

Doi:10.3969/j.issn.1672-0105.2015.03.003

# 海外“温二代”地域认同\*

## ——以欧洲温籍华裔青年为例

郑婷

(温州大学国际合作学院, 浙江温州 325035)

**摘要:** 研究海外“温二代”的地域认同对于促进世界温州人回归有着重要意义, 此课题以调查问卷、个案访谈所获资料为基础, 探讨了定居欧洲8个国家“温二代”的地域认同问题。研究发现: “温二代”对侨居地认同和温州认同没有显著差异, 影响华裔青年温州认同度的三个主要因素为: 受教育程度、温州话水平、来温州时长。其地域认同显现出“记忆情感认同”与全球化时期“跨国地理空间认同”并存的特点, 并就加强温州地域认同提出相应对策及建议。

**关键词:** 海外; 温二代; 地域认同

中图分类号: D523.8

文献标识码: A

文章编号: 1672-0105(2015)03-0013-04

### A Research on Regional Identity of Overseas Second Generation Wenzhounese--Taking Second Generation Wenzhounese in Europe For Example

ZHENG Ting

(Wenzhou University College of International Cooperation, Wenzhou, 325035, China)

**Abstract:** The research on regional identity of overseas second generation Wenzhounese has great significance for promoting the return of Wenzhounese all over the world. The thesis based on the information from the questionnaire and case interview, discussed the regional identity of overseas second generation Wenzhounese in eight countries of Europe. There were no significant differences between Wenzhou identity and colonies identity, the three main factors affecting the Wenzhou identity were as follows: level of education, level of Wenzhou dialect, length of staying in Wenzhou. The "memory emotional identity" and "international geographical space identity" coexist for the globalization, and puts forward corresponding countermeasures and suggestions on strengthening the Wenzhou regional identity.

**Key words:** overseas; second generation Wenzhounese ; regional identity

海外“温二代”是指出生或者成长在其他国家或者地区的温州新生代。“温二代”是一个复合概念, 文化概念而言, 他们是海外的温州人符号; 经济概念而言, 他们是活跃在世界经济舞台上的新生力量; 社会概念而言, 他们是中外交往及在温州建设中发挥巨大作用的特殊群体。鉴于海外“温二代”的特殊性和重要性, 有必要了解这一群体的地域认同状况, 并就如何进一步增强海外“温二代”温州认同感提出对策与建议。

### 一、地域认同的概念及内涵

地域是一个广阔的概念, 它不仅包括人们生活的自然居所, 还包涵发生在该地方的社会、历史与文化等。地域认同不单是对居住地的认同, 更多的是以文化为载体附着在空间的一种意义认知, 是一种归属感。1983年PROS. HANSKY等将认同概念引入环境心理学, 认为与社会认同的概念相对, 地域认同可延伸至客体 and 事物与空间和地方, 它所指的是个人或群体与地方互动从而实现社会化的过

收稿日期: 2015-07-29

基金项目: 2014年温州市哲学社科规划课题(14wsk174)

作者简介: 郑婷, 温州大学讲师, 主要研究方向: 华文教育及教学。

程。这种特殊的社会化包含了情感、感知与认知等多种复杂的过程<sup>[1]</sup>。通过这一过程,个人与群体将自身定义为某个特定地方的一份子<sup>[2]</sup>。

对于海外温二代的地域认同研究包含两个方面,一是对于出生地或者祖籍地的认同,二是对于他们目前侨居地的认同,通过比较二者对于该群体的影响程度,探寻该群体的地域认同特点。基于此,我们做了调查问卷与实地访谈。

## 二、调查对象、内容和基本情况

此次调查对象主体为参加2012年度和2013年度海外华裔青少年“中国寻根之旅”的华裔青年(祖籍地均为温州地区),通过网络和现场共发放问卷120份,收回116份,有效问卷116份。参与调查的被试平均年龄为20.3岁,男女比例为52%比48%,被试者来自于意大利、法国、西班牙、荷兰、奥地利、德国、葡萄牙、丹麦8个欧洲国家。

调查内容包括以下两方面:一为海外温州籍华裔青年(以下简称:华裔青年)个人背景信息,包括性别、年龄、现居住国、移民代数、在温州居住时间、受教育程度、掌握汉语水平、掌握温州话水平等方面。二为华裔青年对侨居地社会和温州社会两者的地域认同度,问卷以社会认同理论为基础,结合海外温州籍华裔青年具体情况修订。我们将地域认同中认为的关键问题进行了梳理,挑选了20项作为考察变量,采用5点赋值法进行计算,这20个关键项涵盖了以下四方面内容:一是个人对于地域的熟悉感<sup>[3]</sup>;二是某一地域带给人的情感满足;三是某一地域成为自我的一种符号;四是地域认同对人的影响。这也是BREAKWELL在系统剖析了地域认同的概念后提出的地域认同四维度,即:自我尊重、自我功效、独特性及一致<sup>[4]</sup>。在问卷基础上同时对海外温二代进行观察及个案访谈,与本文相关的调查项目基本情况内容如下:

第一,参与本次调查的华裔青年男女比例较为均衡,男女比例为52%比48%。其中,出生于侨居地者占87%,出生于温州者占13%,侨居时间5年以下的占14%,侨居时间5~10年为26%,侨居时间10年以上的为60%。第二,受教育程度情况。参与本次调查的华裔青年受教育程度情况为:已取得大学学历或大学以上的为3%,大学在读50%,高中在读为34%,高中及其以下13%。第三,温州话水平。参与本次调查的华裔青年掌握温州话水平

情况:能流利运用温州话听说者占80%,能听懂但是不会说者占12%,完全不懂温州话者占8%。

## 三、调查结果与分析

### (一)温二代对温州认同及侨居地认同的比较

我们对20个关键项采用5点赋值法,非常不符合的赋值1,非常符合的赋值5。将结果总分在80~100分标志为高认同度,40~70分标志为中认同度,10~30分标志为低认同度,具体见表1。

表1显示,华裔青年的温州认同平均分与侨居地认同分值基本持平,二者不存在显著差异。

表1 侨居地认同与温州认同得分表

维度	低认同度 比例/%	中认同度 比例/%	高认同度 比例/%	认同平均 分值/分
侨居地认同	15	73	12	62.85
温州认同	18	74	8	60.25

为了进一步分析以上结论,我们具体访谈了华裔青年,充分了解到大部分海外温二代认为自己的身份既是温州人,也是侨居地人,并不属于某一特定地方,体现出显著的双重身份认同特点,访谈对象中认为温州及侨居地都能给人带来满足感的超过90%;认为温州熟悉感超过侨居地熟悉感的仅仅为7%;96%的被试认为“温州”这一地域成为他们的自我符号,他们是名副其实的温州人,绝大多数人流露出作为“温二代”的自豪感;认为侨居地地域文化影响比温州地域文化更能影响他们行为习惯、思维方式的占34%。大部分“温二代”认为财富积累与社会地位成正比,希望能融入侨居地主流社会,并对改变社会阶层表示出强烈欲望,这一观点较接近温州社会观念;在行为方式和生活习惯上,有60%的“温二代”认为自己较认同侨居地生活习惯,但并不排斥温州生活习俗。

(二)显著影响“温二代”温州认同度的三个因素:受教育程度、温州话水平、来温州的次数与时间长短

图1显示,温二代在高中、大学这个教育层次人群中,对温州及侨居地认同的平均得分基本一致,但是初中和大学以上这两种教育水平对应的两种认同度有明显差异。通过访谈了解到,不少温二代出生在侨居地,但大部分人回国接受小学教育,有些一直待到初中甚至高中毕业才回侨居国,受中

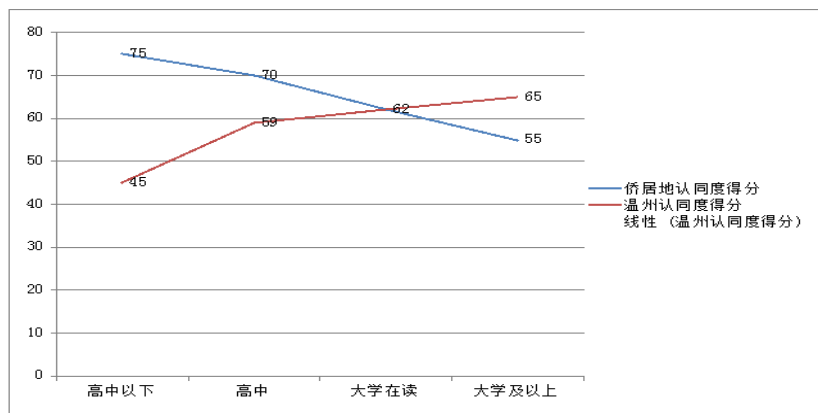


图1 温二代教育程度与温州认同关系

国传统教育观念影响较深,出于光耀门楣或者家族事业发展的需要,不少人选择了继续做研究,这群人能较为客观理性地认识侨居地和故土,因而对于两地的地域认同度没有表现出明显区分。而相当一部分学历低者,受教育程度有限,对于学问的追求并不高,加上未在生活温州的经历,因而其对侨居地的认同度更高。

图2显示,温州话水平越好,并且使用频率越高,其对温州认同度越高;但温州话水平对侨居地认同不具明显影响力。

在我们的访谈中,有20多位温二代每年在温州的时间达2~3个月,而且已经坚持了十几年,他们对温州的认同度远远高于四五年才回温州一两次的温二代。温二代回温次数越是频繁,对温州认同度越高。

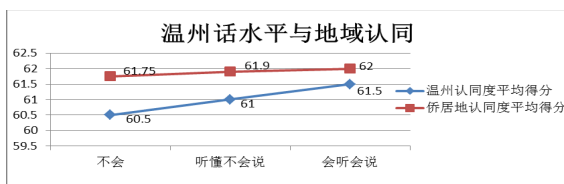


图2 温二代温州话水平与地域认同关系

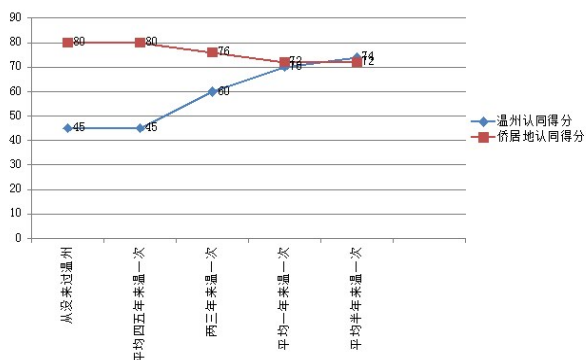


图3 温二代来温时间长短与地域认同关系

(三) 导致温二代温州认同度偏低的两个因素

1.生活习惯及行为方式的不同

有60%的温二代认为自己较认同侨居地生活习惯,但并不排斥家乡习俗。从生活习性而言,大部分温二代已完全融入侨居地人的生活方式中,也接受当地人关于生活的文化及理念。对温州地域的一些特定文化习俗,大部分温二代表示理解与尊重,但不会接受,更不会去改变自身已形成的习惯。

2.不了解温州文化

在我们的问卷设计中,温州地域文化包括了温州人文历史、自然风光、居住环境、温州教育、温商文化等子系列的认同,这一系列的认同度得分都较差,尤其是温州的居住环境和温州人文历史这两项。通过访谈我们了解到,大部分海外温二代对家乡的人文历史不了解,不清楚家乡的发展脉络,无法理解自身与家乡千丝万缕的联系,因而无法形成与温州地域认同的“一致性”。

(四) 海外“温二代”地域认同的显著特点——“记忆情感认同”与全球化时期“跨国地理空间认同”并存

地域认同是一种心理地理学概念,是移民对地理空间的亲近力,这种亲近力受到个人经历、社会网络、侨居地对外来移民的政策、原居民对移民的接受度等方面的影响,具有较强的可变性。海外“温二代”或出生于侨居地,或成长于国外,但他们所居住的都是温州人聚集区,日常生活中接触的较多仍然还是温州人群体,这使得他们对于温州的地域认同较多地停留在“记忆情感认同”层面,但同时,随着全球化时代的到来,欧债危机背景下,海外“温二代”或因求学,或因职业选择,他们频繁



地在欧洲各国内部区域中流动,在侨居地与温州之间流动,在各国之间的流动,形成了再移民与回归移民现象,出现了同时参与两个社会生活的“哑铃”模式、在多个社会之间不停运动的“太空人”模式、以某一社会为中心在多个社会运动的发散型的“风筝”模式的华人或者华裔<sup>[5]</sup>。“温二代”地域认同已经从单纯的对某一地域的“记忆情感认同”逐渐地过渡到了“跨国地理空间认同”这一层面。

#### 四、建议与对策

(一) 以宣传温州文化为切入点,增强海外温二代的温州地域认同度

积极挖掘温州人文历史中能吸引华裔青年的各类有利因素,资助宣传温州元素的各类文化产品,最大程度地构建并推广“温州文化”,通过多种渠道和平台,增强温二代温州地域认同。

鉴于温州话水平对温州认同度有着明显的影响,可以考虑鼓励海外温州人创办的华文学校,增加温州话、温州人文历史方面的等课程,为海外温二代提供语言文化教学。

(二) 温州品牌资源化

温州人被称为东方的犹太人,温商的过人胆略和吃苦耐劳的精神是特定历史条件下的产物,这种“温州精神”也是颇具地域特色的人文资源。对于这种不可复制的独特的祖地品牌,我们可以积极利用,参考犹太民族以及国内一些侨乡的做法,可以归纳为以下方面:

1.在海外华侨华人较为集中的聚集地,设立温商博物馆或者文化馆。这个场所应展示华侨形象、

弘扬温籍华侨文化、定期举办大型文化活动,成为海外温二代直接感受温州精神和温州社会的桥梁和纽带,以此来增强其温州认同。

2.吸收优秀温二代进入“世界温州人”大会中,发挥青年华裔承上启下的作用,在青年群体中,提倡“温州精神”。世界温州人大会是基于地缘、语缘、血缘和族群等传统性社会关系而组成的官方认可的温州人联合组织,对于这个跨文化共同体,以家乡情结为基础,以温州认同为纽带,可以吸引到更多华裔青年文化精英的加入。同时,也可以举行各类联谊会、文化节等具有鲜明地域文化特色的活动,完成海外温州精神的地域性建构。

3.建设海外温二代数据库,建立温州——侨居地关系资源库。可成立族谱研究指导机构,发掘两地关系交往史。并在合适条件下,协助温二代开展族谱修订,并邀请其来温寻根谒祖、观光旅游。

(三) 打造宜商居良好环境,提高温州城市吸引力

调查中发现,温州目前的城市形象和环境状况直接导致了海外温二代对温州地域认同度的降低。而“温二代”地域认同已经从单纯的对某一地域的“记忆情感认同”逐渐地过渡到了“跨国地理空间认同”这一层面,拥有更好的自然资源与宜商宜居环境的城市无疑比温州更有吸引力,温州留住海外温二代精英层的,除了打感情牌,更应理性地考虑能为海外温二代做什么,通过改善城市人居环境,提高政府服务效率与服务水平,加快从人情社会向法治转变,变硬性管理向人性服务转变这一系列变革措施,来获得海外温二代的温州认同。

#### 参考文献:

- [1] STEDMAN R. Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place—based cognitions, attitude, and identity[J]. *Environment and Behavior*,2002,34:561-581.
- [2] 朱骅,刘博.地方感、地方依恋与地方认同等概念的辨析及研究启示[J].*华南师范大学学报:自然科学版*,2011(2):4-5.
- [3] ROWLES G D. Place and personal identity in old age: Observations from Appalachia[J]. *Journal of Environmental Psychology*, 1983,3:81-104.
- [4] RREAKWELL G M. *Coping with threatened identity*[M].London:Methuen,1986.
- [5] 周聿峨,余彬.东南亚华人地域认同的历史和未来[J].*暨南学报:哲学社会科学版*,2009,139(2):239.

(责任编辑:邱旭光)