

國立台東大學語文教育系所
碩士論文

指導教授：張學謙 博士



新加坡「講華語運動」的語言行銷分析

研究生：張尹羸 撰

中華民國九十七年六月

國立台東大學
學位論文考試委員審定書

系所別：

本班 張勇龍 君
所提之論文 新加坡「講華語運動」的語言行銷分析
業經本委員會通過合於 碩士學位論文 條件
 博士學位論文
論文學位考試委員會：
陳秋原
(學位考試委員會主席)
張學謙
李香妃
張學謙
(指導教授)
論文學位考試日期：97年6月22日
國立台東大學

附註：1. 本表一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2. 本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 語文教育 系(所)
_____ 組 96 學年度第 三 學期取得 碩 士學位之論文。
論文名稱：新加坡「諸華語運動」的語言行銷分析

本人具有著作財產權之論文全文資料，授予下列單位：

同意	不同意	單位
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	國家圖書館
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	本人畢業學校圖書館

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：_____，請將全文資料延後半年再公開。

公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未鈎選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：張學謙 (親筆簽名)

研究生簽名：張尹羸 (親筆正楷)

學 號：9400309 (務必填寫)

日 期：中華民國 97 年 7 月 _____ 日

- 1.本授權書(得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。
- 2.依據 91 學年度第一學期一次教務會議決議:研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化,並至遲於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

謝 誌

記得剛上大學時曾經和堂弟有段對話，他覺得中文人人都會，聽說讀寫更被視為理所當然，為什麼還要多花四年的時間「浪費」在這個科系上，怎麼不選外文系或其他科系呢？面對這個問題，我竟然一時語塞。就要完成研究所生活的今日，這個問題我還是答不太出來，除了喜好以外，語言教育提供許多隱藏在語言背後的討論，究竟什麼樣的語言是「不浪費」是「值得」的？只有某種語言才是有用的嗎？語言在整個社會環境的影響下，是否左右人的觀念？

在台東的這三年，首先要感謝張學謙老師，個性直率的不只帶領我們這四個娘子軍進入語言的研究，在生活上也常常給予幫助和引導；也感謝陳秋蘭老師和李秀妃老師，論文的完成煩勞兩位的指導，能從不同的角度來審視寫作上的缺點。淑琪、詩君，和去年先完成學業的淑萍，還有昌運和昱誠，你們是我在研究所三年中最好的伙伴，除了分享美食和生活中的樂趣，在失落的時候也都在身邊給我加油，快樂時一起笑，生氣時一起罵，感謝你們帶給我精采的台東生活。

最重要的，是感謝我的爸媽，在求學時期從沒給過什麼限制，到台北、台東求學，雖然離家很遠卻給我最大的支持，電話裡家人的聲音就是最大的力量，我想在我偷偷流淚的同時，他們也一定知道並跟著難過。順道恭喜妹妹容慈，今年順利從東海大學化學所畢業，果然是兼具美貌和實力的正妹；弟弟祐誠，明年換你面對研究所考試，希望你和 EE 都能順利進入理想的環境。

最後，感謝我的他一彥喆，在一起十多年了，可以稱得上第一苦主和最大受氣包，個頭雖大卻默默承受我所有的脾氣，厚厚的肩膀和大大的手掌，給了我無限的寬容，未來的日子還要一起攜手度過~

尹贏 謹致
2008.07.20

摘要

本研究主旨在運用語言行銷之觀點審視新加坡的「講華語運動」。新加坡是多民族多語言的國家，而華人占其多數，自英殖民時期開始，後加入馬來西亞聯邦，終獨立建國。推行「講華語運動」至今，各階段的語言規劃和政策都有其不同的施行重點和方向，將新加坡「講華語運動」設定為行銷者，消費者為「新加坡華人」，主要產品就是「華語」，運用「語言行銷」的方法及觀點，討論此地語言的推廣策略和行銷架構，以及對新加坡華人語言使用的重要影響。透過新加坡「講華語運動」的議題，以行銷理論中的概念討論其發展歷程，進行語言推廣策略的實務分析。

關鍵字：講華語運動、語言政策、行銷理論、行銷策略。

Abstract

The purpose of this paper is to investigate the language marketing strategy of “Speak Mandarin Campaign” in Singapore. Singapore is a multi-cultural country which embraces different races and cultures, of which Chinese is the majority in the society. From a British colony, a Malaysia United stage, to an independent country, Singapore has implemented many language policies. In this paper, the “Speak Mandarin Campaign” was positioned as a sales agent with the consumers being Singaporean Chinese and the main product being Mandarin. Adopting the language marketing method and viewpoint, I examined the marketing strategy to see how this influenced the language used in Singapore nowadays. Through the Mandarin speaking actions in Singapore, I discussed the core value and its development together with the language promotion strategy behind this action and its background.

Keyword : Speak Mandarin Campaign, Language Policy, Marketing Theory, Marketing Strategy.

目次

第一章 緒論	1
第一節 論文架構	1
第二節 研究動機和目的	1
第三節 研究問題	3
第四節 研究範圍	3
第五節 名詞解釋	4
第二章 文獻回顧	7
第一節 新加坡的社會語言狀況	7
一、語言歷史分期及使用情況	7
二、華語在新加坡語言環境中的定位	12
三、語言規劃及政策之演變	16
第二節 講華語運動的研究文獻分析	18
一、講華語運動的主旨及目標	18
二、推廣華語運動組織	20
第三節 語言行銷文獻回顧	22
一、語言行銷理論	22
二、其他相關理論	23
第三章 研究方法	27
第一節 研究方法	27
第二節 研究對象	27
第三節 研究架構	28
第四章 講華語運動的語言行銷策略分析	31
第一節 產品策略	31
第二節 價格策略	39
第三節 通路策略	43
第四節 促銷策略	47

第五章 講華語運動的成果與限制	52
第一節 講華語運動的現況與成果	52
一、華語的使用態度和學習動機	52
二、華族家庭語的使用情況和讀寫能力	54
第二節 講華語運動的限制與負面影響	59
一、限制	59
二、負面影響	68
第三節 建議	70
第六章 結論與建議	77
第一節 結論	77
一、「講華語運動」的語言行銷策略	77
二、「講華語運動」的成果與限制	78
第二節 建議	80
參考文獻	81
附錄	
附錄一：新加坡推廣華語理事會的歷年紀事里程碑（1979-2000）	90
附錄二：新加坡講華語運動歷年口號及宣導對象	93
附錄三：新加坡華語相關網路新聞資料訊息（2000-2007）	95
附錄四：對象的設定和目標分析	102

表次

表 2-1：華語社會的三個語言層次	11
表 2-2：1980、1990、2000 年 5 歲以上的華人家庭語言使用比例	14
表 2-3：各年級親子家庭使用語言	15
表 2-4：新加坡憲法語言相關條例	17
表 2-5：華語宣導對象及地點的轉移	19
表 2-6：行銷類別	25
表 2-8：行銷循環	26
表 4-1：服務類型	33
表 4-2：促銷工具一覽表	48
表 5-1：對不同語言的看法－英語與華語的比較	53
表 5-2：華語的五項用途	53
表 5-3：2000 年，5 歲以上華族家庭常用語	54
表 5-4：1990、2000 年，華族家庭各年齡層的語言使用情況	55
表 5-5：2000 年，10 歲以上華族讀寫能力情況	56
表 5-6：語言的官方地位和使用	60
表 5-7：族群成員對其母語的態度	61
表 5-8：華語運動在今天還和跟我們息息相關嗎？	63
表 5-9：我們還需要華語運動嗎？	63

圖次

圖 2-1：家庭常用語比例曲線圖	15
圖 4-1：產品的三個層次	32
圖 5-1：華語三大同心圓	65

第一章 緒論

第一節 論文架構

本文共六章，第一章是緒論，分別為論文架構、研究動機、研究範圍和限制、研究問題，及名詞定義。第二章為文獻回顧的部分，分別由歷史等因素探討新加坡的社會語言狀況，「講華語運動」的研究文獻分析，及語言行銷理論和其他相關理論的文獻回顧。第三章介紹本計劃使用的研究方法、研究對象，和研究時期。第四章為「講華語運動」的語言行銷策略分析，將語言行銷之觀點導入「講華語運動」，以行銷理論中 4P（產品策略、通路策略、價格策略、促銷策略）討論其發展的概念。第五章觀察並分析「講華語運動」的成果與限制。第六章為結論與建議。

第二節 研究動機和目的

我對新加坡的第一印象來自於母校正心中學，她與新加坡的立化中學是姊妹校，兩校之間每年都會舉辦交流、觀摩等活動，當時只有名列前茅（英文成績很好）的學生才可以參加海外遊學團。看著學長姊們遠赴新加坡，心中好生羨慕：『哇～可以出國耶～』不過學姊說：「去新加坡玩幾乎用不到英文，講國語（普通話）就可以了，在牛車水或巴剎買東西“工台語嘛ㄟ通”喔！」而立化中學的學生來臺灣時，我卻總是聽到他們的對話中英摻半，甚至英文多於中文。

在還未接觸社會語言等課題前，我對新加坡的語言使用，就如上述存有些許的疑惑與矛盾，然語言的使用本就是因地而異，絕非一人只能一語，再加上新加坡主要人口由三大族群組成，華族、馬來族和印度族，其中以華族占新加坡人

口最多數，2000年新加坡統計局族群人口調查，約76.8%，馬來族第二13.9%，印度族7.9%，所以是個多民族、多語言、多元文化的國家，受到歷史、地理、政治、經濟等各因素的影響，使得政府在語言政策的規劃及實行上，必定要站在平等客觀的立場。

新加坡三大民族中以華人為數最多，雖然華族的語言通稱漢語，然而此地華人以華語為母語的人數極少，多數人的使用語言多屬中國南方沿海的方言，福建、潮州、廣東、海南、客家...等諸多語群，對談不一定能互通。自1979年新加坡政府開始推廣「講華語運動」，對象僅設定於國內華人，由各方面建立起統一境內華人語言的理念。透過各階段的推廣和系列活動，新加坡華人的語言使用起了很大的變化，不論是在家庭、學校、政府機關、各公眾場合，華語可以說是成功地取代了方言，成為新加坡華人的官方「母語」。由於完成了取代方言的目標，算是達到了階段設定，接下來就把推廣對象設定為受英文源流教育的華人，希望能藉由社會環境的語言變化，進一步影響他們的語言使用，在公家機關、工作職場等較為正式的場合，也能使用華語。

本文研究目的，透過搜集並觀察關於推廣講華語運動的文獻及資訊，還有新加坡華人的語言使用和語言態度的變化，透過行銷理論分析講華語運動所引起的改變，一個多民族多語言的國家，如何經由語言規劃及語言運動的推行，能在短短的二、三十年間改變人民的使用習慣？分析講華語運動的理論，乃透過各階段的推展策略和標語的使用，導入行銷學中4P的基本概念—產品(Product)、通路(Place)、價格(Price)、促銷(Promotion)，討論新加坡講華語運動的語言行銷，分析該活動如何把華語像商品一樣的推展出去，並從語言態度、學習動機、家庭語言、讀寫能力等項目，評估它的現況和成果，還了解華族在面對華語時的態度，以及未來的發展，討論講華語運動的現況，包括成果、限制和負面影響。

第三節 研究問題

本論文研究問題的方向設定以語言行銷的理論架構，分析新加坡的講華語運動。依上述的研究目的，設定研究題目及問題：

1. 就語言行銷，新加坡「講華語運動」該如何引用 4P 理論進行歸納分類？
2. 推展華語運動成效優劣的評估。
3. 講華語運動對新加坡華人語言使用及態度有什麼樣的影響？
4. 講華語運動有什麼推展上的限制？負面影響？

第四節 研究範圍

本研究以新加坡講華語運動為主要的討論範圍，就語言行銷的理論架構來審視其推展華語的歷程及成效。跨海研究其他國家的語言，常常會面臨多項問題：資料來源取得不易、相關數據未能及時更新、語言環境和語言使用的改變...等，這些內外因素都會影響研究報告的信、效度。如採取問卷或訪談方式進行研究，將耗費甚高的時間及經費，因此本議題僅能以手邊可以取得的書目資料，對諸筆者編著進行文獻內容的分析，無以體驗新加坡國內的語言使用現狀，實為極大不足及缺憾。

另外，本研究乃針對新加坡華人的「講華語運動」，及行銷理論對此運動的運用分析，還有華人對華語的學習動機、使用情況和態度的改變，對於華人其他的語言運動（如：講方言運動、講正確英語運動）及境內其他族群（馬來、印度）的語言運動，均不在此研究範圍，如提及部分社會語言和語言運動的相關影響或改變，亦簡單描述，不多詳談。

第五節 名詞解釋

本研究所涉及的主要名詞為：「講華語運動」、「語言規劃」、「語言政策」、「語言行銷」。

一、講華語運動 (Speak Mandarin Campaign)

「講華語運動」為「推廣華語運動」之英文原文 (張楚浩, 1996: 125-137), 二者皆指同一件事。這項運動是在政府的語言計劃下, 為了提高華語在華人社會中的地位以及改變華人的語言習慣而發動的常年性社會運動 (雲惟利, 1996: 128)。經過數年推廣, 算是完成了以華語取代方言的階段目標, 而後將推廣對象轉向受英文教育的華族新加坡人, 鼓勵他們學習及多講華語。政府和推廣華語理事會把華語設定為了解華族文化的橋樑, 同時也強調了華語在提高經濟競爭力的重要性。每年推出不同的口號標語, 作為當年度推行華語的主要訴求, 欲通過生活化的方式, 鼓勵及提醒新加坡華人在日常生活中多講華語。

二、語言規劃 (Language Planning)

Kennedy (1983: 1) 將語言規劃定義為「以有意的改變來達成某些特殊目的的問題解決活動; 這些問題可能是社會的, 政治的, 或是教育的, 也有可能是這三者的組合。」語言規劃的核心為「用選擇的方式, 對現有的語言形式進行判斷的活動」Rubin and Jernudd (1971) 直接把語言規劃定義為「關於語言的官方政策」(徐大明等人, 1997: 200, 轉引自施正鋒、張學謙, 2003: 29)

語言規劃通常是為了達成某種社會、政治或經濟的目的, 而不是為了語言本身。Rubin (1984) 提出三種語言規劃的目的: 語言的、半語言的和超語言的目的。語言的目的指的是規劃的目標為促進溝通能力; 半語言目的是規劃目的除了語言外還有社會或政治的目的; 超語言的目的則是指沒有實質的語言問題, 但是「藉著注意語言問題來協助達成非語言的目的」(施正鋒、張學謙, 2003: 32)。

施正鋒、張學謙 (2003: 30) 給語言規劃的定義歸納了數名學者的說法。

Kloss (1968) 將語言規劃區分為兩種類型，一個是語型規劃 (corpus planning)，指的是關於語言本身的改變；一個是地位規劃 (status planning)，決定語言的地位和功能的決策過程，Rubin (1983: 341) 定義為「語言用途的分配」，Cobarrubias (1983: 42) 稱之為「語言功能的分配」。新加坡華語在政策上的規劃和制定，不論是地位、用途和功能，再加上歷史、文化、經濟的影響，都左右著華人使用華語的情況和態度。

三、語言政策 (Language Policy)

語言政策，是官方制定的語言規劃，有明文法令作為憑據，依其施行至整個國家的政策。「語言政策指由一個國家的政府或政府機構制定的一套關於本國語言使用的政策，它涉及到國語(National Language)和官方語言(Official Language)的選擇、語言的推廣方式、語言文字的改革、新詞彙的增加等方面的問題。」(劉滿堂，2004: 303)「語言政策、語言立法、語言規劃三位一體，是國家干預語言使用的主要手段」(中國社會科學民族研究所等，2001: 序)。

Cobarrubias (1983) 區分四種語言政策的動機：語言同化 (Linguistic Assimilation)、語言多元論 (Linguistic Pluralism)、本土化 (Vernacularization)、和國際化 (Internationalism) (資料參考：施正鋒、張學謙，2003: 33)。新加坡的語言政策符合上述國際化的動機，通常是選擇國際上普遍認定最廣泛通用的語言，也就是強勢語言-英語，作為官方語言同時也作為教育語言，而不是本土語言。新加坡主要是移民社會，語言使用情況複雜，三大族群有各自的語言，華人來自中國南方沿海各地，光是方言也就超過十種，再加上政治因素 (殖民歷史、爭取獨立、種族平衡)，遂決定把英語作為官方語，同時也是教育語言。

四、語言行銷 (Language Marketing)

國內研究語言行銷的文章並不多，本文主要由張學謙博士指導。語言行銷源自於社會行銷 (Social Marketing) 的概念，Andreasen (1994: 110) 把社會行銷定義為「採用商業行銷技術的計畫。透過影響目標對象的自願行為，增進個人及社會的福利」，Jackson (1988) 將其解釋為「運用行銷模式進行語言規劃」Cooper

(1989):「語言行銷是語言規劃的描述架構之一」利用行銷學中的的 4P (產品、價格、地點和促銷) 作為語言行銷的原則，他引用 Kotler & Levy (1969) 的三個原則作為產品方針：1) 把產品作寬廣的定義；2) 鎖定顧客群；3) 分析顧客行為。(轉引自張學謙、鍾秋妹、謝昌運，2005)



第二章 文獻回顧

第一節 新加坡的社會語言狀況

一、語言歷史分期及使用情況

新加坡原本是柔佛王國的一個小漁村，1819 年英國船隊在此登陸，把新加坡劃為自由港，自此轉為東南亞的一個經濟重地，也開始了殖民地的歷史。所以，英語一直是新加坡政府行政管理和學校教學的主要語言，然而國內沒有一個主要民族以它為母語，所以在獨立之後為了顯示對國內各民族無所偏袒的態度，遂保留了英語在社會生活中的優勢地位。華語雖然也是新加坡政府規定的官方語言之一，但實際生活中，特別是年輕的華人，還有較為正式的公開場合，如學校、公司、政府機關等，使用最多的依然還是英語。先簡單介紹新加坡在歷史上的語言政策和使用情況。以下參考葉玉賢（2002：85）和郭雅雯等（2003：444-451）的分期發展。

1. 殖民時期：自 1819 年英國人佛萊士登陸新加坡後，把此地闢為貿易自由港，正式進入殖民時期，這個時期英語作為統治階層和教育用語，成為最具工具性價值的強勢語言，在這樣的大環境之下，雖然 1956 年「華文教育委員會報告書」提出不論各學校所使用的語言為何，一律平等對待，仍有許多華族家長紛紛將子女送往英語源流學校，而且有增無減，對國內華語及其他源流學校將形成失衡情況。
2. 聯邦時期：為脫離英國殖民統治，1959 年新加坡成為馬來亞聯邦（Federation of Malaya）的自治州，統稱之為馬來西亞（Federation of Malasia），這個時期仍保有多元語言政策，但由於政治考量，明令馬來語為國語，同時堅持四種官方語言的平等，並有強化英語的地位的趨勢。

3. 獨立後至推廣華語運動：1965年，新加坡「被迫」自馬來西亞獨立，但在語言政策上並沒有什麼太大的變動和影響，國語仍為馬來語，但象徵意義已逐漸大於實質意義。學校教育中所施行的雙語政策，1978年在新加坡發表的「一九七八年教育部報告書」中，由當時的副總理吳慶瑞博士所提到的，新加坡學生只有13%可以閱讀華語和英語報紙，這樣的情況在英語源流學校更為嚴重，過度崇尚英語的情況使雙語政策已失去成效，促使新加坡政府重新檢討語言政策的方向。
4. 推廣華語運動至今：由於華族占新加坡總人口的大多數，但在華語源流學校漸漸式微的環境之下，再加上方言的使用情況複雜，所以新加坡政府在1979年推行了「講華語運動」。這個階段的語言政策，是希望從小學開始，依照不同的學習能力來決定學習一種或以上的語言。

新加坡政府實行雙語教育制度，以英語為第一語言（L1），母語為第二語言（L2），本意是希望培養出精通英語文，同時也能通曉本族語的雙語人才，可以透過流利的英語文掌握全世界的脈動，亦能使用本族語繼承東方文化¹，在傳統文化、價值觀、道德、風俗、歷史等，用以抵制西方的個人主義、物質文化。新加坡華人於語言使用方面，其特點為多語混用（或「語碼混用」）²，很難找到絕對的單語使用者。使用的語言，主要是漢語的方言、華語、英語（也有少數人使用馬來語，會說淡米爾語的人極少）不同的排列組合，至於組合哪幾種語言，則受說話人本身的社會特徵、言語交際發生的具體場所和地區、交談對象、交談的話題等因素的制約（陳松岑、徐大明、譚慧敏，2000：82-83）。

新加坡的社會多語制（Societal Multilingualism），指的是在一個國家或語言社群（Language community）裡使用三種以上語言的現象（劉滿堂，2004：303-308），因為新加坡曾經使用和現在使用的語言和方言眾多，分別屬於不同的語系或語言³，從種族來分有三大族群，從華人社團來看則有數種方言群，在新加坡社會裡便存在著相當多元的語言使用，所以種族的多元化和語言的多樣性直

¹ 華族、馬來族、印度族均為東方民族。

² 語碼混用，是指它最普通、最廣泛的概念，並不嚴格限制是否在同一段話甚至是同一句話中混合兩種或兩種以上的語碼（陳松岑、徐大明、譚慧敏，2000：82-83）。

³ 中國語言（Sinitic）、馬來-波里尼西亞語系（Malayo-Polynesian）、德拉維達語系（Dravidian，舊譯『達羅毗荼』）和印歐語系（Indo-European）。

接控制或影響著語言政策的制定。但就個人而言，新加坡實施的又是雙語制（individual bilingualism），它指的是一個人使用兩種語言，但新加坡的語言政策並不是境內各語言中的其中兩種，而是「必須」以英語為第一語言，再選自己的母語作為第二語言，通常母語的社會地位低於英語。

新加坡在 1965 年脫離馬來西亞成為獨立自主的國家之後，語言政策並無多大改變，在教育方面依然採取雙語（英語+母語）制度。學校裡母語課程主要有華語、馬來語和淡米爾語三種。新加坡華人的語言背景較為複雜，以家庭用語來說，當時大多數使用中國沿海各省方言（主要有閩南話、潮州話、廣州話、海南話、福州話和客家話），實際上講官方母語-華語的家庭並不多，有的連華語、方言都不說，說的是其他語言，比如馬來話，但這部分較少，新加坡統計局 2000 年人口普查中，僅佔華人家庭的 0.3%；而學校教導的華族母語是華語，所以華族學生的學校裡學的母語跟家庭用語很不一致。這種現象只能是加重學生的學習負擔，同時直接影響雙語教育政策成敗得失（盧紹昌，1998）。

新加坡施行雙語教育是將華人的雙語定為「英語和華語」，而不是「英語和方言」，主要乃出於政治、經濟、文化上的考慮（韋紅，2003：176-177）。從政治上來講，推廣華語可以改變新加坡華人各方言社團之間的隔閡，從而將所有華族人士團結起來；從文化上講，學習華語更能增強民族自信心和自豪感；從經濟上講，中國大陸、臺灣、香港等地形成重要的經濟圈，懂得華語將使新加坡人在亞洲經濟中具有競爭力和影響力。新加坡華族內部的語言習慣十分複雜，特別在政府明文以「華語」作為華族的「母語」，這點便與實際的社會情況有很大的出入。依據雲惟利（1996：9）對新加坡語言環境的看法，提出下列說明：

1. 本族語和母語並不完全一致。

華人之中，母語通常是方言。中年以上受華人教育的華人，母語仍然是方言，而學校的教學用語是華語，為本族語而非母語。受英文教育而不懂華語，只懂方言的人，母語也還是方言。方言當然也屬本族語，只是華人的官方語言是華語，平日所說主要是英語和方言。華人中的歐洲同化民⁴，有些既不懂華語，也不懂方言，華語只是他們的名義母語，而實際母語是

⁴ 同化民，主要是指放棄了自己的語言、文化、宗教、生活習慣，改而採取別族的語言、文化、宗教、生活習慣的人。資料來源：云惟利（1996），P.9。

英語。華人中的馬來同化民，華語和方言都不懂，雖然他們仍是華人，但是華語只是他們的名義母語，他們的實際母語既非華語，也非方言，乃是峇峇馬來話⁵。

2. 母語和第一語言不完全一致。

中年以上的華人多受華文教育，以方言為母語，在教育體制之下以華語為第一語言，英語為第二語言。受英文教育的，仍以方言為母語，但英語是第一語言，其本族華語反而成為第二語言了。年輕一代，漸漸不懂方言了，華語開始成為華人的母語。但是，一到學校，母語成為第二語言，英語仍然是第一語言。華人中之歐洲同化民，原本華語和方言都不懂的，情況略有不同。他們的實際母語是英語，學校的第一語言也是英語，但是他們仍屬華族，學校裡的母語反而是華語，但只是名義的母語。華人中的馬來同化民，情況也較複雜。他們的實際母語是峇峇馬來語，學校的第一語言是英語，學校所定的母語又是華語，這也只是名義母語（雲惟利，1996：11-12）。

新加坡的華人族群所面臨的語言改變，不只在官方語言（強勢英語）、家庭語言（方言）上的使用態度，從早期的語言使用習慣改變（方言改成英語）到後期的語言規劃和政策（英語和華語），都可由各年代對語言有不同的需求。語言使用習慣的改變多伴隨著社會形態而變動（變遷）⁶，由於新加坡自 1819 年開始其英殖民歷史，故絕對強勢語言英語支配了政治、教育和經濟，對華族民眾的生活也產生了極大的影響，為努力提升教育機會及社會地位，便因應環境壓力而改變其語言使用的習慣（方言改成英語）。語言規劃，Haugen（1959）認為語言規劃的核心為「用選擇的方式，對現有的語言形式進行判斷的活動」，而語言政策便是語言規劃的一個結果，以實現政府所做的決策，對新加坡來說，便是在歷史分期上對四大官方語言所頒布的語言政令。

⁵ 第一代峇峇話形成於馬六甲，以華族移民和馬來當地人所混同使用而創造的當地方言，語言主要來自馬來話，文化主要取自華族。由於這一類華人並未放棄自己的文化和生活習慣，自成一個社區，使得這種獨調獨特的馬來話得以代代相傳，這就形成峇峇話，而峇峇也成為這一族人的通稱。

⁶ 維基百科-社會變遷：<http://zh.wikipedia.org/wiki/社會變遷>

就社會變遷的定義來說，廣義的社會變遷泛指一切社會現象的變化，狹義的社會變遷則指社會結構的變化，或者社會基本價值的變化，其研究對象既包括社會變化的過程，也包括社會變化的結果。

根據吳燕和（1982）的分析，其實在華族當中地緣和方言的隔閡，尚不是一個最大種族內部分散和無法完全團結凝聚的主因。造成過去華族分裂為兩派的主因在於語言的使用，一部分是接受英文教育、以英語為日常會話溝通工具的華人，另一部分是接受華文教育、只能用華語和方言交談的華人。由於曾是英國殖民地，接受英文教育的華人，在講究國際商貿的新加坡自然會得到較高的社會和經濟地位，就連服務於公家機關，升遷的機會也比只識華文的同僚來得大，尤其英語是國際溝通工具，要吸收西方的科技、管理方法，也較為方便；但只說英語的華人，在無意識間便會由母族的文化根源上退卻下來，對本族的文化傳承逐漸疏離、冷漠。反之，歐風美雨中的個人主義、文質文化等，逐漸衝擊西化傾向的新一代新加坡青少年，而不僅只於華族子弟（參考洪謙德，1994：28-29）。

依據郭振羽（1985：21-22）提出，新加坡華人要達到語言習慣的改變之前，先須培養或提高華語能力以及態度的改變。以社會心理學的概念分析，須達致以下三項目標：1.認知方面，促進華人的華語能力；2.態度方面，說明華人接受華語的重要性；3.行為方面，促使華人在不同場合中，使用華語，不講方言。郭指出了華語社會的三個語言層次，見下表 2-1。

表 2-1：華語社會的三個語言層次

華語社會	使用	情形
上層	標準華語	以標準華語為母語的人和會說此種語言的人為數都很少。所以，平日難得聽到。在較莊重的場合，則大家都極力模仿標準華語。平時只有在電台和電視台的新聞節目中才較常說。
中層	新加坡華語	這是受華文教育的人的第一語言。所以，平日所聽到的多是此種華語。
下層	方言	這是華人的市井語言。平常在學校裡多說華語，學校以外則多說方言。不過，近年來，華語有漸漸取代方言之勢。

資料來源：郭振羽（1985：21-22）。

既然華語有三個社會層次，又如何分辨其中的差異？方言使用容易理解，多屬中國南方沿海各省的移民所使用，詞彙、發音、語法和語用方面，皆與普通話

不同，但為新加坡華人移民真正的母語，且具有高度情感和身份認同的象徵。郭振羽（1985：113-117）提到了「語言標準問題」，由於新加坡華人的語言使用複雜，不論是用哪種社團的語言（方言），人數都不會超過總華人數的一半，自然不足以當成某種語言的標準，最多只能當成當地的特色。基於這些考量，新加坡語言必須遵遁外來的規範，英語以英國英語為標準（殖民歷史），華語則以中國大陸為標準，使用簡體字和漢語拼音，說話的發音、腔調以普通話最為標準，符合華語社會中的上層語言。原本使用方言而改為學習使用華語，早已習慣的語調和詞彙，再加上受到當地語言環境（英語、馬來語、淡米爾語）少許的影響，就成為具有當地特色的新加坡華語，為大多數華人所使用。

二、華語在新加坡語言環境中的定位

新加坡從政府推行講華語運動的立場及態度上，其目的本於消除華人社團之間的隔閡，強化華族自身的聚合力，從而達到形成新加坡國家意識的終極目標。其次，政府欲通過推廣華語，促使華人從更高層次來了解中華文化，以抵消日益強大的西方文化的影響，因為隨著經濟的不斷成長，英語的地位也隨之得以鞏固和加強，尤其是新加坡華文源流學校的萎縮，華文的地位在當時到了岌岌可危的地步。再加上亞洲經濟圈的迅速發展，華語（普通話、國語）又是全球近 1/5 人口所使用的語言，所以推廣華語運動是具有一定的實用價值的（甘于恩，2000：16-32）。

陳松岑、徐大明、譚慧敏（2000：82）對新加坡華人語言態度方面的調查，比較英語、華語和方言，其調查結果就情感層面來說，華人認為方言最親，華語次之；而從功利考慮，則認為英語最有用，最具權威，方言最差。由於新加坡施行雙語政策，以英文作為第一語言、母語為第二語言，在教育和社會語言環境的影響之下，隨著年輕一代雙語人⁷的成長，再加上整個亞洲政治、經濟形勢的發展，華語在功利方面的地位也必然不斷上升。

然而，講華語運動從 1979 年後連年推廣，仍是抵擋不住新加坡全面英語化

⁷ 這裡所使用的「雙語人」的概念也是比較寬泛的，著重點不在於他們是否同等程度地掌握了兩種，甚至兩種以上的語言，而在於他們在日常生活中確實經常使用兩種或兩種以上的語言。

的洪流，根據新加坡近代史，自十九世紀被英國殖民，1963 年加入馬來西亞獨立，兩年後脫離邦聯獨立至今，何以在華族、馬來族、印度族的移民文化下，英語成了最大語言。雲惟利（1996：17-20）及林若零（2004：160）都對此現象作了討論，綜合這兩位學者的論點歸納以下了幾項主要因素：

1. 使用人數：新加坡的族群多元，幾乎沒有一種語言有近半數的另一個族群所使用，英語雖為殖民地語言，但卻有過半數的各族人使用，自然成了通用語言。
2. 政治因素：英語是和政治權力緊密相連的。在英殖民時期，英語是統治階層的使用語言，容易形成了高社會階層的地位。既然是政治和法律的語言，其社會地位便難以影響。
3. 經濟因素：商業和國際貿易可視為新加坡的經濟命脈，所以英語便以高經濟價值而形成了不可取代的地位。
4. 科技發展：英語是科技的語言，特別是軟硬體的各項設計，而且科技與經濟的發展關係密切，新加坡自然不能忽略吸收科技新知的重要性。

前兩項為內在因素，後兩項為外在因素。英語已是新加坡的政治、法律、商業用語，其社會地位高，屬於上層社會的語言。至於其他各族的語言，都只在中下層社會通行⁸。

在新加坡的教育環境中，教育的語言已大量改為英語，這早就是既定的事實，而且為了未來在升學及就業能有更好的發展之下，父母及學生的選擇也多傾向英語源流的教學環境。在大環境的變動及潮流中，新世代在語言的使用上逐年以英語取代了方言，甚至是華語，其英語程度顯然較華語為高。在這個時候，規定華語為母語，用意只是為了語言的保存，以免完全取代。這樣，也是為了保留華人的身份，語言也成了民族的代表和象徵。

⁸ 雲惟利（1996：17-20）給社會語言地位下定義，認為其地位可分上下、強弱、高低；而英語便可視為上層語言、強勢語言、高階語言。這樣的局面可從五個方面來考察：1.政治地位愈高的語言，通行範圍愈廣。2.政策所重的語言，較易通行。3.經濟價值愈高的語言，通行範圍愈廣。4.母語的人數愈高，相較之下社會地位愈高，通行範圍愈廣。新加坡雖然華人多，但各語群互不相通，故使用華語者少。5.較易學習的語言，通行範圍也較廣。

在華族家庭中，子女和父母之間以及兄弟妹之間的語言習慣，也產生了很大的改變。雲惟利（2006：4-1~4-12），對華人家庭中常用語言的調查中，顯示二十年間家庭成員語言使用的變化，英語當然是新加坡社會絕對強勢語言，使用比例增加了多於一倍以上；但在講華語運動的推行了二十年後，華語使用的比例也增加了超過兩倍，方言使用比例則大幅減少。這種跡象正可以看出年輕一代在這二十年之間的語言習慣的趨向。見下表 2-2：

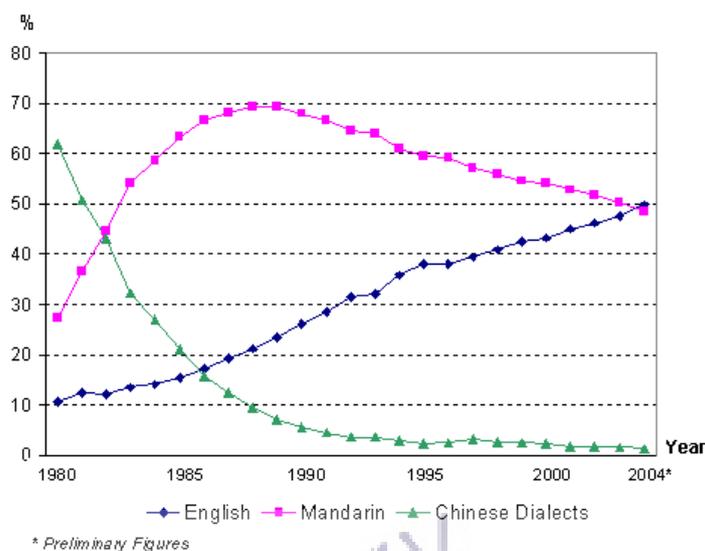
表 2-2：1980、1990、2000 年 5 歲以上的華人家庭語言使用比例

		1980 (%)	1990 (%)	2000 (%)
家庭語言	英語	10.2	19.3	23.9
	華語	13.1	30.1	45.1
	方言	76.2	50.3	30.7
	其他	0.5	0.3	0.3
	合計	100	100	100

資料來源：新加坡統計局，2000 年人口普查。

新加坡教育部（Ministry of Education, MOE）在 2004 年公告了對母語語言政策的修正中（REFINEMENTS TO MOTHER TONGUE LANGUAGE POLICY），呈現了至 2004 年初級一（Primary 1，也就是小學一年級）學生的家庭語言的使用比例，華語使用的情況，從 1980 到 1989 年急速增加並達到高峰，就華語推廣的成效來說是成功的，但也代表之後逐漸下降，雖仍維持在 50% 以上，但與英語使用相比較，其比例是以平穩提升，而且完全沒有下降的趨勢。如下圖 2-1：

圖 2-1：家庭常用語比例曲線圖



圖片來源：新加坡教育部（MOE）

同年，新加坡教育部出版的《華文課程與教學法檢討員會報告書》中，更細分了華籍中小學生各年級的家庭用語使用情況，年幼者與父母說英語或華英雙語的比例愈來愈高，只說華語的比例則是逐年下降。如表 2-3：

表 2-3：各年級親子家庭使用語言

父母與孩子 交談語言	小二 (%)	小四 (%)	小六 (%)	中一 (%)	中二 (%)
英語	25.7	23.5	21.5	24.4	17.6
英語和華語	33.0	27.4	29.6	21.8	19.6
華語	37.3	44.8	44.1	50.2	59.1

資料來源：雲惟利（2006）。

在上述的三項調查中，雖然數據顯示有所差距，但其中的確顯示了相同的改變：1.華語和英語使用顯著成長；2.方言大幅下降。但在 1990 年以後的數據，新加坡教育部提供了 1990 至 2004 年的家庭語言使用曲線圖表，2004 年已達相同比例，甚至英語開始多過華語；如果依照曲線圖的走向推論，到了 2008 年英語使用應該超越了華語使用。

三、語言規劃及政策之演變

林若雱於〈2004年新加坡華文教育重大改革的意涵〉文中，對於新加坡語言政策的回顧中，自新加坡獨立以前為起點，探討1997年以前重要的語言政策，歸納了以下三個主要階段：

1. 1956年「各黨派教育報告書」強調平等對待所有語言

1950年代，基於社會文化及政治因素的導向，新加坡眾多語言已經發展成為四個主流—英語、華語、馬來語及淡米爾語，不論各學校所使用的語言為何，一律平等對待，尊重各種語言源流學校並存發展的形態，指定上述四種語言為官方語言。由於當時委員會認為新加坡的發展，必然走向與馬來西亞聯邦合併的結果，故規定馬來語為國語。

2. 因政治考量，採取以馬來語為主的多語政策

第二次世界大戰結束後，新加坡於1950年代開始爭取獨立。1959年新加坡成為一自由邦，同年自治邦憲法宣布馬來語為「國語」。1963年新加坡加入新成立的「馬來西亞聯邦」，積極推廣國語（馬來語）。雖然加強馬來語的教育，但在教育上仍然堅持四種語文源流學校平等並重的雙語政策。儘管在政策上新加坡力求與馬來西亞聯邦一致，但在基本上，二者的語言和教育政策政策仍有很大的差距，再加上文化和民族政策上的認知不同，1965年新加坡終於脫離馬來西亞聯邦而完全獨立。

3. 星馬分離，語言政策再次調整

脫離馬來西亞聯邦對新加坡並沒有很大的影響，依舊維持雙語政策、國語仍為馬來語；但語言政策產生了些許改變。1966年起，馬來語不再被視為國家學制中主要的教學語言，失去了做為主要工作語言的功能；其次，媒體轉移焦點到其他語言上，除了英語為境內使用比例最高的語言（L1），還有1979年開始了講華語運動，這時馬來語的國語地位僅只是象徵性的地位。

施正鋒（2002：541-543），新加坡於1963年九月十六日制憲，在憲法中對語言有以下幾項明令條文，見表2-4：

表 2-4：新加坡憲法語言相關條例

<p>第四十四條</p>	<p>第二項 國會議員參選人應符合以下資格： 第五款 除非因眼盲或其他生理因素，其必須有足夠能力積極參與議會中之程序，並且必須會讀及寫至少一種下列之語言：英語、馬來語、華語及淡米爾語。</p>
<p>第五十三條</p>	<p>除立法機關另作規定外，國會中一切辯論與討論均以馬來語、英語、華語或淡米爾語進行。</p>
<p>第一百二十七條</p>	<p>第一項 依本四項之規定，任何年滿二十歲之非新加坡公民，若能符合以下政府相關規定，則可以獲得歸化證書... 第三款 其對於國家語言擁有一定程度之認識。</p>
<p>第一百五十二條</p>	<p>第二項 政府執行職權時，應承認馬來人為新加坡原住民的特殊地位，對其以馬來語所行之政治、教育、宗教、經濟、社會及文化之利益應予保護、捍衛、支持、培育並增進其發展。</p>

資料來源：施正鋒（2002：541-543）。

憲法保障了新加坡境內四大官方語言，條文明令在政府行使職權、國會議員參選，還有國會中一切辯論與討論，一定「至少」使用其中一個民族的語言，並在第一百五十二條第二項指出，為了新加坡獨立而給予馬來人及馬來語特殊的利益保護，在1959年之後宣布馬來語為「國語」，不難理解這是基於政治考量而給予的政策條文，雖擁有「國語」的社會地位，但往後卻因不再具有強大的工作、經濟、政治因素，而淪為有名無實情況。

新加坡華人為境內最大族群，但礙於各方言社團間不一定能互通，在凝聚國家意識上有所局限，所以頒布法令「華語」為華人官方母語，除了賦予憲法的保障以外，對華人而言在教育方面也成為母語課程中的唯一選擇，在新加坡獨立之後，馬來語「國語」地位逐漸減弱之時，華語從文化情感、身份認同的民族象徵，進一步發展至現在亞洲經濟圈越來越受重視的工具語言。

第二節 講華語運動的研究文獻回顧

一、講華語運動的主旨及目標

新加坡基本上是個多語言多方言的移民社會，三大族群之下還有不同的語言社團，所以在面對種族和語言等敏感的政治議題，新加坡政府必須謹慎應對，並尋求公正公平的解決方式。「推廣華語運動」（英文原文為「講華語運動」）是在政府的語言計劃下，純屬華人族群的語言運動，為了提高華語在華人社會中的地位，進而改變華人的方言習慣，在推廣之初就定下了兩大階段的目標：1.改變家庭內對方言的依賴；2.從家庭用語習慣的改變延伸到社會用語習慣的改變。透過普遍宣傳、大眾教育、行銷措施等各方向，作為「推廣華語運動」的實行重點（張楚浩，1996：128-137）。

新加坡政府於1979年發起的「推廣華語運動」，其立意為以下三點（甘于恩，2000：17-18）：

1. 政府有意通過推廣華語運動，削弱方言的地位，模糊地區的界限，消除華人社團之間的隔閡，強化華族自身的聚合力，從而達到建立新加坡國家意識。
2. 意圖通過推廣華語，使華人從更高層次來瞭解中華文化，以抵消日益強大的西方文化的影響。由於英語在行政、教育等方面相當強勢，已嚴重影響了華文的使用，在這種情形之下，華族青年一代對中西方文化和價值觀，又與政府的政策取向格格不入。因此，政府惟有通過限制流行廣泛的方言，力圖提升華語的地位，擴大其應用面。
3. 推廣華語運動亦具有一定的經濟價值。隨著時間的推移，大陸的經濟實力發生巨大的變化，華語的經濟價值也日益凸顯出來，這種價值在可預見的將來，只會增加，不會減弱。

新加坡「講華語運動」對華語的定位，逐漸有了更改，從「家庭用語」（李光耀，1981）、未來通用的語言（即「為了孩子而推廣的語言」，王邦文，1983）、

「精神力量的語言」(李光耀, 1984)、「保留根源的語言」(王鼎昌, 1985)、「促進禮貌的語言」(吳作棟, 1986), 再到「家庭與學校用語」(陳慶炎, 1987)、「商業和文化語言」(李顯龍, 1988)、「家庭、社交與工商語言」(李光耀, 1989)。以上從十年間對華語的定位, 因對象和地點逐年改變, 從家庭使用轉移到社會用語, 符合張楚浩為講華語運動歸納的兩大目標, 也可以看出華語的實用價值是逐年重視和增加的(甘于恩, 2000: 19)。

謝世涯(1994)和林若雱(2004)為華語推廣做了對象和地點的區分, 早期華語運動面向的對象多為普通市民, 而且是針對講方言的華人, 這可從宣傳標語體現出來, 例如在工作場所、巴剎(菜市場)與食物中心、飲食場所以及購物中心講華語等, 原因是這些場所中的市民, 大都講方言, 而普通市民是最容易響應號召的, 以響應華人講華語的社會運動, 以求方言使用的下降。但這樣卻給人一種錯覺, 以為華語是井市階層的使用語言, 與強勢語言的社會地位無法相比。在達到方言使用下降的目標後, 講華語運動逐漸轉移焦點, 宣傳地點轉移至講英語為主的場合, 口號提升到發展傳統價值觀「學習華語, 認識文化」和經濟效益為主的「講華語, 受益多」等, 對象以受英文教育的新加坡華人, 目標對希望能提升華語使用。

表 2-5：華語宣導對象及地點的轉移

時期	前十年	後十年
宣傳對象	偏重在居住於政府組屋區的華人, 講方言社團。	以英語為主要用語的行政人員的宣導。
宣傳地點	主要是講方言為主的場合(例如: 巴剎、小販中心、巴士轉換站等)	轉移至講英語為主的場合(例如: 辦公室, 政府部門等)
影響	方言使用下降	華語使用提升
推廣成效	華人祖籍方言已經失去在最保守的語言堡壘裡的主要地位, 由華語取而代之。李光耀先生對其總論是:「我國華人現在都接受華語為家庭和社交用語。」	講華語運動的目標轉向英校背景的華人, 口號主軸也開始從「少講方言」轉移至「認識文化」。

資料參考: 林若雱(2004: 161-162)。

雲惟利（2006）對華語運動的方向及成效，有最新的觀察和解釋。他表示，從新加坡華人的家庭語言習慣的整體變化看來，華語增加的百分比比較英語的大，但在方言逐漸消失之後，青少年的語言選擇是決定華語運動成敗的主要原因。由於學校中的教學語言是英語，回到家中也就很自然的說英語了。透過 2004 年對華籍小學生的家庭語言使用調查，發現華族小學一年級學生的家庭用語中，英語已超過華語⁹。這個趨勢已無法扭轉，英語一枝獨秀的局面業已形成。推行了 25 年之後，華語運動目前仍然是每年的例常節目，一般民眾已沒有了新鮮感，很難再引起大眾的注意和共鳴。

二、推廣華語運動組織

新加坡的「講華語運動」是從 1979 年 9 月 7 日李光耀總理主持隆重的開幕式並發表重要講話開始的。運動持續一個月，簡稱「華語月」。從 1981 年開始到現在，每年的 9 月或 10 月都由總理、副總理或高級內閣部長親自主持儀式並講話，可見政府對這項語言規劃運動的重視以及堅持獲得完滿成功的決心（盧紹昌：1998）。

新加坡推廣華語理事會是隸屬新加坡政府的非營利組織，它的前身是新加坡推廣華語委員會，1979 年在前新加坡總理李光耀的領導下發起，委員會當時成立的目的是負責講華語運動。1994 年，為了更直接推廣華語在接受英語教育的華族使用和加強華語的應用，委員會進行改組，引進更多的英語教育兼精通雙語的華族新加坡人。委員會大部分的成員來自公共和私人機構。1998 年，新加坡推廣華語委員會正式改名為新加坡推廣華語理事會。每年有不同的工商企業作為「合作夥伴」，參與推廣華語運動。比如英文《海峽時報》出版了名為「Cool Speak」的中英文日常會話手冊，首印 3000 冊僅上市兩個月就銷售一空。現在推廣華語的重點是「講華語」，期望將來越來越多的人能夠「讀華文」，「寫華文」¹⁰。

⁹ 見 Speech by Minister Mentor Lee Kuan Yew at the Speech Mandarin Campaign at the NTUC Centre, Monday, 13 December 2004. <http://app.sprinter.gov.sg/data/pr/20041213-MM.pdf>。

轉引自雲惟利，2006：4-5。

¹⁰ <http://world.people.com.cn/BIG5/1030/4279881.html>

李光耀先生於1979年9月7日在「推廣華語運動」開幕禮上提到：

讓我們面對這個難題，決心使用華語，不講方言。戰後到現在，有兩代受華文教育的學生已經在華校念了十二年的書。他們仍然不能講流利的華語，這是因為他們在日常生活中改用方言的緣故。就算這我們在今後兩代繼續教授華語，如果我們在學校以外的地方就改用方言，我們將不會取得什麼進展的。因為我們在學校裡所教的是華語而不是方言，我們所講的將是有限度和混雜不純正的華語。這是一項無可避免的選擇—英語和華語，或是英語和方言？在邏輯上，這項決定是明顯的；在感情上，這項抉擇卻是痛苦的。（海峽時報，1979年9月8號。交通及新聞部：推廣華語運動開幕演講專集）

如李光耀先生所說：「華語能夠把各方言集團的人士團結起來。」「由於方言的普及，華語沒有得到應有的重視，也使得學生的華語學習，遭遇困難。……新加坡華人將來能有的選擇有二：不是『英語和華語』並用，便是『英語與方言』的並用；而為了文化上和經濟上的原因，應該推廣華語以取代方言。」新加坡「推廣華語理事會」的宗旨，講華語運動的任務就是要扭轉華族新加坡人因各自不同的籍貫而使用不同方言這個根深蒂固的習慣，改用華語取代方言。

郭振羽（1985：124-125）對講華語運動的組織有更為詳細的說明。華語運動的策畫和協調是由文化部政務部長主持下的一個委員會總其成，在這個委員會之下，有兩個工作委員會負責實際推行工作，分別協調政府部門和民間部門的華語運動。前者由文化都政務部長主持，而由各部會派代表參加組成；後者則以「中華總商會」主席親自主持，由華報以及華文教育團體之代表組成。這兩個工作委員會都向文化部的華語運動委員會負責。與華語運動有關的決策，便是經由這兩個工作委員會，而推行於政府和民間部門。政府部門的影響力可及於大眾傳播機構、學校、部隊及交通界以及民眾聯絡所等；而民間部門在中華總商會的主持之下，則可遍及各職工會、行業團體、宗親會、同鄉會等等。這公私兩大部門的配合，足以涵蓋幾乎所有的華人。在工作委員會的層次之下，各個政府部會以及華人社團也都組成「華語推行小組」，以切實策畫或執行和華語連動有關的措施（譬如舉辦討論會、華語課程等等）。然而，由於各機構社團的性質不同，各個華語推行小組所採措施，以及對華語連動本身的積極程度，也不盡相同。

推廣華語理事會理事陳繼賢說：「從 1994 年起，我們推廣華語的重點開始轉變。」當前的目標是鼓勵新加坡華人在家裡和公眾場合都使用華語。自 2004 年後三年，推廣華語運動進一步把目標鎖定為年輕人，並採用時尚和輕鬆的宣傳方式，標語為「華語-cool」，在廣告設計上採用紅色、黃色等鮮豔的色彩，或是以運動風格呈現，也請來年輕歌手和演員擔任形象代言人，使用簡潔、活潑的宣傳口號等，也利用亞洲電影節、電視、音樂和卡拉OK等活動，透過影視娛樂來貼近並鼓勵年輕人學華語，讓講華語在年輕人當中樹立「酷」的形象，成為推廣華語學習的主要管道。新加坡推廣華語理事會希望電影該理事會主席陳繼賢說，對一些成年人來說，如果能在享受文化娛樂活動的過程中不知不覺學習新的華語辭彙，可能比在課堂上學習效果更好。最近兩年，也就是 2007 至 2008，口號從「華語-cool」再次發展為「講華語，你肯嗎？」(Are You Game?)。

第三節 語言行銷文獻回顧

一、語言行銷理論

語言行銷法採用許多行銷上的術語，如『雙語現象與雙語教育百科全書』(Baker & Jones, 1998: 221) 中提到的語言產品定義，顧客需求調查，市場定義及產品配銷等。行銷術語此一特性令語言行銷中的語言推廣活動與一般不同的是造成了連鎖效果。在行銷策略術語的框架下，因應語言使用者不同的屬性及喜好，語言產生了這種各樣不同的價值(轉引自林裕欽, 2004)。

語言行銷的概念，其源自於社會行銷。Andreasen (1994: 110) 把社會行銷定義為『採用商業行銷技術的計畫。透過影響目標對象的自願行為，增進個人及社會的福利』。於此，語言行銷逐漸被視為語言規劃的重要部份(轉引自張學謙、鍾秋妹、謝昌運, 2005)。

文中提及將行銷觀念應用到語言規劃的是 Jackson (1988) 的『運用行銷模式進行語言規劃』，他採用的行銷理論是策略行銷模式 (strategic marketing)。

Dominguez (1998) 進一步擴充 Jackson 的理論，提供語言行銷的理論—描述性的基礎。依其語言行銷的模式，語言代表「產品」，再透過「促銷」的方式推展出去。他提到策略行銷計劃的三個要素：顧客、無法控制的變項（社會文化和經濟環境，競爭者等等）和規劃者控制的變項（產品、配銷、促銷和價格），同時也論述運用行銷策略於語言規劃的方針：產品方針、配銷方針、促銷方針和價格方針；他還強調從目標團體的觀點進行成本效益分析（轉引自張學謙、鍾秋妹、謝昌運，2005）。

Cooper (1989) 以行銷的 4 個 P—產品 (product)、配銷 (place)、促銷 (promotion) 和價格 (price)，作為論述語言行銷的原則。他引用 Kotler & Levy (1969) 的三個原則作為產品方針：1. 把產品作寬廣的定義；2. 鎖定顧客群；3. 分析顧客行為（轉引自張學謙、鍾秋妹、謝昌運，2005）。

二、其他相關理論

(一) 教育行銷

臺灣師範大學教育系的張明輝老師，提出了教育行銷的意涵¹¹。張明輝對教育行銷的定義為：教育組織的相關人員進行教育環境、市場及顧客分析，採行適切行銷規劃與策略的過程，以提升教育組織的形象、建立品牌、強化組織效能和達成目標。教育行銷適用於教育行政機關、各級學校、社教機構、社區大學、文教基金會等相關教育機構。

Gary (1991) 認為，行銷策略中的 7P 理論，最適用於教育行銷組合的應為 5P (許詩旺，2002；彭曉瑩，2000)：

1. 產品—提供學生的教育和服務，國民教育「產品策略」可歸納為三類：核心產品（如學生成就表現）、有形產品（如教學課程之內容品質與特色）、

¹¹ 資料來源：張明輝（無日期）。教育行銷研究。取自：

<http://web.ed.ntnu.edu.tw/~minfei/educationmarketing/teachingmaterial-1.pdf>

以及延伸產品（如聲望形象之提昇）。

2. 價格—學生得到的服務或產品所需付出的資源，如金錢成本、學雜費、交通費、書籍費等。
3. 推廣—對潛在顧客進行其教育產品服務及利益的溝通說服活動。學校為增進效能，呈辦學校辦學績效，所進行的廣告、宣傳或公共關係等活動，以達成既定目標的歷程。
4. 通路—係指產品如何分配傳送的方式，學校必須考慮教育產品如何使目標市場能夠便利地接近和使用，如學校地點、週邊環境、交通等。
5. 人員（people）—指的是教育產品和服務的提供者，主要是教師和行政人員。運用內部行銷的溝通，促使員工達到一致的共識，體認組織使命激發認同感，擁有工作滿足感後，進而爭取學校外部人員的支持與認同。

（二）社會行銷

Philip Kotler 解釋行銷服務的概念，是一種社會性與管理性之過程，而個人與群體可經由此過程，透過彼此創造及交換產品與價值，以滿足其需要與欲望（Kotler, 1995：7，轉引自林再生，2006：39）。Kotler 與 Levy 共同發表「擴大行銷概念」（Broadening the concept of marketing）主張：「行銷應該是一項廣泛的社會活動，不只是在販賣牙膏或肥皂等物品，而且不限於實體物品（physical products）的銷售，產品尚應包含：服務、人物、組織或理念等等，換句話說，產品可藉由任何形式展現。」（Kotler & Andreasen, 1991：6，轉引自林再生，2006：39）

臺灣大學公共衛生學系丁志音副教授，運用社會行銷的理論於其專業領域，在她的簡報文件中對社會行銷上的定義：Product—欲推廣之活動，包括某種新觀念、態度或行為；Price—社會大眾參與推廣活動需付出的代價；Place—宣導活動的管道；Promotion 擴大宣導面與效果的行動。文中提及民眾對於此類行銷產品的需求類型有三：1. 負需求（negative demand）—不想要這項產品；2. 無需求（no demand）—根本不在乎這項產品；3. 不健康的需求（unwholesome demand）—所欲求的產品其實是反向的。而產品策略性行銷過程則是：定義產品

(product)、決定產品所能提供的承諾及利益 (promise)、發展與承諾相符的形象 (image)、對承諾提供支持 (support)。

(三) 非營利行銷

根據黃俊英 (2002) 的看法，將非營利行銷 (nonprofit marketing) 的類型，區分成服務行銷 (service marketing)、人物行銷 (person marketing)、地方行銷 (place marketing)、理念行銷 (idea marketing) 和組織行銷 (organization marketing) 等五類 (黃俊英，2002，轉引自楊東震，2005：29-30)。見表 2-6：

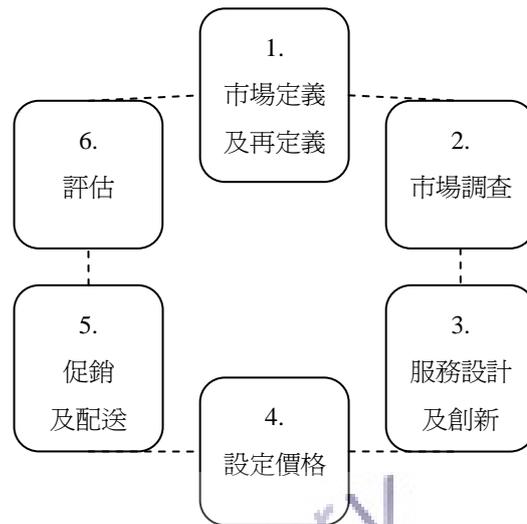
表 2-6：行銷類別

類別	定義	例子
服務行銷	用來為無形產品(服務)創造交易的行銷	政府的公共服務、醫院的醫療服務
人物行銷	用來爭取對某一個人做有利反應的行銷	公職人員的選戰、演藝人員的形象塑造
地方行銷	用來爭取對某一特定地區做有利反應的行銷	觀光區、工業區和城市吸引參觀或認同的行銷
理念行銷	用來推廣對某一理念或議題的行銷	反毒行動的「Say No!」的行銷活動
組織行銷	用來為某一特定組織吸引會員、捐款者、參加者或義工(志工)的行銷	公益團體的會員招募與募款的行銷活動

資料來源：黃俊英 (2002)、楊東震 (2005)，P.29-30。

Brinckerhoff (2004：109-122) 為非營利行銷下了個「循環」的概念，他認為行銷不是一個事件，不像一條直線，比較像個循環，見表 2-8。這個循環是從確認目標市場開始，詢問市場的需要，從而依此設計或修改你要提供的產品或服務。

表 2-8：行銷循環



資料來源：Peter C. Brinckerhoff (2004：110)。

1. 市場，就是你要服務的對象；而再定義，就是要定期回頭檢視市場，確認顧客還在，他們還是你想要服務的人，而他們還有你可以滿足的需要。
2. 市場調查，藉著定期的詢問，還要聆聽和回應，因為人們的需要會不停的改變，也很少從一而終，再加上時代的進步，需要的東西也就會越來越多樣化，所以得一再確認。
3. 在了解市場需要之後，才能設計出產品和服務，這可能代表了從零開始研發一個新的產品或服務，更常見的是對已有的產品或服務持續的修正、創新和改善，來展現對市場的需要經常性改變的敏感度。
4. 在設定價格時，很重要的是人們不是只根據價格來決定要不要購買，而是取決於價值 (value)，價格不過是價值的因素之一，最重要的是讓人們認為，營銷者提供了物有所值的產品和服務。
5. 促銷和配送，要適切地將必要訊息傳遞給設定對象和市場，也可藉著詢問消費者的想法，了解他們希望在這個服務被提供的方式，當察覺到消費者對需要的喜好不同時，就可以嘗試去改變或創新。
6. 評估和改善是競爭的行銷環中很關鍵的一個環節。因為行銷循環是沒有終止的時候，它會一直繼續，幫助機構匯集更多資源在之場的需要之上。

第三章 研究方法

本研究以新加坡「講華語運動」為主要討論方向，就「語言行銷」的理論架構來審視其推展華語的活動歷程，針對各階段的推廣目標和規劃等，觀察它對整個社會語言使用的改變，所收之成效優劣得失。

第一節 研究方法

本文以「文獻分析法」及「內容分析法」為主。第一部分以語言行銷理論分析新加坡「講華語運動」，透過相關文獻（已出版書目、期刊、論文、公開報導，及網路資源等），從一系列的推廣活動，不論是在家庭、學校、政府機關、各公眾場合，經由行銷理論分析講華語運動對新加坡華族所引起的改變，討論新加坡華語的推廣策略是否成功。第二部分從新加坡華人的語言使用情況，了解此項運動對新加坡社會語言的影響，進行華人族群學習動機、讀寫能力和語言態度的評估。

第二節 研究對象

本研究以新加坡講華語運動為主要的討論範圍，研究對象僅設定在新加坡的華人族群，以華語作為主要研究議題，透過相關文獻觀察華人使用華語的情況和變化。第二章文獻回顧已討論了本族語和母語的關係，新加坡華人真正的母語為中國南方沿海的各地方言，方言固然是華人的本族語，但新加坡政府明令以華語作為華人的共同語言，並賦於官方地位。本文所討論的「母語」，將以新加坡政

府所頒布語言政策中的「華語」為主要研究議題，如有「華語-母語-方言」之間的討論分歧之時，會另外說明。

由於本研究採用文獻分析法，資料搜集的來源，主要來自圖書館的各篇期刊論文和專書，最新相關資訊則以網路新聞及文章為多，關鍵字為「語言行銷」、「講華語運動」、「讀寫能力」、「家庭語言」、「態度」。新加坡語言政策規定以中國大陸的漢語拼音和簡體字作為使用標準，在語用詞彙方面也多採用彼岸說法，再加上一些新加坡當地習慣用語，故本文在某些語用詞彙上與臺灣習慣用語稍有不同，如本文所提到的「羅雜式華語」這便是新加坡當地學者所使用的詞彙，還有「華族」為「華人族群」的減省，新加坡和大陸文獻上的使用都不在少數，所以此類用語會在本文討論時再加以解釋說明。

語言政策及規劃等相關討論，以洪惟仁、施正鋒、曹逢甫、黃宣範、張學謙等學者的研究為主要文獻來源。行銷及推廣策略方面則以 Kotler、Doyle、黃俊英，以及張學謙語言行銷策略的主要相關文章。新加坡華語題材的中外文章不在少數，除了國內著名學者，如洪鎌德、林若雱、葉玉賢、李懿芳等，也搜集了許多新加坡當地學者的文獻，如郭振羽、吳英成、雲惟利等，還有對岸學者游汝杰、鄒嘉彥、周聿峨、徐大明、陳松岑、甘于恩等人。

第三節 研究架構

本文研究目的，透過搜集並觀察關於推廣講華語運動的文獻及資訊，還有新加坡華人的語言使用和語言態度的變化，透過行銷理論分析講華語運動所引起的改變，一個多民族多語言的國家，如何經由語言規劃及語言運動的推行，能在短短的二、三十年間改變人民的使用習慣。分析講華語運動的理論，透過各階段的推展策略和標語的使用，根據行銷學中 4P 的基本概念—產品 (Product)、通路 (Place)、價格 (Price)、促銷 (Promotion)，討論新加坡講華語運動的語言行銷，分析該活動如何把華語像商品一樣有效的推展出去，再重新回顧華語推廣在新加坡的現況、成果、限制和負向影響，並從語言態度、學習動機、家庭語言、

讀寫能力等項目進行評估，還了解華族在面對華語時的態度，以及未來的發展，並最後為研究提出結論和建議。

主要研究架構為下：

一、收集文獻

(一) 新加坡的語言政策、語言規劃及歷史分期

(二) 新加坡講華語運動的相關文獻資料

二、語言行銷分析

(一) 4P 推廣策略的理論建立。

(二) 觀察 4P 策略施行的事例和觀點論述。

(三) 推廣對象、口號標語的設定和改變。

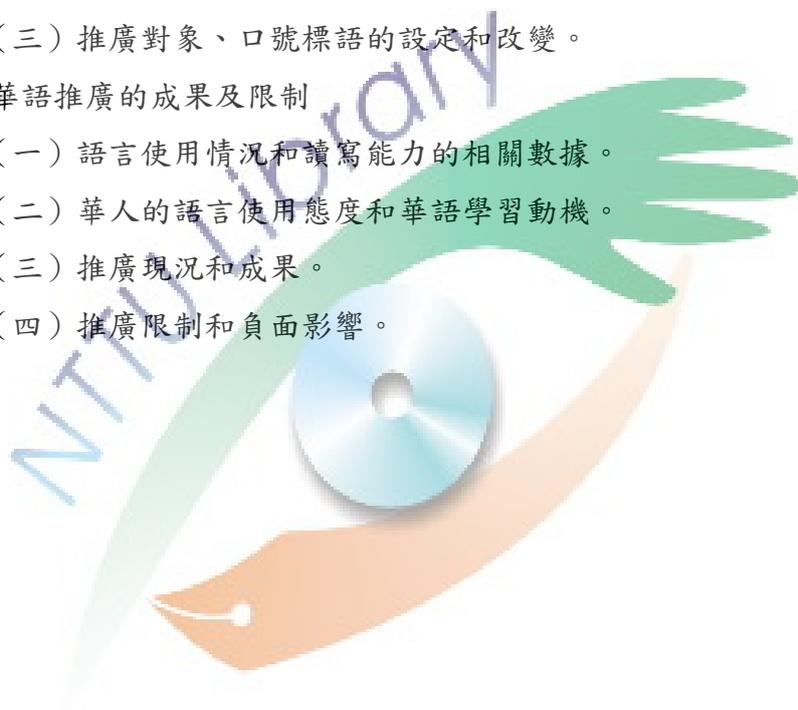
三、華語推廣的成果及限制

(一) 語言使用情況和讀寫能力的相關數據。

(二) 華人的語言使用態度和華語學習動機。

(三) 推廣現況和成果。

(四) 推廣限制和負面影響。



架構圖：



第四章 講華語運動的語言行銷 策略分析

本章運用語言行銷理論分析新加坡「講華語運動」的語言行銷策略。本章共分五節，第一節討論產品策略；第二節-價格策略；第三節-通路策略；第四節-促銷策略。

第一節 產品策略

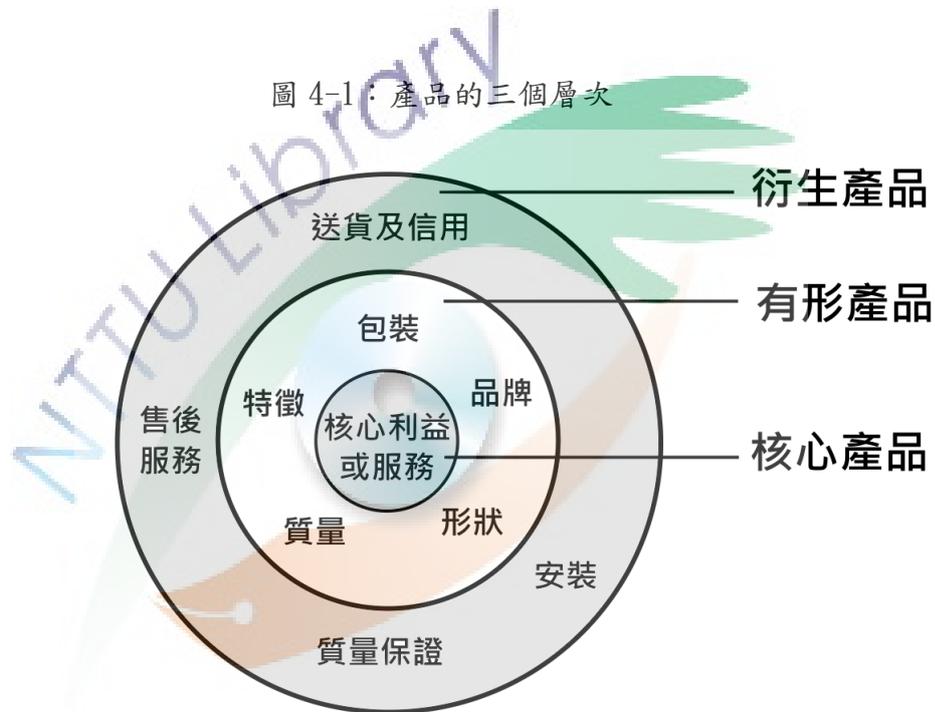
1979年新加坡前總理李光耀為了不使華語使用沉沒於英語的洪流之中，就母語（華語）振興的立場來說，便集結了政府及民間團體，強力推廣「講華語運動」。在推廣華語屆30年的今日，使用華語的情況先盛後衰，原本在民族文化和身份認同的趨動之下，華族反應踴躍熱烈，但是「激情」過後的「冷靜」（甚至「冷淡」）讓華族民眾再度重回英語獨霸的市場，而且只增不減。就行銷理論來說，「講華語運動」（推廣華語理事會）所做的就是扮演營銷者的角色，重新把「華語」視為一項產品，最大消費族群是「華族」，讓消費者認識這項產品真正能為群眾帶來什麼樣的利益，並提升市場需求。

一、產品策略理論架構

Cooper (1989) 引用 Kotler & Levy (1969) 的三個原則作為產品方針：1. 把產品作寬廣的定義；2. 鎖定顧客群；3. 分析顧客行為。Kotler & Roberto (1995) 強調研究目標群的重要，並提出社會行銷（語言行銷是社會行銷的一種）所需要的目標群資料有以下幾種：1. 社會人口統計資料，如收入、教育程度、年齡等；

2. 心理學分析資料，如心態、價值觀、動機和人格；3. 行為特質，如行為模式、購買習慣、決策特質（轉引自張學謙，2005）。

Kotler & Andreasen (2003：398-402) 提出「消費者所關心的產品目標就是『效果』」，在為市場開發一種產品的時候，需要區分產品的三個層次：核心產品、有形產品和衍生產品（見圖 4-1）。其中，營銷者向消費者提供超越有形產品之外的附加服務和利潤，便形成了衍生產品。依核心產品的層次來說，就是為了將「講華語」視為其核心服務；雖然語言行銷不是一個有形產品，但具備有特徵（華人說華語）及質量（教學、活動）的考量；衍生產品就需要選擇以服務作為吸引消費者的一大主題，並提供質量的保證，進而對這項活動進行評估及改善。



圖片來源：Kotler & Andreasen (2003：399)。

Christopher (1983：9-20) 認為，服務至少會有九種會影響到服務營銷的類型（轉引自 Kotler & Andreasen, 2003：404-405）。如下表 4-1：

表 4-1：服務類型

1. 容易接受性	a. 被人群（如健康保健）。 b. 被事物（如管道修理）。
2. 確切性	a. 有形的（如身體檢查）。 b. 無形的（如心理療法）。
3. 服務關係的長度	a. 一次性（如輪胎修理）。 b. 持續性（如電話服務）。
4. 與消費者之間的關係	a. 用戶（如電話服務）。 b. 非用戶（如警察服務）。
5. 可能的用戶專用化程度	a. 低（如電影和公共交通）。 b. 中（如教育）。 c. 高（如測量或衛生保健服務）。
6. 需求的穩定性	a. 波動大（如旅店或是警察服務）。 b. 波動小（如保險）。
7. 供給的適應性	a. 高（如公共事業）。 b. 低（如電影劇院）。
8. 發送地點	a. 消費者前來接受服務（如銀行）。 b. 服務前去尋找消費者（如測量）。 c. 服務在一定的距離之外提供（如電視節目）。
9. 產品和人員之間的角色分配	a. 絕大多數是產品和設備（如汽車出租）。 b. 絕大多數是人（如理髮）。 c. 產品和人的組合（如醫院）。

資料來源：Kotler & Andreasen (2003：404-405)。

在 Christopher 的九項服務營銷的類型裡，Kotler & Andreasen (2003：405-407) 歸納出其中基本呈現五種重要特徵：

1. 無形性。服務是無形的，一般情況下，消費者都是根據二手線索以及對服務提供者的信心進行購買。由於很難對服務作出評價，消費者會努力尋找其他潛在的質量標誌，比如證書或比賽成績就可以證明服務質量，影響消費都對於服務提供方式的期望心理。

2. 與生產者不可分割性。服務通常和提供服務的來源具有不可分割性。創造服務的關鍵行為要有來源，無論該來源是人還是機器。因此，產品和消費者常伴隨服務同時發生。這與產品不同，無論其來源是否存在，產品仍會一直存在。
3. 易變性。這依賴於誰提供了服務以及在什麼時間提供。
4. 易衰減性。服務是不能儲存的。當需求穩定的時候，服務的易衰減性並不是一個問題，因為很容易提前安排服務。然而，當需求波動很大時，服務公司就會面臨諸多的困難。例如，公共交通公司不得不在高峰時段使用比平常多得多的設備。
5. 消費者參與程度。很多服務交易都包括消費者，即消費者構成服務的一個組成部分。消費者對服務的性質和質量的影響非常重大。

二、產品策略分析

透過上述理論，本節研究「產品策略分析」從「新加坡推廣華語理事會的歷年紀事里程碑」（附錄一），還有 Peter TEO 整理出至 2000 年新加坡講華語運動歷年口號（附錄二），及新加坡華語相關新聞訊息中（附錄三），依據上述語言行銷理論對於產品的定義及類型，歸納新加坡華語特性及成效，下列為作者對其現象的分析和看法論述。

1. 為產品作寬廣的定義：講華語運動，依本質而言是一項無形性的產品，卻透過舉行各項推廣活動，或將定位為文化、或將定位為工具，隨著不同的地點（如：巴剎、公車站、購物中心、公家機關）與不同的推廣對象（如：家長、學生、行政人員），提供不同的服務和產品，使無形的服務有形化，就如推廣華語理事會在每年例行的講華語運動推出相關「產品」，從 1979 開始便設計了華語會話課程、1983 至 1987 電信局提供了「打電話學華語」。華語推廣的對象，也就是行銷理論中的消費者，主要設定於新加坡的華人族群，而產品則不限有形或無形，最終目標是要吸引華人改變其語言習慣。

華語推廣理事會與新加坡政府推出了許多華語產品，以產品三大層次來看，第一層次的核心為提供服務，從 1983 年起電信局提供 24 小時的「打電話學華語」服務，1998 年舉辦「網際網絡中文故事接力賽」，華文研究機構和學校也展出它們的產品與服務。第二層次為有形產品，如 1979 年開設了華語會話課程，1982 年製作學習華語會話卡帶，1997 年推出講華語運動網頁等諸多有形產品。第三層次是講求售後服務的衍生產品，作者認為新加坡講華語運動在推出許多有形、無形的產品後，何以能引起民眾大力的迴響，必然有其質量的保證，信心與信任讓「講華語運動」所推出的產品，使華族民眾有正面的評價並口耳相傳。

2. 具有利益價值：就產品的吸引力來說，提供無形的服務和有形的成果，最可看出消費者最直覺的反應，以華語替代方言，以及將華語作為抵禦新加坡沉沒於西方文化的洪流，不僅符合政府推行華語的立意，並視華語為亞洲經濟圈最有力的工具性語言。前總理吳作棟先生也強調過：「我們應該鼓勵講英語的華族家庭在家裡多講華語，理由是華語將成為華族的母語，懂華語會得到額外的好處。」¹²好處除了華語的經濟效益外，還有求職上的優選，在學術方面也可獲得表揚…等，在推廣華語歷年口號中，1993 年「用華語，受益多」、1996 年「講華語，開創新天地」、1998 年「講華語，好處多」的標語，顯示了華語這項語言是具有功利價值的，可以讓你獲得額外的有形或無形的利益，鼓勵華人多多使用這個產品(語言)，其概念已確實符合大眾消費的一項因素。
3. 消費群的設定各有不同：「講華語運動」最早的推行主旨是在於取代方言，由於新加坡是一個移民社會，大部分的華人來自於中國沿海各城市，所使用的語言當然是其方言母語。新加坡政府為消除華人社團之間的隔閡，強化華族自身的聚合力，故其推廣對象便設定於「使用方言的華族社群」，自 1979 年開始「多講華語，少講方言」、1981「學華語，講華語」、1983「華人講華語，合情又合理」，大力推廣以華語取代方言的目標。在政府推廣過程中，消費群的對象也依場所而有不同的設定，巴剎、熟食中心還有公車站、購物中心…等各大公眾場所，華語推廣理事會的歷年紀事里程碑(附錄一)中，也明確指出當年的

¹² 雲惟利(1996)。引用自〈中國帶來經濟機會〉，於 1993.09.07《聯合早報》。

推廣對象，從 1985 年的公共交通工友，1986 年是餐飲場所的顧客，1987 年是購物中心購物的民眾，1988 年為白領工人，主要還是在於日常生活較常使用方言的族群。而後，華語已取代方言成為新加坡華人族群通用語言之後，對象設定再次轉向，推廣設定也因工作場合分別以職業設定，1990 年即以高級執行人員作為推廣對象，1991 年為受英文教育不會講華語的華族公務員及公眾人士。請參照附錄四，為作者參照講華語運動歷年推行口號所作分析以及對象的設定。

另外，還有很多消費族群是來自於娛樂和教育，電影、音樂、中華文化刊物、商業刊物和傳播媒體，吸引對此文藝活動或有休閒興趣的民眾。廣大的網際網絡及其有關的軟硬體、遊戲、唯讀光碟，當然吸引了年輕族群的目光。學術教育更是以家長、學生作為消費者中不可或缺的一個環節，1984 年以「請講華語。兒女的前途，操在您手裡。」設定為華族家長，希望能將華語取代方言成為家庭（或親子之間）用語，並點出了「前途」此類具有功利考量的字詞，即以華族家長作為推廣對象；對學生而言，各項學術發表、競賽或認證的取得，對未來研究或求職都將會是正向的助益。從 2004 年至今，華語推廣理事會便以「華語，cool」作為宣傳標語，以流行用語的方式打入年輕族群，主要以學生為推廣對象，將華語設定為一種「酷」的語言，具有現代和時尚感，是新一代而非總是八股或文言的呈現方式；2007 年也推出了「講華語，你肯嗎？」承接 cool 的概念，向年輕人提出挑戰，英文是「Are You Game?」。

4. 服務的易變：講華語運動的主要由政府 and 民間團體共同合作，其中以推廣華語理事會為最大推行單位，許多活動也由此理事會策劃，並與新加坡國內的各大教育單位及文藝團體一同推行，或協助辦理。

上述已討論產品和消費民眾各有不同的層次和對象，所以服務的供應者和時間、地點自然會因應其不同而有所變化。服務的地點待通路策略時討論。既然華語推廣與學習有關，不論是成人或學童，教育必然是極為重要的一部份。誰能提供最好的服務品質，或是吸引消費者目光的產品？在什麼時候又是最適切的時機？

新加坡的教育單位便提供了許多較為專業的指導，也透過文化活動鼓勵民眾（多數為家長及學生）多多參與，1987年新加坡政府在中元節時設計了中元節華語課程，除了宣揚中華文化，也能因應風俗民情。1988年衛生部製作的一系列保健教育學華語電話熱線，讓民眾能在想獲取資訊時主動參與，而不受時間和地點的限制。1995年教育部和新加坡媒體聯合舉辦初級學院華語辯論，以教育品質的公信力說服民眾並取得信任。網際網路設立講華語運動網頁，除了展示1997年初級學院和中學寫作與網頁設計比賽的得獎作品外，也介紹其他華文網址和電視明星，吸引學生及年輕人的目光。電台和傳播媒體也播映了學習華語的節目和宣傳短片。

在新加坡不論是政府單位（教育部、電信局、交通及新聞部）、民間團體（新加坡中華總商會、新加坡宗鄉會館聯合總會）或大眾傳媒（聯合早報、新視第12波道），服務供應者廣羅傑出教育家和來自各個領域的知名人士，如衛生部製作的保健教育學華語電話熱線、教育部舉辦華語辯論會、國際學術研討會工委會學術主任李元瑾舉辦華人語言文學的研討會，以提供不同需求的學習者許多學習華語的方法，還有每年選出不同的流行歌手為講華語運動代言人，並且分享使用華語的經驗，也配合華族文化節慶推出應景活動，特別是屬於華人的節日，如春節、端午、中元節及其他各個節日，新加坡政府和華社便推出認識華族文化及身份認同等座談、活動¹³。針對不同需求而提供的活動和服務，學術、生活、娛樂、族群、文化，將不同面向的華語學習課程細分，提供消費者多項選擇機會，現在網路資訊發達，最便利的就是利用網路和通訊，打破時間及空間的限制，更可獲得最新最快的訊息和學習資源。

¹³ 「保留傳統：談華人新年風俗」(22/01/2001)

http://www.zaobao.com/zaobao/chinese/region/singapore/festival/singapore_festival220101j.html

「華中學生向教授學習作春聯」(2002-01-25)

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/festival/singapore_chunjie250102a.html

「節目滿滿 歎為觀止 春到河畔迎新年2002」(2002-02-11)

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/festival/singapore_chunjie110202a.html

5. 消費者的參與程度：Christopher (1983) 提出消費者對服務的性質和質量的影響非常重大，一般情況之下，消費者很多都是根據二手線索以及對服務提供者的信心而進行消費。在多數民眾願意以金錢或時間換取產品和服務的同時，也代表著這項產品和服務是獲得消費者的認同或讚許，進一步向其他有意願或興趣的民眾宣傳。

新加坡為華語推廣製作了許多相關產品和服務，如會話課程、學習會話卡帶、「打電話學華語」，引起為數不少的民眾的回應，售出學習華語會話卡帶超過 83,000 套，還有接到 64 萬通中元節「打電話學華語」的華語課程服務¹⁴，就這樣的數字顯示，消費者的參與程度和回饋都稱得上良好。劉雪梅 2004〈新加坡華文網站傳播現象解釋〉¹⁵中提到，根據新加坡華頁指南網站統計的資料顯示，目前新加坡當地中文網站高達 60 個，上網率最高的前幾名就有：ZaoBao Online（早報網）和 Speak Mandarin Campaign（講華語運動），及其他華人中文網站，如獅城華人網（<http://www.sgcity.net/index.htm>），都以華語建立入口網站主要閱讀頁面，再依不同的次目，如新聞、教育、求職、娛樂等，提供新加坡華人可真正使用華語進行閱讀及搜尋所需資訊，還有新加坡華人網址導航（<http://www.sgchinese.sg/>），它搜羅了新加坡華人最常使用的各網址網站，自稱新加坡華人的上網指南，每小時以點閱人數作順序排名，可推測中文網站對新加坡華人（消費者）是經常使用的。

在全球廣大的「華文熱」¹⁶的趨使之下，雖然情感性已不再是學習者最大的動機，但工具性和經濟性卻又讓華族對華語使用具有另一項優勢，在先天（華族、文化）和後天（教育、經濟）的環境影響之下，消費者的參與程度自然提升。

¹⁴ 數據來源：講華語運動網站。

<http://www.mandarin.org.sg/site/about-the-campaign/milestones-4.html>

¹⁵ 資料來源：<http://www.researchmethods.org/singapore-chinese-net.htm>

¹⁶ 「華語熱」，字詞來源《今週刊》NO.465期、各網路新聞標題。

第二節 價格策略

一、價格策略理論架構

Kotler & Roberto (2006: 221) 對價格的定義，是從社會行銷而來，指出產品的價格是消費者為了實施新的行為方式所付出的成本。傳統行銷理論對此有相似的定義：「為購買產品或服務而支付的費用，或者為了獲得使用產品或服務的收益而支付的價值總和。」¹⁷ 接受成本可以是貨幣或者非貨幣形式的。貨幣成本常常伴隨有形產品和服務。非貨幣成本看起來無形，但是對於消費者而言卻是真正存在的：它們是實施目標行為方式所付出的時間、努力與體力；目標受眾可能會經歷或者感知的心理上的風險與損失以及身體上的不適。而所謂的定價就是研究兩個方面的問題：1. 首先是研究目標市場為了購買社會行銷產品〈目標行為方式〉所能支付的價格；2. 其次是研究為縮小感知的成本而提供的貨幣形式將非貨幣形式的激勵與獎勵¹⁸。

Gemuden (1985) 在下面的模型中提出幾條降低其他非貨幣成本的策略（轉引自 Kotler & Roberto, 2006: 227）：

1. 為了對付感知的心理風險，以心理獎勵的方式提供社會產品。
2. 為了對付感知的社會風險，獲取信用機構的擔保，減少實施新行為時會遇到的侮辱與尷尬局面。

¹⁷ Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (P.371). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

資料來源：Philip Kotler / Ned Roberto / Nancy Lee 著。俞利軍譯。(2006.09)。《社會營銷-提高生活質量的方法》。北京：中央編譯出版社。

¹⁸ Kotler & Roberto (2006), P.221-234。

貨幣成本：在大多數情況下，貨幣成本是購買運動中有形產品與服務的費用。有時，貨幣成本是產品或服務的真正價格；有時，貨幣成本是當前正在使用的產品或服務價格增加值。

非貨幣成本：目標受眾實施新的行為方式同樣要面臨非貨幣成本，這包括三個方面：時間、努力、體力方面的成本。心理風險（如尷尬、拒絕或者恐懼）與損失（如美感或者親密）方面的成本。身體上的不適或者休閒的損失成本。

Philip & Fox (2005: 286) 為價格策略在教育機構的行銷上給予一項重要的意涵，認為價格僅僅是影響消費者選擇市場的因素之一，有遠見的學生感興趣的是學校課程、質量和特色、地理位置以及學校外部與內部的交通情況。很多學生心甘情願地為高質量的教育付出更多學費。如果學校具有吸引力並處於一個便利的位置，這比某些價格差異更具有競爭力。

價格策略對於教育推廣來說，成本的概念很難界定，講華語運動的產品本身銷售的是一種教育也是服務，以及促進學習者（民眾）願意消費的誘因。截至目前為止，從作者所收集關於新加坡華語的期刊文獻，以及網路新聞訊息等，對於價格策略的分析尚且未能做到全面的分析，由於絕大多數的訊息關注於消費者所應付成本，對於教育及活動單位的既有成本，例如人事、場地等每層需要資金運作的內部作業環節，也就是活動單位如何設定價格及收取費用的準則，這些資訊已關係單位隱私，較難以公開討論。故以下僅針對消費者與價格策略之間的議題。

二、價格策略分析

Kotler & Roberto (2006) 已提到價格為消費者願意接受且願意付出的成本，可以是貨幣或者非貨幣的。前一節產品策略中對講華語運動下了定義，教育推廣這項產品既是有形也是無形，在價格上也是如此，貨幣成本與非貨幣成本對於消費者來說，都是值得考慮的一大部分。以下為作者對新加坡講華語運動的觀察及討論。

1. 教育資源所支付的價格：在附錄一裡，新加坡推廣華語理事會推出相當多的活動及學習資料，如：華語會話卡帶、打電話學華語、通聯車資卡、英漢辭彙對照手冊等諸多產品，廣設華語學習課程、拓展進修管道，對於獲取華語能力與知識，在教育學習中所應付出的成本，就家長的想法而言多數認為是給學童未來的投資，若以職業需求的角度則獲得另一份工作能力。在正常情況之下，教育所付成本多為一般家庭可以負擔，消費者願意花錢買卡帶和打電話學華語，而且響應人數高達上萬人次，表示這項產品多是華人所消費得起，而且是值得購買

的。新加坡在華語推廣上，也有不需額外支付費用的產品，例如免費的華語報紙（《我報》）、可供下載的網路資源（講華語運動網站）、新加坡境內各大圖書館。

2. 休閒娛樂也有價格：近年來亞洲影藝快速發展，在多媒體（傳播、網路）的推波助瀾之下，華語市場早已擴展至世界各地。對於年輕一輩的消費族群而言，華語也可成為追求流行的誘因，特別在同儕團體的影響之下，年輕一輩的新加坡華人對休閒娛樂的消費實力不容小覷，也是華語開始爭食世界影視環境的大餅。電影、音樂、戲劇、文藝表演，這些原本就不是講華語運動一開始就設定的產品及策略，而是「全球華文熱」所發展的現象，以非教育的刻板印象帶動生活上的趣味，吸引消費者對於華語所產生的興趣，願意負擔獲得休閒娛樂的成本，去電影院看華語電影，從早期李安（台灣之光）導演1993年《喜宴》、1994年《飲食男女》、2000年引起全球矚目的《臥虎藏龍》，還有許多華語電影如《英雄》、《十面埋伏》、《黃金甲》、《赤壁》，動畫《花木蘭》、《功夫熊貓》等，不只引起世界華人的關注，也讓全球非華人族群為東方文化及歷史故事所吸引；還有亞洲明星歌手們的作品或偶像劇，更不能不提及華人唱片的搖籃-臺灣，之前曾在電視上看到某一外籍歌手說過：「只要能在臺灣發光，就能紅回東南亞和整個華語區」；參加藝文表演的活動，如雲門舞集、相聲瓦舍、女子十二樂坊…等，消費者雖然不是將貨幣支付給教育單位，但這些在語言推廣上卻有著不可忽視的影響力。

3. 感知心理的影響：Philip & Fox（2005）說過提升非貨幣收益的社會營銷工作者，可以採用非貨幣戰略，如表揚和贊許，提升目標受眾實施目標行為的感知收益。學校和各公私立單位常舉辦語文競賽或研討會¹⁹，除了實質的名次表揚和獎項外，心理層面更帶來榮譽和激勵，也

¹⁹ 「第四屆全國華語演講大決賽揭曉」（表揚、獎金）（來源：聯合早報網，2001-09-17）

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese170901.html

「老翁 85 開始學華語」（文化情感認同、公開表揚）（來源：聯合早報網，2003-12-02）

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese021203.html

「年已六十仍孜孜不倦學習 黃海考獲中醫和中文學位」（文化情感認同、公開表揚）（來源：

舉辦許多以親子為對象的語文活動²⁰，家人的互動促使重視家庭的華族提升參與意願，這種非貨幣形式的激勵，能吸引消費者願意付出時間、努力和體力。

4. 經濟價值的學習誘因：雲惟利（2006）引用新加坡雅虎入口網站對講華語運動展開問卷投票，其中一個選項便是「華語在社交和經濟兩方面都很重要」，有38%（3,498人）的華人點選這個項目，這已顯示華語對新加坡的現今社會來說是具有經濟指標的。許多公私立單位自行辦理華語課程，或鼓勵員工參加進修課程，除了在政策上的限制（消極），如「我們可以訓示政府公務人員，政府醫院和診所人員，以及櫃臺服務人員，除了對60歲以上的老人之外，不得講方言。」（Straits Times, 1979.09.08，資料來源：郭振羽，1985：128），也有升遷及求職的考量（積極），如「覬覦世界工廠，各國擁抱中文逐利中國。」（今周刊，NO.465期，2005.11.21，P.60-83）。為了通過一定的限制或目標，消費者不論是被動還是主動，華語能力的提升必然影響未來的經濟收入，這也符合非貨幣形式的誘因，使消費者得犧牲休閒時間，在華語學習上付出精神和體力。

聯合早報網，2004-03-18）

http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg180304.html

「配合講華語運動 新加坡華語講故事比賽三月舉行」（藝文活動、競賽）（來源：中國僑網，2007-1-31）

<http://chinaqw.com.cn/hwjy/hjxw/200701/31/60085.shtml>

²⁰「全家共用華語演講樂趣」（競賽、表揚）（來源：聯合早報網，2004-04-07）

http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg070404.html

「年輕人，來看爺爺奶奶當年的『酷』文化！」（文化情感認同、學習資源、文化遺產節）（來源：聯合早報網，2003-12-02）

http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg060704.html

「新加坡舉行父母講華語故事比賽 孩子樂於當評判」（藝文活動、競賽、公開表揚）（來源：知識人網，2007-3-17）

<http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/96287.html>

第三節 通路策略

一、通路策略理論架構

Dominguez (1998) 提出，通路或是說銷售管道的建立，需要考慮足夠數量的通路商以及銷售地點，並且要能影響到相當數量、具有影響力的顧客（轉引自張學謙：2005）。彭曉瑩（2000）思考學校的通路可分為兩種，其一為「潛在顧客」，如何透過管道讓對學校有興趣的顧客瞭解學校，另一為對「現有顧客」，如何讓教育產品和服務讓學生便利接近和使用。此外，葉仲任（1996）與黃俊英（1997）認為通路是顧客如何能便利地接近與瞭解學校產品和服務的方式，將產品轉移到顧客的手中的過程，應與顧客最大便利性與利用性，包括所提供教育活動的地點、服務的可接近性、涵蓋區域、位置與實體分配。²¹

Kotler & Roberto (2006：247-257) 地點是指目標市場實施目標行為方式、獲得相關有形產品、接受相關服務的時間及場所。我們生活的世界處處強調方便、簡單，因為時間就是金錢。每行人都在嘗試為家庭、朋友節約一點時間。因此，社會行銷工作者必須敏銳地察覺到：目標受眾會衡量目標行為方式的便利性。社會行銷工作者的目標在於：使用地點行銷工具開發戰略，使目標受眾（消費者）能夠盡可能便利、愉快地實施目標行為並獲得有形產品及接受服務，同時使用任何合理的手段降低競爭行為的便利程度。行銷工作者開發地點戰略，以便降低成本，消除進入壁壘，提升感知的受益。以下為地點的定義及目標：

1. 地點是指目標受眾人實施目標行為方式，獲得相關有形產品以及接受相關服務的時間和場所。
2. 社會行銷工作者的目標在於：使用地點行銷工具開發戰略，使目標受眾能夠盡可能便利、愉快地實施目標行為、獲得有形產品以及接受服務。

²¹ 轉引自邱顯哲（2005）〈華語中心行銷策略之研究--以台灣師範大學國語教學中心與文化大學國語研習班為例〉碩士論文。P.40。

3. 可供行銷工作者選擇的進入戰略與商業行銷類似，包括地點、時間、移動工具、周圍環境、等待時間、停車及零售展銷。
4. 節約成本的戰略使銷售地點更接近，延長工作時間，增加銷售地點的吸引力，推動目標受眾制定決策，使目標行為比競爭行為更容易實施。
5. 如果某個社會運動中會涉及有形產品與服務，那麼營銷工作者也許需要使用更加格式化的分銷網路，來分銷產品與服務。應關注的是最有效、最節省成本的選擇。

Kotler & Fox (2005: 305-322) 更針對教育機構的營銷方式提出一家教育機構可以從三個方向來考慮它的交付系統：1. 位置，包括可獲性，氛圍和設施。2. 時間安排。3. 交付模式，包括科技和傳統的教育形式。交付教育服務的典型模式從機構的角度來講是指，在一個地點提供課程，學員們集中在這裡接受課堂教育。

二、通路策略分析

以上論述可見，通路的設定及規劃為產品交付最重要的項目，產品本身的質量再高再好，也得要讓消費者有獲取的管道。本節研究「通路策略分析」從新加坡推廣華語理事會的歷年紀事里程碑（1979-2000）（附錄一）和新加坡華語相關網路新聞資料訊息（2000-2007）（附錄三）裡觀察其特性及成效。以下為作者對其現象的分析和看法論述。

1. 地點位置使消費者獲得華語學習的訊息：劉宏（2003）認為新加坡華文教育從十九世紀中葉產生的一開始就與華人會館（社團）結下了不解之緣。無論在創建、資金來源、師資、或辦校方針等各方面，華人會館對當地的華文教育起了重要而深遠的影響。林若零（2004）推廣講華語運動在前後十年的宣導對象並不一致，前十年偏重在居住於政府組屋區的講華族方言社群的宣傳教導，宣傳地點主要是講方言為主的場合（例如：巴剎、小販中心、巴士轉換站等）；後十年則轉移至以英語為主要用語的行政人員的宣導。宣傳地點也轉移至講英語為主的場合（例如：辦公室，政府部門等）。

華語教育推廣的地點，除了常見的宗鄉會館外，展覽中心、書會、校園，甚至還開設了華文中心或文化營、文藝競賽等活動，這都是定點且較為傳統的作法。近年還推出了相關活動，以旅遊或故事列車²²的方式來增加趣味，由「被動」向「主動」發展。由於新加坡國土不大，再加上公共交通便利，的確有利於教育產品和服務能更為便利地使消費者（學習者）接近和使用。

2. 網路無遠弗屆，消滅了地點和時間的限制：網路的普及已讓新加坡這個高度現代化的國家能更快獲取最新的資訊，華文教育也透過這項科技而消滅了地點和時間的限制，可以使消費者在任何時段都能使用網路學習。除了推廣華語使用的專設網站，如推廣華語理事會，利用網路進行教學，提供各項華語學習的方法，也提供行事曆等網路資源，公告活動舉行的時間、地點，例如講華語運動網站首頁下有「Event Calendar」的功能，2007年10月10號下午三點，在Bishan社區圖書館舉辦了一個「Chinatown Forever」的活動，還另有部落格（博客），網上知識競賽、以及微軟與新加坡合作開發的世界華文教學網路平臺。
3. 語言行銷所選擇的通路進入策略：在華語推廣的過程中，許多活動乃配合時令節慶或依其文藝娛樂而行，春節電子賀卡、中元節、華族文化節…等，不勝枚數。新加坡為求以創新方法教授華語，擴大學習環境，推出了「故事列車」、「爺爺奶奶當年的酷文化」、「看時事漫畫學習華文華語」許多輕鬆活潑卻又與日常生活息息相關的議題。前總理李光耀也指出新加坡華人應多講華語創造講華語環境，「讓華語酷起來，新加坡力推華語學習貼近生活」這樣的理念，把華語帶出教室，而不是只局限在課本或升學之中，營造自然且有用的語言環境來提高華文能力。
4. 延長學習時間，增加銷售地點：延長華語的學習時間，除了課程開設的時數增加外，上述的網路科技也消滅了學習時間的限制，可不斷反覆練習。而華語中心的增設也是新加坡境內正逐步完成的建設，為因

²² 新聞來源：http://big5.cri.cn/gate/big5/gb.cri.cn/2201/2004/12/23/381@400571_1.htm

應消費者（學習者）的人數升高，新加坡開設了數所高級華文中心，也計劃把開辦華語會話課程的學校增至80所，甚至連非華人宗教也跟上這學習熱潮而參與華語學習。

5. 延長學習時，有形產品與服務需要分銷管道：在新加坡的華語推廣中，過去以課程教學為多，而近年愈來愈強調創新學習，廣告、多媒體、藝文、娛樂、休閒活動，很多提供消費者選擇的服務項目。以分銷管道來說，華語推廣的相關學習資源和書報等，常經由國內的展覽或書市等地，對消費者傳達此類訊息，如輔助讀物《爆米花》、免費華文報《我報》、出版或進口學生讀物的出版協會成立、台海書籍的暢銷華文書、海外華文書市…等。新加坡也透過一些具有華族情感的文藝活動，將其語言學習與教育，推廣至消費群眾，如華社成立推廣華語和中華文化的機構、介紹綜合藝術教學以推廣中文、學校開設教育戲劇課以激發學生學華文的興趣…等。亦有休閒娛樂的服務，為配合中國市場持續增長，新加坡旅遊首推中文服務，或針對華語電視新聞將出同步中文字幕，這些都是有助於華文學習而設計的通路，有效且確實地推銷這項產品與服務。

第四節 促銷策略

一、促銷策略理論架構

Kotler & Roberto (2006: 268-287) 認為促銷是一種勸說性交流方式，使目標顧客了解所提供的內容，相信他們會接受其所倡導的利益並付諸行動。促銷策略主要包括兩個方面：訊息和媒體。訊息就是它想傳達的內容，其中又分為兩種：傳達的內容（訊息策略）和傳達的方式（執行策略）。訊息策略在於建立清晰的目標，有助於對消費者提出保證：交流是有意義的（指出產品讓人有購買欲望的利益），交流是可信的（產品將傳遞已保證的利益），而且交流是有特色的（它是一個比競爭對手更好的選擇）。而在執行策略方面，Kotler & Roberto (1989: 512) 也確認了四個因素，分別為：1. 理性，集中傳遞直接訊息與事實。2. 情感，旨在誘發出某種消極感覺（如恐懼、罪惡）或積極情感（如愛情、歡樂），它們能激發想要的行為。3. 道德，針對觀眾區分什麼是對的、合適的感覺。4. 非語言，這因素依賴視覺線索、圖片形象、符號、演員形體語言，包括口語表達、面部表情、身體移動、眼神交流、空間距離和體形外表。

Kotler & Andreasen (2003) 提到促銷的方式種類很多，因此不能夠把它歸結為某一個單純的目的。促銷有的三個作用：1. 交流—促銷能引起注意和傳播訊息，它希望目標群體能夠試一試商品。2. 刺激—促銷將對接受者有價值的訊息合併在一起。3. 邀請—促銷清晰地包含一個現在就參加的邀請（雲惟利，2006: 568-569）。

Gary (1991) 指出在促銷上的 AIDA 要訣：吸引注意 (attention)、刺激興趣 (interest)、引發渴望 (desire)、促成行動 (action)，亦稱為理性的購買過程、在顧客經歷各種購買的階段，應選擇那些促銷組合要素，才能獲致最佳的促銷效果，乃為促銷策略必須思考的重點。夏光華 (2001) 指出在思考如何達到宣傳效果時，可分為廣度及次數來考慮，所謂廣度是指有多少目標消費者，可接觸到所欲傳達的訊息；次數則為加深消費者之印象，使之產生報名行為（以上皆轉引自邱顯哲 2005: 42）。

就一個語言推廣組織來說，宣傳教育這項產品的主要目的，在於將其理念和特色等資訊傳達給消費者，並試圖影響其購買與否的決定，其促銷方式包括報紙、電視、廣播、夾報、網際網路、直接郵寄信函（DM）、車廂廣告、公共關係、公共宣導、人員銷售、促銷，或以非正式溝通管道，如口碑等來建立供應者（推廣華語理事會）和消費者（新加坡華族）之間的關係（黃俊英，1997：383；邱顯哲，2005：40-41）。見下表 4-2。

表 4-2：促銷工具一覽表

媒體	形式	優點	缺點
電視	廣告	地理性選擇、具市場區隔、可信度高	成本最高、訊息壽命短、觀型態不固定
廣播	廣告	成本低、訊息內容重複且彈性好、能溝通特殊目標受眾	訊息短暫、短時間需與其他訊息競爭、聽眾易分心
報紙	廣告	成本較低、具地理彈性、能完整呈現詳細訊息、可夾帶傳單	時效性短、缺乏重不閱讀的讀者、少量流通
網路	廣告	訊息傳播速度、訊息彈性高、適時性高	受眾不易掌握、易受眾教育程度影響
雜誌	廣告	訊息壽命長、具市場區隔讀者、專業形象、可刊登回函	成本相對較高、時效長，缺乏彈性、欠缺直接性
直接郵寄傳單（DM）	廣告	傳送速度快、對象選擇性高、格式彈性高、可刊登回函	丟棄率高、郵寄名單不易取得、有期限、需花費郵資
POP 廣告海報	廣告	較易促成行動、具影響力直接與服務或產品產生關聯	不易爭取好位置、方法老舊、眾多訊息中不易突出
戶外看板	廣告	印刷尺寸規格大、具影響力、直接與服務或產品產生關聯、地理位置彈性	只能簡短訊息、少有市場區隔、注意力低

大眾捷運 車廂廣告	廣告	成本相對低、具地理選擇性和 彈性、訊息高度曝露	訊息高度競爭、屬視覺 媒體、簡短訊息、宣傳 效果不易控制
人員當面 解說	人員銷售	非常彈性、私人性、注意力集 中、定點溝通、集中感官接觸	需個人技巧、成本過 高、受限地理位置、宣 傳效果不易控制
電話解說	人員銷售	成本中等、注意程度高、能克 服距離問題	需個人技巧、易被拒絕
促銷活動	促銷	做選擇決定時，可提供訊息、 可發揮創造力設計活動，可在 短期內刺激銷售	訊息空間受限、成本 高，容易被抄襲，與減 價有關的促銷可能傷 害產品形象
公共宣傳	宣傳	成本低、彈性高、市場區隔性 高、具地理選擇性、具公信力	時間難控制、難確保訊 息一定補傳送、形式或 呈現方式難控制

資料來源：黃俊英（1997），P. 383。邱顯哲（2005），P. 41。

二、促銷策略分析

以上為促銷相關定義，不論是從供應者或消費者的角度切入，都需要考慮產品在促銷活動中所達到的相對效果。以下為作者對新加坡講華語運動的觀察及討論。

1. 訊息和大眾傳播媒體的相互配合：新加坡是個高度資料發展的國家，雖然國土不大，但在訊息和媒體的傳播上，更顯得迅速便利。推廣華語理事會在宣傳教育這項產品上不遺餘力，將使用華語的理念傳達給民眾，利用報章雜誌、電視、廣播、網際網路、車廂廣告、公共宣導，或與新聞部、電信公司、等合作華語推行活動，也會同時推出華語學習的產品，提供消費者各項相關訊息資料，以及傳達學習途徑及諮詢方式，建立市場上的供需關係。

2. 明確的促銷作用：Kotler & Andreasen (2003) 提到促銷的三個作用，是可以印證在講華語運動上的。首先，引起消費者的注意和訊息的傳播，希望學習者（民眾）對華語這項產品能多加關注，接受並嘗試講華語。在上述對通路的討論中，巴剎、小販中心、巴士轉換站、辦公室和政府部門等，這些都是新加坡民眾常進出的地點，想當然爾有極大的曝光度，產品便容易吸引注意。再來是刺激民眾消費，將有價值的訊息與產品連結在一起，加強華語的學習動機。新加坡以商立國，又位處東西文化交接之地，推廣華語理事會以民族文化作為立基，近年利用亞洲經濟圈帶動語言學習，讓華語使用的發展愈來愈普遍，甚至影響非華族人士。
3. 華語推廣的確通過AIDA：Gary (1991) 所提出的AIDA促銷要訣，也就是吸引注意 (attention)、刺激興趣 (interest)、引發渴望 (desire)、促成行動 (action)，就新加坡講華語運動來說，在宣導推廣上確實按著AIDA進行。自1979年九月開始，新加坡政府就運用多種媒介，採取多項措施，進行全國性的宣傳和推廣，這對國土不大的新加坡來說，訊息迅速擴及全島，並吸引了國人的注意 (A)。後來經過一系列的活動，從最早的文化民族的感性訴求，再加上會話卡帶、打電話學華語等多項資源（參見附錄一、三），依民眾回饋的數據看來，例如：政府售出超過8萬3000套會話卡帶，電信局接到64萬通電話「打電話學華語」，還有免費中文報《我報》和華文讀物《爆米花》等，確實引發了華族民眾的興趣 (I) 及學習渴望 (D)，接著才會促成學習華語的行動 (A)。
4. 講華語運動在執行策略方面說服了消費者：講華語運動的出發點本是以消除華人社團之間的隔閡，強化華族自身的凝聚力，從而達到形成新加坡國家意識的終極目標。新加坡對推廣華語的最初立意，以理性思考面對這項活動對國內華族的影響，並思量其可行性，直接對民眾傳遞何以舉辦「講華語運動」的訊息與事實。就文化和民族情感方面，政府欲通過推廣華語，促使華人從更高層次來了解中華文化（積極情感），以抵消日益強大的西方文化的影響（消極情感），激發華族學習

並使用華語的動機和行為。郭振羽（1985：126-127）提到新加坡華人在態度方面的改變，他視之為講華語運動的重點，在華語運動中，幾乎所有重要的「說服性傳播」(Persuasive Communication) 方式，都全力施用，最重要的包括以下幾項：1. 政府和輿論領袖的談話演說，像是前總理李光耀的電視談話節目，電視座談會、公開討論會、報紙專欄等，其影響不只在於李光耀前總理個人感召性(charismatic)的說服力，同時也在於他親自肯定此一語言運動，賦予正當性(legitimacy)的地位。2. 學校和公私機構舉辦辯論會、作文比賽、演講比賽以及講故事比賽等。3. 大眾傳播刊出華語運動標語以及宣傳短片、幻燈片，贈送華語運動的衣服、宣傳徽章等。在公共場合以及公司行號張貼標語，街頭巷尾張貼了「讓我們講華語」的標語，形成一個全面的鼓勵講華語的社會環境，目的都在於向不講華語的華族，灌輸華語的重要性，希望由態度上肯定，而達致行為上的改變，讓華族自行判別何以舉辦此項活動。



第五章 講華語運動的成果與限制

本章第一節討論新加坡「講華語運動」在經過語言行銷策略後，是否有效地達到目標理想，及其呈現的現況與成果。第二節討論這項活動的限制及負向影響。第三節則是對「講華語運動」提出建議。

第一節 講華語運動的現況與成果

對講華語運動評估，以下經新加坡統計局提供的數除，大部分只有 1990 年至 2000 年，透過數據來觀察每年例行性活動成果（擴展、停滯或退步），還能協助新加坡華族民眾了解在面對華語時的態度（正、負、中立）以及未來的發展（繼續使用、夠用就好、沒必要）。下列將從語言態度、學習動機、家庭語言、讀寫能力等項目，討論講華語運動的現況與成果。

一、華語的使用態度和學習動機

陳松岑、徐大明（2000：57）透過新加坡南洋理工大學中華語言文化中心的協助，針對新加坡的語言使用情況進行調查，新加坡華族在面對不同的語言時通常有不同的語言態度和看法，主要有七個優點選項：權威、身份、好聽、有用、親切、友善、容易。在調查結果中，華人在評價英語和華語的比例上，在屬於情感方面華語占優勢；功利方面則是英語。七項優點中，「好聽、親切、

友善」都屬情感方面，這表示了華人在說華語時，仍具有特殊情感，如民族、文化；功利方面除了「有用」華語比英語多 5%，「權威、身份」英語則是以超過 27%和 19%獲得壓倒性的勝利；至於「容易」則因為華族口語的使用習慣，雖然在調查過程中會隨著年齡和對象的不同而在數據上有所差異，例如國小一年級學生正式從家庭教育（單言）轉向學校教育（雙語、多語）、只會說方言的長者較難再次進入語言教育的環境（方言→華語）、接受英語源流教育的華人，但新加坡在長期推動華語運動的努力之下，認為華語「容易」使用相較是英語的三倍之多，可見已取得相當大的成績。見表 5-1。

表 5-1：對不同語言的看法—英語與華語的比較

優點	權威	身份	有用	容易	友善	親切	好聽
英語	39	32	14	19	10	10	12
華語	12	13	19	58	43	51	33

資料來源：陳松岑、徐大明（2000：57）

由於華語被認為具有一些用途和功能，所以也設定了學習動機，共五項，見表 5-2，其學習動機可分別從認同和功利兩方面來考量。

表 5-2：華語的五項用途

目的	動機	最高比例分布
有利於繼承傳統文化。	最具有民族文化背景、帶有認同於本民族的感情色彩	雙語源流：39%
作為新加坡華人的一個表徵。		華語源流：20%
可以和不同的方言群交流	屬於功利方面	英語源流：40%
有利於國外發展。		英語源流：5%
有利於自己／子女學習華文。	兼有感情和功利兩方面	英語源流：11%

資料來源：陳松岑、徐大明（2000：64）

華人在面對民族、文化、傳統等議題時，不論受到哪個源流的教育，對於身份都具有高度認同（39%），這種強烈情感是很難抹去的。與不同方言群交談（40%）、有利於學習華語文（11%），都是以英語源流的華族人士為多，由於他們多半使用英語，在面對任何一種第二語言時就得額外學習，進而達到溝通和交流的目的，這也符合新加坡政府在進行講華語運動時的其中一個對象：讓英語源流教育的華人使用華語，所以在比例上英語源流的華人有較高的學習動機，確實達到推廣的目的。至於有利於國外發展的項目，對受英語源流教育的華人來說，英語本就是第一語言，故視為理所當然，並無太大的華語學習需求。

二、華族家庭語的使用情況和讀寫能力

第四章在語言行銷的討論中，新加坡將華語視為一產品向華族民眾推廣語言的使用，自 1979 年至今已屆 30 年，從表 2-2 (P.14)，分別從 1980、1990、2000 這三個時間點對華人家庭中常用語言的調查，已顯示二十年間家庭成員語言使用的變化，華語使用的比例從 13.1%、30.1%到 2000 年的 45.1%，已超過方言，而且方言使用的比例也年年降低，這符合推廣講華語運動的立意之一：以華語取代方言的使用。表 5-3 為詳細使用人口數據。

表 5-3：2000 年，5 歲以上華族家庭常用語²³

華族人口總數	2,236,016	100.00%
英語	533,948	23.88%
華語	1,008,489	45.10%

²³ 調查對象為 5 歲以上的華族家庭，Singapore Census of Population 2000. Singapore Department of Statistics。http://www.singstat.gov.sg/pubn/popn/c2000sr2/t29-37.pdf。 P.2。

方言	685,760	30.67%
馬來語	5,270	0.24%
印度語（淡米爾及其他印度語）	61	0.00%
其他	2,534	0.11%

資料來源：新加坡統計局，2000 年。

表 5-4，是以十歲作為一個階段的觀察，就 15-24 歲年齡層的語言使用變化最大，華語使用提高超過一倍，方言則降低 33% 左右，這個時期大約在高中和大學階段，正是校園裡的黃金歲月，以同儕之間的影响和學校教育的制度之下，學生多用華語交談。25-39 歲年齡層的語言使用變化很不小，華語使用提高 16.5%，方言降低了 16.8%，這個時期大約是就職階段，由於新加坡政府當時已推行了許多有關使用華語的政策（求職、進修優勢），也間接影響了華族民眾的語言使用習慣。

表 5-4：1990、2000 年，華族家庭各年齡層的語言使用情況

	5-14		15-24		25-39		40-54		55 以上	
	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000
英語	23.3	35.8	19.9	21.5	24.6	25.2	16.1	25.1	5.3	9.9
華語	57.6	59.6	28.5	59.8	30.4	46.5	24.8	43.9	6.1	17.8
方言	18.9	4.3	51.5	18.4	44.8	28.0	58.8	30.7	87.7	71.8
其他	0.2	0.4	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.9	0.5
小計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

資料來源：新加坡統計局，2000 年。

表 5-5，為 2000 年對華族民眾讀寫能力的調查，單語使用人口僅占 14.34%，

其中仍以英語為最多數。雙語一直是新加坡政府的語言政策，這在讀寫能力調查中也顯示了其推行成果，超過 80%，且絕大多數以英語華語並用，由於語言政策明訂英語為第一語言，所以在人口普查的項目中並未出現「華語、方言」，故無以評估。

表 5-5：2000 年，10 歲以上華族讀寫能力情況²⁴

華族人口總數		338,309	100.00%
無讀寫能力		3,151	0.93%
單 語 使 用	單語使用人口總數	48,512	14.34%
	華語	6,679	1.97%
	英語	41,809	12.36%
	馬來語	10	0.00%
	淡米爾	-	0.00%
	非官方語	14	0.00%
雙 語 使 用	雙語使用人口總數	284,782	84.18%
	英語 華語	283,274	83.73%
	英語 馬來語	1,368	0.40%
	英語 淡米爾語	5	0.00%
	英語 非官方語	111	0.03%
	其他兩種語言	24	0.01%

²⁴ 調查對象為 10 歲以上的華族民眾，Singapore Census of Population 2000. Singapore Department of Statistics。http://www.singstat.gov.sg/pubn/popn/c2000sr2/t20-28.pdf。 P.20。

三 語 使 用	三語使用人口總數	1,864	0.55%
	英語 華語 馬來語	778	0.23%
	英語 華語 淡米爾	10	0.00%
	英語 馬來語 淡米爾語	5	0.00%
	其他三種或以上	1,071	0.32%

資料來源：新加坡統計局，2000年。

上述各項新加坡統計局所提供的數據，都明確地顯示了一個現象，就是華語使用習慣的改變，講華語運動在這30年來，的確達到了一定的效果，不論是語言態度、學習動機、讀寫能力和家庭語言，對於華族民眾而言，雖然破除華人社團隔閡或凝聚國家意識等，強大的情感意識是我們無法從外在數據觀察得到，另一方面，從語言的看法（七個優點）、態度（情感、功利），還有家庭常用語、語言使用狀況和讀寫能力，華語確實在新加坡華族教育和使用習慣上有了相當亮眼的成績。

甘于恩（2000：16-32）年發表的〈進一步提升中文水準 重新認識方言的價值〉一文中，認為推廣華語運動在華族社會的語言使用情況，已取得很大的成就，以下參考並分析其意見：

1. 「華人說華語」已基本成為華人社會的共識。講華語運動從剛開始所受到社會各方冷淡和觀望的態度和阻力，到後來只要懂得華語，在華人社區便能通行無阻，這便是語言看法和態度的轉變。
2. 作為講華語運動不可分離的內容，普及、提升中華文化也取得一定成績。因為華語具有容易和好用的優點，在推廣上也較能增添內容的強度，再加上華語讀寫能力的基本要求，不僅有利於繼承傳統文化，也

作為新加坡華人的一個表徵。新加坡相關部門利用廣告牌張貼經典格言以及詩文佳作，還舉辦了華文文化節、文藝（文化）營等活動，這些都對講華語運動有正向的幫助，讓更多民眾從各個不同面向來了解華語文的內容和價值。

郭振羽（1985）指出，講華語運動的最終目的，在於改變華人的語言行為和語言習慣，在此之前一定要先讓華人培養或提高華語能力，還有態度的改變。依郭振羽所設定的三項目標，再觀察新加坡華人的語言行為改變，推廣華語確實有一定的成果。

1. 認知方面，促進華人的華語能力：從家庭用語、讀寫能力的數據顯示，使用華語的比例，在華語推廣後超過半數華族家庭，普遍認為具有「好聽、親切、友善」等優點，而「容易」更表示語言使用的熟稔度，可以掌握語言的運用。
2. 態度方面，說服華人接受華語的重要性：華語被認為具有一些用途和功能，可分別從情感性和功利性兩方面來考量。在用途中，當華人在面對情感性議題時，不論受到哪個源流的教育，對於身份都具有高度的認同感；功利性設定的功能取向，求職、升學，再加上亞洲經濟圈的發展，也讓愈來愈多人（其實不只有華人）重新審視並接受華語的重要性。
3. 行為方面，促使華人在不同場合（domains）中，使用華語，不講方言：1980-1990 年的宣傳對象設定是方言使用群，宣導地點在巴剎、小販中心、巴士轉換站等，這些對象和地點的設定就是在於降低方言使用，希望以華語取代方言，而這十年的推廣成效就是將華語使用的地點從家庭轉移至公共場合，前總理李光耀說：「我國華人現在都接受華語為家庭和社交用語。」加上雙語政策的施行，英語、華語的使用已佔絕大部分的比例，

社會環境的普遍使用，便會加速方言及其他語言的使用下降，不論是學校、行政機關，或巴剎、公車站等，由此可見，華語的推廣確有相當成績，已取代了方言的使用。

第二節 講華語運動的限制與負面影響

除了上述各項成就，講華語運動在推行上仍有許多限制，如政策、種族，還有教育、課程等。強勢語言的成長代表了弱勢語言使用的消亡，社會現況與理想似乎離現實環境還有一段差距，以下討論講華語運動的限制和負面影響。

一、限制

第一節描述講華語運動的現況與成果，從另一角度來看，任何運動的推行同時也會存在著某些不足與偏差。很多支持講華語運動的人認為，華人應該說華語，也就是「母語」，這樣的概念未必就是新加坡華族的現實情況，因在推行講華語運動之初，有 60% 以上的華族家庭語言所使用的是方言，這才是真正的「母親的語言」，而官方的「母語」卻得經過學習，在學校教育中還得通過測驗才能到分級較高的學習階層，這讓華族民眾對華語學習的態度便成了負擔。

聯合國教科文組織面對語言態度和語言政策上表示，一個國家的政府可能有明確的語言使用政策來管理其境內的多種語言，表 5-6 為官方語言態度的七項層次指標，級次從 5 到 0，分別為同等支持、區別性支持、消極支持、積極支持、

強迫性同化和禁止使用。聯合國認為最高和最低的兩個級次都算是極端，一種是指定一種語言作為國家唯一的官方語言，而無視其他所有語言；另一種則是全國所有語言都享有同等的官方地位。但是，同等的法定地位並不能保證一種語言的持續使用和長久的生命力²⁵。

表 5-6：語言的官方地位和使用

支持程度	級次	官方語言態度
同等支持	5	把國家的所有語言都視為財富，所有語言均受法律保護，政府實施明確政令鼓勵保持所有語言。
區別性支持	4	非強勢語受政府明確保護，但強勢/官方語和非強勢（受保護）語的使用場合有明顯區別。政府鼓勵少數民族維護和使用自己的語言，大多數情況通常在私人場合（如家庭語言），而不是公共場所（如學校）。某些使用非強勢語的語域（如慶典活動）享有很高威望。
消極支持	3	強勢族群對是否使用少數民族語言漠不關心，只要強勢族群的語言是社會的交際語言。儘管這並不是明確的語言政策，但強勢族群的語言已成為事實上的官方語言。非強勢語的大多數語域無法與其相媲美。
積極支持	2	政府向少數民族成員提供使用強勢語言的教育，以此鼓勵少數民族族群放棄自己的語言。非強勢語的說和/或寫均不予鼓勵。
強迫性同化	1	政策頒布明確的語言政策，宣布強勢族群語言為「唯一」官方語言，而非強勢語言既不被承認也得不到支持。
禁止使用	0	禁止在任何領域使用少數民族語言，只是在某些私人場合或可使用。

資料來源：范俊軍等譯（2006），聯合國教科文組織，**語言活力與語言瀕危**。

²⁵ “Language vitality and endangerment”，原文出處：
http://portal.unesco.org/culture/en/files/35646/12007687933Language_Vitality_and_Endangerment.pdf/Language%2BVitality%2Band%2BEndangerment.pdf
 中譯本：〈語言活力與語言瀕危〉范俊軍等譯（2006），收錄於《民族語文》第3期，P.58-59。

就新加坡政府明令頒布的語言政策，四大官方語言享用同地位，國內各族群一律平等，這符合表 5-6 中的第 5 級次，把國家內的語言視為財富並受法律保護；但就實際的觀察，作者認為新加坡對語言的態度較符合第 4 級次「區別性支持」，因為語言政策僅明令「四大官方語」，而非境內「所有語言」。華語、馬來語和淡米爾語受語言政策保護，但與英語相比很明顯地成為非強勢語，其使用場合也有顯著的區別，在行政、教育、商業等較正式場合多用英語，至於巴剎、熟食中心、公車轉運站等地，才有較多人使用自己族群的語言，雖然明令四大官方語言一律享有平等地位，就連新加坡網站幾乎全是英語介面，並未提供其他官方語言的轉換，如新加坡教育部、統計局，甚至是推廣華語理事會都以英語為主。面對非強即弱的比較，講華語運動雖然有大幅進步和顯著的成績，但也無法突破語言的使用態度和社會地位。

同樣是聯合國教科文組織在〈語言活力與語言瀕危〉一文中討論的，前面是討論官方語言態度的議題，接下來則是語言族群成員面對母語的態度，同樣分級次 5 到 0。見表 5-7。²⁶

表 5-7：族群成員對其母語的態度

級次	族群成員對其語言的態度
5	所有成員都重視自己的語言並希望它不斷發展。
4	大多數的成員都支持保持自己的語言。
3	許多成員支持保持語言；其他人則漠不關心，或甚至支持棄用其語言。
2	一些成員支持保持語言；其他人則漠不關心，或甚至能支持棄用其語言。
1	僅少數成員支持保持語言；其他人則漠不關心或支持棄用其語言。
0	無人關心母語是否被棄用，所有人傾向於使用強勢語言。

資料來源：范俊軍等譯（2006），聯合國教科文組織，**語言活力與語言瀕危**。

²⁶ 聯合國教科文組織，“Language vitality and endangerment”，P.59。

通常族群面對母語的態度是不太一樣的，可能將母語視為族群及身份認同加以推廣，也可能只使用而不去推廣。新加坡明令把「華語」作為華人的官方母語，所以本文在這個部分對「母語態度」的討論便是如此設定，當新加坡華人在面對母語（華語）和這項講華語運動時，華人族群對其語言態度應該介於在 4 與 3 級次之間。針對華族設計的講華語運動，最初就是把「華語」定位為華族的母語，取代實際的母語「各地方言」，透過政府推廣動、學校教育及各項宣導，華族民眾得重新學習語言政策下的「母語」。在民族文化、身份認同、學術教育、政治經濟等各項因素的影響下，雖然在推行初期有許多民眾抱持冷淡或觀望，絕大部分華族仍以正面回應且有一定成績。講華語運動的推廣對象從一般講方言民眾最後再轉向受英文教育的華族人士，但重新觀察表 5-2，10 歲以上華族的讀寫能力情況，單語使用人口占了 14.34%，其中以英語單語使用便有 12.36%，也就是說有 1/8 的華族只願意使用英語，以數據來看還是有一部分華人的這項活動抱持漠不關心或負面的使用態度。

華人面對華語的語言態度是很複雜的，從一開始政府推廣華語使用，為了取代方言以華語凝聚華人力量，建立國家觀念，在前十年的階段（1979-1990），不論是華語的使用情況和語言態度上，都是大幅提升。在華語成功取代方言成為華族共通語和家庭語後，再把推廣目標轉向受英文源流教育的華人，也從家庭語的設定推廣至工作場合，在這個階段（1990-2000）華語的地位從非正式場合提升至公開場合，在使用情況和語言態度上，再度提升和擴展，但由於此時華人普遍已能使用且掌握華語，所以華人在面對華語時，已無前期的熱衷和使命感，漸漸趨向和緩。2000 年後至今，講華語運動行之有年，在連年推廣近 30 年後，方言、家庭語、社會交際語言達成了階段性的目標，而今華語對新加坡華人來說已不是一件新鮮事，在對一個語言感受到麻木之前，又重新回到英語的擁抱，再加上學制分級的壓力，對學生來說多一科不如少一科，華人已不再

全面性地支持講華語體，從雲惟利（2006：4-6）文中他引用了2003、2004年新加坡雅虎入口網站的調查，題目分別是：「華語運動在今天還跟我們息息相關嗎?」「我們還需要華語運動嗎?」（其數據見下表5-8、表5-9）。

表 5-8：華語運動在今天還和跟我們息息相關嗎?

選 項	人 數	百分比
相關。新加坡人的華語還很差。	1,674	36%
不相關。還有別的事情更重要。	1,004	22%
無所謂。只要可以溝通就好。	1,862	41%

資料來源：雲惟利（2006：4-6）。

表 5-9：我們還需要華語運動嗎?

選 項	人 數	百分比
需要。華語在社交和經濟兩方面都很需要。	3,498	38%
需要。現在學校裡新的華文課程很容易學。	501	5%
不需要。何必強迫人民學習某一種語言。	2,373	26%
不需要。華語運動已經推行了25年，什麼目標也達不到。	2,519	27%
不知道。	305	3%

資料來源：雲惟利（2006：4-6）。

表 5-8 選項 2 和 3 占 63%，顯示一般民眾對講華語運動已失去熱情。表 5-9 選項 3、4、5 就占了 56%，這也顯示出民眾對推廣講華語運動的態度。雖然這項活動年年都會舉辦，但就如雲惟利所說，時間一拉長，就容易讓社會對其逐漸漠視，使得講華語運動的作用僅止於定期提醒華族民眾，母語十分重要，而使華族母語使用情況下滑的劣勢未因此而趨緩。

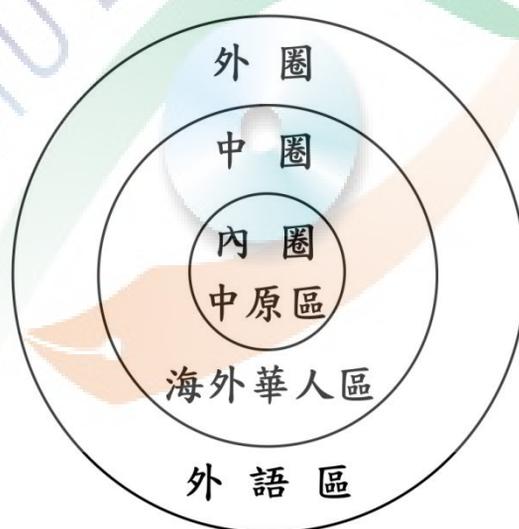
甘于恩（2000：21-23、47）認為華語推行上還是有很多限制，華語運動只是在規模上成績突出，但在質量上還是不夠理想，不少華人不只用起華語很不流利，所使用的華語也只是「羅雜式華語」，受到當地其他語言影響，混雜了馬來、淡米爾、英語的詞語和用法，不似華語中原區那麼「純正」的華語。再來，講華語運動的某些決策缺乏與民眾協商而容易造成偏差，例如姓氏在拼音上的差異已不只是政策能決定的部分，這已關係到華人文化特徵和感情的依附，不想換取另一個不熟悉的姓。還有，在推廣初期，決策者為了鞏固華語的地位，有些做法顯得缺乏彈性，過於把華語和方言對立起來，在「多講華語，少說方言」的口號下，方言在傳媒的空間幾乎全被關閉，電台、電視台的方言節目一律取消。另外，政府對推廣華語其實是抱持矛盾的心態，一方面希望華語能提升華人之間的聚合力，但一方面又不希望華語影響到英語作為工作語言的地位，和與其他種族之間的共存關係，「講華語運動」的英譯是「Speak Mandarin Campaign」，主辦者用的是 Speak，而不是 Enhance，只是講加上簡單的寫作，並不是要提升華語的社會語言地位。

詹伯慧（2001）²⁷認為新加坡的雙語教育有三點特色，但對於華語而言卻是負面的影響。首先是非平行的雙語教育，學制裡的語言課程，母語課程和使用英語的課程，課時不成比例，雖然母語的學習長達12年（小學、國中、高中），但程度優異能夠修讀高級母語課程，卻只在少數。其次，母語（華語）課程的接觸時間隨學年而遞減，到了大學階段以後，除非是中文系的課程，其他一律使用英文。最後，英語的學習重在實用，雖然接受雙語教育的年輕人，華語能力比以前的英校生強，英語比以前的華校生流利，但整體的中英語言能力表現卻不怎麼突出，有點比上不足比下有餘的感覺。

²⁷ 資料來源：詹伯慧（2001）

吳英成（2002：47-48）認為講華語運動對華人也有極大的外在影響。近期華語在全球崛起，則明顯地與經濟領域緊密相連。海外華人經濟地位的提升，直接成為中國經濟發展的重要動力已是不爭的事實。但是海外華人區本身並不具備推動華語成為全球性語言的主要動力，只有靠中國的經濟崛起才是提升華語為全球性語言的主因。圖 5-1 為華語三大同心圓²⁸，新加坡乃是處於中圈的海外華人區，華語使用的能力比不過「內圈」，無法成為全球的華語推廣重地，再加上商貿立國，講華語運動絕非純粹的華族自身覺醒的語言運動，工具性和經濟的極大誘因早已取代情感性的依附，得被動式地選擇具有功利性的語言。

圖 5-1：華語三大同心圓



圖片來源：吳英成（2002：48）。

郭雅雯、蕭雅俐、劉巧雲（2003：450-451）對新加坡的華語推廣提出問題，認為華語程度普遍不高，還有其他母語文化的流失。表 5-2，在雙語制度中華人

²⁸ 資料來源：吳英成（2002：48）

內圈：以華語為母語或者全國共同語（common language）的「中原」區，包括中國大陸、臺灣。

中圈：以華語為共同通語（lingua language）的海外華人移民區。

外圈：以華語作為外語學習的非華人地區。

的讀寫能力以「英語-華語」為最高比例，因為境內以華族人口最多，但多數人的英文程度卻優於華語，這是由於以語言能力分流的教育制度造成的影響，使他們得以依能力來選擇不同的語言課程，導致競爭激烈，重視英語更甚於華語，長久以來讓華語逐漸變成僅只於口語交際。

《聯合早報》在2008年4月1日發表了一篇社論²⁹，認為在新加坡如此西化的社會環境中，年輕人學習華文有一些明顯障礙，與講華語運動相關的主要有：1. 文化活動缺乏華文，為了省錢省事，許多文化活動只有英文說明。2. 一般年輕人離開學校後就缺乏使用華文機會，甚少接觸華語的機會，除了口語，難得書寫，這已成為普遍現象。3. 中國的慣用語不易理解，新加坡一般年輕人的華文水準原本不高，媒體應盡可能使詞彙當地化。4. 許多英文軟體功能日益增加，方便易用，但華文軟體不僅遠遠落後，在傳輸上也時有差誤，有待改進。5. 中文翻譯水準有待提高，閱讀中文翻譯文字不僅意思難懂，甚至不知所云；免費翻譯工具又錯誤百出，翻譯水準普遍降低。6. 華文科目應獲重視，學生通常視之為考試科目，只求好成績，再加上一般學校較注重數理科，也就培養不起愛戴母語的熱忱，不肯花功夫擴大學習範圍。

華語在新加坡不只在教育上有所限制，另外還具有很大部分的政治關聯。劉培棟2005年在《東南亞縱橫》發表一篇文章〈新加坡華語文與新加坡政治〉，其中提及「華語文雖然不是行政語文，但至今仍然是政黨爭取選票的『政治語文』」³⁰。新加坡還在英國殖民時期，就因為各項政治因素而被政府排斥華文教育，這對境內華族來說無疑是受到文化、社會、語言和政治上的壓制和歧視，之後政府又因為處理華文教育問題失當而遭受華社的強烈反對，再加上以強烈手段鎮壓

²⁹ 謝世順：「新加坡年輕人學習華文的十大障礙」
<http://www.chinaqw.com.cn/hwjy/hjzp/200804/01/112009.shtml>

³⁰ 資料來源：劉培棟（2005），〈新加坡華語文與新加坡政治〉。聯合早報，1991年9月17日、9月23日。

華校生，最終失去政權。新加坡爾後在爭取獨立之時，當時李光耀（前總理）參與新加坡的選舉活動，各政黨都設法爭取第一次有投票權的受華文教育選民的支持而支持華文教育，人民行動黨因支持維護母語而受到支持，華語無可避免的一種選舉和政治的策略和籌碼。然而，載舟亦可覆舟，人民行動黨在1991年的國會選舉中有許多華人投了反對票，原因是受華文教育者對政府過於重視受英文教育者的輿論感到不滿，認為不應該過於遷就受英文教育者的看法，而忽略了全民的共同利益，另一方面，又忽略了廣大受華文教育者的願望與利益，把他們看成是理所當然的忠實支持者，只有在大選時行動黨政府才想到受華文教育者。

二、負面影響

新加坡是多元種族的移民社會，只要在國內舉行任何一項活動，其對象應該就是面對全國人民，然而講華語運動並非全面性的，對外（其他族群）必會引起極大的關注。郭振羽（1985：133-134）對華語運動的分析中，雖然此運動以華族為對象，但國內超過3/4的人口在進行語言運動，對其他兩大民族自然是種衝擊。馬來族和印度族對講華語運動的反應大致可以分為兩類，一是抱著疑慮不安的態度，擔心華語運動帶來的是華族沙文主義，將新加坡變成以華族華語為主的社會；另一類是經由華語運動，聯想到本族語言的推廣，例如印度族群的「淡米爾語運動」，馬來族群的「馬來語運動月」。

講華語運動對華族民眾，最大的影響在於方言的流失。1994年4月11日《早報》有篇社論說：「沒有人否定方言的價值，展開講華語運動的目的，也不是為了取代方言。」這是只反映了現階段的政策。事實上，在1979年9月8日的《星

洲日報》，全國推廣華語運動工委會主席林繼民就曾指出：「我們推廣華語是希望華人社會放棄方言。」同年 11 月 24 日，前總理李光耀在一個電視座談會上也明確表示：「我們的希望是，在感情上，我們能夠放棄方言，改用華語，那些資歷最低、無法講英語的學生也能夠講華語，這樣一來，最低限度我們所用的是一種具有經濟價值的語言」。在 1991 年 10 月 12 日的《星洲日報》，當時的交通兼勞工部部長王鼎昌也明確表示：「推廣講華語運動的目的是要以華語取代其他華族方言。」（葉玉賢，2002：96-97）

謝世涯（1996：39-157）新加坡本身就是華族為多數的移民社會，所使用的語言是東南沿海一帶的各地方言，華族間通行的語言種類多達 15 種³¹，是世界上絕無僅有的方言寶藏，對新加坡社會的貢獻既重且大。但在講華語運動取代方言的同時，在文化傳統方面，便出現了許多難以挽救的斷層，例如新一代華人難以欣賞方言文化的藝術，不懂華語和不懂方言的祖孫世代之間出現了溝通的問題。

陳松岑、徐大明（2000：87）就講華語運動對華族內部的分析，提及「方言情節」在新加坡的中老年華人中還是根深蒂固的，但也隨著時間而有所改變，從表 5-1 可看到部分華人仍以方言為家庭常用語；在許多非正式場合的公共場所，方言也往往夾雜在華語、英語中使用；但使用方言的人口確實已逐漸下降。首先，方言所代表的籍貫，對新加坡華人已經沒有什麼現實的意義，民族和國家觀念將會取代過去的宗鄉觀念。再來，由於學校教育主要語言為英語和華語，說方言的人會越來越少；再加上世代交替是自然不變的法則，華語和英語將占據方言的傳統使用領域。講華語運動的推行，無異是將新加坡的方言逼向一個險境，網路相關資料、新聞還是有許多討論對講華語運動持有反對意見（附錄

³¹ 閩南話、潮州話、廣東話、海南話、客家話、福州話、福清話、廣西話、上海話、興化話、其他，共 11 種。再上華語、英語、馬來語、淡米爾語，共 15 種。

五)，顯示了極大的壓力便會引起極大的反彈，無論是身份認同、方言或教育等，都會有不同的意見和解讀，但反對並不代表沒有道理，只是反應了新加坡華人社會實際存在的情況。

郝洪梅（2004：56-61）認為新加坡語言的現況是遇到困境的，華文在家庭中的運用日益衰微，我們在圖 4-1 (P.15) 可以觀察得到，華語使用的情況從 1989 年達到高峰後比例逐年下降，但與英語使用比較之下，其比例是以平穩提升，而且完全沒有下降的趨勢，如果依照曲線圖的走向推論，到了 2008 年英語使用應該超越了華語使用。再來，華文在學校教學中的地位下降。在新加坡的學制中，只有母語課以華語教學，其他科目如數學、歷史、公民道德課等都改為英語教學，英語成了真正的教學媒介。而且，教育部計畫讓老師用英語協助學生學習華文，或許能加速學生的學習，但也反映了學母語像是學外語的事實。最後，華文在社會中的應用及影響下降。新加坡的就業形式給華語帶來壓力，許多普世認定具有較高社會地位的職業，如醫生、律師、會計師、工程師，以及高階公職人員等等，都需要良好的英文能力，而與受華語教育者無緣，選擇僅限於中文媒體、華語教師這幾行，甚至有的學生認為學華語，只是為了應付考試，所以讓他們更難提起學習華語的興趣。

第三節 建議

雲惟利提到舉凡各項活動，推行的時間都不宜過長，時間一長，大眾的情緒必定由熱趨冷，而終於冷淡對之，講華語運動為避免淪落為「歹戲拖棚」的地步，又要延續「華人，華語」的精神和使命，必須為這 30 年的活動注入新的力量，也就是「活力」與「創新」。Doyle（2006：189-191）認為創新機會是由環境的變化造成的，環境變化造就新的顧客需要，或者為現有的需要盡可能

提供更好的解決方案，其實多數成功的創新，是新的營銷概念而非新產品。³²面對新加坡華人對講華語運動的彈性疲乏，華語被視為一項產品要推銷給消費者的時候，華語理事會是否要重新思考 Doyle 為「創新」所提出的下列議題。

1. 可溝通性：新加坡華族了解華語所帶來實質或非實質的幫助和利益嗎？

華語被設定為華族母語，則視為既有的語言資產，再加上雙語政策裡的第一語言-英語，這對商業立國的新加坡來說，不管是歐美經貿或是亞洲經濟圈，國際溝通的工具性語言算是足夠。可是，講華語運動所推廣的是普遍的「講」和簡單的「寫」，若是以使用華語（普通話）作為交流語言的商業活動，是否需要更高層次的華語能力，還是只要可以溝通就好？雖然說「華語熱」，但藉著華語學習而真正能提升經濟收入和機會的，對於新加坡華族來說，又有多少人呢？還是只要有基本的溝通能力，就綽綽有餘呢？新加坡為了強調華語真能帶來實質利益，推出了以商業需求的相關華語課程，讓在中國經商或有意進軍中國的新加坡人參加³³，新加坡中華總商會便設計了一系列的商業管理課程、專業技能培訓等，也舉辦了商務漢語考試（BCT）作為員工華語評鑑的標準，更有效地發揮及提升員工的工作技能³⁴。在既有的華語學習課程中，再細分出特殊需求，符合 Doyle 「新的老產品」的概念。

2. 可信度：他們願意相信講華語運動的推廣，目標中所描述對自己未來的助益會實現嗎？

³² 資料來源：Peter Doyle (2006)

多數成功的創新，是新的營銷概念而非新產品。此概念包括以下三種：

一、新的老產品：是已熟悉產品的新用途或新應用。

二、新市場：是對於現有產品或服務的新型顧客群。

三、經營的新方式：是交付目前產品和服務給顧客的創新性方法。特別要指出的是，發現和支持顧客的新方法。

³³ 資料來源：<http://big5.chinaqw.cn:89/tzcy/hszx/200710/10/90389>。

³⁴ 資料來源：「商務漢語考試（BCT）」<http://chinese.scciob.edu.sg/index.cfm?GPID=24>。

在新加坡雙語政策的施行下，英語當然是第一語言，雖然講華語運動對華人母語使用的推廣有所成就，但在面對現實考量（考試、就業），如郝洪梅（2004）提到的華語困境，又有多少華族子弟願意相信，華語是有助益的，是可以成就未來的？吳英成（2007）³⁵提到新加坡在雙語政策之下，已為華語定立了從屬地位，也預示了所有的華語政策的調整都只是改良，而非改革，而且必須是在不取代英語統治地位的前提下進行的。如果不能站在這個立足點上討論，所有華語教學的改革建議和主張都是不切實際的。

作者認為新加坡的語言使用，並不是非黑即白的單選題，英語是絕對強勢的工具語言，尤其在新加坡社會所持有的語言態度，不論在教育、行政、商業活動，或是不同族群之間的交流，這都是經過時間的累積和考驗，無法在短期就想取代得了。華語的功能在這樣的大環境裡，可將其定位為「Plus」，不是「附加」而是「增加」，在既有的語言之上（英語，和華語口說）建立更高的層次（高階華語），強調自己的能力而創造可能的機會，使華語學習者相信這對未來是百利而無一害的。

3. 需要：講華語運動的改良和創新，是否能為華族民眾再次引起強烈的需要？

雲惟利（2006）透過新加坡雅虎入口網站所做的調查顯示（表 5-8、5-9），其實很多華人對講華語運動這個例行性活動已經失去熱情，認為華語的功能並不那麼強大，只要可以溝通就好，甚至還覺得這項活動什麼目標都達不到，何必強迫學習。諸多關於新加坡雙語政策、講華語運動、母語課程等論文期刊討論，在面對此類議題的改良和推廣的時候，主要都放在學校教育的部分，包括在網路上搜尋此類關鍵字，幾乎都在相關範疇之內，例

³⁵ 吳英成（2007），〈新加坡雙語教育政策的沿革與新機遇〉，資料來源：www.ntcu.edu.tw/taiwanese/ogawa100/a/tsuliau/14.吳英成-講義.pdf。

如新加坡過去三次重大的華語教學改革³⁶，教育部推行雙語並用華語教學實驗計畫、雙文化課程，在學校裡增加華語選修課程³⁷，還特別幫助學校計畫，提升學生獲悉漢語和價值³⁸。郝洪梅（2004）所提及的新加坡語言困境，其中有一個因素就是華語在學制中學生帶來的壓力，除了背負文化和身份認同之外，有的人也認為上這堂課只是為了應付考試，實在很難提起學習的興趣。

作者覺得，新加坡在施行這項語言政策的時候，就已經把華語限制在「文化」和「教育」的範疇之下，而且還要考試，未來也不見得在求職上具有關鍵性的助益。講華語運動的改良和創新，要能在這樣的局限之下有所發展，就像在推行之初，針對不同的地點和對象，設定適合民眾的目標和需求，就像公職進修和商務華語，當然不能拿學校裡的那套華語課程來教，讓學習者可以自由選擇，在學習過程中得到滿足進而提升興趣，才有機會增加對華語的需求。

4. 需要缺口：在推行多年的講華語運動，是否能洞察 21 世紀新加坡華族對華語使用有更新的需求？如果察覺，是否有能力因應民眾的需要？

上述討論講華語運動的改良和創新，依然在原本的制度和規則之內，但 Doyle 所說的需要缺口，則是除了原有的，例如在學校裡的母語課程、街道上的標語口號等，迎接新世紀來臨的同時，什麼樣的新需求是華語推廣應該考慮到的？

³⁶ 資料來源：吳英成（2007）。

1992 年王鼎昌領導的華文教學檢討委員會、1999 年李顯龍領導的華文教學檢討委員會、2004 年黃慶新領導的華文課程與教學法檢討委員會

³⁷ 資料來源：新加坡教育部。「5th CHINESE LANGUAGE ELECTIVE PROGRAMME CENTRE AT DUNMAN HIGH SCHOOL」<http://www.moe.gov.sg/media/press/2007/pr20070904.htm>

³⁸ 資料來源：新加坡教育部。「Enhanced Programmes by Special Assistance Plan Schools to Enrich Students' Learning of Chinese Language and Values」
<http://www.moe.gov.sg/media/press/2008/02/enhanced-programmes-by-special.php>

2004年，新加坡政府與語文學校推出了「故事列車」，它的對象設定是愛聽故事的小朋友，目的要提高孩童對學漢語的興趣，透過用漢語講故事的辦法，為的就是要激發兒童學漢語興趣，也定期準備了不同的主題文化展覽，這個活動吸引了許多新加坡家長的目光並收到良好的回應，是從來沒有過的活動，政府一直強調要用創新的方法進行漢語教學，所謂的創新不僅要好玩、有趣，而且要有意義³⁹。推廣華語理事會的入口網站，也設計了新的頁面，更推出了「八種增進華語能力的方法」，有「看電影」、「聽音樂」、「學成語」、「增強詞彙」、「三人行，必有我師」、「下載音像教材」、「探索網上資源」、「報讀課程」，對學生來說，透過輕鬆有趣的方式，網路資料和多媒體都可提升學生的學習興趣，也不至於會讓人感到枯燥乏味⁴⁰。講華語運動和《聯合早報》也推出了《新加坡啦》的時事漫畫書，透過幽默詼諧又帶點諷刺筆調和口吻，環繞著國內大小時事課題和社會現象，讓讀者達到學習華文華語和討論時事課題的目的，也落實了華語生活化，而不是僅只停留在課堂裡的書籍考試⁴¹。

隨著時代科技的進步，講華語運動推出許多學習的新方式，是過去裡所沒有的，這算是發現了Doyle所提到的「需要缺口」，對於孩童學習的培育，以及因應新時代網路科技的重要性，未來還要思考遠距教學等概念，未來社會還有許多值得講華語運動再多加觀察的部分。

5. 認知價值：講華語運動能否提供華族民眾，讓他們覺得「物有所值」的華語學習課程或進修管道？

舉凡各項語言活動所推行的課程，必然得考慮教材和師資的問題，若

³⁹ 「「華語，Cool」——“故事列車”開進新加坡」
http://big5.cri.cn/gate/big5/gb.cri.cn/2201/2004/12/23/381@400571_1.htm

⁴⁰ 「華語推廣理事會」<http://www.mandarin.org.sg/site/index.php>

⁴¹ 「新加坡推廣中文有新招：看時事漫畫學習華語」
<http://www.confucianism.com.cn/html/hanyu/729639.html>

學習一門課程所需要投入的價格已有既定的金額，那麼會左右學習者的選擇意願，也一定是成功的教學內容和豐富的資源，對消費者來說不一定全部的課程內容都能達到「物超所值」的標準，但至少也要能「物有所值」，而不要讓消費者有浪費金錢和時間的想法，要是獲得民眾的肯定和讚賞，經過口耳相傳也會達到推廣的效果。2003 年新加坡有一群華文教師，把多年來的教學經驗與心得集結成《一心集》，這是新加坡第一本華文教師教學論文集，以經驗分享如何教華文⁴²；《聯合早報》也應教育部的要求，盡力協助華文課程的編寫，把教材編得更生動、活潑⁴³；這兩個案例都在改善華語教材的內容。在師資的部分，新加坡教育部每年約有 300 名華文教師，除此之外，也引進了許多海外華文教師，目的在於提高新加坡華文師資的水準，其中以中國的華文教師為數最多⁴⁴。

以「大陸師資」作為提高華文水準的目的，就這點而言能達到的效果或許值得觀察，但它所強調的是來自於華語三大同心圓的「中原區」（圖 5-1），讓學習者相信這些教師使用的華語是「最標準的」，在聽說讀寫四樣技能的訓練上，是優於新加坡當地的華語教師，而且是高薪任聘，所以去上他們的中文課，一定會物超所值；可是這些師資的安排仍多屬教育體制之內，如高中或高級華語課程，除此之外，並未投注於其他學習對象的進修管道，這麼一來，要是學生沒有極大的學習動力，校外人士又無法享受「標準化」的課程，就有浪費教育資源的可能。作者認為，標榜「大陸教師」還是有一定的迷思，最重要的部分還得看教師真正的專業度和教學內

⁴² 「華文教師出論文 教你如何教華文」

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese051003a.html

⁴³ 「總編輯林任君：早報將盡力協助把教材編得更生動」

http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese251003b.html

⁴⁴ 「中國國家漢辦公告：選派漢語教師赴新加坡任教職」（2006-08-24）

http://www.china.com.cn/overseas/txt/2006-08/24/content_7103700.htm

「月薪過萬 新加坡將高薪聘請北京教師赴新教漢語」

<http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/95173.html>

「推廣華教 中國 73 名漢語教師志願者赴新加坡任教」（2007-3-18）

<http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/96545.html>

容是否豐富有趣，讓學習者可以確實提升華語能力。

6. 使用：在講華語運動進行改革和創新之後，華族民眾對語言學習的回饋，能不能達到預期中的使用頻率？

新加坡一間讀書會—翰林書會—在2004年9月開辦了免費課程「華文提升預習班」，吸引130多人報名，讀書會會長花了一段時間來在了解所有報名者參加課程的動機，她認為：「我要知道他們是抱著什麼心態上這免費的課，不要讓他們濫用，認為是免費的就『不來白不來』，剝奪真正想上課的人學習的機會。」⁴⁵

2008年2月新華網有一篇文章，提到一名父親認為華語使用的情況與預期的想法是有落差的，雖然在家的確只使用華語，但是孩子在書寫或與同年齡層友人對談的時候，依然使用英語。文中有很多生活上的個案分享，主要表達的就是華族子弟確實能使用華語，但面對不同的對象，既使與華人交談，華語並非是第一選擇⁴⁶。

當初講華語運動的對象設定是新加華族，希望以華語取代方言，不但要成為家庭語言，也要成為各華社團體的共同語言。上面的兩則新聞，一則顯示新加坡仍有許多民間團體在為華語教育而努力，希望出一己之力來推廣華語使用；另一則是面對華語情況與預期的差距。不論是什麼樣的語言，學習和習得的概念是有很大的差距，正在學習的時候，使用某一特定語言，為的就是要練習；但在語言習得以後，已經可以掌握某一特定語言，要不要使用就是自己的選擇。在確定華人已具有華語能力的同時，家庭語言、讀寫能力等調查，都只是數據的呈現，真正在語言使用的情況是否符合書面報告，這又是另外一回事，

⁴⁵ 「翰林書會熱忱辦華文研習班 深化自己 優化別人」
http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg091204.html

⁴⁶ 「華語為什麼“哭”了」
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/overseas/2008-02/16/content_7612799.html

作者認為講華語運動進行改革和創新，為的是讓華族能享有更高的學習過程和豐富資源，可是誤將調查數據當作真實的社會情況，預想能達到極為普遍的使用頻率，人與人之間的對談可以很自然地使用華語，像臺灣人說國語、台語一樣，這似乎還得需要很長時間的努力。

聯合國教科文組織第31屆會議（2001年10月）要求成員國與語言族群合作，以促進語言活力的發展，下面節錄要點措施：⁴⁷

1. 保持語言的多樣性，支持用盡可能多的語言表達思想、進行創作和傳播。
2. 鼓勵在所有的地方實現各級教育中的語言多樣化。
3. 只要為語言使用者的族群所允許，鼓勵通過全球網路普遍地利用所有公有訊息，包括促進數位空間的語言多樣化。

華語運動雖不是瀕危語言，但也可以將目標作同樣的設定。為保持語言多樣性，不應把華語只定位在經典章籍之上，生活化和實用性在新加坡如此現代化的社會，其功能應強於筆上文章。透過網路無遠弗屆的資訊空間，推廣華語運動的網站⁴⁸也在這兩年更新為較為活潑的界面，可供民眾選擇自己喜歡的設計，同時也提供8種輕鬆有趣、可以增進華語能力的方式，破除非得呆坐課堂，還要考試的刻板印象。

⁴⁷ 資料來源：聯合國教科文組織，“Language vitality and endangerment”，P.52。

⁴⁸ 華語推廣理事會：<http://www.mandarin.org.sg/site/>。

第六章 結論與建議

本論文運用語言行銷的概念，為新加坡講華語運動進行分析和評估，第一部分使用行銷理論架構，以 4P 的概念：產品、價格、通路、促銷，將華語視為一項產品，講華語運動為營銷者，華族人士為消費者，再設定價格、通路，還有促銷方式，在新加坡進行華語推廣。第二部分則針對華語的使用情況，分析成果及限制，並給予建議。以下為本論文的結論。

第一節 結論

一、「講華語運動」的語言行銷策略

就行銷策略來看，新加坡講華語運動的推廣是通過 4P 理論，確實可以將華語視為一項商品，經由行銷模式的規劃，將之推廣給消費者。

1. 產品方面：講華語運動就本質而言是無形的，所以為產品「華語」作寬廣的定義，透過舉行各項推廣活動，使無形的服務有形化，讓消費者重新認識這項產品真正能為群眾帶來什麼樣的利益，並提升市場需求。就新加坡講華語運動推行而言，華語相當符合作為一項產品的概念，除了具有文化及身份的表徵（華人），在全球廣大的「華文熱」的趨使之下，還有工具性語言和潛在性的利益價值（求職、就業、亞洲經濟圈）；在多數新加坡華人願意以金錢或時間學習華語的同時，也代表著這項產品和服務是獲得消費者的認同或讚許，消費群的參與程度也會大幅提升。
2. 價格方面：價格策略對於教育推廣來說，成本的概念較難界定，因為講華語運動的產品本身銷售的是一種教育也是服務，以及促進學習者願意消費的誘

因。對於教育所應付出的成本，就家長的想法而言多數認為是給學童未來的投資，在正常情況之下，所付成本多為一般家庭可以負擔，若以職業需求的角度則獲得另一份工作能力。感知心理的影響，如表揚和贊許，除了實質的名次表揚和獎項外，心理層面更帶來榮譽和激勵，提升消費者實施目標行為的感知收益。經濟價值的學習誘因，除了在政策上的限制，也有升遷及求職的考量，華語能力的提升必然影響未來的經濟收入。另外近年來亞洲影藝快速發展，在多媒體的推波助瀾之下，華語市場早已擴展至世界各地，電影、音樂、戲劇、文藝表演，華語也可成為追求流行的誘因。

3. 通路方面：推廣講華語運動的通路隨著時間而有所不同，宣傳地點從最早的講方言為主的場合，如：巴剎、小販中心等，轉移至講英語為主的場合，如辦公室、政府部門，這些都是新加坡民眾每天必定接觸的環境，大力宣導並讓民眾慢慢熟悉華語在生活的使用。網路無遠弗屆，消滅了地點和時間的限制，華文教育也透過這項科技使消費者在任何時段都能使用網路學習，不僅可以延長華語的學習時間，也可不斷反覆練習。新加坡華語推廣還利用相關學習資源和書報等，常舉辦展覽或提供華語輔助讀物、華文報等。
4. 促銷方面：透過報章雜誌、傳播媒體、網際網路，或與新聞部、電信公司、等合作華語推行活動，同時推出華語學習的產品，提供消費者各項相關訊息資料，以及傳達學習途徑及諮詢方式。利用對通路的討論中，巴剎、小販中心、政府部門等，這些都是新加坡民眾常進出的地點，當然有極大的曝光度，產品便容易吸引注意，再將有價值的訊息與產品連結在一起，刺激民眾消費意願，引發華語的學習動機。訊息和大眾傳播媒體的相互配合之下，將使用華語的理念傳達給民眾，更顯得迅速便利。

二、「講華語運動」的成果與限制

1. 華語的一般使用情況和學習動機：華人在使用華語仍具有特殊情感，如民族、文化，「好聽、親切、友善」此方面華語占優勢；功利方面華語也具「有用」的優點；「容易」則因為華族口語的使用習慣，新加坡在長期推動華語運動的努力之下，覺得華語使用比英語「容易」的有三倍之多。學習動機在

感情方面，不論受到哪個源流的教育，對於身份都具有高度認同（39%）；功利方面，則是與不同方言群交談（40%），以英語源流為最多，以使用情而言，講華語運動的推廣是達到一定效果，讓華人覺得華語兼具文化和功利的優點，同時在功利方面也較容易引起學習動機。

2. 華族家庭語的使用情況和讀寫能力：家庭語的使用情況和學制中讀寫能力的提升，在推廣華語之後也有明顯改變。自 1979 年起，每十年對華人家庭中常用語言的調查，5 歲以上華族家庭使用華語的比例從 13.1%、30.1% 到 2000 年的 45.1%，已超過方言，已成功將華語取代方言。以年齡層來看，15-24 歲年齡層的語言使用變化最大，華語使用提高增加一倍以上。華人讀寫能力方面，英語華語雙語並用超過 80%，符合新加坡政府一直以來所推行的語言政策，期待培育出大量的雙語人才（英語-華語）。
3. 限制：從情感的角度來看，最初推行華人說華語，也就是「母語」，這樣的概念未必就是新加坡華族的現實情況，官方「母語」得經過學習和學校教育中的測驗，這讓華族民眾對華語學習的態度便成了負擔，對學生而言考試學科便代表著課業壓力。新加坡政府的語言政策，雖然明令四大官方語言享用同等待位，但就實際的觀察，與英語相比很明顯地成為非強勢語，面對非強即弱的語言比較，再加上不少華人還是存在著「英語帝國」的想法，英語仍是商業立國的新加坡真正所重視的工具，華語能講能溝通就可以了，講華語運動雖然有大幅進步和顯著的成績，但也無法突破語言的使用態度和社會地位，所以在這方面推廣華語不能算是成功。
4. 負面影響：講華語運動對華族民眾最大的影響在於方言的流失，在文化傳統方面，還有世代之間的觀念和溝通，出現了許多問題和難以挽救的斷層。講華語運動並非全國性的活動，雖然此運動以華族為對象，但國內超過 3/4 的人口在進行語言運動，對其他兩大民族自然是種衝擊，馬來族和印度族對講華語運動的反應大致可以分為兩類，一是抱著疑慮不安的態度，另一類是經由華語運動，聯想到本族語言的推廣。

第二節 建議

1. 除了學制內既有的「母語課程」外，在離開學校之後，應建立其他學習華語的進修管道，針對不同的需求而細分課程的功能，講華語運動的改良和創新，設定適合民眾的目標和需求，如新加坡中華總商會設計了一系列的商業管理課程，未來還可開設其他如學術、旅遊及公職進修等相關課程。
2. 新加坡的語言使用，英語是絕對強勢的工具語言，雖然講華語運動對華族母語使用的推廣有所成就，但學習華語的目的並不是在於「取代」，而是「增加」語言能力，在既有的語言之上建立更高的層次，強調自己的能力而創造可能的機會，使華語學習者相信這對未來是百利而無一害的。
3. 新加坡語言困境，其中有一個因素就是華語在學制中給學生帶來的壓力，除了背負文化和身份認同之外，有的人也認為上這堂課只是為了應付考試，未來也不見得在求職上具有關鍵性的助益。改變考試模式並給予教師充分支援以及充分時間瞭解考試形式的改變。
4. 以「大陸師資」作為提高華文水準的目的，就這點而言能達到的效果或許值得觀察，可是這些師資的安排仍多屬教育體制之內，如高中或高級華語課程，並未投注於其他學習對象的進修管道，若未妥善安排教師及課程，就有浪費教育資源的可能，所以可考慮將大陸師資安排在高級華語課程，或新加坡國內師資的訓練方面。

參考文獻

中文文獻：

- 中國社會科學民族研究所、「少數民族語言政策比較研究」課題組、國家語言文字工作委員會政策法規室(2001)。**國外語言政策與語言規劃進程 第一篇 語言政策**。北京：語文出版社。
- 王文科(1995)。**教育研究法 第四版**。臺北市：五南圖書。
- 王幼琳(1977)。**新加坡與西馬來亞華文教育之比較**。文化大學民族與華僑研究所碩士論文，未出版，台北。
- 王永炳(2001)。**華語與傳統文化及其教學—以新加坡為例**。載於盧國屏(編)，**文化密碼—語言解碼：第九屆社會與文化國際學術研討會論文集**。淡江大學中國文學系。
- 王安玲(2002)。**社會研究法**。臺北市：高點文化出版。
- 王居卿、張威龍、陳明杰等(譯)(2002)。William O. Bearden, Thomas N. Ingram, Raymond W. Laforge 著。**行銷學：原理與觀點**。臺北縣三重市：前程企管。
- 王學風(2003)。**新加坡基礎教育**。廣州：廣州教育出版社。
- 王學風(2005)。**多元文化社會的學校德育研究：以新加坡為個案**。廣州：廣州人民出版社。
- 甘于恩(2000)。**進一步提升中文水準 重新認識方言的價值—新加坡關於華語與方言關係的討論**。載於李如龍(編)，**東南亞華人語言研究**。北京市：北京語言文化大學出版社。
- 古鴻廷(1994)。**東南亞華僑的認同問題：馬來亞篇**。臺北市：聯經。
- 卡·司珂騰／威·尤利(1985)。**雙語策略：語碼轉換的社會功能**。載於祝畹瑾(編)，**社會語言學譯文集**。北京：北京大學出版社。
- 司徒達賢(1999)。**非營利組織經營管理**。臺北市：天下遠見出版社。
- 任東屏(2004)。**新加坡與瑞士的語言政策及小學語文課程之比較**。**中等教育**，55：2期，P. 96-113。
- 朱柔若(譯)(1996)。Thomas Herzog 著。**社會科學研究方法與資料分析**。臺北市：揚智文化。
- 向遠菲、高偉濃(2006)。**略論新加坡的華文教育**。**廣西社會科學**，2006年07期。

- 李興(2001)。新加坡華文困惑中的機遇。廣州廣播電視大學學報，2001年01期。
- 李光耀(1991)。李光耀談新加坡的華人社會。新加坡中華總商會，新加坡宗鄉會館聯合總會。
- 李威宜(1999)。新加坡華人游移變異的我群觀：語群、國家社群與族群。臺北市：唐山出版社。
- 李惠敏(2002)。從洋鬼子到外勞—國族、性／別與華語文教學。臺北市：巨流圖書公司。
- 李懿芳(1997)。新加坡語言教育政策之轉變。教育資料與研究，第25輯。
- 余尚兵(2003)。多元文化與新加坡華文詞彙發展。語文建設通訊，第74期，P.26-29。
- 吳英成(2003)。全球華語的崛起與挑戰。語文建設通訊，第73期，P.46-53。
- 吳英成(2007)。新加坡雙語教育政策的沿革與新機遇，資料來源：www.ntcu.edu.tw/taiwanese/ogawa100/a/tsuliau/14.吳英成-講義.pdf。
- 楊艾琳、朱翊敏、王遠懷(譯)(2006)。Peter Doyle 著。行銷管理與戰略 第3版。人民郵電出版社。
- 林再生(2006)。都會區原住民母語推展行銷策略之研究—以高雄市為例。國立中山大學社會科學院高階公共政策研究所碩士論文，未出版。
- 林佳慧(2005)。公部門政策行銷之研究。T&D 飛訊，第39期。
- 林宣佑(2005)。新加坡母語教育政策對我國鄉土語言教育政策之啟示。淡江大學教育政策與領導研究所碩士論文，未出版。
- 林高樂(1981)。新加坡華文教育之研究。文化大學民族學研究所碩士論文，未出版。
- 林若零(2004)。2004年新加坡華文教育重大改革的意涵—回應與挑戰。海外華人與僑民教育國際學術研討會論文集。2004.12.3-4。
- 林裕欽(2004)。語言行銷的應用探討：以威爾斯語言委員會為例。語言人權與語言復振學術研討會論文集。台東大學語教系。
- 林義男、陳淳文等(譯)(1989)。Robert P. Weber 著。內容分析法導論。臺北市：巨流。
- 孟延春等(譯)(2003)。Philip Kotler 著。非營利組織戰略行銷。人民大學出版社。
- 周聿峨(1995)。東南亞華文教育。廣州：暨南大學出版社。

- 周聿峨 (2001a)。全球化時代的海外華文教育。第四屆世界海外華人國際學術研討會論文集Ⅱ。中央研究院中山人文社會科學研究所。
- 周聿峨 (2001b)。新加坡華語教育面臨的難題。東南亞研究，2001年03期。
- 周聿峨 (2001c)。試析新加坡華族母語教育問題。比較教育研究，2001年08期。
- 查爾斯·弗格森 (1985)。雙語體現象。載於祝畹瑾 (編)，社會語言學譯文集。北京：北京大學出版社。
- 洪惟仁 (2002)。臺灣的語言政策何去何從。載於洪鎌德 (編)，各國語言政策。臺北市：前衛。
- 洪鎌德 (1994)。新加坡學。臺北市：揚智文化。
- 洪鎌德 (1996)。新加坡多元語言的教育與政策之評析。載於施正鋒 (編) 語言政治與政策。臺北市：前衛出版社。
- 洪鎌德 (2002)。新加坡的語言政策。載於洪鎌德 (編)，各國語言政策。臺北市：前衛。
- 柯新治 (2003)。新新加坡：南海之珠的經濟與社會新動向。臺北：天下文化。
- 施正鋒 (1996)。語言的政治關聯性。載於施正鋒 (編)，語言政治與政策。臺北市：前衛出版社。
- 施正鋒 (2002)。語言權利法典。前衛出版社。
- 施正鋒、張學謙 (2003)。語言政策及制定『語言公平法』之研究。行政院客家委員會策劃。臺北市：前衛出版社。
- 韋紅 (2003)。東南亞五國民族問題研究。北京：民族出版社。
- 姚亞平 (2005)。語言制度的基本性質及其研究價值。載於趙蓉暉 (編)，社會語言學。上海：上海外語教育出版社。
- 姚亞平 (2006)。中國語言規劃研究。北京：商務印書館。
- 俞利軍 (譯) (2006)。Philip Kotler & Ned Roberto & Nancy Lee 著。社會行銷：提高生活品質的方法 (第二版)。中央編譯出版社。
- 祝畹瑾 (1992)。社會語言學概論。湖南：湖南教育出版社。
- 柴改英、王愛華 (2004)。香港語言規劃：從重英輕中到中英並重。載於周玉忠 & 王輝 (編)，語言規劃與語言政策：理論與國別研究。北京：中國社會科學出版社。
- 高松景 (2004.10.29)。學校行銷與公共關係-如何運用行銷策略於校園活動規劃。學校經營與管理研究學期報告，師大衛教博三，未出版。

- 郝洪梅 (2004)。新加坡雙語教育政策下的華文處境。《**國外外語教學**》，2004 年 03 期。
- 孫一塵 (1987)。戰後新加坡的社會變遷與教育制度的關係。國立臺灣師範大學教育研究所博士論文，未出版。
- 夏 茜 (2003)。新加坡華語中的日語借詞。《**語文建設通訊**》，第 75 期，P. 69-72。
- 徐大明 (2005)。新加坡華社雙語調查—變項規則分析法在宏觀社會語言學中的應用。載於趙蓉暉 (編)，**社會語言學**。上海：上海外語教育出版社。
- 徐大明、李崑 (2003)。多語共存：新加坡語言政策研究。載於中國社會科學民族研究所、「少數民族語言政策比較研究」課題組、國家語言文字工作委員會政策法規室所 (編)，**國家、民族與語言—語言政策國別研究**。北京：語文出版社。
- 袁 方 (2002)。《**社會研究方法**》。臺北市：五南。
- 陳松岑、徐大明、譚慧敏 (2000)。新加坡華人的語言態度和語言使用情況的研究報告。載於李如龍 (編)，**東南亞華人語言研究**。北京市：北京語言文化大學出版社。
- 陳淑莉 (2004)。新加坡與亞太區域關係之研究。南華大學亞太研究所碩士論文，未出版。
- 陳智凱 (譯) (2003)。David W. Cravens, Nigel F. Piercy 著。**策略行銷：個案研究**。臺北市：麥格羅·希爾。
- 陸儉明、蘇培成 (2004)。《**語文現代化和漢語拼音方案**》。北京：語文出版社。
- 張佳琳 (1993)。台灣光復後原住民教育之語文政策分析。載於中國教育學會 (編)，**多元文化教育**。臺北：台灣書店。
- 張從興 (2003)。「華人」「華語」的定義問題。《**語文建設通訊**》，第 74 期，P. 19-25。
- 張楚浩 (1996)。華語運動：前因後果。載於云惟利 (編)，**新加坡社會和語言**。新加坡：南洋理工大學中華語文中心。
- 張學謙 (1996)。紐西蘭原住民的語言規劃。載於施正鋒 (編)，**語言政治與政策**。臺北市：前衛出版社。
- 張學謙 (2001)。回歸家庭、社區的母語世代傳承：論學校教育的限制及其超越。90 年度原住民族教育學術論文發表暨研討會論文集。2001 年 10 月 6 日。國立新竹師範學院。頁 170-187。
- 張學謙 (2003a)。客家電視對語言保存之影響。《**關懷與期許：客家電視對社會之影響座談會論文集**》。國立中央大學客家社會文化研究所。

- 張學謙 (2003b)。回歸語言保存的基礎：以家庭、社區為主的母語復振。台東師院學報。14：97-120。
- 張學謙 (2003c)。台語讀寫的態度的研究。第七屆世界華語文教學研討會論文集第四冊教學應用組，4：132-145。世界華語文教育學會。2003年12月26日至2004年1月1日。
- 張學謙 (2004a)。結合社區與學校的母語統整教學。台灣語文研究，2：171-192。
- 張學謙 (2004b)。弱勢語言的地位規劃與語言復振：從語言歧視主義到語言公平。語言人權語語言復振學術研討會論文集，頁61-76。台東大學語文教育學系。2004年12月18日。
- 張學謙 (2005a)。結合社區與學校推展客語計劃。行政院客家委員會。94年12月19日。
- 張學謙 (2005b)。雙語社會與族群語言的保存與發展。族群與文化發展會議大學實錄。行政院文化建設委員會。P.137-148。
- 張學謙 (2005c)。從『中國化』到『多元化』的台灣語言政策：語言生態的觀點。2005「中國文化」與台灣本土化研討會。P.155-180。
- 張學謙、廖秋娥 (2002)。運用語言行銷法在學校、家庭與社區推展母語。CSN 91-241-H-143-005-。
- 張學謙、嫻娣 (2006)。臺灣語言教育政策規劃：從獨尊華語到華語附加。第八屆世界華語文教學研討會會前論文集。第五冊：P.235-240。
- 張學謙、鍾秋妹、謝昌運 (2005)。提升母語學習動機：語言行銷法的應用。2005年國際學術研討會：語文學習者的研究與分析。南台科技大學。94年12月2-3日。
- 曹逢甫 (1997)。族群語言政策—海峽兩岸的比較。臺北市：文鶴出版社。
- 梁英明、梁志明 (2005)。東南亞近現代史 (上、下冊)。北京：昆侖出版社。
- 許雪姬 (1991)。台灣光復初期的語文問題。思與言，第29卷第4期，頁155-184。
- 許瑞好等 (譯) (2004)。Peter C. Brinckerhoff 著。非營利組織行銷：以使命為導向。揚智文化。
- 許慧伶 (2003)。新加坡的雙語政策與英語教育。英語教學，第27：4期，P.31-48。
- 郭佳、王顯志 (2005)。新加坡華語運動的回顧與展望。長治學院學報，2005年06期。
- 郭雅雯、蕭雅俐、劉巧雲 (2005)。語言規劃與社會文化—以中國大陸、新加坡、加拿大為例。開創：第二屆淡江大學全球姊妹校漢語文化學術會議論文集。淡江大學。

- 郭振羽 (1995)。語言政策與語言計劃。載於云惟利 (編)，**新加坡社會和語言**。新加坡：中華語言文化中心。
- 郭振羽，李亦園 (編) (1985)。**新加坡的語言與社會**。臺北市：正中書局。
- 符傳豐 (2004)。新加坡中學華文課程簡介。**文訊**，第 226 期，P.63-66。
- 華萊士·蘭伯特 (1985)。雙語現象的社會心理。載於祝畹瑾 (編)，**社會語言學譯文集**。北京：北京大學出版社。
- 黃光雄、簡茂發 (1996)。**教育研究法 (第四版)**。臺北市：師大書苑。
- 黃坤生 (1986)。**新加坡光復後華文教育之發展**。國立臺灣師範大學教育研究所博士論文，未出版。
- 黃俊英 (1999)。**行銷研究：管理與技術 (第六版)**。臺北市：華泰文化。
- 黃宣範 (1995)。**語言、社會與族群意識—台灣語言社會學的研究**。臺北市：文鶴出版社。
- 黃瑞琴 (1991)。**質的教育研究方法**。臺北市：心理出版社。
- 彭偉步 (2005)。**東南亞華文報紙研究**。北京：社會科學文獻出版社。
- 喬舒亞·費希曼 (1985)。研究「誰在何時用何種語言向誰說話」過程中微觀與宏觀社會語言學之間的關係。載於祝畹瑾 (編)，**社會語言學譯文集**。北京：北京大學出版社。
- 游汝杰、鄒嘉彥 (2001)。**漢語與華人社會**。上海：復旦大學出版社。
- 游汝杰、鄒嘉彥 (2004)。**漢語語言學教程**。上海：復旦大學出版社。
- 雲惟利 (1996)。**新加坡社會和語言**。新加坡：南洋理工大學中華語文中心。
- 雲惟利 (2006)。**新加坡華語運動與華族語言生態**。第六屆臺灣語言及其教學國際學術研討會。國立臺北教育大學。
- 曾玲 (2003)。**越洋再建家園：新加坡華人社會文化研究**。南昌：江西高校出版社。
- 董英華 (2002)。**淺析新加坡政府的華語政策變遷**。**廣州廣播電視大學學報**，2002 年 04 期。
- 楊東震 (2005)。**非營利事業行銷**。臺北縣中和市：新文京開發。
- 楊雅芬 (2004)。**國民小學審定版英語教科書之內容分析研究**。國立臺東大學教育研究所碩士論文，未出版。
- 楊慶南 (1989)。**新加坡華僑概況**。華僑協會總會編著。臺北市：正中書局。
- 葉玉賢 (2002)。**語言政策與教育：馬來西亞與新加坡之比較**。行政院客家委員會策劃。臺北市：前衛出版社。

- 詹伯慧 (2001)。新加坡的語言政策與華文教育。暨南大學華文學院學報，2001年03期。
- 趙永茂 (1997)。新加坡族群政治的特質。東南亞季刊，第2卷第2期，頁1-12。
- 趙健雯 (2002)。新加坡知識經濟與教育發展之研究。國立中正大學教育研究所碩士論文，未出版。
- 劉宏 (2003a)。新加坡華人社團與教育：變遷中的互動關係。中央研究院蔡元培人文社會科學研究中心。
- 劉宏 (2003b)。戰後新加坡華人社會的嬗變：本土情懷·區域網絡·全球視野。廈門：廈門大學出版社。
- 劉英傑 (1981)。新加坡華人會黨之研究。文化大學民族學研究所碩士論文，未出版。
- 劉現成 (2004)。跨越疆界：華語媒體的區域競爭。臺北市：亞太圖書。
- 劉培棟 (2005)。新加坡華語文與新加坡政治。東南亞縱橫，2005年第8期。
- 劉滿堂 (2004)。新加坡的語言政策：多語制和雙語制。載於周玉忠、王輝 (編)，語言規劃與語言政策：理論與國別研究。北京：中國社會科學出版社。
- 蔡永良 (2003)。語言·教育·同化 美國印第安語言政策研究。北京：中國社會科學出版社。
- 蔡燦汶 (1976)。新加坡現代化發展的過程 (1959—1970)。國立政治大學東亞研究所碩士論文，未出版。
- 黎德源、成漢通、馮清蓮 (1991)。李光耀談新加坡的華人社會。新加坡：新加坡宗鄉會館聯合總會。
- 歐賢超 (2002)。[亞洲價值]的詮釋與實踐—新加坡之個案研究。國立中山大學政治學研究所碩士論文，未出版。
- 潘先欽 (1974)。華文作為新加坡英校小學低年級第二語文教學之研究。國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版。
- 鄭佳美 (譯) (2000)。David Crystal 著。英語帝國。台北市：貓頭鷹；城邦文化。
- 鄭姿伶 (1998)。新加坡的精英主義。國立中山大學中山學術研究所碩士論文，未出版。
- 蔣家安 (1998)。新加坡族群協和政策之研究。政治作戰學校政治研究所碩士論文，未出版。
- 盧紹昌 (1998)。新加坡的推廣華語運動。語言文字應用，1998年第3期。

- 駱 詢 (2002)。社會研究法。臺北市：博知文化出版。
- 戴萬平 (1998)。族群政治與國家角色—新加坡的個案分析。國立中山大學中山學術研究所碩士論文，未出版。
- 謝世涯 (1994)。新加坡華語運動的成就與反思。第四屆華語文教學研討會。
- 謝國平 (1993)。從語言規畫看雙語教育。教師天地，第 67 期
- 瞿靄堂 (2005)。雙語和雙語研究。載於趙蓉暉 (編)，社會語言學。上海：上海外語教育出版社。
- 蘇珊·歐文-特立普 (1985)。語言、話題和聽話人之間相互作用的分析。載於祝畹瑾 (編)，社會語言學譯文集。北京：北京大學出版社。
- 龐雋、陳強 (譯) (2005)。Philip Kotler & Karen F. A. Fox 著。教育機構的戰略行銷 (第二版)。企業管理出版社。

英文文獻：

- 徐大明、周清海、陳松岑 (2004)。《新加坡華社語言調查 A Survey of Language Use and Language Attitudes in the Singapore Chinese Community》。南京：南京大學出版社。
- Tan, Charlene (2006). Change and Continuity: Chinese Language Policy in Singapore. Language Policy 5:41-62 DOI 10.1007/s10993-005-5625-7
- Cheah, Yin Mee (1997). An Overview of Language and Literacy Issues in Singapore.
- Stroud, Christopher & Wee, Lionel (2007). Consuming Identities: Language Plainning and Policy in Singaporean Late Modernity. Language Policy 6:253-279. DOI 10.1007/s10993-007-9047-6
- Quentin, Dixon L. (2003). Bilingual Education Policy in Singapore: Implications for Second Language Acquisition
- Quentin, Dixon L. (2005). International Journal of Bilingual Education & Bilingualism. Bilingual Education Policy in Singapore: An Analysis of Its Sociohistorical Roots and Current Academic Outcomes
- Heng , Bokhorst Wendy (1999) . Singapore' s Speak Mandarin Campaign: Language ideological debates and the imagining of the nation. Language Ideological Debates: Language Politics on Corsica

(pp. 235-266) .

Metzger, Laurent (1992). Bilingualism or Monolingualism Plus One or More Foreign Languages

Pakir, Anne (2000). Singapore . In Wah Kam Ho & Ruth Y. L. Wong (Eds),. Language policies and language education: The impact in East Asian countries in the. next decade (pp. 284 - 306). Singapore : Eastern Universities Press.

Saravanan, Vanithamani (1999). Bilingual Chinese, Malay and Tamil Children's Language Choices in a Multi-lingual Society.

Yamashita, Mika (2002). Singapore Education Sector Analysis : Improvement and Challenges in Academic Performance of Four Ethnic Groups in Singapore



附錄一：新加坡推廣華語理事會的歷年紀事里程碑（1979-2000）

年分	內容
1979	第一屆講華語運動開幕。它籲請華族社群普遍以華語取代方言。在教育部的協助下，設計了華語會話課程。
1982	在工作場所推廣華語。當局也為不會講華語的華族公務員及公眾人士開辦華語課程，同時制作了兩套學習華語會話卡帶，共售出超過 83,000 套。
1983	講華語運動進入巴剎與熟食中心。在 1983 至 1987 年間，電信局提供 24 小時的「打電話學華語」服務，繁忙時間平均接到四萬通電話。
1984	講華語運動的對象是華族家長。
1985	講華語運動的對象是公共交通工友。
1986	講華語運動的對象是餐飲場所的顧客。
1987	講華語運動把對象轉到在購物中心購物的民眾。國會議員在訪問選區時，也分發講華語運動傳單給居民和商家。為鼓勵人們在中元會上舉辦投標時使用華語，當局也設計了中元節華語課程，並通過電話在中元節期間播出。這個「打電話學華語」課程，總共接到 64 萬通電話。這些課程後來也製作成卡帶，分發給中元會的主辦者。
1988	講華語運動的對象為白領工人。為紀念講華語運動步入十周年，也在嘉龍劇院舉行綜藝節目大匯演，由當時的交通及新聞部、新加坡中華總商會、新加坡宗鄉會館聯合總會、《聯合早報》、《聯合晚報》、麗的呼聲和人民協會主辦。由衛生部製作的一系列保健教育學華語電話熱線，總共接到 35 萬通電話。
1989	講華語運動再次以整個華族社群為對象。
1990	講華語運動的對象為高級執行人員。教育部、新電信公司以及當時的交通及新聞部聯合製作「打電話學華語」課程，課程內容也刊登在華文報上。
1991	講華語運動的對象是受英文教育的華族新加坡人。
1994	<ol style="list-style-type: none"> 1. 講華語運動在香格里拉酒店舉行開幕典禮。晚宴收入所得捐給國家藝術理事會作為推廣中華文化活動用途。 2. 製作通聯車資卡售賣給公眾。

1995	<p>1. 講華語運動開幕典禮上，呈獻相聲節目和由新視錄製的英語環境劇《同在屋檐下》短劇。</p> <p>2. 教育部和新視第 12 波道聯辦初級學院華語辯論會。</p>
1996	<p>講華語運動開幕典禮配合嘉華電影公司新戲院開幕，以及由許鞍華導演的影片《阿金》全球首映會一起舉行。影星楊紫瓊也出席了開幕禮。講華語運動的網站也正式開啟。</p>
1997	<p>推出講華語運動網頁。設立講華語運動網頁的目的是推動人們對華語網際網絡的使用。除了展示 1997 年初級學院和中學寫作與網頁設計比賽的得獎作品外，這個網頁也介紹其他華文網址，以及電視明星瀏覽華文網際網絡的廣告節目。李顯龍副總理在電腦上輸入漢字，為講華語運動主持開幕禮。</p>
1998	<p>1. 為反映推廣華語委員會的更大角色，委員會易名為「推廣華語理事會」。理事會採用的新標誌以漢字「門」為設計重點，象徵通往華文華語的學習之路。</p> <p>2. 在 3 月至 8 月舉辦「網際網絡中文故事接力賽」。</p> <p>3. 舉辦「華語之窗」展銷會，推動與中文網際網絡有關的軟硬件、遊戲、唯讀光碟、中華文化刊物和商業刊物。華文研究機構和學校也展出它們的產品與服務。</p> <p>4. 舉辦以「世界華文」為主題的系列論壇，邀請知名人士和專家同與會者分享他們在使用華文方面的經驗。</p> <p>5 出版《時代英漢專用名詞手冊》。這本手冊收錄了商業管理、互聯網與電腦，政府部門職銜及名稱、以及食物、家庭、辦公室用品常用辭彙。</p> <p>6. 在講華語運動網頁和《海峽時報星期刊》刊登以卡通人物「怕翰先生」學習華語為題材的漫畫系列，以輕鬆有趣的方式推動講華語運動。</p> <p>7. 電台 95 FM 英文頻道從星期一至星期五，每天播出 30 秒的學華語節目。</p> <p>8. 新視第 12 波道播映一系列華語經典影片。</p> <p>9. 新視第 8 波道《星期二特寫》播映半小時的講華語運動 20 年記錄片。</p> <p>10. 推動全國中文網際網絡計劃。</p> <p>11. 在《聯合早報》和《海峽時報》刊登講華語運動特輯，介紹這個運動的目標和所取得的成就，以及介紹「華語之窗」展銷會。</p>

1999	<ol style="list-style-type: none"> 1. 張志賢準將為講華語運動主持開幕式時，通過視像會議系統以華語向大巴窰圖書館綜合網學習站的華文網際網路學員談話；為《聯合早報》副刊《現在》主持創刊儀式；以及為「華語之窗」展銷會主持開幕禮。 2. 在4月啟用講華語運動網頁的「聊天室」，並邀請嘉賓在網上清談。 3. 以互動及有趣的方式推動華文和華族文化活動，主辦「華韻薪傳」——一系列以中華文化為主題的戶外活動，這包括新謠、戲曲、華樂和華語講故事比賽。 4. 在電視上播映由四名本地著名藝人現身說法拍攝的四部宣傳短片「講華語，好處多」。
2000	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2000年講華語運動在《紅河谷》這部電影的首映會上正式掀開序幕 2. 推廣華語理事會於9月17日至22日期間，首次主辦華語電影節。由中國最著名的製作人和導演製作的12部華語影片在嘉華豪城戲院放映。 3. 推廣華語理事會與青年音樂家協會聯合製作了新加坡首張華語清唱專輯——《清唱發燒友俱樂部 華語清唱歌曲》。 4. 於11月18日舉辦《家家講華語》座談會，主講嘉賓包括傑出教育家和來自各個領域的知名人士。他們同與會者探討了關於學習華語的方法，並且分享他們在家中和工作場所使用華語的經驗。 5. 「華韻薪傳」——一系列以中華文化為主題的戶外活動包括新謠、布袋戲、華樂等，在各大購物中心內舉行。 6. 舉辦一系列「藝人與您上網聊天」活動。 7. 配合講華語運動22周年紀念，出版紀念特刊《華人。華語。華文》。 8. 推出一個互動性唯讀光碟——《講華語？沒問題！》，通過生動活潑的方式，讓使用者提升華文華語的程度。

資料來源：新加坡推廣華語理事會網路[milestones]中文版

附錄二：新加坡講華語運動歷年口號及宣導對象

Year	Target Group / Area	Slogan	Mandarin Version	English Translation
1979	Chinese Community	Speak More Mandarin and Less Dialect	多講華語，少講方言	Speak More Mandarin, Speak Less Dialect
1980	Chinese Community	Nil	-	-
1981	Chinese Community	Learn Mandarin, Speak Mandarin	學華語，講華語	Learn Mandarin, Speak Mandarin
1982	Work Place	Speak Mandarin while at Work	在工作場所講華語！	Speak Mandarin at the Workplace!
1983	Markets & Food Center	Mandarin In. Dialect Out	華人講華語，合情又合理	Chinese Speaking Mandarin, It Only Natural and Logical
1984	Chinese Parents	Speak Mandarin. Your children future depends on your effort today	請講華語。兒女的前途，操在您手里。	Place Speak Mandarin. Your Children Future Lies in Your Hands
1985	Public Transport Workers	Mandarin is Chinese	華人，華語	Chinese, Mandarin
1986	Food & Drinks Establishment	Start with Mandarin, not Dialect	先開口講華語，皆大歡喜	Be the First to Speak Mandarin, Everybody Happy
1987	Shopping Centers	Start with Mandarin, speak it more often	會講華語，先講常講	The Ability to Speak Mandarin, Speak It First, Speak It Frequently
1988	White Collar Workers	Better with more Mandarin, less dialect	會講華語，親切便利	The Ability to Speak Mandarin, It Frequently and Convenient
1989	Chinese Community	More Mandarin, Less Dialect. Make it a way of life	多講華語，自然流利	Speak More Mandarin, You'll Become Fluent Naturally!
1990	Senior Executives	If You're a Chinese, Make a	華人，華語	Chinese, Mandarin

		Statement – In Mandarin		
1991	English educated Chinese Singaporeans	Mandarin for Chinese Singaporeans: More Than a Language	學習華語，認識文化	Learn Mandarin, Know the Culture
1992	English educated Chinese Singaporeans	Say it in Mandarin	用華語，表心意	Use Mandarin to Express Your Feelings
1993	English educated Chinese Singaporeans	Speak Mandarin. It helps	講華語，受益多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
1994	English educated Chinese and business professionals	Mandarin. Use It or Lose It	華語，多講流利	Mandarin, The More You Speak, The Fluent You'll Get
1995	English educated Chinese and business professionals	Mandarin. Use It or Lose It	華語，多講流利	Mandarin, The More You Speak, The Fluent You'll Get
1996	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, Explore New Horizons	講華語，開創新天地	Speak Mandarin, Explore New Horizons
1997	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, Explore New Horizons	講華語，開創新天地	Speak Mandarin, Explore New Horizons
1998	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
1999	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
2000	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits

資料來源：Peter TEO, 2002, Mandarinising Singapore: a Critical Analysis of Slogans in Singapore's 'Speak Mandarin Campaign'.

附錄三：新加坡華語相關網路新聞資料訊息（2000-2007）

關鍵字：新加坡、講華語運動、華文、學習

類型	相關報導	訴求
產品 通路 促銷	2000-01-28 新加坡講華語運動網頁 設電子賀卡迎農曆新年 http://www.icn.com.cn/Fujian_w/news/fjqb/000128/3_8.html	電子賀卡 網路資源 風俗節慶
促銷	2000-06-10 李光耀：講華語運動 20 年「到現在只做了一半」 http://www.booktide.com/News/20000610/200006100016.Html	宣導推廣
產品 價格 通路	2000-06-26 新加坡出書紀念「講華語運動」22 周年 http://www.booktide.com/News/20000626/200006260051.Html	紀念刊物 藝文活動
產品 通路 促銷	2000-06-26 新加坡：總理以歷史傳奇和神話故事探索華文世界 http://www.booktide.com/News/20000626/200006260044.Html	宣導推廣 經驗分享
產品 促銷	2000-9-13 新加坡「講華語運動」推出 12 部中國影片 http://education.163.com/edit/000913/000913_58278.html	娛樂活動 (電影)
促銷	2000-12-4 華語運動已顯成效 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/culture/singapore_culture041200.html	數據分析 宣導推廣
產品 價格 通路	2001-05-30 「新馬華人：傳統與現代對話」 國際學術研討會下月舉辦 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese300501.html	學術交流
產品 價格	2001-07-19 加強新加坡的華文教師隊伍 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese190701.html	專業教學 求職就業
產品 通路	2001-09-02 華文教學科技研討會 6 日起雲南園校舍舉行 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese020901.html	學術交流

產品 價格	2001-09-17 第四屆全國華語演講大決賽揭曉 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese170901.html	競賽 表揚
產品 價格 通路	2001-10-15 佛教居士林開設 中華文化進修班 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese151001a.html	學習資源 文化藝術
產品 促銷	2002 歐菁仙、許振榮，為講華語運動代言人	娛樂活動 宣導
產品 價格 通路 促銷	2002-01-11 華族學生數學表現佳 可能與漢語形象化有關 http://youth.zaobao.com/school/pages/math110102.html	經驗分享 學術活動 宣導
產品 價格 通路	2002-02-27 40名嘴成立華言社 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese270202.html	藝文活動 傳播媒體 工作
價格 促銷	2002-11-10 華社組織：政府應以實際行動 協助培養華文精英 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese101102a.html	經濟價值 教育 宣導
產品 價格 促銷	2002-12-16 南大教育學院吳英成博士：新加坡中英兼通者只占人口二成 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese161202.html	學術活動 宣導
產品 促銷	2003-09-19 講華語其實很「酷」 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc190903.html	藝文活動 傳播媒體 宣導
產品 通路 促銷	2003-09-24 李文獻用「五到」學好華語 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc240903.html	藝文活動 宣導
促銷	2003-09-25 應該以講華語自豪 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc250903.html	學習資源 家庭使用

產品 價格 促銷	2003-10-05 華文教師出論文 教你如何教華文 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese051003a.html	專業教學 學習資源
產品 價格 通路	2003-10-25 總編輯林任君：早報將盡力協助 把教材編得更生動 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese251003b.html	專業教學 學習資源 藝文活動 競賽、表揚
產品 通路	2003-10-25 華文教學須有創意 有感情 講實際 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese251003a.html	專業教學 學習資源
產品 通路	2003-11-22 我國籌辦「華頌」展覽中心 設虎豹別墅 展出海外華人發展史 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese221103a.html	文化情感認同 宗鄉會館 展覽中心
產品 通路	2004-02-22 華文課程與教學法將全面檢討 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg220204.html	學習資源 書報 (教育專報)
產品 價格 促銷	2004-03-16 曾士生：華文在新加坡前途絕對沒問題 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg160304.html	學習資源 經驗分享
促銷	2004-03-22 吳總理：政府將努力維護母語教育 華文優勢若拱手讓人 將是愚蠢做法 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg220304.html	文化情感認同 宣導
產品 價格 促銷	2004-04-07 全家共用華語演講樂趣 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg070404.html	競賽 表揚
促銷 通路	2004-05-24 蔡錦淞：主動負起責任 會館應積極推廣華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg240504.html	舉辦系列活動 宗鄉會館
產品 通路	2004-07-06 年輕人，來看爺爺奶奶當年的「酷」文化！ http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg060704.html	文化情感認同 學習資源 文化遺產節

促銷	2004-08-23 非華人談學華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg230804.html	宣導 公開表揚
產品 通路	2004-08-30 書畫交流雅集 培養年輕一代學華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg300804.html	宗鄉會館 書畫展覽會
產品 價格	2004-09-20 漢語水準考試掀起熱潮 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg200904.html	考試測驗 加分、證書
產品 價格	2004-11-18 新加坡的華文有明天 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg181104.html	求職
產品 促銷	2004-11-25 華文教學改革五年內落實 成立兩委員會監督與爭取 華社支持 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg251104.html	學習資源
產品 通路	2004-12-02 早報學生文化營活動 尚達曼：華文要活學活用 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg021204.html	學習資源 文化營活動
產品 價格 通路	2004-12-08 三措施助低收入家庭學生 華助會補習班將更個人化 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg081204.html	學習資源
產品 通路	2004-12-09 翰林書會熱忱辦華文研習班 深化自己 優化別人 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg091204.html	學習資源 翰林書會
產品 通路	2004-12-15 《聯合早報》：通過流行文化鼓勵講英語者多講華語 http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/overseas/2004-12/15/content_2335826.htm	傳播媒體 流行文化 宣導
產品 通路	2004-12-17 華社成立兩機構推廣華語和中華文化 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg171204.html	學習資源 文化情感認同
產品 價格 通路	2004-12-21 華文教師應注重教研活動 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg211204.html	專業教學 學習資源
產品 價格 促銷	2004-12-27 華助會推出新援助計畫 「準備上學咯！」 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg271204.html	學習資源

產品 促銷	2005 蔡淳佳是 2005 年新加坡講華語運動和新加坡旅遊局的 代言大使。 http://www.kmspks.org/events/thd_program.htm	娛樂活動 宣導
產品	2005-02-03 華文出版協會成立 出版或進口學生讀物 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg030205.html	專業教學 學習資源
產品 通路	2005-02-23 《爆米花》以流行文化帶動華文學習 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg230205.html	學習資源 書報 (教育專報) 校園表演
產品 通路	2005-03-28 回教堂也掀起學華文熱潮 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg280305.html	學習資源 (華文班) 回教堂
產品 通路	2005-11-11 學華語人數創新高 新加坡將開第 4 所高級華文中心 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200511110026.htm	學習資源 華文中心
價格 促銷	2005-11-16 李顯龍鼓勵新加坡人再接再厲 提高華語水準 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200511160019.htm	宣導
產品 價格 通路 促銷	2006-03-09 首屆海外華文書市即將亮相新加坡 今後每年舉辦 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200603090020.htm	學習資源 藝文活動 宣導
產品 價格	2006-03-16 新加坡計劃年內把開辦華語會話課程學校增至 80 所 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200603160018.htm	學習資源 求職、認證
產品 通路	2006-04-10 微軟與新加坡合作開發首個世界華文教學網路平臺 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200604100018.htm	學習資源 網路
產品 價格 通路	2006-04-14 新加坡兩華社辦華語會話班 助馬來族群融入華社 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200604140016.htm	學習資源 (社區會話 班) 求職

產品	2006-5-20 配合中國市場持續增長 新加坡旅遊首推中文服務 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200605/25378.html	旅遊服務
產品 價格	2006-6-3 新加坡出版首份華文免費報紙 日發行 12 萬份(圖) http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200606/27593.html	學習資源 書報
產品 價格 通路	2006-08-19 2006 新加坡國際華文合唱節開幕 首次設立冠軍杯 http://www.chinanews.com.cn/hr/yzhrxw/news/2006/08-19/776543.shtml	文藝活動 娛樂活動 競賽 華文合唱節
產品 價格 通路	2006-08-21 新加坡首屆中文博客賽 引爆中學校園華文博客熱 http://www.chinanews.com.cn/hr/hwjy/news/2006/08-21/777089.shtml	文藝活動 競賽 中學校園 網路(部落格)
產品 通路	2006-09-28 新加坡華語電視新聞將出同步字幕 可助學習華文 http://www.chinanews.com.cn/hr/hwjy/news/2006/09-28/797520.shtml	娛樂活動 傳播媒體
促銷 價格	2006-10-22 新加坡教育部部長：新加坡教學生華文程度提高 http://www.china.com.cn/overseas/txt/2006-10/22/content_7263560.htm	宣導 競賽、表揚
產品 通路	2006-10-30 北大新加坡國立大學聯辦漢語言學雙學位碩士課程 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200610/50423.html	學習資源 學術研究 進修學位
產品 價格 促銷	2006-11-1 新加坡推廣中文有新招：看時事漫畫學習華文華語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/51170.html	學習資源
產品 通路	2006-11-19 新加坡小學低年級將推行華文「快樂學習」新課程 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/58372.html	學習資源 學校
產品 價格	2006-11-24 第二屆「和諧中國」網上知識競賽在新加坡劃句號 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/60037.html	藝文活動 文化情感認同 競賽
產品 價格	2006-12-8 新加坡光華學校中華藝術氣氛濃 鼓勵學生有專長 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200612/64831.html	藝文活動 文化情感認同 表揚
產品	2006-12-8 新加坡南洋理工大學孔子學院將組團訪問孔子故里 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200612/64832.html	文化訪問

產品 通路	2007-1-24 以華語教學 新加坡萊佛士學院吸引中國學生就讀 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200701/80619.html	學習資源 學校（萊佛士 學院）
產品 通路	2007-1-27 新加坡北三校群華文卓越中心「淘花源」正式啟動 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200701/81455.html	學習資源 學校（小學）
產品	2007-2-1 以藝術推廣中文 中戲教師介紹綜合藝術教學體系 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200702/83092.html	藝文活動 文化情感認同
產品	2007-2-8 台海兩岸書籍攻佔新加坡 2006 年十大暢銷華文書榜 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200702/85681.html	藝文活動
產品	2007-3-14 月薪過萬 新加坡將高薪聘請北京教師赴新教漢語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/95173.html	專業教學
價格	2007-3-27 華文熱在印尼升溫 新加坡華文教師赴印教授漢語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/99103.html	求職
產品	2007-3-28 提高學生華語水準 新加坡學校實行教改因材施教 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/99399.html	學習資源
產品 價格	2007-4-17 新加坡舉辦第 16 屆中學華語時事賽 40 所中學參加 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200704/105111.html	競賽
產品 促銷	2007-10-24 新加坡華文報：客觀環境改變，中文逐漸「抬頭」 http://big5.chinaqw.cn:89/hwjy/hjsp/200710/24/92351.shtml	分享 語言地位提升
產品 促銷	2007-10-31 「講華語，你肯嗎？」新加坡講華語運動推新口號 http://chinaqw.com.cn//hwjy/hjxw/200710/31/93254.shtml	宣導
產品 通路	2007-11-02 新加坡將舉辦全球華語論壇搭建華語教學交流平臺 http://chinaqw.com.cn//hwjy/hjxw/200711/02/93625.shtml	學術研究 藝文活動
產品 價格 通路	2007-11-06 借北京奧運開拓體育平臺 新加坡講華語運動開幕 http://chinaqw.com.cn//hwjy/hjxw/200711/06/93994.shtml	藝文活動 體育競賽

附錄四：對象的設定和目標分析

年份	口號/標語	對象	目標
1979	多講華語， 少講方言	一般民眾， 講方言的華人族群	降低方言使用，以華語取代方言。
1981	學華語，講華語	一般民眾， 講方言的華人族群	主要訴求在於學習能力中高以上者，為中青代和學生。
1982	在工作場所講華語！	一般民眾， 已工作就業者 (工作場所)	將華語使用推向公共場所，除了取代方言，也代表華語地位的提升。
1983	華人講華語， 合情又合理	一般民眾， 首次點出「華人」 (菜市場和熟食中心)	採用民族認同的口號，以華語作為華人的標準語。
1984	請講華語。 兒女的前途， 操在您手裡	一般民眾， 家長 (華族家長)	由家庭和教育的立場出發，以「前途」作為方向，使家長了解華語學習的重要。
1985	華人，華語	一般民眾 (公共交通工友)	應與 1983 年的「華人講華語」相同，然並未點出是「學」還是「講」。
1986	先開口講華語， 皆大歡喜	一般民眾 (餐飲場所顧客)	鼓勵民眾使用華語溝通，即使講的不標準，也確實地運用到這個語言。
1987	會講華語， 先講常講	一般民眾 (購物中心民眾)	鼓勵民眾使用華語。
1988	會講華語， 親切便利	一般民眾 (白領工人)	鼓勵民眾使用華語。
1989	多講華語， 自然流利	一般民眾 (華族社會大眾)	鼓勵民眾使用華語。
1990	華人，華語	一般民眾 (高級行政人員)	同 1985 年。

年份	口號/標語	對象	目標
1991	學習華語， 認識文化	一般民眾， 學生 (受英文教育華人)	以學生(學習者)為主，不只是華人，非華族也可從認識文化的角度學習華語。
1992	用華語，表心意	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1993	講華語，受益多	一般民眾， 社會人士	從功利的方向，例如：學習華語可在考試和求職有所加分，亦有助於經濟發展。 (文化認同→工具語言)
1994 1995	華語，多講流利	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1996 1997	講華語， 開創新天地	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1998 2000	講華語，好處多	一般民眾	與1993年「講華語，受益多」的立意相同，以功利的方向，讓民眾了解講華語在生活上好處是很多的。
2001 2003	能講華語是福 氣，別失去	一般民眾	把使用華語的能力視為是一項賦予華人的禮物，所以應該重視且珍惜這份「福氣」。
2004 2006	華語，cool	一般民眾 年輕族群 (學生)	以年輕人的口吻，將華語設定為一種「酷」的語言，具有現代和時尚感，是新一代而非總是八股或文言的呈現方式。
2007 2008	華語，cool- 講華語，你肯嗎?	一般民眾 年輕族群 (學生)	承接cool的概念，向年輕人提出挑戰，英文是「Are You Game?」

資料來源：作者整理及分析

附錄一：新加坡推廣華語理事會的歷年紀事里程碑（1979-2000）

年分	內容
1979	第一屆講華語運動開幕。它籲請華族社群普遍以華語取代方言。在教育部的協助下，設計了華語會話課程。
1982	在工作場所推廣華語。當局也為不會講華語的華族公務員及公眾人士開辦華語課程，同時制作了兩套學習華語會話卡帶，共售出超過 83,000 套。
1983	講華語運動進入巴剎與熟食中心。在 1983 至 1987 年間，電信局提供 24 小時的「打電話學華語」服務，繁忙時間平均接到四萬通電話。
1984	講華語運動的對象是華族家長。
1985	講華語運動的對象是公共交通工友。
1986	講華語運動的對象是餐飲場所的顧客。
1987	講華語運動把對象轉到在購物中心購物的民眾。國會議員在訪問選區時，也分發講華語運動傳單給居民和商家。為鼓勵人們在中元會上舉辦投標時使用華語，當局也設計了中元節華語課程，並通過電話在中元節期間播出。這個「打電話學華語」課程，總共接到 64 萬通電話。這些課程後來也製作成卡帶，分發給中元會的主辦者。
1988	講華語運動的對象為白領工人。為紀念講華語運動步入十周年，也在嘉龍劇院舉行綜藝節目大匯演，由當時的交通及新聞部、新加坡中華總商會、新加坡宗鄉會館聯合總會、《聯合早報》、《聯合晚報》、麗的呼聲和人民協會主辦。由衛生部製作的一系列保健教育學華語電話熱線，總共接到 35 萬通電話。
1989	講華語運動再次以整個華族社群為對象。
1990	講華語運動的對象為高級執行人員。教育部、新電信公司以及當時的交通及新聞部聯合製作「打電話學華語」課程，課程內容也刊登在華文報上。
1991	講華語運動的對象是受英文教育的華族新加坡人。
1994	1. 講華語運動在香格里拉酒店舉行開幕典禮。晚宴收入所得捐給國家藝術理事會作為推廣中華文化活動用途。 2. 製作通聯車資卡售賣給公眾。

1995	<ol style="list-style-type: none"> 1. 講華語運動開幕典禮上，呈獻相聲節目和由新視錄製的英語環境劇《同在屋檐下》短劇。 2. 教育部和新視第 12 波道聯辦初級學院華語辯論會。
1996	<p>講華語運動開幕典禮配合嘉華電影公司新戲院開幕，以及由許鞍華導演的影片《阿金》全球首映會一起舉行。影星楊紫瓊也出席了開幕禮。講華語運動的網站也正式開啟。</p>
1997	<p>推出講華語運動網頁。設立講華語運動網頁的目的是推動人們對華語網際網絡的使用。除了展示 1997 年初級學院和中學寫作與網頁設計比賽的得獎作品外，這個網頁也介紹其他華文網址，以及電視明星瀏覽華文網際網絡的廣告節目。李顯龍副總理在電腦上輸入漢字，為講華語運動主持開幕禮。</p>
1998	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為反映推廣華語委員會的更大角色，委員會易名為「推廣華語理事會」。理事會採用的新標誌以漢字「門」為設計重點，象徵通往華文華語的學習之路。 2. 在 3 月至 8 月舉辦「網際網絡中文故事接力賽」。 3. 舉辦「華語之窗」展銷會，推動與中文網際網絡有關的軟硬件、遊戲、唯讀光碟、中華文化刊物和商業刊物。華文研究機構和學校也展出它們的產品與服務。 4. 舉辦以「世界華文」為主題的系列論壇，邀請知名人士和專家同與會者分享他們在使用華文方面的經驗。 5 出版《時代英漢專用名詞手冊》。這本手冊收錄了商業管理、互聯網與電腦，政府部門職銜及名稱、以及食物、家庭、辦公室用品常用辭彙。 6. 在講華語運動網頁和《海峽時報星期刊》刊登以卡通人物「怕翰先生」學習華語為題材的漫畫系列，以輕鬆有趣的方式推動講華語運動。 7. 電台 95 FM 英文頻道從星期一至星期五，每天播出 30 秒的學華語節目。 8. 新視第 12 波道播映一系列華語經典影片。 9. 新視第 8 波道《星期二特寫》播映半小時的講華語運動 20 年記錄片。 10. 推動全國中文網際網絡計劃。 11. 在《聯合早報》和《海峽時報》刊登講華語運動特輯，介紹這個運動的目標和所取得的成就，以及介紹「華語之窗」展銷會。

1999	<ol style="list-style-type: none"> 1. 張志賢準將為講華語運動主持開幕式時，通過視像會議系統以華語向大巴窰圖書館綜合網學習站的華文網際網路學員談話；為《聯合早報》副刊《現在》主持創刊儀式；以及為「華語之窗」展銷會主持開幕禮。 2. 在4月啟用講華語運動網頁的「聊天室」，並邀請嘉賓在網上清談。 3. 以互動及有趣的方式推動華文和華族文化活動，主辦「華韻薪傳」——一系列以中華文化為主題的戶外活動，這包括新謠、戲曲、華樂和華語講故事比賽。 4. 在電視上播映由四名本地著名藝人現身說法拍攝的四部宣傳短片「講華語，好處多」。
2000	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2000年講華語運動在《紅河谷》這部電影的首映會上正式掀開序幕。 2. 推廣華語理事會於9月17日至22日期間，首次主辦華語電影節。由中國最著名的製作人和導演製作的12部華語影片在嘉華豪城戲院放映。 3. 推廣華語理事會與青年音樂家協會聯合製作了新加坡首張華語清唱專輯——《清唱發燒友俱樂部 華語清唱歌曲》。 4. 於11月18日舉辦《家家講華語》座談會，主講嘉賓包括傑出教育家和來自各個領域的知名人士。他們同與會者探討了關於學習華語的方法，並且分享他們在家中和工作場所使用華語的經驗。 5. 「華韻薪傳」——一系列以中華文化為主題的戶外活動包括新謠、布袋戲、華樂等，在各大購物中心內舉行。 6. 舉辦一系列「藝人與您上網聊天」活動。 7. 配合講華語運動22周年紀念，出版紀念特刊《華人。華語。華文》。 8. 推出一個互動性唯讀光碟——《講華語？沒問題！》，通過生動活潑的方式，讓使用者提升華文華語的程度。

資料來源：新加坡推廣華語理事會網路[milestones]中文版

附錄二：新加坡講華語運動歷年口號及宣導對象

Year	Target Group / Area	Slogan	Mandarin Version	English Translation
1979	Chinese Community	Speak More Mandarin and Less Dialect	多講華語，少講方言	Speak More Mandarin, Speak Less Dialect
1980	Chinese Community	Nil	-	-
1981	Chinese Community	Learn Mandarin, Speak Mandarin	學華語，講華語	Learn Mandarin, Speak Mandarin
1982	Work Place	Speak Mandarin while at Work	在工作場所講華語！	Speak Mandarin at the Workplace!
1983	Markets & Food Center	Mandarin In. Dialect Out	華人講華語，合情又合理	Chinese Speaking Mandarin, It Only Natural and Logical
1984	Chinese Parents	Speak Mandarin. Your children future depends on your effort today	請講華語。兒女的前途，操在您手里。	Place Speak Mandarin. Your Children Future Lies in Your Hands
1985	Public Transport Workers	Mandarin is Chinese	華人，華語	Chinese, Mandarin
1986	Food & Drinks Establishment	Start with Mandarin, not Dialect	先開口講華語，皆大歡喜	Be the First to Speak Mandarin, Everybody Happy
1987	Shopping Centers	Start with Mandarin, speak it more often	會講華語，先講常講	The Ability to Speak Mandarin, Speak It First, Speak It Frequently
1988	White Collar Workers	Better with more Mandarin, less dialect	會講華語，親切便利	The Ability to Speak Mandarin, It Frequently and Convenient
1989	Chinese Community	More Mandarin, Less Dialect. Make it a way of life	多講華語，自然流利	Speak More Mandarin, You'll Become Fluent Naturally!
1990	Senior Executives	If You're a Chinese, Make a	華人，華語	Chinese, Mandarin

		Statement – In Mandarin		
1991	English educated Chinese Singaporeans	Mandarin for Chinese Singaporeans: More Than a Language	學習華語，認識文化	Learn Mandarin, Know the Culture
1992	English educated Chinese Singaporeans	Say it in Mandarin	用華語，表心意	Use Mandarin to Express Your Feelings
1993	English educated Chinese Singaporeans	Speak Mandarin. It helps	講華語，受益多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
1994	English educated Chinese and business professionals	Mandarin. Use It or Lose It	華語，多講流利	Mandarin, The More You Speak, The Fluent You'll Get
1995	English educated Chinese and business professionals	Mandarin. Use It or Lose It	華語，多講流利	Mandarin, The More You Speak, The Fluent You'll Get
1996	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, Explore New Horizons	講華語，開創新天地	Speak Mandarin, Explore New Horizons
1997	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, Explore New Horizons	講華語，開創新天地	Speak Mandarin, Explore New Horizons
1998	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
1999	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits
2000	English educated Chinese working adults	Speak Mandarin, It An Asset	講華語，好處多	Speak Mandarin, There Are Many Benefits

資料來源：Peter TEO, 2002, Mandarinising Singapore: a Critical Analysis of Slogans in Singapore's 'Speak Mandarin Campaign'.

<http://www.ling.lancs.ac.uk/pubs/clsl/clsl120.pdf>

附錄三：新加坡華語相關網路新聞資料訊息（2000-2007）

關鍵字：新加坡、講華語運動、華文、學習

類型	相關報導	訴求
產品 通路 促銷	2000-01-28 新加坡講華語運動網頁 設電子賀卡迎農曆新年 http://www.icn.com.cn/Fujian_w/news/fjqb/000128/3_8.html	電子賀卡 網路資源 風俗節慶
促銷	2000-06-10 李光耀：講華語運動 20 年「到現在只做了一半」 http://www.booktide.com/News/20000610/200006100016.Html	宣導推廣
產品 價格 通路	2000-06-26 新加坡出書紀念「講華語運動」22 周年 http://www.booktide.com/News/20000626/200006260051.Html	紀念刊物 藝文活動
產品 通路 促銷	2000-06-26 新加坡：總理以歷史傳奇和神話故事探索華文世界 http://www.booktide.com/News/20000626/200006260044.Html	宣導推廣 經驗分享
產品 促銷	2000-9-13 新加坡「講華語運動」推出 12 部中國影片 http://education.163.com/edit/000913/000913_58278.html	娛樂活動 （電影）
促銷	2000-12-4 華語運動已顯成效 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/culture/singapore_culture041200.html	數據分析 宣導推廣
產品 價格 通路	2001-05-30 「新馬華人：傳統與現代對話」 國際學術研討會下 月舉辦 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese300501.html	學術交流
產品 價格	2001-07-19 加強新加坡的華文教師隊伍 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese190701.html	專業教學 求職就業
產品 通路	2001-09-02 華文教學科技研討會 6 日起雲南園校舍舉行 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese020901.html	學術交流

產品 價格	2001-09-17 第四屆全國華語演講大決賽揭曉 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages/singapore_chinese170901.html	競賽 表揚
產品 價格 通路	2001-10-15 佛教居士林開設 中華文化進修班 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese151001a.html	學習資源 文化藝術
產品 促銷	2002 歐菁仙、許振榮，為講華語運動代言人	娛樂活動 宣導
產品 價格 通路 促銷	2002-01-11 華族學生數學表現佳 可能與漢語形象化有關 http://youth.zaobao.com/school/pages/math110102.html	經驗分享 學術活動 宣導
產品 價格 通路	2002-02-27 40名嘴成立華言社 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese270202.html	藝文活動 傳播媒體 工作
價格 促銷	2002-11-10 華社組織：政府應以實際行動 協助培養華文精英 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese101102a.html	經濟價值 教育 宣導
產品 價格 促銷	2002-12-16 南大教育學院吳英成博士：新加坡中英兼通者只占人口二成 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese161202.html	學術活動 宣導
產品 促銷	2003-09-19 講華語其實很「酷」 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc190903.html	藝文活動 傳播媒體 宣導
產品 通路 促銷	2003-09-24 李文學用「五到」學好華語 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc240903.html	藝文活動 宣導
促銷	2003-09-25 應該以講華語自豪 http://www.zaobao.com/special/singapore/smc/pages/smc250903.html	學習資源 家庭使用

產品 價格 促銷	2003-10-05 華文教師出論文 教你如何教華文 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese051003a.html	專業教學 學習資源
產品 價格 通路	2003-10-25 總編輯林任君：早報將盡力協助 把教材編得更生動 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese251003b.html	專業教學 學習資源 藝文活動 競賽、表揚
產品 通路	2003-10-25 華文教學須有創意 有感情 講實際 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese251003a.html	專業教學 學習資源
產品 通路	2003-11-22 我國籌辦「華頌」展覽中心 設虎豹別墅 展出海外華人發展史 http://www.zaobao.com/chinese/region/singapore/pages1/singapore_chinese221103a.html	文化情感認同 宗鄉會館 展覽中心
產品 通路	2004-02-22 華文課程與教學法將全面檢討 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg220204.html	學習資源 書報 (教育專報)
產品 價格 促銷	2004-03-16 曾士生：華文在新加坡前途絕對沒問題 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg160304.html	學習資源 經驗分享
促銷	2004-03-22 吳總理：政府將努力維護母語教育 華文優勢若拱手讓人 將是愚蠢做法 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg220304.html	文化情感認同 宣導
產品 價格 促銷	2004-04-07 全家共用華語演講樂趣 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg070404.html	競賽 表揚
促銷 通路	2004-05-24 蔡錦淞：主動負起責任 會館應積極推廣華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg240504.html	舉辦系列活動 宗鄉會館
產品 通路	2004-07-06 年輕人，來看爺爺奶奶當年的「酷」文化！ http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg060704.html	文化情感認同 學習資源 文化遺產節

促銷	2004-08-23 非華人談學華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg230804.html	宣導 公開表揚
產品 通路	2004-08-30 書畫交流雅集 培養年輕一代學華文 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg300804.html	宗鄉會館 書畫展覽會
產品 價格	2004-09-20 漢語水準考試掀起熱潮 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg200904.html	考試測驗 加分、證書
產品 價格	2004-11-18 新加坡的華文有明天 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg181104.html	求職
產品 促銷	2004-11-25 華文教學改革五年內落實 成立兩委員會監督與爭取 華社支持 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg251104.html	學習資源
產品 通路	2004-12-02 早報學生文化營活動 尚達曼：華文要活學活用 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg021204.html	學習資源 文化營活動
產品 價格 通路	2004-12-08 三措施助低收入家庭學生 華助會補習班將更個人化 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg081204.html	學習資源
產品 通路	2004-12-09 翰林書會熱忱辦華文研習班 深化自己 優化別人 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg091204.html	學習資源 翰林書會
產品 通路	2004-12-15 《聯合早報》：通過流行文化鼓勵講英語者多講華語 http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/overseas/2004-12/15/content_2335826.htm	傳播媒體 流行文化 宣導
產品 通路	2004-12-17 華社成立兩機構推廣華語和中華文化 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg171204.html	學習資源 文化情感認同
產品 價格 通路	2004-12-21 華文教師應注重教研活動 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg211204.html	專業教學 學習資源
產品 價格 促銷	2004-12-27 華助會推出新援助計畫 「準備上學咯！」 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg271204.html	學習資源

產品 促銷	2005 蔡淳佳是2005年新加坡講華語運動和新加坡旅遊局的 代言大使。 http://www.kmspks.org/events/thd_program.htm	娛樂活動 宣導
產品	2005-02-03 華文出版協會成立 出版或進口學生讀物 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg030205.html	專業教學 學習資源
產品 通路	2005-02-23 《爆米花》以流行文化帶動華文學習 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg230205.html	學習資源 書報 (教育專報) 校園表演
產品 通路	2005-03-28 回教堂也掀起學華文熱潮 http://www.zaobao.com/chinese/pages1/chinese_sg280305.html	學習資源 (華文班) 回教堂
產品 通路	2005-11-11 學華語人數創新高 新加坡將開第4所高級華文中心 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200511110026.htm	學習資源 華文中心
價格 促銷	2005-11-16 李顯龍鼓勵新加坡人再接再厲 提高華語水準 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200511160019.htm	宣導
產品 價格 通路 促銷	2006-03-09 首屆海外華文書市即將亮相新加坡 今後每年舉辦 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200603090020.htm	學習資源 藝文活動 宣導
產品 價格	2006-03-16 新加坡計劃年內把開辦華語會話課程學校增至80所 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200603160018.htm	學習資源 求職、認證
產品 通路	2006-04-10 微軟與新加坡合作開發首個世界華文教學網路平臺 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200604100018.htm	學習資源 網路
產品 價格 通路	2006-04-14 新加坡兩華社辦華語會話班 助馬來族群融入華社 http://big5.southcn.com/gate/big5/gocn.southcn.com/whhq/hwjy/200604140016.htm	學習資源 (社區會話 班) 求職

產品	2006-5-20 配合中國市場持續增長 新加坡旅遊首推中文服務 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200605/25378.html	旅遊服務
產品 價格	2006-6-3 新加坡出版首份華文免費報紙 日發行12萬份(圖) http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200606/27593.html	學習資源 書報
產品 價格 通路	2006-08-19 2006新加坡國際華文合唱節開幕 首次設立冠軍杯 http://www.chinanews.com.cn/hr/yzhrxw/news/2006/08-19/776543.shtml	文藝活動 娛樂活動 競賽 華文合唱節
產品 價格 通路	2006-08-21 新加坡首屆中文博客賽 引爆中學校園華文博客熱 http://www.chinanews.com.cn/hr/hwjj/news/2006/08-21/777089.shtml	文藝活動 競賽 中學校園 網路(部落格)
產品 通路	2006-09-28 新加坡華語電視新聞將出同步字幕 可助學習華文 http://www.chinanews.com.cn/hr/hwjj/news/2006/09-28/797520.shtml	娛樂活動 傳播媒體
促銷 價格	2006-10-22 新加坡教育部部長：新加坡教學生華文程度提高 http://www.china.com.cn/overseas/txt/2006-10/22/content_7263560.htm	宣導 競賽、表揚
產品 通路	2006-10-30 北大新加坡國立大學聯辦漢語言學雙學位碩士課程 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200610/50423.html	學習資源 學術研究 進修學位
產品 價格 促銷	2006-11-1 新加坡推廣中文有新招：看時事漫畫學習華文華語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/51170.html	學習資源
產品 通路	2006-11-19 新加坡小學低年級將推行華文「快樂學習」新課程 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/58372.html	學習資源 學校
產品 價格	2006-11-24 第二屆「和諧中國」網上知識競賽在新加坡劃句號 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200611/60037.html	藝文活動 文化情感認同 競賽
產品 價格	2006-12-8 新加坡光華學校中華藝術氣氛濃 鼓勵學生有專長 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200612/64831.html	藝文活動 文化情感認同 表揚
產品	2006-12-8 新加坡南洋理工大學孔子學院將組團訪問孔子故里 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200612/64832.html	文化訪問

產品 通路	2007-1-24 以華語教學 新加坡萊佛士學院吸引中國學生就讀 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200701/80619.html	學習資源 學校（萊佛士 學院）
產品 通路	2007-1-27 新加坡北三校群華文卓越中心「淘花源」正式啟動 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200701/81455.html	學習資源 學校（小學）
產品	2007-2-1 以藝術推廣中文 中戲教師介紹綜合藝術教學體系 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200702/83092.html	藝文活動 文化情感認同
產品	2007-2-8 台海兩岸書籍攻佔新加坡 2006 年十大暢銷華文書榜 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200702/85681.html	藝文活動
產品	2007-3-14 月薪過萬 新加坡將高薪聘請北京教師赴新教漢語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/95173.html	專業教學
價格	2007-3-27 華文熱在印尼升溫 新加坡華文教師赴印教授漢語 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/99103.html	求職
產品	2007-3-28 提高學生華語水準 新加坡學校實行教改因材施教 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200703/99399.html	學習資源
產品 價格	2007-4-17 新加坡舉辦第 16 屆中學華語時事賽 40 所中學參加 http://www.zsr.cc/StudentHome/StudentExpress/200704/105111.html	競賽
產品 促銷	2007-10-24 新加坡華文報：客觀環境改變，中文逐漸「抬頭」 http://big5.chinaqw.cn:89/hw/jy/hjzp/200710/24/92351.shtml	分享 語言地位提升
產品 促銷	2007-10-31 「講華語，你肯嗎？」新加坡講華語運動推新口號 http://chinaqw.com.cn/hw/jy/hjxw/200710/31/93254.shtml	宣導
產品 通路	2007-11-02 新加坡將舉辦全球華語論壇搭建華語教學交流平臺 http://chinaqw.com.cn/hw/jy/hjxw/200711/02/93625.shtml	學術研究 藝文活動
產品 價格 通路	2007-11-06 借北京奧運開拓體育平臺 新加坡講華語運動開幕 http://chinaqw.com.cn/hw/jy/hjxw/200711/06/93994.shtml	藝文活動 體育競賽

附錄四：對象的設定和目標分析

年份	口號/標語	對象	目標
1979	多講華語， 少講方言	一般民眾， 講方言的華人族群	降低方言使用，以華語取代方言。
1981	學華語，講華語	一般民眾， 講方言的華人族群	主要訴求在於學習能力中高以上者，為中青代和學生。
1982	在工作場所講華語！	一般民眾， 已工作就業者 (工作場所)	將華語使用推向公共場所，除了取代方言，也代表華語地位的提升。
1983	華人講華語， 合情又合理	一般民眾， 首次點出「華人」 (菜市場和熟食中心)	採用民族認同的口號，以華語作為華人的標準語。
1984	請講華語。 兒女的前途， 操在您手裡	一般民眾， 家長 (華族家長)	由家庭和教育的立場出發，以「前途」作為方向，使家長了解華語學習的重要。
1985	華人，華語	一般民眾 (公共交通工友)	應與 1983 年的「華人講華語」相同，然並未點出是「學」還是「講」。
1986	先開口講華語， 皆大歡喜	一般民眾 (餐飲場所顧客)	鼓勵民眾使用華語溝通，即使講的不標準，也確實地運用到這個語言。
1987	會講華語， 先講常講	一般民眾 (購物中心民眾)	鼓勵民眾使用華語。
1988	會講華語， 親切便利	一般民眾 (白領工人)	鼓勵民眾使用華語。
1989	多講華語， 自然流利	一般民眾 (華族社會大眾)	鼓勵民眾使用華語。

年份	口號/標語	對象	目標
1990	華人，華語	一般民眾 (高級行政人員)	同 1985 年。
1991	學習華語， 認識文化	一般民眾， 學生 (受英文教育華人)	以學生(學習者)為主，不只是華人，非華族也可從認識文化的角度學習華語。
1992	用華語，表心意	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1993	講華語，受益多	一般民眾， 社會人士	從功利的方向，例如：學習華語可在考試和求職有所加分，亦有助於經濟發展。 (文化認同→工具語言)
1994 1995	華語，多講流利	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1996 1997	講華語， 開創新天地	一般民眾	鼓勵民眾使用華語。
1998 2000	講華語，好處多	一般民眾	與 1993 年「講華語，受益多」的立意相同，以功利的方向，讓民眾了解講華語在生活上好處是很多的。
2001 2003	能講華語是福氣，別失去	一般民眾	把使用華語的能力視為是一項賦予華人的禮物，所以應該重視且珍惜這份「福氣」。
2004 2006	華語，cool	一般民眾 年輕族群 (學生)	以年輕人的口吻，將華語設定為一種「酷」的語言，具有現代和時尚感，是新一代而非總是八股或文言的呈現方式。
2007 2008	華語，cool- 講華語，你肯嗎?	一般民眾 年輕族群 (學生)	承接 cool 的概念，向年輕人提出挑戰，英文是「Are You Game?」

資料來源：作者整理及分析