

# 杭州服务亚运的多模态外语语言景观调查

施子诺, 刘琛琛, 林莹莹, 周伟盛

杭州师范大学外国语学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年4月12日; 录用日期: 2024年6月10日; 发布日期: 2024年6月20日

## 摘要

本文采取量化与质化相结合的分析方法, 运用语言景观学的研究理论, 从语言权势地位、功能、多模态特征、读者感知等四个方面探索了亚运会期间杭州服务亚运的多模态外语语言景观的特点。调查研究表明: 汉语在使用语言中占有绝对优势, 中英双语标牌占了统计样本大多数; 外语语言标牌主要发挥指示和提供信息的作用; 外语语言景观多模态特征显著, 主要包含颜色、文字、图像等模态。除此之外, 通过调查研究, 还能发现杭州服务亚运的外语语言景观具有官方景观主导、规范统一、多重重复标牌、小语种缺失等特征。杭州市欲借助亚运会进一步向国际化迈进, 向全世界介绍杭州, 就必须优化外语语言景观, 改善提升城市形象, 营造国际化的人文环境。

## 关键词

杭州亚运会, 语言景观, 多模态, 国际化城市

## A Survey on the Multimodal Foreign Language Landscape Serving the Asian Games in Hangzhou

Zinuo Shi, Chenchen Liu, Yingying Lin, Weisheng Zhou

College of Foreign Languages, Hangzhou Normal University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 12<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 10<sup>th</sup>, 2024; published: Jun. 20<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

This article adopts a combination of quantitative and qualitative analysis methods, and applies the research theory of language landscape to explore the characteristics of the multimodal foreign language landscape that Hangzhou serves during the Asian Games from four aspects: language

power status, function, multimodal features, and reader perception. Research shows that Chinese has an absolute advantage in language use, with bilingual signs in both Chinese and English accounting for the majority of the statistical samples; Foreign language signs mainly serve as indicators and provide information; The multimodal features of foreign language landscape are significant, mainly including colors, text, images, and other modalities. In addition, through investigation and research, it can also be found that the foreign language landscape serving the Asian Games in Hangzhou has characteristics such as official landscape dominance, standardization and uniformity, multiple repeated signs, and the absence of minority languages. In order for Hangzhou to further internationalize and introduce itself to the world through the Asian Games, it is necessary to optimize the foreign language landscape, improve and enhance the city's image, and create an international cultural environment.

## Keywords

Hangzhou Asian Games, Language Landscape, Multimodal, Internationalized Cities

Copyright © 2024 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

语言景观是一个城市的重要象征符号,可以体现一个城市的社会文化语境,反映其文明发展程度[1]。

“语言景观”的概念最早是由加拿大学者 Rodrigue Landry 与 Richard Y. Bourhis 提出并使用,他们认为公共设施如路牌、广告牌、街名、地名、商铺招牌以及政府楼宇的公共标牌之上的语言共同构成一个地区或城市群的语言景观,其核心背景为“公共空间”[2]。Backhaus (2007)认为,围绕语言景观研究,总体上主要涉及三个问题:语言景观由谁设计、语言景观供谁阅读以及语言景观反映了哪些社会语言状况。从具体的研究上来看,语言景观中可供考察的方面非常多:标牌上的语言形式、多语地区不同语种的分布情况、实际上的语言政策是否与官方语言政策一致,有没有得到切实的落实等等。通过对语言景观进行细致地考察,不仅可以了解当地的语言生态,还可以透视某个地域范围的语言权势与族群的社会身份地位,为语言政策制定者提供参考。随着社会的发展和科技的进步,语言景观中结合图像、声音、颜色等多模态的意义表征方式日益常见,多模态的语言景观已经成为现代化都市的象征[3]。

杭州亚运会是一项国际性赛事。自 2015 年杭州成功申办第 19 届亚运会以来,浙江省政府连续出台相关政策文件,以期借助该国际盛会美化城市语言环境,塑造和传播良好城市形象,进一步促进杭州国际化发展。杭州服务亚运的多模态外语语言景观,是杭州对外开放水平和国际形象的“门面标志”,更是城市国际化进程加快的重要标志。标准、美观的语言标牌,作为城市语言景观的重要组成部分,不仅为外国友人来杭州提供了便利,更是官方语言政策的体现。

对亚运会期间杭州的外语语言景观进行系统、细致地分析与评价,能凸显其优势与不足之处,对亚运综合效应提供更深刻的认识,对我国城市国际化发展在语言景观方面的实践与改进也有良好的借鉴意义。

## 2. 调查设计

本文以 2023 年 9 月 23 日至 10 月 8 日杭州承办亚运会为背景,以亚运会期间比赛场馆内外以及街道

可视范围内的多模态外语语言景观为研究对象,运用语言景观学的研究方法,对其进行具体考察分析。从语言权势地位、多模态特征、功能、读者感知四个方面探究“杭州服务亚运”的外语语言景观特点。

根据尚国文、赵守辉(2014)介绍的语言景观研究方法,首先需要确定研究地点,数据后加。由于亚运会期间比赛场馆内外和街道上的标牌数量众多,首先需要对研究目标加以限定。除了上述提到的路牌、广告牌等典型语言标牌,本次调查还将海报、横幅、标语、电子显示屏、车身广告等具有流动性、动态性的非典型语言标牌纳入调查范围之内。

本次调查采用了图像记录、问卷调查的方式开展。亚运会期间,笔者走访了杭州的八个区域,将比赛场馆内外以及街道可视范围内的多模态外语语言景观以拍照的方式记录下来,共采集到照片 921 张。Backhaus (2006, 2007)认为,每一个语言实体无论其大小,在统计时都应算作一个标牌。为了更加有效地分析杭州服务亚运的语言景观,笔者主要按照以下标准对采集到的语料进行进一步筛选分类:1) 相同内容的标牌不重复计入样本;2) 如果载体有两个或多个不同面,则每一面都是一个独立样本[4]。3) 体征不清楚,模糊不清的样本不计入此次调查。经过仔细筛选,最终得到有效样本 472 个。同时,笔者通过问卷调查的方式,调查了不同人群对杭州服务亚运的多模态语言景观的感知情况。

### 3. 调查结果

#### 3.1. 语言标牌中的语码权势地位

语言景观本身可以发挥两种功能:信息功能和象征功能[5]。信息功能是语言景观最基本的功能,可以帮助人们了解该国家或者地区语言的使用情况和特点。挖掘语言景观的象征功能,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]。使用定量方法对标牌进行整理、归类 and 统计,可以为语言景观研究提供重要的基础数据[6]。

表 1 为本次调查发现的标牌中使用的语言种类情况。如表 1 所示,只出现英语的标牌仅有 12 幅,占 2.54%,主要起到赛事宣传的作用。只出现汉语的标牌数量相较于使用中英双语的语言标牌虽然不多,但也占了 19.07%,说明作为母语,在举办的国际性赛事中仍然占有比较重要的地位。在 472 个有效样本中,双语标牌有 370 幅,占 78.39%,超过 3/4 的标牌都同时使用了中文和英文,说明亚运会期间,杭州市普遍存在着多语共存现象。在存在多语的国家 and 地区,语言标牌上选用哪种或哪几种语言、多语标牌上的语言顺序孰先孰后,背后往往都深藏着语言政策和规划的含义,绝非随意的选择[3]。语言的凸显程度与该语言的地位紧密相关,往往占主导的族群语言在标牌上更醒目。

**Table 1.** Frequency statistics of language types used in language signs

**表 1.** 语言标牌中所使用的语言种类频数统计

语言标牌类别	语种	数量/幅	占调查百分比
单语标牌	汉语	90	19.07%
	英语	12	2.54%
多语标牌	汉语、英语	370	78.39%

在调查到的所有双语标牌中,汉语几乎位于该标牌的上方或者左侧的位置,字体相对来说更大,被给予显著的地位,不仅迎合了大部分使用者的阅读习惯,还表明在杭州,汉语作为主办地的主要使用语言,是强势语言,占主导地位。在多语标牌上将汉语置于优先位置,既彰显中国作为亚运会主办国的特殊地位和文化自信,也有助于普及、推广中国文化[7]。英语主要位于汉语的下方或者右侧的位置,且字体较小,也说明英语相对于汉语来说位于“次”的地位。英语的使用主要面向外籍游客,英语的出现则

体现了国际性赛事的特点，设置双语标牌，不仅能更好的满足了外来游客的观赛需求，还能帮助选手更好地完成比赛。

### 3.2. 语言标牌的功能

如上所述，语言标牌主要有两大功能。信息功能是语言景观最基本的功能，读者可以直接从语言标牌上获取信息。象征功能指的是语言景观反映的意识形态。以两大功能为基础，笔者结合其设立目的，对 472 个有效样本按照不同的功能进行了分类，分类结果如表 2 所示。

**Table 2.** Frequency statistics of the functions and combinations of the Asian Games language landscape  
**表 2.** 亚运语言景观的功能及其组合数量频数统计

语言	功能	赛事宣传作用		指示作用		提供信息	
		数量/幅	占调查百分比/%	数量/幅	占调查百分比/%	数量/幅	占调查百分比/%
英语		11	8.87%	0	0%	1	0.46%
汉语		69	55.65%	8	5.06%	22	10.09%
中英双语		44	35.45%	150	94.94%	195	89.44%
总计		124	100%	158	100%	218	100%

由表 2 可知，一个样本可以同时发挥多种作用，如比赛场馆入口处设置的标牌，标牌上出现的图像向观众传达了该比赛场馆内部的结构信息以及无障碍电梯、卫生间等的位置信息，图像附近出现的箭头符号则为观众们提供前往某地的方向，起到补充完善作用，该标牌同时具有提供信息和指示两种作用。在发挥赛事宣传作用的标牌中，大多数标牌有且只有宣传这一种作用，这与标牌的设计有关，这类标牌具有简洁、美观的特征。

语言景观为服务亚运会而设置，纵向来看，起到提供信息作用的相关语言标牌有 218 个，如入场前的注意事项、场馆内部以及周围的交通、基础设施情况等。在发挥指示作用的标牌中，英语单独出现的情况为 0，汉语单独出现的情况仅有 8 个，占 5.06%。横向来看，中英双语标牌在发挥指示功能、提供比赛信息方面占了绝大多数，但在发挥赛事宣传作用的标牌中，仅出现汉语的频数是最高的，占 55.65%，而英语和中英双语标牌分别占 8.87% 和 35.45%。因此，可以得出杭州服务亚运的外语语言景观(包括英语和中英双语标牌)主要起到指示作用、提供信息的作用，这和面向的人群有关。

由于筛选标准的限定，最后筛选出起宣传作用的有效标牌仅有 124 张，但在实际调查中，该类标牌出现的频率最高、次数最多，其中出现带有“*Heart to heart, @future*”亚运口号的语言景观最多，包括标牌、横幅、旗帜等等，亚运会期间这样的标牌在街道上几乎随处可见，可以说主要是该类标牌营造了浓厚的亚运氛围。

### 3.3. 亚运外语语言景观的模态特征

多模态语言景观以文本模态为基础，将多个符号系统的意义资源进行整合，有利于携带更多信息加深语言景观读者的理解，让理性、动态、多元、包容的人文现代性在场域内得以彰显[8]。根据朱永生(2007)提到的判断多模态话语的标准，只使用一种模态的话语叫做“单模态话语”，同时使用两种或两种以上模态的话语叫做“多模态话语”；有些话语虽然只涉及一种模态，但包含两个或两个以上的符号系统，这些话语也被看作是多模态话语[9]。

在筛选出的 472 个有效样本里，笔者在此基础上进一步筛选出了 382 张带有外语的语言标牌，来探

究杭州服务亚运的多模态外语语言景观的特征。

杭州服务亚运的外语语言景观模态主要涉及颜色、文字、图像等，由于箭头符号在统计时出现频次较高，统计时将箭头符号单独作为模态组合中的元素之一。技术符号指的是无法归入其他文字或者图像符号的二维码。模态类型及其组合频数特征如表 3 所示。

**Table 3.** Modal and combination quantity frequency statistics of foreign language landscape in the Asian Games

**表 3.** 亚运外语语言景观的模态及其组合数量频数统计

模态特征	数量/张	占调查百分比/%	
单模态	6	1.57	
文字 + 图像	2	0.52	
颜色 + 文字	130	34.03	
多模态 (2 种模态及以上)	颜色 + 文字 + 箭头	119	31.15
颜色 + 文字 + 技术符号	6	1.57	
颜色 + 文字 + 图像	77	20.16	
颜色 + 文字 + 图像 + 箭头	34	8.90	
总计	382	100	

单模态语言标牌都是单一的视觉模态设计，只有文字信息，无图像、颜色等符号的应用[5]。在本次调查中，单模态的语言标牌有 6 张，仅占 1.57%，除此之外，多模态语言标牌有 376 张，说明有关亚运会的语言标牌呈现形式多样，多模态的外语语言景观已经成为杭州作为“亚运城市”的象征。随着技术的发展，颜色组合多样、设计独特、样式新颖、表现力强的语言景观越来越受到大家的喜爱，其数量逐渐超过了单模态语言景观的数量，既满足了读者的心理需求，又美化了城市形象。

文字是使用频率最高的模态，直接传达了相关信息。使用频率位于其次的模态是颜色，包含颜色的语言标牌共有 374 张。官网显示，本次杭州亚运会通过对中国色彩文化和杭州城市特质的提炼与浓缩，设计出以“虹韵紫”为主，以“映日红、水墨白、月桂黄、水光蓝、湖山绿”为辅的色彩系统，主题为“淡妆浓抹”。“虹韵紫”源自杭州亚运会会徽“潮涌”的主色，是塑造杭州亚运会独特视觉形象的重要基础。在调查过程中，笔者也注意到，几乎所有的亚运指示牌和多数常见的亚运宣传牌，皆以“虹韵紫”为底色，其他辅助色通过独特的组合和设计应用于语言标牌上，与“虹韵紫”交相辉映，形成了协调又富有美感的亚运语言景观。除此之外，图像使用频率也较高，大多数标牌中添加的图像主要是赛事标志和吉祥物，与亚运会无关的图像几乎没有。

#### 4. 读者感知

本次调查采取问卷调查的形式来了解不同人群对此次亚运会外语语言景观的感知和看法。受访者包括亚运会志愿者、观看过亚运比赛的群众以及未观看过亚运会比赛的群众，最后收集到有效问卷共 88 份。

通过调查结果可以发现，大多数群众(65.91%)认为亚运会期间，杭州市内的亚运氛围特别浓厚，31.82%认为比较浓厚。所有的受访者都表示自己有关关注亚运相关的标牌，其中 90.7%的受访者认为是随处可见的亚运标牌营造了浓厚的亚运氛围。对于主要发挥指示作用和传递信息的亚运标牌，37.14%的受访者认为标牌上的信息非常全面，想去的地方几乎都能指示到；55.71%的受访者则认为基本全面，但仍有可以更加完善的地方；5.71%的受访者表示，有时候根据标牌，还是找不到想了解的信息或者前往想去的地方；剩下 1.43%的受访者则认为不太全面。对于亚运标牌上的文字、颜色、内容等的设计，分别有

98.57%和 92.86%的受访者认为标牌上的文字合适、颜色醒目。

数据显示,大多数受访者对于本次用于服务亚运会的语言景观表示满意,认为这些标牌提供了大量的信息,标牌的文字布局和颜色设计也较为合理,与杭州市原有的语言景观共同反映了当时的社会状况。在所有受访者中,97.14%的受访者表示平时看到的亚运标牌上多为中英双语,对于仅仅出现的单语种标牌,所有受访者都希望将其设置成双语或者多语标牌以便外籍游客和运动员理解,这不仅能够方便游客和运动员的出行,更是体现了本次盛会的国际性和包容性。

## 5. 讨论

除上述调查结果之外,我们还发现杭州服务亚运的多模态外语语言景观具有以下特征。

官方语言景观主导、规范统一。语言标牌一般可以分为官方标牌和私人标牌两类。本次调查到的外语语言标牌大多为自上而下的官方标牌,在版面、颜色、字体、译写方面有着高度的规范性,具有官方性质,体现了政府的立场和行为。私人标牌的数量较少,但在设计上更为灵活多样,常常与商业广告相结合。

标牌文字内容多重复。在实地调查中可以发现,在不同的比赛场馆,部分亚运标牌出现了重复的情况;即使在相同的比赛场馆,有着相同文字信息的标牌也频繁出现。

小语种缺失。英语作为全球通用语,在本次国际盛会中被广泛应用。根据亚奥理事会章程和主办城市合同的要求,杭州亚运会的语言服务以中英两种语言为主,兼顾小语种。但本次调查研究所涉及的外语语言标牌所包含的外语仅有英语一种。虽然在一定程度上能够满足语言服务需要,但是对于参与国来说,所提供的语言服务类型在语言标牌上的体现较为单一,无法满足更多受众尤其是外语人士对于了解杭州、了解杭州亚运会的需求[10]。

值得注意的是,杭州多处旅游场所中存在包含日语、韩语等多语种的语言景观。对此我们可以得出:1) 语言景观的形成是受操纵的,日语、韩语等小语种虽然未能服务于本次亚运会,但并不代表其在杭州市的语码权势为 0。2) 作为“旅游城市”的杭州比作为“亚运城市”的杭州拥有更为丰富的外语语言景观。

同时,本次调查研究存在着明显的不足之处:首先是标牌创立者意图难以确定,对语言标牌的解读缺乏支持性证据。我们通过拨打市长热线、通过浙里办 app 反馈等方式,尝试了解亚运会期间语言标牌创设者的意图,但效果甚微。其次,对语言标牌的分类具有较强的主观性是本次调查研究的另一个不足之处。

## 6. 结语

亚运会不仅是体育运动的赛事,更是国际交流的平台。综上所述,杭州服务亚运的多模态外语语言景观以英语标牌为主,在本次亚运会举办期间充分传达了赛事信息。语言标牌在设计上较为合理,多模态特征显著,主要包含颜色、文字、图像等模态。语言景观和社会状况密切相关,服务于亚运的多模态外语语言景观是杭州市国际形象的“门面标志”,但也存在着小语种缺失等情况。杭州市欲借助亚运会进一步向国际化迈进,向全世界介绍杭州,就必须优化外语语言景观,改善提升城市形象,营造国际化的人文环境。本次调查旨在涉足杭州服务亚运的多模态外语语言景观,借鉴国际研究视角,并指出杭州在语言景观建设方面存在的不足之处,对亚运综合效应在国际化城市建设方面提供更深刻的认识,助力杭州面向国际发展和构建多元化的语言环境。

## 基金项目

本论文为杭州师范大学 2023~2024 学年“本科生创新能力提升工程”项目——《杭州服务亚运的多

模态外语语言景观调查》的研究成果。

### 参考文献

- [1] Shohamy, E. and Gorter, D. (2009) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Routledge, New York.
- [2] Landry, R. and Bourhis, R.Y. (1997) Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. *Journal of Language and Social Psychology*, **16**, 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927x970161002>.
- [3] 尚国文, 赵守辉. 语言景观的分析维度与理论构建[J]. 外国语(上海外国语大学学报), 2014, 37(6): 81-89.
- [4] 杨若蕙, 张爱萍. “兰州国际马拉松赛”多模态语言景观调查研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2019, 41(6): 40-51.
- [5] 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, 2014(2): 214-223.
- [6] 姚晓芳. 语言景观学的理论框架和研究方法[J]. 北京第二外国语学院学报, 2021, 43(4): 101-115.
- [7] 丛晨, 何劲鹏, 杨伟群. 大型体育赛事语言景观的呈现特征、建构经验与提升策略——以北京 2022 年冬奥会为例[J]. 体育学刊, 2024, 31(1): 71-78.
- [8] 张景霓, 王佳赫. 文化性、地方性与现代性: 多模态旅游语言景观的功能与规划[J]. 社会科学家, 2022(3): 56-63.
- [9] 朱永生. 多模态话语分析的理论基础与研究方法[J]. 外语学刊, 2007(5): 82-86.
- [10] 钟佳丽, 刘美兰. 语言景观学视域下城市品牌形象提升策略研究——以亚运城市杭州为例[J]. 美与时代(城市版), 2022(6): 91-93.