

Наталя Фенько



ІНТЕРТЕКСТ АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ ТА ЧИТАЦЬКЕ КОЛО: РЕДАКТОРСЬКИЙ АСПЕКТ

У статті досліджуються інтертекстуальні зв'язки в колумністиці та їхній вплив на формування читачького кола. Подається редакторський аспект розуміння успішної взаємодії автора-колумніста й читача.

Ключові слова: інтертекст, авторська колонка, читачьке коло.

В статье исследуются интертекстуальные связи в колумнистике и их влияние на формирование читательского круга. Подаётся редакторский аспект понимания успешного взаимодействия автора-колумниста и читателя.

Ключевые слова: интертекст, авторская колонка, читательский круг.

The article studies intertextual connections in columnistics and their influence on forming the readers' groups. Editor's aspect of understanding the successive cooperation between the author of a column and its reader is presented.

Key words: intertext, author's column, readers' group.

Останніми роками колумністика все впевненіше займає свою нішу в національній журналістиці. Видання, які стрімко набирають європейського вигляду, просто не можуть обійтися без авторських колонок. Як зазначає В. М. Галич, «імідж періодичного видання знаходиться в прямій залежності від рівня авторитету й освіченості авторів колонок, їх прогресивного мислення й комунікативної компетенції, мовної культури й майстерності, психологічного впливу на реципієнта» [2, 225]. А головне, цей новий для пострадянської журналістики жанр сприйняв український читач, який в силу своїх ментальних особливостей любить щирі розмови з давнім приятелем.

Радянська журналістика не знала такого жанру, за винятком хіба що «колонки редактора», яка тільки за формою схожа на сучасні колумністичні твори. На початку 90-х років соціально-політичні зміни в Україні (та й на всьому пострадянському просторі) призвели до змін

в інформаційному полі. Нова доба журналістики проголосила свободу слова, відтак звільнення від стереотипів, розкутість думки і стилю. Журналістський текст максимально персоніфікується, презентуючи ім'я автора як певний знак якості.

Зважаючи на те, що колумністами стають професіонали й відомі люди, робота редактора з журналістським матеріалом, здається, може носити хіба що рекомендаційний характер. Насправді активна редакторська діяльність переходить в іншу площину — вибору автора. Цей вибір повинен здійснюватися передусім з позиції читацького кола, на яке розраховане масове видання. Редактор повинен чітко усвідомлювати: яким би не був універсальним колумніст, він все одно буде утримувати лише певне читацьке коло. Тобто він буде цікавим не всім, а масове видання прагне якраз до всеохопності інтересів. Для розв'язання цієї проблеми газети вдаються до різних способів залучення уваги «різносмакової» аудиторії. Наприклад, «Газета по-українськи» залучила до роботи чотирьох журналістів, колонки яких виходили в різні дні. На наш погляд, успішна редакторська робота полягала в підборі різних за стилем журналістів і водночас схожих у якомусь своєму складникові, що уможливило їхню діяльність у полі єдиної концепції видання.

Редактор або редакторська група, оцінюючи вибір колумніста для видання, зважає на цілу низку критеріїв, куди входять досвід журналіста, його стильова манера, уміння зацікавити читача і прив'язати його до себе. Звичайно, редактор повинен точно розрахувати, який читач прийде до того чи іншого автора. Зробити подібні розрахунки можна, відштовхуючись безпосередньо від авторського тексту. Вважаємо, один із найпотужніших текстових ресурсів приваблення певного читацького кола криється в прихованій текстовій сфері — інтертексті. Адже інтертекст — це рівень певного коду, за яким упізнається свій читач. І навпаки — читач знаходить «свого» автора. Таким чином, навколо автора та його колонки формується коло «своїх» читачів, які починають читати газету з улюбленої колонки. Більше того, які купують газету заради цієї колонки.

Професіональний колумніст — майстер синтезу, складання картин із розрізнених деталей. Інтертекст є важливою деталлю колумністичної мозаїки, яка активно залучає читацьку увагу. Читач упізнає реалії свого життя очима автора. Він бував у тих самих містах,

ходив тими самими вулицями, чув ті самі слова, читав ті самі книги, чув ту саму музику тощо. Автора й читача єднає не просто соціальна реальність, а її «голоси». Вони вбирають слова із дитинства, вуличний сленг, фрази із улюблених книг — усе, що так точно передає саме інтертекст.

При всій своїй текстовій «щирості» колумністу часто доводиться одягати маску, яка робить його впізнаваним і популярним, здатним яскраво й невимушено говорити про все на світі й водночас ні про що. Кожна колонка — це як вихід на сцену й без маски підчас несила витримати забаганки мільйонної аудиторії. У цій ситуації інтертекст сприймається як особлива зона довіри до автора, де він максимально скерований у «себе». Ось чому інтертекст позиціонується нами як своєрідний код саме для «свого» читача, тобто того самого читацького кола, що виокремлюється із загальної масової аудиторії.

Редактор для прогнозування читацького кола повинен бачити інтертекстуальні складники, уміти «прочитувати» їх і адекватно створювати комунікативний портрет потенційного реципієнта. Більше того, редактор повинен чітко усвідомлювати, що для успішної взаємодії автора та адресата необхідним є «перетин» концептуальних систем автора та адресата через текст [3, 96]. Редакторське прочитання інтертексту дає змогу окреслити приблизне коло досвіду та фонових знань, інтертекстові посилання на які будуть адекватно сприйняті аудиторією. Смаки й уподобання читача, його інтелектуальний рівень і соціальний статус стають важливими складниками налаштування редактора на реципієнта. Таким чином, враховуючи всі нюанси роботи рецептивного механізму (пам'ять, увага, асоціації, воля, рівень розвитку свідомості й мови, мислення тощо), редактор здійснює проєкцію повідомлення на майбутнього читача.

На підтвердження цієї тези здійснимо інтертекстуальне прочитання авторських колонок журналістів «Газети по-українськи». Щодо тематики пропонованих авторських колонок, то очевидно, що видання є масовим. Отже, піднімаються теми широкого спектра, зрозумілі та близькі сучасному українцю. Як влучно відзначає В. М. Галич, авторські колонки цієї газети, «які обвіяні добрим гумором й нагадують то анекдот, то притчу, то новелу, то есе, приваблює тим, що в надмірно політизованому світі на сторінках часто досить агресивних ЗМІ реципієнт, переконавшись у чудодійній силі добродійного сміху, може

знайти схованку для своєї душі, поринувши у світ прочитаного сам-на-сам» [2, 227].

Матеріалом для нашого дослідження послугує рідкісне для українського книжкового ринку видання «Авторська колонка», яке побачило світ 2007 року завдяки київському видавництву «Нора-Друк». Це збірка колумністичних есеїв чотирьох журналістів, які публікувалися протягом 2005–2007 років під рубрикою «Колонка» в «Газеті по-українськи». По понеділках читачі отримували газети з колонкою Миколи Рябчука, по вівторках — Світлани Пиркало, по середах — Андрія Бондаря, по п'ятницях — Віталія Жежери. Ми будемо досліджувати твори цих авторів у послідовності, яка пропонується в самій збірці й обумовлена хронологією початку діяльності колумністів на сторінках газети.

Виявляючи інтертекстуальні зв'язки (а це різноманітні види цитатії, ремінісценції, алюзії), можна помітити, що певні інтертекстуальні рівні наявні в текстах усіх чотирьох авторів. Приміром, інтертекст таких сфер, як література й мистецтво, сучасний міський сленг, політика й медіа. Це вказує на певну єдність представлених авторів, які працюють в колумністичній команді загальнонаціонального газетного видання.

Водночас у кожного із журналістів є так би мовити індивідуальний інтертекстуальний простір. Наприклад, колоритний інтертекст армійського сленгу у Віталія Жежери, витончений інтертекст англійського фольклору у Світлани Пиркало, ґрунтовний історичний інтертекст у Андрія Бондаря або специфічний інтертекст мовних ситуацій перекладу у Миколи Рябчука. Зазначимо, що поділ інтертекстуальних рівнів журналістів на спільні та індивідуальні досить умовний. Адже навіть літературний інтертекст, представлений у кожного, по-різному виявляє себе.

Не можна не відзначити надзвичайно широку палітру інтертекстуальних зв'язків у текстах колумністів. Що не дивує, адже авторська колонка належить до одного із найінтелектуальніших жанрів журналістики. Автор-колумніст — це, як правило, ерудована особистість з яскравим життєвим досвідом, який вбирає різноманітні знання, враження, емоційні стани тощо.

Отже, наступним нашим кроком стане дослідження особливостей найбільш презентативних, на наш погляд, інтертекстуальних рівнів

колумністів видання «Газета по-українськи» — літературного й мовного. Це дасть змогу наблизитися до розуміння деяких принципів формування читацького кола, враховуючи позиції і автора, і редактора.

Спільною для всіх авторів є наявність інтертекстуальних зв'язків зі світовою літературою. Причому тут превалює не цитування, а згадування в певному контексті того чи іншого автора. Таким чином журналісти виставляють своєрідні маячки, за якими читач ідентифікує власні літературні уподобання і відтак наближається до того чи іншого колумніста.

Літературний інтертекст колонок В. Жежери так чи інакше вказує на його сильні зв'язки з минулим («колись давно була мода на прозу Курта Воннеґута») [1, 35], «В пошуках утраченого часу» Пруста, товстий том Андерсена («видана книжка давно, ще в часи найзеленіших мохів, яких тепер уже нема» [1, 63]). Таким чином, у коло читачів Жежери потрапляють люди старшого віку, які пам'ятають оце «давно». До того ж тільки у Віталія Жежери трапляються цитати з класичної української літератури та згадування деяких сучасних українських авторів. Це надає його публіцистичним текстам особливого національного скерування й наближає до нього національно свідомого читача. Так, згадуючи твори Паоло Коельо, якими захоплюється його молодий колега, Віталій Жежера зазначає: «А я більше люблю письменника Кокотюху. Бо він із Ніжина» [1, 40].

Усі колонки Світлани Пиркало написані у формі листування з кумою. Авторка мешкає в далекому Лондоні і звернення до київської куми сприймаються як звернення до батьківщини. Літературний інтертекст виказує «іноземність» журналіста — цитування із творів Конан-Дойля [1, 79], посилання на Гемінґвея [1, 86], Ніцше [1, 91], знайомство з «новим поколінням діккенсів та вірджиній вульф» [1, 86]. Згадування про протяжливість «Слова о полку Ігоревім» [1, 84] і філософію Толстого [1, 73] відбуваються тільки в іронічному аспекті. Єдине, що викликає шемку ностальгію, — це дитинство, в якому улюбленими були книжки про Карлсона та Тома Сойера. У новому лондонському житті цих книжок немає («Книжку про Карлсона я давно десь загубила, Том Сойер тут тільки англійською, а це не те» [1, 82]).

Таким чином, у коло читачів Пиркало потрапляють радянські люди, народжені в 80-х роках, які пам'ятають своє щасливе піонер-

ське дитинство. Після того, як імперську залізну завісу було зірвано, вони роз'їхались по світах у пошуках нового закордонного щастя. А з іншого боку, читачами Пиркало є й ті, хто ніколи не був за кордоном і очима колумністки хоче побачити нюанси «тамтешнього» життя.

Андрій Бондар — молодий автор-колумніст, який демонструє свою ерудованість, цитуючи Святе писання, російського класика Грибоедова, міжнародного Булгакова, згадуючи поезію Гете. Бондаря з Пиркало єднає радянське дитинство 80-х років і згадування улюблених казок, які ніяк не приживаються в сьогоденні. Для автора саме казка «Котигорошко» символізує дитинство, а свої колонки він називає власними сучасними казками. У Бондаря і Пиркало читачське коло об'єднує людей одного покоління з тією відмінністю, що читачі Бондаря — це звичайні українці, з якими автор ходить одними вулицями, їздить однією електричкою.

Колонки Миколи Рябчука не виявляють широкого літературного інтертексту, хоча автор зауважує на великій власній бібліотеці. Натомість літературний інтертекст у Рябчука чітко окреслює читачське коло — інтелектуальна публіка зі знанням мов і так би мовити європейським спрямуванням («від певного часу я перестав купувати російські книжки, але їхнє місце заповнили англомовні та польсько-мовні» [1, 181]).

Рябчука єднає з Пиркало досвід життя за кордоном. Але він повернувся таки на батьківщину, коли відчув «щось схоже до кошмару Набокова, котрий сублімаційно уявляв собі Гоголя «строчащего на малороссийском том за томом «Диканьки» и «Миргороды» [1, 206].

Надзвичайно колоритним видається наступний інтертекстуальний рівень — цитування висловлювань широкого спектра: від окремих пам'ятних слів з дитинства до сучасного міського сленгу. Означимо його як *мовний інтертекст*. На цьому рівні звичайні, здавалося б, слова спрацьовують як підсвідомий пароль, що раптово відчиняє вхід до авторського світу.

Віталій Жежера майже не використовує сленгових слів. Для нього слово — це особлива сакральна субстанція. До нього слово може прийти як рідкісний гість («Ось недавно, туманного вечора, прийшло слово «блізлежашіє» [1, 58]), він відчуває біль іншої людини від певних слів [1, 68]. Таке «несучасне» ставлення до мови додає до його читачького кола людей з тонким відчуттям слова, романтиків, схильних

до метафоричного мислення. У цьому розрізі характерним є такий уривок з колонки Жежери: «У мене колись був брат. Він і тепер є. Але колись він іноді, як мені здається, дуже правильно вимовляв слово «дош». Він казав так: «Дорщ!». У цьому слові чувся затишок обжитої хати, і ніби собака обтрушується од дощових крапель і сміється, й ще багато всього — ніби й справді якийсь дивовижний борщ, густий і щедрий, у якому чудом поєднується все на світі, що треба людині» [1, 69].

Світлана Пиркало виявляє через інтертекст сучасної мови певні комплекси людини, яка зростала у викривленому мовленнєвому середовищі. Вона — представник суржикового покоління. Тому протиставляє себе носіям чистої мови («він говорив чистою українською мовою, я — суржилом» [1, 123]) і водночас намагається позбутися суржикової хвороби. Не дивно, що авторка гостро реагує на звинувачення в тому, «що ходить по місту і цвірінькає російською» [1, 160], і зневажливо передає мовлення співвітчизників за кордоном («за таку цену ви щас нічого луччого не найдьоте» [1, 120]).

До всього цього додається атмосфера англійського мовлення, у якому вона ностальгійно ловить українську, польську та російську «балачку» [1, 78]. Цей складний інтертекстовий мікс ще більше приваблює її коло читачів — покоління тридцятирічних.

Нестандартними видаються ситуації, коли в чужомовному полі виникають сленгові «вкраплення», за якими авторка ідентифікує не тільки співвітчизників, а й власне українське «я» («Вчора вранці до автобуса, в якому я їхала, завалили двоє російськомовних молодиків із пивом і перегаром. «Слиш, казззли!» — проварнякав один, падаючи на якусь бабусю. І тут я гаркнула: «Куди ти прьош! Шо, не видно, — люди!» Пивний молодик злякано відхитнувся, а я знову відчула свою належність до великого українського народу, якому палець в рот не клади» [1, 94]).

З колумністики Андрія Бондаря активно лине інтертекст великого міста та його передмість. Тут і молоді таланти, які міняють «усе ще чомусь непрестижну українську мову на «касову» російську» [1, 133], і соціально занедбана, покинута напризволяще молодь міських «спальників», лексикон яких обмежується словами «драп», «мусарка», «срок», і суржик передмістя — «бідний, але виразний словниковий запас» [1, 170]. Це все мова «лохотрону» — заражені слова хворого

суспільства. Інтертекст Бондаря формує широке читацьке коло людей міста і передмість, яких можна почути на вулицях, в електричках, на ринку. Вони зовсім поряд, треба тільки їх почути і зрозуміти.

У колонках Бондаря цікавим явищем видається музичний інтертекст, зокрема пісні, які «різні люди і по-різному» [1, 127] співають у метро. Перед читачем постає ціла палітра музичного смаку й несмаку. Сам автор зупиняє увагу на незрячій парі, що добре поставленими голосами виспіває «Пісню про рушник»: «Для мене і таких, як я, це чомусь завжди більше, ніж просто пісня. Це код, за яким відрізняють «своїх» від «не-своїх». Так уже люди влаштовані. Одним «Белый лебедь», другим — «Лебеді материнства»...» [1, 127]. Ці слова ще раз підтверджують думку про «кодовість» інтертекстуальної системи загалом.

Колумністика Рябчука не визначається інтертекстуальними вкрапленнями сучасної говірки або різноголоссям міста. Але колонку цього журналіста завжди можна впізнати через інтертекст інших мов. Особливо яскраво постають ситуації перекладної практики, і тоді прізвище радянського письменника Бориса Польового звучить польською мовою як заклик до пиятики [1, 182], а сленгову фразу «Знову цей совок пригребався» американець переклав як «Знову дитяча іграшкова лопатка зняла верхній шар ґрунту» [1, 185]. Серед усього розмаїття мов трапляється навіть мертва валійська мова, з якою Микола Рябчук асоціативно пов'язує долю рідної української [1, 195]. Автор бачиться людиною світу, який все ж таки знехтував «зеленою картою» і повернувся на батьківщину. Звичайно, рівень культури й освіченості, який задається в колонках Рябчука впливає на читацьке коло селекційно. Навколо цього автора збираються читачі-ерудити, з певними науковими інтересами.

Дослідження літературно-мовного інтертексту авторських колонок дозволяє синтезувати ті читацькі кола, що окреслюються навколо кожного з представлених колумністів.

Читацьке коло Віталія Жежери — це люди з «радянською» пам'яттю і мрійливою українською душею. Вони пам'ятають, як виглядає «Малый атлас мира» 1968 року видання, фотоапарат «Смена — 6» 1967 року випуску й ще багато реалій радянської доби. Читачі Жежери знають ціну слова і ціну мовчання. Може тому у цього автора можна знайти своєрідний інтертекст мовчання, який зрозуміє «його»

читач («Ми з батьком майже не розмовляли, бо він сидів десять літ на Колимі й тому багато мовчав. І ось одної ночі на початку зими він раптом розбудив мене, вивів надвір і показав на небо. Там, високо в туманному небі, мерехтіло щось червоне. «Північне сяйво!» — сказав він. То було єдине, що він розказав про свою Колиму. Тепер, коли мені стільки, як тоді було йому, я розумію, що розказав він зовсім немало» [1, 50]).

Читачі В. Жежери — романтики, які можуть побачити метеликів замість циферблатів новомодних годинників і почути естонську мову свого kota. Вони залюблені в так звану малу Україну з її тихими провінційними містечками і близькими українському серцю краєвидами і за автором могли б повторити: «Якби я вмів літати, то літав би вечорами над малими містечками Слобожанщини та Полтавщини» [1, 62]. Ці слова інтертекстуально перегукуються із цитатою української казки, яку Жежера використав в іншій колонці («Отак, мов у казці. Скажеш: «Візьміть мене на крилята!» — й тебе раптом десь почують» [1, 38]).

Колумністика Світлани Пиркало об'єднує читачів, які належать до так званого «покоління вісімдесятих». Це люди, у пам'яті яких поєднується романтика піонерського дитинства й відчуття несподіваної свободи після розпаду «советской страны». Залізна завіса імперії впала і приголомшеним громадянам відкрився інший світ, який не міг не вражати своїм незбагненим різноманіттям усього й нагадував справжній закордонний рай. Що там казати, «листи з Лондона» (саме так виглядають колонки Пиркало) і сьогодні сприймаються з легким присмаком екзотики «іншого життя» («Ти знаєш, як я люблю базари в Лондоні. Особливо той, на який зараз збираюся, — оптовий рибний... Там чого тільки нема: від завалів устриць — до зв'язок чудернацьких молюсків під назвою «бритва». Від дрібних креветок та мідій — до товстих тунців та гігантських, старих і поважних омарів» [1, 78]).

Але не просто закордонним шармом зацікавлюють колонки Пиркало, а саме отим дивним поєднанням його з ностальгією за радянським дитинством, коли дідусь приносив гостинці «від зайця», зрештою, — за батьківщиною. Тому, виявляється, що тут у Лондоні «мультіки — чужі й нецікаві», а «єдине, що рятує, — це всі серії старого дитячого фантастичного серіалу «Гостя з майбутнього»...та збірка мультіків із козаками» [1, 82]. Тому з «лондонського майбутнього»

Київ бачиться магічним містом, де авторка, як булгаковська Маргарита, літає у снах над подільськими пагорбами («Я люблю його і ненавиджу, бо воно не дає мені свободи. Адже свобода тут — на київських вулицях, у київських кав'ярнях... І не має значення, де я живу, з ким я живу, що я їм на сніданок — сало чи бекон. Я все одно тут» [1, 80]).

Авторська думка Андрія Бондаря формує навколо себе досить різноманітне читачьке коло, домінувальними інтересами якого є проблеми великого міста та його окраїн. Читачі Бондаря перебувають у постійному русі мегаполіса. Таксі, метро, маршрутки, електрички, потяги або людський потік вулиць, підземних переходів, ринків, вокзалів — це урбаністичний простір читачького кола Андрія Бондаря. Цей простір наповнений інтертекстом, який об'єднує людей попри різницю у віці, вихованні й освіті. Хоча сам автор належить до покоління тридцятирічних і виражає передусім інтереси освіченої, інтелегентної молодой людини, змушеної до виживання в мегаполісі, його колумністика сповнена переживаннями за людей старшого віку («Я чудово розумію долю цих людей. І не виключаю, що мені доведеться її розділити» [1, 130]). Особлива шана до власних батьків та людей їхнього покоління підсилюється так званім інтертекстом дитячих спогадів: «Однак так, як пахнув мені в дитинстві Київ, не пахне жодна країна і жодне місто. Це запах столичного метро, який тоді здався настільки інтенсивним і п'янким, що, гадалося, ніколи з тебе не вивітриться. Ми приїздили з батьком і старшим братом на домашні ігри «Динамо». Поїзд прибував о 4.50, і ми пішки йшли до центру. Пили бульйон за 30 копійок на Хрещатику, купували арахіс у шоколаді та «Київський торт» в «Українських ласощах», стояли в черзі по квитки на футбол у кас Республіканського» [1, 157].

Читачьке коло Миколи Рябчука формується переважно за принципом інтелектуальної селекції. Лінгвістична підготовка автора виринає в кожній його колонці то казусами перекладацької діяльності, то згадуванням про своїх іноземних приятелів, то спогадами про свої подорожі світом. Інтертекстуальне поле у Рябчука за кількісним показником поступається іншим представленим колумністам. Але в його творах маємо своєрідний інтертекст мовчання, який нагадує «послання, котре зможемо зрозуміти лише з плином часу» [1, 187].

Читачьке коло Рябчука обумовлюється й ідеологічним чинником, наближаючи до харизматичного автора читачів, які національно

ідентифікують себе на тлі «особливого» ставлення до росіян. На рівні інтертексту це виявляється у категоричному неприйнятті «олігофренічної московської попси» [1, 197], іронії стосовно любові росіянина до «поющей и пляшущей Малороссии» [1, 204], використанні жаргонізмів радянської епохи. До останніх, наприклад, належить слово «шмурдяк» (кріплене вино), з яким автор пов'язав смаки росіян («Я все-таки взяв свої сухі вина й хутенько вибіг із крамниці. Але досі зворушено згадую того дядечка — як символ Росії, котра всім нам бажає добра і пропонує своє «сладенькое», а нас, дурних українців, чомусь усе тягне на європейський кисляк» [1, 200]). Ця здатність Рябчука як колумніста метафоризувати жаргонну семантику відповідно впливає на формування читацького кола, залучаючи до нього читача мислячого, здатного адекватно прочитувати непрості інтертекстуальні коди журналіста.

Окреслені нами читацькі групи (звичайно, з певною долею умовності) наглядно демонструють функціональний зміст інтертексту в колумністичному творі. З одного боку, інтертекст дає змогу авторові оригінально виражати свою позицію. Прагнення колумніста до самовираження призводить до інтертекстуальної експресивності. Відтак перед читачами постають різні колумністичні характери — ліричний Віталій Жежера, іронічна Світлана Пиркало, ширий Андрій Бондар, стриманий Микола Рябчук. З іншого боку, інтертекст формує читацьку аудиторію, здатну розпізнати інтертекстуальне посилання автора. Ця розпізнавальна функція дає змогу зорієнтувати авторський задум на конкретного адресата — того, хто в змозі не просто «прочитати» певне посилання, а й оцінити його художнє наповнення.

Отже, для редактора усвідомлення цих функцій інтертексту особливо важливе, оскільки передбачення «перетинів» авторського світу і читацького сприйняття бачиться одним із головних завдань редакторської роботи з колумністикою.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Жежера В.* Авторська колонка: [збірка] / В. Жежера, С. Пиркало, А. Бондар, М. Рябчик. — К. : Нора-Друк, 2007. — 208 с.
2. *Галич В. М.* Колонка як жанр / В. М. Галич // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка : Філологічні науки / [відп. за випуск проф. Галич О. А., доц. Бойцун І. Є.] — Луганськ : Видавництво

державного закладу «Луганський національний університет імені Т. Шевченка», 2009. — № 3 (166), Ч.1. — С. 223–233.

3. *Чернышова Т. В.* Особенности коммуникативного взаимодействия автора и адресата через текст в сфере газетной публицистики / Т. В. Чернышова // Филологические науки. — 2003. — № 4. — С. 94–103.