



山东大学

# 非典型语言景观的多语服务构建研究

---

## 来自日本的实践及启示



| 发表者 : 韓仲堯



| 发表时间 : 2025/7/19

# 目次

CONTENTS

**01** 定義、特徴と必要性

**02** 先行研究

**03** 研究方法

**04** 調査結果

**05** 反省と啓示

# 01

Part One

## 定義、特徴と必要性

---

- 定義
- 特徴
- 必要性

## 定义

“城市空间中**传统标牌之外**的语言文字所构成的语言现象可称为非典型语言景观”(尚国文 2023: 60)。

## 特征

根据尚国文、周先武(2020)的观点，具有**移动性、临时性、多模态性、越界性**等特征

包含**网络界面、语音播报、宣传册**等形式。

非典型语言景观在**设立主体、功能属性、生成因素**等方面与公共标牌存在诸多相通之处

## 必要性

“世界旅游组织按照旅游者的基本需求划分出食、宿、行、游、娱、购六大领域”(刘丽芬等 2021: 53)。

**购物**作为外籍人员跨境活动的主要组成部分，在实现国际观光“经济价值转化的”过程中发挥直接作用。

**向导手册**就可以在此作为非典型语言景观成为有效的服务工具。

我国的多语种语言景观多以标牌形式设置在特定外国人聚居区、历史文化街区或旅游景区，**对于其他场域、其他载体语言景观的多语规划与建设较少受到关注。相关研究也开展有限。**

日本在亚洲较早开展各类公共空间的多语化建设，公共服务行业一直处于世界领先水平，“日本的语言服务能够为我国的外语服务提供有益的借鉴”(黄小丽 2018a: 17)。

# 02

Part Two

## 先行研究

---

- 中国側
- 日本側
- 不足点

## 中国側

沈骑、孙雨(2025)对语言景观研究的最新综述，**多语现象**一直是国内外热门的研究方向，调查对象多为**公共标牌**。

- 语言生态调查(巫喜丽，战菊 2022)
- 社会语言变迁(张媛媛，罗言发 2024)
- 语言治理(俞玮奇2023)
- 应急服务(包联群 2021)
- 翻译现象阐释(戴朝晖 2024)
- 公示语译写规范化(吕卉等 2022)

### 非典型语言景观：

体育赛事LED电子屏(孙浩峰 2020; 丛晨等 2024)  
车尾语(罗圣杰，周旭阳 2021)

**其中，关于多语现象及语言服务的研究开展有限。**

吕斌(2017)通过调查东京涉外网站及指南手册的语种选择研究日本的社会语言问题，**但并未涉及相关的语言服务构建问题。**

黄小丽(2018b)立足上海市日语语言景观的整体现状，对标牌之外的报纸、网站等非典型语言景观都有一定涉猎，**但并未针对某一特定场域开展专门研究。**

非典型语言景观的出现具有**随机性、多变性**，调查与收集较为困难。

因此，相关研究在国内外学界均占比不大

## 日本側

日本是世界上**最早开展**语言景观研究的国家，始于1969年，研究视角相对全面。

庄司博史等(2009)

中野精一&ダニエル・ロング  
(2011)

ダニエル・ロング&斎藤敬太  
(2022)

通过**各类公共标牌**相对全面地研究**本国**公共空间涉及**文字、方言、多语**等的相关问题，具有较强代表性。

## 语言服务：

**本田弘之等(2017)、山川和彦(2020)**主要关注日本语言景观的外语服务问题，**但并未针对中文等亚洲主要国家语言及非典型语言景观开展具体研究。**

## 非典型语言景观：

**井上史雄(2001)、田中ゆかり等(2007)、田中ゆかり等(2012)**通过东京多家商场向导手册、官方网站的多语种语言服务现象，调查日本公共空间的多语化趋势，肯定了购物场域、非典型语言景观的研究价值，**但并未谈及关于多语服务构建的策略及启示。**

非典型语言景观的出现具有**随机性、多变性**，调查与收集较为困难。

因此，相关研究在国内  
外学界均占比不大

# 03

Part Three

## 研究方法

---

- 調查概要
- 研究对象
- 理論視点

## 調査概要

- 調査地点：  
日本の関西地方  
大阪、神戸  
八つのデパート  
と一つの娯楽施設
- 収集時間：2019年
- 研究対象：  
多言語のガイドブック  
17冊

## 理論視点

- 理論応用 Kallen(2009) の旅游语言景观研究框架

语种使用和信息对等的**语言选择-言語種選択**  
文字形态与置放方式相关的**语码选择-コードの選択**  
发挥指示与认知等交际作用的**语用选择-語用的選択**  
面向预期受众的**读者选择-読者の選択**

标记地点与方向的**指示功能-指示の功能**  
警告限制受众举止的**行为调节功能-行為規制の功能**  
与受众寒暄等建立和谐关系的**互动功能-話し合いの功能**  
用于通知公告与介绍讲解的**认知功能-認知の功能**

- 分析方法  
サービス情報に対する  
定量分析と定性分析

# 04

Part Four

## 調査結果

---

- 言語の使用特徴
- 外国人利用者へのサービス方針
- 中国語の使用規範

# 言語の使用特徴

## 言語種選択 の多様化

➤ 日本語版  
日、英、中、韓

➤ 外国語版  
英、中、韓、日

## 読者選択 の差別化

● 日本語版

日本人  
海外日本人

➤ 外国語版  
外国人  
重要な隣国-中国人  
韓国人

## 語用的選択 の全面化

日本語版+外国語版

✓ 指示

✓ 行為の規制

✓ 話し合い

✓ 認知

## コード選択 の柔軟化

➤ 日本語版  
日  
日+英  
日+英+中+韓

➤ 外国語版  
英  
英+中  
英+中+韓  
英+中+韓+日

# 言語の使用特徴

## 言語種選択 の多様化

➤ 日本語版  
日、英、中、韓

➤ 外国語版  
英、中、韓、日

都市	デパート	日本語版	外国語版
大阪	LUCUA OSAKA	日、英	英、中(簡)、韓、日
	大丸梅田店	日、英	英、中(簡、繁)
	ヨドバシカメラ梅田	日、英、中、韓	英、中(簡)、日
	阪急うめだ本店	日、英	英、中(簡)、韓、日
	阪急メンズ大阪	日、英	英、中(簡、繁)、韓
	HEP FIVE OSAKA UMEDA	日、英	英、中(簡、繁)、韓
	HEP FIVE 観覧車		英、中(簡、繁)、韓、日
神戸	Umie KOBE HARBORLAND	日、英	英、中(簡、繁)、韓
	LoFt KOBE		英、中(簡、繁)、韓、日

# 言語の使用特徴

## 読者選択 の差別化

- 日本語版

日本人

海外日本人

- 外国語版

外国人

重要な隣国-中国人

韓国人

提及商场数量	日语版	外语版
7	商场基本信息(营业时间、地址、网址、电话等) 各层经营品牌 经营品类 功能服务设施(洗手间、电梯、吸烟区等)	经营品类 功能服务设施(洗手间、电梯、吸烟区等) 免税服务(免税店标识、免税手续说明)
6	具象化楼层服务信息 各层导览图、 会员(卡)服务	商场基本信息(营业时间、地址、网址、电话等)
5	营销广告信息	各层导览图
4	品牌一览表 综合问讯服务 特殊顾客服务(残疾人、带小孩顾客)、 周边地图与交通指南 禁止行为(含宠物相关)	具象化楼层服务信息 各层经营品牌 Wi-Fi服务 翻译服务
3	停车场服务 网购商品线下提货服务 失物招领 其他店铺信息(银行、非商场主业店铺等)	品牌一览表 综合问讯服务 特殊顾客服务(残疾人、带小孩顾客) 信用卡使用提示 中国手机支付(支付宝、微信) 外国人特别优惠券 周边地图与交通指南

# 言語の使用特徴

## 語用的選択 の全面化

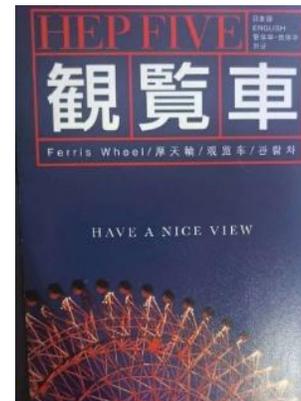
日本語版+外国語版

✓ 指示

✓ 行為の規制

✓ 話し合い

✓ 認知



## コード選択 の柔軟化

- 参照 Backhaus(2007)の语言景观界定方法，将向导手册按照信息模块进行拆解，将每一个完整信息模块记为一个标牌数量。

### ➤ 日本語版

日

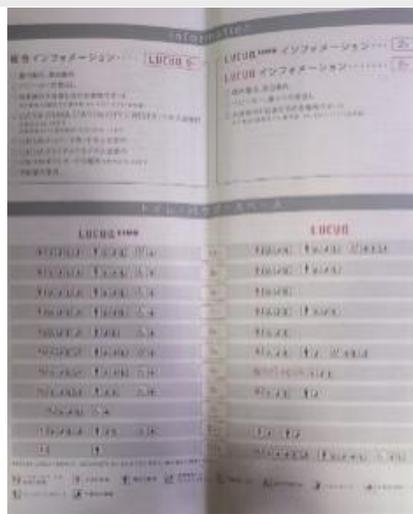
日+英

语码组合	数量	日文取向	英文取向	中文取向	韩文取向
日	63	63	/	/	/
英	2	/	2	/	/
日+英	56	52	4	/	/
日+英+中	2	2	/	/	/
日+英+中+韩	7	7	/	/	/
合计	130	124	6	/	/

# 言語の使用特徴

## コード選択 の柔軟化

- 日本語版
- 日
- 日+英



根据Piller(2001)的观点, 英文具有时尚、前沿、国际化等象征作用。

- ✓ 罗马字“Hankyu”、“Hankyu MENS”并艺术字体化, 英语专有名词, 追求时尚、对接国际
- ✓ 核心内容均是用日文呈现, 但该类目名称则是使用英文“INFORMATION”、“Telephone Table”。加入辅助的英文元素既突显了相关信息, 自身服务的标准、成熟与现代化特色
- ✓ 日文为主, 英文为辅

# 言語の使用特徴

## コード選択 の柔軟化

### ▶ 外国語版

英

英+中

英+中+韓

英+中+日

语码组合	数量	英文取向	中文取向	韩文取向	日文取向
英	20	20	/	/	/
中	5	/	5	/	/
韩	3	/	/	3	/
日	1	/	/	/	1
英+中	6	4	2	/	/
英+中+日	6	4	/	/	2
英+中+韩	70	70	/	/	/
英+中+韩+日	3	3	/	/	/
合计	114	101	7	3	3

# 言語の使用特徴

## コード選択 の柔軟化

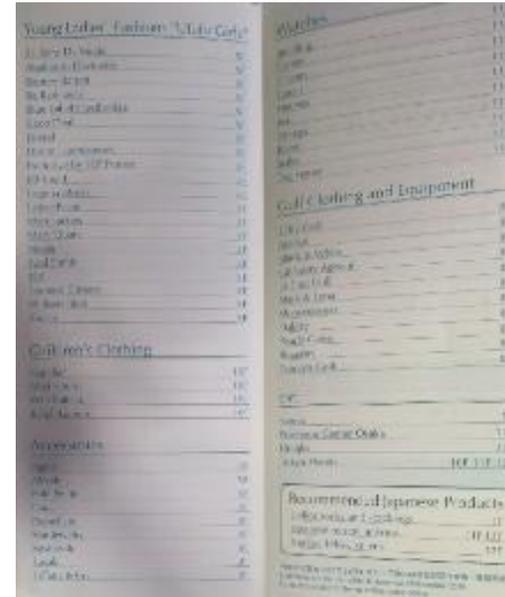
➤ 外国語版

英

英+中

英+中+韓

英+中+日



- ✓ 版面空间有限，首选英文呈现信息
- ✓ 英语、通用性、发挥实际对品牌的注音、标记作用以便于外国顾客查找

## コード選択 の柔軟化

➤ 外国語版

英

英+中

英+中+韓

英+中+日



- ✓ 中国内地常用的手机支付APP与银联银行卡使用提示、仅使用中文单语、突出中文语码
- ✓ 品牌中文音译、增强自身对中国顾客的辨识度
- ✓ 中国顾客因其庞大的人口规模与强势的潜在消费力、日本商场重点开发的目标客户群体
- ✓ 中文也成为日本公共服务领域常用的第二外语。

# 外国人利用者へのサービス方針

## ● 日本語版

日本人  
海外日本人

## ➤ 外国語版

外国人  
重要な隣国-中国人  
韓国人

## ✓ 内容の増減

### 増-二つ

HEP FIVE OSAKA  
UMEDA

阪急うめだ本店

→ 買い物体験の強化

### 減-五つ

LUCUA OSAKA

大丸梅田店

ヨドバシカメラ梅田

阪急メンズ大阪

Umie KOBE

HARBORLAND

LoFt KOBE

→ 情報負荷の軽減

増

## 真人体験・実物展示の内容増加

- 文字紹介の上  
マルチモーダルの応用
- 多彩な図像・感想の会話などの審美的要素
- 来店、消費の楽しみ・ブランドの特色、知名度を強化



- ✓ 主人公与闺蜜的商场一日游-商场经营品类
- ✓ 餐厅品牌Logo与特色菜品实拍图-餐厅特色



HEP FIVE OSAKA  
UMEDA

阪急うめだ本店

買い物体験の強化

# 外国人利用者へのサービス方針

## 減

### 広告情報の軽減

- 外国語の応用能力-上手な言い方
- 言語・文化の差異-異文化コミュニケーション
- コスト・リスク
- 多言語の翻訳情報の過密一見にくい



✗ 关于商品高级、时尚、优雅的营销话语



✗ 关于商品的款式齐全、服务专业、配送迅速的营销话语

LUCUA OSAKA

大丸梅田店

ヨドバシカメラ梅田

阪急メンズ大阪

Umie KOBE

HARBORLAND

LoFt KOBE

情報負荷の軽減

## 外国人への言語使用

### ● 中国語

### 文字

### 語彙

### 文法

- 用微信支付结账时，**直接**享受95折优惠。  
(阪急メンズ大阪)
- 本店所有商品都是8%含税**表示**。  
(ヨドバシカメラ梅田)
- **手续者**，**请在购物到**地下2楼免税柜台办理相关手续。  
(大丸梅田店)

少なくとも  
七つのデパート

外国語の応用能  
力・サービスの  
質の管理能力

**普遍的に  
不足**

# 05

Part Five

## 反省と啓示

---

- 多言語環境の構築
- 非典型言語景観の計画
- 多言語の使用規範

## 多言語環境の構築

- 国内大多数多语种语言景观“中+英”的语码组合  
人为形成“英语霸权”的空间环境
- 亚洲国家人员为入境主体  
其他外语语言景观整体规模与分布领域仍然局限，
- 应根据外籍人员入境活动的实际需要，**继续加强各公共服务领域的多语言环境建设**，提供除英语外更加精准的语言服务，从而向外界展现我国成熟的社会治理能力与自由、开放、包容、多元的民族形象。

## 非典型言語景觀の計画

- 非典型语言景观  
制作简单  
更新及时  
获取便利  
可随身携带
- **加强非典型语言景观的多语规划**既符合时代与行业发展，也更能兼顾公共服务的公平、效率与收益。

## 多言語の使用規範

- 目前，我国在日、俄等第二外语语言景观的规范程度有待提升，造成受众不便之余也给我国的对外服务品质与整体行业形象带来了消极影响。
- 需要从法制与标准化、政府监管与治理、外语教育与人才培养、社会渠道反馈等方面，**多主体、多维度、多领域地加强公共空间的语言规范**。

## 参考文献



- 包联群 2021 《新冠疫情初期的日本语言景观》，《中国语言战略》第1期。
- 丛晨，何劲鹏，杨伟群 2024 《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》，《体育学刊》第1期。
- 戴朝晖 2024 《语言景观翻译中的超语实践探索》，《上海翻译》第3期。
- 黄安琪，黄小丽 2021 《杭州与京都旅游语言景观中的第二外语比较研究》，《中国语言战略》第1期。
- 黄小丽 2018a 《语言景观研究的东方视角——日本语言景观研究综述》，《复旦外国语言文学论丛》第1期。
- 黄小丽 2018b 《上海市日文语言景观的立体化建设现状与思考》，《外语电化教学》第5期。
- 刘丽芬，刘秀娟，黄忠廉 2021 《语言景观格局研究——以三亚为例》，《中国外语》第6期。
- 罗胜杰，周旭阳 2021 《跨学科视角下长株潭城市群语言景观评估与规范化研究》，湘潭：湘潭大学出版社。
- 吕斌 2017 《语言景观中视角下当代日本社会的语言问题——以东京为例》，《语言战略研究》第2期。
- 吕卉，石梦真，刘丽芬 2022 《公共空间俄语景观的翻译生态——以海南自由贸易港为例》，《海南大学学报》第5期。
- 尚国文 2023 《语言景观研究的理论与实践》，北京：商务印书馆。
- 尚国文，周先武 2020 《非典型语言景观的类型、特征及研究视角》，《语言战略研究》第4期。
- 沈骑，孙雨 2025 《语言景观研究的国际前沿与发展趋势——基于Linguistic Landscape的文献计量研究》，《外语教学》第1期。
- 孙浩峰 2020 《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》，《语言文字应用》第4期。
- 巫喜丽，战菊 2022 《历史文化街区语言景观研究——以点名标牌为例》，《中国外语》第4期。
- 俞玮奇 2023 《国际化都市外国人聚集区的多语景观构建与语言空间治理》，《上海师范大学学报》第6期。
- 袁帅 2023 《多语语言景观研究的理论与实际——以上海和大阪的语言景观为例》，武汉：武汉大学出版社。
- 张媛媛，罗言发 2024 《澳门多语景观的形成发展及其折射的语言应用演变历程》，《河南大学学报》第1期。
- Backhaus, P. 2007. *Linguistic Landscape: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Kallen, J. 2009. Tourism and representation in the Irish linguistic landscape. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge.
- Piller, I. 2001. Identity constructions in multilingual advertising. *linguistic landscape. Landscape in Society* 30(4), 153-186.
- 井上史雄 2001 『日本語は生き残れるか——経済言語学の視点から』 東京：PHP研究所。
- 田中ゆかり・秋山智美・須藤央 2007 「東京圏の言語的多様性——東京都デパート言語景観調査から」、『社会言語科学』(1)、5-17。
- 田中ゆかり・早川洋平・富田悠・林直樹 2012 「街のなりたち言語景観——東京・秋葉原を事例として」、『言語研究』(142)、155-170。
- ダニエル ロング・斎藤敬太編 2022 『言語景観から考える日本の言語環境』、横浜：春風社。
- 庄司博史・P.バツクハウス・F.クルマス編 2009 『日本の言語景観』、東京：三元社。
- 本田弘之・岩田一成・倉林秀男 2017 『街の公共サインを点検する——外国人にはどう見えるか』、東京：大修館書店。
- 中井精一・ダニエル ロング 2011 『世界言語景観 日本の言語景観 景色のことば』、富山：桂書房。
- 山川和彦編 2020 『観光言語を考える』 東京：くろしお出版。



山东大学

# ご清聴

---

ありがとうございました。



| 発表者 : 韓仲堯



| 発表時間 : 2025/7/19