

Политическая лингвистика. 2024. № 3 (105).  
*Political Linguistics*. 2024. No 3 (105).

УДК 811.581'42  
ББК Ш171.1-51

ГРНТИ 16.21.33

Код ВАК 5.9.8

Лю Лифэнь<sup>1,2</sup>, Цай Цзылу<sup>1,3</sup>, Ли Минь<sup>1,4</sup>✉

<sup>1</sup> Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, Гуанчжоу, Китай

<sup>2</sup> Хэйлунцзянский университет, Харбин, Китай, liulifen1993@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

<sup>3</sup> lulucaizilu@163.com, <https://orcid.org/0009-0001-7171-3900>

<sup>4</sup> 18504992023@163.com<sup>✉</sup>, <https://orcid.org/0009-0006-8460-8743>

## Исследование языкового ландшафта в контексте семиотики места: на примере торгового района Дуншань в городе Гуанчжоу

**АННОТАЦИЯ.** Языковой ландшафт (далее — ЯЛ) является важным визуальным ресурсом торговых районов, логическое создание которого не только повышает качество торговых районов, но и формирует положительный образ города в целом. Настоящая статья в значительной степени основана на теории семиотики места, использует полевые методы исследования, методы корпусного анализа, сочетая качественные и количественные методы для сравнительного разбора официальных и частных вывесок на улицах Мяоцяньси и Синьхэпу в торговом районе Дуншань в г. Гуанчжоу. В качестве критериев для сравнительного анализа выбраны: языковое предпочтение, надпись, размещение, дискурс в пространстве и времени. В ходе анализа обнаружено, что на официальных вывесках доминирует китайский языковой код, в то время как для частных довольно популярно использование иностранных языков, преимущественно английского. Отмечено, что надписи на частных вывесках обладают высокой графической гибкостью и разнообразием стилей, в то время как официальные вывески тяготеют к соблюдению требований стандартизации. В подавляющем количестве случаев материалом для обоих типов вывесок выступает бумага и сталь. Что касается размещения, на обеих улицах наблюдается лишь небольшое количество частных вывесок с трансгрессивными чертами, оставшиеся частные и официальные вывески следуют принципам ситуативного размещения и деконтекстуализированного размещения. При дискурсе в пространстве и времени была отмечена тесная связь с аспектами географического расположения и временных характеристик. Цель данной статьи заключается в создании базиса для понимания особенностей использования языка в торговом районе и возможности выражения языковой политики государства либо региона с помощью официальных и частных вывесок. Результаты исследования могут обогатить имеющийся научный фундамент, связанный с семиотикой места, и обеспечить специалистов практико-ориентированной информацией для улучшения языкового ландшафта торговых районов.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** языковой ландшафт, семиотика места, торговые районы, официальные языковые вывески; частные языковые вывески.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:** Лю Лифэнь, доктор филологических наук, профессор, Исследовательский центр переводоведения, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, 510545, Китай, г. Гуанчжоу, Северный пр-т Байюнь №2; Научно-исследовательский центр русской филологии и культуры, Хэйлунцзянский университет; 150080, Китай, г. Харбин, пр-т Сюэфу, 74; email: liulifen1993@163.com.

Цай Цзылу, бакалавр филологических наук, Институт европейских языков и культуры, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли; 510545, Китай, г. Гуанчжоу, Северный пр-т Байюнь № 2; email: lulucaizilu@163.com.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ-КОРРЕСПОНДЕНТЕ:** Ли Минь, кандидат филологических наук, исследователь постдокторантуры, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли; 510545, Россия, г. Гуанчжоу, Северный пр-т Байюнь № 2; email: 18504992023@163.com.

**БЛАГОДАРНОСТИ.** Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта научного социального фонда КНР № 22BYU195.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Лю, Лифэнь. Исследование языкового ландшафта в контексте семиотики места: на примере торгового района Дуншань в городе Гуанчжоу / Лю Лифэнь, Цай Цзылу, Ли Минь. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 3 (105). — С. 242-254.

Liu Lifen<sup>1,2</sup>, Cai Zilu<sup>1,3</sup>, Li Min<sup>1,4</sup>✉

<sup>1</sup> Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China

<sup>2</sup> Heilongjiang University, Harbin, China, liulifen1993@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

<sup>3</sup> lulucaizilu@163.com, <https://orcid.org/0009-0001-7171-3900>

<sup>4</sup> 18504992023@163.com<sup>✉</sup>, <https://orcid.org/0009-0006-8460-8743>

## Investigation of Linguistic Landscape From the Perspective of Place Semiotics: A Case Study of Dongshan Commercial Street in Guangzhou

**ABSTRACT.** Linguistic landscape serves as a crucial visual linguistic resource of commercial districts the logical organization of which does not only improve the quality of commercial areas but also forms a positive image of the city in general. This article is largely based on the theory of the place semiotics and employs the field methods of research, corpus analysis methods and combines the qualitative and quantitative methods for a comparative analysis of official and private signs in Miaoqian West Street and Xinhpu Road in the Dongshan Commercial Street area of Guangzhou. The criteria of the comparative analysis include: code preference, inscription, emplacement, and discourse in time and space. In the course of the analysis it has been found that the official signs are dominated by the Chinese linguistic code, whereas private signs often employ foreign languages, predominantly English. It has been noted that inscriptions on private signs are characterized by high graphical flexibility and versatility of style, but the official signs tend to abide by the requirements of standardization. In the majority of cases, paper and steel are used to produce both types of signs. In terms of positioning, both streets have a small number of private signs with transgressive positioning features; the rest of the private and official signs follow the principles of situational and decontextualized positioning. In discourse in time and space, the authors have noted a close relationship with the aspects of geographical location and temporal characteristics. The aim of this article is to create a basis for the understanding of the peculiarities of the use of language in the commercial area and the opportunities for the expression of the language policy of the state or region via official and private signs. The research results can enrich the current scientific basis associated with the semiotics of the place and equip the specialists in this sphere with practical information for improvement of the linguistic landscape of commercial areas.

**KEYWORDS:** linguistic landscape, place semiotics, commercial areas, Official public signs; Unofficial public signs.

**AUTHOR'S INFORMATION:** Liu Lifen, Doctor of Philology, Professor of Research Center for Translation Studies, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China.

Cai Zilu, B.A. in Philology, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China.

**CORRESPONDENT AUTHOR'S INFORMATION:** Li Min, Ph.D. in Philology, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China.

**ACKNOWLEDGMENTS.** The article has been written with financial support of the Social Science Foundation grant of the PRC № 22BYY195.

**FOR CITATION:** Liu Lifen, Cai Zilu, Li Min. (2024). Investigation of Linguistic Landscape From the Perspective of Place Semiotics: A Case Study of Dongshan Commercial Street in Guangzhou. In *Political Linguistics*. No 3 (105), pp. 242–254. (In Russ.).

## 1. ВВЕДЕНИЕ

Термин «Языковой ландшафт» был предложен исследователями Ландре и Бурисом в 1997 г. [Landry & Bourhis 1997: 25] и сейчас чаще всего относится к одномодальным или мультимодальным символам (языковым или/и неязыковым), представленным в общественных местах с определенной коммуникативной целью и функцией. ЯЛ включает в себя дорожные знаки, рекламные щиты, вывески магазинов, названия государственных учреждений, лозунги, девизы, туристические указатели и т. д. [Лю Лифэнь 2020: 65], выполняющие информационную, символическую, культурную, эстетическую, историческую, образовательную и другие функции.

Китайские ученые уделяют большое внимание введению теории ЯЛ [Шан Говэнь 2014; Чжан Тяньвэй 2020], изучению языковой политики [Чжан Тяньвэй, Гао Синьнин 2017], исследованию функции названий магазинов [Чжан Сяосюй 2009], а также сравнению многоязычности в различных торговых районах и анализе отношений языковых сообществ [Пэн Сяо и др. 2018; Чжан Айхэн 2021] и др. Зарубежные ученые изучают распространение и использование различных языков в торговых районах [Backhaus 2007], анализируют связь между вербально-текстовыми вывесками и мультикультурным

окружением [Huebner 2006; Leeman & Modan 2009], взаимосвязь языковых вывесок с местной языковой политикой [Hult 1997; Pavlenko 2010], а также связь между вербально-текстовыми вывесками в торговых районах с мультязычием и глобализацией в целом [Blommaert 2013] и др.

Теоретическая основа настоящей статьи представлена концепцией семиотики места, полевое исследование заключается в сборе и фиксации первичных данных, а именно визуальных вербально-текстовых вывесок. Дальнейшая их классификация и систематизирование создает корпус ЯЛ. В данной работе проводится сравнительный анализ официальных и частных вывесок на улицах Мяоцяньси и Синьхэпу с использованием качественных и количественных методов, при котором рассматриваются такие аспекты, как языковое предпочтение, надпись, размещение, дискурс в пространстве и времени.

## 2. СБОР ДАННЫХ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ФУНДАМЕНТ

Семиотика места — это сформированная фундаментальная и аналитическая теория для изучения языкового ландшафта, которая исследует социальное значение вывесок, дискурса или поведения в определенном месте. Эта теория была предложена

Р. и С. Сколлонами, которые определяли языковые вывески из конкретных мест как множественные системы символов, подчиняющиеся четырем аспектам: языковое предпочтение, надпись, размещение, дискурс в пространстве и времени [R. Scollon, S. Scollon 2003: 161]. Данная теория также делит языковые вывески на официальные и частные. Официальные вывески имеют информационную функцию, главным признаком является «официальность», и они используются для передачи сообщений органов власти; частные вывески, в свою очередь, представляют собой вывески, используемые для передачи информации от частных субъектов [Backhaus 2006: 46], поэтому в настоящей статье под «частной вывеской» подразумевается любая вывеска или знаки, которые не могут быть отнесены к официальным.

Данная работа использует метод полевого исследования для изучения визуальных языковых вывесок в торговом районе Дуншань в городе Гуанчжоу. В целевую выборку попали вывески на улицах Мяоцяньси и Синьхэпу, а именно дорожные указатели, номера домов, названия зданий, вывески магазинов, рекламные плакаты, объявления о найме, информационные щиты, предупреждающие знаки и др. Согласно методике, предложенной Backhaus [Backhaus 2007: 69], каждая вывеска с отдельной рамкой рассматривается при подсчете как отдельная единица. Всего было собрано 650 значимых образцов, и на их основе была построена корпусная база данных для анализа разнообразия языковых кодов и их комбинаций.

### 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОФИЦИАЛЬНЫХ И ЧАСТНЫХ ВЫВЕСОК

В количественном соотношении 650 собранных образцов разделяется на 417, собранных на улице Мяоцяньси, и 233 фотообразца с улицы Синьхэпу. Все собранные образцы можно классифицировать по двум противопоставленным категориям: официальные и частные (см. таблицу 1). При этом соотношение частных и официальных вывесок в процентном выражении на обеих улицах дает неидентичные результаты: так, на улице Мяоцяньси частные вывески состав-

ляет 76,98 %, на улице Синьхэпу наблюдается обратная ситуация, т. е. официальные вывески составляют подавляющее большинство — 65,67 %. Несмотря на то, что обе улицы территориально относятся к торговому району Дуншань, большое внимание привлекает факт доминирования того или иного типа вывесок над другим, а именно: на улице Синьхэпу преобладают официальные вывески, а на улице Мяоцяньси — частные. Ниже приводится сравнительный анализ языковых вывесок на обеих улицах, проводимый по четырем аспектам: языковое предпочтение, надпись, размещение, дискурс в пространстве и времени.

#### 3.1. Анализ языкового предпочтения

В таблице 2 приведена статистка по распределению одно-, дву- и многоязычных образцов. Из таблицы 2 видно, что одноязычные официальные вывески, собранные на улице Мяоцяньси, представлены как на китайском, так и на английском языках, при этом вывесок на китайском языке существенно больше и их доля составляет 18,23 %; на одноязычных частных вывесках с той же улицы встречаются три языка: китайский, английский и итальянский, при этом преобладают вывески на английском языке, их доля составляет 27,10 %.

Официальные вывески на улице Синьхэпу занимают 53,22 % и представлены исключительно на китайском языке, одноязычные официальные вывески на английском языке не встречаются; частные одноязычные вывески представлены только двумя языками: китайским и английским, наивысший процент приходится на одноязычные вывески на китайском языке — 21,03 %, вторые по частоте репрезентации — вывески на английском языке, составляющие 4,72 %.

Среди двуязычных образцов официальных вывесок на обеих улицах преобладает комбинация языков «китайский + английский», так же как на частных двуязычных вывесках на улице Синьхэпу. В отличие от официальных двуязычных образцов, частные двуязычные вывески на улице Мяоцяньси, помимо прочего, демонстрируют сочетание языков «английский + японский». Официальных многоязычных вывесок на

Таблица 1. Количественное и процентное соотношение образцов по типу в торговом районе Дуншань г. Гуанчжоу

Тип вывески	Улица Мяоцяньси		Улица Синьхэпу	
	Количество	Доля, %	Количество	Доля, %
официальная	96	23,02%	153	65,67%
частная	321	76,98%	80	34,33%
итого	417	100,00%	233	100,00%

**Таблица 2.** Представленность языковых кодов в торговом районе Дуншань г. Гуанчжоу

Тип вывески	Языковой код	Улица Мяоцяньси		Улица Синьхэпу	
		Количество	Доля, %	Количество	Доля, %
официальная одноязычная	китайский	76	18,23%	124	53,22%
	английский	1	0,24%	0	0%
частная одноязычная	китайский	88	21,10%	49	21,03%
	английский	113	27,10%	11	4,72%
	итальянский	1	0,24%	0	0%
официальная двуязычная	китайский + английский	23	5,52%	29	12,45%
частная двуязычная	китайский + английский	110	26,38%	20	8,58%
	английский + японский	1	0,24%	0	0%
частная многоязычная	китайский + английский + японский	2	0,48%	0	0%
	три и более	2	0,48%	0	0%
итого		417	100,00%	233	100%

обеих улицах не существует. Частные многоязычные вывески на улице Мяоцяньси представлены двумя вариантами языковых комбинаций: «китайский + английский + японский» и комбинацией трех и более языков; на улице Синьхэпу частные многоязычные вывески не встречаются.

Таким образом, официальные и частные вывески имеют определенные различия с точки зрения разнообразия языков и их комбинаций, оба типа вывесок делают упор на использование китайского и английского языков. Различия заключаются в следующем:

(1) частные вывески обладают большим языковым разнообразием и вариантностью

комбинаций языков, чем официальные вывески;

(2) на частных вывесках английский язык выступает в качестве доминирующего языка, в то время как на официальных отдаётся предпочтение китайскому языку.

В связи с ограниченностью вариативности языковых кодов, нижеприведенный анализ будет сосредоточен на официальных частных двуязычных вывесках. Согласно классификации Р. Сколлона и С. Сколлон, для анализа расстановки языковых кодов существенно разделить на четыре категории: центр — периферия, верх — низ, лево — право, перед — зад (см. таблицу 3).

**Таблица 3.** Способы комбинирования двуязычных вывесок в торговом районе Дуншань г. Гуанчжоу

Тип вывески	Способ комбинирования		Улица Мяоцяньси		Улица Синьхэпу	
			Количество	Процент	Количество	Процент
официальная двуязычная	сверху — вниз	кит. сверху — внизу англ.	13	10,32%	26	54,17%
		англ. свех — вниз кит.	4	3,17%	1	2,08%
	слева — направо	Кит. слева — направо англ.	2	1,59%	2	4,17%
частная двуязычная	сверху — вниз	кит. сверху — внизу англ.	40	31,75%	8	16,67%
		англ. сверху — внизу кит.	43	34,13%	4	8,33%
		англ. сверху — внизу япон.	1	0,79%	0	0%
	слева — направо	кит. слева — направо англ.	5	3,97%	3	6,25%
		англ. слева — направо кит.	7	5,56%	3	6,25%
	от центра к периферии	кит. в центре, англ. в периферии	3	2,38%	1	2,08%
англ. в центре, кит. в периферии		8	6,35%	0	0%	
итого			129	100,00%	53	100%

Официальные двуязычные вывески преимущественно имеют расстановку «китайский сверху, английский снизу» — доля таких на улице Мяоцяньси составляет 10,32%, а на улице Синьхэпу — 54,17%. Как показано на рис. 1 и 2, расстановка языковых кодов на официальных двуязычных вывесках соблюдает порядок чтения сверху — вниз (от англ. «Top-down»), при этом китайский языковой код расположен над английским, сосредотачивая внимание читателей на китайском. В частных двуязычных вывесках на улице Мяоцяньси преобладает расположение «английский сверху, китайский снизу» (см. рис. 3), составляющее 34,13 %; на улице Синьхэпу, наоборот, преобладает расположение «китайский сверху, английский снизу» (см. рис. 4), составляющее 16,67 %. Для акцентирования на английском языковом коде частные двуязычные вывески на улице Мяоцяньси размещают его над китайским кодом (см. рис. 3); частные двуязычные вывески на улице Синьхэпу подчеркивают китайский языковой код, размещая его над английским (см. рис. 4).

Таким образом, официальные вывески на улице Мяоцяньси преимущественно используют китайский язык, частные вывески отдают предпочтение английскому языку, что создает значительные различия между официальными и частными указателями; на улице Синьхэпу, независимо от того, являются ли вывески официальными или частными, китайский язык всегда представлен как первый по приоритету, что создает единообразие между официальными и частными вывесками. Из анализа можно сделать вывод, что доминирующий языковой код часто размещается в верхней, левой или центральной части вывески, в то время как

второстепенный языковой код часто располагается в нижней, правой или крайней части вывески [Scollon & Scollon 2003: 116].

Официальные вывески в основном используют китайский языковой код и выполняют информационную функцию. На рис. 5 и 6 представлены официальные вывески на улице Мяоцяньси, которые указывают на местоположение 庙前西街35号 и 东山口, что переводится как «улица Мяоцяньси дом 35» и «Дуншань Коу», и дают туристам информацию о положении; на рис. 7 и 8 изображены официальные вывески на улице Синьхэпу. Они описывают знаменитую китайскую историческую фигуру — патриота Ли Дачжао (李大钊) и знакомят с важными достопримечательностями района, раскрывая историко-культурное наследие Китайской революции, основанной на марксистской теории, и с событиями, разворачивавшимися в этом районе. Несмотря на то, что информация, транслируемая официальными вывесками с обеих улиц, различается, она не лишена общности, т. е. вся информация отражает целостность, стандартизированность и формализованность. Кроме того, обе улицы входят в состав одного торгового района и следуют одной и той же языковой политике. Текстовые вывески выполняют политику, установленную в «Нормативах использования национального языка и письменности в Гуандунской провинции», согласно которой «для названий, указателей и вывесок в общественных пространствах следует использовать стандартизированные китайские иероглифы». Таким образом, можно сделать вывод, что официальные вывески обладают высокой степенью идентичности и отличаются доминированием китайского языка.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8

На рис. 9 и 10 показаны типичные частные вывески на улице Мяоцяньси, на них преобладает английский языковой код, часто связанный с присутствием международных брендов; английский язык в данном случае используется для сохранения узнаваемости бренда и делает общественные места более привлекательными для туристов; рис. 11 и 12 представляют типичные частные вывески на улице Синьхэпу, на которых преобладает китайский языковой код, они в основном размещены местными предпринимателями и обеспечивают доступность услуг для местных жителей. Следовательно, на обеих улицах существуют различия в частных вывесках: на улице Мяоцяньси находится больше магазинов международных брендов, которые, естественно, чаще используют английский языковой код, их целевая аудитория — молодежь и контингент, следящий за тенденциями моды; улица Синьхэпу сильно подвержена влиянию местной культуры, преимущественно использует китайский языковой код, ее целевая аудитория — местные жители, а международное коммерческое влияние проявлено в меньшей степени.

Несмотря на неоднородность случаев доминирования китайского языкового кода над английским и, наоборот, английского над китайским, китайский является преобладающим языковым кодом как на официальных, так и на частных вывесках, а английский представляет собой доминирующий иностранный языковой код вследствие исторического развития этого торгового района. Дуншаньский район в период Китайской Республики был известен как жилой район вернувшихся китайских иммигрантов, богатых предпринимателей и важных государственных деятелей, что придало его населению разнообразие. Таким образом, этот район всегда проявлял высокую степень толерантности и адаптивности к иностранной культуре. Следует отметить, что почти все население тогда в той или иной степени владело английским языком и им пользовались в повседневной жизни. В настоящее время акцент на использовании и значимости английского языка в этом торговом районе свидетельствует о его корнях в богатой исторической культуре, постоянной поддержке культурного обмена и сохранении ориентированности на международную торговлю.



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12





Рис. 13



Рис. 14

### 3.2. Анализ надписей

Надпись является комплексом, включающим в себя выбор шрифта, материала, наложения и изменения состояния [Scollon, Scollon 2003: 129]. На основе собранного материала проведено сравнительное аналитическое исследование языковых вывесок в торговом районе Дуншань в г. Гуанчжоу по двум аспектам: шрифту и материалу.

В качестве шрифтов в основном используются различные каллиграфические стили, рукописные и художественными шрифты, объединенные такими характеристиками, как размер шрифта, форма и цвет текста. Особенности шрифтов влияют на смысл вывески, поэтому выбор шрифта имеет огромное значение для геополитического развития [Scollon, Scollon 2003: 130]. Таким образом, шрифт на вывесках может отражать и языковую политику региона. На рис. 13 показана официальная вывеска на улице Мяоцяньси, использующая китайские иероглифы, написанные шрифтом «СимСун», который отличается симметрией, равномерностью и элегантностью. На рис. 14 изображена официальная вывеска на улице Синьхэпу, использующаяся в качестве указателя конкретного места, где Китайская коммунистическая партия провела свой Третий Всекитайский съезд делегатов. Китайские иероглифы набраны шрифтом в «Кайти», что соответствует требованиям стандарта по «Гармонизации норм строительства знаков и вывесок на научных базах города Гуанчжоу», предписывающего «единообразию размеров, стандартизацию и однородность стиля» для текста, используемого на вывесках культурных объектов.

Частные вывески отличаются значительным разнообразием и вариантностью шрифтов, включающих, но не ограничивающихся, художественными шрифтами (см. рис. 15), китайскими традиционными шрифтами (см. рис. 16 и 17), а также рукописными

шрифтами (см. рис. 17). Все это характеризует стремление к оригинальности и новизне, в попытке удовлетворить первоочередные потребности индивидуальных предпринимателей в привлечении потребителей. На рис. 15 и 16 представлены частные вывески на улице Мяоцяньси. На рис. 15 показано название магазина 小森文具房 («Магазин канцтоваров Сяо Сэнь»), с использованием художественного шрифта и визуальным изменением выравнивания текста, то есть порядок слов 文具房 (Магазин канцтоваров) нарушается, причем слово 房 (магазин) помещается в центре изображения, что делает вывеску привлекательной и интересной. На рис. 16 указано название ресторана — 记面馆 (Лапшичная Ицзи), где порядок чтения вывески идет справа налево, что нарушает общепринятые нормы дизайна вывесок, а использование китайских традиционных иероглифов подчеркивает историю открытия ресторана и выражает его открытость к инновациям. На рис. 17 представлена частная вывеска на улице Синьхэпу с названием 诗歌总集 (Сборник стихов), где использованы рукописные и традиционные китайские иероглифы, которые сочетаются с содержанием вывески, придавая району художественную атмосферу, и намекают на богатое культурное наследие. Несмотря на то, что художественные и китайские традиционные шрифты не входят в стандартный набор китайских иероглифов, в «Нормах использования национального языка и письменности провинции Гуандун» имеется дополнительное указание о том, что произведения каллиграфии, печати и другие художественные работы, зарегистрированные товарные вывески могут использовать китайские традиционные иероглифы и другие инновационные и новые символы, что еще раз свидетельствует о гибкости языковой политики г. Гуанчжоу.

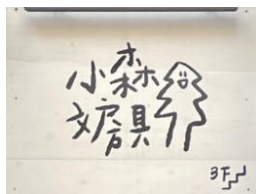


Рис. 15



Рис. 16



Рис. 17

Материал — это сырье, используемое для изготовления текстовых вывесок [Scollon, Scollon 2003: 129], главными характеристиками для подбора которого является временная ограниченность, новизна и др. Ниже приводится сравнительный анализ выбора материалов для официальных и частных вывесок (см. таблицу 4). Официальные вывески на улице Мяоцзяньси в основном изготовлены из бумаги, доля этого материала составляет 12,23 %; частные вывески характеризуются использованием как бумаги, так и металла, их доля соответственно составляет 30,22 % и 31,41 %. На улице Синьхэпу в качестве материала как для официальных, так и частных вывесок отдается предпочтение металлу — 34,33 % и 15,02 % соответственно.

Официальные вывески на улице Мяоцзяньси в основном изготавливаются из бумаги, как показано на рис. 18, и служат для передачи различных уведомлений, характеризуются краткосрочностью использования и

частотой замены. Бумага подходит для повторяющегося обновления и снижения затрат на их изготовление. Частные вывески на улице Мяоцзяньси в основном изготовлены из металла, и в небольшом количестве из бумаги. Металлические вывески обычно используются для размещения на долгосрочных объектах, таких как названия магазинов и учреждений, как показано на рис. 18; тогда как бумажные вывески содержат временную информацию, например, уведомления и рекламные акции (рис. 19 и 20). Вывески из металла передают информацию о частных объектах, удовлетворяют таким потребностям индивидуальных предпринимателей, как долговечность и представительность, поэтому при установке вывесок названий магазинов предпочтение отдается металлическим конструкциям; а рекламные вывески со скидками чаще изготавливаются из бумаги, поскольку продаваемые в магазинах товары сезонные, и бумажные вывески позволяют снизить затраты на рекламу.

Таблица 4. Типы материалов для двуязычных вывесок в торговом районе Дуншань г. Гуанчжоу

Тип вывески	Материал для нанесения символов	Улица Мяоцзяньси		Улица Синьхэпу	
		Количество	Доля, %	Количество	Доля, %
официальная	бумага	51	12,23%	50	21,46%
	металл	36	8,63%	80	34,33%
	пластик	8	1,92%	0	0%
	дерево	0	0%	0	0%
	камень	1	0,24%	23	9,87%
частная	бумага	126	30,22%	25	10,73%
	металл	131	31,41%	35	15,02%
	пластик	39	9,35%	13	5,58%
	дерево	14	3,36%	6	2,58%
	камень	11	2,64%	1	0,43%
Итого		417	100%	233	100%

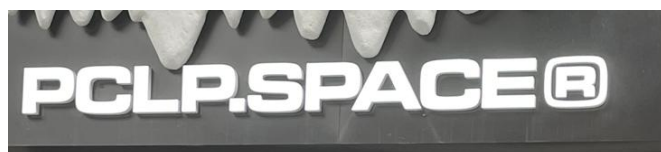


Рис. 18

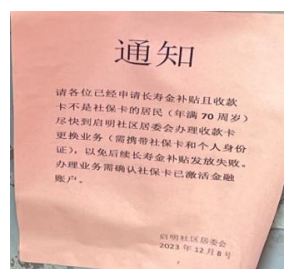


Рис. 19



Рис. 20





Рис. 21



Рис. 22

Отмечается, что на улице Синьхэпу как официальные, так и частные вывески в основном выполнены из металла. На рис. 21 изображена официальная вывеска улицы Синьхэпу, обозначающая место 春园 (Чуньюань), где ранее находилось здание Центрального комитета КПК, в наши дни это место является памятником Трёх великих собраний Коммунистической партии Китая. Эта вывеска изготовлена из прочной стали и навсегда установлена на здании, обладает твердостью и высокой прочностью, что придает ей больше авторитетности и долговечности по сравнению с вывесками из картона. На рис. 22 представлена вывеска первого в Гуандуне финансового предприятия, совместно созданного с бизнес-ассоциацией из провинции Чжэцзян, также выполненная преимущественно из металла. Выбор металла в качестве материала подчеркивает важность вывески для этого предприятия.

По результатам вышеуказанного анализа можно сделать вывод, что в контексте выбора шрифтов официальные вывески руководствуются более унифицированным подходом, в то время как у частных вывесок наблюдается большее разнообразие при использовании шрифтов. По выбору материала, представленность материалов официальных и частных вывесок на улице Мяоцзяньси более разнообразна, вывески на улице Синьхэпу в основном выполнены из металла.

### 3.3. Анализ размещения

Аспект размещения проливает свет на разнообразные смыслы, возникающие при размещении языковых вывесок в различных

местах [Scollon, Scollon 2003: 142]. При сравнительном анализе официальных и частных вывесок настоящее исследование руководствуется тремя принципами размещения: деконтекстуализированный, ситуативный и трансгрессивный.

Деконтекстуализированное размещение означает, что появляющаяся текстовая вывеска не привязана к обстановке и не изменяется визуально от места к месту [Scollon, Scollon 2003: 145] — это относится к вывескам сетевых брендов или институциональным вывескам. На рис. 23 изображена вывеска Банка Китая. Название банка и его вывеска уникальны и разработаны таким образом, чтобы организацию можно было быстро идентифицировать в любой ситуации для людей. Частные вывески, соблюдающие принцип деконтекстуализированного размещения, обладают одними и теми же характеристиками и формой. Их создатели используют единый брендовый стиль для вызова у зрителей уже сложившихся ассоциаций с торговой маркой или вывеской в различных условиях окружающей среды, способствуя продвижению бизнеса. Официальные вывески с обеих улиц (см. рис. 24, 25), размещенные по принципу дезинтегрированности, составляют политический языковой пейзаж, призванный служить распространению основных ценностей социализма с китайскими особенностями [Лу Дэпин, Яо Сяося 2021: 21]. Данный тип вывесок остается неизменным в своем содержании независимо от окружающей среды и непрерывно транслирует на аудиторию духовно-культурные ценности, заключенные в них.



Рис. 23



Рис. 24



Рис. 25

Ситуативное размещение подразумевает, что языковая вывеска может выполнять свои определенные функции только в конкретной обстановке [Scollon, Scollon 2003: 146]. Самыми распространенными официальными вывесками на обеих улицах являются указатели. На рис. 26 показана вывеска станции метро Дуншань на улице Мяоцяньси — данная вывеска является указателем и относится к общественным транспортным вывескам. Ее функция заключается в ориентации населения в пространстве, что требует размещения в действительном и логичном географическом положении; на рис. 27 показана вывеска на улице Синьхэпу, на которой указано текущее местоположение туристов, а также различные достопримечательности и их расположение относительно текущей локации; ее функция заключается в повыше-

нии удобства туристов и помощи в достижении пункта назначения.

Все вывески названий магазинов следуют принципу ситуативного размещения, что подчеркивает тесную связь местоположения вывески с ее значимостью [Scollon, Scollon 2003: 146]. На рис. 28 изображена вывеска кафе, которую читатели могут визуальнo воспринять как 急急脚咖啡公司 (Кофейня Цзицицизяо), но на самом деле это только кафе, подобное киоску с шавермой в России. Неверный выбор места расположения вывески может вызвать ложную ассоциацию ввиду наличия слова 公司 (компания). Таким образом, принцип ситуативного размещения способствует тому, чтобы туристы могли определить направленность услуг магазина в зависимости от контекста и облегчает магазинам привлечение клиентов.



Рис. 26



Рис. 27



Рис. 28



Рис. 29



Рис. 30

Трансгрессивное размещение — это способ размещения, который в некоторой степени нарушает общественную волю [Scollon, Scollon 2003: 148]. Ни на одной из улиц не обнаружено официальных вывесок с признаками трансгрессивности, однако обнаруживаются частные вывески, а точнее надписи, которые размещены трансгрессивно. На рис. 29 и 30 изображены граффити, которые являют собой произведения уличных художников, размещенные в общественных местах без согласования. Следование принципам трансгрессивности при размещении текстовых вывесок является провокационным. Несмотря на то, что трансгрессивные надписи позволяют выразить потенциал уличного индивидуального творчества, их размещение нарушит гармонию и эстетику делового квартала.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что как официальные, так и частные вывески следуют принципам деконтекстуализированного и ситуативного размещения. Некоторые случаи фиксации трансгрессивных надписей встречаются только среди частных вывесок, официальные вывески не используют данного типа размещения.

#### 3.4. Анализ дискурса в пространстве и времени

Параметр «Дискурс в пространственно-временном плане» включает в себя использование всех возможностей времени и пространства, а также все потенциальные рече-

вые акты, существующие в этих возможностях [Scollon, Scollon 2003: 166]. Размещение языковых вывесок в различном пространственном контексте может приводить к формированию различных смыслов и эффектов. Принято разделять пространство на общественное и частное [Scollon, Scollon 2003: 167]. Общественное пространство относится к местам общего пользования, а частное, напротив, закрыто для доступа публики. На рис. 31 изображена частная вывеска, а на рис. 32 — официальная. Обе вывески передают основное сообщение о запрете парковки. Вывеска на рис. 31 выражает просьбу о действии — 请勿在门口停车 (Запрещается парковка у входа). Эта вывеска установлена перед входной дверью частного жилого дома с целью регулирования поведения других жильцов и защиты личных интересов. Вывеска на рис. 32 установлена городскими службами по управлению улицами и содержит следующее сообщение — 此处禁止停车 (Парковка в данном месте запрещена). Она размещена в зоне регулирования перед зданием банка, и ее целью не является защита интересов какой-либо группы, а скорее нормирование поведения общественности и поддержание порядка на улице. При взаимодействии с пространством вывески обладают разными свойствами, оказывает различное воздействие на аудиторию в этом пространстве, хотя размещаются в разных пространствах с одинаковым содержанием.



Рис. 31



Рис. 32





Рис. 33

Текстовые вывески зависят от конкретного временного контекста их использования и толкования. На рис. 33 представлена официальная вывеска улицы Синьхэпу, на которой изображен призывный лозунг, сформулированный Коммунистической партией Китая 1 августа 1923 года — 全中国国民革命者联合起来 (Все участники национальной революции Китая, давайте объединим усилия!). В настоящее время этот лозунг стал символом пропаганды культурно-революционной политики Китая. Частные вывески также могут иметь взаимосвязь с определенным временем. На рис. 34 представлена вывеска автомобильной выставки «MINI» на улице Мяоцяньси, которая написана от лица машины и представляет вниманию пользователя первый автомобиль «MINI», выпущенный в 1959 году. В то время данный автомобиль представлял культуру минимализма и стал символом борьбы против культуры потребления. В наши дни культура «MINI» соединилась с культурой Дуншань, став независимой культурой, символом оригинальности и индивидуальности. Это показывает, что взаимодействие конкретного времени с вывесками привносит в культуру «интердискурсивность», скрывающуюся за языковыми вывесками [Scollon, Scollon 2003: 193]. Таким образом, можно сказать, что современный дискурс подвержен воздействию исторического дискурса. Независимо от политического или художественного характера современных вывесок язык воссоздает исторический дискурс, обеспечивая его продолжение и эволюцию.

С точки зрения пространственного взаимодействия, наблюдается разница между размещением официальных и частных вывесок, то есть официальные вывески чаще всего размещаются в публичном пространстве, а частные — в частном. Пространственные рамки размещения этих двух типов вывесок определяет целевая аудитория. С точки зрения взаимодействия в контексте времени, официальные и частные вывески однородны: значимость вывески в конкретный момент времени часто зависит от содержания вывески, а не от того, кто ее установил.

#### 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Трансформация и обновление торгового района имеет важное значение для прида-

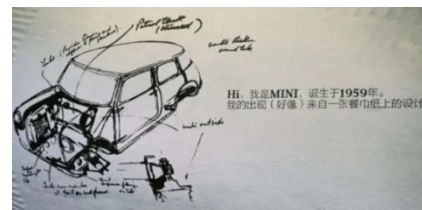


Рис. 34

ния городу нового импульса к высококачественному развитию. Торговый район Дуншань в г. Гуанчжоу выделяются своим сочетанием культуры и трендов, где местные особенности гармонично сочетаются с бизнесом, обогащая местный ЯЛ. Настоящее исследование основано на теории семиотики места и предлагает сравнительный анализ официальных и частных вывесок в этом районе по четырем аспектам: языковое предпочтение, надпись, размещение, дискурс в пространстве и времени. Исследование показало, что официальные вывески в этом торговом районе в основном размещаются в общественных местах, с использованием в качестве доминирующего языка китайского и английского как дополнительного. Материалом чаще всего выступает металл, что соответствует требованиям стандартов; с другой стороны, частные вывески используют большее количество языков и их комбинаций, чаще на них используется английский язык, значительное внимание уделяется дизайну шрифта, функцией которого является привлечение потребителей, при этом выбор материала зависит от предъявляемых к вывеске требований. Надписи трансгрессивного типа в виде частных вывесок не могут не влиять на общий облик торгового района. При установке вывесок необходимо учитывать понятие «интердискурсивность», влияние времени и места. Результаты исследования показывают, что ЯЛ торгового района Дуншань в г. Гуанчжоу в целом соответствует языковой политике государства и местной администрации, однако существуют проблемы, такие как однотипность официальных вывесок и отступление частных вывесок от стандартов. Считаем, что необходимо поддерживать использование многоязычных вывесок и оптимизировать размещение всех видов вывесок для повышения комфорта при взаимодействии с языковой средой торгового района Дуншань и обеспечение положительного опыта от его посещения.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лу, Дэпин. Семиотическая композиция политического лингвистического ландшафта в китайских городах / Лу Дэпин, Яо Сяоя. — 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. 文化软实力研究. 2021(1): 15-27.
2. Лю, Лифэнь. О мотивации определения и концептуальном распознавании общественных знаков / Лю Лифэнь. —

Текст : непосредственный // Иностранные языки в Китае. — 2020. — № 2. — С. 59–66. = 刘丽芬.“公示语”定名理据及概念重识. 中国外语.2020(2): 59-66.

3. Пэн, Сяо. Сравнительный анализ языкового ландшафта улицы Чуньси и района Тайгули / Пэн Сяо, Луо Дунмэй, Гао Иньюй. — Текст : непосредственный // Вестник Чэндуйского университета. Серия: Социологические науки. — 2018. — № 5. — С. 83–87. = 彭晓, 罗冬梅, 高银宇. 成都春熙路与太古里语言景观对比分析. 成都大学学报 (社会科学版). 2018 (5): 83-87

4. Чжан, Айхэн. Исследование изменений в языковом ландшафте западной улицы Яншо в аспекте социоллингвистики / Чжан Айхэн, Сунь Цзюся. — Текст : непосредственный // Вестник туризма. — 2021. — № 10. — С. 39–48. = 张蔼恒, 孙九霞. 社会语言学视角下的阳朔西街语言景观变迁研究. 旅游学刊. 2021(10): 39-48.

5. Чжан, Сяосюй. Исследование функционального аспекта названий магазинов с точки зрения лингвистики / Чжан Сяосюй. — Текст : непосредственный // Современная китайская филология. — 2009. — № 1. — С. 92–93. = 张晓旭. 语言学视角下的店名功能研究. 现代语文. 2009(1): 92-93.

6. Чжан, Тяньвэй. О дискурсивных подходах к исследованию языковой политики: теория, методология и рамки (на примере критического когнитивного анализа политики по реформированию экзаменов по иностранным языкам для поступления в вуз) / Чжан Тяньвэй, Гао Синьнин // Исследования по иностранным языкам. — 2017. — № 6. — С. 19–25. = 张天伟, 高新宇. 语言政策的话语研究路向: 理论, 方法与框架 — 高考外语改革政策的批评认知案例研究. 外语研究. 2017(6): 19-25. — Текст : непосредственный.

7. Чжан, Тяньвэй. Институциональные характеристики и тенденции развития языковой политики и планирования (интервью с профессором Гибсоном Фергюсоном) / Чжан Тяньвэй, Гибсон Фергюсон. — Текст : непосредственный // Исследования по иностранным языкам. — 2020. — № 3. — С. 1–4. = 张天伟, 吉布森·弗格森. 语言政策与规划的学科属性及其发展趋势 — 吉布森·弗格森教授访谈录. 外语研究. 2020(3): 1-4.

8. Шан, Говэнь. Аспекты анализа и теоретическое построение языкового ландшафта / Шан Говэнь, Чжао Шоухуй. — Текст : непосредственный // Вестник иностранных языков. — 2014. — № 6. — С. 81–89. = 尚国文, 赵守辉. 语言景观的分析维度与理论构建. 外国语. 2014(6): 81-89.

9. Backhaus, P. Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo / P. Backhaus. — Clevedon : Multilingual Matters, 2006. — Text : unmediated.

10. Blommaert, J. Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity. — Multilingual Matters, 2013. — Vol. 18.

11. Huebner, T. Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change / T. Huebner. — Text : unmediated // International journal of multilingualism. — 2006. — Vol. 3. — Iss. 1. — P. 31–51.

12. Hult, F. M. Analysis of language policy discourses across the scales of space and time. — 1997. — P. 7–24. — Text : unmediated.

13. Landry, R. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study / R. Landry, R. Y. Bourhis. — Text : unmediated // Journal of language and social psychology. — 1997. — Vol. 16. — Iss. 1. — P. 23–49.

14. Leeman, J. Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape 1 / J. Leeman, G. Modan. — Text : unmediated // Journal of sociolinguistics. — 2009. — Vol. 13. — Iss. 3. — P. 332–362.

15. Pavlenko, A. Linguistic landscape of Kyiv / A. Pavlenko. — Text : unmediated // Ukraine: A diachronic study. — 2003. — P. 133–150.

16. Scollon, R. Discourses in place: Language in the Material World / R. Scollon, S. W. Scollon. — New York : Routledge, 2003. — Text : unmediated.

#### REFERENCES

1. Lu Deping & Yao Xiaoxia (2021). Towards a Semiotics of Political Linguistic Landscape in China. *Studies on Cultural Soft Power*, 1, 15–27. (In Chinese)

2. Liu Lifan (2020). On Designation Motivation and Conceptual Recognition of Public Sign and Notice. *Foreign Languages in China*, 2, 59–66. (In Chinese)

3. Peng Xiao & Luo Dongmei & Gao Yinyu (2018). Linguistic landscapes: a comparative study of Chunxi Road and Taiguli in Chengdu. *Journal of Chengdu University: Social Sciences*, 5, 83–87. (In Chinese)

4. Zhang Aiheng & Sun Jiuxia (2021). The Study on the Change of Yangshuo's Linguistic Landscape from a sociolinguistic perspective. *Tourism Tribune*, 10, 39–48. (In Chinese)

5. Zhang Xiaoxu (2009). A study on the function of store names from the perspective of linguistics. *Modern Chinese*, 1, 92–93. (In Chinese)

6. Zhang Tianwei & Gao Xinning (2017). Discourse Research Directions of Language Policy: Theory, Method, and Framework — A Case Study of Critical Cognition of Foreign Language Reform Policy in College Entrance Examination. *Foreign Languages Research*, 6, 19–25. (In Chinese)

7. Zhang Tianwei & Gibson Ferguson (2020). The Attributes and Development Trends of the Discipline of Language Policy and Planning — An Interview with Professor Gibson Ferguson. *Foreign Languages Research*, 3, 1–4. (In Chinese)

8. Shang Guowen & Zhao Shouhui (2014). Linguistic landscape studies: analytical dimensions and theoretical construction. *Journal of Foreign Languages*, 6, 81–89. (In Chinese)

9. Backhaus, P. (2006). Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo. *Clevedon: Multilingual Matters*.

10. Blommaert, J. (2013). Ethnography, superdiversity, and linguistic landscapes: Chronicles of complexity. *Multilingual Matters*.

11. Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing, and language change. *International journal of multilingualism*, 3(1), 31–51.

12. Hult, F.M. (1997). *Analysis of language policy discourses across the scales of space and time*.

13. Landry, R. & Bourhis, R.Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of language and social psychology*, 16(1), 23–49.

14. Leeman, J. & Modan, G. (2009). Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape 1. *Journal of Sociolinguistics*, 13(3), 332–362.

15. Pavlenko, A. (2003). Linguistic landscape of Kyiv. *Ukraine: A diachronic study*, na, 133–150.

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