

УДК 81'38:659.13
ББК ББК 81-5:76.0

В. С. Бармина¹

ORCID: 0009-0003-9735-2167

Новосибирский государственный
технический университет,

630073, Россия, г. Новосибирск, пр-т К.Маркса, 20
vika.barmina@mail.ru

Н. А. Лиханова²

ORCID 0000-0002-5690-5728

Новосибирский государственный
технический университет,

630073, Россия, г. Новосибирск, пр-т К.Маркса, 20
nadezh-l@yandex.ru

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ В ЖАНРЕ УЛИЧНОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Статья содержит информацию о лингвистическом ландшафте, источником его формирования выступает жанр уличного объявления. Языковой материал представлен в рамках регионального аспекта, на материале города Новосибирска. В работе рассматриваются типы коммуникативных неудач, функционирование их в тексте жанра уличного объявления. Актуальность работы обусловлена тем, что городская среда влияет на современную языковую ситуацию в многонациональном мегаполисе. Как известно, жанр уличного объявления появился ещё в XVIII веке и продолжает активно изучаться в региональных лингвистических работах.

Цель данной работы – выявить и проанализировать проявление коммуникативных неудач в жанре уличного объявления на языковом материале Новосибирска. Объектом исследования в работе является жанр уличного объявления. Предметом исследования является описание коммуникативных неудач, выявленные в жанре уличного объявления.

¹Бармина Виктория Сергеевна, студент-бакалавр 4 курса кафедры филологии, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия.

²Лиханова Надежда Анатольевна, канд. филол. наук, доц. кафедры филологии, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Россия.

В результате работы над заявленной тематикой использовался метод лингвистического наблюдения, описательно-аналитический метод, выборка, интерпретация и анализ полученного регионального материала. Практическая значимость исследования заключается в том, что материалы могут быть использованы для формирования картотеки по лингвистическому ландшафту города, описания современной языковой ситуации города, разработки методики анализа жанра уличного объявления, выявления особенностей регионального подхода. В работе делается вывод о том, что проблема коммуникативных неудач в жанре уличного объявления распространенное явление в городской среде. Коммуникативные неудачи не позволяют авторам текстов уличных объявлений в полном объеме донести информацию до адресата. Дальнейшая перспектива изучения данной проблематики может быть связана с исследованием причин появления коммуникативных неудач в жанре уличного объявления, необходимостью разработки рекомендаций по правильному составлению текста уличного объявления.

Ключевые слова: региональный аспект, лингвистический ландшафт, жанр уличного объявления, коммуникативные неудачи, прагматика

Введение. Актуальность изучения текстов жанра уличного объявления обусловлена его распространенностью в городском пространстве. С текстом уличных объявлений жители города встречаются каждый день. Жанр объявления рассматривается как один из источников формирования лингвистического ландшафта города Новосибирска.

Как известно, под термином «лингвистический ландшафт» (далее – ЛЛ) или «языкового ландшафта» (далее – ЯЛ) подразумевается «использование письменного языка в городской сфере» [18, 2]. Исследователь Л. Л. Федорова в своей работе [15] понимает языковой ландшафт как «всё множество графических и письменных знаков и текстов, которые доступны наблюдателю в общественном пространстве» [15]. Выделяют статический и динамический языковой ландшафт.

Под термином «лингвистический ландшафт» или «языковой ландшафт» ученые понимают «область социолингвистических исследований, в рамках которой изучаются способы публичной демонстрации письменных форм языка в физическом пространстве определенной страны или города» [14, 64]. В ЛЛ проводится анализ письменных текстов в визуальном пространстве города:

информационные и рекламные вывески, названия улиц, знаки городской навигации, элементы декора, содержащие языковые знаки, а также уличные объявления [14, 64]. Соответственно ЛЛ отражает прагматический аспект языка.

На сегодняшний день нашу картотеку текстов уличных объявлений составляют более 250 примеров, найденных в ЛЛ Новосибирска за период 2022–2023 гг.

1. Жанр уличного объявления

Исследователь жанра уличного объявления И. Ф. Исламова определяет жанр уличного объявления как «малый письменный жанр, средство трансляции социальных, экономических, бытовых отношений; одна из форм речевого поведения человека» [7, 31]. Уличные объявления, по словам исследователя, представляют собой «поле письменной стихийной коммуникации жителей города». Такая коммуникация должна отличаться оперативностью, т. е. «работать» быстро, эффективно, в силу своей непродолжительной жизни, а также языковой интенсивностью, т. е. экономичностью, «в минимуме слов – максимум содержания», тогда коммуникация будет успешной, а коммуникативные цели уличного объявления будут достигнуты [7, 31].

По мысли И. Ф. Исламовой, коммуникативными целями уличного объявления могут быть:

1. Передача информации (*Юридическая компания съехала! Офис закрыт; Вход в торговый центр, СДЭК, Дыммастер – там -->; Временно! Буфет работает с 9:30 до 16:00; Уважаемые покупатели! В течение месяца Рамадан скидка 10% на всё...*).

2. Оценка (*Не сморкаться; *Принадлежат Мета, признанной в РФ экстремистской организацией, и её деятельность запрещена на территории РФ; Подработка студентам / Распространение билетов / Очень хороший заработок*).

3. Императив (*Используйте санитайзер; Заглуши двигатель! Пользуйся звонком!; Цветы не рвать!!!!!!!!!!*).

4. Этикет (*Курение запрещено; В связи с эпидемией коронавируса, просим соблюдать санитарно-эпидемиологические меры*).

5. Развлечение (*В подъезд внимательно входи, не хлопай дверь за собой...*) [8].

Эти цели соответствуют главным целям уличного объявления: оказать максимальное воздействие на эмоции и разум адресата, побудить адресата к действию, совершению поступка: позвонить, купить товар, не делать чего-то и т. д.

Уличное объявление характеризуется краткостью, стандартизованностью, конкретностью, целенаправленностью, оно

должно быть без двусмысленности, логичным, доходчивым, сжатым, лаконичным, не содержащим «пустых», малоинформативных слов. Автор уличного объявления обычно стремится к упрощенной форме передачи мысли и экономии затраченных усилий. Н. В. Михайлюкова отмечает, что основной текстовой характеристикой уличного объявления является «информационная сжатость (в один момент с насыщенностью), смысловая редукция, которая дешифруется адресатом и «разворачивается» в полноценное высказывание» [13].

2. Коммуникативные неудачи в жанре уличного объявления

В коммуникативно неудачных объявлениях отсутствуют представленные характеристики. Любые нарушения правил коммуникативного кодекса обозначается термином коммуникативные неудачи.

Б. Ю. Городецкий определяет коммуникативные неудачи как «сбой в общении, при котором определенные речевые произведения не выполняют своего предназначения (цели)» [2, 23]. Процеируя это определение на жанр уличных объявлений, можно сказать, что тексты уличных объявлений не соответствуют своим целям, о которых было сказано выше. Хотя существуют различия в подходах, но исследователи согласны друг с другом в том, что коммуникативные неудачи – «вполне обычное явление в реальном человеческом общении» [3, 64].

Исследователь Н. И. Формановская считает, что коммуникативные неудачи, сбой в коммуникации имеют многообразие причин: внешних, экстралингвистических, языковых. Коммуникативные неудачи могут быть обусловлены различиями в картинах мира, национально-культурной спецификой, социальное положение коммуникантов, нарушение места и времени собственно коммуникации. Но коммуникативные неудачи обычный процесс в общении людей в любых формах [16, 229–234].

В статье О. Н. Ермаковой и Е. А. Земской коммуникативные неудачи авторами понимаются как «неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего, обусловленное различными причинами» [4, 30]. Причин может быть большое количество, однако исследователи выделяют три главных типа коммуникативных неудач. Рассмотрим их.

1) Коммуникативные неудачи, происходящие за счёт устройства языковой системы:

Например, в уличном объявлении «*НА ЛЕСТНИЦЕ НЕ ПИСАТЬ*» (рис.1) поставлено ударение в слове *писать*, так как в языке есть другое слово, которое в данном контексте можно

понять не так, и оно нуждается в ударении, чтобы не было двусмысленности, но это внимание на ударении породило коммуникативную неудачу.



Рис. 1

В следующем уличном объявлении: «*РОЗЫСК! Пропала бенгальская кошка...*» (рис. 2) акцент ставится на слове розыск. В «Современном толковом словаре русского языка» Т. Ф. Ефремовой: «розыск – это система мероприятий, проводимых следственными органами по обнаружению преступников, похищенного имущества и т. п.» [5, 103]. В типовых объявлениях не пишут этого слова, так как оно относится к другому контексту. Неправильный выбор слова привёл к коммуникативной неудаче.



Рис. 2

2) Коммуникативные неудачи, зависящие от адресата и адресанта:



Рис. 3

В тексте уличного объявления *«Большой брат следит за тобой!»* (рис. 3) – коммуникативная неудача заключается в том, что адресат может и не понять отсылку к книге Дж. Оруэлла «1984» – это антиутопия, в которой «Большой брат» является диктатором государства Океания, где за каждым шагом людей идет слежка. Эта фраза является точной цитатой из книги.

Соответственно сочетание «Большой брат» часто воспринимают неправильно или не знают, откуда этот «образ». Здесь видим проблему в том, что адресат и адресант могут быть с разным опытом восприятия языковой картины мира. Коммуникативная цель уличного объявления будет достигнута не полностью. В типичных уличных объявлениях обычно пишут: *«Ведётся видеонаблюдение»*, что сразу становится понятной языковой личности.

3) Коммуникативные неудачи, формирующиеся за счет прагматических факторов;

Г. Г. Матвеева в своём исследовании пишет, что под прагматикой текста понимается «аспект функционирования языковых единиц, выбор которых определяется интенциональными воздействующими задачами отправителя текста, учитывающего ситуативные условия акта общения и принятые в данном функциональном стиле нормативные способы употребления языка» [11, 7].

Как показывает наше региональное исследование, жанр уличного объявления в городе Новосибирск включает в себя несколько стилей:

1. Разговорный (*«Закрyto! Совсем! Не работаем! Переехали!»*; *«Я где-то очень рядом, но вы мне всё же позвоните. +7961...»*).

2. Официально-деловой (*«Уважаемые собственники! УК «КМС-Позитив» информирует Вас о том, что гидравлические испытания тепловых сетей на плотность и прочность будут производиться в период с...»*; *«Выгул собак на территории гимназии №15 строго запрещён! Ведётся видеонаблюдение! Администрация»*).

3. Публицистический/рекламный (*«Гадание на кофейной гуще и на картах. Предсказываю ...»*; *«Мастер маникюра у вас под боком...»*).

4. Художественный (*«Окурок на пол не бросай, / Бумажку с пола подними – / Подъезд не мусорный сарай, / Ты в чистоте его храни ...»*).

По Н. Д. Арутюновой, прагматика – это «закрепленное в языковой единице отношение говорящего или к действительности, или к содержанию сообщения, или даже к адресату» [1, 5]. Это отношение или оценка уже встроена в содержательную сторону языковой единицы, она постоянна (рис. 4). В жанре уличного

объявлениях проявляется креолизованный текст, т. е. текст, «сочетающий в себе вербальную и невербальную семиотические системы, в ходе чего формируется единое функциональное и структурное целое, которое имеет свои собственные прагматические функции» [11, 2].

В данном примере (рис. 4) надпись «*Опять выключили свет*», подходящая по коммуникативной ситуации, сделана на распространенном интернет-меме.

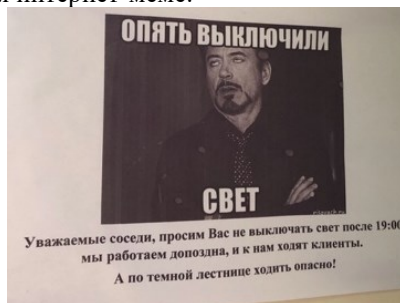


Рис. 4

Исследователи Е. П. Карташова и А. Р. Ахмедзянова в работе про интернет-мемы пишут, что «постоянная репликация мемов в речи интернет-пользователей постепенно привела к тому, что узнаваемыми, тиражируемыми и, как следствие, вирусными стали не только весь мем как высказывание, но также его вербальная и иконическая части» [9, 427]. Как видно, интернет-мем популяризируется и выходит за границы интернета на улицы города, включается в лингвистический ландшафт города, в уличные объявления. Интернет-пользователи переносят интернет-мемы в городское пространство.

Можно предположить, что автор этого объявления молодой человек, который надеется на удачную коммуникацию, используя юмор, иронию. Но люди, которые не знают данного интернет-мема, не воспринимают информацию – «мужчина закатывает глаза», что нацеливает на агрессию, неясность мысли. Это может привести к речевому конфликту.

3. Анализ коммуникативно неудачного уличного объявления

Коммуникативные неудачи в объявлениях, как было сказано, бывают трёх типов, которые могут смешиваться между собой. Рассмотрим текст уличного объявления, относящееся к третьему типу коммуникативных неудач, порождаемых прагматическими факторами (рис. 5).

Прагматическое значение высказывания нельзя отделять от прагматической ситуации (дискурса). Смысл высказывания будет

понятен только через автора данного высказывания и понимание его коммуникативной цели.

В уличном объявлении на рис. 5 мы видим «научный» дискурс, который уместнее назвать псевдонаучным дискурсом. Он подаётся в игровой, шуточной форме, которую читатель не сразу может интерпретировать.

В данном объявлении характеристики, которые были описаны выше, не выражены: здесь нет краткости – объявление объёмное, не структурированное, сразу не ясно, чего хочет автор. Также здесь присутствует креолизованный текст, как и в других уличных объявлениях.

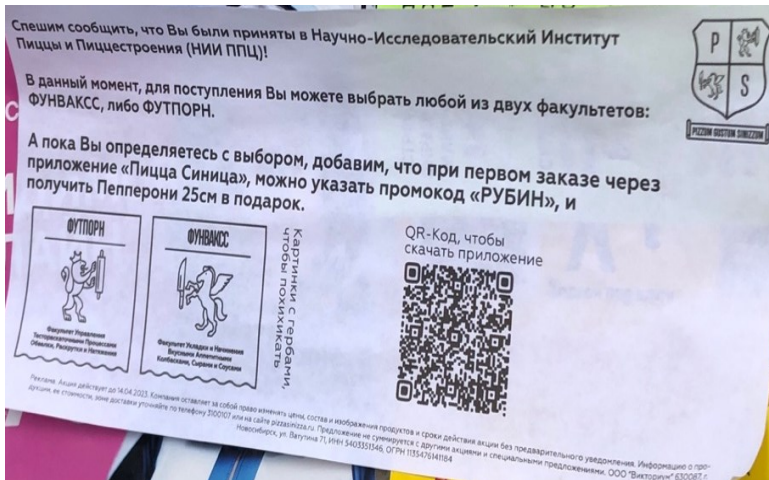


Рис. 5

Поясним, что компания «Пицца Синица» – это популярная пиццерия в городе Новосибирске. Вербальный текст на объявлении следующий: «Спешим сообщить, что Вы были приняты в Научно-Исследовательский Институт Пиццы и Пиццестроения (НИИ ППЦ)!». «НИИ» – это аббревиатура Научно-исследовательский институт. «ППЦ» – это сленговая аббревиатура. По «Толковому словарю русской разговорно-обиходной речи» В. В. Химики – это аббревиатура слова «*пипец*», образованная от созвучного нецензурно-оценочного словосочетания: которое выражает оценку ситуации, как очень плохой, а также это возглас выражения эмоций [17, 2, 103]. В данном случае аббревиатура обыграна словами Пицца и Пиццестроение. Предположительно, что автор специально выбрал эту аббревиатуру, чтобы показать, что в его картине мира

присутствует сленг и сленговые аббревиатуры. Также адресант ждет понимания этой аббревиатуры от адресата.

«Пищестроение» – окказионализм, образованный по модели слов кораблестроение, машиностроение, самолётостроение и т. п. Эти слова чаще всего относятся к научному дискурсу, который так или иначе связан с данным уличным объявлением.

Здесь прослеживается региональный аспект данного объявления – в Новосибирске множество НИИ, которые авторы объявлений используют в своей языковой игре. Есть такой стереотип, что Новосибирский Академгородок называют «городом учёных», а Новосибирскую область – научной столицей России.

Название факультетов, на которые в объявлении шуточно предлагают поступить, звучат как «ФУТПОРН – Факультет Управления Тестораскаточными Процессами Обвалки, Раскрутки и Натяжения» и «ФУНВАКСС – Факультет Укладки и Начинения Вкусными Аппетитными Колбасками, Сырами и Соусами».

В аббревиатуре ФУТПОРН угадывается слово *foodporn* (в переводе с английского – «пищевое порно») – это слово определяется в Оксфордском словаре как «images that show food in a way that makes it look very attractive» [19]. Изображения, где еда показана очень привлекательно. На таких изображениях важно, чтобы еда выглядела аппетитно и агрессивно соблазнительно и даже немного нереалистично. В аббревиатуре ФУНВАКСС нет «спрятанных» смыслов, это лишь аббревиатура, которую авторам не удалось обыграть.

Здесь авторы жанра придумали гербы факультетов, на которые предлагается «шуточно» поступить. На факультете ФУТПОРН видим льва в короне, стоящего на задних лапах и держащего скалку, так как это отражает факультет тестораскатывания. На гербе факультета ФУНВАКСС конь с крыльями на дыбах, рядом с ним нож. Нож отражает нарезку «сыров» и «аппетитных колбасок». Символ льва в профиль – один из самых древних геральдических символов, он выбран автором, предположительно, потому что он один из самых узнаваемых. Вместе со львом символ коня в геральдике является одним из древнейших. В словаре геральдических терминов находим такое объяснение: «Лев – символ власти, силы, храбрости и великодушия, изображается с головой в профиль». «Конь – символ храбрости, зоркости, ловкости, силы» [9].

Рядом с гербами есть надпись: «Картинки с гербами, чтобы похихикать» – это вербально выражает, что данное объявление шуточное, цель автора – «похихикать», развлечь читателя, а также

ненавязчиво побудить к действию. Адресант должен отсканировать QR-код, чтобы скачать приложение, и совершить первый заказ с указанием промокода «*РУБИИ*».

Сверху справа есть шуточный герб самой пиццерии с символами льва и коня, которые видим на гербах факультетов, а также буквы «P» и «S», которые означают название пиццерии «*Pizza Siniza*». Снизу характерная для геральдики надпись «*PIZZUM GUSTUM SINIZZUM*», она стилизована под латиницу. Слова «*PIZZUM SINIZZUM*» в нашем восприятии являются окказиональными. А «*GUSTUM*» – это форма латинского существительного *gustus* (вкус, вкусовое ощущение, проба, отведывание, глоток, закуска) в аккумулятиве [6]. Примерный перевод данного текста звучит как «*Вкус пиццы синицы*».

Данное уличное объявление относится к коммуникативно неудачным объявлениям: оно не стандартизованное, не краткое, содержит «пустые» и малоинформативные слова, двусмысленно, не ясно, какую цель преследует автор данного текста.

Заключение

Рассмотрев коммуникативные неудачи в уличных объявлениях города Новосибирска, можно сделать вывод о том, что уличные объявления содержат в себе разные типы коммуникативных неудач. Они мешают авторам уличных объявлений достичь главных целей – донести информацию до адресата, что приводит к коммуникативному сбою. Жанр уличного объявления формирует лингвистический ландшафт города.

Список источников

1. Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В. Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XVI: Лингвистическая программа. Москва: Прогресс, 1985. С. 3–42.
2. Городецкий Б. Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения // Новое в зарубежной лингвистике. Москва: Прогресс, 1989. Вып. 14: Компьютерная лингвистика. С. 5–29.
3. Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова И. Г. К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний: сб. Новосибирск: ВЦ СО АН СССР, 1985. С. 64–78.
4. Ермакова О. Н., Земская С. А. К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык и его

функционирование: коммуникативно-прагматический аспект: сб. ст. Москва: Наука, 1993. С. 30–64.

5. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. Москва: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.

6. Дворецкий И. Латино-русский словарь. 4-е изд. Москва: Русский язык. 1996. 843 с.

7. Исламова И. Ф. Композиционные и лексико-стилистические характеристики уличных объявлений (на материале уличных объявлений города Уфы) // Вестник Башкирск. ун-та. 2008. №2. Т. 13. С. 316–319.

8. Исламова. И. Ф. Уличное объявление как речевой жанр (на примере уличных объявлений города Уфы): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Уфа, 2009. 31 с.

9. Карташова Е. П., Ахмедзянова А. Р. Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего» // Вестник Марийского государственного университета. 2019. №3 (35). С. 426–430.

10. Корников А. А. Словарь геральдических терминов. Иваново: Иванов. гос. ун-т, 2021. 284 с.

11. Маричев М. Д. Особенности креолизованного текста и его классификация // E-Scio. 2022. №6 (69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kreolizovannogo-teksta-i-ego-klassifikatsiya> (дата обращения: 08.04.2023).

12. Матвеева Г. Г. Актуализация прагматического аспекта научного текста. Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 1984. 131 с.

13. Михайлюкова Н. В. Языковой облик современного города: учебное пособие. Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2017. 360 с.

14. Нагорная А. В. Современные исследования языкового ландшафта // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание: Реферативный журнал. 2016. № 3. С. 64–75.

15. Федорова Л. Л. Языковой ландшафт: город и толпа // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2014. №6. Т. 13. С. 70–79.

16. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения: учеб. пособие. Москва: Институт русского языка им. А. С. Пушкина, 1998. 291 с.

17. Химик В. В. Толковый словарь русской разговорно-обиходной речи: в 2 т. Т. 2. О-Я. Санкт-Петербург: Златоуст, 2017. 532 с.

18. Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism // International Journal of Multilingualism. 2006. Vol. 3. P. 1–6.

19. Oxford Learner's Dictionaries. (Food porn). URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/food-porn?q=food+porn> (дата обращения: 20.03.2023)

REFERENCES

1. Arutyunova N. D., Paducheva E. V. Origins, problems and categories of pragmatics // New in foreign linguistics: Issue. XVI: Linguistic program. Moscow: Progress, 1985. Pp. 3–42. (In Russ.).

2. Gorodetsky B. Yu. Computational linguistics: modeling of linguistic communication // New in foreign linguistics. Moscow: Progress, 1989. Issue 14: Computational Linguistics. Pp. 5–29. (In Russ.).

3. Gorodetsky B. Yu., Kobozeva I. M., Saburova I. G. On the typology of communicative failures // Dialogue Interaction and Knowledge Representation: Sat. Art. Novosibirsk, 1985. Pp. 64–78. (In Russ.).

4. Ermakova O.N., Zemskaya S. A. To the construction of a typology of communicative failures // Russian language and its functioning: communicative and pragmatic aspect: Sat. Art. Moscow: Nauka, 1993. Pp. 30–64. (In Russ.).

5. Efremova T. F. Modern explanatory dictionary of the Russian language: In 3 volumes. Moscow: AST, Astrel, Harvest, 2006. (In Russ.).

6. Dvoretzky I. Latin-Russian Dictionary. 4th ed. Moscow. Russian language. 1996. 843 p. (In Russ.).

7. Islamova I. F. Compositional and lexical and stylistic characteristics of street announcements (on the material of street announcements in the city of Ufa) // Bulletin of Bashkirsk. university 2008. No. 2. Pp. 316–319. (In Russ.).

8. Islamova. I. F. Street announcement as a speech genre (on the example of street announcements in the city of Ufa): Author. dis. ... cand. philol. Sciences: 10.02.01. Ufa, 2009. 31 p. (In Russ.).

9. Kartashova E.P., Akhmedzyanova A.R. Internet meme as the main type of creolized text in the self-presentation of the "creating person" // Bulletin of the Mari State University. 2019. No. 3 (35). Pp. 426–430. (In Russ.).

10. Kornikov A. A. Dictionary of heraldic terms. Ivanovo: Ivanov. gos. un-t, 2021. Pp. 258–268. (In Russ.).

11. Marichev M. D. Features of the creolized text and its classification // E-Scio. 2022. No. 6 (69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kreolizovannogo-teksta-i-ego-klassifikatsiya> (date of access 08.04.2023). (In Russ.).

12. Matveeva G. G. actualization of the pragmatic aspect of the scientific text. Rostov-on-don.: height. state un-t, 1984. 131 p. (In Russ.).
13. Mikhailyukova N.V. Linguistic appearance of a modern city: textbook. Vladivostok: Far Eastern Federal University, 2017. 360 p. (In Russ.).
14. Nagornaya A. V. [Modern studies of the language landscape] // Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 6. Linguistics: Abstract journal. 2016. №3. Pp. 64–75. (In Russ.).
15. Explanatory Dictionary of Russian Colloquial and Everyday Speech: In 2 vols. V.2. O-Z. St. Petersburg: Chrysostom, 2017. 532 p. (In Russ.).
16. Fedorova L. L. Language landscape: the city and the crowd [Electronic resource]// Vestnik NSU. Series: History, Philology. 2014. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoy-landshaft-gorod-i-tolpa> (accessed: 11/11/2022). (In Russ.).
17. Formanovskaya N. I. Communicative-pragmatic aspects of units of communication: textbook. allowance. Moscow.: Institute of the Russian Language. A.S. Pushkin, 1998. 291 p. (In Russ.).
18. Gorter D. Introduction. The Study of Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism // International Journal of Multilinguism. 2006 Vol. 3. R. 1–6. (In Eng.).
19. Oxford Learner's Dictionaries. (Food porn). URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/food-porn?q=food+porn> (accessed 20.03.2023). (In Eng.).

**COMMUNICATION FAILURES IN THE STREET
ANNOUNCEMENT GENRE: A REGIONAL ASPECT**

Viktoria S. Barmina

4th year bachelor student of the Department of Philology,
Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russia)

Nadezhda A. Likhanova

Scientific Supervisor, Ph.D. Philol. Sciences, Associate
Professor of Department of Philology, Novosibirsk State Technical
University (Novosibirsk, Russia)

Abstract

The article contains information about the linguistic landscape, where the source of formation is the genre of street announcements. The language material was collected in the city of Novosibirsk and thus represents a regional aspect. The paper deals with different types of communication failures, their manifestation in the texts of the street announcement genre. The relevance of the work is due to the fact that the urban environment affects the modern language situation in a multinational megalopolis. The street announcement genre appeared

В. С. Бармина, Н. А. Лиханова

in the 18th century, but only in the 21st century did it begin to be actively studied in the cities of Russia. In the city of Novosibirsk, street announcements are considered for the first time as a genre of communication. The purpose of the article is to identify and analyze the manifestation of communicative failures in the street announcement genre based on the language material collected in the city of Novosibirsk. The object of the study is the street announcement genre. The subject of the study is the description of communicative failures identified in the street announcement genre. The methods used in this research are linguistic observation, descriptive-analytical method, sampling, interpretation and analysis of the received regional material. The practical significance of this study lies in the fact that its materials can be used to form a card index on the modern language of the city, develop a methodology for analyzing the genre of street announcements, and identify the regional aspect. The paper concludes that the problem of communicative failures in the genre of street announcements is a common phenomenon in the urban environment. Communication failures do not allow the authors of the texts of street ads to fully convey information to the addressee. A further perspective of studying this issue may be related to the study of the reasons for the appearance of communicative failures in the genre of street announcements; the need to develop recommendations for the correct composition of the text of a street announcement in order to prevent communication failures.

Keywords: regional aspect, linguistic landscape, street announcement genre, communicative failures, pragmatics

Для цитирования: Бармина В. С., Лиханова Н. А. Коммуникативные неудачи в жанре уличного объявления: региональный аспект// Libri Magistri. 2023. № 3 (25). С. 43–56.

Поступила в редакцию 01.07.2023