

语言规划视域下历史文化街区语言景观研究 ——以苏州平江路为例

何 蔚

暨南大学深圳旅游学院, 广东 深圳

收稿日期: 2026年5月21日; 录用日期: 2026年7月6日; 发布日期: 2026年7月16日

摘 要

历史文化街区是城市文脉的核心载体, 其语言景观既是公共空间符号的直观呈现, 也是语言规划落地与传承的重要场域。本文以苏州平江路历史文化街区为例, 分析街区内官方标牌与私人标牌的语码选择、分布特征及符号模态, 剖析语言景观背后折射的语言权势、文化认同与规划逻辑。最后从规范管控、文化赋能、技术融合等维度构建历史文化街区语言景观优化路径, 为文旅融合背景下语言规划与文化遗产保护的协同发展提供参考。

关键词

语言规划, 历史文化街区, 语言景观, 平江路, 文化传承

Research on the Language Landscape of Historical and Cultural Districts from the Perspective of Language Planning

—A Case Study of Pingjiang Road in Suzhou

Wei He

Shenzhen Tourism College, Jinan University, Shenzhen Guangdong

Received: May 21, 2026; accepted: July 6, 2026; published: July 16, 2026

Abstract

Historical and cultural districts serve as the core carriers of urban cultural heritage. Their linguistic landscape not only visually manifests public space symbols but also functions as a vital arena for

implementing language planning and preserving cultural traditions. Using survey and interview methods, this study examines the code selection, distribution patterns, and symbolic modalities of official and private signage within Suzhou's Pingjiang Road Historical and Cultural District, analyzing the linguistic authority, cultural identity, and planning logic reflected in this landscape. Finally, the study proposes optimization strategies for the linguistic landscape from perspectives such as regulatory governance, cultural empowerment, and technological integration, providing insights for the coordinated development of language planning and cultural heritage conservation in the context of cultural-tourism integration.

Keywords

Language Planning, Historical and Cultural District, Language Landscape, Pingjiang Road, Cultural Inheritance

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

语言景观作为社会语言学的重要分支,由 Landry 和 Bourhis 于 1997 年正式提出,特指公共空间中可见的语言符号集合,涵盖路牌、商铺招牌、宣传标语、文化标识等,兼具信息传递与文化象征双重功能[1]。随着城市更新行动的深度推进,历史文化街区作为文化遗产,其语言景观不再是单纯的文字展示,而是承载地域记忆、彰显文化软实力、连接传统与现代的关键媒介。

《国家语言文字事业“十四五”发展规划》¹明确提出规范旅游景区语言景观,强化多语种标识审核,推动语言文化与文旅产业深度融合,为历史文化街区语言景观建设提供了政策指引[2]。苏州平江路作为中国首批历史文化街区,距今已有 2500 余年历史,是江南文化与吴语文化的核心承载地,其语言景观兼具传统性、地方性与文旅性,是研究语言规划与历史文化街区语言景观互动关系的典型样本[3]。基于此,本文以语言规划为核心视域,选取苏州平江路为案例,探究历史文化街区语言景观的现状特征、成因与优化路径,助力语言规划与文化遗产的保护。

2. 语言规划视域下苏州平江路语言景观现状分析

本次调研共筛选有效语言标牌样本 1056 个,按设立主体分为官方标牌 282 个、私人标牌 774 个;按语码类型分为单语标牌 684 个、双语标牌 321 个、多语标牌 51 个。整体呈现私人标牌为主、官方标牌为辅,单语主导、双语补充、多语点缀的分布格局,与平江路文旅商业为主、公共服务为辅的功能定位高度契合。

2.1. 官方标牌方面

官方标牌中单语标牌 215 个,全部为标准普通话,主要包括路牌、公共设施标识、政策标语等,严格遵循《国家通用语言文字法》²,保障公共信息的通用性与规范性。双语标牌 67 个,均为普通话 + 英语组合,主要为文物说明牌、景区导览图等,英语翻译严格按照国家文旅部《旅游景区公共信息导向系统设置规范》³执行,旨在满足外籍游客的信息需求,体现语言规划的国际化功能导向[4]。

¹<https://www.gaoxinedu.com/news/7804.html>

²http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/sjzl_zcfg/zcfg_jyfl/202606/t20260605_1438880.html

³<https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/std/newGbInfo?hcno=440290657D8097A66F55333ADF57D758>

官方标牌的文字字体以宋体、黑体等标准印刷体为主，排版规整、字号统一，体现语言规划的规范性要求；部分文物说明牌融入楷书、隶书等传统书法字体，边框采用江南园林雕花元素，兼顾规范性与文化性，既传递官方信息，又彰显江南文化特色[3]。

官方标牌沿平江路主街、支巷均匀分布，核心路口、文物景点、公共设施处设置密集，形成主街串联、支巷延伸、景点聚焦的空间格局，充分发挥语言景观的信息引导功能，同时通过标准化的语言符号强化历史文化街区的官方身份定位。

2.2. 私人标牌方面

私人标牌的语码选择呈现普通话为主、吴语为辅、英语补充的多元格局，与官方标牌的单一规范形成鲜明对比。单语标牌 469 个，其中普通话单语标牌 421 个，主要为连锁店铺、现代文创店招牌，遵循通用语言规范，适配大众游客认知；吴语单语标牌 48 个，主要为传统小吃店、老字号店铺，阿婆、囡囡等吴语词汇凸显地域文化特色，深受本地居民与文化游客青睐。

双语标牌 254 个，分为普通话 + 英语 207 个、普通话 + 吴语 47 个。普通话 + 英语标牌多为特色餐厅、文创店，兼顾国内游客与外籍游客需求；普通话 + 吴语标牌多为老字号店铺，实现通用语与方言的文化融合[5]。多语标牌 51 个，以普通话 + 英语 + 日语/韩语为主，集中在核心商圈的高端文创店、特色民宿，适配日韩游客群体，体现文旅市场的国际化需求。

私人标牌的符号模态极具多样性，打破官方标牌的标准化限制，充分融合传统江南文化与现代商业元素。字体选择上，除标准印刷体外，大量采用行书、草书、篆刻等传统书法字体，彰显老字号底蕴；部分文创店采用艺术化字体，搭配江南水乡图案，风格清新雅致。语符融合上，将吴语俚语、苏州方言词汇与图形符号结合，实现语言符号与视觉符号的协同表意，强化地域文化辨识度。材质上采用木质牌匾、石刻、布艺、电子屏等多种材质，传统店铺多使用木质牌匾，现代文创店多使用电子屏、亚克力材质，形成传统与现代的视觉对比。

私人标牌集中分布在平江路主街，支巷分布较少，主街中老字号店铺、传统小吃店集中区域，吴语标牌占比显著高于其他区域；文创店、网红店铺集中区域，英语标牌与艺术化标牌占比更高，形成传统段 - 现代段的差异化空间分布，反映商业业态对语言景观的影响。

3. 语言规划视域下苏州平江路语言景观现存问题及成因

3.1. 现存主要问题

1) 多语翻译不规范，语言质量参差不齐

私人标牌的英语翻译存在大量不规范现象[6]：一是直译错误，如将平江路译为 Pingjiang Lu，将苏式汤面译为 Su-style Soup Noodle；二是拼写错误，如将文创译为 Wenchuang，将茶座译为 Chazuo；三是翻译缺失，部分双语标牌仅标注拼音，无英语翻译，无法满足外籍游客需求。官方标牌虽翻译规范，但数量较少，难以形成示范效应。

2) 符号模态同质化，传统与现代失衡

私人标牌存在跟风设计现象，大量店铺采用相似的艺术化字体、江南水乡图案，缺乏独特文化标识；部分老字号店铺过度追求现代化，舍弃传统木质牌匾、篆刻字体，改用电子屏、网红字体，丧失历史厚重感；而部分传统店铺过于保守，标牌陈旧、字体模糊，缺乏现代设计感，难以吸引年轻游客，导致传统不鲜活、现代无特色的同质化困境[7]。

3) 规划协同不足，管理机制碎片化

语言规划涉及文旅、文物、市场监管、语言文字工作委员会等多个部门，但各部门职责划分不清晰，

缺乏协同联动机制[8]。文旅部门侧重文旅宣传，文物部门侧重文物保护，市场监管部门侧重商业规范，语言文字工作委员会侧重语言规范，导致语言景观建设各自为政。例如，部分私人标牌用字不规范、翻译错误，市场监管部门缺乏语言专业审核能力，语言文字工作委员会缺乏执法权，问题难以有效整改；同时，缺乏针对历史文化街区语言景观的专项规划，现有政策多为通用性规定，未兼顾平江路的文化特色与文旅需求。

3.2. 成因

1) 商户重商业轻文化

私人标牌的设立主体多为个体经营者，文化素养参差不齐，多数商户将语言标牌视为商业引流工具，而非文化传承载体，过度关注标牌的吸引力、辨识度，忽视语言规范与文化内涵[9]。年轻商户对吴语文化了解不足，缺乏传承意识；部分老字号商户为迎合年轻游客与网红潮流，盲目跟风现代设计，主动舍弃传统语言文化符号，导致文化传承断裂。

2) 缺乏语言与文化双重指导

历史文化街区语言景观建设需要语言规划、符号设计、地域文化等多领域专业支撑，但当前平江路管理团队中缺乏语言文字、文化研究专业人才，对语言规范、翻译标准、文化符号运用等缺乏专业指导[10]。商户设计标牌时多依赖网络模板或广告公司，广告公司缺乏地域文化素养，导致标牌同质化、文化内涵缺失。

3) 专项规划与监管机制缺失

国家层面的语言规划政策多为通用性规定，针对历史文化街区语言景观的专项政策空白；地方层面，未明确语言景观建设的具体要求、标准与责任分工。

4. 语言规划视域下历史文化街区语言景观优化路径

4.1. 健全监管机制，提升语言质量

建立语言文字工作委员会牵头、文旅部门主导、文物与市场监管部门协同的监管机制，明确各部门职责：语言文字工作委员会负责制定语言规范、翻译标准，提供专业指导；文旅部门负责统筹语言景观建设，纳入文旅考核体系；文物部门负责文物区域标牌的文化审核；市场监管部门负责标牌设立的审批与日常监管，形成各司其职、协同联动的监管格局。

明确具体标准：官方标牌严格执行国家标准，普通话为唯一官方用语，英语翻译需经专业审核；私人标牌鼓励普通话 + 吴语组合，吴语用字需统一规范，避免晦涩俚语；英语翻译需遵循准确、简洁、符合国际惯例原则，严禁直译、拼写错误，对高频词汇制定统一翻译库。建立标牌审核双把关制度：私人标牌设立前，需经市场监管部门审批与语言文字工作委员会专业审核，审核通过后方可设立，从源头杜绝不规范标牌。

4.2. 激活方言活力，彰显地域特色

在语言规划中明确方言文化保护的硬性要求，规定平江路私人标牌中吴语标牌占比不低于 15%，重点在老字号聚集区、传统小吃区、文化体验区，鼓励商户使用吴语词汇、传统俚语，统一吴语用字标准。

开展吴语文化传承培训，定期组织平江路商户、管理团队参加培训，内容包括吴语文化历史、传统标牌设计、语言规范标准、江南文化内涵等，邀请语言学家、文化学者、设计专家授课，提升商户的语言文化素养与传承意识。鼓励老字号商户传承传统标牌文化，对保留木质牌匾、篆刻字体、传统材质的老字号店铺，给予资金补贴、政策扶持；引导年轻商户挖掘吴语文化元素，将传统俚语、江南诗词、吴地典

故融入标牌设计，实现文化传承与商业创新的融合。

4.3. 创新呈现形式，推动活态传承

顺应数字化发展趋势，推动传统语言景观与数字技术融合，打造线上 + 线下融合的语言景观体系。在平江路核心区域设置电子文化屏，滚动展示吴语词汇、江南诗词、姑苏典故，搭配传统书法与江南动画；在文物说明牌、文化标识处设置二维码，游客扫码可收听吴语讲解、查看文化故事、观看传统技艺视频，实现静态语言符号向动态文化体验的转化。鼓励商户在电子屏、线上店铺中融入吴语元素，如吴语语音播报、方言文案设计，扩大吴语文化传播范围。

5. 结束语

历史文化街区的语言景观是语言规划落地的微观场域，也是地域文化传承的重要载体，其发展水平直接关系到文化遗产保护发展的质量。语言景观建设是一项长期系统工程，需要政府、商户、居民、游客等多元主体协同参与，更需要语言规划理论与文化传承实践的深度融合。未来可进一步扩大案例范围，对比不同地域、不同类型历史文化街区的语言景观差异，深化语言规划与语言景观的互动机制研究，为我国文化遗产保护与语言文化事业发展提供更全面的理论支撑与实践指引。

参考文献

- [1] 李慧. 文旅融合视角下历史文化街区语言景观研究——以常州市青果巷为例[J]. 常州信息职业技术学院学报, 2026, 25(2): 90-96.
- [2] 李宇明. 语言规划论[M]. 北京: 商务印书馆, 2019.
- [3] 陈珊. 上海历史文化街区语言景观研究——以多伦路为例[J]. 现代语言学, 2023, 11(12): 6293-6302.
- [4] 吴珂玮. 国内历史文化区语言景观综述[J]. 现代语言学, 2024, 12(7): 900-906.
- [5] 郑洪波, 余靖. 《语言景观研究的理论与实践》介评[J]. 语言政策与语言教育, 2023(2): 111-115+120.
- [6] 张昀. 历史文化街区语言景观调查研究——以倒扒狮历史文化街区为例[J]. 皖西学院学报, 2025, 41(4): 122-127.
- [7] 张梦. 大连高校周边商业街区语言景观研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 辽宁师范大学, 2024.
- [8] 郝力珠. 语言规划视角下武汉市历史文化街区语言景观研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2023.
- [9] 唐莹. 语言规划视域下都江堰城市语言景观研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西华大学, 2023.
- [10] 叶倩, 莫丽娅. 西安七贤庄历史街区语言景观规范化建设研究[J]. 才智, 2023(7): 173-176.