

DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-1-187-204
УДК 81'42



ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА ТЕКСТА БРОШЮРЫ О РАССТРОЙСТВАХ ПИЩЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

О.В. Шитикова, Ю.С. Елагина

Данная статья посвящена анализу жанровой специфики текста брошюры семантического поля «Психология». На материале англоязычного текста брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” авторы рассматривают жанровую структуру информационной брошюры, характеризуют жанры и их внутреннюю организацию, а также выявляют ключевые характеристики.

Цель. *Цель данного исследования – определить жанровую специфику брошюры, выявив ключевые признаки анкеты речевого жанра, включающую в себя характеристики адресанта, адресата и коммуникативной цели.*

Материалы и методы. *Материалом для данной работы послужил англоязычный текст брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family”, написанный одной из ведущих благотворительной организацией Великобритании, поддерживающая людей, страдающих расстройствами пищевого поведения.*

В ходе работы применялся метод теоретического анализа источников, метод сопоставительного анализа, а также метод компонентного анализа.

Результаты. *Исследуемая брошюра относится к информационному типу, содержит информацию о заболевании, а также справочные данные и социальную рекламу. Она относится к сложному речевому жанру, включая в себя набор простых речевых жанров (сообщение, обращение, рекомендация). Брошюра имеет монологический характер. Анализ языковых средств показал преобладание предложений в повелительном наклонении и безличных форм глагола, эмоционально-оценочную лексику. Коммуникативная цель изу-*

чаемой информационной брошюры направлена на то, чтобы дать адресату представление о видах расстройств пищевого поведения, а также побудить адресата обратиться за помощью. Автором в информационной брошюре является коллективный субъект, адресат текста брошюры массовый.

Ключевые слова: брошюра; речевые жанры; коммуникативная стилистика; коммуникативная цель; концепция адресата; концепция адресанта

Для цитирования. Шитикова О.В., Елагина Ю.С. Жанровая специфика текста брошюры о расстройствах пищевого поведения // Современные исследования социальных проблем. 2023. Т. 15, № 1. С. 187-204. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-1-187-204

GENRE SPECIFICS OF THE TEXT OF THE BROCHURE ON EATING DISORDERS

O.V. Shitikova, Y.S. Elagina

This article is devoted to the brochure text analysis of genre specifics in the semantic field “Psychology”. Based on the English-language text of the brochure “Eating disorders: a guide for friends and family”, the authors consider the genre structure of the information brochure, characterize genres and their internal organization, and identify key characteristics.

Purpose. *The purpose of this study is to determine the genre specifics of the brochure by identifying the key features of the questionnaire of the speech genre, which includes the characteristics of the addressee, the addresser and the communicative goal.*

Materials and methods. *The material for this work is the English-language text of the brochure “Eating disorders: a guide for friends and family”, written by one of the UK’s leading charitable organization supporting people suffering from eating disorders.*

In the course of the work, the method of theoretical analysis of sources, the method of comparative analysis, as well as the method of component analysis were used.

Results. *This study showed the brochure belongs to the informational type, contains information about the disease, as well as reference data and social advertising. It belongs to a complex speech genre, including a set of simple speech genres (message, appeal, recommendation). The brochure has a monologue character. The analysis of linguistic means showed the predominance of sentences in the imperative mood and impersonal verb forms, emotional and evaluative vocabulary. The communicative purpose of the studied information brochure is aimed at giving the addressee an idea of the types of eating disorders, as well as encouraging the addressee to seek help. The author in the information brochure is a collective subject, the addressee of the brochure text is a mass one.*

Keywords: *brochure; speech genres; communicative style; communicative goal; addressee concept; addressee concept*

For citation. *Shitikova O.V., Elagina Y.S. Genre Specifics of the Text of the Brochure on Eating Disorders. Sovremennye issledovania socialnyh problem [Modern Studies of Social Issues], 2023, vol. 15, no. 1, pp. 187-204. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-1-187-204*

Введение

Небезызвестно, что тексты, направленные на изучение закономерностей возникновения, развития и функционирования психики и психической деятельности человека или группы людей, стали актуальным типом текста относительно недавно, поскольку психологию как наука стала самостоятельной дисциплиной лишь в середине XIX в.

Отрасли психологии отвечают на важные запросы современного социально-экономического развития, предполагают внимание к личности и ее психическим ресурсам, поэтому являются перспективными и быстроразвивающимися.

Люди обращаются к текстам психологической направленности, чтобы получить некую установку, узнать больше о себе, близких и о том, как действовать в тех или иных жизненных обстоятельствах, в частности, как быть в ситуации, когда близкий человек столкнулся с таким заболеванием как расстройство пищевого поведения. Подобную информацию можно найти в различных источниках (книгах, научных

статьях, буклетах и брошюрах), каждый из которых определяется своим набором языковых средств. Развитие технических средств привело к появлению такого источника информации в современном мире, как брошюра. Популяризация брошюры не могло не привлечь к данному явлению внимание исследователей, среди которых С.А. Кузьменко [11], Е.Н. Дергилева [9], Е.Ю. Мошанская, Д.А. Кукушкин [12].

Рассмотрим определение понятия «брошюра». В Кэмбриджском словаре английского языка брошюра описывается как разновидность небольшого по объему журнала, содержащего иллюстрации и информации о продукте или компании [16]. В трактовке одного из англоязычных источников объем брошюры не ограничивается, однако, говорится о его рекламной цели [18].

Таким образом, брошюра представляет собой полиграфическую продукцию небольшого объема, чаще всего выполняющая информационную и рекламную функции.

Для брошюры характерен следующий набор характеристик:

1. Информативность – брошюра содержит длинные текстовые абзацы, поэтому вмещает себя большое количество информации.
2. Презентабельность – брошюра внушает доверие к компании.
3. Компактность и удобное распространение.
4. Долгосрочное использование [6].

В зависимости от назначения, существует несколько видов брошюр.

1. Информационные. Такие брошюры носят ознакомительный и/или обучающий характер. Они используются в социальной рекламе или учебных заведениях.
2. Рекламные. Рекламные брошюры имеют цель продвижения товара или услуги. Такой вид брошюр имеет интересный, продающий текст, яркий и креативный дизайн, что в совокупности побуждает читателя к покупке. Такой вид брошюр также содержит контактные данные компании или организации.
3. Имиджевые. Такой вид брошюр также относят к рекламным, однако они дают более полные сведения о компании, ее продукции или услугах. Имиджевые брошюры ведут клиента к заключению сделки с компанией [Там же].

Таким образом, обзор теоретического материала показал разнообразие видов брошюр.

Цель данного исследования – определить жанровую специфику брошюры.

Материалы и методы

Материалом для нашего исследования выступает брошюра “Eating disorders: a guide for friends and family” содержащая информацию о проблемах, связанных с расстройством пищевого поведения [17].

В ходе работы использовались следующие методы научного исследования: теоретический анализ источников, сопоставительный анализ, компонентный анализ.

Результаты и обсуждение

Исходя из представленной выше типологии, брошюру “Eating disorders: a guide for friends and family” можно отнести к *информационному* типу брошюр. Как было сказано выше, информационные брошюры содержат в себе определенную информацию, с которой знакомится читатель.

Eating disorders are serious mental illnesses that involve disordered eating behavior. This might mean restricting food intake, eating very large quantities of food at once, countering food eaten through purging, fasting or excessive exercise, or a combination of these behaviors.

Bulimia involves cycles of bingeing and purging. This means that the person will eat large amounts of food in one go and then engage in behavior to compensate for the food eaten, such as making themselves sick, fasting, taking laxatives, or excessively exercising.

Помимо описания каждого вида РПП, приводятся основные признаки, говорящие о наличии у человека конкретного типа заболевания. Ниже приведен пример описания сигналов, свидетельствующих о заболевании таким видом психического расстройства как анорексия:

Some other possible signs of anorexia include:

Distorted perception of weight

Preoccupation with and/or fear of gaining weight

Obsessive behaviour such as counting calories

Difficulty focusing

Weight loss

Wearing baggy clothes to hide weight loss

Кроме того, следует отметить, наличие в данной брошюре признаков социальной рекламы, направленной на привлечение внимания к проблеме РПП в обществе, а также на изменение моделей общественного поведения:

Брошюру рекламной направленности характеризует яркий и интересный дизайн, вызывающий интерес у читателя. Подобную особенность можно проследить и в анализируемой нами брошюре (рис. 1).



Рис. 1. Обложка брошюры

Ещё одной особенностью, характерной для рекламного типа брошюры, представленной в анализируемом нами материале, является наличие справочных данных на обратной стороне обложки (рис. 1). В нашем случае они позволяют читателю обратиться за психологической помощью или осуществить финансовую помощь благотворительной организации, которая её издала.

Прежде чем приступить к анализу жанровой специфики исследуемого текста, рассмотрим непосредственно определение понятия «жанр». В зарубежной лингвистике термин «жанр» был введен

Д. Хаймсом при разработке теории речевого события, т.е. социально-значимого, имеющего определенную форму процесса речевого взаимодействия коммуникантов, ограниченного в пространстве и времени. Речевой жанр принадлежит к важным понятиям коммуникативной стилистики текста.

Исследованию речевых жанров посвящено множество работ. Многие отечественные ученые в своих работах занимались исследованием в сфере речевых жанров, например, В.В. Деменьтев [7], Ф.С. Бацевич [4], О.Н. Дубровская [10] и другие, однако в современной лингвистике классическим определением речевых жанров считается определение М.М. Бахтина, который также создал классификацию и структуру речевых жанров.

В своей работе М. Бахтин пишет, что «каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые и называем речевыми жанрами» [2]. Речевой жанр исследуемой информационной брошюры вполне отвечает классическому определению речевых жанров, которое гласит, что жанры – «это определенные, относительно устойчивые тематические и композиционные типы высказываний» [Там же].

М.М. Бахтин считал, что основополагающими характеристиками речевого жанра являются стилистическая, тематическая устойчивость, завершенность речевого произведения, композиционно-структурная стереотипность и связь речевого жанра с конкретными сферами общения [Там же].

В своей классификации М. Бахтин делит речевые жанры на первичные (простые), которые возникают в условиях непосредственного общения и вторичные (сложные), складывающиеся в условиях более сложного культурного общения [3].

Одними из важных критериев простого речевого жанра являются:

1. Реализация одного иллокутивного акта.
2. С одной стороны, его самостоятельность, а с другой – возможность входить в состав более крупных жанровых образований [1].

По мнению Н.В. Денисовой, сложный речевой жанр представляет собой «единство простых РЖ: внутри сложных РЖ выделяют несколько интенциональных установок, объединенных главной коммуникативной целью» [8, с. 14]. На основании представленной классификации, на наш взгляд, информационный текст брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” относится к сложному речевому жанру, поскольку он включает в себя следующий набор простых речевых жанров:

1. Сообщение:

Binge eating disorder involves bingeing, i.e. eating large amounts of food at once, but not engaging in compensatory behaviour associated with bingeing in bulimia or anorexia. Sometimes someone’s symptoms don’t fit all the diagnostic criteria for anorexia, bulimia, or binge eating disorder. In that case, they might be diagnosed with “other specified feeding or eating disorder” (OSFED).

В данном примере содержится общая информация о типах расстройств с перечислением симптомов, характерных для каждого типа.

2. Обращение:

Less commonly nowadays, you might hear the term “eating disorder not otherwise specified” (EDNOS).

В вышеуказанном примере при обращении используется стандартный оборот речи, с использованием вежливого обращения “you”.

3. Рекомендация:

Remember eating disorders are serious mental illnesses and are not the sufferer’s fault. Try not to back them into a corner or use language that could feel accusatory. “I wondered if you’d like to talk about how you’re feeling” is a gentler approach than “You need to get help”, for example.

В данном примере используется повелительное наклонение и безличные формы глагола.

М.Ю. Федосюк также предложил выделить элементарные и комплексные жанры. По определению М.Ю. Федосюка, элементарные жанры – это такие типы текстов, которые не включают в себя компоненты других речевых жанров, к примеру, таких как сообщение или просьба. Полярно отличными от элементарных жанров явля-

ются комплексные жанры, которые имеют в составе несколько компонентов, которые могут быть рассмотрены как самостоятельный завершённый текст. Среди комплексных РЖ М. Федосюк выделял монологические жанры [14].

Информационный текст брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” содержит в себе монологические РЖ. Монологические жанры – это жанры, принадлежащие одному адресату. Текст брошюры содержит в себе утешения, выражаемые через лексику, отражающую эмоциональную оценку автора к той проблеме, с которой столкнулся адресант.

Taking care of someone with an eating disorder can be physically and emotionally exhausting. There's no shame in taking time out or seeking your own support network – you can't take care of someone if you're not well yourself.

Помимо утешений, текст содержит убеждения. Чаще всего убеждения выражены с помощью глаголов в повелительной форме:

Try to resist any urge to respond to anger by getting angry yourself. It's reasonable to feel frustrated, but try to avoid expressing that in front of the sufferer.

Также мы можем заметить, что в вышеприведенном примере используется глагол “try”, говорящий о мягкой форме повеления.

Говоря о РЖ важно упомянуть, что жанр в речевом общении является объективным экстралингвистическим фактором текстообразования. Так, выделяют жанры, ориентированные на гармоничное общение, при котором цель адресата – добиться расположения адресанта [5].

Нет сомнений в том, что жанр речи информационной брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” направлен на гармоничное общение, поскольку автор старается расположить к себе читателя и рассчитывает на дальнейший контакт с ним, обращаясь к нему и предлагая помощь на различных ресурсах, связанных с деятельностью организации:

You can find more resources on our website – go to beateatingdisorders.org.uk/workplace... You can find out more on beateatingdisorders.org.uk and through the resources listed in the

В данном примере использование личной формы глагола “can”, а не “must”, говорит о мягком повелении.

Также одной из интересных типологий речевых жанров является типология Т.В. Шмелевой, которая была разделена на информативные речевые жанры (сообщение, подтверждение, сомнение и т.д.), оценочные (похвала, упрек, выговор и т.д.), перформативные или ритуальные (приветствие, представление, знакомство и т.д.), императивные, призванные содействовать осуществлению событий (просьба, совет, инструкция, приказ и т.д.) [15].

В брошюре “Eating disorders: a guide for friends and family” мы можем выделить преобладание императивных речевых жанров, например, наличие таких РЖ как совет и инструкция, которые в тексте выражаются с помощью глаголов в императивной форме:

Try to keep doing things together as a couple and as a family. Remember eating disorders are isolating and secretive illnesses by nature, and often cause feelings of low self-esteem and a distorted perception of body size and shape. Be aware that people with restrictive eating disorders may need to physically adjust to eating more, as well as mentally adjusting. Start slowly and be wary of pressuring them.

Наличие информативных речевых жанров, представленных в тексте, напрямую связано с коммуникативной целью исследуемого текста, т.к. данная цель является, по мнению Т.В. Шмелевой одним жанрообразующих признаков.

Коммуникативная цель является важнейшим признаком РЖ, указывающим на иллюкативное намерение автора через обращение к адресату высказывания. Выделяют информативные, императивные, оценочные и этикетные РЖ [15].

Мы считаем, что коммуникативная цель информационной брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” – дать адресату представление о видах расстройств пищевого поведения, а также побудить адресата обратиться за помощью к благотворительной организации “Beat”, поскольку брошюра в определенной мере является рекламной.

Говоря о вышеуказанной брошюре как о рекламной, мы можем выделить некоторые речевые жанры рекламной брошюры. Во-первых, это сообщение полного названия организации “Beat Eating

disorders”. Мы можем увидеть, что рекламная брошюра мыслится ее создателями как средство официального информирования деятельности организации. Во-вторых, это сообщение контактных данных. Контактные данные – основная справочная информация, которая представляется в конце текста.

В данной брошюре мы можем увидеть наличие:

1. Электронного адреса *info@beatingdisorders.org.uk* и реального адреса *Unit 1 Chalk Hill House, 19 Rosary Road, Norwich, NR 1SZ*.
2. Телефона *0300 12 3355*.
3. Адрес сайта *beatingdisorders.org.uk*.

Помимо вышеуказанной информации в брошюре содержатся новые виды распространения информации, такие как:

1. Ссылка на страницу в соцсети Twitter *@beatED*.
2. Ссылка на страницу в соцсети Facebook *beat.eating.disorders*.

Помимо контактных данных организации, указаны контактные данные поддержки для разных возрастных категорий людей:

1. *Helpline: 0808 801 0677, help@beateatingdisorders.org.uk*.
2. *Youthline: 0808 801 071, fyp@beateatingdisorders.org.uk*.
3. *Studentline: 0808 801 0811, studentline@beateatingdisorders.org.uk*.

Вторым из наиболее важных значимых параметров анкеты речевого жанра является концепция автора. Как писал Р.В. Рюмин, «любой речевой жанр детерминирован замыслом автора, целью коммуникации, автор задает тон всему акту коммуникации» [13, с. 30].

Автором в информационной брошюре “Eating disorders: a guide for friends and family” является коллективный субъект. Речь ведется не только от лица организации “Beat Eating disorders”, но также и от лица специалистов, разбирающихся в области психологии и области расстройств пищевого поведения. Анализ показал, что нередко коллективный автор выражает себя с помощью личного местоимения «we» и притяжательного местоимения «our».

This booklet is an overview, but we hope it will help you understand more about eating disorders and provide you with information that will help you care for your loved one.

Такое личное местоимение, как «we», отражает сплоченный характер стоящих за текстом адресантов. Автор зачастую позиционируется как человек, который заботится о состоянии человека, находящегося в ситуации, в которой его близкий друг, член семьи или родственник столкнулись с расстройствами пищевого поведения:

We hope that you've found this booklet helpful, but we know that you'll have a lot more questions and may need other resources.

Think about what you want to say and make sure you feel informed. Reading this booklet is a good start. You could also look at the information on our website.

If you're worried someone you care about is showing any signs of an eating disorder – even if they're not on our list – act quickly and get in touch.

Концепция автора в данной брошюре находит отражение в жанровой структуре текста, т.е. доминирование информативного жанра над другими говорит о том, что автор текста действительно заинтересован в серьезном подходе к взаимодействию с читателем.

Особое внимание при анализе информационного текста требует концепция адресата, являющаяся системообразующим параметром анкеты речевого жанра. Р.В. Рюмин считал, что «коммуникативная успешность жанра во многом зависит от образа адресата и того, насколько этот образ, закладываемый в сообщение автором, коррелирует с коммуникативными установками адресата как части социума» [Там же]. Таким образом, результат речевой коммуникации зависит от реакции адресата.

Адресат текста брошюры “Eating disorders: a guide for friends and family” массовый. Данный информационный буклет предназначен для людей, столкнувшимся с наличием спектра расстройств пищевого поведения у своих знакомых и близких. Обращение к массовому читателю выражается с помощью личного местоимения «you».

You can find out more on beateatingdisorders.org.uk and through the resources listed in the Next Steps section.

It's common to believe you can “see” an eating disorder.

It can be difficult to raise the issue – you may worry you'll say the wrong thing, that it's none of your business, or that you're insulting the person.

Choose a place where *you* both feel safe and won't be disturbed. If *you*'re one of several people who have felt concerned, don't talk to the person together as they may feel *you*'re ambushing them.

Образ адресата в вышеприведенных примерах – заботливый и любящий человек, который беспокоится о ментальном и физическом здоровье друга или близкого, страдающего от расстройства пищевого поведения. Мы можем увидеть, что это образ человека, который обеспокоен будущим больного.

Внимания адресата привлекается посредством обращения, рекомендации и совета. Через обращения к массовому читателю адресант сообщает важную информацию о том, что они не одни, и что с таким видом болезни, как РПП, сталкиваются многие люди. Адресант поддерживает читателя через обращения и сообщает контактные данные для дальнейшего обращения за помощью.

Так, информационная брошюра “Eating disorders: a guide for friends and family” достаточно точно описывает портрет потенциального адресанта – заботливого родителя, друга, коллегу или просто человека, которому небезразлично состояние заболевшего расстройств пищевого поведения.

Заключение

В ходе исследования нами были сделаны следующие выводы.

Анализируемая нами брошюра относится к информационному типу, представляя основные признаки заболевания, а также справочные данные и социальную рекламу. Исследуемая нами брошюра, являясь сложным речевым жанром, представлена набором простых речевых жанров, включающих сообщение, обращение и рекомендацию. Исследуемая брошюра имеет монологический характер. Анализ языковых средств показал преобладание предложений в повелительном наклонении и безличных форм глагола, эмоционально-оценочную лексику. Коммуникативная цель изучаемой информационной брошюры направлена на то, чтобы дать адресату представление о видах расстройств пищевого поведения, а также побудить адресата обратиться за помощью. Автором в информационной брошюре является коллективный субъект, адресат текста брошюры массовый.

Таким образом, проведенный анализ информационной брошюры позволил рассмотреть несколько уровней, создающих целостный образ текста, выявить условия этой целостности, а также очертить контуры коммуникативной организации текста.

Список литературы

1. Баранов А.Г. Когнитивность текста (к проблеме уровней абстракции текстовой деятельности) // *Жанры речи*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 4-12.
2. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Литературо-критические статьи. М.: «Художественная литература», 1986. С. 428-472. URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_124.shtml (дата обращения: 13.10.2022).
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин; Сост. С.Г. Бочаров; Текст подгот. Г.С. Бернштейн и Л.В. Дерюгина; Примеч. С.С. Аверинцева и С.Г. Бочарова. М.: Искусство, 1979. 423 с.
4. Бацевич Ф.С. Речевой жанр и коммуникативный смысл // *Жанры речи*. Саратов: СНИГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2005. С. 112-123. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36393623> (дата обращения: 21.10.2022).
5. Болотнова Н.С. Краткая история стилистики художественной речи в России: (К истокам коммуникатив. стилистики текста). Томск: ТГПУ, 1996. 47 с.
6. Брошюра. URL: <https://icolorit.ru/blog/vse-o-broschyurakh> (дата обращения: 11.10.22).
7. Дементьев В.В. «Анкета речевого жанра» Т.В. Шмелёвой: прошлое, настоящее, будущее (к 30-ю жанроведческой модели) // *Жанры речи*. Саратов: СНИГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2020. С. 252-262. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44291055> (дата обращения: 15.10.22).
8. Денисова Н.В. Рекламные жанры научно-образовательного дискурса: автореф... дис. кан. фил. Томск, 2008–26 с.
9. Дергилова Е.Н. Брошюра или буклет? Проблемы терминологии малополосных изданий // *Сборник трудов конференции*. М.: МГУДТ, 2015. С. 234-237. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25558424> (дата обращения: 10.10.2022).
10. Дубровская О.Н. Сложные речевые события и речевые жанры // *Жанры речи*. Саратов: СНИГУ им. Н.Г. Чернышевского, 1999. С.

- 97-102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36422431> (дата обращения: 16.10.2022).
11. Кузьменко С.А. Информационная брошюра как специфический пограничный тип креолизованного текста // Россия: от стагнации к развитию (региональные, федеральные, международные проблемы): сборник материалов XII Международной научно-практической конференции. Ставрополь: РИО ИДНК, 2017. С. 651-654. URL: <https://www.idnk.ru/images/nauka/konferenc/30217.pdf> (дата обращения: 11.10.2022).
12. Мошанская Е.Ю. Кукушкин Д.А. Информационная брошюра как специфический жанр образовательного дискурса: сопоставительный анализ // Перевод, реклама и PR в современной межкультурной коммуникации: материалы II гор. молодеж. науч.-практ. конф. М-во образования и науки Рос. Федерации. Пермь: ПНИПУ, 2016. С. 65-72. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27203564> (дата обращения: 11.10.2022).
13. Рюмин Р.В. Феномен речевого жанра социальной рекламы в русском языке // Вестник Томского государственного университета. Томск: ТГУ, 2011. С. 30-33.
14. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. М.: «Наука», 1997. № 5. С. 102-120.
15. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 85-98.
16. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 09.10.2022)
17. Eating Disorders Association. Eating disorders: a guide for friends and family. URL: <https://beat.contentfiles.net/media/documents/beat-carers-booklet-1.pdf> (дата обращения: 07.10.2022)
18. What is a Brochure? URL: <https://www.edrawsoft.com/what-is-brochure.html> (дата обращения: 11.10.2022).

References

1. Baranov A.G. Kogniotipichnost' teksta (k probleme urovnej abstrakcii tekstovoj dejatel'nosti) [Cognitive typicality of the text (to the problem of abstraction levels of text activity)]. *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Saratov: GosUNC «Kollledzh» Publ., 1997, pp. 4-12.

2. Bahtin M.M. *Problema rechevyh zhanrov. Literaturo-kriticheskie stat'i* [The problem of speech genres. Literary-critical articles]. Moscow: «Hudozhestvennaja literatura» Publ., 1986, pp. 428-472. URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_124.shtml (accessed October 13, 2022).
3. Bahtin M.M. *Jestetika slovesnogo tvorcestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow: «Iskusstvo» Publ., 1979, 423 p.
4. Batsevich F.S. Rechevoj zhanr i kommunikativnyj smysl [Speech genre and communicative sense]. *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Saratov: GosUNC «Kolledzh» Publ., 2005, pp. 112-123. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36393623> (accessed October 21, 2022)
5. Bolotnova N.S. *Kratkaja istorija stilistiki hudozhestvennoj rechi v Rossii: (K istokam kommunikativ. stilistiki teksta)* [A brief history of the style of artistic speech in Russia: (To the basis of communicative stylistics of text)]. Tomsk: TGPU, 1996, 47 p.
6. *Broshjura* [Brochure] URL: <https://icolorit.ru/blog/vse-o-broshyurakh> (accessed October 11, 2022)
7. Dement'ev V.V. «Anketa rechevogo zhanra» T.V. Shmeljovoj: proshloe, nastojashhee, budushhee (k 30-ju zhanrovedcheskoj modeli) [T.V. Shmeleva's "Questionnaire of the speech genre: past, present, future (to the 30th anniversary of the genre model)] *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Saratov: GosUNC «Kolledzh» Publ., 2020, pp. 252-262. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44291055> (accessed October 15, 2022).
8. Denisova N.V. *Reklamnye zhanry nauchno-obrazovatel'nogo diskursa* [Advertising genres of scientific and educational discourse]. Abstract of PhD dissertation. Tomsk, 2008, 26 p.
9. Dergileva E.N. Broshjura ili buklet? Problemy terminologii monopolosnyh izdaniy [A brochure or a booklet? Problems of terminology of single-page publications]. *Sbornik trudov konferencii* [The Conference Proceedings]. Moscow: MGUDT Publ., 2015, pp. 234-237. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25558424> (accessed October 10, 2022).
10. Dubrovskaja O.N. Slozhnye rechevye sobytija i rechevye zhanry [Complex speech events and speech genres]. *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Saratov: GosUNC «Kolledzh» Publ., 1999, pp. 97-102. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36422431> (accessed October 16, 2022).

11. Kuzmenko S.A. Informacionnaja broshjura kak specificheskij pograničnyj tip kreolizovannogo teksta [Information booklet as a specific boundary type of creolized text]. *Rossija: ot stagnacii k razvitiju (regional'nye, federal'nye, mezhdunarodnye problemy): sbornik materialov XII Mezhdunarodnoj nauchno-praktičeskoj konferencii* [Proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference (Institute of Friendship of the Peoples of the Caucasus, February, 2017)]. Stavropol': RIO IDNK Publ., 2017, pp. 651-654. URL: <https://www.idnk.ru/images/nauka/konferenc/30217.pdf> (accessed October 11, 2022).
12. Moshhanskaja E.J. Kukushkin D.A. Informacionnaja broshjura kak specificheskij zhanr obrazovatel'nogo diskursa: sopostavitel'nyj analiz [Information brochure as a specific genre of educational discourse: a comparative analysis]. *Perevod, reklama i PR v sovremennoj mezhkul'turnoj kommunikacii: materialy II gor. molodezh. nauch.-prakt. konf. M-vo obrazovanija i nauki Ros. Federacii* [Translation, Advertising and PR in Modern Intercultural Communication: Materials of the II City Youth Scientific and Practical Conference]. Perm': PNIPU Publ., 2016, pp. 65-72. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27203564> (accessed October 11, 2022).
13. Rjumin R.V. Fenomen rečevogo zhanra social'noj reklamy v ruskom jazyke [Phenomenon of social advertisement speech genre in the Russian language]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [TSU Bulletin]. Tomsk: TGU Publ., 2011, pp. 30-33.
14. Fedosjuk M.J. Nereshennye voprosy teorii rečevyh zhanrov [Unsolved problems of the theory of speech genres]. *Voprosy jazykoznanija* [Issues of Linguistics]. Moscow: «Nauka» Publ., 1997, no. 5, pp. 102-120.
15. Shmel'jova T.V. Model' rečevogo zhanra [Speech genre model]. *Zhanry rechi* [Speech Genres]. Saratov: GosUNC «Koledzh» Publ., 1997, pp. 85-98.
16. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed October 09, 2022)
17. Eating Disorders Association. Eating disorders: a guide for friends and family. URL: <https://beat.contentfiles.net/media/documents/beat-carers-booklet-1.pdf> (accessed October 07, 2022)
18. What is a Brochure? URL: <https://www.edrawsoft.com/what-is-brochure.html> (accessed October 11, 2022).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ**Шитикова Ольга Васильевна**, студентка

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Оренбургской области «Оренбургский государственный университет»
пр. Победы, 13, г. Оренбург, Оренбургская обл., 460018, Российская Федерация
stilinskiolya@gmail.com*

Елагина Юлия Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и практики перевода

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Оренбургской области «Оренбургский государственный университет»
пр. Победы, 13, г. Оренбург, Оренбургская обл., 460018, Российская Федерация
elaginajulia85@gmail.com*

DATA ABOUT THE AUTHORS**Olga V. Shitikova**, student

*Orenburg State University
13, Prospekt Pobedy, Orenburg Region, 460018, Russian Federation
stilinskiolya@gmail.com*

Yulia S. Elagina, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Translation and Translational Studies, Orenburg

*Orenburg State University
13, Prospekt Pobedy, Orenburg Region, 460018, Russian Federation
juliaelagina@yandex.ru*

Поступила 20.01.2023

После рецензирования 07.02.2023

Принята 22.02.2023

Received 20.01.2023

Revised 07.02.2023

Accepted 22.02.2023