

А. Ю. Маевская

КОЛУМНИСТИКА В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

Концептуальная коммуникативная стратегия развития современных СМИ создает благоприятные условия для равноправного и непрерывного диалога с аудиторией, причем уровень авторитетности субъекта высказывания выдвигается на первый план.

В последние годы интерес к слову, закрепленному за определенным субъектом высказывания, несомненно, растет: думающая аудитория ищет в информационном пространстве размышляющего автора. В наше время потребность каждого человека в новой информации удовлетворяется практически абсолютно. К уже существовавшим печатным и электронным изданиям благодаря различным достижениям современных технологий добавились новые информационные продукты. Например, новости по мобильному телефону или через Интернет становятся доступными практически моментально, сразу после того как событие произошло. Однако избыточная фактами и подробностями информация приводит к потребности в объяснении, интерпретации, комментариях, так как в потоке сведений мы не успеваем осмыслить и проанализировать ее.

Удовлетворенная потребность в фактах уступает место потребности во мнениях. Вместо обезличенного сообщения новостей нам хочется услышать авторитетное мнение о них, их интерпретацию. Вместо того чтобы составлять из разрозненных новостей свою картину мира, мы хотим получить уже готовую.

Именно поэтому в последнее время в СМИ наблюдается тенденция к усилению персонализации текста. Растет интерес к субъективно высказанному слову. Авторская колонка становится для читателя элементом картины мира, а колумнист в какой-то степени превращается в бытописателя эпохи: автор предлагает нам свою точку зрения на окружающую действительность, используя для ее передачи особые языковые средства (в первую очередь предельную искренность повествования). Колонка становится свидетельством эпохи и одновременно оригинальным художественным произведением, в котором поднимаются самые злободневные вопросы, отражаются самые острые проблемы современного человека, самые характерные черты нашего времени.

Необходимо исследовать, что сегодня представляет собой авторская колонка, или колумнистика, и в чем состоят сущностные особенности этого жанра журналистики, столь востребованного в современном мире.

«Все смешалось в системе жанров отечественной журналистики», — говорили еще советские исследователи процессов жанрообразования. На рубеже тысячелетий констатировать это, не предложив свою, новую, жанровую структуру считалось уже «плохим тоном». Сегодня же наряду с советской, уже явно не классической системой жанров появились, нашли своих сторонников и успешно развиваются совершенно новые подходы.

Их отличительной чертой является понятие гибридизации: жанры не просто исчезают и появляются, они органично используют друг друга, производя на свет такой жанровый симбиоз, что даже опытный исследователь не может их однозначно идентифицировать и классифицировать.

Если говорить о направлениях развития современных отечественных массмедиа, то следует отметить и еще одну немаловажную вещь — тенденцию экспансии западных форм журналистики. Именно благодаря проникновению в отечественную медиасреду западноевропейских и американских моделей журналистики, в том числе и жанровых форм, в обиходе как у теоретиков, так и у практиков появились новые определения для таких понятий, как «колонка», «журналистское расследование» и т. д., о которых отечественные исследователи журналистики говорят как о самостоятельных и обособленных текстовых структурах.

Так что же такое колонка и колумнистика? Еще пятнадцать лет назад российским читателям колонка была знакома лишь как частный случай, а именно в виде «колонки редактора» какого-либо издания. Однако направления изменений российского информационного поля, а также общемировые, в том числе постмодернистские, тенденции привели к тому, что «колонка» на страницах современных российских СМИ — один из самых востребованных журналистских жанров.

С технической точки зрения для колонки характерны определенная периодичность появления на страницах печатного издания, постоянное место в номере, точно установленный объем текста, сопровождение публикации визуальными указателями на личность автора (прежде всего его портретом). Однако у колонки есть и содержательные особенности. Они обуславливаются ярко выраженным авторским началом, которое проявляется либо в своеобразии осмысления колумнистом интересующих его и аудиторию аспектов действительности, либо в текстовом представлении такого осмысления (сюжет и композиция текста, использование языковых средств), а в некоторых случаях и на обоих уровнях познавательной-коммуникативной деятельности колумниста. Таким образом, колонка — это частный случай авторской рубрики в периодическом издании с учетом того, что личностное начало здесь распространяется и на смысловую составляющую материала.

Данное определение ясно и лаконично формулирует признаки колумнистики. Однако уже в течение довольно долгого времени вокруг этого термина идут споры. Одни исследователи теории журналистики говорят о том, что колонка — строго определенная по количеству строк вертикаль на газетной странице — является рубрикой, другие считают ее видом комментария, третьи называют разновидностью эссе, четвертые замечают, что колумнистика как таковой у нас в стране вообще не существует, пятые рассматривают авторскую колумнистику как последний оплот свободной политической мысли и совесть нации. Все это происходит потому, что публикуемые в колонках тексты невозможно отнести к одному жанру ввиду разнообразия их внутренней формы: они явно различаются по всем применяемым обычно для идентификации жанра признакам (предмет — функция — метод). Вместе с тем вполне логично рассматривать жанры с точки зрения того, насколько они пригодны для использования в колумнистике. Наиболее продуктивны здесь типы журналистских текстов, которые по своей природе тяготеют к авторскому началу. Очевидно, что искать их меньше всего следует среди информационных жанров, для которых наибольшее значение имеет фактографичность. В первую очередь здесь нужно обратить внимание на комментарий и эссе — самые «авторские» жанры аналитической и художественной публицистики соответственно. Именно они наиболее характерны для колонок современных газет и журналов, именно к ним ближе всего оказывается описание жанра колонки у тех исследователей, которые склонны его выделять.

Однако при всем многообразии мнений никто из специалистов не отрицает, что колумнистика наиболее полно отражает процессы, происходящие в современном информационном пространстве.

Говоря о появлении колумнистики в российской публицистике, в первую очередь стоит упомянуть о тех изменениях современного информационного поля, которые пережила Россия в начале 1990-х годов. Наиболее полную характеристику этих изменений мы находим у Льва Ефремовича Кройчика, заведующего кафедрой истории журналистики Воронежского государственного университета. Он говорит о существенном отличии постсоветской журналистики от ее предшественницы: «Во-первых, на смену директивной, одноцветно идеологизированной прессе пришла публицистика более раскованная по мысли и стилю. <...>

Во-вторых, современная публицистика все отчетливее персонифицируется. Автор перестает быть обезличенным ретранслятором передаваемой информации — он все ответственнее становится ее интерпретатором. Точка зрения конкретного лица интересна сегодня сама по себе. <...>

Персонификация текста вызвана к жизни не только общим процессом демократизации постсоветского общества, но и тем, что в условиях существующего ныне рынка информации товаром становится не просто новость, а новость, „упакованная“ в публицистический текст. Публицистический текст, как известно, напоминает двугорбого верблюда: первый горб — факт, второй — отношение автора к факту. Спрос на личностную журналистику в условиях растущей конкуренции СМИ создал прецедент выбора. Публицист откликается на этот спрос предложением собственного имени. Имя (в широком смысле этого слова) становится знаком издания или канала, представляющих это имя...» [1, с. 126–127].

Третья особенность современной российской прессы, по мнению Л. Е. Кройчика, состоит в том что «...она работает в режиме диалога с аудиторией. <...> Диалогичность рождает многоголосие, возникает эффект субъективности; полифонизм звучащих голосов, предлагающих различные точки зрения, побуждает аудиторию к самостоятельному определению собственной позиции. Учитывая это, настраиваясь на волну ожиданий аудитории, пресса одновременно ориентируется и на более занимательную, более остроумную форму подачи материала. Диалог с аудиторией предполагает ее отклик на предложенный текст, интерес к нему. Интерес возможен тогда, когда публицист не просто предлагает факты, заслуживающие, с его точки зрения, внимания, но и сообщает о них в яркой, воздействующей на эмоции аудитории форме» [1, с. 127–128].

Четвертая особенность современной публицистики — возросшая роль приема в обработке материала. «Текст все очевиднее приобретает черты литературности: меняется его стилистика, слово становится более экспрессивным, более эмоциональным и остроумным» [1, с. 129].

«Рубеж XX–XXI вв. входит в историю как эпоха эссеизации публицистики: от персонификации повествования до перевода субъекта высказывания в действующее лицо исторического процесса — только один шаг. И этот шаг уже сделан. Мир и субъект, этот мир воспринимающий, в равной степени становятся предметом исследования. Публицист сегодня ощущает себя не сторонним наблюдателем описываемых процессов, а равноправным их участником. Автор предлагает аудитории текст, который перестает быть равновеликим жанру» [1, с. 130].

Если проанализировать данные выводы, то можно заметить, что все это дает возможность для развития не только эссеистики и фельетона, но и колонки. Поскольку колонка как форма как раз и берет свое начало с сугубо практического момента, являясь при этом с точки зрения жанра наследницей эссе, фельетона, комментария.

Однако говорить о том, что колумнистика пришла в российские СМИ с Запада во времена перестройки, не совсем верно. В 1990-е годы колумнистика не была явлением для российской печати абсолютно новым.

Для этого необходимо обратиться к истории журналистики. Мы видим, что первые русские газеты, появившиеся в XVIII в., были газетами официальными, а из-за отсутствия политических свобод при цензурном и административном давлении газетное дело, не говоря уже об авторской журналистике, развивалось слабо еще в течение двух столетий. Возможности для бурного развития колумнистики в России появляются фактически только в начале XX в., когда газеты в стране приобрели огромную общественную силу, сделавшись органами возникающих политических партий и групп, хотя многие публицисты начали выражать свое мнение по поводу происходящего в колонках и передовых статьях и раньше.

Одним из первых публицистов, заложивших основы колумнистики, можно считать Михаила Никифоровича Каткова. Как пример регулярных авторских высказываний по злободневным темам нас интересуют его передовые статьи в «Московских ведомостях».

Газета «Московские ведомости» (1756–1917) юридически являлась собственностью Московского университета. Однако с передачей в 1863 г. в аренду М. Н. Каткову и П. М. Леонтьеву «Московские ведомости» фактически стали частным, более того, вплоть до смерти М. Н. Каткова в 1887 г., личным, его изданием и оказались, таким образом, в противоречивой ситуации. С одной стороны, «катковское» время – это взлет газеты, которым она обязана публицистическому таланту издателя. С другой стороны, остроту содержанию «Московских ведомостей» придавала занятая их редактором позиция по отношению к университету. Именно в университетской жизни — а университет был источником самых прогрессивных идей и течений — М. Н. Катков находил поводы для резких нападок.

Говоря об основах колумнистики, нельзя не упомянуть Алексея Сергеевича Суворина — редактора и издателя газеты «Новое время».

«Новое время» стало первой информационной газетой в России. На протяжении 36 лет это была самая влиятельная русская газета, с мнением которой считались правительственные чиновники, министры, его должны были принимать во внимание даже оппозиционно настроенные круги русского общества. Основной принцип своей газеты А. С. Суворин объяснял в письме к постоянному сотруднику «Нового времени» В. В. Розанову: «Надо больше давать свободы личному мнению и не навязывать своего взгляда. Это большой недостаток в газетном деле. Газета не есть собрание истин, а собрание мнений» [2, с. ???].

Начиная с 1889 года под псевдонимом «Незнакомец» в «Новом времени» на правах постоянной авторской рубрики стали появляться его заметки на политические темы. «Маленькие письма» (а их вышло около 600) — это «остроумные отклики на злободневные события, размышления и репортажи, поданные не отстраненно, а глубоко лично, в чем и заключается их главная ценность», «редкое сочетание дневниковой наблюдательности с четкими обобщениями незаурядного мыслителя».

Однако если одной из важных характеристик современной колонки является ее регулярность и зафиксированный объем, то «Маленькие письма» Суворина не отвечают этому требованию: все они разного размера и совершенно нерегулярны (в какие-то годы они выходят десятками, а в какие-то лишь единицами).

Яркий пример регулярного выражения авторской позиции представляют собой выступления Максима Горького в основанной им газете «Новая жизнь», позже объединенные в цикл «Несвоевременные мысли». В «Новой жизни» общественная и литературная работа М. Горького достигла своей вершины. Газета с первого номера объявила своей программой борьбу против империалистической войны, объединение всех революционных и демократических сил для удержания социальных и политических завоеваний Февральской революции, развитие культуры, просвещения, науки на пути дальнейшего осуществления социалистических преобразований в стране. Всего Максим Горький опубликовал в «Новой жизни» свыше 80 статей, 58 из них — в серии «Несвоевременные мысли», само название которой подчеркивало их острую актуальность и полемическую направленность. Писатель осуждал «бессмысленную бойню», разоблачал стремление Временного правительства довести войну до победного конца. Отстаивая социальные завоевания революции, выступая против реакции, консервативных сил, буржуазных партий, Временного правительства, «Новая жизнь» очень скоро вступила в полемику и с большевиками, выдвинувшими на повестку дня вопрос о вооруженном восстании и проведении социалистической революции.

Утверждения, что в Советском Союзе не было колумнистики, весьма резонны, поскольку сам жанр этот по своей природе не мог прижиться в тоталитарном государстве. Были единичные случаи, когда, например, в 1960-е годы «Правда» и «Известия» перепечатывали под рубрикой «Фельетон» почерпнутые из «Нью-Йорк Геральд Трибюн» тексты, принадлежавшие перу Арта Бухвальда. А. Бухвальд — типичный колумнист, т. е. «держатель» колонки. Однако публицистика Бухвальда основана на критике всех сфер американской жизни. Он ругает политиков, капиталистов, законы — по форме действительно являясь типичным американским колумнистом, регулярно публикуя свои высказывания, навеянные осмыслением окружающей действительности, и успешно зарабатывающим на оглашении своих оппозиционных политических убеждений, по содержанию он публикует вещи, абсолютно согласующиеся с социалистическими взглядами. Более того, перепечатывать колонки А. Бухвальда советским газетам было крайне удобно, чтобы показать «тяжелую жизнь загнивающего Запада» глазами очевидца.

Таким образом, можно с полным правом утверждать, что в дореволюционной России сложились все предпосылки к появлению колумнистики, и если бы не революция, приведшая к возникновению тоталитарного государства, в котором интерес к отдельной личности и ее мнению был невозможен, то, скорее всего, российская колумнистика пошла бы по тому же пути, что и западная, развиваясь столь же плодотворно. Однако этот процесс был искусственно остановлен. И именно этой искусственностью объясняется тот факт, что, как только российское общество стало более открытым, колумнистика сразу возникла на страницах отечественных изданий, быстро распространилась и прижилась.

Кто же такие авторы-колумнисты современной России? Если опираться на отечественную практику, сложившуюся еще в 1990-е годы, когда сам этот термин приобрел права гражданства в русском языке, то можно выделить три основных типа колумнистов. В первом случае это известные люди, как правило, не владеющие специальными

познаниями в той области, о которой они высказываются, но располагающие, по мнению редакции, кредитом доверия публики; в силу чего их высказывания, по оценке теоретика журналистики С. А. Михайлова, «читаются и публикуются из-за имени, а не из-за того, что они говорят» (наряду с политиками, телевизионными звездами или звездами шоу-бизнеса, являющимися у нас, как известно, авторитетами в любой сфере, в этой роли часто оказываются и достойные писатели, когда они неосторожно соглашаются говорить не о литературе, а о политике, экономике, праве и т. п.).

Во втором случае обязанности колумнистов исполняют авторы, обладающие узнаваемым ярким стилем и талантом занимательно говорить обо всем на свете и даже как бы ни о чем (таковы Александр Генис, Евгений Попов, Евгений Рейн, Виктор Шендерович или — наиболее выразительный пример — Лев Рубинштейн, какое-то время работавший в газете «Коммерсантъ», а затем ставший своего рода классиком разговорного жанра сначала в журнале «Итоги», а затем в «Еженедельном журнале»). Наконец, в третьем случае на роль колумнистов приглашаются признанные специалисты, эксперты. Например, если разговор идет о литературе, то это будут Александр Агеев (колонки в интернетовском «Русском журнале», газетах «Время МН», «Газета»), Андрей Немзер (сотрудничавший последовательно с такими изданиями, как «Независимая газета», газеты «Сегодня», «Время МН», «Время новостей»), Михаил Золотонос (еженедельник «Московские новости»), Станислав Рассадин («Новая газета») или Лев Аннинский, побывавший колумнистом президиального числа периодических изданий.

Во всех этих случаях действует, как мы видим, правило: чтобы стать колумнистом, надо сначала заработать себе имя. Но не бывает правил без исключений, и это доказывает опыт Николая Александрова, Линор Горалик, Льва Данилкина, Кати Метелицы, Лизы Новиковой, Михаила Новикова, Льва Пирогова, Галины Юзефович и других авторов нового поколения, чья известность была порождена и обеспечена прежде всего и исключительно колонками, которые были в их распоряжение предоставлены печатными и электронными средствами массовой информации. Встречаются и совсем уж особые случаи, среди которых достойны внимания опыт Игоря Иртеньева, чья колонка, переходя из одного издания в другое, неизменно представляет собой стихотворный фельетон на злобу дня, и опыт Бориса Кузьминского, который как колумнист выступает и под собственным именем, и под маской придуманной им Аделаиды Метелкиной.

Как уже говорилось выше, существует мнение, что колумнистика пришла к нам с запада, и произошло это во времена перестройки. Поэтому для лучшего осознания того, что же представляет собой жанр «колонки», следует обратиться к европейскому и американскому опыту.

Если рассматривать вопрос о жанре колонки в западной журналистике, то в первую очередь стоит говорить о совершенно разной жанровой классификации, используемой в США и в Европе. Для англо-американской модели журналистики жанр колонки — это, скорее, тип художественной формы литературного произведения, характеризующийся общностью структурно-композиционных и стилистических признаков, специфичных именно для него. Стоит отметить, что на Западе теория журналистики в принципе разработана слабо: превалирует практический подход, под жанрами подразумеваются группы текстов, сходных по форме. Да и самой жанровой классификации как предмета теоретического изучения не существует. Под жанром понимается «группа художественных произведений, объединенных общим стилем, формой или содержанием» [3], «тип литературного или художественного произведения; стиль авторского самовыражения»

[4], т. е. само понятие жанра отличается от принятого в российской теории литературы и журналистики. Если отечественные ученые пытаются анализировать природу жанра, то их западные коллеги просто объединяют тексты в весьма условные группы для практического удобства.

В соответствии с этим, американские журналисты значительно больше внимания, чем их европейские коллеги, уделяют не форме, а содержанию публикуемых материалов. Один из основных законов англо-американской журналистики гласит: новости и комментарий к ним должны печататься раздельно. Один из самых известных в Англии журналистов К. П. Скотт (C. P. Scott), редактор авторитетного издания “The Guardian” говорил: «Факты священны, комментарий свободен», — подчеркивая тем самым, что у каждого человека есть свое мнение, но лишь немногие обладают подлинной информацией. Таким образом, разделение между новостями и комментарием закреплено в существующей на Западе традиции публиковать комментарии на определенных страницах.

Так что же представляет собой западная колумнистика? Исторически данный жанр возник как «человеческий комментарий» к событию, про которое уже распространились сухие новостные сводки.

Американские газетчики выделяют несколько значений английского слова “column”. Прежде всего, это просто газетная колонка как элемент внутренней структуры и оформления. Отсюда и все производные: материал, размещенный на одной колонке; раздел или отдел в газете или журнале и — собственно американское — фельетон, колонка юмора. Журналиста, ведущего определенную рубрику, называют “column conductor”, или “columnist”.

Американская энциклопедия писателя определяет колонку так: «Короткий газетный или журнальный материал, посвященный какому-то узкому кругу интересов или обстоятельствам в широком смысле слова, написанный ясно и лаконично, имеющий объем в 350–500 слов и появляющийся регулярно (ежедневно, еженедельно и т. д.) с обязательным указанием имени автора» [5].

В немецкой журналистике под колонкой понимается «короткое выражение мнения, которое не занимает больше одной газетной колонки. Такие колонки в большинстве своем появляются регулярно на одном и том же месте с одинаковым названием или как именные колонки одного автора. Колонка похожа на реплику и комментарий» [6].

Испанцы, у которых теория журналистики, в отличие от англоязычных коллег, разработана очень серьезно, уделяют колонке много места не только на газетных и журнальных полосах, но и в учебниках по журналистике и научных статьях. Мария Иисус Касальс Карро (*M. J. Carro Casals*), профессор факультета журналистики Мадридского университета, утверждает следующее: «Дать определение колонки можно „из разных углов“. Зависит от критерия, который берется за основной: ее положение в газете, исторический контекст или чувство нормы. На самом деле, слово „колонка“ — неологизм, образовавшийся в результате метонимии (переноса части — места на газетной полосе — на целое: разделение на колонки журналистских текстов вошло в практику с XVIII века). Этим неологизмом обозначается подписанная (авторская) статья, которая публикуется с определенной регулярностью и занимает определенное место в газете. Это определение можно взять в качестве практико-описательного, имея в виду газету как основной фактор. Но если попытаться дать нормативное определение, задача усложняется, потому что одна из главных характеристик колонки — это ее разнообразие во всех проявлениях. В любом случае, колонка стоит столько, сколько стоит ее подпись, и это зависит

от таланта личности. Колонка — это статья-мнение, которая может быть размышляющей или, наоборот, неразмышляющей; направляющей или загадочной; аналитической или страстной, осуждающей или предписывающей, всегда оценивающей, субъективной, потому что она не может быть другой» [7].

Существенной отличительной чертой американской и европейской колумнистики является «устраненность» авторов. Для авторских колонок в европейских изданиях характерно самоустранение автора, т. е. практически полное отсутствие языковой фиксации адресата. В таком тексте читателю не навязывается авторская позиция. В тексте это выражается с помощью специальных приемов: отсутствие обращений к читателю, спонтанный, фрагментарный стиль повествования и отсутствие композиционной целостности. Кроме того, авторская колонка в европейской прессе имеет ярко выраженный сенсорный характер. Это проявляется в сближении авторского и читательского времени и пространства. Таким образом, отображается непосредственное сознание автора, признаками которого являются преимущество перцептуального характера повествования (восприятие реальных событий) над ментальным, пространственно-временные показатели, ориентированные на момент «здесь и сейчас» (формы настоящего исторического), детализация повествования и его непрерывный характер. В результате читатель все воспринимает и чувствует вместе с автором, «вживается» в роль автора и сближается с его точкой зрения.

Исторически сложилось так, что в западной журналистике колумнистика, прежде всего, атрибут качественной прессы, которая оказывает свое влияние на общество за счет своих информативности, способностей к аналитике, предвидению будущего, а не громадных тиражей. Кроме того, качественная пресса способна влиять на умонастроения элиты, принимающей важные решения. Отсюда и особые, повышенные требования, предъявляемые к колумнистам.

Для того чтобы стать колумнистом, сначала необходимо заработать себе имя. Например, в типичной американской ежедневной газете, штат которой значительно превышает сотню (а иногда и не одну) человек, писать редакционные статьи и вести рубрики могут только два — три наиболее подготовленных журналиста по указанию главного редактора. На колонку известного автора подписываются газеты, как, скажем, на информацию от *Associated Press* или другого информационного агентства. Таким образом, одна и та же колонка авторитетного журналиста может появиться в разных газетах нескольких штатов в один и тот же день.

Однако в последнее время в американской прессе идет активная дискуссия по поводу исчезновения колумнистики, причем именно в ежедневной городской газете, в которой колумнист есть голос и совесть гражданского общества. Многие, как Дейв Либер (*Dave Lieber*), колумнист “*Fort Worth Star-Telegram*” и председатель ежегодного съезда Национального общества газетных комментаторов, винят в этом самих колумнистов, которые стали «ленивыми, неактивными, неострыми» [8]. Другие объясняют все изменениями в сознании аудитории, которой нет дела до того, что происходит в городах, у которой нет ни «общей жизни», ни даже «общего образа жизни». Дэн Гилмор (*Dan Gillmor*), колумнист, автор книги “*We, The Media*”, говорит об изменении самого информационного поля, когда на место привычной городской колумнистике приходит (по образному выражению журналиста Тома Эбата (*Tom Abate*)) «мини-колумнистика», когда «золотой век колумнистики» прошел, не стало талантливых журналистов прошлого, а голоса тех,

кто остался, уже недостаточно сильны, чтобы перекричать множество телевизионных каналов и Интернет [9].

Несомненно, подходы к жанрообразованию в журналистике сегодня изменились. С одной стороны, мы видим тенденцию к его усложнению, и, соответственно, усложнению жанровой структуры, с другой стороны, наблюдаем упрощение системы журналистских жанров. По мнению некоторых исследователей, современный жанр довольствуется ролью «помощника», представления о нем помогают журналисту выполнить ту или иную творческую задачу, упрощают взаимопонимание между коллегами. Для решения конкретной задачи журналист достаточно часто пользуется элементами практически всех известных ему жанров. Происходит «гибридизация» жанров, рождаются даже относительно устойчивые «гибридные» формы, хотя число вариаций творческих задач со временем не увеличивается, скорее наоборот.

Изучая тексты современных колумнистов, а также различные определения, которые дают колонке российские и зарубежные исследователи, мы приходим к выводу о том, что значительная часть текстов колумнистов не вписывается в рамки известных нам жанров. Более того, рассматривая комментарий и эссе как жанры, наиболее близкие колонке, мы видим, что колонка не описывается признаками ни одного из этих жанров, и что в этом месте между аналитическими и художественно-публицистическими жанрами есть некий «зазор», который в принципе может быть заполнен чем-то новым.

При анализе колонок современных авторов можно заметить, что значительное количество текстов, написанных под рубрикой колонки, обладают сходными признаками, что позволяет судить о возможности объединения их в некий особый, новый жанр публицистики. И хотя говорить о существовании полноправного жанра колонки пока еще рано, есть все основания утверждать, что формирование его уже началось, и что культурно-историческая ситуация, сложившаяся в стране, способствует появлению новой жанровой формы. В этом смысле современная колумнистика медленно, но верно становится постмодернистской версией «дневника писателя»: политика, экономика, спорт оказываются лишь поводом для культурологических и мировоззренческих построений.

Таким образом, подчеркивая, что колонка еще не устоялась как жанр в системе жанров отечественных СМИ и номинативно не обозначена, можно сказать, что в настоящее время идет процесс ее становления, и существуют все предпосылки для появления нового жанра.

Источники и литература

1. *Кройчик Л. Е.* Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–167.
2. *Розанов В. В.* Собр. соч.: в 30 т. М., 2006. Т. 22. Признаки времени: статьи и очерки 1912 г. Письма А. С. Суворина к В. В. Розанову. Письма В. В. Розанова к А. С. Суворину. 430 с.
3. Genre // WordNet 2.0. Princeton University, 2003. URL: <http://dictionary.reference.com/search?q=00-database-info&db=wn> (дата обращения: 05.03.2011).
4. Genre // The American Heritage Dictionary of the English Language, Fourth Edition. URL: <http://dictionary.reference.com/search?q=genre> (дата обращения: 05.03.2011).
5. Column // Writer's Encyclopedia. URL: <http://www.writersmarket.com/encyc/c.asp> (дата обращения: 05.03.2011).
6. Kolumne // Wikipedia, der freien Enzyklopädie. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kolumne> (дата обращения: 05.03.2011).

7. *Casals Carro M.J.* La columna periodística: de esos embusteros días del ego inmarcitable. URL: http://www.ucm.es/info/emp/Numer_06 (дата обращения: 05.03.2011).

8. *Twomey S.* The Case Of The Vanishing Columnist // Columbia Journalism Review at Columbia University's Graduate School of Journalism. 2005. Issue 5. September/October. URL: <http://www.cjr.org/issues/2005/5/twomey.asp> (дата обращения: 05.03.2011).

9. *Abate T.* Cause if you ain't Mass Media, you're Mini Media // MiniMediaGuy. URL: http://minime-diaguy.org/2005/10/call_it_columnism.php (дата обращения: 05.03.2011).

Статья поступила в редакцию 25 января 2011 г.