

## ГЕОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОСТРАНСТВА И КОДЫ КУЛЬТУР АЗИИ И АФРИКИ

УДК 81

### 公示语 (общественные знаки) и 语言景观 (языковой ландшафт): лингвистические термины и стоящие за ними понятия\*

Лю Лифэнь

Исследовательский центр переводоведения Гуандунского университета иностранных языков и международной торговли,  
Китайская Народная Республика, 510420, Гуанчжоу, пр. Северного Баюна, 2  
Научно-исследовательский центр русской филологии и культуры Хэйлунцзянского университета,  
Китайская Народная Республика, 150080, Харбин, дорога Сюэфу, 74

**Для цитирования:** Лю Лифэнь. 公示语 (общественные знаки) и 语言景观 (языковой ландшафт): лингвистические термины и стоящие за ними понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Востоковедение и африканистика. 2023. Т. 15. Вып. 3. С. 588–602.  
<https://doi.org/10.21638/spbu13.2023.309>

Терминология представляет собой результат отражения научно-исследовательского опыта человечества в языке. Ясность и точность терминологических единиц, а также их корректное употребление способствуют развитию соответствующей научной дисциплины. Для любой науки правильное и стандартизированное использование терминов чрезвычайно значимо. Четыре основных свойства терминологии — научность, специализированность, системность и однозначность. Между формой и значением термина должно существовать взаимно однозначное соответствие, при котором термин представляет только одно понятие (моносемия), понятие имеет только одну номинацию (монимия). Актуальность данной статьи обусловлена растущим интересом ученых к общественным знакам и языковому ландшафту современного Китая. Китайские исследователи часто смешивают термины 公示语 *gongshiyu* ('общественные знаки') и 语言景观 *yuyan jingguan* ('языковой ландшафт'). В научной литературе эти единицы могут пересекаться и даже отождествляться, поскольку стоящие за ними понятия достаточно близки. Однако и данные термины, и соответствующие им понятия необходимо принципиально различать. В настоящей работе рассматриваются сходства и различия между понятиями 公示语 *gongshiyu* ('общественные знаки') и 语言景观 *yuyan jingguan* ('языковой ландшафт') в различных аспектах. Обсуждаемые понятия — при всей их

\* Данная статья подготовлена при финансовой поддержке гранта научного социального фонда КНР № 22ВУУ195 в 2022 г.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

содержательной близости — отнюдь не тождественны. Статья нацелена на уточнение содержания данных понятий и тем самым призвана способствовать совершенствованию их применения в научно-исследовательской практике и их лексикографической презентации в рамках работы над терминологическим словарем.

*Ключевые слова:* *gongshiyu*, *yuyan jingguan*, общественные знаки, языковой ландшафт, семиотика, лингвистика, социолингвистика, терминология.

## Введение

По данным китайской научной сети CNKI, изучение 公示语 — общественных знаков (далее — ОЗ) — началось в 1985 г., в названии научной работы было использовано слово 标牌 ('вывеска'). Впервые термин ОЗ в названии исследования был употреблен в 2003 г. (вообще говоря, впервые он появился в статье, опубликованной Бэй Чжу и Шань Айминь еще в 2002 году, но не в названии). Термин ОЗ постепенно получил распространение, которое достигло пика в 2014 г. (301 статья). Термин 语言景观 — «языковой ландшафт» (далее — ЯЛ) — впервые был использован в статье Р. Лэндри и Р. Бурхиса в 1997 г. В Китае в 2000 г. данный термин был употреблен в заголовке литературно-критической статьи, автор которой высоко оценил произведения одного из писателей. Применение термина ЯЛ в данной статье отличается от принятого в настоящей работе. В соответствии с нашим пониманием (см. ниже) он появляется в заголовке только в 2009 г. Вплоть до начала 2023 г. использован в заголовках 705 статей. Однако по сравнению с термином ОЗ термин ЯЛ используется очень редко. ЯЛ является относительно новым объектом научного анализа; возможно, исследователи еще недостаточно отчетливо различают обсуждаемые терминологические единицы. Нельзя исключить и проявления стремления некоторых авторов к рассмотрению непременно новых и необычных явлений, следования «лингвистической моде». В силу этих и иных причин происходит смешение данных терминов. А в русском языке существуют такие обозначающие ОЗ названия, как «публичные директивы», «информативно-регулирующие указатели», «информативно-запретительные знаки», «инструктивные общественные указатели», «публичные надписи», «публичные объявления», «общественные знаки», «предписывающие знаки», «вывески» и т. д. В настоящее время в русском языке чаще всего используется термин ОЗ. Кроме того, в русскоязычном научном дискурсе существуют другие названия ЯЛ: лингвистический ландшафт, языковой облик, языковой пейзаж, лингвистический пейзаж и др. Здесь хорошо различаются термины ОЗ и ЯЛ. А в китайском языке некоторые исследователи плохо различают термины 公示语 и 语言景观. В настоящей статье рассматриваются предметные области, содержание понятий, стоящих за этими терминами, выявляются различия между ними, что в целом может способствовать стандартизации их применения в научно-исследовательской практике китайской науки.

## Предметные области

Исследование ОЗ началось с использования слова «вывеска» в лингвистических работах. Первые работы в рамках обсуждаемого научного направления фокусируют внимание на содержании вывесок. В Китае изучали составление, пере-

вод ОЗ, их функции, их разновидности и др. ОЗ являются объектом рассмотрения в различных науках, но прежде всего в лингвистике. В 1997 г. Р. Лэндри и Р. Бурхис впервые применили понятие ЯЛ в социолингвистике. Данное понятие принципиально связано с социальной языковой действительностью, которую отражает вербальная сторона вывесок; демонстрирует ориентацию власти и ее языковой политики, социальный статус языков, проявляющийся в их составе на вывесках [1, с. 12]. В соответствии с этим ЯЛ относится в первую очередь к объектам социолингвистики. Вместе с тем, поскольку он представляет собой специфическую разновидность ландшафта, он привлекает внимание специалистов, занимающихся исследованиями в области социологии, ландшафтоведения, географии, культурологии, геокультурологии, лингвистики, семиотики, дизайнологии, социальной психологии и др.

## Понятия ОЗ и ЯЛ

### Семный анализ значений

Семантические различия между двумя соотносительными лексическими единицами исследуются методом анализа сем. Сема — это минимальная единица языкового плана содержания, она является нечленимой составной частью лексического значения (семемы). Для различения данных двух терминов мы используем материалы «Словаря современного китайского языка» (седьмое издание). Поскольку в «Словаре...» нет толкований этих двух терминов как таковых, мы обращаемся к их составным компонентам. 公示语 *gongshiyu* ('ОЗ') и 语言景观 *yuyan jingguan* ('ЯЛ') имеют общий компонент 语 *yu* ('язык'). В «Словаре...» 语 *yu* ('язык') в составе термина ЯЛ интерпретируется как: 1) инструмент выражения мыслей и общения людей, состоящий из фонетики, лексики и грамматики; является социальным феноменом; 2) речь [2, с. 1601]. А 语 *yu* ('язык') в 公示语 *gongshiyu* ('ОЗ') имеет четыре значения: 1) речь; 2) говорить; 3) фразеологизмы; идиомы; 4) невербальные средства и способы выражения значений вместо естественного языка: жестикация, флажковая сигнализация, световая сигнализация [2, с. 1600–1601]. 公示 *gongshi* ('объявление'), т. е. 公布 *gongbu* ('объявлять') — «уведомлять публику и обращаться к ней» [2, с. 452]. 公布 *gongbu* ('объявлять') означает «публично представлять» (закон, порядок, уведомление, сообщение и т. д.), «публиковать» [2, с. 450]. 公 *gong* ('общественный') обозначает «открыто» [2, с. 450].

景观 *jingguan* ('ландшафт') — это: 1) природные пейзажи определенного места или определенный тип природных пейзажей, 2) пейзаж [2, с. 691]. 景 *jing* (пейзаж): вид какой-н. местности [2, с. 691]; 观 *guan* (вид): смотреть [2, с. 479].

Сопоставим составы семантических компонентов данных терминов:

公示语 *gongshiyu* ('ОЗ'): [+ язык] [+ аналог языка] [+ открыто] [+ пространство] [+ смотреть] [+ говорить] [- любование] [- пейзаж];

语言景观 *yuyan jingguan* ('ЯЛ'): [+ язык] [+ аналог языка] [+ открыто] [+ пространство] [+ смотреть] [- говорить] [+ любование] [+ пейзаж].

Сопоставление значений позволяет выявить семантические различия между рассматриваемыми терминами: 公示语 *gongshiyu* ('ОЗ') не имеет значений «пейзаж» и «любование», семантика может быть выражена невербальными средствами, имеются два канала восприятия: визуальный (смотреть) и аудиальный (слушать).

语言景观 *yu yan jing guan* ('ЯЛ') представлен вербальными знаками графически, обозначает только визуальное восприятие (смотреть).

### *Содержание понятий*

В современной науке представлены различные определения ОЗ и ЯЗ. В рамках китайской лингвистической традиции существует более десятка определений ОЗ. Некоторые из них ориентированы на содержание данного понятия, некоторые характеризуют также его объем. Имеются определения как простые, краткие, так и сложные, развернутые, пространные. Простые определения не всегда бывают полными, часто не охватывают всех сторон явления; сложные не отвечают требованию лаконичности. ЯЛ выступает в качестве объекта специального исследования недавно, и его полноценное определение пока еще разрабатывается. Существует несколько «рабочих» определений ЯЛ: некоторые указывают только на его объем, в некоторых перечисляются его отдельные особенности. Эти определения не являются ни исчерпывающими, ни иногда даже научными. Мы анализируем представленные в настоящее время содержание и объем данных понятий. Содержание понятия формируют родовые и видовые признаки соответствующего феномена. Видовые признаки ОЗ включают пространство, объект, цель, функции, способ экспликации и приема информации [3, с. 63]; видовые признаки ЯЛ — пространство, функции, способ экспликации и приема информации. Объемом понятия называется совокупность самих предметов (или классов предметов), входящих в это понятие. Рассмотрим соотносительные видовые и родовые признаки понятий ОЗ и ЯЛ.

#### *Видовое понятие*

Первый признак: пространство. Пространственный аспект ОЗ связан с понятием общественного (публичного) места. Это понятие четко определено многими исследователями. Компонент «ландшафт» в термине «ЯЛ» может иметь декоративную ценность. Вообще же ЯЛ также связан с понятием пространства («общественное пространство», «социальное пространство», «публичная сфера»), что принципиально сближает его с ОЗ — оба явления представлены в общественном пространстве. Но пространство ЯЛ обладает целостностью, связано с представлением об определенном месте, регионе или группе городов, определенном географическом регионе (см. табл. 1). Хотя одна вывеска в принципе может составлять ЯЛ, в большинстве случаев ЯЛ состоит из нескольких вывесок. ОЗ не имеют подобных характеристик, это может быть любая вывеска в любом пространстве. ЯЛ в большей степени представляет собой географическое понятие.

Второй признак: функции. Существуют различные классификации ОЗ и ЯЛ на функциональном основании. Функции ОЗ выделяются в соответствии с содержанием вывески, а функции ЯЛ — в соответствии с видами социальной деятельности, отражаемой языком. В описаниях функций ОЗ встречаются и обобщения, такие как «особая коммуникативная функция» [4, с. 66], «неопределенная коммуникативная функция» [5, с. 3]; перечисления, например «инструктивная, напоминающая, ограничительная и принуждающая функции» [6, с. 38–42]. Люй Хэфа предложил наиболее подробный перечень функций ОЗ, он выделил «запретительную,

Таблица 1. Определение пространственного аспекта ОЗ и ЯЛ в публикациях разных ученых

Термин	Автор	Год	Пространство
ОЗ	Ян Цюаньхун	2005	Общественные места
ОЗ	Ло Сюаньминь, Ли Туван	2006	То же
ОЗ	Дин Хэнци	2006	То же
ОЗ	Ли Юйлян, Юй Цяофэн	2008	То же
ОЗ	Се Цзяньпин	2008	То же
ОЗ	Пи Дэминь	2010	То же
ОЗ	Юэ Чжуншэн, Юй Цзэнхуань	2014	То же
ОЗ	Люй Хэфа	2017	То же
ЯЛ	Лэндри Р., Бурхис Р.	1997	Определенное место, регион или группа городов
ЯЛ	Гортер Д.	1997	Определенный географический регион, общественная сфера
ЯЛ	Итаги Н., Сингх С.	2002	Общественная сфера
ЯЛ	Бакхауз П.	2007	Определенный район общественного пространства
ЯЛ	Бен-Рафаэль Э.	2009	Общественное пространство
ЯЛ	Шохами Е., Ваксман С.	2009	То же
ЯЛ	Федорова Л. Л.	2014	То же

предупреждающую, информирующую, разъяснительную, воспитательную (просветительскую), управленческую и распространительную функции и др.» [7, с. 82]. Мы можем дополнить этот список еще некоторыми функциями, такими как призывающая, рекламная, эстетическая, психологическая и др. Функции ЯЛ — информационная, символическая, культурная, эстетическая, историческая, просветительская, социальная [8, с. 48] и др. (см. табл. 2). Можем добавить еще некоторые функции, например психологическую. Общие функции ОЗ и ЯЛ — информационная и просветительская, однако совпадают лишь названия функций, но не их содержательные характеристики. Информационная функция ОЗ связана с конкретной письменной информацией, представленной на вывесках, а информационная функция ЯЛ заключается в выражении информации о социокультурной специфике, социальном статусе языка (языков), языковом разнообразии и степени глобализации одного определенного региона [8, с. 48]. Просветительская функция ОЗ обусловлена воспитательной значимостью их содержания, положительной или отрицательной, и состоит в том, чтобы мотивировать аудиторию к изучению другого языка, представленного в границах ландшафта, помимо официального языка. Использование языков национальных меньшинств или вообще любых языков, помимо официального, может информировать аудиторию о других языках и культурах и вызвать ее интерес к ним [8, с. 49].

ОЗ и ЯЛ выполняют и иные функции с тождественными названиями, но разным содержанием. В частности, психологические функции также имеют одинаковые

Таблица 2. Функции ОЗ и ЯЛ, выделяемые разными авторами

Термин	Автор	Год	Функции
ОЗ	Дай Цзунсянь, Люй Хэфа	2005	Инструктивная, напоминающая, ограничительная и принуждающая
ОЗ	Ло Сюаньминь, Ли Туван	2006	Особая коммуникативная
ОЗ	Юэ Чжуншэн, Юй Цзэнхуань	2014	Определенная коммуникативная
ОЗ	Люй Хэфа	2017	Запретительная, предупреждающая, информирующая, разъяснительная, воспитательная, управленческая и распространительная
ЯЛ	Лэндри Р., Бурхис Р.	1997	Информативная, символическая
ЯЛ	Абрамова Е. И.	2016	Информативная, символическая, культурная, историческая, просветительская, социальная

названия и разные значения. Психологическая функция ЯЛ описывается через оценочное отношение информантов к элементам ландшафта как к (не)приятным, (не)красивым и (не)правильным и т. д. Психологическая функция ОЗ обусловлена содержанием конкретного знака и вызывает соответствующий психологический эффект.

ОЗ и ЯЛ выполняют большое количество функций. Перечисление всех их в рамках определения нарушает принцип лаконичности определения. Поскольку ОЗ ориентированы на целевую аудиторию, их функции можно обобщить в «особую коммуникативную» [3, с. 63]. ЯЛ в основном отражает значимость и статус языка (языков) посредством вывесок, он характеризуется преимущественно информационной и символической функциями, в общем, выполняет «особую функцию».

Третий признак: способ экспликации и приема информации [3, с. 64]. ОЗ и ЯЛ представлены на определенных носителях информации. В организации носителя информации выделяются два аспекта. Первый — это средства передачи информации, такие как письменность, звуки, изображения, видео и т. д. Второй аспект касается материального носителя информации: это, например, бумага, пленка, гибкий диск, компакт-диск и т. д. [3, с. 64]. Первый аспект — это способ экспликации информации. Существующие определения (см. табл. 3) фиксируют ОЗ в основном на плоских носителях [7, с. 82]. Основными экспонентами информации в этом случае являются, в терминологии разных авторов, «письменные знаки» [4, с. 66], «язык (т. е. письменные знаки), иногда с некоторыми графическими знаками» [9, с. 132], «письменные знаки и графические знаки» [5, с. 3], «письменные знаки, графические знаки или сочетание письменных и графических знаков» [10, с. 43], «письменные знаки и графические знаки или звук» [11, с. 129]. В рамках ЯЛ отмечаются следующие способы экспликации информации: «письменная форма» [12, с. 2], «тексты» [13, с. 1], «письменность» [14, с. 314], «письменный язык» [15, с. 133], «письменные знаки и графические знаки или тексты» [16, с. 70] и др.

Общими способами экспликации информации в ОЗ и в ЯЛ являются письменные знаки, тексты, графические знаки и сочетание письменных и графических

Таблица 3. Способы экспликации и приема информации в ОЗ и ЯЛ, выделяемые разными авторами

Термин	Автор	Год	Способ экспликации информации	Способ приема информации
ОЗ	Дай Цзунсянь, Люй Хэфа	2005	Письменные и графические знаки	–
ОЗ	Хэ Сюеюнь	2005	–	Визуальный
ОЗ	Ян Цюаньхун	2005	Письменные знаки, графические знаки и сочетание письменных и графических знаков	–
ОЗ	Ло Сюаньминь, Ли Туван	2006	Письменные знаки	–
ОЗ	Лун Цзянхуа	2007	Письменные знаки, графические знаки или звук	Визуальный и аудиальный
ОЗ	Пи Дэминь	2010	Письменные знаки, графические знаки или звук	Презентация (визуальный) или трансляция (аудиальный)
ОЗ	Юэ Чжуншэн, Юй Цзэнхуань	2014	Письменные и графические знаки	–
ОЗ	Люй Хэфа	2017	«Плоские» медиа	–
ЯЗ	Горгер Д.	1997	Письменная форма	–
ЯЗ	Итаги Н., Сингх С.	2002	–	Визуальный
ЯЗ	Шохами Е., Ваксман С.	2009	Письменность	–
ЯЗ	Яворски А., Турлоу К.	2010	Тексты	Визуальный
ЯЗ	Павленко А.	2010	Письменный язык	–
ЯЗ	Федорова Л. Л.	2014	Графические, письменные знаки и тексты	–

знаков. Они выражают языковую и неязыковую информацию, представляют собой преимущественно визуальные явления. Визуальная презентация ОЗ и ЯЛ осуществляется посредством печати или написания на бумаге, ткани либо другой материальной основе; резьбы по камню, дереву, стеклу и т. п.; световой проекции на какую-либо поверхность (экран, стену, землю и т. п.) и другими способами. ОЗ также могут быть созданы с помощью компьютера как элементы электронных видео- и аудиопрезентаций и т. п. Помимо собственно языковых единиц в ОЗ могут быть использованы и другие средства передачи информации, такие как изображения, звуки, цвета, жесты и др. Комбинация вербальных и невербальных средств обеспечивает эффективное выражение значений в процессе общения [17, с. 1]. Как уже было отмечено выше, ОЗ могут содержать письменные знаки, графические знаки или звуки или сочетание письменных и графических знаков. Если ОЗ выражены только письменными знаками, или только графическими знаками, или только звуком, или сочетанием письменных и графических знаков, мы имеем дело с мононосителями. Если ОЗ выражены сочетанием письменных и/или графических знаков со звуком, перед нами биносители.

Если ОЗ выражены сочетанием письменных и/или графических знаков со звуком и динамическим электронным изображением или т.п., т.е. тремя (и более) способами передачи информации, это мультиносители (аудиопоток, видеоряд и субтитры). Таким образом, информация ОЗ может быть эксплицирована посредством мононосителя, биносителя и даже мультиносителя. В основном же ОЗ представлены визуальным мононосителем [3, с. 65]. Поскольку «ландшафт» в ЯЛ является визуальным феноменом, представлен письменными знаками, текстами, а также сочетанием графических знаков и текстов, для него характерен визуальный мононоситель. Однако, подобно ОЗ, ЯЛ, хотя изначально и определяется как визуальный феномен, характеризуется возможностью расширения инструментария экспликации информации — применения аудиальных и даже обонятельных и тактильных средств.

К способам приема информации относятся зрительный (визуальный), слуховой (аудиальный) и тактильный. Способ приема информации зависит от способа ее экспликации. При определении ОЗ большинство ученых указывают только визуальный способ, лишь Лун Цзяньхуа считает, что прием информации ОЗ осуществляется «визуальными или слуховыми способами» [11, с. 129]. Помимо визуального или аудиального каналов, ОЗ могут восприниматься еще и через прикосновения в условиях общения в особой среде (например, слабовидящих) или на высокотехнологичных выставках и презентациях. Если рецепция внешней информации происходит посредством зрительных, слуховых или тактильных ощущений, это ситуация мономодальности. Мономодальность соотносится с одной знаковой системой, которая задействована в специфическом процессе восприятия. Использование двух типов ощущений формирует бимодальность. Если же для получения внешней информации используется несколько типов ощущений (зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые), это ситуация мультимодальности. В соответствии с этим дифференцируются мономодальный, бимодальный или мультимодальный способы рецепции информации ОЗ. ЯЛ, являясь «визуальным» [18] феноменом, представляется визуальными знаками.

Таким образом, в соответствии с характером экспликации и рецепции информации средства передачи информации ОЗ могут демонстрировать следующие комбинации: мононоситель — мономодальность, биноситель — бимодальность, мультиноситель — бимодальность, мультиноситель — мультимодальность. Тем не менее основным типом является мономодальный, бимодальный используется редко, мультимодальный — еще реже [3, с. 65]. ЯЛ свойственно соотношение «мононоситель — мономодальность».

### *Родовое понятие*

Семантический центр в составе понятия 公示语 *gongshiyu* ('ОЗ') — компонент 语 *yu* ('язык'). В «Словаре современного китайского языка» он имеет два значения: «языковая информация» и «неязыковая информация». У исследователей указание на родовое понятие для ОЗ или вообще отсутствует, дается лишь стилистическая характеристика (например, ОЗ — это «особый литературный стиль» [10, с. 43; 19, с. 57], «особый прикладной литературный стиль» [5, с. 3; 9, с. 132; 11, с. 129]); или является слишком абстрактным, обобщенным, не способным отразить суть понятия



(ОЗ являются «одним особым языковым феноменом» [20, с. 42]); или малопонятно и бездоказательно (ОЗ — это «средства социального управления» [21, с. 204]); или носит преувеличенный, излишнее глобализированный характер (ОЗ — это «языковая и неязыковая информация» [7, с. 82]).

Поскольку увеличивается разнообразие способов экспликации информации ОЗ, т. е. изменяется содержание видового признака ОЗ, изменяется и соответствующая родовая характеристика, определяемая видовым признаком. ОЗ больше не ограничиваются письменными или графическими знаками или их сочетанием; они могут быть представлены знаками не только мономодальными, но и бимодальными, и мультимодальными; включать как языковые знаки (единицы устной и письменной речи), так и рисунки, изображения, цвета, свет, жесты (например, жесты арбитра в спортивной игре) и другие неязыковые знаки. Следовательно, родовое понятие для ОЗ — «мономодальные, бимодальные или мультимодальные знаки» или «вербальные знаки или невербальные знаки» [3, с. 65].

Семантический центр 语言景观 *yuyan jingguan* ('ЯЛ') — 语言 *yuyan* ('язык'), сочетание 景观 *jingguan* ('ландшафт') с 语言 *yuyan* ('язык') является метафорой. Родовое понятие для ЯЛ исследователи в своих определениях или не указывают, или формулируют весьма абстрактно (например, ЯЛ — это «язык» [22, с. 25]), или уточняют лишь в каком-то аспекте (например, ЯЛ является «письменными знаками» [14, с. 314], «письменным языком» [15, с. 133], «текстом» [13, с. 1], «языковыми элементами» [23, р. 7]), или интерпретируют как «применение языка» [12, с. 1; 18, с. 9], «язык, конструирование дискурса» [13, с. 1]. Лишь определение Л. Л. Федоровой является сравнительно подробным и трактует ЯЛ как «все множество графических и письменных знаков или текстов» [16, с. 70]. Данная точка зрения в наибольшей степени соответствует тому пониманию ЯЛ, которое принято в настоящем исследовании. Однако ЯЛ также больше не ограничивается языком, а может быть представлен знаками, включающими как вербальные, так и невербальные единицы. Некоторые исследователи предложили заменить «языковой ландшафт» термином «знаковый ландшафт».

### Объем понятия

ОЗ и ЯЛ охватывают широкий спектр сфер повседневной жизни, среди которых, например, питание, одежда, жилье, покупки, развлечения, путешествия и мн. др. Речь идет о семиотических феноменах, связанных с разнообразной профессиональной деятельностью, с производством, бытом, окружающей природной и культурной средой, — дорожных знаках, рекламных щитах, вывесках магазинов, названиях организаций и учреждений, лозунгах, слоганах, кратких сведениях о туристических достопримечательностях и т. д. (см. табл. 4).

Способов экспликации информации в сфере ОЗ больше, чем в ЯЛ (визуальный, аудиальный, тактильный и только визуальный соответственно), поэтому объем ОЗ шире, чем объем ЯЛ, между ними существует отношение включения. Некоторые исследователи считают, что ЯЛ также включает в себя одежду с надписями и рисунками, лозунги на демонстрациях, рекламу на кузовах автомобилей и на упаковке продуктов, печатные издания, граффити на стенах и т. п. [15, с. 133]. Частично мы согласны с этим мнением, но считаем, что упаковки продуктов и печатные

Таблица 4. Родовое понятие и разновидности ОЗ и ЯЛ

Термин	Автор	Год	Родовое понятие	Разновидности
ОЗ	Дай Цзунсянь, Люй Хэфа	2005	Информация	–
ОЗ	Хэ Сюеюнь	2005	Особый литературный стиль	Дорожные знаки, рекламные щиты, дорожные указатели, вывески магазинов, предупреждающие знаки, агитирующие знаки, краткие сведения о туристических достопримечательностях и др.
ОЗ	Ян Цюаньхун	2005	То же	–
ОЗ	Дин Хэнци	2006	Язык	Знаки, указатели, дорожные знаки, лозунги, объявления, предупреждения и др.
ОЗ	Лун Цзяньхуа	2007	Особый прикладной литературный стиль	–
ОЗ	Се Цзяньпин	2008	Средства социального управления	–
ОЗ	Ли Юйлян, Юй Цяофэн	2008	Особый языковой феномен	–
ОЗ	Пи Дэминь	2010	Особый прикладной литературный стиль	–
ОЗ	Юэ Чжуншэн, Юй Цзэнхуань	2014	То же	–
ОЗ	Люй Хэфа	2017	Вербальная и невербальная информация	–
ЯЛ	Лэндри Р., Бурхис Р.	1997	Язык	Дорожные знаки, рекламные щиты, названия улиц и общественных знаки учреждений
ЯЛ	Гортер Д.	1997	Применение языка	Связаны с логотипами и названиями мест
ЯЛ	Итаги Н., Сингх С.	2002	То же	–
ЯЛ	Бен-Рафаэль Э.	2009	Языковой элемент	–
ЯЛ	Шохами Е., Ваксман С.	2009	Письменность	–
ЯЛ	Яворски А., Турлоу К.	2010	Язык, конструирование дискурса	–
ЯЛ	Павленко А.	2010	Письменный язык	Одежда с надписями и рисунки, лозунги на демонстрациях, реклама на кузовах автомобилей и на упаковке продуктов, печатные издания, граффити на стенах и т. п.
ЯЛ	Федорова Л. Л.	2014	Все множество графических и письменных знаков или текстов	–

издания не должны принадлежать к ЯЛ. Если мы их включаем в ЯЛ в качестве полноценных компонентов, тогда мы должны включать в него и, например, инструкции по использованию продуктов, книги, газеты, журналы, листовки, календари и т. п. В таком случае представление о ЯЛ может быть фактически бесконечно широким, принципиально выходящее за пределы сущности данного явления; объем понятия ЯЛ становится неограниченным [24].

### **Определения ОЗ и ЯЛ**

Определение — это точная и краткая информация о существенных признаках предмета, представляющая основное содержание понятия о нем. Каждое из имеющихся как в китайской, так и в зарубежной науке определений ОЗ и ЯЛ нуждается в тщательном обдумывании. В Китае ОЗ изучаются довольно активно и успешно, их интерпретация представляется более полной в сравнении с описаниями ЯЛ. Однако из-за ограничения доступа к различным объектам в разные эпохи и постоянного возникновения новых визуальных носителей информации в современном мире представления о данных явлениях неизбежно носят неполный характер. Мы вновь предлагаем определения ОЗ и ЯЛ, опираясь на уже существующие дефиниции и руководствуясь требованиями научной строгости, точности и ясности.

Общественные знаки — это лингвистическое понятие, объединяющее, с одной стороны, мономодальные, бимодальные или мультимодальные знаки, с другой стороны, вербальные и/или невербальные знаки, характеризующиеся особой коммуникативной целью и выполняющие определенные функции в общественных местах. ОЗ включают дорожные знаки, рекламные щиты, вывески магазинов, названия организаций и учреждений, лозунги, слоганы, краткие сведения о туристических достопримечательностях, инструкции по использованию продуктов и др. [3, с. 65]

Языковой ландшафт в китайском языке принадлежит к объектам социолингвистики и представляет собой комплекс визуальных знаков (вербальных и невербальных, т. е. текстов, изображений или и того и другого), выполняющих определенные функции в общественном пространстве. ЯЛ включает дорожные знаки, рекламные щиты, вывески магазинов, названия организаций и учреждений, лозунги, слоганы, краткие сведения о туристических достопримечательностях и др. [24].

### **Заключение**

Выполненный нами анализ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, использование термина «языковой ландшафт» в научных исследованиях началось позже, чем термина «общественные знаки», и встречается выражение «ЯЛ» гораздо реже. Во-вторых, ОЗ относятся к объектам лингвистики, имеют преимущественно письменную форму, выражают языковые значения; ЯЛ принадлежит к объектам социолингвистики, представлен в основном вывесками — двуязычными и многоязычными, его знаки ориентированы на отражение социальной реальности. В-третьих, в содержательном плане ОЗ представляют собой вербальные и/или невербальные знаки (визуальные, аудиальные, осязаемые), которые могут быть мономодальными, бимодальными или мультимодальными; ЯЛ также представлен вербальными и/или невербальными знаками, однако в текущем понимании

ученых он имеет только визуальную форму, является совокупностью визуальных знаков и, как и ОЗ, может быть мономодальным, бимодальным или мультимодальным. Только четко определив термины «ОЗ» и «ЯЛ» и уточнив стоящие за ними понятия, мы можем избежать их смешения и нарушения логического порядка в их использовании.

## Литература

1. 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. 第2期. 第11–19页 [Шан Говэнь. Языковой ландшафт и преподавание языков: от ресурсов к инструменту // Юйянь чжаньлюе яньцзю. 2017. № 2. С. 11–19]. (На кит. яз.)
2. 现代汉语词典 (第7版). 北京: 商务印书馆, 2016, 共1800页 [Словарь современного китайского языка. 7-е изд. Пекин: Шаньгу иньшугуань, 2016. 1800 с.]. (На кит. яз.)
3. 刘丽芬. “公示语” 定名理据及概念重识 // 中国外语. 2020. 第2期. 第59–66页 [Лю Лифэнь. Обоснование номинации «общественные знаки» и уточнение определения соответствующего понятия // Чжунго вайюй. 2020. № 2. С. 59–66]. (На кит. яз.)
4. 罗选民, 黎土旺. 关于公示语翻译的几点思考 // 中国翻译. 2006. 第4期. 第66–69页 [Ло Сюаньминь, Ли Туван. Перевод общественных знаков: некоторые наблюдения // Чжунго фаньи. 2006. № 4. С. 66–69]. (На кит. яз.)
5. 岳中生, 于增环. 公示语生态翻译论纲. 北京: 科学出版社, 2014, 共220页 [Юэ Чжуншиэн, Юй Цзэнхуань. Очерк экотерминации общественных знаков. Пекин: Кэсюэ чубаньшэ, 2014. 220 с.]. (На кит. яз.)
6. 戴宗显, 吕和发. 公示语汉英翻译研究——以2012年奥运会主办城市伦敦为例 // 中国翻译. 2005. 第6期. 第38–42页 [Дай Цзунсянь, Льюй Хэфа. Исследование по китайско-английскому переводу общественных знаков: на примере общественных знаков в Лондоне, принимавшем Олимпийские игры 2012 года // Чжунго фаньи. 2005. № 6. С. 38–42]. (На кит. яз.)
7. 吕和发. Chinglish 之火可以燎原——谈“新常态”语境下的公示语翻译研究 // 上海翻译. 2017. 第4期. 第80–87, 94页 [Льюй Хэфа. О китайско-английском переводе общественных знаков в контексте «Новой нормы» // Шанхай фаньи. 2017. № 4. С. 80–87, 94]. (На кит. яз.)
8. Abramova E. I. Linguistic Landscape as an Object of Sociolinguistics // Russian Linguistic Bulletin. 2016. Vol. 2, no. 6. P. 48–49.
9. 皮德敏. 公示语及其汉英翻译原则研究 // 外语学刊. 2010. 第2期. 第131–134页 [Пи Дэминь. Исследование по общественным знакам и принципам их китайско-английского перевода // Вайюй сюекань. 2010. № 2. С. 131–134]. (На кит. яз.)
10. 杨全红. 也谈汉英公示语的翻译 // 中国翻译. 2005. 第6期. 第43–46页 [Ян Цюаньхун. О переводе на английский язык общественных знаков на китайском языке // Чжунго фаньи. 2005. № 6. С. 43–46]. (На кит. яз.)
11. 龙江华. 国内公示语汉英翻译研究述评 // 语文学刊. 2007. 第9期. 第128–131页 [Лун Цзяньхуа. Обзор исследований по китайско-английскому переводу общественных знаков в Китае // Юйвэнь сюекань. 2007. № 9. С. 128–131]. (На кит. яз.)
12. Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism // International Journal of Multilingualism. 2006. No. 3. P. 1–6.
13. Jaworski A., Thurlow C. Semiotic Landscape: Language, Image, Space. London: Continuum, 2010. 320 p.
14. Shohamy E., Waksman S. Linguistic landscape as an ecological arena: modalities, meanings, negotiations, education // E. Shohamy, D. Gorter (eds). Linguistic Landscapes: Expanding the Scenery. New York: Routledge, 2009. P. 313–331.
15. Pavlenko A. Linguistic landscape of Kyiv, Ukraine: A diachronic study // E. Shoham, E. Ben-Rafael, M. Barni (eds). Linguistic Landscape in the city. Bristol: Multilingual Matters, 2010. P. 133–150.
16. Федорова Л. Л. Языковой ландшафт: город и толпа // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2014. Т. 13. Вып. 6: Журналистика. С. 70–80.
17. Kress G., Leeuwen T. V. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. London: Arnold, 2001. 152 p.

18. Itagi N., Singh S. Linguistic Landscaping in India with Particular Reference to New States. Mysore: Central Institute of Indian Languages and Mahatma Ghandi International Hindi University, 2002. 255 p.
19. 贺学耘. 汉英公示语翻译的现状及其交际翻译策略 // 外语与外语教学. 2006. 第3期. 第57–59页 [Хэ Сюэюнь. Перевод китайско-английских общественных знаков: нынешняя ситуация и коммуникативная стратегия перевода // Вайюй юй вайюй цзяюсюе. 2006. № 3. С. 57–59]. (На кит. яз.)
20. 李玉良, 于巧峰. 汉语标识语的英译原则 // 上海翻译. 2008. 第1期. 第42–45页 [Ли Юйлян, Юй Цяофэн. Принципы перевода китайских общественных знаков на английский язык // Шанхай фаньи. 2008. № 1. С. 42–45]. (На кит. яз.)
21. 谢建平. 功能语境与专门用途英语语篇翻译研究. 杭州: 浙江大学出版社, 2008, 共270页 [Се Цзяньпин. Функциональный контекст и перевод дискурса ESP. Ханчжоу: Чжэцзян дасюэ чубаньшэ, 2008. 270 с.]. (На кит. яз.)
22. Landry R., Bourhis R. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study // Journal of Language and Social Psychology. 1997. Vol. 16, no. 1. P. 23–29.
23. Ben-Rafael E., Shohamy E., Muhammad A., Trumper-Hecht N. Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel // International Journal of Multilingualism. 2006. Vol. 3, no. 1. P. 7–30.
24. 刘丽芬. 共时历时双轨并行 推进语言景观分析 // 中国社会科学报. 2020 [Лю Лифэнь. Анализ языкового ландшафта в синхронном и диахронном аспектах // Чжунго шэхуэй кэсюебао. 2020]. (На кит. яз.)
25. 丁衡祁. 努力完善城市公示语, 逐步确定参照性译文 // 中国翻译. 2006. 第6期. 第38–42页 [Дин Хэнци. Стремиться совершенствовать городские общественные знаки и утверждать их референтные переводы постепенно // Чжунго фаньи. 2006. № 6. С. 38–42]. (На кит. яз.)

Статья поступила в редакцию 24 июля 2022 г.,  
рекомендована к печати 30 июня 2023 г.

Контактная информация:

Лю Лифэнь — д-р филол. наук, проф.; liulifen1993@163.com

## Connotation and Denotation of 公示语 (Public Sign) and 语言景观 (Linguistic Landscape)\*

Liu Lifen

Center for Translation Studies of Guangdong University of Foreign Studies,  
2, pr. North Baiyun, Guangzhou, 510420, China

Center For Russian Language, Literature and Culture Studies of Heilongjiang University,  
74, Xuefu road, Harbin, 150080 China

**For citation:** Liu Lifen. Connotation and Denotation of 公示语 (Public Sign) and 语言景观 (Linguistic Landscape). *Vestnik of Saint Petersburg University. Asian and African Studies*, 2023, vol. 15, issue 3, pp. 588–602. <https://doi.org/10.21638/spbu13.2023.309> (In Russian)

Terminology is the crystallization of human scientific knowledge in language, and its standardization directly affects the development of a discipline. The correct and standardized use of terminology plays an important role for a discipline. The four basic features of a term are professionalism, scientificity, monosemy and systematicness. The form and content of a term must correspond to each other, that is, a term only represents one concept (monosemy); a concept has only one reference (single name). The practical significance of this study embodies Chinese scholars' interest in the study of public signs and linguistic landscape because

---

\* The article was made with the financial support of the grant of the Scientific Social Fund of the People's Republic of China no. 22BYY195 in 2022.

these two terms are similar, overlapped and confused. Therefore, it is necessary to distinguish between these two terms and their concepts. This paper analyzes the conceptual similarities and differences between public signs and the linguistic landscape from many angles. These two concepts are similar in content, but not identical. The purpose of this study is to clarify the vague understanding of public signs and language landscape in academic circles, standardize the use of academic terms, and provide correct definitions for the compilation of terminology dictionaries.

*Keywords:* gongshiyu, yuyan jingguan, public sign, linguistic landscape, semiotics, linguistics, sociolinguistics, terminology.

## References

1. Shang Guowen. Linguistic landscape and language teaching: from resource to tool. *Yuyan zhanlüe yanjiu*, 2017, no. 2, pp. 11–19. (In Chinese)
2. *Dictionary of Modern Chinese*, 7<sup>th</sup> ed. Beijing, Shangwu yinshuguan Publ., 2016. 1800 p. (In Chinese)
3. Liu Lifen. Signs: Justifying its Name and Re-defining the concept. *Zhongguo waiyu*, 2020, no. 2, pp. 59–66. (In Chinese)
4. Luo Xuanmin, Li Tuwang. Translating public signs: some observations. *Zhongguo fanyi*, 2006, no. 4, pp. 66–69. (In Chinese)
5. Yue Zhongsheng, Yu Zenghuan. *An Outline of Eco-translation of Public Signs*. Beijing, Kexue chubanshe Publ., 2014. 220 p. (In Chinese)
6. Dai Zongxian, Lü Hefa. Research on the Translation of Public Signs from Chinese to English: A Case Study of London, the Host City of the 2012 Olympic Games *Zhongguo fanyi*, 2005, no. 6, pp. 38–42. (In Chinese)
7. Lü Hefa. Remarks on Chinese-English Sign Translation in the “New Normal” Context. *Shanghai fanyi*, 2017, no. 4, pp. 80–87, 94. (In Chinese)
8. Abramova E. I. Linguistic Landscape as an Object of Sociolinguistics. *Russian Linguistic Bulletin*, 2016, vol. 2, no. 6, pp. 48–49.
9. Pi Demin. On public sign and the translation principles. *Waiyu xuekan*, 2010, no. 2, pp. 131–134. (In Chinese)
10. Yang Quanhong. On English translation of public signs in Chinese. *Zhongguo fanyi*, 2005, no. 6, pp. 43–46. (In Chinese)
11. Long Jianghua. A review of studies on Chinese-English translation of public signs in China. *Yuwen xuekan*, 2007, no. 9, pp. 128–131. (In Chinese)
12. Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism. *International Journal of Multilingualism*, 2006, no. 3, pp. 1–6.
13. Jaworski A., Thurlow C. *Semiotic Landscape: Language, Image, Space*. London, Continuum, 2010. 320 p.
14. Shohamy E., Waksman S. Linguistic landscape as an ecological arena: modalities, meanings, negotiations, education. In: E. Shohamy, D. Gorter (eds). *Linguistic Landscapes: Expanding the Scenery*. New York, Routledge, 2009, pp. 313–331.
15. Pavlenko A. Linguistic landscape of Kyiv, Ukraine: A diachronic study. In: E. Shoham, E. Ben-Rafael, M. Barni (eds). *Linguistic Landscape in the city*. Bristol, Multilingual Matters, 2010, pp. 133–150.
16. Fedorova L. L. The linguistic landscape: the city and the crowd. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istorii, filologiya*, 2014, vol. 13, issue 6: Journalism, pp. 70–80. (In Russian)
17. Kress G., Leeuwen T. V. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London, Arnold, 2001. 152 p.
18. Itagi N., Singh S. *Linguistic Landscaping in India with Particular Reference to New States*. Mysore, Central Institute of Indian Languages and Mahatma Gandhi International Hindi University, 2002. 255 p.
19. He Xueyun. Chinese-English public signs translation: present situations and communicative translation strategy. *Waiyu yu waiyu jiaoxue*, 2006, no. 3, pp. 57–59. (In Chinese)
20. Li Yuliang, Yu Qiaofeng. Principles of English translation of Chinese public signs. *Shanghai fanyi*, 2008, no. 1, pp. 42–45. (In Chinese)

21. Xie Jianping. *Functional Context and ESP Discourse Translation*. Hangzhou, Zhejiang daxue chubanshe, 2008. 270 p. (In Chinese)
22. Landry R., Bourhis R. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 1997, vol. 16, no. 1, pp. 23–29.
23. Ben-Rafael E., Shohamy E., Muhammad A., Trumper-Hecht N. Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, 2006, vol. 3, no. 1, pp. 7–30.
24. Liu Lifan. Analyzing Linguistic Landscape from Synchronic and Longitudinal Perspectives. *Zhongguo shehui kexuebao*, 2020. (In Chinese)
25. Ding Hengqi. Strive to perfect the urban public notices and signs, Confirm their referential translations gradually. *Zhongguo fanyi*, 2006, no. 6, pp. 63–67. (In Chinese)

Received: July 24, 2022

Accepted: June 30, 2023

Author's information:

Liu Lifan — Dr. Sci. in Philology, Professor; liulifen1993@163.com