

乡村振兴视域下旅游语言景观调研

——基于四川省广元市曾家山景区的调查

何静一

陕西师范大学文学院, 陕西 西安

收稿日期: 2024年11月16日; 录用日期: 2025年1月6日; 发布日期: 2025年1月16日

摘要

乡村旅游语言景观是旅游服务的一部分, 也是乡村文化构建的重要方式。本文以四川省广元市曾家山景区的语言景观为个案, 调查语言标牌的使用情况, 分析了曾家山景区语言景观在信息告示、语言规范性、环境匹配度、内容功能规划以及游客接受心理方面的不足, 提出做好语言景观的本体规划以及拓展语言景观功能外延两条构建路径, 以提升乡村旅游语言服务能力, 促进乡村产业振兴及文化振兴。

关键词

语言景观, 乡村振兴, 乡村旅游

Research on Tourism Language Landscape from the Perspective of Rural Revitalization

—Based on the Investigation of Zengjiashan Scenic Spot in Guangyuan, Sichuan Province

Jingyi He

School of Chinese Language and Literature, Shaanxi Normal University, Xi'an Shaanxi

Received: Nov. 16th, 2024; accepted: Jan. 6th, 2025; published: Jan. 16th, 2025

Abstract

Rural tourism language landscape is part of tourism services and an important way to build rural culture. This paper takes the language landscape of Zengjiashan Scenic Area in Guangyuan, Sichuan Province as a case to investigate the use of language signs. This paper analyzes the shortcomings of Zengjiashan Scenic Area's language landscape in information signage, linguistic standardization,

文章引用: 何静一. 乡村振兴视域下旅游语言景观调研[J]. 现代语言学, 2025, 13(1): 139-147.

DOI: 10.12677/ml.2025.131021

environmental matching, content and function planning, and visitor acceptance psychology. Two paths for building the linguistic landscape are proposed, namely, doing a comprehensive planning for the essence of the linguistic landscape and expanding the functional scope of the linguistic landscape, in order to enhance the language service capacity of rural tourism and promote rural industrial and cultural revitalization.

Keywords

Language Landscape, Rural Revitalization, Rural Tourism

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

乡村旅游作为中国特色乡村振兴道路的有机组成部分，已成为新常态下长效解决“三农”问题，实现乡村振兴，促进乡村发展绿色化、现代化转型升级的重要支撑。乡村旅游不仅能够有效引导和推动资本、技术等生产要素向乡村地区流动，促进乡村基础设施建设，优化产业结构和城乡区域布局，也能带来深层次的文化交融，推动产业和文化两个振兴。在语言社会学和语言经济学理论的视角中，语言可以作为一种可开发利用的旅游资源[1]。语言资源以其深厚的文化意蕴和审美价值，能给游客精神性的消费的独特体验。而语言景观(linguistic landscapes)作为公共空间中由各种标牌上的语言文字所共同构成的语言景象[2]，也是一种以视觉形式提供的旅游资源，具有丰富的信息价值、文化价值以及经济社会价值，是旅游服务的重要组成部分。

2. 研究综述及意义

2.1. 研究综述

现有的相关研究中，部分从宏观的语境探讨语言助力乡村振兴，为其提供理论支撑或路径探索，关注语言资源的开发保护、国家通用语言文字的推广、语言生态与语言治理以及语言能力的建设，如《乡村振兴视域下农村的语言能力建设》(杜敏、姚欣)从语言能力建设的根基、核心、目的与途径四个角度探讨农村的各项语言能力建设对持续实施乡村振兴战略的重要意义和对农民农业农村发展提出的要求；《语言何以助力乡村振兴》(银晴、田静、苏新春)从语言作为知识载体、信息载体、文化载体3种维度，探讨语言助力乡村振兴的理论依据和做法。部分关注乡村旅游与乡村振兴之间的关系研究，探究乡村旅游的发展之路以及对乡村振兴的作用机制，如《乡村振兴战略背景下乡村旅游的发展逻辑与路径选择》(银元、李晓琴)分析乡村旅游对乡村振兴各层次要求的响应逻辑并提出乡村振兴背景下乡村旅游发展构建产业体系、完善支撑体系、优化治理体系的路径选择；部分则落脚于乡村语言景观的研究，调查乡村语言景观的设置情况，功能以及构建方法，如《乡村振兴视阈下青岛乡村语言景观实探》(程江霞)研究青岛棉花村的语言景观，在抽样调查的基础上分析了乡村语言景观存在的问题并提出了充分发挥政府的引领作用等建议。而本文从乡村振兴的大背景出发，对乡村旅游的语言景观作案例研究。

2.2. 研究意义

乡村旅游既是促进乡村经济发展的重要产业，又是助力乡村文化延续传承的文化项目，是振兴乡村

经济、振兴乡村民众、振兴乡村文化的重要举措，因此对乡村旅游的研究能为广大乡村地区实现振兴提供具体抓手。在乡村振兴新的背景下展开关于乡村旅游语言景观的案例研究既能服务于当地的经济社会文化发展，又能作为个案分析旅游语言景观作用于乡村振兴的意义和路径。其次，语言景观既是乡村旅游的重要组成部分，起到服务游客的作用，又承载着文化与思想的内容，不仅是景观，也是语言文化构建的途径和方式之一，是语言治理的重要内容。由此，从学科价值来说，研究乡村旅游的语言景观不只是对语言助力乡村振兴有帮助，也能为语言治理的研究提供典型案例。

当前，川东北地区的乡村旅游已成为引领地区乡村发展的重要引擎。四川省广元市曾家山景区以其独特的地理环境、区位优势，成为了养生休闲旅游的胜地，对区域经济的发展大有裨益。基于以上几点，本文对四川省广元市曾家山景区的语言景观开展实地调查研究，通过对 256 张标牌的分析，调查景区标牌的语言使用情况并作表征分析，研究景区语言景观存在的问题，进而探索新时代乡村旅游语言景观建设的路径。

3. 曾家山语言景观情况与表征分析

旅游区的语言景观是构建者(即从事旅游业者)与接受者(即游客)建立话语空间的一种方式。这种交际是以书面语言文字为媒介的，通过各类语言标牌上的语码为游客提供语言服务。

3.1. 语言标牌分类及功能

根据标牌的设立者分类，可将语言景观分为官方标牌和私人标牌两类。再根据标牌内容进行细分，可将官方标识分为路牌及地名标牌、景区名称及宣传标牌、警示牌、信息告示牌、政府宣传牌及文化宣传牌六种，将私人标牌分为店铺标牌及广告两类。具体数据见表 1。

Table 1. Statistics of language landscape signs in Zengjiashan Scenic spot, Guangyuan City, Sichuan Province
表 1. 四川省广元市曾家山景区的语言景观标牌统计

标牌设立者	标牌内容	数量	百分比(%)
官方	路牌及地名标牌	25	9.8
	景区名称及宣传标牌	48	18.8
	警示牌	24	9.4
	信息告示牌	29	11.3
	政府宣传牌	45	17.6
	文化宣传牌	29	11.3
私人	店铺标牌	29	11.3
	广告	27	10.5

官方标牌由政府设立，私人标牌则是由私人设立的具有商业性质的标牌。曾家山景区的标牌在体现语言的工具属性为游客提供旅游景区的相关信息、发挥信息功能的基础上，又能投射语言主体的社会身份、文化价值，发挥象征功能[3]。路牌及地名标牌指示景区方位，起到导览、指明方向地点的作用；景区标牌和宣传牌既能展述景区名称，又能与游客发起沟通互动(如“中国十大避暑名山曾家山欢迎您”)、展示景区特色(如“广元曾家山 23℃的夏天”)；警示牌为游客提示危险信息，发起警告劝诫或道德规约；信息告示牌告知景区简介、收费情况、注意事项等旅游信息，告知河道、林场、农田位置面积、负责人等农业农村信息、告知防火防山洪等应急信息；政府宣传牌宣扬健康文化、积极思想(如“绿水青山就是金

山银山”），宣传党和政府的发展战略(如“全力以赴拼经济搞建设，跑出加速度实现新跨越”)；商店标牌、广告主要提供商铺信息，起宣传作用。此外，部分语言景观承载较少的信息功能，却在展示曾家山地区的民俗文化(如酸水豆腐的制作流程，麻柳刺绣的宣传)，营造旅游氛围(如油菜花田横幅“春暖花开去踏春”)，传达乡村气息(如耕读文化的宣传)等方面发挥了重要作用。

3.2. 语言标牌表征分析

3.2.1. 标牌语码取向分析

语码取向考察标牌使用的语言种类。我们收集到的曾家山景区的 256 张语言标牌中主要使用汉语、英语、日语及韩语四种语言，形成四种组合形式。所有标牌中单语标牌的数量远远高于多语标牌。具体数据见表 2。

Table 2. Code of language landscape signs in Zengjiashan scenic area

表 2. 曾家山景区语言景观标牌的语码

标牌类型	标牌语言组合形式	数量	百分比(%)
单语	汉语	229	89.4
多语	汉语 + 英语	25	9.8
	汉语 + 韩语	1	0.4
	汉语 + 英语 + 日语 + 韩语	1	0.4

曾家山景区的单语标牌分布最广，这是由乡村发展的情况以及旅游景区的游客来源等因素共同决定的。曾家山景区位于川东北山区，所辖乡镇都较为贫困闭塞，对外开放的水平并不高，此外，景区所面向的游客群体多为川渝陕甘等邻近省份的国内游客，对双语乃至多语标牌的需求不高。汉英双语标牌出现率较低，约为 10%，大多用于指路和警示，少部分来自带有“国际度假区”头衔的曾家山滑雪场景区的信息公示以及私人商家的标牌。汉语及韩语双语的标牌来自汉王街的私人商铺“韩式烤肉”，是受标牌内容影响的语码选择。唯一一张多语标牌来自“漫天岭国际滑草场”，是受景区定位影响的语码选择。可以发现，曾家山景区所有标牌的优势语码都是汉语，汉语在景区的语言景观中起着绝对的主导作用，多语的使用在景区内没有受到重视。

3.2.2. 字刻分析

字刻关注标牌上语言的呈现方式，包括繁简字、字体、载体材质等因素，这些因素能够传达多样化的象征意味。

曾家山景区的语言景观中，简体字大量运用于指示、警示、通知、宣传类标牌，简洁明了，容易识读，能起到广泛高效传达信息的作用；繁体字的使用率不高，所收集的 256 张标牌中仅有 17 张繁体字标牌，其中 4 张出自景区主标识(如“洪督关”、“汉王老街”)，7 张出自私人店铺标牌(如“颐心木屋”、“雨田山庄”)，6 张出自装饰性标牌(如“尊在自然，贵在山水”)，这些繁体字标牌主要发挥营造古朴氛围，展示历史积淀等审美功能。此外，景区标牌大量运用书法性字体，也能为乡村旅游渲染文化氛围。

曾家山景区语言景观的物质载体大致可分为木质、石质、纸质、金属、合成物、织物几类。其中木质、石质材料的标牌广泛运用于景区的主标识、宣传牌等，能较好地融入乡村的环境，且更具有审美价值以及生态价值。PVC、芙蓉板等合成材料以及纸质、织物材料的运用也较多，具有简便经济的特点。

3.2.3. 置放

置放考量标牌放置的空间、方式等，可分为去语境化置放、越界置放、场景化置放三类。曾家山景

区内大部分的指路牌、警示牌都始终以同样的形式出现,不受出现的环境的限制,属于去语境化置放的标牌:景区内有不少越界置放,即置放不当或不合规的标牌,如大量违规置放于路边的农家乐广告牌以及商业街内互相遮挡、抢占的标牌;相对应地,景区也存在许多的场景化标牌,置放与设计都较好地契合景区环境,能高效发挥语言标牌的功能,如猕猴桃产业园、鸳鸯池森林公园的主标识都与景区的空间相配。

4. 曾家山景区语言景观存在的问题

通过对曾家山景区语言景观的调研分析,我们发现景区的语言景观存在信息告示不明确、语言使用不规范、与乡村生态环境不匹配、内容功能不完善以及忽略接受者接受心理五方面的问题。

4.1. 信息告示不明确

根据 Landry & Bourhis 的分类,语言景观具有信息功能和象征功能两大功能,其中信息功能是语言景观最基本的功能[4],对乡村旅游而言,是旅游相关信息和文化传播的重要载体。然而曾家山景区的语言景观存在一系列字刻、置放方面的问题,大大影响了信息告示和传播的准确性、有效性和时效性。

景区中部分语言标牌选择的材质与字体不恰当使信息的明确告示受到阻碍。如“白羊栈”(图1)地名标牌选择的金属材质与标牌背景的裸露土地颜色相近,汉王街“翰墨书画院”标牌使用繁体草书,且未作简体正体字标注,影响信息的识读。



Figure 1. “Baiyang Stack” metal sign
图1. “白羊栈”金属标牌



Figure 2. The blocked sign of “Hanmo Bookstore”
图2. 被遮挡的“翰墨书店”标牌

越界置放的标牌则会导致信息被遮挡、内容混杂等问题。汉王街沿街的店铺标牌几乎都被置于廊檐

下的造景灯笼遮挡,如图2所示的“翰墨书店”标牌;荣乐养生谷附近的街口出现农行惠农贷款的广告、养生谷的宣传牌、土地保护的宣传标语以及禁止客运车辆夜间行驶的警示牌这几类功能不同、材质不同的语言标牌处于同一空间内的景象,内容混杂、功能紊乱,造成信息获取的相互干扰。

此外,许多有时效性的标牌未及时撤除,如标记着开放时间为2023年10月至2024年1月的“第四届养生谷美食节”的宣传标牌,在2024年3月仍未被撤除,占用大量空间的同时也会影响游客对有效信息的获取。

最后,破损、残缺的标牌也会影响语言信息的传播。例如“曾家山23℃的夏天”的主宣传语标牌首字“曾”字掉落;位于汉王街的警示牌“爱护花草,请勿踩踏”标牌翻转;望远山的山门石也经受风化,导致文字信息模糊难辨。

4.2. 语言使用不规范

随着农村语言文字教育的不断推广,乡村旅游语言景观出现语言使用不规范的情况逐渐减少,不过仍存在错别字、繁简字混用的问题。汉王街售卖曾家山土特产酸水豆腐干的店铺招牌“酸”字为错别字(图3);养生谷附近的语言标牌“陪你去热爱这个世界”中,“陪你去热爱”五字为简体字,“这个世界”二字为繁体字,“界”字又采取隶书的写法(图4),这样不同书体以及不同书写形式的混用是不合规范的。



Figure 3. “Zeng Jia local sour water dried bean curd” misspelled sign
图3. “曾家土酸水豆腐干”错别字标牌



Figure 4. “Accompany you to love this world” glyph mixed
图4. “陪你去热爱这个世界”字形混用

4.3. 与乡村生态环境不匹配

可持续发展是乡村振兴的应有之义。乡村旅游的语言景观既需要做到生态友好,又需要满足游客对

乡野氛围、乡土气息的追求，设计、置放以及监管不力的语言标牌都会影响乡村风貌与环境，影响游客的旅游体验。

景区大量使用牛津布、芙蓉板、铝合金等非天然材料作物质载体，这些材料大多用于临时使用的标牌，丢弃后难分解难腐烂，对农村的土地、水源都会造成难以估量的污染。且这类材料在视觉上易显得冰冷、廉价，且带有极强的工业气息，与农村山清水秀、自然恬静的环境格格不入，造成对乡村意象的破坏。

另外，随处可见的违规粘贴的广告(如图 5)、破损且未修整的标牌、私人商户粗糙设计且无序摆放的广告牌都致使乡村风貌显得脏乱。曾家山景区属于季节性的景区，非旺季时语言景观更显得监管不力，既妨害乡村旅游的形象建设，又不符合乡村振兴可持续发展的战略。



Figure 5. Offending pasted ads
图 5. 违规粘贴的广告

4.4. 内容、功能设置不完善

曾家山景区的语言标牌显示出较强的完整性，但涉及应急避险、多语言服务等内容的标牌呈现出一定程度的缺位。此外，景区的语言标牌明显更注重语言景观的信息功能，我们所收集的 256 张标牌中，有近九成(N227)的标牌都仅仅关注到了信息功能，对景观的象征功能较为忽视，未能发挥语言景观在与游客产生隐形互动时的情感性功能，发挥语言景观的文化、经济层面的价值。

4.5. 忽视接受者的接受心理

语言景观是标牌设置者和接受者之间产生话语互动的媒介，尤其是位于旅游景区的语言景观，由于具有较强的服务性质，更应该将接受者的心理纳入景观的设计考量中。我们收集到的曾家山的语言标牌中，有不少警示标牌的语言设置语气较为冷静生硬，未能较好考虑语言标牌接受者的接受心理。如汉王街的警告牌“雨天栈道湿滑，禁止入内，后果自负”，以命令乃至恐吓的语气对游客进行警示，不易为游客所接受，有待改善。

5. 曾家山景区旅游景区高质量语言景观构建的路径

在对曾家山景区语言景观的现状调研和问题分析的基础上探讨构建景区高质量语言景观的新路，不断完善乡村旅游区语言景观的设计和规划，能有助于提升乡村旅游服务的质量，加速乡村旅游产业的优化升级，为乡村旅游助推乡村振兴赋能。

5.1. 做好语言景观的总体规划，提高语言服务质量

为了更好地发挥语言景观的信息功能，给游客提供更高质量的语言服务，需要对乡村旅游语言景观作出更系统完善的规划。

不同的语言景观设置主体之间应当增加交流，尤其是政府各部门在官方标牌的设计上尤其需要注重整体性，注重涵盖旅游语言服务的方方面面。一方面，景区的指示标牌需提高系统性，介绍与宣传标牌也需要增强交互性，减少相同景点相同标语的重复设置，避免出现重复宣传与服务内容割裂等问题。另一方面，对语言标牌的内容与功能查漏补缺。首先，各类标牌包括地点标识、景区介绍、商业广告、政策宣传、文化宣传、警示应急等都应覆盖。其次，要提高标牌信息的可读性、准确性及规范性。这就需要相关部门加强对语言景观的监管，及时撤除并修改不规范标牌、修缮破损标牌、更换过时标牌等，提高信息值。再次，关注语码的选择问题。尽管曾家山景区的游客画像集中于国内周边省市，不过作为“国际度假区”定位的4A级景区，仍应该适当地于景区主标识、主要宣传栏等标牌上设置英语乃至日语韩语等语码。最后，在语言景观的语言使用方面，应当更关注接受者的接受心理，以更温和、更亲切友好的语言组织为游客带来更舒适更易接受的语言服务。

5.2. 拓展语言景观功能外延

语言景观既是信息的载体，也是社会文化构建的载体，是地方文化、乡村特色的重要呈现方式，是新时代语言治理的重要举措之一。乡村旅游语言景观作为当地文化宣传、健康积极思想文化教育的重要窗口之一，要做好内容与风格设计，提升乡村旅游的服务质量的同时传承乡村文化，最终助力乡村振兴。

5.2.1. 融入地方文化，发挥文化宣传功能

杜江、向萍在讨论乡村旅游的可持续性发展时提到，要实现乡村旅游社会和文化方面的可持续发展，需要提高旅游所在地居民对地方文化的自尊、自爱和自豪感^[5]。因此，在旅游语言景观的设计中要适当且有效地融入地方文化符号，增加乡村旅游的文化内涵。一方面，语言景观可以适当地使用方言元素。例如曾家场镇上的墙绘使用方言“拿问您哟”（意为“麻烦你”），大大增加了景观的趣味性，为游客提供旅游所需的异域感的同时，带给当地语言主体社会身份和情感的认同。另一方面，语言景观要营造当地文化的氛围，系统有效地宣传地方文化资源。将当地的饮食、技艺、风俗等文化内容——例如曾家山的酸水豆腐、麻柳刺绣等物产——纳入旅游语言景观的构建中。合理利用景区公共空间置放文化宣传栏，积极将地方的优秀文化元素融入各种功能的语言标牌中，通过对各类标牌形状、材质等的设计充分宣传当地文化，为游客提供文化和风俗的体验。

5.2.2. 体现乡村特色，发挥审美功能

游客对乡村旅游的需求与对城市旅游有所不同，更大地体现出一种对乡愁、过往的寻求和对田园、土地的依归。因此，乡村旅游语言景观应当更好发挥其构建话语空间的能力和营造旅游意象的能力，通过使用实木、石料、砖瓦等材质元素，通过置放于祖宅、田畴、井台等场景来展示乡村自然风光，展示农耕、祭祀等文化意象。例如曾家山景区的店铺语言标牌“核桃馍”使用簸箕作为文字的载体，挖掘了乡村的特色元素，向游客传达了“自然朴实”、“远离樊笼”等象征意义。透过对乡村特色意象的开发和使用，建构具有乡村特色的旅游语言景观，为游客提供乡野真实浓郁的氛围感，满足游客对乡村、乡愁的心理需求，提升游客的旅游体验。

5.2.3. 宣传主流思想文化，发挥教育功能

乡村旅游语言景观既是旅游产业的组成部分，又是语言助力乡村振兴的重要一环，是语言治理关注

的问题之一。首先,普通话的推广使用仍是现阶段乡村语言能力建设的主要工作,因此需要在语言景观中体现对普通话的重视。设立“请讲普通话”等语言标牌,潜移默化民众的语言使用习惯,能在帮助外地游客提升旅游体验的同时,方便乡村治理、促进乡村文化振兴。其次,乡村旅游的语言景观也应大力宣传国家政策(如土地政策、生育政策等)、积极健康文化(如优秀传统文化、社会主义先进文化等)、社会主义核心价值观以及各类正确思想,这既是加强乡村个体思想教育、维护乡村稳定的要求[6],又是对国家发展战略规划的回应。

6. 结语

语言景观不仅是文化交流的媒介,也是地方身份和形象的体现。本文通过四川省广元市曾家山景区的语言景观进行研究,揭示了其在信息告示、语言使用、环境适配、内容功能及接受情况方面的问题,提出了做好本体规划、拓展功能外延两方面的构建路径,对促进地方文化建设与传承,增强旅游质量、提升景区竞争力具有重要意义。本研究为理解和优化乡村旅游的语言环境提供了理论支持,并试图为乡村旅游语言景观构建者在语言规划和管理上提供借鉴。

声 明

文中所有图片均为作者拍摄。

参考文献

- [1] 陈丽君, 胡范铸. 语言资源: 一种可以开发利用的旅游资源[J]. 旅游科学, 2010, 24(6): 22-27.
- [2] 尚国文. 宏观社会语言学视域下的旅游语言景观研究[J]. 浙江外国语学院学报, 2018(3): 46-56.
- [3] 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.
- [4] 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>
- [5] 杜江, 向萍. 关于乡村旅游可持续发展的思考[J]. 旅游学刊, 1999(1): 15-18+73.
- [6] 吴杨芝, 周湘鄂. 服务性、文化性与审美性: 贵州民族地区乡村旅游语言景观构建新路[J]. 贵州民族研究, 2024, 45(1): 135-141.