

# ВИДИМО-НЕВИДИМО: МИГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ЯЗЫКОВОГО ЛАНДШАФТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

**Влада Баранова, Капитолина Федорова**

*Влада Баранова, департамент социологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург); Институт лингвистических исследований РАН. Адрес для переписки: НИУ ВШЭ, ул. Седова, 55, корп. 2, Санкт-Петербург, 192148, Россия. vbaranova@hse.ru.*

*Капитолина Федорова, отделение русского языка, Университет иностранных языков Хангук (Сеул, Южная Корея). Адрес для переписки: Hankuk University of Foreign Studies, Global Campus, 81, Oedae-ro, Mohyeon-eup, Cheoin-gu, Yongin-si, Gyeonggi-do, 17035, Republic of Korea. fedorova@eu.spb.ru.*

*Авторы выражают благодарность за поддержку и предоставление доступа к программному обеспечению LinguaSnapp проекту Multilingual Manchester, всей его исследовательской команде и лично Ярону Матрасу. Институциональная и техническая поддержка проекта LinguaSnapp St. Petersburg предоставлена Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург). Также благодарим всех анонимных пользователей мобильного приложения LinguaSnapp St. Petersburg.*

Трансформации, связанные с более массовой по сравнению с советским периодом миграцией в российские города носителей различных языков, зачастую не в полной мере владеющих языком большинства, осознаются обществом с временным запозданием. Отношение к существующему де-факто многоязычию в российском городе во многом определяется с позиций одноязычной идеологии, когда в качестве нормы предписывается коммуникация только на русском языке. Наглядным проявлением неравенства является отражение родных языков людей, живущих в городе, в языковом ландшафте – то есть в объявлениях и формальных и неформальных вывесках. В языковом ландшафте Санкт-Петербурга практически не представлены языки трудовых мигрантов, редкие исключения – объявления и вывески на китайском (не ориентированные на официальных китайских туристов) и на узбекском языках – как правило, располагаются в максимально скрытых и непубличных пространствах. В то же время постепенно ситуация меняется, и формируются отдельные практики, предполагающие совместные действия жителей и взаимодействие горожан и трудовых мигрантов. Задача данной статьи – показать, в каких ситуациях мигранты и многоязычие становятся видимыми для принимающего сообщества, с акцентом не на ситуациях исключения языков мигрантов из языкового ландшафта, а на складывающихся практиках взаимодействия и языковых контактах в опреде-

ленных типах городской среды. Материалом исследования послужили прежде всего визуальные данные языкового ландшафта (вывески, неофициальные объявления и пр.), а также интервью с трудовыми мигрантами и фокус-группы с представителями принимающего сообщества о многоязычной коммуникации, повседневных лингвистических практиках и публичной репрезентации языков в городском пространстве. Анализ данных проводится в рамках этнографического подхода к языковому ландшафту, предполагающего внимание к контексту коммуникации.

**Ключевые слова:** многоязычие; языковой ландшафт; языки мигрантов

Появление в городе новых групп, таких как мигранты с различными родными языками, ведет к постепенной трансформации привычной языковой среды: там, где раньше звучал только один язык, этих языков становится много; услышанный на улице фрагмент разговора может оказаться совершенно непонятным; рядом со знакомыми вывесками и объявлениями вдруг появляются другие, в непривычной графике, по-видимому, не предназначенные для глаз большинства. Все эти изменения происходят параллельно с изменениями городской инфраструктуры и появлением новых пространств, ориентированных на мигрантов, таких как, например, этнические кафе и рестораны или магазины, торгующие популярными у мигрантов продуктами питания. Многоязычие характерно для большинства мегаполисов, становящихся центрами притяжения для туристов и трудовых мигрантов, и для жителей этих городов коммуникация с носителями разных языков становится неизбежной частью повседневной жизни.

Важной стороной этого повседневного многоязычия, затрагивающей практически всех без исключения городских жителей, является *языковой ландшафт* (ЯЛ). ЯЛ включает многоязычие в «дорожных знаках, рекламных билбордах, названиях улиц и мест, вывесках коммерческих магазинов и надписях на государственных учреждениях» (Landry and Bourhis 1997:23–25). Питер Бакхаус предлагает более широкое определение, включающее «любые элементы письменного текста в рамках определенной пространственной рамки, независимо от их размеров или заметности» (Bacchhaus 2006:55). В рамках этого подхода ЯЛ включает всю совокупность письменной репрезентации различных языков в городском пространстве в виде разных типов вывесок, объявлений, дорожных знаков, рекламных плакатов, информационных табло, надписей на заборах и т. п. Это своего рода визуальная сторона речевых практик, вписанная в городское пространство и повседневность.

Языковой ландшафт может обладать особой значимостью по сравнению со звучащей речью: с одной стороны, он является способом фиксации, в отличие от прозвучавшей и умолкнувшей речи, он закреплен в конкретной точке и существует в ней достаточно длительное время. С другой стороны, он как бы легитимизирует использование языка в публичном пространстве, сигнализирует о некотором его статусе. За счет языкового ландшафта может происходить символическое переопределение пространства. Появление, например, ориентированных на иностранных туристов англоязычных надписей и указателей в российских городах, принимавших в 2018 году Чемпионат мира по футболу, одновременно было про-

диктовано практическими соображениями и являлось символическим посланием, адресованным как приезжим («Вам здесь рады»), так и местным жителям («Наш город открыт миру»).

Официальная языковая политика в отношении языкового ландшафта регулируется постановлениями Правительства Санкт-Петербурга, которые, однако, фактически не касаются вопроса об использовании языков, уделяя внимание прежде всего размеру вывесок и надлежащему виду фасадов в исторической части города – в отличие, например, от Москвы (Fedorova and Baranova 2018:231). Единственное упоминание о языке вывесок касается информационных указателей в пункте 3.4 постановления «О выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции...»: «В целях информирования иностранных туристов информационные указатели могут содержать информацию на иностранном языке и (или) на латинице»<sup>1</sup>. То есть городское законодательство разрешает использование других языков, помимо русского, однако характерно, что по умолчанию предполагается, что это языки иностранных туристов, а не, например, иностранцев, работающих и временно или постоянно проживающих в Санкт-Петербурге, или миноритарные языки РФ. Фактическое согласование информационных указателей и рекламных объектов предполагает рассмотрение фотографий, и в разрешении может быть отказано на основании действующего законодательства или «мотивированного отказа [...] хотя бы одного исполнительного органа»<sup>2</sup>. Подавать заявки могут как юридические, так и физические лица. Таким образом, использование иностранных языков не запрещено, не находится в фокусе внимания городских властей и определяется инициативой горожан, согласованной с исполнительной властью.

Языковой ландшафт, будучи самой видимой, визуально наглядной стороной многоязычной городской повседневности, непосредственно связан с «видимостью» мигрантов в городском пространстве и с точки зрения их символической репрезентации, и с точки зрения того, насколько мигранты и их проблемы воспринимаются принимающим сообществом. Восприятие это в современных российских мегаполисах может казаться парадоксальным: с одной стороны, мигранты в глазах местных жителей весьма многочисленны, и эту многочисленность активно эксплуатирует алармистский дискурс; с другой стороны, часть горожан не обладает повседневным опытом совместной жизни в городе с мигрантами и привыкает

---

<sup>1</sup> «О выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Санкт-Петербурга, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена» (в ред. Постановлений Правительства Санкт-Петербурга от 12 декабря 2007 г. № 1621, от 16 апреля 2009 г. № 416, от 12 мая 2009 г. № 528, от 1 июля 2011 г. № 871, от 9 ноября 2011 г. № 1546, от 8 августа 2012 г. № 810, от 8 августа 2012 г. № 825). <https://www.gov.spb.ru/law>.

<sup>2</sup> Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 20 сентября 2012 г. № 1002 «О порядке взаимодействия исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга при выдаче разрешений на установку и перемещение объектов для размещения информации в Санкт-Петербурге». <https://gu.spb.ru/laws/71896>.

видеть их только в «сервисных» ситуациях в роли продавцов на рынке, уборщиков в публичных местах и других, не рассматривая как равноправных жителей города. Их потребности и проблемы, в том числе и языковые, могут игнорироваться властями, и бизнесом, и рядовыми горожанами. Изменения в языковом ландшафте, соответственно, могут фиксировать изменения в степени этой видимости или становиться самостоятельным фактором этих изменений, способствуя дальнейшему усилению видимости мигрантов в городском пространстве.

В данной статье мы попытаемся рассмотреть изменения последних лет (начиная с 2015 года) в языковом ландшафте Санкт-Петербурга, связанные с появлением в городе иноязычных мигрантов, именно через призму проблемы видимости мигрантов. Языковой ландшафт при этом понимается как часть более широкого процесса многоязычной коммуникации, в который оказываются вовлечены мигранты, представители языкового большинства и городское пространство. Статья строится следующим образом: сначала мы рассмотрим основные теоретические концепции, при помощи которых современные исследователи описывают влияние миграционных процессов на городские многоязычные практики. Затем более подробно остановимся на исследованиях языкового ландшафта с точки зрения видимости мигрантов и основных отличиях ситуации в российских мегаполисах от языкового ландшафта крупных городов Европы и Северной Америки. Следующий раздел будет посвящен описанию методов сбора материала для настоящего исследования. Результаты исследования будут представлены в виде анализа изменений в петербургском языковом ландшафте с точки зрения различных факторов. Затем в отдельном разделе мы попытаемся ответить на вопрос о возможном влиянии изменений в языковом ландшафте на видимость мигрантов со стороны русскоязычного большинства. В заключении будут намечены дальнейшие пути изучения повседневного городского многоязычия и практик межэтнической коммуникации в современном российском городе.

## **МИГРАЦИИ И МНОГОЯЗЫЧИЕ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Как показывают исследования, проведенные на самом различном материале (они будут рассмотрены в данном разделе), миграция трансформирует городскую среду в нескольких отношениях: во-первых, формируются кварталы, где живут преимущественно новые приезжие или они смешиваются с другими жителями; во-вторых, возможно формирование инфраструктуры, направленной на мигрантов (в том числе предоставляемой большинством), или этнического маркетинга, предлагающего специфические услуги другим группам; в-третьих, происходит «перезначивание» пространства, в частности, средствами языкового ландшафта. Данная работа сфокусирована преимущественно на последнем, поэтому здесь мы лишь кратко охарактеризуем состояние исследований других аспектов.

Новые приезжие, как правило, могут выбирать жилье в непрестижных, достаточно удаленных от центра кварталах. В разных странах можно говорить о разных паттернах расселения, связанного в частности с феноменом социального жилья,

однако связь непрестижности и мигрантов прослеживается достаточно четко. Эти процессы могут рассматриваться как барьеры для интеграции мигрантов или же преимущества для формирования тесных сетей (Zhou and Logan 1989). В последнем случае присутствие в городском пространстве нередко связывается с феноменом иммигрантского предпринимательства, начиная с исследований Алехандро Портесом кубинских анклавов (Little Havana) в Майами (Portes 1987). Следует учитывать, что иммигрантское предпринимательство даже для выходцев из одной страны обусловлено различными обстоятельствами эмиграции и тем, как приняли мигрантов в новой стране, что показывает сравнительное исследование китайской диаспоры в разных странах (Zhou and Liu 2017).

Пространственное распределение мигрантов в российских городах принято описывать как отклоняющееся от этого принципа, связанное, в частности, с типовой застройкой советского времени, не позволяющей разделять районы на однозначно благополучные и неблагополучные. В частности, в Москве мигранты расселяются в разных районах города (Вендина 2005, 2009). Следует отметить, однако, что последующие исследования обращали внимание на другие проявления сегрегации: наличие барьеров для аренды жилья для мигрантов из постсоветских стран и формирование специфической мигрантской инфраструктуры.

Требования мигрантов к качеству жилья ниже, чем у других групп квартиросъемщиков (Шомина 2010:34), и в Москве они вынуждены селиться в наименее благоустроенных квартирах (Деминцева и Пешкова 2014; Demintseva 2017; Kashnitsky and Gunko 2016). Собственники жилья нередко предлагают заведомо менее выгодные условия для мигрантов или вводят в объявления ограничения для определенных этнических групп (Ашкинази и Векштейн 2013). Количественный анализ объявлений об аренде в Санкт-Петербурге показал значительное число эксплицитного упоминания барьеров для нерусских квартиросъемщиков, и, в частности, зависимость барьерных практик от стоимости метра жилья – максимальное число ограничений именно среди самых дешевых предложений (Скучилина 2018).

Мигранты предпочитают селиться недалеко от места работы, и вокруг рынков, овощебаз истроек возникают сервисы для них, включая предложения жилья. Более того, формирование в таких районах ориентированной на мигрантов инфраструктуры позволяет некоторым исследователям китайской миграции в Сибири говорить о том, что «китайские» рынки становятся своего рода аналогами западных чайна-таунов (Рыжова 2008).

Этническое предпринимательство в России в меньшей степени является «этническим» (Бредникова и Паченков 2002). Иммигрантский бизнес предоставляет другим мигрантам услуги, отчасти дублирующие сервисы для других жителей города: недорогие медицинские центры (Demintseva and Kashnitsky 2016), микрокредитные организации, кафе (Пешкова 2015), а отчасти предлагающие специфические для мигрантов услуги (например, помощь в оформлении документов). Мигранты образуют своего рода «второе общество», параллельные структуры, зачастую невидимые для большинства (Тюрюканова 2009). Другая часть мигрантского предпринимательства, наоборот, ориентирована на местных жителей и предо-

ставляет им специфические товары или услуги, ассоциирующиеся с определенной этнической группой (например, китайские кафе или вьетнамский массаж).

Специфические районы, пространства и инфраструктура для иноязычных мигрантов создают особую языковую среду. Современные социолингвистические теории рассматривают многоязычие в городе не с точки зрения успешности усвоения мигрантами доминирующего языка, то есть приведения всех к единообразному состоянию, а в контексте формирования многоязычной коммуникации. Языковая вариативность современных городов понимается как *суперразнообразие* (superdiversity) (Blommaert 2013). Важно, что в рамках этого подхода понятие «мигрант» или этнические ярлыки отчасти утрачивают предсказательную силу в отношении языковых особенностей или социокультурного опыта индивида (Blommaert and Rampton 2011).

Коммуникация в рамках утреннего продуктового базара в Сиднее естественным образом включает элементы различных языковых ресурсов – английского, ливанского арабского и т. д. (Pennycook and Otsuji 2015:2–3). Равноправное использование в устной коммуникации одновременно нескольких языков, постоянный переход с одного на другой – так называемый *translanguaging* – показан, в частности, на материале коммуникации в китайской лавке мясника в торговой зоне Бирмингема (Creese, Blackledge, and Hu 2017). Многоязычие, а не одноязычие становится новой нормой для городов в условиях мобильности.

Насколько устная многоязычная коммуникация приживается в рамках рыночной или любой другой коммуникации в российских условиях? Отдельные наблюдения показывают, что постепенно это происходит, однако исследований пока практически нет. По данным интервью (см. предварительные результаты: Баранова и Федорова 2018), можно сказать, что в последние годы устная коммуникация на рабочем месте в многоэтничном коллективе строится по принципу удобства: носители одного языка используют в общении между собой его. Несмотря на видимую тривиальность этого утверждения, еще десять лет назад многие респонденты отмечали требование, выдвигаемое работодателем для работников, говорить между собой исключительно по-русски.

## ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВОГО ЛАНДШАФТА И ПРОБЛЕМА ВИДИМОСТИ МИГРАНТОВ

Городское пространство всегда символически нагружено, и одним из способов обозначения является язык. Как было отмечено выше, ЯЛ представляет собой совокупность всех официальных и неофициальных знаков и надписей: от уличных указателей до рукописных объявлений на столбах и граффити. Важно, однако, что языковой ландшафт неоднороден. Исследователи ЯЛ проводят несколько близких разделений, связанных с источником надписи и доминированием в коммуникации. Бакхаус рассматривает различие официальных и неофициальных знаков в Токио и показывает, что, хотя многоязычие есть в обоих типах знаков, неофициальные имеют скорее мотивацию «солидарности», а не власти (Bachhaus 2006:64). Более широкое разделение представлено в исследованиях языковой политики –

на многоязычие «сверху вниз» и «снизу вверх» (top-down и bottom-up). Направление коммуникации bottom-up в ЯЛ предполагает больший набор используемых языков (Ben-Rafael et al. 2006).

Предполагается, что языковой ландшафт в городе, где живут разные группы, обычно многоязычен и репрезентирует в той или иной мере основные варианты, принятые в сообществе. Однако сопоставление разных языковых ситуаций, в том числе конфликтных, показывает, что языки в разной степени могут претендовать на репрезентацию, и за этим могут стоять как политические мотивы, так и более общие нормативистские установки. Так, например, в иранском городе Табриз проживает большое число этнических азербайджанцев, двуязычных на азербайджанском и фарси, однако языковой ландшафт выглядит почти целиком одноязычным, языковая политика направлена на исключение азербайджанского языка из публичного пространства (Mirvahedi 2016). Русский и латгальский языки оказываются недопредставлены в Восточной Латвии (Marten 2012), а испанский язык мексиканских мигрантов в значительно меньшей мере, чем можно было бы предположить исходя из количества его носителей, находит отражение в языковом ландшафте небольших городов в американском штате Орегон (Troye, Cáceda, and Giménez Eguibar 2015).

Языковой ландшафт, таким образом, отражает властные отношения между разными этническими группами в городской среде и свидетельствует о доминирующей языковой идеологии, так называемом языковом режиме (Blommaert 2013; Shohamy, Ben-Rafael, and Barni 2010). Применительно к России (за исключением некоторых национальных республик) можно говорить именно о монолингвальном языковом режиме, поскольку русский язык абсолютно доминирует во всех публичных сферах, официальная языковая политика нацелена на его поддержку, а проблемы приезжих, не в полной мере владеющих русским языком, в большинстве случаев игнорируются (Fedorova and Baranova 2018). В то же время наблюдения показывают, что в современной России под влиянием глобальных миграционных процессов происходят постепенные изменения в отношении к многоязычным практикам и коммуникативным нормам. Именно поэтому чрезвычайно интерес представляют исследования языкового ландшафта российских городов в динамике и в тесной связи с изучением языковых установок жителей этих городов.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данном исследовании было использовано несколько методов сбора данных. Прежде всего, мы анализируем визуальные данные, то есть фотографии вывесок и других элементов языкового ландшафта, появившихся в Санкт-Петербурге в последние годы. В 2015–2017 годы мы фиксировали отдельные изменения, а также проводили регулярные наблюдения в трех районах города (Баранова и Федорова 2017), однако затем создали инструмент, позволяющий включить больше данных и не быть ограниченными дневными маршрутами авторов. В со-

трудничестве с проектом «Multilingual Manchester»<sup>3</sup> в 2018 году мы выпустили мобильное приложение *LinguaSnapp St. Petersburg* для фиксации языкового ландшафта. Приложение доступно всем желающим для скачивания в AppStore и GooglePlay, затем фотографии отправляются на сервер НИУ ВШЭ и после редактирования доступны на интерактивной карте (<https://linguasnapp.hse.spb.ru>). Приложение автоматически указывает GPS-координаты места и район, где сделана фотография, а пользователь или редактор добавляют перевод, информацию о количестве языков и алфавитов, названии языков, типе заведения (кафе, аэропорт, больница и пр.), способе изготовления (напечатано на принтере, написано от руки, разные типы вывесок, изготовленных фабричным способом) и положении надписи (например, внутри или снаружи), а также ряд характеристик коммуникативной ситуации. По всем этим категориям возможен поиск на карте. Открытый доступ к карте и фотографиям дает возможность использовать итоговую карту для анализа в других проектах, а сходная система описаний позволяет сопоставлять данные языкового ландшафта для других городов, описанных с помощью мобильного приложения: Манчестера, Мельбурна, Иерусалима и, в ближайшее время, Гамбурга.

Теоретические идеи, стоящие за сбором визуальной информации через мобильное приложение, связаны с идеей краудсорсинга данных. Материалы, собранные самими жителями города, не включенными напрямую в исследование, отличаются рядом особенностей. С одной стороны, они предоставляют несомненное преимущество, так как позволяют получить сведения о тех пространствах, куда исследователь не заглядывает по невнимательности или из-за их закрытости. Кроме того, крайне важно, что участие в сборе данных делает пользователей приложения участниками процесса *participatory research* и повышает их уровень осведомленности о городской среде и осознанность многоязычия (Purschke 2017). Как показывает наш опыт, почти все, кому мы рассказывали о вывесках на языках мигрантов, сначала удивлялись, а затем начинали замечать эти объявления и иногда присылать авторам фотографии (через приложение или в личных сообщениях). Вместе с исследователями жители города помещают интересные для них фрагменты языкового ландшафта на карту, то есть формируют визуальный образ города, а в некоторых случаях – выступают экспертами, предлагая переводы для вывесок на миноритарном языке. С другой стороны, исследователь отчасти утрачивает контроль над полевой работой, поскольку отбор значимых и интересных по каким-то причинам надписей для фотографий берут на себя пользователи приложения. В силу этого краудсорсинговые данные необходимо сопоставлять с визуальной фиксацией и наблюдениями исследователей, что дает надежду на баланс «эмного» и «этного» подходов.

На момент написания статьи было загружено и отредактировано около 400 фотографий, такое же количество ожидают редактирования. Относительно небольшой объем данных не позволяет, таким образом, пока увидеть распределе-

---

<sup>3</sup> <http://mlm.humanities.manchester.ac.uk>. Подробнее о проекте и исследованиях языкового ландшафта при помощи интерактивной карты и мобильного приложения см.: Gaiser and Matras (2016).



ние языков и использующих их групп в разных районах города, однако, как мы надеемся, в дальнейшем этот инструмент будет отражать пространственное распределение. Поскольку сбор данных через LinguaSnapp только начался, в статье использованы также фотографии, сделанные ранее без привязки к геолокации.

Для анализа рецепции меняющегося языкового ландшафта мы использовали фокус-группы с русскоязычными студентами (пять небольших сессий). Мы предполагаем, что изменения существующих представлений будут обсуждаться прежде всего в группе молодых городских жителей, активно включенных в городские досуговые практики; кроме того, студенты являются относительно легко доступной группой респондентов. В первую очередь, нам было интересно, замечают ли представители русскоязычного большинства присутствие других языков в городе, в устной и письменной форме, а также их отношение к элементам письменной коммуникации на других языках, помимо русского. Кроме того, для получения дополнительной информации о способах языкового взаимодействия мигрантов с городским пространством мы опирались на данные интервью: 20 полуструктурированных интервью, посвященных опыту приезда в Санкт-Петербург и освоению в городском пространстве, включая использование разных языков для письменной и устной коммуникации в кафе, при обращении за медицинской помощью и поиске жилья или работы, от молодых (18–46) мигрантов первого поколения, преимущественно из Средней Азии (Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан), а также Азербайджана и Китая. Рамки данной статьи ограничены собственно изменениями в ЯЛ, поэтому материалы интервью, отражающие практики коммуникации и, в частности, отношение к (не)использованию родных языков, привлекаются в основном косвенно, для понимания того, насколько, с точки зрения респондентов, присутствие их языков в ЯЛ необходимо для них в Санкт-Петербурге.

## **ИЗМЕНЕНИЯ В ЯЗЫКОВОМ ЛАНДШАФТЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ**

Первичное изучение языкового ландшафта Санкт-Петербурга (Баранова и Федорова 2017; Baranova and Fedorova 2019) позволило прийти к некоторым важным выводам, от которых мы будем отталкиваться в своем анализе тех изменений, которые происходят в данный момент и соответствуют тенденциям последних лет. Во-первых, репрезентация языков мигрантов в городском языковом ландшафте не отражает реального уровня языкового разнообразия, характерного для современного Петербурга. Из всех языков наиболее многочисленных мигрантских групп только узбекский (и только с использованием кириллического алфавита) и китайский языки относительно регулярно оказываются задействованы в публичной письменной коммуникации. Во-вторых, языки мигрантов используются в ограниченных сферах, связанных прежде всего с различными телесными практиками (медицинские и косметические манипуляции, услуги сексуального характера), требующими максимальной интимности. В-третьих, основная часть этой письменной коммуникации осуществляется внутри мигрантского сообщества, и адресатами, и авторами сообщений являются носители этих языков. Русскоязычные

зычное большинство предпочитает обращаться к мигрантам исключительно по-русски, полагаясь на их владение языком или просто не задумываясь о том, что их знание русского языка может оказаться недостаточным. Этнические заведения, ориентированные не только на мигрантов, также практически не задействуют титульные языки для так называемого этнического маркетинга, ограничиваясь визуальными символами и/или стилизацией шрифта под графику другого языка (например, китайского или арабского). Наконец, языки мигрантов крайне неравномерно представлены в городском пространстве: соответствующие вывески и объявления можно обнаружить в маргинализированных зонах (окрестности дешевых рынков, строек и т. п.), и при этом даже там они с большей вероятностью будут находиться в местах, скрытых от глаз большинства, например, внутри, а не снаружи помещений.

Постепенные изменения в сторону большей репрезентированности языкового разнообразия в городском пространстве затрагивают все эти выделенные нами особенности петербургского языкового ландшафта, создавая своего рода «точки роста» повседневного многоязычия. На основе анализа новых данных мы выделили следующие факторы, которые следует учитывать при рассмотрении и, возможно, прогнозировании этих изменений: география и пространственное устройство (то есть расположение многоязычных объектов в пространстве города); сферы использования (официальные vs. неофициальные, публичные vs. приватные); агентность (кто является создателем этих объектов и на кого они направлены); функциональность (прагматическое vs. символическое использование языков). Рассмотрим, какую роль эти факторы играют в трансформациях многоязычного языкового ландшафта.

## ГЕОГРАФИЯ И ПРОСТРАНСТВЕННОЕ УСТРОЙСТВО

Сама по себе идея использования географической онлайн-карты как инструмента фиксации языкового ландшафта, с одной стороны, кажется очевидной, а с другой – непосредственно связана с привычной для западного мегаполиса (и, соответственно, его исследователей) организацией городского пространства. Как правило, различные районы и кварталы города и его ближайших предместий достаточно четко стратифицированы социально, и по адресу человека можно относительно достоверно определить его уровень дохода и социально-групповую принадлежность. Именно в рамках этой системы в не самых экономически успешных районах города происходит формирование упоминавшихся выше этнических кварталов (Massey 2012; Zhou and Logan 1989). В России, хотя не происходит четкой локализации мигрантов в определенных районах, как и в целом однозначной социальной стратификации городской географии, определенная локализация неизбежна: мигранты селятся в непосредственной близости от места работы, и с учетом того, что значительная часть трудовых мигрантов занята в строительстве и торговле, это будут прежде всего районы вокруг крупных рынков, овощебаз и застраиваемых кварталов. Предварительные данные языковой карты *LinguaSnapp St. Petersburg* показывают подобное распределение в Санкт-Петербурге.

Вместе с тем локализация языков мигрантов в городском ландшафте имеет достаточно узкий характер. Находящиеся в непосредственной близости кварталы могут демонстрировать совершенно разные паттерны репрезентации языков. Рассмотрим в качестве примера два рынка, расположенных очень близко друг от друга в центре города, рядом с Сенной площадью, – Апраксин двор и Сенной рынки. Если первый, на фоне общего монолингвального петербургского фасада выглядит как своего рода форпост многоязычия (Баранова и Федорова 2017), второй в этом отношении мало чем отличается от других продуктово-вещевых рынков Петербурга, хотя, безусловно, этнический состав продавцов и покупателей на нем достаточно разнородный. Можно предположить, что это различие, по крайней мере отчасти, определяется тем, что эти рынки по-разному устроены пространственно и организационно. Сенной рынок известен в основном своими продовольственными рядами, расположенными на улице и в центральном помещении ангарного типа, здания вокруг него не являются зоной торговли. Торговля в Апраксином дворе занимает не только ряды и павильоны в его уличной части, но и многочисленные внутренние помещения в окружающих исторических зданиях. Помимо собственно торговых точек здесь располагаются многочисленные заведения сферы услуг: кафе, столовые, парикмахерские и салоны красоты, швейные и ремонтные мастерские, а также молельные комнаты. Часы их работы не совпадают с официальными часами работы рынка, в результате Апраксин двор продолжает функционировать и в нерабочее время, в отличие от Сенного рынка с его четким временем открытия и закрытия. Четкая регламентация пространного и временного устройства в случае Сенного рынка, как можно предположить, делает его гораздо более контролируемой публичной зоной, чем Апраксин двор. Неслучайно в описаниях журналистов и отзывах посетителей Апраксин двор часто характеризуется при помощи таких слов, как «лабиринт», «хаос», «клоака», а также подчеркивается, что в нем есть много мест, закрытых для посторонних. Например, как в данном отзыве на сайте TripAdvisor: «... не надо думать, что перед вами откроются все двери»<sup>4</sup>. Таким образом, фактором, способствующим диверсификации языкового ландшафта, является нелинейное пространственное устройство «мигрантских» зон и наличие большого количества закрытых, непубличных помещений.

---

<sup>4</sup> Отзыв Дениса К. «Аутентичное гетто», написан 16 января 2017 г. [http://www.tripadvisor.ru/Attraction\\_Review-g298507-d11845151-Reviews-Apraksin\\_Dvor-St\\_Petersburg\\_Northwestern\\_District.html](http://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298507-d11845151-Reviews-Apraksin_Dvor-St_Petersburg_Northwestern_District.html).



**Рис. 1.** Вход в универмаг «Гостиный двор» с Невского проспекта (русский, китайский, английский)<sup>5</sup>

Другой пример того, что само по себе географическое положение, без учета пространственной организации и контекста, не является определяющим для формирования многоязычного ландшафта, – это Гостиный двор. В октябре 2018 года мы обследовали методом сплошной фиксации все входы (29) по периметру Гостиного двора. На его дверях (в 23 случаях из 29) размещаются приветственные объявления («Добро пожаловать!») на трех языках – русском, английском и китайском, однако не все языки представлены на каждой из дверей, и распределение их выглядит достаточно любопытно. Русский язык представлен на всех объявлениях за исключением одного, английский – в 16 случаях из 23 и распределен относительно симметрично. Китайский же имеет очень четкую локализацию: он появляется на всех входах со стороны Невского проспекта и прилегающих угловых (угол Невского пр. и ул. Садовой и угол Невского пр. и ул. Думской) и отсутствует на всех остальных (рис. 1). При этом именно та часть Гостиного двора, которая граничит с Апраксиным двором (угол ул. Ломоносова и ул. Садовой), демонстрирует минимальное языковое разнообразие, хотя именно в Апраксином дворе сосредоточено значительное количество китаеязычных вывесок и объявлений. Очевидно, что в данном случае мы имеем дело с «разными китайскими»: в Апраксином дворе он ориентирован на китайских мигрантов, а в Гостином дворе – на туристов из Китая. Предполагается, по-видимому, что они попадают в Гостиный двор только с его са-

<sup>5</sup> Все фотографии выполнены пользователями мобильного приложения LinguaSnapp (в том числе авторами).

мой парадной стороны – с Невского проспекта, где расположены самые дорогие магазины. Интересно также, что изнутри – со стороны выходов – благодарственные надписи («Спасибо за покупку!») выполнены только по-русски (рис. 2). В отличие от «мигрантского китайского», который, как и другие языки мигрантов, появляется в основном в закрытых, непубличных пространствах, «туристический китайский», как и английский, тяготеет к максимально открытым и публичным зонам. Таким образом, даже в рамках одного торгового предприятия можно обнаружить характерные закономерности в расположении многоязычных объектов, что подтверждает тезис о том, что определяющим для репрезентации многоязычия является не столько само по себе географическое положение, сколько пространственное устройство и ориентация на ту или иную аудиторию и сектор потребления, что связано уже со сферами использования языков.



Рис. 2. Выход из универсама «Гостиный двор» (русский)

### СФЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Наиболее существенной трансформацией языкового ландшафта Санкт-Петербурга стало появление китайского языка в 2016 году в целом ряде официальных объявлений (в аэропорту Пулково, затем на вокзалах и в других туристических зонах). Эти объявления постоянно живущими здесь китайцами интерпретируются как объявления для туристов, так же как символическое использование китайского языка в крупных торговых центрах, о чем шла речь в предыдущем разделе, о чем свидетельствует, например, объяснение, данное одной китайской респонденткой (Ж., около 25 лет):

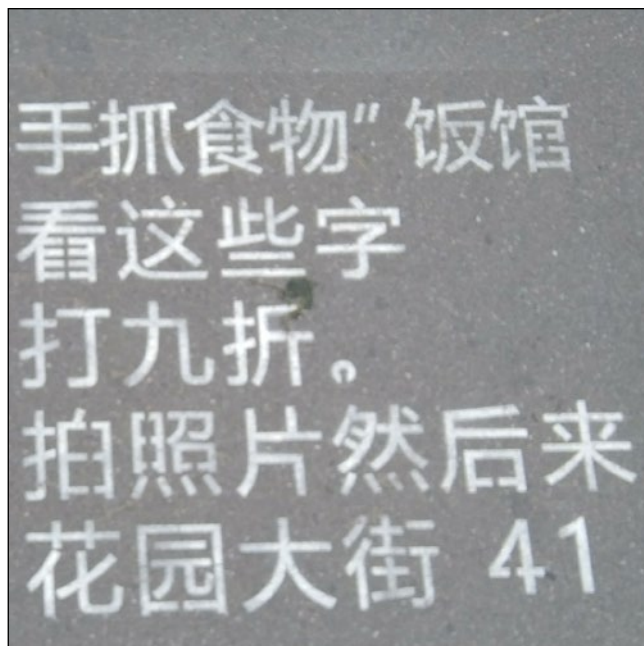
**Интервьюер:** Сейчас в Санкт-Петербурге много магазинов, которые используют китайский язык на указателях.

**Респондент:** Ага.

**И:** Это помогает?

**Р:** Для меня они бесполезны. Это для туристов.

Однако для данного исследования важно, что использование китайского в официальной письменной коммуникации легитимизировало его использование в коммерческих целях (рис. 3). Несмотря на то, что ценники или другие элементы на китайском могли появляться в сувенирных магазинах и ранее, с появлением полуофициального статуса китайского как третьего языка коммуникации в публичных пространствах его использование в коммерческой сфере многократно возросло. Если проследить китайские знаки на карте, по данным LinguaSnapp, то видно, что в центре города представлено значительное количество надписей на сувенирных магазинах, ювелирных лавках, пунктах обмена валюты и т. д. (рис. 4).



**Рис. 3.** Принт на асфальте с предложением десятипроцентной скидки в новом китайском кафе при предъявлении фото (китайский)



Рис. 4. Стикер «Сбербанка» (китайский)

Китайские рестораны уже маркированы в разной степени, отчасти это связано с тем, что разные типы китайских кафе ориентированы на разных пользователей (см. об отдельной категории «подпольных» китайских ресторанов: Цзинь 2017). Заведения, ориентированные на русскоязычных пользователей или смешанную аудиторию, содержат лишь незначительные элементы китайского языка, обычно дублируется только название, часто параллельно со стилизацией русской графики под китайскую (рис. 5). Репрезентация китайского языка в ориентированных на внешнего потребителя заведениях часто выглядит как элемент декора, а не собственно коммуникативная часть вывески, как, например, на рисунке 6, где под китайской вывеской заведения висит реклама и меню бизнес-ланча по-русски, но с китайским логотипом и стилизованной под китайскую графику русскоязычной надписью «Китайская кухня». Использование китайского преобладает в оформлении и меню внутри закрытых и полузакрытых китайских кафе, которые посещают преимущественно китайские студенты (Цзинь 2017), иногда такие места становятся популярны среди горожан, любящих экзотику, и тогда в заведении появляется русскоговорящий персонал и меню на русском, нередко составленное посредством автоматического переводчика и содержащее многочисленные ошибки (например, название блюда в таком меню: «Обложка кулинария»). Подобного рода кафе составляют, наряду с китайскими парикмахерскими или неформальными караоке-центрами, инфраструктуру, созданную китайцами для других китайских мигрантов, живущих постоянно или временно в Санкт-Петербурге (см. китайские парикмахерские в Апраксином дворе и фотографии других подобных мест: Баранова и Федорова 2017).



Рис. 5. Китайское кафе «Лунду»



Рис. 6. Китайское кафе «Тан Жен»



Интересно при этом, что китайский в последнее время все больше появляется не только в повседневных объявлениях, написанных китайцами для китайцев, или в объявлениях для китайских туристов, но и в объявлениях, написанных локальными коммерческими организациями на разных языках, включая китайский, но адресованных китайцам, живущим в Петербурге. На рисунке 7 воспроизведен рекламный флаер языковой школы, размещенный в одном из частных детских садов Василеостровского района (одного из районов компактного проживания китайцев рядом с метро «Приморская»). Адресат сообщения – родители детей, живущих поблизости, в том числе китайцы, не вполне владеющие русским языком. Нам кажется, что появление китайского языка в рекламе, созданной местными коммерческими организациями, связано не только с наличием китайцев среди клиентов (в том числе конкретно в этом детском саду), но и с осознанием самой возможности его использования под влиянием китайского для туристов.

Таким образом, происходит постепенное расширение сфер использования иностранных языков в городском языковом ландшафте. Параллельно с увеличением числа официальных англоязычных указателей к Чемпионату мира и появлением информационных табло и объявлений на китайском бизнес-структуры также начинают демонстрировать большее стремление к многоязычию. К этому же процессу можно отнести появление рекламной информации на других языках в некоторых коммерческих предприятиях. Например, в офисах сервиса денежных переводов «Юнистрим» можно обнаружить плакаты и флаеры с рекламой переводов в страны СНГ и Прибалтики, на которых часть информации – собственно, названия стран – дублируется на их языках (рис. 8). В то же время нельзя не отметить, что это случай чисто символического использования многоязычия, так как вся фактическая информация, включая тарифы и правила оформления переводов, дается только по-русски. Более того, эти рекламные материалы можно обнаружить только *внутри* офисов, снаружи, в публичном пространстве улицы иные языки не представлены, что соответствует выявленной нами ранее тенденции к преимущественно «закрытому» характеру использования языков мигрантов в Санкт-Петербурге. Однако сам по себе факт «легитимности» иных языков, помимо русского, свидетельствует о постепенном расширении сфер, куда проникает многоязычие, и о том, что русскоязычные жители Санкт-Петербурга в принципе начали задумываться, что среди них находятся и носители других языков. Китайский, узбекский и другие языки перестают быть частью исключительно внутригрупповой коммуникации, скрытой от глаз населения.



Рис. 7. Реклама языковой школы



Рис. 8. Денежные переводы «Юнистрим»

## АГЕНТИВНОСТЬ

Изменения агентивности многоязычного ландшафта происходят одновременно в нескольких направлениях. Прежде всего, надписей и объявлений на других (кроме русского) языках постепенно становится больше. Другие изменения, отчасти связанные с простым увеличением подобных надписей, касаются адресата и содержания сообщения. Рассмотрим, как меняется набор языков, на которых обращаются к разным группам. Другой важный аспект – это содержание сообщения.

В первую очередь, следует отметить, что еще несколько лет назад в письменной коммуникации встречались только два языка мигрантов: китайский и узбекский. Последний был адресован всем мигрантам из Средней Азии, поскольку носители других тюркских языков (из Киргизии, Казахстана, Туркменистана и Азербайджана) способны понять близкородственный идиом, а многие таджики отчасти владеют узбекским (Baranova and Fedorova 2019). В Санкт-Петербург в начале 2010-х годов больше всего мигрантов прибывало из Узбекистана – по крайней мере, согласно данным официальной статистики Петростата (*Численность и миграция населения... 2014, 2015*). Вероятно, именно в связи с количественным доминированием узбекской диаспоры узбекский язык использовался как тюркский лингва-франка. Однако в 2015–2017 годах произошел заметный спад трудовой миграции из Узбекистана: по данным Петростата, в 2015–2016 годах отрицательное сальдо (-20 594 в 2015, затем не столь значительные -764 в 2016, в 2017 небольшой прирост, +356 человек) («Мониторинг демографических процессов...» 2016, 2017а, 2017б). В эти годы происходило увеличение доли граждан из других стран, составлявших прежде небольшое количество (включая Таджикистан и Туркменистан), однако не составивших преобладающей группы. В 2017-м произошло резкое увеличение числа граждан Киргизии (в 2016 году прибыло 1630 человек, прирост 61, в 2017-м прибыло 10 140, 8506 – прирост), которое, по-видимому, продолжается («Мониторинг демографических процессов...» 2016, 2017а, 2017б). В дальнейшем возможно формирование нового большинства среди самых недавних приезжих, в наибольшей степени нуждающихся в коммуникации на родном языке. Языковой ландшафт отреагировал на изменение состава групп и их численности, и появились примеры обращений на таджикском и узбекском (рис. 9) или трех языках – киргизском, узбекском и таджикском (рис. 10).



Рис. 9. Единый миграционный центр (русский, таджикский, узбекский)

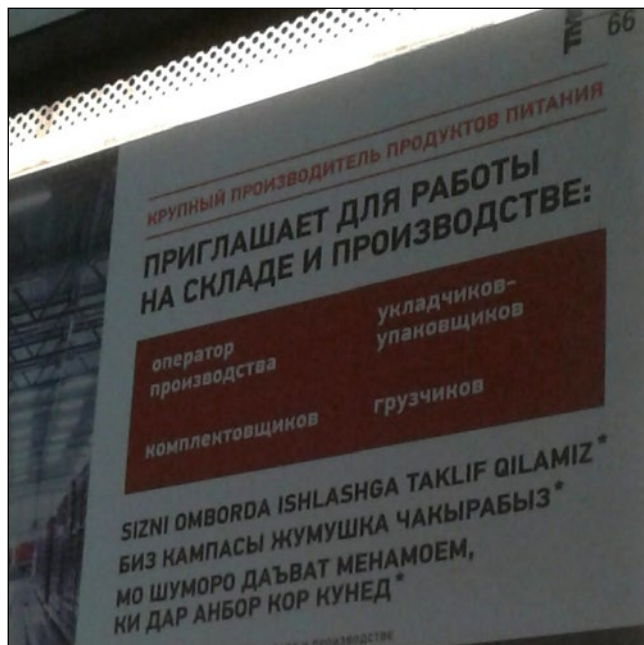


Рис. 10. «Магнит». Приглашаем для работы на складе и на производстве (узбекский, киргизский, таджикский)

Другой важный аспект – это изменение содержания, сопровождаемое рассмотренной выше трансформацией формальных и неформальных практик коммуникации. Следует отметить, что отправной точкой являлось использование узбекского языка преимущественно в области секс-услуг. Впрочем, встречались и другие по тематике объявления, например, медицинские (Баранова и Федорова 2017), но наиболее многочисленными и самыми заметными для большинства были именно цветные листки с рекламой коммерческого секса. Тем самым использование узбекского заведомо оказывалось в негативно оцениваемой и низкостатусной функции, что приводило к стигматизации языка. Объявления последних нескольких лет демонстрируют несколько большую вариативность: среди них встречаются предложения о работе, информация о тарифах и услугах, регламентирующие надписи (о мусоре в туалете, о запрете пользоваться мобильными телефонами в помещении и т. д.).

Это изменение тематики безусловно тесно связано с рассмотренным выше изменением отношений между группами. Русскоязычное большинство начинает периодически обращаться к мигрантам на их языке. Это top-down коммуникация (см. об этом в исследованиях языкового ландшафта Ben-Rafael et al. 2006), исходящая от государственных организаций, таких как Единый миграционный центр (рис. 9) или корпораций, например, торговых сетей. Интересно рассмотреть контекст этой коммуникации и организацию перевода на миноритарные языки. Объявление о том, что требуются рабочие на склад, написанное на трех языках (русском, узбекском и киргизском), в автобусе одного из окраинных районов, предполагает, что возможные адресаты могут увидеть его там. При этом особенности перевода и использование официальной латиницы для узбекского (а не более распространенной среди мигрантов кириллицы) указывает на автоматический перевод или обращение к официально сертифицированному переводчику, а не к помощи самих мигрантов. Объявление на узбекском о найме дворников во дворе (рис. 11) составлено, по всей вероятности, с помощью уже работающих в службе ЖКХ мигрантов. Таким образом, постепенно изменяются представления о группе и ее типичных практиках. Возникают не только регламентирующие объявления, направленные на регуляцию «неправильного», с точки зрения большинства, поведения, но и коммерческие предложения, объявления о найме на работу и т. д. Использование родных языков мигрантов становится маркетинговым ходом, хотя пока еще не слишком распространенным. По-видимому, именно в этой сфере следует ожидать дальнейшего роста репрезентации языкового разнообразия.



Рис. 11. Дворник (русский, узбекский)

## ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Если посмотреть на многоязычные вывески и объявления в Петербурге с точки зрения их функциональности, невозможно не отметить, что в основной своей массе они прагматические. Это рекламные и информационные объявления, а также регулирующие и дисциплинарные высказывания. Символическое использование других языков, помимо русского, как в китайских приветственных слоганах Гостиного двора или рекламных материалах «Юнистрим», демонстрирует принципиально иную функциональность. По сути это признание факта многоязычия и готовность идти на некоторые, пусть порой и неуклюжие «языковые уступки» носителям других языков. Именно этим важны такие примеры, за ними стоят первые изменения в доминирующей монолингвальной идеологии.

Однако все это случаи, когда инициаторами коммуникации выступают представители языкового большинства, а мигранты и туристы – пассивным адресатом высказывания. В обратной ситуации – когда языковое меньшинство обращается к большинству – доминирует русский язык. Как было показано в работе «Invisible minorities'...» (Baranova and Fedorova 2019), языки мигрантов практически не используются в этническом маркетинге: например, рестораны с узбекской кухней, ориентированные не на мигрантов, а на русскоязычных клиентов, могут использовать стилизованные шрифты и зеленый цвет для вывески, а также уже вошедшие в русский язык термины (например, халяль) и названия блюд (лагман), но не собственно узбекский язык (надписи, меню и т. п.). В несколько большей степени язык задействуют «экзотические» китайские, корейские и японские рестораны,

но и здесь это чаще всего только перевод названия, как в рассматривавшихся выше рисунках 5 и 6. Китайские иероглифы или корейский хангыль выполняют ту же символически-декоративную функцию, что и стилизация шрифтов. Например, вывеска магазина товаров из Индии «Ганг» выполнена на русском, но буквы трансформированы таким образом, чтобы максимально напоминать деванагари (рис. 12). Заметим, что подобные стратегии графической «мимикрии» были описаны для некоторых городов, например, Сингапура (Ong, Ghesquière, and Serwe 2013) и Лондона (Sutherland 2015), но там они являются скорее маргинальными на фоне широкого использования языков меньшинств.



Рис. 12. Магазин «Ганг». Товары из Индии

Функцией, в которой пока не используются языки мигрантов, является эстетическая, не связанная с каким-либо коммерческим или официальным использованием. Среди многочисленных граффити на улицах Петербурга нам пока не удалось обнаружить надписей или рисунков, задействующих иные языки помимо русского и английского. По всей видимости, взрослые носители этих языков далеки от культуры граффити, а иноэтничные подростки, которые могли бы создавать подобные надписи, придерживаются языковых установок окружающего их русскоязычного большинства. Современный стрит-арт тоже пока не открыл для себя языки мигрантов как эстетический ресурс. Сходным образом не задействуются миноритарные языки и в билингвальной языковой игре, примеры которой (с использованием английского языка и/или латиницы) можно изредка обнаружить в языковом ландшафте. Так, например, в объявлении в туалетной кабинке одного из кафе транслитерация латиницей сообщения в уменьшенном регистре

усиливает комический эффект (рис. 13). В аналогичном объявлении в чайхане «Абло» (рис. 14) совмещаются транслитерация русских слов латиницей и «англизация» русских слов «бумага» («бумагейшн») и «кидать» («кидэйт»). Безусловно, использование языка в эстетической функции требует высокого уровня языковой рефлексии и бытового билингвизма, но и эта сторона многоязычия также может начать развиваться, способствуя росту его видимости в городском пространстве.

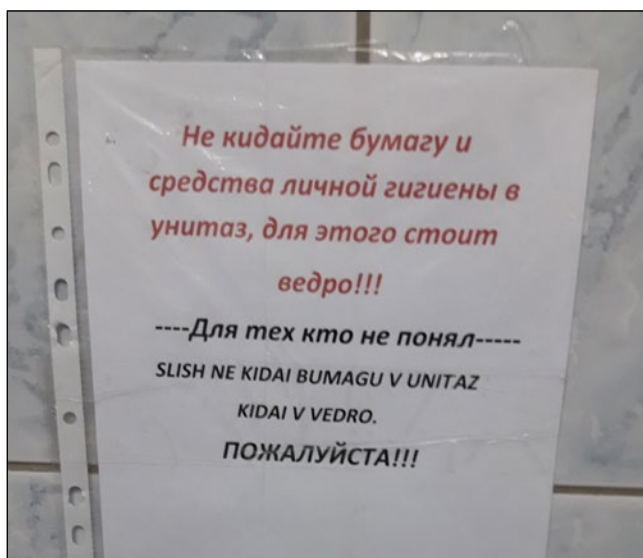


Рис. 13. Объявление в туалете

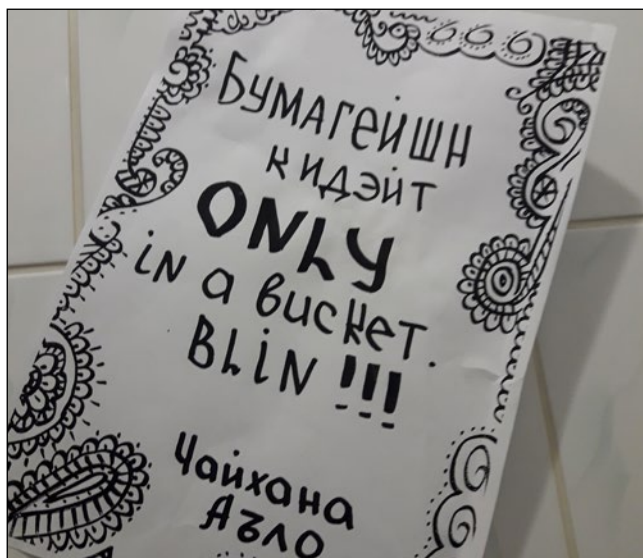


Рис. 14. Объявление в туалете в чайхане «Абло»



## ТРАНСФОРМАЦИИ В ЯЗЫКОВОМ ЛАНДШАФТЕ И ПРОБЛЕМА ВИДИМОСТИ МИГРАНТОВ

Наиболее видимым изменением для русскоязычного большинства стало появление в языковом ландшафте Санкт-Петербурга китайского языка: и в фокус-группах со студентами, и в беседах с разными русскоязычными жителями города неизбежно всплывала именно эта тема, особенно в связи с наличием китайского на информационных табло в аэропорту Пулково. Можно предположить, что это связано, с одной стороны, с очевидной «инаковостью» и непривычностью китайских иероглифов – они резко контрастируют с русской и латинской графикой и потому привлекают к себе внимание и становятся заметны. С другой стороны, обсуждение (обычно в негативном ключе) «засилья» китайского языка хорошо укладывается в популярный в России алармистский дискурс «желтой угрозы». Так, например, блогер, описывая использование китайского языка в аэропортах Новосибирска и Москвы, пишет: «Россия превращается в настоящую китайскую провинцию»<sup>6</sup>. Примечательно, что даже позитивно относящиеся к многоязычию студенты в ходе фокус-групп отмечали собственные неоднозначные эмоции по поводу появления в языковом ландшафте Петербурга китайского языка («меня раздражает, например, когда я вижу постоянно на вывесках огромные иероглифы») (ж., 22 года)). При этом усиление видимости китайского языка может срабатывать как отправная точка для обсуждений многоязычного ландшафта и своего рода триггер для начала рефлексии над городским многоязычием.

Рассмотренные нами примеры чисто символического использования иностранных языков или их элементов в адресованной мигрантам рекламе и в этническом маркетинге прежде всего свидетельствует о сохранении монолингвальных установок – русский язык по-прежнему рассматривается как единственное средство реальной коммуникации, а все прочие языки могут выполнять лишь декоративную или «приветственную» функцию. Тем не менее, само по себе появление этих языков в публичном пространстве способствует изменению этих установок и ведет к расширению видимого присутствия иных языковых практик. Это подтверждается появлением первых примеров использования иноязычных высказываний, пока в форме этикетных фраз, в наружной рекламе. Так, на недавно измененной вывеске упоминавшейся выше чайханы «Аъло», помимо выполненного стилизованным шрифтом названия и русскоязычного меню и информации о круглосуточной работе, присутствует и написанная по-узбекски (кириллицей, а не официальной латиницей) и также стилизованным под арабский шрифтом фраза «Добро пожаловать!» (рис. 15). Отметим, что выбор в качестве названия заведения узбекского слова «аъло» («отлично»), не соответствующего нормам русской графики и вызывающего сложности с прочтением у русскоязычных посетителей, также свидетельствует о том, что многоязычие становится более допустимым и маркетингово привлекательным для «продвинутой» хипстерской публики. Более того, если вспомнить содержащее языковую игру объявление из того же

---

<sup>6</sup> Eugzolutuhin, «Китайцы захватывают Россию?», *Первый кузбасский фотоблог*, 17 августа 2018 г. <https://eugzolutuhin.livejournal.com/276364.html>.

заведения (рис. 14), становится понятно, что сам факт появления подобного объявления в узбекском кафе подтверждает его ориентацию на владеющую английским языком молодежную/образованную аудиторию, а значит и выбор названия и фразы на узбекском языке для вывески можно интерпретировать как сознательную стратегию эксплуатации этнического языка.



Рис. 15. Вывеска чайхана «Аъло» и узбекская надпись «Хуш келибсиз» (Добро пожаловать)

Ведет ли само по себе повышение видимости многоязычия к изменению отношения к нему, и шире – к тем группам, с которыми оно ассоциируется? Можно ли предполагать, что постепенные количественные и качественные трансформации языкового ландшафта, параллельно с опытом повседневной коммуникации с носителями разных языков, будут менять общую ригидную, монолингвальную и во многом ксенофобскую рамку восприятия? Остается лишь строить предположения, основанные не столько на научном знании, сколько на наблюдениях и рассуждениях. Несомненно, что язык, особенно в его письменной форме, обладает мощной символической силой и оказывает серьезное воздействие на представления людей, как осознаваемые – через обсуждения и дискуссии о языковых нормах и практиках, так и неосознаваемые – через формирование контекста восприятия. Видимость для мигрантов имеет обратную сторону, поскольку тем самым они могут привлечь в том числе и негативное внимание. Аналогичным образом видимость китайского (узбекского, таджикского и т. д.) языка в публичном пространстве может задавать негативный контекст восприятия и способствовать усилению мононормативных установок. Однако, как кажется, параллельно с этим происходит и постепенная нормативизация многоязычия в прежде одноязычном городском пространстве, а помещение его в фокус общественного внимания, даже через критические публикации в СМИ и интернет-дискуссии<sup>7</sup>, способствует дальнейшему росту видимости, а вследствие этого – и привычности – многоязычных практик.

<sup>7</sup> См., например, «В Пулково для китайских туристов создали “особые условия”», Турбизнес, 2 марта 2017 г. <http://www.tourbus.ru/news/11344.html>.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, на основе анализа данных языкового ландшафта Санкт-Петербурга с учетом динамики последних двух-трех лет можно прийти к некоторым выводам относительно функционирования повседневных многоязычных практик в городском пространстве и их восприятия жителями города. Прежде всего, необходимо отметить количественные и качественные изменения, связанные с усилением репрезентации иных – отличных от русского – языков, помимо международного английского, усиление позиций которого также, по-видимому, оказывает влияние на рост терпимости к многоязычию. Количество многоязычных вывесок и объявлений в Петербурге увеличивается, на них появляются языки (таджикский, киргизский), которые раньше не были представлены в языковом ландшафте. Расширяется сфера письменного использования языков, как за счет собственно языков мигрантов, так и туристического китайского, выступающего в качестве своего рода триггера для многоязычных практик в сфере маркетинга и рекламы. Становится возможной коммуникация между меньшинством и большинством на языке меньшинства: с одной стороны, русскоязычное большинство начинает допускать возможность обращения к туристам и даже мигрантам на их языках; с другой стороны, многоязычные стратегии начинают рассматриваться как уместные в привлечении русскоязычных клиентов этническими заведениями. Более того, существует большой потенциал для дальнейшего развития повседневного многоязычия в городском ландшафте через повышение его видимости, освоение публичных пространств и особенно официального дискурса, который до сих пор допускает многоязычие только в общении с иностранными туристами. В этом контексте представляется, что необходимо дальнейшее изучение связи между изменениями городской инфраструктуры в результате миграций и повседневными практиками многоязычия – как письменного, так и устного. Языковой ландшафт может стать важным подспорьем в исследованиях жизни мигрантов в городе, если рассматривать его не отвлеченно и умозрительно, а как часть коммуникативного процесса, и не как статичный объект, а как живую динамическую систему, отражающую те изменения, что происходят не только в городском пространстве, но и в представлениях и установках городских жителей.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Ашкинази, Леонид и Марина Векштейн. 2009. «Национальные предпочтения при аренде жилплощади в Москве, или “Кроме ККА и Азии”». *Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии* 1(99):97–100.
- Баранова, Влада и Капитолина Федорова. 2017. «(Не)видимость и (вне)находимость: Трудовые мигранты и языковой ландшафт Санкт-Петербурга». *Городские исследования и практики* 2(1):103–121.
- Баранова, Влада и Капитолина Федорова. 2018. «Многоязычие в городе: языковая политика, дискурсы и практика». *Acta Linguistica Petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН* 14(3):38–56. doi:10.30842/alp2306573714303.
- Бредникова, Ольга и Олег Паченков. 2002. «Этничность “этнической экономики” и социальные сети мигрантов». *Экономическая социология* 3(2):74–81.
- Вендина, Ольга. 2005. *Мигранты в Москве. Грозит ли российской столице этническая сегрегация?* М.: Центр миграционных исследований.

- Вендина, Ольга. 2009. «Культурное разнообразие и “побочные” эффекты этнокультурной политики в Москве». С. 45–147 в *Иммигранты в Москве*, под ред. Жанны Зайончковской. М.: Три квадрата.
- Деминцева, Екатерина и Вера Пешкова. 2014. «Мигранты из Средней Азии в Москве». *Демоскоп Weekly*, № 597–598, 5–18 мая. <http://www.demoscope.ru/weekly/2014/0597/tema01.php>.
- «Мониторинг демографических процессов в Санкт-Петербурге. 3-й квартал 2016 г. Экспресс-анализ». 2016. Комитет по информатизации и связи, Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр, Санкт-Петербург. [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2016/12/30/ЭА\\_Мониторинг\\_демографических\\_процессов\\_3кв16.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2016/12/30/ЭА_Мониторинг_демографических_процессов_3кв16.pdf).
- «Мониторинг демографических процессов в Санкт-Петербурге. 1-й квартал 2017 г. Экспресс-анализ». 2017а. Комитет по информатизации и связи, Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр, Санкт-Петербург. <http://files.iac.spb.ru/iam/2017/s02.pdf>.
- «Мониторинг демографических процессов в Санкт-Петербурге. 2-й квартал 2017 г. Экспресс-анализ». 2017б. Комитет по информатизации и связи, Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр, Санкт-Петербург. [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2017/10/31/ЭА\\_Мониторинг\\_демографических\\_процессов\\_2кв17.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2017/10/31/ЭА_Мониторинг_демографических_процессов_2кв17.pdf).
- Пешкова, Вера. 2015. «Среднеазиатские этнические кафе Москвы: мигрантская инфраструктура в городском пространстве». С. 186–202 в *Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи*, под ред. Виктора Дятлова и Константина Григоричева. Иркутск: Издательство Иркутского государственного университета.
- Рыжова, Наталья. 2008. «Благовещенск: в поисках “чайнатауна”». *Этнографическое обозрение* 4:17–31.
- Скучилина, Светлана. 2018. «Барьеры для мигрантов на рынке арендного жилья в г. Санкт-Петербурге». Магистерская работа, Санкт-Петербургская школа социальных наук и востоковедения, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Санкт-Петербург).
- Тюрюканова, Елена. 2009. «Трудовые мигранты в Москве: “второе общество”?». С. 148–175 в *Иммигранты в Москве*, под ред. Жанны Зайончковской. М.: Три квадрата.
- Численность и миграция населения Санкт-Петербурга и Ленинградской области в 2013 году. Статистический бюллетень*. 2014. СПб.: Петростат. [http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/petrostat/resources/c06b81004599d3a2b362f8e7d6b68498/Числ+и+мигр+нас+СПб+и+ЛО+2013.pdf](http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/c06b81004599d3a2b362f8e7d6b68498/Числ+и+мигр+нас+СПб+и+ЛО+2013.pdf).
- Численность и миграция населения Санкт-Петербурга и Ленинградской области в 2014 году. Статистический бюллетень*. 2015. СПб.: Петростат. [http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/petrostat/resources/e0b9b08049f9a26abe4dfef2e93b570e/Численность+и+миграция+нас+СПб+и+ЛО+в+2014.pdf](http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/e0b9b08049f9a26abe4dfef2e93b570e/Численность+и+миграция+нас+СПб+и+ЛО+в+2014.pdf).
- Шомина, Елена. 2010. *Квартирьерсъемщики – наше «жилищное меньшинство»: российский и зарубежный опыт развития арендного жилья*. М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики.
- Цзинь, Цзюнькай. 2017. «Китайские рестораны в Санкт-Петербурге: исследование социологии питания». *Журнал социологии и социальной антропологии* 20(3):111–135.
- Backhaus, Peter. 2006. “Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape.” *International Journal of Multilingualism* 3(1):52–66.
- Baranova, Vlada, and Kapitolina Fedorova. 2019. “‘Invisible Minorities’ and ‘Hidden Diversity’ in Saint-Petersburg’s Linguistic Landscape.” *Language and Communication* 68:17–27. doi:10.1016/j.langcom.2018.10.013.
- Ben-Rafael, Eliezer, Elana Shohamy, Muhammad Hasan Amara, and Nira Trumper-Hecht. 2006. “Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel.” Pp. 7–30 in *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, ed. by Durk Gorter. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Blommaert, Jan. 2013. *Ethnography, Superdiversity, and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol, UK: Multilingual Matters.

- Blommaert, Jan, and Ben Rampton. 2011. "Language and Superdiversity." *Diversities* 13(2):1–21.
- Creese, Angela, Adrian Blackledge, and Rachel Hu. 2018. "Translanguaging and Translation: The Construction of Social Difference across City Spaces." *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 21(7):841–852. doi:10.1080/13670050.2017.1323445.
- Demintseva, Ekaterina. 2017. "Labour Migrants in Post-Soviet Moscow: Patterns of Settlement." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 43(15):2556–2572. doi:10.1080/1369183X.2017.1294053.
- Demintseva, Ekaterina, and Daniel Kashnitsky. 2016. "Contextualizing Migrants' Strategies of Seeking Medical Care." *International Migration* 54(5):29–42. doi:10.1111/imig.12247.
- Fedorova, Kapitolina, and Vlada Baranova. 2018. "Moscow: Diversity in Disguise." Pp. 220–236 in *Urban Sociolinguistics: The City as a Linguistic Process and Experience*, ed. by Dick Smakman and Patrick Heinrich. New York: Routledge.
- Gaiser, Leonie, and Yaron Matras. 2016. "The Spatial Construction of Civic Identities: A Study of Manchester's Linguistic Landscapes." University of Manchester Working Paper, December. <http://mlm.humanities.manchester.ac.uk/wp-content/uploads/2016/12/ManchesterLinguisticLandscapes.pdf>.
- Kashnitsky, Ilya, and Maria Gunko. 2016. "Spatial Variation of In-Migration to Moscow: Testing the Effect of Housing Market." *Cities* 59:30–39. doi:10.1016/j.cities.2016.05.025.
- Landry, Rodrigue, and Richard Y. Bourhis. 1997. "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study." *Journal of Language and Social Psychology* 16(1):23–49.
- Marten, Heiko F. 2012. "'Latgalian Is Not a Language': Linguistic Landscapes in Eastern Latvia and How They Reflect Centralist Attitudes." Pp. 19–35 in *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, ed. by Durk Gorter, Heiko F. Marten, and Luk Van Mensel. New York: Palgrave Macmillan.
- Massey, Douglas. 2012. "Reflections on the Dimensions of Segregation." *Social Forces* 91(1):39–43. doi:10.1093/sf/sos118.
- Mirvahedi, Seyed Hadi. 2016. "Linguistic Landscaping in Tabriz, Iran: A Discursive Transformation of a Bilingual Space into a Monolingual Space." *International Journal of the Sociology of Language* 242:195–216. doi:10.1515/ijsl-2016–0039.
- Ong, Kenneth Keng Wee, Jean François Ghesquière, and Stefan Karl Serwe. 2013. "Frenghish Shop Signs in Singapore: Creative and Novel Blending of French and English in the Shop Fronts of Beauty and Food Businesses in Singapore." *English Today* 29(3):19–25. doi:10.1017/S0266078413000278.
- Pennycook, Alastair, and Emi Otsuji. 2015. *Metrolingualism: Language in the City*. New York: Routledge.
- Portes, Alejandro. 1987. "The Social Origins of the Cuban Enclave Economy of Miami." *Sociological Perspectives* 30(4):340–372.
- Purschke, Christoph. 2017. "(T)Apping the Linguistic Landscape: Methodological Challenges and the Scientific Potential of a Citizen-Science Approach to the Study of Social Semiotics." *Linguistic Landscape* 3(3):246–266. doi:10.1075/ll.17023.pur.
- Shohamy, Elana, Eliezer Ben-Rafael, and Monica Barni, eds. 2010. *Linguistic Landscape in the City*. Bristol, UK: Multilingual Matters.
- Sutherland, Paul. 2015. "Writing System Mimicry in the Linguistic Landscape." *SOAS Working Papers in Linguistics* 17:147–167.
- Troye, Robert A., Carmen Cáceda, and Patricia Giménez Eguibar. 2015. "Unseen Spanish in Small-Town America: A Minority Language in the Linguistic Landscape." Pp. 52–76 in *Conflict, Exclusion and Dissent in the Linguistic Landscape*, ed. by Rani Rubdy and Selim Ben Said. New York: Palgrave Macmillan.
- Zhou, Min, and Hong Liu. 2017. "Immigrant Entrepreneurship and Diasporic Development: The Case of New Chinese Migrants in the USA." Pp. 403–423 in *Contemporary Chinese Diasporas*, ed. by Min Zhou. Singapore: Palgrave Macmillan.
- Zhou, Min, and John R. Logan. 1989. "Returns on Human Capital in Ethnic Enclaves: New York City's Chinatown." *American Sociological Review* 54(5):809–820.

---

---

# GROWING VISIBILITY: MIGRATION AND TRANSFORMATIONS IN SAINT PETERSBURG'S LINGUISTIC LANDSCAPE

**Vlada Baranova, Kapitolina Fedorova**

*Vlada Baranova, Department of Sociology, Saint-Petersburg School of Social Sciences and Area Studies, National Research University Higher School of Economics (Saint Petersburg); Institute for Linguistic Studies of the Russian Academy of Sciences (Saint Petersburg). Address for correspondence: National Research University Higher School of Economics, ulitsa Sedova, 55, Saint Petersburg, 192148, Russia. vbaranova@hse.ru.*

*Kapitolina Fedorova, Faculty of Russian Studies, Hankuk University of Foreign Studies. Address for correspondence: Hankuk University of Foreign Studies, Global Campus, 81, Oedaero, Mohyeon-eup, Cheoin-gu, Yongin-si, Gyeonggi-do, 17035, Republic of Korea. fedorova@eu.spb.ru.*

Transformations in the linguistic makeup of Russian cities resulting from massive—in comparison with the Soviet period—migration of nonnative speakers, often with low proficiency in Russian, can be fast; acknowledgement of these transformations by society, however, demands more time. Attitudes to actual urban multilingualism are determined by the domineering monolingual ideology demanding communication only in Russian. The social inequality of native and nonnative speakers becomes apparent if we consider how different languages spoken in the city are reflected in its linguistic landscape, in other words, different written signs, both formal and informal. Saint Petersburg's linguistic landscape underrepresents the languages of labor migrants; on the rare occasions when these languages are used, signs in Chinese (not targeting Chinese tourists) and in Uzbek can be found in places hidden from the eyes of general public. However, this trend is gradually changing; new practices drawing local citizens and migrants into interactions are emerging. This article aims at revealing the situations making migrants and their multilingual existence visible to the receiving community; it focuses not on the exclusion of migrants from the linguistic landscape but rather on new developing practices of contact and urban domains favoring such practices. The article is based on Saint Petersburg's linguistic landscape (signs, unofficial announcements, advertising, etc.) as a primary source; as additional sources it uses interviews with labor migrants and focus groups with local citizens discussing multilingual communication, everyday linguistic practices, and public representation of languages in urban space. Ethnographic linguistic landscape analysis (ELLA), focusing on the context of communication, is used as a methodological approach to analyzing the data.

**Keywords:** Multilingualism; Linguistic Landscape; Migrants' Languages

## REFERENCES

- Ashkinazi, Leonid, and Marina Vekshtein. 2009. "Natsional'nye predpochteniiia pri arende zhilploshchadi v Moskve, ili 'Krome KKA i Azii.'" *Vestnik obshchestvennogo mneniia: Dannye. Analiz. Diskussii* 1(99):97–100.
- Backhaus, Peter. 2006. "Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape." *International Journal of Multilingualism* 3(1):52–66.
- Baranova, Vlada, and Kapitolina Fedorova. 2017. "(Ne)vidimost' i (vne)nakhodimost': Trudovye migranty i iazykovoii landshaft Sankt-Peterburga." *Gorodskie issledovaniia i praktiki* 2(1):103–121.
- Baranova, Vlada, and Kapitolina Fedorova. 2018. "Mnogoiazychie v gorode: Iazykovaia politika, diskursy i praktika." *Acta Linguistica Petropolitana: Trudy Instituta lingvisticheskikh issledovani* RAN 14(3):38–56. doi:10.30842/alp2306573714303.
- Baranova, Vlada, and Kapitolina Fedorova. 2019. "'Invisible Minorities' and 'Hidden Diversity' in Saint-Petersburg's Linguistic Landscape." *Language and Communication* 68:17–27. doi:10.1016/j.langcom.2018.10.013.
- Ben-Rafael, Eliezer, Elana Shohamy, Muhammad Hasan Amara, and Nira Trumper-Hecht. 2006. "Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel." Pp. 7–30 in *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, ed. by Durk Gorter. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Blommaert, Jan. 2013. *Ethnography, Superdiversity, and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol, UK: Multilingual Matters.
- Blommaert, Jan, and Ben Rampton. 2011. "Language and Superdiversity." *Diversities* 13(2)1–21.
- Brednikova, Olga, and Oleg Pachekov. 2002. "Etnichnost' 'etnicheskoi ekonomiki' i sotsial'nye seti migrantov." *Ekonomicheskaiia sotsiologiia* 3(2):74–81.
- Chislennost' i migratsiia naseleniia Sankt-Peterburga i Leningradskoi oblasti v 2013 godu. Statisticheskii biulleten'*. 2014. Saint Petersburg: Petrostat. [http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/petrostat/resources/c06b81004599d3a2b362fbe7d6b68498/Числ+и+мигр+нас+СПб+и+ЛО+2013.pdf](http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/c06b81004599d3a2b362fbe7d6b68498/Числ+и+мигр+нас+СПб+и+ЛО+2013.pdf).
- Chislennost' i migratsiia naseleniia Sankt-Peterburga i Leningradskoi oblasti v 2014 godu. Statisticheskii biulleten'*. 2015. Saint Petersburg: Petrostat. [http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/petrostat/resources/e0b9b08049f9a26abe4dfe-f2e93b570e/Численность+и+миграция+нас+СПб+и+ЛО+в+2014.pdf](http://petrostat.old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/e0b9b08049f9a26abe4dfe-f2e93b570e/Численность+и+миграция+нас+СПб+и+ЛО+в+2014.pdf).
- Creese, Angela, Adrian Blackledge, and Rachel Hu. 2018. "Translanguaging and Translation: The Construction of Social Difference across City Spaces." *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 21(7):841–852. doi:10.1080/13670050.2017.1323445.
- Demintseva, Ekaterina. 2017. "Labour Migrants in Post-Soviet Moscow: Patterns of Settlement." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 43(15):2556–2572. doi:10.1080/1369183X.2017.1294053.
- Demintseva, Ekaterina, and Daniel Kashnitsky. 2016. "Contextualizing Migrants' Strategies of Seeking Medical Care." *International Migration* 54(5):29–42. doi:10.1111/imig.12247.
- Demintseva, Ekaterina, and Vera Peshkova. 2014. "Migranty iz Srednei Azii v Moskve." *Demoskop Weekly*, no. 597–598, May 5–18. <http://demoscope.ru/weekly/2014/0597/tema01.php>.
- Fedorova, Kapitolina, and Vlada Baranova. 2018. "Moscow: Diversity in Disguise." Pp. 220–236 in *Urban Sociolinguistics: The City as a Linguistic Process and Experience*, ed. by Dick Smakman and Patrick Heinrich. New York: Routledge.
- Gaiser, Leonie, and Yaron Matras. 2016. "The Spatial Construction of Civic Identities: A Study of Manchester's Linguistic Landscapes." University of Manchester Working Paper, December. <http://mlm.humanities.manchester.ac.uk/wp-content/uploads/2016/12/ManchesterLinguisticLandscapes.pdf>.
- Jin, Junkai. 2017. "Kitaiskie restorany v Sankt-Peterburge: Issledovanie sotsiologii pitaniia." *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii* 20(3):111–135.

- Kashnitsky, Ilya, and Maria Gunko. 2016. "Spatial Variation of In-Migration to Moscow: Testing the Effect of Housing Market." *Cities* 59:30–39. doi:10.1016/j.cities.2016.05.025.
- Landry, Rodrigue, and Richard Y. Bourhis. 1997. "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study." *Journal of Language and Social Psychology* 16(1):23–49.
- Marten, Heiko F. 2012. "'Latgalian Is Not a Language': Linguistic Landscapes in Eastern Latvia and How They Reflect Centralist Attitudes." Pp. 19–35 in *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, ed. by Durk Gorter, Heiko F. Marten, and Luk Van Mensel. New York: Palgrave Macmillan.
- Massey, Douglas. 2012. "Reflections on the Dimensions of Segregation." *Social Forces* 91(1):39–43. doi:10.1093/sf/sos118.
- Mirvahedi, Seyed Hadi. 2016. "Linguistic Landscaping in Tabriz, Iran: A Discursive Transformation of a Bilingual Space into a Monolingual Space." *International Journal of the Sociology of Language* 242:195–216. doi:10.1515/ijsl-2016-0039.
- "Monitoring demograficheskikh protsessov v Sankt-Peterburge. 3-i kvartal 2016 g. Ekspress-analiz." 2016. Committee on Information and Communications, Saint Petersburg Information-Analytical Center, Saint Petersburg. [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2016/12/30/ЭА\\_Мониторинг\\_демографических\\_процессов\\_3кв16.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2016/12/30/ЭА_Мониторинг_демографических_процессов_3кв16.pdf).
- "Monitoring demograficheskikh protsessov v Sankt-Peterburge. 1-i kvartal 2017 g. Ekspress-analiz." 2017a. Committee on Information and Communications, Saint Petersburg Information-Analytical Center, Saint Petersburg. <http://files.iac.spb.ru/iam/2017/s02.pdf>.
- "Monitoring demograficheskikh protsessov v Sankt-Peterburge. 2-i kvartal 2017 g. Ekspress-analiz." 2017b. Committee on Information and Communications, Saint Petersburg Information-Analytical Center, Saint Petersburg. [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2017/10/31/ЭА\\_Мониторинг\\_демографических\\_процессов\\_2кв17.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2017/10/31/ЭА_Мониторинг_демографических_процессов_2кв17.pdf).
- Ong, Kenneth Keng Wee, Jean François Ghesquière, and Stefan Karl Serwe. 2013. "Frenghish Shop Signs in Singapore: Creative and Novel Blending of French and English in the Shop Fronts of Beauty and Food Businesses in Singapore." *English Today* 29(3):19–25. doi:10.1017/S0266078413000278.
- Pennycook, Alastair, and Emi Otsuji. 2015. *Metrolingualism: Language in the City*. New York: Routledge.
- Peshkova, Vera. 2015. "Sredneaziatskie etnicheskie kafe Moskvy: Migrantskaia infrastruktura v gorodskom prostranstve." Pp. 186–202 in *Etnicheskie rynki v Rossii: Prostranstvo torga i meshto vstrechi*, ed. by Viktor Diatlov and Konstantin Grigorichev. Irkutsk, Russia: Izdatel'stvo Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Portes, Alejandro. 1987. "The Social Origins of the Cuban Enclave Economy of Miami." *Sociological Perspectives* 30(4):340–372.
- Purschke, Christoph. 2017. "(T)Apping the Linguistic Landscape: Methodological Challenges and the Scientific Potential of a Citizen-Science Approach to the Study of Social Semiotics." *Linguistic Landscape* 3(3):246–266. doi:10.1075/ll.17023.pur.
- Ryzhova, Natalia. 2008. "Blagoveshchensk: V poiskakh 'chainatauna.'" *Etnograficheskoe obozrenie* 4:17–31.
- Shohamy, Elana, Eliezer Ben-Rafael, and Monica Barni, eds. 2010. *Linguistic Landscape in the City*. Bristol, UK: Multilingual Matters.
- Shomina, Elena. 2010. *Kvartiros' emshchiki – nashe "zhilishchnoe men'shinstvo": Rossiiskii i zarubezhnyi opyt razvitiia arendnogo zhil'ia*. Moscow: Izd. dom Gos. un-ta – Vysshei shkoly ekonomiki.
- Skuchilina, Svetlana. 2018. "Bar'ery dlia migrantov na rynke arendnogo zhil'ia v g. Sankt-Peterburge." Masters thesis, Saint-Petersburg School of Social Sciences and Area Studies, National Research University Higher School of Economics in Saint Petersburg, Russia.
- Sutherland, Paul. 2015. "Writing System Mimicry in the Linguistic Landscape." *SOAS Working Papers in Linguistics* 17:147–167.



- Tiuriukanova, Elena. 2009. "Trudovye migranty v Moskve: 'Vtoroe obshchestvo'?" Pp. 148–175 in *Immigranty v Moskve*, ed. by Zhanna Zayonchkovskaya. Moscow: Tri kvadrata.
- Troye, Robert A., Carmen Cáceda, and Patricia Giménez Eguíbar. 2015. "Unseen Spanish in Small-Town America: A Minority Language in the Linguistic Landscape." Pp. 52–76 in *Conflict, Exclusion and Dissent in the Linguistic Landscape*, ed. by Rani Rubdy and Selim Ben Said. New York: Palgrave Macmillan.
- Vendina, Olga. 2005. *Migranty v Moskve: Grozit li rossiiskoi stolitse etnicheskaia segregatsiia?* Moscow: Tsentr migratsionnykh issledovaniï.
- Vendina, Olga. 2009. "Kul'turnoe raznoobrazie i 'pobochnye' efekty etnokul'turnoi politiki v Moskve." Pp. 45–147 in *Immigranty v Moskve*, ed. by Zhanna Zayonchkovskaya. Moscow: Tri kvadrata.
- Zhou, Min, and Hong Liu. 2017. "Immigrant Entrepreneurship and Diasporic Development: The Case of New Chinese Migrants in the USA." Pp. 403–423 in *Contemporary Chinese Diasporas*, ed. by Min Zhou. Singapore: Palgrave Macmillan.
- Zhou, Min, and John R. Logan. 1989. "Returns on Human Capital in Ethnic Enclaves: New York City's Chinatown." *American Sociological Review* 54(5):809–820.