

桂林旅游景区语言景观与城市形象的互动关系

——以西街、东西巷为例

黄羽萌, 董瑜婧, 王甄萱

广西师范大学文学院, 广西 桂林

收稿日期: 2023年3月31日; 录用日期: 2023年5月17日; 发布日期: 2023年5月26日

摘要

语言景观是社会语言生态的反映, 是对外展现城市形象的重要窗口。在建设世界级旅游城市背景下, 文章以桂林国际旅游景区西街、东西巷为研究对象, 采用田野调查法、比较研究法分析两地语言景观概况及其与城市形象的关系。研究发现, 两地语言景观在类型、语码、材质选择上有不同的倾向, 这与两地景区的形象定位有密切关系; 两地语言景观对桂林形象的展现既有共同之处, 又保留了各自特色, 西街侧重展现桂林的山水休闲城市形象, 东西巷侧重展现桂林的历史文化名城形象, 二者均能呈现桂林“国际旅游胜地”的城市形象。研究结果对于进行语言景观的比较研究、揭示语言景观与城市形象的关系具有参考价值。

关键词

语言景观, 西街, 东西巷, 城市形象

Interaction Relationship between Linguistic Landscape and City Image of Guilin Tourist Attractions

—Taking West Street and East-West Lane as examples

Yumeng Huang, Yujing Dong, Zhenxuan Wang

College of Literature, Guangxi Normal University, Guilin Guangxi

Received: Mar. 31st, 2023; accepted: May 17th, 2023; published: May 26th, 2023

Abstract

The linguistic landscape is a reflection of the social language ecology and an important portrait of

the city to the outside world. In the background of building a world-class tourist city, the article takes West Street and East-West Lane of Guilin International Tourist Scenic Area as the research objects, and uses the method of field investigation and comparative research to analyze the linguistic landscape profile of the two places and its relationship with the image of the city. The research found that the two places have different tendencies in terms of type, code and material selection, which are closely related to the image positioning of the two scenic spots; the two places have common features and retain their own characteristics in presenting Guilin's image, with West Street focusing on Guilin's landscape and leisure city image while East-West Lane focusing on Guilin's historical and cultural city image, both of which can present Guilin's "international tourist resort" city image. The results of the study are of reference value for comparative studies of linguistic landscapes and the revelation of the relationship between linguistic landscapes and city images.

Keywords

Linguistic Landscape, West Street, East-West Lane, City Image

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

语言景观研究关注各类语言标牌与社会的互动关系,是社会语言学的新兴领域,涉及全球化社会语言学、民族化社会语言学以及场所符号学等诸多理论,经众多学者研究与讨论,已积累了丰富的成果。当前研究主要集中在对语言景观本体的微观探讨,探究语言景观译写规范化问题[1]以及特点、现状和成因分析[2] [3],但较少触及语言景观与城市形象构建的问题,且关注城市形象的语言景观研究[4]多从宏观角度出发,忽视了具体景区定位对城市形象的差异化构建。本文研究将弥补前人研究对象单一或偏向宏观研究视角的不足,探讨语言景观对城市形象的多元化构建。

为了具体探讨语言景观如何构建城市形象的问题,本文聚焦城市具体景区的语言景观和城市形象之间的关系。广西桂林市是著名的旅游城市,近年来力图呈现其国际旅游胜地的城市形象,诸多景区在此背景下产生了丰富多样的语言景观[5],这些语言景观是展现桂林城市形象的重要窗口。然而,关于桂林市语言景观的研究却显不足,只有寥寥数篇,根据知网搜索关键词,得到相关研究论文共11篇,且其中研究多从语言经济学、语言转译、对外汉语教学等视角阐释桂林景区语言景观的应用现状、空间分布特征及影响因素[6] [7]。因此,在各景区语言景观比较研究方面,以及与城市形象互动关系研究方面,依旧存在较大的探索空间。

综上,基于当前研究情况,本文以桂林著名景区东西巷、西街的语言景观为例,深入探究两地语言景观与城市形象的互动关系,期望能为城市语言景观如何较好地展现城市形象提供思路。文章主要聚焦于以下三个问题:1) 西街、东西巷两地语言景观概况如何?存在什么差异?2) 两地景区的形象定位如何影响语言景观的差异化设计,进而呈现特色各异的城市形象?3) 语言景观对城市形象的展现效果如何?本文将对此一一进行探讨。

2. 研究对象和材料收集

2.1. 研究对象概况

西街与东西巷是广西桂林的国际旅游景区,选取两地语言景观作为研究对象主要是基于以下三个方

面：1) 语言标牌数量丰富。作为知名景区，两地语言标牌数量繁多，形式各异，受众面广。2) 文化积淀深厚。东西巷是桂林明清时期遗留下的历史街巷，西街则历经一千四百余年。两地语言景观与历史文化互动、交织，体现桂林民风民貌与山水风光，具有丰厚的文化底蕴。3) 管理模式成熟。东西巷管理委员会、东西巷招商中心、阳朔县旅游局对公共标语、店铺招牌等语言景观制定创设要求，能够体现语言景观与社会的关系。

2.2. 语料收集与处理

本研究以桂林市东西巷、阳朔县西街的语言景观以及城市形象为研究对象，采用语言景观研究传统的拍照方式对语料进行收集，并沿用 Backhaus 的语料划分方法，将每个具有独立边框的标牌计为一个统计单元[8]，共析出 1128 块语言标牌，其中，西街语言标牌 782 块，东西巷语言标牌 346 块。

为较为全面地掌握两地语言景观情况，本研究对语言景观设立者、读者分别进行调研。针对语言景观阅读者，在东西巷、西街两地向路人发放问卷 130 份，共回收有效问卷 122 份，其中，东西巷 72 份，西街 50 份，掌握其对当地语言景观的态度。针对语言景观的创设者，对东西巷管理委员会、阳朔县旅游局以及两地部分商家进行访谈，掌握官方标牌创设者和私人标牌创设者的创设动机。

尚国文将 SPEAKING 语言景观分析模型引入国内[9] (p. 220)，为语言景观语料的分析与处理提供了方向。SPEAKING 模型从场合、参与者、语码组合、材质风格等八个维度出发，是梳理语言景观的一个有效框架。本研究依据此框架对所收集的 1128 条语料进行处理，从八个维度标注语料的信息，进行量化分析。在 P (参与者)、E (目的与结果)、G (规约) 方面的信息则以访谈收集的资料为主，进行定性分析。

3. 研究结果

3.1. 两地语言景观概况

语言标牌如何通过层级性映射各个种族及其语言的权势和地位，是语言景观研究的重点[3]。本文将从两地语言景观类型、语言景观语码分布、语言景观载体讨论两地语言景观概况。

3.1.1. 语言景观类型

Table 1. Statistics of the total number and type of signs in both locations

表 1. 两地标牌总量和类型统计

	官方标牌占比	私人标牌占比	总量
西街	25.7%	74.3%	782 块
东西巷	74.3%	50.87%	346 块

如表 1 所示，从总体上看，西街标牌数量远大于东西巷标牌数量。西街语言标牌总量为 782 块，东西巷语言标牌总量为 346 块，二者在数量上相差近 2.3 倍，差异悬殊。

为进一步考察两地语言景观在类型上的异同，我们根据聂鹏和木乃热哈的研究框架，将搜集到的标牌按创设主体分为官方标牌和私人标牌两大类[10]。官方标牌是指政府设置的具有官方性质的标牌，私人标牌是指私人或企业所设立的用作商业或信息介绍的标牌，更能体现当地的商业活跃情况。

研究发现，私人标牌均为两地常见的标牌，其数量均超过当地标牌总量的一半。其中，西街私人标牌占比当地标牌总量的 74.3%，官方标牌则占比 25.7%，私人标牌的占比明显大于官方标牌的占比。相比之下，东西巷官私标牌的比例则较为均衡，私人标牌占比 50.87%，官方标牌占比 49.13%，二者数量相当。

综上所述,从数量上看,两地均以私人标牌为主,其中,西街私人标牌的数量远大于东西巷私人标牌的数量,当地商业活动较为活跃。

3.1.2. 语言景观语码分布

1) 语码类型

两地的语言标牌均存在 5 种语码类型。西街标牌出现的语码有汉语、英语、日语、法语、俄语,东西巷出现的语码有汉语、英语、日语、韩语、壮语。

在外语语码的选择上,两地呈现出不同倾向。西街标牌使用的法语、俄语并未在东西巷出现,东西巷出现的韩语也未能在西街找到对应。由此可见,西街标牌在外语选择上更倾向印欧语系的语言,东西巷则更倾向于韩语、日语等东亚国家的语言。

在特殊语码的选择上,两地也存在一定的差异。繁体字作为一种特殊的语码,不仅有传递信息的功能,还有增添文化韵味的象征功能。两地语言景观均使用了这类特殊语码,但数量上存在不同。西街含有繁体的语言标牌共 18 块,占比西街标牌总量的 2.3%,而东西巷含有繁体字的标牌共 37 块,占比当地标牌总量的 10.69%。显然,东西巷语言标牌更青睐这类具有复古风格的特殊语码。

2) 语码组合

为进一步考察两地语言景观在语码分布上的异同,我们从优势语码、语码组合类型两方面对两地多语标牌的语码组合情况进行统计,具体如下表 2 所示。

Table 2. Statistics of language code combination

表 2. 语码组合情况统计

优势语码	语码组合类型	西街		东西巷	
		小计	比例	小计	比例
汉语优先	汉语 + 英语	115	95.83%	97	85.08%
	汉语 + 日语	2	1.67%	/	/
	汉语 + 壮语	/	/	1	0.88%
	汉语 + 日语 + 英语	/	/	1	0.88%
	汉语 + 英语 + 日语 + 韩语	/	/	3	2.63%
英语优先	英语 + 汉语	3	2.5%	12	10.53%
	总计	120	100%	114	100%

研究发现,两地多语标牌的优势语码都有且仅有汉语和英语两种类型,可见汉语和英语是两地语言社区较为活跃的语言。首先,汉语是绝对优势语码,绝大部分的多语标牌都以汉语为优势语码,即使不以汉语为优势语码的标牌也配备了相应的汉语。其次,在汉语的强势地位之下,英语是两地唯一的优势外语语码,可见其在两地社会语言生态的地位不容小觑。再次,从两地的语码组合类型看,无论是哪一种语言作为优势语码,中英搭配都是两地最常见的语码组合类型。

进一步比较后发现,两地多语标牌的语码组合情况存在差异。东西巷的语码组合类型更为丰富,共出现 5 种语码组合类型,西街仅有 3 种且每种组合类型内仅包含 2 种语言,而东西巷的多语标牌不仅涉及少数民族语言(壮语),所包含的语种类型也较为丰富,甚至有标牌出现了 4 种语言,即汉语、英语、日语、韩语,语码混合情况较为复杂多样。

3.1.3. 语言景观载体

语言景观的物质载体是标牌语言的呈现方式的意义系统之一[9] (p. 219), 不同材质的标牌会产生不同的意义。因此, 研究对两地的标牌材质进行统计, 具体情况如表 3 所示。

研究发现, 两地语言景观的物质载体丰富多样, 涉及贴纸、涂鸦、灯箱、石材、化合类、金属等近十种材质, 化合类、贴纸、木制、金属是两地标牌常见的物质载体, 其中, 两地标牌均为最常用的材质均为化合类, 符合两地的商业化特征。

进一步比较后发现, 虽然化合类、贴纸、木制、金属是两地标牌常见的材质, 但两地标牌在材质的选择上有不同倾向。研究结果显示, 除两地最常见的化合类材质外, 在以上四种材质中, 西街标牌更倾向使用贴纸类材质, 常见于广告、海报; 东西巷则更倾向使用木制和金属标牌, 常见于店铺标牌、指示牌。此外, 西街的材质形式较为多样, 在东西巷不常见的涂鸦、灯箱等载体, 在西街较为活跃, 增添了西街的商业氛围。

Table 3. Statistics of linguistic landscape materials in both places

表 3. 两地语言景观材质统计

材质	西街		东西巷	
	小计	比例	小计	比例
木制	80	10.23%	55	15.9%
涂鸦	7	0.9%	3	0.87%
灯箱	80	10.23%	13	3.76%
广告贴纸	207	26.47%	64	18.5%
车身广告	8	1.02%	/	/
石材	6	0.77%	12	3.47%
金属	56	7.16%	53	15.32%
化学合成类	261	33.38%	70	20.23%
其他 ¹	77	9.85%	76	21.97%
总计	782	100%	346	100%

3.2. 景区形象与语言景观设计

3.2.1. 西街形象定位与语言景观的形成

《阳朔西街旅游区总体规划》提出西街的形象定位是“国际特色文化休闲旅游街区”, 这影响了西街语言景观的设计。

首先, 西街努力突出其国际性, 宣传其“最美洋人街”、“世界地球村”的景区形象, 这影响了西街语言景观的语码选择。前文提及, 与东西巷相比, 西街语言标牌倾向于选用印欧语系的语言, 西街单语或多语标牌共出现汉语、英语、日语、法语、俄语 5 种语言。这是由于西街的外国游客主要来自俄国、法国等欧洲国家。此外, 在西街, 多语标牌呈现“汉语 + 英语”、“汉语 + 日语”、“英语 + 汉语”3 种语码组合类型, 部分单语标牌还选用俄语、法语的语码, 与多语标牌一同增强西街语言生态的活跃性, 努力贴合西街“洋人街”、“地球村”的形象。

其次, 西街的形象定位还强调“特色文化”, 这影响了西街语言景观内容、语码、材质的选择。“文化西街”是西街形象建设的重点内容。在此影响下, 在内容上, 部分官方标牌选取文化名人作为宣传对象, 增添当地的历史韵味, 努力契合“文化西街”的形象建设目标。在语码上, 部分私人标牌在语码选¹“其他”为属性不明材质。

择上采用繁体字或小篆等特殊语码，贴合历史文化旅游街区的定位。在材质上，少部分标牌选用了木制、石制形式，尽量突出当地的历史性与文化性。

再次，西街的定位还包括“休闲旅游街区”，这影响了语言景观类型、材质、内容的选择。在类型上，西街私人标牌的数量远大于官方标牌的数量，可见西街在发展商业的过程中，带动私人标牌数量增多。在材质上，西街语言景观多选用年轻化、休闲化的物质载体，色彩鲜艳、内容活泼，充分体现了西街年轻化、休闲化的特征。在内容上，西街标牌常选用“漓江”、“桂林”等文字或图案强调西街旅游街区的身份，以多模态的语言景观参与西街“休闲旅游街区”形象的构建。

3.2.2. 东西巷形象定位与语言景观的形成

首先，东西巷基于自身优势，试图展现历史文化氛围。在此定位引导下，东西巷标牌在风格上具有复古的特征。东西巷管委会提倡标牌使用木质材料、柔和灯光以贴合街区定位。调查结果显示，除普通商业标牌常用的化合类材质外，东西巷标牌最常使用的即是木制标牌和金属标牌，印证了东西巷管委会的倡导(见图1)。



Figure 1. Wooden signs in East-West Lane
图1. 东西巷木制标牌

其次，东西巷具有展现桂林“国际旅游胜地”形象的任务。东西巷管委会有意向城市定位靠拢，在语言景观上凸显“国际性”。对此，东西巷语言景观的设计有三重考量：一是语码选择，二是标语内容选择，三是译名选择。在语种选择上，通过客流占比分析确定语种。前文提及，在东西巷语言景观出现的语种中，除中英双语外，便是日语与韩语等东亚国家的语言，这是东西巷管委会根据客源安排的结果。在内容选择上，路牌、指示牌等官方标牌先设立点位，以此确定语言标牌的指引内容。在译名选择上，官方标牌配备的外语翻译主要以达意为主，注重信息传达的效果。

再次，管理部门对东西巷语言标牌的设立进行监督，使东西巷呈现“休闲商业旅地”的形象。在材质选择上，东西巷店铺标牌的设立需要经历“自行设计-部门审批-商家修改-通过审批”的过程，接受有关部门的管理与指导，要求明确，使语言标牌的设计更符合东西巷的角色定位，使得语言景观形式各色，其内容以吃喝玩乐消费密切相关，凸显商业休闲氛围。作为旅游、文化综合一体的街区，东西巷保持着自己的商业性，其定位对语言景观形成发展起着重要的引导作用。

最后，东西巷还承担着宣传“文明城市”形象的任务。在私人标牌方面，东西巷管理部门规定不能延伸至人行街道。在此指引下，越轨式放置的语言标牌逐渐减少，目前仅占比东西巷语言标牌总量的0.58%。在官方标牌方面，街道办事处、消防单位、招商中心联合，设置公共标语，共同宣传桂林“文明城市”的形象，其内容主要表现在三个方面：文明用语、民族团结与安全，宣传桂林“文明城市”的形象。

3.3. 语言景观对城市形象的展现

语言景观有两种功能，一是信息功能，二是象征功能[9] (p. 216)，这两大功能与城市形象的构建相关。对于东西巷、西街而言，两地语言景观呈现的桂林形象既有共同之处，又保持了各自特色。

3.3.1. 两地共同展现的桂林形象

1) 国际旅游胜地

两地语言景观对展现桂林“国际旅游胜地”的城市形象有一定的效果。

在展现桂林“旅游胜地”形象方面，语言景观的信息功能对桂林丰富的旅游景点起直接宣传作用。官方标牌多为景区路牌、地图、告示牌等，将桂林景区名称与景区特点直接标示清晰。例如“名牌墙”等私人标牌，直接标明景区名称，对宣传桂林“旅游胜地”的形象具有重要的作用(见图2)。

在展现国际性形象方面，无论是官方标牌，还是私人标牌，两地都展现了桂林旅游城的国际化特征。告示牌、宣传标语等官方标牌通常配备英语及韩语、日语、俄语等语言，渲染当地国际化的氛围。私人语言景观也通常配备外语。这些标牌具有国际化的象征功能，无疑是桂林国际旅游胜地城市形象的展现。



Figure 2. “Name plate wall” of attractions
图 2. 景点“名牌墙”

2) 休闲商业旅地

东西巷、西街语言景观具有商业价值与娱乐功能，对展现桂林“休闲商业旅地”的城市形象有一定的效果。

东西巷语言景观运用灯箱、电子屏等材质与形式，呈现桂林的商业形象。西街标牌则通过谐音文字等修辞手段、疑问句等互动性句型增强趣味性，具有商业性特征，二者体现语言景观创设者吸引游客的创设动机，有助于展现桂林“商业旅地”的城市形象。

两地的语言景观的店铺标识、文化符号、互动性语句等标牌形式对展现桂林娱乐休闲的城市形象具有重要作用。东西巷、西街休闲娱乐场所相应产生的语言景观具有指示信息功能，标牌内容指向娱乐休闲性质，能够彰显桂林休闲商业旅地的城市形象。

3.3.2. 两地侧重展现的桂林形象

两地语言景观共同展现桂林国际旅游胜地、休闲商业旅地形象的同时，对桂林形象的展现存在不同侧重。

1) 东西巷：历史文化名城、文明城市的缩影

东西巷语言景观创设的规约、语言景观的材质体现其展示桂林历史文化名城形象的努力。与西街不同，除最常见的化合类材质外，东西巷语言景观常用的材质是木制材料和石制材料，其外观陈设与象征意蕴能够起到渲染文化氛围、强调城市历史渊源的作用，有助于构建桂林历史文化名城形象。

此外，东西巷位于桂林市中心，其语言景观具有呈现桂林文明城市形象的重要效果。东西巷多处摆放文明城市标语，使用官方标牌宣传桂林文明城市形象。在内容和形式上，标牌美观、内容简洁，使用

祈使句等号召性语言,在语言景观层面体现出对建设文明城市形象的呼吁。此类官方标牌在助力宣传文明城市工作的同时,引导大众加入桂林文明城建设,彰显桂林城市对文明的追求,参与构建桂林文明城的城市形象。

2) 西街:山水休闲城市的缩影

与东西巷侧重历史文化与文明城市宣传不同,西街重视对桂林山水休闲城市形象的展现。

西街创设一系列具有山水文化元素的语言景观,展现桂林城市秀美山水风光。西街语言景观依托桂林山水景色,将漓江、西街景色融入到语言标牌的设计中,以多模态的形式呈现桂林形象,使语言景观信息功能与象征功能综合作用,有效宣传了桂林“山水休闲城市”的城市形象。此外,在桂林建设世界级旅游城市背景下,西街还大量引进国际连锁休闲消费品牌,丰富西街语言景观类型与内容,突出景区休闲性,引导游客就地休闲娱乐,起到强化桂林城市旅游城市形象的效果。

4. 总结

本研究以西街、东西巷的语言景观为研究对象,对两地语言景观进行比较研究,围绕语言景观与城市形象的互动关系进行探讨。本研究先对西街、东西巷语言景观的类型、语码分布、物质载体的异同进行考察,并探究两地景区形象定位对语言景观设计的影响,最后针对语言景观对桂林城市形象的展现与构建作用进行了讨论。尽管研究还存在一定的局限,如语料数量有限、解读深度不够,但本研究对于进行语言景观的比较研究、揭示语言景观与城市形象的互动关系具有一定的参考价值。

基金项目

2022年国家级大学生创新训练计划项目“基于SPEAKING模型的桂林国际旅游文化街区语言景观分析及其与城市形象互动关系研究”(项目编号:202210602077)。

参考文献

- [1] 田飞洋,张维佳.全球化社会语言学:语言景观研究的新理论——以北京市学院路双语公示语为例[J].语言文字应用,2014(2):38-45.
- [2] 孙浩峰.体育赛事场地广告语言景观研究——以英格兰足球超级联赛为例[J].语言文字应用,2020(4):92-100.
- [3] 邱莹.上饶市语言景观调查研究[J].语言文字应用,2016(3):40-49.
- [4] 马玉静.杭州市语言景观分析——探索多元城市形象塑造的新途径[J].中国民族博览,2022(17):117-120.
- [5] 叶淼兰,张钰婷,钟美丽,李春桃,唐渠.国际旅游胜地建设背景下桂林市语言景观建设研究[J].长江丛刊,2020(22):69-71.
- [6] 刘云婷.基于IPA方法的阳朔语言景观游客感知研究[J].西部旅游,2022(14):9-12.
- [7] 梁晶晶.语言景观在旅游汉语教学中的应用研究——以阳朔语言景观为例[D]:[硕士学位论文].桂林:广西师范大学,2021.
- [8] Backhaus, P. (2007) Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo. Multilingual Matters, Clevedon. <https://doi.org/10.21832/9781853599484>
- [9] 尚国文,赵守辉.语言景观研究的视角、理论与方法[J].外语教学与研究(外国语文双月刊),2014,46(2):214-223.
- [10] 聂鹏,木乃热哈.西昌市彝文语言景观调查研究[J].语言文字应用,2017(1):70-79.