

致理科技大學應用日文系

105 學年度畢業實務專題報告

九份語言景觀調查

指導老師：鄧敏君

組員：10122143 林佳妘

10222107 黃詩晴

10222111 李瑋柔

10222140 賴羿炫

10222143 璩心怡

10222146 翁翊庭

10222153 彭子容

10222154 張思珊

2016 年 11 月

摘要

本專題主要是研究九份的公共告示牌與招牌的語言景觀，語言景觀指的是「現實環境中的看板、街道名、廣告招牌、店鋪招牌、警示牌以及政府機關的公共建設標牌上的語言文字等所共同組成的景觀」。本研究除了九份的公共告示牌、廣告與招牌的語言使用之種類與特色之外，並針對語言使用的錯誤加以分析。

台灣每年吸引不少外國遊客前來觀光旅遊，觀光景點的語言景觀為該地人文景色的一部分，除了具有提供遊客資訊的功能，也是影響旅客對該地印象的重要成分，因此引發本組調查語言景觀的興趣，因而選擇外籍觀光客來台最愛造訪的觀光景點——九份做為調查對象，並藉由實地調查的方法彙整該地區的語言景觀構成，分析考察九份在地語言使用的特色。希望本組所蒐集之資料能夠成為日後學者研究九份語言景觀時參考比對的依據，並為台灣語言景觀研究之發展盡一份心力。

本專題報告共有六章，第一章緒論為專題研究動機、研究目的及調查方法；第二章前人文獻記述了語言景觀的定義與相關田野調查之研究成果；第三章九份老街觀光資料則包括九份歷史、觀光景點排名及相關報導；第四章調查內容說明本研究的調查範圍以及問卷調查項目；第五章為調查結果分析；第六章結語則是記述了考察結果、整體心得感想以及今後的課題。

關鍵詞：九份、觀光、語言景觀、語言使用

要約

本研究は、九份の言語景観を研究するものである。「言語景観」とは言語およびその視覚表現である文字からみた都市景観のことである。具体的に、町中にみられる「看板」、「案内」、「広告」などが都市景観をなしている。それを通して、社会における言語の「意義」および「価値」を知ることができる。本研究は、道路標識、広告、店舗の看板では、どのぐらいの言語種類（中国語、台湾語、英語、日本語など）があり、言語使用にはどのような特徴が見られ、どのようなエラーがあるかについて調査を行った。

台湾は毎年外国観光客が数多く観光旅行に訪れている。現地の文化・市民生活を反映した観光景勝地の言語景観は、観光客に情報を提供する機能だけでなく、観光景勝地への印象を左右する役割も果たしているのである。本研究は台湾で最も人気のある観光景勝地である九份を調査対象にし、実地調査という研究方法に基づき、九份における道路標識、広告、看板に使われている言語の種類と特徴などを調査した。本研究は九份現在の言語景観の記録となり、今後の研究者の参考資料として、言語景観の研究発展に寄与したい。

本論文は六章からなる。第一章では研究動機、研究目的、研究方法を述べ、第二章では言語景観の定義および先行研究を概観し、第三章では九份の観光情報、歴史、関連報道について取り上げた。第四章では調査範囲と調査項目を説明し、第五章は調査結果の分析・考察を行い、第六章では結論、感想、および今後の課題をまとめた。

キーワード：九份、観光、言語景観、言語使用

目錄

1	緒論	6
1.1	研究動機	6
1.2	研究目的	7
1.3	研究與製作方法	7
2	前人文獻	9
2.1	招牌語言景觀定義與概況	9
2.2	招牌之語言景觀田野調查	10
2.2.1	、淺析日本中華街的語言景觀—以與上海中餐店語言景觀的比較為例	10
2.2.2	、民眾對於斗六太平老街招牌設置適宜性研究	10
2.2.3	、街頭廣告招牌對於來台旅客感受	10
2.2.4	、天津市大港區大學城商業語言景觀使用	11
2.2.5	、豫園商城和上海老街語言景觀對比分析	11
2.3	外語使用錯誤	12
3	九份老街觀光資料	13
3.1	九份老街歷史	13
3.2	觀光景點排名	13
3.3	九份的相關報導	14
4	調查內容與範圍	16
4.1	調查地點	17
4.2	調查項目名稱的定義	17
4.3	調查項目（Google 表單設計）	18
5	調查結果分析	23
5.1	各項目調查結果	23
5.2	標示牌調查結果	24
5.3	廣告招牌調查結果	26
5.4	店鋪招牌調查結果	33
5.4.1	、固定式招牌文字種類	34
5.4.2	、活動式招牌文字種類	35
5.4.3	、半固定半活動式招牌材質	36
5.4.4	、半固定半活動式招牌文字種類	37

6 結語	55
6.1 語言景觀的重要性	55
6.2 考察結果	55
6.3 未來展望	56
參考文獻	57
組員分工表	60

1 緒論

1.1 研究動機

現今觀光旅遊盛行，來台觀光旅客逐日增加，其中擁有台灣文化、展現台灣古早味的老街、古蹟等地方，是許多外國旅客必定參訪的景點。有了人潮就會帶動商機，地方政府和當地店家為因應觀光需求，讓傳統的街道增添一點國際感，因而產生環境的變化，而語言傳達使用上的改變便成為第一個關注的項目。像是一塊簡單的招牌，以往可能只有中文標示，但隨著外國旅客的增加，開始加入了英、日文等多國語言；而在這些非本國語言的使用上，難免會有使用錯誤或亂用的狀況發生，這些錯誤，常常鬧出笑話，這樣的消息在報章雜誌上也時有所聞，例如，根據自由時報 2015 年 4 月 19 日的報導，台東地檢署為了提醒民眾天雨路滑小心行走，而製作中文及英文的標示牌貼在大門口，原是好意信任外包廠商，並未嚴格進行複查，但未料外包廠商竟將「請小心天雨路滑」直譯為「Please careful day rain Lu Hua」的錯誤用語，讓外國觀光客產生誤解，無法判讀真正想要表達的意義。

因此對於自己生活周遭環境裡的招牌使用了哪些語言、上頭是否有誤用等狀況產生了興趣。搜尋相關資料後發現了田中ゆかり老師在日本大學文理学部國文學科所開設的「日本語学基礎演習」中的「言語景觀・言語サービス研究入門」主題，調查東京都中央區的銀座一帶的語言使用狀況，透過實地訪查該地廣告招牌、道路指示牌，乃至餐廳菜單、店鋪展示牌的語言使用狀況，來了解日本社會的語言使用的價值及意義。看完了「銀座の言語景觀」的報告後，便了解了語言景觀是指一個地區由語言文字標語所構成的環境景觀，也令本組產生了想要探討台灣街頭語言使用情況的動力。

1.2 研究目的

語言景觀是一個逐漸抬頭的新興話題，近年來也成為學術專家的熱門議題¹，廣泛地受到社會大眾的討論以及媒體的報導。本組決定在臺灣選擇熱門觀光景點—九份作為調查地點來蒐集語言景觀資料，分析整理成一份有系統的數據，由於語言景觀的調查不是一個短期的研究，需要累積長期的調查結果，希望本報告能夠成為日後研究的參考依據，為語言景觀研究盡一份心力。

1.3 研究與製作方法

根據觀光局行政資訊系統，2015年6月與2016年6月的來台旅遊人數統計（圖1-1），除了歐洲以外其餘地區人數都明顯增加。中華民國104年來台旅客消費及動向調查顯示（圖1-2），觀光目的旅客最喜歡的熱門景點為「九份」。

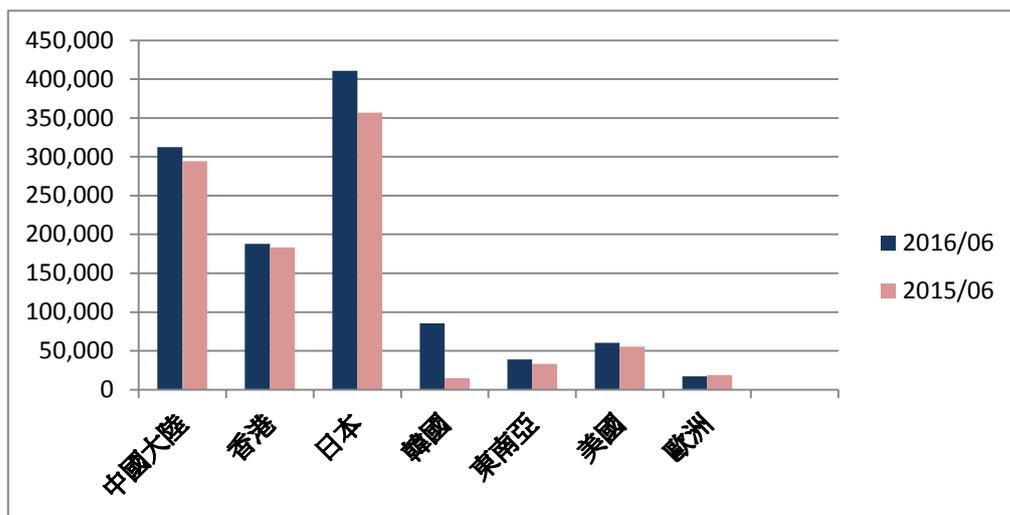


圖 1-1 2015年6月、2016年6月來台旅遊人數

資料來源：中華民國交通部觀光旅遊局

¹張學謙（1999），〈語言景觀與語言保存規劃〉《台東師院學報第十期》，2016.4.1

表 1-2 104 年受訪旅客最喜歡景點排名

資料來源：中華民國交通部觀光旅遊局

104 年受訪旅客最喜歡景點排名							
名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率	名次	最喜歡景點	到訪相對 次數(人次 /百人次)	喜歡 比率
1	九份	30.58	27.91%	6	淡水	23.46	17.61%
2	日月潭	32.89	26.54%	7	野柳	25.14	16.21%
3	墾丁國家公園	32.32	23.93%	8	西門町	26.04	14.38%
4	太魯閣天祥	29.42	23.19%	9	故宮博物院	48.47	13.48%
5	阿里山	25.22	22.56%	10	臺北 101	59.72	9.88%

註：1.本題「最喜歡景點」僅能就曾遊覽過的景點中選一個。
 2.喜歡比率=(最喜歡該景點人數/曾遊覽過該景點人數)×100%。
 3.喜歡比率之排序以景點到訪相對次數達 10(人次/每百人次)以上者計算。

根據以上資料，本組決定以九份做為研究地點，研究方法是實地調查。調查步驟如下，首先，先至九份進行初次勘查，實際進行一次模擬調查，將調查街道細分成四組路線，再根據現場狀況調整調查細項。第二次實地調查前，先利用 Google 的表單設計出調查項目的列表（詳細說明參照第四章），實際勘查時的調查方法為拍攝下標示牌、廣告招牌、店鋪招牌、街道名、公共建設標牌，最後將資料輸入 Google 表單製作、統計結果。

2 前人文獻

2.1 招牌語言景觀定義與概況

某個地區或都市的語言景觀，指的是現實環境中的看板、街道名、廣告招牌、店鋪招牌、警示牌以及政府機關的公共建設標牌上的語言文字等所共同組成的景觀（徐茗、盧松，2015）。

尚國文、趙守輝（2014）指出語言景觀可以分成資訊功能和象徵功能。資訊功能是指可以提供人們瞭解某個區域的地理邊界以及該地區內使用語言的特性，這是語言景觀最基本的功能。例如，透過一個地區語言標牌上主要使用的某種語言，便可斷定此語言是該地區主要的用語；而某地多處設立多語言標牌，則說明該地區有多語言共存的社會現象。因此，語言景觀在這裡相當於提供語言狀況資訊的工具。象徵功能是指語言景觀能映射語言權勢與社會地位。例如，標牌上使用某種語言作為路名、地名等，表示官方認可該語言的主導地位。在這兩種功能中，資訊功能是語言景觀的顯性功能，而象徵功能則屬於其隱性功能。語言景觀研究的重點在於挖掘語言標牌的象徵功能，看現實環境中呈現的各種語言如何反映出權勢關係、身份認同和意識形態等。

尚國文、趙守輝（2014）認為，這些語言文字具有一定的視覺效應，在特定地理空間範圍內集體呈現而形成的具有某種外部視覺特徵和特殊地方感的場所或空間。語言景觀構成了城市景觀的重要組成部分，同時也是重要的人文地理表徵。但是語言發展在城市景觀演變過程中的作用和影響機制尚缺乏認識，隨著經濟全球化和城市多語化現象日益增多，語言景觀還有許多的研究空間，未來對於都市國際化過程的認識，以及對城市規劃、城市景觀塑造、語言和人口管理等方面皆具有一定程度上的意義。

2.2 招牌之語言景觀田野調查

以下整理前人文獻中田野調查語言景觀的成果。

2.2.1、淺析日本中華街的語言景觀—以與上海中餐店語言景觀的比較為例

孫蓮花、谷月（2013）為了探討在日本環境下使用漢語的特點並以橫濱中華街及上海中餐店兩個區域的店名作為研究依據。調查發現，橫濱中華街的中餐店店名較偏向於自然且簡短精鍊，大多為三個字，如：「清香園」；相對於中國的上海中餐店店名喜歡使用較為新奇且豪華的店名，如：「威斯汀鑽石宴會廳」。而日本人在店鋪命名時避免了「多音節複雜化」，以便於讓人產生印象，並且使用讓日本人容易理解的漢字體現中國的特色。

2.2.2、民眾對於斗六太平老街招牌設置適宜性研究

黃信淵（2011）研究斗六老街不同的招牌材質及類型並給予未來重建老街之建議方向。研究結果顯示民眾大多偏好以木質招牌搭配老街的形象，但也有部分民眾表示希望能同時保有傳統兼具現代感的招牌類型。因此建議未來可從歷史街道及觀光街區等不同性質給予更多元化的選擇。

2.2.3、街頭廣告招牌對於來台旅客感受

李鈴華（2006）探討廣告招牌的設置是否影響來台旅客的觀感：（1）是否因為來台旅客文化背景不同，而有所差異；（2）來台旅客對於廣告招牌的統一，是否增加它們對台灣街景文化的認同。

李鈴華（2006）從 2003 年觀光局所調查的來台旅客最受歡迎前 10 名景點中選擇未更新街道的士林夜市以及已規劃更新街道的西門商業區作為比較，並以 10 張不同廣告招牌街景靜態相片訪問在機場等待出境之旅客。問卷結果顯示來台觀光客對於台

灣招牌印象均是「尺寸大」及「數量多」，即使是已更新街道之西門商圈的招牌，也被觀光客一致認為雖然繽紛熱鬧，但是數量多以至於雜亂無特色。李鈴華最後建議未來應訂定法規使廣告招牌統一，增強大家對於台灣街景的文化認同。

2.2.4、天津市大港區大學城商業語言景觀使用

李桂穎（2015）主要探討，語言使用對於生活上帶來的影響，而根據地方上的語言使用，是否也跟該地區政治傾向與地理有關。李桂穎（2015）主要調查天津市大港區大學城商業語言景觀使用。大學城除了有本國學生亦有外籍學生教師，因此透過調查周邊商家的語言景觀來了解此地區之語言使用狀況。研究顯示，該地區消費族群主要是中國學生，言語景觀的使用上中文占 75%，加上繁體字、中文拼音，比例高達 80%。為了給大學城的外籍學生教師方便舒適感，中英文占 13%，僅次於中文。另外也發現除了國際通用語言英文以外，還有中韓 3%、中日 1%、中阿拉（阿拉伯語）等多語言使用現象。該地區雖然有國際化趨勢，但外語比率比起中文仍占少數。

李桂穎最後歸納，從經濟、學校地理位置與佈局來看，大港區雖處於快速發展區域，但還是離主城有段距離，地理位置上交通仍不便，再來大學城裡主要學校屬高職，規模較小，相對來講較難吸引外國觀光客及學生來此地區。大學城附近周圍商家零散，較無集中商家，所以減少很多大型國際品牌進駐此地區。

2.2.5、豫園商城和上海老街語言景觀對比分析

鄧驍菲（2015）調查豫園商城和上海老街兩個相鄰商圈招牌語言景觀的形成，以及就目前商圈的語言使用狀況來探討可能形成此現況的原因。鄧驍菲（2015）實地研究調查豫園及上海老街的兩個鄰近商圈環境中語言使用的特點、規律，或可能影響此現況形成的政策取向、權勢及身分問題。

鄧驍菲（2015）調查發現，在豫園較傳統的區域裡招牌在言語使用上多為繁體中文，較新穎區域則多為簡體中文及英文。由此可見豫園商場之語言景觀傳遞了多語言

共存之現象。於上海老街的調查則發現，招牌多為簡體中文及繁體中文的結合。而兩商場在整體的語言使用上，簡體中文的比例皆是最多的，顯示了官方認可簡體中文的主導地位，以及使用簡體中文之族群有較優越的社會身分等而不同語言被擺放於招牌上的位置和字體大小也會略有異同。假如不同語言的字體大小及位置擺放皆分佈平均，就意味著該店中國遊客及外國遊客的比例相當。若出現不同語言的字體大小、擺放位置不同，則意味該店對應的顧客群相對集中，且某一語言可能占有優先地位，或有刻意致力於吸引某特定族群。

鄧驍菲認為在地政府對此兩商圈的語言景觀干涉影響並不大，反而是企業對其發展影響較大。透過相鄰兩個商圈之語言景觀分析，探究兩個商圈的多語使用現象。研究證明，即使在政府政策相似的情況下，可能由於商圈內部的管理方式不同，即使是相鄰的兩個商圈也會出現不同的語言使用景觀。

2.3 外語使用錯誤

陳彥廷(2010)分析公共招牌詞彙錯誤(lexical error)、句法錯誤(syntactic error)與語用錯誤(pragmatic error)出現之頻率，並探討此類型翻譯與文本功能之關聯性。研究以錯誤分析(error analysis)與非正式面談作為主要研究方法。研究結果發現：詞彙錯誤中，用字錯誤出現頻率最高，占68%；拼字錯誤出現頻率最低，占32%。而在句法錯誤中，文法錯誤出現頻率最高，占86%；用字語序錯誤之出現頻率最低，占14%。此外，在語用錯誤中，非慣用語之錯誤出現頻率最高，占68%，而文化專用詞彙之錯誤出現頻率最低，僅占6%。

陳彥廷(2010)認為公共招牌詞的詞彙錯誤與句法錯誤標示與翻譯，大多數原因是出自於翻譯者的不專業，例如翻譯者本身英文水準的不足，與翻譯工作完成後的草率檢查。而語用錯誤的部分，原因大部分是出自於翻譯者本身母語並非為英語，這其中可能對於西方國家的文化及其語系用字用詞背後的一些涵義與意義的不了解與不熟悉，而導致訊息翻譯上的多餘訊息與邏輯傳達的誤導。

3 九份老街觀光資料

3.1 九份老街歷史

位於臺灣新北市瑞芳區的九份，是著名的觀光景點，也是外國旅客喜愛的觀光勝地，是昔日台灣的採金礦中心，盛產黃金、煤礦等。在百年前原本村落只有九戶人家，因此出外採買時都要準備「九份」，久而久之，村落被命名為九份。在最繁盛時期，曾產出大量的黃金。二次大戰後，隨著礦產殆盡，前來採礦、淘金的人們不如從前，九份的人口逐漸流失且沒落。1990年代後，隨著電影「悲情城市」，讓九份的美景躍上大銀幕並且在威尼斯影展中造成轟動之後，這個沒落的小城又再度勾起了人們的關注，加上現在觀光旅遊風潮逐漸興起，吸引了許多慕名前來觀光的人們，為九份帶來了新的生命與契機，再度成為了繁榮的城市。至今九份仍為觀光旅遊熱門的景點之一²。

3.2 觀光景點排名

根據觀光局近三年來台受訪旅客最喜歡熱門景點(圖 3-1)，外國旅客來台最喜歡的景點排名其中以「九份」最獲喜愛，三年中有兩年都獲得第一名，僅只一次落在第二名，其次依序為「日月潭」、「墾丁國家公園」、「太魯閣·天祥」。

²旅遊資訊網，<http://travel.network.com.tw/tourguide/point/showpage/979.html>，2016.08.29

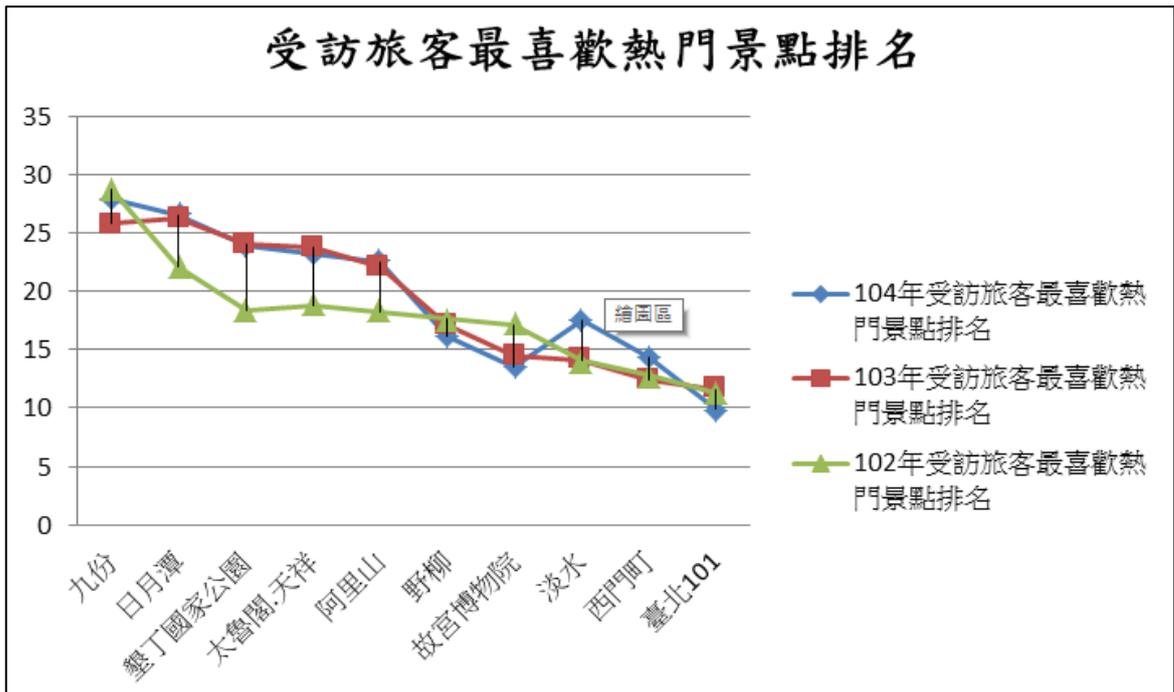


圖 3-1 受訪旅客最喜歡熱門景點

資料來源：中華民國交通部觀光局

3.3 九份的相關報導

由上述圖表得知近三年交通部觀光局公布來台旅客調查排行榜，連續蟬聯「外國觀光客最喜愛景點」的九份，卻在 103 年直落第二名，根據新聞報導表示因為近幾年來觀光客激增，導致街道垃圾滿地，有遊客抱怨九份街道太擁擠人潮眾多，主要的道路也被車潮人潮，擠得水洩不通，周邊商店賣的商品大同小異，呈現一致化缺乏特色，上山的路程交通也相當不便利，讓他們感到失望，因此將三連霸的冠軍寶座拱手讓給日月潭³。觀光局表示將會建議新北市政府，透過輔導商圈轉型的方式，輔導九份商圈找出獨自的特色，或開發限定商品，創造旅客造訪意願，讓失去的人潮再現。區長陳奇正表示⁴，豎崎路是九份地區的縱向道路，全程由 362 階梯所築成，沿路懸掛大

³觀光亂象多！美麗山城「走鐘」 旅客：這不是我想要的九份，
<http://www.setn.com/news.aspx?newsid=117414>，2016.08.21

⁴新北九份老街換新燈籠 豎崎路添昔日風采，
http://tw.on.cc/tw/bkn/cnt/news/20160403/mobile/bkntw-20160403203637673-0403_04011_001.html，2016.8.23。

紅燈籠街景是最大特色，許多觀光客喜歡拍照留念，但多數燈籠都已破損，有礙當地的觀光發展與景觀，瑞芳區公所結合九份商圈聯誼會已於 2016 年 3 月底利用在 2016 年「台灣燈會」所爭取的 500 盞宮燈，重新替換更新，再造老街昔日光彩。九份的美景不只受到日韓旅客的喜愛⁵，也吸引許多歐美背包客來朝聖，為此瑞芳區公所為了對應外國人潮近期打造了「背包客旅服小棧」，動員公所精通英語、日語人才之外，還找來自比利時和越南的新住民當 Call-out 志工，隨時電話待命，讓國外的旅客們不用擔心語言不通的問題，並解決各國遊客的煩惱。

⁵瑞芳區公所 化身旅服小棧，

<http://udn.com/news/story/7323/1904997>，2016.08.22

4 調查內容與範圍

本組的調查地點是新北市瑞芳區的九份老街，調查範圍從基山街到豎崎路的主要街道，如圖 4-1 所示。街道名、廣告招牌、店鋪招牌以及公共建設標牌皆為調查項目。本調查採用拍照的方式記錄，語言類型有中文、英文、日文、韓文、中拼英等。兩人一組共四組在以下 A、B、C、D 四個區域進行調查，調查結束後再將所收集的照片根據不同語言類型和不同標牌款式做分類。

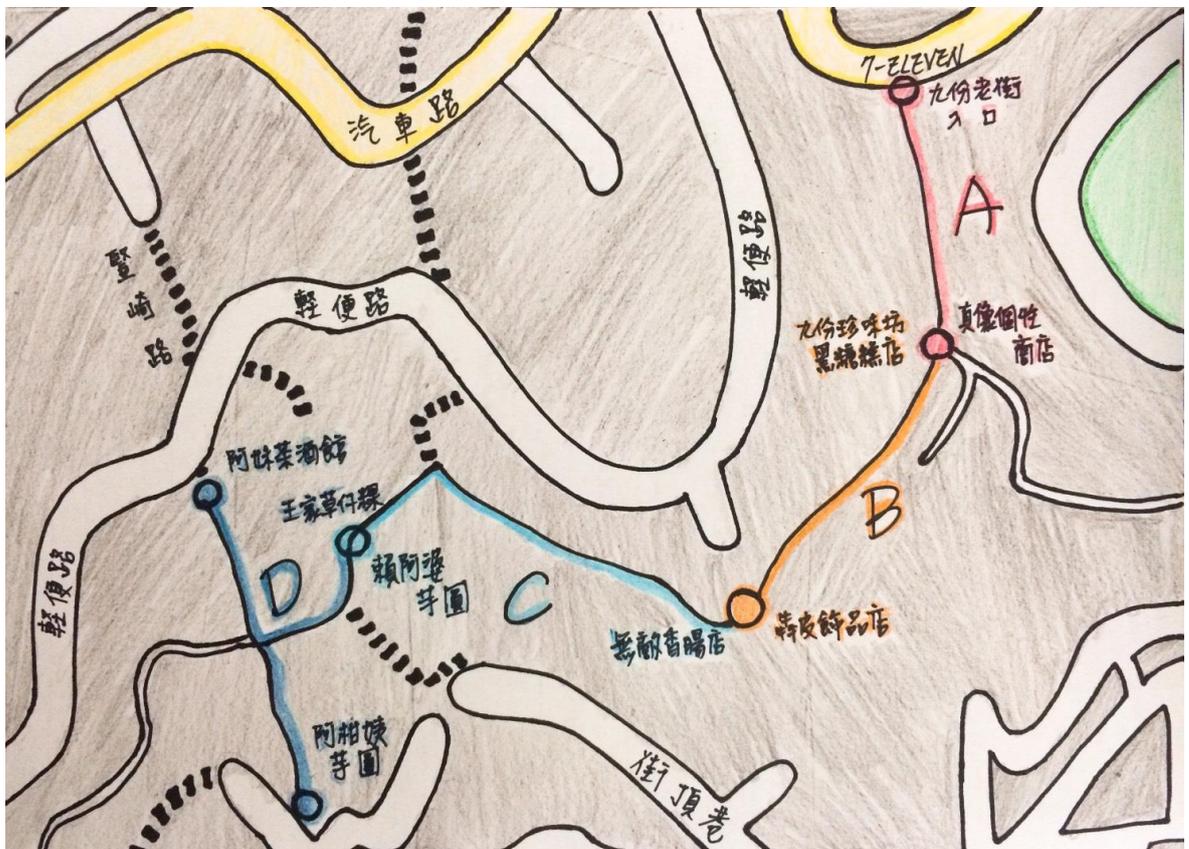


圖 4-1 九份老街調查路線圖

資料來源：依據 Google map 自行繪製

4.1 調查地點

詳細調查地點說明如下：

A：從九份老街入口到「真像個性商品店」

B：「九份珍味坊黑糖糕店」到「犇皮飾品店」

C：「無敵香腸店攤」到「賴阿婆芋圓店」

D：(1)「王家草仔粿」到「豎崎路」告示牌

(2) 豎崎路向下往輕便路的方向「九份阿柑姨芋圓」到「阿妹茶酒館」

4.2 調查項目名稱的定義

調查對象的定義說明如下：

(1) 標示牌—路名路標、方向指標告示牌、標語

(2) 廣告招牌—不是在自己店家門口設立自家商品、招牌的宣傳看板或張貼物，而是在街道其他的商做宣傳

(3) 店鋪招牌—指在自家店內所出現的所有跟自家有關的看板、立牌或是帆布等

4.3 調查項目 (Google 表單設計)

調查項目彙整如下：

九份老街語言景觀調查

*必填

1. 照片編號 *

2. 調查項目 *

單選：

- 標示牌 請跳到第 3 題。
- 廣告招牌 請跳到第 7 題。
- 店鋪招牌 請跳到第 11 題。

標示牌

3. 種類 *

單選：

- 街道名稱
- 指示方向告示牌
- 標語
- 其他：

4. 名稱 *

5. 使用語言 *

(可複選)

- 中文
- 中拼英
- 台語
- 英文
- 日文 (平假名)
- 日文 (片假名)
- 日文 (漢字)
- 韓文
- 其他：_____

6. 備註

請停止填寫此表單。

廣告招牌

7. 種類 *

單選。

店鋪廣告

產品介紹

房屋出租

其他：

8. 名稱 *

9. 使用語言 *

(可複選)

中文

中拼英

台語

英文

日文(平假名)

日文(片假名)

日文(漢字)

韓文

其他：

10. 備註

請停止填寫此表單。

店鋪招牌

11. 店名 *

12. 種類 *

單選。

- 固定式 請跳到第 13 題。
- 活動式 請跳到第 16 題。
- 半固定半活動式 請跳到第 19 題。

請停止填寫此表單。

固定式招牌文字種類

13. 固定式招牌文字種類 *

單選。

- 直式
- 橫式
- 複合式

14. 使用語言 *

(可複選)

- 中文
- 中拼英
- 台語
- 英文
- 日文(平假名)
- 日文(片假名)
- 日文(漢字)
- 韓文
- 其他： _____

15. 備註

請停止填寫此表單。

活動式招牌種類

16. 活動式招牌文字種類 *

單選。

- 直式
 橫式
 複合式

17. 使用語言 *

(可複選)

- 中文
 中拼英
 台語
 英文
 日文(平假名)
 日文(片假名)
 日文(漢字)
 韓文
 其他： _____

18. 備註

請停止填寫此表單。

半固定半活動式

19. 半固定半活動種類 *

單選。

- 海報
 帆布
 塑膠板
 攤販式推車
 其他： _____

20. 半固定半活動式招牌文字種類 *

單選。

- 直式
 橫式
 複合式

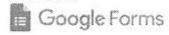
21. 使用語言*

(可複選)

- 中文
- 中拼英
- 台語
- 英文
- 日文 (平假名)
- 日文 (片假名)
- 日文 (漢字)
- 韓文
- 其他：

22. 備註

技術提供：



5 調查結果分析

5.1 各項目調查結果

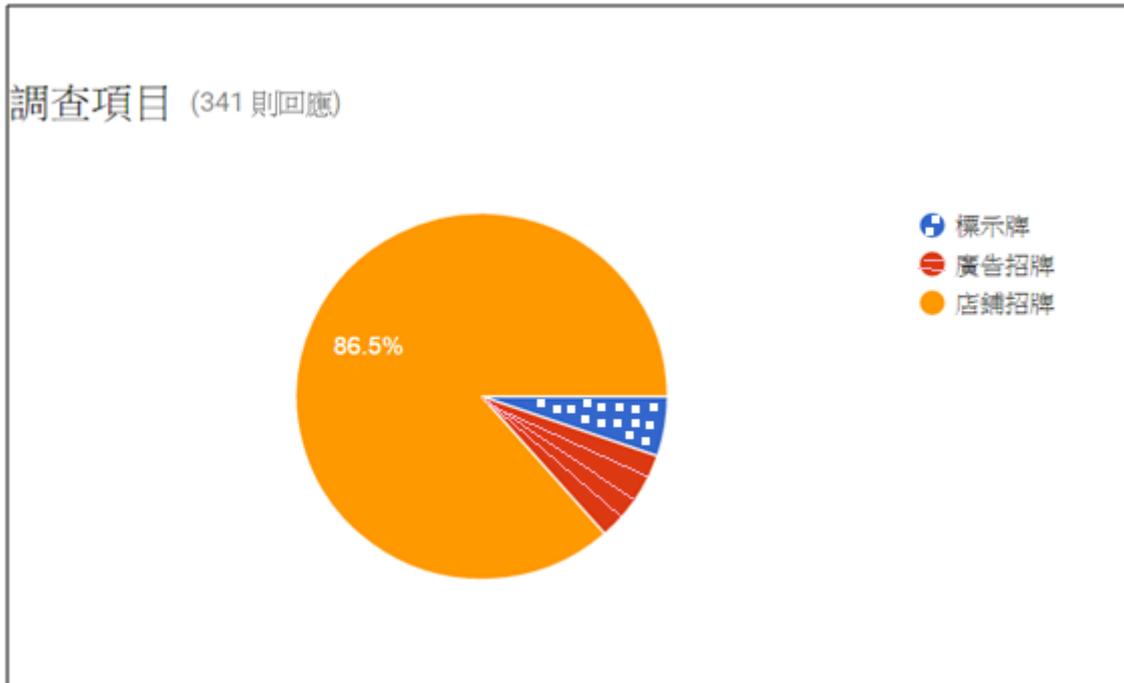


圖 5-1 調查項目

資料來源：本組調查結果自行製作。

本調查將調查項目分為三項：標示牌、店鋪招牌及廣告招牌，總共蒐集了 341 筆資料。其中標示牌有 18 筆占 5.3%、廣告招牌 28 筆占 8.2%、店鋪招牌有 295 筆比例最高占 86.5%。

5.2 標示牌調查結果

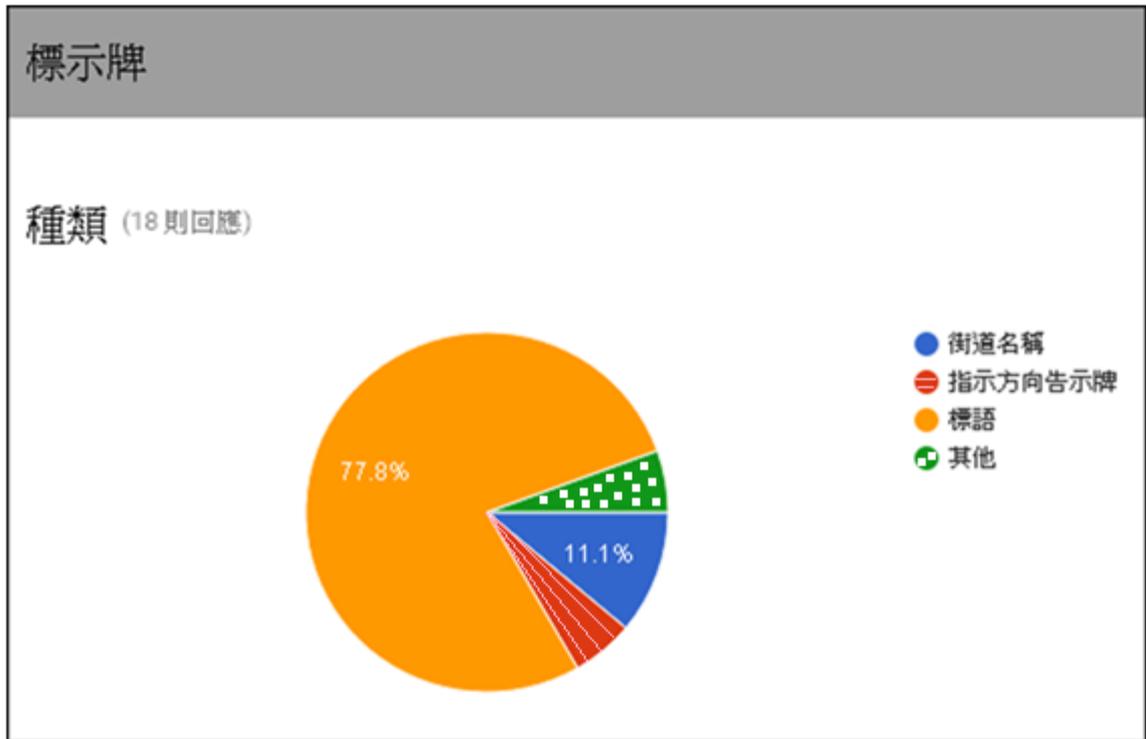


圖 5-2 標示牌種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

標示牌共有 18 筆資料，細分為四個種類：街道名稱、指示方向告示牌、標語及其他。其中街道名稱僅 2 筆占 11.1%，指示方向告示牌及其他皆僅 1 筆各占 5.6%，標語則有 14 筆占 77.8%。

表 5-1 標示牌使用語言比率

	筆數	百分比
中文	15	83.3%
中拼英	2	11.1%
台語	0	0%
英文	7	38.9%
日文	6	33.3%
韓文	3	16.7%
其他	1	5.6%

經由調查過後得出，使用語言的部分中文比例的最高，其次是英文。在其他語言的部分，一筆為簡體字，是告知遊客請勿亂丟菸蒂（圖 5-10）。在外語的部分多數是告知遊客請勿亂丟垃圾、小心路滑以及街道名稱。指示方向告示牌的部分只有一筆，此筆為告知公廁方向，使用中文及英文表示（圖 5-11）。由此可得知九份管理單位⁶以及店家們希望旅客可以保持街道清潔、勿亂丟垃圾。



圖 5-10



圖 5-11

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝

⁶管理單位有：新北市政府環境保護局、新北市政府衛生局、九份商圈聯誼會

5.3 廣告招牌調查結果

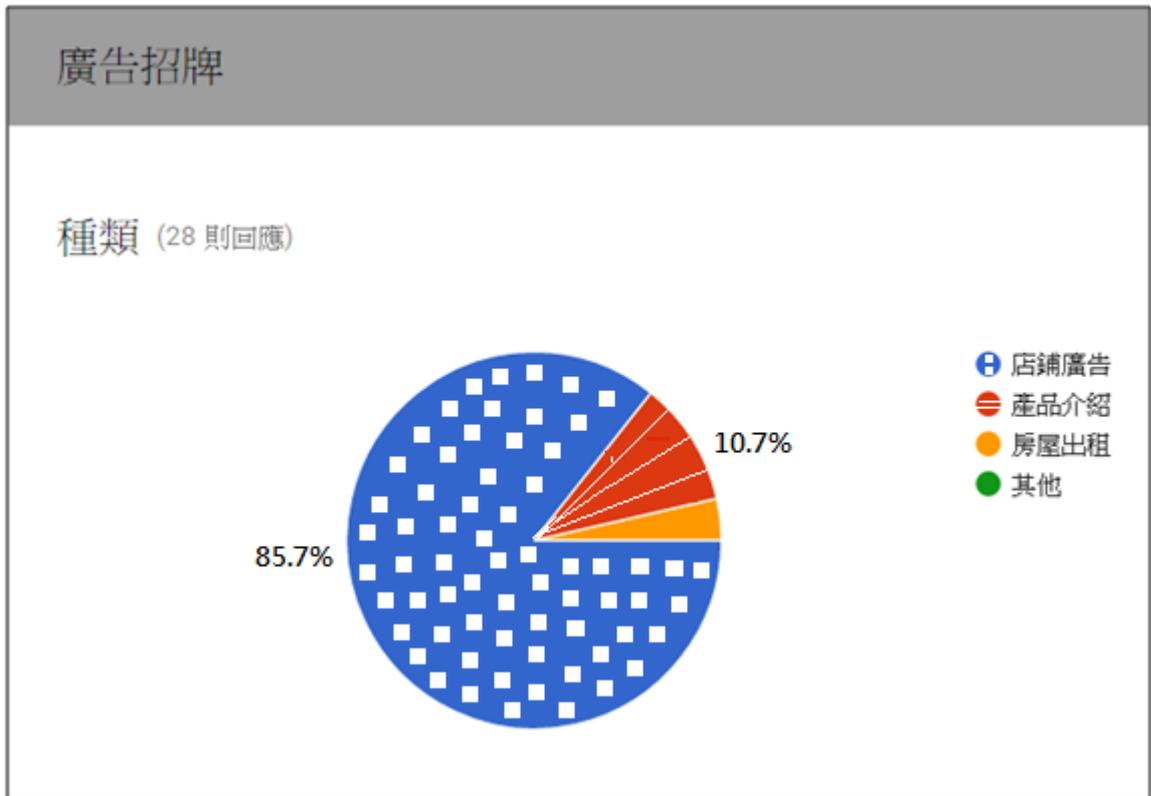


圖 5-3 廣告招牌種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

廣告招牌共有 28 筆資料，細分為四個種類：店鋪廣告、商品介紹、房屋出租及其他。其中店鋪廣告共有 24 筆占 85.7%、商品廣告 3 筆占 10.7%、房屋出租僅 1 筆占 3.6%、其他則沒有。

表 5-2 廣告招牌使用語言比率

	筆數	百分比
中文	28	100%
中拼英	2	7.1%
台語	0	0%
英文	9	32.1%
日文	5	17.9%
韓文	0	0%
其他	0	0%

依上表 5-2，在中文的部分，會發現刊登廣告的店鋪多為民宿，所占比例為 32.1%，且會隨附電話，無附上電話僅一筆，例如：「喜來園民宿」（圖 5-12）、「溫莎堡民宿」（圖 5-13）。其次用於方向指引，所占比例為 28.6%，例如：「黃金博物館\下面招牌處」（圖 5-14）、「→暗街茶房」（圖 5-15）。

廣告招牌中中拼英占 7.1%，店家將廣告招牌中的店鋪名直接由中文轉換為英文唸法，例如：「富發牌 FuFa」（圖 5-16）、「柳園民宿 Liu House」（圖 5-17）

英文使用在廣告招牌上有五種用途：「英文店名」、「英文品名」、「英文簡介」、「方向指標」、「英文標語」，舉例說明如下。

1. 英文店名

店家自行將店鋪的中文名稱翻譯成英文作為廣告招牌，例如：「途中青年民宿 On My Way Hostel」（圖 5-18）、「黃金博物館 Gold MUSEUM」（圖 5-19）。

2. 英文品名

英文為主要的國際語言，因此許多店家的商品名稱會以英文的方式呈現，讓外國遊客可以更清楚店家商品項目，例如：「暗街茶房」（圖 5-20）有提供英文菜單「綠茶 Green tea」、「鮮奶茶 Milk tea」等，「3 貓小舖」（圖 5-21）提供英文商品名「手工木

雕 Hand made woodcarvings」、「明信片、書籤 Postcard、Bookmark」等等。

3. 英文簡介

店家使用英文介紹商品特色，讓外國遊客容易閱讀，例如：「Wewell」（圖 5-22）將產品白咖啡獨特的烘焙技術用英文介紹「The so-called“White Coffee” expressed that fresh coffee beans are roasted with a light-to-medium roast level, which makes roasted coffee beans no coke inside and mild rather than hot in nature, that is, more healthy.」。

4. 方向指標

使用英文告知遊客此方向可前往店鋪，並以箭頭圖示增加方向感，例如：「途中青年民宿」（圖 5-23）告知旅客第一個巷口右轉即可抵達「↑ TURN RIGHT AT THE FIRST CORNER」、「暗街茶房」以文字加圖示指引方向「→GO」（圖 5-24）。

5. 英文標語

「暗街茶坊」（圖 5-25）用英文寒暄語展現親和力「Come in please, Have a cup of tea!」、「富發牌」（圖 5-26）以英文標示品牌產地及創立年份「Since 2004 Made In Taiwan」、「柳園民宿」（圖 5-27）以英文表示民宿內提供免費 WIFI「free WiFi」。

日文使用在招牌上的用途有三種：「日文品名」、「商品介紹」、「店家告示」，舉例說明如下。

1. 日文品名

許多店家會以日文呈現商品名稱，方便日本遊客理解。例如：「暗街茶房」（圖 5-28）提供日文菜單「台湾ウーロン茶」、「きんせん茶」等，「九份烏魚子」（圖 5-29）介紹自家產品「からすみ」等等。

2. 商品介紹

店家使用日文介紹服務內容以及商品特色。例如：「Wewell」（圖 5-30）將產品使用的方式以日文介紹「『ホワイトコーヒーは』独自の低温、中軽度の焙煎方法を採用する、焦げ炭を使用しない、性質は温かくて燥熱感はしない健康的で体に負担が

ない」。「阿妹茶樓」(圖 5-31) 提供 QR CODE 和免費的網路給客人使用「当店は QR コードで日本語の産品紹介が読み取れるので、是非ご利用くださいませ。当店は無料で無線 LAN サービスご利用いただけます。」。

3. 店家告示

店家會張貼告示以傳達重要資訊，店休日期、喬遷啟示或商品價格變動等等。例如：「李儀餅店」(圖 5-32) 向前來的旅客傳達要搬遷的資訊「移転のお知らせ 拝啓 平素は格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。誠に恐縮ですが、当店では来る三月、左記へ移転することになりました。今後ともにご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。まずは、ご案内かたがたご挨拶申し上げます。 敬具 李儀餅店 記 九份街口(通り入口)セブンーイレブンの向こう。」

另外，日文使用在招牌上的特色有兩種：「『の』的使用」、「日文使用錯誤」，舉例說明如下。

1. 「の」的使用

「の」在中文有「的」的意思，因此在店鋪廣告上有店家就會這樣用。例如：「Wewell 健康の白咖啡」(圖 5-33)。

2. 日文使用錯誤

有一招牌的日文語意不順，且疑似有漏字的狀況。例如：「暗街茶房」(圖 5-34) 招牌出現「おをどうぞ」，語意不詳，經推測應該是「お茶をどうぞ」、「お茶をみながら喋ります」，文法使用上雖然沒有錯誤，但語意不通，經推測應該為「お茶をのみながら喋ります」。



圖 5-12



圖 5-13



圖 5-14



圖 5-15



圖 5-16



圖 5-17



圖 5-18



圖 5-19



圖 5-20



圖 5-21



圖 5-22

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-23



圖 5-24



圖 5-25



圖 5-26



圖 5-27



圖 5-28



圖 5-29



圖 5-30



圖 5-31

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-32



圖 5-33



圖 5-34

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝

5.4 店鋪招牌調查結果

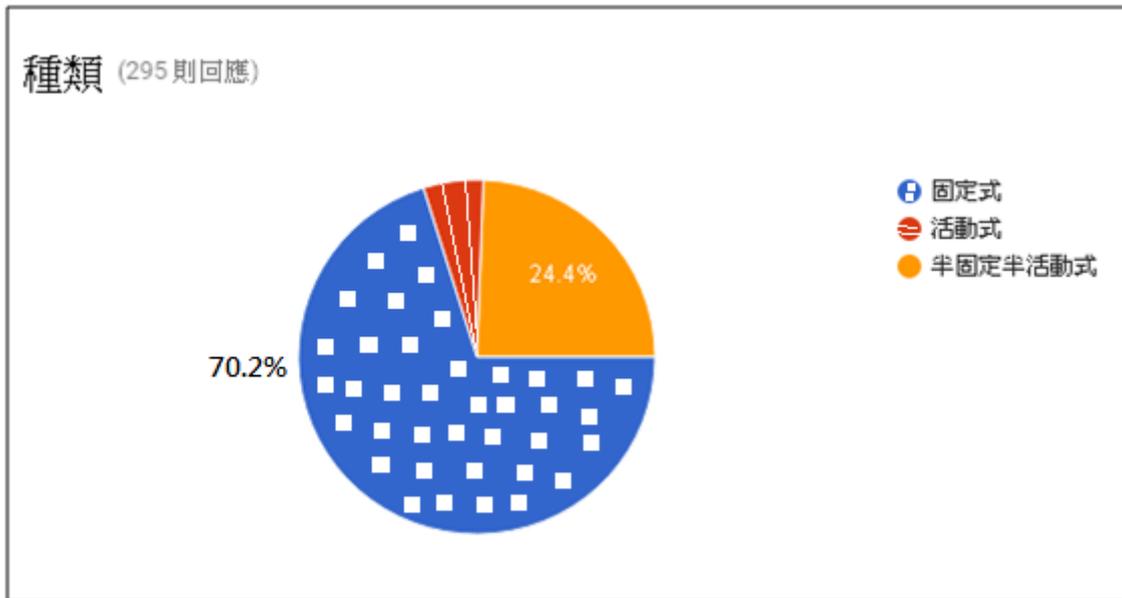


圖 5-4 店鋪招牌種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

店鋪招牌共有 295 筆資料，本調查依其樣式細分為三個種類：固定式⁷、活動式⁸以及半固定半活動式⁹。其中固定式最多，有 207 筆占有 70.2%、活動式 16 筆占 5.4%、半固定半活動式 72 筆占 24.4%。

⁷ 固定式招牌定義為不可隨意拆卸、收納之招牌，例如：大型燈箱招牌。

⁸ 活動式招牌定義為可收納、拆卸且通常較小型之招牌，例如：人形立牌。

⁹ 半固定半活動式招牌定義為既能放置在固定區域，必要時也能收納搬移，材質通常較輕巧之招牌。例如：帆布、攤販式推車等。

5.4.1、固定式招牌文字種類

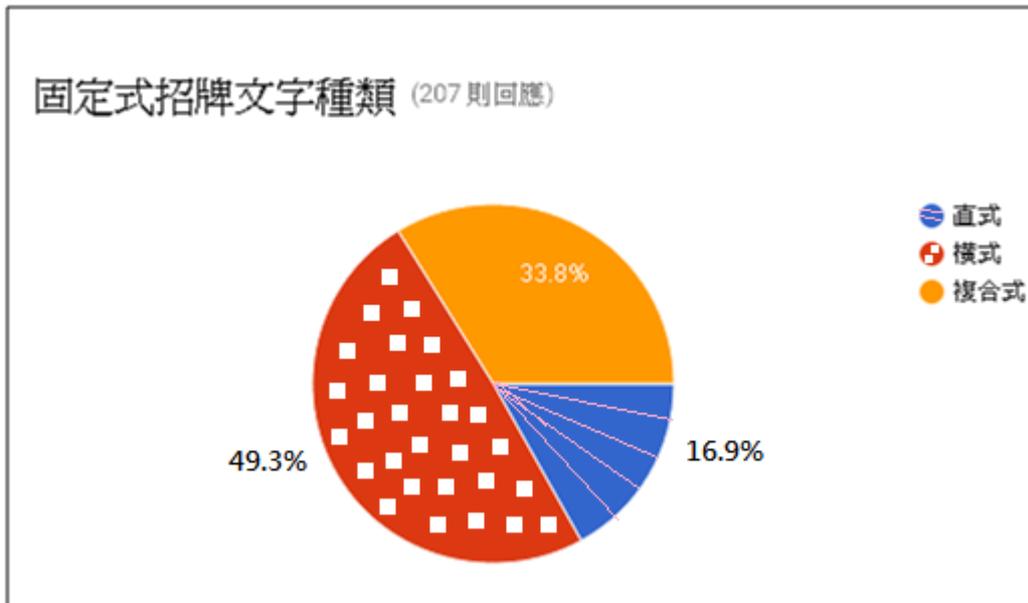


圖 5-5 固定式招牌文字種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

固定式招牌共有 207 筆資料，依文字種類分為直式、橫式以及複合式三種。其中直式 35 筆占 16.9%、橫式最多共有 102 筆占 49.3%、複合式 70 筆則占 33.8%。

5.4.2、活動式招牌文字種類

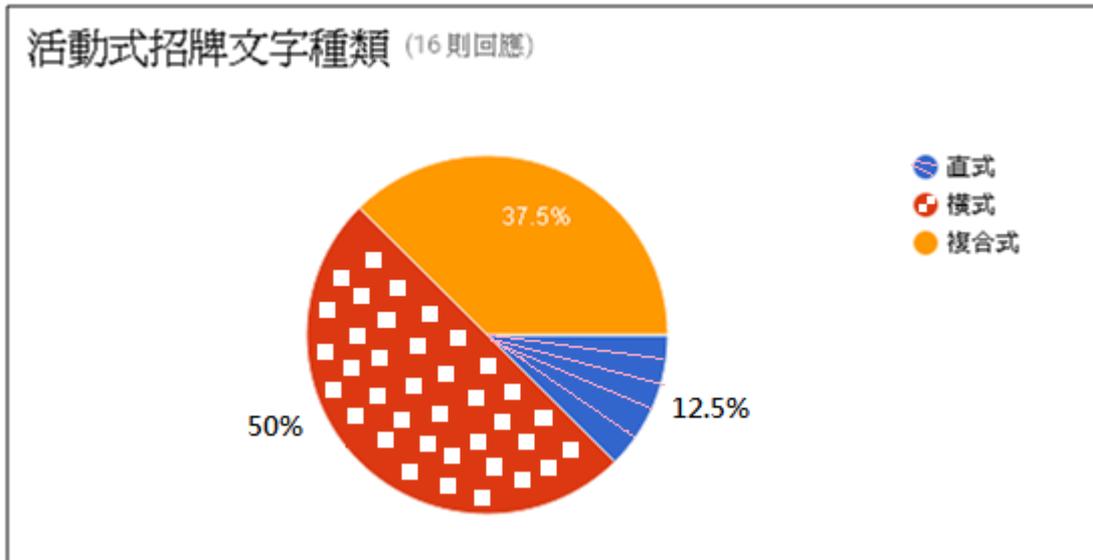


圖 5-6 活動式招牌文字種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

活動式招牌共有 16 筆資料，依文字種類分為直式、橫式、複合式三種。其中直式有 2 筆占 12.5%、橫式 8 筆占 50%、複合式 6 筆占 37.5%。

5.4.3、半固定半活動式招牌材質

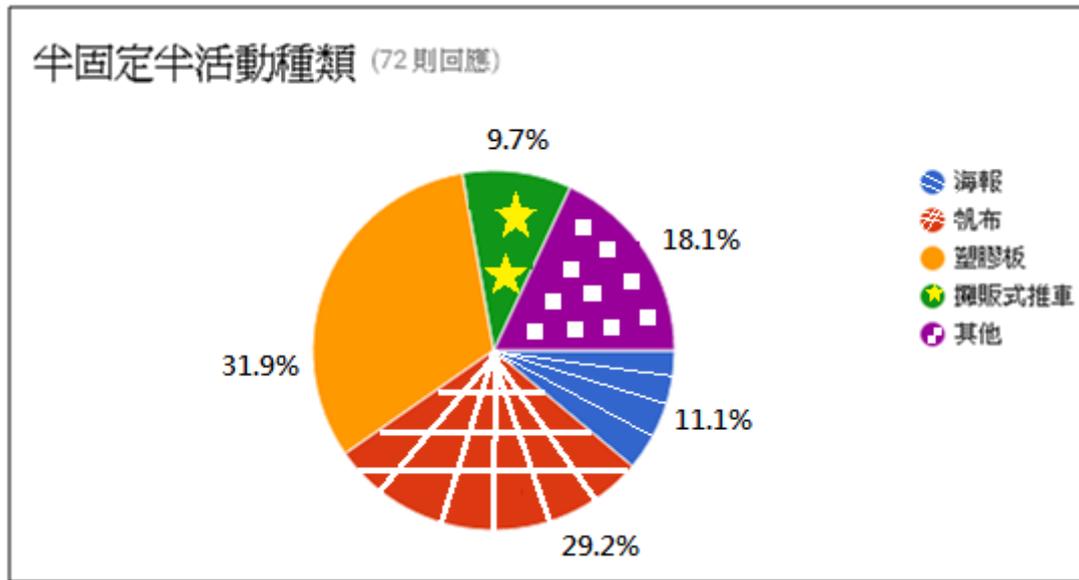


圖 5-7 半固定半活動式招牌材質

資料來源：本組調查結果自行製作。

半固定半活動式招牌共有 72 筆資料，本調查依其材質、型態細分為五種：海報、帆布、塑膠板、攤販式推車及其他。其中海報 8 筆占 11.1%、帆布 21 筆占 29.2%、塑膠板最多，有 23 筆占 31.9%、攤販式推車 7 筆占 9.7%、其他則是 13 筆占 18.1%。

5.4.4、半固定半活動式招牌文字種類

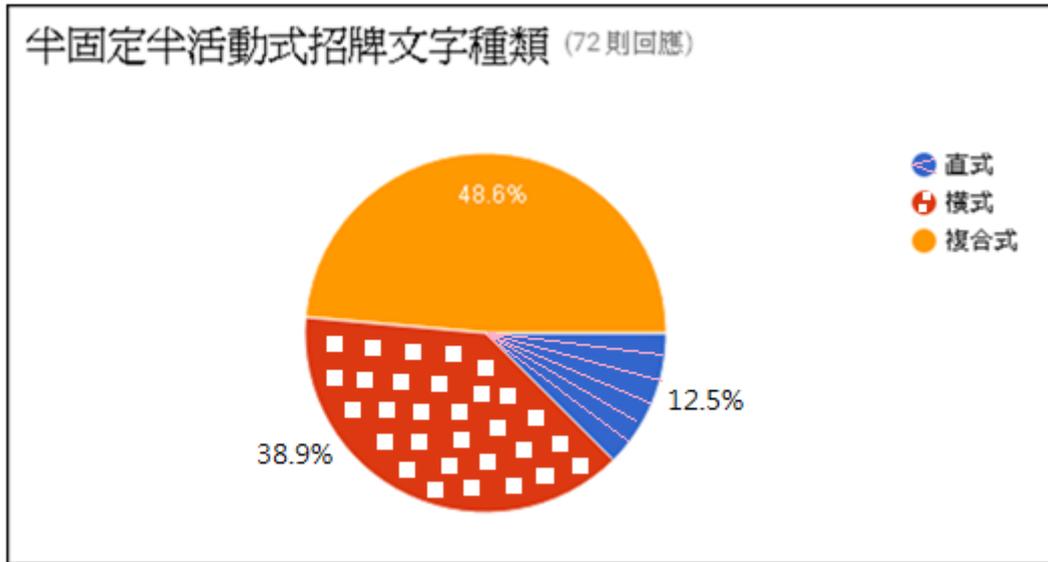


圖 5-8 半固定半活動式招牌文字種類

資料來源：本組調查結果自行製作。

在半固定半活動式招牌的 72 筆資料中本調查同樣也依文字種類將其分為直式、橫式、複合式三種。其中直式 9 筆占 12.5%、橫式 28 筆占 38.9%、複合式 35 筆占 48.6%。

表 5-3 店鋪招牌中文、台語及外語使用語言比率

招牌種類 使用語言	招牌種類		
	活動式	固定式	半固定半活動式
中文	100 %	99 %	100 %
台語	0 %	6.3 %	0 %
外語	43.7%	47.8%	38.8 %

表 5-3 中外語使用比率的算法如下：將有使用「中拼英、英文、日文、韓文、其他」這五項語言的招牌加總其筆數，再除以全部招牌的筆數，例如：活動式店鋪招牌總共有 16 筆，而其中有使用「中拼英、英文、日文、韓文、其他」的招牌有 7 筆，

因此得活動式店鋪招牌的外語總和為 43.7%。

依上表 5-3，只看國文和台語的部分做分析，可以看出無論招牌種類，中文所占的比例最高，台語較少甚至完全沒有。針對「店鋪招牌使用中文」這一部分經過分析之後，發現大多數店鋪為小吃店。當中最常使用的文字為「九份」，所占比例為 32.7%，例如：「九份豆花」（圖 5-35）、「九份老麵店」（圖 5-36）、「九份杏仁茶」（圖 5-37）、「九份秘密基地」（圖 5-38），其次為「阿」字，所占比例為 13.8%，例如：「阿珠雪在燒」（圖 5-39）、「阿妹茶樓」（圖 5-40）、「阿柑姨」（圖 5-41），再來是「老」字，所占比例 9.4%，例如：「老友號」（圖 5-42）、「老珍香」（圖 5-43）。店家以「九份」二字帶給人們「在地感」，而用字在使用上充分體現老街古早味。當中也有使用台語的店鋪招牌，例如：「草仔粿」（圖 5-44）、「芋仔」（圖 5-45），但所占比例不多。而有些店家會在招牌當中加上「黃金」二字，例如：「黃金豆干」（圖 5-46）、「黃金魚蛋」（圖 5-47）、「黃金透抽」（圖 5-48），以此傳遞九份曾經盛產黃金的輝煌歷史。

表 5-4 店鋪招牌外語使用語言比率

招牌種類 使用語言	活動式	固定式	半固定半活動式	總和
英文	43.8 %	14 %	29.2 %	19.3%
中拼英	0 %	4.3 %	4.2 %	4.1 %
日文	13.5 %	25 %	19.4 %	15.6 %
韓文	6.3 %	1.9 %	12.5 %	4.7 %
其他	0 %	1 %	0 %	0.7 %

上表 5-4 為根據各式招牌種類中使用外語部分統計數據，最後一欄「總和」的算法如下：將各語言的三種招牌筆數加總後，再除以全部招牌種類的筆數，例如：使用英文的活動式、固定式、半固定半活動式招牌共 57 筆，再除以全部的招牌種類筆數

共 295 筆，得到英文招牌比例總和為 19.3%。

由表 5-4 可知，“固定式招牌文字種類”之使用語言中，日文占 25%，其次為英文 14%，第三為中拼英占 4.3%。“活動式招牌文字種類”之使用語言中，英文占 43.8%，其次為日文 13.5%，第三為韓文占 6.3%。“半固定半活動式招牌文字種類”之使用語言中，英文占 29.2%，日文占 19.4%，韓文占 12.5%。

英文使用在招牌上的用途有四類：「英文品名」、「英文店名」、「英文標語」、「英文網址」，舉例說明如下。

1. 英文品名

英文為國際語言，因此許多店家的商品會以英文的方式呈現，讓外國遊客們可以更清楚知道店家的商品項目，例如：「台灣阿信」(圖 5-49)販售芒果果凍「Mango fruit jelly」、「賴阿婆芋圓」(圖 5-50)的芋圓「Taro ball」、「九份旺角蝦球」(圖 5-51)則是「Shrimp」、「金礦愛玉」(圖 5-52、圖 5-53)販售的檸檬愛玉「Lemon」以及「一口香銅鑼燒」(圖 5-54)標示出各種口味的英文「巧克力 Chocolate」、「牛奶 Milk」等等。

2. 英文店名

大多數的店家則是純粹將店鋪的中文名稱翻譯成英文作為招牌，例如：「台灣鴻 Taiwan horng」(圖 5-55)、「黑橋牌 Black bridge」(圖 5-56)、「商圈旅遊服務中心 Travel service center」(圖 5-57) 等等。

3. 英文標語

部分店家會使用招呼用語、警示標語等等。例如：「藍山朝夏手繪專賣鋪 Welcome、Design by yourself」(圖 5-58、圖 5-59)、「手信坊 Follow me, Feel your trip」(圖 5-60)、「黑糖茶鋪 Don't touch」(圖 5-61)。

4. 英文網址

有一店家則是將該店的官方網站與招牌結合。例如「敦品製筆」直接將網址作為招牌「www.敦品製筆.tw」(圖 5-62、圖 5-63、圖 5-64)。

另外，中拼英之店鋪招牌為店家名稱直接轉換為英文唸法，如：「Kilei 祺麗文創

館」(圖 5-65)、「阿原 YUAN」(圖 5-66、圖 5-67)、「米大師 Master Mi」(圖 5-68、圖 5-69、圖 5-70、圖 5-71、圖 5-72)、「永和中藥房 Yong-He」(圖 5-73)、「阿珠雪在燒 A-ZHU」(圖 5-74、圖 5-75、圖 5-76、圖 5-77、圖 5-78)、「富發牌 FuFa」(圖 5-79)、「一口香銅鑼燒 YiKouXiang Dorayaki」(圖 5-80、圖 5-81)。

日文使用在招牌上的用途有三種:「日文品名」、「店名或商品介紹」、「店家宣傳」,舉例說明如下。

1. 日文品名

店家會以日文呈現商品的名稱,讓日本遊客能知道店家商品項目。例如:「花生捲+冰淇淋 アイス&ピーナッツ粉入り春巻」(圖 5-82)、「米詩堤甜點王國金のシュークリーム(サツマイモ味)」(圖 5-83)、「九份旺角蝦球 エビ団子」(圖 5-84)、「九份黃金好運燒 のりたらせんべい」(圖 5-85)、「金礦愛玉 レモン」和「タピオカ」(圖 5-86、圖 5-87)、「金枝 ベジタリアン酒粕肉団子」(圖 5-88)、「海之味 焼きミドリガイ」(圖 5-89)、「羅記 パイナップルケーキ」(圖 5-90、圖 5-91)、「玄明田白身魚の甘酢がけ」和「蒸し餃子」(圖 5-92、圖 5-93)、「米大師 えびせんべい」(圖 5-94)、「38 號麵餃館 ハン」和「そば」(圖 5-95)、「賴阿婆芋圓 イモぜんざい」(圖 5-96)。「張記 九份張記伝統魚だんご」(圖 5-97)、「黃金魚蛋 魚ボール」(圖 5-98)、「銅鑼燒 一口香どらやき」(圖 5-99)、「米大師 チョコレート」(圖 5-100)

2. 店名招牌介紹

店家使用日文介紹自家招牌。例如:「手信坊 しゅしんぼう」(圖 5-101)、「商圈旅遊服務中心ガイドセンター」(圖 5-102)、「阿妹茶樓 あめおちゃ」(圖 5-103、圖 5-104)、「黃媽媽蒟蒻 黄ママのコンニャクゼリー」(圖 5-105、圖 5-106、圖 5-107)。使用於商品或店家介紹的則有「台灣阿信 お土産ショップス」(圖 5-108)、「內雕 当店の彫刻飾品は全て手作りだから、因みに台湾では唯一の店です。」(圖 5-109)、「九份掌怪畫廊名前で絵を描きます」(圖 5-110)。

3. 店家宣傳

店家會用雜誌樣式的文宣以宣傳自家商品給日本旅客，另外有一店家將個人榮譽事蹟的日文獎狀張貼於店內。例如：「阿珠雪在燒」（圖 5-111）店內貼張「賞狀」內容為：「社会 優秀賞 石美珠 あなたは第八回真太陽国際書道展において頭書の成績をおさめられましたのでこれを賞します 二〇一一年十二月二日 真太陽国際書道展実行委員会 委員長 伊志嶺 亮」、「菓風小舗」（圖 5-112）介紹九份分店限定的商品「TV 雜誌で話題の店を今すぐチェック。菓風小舗九份店は、大自然に囲まれた竹炭から作る竹炭入りの炭鉱チョコレートと見た目にも高級感を演出する金箔を使った金鉱チョコレートが提供しています。昔の金鉱を思い出させる華やかな時代へあなた誘います。」

日文使用在招牌上的特色有三種：「『の』的使用」、「日文使用錯誤」、「造成誤會的日文」，舉例說明如下。

1. 「の」的使用

日文當中「の」在中文有「的」之意思，因此在店鋪招牌上有店家會這樣使用。例如：「足の戀木屐坊」（圖 5-113、圖 5-114、圖 5-115），招牌種類分別為橫式、複合式、直式、「香香菇の家族」（圖 5-116）、「最自然、最健康の零食」（圖 5-117）、「皮の製品」（圖 5-118）。

2. 日文使用錯誤

許多日文漢字的寫法並不完全與中文字相同，而且平假名及片假名兩者字形相像，但台灣人可能不知情或不了解，導致容易在招牌出現錯字，舉例如下表 5-5。

表 5-5 日文使用之錯誤／正確內容及錯誤原因

圖片編號	錯誤/正確	內容	錯誤原因
圖 5-119	錯誤	ハイナプルケーキ	首字正確寫法為「パ」，發音為 (pa)，而不是「ハ」(ha)。
	正確	パイナプルケーキ	
圖 5-120	錯誤	觀光ガイドセンター	「觀光」為中文國字，日文漢字應寫為「観光」。
	正確	観光ガイドセンター	

圖 5-121	錯誤	いっぱい満足	「満足」為中文國字，日文漢字應寫為「満足」。
	正確	いっぱい満足	
圖 5-122	錯誤	レストラン	正確應為片假名「レ」(re)，而非平假名「し」(shi)。
	正確	レストラン	
圖 5-123	錯誤	じゃすみん (平假名)	此處為茉莉 (Jasmine) 之意，字面發音雖無錯誤，但日文外來語通常是以片假名來呈現。
	正確	ジャスミン (片假名)	
圖 5-124	錯誤	おちや	正確應寫為「ちゃ」(拗音)，發音為 (cha)，而不是「ちや」(chi ya)。
	正確	おちゃ	

3. 造成誤會的日文

店家將店名發音以日文平假名呈現，但其組成卻是另有他意的字。例如：「阿妹茶樓」(圖 5-125、圖 5-126)「あめ」有下雨、雨水、糖果等意思，但在此處僅作為音譯使用。

整體結果顯示出，九份各式店舖招牌種類，擁有多語言現象，但語言使用多寡並不代表該國家旅客數量。根據交通部觀光局統計「近十年來臺主要客源國旅客成長趨勢」(圖 5-9)，101 年始至 104 年韓國旅客逐年攀升，由於 2003 年政府宣布韓國人民來臺觀光免簽證，以及 2005 年臺韓航線正式復航後，韓國來台旅客人數便節節上昇，依表 5-4 店舖招牌外語使用語言比率統計數據來看，韓文在外語中既英文及日文後出現最多的語言，這也代表當地店家開始注意到韓國遊客來台的人數變多了。除了英文、日文及韓文，其他語言部分則只發現一筆，是「阿珠雪在燒 A-ZHU」(圖 5-127)照片上的泰文，推測應是「ยินดีต้อนรับ」，意義為「歡迎光臨」。



圖 5-9 近十年來台主要客源國旅客成長趨勢

資料來源：交通部觀光局



圖 5-35



圖 5-36



圖 5-37



圖 5-38



圖 5-39



圖 5-40



圖 5-41



圖 5-42



圖 5-43

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-44



圖 5-45



圖 5-46



圖 5-47



圖 5-48



圖 5-49



圖 5-50



圖 5-51



圖 5-52



圖 5-53

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-54



圖 5-55



圖 5-56



圖 5-57



圖 5-58



圖 5-59



圖 5-60



圖 5-61



圖 5-62



圖 5-63

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-64



圖 5-65



圖 5-66



圖 5-67



圖 5-68



圖 5-69



圖 5-70



圖 5-71



圖 5-72



圖 5-73

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-74



圖 5-75



圖 5-76



圖 5-77



圖 5-78



圖 5-79



圖 5-80



圖 5-81



圖 5-82



圖 5-83



圖 5-84

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-85



圖 5-86



圖 5-87



圖 5-88



圖 5-89



圖 5-90



圖 5-91



圖 5-92



圖 5-93

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-94



圖 5-95



圖 5-96



圖 5-97



圖 5-98



圖 5-99



圖 5-100



圖 5-101



圖 5-102



圖 5-103



圖 5-104

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-105



圖 5-106



圖 5-107



圖 5-108



圖 5-109



圖 5-110



圖 5-111



圖 5-112



圖 5-113

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-114



圖 5-115



圖 5-116



圖 5-117



圖 5-118



圖 5-119

錯誤：ハイナプルケーキ

正確：パイナプルケーキ



圖 5-120

錯誤：觀光

正確：觀光

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-121

錯誤：満足

正確：満足



圖 5-122

錯誤：レストラン

正確：レストラン



圖 5-123

錯誤：じゃすみん

正確：ジャスミン

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝



圖 5-124

錯誤：おちや

正確：おちゃ



圖 5-125 (左) 圖 5-126 (右)

「あめ」在日文中含有「雨」以及「糖」之意，但此處店家應是作為「阿妹」之音譯。



圖 5-127

拍攝日期：2016/7/29

圖片來源：本組實地調查自行拍攝

6 結語

6.1 語言景觀的重要性

「語言景觀」是指「語言在一定的區域被當做公眾和商業告示的能見度和顯著的程度」(Landry & Bourhis 1997)。在公共場合中，語言景觀的使用對於生活上的影響相當顯著的，比如交通的告示牌、商店的招牌等等。語言景觀的構成，也會左右來台旅客對觀光地的視覺觀感。根據觀光局行政資訊系統，來台旅遊人數統計(圖 1-1)，許多外國遊客來台喜愛旅遊的地點，九份屬於其一，本組藉由這次的研究可以發現，九份的招牌語言景觀呈現出許多外語使用的現象，除了中文、英文之外，日文與韓文也都有。

此外，隨著全球化的發展，語言的使用及交流也越來越頻繁，但並非各個店家都懂得多國語言，造成招牌上的語言使用並非完全正確的情況下，就有可能讓外國旅客對此感到困惑，因此本研究也為九份老街招牌語言使用錯誤的部分做了分析。

6.2 考察結果

透過這次的研究結果來看，九份語言景觀呈現兩種功能性代表，分別為資訊性功能以及象徵性功能，在資訊功能上，「中文」為該地區的主要語言，從中得知中文上的使用還是占九份地區較多數，本文第五章中有明確數據可以指出。

九份語言景觀的象徵功能中本組發現，該地區所使用的語言以台灣官方語言—繁體中文占大多數，除了中文以外，也可見各個國家的語言，如英文、日文、韓文等多國語言。雖然從本文第一章第三小節的說明可知，外國人來台旅遊人數中日本人是第一名，但實際調查發現外語上英文的比率卻比日文高。從這些數據本組得到一個結論，英文是國際通用語言，在觀光地區使用較為廣泛，另外，因應日本旅客的增加，日文的使用也逐漸變多，本調查發現許多店家會使用較基礎的日文字詞例如：「どうぞ」、

「チョコレート」、「おいしい」等用語吸引日本遊客的目光。

6.3 未來展望

台灣在語言景觀上雖然已經開始研究，但討論度仍低。本次僅調查了九份 2016 年 8 月時的標示牌、廣告、店鋪招牌的語言使用，整理出九份的語言景觀的現況，希望本次的結果可以成為今後研究的參考依據，未來可以比較數年後九份的變化或其他觀光景點的對比，深入探討語言使用習慣的變化與差異。

九份老街常有許多不同國籍的旅客穿梭其中，在本次調查過程中發現了各種招牌、告示牌、廣告招牌的語言使用上錯誤以及奇怪的表達方式，希望店家或老街委員會在語言使用上必須再詳細檢查並更改至正確，讓外國旅客在觀光時容易了解招牌或標示語之意思。另外，本組在調查時也發現了不少漏字或掉字等疏於保養的招牌或標示，因此也希望店家及老街委員會在這方面可以妥善處理並持續維護。

參考文獻

- 田中ゆかり，《銀座の言語景觀》，<http://www.chs-jp.info/tnk/>，2016.4.1
- 黃信淵（2011），《民眾對於斗六太平老街招牌設置適宜性研究》，東海大學景觀學系碩士論文。
- 李鈴華（2005），《街頭廣告招牌對於來台旅客感受》，世新大學觀光學研究所碩士論文。
- 徐茗、盧松（2015），〈城市語言景觀研究進展及展望〉，《人文地理》，141，21-25。
- 李桂穎（2015），〈天津市大港區大學城商業語言景觀使用〉，《語言研究》，140-141。
- 陳彥廷（2010），〈從愚人至娛人效應：中譯英公共招牌之錯誤分析〉，國立高雄第一科技大學應用英語系碩士論文，1-2。
- 孫蓮花、谷月（2013），〈淺析日本中華街的語言景觀-以上海中餐店語言景觀的比較為例，現代語文〉，《語言研究》，108-110。
- 尚國文、趙守輝（2014），〈語言景觀研究的視角、理論與方法〉，《外語教學與研究（外國語文雙月刊）》，2，214-223、320。
- 鄧驍菲（2015），〈豫園商城和上海老街語言景觀對比分析〉，《語言應用研究》，99-101。
- 李貽（2012），〈《語言景觀：研究多語現象的新路徑》論文集評介〉，《商

丘職業技術學院學報》4，87-88。

李麗生（2015），〈國外語言景觀研究評述及其啟示〉，《北京第二外國語學院學報》240，1-7。

中華民國內政部營建署，〈招牌廣告及樹立廣告管理辦法〉，

http://www.cpami.gov.tw/chinese/index.php?option=com_content&view=article&id=10451&Itemid=57，2016.04.09

京都市都市計畫局，〈京みやこの景觀ガイドライン—広告物編〉，

[http://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000146/146248/guide_koukoku \(L\) .pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000146/146248/guide_koukoku(L).pdf)、

[http://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000146/146248/guide_koukoku \(L\) .pdf](http://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000146/146248/guide_koukoku(L).pdf)，2016.04.25

京都府屋外広告物条例，

http://www.pref.kyoto.jp/reiki/reiki_honbun/aa30007261.html
[2016.04.25](http://www.pref.kyoto.jp/reiki/reiki_honbun/aa30007261.html)

九份老街的身世之謎，

<http://tw.class.uschoolnet.com/class/?csid=css000000163503&id=model1&cl=1325413265-3916-804>，2016.08.21

中華民國交通部觀光局，

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.aspx?no=133>，2016.08.23。

新聞連結

日本遊客來台最常到北市、最愛逛九份，

<http://m.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1703127>，2016.08.19

朱立倫加油好嗎？九份榮景不再外國觀光客最愛的景點是，

<http://www.setn.com/m/news.aspx?newsid=87660>，2016.08.20，

觀光亂象多！美麗山城「走鐘」旅客：這不是我想要的九份，

www.setn.com/m/news.aspx?newsid=117414，2016.08.21

九份太擠沒特色外客移愛日月潭，

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20150731000449-260114>，

2016.08.21

瑞芳區公所化身旅服小棧，

<http://udn.com/news/story/7323/1904997>，2016.08.22

新北九份老街換新燈籠豎崎路添昔日風采，

http://tw.on.cc/tw/bkn/cnt/news/20160403/mobile/bkntw-20160403203637673-0403_04011_001.html，2016.8.23

交通部觀光局近十年來臺主要客源國旅客成長趨勢

<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>，2016.08.25

張學謙（1999），〈語言景觀與語言保存規劃〉《台東師院學報第十期》

<http://210.240.194.97/tg/hakkhiam/chokphin/kikhan/1999GGKK/1999GGKK.PDF>

組員分工表

	張 思 珊	黃 詩 晴	林 佳 玟	李 瑋 柔	璩 心 怡	賴 昇 鈞	翁 翊 庭	彭 子 容
摘要	√		√	√	√		√	√
緒論	√	√	√	√	√	√	√	√
前人文 獻	√	√	√	√	√	√	√	√
觀光資 料收集				√	√	√		
實地訪 查	√	√	√	√	√	√	√	√
問卷分 析	√	√	√	√	√	√	√	√
結語	√	√	√	√	√	√	√	√
簡報製 作		√					√	
海報設 計	√					√		
上台報 告	√	√ (影片)	√	√	√	√	√	√

專題報告修正要點

評審老師建議
<ol style="list-style-type: none">1. 把「我們」改成「本研究」或「專題報告」2. 圖表部分因為黑白印刷導致看不清楚建議加點線條等方式呈現3. 照片部分建議加入照片來源以及拍攝日期4. 第六章第二小節考察結果的部分內容薄弱需與指導老師再詳談5. 括弧建議改為全型為佳
修正要點
<ol style="list-style-type: none">1. 將內文中「我們」之詞彙皆依前後文，適當更改為「本組」、「本研究」以及「本調查」。2. 將內文中所有圓餅圖表各細項加以後製，方便以黑白印刷呈現時能夠區隔分明。3. 將內文中所有圖片、圖表皆加以標示來源。4. 檢查內文整體語意是否通順，有無表達不清、錯字、漏字等疏漏。5. 標點符號半形改全形，並依照語句更正。6. 多餘的標點符號刪除。7. 確認表 1-2 的資料來源。8. 增加參考文獻的論文頁數。9. 第六章第二小節考察結果的部分內容修改。