

## **СОВРЕМЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА, КРИТИКА, ПУБЛИЦИСТИКА В СТРУКТУРЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

УДК 070

DOI 10.24411/2070-0695-2020-10109

**И. А. Ильина**

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В. И. Ульянова (Ленина)  
Санкт-Петербург*

### **ЛИНГВОМЕДИЙНЫЕ СВОЙСТВА СТИХОТВОРНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ**

*В данной статье исследованы характерные черты современной стихотворной публицистики и выявлены некоторые закономерности, позволившие говорить о данном феномене как целом пласте современной журналистики. Доказательством принадлежности стихов в первую очередь к публицистике служит использование авторами фактологической базы в качестве основы произведения. Временная удалённость от происшедшего события определяет степень понимания текста, то есть снижается степень актуальности, что сравнимо практически с любым журналистским продуктом. В данном случае можно говорить об относительно новом явлении в российской журналистике и новых формах выражения публицистической мысли. Наличие оценки общественно-политических событий страны и использование характерных тенденций современного инфотейнмента при реализации рекреативной функции является определяющим в сближении художественных практик с современным медиа-рынком.*

**Ключевые слова:** стихотворная публицистика, медиатексты, лингвомедийность стихотворного творчества, публицистические жанры, журналистика.

Изменения информационно-коммуникационного пространства в конце XX века, связанные с появлением сети Интернет, проявились практически во всех сферах, связанных с массово-коммуникационной деятельностью. Важные изменения произошли в сфере журналистики. Эти изменения связаны с трансформацией концепции журналистского текста. Дигитализация информационного пространства и конвергенция коммуникационной деятельности привела к появлению понятия медиатекста и медиаречи.

Семиотически осложненный современный текст приобретает такие свойства, как поликодовость, креолизованность, мультимедийность. Это уже не просто текст, а концептуально связанная, намеренно созданная для определенных целей последовательность знаков [см., например: 1; 2; 6].

Другими словами, дискретные единицы медиапотока трансформируют суть журналистской практики и объединяют многоуровневые и абсолютно разноплановые понятия. Размываются границы между газетной статьей, радиопередачей, рекламными сообщениями в сети Интернет и новостными сообщениями [5. С. 25]. Кроме того, разнопланов сам корпус медиатекстов: от рекламного слогана до стихотворной публицистики.

Медиатекст обладает своими особенностями, которые отличают его от любых других видов текстов: ориентация на массовую аудиторию, актуальность, социальная активность, опора на факт [см., например: 4, 5; 6].

Одной из значимых особенностей медиатекста в технологическом отношении является его дискретность. К медиатексту это свойство применимо в том смысле, что он не является самостоятельно значимым и отдельно существующим произведением. Особенностью медиатекста является четкость мысли и идеи, которую журналист хочет выразить. Обычно любая реальная ситуация связана с разнообразными аспектами, которые могут привести к множеству идей и способны стать журналистским произведением. Однако журналист должен

руководствоваться принципом ограничения идей до минимального количества. Число Миллера – это объяснение границ человеческой памяти и восприятия, а точнее, констатация того, что человеческая память и восприятие способны усвоить не менее пяти и не более девяти однородных предметов или явлений [8]. Однако рекомендованная цифра – пять – это оптимальное число для большей массы людей. Поэтому в обычном случае стандартной формой создания медиатекста служит принцип «5W&H», созданный при использовании коммуникационной модели Г. Ласуэлла.

Кроме того, в случае объемности, многозначности проблемы множество идей (более девяти) группируются в крупные блоки, количество которых должно этому принципу соответствовать. Таким образом, журналист должен либо искусственно отобрать значимое, либо сгруппировать множество идей по базовым крупным блокам.

Подчинение определенной структуре, которая устанавливает логическую взаимосвязь между его элементами, – одна из важнейших особенностей медиатекста.

Но все описания не имеют значения без того факта, что журналист всегда должен дать аудитории шанс заинтересоваться его материалом, приблизить материал к аудитории, сделать его близким. Любая глобальная тема может стать интересной, если в ней будут рассматриваться аспекты, в которых читатель будет заинтересован лично. Любая социальная проблема, касающаяся «близкого круга» читателя, станет и его личной проблемой. Сочувствовать человеку гораздо проще, чем сочувствовать социальной системе. И чаще всего тонко чувствующие, талантливые поэты и писатели отражали это в собственном творчестве.

Поэтическая публицистика в России зародилась примерно тогда же, когда появилась и сама журналистика. В журналах и газетах публиковались соответствующие времени и настроению общественности стихотворные произведения.

Стихи и публицистика развиваются параллельно едва ли не с самого появления журналистики в России. Так, первый русский журнал «Примечания» (приложение к «Санкт-Петербургским ведомостям» (1728–1742)) среди произведений других жанров публиковал и стихи. В целом газеты XVIII века были мало похожи на современные, скорее литературные периодические издания, поскольку среди прочего часто публиковали поэзию [7], которая в тот момент еще не принадлежала к публицистическим жанрам.

Чуть позже, с развитием журналистики и все возрастающим ее значением, стихи из газет и журналов не ушли, но стали подчиняться публицистическим целям. В этом процессе важную роль сыграл М. В. Ломоносов, который опубликовал в журнале «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащие» анонимное стихотворение «Правда ненависть рождает» [7. С. 22].

В начале XX века публицистические стихи заняли свое место в основном в сатирических изданиях. В журналах публиковались поэты, но стихотворения не вызвали уже такой сильной полемики, как во времена Некрасова. Так, «Журнал для всех» почти наполовину состоял из художественных произведений, прозаических и стихотворных. Там печатались еще малоизвестные на тот момент А. А. Блок, К. Д. Бальмонт, В. Я. Брюсов, А. Белый, К. М. Фофанов, И. А. Бунин. Несмотря на то, что для многих из них это было только началом творческого пути, было понятно, что это больше чем простое рифмосложение.

У современной стихотворной публицистики достаточно много авторов – Л. Каганов, И. Иргеньев, В. Емелин и другие, пишущие на общественно-политические темы. Данные факты позволяют называть современную поэтическую журналистику политической сатирой.

Стихотворная публицистика попала в ракурс интересов журналистов и писателей начала XXI века и в ближайшие годы, вероятно, не исчезнет со страниц СМИ. Очевидно, что набранная популярность не является временным явлением, так как в последнее десятилетие произошло последовательное развитие стихотворной публицистики до нынешнего ее состояния. Решение задач, связанных с исследованием поэтической публицистики, требует точной дефиниции.

В рамках данного исследования понятие поэтической публицистики мы будем употреблять в значении вида публицистической журналистики, где тексты написаны в стихотворной форме, посвящены актуальным темам и явлениям, содержат фактические данные, оценку с позиции социального идеала автора. Являясь формой журналистских произведений, стихотворная публицистика работает лишь в определенном круге жанров – в нескольких аналитических и практически во всех художественно-публицистических. Как правило, используется фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий. Причем в современных реалиях журналистские

произведения, написанные в стихах, называют «фельетонной поэзией», «сатирическим комментарием» и так далее – в этих названиях дается определение с точки зрения жанра.

Современная журналистика широко представлена публицистами, пишущими свои комментарии в стихах. Кроме Д. Быкова, который публиковал многие свои произведения в «Новой газете», реализовал проект «Господин хороший», выступает с ними в эфире телеканала «Дождь», радио «Эхо Москвы», а также в начале и середине 2000-х появлялся в «Огоньке», является ведущим программы «Один», можно назвать еще ряд журналистов-поэтов: И. Иртеньев, который является поэтическим обозревателем «Газеты.Ру» и ведущим программы «Гомоза» на телеканале «Культура»; скорее не отдельно взятый поэт, сколько уже закрытый ныне проект «Комсомольской правды» Дормидонт Народный (он же Ксенофонт Природный); поэтические выступления Л. Каганова на закрытом уже сайте F5.

Сейчас поэзия становится продолжением системы масс-медиа. Это проявляется и в создании проектов И. Иртеньева, Д. Быкова, М. Ефремова, А. Васильева, колонка Л. Каганова, в которых поэты высказываются на «злобу дня», и в увеличении числа поэтических «медийных лиц», и в возникновении поэтических «медийных персон» [10]. Появление такого феномена, как распространение стихотворной публицистики, объясняется цикличностью развития русской литературы и поэзии. Востребованность же сатирических жанров публицистики, которые возрождаются в Новейшей истории русской журналистики, объясняется тем, что развитию общества нужна критика, а эти жанры требуют социально-активного восприятия, так как комическое всегда обращено к разуму. Сатира во все времена обладала огромным потенциалом воздействия на аудиторию, и рассматриваемые стихотворные публицисты этим потенциалом пользуются [10].

Политика и стихотворная публицистика очень тесно переплетены. Как правило, именно на политические темы высказываются поэты-комментаторы, и все их стихи в обществе имеют доказательство тому – едва не возбужденное уголовное дело на поэта Всеволода Емелина за стихи о событиях на Манежной площади 11 декабря 2010 года, которые он опубликовал в сети Интернет под заголовком «Стихотворный фельетон».

Нужно сказать, что вся стихотворная публицистика становится публицистикой не столько благодаря тому, что она публикуется, сколько благодаря тому, что она привязана к факту [9]. Д. Быков, однако, даже не считает стихотворную публицистику поэзией. На вопрос, почему он пишет свои политические стихотворные сатиры и памфлеты прозаической строкой, он ответил, что это тоже статья просто в другой форме [3].

В художественно-публицистических жанрах исследователи отмечают важность роли автора. Как пишет А. А. Тертычный, художественно-публицистические жанры относят к так называемой «авторской» или «писательской» журналистике, подчеркивая тем самым их особый характер, который проявляется в повышенной требовательности к языку, художественной образности, эмоциональной насыщенности текстов, глубине авторского обобщения действительности [11]. Однако сами авторы текстов в формате стихотворной публицистики говорят немного иначе. Так, В. Емелин говорит о том, что важнее в стихах наличие факта, вокруг которого все и вертится. Это еще раз подтверждает то, что стихотворения Д. Быкова, И. Иртеньева, В. Емелина и остальных авторов, публикующих их в СМИ, являются все-таки публицистикой, а не литературой.

По мнению О. Северской, жанры, в которых пишут публицисты свои стихи, «вписываются в информационное пространство СМИ, конкурируя и сближаясь в нем с традиционными публицистическими жанрами – комментарием и репликой». А стихотворные формы фельетонов и памфлетов, по ее наблюдению, мало отличаются от прозаических аналогов. В пример, исследователь приводит стихи Л. Каганова в «F5», которые появляются на полосе «Реакция». Причем стихи идут после заголовка новости и редакционной подводки [10]. То же самое видим в изданной «по мотивам программы» книге Д. Быкова «Поэт и гражданин», где понять смысл стихотворения зачастую очень сложно без вводящей в суть дело информационной строки, которая сообщает читателю о том, по какому поводу написано стихотворение. Во главу угла ставится факт, который обыгрывается автором журналистского произведения по собственному усмотрению.

Еще один немаловажный аспект современной стихотворной публицистики – она не только комментирует, но и развлекает. Публицистическая поэзия может рассматриваться и как вариант инфотейнмента – коммуникативной стратегии, имеющей лозунгом: «информируя, развлекай» [10].

Действительно, очень многие произведения стихотворной публицистики вызывают в первую очередь смех, а уж затем появляется понимание того, что хотел донести до читателя публицист. Для этого часто используется жанр пародии (стихотворения программы «Поэт и гражданин» Д. Быкова – это пародии на классиков русской литературы). Смех используется в качестве инструмента, с помощью которого автор достигает понимания со своим читателем и привлекает его внимание. Существует еще одно название стихотворной публицистики – «политическая сатира», где сатира – ключевое слово. Также встречается определение «фельетонная поэзия», а фельетон, как известно, основан на смехе – «это средство осмеяния какого-то зла», по определению А. А. Тертычного [11]. «Поэт от сохи» Дормидонт Народный (Ксенофонт Природный) из «Комсомольской правды» скорее выполнял исключительно развлекательную функцию, однако тоже отталкиваясь от факта, который высмеивал в своем стихотворении.

Смех использовал в своей стихотворной публицистике еще Николай Некрасов, ставший знаменем для современных стихотворных публицистов. И. Иртеньев и Л. Каганов следуют его поэтическим принципам, а Д. Быков «прямо указывает на свою связь с родоначальником поэтической публицистики». Слово в поэзии Некрасова освобождается от высокой традиции и, как в прозе, приобретает конкретный смысл; его стихи изобилуют прозаизмами и звучат грубовато. То же можно сказать и о современной публицистической поэзии, иногда работающей на грани фола, что позволяет некоторым исследователям сравнивать поэтическую публицистику с политической журналистикой и называть остросоциальным поэтическим «мэйнстримом» [10].

На стихотворную публицистику в контексте политической сатиры можно смотреть шире. Это уже и песенная культура. Так, в 2012 году в канун президентских выборов сеть Интернет потрясла песня «Наш дурдом голосует за Путина», исполненная группой «Рабфак». От стихотворной публицистики ее отличает лишь канал передачи, хотя и он близок. Так, «Поэт и гражданин» (как и «Господин хороший») стал известен благодаря интернет-телевидению «Дождь» и сервису видеороликов «Youtube».

Обобщая все вышеизложенное, можно заключить, что современная стихотворная публицистика предстает в следующих формах: сатирический комментарий на политическую тему, инфотейммент, авторский комментарий или реплика. При этом стихотворная публицистика может быть представлена в ограниченном круге уже существующих журналистских жанров – форма произведения лишь сужает диапазон выбора для автора, ориентируя его в первую очередь на художественность, смех и сатиру.

### **Список литературы**

1. Валгина Н. С. Теория текста. М., 2003. 173 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования, 5-е изд., стереотип. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
3. Горюнова И. Интервью с Дмитрием Быковым. URL: <http://goryunova.niv.ru/goryunova/interview/003.htm> (дата обращения 28.12.2019).
4. Добросклонская Т. Г. Медiateкст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005 № 2. С. 28–35.
5. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации. М., 2008. 116 с.
6. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984. 272 с.
7. Козлова М. М. История отечественных средств массовой информации. Ульяновск, 2000. 104 с.
8. Миллер Дж. А. Магическое число семь плюс-минус два. О некоторых пределах нашей способности перерабатывать информацию. URL: <http://kargopolovspb.ru/library/pub-lib/128-miller-chislo7.html> (дата обращения 28.12.2019).
9. Румянцева В. Н. Категория времени в стихотворных фельетонах середины XIX века // Вестник ОГУ. № 11 (105), ноябрь 2009. С. 29–34.
10. Северская О. И. Читатели газет: поэтическая журналистика как новый феномен СМИ // Медиаскоп. 2012. Вып. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/65> (дата обращения 10.01.2020).
11. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2000. 310 с.

**LINGVO-MEDIA POETRY**

*Ilyina I. A., St. Petersburg state electrotechnical University "LETI" V. I. Ulyanov (Lenin),  
St. Petersburg, inka4@yandex.ru*

*In this article the characteristic features of modern poetic publicism are investigated and some regularities which have allowed to speak about this phenomenon as a whole layer of modern journalism are revealed. The proof of an accessory of verses first of all to publicism, use by authors of the factual base as a basis of product serves. The temporal distance from the event determines the degree of understanding of the text, i.e., the degree of relevance is reduced, which is comparable to almost any journalistic product. In this case, we can talk about a relatively new phenomenon in Russian journalism and new forms of expression of publicist thought. The presence of an assessment of social and political events in the country and the use of characteristic trends of modern information technology in the implementation of the recreational function is decisive in bringing artistic practices closer to the modern media market.*

**Keywords:** poetry publicism, media texts, poetry ligmomedia, publicist genres, journalism

**References**

1. Valgina, N. S. (2003). *Teoriya teksta* [Text Theory]. Moscow. 173 p. (In Russ.)
2. Gal'perin, I. R. (2008). *Tekst kak ob'yekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as object of linguistic research]. M., KomKniga. 144 p. (In Russ.)
3. Goryunova, I. (2019). Interv'y u s Dmitriyem Bykovym [Interview with Dmitry Bykov], available at: <http://goryunova.niv.ru/goryunova/interview/003.htm> (accessed: 18.04.2019). (In Russ.)
4. Dobrosklonskaya, T. G. (2005). Mediatekst: teoriya i metody izucheniya [Media text: theory and methods of study] *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2, pp. 28–35. (In Russ.)
5. Dobrosklonskaya, T. G. (2008). Yazyk sredstv massovoy informatsii [The language of the media]. Moscow. 116 p. (In Russ.)
6. Dridze, T. M. (1984). *Tekstovaya deyatel'nost' v strukture sotsial'noy kommunikatsii* [Text activities in the structure of social communication]. Moscow. 272 p. (In Russ.)
7. Kozlova, M. M. (2000). *Istoriya otechestvennykh sredstv massovoy informatsii* [History of domestic mass media]. Ulyanovsk. 104 p. (In Russ.)
8. Miller, Dzh. A. (2019). Magicheskoye chislo sem' plus-minus dva. O nekotorykh predelakh nashey sposobnosti pererabatyvat' informatsiyu. [The magic number is seven plus or minus two. About some of the limits of our ability to process information], available at: <http://kargopolovspb.ru/library/pub-lib/128-miller-chislo7.html> (accessed: 28.12.2019). (In Russ.)
9. Rumyantseva, V. N. (2009). Kategoriya vremeni v stikhotvornykh fel'yetonakh serediny XIX veka [Category of time in poetic feuilletons of the middle of XIX century]. *Vestnik OGU* [Bulletin of OGU], 11 (105), November, pp. 29–34. (In Russ.)
10. Severskaya, O. I. (2012). CHitateli gazet: poeticheskaya zhurnalistsika kak novyy fenomen SMI [Readers of Newspapers: Poetic Journalism as a New Phenomenon of the Mass Media]. *Mediascope* [Mediascope], 3, available at: <http://www.mediascope.ru/node/65> (accessed: 18.04.2019) (In Russ.)
11. Tertychnyy, A. A (2008). *Zhanry periodicheskoy pechati* [Periodical printing genres]. Moscow. 310 p. (In Russ.)

**Ильина Ирина Анатольевна** – кандидат филологических наук, доцент, гуманитарный факультет, кафедра связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина). ORCID: 0002-0965-4612. inka4@yandex.ru.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ**

Ильина И. А. Лингвомедийные свойства стихотворной публицистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 72–77. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10109.

Плына I. A. Lingvo-media poetry // *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2020. № 1 (35), pp. 72–77. DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10109.