

民族志研究视角下的特定用语 习惯群体界定与身份认同

——以朋辈“商业互吹”为例

徐扬扬, 叶俊杰, 姚晓东*

北京林业大学外语学院, 北京

收稿日期: 2024年7月17日; 录用日期: 2024年8月26日; 发布日期: 2024年9月4日

摘要

身份认同关乎到个体在社群中是否感受得到认可与融入, 相比于流动性较强的大学而言, 高中是一个一定数量的固定人群长期相处形成稳定社群的阶段。本研究采用了社会语言学中民族志的研究方法, 以学生的身份在北京一高中学习生活三年, 并在两年后对同学进行了线上调查, 探讨朋辈对高中时期“商业互吹”的看法。研究发现, 朋辈间的“商业互吹”行为确实形成了言语共同体的言语体系, 它所塑造的朋辈间的身份认同符合身份认同动态性、多重性和协商建立这三个基本特征。适当使用“商业互吹”进行日常沟通交流有助于高中生融入社群, 获得身份认同。

关键词

身份认同, 民族志研究, 社会语言学

The Definition and Identity of Specific Language Habits in the Context of Ethnographic Research

—Taking Peers' “Commercial Boasting” as an Example

Yangyang Xu, Junjie Ye, Xiaodong Yao*

School of Foreign Languages, Beijing Forestry University, Beijing

Received: Jul. 17th, 2024; accepted: Aug. 26th, 2024; published: Sep. 4th, 2024

*通讯作者。

文章引用: 徐扬扬, 叶俊杰, 姚晓东. 民族志研究视角下的特定用语习惯群体界定与身份认同[J]. 现代语言学, 2024, 12(9): 33-38. DOI: 10.12677/ml.2024.129753

Abstract

The study of identity involves whether individuals feel recognized and integrated within their community. In contrast to universities, which tend to have more fluid populations, high schools represent a stage where a fixed group of individuals interacts over a prolonged period, forming stable social communities. This research applied ethnographic methods from sociolinguistics to examine students' identities during three years of study at a high school in Beijing. Two years later, an online survey was conducted among classmates to explore their perceptions of "commercial boasting" during high school. The study revealed that the practice of "commercial boasting" among peers indeed shaped a linguistic community's system of language. The peer identities formed through this behavior align with three fundamental characteristics of identity formation: dynamism, multiplicity, and negotiated establishment. Appropriately using "commercial boasting" in daily communication facilitates high school students' integration into their community and enhances their sense of identity.

Keywords

Identity, Ethnographic Research, Sociolinguistics

Copyright © 2024 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

身份认同很大程度上通过语言来构建，并且在不同语境中体现。亦即，身份认同很大程度上与交谈内容、交谈方式、交谈对象、交谈背景等因素有关[1]。对于大部分中国青少年来说，高中是进入大学前最后一次在固定班级与固定的人群长时间上课相处的阶段。三年间，一定共同地理区域、语言文化和教育背景的人在一定范围内相处，为形成一定的用语习惯提供了基础。研究者观察到，在高中阶段确实存在某些群体中间形成了某种既定的交流方式(朋辈“商业互吹”)，这种方式会在日常正常沟通中随意切换，而大家会心照不宣地通过对话进行下去。并且，当一批学生毕业离校后，这种交流方式依然存在于原来的校园中；除此之外，在原先的高中同学间仍会继续使用。以上群体可以被划分为一个言语共同体，在这个共同体内有种特定的身份认同。本文将尝试运用民族志研究方法，界定特定用语群体并对其身份认同进行分析。以探讨同一个学校高中生群体中是否形成了语言共同体和语言体系，加入这种语言共同体是否有助于他们获得群体的认同。

2. 理论基础

民族志研究方法源于语言人类学，是质性研究的一种[1]。通过广泛的方法研究与语言相关的规则、文化范式以及价值观的研究方式就是民族志。民族志的研究主要是通过参与者的观察(participant observation)进行[2]。民族志的研究人员常常进入到研究对象的生活当中，以参与的方式，不破坏或改变研究对象“自然状态”下的生活习惯与群体，以此来研究语言在日常生活中起到的重要作用[3]。一般来讲，民族志的研究方法有观察、记录、访谈等，但是随着科技的发展，也有研究采用了线上线下相结合的方法，采集多方面的语料(如微信、微博、电子问卷等)来尽可能地收集所有有关研究对象的信息[4]。

身份认同有三个基本特征(Blommaert 2005)。第一，身份认同不是一成不变的，而是通过人们的社会

实践不断产生的。经研究证明,身份认同是会不断变化的、是动态的。第二,身份认同不是单一的而是多重的。比如,一个女性可能在学校是教师学者,在家庭是母亲、妻子。第三,身份认同是通过协商(negotiate)建立的,即需要自我宣称,也需要他人的认定[1]。由于人们知道特定的语言现象对应着一定的社会意义,言语的特点便与社会意义、身份认同相关联。比如发音、选词、造句、语调、口音等语言中的微小特征会指向社会阶层、教育背景、文化、性别、年龄、身份等具有宏观社会意义的指标,这是语言的“指向性”(indexicality) [5] [6]。

3. 田野调查

3.1. 调查对象与数据收集

本田野调查线下主要以北京为田野,研究者历时四年(2018~2022,后两年不连续)在北京一所高中进行学习,与在校生一起学习、吃饭、活动,经过半年多的适应完全融入了群体,并被周围的人所接纳;在离开学校后通过观察、访谈原来的同学继续收集了离开特朋辈“商业互吹”交流群体后的语料。线上部分于2022年12月采用线上问卷调查(共设置12个问题)和深入电话访谈(以4~5个问题为基础展开)的方式,对朋辈对于“商业互吹”的认知、看法和“商业互吹”对他们产生的(可能)影响进行了资料的收集,共收集14份来自北京(大部分)、河北、上海和香港的问卷、进行四次深入访谈。

3.2. 数据与语料分析

首先,通过问卷所收集的信息以及交际民族志中对于文化语境下分析语言事件的SPEAKING模式对朋辈“商业互吹”进行整体描述与界定(定性) [2] [7]。

经过线上线下的田野调查,研究者发现朋辈之间“商业互吹”的背景和场景主要发生在学校、班级当中使用“商业互吹”时不同背景与场景所占的比例如图1所示。参与者主要是与说话者朋辈的同级同学或学长学姐、学弟学妹;不同参与者使用“商业互吹”所占的比例如图2所示。通常是在学习场景下通过口语表达、夸大的事实、夸张的语气、飞扬的神采、礼貌的用词、语气词的添加等手段对听话人进行吹捧,以达到使自己更好地融入环境、改善同学关系、增进情谊的目的。“商业互吹”典型的用语包括“哇太巨了”“太强了”“不愧是你”“真是太xx”“xxx(大声喊出姓名或绰号)”“别谦虚了”等。当说话人对别人进行吹捧时,常常既是发自内心的,同时也出于习惯。当听话人被吹捧时,有接近半数(42.86%)的人希望以后不要再被这样评价了;感到困扰、压力、不自在和无感的人基本在20%持平;还有相当比例(35.71%)的人表示已经习以为常;其中,选择了“其他”选项的人表示,想要“一拳殴之”或是“是一种有趣的社交手段”(此题为多选)。通过分析可以看出,虽然绝大多数人对于朋辈间的“商业互吹”并不持积极接受的态度,但是出于想要融入一个群体而不显得奇怪或是被边缘化,大家依然选择采纳、使用这样的交流方式。大多数人表示第一次接触到朋辈间“商业互吹”的交流方式是在高一,离开高中来到大学后,很少一部分人“经常”或“几乎每天”接触“商业互吹”的交流方式,而这部分同学可能是以前的高中同学进入了同一所大学的情况。并且超过半数的人表示即便现在的生活环境里朋辈间“商业互吹”很少出现,他们并不会怀念这样的言语表达习惯,即使有人对他们这样说话,听话人也不会感到亲切。

案例一中涉及的对话具体内容及其解释如表1所示。在案例一中,第1~3句张扬对高瑞的现状与烦恼表示出吹捧的态度,说这些对他都不是困难,而被吹捧的高瑞立刻回应张扬做出如此评价一定是她太厉害。第4~7句高瑞通过对前来观看热闹的卢杰的夸赞,把吹捧之气引向卢杰,从而使自己暂时脱离吹捧的中心。而卢杰显然察觉到大家在“商业互吹”,也立刻加入其中,谦虚自己,捧高大家。

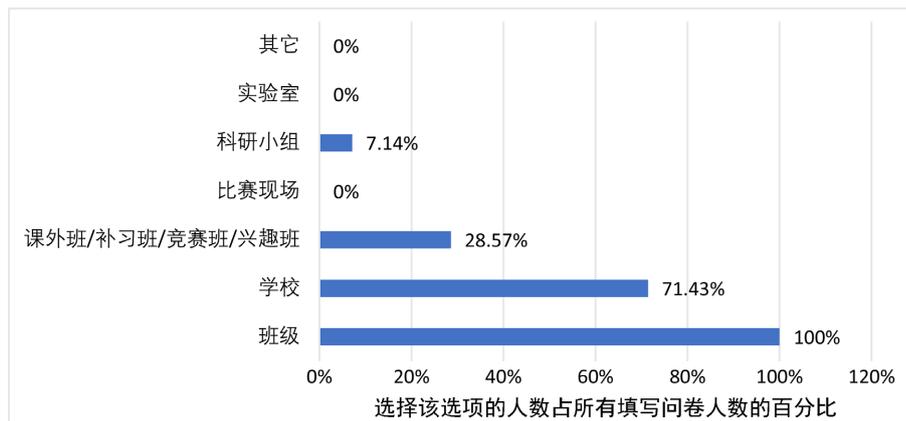


Figure 1. Background and scene when using “commercial boasting”

图 1. 使用“商业互吹”的背景与场景

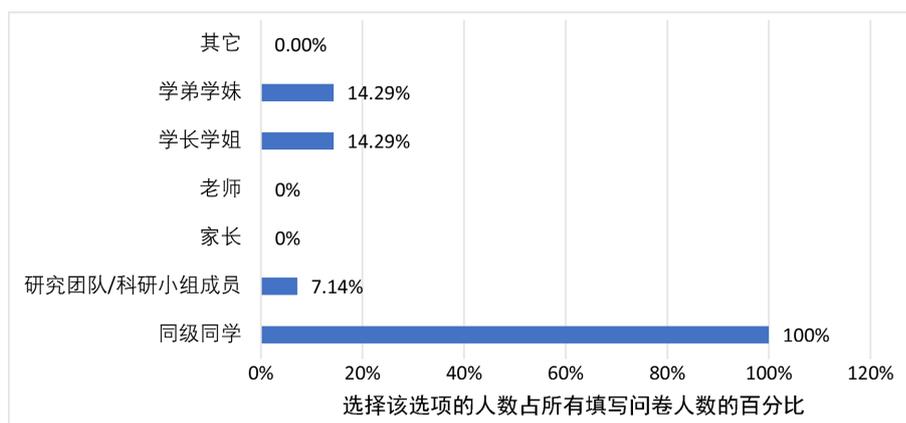


Figure 2. Participants

图 2. 参与者

Table 1. Example 1^a

表 1. 案例一^a

原对话{大学里某个暑期学期的晚上, 微信群}	解释
(1) 高瑞: 我们(大学)这个课可爽了。早八到下午四点连上四节 python, 一天八小时。	-我们(大学)的课太累了, 一天要学八个小时的 python。
(2) 张扬: Python 用学?? 罐头鱼(高瑞绰号)你不是说有手就会嘛	-以你的水平, 怎么会累呢, 毕竟你之前说过 python 都用不着学的。
(3) 高瑞: (指张扬)巨牛。是啊, 有手就能打代码, 但不一定是对的。	-不, 我不行, 你既然这样说, 那说明还是你更厉害。
{几分钟后}	
(4) 卢杰: 发生了什么?	-询问情况, 同时看热闹。
(5) 高瑞: 马(卢杰的绰号)学到这么晚, 你瞧瞧你们, 学学马, 上进些。	-卢杰这会儿来问, 刚才不在, 一定是在学习, 我们都不如他, 因此要向他学习。
(6) 杨运: 没准他是刚打完游戏。	
(7) 卢杰: 你们太强了, 这么早就写完了。	-我可不是你说的那样, 你们在这儿闲聊才厉害呢。

^a案例均来自高中毕业生的同学微信群聊天记录。

Table 2. Example 2

表 2. 案例二

原对话{期末一门考完}	解释
(1) 方天: 张神(张钧的绰号)这次没跟我比数学分数, 就已经知道结果了。	-张钧这次考完数学没跟我比分数, 我就知道这次难度不低, 所以大家可能分数都不太高。
(2) 焦易: 但是还是比你高的 ^a 。	-别这么说, 即便如此, 人家分数还是比你高。
(3) 方天: 焦巨佬因为有保底, 所以心态会好很多吧。	-你因为有保底, 所以心态好, 还在这儿吹别人。
(4) 孙柏: (拱手表情)	-加入其中, 向大家表示膜拜。
(5) 焦易: 虽说可以用素材但情节之类的还得现场 freestyle。	-虽然这次考试有原题, 但是题目的改编部分还得现场发挥解答。
(6) 张钧: jy 哥哥你也太神了吧。	-焦易你真厉害, 能做出这样的解读(指上句)。

^a半个括号作为一种微信表达习惯, 年轻人常用。

案例二中涉及的对话具体内容及其解释如上表 2 所示。案例二第 1~2 句, 方天以吹捧张钧为开头, 开启了对期末数学考试的对话, 但是这句话可以包含两个意思, 说话人本意是张钧都没来比分数, 说明这次考试真是难, 可知他自己(方天)的结果(大家的结果)自然不高, 但是焦易把它说成, 方天可别替张钧担心了, 再难人家也比你高。这两句话实际都对张钧进行了吹捧。第 3 句, 方天因为话轮进行至此, 于是对焦易的话做出回应: 你自然是厉害, 有保底, 肯定心态好, 才能说出这种话吧。面对方天的吹捧, 焦易(第 5 句)表示谦虚, 虽然有原题, 但是改编部分还是要现场写, 所以并没多大把握。这时张钧上线, 对之前的大家对他的吹捧做出回应, 夸赞焦易太神了¹[1][8]。由此看出, 这个言语共同体中的人可以对“商业互吹”的语体有所察觉, 并且会在加入其中时, 自觉切换交流方式, 以吹捧别人、贬低自己的方式把对话进行下去。

3.3. 讨论

分析发现, 上述朋辈间的“商业互吹”行为是一个言语共同体会使用的言语体系, 它所塑造的朋辈间的身份认同符合身份认同动态性、多重性和协商建立这三个基本特征。处在其中的研究对象们会主动融入其中, 在“商业互吹”中交流信息、传递情绪, 以此和同伴进行交流, 总体来讲对话显得较为轻松。这种交流方式起源于北京较好的高中², 研究对象会把这种交流方式代入大学, 和原来的同伴在一定的场景下仍用“商业互吹”的形式交流。这种吹捧可能基于一定事实, 但更多的是夸大, 所以在旁人看来或许并不理解, 像是“不分青红皂白的夸奖”³。当群体离开高中进入大学, 共同的交流习惯(特定范围、特定情境下)将他们与别人区别开, 形成了自己的圈子, 他们的身份认同就更加明显。

4. 结语

本研究采用了民族志的方法, 分析探讨了北京某高中生群体之间“商业互吹”的说话方式是否形成了语言共同体, 是否关系到同学间的身份认同。根据邹申老师, 由于民族志的研究方法讲求的是尽可能详实地描述、理解社会的多元性, 而不是用简单的范式、规律和数据来勾画复杂的语言以及社会的现象, 因此, 它的研究对象和研究结果也是具体的、有关某一个特定群体的[9]。所以, 本文在尽可能详尽的基础上对“商业互吹”的语言现象进行了凝练。因为这种现象尚未被广泛地研究, 笔者采用在田野调查过

¹ 案例一、案例二中的名字均为化名。

² 以上两个案例的对话均为研究者自身调或通过朋友转发取自海淀区排名前六的高中生群体。

³ 此评价来自研究者同“商业互吹”用语习惯之外的人的访谈中。

程中研究对象们采用的说法描述它,即“商业互吹”,并以“朋辈间”修饰。然而,在调查过程中,一些受访者表示,“商业互吹”的字面意思并不完全符合发生在朋辈之间的吹捧现象本身,因为同学之间的沟通其实并没有牵扯到商业上的利益,只是一种说话方式而已;而这种现象更像是“阿谀奉承”或是“搞人心态”的一种手段。但是随着这种说话方式的流行,“商业互吹”也衍生出十分接近本文研究内容的意思。

尽管笔者的总结并不够客观全面,但经过前文分析,高中生群体中确实形成了语言共同体。并且,适当地采用这种方式说话,会给个体带来身份认同感,这种认同感在毕业以后也成为一种维系社群的方式。虽然随着个体的长大,个体看待高中时期“商业互吹”的眼光更加成熟,但是它确实影响并塑造了当时的那群高中生。

最后,本研究具有一定的可延续性,未来可以扩大问卷样本数量,或进一步田野调查现在的高中生群体内部的说话方式是否有所改变,“商业互吹”的语言体系是否有所保留。在更长的时间跨度上探究北京高中生的校园用语习惯和身份认同问题,为教育教师教学建言献策。

参考文献

- [1] 董洁. 全球化语境下北京“海归”的语言社会身份——民族志个案研究报告[J]. 语言学研究, 2016(1): 27-38.
- [2] Wardhaugh, R. and Fuller, J.M. (2014) *An Introduction to Sociolinguistics*. John Wiley & Sons, 227.
- [3] Canagarajah, S. (2006) *Ethnographic Methods in Language Policy*. In: Ricento, T. Ed., *An Introduction to Language Policy*, Blackwell, 198, 243.
- [4] 姚晓芳. 语言景观学的理论框架和研究方法[J]. 北京第二外国语学院学报, 2021, 43(4): 101-115.
- [5] Blommaert, J. (2005) *Discourse: A Critical Introduction*. Cambridge University Press, 214-216.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511610295>
- [6] 董洁. 民族志研究视角下的语言身份认同: 两例北京农民工子女个案[J]. 语言学研究, 2014(1): 155-164.
- [7] 邓颖慧. 语言学话语分析方法——交际民族志简介[J]. 山西青年, 2016(10): 87.
- [8] Garfinkel, H. (1964) *Studies of the Routine Grounds of Everyday Activities*. *Social Problem*, **11**, 225-250.
<https://doi.org/10.2307/798722>
- [9] 邹申. 民族志研究方法在语言测试研究中的应用[J]. 外语电化教学, 2014(5): 3-9.