

RU

Игровая, эстетическая и перформативная функции современной книги и их отражение в специальной лексике (на материале английского и русского языков)

Зоидзе Э. А.

Аннотация. Цель исследования – определить круг лексем-наименований книгоиздательской продукции, которые отражают игровую, эстетическую и перформативную функции книги. К научной новизне работы следует отнести внимание к несистематизированному пласту специальной лексики в английском и русском языках, предложенную классификацию единиц по семантическим группам. Впервые вводятся такие функции книги, как игровая и перформативная. Полученные результаты показали, что исследуемая лексика достаточно широко представлена в обоих языках, среди лексем есть уникальные наименования, заимствованные наименования, а также синонимические наименования. Исследуемые функции книги отражены в лексике, относящейся к семантическим группам «Качество», «Действие» и «Функция».

EN

Gaming, Aesthetic and Performative Functions of Modern Book and Their Representation in Professional Terminology (on the Material of the English and Russian Languages)

Zoidze E. A.

Abstract. The paper aims to identify the range of book publishing terms that reflect gaming, aesthetic and performative functions of a book. Scientific originality of the study is conditioned by the fact that the author analyses insufficiently investigated publishing vocabulary of the English and Russian languages, proposes a semantic classification of linguistic units, for the first time introduces gaming, aesthetic and performative functions of a book. The findings indicate that both languages have developed rich publishing terminology, which includes native terms, borrowed terms and synonymous terms. The above mentioned book functions are represented by lexical units of the lexico-semantic groups “Quality”, “Action” and “Function”.

Введение

Терминология книгоиздательского дела разработана довольно подробно, о чем свидетельствуют отраслевые словари, например «Краткий толковый словарь по полиграфии» [7], «Англо-русский словарь по полиграфии» [1], «Издательские термины и понятия. Словарь с комментариями» [11], «Издательский словарь-справочник» [9], «Dictionary of Publishing and Printing» [21]. Особый вклад в изучение и описание понятия «книга» и терминологии книговедения внесли труды Г. Н. Швецово-Водки [18]. Разнообразие новых книгоиздательских форматов подробно описано в книге Ю. В. Щербининой «Время библиоскопов. Современность в зеркале книжной культуры» [19].

Актуальность изучения особенностей номинации в сфере книгоиздательского дела и торговли книжной продукцией обусловлена выходом книги и чтения на новый качественный уровень. Изобилие продукции, активная реклама, популяризация чтения, внедрение новых практик общения с массовой аудиторией в библиотеках – все это требует лингвистического описания и интерпретации. Издательское дело сегодня связано далеко не только с созданием культурных продуктов, но и с формированием книжной и речевой культуры. Вводятся новые полиграфические технологии, новые дизайнерские идеи, подходы к оформлению и позиционированию книгопечатной продукции [20, с. 333]. Появление новых реалий и практик безусловно влечет за собой и появление новых наименований. Проблема описания и анализа особенностей номинации в области книжной продукции представляется актуальной еще и потому, что в последнее время внимание исследователей

привлечено к современному состоянию чтения как вида деятельности, читателю и его новым качествам, а также к самой книге и ее трансформациям в условиях информатизации и цифровизации.

Объектом исследования выступает лексика, принадлежащая семантическому полю «книгоиздательские форматы», предметом – отражение функций книги в наименованиях книжной продукции. Выбор проблемы исследования обусловлен тем, что наряду с лексикографическими источниками подобные наименования встречаются на сайтах книжных магазинов, и далеко не все из них закреплены в соответствующих отраслевых словарях. Покупатели и читатели сталкиваются с ранее им неизвестными или абсолютно новыми формами и форматами книг, выбирая книгу на сайте или на полках книжного магазина. Дополнительную сложность представляют заимствованные наименования, пришедшие в основном из английского языка, например *флипбук*, *pop-up книга*, или из немецкого – *виммельбук*. В связи с этим выборка лексических единиц, номинирующих формы и виды книжной продукции, происходила не только на основе специальных словарей, но и сайтов книжных магазинов, таких как, например, “Waterstone” или книжный интернет-магазин «Лабиринт». Основными задачами исследования являются: описание некоторых особенностей книжного дискурса (стратегии чтения, роль книги, библиотечная практика и т.д.); определение перечня наименований на основе специальных словарей и интернет-страниц крупнейших книжных магазинов; классификация отобранной лексики на семантические группы; анализ наименований, отражающих не только традиционные функции книги, например эстетическую, но и новые функции – игровую и перформативную; интерпретация полученных результатов. Отметим, что привлечение англоязычной лексики в данной работе – это не отдельная цель, а, скорее, вспомогательный этап, который позволит установить общие тенденции и сделать более обобщенные выводы.

Для решения поставленных задач потребовалось привлечь как общенаучные методы (анализ, обобщение, элиминативная индукция, классификация), так и частные лингвистические методы: метод анализа словарных дефиниций, метод компонентного анализа, семантический анализ.

Теоретическую базу исследования составили труды последних лет (2001- 2019 гг.), которые свидетельствуют о происходящих изменениях в парадигме автор – текст – читатель, в стратегиях чтения, в формате и функции книги. Среди них работы Ю. В. Щербининой [19; 20], посвященные современному книгоизданию, чтению, критике и литературным процессам, книгоиздательскому дискурсу; работа Е. С. Квашиной о детских книгах и формах организации читательской деятельности [5]; работы коллектива авторов [16; 17], рассматривавших различные аспекты чтения, новые читательские практики и изменения, касающиеся книги в современной социокультурной ситуации. Вопросы, связанные с определением понятия «книга», историей ее развития, теорией книги, ее отличий от других видов печатных изданий, освещены в трудах И. Е. Баренбаума [2], Е. Л. Немировского [10], Г. Н. Швецово-Водки [18]. Исследования новых видов текстов, электронной литературы, роли и положения печатной книги, а также игровой природы электронной (гипертекстовой) литературы отражены в трудах Д. Дуглас [26] и Д. О’Салливана [24].

Практическая значимость исследования заключается в том, что представленный в статье лексический материал может пополнить отраслевые словари книгоиздательского дела, материал также может быть использован в практической подготовке переводчиков.

Круг проблем, связанных с книгами, чтением и сопутствующими процессами

Книга, пожалуй, одно из тех понятий, которые до сих пор не имеют четкого определения в науке. Е. Л. Немировский предлагает учитывать материально-внешнюю форму книги и ее содержание (духовную сущность) при определении этого понятия [10, с. 35]. Представляется логичным, что такая двойственная природа книги определяет и многообразие ее функций. Традиционно выделяются: коммуникативная, идеологическая, познавательная, информационная, эстетическая и этическая функции [6]. Интерес представляют и те функции книги, которые она приобретает в современном «быстром» мире технологий, в мире, где существует понятие *aliteracy* – умение, но нежелание читать.

Место и роль книги в современных социокультурных условиях обсуждаются широко, но вопреки пессимистическим умонастроениям современников не все исследователи склонны считать, что книгу ждет или уже постигла «смерть». В. В. Осетров, Д. К. Равинский, А. А. Дыдров называют такие утверждения необоснованными [3; 13; 14]. Они призывают обратить внимание на то, как изменились чтение и индустрия книгоиздания, а также библиотечные институты. Практика работы с читателем последних частично доказывает выдвигаемую гипотезу о том, что функции книги все больше смещаются в сторону игры, перформативности [3, с. 79], самовыражения [20, с. 333], тем самым отдаляясь от сакральной роли, от функции источника и носителя смыслов, знаний и опыта. Чтение как деятельность, в свою очередь, меняется под воздействием новых способов и каналов представления знания [14, с. 132]. Поверхностное чтение, или библиоскопия, библиофагия, считывание, быстрое чтение – все это находит отражение как в форматах книг на рынке, так и в видах работы библиотек с читателями. Приведем несколько конкретных примеров, отобранных из опубликованных в Сети словарей терминов массовой библиотечной работы [12; 15], а также интернет-страниц российских, английских и американских библиотек. Помимо традиционных форм массового формирования информационной культуры пользователей библиотек, в них широко представлены инновационные, в том числе игровые, формы. Российские библиотеки проводят такие мероприятия с читателями, как: *библио-бар*, *библио-кафе*, *гурман-вечер* (для любителей определённого жанра), *дегустация литературных новинок*, *литературные выборы*, *литературный гороскоп*, *книжное дефиле / литературный подиум*, *библио-кросс* (чтение

на скорость), *литературный десант*, *литературное лото*, *библиоквест*, *книжный дресс-код*, *литературное ка-раоке*, *литературные игры*, *литературный суд*, *литературный бал*, *бенефис книги*, *премьера книги*, *буктрейлер*, *вечера коротких книжных свиданий* [Там же]. Последняя форма работы пришла из американской практики, где она носит название *speed dating (library) session*. В ряде английских и американских библиотек проводятся следующие мероприятия: *reading challenge*, *Morning Coffee & Books*; также популярны более традиционные форматы мероприятий: *book club*, *book discussion*, *storytime* и т.д. [22; 23]. Данные примеры, помимо очевидной пищевой метафоры, содержат и другие ассоциации: чтение – потребление, чтение – мода, чтение – спорт или соревнование на скорость, чтение – игра, развлечение и т.д.

Чтобы продемонстрировать то, как эстетическая, игровая/развлекательная, перформативная функции книги отражаются в наименованиях книжной продукции, а также доказать, что современная книга демонстрирует приоритет формы над содержанием, необходимо проследить, как образ книги используется в разных сферах деятельности.

Начнем с того, что книга как материальный предмет имеет ряд устойчивых ассоциаций, таких как знание или источник знаний, книга связывается с ученостью, начитанностью, мудростью, культурой и т.д. [3, с. 80]. Возможно, именно это и лежит в основе использования образа книги в качестве символа в областях, никак не связанных с литературой и письменной речью. В последнее время все чаще встречаются предметы интерьера в форме или с изображением книг (фотообои с книжными полками, книги-шкатулки, книги-сейфы). Популярны клатч-книжки, упаковки для пищевых товаров в виде книг, чехлы для ноутбуков, имитирующие состаренные обложки книг, антибуки (обложки для книг с хулиганскими или провокационными названиями), бук карвинг (вид прикладного искусства – резьба по книге) и т.д. Эти явления иллюстрируют, что внешняя сторона книги – ее переплет, материал, форма, статус, возраст – в современных реалиях приобретает почти ту же значимость, которую раньше имело ее содержание. В англоязычной книгоиздательской терминологии есть даже термин *nonbook materials (publications such as videos, maps or cassettes, which are not books* [21] – публикации не в форме книг, а, например, в формате видео, карт или кассет), который также отсылает к форме, а не к содержанию и, кроме того, проводит четкую границу между форматами, где за основу классификации берется именно книга.

Классификация и анализ лексики, номинирующей виды книжной продукции

Переходя к описанию материала исследования, отметим, что им стала выборка лексем из специальных словарей [1; 7-9; 11; 21], а также сайтов книжных магазинов [8; 25] в количестве 110 единиц (46 – в русском языке и 64 – в английском). В выборку не вошли лексемы, обозначающие жанры текстов, а также такие типы изданий, как словари, энциклопедии, религиозные издания, учебные пособия и т.д. Издания типа *road atlas (атлас автодорог)*, *phone book (телефонный справочник)* или *каталог*, *альманах*, *атлас*, как правило, не вызывают трудностей с пониманием того, что в них содержится и для чего они предназначены – эти наименования имеют довольно четкую связь с внутренним содержанием, чего нельзя утверждать в случае с такими новыми наименованиями книжной продукции, как, например, *novelty book*, *tie-in book* или *книга с дополненной реальностью*, *книгля* и т.д. Таким образом, мы рассмотрели актуальные на сегодняшний день форматы книг, которые уже зафиксированы в языке и внесены в словари, а также те, которые активно используются продавцами с целью привлечения внимания читателей к книжным новинкам, но пока не систематизированы и не представлены в официальных лексикографических источниках. Нужно отметить, что далеко не для всех английских наименований удалось найти устойчивый эквивалент на русском языке, в связи с этим перевод таких примеров выполнен нами описательно. Исходя из полученной выборки стало очевидно, что разнообразие продукции вышло далеко за пределы привычных нам *paperbacks (книги в мягкой обложке)* и *hardbacks (книги в твердой обложке)*.

Рассмотрим выявленные нами семантические группы, которые выделены на основании значения лексем (слов или словосочетаний) или их компонентов, обозначающих виды книжной продукции.

Первая семантическая группа – «Место», в нее вошли наименования, указывающие на место, для которого предназначена книга или где ее можно найти, например *airport book/edition (новая широкоформатная книга в мягкой обложке, которую можно приобрести в аэропорту до ее официального выхода)*, *bath book* (в русском языке это наименование относится к группе «Качество» – *непромокаемая книга*), *coffee-table book (книга для кофейного столика или интерьерная книга)*, *pocket book/edition (издание в мягкой обложке, которое может поместиться в кармане)*. В русском языке к этой группе относится только одно наименование – *интерьерная книга*.

Группа «Качество» включает наименования, которые фиксируют физические параметры книги: *непромокаемая книга*, *книга в мягкой обложке*, *интерактивная книга*, *книга-картонка*, *тактильная книга*, *ароматная книга*, *interactive/activity book (интерактивная книга)*, *paperback/softback/soft-cover book (книга в мягкой обложке)*, *hardback/hardcover*, *board book (книга в твердой обложке)*, *3d edition (3D издание)* и т.д. Некоторые лексемы можно выделить в подгруппу, обозначающую качества и параметры обложки. Они были выделены в основном в английском языке: *leatherbound book (книга в кожаном переплете)*, *clothbound (книга в цельнотканевом переплете)*, *loose-leaf book (листовое издание)*, *spiral-bound/wire-bound (книга с переплетом в виде проволочной спирали)*, *dust jacket book (книга в суперобложке)* и т.д. Еще одна подгруппа может быть выделена для наименований, связанных с такой физической характеристикой, как размер: *bibelot (миниатюрная книга) / chapbook (брошюра, небольшая книжка)*, *big book (издание большого формата)*, *large print book (книга с крупным шрифтом)*, *pocket book (миниатюрная книга)*, *booklet brochure (буклет или брошюра)*, *folio book/folio*

(фолиант). В русском языке к этой группе относятся наименования: **миниатюрная книга (издание) / микрокнига, буклет/брошюра, фолиант**. Отметим, что английский язык располагает более разнообразным набором наименований в этой категории.

Семантическая группа «Действие» объединяет наименования, отражающие манипуляции, совершаемые читателем, или действия, совершаемые самой книгой: **lift the flap book / pop-up book** (книга с откидными фрагментами на страницах; книга-панорама), **talking book** (книга, начитанная на аудионосителе (для слепых или слабовидящих людей), **wimmelbook** (виммельбух), **flipbook** (небольшая книжка с картинками, при перелистывании которых создается иллюзия движения), **flipback book** (инновационное печатное издание небольшого размера с горизонтальным размещением текста, напоминающее смартфон или планшет), **touch and feel book** (тактильная книга), **pullout book** (книга, которая вышита в журнал, из которого ее можно вырвать). В русском языке были найдены лексемы: **pop-up/pop-up книга** (другие наименования этого формата, существующие в русском языке, – **книга-панорама / панорамная книга / книга-раскладушка** – относятся к группам «Качество» и «Действие» соответственно), **виммельбух** – «мельтешащая книга», **книга-раскраска, флипбук, флипбэк, книжный конструктор (книжный кубик), книга-пазл, книга-квест, книга с двойным входом или книга-перевертыш** и т.д. В отношении этой категории оба языка располагают достаточно разнообразным набором наименований.

В отдельную группу «Предназначение/функция» были включены такие лексемы, как, например, **Christmas gift book** (подарочное издание, которое принято дарить на Рождество), **gift book** (подарочное издание), **novelty book** (не только любая книжная новинка, но и интерактивная книга для детей), **colouring book** (книга для раскрашивания). В русском языке в эту группу вошли лексемы: **книга для раскрашивания / книга-раскраска, книга-игрушка / книга-игра, книга-календарь, интерьерная книга** (названия этого формата, такие как **coffee-table book, роскошное издание / de lux edition**, относятся к группам «Место» и «Качество» соответственно). Данная группа представлена в обоих языках в равной степени.

Сложности возникли с классификацией ряда наименований, обозначающих книжные издания, которые либо дополнены (расширены) за счет привлечения других каналов информации (аудио, видео, Интернет), либо носят название «книга» только благодаря внутреннему содержанию, а выполнены при этом в аудио-, видео- или электронном формате. Сюда вошли следующие наименования: **audio book** (аудиокнига), **video book** (видеокнига), **e-book** (электронная книга), **mixed media product** (гибридная книга / комбинированное издание), **interactive book** (интерактивная книга / электронное издание с расширенным функционалом) и т.д. К русским наименованиям в данной группе относятся лексемы: **аудиокнига, видеокнига, книга с дополненной реальностью, гибридная книга / комбинированное издание, интерактивная книга** и т.д. Для этой семантической группы было предложено название «Носитель информации», она также сопоставима по объему в двух языках.

Особые виды изданий, такие как **signed copy/edition** (книга с автографом), **limited edition** (лимитированное издание), **own brand book** (книги, в оформлении которых есть название книжного магазина, где они продаются), **numbered edition** (нумерованное издание), вошли в группу «Оформление». В русском языке это лексемы: **нумерованное издание, книга с автографом, неовинтажная книга, рекламное издание** и т.д. Данная семантическая группа представлена в обоих языках в равной мере.

Самая малочисленная группа вобрала лексемы, которые обнаружены в английском языке, они обозначают книги, а именно материал, который послужил основой – источником для создания книги (блог, фильм или телешоу): **book** (печатная книга, созданная на основе блога), **tie-in book** (книга, основанная на теле- или радиопередаче). Группа получила название «Источник». В русском языке лексем, относящихся к этой группе, не выявлено.

В последнюю группу вошли наименования, которые невозможно отнести к одной из семи групп, например **multiple copy pack** (набор из нескольких книг), **artbook** (артбук/изоиздание) и т.д.

В процессе распределения лексических единиц по группам было выявлено, что ряд лексем может быть отнесен к нескольким группам, также при наличии нескольких синонимических вариантов наименования-синонимы могут принадлежать разным семантическим группам, т.к. имеют в фокусе другие отличительные признаки, например, **книга-раскраска** (синоним – **книга для раскрашивания**) указывает на действие, совершаемое «читателем», а синонимический вариант уже акцентирует внимание на предназначении книги. Лексема **pocket book/edition** (миниатюрная книга) может одновременно находиться в двух группах – «Качество» и «Место», так как, с одной стороны, есть указание на размер (качественный параметр), а с другой – на то, что книгу можно носить в кармане. Наличие ряда синонимов как среди русскоязычных, так и англоязычных наименований видов книг заслуживает отдельного внимания в части упорядочивания специальной лексики. Так, больше всего синонимов было обнаружено в английском языке среди наименований книг в твердом переплете (4 лексемы) и мягком переплете (4 лексемы). В обоих языках также существует несколько наименований, соответствующих по значению лексеме **интерактивная книга**.

Надо полагать, что приведенные семь семантических групп – это отражение лишь некоторой части многообразной и неоднородной книжной продукции. Такое многообразие и неоднородность приводят к тому, что при рассмотрении книги с позиций семиотики и знаковой теории Ч. Пирса [3, с. 80-81] она будет иметь множество интерпретаций, так как до сих пор не ясно, что считать книгой, является ли аудиокнига или электронная книга такой же книгой, как и бумажная книга, читается ли книгой любой по содержанию источник, имеющий страницы и переплет, или книгой может называться только изданное литературное произведение. Среди рассмотренного материала встречались лексемы, например **виммельбух** или **книга-раскраска**, которые номинируют предметы, имеющие форму книги, но в которых может полностью отсутствовать вербальный текст. Лексемы в группах «Качество» и «Оформление» позволяют заключить, что внешние признаки книги

и необычный дизайн являются ведущими атрибутами современной книги. Приоритет формы книги над ее содержанием отмечается в работе Ю. В. Щербининой. По словам автора, «сейчас происходит популяризация квазичитательских практик, кроме этого, прослеживается тенденция к визуализации читательской деятельности: вербальное вытесняется зрительным, чтение замещается созерцанием. Извлечение смыслов из прочитанного подменяется технологическими операциями и творческим манипулированием с внешней оболочкой книги» [20, с. 335].

Большое количество наименований книг в группе «Качество» говорит о справедливости первоначального тезиса о том, что выбор книги часто осуществляется, исходя из ее физических или визуальных характеристик, а также о важной роли эстетической функции. Категории «Место», «Действие» и «Функция» также отражают такие современные свойства книги, как способ чтения, различные манипуляции со страницами и самой книгой. Очевидно, что книгу можно не только читать, вернее, просто читать – это уже несовременно или неинтересно. Книгу можно просматривать, пролистывать, разглядывать под увеличительным стеклом, разбирать на части, изучать полностью или выборочно, просто хранить и т.д. [4]. Книга – это и игрушка, и предмет (аксессуар) для демонстрации вкуса и достатка обладателя, и дополнение к кино- и телепродуктам, и подарок (есть книги, которые каждый год издаются в канун праздников). Согласимся с тем, что «в реальной жизни книга выступает как функциональная система, как функциональная целостность, воздействуя на читателей всей совокупностью функций» [6], но нашей целью было проследить, в каких лексических единицах отражаются игровая и перформативная функции книги. Они проявляются не только в книгах для детей. Рассмотрим ряд примеров из выборки специальной лексики, в которых прослеживается сема игры или некоего действия (перформативность).

Среди наименований с семантикой «игра» было выделено 5 групп: 1) игра с объемом и пространством: *lift the flap (book), pop-up book, flipbook (флипбук), flipback book, книгля (роман-постер), книга-панорама / книга-раскладушка / поп-ап книга, флипбук, флипбэк*; 2) игра с фактурой и формой: *board book, touch and feel book, bath book, книжка-картонка, тактильная книга, непромокаемая книга, книгля*; 3) игра с размером: *bibelot, pocket book, миниатюрная книга, микрокнига*; 4) игра с содержанием: *wimmelbook, fragrance book / rub and smell book, flipbook, виммельбух, ароматкнига, флипбук, книга с двойным входом / книга-перевертыш, книга-игрушка, книга-квест, книга-пазл*; 5) игра с технологиями: *novelty book, interactive book, mixed media product, интерактивная книга, комбинированное издание, гибридная книга, книга с дополненной реальностью*. Необходимо отметить, что семантика «перформативность» передается теми наименованиями, которые отражают действия, совершаемые книгой или читателем, а также предназначение книги. Большинство приведенных примеров наименований с семантикой игры можно отнести и к наименованиям с семантикой перформативности. Однако следует дополнить список лексемами *coffee-table book* и *интерьерная книга* соответственно, а также лексемой *книгля*, которая не имеет эквивалента в английском языке. *Книгля* – издание в форме картины или плаката (др. название – роман-постер) – это инновационный формат, для чтения которого требуется лупа. В таком формате выпускаются многие классические произведения, становясь, с одной стороны, интересным предметом интерьера, а с другой стороны, если эту «книгу» читать, это необычный способ познакомиться с литературным текстом, где буквы складываются в слова, слова в строчки, а строчки в иллюстрацию из романа или повести. *Интерьерная книга* или в английском варианте *coffee-table book* (другие названия *купсек/keepsake, роскошное издание / de lux edition*) отличается ярко выраженной эстетической функцией, но и элемент перформанса ей также свойственен – это книга не для чтения, а для оформления гостиной, для демонстрации вкуса или достатка, для создания атмосферы, для налаживания диалога (элемент коммуникации). Подобный формат не является новым, но со временем он не утратил своей привлекательности. Что касается книг для детей, то тут интересующая нас семантика проявляется максимально. Познавательная функция детской книги реализуется не в самом процессе чтения или просмотра изображений, а в активных манипуляциях, совершаемых с книгой. Существуют непромокаемые книги, с которыми можно купаться, книги, которые нужно нюхать или трогать, книги без текста (*виммельбух/wimmelbooks*), книги, где из страниц нужно вынимать элементы, чтобы потом сложить их в одно изображение (*книга-пазл*), книжки-панорамки с многослойными страницами и движущимися конструкциями и многое другое. Насколько подобные предметы прививают любовь к чтению, остается вопросом. Минимум текста и максимум внимания оболочке точно не способствуют развитию произвольного или послепроизвольного внимания при чтении или слушании, скорее, приводят к укоренению поверхностного восприятия информации, потребности в быстрой смене действия и т.д.

Заключение

Мы рассмотрели лишь некоторые наименования видов книжной продукции, которые отражают современное состояние книги и чтения. В результате были получены следующие выводы: круг вопросов, связанных с образом, ролью и значением книги в современном мире, с читательскими практиками, с особенностями форм взаимодействия библиотек с читателями, позволяет заключить, что во всех этих сферах материально-внешней стороне книги отводится существенная роль. Чтение приобретает поверхностный характер, чтобы привлечь потребителя, издатели экспериментируют с формой и дизайном книги, а библиотеки в популяризаторских целях используют книгу как элемент ролевой игры.

Изучение предложений на рынке книжной продукции показало, что существует целый ряд наименований книгоиздательской продукции, который не зафиксирован в официальных специальных лексикографических

источниках как в английском, так и в русском языке. В русский язык приходят заимствования из других языков, в основном из английского, которые требуют систематизации, т.к. зачастую в языке уже имеется одно или несколько собственных наименований со схожим значением.

Проанализированный лексический материал английского и русского языков в количестве 110 единиц показал, что имеет место повышенное внимание к внешнему облику книги (*роскошное издание, dust jacket book*). Присутствует акцент на манипуляциях, совершаемых при взаимодействии с книгой (*книга-пазл, lift-the-flap book*). Книги используются как развивающие моторику и мышление игрушки (*тактильная книга, touch and feel book, книга-игрушка, novelty book*). Печатные издания дополняются различными интерактивными технологиями (*интерактивная книга, книга с дополненной реальностью, interactive book*). Эти особенности отражаются в семантических группах, выделенных нами на основании значения лексем или их частей. Наименования видов книгоиздательской продукции представлены в семи группах: «Место», «Качество», «Действие», «Предназначение/функция», «Оформление», «Источник» и «Носитель информации». Ряд лексем (в том числе являющихся межъязыковыми эквивалентами) представлен в двух группах одновременно (*интерактивная книга, миниатюрная книга, непромокаемая книга, interactive book, pocket book, bath book* и т.д.), что позволяет считать такие группы, как «Место» и «Качество», «Действие» и «Качество», а также «Носитель информации» и «Качество», смежными.

Эстетическая функция книги является традиционной, но именно она сейчас выходит на первый план, о чем свидетельствует лексический состав групп «Качество» и «Оформление». Предложенные нами игровая и перформативная функции книги отражены в лексике семантических групп «Действие» и «Предназначение/функция». Игровая функция книги представлена нами на примере 5 групп, таких как игра с объемом и пространством, игра с фактурой и формой, с размером, содержанием и технологиями.

К перспективам дальнейшего исследования можно отнести работу по выявлению и анализу тенденций в литературной и читательской среде на основе названий произведений, издаваемых в нашей стране и за ее пределами. Дополнить представление о книге поможет анализ информации, размещаемой на обложках, а именно кратких выдержек из рецензий. Лингвистическая оценка всего комплекса вербальной информации, сопровождающей книжную продукцию, позволит получить более объективную и полную картину о роли и функции книги, о читательских предпочтениях, о литературной «моде» и т.д.

Список источников

1. Англо-русский словарь по полиграфии [Электронный ресурс]. URL: <https://en-ru-printing.slovaronline.com/> (дата обращения: 05.01.2021).
2. Баренбаум И. Е. История книги. М.: Книга, 1971. 463 с.
3. Дыдров А. А. Будущее книги в утопии и дистопии: от популяризации до предания огню // Чтение. XXI век: коллективная монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова. Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств, 2014. С. 79-95.
4. История книгоиздания. Что такое книга? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.press-book.ru/library/articles/004-knogoizdanie-istoria.html> (дата обращения: 26.01.2021).
5. Квашина Е. С. «Новые» детские книги в пространстве библиотеки и школы: новые формы организации читательской деятельности. М.: Библиомир, 2017. 158 с.
6. Книговедение. Функции современной книги [Электронный ресурс]. URL: <https://www.press-book.ru/library/articles/008-funkcii-knigi.html> (дата обращения: 26.01.2021).
7. Краткий толковый словарь по полиграфии [Электронный ресурс]. URL: <https://rus-poligraph.slovaronline.com/> (дата обращения: 05.01.2021).
8. Лабиринт (книжный интернет-магазин) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.labyrinth.ru/> (дата обращения: 25.01.2021).
9. Мильчин А. Э. Издательский словарь-справочник. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: ОЛМА-Пресс, 2003. 558 с.
10. Немировский Е. Л. К вопросу об определении книги как знаковой системы // История книги. Теоретические и методологические основы: сб. статей. М.: Гос. б-ка СССР им. В. И. Ленина (Отд. редких книг), 1977. С. 34-43.
11. Низяева Г. Ф. Издательские термины и понятия: словарь с комментариями. Владивосток: ДВО РАН, 2008. 40 с.
12. Новые термины и определения в библиотечной работе [Электронный ресурс]. URL: http://svlib.ru/assets/images/2020/pdf/словарик_терминов.pdf (дата обращения: 25.01.2021).
13. Осетров В. В. Судьба книги в XXI веке: «Умерла, так умерла»? // Чтение в XXI веке: традиции и тенденции: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / сост. и общ. ред. О. В. Моревой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. С. 121-126.
14. Равинский Д. К. Судьбы книги, судьбы чтения: о чем спорят зарубежные специалисты // Чтение в XXI веке: традиции и тенденции: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / сост. и общ. ред. О. В. Моревой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. С. 131-138.
15. Словарь форм массовой работы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.publiclibrary.ru/readers/specialist/slovar-form.htm> (дата обращения: 25.01.2021).
16. Чтение. XXI век: коллективная монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова. Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств, 2014. 310 с.

17. Чтение в XXI веке: традиции и тенденции: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / сост. и общ. ред. О. В. Моревой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. 202 с.
18. Швецова-Водка Г. Н. Общая теория документа и книги: учеб. пособие. М. - К.: Рыбари; Знания, 2009. 487 с.
19. Щербинина Ю. В. Время библиоскопов. Современность в зеркале книжной культуры. М.: Форум Неолит, 2017. 416 с.
20. Щербинина Ю. В. Новейшие коммуникативные тенденции российского книгоиздания // Риторика в контексте образования и культуры: мат-лы Междунар. конф. Рязань: РГУ им. С. А. Есенина, 2015. С. 333-336.
21. Collin P. H. Dictionary of Publishing and Printing. 3rd ed. L.: A&C Black, 2006. 290 p.
22. London Public Library [Электронный ресурс]. URL: <http://www.londonpubliclibrary.ca/> (дата обращения: 25.01.2021).
23. New York Public Library [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nypl.org/events/calendar/online> (дата обращения: 25.01.2021).
24. O'Sullivan J. Towards a Digital Poetics. Electronic Literature & Literary Games. Cork, Ireland: Palgrave Macmillan, 2019. 146 p.
25. Waterstone [Электронный ресурс]. URL: <https://www.waterstones.com/> (дата обращения: 25.01.2021).
26. Yellowlees Douglas J. The End of Books - or Books without End? Reading Interactive Narratives. Michigan: The University of Michigan Press, 2003. 205 p.

Информация об авторах | Author information



Зоидзе Элла Амирановна¹, к. филол. н.

¹ Московский городской педагогический университет



Zoidze Ella Amiranovna¹, PhD

¹ Moscow City University

¹ ella_zoidze@list.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 01.02.2021; опубликовано (published): 09.04.2021.

Ключевые слова (keywords): специальная лексика; книгоиздательские форматы; семантика; семантическая группа; special vocabulary; publishing formats; semantics; semantic group.