



曼谷市区三大商圈中文语言景观研究 A Chinese Language Linguistic Landscape Study Within Downtown Bangkok's Three Commercial Districts

刘慧玲¹

LIU HUILING

诗纳卡琳威洛大学、人文学院

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

E-mail: huiling@g.swu.ac.th

顾雄伟²

CHATUWIT KEAWSUWAN

农业大学、人文学院、东方语言学系

Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: CHATUWIT.K@ku.th

Received: 18 April 2023 / Revised: 27 November 2023 / Accepted: 16 December 2023

摘要

语言景观研究是通过描写一个特定区域内的语言生态状况，来了解当地语言政策、多语现象和社会文化特点等的一种研究视角。本文以曼谷市区三大商圈为范围，对区域内的中文景观进行了调查和收集，借助场所符号学研究框架对样本进行了语码类型、功能类型和字体类型分析。研究发现中文是该区域继英语作为通用语之外，最常见的外语选择，中英双语、中英泰三语的语码组合景观最为普遍。曼谷商业区内表达形式趋于规范化的中文景观不仅具有文化和身份象征的功能，还起着不可或缺的信息传递功能。

关键词：曼谷商圈；中文语言景观；场所符号学

ABSTRACT

The study of linguistic landscapes is a research perspective that seeks to understand language policies, multilingual phenomena, and sociocultural characteristics by describing the linguistic conditions of a particular area. This article investigates and collects data on the Chinese language landscape within downtown Bangkok's three major commercial districts. It employs the framework of Geosemiotics to analyze the samples in terms of language code type, function type, and font type. The research reveals that Chinese is the most commonly used foreign language after English is used as lingua franca in this area and that the most prevalent language code combinations are Chinese-English and Chinese-English-Thai trilingual. The



standardized expression of the Chinese linguistic landscape in Bangkok's commercial districts functions as a cultural and identity symbol and plays a pivotal role in information dissemination.

Keywords: Bangkok commercial districts, Chinese language linguistic landscape, Geosemiotics

一、研究背景和意义

自 20 世纪 90 年代以来，语言景观成为了社会语言学和应用语言学的一个热门研究领域。语言景观指的是公共场所和标牌上的语言使用状况，它包括现实环境中语言使用的特点和规律，以及语言现象背后的政策取向、权势、身份等问题（尚国文、赵守辉，2014）。Landry & Bourhis (1997) 最先提出了被广泛接受的“语言景观”概念，即出现在某个属地、地区或城市群的公共路牌、广告牌、街道名、地名、商铺招牌以及政府建筑物公共标牌上的语言。根据这一定义可知，语言景观具有公共性，不管其创造主体是政府官方性的还是个体私人性的，其面对的受众都是社会公众，这可能是预设的目标群体或全体社会成员；其次，语言景观还具有文本性，它以文字的形式呈现，并附着在一定的物质载体上，也称为语言标牌，因此标牌文本呈现的形式特点也是研究的重要部分。

曼谷，是泰国的首都和第一大城市，一直以来都是备受全球游客喜爱的一座国际化大都市。曼谷曾在 2021 年荣登全球最适合工作和度假的城市排行榜榜首，主要原因是它拥有多元的文化、知名景点多、当地民众英语语言能力好以及生活成本低等¹。与此同时，作为泰国华人数量最多的城市，伴随着“一带一路”战略下“中文热”的持续，中文在泰国的影响也越来越广泛。这不仅体现在泰国日益增加的中文学习者人数上，还体现在泰国几个主要城市里随处可见的中文语言景观。因此，曼谷城市的多元化语言景观不仅受到西方英语母语学者的关注，对汉语母语学者来说也是一个独具特点的研究对象。

二、研究范围、目的和方法

(一) 研究范围

本文以曼谷市区三大商圈内的主要购物中心为研究范围，即暹罗商圈(Siam)、尚泰商圈(Central)、Asok 商圈，其中暹罗商圈包括暹罗探索(Siam Discovery)，暹罗中心 (Siam Center)，暹罗百丽宫 (Siam Paragon)，暹罗广场 (Siam Square) 四大购物中心；尚泰商圈包括尚泰世界(Central World)，尚泰齐隆(Central Chidlom)，尚泰领使(Central Embassy)三大购物中心；Asok 商圈，包括 21 号航站楼 (Terminal 21)，The EmQuartier，The Emporium 三大购物中心。三大商圈位于曼谷市区中心地段、BTS 沿线，交通便利、众商云集，集购物、餐饮、娱乐、观光等功能为一体，不仅面向广大泰国民众，更面向来自世界各地的游客，毫无疑问也深受中国游客的喜爱。因此，该范围呈现出丰富的语言景观，其中包括大量的中文语言标牌。

(二) 研究目的

本文旨在实地收集和记录曼谷市区三大商圈在新冠疫情期间的中文语言景观，通过场所符号学的研究理论对该区域的中文语言景观的内容和形式进行解读和分析，从而呈现出该区域中文语言景观的现状及特点，并进一步讨论中文语言景观在泰国多语环境中的地位和功能。

(三) 研究内容

在 2020 年全球新冠疫情爆发前，中国多年来一直位居泰国旅游客源国首位，众多的中国游客不仅带动了泰国的中文学习热潮，也驱使众多的酒店、商场、景点等场所将中文标语作为重要的服务

¹ 世界日报：最适合边度假边工作泰国 3 城市上榜 <http://www.udnbkk.com/article-323307-1.html>



指导用语。但在新冠疫情爆发后，中国坚持严格的出入境管控，导致非必要的出入境旅行人数大幅下降。曾经遍布泰国各地的中国游客几乎消失了。随着后疫情时期的到来，以旅游服务行业为经济主体的泰国，已经重新开国迎接国际游客，但中国游客的数量依旧少于欧美游客数量，未完全恢复到疫情前水平。随着新冠疫情的结束，曼谷市区主要商圈的中文语言景观呈现什么状态和特点？与以往相比，是否存在显著的变化？本文以后疫情时期，曼谷市区三大商圈内主要购物中心的中文语言标牌为研究对象，通过场所符号学理论及其研究方法，探讨 2 个问题：

1. 该区域范围内的中文语言景观在语码类型、功能类型、字体类型等方面呈现什么特点？
2. 目前中文语言景观在泰国多语环境中具有怎样的地位和功能？

（四）研究方法

本文按照语言景观研究的传统方法，根据研究目的选定一个区域，通过实地拍照的方式收集区域内的目标语言标牌，再将每一个采集到的语言标牌作为一个单独的样本进行整理和分类，最后对所收集到的所有样本的数量、语码组合、标识载体和语言形式进行描写和分析。

2022 年 2 月正值中国春节，笔者通过手机拍照的方式，在所选区域以有无中文（汉字）出现为标准收集语言标牌样本，并将出现在同一载体上的其他语码信息一并拍摄，作为一个单元样本。经筛选编码，共收集有效样本 106 个。后再通过 Excel 软件对样本的数据及百分比加以分析。

三、文献综述

语言景观的研究历史并不算长，自 Landry & Bourhis (1997) 提出“语言景观”的概念以来，对语言景观的研究总体可分为基础理论研究和实证调查研究两大类。下面将从这两个方面对前人已有的研究进行回顾和评析，其中实证调查研究以在泰国地区进行的为例。

（一）基础理论研究

语言景观研究始于西方，Landry & Bourhis (1997) 不仅首次给语言景观下了定义，还指出语言标牌具有信息功能和象征功能两大功能，并探讨了语言社区活力与公共标牌语言的关系。Scollon & Scollon (2003) 提出了场所符号学理论分析框架，通过对现实环境中语言符号系统的语码取向、字刻、置放、时空中的话语等要素来分析语言背后蕴藏的社会意识形态、政治文化因素等，成为目前语言景观研究中比较完整的理论分析框架。中国早在“语言景观”的概念传入之前就曾从方言学、音韵学等角度对公共语言标牌中的“地名”做过一定的研究。后有尚国文、赵守辉 (2014) 的两篇论文全面地将西方的语言景观相关理论成果和研究方法，分析维度和理论构建进行了总结和引荐，并对该领域存在的问题和挑战进行了分析，为中国国内语言景观的研究提供了重要参考。金怡 (2016) 则着重从理论基础、研究重点、主要观点和研究展望四个方面对场所符号学分析框架进行了介绍和评析，认为国内学者应借鉴这一研究视角将国内的语言景观研究带入一个新的高度。葛俊丽 (2016) 在回顾了国内外语言景观研究的发展之后，指出当前该领域的研究方法存在五大争论：(1) 样本的代表性和采样范围；(2) 样本的分析单元；(3) 样本的分类；(4) 标牌的作者权、主要功能和目标读者；(5) 定量还是定性分析。

从基础理论研究层面来看，语言景观研究作为一个新兴的研究领域，自 1997 年概念提出以来，通过国内外学者的努力逐步建立起了理论体系和研究方法，其中“场所符号学”是语言景观中比较完整的分析框架，但依然存在不完善和争议。通过语言景观研究描写一个地域的语言生态状况，了解当地的语言政策、多语现象、多元文化、种族结构等，在全球化的背景下具有深刻的意义。

（二）实证调查研究

Gorter (2006) 将语言景观研究看作是研究多语现象的新路径；Spolsky (2009) 认为语言景观是考察一个城市社会语言生态的好方法。实际上，以语言景观为视角的实证调查研究遍布各个大洲。



在一个开放的学术研究数据库 Zetoro 的语言景观研究小组中，收集整理了来自非洲、美洲及加勒比地区、亚洲、澳大利亚、欧洲等各地的语言景观研究成果。泰国作为东南亚一个重要且具有多民族文化的国家，受到了中西方学者的共同的关注。Huebner (2006) 与他的研究生一起调查了曼谷 15 个街区语言景观中的语言接触和混用情况，发现英语逐步取代汉语成为了泰国官方语言以外最重要的语言，并从语言学角度分析了英语对泰语在词汇、发音及句法等方面的影响。Sutthinaraphan (2016) 调查了曼谷交通轨道 BTS 沿线三个站点的广告招牌，结果显示 65% 的招牌以泰英双语出现，其中泰语主要承担信息功能，英语则承担着代表着时尚、科技进步和国际化的象征功能。Wu & Techasan (2016) 调查了曼谷唐人街的商店店铺名称，通过定量和定性研究发现，很多店铺招牌都使用中文正字法书写，并把潮州的发音音译成泰文和英文。这些多语标识表明，中文更多地承担了象征功能，而泰语承担的是信息功能，与此同时，英语则代表着全球化的影响。尚国文 (2016) 从语言经济学角度出发，探讨了新加坡、马来西亚和泰国语言景观构建中的经济因素，并指出语言景观中的语言设置并非随意性的选择，而是基于深刻的政治和经济考量。政府官方标牌以单语呈现为主，突出国语的地位，而商业标牌上的语言则以双语和多语为常，注重商业价值。祝晓宏 (2018) 描写了曼谷新老唐人街、四面佛景区、湄南河岸码头夜市和西部美功火车市场等五个地区的华语景观状况，着重指出了华语景观中的变异现象。任文雨 (2019)、吕润凯 (2019)、王铮 (2019) 则分别针对曼谷、清迈、芭提雅三个华人游客较多的泰国城市，对该城市的中文语言景观进行了描写和研究，并且都关注到了中文误用的现象。王波、莫玲芬等四人 (2021) 以泰国某中国留学生较多的大学及其周边为范围，调查了其区域内的华语景观，并与“唐人街”的华语景观进行了多角度对比研究。该文发表于新冠疫情爆发后，涉及了新冠疫情对中文景观的影响。

以上在泰国地区进行的实证研究既有对英文语言景观也有对中文语言景观的关注，其中针对中文语言景观的研究主要集中在以耀华力路、辉煌路为代表的泰国华人聚集地，而对非华人聚居区的曼谷大众商业区关注较少。因此本文从曼谷具有代表性的商业区入手，一方面以期发现曼谷商业区中文景观的现状特点，另一方面欲观察新冠疫情对中文景观的影响。

四、研究结果

根据笔者所收集到的 106 个语言景观样本分析显示，由尚泰集团旗下购物中心构成的尚泰商圈的中文语言景观明显多于其他两个商圈，占比 48.1%。需指出的是，笔者在调查过程中也发现尽管尚泰三大购物中心同属一个集团旗下、位置毗邻，但定位却十分不同：尚泰领使与尚泰齐隆相连，进驻众多奢侈品大牌，旨在为高收入人群提供奢华的国际化购物体验，商场内的重要标语皆以泰英双语为主，甚至英文处于优先位置，比如在举办特定节庆活动时的宣传标语也以英文为主；相较而言，尚泰世界购物中心的定位则更加亲民大众化，商场内语言景观以泰文为主导，英语也承担着十分重要的信息传递功能，同时在特定区域或商店还能见到中文、日文等其他外语。各商圈的中文语言景观样本数量具体分布情况如表 1。

表 1 曼谷三大商圈中文语言景观分布表

	暹罗商圈	尚泰商圈	Asok 商圈	合计
样本数量	30	51	25	106
比例	28%	48%	24%	100%

(一) 语码类型分析

根据场所符号学理论中的语码取向，在双语或多语标牌中，各种语言排列的先后顺序和空间位置可以体现其语码取向，反映该语言社区中某种语言所处的位置：重要、优先，次要、非优先（转引自金怡，2016）。一般来说，对于包围式的文字排列，优先语码处于中心位置；对于从上到下横向式的排列，优先语码处于上方位置；对于从左到右纵向式的排列，优先语码处于左方位置。

首先，按照语码组合类型，笔者所收集到的曼谷三大商圈的中文语言景观呈现出十分丰富的组



合类型，从中文单语到多语组合共有 11 种不同的语码组合类型，具体组合类型和样本数量如表 2 所示。虽然很多组合类型只收集到了 1-2 个样本，但依旧体现了三大商圈语言景观的丰富性和多语化现象。其中，占比例最高的是中英文双语组合，占 40%，其次是中泰英三语组合，占 29%。这与以往针对华人聚集区进行的调查结果不同，即“华语/汉语+泰语”的双语组合占比重最多(祝晓宏, 2018; 任文雨, 2019)。中文单语语码景观占比 21%，这些中文景观大多为春节期间的吉祥用语(图 1)，或是商场为营造中国城主题的设计，起着象征装饰性的作用。

表 2 曼谷三大商圈中文语言景观语码类型表

语数	语码组合	样本数量	比例
单语	中文	22	21%
双语	中文+泰文	2	2%
	中文+英文	42	40%
三语	中文+泰文+英文	31	29%
	中文+英文+日文	2	2%
	中文+英文+俄文	1	1%
	中文(拼音)+英文+阿拉伯文	1	1%
四语	中文+泰文+英文+日文	2	2%
	中文+泰文+英文+阿拉伯文	1	1%
	中文+英文+日文+韩文	1	1%
五语	中文+ 泰文+英文+日文+俄文	1	1%
	合计	106	100%

其次，从语码排列上来看，“中文+英文”的双语标牌有三种排列方式，一种为英文在上中文在下的横向排列，英文为优先语码；一种为中文在上英文在下横向排列，中文为优先语码；第三种则是中英文左右并排的横向排列，且大小相当，二者居于同样地位。而在“中文+泰文+英文”的三语组合中，以泰文在上英文其次中文在下的横向排列最为常见，且泰文有时还以比较大的字体呈现(图 2)。少数几个中文在上泰文、英文在下的标牌则是中餐厅招牌，突出商店的定位。



图 1 中文标牌 (样本)



图 2 泰英中三语标牌 (样本)



图 3 英中俄三语标牌 (样本)

最后，对于其他几种样本数量较少的多语标牌，则均为泰文/英文在上，中文次之，其他外语在下的语码排列顺序，这表明中文目前在外语选择中居于优先位置。此外，随着新冠疫情后泰国逐步恢复接待国际游客，其他国家取代了中国最大旅游客源国的地位，这驱使一些商家在进行促销活动时主动加上了其他外语，如俄语、阿拉伯语来吸引游客(图 3)。



(二) 功能类型分析

通过对每一个中文标牌的具体内容进行分析，笔者发现这些中文标牌主要含有以下这几类信息：吉祥祝福语、商店名称、菜单菜品介绍、疫情相关告示、商品介绍或促销信息、游客信息、指引信息等。根据语言景观的两大主要功能，即信息功能和象征功能，笔者对这些中文标牌的功能和样本数量进行了量化。同时，笔者认为一些中文标牌既传达了有效信息又象征了对中文群体的优先。具体功能类型和样本数量如表 3 所示。

表 3 曼谷三大商圈中文语言景功能类型表

功能类型	具体内容信息	样本数量	比例
象征中国文化功能	吉祥祝福语	27	25%
传递信息和象征身份功能	商店名称	14	13%
介绍、通知、引导、服务功能	菜单菜品	15	14%
	疫情相关告示	11	10%
	商品介绍或促销	17	16%
	游客信息	18	17%
	引导指示牌	4	3%
合计		106	100%

下面将通过一些具有代表性的中文语言标牌及其功能类型的分类进行说明：

首先，占比重最多的中文吉祥祝福语，正如笔者在语码类型分析部分所提到的，由于样本采集的时间恰逢中国春节，由于中国华人数量众多且在疫情之前也是中国游客蜂拥而至的时期，因此春节在泰国也是十分重大的节日，各商圈的购物中心每年都会举办众多的春节主题活动和商品促销活动，节日气氛十分浓厚，体现中国年的装饰也随处可见。这些中文标牌具有暂时性，往往节日过后就会被撤下，但也说明了中国文化对泰国及泰国民众的影响十分深远，许多春节期间到购物中心来的各国民众，都会兴致勃勃地在这些带有中文吉祥祝福语的装饰前拍照留念，并到购物中心设置的中国美食区品尝一些传统的春节美食。此外，也有的购物中心如 21 号航站楼（Terminal 21）将商场的每一层打造成世界各地不同城市的风格，其中 5 层就是中国城风格的主题购物街，采用了许多中文吉祥语的装饰，让游客感受到浓浓的中国文化。

其次，一些商店的名称不仅通过中文传递了信息，为游客提供了指示，还反映了商店所有者的中国身份或血统。这些商店名称主要来自中餐饮食店的招牌。不同菜系的中餐店在商店名称上还具有不同的特点，传统的粤菜饭店创始人往往是广东人或潮汕人，其餐厅名称在翻译成英文和泰文时使用粤语或潮汕语，而新式的中餐饭店多来自中国内地，其名称在翻译成英文或泰文时多使用汉语拼音或普通话发音。根据泰国的商税法，纯泰文的私人商店招牌要比加上外文或纯外文的招牌少缴纳税金，但中餐饭店为了吸引喜欢中餐的目标群体，并且保持中餐厅传统，依旧在商店名称中使用中文，甚至突出中文。此外，笔者注意到除了中餐厅会在招牌上使用中文外，一些源于中国的手机品牌如华为 Huawei，维沃 VIVO，欧珀 OPPO 在其商店名称上只使用英文，并不使用中文，这虽然符合其品牌国际化的定位，但也导致一些民众并不知晓这些品牌源自中国，甚至误以为他们是美国、韩国的品牌。

最后，对于具备重要的信息功能，如介绍、通知、引导、服务等功能的中文标牌则出现在更加广泛的场合中，并且并不以中文单语的形式出现，而必须和泰文或英文或其他外语一起承担信息功能。一些非中餐饭店的菜单、商店的商品介绍和促销信息以及一些面向游客的告示中使用中文，很显然是为了更好地吸引和服务中国游客。新冠疫情爆发后，各个购物中心自恢复营业以来一直严格执行体温检查、按时消杀等防疫措施，因此向民众说明商场的防疫规定显得十分重要。在曼谷三大商圈的各购物中心中，大多数商场在入口处贴出了泰英中三语的防疫规定告示，少数商场如尚泰领使、The EmQuartier, The Emporium 只使用了泰英双语的告示。



(三) 字体类型分析

中文具有繁体字和简体字两种书写系统，在以往针对华人聚集区尤其是唐人街的调查发现，繁体字的比重仍然高达 51.4%（任文雨，2019）。但在曼谷三大商圈的中文景观中，繁体字出现的比例只占 11%，仅限于具有装饰性的吉祥语和饭店名称或菜单中，其他承担信息功能的中文景观均为简体字，且并未发现繁简并用的现象。具体繁简字样本比例如表 4 所示。

表 4 曼谷三大商圈中文语言字体类型表

字体	样本数量	比例
繁体字	12	11%
简体字	94	89%
合计	106	100%

五、讨论

在被誉为东南亚购物天堂的曼谷，各具风格特色的购物中心无疑在其经济领域和城市景观中均居于重要地位，而位于中心位置的三大商圈则是曼谷购物中心的典范和代表，充分展现了曼谷商业经济的兴盛和繁荣。通过对曼谷三大商圈中文景观的调查和分析，笔者发现曼谷商业区中文景观呈现以下三个特点，这些特点与以往的研究成果不尽相同，因此值得讨论或进一步研究证明。

(一) 英语成为通用语，中文成为最常用外语

毫无疑问，标准泰语/泰文是泰国的官方语言，它是政府管理、媒体、教育、文化等领域的重要语言，是泰国国家和民族的象征，占据绝对优势的地位。在官方性质的语言标牌中，泰语是第一选择；外国人进入泰国，目之所及见到最多的也是泰文标牌。与此同时，泰国也是东南亚地区较早受到西方文化影响的国家，从 20 世纪拉玛五世开始，泰国就已经在主动学习西方的政治制度、教育制度和语言文化了。西方文化尤其是英语的逐渐普及对泰语产生了极大的影响。Huebner 曾在研究中指出了曼谷语言景观中的语码混合现象，泰语的词汇中出现了大量发音和意思均为英语的词汇。

笔者在调查中发现，在曼谷三大商圈的各大购物中心中，英语已经成为更加普遍的通用语，它不仅面向外国游客，是曼谷国际化的象征，同时也面向泰国民众，起着传达信息提供指示的作用。这体现在三大商圈中的英语单语标牌十分常见，此外还有部分英泰双语标牌突出显示英语语码。这也解释了在曼谷三大商圈中文语言景观语码类型表中，“中文+英文”的标牌要比“中文+泰文”的标牌数量多。尽管泰语依旧是官方语言和主导语言，但随着英语普及率的提高，英语逐步成为商业区的通用语，中文则成为了最常见的外语，中英双语的标牌也就成为了商家的最经济选择。

(二) 重要信息中文不可或缺且表达趋于规范

自 2020 新冠疫情爆发以来，中国出入境受到了十分严格的管控，因此一个接一个的中国旅行团以及成千上万的中国游客挤满机场已经成为了昔日繁荣。不过在曼谷的常住外国人人口中，依然有 13% 的中国人，位于日本人口数量之后²。因此，中国游客的减少虽然导致一些商家减少了专门针对中国游客群体的中文商品宣传，如“中国游客最受欢迎的泰国特产”已经不再随处可见了，但在重要的场合，如各个购物中心入口处的防疫措施说明、服务台的一些游客信息指导，中文依旧不可或缺。

此外，在以往针对曼谷地区的中文景观研究中，中文表达的误用现象或不规范表达也是学者关注的重点，诸如“不要将卫生留在厕所内”这种令人摸不着头脑的中文标语偶有发现。但在笔者的调查和收集的样本中，并没有引起误会令人费解的中文景观。除了少数几个语序不太符合中文表达

² 泰国头条新闻：在曼谷工作的外国居民有多少人？<https://www.thaiheadlines.com/26817/>



的标牌之外，绝大多数中文标牌表达通顺得体，十分规范。如图 4，暹罗商圈某购物中心入口处的安全检查告示，其正文语序虽太正确（应为“出于安全原因，所有进入大楼的人都将被彻底检查，我们对造成的不便表示歉意”），但由于其标题“安全检查点”正确易懂，同样传递了有效信息。又如图 5，尚泰商圈某购物中心入口处的防疫措施说明，为泰英中三语互译，同时中文的表达不仅通顺无误，还十分正式得体，部分内容如下：“鉴于新型冠状病毒目前传播情况，尚泰公共发展责任有限公司……已及时于人群接触密集地启动严格、周密且频繁的监控保护措施……”由此可见，各商家意识到了中文标牌表达规范的重要性和有效性，不再只是简单地进行谷歌翻译。



图 4 安全检查告示（样本）

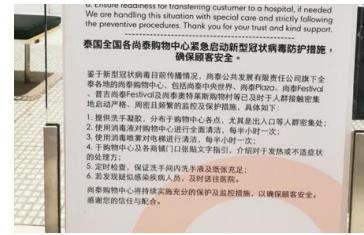


图 5 新冠防疫措施说明（样本）

（三）代表美好寓意的中文汉字传递中国文化

长期以来，中泰两国贸易频繁友好往来，素有“中泰一家亲”的说法，在文化上也是相亲相近，互相影响。与此同时，泰国人中也有大量的家庭有着华人血统，保留了很多甚至在中国都已流失的传统习俗。每年春节期间，泰国各地的年味儿一点都不比在中国的少，尤其是唐人街耀华力路以及曼谷市区各大购物中心争奇斗艳，设计出各具特色的春节主题展和庆祝活动，其中就少不了一些对联、年画和吉祥话的点缀和装饰。中国十二生肖的传统在泰国文化中也有，因此每年不同动物的中文名称也成了一个很好的文化符号被使用在商场装饰，甚至服装和饰品的设计中。在笔者的调查中，今年三大商圈春节的中文景观出现了以下内容：新年快乐、恭喜发财、招财进宝、生意兴荣、长命富贵、身体健康、祝你健康、事业发达、龙马精神、恭贺新禧、福禄双全、万事大吉、名誉、家庭、智慧、健康、爱、富、吉、顺等。这些中文字词均表达了美好吉祥的寓意，传递了中国春节的文化，丰富多彩不再仅限于人们常挂在嘴边的新年快乐、恭喜发财。在还未散去的新冠疫情笼罩下，“祝你健康”的美好祝愿显得更加珍贵（图 6）。



图 6 春节祝福语（样本）

六、结语

本文调查和收集了曼谷三大商圈各个购物中心的中文语言景观，通过对所得到的样本数量和文本内容进行了语码类型、功能类型和字体类型分析，发现在曼谷商业区最常见的中文语码类型为中英文双语组合，其次是中英泰三语组合，这表明在重要场合的语言标牌中，泰语依旧是主导和优先的语言，英语逐步成为与泰语同时出现的通用语，而中文则成为了外语的最常见选择。与此同时，



在这些中文语言景观中，以简体字书写的标牌占大多数，且内容的语言表达也趋于规范和得体。其次在特定时期，如中国春节期间，大量具有美好寓意的中文吉祥语会作为文化的象征出现在各个购物中心，成为彼时商场的一大亮点，这些中文景观传递了中国文化，赢得了广大泰国华人群体的认同和喜爱。最后虽然目前的新冠疫情导致了泰国中国游客数量的大量减少，这使得一些商家减少了部分吸引中国游客的宣传策略和语言标牌，但在重要场合的语言标牌中文依旧不可或缺。

参考文献

- 葛俊丽. (2016). 语言与空间：语言景观研究视角. *北京第二外国语学院学报(04)*, 68-80+134.
- 金怡. (2016). 语言景观之场所符号学研究述评. *宿州学院学报(06)*, 59-62.
- 吕润凯. (2019). 泰国中文语言景观研究 (硕士学位论文, 广西民族大学).
- 任文雨. (2019). 泰国曼谷地区语言景观及其汉语使用情况研究 (硕士学位论文, 华侨大学).
- 尚国文 & 赵守辉. (2014). 语言景观的分析维度与理论构建. *外国语(上海外国语大学学报)(06)*, 81-89.
- 尚国文 & 赵守辉. (2014). 语言景观研究的视角、理论与方法. *外语教学与研究(02)*, 214-223+320.
- 尚国文. (2016). 语言景观的语言经济学分析——以新马泰为例. *语言战略研究(04)*, 83-91.
- 王铮 & CHAMAIPOORN KLAMDIT. (2020). 泰国芭提雅中文语言景观调查研究. *文化创新比较研究(34)*, 166-168.
- 祝晓宏. (2018). 语言景观视角下泰国华语使用及其变异. *中国语言战略(02)*, 19-29.
- Bo Wang & Lingfen Mo & Haiying Zhang & Xiang You. (2021). Investigation into the Linguistic Landscape of Chinese Language within and around A University in Thailand. *Journal of China-ASEAN Studies*, 110-120.
- Durk Gorter (2006) Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 3:1, 1-6.
- Landry, R., & Bourhis, R. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology - J LANG SOC PSYCHOL*, 16, 23-49.
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourse in Place: Language in the Material World*. London: Routledge.
- Sutthinaraphan, K. (2016). A Linguistic Landscape Study of Advertising Signage on Skytrain. *MANUSYA*, 19, 53-71.
- Thom Huebner. (2006). Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change. *International Journal of Multilingualism*, 3:1, 31-51.
- Wu, H., & Techasan, S. (2016). Chinatown in Bangkok: The Multilingual Landscape. *MANUSYA*, 19, 38-52.



Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名):
	LIU HUILING
	Highest Education (最高学历):
	Ph. D. Candidate (Eastern Language), Faculty of Humanities, Kasetsart University
	University or Agency (任职院校或单位):
	Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University
	Field of Expertise (专业领域):
	Teaching Chinese to speakers of other languages
	Address (地址):
	144 1 Soi Sukhumvit 23, Khlong Toei Nuea Subdistrict, Watthana District, Bangkok 10110

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名):
	CHATUWIT KAEWSUWAN
	Highest Education (最高学历):
	D. Litt. (Chinese Philology), Fudan University, P. R. China
	University or Agency (任职院校或单位):
	Department of Eastern Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University
	Field of Expertise (专业领域):
	- Chinese Phonology - Chinese Culture - Teaching Chinese as a second language
	Address (地址):
	Kasetsart University, Ngamwongwan Road, Ladayao Subdistrict, Chatuchak District, Bangkok 10900