

湘西历史文化名村语言景观调查研究

——以捞车村为例

黄诗惠, 何婷

吉首大学外国语学院, 湖南 吉首

收稿日期: 2025年4月15日; 录用日期: 2025年5月15日; 发布日期: 2025年5月26日

摘要

历史文化名村语言景观的标准化和规范化建设是推动乡村旅游、振兴乡村经济的重要途径。本研究以湘西国家级历史文化名村——捞车村为个案, 考察该村语言景观的语言特征, 并调查了不同语言群体对该村语言景观的态度。研究发现, 该村的语言景观具有多语性质, 在语种数量、语码选择、语码布局和置放场所上具有独特的特征。社会各群体对汉语的认同度最高; 土家语是当地的民族语言, 具有一定的认同度; 英语、韩语等则体现了该村着力打造具有一定国际化特征的乡村旅游目标。文章还基于该村语言景观存在的问题, 提出了相应的规范化和标准化建设的建议。从社会符号学的视角出发, 本文剖析了捞车村多语言社会结构中各种语言间的相互关系及其在社会中的地位, 旨在提升民族语言和文化的社会地位, 增强其价值, 并促进民族语言和文化的传承与发展。

关键词

历史文化名村, 语言景观, 捞车村, 社会符号学

A Survey on the Language Landscape of Historical and Cultural Villages in Western Hunan

—Taking Laoche Village as an Example

Shihui Huang, Ting He

College of Foreign Studies, Jishou University, Jishou Hunan

Received: Apr. 15th, 2025; accepted: May 15th, 2025; published: May 26th, 2025

Abstract

The standardization and normalization of language landscape in historical and cultural villages is vital for promoting rural tourism and revitalizing the rural economy. This study takes Laoche Village, a national historical and cultural village in western Hunan, as a case study, examines the linguistic features of the village's language landscape, and investigates the attitudes of different language groups toward the village's language landscape. It is found that the language landscape of the village is multilingual in nature, with unique features in the number of languages, the choice of codes, the layout of codes and the places where they are placed. Chinese has the highest recognition among all social groups, while Tujia language is a local national language, which has a certain degree of identity, and English and Korean highlight the village's aim for rural tourism with international characteristics. The article also puts forward corresponding suggestions for standardization and standardization construction based on the problems of the village's linguistic landscape. From the perspective of social semiotics, this article analyzes the interrelationships between various languages in the multilingual social structure of the Laoche Village and their status in society, aiming to enhance the social status of national languages and cultures, strengthen their value, and promote the inheritance and development of national languages and cultures.

Keywords

Historical and Cultural Village, Linguistic Landscape, Laoche Village, Social Semiotics

Copyright © 2025 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

历史文化名村是指保存文物特别丰富, 且具有重大历史价值或纪念意义, 能较完整地反映一定历史时期传统风貌和地方民族特色的村落。其核心资源包括文物历史建筑、历史街巷、历史环境要素、非物质文化遗产等历史文化资源, 具有重要的文化地位与文化价值。历史文化名村的语言景观是其“名文化”的重要体现之一。Landry 和 Bourhis 认为, 语言景观作为公共空间的视觉媒介和书面语的重要社会符号, 兼具信息功能和象征功能[1]。近年来, 旅游语言景观研究已经成为热门研究课题, 诸多学者对其进行了深入研究[2], 为促进历史文化名村语言景观的标准化和规范化建设提供了重要依据。在乡村振兴的背景下, 历史文化名村语言景观的标准化建设不仅有利于传承历史文化, 更能推动乡村旅游发展, 进而助力乡村振兴。本文以湘西州国家级历史文化名村——捞车村为考察对象, 探讨其语言景观特征及不同群体对当地语言景观的态度, 旨在为其语言景观的标准化和规范化建设提供参考, 进而助力乡村旅游发展。

2. 语言景观概述

语言景观这一术语最初由 Landry 和 Bourhis (1997) 提出, 指出现在公共标牌上的语言, 涵盖道路指示牌、广告牌、街道名等[1]。此后, 众多学者从各自的研究视角对语言景观进行了深入的探讨。比如, Ben-Rafael 等(2006)将其视为公共空间的符号建构(symbolic construction)进行研究[3], Gorter (2005)考察了公共领域中语言景观的应用等[4]。Halliday (1978)则强调语言作为社会符号(language as social semiotic)的角色, 是社会文化的反映, 是在一定的社会文化背景中表达一定意义的符号系统[5]。随着研究的深入,

近年来语言景观的研究范围也扩展至图像、音频、视频等多模态形式。因此, 本文认为语言景观是利用视觉媒介, 以书面语形式呈现在公共空间的一种社会符号。

根据 Landry 和 Bourhis (1997) 的观点, 基于“主体性”原则, 语言景观可划分为官方与私人两大类。官方标牌是指由官方机构设置的标牌, 如政府机关路牌、指示牌、门牌等; 私人标牌则是由个体、企业或机构设立的, 例如广告牌、海报等[1]。Landry 和 Bourhis (1997) 还指出, 语言景观具有信息功能和象征功能。信息功能体现在语言景观能够为人们提供信息, 让人们了解特定区域内的语言分布情况; 象征功能则表示语言景观可以反映出语言的社会地位和价值[1]。单菲菲和刘承宇认为, 社会关系通过语言景观构建, 语言景观能反映社会关系[6]。

综上, 语言景观是公共空间中的一种社会符号。尽管已有诸多研究成果, 但对历史文化名村语言景观的研究仍关注不足, 有待进一步发展。因此, 本文以湘西国家级历史文化名村——捞车村为个案, 探讨其语言景观特征及不同语言群体对当地语言景观的态度, 旨在促进其语言景观的标准化、规范化建设, 促进乡村旅游发展, 助力乡村振兴。

3. 研究设计

(一) 案例介绍

捞车村地处湘西土家族苗族自治州龙山县苗儿滩镇, 位于靛房河与洗车河交汇处。据 2018 年数据统计, 全村总面积 4.38 万亩, 总计 1908 人, 其中以彭、向、田姓氏为主, 98% 的人口为土家族, 属于典型的土家族聚居村寨。凭借其深厚的土家族原生态文化、壮丽的自然景观和优越的生态环境, 捞车村荣获“原生态民族民间文化遗产博物馆”及“湖南省文物保护单位”等称号, 并被列为国家级历史文化名村。

(二) 研究问题

本文聚焦于对以下核心问题展开探讨:

- 1) 捞车村语言景观所呈现的语言特征, 涵盖语种数量、语码选择、语码布局以及置放场所等多个维度。
- 2) 政府工作人员、商铺经营者、游客以及居民等各类群体, 对捞车村语言景观秉持何种态度。

(三) 研究方法与研究过程

1) 前期准备

在研究开始之前, 团队进行了文献回顾, 了解捞车村的历史文化背景及语言景观的相关研究。同时, 制定了详细的研究计划, 包括考察时间、地点和访谈对象的选择。

2) 数据收集

摄像法: 研究团队在捞车村内进行实地考察, 使用相机拍摄 237 块语言标牌, 确保标牌的清晰度和可读性。每块标牌的拍摄记录包括其位置、类型(官方或私人)、语言内容及其周围环境。

访谈法: 在考察期间, 团队与驻村工作人员、商铺经营者、游客及当地居民进行面对面的访谈, 收集他们对语言景观的看法和态度。访谈内容包括对标牌的理解、使用频率, 以及对文化遗产的看法等。

3) 数据整理与分析

本研究选定捞车村商铺及机构的标牌作为研究对象, 展开数据的收集与整理工作, 并运用定量与定性相结合的研究方法实施分析。研究过程中, 共考察了 237 块语言标牌, 其中官方标牌达 163 块, 具体涵盖路牌、地图、景点介绍等类别; 私人标牌为 74 块, 包括餐饮商铺标牌 36 块、民族文化产品商铺标牌 16 块、住宿标牌 12 块以及其他类型标牌 10 块。访谈对象广泛覆盖驻村工作人员、商铺经营者、游客以及当地居民。

针对语言标牌, 本研究开展了分类统计工作, 分析其在语种数量、语码选择、语码布局以及置放场

所等方面所呈现的特征。与此同时, 对访谈内容进行编码处理, 提取不同群体针对语言景观所秉持的态度与观点。通过对语言景观展开系统的统计与分析, 本研究旨在清晰揭示捞车村当前的语言使用实际状况以及所蕴含的文化特征。

4. 结果与讨论

(一) 捞车村的语言景观特征

1) 语种数量

根据所考察的 237 块语言标牌, 捞车村语言景观的语种数量及比例如表 1 所示。标牌共涉及 4 种语言: 汉语、英语、韩语和土家语。其中, 汉语以 98.3% 的使用率占据主导地位, 英语占 38.8%, 土家语占 26.2%, 韩语使用最少, 仅占 8.9%。这一分布表明, 捞车村的语言景观呈现多语种并存的特性, 而汉语在其中占据核心地位。

Table 1. Number and proportion of languages in the language landscape of Laoche Village

表 1. 捞车村语言景观的语种数量及比例

	汉	英	韩	土
次数	233	92	21	62
比例(%)	98.3	38.8	8.9	26.2

2) 语码选择

表 2 呈现了捞车村语码选择组合形式及比例。研究显示, 捞车村的语言景观由单语和多语标识牌共同构成, 以汉语单语标识牌为主。具体来看, 官方标牌中汉语单语标识牌占 43.5%, 而在私人标牌中占比高达 86.5%。与此同时, 官方标牌中汉英双语标识牌占 31.5%, 而私人标牌中仅占 8.1%。这一现象反映出官方与私人标牌在语言选择上的差异, 官方标牌更倾向于使用多语言以适应国际化旅游的需求, 而私人标牌则以汉语为主, 体现了汉语在当地的主导地位。

在官方语言景观的搭配类型中, 多语言语码搭配较多, 占比 56.5%。在私人语言标牌中则少, 仅为 13.5%。在官方语言景观的语码选择上, 多语言语码搭配, 主要是为了适应旅游国际化的需求, 使其在旅游过程中能够获得较好的旅游体验, 体现其信息功能。在私人语言景观中, 最多的则是纯中文语码搭配类型, 汉语处于主导地位, 说明游客主要以国内游客为主。

在官方标识牌上, 地名和楼名标牌中使用了土音汉字, 而这作为村寨象征符号的一部分, 可以帮助游客识别和理解土家族语言。土家语音译汉字被用于标识地名。然而, 在私人标识牌中, 使用汉语和土家语双语的情况较少见。

Table 2. Combination form and proportion of language codes in Laoche Village

表 2. 捞车村语码选择组合形式及比例

	汉	汉、英	汉、英、韩、土	汉、土	汉、英、韩
官方标牌(%)	43.5	31.5	5	17.5	2.5
私人标牌(%)	86.5	8.1	0	5.4	0

3) 语码布局

根据 Scollon 和 Scollon (2003) 的研究, 多语标牌中主导语言常置于上方或左侧, 且字体更大更粗[7]。于捞车村而言, 无论是官方设立还是私人制作的标牌, 其语码布局普遍采用自上而下的垂直排列模式。在包含汉语、英语、土家语以及韩语的四语标牌中, 汉语通常运用最大且最为突出的字体, 被安置于最

为显眼之处, 充分彰显其主导地位; 土家语则位列其后, 字体相对较小; 英语和韩语并列处于最下方, 字体大小基本一致。就汉英双语标牌而言, 中文一般位于上方, 且字体相较于英文更大、更粗。此类布局清晰地揭示了不同语言之间的层级关系, 亦充分展现出捞车村在全球化大背景下, 对于多元语言所秉持的包容与尊重态度。

综上, 在捞车村的语言景观体系中, 汉语占据着首要地位, 英语次之, 土家语和韩语随后。汉语在多语言环境中表现得极为突出, 占据核心位置。这种设计不仅体现了语言的相对重要性, 也反映了捞车村对于语言多样性的重视和维护。

4) 置放场所

官方标牌的设置严格遵循规范与统一标准, 汉语标牌主要集中在景点区和居民区, 涵盖政府机关的标识牌、安全警示以及门牌等, 旨在为游客和当地居民提供必要的信息指引。与此同时, 汉英双语以及包含汉、土、英、韩四语的标牌更多地设置在景区的商业区和游客频繁出入的景点, 为游客提供更好的导向体验。

在餐饮行业与服务行业, 商铺大都倾向于采用汉语单语标牌, 存在极少数店铺, 如民族文化产品店和饮品店, 更偏好使用英汉双语标牌。这种差异化的语言选择策略, 使得目标顾客群体被精准定位, 同时捞车村商业生态的多元化和国际化趋势也得以展现。

(二) 各方对捞车村语言景观的态度

1) 地方政府

当地政府主要采用汉语制作官方标牌, 以显示出对汉语的高度认可。为迎合多元游客需求, 政府使用英语、土家语及韩语等多语标牌。然而, 景区内土家语的使用并不普遍, 这反映出对土家语的认同度相对较低。土家族无文字体系, 且语言濒危。对于私人标牌, 政府制定了相关规定, 对其制作材料与颜色进行规范, 旨在借此展现当地民族特色, 但在语言种类方面, 尚未出台具体的限定性要求。

2) 旅游业经营者

旅游业从业者多数倾向于使用汉语标牌, 部分提供英汉双语服务。极少数销售民族文化产品的商家使用英文标牌吸引外国游客。然而, 多数从业者认为土家语在文化景观中无应用必要, 因其难以被游客和从业者普遍理解。但仍有观点认为, 融入土家话能增强文化产品的真实感, 提升商品的土家族特色。

3) 游客

游客对捞车村的语言景观反应积极, 尤其对土家文化的体验活动如土家族服饰、语言、歌曲、乐器“咚咚喹”以及摆手舞兴趣浓厚。同时, 捞车村的自然景观与传统村落特色同样深受游客喜爱。一对中老年夫妇表示, 访村就是为了深入了解和体验土家族的语言与文化, 并认为当地的旅游文创产品在展示土家族文化方面仍需进一步创新。多数游客对于多语标牌持开放态度, 并建议使用汉语、英语和土家语, 以满足多元需求。

4) 当地居民

当地居民对土家语的语言景观态度复杂。老一辈土家族人视其为文化根基和身份象征, 而年轻一代则因使用机会少认同感较低, 认为土家语标牌难以理解且作用有限。但仍有积极分子推广土家文化, 通过穿戴土家族服饰、使用土家语、演唱土家歌曲、演奏“咚咚喹”和跳摆手舞等形式宣传土家文化。总体上, 居民尊重并努力保护土家语, 但传承面临挑战。

(三) 捞车村语言景观标准化建设的建议

1) 审校官方标牌翻译, 开展定期评估与更新

经细致考察, 捞车村语言景观中存在 18 处翻译错误, 例如“讲究卫生”误译为“Pay attention to health”等。此外, 英文标牌中还存在一些基础性不规范问题, 如大小写不一致、拼写错误以及标点使用不当。

在同一个景区内, 专有名词的翻译也存在不一致性, 缺乏严谨性。一些标牌直接逐字翻译, 导致了“中式英语”的出现。同时, 由于中西方文化和历史背景的差异, 某些词汇和表达在目标语言中难以找到精确对应的词汇, 或者含有不同的隐含意义, 导致译文与原文存在偏差, 如戏楼译为“Theater”。

针对上述问题, 鉴于捞车村语言景观存在多处翻译错误及不规范问题, 建议聘请熟悉旅游、文化领域的翻译专家, 结合土家族文化背景, 优化标牌翻译, 确保语言自然、准确, 避免“中式英语”的出现。可建立标准化术语库, 统一景区专有名词(如建筑、习俗等)的译法, 避免一词多译。建立定期评估机制, 专人负责收集游客对标牌的反馈, 建立定期评估机制, 如每季度或每半年对语言景观标牌的使用效果、游客反馈等进行分析, 及时发现新出现的问题, 并根据游客需求和村内发展实际, 对译文进行更新优化, 使其保持时效性与相关性。

2) 统一标牌设计规范, 增加多语言标识

景区标牌对游客了解景点、路线及获取信息至关重要。因此, 需要制定统一的标牌设计标准, 涵盖字体、颜色、尺寸、材料等方面。如字体选择清晰易读的无衬线字体, 确保易读性。颜色搭配可采用土家族传统色调(如靛蓝、赭红), 与环境协调与周围自然和文化环境相协调, 尺寸根据实际安装位置和观看距离合理确定, 材料则要兼顾耐用性和与环境的融合度, 以增强标牌的视觉一致性和美观性, 提升专业性。在标牌中增加多语言翻译, 除中英文外, 考虑到周边国家游客的需求, 增加日语、韩语等多语言标识, 满足不同游客的信息需求。还可通过设置二维码链接多语言在线翻译和信息, 方便游客获取更全面的介绍, 增强文化包容性和吸引力。

3) 突出地方文化特色, 提升解说服务专业性

深入挖掘土家族文化特色, 在标牌设计中融入更多传统图案和符号, 如阳雀花、八钩花、四十八钩等具有代表性的元素, 增强地方文化认同感, 丰富游客的文化体验, 使语言景观成为展示土家族文化的重要窗口。在特定展厅或文化展示区域, 选拔村民并开展土家语、普通话双语培训, 考核后持证上岗, 让他们用双语介绍村庄文化与历史, 营造特定文化氛围, 促进旅游语言景观发展。定期举办“文化解说大赛”等技能大赛, 以赛促训提升解说技能和服务质量, 对优秀者给予奖励, 提升服务积极性, 同时创造就业机会, 推动乡村经济振兴。

4) 加强宣传与教育, 提高村民参与度

加强宣传教育活动, 通过举办语言景观建设的重要意义和相关知识的宣传活动, 如举办讲座、设置宣传栏等, 提高村民对语言, 景观规范化的认识和理解, 增强其参与语言景观建设的积极性和主动性。同时, 鼓励村民参与建设, 让村民参与到语言景观的建设和维护中来, 如收集村民对标牌设计的意见和建议, 并且可推行“标牌认领制”, 村民可自愿负责特定区域标牌的清洁与维护, 对积极参与的村民给予积分奖励(如兑换生活用品、景区优惠券), 可聘请村民担任语言景观的义务监督员等, 充分发挥村民的主体作用, 形成共建共享的良好氛围。

5. 结语

语言景观作为公共空间的社会符号, 揭示地区的语言使用状况、群体间的权力关系和身份认同。本文对湘西国家级历史文化名村——捞车村的语言景观进行了调查研究。研究发现, 捞车村的语言景观存在多样性, 其中汉语占据主导地位, 说明汉语作为中华民族的通用语在当地具有极高的认同度。土家语是当地的少数民族语言, 但使用人数非常少, 从民族旅游视角来看, 有待挖掘和开发。英语、韩语等外国语言也占有一定的比率, 说明该村正在打造国际化旅游村落。研究进一步发现, 该村的语言景观仍然存在标准化和规范化问题, 并针对这些问题提出建议。语言景观具有信息功能和象征功能, 标准化和规范化的语言景观建设有利于促进当地旅游语言景观的发展, 推动乡村振兴, 实现乡村经济的可持续发展。

基金项目

本文系 2024 年度湖南省大学生创新创业训练计划项目“湘西历史文化名村语言景观调查与研究”(项目编号 S202410531086)的研究成果。

参考文献

- [1] Landry, R. and Bourhis, R.Y. (1997) Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, **16**, 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927x970161002>
- [2] Cenoz, J. and Gorter, D. (2006) Linguistic Landscape and Minority Languages. *International Journal of Multilingualism*, **3**, 67-80. <https://doi.org/10.1080/14790710608668386>
- [3] Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Hasan Amara, M. and Trumper-Hecht, N. (2006) Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, **3**, 7-30. <https://doi.org/10.1080/14790710608668383>
- [4] Gorter, D. (2005) Review of Itagi & Singh (2002): Linguistic Landscaping in India, with Particular Reference to the New States. *Language Problems and Language Planning*, **29**, 199-201. <https://doi.org/10.1075/lplp.29.2.11gor>
- [5] Halliday, M.A.K. (1978) *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Edward.
- [6] 单菲菲, 刘承宇. 民族旅游村寨语言景观调查研究——基于社会符号学与文化资本理论视角[J]. *广西民族研究*, 2016(6): 153-161.
- [7] Scollon, R. and Scollon, S.W. (2003) *Discourses in Place: Language in the Material World*. Routledge.