

## ЗАГЛАВИЯ ИЗДАНИЙ: МЕЖДУ РЕКЛАМОЙ И ПРАГМАТИКОЙ

Ирина Федоровна Гнусова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Томский государственный университет, Томск, Россия, irbor2004@mail.ru*

**Аннотация.** На материале эксперимента анализируются заглавия современных изданий массовой художественной литературы. Целью исследования было выявить критерии успешности заглавий и степень их информативности для читателя: оценивалось, насколько точно респонденты смогли определить по названию тематику, жанр или содержание книги. На основе отзывов анализировались удачные и неудачные решения издателей, рассматривались причины наиболее частых ошибок при конструировании заголовка.

**Ключевые слова:** заглавие, издание, издательское дело, читатель, реклама, жанр, тема, стиль

**Для цитирования:** Гнусова И.Ф. Заглавия изданий: между рекламой и прагматикой // Текст. Книга. Книгоиздание. 2022. № 30. С. 126–139. doi: 10.17223/23062061/30/8

Original article

## TITLES OF EDITIONS: BETWEEN ADVERTISING AND PRAGMATICS

Irina F. Gnyusova<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation, irbor2004@mail.ru*

**Abstract.** The title, as one of the most important elements of any publication, has a dual nature. The aim of the article is to evaluate the correlation of advertising and pragmatic functions in the titles of modern mass literature publications. The study was conducted on the basis of an experiment. Thirty-four titles of fiction publications were the material for it; these are books by the Eksmo Publishing House, published in the first half of February 2022. Respondents were asked to choose no more than five titles of books that they would like to read. After that, they had to briefly describe what they thought each selected book was about. Eighty-five people took part in the survey. Successful book titles (chosen by more than 10% of respondents) and unsuccessful ones (chosen by fewer than 5% of respondents) were taken for further research. All of them were divided into three groups – depending on how accurately the respondents were able to determine the subject, genre or content of the book. The study confirmed the hypothesis that the title of the book should clearly indicate to the potential reader what kind of work awaits them. In some cases, lexical “marking” of a genre orienta-

tion is enough for this. According to these signs, the titles *Soul Catchers* (“souls”: fantasy, mysticism), *Looking at the Sea* (“sea”: romance), *People Are Stronger Than Walls* (heroic pathos of comparison) and even *Show of Family Secrets* (“secrets”: detective, thriller) were correctly interpreted. On the contrary, the title *Thrice Risen* was associated with mysticism, philosophy, although the genre of the work turned out to be different. The pragmatic component can also be provided by a capacious reflection of the subject matter of the work. On this basis, the problems of books with the titles *When Mom is You* (“Mom”: the theme of motherhood and relationships with children) and partly *Chronicles of the Asylum* (“Asylum”: the theme of borderline states of the psyche) were correctly “read”. But the title *A Career Requires Sacrifice* can be considered unfortunate, since it evoked clear (but false) associations: the difficulty of balancing a career and personal or family life. The book title can also be associated with the text by its style. Thus, the title *Looking at the Sea* seemed “soft” and “lyrical” to the respondents, which corresponds to the idea of a sentimental novel. In the course of the experiment, the most serious errors of publishers when approving the title were also revealed. One of them is the choice of a title similar to another well-known one (*The Mentalist*, *The Ice Heart*). Another common problem is the ambiguity of the title when it includes completely unknown words (*The Pursuit of the Pankera*) or using complex metaphors (*Windows in the Clouds*, *Rapid Jelly*). It is proved that a successful title should be informative and should clearly indicate the genre, thematic focus, problems and style of the work. It also should not contain excessive pathos, should not be stereotyped and should be original enough.

**Keywords:** title, edition, publishing business, reader, advertising, genre, subject, style

**For citation:** Gnyusova, I.F. (2022) Titles of editions: Between advertising and pragmatics. *Tekst. Kniga. Knigozdanie – Text. Book. Publishing.* 30. pp. 126–139. (In Russian). doi: 10.17223/23062061/30/8

Заглавие как один из важнейших элементов любого издания имеет двойственную природу. С одной стороны, оно непосредственно связано с содержанием текста, включенного в издание. С другой – является существенной частью маркетинговой концепции издательства: эффектный заголовок может подтолкнуть потребителя к покупке книги. Цель статьи – оценить соотношение рекламной и прагматической функций в заглавиях современных изданий массовой литературы.

Указанная двойственность заглавия отражена уже в издательских стандартах. Так, ГОСТ Р. 7.0.3–2006 «СИБИД. Издания. Основные элементы. Термины и определения» гласит, что «заглавие – название издания/произведения, помещаемое перед началом его текста в виде, утвержденном автором либо издателем или установленном в последнем прижизненном издании, и предназначенное для его идентификации и поиска» [1. С. 29]. Тем самым заголовок оказывается «пограничным» элементом, являющимся частью текста произведения и одновременно – частью издательского продукта. А право на создание заглавия разделяют два ключевых участника процесса подготовки книги – автор и издатель. Эта норма перешла и в более новый ГОСТ Р. 7.0.4–2020 «СИБИД. Изда-

ния. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления»: «Основное заглавие издания приводят в том виде, в каком оно установлено автором или издателем» [2. С. 4].

В большинстве случаев автор как творец текста формулирует заглавие в соответствии с замыслом, основной идеей своего произведения. Тем самым он реализует прагматическую функцию – указывает читателю на содержание книги. Издателю же важно сделать заглавие максимально привлекательным – особенно в том случае, когда автор еще не известен и его имя не сыграет рекламную роль при выборе книги. В идеале эти задачи не противоречат друг другу. Автору хочется, чтобы его произведение читали, а издатель заинтересован в том, чтобы книга стала успешной – а этого не случится, если ожидания читателя окажутся обмануты броским, но не соответствующим содержанию заголовком. Именно об этом необходимом балансе пишет А.Э. Мильчин: «Форма заглавия устанавливается автором и уточняется, улучшается издательством совместно с автором» [3. С. 358].

Присутствует ли этот баланс в реальной издательской практике, было решено выяснить на основе эксперимента. Материалом для него стали 34 заглавия современных изданий художественной литературы – книги издательства «Эксмо», выход которых был анонсирован на сайте компании в первой половине февраля 2022 г. Выбранные издания имеют различную жанрово-тематическую направленность, но все они принадлежат к массовой литературе.

Предложенная респондентам анкета состояла из четырех вопросов. В первом из них требовалось указать возраст (был предложен выбор из пяти возрастных категорий), во втором – пол. В третьем пункте предлагалось выбрать из перечня не более пяти заглавий книг, которые респонденты хотели бы прочитать. Наконец, в четвертом вопросе участникам эксперимента нужно было кратко описать, о чем, по их мнению, была каждая выбранная книга, почему ее заглавие привлекло внимание и какие ассоциации вызвало.

В опросе приняли участие 85 человек. По возрасту среди респондентов преобладали люди 18–35 лет (44,7%), достаточно много было участников младше 18 лет (24,7%) и 36–50 лет (20%). Также свои ответы оставили респонденты 51–65 лет (8,2%) и старше 65 лет (2,4%). По гендерному признаку женщин было почти в два раза больше, чем мужчин (64,7 против 35,3% соответственно).

Для дальнейшего исследования были взяты успешные заглавия книг (которые выбрали более 10% респондентов) и неуспешные (выбрали менее 5% опрошенных). Все они были разделены на три группы – в за-

висимости от того, насколько точно респонденты смогли определить тематику, жанр или содержание книги.

Два наиболее популярных по итогам опроса заглавия ожидаемо оказались и наиболее информативными. Первое из них – *Ловцы душ* (30,6%) – принадлежит роману польского писателя Яцека Пекары из фэнтези-цикла «о Мордимере Маддердине – инквизиторе, живущем в альтернативном мире, в котором Христос сошёл с креста и стал властвовать над людьми» [4]. Начало аннотации «Ловцов душ» на официальном сайте издательства «Эксмо» звучит так: «Прошли полторы тысячи лет с тех пор, как Иисус сошел с креста, залил град Иерусалим кровью врагов и язычников и завоевал Римскую империю...» [5].

Большинство участников опроса, выбравшие это заглавие, верно определили тематическую и жанровую принадлежность произведения. «Связано с мистикой»; «ассоциируется... с чем-то мистическим или же с фантастикой»; «скорее всего, фэнтези в старом стиле»; «фантастическая повесть»; «что-то фантазийное» – преобладающие ответы на вопрос об ассоциациях. Лишь незначительное количество респондентов пошли по неверному пути, связав название с книгами «о жизни», «внутреннем мире человека» и даже «о родительстве, отношениях в семье и с детьми». Важно отметить, что один из участников вспомнил о другом произведении со схожим названием – «Ловце душ» Фрэнка Герберта (популярная экранизация его романа «Дюна» вышла за несколько месяцев до проведения опроса) – и решил, что предложенная книга написана «по мотивам» романа Герберта.

Схожая ситуация сложилась с романом *Глядя на море* (25,9%). Это новое произведение современной французской писательницы Франсуазы Бурден, относящееся к жанрам сентиментального (или «эмоционального») [6], как сказано на сайте «Эксмо») романа и семейной драмы. Сюжет посвящен отношениям мужчины и женщины, живущих в прибрежном городке в Нормандии.

Заглавие романа Бурден было достаточно точно «считано» респондентами, однако ассоциации оказались связаны не столько с жанровой принадлежностью книги, сколько с образами, которые вызывает упоминание о созерцании моря: «свобода», «романтика, любовь, одиночество», «спокойный сюжет о смысле жизни». Несколько респондентов даже подчеркнули эстетическую привлекательность такого заголовка: «мягкое красивое название», «красивое лирическое название». Впрочем, тематика тоже была определена верно: «современная драма»; «книга про поиск героями себя»; «история любви или воспоминания»; «что-то современное... с романтико-экспрессионистскими элементами».

Достаточно информативным и одновременно вызывающим позитивные ассоциации было признано и заглавие *Люди крепче стен* (17,6%). Это название военного романа Евгения Сухова из серии «Романы, написанные внуками фронтовиков». В аннотации на сайте «Эксмо» входящие в него произведения преподносятся как исторические: «Исключительные по своей правде романы о Великой Отечественной» [7].

Респондентов в первую очередь впечатлил пафос заглавия и связанный с ним героический сюжет: «название привлекает силой... Ощущаешь собственную мощь, читая его»; «испытания, стойкость, поддержка друг друга»; «про испытания, про преодоление себя, новый жизненный опыт»; «о воле и силе самоконтроля, о сложности судеб и о том, как справляются люди»; «об очень крепких духом людях, узнающих новое о себе»; «такие истории вдохновляют и формируют личность». Одновременно заглавие наталкивает и на мысли о военной или, возможно, иной «экстремальной» тематике: «о трудностях войны. Ассоциации – смерть, потеря близких, надежда»; «про биографию, человека, совершившего подвиг». Впрочем, были и предположения о том, что это не художественное издание, а что-то из разряда популярной психологии: «психология личности, про эмоциональную устойчивость и прочную позицию в социуме».

Любопытно, что достаточно информативным оказалось для опрошенных и заглавие *Шоу семейных секретов* (16,5%). На первый взгляд, в нем сложно угадать детектив, но, видимо, семейные дразги уже стали стандартной темой для произведений подобной направленности. Книга Галины Романовой принадлежит, если точнее, к жанру детективной мелодрамы со всеми традиционными составляющими: муж-бизнесмен, неверная жена, любовник-сообщник ограбления, отравление изощренным способом и т.д.

Значительное число респондентов сразу же указали на жанровую принадлежность произведения: «детективная история о том, что все тайное становится явным»; «детектив в духе Агаты Кристи»; «книга о странной, подозрительной семье... скорее всего, детектив»; «люблю детективы, истории которые основаны на реальных событиях». Но даже те, кто не угадал жанр, почувствовали в названии книги потенциал, связанный с сюжетной интригой (на что намекает сочетание слов «шоу» и «секреты»): «трагедия или комедия о семейной жизни. Ассоциации у меня всё-таки больше с комедией, а именно сериалами в этом жанре. Ещё на ум приходит триллер»; «приключения при непонимании близкими друг друга. Много смешных приключений из-за маленьких личных секретов. Название обещает, что будет весело и наверняка будут какие-то психологические открытия».

Большой долей информативности обладает и третье слово заглавия – «семейных», – позволившее высказать предположения о тематике, связанной с «семейными отношениями», «семейной жизнью». По той же причине легко было «считано» содержание книги с названием *Когда мама – это ты* (11,8%), набравшее, впрочем, не очень много «голосов» из-за узкой тематической направленности. В «коллекции маленьких историй о больших чувствах» [8], как определяет жанр своей книги популярный автор Маша Трауб, потенциальные читатели сразу же признали книгу «о семье, семейных отношениях, воспитании детей»; «о родительстве, отношениях в семье и с детьми», а также «возможностях материнства, радости, семейных ролях». Лишь один респондент значительно расширил потенциал заголовка, предположив, что это может быть «фантастическая история о девочке-подростке, которая по неизвестной причине заняла место своей мамы и вынуждена какое-то время жить жизнью взрослого человека».

Удачно было выбрано и название переводного романа американского писателя Дэниела Киза *Хроники лечебницы* (15,3%) – триллера о готовящемся террористическом акте, предотвратить который может только молодая пациентка психиатрической больницы. Слово «лечебница» сразу указало респондентам на тематику произведения («обычно лечебницей называют психиатрическую больницу») и выявило неожиданно много любителей подобной тематики: «люблю читать о сумасшедших, почему бы и нет»; «интересно все, что связано с психами». Один из опрошенных даже точно угадал сюжет книги: «по названию кажется, как будто это детектив, где действие происходит в психиатрической больнице».

Слово «хроники» в сочетании с «больничной» темой оказалось любопытным и для тех, кто предпочитает нон-фикшн. Отсюда возник целый ряд альтернативных версий: «это невымышленные истории из лечебниц, которые могли произойти»; «частные истории, описанные кем-то из персонала или больным»; «привлекло тем, что не такое приторно-романтическое, как все остальные, может документальное хотя бы».

Наконец, довольно точно была определена и жанрово-тематическая принадлежность книги, заглавие которой – *Оцепеневшие* (4,7%) – набрало малое число голосов. Это мистический триллер о бессмертном герое начинающего писателя Александра Барра. «Фантастическая повесть», «фэнтези или триллер», а один из респондентов даже указал на «ассоциацию с творчеством Стивена Кинга», добавив, что речь в произведении идет, возможно, «об очередном зомби-апокалипсисе». Вероятно, других любителей фантастических сюжетов оттолкнул негативный образ в за-

главии книги, или же ее тематика показалась респондентам слишком неопределенной.

Ко второй группе в рамках исследования были отнесены заглавия, которые вызвали разночтения в интерпретации или не давали потенциальным читателям полного представления о том, какой сюжет их ждет. К ним, например, относится название *Давай любить друг друга* (22,4%), оказавшееся на третьем месте по популярности в ходе опроса. Оно принадлежит молодежному роману современной французской писательницы Морган Монкомбл, пишущей, как указано на сайте «Эксмо», в жанре «Современная романтическая проза» [9]. При этом книга имеет возрастное ограничение «18+», а в сюжете романа, судя по аннотации, значительную роль играют интимные отношения героев.

Эта-то эротическая составляющая в отсутствие аннотации совершенно не была «считана» участниками опроса. Заглавие привлекло большинство респондентов любовной тематикой: «любовь», «тема любви», «что-то из разряда романтики», «об отношениях между людьми», «мелодрама», «какой-нибудь глупый любовный роман». Некоторые даже весьма точно определили вероятный сюжет произведения: «очевидно, это любовный роман, где главные герои влюбляются друг в друга, возможно не сразу, но, пройдя через различные препятствия, они остаются вместе».

Оформилась и вторая, более далекая от истины версия тематики книги. Несколько опрошенных сочли, что это может быть достаточно серьезное произведение: «что-то про психологию отношений», «о любви к жизни и окружающим», «думаю, в книге есть какая-то “нотка психологии”».

Подобные противоречия возникли и при анализе заглавия *Генерал без армии* (15,3%). Это военно-политический роман Александра Тамоникова «о ежедневном подвиге советских фронтовых разведчиков» [10] во время Великой Отечественной войны. Часть респондентов действительно сочли, что название указывает на военную тематику книги: «нравятся военные истории»; «художественное произведение, вероятно, основывающееся на истории, на военную тему. Оно реалистичное: рассказывает об ужасах войны, где та раскрыта как неоднозначное явление, но приносящее по большей части утраты людям. Ассоциации с боевыми столкновениями, длительным напряжением и ошеломлением от чего-то».

Однако большинству опрошенных показалось, что такое название было бы слишком прямолинейным для военного сюжета, и интерпретировали его как метафору: «речь идет не о войне». Сюжет при этом пока-

зался им достаточно привлекательным: «история о сильном и одиноком человеке», «приключенческая книга про человека, который привык командовать и остался один». Кто-то из респондентов даже подчеркнул, что такая образность заглавия сама по себе вызывает интерес: «привлекло, ибо хорошо звучит».

Двойственным оказалось и восприятие названия *Сокровища Петра Первого* (14,1%) – это детектив Виктории Лисовской с исторической «начинкой». «Похищение семи бесценных картин из Михайловского замка», как гласит аннотация, оказывается связано с «биографией императора Петра Первого, которому тоже было, что скрывать» [11]. Большинство респондентов сочли, что это «исторический роман», «книга об истории XVII века», а один из опрошенных даже подчеркнул: «Из жизни императора, которого люблю». Однако были высказаны и более точные предположения – о частичном использовании исторической тематики. Так, один респондент приводит ассоциации, связанные с современным «приключенческим романом»: «что-то таинственное, подвал Эрмитажа, что-то скрытое – сундуки с золотом».

Участники опроса терялись в догадках и при интерпретации заголовков *Терапия* (15,3%) и *Темное время души* (14,1%). В обоих случаях узнать что-то о сюжете по названию не представлялось возможным. Роман Эдуарда Резника посвящен ситуации, когда врач-психотерапевт становится пленником концлагеря и продолжает лечить своего будущего палача. А мелодрама Веры Колочковой повествует «о непростых отношениях замужней женщины Леси, которая запуталась в собственной жизни» [12]. В итоге потенциальные читатели одинаково предполагали, что это «что-то про психологию, преодоление сложных времен», «что-то о душе и о том, как ей помочь» (о «Терапии»); «книга по психологии... про то, как справиться с кризисами в жизни», «о пороках сознания человека и о “темной” психологии личности» (о «Темном времени души»).

Одновременно часть опрошенных склонились к тому, что эти два заглавия могут принадлежать художественным произведениям. Один из участников размышляет о «Терапии»: «Наверное, роман. Психологическая проза?» Другой прямо описывает возможный сюжет: «о влюбленности пациента в своего врача». Кроме того, отдельные респонденты подозревали, что под этим названием скрывается «медицинская хроника» и даже «фантастическая повесть».

В случае с «Темным временем души» опрошенные высказывали еще более разнородные предположения о типе и сюжете художественного произведения: «связано с мистикой»; «философский роман об испытаниях, выпадающих на долю человека»; «описываются изменения во



внутреннем мире героя... ассоциации с тяжелым сюжетом, переживаниями». Последнее близко к истине, хотя не учитывает мелодраматический подход писательницы к рассказу о жизненном кризисе героини.

Самой большой группой оказались заглавия, которые однозначно ввели респондентов в заблуждение. Примечательно, что среди них были как самые популярные названия, так и собравшие небольшое число откликов. К первым принадлежит *Менталист* (18,8%) – заголовок, который выбрал почти каждый пятый опрошенный. Однако почти все связали его с американским сериалом, выходящим в 2008–2015 гг.: «продолжение известного детектива»; «созвучно с крутым сериалом»; «привлекло знакомое название»; «имеет экранизацию». На самом деле это детективный роман, открывающий, как гласит аннотация, новую серию книг популярной шведской писательницы Камиллы Лэкберг «в соавторстве со знаменитым менталистом» [13].

«Эффект хамелеона», который использовали издатели, конечно, обеспечил повышенный интерес к заголовку, а также узнаваемость жанра: многие предположили, что это детектив. Альтернативных вариантов было лишь два, и здесь респонденты опирались на значение слова «менталист»: «приключенческий рассказ о человеке острого ума»; сюжет «о персонаже, который хорошо разбирается в психологии, трюках, которые можно с ней проводить». Однако большинство участников все-таки пошли ошибочным путем, что может привести к разочарованию при спонтанной покупке книги.

Другим вариантом издательской неточности при работе с заголовками стал детективный роман «коллективного» автора Марины Серовой *Карьера требует жертв* (17,6%), также получивший значительное количество откликов. При их анализе становится понятно, что большинство респондентов приняли издание за нон-фикшн: «история профессиональных достижений»; «о построении карьеры»; «пособие о том, как добиться прогресса в своей работе»; «книга о человеке, который рассказывает о том, как он добился успеха. Мне интересно узнать, какие были жертвы». Отдельные участники опроса описывали ассоциации с семейной проблематикой и даже более конкретно – «с молодой женщиной, принимающей трудные решения для карьеры». Но очевидно, что всё это очень далеко от сюжета триллера «о наследнике огромного состояния Глебе Василевском» [14], которого пытаются убить неизвестные личности.

Если в предыдущем варианте неверным явно стал акцент на слове «карьера», то два других заголовка вызвали неверные ассоциации из-за слова «облака»: *Вижу вас из облаков* (16,5%) и *Окна в облаках* (11,8%).

«Ассоциируется с романтической историей»; «вероятно, о чем-то возвышенном, о просвещении»; «история по мотиву фильма “Три метра над уровнем неба”<sup>1</sup>» – это отклики о первом заголовке. В реальности «Вижу вас из облаков» – это остросюжетный детектив от Анны и Сергея Литвиновых. Впрочем, ассоциации со смертью, утратой тоже возникли, хотя и не детективного характера: «я думаю, это про умерших»; «мне кажется, эта книга, где главный герой умирает и после смерти наблюдает за близкими, рефлексировать по поводу своей жизни».

«Окна в облаках» вызвали гораздо меньше ассоциаций – видимо, в силу неопределенности образа, положенного в основу заглавия. При этом все они разные: «книга о чем-то фантастическом», «связано с мистикой», «что-то экзистенциальное, про смысл жизни», – а один респондент даже предположил: «так часто называются красиво иллюстрированные детские книжки. Наверное, что-то хорошее». На самом деле «Окна в облаках» – сборник остросюжетных историй Евгении Михайловой о том, как жизнь ставит людей перед нелегким выбором. Истории носят вполне реалистический характер, однако заглавие, как видно по реакции респондентов, отсылает к совершенно иным материям.

Заглавие *Трижды воскресший* (12,9%), напротив, породило у потенциальной аудитории большой горизонт ожиданий. Было высказано множество предположений о жанровой направленности: фантастика, фэнтези, драма или трагедия и даже «философский роман XX века». Многие из опрошенных считали, что речь идет о духовном возрождении и сопутствующих моральных проблемах: «полагаю, в этой книге будет описана история о жизненном пути человека, история о его падении и стремлениях»; «о человеке, который несколько раз перерождился в духовном плане». Более того, один участник эксперимента уверенно заявил, что это книга «на православную тему»: «Читаю хорошие книги по православияю. Это так по-христиански: любить друг друга, семейные ценности, очень актуальная тема для наших дней». Однако за дезориентирующим названием снова кроется остросюжетная мелодрама. Это роман Елены Гординой из серии «Опасные страсти»: героиня трижды побывала замужем, а теперь за ней охотится наемный убийца – ни единого намека на духовное возрождение.

Кратко отметим проблемы с последними четырьмя заголовками. *Ледяное сердце* (12,9%), young-adult-фэнтези Анны Одуваловой, вызвало у большинства респондентов ошибочную ассоциацию с мультфильмом «Холодное сердце» компании «Дисней» (2013). Название *Свободный*

---

<sup>1</sup> Испанская романтическая мелодрама об отношениях молодых героев (2010).

(10,6%) породило различные ассоциации с «молодостью, путешествиями, риском», «освобождением от низменных желаний» и даже книгами «тренингами» «о том, как освободиться от “внутренних оков”». На деле это продолжение серии эротических бестселлеров американской писательницы Э.Л. Джеймс про «оттенки серого». О заглавии *Гремучий студень* (3,5%), принадлежащем историческому детективу Станислава Бабицкого из жизни Москвы XIX в., высказано лишь одно предположение: «наверное, что-то политическое». Видимо, по той же причине – абсолютно непонятное название, не вызывающее никаких ассоциаций, – ни разу не было отмечено название романа Роберта Хайнлайна *Погоня за панкерой* (0%), классика научной фантастики.

В процессе анализа заглавий респонденты оставили и ряд высказываний о причинах своего выбора. Так, например, неоднократно отмечалось, что привлекали внимание наиболее необычные, оригинальные, «цепляющие» заголовки: «выбирала по принципу антитезы – такие названия сразу “бросаются в глаза”»; «звучит интересно»; «меня привлекли эти заглавия из-за предвкушения какого-то необычного сюжета». Отмечена была и «прозрачность» заголовков, конкретное указание на интересующую человека тематику или жанр: «названия вызывают ассоциации с теми сферами, которые мне интересны»; «по выбранным названиям более-менее можно предположить, о чем пойдет речь, поэтому их и выбрала»; «книги привлекли меня яркими названиями, отражающими сюжет».

Однако высказывался и противоположный довод: «выбранные мной названия примечательны своей неоднозначностью. Нельзя точно сказать, о чем речь пойдет в книге, однако читатель уже заинтригован подобным названием». Соответственно, по мнению читателей, заглавие не должно быть и чересчур предсказуемым. Однозначное отторжение у участников эксперимента вызвали «пафосные» названия: «“неумелые” названия или нарочные попытки впечатлить, а также излишний пафос сразу бросается в глаза»; «большинство названий отталкивают из за своей высокопарности и пафосности, намеренного желание сделать как-то вычурно».

Проведенное исследование подтвердило первоначальную гипотезу о том, что заглавие книги должно органично сочетать в себе рекламную и прагматическую функцию: быть привлекательным, оригинальным, интригующим, но при этом четко указывать потенциальному читателю на то, какое произведение его ожидает. В отдельных случаях для этого достаточно лексической «маркировки» жанровой направленности, т.е. употребления слов, являющихся ключевыми для отдельных видов произведений. По этим признакам были правильно интерпретированы

названия «Ловцы душ» («души»: фэнтези, мистика), «Глядя на море» («море»: романтика), «Люди крепче стен» (героический пафос сравнения) и даже «Шоу семейных секретов» («секреты»: детектив, триллер). Напротив, заглавие «Трижды воскресший» было автоматически связано с мистикой, философией и даже духовной литературой, хотя жанр произведения оказался совершенно другим.

Прагматическую составляющую может обеспечить и емкое отражение тематики произведения – включение в его заглавие слов, указывающих читателю на возможный сюжет. По этому признаку была правильно «считана» проблематика книг с названиями «Когда мама – это ты» («мама»: тема материнства и отношений с детьми) и отчасти «Хроники лечебницы» («лечебница»: тема пограничных состояний психики; слово «хроника», напротив, присуще скорее фэнтези). А вот заголовок «Карьера требует жертв» можно считать неудачным из-за того, что вызывает совершенно четкие (но ложные) ассоциации: трудности сочетания карьеры и личной или семейной жизни.

Название, наконец, может быть связано с текстом своей стилистикой. Так, заглавие «Глядя на море» показалось опрошенным «мягким» и «лирическим», что соответствует представлениям о сентиментальном романе. А в заголовке «Люди крепче стен» была замечена «сила утверждения», «мощь», т.е. пафос произведения на военную тематику.

В ходе эксперимента были выявлены и наиболее серьезные ошибки издателей при утверждении заглавия. Одна из них – выбор заголовка, аналогичному другому широко известному названию или очень похожему на него («Менталист», «Ледяное сердце», отчасти «Ловцы душ», хотя здесь упоминаемый роман-«близнец» не слишком знаком аудитории). Рекламный эффект, достигаемый за счет такой уловки, будет полностью нивелирован в случае приобретения книги невнимательным покупателем.

Другой распространенной проблемой является неясность заглавия. Классический вариант – включение в него совершенно неизвестных слов (названий или авторских неологизмов): по этой причине не было замечено название «Погоня за панкерой». Однако неясность может вызвать и чересчур сложная или неточная метафора («Окна в облаках», «Гремучий студень»). А иногда метафоричность и вовсе является излишней: довольно яркое название «Генерал без армии» сбивает с толку именно тем, что в нем видится не прямой, а переносный смысл.

Таким образом, на материале эксперимента было доказано, что удачное заглавие должно быть информативным для читателей, четко указывать на жанр, тематическую направленность, проблематику и стилистику произведения. При этом оно не должно содержать излишнего пафоса,

быть шаблонным, но достаточно оригинальным, ярким и «цепляющим», т.е. останавливающим на себе внимание. Разумеется, в реальной ситуации, когда читатель оценивает новое издание, идентифицирующую роль играет и оформление обложки, и имя автора, если оно известно. Однако заглавию издания как ключевому элементу прикнижной рекламы издателя должны уделять первостепенное внимание.

#### Список источников

1. ГОСТ Р 7.0.3–2006 СИБИД. Издания. Основные элементы. Термины и определения. М. : Стандартинформ, 2006. 38 с.
2. ГОСТ Р. 7.0.4–2020 СИБИД. Издания. Выходные сведения. Общие требования и правила оформления. М. : Стандартинформ, 2020. 49 с.
3. Мильчин А.Э. Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания. М. : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2014. 1010 с.
4. Пекара Я. Цикл о Мордимере Маддердине // Fantlab.ru: Лаборатория фантастики. URL: <https://fantlab.ru/blogarticle50955page2> (дата обращения: 24.02.2022).
5. Пекара Я. Ловцы душ: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/lovtsy-dush-ITD1199348/> (дата обращения: 24.02.2022).
6. Бурден Ф. Глядя на море: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/glyadya-na-more-ITD1093848/> (дата обращения: 24.02.2022).
7. Сухов Е. Люди крепче стен: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/ebook/lyudi-krepchesten-ITD01246457/> (дата обращения: 24.02.2022).
8. Трауб М. Когда мама – это ты: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/sorok-plyus-ITD1244250/> (дата обращения: 24.02.2022).
9. Монкомбл М. Давай любить друг друга: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/davay-lyubit-drug-druga-ITD1244590/> (дата обращения: 24.02.2022).
10. Тамоников А. Генерал без армии: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/general-bez-armii-ITD1241158/> (дата обращения: 24.02.2022).
11. Лисовская В. Сокровища Петра Первого: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/sokrovishcha-petra-pervogo-ITD1245897/> (дата обращения: 24.02.2022).
12. Колочкова В. Темное время души: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/temnoe-vremya-dushi-ITD1250211/> (дата обращения: 24.02.2022).
13. Лэкберг К., Фексеус Х. Менталист: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/korobka-ITD1242619/> (дата обращения: 24.02.2022).
14. Серова М. Карьера требует жертв: [аннотация]. URL: <https://eksmo.ru/book/karera-trebuuet-zhertv-ITD1253132/> (дата обращения: 24.02.2022).

#### References

1. Russian Federation. (2006) *GOST R 7.0.3-2006 SIBID. Izdaniya. Osnovnye elementy. Terminy i opredeleniya* [GOST R 7.0.3-2006 SIBID. Editions. Main elements. Terms and Definitions]. Moscow: Standartinform.
2. Russian Federation. (2020) *GOST R. 7.0.4-2020 SIBID. Izdaniya. Vykhodnye svedeniya. Obshchie trebovaniya i pravila oformleniya* [GOST R. 7.0.4-2020 SIBID. Editions. Imprint. General Requirements and Rules of Registration]. Moscow: Standartinform.
3. Milchin, A.E. (2014) *Spravochnik izdatel'ya i avtora: Redaktsionno-izdatel'skoe oformlenie izdaniya* [The Manual For Publishers and Authors: Editorial and Publishing Design]. Moscow: Izdatel'stvo Studii Artemiya Lebedeva.

4. Pekara, Ya. (n.d.) *Tsikl o Mordimere Madderdine* [The Cycle about Mordimer Madderdin]. Translated from Polish. [Online] Available from: <https://fantlab.ru/blogarticle50955page2> (Accessed: 24th February).

5. Pekara, Ya. (n.d.) *Lovtsy dush* [Catchers of Souls]. Translated from Polish. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/lovtsy-dush-ITD1199348/> (Accessed: 24th February).

6. Bourdin, F. (n.d.) *Glyadya na more* [Looking at the sea]. Translated from French by N. Zhukova. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/glyadya-na-more-ITD1093848/> (Accessed: 24th February 2022).

7. Sukhov, E. (n.d.) *Lyudi krepche sten* [People are stronger than walls]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/ebook/lyudi-krepche-sten-ITD01246457/> (Accessed: 24th February 2022).

8. Traub, M. (n.d.) *Kogda mama – eto ty* [When mother is you]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/sorok-plyus-ITD1244250/> (Accessed: 24th February 2022).

9. Moncombe, M. (n.d.) *Davay lyubit' drug druga* [Let's love each other]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/davay-lyubit-drug-druga-ITD1244590/> (Accessed: 24th February 2022).

10. Tamonikov, A. (n.d.) *General bez armii* [A general without an army]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/general-bez-armii-ITD1241158/> (Accessed: 24th February 2022).

11. Lisovskaya, V. (n.d.) *Sokrovishcha Petra Pervogo* [Treasures of Peter the Great]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/sokrovishcha-petra-pervogo-ITD1245897/> (Accessed: 24th February 2022).

12. Kolochkova, V. (n.d.) *Temnoe vremya dushi* [Dark Time of the Soul]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/temnoe-vremya-dushi-ITD1250211/> (Accessed: 24th February 2022).

13. Lackberg, K. & Fexeus, H. (n.d.) *Mentalist*. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/korobka-ITD1242619/> (Accessed: 24th February 2022).

14. Serova, M. (n.d.) *Kar'era trebuet zhertv* [Career requires sacrifice]. [Online] Available from: <https://eksmo.ru/book/karera-trebuet-zhertv-ITD1253132/> (Accessed: 24th February 2022).

**Сведения об авторе:**

**Гнюсова И.Ф.** – кандидат филологических наук, доцент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: [irbor2004@mail.ru](mailto:irbor2004@mail.ru)

**Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.**

**Information about the author:**

**I.F. Gnyusova**, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: [irbor2004@mail.ru](mailto:irbor2004@mail.ru)

**The author declares no conflicts of interests.**

*Статья поступила в редакцию 29.04.2022;  
одобрена после рецензирования 16.10.2022; принята к публикации 16.10.2022*

*The article was submitted 29.04.2022;  
approved after reviewing 16.10.2022; accepted for publication 16.10.2022*