的热爱华夏文明的外国友人的驻足与观览，继而进一步使合肥墨街的发展如日中天。

4 缺陷与不足

4.1 官方标牌整体数量不足，布局欠佳

当前合肥墨街语言景观商业性强，私人标牌泛滥，官方标牌数量不足，部分地区官方标牌受到私人标牌遮挡，布局欠佳。经过调查和问卷结果可以得出，当前墨街官方标牌中警示与安全标语数量匮乏，且宣传标语内容展现中华优秀传统文化的屈指可数，这不利于墨街的长远发展。为打造出一个更加完美的合肥特色文化商业街，需要在增加墨街各类基础性官方标牌数量的同时，更加优化其设置与布局。

4.2 多语标牌过少

多语标牌是反应国际游客数量的重要标准，当前墨街的多语标牌数量远低于单语标牌。语言标牌大都采用单语汉字，过多单一语种标牌设置并不利于合肥墨街的长远发展。当今时代，双语或多语的社会环境正在日益普遍化，增设多语标牌、丰富多语语言标牌的语种、增加内容的娱乐性和趣味性已刻不容缓。

4.3 特色语言标牌数量欠缺

合肥墨街语言标牌主要用于商家广告宣传，商业气息浓重。作为特色文化街区的墨街，其标牌更应该以优秀传统文化和地域文化为基本点，重点宣传，展现出墨街现存的高于其他街区的优势，而目前墨街特色语言标牌数量匮乏。对此，我们要加大文化宣传力度，深化标牌内容，提升标牌境界，美化语言标牌环境，为合肥墨街提供一个更加完善的街区景观，从而进一步提高合肥墨街语言景观建设成为我国特色文化街区建设的实用性。

5 结语

根据合肥墨街语言景观调查研究发现，其优缺点并存，本文能够对当前所存在的问题提供一些建设性意见。此外，其研究成果不仅能够推动合肥墨街更加具有地域特色文化的街区景观的形成，也可以为中国特色文化街区的创建提供参考意见。

参考文献:

- [1]Landry, R. & R. Y. Bourhis. Linguistic landscape and ethno linguistic vitality: An empirical study[J]. Journal of Language and Social Psychology, 1997, (1).
- [2]Ben-Rafael, E., E. Shohamy, M. H. Amara, et al. Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel[M]//Gorter(ed.), Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism, Clevedon: Multilingual Matters, 2006: 7-27.
- [3]Gorter D. (Eds.). Linguistic Landscape: A new approach to multilingualism[M]. Clevedon: Multilingual Matters, 2006.
- [4]夏娜. 多语地区的语言景观研究——以丽江古城区为例[D]. 昆明: 云南师范大学, 2014.