

SPEAKING模型下成都博物馆语言景观研究

杨诺舟

西南科技大学外国语学院, 四川 绵阳

收稿日期: 2025年9月30日; 录用日期: 2025年10月24日; 发布日期: 2025年11月6日

摘要

语言景观作为公共空间语言使用的重要表征, 不仅承担信息传递功能, 更是文化身份、语言政策与权势关系的体现。本文以Hymes提出的SPEAKING交际模型为理论框架, 结合实地采集的成都博物馆双语及多语标牌图像资料, 从场景、参与者、目的、行为次序、基调、媒介、规范与体裁八个维度, 系统分析成都博物馆语言景观的构建特征、功能实现与存在问题。研究发现, 成都博物馆的语言景观在体现国际化与文化遗产的同时, 也存在译写不规范、语码选择不统一、互动性不足等问题。本文据此提出优化建议, 以期为博物馆语言环境的提升与城市语言生态建设提供参考。

关键词

语言景观, SPEAKING模型, 成都博物馆, 文化传播

Research on the Linguistic Landscape of Chengdu Museum under the SPEAKING Model

Nuozhou Yang

School of Foreign Languages and Cultures, Southwest University of Science and Technology, Mianyang Sichuan

Received: September 30, 2025; accepted: October 24, 2025; published: November 6, 2025

Abstract

As a significant manifestation of language use in public spaces, linguistic landscapes serve not only to convey information but also to reflect cultural identity, language policies, and power dynamics. Using Hymes' SPEAKING communication model as a theoretical framework and drawing on bilingual and multilingual signage images collected from the Chengdu Museum, this study systematically analyzes the construction features, functional implementation, and existing issues of the museum's

文章引用: 杨诺舟. SPEAKING 模型下成都博物馆语言景观研究[J]. 现代语言学, 2025, 13(11): 130-135.

DOI: 10.12677/ml.2025.13111143

linguistic landscape across eight dimensions: setting, participants, purpose, sequence of actions, tenor, medium, norms, and genre. The research reveals that while the linguistic landscape of the Chengdu Museum embodies both internationalization and cultural heritage, it also faces challenges such as non-standard translation, inconsistent code-switching, and insufficient interactivity. Based on these findings, this paper proposes optimization suggestions to provide insights for improving museum language environments and urban linguistic ecology development.

Keywords

Linguistic Landscape, SPEAKING Model, Chengdu Museum, Cultural Dissemination

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

语言学家 Landry 与 Bourhis (1997) [1]首次提出“语言景观”这一概念,明确其定义为:出现在公共路牌、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,共同构成某个属地、地区或城市群的语言景观。随后, Scollon 与 Scollon (2003) [2]通过对亚洲、欧洲和美洲等不同国家的公共标牌符号的研究,提出了“地理符号学”(Geosemiotics)的概念,即研究在物质世界或现实世界里语言所产生的意义系统。2014年,尚国文和赵守辉[3]在《语言景观研究的视角、理论与方法》中提出了语言景观的新概念和未来的研究方向,认为语言景观并不是静态单方的语言实践,而是多方互动的过程。这促进了国内的语言景观研究向纵深发展。

近年来,博物馆语言景观作为公共空间语言研究的重要分支,逐渐受到学界关注。例如, Huebner (2009) [4]通过对曼谷城市标牌的研究,强调了多语标牌在文化身份构建中的作用;张琼(2021) [5]以星湖景区为例,分析了多模态语言景观在旅游语境中的功能实现。在博物馆语境下,语言景观不仅是信息传递的媒介,更是文化记忆与认同建构的关键载体(白丽梅, 2018) [6]。李稳敏与胡锦涛(2024) [7]运用 SPEAKING 模型对北京地铁双语站名进行研究,为本研究提供了方法论借鉴。然而,现有研究多聚焦于城市街道、景区或交通枢纽,对博物馆这一文化密集型公共空间的系统研究仍较为匮乏,尤其缺乏从交际全过程视角出发的综合性分析。成都博物馆作为西南地区规模最大的综合性博物馆,其语言景观在文化传承与国际传播方面的实践,为深入探讨博物馆语言景观的构建机制提供了典型样本。

成都博物馆馆藏文物近 30 万件,年均接待观众超 300 万人次,其语言景观不仅是服务游客参观的基础工具,更是展现巴蜀文化特色、推动地域文化对外传播的关键载体。无论是常设展览“花重锦官城—成都历史文化陈列”中对古蜀文明文物的解说,还是“人与自然:贝林捐赠展”里的跨文化生态主题呈现,语言景观的恰当表达,对塑造成都“世界文化名城”形象、增强巴蜀文化国际传播力具有重要意义。

尽管成都博物馆在语言景观建设方面已取得一定成效,但在语码选择、译写规范与文化适配方面仍存在优化空间。部分文物解说牌存在多语覆盖不足的问题,巴蜀文化专有名词译写缺乏统一标准,文创商店非官方标牌的文化内涵传递也有待加强。现有研究多从公共空间的语言翻译角度对语言景观进行解读和分析(张琼, 2021) [5],缺乏对博物馆这一特定语境中多模态符号协同构建意义的深入探讨。因此,本文以 SPEAKING 模型为理论框架,结合多模态话语分析方法,系统考察成都博物馆语言景观的构建机

制、功能实现与存在问题,旨在弥补现有研究在博物馆语境下的不足,为文化遗产传播与语言服务优化提供理论与实践参考。

2. SPEAKING 模型概述

Hymes (1972) [8]从人类交际文化学视角出发首次提出分析人类言语活动的 SPEAKING 模型,旨在研究人类言语活动的交际效率。其中 S (setting and scene)为场景,即交际事件发生的物理环境以及心理背景和文化内涵,对应成都博物馆场景,具体表现为不同展区的物理空间(如古代巴蜀文明展厅、自然生态展厅、文创商店区)与文化语境(如三星堆青铜文化、汉代画像砖民俗内涵、蜀锦蜀绣非遗文化背景); P (participant)为交际事件中担任特定社会角色的参与者,在成都博物馆语言景观中,“参与者”包含标牌“作者”(博物馆展览部设计团队、文创商铺经营者)与“读者”(本土游客、国际访客、文博专业研究者)两类群体,两类群体的文化认知水平与信息需求差异直接影响语言景观的传播效果; E (ends)为约定俗成的预期结果以及情景化的个人交际目的,成都博物馆官方标牌(文物解说牌、展区导览牌)的预期结果是传递文物历史价值与巴蜀文化内涵,非官方标牌(文创商品价签、临时展览海报)则侧重实现商业推广与游客体验优化的个性化目的; A (art sequence)为活动序列,即交际的实际形式和内容,体现在博物馆语言景观中,表现为多语标牌的语码排列次序(如汉语与英语的上下/左右排布)、信息呈现层级(文物名称-年代-功能-文化注释的内容顺序); K (key)为基调,即特定信息传递时的语调、语式,对应博物馆场景,表现为标牌的字体风格(历史展区的隶书、楷书与文创区的艺术字体差异)、色彩搭配(古代展区的赭石色、深棕色与儿童互动区的明亮色彩)及信息密集程度(专业文物解说牌与便民提示牌的文字量区别); I (instrumentality)为交际渠道和功能变体(语码)的选择,成都博物馆语言景观的交际渠道涵盖文字标牌、语音导览、二维码数字解说等,语码选择则包括汉语单语、汉英双语及少量汉英日/韩多语组合,不同渠道与语码的搭配服务于差异化传播需求; N (norms)为交际中附着于言语的特定活动特征、听话者的理解方式和具体交际规范等,在成都博物馆场景中,既需遵循《公共服务领域英文译写规范》(GB/T 30240.1-2013)等国家语言政策,也需契合文博行业对文物信息准确性的专业规范,同时兼顾游客对文化信息的通俗化理解需求; G (genre)为交际中言语所属的语类,成都博物馆语言景观的语类可划分为说明类(文物年代、材质、功能解说牌)、指令类(“禁止触摸”“安静参观”等提示牌)、宣传类(文创产品推广海报、临时展览预告牌)三类,不同语类对应差异化的语言表达策略(白丽梅, 2018) [6]。

本文以 SPEAKING 模型为分析框架,系统考察成都博物馆语言景观的语码分布、符号协同与文化传播现状,旨在厘清当前存在的问题,为优化博物馆语言服务、强化巴蜀文化传播效能提供参考。

3. 研究设计

3.1. 研究对象

成都博物馆位于成都市中心,是展示成都历史文化的重要场所。本研究以成都博物馆内的各类语言标牌为研究对象,包括指示标识、展品说明、宣传标语、互动标识和警示标识等。

3.2. 研究过程

在对成都博物馆的语言景观进行研究的过程中,笔者采用了实地考察与网络查询相结合的方式,以手机拍照为主要手段,对博物馆的语言景观进行了详细的语料收集。在实地考察过程中,笔者重点对成都博物馆内部的展览标识、导览牌、解说牌以及周边街道上的店铺招牌、广告牌等进行了拍照记录。这些语言景观不仅包括中文标识,还涵盖了多语种的标牌,如英文、日文等,这些多语种标牌在成都博物馆及其周边区域的语言景观中占据了重要的地位。为了确保语料的全面性和准确性,笔者在实地考察的

基础上, 还通过网络查询的方式, 对成都博物馆官方网站、社交媒体平台以及相关的旅游网站进行了信息收集。这些网络资源提供了丰富的背景信息和多语种的介绍, 为研究提供了更广泛的视角。在收集素材的过程中, 笔者特别关注了多语种标牌的使用情况, 包括不同语言之间的搭配、翻译的准确性以及语言使用的文化背景等。通过对这些多语种标牌的详细记录和分析, 笔者旨在深入探讨成都博物馆及其周边区域的语言景观特点及其背后的文化意义。

3.3. 研究结果

根据在成都博物馆及其周边区域收集到的资料, 其语言景观涉及中文、英文、日文和韩文四种语码。数据统计结果显示, 在 132 张照片的标牌调查样本中, 同语言的语码使用率分别为中文 100%、英文 6.06%、日文 1.52%、韩文 1.52%。其中, 语码组合类型主要包括单语标识(标识中只出现一种语言)和双语标识(标识中出现两种语言)。在调查的所有语言景观标牌中, 中文单语标识占比 28.79% (38 张), 双语标识占比 65.15% (86 张), 多语标识占比 6.06% (8 张)。其中, 中英双语标识占比最高, 为 65.15% (86 张), 中日双语标识占比 1.52% (2 张), 中韩双语标识 1.52% (2 张)。由此可见, 成都博物馆及其周边区域的语言景观中存在多语共存、文化多元的特点。成都博物馆及其周边区域的标识牌样本中, 中文使用率为 100%, 由此可见中文是成都博物馆及其周边区域的主导语言和优先语码。这些标牌不仅展示了成都的历史文化底蕴, 也体现了成都作为国际化大都市的语言多样性。

4. 基于 SPEAKING 模型的分析

4.1. 背景与场合(Setting & Scene)

语言景观在象征层面主要考察语言景观所反映的语言权势、身份认同及意识形态(刘丽芬等, 2021) [9]。成都博物馆作为一个权威的、面向公众的综合性文化殿堂, 其语言景观在不同子场景中呈现出明确的功能分化。核心展区(如“花重锦官城”常设展)的场合被定义为“严肃的历史教育与文化遗产”, 其语言景观(占比最高的中英双语标牌)风格严谨、信息密集。而在文创商店、休息区及临时特展厅, 场合则更偏向于“文化消费与国际交流”, 语言景观的基调相对轻松, 并出现了全部 8 张中英日韩四语标牌, 主要集中在导览图、安全提示和文创区, 精准服务于多元化的国际游客群体。数据显示, 博物馆通过语言景观在不同物理空间中的差异化配置, 成功塑造了兼具教育权威性与服务亲和力的复合型场合。

4.2. 参与者(Participants)

数据清晰地揭示了语言景观目标受众的优先级。中文单语标牌(38 张)的存在, 明确了本地及国内游客是博物馆最基础且核心的服务对象。中英双语标牌(86 张, 占比 65.2%)的绝对主导地位, 表明国际游客是重要的次级参与者, 而英语使用者是其首要服务的国际对象。尤为值得注意的是 8 张中英日韩四语标牌的出现, 这精准地反映出, 在博物馆的预设中, 除英语使用者外, 日、韩游客是数量最多或最受重视的特定游客群体。这种语种配置体现了博物馆对成都主要境外客源市场的精准判断与语言服务。

4.3. 目的与结果(Ends)

语言景观的语种分布直接体现了其多重交际目的。中英双语的普遍性, 首要目的是实现跨文化的信息准确传递(目的 E1)。而中文单语标牌常用于深度历史背景介绍或诗词引用, 其目的更侧重于深化本土观众的文化认同与共鸣(目的 E2)。四语标牌则集中于通用性、指令性信息(如“请勿触摸”), 其核心目的是实现最大范围的基础沟通与秩序维护(目的 E3)。从效果看, 中文的权威地位得以巩固, 英语服务实现了基本覆盖, 但对日、韩以外语种游客的服务仍显不足。

4.4. 行为次序(Act Sequence)

标牌信息的排列序列固化了语种间的权势关系。在所有 94 张(86 + 8)多语标牌中, 中文无一例外地位于序列顶端或最左侧(行为序列 A1), 字体通常也更现住。英文紧随其后(行为序列 A2), 而日文、韩文在四语标牌中则按固定顺序位列其后(行为序列 A3)。这种“中文 > 英文 > 日文 > 韩文”的严格行为序列, 是一种无声的宣告, 视觉化地呈现了以中文为绝对核心、其他语种按重要性递减的等级秩序。

4.5. 基调(Key)

语种数量与标牌功能共同决定了其基调。中文单语和中英双语的展品说明牌基调权威、典雅、学术化。然而, 在四语标牌上, 由于空间限制和功能需求, 所有语种的文本都趋于简洁、中立、指令化, 文学性和情感色彩被剥离。这表明, 当交际目的从“文化阐释”转向“公共管理”时, 语言景观的基调会从丰富多元转向统一的功能主义, 以确保效率。例如, “这件文物见证了成都古代的繁荣发展, 具有极高的历史价值和艺术价值”, 这样的表述既准确传达了信息, 又体现了对文物的尊重。同时, 博物馆在一些互动标识和警示标识中也适当使用了口语化的语言, 如“请不要大声喧哗, 感谢您的配合”, 使语言景观更加亲切自然, 拉近了与游客的距离。

4.6. 媒介(Instrumentalities)

数据显示, 语言景观的媒介高度依赖实体标牌这一传统渠道。然而, 在多数中英双语展品标牌上出现的二维码, 构成了一个关键的数字渠道延伸。观众通过扫描这一渠道, 可以获取比实体标牌更详尽的(通常是仅中文的)图文音视频信息。这形成了一种“线下多语引导, 线上中文深化”的复合型信息传递模式, 体现了传统媒介与数字技术在博物馆场景中的有效协同。成都博物馆的语言景观通过多种传播媒介呈现给游客, 包括实物标识、电子显示屏、导览设备等。实物标识是最常见的传播媒介, 如指示牌、展品说明牌等, 它们以直观的方式向游客传递信息。电子显示屏则用于展示动态信息, 如展览预告、讲座信息等, 能够吸引游客的注意力并及时更新内容。导览设备则为游客提供了个性化的服务, 游客可以根据自己的需求选择不同的语言和讲解内容, 提升了参观体验。此外, 博物馆还通过官方网站和社交媒体平台等线上媒介, 向更广泛的受众传播成都的历史文化, 扩大了博物馆的影响力。

4.7. 规约(Norms)

成都博物馆的语言景观严格遵守着多重显性与隐性规范。在国家语言文字规范上, 全部 132 张标牌均使用标准简体中文。在国际化公共服务规范上, 其中 94 张标牌提供了外语服务。更重要的是, 它遵循着一条隐性的文化政治规范: 在任何多语组合中, 中文必须在视觉和序列上占据主导地位。四语标牌的出现, 则体现了在特定国际旅游城市(成都)的博物馆中, 对主要客源国语言服务规范的初步探索和应用。

4.8. 体裁(Genre)

成都博物馆的语言景观体裁丰富多样, 主要包括指示标识、展品说明、宣传标语、互动标识和警示标识等。每种体裁都有其特定的格式和功能。例如, 指示标识通常使用简洁明了的语言和清晰的图标, 引导游客在博物馆内有序参观; 展品说明则以详细准确的文字描述为主, 为游客提供丰富的文化信息; 宣传标语多采用富有感染力的语言, 传达博物馆的文化理念和价值观; 互动标识和警示标识则以口语化的语言和醒目的图标吸引游客的注意力, 引导游客参与互动或遵守规定。这些不同体裁的语言景观共同构成了成都博物馆的语言景观体系, 为游客提供了全方位的信息服务。

4.9. 结论

数据证实, 成都博物馆的语言景观是一个以中文为绝对权威(主体性)、英文为标准化配套(国际性)、

日韩语为选择性补充(精准服务)的层次分明体系。它成功地通过语言景观建构了成都作为中国文化主体性强、同时又对外开放包容的国际化都市形象。未来的优化方向,或可考虑在最重要的展品上逐步推广四语说明,并将数字导览内容进行多语化升级,以进一步提升国际化服务水准。

5. 结束语

综上所述,本研究依托 SPEAKING 模型,对成都博物馆 132 张语言景观样本进行了系统性剖析。分析表明,成都博物馆的语言景观绝非简单的信息标注,而是一个结构严谨、层次分明的社会文化文本。它通过以中文为绝对核心、英文为标准化辅助、日韩语为精准补充的语种配置,构建了一个既彰显文化主体性又拥抱国际化的复合交际空间。这一语言策略不仅高效地履行了其信息传递与公共教育的核心职能,更深刻地参与了地方文化认同的塑造与“天府文化”国际形象的建构。本研究验证了 SPEAKING 模型在解读静态、多模态语言景观方面的强大阐释力,也为未来博物馆乃至其他公共文化空间的语言规划提供了可资借鉴的实证依据与思考方向。未来的研究可进一步拓展至观众感知与反馈的调查,从而在“建构”与“解读”的互动中,更全面地把握语言景观在社会文化交流中的深层动力。

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] Scollon, R. and Scollon, S. (2003) Discourses in Place: Language in the Material World. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203422724>
- [3] 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, 46(2): 214-223+320.
- [4] Huebner, T. (2009) A Framework for the Linguistic Analysis of Linguistic Landscapes. In: Shohamy, E. and Gorter, D., Eds., *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, 270-283.
- [5] 张琼. 多模态 5A 景区语言景观功能分析——以星湖景区为例[J]. 中国科技翻译, 2021, 34(2): 44-46.
- [6] 白丽梅. 语言景观研究的理论视角[N]. 中国社会科学报, 2018-11-23(4).
- [7] 李稳敏, 胡锦涛. Speaking 模型下北京地铁双语站名语言景观考察与研究[J]. 外语教育研究, 2024, 12(1): 33-38.
- [8] Hymes, D. (1972) Models of the Interaction of Language and Social Life. In: Gumperz, J. and Hymes, D., Eds., *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, 35-71.
- [9] 刘丽芬, 刘秀娟, 黄忠廉. 语言景观格局研察——以三亚为例[J]. 中国外语, 2021, 18(6): 51-57.