

УДК 81:33+101.1: 316

## **МЕТОДОЛОГИЯ ЛИНГВОЛАНДШАФТНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РОССИИ: АНАЛИТИКО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ОБЗОР<sup>1</sup>**

**Т.А. Голикова**

АНО ВО «Российский новый университет», г. Москва

DOI: 10.26456/vtphilos/2020.4.149

Статья посвящена обзору русскоязычных исследований в области лингвистического ландшафта. В настоящее время тематика этих исследований актуальна, поскольку обнаружился новый объект исследования – вербальная представленность социокультурного пространства как коммуникативное единство человека и его окружения. В статье представлена проблематика исследований, в том числе терминологическая, определяются объект и предмет исследования, методики и методология многоаспектности исследований лингвистического ландшафта. Многоаспектность исследований обусловлена мультимодальным характером воздействия лингвистического ландшафта и его взаимодействия с другими экологическими системами. Важнейшими аспектами признаются философский, культурологический, социологический, психологический и собственно лингвистический. Более того, лингвистический ландшафт рассматривается как механизм государственной политики, как инструмент регулирования языковой политики определенного региона и даже государства в целом.

**Ключевые слова:** лингвистический ландшафт, коммуникативность, витальность языка, языковая политика, нейминг.

### **ПРОБЛЕМАТИКА**

Как и многие термины, *«лингвистический ландшафт»* – это первоначально метафора по аналогии с *«финансовым ландшафтом»*, *«медиа ландшафтом»*, *«этническим ландшафтом»*, *«культурным ландшафтом»*, что является предметом исследования ландшафтоведения [14], а теперь и *«психологическим ландшафтом»*, *«социальным ландшафтом»*, *«политическим ландшафтом»* и т. п., что все более сближает термины *«ландшафт»* и *«дискурс»*.

Направление лингволандшафтных исследований в российской науке влилось в урбанистическую лингвистику и становится продолжением изучения «языка города». На сегодняшнем этапе развития подобных исследований очевидно, что «язык города» представляет собой

---

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках гранта РФФИ «Лингвистический ландшафт как механизм государственной политики: социокультурные и коммуникативные аспекты» 20-011-31742.

многоуровневое и разноаспектное образование, а его составляющие обладают как различными, так и общими показателями. Термин «лингвистический ландшафт» относительно недавно вошел в науку, вместе с тем исследования лингвистических ландшафтов все более множатся, значительно расширяется предметная область, аспектность, вовлекается большое количество новых приемов и методов исследования.

А.В. Кириллина объявила анализ лингвистического ландшафта новым междисциплинарным методом исследования языка в эпоху глобализации [10, с. 159]. Ссылаясь на работы С. Тульп, Д. Монье конца XX в., проведенные в Монреале и Брюсселе, говорит о стихийном применении некоторых приемов исследования с целью описания и интерпретации дву- и полилингвальных фактов, явлений в городской среде (см. обзор зарубежных исследований [10]).

Дальнейшие зарубежные исследования лингвистических ландшафтов разных городов все более конкретизируют методики: от общей фиксации любого языкового материала города исследователи переходят к построению моделей, представляющих: а) число языков и количество говорящих на этих языках, б) предпочтительность использования того или иного языка/языков, в) социальные, психологические, политические и иные факторы, обуславливающие отбор и расстановку языков. В таком аспекте исследование может и должно стать особой программой государственной языковой политики, когда в первую очередь вскрываются причины дискриминации одних языков и предпочтительности других.

В связи с этим, возможно, в России до недавнего времени подобного феномена и подобной проблемы не существовало на официальном уровне, поскольку в рамках законодательства устанавливалось строгое и однотипное использование вывесок, надписей и т. п. как на одном, так и на двух и более языках. Не случайно современные лингволандшафтные исследования включают в моделирование критерий *официальности/неофициальности*.

Как известно, в настоящее время успешно проводятся и диахронические исследования в области функционирования лингвистических ландшафтов, имеющих целью проследить историю смены знаков города, однако серьезных методологических разработок пока не осуществлено.

Разумеется, лингвистика не в первый раз тесно работает с географией. Одним из серьезнейших методов лингвистических исследований XX в. явился *ареальный, географический*. Также вполне успешными явились *этнопсихолингвистические исследования* в рамках региона. Как мы указывали, единственное, что интегрирует современные общности, – регион в традиционном понимании этого термина: единый природный комплекс, связанный с человеком, с его взаимоотношениями и психологией, бытом, производством. При такой дефиниции регион не

совпадает с этническим, национальным, социальным делением мира, а интегрирует ментальные, когнитивные, эмоциональные и иные особенности людей, проживающих на определенной территории, причем такая интеграция осуществляется не вследствие национальной и даже социальной общности индивидов (хотя детерминированность этими факторами не исключается), а вследствие актуализации схем смысло- и речепорождения, наиболее адекватно отражающих совокупности людей. Помимо этого, регион является наиболее сложной и объемной синергетической знаковой системой, интегрирующей другие системы: *региональную личность, региональный менталитет, региональный язык* [3; 4].

Современные отечественные лингвокультурные исследования выполняются на материале различных городов и регионов, предметной областью становятся те или иные частные особенности лексики, медиа, рекламы и т. д., в то время как комплексного систематического изучения до сих пор не осуществлялось в силу отсутствия методологии и единого представления о сущности данного феномена. Нам представляется, что сущность лингвистического ландшафта (далее – ЛЛ) заключается в визуально-вербальной представленности разных коммуникативно-языковых систем в социокультурном пространстве.

К сожалению, в современной российской науке не разводятся или разводятся непоследовательно понятия «*лингвистический ландшафт*» и «*языковой/вербальный ландшафт*». Первый термин заимствован, как известно, из англоязычной науки и во многом достаточно поверхностно стал обозначать любые языковые, речевые и даже мета-языковые фрагменты, смешивая реальные феномены и научные конструкты. Целесообразнее, на наш взгляд, представленность разных языковых систем в едином социокультурном пространстве называть ЛЛ, а представленность текстов (устных, письменных, а также поликодовых) – языковым ландшафтом и даже текстовым. Последнее как раз и продолжает традиционные исследования в терминах «*язык города*», «*языковое пространство*», «*языковая среда*» и под.

Итак, в изучении ЛЛ разных городов мира первой и основной проблемой является проблема представленности различных языков в ЛЛ социокультурного пространства.

С одной стороны, и зарубежные, и отечественные исследования лингвистического ландшафта используют уже давно ставшие эффективными коммуникативные и коммуникационные методики, направленные на интерпретацию специфики общения в городской среде, с другой стороны, лингвосемиотические методики по установлению закономерностей фиксации информации самыми различными средствами одного, двух или сразу нескольких языков или других знаковых систем. Иное дело, что они концентрируются внутри одного городского целого. Но последнее вряд ли может считаться надежным фактором, поскольку

города, а в особенности мегаполисы, не составляют подобного единства, вспомним такие городские единицы, как «разделенные города», «кварталы», «зоны», «микрорайоны», даже «дворы».

Чрезвычайно интересное и полное исследование урбанонимов в аспекте креативной речевой деятельности мы находим в диссертационном исследовании Л.Р. Замалетдиновой, выполненном на материале урбанонимов трех «столичных» городов РФ Москвы, Санкт-Петербурга и Казани. Как указывает автор, коммерческая номинация является активно развивающейся частью современного *нейминга* и результатом креативной речевой деятельности, обусловленной активными языковыми процессами и прагматическими намерениями номинатора – создателя коммерческого имени [9, с. 8]. Не случайно поэтому сегодня проблема нейминга также становится объектом лингвистических исследований, поскольку необходимость для обозначения отдельных типов городских заведений (культурных, образовательных, производственных и т. д.) существует.

Л.Р. Замалетдинова делает важные выводы о том, что использование в зоне номинации определенных, типичных для масс-медиа в целом способов и средств лингвокреативности, реализующих прежде всего языковую функцию воздействия, позволяет отнести ее к «массовому лингвокреативу» и рассматривать как важную часть современного медиaprостранства. Кроме того, в зоне номинации находят отражение лингвокреативные тенденции, обусловленные потенциалом языковой системы, преимущественно в зонах лексической семантики, словообразования и таких грамматических категорий русского языка, как наклонение и число; основными лингвокреативными средствами и способами являются графогибридизация, актуализация полисемии и омонимии, игры с орфографией, потенциальное словообразование, трансформация прецедентных имен и фразеологизмов [9, с. 9]. И наконец, совершенно справедливо утверждение исследователя о том, что сфера коммерческой номинации демонстрирует национально-культурную специфику того или иного региона (города), что связано с необходимостью номинатора при генерации названия искать равновесие между национальным и универсальным компонентом значения имени.

Соответствию некоторых компонентов ЛЛ *законодательству* в области языка как на федеральном уровне, так и на региональном посвящено ряд работ.

Как известно, государственные языки получают статус в зависимости от наибольшей концентрации жителей одной и той же национальности, что создает наиболее благоприятные условия для их функционального развития. Именно по этому признаку были даны названия национальных республик, повышение статуса которых до государственного суверенитета, закрепленного в конституциях перестроечного времени, поставило вопрос о необходимости принятия законов о язы-

ках. Законы о языках были приняты во всех республиках (21) РФ. Таким образом, современная Российская Федерация имеет многокомпонентную модель языковой политики, при которой во всей стране функционирует общегосударственный язык – государственный язык Российской Федерации – русский язык, а в республиках он дополняется местными республиканскими государственными языками, создавая модель языковой политики с 34 компонентами. В республиках создана юридическая база для «государственного двуязычия» или даже «государственного многоязычия», что приводит иногда к разным формам реальной конкуренции при реализации законов о языках (увеличение/уменьшение количества часов по русскому или региональному языку, споры о том, должен или не должен президент республики знать республиканский госязык и т. д.).

В контексте данной проблематики в лингволандшафтных исследованиях важно распределение городских знаков по уровням деятельности: федеральные, региональные, муниципальные, с одной стороны, а также коммерческие (реклама, ярлыки, ценники), трансгрессивные (продукты индивидуального творчества, например граффити) – с другой.

Очевидно, что первые используют тексты официально-делового стиля, выполняющие ориентирующую функцию в пространстве города (названия городских объектов – улиц, промышленных предприятий, остановок, административных зданий и т. п.); характеризуются стабильностью, типизированностью, долговременностью своего существования.

Коммерческие знаки – названия предприятий сферы услуг (парикмахерских, магазинов, агентств недвижимости, адвокатских контор и т. д.), напротив, стремятся выделиться из среды, актуализироваться как в плане формы (графическое оформление текста, визуальные эффекты), так и в плане содержания (расширенный объем, включение изображений, расположение на объекте номинации или вблизи от него). Данные тексты также могут реализовывать свой ассоциативный потенциал, подчиняя себе в разной степени примыкающее к называемому объекту пространство. Такие тексты сближаются с рекламными текстами, которые в своей массе оказывают агрессивное воздействие на городскую среду, особенно в т.н. «красной линии», в узлах транспортных развязок, т. е. там, где сосредоточена преимущественно деловая жизнь города. Агрессивность проявляется главным образом в виде довольно высокой информационной плотности совокупности рекламных сообщений. Примером тому могут служить доски объявлений, на которых происходит не только буквальное наложение текстов друг на друга, но и информационное. Эффект «доски объявлений» обнаруживается и при взаимодействии рекламных щитов.

Так, реализация научно обоснованных принципов языковой политики в Красноярске была осуществлена в рамках одного из направлений исследовательской программы «Лингвистическое градоведение» совместно с депутатами Красноярского городского Совета и утвержденного главой города «Положения о наименованиях и переименованиях внутригородских объектов в г. Красноярске», которое установило правовые основы в области присвоения названий улиц, их переименований и сохранения как неотъемлемой части истории, культуры и языкового облика города [16].

Вместе с тем, несмотря на глубоко проработанную теоретическую программу, основанную на обширных исследованиях языка города и принципах новой языковой политики в топонимии, а также создание соответствующих законодательных актов, автор отмечает, что административная практика в номинации не лишена некоторых противоречий. В ходе опросов были зафиксированы сотни рефлексивов, содержащих различные оценки и интерпретации красноярских топонимов, а также проявления рефлексии в форме языковой игры, неофициальной номинации, явлений ложной этимологии и др. Среди рефлексивных текстов 54 % составляют предложения и пожелания, 26 % – оценки и замечания, 20 % – обоснование собственного мнения. Наибольшие отличия в топонимических предпочтениях связаны с гендерными и возрастными факторами. Так, например, 45 % всех опрошенных мужчин предпочитают информирующие названия, а 49 % женщин – вызывающие положительные эмоции; 48 % информантов старше 55 лет предпочитают названия в честь известных людей [16, с. 148].

Продолжая тему языковой политики, Г.И. Купцова говорит о чрезвычайно важном для современной ситуации явлении – о несоблюдении языкового законодательства РФ в городской среде: английский (и в меньшей степени другие иностранные языки) вторгаются в функциональное пространство русского языка и в ряде случаев даже вытесняют его. Нарушение языкового законодательства, таким образом, не может считаться допустимым [11, с. 188]. Свой анализ надписей на игрушках Г.И. Купцова проводит с опорой на нормативные документы, среди которых не только Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» (53–ФЗ) от 2005 г. и Федеральный закон «О рекламе» (38–ФЗ) от 2005 г., но и текст ГОСТ 25779-90 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля».

К сожалению, в документах не зафиксировано наличие обязательного перевода иностранного текста, а также его объема, хотя и автор усматривает в маркировке игрушек повсеместное нарушение нормативных документов: некоторая часть продукции не имеет русского перевода рекламы-инструкции и представлена только на иностранном языке. Также размер шрифта маркировки, объем содержания надписей на разных языках и их расположение нередко не совпадают, и это не-

совпадение обнаруживает ущемление пространства русского языка, что, в свою очередь, затрудняет восприятие русского текста. Так, маркировка часто не соответствует параметрам четкости и хорошей видимости, поскольку наклейка с информацией о предприятии-изготовителе представлена очень мелким шрифтом и др. [11, с. 192].

Представляется, что требование обязательного, максимально полного перевода всех иностранных названий и инструкций, циркулирующих в стране, может носить исключительно рекомендательный характер. Другой вопрос, что наблюдается сокращение функционирования русского языка, которое ведет, разумеется, к снижению витальности языка в городском пространстве.

### **Объект и предмет исследования**

На первом этапе лингволандшафтных исследований неизбежно встает вопрос об отборе той *городской среды*, которая бы выявила наиболее типичные черты большого многонационального государства. В настоящее время лингвистические центры изучения языка города созданы в Челябинске, Перми, Екатеринбурге, Красноярске, Омске, а также изучаются некоторые языковые феномены в других городах РФ.

Так, Л.Г. Викулова и Е.Ф. Серебренникова, авторы исследования городской среды как новой коммуникативной среды эпохи глобализации, обосновывают выбор г. Иркутска как модели современной коммуникативной городской среды его статусом «среднего» города в ряду других городов России по ряду показателей:

1) устойчивый ареал русского языка; вместе с тем Иркутск как русскоязычный город – территория полиэтнического и многоконфессионального общества. Это центр региона «внутреннего» мультилингвизма: традиционно-исторического (бурятский, эвенкийский); миграционно-исторического (украинский, белорусский, польский, немецкий, татарский и др.); миграционно-актуального (армянский, азербайджанский, китайский и др.);

2) знаковость географического положения: символическое пространственное положение – «середина Земли». Иркутск находится на значительном отдалении от геополитических центров современного мира, в том числе расстояния составляют: до Москвы 5267 км; до Парижа 6530 км; до Пекина 2427 км);

3) количество жителей (примерно 600 тыс жителей); стабильное социальное и экономическое положение [2, с. 305].

Исследователи также предложили формулы городского мультилингвизма:

1) Р – русский язык в вариациях «конвертированного» и «стилизованного» употреблений); сообщение передается на несколько «измененном» русском языке, по статусу и способу выражения;

2) ИЯ 1 – сообщение передается на одном иностранном языке;

3) ИЯ 1 + ИЯ 2 – сообщение передается комбинацией двух или нескольких иностранных языков [2, с. 306].

Материалом исследования А.М. Емельяновой послужили эргонимы г. Уфы: официальные названия деловых, коммерческих, культурных и спортивных объектов, полученные путем сплошной выборки из рекламы в СМИ, из телефонных справочников «Желтые страницы» (издания 2002, 2004–2005 гг.), а также путем письменного фиксирования эргонимов – всего 3,5 тысячи единиц.

К сожалению, современные отечественные исследования пестрят «ландшафтной» символикой, однако описывают традиционные методики ареальных исследований, диалектные речевые явления или язык региона, города. Так, в названии диссертации «Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы)» [8] используется категория «лингвистического ландшафта», однако в самом тексте, даже если не упоминается, описательно представлена в терминах «язык города», «языковое пространство города» и т. п.

Методика исследования А.М. Емельяновой представляет собой набор традиционных приемов собирания, описания, систематизации, интерпретации и обобщения материала. Для установления наиболее типичных семантических и словообразовательных типов привлечен статистический метод. Метод компонентного анализа направлен на описание семантики эргонима.

На основе анализа материала А.М. Емельянова выделила ряд функций эргонимов: номинативно-выделительную, информативную, рекламную, мемориальную, эстетическую, функцию охраны собственности.

Ценным представляется выявление типичных способов (они же – модели) современной эргонимической номинации: 1) актуализация предметной тематики; 2) актуализация имени; 3) актуализация географической тематики; 4) актуализация литературно-мифологической тематики; 5) актуализация названий животных и растений.

Отличает данное исследование применение *лингвopsихологического метода* в целях определения прагматической значимости эргонима через выявление намерений номинатора и реакции реципиента на название [8, с. 6]. Эргонимическое название служит не только целям идентификации объекта, оно формирует конкретный образ в сознании индивида и характеризуется наличием выраженной социально-закрепленной информации. Восприятие и оценка эргонима носителем языка осуществляется по некоторому целостному образу мыслеречевой ситуации. Анализ эффективности эргонимического названия позволяет автору сделать вывод о том, что последнее должно характеризоваться коммуникативной эффективностью, которая зависит: 1) от информатив-



ности названия, 2) ассоциативного соответствия, 3) фоносемантической привлекательности.

Эффективность эргонима зависит также от степени его соответствия картине мира и ценностных ориентиров потенциального покупателя. Это условие полностью выполняется в названиях, отражающих особенности определенного региона. Региональные особенности эргонимов Уфы представлены, по классификации А.М. Емельяновой, следующими группами: 1) названия, содержащие топографические характеристики столицы; 2) названия, указывающие на полиэтнический характер Уфы; 3) названия, подтверждающие звание города-мегаполиса (содержащие иноязычные компоненты и отражающие реалии зарубежных стран); 4) названия, характеризующие город как центр экономической и промышленной жизни региона [8, с. 148].

Н.В. Михайлюкова исследует языковой облик г. Владивостока, мотивируя свой выбор, во-первых, недостаточной изученностью, во-вторых, необходимостью исследования фрагмента коммуникативного пространства города, отражающего его региональную специфику. В связи с чем предлагается *структурно-семантический* и *лингвокультурный анализ* текстов названий городских объектов [13, с. 4].

Картотека текстов вывесок Владивостока (фотографии и ручные записи) включает около 4 000 единиц; материал собирался с 2009 г. по 2012 г. В целях реконструкции номинативных стратегий и мотивировок создания эргонимов применен прагматический анализ коммуникации. Также использовался метод дистрибутивного анализа и компонентного анализа значений слов [13, с. 5]. Итогом становится описание текстов вывесок Владивостока в собственно лингвистическом, социолингвистическом, лингвокультурологическом аспектах, а также с точки зрения *лингвоэкологии* и *лингвоаксиологии*.

Интерес представляет *социолингвистический аспект* описания текстов вывесок. Описаны факты, отражающие обусловленность текстов вывесок произошедшими социально-экономическими изменениями. В частности, обращается внимание на новые средства выражения идентифицирующего и квалифицирующего компонентов; использование при традиционных идентификаторах новых квалификаторов.

В диссертационном исследовании намечены актуальные в связи с нашим грантом *лингвоэкологический* и *лингвоаксиологический аспекты*. Некорректным с точки зрения лингвоэкологии автор считает использование определенных прецедентных феноменов, вызывающих негативную реакцию у образованных горожан, неуместное использование имен мифологических или литературных персонажей и поднимает вопрос об актуальности языковой политики и необходимости применения цензуры для регулирования языковой ситуации в городе.

С точки зрения лингвоаксиологии городские названия фиксируют систему ценностей социума и, кроме того, сами являются одним из

средств формирования аксиологической картины мира реципиентов. Вывески репрезентируют утилитарные, эстетические и этические ценности социума. Большинство названий городских объектов, как отмечает автор, отражают эстетические ценности, что объясняется прагматической направленностью данного типа текстов: они репрезентируют такие качества, как статусность и престижность предлагаемых товаров и услуг. В меньшем количестве представлены тексты вывесок, демонстрирующие утилитарные ценности: низкую стоимость и практическую пользу товаров и услуг, самой малочисленной является группа названий, фиксирующих этические ценности общества.

Лингвокультурологический анализ текстов вывесок как отражения концептосферы дальневосточного российского города позволил Н.В. Михайлюковой выделить следующие особенности (точнее, как мы считаем, факторы, лежащие в основе моделей именованности объекта ЛЛ): а) широкое распространение иноязычных заимствований; б) частотное использование прецедентных феноменов мировой культуры; в) репрезентация традиционной русской и советской культуры; г) использование дальневосточной специфики: официальные и неофициальные топонимы; названия дальневосточных реалий; названия, связанные с историей Дальнего Востока; разнообразные названия морской тематики (т. е. факторы географического расположения города) [13, с. 21–22].

Исследованию лингвистического ландшафта г. Казани посвящен ряд исследований. Так, справедливо отмечая, что на состав лингвистического ландшафта любого города значительно влияет языковая ситуация того или иного региона, А.С. Дерюшева, И.И. Кузнецова констатируют наличие в Татарстане закона «О языках народов Республики Татарстан» (1992), который закрепил за русским и татарским языками статус государственных [6, с. 21].

Известно, что аналогичная ситуация была создана во всех национальных республиках на территории Российской Федерации, несмотря на большие различия в типах языков, в количественном соотношении говорящих на том или ином языке и другие факторы.

Изменения в социально-экономической и политических сферах обусловили активное использование английского языка в городском пространстве: официальные вывески теперь сопровождаются не только русским, татарским, но и английским языком.

Этому же вопросу посвящена работа Д.М. Махмутовой, Т.Е. Калегиной, в которой исследователи показали, что лингвистический ландшафт г. Казани демонстрирует вестернизацию слоганов и наружной рекламы всех современных институциональных дискурсов (сервиса, спорта, образования, здравоохранения, судебно-правовой системы и др.) в различных формах и проявлениях: заимствования, изменения в орфографии, когезии и когерентности дискурса, коммуникативных стратегиях [12, с. 35–36]. Также авторами отмечается, что как на

центральных, так и периферийных улицах города многочисленны эргонимы, содержащие иноязычные заимствования, где представлены два основных способа их использования: переключение кодов и транслитерация.

Лингвистический ландшафт г. Ижевска значительно отличается от казанского, причиной чему служит гораздо больший процент русского населения и отношение к удмуртскому языку как неперспективному с точки зрения социальной коммуникации.

Сопоставительный анализ использования эргонимов на центральных улицах г. Казани и г. Ижевска показал, что, во-первых, использование иностранных слов в эргонимах Казани значительно больше, чем в Ижевске (Ижевск – 25,5 %, Казань – 39 %), что объясняется размерами городов и численностью населения. Казань также обладает более высоким статусом («третья столица»), в последние годы является спортивным центром нашей страны, что, естественно, увеличивает контакты с западной культурой. Во-вторых, языком-доминантой в Казани, как и в Ижевске, является русский язык (56 %). Однако в отличие от Ижевска, в котором данное явление вообще не наблюдается, в Казани можно встретить названия на национальном – татарском – языке. Данный факт указывает на успешность языковой политики, проводимой правительством республики [6, с. 22].

Обзор по изучению эргонимов, функционирующих в городах РФ, представлен в работе А.М. Емельяновой [8].

### **Методика**

Говоря о методологии исследования ЛЛ, мы должны учитывать этапность, разные этапы работы как с объектами исследования и их предметными областями, так и с опосредующим звеном – участником коммуникации – воспринимающими субъектами.

Устанавливая цели лингволандшафтных исследований, мы должны понимать, что сбор и фиксация материала – это лишь первая часть работы, как и первичный анализ языка/языков надписей, особенностей расположения, цветовой символики и проч. С этой целью в полевой лингвистике используют термин «*первичные данные*» – данные, собранные исследователями. Далее производятся первичные формальные действия – структурирование в рамках вопросника или анкеты.

Соответственно, методика лингволандшафтных исследований в аспекте репрезентативности материала должна включать либо выборочную, согласно точным критериям, соответствующим целям исследования, либо полную/сплошную фиксацию материала. Так, Г.В. Синекوپова, исследуя языковые меньшинства в лингвистическом ландшафте Москвы, оговаривает, что студентами было сделано около 100 фотографий в разных районах Москвы [18, с. 48].

Это как раз подтверждает факт отсутствия упорядоченности в отношении количества достаточного и необходимого фотоматериала. В рамках нашего проекта РФФИ «Лингвистический ландшафт как механизм государственной политики: социокультурные и коммуникативные аспекты» 20-011-31742 сегодня уже собрано и первично обработано более 20 тысяч единиц в г. Москве. Логика исследования ЛЛ целого государства требует, чтобы в репрезентативной выборке присутствовали фотофакты других крупнейших городов РФ – Санкт-Петербурга, Казани, а также средних и мелких городов республиканского, регионального значения по принципу представленности городов с разной численностью населения, различного статуса и с различными типами хозяйственной деятельности.

### **Методология многоаспектности**

Глубина интерпретационных методик лингволандшафтных исследований также зависит от цели и специфики материала. Это и уровень фиксации представленности языков в оформлении табличек, надписей, это и уровень глубокой символической насыщенности культурных смыслов, репрезентированных этими табличками.

В настоящее время только разрабатываются подходы к многоаспектному изучению ЛЛ города в зависимости политических, экономических, социальных, культурных и других факторов (величина города, история города, количество и численность диаспор, этнических сообществ, общин, миграционные процессы, уровень стабильности/нестабильности и под.).

Разрабатывая методологию лингволандшафтных исследований, мы должны в первую очередь учитывать фактор поликодовости, креолизованности городских текстов (см. исследования Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова [20], А.Г. Сонины [19]).

Важнейшие междисциплинарные направления в лингволандшафтных исследованиях мы видим на стыке традиционной лингвистики и *лингвоэкологии*, *лингвистической витальности*, *лингвистической безопасности* [1; 7; 10]. Задача и цель этих исследований заключаются не просто в сборе и описании фрагментов языковой реальности, но и в предостережении, выявлении как прямых, так и косвенных, скрытых элементов языковой агрессии, экстремизма, разработке приемов их устранения, а также в составлении методических рекомендаций постоянного мониторинга на государственном уровне в целях предотвращения любых возможных провокаций.

Продолжая тему лингвоэкологии, нельзя не сказать о также чрезвычайно важном направлении – *экологии коммуникации*, исследующей пути и механизмы выработки эффективного и безопасного обмена информацией (шире – *экология массовых коммуникаций*).

**Психолингвистический аспект** реализуется в работах Н.П. Пешковой, которая представляет анализ лингвистического ландшафта города как интегративный метод исследования вербального сознания и состояния языка городского социума. Она показала, что изучение «текста города» в русле психолингвистики дает дополнительные возможности проследить динамику процессов, происходящих в вербальном сознании носителей различных языков полиэтнического региона, принадлежащих разным поколениям, и, одновременно, выявляет тенденцию к определенной стабильности базовых этнокультурных ценностей [15, с. 108–109].

Крайне важно, что данные, полученные в ходе психолингвистического эксперимента по выявлению речевого воздействия в г. Уфе, позволили сделать вывод о том, что как присутствие того или иного языка в лингвистическом ландшафте города, так и его место в названиях улиц (первый – второй) связывают с его «лидерством», утверждением и продвижением в поликультурной среде. Позицию языка считают отражением реализации национальной политики правительства республики и языковой политики как ее составной части; выражением стремления к национальной самоидентификации, уживающегося в республике с тенденциями глобализации.

В любом случае эти составляющие ЛЛ города, выявленные на основе анализа данных, отражающих «коллективное» вербальное сознание жителей Уфы, как утверждает Н.П. Пешкова, подтверждают значительное воздействие «текста города» на полиэтничный социум, а также дают представление о диапазоне подобного речевого воздействия, ведущего к конфликтам отнюдь не языкового характера, и побуждают к поискам инструментов для их предотвращения.

Проблема восприятия языковых знаков – традиционная область исследования психолингвистики. В русле этого подхода выполнено исследование М.В. Голомидовой, посвященное описанию полисемиотических комплексов, образованных вербальными и невербальными знаками для символического означивания фрагментов городского пространства. Как известно, ведущая роль в организации таких комплексов отводится урбанонимам (городским топонимам), которые выступают в качестве ключевых знаков, направляющих на словесном уровне восприятие локации. На примере урбанонимических микротекстов г. Екатеринбурга автор описывает современные тенденции в означивании городских локаций, а также определяет некоторые исторические традиции, способствовавшие их развитию [5, с. 11]. Отмечается, что новые тренды, основанные на рациональном использовании урбанонимов для имиджирования и брендинга объектов, демонстрируют активное применение собственных имен в роли инструмента управления восприятием пространства. Общая черта соответствующих номинативных решений проявляется в стремлении к усилению связанности означивания и органи-

зации семантической целостности фрагментов урбанонимического ландшафта. Комплексный подход к означиванию дает возможность концентрированно представить семантику, актуальную для современной городской культуры. В частности, в коммеморативных комплексах, наряду с традиционной стилистикой монументальности, развивается стилистика «человеческого масштабирования».

Исследуемые тенденции позволяют автору сделать вывод о том, что трансформация урбанонимического ландшафта способствует большему вовлечению аудитории в образное восприятие локаций и отвечает запросам современной коммуникации в городской среде [5, с. 30].

*Лингвокультурный аспект* исследования ЛЛ представлен работой Р.Т. Садуова, выдвигающего программу полевого исследования культурно-языкового ландшафта в полиэтническом поликонфессиональном городе Уфе (Республика Башкортостан) с целью выявления и анализа вербально-визуальных особенностей города [17, с. 24]. Исследователь ставит актуальную в настоящее время задачу выявления степени соответствия культурно-языкового ландшафта, языковой политики, визуального оформления города ожиданиям его жителей. В исследовании степени результативности языковой политики Республики Башкортостан, по мнению Р.Т. Садуова, показательным является фактор языковой репрезентации основных этнических групп на культурно-языковом ландшафте города, поскольку культура одной этнической группы, как указывает автор, может передаваться языком другого этноса.

Обозначая собственный *культурно-языковой аспект* в традиционных исследованиях ЛЛ, автор расширяет предмет исследования от языковых доминант до культурных смыслов [17, с. 25]. В качестве методологии исследования Р.Т. Садуов справедливо предлагает задействовать полевые методы сбора языкового и культурного материала, в частности фотофиксацию визуального пространства города. Кроме того, предполагается работа с традиционными количественными и качественными методами социологических исследований: анкетирование жителей города и статистический анализ результатов, а также проведение исследования методами интервью и фокус-групп. Предполагается также задействовать традиционные лингвистические методы: сопоставительный метод, методы компонентного, трансформационного анализа, методы моделирования, дискурс-анализ, стилистический анализ и некоторые другие. Дополняет исследование лингвокультурный анализ, направленный на выявление специфики взаимосвязи языковых и культурных единиц.

### **Выводы и перспективы**

Итак, программа и методология ЛЛ-исследований предполагают следующие важнейшие направления.

Диахронические аспекты изучения лингвистического ландшафта обеспечивают исследования исторических названий улиц, площадей и районов города, представленных на таблицах домов и указателях. В рамках этих исследований выявляются особенности, например, дореволюционной российской урбанистической системы; изучаются реалии (имена, события, идеи) советского периода в названиях улиц, площадей, кинотеатров, театров, музеев, библиотек, кафе, ресторанов и др., мемориальные доски и памятники как историко-культурный фрагменты ЛЛ, а также изучаются совершенно новые пласты постсоветской урбанистической системы.

ЛЛ современного региона, города также предполагает широкий круг проблем, среди которых изучение различных кодов, вербальных и невербальных. В связи с тем, что РФ – многонациональное государство, изучается представленность языков народов России и языковых меньшинств в ЛЛ – в частности, двуязычные (полиязычные) таблицы с названием улиц, площадей и районов города, двуязычные (полиязычные) указатели, дорожные и другие (навигационные), двуязычные (полиязычные) вывески и объявления и др.

А поскольку в постсоветское время значительно увеличилась степень представленности других мировых языков, активно изучаются англицизмы, китаизмы, грецизмы в названиях магазинов, ресторанов и кафе, учреждений сферы услуг (парикмахерские, салоны красоты, пекарни и др.), спортивных, медицинских, образовательных (курсы, частные школы) и других учреждений и в целом иностранные языки.

В рамках культурологического направления изучаются культурные коды лингвистического ландшафта, в частности представленность культурологических компонентов коренных народов России в названиях улиц, площадей, городской рекламе, вывесках, названиях кафе и ресторанов, учреждений культуры и т. д., а также представленность русских культурных кодов в национальных центрах РФ, в том числе прецедентность.

В качестве объекта исследования выступают все носители визуально-текстовой информации, как комплексно, так и в различных комбинациях: это городская уличная реклама (билборды, растяжки, «живая реклама» (на людях, на транспорте), пульсирующая и под.); это все вывески с названиями любых городских сооружений (магазины, больницы, парки, учреждения и под.); частные объявления, указательные знаки, граффити и т. д.

Социально-политическая проблематика исследования ЛЛ включает изучение проблем законодательства и языковой политики в области регулирования ЛЛ города, региона, вопросы адаптации трудовых мигрантов посредством ЛЛ и более частные социальные вопросы – например, таблички и плакаты социального содержания «Сделаем наш город чище», тексты табличек бездомных и попрошайек для милостыни,

лингвистический ландшафт учебного заведения (госпиталя, торгового центра, парка отдыха и т. п.).

Методологические вопросы нейминга в лингвистическом ландшафте ставятся с учетом функционирования различных по природе терминосистем ЛЛ: урбанонимы (в широком смысле термина), топонимы, эргонимы, экклезионимы, ойкодонимы, годонимы, агоронимы, кратонимы, хоронимы и т. д. И здесь важными представляются: разработка приемов и методов исследования лингвистического городского пространства; вопросы кодификации (речевые, языковые, культурологические ошибки в ЛЛ как на родном языке, так и в переводах на другие языки; языковая игра), вопросы официальности и неофициальности урбанонимов.

Особым направлением исследований ЛЛ выступает изучение восприятия городского лингвистического ландшафта а) жителями, б) туристами, в) временно работающими иностранцами и другими группами населения, поскольку всякая языковая политика в области ЛЛ, безусловно, должна выстраиваться с учетом мнения коммуникантов по вопросам понятности, комфортности, неконфликтности, культурной насыщенности конкретных объектов (единиц) ЛЛ и обеспечивать этот уровень комфортности, исключаящий разного рода конфликтные ситуации.

### **Список литературы**

1. Баженова И.В., Пищальникова В.А. Актуальные проблемы лингвистической безопасности: монография. М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2018. 150 с.
2. Викулова Л.Г., Серебренникова Е.Ф. Городское пространство как новая коммуникативная среда эпохи глобализации // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. М.: ИЯ РАН, 2014. С. 302–305.
3. Голикова Т.А. Региональный язык как система репрезентантов национально-культурной специфики смыслообразования // Языковая картина мира: лингвистический и культурологический аспекты. Бийск, 1998. Т. 1. С. 123–127.
4. Голикова Т.А. Сущность регионального языка (этнопсихолингвистический аспект) // Наука, культура, образование. Горно-Алтайск, 2000. № 4-5. С. 117–120.
5. Голомидова М.В. Урбанонимы как ресурс управления восприятием городского пространства // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6, № 1. С. 11–30.
6. Дерюшева А.С., Кузнецова И.И. Анализ использования эргонимов на центральных улицах г. Казани и г. Ижевска // Terra Linguae: сб. науч. ст. Казань: ТАИ, 2015. Вып. 2. С. 20–23.
7. Дзялошинский И.М. Экология коммуникаций: становление новой науки // PR и СМИ в Казахстане: сб. науч. тр. / Қазақстандағы PR және



- БАҚ: ғылыми еңбектер жинағы. Алматы: Қазақ университеті, 2018. Вып. 14. С. 27–37.
8. Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007. 170 с.
  9. Замалетдинова Л.Р. Современные русские урбанонимы в аспекте креативной речевой деятельности: дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 204 с.
  10. Кирилина А.В. Описание лингвистического ландшафта как но-вый метод исследования языка в эпоху глобализации // Вестник Тверского гос. ун-та. Сер.: «Филология». 2013. № 5. С. 159–167.
  11. Купцова Г.И. Соблюдение языкового законодательства РФ в городской среде (на материале надписей на детских игрушках) // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. М.: ИЯ РАН, 2014. С. 188–194.
  12. Махмутова Д.М., Калегина Т.Е. Влияние английского языка на лингвистический ландшафт // Terra Linguae: сб. науч. ст. Казань: ТАИ, 2015. Вып. 2. С. 35–37.
  13. Михайлюкова Н.В. Тексты городских вывесок как особый речевой жанр (на материале языка г. Владивостока): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2013. 27 с.
  14. Николаев В.А. Ландшафтоведение: эстетика и дизайн. М.: Академия, 2000. 240 с.
  15. Пешкова Н.П. Анализ лингвистического ландшафта города как интегративный метод исследования вербального сознания и состояния языка городского социума // Актуальные проблемы русской и сопоставительной филологии: теория и практика. Уфа: РИЦ БашГУ, 2016. С. 53–58.
  16. Подберезкина Л.З. Языковая политика в системе городских наименований: теоретические и прикладные аспекты (на материале г. Красноярск): науч. изд. // Речевое общение. 2002. № 4. С. 146–154.
  17. Садуов Р.Т. Полевое исследование культурно-языкового ландшафта в национальной республике: описание и обоснование проекта // Экология языка и коммуникативная практика. 2020. № 1. С. 23–29.
  18. Синекوپова Г.В. Языковые меньшинства в лингвистическом ландшафте Москвы // Вестн. РосНОУ. Сер. «Человек в современном мире». 2015. Вып. 2. С. 45–49.
  19. Сонин А.Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект. М.: ИЯ РАН, 2005. 220 с.
  20. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 180–186.

**METHODOLOGY OF LINGUISTIC LANDSCAPE RESEARCH  
IN RUSSIA: AN ANALYTICAL AND THEMATIC REVIEW**

**T.A. Golikova**

Russian New University (RosNOU)

The article is devoted to a review of Russian-language research in the field of linguistic landscape. The problematics of this research is now relevant due to a new object of study – the verbal representation of the socio-cultural space as a communicative system of the individual and environment. The article presents the research problematics in this area, including its terminology, defines the object and subject of study, and methods and methodology of the multi-dimensional research of linguistic landscape. The multifaceted nature of research is determined by the multimodal nature of the impact of linguistic landscape on, and its interaction with, other ecological systems. The philosophical, cultural, sociological, psychological and linguistic aspects are recognized as the most important ones. Additionally, linguistic landscape is viewed as a mechanism of state policy and an instrument for regulating the language policy of a particular region and the state as a whole.

**Keywords:** *linguistic landscape, communication, vitality of language, language policy, naming.*

*Об авторе:*

ГОЛИКОВА Татьяна Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и издательского дела Института гуманитарных технологий АНО ВО «Российский новый университет» (РосНОУ), г. Москва. E-mail: tat-golikova@yandex.ru

*Author information:*

GOLIKOVA Tatyana Aleksandrovna – PhD (Philology Science), Professor of the Department of Russian Language and Publishing, Russian New University (RosNOU), Institute of Humanitarian Technologies, Moscow. E-mail: tat-golikova@yandex.ru