

岫岩满族自治县公共空间语言景观现状与规划

刘芮妍, 刘 颖

辽宁师范大学文学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年8月21日; 录用日期: 2026年10月1日; 发布日期: 2026年10月12日

摘 要

语言景观是公共空间语言实践的集合, 也是反映区域语言政策、文化认同与权力关系的重要窗口。本研究以Scollon & Scollon的场所符号学为分析框架, 以辽宁省岫岩满族自治县327个官方与私人语言景观样本为研究对象, 从语码选择、语码取向、字刻特征、置放方式四个维度开展对比分析。研究发现: 岫岩官方语言景观呈现出语码组合规范、汉语主导地位明确、字体材质统一、置放方式合规的特征; 私人语言景观则更多受市场逻辑与商业需求驱动, 语码选择灵活多样, 视觉设计强调个性, 满语与外语多作为文化符号而非交际工具使用。针对当前岫岩语言景观存在的满文使用不规范、符号化过度等问题, 本研究提出完善规范引导、加强文化普及等优化建议, 为民族自治县的语言规划提供参考。

关键词

岫岩满族自治县, 官方语言景观, 私人语言景观, 场所符号学

Current Status and Planning of Linguistic Landscape in Public Spaces of Xiuyan Manchu Autonomous County

Ruiyan Liu, Ying Liu

School of Chinese Language and Literature, Liaoning Normal University, Dalian Liaoning

Received: August 21, 2026; accepted: October 1, 2026; published: October 12, 2026

Abstract

Linguistic landscape, as the collection of linguistic practices in public spaces, is an important window that reflects regional language policies, cultural identity and power relations. Taking the geosemiotics theory proposed by Scollon & Scollon as the analytical framework, this research selects 327 official and private linguistic landscape samples from Xiuyan Manchu Autonomous County, Liaoning

文章引用: 刘芮妍, 刘颖. 岫岩满族自治县公共空间语言景观现状与规划[J]. 现代语言学, 2026, 14(10): 106-118.

DOI: 10.12677/ml.2026.1410973

Province as research objects, and conducts a comparative analysis from four dimensions: code choice, code orientation, inscription features and placement mode. The study finds that the official linguistic landscapes in Xiuyan present characteristics of standardized code combination, clear dominant position of Chinese, unified font and material, and compliant placement. By contrast, private linguistic landscapes are more driven by market logic and commercial demands, with flexible and diverse code choices and highly personalized visual design; Manchu and foreign languages are mostly used as cultural symbols rather than communication tools in such landscapes. In response to existing problems of Xiuyan's linguistic landscape, including non-standard use of Manchu script and excessive symbolization, this study puts forward optimization suggestions such as improving standard guidance and strengthening cultural popularization, so as to provide a reference for language planning in ethnic autonomous county-level regions.

Keywords

Xiuyan Manchu Autonomous County, Official Linguistic Landscape, Private Linguistic Landscape, Geosemiotics

Copyright © 2026 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

1.1. 研究背景

语言景观(linguistic landscape)是社会语言学领域的新兴研究方向, 1997 年 Landry 和 Bourhis 最早提出这一概念, 两位学者认为“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上的语言共同构成了某个地区的语言景观”[1]。国内语言景观研究自概念引入后, 研究对象逐步从一线城市、通商口岸拓展到民族地区与县级行政单位[2]。如尚国文、赵守辉(2014)综合考察了语言景观研究的背景、研究方法、理论视角、发展前景及挑战等, 全面展示语言景观领域的研究概况[3]。徐茗(2022)从构建原则、语言政策、全球化、英语的国际化等方面对北京市语言景观进行了探讨[4]。赵学清、刘洁琳(2022)对澳门城市语言景观进行了多模态研究[5]。而针对满族自治县这一特定场域, 开展官方与私人语言景观的系统性对比研究仍不多见。

岫岩满族自治县位于辽宁省辽东半岛北部腹地, 县域总面积 4502 平方公里, 总人口约 52 万, 其中满族人口占比超 90%, 是目前国内满族人口聚居程度最高的少数民族自治县之一。岫岩既是国家级岫岩玉文化传承核心区, 也是满族民俗文化重点保护区域, 既要落实国家通用语言文字推广普及的法定要求, 也承担着满族语言文化活态传承的现实任务, 这种双重语境下的特殊语言生态, 本身就具备极高的个案研究价值。本研究选取岫岩满族自治县中心城区及下辖核心乡镇的公共空间语言景观作为调研对象, 将田野采集到的语料划分为官方设立、私人设置两类样本, 重点对比两类景观在语码选择、视觉符号呈现、文化内涵表达三个维度的特征差异, 进一步挖掘差异背后隐含的政策传导逻辑与地方族群认同建构路径, 最终归纳县域民族地区语言生态的实际运行机制。

1.2. 研究意义

从理论层面来看, 本研究以民族县域为研究场域, 对比官方与私人两类语言景观的差异, 能够丰富国内民族地区语言景观研究的个案积累, 验证场所符号学理论在中小县域场景的适用性, 为语言景观分

层研究提供新的经验支撑。

从实践层面来看, 岫岩作为满族人口占比最高的自治县, 其语言景观的建设直接关系到国家语言政策落实与少数民族文化传承。本研究通过梳理两类语言景观的特征与成因, 发现当前存在的问题并提出优化建议, 能够为岫岩乃至其他民族自治县的语言规划提供实际参考, 助力构建兼顾政策要求与文化传承的良性语言生态。

2. 研究设计

2.1. 调查范围

本研究语料来自 2025 年 7 月对岫岩满族自治县的实地调研, 调研范围覆盖阜昌街道、兴隆街道与雅河街道三个区域, 涵盖了县域政治、经济、文化核心区与特色产业区, 样本具有代表性。共拍摄有效语言景观样本 318 个, 其中官方语言景观样本 90 个, 指由政府部门或官方机构设立的公共标识, 包括政府门牌、路牌、公共场馆标识、景区解说牌等。私人语言景观样本 228 个, 指由个体工商户、民间组织设立的标识, 包括商铺招牌、商业广告牌、民间场所标识等。

2.2. 调查方法

本研究采用实地拍摄法与分类统计法结合的研究方式, 对不同路段、不同类型的公共标牌进行拍摄, 排除重复标牌、信息不全标牌后整理得到有效样本, 并按照官方和私人对样本进行分类, 以 Scollon & Scollon 的场所符号学为分析框架, 从语码选择、语码取向、字刻特征、置放方式四个维度分别统计[6], 在此基础上开展对比分析。

3. 调查结果统计与分析

3.1. 语码选择的对比分析

语码选择是指一个多语码的社会对语码的选择和确定[7]。本小节将从语码构成及语码组合两部分进行分析。

3.1.1. 语码构成对比

Table 1. Code composition
表 1. 语码构成

语码类型	官方样本	占比	私人样本	占比
汉语	90	100%	228	100%
满语	17	18.9%	5	2.2%
英语	9	10%	66	28.9%
其他语码	1	1.1%	20	8.7%

从表 1 数据可以清晰地看出, 无论是官方语言景观样本(90 个, 占比 100%)还是私人语言景观样本(228 个, 占比 100%), 汉语均是唯一被所有样本使用的语码。这表明, 在岫岩满族自治县的公共空间中, 汉语作为国家通用语言, 是信息传递和社会交际的主要媒介。但作为满族自治县, 满语是其重要的民族文化符号, 在官方语言景观中, 有 17 个样本使用了满语, 占官方样本总数的 18.9%。这些使用满语的官方标牌主要集中在县政府部门、公共场所标识(如公园、广场)以及部分具有民族特色的机构, 其目的是彰显地方民族特色、传承满族文化, 并体现国家对少数民族语言文字的保护与尊重政策。然而在私人语言

景观中，满语的使用极为罕见，只有 5 个样本使用了满语，占私人样本总数的比例仅为 2.2%。体现了满语在私人领域的实际应用非常有限，更多地可能作为一种文化符号或装饰元素出现在少数与旅游、民族特色商品相关的私人标牌中，而不是日常交际的活跃语言。

英语作为最重要的国际通用语，在两类语言景观中的使用情况呈现出与满语相反的情况。在官方语言景观中，仅有 9 个样本使用了英语，占官方样本总数的 10%。这些英语标牌主要出现在县政务服务中心、主要街道指示牌等可能涉及对外交流或需要展现现代化形象的场所，但整体比例不高，显示出官方在使用外语方面相对审慎的态度。与之形成鲜明对比的是，私人语言景观中使用英语的样本达到 66 个，占私人样本总数的 28.9%。这一比例远高于官方样本。私人标牌中英语的使用主要集中在商业广告、店铺招牌(尤其是餐饮、服装、美容美发等服务行业)，其主要目的是吸引顾客、塑造时尚或国际化的品牌形象，以迎合部分消费者的心理需求。

“其他语码”在本研究中主要指除汉语、满语、英语之外的语言，如日语、韩语和拼音等。数据显示，官方样本中仅有 1 个样本使用了其他语码，占比 1.1%；而私人样本中有 20 个样本使用了其他语码，占比 8.7%。私人语言景观在语码选择上展现出更高的多样性，可能与特定目标客户群体(如涉外游客或特定文化偏好群体)的需求有关，而官方景观对此类需求的响应则较为有限。

3.1.2. 语码组合对比

语码组合指的是在各类语言景观中如路牌、店铺招牌、广告海报等上面所呈现出的不同语码组合类型[8]。只出现一种语码的标牌为单语标牌，出现两种语码的标牌为双语标牌，出现三种或三种以上语码的标牌为多语标牌。根据以上类型对语言景观样本进行分类得出表 2。

Table 2. Types of code combination
表 2. 语码组合类型

语码组合类型	官方样本	占比	私人样本	占比
单语：仅汉语	63	70%	144	63.2%
双语：汉语 + 满语	17	18.9%	5	2.2%
双语：汉语 + 英语	9	10%	59	25.8%
双语：汉语 + 拼音	1	1.1%	12	5.3%
双语：汉语 + 韩语	0	0%	1	0.4%
多语：汉语 + 拼音 + 英语	0	0%	7	3.1%
共计	90	100%	228	100%

由表 2 可以看出，汉语单语是两类景观中占比最高的组合类型，官方样本占比 70%，私人样本占比 63.2%，体现了汉语作为国家通用语言，在岫岩公共空间中拥有主要使用地位，是各类标识实现信息传递功能的核心载体，符合国家通用语言文字推广的政策导向。

官方样本中，汉语 + 满语的双语组合占比 18.9%，是除汉语单语外占比最高的组合类型，这一数据与《岫岩满族自治县自治条例》¹中“自治县境内国家机关、社会团体、事业单位的牌匾、公章、文件、通告应当冠以岫岩满族自治县全称。牌匾、公章和文件字头使用满、汉两种文字。”的规定高度契合，体现了官方对民族语言文化保护政策的严格落实，这类标识多集中在政府机构、公共文化场所，承担着彰显民族身份、传承满族文化的功能。而在私人景观中，汉语 + 满语的双语组合占比仅为 2.2%，且多以

¹岫岩满族自治县人民代表大会：《岫岩满族自治县自治条例》。<http://www.xiuyan.gov.cn>

装饰性元素出现在满族特色餐饮、文创店铺中, 并非作为功能性语码使用, 这反映出私人主体对民族语码的选择完全基于市场需求, 而非政策约束, 仅将满语作为吸引特定消费群体的文化符号。典型案例如图 1、图 2 所示。



Figure 1. Official: Chinese-Manchu bilingual code combination
图 1. 官方: 汉语 + 满语双语组合

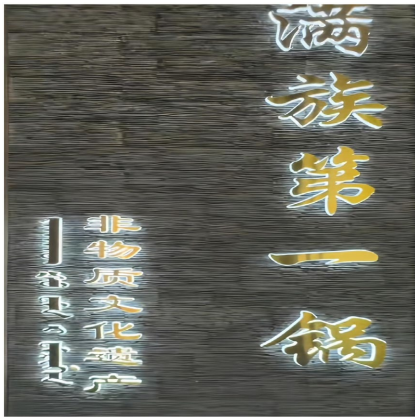


Figure 2. Private: Chinese-Manchu decorative code combination
图 2. 私人: 汉语 + 满语装饰性组合

3.2. 语码取向的对比分析

3.2.1. 语码大小对比

对包含双语/多语组合的样本统计语码相对大小, 结果如下表 3 所示。

Table 3. Comparison of code sizes
表 3. 语码大小对比

语码大小	官方双语样本	占比	私人双语/多语样本	占比
汉语相对较大	27	100%	80	95.2%
满语/英语/韩语相对较大	0	0	0	0
汉满/汉英大小相等	0	0	4	4.8%
共计	27	100%	84	100%

从表 3 可以看出，所有官方双语标牌都保持汉语字号大于满语/英语，汉语始终占据绝对的视觉优势，体现出普通话是公共空间的主导通用语言，满语和英语仅承担辅助象征或补充说明的功能。在私人样本中，绝大多数也保持汉语字号更大，但有 4 个样本出现英语字号与汉语大小相等的情况，均为面向年轻群体的餐饮与洗衣服务店，目的是通过凸显英文打造现代时尚的品牌形象，符合商户的商业定位。这进一步说明，官方标牌始终强调汉语的优势地位，而私人标牌会根据目标客户的偏好灵活调整语码大小关系。

3.2.2. 语码排列对比

对包含双语/多语组合的样本统计语码的排列方式，结果如下表 4 所示。

Table 4. Code arrangement patterns
表 4. 语码排列方式

排列方式	官方样本	占比	私人样本	占比
汉语在上，其他语码在下	7	25.9%	18	21.4%
汉语在下，其他语码在上	2	7.4%	0	0%
汉语在中，其他语码在右	2	7.4%	4	4.8%
汉语在中，其他语码在左	14	51.9%	8	9.5%
其他语码在角落点缀	2	7.4%	54	64.3%
共计	27	100%	84	100%

由上表 4 可知，官方双语/多语样本的排列方式呈现出明确的规则性，其中“汉语在中，其他语码在左”的占比最高，达到 51.9%，搭配“汉语在上，其他语码在下” (25.9%) 的排列方式，这与官方对国家通用语言文字的推广要求，以及满语作为辅助象征语码的定位高度契合。同时，官方样本中存在少量“汉语在下，其他语码在上”“其他语码在角落点缀”的排列，占比均为 7.4%，这部分多为景区、文化场馆的特色标识，在不违背汉语核心地位的前提下，通过灵活排列彰显满族文化特色。典型案例如图 3、图 4 所示。



Figure 3. Official: Linguistic Landscape: Chinese in the center, other codes on the left
图 3. 官方：汉语在中，其他语码在左



Figure 4. Official: Linguistic Landscape: Chinese in the center, other codes on the right
图 4. 官方: 汉语在中, 其他语码在右

私人双语/多语样本的排列方式则完全以商业营销为核心逻辑,“其他语码在角落点缀”的占比高达 64.3%,这一数据反映出满语、英语等仅作为吸引特定消费群体的装饰符号,而非功能性信息载体,因此多被放置在不影响汉语信息传递的边缘位置。此外,私人样本仅采用“汉语在上,其他语码在下”“汉语在中,其他语码在左/右”三种符合视觉阅读习惯的排列,占比分别为 21.4%、9.5%、4.8%,且完全没有出现“汉语在下,其他语码在上”的情况,体现出商户以消费者阅读体验为优先的选择逻辑——避免因排列方式不符合大众阅读习惯影响商业信息的有效传递。典型案例如图 5、图 6 所示。



Figure 5. Private: Linguistic Landscape: Chinese at the top, other codes at the bottom
图 5. 私人: 汉语在上, 其他语码在下



Figure 6. Private: Linguistic Landscape: other codes decoratively placed in corners
图 6. 私人：其他语码在角落点缀

3.3. 字刻特征的对比分析

字刻指的是有关标牌语言的呈现方式的意义系统，包括字体、材料、附加成分或延伸、状态变化等 [3]。本节主要从岫岩满族自治县语言景观的字体和牌匾使用材质两方面进行分析。

3.3.1. 字体类型对比

对两类样本的字体类型统计结果如下表 5 所示。

Table 5. Comparison of font types
表 5. 字体类型对比

字体类型	官方样本	占比	私人样本	占比
黑体	20	22.2%	48	21.1%
宋体	44	48.9%	3	1.3%
楷体	3	3.3%	1	0.4%
艺术体/设计字体	12	13.4%	72	31.6%
手写体	3	3.3%	12	5.3%
混合体	8	8.9%	90	39.4%
繁体	0	0%	2	0.9%
共计	90	100%	228	100%

统计结果显示，官方样本的字体选择高度集中于宋体(48.9%)与黑体(22.2%)，二者合计占比超 70%。宋体作为国家公文、公共标识的标准字体之一，兼具清晰易读与庄重正式的属性；黑体视觉冲击力强、辨识度高，适合各类公共场景的信息传递。这类标准化字体的广泛使用，符合官方标牌的公共属性，既保证了信息传递的清晰性与规范性，也彰显了公共权力的权威性与严肃性。而艺术体、手写体、混合体等个性化字体在官方样本中占比极低，仅占比 13.4%，且多集中在景区、文化场馆等特色公共空间，用于平衡正式性与文化氛围感。此外，官方样本中完全没有出现繁体字体，严格遵循了国家通用语言文字的规范要求。而私人样本的字体选择呈现出极强的多元化与个性化特征，艺术体/设计字体(31.6%)与混合体

(39.4%)合计占比超 70%,成为绝对主流。其中混合体多为“基础字体 + 艺术字体”的组合,既保证核心商业信息的可读性,又能通过艺术化设计凸显品牌特色。手写体(5.3%)、繁体(0.9%)等小众字体也有一定应用,多为满族特色餐饮、文创店铺所用,用以营造独特的文化氛围,吸引目标客群。和官方标牌的用字偏好形成明显反差的是,代表规范正式的宋体在私人样本中占比仅 1.3%,几乎被弃用,这反映出当地商户普遍更倾向选择设计感更强的艺术字体、手写字体,既可以打造和周边店铺区分开的个性化品牌标识,也能适配不同消费群体的审美取向,最终目的是强化招牌辨识度、吸引更多客源。

3.3.2. 材质载体对比

对两类样本的材质载体统计结果如下表 6 所示。

Table 6. Comparison of material carriers
表 6. 材质载体对比

材质类型	官方样本	占比	私人样本	占比
金属	68	75.6%	148	64.9%
石质	3	3.3%	3	1.3%
塑料	15	16.7%	58	25.5%
纸质	1	1.1%	3	1.3%
玻璃	0	0%	3	1.3%
木质	0	0%	2	0.9%
喷绘布/其他	3	3.3%	11	4.8%
共计	90	100%	228	100%

由表 6 可知,岫岩满族自治县官方与私人语言景观在材质载体选择上,均以金属材质为核心,官方样本中金属材质占比 75.6%,私人样本占比 64.9%,体现出公共标识与商业标识对材质耐用性、稳定性的共同需求,是两类景观在材质选择上的主要共性。官方样本除金属外,仅少量使用石质、塑料与喷绘布/其他材质,占比均不超过 16.7%,且无玻璃、木质材质使用,材质选择高度单一化、标准化,符合官方标识对规范性、权威性的打造需求;私人样本中,塑料材质占比 25.5%,还出现了玻璃、木质等官方未使用的材质类型,各类小众材质虽占比均低于 2%,但丰富了材质选择的种类,反映出私人主体会结合经营成本、品牌风格灵活选择载体,相较于官方更注重材质与商业场景的适配性。此外,纸质材质在两类样本中占比均极低,官方仅 1.1%、私人仅 1.3%,因纸质易损耗的特性,难以满足公共空间标识的长期使用需求,故被两类主体极少采用。

3.4. 置放方式的对比分析

根据场所符号学的分类,置放方式分为去语境化置放、场景化置放与越轨式置放三类[3],统计结果如下表 7 所示。

官方标牌中 90%去语境化置放,比如政府门牌、标准化路牌,这类标牌不依赖具体场景,样式统一,可以在不同场所通用,符合公共标识标准化建设的要求。其余为场景化置放,比如景区解说牌、博物馆标识,适配具体场所的功能需求。所有官方标牌都不存在越轨式置放,全部经过官方审批按照规范位置放置,合法性与规范性极强。

私人标牌中超过 89%为场景化置放,绝大多数个体商铺的招牌都适配商铺的门面设计,完全服务于

具体商铺的经营需求，仅有 2.2%的连锁品牌商铺采用标准化的去语境化置放，统一品牌形象。此外，私人样本中发现 19 例越轨式置放，包括贴在电线杆上的小广告、贴在公共墙面上的商铺促销广告，这类置放未经审批，属于违规放置，反映出私人置放的灵活性与无序性。

Table 7. Comparison of placement methods
表 7. 置放方式对比

置放方式	官方样本	占比	私人样本	占比
去语境化置放	81	90%	5	2.2%
场景化置放	9	10%	204	89.5%
越轨式置放	0	0%	19	8.3%
共计	90	100%	228	100%

4. 官方与私人语言景观差异的成因分析

4.1. 语言政策与制度保障

《岫岩满族自治县自治条例》明确规定：“自治机关执行职务的时候，同时使用汉语言文字和满语言文字，自治地方的公共标识应当同时使用汉语言文字和满语言文字”。这一规定从制度层面要求官方标牌必须按照规范使用满语，因此官方景观中满语的使用比例远高于私人景观，且组合、排列都有统一规范。而政策对私人标牌并没有强制要求，仅做引导，政策约束力较弱，商户可以根据自身需求自由选择，因此满语使用比例极低。

4.2. 标牌构建主体的差异

官方标牌的构建主体是政府及官方机构，代表公共权力与政府形象，因此大多追求规范性、权威性与统一性，保证信息传递清晰准确，体现国家与地方的集体认同，因此在字体、材质、排列各个环节都严格遵循统一规范。而私人标牌的构建主体是个体商户，代表商户自身的品牌形象，需要突出自身特色、吸引目标消费者，因此在设计上更偏向个性化、多样化，灵活调整语码与设计元素。

4.3. 受众定位与功能需求

官方标牌面向全体公众，承担信息传递与政治象征双重功能，一方面需要保证所有群体都能清晰读懂信息，因此必须以汉语为核心；另一方面需要落实民族区域自治制度，通过满语的呈现彰显满族的法定地位，传递地方民族文化特色，因此满语更多作为民族象征存在。而私人标牌面向特定目标消费群体，核心功能是传递商业信息、吸引消费者消费：岫岩绝大多数本地居民都无法识读满语，满语的实际交际功能十分有限，因此多数商户不需要使用满语，只有面向游客的满族特色商户才会将满语作为文化符号使用，吸引对民族文化感兴趣的消费者。

4.4. 成本与效益考量

从成本角度看，双语标牌需要额外设计、制作，成本比单语标牌高出 10%~20%左右，对于利润空间有限的中小商户来说，额外成本会直接影响经营决策，因此多数商户选择仅使用汉语单语，降低制作成本。从效益角度看，满语在商业宣传中的实际效益十分有限，多数消费者看不懂满语，无法通过满语获得有效信息，仅仅作为装饰元素，对销售的拉动作用不明显，因此商户缺乏主动使用满语的动力。而英语对面向外地市场与年轻群体的玉器商户有实际效益，因此英语使用比例远高于官方景观。

4.5. 语言态度与文化认同

当前岫岩满族群众虽然保持着强烈的民族文化认同,但满语已经退出日常交际领域,绝大多数满族群众都无法熟练识读和使用满文,这种语言能力现状直接影响了私人标牌的语码选择。而官方层面,地方政府需要通过满文在公共空间的呈现,强化地方民族身份认同,落实国家的民族政策,因此官方始终保持满文在公共标识中的法定地位。民间商户对满文的使用,要么是出于商业营销需求,要么是少数满族商户出于个人文化认同的自发选择,整体受市场逻辑支配更强。

4.6. 比较与思考

本研究结果与国内其他民族地区语言景观研究存在明显呼应,同时也呈现出岫岩的独特性。延边朝鲜族自治州的语言景观中,朝鲜语在官方和私人标牌中均保持较高可见度,且具备实际交际功能,这与朝鲜语在当地仍具有较高语言活力密切相关[9]。而岫岩满语在私人领域近乎缺席,仅依赖官方政策在公共标牌中维持象征性呈现,反映出满语活力较低的现实。类似地,西昌市彝文景观[10]、甘南藏族自治州合作市景观[11]的研究均表明,民族语言在私人景观中的使用程度与其日常交际功能呈正相关。岫岩的案例进一步印证:当民族语言退出日常交际,民间力量便缺乏主动使用的动力,官方成为维持其公共可见度的主要力量。

从功能分化角度看,岫岩官方语言景观中满语主要承担象征功能——彰显民族身份与政策落实,而私人景观中汉语几乎垄断信息传递功能,满语仅作为装饰性文化符号。这种“自上而下的可见”与“自下而上的不可见”并存的格局,揭示了 Spolsky 语言政策框架中“语言管理”与“语言实践”之间的断裂[12]:政策可规范标牌语码,却无法改变语言活力衰退所致的实际使用缺失。这一发现提示,民族地区语言景观研究需关注政策效力与语言现实之间的张力,未来可结合历时追踪,深入观察此类县域语言生态的演变趋势。

5. 问题与建议

5.1. 存在的问题

第一,满文功能过度符号化。无论是官方还是私人层面,满文几乎都不承担信息传递功能,仅仅作作为身份象征或装饰符号存在,绝大多数本地居民包括满族群众都无法识读满文,长此以往,满文作为文字的生命力会逐渐萎缩,最终只剩下一个空泛的文化符号。

第二,越轨式置放影响公共空间秩序。私人语言景观中存在一定比例的违规小广告、随意张贴的促销广告,这类越轨式置放破坏了公共空间的整洁,影响公共景观的整体观感,增加了城市管理的成本。

5.2. 改进建议

第一,加强满文文化普及,活化满文文化价值。本研究数据显示,满语在私人标牌占比仅 2.2%,且全部为装饰用途,田野观察发现绝大多数本地居民无法识读满文。语言景观当中满文仅能实现视觉符号展示,难以完成信息传递。单纯依靠标牌增设满文,无法实现文化传承,只有提升民众对满文的认知基础,才能够消解满文过度符号化困境。地方教育与文化和旅游部门可以在中小学地方课程、公共文化活动中适当增加满文文化普及内容,让更多本地居民了解满文的历史与文化价值,培育满文文化传承的群众基础,避免满文彻底沦为没有实际意义的装饰符号。

第二,加强私人语言景观引导,规范置放秩序。研究样本统计显示私人语言景观存在 8.3%越轨式置放样本,违规张贴广告破坏公共空间环境。此类问题依靠单纯取缔治标不治本,需要兼顾商户经营诉求与公共空间管理要求。城市管理部门可以在商业街区设置公共广告栏,方便商户发布促销信息,同时定

期清理违规小广告, 引导商户按照规范设置招牌, 兼顾私人经营需求与公共空间秩序, 构建更和谐的公共语言景观。

6. 结语

基于 Scollon & Scollon 场所符号学框架的对比分析显示, 岫岩满族自治县的官方与私人语言景观在各个维度都呈现出了显著的差异。官方语言景观是国家语言政策与民族政策自上而下的实践, 呈现出语码组合规范、汉语主导明确、设计统一庄重、置放合规有序的特征, 核心目标是落实政策要求, 传递公共文化导向; 私人语言景观是市场需求与民间认同自下而上的建构, 呈现出语码选择灵活、设计个性多样、材质成本优先、置放灵活自由的特征, 核心目标是吸引消费者, 实现商业效益。

这种差异本质是官方治理逻辑和民间市场逻辑的不同导向导致的, 二者并非对立关系, 而是互补平衡的关系。官方为县域语言生态确立了制度框架, 保证国家政策落实, 保障少数民族文化的合法地位; 私人则在官方框架内, 根据市场需求丰富了语言景观的形态, 扩大了满族文化符号的可见度, 是对官方文化传承功能的补充。岫岩的案例表明, 民族地区县域的语言生态不是单一政策执行的结果, 而是官方与民间多重力量互动的产物, 尊重两类景观不同的运行逻辑, 在规范中留出灵活空间, 才能构建可持续的良性语言生态。

7. 研究局限与展望

本研究存在以下不足: 调研范围仅限于岫岩中心城区的三个街道, 未覆盖偏远乡镇, 样本的代表性有待后续扩大验证; 语料采集以共时拍摄为主, 缺少历时追踪数据, 难以呈现语言景观的动态演变过程; 对满文使用不规范问题的判断主要依据视觉观察, 未对相关管理部门和商户进行深度访谈, 对问题背后的具体成因挖掘不够深入。

针对上述局限, 未来研究可从以下方向拓展: 一是将调研范围扩展至岫岩下辖各乡镇, 开展县域全样本调查, 更全面地把握民族地区县域语言景观的整体面貌; 二是建立固定观测点, 对同一区域的语言景观进行定期追踪拍摄, 观察其历时变化趋势; 三是结合问卷调查与深度访谈, 系统了解不同群体对满语在公共空间中呈现的态度与认知, 为优化民族地区语言规划提供更扎实的实证依据。

基金项目

国家社科基金一般项目“辽东半岛方言语法深度调查与变异研究”(23BYY063); 辽宁师范大学科研项目“语言资源保护视角下辽南渔业方言词汇文化调查研究”(LS2024W005)。

参考文献

- [1] 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>
- [2] 巫喜丽, 战菊, 等. 语言景观研究的理论视角、问题取向及研究方法——国内语言景观研究十年综述[J]. 学术研究, 2017(7): 170-174.
- [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] 徐茗. 北京市语言景观调查研究[M]. 上海: 上海三联书店, 2020.
- [5] 赵学清, 刘洁琳. 澳门城市语言景观的多模态研究[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2022, 51(6): 123-136.
- [6] Scollon, R. and Scollon, S.W. (2003) *Discourses in Place*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203422724>
- [7] 姜力萌. 延边朝鲜族自治州城市语言景观调查研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 沈阳师范大学, 2023.
- [8] Lai, M.L. (2013) The Linguistic Landscape of Hong Kong after the Change of Sovereignty. *International Journal of Multilingualism*, 10, 251-272. <https://doi.org/10.1080/14790718.2012.708036>

- [9] 徐雪英, 赵柏琦. 民族自治区域的语言景观研究——以“延吉大学城”为例[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2022, 55(5): 54-62.
- [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): 45-52.
- [11] 马翠菊. 民族地区城市语言景观研究——以甘南藏族自治州合作市为例[J]. 甘肃高师学报, 2023, 28(6): 48-52.
- [12] Spolsky, B. (2004) *Language Policy*. Cambridge University Press.