

语言与传播丛书

YUYAN YU CHUANBO CONGSHU

十字街头的 语言文字

陈晓宁 主编



中国经济出版社
www.economyph.com



十字街头的语言文字

陈晓宁 主编

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

十字街头的语言文字/陈晓宁主编. —北京: 中国经济出版社,
2004.1

(语言与传播丛书; 10)

ISBN 7-5017-6085-3

I. 十… II. 陈… III. 社会习惯语—研究 IV. H034

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 086342 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: WWW.economyph.com

责任编辑: 苏耀彬

电话 (传真): 010-6835-4197

个人主页: <http://fbshs.top263.net>

电子信箱: E-mail: cephs@economyph.com E-mail: suyaobin@126.com

责任印制: 张江虹

封面设计: 华子图文

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: A5 印张: 12.25 字数: 220 千字

版 次: 2004 年 1 月第 1 版 印次: 2004 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001—6000 册

书 号: ISBN 7-5017-6085-3/G·1171 定 价: 30.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68308640 68359420

68309176

中国经济书店: 66162744 地 址: 西四北大街 233 号

现阶段社会用语调查研究

——代前言

陈晓宁

“十字街头的语言文字”属于社会用语。社会用语指的是面向公众的用语，包括文字的和口头的。作为语言学意义上的概念，社会用语准确但不够亲切，让人有距离感。我们选择“十字街头的语言文字”这个称谓，是试图拉近人们与社会用语的距离，让大家感觉到自己也可以为社会用语的建设和发展做一点事情。这份调查报告中说到的“十字街头的语言文字”主要包括各类广告、招贴、标语、店家名称、路牌、交通提示牌、公约、启事、布告、说明书、服务用语、流行口语、寒暄语等。

十字街头的语言文字是语言系统活动的外层，比较全息地反映了语言系统整体的变化。英国语言学家简·爱切生在《语言的变化：进步还是退化？》一书中说语言的变化就像种子，在土里偷偷地发芽，“要发现变化是怎么开始的，最好趁变化正在进行时去观察。”（〔英〕简·爱切生《语言的变化：进步还是退化？》76页，徐家祯译，语文出版社，1997）我觉得简·



爱切生的比喻很形象。人性化、创新、个性、幽默、新鲜的种子早已深埋在语言生活的土壤里，时刻等待春天，等待萌芽。社会文明程度的提升，对人及个性的尊重；市场发育趋向成熟，广告由功能诉求转向个性诉求，开始对信息传达技巧的追求；整个社会对创新与个性的鼓励等等，促成了“种子”的发芽和成长。

我对十字街头语言文字的关注从北京开始。街道两边用语新鲜、巧妙的广告，名号各异的店铺，温馨、亲切的交通提示牌，充满人情味儿的标语、横幅，还有人们口中时尚、新鲜的说法，让我深深感觉到“十字街头”就是语言文字的博览会，展示着当下语言生活的丰富多彩。而对于语言研究者、学习者而言，这里也是研究与实践的结合点，是流动的语言课堂。

2001年10月，我申请了以“十字街头语言文字状况调查研究”为题的北京广播学院院级学生课题，获得通过，并正式立项。在为时一年半的调查时间里，我对北京、深圳、广州、成都、厦门、泉州、武汉、十堰等地的社会用语情况进行了调查，写了四十余篇随笔、札记，其中一些先后在《语文建设》《文汇报》《法制日报》发表。感谢所有不吝赐稿的朋友，使我借主编《十字街头的语言文字》一书的机会，获得了更多新鲜的语料和启示。以下我从三个方面谈一下调查研究的情况。

一、社会用语调查研究的几个阶段及其特点

（一）社会用语调查研究第一个阶段及其特点

1984年，当时国家语委语言文字应用研究所的刘一玲调查了北京市的长安街、东单、西单、王府井等一些繁华、影响大的地段，进行了“宣传物语言规范情况调查”。1987年，仿照当时“社会用字”的提法，提出了“社会用语”。社会用语规



范调查是当时语言文字应用研究所语言应用研究室的一个重点课题。课题组成员分头到全国很多地方进行了调查，写了多篇个案，还请了一些学者共同参与。《汉语学习》刊登了调查的部分成果。1992年，由中国社会科学出版社出版了《广告、标语、招贴……用语评析400例》一书。于根元先生在书中说：“社会用语是整个语言中的一个部分。做社会用语调查这样的研究是学习人民群众的语言。语言的发展，从人民群众中学习是一个很重要的途径。这样的调查也是一种采风，了解语言里面反映出来的社会的情况，也是为了发展语言。”

这次调查的成果之一是一个名为《社会用语规范调查》的调查报告。报告中列举了很多新鲜的想法，对一些社会用语现象做了深入的研究。特别要说明的是这个报告更加注重推介新的、好的语言现象，和以前语言规范工作中常做的“匡谬正俗”相比，有了明显的转变。

调查报告中提到了三个好的现象：

1. 出现了许多关心人、为别人着想、给人亲切感的用语。
2. 语言文雅的增多了。
3. 用语生动活泼，多种多样。

报告中也提到了一些不怎么好的语言现象：套话，庸俗化，言不符实，宣传土政策，不适当地用大字眼或者生硬的句子，滥用方言，用字混乱，等等。

报告中提出了值得研究的几个问题：

1. 对新的、好的语言现象应该有一个正确的认识和态度。
2. 解决说话语气生硬，嗓门太大，“高八度”的问题。
3. 主张以“适度”的眼光看待语言的各种变化。

直到今天，这份调查报告仍然很有价值。



(二) 社会用语调查研究第二个阶段及其特点

陈章太先生在《二十世纪的中国社会语言学》一文中说：“这些调查研究 and 实际工作（作者注：指第一阶段）对社会用语规范产生了积极的影响，收到较好的效果。所不足的是，这项工作后来停顿了，没有继续调查下去，这是一种损失。”（《二十世纪的中国语言学》842页，北京大学出版社，1998）

7年后的1999年，人们重新将关注的目光投向社会用语。这一年，《语文建设》开始刊载一系列文章，标志着社会用语调查进入第二个阶段。这一系列文章涉及称谓语、建筑工地用语、祝福语等等。这个阶段一个大的特点是通过新中国成立50年来语言的变化看社会生活的变化、人的思想观念的变化，研究也从个案的分析转到了历时的研究。研究者们认为：语言是和社会共变的，研究人民群众的用语可以看出社会的变迁，也可以发现语言应用中创新的、好的现象。研究者在以下几点达成了共识：

1. 语言的本质是为了交际，研究是为了更好地促进交际。
2. 规范不是“打棍子”“做警察”，而是为了提高交际值，是为了促进语言交际。
3. 尤其要鼓励新的好的语言现象。
4. 向人民群众学习语言。

在导师北京广播学院播音主持艺术学院研究员于根元先生的辅导、推荐下，我在2001年第8期的《语文建设》上发表了一篇“豆腐块”文章《住宅也能原装进口？》，说的是户外广告用语的问题，文笔比较轻松俏皮。2001年12期《语文建设》在封三又刊发了我的另一篇文章《汽车城的交通宣传牌》，随文还有我自己拍摄的照片。为宣传商务印书馆即将出版的《新



华新词语》词典,《文汇报》开设了专栏“都来关注新词语”,我的《“绿色”包围圈》一文发表在2002年11月11日的《文汇报》上。在这期间我还陆续写了一些社会用语方面的小文章,以鼓励发现新的、好的语言现象为主,重在建设。

2001年7月,于根元先生促成了我们和中国经济出版社的合作,这就是您现在看到的《十字街头的语言文字》一书。根元先生把主编的担子交给了我。我积极组稿,希望在老师的帮助指导下,通过作者们的共同努力,使这本书尽可能真实地记载现阶段社会用语状况,更多地推介创新和有个性的语言现象。

2001年11月11日,于根元先生,北京广播学院播音主持艺术学院讲师、语言学及应用语言学专业博士研究生赵俐,《文汇报》驻京记者吴娟和我就社会用语问题进行了讨论。讨论的部分内容以《呼唤真诚的语言表达》为题,刊登在2002年2月2日的《文汇报》上。我的随笔《十字街头,我的语言课堂》也刊登在同一版面。吴娟说,这次讨论的社会反响很好,一些读者说,都是身边的事,怎么就没注意到呢?吴娟还说,作为记者,她不喜欢那些让人望而却步的所谓纯理论,相信结合生活实际的东西更容易吸引读者。吴娟的话也给我们以启发,坚定了我们将来社会用语观察与研究工作进行下去的决心。在这次讨论中,我们同样注重新的好的语言现象。

在谈到如何用好社会用语时,于先生说:“社会用语怎么用得更好,我们的看法,一个是应当对当前社会用语的情况有一个基本的估价。这个涉及到我们应该怎么做。我们认为它是有所发展的。我们刚才谈到了它发展的几个方面,而这几年又有了发展,这是一个基本的认识。有了基本的估价,我们的重



点是搞建设，而不是认为污染得很严重了，忍无可忍了，主要是治理了。我们更多地看到它发展的方面，当然也看到不够的方面。还有一个就是要引导，这是最基本的。我们做引导工作，重点地看到一些好的，及时地发现、推介好的现象，让好的去做榜样。做引导工作还特别要注意不搞花架子，不做华而不实的事，实实在在地做些基础工作，逐渐用好社会用语。还有就是发挥教育的作用，把社会用语的教育扩大到学校。”

讨论的全文以《十字街头的语言文字》为题，收入《语言以人为本——第三轮语言哲学对话》一书，已于2003年3月由中国经济出版社出版。

二、现阶段社会用语的新特点

语言总是和社会发展同呼吸共命运。从1984年到2003年的近20年间，中国社会的改革开放一步步向纵深处发展，经济发展了，和各国交往频繁了，人们的思想观念在不断地更新、发展和变化，而这一切又都在语言上刻下了印记。十字街头的语言文字，就像语言生活的显示器，忠实地记录和折射着这些变化。这个时期的社会用语，除了延续第一阶段的一些特点外，还体现了以下八个方面的特点和发展倾向：情感化和人性化倾向；新鲜值增加，保鲜期缩短（创新和个性化倾向）；卡通化和情趣化倾向；细节化倾向；文化含量增加；现代科技与语言的联姻；外来词和国际化倾向；公益化倾向。

（一）情感化和人性化倾向

十字街头语言文字的情感含量增加了，出现了更多体现尊重、关心、亲切的用语。设计者将更多的情感因素、换位思考、将心比心、真挚坦诚融入语言之中，命令和口号少了，商量和巧妙的提醒多了。



我的学校北京广播学院旁边有一个建设中的小区，已经入住的居民对施工噪音和粉尘很有意见，于是写了一个意见贴在了施工工地上，坚决要求讨还“扰民债”。建筑公司和住户经过“磋商”达成了协议：规定了每天施工的时间，尽可能不干扰居民的日常生活。很快，一块富有人情味儿的木牌也出现在了工地和居民楼之间：“我们在这里施工，一定给您的生活带来了不便，请您谅解。”之后出现的场面给我留下了深刻的印象。每天，这个话语温馨的宣传牌下面都要聚集好多老人下棋、打牌、聊天，老人们笑着、说着，对工地上的噪音“充耳不闻”，建筑公司和住户从此相安无事。由“施工重地，闲人免进”之类的口号式、命令式语言到“用您的理解、支持和我们的双手共建美好家园”的文学式语言，再到“我们在这里施工，一定给您的生活带来了不便，请您谅解”之类既“文学”又体现尊重的礼貌式语言，建筑工地的提示牌展现了社会用语的变化。

以下是位于广东省始兴县东南部车八岭自然保护区的部分环保宣传标语：

1. 亲爱的游客，带走您的相片，留下您美好的回忆，除了您的足迹什么也别留下。
2. 林木伐尽，水则淹没，将来滴水与血液同价。
3. 为了社会经济持续协调发展，为了我们的子孙后代有更多更好的森林，请参与我们的自然保护行动。
4. 我们感悟：人类只有一个地球。善待自然、保护生态，不仅是一种美德，同时更是一份历史责任。

我们承诺：积极传播环保观念，细心呵护车八岭一草一木，为子孙后代留一汪碧水、一方净土。



我们坚信，哪怕是自己一个细微的环保行为，都是在为人类的未来播种绿色的希望。

5. 金钱不是太阳，绿色才是希望。

6. 野生动植物是自然界赋予人类同甘共苦的朋友，一旦它们离我们而去，人类将孤立无援。

7. 每一片绿叶，都是一份绿色的请柬。每一滴碧水，都是一份绿色的馈赠。

8. 树木是空气的清新器，如果你想呼吸到新鲜的空气，请为它们添把土、淋瓢水。

9. 在生态金字塔中，智慧的人类位居塔顶，而塔身与塔基则属于自然界其他生物。当你为之感到自豪时，请留意塔基与塔身的稳固性。

10. 地球不是我们从先辈那里继承过来的，而是我们从后代那里借来的。

比较一下“环境保护，人人有责”“保护环境是一项必须长期坚持的基本国策”“加强环境宣传教育，提高全民环境意识”“保护环境是每一位公民应尽的责任”等等人们司空见惯的宣传标语，车八岭自然保护区的环保宣传标语显然更加人性化，更富有诗意和禅意，更有感召力、说服力。

在北京贵友建国门店买衣服，穿梭于货架和大大小小的试衣间，你的心情会特别愉悦——在试衣间里，你能看到这样的提示：“小心衣服弄脏您的口红”。咖啡色的底儿配着银白色的字儿，含蓄雅致。从“小心口红污染衣物”的警告到“小心衣服弄脏您的口红”的提醒，可别小看了这语言上的“颠倒”，它的背后是服务中的换位思考，体现的是以人为本的经营理念。效果打了折扣吗？当然没有。一边为商家的聪慧叫绝，一



边暗暗感谢人家的这份信任，你试起衣服当然更加小心，人家怕弄脏你的口红，你又怎么忍心弄脏人家的衣服？有的试衣间还挂着朱德庸的“涩女郎”漫画，小小试衣间，“图文并茂”。

山东聊城一家“重庆风味快餐店”的餐具柜上放着一个小铜牌，牌子上面写着：“本店概不赊账。”下面还有字：“你来赊账我困难，我去要账你心烦。如果你来不赊账，我不困难你不烦。”小民谣里面蕴涵着大学问，短短的四句话能对人与人之间的交际起到润滑剂的作用。

2003年4月9日，北京387路车队的35部公交车全部安装了新的语音合成系统。以前公交车报站用语都是统一的，是命令式的语气，让人听了不舒服。387路车的语音合成系统则加入了许多人性化的用语，比如“没有票的同志请买票”就换成了“哪位乘客需要购票或其他帮助，请告知我们乘务员”。语音播报还添加了英语报站。

2001年暑假，我回到家乡湖北十堰，刚一坐进出租车的前座，就有了不同的感觉。车的前台上贴着一张椭圆形的亮光纸片，阳光下格外抢眼。纸片上写着：“提个醒！尊敬的乘客，乘车时请您记住车号，下车时携带好随身物品，如需等候请预付押金。”黄底红字，醒目又好看。标题“提个醒”是家常话，像亲人朋友的叮咛一样，贴心、温暖。称呼中用了“尊敬”，一句话中用了两个“请”，让人充分体会了做“上帝”的感觉。以往出租车里也写着各种注意事项，但“淹没”在大大小小的广告里，不怎么起眼儿。现在纸片贴在了车的前台上，颜色又夺目，整个行程中，鲜艳的“小纸片”始终在你的视野里，不断提醒你记车号并检查随身带的物品。后来，我在北京的出租车上也见到了不同的车内提示和问候卡：



“尊敬的乘客，请提醒司机勿违章，勿超速。”（记录于渔阳联合出租汽车公司王全顺师傅的车，2002年12月24日）

万泉寺万泉缘出租汽车公司质量、安全和环境方针中，第一句就是“以人为本”，还说“我们必须做到说好五句话：您好，请问您去哪儿，请带好您的物品，谢谢，再见。”（记录于万泉寺万泉缘出租汽车公司张德平师傅的车，2002年12月15日）

“上车有迎声，询问有答声，帮忙有谢声，照顾不周有歉声，下车有送声，喜庆节日有贺声。”是三元出租汽车有限公司的承诺。我最喜欢绿黄两色的大标题——我们运送快乐。

“美好的生活从安全开始”“安全才能回家”“您越线了吗？”“大家排队上车啦！”“安全带，我们全家的幸福带”“不逞一时快，平安活到老”“开车要打大哥大，出了车祸就头大”“飙车虽刺激，生命却难保”“你让我、我让你，大家快乐又和气”“翻越护栏是你生命的悬崖”“打工远离家乡，亲人牵挂安全”“有了您的支持，才有道路的畅通”“您驾车多一份小心，家人就会十分安心”“红灯亮了，请您歇口气儿”之类更加富有人情味儿的用语在交通提示牌上出现了。北流市交警大队给标语换了新“面孔”，将往常用的“严禁”“罚款”“拘留”等字眼一概摒弃，换上了温馨、亲切的语句：“人的生命只有一次，请您注意交通安全”“驾驶和乘坐二轮摩托车，请别忘了戴安全头盔”“千家万户想团圆，行车走路讲安全”，看了这种充满温情的话语，司机和行人怎么会轻易产生抵触心理呢？

礼貌的交际语言不仅能体现尊重，有时还能带来经济效益。顾客可能因为几句话就对商家有了好感和信任，成了回头客。台湾商人马民泽曾在上海、广州、北京三地成功地开办JJ



迪厅。在谈到自己为什么选择上海作为最早的投资地时，马民泽说是因为有一次他在上海街头买烟，卖烟的老太太对他说了声：谢谢侬。在20世纪80年代的中国，这种情况并不多见。马民泽透过一句“谢谢侬”看出了上海人尊重消费的意识。北京现在许多大商场在顾客消费后也说“谢谢”了。但还有些地方是顾客对营业员说“谢谢”。

一句或是几句话，改善了人们之间的关系，化解了可能激化的矛盾，甚至带来了商机。人与人之间是需要相互尊重、相互理解的，每个人都渴望被尊重、被理解，而语言恰恰可以架起相互尊重与理解的桥梁，使我们的生活环境更加和谐，更加温暖。

说语言更多地体现出尊重意识，还不仅仅局限于“民间”。北京的东直门有条人气极旺的食街，晚上十点以后，过节似的热闹。住在街上的老人们有点看不惯：这半夜三更吃的哪门子饭，闹鬼啊？“鬼街”就这样叫开了。“鬼街”的名气越来越大，给城建部门出了难题，路牌上就写“鬼街”？不知道背景的还以为搞封建迷信呢。后来选中了“簋”字。“簋”音guǐ，是盛食物的器具，盛行于商、周时期。这下顾全了几个方面，“簋”本来就是和吃有关的器具，用在饮食街，也算得上般配。还古色古香的，给小街凭添了几分思古的情致。我觉得这里更重要的是“簋”与“鬼”两个字读音相同，尊重了老百姓的传统叫法。

有一些地方，长官意志依然很重。有的城市为了街道名称整齐划一，索性把过去叫了几十年的名字都改了，什么北京路、辽宁路、香港街、深圳街，把老百姓都闹糊涂了。听个新闻，合计半天还不知道说的是哪条街上的事。政府部门的初衷



肯定是想让城市更美，但真正的城市美，是和谐，是城市与人的相亲相爱。谁愿意生活在一个面熟名不熟的城市里？越这样想，越觉得“簋街”好。

现在北京的地名命名是按照“尊重历史、照顾习惯、体现规划、好找好记”的原则进行的。北京市规划委员会还把要取名的新的住宅小区的情况和初步的命名方案放在了网上，请市民投票或发表意见，取什么名儿由老百姓自己拿主意。这种做法和原则是建立在对人们语言传统、习惯尊重的基础上的，是尊重人的，应该提倡。

2003年3月26日，北京市交管局车管所非常低调地推出了一项新措施：在全国范围内率先推出车牌尾号无“4”的举措。这一举措的出台立即引发了各方关注。车管所认为此举是人性化的突破；爱车族觉得是好消息，从此不用担心自己的爱车遇上不吉利的车牌号。也有人认为这样做是迎合某些人的迷信心理，是“吉祥号”的另一种体现。《中国青年报》的一篇文章认为：尊重百姓的就是科学的，除此之外没有科学。我赞成这样的说法。

“城市，让生活更美好”是上海在申办2010年世博会时提出的申博主题，对比“发展城市建设，提高生活质量”显然更加亲切，更有说服力；对比“大力提高市民素质”显然更加尊重人，更加平等。

北京八中的校园里，温馨活泼的提示语映衬着孩子们天真灿烂的笑脸。“肃静”换成了漂亮牌子上“从静悄悄开始……”的美术字，旁边还有一个大眼睛的卡通女孩，手指放在嘴唇边，似乎在说：“嘘……要上课了。”“随手关灯”换成了“天亮了，我要休息”；“不许追跑打闹”变成了“嘘，我喜欢安



静”等亲切的提示语。据说北京市教委将把校园环境的人文色彩和人情味列为评价学校的标准之一。

一个小孩站在湖边，湖面平静无痕。突然，他向湖里投掷了一块石头，面对泛起的圈圈涟漪，小孩呆住了……黑格尔由这个故事推导出美的定义：美是人们对自己本质力量的欣赏。追求美、创造美是人类内心的原始冲动。当人与人之间不再有藩篱，当心与心更加贴近的时候，语言不仅是生活的美化剂，也是展现美好内心、塑造高尚自我的自觉追求。十字街头的语言文字，将伴随着人们对自身认识的深化而不断绽放美丽和光彩。

（二）新鲜值增加、保鲜期缩短（创新化、个性化倾向）

新鲜是生活的本质，我们越理解生活就越渴望新鲜。展现个性，鼓励创造是我们追求新鲜的表现，是整个时代的特点。充满创造、表现个性的语言文字是十字街头的亮点，体现出追求创新的时代精神。

具体表现途径、样态有：

1. 直接亮出追求个性、鼓励创新的主张。美涛护发产品的广告语是“让个性闪光”；一家房地产公司的售楼广告是“生活本应新鲜”，售楼电话叫“新鲜热线”；还有一家酒楼，广告是“有创新，没有不可能”；北京第二外国语学院附近有一家时装商店，名字是“个性女孩”。追求个性、鼓励创新的特点在汽车、电子、房地产的户外广告上体现得尤为明显：LG手机的巨幅广告牌上写着“我主张欣赏特立独行”；西门子说“无限创新，推动世界”；Canon 新型打印机“XNU i320”的广告说进入了打印机的“特立独‘型’时代”；TCL 等离子电视的广告语是“视听空间我做主”；松下数字电视的广告语为



“完全自我主张”。红旗“明仕”车广告语是“明仕，更理智——理智的你从不随波逐流”；“帕萨特 2.8V6”车型的广告——灵感偏爱积极求变的人；天津三洋的 CDMA 手机说“懂得创意生活的人，总比别人乐趣多。”毫雅表的广告语：“100% 力量，100% 美丽，这就是我，你呢？”。

2. 通过“组合”和“搭配”来创新。风马牛不相及的两种事物，由于在某一点上有了契合的可能而组合在一起，新组合不仅不突兀，还充满了创意的闪光。北京定福庄西街小区有一家美发店叫“伊人在线”。五四前后的文学作中常用“伊”指女性，“伊人”意为那个人，也多指女性。“在线”是网络时代的新词语，“计算机网络中指已连接到互联网上。英文是 on-line。”（于根元主编《中国网络语言词典》318 页，中国经济出版社出版，2001）在 1998 年版的《现代汉语词典（修订本）》中还见不到这个词条。“伊人在线”，古语新词搭配，有文化内涵，也有时代感。类似的还有一家叫“禅酷”的餐厅。“酷”是这两年流行起来的新词语。“艾滋病”是医学术语，“高速公路”是建筑名词，分属不同的语用领域，但它们组合在一起传达出的却是一个新鲜的概念：“艾滋高速公路”指艾滋病由东南亚传入我国，沿四川、甘肃到新疆境内的一条快速感染蔓延的路线。“蛋白质女孩”也是“蛋白质”和“女孩”两个旧元素的新组合，它指兼备礼貌、纯情、健康、纯净、营养、圆满等特质的女孩子。有些情侣选择共同开创一项事业，有些工作中的合作伙伴日久生情地成为情侣，这样的爱情都被称作“合资爱情”。一些电视节目也力求用旧元素创造、组合出令人耳目一新的栏目名，如《凤凰早班车》《媒体大拼盘》《九州深呼吸》《时事直通车》等。