

## КОЛУМНИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ ЖАНРОВОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

© 2007 С.С. Успенская

*Воронежский государственный университет*

О том, что “все смешалось в системе жанров отечественной журналистики”, говорили еще советские исследователи процессов жанрообразования. Однако на рубеже тысячелетий констатировать это и не предложить своей, “эксклюзивной” жанровой структуры считалось уже “дурным тоном”. Сегодня наряду с советской, уже явно не классической, системой жанров появились, нашли своих сторонников и развиваются подходы, предложенные профессорами Прониным, Кройчиком, Тertyчным.

Отличительной чертой нашего времени является и понятие гибридизации: жанры не просто умирают и рождаются, они органично используют друг друга, производя на свет такие жанровые симбиозы, что даже опытный исследователь не может их идентифицировать.

Говоря о тенденциях развития современных отечественных массмедиа, стоит отметить и еще одну — к экспансии западных форм журналистики. Благодаря проникновению в отечественную медиасреду западноевропейских и американских (англо-саксонских, “островных”) моделей журналистики, в том числе и жанровых форм, в обиход и теоретиков, и практиков появились новые определения для таких, в общем-то, знакомых нам понятий, как “колонка”, “журналистское расследование”. О них, вслед за западными коллегами, заговорили как об особых текстовых структурах.

Еще пятнадцать лет назад колонка была знакома российским читателям лишь на примере частного случая, а именно в виде “колонки редактора” какого-либо издания. Но тенденции изменения российского информационного поля, а также общемировые, в том числе постмодернистские тенденции, привели к тому, что сегодня колонка одна из самых востребованных на страницах российских СМИ текстовых форм.

Именно колумнистика, на наш взгляд, наиболее полно отражает процессы, происходящие в современном информационном пространстве. Уже в течение довольно долгого времени вокруг этого

термина идут споры. Одни исследователи теории журналистики говорят о том, что колонка — строго определенная количеством строк вертикаль на газетной странице — является рубрикой, другие — о том, что она является видом комментария, третьи называют ее разновидностью эссе, четвертые замечают, что колумнистика как таковой у нас в стране вообще не существует, пятые называют авторскую колумнистику последним оплотом свободной политической мысли и совестью нации.

Рассматривая вопрос о жанре колонки в западной журналистике, в первую очередь стоит говорить о иной жанровой классификации, которую используют в США, да и в Европе. Для англо-саксонской модели журналистики жанр — 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, а под жанрами подразумеваются группы текстов, сходные 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], то есть само понятие жанра отличается от принятого в российской теории литературы и журналистики. Если отечественные исследователи пытаются анализировать природу жанра, то их западные коллеги просто объединяют тексты в весьма условные группы для удобства практиков.

Вместе с тем американские журналисты значительно больше внимания, чем их европейские коллеги, уделяют не форме, а содержанию публикуемых материалов.

Один из основных законов англо-саксонской журналистики гласит: новости и комментарий к

ним должны печататься отдельно. Один из самых известных в Англии редакторов К. П. Скотт (“Гардиан”) говорил: “Факты священны, комментарий свободен”, — подчеркивая тем самым, что у каждого человека есть свое мнение, но лишь немногие обладают подлинной информацией. Разделение между новостями и комментарием закреплено в существующей на Западе традиции собирать комментарии на определенных страницах.

Исторически жанр колонки возник как “человеческий комментарий” к событию, про которое уже распространились сухие новостные сводки.

Так что же представляет собой западная колумнистика?

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 одну колонку; 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” [7].

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” [5].

Испанцы, у которых теория журналистики, в отличие от их англоязычных коллег, разработана очень серьезно (а развитие колумнистики, аналогично нашей, было прервано франкизмом, а затем началось снова), уделяют колонке много места не только на газетных и журнальных полосах, но и в учебниках по журналистике и научных статьях. Мария Иисус Касальс Карро, профессор факультета журналистики Мадридского университета: “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 то, что стоит ее подпись, и это выражается в зависимости от таланта личности. Колонка — это статья-мнение, которая может быть размышляющей или, наоборот, неразмышляющей; направляющей или загадочной; аналитичной или страстной, осуждающей или предписывающей, всегда оценивающей, субъективной, потому что она не может быть другой” [2].

Колумнистика — чаще всего атрибут качественной прессы, которая оказывает свое влияние на общество информированностью, аналитичностью, способностью предвидеть будущее, а не громадными тиражами. Кроме того, качественная пресса способна влиять на умонастроения элиты, принимающей важные решения. Отсюда и особые, повышенные требования к колумнистам.

Чтобы стать колумнистом, надо сначала заработать себе имя. В типичной американской ежедневной газете, где штат значительно превышает сотню (а иногда и не одну) человек, писать редакционные статьи и вести рубрику могут только два-три наиболее подготовленных журналиста по указанию главного редактора. На колонку известного автора могут подписываться газеты, как, скажем, на информацию Ассошиэйтед Пресс или другого информационного агентства. Таким образом, одна и та же колонка авторитетного журналиста может появиться в газетах Северной Каролины и Калифорнии, Массачусетса и Техаса в один и тот же день.

В последнее время в американской прессе идет активная дискуссия по поводу исчезновения колумнистики, ее исчезновения именно в ежедневной городской газете, в которой колумнист — есть голос и совесть гражданского общества. Многие, как Дейв Либбер, колумнист “Fort Worth Star-Telegram” и председатель ежегодного съезда Национального общества газетных комментаторов, винят в этом самих колумнистов, которые стали “ленивыми, неактивными, неострыми” [6], другие объясняют все изменениями в сознании аудитории, которой нет дела до того, что происходит в городах, у которой ни “общей жизни”, ни даже “общего образа жизни”, а кто-то, как Дэн Гилмор, бывший колумнист, автор книги “We, The Media”, говорит об изменении самого информационного поля, когда на место привычной городской колумнистики приходит (по образному вы-

ражению журналиста Тома Эбата) “мини-колумнистика”, когда “Золотой век колумнистики” прошел, не стало талантливых журналистов прошлого (среди которых называют Майка Ройко, Хёрба Кэна, Джимми Бреслина), а голоса тех, кто остался, уже недостаточно сильны, чтобы перекричать пятьсот телевизионных каналов [1].

Говоря о появлении колумнистики в российской публицистике, в первую очередь стоит сказать о тех изменениях современного информационного поля, которые пережила Россия в начале 1990-х. Наиболее полную характеристику этих изменений мы находим у Л. Е. Кройчика [9].

Так, 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 явственнее 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...

Третья особенность современной российской прессы, по Л. Е. Кройчику, — “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.

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...

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” [9].

Если проанализировать эти выводы в контексте нашего исследования, то можно немного переиначить слова Л. Е. Кройчика, заметить, что все это дает возможность для развития не только эссеистики и фельетона, но и колонки. Поскольку колонка как раз и берет свое начало с одной стороны с сугубо практического оформительского момента, а с другой — ее родоначальниками во всем мире являются как раз жанры эссе, фельетона, комментария.

Еще одно интересное замечание, связанное с вечной оппозицией информация — комментарий, новость — мнение, дает С. Митрофанов: “В течение долгого времени информационная журналистика отрицала авторские колонки и даже на какое-то время смогла вытеснить их на периферию, но именно сейчас идет процесс возвращения авторов, поскольку выработался такой механизм, что осмысление политики происходит исключительно в авторской колонке. И больше нигде. Она как бы заменяет нам парламент (потерявший гражданское значение) и гражданское общество” [10].

Говоря о существенных изменениях, которые претерпели российские СМИ и, в частности, жанровая структура газеты, после перестройки, можно привести несколько цифр. Так, согласно анализу представительного корпуса газетных текстов за 1997 г. (более 3 тысяч текстов 11 газет различной политической направленности и региональной принадлежности), можно с уверенностью говорить о перестройке в системе газетных жанров. Количественное соотношение текстов различных жанров на страницах газет может свидетельствовать об устаревании одних жанров, актуализации других в связи с изменением языкового вкуса, переосмыслением роли печати в обществе и другими экстралингвистическими факторами. “Практически исчез жанр передовой статьи; публикации, отражающие позицию газеты, занимают ее место на газетной полосе, но не заменяют функционально.

Близки к исчезновению жанры фельетона и памфлета. В ряде изданий их функции берут на себя такие жанровые формы, как “личная колонка”, но чаще используются жанровые возможности комментария и комбинированные формы (корреспонденция, комментарий и др.)” [11].

С появлением Интернета лишь очень небольшое время отделяло нас от того момента, когда колумнисты получили также и сетевую прописку. Однако понадобился достаточно долгий период “созревания”, прежде чем выяснилось, что “колонка” в применении к Интернету – это все-таки, говоря образно, “химия”. Объединившись, колонка и Интернет подарили миру блоги. Именно они дают возможность получить в сети информацию о том, как относятся к этим фактам те, чье мнение по многим вопросам совпадает с вашим собственным. Так, в сетевых СМИ начинают осуществляться некоторые, отсутствующие ранее социально-психологические функции массовой коммуникации, такие как функция аффилиации (приобщения к конкретным социальным группам, сопричастности с ними) и самоутверждения.

Несомненно, подходы к жанрообразованию в журналистике на рубеже тысячелетий изменились. С одной стороны, мы видим тенденцию к его усложнению и, соответственно, к усложнению жанровой структуры<sup>1</sup>. С другой стороны – к упрощению системы журналистских жанров<sup>2</sup>. По мнению некоторых исследователей, современный жанр довольствуется ролью “помощника”, представления о нем помогают журналисту выполнить ту или иную конкретную творческую задачу, упрощают взаимопонимание между коллегами. Для решения конкретной задачи журналист достаточно часто пользуется элементами практически всех, известных ему, жанров. Происходит так называемая “гибридизация” жанров, рождаются даже относительно устойчивые “гибридные” формы. И это при том, что вариантов творческих задач со временем становится ничуть не больше, скорее наоборот.

Итак, жанр категория хоть и устойчивая, но изменяющаяся; с течением времени жанры могут умирать, рождаться новые, могут появляться гибридные формы. Значит, можно выделить новый жанр, если он отвечает определенной классификации или определенным категориям.

Кроме того, доказывая тезис о том, что в современном газетном мире авторская колонка из рубрики постепенно превращается в публицистическую жанровую (наджанровую) форму, имеющую свои особенности, мы можем вспомнить прецедент с фельетоном, рождение которого относят к 28 января 1800 г., когда в парижскую газету “Журналь де деба” (“Journal des Debats”) был впервые вложен дополнительный листок (feuilleton), в котором стали печататься объявления, театральные и музыкальные рецензии, сообщения о модах, шарады, словом, не политические, не официальные материалы. Точнее, это было рождение рубрики, а не жанра. С увеличением формата газеты фельетоном стали называть её “подвал”. Под рубрикой фельетона печатались даже романы (“Парижские тайны” Э. Сю, “Три мушкетёра” А. Дюма), давшие начало “роману-фельетону”, ориентированному на вкусы массового читателя. Материалы под рубрикой фельетона нарушали официальную серьёзность, шаблонность и абстрактность казённого стиля, хотя нередко тяготели к развлекательной нравоописательности. Даль определил фельетон как “отдел рассказней в газете” [13]. Постепенно разнородные тексты, объединяемые одной только рубрикой, пришли к единой форме, обрели общие признаки и сейчас едва ли кто-то усомнится в том, что фельетон давно стал полноправным журналистским жанром, к сожалению, сегодня умирающим.

Так почему же многие современные исследователи отвергают возможность появления жанра авторской колонки?

Чаще всего сегодня встречается взгляд на колонку как на рубрику и его можно сформулировать так: колонка – это авторская рубрика, которую каждый автор заполняет по собственному усмотрению, и в частности, пишет тексты в любом удобном ему жанре. В таком случае логичным представляется выяснить, какие жанры преобладают, какие являются обычными для этой рубрики, и можно ли вообще отнести все тексты, написанные под рубрикой колонки, к известным нам жанрам, и есть ли основания относить тексты, написанные в колонке, к особой жанровой форме?

Однако, анализируя тексты современных колумнистов, а также различные определения, которые дают колонке российские и зарубежные исследователи, мы приходим к выводу, что значи-

<sup>1</sup> Здесь можно обратиться к работам профессора А. А. Тertyчного, предлагающего больше двух десятков жанровых разновидностей только в аналитической группе. См., например, – Тertyчный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тertyчный – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

<sup>2</sup> Известный политолог и редактор В. Т. Тertyяков в своем курсе лекций говорит всего о четырех известных ему жанрах журналистики: информации, репортаже, интервью и статье. – Тertyяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / В. Т. Тertyяков. – М., 2004. – 820 с. – С. 623.

тельная 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 жанрообразующими признаками ни того, ни другого, и что в этом месте между аналитическими жанрами и художественно-публицистическими есть некий “зазор”, который, в принципе, может быть заполнен каким-то новым жанром. Мария Иисус Касальс Карро: “Одна из характеристик колонки — это то, что форма выражения важна так же, как и содержание. Форма и глубина. И что это литературный продукт, употребляемый массами, значит, очень широкой и торопливой публикой. Отсюда ее вынужденная краткость: на небольшом пространстве нужно представить тему или проблему, о которой все будут говорить, развивать аргументы с большой риторической изобретательностью и сформулировать последний абзац так, чтобы это было больше, чем суждение, закрыть круг вопросов, открытый в принципе, абзац, который хочет оставить след. Поэтому колонка может сочетать, как никакой другой жанр журналистики мнений, качества литературы с ее безапелляционностью мнений, с образом художника, связанным с жизненной идеологией или чувствами, которыми писатель хочет поделиться. Колонка не привязана к непосредственной актуальности. Часто ее заботят те случаи или проблемы, которые не являются новостями, потому что остались вне круга внимания; в другие разы она достает факты, которые уже остались в прошлом среди информационной быстротечности, но ценны своим индивидуальным содержанием; также возможен личный анализ — идеологический, эмоциональный — дел минувших. Или просто внутренняя рефлексия. Или литературное развлечение. Или упражнение на проверку принципов и убеждений. Или ничего. На самом деле, колумнист не принимается за работу, чтобы написать о чем-то конкретном... просто, чтобы написать. Важна форма и манера, представляющая издание” [2].

При анализе колонок современных авторов мы можем отметить, что значительная группа текстов, написанных под рубрикой колонки, обладает сходными признаками, что позволяет говорить о возможности объединения этих текстов неким особым, новым жанром публицистики. И хотя говорить о существовании полноправного жанра

колонки пока еще рано, есть все основания утверждать, что формирование этого жанра уже началось и что культурно-историческая ситуация, сложившаяся в стране, способствует появлению новой жанровой формы.

Таким образом, подчеркивая, что колонка еще не устоялась как жанр в системе жанров отечественных СМИ, мы полагаем, что в настоящее время идет процесс ее становления, есть все предпосылки к появлению нового жанра.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Abate T. Cause if you ain't Mass Media, you're Mini Media / Tom Abate // MiniMediaGuy — ([http://minimediaguy.org/2005/10/call\\_it\\_columnism.php](http://minimediaguy.org/2005/10/call_it_columnism.php))
2. Casals Carro M. J. La columna periodística: de esos embusteros dnas del ego inmarchitable / M. J. Casals Carro — ([http://www.ucm.es/info/emp/Numer\\_06](http://www.ucm.es/info/emp/Numer_06))
3. Genre. — WordNet 2.0, Princeton University, 2003 — “G”. — (<http://dictionary.reference.com/search?q=00-database-info&db=wn>)
4. Genre. — The American Heritage Dictionary of the English Language, Fourth Edition — “G”. — (<http://dictionary.reference.com/search?q=genre>)
5. Kolumne. — Wikipedia, der freien Enzyklopadie. — “K”. — (<http://de.wikipedia.org/wiki/Kolumne>)
6. Twomey S. The Case Of The Vanishing Columnist / Steve Twomey // Columbia Journalism Review at Columbia University's Graduate School of Journalism. — 2005. — Issue 5: September/October. — (<http://www.cjr.org/issues/2005/5/twomey.asp>)
7. Writer's Encyclopedia. — “C”. — Column — (<http://www.writersmarket.com/encyc/c.asp>)
8. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка / В. Даль // В 4 т. — М.: Прогресс, Универс, 1994. — Т.4. — С. 1136.
9. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С. Г. Корконосенко — СПб.: Знание, СПБ ИВЭСЭП, 2000. — 272 с.
10. Митрофанов С. Эфэбэзация страны или всегдашние фобии авторов? / С. Митрофанов. — (<http://www.smi.ru/print/?id=20691>)
11. Савчук С. О. Об эволюции в системе жанров современной русской газеты / С. О. Савчук // Русский язык: исторические судьбы и современность. — М., 2001. — 480 с. — С. 266-267.

*Рецензент — Ю. А. Гордеев.*

Статья принята к печати 08.12.2006.