

УДК 007:304:070(054)

Олена Деяк-Якобишин



**КОЛУМНІСТИКА ЯК УНІКАЛЬНЕ ЯВИЩЕ
У СУЧАСНИХ ЗМІ**

Наукова стаття відображає теоретичні погляди авторки на явище колумністики, пропонуючи нове трактування останньої.

Ключові слова: *журналістика, колумністика, жанр, форма.*

Научная статья отображает теоретические взгляды автора на явление колумнистики, предлагая новую трактовку последней.

Ключевые слова: *журналистика, колумнистика, жанр, форма.*

The scientific article displays theoretical sights of the author at the phenomenon of columnism, offering new treatment of last.

Key words: *journalism, columnism, a genre, the form.*

Актуальність теми дослідження. Після зникнення біполярного світу відбулося переформатування світового інформаційного простору. Внаслідок нової глобальної конфігурації почали відбуватися природні процеси взаємопроникнення, взаємовпливу та взаємозалежності світових шкіл журналістики — насамперед острівної (США, Великобританія, Австралія та їхні географічно-журналістські сателіти), континентальної (держави Європи поза «залізною завісою») і так званої пострадянської (у тому числі Україна). Наша країна взяла на озброєння американську модель журналістики з акцентом на подачу новин. Важкий стан національної економіки спричинив оприлюднення редакціями в основному негативу (так званих «новин катастроф»). Водночас сильні сторони вітчизняної журналістики — аналітика та публіцистика, які навіть за імперської цензури виживали й користувалися читацьким попитом упродовж майже двохсот років, в умовах сучасного правового безладу, а також диктату медіавласників і рекламодавців перетворились на малочисельні прояви мужньої громадянської позиції, гідної відзнаки на рівні Національної спілки журналістів України.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні суті понять «колумніст» і «колумністика».

Реалізація поставленої мети у цій науковій статті передбачає розв'язання наступних *завдань*:

1) з'ясувати, чим є «колумністика», — невідомим раніше на наших теренах жанром журналістської творчості чи все-таки формою останньої, в межах якої фрагменти різних жанрів можуть зазнавати конвергенціонального впливу, набуваючи таким чином ознак синкретичності;

2) чи входять до поняття «колумністика» оприлюднені в періодиці щоденники, 5-хвилинні виступи публіциста на радіо й телебаченні, блоги в Інтернеті та короткі сторінки в соціальних мережах.

Об'єкт дослідження — авторські колонки у пресі, короткохвилинні виступи публіциста на радіо й телебаченні, блоги в Інтернеті та відповідні авторські короткі сторінки в соціальних мережах Facebook, Twitter тощо.

Предмет дослідження — жанро- і формотворчі особливості журналістики та складники фахової майстерності.

Огляд наукової літератури стосовно теми дослідження. Свої погляди щодо колумністики у вітчизняній спеціальній літературі висловлювали Л. Звелідовська, О. Морозова, Ю. Нестеренко, Н. Остапенко [2, 3, 4].

Дотичні до окресленої проблематики дисертаційні дослідження О. Голік, О. Кирилової, І. Растегара, С. Шебеліста, однак і вони, розглядаючи відповідно взаємозбагачення та взаємкореляцію жанрів, явище персонального журналізму, колонку редактора в іранській пресі, місце і роль української есеїстики в системі журналістських жанрів, не дають вичерпної відповіді, що ж собою являє таке явище, як авторська колонка, вона ж колумністика [1, 7].

Іще далі, на периферію уваги дослідників журналістики, переміщуються дисертації, присвячені дослідженням публіцистики конкретних авторів — В. Гренджі-Донського (О. Барчан), І. Дзюби та В. Гавела (Ю. Залізник), В. Карпенка (О. Лебедева-Гулей), І. Багряного (Н. Шаповаленко), У. Самчука (Р. Радчик), О. Барвінського (С. Романюк), М. Данька (М. Садівничого), Д. Павличка (О. Теремус), О. Забужко, Т. Прохаська, Ю. Андруховича (Н. Стебліни), зрештою, цілої групи українських, російських і білоруських політичних публіцистів (О. Левкова) і т. д.

Отже, мусимо констатувати наступне. Ринок і ринкова економіка вплинули на те, що зросла увага не тільки до контенту, а й до форми журналістських творів, до ролі суб'єкта висловлювання і до характеру взаємодії автора та аудиторії у цілому.

Зокрема, широкого розповсюдження у ЗМІ набула колумністика як сукупність текстів з яскраво вираженим особистісним фактором. Поява авторської колонки (як і поява будь-якого публіцистичного жанру) свідчить про вдосконалення комунікативних стратегій у системі ЗМІ і, зокрема, означає, що преса дедалі більше орієнтується на діалог зі своїми читачами.

Комунікативні стратегії сучасних засобів масової інформації створюють сприятливі умови для рівноправного і безперервного діалогу з аудиторією, у якому великого значення набуває авторитетність суб'єкта висловлювання.

Сьогодні авторська колонка — одна з найбільш затребуваних на сторінках ЗМІ текстових форм, яка у повній мірі віддзеркалює процеси, що відбуваються у сучасному інформаційному просторі.

У той же час деякі журналістикознавці, редакційні працівники і представники суміжних із журналістикою наукових дисциплін, котрі цікавляться проблемами й тенденціями розвитку мас-медіа, почали активно вводити в науковий і публіцистичний дискурс поняття й терміни, за якими стоять явища, які притаманні теорії і практиці зарубіжних редакцій та які не мали раніше аналогів на наших теренах. Так серед українських редакційних професіоналізмів з'явилися «адветоріал», «фічерс», «лайф сторі», «ток-шоу», «колумніст», «колумністика», «гонзожурналістика», «інфотейнмент», «ед'ютейнмент» тощо. Бажання кожного небайдужого висловитись дуже швидко призвело до того, що відбулося або бездумне, або легковажне змішування жанрів і форм журналістської творчості, викладачі та студенти журналістських підрозділів вищих навчальних закладів почали плутатись у функціях, принципах і навіть самій місії журналістики в суспільстві. На нашу думку, настав час розчищати теоретичні «завали», розпочавши цей процес із таких зрозумілих, здавалося б на перший погляд, понять, як «колумніст» і «колумністика».

Чи може колумністика (версія, гра, анекдот, легенда) бути жанром? Для з'ясування цього будемо йти від аналогії, яка є першим кроком до моделі, що допомагає в дійсності переконатися у «працездат-

ності» механізму явища, яке існує, функціонує та досліджується. Чи чули ви коли-небудь про такий жанр, як рейд? Між тим про рейд знають і пресовики, і інтернетники, і радіїники з телевізійниками, але чомусь ніхто не каже, що це жанр журналістської творчості. Типовий приклад: представники органів місцевого самоврядування разом з представниками ЗМІ ідуть на місцеві ринки з метою з'ясування якості продукції, що там продається, перевірки економічно обґрунтованих цін, встановлення можливих фактів обваження чи обрахування покупців. Як ви гадаєте, в якому жанрі журналісти подадуть відповідний матеріал про цю подію? Пресовики та інтернетники, залежно від інформаційної політики своїх редакцій, можуть використати замітку, розширену замітку, звіт, репортаж, кореспонденцію як жанри оперативного реагування; радіїники й телевізійники відповідно — сюжет в інформаційному випускові новин, (радіо-, теле-) звіт, (радіо-, теле-) репортаж, (радіо-, теле-) кореспонденцію. Крім цього, виявлені порушення на ринку (або натяк на них) можуть стати підставою для використання жанрів більш «далекобійних» — аналітичної статті, проблемної статті, постановочної статті, журналістського розслідування, круглого столу, заочного круглого столу, ток-шоу тощо. Але де ж рейд? Чи він не є жанром? [6].

Цілком очевидно, що не є. Рейд є формою, яка використовується в журналістській творчості та реалізовується в одному з традиційних жанрів, названих кількома рядками вище. Те ж саме, на нашу думку, відбувається з колумністикою. Авторська колонка, так само, як і колонка редактора, — це не жанр, а форма, в якій реалізується або певний, «чистий» жанр, або сплав жанрів. Останній випадок заплутує ситуацію, тому що назви такий сплав жанрів не має, і назва форми моментально та органічно переходить на назву жанру. Те ж саме можна сказати про оприлюднені в періодиці щоденники, 5-хвилинні виступи публіциста на радіо й телебаченні, блоги в Інтернеті та короткі сторінки в соціальних мережах. Тож недоцільно говорити про такий жанр як «авторська колонка».

Авторська колонка як форма публіцистики має свою естетику, особливу образність. Образ у журналістиці — це концентроване вираження думки, дії, характеру, який формує наочно-порівняльну уяву про об'єкт відображення, його домінуючі ознаки і виражає позицію автора. Використання образів в авторських колонках дає змогу яскра-

во відтворити явище, глибоко розкрити суть описуваного предмета, точніше його оцінити.

Авторам колонок притаманний індивідуальний стиль діяльності, який виявляє себе на текстовому рівні в оригінальній творчій манері, тобто у тих стійких ідейно-змістових, композиційних і лексико-стилістичних особливостях творів, які дозволяють читачеві ідентифікувати різні тексти даного автора, дають аудиторії підставу для визначення журналіста як творчої індивідуальності. Саме у соціальному ефекті як кінцевому результаті діяльності — у типі і характері змін, що відбуваються у дійсності або у свідомості аудиторії, — публіцист повністю виявляє свою творчу індивідуальність.

У публіцистичних творах, зокрема у колонці, автор відкрито проявляє особливості своєї самосвідомості, сміливо виступає від власного «я» і повністю вільний у прояві творчої індивідуальності. Із взаємодії цих та інших авторських проявів і виникає образ автора.

Різні прийоми авторського самовираження лише сприяють більш глибокому осмисленню об'єктивних сторін описуваної події. Серед цих прийомів ми особливо виділяємо категорію авторського «я». Авторське «я» — це вияв ставлення автора до відтворюваних ним фактів, явищ, подій, журналістська позиція, що впливає з авторських відчуттів і роздумів. Використовуючи цей своєрідний інструмент, журналіст може активно втручатися в хід подій, вільно виражати свої думки, входити в контакт з героями, висловлювати власну позицію, думку тощо. Уміле використання авторського «я» — показник журналістської майстерності, глибокого осмислення життєвого матеріалу. І саме така, ще досить нова для нашого інформаційного простору, форма журналістської творчості як авторська колонка дозволяє вмщувати різноманітні жанрові синтези, так необхідні автору суб'єктивного матеріалу, у невеликому за обсягом тексті. Публіцисти отримали можливість не обмежувати себе жанровими рамками, а описувати особистісні переживання, підкріплені глибокими аналітичними роздумами й подавати свій матеріал на розсуд читачів у малих форматах, що вкрай важливо для сучасного перенасиченого інформаційного поля.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Голік О. В.* Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів : новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. ... канд. наук із соціал. комунік. : 27.00.04 — теорія та історія журналістики / Оксана Василівна Голік ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 17 с.
2. *Звелідовська Л.* Авторські шпальти письменників: патент на власну думку / Леся Ігорівна Звелідовська, Ніна Філімонівна Остапенко // *Стиль і текст* : Наук. вид. Ін-ту журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. — Вип. 10. — К., 2009. — 201 с.
3. *Морозова О.* Жанрово-стилістичні особливості авторської колонки / Олена Морозова // *Стиль і текст* : Наук. вид. Ін-ту журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. — Вип. 10. — К., 2009. — 201 с.
4. *Нестеренко Ю.* Жанр авторської колонки в сучасних періодичних виданнях України / Юлія Нестеренко // *Стиль і текст* : Наук. вид. Ін-ту журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. — Вип. 10. — К., 2009. — 201 с.
5. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати : учеб. пособ. / Александр Алексеевич Тертычный. — М. : Аспект Пресс, 2000. — 312 с.
6. *Шебеліст С. В.* Особливості розвитку сучасної української есеїстики в системі журналістських жанрів : автореф. дис. ... канд. наук із соціал. комунік. : 27.00.04 — теорія та історія журналістики / Сергій Вікторович Шебеліст ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 18 с.