

# 华清宫语言景观的实证研究：语码取向、语符使用及规范建议

赵 敏

西安工程大学人文社会科学学院, 陕西 西安

收稿日期：2024年7月29日；录用日期：2024年9月9日；发布日期：2024年9月23日

## 摘 要

文章以国家级5A级景区华清宫的语言景观为研究对象，共搜集到297个有效样本，通过实地调查、数据分析以及对比分析，运用Scollon & Scollon (2003)的场所符号学理论，探究华清宫语言景观的语码取向及语码呈现方式，调查景区内语言文字使用状况，并针对其不规范现象提出有效建议。

## 关键词

语言景观，华清宫，场所符号学，语言规范

# An Empirical Study on Linguistic Landscape in Huaqing Palace: Coding Orientation, Linguistic Symbol Usage, and Standardization Recommendations

Min Zhao

College of Humanities and Social Sciences, Xi'an Polytechnic University, Xi'an Shaanxi

Received: Jul. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Sep. 9<sup>th</sup>, 2024; published: Sep. 23<sup>rd</sup>, 2024

## Abstract

This study focuses on the linguistic landscape of Huaqing Palace, a national 5A-level scenic area. A total of 297 valid samples were collected through field surveys, data analysis, and comparative analysis. By applying Scollon & Scollon's (2003) theory of place semiotics, this research explores the code orientation and code representation of the linguistic landscape at Huaqing Palace, investigates

文章引用：赵敏. 华清宫语言景观的实证研究：语码取向、语符使用及规范建议[J]. 现代语言学, 2024, 12(9): 603-612.

DOI: 10.12677/ml.2024.129831

the usage of language and script within the scenic area, and proposes effective recommendations for addressing non-standard phenomena.

## Keywords

Linguistic Landscape, Huaqing Palace, Place Semiotics, Language Standards

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

华清宫景区位于陕西省西安市临潼区，与“世界第八大奇迹”兵马俑相毗邻。华清宫为国家首批 5A 级旅游景区、全国重点风景名胜、国家级文化产业示范基地，1996 年被批为第四批全国重点文物保护单位。其具有深厚的历史文化底蕴，随着时代的发展，今日之华清池已焕发青春与活力，对其语言景观的研究具有现代价值。

本次调查的研究对象为华清宫景区内，包括华清池广场公共标识以及华清宫对面商业街商铺标牌，调研范围覆盖华清宫内的主要景点、游览线路、服务设施等区域，确保数据的全面性和代表性。调研时间为 2024 年 5 月，反映最新时期华清宫语言景观的现状。本研究采用实地调查法，利用摄影工具，通过拍照、录像等方式记录华清宫内的语言景观，包括但不限于路标、指示牌、广告牌、宣传栏、雕塑、石刻等载体上的语言信息，以穷尽式拍照的方式收集语料。利用 SPSS 等统计软件对收集到的数据进行量化处理，包括语码数量、类型、搭配情况等指标的统计和分析。同时，将华清宫自上而下的语言景观与自下而上的语言景观进行对比分析，揭示其共性和差异性。

本文运用场所符号学理论分析华清宫景区的语码取向，场所符号学为 Scollon & Scollon (2003) 提出的语言景观理论，该理论侧重于分析实际环境中的语言符号系统，包括语码取向、字刻和置放等要素，并考察多语环境下语言的优先级、载体形式及呈现方式[1]。

本文的研究目的在于利用语言景观之“场所符号学”理论框架描写和分析华清宫语言景观，分析华清宫语言景观的语码取向、语码呈现方式，对华清宫语言景观进行详尽描写；对比华清宫官方和商业语言景观语码选择之间的差异，分析其语码取向所象征的语言权势关系。同时，调查华清宫的语言文字使用状况，通过统计华清宫语言景观高频字、繁体字、异体字等的使用情况，分析其语言文字使用的不规范现象，为华清宫景区语言文字规范提供参考。最后就华清宫景区语言景观如何进行更好的构建提出切实可行的建议。

## 2. 华清宫语言景观语码取向

Scollon & Scollon (2003) 提出的语码取向理论认为，双语或多语标牌上的语言可依据文字排列顺序、空间占比大小以及色调明亮程度来呈现其优先关系，从而反映它们在特定语言社区中的社会地位。本文在搜集到的语料可以分为两大类语言景观，即自上而下和自下而上的语言景观。自上而下的标牌，即政府设立的代表政府立场和行为的标牌，如路标、交通指示牌或旅游景区标牌，也称为官方标牌；自下而上的标牌，即私人或企业以传播商业信息为目的所设立的标牌，如店名、广告牌等，也称为非官方标牌[2]。在华清宫景区内，自上而下的语言景观即官方语言景观，主要包括景区解说牌、景区提示牌、景区指示牌语言文字使用情况。自下而上的语言景观体现为私人经营的商业语言景观。

此外，华清宫以宫殿式的布局结构，极具古韵，景区内可见多处书法景观，由于“书法景观”是中华优秀传统文化的象征，在宫殿内有着不可或缺的装点作用，而不能折射某一社区当前的语码取向，因此本文主要分析华清宫商业语言景观和官方语言景观的语码取向。

**Table 1.** Number and ratio of character matching patterns in the language landscape of Huaqing Palace  
**表 1.** 华清宫语言景观的语符搭配模式数量及比率

种类	招牌数量	类型数量及比率					
		纯汉字型	比率	纯外文型	比率	混合型	比率
商业	50	41	82.0%	1	2.0%	8	16.0%
官方	213	75	35.2%	/	/	138	64.8%

**Table 2.** Mixed character collocation of the language landscape of Huaqing Palace  
**表 2.** 华清宫语言景观的混合型语符搭配情况

标牌	官方			商业		
	语符模式	次数	比率	次数	比率	举例
	汉 + 英	115	54.0%	4	8%	牛约堡 beef hamburger
	汉 + 拼音	1	0.5%	4	8%	宫喜乐 GONGXILE
	汉 + 符号	3	1.4%	/	/	
	汉 + 英 + 符	1	0.5%	/	/	
	汉 + 英 + 日	10	4.7%	/	/	
	汉 + 英 + 韩 + 日	8	3.8%	/	/	
	汉 + 维吾尔文	/	/	/	/	
	汉 + 拼 + 英	/	/	/	/	
	汉 + 拼 + 符	/	/	/	/	
	汉 + 拼 + 数	/	/	/	/	
	汉英拼数符	/	/	/	/	

语言景观具有信息功能，能够反映某个社区的语言文字信息状况，同时具有象征功能，能够反映某个社区的语言权势关系、社区内部人们使用语言的特点、语言活力、文化状况等[3]。根据表 1 与表 2 中华清宫商业与官方的语符使用情况可以得出以下三点结论：

第一，商业与官方的语码取向具有较大差异，见表 1，在商业语言景观中，纯汉字型占绝大部分，而混合型占比较小，纯外文型最小。而其混合型也多为汉英混合或者汉字与拼音混合(见表 2)，体现该地商户的国际化意识不强。而景区的自下而上的商铺多为饮食类，通过商品展列即可获取商品的信息，商业的标牌未使用英语之外的其他外文，也体现了语言的经济性原则。

第二，汉语占绝对的优势地位。在商业语言景观中汉字标牌占主导地位，在官方的标牌中汉字更加突显，字体也更大，位置往往在外文前面或在外文上面；而英语则较之小号的字体在汉字下方作为一种额外信息。

第三，英语是强势外语。在官方标牌中，混合型占比 64.8% (见表 1)，其中汉英混合是主要的语符搭

配模式。从外语字符所使用的比率可以看出,英语作为一种全球化的语言,其实力不容小觑,是除汉语之外最强势的语言。官方语言景观中大量运用英语进行标识,为外籍游客提供便利的同时,体现了景区的国际化与开放性。

3. 华清宫语言景观语言符号使用情况

文字呈现方式是场所符号学理论重点关注的角度之一。文字是记录语言的书写符号系统,本文主要从汉字使用情况、用字繁简情况、音节特征这三个角度来分析华清宫语言景观的语码呈现方式,初步了解华清宫语言景观的语言符号使用情况。

3.1. 华清宫商业语言景观汉字使用情况

商铺起名用字是商业成功的重要组成部分。它不仅影响品牌形象的塑造、顾客的吸引力和市场沟通效果,还关系到文化传承。因此,商家在起名时应充分考虑字词的内涵、外延和法律因素,以确保品牌名称的独特性和吸引力,为商铺的成功经营奠定坚实基础。

Table 3. Chinese characters of shops in Huaqing Palace scenic spot  
表 3. 华清宫景区商铺名汉语用字情况

汉字出现次数	9	7	6	5	3	2
汉字字数	2	1	1	1	6	3
汉字举隅	老、肉	馍	牛	家	唐、陕、西安、 茶、泡	坊、馆、粉

华清宫商铺名称共用字 247 个,这些汉字可以分为四类,第一类表明店铺所在地名,如“陕”“潼关”“西安”等,第二类是商铺的通用名称(以下简称通名),如“坊”和“馆”二字,第三类是显示店铺营业范围等内容的名称,简称业名,如“泡馍”“甑糕”等,第四类是商铺或商品的修饰名称,如“超级”“冰镇”等。

根据《现代汉语常用字表》,华清宫景区商铺名用字频率较高的 14 个字中(见表 3),“老”“家”“肉”“牛”“唐”“陕”“西安”“茶”“泡”“粉”是常用汉字,“馍”是次常用汉字,“坊”“馆”是非常用汉字。商铺的名称不仅是代码,还是商铺的名片。提升信息交流的效率。在商业环境中,信息的有效传达至关重要。使用常用字可以加快信息处理的速度,提高交流的效率,促进商业活动的便捷性[4]。西安古称“长安”,今有“十三朝古都”之称,以其悠远的历史文化底蕴吸引了大量游客。华清宫景区内多西安特色美食,如牛羊肉泡馍、肉夹馍、凉皮、甑糕等,以独特的长安风味、美妙的味蕾体验,彰显了西安地区的别样魅力,展现中华民族多彩瑰丽的文化。此外,华清宫因其亘古不变的温泉资源、烽火戏诸侯的历史典故、唐明皇与杨贵妃的爱情故事、“西安事变”发生地而享誉海内外,成为中国唐宫文化旅游标志性景区。如今景区内部分店铺名称融入唐文化,寄托着以恢弘的气派发扬盛唐风韵的美好寓意。

3.2. 华清宫语言景观汉字用字繁简情况

华清宫景区作为国家首批级 5A 级景区,其品牌形象的建立也受到用字选择的影响,华清宫景区用字繁简对其文化传承、游客体验、市场推广等方面均有显著影响。

根据《西安市国家通用语言文字管理规定》第十七条:有下列情形之一的,允许使用或保留繁体字、异体字:“文物、古迹;姓氏中的异体字;书法、篆刻等艺术作品;题词和招牌的手书字;出版、教学、研究中需要使用的;国家规定的其他情况。”据调查,华清池景区内的官方语言景观中绝大部分

使用的是简体字，简洁易于识记，体现景区内语言文字规范化程度高。仅见的 4 例繁体字出现于景区服务区，增加语言文字的多样性，满足一些游客较高层次的服务需求。书法景观中繁体字使用比率与简体字使用比率相当(见表 4)，繁体字书写增加了书法的厚重感与古韵，为营造景区中式宫殿的典雅氛围起了重要作用。在华清宫景区，繁体字与简体字的使用体现了历史与现代的融合。繁体字在一些历史文化介绍的标牌中使用，以彰显历史的厚重感；而简体字则广泛用于指示牌和说明牌，符合现代汉语的使用习惯。商业语言景观中繁体字使用比率不高，可见西安市国家通用语言文字管理规定得到了充分地落实。

**Table 4.** Number and ratio of numerous simplified Chinese signs in the language landscape of Huaqing Palace  
**表 4.** 华清宫语言景观中繁简字标牌数量及比率

	官方	比率	书法	比率	商业	比率
繁体字	4	1.9%	15	51.7%	5	10.0%
简体字	209	98.1%	14	48.3%	45	90.0%
总计	213	100%	29	100%	50	100%

3.3. 音节特征

1. 商业语言景观

汉语中常常表现为一个汉字为一个音节，华清宫商业语言景观的语符搭配模式较为简单，主要由汉字、拼音、英文字母三类符号组成，本文在统计华清宫商业语言景观音节特征时，以店名为统计对象，汉字按照汉语音节的一般划分标准来统计，对于店名中的英文、字母、拼音等语符，本文不作统计。

根据统计可知，华清宫店名的音节数量主要集中在三音节、四音节和五音节，这三个音节的店名个数超过总数的一半，占比 82%，数量最多的是四音节商铺名、其次是五音节的商铺名称、再次是三音节商铺名。从商家的角度来看，这三个音节足以保证提供必要的信息，例如可以同时提供属名、业名和通名，既保证信息量的有效传达，又突显了商店的个性特色，体现实用性的原则；从消费者角度来讲，音节越少，则越便于记忆，有学者对比分析研究者的短时记忆容量实验认为“短时记忆容量限制为 4 的理论，相对 7/块 0 限制理论更可信”，在商店店名中四字格也是店名命名的“黄金格” [5]。

2. 书法景观

牌匾用字多为三字(见表 5)，其构成方式为专名+通名，如“芙蓉榭”，符合古代汉语用韵的格式与音律，具有音乐美和深远的意境。三个字的排列可以在视觉上形成对称和平衡感，使得整体视觉效果更加和谐美观。这种平衡不仅来自字数上的对称，也来自于书法家对字形、结构的巧妙安排。同时，汉语中的三字短语往往具有朗朗上口的韵律感，易于口头传播和记忆。在信息传递上，三字牌匾能够快速准确地传达核心信息，无需冗长的说明即可让人一目了然。

4. 华清宫语言景观失范现象

语言标牌上的语符使用失范，不利于语言文字的健康发展。本文统计了各类语符失范的频率，主要从汉字、拼音、英文、标点四个方面来分析华清宫商业语言景观的失范现象，华清宫商业语言景观中不规范语言标牌示例如下。

4.1. 汉字使用不规范

参照《中华人民共和国国家通用语言文字法》中的相关规定发现，华清宫景区的语言景观汉字使用

**Table 5.** Number of syllables of commercial language landscape and calligraphy landscape  
**表 5.** 商业语言景观和书法景观的音节数量情况

音节数量	商铺名称		书法景观	
	出现次数	比率	出现次数	比率
2	0	0	2	6.9%
3	12	24%	21	72.4%
4	16	32%	4	13.8%
5	13	26%	1	3.4%
6	4	8%	1	3.4%
7	3	6%	0	0
8	1	2%	0	0

存在以下两种不规范现象：

1. 汉字使用错误

在华清宫景区内的一处关于“秦始皇嬴政”的官方解说类语言景观，“宫殿巍峨壮观，与秦始皇并竝”，误用“并竝”二字，“竝”实为“并”的异体字，此处解释句意并不通顺，且《现代汉语大词典》里并无此词，当作“并立”。

2. 异体字使用不当

景区内有一处扫码观景望远镜，其温馨提示“请勿直视太阳，以免灼烧眼睛”中使用“免”字的异体字，不符合《西安市国家通用语言文字管理规定》中关于使用异体字的规定。

**4.2. 拼音使用不规范**

1. 拼音符号混淆

在华清宫的一处落款为“西安临潼国家旅游休闲度假区”的井盖上，其中“临潼”对应的拼音标为“lingtong”，然而根据《现代汉语大词典》的注音，“临”字仅有一种读音“lin”，当为前鼻音而非后鼻音。此注音错误受到西安市临潼区当地方音的影响。

景区内一家“袁记肉夹馍”的商业招牌，采用了汉语加拼音的语符形式，而其对肉夹馍的注音拼写为“rougamo”。根据《现代汉语大词典》，“夹”字的正确读音为“jia”，故此标牌拼音的使用不符合现代汉语普通话的规范。

华清宫景区内的一处指示类景区游览线路示意图中，可见其对“按歌台”的双语标注为“ance stage”，而在“按歌台”的景点介绍解说词中，“按歌”二字的拼音为“ange”。根据《牛津大词典》，ance 一词并不存在，根据这一语言标牌的意义，正确的拼音形式应该为“ange”。

2. 拼音符号遗漏

“文创”的正确拼音写法为“WENCHUANG”，而华清文创服务中心导视牌中使用“WENCHANG”，缺少韵头 U，符号遗漏，导致拼音的错误。

3. 拼音符号颠倒

在华清文创服务中心导视牌中，“尚服”的拼音写为“SAHNGFU”，其中 A 与 H 的位置颠倒，正确的拼音写法为“SHANGFU”。



### 4.3. 英文使用不规范

#### 1. 英语拼写错误

华清宫内语言不规范现象中，英语拼写类的错误最多。错误示例如下：

- 例 1: 应急避难所 EMERGENCY SHECTER (官方提示类语言景观)  
 例 2: 飞机 Aircraft (官方解说类语言景观)  
 例 3: 综合服务台 COMPREHENSIVE SERVICE DECK (官方指示类语言景观)  
 例 4: 唐宫艺术区 TANGGONG ARI DISTRICT(官方指示类语言景观)  
 例 5: 唐宫休闲区 TANGGONG LEIURE AREA (官方指示类语言景观)  
 例 6: 陕旅集团 TCG.SHAAXI (官方指示类语言景观)

例 1, “SHECTER” 没有收录在《英语牛津词典》中，在这一语言标牌中意为避难场所，正确的拼写应该是“SHELTER”。例 2, 飞机的英文翻译为“Aircraft”，而标牌中的单词为 Arcraft, 符号 i 遗漏。例 3, “deck” 表示甲板的意思，根据“综合服务台”的意义，正确拼写应为 DESK。例 4, 唐宫艺术区, “艺术”的正确拼写应该为 ART。例 5, “休闲”一词拼写错误，应为“LEISURE”。例 6, 其为华清宫内一处应急避难标牌上的 logo，而其对陕旅集团的拼音注为“TCG.SHAAXI”。陕西的英文形式为 SHAANXI, 且根据陕旅集团官网的查询，陕旅集团的缩写为“TCG.SHAANXI”，该标牌中缺少符号 N, 故使用错误。2014 年，陕旅集团与临潼区成功签约，华清池携手骊山一体化经营合力打造华清宫内景区。陕西华清宫内景区文化旅游有限公司是陕旅集团的旗下企业。而景区内指示类标牌对“陕旅集团”徽标的英文拼写出现错误，此处细节上的纰漏亟需完善。

#### 2. 语法错误

华清宫内的官方语言标牌出现多处语法不规范的现象。其原因可能包括缺乏校对和质量控制流程，以及忽视语言细节的重要性。此外，预算限制和对语言专业人才的投入不足也可能是导致这一现象的因素。语法错误示例如下：

- 例 7: 遵德守礼，请勿践踏草坪  
 PLEASE HELP US PROTECT THE GRASS OR MORE PEOPLE TO ENJOY  
 例 8: 观光车乘车出入口  
 Sightseeing Electric Vehicle Service area Enter  
 例 9: 左转二十米  
 Turn left 20 meture  
 例 10: 五间厅  
 FIVE ROOM HALL  
 例 11: 胡锦涛同志 1995 年 1 月 21 日参观华清池  
 Comrade Hu Jintao visiting Huaqingchi. (January 21, 1995)

例 7 中, “OR” 使用不当。“Please help us protect the grass” 这部分是正确的，它表达了请求帮助保护草地的意愿。“or” 这个词在这里不适用，因为它通常表示选择关系(例如: “A or B”), 而在此处，句意表达的是因果关系(即保护草地是为了让更多人享受)。所以，应该使用介词“for”来表示“为了”之意。

例 8 中, “入口处”为名词意义，而英文翻译“enter”在《英语牛津词典》有动词和名词两种词性，其中名词词性表示回车键，其余如“进入”的意思则是动词词性，所以此处用“enter”一词不恰当，应改

为其名词形式“entrance”。

例9中,“meture”一词并未收录、在《英语牛津词典》中,在这一语言标牌中意为米,且根据英语的复数形式,正确的拼写应该是“meters”。

例10中,“五间房”为复数之意,应用复数形式的表达。而五间房的正确复数形式表达为:“FIVE-ROOM HALL”或者“FIVE ROOMS HALL”,而语言标牌中缺少复数形式,故语法不正确。

例11中,该句句尾有标点符号,且根据句意,应为一个完整的句子,然而其句使用了visit的非谓语形式,造成谓语动词缺失。正确形式应该将“visiting”改成动词的过去式“visited”。

语言标牌的英文翻译出现语法不规范现象,损害景区的国际形象和专业性。因此,规范英文翻译是维护景区品质的必要措施。

### 3. 翻译不统一

华清宫景区内标志景点的英文翻译出现不统一的情况。

例如,“华清宫”翻译不统一。“华清宫”的翻译,在景区中有三种不同的译法,分别是:HUA QING PALACE、HUAQING GGONG、Huaqing Dynasty palace,对外地游客的理解与游览参观造成困难。

又如,“长恨歌”翻译不统一。景区内有三种不同的翻译,分别是:

CHANG HEN GE、A song of unending sorrow、The Everlasting Regret,

著名景点的英文翻译不统一,信息传递不一致,造成游客理解和沟通上的困难,影响游客体验。长期来看,这可能减少国际游客的到访,对景区的文化传播和经济效益产生不利影响。

## 4.4. 标点使用不规范

景区内标点符号使用不规范主要体现在间隔号使用失范。

《中华人民共和国国家标准 GB/T15834—2011 标点符号用法》规定“间隔号是标号的一种,标示某些相关联成分之间的分界,形式是‘·’,有五种使用情况,①标示外国人民或少数民族人名内部的分界;②标示书名与篇(章、卷)名之间的分界;③标示词牌、曲牌、诗体名等和题名之间的分界;④用在构成标题或栏目名称的并列词语之间;⑤以月、日为标志的事件或节日,用汉字数字表示时,只在一、十一和十二月后用间隔号,当直接用阿拉伯数字表示时,月、日之间均用间隔号(半角符号)”

华清文创服务中心内一处店铺名为“陕西·印象”。其错误在于把间隔号等同于顿号“、”。此处间隔号连接的成分之间不是并列的关系,前一个词语表示地名,后一个词语表示店名,前后的成分并不是标题或栏目或类别,而是表明一种所属的关系,故使用标点符号不规范。

## 5. 华清宫语言景观构建建议

语言景观中的语言文字使用基本上符合规范,但汉字、拼音、英语、标点等符号仍存在不规范现象,语言景观的不规范现象阻碍了华清宫语言景观的信息功能,不利于华清宫景区的文明建设,影响了华清宫文化的传播。基于此,对华清宫语言景观构建提出以下建议。

### 5.1. 构建良好平衡的多语语言环境

尚国文(2016)指出“语言景观中多语共存具有广泛的经济价值,这种经济价值包括可利用价值和不可利用价值,可利用价值指的是当标牌上的语言被使用或消费时满足人们某种偏好或需求的能力,这种可利用价值又具有直接性和间接性,直接利用价值体现在人们通过标牌语言直接进行交际,间接利用价值包括:由于语言环境的‘友好性’而吸引更多游客;语言发展的可持续性,以及不同语言族群更好地融合;创造现代化、多元文化大都市形象”[6]根据对华清宫景区中商业景观和官方语言景观的调查研究,



商业标牌中多以汉语为主要语符，语言种类单一，可增加英语以及其他语言，从而增强语言景观的象征作用，体现 5A 级景区的国际化与多样性。

## 5.2. 构建规范和谐的语言生态环境

语言景观存在译文不统一、汉语异体字使用不当、拼音拼写错误、英语语法错误、双语信息缺失等不规范现象。针对这些问题，提出以下建议：

### 1. 汉字使用

确保所有展示的汉字符合国家语言文字规范，避免使用繁简体混合或错误的字形。对于具有历史文化价值的繁体字，可以适当保留，但需在适当位置提供简体字对照，以方便不同读者群体的理解。加强汉字的书写和排版审核，确保文字的准确性和美观性。

### 2. 拼音标注

在拼音标注方面，应遵循《汉语拼音方案》进行准确拼写，避免出现错误读音的拼音标注。拼音应主要用于辅助外籍人士的发音指导，对国内游客可以适当减少拼音的使用，以突出汉字的文化特色。在多种语言标牌中，拼音应作为第二语言信息出现，保持信息的层次清晰。

### 3. 英语翻译

英语翻译需要确保语法正确，表达清晰，避免生硬的逐字翻译，力求传达出原文的真实含义。翻译内容应考虑到文化差异，采用易于国际游客理解的表达方式，同时尊重和传递本地文化。定期邀请专业的翻译团队对景区内的英文标识进行校对和更新。

### 4. 标点符号

标点符号的使用应遵循中文标点的规范，特别是在汉字和拼音、英语混排时，应注意中英文标点符号的差异。避免使用过多的标点符号，以免造成视觉混乱，影响整体的阅读体验。在中英文混排的情况下，注意保持标点符号的统一性和适当的转换，如英文直接引语中的句号应转换为中文的全角句号。

### 5. 行款统一

华清宫景区内书法景观的行款形式尚不统一，例如部分以繁体字、篆文书写而成的牌匾是从左向右写，为尊重古代传统，从而更好地构建景区内古香古色的氛围，建议将繁体字及篆文牌匾的行款顺序统一成从右向左书写。

不规范现象反映出民众的语言规范意识较弱、国家语言文字规划方案在民众中的普及性不高、监管部门的审核监督力度不够。应加快建立一套系统的语言景观规划和管理机制，包括语言使用规范、审核流程以及定期维护计划[7]。在语言景观的设计中，应充分考虑到信息的层次性和视觉美感，合理安排不同语言信息的空间布局。鼓励使用多媒体和技术手段(如 AR、VR 等)来丰富语言景观的表现形式，提高游客的互动体验。

## 6. 结语

语言景观是景区文化内涵的形象展示。本次调查研究，深入分析华清宫景区语言景观所承载的社会历史文化信息，揭示其背后的文化意蕴和地域特色，从而有助于保护和传承地方文化，同时，本研究中语言文字使用规范的建议，有助于增强游客体验，确保信息传达的准确性、文化体验的深入性，提升景区管理效率和国际形象，打造标准化、国际化接轨的景区，推动景区的可持续发展。

## 参考文献

- [1] 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.

- [2] 邱莹. 上饶市语言景观调查研究[J]. 语言文字应用, 2016(3): 40-49.
- [3] 巫喜丽, 战菊, 刘晓波. 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.
- [4] 张天伟. 语言景观研究的新路径、新方法 with 理论进展[J]. 语言战略研究, 2020, 5(4): 48-60.
- [5] 崔剑霞, 吴艳红, 刘艳芳. 短时记忆容量的重新思考[J]. 北京大学学报(自然科学版), 2004(4): 676-682.
- [6] 尚国文. 语言景观的语言经济学分析——以新马泰为例[J]. 语言战略研究, 2016, 1(4): 83-91.
- [7] 陈丽诗. 中国五岳语言景观调查研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广州大学, 2018.