

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

丛晨, 何劲鹏, 杨伟群

(东北师范大学 体育学院, 吉林 长春 130024)

摘要: 基于语言景观理论, 通过录像观察对北京冬奥会语言景观的呈现特征进行考察并总结建构经验, 进一步提出未来打造具有中国特色的赛事语言景观的提升策略。研究认为: 首先, 官方景观主导、载体类型多样、模态组合多元、语码布局规范是北京冬奥会语言景观的呈现特征。其次, 自信规范的语言使用、特色文化的深度结合、丰富多样的呈现形式是北京冬奥会语言景观的建构经验。最后, 未来应建立健全各类赛事语言景观的标准规范, 促进文化交流的理解与认同; 充分挖掘办赛所在地的优秀文化, 打造具有本土特色的语言景观; 应用现代高科技手段, 拓宽语言景观呈现的渠道与形式。

关键词: 体育赛事; 语言景观; 北京冬奥会; 文化传播

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2024)01-0071-08

Presentation characteristics, constructive experience and enhancement strategy of the language landscape for large-scale sporting events

——Taking the Beijing 2022 Winter Olympics as an example

CONG Chen, HE Jinpeng, YANG Weiqun

(School of Physical Education, Northeast Normal University, Changchun 130024, China)

Abstract: Based on the theory of language landscape, the study examines the presentation characteristics of the language landscape of the Beijing Winter Olympics through video observation and then summarizes its construction experience, and then further proposes strategies to enhance the language landscape of the events with Chinese characteristics in the future. The study concludes that: at first, the official landscape is dominant, the carrier types are diverse, the modal combinations are pluralistic, and the code layout is standardized, which are the presenting features of the language landscape for the Beijing Winter Olympics. Secondly, the confident and standardized use of language, the in-depth combination of characteristic cultures, and the rich and diversified forms of presentation are the constructive experiences of the language landscape for the Beijing Winter Olympics. And finally, in the future, it should establish and improve the standard norms of language landscape for all kinds of events, so as to promote the understanding and recognition of cultural exchanges; fully exploring the excellent culture of the venue, in order to create a language landscape with local characteristics; and also applying modern high-tech means so as to broaden the channels and forms of language landscape presentation.

Keywords: sports events; language landscape; Beijing Winter Olympics; cultural communication

党的二十大报告提出“中国式现代化”的时代命题, 指出“加强国际传播能力建设, 全面提升国际传

播效能, 形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。深化文明交流互鉴, 推动中华文化更好走

收稿日期: 2023-08-02

基金项目: 吉林省教育厅社会科学基金项目(JJKH20241390SK)。

作者简介: 丛晨(1984-), 男, 副教授, 博士研究生, 研究方向: 学校体育与社会体育。E-mail: congchen721@163.com 通信作者: 何劲鹏

向世界”^[1]。通过大型体育赛事传播中国声音、塑造中国形象、讲好中国故事，是加快建设体育强国、实现中国式现代化的应有之义。体育具有重要的文化属性，大型体育赛事是文化传播的重要途径和场域，语言不仅是文化传承的载体，也是构建文化认同、塑造文化形象的重要工具，体育赛事的语言服务水平成为实现赛事文化传播功能的关键^[2]。“语言景观”指某个属地、地区或城市群内公共空间中的标牌、文字和图案等语言符号资源在语言、视觉活动、空间实践和文化维度之间的相互作用，以及利用这些资源进行的空间话语建构。最初其研究对象为各类公共标牌，随着科技与研究深入，电子滚动屏幕、网络平台界面等各类新兴语言符号资源也被纳入研究范围^[3]。通过分析区域内的语言景观，可以了解该地区的语族活力、语族分布情况、语言权势关系，并进一步揭示语言规划机构、语言使用者、标牌读者各方的目的与意义^[4]。传播媒介的不断变化对文化传播产生深刻变革，从网络获取信息已经成为主流，各类网络平台、传媒转播已经成为人们了解地域文化的主要渠道，技术的数字化和传播的交互性趋势使语言景观规划重点从线下转移至线上、从传统文字标牌转移至多模态语言景观，对传媒转播、网络平台等线上资源进行研究，已经成为当下语言景观研究的热点与趋势^[5-6]。

在多种传播媒介的共同作用下，大型体育赛事得以在更广泛范围内实现传播。据统计 2022 年北京冬奥会全球转播观众人数超过 20 亿，打破冬奥会收视率的历史纪录^[7]，借助传媒科技其影响跨越政治、经济、文化等领域，在塑造国家形象、深化国际交流、拓展全球视野和促进文化传播等方面具有重要推动作用^[8]，传

媒镜头中蕴含语言景观资源具有重要代表性与研究价值。运用语言景观理论，借助传媒资源分析、总结北京冬奥会语言景观的特征与建构经验，探索未来赛事语言景观的提升策略，为打造中国式赛事语言景观、提升赛事语言服务质量、展示中华文化自信、更好传播中华文化指明方向，推动体育强国建设与中国式现代化进程。

1 北京冬奥会语言景观的呈现特征

以北京冬奥会的 26 场录像作为分析资料，通过暂停、慢放、截图、重播等手段收集比赛场馆中出现的语言景观^[9]。以官方转播商腾讯体育 App 为录像来源平台，确保资料收集的权威性，以涵盖全部赛程回放的冬奥赛程专栏为录像来源，确保资料收集的可靠性。收集录像中出现的全部横幅、公示语、告示牌、宣传海报、电子显示屏、涂鸦等语言景观，共得到 1 140 幅图片。根据以下两个标准对收集到的资料进行筛选：同一场馆内相同的标牌不计入样本总体；如果载体有两个或多个面，则每一面都看作一个独立样本^[9]，最终得到 589 幅标牌样本。运用尚文国^[10]和朱永生^[11]提出的研究方法，从种类分布、载体形式、模态特点、以及语码权势关系对北京冬奥会语言景观的呈现特征进行分析。

1.1 种类分布：官方主导凸显赛事管控

官方标牌和私人标牌反映不同群体和组织在城市语言景观中的地位和作用。官方标牌强调公共利益、国家核心价值观，在城市规划与管理中承担特定的政治化功能；私人标牌则主要满足个人或团体的商业宣传需求，承担市场竞争和品牌建设功能^[12]。北京冬奥会语言景观的种类分布如表 1 所示。

表 1 北京冬奥会语言景观的种类特征

种类	类型	数量/幅	合计/幅	占总体百分比/%	合计/%
官方标牌	赛事宣传	383	521	74	88
	科技	65		12	
	提示	51		10	
	政府观点	22		4	
私人标牌	国籍信息	37	68	55	12
	非商业宣传	26		38	
	企业	5		7	

从语言景观的种类角度看，冬奥会期间官方语言景观占据绝对优势，反映政府在体育赛事管理方面具有强大控制力，其主要目的是通过各种符号营造统一、整洁、高效且服务到位的功能型标识系统，为冬奥会产生良好的影响和效益提供支持；私人标牌更多展示

持有者自身的信息内容及其所认同的文化。(1)私人标牌中，国籍信息类占总体的 55%、非商业宣传占 38%，如图 1 观众头戴“虎年快乐”字样的标牌、图 2 中国花滑队手持“福”字，这不仅彰显参与者的个人身份与文化背景，满足其个性化表达的需求，也促进我国

优秀传统文化的传播。(2)官方标牌中,赛事宣传类标识占比最大,科技类和提示类也有一定比例,旨在为赛事参与者提供清晰、准确的指引信息,体现赛事举办者对赛事语言景观的规划性;政府观点类标识数量较少,仅占4%,避免过多强调自身的权利和地位。赛事宣传类占比最大,体现尊重各国文化的人类命运共同体理念有利于促进场域内的凝聚力和认同感,官方以及奥运清洁场馆原则^[13]限制私人与企业标识数量,避免过度凸显某些个体或团体的社会地位与权力,体现赛事管理者对于赛事景观信息的管控力,有利于促进各种文化平等交流。



图1 观众头戴“虎年快乐”字样的标牌



图2 中国花滑队手持“福”字

1.2 载体特征:类型多样传递多维信息

典型语言景观通常由政府或官方机构设计和管理,并通过具有规范性和指导性的语言符号(如标牌、告示、广告等)对公众进行信息传递,反映出当地政府的意识形态、价值取向及社会管理的权威性与责任感。非典型语言景观通常由非政府机构创造和使用,在形式和内容上也更加多样(如电子显示屏、街头艺术、装置艺术等),更能够反映社会群体的多元需求和审美趣味^[14]。北京冬奥会官方语言景观载体分布特征如表2所示。

表2 北京冬奥会官方语言景观的载体特征

载体分布	载体类型	数量/幅	合计/幅	占总体百分比/%	合计/%
典型语言景观	标牌类	188	299	36	58
	条幅类	60		12	
	告示牌类	51		10	
非典型语言景观	电子屏幕	65	222	12	42
	艺术字或涂鸦	54		10	
	立体标志物	39		8	
	创意贴纸、标志等	64		12	

北京冬奥会官方语言景观的载体构成兼顾典型语言景观(58%)和非典型语言景观(42%),这种构建方式使得语言景观的呈现更加多样,有利于实现文化和信息的多维交互。(1)在典型语言景观中的标牌、条幅和告示牌等载体大量采用标准的中英文搭配有利于用简明的文字和符号对北京冬奥会的品牌形象、格言、理念等关键信息进行准确传递;而在非典型语言景观的艺术字或涂鸦、立体标志物以及创意贴纸等载体中(如图3、图4、图5)运用书法、对称美感等独具中国特色的艺术表现形式,展示中华文化的独特内涵,有利于增加观众对中国文化的理解与认同。(2)在冬奥会语言景观的载体中,无论是典型语言景观还是非典型语言景观采用的文字和符号都十分简洁明了,有利于观众快速获取信息、方便理解和记忆。在典型语言景观中,标牌、条幅和告示牌等载体均采用统一设计和文字,反映出良好的办赛规范;非典型语言景观的大量运用则增加视觉效果和创新性,提高赛事的现代感和活力,

有助于塑造国家形象和提升品牌价值。



图3 电子屏幕



图4 涂鸦



图 5 立体标志物

1.3 模态特征：组合多元营造良好观感

“多模态”指的是人类各感官系统对客观世界综合反应的结果，是意义交流的渠道和媒介，主要包括文字、声音、图像、视频、音乐等。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到彰显^[6]。北京冬奥会官方语言景观由技术、颜色、图像、文字 4 种符号模态组成，各模态符号系统频数特征如表 3 所示。模态及组合数量特征如表 4 所示，单模态包括技术、图像、文字 3 类，多模态包括文字+图像、图像+颜色、文字+颜色、图像+文字+颜色等 4 种多模态组合类型。

表 3 北京冬奥会官方语言景观模态符号系统的频数特征

类别	数量/幅	占官方百分比/%
技术	65	12
颜色	190	36
图像	355	68
文字	367	70

表 4 北京冬奥会官方语言景观的模态及组合数量特征

模态特征	数量/幅	各类型百分比/%	各模态百分比/%
单模态			
技术	65	12	
图像	45	9	40
文字	97	19	
多模态			
图像+文字	124	24	
图像+颜色	44	8	
文字+颜色	4	1	60
图像+文字+颜色	142	27	
总计	521	100	100

北京冬奥会官方语言景观的模态构成以多模态为主，借助 VR 或 AR 等技术符号系统，使用“熊猫、长城”等多种具有中国文化特色的符号元素，根据场景需要运用多种模态组合有利于提高信息表达的丰富性和全面性、提高信息吸收和记忆的效率、满足不同受众的特殊需求；同时，单模态语言景观具有纯粹简

洁、信息明确、节省成本等优点也占据一定数量，这反映出北京冬奥会在语言景观设计中注重场景的现实需要，在确保语义精准传达的情况下结合图象、颜色、技术等符号系统的多模态形式吸引读者眼球，拓宽信息传达渠道并提高观赏性。

1.4 语码特征：布局规范彰显大国气派

双语或多语标牌上不同语种的排列关系、呈现方式、呈现频次，都能反映其在语言社区内的社会地位。一般来说，在包围式的文字排列中，优先语码出现在中心位置，非优先的语码则置于边缘位置；文字纵向排列时，优先语码置于标牌上方或顶部，非优先语码则置于下方或底部；而横向排列时，优先语码置于左侧，非优先语码则置于右侧^[15]。对 521 幅官方语言景观进行初步筛选后得到 367 幅文字标牌，排除 273 幅主体为“BEIJING 2022”字样的重复标牌及 11 幅如“B1”“S5”用以标识场地区域的序号标牌，最终得到 83 幅语言标牌。如表 5 所示，北京冬奥会的语言标牌中多语标牌数量明显高于单语标牌，这反映其作为国际体育赛事多语共存现象普遍。

表 5 北京冬奥会官方语言景观的语言类别频数统计

语言标牌类别	语种	数量/幅	占官方百分比/%
单语	英语	27	33
多语	汉语、英语、其他	56	67
总计		83	100

通过语言标牌分析其语码及权势关系特征：(1)在竞赛区域内英语为优势语码，27 幅单语标牌均为英语，如图 6、图 7、图 8，主要为引导参赛选手的竞赛标识牌、国际体育协会标牌和起止点标牌。一方面，在只能使用一种语言的情况下，英语作为国际通用语言在大型体育赛事中仍被最为广泛使用；另一方面，体育协会标牌均为英文单语，可以看出以西方为首的国家仍然掌握众多运动项目的话语权，我国体育赛事的国际话语权提升任重道远。(2)根据多语标牌中不同语言摆放的位置，如图 9 汉语位于左侧、顶部且使用更大字体，可以看出中国作为北京冬奥会的举办国，汉语在多语标牌中占据优势地位。这表明北京冬奥会作为国际体育赛事在语言景观的构建中，充分考虑到不同语言的共存和交流，注重多语标牌的切实运用，同时根据不同办赛区域的需求和功能进行符合国际惯例的语言选择和排列，保证传递信息完整、准确，体现赛事的规范性与国际化水平；在符合国际惯例保证信息传递的同时注重凸显汉语的权势地位，在多语标牌中将汉语置于优先位置，既彰显中国作为北京冬奥会举办国的特殊地位和文化自信，也有助于推广、普

及中国文化。



图6 引导参赛选手竞赛标识牌



图7 国际体育联盟标牌

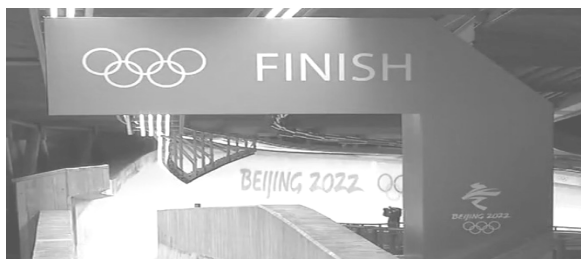


图8 起止点标牌



图9 双语标牌

2 北京冬奥会语言景观的建构经验

Trumper-Hecht 基于勒氏的三维空间理论提出语言景观“三维分析模型”,为分析语言景观提供理论框架^[16]: 实体维度考察语言文字使用和分布情况; 政治维度考察语言景观中建构者的观念与意识形态; 体验维度探究语言景观读者对语言景观的态度和理解。Ben-Rafael 从社会学理论出发, 提出语言景观的4条建构原则, 为评价语言景观提供标准^[17]: 凸显自我原

则指建构者总是在语言景观中展现自我或所属团体的身份、特点与个性, 并籍此与他人建立联系; 充分理性原则指语言景观的构建在标新立异的同时, 要充分理性使用语言避免歧义和误解, 促进有效沟通; 集体认同原则指在全球化和多元文化时代, 语言景观应尽可能多元地展示身份特征, 以获得景观读者的认同; 权势关系原则强调语言景观所反映的不同社会群体之间的权力关系和地位差异, 关注一个语言群体能在多大程度上对其他群体施加语言管控。以三维分析模型为框架, 以语言景观构建原则为标准, 根据北京冬奥会语言景观的呈现特征总结其建构经验。

2.1 实体维度: 语言自信规范传递中国声音

语言是文化传播的媒介与基础, 语言自信是文化自信的根本, 推动中文国际传播工作是提高中华文化软实力和国际影响力的重要途径^[18]。习近平总书记反复强调要多用外国民众听得到、听得懂、听得进的途径和方式传播中华文化^[19]。赛事语言景观是举办地文化的外在表征, 文化传播不仅要求尽可能多地呈现本土语言, 更重要的是对其内在意义的理解。《奥林匹克宪章》规定法语和英语作为国际奥委会官方语言在奥运会中的地位, 但这并不妨碍中文作为举办国语言呈现出高度的语言自信与规范。在包含中文的语言景观中, 中文均以更大字体被置于顶部或左侧, 更加醒目, 便于读者提取信息; 翻译准确、传神, 如将冬奥会口号“一起向未来”翻译为“Together for a Shared Future”, 向读者表达这个“未来”是我们“共享的、共有的未来”、将办奥理念中的“共享”译为“inclusive”即“包容的、没有歧视的”等, 都准确传达了我国“人类命运共同体”的价值理念与祈愿各文明“各美其美、美美与共”的美好愿景。精准的信息传递得益于语言的规范使用, 2017年北京冬奥组委、教育部、国家语委就启动《北京冬奥会语言服务行动计划》, 明确“优化奥运语言环境, 对冬奥会场馆英文标识进行检查, 并提出修改意见和建议”, 并对语言翻译、人才培养、技术支撑做出相应规定^[20]。这些细节使北京冬奥会的语言景观满足权势观与充分理性原则, 使我们的声音可以更准确地传递给世界。

2.2 政治维度: 文化特色凸显塑造中国形象

群众参与体育赛事是以观赛为主要目的, 对当地的人文情怀、历史底蕴了解较少。语言景观作为一种人文旅游资源, 蕴涵信息沟通、历史文化、社会经济等价值, 是其了解当地文化的重要渠道。特色的语言景观能够为旅游者带来新鲜感、真实感、历史感和亲切感, 创造出美好的旅行体验和记忆^[21]。北京冬奥会语言景观的构建充分融入我国优秀传统文化, 成为形

塑我国国家形象的完美注脚。如冬奥会会徽“冬梦”以草书写意的汉字“冬”为主体,“BEIJING 2022”印鉴字样灵感取自我国民间剪纸艺术,各比赛项目标志均为汉字的形变、以汉代的篆印为呈现形式、以中国传统印泥颜色“霞光红”为配色,将我国独有的书法和篆刻艺术与语言景观相结合,不仅使整个冬奥赛场充满中国特色,也激发景观读者对于我国优秀传统文化的热爱。开幕式中,运动员入场时走过冰雪雕刻的“中国门”及由全国各地几十种经典传统门窗图案构成的“中国窗”,表达中国人民敞开大门、欢迎全世界的朋友共襄盛举的美好寓意,展示我国源远流长的民间文化,还向世界传递“打开窗口看中国”的深层意象。北京冬奥会语言景观通过特色文化的融入,营造由中华文化点缀的赛事景观环境,向世界展现文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象,有利于加强世界各族人民对中华文化的了解与向往,充分体现语言景观构建的凸显自我原则。

2.3 体验维度:形式丰富多样讲好中国故事

信息化时代的文化传播需要在保证优质内容的前提下,在形式上不断推陈出新,借助良好的载体对公众充分“曝光”,提高与受众的有效沟通^[22]。“中国结”、“迎客松”烟火、“折柳寄情”送别来客将中国传统文化元素与全息投影、LED 大屏、裸眼 3D 等现代科技结合,颠覆了传统语言景观的呈现形式,构建出了更具视觉冲击力和震撼感的“中国之美”。同时,借助“8K 超高清频道+地标大屏”使场外观众也可以沉浸式体验北京冬奥会的盛况,运用“自由视角+VR 技术”进行线上同步转播,观众通过手指滑动便可一览冬奥赛场的全部细节^[23],从而弥合线上线下的时空距离。北京冬奥会的语言景观充分结合现代科技手段,将中国形象与文化内涵更具象地呈现在世界眼前,有助于增进景观读者对中华文化的理解与认同,充分体现语言景观构建的集体认同原则。

3 大型体育赛事语言景观建构的提升策略

3.1 完善标准规范,提高赛事语言景观传播质量与效果

大型体育赛事作为展现国家实力和形象的重要手段,对赛事语言景观标准的完善是赛事管理者不可忽视的重要工作。诚然,完善赛事语言景观标准有利于提升其表达能力和信息传递质量,促进跨文化交流和相互理解,为赛事产业发展提供坚实基础。

1)完善标准内容,提高标准质量。术语、表达方式及语种排列的不确定性和不统一性容易造成跨文化翻译中的语用和情感传递偏差。因此,应出台更加具体完整的标准规范,明确不同语种的运用规则和限制

条件,提高标准的实际操作性和准确性,也应对少数民族语言、符号等元素的运用情况进行明确。当前赛事语言景观多为汉英双语,对于少数民族的语言文化保护不足,未来应根据赛事级别、性质及举办地受众的实际情况选择语种,凸显民族文化的象征性符号和地方性设计。

2)重视人才培养,加强跨文化交流培训。为更好传递信息、展示本土文化,需要语言景观翻译人员了解不同社会群体在文化背景、社会习俗和价值观等方面的差异,并具备跨文化交际能力和文化素养。语言景观构建涉及到不同领域的专业人士,要注重团队建设,培养专业人才、吸引优秀人才,形成协同合作机制,为语言景观构建提供坚实保障。同时加强跨文化交流和培训,提高翻译人员的背景知识和文化素养,更好满足不同社群需求、传递中国文化精髓。

3)建立标准管理机制,注重中国特色。在标准规范的实施过程中需要建立外部反馈机制,及时收集用户反馈意见,并根据反馈意见对标准进行修改和调整,确保标准规范的质量和适用性;也要健全内部审核机制,对新制定的标准、翻译结果等进行审核,从而避免疏漏和错误发生。中华文化丰富多彩,不同地区都有其特点和风格,在制定标准规范时要做到国际性与本土性相结合,注重展示当地文化的精髓与特色,因地制宜进行适当修改和调整,打造出更符合中国特色的赛事语言景观。未来我国赛事语言景观的构建应通过不断完善标准内容、加强人才培养、建立管理机制等措施提高标准质量和适用性,为助力赛事产业发展、展现中国文化的魅力和精神、展示中华民族的自信与活力提供坚实基础。

3.2 融合地域特色,提升赛事语言景观代表性与吸引力

卡尔维诺(Calvino)指出城市魅力的根源在于复杂性与多样性,文化的魅力同样如此。当前我国大型体育赛事语言景观的构建过程中不重视融入多元文化资源的可行性,甚至奉行“拿来主义”照搬其他赛事的构建形式,不利于塑造城市形象、弘扬城市文化、增进文化认同。

1)应该充分了解当地的历史、文化和民俗风情,挖掘具有代表性和独特性的文化元素,将其融入到赛事吉祥物、场馆布置、颁奖环节、文化展示区等方面,增强赛事的本土气息与特色。如北京冬奥会以熊猫和灯笼为原型设计的吉祥物“冰墩墩和雪融融”、以敦煌壁画中的飞天元素为灵感设计的首钢滑雪大跳台场馆、从唐代织物中撷取灵感设计的“唐花飞雪”系列颁奖服饰等都与本土历史、文化和民俗风情紧密联系,为赛事增加独特的视觉效果和文化内涵。

2)鼓励文化的创意性发挥,充分展现本地文化精华。创意是推进文化发展的重要动力,也是提高赛事语言景观代表性的重要手段。运用创意可以将传统文化元素与现代科技有机结合,在视觉效果、声音效果、灯光效果等方面创造出丰富多彩的艺术表现形式,北京冬奥会中写意传神、灵韵优美的“蒲公英、24节气、雪花”等元素,皆为古文化符号进入现代社会的“再发明”与“再创造”。

3)注重社会参与和互动交流机制的构建,实现参与者、观众与文化元素之间的深度沟通和联系,强化社会参与的主体性与责任感,实现文化生态的良性循环。如北京冬奥会和冬残奥会的“冬奥小镇”“文创园区”以及以“点染冰雪凝铸冬奥”为主题的文化征集活动不仅增加观众的参与度,也传达和展示中国文化。因此,未来赛事语言景观的构建需充分考虑本土文化元素,创新处理并融合当代艺术手段,最终打造出彰显本土特色、具有高度艺术价值和较强社会参与性的赛事语言景观。

3.3 应用科技手段,增强赛事语言景观影响力与效益

信息化时代推动传播技术高速发展,传媒平台、短视频、网络互动等新兴媒介打破传统时空限制,赛事的影响范围不断扩大,对赛事语言景观的构建提出新要求。科技元素植入是提升赛事语言景观质量的重要手段,通过不断扩充“文字+”外延,推动赛事语言景观与大数据、人工智能等高科技手段的深度融合,对于增进文化传播效果、展现科技实力、传播城市形象具有重要价值。

1)注重语言景观的多模态呈现,提高表现形式和效果。利用现代科技手段,通过多种形式的语言表达方式构建具有可视化、听觉化、触觉化等特点的多模态语言景观,借助多种感官融合,可以提高文化呈现的表现力和吸引力,为观众提供更加全面、丰富的文化体验。

2)加强虚拟空间的语言景观构建,扩大文化传播影响力。虚拟空间的语言景观构建可以扩大文化传播的范围和深度。一方面,在网络虚拟空间中可以通过3D建模、动画制作等技术手段创建逼真、细致的文化场景,运用VR或AR技术带给观众沉浸式的文化体验;另一方面,网络虚拟空间可以打破地域限制,其内容展示往往涵盖文字、照片、音视频等多种形式,可以为观众提供更加便捷的信息获取渠道。

3)提高语言景观的趣味性和互动性,提升文化理解和认同。文化表现的趣味性和互动性是促进文化理解和认同的关键因素,通过互动化、娱乐化的方式可以让观众更好了解文化内涵、产生情感共鸣。应充分

注意文化传播的娱乐化趋势,并在此基础上开发出具有趣味性和互动性的文化内容,将游戏等互动形式融入赛事中,让观众通过自己的参与加深对文化的理解和认同。如国际奥委会在冬奥会期间推出名为“Olympic Games Jam: Beijing 2022”的冬奥主题手机游戏,其包括滑冰、滑雪、滑项目相关一系列迷你游戏,还可以通过购买、交易数字版的奥运徽章获得收益,进一步加深观众与赛事间的联系。因此,赛事语言景观作为赛事文化的重要载体,必须注重科技手段的运用,将文化元素进行多元呈现与创新,推动文化的传承与发展。

建设体育强国、发挥体育在中国式现代化进程中的使命与担当,是时代赋予中国体育的重要命题。北京冬奥会的成功举办是中国特色社会主义进入新时代以来努力的完美答卷,深入挖掘北京冬奥会遗产、进一步发挥体育赛事在文化传播方面的重要效能是对党的二十大精神旨归的积极回应,也是加快建设体育强国的必然要求^[24]。赛事语言景观是实现赛事文化传播功能的重要抓手,未来我国大型体育赛事语言景观的构建应充分借鉴北京冬奥会的经验,不断完善赛事语言景观的标准规范,用外国民众“听得到、听得懂、听得进”的途径和方式,传递中国声音;重视优秀文化元素和精神内涵的融入,弘扬保护传统文化、加深国际社会对中华文化的认同与理解,塑造中国形象;充分运用现代科技资源,提升赛事语言景观的创新性和互动性,更好满足参与者和观众的需求,讲好中国故事。打造具有中国特色的赛事语言景观,充分发挥其在跨文化交流、展示国家形象、提升文化软实力方面的重要作用,以便推动体育强国建设与中国式现代化进程。

参考文献:

- [1] 习近平:高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2022-10-25)[2023-06-20]. https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm
- [2] 赵麗,李嘉谊. 内涵·价值·实践:把握北京冬奥精神的三重维度[J]. 体育学刊, 2023, 30(1): 14-19.
- [3] 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): 101-114.
- [4] 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.
- [5] 孙浩峰. 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[J]. 语言文字应用, 2020(4): 92-100.
- [6] 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.
- [7] 田丽, 张华麟. 新媒体: 多角博弈, 复苏在望[J]. 青年记者, 2022(24): 21-23.
- [8] 刘思雨, 季峰. 主流媒体国际体育传播与国家形象建构——CGTN 报道北京冬奥会的议程举隅[J]. 体育学刊, 2023, 30(1): 20-26.
- [9] 杨若萁, 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.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] 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.
- [13] 侯建斌, 刘欣. “清洁场馆”让权益保护体现在细微之处[N]. 法制日报, 2022-03-11(8).
- [14] 尚国文, 周先武. 非典型语言景观的类型、特征及研究视角[J]. 语言战略研究, 2020, 5(4): 37-47.
- [15] 巫喜丽, 战菊. 全球化背景下广州市“非洲街”语言景观实探[J]. 外语研究, 2017, 34(2): 6-11.
- [16] 夏娜, 夏百川, 原一川. 民族地区教育场域中的语言景观研究——以云南省迪庆州 C 小学为个案[J]. 民族教育研究, 2022, 33(3): 113-121.
- [17] 袁法森. 海外中文语言景观构建中孔子学院的功能发挥[J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 2023, 21(5): 86-92.
- [18] 于东兴, 张日培. 全球传播格局重塑中的中文国际传播[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 52(10): 20-30.
- [19] 中共中央宣传部. 习近平总书记系列重要讲话读本[M]. 北京: 人民出版社, 2016: 210.
- [20] 中华人民共和国教育部. 北京冬奥会语言服务行动计划[EB/OL]. (2017-05-25)[2023-06-15]. http://www.moe.gov.cn/s78/A19/A19_ztzt/ztl_ztzt_yywfzfw/dongaohuifw/201705/t20170525_305759.html
- [21] 石琳. 旅游语言景观的设计与规划——基于文化资本论视角[J]. 社会科学家, 2021(2): 64-70.
- [22] 崔璿楠. 2020 年东京奥运会体育文化传播实践及启示[J]. 体育文化导刊, 2021(9): 35-40.
- [23] 李华君, 康敏晴. 故事还原、具身体验与主体回归: 中国故事的沉浸式传播[J]. 新闻春秋, 2023(2): 41-49.
- [24] 孙海潮, 孙葆丽. 共享发展理念视域下北京冬奥会遗产传承研究[J]. 体育学刊, 2023, 30(5): 16-22.

