

Жанры речи. 2025. Т. 20, № 1 (45). С. 51–61
Speech Genres, 2025, vol. 20, no. 1 (45), pp. 51–61
<https://zhanry-rechi.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-1-45-51-61>, EDN: SCVQQU

Научная статья
УДК 655.535.54:811.161.1'38'42

Специфика проявления вариативности и условия разрушения жанра аннотация в издательском дискурсе

Т. И. Стексова[✉], М. В. Праско

Новосибирский государственный педагогический университет, Россия, 630126, г. Новосибирск,
ул. Вилюйская, д. 28

Стексова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры современного
русского языка и методики его преподавания, steksova@inbox.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-4275-7450>

Праско Максим Викторович, аспирант кафедры современного русского языка и методики его
преподавания, mvprasko@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0008-7731-4768>

Аннотация. Рассматривается проблема вариативности речевых жанров и размывания их границ. Цель исследования – определить, изменение каких параметров ведет к разрушению жанра аннотации, функционирующего в издательском дискурсе, а какие изменения допустимы и являются проявлением внутрижанровой вариативности в пределах одного дискурса. Материалом исследования послужили собранные методом случайной выборки 100 русскоязычных прикнижных аннотаций на литературно-художественные издания и издания для детей, выпущенные в 2000–2024 гг. По результатам исследования определено, что издательская аннотация в условиях маркетинговой коммуникации расширяет функциональные возможности и становится полиинтенциональной: помимо предписанной ГОСТом информативной функции, она выполняет функцию воздействия. Усиление рекламного компонента приводит к нарушению требований, предъявляемых нормативными документами к структуре и языковому воплощению прикнижных аннотаций. Проявление дополнительной воздействующей функции и гибкость структуры демонстрируют вариантную реализацию жанра аннотации в издательском дискурсе, поскольку сохраняется ведущая информативная функция и статус вторичного текста. В том случае, когда текст, размещенный на обороте титульного листа, является цитатой из произведения, которое должно аннотироваться, или его структурным элементом, аннотация утрачивает информативную функцию и свою вторичность, что свидетельствует о разрушении жанровой формы.

Ключевые слова: аннотация, речевой жанр, вторичный текст, вариативность, издательский дискурс, персуазивность, аттрактивность

Для цитирования: Стексова Т. И., Праско М. В. Специфика проявления вариативности и условия разрушения жанра аннотация в издательском дискурсе // Жанры речи. 2025. Т. 20, № 1 (45). С. 51–61. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-1-45-51-61>, EDN: SCVQQU

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Variability and conditions of abstract genre destruction in publishing discourse

Т. И. Стексова[✉], М. В. Праско

Novosibirsk State Pedagogical University, 28 Vilyuyskaya St., Novosibirsk 630126, Russia

Tatiana I. Stekssova, steksova@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4275-7450>
Maxim V. Prasko, mvprasko@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0008-7731-4768>

Abstract. The article deals with the problem of variation of speech genres and blurring of their boundaries. The aim of the study is to determine the change of what parameters leads to the destruction of the annotation genre functioning in publishing discourse and what changes are acceptable and are a manifestation of intra-genre variation within one discourse. The study was based on 100 Russian publisher's abstracts of literary fiction and children's editions published in 2000–2024, collected by random sampling. The results of the study prove that the publisher's abstract in the conditions of marketing communication expands its functional capabilities

and becomes polyintentional: in addition to the informative function prescribed by regulations, it has an impact function. The strengthening of the advertising component leads to the violation of the requirements set by normative documents to the structure and linguistic embodiment of publisher's abstracts. The manifestation of the additional influencing function and flexibility of the structure demonstrate the variant realization of the abstract genre in the publishing discourse, as the leading informative function and the status of a secondary text are preserved. In the case when the text placed on the back of the title page is a quotation from the work to be annotated or its structural element, the abstract loses its informative function and its secondary status, which indicates the destruction of the genre form.

Keywords: abstract, speech genre, secondary text, variation, publishing discourse, persuasiveness, attractiveness

For citation: Steksova T. I., Prasko M. V. Variability and conditions of abstract genre destruction in publishing discourse. *Speech Genres*, 2025, vol. 20, no. 1 (45), pp. 51–61 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2025-20-1-45-51-61>, EDN: SCVQQU

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Постановка проблемы

Социальная детерминированность жанров речи, с одной стороны, обуславливает их содержательное наполнение, структурно-композиционные особенности и выбор языковых средств, с другой – является причиной перехода одного жанра в другой, появления новых жанров и изменения уже существующих. Вопросы функционирования одного речевого жанра в разных сферах общения привлекают внимание многих современных лингвистов, что актуализирует изучение проблемы вариативности жанра и размывания его границ. Так, М. А. Кантуррова выделяет в системе речевых жанров процесс модификации, при котором внутри жанра происходят изменения, приводящие к появлению его вариантов, и процесс мутации, когда межжанровое взаимодействие способствует образованию нового жанра [1]. Внутрижанровую вариативность А. Г. Баранов определяет как «модификации в тематическом, композиционном и вербальном планах» [2: 337]. Исследователи различают вариативность в пределах одного дискурса и при его смене, вариативность способов языкового выражения и жанровой интерпретации высказывания адресатами [3: 90; 4: 180–181]. По мысли Т. Г. Рабенко, жанровые варианты возникают под влиянием коммуникативно-прагматических условий реализации жанра: модификации субстрата, адресата, референтной соотнесенности и функционально-целевого параметра [5: 12]. В. А. Салимовский и Д. В. Яруллин под тождеством жанра понимают «наличие у многочисленных жанровых вариантов общей исходной целеустановки, по-разному актуализируемой в различных коммуникативных условиях» [6: 156], т. е. ведущим жанрообразующим фактором выступает иллокутивная функция, смена

которой свидетельствует о появлении нового жанра.

Рассмотрим проблему вариативности на примере аннотации. Жанр аннотации не является монолитным и статичным, он функционирует в речи в виде нескольких вариантов: в частности, выделяют библиографическую и издательскую аннотации, аннотацию к научной статье. Несмотря на наличие регламентирующей литературы (ГОСТы, справочники, рекомендации редакций научных журналов), для аннотации характерна внутрижанровая вариативность в пределах одного дискурса. Так, в научном дискурсе структура аннотации к научным статьям зависит от издания, в котором готовится публикация (сборник статей или научный журнал, включенный в перечень ВАК, и пр.), образ автора может быть обобщенным (в аннотации к научному изданию) или конкретным (в аннотации к научной статье); в издательском дискурсе языковое воплощение аннотации зависит от специфики аннотируемого произведения и его адресата и т. д.

Цель нашего исследования – определить, изменение каких параметров ведет к разрушению жанра аннотации, функционирующего в издательском дискурсе, а какие изменения допустимы и являются проявлением внутрижанровой вариативности в пределах одного дискурса.

Материалом исследования послужили собранные методом случайной выборки 100 русскоязычных приложительных аннотаций на литературно-художественные издания и издания для детей, выпущенные в 2000–2024 гг.

Жанр аннотации в издательском дискурсе

В начале 2000-х гг. был введен ГОСТ 7.86–2003 «Издания. Общие требования к издательской аннотации», посвященный при-

книжной аннотации, под которой понимается текст, содержащий «краткую характеристику издания с точки зрения его целевого назначения, содержания, читательского адреса, издательско-полиграфической формы и других его особенностей» [7: 2]. Появление отдельного нормативного документа для этого вида аннотации продиктовано, по-видимому, необходимостью регламентировать ее содержание и структуру, а также статус обязательного элемента справочно-опознавательного аппарата книги, поскольку в 1990-е гг. издатели нередко пренебрегали качественной подготовкой информации о выпускаемых изданиях.

В ГОСТе 7.86–2003 сформулированы требования, предъявляемые к содержанию, структуре и оформлению издательской аннотации, следовательно, этот жанр подразумевает стереотипную реализацию. При книжная аннотация к литературно-художественным изданиям должна содержать следующие сведения:

- целевое назначение и читательский адрес издания;
- сведения об авторе: принадлежность к определенной эпохе, стране, национальности, социальной группе, литературному направлению; время создания произведения; упоминание о других произведениях автора, которые могут быть известны читателю;
- жанр произведения, его стилистические особенности;
- основная тема или проблема произведения, время и место описываемых событий, общая сюжетная линия произведения, характеристика главных героев;
- особенности издательско-полиграфического оформления [7: 3–4].

Особо оговариваются требования к тексту аннотации:

- она имеет «лаконичную, конкретную языковую форму, при этом содержит емкую характеристику издания, без второстепенной и посторонней информации»;
- ее объем не превышает 500–600 печатных знаков;
- «не рекомендуется приводить цитаты из текста произведения, содержащегося в издании»;
- «рекламные элементы в содержании аннотации не должны искажать объективную характеристику издания» [7: 5].

Исходя из определения издательской аннотации и требований, предъявляемых к ее структуре и содержанию, очевидно, что в ГОСТе ведущей обозначена информативная функция жанра. Однако в условиях конкуренции и борьбы за успешность

реализации книжной продукции на потребительском рынке книга становится товаром, который нуждается в рекламе и продвижении. Издательская аннотация нацелена на формирование горизонта читательского ожидания и определенного коммуникативного эффекта: заинтриговать читателя и мотивировать его к прочтению, а значит, и покупке выпущенной книги. В этом аспекте аннотация как адресатоориентированный элемент издательского паратекста обеспечивает единство коммуникативного и коммерческого компонентов издательского дискурса [8] и, следовательно, выполняет, помимо информативной, воздействующую функцию.

Функционирование аннотации в условиях маркетинговой коммуникации приводит к тому, что в современной издательской практике нарушаются многие требования, предъявляемые нормативными документами к структуре аннотации и к сведениям, приводимым в ней. По мнению Н. Г. Иншаковой, «неумение сегодняшних издателей составлять полноценные, соответствующие своему функциональному назначению издательские аннотации не повод для того, чтобы говорить о вымирании жанра, о необходимости кардинального пересмотра требований к нему и замене новой разновидностью...» [9: 78]. Исследователь предлагает выделить два вида аннотаций: издательскую, которая традиционно размещается на обороте титульного листа и содержит объективную характеристику книги, и рекламную, расположенную на задней стороне переплета и выполняющую функцию воздействия на целевую аудиторию [9: 79]. Рекламная аннотация, сохраняя основные типологические особенности жанра, призвана компенсировать сдержанность и нормативность издательских аннотаций за счет использования экспрессивной лексики и синтаксиса, разнообразных приемов привлечения внимания и актуализации информации, цитат и других средств, доступных рекламе [9: 79]. Однако анализ современной издательской практики показывает, что тексты, размещенные на обороте титульного листа и на обложке, чаще всего совпадают, что свидетельствует о неразграничении издательскими работниками предложенных Н. Г. Иншаковой функциональных разновидностей аннотации.

Дерегламентацию текстового пространства издательской аннотации отмечают и М. В. Черкунова и Е. В. Пономаренко, которые утверждают, что введение «слогана и слоганоподобных элементов, смещение смысловых акцентов с информативных блоков на эмотивные <...> насыщение аксиологическими смыслами личного мнения

в противовес профессиональному» приводят к «перестройке» «конвенциональных системных свойств» при книжных аннотаций [10: 104–105].

Исследователи, изучающие издательскую аннотацию в диахронном аспекте, отмечают трансформацию жанровых признаков. Так, Е. Д. Бугрова указывает, что в современных аннотациях снизилась информативная насыщенность высказывания, преобладают императивные, оценочные и прагматические компоненты, наблюдается перенасыщение экспрессией, актуализируется графическая составляющая [11]. Т. Е. Лаевская выделяет следующие особенности современных аннотаций: «усиление жанрово-стилистической гомогенности с первичным текстом, “раскрытие” языка, преобладание агитационной функции, создание атмосферы “причастности” читателя к сюжету художественного произведения» [12: 92].

Как отмечают многие исследователи, аннотации, размещенные на обложках изданий¹ или на сайтах издательств и в книгорынковых каталогах, приобретают черты продвигающих текстов, поскольку направлены на эффективное воздействие на целевую аудиторию и на достижение «коммерческого/репутационного успеха» книги или произведения [13: 78]. Э. А. Зоидзе, исследуя рекламный компонент таких аннотаций, выделяет их прагматические особенности: «объективно-субъективная организация информации, интенциональность, адресованность читателю, аргументативность» [14: 99]. О. Г. Чуприна указывает на значимые структурно-содержательные характеристики обложечной аннотации (в англоязычном научном дискурсе она обозначается термином *blurb*): локация (размещена на задней сторонке переплета), трехчастная структура (описание сюжета, оценка и сведения об авторе), интертекстуальность (наличие цитат из первоисточника или книжных рецензий), информативность (последовательное представление сведений об аннотируемой книге) и модальность (наличие внутренней и внешней оценки) [15]. Отмечая вариативность способов характеристики первоисточника, Н. В. Васильева в качестве компонентов макроструктуры содержания обложечной аннотации указывает краткий пересказ, мини-рецензию, цитацию, которые в совокупности призваны реализовывать интенцию воздействия на адресата таким образом, чтобы он купил книгу [16]. Итак, одни исследователи считают обложеч-

ную аннотацию современной модификацией издательской аннотации, вызванной «послаблением» стандарта [13: 77], другие полагают, что это самостоятельный жанр в издательском дискурсе, который «воспринимается как альтернатива издательской» и рассматривается как средство «полноценного рекламного сопровождения» публикуемых книг [17: 41].

В нашем исследовании мы остановимся на рассмотрении аннотаций, расположенных на обороте титула, и выявим нарушения правил их составления, что, по сути, приводит к усилению воздействующей функции.

Нарушение стандарта как проявление вариативности структуры издательской аннотации

Как показывает анализ собранного материала, нарушения требований стандарта связаны прежде всего со структурой аннотации, что приводит к ее вариативной реализации.

Так, рассмотрим аннотацию к сборнику произведений У. Голдинга:

Уильям Голдинг – писатель, произведения которого, в сущности, никак не объединенные ни внешне, ни стилистически, тем не менее неразрывно связаны между собой на более глубинном, более скрытом уровне. Называйте его психологическим – или, если угодно, этическим. Суть от этого не меняется. И холдингово-изысканная, почти надменная в своей невеселой иронии «Пирамида» по-прежнему связана с абсурдным, натуралистичным и яростным «Повелителем мух» – потому что подлинная Мысль и подлинная БОЛЬ не существуют друг без друга... (Голдинг У. Пирамида. Повелитель мух. М. : ACT, 2001).

Как видим, эта аннотация реализует информативную функцию, как и предписано стандартом, но при этом читательский адрес не определен; автор назван, но не даются сведения о нем; основная проблема намечена, но не указаны сюжетные линии произведений.

Аналогичные отступления от стандартной структуры и в аннотации к роману Г. Гессе:

Перед вами – книга, без которой немыслима вся культура постмодернизма Европы – в литературе, в кино, в театре. Что это – гениальный авангардистский роман, стилизованный под философию сюрреализма, или гениальное философское эссе, сти-

¹Сейчас уже привычным кажется, что на четвертой сторонке обложки издатели размещают текст аннотации. Новшеством можно считать расположение аннотации на лицевой стороне обложки. В современной издательской практике такие примеры не единичны (рис. 1), однако встречаются они только среди изданий нехудожественной литературы.



Рис. 1 / Fig. 1

лизованное под сюрреалистический роман? Пожалуй, ТЕПЕРЬ это и не важно.

Важно одно – идут годы и десятилетия, а изысканной, болезненной и эзотеричной «игре в бисер» по-прежнему нет конца. Ибо такова игра, в которую играют лучшие из людей... (Гессе Г. Игра в бисер. М. : АСТ, 2001).

Здесь также читательский адрес не указан; нет никаких сведений об авторе; жанр произведения не определен; тема, основная сюжетная линия не обозначены; объем аннотации не соответствует требованиям. Тем не менее, эта и подобные аннотации выполняют свою основную – информативную – функцию.

Андрей Зализняк – великий русский лингвист, который доказал подлинность «Слова о полку Игореве» и сумел прочесть берестяные грамоты так, что мы теперь знаем, как говорил и чем жил Новгород тысячу лет назад. На его счету борьба со лженаучными лингвистическими теориями и «Грамматический словарь русского языка», на основе которого был построен поисковый алгоритм «Яндекса». «Истина существует» – первая биография Зализняка, собранная из его собственных рассказов и устных воспоминаний его родственников, друзей, коллег и учеников.

Война и эвакуация, детское увлечение языками, учеба в Париже, грандиозные научные открытия и лекции, собиравшие тысячи человек, – в этой истории нашли отражение советский быт, европейская академия, голоса Древней Руси, смутные девяностые и многое другое. Мария Бурас, ученица и давний друг Зализняка, поговорила с десятками людей и изучила множество документов, чтобы восстановить жизненный и творческий путь выдающегося ученого.

Отметим, что в выборке была обнаружена одна аннотация, которая используется для трех разных книг: *Верта – неугомонная стрекоза*. Она играет различными предметами и вовлекает в свою игру читателей (Беллини Л. Верта и колода карт. М. : Городец, 2021; Беллини Л. Верта и карандаши. М. : Городец, 2021; Беллини Л. Верта и яйцо. М. : Городец, 2021). Очевидно, это решение издателей можно объяснить тем, что произведения объединены одной героиней и сюжет построен однотипно. Однако аннотация дает самый минимум информации о содержании, тем самым нарушаются требования к ее составлению.

Наряду с ненамеренным нарушением стандарта можно говорить о сознательном нарушении, вызванном сближением издательского дискурса с маркетинговым. В связи с этим издательская аннотация, обладающая прагматическим потенциалом, начинает выполнять следующие информативно-рекламные функции: «репрезентативная – представить конкретную информацию о произведении; воздействующая – убедить в актуальности произведения и вызвать интерес к приобретению книги; апеллятивно-эмоциональная – выразить заинтересованное обращение к читателю со стороны издательства за счет различных средств воздействия» [18: 33]. Таким образом, наряду с информативной функцией, столь же важной становится и воздействующая функция, следовательно, жанр аннотации – полиноминальный. И в этом случае от составителя аннотации требуется творческое мышление, он должен заинтересовать читателя, учитывая специфику объекта аннотирования. Эта задача требует направления усилий автора аннотации на поиски оригинального варианта реализации. Причем, как показывает собранный материал, оригинальность в первую очередь связана не со структурой аннотации, а с используемыми языковыми средствами. На эту особенность уже указывали исследователи. Как отмечает Э. А. Зоидзе, в издательских аннотациях привлечение внимания целевой аудитории осуществляется средствами аттрактивности, наиболее частотными из которых являются цитации, прецедентные имена и тексты,

прилагательные с мелиоративной семантикой, местоимения с инклузивной семантикой, метафоры и образные сравнения, окказиональные образования, средства ритмизации, вопросительные предложения [19].

Проявление воздействующей функции как вариантная реализация жанра аннотации

Анализ собранного материала позволил выделить несколько способов и средств реализации воздействующей функции, что свидетельствует о вариативности структурно-содержательных компонентов и оформления издательских аннотаций.

1. Семиотическая акцентировка с помощью знаков цитирования, шрифтовых выделений, пробелов и т. д., т. е. атTRACTоров – словесных знаков, которые задерживают внимание адресата при чтении текста, вызывают у него необходимые эмоциональные реакции.

В аннотации на произведения Дж. Оруэлла прописными буквами выделены слова, на которые составитель текста ставит логическое ударение (рис. 2). По нашим наблюдениям, эта тенденция характерна для аннотаций 2000-х гг., особенно частотно ее проявление в книгах, выпущенных издательством АСТ.

Отметим, что в современных сборниках Дж. Оруэлла, вышедших в АСТ, продолжают использовать текст аннотации 2009 г. в немного измененном виде и без графически выделенных слов. При этом многие другие издания этих произведений Дж. Оруэлла

Оруэлл, Дж.
О-63 1984: роман. Скотный Двор: сказка-аллегория: [пер. с англ.] / Джордж Оруэлл. — М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2009. — 412, [4] с. — (Классика).

ISBN 978-5-17-047725-8 (ООО «Изд-во АСТ»)

ISBN 978-5-9713-7282-0 (ООО Изд-во «АСТ МОСКВА»)

«1984». Книга, о которой МНОГО ГОВОРИЛИ когда-то – и МНОГО ГОВОРЯТ сейчас. Книга, ставшая своеобразным «антифоном» для второй великой антиутопии XX в. — «Одивный новый мир» Олдоса Хаксли.

Что, в сущности, страшнее – доведенное до абсурда «общество потребления» – или доведенное до абсолюта «общество идеи»? По Оруэллу, нет и не может быть ничего ужаснее ТОТАЛЬНОЙ НЕСВОБОДЫ...

«Скотный Двор». Юмор. Сарказм. Притча, ухитрившаяся принять форму «иронической антиутопии».

Может ли скромная ФЕРМА стать символом тоталитарного общества? Конечно, да. Но... КАКИМ увидят это общество его «ГРАЖДАНЕ» – животные, обреченные на бойню?

Рис. 2 / Fig. 2

в том же издательстве выходят с другими аннотациями.

2. Использование цитат.

В аннотации к роману «Идиот» Ф. М. Достоевского используются отрывки из писем автора и отзыва современного читателя.

«Мне бы хоть бы только без большой скучки прочел читатель, – более ни на какой успех и не претендую...», – писал Федор Михайлович Достоевский сразу после публикации романа «Идиот» в номерах журнала «Русский вестник» за 1868 год. И вот прошло почти полтора века. «Меня зовут Наташа, мне 30 лет и я Идиот. Вероятно, моя книжка из Достоевского и после него – это будут две разные жизни. Зря я столько лет боялась Федора Михайловича и отказывала себе в таком замечательном удовольствии. Говорю же, Идиот» (отзыв читательницы на портале *Livelib*, 2016). «Идиот» сегодня – одно из самых любимых, цитируемых, экранизируемых и инсциенируемых произведений русской – да и не только русской! – литературной классики во всем мире. «А насчет недостатков я совершен-но и со всеми согласен; а главное, до того злюсь на себя за недостатки, что хочу сам на себя написать критику» (Ф. М. Достоевский, 1869) (Достоевский Ф. М. Идиот. М. : Время, 2017).

В аннотации нет сведений о сюжете, только оценка, представленная разными участниками литературно-издательского процесса. Писатель говорит о недостатках произведения и надеется на интерес со стороны читателя. Современный читатель сокрушаются, что так поздно взялся за чтение Достоевского, и отмечает, что получил удовольствие от этого процесса. Составитель аннотации указывает на востребованность классического произведения. Использование цитат в сопоставлении позволяет актуализировать косвенную оценку: автор признает, что книга не без недостатков и может показаться скучной, но она способна перевернуть жизнь читателей, потому что они могут узнать себя в героях романа.

3. Использование в аннотациях прецедентных имен, создающих интертекстуальность. «Адресата словно “втягивают” в интеллектуальную игру, предлагая сигналами интертекстуальности “пройти” по указанному в знаках культуры “извилистому” пути интерпретации смысла» [20: 130]. В аннотации к роману «Радуга тяготения» автор сложного постмодернистского произведения сравнивается с писателями, которые на слуху у публики, знакомой с элитарной литературой, тем самым ему дается оценка (рис. 3). Такое позиционирование выполняет функцию про-

Пинчон Т.

П 32 Радуга тяготения : роман / Томас Пинчон ; пер. с англ.

А. Грызуновой, М. Немцова. – М. : Иностранка, Азбука-Аттикус, 2021. – 928 с. – (Большой роман).

ISBN 978-5-389-20174-3

Томас Пинчон – наряду с Сэлинджером, «великий американский за-творник», один из крупнейших писателей мировой литературы XX, а теперь и XXI века, после первых же публикаций единодушно признанный классиком уровня Набокова, Джойса и Борхеса. Его «Радуга тяготения» – это главный послевоенный роман мировой литературы, вобравший в себя вторую половину XX века так же, как джойсовский «Улисс» вобрал первую. Это грандиозный постмодернистский эпос и едкая сатира, это помно-женная на фарс трагедия и радикальнейшее антивоенное высказывание, это контркультурная библия и взрывчатая смесь иронии с конспироло-гией; это, наконец, уникальный читательский опыт и сюрреалистический травелог из преисподней нашего коллективного прошлого. Без «Радуги тяготения» не было бы ни «Маятника Фуко» Умберто Эко, ни всего кибер-панка, вместе взятого, да и сам пейзаж современной литературы был бы совершенно иным. Вот уже почти полвека в этой книге что ни день открывают новые смыслы, но единственное правильное прочтение так и остается, к счастью, недостижимым. Получившая главную американскую литературу награду – Национальную книжную премию США, номинированная на десяток других престижных премий и своим радикализмом вызвавшая лавину отставок почтенных жюри, «Радуга тяготения» остается вне оценочной шкалы и вне времени.

Рис. 3 / Fig. 3

движения книги среди читателей, знакомых с творчеством упомянутых писателей.

4. Гиперболизированная комплиментарность по отношению к автору или его произведению, которая достигается за счет применения лексических средств со значением положительной оценки.

Великий русский писатель Иван Алексеевич Бунин (1870–1953) занимает **особое** место в истории отечественной литературы. **Первый** русский нобелевский лауреат, создатель **неповторимой** любовно-психологической прозы, **певец** дореволюционной России... Несмотря на то что он жил вне Родины, душой он был тесно с ней связан (Бунин И. А. Солнечный удар. Жизнь Арсеньева. М. : Верже, 2018).

5. Аттрактивность, основными маркерами которой являются оценочные прилагательные и наречия, назывные и вопросительные предложения.

Сотни переизданий!

Простой язык!

Увлекательный сюжет!

Сможете ли вы выгнать из дома постороннюю женщину, если она решила, что вы именно тот, кто сможет воспитать ее ребенка?

Сможете ли вы отвлечься от забивания колышков и купить «вольво» для своего американского брата?

Сможете ли вы написать путеводитель по Финляндии, имея под рукой только старый журнал *National Geographic* и музыку Сибелиуса?

Все три романа **прославленного** норвежца в одном томе! (Лу Э. Во власти женщины. Наивно. Супер. Лучшая страна в мире. СПб. : Азбука-классика, 2006).

6. Ироничное формальное следование требованиям стандарта (о чем книга и кому она рекомендована).

В новой книге знаменитый художник и писатель, главныйnomad эпохи Александр Бренер продолжает свой **великий поход против современной цивилизации** и на собственном примере показывает, как и куда можно совершить от нее побег. Книга рекомендована **студентам гуманитарных вузов, менеджерам среднего звена, дезертирам из туменов Чингизхана, голубям Ватикана и активистам арт-пролетариата**.

Но на самом деле эта книжка – вопль беспомощности и отчаянное хватание за соломинку поэзии (Бренер А. Орфей! Орфей! М. : Городец, 2022).

7. Диалогизация, которая создает у адресата «эффект присутствия» до непосредственного «погружения» в произведение.

Вам когда-нибудь приходилось попадать в странные и загадочные обстоятельства? Ну, например, бежите вы по знакомой улице и вдруг, провалившись в люк, оказываетесь в секретном штабе Тайного Общества Трусов. А еще неожиданно выясняется, что ваша родная бабушка – гениальная изобретательница, создавшая машину времени. К тому же – совсем скоро Землю должны захватить хищные космические пришельцы-сингеморды, которые хотят заразить людей вирусом страха. И спасение человечества зависит только от вас! Главное – научиться преодолевать свой страх. И тогда самое мощное оружие превращается в пыль, непобедимый враг станет бессильным и в конце концов в ваших руках окажется универсальное СРЕДСТВО ОТ СТРАХА № 9 (Воронина Л. Тайное Общество Трусов, или Средство от страха № 9. Минск : Открытая книга, 2018).

8. Отсылка к новым цифровым технологиям, используемым в издании.

А лучше понять героиню, заразиться ее азартом и погрузиться в мир музыки позволяют **QR-коды** на полях книги. Достаточно навести смартфон на нужную область, и вы окажетесь перед сценой, на которой исполняют не только русскую классику, но и вариации на тему британского рока (Шрайбер К. Соло для Клары. М. : КомпасГид, 2022).

Как видим, во всех приведенных аннотациях и подобных им предписанная ГОСТом структура не всегда выдерживается, некоторые ее компоненты опущены. Но все-таки информативная функция реализуется и дополняется действующей функцией, которая достигается за счет одновременного использования особых языковых средств и приемов, т. е. в одной аннотации применяются сразу несколько способов воздействия, дополняющих друг друга и усиливающих персонализированный эффект. Во всех подобных примерах аннотация остается вторичным жанром (текст о тексте) и значимым элементом издательского параметекста.

В то же время в современном книгоиздании нередки случаи, когда место аннотации на обороте титула занимает цитата из произведения, которое должно аннотироваться. Видимо, для этого выбирается ключевой фрагмент, соотносящийся с основным замыслом текста. Например, в издании сборника произведений В. Токаревой на обороте титульного листа после библиографической записи приведен отрывок одного из рассказов, входящего в книгу:

«Главное не знать, а верить. Вера выше знания. Иначе зачем Богу было создавать

такую сложную машину, как человек? Зачем протягивать его через годы, через испытания, через любовь? Чтобы потом скинуть с древа жизни и затоптать? А куда деваются наши слезы, наше счастье, наш каждодневный труд?.. Я всю жизнь чего-то добивалась: любви, славы, богатства. А сейчас мне ничего не надо. Я не хочу ничего. Видимо, я переросла свои желания. Наступил покой как после бомбейки. Бомбейка – это молодость». Виктория Токарева (Токарева В. Ничем не интересуюсь, но всё знаю. СПб. : Азбука, 2022).

Рассмотрим еще один пример, когда место аннотации в издании занимает элемент текста.

Сравним две аннотации к книге «Сиди и смотри» А. Бульбенко и М. Кайдановской (М. : Самокат, 2023). Одна из них размещена в интернет-магазине издательства и соответствует основным правилам составления издательской аннотации:

«Сиди и смотри» – история, которую вместе рассказывают девочка-подросток Марта Кайдановская и писатель Андрей Бульбенко. Марта ведет путевые заметки, вместе с семьей спасаясь из родного города, который находится под обстрелом. Они знакомятся случайно, и девочка вручает писателю заметки в двух разных конвертах –

со словами, что нужно их вскрыть, если от нее не будет вестей².

И вторая – аннотация в книге (рис. 4). Причем она не соответствует ни одному из требований, предъявляемых к этому жанру.

В приложении к книге воспроизведен эпиграф ко всей повести. Это написанная китайцами на плохом русском языке инструкция по сборке детской двухъярусной кровати. В предисловии от авторов объясняется, что героиня повести писала свои записи на обороте листов этой инструкции. Таким образом, появление такой «аннотации» к книге обусловлено сюжетным ходом, причем автором «аннотации» являются авторы книги, а не сотрудники издательства.

Безусловно, в последних двух случаях тексты, размещенные на обороте титульного листа, выполняют рекламную функцию: привлекают внимание читателя либо публикацией концептуального фрагмента текста (как в аннотации к сборнику В. Токаревой), либо тем, что «аннотация» является композиционно-смысловым элементом текста (как в «Сиди и смотри»). Происходит утрата базовой, жанрообразующей информативной функции, меняется образ автора и диктумное содержание (это уже не вторичный, а первичный текст). В таком случае можно говорить о разрушении самого жанра анно-

Бульбенко, Андрей; Кайдановская, Марта.
 590 Сиди и смотри: [для среднего и старшего школьного возраста] / Андрей Бульбенко; Марта Кайдановская. – М. : Самокат, 2023.
 – 192 с. – ISBN 978-5-00167-455-9

Рады приветствовать вас в этой нереально захватывающем интерактивной ш...! Сборка данной Изделия является увлекательным процессом, который способен к использованию как старшего, так и младшего членами семьи. Приготовьте все необходимо и достаточно свободное Пространство вокруг Вас. Затяните эксцентрик на максимум предела. Не попытайтесь поднять одиночкой, воспользуйтесь вспомогательными членами семьи? При финальной сборки оставляйте место для головы. Не рекомендуется собирать детей младше 10 лет!

Рис. 4 / Fig. 4

²URL: <https://samtambooks.com/book/sidi-i-smotri/>

тации, причиной которого является утрата информативной функции и актуализация воздействующей функции. Это уже не текст о тексте, а компонент самого текста. Вопрос о том, какова жанровая принадлежность таких текстов, остается открытым и требует отдельного исследования.

Заключение

Таким образом, в издательском дискурсе растет степень проявления внутрижанровой вариативности аннотаций вследствие нарушения требований, предъявляемых к структурному построению и языковому оформлению текста. Функционирование аннотации

в условиях маркетинговой коммуникации способствовало появлению и дальнейшему усилению дополнительной функции – воздействующей. Жанр, по сути, сохраняет и расширяет свои границы до тех пор, пока аннотация является вторичным текстом и выполняет информативно-рекламную функцию. Если воздействующая функция становится основной или текст, размещенный на обороте титула, является фрагментом первоисточника, то это свидетельствует о разрушении жанровой формы, несмотря на то, что сохраняется привычная локация. Выявленная специфика жанра аннотации в издательском дискурсе требует дальнейшего уточнения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кантуррова М. А. Деривационные процессы в системе речевых жанров (на примере речевого жанра кулинарного рецепта) : дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2012. 169 с.
2. Баранов А. Г. Когнитивность жанра // *Stylistika*. Vol. VI. Opole, 1997. С. 331–343.
3. Кантуррова М. А., Стексова Т. И. Производность и вариативность речевых жанров : монография. Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2019. 128 с.
4. Стексова Т. И., Крылов Ю. В. Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана) // *Жанры речи*. 2018. № 3 (19). С. 179–188. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188>
5. Рабенко Т. Г. Инвариантные и вариантные признаки жанров естественной письменной речи (на материале жанров «личный дневник», «личное письмо», «личная записка») // *Жанры речи*. 2020. № 1 (25). С. 6–14. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-1-25-6-14>
6. Салимовский В. А., Яруллин Д. В. О тождестве речевого жанра // *Жанры речи*. 2017. № 2 (16). С. 151–159. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2017-2-16-151-159>
7. ГОСТ 7.86–2003. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Общие требования к издательской аннотации. М. : ИПК Издательство стандартов, 2004. 6 с.
8. Викулова Л. Г., Макарова И. В. Издательская деятельность как дискурсивная практика: книжный каталог // Когниция, коммуникация, дискурс. 2013. № 7. С. 23–32.
9. Инишакова Н. Г. Аннотация в современном контексте книжного издания // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2014. № 6. С. 72–83.
10. Черкунова М. В., Пономаренко Е. В. Динамические свойства аннотаций к англоязычным произведениям художественной литературы // Филологические науки в МГИМО. 2021. Т. 7, № 2 (26). С. 98–107. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-2-26-98-107>
11. Бурова Е. Д. Эволюция жанра аннотаций к переводной массовой литературе // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2013. № 2 (114). С. 82–88.
12. Лаевская Т. Е. Вторичный жанр «издательская аннотация»: типология, функции, дискурсивные контакты: монография. Мозырь : Изд-во МГПУ им. И. П. Шамякина, 2021. 104 с.
13. Ухова Л. В. «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 3. С. 71–82. <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2018-10136>
14. Зоидзе Э. А. Издательская аннотация: особенности продвигающего текста // Нургалиевские чтения-XII: Научное сообщество ученых XXI столетия. Филологические науки: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции (Астана, 23–24 февраля 2023 г.) : 3 т. Т. 1 / под общ. ред. К. Р. Нургали. Астана : Мастер ПО, 2023. С. 96–100.
15. Чуприна О. Г. Обложечная аннотация как продвигающий текст // Иностранные языки в высшей школе. 2020. № 3 (54). С. 105–114. <https://doi.org/10.37724/RSU.2020.54.3.010>
16. Васильева Н. В. Текст на обложке книги: место в классификации вторичных текстов // Информационная структура текста: сборник статей. М. : ИИОН РАН, 2018. С. 169–182.
17. Инишакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс, 2014. 256 с.
18. Викулова Л. Г. Роль издательской аннотации (*prière de l'auteur*) в смысловой презентации классического текста // Вестник МГПУ. Филологический выпуск (романо-германская филология). 2007. Т. 1 (14). С. 33–41.
19. Зоидзе Э. А. Аттрактивность книгоиздательского дискурса // Актуальные вопросы английской и методики преподавания русского языка как иностранного: сборник научных статей. Вып. 2. М. : Языки народов мира, 2023. С. 197–206.
20. Колесникова О. И. Персуазивный текст издательской аннотации: лингвокультурный аспект // Текст. Книга. Книгоиздание. 2020. № 22. С. 125–138. <https://doi.org/10.17223/23062061/22/8>

REFERENCES

1. Kanturova M. A. *Derivation Processes in the System of Speech Genres (for Example, the Speech Genre of Cooking Recipe)*. Diss. Cand. Sci (Philol.). Novosibirsk, 2012, 169 p. (in Russian).
2. Baranov A. G. *Cognotypicity of the Genre. Stylistika*, vol. VI. Opole, 1997, pp. 331–343 (in Russian).
3. Kanturova M. A., Steksova T. I. *Proizvodnost' i variativnost' rechevykh zhanch: monografiya* [Derivation

and Variability of Speech Genres : Monograph]. Novosibirsk, Novosibirsk State Pedagogical University Publ., 2019. 128 p. (in Russian).

4. Steksova T. I., Krylov Yu. V. New Life of the Old Genre: To the Problem of Variability in the Genre. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 179–188 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188>
5. Rabenko T. G. The Genres of Natural Writing “Personal Diary”, “Personal Letter”, “Personal Note”: Invariant and Variant. *Speech Genres*, 2020, no. 1 (25), pp. 6–14 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-1-25-6-14>
6. Salimovskij V. A., Jarullin D. V. On a Speech Genre Identity. *Speech Genres*, 2017, no. 2 (16), pp. 151–159 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2017-2-16-151-159>
7. GOST 7.86–2003. *Sistema standartov po informatsii, bibliotekhnologii i izdatel'skomu delu. Izdaniia. Obshchie trebovaniia k izdatel'skoi annotatsii* [GOST 7.86–2003. System of Standards on Information, Librarianship and Publishing. Editions. General Requirements to Annotation of Edition]. Moscow, Publishing and printing complex “Publishing House of Standard”, 2004. 6 p. (in Russian).
8. Vikulova L. G., Makarova I. V. Publishing Activity as a Discursive Practice: A Book Catalog. *Cognition, Communication, Discourse*, 2013, no. 7, pp. 23–32 (in Russian).
9. Inshakova N. G. Abstract in the Modern Context of a Book Publication. *Philological Sciences. Scientific Reports of the Higher School*, 2014, no. 6, pp. 72–83 (in Russian).
10. Cherkunova M. V., Ponomarenko E. V. Dynamic Properties of Abstracts to Works of Fiction in English. *Linguistics & Polyglot Studies*, 2021, vol. 7, iss. 2 (26), pp. 98–107 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2021-2-26-98-107>
11. Bugrova E. D. The Evolution of Blurbs for Translated Mass Literature. *Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2: Humanities and Arts*, 2013, no. 2 (114), pp. 82–88 (in Russian).
12. Laevskaya T. E. Vtorichnyi zhannr “izdatel'skaiia annotatsiiia”: tipologiiia, funktsii, diskursivnye kontakty: monografiya [Secondary Genre “Publishing Abstract”: Typology, Functions, Discursive Contacts: monograph]. Mozyr, Mozyr State Pedagogical University named after I. P. Shamyakin Publ., 2021. 104 p. (in Russian).
13. Ukhova L. V. “Promoting Text”: Notion, Features, Functions. *Verhnevolzhski Philological Bulletin*, 2018, no. 3, pp. 71–82 (in Russian). <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2018-10136>
14. Zoidze E. A. Book Blurb: Peculiarities of a Promotional Text. *Nurgali K. R., ed. Nurgaliev Readings-XII: Scientific Community of Scientists of the XXI Century. Philological Sciences: A collection of articles based on the materials of the International scientific and practical conference (Astana, February 23–24, 2023): 3 vols.* Astana, Master PO, 2023, vol. 1, pp. 96–100 (in Russian).
15. Chupryna O. Blurb as a Promotional Text. *Foreign Languages in Higher Education*, 2020, no. 3 (54), pp. 105–114 (in Russian). <https://doi.org/10.37724/RSU.2020.54.3.010>
16. Vasil'eva N. V. Back Cover Text (Blurb) as a Text Type in the Classification of Secondary Texts. In: *The Information Structure of the Text: Collection of articles*. Moscow, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences Publ. 2018, pp. 169–182 (in Russian).
17. Inshakova N. G. *Reklamnyi i piar-tekst. Osnovy redaktirovaniia: ucheb. posobie* [Advertising and PR text. Fundamentals of editing: A textbook]. Moscow, Aspekt Press, 2014. 256 p. (in Russian).
18. Vikulova L. G. The role of the Publishing Annotation (prière d'insérer) in the Semantic Presentation of the Classical Text. *Vestnik Moscow City University. Philological Issue (Romano-Germanic Philology)*, 2007, vol. 1 (14), pp. 33–41 (in Russian).
19. Zoidze E. A. Attractivity of Book Publishing Discourse. *Topical Issues of English and Methods of Teaching Russian as a Foreign Language: A collection of scientific articles. Iss. 2*. Moscow, Yazyki narodov mira, 2023, pp. 197–206 (in Russian).
20. Kolesnikova O. I. The Persuasive Text of Publisher's Annotations: A Linguocultural Aspect. *Text. Book. Book Publishing*, 2020, no. 22, pp. 125–138 (in Russian). <https://doi.org/10.17223/23062061/22/8>

Поступила в редакцию 22.05.2024; одобрена после рецензирования 28.06.2024; принята к публикации 28.06.2024; опубликована 28.02.2025

The article was submitted 22.05.2024; approved after reviewing 28.06.2024; accepted for publication 28.06.2024; published 28.02.2025