

# 言语社区商业标牌中的语言权势和文化认同研究

盛 榕

**摘 要：**以华人言语社区好市围为研究对象，基于言语社区理论并结合语言景观研究方法，考察华人聚集区商业标牌与华族文化认同的互动关系。本文采集了 260 例好市围各行业标牌以及对社区华族群体进行了语言调查，通过 SPSS 卡方检验调查数据并分析标牌样本语码参数，以期探讨标牌背后蕴含的语言权势与华族文化认同问题。研究发现，好市围商业标牌不仅彰显了华人言语社区双语双言的性质，也反映了华语权势的社区语境和华族主流文化认同。

**关键词：**言语社区；商业标牌；好市围；语言权势；文化认同

**作者简介：**盛榕，女，讲师，硕士。（铜陵学院 外国语学院，安徽 铜陵，244061）

**中图分类号：**H004

**文献标识码：**A

**文章编号：**2096-8418（2020）02-0041-06

## 一、引 言

言语社区（Speech Community）是语言使用者社会化言语活动的产物。<sup>[1]</sup>作为当下社会语言学的研究热点之一，研究者 Bloomfield 将生活在一定地域具有类似文化背景和生活方式的族群，在言语互动过程中共同遵守言语规则的场所定义为言语社区。<sup>[2]</sup>随着研究的深入发展，通过综合社会学“社区”理论和相关语言学家的观点，由地域、人口、设施、互动和认同五个要素构成的言语社区理论成为社会语言学家解读“社区”与“语言”互动关系的研究工具。同时，作为言语社区重要的参照标准，公共空间语言景观（Linguistic Landscape）体现了言语社区存在的语言使用、语言冲突、语言活力和语言变体等语言现象，揭示了言语社区语言选择背后所蕴含的语言权势和族群文化认同问题，有助于识别言语社区性质并发展言语社区理论。<sup>[3]</sup>本文基于言语社区理论，对澳大利亚悉尼好市围华人社区进行语言调查实证研究，以社区内语言景观物质载体的商业标牌为例，探讨其语言选择背后的权势与文化等社会关系。

有“小香港”之称的好市围市（Hurstville），位于澳大利亚新南威尔士州首府悉尼，是悉尼南区闻名的华人重镇。根据 2018 年澳大利亚人口普查数据显示，好市围市华人数量（18403）占社区总人口（29822）比例高达 61.7%，远超过社区内澳洲本地人口（1703）和其他移民族群人口数量，如英国（2205）、尼泊尔（2195）、希腊（971）、越南（752）等，成为悉尼最大的华人聚集区。Hurstville 英文本意是由“Hurst”和“ville”组成，即“wooded area town”，直译为“森林城镇”。“好市围”作为 Hurstville 非常典型的港式音译，是早期香港华人为讲究好意头而起的中文译名。在这里各种语言与方言长期共存，使用频率最高的是粤语（27.8%），其次是汉语普通话（25.2%）、英语（22.6%）、福建话（17.8%）、客家语（6.6%）。

多元文化的语言生态环境与好市围商业繁荣、华洋杂居的局面形成了独具特色的华语社区语言景观，笔者于 2019 年 7 月对好市围社区商店标牌进行了实证调研，以好市围商业街 Forest road（森林路）为调研范围，按照商铺类型分类收集了语料样本单位约 260 例，并对当地政府机构社工、商铺老板、社区居民以及游客派发问卷调查且进行有针对性的采访。以上有效数据由 SPSS 进行统计分析，以期全面展示好市围华语社区公共空间商业标牌语言文字使用情况，包括语言分布的比例、语言选择、

语言模式、语言顺序等特点，旨在分析语言权势背后所蕴含的社区群体地位与文化认同问题。

二、研究背景

言语社区作为语言描写的基本单位，是社会语言学调查研究的首要对象。早期，Labov 就言语社区的同一性、语言变体等问题对纽约市言语社区进行抽样调查，定量分析出社区群体的同一性，它表现在言语行为的有序性和语言变异评价的一致性上。<sup>[4]</sup>国内学者徐大明为了避免“社区”和“语言”概念反复循环论证的错误，如用一种语言定义社区（华人社区由说汉语的人构成）或以一个社区定义语言（华人社区使用的语言即汉语），<sup>[5]</sup>他在《全球华语社区说略》中提出了社区是第一位的，语言是第二位的原则。他指出华语社区是典型的华族海外聚集社区，华语使用者是构成华人言语社区的核心，华语在社区群体交际的互动增加了华族文化认同的归属感。<sup>[6]</sup>

随着言语社区理论研究的不断深入，语言景观对言语社区族群语言活力、文化认同的研究开始受到学界的关注。如刘慧以印尼华族聚集区语言景观为研究视角，考察当地华人社区华语标牌内容、语码参数等与华人族群感知认同之间的互动关系。该实证研究表明，华人社区公共空间语言景观的构建体现了社区华语优势，有助于强化华族认同和华语地位。<sup>[7]</sup>同时，在全球一体化的影响下，越来越多的外国人在中国长期工作与生活，聂平俊以北京“韩国城社区”（韩国人聚集社区）语言景观为研究对象，通过统计官方和非官方语言标识分析该言语社区语言景观体现的族群身份特征与文化诉求。<sup>[8]</sup>言语社区语言景观的研究不仅丰富了言语社区理论，还提供了更多的研究视角，如张媛媛发现言语社区语言景观针对内部成员与外语成员有所不同，随即对澳门社区和香港社区语言景观受众进行抽样调查，通过 SPSS 卡方检验得到的数据证实了社区语言景观“官民不同，内外有别”的现象。基于此，她从言语社区理论框架重新审视语言景观分类标准，不同于一般官方与非官方语言景观的分类方式，她认为这种语言景观对内和对外的分类标准符合言语社区的多语性质，其普遍性与科学性更加适用于言语社区语言面貌。<sup>[9]</sup>不同于以往言语社区理论的研究，本文从社会语言学角度出发，以海外华人言语社区商业语言景观为对象，开展言语社区实地调查研究。

三、好市围华人言语社区语言调查

澳大利亚是一个移民为主的国家，华人在澳大利亚的数量与日俱增，好市围作为典型的华人言语社区，英语、华语（汉语普通话）、粤语、福建话等多语并存的语言生态环境体现了多元化的华人社区语言面貌。为了更好地了解好市围社区华人语言生活基本状况，笔者于 2019 年 6 月采用问卷对好市围社区华人成员进行了调研，问卷内容涉及社区华人群体语言能力、语言水平等，为期一个月的调研共有效收集 107 份问卷，调查结果见表 1：

表 1 好市围华人言语社区基本情况

项 目	选 项	比例（%）	项 目	选 项	比例（%）	项 目	选 项	比例（%）
性别	男	50.2%	母语	普通话	29.6%	语言能力	单语	22.6%
	女	49.8%		福建话	18.3%		双语	47.8%
年龄 (岁)	18-35	24.7%		粤语	36.9%		多语	29.6%
	36-50	39.8%		客家话	9.4%	语言偏好	英语	37.8%
	>50	35.5%		其他	5.8%		华语	62.2%

数据来源：问卷星问卷调查 SPSS 整理。

表 1 的数据显示了好市围社区华人群体基本语言状况，作为老牌的“小香港”华人社区，居住在

好市围的华人年龄层次偏大，多来自香港、广东、福建等地，母语为粤语（36.9%）、福建话（18.3%）的华人居多。如今，随着大陆新移民的大量涌入，汉语普通话（29.6%）在好市围社区的使用也越来越频繁。同时，表 1 也反映了好市围华人的语言习得水平，约 47.8% 的华人具备使用英语和华语的语言能力，双语型（47.8%）或多语型（29.6%）华人超过单语型（22.6%）华人成员。值得注意的是，华人社区言语交际中的语言使用有明显的层级性。英语为社区“高层语言”，通常是华人在正式场合中对外的的工作语言；普通话作为“中层语言”是华人言语交际场合的标准语言，大陆背景华人数量的增加让普通话（标准汉语）成为社区华人言语沟通的主流；华语方言如粤语、福建话、客家话等是社区内部成员的“低层语言”，作为社区传统语言的代表，它们在早期华人日常生活中占有重要地位，但随着年轻的新移民的涌入，它们在社区中慢慢演变成部分华人的家庭语言。

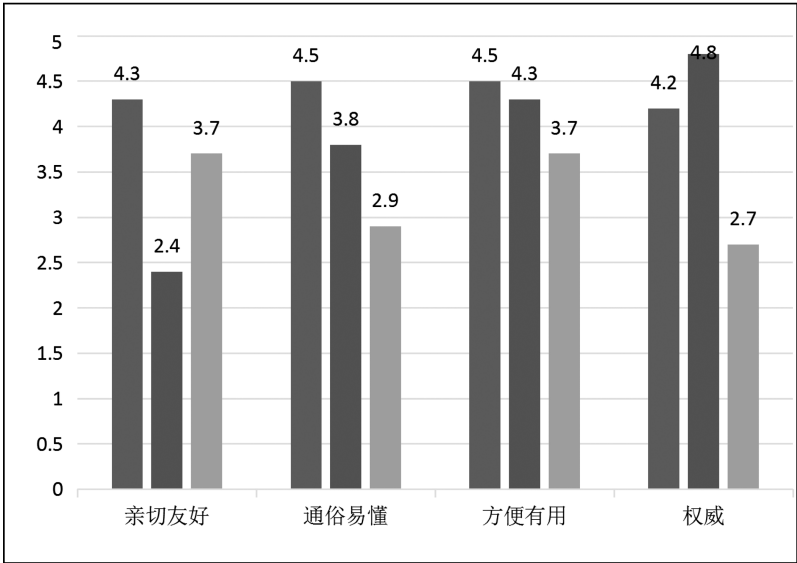


图 1 好市围言语社区华人语言态度指标数值图

数据来源：SPSS 卡方实验均值 注：1=很不，2=不，3=一般，4=比较，5=非常

好市围社区语言的多样性丰富了当地华人的语言生活，为了解好市围言语社区华人交际互动过程中的语言态度与意向，笔者利用 SPSS 卡方检验<sup>①</sup>就社区华人群体对华语普通话、英语、华语方言（粤语、福建话、客家话）的态度进行相关性检验，卡方均值如图 1 所示。首先，从语言情感态度上，普通话（4.3）和方言（3.7）的均值皆高于英语（2.4），该数据显示了言语交际中汉语的使用会让华族觉得更加亲切友好。鉴于方言比普通话的受众地域性更强，因此标准汉语（普通话）的使用会让人觉得亲切有归属感。其次，在语言实用性评价方面，普通话（4.5）和英语（3.8）均值高于华语方言（2.9），该数据表明了方言在言语互动中的局限性，华语和英语的使用会让语言受众更加通俗易懂。同样的，从语言功利性评价角度看，相比较方言（3.7）华人对普通话（4.5）、英语（4.3）的评价更高，普通话和英语在言语社区使用方便。最后，好市围作为一个社区单位，英语（4.8）在言语社区中的权威性高于普通话（4.2）和方言（2.7），该数据再次证实了华人社区语言使用的层次性，英语是官方的“高层语言”，普通话是社区交际标准的“中层语言”，方言是社区的“低层语言”。

以上实证调查数据表明，以好市围为例的海外华人集聚区，其社区成员在言语互动过程中的语言能力、语言态度、语言使用上呈现出较强的一致性，80.4% 的受访者不但对华语（普通话和方言）有很深的情感和很高的评价，并且也具备较高的华语水平。华语在言语社区交际中被华族群体广泛认同

① SPSS 卡方检验：统计样本的实际观测值与理论推断值之间的偏离程度。

和接受，符合了言语社区形成的必要条件。

四、好市围华人言语社区语言景观分析与讨论

语言景观（Linguistic Landscape）作为言语社区内部的衍生设施，充分展示了社区公共空间书写语言文字的使用状况。

（一）好市围社区商业标牌语码参数

好市围华人社区商业发达，林林总总的商业标牌反映了社区华洋杂居的商业背景，构成了好市围华人社区特色的语言景观。基于此，本研究对好市围华人社区商业标牌进行了田野调查，以好市围社区商业主街 Forest road 为调研范围，按行业分布收集了约 260 例语料样本，涵盖了社区餐馆、药店、超市、私人诊所、美容美发、家教补习、地产中介等个体经营机构。通过借助 SPSS 数据分析软件，将收集的语料样本按照语言种类（汉、英）、语言模式（单语、双语）等维度进行分类，统计结果如下：

表 2 好市围社区商业标牌语言分布概况

语言种类 商业类型	英语	汉语（简体）	汉语（繁体）	英语+汉语 （简体）	英语+汉语 （繁体）
餐馆小吃	4.8%	15.2%	27.8%	20.6%	31.6%
诊所药房	13.5%	15.7%	23.9%	13.5%	33.4%
美容美发	4.2%	8.9%	23.7%	17.5%	45.7%
超市百货	14.9%	19.6%	28.7%	7.9%	28.9%
补习兴趣班	3.1%	18.6%	17.4%	30.3%	30.6%
代购礼品店	1.7%	34.2%	27.8%	15.7%	20.6%
旅行社	2.4%	12.7%	18.4%	25.9%	40.6%
地产中介	3.9%	12.8%	11.5%	30.4%	41.4%
其他	1.8%	17.4%	20.8%	28.9%	31.1%

数据来源：SPSS 软件数据整理。

表 2 所示为好市围社区民间商铺标牌语码分布概况，这些商业标牌主要由当地华人设立，通常以传播商业价值语用信息为主要诉求。表 2 数据由 SPSS 软件计算得出好市围社区商业标牌中的语码偏好比例，涉及标牌涵盖了好市围社区餐饮、医药、百货、地产、代购等主流华商行业。

首先，从语码类型上来看，汉字（简体+繁体）为主的单语标牌普遍高于英语单语标牌，尤其体现在一些商业类别如代购店、旅行社、补习班、地产中介等以华人为主要消费群体的私营机构。如代购礼品店汉字（简体+繁体）的使用比例高达 62%，而英语单语标牌仅占 1.7%。

其次，繁体字单语标识在社区传统商业中依然保持绝对优势，如餐馆（27.8%）、诊所药房（23.9%）、超市百货（28.7%）、美容美发（23.7%）等。相比较而言，简体字单语标识多为新移民为主的商店，如代购礼品店（34.2%）、补习兴趣班（18.6%）、地产中介（12.8%）等。可见，好市围社区商店标牌景观不再单一，社区新移民的涌入带来了标牌语言文字的改变，如大陆主流的代购文化、烧烤文化在标牌上的体现。当然，老字号商店依然保留了早期香港、广东、福建地区的语言习惯和风格，比如餐饮上有名的烧腊文化、打边炉文化等。

再次，作为海外知名华人社区，双语型标牌的使用率高于单语型标牌。其中，英语+汉语（繁体）双语标牌在数量上领先英语+汉语（简体）标牌，如以美容美发（45.7%）、旅行社（40.6%）、地产中



介（41.4%）为代表。从语码取向上来看，参照 Ben-Rafael 提出的语言景观构建原则，<sup>[10]</sup> 对好市围社区商业标牌不同语码的应用做了定量统计，结果显示华语通常在双语标牌不同语码中处于“能见度”和“凸显度”高的位置，这一普遍现象说明华语是社区商业标牌的“优先语码”，符合了语言景观“凸显自我”和“充分理性”的构建原则。华语作为标牌中的优势语码，兼顾了华语社区商业标牌设计的独特性和语言景观受众的需求。好市围社区各行业商业标牌华语优先的地位，彰显了标牌中语码间的“权势关系”原则，一定程度上体现了社区华族的“华人意识”，有助于促进华人族群集体的身份认同理念。

（二）好市围社区商业标牌语言权势与华族文化认同

好市围商业标牌语言景观不但展现了华人言语社区华语生态环境，而且反映了背后蕴含的社区语言权势和族群文化认同问题。具体研究内容包括标牌文本与文化认同、标牌语码与权势关系、标牌模式与社区语境等。商业标牌图示如下：



图示 1 烧腊老店



图示 2 代购礼品店



图示 3 餐馆饭店



图示 4 家教补习

以上四例商业标牌代表了好市围社区食品、代购、餐馆、补习主流行业。这些商业标牌中，华语通常在标牌中字体较大且位于居中或上方等显著位置，是标牌中最显眼和最突出的优先语码。参照 Scollon & Scollon 提出的“符号偏好”理念<sup>[11]</sup>，标牌中存在的各种字符间视觉等级差异现象，如图示 1 “朝记烧腊”在好市围社区经营已有 24 年，这家颇负盛名的老店传承了社区香港、广东地区老移民的语言文化，在标牌上沿用了汉字繁体，同时配有“Mr Chao BBQ”“Best rated BBQ shop in sydney”英文翻译作为信息补充，汉字作为标牌的原有信息位置较显眼，英语与汉字同时使用满足了社区内外成员不同语言族群的需求。图示 2 是一家代购礼品店，为了兼顾社区新老移民的语言习惯，老板设立了汉字简体“城品精品”和繁体“誠品回國精品店”标牌各一个，同时配有“Green Season gifts shop”以期吸引社区不同族群的消费群体。图示 2 是典型的华人社区“双语双言”标牌模式，即英语和华语，简体和繁体在标牌上的使用，符合了好市围言语社区的语言生态环境和社区语境。

近年来，随着大陆新移民的大量涌入，社区的餐馆类型不再是单一的粤式餐馆，图示 3 是一家大陆新疆口味的餐馆，店主采用了简体字标牌“新疆拉面馆”并配有英语翻译“Xin Jiang Noodle Restaurant”。结合 Spolsky 提出的语言选择理论<sup>[12]</sup>解释好市围社区商业标牌不同语码被选择的因素有：（1）使用标牌设计者熟悉的语言；（2）使用语言景观受众接受的语言；（3）使用表明标牌所有者身份的语言。鉴于此，图示 3 标牌里采用的华语（简体字）不仅是店主熟知的语码，也是越来越多社区大

陆新移民的语言习惯。相似地,图示4是一家补习家教机构,汉语在标牌中位置居上是明显的“优先语码”,繁体字的使用彰显了标牌设计者的身份特征,考虑到了社区香港、广东地区消费者的语言偏好。此外,“Dr Hu wise room”则顺应了双语双言标牌设计的原则,补充了英语翻译信息面向社区更多语言景观受众的要求。

综上,在实证调研过程中,好市围社区公共空间华语优先的商业标牌随处可见。华族文字通过民间商业语言景观物质载体的传播,一方面凸显了华语在社区商业标牌语码中的权势地位,另一方面塑造了华族群体身份及文化认同的空间性建构。好市围华人聚集区双语双言商业标牌的使用,体现了华人社区华洋杂居的局面,满足了社区内外成员的语言要求,顺应了言语社区的语言规范。

## 五、结 语

汉语言在海外华人言语社区的广泛传播,不仅扩大了中华文化语言文字的影响力,同时也加深了华族群体集体感知与文化身份认同。海外华人言语社区类型的形成是人口、地域、互动、设施、认同五大要素共同建构产生的。其中,认同要素兼具社会属性和言语属性,在言语社区构建中扮演了重要的角色。一般来说,言语社区固定的人口和地域符合社区社会属性特征,而社区内成员之间的言语交际过程和语言景观设施的建设,则符合其言语属性特征。综上,言语社区社会属性与言语属性的认同是社区成员互动交际的前提,言语社区社会单位的形成有助于语言群体的言语互动与接触。好市围社区作为典型的海外华人言语社区代表,该社区成员华人比重有绝对的优势,华人族群文化认同和华语语言认同度高,社区语言景观设施也反映了华族主流文化认同和华语语言权势地位。

语言景观作为言语社区公共空间的语言实践,特别是由空间维度上的华人聚集区和语言维度上的言语社区互动构建的华语景观,不仅汇集了华族语码,更彰显了华族主流文化认同和民族身份认同。本文以海外华人言语社区好市围为研究对象,通过对好市围社区成员语言调查和商业标牌华语景观的实证调研,数据显示了华语在好市围社区的权势地位,华语景观与华族文化认同的联系紧密。好市围社区华人族群的语言态度、语言意向、语言选择在华语景观上呈现了较强的归属感和文化认同感,有助于好市围言语社区华语生态环境的和谐发展。

## 参考文献:

- [1] Gumperz, J. (1968). *The speech community*. International Encyclopedia of the Social Sciences. London: Macmillan Press.
- [2] Bloomfield, L. (1935). *Language*. London, UK: George Allen & Unwin Press.
- [3] Gumperz, J. (1971). *Language in social groups*. Stanford: Stanford University Press.
- [4] Labov, W. (1972). *Sociolinguistics patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- [5] 徐大明. 言语社区理论 [J]. 中国社会语言学 (澳门), 2004 (1).
- [6] 徐大明, 王晓梅. 全球华语社区说略 [J]. 吉林大学社会科学学报, 2009 (2).
- [7] 刘慧. 印尼华族聚集区语言景观与族群认同——以峇淡、坤甸、北干巴鲁三地为例 [J]. 语言战略研究, 2016 (1).
- [8] 聂平俊. 外国人聚居社区的语言景观考察——以北京“韩国城社区”为例 [J]. 语言应用研究, 2016 (3).
- [9] 张媛媛. 从言语社区理论看语言景观的分类标准 [J]. 语言战略研究, 2017 (2).
- [10] Ben-Rafael, E. (2006). Linguistic landscapes as symbolic construction of the public space: The case of Israel. *Journal of Linguistic landscape: Multilingualism research*, 11 (3): 140-154.
- [11] Scollon, R. & Scollon-Wong, S. (2003). *Discourses in place—Language in the Material World*. London, UK: Routledge Press.
- [12] Spolsky, B. (2009). Sociolinguistics theory of public signage. *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, 18 (2): 125-139.