

Политическая лингвистика. 2023. № 3 (99).  
*Political Linguistics*. 2023. No 3 (99).

УДК 81'27  
ББК Ш100.62

ГСНТИ 16.21.33; 16.31.61

Код ВАК 5.9.8

У Цзюань<sup>1</sup>, Лю Лифэнь<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Шихэцзыский университет, г. Шихэцзы, Китай, 13579752479@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-9931-3028>

<sup>2</sup> Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, г. Гуанчжоу, Китай, liulifen1993@163.com✉, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

## О функциях языковых ландшафтов

**АННОТАЦИЯ.** Языковые ландшафты (ЯЛ) — это новый способ изучения феномена многоязычия в социолингвистике. Как семиотическое единство, состоящее из вербальных и невербальных знаков, ЯЛ в качестве объекта изучения находятся на междисциплинарном стыке, и чтобы определить перспективы их исследования, необходимо сначала выяснить, в чем заключается их функция. В данной статье рассматриваются конкретные функции языковых ландшафтов в свете выявления аспектов их изучения. Объект исследования — функции языковых ландшафтов. Основная цель исследования заключается в выявлении их функций в перспективе междисциплинарного исследования, чтобы предложить теоретическую основу для функционального анализа ЯЛ в социолингвистических рамках. Метод исследования — теоретическое обобщение. По результатам исследования сделан следующий вывод: ЯЛ могут удовлетворять потребности человека на всех уровнях, предложенных А. Маслоу в его «Пирамиде потребностей», выполняя в основном информационную, символическую, просветительскую, познавательную, культурную, эстетическую функции, а также другие. С точки зрения авторов, ЯЛ не только предоставляют информацию о языковой ситуации в каком-либо регионе, но и информацию, тесно связанную с повседневной жизнью и работой человека. ЯЛ символически воплощают статус этнических групп и имеют другие символические значения, зависящие от их местонахождения или контекста. Они способствуют формированию и укреплению групповой идентичности и служат учебными материалами и инструментами. В то же время ЯЛ являются носителями, передатчиками и посредниками культуры, которые могут принести удовольствие адресатам.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** языковые ландшафты, функции языковых ландшафтов, информационная функция, символическая функция, просветительская функция, культурная функция, эстетическая функция, междисциплинарные исследования, социолингвистика.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** У Цзюань, доктор филологических наук, старший преподаватель, Институт иностранных языков, Шихэцзыский университет; г. Шихэцзы, Китай; 221 Beisi Road, Shihezi 832000, China; email: 13579752479@163.com.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ-КОРРЕСПОНДЕНТЕ:** Лю Лифэнь, доктор филологических наук, профессор, Исследовательский центр переводоведения, Институт европейских языков и культур, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли; Гуанчжоу, Китай; 2 Baiyun Avenue, Baiyun District, Guangzhou 510420, China, email: liulifen1993@163.com.

**БЛАГОДАРНОСТИ.** Работа выполнена при финансовой поддержке научного проекта центра изучения Центральной Азии при Национальном комитете по языкам на тему «Исследование взаимодействия полиязычного ландшафта и языковой политики в Казахстане» (номер проекта: ZYJY2022012).

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** У Цзюань. О функциях языковых ландшафтов / У Цзюань, Лю Лифэнь. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2023. — № 3 (99). — С. 196-201.

Wu Juan<sup>1</sup>, Liu Lifen<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Shihezi University, Shihezi, , 13579752479@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-9931-3028>

<sup>2</sup> Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China, liulifen1993@163.com✉, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

## On the Functions of Linguistic Landscapes

**ABSTRACT.** Linguistic landscapes make up a new way of studying the phenomenon of multilingualism in sociolinguistics. As semiotic unities consisting of verbal and non-verbal signs, linguistic landscapes occupy a position at the intersection of several disciplines, and in order to determine the perspectives of their study, it is necessary to clarify their function first. This paper examines concrete functions of linguistic landscapes in the light of determining the aspects of their investigation. The study focuses on the functions of linguistic landscapes. The main aim of the study is to identify their functions in the perspective of interdisciplinary research in order to create a theoretical basis for further research of this topic. The research method is theoretical generalization. The results of the study lead to the following conclusion: linguistic landscapes can satisfy human needs at all levels proposed by Maslow in his Pyramid of Needs, fulfilling mainly informational, symbolic, educational, cognitive, cultural and aesthetic functions. From the authors' point of view, linguistic landscapes provide information about the linguistic situation not only in a particular region, but also in the area closely related to the daily life and work of an individual. They are symbols of the status of ethnic groups, and have other symbolic meanings depending on their location or context. They contribute to the formation and reinforcement of group identity and serve as learning materials and tools.

*At the same time, linguistic landscapes are carriers, transmitters and mediators of culture, which can bring pleasure to the recipients.*

**KEYWORDS:** *linguistic landscapes, functions of linguistic landscapes, informational function, symbolic function, educational function, cultural function, aesthetic function, interdisciplinary research, sociolinguistics.*

**AUTHOR'S INFORMATION:** *Wu Juan, PhD, Senior Lecturer, Institute of Foreign Languages, Shihezi University; Shihezi, China.*

**CORRESPONDENT AUTHOR'S INFORMATION:** *Liu Lifen, Doctor of Philology, Professor, Professor of Research Center for Translation Studies, Institute of the Western Languages and Cultures, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China.*

**ACKNOWLEDGMENTS.** This work is supported by the research project of the Centre for Central Asian Studies of the National Language Committee "Investigation of the interaction between the multilingual landscape and language policy in Kazakhstan" (project number: ZYJY2022012).

**FOR CITATION:** *Wu Juan, Liu Lifen. (2023). On the Functions of Linguistic Landscapes. In Political Linguistics. No 3 (99), pp. 196-201. (In Russ.).*

## 1. ПОСТАНОВКА ВОПРОСА

Языковые ландшафты (далее — ЯЛ) представляют собой комплекс визуальных знаков (вербальных и невербальных, т. е. текстов, изображений или и того, и другого), выполняющих определенные функции в общественном пространстве [Лю Лифэнь, У Цзюань, Жэнь Яцянь 2019: 209]. С точки зрения социолингвистики ЯЛ в основном выполняют информативную и символическую функции [Landry R., Bourhis R.Y. 1997: 29]. Информационная функция ЯЛ относится к функции предоставления «информации о языковой ситуации» места, т. е. через «видимости» кода (кодов) на общественных знаках можно узнать языковую ситуацию в данном месте. А символическая функция апеллирует к символической значимости какого-то языка (языков) и/или его разновидностей. Это относится к ценности и статусу языков по сравнению с другими языками, которые используются в данном обществе [Landry R., Bourhis R. Y. 1997: 34]. Однако изучение ЯЛ, состоящих из знаков разных семиотических каналов, таких как письменно-вербальные, изображение, цвет и типографика, не должно ограничиваться феноменом многоязычия. Как справедливо отметили Мартин Пютц (Martin Pütz) и Неле Мундт (Neele Mundt), исследования ЯЛ должны выйти за рамки (не)видимости языков или языковых разновидностей в общественных местах, надо изучать многогранную индексальность мультимодальных ресурсов, представленных в различных условиях реального мира [Guowen Shang 2020: 552]. Были сделаны попытки расширения сферы анализа ЯЛ от письменных многоязычных знаков до семиотических комбинаций с мультимодальными презентациями [Jaworski 2016; О. В. Хороордина 2016; Pennycook 2017; В. А. Крыжановская 2017; Н. В. Михайлюкова 2017; Пань Яньян 2020; Лу Дегин 2021] и расширения теоретических и методологических

основ таких исследований. Исходя из этого, мы согласны с предложением китайского ученого Лю Лифэнь, что ЯЛ как объект изучения находятся на стыке многих дисциплин: лингвистики, семиотики, когнитивистики, психологии, эстетики и т. д. [Лю Лифэнь 2019]. Итак, перед нами стоит проблема выявления конкретных функций ЯЛ с учетом расширения исследовательских аспектов рассмотрения.

## 2. ЯЛ И ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

ЯЛ как материальный объект в общественном пространстве созданы для удовлетворения различных потребностей индивидов и групп (имеются в виду такие потребности, как физиологические, потребность в безопасности и комфорте, в любви и принадлежности, в познании, в эстетике и самореализации, предложенные Маслоу в его «Пирамиде потребностей»). Эти потребности «сливаются и пересекаются» в сосуществовании, что напрямую отражается в ЯЛ (см. рис. 1). Например, таблички-указатели индексируют всё, что необходимо человеку физически, а именно еду, одежду, жилье и транспорт; предупреждающие и запрещающие знаки гарантируют его безопасность в общественных местах. Кроме этих базовых потребностей, ЯЛ имеют и символическое значение: удовлетворение социальных потребностей и потребностей в уважении индивида, сообществ, этнических групп и государств. Выполняя две вышеуказанные функции, ЯЛ могут и воспитывать аудиторию, распространять культуру, приносить эстетическое удовольствие адресатам. Как видно, ЯЛ могут удовлетворять потребности людей и общества на всех уровнях одновременно, имея информативное, символическое, просветительное, познавательное, культурное и эстетическое значение (рис. 2). Далее по очереди проанализируем каждую из этих особенностей ЯЛ.



Рис. 1. Пирамида Маслоу и функции ЯЛ



Рис. 2. Многофункциональная интеграция ЯЛ

### 3. ФУНКЦИИ ЯЛ

#### 3.1. Информационная функция

В социолингвистическом аспекте информационная функция ЯЛ заключается в предоставлении «информации о языковой ситуации» того или иного места [Шан Говэнь 2014: 215], т. е. о том, какие языки употребляются в данном месте; какой из них является главным и доминирующим; о степени владения каждым языком среди местного населения и т. д. По словам Ланджи, «видимость языка имеет решающее значение для языковых прав и идеологии носителей данного языка» [Landry R. 1997: 29]. Но «ландшафты», сформированные средствами воплощения многоязычия в общественных знаках, выполняют лишь один из вариантов информационных функций. Как визуальная продукция в общественном пространстве, они должны в первую очередь удовлетворять базовые потребности человека и пере-

давать информацию, тесно связанную с его жизнью и работой. Данная, самая основная и главная функция ЯЛ, и является предпосылкой для других функций среднего и высокого уровня. Итак, с помощью письма, изображения, цвета и других семиотических каналов общественные знаки в ЯЛ либо помогают адресатам быстро определить и точно найти им нужные места для удовлетворения своих базовых потребностей; либо регулируют их поведение в различных общественных местах для обеспечения безопасности и успешной коммуникации в общественном пространстве; либо формируют позитивный имидж города или региона путем создания гармоничной и дружелюбной атмосферы. ЯЛ различаются в зависимости от национальных, региональных, религиозных и отраслевых особенностей, поэтому для разработки легко декодируемых и запоминающихся текстов вывесок, предназначенных для широкой аудитории, требуются зна-

ния из области дизайна, лингвистики, семиотики и других дисциплин.

### 3.2. Символическая функция

ЯЛ являются одним из способов проведения языковой политики и представляет собой «её результат визуализации» [Баранова, Федорова 2020: 627], выполняя символическую функцию. Через призму ЯЛ можно узнать о языковой экологии, языковом сознании, идентичности и статусе этнических групп, общественных отношениях в исследуемом регионе. Данная функция обычно представлена комбинацией вербальных и невербальных знаков, таких как выбор языков, сочетание языков, размер и цвет шрифта, расположение языков и т. д. [Scollon R., Scollon S. 2003: 207]. Помимо данной функции, в традиционном смысле ЯЛ выполняют и другие символические функции в зависимости от места, в котором они находятся. Например, записи на иностранных языках и языках меньшинства в районе туристических достопримечательностей не только передают коммуникативные сообщения, но и вызывают у аудитории чувство новизны, символизируя экзотику и загадочность. Исследователь Яворски считает, что вывески, написанные на родном языке посетителя в гетерогенном культурном контексте, отражают гостеприимство принимающей стороны [Jaworski 2014: 215]. Что касается английского языка, самого распространенного иностранного языка в ЯЛ всего мира, то он уже давно стал символом модернизации, интернационализации и глобализации. Нередко встречаются англоязычные вывески в странах, где он не является официальным языком. Кроме того, некоторые комбинации знаков в ЯЛ имеют другие характеризующие значения. Например, в традиционных китайских вывесках магазинов часто используются золотые иероглифы на черном фоне, что привело к появлению выражения «золотая вывеска», которое в китайской культуре стало синонимом надежности, качества продукции, доверия и долгой истории; то же самое значение имеет соответствующая правилам до-революционной орфографии буква Ъ в конце русскоязычных коммерческих эргонимов.

### 3.3. Просветительская функция

На ЯЛ также возлагается социальная ответственность в вопросе просвещения масс. Знаки в городском пространстве (включая вербальные) всегда играют уникальную роль в формировании и укреплении групповой идентичности и восприятия. Эти визуальные знаки представляются в различных формах, оказывая непрерывное психологическое внушение на аудиторию, тонким образом

формируя или изменяя ее ментальность, поведение, ценности и мысли. При этом создают гармоничную социальную экологическую среду для позитивного развития общества, воспитывая толерантность, патриотизм, любознательность народа. Социальная реклама на разные темы и некоторые коммерческие эргонимы в городских и сельских пространствах имеют такой эффект. Как отметила Н. В. Михайлюкова, во Владивостоке «немало названий городских объектов, отражающих этические ценности. Например, продовольственные магазины „Добрый“; гостиница „Доверие“; торговый центр „Родина“» [Михайлюкова 2017: 104]. Как и в России, многие китайские коммерческие эргонимы содержат элементы морального воспитания, подчеркивая конфуцианскую ортодоксию «праведности ради прибыли», передавая информацию об объекте и регулируя поведение людей. Например, известная китайская аптека «Тонг Рен Танг» берет свое название от китайской идиомы «относиться ко всем одинаково; лечить и стар и млад, без обмана», которая символизирует философию компании: «добродетель, искренность и доверие».

ЯЛ могут быть использованы в качестве учебного ресурса и инструмента. Как указывали Гортер и Сеноз, сами ЯЛ представляют собой многоязычный и мультимодальный корпус [Gorter & Cenoz 2015: 71], в котором можно найти богатый фактический учебный материал для носителей родного языка и иностранных учащихся. Большое количество общественных знаков с разными вариантами письма, изображениями и колористическими решениями обеспечивают учащимся объективную и живую языковую среду для овладения языками. Педагоги могут выбрать ЯЛ, соответствующие уровню своих учащихся, в качестве дополнительных учебных ресурсов. Например, на занятиях по иностранному языку студенты могут анализировать многоязычные тексты на вывесках, функции каждого языка, особенности комбинации гетерогенных знаков, узнавать социальные и культурные ситуации в данном районе через такие показатели, чтобы развивать свою коммуникативную и социокультурную компетенции. Кроме того, ЯЛ в школьном кампусе также могут стать методом для возрождения языков меньшинств [Шан Говэнь 2017: 16].

### 3.4. Культурная функция

Являясь носителем, передатчиком и продуктом культуры, ЯЛ наиболее интуитивным для реципиента способом сохраняют и передают национальную, региональную культуру. Культура, отраженная в общест-

венном пространстве, варьируется от региона к региону в зависимости от национальной культуры и географической среды. Как утверждает С. Г. Тер-Минасова, «эти тексты (ЯЛ) не только регулируют поведение людей, но и отражают образ жизни, культуру, ментальные особенности и национальный характер жителей данного региона» [С. Г. Тер-Минасова 2000: 230]. Мы можем узнать культурные особенности этнических групп в том или ином месте по тому, как сочетаются символы на общественных знаках. Как и вербальные знаки, невербальные также отражают традиционную культуру и национальный менталитет. Как указывалось выше, на сочетание цвета фона вывески и шрифта влияет традиционное национальное представление о цвете. Использование изображений также имеет этническую специфику. Если изображения аиста с младенцем можно увидеть в российских городах, а также в Европе и Америке, то в Китае их нет. Символы китайского национального духа, такие как слива, орхидея, хризантема, бамбук, сосна и лотос, чаще всего встречаются в социальных рекламках в Китае, но в других странах реже. Такие элементы вызывают ассоциации только у носителей конкретной культурной группы. В этом смысле ЯЛ являются зеркалом национальной культуры.

### 3.5. Эстетические функции

Помимо своей практической функции, ЯЛ могут послужить украшением городского пространства, представить образ города и удовлетворить эстетические потребности аудитории. Слово «ландшафты» в данном употреблении термина уже предполагает другую характеристику вывески — декоративность. Такие креолизованные тексты, построенные из разнородных знаков, комбинаций языков, изображений, а также других отдельных знаков и соответствующих им комбинаций, могут вызывать у аудитории различные ощущения и реакции, такие как удовольствие, комфорт, возбуждение, чувство превосходства и т. д. Это напрямую удовлетворяет их духовные потребности, вызывает эстетический резонанс, укрепляет память и мотивирует к восприятию визуальной информации и выполнению соответствующих инструкций по собственной инициативе. В то же время ЯЛ являются интерфейсом для национального эстетического сознания, передавая эстетические интересы различных этнических групп. Эстетическое управление является неотъемлемой частью национального управления и может формировать эстетического субъекта через создание эстетических пространств.

## 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Из вышесказанного видно, что если выйти за рамки социолингвистической парадигмы, то можно отметить у ЯЛ возможности выполнять самые разные функции, которые представлены как вербальными, так и невербальными знаками, способными удовлетворить многоуровневые потребности аудитории. В данной работе проанализированы информационная, символическая, просветительская, культурная и эстетическая функции ЯЛ. Авторы считают, что ЯЛ отражают языковую ситуацию в каком-то регионе, передают информацию, тесно связанную с повседневной жизнью и работой человека; они символически отражают статус этнических групп, гостеприимство принимающей стороны, степень интернационализации и т. д.; с помощью ЯЛ государство воспитывает свой народ; в то же время они сохраняют и передают культуру, приносят удовольствие адресатам. В данной работе изучаются некоторые функции ЯЛ, которые также имеют и другие функции, такие как когнитивные и экономические функции, рассмотрение которых является перспективой нашего исследования.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баранова, В. Регулирование языкового ландшафта в российских городах: многоязычие и неравенство / В. Баранова, К. Федорова. — Текст : непосредственный // Журнал исследований социальной политики. — 2020. — № 4. — С. 625–640.
2. Крыжановская, В. А. Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук / Крыжановская В. А. — Краснодар, 2017. — 241 с. — Текст : непосредственный.
3. Лу, Дипин. Семиотическая композиция политического лингвистического ландшафта в китайских городах / Лу Дипин, Яо Сяося. — Текст : непосредственный // Исследование культурной мягкой силы. — 2021. — № 1. — С. 15–27. = 卢德平, 姚晓霞. 中国城市政治语言景观的符号学构成[J]. 文化软实力研究. 2021(1): 15-27.
4. Лю, Лифэнь. Сопоставление пространственной конфигурации языкового ландшафта китайских и российских университетов / Лю Лифэнь, У Цзюань, Жэнь Ячянь. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 5 (77). — С. 185–192.
5. Лю, Лифэнь. Языковой ландшафт: междисциплинарное взаимодействие / Лю Лифэнь. — Текст : непосредственный // Китайская социальная наука. — 10.22.2019 = 刘丽芬. 语言景观: 多学科界面耦合 // 中国社会科学报. 2019.10.22.
6. Михайлюкова, Н. В. Тексты вывесок как жанр рекламного дискурса (на материале языка г. Владивостока) / Н. В. Михайлюкова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 3. — С. 128–133.
7. Михайлюкова, Н. В. Лингвоаксиологический аспект описания текстов вывесок (на материале языка города Владивостока) / Н. В. Михайлюкова. — Текст : непосредственный // Социо- и психолингвистические исследования. — 2017. — № 5. — С. 102–107.
8. Пань, Яньян. Сравнительное исследование китайских и американских объявлений о призыве в армию: мультимодальная когнитивная критика / Пань Яньян. — Текст : непосредственный // Вестник Чжэцзянского института иностран-

ных языков. — 2020. — № 1. — С. 61–71. = 潘艳艳. 多模态认知批评视阈下的中美征兵平面广告对比研究. 浙江外国语学院学报, 2020(1): 61–71.

9. Слой, Хэнчунь. Эстетика дизайна / Слой Хэнчунь. — Пекин : Издательство университета Цинхуа, 2006. — Текст : непосредственный. = 徐恒醇. 设计美学. 北京: 清华大学出版社, 2006.

10. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. — Москва : Слово, 2000. — Текст : непосредственный.

11. Хорохордина, О. В. Поликодовые реализации инструктивных речевых единиц: типологический аспект / О. В. Хорохордина. — Текст : непосредственный // Мир русского слова. — 2016. — № 4. — С. 19–29.

12. Шан, Говэнь. Аспекты, теории и методы исследования лингвистического ландшафта / Шан Говэнь. — Текст : непосредственный // Преподавание и исследование иностранных языков. — 2014. — № 2. — С. 214–223. = 尚国文. 语言景观研究的视角、理论与方法. 外语教学与研究. 2014 (2): 214–223.

13. Шан, Говэнь. Языковые ландшафты и обучение языкам: от ресурсов к инструментам / Шан Говэнь. — Текст : непосредственный // Исследование языковой стратегии. — 2017. — № 2. — С. 11–19. = 尚国文. 语言景观与语言教学: 从资源到工具. 语言战略研究. 2017(2): 11–19.

14. Jaworski, A. Welcome: Synthetic personalization and commodification of sociability in the linguistic landscape of global tourism / A. Jaworski. — Text : unmediated // Challenges for Language Education and Policy: Making Space for People / B. Spolsky, O. Inbar-Lourie, M. Tannenbaum. — New York : Routledge, 2014. — P. 214–232.

15. Jaworski, A. The Art of Silence in Upmarket Spaces of Commerce / A. Jaworski. — Text : unmediated // Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource / Martin P., Neele M. — Bristol : Multilingual Matters, 2016. — P. 89–114.

16. Gorter, D. Translanguaging and linguistic landscapes / D. Gorter, J. Cenoz. — Text : unmediated // Linguistic Landscape. — 2015. — № 1. — P. 54–74.

17. Shang, Guowen. Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource / Shang Guowen. — Text : unmediated // International Journal of Multilingualism. — 2020. — № 4. — P. 552–558.

18. Landry, R. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study / R. Landry, R.Y. Bourhis. — Text : unmediated // Journal of Language and Social Psychology. — 1997. — № 1. — P. 23–49.

19. Scollon, R. Discourse in place: Language in the material world / R. Scollon, S. W. Scollon. — New York : Routledge, 2003. — Text : unmediated.

20. URL: <https://psylib.org/piramida-maslou/>. Библиотека психологии psylib.org.

#### REFERENCES

1. Baranova, V. (2020). Regulirovanie yazykovogo landshafta v rossiyskikh gorodakh: Mnogoyazychie i neravenstvo [Regulation of the language landscape in Russian cities: multilingualism and inequality]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'no politiki*, 4, 625–640 (In Russ.).

2. Kryzhanovskaya, V. A. (2017). *Ergonimy s elementami graficheskoy transformatsii: strukturno-semanticeskii i pragmaticheskiy aspekt* [Ergonyms with elements of graphic transformation: structural-semantic and pragmatic aspects]. Krasnodar, 241 p. (In Russ.).

3. Lu Deping & Yao Xiaoxia (2021). The semiotic composition of political linguistic landscape in Chinese cities. *Research on Cultural Soft Power*, 1, 15–27. (In Chinese).

4. Liu Lifen (2019). Sopotavlenie prostranstvennoy konfiguratsii yazykovogo landshafta kitayskikh i rossiyskikh universitetov [Comparison of linguistic landscape configuration of Chinese and Russian universities]. *Political Linguistics*, 5, 185–192. (In Russ.).

5. Liu Lifen (2019). Linguistic landscapes: a multidisciplinary interface. *China Social Science Journal*. (In Chinese).

6. Mikhaylyukova, N. V. (2017). Teksty vyvesok kak zhanr reklamnogo diskursa (na matereale yazyka g. Vladivostoke) [Texts of signs as a genre of advertising discourse (based on the language of Vladivostok)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 3, 128–133 (In Russ.).

7. Mikhaylyukova, N. V. (2017). Lingvoaksiologicheskiy aspekt opisaniya tekstov vyvesok (na materiale yazyka goroda Vladivostoka) [Linguo-axiological aspect of the description of texts of signboards (based on the language of the city of Vladivostok)]. *Sotsio- i psikholingvisticheskie issledovaniya*, 5, 102–107 (In Russ.).

8. Pan Yanyan (2020). A Comparative Study of Recruitment Advertisements Between China and the United States from the Perspective of Multimodal Cognitive Critical Analysis. *Journal of Zhejiang International Studies University*, 1, 61–71. (In Chinese).

9. Xu Hengchun (2006). *Design Aesthetics*. Beijing: Tsinghua University Press (In Chinese).

10. Ter-Minasova, S. G. (2000). *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Language and intercultural communication]. Moscow: Slovo (In Russ.).

11. Khorokhordina, O. V. (2016). Polikodovye realizatsii instrukivnykh rechevykh edinit [Polycode implementations of instructive speech units: a typological aspect]. *Mir russkogo slova*, 4, 19–29. (In Russ.).

12. Shang Guowen & Zhao Shouhuai (2014). Linguistic Landscape Studies: Perspectives, theories and approaches. *Foreign Language Teaching and Research*, 2, 214–223. (In Chinese).

13. Shang Guowen (2017). Linguistic Landscape and Language Teaching: From Resource to Tool. *Language Strategy Study*, 2, 11–19. (In Chinese).

14. Jaworski, A. (2014). Welcome: Synthetic personalization and commodification of sociability in the linguistic landscape of global tourism. In B. Spolsky, O. Inbar-Lourie, M. Tannenbaum (Eds.), *Challenges for Language Education and Policy: Making Space for People*. New York: Routledge, 214–232.

15. Jaworski, A. (2016). The Art of Silence in Upmarket Spaces of Commerce. In Martin P., Neele M., *Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource* (pp. 89–114). Bristol: Multilingual Matters.

16. Gorter, D. (2015). Translanguaging and linguistic landscapes. *Linguistic Landscape*, 1, 54–74.

17. Shang, Guowen (2020). Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource. *International Journal of Multilingualism*, 4, 552–558.

18. Landry, R. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 1, 23–49.

19. Scollon, R. & Scollon, S.W. (2003). *Discourse in place: Language in the material world*. New York: Routledge.

20. A Library of Psychology “psylib.org” (n.d.). Retrieved from <https://psylib.org/piramida-maslou/>