



- 5 См.: Вацковская И. Типы, функции и роль резонансной информации в политическом дискурсе // Вестн. Новгородского ун-та. 2008. № 49. С. 52–54.
- 6 См.: Можейко М. Автоматический анализ дискурса // Грицанов А., Можейко М. Постмодернизм : энциклопедия. URL: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/PostModern/\\_01.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/PostModern/_01.php). (дата обращения: 21.02.2011).
- 7 См.: Мальковская И. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы. М., 2004. С. 7.
- 8 См.: Захраи С., Сидорова М. Матрицы в предметном ментальном мире: к вопросу о взаимодействии терминологических и нетерминологических значений многозначного слова // Филология и человек. 2009. № 2. С. 90–99.
- 9 См.: Пшегусова Г. Социальная коммуникация (Сущность, типология, способы организации коммуникативного пространства) : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ростов н/Д, 2003.
- 10 Красных В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003. С. 269.
- 11 См.: Мэнь Хунхуа. Сменить пассивную реакцию на активное планирование, защищать и расширять стратегические интересы государства // Большая стратегия Китая. Ханчжоу, 2003. С. 80–106.
- 12 Чжао Цичжэнь. Условия работы международных СМИ глазами китайцев URL: <http://media.tsinghua.edu.cn/xshy/2005-01-13/xshy0-14-239.shtml> (дата обращения: 21.02.2011).
- 13 См.: Борох О., Ломанов А. Скромное обаяние Китая // «Pro et Contra» (2007. № 6). URL: <http://www.polit.ru/research/2008/04/07/china.html> (дата обращения: 21.02.2011).
- 14 Маклюэн Г. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М., 2007. С. 345.
- 15 Землянова Л. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы. М., 1995. С. 18.
- 16 Прозоров В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву. Саратов, 2004. С. 179.
- 17 Ярошенко В. «Черный эфир»: Подрывная пропаганда в системе буржуазного внешнеполитического радиовещания. М., 1986. С. 131.
- 18 КПК требует от СМИ учитывать требования и образ мысли зарубежной аудитории // Сообщение ИА «Синьхуа». URL: <http://www.russian.xinhuanet.com> (дата обращения: 21.02.2011).
- 19 Ген. директор Международного радио Китая Ван Гэнъянь: «Мы приложим совместные усилия для развития современной системы международного радиовещания». Интервью, эфир МРК от 04.12.2006.
- 20 Доклад исследовательской группы Агентства Xinhua News «Повышение эффективности нашей зарубежной пропаганды». URL: <http://203.192.6.68/2004/2/2-23.ht> (дата обращения: 21.02.2011).
- 21 Чжао Цичжэнь. Условия работы международных СМИ глазами китайцев.
- 22 См.: Негрышев А., Мокеева А. Аспекты речевого воздействия в радиотекстах «Немецкой волны» // Актуальные проблемы содержания и методики обучения иностранным языкам. Владимир, 2001. С. 33–38.
- 23 См.: Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. СПб., 2000.
- 24 См.: Адамьянц Т. От виртуального экранного образа – к «картине мира» телезрителя (семиосоциопсихологический анализ) // Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах : в 2 кн. М., 2000. Кн. 1. С. 141.
- 25 См.: Тахтарова С.С. Этнокультурная категория смягчения в коммуникативном аспекте // Филологические науки. 2008. № 4. С. 55–62.
- 26 Цит. по: Михайлов С., Ли Динсинь, Чжан Хэфэн, У Ли, Чу Джуй-Хуэй. Журналистика Китая. СПб., 2006. С. 239.
- 27 Зевелёв И., Троицкий М. Россия и Китай в зеркале американской политики // Россия в глобальной политике. 2007. № 5. С. 34–49.

УДК 821.09+070 (510)

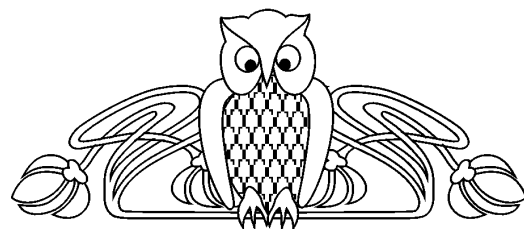
## ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ: ОПЫТ СИСТЕМАТИЗАЦИИ

А. Н. Болкунов

Саратовский государственный университет  
E-mail: [bolkunov@yandex.ru](mailto:bolkunov@yandex.ru)

В статье подробно рассмотрены и классифицированы возможные варианты и разновидности существования художественной литературы на страницах печатных СМИ, прослеживается историческое родство и современное взаимодействие журналистики и литературы.

**Ключевые слова:** периодика, литература, художественная литература, печатные СМИ, пресса, печать.



### Belles-lettres in Periodicals: an Experiment of Systematization

A. N. Bolkunov

The article gives a detailed review and classification of the possible variants of belles-lettres existence on the pages of the printed mass media; a historic correlation and modern collaboration of journalism and literature is traced.



**Key words:** periodicals, literature, belles-lettres, printed mass media, the press, print.

Литература и журналистика – явления родственные и в некоторых семантических областях почти синонимичные. «Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений», выдержавший не одно переиздание, приводит к слову «литература» такой синонимичный ряд: «письменность, словесность, печать, пресса, беллетристика, журналистика»<sup>1</sup>. Помимо констатации прямой синонимичности литературы и журналистики в ряду приводятся слова «печать, пресса», относящиеся к работе печатных средств массовой информации, к периодике.

Во всех последних редакциях толкового словаря С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой журналистика понимается как составная часть литературы: «журналист – литературный работник, занимающийся журналистикой»<sup>2</sup>, «журналистика – литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах»<sup>3</sup>. Это связано, в первую очередь, с историей развития российской журналистики, долгие годы существовавшей преимущественно в формате «журнальной литературы». Первую треть своей истории (XVIII век) российская журналистика в основном представляла собой литературные труды, опубликованные в журналах – в то время «газеты носили официально-казенный характер, их было мало. Сама история журналистики складывается поэтому как история журналов по преимуществу»<sup>4</sup>.

Само слово «литература» происходит от латинского слова «lit(t)eratura», буквально означающего «написанное». Различают два основных значения слова «литература»: узкое («художественная литература»<sup>5</sup>) и широкое («все памятники устного и письменного творчества человека, в каких бы областях общественной и социальной деятельности и знания оно ни проявлялось»<sup>6</sup>).

Литературный энциклопедический словарь уточняет, что литература – это «один из основных видов искусства – искусство слова. Термином “Литература” обозначают также любые произведения человеческой мысли, закрепленные в письменном слове и обладающие общественным значением»<sup>7</sup>. То есть литература в одном своем значении – это определенный вид искусства, материалом которого является слово, в другом – это собрание текстов, все, что запечатлено в истории человечества печатными символами.

В широком смысле все то, что напечатано буквами в газетах и журналах, – литература. Словесность играет в печатных СМИ наиважнейшую роль, именно тексты несут в себе главную часть информации для читателей (это проявляется хотя бы в том, что людей, воспринимающих периодику, называют все же «читатели», а не «зрители» или «просматриватели»). Изобразительный ряд – фотографии и графика – в современных газетах и

особенно журналах занимает значительное место. Но все же текст обычно главенствует.

Периодические издания – это, несомненно, литература. И не только в широком смысле слова (относящемся ко всем газетам и журналам), но и в узком значении художественной словесности (применимом к большинству печатных СМИ). Разграничить, определить точную принадлежность того или иного текста к художественной литературе или литературе «вообще», необыкновенно сложно, если вообще возможно. Об этом размышлял еще в начале прошлого века Юрий Айхенвальд: «Конечно, не всякое слово – словесность: чтобы стать ею, оно должно быть художественным. Но, с другой стороны, и слово служебное, то, каким мы пользуемся и с другими обмениваемся в нашем общении, слово полезное, практическое, – оно тоже имеет в себе элемент художественности»<sup>8</sup>.

Русская литература – мудрый родитель и верный спутник русской журналистики. Средства массовой информации словно невидимыми нитями прошиты литературными мотивами, образами, цитатами, аллюзиями. Еще до рождения человек начинает воспринимать речь матери и то, что воспринимает она – продукцию сегодняшних массмедиа. В детстве научившись говорить и читать, современный человек всю жизнь совершенствует эти навыки, а главными помощниками в этом ему становятся литература и журналистика. В пору обретения основных знаний высшей школы, во времена студенчества учащиеся вузов изучают литературу как дисциплину и продолжают воспринимать литературные проявления посредством массмедиа.

В последние годы многие исследователи констатируют продолжающийся отход российского общества от литературоцентричности. Зачастую публицистический пафос приводит к прямому противопоставлению художественной литературы и современных массмедиа, в первую очередь телевизионных. Телевидение, похоже, действительно серьезно потеснило литературу и другие виды искусства. Причем этот процесс характерен не только для России – во многих странах наблюдается стабильное снижение интереса к чтению как форме досуга и способу получения информации.

Стремительное развитие интернет-технологий приводит к уменьшению роли буквенных текстов в онлайн-пространстве. Первые годы своего существования компьютерные сети (Arpanet, Internet и другие) существовали в исключительно текстовом режиме. Со временем в Сетях стали появляться графические изображения, фотографии, анимации, флэш-приложения, видеоролики. Соответственно, доля текстов как составляющей Интернета уменьшилась и продолжает уменьшаться. Пользователи Сети становятся всё более и более зрителями, нежели читателями.

Это волнует не только психологов, социологов и филологов, но и журналистов всего мира.



Всемирная газетная ассоциация (World Association of Newspapers) в 2007 г. провела уже 7-ю Международную конференцию по привлечению молодых читателей и вот уже более десяти лет поддерживает программу приучения людей к чтению, особое внимание уделяя школьному и студенческому возрастам.

Российская молодежь все реже и реже обращается к книгам, журналам и газетам, предпочитая им экраны телевизоров, компьютеров, коммуникаторов и новейших мобильных телефонов. Библиотеки переводят свои фонды в электронный формат с возможностью удаленного доступа; необходимое по учебной программе произведение студенту теперь проще и быстрее получить с помощью Интернета. Чтение бумажное с каждым днем уступает свои позиции чтению электронному – особенно это характерно для молодой аудитории.

По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям России, «доля систематически читающей молодежи у нас снизилась с 48% (1991 г.) до 28% (2005 г.)»<sup>9</sup>, спад продолжается. Причем основное место в общем объеме воспринимаемой молодежью литературы занимает чтение «обязательное», требуемое учебной программой.

Утрачивание людьми навыков чтения понимается сегодня как важная проблема и на международном, и на государственном уровнях. В российской «Национальной программе поддержки и развития чтения», рассчитанной на 2007–2020 гг., говорится: «Современная ситуация в этом отношении характеризуется как системный кризис читательской культуры, когда страна подошла к критическому пределу пренебрежения чтением... Сегодня в переходном российском обществе главная задача заключается в том, чтобы вызвать у подрастающего поколения интерес к чтению и вернуть в ранг активных читателей»<sup>10</sup>.

Люди, чье детство прошло в доинтернетскую эпоху, воспринимают чтение по-прежнему – как и раньше. Кто привык читать книги, тот и дальше будет их читать, какие бы альтернативы ни появились. Иначе обстоят дела с подрастающим поколением, еще не выработавшим привычки к чтению.

Соответственно, возрастает значение молодежной прессы и особенно одной ее составляющей – студенческой прессы (газет и журналов, понимающих своей главной целью освещение студенческой жизни и направленных преимущественно на студенческую аудиторию).

Учащаяся молодежь заинтересована в получении качественной и интересной информации, поэтому современная студенческая пресса не остается без читателей и в большинстве случаев пользуется большой популярностью. Таким образом, студпресса помимо основных задач любого типа СМИ (информировать и просвещать, рекламировать и продвигать, услаждать и раз-

влекать) выполняет и еще одну задачу – приучать к чтению как эффективному способу получения информации и занимательной форме досуга.

Студенты-журналисты всего мира много времени отводят на изучение литературы как одной из базовых дисциплин, без освоения которой профессиональная деятельность в СМИ была бы практически невозможной. Это определено историческим родством и повседневной взаимосвязью литературы и журналистики.

Журналистика – занятие тех, кто хорошо владеет словом. Корреспонденту постоянно приходится думать, формулировать, подбирать слова, причем делать это обычно нужно быстро.

Журналистов довольно часто упрекают в неумелом обращении со словом, приводя им в пример творчество писателей. Это логично, ведь материал и у литературных, и у журналистских произведений один – слово. Однако не стоит забывать, что сотрудники СМИ всегда ограничены во времени.

Сравнивать уровень владения словом журналистов и писателей – все равно, что сравнивать мастерство двух шахматистов, один из которых играет в быстрые шахматы, а другой в обычные. Один вынужден успевать делать ход за короткое время, а другому разрешено думать сколько угодно.

Журналисты обычно работают в цейтноте – при жестком ограничении времени. В прямом эфире у человека нет времени на обстоятельный выбор точного слова. Именно поэтому к работе в прямом эфире руководство обычно допускает только тех, кто уже зарекомендовал себя мастером устного слова. Конечно, телеведущим помогает телесуфлер, но выйти из нештатной ситуации может только находчивый человек с развитой речью.

Успеха в журналистике добиваются люди, не только умеющие находить информацию, но и привыкшие быстро и точно формулировать мысли, выразительно и захватывающе рассказывать что-либо аудитории, оперативно и адекватно реагировать на изменяющуюся ситуацию.

Слово – главный строительный материал журналистики. На современном этапе развития нашей цивилизации средства массовой информации умеют передавать аудитории сообщения только в трех формах: как изображение, звук и текст. Причем устный текст обычно присутствует и в передаваемом звуке, и в динамическом изображении.

Для того чтобы добиться лучшего воздействия на аудиторию, современные печатные СМИ стараются использовать слово не только и не столько информационное и аналитическое, сколько художественное и развлекательное.

Художественное слово становится для средства массовой информации чуть ли ни главным отличительным фактором, выделяющим конкретное СМИ среди других. Почти всегда издания одной информационной ниши пишут об одних и тех же событиях, но – по-разному. Для читателя они от-



личаются не тем, «что» пишут, а тем, «как» они это делают. И тут художественное слово выходит на первый план. Литературная составляющая журналистской работы становится необыкновенно важной.

В прессе первого десятилетия XXI в. художественная литература играет большую ответственную роль, отчетливо и беспрестанно проявляясь на страницах современных газет и журналов.

Конечно, более всего это касается специализированных печатных средств массовой информации, основной задачей которых является публикация произведений художественной литературы. Российские литературно-художественные журналы и газеты обычно стараются представить на своих страницах всю жанровую палитру: от лирических стихотворений до исторических романов, от публицистических заметок до комедийной драмы. Обычно публикуются произведения, ранее в широкий свет не выходившие – новые, причем новые не по времени появления на свет, а по уровню знакомства с ними целевой аудитории.

«Толстые» журналы (традиционные литературно-художественные) отличаются большей свободой в выборе публикуемых произведений. Такие журналы изначально более других типов современных печатных СМИ предрасположены к публикации «больших» жанров – это им позволяет в первую очередь объем, большое количество страниц номера.

«Нелитературные» периодические издания тоже довольно активно публикуют литературные произведения, однако они вынуждены ограничиваться «малыми» жанрами, по формально-объемному признаку оставляя за пределами своего внимания жанры «большие» и «средние».

Художественные произведения малых форм – стихи, рассказы, сказки, юморески, эпиграммы – в газетах и журналах обычно публикуются на литературной странице (чаще всего особым образом оформленной) либо в специальной рубрике или разделе.

Так же, как телевизионные СМИ охотно включают в себя произведения кинематографического искусства, а радиовещательные – музыкального, печатные СМИ традиционно публикуют произведения литературы. С публикаций в газетах и журналах начинали свою литературную деятельность многие знаменитые писатели.

Довольно часто издания привлекают в качестве авторов не профессиональных писателей, а любителей – своих читателей. Особенно это развито в детской, подростковой и молодежной прессе. Такие газеты и журналы публикуют поэтические опыты представителей своей целевой аудитории (реальных и потенциальных читателей издания, для которых оно издается). Эта тенденция к печати «своих» просматривается в названии специализированных рубрик – например, довольно часто можно встретить рубрику,

в наименовании которого есть слово «наши» («Наши таланты», «Наши авторы» и т.д.).

Литература как субъект публикации на страницах современной прессы встречается достаточно часто. Публикуемые словесные произведения потенциально способны существовать и за пределами конкретного номера газеты или журнала – в составе отдельно изданной книги. В этом случае журналистика (каждое конкретное периодическое издание) почти никак не влияет на литературу (конкретное публикуемое произведение), просто предоставляя необходимые печатные площади и обеспечивая доступ к своему читателю. Единственное оказываемое влияние – включение произведения в контекст издания. Но в целом при печати литературного произведения в специализированном периодическом издании или на спецстранице журналистика выполняет роль заинтересованного, но все же довольно автономного публикатора.

Иначе обстоит дело с публицистическими произведениями. Здесь и литература, и журналистика обладают примерно равными правами и сосуществуют в теснейшем взаимопроникновении и взаимовлиянии.

Публицистика – сфера, равно относящаяся и к журналистике, и к художественной литературе. Это особая область журналистики, активно использующая художественные приемы и средства. И в то же время это особая область литературы, использующая лишь достоверные факты актуальной действительности.

В науке о журналистике такие произведения обычно рассматривают в составе художественно-публицистической группы жанров периодической печати. Такие тексты «обычно относят к “авторской” или “писательской” журналистике, подчеркивая тем самым ее особый характер. Проявляется он прежде всего в повышенной требовательности к языку, художественной образности, эмоциональной насыщенности текстов, глубине авторского обобщения действительности»<sup>11</sup>.

В литературоведении такие произведения обычно рассматриваются как часть эпической и лирической прозы. Главное, что выделяет подобные тексты среди других художественных, – это их достоверная основа, не приемлющая практически никакого вымысла, искажения фактов. Литературно-журналистское произведение строится на основе событий реальной жизни – «картины действительности, человеческие характеры и судьбы возникают в публицистическом произведении как аргументы, почерпнутые из самой жизни»<sup>12</sup>. Достоверность вызывает у читателя доверие, без которого авторский пафос останется невостребованным; в замечании писателя и журналиста А.П. Чехова «правдиво, то есть художественно»<sup>13</sup> сквозит убежденность в глубинных взаимосвязях достоверности и художественности.

В науке существует множество различных точек зрения на современную жанровую систему



периодики. Наиболее адекватной нам представляется система, выделяющая среди художественно-публицистических жанров очерк, зарисовку, фельетон, памфлет, историю, путевые заметки, эпитафию, эссе и открытое письмо. Все эти жанры не очень активно, но все же используются на страницах современных газет и журналов.

Чаще читателям встречаются жанры информационные и информационно-аналитические. В них художественность проявляется фрагментарно – на уровне приемов и средств художественной литературы (образность, типизация, пафос и т.д.). В корреспонденциях, репортажах, рецензиях, интервью читатели уже привычно встречают метафоры, гиперболы, психологический параллелизм. Такие публикации «компенсируют дефицит красок и образов, имеющийся в современной журналистике, привносят на страницы прессы выразительные характеры, удачно развернутые детали, живописные сценки, дополняя тем самым “черно-белую” журналистику»<sup>14</sup>.

В лучших журналистских материалах все подчинено одной авторской идее, факты и суждения приводятся в логичной последовательности. Художественность проявляется и в композиционной стройности, и в точности словоупотребления: «Художественность состоит в том, чтобы каждое слово было не только у места, – чтобы оно было необходимо, неизбежно и чтоб как можно было меньше слов. Без сжатости нет художественности»<sup>15</sup>.

Публицистические жанры вкупе с художественными фрагментами информационных и аналитических жанров современной прессы выделяются как отдельный способ существования художественной литературы в периодике.

Помимо литературных и литературно-журналистских произведений, целиком публикующихся на страницах современной прессы, художественная литература проявляется и в собственно журналистских материалах (информационных и аналитических жанров) в виде неких отсылок к литературным реалиям. В журналистских текстах (и отчасти в фотографиях и рисунках) постоянно так или иначе используются литературные факты, происходит цитирование художественной словесности, существующей за пределами журналистики.

Проявления художественной литературы в журналистских текстах – это характерное для современных СМИ свойство интертекстуальности, т.е. «использование текстов внутри текстов»<sup>16</sup>. Французский философ и филолог Ролан Барт обосновывает это тем, что «текст соткан из цитат, отсылающих к тысячам культурных источников»<sup>17</sup>, что основу текста «составляет не его внутренняя, закрытая структура, поддающаяся исчерпывающему изучению, а его выход в другие тексты, другие коды, другие знаки; текст существует лишь в силу межтекстовых отношений, в силу интертекстуальности»<sup>18</sup>.

Такие «тексты в текстах» постоянно встречаются в журналистских заголовках, вводках, подписях под фотографиями, названиях рубрик и разделов, основных текстах материалов.

Последнее время в российской прессе активно используются перифразы известных литературных выражений – особенно часто это встречается в заголовках и подписях под фотографиями. Трансформированные устойчивые литературные выражения журналисты используют не только «для лучшего объяснения смысла материала <...> чтобы избежать прямого высказывания или образа, нежелательного в газете, либо слишком резкого»<sup>19</sup>, но и для обозначения границ общего круга чтения журналистов и читателей – подразумевается, что читатель в состоянии атрибутировать источник перефразированного выражения.

Зачастую на страницах газет и журналов можно встретить известные литературные имена, предлагающие аудитории обратиться к своей читательской памяти. Используются имена-фамилии писателей и литературных героев, заглавия популярных текстов.

Довольно часто встречаются не прямые, а косвенные отсылки к литературному источнику – аллюзии и реминисценции; смысловые, образные и сюжетно-тематические переключки. Причем, судя по всему, и журналисты, и читатели далеко не всегда «узнают» такие скрытые отсылки к литературному источнику, что, однако, не уменьшает их количества.

В эпиграфах, подписях к фотографиям и рисункам (особенно карикатурам) и в основном тексте материалов часто используются различные литературные фразы (сентенции, афоризмы, изречения, крылатые слова). В ткани журналистского повествования находится место и для крылатых литературных выражений и ситуаций.

Кроме того, редко, но все же встречаются и прямые цитаты из литературного произведения в тексте материала.

Литература в печатной журналистике встречается и как один из традиционных объектов рассмотрения – наряду с музыкой, кинематографом и другими сферами художественной деятельности человека.

Литературные рецензии и обзоры сегодня печатают не только издания, которые можно причислить к культурно-просветительским, но и многие другие. Отклики на произведения словесного искусства выходят и в региональных еженедельниках, и в большинстве глянцевого журналов – обычно в постоянной рубрике, соседствующей с обзорами киноновинок и популярных концертов.

Помимо откликов на литературные новинки в прессе публикуются отклики на произведения родственных литературе искусств – рецензии и обзоры, посвященные рассмотрению произведений эстрады, кино, театра, игровой компьютерной индустрии. В той части, которая имеет отношение к тексту – сценариям спектаклей, фильмов, ком-



пьютерных игр, а также текстам песен и эстрадных миниатюр, – эти материалы так или иначе оценивают литературу.

Отдельной разновидностью публикаций о литературе выступают материалы о литературной жизни (интервью с писателями, репортажи с литконцертов и книжных презентаций и т.д.). Здесь обычно освещается современный литературный и окололитературный процесс – «культурный отдел ежедневной газеты может и должен привносить момент “репортажности”, а коль скоро литература проходит по ведомству светской жизни, то настоящим предметом литературного процесса, если верить газетам, являются презентации, шорт-листы и премиальные обеды»<sup>20</sup>.

Книжная реклама обычно содержит не много информации, но все же она по-своему представляет литературу на страницах периодики. Причем здесь, как правило, работает не только текст, но и фотографии – таким образом литература предстает перед аудиторией не только в описательно-буквенном виде, но и в зрительно-книжном.

Изображение книг также присутствует и в рекламе чтения как такового. Благодаря «Национальной программе поддержки и развития чтения» в некоторых печатных СМИ России идет кампания по рекламированию литературы, пропаганде чтения.

Отклики прессы на события литературной жизни, произведения художественной словесности и родственных ей искусств различны, но во всех этих откликах литература предстает как объект рассмотрения журналистики.

Итак, мы рассмотрели четыре способа существования художественной литературы в периодике. В каждом варианте выделяется несколько разновидностей, что позволяет представить общую картину в виде опыта классификации.

### Способы существования художественной литературы в периодике

**1. Литература как субъект публикации** (художественные произведения на страницах газет и журналов).

Стихотворные произведения признанных писателей.

Произведения малых форм художественной прозы (короткие рассказы, новеллы, юморески и т.д.) признанных писателей.

Драматургические произведения признанных писателей.

Самодетельные стихотворные произведения читателей.

Самодетельные произведения малых форм художественной прозы (короткие рассказы, новеллы, заметки, юморески и т.д.) читателей.

Самодетельные драматургические произведения читателей.

**2. Литература как публицистика** (тексты общего рода литературы и журналистики):

Журналистские материалы жанров художественно-публицистической группы (эссе, очерк, фельетон, зарисовка, путевые заметки и т.д.).

Отдельные фрагменты журналистских материалов информационной и аналитической группы жанров, использующие приемы художественной литературы (образность, типизация, пафос и т.д.).

**3. Литература как «текст в тексте»** (фрагментарные «отсылки» к литературным реалиям – тот или иной вид цитирования художественной словесности, существующей за пределами журналистики).

Перифраза известного литературного выражения.

Литературные имена (имена авторов и литературных героев; заглавия текстов).

Косвенные отсылки к литературному источнику (текстовые и графические аллюзии, реминисценции; смысловые, образные и сюжетно-тематические переключки).

Литературные фразы (сентенции, афоризмы, изречения; крылатые слова, выражения и ситуации).

Прямые цитаты из литературного произведения в тексте материала.

**4. Литература как объект рассмотрения журналистики** (отклики прессы на события литературной жизни, произведения художественной литературы и родственных ей искусств).

Отклики на произведения словесного искусства (литературные рецензии и обзоры).

Отклики на произведения родственных литературе искусств (рецензии и обзоры, посвященные рассмотрению произведений эстрады, кино, театра, игровой компьютерной индустрии в той части, которая имеет отношение к тексту – сценариям спектаклей, фильмов и компьютерных игр, словам песен и эстрадных миниатюр).

Материалы о литературной жизни (интервью с писателями, репортажи с литконцертов и книжных презентаций и т.д.).

Реклама чтения (реклама конкретной книжной продукции или чтения как такового).

### Примечания

<sup>1</sup> *Абрамов Н.* Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. М., 1994. С. 204.

<sup>2</sup> *Ожегов С., Шведова Н.* Толковый словарь русского языка. М., 1999. С. 196.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> *Есин Б.* Возникновение и развитие русской журналистики в XVIII веке // *Есин Б.* История русской журналистики : учеб.-метод. пособие. М., 2000. С. 16.

<sup>5</sup> *Литература* // Современный энциклопедический словарь. М., 1997. С. 357.



- 6 Нусинов И. Литература // Литературная энциклопедия. М., 1934. Т. 8. Стлб. 402.
- 7 Кожин В. Литература // Литературный энциклопедический словарь. М., 1987. С. 186.
- 8 Айхенвальд Ю. Литература и словесность // Литературная энциклопедия: Словарь литературных терминов : в 2 т. М.; Л., 1925. Т. 1: А-П. Стлб. 416–417.
- 9 «Национальная программа поддержки и развития чтения», разработанная Роспечатью и РКС, вошла в список поручений Президента РФ правительству // Сайт Агентства по печати и массовым коммуникациям РФ. URL: <http://www.fapmc.ru/news/info/item2003.html> (дата обращения: 21.02.2011).
- 10 Национальная программа поддержки и развития чтения // Сайт Агентства по печати и массовым коммуникациям РФ. URL: [http://www.fapmc.ru/files/download/188\\_188\\_file.doc](http://www.fapmc.ru/files/download/188_188_file.doc) (дата обращения: 21.02.2011).
- 11 Тертычный А. Жанры периодической печати. М., 2000. С. 238.
- 12 Дедков И. Публицистика // Литературный энциклопедический словарь. М., 1987. С. 313.
- 13 Чехов А. О литературе. М., 1955. С. 277.
- 14 Тертычный А. Указ. соч. С. 47.
- 15 Чернышевский Н. «Собрание чудес...» Н. Готорна // Чернышевский Н. Полн. собр. соч. : в 15 т. М., 1950. Т. 7. С. 452.
- 16 Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций. М., 1999. С. 67.
- 17 Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994. С. 388.
- 18 Там же. С. 428.
- 19 Козырева Н. Способы трансформации устойчивых выражений в заголовках газет и журналов и ее функции // Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования. URL: [http://www.mediascope.ru/?id\\_menu=2&id\\_menu\\_item=17&id\\_object=4&id\\_item=178](http://www.mediascope.ru/?id_menu=2&id_menu_item=17&id_object=4&id_item=178) (дата обращения: 21.02.2011).
- 20 Булкина И. Литература в СМИ // Знамя. 2007. № 2. С. 208.