

Anglų kalbos funkcijos Vilniaus kalbiniame kraštovaizdyje

Inga Daraškienė

Vilniaus universitetas
inga.daraskiene@flf.vu.lt

Anotacija. Šiame straipsnyje analizuojamos globaliosios anglų kalbos funkcijos Vilniaus kalbinio kraštovaizdžio ženkluose. Tyrimo tikslas yra nustatyti, kokias funkcijas anglų kalba atlieka Vilniaus viešuosiuose užrašuose ir kaip atliekamos funkcijos skiriasi priklausomai nuo diskurso tipo: komercinio, kultūros, gatvės meno, infrastruktūrinio, viešųjų paslaugų, turizmo, COVID-19, protesto, sporto, reguliacinio, politinio, sveikatinimo. Taip pat siekiama išsiaiškinti, ar anglų kalbos funkcijos skiriasi vienakalbiuose ir daugiakalbiuose užrašuose. Derinant kiekybinius ir kokybinius kalbinio kraštovaizdžio metodus, analizuojamas 861 Vilniaus viešųjų erdvių užrašas su anglų kalba. Nustatyta, kad dažniausiai anglų kalba atlieka informacinę funkciją (63,8 proc.), o simbolinė anglų kalbos funkcija išreikšta mažiau (20,5 proc.). Ir simbolinio, ir komunikacinio anglų kalbos vartojimo viename užrašė nustatyta mažiausiai (15,5 proc.). Tyrimas parodė, kad anglų kalbos funkcijos skiriasi priklausomai nuo diskurso tipo ir nuo to, ar užrašas yra vienakalbis, ar daugiakalbis.

Raktažodžiai: *anglų kalbos funkcijos, globalioji anglų kalba, diskursų tipai, kalbinis kraštovaizdis, Vilnius*

Functions of English language in the Linguistic Landscape of Vilnius

Summary. Globalization has made English one of the most widely spoken languages in the world. It has become the language code of choice for international communication and plays an important role in various sociolinguistic contexts, such as public or *globalized spaces* (Pennycook 2010). As a result, English is the most frequently studied object in linguistic landscape studies (Gorter and Cenoz 2023: 252). Examining the use of English in public spaces is relevant because it not only helps to assess the extent to which English is used in various sociolinguistic contexts but also reflects its prestige, power, and socioeconomic values, as well as its relationship with other languages.

This paper analyses the functions of the English in the linguistic landscape of Vilnius, exploring how these functions differ depending on the discourse type. An analysis of 861 signs revealed the presence of English in the following discourses: commercial, cultural, street art, infrastructural, public service, tourism, COVID-19, protest, sports, regulatory, political, and health promotion. The findings indicate that English mainly performs an informative function – 63.8% of cases. In certain discourses – public service, COVID-19, and regulatory – English plays an exclusively informative role. Conversely, the symbolic use of English is observed approximately three times less frequently, primarily in the street art and sports discourses, where it accounts for 91.9% and 46.1% of cases, respectively.

The study also examines whether the functions of English differ between monolingual and multilingual signs. The analysis shows that the informative function of English is more prominent in multilingual signs, while its symbolic function is more frequent in monolingual signs where English is the sole language. These findings suggest that English occupies a lingua franca role in Vilnius's linguistic landscape. On the other hand, qualitative analysis shows that English is often influenced by the local Lithuanian language, both in its informative use and when chosen for its prestige, international appeal, or other symbolic powers.

Keywords: *functions of English, global English, discourse types, linguistic landscape, Vilnius*

1. Įvadas

Globalizacijos procesai lėmė, kad anglų kalba tapo viena iš plačiai vartojamų kalbų pasaulyje. Šiuo metu anglų kalba įvardijama ne tik kaip Europos kalba, bet ir pasaulyje dominuojančia *lingua franca* (Salomone 2022: 4). Anglų kalba yra tapusi dažnai pasirenkamu kalbiniu kodu ne tik tarptautinei komunikacijai, bet ir kituose sociolingvistiniuose kontekstuose. Anglų kalbos paplitimas ypač gerai matyti viešosiose arba *globalizuotose erdvėse* (Pennycook 2010), per kurias į kitas kalbines bendruomenes pirmiausia ir sklido reklamuojant globalius prekės ženklus, tokius kaip *Coca-Cola*, *Starbucks*, *KFC* ir kitus (Bolton, Botha, Lee 2020: 281). Tai, kad anglų kalba yra tapusi neatsiejama viešųjų erdvių dalimi daugelyje pasaulio vietų, skatina tyrėjus gilintis į įvairius globaliosios anglų kalbos fenomeno aspektus. Anglų kalbai daug dėmesio skiriama ir kalbinio kraštovaizdžio (toliau – KK) tyrimuose. Pasak Durko Gorterio ir Jasone Cenoz (2023: 252), būtent anglų kalba pastaruoju metu sulaukia daugiausia KK tyrėjų dėmesio. Tyrinėti anglų kalbą KK aktualu dėl keleto dalykų. Pirmia, anglų kalbos tyrimai KK padeda atskleisti anglų kalbos padėtį skirtingose šalyse, miestuose ar kontekstuose, o antra, tokie tyrimai parodo, kaip anglų kalba vertinama kitų kalbų atžvilgiu (Gorter, Cenoz 2023: 293). Kitaip tariant, KK tyrimai ne tik padeda įvertinti anglų kalbos vartojimo mastą tam tikrose sociolingvistinėse situacijose, bet ir parodo anglų kalbos prestižą, galią, socialines bei ekonomines vertes, santykį su kitomis kalbomis ir pan.

Nors įvairūs globaliosios anglų kalbos aspektai kitose kalbinėse bendruomenėse tyrinėjami gana gausiai (plg. tyrimų apžvalgą Gorter, Cenoz 2023: 252–309), anglų kalbos tyrimų Lietuvos KK atlikta gerokai mažiau. Anglų kalbos vartojimo ypatumai dažniausiai aptariami iš daugiakalbystės perspektyvos. Pavyzdžiui, Jūratės Ruzaitės (2017) daugiakalbių ženklų tyrimas kurortuose parodė, kad anglų kalba yra dominuojanti *lingua franca* ir pagrindinė turizmo kalba. Gintarės Kudžmaitės ir Kaspero Juffermano (2020) Lietuvos-Lenkijos pasienio ženklų tyrimas atskleidė, kad anglų kalba yra svarbiausia užsienio kalba abiejose sienos pusėse. Sanitos Lazdinos, Solvitos Pošeiko ir Heiko F. Marteno (2013) Baltijos šalių KK tyrimu įvairiuose miestuose identifiikuotos 23 vartojamos kalbos: dominuojančios buvo valstybinės estų, latvių, lietuvių, taip pat rusų ir anglų. Tyrimas atskleidė, kad anglų kalba vertinama kaip aukšto prestižo kalba, turinti simbolinę reikšmę. Vertinant anglų kalbos vartojimą iš atskirų sektorių perspektyvos, nustatyta, kad svarbiausia turizmo srityje yra anglų kalba.

Minėti tyrimai yra atlikti gana įvairiose Lietuvos vietose. Sostinė Vilnius, kaip daugiakalbis ir daugiakultūris miestas, taip pat yra sulaukęs KK tyrėjų dėmesio. Marleenos Kedars ir Annos Verschik (2019) tyrime Vilniaus KK buvo lyginamas su Talino KK. Tyrimas parodė, kad Talino KK yra įvairesnis ir labiau daugiakalbis nei Vilniaus. Mažumų – lenkų ir rusų kalbos – neatsispindi Vilniaus senamiesčio ženkluose, o kitos kalbos, pavyzdžiui, jidiš ir hebrajų, vartojamos tik simboliškai. Anglų kalba Vilniaus ženkluose atsiranda dėl praktinių priežasčių, pavyzdžiui, kaip informacija turistams.

Dar vienas palyginamasis Vilniaus KK tyrimas atliktas Sebastiano Mutho (2011). Jis tyrė Vilniaus KK ir lygino jį su Kišiniovo. Abu miestai analizuoti iš mažumų kalbų reprezentavimo perspektyvos. Atliekant tyrimą išsiaiškinta, kad Vilniuje mažumų kalbos – rusų ir lenkų – yra labai retos, ir tai neatspindi jomis kalbančios visuomenės dalies, priešingai nei Kišiniove. Populiariausios kalbos Vilniuje buvo lietuvių ir anglų; anglų vartojama ne tik simboline prasme, pavyzdžiui, pavadinimuose, bet atlieka komunikacinę funkciją.

Anglų kalba Vilniaus KK analizuota ir 2008 m. Mutho tyrime, kuriame vienas iš tyrimo klausimų buvo susijęs su anglų kalbos paplitimu viešuosiuose užrašuose. Išanalizavęs užrašus iš keturių Vilniaus seniūnijų ir dviejų prekybos centrų, autorius pastebi, kad anglų kalba plačiai vartojama visame mieste, ir ypač dažnai daugiakalbiuose ženkluose su lietuvių kalba.

Aptarti KK tyrimai rodo gana aiškų anglų kalbos dominavimą lyginant su kitomis užsienio kalbomis. Tikėtina, kad anglų kalbos viešosiose erdvėse nemažės, todėl detalesni KK tyrimai, nukreipti būtent į anglų kalbą, leistų tiksliau įvertinti anglų kalbos vartojimo prielaidas bei ypatybes skirtinguose socio-lingvistiniuose kontekstuose. Todėl šis pristatomas tyrimas skirtas pasiaiškinti anglų kalbos vartojimo ypatybes didžiausiame daugiakultūriniame Lietuvos mieste – Vilniuje, dėmesį kreipiant į anglų kalbos funkcijas.

Taigi keliamas **tikslas** – nustatyti anglų kalbos funkcijas Vilniaus KK ženkluose ir išanalizuoti, kaip atliekamos funkcijos kinta priklausomai nuo diskurso ir užrašo tipo. Anglų kalbos funkcijos analizuojamos šiuose diskursuose: komerciniame, kultūros, gatvės meno, infrastruktūriniame, viešųjų paslaugų, turizmo, COVID-19, protesto, sporto, reguliaciniame, politiniame ir sveikatinimo. Minėti diskursų tipai išskirti išanalizavus Vilniaus KK užrašus, kuriuose vartojama anglų kalba. Iš viso analizuotas 861 užrašas. Medžiaga tyrimui buvo renkama 2020 m. vasario–spalio mėn. įvairiose Vilniaus miesto vietose: senamiestyje, Naujamiestyje, Grigiškėse, Naujojoje Vilnioje, Užupyje, taip pat autobusų bei geležinkelio stočių prieigose. Tyrime taikoma kiekybinė statistinė aprašomoji ir kokybinė turinio analizė.

2. Kalbiniuose kraštovaizdžiuose plėtojami diskursai

Pristatomas tyrimas remiasi požiūriu, kad KK yra daugiasluoksinė komunikacinė erdvė, kurioje sąveikauja įvairūs diskursai, sudaryti iš skirtingų ženklų. Apie KK kaip daugialypį įvairių persipinančių sistemų lauką kalba Jeffrey L. Kallenas. Neretai KK suprantamas kaip homogeniška ženklų sistema ir tik per dichotomiją valstybiniai-privatūs (angl. *top-down*, *bottom-up*) ženklai parodomas šio tyrimų lauko kompleksiskumas, tačiau Kallenas (2011: 42) teigia, kad į KK vertėtų žiūrėti ne kaip į vieną sistemą, o kaip į viena su kita sąveikaujančių sistemų visumą. Tai, kad šios sistemos yra nelygiareikšmės ir funkcionuoja tam tikru lygiu nepriklausomai viena nuo kitos, nors ir yra matomos kaip vienas vizualus laukas, suteikia kraštovaizdžiui diskursyvumo.

Apie viešųjų erdvių diskursyvumą taip pat kalbama Rono Scollono ir Suzie Wong Scollon. Jie teigia, kad pasaulyje nesama diskursyviai grynų erdvių: nesama tokios vietos, kur būtų galima rasti tik vienos semiotinės sistemos kuriamas reikšmes ir tik toje vienoje sistemoje. Priešingai – didelė dalis kontekstų yra kompleksiški, o juose sąveikauja daugybė diskursų (Scollon, Wong Scollon 2003: 175). Išanalizavę įvairių miestų viešąsias erdves ir juos sudarančius užrašus, Scollonas ir Wong Scollon išskyrė penkiolika skirtingų diskursų, iš kurių aštuoni buvo bendri visoms tirtoms erdvėms. Minėtuosius aštuonis diskursus jie suskirstė į tokias kategorijas: reguliaciniai, infrastruktūriniai, komerciniai ir transgresiniai (angl. *transgressive*) diskursai. Reguliaciniai diskursai yra sudaryti iš įvairių kalbinių ir nekalbinių kelio ženklų, užrašų, informuojančių apie įvairius reguliavimus, pavyzdžiui: „Įėjimas tik su leidimais“. Infrastruktūriniams diskursams priskiriami gatvių pavadinimai, ženklai, žymintys infrastruktūrinius objektus, pavyzdžiui, elektros tinklus, dujas, vandens stoteles ir pan. Komercinių diskursų ženklai yra susiję su komerciniais objektais: parduotuvėmis, restoranais, kavinėmis, kino teatrais, barais ir pan. Transgresiniam diskursui priskiriami ženklai varijuoja nuo grafičių iki spausdintų reklaminių skelbimų ar ranka rašytų raštelių. Tai yra ženklai, palikti tam neleistinose vietose (ten pat, 181–192).

Kiti KK tyrėjai, pavyzdžiui, Williamas Amosas ir Barbara Soukup (2020: 69) skiria tokius diskurso tipus: meno, atminties, komerciniai, infrastruktūriniai, politiniai, reguliaciniai, religiniai, techninio žargonų, transgresiniai ir kt. Tačiau pabrėžiama, kad tokia diskurso tipų klasifikacija nėra baigtinė arba nekintanti – ji priklauso nuo konkretaus tyrimo ir jame keliamo tikslo. Be to, galima taikyti ir smulkesnę klasifikaciją, jei to reikalauja tyrimo problematika, tarkime, komercinis diskursas gali būti smulčiau analizuojamas pagal atskirų produktų kategorijas (ten pat).

3. Anglų kalbos funkcijos ir vertės kalbiniuose kraštovaizdžiuose

Įvairiose pasaulio vietose atlikti KK tyrimai labai dažnai rodo anglų kalbos dominavimą kitų kalbų atžvilgiu. Besiplečiančio rato (angl. *Expanding Circle*) šalyse anglų kalba kalbų hierarchijose dažniausiai užima antrą vietą po vietos kalbų (Gorter, Cenoz 2023: 291). Priešasčiau, kodėl anglų kalba negimtakalbiuose kontekstuose dažnai pasirenkama vartoti, gali būti įvairių. Tačiau KK tyrėjų gana dažnai įvardijamas prestižas, kuris gali būti siejamas su socialiniais, politiniais, psichologiniais ir ekonominiais veiksniais (Gorter, Cenoz 2023: 292).

Anglų kalbos prestižas dažnai siejasi su simboliniu anglų kalbos vartojimu. Dažnai angliškais užrašais siekiama sustiprinti perteikiamą informaciją, sukurti tarptautiškesnį, prestižiškesnį, net patikimesnį įmonių įvaizdį (Foster, Welsh 2021: 458–466). Pastebima ir tai, kad dažnai tokiais atvejais anglų kalba veikia konotaciškai: ženklams pakanka tik kalbinio panašumo į anglų kalbą, kad žymėtų (angl. *index*) prestižą, kuris siejamas su kalba kaip modernumo, pažangos ir globalizacijos simboliu (Piller 2003: 175, cit. iš Rowland 2016: 43). Tokios vartosenos pavyzdys galėtų būti pavadinime panašiai į anglišką žodį skambantis *Krunch*, pavartotas vietoj *Crunch* (Foster, Welsh 2021: 463).

Kartais minėtas indeksiškumas reiškiamas ne tik per tekstą, bet ir vizualiaisiais elementais. Vienas iš KK tyrėjų pateiktųjų pavyzdžių – reklaminis stendas vienoje iš vieno Etiopijos miestelio prekybos vietų. Dvikalbiame reklaminiame tekste pavartotos vietos amharų ir globalioji anglų kalbos. Angliškas užrašas „NY KIDS FASHION“ stende matomas šalia baltaodės mergaitės. Šį anglų kalbos vartojimo pavyzdį išanalizavusių Roberto Blackwoodo ir kitų tyrėjų nuomone, pavaizduota mergaitė reprezentuoja Šiaurės Amerikos vaiką, o per šį atvaizdą yra identifikuojamasi su Jungtinėmis Valstijomis (Blackwood, Johannensen, Mendisu 2022: 128).

Kaip matyti, anglų kalba gali būti simbolis, atskleidžiantis tam tikras europietiško, amerikietiško savybes (Kelly-Holmes 2000: 76). Tai reiškia, kad vartojant anglų kalbą galima simboliškai išreikšti prisijungimą prie anglakalbės bendruomenės ir būti siejamam su vertybėmis, kurios tipiskai priskiriamos anglų kalbai (Backhaus 2006: 63). Tačiau įdomu tai, kad kai kuriose bendruomenėse anglų kalba vartojama ir kaip neutralus kodas atsiribojant nuo tapatinimosi su tam tikra bendruomene. Sarajevo KK tyrimas parodė, kad užrašuose anglų kalba vartojama ne tik kaip globalioji kalba turistams, bet ir yra „vietinio kalbinio neutralumo forma“, siekiant išvengti vieno kurio vietinio kalbinio kodo dominavimo ir prieštaringos oficialiųjų kalbų tapatybės politikos (Tankosić, Litzenberg 2021: 201, 204).

Taigi kaip rodo įvairiose vietose atlikti KK tyrimai, anglų kalba gali būti vartojama ir referentiškai, ir simboliškai. Simboliškai vartojama anglų kalba dažniau ne perteikia faktinį idėjinį turinį, bet atlieka antraeilę funkciją – žymi simbolinę anglų kalbos galią. Simbolinė ir informacinė kalbos funkcijos gali būti išreikštos viename užrašė tuo pačiu metu. Pavyzdžiui, restoranų meniu kinų kalba parašyti patiekalų pavadinimai tą kalbą suprantantiems skaitytojams gali perteikti informaciją, bet tuo pačiu tai gali demonstruoti, kad šio restorano maistas yra autentiškas (Leeman, Modan 2009: 350). Taip pat teigiama, kad kai kurie tekstai gali turėti stipriau išreikštą komunikacinę krūvį, nors kartu pateikiama ir simbolinė prasmė (Blackwood, Johannessen ir Mendisu 2022: 123). Kalbos funkcija gali priklausyti ir nuo konkretaus skaitytojo – perlokucinė ženklo galia gali būti ir komunikacinė, jeigu tam tikra kalba pateiktas ženklo turinys skaitytojui suprantamas, ir simbolinė, jeigu konkreti kalba skaitytojui sužadina tam tikras asociacijas (Leeman, Modan 2009: 351).

4. Tyrimo metodologija

Šiam straipsniui analizuoti 2020 m. vasario–spalio mėnesiais Vilniaus mieste surinkti KK ženklai. Medžiaga tyrimui buvo renkama šiose Vilniaus vietose: Gedimino prospekte, Vilniaus gatvėje, sena-

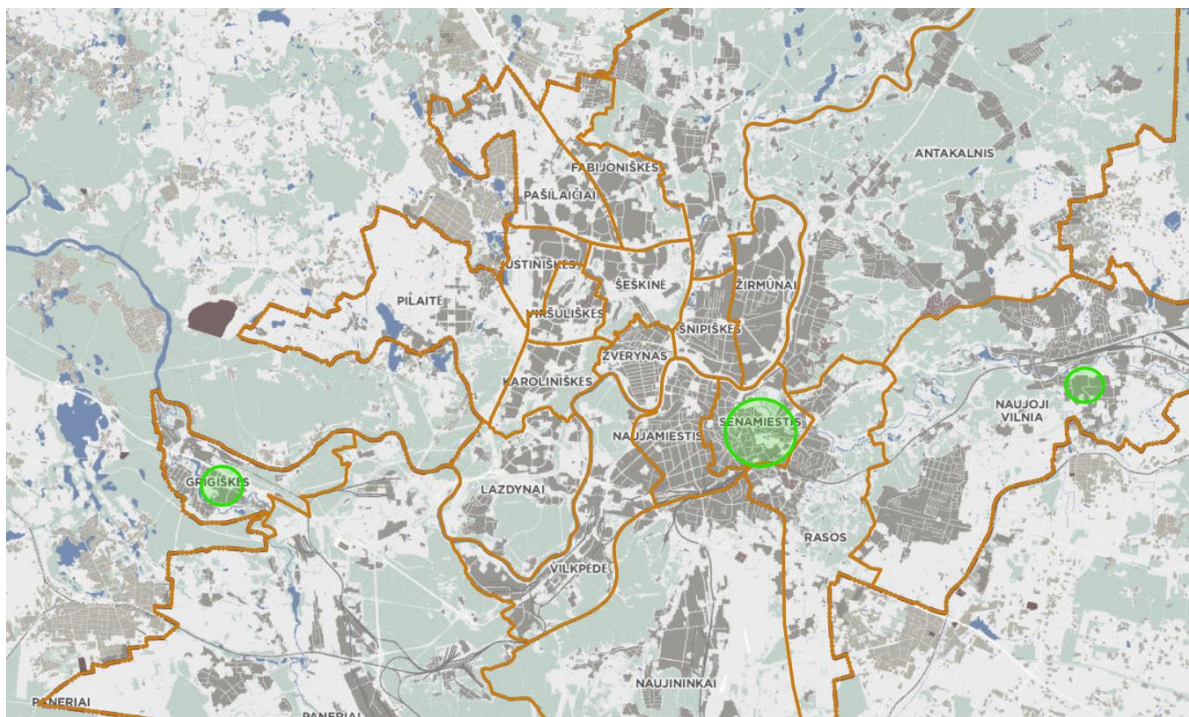
miestyje, Užupyje, geležinkelio ir autobusų stočių prieigose, Grigiškėse ir Naujojoje Vilnioje. Tyrimo geografija (1 pav.) pasirinkta taip, kad būtų atspindėtas kuo įvairesnis Vilniaus miesto KK, apimantis skirtingus sociolingvistinius kontekstus su jais sudarančiais užrašais.

Pirmiausia, į tyrimą buvo siekiama įtraukti socioekonomiškai skirtingas miesto vietas. Dėl šios priežasties pasirinkti nuo centro nutolę gyvenamieji rajonai ir centrinės miesto vietos senamiestyje, kuriose gausu miesto gyventojams ir svečiams skirtų objektų: viešbučių, restoranų, lauko kavinių, parduotuvių, muziejų, meno galerijų ir pan. Nuo miesto centro nutolusiuose gyvenamuosiuose rajonuose mažai turistų lankomų objektų, todėl prekyba ir paslaugos, tikėtina, daugiau orientuotos į vietos gyventojus.

Kitas aspektas, į kurį atsižvelgta renkantis tyrimo vietą, buvo nuolatinių gyventojų tautinė sudėtis. Naujosios Vilnios seniūnijoje gyvena didžiausia lenkų, baltarusių bendruomenė, antra pagal dydį rusų bendruomenė, trečia pagal dydį ukrainiečių bendruomenė Vilniaus mieste¹. Šios miesto vietos pasirinktos darant prielaidą, kad nuolatinių gyventojų gimtosios arba namų kalbos gali turėti įtakos ir KK ženklams.

Sociokultūrinis aspektas atsirenkant tyrimo vietas taip pat buvo svarbus, todėl pasirinktas ir kultūriškai aktyvus, vienas seniausių Vilniaus rajonų Užupis. Šioje miesto vietoje gausu meno galerijų, dirbtuvių, kultūrinių ir istorinių objektų, pritraukiančių didelius turistų srautus. Į tyrimą taip pat įtrauktos Grigiškės. Ši vieta miesto tipo gyvenvietės statusą gavo palyginti vėlai – XX a. 6-ajame dešimtmetyje, o prie Vilniaus miesto buvo prijungta² 2000 m.³

Siekiant atspindėti kiek įmanoma įvairesnius sociolingvistinius kontekstus, į tyrimą taip pat įtraukta autobusų ir geležinkelio stotis – judri, aktyvi, tranzitinė miesto vieta, „miesto vartai“ atvykstantiems ir išvykstantiems miesto gyventojams bei svečiams.



1 paveikslėlis. Į tyrimą įtrauktos Vilniaus miesto dalys

¹ Remiantis 2011 m. Visuotinio gyventojų ir būstų surašymo duomenimis, prieiga internetu: *8321a3c1-c8b9-4468-825c-52a7b753f281

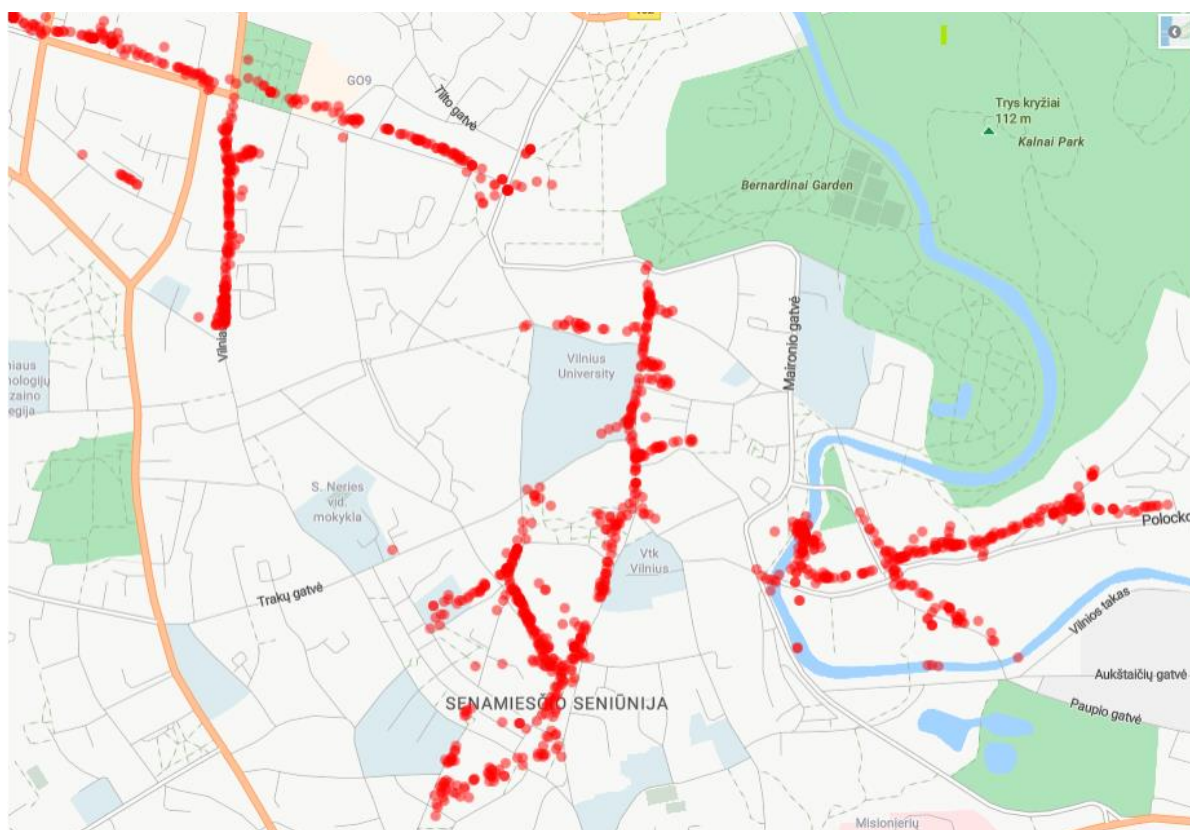
² Nors Grigiškės yra atskiras miestas, jos priklauso Vilniaus miesto savivaldybei seniūnijos teisėmis.

³ www.vle.lt/straipsnis/grigiskes/

Atsirinktose miesto vietose ženklai buvo fiksuojami didžiausiose arba ekonomiškai aktyviausiose gatvėse, užrašus fotografuojant abiejose gatvės pusėse, nuo gatvės pradžios iki pabaigos. Prie autobusų ir geležinkelio stočių užrašai rinkti jų prieigose, šalia esančiose gatvėse arba tik kai kuriose gatvių dalyse. Šiuo atveju atskaitos taškas buvo ne gatvės pradžia ir pabaiga, o pasirinktas objektas – stotis.

Svarbu paminėti, kad šiam tyrimui ženklai buvo renkami tik lauke. Tai reiškia, kad į tyrimą pateko tik objektų išorėje, bet ne viduje esantys užrašai. Kitas svarbus dalykas – tyrimui kaupti bet kokio dydžio, formos ar pagaminimo būdo, bet tik stacionarūs, mobilumo požymių neturintys ženklai. Tai reiškia, kad į tyrimą nebuvo įtraukti užrašai ant praeivių, automobilių ar kitų transporto priemonių ir kiti panašūs ženklai.

Medžiaga tyrimui rinkta viešuosius užrašus fotografuojant mobiliuoju telefonu, naudojantis specialiai šiam tyrimui sukurta žiniatinklio sistema. Padarytoms nuotraukoms automatiškai priskirti unikalūs numeriai ir koordinatės, leidžiantys matyti tikslią ženklo vietą žemėlapyje (2 pav.). Nuotraukos iš mobiliojo telefono buvo siunčiamos saugoti į duomenų bazę. Joje surinkti duomenys koduoti, vėliau – perkelti į *Microsoft Excel* programą. Naudojantis *Microsoft Excel* programa atlikti kiekybiniai skaičiavimai.



2 paveikslėlis. Surinktų Vilniaus KK ženklų⁴ žemėlapių fragmentas

Renkant medžiagą buvo fiksuojami visi ženklai nepriklausomai nuo juose vartojamų kalbų. Iš viso užfiksuota 1 614 įvairiakalbių ženklų. Svarbu pabrėžti, kad šiame tyrime analizės vienetu laikomas tiek vienas, tiek keletas užrašų, jei jie gali būti siejami su tuo pačiu objektu ar autoriumi. Pavyzdžiui, ženklu šiame tyrime yra laikomas vienas skelbimas skelbimų lentoje ir visi restoranui priklausantys užrašai: iškaba, lauko meniu, skelbimas ant durų ir kiti to paties restorano fasado tekstai. Tokia ženklų rinkimo metodologija, kai

⁴ Raudoni taškai žymi tyrimui nufotografuotus ženklus.

ženklų laikomi visi vienam objektui priklausantys užrašai, gana dažnai taikoma ir kituose KK tyrimuose (plg. Androutsopoulos, Chowchong 2021; Vandenbroucke 2016; Coluzzi 2016; Kallen 2009; Cenoz, Gorter 2006). Tokia prieiga reiškia, kad skirtingų užrašų skaičius yra didesnis nei surinktų ženklų skaičius. Taigi šiame tyrime analizuojami 682 ženklai su anglų kalba, sudaryti iš 861 skirtingo pobūdžio užrašų. Tai gali būti ir vienakalbiai angliški, ir daugiakalbiai užrašai, kuriuose anglų kalba vartojama kartu su kitomis.

Surinkti ženklai koduoti pagal tokius kintamuosius: 1) užrašo tipas (vienakalbis, daugiakalbis); 2) objektas (parduotuvė, biuras, restoranas ir pan.), kuriam priklauso užrašas; 3) užrašo žanras (iškaba, meniu, reklama, skelbimas, lipdukas, grafitis ir kt.); 4) vartojamos kalbos ir jų eiliškumas; 5) diskursas, kuriam priklauso užrašas (komercinis, reguliacinis, infrastruktūrinis, turizmo, politikos, gatvės meno, protesto ir kt.). Kadangi šio tyrimo objektas yra anglų kalbos funkcijos, tolesnei analizei atrinkti tik tie užrašai, kuriuose vartojama anglų kalba. Kaip minėta, jų buvo 861. Šie užrašai toliau koduoti pagal tai, kokią funkciją anglų kalba juose atlieka: 1) informacinę; 2) simbolinę; 3) ir informacinę, ir simbolinę. Tarkime, informacinė funkcija priskirta tokiems užrašams kaip darbo valandos, kainos, patiekalų pavadinimai, teikiamos paslaugos, gatvių pavadinimai ir kt. Simbolinis anglų kalbos vartojimas gali būti įžvelgiamas, pavyzdžiui, parduotuvių, restoranų ar kitų įstaigų pavadinimuose, reklaminiuose tekstuose su tarptautiniais prekių ženklais, kuriuose angliško žodžių funkcija nėra informacinė. Kartais viename tekste galima įžvelgti ir informacinę, ir simbolinę anglų kalbos vartojimą. Pavyzdžiui, jeigu kavinės pavadinime vienas iš žodžių yra „coffee“, iš jo aišku, kokia veikla objektas užsiima.

Nustatant kalbų preferencijas arba kitaip – kalbų eiliškumą ženkle, remtasi R. Scollon ir S. Wong Scollon kalbinio kodo pirmumo sistema (angl. *code preference system*), nurodančia, kad svarbesnė kalba yra rašoma ženklo viršuje, kairėje arba viduryje, o mažiau svarbi kalba yra ženklo apačioje, dešinėje arba pakraščiuose (Scollon, Wong Scollon 2003: 120). Kadangi dažnai KK ženklai pasižymi multimodalumu, kai vartojami ne tik kalbiniai kodai, bet ir vizualieji elementai, šiame tyrime nustatant kalbų eiliškumą vertintas ir šis aspektas. Tai reiškia, kad teksto išryškinimas, pabrėžimas taikant vizualiąsias priemones, tokias kaip didesnis šriftas ar kita spalva, perteikia autoriaus preferenciją vienam kuriam kalbiniam kodui. Taigi šiame tyrime ne tik teksto išdėstymas erdvėje, bet ir vizualiųjų elementų taikymas buvo vienas iš kriterijų, pasitelkiamų nustatant ženkle pavartotų kalbų eiliškumą.

Užrašai pagal žanrą suklasifikuoti pagal tai, kokią komunikacinę veiksmą jie atlieka (Androutsopoulos, Chowchong 2021: 204). Kitaip tariant, buvo žiūrima, kokia užrašo funkcija konkrečiame sociolingvistiniame kontekste. Pavyzdžiui, lipdukas ant durų, kuriame užrašyta „Traukti“ yra infrastruktūrinis užrašas, nes jo funkcija yra padėti patekti į patalpą, o užrašas „Išpardavimas“ parduotuvės vitrinoje skelbia apie galimybę prekių įsigyti pigiau, todėl yra komercinio pobūdžio, tad jis priskiriamas komerciniam diskursui. Taigi skirtingi užrašų žanrai yra susiję su platesniais diskursais. Šiame tyrime užrašai su anglų kalba vertinti pagal tai, kokiam diskursui gali priklausyti. Išskirti tokie Vilniaus KK plėtojami diskursų tipai: komercinis, kultūros, gatvės meno, infrastruktūrinis, viešųjų paslaugų, turizmo, COVID-19, protesto, sporto, reguliacinis, politinis ir sveikatinimo.

5. Tyrimo rezultatai

5.1 Anglų kalbos funkcijos Vilniaus kalbiniame kraštovaizdyje plėtojamuose diskursuose: kiekybinė analizė

Iš 1 lentelėje pateiktų duomenų matyti, kad anglų kalba daugiausia atlieka informacinę funkciją – 63,8 proc. užrašų su anglų kalba. Simboliškai anglų kalba vartojama maždaug tris kartus rečiau. Kai kurios sritys išsiskiria tuo, kad jose anglų kalba atlieka tik informacinę funkciją, pavyzdžiui, su COVID-19, su viešosiomis paslaugomis susijusiuose ir reguliacinio pobūdžio tekstuose. Labai didelė dalis užrašų, atliekančių informacinę funkciją, priklauso infrastruktūriniam diskursui – 96,6 proc. Simbolinis anglų

kalbos vartojimas išryškėja gatvės meno ir sporto diskursams priskiriamuose tekstuose – atitinkamai 91,9 proc. ir 46,1 proc. Tik simboliškai anglų kalba vartojama ir politinio bei sveikatinimo sričių tekstuose, tačiau jų užfiksuota tik po 1 iš abiejų grupių, todėl į analizę įtraukus daugiau tokių užrašų, rezultatai galėtų ir keistis.

1 lentelė. Užrašų su anglų kalba pasiskirstymas pagal diskursus ir anglų kalbos funkcijas

Diskursas	Užrašai su anglų kalba	Simbolinė funkcija		Informacinė funkcija		Simbolinė ir informacinė funkcijos	
	N	N	%	N	%	N	%
Komercinis	504	62	12,3	340	67,4	102	20,2
Kultūros	108	19	17,5	74	68,5	15	13,8
Gatvės meno	87	80	91,9	5	5,7	2	2,2
Infrastruktūrinis	59	1	1,6	57	96,6	1	1,6
Viešųjų paslaugų	27	0	0	27	100	0	0
Turizmo	21	2	9,5	13	61,9	6	28,5
COVID-19	19	0	0	19	100	0	0
Protesto	17	5	29,4	8	47,0	4	23,5
Sporto	13	7	53,8	3	23,0	3	23,0
Reguliacinis	4	0	0	4	100	0	0
Politinis	1	1	100	0	0	0	0
Sveikatinimo	1	1	100	0	0	0	0
Iš viso:	861	178	20,5	550	63,8	133	15,5

Analizuojant gautus duomenis galima pastebėti, kad kuo oficialesnė komunikacinė situacija, tuo svarbesnė informacinė anglų kalbos funkcija. Pavyzdžiui, COVID-19 pandemijos metu daugelis įstaigų gana įvairiais tekstais informuodavo klientus ar lankytojus apie apribojimus, pateikdavo rekomendacijas. Dalis tokių tekstų buvo ir anglų kalba, kuri šiame kontekste vartota tik informacijai perduoti. O štai kontekstuose, kuriuose kalbos vartojimas gali būti susijęs su nuostatomis, identitetu, nuomonės reiškimu, menine raiška, simbolinė anglų kalbos funkcija dažnesnė. Tai galima matyti iš gatvės meno ar protesto tekstų, pavyzdžiui, iš įvairių grafičių, piešinių ar vadinamųjų filosofinių užrašų, tokių kaip „they call me the wild rose but my name was Elisa Day“, „love or die“ ir pan., kuriuose, pasak J. Normanno Jørgenseno (2008: 249), anglų kalba dažnai vartojama šabloniškai (angl. *formulaic*).



3 paveikslėlis. Simbolinis anglų kalbos vartojimas gatvės meno tekstuose

Tyrimas atskleidė, anglų kalbos funkcijos priklauso ir nuo to, ar tekstas, kuriame yra anglų kalbos, yra daugiakalbis ar vienakalbis. Iš 2 ir 3 lentelėse pateiktų duomenų galima matyti, kad dažnu atveju informacinės anglų kalbos funkcijos procentas išauga daugiakalbiuose ženkluose. Pavyzdžiui, komerciniam diskursui priklausančiuose vienakalbiuose užrašuose informacinės funkcijos procentas yra 31,2, o daugiakalbiuose komerciniuose užrašuose jis padidėja iki 79,7 proc. Tą patį galima pastebėti ir su kultūra bei turizmu susijusiuose tekstuose. Tai liudija, kad anglų kalba yra svarbi *lingua franca* tose komunikacinėse situacijose, kai viename užraše vartojamos kelios kalbos. Labai dažnu atveju tokiuose tekstuose anglų kalbos funkcija yra informacinė – 81,3 proc. visų daugiakalbių užrašų su anglų kalba. Pavyzdžiui, „VIEŠBUTIS STIKLIAI HOTEL“, „Darbo laikas / Working hours“, „TOUR GUIDE / Tomasz Zdunek / podrózuj z pasjonatami“, „SIUNTOS / parcels / посылки“ ir kt.

2 lentelė. Daugiakalbių užrašų su anglų kalba pasiskirstymas pagal diskursus ir anglų kalbos funkcijas

Diskursa ^s	Daugiakalbiai užrašai su anglų kalba	Simbolinė funkcija		Informacinė funkcija		Simbolinė ir informacinė funkcijos	
	N	N	%	N	%	N	%
Komercinis	376	27	7,1	300	79,7	49	13,0
Kultūros	77	5	6,4	65	84,4	7	9,0
Infrastruktūrinis	46	1	2,1	44	95,6	1	2,1
Viešųjų paslaugų	26	0	0	26	100,0	0	0
COVID-19	17	0	0	17	100,0	0	0
Turizmo	15	0	0	13	86,6	2	13,3
Gatvės meno	10	8	80,0	2	20,0	0	0
Protesto	5	3	60,0	1	20,0	1	20,0
Reguliacinis	4	0	0	4	100,0	0	0
Sporto	4	2	50,0	0	0	2	50,0
Politinis	0	0	0	0	0	0	0
Sveikatinimo	0	0	0	0	0	0	0
Iš viso:	580	46	7,9	472	81,3	62	10,6

Tačiau jei anglų kalba yra vienintelė kalba užraše, padaugėja simbolinio anglų kalbos vartojimo. Kaip parodyta 3 lentelėje, informacinės funkcijos vienakalbiuose užrašuose smarkiai sumažėja, bet išauga simboliškai vartojamos anglų kalbos. Galima matyti, kad simbolinė funkcija vienakalbiuose angliškose užrašuose yra dažnesnė gatvės meno, kultūros, sporto diskursus kuriančiuose tekstuose. Didelė dalis tokių užrašų yra lipdukai ir grafichiai, kuriuose anglų kalbos vartojimas yra daugiau embleminis, pavyzdžiui, „We have holes“, „Save The Planet Kill Yourself!“, „WE ARE SUNDERLAND“, „CAPTAIN K / LIVE TODAY WHAT YOU CAN’T LIVE TOMORROW“ ir kt.

3 lentelė. Vienakalbių užrašų su anglų kalba pasiskirstymas pagal diskursus ir anglų kalbos funkcijas

Diskursas	Vienakalbiai angliški užrašai	Simbolinė funkcija		Informacinė funkcija		Simbolinė ir informacinė funkcijos	
	N	N	%	N	%	N	%
Komercinis	129	35	27,1	41	31,7	53	41,0
Gatvės meno	77	73	94,8	2	2,5	2	2,5
Kultūros	30	14	46,6	8	26,6	8	26,6
Infrastruktūrinis	13	0	0	13	100	0	0
Protesto	12	2	16,6	7	58,3	3	25,0
Sporto	9	5	55,5	3	33,3	1	11,1
Turizmo	6	2	33,3	0	0	4	66,6
COVID-19	2	0	0	2	100	0	0
Viešųjų paslaugų	1	0	0	1	100	0	0
Politinis	1	1	100	0	0	0	0
Sveikatinimo	1	1	100	0	0	0	0
Reguliacinis	0	0	0	0	0	0	0
Iš viso:	281	133	47,3	77	27,4	71	25,2

Anglų kalbos funkcijų pokytį galima matyti ir kitų sričių tekstuose: komerciniuose ir su turizmu susijusiuose užrašuose anglų kalbos funkcijos persipina, todėl dažniausiai anglų kalba čia atlieka ir simbolinę, ir informacinę funkcijas. Pavyzdžiui, „Forest gift shop“, „www.sixchairsbooks.lt“, „CAFFEINE“ ir iš kitų panašių užrašų skaitytojui galima nuspręsti, kokia veikla objektas užsiima, kokios teikiamos paslaugos ar parduodami produktai.

5.2 Kokybiniai anglų kalbos funkcijų aspektai

Tapo gana įprasta, kad anglų kalbos vartojimas lokaliuose kontekstuose yra glaudžiai susijęs su tarptautiniais prekės ženklais. Išanalizavus Vilniaus KK užrašus su tarptautiniais prekės ženklais, galima matyti, kad anglų kalbos vartojimas juose gali būti „pasyvus“. Tai reiškia – labiau simbolinis ir komunikaciškai nemotyvuotas. Pavyzdžiui, 4 paveikslėlyje pavaizduotas reklaminis plakatas, kuriame vartojamos anglų ir lietuvių kalbos. Atskirų anglišų žodžių reklamoje yra daugiau nei lietuviškų, tačiau jų vartojimo motyvacija ir priežastys nevienodos. Anglų kalba šioje komunikacinėje situacijoje tarsi „importuojama“ kartu su prekės ženklu bei konkrečiu produktu.



4 paveikslėlis. Reklaminis tekstas su anglų kalba

svetimoji kalba Vilniaus KK, o dažniausi kalbiniai modeliai yra *lietuvių-anglų* ir *anglų-lietuvių*. Nepaisant dažnumo, anglų kalbos vartojimas gali būti apribotas funkciškai. Iš 5 paveikslėlio galima matyti, kad beveik visi parduotuvės fasado užrašai yra lietuviški, ir tik vienas jų yra dvikalbis: „atidaryta / open“. Fizinė erdvė – gausiai turistų lankomas senamiestis – leistų tikėtis daugiau anglišų užrašų, tačiau anglų kalba vartojama gana siaurai, nes didesnė socialinė ir ekonominė vertė priskiriama lietuvių kalbai. Šis ir kiti ženklai, kuriuose platesnės funkcijos suteikiamos lietuvių kalbai, o anglų kalba atlieka tik informavimo funkciją, rodo tapatinimąsi su vietine kultūra ir aplinka, autentiškumo išraišką, tam tikrą netikėtumo aspektą skaitytojui, nesuprantančiam lietuvių kalbos. Šiame ir panašiuose ženkluose skaitytojams pateikiami tik daliniai lietuviško teksto vertimai, pavyzdžiui: „closed“, „hotel“, „working hours“, „food hall“, „second hand“, „sale“ ir kiti. Galima manyti, kad globalioji anglų kalba taip pasireiškia veikiamą įvairių vietinių praktikų, tokių kaip autentiškumo, lokalumo išraiška, kalbos politikos nuostatos, anglų kalbos vartojimo įgūdžiai, dizaino sprendimų tendencijos bei galimybės ir pan.

Anglų kalba šioje komunikacinėje situacijoje tarsi „importuojama“ kartu su prekės ženklu bei konkrečiu produktu. Tačiau kita reklaminio teksto dalis plakate yra lietuviška. Lietuvių kalba šiame, lokaliame kontekste yra svarbesnis kalbinis kodas žinutei perduoti. Taigi vertinant globaliosios anglų kalbos funkcijas, svarbi išlieka fizinio bei diskurso lygmens analizė (Amos, Soukup 2020:62–69). Tai reiškia, kad svarbu įvertinti, kas yra galimas teksto kūrėjas ir skaitytojas, kur yra fizinė užrašo vieta, kokia užrašo medžiaga, dydis, kalbų išdėstymas ir įrėminimas (dalis angliško teksto 4 aptariamame paveikslėlyje yra reklamuojamo laikrodžio skaitmeninio ekrano dalis), spalvos ir pan.

Globaliosios anglų kalbos sąveika su lietuvių kalba atsiskleidžia ir kituose komercinio pobūdžio tekstuose. Kaip minėta, dažnai daugiakalbiuose užrašuose anglų kalba atlieka informavimo funkciją. Kai analizuojamas ne atskiras užrašas, o visi užrašai, priklausantys vienam objektui ar kūrėjui, galima geriau atskleisti anglų kalbos santykį su kitomis kalbomis. Pristatomas tyrimas leidžia teigti, kad anglų kalba yra daugiausiai vartojama



5 paveikslėlis. Vilniaus senamiesčio parduotuvės tekstai: informacinė anglų kalbos funkcija

Kalbant apie simbolinę anglų kalbos vartojimą, galima įžvelgti tam tikrą sąveiką ir su vietos lietuvių kalba. Vienas iš besikartojančių simbolinio anglų kalbos vartojimo komerciniuose tekstuose pavyzdys yra angliškas objekto pavadinimas iškaboje. Galima pastebėti, kad jei be objekto pavadinimo pateikiama daugiau informacijos, pavyzdžiui, darbo laikas, prašymas dėvėti kaukę ir pan., galima matyti, kad skirtingi kalbiniai kodai atlieka skirtingas funkcijas. Kitaip tariant, anglų kalbos vartojimas yra daugiau emblematis, o komunikacijos kalba yra lietuvių. Iš karaokės namų nuotraukos (6 pav.) matyti, kad angliškas pavadinimas „SING SING“ nėra labai informatyvus komunikaciškai. Didesnė komunikacinė funkcija priskiriama lietuvių kalbai, nes tiek prierasas, paaiškinantis objekto paskirtį „KARAOKĖS NAMAI“, tiek kiti užrašai (darbo laikas, kontaktinė informacija, su pandemija susijęs reguliavimas) yra tik lietuviški.

Tokiuose užrašuose anglų kalbos funkcija nėra komunikuoti su skaitytojais, suprantančiais angliškai, bet veikiausiai – pasiekti tuos, kurie „tik atpažįsta anglų kalbą kaip anglų“ (Blackwood, Johannessen, Mendisu 2022: 117). Komunikaci-



6 paveikslėlis. Simbolinis anglų kalbos vartojimas pavadinime

nė anglų kalbos vertė tokiuose užrašuose nėra didelė, tačiau tekstų kūrėjai naudojami simboline anglų kalbos galia, galinčia parodyti orientavimąsi į globalų pasaulį, savęs pozicionavimą kaip vieną iš to pasaulio dalyvių.

6. Diskusija ir apibendrinimas

Šiame tyrime analizuotas 861 Vilniaus KK užrašas su anglų kalba siekiant išsiaiškinti, kokios yra anglų kalbos funkcijos. Atliktas tyrimas leidžia teigti, kad anglų kalba Vilniaus KK ženkluose atlieka tiek informacinę, tiek ir simbolinę funkcijas, tačiau informacinė funkcija dažnesnė – tai matyti 63,8 proc. visų užrašų su anglų kalba. Simboliškai anglų kalba vartojama maždaug tris kartus rečiau. Kai kurios sritys išsiskiria tuo, kad jose anglų kalba atlieka išimtinai tik informacinę funkciją. Tokie yra su COVID-19, su viešosiomis paslaugomis susiję ir reguliacinio pobūdžio užrašai. Verta paminėti ir tai, kad labai didelė dalis užrašų, kuriuose anglų kalba atlieka informacinę funkciją, priklauso infrastruktūriniam diskursui – 96,6 proc. Simbolinis anglų kalbos vartojimas išryškėja gatvės meno ir sporto diskursams priskiriamuose tekstuose – atitinkamai 91,9 proc. ir 53,8 proc.

Lyginant anglų kalbos funkcijas vienakalbiuose ir daugiakalbiuose užrašuose taip pat galima matyti, kad anglų kalbos funkcijos skiriasi pagal tai, ar anglų kalba yra vienintelė kalba užrašė, ar vartojama kartu su kitomis kalbomis. Dažnu atveju informacinės anglų kalbos funkcijos procentas išauga daugiakalbiuose ženkluose. Tai rodo, kad anglų kalba yra svarbi *lingua franca* tose komunikacinėse situacijose, kai viename užrašė keliomis kalbomis bandoma pasiekti kuo daugiau skaitytojų. Kalbant apie vienakalbius angliškus užrašus, matyti, kad juose anglų kalba dažniau atlieka simbolinę funkciją. Simbolinis anglų kalbos vartojimas čia gali būti siejamas su gausiais įvairaus pobūdžio gatvės meno pėšiniais ir juos lydinčiais užrašais, grafičiais, sporto austruolių, muzikos pasaulio atstovų lipdukais.

Apibendrinant galima teigti, kad kuo oficialesnė komunikacinė situacija, tuo svarbesnė informacinė anglų kalbos funkcija, o ten, kur kalbos vartojimas gali būti susijęs su nuostatomis, identitetu, nuomonės, menine raiška, svarbesnė simbolinė anglų kalbos funkcija.

Šiuo tyrimu užsibrėžta nustatyti, kokias funkcijas globalioji anglų kalba atlieka Vilniaus viešųjų erdvių užrašuose. Atlikta kiekybinė anglų kalbos funkcijų pasiskirstymo pagal atskirus diskurso tipus analizė leido nustatyti kontekstus, kuriuose svarbesnė informacinė, o kuriuose – simbolinė anglų kalbos funkcija. Gauti rezultatai galėtų paskatinti tolesnius anglų kalbos funkcijų tyrimus siauresniuose kontekstuose, pavyzdžiui, tik komercinio pobūdžio užrašuose arba siekiant geriau suprasti, kaip kinta ir nuo ko gali priklausyti anglų kalbos vartojimo motyvacija. Toliau tyrinėjant anglų kalbos funkcijas svarbi galėtų būti ir skirtingų žanrų užrašų analizė, pavyzdžiui reklamų tekstų, iškabų, lipdukų ir kt. Šiame pristatomame tyrime nedaug gvildentas vienas iš svarbių globaliosios anglų kalbos veikimo aspektų negimtakalbiuose kontekstuose – santykis su vietos lietuvių kalba. Atlikta kokybinė analizė parodė, kad ši sąveika svarbi ir daro įtaką atliekamoms anglų kalbos funkcijoms.

Literatūra

- Amos, H. W., B. Soukup. 2020. Quantitative 2.0: Toward Variationist Linguistic Landscape Study (VaLLS) and a Standard Canon of LL Variables. In Malinowski, D., S. Tufi (eds.). *Reterritorializing linguistic landscapes: Questioning boundaries and opening spaces*. Bloomsbury Publishing Plc. 56–76.
- Androutsopoulos J., A. Chowchong. 2021. Sign-genres, authentication, and emplacement: The signage of Thai restaurants in Hamburg, Germany. *Linguistic Landscape* 7 (2), 204–234. DOI: 10.1075/ll.20011.and

- Backhaus, P. 2006. Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. *International Journal of Multilingualism* 3 (1), 52–66. doi:10.1080/14790710608668385
- Blackwood, R., J. B. Johannessen, B. S. Mendisu. 2022. English in Norwegian and Ethiopian Linguistic Landscapes. Returning to Symbolic Language Use. In Blackwood, R., Røyneland, U. (eds.). *Spaces of Multilingualism*. 115–134. DOI: 10.4324/9781003125839-6
- Bolton, K., W. Botha, S. L. Lee. 2020. Linguistic Landscapes and Language Contacts. In Hickey, R. (ed.). *The Handbook of Language Contact*. John Wiley & Sons Ltd. 281–300.
- Cenoz, J., Gorter D. 2006. Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism* 3 (1), 67–80.
- Coluzzi, P. 2016. The linguistic landscape of Brunei. *World Englishes* 35 (4), 497–508. doi:10.1111/weng.12221
- Foster, M., A. Welsh. 2021. English usage in the linguistic landscape of Balikpapan's main Thoroughfares. *Indonesia and the Malay World* 49 (145), 448–469. DOI: 10.1080/13639811.2021.1959162
- Gorter, D., J. Cenoz. 2023. *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Multilingual Matters / Channel View Publications. <https://doi.org/10.2307/jj.6947033>
- Jørgensen, J. N. 2008. Urban Wall Linguaging. *International Journal of Multilingualism* 5 (3), 237–252. doi:10.1080/14790710802390186
- Kallen, J. L. 2009. Tourism and Representation in the Irish Linguistic Landscape. In Shohamy, E., D. Gorter (eds.). *Linguistic Landscape: Expanding the scenery*. New York/London: Routledge. 270–285.
- Kallen, J. L. 2011. Changing Landscapes: Language, Space and Policy in Dublin Linguistic Landscape. In Jaworski, A., C. Thurlow (eds.). *Semiotic landscapes: Language, image, space*. Bloomsbury Publishing Plc. 41–58.
- Kedars, M., A. Verschik. 2019. Comparing linguistic landscapes of Tallinn and Vilnius. *W 18. rakenduslingvistika kevadkonverents: Eesti keele aasta: rakenduslingvistika vaatenurk 25.–26. aprill 2019, Tallinn: Teesid / Abstracts: EAAL 18th Annual Conference Year of Estonian: Perspective of Applied Linguistics April 25–26, 2019, Tallinn* (s. 26). Estonian Association for Applied Linguistics.
- Kelly-Holmes, H. 2000. Bier, parfum, kaas: language fetish in European advertising. *European Journal of Cultural Studies* 3 (1), 67–82.
- Kudžmaitė, G. K. Juffermans. 2020. Linguistic Landscape View into the Lithuanian-Polish Borderland. In Malinowski D., S. Tufi (eds.) *Reterritorializing Linguistic Landscapes: Questioning Boundaries and Opening Spaces*. Bloomsbury Academics. 262–283.
- Lazdiņa, S., S. Pošeiko, H. F. Marten. 2013. Baltijas valstu lingvistiskā ainava: dati, rezultāti, nākotnes pētījumu perspektīvas. *Via Latgalica* 5, 37–48.
- Leeman, J., G. Modan. 2009. Commodified Language in Chinatown: A Contextualized Approach to Linguistic Landscape. *Journal of Sociolinguistics* 13 (3), 332–362. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9841.2009.00409.x>
- Lietuvos statistikos departamentas. 2012. *Lietuvos gyventojai 2011 metais: 2011 metų gyventojų surašymo rezultatai. Lithuanian 2011 Population Census in Brief*.
- Muth, S. 2008. Multiethnic but multilingual as well? – The linguistic landscapes of Vilnius. Sahel, W. S., Vogel R. (eds.), *Norddeutsches Linguistisches Kolloquium*, 121–146. <https://bi coll.ub.uni-bielefeld.de/index.php/nlk/article/view/332/425>
- Muth, S. 2011. The Linguistic Landscapes of China ū and Vilnius: Linguistic Landscape and the Representation of Minority Languages in Two Post-Soviet Capitals. In Gorter, D., H. F. Marten, L. V. Mensel.(eds.). *Minority languages in the linguistic landscape*. Palgrave Macmillan UK. 204–224.
- Pennycook, A. 2010. *Language As a Local Practice*. Routledge: London and New York.
- Rowland, I. 2016. English in the Japanese linguistic landscape: a motive analysis. *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 37:1, 40–55. DOI: 10.1080/01434632.2015.1029932
- Ruzaitė, J. 2017. The linguistic landscape of tourism: Multilingual signs in Lithuanian and Polish resorts. *Eesti Ja Soome-Ugri Keeleteaduse Ajakiri. Journal of Estonian and Finno-Ugric Linguistics* 8 (1), 197–220. <https://doi.org/10.12697/jeful.2017.8.1.11>
- Salomone, R. 2022. *The Rise of English: Global Politics and the Power of Language*. New York, NY: Oxford University Press.

- Scollon, R., S. Wong Scollon. 2003. *Discourses in Place: Language in the Material World*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203422724>
- Tankosić, A., J. Litzenberg. 2021. Bosnian, Croatian, Serbian: Inherent Translanguaging in the Linguistic Landscape of Sarajevo. *European Journal of Applied Linguistics* 9 (2), 183–208. <https://doi.org/10.1515/eujal-2019-0041>
- Vanderbroucke, M. 2016. Socio-economic stratification of English in globalized landscapes: A market-oriented perspective. *Journal of Sociolinguistics* 20 (1), 86–108.

Įteikta 2023 m. lapkričio mėn.

Priimta 2024 m. gruodžio mėn.