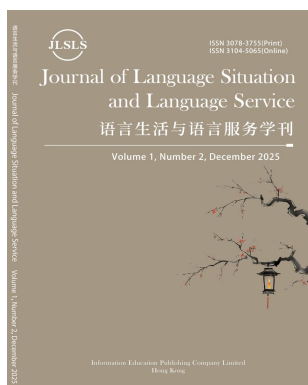




JLSLS



Journal of Language Situation and Language Service

JLSLS, Vol. 1, No.2, 2025, pp.185-208.

Print ISSN: 3078-3755; Online ISSN: 3104-5065

Journal homepage: <https://www.lslsjournal.com>

DOI: <https://doi.org/10.64058/JLSLS.25.2.03>

城市更新视域下大湾区多模态语言景观与空间认同的互动研究 ——以广州市永庆坊为例

刘 慧(Liu Hui), 杨 关(Yang Guan), 陈倩怡(Chen Qianyi),
梁然然(Liang Ranran)

摘要：以粤港澳大湾区的广州市永庆坊为研究范围，调查研究城市更新视域下多模态语言景观与空间认同的互动关系。综合运用社会语言学、城市社会学理论，以及量性与质性相结合的研究方法，对 2020—2024 年实地调研所采集的 1421 条多模态语言景观、1328 份调查问卷进行多维度分析。研究发现，永庆坊多模态语言景观包含 9 种组合类型，以图文景观为主，覆盖餐饮、文化教育等 8 类产业，兼具商业标识、文化宣传等 6 大功能，核心功能为信息联动与凸显、场景塑造与语境驱动、超语实践与表达。受访者对多模态景观态度积极，空间认同整体均值高，多模态语言景观态度与空间认同呈显著正相关，与文化认同维度相关性最强。受访者性别、学历、年龄等变量对多模态景观与空间认同互动具有调节作用。在实证研究的基础上，对大湾区城市更新中的语言景观治理提出意见和建议。

关键词：粤港澳大湾区；城市更新；多模态语言景观；空间认同；永庆坊

作者简介：刘慧，暨南大学华文学院/国家语言文字科研机构海外华语研究中心教授，研究方向：社会语言学、海外华语及华文教学。杨关，暨南大学华文学院硕士研究生，语言学及应用语言学专业，研究方向：社会语言学。陈倩怡，通讯作者，北京外国语大

学中国语言文学学院博士研究生，语言学及应用语言学专业，研究方向：社会语言学、语言政策。电邮：chenqygz@126.com。梁然然，共同通讯作者，暨南大学华文学院国际中文教育专业博士生，研究方向：课程与教学、社会语言学。电邮：upran3326@yeah.net。

Title: A Study on the Interaction between Multimodal Linguistic Landscape and Spatial Identities in the Greater Bay Area from the Perspective of Urban Renewal: A Case Study of Yongqing Fang, Guangzhou

Abstract: Taking Yongqing Fang in Guangzhou, Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (GBA) as the research scope, this study investigates the interactive relationship between multimodal linguistic landscapes and spatial identities from the perspective of urban renewal. By comprehensively applying theories of sociolinguistics and urban sociology, as well as combining quantitative and qualitative research methods, it conducts multidimensional analysis on 1,421 pieces of multimodal linguistic landscape data collected through field surveys from 2020 to 2024 and 1,328 questionnaires. The results show that the multimodal linguistic landscapes in Yongqing Fang include 9 combination types, with text-image landscapes as the main form. These landscapes cover 8 industrial categories such as catering and cultural education, and undertake 6 major functions including commercial identification and cultural promotion. Their core functions are information linkage and highlighting, scene construction and context-driven, as well as translanguaging practice and expression. Respondents hold a positive attitude towards multimodal landscapes, and the overall average score of spatial identities is high. There is a significant positive correlation between the attitude towards multimodal linguistic landscapes and spatial identities, with the strongest correlation observed in the dimension of cultural identity. Variables such as respondents' gender, education level, and age have a moderating effect on the interaction between multimodal landscapes and spatial identities. On the basis of empirical research, we put forward suggestions on the governance of linguistic landscape in urban renewal in the GBA.

Keywords: Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; urban renewal; multimodal linguistic landscapes; spatial identities; Yongqing Fang

Author Biography: Liu Hui, Professor at the College of Chinese Language and Culture, Jinan University / National center for Oversea HUAYU Research, China National Language and Script Research Institution. Research Focuses: sociolinguistics, overseas Chinese languages, and Chinese language teaching. Yang Guan, Master's Candidate, College of Chinese Language and Culture, Jinan University. Majoring in Linguistics and Applied Linguistics with research focus on Sociolinguistics. Chen Qianyi, corresponding author, Ph.D. Candidate in Linguistics and Applied Linguistics, School of Chinese Language and Literature, Beijing Foreign Studies University. Research Focuses:

sociolinguistics and language policy, E-mail: chenqygz@126.com. **Liang Ranran**, Co-corresponding author: Ph.D. Candidate in International Chinese Language Education, College of Chinese Language and Culture, Jinan University. Research focuses: curriculum and pedagogy, sociolinguistics. E-mail: upran3326@yeah.net.

一、引言

实施城市更新行动，就是要推进城市结构优化、功能完善、文脉赓续、品质提升，推动城市高质量发展¹。党中央、国务院高度重视城市更新工作。习近平总书记强调要积极实施城市更新行动，推动城市业态、功能、品质不断提升。党的二十大提出实施城市更新行动，打造宜居、韧性、智慧城市。由此可见，城市更新逐渐从单一的物质空间更新，转向综合性的社会、经济、文化更新，注重社区参与、历史文化遗产保护和城市功能的优化提升。

粤港澳大湾区（下文简称“大湾区”）涵盖珠三角九市及港澳，总面积 5.6 万平方公里，2023 年常住人口超 8600 万，经济总量超 14 万亿元。大湾区是我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，在国家发展大局中具有重要战略地位。2019 年中共中央、国务院印发《粤港澳大湾区发展规划纲要》，《纲要》指出，要把大湾区建设成为充满活力的世界级城市群、具有全球影响力的国际科技创新中心、内地与港澳深度合作示范区、宜居宜业宜游的优质生活圈。提出建设人文湾区、休闲湾区等，完善大湾区内公共文化服务体系和文化创意产业体系，丰富居民文化生活。

语言景观是指在社会公共空间出现的带有语言文字的载体。大湾区作为典型的城市空间集群体，包含岭南历史文化空间、自由贸易区空间、特别行政区空间、高新技术开发区空间、医疗服务空间、教育培训空间等类型多样、功能各异的空间。空间并非静止空洞的物质实体，而是人们通过生产实践、语言治理、文化传播、社会服务等多种行为创造出来的。城市空间认同是民众的社会情感和心理认同在特定城市社会及地理空间中的投射（苏贾，2007），是人们身处城市空间而产生的经济认同、语言认同、文化认同、情感认同等集合形式（吴细玲，2017）。

永庆坊始建于 1931 年，位于广州城市老中轴线上的荔湾区西关恩宁路骑楼街。永庆坊作为广州城市中的历史文化街区，是岭南风韵与广府文化特色的聚集地，蕴含着丰富的中华优秀传统文化资源。20 世纪 90 年代，随着城市新中轴线的形成，城市发展中心东移，永庆坊街区基础设施陈旧老化，历史文化资源的传承与保护工作迫在眉睫。

2018 年 10 月，习近平总书记视察永庆坊并指出，城市规划和建设要高度重视历史文化保护，要突出地方特色，更多采用微改造这种“绣花”功夫，注重文明传承、文化延续，让城市留下记忆，让人们记住乡愁。随后永庆坊城市更新微改造项目逐步启动。如今永庆坊历史文化街区经过 1 期和 2 期改造工程后，在保留原有传统文化肌理的基础上，积极融入时代活力，成为广州历史文化保护传承的示范区，岭南文化艺术的新窗口，新时代多元文化的融合地。

随着城市更新行动的深入推进，以及现代信息技术的发展，城市空间持续出现多种模态如文

1 详见“国新办就《关于持续推进城市更新行动的意见》有关情况举行新闻发布会”，中国网，2025 年 5 月 20 日，https://www.mohurd.gov.cn/xinwen/jisyw/art/2025/art_1cfb5540249447f1bb0a4f604be26649.html。

本、图像、声音、动画、立体 IP 等相结合的语言景观。多模态语言景观既是城市更新行动的产物之一，也是现代化都市的象征（李盈慧，2011）。本文作者于 2020—2024 年对永庆坊的语言生态和语言景观进行多次田野调查，发现微改造后的永庆坊语言景观较之改造前，增加了大量多模态语言景观。本文综合运用社会语言学、城市社会学等领域的理论，采用量性与质性相结合的方法，考察永庆坊多模态语言景观与空间认同之间的互动关系，对大湾区语言景观治理提出意见和建议。此项研究有助于提升大湾区语言服务的精细化和智慧化水平，增强民众对大湾区城市空间的认同感，也为语言景观与空间认同的互动研究提供实证依据和理论参考。

二、以往相关研究回顾

（一）大湾区语言生活研究

大湾区语言生活及相关研究已展开并取得一批标志性成果。设立于广州大学的国家语言文字科研机构国家语言服务与粤港澳大湾区语言研究中心团队近年来编撰《粤港澳大湾区语言生活状况报告（2021）（2023）》《粤港澳大湾区语言服务发展报告（2022）》《广州语言生活状况报告（2018）》等系列绿皮书。皮书聚焦粤港澳大湾区语言生活与服务，内容涵盖区域语言政策、大湾区多领域语言状况（科技产业、交通、生活服务、行政司法等），关注三大自贸区语言环境建设、港澳地区语文课程与教学语言、特殊人群语言服务等议题。调研语言服务在教育、政务、旅游等领域的作用。期刊论文成果方面，《云南师范大学学报（哲学社会科学版）》2019 年第 6 期刊发专题为“粤港澳大湾区的语言服务”的 3 篇论文，探讨了大湾区语言生态、语言教育和语言科技、语言环境建设等问题（屈哨兵，2019；殷俊、徐艺芳，2019；郭杰，2019）。《语言战略研究》2020 年第 1 期刊发专题为“粤港澳大湾区的语言生活”的 5 篇论文，阐述了大湾区四大基本语言建设问题，考察了港澳特别行政区的语言生活，从空间格局和领域格局对大湾区语言建设提出了意见和建议（李宇明、王海兰，2020；屈哨兵，2020；胡明晓、张振，2020；李楚成、梁慧敏，2020；张璟玮，2020）。此外，王海兰（2025）分析了粤港澳大湾区应急语言服务体系建设的优势、劣势、机遇与挑战，并提出优化治理对策。王海兰、何文晓（2019）对大湾区电视节目的语言使用情况进行较大规模的调查，对如何制定大湾区电视语言规划提出了意见和建议。刘加鑫、闫雯萱（2019）探讨了“一带一路”视角下粤港澳大湾区的语言消费问题。

上述研究成果广视角、多维度反映近年来大湾区语言生活发展的新动向，为大湾区互联互通与融合发展提供语言学领域的实证数据和理论支撑。在语言景观研究方面，《粤港澳大湾区语言生活状况报告（2023）》对广佛同城示范区、广州北京路商圈餐饮店、天河路商圈购物中心、西关老街的语言景观，以及广州地名专名用字进行了专题调研。但尚未见到对大湾区城市空间多模态语言景观的专题研究。

（二）多模态语言景观研究

我们运用 CiteSpace V.6.2.R4 数据分析工具，结合中国知网文献，以知识图谱的形式呈现国内多模态语言景观研究的研究现状与发展趋势。CiteSpace 相关参数如下：时间范围为 2011 年 1 月至 2023 年 12 月，时间切片为 1 年，其余参数均为系统默认值。

运用 CiteSpace 的 keyword 提取功能, 我们归纳出多模态语言景观研究的主题分布情况。根据频次, 阈值设定为 1, 关键词音节数设定为 4, 绘制关键词共现图谱 (图 1) 和关键词网络聚类图谱 (图 2)。

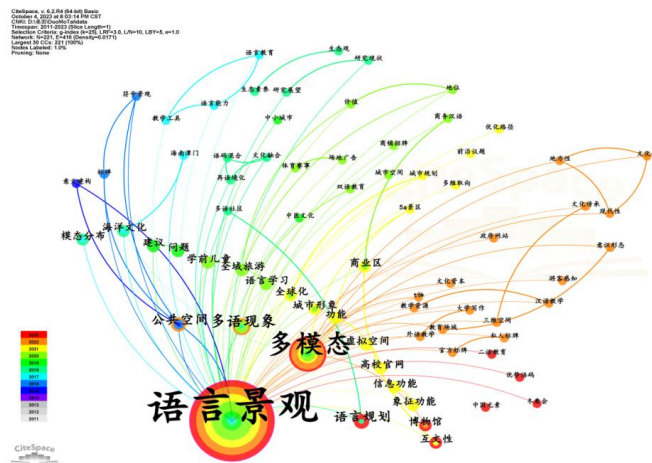


图 1 国内多模态语言景观研究关键词共现图谱

(Figure 1 Keyword Co-occurrence Network of Domestic Multimodal Linguistic Landscape Research)

图 1 显示关键词共现网络节点有 221 个, 连线有 416 条, 密度值为 0.0171, 这体现了国内多模态语言景观研究网络分布广、联系密的特点。

我们还对关键词进行了网络聚类分析, 共检索出 28 个聚类, 图 2 显示两大聚类。图中的 MQ 和 MS 值分别是 0.7968 和 0.9612, $Q > 0.5$, $S > 0.7$, 说明该知识图谱有意义。MQ 值较为接近最大值 1, 表明多模态语言景观研究的关键词共词网络聚类结构较好。



图 2 国内多模态语言景观研究关键词网络聚类图谱

(Figure 2 Clustered Network of Domestic Multimodal Linguistic Landscape Research)

多模态语言景观研究的关键词聚类情况如表 1 所示。

表 1 国内多模态语言景观研究关键词聚类列表
(Table 1 List of Keyword Clusters in Domestic Multimodal Linguistic Landscape Research)

聚类 编号	聚类 名称	成员 数量	平均 轮廓值	关键词
0	语言景观	70	0.956	语言景观；多语现象；符号学；公共空间；商业区
2	多模态	17	0.941	多模态；功能；文化性；非典型性语言景观；博物馆
10	语言教育	4	0.989	语言教育；教学工具；语言能力；资源；语言景观

表 1 列举了“语言景观、多模态、语言教育”等 3 个关键词共现聚类的情况，这些聚类反映了多模态语言景观的研究热点。

在关键词共现和关键词网络聚类的基础上，我们还对多模态语言景观的文献关键词进行了突现词检测，将 γ 值设定为 0.2，共检索到 9 个突现词，结果如图 3 所示。

Top 9 Keywords with the Strongest Citation Bursts



图 3 国内多模态语言景观研究的关键词突现 (Top9)
(Figure 3 Top 9 Keywords with the Strongest Citation Bursts in Domestic Multimodal Linguistic Landscape Research)

图 3 列出了国内多模态语言景观研究排名前九的关键词。排列前 9 名的关键词分别是：公共空间、模态分布、海洋文化、bilingual education、义乌、affective regime、商业区、城市形象、全球化。突现强度排名第一的是模态分布和海洋文化，表明 2017—2018 年间学界对多模态语言景观的模态分布，以及多模态语言景观与海洋文化传承发展的关系研究的关注度较高。

整体而言，当前多模态语言景观研究具有两个主要特点。首先，在主题分布方面，多模态语言景观研究主要呈现以下 3 方面的热点内容：①多模态语言景观的模态类型分布研究，这也是热度最高的研究内容。②多模态语言景观的作用特点研究，主要聚焦于图文模态的研究。③多模态语言景观作为教学资源的研究。出现了 28 个聚类，较为明显的聚类是语言景观、多模态、语言教育。

其次，在研究进展方面，初期研究聚焦多模态语言景观与公共空间、模态分布、海洋文化的相关研究。近期研究关注商业区、城市形象与全球化视角下的多模态语言景观研究。

综上所述，多模态语言景观研究正持续深入，具有较为广阔的研究前景。但目前尚未见到多模态语言景观与空间认同互动的专题研究，本文将在这一领域进行探索。

（三）城市空间认同研究

空间是一切生产和人类活动所需要的要素（马克思、恩格斯，1995），是人类生命的容器和存在的依据（胡范铸、胡亦名，2024）。随着全球化的发展，空间成为影响人类活动、认知的重要因素（杨文建、邓李君，2021），空间与社会的互动型构，是研究认同建构、社会秩序等的重要视角，受到建筑学、地理学、社会学等多领域的关注（魏欣桐等，2023；洪见兰等，2022；陈占江，2010）。

城市空间认同是个体社会身份确证、心理情感归属以及观念与行为互动的过程（吴细玲，2017）。空间认同体现为城市发展过程中文化认同、社会认同、身份认同、情感认同以及价值认同等多种形式（李妍，2024）。从研究对象来看，城市空间认同主体主要包括3大类：一类是城乡流动群体，包括城市农民工（蔡禾、曹志刚，2009）、两栖商贩（张菡容，2025），上述人群横跨城乡空间，因制度限制或生计需求，其空间认同呈现断裂性、失序性等特点，是研究城市空间认同与社会制度、秩序互动的典型对象之一。另一类是城市特定公共空间使用者，如图书馆用户（杨文建、邓李君，2021）、城市市民（吴细玲，2017），其空间认同与空间功能如知识服务、地方特质如地域文化等因素相关。还有一类是数字空间主体，即数字化生存中的个体，其面临“数字孤独”并引发认同缺失，是技术时代空间认同研究的新方向（胡范铸、胡亦名，2024）。

从研究理论与方法来看，城市空间认同的理论来源于城市社会学、空间社会学、环境行为学、建筑学等领域。齐美尔（2002）作为首位系统提出空间概念的社会学家，将空间划分为地理意义和心灵及互动视角下的空间两大类。芝加哥学派学者帕克（2012）指出，城市不仅是一种社会现象，更是一种心理状态。它由各种礼俗与传统构成，这些传统所承载的统一思想和情感共同构成了城市的整体。法国哲学家列斐伏尔（1979；1991）提出了颇具影响力的“空间生产”理论和“三位一体”的空间辩证法，即看不见的空间实践、可见的空间表象和想象的表征性空间复杂的在场关系。此外还有福柯的权力空间化理论、布迪厄的“场域—惯习”理论等。

国内研究在借鉴上述理论的基础上，结合中国城乡二元结构、城市更新实践等，运用文本分析、半结构化访谈、多元回归分析、3D建模与GIS技术解析等质性与量化相结合的研究方法，对各类城市空间、人群及多元认同进行实证研究，形成本土化理论与实践成果。如“空间认同维度划分”理论（陈占江，2010；张菡容，2025）对西方理论进行本土化革新，更真实地反映了中国城乡转型中弱势群体的认同建构需求。

整体来看，现有城市空间认同研究已经展开。但尚未出现“多模态语言景观”这一城市新兴符号与城市空间认同互动的专题研究。多模态语言景观作为城市更新中空间意义传递的重要载体之一，其与城市空间认同的互动关系和机制值得深入探讨。

三、研究设计

本文作者于 2020 年 10 月至 2024 年 10 月期间，对永庆坊语言景观进行了为期 4 年的民族志调查。田野调查范围为图 4 中蓝色虚线所标示区域（图 4）。期间共开展 10 次集中式田野调查。



图 4 永庆坊多模态语言景观采集范围
(Figure 4 Data Collection Area for the Multimodal Linguistic Landscape of Yongqing Fang)

首先，利用数码相机和录音笔对永庆坊 1 期和 2 期街区的语言景观进行系统性采集，共采集语言景观 2145 条，其中单模态景观共 724 条（33.75%），多模态景观共 1421 条（66.25%），可见微改造后的永庆坊语言景观呈现明显的多模态化特征。

其次，对永庆坊的居民和游客进行大规模问卷调查。问卷内容包括 5 部分，与本论文相关的部分为：受众对永庆坊多模态语言景观的态度和受众的空间认同。经检验，问卷的 Cronbach’s α 系数与 KMO 值均达到统计学要求。问卷采用滚雪球的方式进行发放，共回收问卷 1457 份，其中有效问卷 1328 份，有效回收率为 91.15%。受访者的背景信息如下表 2 所示。

表 2 问卷填写对象基本信息（N=1328）
(Table 2 Demographic Profile of the Survey Respondents) (N=1328)

基本信息		数量 (人)	占比 (%)	基本信息		数量 (人)	占比 (%)
性别	男	588	44.28	年龄	20 岁及以下	135	10.17
	女	740	55.72		21-30 岁	703	52.94
现居地	广东	858	64.61		31-40 岁	400	30.12
	非广东	470	35.39		41-50 岁	73	5.5
受教育程度	小学及以下	13	0.98		51 岁及以上	17	1.28
	初中	25	1.88	籍贯	广东	639	48.12
	高中/职高/中专	153	11.52		非广东	689	51.88
	本科/大专	945	71.16	职业	学生	458	34.49
来穗时长	硕士研究生及以上	192	14.46		企事业单位及政府机关工作人员	546	41.11
	少于一周	78	5.87		个体经营者、自由职业者、其他	324	24.40
	一周到一年	276	20.78	第一语言 (方言)	普通话	654	49.25
	1-5 年	505	38.03		粤方言	355	26.73
	5-10 年	169	12.73		其他	319	24.02
	10 年以上	300	22.59				

由表 2 可见,受访者在性别比例基本平衡。他们在年龄、现居地、受教育程度、职业、来穗时长和第一语言等特征上呈现多样性的特点,有助于我们从较广的范围了解受众对永庆坊的多模态语言景观态度及空间认同。

在对永庆坊受众的调查中,我们运用 STATA 18.0 及 SPSS24.0 统计分析软件对受访者对永庆坊多模态语言景观的态度和空间认同进行描述性统计分析和相关性分析,在此基础上以多模态语言景观态度为自变量,空间认同为因变量,引入性别、职业、年龄、学历与游览频率作为调节变量,检验多模态语言景观态度与空间认同的互动机制及其在不同群体中的异质性。

本文研究的具体问题如下:

- 1.永庆坊多模态语言景观在模态组合类型、功能、产业分布等方面的特点如何?
- 2.受访者对永庆坊的多模态语言景观的态度如何?
- 3.受访者对永庆坊的空间认同如何?
- 4.受访者对永庆坊多模态语言景观的态度和对永庆坊的空间认同之间的互动关系如何,受到哪些因素影响?

四、调查结果分析

(一) 永庆坊多模态语言景观的特点

1.多模态语言景观的组合类型

多模态语言景观的具体类型包括以文本、图像、视频等为代表的视觉模态,以声音为表现形式的听觉模态,以及嗅觉、味觉、触觉等多个模态。永庆坊多模态语言景观以视觉模态和听觉模态为主。其组合类型、数量、占比如下表 3 所示。

表 3 永庆坊多模态语言景观的模态组合类型情况 (N=1421)
(Table 3 Typology of Modal Configurations in the Multimodal Linguistic Landscape of Yongqing Fang)
(N=1421)

多模态组合类型	数量 (条)	占比 (%)
文+图	1125	79.17
文+实物	102	7.18
文+图+实物	102	7.18
文+立体 IP	48	3.38
文+图+画 ¹ +音	18	1.27
文+图+音	10	0.70
文+立体 IP+实物	8	0.56
文+图+立体 IP	5	0.35
文+音	3	0.21
合计	1421	100

1 这里的“图”指的是静态的图片,“画”指的是动态的视频或者动画。图 5-图 10 均为通讯作者陈倩怡所拍摄。

数量繁多、类型多元的多模态语言景观，既展现了永庆坊传统文化和潮流文化交融的特点，也符合广州“老城市新活力”的城市更新的治理理念。由表 3 可见，永庆坊多模态语言景观包括 9 种模态组合类型，占比由高到低依次为：文+图（79.17%）、文+实物（7.18%）、文+图+实物（7.18%）、文+立体 IP（3.38%）、文+图+画+音（1.27%）、文+图+音（0.70%）、文+立体 IP+实物（0.56%）、文+图+立体 IP（0.35%）、文+音（0.21%）。“文+图”组合是永庆坊出现频率最高的多模态语言景观，其余模态组合的占比虽不算太高，但类型丰富。

表 3 中部分永庆坊多模态组合的语言景观如下图 5—图 10 所示。



图 5 “文+图”类“日咖夜酒”广告
(Figure 5 Text-Image Category: Exemplified by the “Day Cafe, Night Bar” Advertisement)



图 6 “文+图” 华辉拉肠广告类
(Figure 6 Text-Image Category: Exemplified by the Huahui Changfen)



图 7 “文+实物”类广宁非遗玉雕鸡
(Figure 7 Text-Object Category: Exemplified by Guangning Intangible Cultural Heritage Jade-Carved Chicken)



图 8 “文+图+音”类粤语童谣“咁米饼”灯盏
(Figure 8 Text-Image-Audio Category: Exemplified by the “Dang Dang Zhuan” Cantonese Nursery Rhyme Lantern)



图9 “文+立体 IP”类
市花“广州阿棉”立体 IP

(Figure 9 Text-3D IP Category: Exemplified
by the “A Mian” Guangzhou City Flower IP)



图10 “文+实物+立体 IP”类
“顺德杨廷记”盐焗鸡广告

(Figure 10 Text-Object-3D IP Category:
Exemplified by the “Yangting Ji” Shunde Salt-
Baked)

由图5—图10可见，永庆坊多模态语言景观体现了城市更新微改造之后，永庆坊作为大湾区特色文旅街区的新活力。图5是“时萃咖啡”店门口的“文+图”类景观，既传承了广州传统的早茶文化即“得闲饮茶，一盅两件”，也在此基础上进行革新，加入年轻人喜爱的社交文化“日咖夜酒”，体现了永庆坊作为“第三空间”的社交功能。早茶茶点、咖啡和酒的图片，也展现出中西文化在永庆坊的交融。图6的华辉拉肠是广州老字号餐饮品牌。景观中的文字“粤来粤好食（笔者注：意为“越来越好吃”）”，将谐音的修辞手法、广府方言“食（笔者注：吃的意思）”，与动画IP形象和拉肠图片相结合，在传承广府方言和饮食文化的同时，也使外地游客了解大湾区本土语言文化。图7以文字解说与非遗文创实物组合的形式，生动直观地展示了广东肇庆广宁的特色玉雕，助力广东非遗玉雕文化的传承。图8将粤语童谣《叻叻转》的音频、文字与图片相结合，既唤醒了本地游客的方言文化记忆，也增强了外地游客对大湾区粤方言的感知度。

图9和图10都包含立体IP模态，深受年轻人的喜爱。IP（Intellectual Property）是对文化资源进行挖掘后得到的具有独特内涵的文化符号（彭凯等，2023）。图9是以广州市花木棉花为原型设计的立体IP“广州阿棉”，形象活泼醒目，兼具空间标识、文化传播、拍照打卡等功能，增强了年轻游客的参与感，有助于提升其空间认同。图10将憨态可掬的顺德名厨“红鼻显”IP形象、传统竖排书法“古法盐焗鸡”、柴火灶实物等实物模型组合成为顺德美食盐焗鸡的场景，既展现了传统古法厨艺，传承品牌记忆，又借IP形象吸引年轻人的关注。

上述多模态语言景观的共同点是，综合运用视觉、听觉模态，将粤方言的俚语俗语、形象直观的图片、实物，与现代流行文化如平面或立体IP等相结合。既保留传统文化也与时俱进，创造“粤潮”“国潮”式的多模态语言景观，让游客感受人文湾区、休闲湾区的语言文化魅力，建构空间认同。

2.多模态语言景观的产业类型

从所属行业及所占比例的视角来看，永庆坊多模态语言景观大致可以分为 8 大类。如下表 4 所示。

表 4 永庆坊多模态语言景观的产业类型分布（N=1421）
（Table 4 Industrial Composition of the Multimodal Linguistic Landscape in Yongqing Fang）
（N=1421）

模态组合类别	餐饮类	公共服务类	零售（非文创）	零售（文创）	社交活动类	文化教育类	休闲娱乐类	住宿类
A	423 (37.60)	241 (21.42)	267 (23.73)	61 (5.42)	17 (1.51)	91 (8.09)	12 (1.07)	13 (1.16)
B	1 (33.33)	-	-	-	-	2 (66.67)	-	-
C	5 (4.90)	-	41 (40.20)	-	-	56 (54.90)	-	-
D	32 (66.67)	-	7 (14.58)	3 (6.25)	3 (6.25)	3 (6.25)	-	-
E	6 (60.00)	-	-	-	-	4 (40.00)	-	-
F	28 (27.45)	-	64 (62.75)	10 (9.8)	-	-	-	-
G	5 (62.50)	-	3 (37.50)	-	-	-	-	-
H	3 (60.00)	-	2 (40.00)	-	-	-	-	-
I	15 (83.33)	-	-	-	-	3 (16.67)	-	-

（注：A-I 分别代表多模态语言景观的模态组合类型。A：文+图；B：文+音；C：文+实物；D：文+立体 IP；E：文+图+音；F：文+图+实物；G：文+立体 IP+实物；H：文+图+立体 IP；I：文+图+画+音）

由表 4 可见，多模态语言景观在永庆坊的 8 类产业如商业（餐饮、零售等）、公共服务、文化教育、休闲娱乐等均有分布。其中“文+图”模态类语言景观（后文简称“文图景观”）作为实用高效的信息表达方式，出现频率最高，其用文字传达核心信息，用图像辅助理解。餐饮业的文图景观可用文字介绍菜名、价格、优惠活动等信息，用图像吸引客群。零售业中的文图景观通过“文字标注商品属性+图像展示商品外观”的方式，满足游客及时消费的需求。公共服务业中的文图景观通过“文字标注地名或服务类型+图像标注地标或路线等”的方式，保证游客游览过程的顺畅。

在文化教育产业中，“文+实物”模态景观占比仅次于文图模态。作为大湾区知名度较高的历史文化街区，永庆坊的文化场馆较多，如汇聚广彩、广绣、珐琅、醒狮、玉雕等 10 项非遗项目的大师工作室、粤剧艺术博物馆、李小龙故居、八和会馆、活字印刷体验馆等，可以让游客直观感受、亲身体验非遗文化，而“文字+实物”模态景观能很好地满足游客的需求。其中“实物”多为非遗展品或文物，如非遗工作室陈列的广绣、广彩、醒狮等、活字印刷体验店的铅活字、粤剧艺术博物馆的

戏服、头饰、妆造等，文字则用于介绍制作工艺、历史沿革等背景知识，实物与文字的结合，有助于帮助游客实现沉浸式的文化体验，传承传播广府文化和中华优秀传统文化。

在文化教育类产业中，还有“文+音”及“文+图+音”模态的语言景观，如位于永庆坊的全球首家肠粉博物馆，播放粤语童谣“落雨大”“氹氹转”等，配以童谣的文字版和插图。粤剧文化博物馆也有收听红线女等粤剧名家唱腔的耳机，配以对唱腔的图片文字介绍，通过图文音及实物并茂的多模态景观，唤醒本地游客的集体文化记忆，吸引外地游客体验大湾区独特的方言文化。但由于声音模态播放时需要安静的环境，且制作和维护成本较高，因此占比较低。

永庆坊商业类景观中还有包含立体 IP 的多模态语言景观，如前文所言，华辉肠粉的卡通 IP、顺德杨廷记的“红鼻显”IP 雕塑能为商户打造“记忆点”，提升商户的辨识度。也可作为青年游客拍照打卡的地标，并通过小红书等社交媒体发布，间接为商户宣传并吸引客流。此外，立体 IP 景观还可作为商品周边进行销售。如肯德基永庆坊店的“广州城市杯”IP 周边等，体现出较强的商业价值。

3. 多模态语言景观的功能类型

我们将永庆坊语言景观的功能类型分为六大类：导视标识类、公共设施类、商业标识类、说明介绍类、提醒警示类、文化宣传类。多模态语言景观在六类功能类型标牌中的分布情况如下表 5 所示。

表 5 永庆坊多模态语言景观功能类型分布 (N=1421)

(Table 5 Functional Composition of the Multimodal Linguistic Landscape in Yongqing Fang) (N=1421)

模态组合类型 功能类型	商业 标识类 (%)	文化 宣传类 (%)	导视 标识类 (%)	说明 介绍类 (%)	提醒 警示类 (%)	公共 设施类 (%)
文+图	554 (49.24)	170 (15.11)	161 (14.31)	138 (12.27)	87 (7.73)	15 (1.33)
文+音	-	3 (100)	-	-	-	-
文+实物	36 (35.29)	66 (64.71)	-	-	-	-
文+立体 IP	42(87.5)	6(12.50)	-	-	-	-
文+图+音	-	10 (100)	-	-	-	-
文+图+实物	69 (67.65)	10 (9.80)	-	23 (22.55)	-	-
文+立体 IP +实物	5 (62.50)	3 (37.50)	-	-	-	-
文+图 +立体 IP	5 (100)	-	-	-	-	-
文+图+画+音	-	8 (44.44)	-	10(55.56)	-	-

综合永庆坊多模态语言景观的 9 种模态组合（表 3）、8 类产业分布（表 4）、6 种功能类型（表 5）分析可见，多模态语言景观的模态组合多元、产业分布广泛、功能类型丰富，三者之间具有密切的对应关系。表 5 所示，9 类模态组合的景观，大部分具备“商业标识”或“文化宣传”功能，这两大功能也是永庆坊作为 4A 级旅游景区和大湾区历史文化街区的核心功能，多模态语言景观在其中起到营造本土语言氛围、传承传播本土优秀传统文化的作用。文图景观作为使用频率最高的模态组合，在 8 类产业中均有分布，具备 6 种功能，产业应用范围广，场景适应性强，既可以为游客提供便捷高效的服务，也能满足其文化体验的需求，对永庆坊空间认同的建构具有积极作用。

概而言之，表 5 所示 6 种具体功能类型可归纳为信息联动与凸显、场景塑造与语境驱动、超语实践与表达三大功能。首先来看信息联动与凸显功能，永庆坊在运用文字、图片、墙绘、涂鸦、立体 IP、粤方言童谣等多模态景观的表达时，不同模态的表意功能充分联动，促进了模态间的融合与互补，联合完成信息编码，使语言景观较好地发挥语言交际功能和文化传播传播功能。

其次是多模态语言景观的语境驱动与场景塑造功能。信息的输出与输入需要借助语境的驱动，而非仅依靠语言内涵本身（周冰，2021）。多模态语言景观通过视觉、听觉、触觉等模态，构建各类文化场景，实现语境驱动，通过符号、情绪、情境多维度传达意义，使外地游客在面对较为陌生的粤方言和文化时，也能较好地进行信息理解和文化交际。

再次是多模态语言景观的超语实践与表达的功能。超语实践（translanguaging）是一种认知、社会文化活动和语言产出的过程，前缀 trans-与后缀-ing 的整合意义表明语言是一个动态的意义建构过程（Li W，2018）。永庆坊作为广州城市漫步（City walk）¹的一大热门打卡点，语言文化的本土性表达是该街区的主要特色。永庆坊内诸多商铺运用多模态的粤方言词句来表现其本土文化特色，既满足多媒体时代人们的阅读、交际与审美需求，也为大湾区文化的本土性建构提供了多元的表达形式和全面的感知路径，使得景观的设计者和阅读者可以在特定情境中有意识地建构与调整自我的社会文化身份和价值观（Li W，2011），构建包括文化认同、身份认同、社会认同等要素在内的空间认同。

（二）多模态语言景观态度与空间认同互动的调查分析

1. 多模态语言景观态度的调查分析

本次调研受访者对永庆坊多模态语言景观的态度主要分为两方面，一方面是受访者对多模态语言景观的评价及评价的形成动因，另一方面是受访者对多模态语言景观呈现效果的评价。

首先来分析受访者对多模态语言景观的评价及评价的形成动因。在回答“更喜欢多模态景观还是单模态景观”时，69.43%的受访者选择更喜欢多模态景观。在回答“喜欢哪些模态组合的景观”时，喜欢“文字+图像”模态比例最高（38.93%），此外依次为：“图像+音视频”（30.19%）、

1 City walk 是城市行走或城市漫游，是青年群体以步行为主要方式的城市微旅游。指青年通过具身感知与城市空间互动的实践方式，可以重建人与城市、人与自我之间的联结（刘俊，2023），也是其对抗异化、重构地方感的亚文化表达（张爱红、吴元浩，2024）。小红书《2022 年十大生活趋势》中，“城市漫游（City walk）”位列第五位。

“文字+图像+音视频+立体 IP”（11.90%）、“图像+立体 IP”（8.51%）、“文字+音视频”（6.70%）、“文+图像+立体 IP”（3.77%）。由此可见，喜欢文图景观的受访者占比最高，前文表 3 所示文图景观在永庆坊语言景观的占比也最高（79.17%），说明永庆坊多模态语言景观的设置与游客的喜好是一致的。

受访者喜爱多模态语言景观的动因可归纳为信息获取、互动体验、情感共鸣三大类。其中信息获取的效果和效率是影响受访者喜好度的首要原因，即多模态语言景观“信息更直观”（62.88%）、“信息更丰富”（60.17%）。对于受访者而言，获取信息是首要目的，他们通过观看文字、图像、声音等组合而成的多模态语言景观，可显著提升信息获取的效率。其次，受访者对于信息的获取并不是被动的，他们希望通过互动体验获取信息，多模态语言景观“有创新性和现代感”（58.51%）、“有互动感和参与感”（51.51%），他们更乐于接受。再次，部分受访者认为多模态语言景观可以“让品牌形象更生动”（42.24%）甚至“引起情感共鸣”（23.49%），可见多模态语言景观可以通过前文所言的信息联动与凸显、场景塑造与语境驱动、超语实践与表达等功能，达到品牌形象塑造、人地情感交流等效果。

其次是分析受访者对永庆坊多模态语言景观整体效果的评价。采用 5 级李克特量表（1=非常不好，5=非常好）进行调查，结果显示，评价均值为 4.4 分，标准差为 0.721。选择 4 分（比较好）和 5 分（非常好）的受访者分别占比 50.90%和 41.04%，合计占比达 91.94%。可见受访者的评价积极，这有助于促进受访者对永庆坊空间认同的建构，推动大湾区特色语言文化的传承传播。

综上所述，受访者对永庆坊多模态语言景观的喜爱度高，对多模态景观整体效果的评价积极，这说明永庆坊多模态语言景观具有较高的接受度和认同度，这为其作为大湾区城市更新的重要基础设施，提供了较为坚实的社会基础。

2. 受访者空间认同的调查分析

根据前文所述城市社会学中关于空间认同的概念及内涵，本次问卷调查从受访者的经济认同、情感认同、文化认同、身份认同和社会认同 5 个维度考察其对永庆坊的空间认同。其中，经济认同是社会成员对特定空间中经济体制、经济结构和发展模式的接受、认可与肯定（权麟春，2015；张弘，2014）。情感认同指的是主体在社会交往中，自身需求被满足并对客体产生喜悦、喜爱、幸福、认可等积极肯定的情绪体验和价值判断（林钧昌、张宏漂、赵民，2021）。文化认同是个体通过对所属文化和文化群体的内化，获得、保持与创新自身文化的社会心理过程（陈世联，2006）。身份认同是指个体成员对其所属群体、阶层、地域、民族、国家等多重社会身份的感知，以及对不同类型身份的接受与认可（刘慧，2020）。社会认同指的是个体认识到自身属于特定的社会群体，同时也认识到作为群体的一员带来的价值和意义（Tajfel，1978），由此产生对群体的忠诚、信任和归属感（王春光，2001）。

问卷中关于空间认同 5 个维度的题项如下表 6 所示。

表 6 调研永庆坊空间认同的题项及分值统计表
(Table 6 Survey Items and Score Statistics for Assessing Spatial Identity in Yongqing Fang)

空间认同类型及题项（五度量表，每项满分为 5 分）	均值	标准差
情感认同	4.16	0.62
1.在永庆坊，我感到亲切愉快。		
2.永庆坊是个可以放松的地方。		
3.永庆坊的氛围唤起了我对过去经历的记忆。		
4.在永庆坊，会让我联想到曾经看过的图片或视频里老西关的场景。		
5.到永庆坊是一次很有意义的游览。		
经济认同	4.16	0.59
1.永庆坊游客很多，店铺业务繁忙。		
2.永庆坊有餐饮、购物、文化休闲的地方，能够吸引我多次游览。		
3.永庆坊的经济发展有助于提升当地社区的生活质量。		
4.永庆坊的更新能够带动恩宁路的转型发展。		
5.永庆坊的经济发展模式值得推广。		
文化认同	4.18	0.59
1.这里举办的文化活动，让我对广府文化有了更多的理解。		
2.我很乐意参与这里的打卡集章、非遗文化体验等活动。		
3.永庆坊这样的文化空间可以促进不同文化背景人群之间的理解和尊重。		
4.我会在社交媒体上分享在永庆坊的文化体验。		
5.我会向家人或朋友推荐永庆坊作为文化体验的目的地。		
身份认同	4.00	0.76
1.游览时，我能较好地融入永庆坊街区中。		
2.我在永庆坊认识了志趣相投的朋友。		
3.游览中，我感觉自己成为了永庆坊社群的一员。		
4.游览永庆坊后，我认为自己成为了广州文化的参与者。		
5.游览永庆坊后，我与广州有了更多联系。		
社会认同	4.15	0.63
1.在永庆坊，人们都十分热情好客。		
2.永庆坊是一个热闹的历史文化街区。		
3.永庆坊的微改造对当地社区有积极影响。		
4.在永庆坊能体验到我所喜欢的生活方式。		
5.我很乐意参与永庆坊的社区活动。		
空间认同（整体）	4.13	0.58

如表 6 所示，受访者对永庆坊的空间认同的整体均值和各维度空间认同的均值均处于较高水平，且内部一致性较高。受访者对永庆坊空间整体认同的平均值为 4.13（满分 5 分），标准差为 0.58。各维度空间认同的平均值从高到低依次为：文化认同（4.18）>情感认同（4.16）=经济认同（4.16）>社会认同（4.15）>身份认同（4.00）。可见受访者对永庆坊空间的文化认同感最高，且文化认同维度的标准差仅为 0.59。近年来随着城市更新行动的开展，永庆坊实现由“空间更新”向“需求更新”、由“推倒重建”向“绣花功夫”微改造的转变，其更新改造不仅是对传统建筑的保

护，更是对广府文化的现代诠释（朱崇新等，2022）。我们的调查结果也证实了上述转变具有较为明显且积极的效果，1328 名受访者对永庆坊所营造的以广府文化为代表的大湾区本土文化认可度高、一致性强。

3.多模态语言景观态度与空间认同的互动

在分析受访者对多模态语言景观的态度和空间认同的互动关系方面，我们分为两步，第一步是分析受访者多模态语言景观态度与空间认同之间的互动关系。如下表 7 所示。第二步是引入调节变量，考察影响上述互动关系的社会群体变量特征，检验多模态景观态度对空间认同的影响机制及其在不同受访者群体中的异质性。如后文表 8 与表 9 所示。

表 7 景观态度和空间认同度的相关性检验结果

(Table 7 Results of the Correlation Analysis between Landscape Attitudes and Spatial Identity)

变量	多模态语言 景观态度	情感 认同	经济 认同	文化 认同	身份 认同	社会 认同
多模态语言 景观态度	1					
空间认同	.339**					
情感认同	.310**	1				
经济认同	.309**	.827**	1			
文化认同	.322**	.842**	.852**	1		
身份认同	.292**	.725**	.703**	.739**	1	
社会认同	.314**	.800**	.813**	.848**	.769**	1

** 在 0.01 水平（双侧）上显著相关。

（1）多模态语言景观态度与空间认同的相关性分析

由表 7 可见，受访者对永庆坊多模态语言景观的态度与对永庆坊的空间认同之间（ $r = 0.339$, $P < 0.01$ ）永庆坊 5 个子维度的空间认同之间（ $r = 0.703-0.852$, $P < 0.01$ ），均在 0.01 水平上显著正相关。这表明多模态语言景观态度与空间认同之间、5 个子维度的空间认同之间都有正向相关关系。受访者对多模态语言景观的态度越积极，则空间认同感越强，反之亦然。刘慧（2016）对印尼华族集聚区华语景观与华族认同的实证研究也发现，二者之间具有互动性的同构关系。即景观中华语语码能见性和凸显性不断增强，有助于华人族群认同的建构；而华人族群认同的强化，也有利于华语景观的大量出现和华语地位的提升。永庆坊在城市更新微改造之后，设置了大量多模态语言景观，功能包括公共服务、商业导购、文化传承、城市宣传等，也有效提升了受访者对永庆坊各个维度的空间认同。

表 7 所示，多模态语言景观态度与文化认同的相关性最强（ $r = 0.322$ ）。这一强相关性印证了多模态语言景观在城市更新语境中作为文化载体的功能，也表明创设文化类语言景观符号是构建城市空间认同的有效途径之一。文化认同感的提升，也会带动其他维度如情感认同、社会认同、经济认同、身份认同的提升，进而形成“积极的多模态语言景观态度→5 个子维度的空间认同→整体空

间认同→更为积极的多模态景观态度”的循环互动机制。

(2) 多模态语言景观态度与空间认同的回归分析及调节效应检验

由多模态语言景观态度与空间认同的相关性系数(0.339)可见(表7),空间认同作为动态复杂的社会心理建构,受多重因素影响。多模态语言景观态度并非唯一或决定性因素,空间认同的形成可能还受群体特征等多重变量的影响。为此,我们以多模态语言景观态度为自变量,空间认同为因变量,引入受访者性别、年龄、学历、职业、游览频率等5个调节变量(图11),分析不同群体在多模态语言景观态度与空间认同互动过程中呈现出的差异,这些差异也是影响景观态度与认同互动机制的因素。上述变量的具体情况如表8所示,调节变量参数检验结果如表9所示。

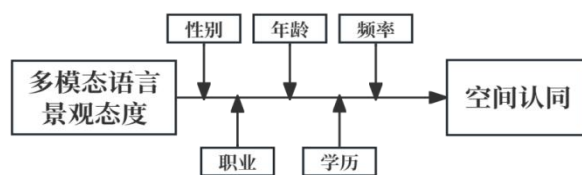


图 11 多模态语言景观态度与空间认同互动关系假设模型图

(Figure 11 Hypothetical Model of the Interrelationship between Multimodal Linguistic Landscape Attitudes and Spatial Identity)

表 8 图 11 所示相关变量及测量情况

(Table 8 Related Variables Referenced in Figure 11 and Their Operationalization)

变量类型	变量名	变量描述与解释
因变量	空间认同	情感认同、经济认同、文化认同、身份认同、社会认同
自变量	多模态语言景观态度	非常不好、不好、一般、比较好、非常好
调节变量	性别	男、女
	职业	个体经营者、自由职业者、其他; 学生; 企事业单位及政府机关工作人员
	年龄	20 岁及以下、21-30 岁、31-40 岁、41-50 岁、51 岁及以上
	学历	小学及以下; 初中; 高中/职高/中专; 本科/大专; 硕士研究生及以上
	游览频率	从未、很少、每月一次及以上、每周一次及以上、每天一次及以上

表 9 图 11 调节变量参数检验结果

(Table 9 Results of the Moderator Variable Parameter Test in Figure 11)

调节变量	性别	职业	年龄	学历	游览频率
自变量系数	0.0725	0.2369	0.2379	0.2515	0.2352
自变量 P 值	0.2613	0.000	0.000	0.000	0.000
调节变量系数	-0.0102	0.0641	0.0465	-0.0195	0.0493
调节变量 P 值	0.7352	0.0011	0.0144	0.4155	0.0019

调节变量	性别	职业	年龄	学历	游览频率
交互项系数	0.1143	0.021	0.0496	0.0545	0.0022
交互项 P 值	0.006	0.4398	0.0585	0.0232	0.9261
模型 R ²	0.0971	0.0993	0.0983	0.0968	0.0985
模型 F 值	47.4455	48.6358	48.1219	47.3227	48.1954
模型 P 值	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

由表 9 可见，主效应分析方面，在控制受访者性别、职业、年龄、学历、游览频率等变量后，景观态度对空间认同的主效应在除性别外的所有模型中均显著（ $\beta > 0.23$, $p < 0.001$ ），说明多模态语言景观态度对空间认同具有稳定的正向预测作用，即受访者对永庆坊多模态语言景观态度越积极，其对永庆坊的空间认同感越强。此外，受访者年龄和游览频率调节变量的 β 值均为正向，且 $p < 0.05$ ，主效应显著，表明受访者年龄越长、游览频率越高，其空间认同感越强。

调节效应反映了主效应在不同社会群体中的作用强度与方式存在的具体差异。表 9 所示，首先，受访者性别的调节作用显著（交互项 $P = 0.006$ ），表明多模态景观态度对空间认同的影响在男女群体中存在差异。男性和女性受访者在感知、审美、情感表达等方面存在差异，其对多模态语言景观的反应不尽相同，也影响其空间认同的形成机制。Ortiz（2004）等指出社区公共空间、基础设施和邻里关系等是影响女性居民地方认同的主要影响因素。本文的调研也证实了这一点。多模态语言景观作为社区重要的基础设施，女性通常对其更为敏感和关注，且更倾向于将情感反应与认知评价进行整合并建构空间认同。

其次，学历的调节作用显著（交互项 $P = 0.023$ ），表明受访者的学历越高，其多模态语言景观的态度对其空间认同的预测作用越强。本次调研的大多数受访者为高学历群体，具有本科或大专学历（71.16%）或硕士研究生及以上学历（14.46%）。高学历群体的多语能力、符号解读能力与文化传承传播能力相对较强，能更深入地理解语言景观所表达的语言文化内涵与社会价值，因此其对多模态语言景观的积极态度对空间认同的促进作用更明显。

再次，年龄的调节作用呈边缘显著（交互项 $P = 0.059$ ），表明年龄增长可能强化景观态度对认同的正向影响。本次调研的年长者多为大湾区居民，熟悉粤方言，其认知框架深受历史记忆与地方感的塑造，他们对大湾区本土文化与城市历史变迁有更深的体会。当他们看到永庆坊中对骑楼、粤剧、广绣等传统文化的图文景观介绍时，更易引发其“乡愁记忆”，其对多模态景观的认可度越高，其空间认同尤其是文化认同也越高。相对而言，年轻受访者更关注多模态景观的“潮流属性”（如立体 IP 等），对传统文化内涵的关注度较低，因此调节效应也相对较弱。

职业与游览频率的调节作用不显著（ $P > 0.05$ ），反映了在永庆坊多模态语言景观与空间认同的互动过程中，形成了超越特定职业与体验深度的机制。一方面，永庆坊的多模态语言景观设计具有语境驱动与场景塑造的功能，降低了各类职业的读者解读符号的门槛。另一方面，更新后的永庆坊作为兼具休闲、消费、教育、文化、社交等复合功能的场所，无论是热衷社交打卡的学生，

注重环境品质的企事业单位职员，还是关注商业氛围的经营者，都能从中找到各自的空间认同点。游览频率调节作用不显著，从侧面表明永庆坊多模态语言景观对空间认同的影响机制具有稳定性。表 9 主效应的数据显示，高频游览者的空间认同更高，但调节效应显示，无论初访者还是常客，其多模态景观态度对空间认同的影响度是稳定的。这表明多模态语言景观能够让游览者通过单次或数次参观，均可能留下较为深刻的印象。

此外，回归分析结果显示（表 9）， R^2 均在 10%左右，即该模型能解释空间认同约 10%的变异。 F 值均达显著水平（ $P<0.001$ ），表明模型设定合理，具有统计学意义。虽然仅约 10%的空间认同变异由“多模态语言景观态度+5 个调节变量”解释，剩余约 90%的变异源于“未纳入的关键变量”，这并非模型无效，而是由空间认同的多源性导致。在后续的研究中，我们将继续结合永庆坊场景，补充未纳入的变量，如空间感知、空间认知、语言景观治理意愿及实践、语言服务需求与评价等变量，对语言景观与空间认同之间的互动关系进行考察分析。

五、结论及启示

本文以永庆坊为实证案例，探究城市更新视域下大湾区多模态语言景观与空间认同的互动关系。研究结论包括如下 3 方面。

首先，城市更新微改造后的永庆坊，多模态语言景观数量达 1421 条，在永庆坊语言景观中占比为 66.25%，整体呈现“模态组合丰富、产业分布广泛、功能类型多样”的特点。具体来看，永庆坊多模态语言景观包括 9 种模态组合，其中文图景观占 79.17%。多模态语言景观分布于餐饮、公共服务、文化教育等 8 类产业，具备信息联动与凸显、场景塑造与语境驱动、超语实践与本土表达三大核心功能。整体来看，永庆坊多模态语言景观既保留以广府文化为核心的大湾区传统文化元素（如粤方言、广绣广彩等非遗文化），又融入立体 IP 等潮流符号，响应了 2018 年 10 月习近平总书记考察永庆坊所做出的指示，即更多采用微改造的“绣花”功夫进行城市规划与建设，注重文明传承、文化延续，让城市留下记忆，让人们记住乡愁。体现“老城市新活力”的城市更新理念。

第二，受访者对多模态景观的态度积极，对永庆坊的空间认同感强。在 1328 份有效问卷中，91.94%的受访者对多模态景观给予“较好”及以上评价，整体空间认同均值为 4.13 分（满分 5 分），其中文化认同均值最高（4.18 分）。城市更新微改造后永庆坊的文化传播与空间赋能的成效显著。

第三，多模态语言景观态度与空间认同互动具备显著正相关关系。二者呈 0.01 水平显著正相关（ $r=0.339$ ），且与文化认同相关性最强（ $r=0.322$ ）。体现出“积极的多模态语言景观态度→5 个子维度的空间认同→整体空间认同→更为积极的多模态景观态度”的循环互动机制。性别、学历、年龄变量对该互动机制具有调节作用。除了多模态语言景观之外，空间认同还受空间感知与认知、语言景观治理意愿及实践、语言服务需求与评价等因素影响，由此可见，多模态语言景观是城市更新过程中空间认同建构的关键载体而非唯一要素。

根据前文的调研数据，从城市更新和多模态语言景观视角出发，我们以永庆坊为样例，提出以下意见和建议，以推动人文湾区、休闲湾区的建设。

首先,应根据不同产业属性与功能需求优化景观的多模态组合,确保信息传递高效性,避免过度追求模态多样化而降低实用性。本次调研显示,文图景观实用性强,广泛适用各类产业及场域。此外,文化教育产业可多使用文字、图片、实物、视频、声音等多元模态景观,为游客营造沉浸式文化体验。商业景观可使用立体IP模态,满足青年“打卡社交”的需求。

其次,优化文化传承传播为导向的景观设计,凸显大湾区地域特色,提升湾区城市群语言服务品质。语言服务作为城市软性基础设施,深度参与并推动国家现代化进程,在更高水平上助力国家发展(孙佳莹、王海兰,2025)。在语言服务优化建设中,可借鉴永庆坊多模态语言景观的设计经验,保留粤方言(如俚语、童谣)、非遗技艺(广绣、广彩)等模态要素,融入港澳多语及多元文化特色,形成传统与现代兼具的大湾区多模态语言景观标识体系,以鲜明的地域景观提升湾区城市活力,吸引国际人才与资源集聚,为区域现代化发展注入持续动力。

最后,采用自上而下与自下而上相结合的语言景观治理思路。由政府相关部门制定政策规划,规范语言景观语码使用,鼓励创设特色景观,如广州创设广府文化景观、深圳创设科创文化景观、香港及澳门特别行政区创设中外文化交融类景观等。定期开展群众调研,根据群众反馈优化语言景观的内容与形式,保证城市更新与景观设置能满足群众的物质文化需求。通过语言景观推进城市更新建设,提高城市空间的语言文化品位。提升民众对大湾区的多元空间认同,打造大湾区宜居宜业宜游的优质生活圈。

基金项目: 本文系教育部人文社会科学研究一般项目“粤港澳大湾区语言景观治理与空间认同互动机制研究”(项目编号:23YJA740019)的阶段性成果之一。

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

ORCID

Hui Liu ^{ID} <https://orcid.org/0000-0003-3992-7906>

Guan Yang ^{ID} <https://orcid.org/0009-0003-0327-6491>

Qianyi Chen ^{ID} <https://orcid.org/0009-0000-5319-2198>

Ranran Liang ^{ID} <https://orcid.org/0009-0006-4767-0142>

References

- 蔡禾、曹志刚 (2009): “农民工的城市认同及其影响因素——来自珠三角的实证分析”,《中山大学学报(社会科学版)》(01): 148-158。
- [Cai He, Cao Zhigang (2009). “Urban Identity of Migrant Workers and Its Influencing Factors: An Empirical Analysis from the Pearl River Delta.” *Journal of Sun Yat-sen University (Social Science Edition)* (01): 148-158.]
- 陈世联 (2006): “文化认同、文化和谐与社会和谐”,《西南民族大学学报(人文社科版)》(03): 117-121。
- [Chen Shilian (2006). “Cultural Identity, Cultural Harmony and Social Harmony.” *Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Sciences Edition)* (03): 117-121.]
- 陈占江 (2010): “空间、认同与社会秩序——转型期城中村问题研究”,《学习与实践》(03): 121-130。
- [Chen Zhanjiang (2010). “Space, Identity and Social Order: A Study on Urban Village Issues in the Transitional Period.” *Study and Practice* (03):121-130.]
- 郭杰 (2019): “粤港澳大湾区语言环境建设研究”,《云南师范大学学报(哲学社会科学版)》(06): 46-54。
- [Guo Jie (2019). “A Study on the Construction of the Language Environment in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Journal of Yunnan Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)* (06): 46-54.]
- 洪见兰、崔文河、张智博 (2002): “基于环境行为学的回汉杂居村落族群互动空间研究——以海原县王家井村为

- 例”，《小城镇建设》(03): 45-52。
- [Hong Jianlan, Cui Wenhe, Zhang Zhibo (2022). “A Study on Ethnic Interaction Space in Villages with Mixed Han and Hui Habitation Based on Environmental Behavior ology—Village, Hai yuan County.” *Development of Small Cities & Towns* (03): 45-52.]
- 胡范铸、胡亦名(2024): “‘数字孤独’: 数字景观中空间认同的断裂及主体的异化”，《现代出版》(03): 39-48+15。
- [Hu Fanzhu, Hu Yiming (2024). “‘Digital Loneliness’: The Fracture of Spatial Identity in the Digital Landscape and the Alienation of the Subject.” *Modern Publishing* (03): 39-48+15.]
- 胡明晓、张振兴(2020): “粤港澳大湾区语言研究综述”，《语言战略研究》(01): 34-45。
- [Hu Mingxiao, Zhang Zhenxing (2020). “A Review of Language Studies on the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 34-45.]
- LEFEBVRE H. (1979). *Spatial planning: Reflections on the politics of space*. Maarouf a Press.
- LEFEBVRE H. (1991). *The Production of Space*. Blackwell.
- Li W. (2011). “Moment Analysis and Translanguaging Space: Discursive Construction of Identities by Multilingual Chinese Youth in Britain.” *Journal of Pragmatics* (05): 1222-1235.
- Li W. (2018). “Translanguaging as a Practical Theory of Language.” *Applied Linguistics* (01): 9-30.
- 李楚成、梁慧敏(2020): “香港‘两文三语’格局: 挑战与对策建议”，《语言战略研究》(01): 46-58。
- [Li Chucheng, Liang Huimin (2020). “The Pattern of ‘Two Written Languages and Three Spoken Languages’ in Hong Kong: Challenges and Countermeasure Suggestions.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 46-58.]
- 李妍(2024): “从‘认同’到‘承认’: 城市空间正义的生成逻辑”，《求索》(03): 172-179。
- [Li Yan (2024). “From ‘Identity’ to ‘Recognition’: The Generative Logic of Urban Spatial Justice.” *Qiushi* (03): 172-179.]
- 李盈慧(2011): “概念整合理论分析网络语言的意义构建”，《北方文学(下半月)》(12): 108-109。
- [Li Yinghui (2011). “Analysis of Meaning Construction in Network Language Based on Conceptual Blending Theory.” *Northern Literature (Second Half of the Month)* (12): 108-109.]
- 李宇明、王海兰(2020): “粤港澳大湾区的四大基本语言建设”，《语言战略研究》(01): 11-21。
- [Li Yuming, Wang Hailan (2020). “The Four Fundamental Language Development Initiatives in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 11-21.]
- 林钧昌、张宏漂、赵民(2021): “情感认同视角下铸牢中华民族共同体意识路径探析”，《黑龙江民族丛刊》(02): 1-7。
- [Lin Junchang, Zhang Hongli, Zhao Min (2021). “An Analysis of the Path to Forging a Strong Sense of Community for the Chinese Nation from the Perspective of Emotional Identity.” *Heilongjiang Journal of Ethnology* (02): 1-7.]
- 刘慧(2016): “印尼华族集聚区语言景观与族群认同——以峇淡、坤甸、北干巴鲁三地为例”，《语言战略研究》(01): 42-49。
- [Liu Hui (2016). “Language Landscape and Ethnic Identity in Chinese Ethnic Agglomeration Areas of Indonesia - A Case Study of Batam, Pontianak and Pekanbaru.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 42-49.]
- 刘慧(2020): “城中村语言景观与农民工身份认同研究——以广州石牌村为例”，《语言战略研究》(04): 61-73。
- [Liu Hui (2020). “A Study on the Linguistic Landscape of Urban Villages and the Identity of Migrant Workers - A Case Study of Shipai Village in Guangzhou.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (04): 61-73.]
- 刘加鑫、闫雯萱(2019): “‘一带一路’下粤港澳大湾区语言消费问题探讨”，《合作经济与科技》(08): 58-61。
- [Liu Jiaxin, Yan Wenxuan (2019). “A Discussion on Language Consumption Issues in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area Under the ‘Belt and Road’ Initiative.” *Cooperative Economy & Science* (08): 58-61.]
- 马克思、恩格斯(1995): 《马克思恩格斯全集(第2卷)》。人民出版社。
- [Marx·K., Engels·F. (1995). *Collected Works of Marx and Engels (Vol. 2)*. People’s Publishing House.]
- Ortiz·A, Garcia, Ramon·M D (2004). “Women’s Use of Public Space and Sense of Place in the Raval (Barcelona).” *GeoJournal* (03): 219-227.
- 帕克、伯吉斯、麦肯齐(2012): 《城市社会学: 芝加哥学派城市研究》，宋俊岭，郑也夫译。商务印书馆。
- [Park·R. E., Burgess·E. W., McKenzie·R. D (2012). *Urban Sociology: Chicago School Urban Studies*, translated by Song Junling, Zheng Yefu. The Commercial Press.]

- 彭凯、李智、陈慧妍、刘益鑫（2023）：“国内历史文化街区IP衍生品的设计开发现状研究——以广州永庆坊为例”，《中国包装》（05）：97-100。
- [Peng Kai, Li Zhi, Chen Huiyan, Liu Yixin (2023). “Study on the Current Situation of Design and Development of IP Derivatives in Domestic Historical and Cultural Blocks - A Case Study of Yongqingfang in Guangzhou.” *China Packaging* (05): 97-100.]
- 屈哨兵（2019）：“粤港澳大湾区发展和语言服务”，《云南师范大学学报（哲学社会科学版）》（06）：30-36。
- [Qu Shaobing (2019). “Development and Language Services of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Journal of Yunnan Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)* (06): 30-36.]
- 屈哨兵、张晓苏、马喆、王春辉、王海兰、禚健聪（2020）：“新冠肺炎疫情下语言应急与服务的实践及思考”，《广州大学学报（社会科学版）》（04）：19-28。
- [Qu Shaobing, Zhang Xiaosu, Ma Zhe, Wang Chunhui, Wang Hailan, Xuan Jiancong (2020). “Practice and Reflections on Language Emergency Response and Services Under the COVID-19 Pandemic.” *Journal of Guangzhou University (Social Science Edition)* (04): 19-28.]
- 屈哨兵（2020）：“粤港澳大湾区建设中的语言问题”，《语言战略研究》（01）：22-33。
- [Qu Shaobing (2020). “Language Issues in the Construction of the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 22-33.]
- 权麟春（2015）：“社会主义核心价值体系的经济认同”，《重庆文理学院学报（社会科学版）》（04）：105-108+143。
- [Quan Linchun (2015). “Economic Identity of the Socialist Core Value System.” *Journal of Chongqing University of Arts and Sciences (Social Science Edition)* (04): 105-108+143.]
- 齐美尔（2002）：《社会学：关于社会化形式的研究》，林荣远译。华夏出版社。
- [Simmel·G. (2002). “Sociology: Investigations into the Forms of Socialization,” translated by Lin Rongyuan. Huaxia Publishing House.]
- 苏贾（2007）：《后现代地理学——重申批判社会理论中的空间》。商务印书馆。
- [Su Jia (2007). *Postmodern Geography: Reasserting Space in Critical Social Theory*. The Commercial Press.]
- 孙佳莹、王海兰（2025）：“做好语言服务 助力现代化强国——访国家语言服务与粤港澳大湾区语言研究中心主任屈哨兵教授”，《语言生活与语言服务学刊》（01）：1-9。
- [Sun Jiaying, Wang Hailan (2025). “Enhancing Language Services to Empower the Modernization of Our Nation: An Interview with Prof. Qu Shaobing, Director of the National Language Service and Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area Language Research Center.” *Journal of Language Situation and Language Service* (01):1-9.]
- Tajfel·H. (1978). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of intergroup Relations*. Academic Press.
- 王春光（2001）：“新生代农村流动人口的社会认同与城乡融合的关系”，《社会学研究》（03）：63-76。
- [Wang Chunguang (2001). “The Relationship Between Social Identity of the New Generation of Rural Migrants and Urban-Rural Integration.” *Sociological Studies* (03):63-76.]
- 王海兰（2025）：“粤港澳大湾区应急语言服务体系建设的 SWOT 分析与治理对策选择”，《语言生活与语言服务学刊》（01）：31-44。
- [Wang Hailan (2025). “SWOT Analysis and Governance Strategy Selection for the Construction of the Emergency Language Service System in the Guangdong-Hong Kong- Macau Greater Bay Area.” *Journal of Language Situation and Language Service* (01):21-44.]
- 王海兰、何文晓（2019）：“粤港澳大湾区电视语言使用情况调查及其规划思考”，《语言文字应用》（03）：58-66。
- [Wang Hailan, He Wenxiao (2019). “A Survey on the Use of Television Language in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area and Reflections on Its Planning.” *Applied Linguistics* (03):58-66.]
- 魏欣桐、周浩明、何培斌、华亦雄（2023）：“从东道主凝视到空间认同：闽西传统村落居民环境感知研究”，《家具与室内装饰》（12）：110-115。
- [Wei Xintong, Zhou Haoming, He Peibin, Hua Yixiong (2023). “From Host Gaze to Spatial Identity: A Study on Residents’ Environmental Perception in Traditional Villages of Western Fujian.” *Furniture & Interior Design* (12):110-115.]
- 吴细玲（2017）：“对城市空间认同的思考——以厦门城市空间为例”，《特区经济》（05）：43-47。
- [Wu Xiling (2017). “Reflections on Urban Space Identity: A Case Study of Xiamen’s Urban Space.” *Special Zone Economy*

(05):43-47.]

杨文建、邓李君 (2021): “基于空间认同理论的图书馆空间认同研究”, 《图书馆学研究》(10): 25-31。

[Yang Wenjian, Deng Lijun (2021). “A Study on Library Space Identity Based on Space Identity Theory.” *Library Science Research* (10):25-31.]

殷俊、徐艺芳 (2019): “粤港澳大湾区的语言多样性与语言战略问题”, 《云南师范大学学报(哲学社会科学版)》(06): 37-45。

[Yin Jun, Xu Yifang (2019). “Language Diversity and Language Strategy Issues in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.” *Journal of Yunnan Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)* (06): 37-45.]

张菡容 (2025): “‘何以为家’: 两栖商贩的空间认同失序与社会工作介入——以青岛市L大集为例”, 《社会治理》(04): 67-79。

[Zhang Hanrong (2025). “‘Where Is Home’: Spatial Identity Disorder of Amphibious Vendors and Social Work Intervention- A Case Study of L Market in Qingdao City.” *Social Governance* (04): 67-79.]

张弘 (2014): “独联体经济一体化中的认同困境”, 《俄罗斯东欧中亚研究》(03): 23-30。

[Zhang Hong (2014). “Identity Dilemmas in the Economic Integration of the Commonwealth of Independent States.” *Russian, East European & Central Asian Studies* (03):23-30.]

张璟玮 (2020): “澳门青年语言态度调查”, 《语言战略研究》(01): 59-70。

[Zhang Jingwei (2020). “A Survey on the Language Attitudes of Macao Youth.” *Chinese Journal of Language Policy and Planning* (01): 59-70.]

周冰 (2021): “智媒视域下语言标签的多模态意义建构”, 《现代传播(中国传媒大学学报)》(12): 153-156。

[Zhou Bing (2021). “The Multimodal Meaning Construction of Language Labels from the Perspective of Intelligent Media.” *Modern Communication (Journal of Communication University of China)* (12): 153-156.]

朱崇新、郭谦、吝元杰 (2022): “本土文脉的现代诠释与延续——以广州永庆坊瞻云酒店为例”, 《中外建筑》(02): 113-118。

[Zhu Chongxin, Guo Qian, Lin Yuanjie (2020). “Modern Interpretation and Continuity of Local Context: A Case Study of AZURE Hotel in Yongqingfang, Guangzhou.” *Chinese and Overseas Architecture* (02): 113-118.]