DOI: 10.48647/ICCA.2026.96.15.035

Е.Н. Емельченкова
Санкт-Петербургский государственный университет

Феномен метро Пекина в социально-семиотическом измерении

Аннотация. В работе рассматривается языковой и культурный ландшафт Пекинского метрополитена как особого типа публичного пространства. Анализируются информативные, идеологические и культурно-символические элементы в контексте языковой политики КНР. Исследование основано на мультимодальном подходе и эмпирических данных полевых наблюдений, что позволяет проследить взаимодействие вербальных и невербальных средств в навигационных, сервисных и рекламных текстах. Делается вывод о том, что семиотический ландшафт столичного метро в Китае выполняет не только коммуникативную функцию, но и участвует в формировании культурной идентичности пассажиров.

Ключевые слова: метро Пекина; культурная идентичность; китайская культура; языковая политика КНР.

Elena N. Emelchenkova
Saint Petersburg State University

A case study of Beijing subway signage: a social-semiotic approach

Abstract. This paper examines the linguistic and cultural landscape of the Beijing subway as a specific type of public space. It analyzes informational, ideological, and cultural-symbolic signs within the broader context of language policy in the People's Republic of China. The study adopts a multimodal approach and draws on empirical data obtained through field observation, enabling an analysis of the interaction between verbal and non-verbal resources in navigational, service, and advertising texts. The findings demonstrate that the linguistic landscape of the capital's subway system not only facilitates passenger communication but also contributes to the construction of their cultural identity.

Keywords: Beijing Subway; identity construction; Chinese culture; Language Policy in China.

Доклад посвящен анализу социально-семиотического ландшафта метрополитена Пекина (КНР) в контексте современных языковых и культурных установок китайских властей. Автор, вдохновившись идеей [Backhaus, 2007] с учетом [Han, Shang 2024], ставит своей целью внести некоторый вклад в развитие исследований китайской культуры, используя преимущества и продуктивность мультимодального подхода к анали-

зу языка и семиотики публичного транспорта в мегаполисе, тем самым подтверждая его значимость для изучения языковой политики, культурной идентичности и топонимики современного Китая. Подземка в любом современном мегаполисе рассматривается как значимое публичное пространство, в котором текст призван выполнять не только информативную, но и идеологическую, пропагандистскую и культурно-символическую функции. Теоретической основой исследования служит уже ставшая классической концепция языкового ландшафта, восходящая к работе [Landry, Bourhis 1997], в ее расширенном, мультимодальном понимании. Современный культурный ландшафт Китая невозможно адекватно охарактеризовать в рамках исключительно вербального анализа: наряду с идеографическим типом письменности, которая представляется значительно более емкой, чем любой алфавитный язык, в процесс семиотического конструирования пространства вовлечены графические элементы, цветовые решения, иконические знаки, композиция и визуальные метафоры. Именно мультимодальный подход позволяет выявить скрытые механизмы репрезентации культурной идентичности, исторической памяти и языковой политики в стране.

Эмпирической базой исследования послужили фотоматериалы пекинского метро. Внутри этого массива можно выделить три функционально-семиотических типа первоисточников: навигационные указатели, сервисные сообщения и рекламные тексты. Анализ показал, что навигационный ландшафт столичной подземки характеризуется высокой степенью стандартизации и визуальной иконичности: цветовое кодирование линий, стрелки, пиктограммы и двуязычные надписи (китайский + английский, китайский + пиньинь) обеспечивают быстроту декодирования информации в условиях высокой плотности пассажиропотока. Сервисные тексты ориентированы на нормативность и максимальную вежливость, демонстрируют доминирование наддиалектного стандарта — путунхуа при вспомогательной роли английского языка и активно поддерживаются невербальными символами. Рекламный сегмент отличается максимальной мультимодальностью и креативностью: здесь язык взаимодействует с изображением, типографикой, цветовыми решениями и риторическими фигурами, а в ряде случаев — с видеорядом и нарративом.

Здесь четко видно стремление властей к однозначности культурно-идеологического измерения социально-семиотического ландшафта метро Пекина. Использование культурно значимых образов, классических цветовых решений и других атрибутов традиционного и современного Китая выступает средством конструирования культурной преемственности и укрепления национальной идентичности в повседневном городском пространстве: метро сегодня не только важнейшая составляющая транспортной сети мегаполиса, но и его символическая, культурно-трансляционная

инфраструктура. В докладе затрагиваются и проблемные зоны семиотического ландшафта столицы многоязычной и поликультурной страны: ограниченное присутствие иноязычных кодов, кроме английского языка, ряд подмеченных языковых казусов.

Библиографический список

Backhaus P. Linguistic landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo. Multilingual Matters, Clevedon, 2007. vii + 158 pp.

Han Yanmei, Shang Guowen. The Linguistic Landscape in China: Commodification, Image Construction, Contestations and Negotiations. Springer Singapore, 2024. XIII +183 pp.

Landry R., Bourhis R.Y. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. Journal of Language and Social Psychology, 1997, 16(1), 23—49.