

УДК 655.25
ББК 76.005.31+76.175

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ АННОТАЦИЯ В ЧИТАТЕЛЬСКОМ ВОСПРИЯТИИ

© Т. И. Стексова, М. В. Праско, 2014

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

Статья посвящена жанру издательской аннотации. Рассмотрены требования ГОСТа 7.86-2003 к аннотации и примеры реальных аннотаций. Для выявления причин их несоответствия исследовалось читательское восприятие издательских аннотаций. Проводилось анкетирование группы читателей из 98 человек, среди которых были люди со средним, неполным высшим и высшим образованием. Им было предложено ответить на ряд вопросов.

Результаты анализа полученных ответов были подкреплены отзывами читателей на различных сайтах интернет-магазинов, что позволило заключить: чаще всего читатели не согласны с жанровым определением аннотаций, считают, что аннотации неадекватно отражают содержание книги.

Для выявления причины несоответствия авторского/издательского замысла и читательского восприятия был проведен еще один опрос. Покупателям в книжном магазине предлагалось прочитать конкретную аннотацию и ответить на ряд вопросов. Анализировались коммуникативные ситуации, обусловившие несоответствие читательских ожиданий и авторского замысла. Более существенной представляется коммуникативная ситуация, при которой несоответствие авторского замысла и понимания его адресатом обусловлено особенностями типа организации индивидуального сознания реципиентов.

Ключевые слова: жанр, аннотация, читатель, восприятие, адресат.

The paper is devoted to the publishing annotation genre. The State Standard requirements to an annotation and cases of abstracts are represented. Studying reader's perception of publishing annotations was undertaken in order to identify the reasons for their non-compliance. The readers group of 98 persons with average, undergraduate and graduate education was surveyed. They were asked to answer a series of questions, in particular, to identify: Do they read annotations to editions? Do annotations influence the choice of books? What information do readers want to get from the summary? Do expectations after reading the summary match impressions after reading the book?

Results of the survey analysis were supported by readers' reviews on various sites of online stores, allowing us to come to the conclusion: the most readers did not agree with the genre definition of annotations, considered that summaries inadequately reflect books content. To identify the causes of discrepancy between copyright/publishing plan and readers' perception we carried on another survey. Customers in a bookstore were offered to read a specific annotation and answer some questions. Communicative situations conditioned a mismatch of readers' expectations and authors plot were analyzed. Such communicative situation is considered to be more significant, when the discrepancy between the authors concept and its understanding by an addressee due to specific features of the individual recipient consciousness type.

Keywords: genre, abstract, reader, perception, addressee.

Издательская аннотация – составная часть аппарата издания, требования к которой определяет ГОСТ 7.86-2003. В соответствии с данным стандартом, аннотация содержит характеристику издания с точки зрения его целевого назначения, содержания, читательского адреса, издательско-полиграфической формы и других его особенностей.

Сравним две аннотации:

Шохирев М. В.

Язык программирования Perl 5. – М. : Интернет-Университет Информационных технологий; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 280 с.

Курс знакомит с языком программирования Perl 5, с его принципами, основными возможностями и особенностями в объеме, достаточном, чтобы начать разрабатывать прикладные и системные задачи, включая программирование для сети Интернет.

Зелински Э.

Успех без офисного рабства. Настольная книга фрилансера. – М. : Гаятри, 2007. – 137 с.

Двадцать пять лет назад Эрни Зелински был уволен с должности инженера крупной компании за то, что слишком часто просился в отпуск. С тех пор он ни разу не порывался наниматься куда-либо еще, поскольку понял, что в состоянии устроить свои творческие и финансовые дела самостоятельно. Теперь он работает по 4–5 часов в день и зарабатывает на жизнь больше, чем 90% обычных офисных работников. Зелински – рупор фрилансеров всего мира, пропагандист индивидуального креативного подхода к частному предпринимательству. Международные бестселлеры Э. Зелински «Успех без офисного рабства», «Уволились? Поздравляем!», «101 Really Important Things Already Know, But Keep Forgetting» переведены на 16 языков и издаются в 24 странах мира сотнями тысяч экземпляров.

Как видим, аннотации существенно различаются. Если первая сообщает сведения о содержании книги, то вторая – информирует об авторе издания. Но ни та, ни другая не соответствует требованиям ГОСТа. Современные издатели информативную функцию аннотации дополнили, а иногда и просто заменили рекламой.

Возникает вопрос: не устарел ли стандарт, не требует ли он пересмотра? Чтобы ответить, необходимо разобраться, зачем и для кого пишут аннотации.

Так как один из адресатов аннотации – потенциальный читатель/покупатель, то нам показалось интересным проанализировать аннотации с точки зрения именно читательского восприятия. Для этого было проведено анкетирование. Группа опрошенных состояла из 98 человек, в том числе 26 мужчин и 72 женщин. Среднее образование было у 26 человек, неполное высшее (студенты) – у 32, высшее – у 40 человек. По возрасту они распределились следующим образом: группа 17–20 – 26 человек, 21–30 – 37, 31–40 – 14, 41–50 – 11, старше 50 лет – 10 человек.

Читателям было предложено ответить на пять вопросов:

1. Читаете ли вы аннотации при выборе книги? Если нет, то почему?

2. Какую информацию вы хотите получить из аннотации?

- об авторе,
- жанре произведения,
- том, кому рекомендована книга,
- полученных книжных премиях,
- другое (что именно)?

3. Влияют ли аннотации на выбор вами какой-либо книги?

4. На ваш взгляд, аннотация важна/необходима прежде всего:

- в научной и/или учебной литературе,
- художественной литературе,
- других видах изданий.

5. Совпадают ли ожидания после аннотации и впечатления после прочтения книги?

- не совпадают,
- редко совпадают,
- чаще совпадают,
- совпадают.

Анализ анкет показал, что из 98 человек читают аннотации большинство респондентов (95 человек). Только трое опрошенных признались, что не читают и мотивировали это тем, что: *«бывает так, что, прочитав аннотацию, уже и не хочется читать книгу; кажется, что и так все понял, узнал, уже неинтересно. Гораздо увлекательнее читать книгу, ничего о ней не зная»; «по той причине, что многие аннотации дают не только краткое ознакомление с содержанием книги, но и добавляют*

свою личностную эмоциональную оценку, а этот момент очень сильно влияет на мое личное восприятие, порой настолько, что я не чувствую, что восприятие – мое»; «потому что мне хочется самой узнать, о чем книга и дать свою оценку».

Один из тех, кто читает аннотации, признался, что *«читает их редко, к некоторым она не нужна по существу».*

На вопрос «Какую информацию они хотели бы получить из аннотации?», 61 человек ответил, что сведения об авторе; 75 человек – о жанре произведения. Информация о том, кому рекомендована книга, интересна 35 респондентам, о премиях – 18. Краткое содержание, герои, сюжет важны для 27 человек, отзывы, мнение критиков значимы для 2 читателей, ответ «другое» выбрали 2 человека.

На вопрос «Влияет ли аннотация на выбор книги» не дали ответа 22 человека, 60 человек ответили утвердительно, отрицательных ответов – восемь, и еще восемь человек ответили, что аннотация иногда влияет на выбор книги, особенно *«в каких-то случаях, если автор мне не известен».*

Те, для кого аннотация значима, отметили, что она необходима в научной или учебной литературе (46 человек); в художественной литературе (70 человек), в других видах изданий – литература для детей, публицистика (5 человек). Не ответили на данный вопрос трое.

Ответы на вопрос «Совпадают ли ожидания после прочтения аннотации и впечатления после прочтения книги?» распределились следующим образом: не совпадают – двое, один из которых прокомментировал: *«впечатления, как правило, шире и разнообразнее, тем более в случае хороших произведений»;* редко совпадают – 20, причем, по мнению одних, *«совпадают в научной литературе».* Кроме того, есть те, кто *«стараятся не читать аннотации до самостоятельного прочтения книги, после – понимают, что почти всегда не совпадает».*

Ожидания и впечатления чаще совпадают у 70 человек, а полностью совпадают только у пятерых.

Такие результаты не удивительны, так как, по мнению Н. А. Рубакина, «исследование процесса чтения показало, что всякий читатель сам строит облик этого содержания, пропускает одно, прибавляет другое, искажает (с точки зрения автора и других читателей) третье и т. д., но всегда относит к объекту, то есть книге, свои собственные переживания (мысли, чувства, образы и проч.) и строит из них свою проекцию книги. <...> Возбудитель – книга – действительно остается один и тот же для разных читателей, но вызываемые ею возбуждения в них бывают всегда различны» [3, с. 147–148].

При том, что сама книга допускает множественную интерпретацию, аннотация предполагает определенное соответствие между текстом аннотации и восприятием ее читателем.

По мнению же читателей, аннотации не всегда адекватно представляют издание. Об этом свидетельствуют отзывы на сайтах www.labyrinth.ru; www.ozon.ru; www.livelib.ru; books.imhonet.ru, где в основном пишут о содержании прочитанных книг, но встречаются и упоминания об аннотациях к ним¹.

«Поддалась на завораживающую аннотацию <...> красивую обложку»;

«В аннотации “Жестяной барабан” называют фантазмагоричным – для меня это реализм. Захотел герой перестать расти в три года и перестал – что тут фантастического? Для меня это реализм, потому что – вечный мир, очень, очень вечный мир, и бесконечная, бесконечная, бесконечная рефлексия».

«“Шаги по стеклу” – постмодернистский роман с закольцованной композицией, из тех, что больше для ума, нежели для сердца <...> Ну, я мог бы за нее взяться, прочитав аннотацию – я все еще клюю на словосочетание “современная литература” – но точно не стал бы дочитывать. Совсем не то послевкусие, что мне нужно – особенно в нынешнем моем состоянии. Впрочем, я это сделал, ну и слава богу».

«Заказал на Озоне книгу А. Г. Ильяхова “Эросу посвященные” с подзаголовком “Античные любовные истории”. <...> Увы, названию своему она не соответствует. Хотя в аннотации, конечно, подстраховались, сообщив, что в книге содержатся не “любовные истории”, а “истории с элементами любви”».

«Аннотация к этой конкретной книге отношения имеет мало, – она скорее о всей серии в целом, а больше – о первой половине первой книги».

«Простите, это кто же писал аннотацию к данной книге!! Вообще ничего общего с содержанием и духом книги, да и всей серии. Где там “казарменный брутальный юмор”?! а “новый самурайский кодекс”?! и при чем тут “практические советы начинающему городскому шаману”?!».

«Не знаю зачем купила эту книгу, видимо повелась на рекомендации и отзывы на обложке. Такого бреда я еще не читала, книга ни о чем <...> в общем не стоит тратить на эту книгу время и деньги».

«В аннотациях автора сравнивают с Марком Леви. Не согласна. Но тоже о любви. Также написано очень красиво и романтично».

«Это детектив? Да вы что? Я и не заметила!».

Как видим, читатели часто не согласны с теми жанровыми определениями, которые даются в аннотациях, с уже высказанными отзывами, со сравнением определенного автора с другими; считают,

что в аннотации неадекватно отражается содержание книги.

По мнению Т. М. Дридзе, можно выделить три коммуникативные ситуации несовпадения авторского замысла и понимания его адресатом: 1) несоответствие используемых в текстах языковых средств языковым ресурсам адресата; 2) несоответствие содержательно-смысловой структуры текста ее воплощению в речи, связанное обычно с неумением автора адекватно воплотить в тексте свой замысел; 3) особенности типа семисоциопсихологической организации индивидуального сознания реципиентов [1, с. 120]. Для выявления причины несовпадения авторского/издательского замысла и читательского восприятия мы провели еще один опрос. Покупателям в книжном магазине было предложено прочитать аннотацию на книгу Э. Зелински «Успех без офисного рабства» и ответить на два вопроса:

1. Чем вас привлекла или не привлекла эта аннотация?

2. После прочтения этой аннотации появилось ли желание прочесть данную книгу и почему?

На первый вопрос 16 человек ответили критически. Прежде всего, респонденты негативно оценили содержательную сторону аннотации: *«Не указаны особенности содержания, только информация об авторе...»;* *«данный текст скорее выглядит как реклама автора, но практически не раскрывает содержание конкретной книги»;* *«меня несколько отталкивает столь кричащая “презентирующая” именно автора аннотация, но увы не книгу»;* *«аннотация весьма “размытая”, так как содержащаяся в ней информация больше похожа на рекламу автора, а не содержания книги»;* *«оттолкнула избытком слишком больших цифр, чтобы они соответствовали действительности, аннотация настраивает на скептическое отношение к содержанию книги»;* *«аннотация не очень интересна, напоминает рекламный текст».*

Десять опрошенных оценили аннотацию на книгу Э. Зелински положительно. Их привлекло именно то, что не понравилось представителям предыдущей группы, а именно рассказ о личности автора: *«привлекает тем, что в ней говорится об авторе как о довольно творческом человеке, который смог сам устроить свою жизнь, чтоб получить от нее удовольствие»;* *«привлекла интересной информацией о неизвестном мне человеке»;* *«понравилось, что в самой аннотации есть названия книг, которые написал этот автор, и это значит, что если мне понравится “Успех без офисного рабства”, я смогу купить и другие его книги и буду уже знать о чем пишет Зелински».*

На второй вопрос 11 человек ответили отрицательно: *«помимо сведений об авторе хотелось бы узнать и о содержании книги»;* *«желание прочитать не возникло, потому что не понятно, о чем*

¹ Во всех примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

книга. *И я не доверяю таким книжкам. Часто бывает жалко потраченных денег и времени на чтение»; «аннотация слишком навязчиво рассказывает об авторе, это несколько отталкивает».*

Несколько человек дали развернутые и аргументированные ответы, например: *«... у меня нет особого желания читать эту книгу. В настоящее время книжные полки полны подобных “историй успеха”, но прочитав аннотацию, я не увидела в ней ничего необычного, отличающего ее от сотни других. В принципе мало узнала о ее содержании. Возможно, я полистала бы ее, чтобы все же прояснить для себя этот вопрос, ограничившись прочтением заголовков, но не более того».*

Согласно еще одному развернутому отзыву желания не появилось: *«Раскрученные бестселлеры Зелински на одну и ту же тему, изданные и переизданные, означают для меня то, что автор нашел свою нишу и умеет эту тему излагать разными словами. Не думаю, что в ней будут приводиться реальные способы для возможности к действию с точки зрения экономики, психологии и т. д. Просто автор, видимо, достаточно харизматичный человек и умеет навязывать свое мнение толпе даже через текст. Аннотация сделана по типу рекламного ролика “а вы еще кипятите? Тогда мы идем к вам!” – “Вы еще работаете в офисе? Тогда мы научим вас, работая дома, зарабатывать больше всех!”. Аннотация вызывает ощущение “развода”, как будто с первой же страницы вас начнут учить организовывать финансовые пирамиды и т. д.».*

Девять человек готовы прочесть книгу Зелински, так как их привлекает история автора: *«аннотация подкупает тем, что в ней есть личный опыт самого автора»; «мне интересен реальный опыт человека»; «всегда интересно читать книги успешных людей, которые делятся своими секретами достижения этого успеха».*

Трех человек заинтересовала сама тема книги – информация об особенностях работы фрилансера.

Только один человек ответил, что его привлекло языковое воплощение аннотации: *«желание прочесть книгу возникло, так как информация об авторе представлена живо и просто».*

Два человека проявили интерес к книге скорее вопреки аннотации: *«Желание прочитать возникло, но не после прочтения аннотации. А из-за того, что тема интересна. Но эту информацию дал*

заголовок»; «Меня не привлекла аннотация <...>, но желание прочесть книгу появилось, потому что интересен пример успеха автора книги».

Как показывает анализ ответов, первая коммуникативная ситуация несовпадения авторского замысла и понимания его адресатом, несоответствие используемых в текстах языковых средств языковым ресурсам адресата не отмечены респондентами. Более существенной представляется третья коммуникативная ситуация Т. М. Дридзе, при которой несовпадение авторского замысла и понимания его адресатом обусловлено особенностями типа семисоциопсихологической организации индивидуального сознания реципиентов.

Именно индивидуальные особенности читателей стали причиной того, что такой факт как информация об авторе, отраженный в аннотации, привлек одних читателей и вызвал резкое отторжение других читателей. Эти наблюдения подтверждают мнение А. А. Залевской, что в соответствии с общими закономерностями психической деятельности индивид видит в тексте в первую очередь то, что он ожидает или хочет видеть, на что его нацеливают мотивы, ситуация, акцентирование внимания, личностные ориентиры и многое другое [2, с. 323].

Итак, считаем, что при написании аннотации нужно четко представлять своего адресата – будущего читателя. Разные по содержанию издания ориентированы на неодинаковых адресатов и, следовательно, при создании аннотации не нужно слепо следовать стандартам или писать аннотации «под копиру». Реальная аннотация, в отличие от прототипичной, очень вариативна, потому что решает не одну коммуникативную задачу, а сразу несколько.

Литература

1. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семисоциопсихологии. – М. : Наука, 1984. – 232 с.
2. Залевская А. А. Слово. Текст : психоллингвист. исслед. : избр. тр. – М. : Гнозис, 2005. – 542 с.
3. Рубакин Н. А. Библиологическая психология и литературоведение: Доклад обществу любителей российской словесности, читанный 11 мая 1927 г. в Москве // Литературный текст: проблемы и методы исследования. – Калинин : Калинин. гос. ун-т, 1987. – С. 136–165.

Материал поступил в редакцию 15.05.2014 г.

Сведения об авторах: *Стеклова Татьяна Ивановна – доктор филологических наук, профессор, тел.: (383) 244-06-30 (доп. 33), e-mail: steklova@inbox.ru, Праско Максим Викторович – соискатель, e-mail: prasko@ngs.ru*