

СОЦІОЛІНГВІСТИЧНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕРМІНА «МОВНИЙ ЛАНДШАФТ»

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Випуск 23.
УДК 81'272(477)

Белей Л. Соціолінгвістичне висвітлення терміна «мовний ландшафт»; 9 с.; кількість бібліографічних джерел – 43; мова українська.

Анотація. Стаття присвячена історії вивчення мовного ландшафту та різним концептуальним підходам до його інтерпретації. Аналізуються екстралінгвальні фактори впливу та функції мовного ландшафту. У статті коротко зреферовано найголовніші здобутки вивчення мовного ландшафту у світовій соціолінгвістиці.

Ключові слова: соціолінгвістика, мовний ландшафт, глобалізація, соціум, мовна спільнота.

Summary: The article is dedicated to the history of linguistic landscape theory and various conceptual interpretations of it. Extralinguistic factors and functions of linguistic landscape are being analyzed. The article summarizes the main issues of sociolinguistic explorations of the notion linguistic landscape.

Key words: sociolinguistics, linguistic landscape, globalization, society, linguistic community.

Соціолінгвістиці як галузі мовознавства властива чи не найширша екстралінгвальна перспектива. До сфери її вивчення належать особливості дистрибуції соціолектів, а також мовна політика, мовне планування тощо. Соціолінгвістика розглядає явище мови з перспективи соціуму, а повноцінне функціонування будь-якого соціуму досягається тільки завдяки використанню мови. За допомогою вживання письмового та усного модусів мови функціонують усі соціальні механізми. Під письмовим модусом не слід розуміти тільки книжки, манускрипти та рукописи.

Тексти оточують мовця на кожному кроці у вигляді реклами, дороговказів, етикеток чи навіть графіті. У всіх сферах соціального життя мовець так чи інакше зустрічається з текстами. Саме цей аспект текстуального вжитку мови ліг у основу теорії мовного ландшафту. Однією з перших спроб дослідження мовного ландшафту можна вважати працю Розенбаума та ін. [32], в якій автори проаналізували письмові знаки на вулиці Керен Кеймет в Єрусалимі. Однак їх дослідження зводилися тільки до встановлення співвідношення латинських та гебрайських текстів на знаках.

За класичних основоположників цієї галузі соціолінгвістики вважають Р.Ландрі та Р.Бурі [25]. У своїй часто цитованій статті вони визначили мовний ландшафт так: «Мовний ландшафт стосується видимості мов у публічних і комерційних знаках на певній території чи у певному регіоні». Йдеться про «мову дорожніх транспарантів, рекламних білбордів, назв вулиць, топонімів, вивісок магазинів, знаків на урядових будівлях тощо» [25, с.25].

Сам термін «мовний ландшафт» – не новий у соціолінгвістиці. У дослідженнях зустрічаються також дещо інші семантичні навантаження цього терміна, наприклад:

- мовний ландшафт як перелік мов, які жи-

ваються у цій країні. Наприклад, у дослідженні Л.Скірігі та М.Вассалло «Мальта: мовний ландшафт» [36] досліджується мовний вжиток мов у Мальті без обмеження до письмового модусу;

- мовний ландшафт як ареал, що включає територією декількох країн з різними мовами спілкування у праці «Мовні ландшафти Балтії» [22]; автор прийняв трактування терміну таке ж, як і у праці Л.Скірігі та М.Вассалло, але розширив межі поняття на декілька країн;

- мовний ландшафт як діалектний континуум одної мови, наприклад, у праці «Національна карта регіональних діалектів англійської мови» [23]; автор зводить термін «мовний ландшафт» до однієї мови і вивчає не так письмову, як усну форму мовного вжитку;

- мовний ландшафт як державне маркування топонімів, у праці «Мовний ландшафт Шотландії» [19]; автор вивчає тільки письмовий модус мовного вжитку, але зважає розміри мовного ландшафту тільки до жанру державного маркування топонімів.

Д.Гортер зазначає, що термін мовний ландшафт можна вважати синонімічним або близьким до таких понять: мовний ринок, мовна мозаїка, екологія мови, мовна різноманітність та мовна ситуація [12, р.78].

Д.Гортер і Д.Ценоз, приймаючи визначення Р.Ландрі та Р.Бурі, визначають мовний ландшафт як «Письмове вживання мови (мов) у громадських місцях; вираження мови (мов) на визначеній території. Вони також пропонують альтернативний термін «мультилінгвальний міський ландшафт» («*multilingual cityscape*»)» [12, с. 70].

В українському мовознавстві термін мовний ландшафт не має, як правило, свого усталеного термінологічного значення і вживається метафорично для окреслення різноманітних мовних явищ на

певній території. До прикладу, проблематика круглого столу «Мовний ландшафт України» від 18 червня 2009 р. торкалася проблематики функціонування мовних спільнот України. У реєстрі енциклопедії «Українська мова» термін «мовний ландшафт» – відсутній.

Р.Ландрі та Р.Бурі визначають дві функції мовного ландшафту: інформаційну та символічну. За концепцією дослідників, базова функція мовного ландшафту – інформаційна: «служити маркером географічної території населеної (або населеної раніше) певною мовною спільнотою» [25, с. 26]. Тобто нести певну інформацію про мовну спільноту. Окрім цього, за Р. Ландрі та Р. Бурі, мовний ландшафт може сигналізувати соціолінгвальний склад мовних груп, тобто засвідчувати їхню моно-, бі- та мультілінгвальність. А отже, мовний ландшафт також вказує на домінантність мовних груп. Символічна функція мовного ландшафту найсильніше виражається у тих випадках, коли мова слугує найважливішим виразником етнічної ідентичності. За Р.Ландрі та Р.Бурі, «відсутність мови якоїсь мовної групи у мовному ландшафті може призвести до того, що члени цієї групи почнуть слабше оцінювати силу своєї мовної спільноти і можуть втратити бажання передавати свою мову наступним генераціям та виділятися в окрему мовну групу» [25, с. 29].

Д.Гікс виділяє також міфологічну та фольклорну функції мовного ландшафту [19]. За словами дослідника, ці функції важливі для тих мовних спільнот, які зберегли свою релігію та звичаї. Ці два аспекти виражаються у компонентах елементів мовного ландшафту. Наприклад, вівіска *бар «Перун»* несе міфологічну функцію, а вівіска *ресторан «Коляда»* виразно вказує на фольклорні звичаї. На нашу думку, функції, виділені Д.Гіксом, можна віднести до символічної функції.

Услід за Р.Ландрі та Р.Бурі, ми виділяємо дві головні функції мовного ландшафту – інформаційну та символічну, які мають різні вияви. Так, інформаційна функція має такі вияви:

- 1) маркувальний (маркування певної території: дороговкази, топоніми тощо);
- 2) ергонімний (повідомлення мовців про свою діяльність: оголошення, реклама, фірмоніми, бренди);
- 3) меморативний (увіковічення певних особистостей та подій: епітафії, пам'ятники);
- 4) самовиражальний (засвідчення присутності мовця на певному просторі: стріт-арт, особливо теги).

Для символічної функції притаманні такі вияви:

- 1) ідентичності (вираження особливостей ідентичності мовної спільноти);
- 2) історичний (засвідчення історії території, на якій знаходиться мовна спільнота);
- 3) глобалізаційний (вираження впливу глобалізації на мовну спільноту);
- 4) регіоналізаційний або фольклорний;
- 5) міфологічний або релігійний.

Окремі вияви інформаційної функції можуть поєднуватися із певними виявами символічної функції. Наприклад, інформаційна функція вівіски магазину «*Cесе май томо*» (м.Виноградів Закарпатської області) має ергонімний вияв, що поєднується із виявами ідентичності та регіоналізаційності символічної функції.

Д.Гортер та Д.Ценоз наголошують на двох векторах мовного ландшафту: «З одного боку, мовний ландшафт відображає відносний статус різних мов у певному соціолінгвістичному контексті. З іншого ж боку, мовний ландшафт спричиняється до утворення соціолінгвістичного контексту, оскільки на мовців впливає візуальна інформація. Мова, якою написані знаки, може вплинути на сприйняття статусу різних мов, а також на мовну поведінку» [12, с. 68]. Тобто мовний ландшафт одночасно відображає і формує особливості мовної спільноти.

За словами Д.Гортера, «вивчати мовний ландшафт - означає вивчати культурну спадщину. Мови – це частина культурної спадщини; достатній розвиток мовної різноманітності – це, без сумніву, важливий аспект спадщини» [12, с.83].

Для мовного ландшафту не характерна нейтральність. Так чи інакше він виражає певні преференції. За К.Торкінгтон [39], «не важливо наскільки «ідеологічно невинними» можуть видаватися знаки (та соціальні практики, частиною яких вони є), вони можуть насправді бути потужними інструментами у (ре)продукції соціального контексту, у якому вони формують частину ландшафту». За словами Р.Сколон та С.Сколон [35], усі семіотичні системи функціонують як системи соціального позиціонування та владних відношень як на рівні міжособистісних відносин, так і на рівні конфліктів та гегемонії серед соціальних груп будь-якого суспільства, оскільки це – системи вибору, а вибір не буває нейтральним у соціальному контексті (2003:7).

«Коли ми прибуваємо у нову країну, дороговкази, реклама та біл-борди – це часто наш перший контакт з місцевою мовою» [29, с. 247]. Для прикладу, на словацько-українському кордоні перший напис, який можна побачити на в'їзді на українську територію – це «Україна/Ukraine» Далі йдуть англо- та україномовні правила розмитнення, а вже на перших метрах української території можна побачити вівіски магазинів та білборди українською мовою. За словами Е.Шогами, якщо країна мультілінгвальна, кожен приклад вибору мови та її представлення на публічних знаках виражає символічне значення легітимності, домінантності та відповідності мов та спільнот, які вони репрезентують [37].

Для висвітлення гегемонії у межах мовної спільноти Е.Бен-Рафаель [6] звернувся до теорії «символічної влади» П.Бурдьє [9], за якою існує так званий символічний капітал (престиж, честь, увага) – головне джерело влади. Символічний капітал – це будь-який вид капіталу, який сприймається крізь соціальні схеми. Коли власник символічного капіталу використовує його, це відразу відображається на тому, у кого капітал менший. Символічний капітал

можна застосувати для символічного насильства. У випадку мовного ландшафту термін символічного насильства досить влучно виражає домінуючість однієї мовної групи над іншою у рамках спільноти. Мова, за Бурдье, – це також інструмент влади.

Ще одним соціологічним виміром мовного ландшафту можна вважати бажання самопрезентації. Е. Гоффман називає бажання самопрезентації «рушієм соціальних дій» [14; 15]. Однак ступінь бажання самопрезентації буває різним – текстам на державних установах притаманне мінімальне бажання самопрезентації (вони найбільш знеособлені та загальні), а стріт-артові, попри його анонімність, навпаки – дуже високе (до цієї практики вдаються індивіди з гіпертрофованим бажанням засвідчити свою присутність, тобто самопрезентуватися). Крім того, Е. Бен-Рафаель et al зазначають, що з перспективи самопрезентації мовні спільноти намагаються ефективно засвідчити свою присутність на спільному мовному ландшафті [6].

Мовний ландшафт, особливо його ергонічний сектор, нерідко піддається впливам економічних факторів. Носії мов, будучи також учасниками ринку, природно виражають свої мовні переваги, що автоматично відображається на функціонуванні ринку. Грін та Ваїллаконт [17] висвітлили цей аспект у своїй праці «Економіка багатомовності: огляд та аналітична структура». Дослідники зробили огляд праць які розглядають мовні процеси крізь призму економіки. Цю тему також досліджували А. Бретон [10], Б. Чізвік [13], Д. Ламбертон [24].

З економікою прямо пов'язані глобалізаційні процеси. Тему глобалізації у сфері мовного ландшафту досліджували П. Бакгауз [3; 4], Т. Гойбнер [20], Ф. Галт [21], Ланза та Вольдемаріам [26], І. Піллер [30; 31]. Усі дослідники одностайно погоджуються, що глобалізація нав'язує саме англійську мову всім мовним спільнотам. Цю тему також порушували Д. Гріффіні [16], Л. МакГрегор [28], Т. МакАртур [27] та М. Шлік [34]. Дослідники погоджуються, що однією з причин нав'язування англійської мови є те, що вона – *lingua franca* туристів. Окрім того, П. Бакгауз [4] та Т. Гойбнер [20] інтерпретують англійську мову як носія символічного статусу престижу, а Д. Гріффіні [16] – як глобальну мову молоді. М. Геллер [18] називає глобалізацію мовного ландшафту «макдональдизацією».

Р. Ландрі та Р. Бурі [25] пов'язують поняття мовного ландшафту з мовною різноманітністю та мовним плануванням крізь призму «етнолінгвальної живучості». Ф. Галт розглядає мовний ландшафт крізь призму етнолінгвістики [21]. Т. Гойбнер [20] та І. Піллер [30] – через мовні контакти та мовні зміни. У сфері семіотики Р. Сколлон та С. Сколлон [35] дослідили спосіб, у який мовно-просторові механізми передають значення.

Мовний ландшафт, як правило, досліджують у мультілінгвальних мовних спільнотах. Наприклад, на матеріалі Брюсселя – [40; 41]; Квебека [25]; Ізраїлю – [6]; Країни Басків [12]; Шотландії [19] і т. д.

Щодо пострадянського мовного ландшаф-

ту, то він залишається сьогодні ще маловивченим. З'явилось тільки декілька досліджень. А. Браун [11] досліджував мовне планування у Білорусі крізь призму письмового дискурсу в публічних місцях. Ф. Сахіхова та М. Абаді [33] описали тенденції виконання вивісок магазинів у Баку; М. Слобода [38] зробив компаративний аналіз посткомуністичних мовних ландшафтів Білорусі, Чехії та Словаччини. А. Юрчак [42] досліджував особливості постприватизаційного мовного ландшафту у пострадянських державах. А. Заборська описала мовний ландшафт Естонії (його естонську, російську, англійську та фінську складові) [43]. Б. Беннетт займався мовним ландшафтом Росії [5].

Якщо ж звзяти поле досліджень до України, то її етно-лінгвальний склад та історико-культурні обставини спричинилися до формування специфічного мовного ландшафту. З етнічної перспективи Україна має місця компактного проживання мовних меншин, зокрема на Закарпатті, Буковині, Одещині та в Криму. З історичного погляду в Україні активно проходять глобалізаційні та постколоніальні процеси, білінгвізм поширений на всій території. Проте мовний ландшафт України донині залишається поза увагою мовознавців. Лише побіжно проблеми мовного ландшафту порушує Л. Біланюк [7; 8]. А єдиним спеціальним дослідженням мовного ландшафту України є стаття Анети Павленко [29] «Мовні ландшафти України: вчора, сьогодні, завтра». Це дослідження не висвітлило всіх питань мовного ландшафту в Україні, авторка тільки окреслила певні напрямки досліджень.

Серед немовознавчих досліджень мовного ландшафту можна назвати альбом «Anno Domini: латинські написи Львова». У цій праці зібрані та проаналізовані старі латиномовні написи Львова, які, як правило, складали частину архітектурних форм, найчастіше сакральних споруд.

Спеціалізовані дослідження мовного ландшафту Закарпаття не проводилися. Певні аспекти цієї теми порушувалися у дослідженні «Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття» [1]. Дослідник вивчав закарпатський ергонімікон, однак аналіз спирається більше на державний реєстр, ніж на зовнішнє текстове вираження ергонімікону. О. Галай проаналізувала українську урбанонімію Закарпаття, однак тут, знову ж таки, досліджувались офіційні урбаноніми, а не їхня реалізація на рівні мовного ландшафту [2].

У дослідженнях на тему мовного ландшафту є декілька суперечливих питань, які викликали дискусію серед соціолінгвістів. Наприклад, визначення меж мовного ландшафту, класифікація елементів мовного ландшафту тощо.

Як бачимо, об'єктом сучасних соціолінгвістичних студій все частіше стає мовний ландшафт. Судячи із проведених досліджень, особливий інтерес для вивчення мовного ландшафту складають мовно диверсифіковані регіони. Системне вивчення мовного ландшафту, окрім очевидного теоретичного значення, може відігравати важливу роль при виробленні ефективного мовної політики.

Література

1. Белей О. Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття / О.Белей.-Ужгород, 1999.-112 с.
2. Галай О. Українська урбанонімія Закарпаття в XX – XXI ст.: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01 «українська мова» / Оксана Богданівна Галай.-Ужгород, 2008.-210 с.
3. Backhaus P. Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape / D. Gorter //Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism. Clevedon: Multilingual Matters,2006.-P.52-67.
4. Backhaus P. Linguistic Landscapes – A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo./ P. Backhaus.- Clevedon:Multilingual Matters, 2007. – 158 p.
5. Bennett B. Abecedarian ideologies:The old orthography in the new Russia»./P. Benett// The seventeenth Sociolinguistics Symposium.-Amsterdam:Amsterpress,2008. –P.45-58.
6. Ben Rafael E., Shohamy E., Hasan M., Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel/E. Ben Rafael //International Journal of Multilingualism Vol. 3, No. 1, 2006.- P.32-64.
7. Bilaniuk L. Contested tongues: Language politics and cultural correction in Ukraine./L.Bilaniuk Ithaca: Cornell University Press, 2005. – 256 p.
8. Bilaniuk L., Melnyk S. A tense and shifting balance: Bilingualism and education in Ukraine»./ L.Bilaniuk // International journal of bilingual education and bilingualism №11(3–4), 2008. –P.340-372.
9. Bourdieu P. La distinction: Critique sociale du jugement./P. Bourdieu Paris: Les Editions de Minuit, 1983. -672p.
10. Breton, A. Exploring the Economics of Language./ A. Breton Ottawa: Official Languages Support Program, Canadian Heritage, 2000.-112 p.
11. Brown, N. Status language planning in Belarus: An examination of written discourse in public spaces»./ N.Brown //Language Policy №6,2006.-P.281–301.
12. Cenoz, J., D. Groter. Linguistic landscapes and minority languages./Gorter D.// Linguistic landscape: A new approach to multilingualism. Clevedon:Multilingual Matters 2006.- P.67–80.
13. Chiswick B., Miller P. The Economics of Language: International Analyses/ B.Chiswick. Routledge, 2007. 598p.
14. Goffman E. Behavior in Public Places/E. Goffman. New York: Free Press, 1963. – 254 p.
15. Goffman E. Forms of Talk. /E. Goffman. New York: Free Press, 1981. – 344 p.
16. Griffin J.L. The presence of written English on the streets of Rome/J.Greiffin.// English Today №20 (2),2004.- P.37-46.
17. Grin F., Vaillancourt F. The economics of multilingualism: Overview and analytical framework./F. Grin //Annual review of applied linguistics 1997. -P. 43–65.
18. Heller M. Globalization, the new economy and the commodification of language./M. Heller// Journal of Sociolinguistics №7 (4),2003.- P.473-492.
19. Hicks D. Scotland’s linguistic landscape: the lack of policy and planning with Scotland’s place-names and signage./D/ Hicks//hicksseminar.html
20. Huebner T. Bangkok’s Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change./D.Gorter// Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism. Clevedon: Multilingual Matters 2006. – P.44-65.
21. Hult F. Language ecology and linguistic landscape analysis»./E. Shohamy // Linguistic landscape: Expanding the scenery. London: Routledge,2009. -P. 88–104.
22. Kreslins J. Linguistic landscapes in the Baltic./J.Kreslins// Scandinavian Journal of History 28(3-4),2003.- P.165-174.
23. Labov W., Ash S., Boberg C. A National Map of The Regional Dialects of American English. www.ling.upenn.edu/phono_atlas/NationalMap/NationalMap.html.
24. Lamberton, D. The Economics of Language./D. Lamberton Cheltenham: E. Elgar Pub. 2003. –234p.
25. Landry R., Bourhis R. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study»./R. Landry//Journal of Language and Social Psychology, 16, No.1,1997. -P. 23-49.
26. Lanza E., Woldemariam H. Language ideology and linguistic landscape: Language policy and globalization in a regional capital of Ethiopia./E.Shohamy Linguistic landscape: Expanding the scenery. London: Routledge,2009. P.189–205.
27. McArthur T. Interanto: The global language of signs»./T.McArthur//English Today №16 (1),2000. -P. 33-43.
28. McGregor, L. The language of shop signs in Tokyo./G. McGregor// English Today №19 (1),2003. -P. 18–23.
29. Pavlenko A. Language Conflict in Post-Soviet Linguistic Landscapes./A.Pavlenko //Journal of Slavic Linguistics 17(1–2): 247–274, 2009. – P.125-156

30. Piller I. Identity constructions in multilingual advertising./I. Piller //Language in society №30? 2001. – P.153–86.
31. Piller I. Advertising as a site of language contact»./I/ Piller//Annual review of applied linguistics №23:2003. – P. 170–83.
32. Rosenbaum Y., Nadel E., et al. English on Keren Kayemet Street./J.A. Fishman et al.// The Spread of English. Rowley: Newbury House,1977. -P. 179-196.
33. Sadikhova F., Abadi M. Where's the Azeri? Trends among store signs in Baku./F. Sadikhova http://azer.com/aiweb/categories/magazine/81_folder/81_articles/81_storenames.html.
34. Schlick M. The English of shop signs in Europe./M. Schlick// English Today №19 (1),2003. -P.3-17.
35. Scollon R., Scollon S. Discourses in Place: Language in the Material World./R. Scollon London: Routledge, 2003. – 258 p.
36. Sciriha L., Vassallo M. Malta: A Linguistic Landscape./ L. Siriha Malta: University ofMalta, 2001. – 251 p.
37. Shohamy E. Language policy: Hidden agendas and new approaches./E. Shohamy New York: Routledge, 2006. -185 p.
38. Sloboda M. State ideology and linguistic landscape: A comparative analysis of (post) communistBelarus, Czech Republic, and Slovakia./E. Shohamy // Linguistic landscape: Expanding the scenery. New York: Routledge,2009. – P. 173–88.
39. Torkington K Exploring the linguistic landscape: the case of the 'GoldenTriangle' in the Algarve/ S. Disney// Portugal Papers from the Lancaster University Postgraduate Conference in Linguistics & Language Teaching, -Vol. 3. 2009. -P. 34-45.
40. Tulp S.M. Reklame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel./ S. Tulp//Taal en sociale integratie №1, 1978 -P.261-288.
41. Wenzel, V. Reclame en tweetaligheid in Brussel./ V. Wenzel// Vrije Universiteit Brussel Brussels: Vrije Universiteit, 2006. -P. 45-74.
42. Yurchak A. Privatize your name: Symbolic work in a post Soviet linguistic market./A. Yurchak// Journal of sociolinguistics № 4(3), 2004. -P.406–34.
43. Zabrodskaia A. Linguistic landscape in post-Soviet Estonia: Linguamosaic of Russian, Estonian, English, and Finnish./A. Zaborskaja // Linguistic Landscapes workshop. Siena, 2009. – P.33-65

Белей Лесь Любомирович – аспірант Інституту мовознавства імені О. Потебні НАН України.