

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
Институт социально-гуманитарных наук  
Факультет «Журналистика»  
Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, редактор сайта «Бизнес  
и культура»

\_\_\_\_\_ М.Ю. Шевелев  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., проф.

\_\_\_\_\_ Л.П. Шестеркина  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**МЕСТО КОЛУМНИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ РОССИИ И США**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
РАБОТЕ

ЮУрГУ–42.03.02.2018.085.ПЗ.ВКР

Консультант

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Руководитель ВКР, к. фил. н., доц.

\_\_\_\_\_ Е.С. Золотова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Автор ВКР

студент группы СГ-411

\_\_\_\_\_ В.О. Рашевских

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Нормоконтролер, к. фил. н., доц.

\_\_\_\_\_ Е.С. Золотова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Челябинск 2018

## АННОТАЦИЯ

Рашевских В.О. Место колумнистики в современных СМИ России и США. – Челябинск: ЮУрГУ, СГ-411, 2018. – 63 с., библиогр. список – 73 наим., презентация.

Ключевые слова: журналистика, колумнистика, жанр, колонка, авторская колонка

В данной выпускной квалификационной работе объектом исследования является колумнистика в современных СМИ России и США.

Предметом исследования выступают особенности колумнистики и перспективы ее развития в России и за рубежом.

Объект исследования – колумнистика в современных СМИ России и США.

Цель работы – определить место колумнистики в современной журналистике, выделить стилистические особенности колонки и рассмотреть ее с точки зрения жанрового многообразия.

Задачи работы – дать определение понятиям авторская колонка и колумнистика, проследить историю становления колонки в России и США, выделить ее стилистические особенности и описать современное положение в системе СМИ.

Новизна работы заключается в попытке систематизации взглядов в определении места колумнистики и колонки в жанровой классификации.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем в определении жанровой принадлежности такой формы авторского выражения как колонка. Способствует стандартизации, классификации и упорядочиванию взглядов различных исследователей на проблему определения места колумнистики в средствах массовой информации.

Работа может представлять интерес для журналистского и научного сообществ, авторов-колумнистов.

## ANNOTATION

Rashevskikh V.O. The idea of column in contemporary mass media of Russia and the USA. – Chelyabinsk: SUSU, SG-411, 2018. – 63 p., bibliography – 73 titles, presentation.

Key words: journalism, columnism (columnistic), genre, column, author column

This diploma work presents columnism in contemporary mass media of Russia and the USA as a subject of researching. The subject of researching is appeared to be the history of foundation and perspectives of development columnism in Russia and abroad.

The purpose of work is to identify a place of columnism in the econtemporary journalism, to distinguish the stylistic peculiarities of the column and to examine it from the point of view of the genres variety.

The tasks of the work-to give a definition to the concepts of author column and columnism, retrace the history of foundation of the column in Russia and the USA, to distinguish its stylistic peculiarities and describe its current contemporary place in the system of mass media.

The novelty of this the research paper is contains of the attempt to systematize the opinions of the definitions of the place of columnism and the column in genre classification.

Researching results – this work is orientated on the solution of the actual issues in distinguishing of genre belonging such kind of author expression as the column. It also facilitates to standardization, classification and systematizing of the different researchers opinions which appeared due to the problem of distinguishing the place of columnism in mass media. This work can be of interest to journalism and science communities, authors-columnists.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 РОЛЬ КОЛУМНИСТИКИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	
1.1 Авторская колонка как журналистский жанр: понятие и общая характеристика.....	9
1.2 История становления и перспективы развития колумнистики в России и за рубежом .....	15
1.3 Лингвистические способы создания образности в колонке: теоретический аспект.....	21
2 СОВРЕМЕННАЯ КОЛУМНИСТИКА В УСЛОВИЯХ ГИБРИДИЗАЦИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ ЖАНРОВ	
2.1 Жанровые и лингвистические особенности колонок в российских СМИ на примере журнала «Сноб».....	27
2.2 Жанровые и лингвистические особенности текстов в жанре колонки в США на примере журнала «GQ».....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	57

## ВВЕДЕНИЕ

В современном мире информация, благодаря развитию технологий, распространяется молниеносно, медиарынок насыщен новостями, заметками и короткими сообщениями о фактах. Однако появляется потребность аудитории в контенте, содержащем аналитику и оценку: ответы на вопросы о перспективах развития ситуации, ее причинно-следственных связях, выражение отношения журналиста к происходящему. Соответственно, возрастает спрос на жанры журналистики, которые допускают аналитику и личную оценку автора. Так, один из самых ярких жанров, отвечающих данным критериям – авторская колонка.

**Актуальность** темы работы и практический аспект связан с тем, что не все ученые едины во мнении относительно целесообразности выделения жанра авторской колонки и в определении ее новизны. Ряд исследователей, как В.М. Галич, С.С. Ярцева считают, что это не разновидность художественной публицистики, а самостоятельный журналистский жанр. Однако С.С. Ярцева не приравнивает все тексты, которые публикуются в колонках, к отдельному жанру, разделяя понятия «колонка как жанр» и «колумнистика». Определение таких понятий как колумнистика и авторская колонка также вызывает вопросы со стороны научного сообщества: например, в работах Ю.А. Гордеева, отмечается, что колумнистика шире по своему значению авторской колонки, а значит, она вбирает в себя все произведения авторской колонки.

В условиях современного жанрового разнообразия в средствах массовой информации важно понимать тенденции и принципы формирования тех или иных видов текста. Форма и содержание, а также динамика сообщений средств массовой информации, оказывают влияние на психологическое состояние аудитории и ее отношение к внешнему миру.

Анализируя потребности аудитории, журналист отражает запросы потребителя «инфо-продукта» и в то же время направляет читателя (зрителя, слушателя) в медиaprостранстве, предлагая множество жанров для подачи

материала. Здесь журналистика предоставляет автору инструменты создания текста, в том числе и жанры. Одним из самых интимизированных жанров (близких в коммуникации между автором и читателем) выступает авторская колонка, предлагающая аудитории не только факты, но и их интерпретацию, размышления, критику и глубокий анализ.

**Степень научной разработки** проблемы в выпускной квалификационной работе подтверждается исследованиями этой области. Таким образом, научную базу составили труды теоретиков журналистики: Л.Е. Кройчика, С.Г. Корконосенко, А.А. Тертычного, литературоведа М.М. Бахтина. Проблемы жанровой разновидности рассмотрены в работах М.Ю. Горохова, Ю.А. Гордеева. Е.В. Комаровой, также особое внимание колумнистике в своих исследованиях уделяют В.М. Галич, С.С. Успенская, Е.М. Деяк-Якобишина, С.С. Ярцева.

Однако стоит отметить, что многие исследователи не имеют единого мнения в подходе к определению основополагающих понятий темы. В связи с чем существует потребность в разработке этого направления.

**Объектом** исследования является колумнистика в современных СМИ России и США.

**Предметом** исследования выступают особенности колумнистики и перспективы ее развития в России и за рубежом.

**Цель**, которую мы ставим в своем исследовании, состоит в определении места колумнистики в современной журналистике, стилистических особенностей авторской колонки и рассмотрения ее с точки зрения жанрового многообразия. В соответствии с целью, предпринимается решение следующих **задач**:

- 1) дать определения понятиям авторская колонка и колумнистика;
- 2) проанализировать историю развития жанра колонка в России и США;
- 3) выявить стилистические особенности колонки;
- 4) сформулировать современное положение колумнистики в системе СМИ;
- 5) изучить жанровые и лингвистические особенности колонки на примере журналов «Сноб» и «GQ».

В работе использованы общенаучные **методы** для структурированного подхода и осмысления возникновения колумнистики как явления и авторской колонки: индукция, дедукция, анализ и синтез данных. Метод анализа контента используется для выделения особенностей текстов, их лексических отличий и обнаружения жанровых признаков, используем метод когнитивного анализа для того, чтобы на основе эмпирического материала, рассмотреть авторский стиль как основу жанра колонки в журналистских текстах. Также, в работе использован метод сплошной выборки текстов.

**Эмпирическую базу выпускной квалификационной работы** составили сорок восемь текстов, опубликованных в печатных изданиях и (или) их интернет-версиях (двадцать четыре текста из российского издания «Сноб» и двадцать четыре из американского издания «GQ» соответственно). В период с 16 мая 2017 года по 16 мая 2018 года.

**Научная новизна работы** заключается в попытке системного подхода к изучению жанра колонки, в попытке обобщить имеющуюся теоретическую исследовательскую базу при анализе текстов. Кроме того, в работе предлагаются рекомендации по жанровому определению колумнистики и авторской колонки, выделяются ее стилистические особенности и характеристики.

**Практическое значение** работы заключено в возможности упорядочивания предыдущих научных изысканий и в обобщении заведомо конфликтующих точек зрения на рассматриваемую проблему. Предпринимается попытка систематизировать имеющуюся информацию по вопросу жанровой идентификации авторской колонки.

**Структура и краткое содержание работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав и пяти параграфов, заключения, списка использованных источников из 73 пунктов. Объем работы – 63 страницы.

# **1 РОЛЬ КОЛУМНИСТИКИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

## **1.1 Авторская колонка как журналистский жанр: понятие и общая характеристика**

Развитие технологий непосредственно влияет на медиасреду. Появление интернета и возможностей высокоскоростной передачи данных значительно увеличили количество доступной информации, а технологии телевидения, такие как HD, все больше приближают зрителя к очевидцу на месте событий, создавая качественную картинку на экране. Эффект присутствия в актуальном контексте становится все более сильным.

Тот темп, с которым развиваются современные мировые СМИ, создает благоприятные условия для развития коммуникации, диалога с аудиторией. В связи с тем, что потребность в новой и актуальной информации удовлетворяется практически полностью (о чем свидетельствует количество зарегистрированных СМИ, разнообразие редакционных политик и существование альтернативных интернет-каналов, откуда информация может распространиться далее по каналам коммуникации), потребитель (читатель) стремится к пониманию и интерпретации прочитанного, увиденного, к альтернативному мнению авторитетных лиц.

Информация, которая изобилует подробностями, фактами, зачастую нуждается в разъяснении, комментариях, т. к. потребитель, находясь в постоянном потоке сведений, не успевает качественно ее проанализировать и осмыслить. Возрастает интерес к форме субъективного высказывания, которое реализуется в таких журналистских жанрах как эссе, авторская колонка, репортаж



(соединяет в себе преимущества оперативной передачи информации с ее анализом<sup>1</sup>), статья рецензия, комментарий.

Особое внимание в этом контексте заслуживает авторская колонка, которая становится для потребителей информации своеобразным элементом, включенным в картину мира, отражает факт и в то же время, выступает как оригинальное произведение, в котором часто поднимаются самые актуальные проблемы, обсуждаются характерные черты современного общества. А колумнист, предлагая персонализированную точку зрения, выступает одновременно и собеседником, с которым можно согласиться или нет (а на некоторых сайтах СМИ и вступить в открытый диалог), и авторитетной фигурой.

Попытки осмыслить влияние колумнистики и авторской колонки на развитие средств массовой информации, а также определения их места в современной системе СМИ, предпринимались рядом ученых, среди них: М.М. Бахтин, М.Ю. Горохов, Ю.А. Гордеев, С.С. Успенская, Е.В. Комарова, Л.Е. Кройчик, С.Г. Корконосенко, А.А. Тертычный, Е.М. Деяк-Якобишина, С.С. Ярцева и другие. В настоящее время существует несколько полярных точек зрения на рассматриваемую проблему.

Такое многообразие взглядов обусловлено процессом гибридизации, взаимного воздействия жанров друг на друга, а также возникновением новых форм и обратного процесса – исчезновением некоторых функциональных жанров. Данные процессы усложняются и тем, что на отечественную журналистику в целом воздействуют западноевропейская и американская модели. Так как в своей основе она имеет отличный от истории журналистики России контекст, возникает вопрос в определении некоторых понятий. «Благодаря проникновению в отечественную медиасреду западноевропейских и американских (англо-саксонских, «островных») моделей журналистики, в том числе и новых жанровых форм, в обиходе и теоретиков, и практиков, появились новые определения для

---

<sup>1</sup>Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров//Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С.Г. Корконосенко – СПб.: Знание СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272 с.

таких, <...> понятий, как «колонка», «журналистское расследование». О них, вслед за западными коллегами, заговорили как об особых текстовых структурах<sup>1</sup>».

В исследовании мы руководствуемся научными разработками Ю.А. Гордеева, и вслед за ним, будем придерживаться разграничения понятий «колумнистика» и «авторская колонка».

Для понимания практических, теоретических и методологических аспектов колумнистики и авторской колонки, мы считаем необходимым рассмотреть исторические предпосылки возникновения, формирования и эффективности применения системы журналистских жанров в практике СМИ. Изучение такого спорного на сегодняшний день явления, как колумнистика, и понятия авторской колонки требуют опоры на обширный исторический контекст.

Прообразы некоторых современных жанров известны еще с древности (заметка, репортаж, отчет и прочие как прообраз актуальной формы). С появлением первых газет и развитием периодики в целом, их жанрообразующие характеристики очерчивались все более ясно. Однако только в XX веке, параллельно с процессом возникновения и утверждения учебных заведений с возможностью журналистского образования, с необходимостью глубокой научной разработки теоретической базы знаний, сложилась система жанров, которая долгое время считалась наиболее функциональной.

В теории журналистики в послевоенный период такими исследователями жанрового разнообразия как А.Л. Мишури<sup>2</sup>, Н.В. Колесов, Н.П. Емельянов, формируются основы деления жанров журналистики на три группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические. С 1970-х годов утверждается традиционная классификация жанров, которая в советской школе журналистики являлась основной и фундаментальной. Жанры советской прессы четко разделились в соответствии со следующей классификацией: «информационные – заметка, интервью, репортаж, отчет; аналитические – статья,

---

<sup>1</sup>Успенская, С.С. Колумнистика: проблемы жанровой индексации / С.С. Успенская // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2007. Вып. №1. – С. 240 – 245.

<sup>2</sup>Советская журналистика и коммунистическое воспитание трудящихся / А.Л. Мишури, И.В. Кузнецов, Н.А. Шиманов и др. – М.: Изд-во МГУ. 1979. – 215 с.

корреспонденция, письмо, обзор печати, обозрение, рецензия; художественно-публицистические – очерк, фельетон, памфлет<sup>1</sup>».

В начале XXI века учеными были предложены новые классификации, отражающие изменчивость и подвижность жанрового разнообразия. Например, А.А. Тертычный ввел ранее не используемые понятия в контексте журналистики: легенда, шутка, игра, рейтинг, анекдот<sup>2</sup> и так далее. Обратной точки зрения придерживался В.Т. Третьяков, ограничивая массу жанров основными четырьмя: информация, репортаж, интервью и статья<sup>3</sup>. Все другие жанры исследователь определил как производные. Иной позиции придерживался Л.Е. Кройчик, разделив все публицистические тексты, публикуемые в прессе, следующим образом:

- оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
- оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
- исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия; исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет<sup>4</sup>.

Стоит отметить также, что данная классификация стала возможной из-за первоначального уравнивания Л.Е. Кройчиком понятий «жанр» и «текст», колонка определена в этой системе, как понятие, которое обозначается только в сопоставлении с комментарием.

Изначально термин «колонка» является переводом английского слова column. Формирование колумнистики происходило под влиянием англосаксонской модели журналистики, в классическом варианте которой факт и комментарий четко разграничиваются. Принцип «факт священен, комментарий свободен»

---

<sup>1</sup>Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста / Л.Е. Кройчик. – СПб.: Знание СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 72.

<sup>2</sup>Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М.: Изд-во Аспект Пресс, 2000. – С. 53.

<sup>3</sup>Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом / В.Т. Третьяков. — М.: Ладомир, 2004. – 710 с.

<sup>4</sup>Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста / Л.Е. Кройчик. – СПб.: Знание СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 75.

определил место мнения на полосе. Отдельное от фактографического содержания, авторское мнение, располагалось традиционно в периодическом издании на отдельно предназначенных страницах или в специальных рубриках.

Понятие «колонка» определяют как жанр или как форму, впитавшую разнообразные жанры и не имеющую собственных жанровых признаков. В зависимости от точки зрения исследователя. Мы же в своей работе будем руководствоваться следующим определением: колонка (или авторская колонка) – «это частный случай авторской рубрики в печатном или интернет-издании<sup>1</sup>».

Мы не делаем акцент на четкой, обусловленной периодичности публикаций, так как считаем, что этот критерий зависит от процесса творческого акта и если колумнист, публикации которого выходят один раз в неделю, представляет очередной текст через более длительный срок, то колонка от этого не перестает быть колонкой. Однако периодичность все же важна, определенная частотность должна обязательно поддерживаться для создания образа автора.

Колонка и авторская колонка в нашей работе представляются синонимичными понятиями и мы не разграничиваем их какими-либо индивидуальными характеристиками.

Тогда как некоторые исследователи, например, Е.М. Деяк-Якобишина<sup>2</sup>, дифференцирует эти термины, настаивая на том, что в авторской колонке присутствует не только факт, но и субъективное оценочное мнение журналиста. Мы не следуем этим взглядам в работе, так как считаем, что во всех случаях в колонке ярко выражено собственное мнение автора, а следовательно – субъективность. Также, колумнистику мы считаем смежным понятием с явлениями авторской журналистики и журналистикой мнения, вслед за Ю.А. Гордеевым. Соответственно, в исследовании мы соотносим понятия следующим образом: колумнистика шире понятия авторской колонки, она вбирает в себя все ее произведения.

---

<sup>1</sup>Гордеев, Ю.А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях. Жанровый аспект / Ю.А. Гордеев // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2015. Вып. №3. – С. 136–139.

<sup>2</sup>Деяк-Якобишина, Е. М. Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма / Е.М. Деяк-Якобишина // Вестник БДУ. Серия «Журналистика». – 2013. Вып. № 3. – С. 74–77.

Для более детального рассмотрения определим особенности авторской колонки. Это признаки формального характера, из которых можно определить следующие:

1) периодичность публикаций, как в печатной версии издания, так и в его интернет-варианте (может быть ограничена тиражом или редакционной политикой, а в некоторых случаях – авторскими возможностями создания текста)

2) закрепленное место на полосе, постоянство расположения в номере;

3) размещение в определенных рубриках (в интернет-версиях изданий эту роль выполняют отдельные вкладки, которые часто носят названия «колонки», «мнения» и прочие);

4) явное указание на авторское мнение в публикации (в этом качестве зачастую выступают подписи о возможном несовпадении мнения редакции и автора, фотография автора, ссылки на субъективную позицию в текстах).

По своей тематике колонка может быть философской, событийной, социально-политической, затрагивать экономические вопросы, быть сугубо личностной и отражать только мнение автора по поводу какого-либо события, явления.

Авторская колонка, по нашему мнению, – структурированный, отдельный функциональный жанр, который пользуется особой популярностью в современном обществе. Это отражение субъективных мыслей автора на темы, которые могут быть близки аудитории издания. Мы определяем колонку как авторские тексты со специфическими особенностями, позволяющими выделить ее на фоне других функциональных жанров, а также считаем необходимым рассмотрение жанра колонки в историческом контексте, с учетом процесса гибридизации жанров, так как на сегодняшний день авторская колонка вобрала в себя некоторые черты публицистических и аналитических жанров. По этой причине существуют разногласия в выделении авторской колонки в качестве самостоятельного функционального жанра.

## **1.2 История становления и перспективы развития колумнистики в России и за рубежом**

Принципиально разные пути развития российской и европейской, американской журналистики наложили отпечаток и на жанровое формирование, а как следствие, и на определение места колонки и колумнистики в системе СМИ.

Годом рождения европейской газетной периодики считается 1609. Местом ее появления стала Германия. Газета, начинавшаяся словами «Relation: Aller Furnemmen», была напечатана в городе Страсбурге и содержала новости из Кельна, Антверпена, Рима, Венеции, Вены и Праги. Редактором-издателем еженедельника стал типограф Иоганн Каролус, ранее занимавшийся составлением рукописных листков новостей.

В становлении европейской периодики можно выделить коммерческое ядро, представленное прессой, ориентированной на продажи, получавшей распространение благодаря интересу населения к событиям в своем городе и мире. Становление прессы в Европе началось «изнутри», т.е. инициатива исходила от населения. Данный факт подтверждает и то, что процесс появления первых газет в ряде стран сдерживался строгими цензурными порядками. Они регулировали появление печатной продукции. Был введен институт предварительной цензуры, который появился как реакция на изобретение книгопечатания. Это стало реакцией государства на неконтролируемое тиражирование идей, мнений и информации.

Если рассмотреть колумнистику в рамках европейской и североамериканской моделей, то мы увидим, что исторически колонка возникла как элемент типографического разделения границ текста. В европейских газетах с 1650-х годов такое разделение на полосе было необходимо из-за достаточно мелкого шрифта; и текст был лучше организован, а как следствие – читаем, когда разделялся на колонки.

Данный способ использовался только для облегчения восприятия написанного, а колонка не выполняла смыслообразующих функций и не отражала нюансы в стилистике материалов, в ней отсутствовали сноски, а текст печатался подряд, постепенно перетекая из одной части в другую. Первичными материалами были наиболее важные и востребованные новости, далее – менее актуальные. Это был единственный прием, который упорядочивал подачу текста.

С развитием печатного дела владельцы газет стали использовать колонку как элемент конструирования на газетной полосе. В сочетании с кегелем, графическими выделениями, колонка стала ограничивать и определять место материала на газетной полосе, также послужив средством разграничения текста. А с 1760 года колонка стала постоянным элементом композиционного построения публикаций.

В начале XIX столетия способ выделения публикации с помощью ее размещения в отдельной колонке становится традиционным и привычным. Тогда же колонка приближается по функциям к рубрике. Закрепленная в одном и том же месте, привычном для читателя, колонка представляет собой наиболее важные тексты номера. Часто размещались такие публикации, как обращение редактора, тексты именитых авторов, например в Нью-Йоркской газете «American Minerva<sup>1</sup>» (издатель Ной Уэбстер), в ней редакционные статьи печатались в обособленной колонке.

Чуть позднее формируется традиция выделять в колонке особенно важные и острые вопросы в выпуске. «Значительной датой является 6 мая 1835 года, когда редактор газеты «New York Herald» Джеймс Гордон Беннет начинает печатать социальные колонки<sup>2</sup>».

С началом XX века колонка становится привычной для читателя, печатается практически во всех крупных газетах. Многие авторы в этот период «делают себе

---

<sup>1</sup>The parisre view: unofficial site // URL: [www.theparisreview.org/blog/2014/12/09/new-yorks-first-daily-newspaper/](http://www.theparisreview.org/blog/2014/12/09/new-yorks-first-daily-newspaper/) (дата обращения: 11.03.2018).

<sup>2</sup>Ярцева, С.С. Эволюция колонки в зарубежной журналистике. / С.С. Ярцева // Мультимедийная журналистика Евразии – 2007: интегрированные маркетинговые коммуникации Востока и Запада: сб. науч. тр. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2007. – 227 с.

имя» на остросоциальных, политических темах, освещаемых ими. Таким образом, колумнист становился своего рода экспертом, если публиковался с постоянной периодичностью и освещал определенную тему, например, экономику, выход новых книг, политику или иные вопросы.

В результате развития колумнистика становится предметом массовой культуры. Самый яркий пример этому – колонки в «New York Observer», автор которых Кэндес Бушнелл. По этим публикациям кабельный телеканал HBO снял сериал «Sex and The City» с главной героиней Кэрри Бредшоу, которая, по прообразу, была колумнисткой, и повествование в сериале строилось именно на этом факте.

В настоящее время за границей сохраняется живой интерес к «журналистике мнения», колумнистике. Практически каждое качественное издание публикует в печатном выпуске или в своей интернет-версии субъективное мнение популярного, известного автора.

В Европе и Америке колонки пользуются спросом и активно обсуждаются, критикуются и создают собственное информационное пространство, где более важно мнение, аналитический разбор или прогноз, а не факт.

В истории отечественной журналистики колумнистика очерчена менее четко. Безусловно, журналистика как сфера общественных отношений в России возникает на стадии высокого социального и экономического развития, когда появляется потребность в тиражировании информации и ее распространении. Однако причины возникновения печатных изданий кардинально отличается от западных, обусловлены необходимостью информирования населения от лица государства.

Вслед за ученым в области истории русской журналистики Б.И. Есиным<sup>1</sup> мы считаем, что в России журналистика как форма индустрии появилась в начале XVIII века. Она берет свое начало от политических брошюр,

---

<sup>1</sup>Есин, Б.И. История русской журналистики (1703 – 1917): учеб. пособие / Б.И. Есин. – М.: Изд-во Флинта: Наука, 2000. – 70 с.



сводок, которые писались от руки в одном-двух экземплярах для царя и приближенных бояр.

Подобные сводки назывались «Куранты» или «Вестовые письма», они датируются 1600-ми годами. Однако первым журналистским изданием и полноценной газетой исследователи называют «Ведомости», которая стала широко тиражироваться и распространяться по приказу Петра I.

Официально-деловой стиль в печатном издании способствовал четкому выстраиванию иерархии и своевременному доведению до общественности указов, приказов, подзаконных актов и т. д. Естественно, вследствие отсутствия политических свобод, существовали и государственные ограничения в прессе, цензура, административные рамки.

В России колумнистика получила широкие возможности для развития фактически только к XX веку, когда пресса обрела общественную силу и отстаивала интересы различных политических партий и групп, обсуждала и подвергала критике государственное устройство. Тогда в прессе нашлось место для субъективного взгляда. Однако, многие публицисты и ранее выражали свое мнение, например, в передовых статьях, но массовое и бурное развитие началось именно в этот период.

Одним из публицистов, заложивших основы колумнистики в России, можно назвать М.Н. Каткова, чьи авторские статьи, регулярно выходившие в «Московских ведомостях» (1756-1917), служат примером субъективных высказываний на злободневные темы.

С 1863 года «Московские ведомости» от Московского университета переходят в аренду к М.Н. Каткову и П.М. Леонтьеву. Однако зачастую в своих публикациях М.Н. Катков критиковал как раз деятельность университета, отмечал, что главная сила его заключалась в критике «<...>которую руководило недремлющее, не поддающееся никаким обманам трезвое чувство патриотизма. Он чутко улавливал болезненные явления в русском государственном организме и в частях его, разыскивал причины этих болезней и, раз нашедши корень зла,

беспощадно нападал на него и, не останавливаясь ни перед чем, обтиличал и громил до тех пор, пока на зло не обращали внимания и не вступали в серьезную борьбу с ним<sup>1</sup>».

В истории российской колумнистики также стоит упомянуть А.С. Суворина, а именно – его работу как редактора и издателя в газете «Новое время». Яркой иллюстрацией зарождения возможностей для развития колумнистики служит письмо А.С. Суворина к В.В. Розанову, где отстаивается один из основополагающих принципов колонки: «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<sup>2</sup>».

«Маленькие письма» А.С. Суворина, выпусков которых насчитывается около 600, – личные переживания автора без четко заданного объема для публикаций и периодичности. Он пишет о том, что вызывает в нем самом эмоциональный отклик и поэтому «Маленькие письма» находят особую популярность у читателя. Такой прием, как интимизация, является отличительной чертой в авторских колонках.

Еще одна важная фигура в истории колумнистики – М. Горький. Он активно работал и регулярно писал в газету «Новая жизнь», которая была основана им же. Позднее статьи, вышедшие в «Новой жизни» были объединены в серию «Несвоевременные мысли». Название подчеркнуло основную тему публикаций – критику действий временного правительства и полемическую основу.

В Советском Союзе развитие колумнистики было искусственно приостановлено цензурой и политикой партии, однако, рубрика «колонка» все же существовала, но тексты отечественных авторов не подходили под это понятие, не существовало колонки как отдельного и особого явления. Под данной рубрикой часто публиковались только информативные материалы.

---

<sup>1</sup>Российская государственная библиотека: официальный сайт // URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01002921622#?page=550/> (дата обращения: 12.03.2018).

<sup>2</sup>Розанов В.В. Собрание сочинений в 32 т. Т. 22: Признаки времени: Статьи и очерки 1912 г. Письма А.С.Суворина к В.В.Розанову / В.В. Розанов. – М.: Алгоритм, 2006. – 430 с.

Таким образом, мы проследили, что до революции были явными предпосылки появления колумнистики в России. И если бы не возникновение СССР, в котором не было востребовано субъективное мнение (и даже считалось неуместным), то можно предположить, что колумнистика в отечественной журналистике развивалась с той же скоростью и успехом, что и на территории Америки.

Как только российское медиапространство стало более открытым (ярко можно отследить этот процесс в период перестройки), колумнистика быстро распространилась и стала близка читателю, на страницах печатных изданий стали появляться авторские колонки. «Журналистика мнений» в этот период отразила волнения, буйство мысли, разность взглядов журналистов, а также желание потребителей информации получить разностороннюю оценку современной действительности.

На сегодняшний день в России существует множество зарегистрированных СМИ, которые активно привлекают к работе колумнистов и авторов для рубрики, подобной рубрике «мнения». В основном, это качественные средства массовой информации, в которых ценится аналитический подход к материалам и авторитетное мнение. В числе таких мы считаем возможным обозначить:

- информационное агентство «РИА Новости»,
- журнал «Русский Репортер»,
- журнал «Сноб»,
- челябинский журнал «Бизнес и Культура»,
- деловая газета «Взгляд», а также прочие качественные издания (и их интернет-версии).

Из европейских и американских СМИ наиболее значимые фигуры в развитии колумнистики:

- журнал «GQ»,
- журнал «Esquire»,
- французская газета «Le Figaro»,
- американский журнал «Time»,

- британское издание «The Guardian»,
- немецкая газета «Der Spiegel» и другие.

Колумнистика в отечественной журналистике и за рубежом прошла принципиально разные пути становления. Однако в современных реалиях гибридизации и взаимном проникновении жанров друг в друга, мы считаем возможным проследить актуальные тенденции в жанре колонки, так как преобразования в равной степени касаются колумнистики как в России, так и в США.

За границей «журналистика мнения», а в частности, колумнистика, в настоящее время пользуется популярностью. Достаточно распространена практика, когда качественное печатное издание публикует в выпуске тексты с субъективной точкой зрения зачастую популярного, известного автора (или создает на сайте специальный раздел, в котором публикуются мнения).

В США и Европе активно функционирует информационное пространство, где более важно мнение, аналитический разбор или прогноз, личность, которая представляет свой взгляд на процессы, а не факт. Как мы увидели в ходе первой главы, в России процесс формирования «журналистики мнения» был приостановлен, возможно, искусственно, с вмешательством государственных процессов и цензуры. Однако, в современном медиaprостранстве мы можем наблюдать живой интерес к субъективизму, личностям колумнистов и их точкам зрения.

### **1.3 Лингвистические способы создания образности в колонке: теоретический аспект**

Для определения жанровой принадлежности текстов и их анализа в своей работе мы используем теоретические аспекты языкознания, в том числе определение композиции текста, характер связи предложений, анализ средств художественной выразительности для выявления общих черт в жанрообразующей

структуре, характерные для художественного и публицистического функционального стиля и т. д.

В нашей работе важное место занимает понятие «образность». В словаре лингвистических терминов «образности» приписывают следующие значения:

1) основная черта художественной литературы, ориентированная на создание художественных образов;

2) стилевая черта художественной речи, связанная с употреблением слов в переносном значении метафор, эпитетов, сравнений, гипербол и т.п.

Таким образом, понятие образности связано с литературоведческой стилистикой и стилистикой языка<sup>1</sup>.

Средства выразительности придают тексту «объемности», яркости, усиливают его эмоциональное воздействие на читателя. Языковые приемы создания образности могут строиться на разных уровнях языка. Выделяют фонетические, лексические, синтаксические, фразеологические изобразительные средства, тропы.

В зоне интересов нашего исследования находятся медиатексты, которые оказываются в общественном дискурсе. Дискурс понимается в данном случае как комплексная взаимосвязь многих текстов, функционирующих в пределах одной и той же коммуникативной сферы.

Медиа-дискурс в нашей работе объединяет медиатексты, которые связаны между собой тематикой человеческих отношений и мнений, социально значимых событий. Под эту категорию в нашей работе подходит обширное количество публикаций, поэтому, чтобы условно разграничить область нашего исследования, мы станем рассматривать колонки, обращенные к разным, в том числе, и политическим темам, учитывая, что образность в медиатекстах на политические темы имеет специфические особенности. Также в нашем исследовании мы рассматриваем тексты с тематической направленностью к человеческим отношениям в социуме.

---

<sup>1</sup>Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. / Т.В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2010. С. 243–244.

Мы обращаемся к печатным и медиатекстам, опубликованным на официальных сайтах изданий. Стоит отметить, что медиатексты обладают всеми свойствами текстов и для них релевантны все текстовые категории. Важным моментом формирования образа является такая текстовая категория, как интертекстуальность. Она реализуется в виде отсылки к прецедентным феноменам – текстам, высказываниям, ситуациям, именам<sup>1</sup> и относится к средствам формирования образности.

В формировании образа большую роль играет метафора. А именно – концептуальная метафора как стандартное и доступное свойство человеческого мышления.

Под концептуальной метафорой понимается когнитивный механизм, который имеет свое основание в установлении связи между концептуальными структурами (концептами) из разных областей знания. Это понятие не принадлежит к сугубо языковой сфере. Когнитивная метафора может выражаться как вербально, так и невербально (через искусство, живопись, музыку).

Исходя из теории концептуальной метафоры, ее можно характеризовать как процесс, который проходит на уровне мышления, а затем отражается в языковых структурах.

Находясь в тесной связи с культурной составляющей у носителей языка и аксиологическими (имеющими отношение к ценностям) установками, метафора обладает огромным воздействующим потенциалом. А также способствует процессу формированию стереотипов.

Часто употребительным лексическим средством языковой выразительности в текстах являются синоним. Это одни из наиболее простых средств выразительности с активным использованием стилистического потенциала языка. Выбирается среди употребительных слов такое, которое будет иметь наиболее выразительную силу и станет уместным в контексте ситуации (речи, текста). Иначе говоря, происходит выбор слова из синонимического ряда. Находится то,

---

<sup>1</sup>Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. / Ю.Н. Караулов. – М.: ЛКИ, 2010. – 264 с.

которое является отличным по оттенку смысла, степени эмоциональности, происхождения или принадлежности к лексике (общеупотребительной или сленгу, современной или устаревшей и т. д.). Синонимы (а также антонимы) в публикации могут быть контекстными, характерными для конкретного материала, авторскими.

Еще одним средством, используемым при создании образов в колонках, является антономазия. Это подмена нарицательного имени с наделением выдающихся (характерных) черт личности.

Отдельно можно выделить метонимию или частные случаи проявления этого тропа – синекдоху. Данный стилистический прием состоит в том, что название общего переносится на частное, реже – наоборот, с частного на общее.

Следующий прием, ориентированный на вызов доверия у читателей – употребление фразеологизмов и устойчивых выражений. Это своего рода культурный код, который считается носителями языка и подкрепляется семантической структурой. В данном контексте, в рамках фразеологического тезауруса, также возможно рассмотреть языковую и историческую память, психолингвистические установки. Данный прием достаточно часто употребляется, он выступает как элемент, связывающий автора текста с читателем. Также, говорит о едином менталитете, восприятии языка, исторических корнях.

Для разнообразия текстовых единиц журналисты зачастую прибегают к приему перифраза. Он позволяет разнообразить материал и избежать тавтологии в работе.

Таким образом, мы можем наблюдать как в одном абзаце одного и того же человека автор называет несколькими разными способами: по имени, должности, принадлежности к какой-либо социальной (или иной) группе.

Выражения, описательно передающие смысл другого слова или сочетания слов многочисленны, в первую очередь, из-за своей особенности: при сохранении исходного смысла дают возможность разнообразить текст.

Следует отметить, что значительную роль в системе образности колонки играет авторская позиция и авторский стиль. Автор неизбежно соотносит собственный творческий замысел и тексты с окружающим его информационным пространством, потребностями аудитории, при этом руководствуясь своим лингвистическим опытом и социальными навыками. Понимание автора, колумниста, как ключевой фигуры и жанрообразующего элемента текста в колонке, немаловажно для анализа текстов. В расчет следует брать темперамент, психолингвистические, поведенческие особенности личности. Например, могут появиться авторские слова, неологизмы, которые дадут описание явлению с яркой степенью оценки и выразят замысел журналиста наиболее полно, чем одна или сочетание нескольких привычных лексем. В таком случае свежесть, новизна слова четко определяется носителями языка.

Колумнистика, являясь по своей природе свободной площадкой для выражения субъективного мнения, позволяет реализовывать творческий потенциал журналиста за счет возможности появления оценки по отношению к предметам, событиям, личностям или явлениям.

Фигура автора и ее значение подробно описано в работе М.М. Бахтина «Автор и герой в эстетической деятельности. Проблема автора»: «автор не только видит и знает все то, что видит и знает каждый герой в отдельности и все герои вместе, но и больше их, причем он видит и знает нечто такое, что им принципиально недоступно, и в этом всегда определенном и устойчивом избытке видения и знания автора по отношению к каждому герою и находятся все моменты завершения целого – как героев, так и совместного события их жизни, т. е. целого произведения<sup>1</sup>».

Эта принципиально недоступная информация, видение и знание автора как раз заключена в стороннем, оценочном взгляде колумниста на ситуацию. Он систематизирует и анализирует фактологическую базу на основе собственной оценки и впечатлений, которые вызывает у него то или иное действие.

---

<sup>1</sup>Бахтин, М. М. Автор и герой в эстетической деятельности. Проблема автора // URL: <https://mmbakhtin.narod.ru/probl.html/> (дата обращения: 05.05.2018).



Следует отметить, что лексико-фразеологический уровень языка очень важен в контексте нашего исследования, так как в колонке, как в любом тексте, принадлежащем к публицистическому стилю, реализуется информационная и воздействующая функции. И именно анализ лингвистических способов создания образности помогает осмыслить и определить как именно и с помощью каких инструментов на читателя оказывается воздействие. На лексическом уровне можно выделить употребление крылатых слов и выражений, которые могут ассоциироваться с фразеологизмами, использование сленга, жаргонизмов. Также следует отметить частотность употребления синтаксических средств, таких, как парцелляция (расчленение текста на несколько обособленных частей с помощью пунктуации), парентетические внесения (парентеза выражает ритмику текста, расставляет акценты на паузировании), риторический вопрос, фигуры умолчания (например, предложение, заканчивающееся многоточием).

Публицистический стиль является одним из самых «восприимчивых» функциональных стилей. Такие экстралингвистические факторы, как широта тематического разнообразия для выбора журналистом основного сюжета повествования, делают этот стиль открытым к лексемам и терминологии, принадлежащим к какой-либо теме. В качестве данной лексики может выступать специфическая терминология, например, из экономической сферы.

Исходя из теоретических аспектов, которые представлены в первой главе работы, мы считаем необходимым проанализировать жанрово-тематическое разнообразие в колумнистике, лексико-фразеологический и синтаксический уровни языка в текстах, относящихся к жанру колонки.

## **2 СОВРЕМЕННАЯ КОЛУМНИСТИКА В УСЛОВИЯХ ГИБРИДИЗАЦИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ ЖАНРОВ**

### **2.1 Жанровые и лингвистические особенности колонок в российских СМИ на примере журнала «Сноб»**

В ходе работы считаем необходимым определить: какое место занимают колонки в российских и зарубежных СМИ, а именно – в качественных изданиях. Колонка предполагает осмысление, аналитизм и всегда требует времени на подготовку информации и творческого акта, именно поэтому колонка традиционно становится атрибутом качественной прессы.

В современной журналистике мы можем наблюдать усложнение жанров, гибридизацию и диффузию, проникновение их друг в друга, а некоторые новые формы еще не имеют своего названия. Колумнистика претерпевает те же изменения, подвергаясь трансформации и гибридизации жанров.

С целью изучения процессов, происходящих в современной колумнистике в условиях гибридизации и трансформации жанров, а также выделения лингвистических особенностей журналистских текстов, созданных в жанре «колумнистика», в работе анализируются тексты, опубликованные в изданиях «Сноб» и «GQ».

В исследовании мы анализируем тексты, опубликованные в данных изданиях с 13 марта 2017 года по 16 мая 2018 года. Мы считаем возможным сопоставление данных журналов (и их официальных сайтов), а как следствие – сравнение текстов, на основании того, что данные СМИ:

- являются качественными изданиями;
- в печатном виде представляют собой журналы с четкой рубрикацией и одной тематической направленностью;
- обладают схожим стилем публикаций;
- освещают схожие темы, события, явления, проблемы;

- редакционная политика учитывает предпочтения целевой группы.

Основная целевая аудитория изданий также обладает схожими характеристиками. Однако, в случае «GQ» четко выделяется гендерная принадлежность – мужчины, а «Сноб» не выделяет одну гендерную группу, но также ориентируется на мужскую аудиторию, которая, по статистике, превышает женскую в рейтинге издания. Данная аудитория, по ориентировочным показателям, в возрасте 30+, обладает средним достатком (и выше среднего). Также, «Сноб» и «GQ» (статистика составлена по данным на территории России, поэтому учитывается «GQ Russia») входят в «Топ-10» самых цитируемых журналов в СМИ<sup>1</sup>.

Журнал «Сноб» представляет собой российское СМИ, которое включает в себя печатную и электронную версии журнала (а так же приложение для сотовых телефонов). С 2011 года издание позиционирует себя как «проект для международного сообщества успешных профессионалов<sup>2</sup>» а также как проект, объединяющий авторов и аудиторию издания.

Участником проекта можно стать по подписке или по приглашению редакции. Концепция проекта «Сноб» заключается в объединении русскоговорящих людей, которые живут в разных странах и интересуются процессами, происходящими в России.

В работе мы анализируем колонки, опубликованные в печатной версии изданий и (или) их интернет-версиях. При выборке материалов мы столкнулись со спецификой рубрикации на официальных сайтах журналов. В рубриках сайта «Сноб» обозначено следующее разделение: новости, темы. Колонки, журнал, события, мнения, счастье. How to, магазин.

В официальных группах журнала «Сноб» в социальных сетях также существует рубрика «Блоги», тексты которой размещаются на официальном сайте

---

<sup>1</sup>Сноб: официальный сайт журнала // URL: <http://www.snob.ru/> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>2</sup>РИА Новости: официальный сайт информационного агентства // URL: <http://ria.ru/media/2011091/> (дата обращения: 11.05.2018).

журнала. Здесь мы считаем необходимым обозначить, как между собой соотносятся понятия «блог» и «колонка».

Существует мнение, принадлежащее С.С. Успенской<sup>1</sup>, что блог – это перешедшая со страниц газет колонка, которая обосновалась в интернет-пространстве с новым именем. Ю.А. Гордеев<sup>2</sup> в своей работе также говорит о том, что в некоторых случаях рубрику, которую отводят для колумнистики, обозначают как «Блоги».

«Сноб», по словам действующего главного редактора, Станислава Кучера, был основан как блог-платформа, когда сайт издания фактически взял на себя функции социальных сетей: такие, как комментирование актуальных событий: «Сноб в этот момент был таким клубом, который давал возможность обсуждения. Люди платили деньги, была закрытая подписка и они общались, могли писать все, что угодно. Сейчас мы понимаем, что имеем дело с массмедиа, а не с блог-платформой».

Определение материалов в соответствующие рубрики или распределение их на сайте, на практике издания происходит не столько в зависимости от четкого определения жанровой структуры и особенностей тестов, сколько по иным критериям, оказывающим влияние на редакционную политику: «Если в блогах на сайте мы встречаем хорошо написанный текст, то выносим их в социальные сети. А если совсем замечательно написанный текст, то ставим его также в колонки на сайт, как редакционный материал. Мне вообще все равно как что называется<sup>3</sup>».

Мы видим, что практикующие журналисты и в частности, редактор журнала «Сноб» не придают значения форме, в которой выражен текст, а главным критерием, определяющим место в рубрике «блоги» или «колонки» является интерес читателей к теме, качество материала.

---

<sup>1</sup>Успенская, С.С. Колумнистика: проблемы жанровой индификации / С.С. Успенская // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2007. Вып. №1. – С. 240 – 245.

<sup>2</sup>Гордеев, Ю.А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях. Жанровый аспект / Ю.А. Гордеев // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2015. Вып. №3. – С. 136–139.

<sup>3</sup>Комментарий Станислава Кучера, главного редактора проекта «Сноб», ежегодный фестиваль для журналистов «Вместе медиа» М., 21.04.2018.

Рубрика «Мнения» на сайте журнала «Сноб», в которой также публикуются субъективные материалы, и которую Ю.А. Гордеев называет в своей работе в числе рубрик, содержащих в себе колонки<sup>1</sup> («Мнения», «Колонки», «Колумнисты», «Блоги»), – еще один спорный вопрос разделения материалов.

Отличие текстов, которые содержит в себе эта рубрика, от текстов в разделе «Колонки», в том, что первые не подкреплены периодичностью и представляют собой единичные случаи выражения авторской мысли. Для удобства анализа и дальнейшей работы, мы в своем исследовании выбрали тексты, которые расположены в рубрике «Колонки» и имеют соответствующую подпись.

Мы применяем метод анализа контента, стилистического и лингвистического анализа, чтобы как можно более комплексно и целостно просмотреть особенности современной колумнистики в условиях гибридизации и трансформации жанров.

В основе работы лежит анализ лексико-фразеологического и синтаксического уровня языка, а также осмысление жанрово-тематического разнообразия в выбранных текстах, так как в некоторых случаях в колонке можно увидеть явные элементы интервью, очерка и других жанров.

В период с мая 2017 года по май 2018 года, используя метод сплошной выборки, мы просмотрели около 900 тестов, включая аналитические материалы, такие, как колонки, и новостные, такие, как заметки, репортажи и прочие. Из них, 308 в период с марта 2017 года по май 2018 года были просмотрены нами и определены как колонки по следующим критериям:

- размещаются в соответствующей рубрике «колонки» на официальном сайте<sup>2</sup> «Сноб» или в печатной версии издания;
- прослеживается периодичность публикаций, как в печатной версии издания, так и в его интернет-варианте;
- постоянство расположения в рубрике;

---

<sup>1</sup>Гордеев, Ю.А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях. Жанровый аспект / Ю.А. Гордеев // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2015. Вып. №3. – С. 136–139.

<sup>2</sup>Сноб: официальный сайт журнала // URL: <http://www.snob.ru/> (дата обращения: 16.05.2018).

- присутствует явное указание на авторское мнение в публикации: подписи и, в случае конкретного способа определения авторского материала в журнале «Сноб», – специально созданные иллюстрации с фотографиями колумнистов, которые выполнены в едином стиле для всей рубрики, в них используется одинаковый шрифт и оформление.

Мы отобрали методом сплошной выборки 24 текста из общего массива колонок, просмотренных нами в журнале «Сноб» в течение двенадцати месяцев, на основании материалов которых проводим сопоставление и анализ особенностей данного жанра в российской прессе.

По тематике колонка может представлять собой текст событийной, философской, социально-политической направленности, экономической (обращаться к экономическим вопросам), быть сугубо личной и «интимной», отражать только субъективное мнение автора по поводу какого-либо события, явления или включать несколько точек зрения.

Метод сплошной выборки предполагает, что в работе учитываются тексты любого качества, направленности, тематического разнообразия.

Таким образом, в ходе работы, нами было определено, что из общего количества рассматриваемых текстов в журнале «Сноб», отобранных методом сплошной выборки, к теме политики было обращено 29,2%, к сфере психологии, а в частности – к теме взаимоотношений мужчин и женщин – 12,5%, а 33,3% тексты имели в основе социальный аспект. Колонки, содержащие философские измышления автора составили 25%.

Так как авторская колонка представляет собой жанр, в котором фигура автора играет большую роль, повествование зачастую наделено экспрессивной и яркой лексикой. Это происходит вследствие влияния экстралингвистических факторов (таких, как демографические показатели аудитории, к которой обращается журналист, социальная структура общества, культурные и языковые особенности), тексты изобилуют тропами и фигурами, что характерно для экспрессивного, эмоционального выражения субъективной точки зрения. Мы

провели анализ контента, чтобы определить какими лингвистическими способами создания образности пользуются журналисты.

В работе мы анализируем печатные и медиатексты, которые были опубликованы на официальном сайте журнала «Сноб». Важным механизмом, которым пользуются авторы для формирования образа, выступает интертекстуальность.

Данная текстовая категория включает в себя отсылки к чему-либо, что потенциально имеет значение для читателя. Например, употребление «маркеров» в обращении к определенному поколению, как в одном из текстов колумниста «Сноб» Арины Холиной, типичные высказывания и условное моделирование ситуации или отсылки к произведениям, именам, событиям: *«Одна из ее главных заповедей: “Никогда не смей связываться с женатым мужчиной!”», «У Тэффи есть замечательный рассказ о том, как была у одного господина любовница, а его жена так страдала, что у нее всегда был повод для разговора с подружками», «спасибо, что не XVIII век», «Жена или там муж – это ведь не «железный занавес», не режим апартеида, не Северная Корея<sup>1</sup>».*

Также, тексты могут содержать отсылки к прошлому, актуализируя его современными событиями, что тоже обуславливает интертекстуальность. Например, в материале Глеба Павлоского «Человек, который раскачал лодку», мы видим следующую отсылку, сродни по своему потенциалу, аллюзии: *«Мэр Волоколамска напоминал митингующим, как славно пахло свежими булочками прежде, когда город пек пирожные для Москвы. И ТЦ «Зимняя вишня» был кондитерской фабрикой, пока не пришел транзит и промзоны не стали моллами<sup>2</sup>».*

Также, часто можно встретить «ссылки» на явления, события, значимые культурные особенности прошлого, которые целевая аудитория «считает» в соответствии со своими реалиями: *«У меня был <...> трехпрограммный*

---

<sup>1</sup>Холина, А. Он, его любовница и ее подруга / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136552> (дата обращения: 1.05.2018).

<sup>2</sup>Павловский Г. Человек, раскачавший лодку / Г. Павловский // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135912> (дата обращения 1.05.2018).

*приемник, который включался в радиорозетку. В Советском Союзе бытовала теория, что именно через эту розетку нас всех на кухне слушает КГБ<sup>1</sup>», «Я не знаю, как так получилось у создателей “Секса в Большом городе”, но девушки до сих пор его пересматривают по какому-то уже сорок шестому кругу, и он до сих пор волнует сердца и умы<sup>2</sup>».*

В основе своей интертекстуальность предполагает аналитизм, обозначение или осмысление и сопоставление нескольких явлений, событий, образов и т. д.

Метафора – один из важных инструментов формирования образности. Следует отметить, что именно концептуальная метафора, как свойство человеческого мышления, является доступной и легко воспринимаемой в тексте, когда важно создать образ. Именно поэтому она часто употребляется в авторских текстах в жанре колонки.

Практически в каждом из проанализированных нами текстов встречаются метафоры, некоторые из них: *«выпихивает на обочину<sup>3</sup>», «заметили в прилагательном некий ореол святости<sup>4</sup>», «шансов взойти на престол у него совсем мало, он на скамейке запасных числится под номером б<sup>5</sup>», «потому что прилетали из заокеанских далей<sup>6</sup>», «глупец стал агентом апокалипсиса<sup>7</sup>», «в наши дни, когда диджеи в основном льют в эфире патоку, все это не имеет никакого значения<sup>8</sup>», «от имиджа мракобесного пропагандиста уже вроде бы и не*

---

<sup>1</sup>Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>2</sup>Холина, А. Миранда vs Керри. Как наши любимые герои сериалов стали аутсайдерами / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136986> (дата обращения: 13.05.2018).

<sup>3</sup>Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).

<sup>4</sup>Туркова, К. Гопстопнадзор, кора дуба и сыроподобие: слова последних двух недель / К. Туркова // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136921> (дата обращения: 1.05.2018).

<sup>5</sup>Слоним, М. Современные нравы королевской семьи / М. Слоним // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137086> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>6</sup>Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>7</sup>Павловский Г. Человек, раскачавший лодку / Г. Павловский // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135912> (дата обращения 1.05.2018).

<sup>8</sup>Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).



*убежать<sup>1</sup>», «из сокровищницы родного языка министр Лавров», «блуждая в этих геополитических дебрях, постигаешь немного<sup>2</sup>».*

В данной роли концептуальной метафоры могут быть как простые конструкции в несколько лексем, так и более сложные, сочетающие единый смысл в нескольких предложениях, а также сложноподчиненных конструкциях: *«Мне все это хорошо знакомо изнутри: я и сам из того же поколения эмоциональных кастратов. Я еще не забыл, как тянулся за ножницами при виде чужих цветов», «Мир расстился перед ним прекрасным зеленым газоном, по которому ему было запрещено ходить<sup>3</sup>», «Многие женщины где-то с момента полового созревания уже беременны Высокими Моральными Ценностями. Плод развивается медленно, незаметно, но обязательно наступит этот момент, когда отойдут воды, начнутся схватки — и вроде бы нормальная такая веселая девица превратится в Матерь Всех Добродетелей<sup>4</sup>».*

Сравнительная легкость в построении тропа и легкость восприятия аудиторией делают концептуальную метафору такой популярной у колумнистов. Этот процесс проходит на уровне мышления, а затем отражается в языковых структурах, не требуя от носителя языка специфических усилий для осознания смысла. Данный троп отличается глубоким воздействующим потенциалом.

Синоним также выделен нами как часто употребительный лексический прием языковой выразительности в выбранных текстах. Синоним – один из наиболее простых инструментов для создания образности. С помощью синонимического ряда, автор может создать, например, систему эпитетов в тексте. Колумнисты часто прибегают к подобному подбору слов. Так, мы можем увидеть это в материалах на следующих примерах: *«не несчастный случай, а дикий кошмар<sup>5</sup>»*,

---

<sup>1</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08. 2017).

<sup>2</sup>Мильштейн, И. Негаданная Мьянма / И. Мильштейн // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128645> (дата обращения: 5.09.2017).

<sup>3</sup>Батлук, О. Неправильная лирика / О.Батлук // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137082> (дата обращения: 9.05.2018).

<sup>4</sup>Холина А. Он, его любовница и ее подруга / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136552> (дата обращения: 6.05.2018).

<sup>5</sup>Богомолов, Ю. Лицемерие национального масштаба / Ю. Богомолов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135627> (дата обращения: 13.05.2018).

*«инаугурация прошла совершенно буднично<sup>1</sup>», «Милое лукавство Лукича еще наглядней в другом диалоге с ходоками», «Поскольку первым плутовским романом в литературе была “Одиссея”», «смотрит на суетливую власть с подозрением», «Равнодушного аполитичного избирателя надо было позвать на участки», «с их дисциплинированным электоратом», «в абсурдно-забавном виде перечисляют угрозы», «отвечает бунтарю злоеца фигура<sup>3</sup>», «Ведь все попытки запретить бессмысленны и будут работать очень короткое время<sup>4</sup>». «кто живет в разваливающихся пятиэтажках с видом на НПЗ», «плотно застроенный небоскребами из пенобетона<sup>5</sup>», «увесистый том<sup>6</sup>», «вообще это вопрос гадательный», «на основании каких изысканий», «по-настоящему роскошный подарок», «неравнодушной общественности<sup>7</sup>», «эта всемирная отзывчивость Кадырова<sup>8</sup>».*

Далее следуют примеры из текста колумниста журнала «Сноб» Федора Крашенинникова «Чья Каталония<sup>9</sup>?», который также изобилует эпитетами и представляет собой яркий, эмоционально окрашенный материал: *«Мариано Рахой опирается на весьма шаткую поддержку в парламенте», «за абстрактное единство страны», «из богатых регионов», «растленной и злобной Москвой», «лидеры Женералитата начинают казаться носителями всего светлого и прекрасного».*

---

<sup>1</sup>Перцев, А. Пропущенное вступление. Что инаугурация Владимира Путина говорит о его новом сроке / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137175> (дата обращения: 15.05.2018).

<sup>2</sup>Быков, Д. Василий Иванович Ленин / Д. Быков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136717> (дата обращения: 23.04.2018).

<sup>3</sup>Перцев, А. Голосуй, или запугаю / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/134491> (дата обращения: 19.02.2018).

<sup>4</sup>Войнович, В. Грабли патриотов / В. Войнович // URL: <https://snob.ru/selected/entry/131804> (дата обращения: 29.11.2017).

<sup>5</sup>Алексеев, А. Плохое жилье — всем москвичам / А. Алексеев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129697> (дата обращения: 4.10.2017).

<sup>6</sup>Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).

<sup>7</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08.2017).

<sup>8</sup>Мильштейн, И. Негаданная Мьянма / И. Мильштейн // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128645> (дата обращения: 5.09.2017).

<sup>9</sup>Крашенинников, Ф. Чья Каталония? / Ф.Крашенинников // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129649> (дата обращения: 2.10.2017).

Интерес в рассмотрении вызывает также антономазия как средство, используемое при создании образов в колонках. Происходит частичная замена смысла, подмена нарицательного имени с наделением типичных черт личности. Так, в тесте «Подарки от Кшесинской» мы можем наблюдать следующие проявления антономазии: «глава ЧР», «не упустил случая вступить в дискуссию и лучший друг всех искусствоведов<sup>1</sup>» (о Рамзане Кадырове). Также, в тексте И. Мильштейна<sup>2</sup> появляются следующие конструкции: «глава чеченской администрации», «верный пехотинец Владимира Владимировича», «Бывший боевик».

Данный прием в конкретном случае использован с явным ироническим подтекстом, автор, И. Давыдов, подчеркивает контраст образа. По схожему принципу, с целью создать иронический образ, в колонке «Карточный домик Дональда Трампа», также применен прием антономазии: «а он, бедолага, только и делал, что противостоял<sup>3</sup>» (в отношении Дональда Трампа).

Прием также позволяет наделить одного и того же героя повествования разными специфическими характеристиками, при условии подбора необходимых для этого лексических единиц. Таким образом, мы наблюдаем, что автор называет одного и того же человека по имени, должности или, возможно, выделяет принадлежность к какой-либо социальной группе, руководствуясь собственными мотивами и замыслом текста.

Отдельно мы считаем возможным обозначить метонимию или частные случаи проявления этого тропа – синекдоху. Значение общего переносится на частное или с частного на общее, создавая у читателя соответствующие впечатления. Данный прием широкоупотребим в колонках, которые были нами проанализированы: «созвал город на митинг<sup>4</sup>», «Россия <...> сочувствует

---

<sup>1</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08.2017).

<sup>2</sup>Мильштейн, И. Негаданная Мьянма / И. Мильштейн // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128645> (дата обращения: 5.09.2017).

<sup>3</sup>Таратута, М. Карточный домик Дональда Трампа / М.Таратута // URL: <https://snob.ru/selected/entry/133121> (дата обращения: 10.01.2018).

<sup>4</sup>Павловский Г. Человек, раскачавший лодку / Г. Павловский // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135912> (дата обращения 1.05.2018).

*каталонским сепаратистам<sup>1</sup>», «Россия <...> одной рукой всегда голосует<sup>2</sup>», «Кремль терпит одно поражение за другим», «слушатель безошибочно чувствует<sup>3</sup>», «королевский двор прошел с тех пор дистанцию огромного размера<sup>4</sup>» и т. д.*

Мы видим, что перенос значения «с частного на общее» особенно популярен при обозначении государств, действующей власти, способствует усилению эмоционального воздействия.

К фразеологизмам и устойчивым выражениям авторы колонок прибегают практически в каждом случае творческого акта. Так как колумнистика предполагает откровенное личное отношение журналиста к написанному, фразеологизмы выступают культурным кодом, который считается носителями языка и подкрепляется семантической структурой, что способствует «сокращению дистанции» между автором и аудиторией.

В контексте фразеологического тезауруса, также важна языковая и историческая память носителей языка, их психолингвистические установки. Фразеологизмы и устойчивые выражения являются в данном случае связующим элементом между автором текста и читателями, обуславливает схожесть в менталитете. Таким образом, мы можем наблюдать проявление данного тропа: *«“Голос Америки” из Вашингтона» с явным акцентом будоражили мое воображение<sup>5</sup>», «у нас ведь юбилей на носу», «наконец, последний по списку, но не по значению дар», «подарков уже целая гора<sup>6</sup>», «вишенка на торте – действительно сильный аргумент», «трудящиеся Каталонии день и ночь*

---

<sup>1</sup>Крашенинников, Ф. Чья Каталония? / Ф.Крашенинников // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129649> (дата обращения: 2.10.2017).

<sup>2</sup>Быков, Д. Василий Иванович Ленин / Д. Быков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136717> (дата обращения: 23.04.2018).

<sup>3</sup>Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>4</sup>Слоним, М. Современные нравы королевской семьи / М. Слоним // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137086> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>5</sup>Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>6</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08.2017).

*работают в поте лица своего», «хочется, чтоб ЕС цвел и пах<sup>1</sup>», «оказывают медвежью услугу партии «Единая Россия», «Великое переселение московского народа», «визитная карточка района<sup>2</sup>», «избранник не намерен идти ни у кого на поводу<sup>3</sup>», «слухов <...> ходило немало<sup>4</sup>», «останешься у разбитого корыта», «они тоже распускают нюни, загоняют тебя в угол и все такое<sup>5</sup>», «его покупают — и слава Богу<sup>6</sup>».*

Также часто встречается использование журналистами в текстах сленга (среди всяких нищебродов, за любой кипеш, просит таксиста гнать, подмяли под себя, какие-то стремные, неспешный кайф, потроллить, полный отстой), а также слов, образованных самими авторами, как отражение ситуации – неологизмы или авторские слова (вбомбить, обитателей хрущоб, с легкой безуминкой, это бездна бездноватая). Благодаря употреблению подобных лексем, тексты становятся интереснее для аудитории и предполагают эффект воздействия не только на отношение читателей к теме, но и на их речевую коммуникацию и активный словарный запас.

В работе также проведен анализ текстов также на синтаксическом уровне. Мы считаем, что синтаксис, как один из основополагающих уровней языка, играет важную роль в определении особенностей колонки. Именно на уровне синтаксиса читатель воспринимает открытую и скрытую оценку. Присутствие в текстах эмоциональной экспрессии на уровне синтаксиса придает тексту эмоциональную, ярко выраженную оценку, часто – ироническую направленность в изложении. Мы считаем возможным рассмотреть следующие наиболее часто встречаемые средства выражения на уровне синтаксиса.

---

<sup>1</sup>Крашенинников, Ф. Чья Каталония? / Ф.Крашенинников // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129649> (дата обращения: 2.10.2017).

<sup>2</sup>Алексеев, А. Плохое жилье — всем москвичам / А. Алексеев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129697> (дата обращения: 4.10.2017).

<sup>3</sup>Волков, Д. Буддизм 2.0 и таблетка сострадания / Д. Волков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137297> (дата обращения 11.05.2018).

<sup>4</sup>Перцев, А. Пропущенное вступление. Что инаугурация Владимира Путина говорит о его новом сроке / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137175> (дата обращения: 15.05.2018).

<sup>5</sup>Холина А. Он, его любовница и ее подруга / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136552> (дата обращения: 6.05.2018).

<sup>6</sup>Блинкин, М. М. десятибалльная. Почему для развития города не важна оценка «Яндекс.Пробок» / М. Блинкин // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136844> (дата обращения: 25.04.2018).

Парцелляция не находит в лингвистических трудах однозначного и единого определения, что связано, по нашему мнению, с обширным распространением этого явления и наличием многих вариаций его проявления. В исследовании мы следуем взглядам Ю.В. Ванникова и определяем понятие парцелляции как «такой способ речевого членения единой синтаксической структуры, т.е. предложения, при котором она воплощается не в одной, а в нескольких интанационно-смысловых речевых единицах, т.е. фразах<sup>1</sup>».

Рассмотрим явление парцелляции на примере следующих цитат: *«Это щедрый подарок. Но не единственный»*, *«Начнем с того, что я не кинокритик. Хотя нет, это еще мягко сказано. Вкусы мои по части кино странны и архаичны»*, *«смотреть его незачем. Ну, мне незачем»*, *«Ну, балерина. Прима Мариинского. Ну, танцевала. Такая уж у балерин работа<sup>2</sup>»*, *«Но это история отдельная. Потом поговорим<sup>3</sup>»*, *«Закреть метро. Застроить весь город многоэтажными муравейниками. Их жильцы-муравьи будут довольны жизнью. Все, поголовно<sup>4</sup>»*, *«Семья собирается на выборы. Хеппи-энд<sup>5</sup>»*, *«Это помогло «продавить» референдум. Саргсян обещания не сдержал. Люди возмутились. Случилась революция<sup>6</sup>»*, *«Я изучил потенциальный плацдарм. Небезынтересно. Ключевая здесь — буква “ы”<sup>7</sup>»*, *«Дел, правда, много. Фейсбук, шесть сезонов нового сериала, инстаграм. Ко всему прочему<sup>8</sup>»* и т. д.

Данное намеренное деление (расчленение) текста на несколько отрезков посредством пунктуации выполняет, прежде всего такие функции как эмоционально-выделительная и экспрессивно-грамматическая. Также, мы можем

---

<sup>1</sup>Ванников Ю.В. Синтаксические особенности русской речи (явление парцелляции) / Ю.В. Ванников – М.: Изд-во Либроком 2009. – 296 с.

<sup>2</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08.2017).

<sup>3</sup>Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).

<sup>4</sup>Алексеев, А. Плохое жилье — всем москвичам / А. Алексеев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129697> (дата обращения: 4.10.2017).

<sup>5</sup>Перцев, А. Голосуй, или запугаю / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/134491> (дата обращения: 19.02.2018).

<sup>6</sup>Эггерт, К. «Россия всегда с тобой!». Как Кремль пропустил революцию в Армении / К. Эггерт // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136779> (дата обращения: 24.04.2018).

<sup>7</sup>Батлук, О. Узнай свой статус / О. Батлук // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136837> (дата обращения: 26.04.2018).

<sup>8</sup>Холина, А. Мода на медленный секс / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/126187> (дата обращения: 29.06.2017).

наблюдать на данных примерах, что характерологическая функция парцелляции также применима в случае, когда автору необходимо внести в текст разговорную интонацию: *«Ага. Я всегда так делаю<sup>1</sup>», «Кто кому чего должен? Он доволен. Ты недовольна. Ты и решай, что делать<sup>2</sup>»* и т. д.

Далее на уровне синтаксиса мы считаем необходимым выделить эллиптические конструкции. В случае эллиптического предложения, в основной структуре отсутствует хотя бы один из главных членов предложения, однако подобные конструкции могут обладать дополнительными, второстепенными членами и являться распространенными предложениями.

Данные конструкции часто употребляются в случае, когда контекст может восполнить смысл отсутствующих главных членов предложения: *«Дают реальные сроки, невообразимые штрафы, ломают жизни», «своих и чужих, убитых Сталиным и убитых Гитлером, и выживших, конечно, тоже<sup>3</sup>»*.

Парентетические внесения. Их используют для того, чтобы создать какой-либо эмоциональный или эстетический эффект. Парентеза может служить для передачи эмоционального оттенка события, явления, происходящего в целом с позиции говорящего. Также данные конструкции могут выражать оттенки отношения от незаинтересованности до крайней степени вовлеченности автора в тему. Такими внесениями в текстах, проанализированных нами, выступают следующие конструкции: *ну, опять же, конечно, короче говоря, начнем с того, например, похоже, надо полагать, наконец, в общем, стоит ли говорить, кажется, однозначно, представьте*.

Парентеза относится как к языковым, так и к речевым проявлениям и наделена такими особенностями, как способность замедлять темп в тексте, провоцировать паузацию, повышение громкости речи при прочтении.

---

<sup>1</sup>Батлук, О. Узнай свой статус / О. Батлук // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136837> (дата обращения: 26.04.2018).

<sup>2</sup>Холина А. Он, его любовница и ее подруга / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136552> (дата обращения: 6.05.2018).

<sup>3</sup>Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).

Риторические вопросы. Данная синтаксическая фигура содержит эмоциональный потенциал, утверждение или отрицание и не требуют ответа. Для текстов, проанализированных нами, риторические вопросы являются распространенным приемом передачи эмоциональной экспрессии. *«Вот эта всемирная отзывчивость Кадырова – как ее объяснить?»*, *«Вот этот расистский текст на РИА «Новости» — куда он подевался? Вот эта удивительная политкорректность спецназа в Москве, привыкшего разгонять даже санкционированные митинги и внезапно спасовавшего перед правозащитной исламской толпой, но сутки спустя все-таки препроводившего некоторых особенно упорных граждан в околоток, — это что было вообще<sup>1</sup>?»* *«Why not<sup>2</sup>?»*, *«Что интересного в вещах здоровых<sup>3</sup>?»*, *«Поток, лавина, (метафора) какие там еще бывают избитые метафоры<sup>4</sup>?»*, *«Например, может ли имперский патриот без слез смотреть, как от страны с богатейшей историей и культурой отделяется ее неотъемлемая часть<sup>5</sup>?»*, *«Почему они наступают на те же грабли<sup>6</sup>?»* и т. д.

Роль риторических вопросов заключается в усилении выразительности, намеренном подчеркивании и выделении (графическом, интонационном). Риторическая конструкция подразумевает определенный ответ или обращает читателя к корню проблемы, ситуации, явления, предлагая еще раз осмыслить его основу. Также, риторические вопросы могут повысить степень экспрессивности в тексте, усилив таким образом валлоативную, воздействующую функцию, присущую всем текстам публицистического стиля.

---

<sup>1</sup>Мильштейн, И. Негаданная Мьянма / И. Мильштейн // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128645> (дата обращения: 5.09.2017).

<sup>2</sup>Слоним, М. Современные нравы королевской семьи / М. Слоним // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137086> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>3</sup>Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08.2017).

<sup>4</sup>Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).

<sup>5</sup>Крашенинников, Ф. Чья Каталония? / Ф.Крашенинников // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129649> (дата обращения: 2.10.2017).

<sup>6</sup>Войнович, В. Грабли патриотов / В. Войнович // URL: <https://snob.ru/selected/entry/131804> (дата обращения: 29.11.2017).



С точки зрения жанрового вопроса можно выделить в колонках, которые были рассмотрены в ходе работы, элементы следующих жанров, так или иначе присутствующие в текстах:

1. Эссе. Мы предполагаем, что жанр эссе оказал наибольшее влияние на формирование жанра колонки, имея в своей основе авторское мнение и субъективный взгляд на проблему. Как и эссе, авторская колонка позволяет журналисту высказать мнение, представить читателю взгляд на ситуацию, исходя из собственного опыта.

2. Дневник писателя и личный дневник. Регулярность и периодичность, а также интимность повествования, когда журналист пропускает написанное через себя и собственное представление об окружающей действительности, искренность и зачастую возможная резкость высказываний, отсутствие жесткой цензуры со стороны редактора, все эти пункты взяты колонкой от жанра дневника.

3. Памфлет. От жанра памфлета в колонке присутствуют острота и ирония, переходящая нередко в сарказм, гипербола – приемы, способствующие усилению эффекта эмоционального воздействия. Они позволяют контрастно выделить в тексте авторскую позицию по отношению к той, с которой журналист в корне не согласен.

4. Портретный очерк. Как способ акцентировать внимание на фигуре человека, героя повествования, портретный очерк – жанр, к которому прибегают колумнисты, создавая «живые» образы в тексте.

5. Интервью. Зачастую жанр интервью проявляется в колонках как «включения» разговора с героем повествования.

Колумнистика, находясь в сложном положении в ситуации жанровой идентификации, претерпевает множество изменений, отследить которые возможно только при условии анализа динамики исторического развития жанра. Мы видим, что колонка подвержена процессам гибридизации и трансформации, взаимного проникновения жанров друг в друга.

## 2.1 Жанровые и лингвистические особенности текстов в жанре колонки в США на примере журнала «GQ»

«GQ» – ежемесячный журнал, основанный в 1931 в Нью Йорке. Существует печатная и электронная версия журнала, приложение для телефонов и планшетов. Это издание о стиле, моде, современных трендах. Основные разделы и рубрики, представленные в «GQ»:

1. Style.
2. Grooming.
3. Best Stuff.
4. Recommends.
5. Culture.
6. Fitness.
7. Travel & Eats.
8. Video.

Каждый раздел может включать в себя соответственно несколько узконаправленных рубрик, а также на сайте каждый материал отмечен «темой-маркером».

Журнал издается в США, официальный язык – английский, однако «GQ» имеет также девятнадцать национальных изданий, в том числе и русское. В исследовании мы анализируем только те тексты, которые были опубликованы на официальном американском сайте издания<sup>1</sup>, так как не имеем широкого и открытого доступа к оригинальному американскому журналу на английском языке в печатном варианте.

Следует отметить, что в отличие от журнала «Сноб», в «GQ» колонки не представлены отдельной рубрикой, а распределены по тематической направленности текстов. Также на сайте существует возможность просмотреть

---

<sup>1</sup>GQ: официальный американский сайт журнала // URL: <https://www.gq.com/> (дата обращения: 13.05.2018).

материалы, принадлежащие только одному автору и читать его колонки, вне зависимости от того, к каким темам они отнесены редакционной политикой.

Однако чаще всего встречаются случаи, когда колумнист работает в одной тематической направленности и его материалы размещаются в одной-двух рубриках. Например, тексты колумниста, который разбирается в национальной кухне и пишет чаще всего о рецептах, попадают в рубрику «Eat» («Drink») в разделе «Travel & Eats». Читатели могут выбрать, соответственно, просматривать ли все материалы по теме или подписаться на тексты одного колумниста, следить за публикациями которого можно на сайте, так как имя того, кем создан текст, является интерактивной гиперссылкой.

Навигация построена таким образом, как мы предполагаем, еще и из-за того, что «журналистика мнения», о которой мы подробно готовили в первой главе работы, намного глубже интегрирована в средства массовой информации США, чаще встречаются материалы, содержащие оценку и такая форма подачи информации привычна для аудитории в информационном потоке. Также, следует учитывать специфику издания «GQ», в котором ценится яркость журналистских материалов, а в некоторых отдельных случаях – даже «призывность».

Следует отметить, что в англо-саксонской модели журналистики применяется практический подход, теории жанров не отдается столько внимания, как, например, в России.

Таким образом, жанровая классификация не разработана на высоком уровне, а жанр понимается как «тип литературного или художественного произведения; стиль авторского самовыражения<sup>1</sup>». Тогда как российские исследователи предпринимают попытки проанализировать природу жанров, западные – объединяют журналистские тексты в группы, которые представляют собой условные образования, для удобства и практического применения.

---

<sup>1</sup>Ярцева, С.С. Колонка в американской и испанской журналистике / С.С. Ярцева // Жанровая стратегия современных масс-медиа: тезисы III Всероссийской научно-практической конференции. – Самара: Универс групп, 2009. – С. 109.

Особенностью, которую следует учитывать, является то, что в американской журналистике существует разделение понятий журналистики «фактов» и «мнений». Так, исследователь С.А. Михайлов в работе «Журналистика Соединенных Штатов Америки», отмечает: «Необходимо было защитить читателя от волюнтаризма прессы, комментариев дилетантов, непрофессионального толкования событий, и даже откровенной манипулятивной пропаганды. Это можно было сделать, лишь четко отделив факты и взгляды. Так в американской традиции появились газеты фактов и мнений<sup>1</sup>». Следовательно, функции каждого из журналистов разделены и упорядочены: ограничены жанровыми и стилистическими особенностями.

«GQ», в свою очередь, представляет собой «журнал мнений», в котором собраны яркие, авторские, субъективные материалы. Колумнисты могут публиковать тексты в различных рубриках, однако они всегда сохраняют индивидуальность и персональную подпись (стиль) журналиста.

В течение двенадцати месяцев мы ежедневно просматривали материалы в журнале «GQ» («GQ USA»), нами было охвачено обширное количество публикаций. Из общей массы материалов, после применения метода сплошной выборки, мы выделили соответственно 24 текста (как и в случае с журналом «Сноб»). На основании данных сплошной выборки мы проводим сопоставление и анализ жанра колонки в американской прессе на примере журнала «GQ».

В ходе работы нами было отмечено, что по тематическому своеобразием колонки, которые относились к политическим темам, составили 25 %, авторские колонки, которые касались социального устройства общества – 29,2%, оценивали психологию взаимоотношений 8,3%. Следующая группа выделена нами как «Entertainment». Она включает в себя публикации, имеющие отношения к моде, сериалам, спорту, напиткам, ресторанам и т. д. Эта категория составила 37,5% соответственно.

---

<sup>1</sup>Михайлов, С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А. Михайлов // URL: <http://www.eartist.narod.ru/text6/01.htm/> (дата обращения: 20.05.2018).

В отличие от авторских колонок, которые были проанализированы нами в журнале «Сноб», где лидирующими темами были социальная и политическая, мы видим, что в американском издании «GQ» на первый план выходит категория, содержащая развлекательный контент.

Колонка – это жанр, с помощью которого авторское самовыражение достигает высшей точки субъективности, вследствие чего тексты эмоционально окрашены и зачастую экспрессивны. На создание подобного эффекта работают лингвистические и жанровые особенности текстов.

В работе мы приводим анализ контента с целью выявить: какими именно тропами и фигурами пользуются американские колумнисты при создании текстов, какие синтаксические особенности лежат в основе публикаций. Также, мы анализируем американскую колумнистику в контексте гибридизации и трансформации жанров, выделяем в текстах характерные элементы.

В данном разделе проведен анализ медиатекстов, которые были опубликованы на официальном сайте журнала «GQ». В проанализированных нами публикациях часто употребляются тропы с целью создания языковой образности, а также лексемы или их сочетания, используемые в переносном значении. Чаще всего, это лексика, содержащая в себе потенциал оценки и экспрессии. Рассмотрим наиболее распространенные из них.

1. Метафора (metaphor), скрытое сравнение, при котором слова и выражения используются в переносном значении на основании определенного сходства. Рассмотрим этот прием создания образности на следующих примерах: «*And then try to break through the hardened shell you've wrapped around the spot where your feelings should be, and say something meaningful and true<sup>1</sup>*». («И затем попытайтесь прорваться через закаленную оболочку, которую вы обернули вокруг того места, где должны быть ваши чувства, и сказать что-то значимое

---

<sup>1</sup>Skipper, C. The Best Mother's Day Gift Is a Handwritten Note / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/best-mothers-day-gift-is-a-handwritten-note> (дата обращения: 12.05.2018).

и искреннее»). «*We're living in a golden age of prestige television*<sup>1</sup>». («Мы живем в золотой век престижного телевидения»). «*That's how a culture that disguises complicity as loyalty can shepherd one of the most well-known abusers to fame and artistic prestige*». («Именно так культура, которая прячет соучастие за лояльностью, может одарить одного из самых известных обидчиков славой и актерским престижем»). «*A stream of disappointed yet unequivocal "yes" texts flooded my screen. Because here's the thing: In this industry, you never know who's friends with whom*<sup>2</sup>». («Поток разочарованных, но недвусмысленных «да» затопил мой экран. Потому что вот такая вещь: в этой сфере вы никогда не знаете, кто кому друг»). «*We have entered the sweetest month, when optimism returns to our hearts and we once again remember what a soft breeze feels like on our leg hair*<sup>3</sup>». («Мы входим в самый сладкий месяц, когда оптимизм возвращается к нашим сердцам, и мы еще раз вспоминаем мягкий бриз в волосах на ногах»). «*Trump is a blunter instrument of conservatism*». («Трамп – это грубый инструмент консерватизма»). «*Trump is a proven liar, but on a grander scale he's the embodiment of a lie that conservatives have been peddling for decades*». («Трамп – проверенный лжец, но в более грандиозном масштабе он является воплощением лжи, которой консерваторы торговали десятилетиями»). «*Trump is, after all, a graceless, ignorant sack of shit*<sup>4</sup>». («В конце концов, Трамп - это бесстыдный, невежественный мешок фекалий»). «*If the sous vide machine sparks joy in your heart, buddy, I want you to own it*<sup>5</sup>». («Если эта машина поселит радость в твоём сердце, приятель, я хочу, чтобы ты ее купил»).

2. Метонимия (metonymy) и синекдоха, обороты речи (или слова), которые основаны на ассоциации, возникающей по смежности. «*America has seen worse*

---

<sup>1</sup>Verberg, N. Whatever Happened to (Consensual) Sex on Game of Thrones? / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/consensual-sex-game-of-thrones> (дата обращения: 11.03.2018).

<sup>2</sup>Verberg, N. How We Can Start to Fix the Comedy World (And Everything Else, Too) / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/making-the-comedy-world-better> (дата обращения: 1.03.2018).

<sup>3</sup>Bull, M. The White Negroni Sbagliato Is the Drink You Need Right Now / M. Bull // URL: <https://www.gq.com/story/white-sbagliato-summer-drink> (дата обращения: 10.05.2018).

<sup>4</sup>Magary, D. The Great Lie of Conservatism / D. Magary // URL: <https://www.gq.com/story/on-conservatism> (дата обращения: 30.04.2018).

<sup>5</sup>Bull, M. The Best Way to Sous Vide Is to Shut Up About It / M. Bull // URL: <https://www.gq.com/story/the-best-way-to-sous-vide-is-to-shut-up-about-it> (дата обращения: 10.05.2018).

*days*). («Америка увидела худшие дни»). «AT&T confirmed that it paid Cohen's operation<sup>1</sup>». («AT & T подтвердила, что платила за действия Коэна (речь идет об операторе сотовой связи)»). «America was willing to dive to<sup>2</sup>». («Америка готова погрузиться»).

3. Эпитет (epithet) – прием, при употреблении которого, к названию предмета добавляется яркое определение. Эпитеты используются для большей выразительности и (или) наглядности изображаемого. «It was obvious to see that the pros have a nearly unlimited set of configuration options available to them». («Было очевидно, что у профессионалов есть почти неограниченный набор опций конфигурации, которые им доступны»). «I've been to the offices of Google and eaten in the search crazy cafeteria». («Я был в офисах Google и ел в сумасшедшем кафе»). «The ethos of benevolent business can stay intact on a global level». («Этот нравственный облик благотворительного бизнеса может остаться нетронутым на глобальном уровне»). «I've visited the Nike campus in Oregon and seen the insane gymnasiums<sup>3</sup>». («Я посетил кампус Nike в штате Орегон и увидел безумные спортзалы»). «Euphoric messages<sup>4</sup>». («Эйфорические сообщения»). «On Tuesday the attorney for Stormy Daniels, Michael Avenatti, published a series of explosive allegations about the \$130,000 payment that Cohen made to Daniels in exchange for her silence<sup>5</sup>». («Во вторник адвокат Шторми Дэниелс, Майкл Авентати, опубликовал серию взрывоопасных утверждений о выплате в размере 130 000 долларов, которую Коэн дал Дэниелс в обмен на молчание»). «Additional precious seconds». («Дополнительные драгоценные секунды»). «Each one of these tragic episodes<sup>6</sup>». («Каждый из этих трагических эпизодов»). «The essay is peppered with

---

<sup>1</sup>Willis, J. Why Did Michael Cohen Reportedly Receive Half a Million Dollars from a Putin Associate's Firm? / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/michael-cohen-russia-stormy-money-party> (дата обращения: 10.05.2018).

<sup>2</sup>Young, D. Donald Trump's First 100 Days Is Peak Whiteness / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/damon-young-trump-100-days> (дата обращения: 10.05.2018).

<sup>3</sup>Williams, M. Why Brunello Cucinelli Is Worth the Price (Hint: It's Not Just the Cashmere) / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/brunello-cucinelli-buying-for-value> (дата обращения: 11.05.2018).

<sup>4</sup>Willis, J. The Brave New World of Legalized Sports Betting, Explained / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/supreme-court-sports-betting-explained> (дата обращения: 21.05.2018).

<sup>5</sup>Willis, J. Why Did Michael Cohen Reportedly Receive Half a Million Dollars from a Putin Associate's Firm? / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/michael-cohen-russia-stormy-money-party> (дата обращения: 10.05.2018).

<sup>6</sup>Willis, J. Owning a Gun in America Is a Luxury / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/gun-ownership-cost> (дата обращения: 10.05.2018).

*innovative and thoughtful tropes like the “extremely overbearing” Jewish mother and gives exactly zero examples<sup>1</sup>». («Эссе присыпано новаторскими и вдумчивыми тропами, такими как «чрезвычайно властная» еврейская мать, и дает ровно нулевые примеры»). «Ros (a character created for the show!) died a gruesome death<sup>2</sup>». («Рос (персонаж, созданный для шоу!) умер ужасной смертью»). «The former requires a lot of frankly annoying work on the part of the hos<sup>3</sup>t». («Прежний требует много откровенно раздражающей работы со стороны хозяина»). «The birthplace of rosé is about as idyllic as you can get<sup>4</sup>». («Родина роз настолько идеальна, на сколько вы можете себе представить»).*

4. Аллегория (allegory) – это сравнение явлений, событий, персон (кого-то или чего-то) с другими (кем-то или чем-то), эти сопоставления раскрываются в образах. Так, к примеру, говоря об известном сериале «Игра престолов», автор в тексте «Whatever Happened to (Consensual) Sex on Game of Thrones?» употребляет популярный среди фанатов термин «зима здесь», чтобы обозначить выход нового сезона: «*We're a mere three days out from seeing what happens now that winter is here*». («Нам осталось всего три дня, и мы узнаем, что происходит, что значит “зима здесь”»). Так, в другой колонке, автор, имея в виду открытие, которое человек может совершить при покупке швейцарских часов, употребляет выражение «кроличья нора»: «*You probably don't need me to tell you that once you get in the game, your newfound love of watches will lead you down an insane horological rabbit hole<sup>5</sup>*». («Вам, вероятно, не нужно рассказывать, что, как только вы войдете в игру, ваша новообетенная любовь к часам приведет вас к безумной кроличьей дыре»).

---

<sup>1</sup>Verberg, N. Perspective: I Am Tired of Being a White Christian Man's Rebellion / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/perspective-why-will-no-one-date-me> (дата обращения: 1.05.2018).

<sup>2</sup>Verberg, N. Whatever Happened to (Consensual) Sex on Game of Thrones? / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/consensual-sex-game-of-thrones> (дата обращения: 11.03.2018).

<sup>3</sup>Buill, M. The Best Cocktail Mixers to Mix With All That Booze You're Putting Out at Your Party / Buill, M. // URL: <https://www.gq.com/story/best-cocktail-mixers-for-grownups> (дата обращения: 12.05.2018).

<sup>4</sup>Buill, M. 5 Pastoral European Vacations for Call Me by Your Name Stans / Buill, M. // URL: <https://www.gq.com/story/5-pastoral-european-vacations-call-me-by-your-name> (дата обращения: 12/05/2018).

<sup>5</sup>Williams, M. How Facebook's Creative Director Found His Perfect Watch / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/buying-for-value-perfect-watch> (дата обращения: 10.04.2018).



5. Сравнение (simile) – это один из самых волюнтаристических тропов, основанный на сопоставлении двух предметов, явлений, ощущений или понятий, которые обладают общим признаком. За счет сравнения усиливается художественное значение первого предмета в системе сопоставления. Для создания сравнения в английском языке используются такие слова как: *as, such as, as if, like, seem* и др.

*«In the same way that your tailor helps you make the best decisions for fit and style, you need your club-fitter to guide you through the technology of modern golf clubs and the nuance of how they can help your game». («Точно так же, как ваш портной помогает вам принимать оптимальные решения для подгонки и стиля, вам нужен ваш клубный специалист, который проведет вас по технологии современных гольф-клубов и нюансам того, как они могут помочь вашей игре»).*  
*«There are private hitting bays with cameras mounted at all angles where your swing can be mapped and analyzed as if you're being uploaded into a golf video game<sup>1</sup>».*  
 *(«Есть обособленные отсеки с камерами, установленными под всеми углами, где ваши взмахи могут отображаться и анализироваться так, как будто вы играете в видеоигру»).*  
*«It's like custom tailored clothing—a new suit and new driver<sup>2</sup>».*  
 *(«Это как сшитая по индивидуальному заказу одежда, новый костюм и новый водитель»).*  
*«To me, there's dollar value in spending your cash on a brand that treats employees like family<sup>3</sup>».*  
 *(«Для меня это стоимость в доллар в расходах на бренд, который относится к сотрудникам, как к семье»).*  
*«The process of buying a gun is like buying a car from a really good salesperson<sup>4</sup>».*  
 *(«Процесс покупки пистолета похож на покупку автомобиля у действительно хорошего продавца»).*

В данном пункте мы также рассматриваем наиболее часто встречаемые средства, употребляемые на уровне синтаксиса в текстах, опубликованных в американском журнале «GQ». Синтаксис, как один из уровней языка, способен

---

<sup>1</sup>Williams, M. Inside the Elite World of Custom-Fit Golf Clubs / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/inside-the-elite-world-of-custom-fit-golf-clubs-taylormade-kingdom> (дата обращения: 10.04.2018).

<sup>2</sup>Williams, M. Inside the Elite World of Custom-Fit Golf Clubs / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/inside-the-elite-world-of-custom-fit-golf-clubs-taylormade-kingdom> (дата обращения: 10.04.2018).

<sup>3</sup>Williams, M. Why Brunello Cucinelli Is Worth the Price (Hint: It's Not Just the Cashmere) / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/brunello-cucinelli-buying-for-value> (дата обращения: 10.04.2018).

<sup>4</sup>Willis, J. Owning a Gun in America Is a Luxury / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/gun-ownership-cost> (дата обращения: 10.05.2018).

выражать оценку, эмоциональную сторону текстов. Так, при проведении анализа контента, нами были выделены некоторые характерные черты и особенности. Рассмотрим наиболее часто встречаемые синтаксические конструкции:

1. Парцелляция. Подобное расчленение текста на несколько обособленных частей с помощью пунктуации способствует выделению, акцентированию на «разделенной» информации. Парцелляция также помогает сократить дистанцию с аудиторией, так как приближает текст (его восприятие) к разговорной интонации: «*I can relate! I, too, am perfect. Here is my story<sup>1</sup>*». («Я могу отнестись к этому! Я тоже совершенен. Вот моя история»). «*Just kidding. Don't do that. That's nuts*». («Просто шутка. Не делайте так. Это стремно»). «*I wasn't just surviving the run anymore. I was enjoying it<sup>2</sup>*». («Я больше не выживал. Я наслаждался этим»). «*And it's not just the other guy. Or the Internet. It's not Twitter. And it's not just recently. It's just how it is<sup>3</sup>*». («И это не просто какой-то парень. Или интернет. Это не твиттер. И это не недавно. Это просто как есть»).

2. Парентетические внесения. Парентеза имеет языковые и речевые проявления. Она изменяет ритмику текста, расставляет акценты на паузировании и темпе при прочтении. В текстах, которые были проанализированы нами, встречаются: однословные парентезы (*again, thereby, indeed, moreover, now, second, since, so, somewhat, still, too, then, however, therefore, though, basically*), а также внесения, основанные на сочетании слов с предлогами (*with qualifications, on each such occasion, already noted, after all, at any rate, on this basis, at best, for example, in any case, at any time*).

3. Риторический вопрос (*rhetorical question*). Синтаксическая структура риторического вопроса содержит высказывание, которое оформлено в виде вопроса (а иногда представляет собой восклицание), который не требует ответа. Такой прием автор может использовать для придания своей речи большей

---

<sup>1</sup>Verberg, N. Perspective: I Am Tired of Being a White Christian Man's Rebellion / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/perspective-why-will-no-one-date-me> (дата обращения: 1.05.2018).

<sup>2</sup>Skipper, C. Running Without Headphones Is the Better Way to Run / C. Skipper // URL: <https://www.gq.com/story/running-let-your-ears-be-free> (дата обращения: 12.05.2018).

<sup>3</sup>Zaleski, L. Labor Day Is the Perfect Lazy Holiday That America Deserves / L. Zaleski // URL: <https://www.gq.com/story/labor-day-is-for-jerks> (дата обращения: 1.05.2018).

выразительности, торжественности, патетичности, реже – иронии. «*But at what cost?*». («Но какой ценой?»). «*Even today, the same questions are pertinent: Will I get in trouble for this? Is my career ruined now?*». («Даже сегодня уместны одни и те же вопросы: у меня будут проблемы? Сейчас моя карьера разрушена?»). «*Why didn't he get weeded out for his behavior before he reached an unassailable tier of fame<sup>1</sup>?*». («Почему он не перестал себя вести подобным образом, прежде чем достиг непостижимого уровня славы?»). «*But if you make running into something more than just a task to get through<sup>2</sup>?*». («Но если вы столкнетесь с чем-то большим, чем просто задачей пройти?»). «*What if I told you there was a secret facility in a nondescript building in Carlsbad, California where Tiger Woods, Dustin Johnson, and Rory McIlroy go to pick up their golf clubs<sup>3</sup>?*». («Что, если бы я сказал вам, что в невзрачном здании в Карлсбаде, штат Калифорния, есть секретное место, где Тайгер Вудс, Дастин Джонсон и Рори Макилрой приобретают свои гольф-клубы?»).

Зарубежные колумнисты также часто прибегают к использованию сленговых слов в своих тестах. Так, например, употребляются лексемы *dudes* (чуваки), *nuts*, что в американском сленге используется не в прямом переводе (орехи), а воспринимается в данном контексте в значении «стремно», *sucks* (отстой) и т. д. Также, в авторских колонках встречается звукоподражание. Вероятно, оно использовано колумнистами с целью приблизить текст к живой речи, разнообразить повествование: *oops*, *yum yum*, *ugh* и т. д.

В текстах, проанализированных нами, встречаются жаргонизмы, например, в авторской колонке «*Thanking Black People Is Good, Being Better White People Is Better<sup>4</sup>*», мы можем увидеть употребление грубых слов, используемых в

---

<sup>1</sup>Verberg, N. How We Can Start to Fix the Comedy World (And Everything Else, Too) / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/making-the-comedy-world-better> (дата обращения: 1.03.2018).

<sup>2</sup>Skipper, C. Running Without Headphones Is the Better Way to Run / C. Skipper // URL: <https://www.gq.com/story/running-let-your-ears-be-free> (дата обращения: 12.05.2018).

<sup>3</sup>Williams, M. Inside the Elite World of Custom-Fit Golf Clubs / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/inside-the-elite-world-of-custom-fit-golf-clubs-taylormade-kingdom> (дата обращения: 10.04.2018).

<sup>4</sup>Young, D. Thanking Black People Is Good, Being Better White People Is Better / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/thanking-black-people-is-great-being-better-white-people-is-better> (дата обращения: 12.05.2018).

основном в разговорной речи: «*He was banned from a motherfucking shopping mall*». («Он был внесен в черный список в гребаном торговом центре»). В других публикациях мы также встречаем резкие выражения: «*Trump is, after all, a graceless, ignorant sack of shit*<sup>1</sup>». («В конце концов, Трамп - это бесстыдный, невежественный мешок фекалий»). «*No big deal, folks! Just our 37-year-old Middle East peace expert shooting the shit with and texting "sup" to the guy who orchestrated a sort of coup d'état last year*<sup>2</sup>». («Ничего страшного, ребята! Просто наш 37-летний ближневосточный мирный эксперт выстреливает нечистотами и пишет «sup» (сокращение от выражения «что случилось» в американском сленге) парню, который в прошлом году организовал какой-то государственный переворот»). «*Is an example of “nigga neurosis”—a term I coined*<sup>3</sup>». («Это пример «нервоза нигеров» – термин, который я придумал»).

Как и в отечественной, так как и в американской журналистике происходят процессы гибридизации и трансформации жанров, авторская колонка в журнале «GQ» обладает некоторыми характерными особенностями, которые являются чертами других жанров. Так, например, можно выделить в колонках описательность в отношении человека, что свойственно жанру портретного очерка. Обычно портретный очерк в авторской колонке может включать также фрагменты интервью. Элементы памфлета с характерным ироническим подтекстом в некоторых публикациях. Также большое влияние на американскую колумнистику оказывает жанр эссе, так как в основе эссе находится авторское ощущение окружающей действительности.

---

<sup>1</sup>Magary, D. The Great Lie of Conservatism / D. Magary// URL: <https://www.gq.com/story/on-conservatism> (дата обращения: 30.04.2018).

<sup>2</sup>Willis, J. Foreign Leaders Are Now Just Clowning on Jared Kushner for Being a Dweeb / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/jared-kushner-pocket-dweeb> (дата обращения: 12.05.2018).

<sup>3</sup>Young, D. Am I Sick Because I'm Black? / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/am-i-sick-because-im-black> (дата обращения: 12.05.2018).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вопрос жанровой идентификации в современных реалиях журналистики стоит остро. Процессы, происходящие в средствах массовой информации под воздействием научного прогресса, развития технологий и сети интернет, влияют как на формат журналистского текста, так и на жанры. Они также предполагают не только упрочнение явления конвергенции в медиа, когда материалы становятся мультимедийными, вбирают в себя черты печати, радио и телевидения, предоставляя потребителю информации возможность получить медиапродукт в одном источнике, но и взаимное проникновение жанров друг в друга, их трансформацию. В данном контексте появляется необходимость отследить процессы гибридизации жанров и также необходимо уметь работать с гипержанрами, которых становится все больше с течением времени, следует понимать: как функционирует современное жанровое разнообразие. Одним из самых спорных вопросов в данном контексте стала история становления и перспективы развития колумнистики в России и за рубежом.

Такой жанр, как колонка, возникший из рубрики и формировавшийся на протяжении долгого времени, требует детального рассмотрения, так как ученые, теоретики журналистики, не сходятся в едином мнении, определяя колумнистику, во-первых, как журналистику, а во-вторых, как жанр. По этой причине в выпускной квалификационной работе мы уделили большое внимание исторической стороне вопроса, проанализировав предпосылки возникновения жанра авторской колонки.

В ходе исследования, проведенного в выпускной квалификационной работе, были выполнены следующие задачи:

1. определены понятия авторская колонка и колумнистика;
2. изучена и прослежена история развития жанра в России и США;
3. выявлены наиболее яркие стилистические особенности колонки;
4. проанализировано современное положение колумнистики в системе СМИ;

5. изучены жанровые особенности колонки на примере журналов «Сноб» и «GQ».

В ходе исследования цель, которую мы ставили как определение места колумнистики в современной журналистике, стилистических особенностей авторской колонки и рассмотрения ее с точки зрения жанрового многообразия, была достигнута, задачи решены.

В работе были использованы общенаучные методы для структурированного подхода и осмысления возникновения колумнистики как явления и авторской колонки: индукция, дедукция, анализ и синтез данных, анализ контента, метод сплошной выборки.

В выпускной квалификационной работе нами сформулировано определение понятий колумнистика и авторская колонка на основе ранее опубликованных научных трудов Ю.А. Гордеева, С.С. Ярцевой, М.М. Бахтина, М.Ю. Горохова, С.С. Успенской, Е.В. Комаровой, Л.Е. Кройчика, С.Г. Корконосенко, А.А. Тертычного, Е.М. Деяк-Якобишиной, и других, а также определено место колумнистики в современных СМИ России и США. Мы отмечаем, что колумнистика становится все более востребованной со стороны аудитории и со стороны журналистов, которые стремятся реализовать себя как колумнистов, проявить авторский стиль и выразить собственное мнение в свободной форме изложения, чего не допускают многие другие жанры журналистики.

Нами также было определено, что жанр авторской колонки широко распространен как в российской, так и в американской прессе и пользуется популярностью среди аудитории. Существует запрос читателей на материалы, содержащие субъективную оценку и авторское мнение, а как результат – колумнистика развивается и трансформируется, удовлетворяя потребности аудитории. Мы считаем, что колумнистика находится в «пограничном» состоянии, претерпевая существенные изменения структуры. Авторская колонка вбирает в себя характерные черты таких жанров, как эссе, интервью, очерк

(портретный очерк), памфлет, дневник. Соответственно, структура и форма колонки также претерпевает изменения, обусловленные гибридизацией жанров.

Следует отметить, что американский и отечественный подход к этому вопросу принципиально различен. В американской модели акцентируется внимание на практической стороне вопроса, а именно на удобстве использования теории на практике, вследствие чего, формулировки понятий теста и жанра достаточно условны. В нашем исследовании это прослеживается, например, в том, что для колонок в издании «GQ» нет отдельной гиперссылки на сайте или специальных обозначений, так как изначально предполагается авторский подход к материалу и субъективной обработке фактов.

Мы предполагаем, что авторская колонка как жанр журналистики будет развиваться в направлении трансформации жанров, отвечая на запрос читателей. Границы жанра будут становиться все более гибкими, а влияние интернета и формата блога даст авторской колонке еще большую свободу в выборе средств выразительности языка.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в более детальном рассмотрении вопроса отличия блога от авторской колонки, а также изучении и сопоставлении особенностей кolumнистики в европейских странах.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. The parisre view: unofficial site // URL: [www.theparisreview.org/blog/2014/12/09/new-yorks-first-daily-newspaper/](http://www.theparisreview.org/blog/2014/12/09/new-yorks-first-daily-newspaper/) (дата обращения: 11.03.2018).
2. GQ: официальный американский сайт журнала // URL: <https://www.gq.com/> (дата обращения: 13.05.2018).
3. Бахтин, М.М. Автор и герой в эстетической деятельности. Проблема автора // URL: <https://mmbakhtin.narod.ru/probl.html/> (дата обращения: 05.05.2018).
4. Ванников Ю.В. Синтаксические особенности русской речи (явление парцелляции) / Ю.В. Ванников – М.: Изд-во Либроком 2009. – 296 с.
5. Галич В. Колонка як жанр / В.М. Галич // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (філологічні науки). – 2009, лютий №3 (166). – С. 223–233.
6. Гордеев, Ю.А. Колумнистика в печатных и интернет-изданиях. Жанровый аспект / Ю.А. Гордеев // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2015. Вып. №3. – С. 136–139.
7. Деяк-Якобишина, Е.М. Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма / Е.М. Деяк-Якобишина // Веснік БДУ. Серия «Журналістыка». – 2013. Вып. № 3. – С. 74 – 77.
8. Есин, Б.И. История русской журналистики (1703 – 1917): учеб. пособие / Б.И. Есин. – М.: Флинта: Наука, 2000. – 70 с.
9. Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. / Т.В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.
10. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. / Ю.Н. Караулов. – М.: ЛКИ, 2010. – 264 с.
11. Комарова, Е.В. Колумнистика в журнале «Вокруг света» / Е.В. Комарова // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2014. Вып. №1. – С. 160–164.



12. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
13. Комментарий Станислава Кучера, главного редактора проекта «Сноб», ежегодный фестиваль для журналистов «Вместе медиа» М., 21.04.2018.
14. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста / Л.Е. Кройчик.– СПб.: Знание СПбИВЭСЭП, 2000. – 272 с.
15. Михайлов, С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А. Михайлов // URL: <http://www.eartist.narod.ru/text6/01.htm/> (дата обращения: 20.05.2018).
16. РИА Новости: официальный сайт информационного агентства // URL: <http://ria.ru/media/2011091/> (дата обращения: 11.05.2018).
17. Розанов В.В. Собрание сочинений в 32 т. Т. 22: Признаки времени: Статьи и очерки 1912 г. Письма А.С.Суворина к В.В.Розанову / В.В. Розанов. – М.: Алгоритм, 2006. – 430 с.
18. Российская государственная библиотека: официальный сайт // URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01002921622#?page=550/> (дата обращения: 12.03.2018).
19. Советская журналистика и коммунистическое воспитание трудящихся / А.Л. Мишуриц, И.В. Кузнецов, Н.А. Шиманов и др. – М.: Изд-во МГУ. 1979. – 215 с.
20. Солганик, Г.Я. Русский язык и культура речи: учебник для бакалавров / Г.Я. Солганик. – М.: Юрайт, 2013. – 239 с.
21. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М.: Изд-во Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
22. Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом / В.Т. Третьяков. – М.: Ладомир, 2004. – 710 с.
23. Успенская, С.С. Колумнистика: проблемы жанровой индефикации / С.С. Успенская // Вестник ВГУ. Серия «Филология, журналистика». – 2007. Вып. №1. – С. 240–245.

24. Ярцева, С.С. Колонка в американской и испанской журналистике / С.С. Ярцева // Жанровая стратегия современных масс-медиа: тезисы III Всероссийской научно-практической конференции. – Самара: Универсис групп, 2009. – С. 109.
25. Ярцева, С.С. Эволюция колонки в зарубежной журналистике / С.С. Ярцева // Мультимедийная журналистика Евразии – 2007: интегрированные маркетинговые коммуникации Востока и Запада: сб. науч. тр. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2007. – 227 с.
26. Buill, M. 5 Pastoral European Vacations for Call Me by Your Name Stans / Buill, M.// URL: <https://www.gq.com/story/5-pastoral-european-vacations-call-me-by-your-name> (дата обращения: 12/05/2018).
27. Buill, M. The Best Cocktail Mixers to Mix With All That Booze You're Putting Out at Your Party / Buill, M.// URL: <https://www.gq.com/story/best-cocktail-mixers-for-grownups> (дата обращения: 12.05.2018).
28. Bull, M The Best Way to Sous Vide Is to Shut Up About It / M. Bull // URL: <https://www.gq.com/story/the-best-way-to-sous-vide-is-to-shut-up-about-it> (дата обращения: 10.05.2018).
29. Bull, M. The White Negroni Sbagliato Is the Drink You Need Right Now / M. Bull // URL: <https://www.gq.com/story/white-sbagliato-summer-drink> (дата обращения: 10.05.2018).
30. Magary, D. The Great Lie of Conservatism / D. Magary// URL: <https://www.gq.com/story/on-conservatism> (дата обращения: 30.04.2018).
31. Young, D. Am I Sick Because I'm Black? / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/am-i-sick-because-im-black> (дата обращения: 12.05.2018).
32. Young, D. Donald Trump's First 100 Days Is Peak Whiteness / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/damon-young-trump-100-days> (дата обращения: 10.05.2018).

33. Young, D. Thanking Black People Is Good, Being Better White People Is Better / D. Young // URL: <https://www.gq.com/story/thanking-black-people-is-great-being-better-white-people-is-better> (дата обращения: 12.05.2018).
34. Verberg, N. Perspective: I Am Tired of Being a White Christian Man's Rebellion / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/perspective-why-will-no-one-date-me> (дата обращения: 1.05.2018).
35. Verberg, N. How We Can Start to Fix the Comedy World (And Everything Else, Too) / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/making-the-comedy-world-better> (дата обращения: 1.03.2018).
36. Verberg, N Whatever Happened to (Consensual) Sex on Game of Thrones? / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/consensual-sex-game-of-thrones> (дата обращения: 11.03.2018).
37. Philip, T. The Best Joe Hill Novel Is Getting a Series on AMC / T. Philip // URL: <https://www.gq.com/story/nos4a2-amc-series-joe-hill> (дата обращения: 10.04.2018).
38. Skipper, C. Running Without Headphones Is the Better Way to Run / C. Skipper // URL: <https://www.gq.com/story/running-let-your-ears-be-free> (дата обращения: 12.05.2018).
39. Skipper, C. The Best Mother's Day Gift Is a Handwritten Note / N. Verberg // URL: <https://www.gq.com/story/best-mothers-day-gift-is-a-handwritten-note> (дата обращения: 12.05.2018).
40. Williams, M. How Facebook's Creative Director Found His Perfect Watch / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/buying-for-value-perfect-watch> (дата обращения: 10.04.2018).
41. Williams, M. Inside the Elite World of Custom-Fit Golf Clubs / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/inside-the-elite-world-of-custom-fit-golf-clubs-taylormade-kingdom> (дата обращения: 10.04.2018).

42. Williams, M. Why Brunello Cucinelli Is Worth the Price (Hint: It's Not Just the Cashmere) / M. Williams // URL: <https://www.gq.com/story/brunello-cucinelli-buying-for-value> (дата обращения: 10.04.2018).
43. Willis, J. Bret Stephens Is Here to "Well, Actually..." Charlottesville / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/bret-stephens-is-still-bad> (дата обращения: 12.05.2018)
44. Willis, J. Foreign Leaders Are Now Just Clowning on Jared Kushner for Being a Dweeb / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/jared-kushner-pocket-dweeb> (дата обращения; 12.05.2018).
45. Willis, J. Opinion: The New York Times Should Not Publish Columns by Greedy War Profiteers / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/erik-prince-nyt-opinion> (дата обращения: 12.05.2018).
46. Willis, J. Owing a Gun in America Is a Luxury / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/gun-ownership-cost> (дата обращения: 10.05.2018).
47. Willis, J. The Brave New World of Legalized Sports Betting, Explained / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/supreme-court-sports-betting-explained> (дата обращения: 21.05.2018).
48. Willis, J. Why Did Michael Cohen Reportedly Receive Half a Million Dollars from a Putin Associate's Firm? / J. Willis // URL: <https://www.gq.com/story/michael-cohen-russia-stormy-money-party> (дата обращения: 10.05.2018).
49. Zaleski, L. Labor Day Is the Perfect Lazy Holiday That America Deserves / L. Zaleski // URL: <https://www.gq.com/story/labor-day-is-for-jerks> (дата обращения: 1.05.2018).
50. Алексеев, А. Плохое жилье — всем москвичам / А. Алексеев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129697> (дата обращения: 4.10.2017).
51. Батлук, О. Неправильная лирика / О.Батлук // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137082> (дата обращения: 9.05.2018).

52. Батлук, О. Узнай свой статус / О. Батлук // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136837> (дата обращения: 26.04.2018).
53. Богомолов, Ю. Лицемерие национального масштаба / Ю. Богомолов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135627> (дата обращения: 13.05.2018).
54. Блинкин, М. М. десятибалльная. Почему для развития города не важна оценка «Яндекс.Пробок» / М. Блинкин // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136844> (дата обращения: 25.04.2018).
55. Быков, Д. Василий Иванович Ленин / Д. Быков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136717> (дата обращения: 23.04.2018).
56. Быков, Д. Памяти волка. В США умер писатель Том Вульф / Д. Быков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137506> (дата обращения: 21.05.2018).
57. Войнович, В. Грабли патриотов / В. Войнович // URL: <https://snob.ru/selected/entry/131804> (дата обращения: 29.11.2017).
58. Волков, Д. Буддизм 2.0 и таблетка сострадания / Д. Волков // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137297> (дата обращения 11.05.2018).
59. Давыдов, И. Гуманитарная катастрофа / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128308> (дата обращения: 25.08.2017).
60. Давыдов, И. Подарки от Кшесинской / И. Давыдов // URL: <https://snob.ru/selected/entry/127891> (дата обращения: 11.08. 2017).
61. Крашенинников, Ф. Чья Каталония? / Ф.Крашенинников // URL: <https://snob.ru/selected/entry/129649> (дата обращения: 2.10.2017).
62. Козырев, М. Радио вчера и завтра / М. Козырев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137182> (дата обращения: 11.05.2018).
63. Мильштейн, И. Негаданная Мьянма / И. Мильштейн // URL: <https://snob.ru/selected/entry/128645> (дата обращения: 5.09.2017).
64. Павловский Г. Человек, раскачавший лодку / Г. Павловский // URL: <https://snob.ru/selected/entry/135912> (дата обращения 1.05.2018).
65. Перцев, А. Голосуй, или запугаю / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/134491> (дата обращения: 19.02.2018).

66. Перцев, А. Пропущенное вступление. Что инаугурация Владимира Путина говорит о его новом сроке / А. Перцев // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137175> (дата обращения: 15.05.2018).
67. Слоним, М. Современные нравы королевской семьи / М. Слоним // URL: <https://snob.ru/selected/entry/137086> (дата обращения: 11.05.2018).
68. Таратута, М. Карточный домик Дональда Трампа / М. Таратута // URL: <https://snob.ru/selected/entry/133121> (дата обращения: 10.01.2018).
69. Туркова, К. Гопстопнадзор, кора дуба и сыроподобие: слова последних двух недель / К. Туркова // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136921> (дата обращения: 1.05.2018).
70. Холина, А. Миранда vs Керри. Как наши любимые герои сериалов стали аутсайдерами / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136986> (дата обращения: 13.05.2018).
71. Холина, А. Мода на медленный секс / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/126187> (дата обращения: 29.06.2017).
72. Холина А. Он, его любовница и ее подруга / А. Холина // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136552> (дата обращения: 6.05.2018).
73. Эггерт, К. «Россия всегда с тобой!». Как Кремль пропустил революцию в Армении / К. Эггерт // URL: <https://snob.ru/selected/entry/136779> (дата обращения: 24.04.2018).