

语言景观建设助力乡村价值提升

——云南乡村振兴示范村的实践与思考

吴一凡^{1,2},李小云^{1,2}



(1.中国农业大学人文与发展学院,北京100083;
2.中国农业大学国际发展与全球农业学院,北京100083)

摘要 乡村价值凸显是城乡关系发生变化最为显著的特点,而语言景观是探究乡村价值的一个重要切面。以民族志书写乡村语言景观的构建过程,以长达10年的河边村建设为个案,系统展现了传统乡村通过现代化语言体系与外部市场对接、提升乡村价值的路径。通过呈现语言景观建设助力乡村振兴的实践,提供从语言景观切入乡村价值提升的新视角,在研究方法上对农村语言社会学进行了新的尝试。研究发现,乡村语言景观所具有的政治、经济、社会等多重属性,不仅超越了传递信息的工具性功能,还发挥着承载乡村价值的象征性功能。实施乡村振兴战略需要提升乡村价值,有必要从语言景观进行智慧性介入,重视国家和地方政府行政化的政治取向,回应城市和市场的经济社会价值体系,关注乡村和农民的地方性情感表达。研究指出,乡村语言景观建设不能仅仅强调乡村的传统价值和共同体的融合发展,还应培育出旨在提升乡村价值、服务乡村振兴的语言景观体系。

关键词 语言景观; 乡村振兴; 乡村价值; 城乡关系

中图分类号:C912 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2025)02-0139-11

DOI编码:10.13300/j.cnki.hnwxb.2025.02.012

语言景观通常是指“给定空间内的语言文字及其变体形式”,它是公共空间建构的一个重要部分,也是社会意识形态和社会实践的关键载体^[1]。语言景观一方面呈现了经济社会的发展,另一方面也不断形塑着经济社会的进程。尤其是中国现代化进程下的城乡关系转变,在很多方面通过语言景观变迁得到了体现。很长一段时间,与乡村有关的概念常被赋予负面涵义。客观上,城镇化进程对乡村资源的过度攫取使得乡村呈现出一系列衰落的物理景观,如人口外流、房屋空置、土地撂荒等,但另一方面,这些具象化的物理景观又通过文学创作、宣传标语、新闻报道等形成了乡村衰落的语言景观。也就是说,尽管乡村价值式微是中国现代化进程中的客观事实,但语言景观在此过程中也起到了催化作用,在一定程度上影响了大众对乡村的情感认知,使得乡村价值趋向负面化^[2]。

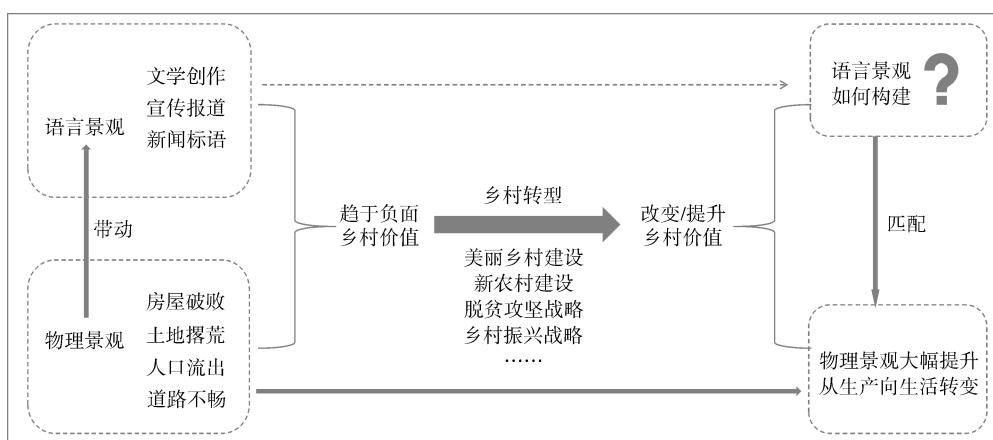
随着中国现代化进程的不断推进,城乡关系发生了深刻转型,越来越多的人在城市就业和生活。1993年中国的城镇化率仅为27.99%,到2023年中国城镇化率提高至66.16%^①。城镇化率30%~70%一般被认为是城镇化快速发展区间。也就是说,中国的城镇化进程即将从快速发展区间过渡到新的阶段,城乡关系正处于一个微妙的临界点。过去快速推进的城镇化,一方面造成了乡村衰落,另一方面成就了乡村作为“少数”的价值稀缺性。城乡关系的新格局下,现代消费把目光开始转向乡村,曾经被抛弃的乡村正重新回到社会经济的视域中。农民不愿意放弃农村户口,城里人想到乡村有一栋房,乡村休闲旅游指数快速增长,聚焦乡村场景的自媒体账号受到热捧,部分年轻人重回乡村寻找生活。这些“逆城市化”的现象反映了乡村从生产向生活的功能性转变与价值提升^[3]。

收稿日期:2024-05-24

基金项目:云南省李小云专家工作站(202305AF150133);中国农业大学2115人才工程。

① 此处“城镇化率”指的是“常住人口城镇化率”而非“户籍人口城镇化率”,数据及解释源于国家统计局,参见<https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>。

乡村价值凸显是城乡关系发生变化的最为显著的特点,而语言景观是探究乡村价值的重要切面。在城乡关系出现转变的新语境下,乡村呈现出了两种不同价值取向的语言景观。一方面,歧视乡村的语言景观依然存在;另一方面,重视乡村价值的语言景观开始显现。美丽乡村、和美乡村、田园综合体等都是在新语境下产生的新名词。这些承载着乡村价值的语言景观正在冲洗和淡化由来已久的针对乡村的负面表述,对乡村振兴产生重大的社会经济影响,激励和动员各种资源流入乡村。新形势下如何通过语言景观建设提升乡村价值这一命题已提上日程。语言景观不仅是文学、艺术和媒体的工具符号,也是乡村振兴和中国现代化进程中重要的社会文化抓手,但目前从社会学视角对乡村语言景观开展的研究仍然匮乏。本文以笔者所属团队(以下简称“实验团队”)在云南进行的多个乡村振兴示范村为启发^①,以长达10年的河边村语言景观建设助力乡村振兴的实践为个案,以期对语言景观如何推动乡村价值提升、服务乡村振兴有所助益,也为理解乡村转型和变迁这一经典的社会学议题提供来自语言景观的新视角。本文构建了语言景观与乡村价值的逻辑关系分析框架如图1所示。



一、研究方法

自Landry等率先提出“语言景观”以来^[4],后续研究者根据自身研究的具体面向,考察语言景观背后的叙事含义、权力转换、价值观念等。这一研究思路是从“可见的景观”出发,分析藏在语言景观背后的社会意涵。然而,这种研究路径最主要的困境在于研究者对语言景观的生成过程缺少一手信息^[5]。这就导致研究一方面往往停留在“重计量、轻解读”的以统计为核心的标注环节,另一方面从作为现象的结果推导原因,研究容易主观化或者流于表面,无法充分挖掘语言景观背后丰富的、多层次的社会含义。因此,以语言景观为载体来研究社会转型,需要更重视质性的实证研究和更深层次的社会关怀。Blommaert在《民族志、超级多样性与语言景观》一书中进行了新尝试。他把复杂性和流动性作为看待语言景观的根本原则,强调“语言景观的研究对象从根本上来说是历史性的,在分析中沿着不同的时间指向,能够找到语言景观与权力、身份认同等多方面的联系”,倡导“研究者需要从文本转向文本的民族志,从具体的标牌转向能动的历史的空间”,由此确立了以民族志书写的个案与语言景观研究的结合方法与研究潜力^[6]。本研究在这一启发下,以脱贫攻坚到乡村振兴战略的推进过程为时间脉络,书写一个乡村语言景观建设的民族志,展开了乡村价值转型的探索研究。

具体而言,本研究讨论的案例来源于实验团队在云南省河边村开展的长达10年的乡村建设。笔者本身作为能动者深入参与其中。这一过程启发了笔者对于语言景观建设助力乡村价值提升的路

^① 自2015年开始,实验团队在云南省多个县市包含瑶族、苗族、彝族等在内的26个乡村,基于其各自的资源禀赋和现实条件,展开了农业现代化促进边境小康村建设、都市驱动型乡村振兴、培育新业态实现城乡要素融合的乡村建设、深度性贫困综合治理等不同类型的乡村振兴示范村建设。

径思考,这与黄宗智先生提倡的“真正从实践出发并正视社会变迁的复杂性和多元性”的“实践社会科学”不谋而合^[7]。在资料搜集方面,笔者事无巨细参与乡村建设的工作,不仅与政府部门有深入互动,也与市场主体和农民群体有广泛接触,为收集语言景观建设的一手信息夯实基础。举例来说,政府在乡村场域部署宣传标语举措,市场与社会主体在语言景观建设方面的行动,以及农民与游客等各方在其中的互动交流,均纳入本研究的资料收集范畴。在资料分析方面,笔者长期驻扎乡村,可以从长时间维度来捕捉乡村语言景观在不同时期的特点,相比于定量分析和调查研究等方法而言,更有可能发现被忽视的语言变化及其背后的社会现象,更早意识到社会变迁的转向和指征,也更理解语言景观构建的整体性逻辑。语言景观是一个历史的、不断变化的系统,只有研究者在相当长的一段时间里持续观察语言景观的生成及变化,才能更好地还原和理解语言景观背后深层次的发展脉络,从而理解社会转型与变迁。

在方法论层面,本研究试图克服以往从现象推导逻辑的单一向度的缺陷,更关注语言景观实际生成过程和真实生成逻辑。但从研究伦理而言,本研究不可避免需要回应“价值无涉”的质疑,即研究者介入实践的正当性以及研究结果的客观性^[8]。对于前者,本研究认为,学者介入实践可以在具体行动中对周遭现实有所改善,这是作为知识分子该有的对现实社会的真切回应。对于后者,本研究坦诚无法将客观论证与价值取向严格分离,但本研究并不意在寻求语言景观助力乡村振兴放之四海而皆准的普适性路径,而是展现这其中的探索过程,提供从语言景观考察乡村转型路径的新视角,通过民族志式的书写来呈现乡村语言景观的建设过程,展示语言景观建设服务乡村振兴的实践逻辑,提出语言景观建设助力乡村价值的可行路径。

二、文献回顾与分析框架

2018年国家发布《推普脱贫攻坚行动计划(2018—2020年)》后,农村语言社会学的研究开始发力,主要关注的是通过提升贫困人口的语言能力,改善贫困地区的语言生态,助力个体脱贫和地区脱贫^[9]。中国推普脱贫攻坚行动回应的是“费希曼—普尔假说”即“语言统一与经济发展成正相关”,希望通过在贫困地区(往往是民族地区)推广使用普通话来提升经济发展^①。基于此,学者们从“语言与贫困”的视角来研究乡村的语言景观^[10-12],这些研究一方面从国家通用语言的经济价值看待民族地区推普脱贫的时代意涵,另一方面从语言变迁的角度思考地方文化保护与现代化发展的并轨之路。这一思路下对于乡村语言与社会发展状况的考察,仍将语言景观作为工具性符号,服务于乡村物理景观的发育和社会经济的发展^[13-14]。

然而,随着脱贫攻坚的胜利和乡村振兴的实施,乡村正快速进入新的语境,乡村语言景观已经超越了交流和经济的工具性功能,具有构建乡村价值的象征性功能。有学者已经关注到这一变化,并进行了相关研讨,对本研究具有学术启发,然而这些尚未形成从语言景观切入乡村振兴的系统研究。总体而言,目前从语言景观角度切入乡村社会的研究,主要聚焦在语言规划和语言服务两个方面,现有的学术成果还未完全跟上乡村发生的快速变化,亟需深入探索^[15]。尤其是,社会学领域对乡村变迁和转型的相关研究,缺少来自语言景观作为具体抓手的视角。即使是注意到语言和乡村发展关联的研究,也往往从宏观层面予以逻辑验证^[16-17],缺乏微观层面的语言景观建设助力乡村振兴的案例呈现。本研究从上述研究中受到启发,期望通过展现实验团队开展的乡村语言景观生产过程,将乡村语言景观放置在乡村现代化推进的时代背景下考察,分析乡村语言景观变迁背后所蕴含的社会含义,为分析乡村价值转型提供来自语言景观的新视角。

现有研究对乡村语言景观一般采取“局限在乡村场域中的各类以文字呈现的具象化标牌”的定义,但从语言景观切入乡村价值转型的社会学视角而言,这一定义的适用性值得考虑,因为语言景观不再仅仅反映固定地域的人群对于语言的使用状况,还反映了乡村社会转型的变化,需要容纳更多

① 质疑者认为强调通用语言促进发展的方式并不必然带来群体的福利改善,反而会导致对多元性的破坏。本研究暂且搁置这一争论。

形式的语料信息如日常对话等进行整体分析,尤其是,新型的媒体技术构建了一个与实体语言景观同等重要的虚拟空间的非实体语言景观^[6,18]。由此,语言景观不再是狭义的、实体化的标牌集合,而是一个蕴含价值判断、丰富的语言体系,具有流动、复杂和隐喻的特点。由此认为,社会学视角将语言景观作为考察对象时,不应仅局限于空间中的语言文字本身,更应该包含经由文本民族志去探寻语境化的身份认同、权力实践与文化维度之间各种与语言相关的现象。具体到河边村这一场域,本研究所考察的语言景观既包含村庄内的各类指示牌、标语、展板等具象化标牌,还涵盖语言景观生成过程中的各种互动以及语言景观变动带来的社会影响。

在此基础上,本研究采用符号社会学的视角,重点关注乡村语言景观生成过程中所涉及的主体,在语言文字、权力实践与文化维度之间的相互作用^[19]以及语言景观产生后的社会再生产机制。研究认为,这些主要由文字构成的语言景观共同构成了语言从主体性和赋权机制服务乡村振兴的实践逻辑。本研究对这类语言景观的生成过程和现实结果进行考察,主要关注:一是语言景观如何设计;二是语言景观供谁阅读;三是语言景观反映了哪些社会状况^[20],讨论政府、社会组织与农民三者如何通过语言景观构建运用符号权力;更进一步,拟通过河边村语言景观建设的实践,考察语言景观体系的搭建过程和语言景观的现实遭遇,来分析语言景观生产和使用中的主体性、文化关系与赋权机制。

三、语言景观建设服务乡村振兴的实践:河边村的案例

本研究选取西双版纳傣族自治州的河边村作为典型案例进行分析。从乡村类型学角度而言,河边村代表的是这样一类乡村:经济发展水平较低、距离城市较远的山地民族村寨,在脱贫攻坚和乡村振兴时期获得了较强的外部干预,短时间内发生了快速转型与变迁,在乡村变迁的学术层面具有典型性。从实践层面来看,河边村作为实验团队的实践起点,其语言景观建设经历了从探索到成型、复制推广再到反思的阶段,且笔者参与了从2015年至今的近10年的乡村建设,熟悉河边村语言景观在不同时期的变动,能够更好地进行资料收集和深层分析,客观上能更充分呈现语言景观建设服务乡村振兴的实践路径。

由于河边村得到了国内外媒体的广泛报道,领域内相关人士也较为熟悉。如果按照常规的匿名方式冠以“HB村”进行描述,一定程度上会影响对乡村语言景观的分析。并且本研究不涉及对参与其中的行动者的价值判断,实名并不会对相关人员造成不良的社会影响。基于以上考虑,本研究不再按照一般学术要求进行匿名处理。河边村语言景观建设分类如表1所示。

表1 河边村语言景观建设分类

建设时期	服务功能	典型语言景观	如何设计	阅读主体	反映的社会状况
贯穿脱贫攻坚到乡村振兴时期	政治功能	宣传标语 信息公示单	政府部门	政府/农民	作为国家权力传达乡村场域的一种载体,推动乡村价值从负面到中性
起始于脱贫攻坚尾声,发轫于乡村振兴时期	经济功能	乡村经营品牌 现代企业的语言体系	实验团队主导 多主体联合	市场/农民	旨在适应宏观经济社会变迁下振兴乡村的需求,填补乡村现代知识体系来更好对接市场,重新认识乡村价值
	社会功能	农户空间的语言景观	农民为主	农民	强调农民的主体地位与身份意识,以社会关系再生促进乡村价值提升

1. 河边村语言景观的构建

在2015年河边村启动乡村建设之际,笔者首次踏访该村,观察到村内尚未建立起系统的语言景观。这并非意味着河边村缺少任何由语言文字构成的显性实物,而是指以语言文字为载体的标识性元素零散不成体系。一方面,农民之间的交流主要依靠民族语言,乡村内部无需依赖语言景观进行外在表达,相应地,乡村自身就缺乏构建语言景观的内在驱动力;另一方面,国家行政力量的干预尚未依托运动式治理深入乡村,市场主体的参与也相对有限,导致乡村在缺少外部助推的情况下,难以形成系统的语言景观。

随着国家脱贫攻坚战略的深入实施和乡村振兴战略的逐步推进,河边村的建设迎来了政府部

门、社会团体等多种角色的参与。这些参与者在乡村建设的过程中,与农民一道,逐渐构建起了河边村的语言景观体系。目前,河边村的语言景观主要分为三大类:第一类由政府部门建设,主要目的是推动国家意识形态在乡村的传播;第二类由实验团队主导,联合多方主体共同构建,旨在服务乡村与市场对接;第三类侧重农民主体性的实现,重视的是乡村社会关系的再生产。这三类语言景观的构建目的迥异,分别强调的是政治、经济和社会功能的发挥。

(1)服务于政治功能的乡村语言景观。旨在推动国家意识形态进村的语言景观体系往往是乡村公共场域中最容易观察到的宣传标语。宣传标语一般由当地政府竖立,反映的是特定时期下政府规训乡村的意识形态。这类语言景观的特点是简洁明了,承担了宣传政策方针的功能,具有鲜明的时效性。脱贫攻坚时期,当地政府悬挂在河边村的标语主要以“脱贫”为主,这主要是因为摆脱贫困是乡村工作最为重要的内容。地方政府组织了专场务工的对接渠道,挂着“一人务工,全家脱贫”的横幅,宣传外出务工对于家庭经济的助益。到了2020年乡村振兴战略推进时期,当地政府则主要围绕“民族团结和共同富裕”展开。例如,村口竖立的标牌写着“用民族团结之水,浇和谐昌盛之花;同谱民族团结曲,共唱幸福和谐歌”,村道挡土墙面挂着“中华民族是一个大家庭,一家人都要过上好日子”,停车场的宣传栏围绕“中华民族大团结,和谐发展,共富共荣”展开,篮球场等乡村公共活动场域设置了一系列围绕中国空间站、北斗卫星等在内的简介宣传牌。这些宣传牌展示了国家在科技领域取得的重大成就,让农民感受到国家科技的强大实力。在这一阶段,政府通过自上而下的方式在边境民族乡村地区设置标语,这些标语旨在传达中华民族共同体意识教育和国家观,由此加强对边境地区的意识形态引导和国家认同感的培养。这类语言景观是国家在乡村的政治性功能的实现。

除了服务于国家意识形态的总体性标语外,政府各部门围绕分管事务进一步宣传领域内的政策,其主要特点是有较强空间性。例如,林业部门会在乡村居住空间与林地交界处设置“挣金山,挣银山,法律法规是靠山”“野象出没、注意安全”等标语。交通运输部门在桥边、急转弯处等容易发生事故的地方设有警示板,或是呈现工程项目信息的标牌,以供农民监督和维护集体资产。在乡村开设的营业场所,如餐厅、乡村酒吧、便利店等,负责市场监督管理和食品安全的部门按照规定张贴营业执照或相应信息公示。此外,对口帮扶单位为了更有效实施落实到户的帮扶政策,会在农民家里贴上“户户清”的工作要求以及对应帮扶的人员信息。

以政府为主导建设的侧重于政治功能实现的语言景观,其目的是传达国家政策,增强乡村(具体场域)对于国家集体(抽象感知)的认同。这类语言景观一方面具有较强的时间性,随着政策的阶段性调整而产生变化;另一方面具有空间性,不同场地匹配不同的标语,显示了政府不同部门在各自领域对乡村的管辖。总体而言,这类语言景观体系的搭建依靠的是上级的威权,它服务于国家意识形态,是国家权力传达乡村场域的一种载体,不仅反映着不同时期国家对乡村的功能定位,还承载着宏观层面对乡村的认识与价值取向。

(2)服务于经济功能的乡村语言景观。河边村建构了另一类易于识别的语言景观,它服务于乡村的经济功能,与乡村物理景观的变迁密切相关。随着脱贫攻坚战略的完成,河边村的物理景观经历了显著的转型。一栋栋彰显瑶族特色的木质干栏式建筑错落有致,融合了传统与现代元素的嵌入式客居,房前屋后打造的绿化以及整洁有序的集体养殖设施,都在推动河边村和以往贫困的物理景观区别开来。尽管物理景观得到极大改善,但河边村在周边人群的认知中,仍旧被贴上“河边寨”的标签,这个名称蕴含着与之相伴的原有贫困印象,构成了一种难以抹去的负面价值判断。尽管语言不带有阶级性,但语言并非价值中性,还是具有一定的价值预判功能,社会的歧视和价值的预判都是通过语言得以实现^[21]。因此,实验团队提出,有必要为河边村打造一个与崭新物质景观相匹配的新名称,以承载人们对于河边村全新的价值期待与认同。由此,语言景观建设成了河边村推进乡村振兴战略时期的重要建设内容之一。

围绕河边村新的物理景观,实验团队和村民展开了为河边村“取花名”的互动。实验团队强调河边村所拥有的热带雨林这一得天独厚的资源自然条件,主张新名称应凸显其独特的气候和地理特

征。村民说自己是瑶族,河边村是瑶寨,提出新名称应体现民族文化身份。在大家的热烈讨论中,逐渐形成了对于河边村的价值认定的共识:河边村应被塑造成一个融合现代与传统的村落,既要保留农民原有的生产和生活一体化的方式,又要为游客提供一个基于现代审美,象征着秩序与洁净的美丽乡村形象。河边村不仅是村民身处的家园,也是游客向往的“远方的家”。经过深入商讨,大家最终决定将“雨林瑶家”定为河边村对外宣传的正式名称。

在此背景下,实验团队认识到,“取花名”本身是打造乡村品牌的关键一环,而乡村品牌的建设是在深入理解和挖掘乡村价值的基础上进行的语言景观建设中的重要部分。传统上,乡村品牌与农业产业紧密相连^[22],但在乡村振兴战略的推动下,乡村的现代化建设不应局限于农业产业的现代化,而应是一个包含乡村人居环境、社会组织方式等多方面的全面振兴^[23]。因此,从语言景观的角度出发,通过塑造新的乡村品牌重新确立乡村在大众的认知,可以有效提升乡村的价值和吸引力^①。

在“雨林瑶家”这一概念的指导下,河边村服务于经济的语言景观得到了精心策划。河边村在依托涉农资金和社会资金建设的农民新居中嵌入了客房,并以“瑶族妈妈的客房”为名对外营业。这一彰显了瑶族文化特色的名称帮助其在网络销售平台走红。村内停车场设置的展板画着全村地形图,标注了每户人家的姓名,以便游客在村也能轻松定位。道路旁边的植物立有双语木牌,游客可通过扫码获得植物信息,体验河边村作为自然营地的合理性。老房子的门前架起牌子介绍其历史和主人,与农民新建房屋形成鲜明对比,体现了河边村的快速变迁。此外,专家工作站和会议室等乡村集体资产门前挂着的标识牌,清楚展示了经营模式,由谁投资、由谁运营、收益归谁,让游客快速懂得河边村作为乡村振兴示范村的意义。这些语言景观都超越了传统标牌的工具性功能,体现了乡村新的价值取向。一些标牌还成为了乡村的网红打卡点。无论是本地农民还是远道而来的游客,都喜欢在这些富有创意的指示牌前合影留念,并将照片和视频上传至网络,使得那些未曾到访河边村的人们也对遥远的雨林瑶寨产生了向往。由此,语言景观通过现代传播技术的助力,在提升乡村价值方面发挥了更深远的影响,将乡村价值彰显到了更广泛的网络和社会空间。

服务于乡村经济功能的现代化语言景观体系,除了外显标识之外,还蕴含了深层的现代化语境。实验团队移植了一整套现代企业的语言体系到河边村,并为之建立了相应的组织制度。当河边村成立“雨林瑶家”合作社时,实验团队创造了一套以“乡村CEO”为核心、与现代产业管理和乡村价值提升相匹配的语言景观,并将合作社的管理团队命名为“乡村CEO团队”。实验团队不仅为乡村CEO团队制作了名片,还设立了专属办公空间和配套设施,并悬挂了宣传展板。引入现代化语言体系的目的是使语言景观成为载体,助力乡村建立与外部市场相契合的经营组织模式。既然城市中CEO这一职业,那么在乡村里从事相同职业的人为何不能称为CEO呢?这一时尚的称谓,连同现代化办公环境、按月发放的薪金和体系化的管理模式,共同激发了青年在乡村创业和就业的意愿^[24]。把乡村经营活动的管理者称为“乡村CEO”,是为了在乡村与城市的对接中,通过使用现代市场通行的语言习惯,使乡村展现出一个更为平等和易于理解的经营主体形象。这一做法旨在适应宏观经济社会变迁下振兴乡村的需求,是中国城乡关系进入重视乡村的时代后,试图通过语言景观填补乡村现代知识体系的实践探索,也是重新认识乡村价值并推动乡村振兴的一种具体体现。

(3)服务于社会功能的乡村语言景观。与前述服务于河边村经济社会的语言景观相比,由团队主导建设的服务于社会功能的乡村语言景观更多强调的是农民的主体地位与身份意识,更多凸显了农民的主体性,由此也带来了乡村社会关系的再生产。

以河边村最早建成的餐厅为例,最初村民认为这是自家的空间(实际上,餐厅和农户厨房并未在空间上进行分割),并未有为餐厅命名的意识,他们通常只是口头表述为“去谁家吃饭”。然而他们意识到,餐厅要对外开放的话,就需要有一个能够被游客识别和称呼的名字。并且,在河边村试运营期间,游客经常对村庄是否设有餐厅表示困惑。在取名过程中,村民寻找合适的木料制作招牌,并贡献

^① 实验团队在其他示范村展开了类似的乡村语言景观的探索,如“花巷雁塔”“云中苗寨”“七彩麦乡”“乐活萝卜山”等都是实验团队与当地农民以及地方政府共同商定出的乡村品牌。

了关于命名的建议。例如,一位名为小勇的年轻人希望招牌与年轻人相关联,并希望自己的头像轮廓能够做成标签被包含其中。最终,他家的餐厅被命名为“青年餐吧”,并在店外设置了凉亭,不仅吸引游客在此驻足歇息,还成为村里年轻人交往的公共空间,很多有关劳动、社交的事情都在此被迅速讨论和通过。由此,语言景观还具有社会空间的延展功能,将农民的私人空间拓展为开放的社交场所。小勇不仅从一个普通农民成为老板,也成为乡村内部具有领导力的青年人。

酒吧老板黄哥的经历也与此类似。他先是把自己家一楼的空间改造为“乡村小酒吧”,而后又升级为“合作社餐厅”。黄哥觉得自己虽然身处乡村却见了世面,生活方式和思想观念都产生了改变。他喜欢和客人交流,为了更好吸引大家的关注,他特地学了吉他,配置了音响设备,向游客唱起瑶族的祝酒歌。每次有游客进村,他都主动弹唱带动氛围。他在这一空间内布置了很多呈现瑶族历史、文化的物品,积极学习了大量传统歌谣,希望将这个空间打造成一个瑶族生活的生动现场。村里人都叫他“酒吧老板”。他在2023年成为河边村的村干部,带来了个人社会身份的进一步提升。

此外,“乡村CEO”等一套现代企业的语言体系不仅是语言景观经济功能的体现,也是语言景观社会功能的彰显。农民之间不再是简单的亲属关系,也有了上下级关系、业务关系和经济关系。同其他各种业态的建设一样,支撑物质再生产的基础是社会关系,乡村现代化建设的核心是社会关系的现代化。这样一种社会关系经由语言景观的建设得到了初步改变:乡村内部通过语言景观的建设,不仅能促进农民加强认同国家行政观念,还形成了农民能够从事各种业态的基本条件和相应规范,这是解决分散性农民进入市场的重要方面,由此也带来了乡村内部社会交往的重组。从这个角度而言,乡村语言景观的社会功能是在物质再生产之上的社会关系的再生产。

2. 河边村语言景观的遭遇

随着河边村语言景观的逐渐显形,乡村内部群体与游客等外部人群都对语言景观作出了多样性回应。下面将探索河边村语言景观的遭遇,即在语言景观构建的基础上,谁在阅读这些语言景观以及阅读者的反馈。这将有助于更深入地分析语言景观建设促进乡村价值提升的内在机制。

(1)服务于政治功能的语言景观遭遇地方认同。国家意识形态通过政治性的语言景观体系得以传播。这些语言景观的主要目标受众为本地从事生产和生活的农民。对于农民而言,这类语言景观是一个不断演变的实体,反映了不同时期的政策导向和社会变迁。从脱贫攻坚时期以“扶贫先扶志”为核心的一系列标语,到乡村振兴时期以“共同体发展”为核心的相关标语,农民对这类语言景观的感知随着内容的变化而逐渐更新。当他们向外来游客介绍村庄时,甚至会主动更正外界对于贫困村的印象,强调“我们早脱贫了,现在是乡村振兴示范村”。国家意识形态通过不同历史时期的表述方式,在乡村空间中得以表达,形成了以农民为主要受众的服务于政策宣传、实现政治目的的乡村语言景观。这些乡村语言景观通过正式的权力手段和明确的社会立场,旨在强化农民的观念意识,核心目的是把传统乡村整合到现代国家的整体发展进程。

即使是那些看不懂汉字的农民,也被纳入这一过程。例如,随着手机和网络在偏远地区的普及,农民开始用微信等社交媒体进行交流。以前,政策文件和通知公告主要通过展示牌张贴进行公示,而现在,村干部会将这些信息同步到微信群中,不仅分享文本材料,还分享上级部门录制的音频文件,以便不识字的农民能够准确了解政策内容。村干部对于政策的理解往往来自“镇一行政村一自然村”等各类会议,而农民获取信息的渠道则随着现代科技的发展和行政体系的优化变得更加多样,不仅包括线下物理空间的语言景观,还包括线上虚拟空间的语言景观^①。

(2)服务于经济功能的语言景观遭遇市场偏好。服务于乡村社会经济功能的语言景观的阅读对象主要是来到河边村的外部群体。河边村围绕“雨林瑶家”打造的语言景观,让城里人更好理解了乡村价值。对于远离乡村的都市人群而言,“记住乡愁”是新语境下社会赋予乡村的新的价值符号,而以往专注强调“乡土性”的“乡愁”缺少与现代的对话,但服务于乡村现代化建设的语言景观如“雨林瑶家”乡村品牌的建立,则在“城市寻根”和“乡村追梦”之间找到了平衡。互联网上有很多游客评价,

^① 这亦是本研究在方法论中呼吁的乡村语言景观研究需要拓宽研究对象的具体例证。

一位游客写道,“从未想过乡村居然有会有酒吧,晚上升起篝火,柴堆噼里啪啦发出红光,映照出几位瑶族姑娘的裙摆”。这样的场景在城市里无法想象,在过去衰败语境下的乡村也无法实现,只有在新的城乡关系转型下的现代化乡村建设中才有切实抓手。另一位游客将河边村的旅程定义为“住进的不是一家客栈,而是整个村落”。评论中提到的种种细节之处,例如乡村篮球场的巨型瑶族帽子装饰^①、富有巧思的乡村地图、不经意听到的三言两语瑶话,不仅让更多没去过河边村的游客萌发了向往,也让农民认识到了承载着地方性的语言景观的乡村价值。这些文字评论在某种程度上,使语言景观超越了原有的物理空间的限制,通过新型媒介进行大众传播,让乡村价值在更大范围进行提升。

服务于乡村经济功能的语言景观迎合了市场偏好,推动市场对于乡村价值的再认定。外部商业公司来到河边村谈商务时,乡村CEO在村里的办公室接待了他们,拿出名片和宣传手册,带领商业公司转村考察。商业公司对于这么偏远的乡村里存在着的语言景观感到惊讶。乡村CEO说,“过去来村里的私人老板收购农产品时总是压价,农民害怕卖不掉,往往忍气吃亏;现在商业公司进入村里谈收益分成时,自己依靠培训过的商业对接流程(合同、宣传册、定价单等文字产品)与老板谈,就不像过去那样胆怯,而是据理力争尽量让利益更多留在乡村”。农民的语言更加质朴,他们说,“老板来到村里,看到这是政府重点打造的乡村,不敢胡乱压价”。外在的语言景观改变了外部市场对于乡村的旧有印象。乡村不再是竞争中处于弱势地位的一方,而是有着自己清晰产权和组织网络、参与市场行为的平等经营主体。河边村的实践显示,如果乡村拥有现代化的语言景观服务体系,就能增强乡村与市场的谈判能力。

(3)服务于社会功能的语言景观遭遇乡村传统。河边村语言景观的构建,带来了乡村内部社会关系的再生产。农民在这一过程中形成了新的社会关系网络以及新的村规民约,这种社会关系不再单纯基于过去差序格局的乡村共同体,而是由政府、市场、村民委员会、乡村集体经济组织与农民等共同融合嵌入的新的社会关系。这一新的社会关系遭遇了乡村传统。

一位妇女开的餐厅命名为“云芬茶厨”^②,蓝色的汉字和瑶族的纹饰一起刻在了招牌上,来的游客知道了她叫做“云芬”,这样的叫法让她感到高兴。过去,她认为自己只是一个农村妇女,当地人很少叫她“云芬”,而是直接唤作瑶族名字。“云芬”在很长一段时间内,都只是当地户籍人员为她办理身份证时随意选取的两个汉字符号。然而,开设的餐厅以“云芬茶厨”命名时,她感到自己作为“云芬”被外界人所认识,过去没有意义的汉语名字从此跟一份事业、一份认可绑定在一起,成为她对外的形象。就连新闻报道也特意拍摄了她家餐厅的招牌,作为乡村新的语言文字景观的一部分呈现给外界。一位远道而来的游客说自己正是在手机地图上看到了“云芬茶厨”的标记,才决定来河边村享用瑶家菜肴。游客说,这个招牌让她觉得亲近又时髦。这正是语言文字景观的作用,融合了地方性和现代性的餐厅名字,既让城里人理解了乡村价值,又让村里人保留了自身的文化,两者之间还产生了基于共同理解之上的新碰撞。现在即使是村里人,也更多将她唤作“云芬”。

全新的乡村语言景观体系,对农民产生了趋向现代性的影响,这一过程中,如何平衡当地人对于地方性的要求需予以重视。农民希望游客能够对他们的文化感兴趣,同时希望自己的文化不被现代化改造至完全消失。他们意识到,一旦乡村完全同城市一样,城市就会失去对乡村的兴趣,乡村价值也就随之衰减。一位农民说,“现在村里的小孩子已经不会用瑶语从一数到百了,担心这样下去下一辈会失去民族特色”。5年前,他还在为河边村被周围村寨的人唤作“小北京”而感到自豪,而现在,他已经开始未雨绸缪地考虑起民族文化传承的问题。为了更好地在乡村与城市对接的过程中,提升乡村价值,农民自主设计了“瑶话课堂”;为城市来的亲子团和研学团提供简单的瑶语学习服务,河边村为了打造会址经济,更好承办论坛和会议,一些农民甚至会学习简单英语和国际客人打招呼,村里开

^① 与非语言形态的文化相匹配的语言文化形态,如少数民族的歌曲、演唱方式以及其他语言文字表达,和少数民族的服饰、仪式等一起构成反映少数民族整体价值的文化景观。因此本文提到游客的评价,并不是无限泛化语言景观的范围,而是为了更好说明与语言景观紧密相关的乡村物理景观和语言景观,共同体现乡村价值意涵的提升过程。

^② 和“雨林瑶家”“青年餐吧”的名称设计过程一样,“云芬茶厨”也是实验团队和农民共同讨论出来的招牌名称。

设的幼儿活动中心也会教小孩子们常见的口头表达。一位德国专家清晨走在乡间道路上,碰到一群三四岁的小孩子,齐齐向他问好“Good morning”,他感到非常惊喜,感叹道“一个中国偏远地区的少数民族乡村里还没有接受过正式教育的小孩子居然能够这么全球化!”这当然是乡村现代化建设的一个缩影,就像河边村所有的文字景观都采用了双语的文本呈现效果,为的是让世界理解中国乡村正在发生的变化。农民对于语言景观的反思,也让实验团队感受到了语言景观不仅承载着工具性功能,还承载着地方文化和现代含义等象征性功能。

3. 语言景观建设助力乡村价值提升的路径

语言景观如何反映河边村的社会状况?下面将通过讨论地方政府、实验团队与农民通过语言景观运用符号权力,分析乡村语言景观生产和使用中的主体性、赋权机制与文化关系。

河边村过去的语言景观呈现近乎为零,这主要是因为过去城乡的语言体系相互分离,乡村的语言景观是纯粹面向乡村的符号,乡村自身没有动力进行语言景观建设,而城市对于乡村的定义则依靠外在的物理景观进行描述,乡村衰落、凋敝等构建起了偏向负面的乡村价值。这一阶段尽管乡村拥有较为充足的主体性,但却没能实现从自身出发构建的语言景观体系。

脱贫攻坚时期,河边村出现了以“脱贫”为核心的服务于国家意识形态的语言景观,其推动者主要是地方政府。地方政府通过正式行政体系的威权,自上而下在乡村设立了以宣传标语为主要形式的语言景观,推动乡村价值从负面到中性。语言作为一种意识形态的外在表征,不仅是国家政权下达乡村的重要载体,同时也是一种文化象征符号。除了传达信息的工具性作用外,语言还具有反映和塑造社会意识形态的力量。正式行政体系通过制度化的规定和限制,有意识地通过语言文字以及其各种形式的变体凸显国家意识。国家力量主导的语言景观将国家意识形态灌注到乡村,实现了对乡村与农民的塑造及引导,乡村和农民由此被纳入权力国家的整体进程之中。

乡村振兴时期,随着河边村整村脱贫、正式运营新业态产业,越来越多的主体参与到乡村语言景观的建设过程。这一阶段尽管还存在以政府为主导的服务于意识形态的具有政治功能的语言景观体系,但服务于乡村经济和社会功能的现代化语言体系逐渐出现,代表着河边村不再是“国家—乡村”二元结构下的乡村,而是加入了市场社会,因此,这一阶段的语言景观也是面向现代市场的符号。这意味着过去仅限于服务国家意识形态的语言景观,需要在新的城乡格局下,重新考虑加入对接现代市场的语言景观体系。这一语言景观体系一方面强调乡村理解城市,另一方面也重视让城市读懂乡村。乡村的语言景观并不需要急转弯,采用完全面向现代化、无限趋近的城市用语,而是搭建起乡村和城市二者都认可的语言价值体系,在这个过程中,需要既重视乡村传统性的语言特色,也要将现代性语言纳入考虑。更多主体进入乡村语言景观建设之中,农民的主体性也得到了发挥,促进了乡村社会关系的再生产,实现了乡村语言景观推动乡村价值趋向正面、促进乡村的现代化转型的作用。

语言景观在一定程度上可以反映乡村的社会文化关系,这是乡村价值提升的一个重要渠道。寻常语境下的乡村往往试图唤起人们对于乡村作为“乡愁”的记忆,从这一思路出发的乡村语言景观建设通常注重的是传统性要素的挖掘,如农耕文化、民族文化等,担负着“记住乡愁”和“留住乡音”的使命。然而,在城乡关系进入新语境的转变之下,乡村可以寻找新的价值点,乡村语言景观应该在面向市场的过程中凸显特色和提升价值。在河边村打造“雨林瑶家”乡村品牌的实践显示,语言景观能深层次帮助塑造农民集体认同和现代意识。原来农民在语言表达上,倾向把自己介绍为“河边寨人”,而现在农民喜欢称呼自己为“瑶族小哥”和“瑶家阿妹”。一位农民在互联网上当起了博主,发布状态时就很有意识地突出自己的特色。他说“城里人喜欢看自然,标题打上‘雨林’点击率会高”。以往城乡较为割裂的状态下,乡村并不主要寻求城市的认同与关注。但在城乡融合的趋势下,城乡之间开始寻求经济、社会、文化等多重维度的相互理解。河边村的案例显示,从实践层面来看,乡村语言景观建设是一个系统工程,是地方政府、外部团体、乡村和农民等多主体不断互动的过程;从学术角度而言,乡村语言景观是权力、文化等多重力量作用的结果,以其为抓手可以成为理解乡村价值和乡村转型的一个新兴视角。

四、结语

将语言景观作为乡村振兴实践中的一个新的研究视角,本研究从以下三个方面进行了探讨:

第一,提倡考察语言景观在乡村振兴战略中的角色问题,要跳脱出语言景观作为文字载体的工具性作用,从社会意涵上对语言景观如何服务城乡关系转变新语境下的乡村建设进行深入探索。实施乡村振兴战略是一个复杂的系统工程,需要多领域、多学科、多层面的通力合作。在很多情况下,语言文字被看作是经济社会生活中的工具,但事实上,由于语言文字所具有的经济、社会、文化等多重属性,其作用远远超越了传递信息的工具性功能,还发挥着象征性功能,成为承载乡村价值的重要平台。实施乡村振兴战略需要提升乡村价值,需要从语言景观上进行有机和智慧性地介入。

第二,探索了传统民族村寨如何通过现代化语言体系更好地与外部市场对接的路径。河边村的案例显示,来自行政权威的强制力量、经济力量的主导作用和语言承载的文化体系之间的相互吸引与感召力^[25]构成了乡村丰富的语言景观。国家和地方政府、社会组织和商业团体以及乡村和农民,都以自身不同的立场在乡村进行不同的符号建构:国家和地方政府强调国家意识形态的符号,社会组织和商业团体主张充满现代化要素的符号,乡村和农民试图留下一些地方性元素的符号。三者的互动和交融构成了乡村新形势下的语言景观。建设乡村的现代化意味着乡村逐渐开放、流动和趋向不稳定,原有乡村语言景观受到国家化、现代化等外来因素冲击,与地方性相结合,形成了复杂意涵的显像载体。乡村语言景观不仅是固定场域下的语言使用状况的体现,更是权力、文化等多重力量作用下的实践过程和结果^[26],体现了乡村价值的转变。在这个过程中,不能仅仅强调民族乡村的传统价值和多元民族共同体的融合发展,还需要培育出系统的旨在服务乡村振兴的语言景观服务体系。

第三,在研究方法上对从语言景观切入社会转型的研究范式的尝试。撰写过程中,笔者体会到常规语言分析方法在乡村情境下的局限,比如,即使在物理边界清晰的乡村,也存在着收集语言景观的困难,容易被观察到的是公共空间的标语和展板,而家户等隐蔽空间则很难被察觉。并且,将语言景观作为结果去推导过程,存在部分臆想和揣测的可能,与实际情况会有所出入。研究采取了多种形式进行分析和写作,最后决定按照Blommaert提倡的“以民族志式书写长时性下的语言景观生产过程”^[6],来呈现“实践社会科学”强调的从语言景观的社会实践出发来认识社会变迁,这一结合也许能够对以往研究范式有所启发。因此,研究者不需要展现给定空间内所有的语言景观,通过亲身涉入语言景观的设计过程以及较长时间在乡村开展行动,也能对其中内在逻辑和潜在影响有所认知。尤其是在乡村社会快速转型的当下,语言景观的具体对象不应当拘泥于具象化的标识牌,而应综合考察与语言文字相关的各类社会现象,才能敏锐捕捉那些稍纵即逝的社会转型和变迁的苗头。

参考文献

- [1] FUENTES R. Language policy:hidden agendas and new approaches[J]. Journal of language identity & education, 2010, 9(4):285-289.
- [2] 李小云.语言文字与乡村振兴[J].语言科学,2022,21(5):451-452.
- [3] 刘祖云,刘传俊.后生产主义乡村:乡村振兴的一个理论视角[J].中国农村观察,2018(5):2-13.
- [4] LANDRY R, BOURHIS R Y. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study[J]. Journal of language and social psychology, 1997, 16(1):23-49.
- [5] 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.
- [6] BLOMMAERT J. From groups to actions and back in online-offline sociolinguistics[J]. Multilingua, 2019, 38(4):485-493.
- [7] 黄宗智.实践社会科学研究指南[M].桂林:广西师范大学出版社,2020.
- [8] 刘立杰.乡村振兴的实践反思——担当人类学视角[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2023,45(3):53-60.
- [9] 王海兰.国内经济学视角语言与贫困研究的现状与思考[J].语言战略研究,2019,4(1):34-43.
- [10] 刘艳.推普脱贫中的语言交换行为分析——基于安徽省某贫困地区的语言调查[J].语言战略研究,2019,4(1):76-85.
- [11] 赵春燕.乡村振兴视域下理塘县中扎村的语言生活[J].语言战略研究,2022,7(1):36-47.
- [12] 傅莉.乡村振兴背景下的杭州市乡村语言景观调查研究[J].汉字文化,2023(14):13-15.
- [13] 赫琳,李蔚.通用语言赋能乡村振兴:机制与实施[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2023,43(8):142-150.

- [14] 李蔚.我国语言扶贫事业的成效、经验与深化[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2022,42(8):172-180.
- [15] 付义荣.中国农村社会语言学的研究现状及理论思考[J].语言文字应用,2021(3):17-29.
- [16] 陈丽湘.语言赋能共同富裕的内在逻辑与实践路径[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2022,54(4):44-51.
- [17] 黄龙光,杨晖.语言助力乡村振兴的内在逻辑与实践路径[J].语言战略研究,2023,8(5):21-31.
- [18] 梁斯华.语言景观研究的理论与方法创新——评 Blommaert 的《民族志、超级多样性与语言景观》[J].语言学研究,2016(2):209-217.
- [19] JAWORSKI A, THURLOW C. Introducing semiotic landscapes[J]. Semiotic landscapes: language, image, space, 2010(1):40.
- [20] BACKHAUS P. Modernity rewritten: linguistic landscaping in Tokyo [M]// GALAN C, HEINRICH P. Language Life in Japan. London: Routledge, 2010: 154-169.
- [21] 杨乐,李小云.论民族地区的语言发展与乡村振兴:以云南省为例[J].语言政策与规划研究,2023(2):55-65.
- [22] 姜长云.农业强国建设的切入点:加强农业品牌建设和社会化服务[J].改革,2023(11):107-116.
- [23] 李小云,唐丽霞,刘祖云,等.中国式现代化语境下的乡村振兴与高质量发展[J].华中农业大学学报(社会科学版),2023(1):1-11.
- [24] 吴一凡,徐进,李小云.城乡人才要素流动:对接现代性的浪漫想象——“乡村CEO”的理论分析与现实困境[J].贵州社会科学,2023(1):144-151.
- [25] 菅志翔,马戎.中国语言政策的历史演变[J].学术月刊,2023,55(8):123-144.
- [26] 张蔼恒,孙九霞.语言景观研究进展:地方主体的空间实践[J].人文地理,2019,34(4):13-19.

The Practices and Reflections on Linguistic Landscape Construction to Enhance Rural Values

——A Case Study of Rural Revitalization Demonstration Village in Yunnan Province

WU Yifan, LI Xiaoyun

Abstract The prominence of rural values is the most significant characteristic of the changing relationship between urban and rural areas, and linguistic landscape serves as an important aspect to explore these values. The paper documents the construction process of rural linguistic landscapes through ethnographic writing. Using the decade-long development of Hebian Village in Yunnan as a case study, it systematically demonstrates how traditional villages better connect with the external market and enhance rural values through the modernization of linguistic systems. By showcasing the practices of linguistic landscape construction that support rural revitalization and rural values, it provides a new perspective on the enhancement of rural values through linguistic landscapes, while also making innovative attempts in the methodology of rural language sociology. The study finds that the rural linguistic landscape possesses multiple attributes——political, economic, and social——that transcend its instrumental function of information transmission, while also serving a symbolic function that embodies rural values. Implementing rural revitalization strategies necessitates enhancing rural values, which requires an intelligent intervention from the perspective of linguistic landscape. It is essential to pay attention to the policy orientation of national and local government administration, respond to the socio-economic value system of cities and markets, and focus on the local emotional expression of rural areas and farmers. The research indicates that the construction of rural linguistic landscape should not only emphasize the integration and development of traditional values and ethnic communities but also cultivate a linguistic landscape system aimed at enhancing rural values and serving rural revitalization.

Key words linguistic landscape; rural revitalization; rural values; urban-rural relationships

(责任编辑:陈万红)