

## КОЛУМНИСТИКА М. КУЧЕРСКОЙ: ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

ELENA V. SOKOLOVA

MAYA KUCHERSKAYA'S COLUMNS: LINGUISTIC, STYLISTIC AND STRUCTURAL FEATURES

Колонка как один из современных публицистических жанров представляет собой сложное образование, отличительной чертой которого является свободный тип повествования. Текст колонки строго регламентирован по объему; журналист освещает какое-либо актуальное, с его точки зрения, событие обычно в размере около 3000 знаков. Колонки однотипны по своей структуре: часто состоят из шести абзацев, из которых первый вводит в поле обсуждения избранную автором проблему; последний дает вариант ее решения; второй и третий абзацы знакомят читателя с деталями описываемой ситуации; пятый убеждает в истинности суждений колумниста. Четвертый абзац можно рассматривать как факультативный, поскольку он либо развивает идеи третьего абзаца, либо подготавливает общий вывод.

Колонки Майи Кучерской большей частью представляют собой колонку злободневную или колонку к дате и посвящены вечным ценностям и их преломлению во времени: отношению к добру и злу, смерти и жизни, любви и ненависти, подлинности и фальши, страху и бесстрашию, греху и святости, изолированности и преемственности, духовности и бездуховности, прошлому и настоящему, литературе как отражению всего, что происходит с отдельным человеком и с обществом в целом, а также конкретным литературным произведениям и их авторам.

Журналист в рамках избранной им персуазивной стратегии отбирает необходимые ему для воздействия на читателя лингвостилистические средства, такие как ирония, интертекстуальность, стилевой диссонанс, разнообразные синтаксические средства выразительности.

На основе проведенного анализа можно выделить как излюбленные М. Кучерской образные средства, так и производимые ими эффекты. Так, ирония в колонках Майи Кучерской создается большей частью путем расширения сочетаемости лексических единиц. В качестве средств создания интертекстуальности следует выделить аллюзии, включение прецедентных текстов, а также цитирование. Стилистический диссонанс создается часто в результате включения разговорных выражений в чуждый им контекст и становится средством выделения важных для автора смыслов. Риторические вопросы формируют полемичность текста. Излюбленным синтаксическим средством выразительности у М. Кучерской является парцелляция, задача которой — повысить категоричность авторских суждений, что достигается с помощью яркой и очень эмоциональной лаконичности, не предусматривающей сторонних возражений.

Таким образом, доминирование стратегии субъективного аргументирования приводит к выбору М. Кучерской тех лингвостилистических средств, которые обладают сильным воздействующим эффектом. Каждое из данных средств специализируется на передаче закрепленных за ним авторских смыслов / интенций и привязано к определенному месту в структуре колонок.



**Елена Владимировна  
Соколова**

кандидат филол. наук,  
старший преподаватель

► elena.v.sokolova@spbu.ru

Санкт-Петербургский государственный  
университет

Университетская наб. 7/9,  
Санкт-Петербург, 199034, Россия

**Elena V. Sokolova**

Saint Petersburg State University

7/9 Universitetskaya nab., St. Petersburg,  
199034, Russia

*Ключевые слова:* колонка; колумнистика; структура; персуазивная стратегия; лингвостилистические средства; язык писателя; язык СМИ.

The author argues that a column, being one of the newest journalistic genres, is a complex phenomenon characterized by a free type of narrative. The text of a column is strictly regulated in terms of volume; the journalist covers an event, which is relevant from his/her point of view, in a text usually of about 3,000 characters. The columns are of the same type in their structure: they often consist of six paragraphs. The first paragraph introduces the problem chosen into the discussion field, the last one gives a variant of solution to this problem. The second and third paragraphs introduce the reader to the described situation. The fifth one convinces the reader in the truth of the columnist's judgment. The fourth paragraph may be regarded optional, since it either develops the ideas of the third paragraph or prepares a general conclusion. The articles written by Maya Kucherskaya mostly belong to topical or date columns and are dedicated to eternal values and their refraction in temporary being: one's attitude to good and evil, death and life, love and hate, authenticity and falsehood, fear and fearlessness, sin and holiness, isolation and continuity, spirituality and earthliness, past and present, literature as reflection of everything that happens to an individual and to the society as a whole, as well as to specific literary works and their authors. Within the framework of her chosen persuasive strategy, the journalist selects the necessary linguistic and stylistic means, such as irony, intertextuality, stylistic dissonance and various syntactic means of expression. Based on the analysis, one can identify both Kucherskaya's favorite means of image creating, and the effects that these images are producing. For example, their irony in Kucherskaya's columns is created mostly by expanding the compatibility of lexical units. Allusions, the inclusion of precedent texts and quotations should be singled out as means of creating intertextuality. Stylistic dissonance is often created by inclusion of colloquial expressions in a different context and becomes a means of highlighting the meanings that are important for the author. Rhetorical questions form the controversy nature of the text. Kucherskaya's favorite syntactic means of expressiveness is parceling, the function of which is to increase the categoricalness of the author's judgments, which is achieved with the help of a bright and very emotional laconicism that does not provide for outside objections. Thus the dominance of the strategy of subjective argumentation makes Kucherskaya to choose linguistic and stylistic tools that have a strong influencing effect. Each of these tools specializes in the transmission of the author's meanings / intentions assigned to it and is tied to a specific place in the structure of the columns.

*Key words:* journalistic column; columns writing; structure; persuasive strategy; linguistic and stylistic tools; writer's language; media language.

## Введение

Современные писатели не ограничивают поле своей деятельности только художественной литературой, они позиционируют себя как активные медиаперсоны, реализуя актуальные для них смыслы как в поле Интернет-блогов и в различных видах интервью, так и в публицистике. М. Кучерская, дебютировавшая в качестве журналиста в «Российской газете», не является исключением. Сборник «Наплевать на дьявола» [Кучерская 2009], вышедший в 2009 г., содержит в себе заметки Кучерской — колумниста «Ведомостей». В данной статье будут рассмотрены лингвостилистические и структурные особенности колонок М. Кучерской, составляющие ее «лица необщее выраженье».

## Цель

Цель статьи заключается в выявлении структурного и лингвостилистического своеобразия колонок М. Кучерской на фоне языка СМИ начала XXI века.

## Методы и материалы

В основу методологической концепции положены методы лингвистического анализа текста: метод комплексного анализа текста, лингвопрагматический дискурсивный анализ, структурный анализ, контекстуальный анализ, интенциональный метод.

Материалом послужили тексты колонок М. Кучерской, вошедшие в сборник ее публицистики «Наплевать на дьявола».

## Результаты

Колонки М. Кучерской большей частью обладают однотипной структурой и, как и все произведения данного жанра, преследуют цель изменить мировоззренческие установки читателя. Общая персуазивная стратегия автора формирует набор используемых им лингвостилистических средств, характерных для языка СМИ начала XXI века. В распределении по композиционным элементам колонок излюбленных М. Кучерской лингвостилистических средств прослеживаются определенные закономерности.

### Обсуждение

Жанры колонки и интервью — одни из самых популярных в новейшей русской публицистике. Из них колонка — жанр наиболее молодой [Садовская 2016: 41], возникший именно как жанр, а не рубрика лишь в конце XX в. и ещё не получивший полного признания среди исследователей журналистских текстов. Так, А. А. Тертычный [Тертычный 2012], Г. В. Лазутина [Лазутина 2012], Г. С. Мельник [Мельник 2009], Н. М. Ким [Ким 2004] считают колонку «разновидностью какого-либо из известных жанров, чаще всего комментария или эссе» [Гордеев 2015: 138]. Однако сторонники выделения колонки в отдельный публицистический жанр представляют достаточно убедительные доводы для признания за колонкой жанровой самостоятельности [Кройчик 2000, Ярцева 2011, Тимченко 2011]. В качестве основных жанровых признаков колонки выделяются следующие:

1. Предмет изображения — «личное переживание по конкретному поводу» [Ярцева 2011: 227];
2. Цель автора — демонстрация его отношения к факту, а не факт сам по себе;
3. Свободная форма повествования;
4. «Некоторая размытость жанровых границ» [Ярцева 2011: 227–228].

Колонка — жанр в первую очередь полемический. В нём колумнист выражает эмоции, возникшие у него по тому поводу, который послужил толчком к созданию данного текста; с помощью яркой декларации собственной позиции колумнист обращает внимание читателя на актуальные факты / события / явления и т. п. и на их оценку; он излагает и анализирует данный материал, обращаясь в первую очередь к категории художественного образа; наконец, колумнист добивается разнообразия формальных средств выражения смыслов, обеспечивающих ему постоянное внимание читателя и его эмпатию.

Жанр авторской колонки также интересен тем, что предполагает строго определенный объем [Тимченко 2011: 20; Деяк-Якобишина 2013: 75]: вне зависимости от широты или узости освещаемой темы автор должен уложиться в то количество знаков, которое отвел ему на газетной стра-

нице редактор. Колонки М. Кучерской по своему объему обычно не превышают 2850 знаков с пробелами. Такие жесткие условия творчества определяют и структурные, и лингвостилистические особенности данных текстов: на очень ограниченном пространстве, одновременно и максимально свободном, и строго регламентированном, автор должен полностью реализовать все свои интенции и добиться желаемого эффекта воздействия на читателя, и Майя Кучерская находит такое сочетание структурных и лингвостилистических особенностей, которые создают тексты, являющиеся её своеобразной визитной карточкой.

«К структуре колонок не предъявляют жестких требований» [Потсар 2012], поэтому уже на этом уровне текст предоставляет автору широкие возможности для самовыражения. Большинство колонок М. Кучерской имеют и заголовок, и подзаголовок, выполняющий поясняющую функцию: он объясняет, о чём пойдёт речь, поскольку заголовок прежде всего выполняет функцию привлечения внимания читателей и оказывается для них более или менее загадочным («Без семьи. О том, почему в России не пишут семейных sag» [Кучерская 2009: 5], «Лев умер? О евангелии от Иуды» [Кучерская 2009: 5]).

Колонки М. Кучерской большей частью обладают однотипной структурой. В них обычно можно выделить 4 части. Учитывая то, что в большинстве колонок содержится от 5 до 7 абзацев, можно утверждать, что первый или первые два из них вводят читателя в интересующую автора тему и поднимают ту проблему, которую колумнист собирается обсуждать. Последний абзац отражает окончательно занятую автором позицию по обсуждаемому вопросу. Третий и четвёртый абзацы, а иногда и второй, описывают анализируемую ситуацию, включая в себя и элементы рассуждения на заданную тему; пятый абзац (при наличии семи абзацев — пятый и шестой) убеждает читателя принять точку зрения автора в качестве истинной, содержит аргументацию.

Если в колонке оказывается 3 больших абзаца, что редко, но случается, в 1 и 2 абзаце объединяются и введение в тему, и постановка проблемы, и описание ситуации: 1 абзац — введение

в тему, описание ситуации, постановка проблемы; 2 абзац — описание ситуации, детализация поставленной проблемы; 3 абзац — изложение позиции автора с элементами аргументации и выводом. Такой тип структуры представлен в колонке «Молчальники. О батюшках» [Кучерская 2009: 3].

Если придерживаться классификации И. С. Тимченко (условной, по признанию самого исследователя, поскольку «никакой классической типологии колонок нет» [Тимченко 2011: 36]), то колонки М. Кучерской относятся большей частью к колонкам злободневным, изредка — к колонкам к дате.

Злободневная колонка предполагает «реакцию публициста на самые громкие, актуальные события... Это особый взгляд на событие, о котором написано и сказано уже очень многое, но есть необходимость говорить ещё и ещё, и говорить иначе, чем остальные...» [Тимченко 2011: 42]. К таким колонкам относится, например, колонка под названием «Дьявол? Наплевать! О том, нужно ли их бояться» [Кучерская 2009: 1].

«Колонка к дате», по словам И. С. Тимченко, представляет собой разговор «на определенную тему», обсуждать которую «в другой день вроде как не логично или ни к чему» [Тимченко 2011: 50]. Пример такой колонки демонстрирует колонка под названием «До свиданья, Новый год! О чувстве праздника» [Кучерская 2009: 2].

Ещё один из широко распространённых видов колонки — колонка исповедальная. Исповедальной колонкой можно назвать ту, которая рождает максимальный эффект сопричастности автора и читателя и «характеризуется предельной искренностью и откровенностью, с которой автор обнажает перед читателем свою душу» [Тимченко 2011: 47]. Исповедальной колонки в чистом виде у М. Кучерской нет, но любая ее колонка пронизана нотками исповедальности: свою позицию автор никоим образом не маскирует, и каждая колонка строится как доверительный разговор с читателем, настроенный на установление прочного контакта и предполагающий если не превращение читателя в единомышленника, то, по крайней мере, хоть минимальное, но изменение его мировоззренческих установок.

В соответствии с общей персуазивной стратегией колумниста [Голоднов 2008] формируется перечень лингвостилистических особенностей колонок М. Кучерской.

Под персуазивностью понимают воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения или призыва к совершению действия [Чернявская 2006: 25]. Персуазивность можно рассматривать как одну из возможных функционально-прагматических характеристик текста, которая связана с реализацией его функции воздействия [Рюкова, Филимонова 2016: 432], а персуазивную коммуникацию как особый тип ментально-речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресант реализует попытку преимущественно вербального воздействия на адресата [Голоднов 2003].

По мнению А. В. Голоднова, коммуникативная стратегия персуазивности представляет собой «диалектическое единство концептуально-тематического плана адресанта по построению своего речевого высказывания <...> и процесса творческой (вариативной) реализации этого плана, направленного на достижение прагматической цели» [Голоднов 2008:116]. Колонки М. Кучерской далеко не обязательно предполагают побуждение читателя к совершению какого-либо конкретного действия, однако цель изменения мировоззренческих установок преследуется всегда.

Общая персуазивная цель раскладывается на частные цели. В статье «Персуазивная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе» А. В. Голоднов, опираясь на труд немецкого лингвиста Э. Манна, пишет о том, что в риторическом метадискурсе основными частными персуазивными целями являются две — убеждение и обольщение, которым соответствуют две стратегии — стратегия убеждения (стратегия объективного аргументирования) и стратегия обольщения (стратегия субъективного аргументирования). Стратегия объективного аргументирования предполагает апелляцию к не подлежащим сомнению реалиям объективного мира или конвенциональным нормам, а стратегия субъективного аргументирования апеллирует к чувствам, переживаниям, оценкам коммуникантов. В разных случаях пре-



обладает то одна, то другая стратегия. В колонках М. Кучерской первенствует стратегия субъективного аргументирования.

Наряду с основными стратегиями аргументирования А. В. Голоднов в той же статье выделяет в риторическом метадискурсе стратегии второстепенные. Их задача состоит в выделении бесспорных или полезных для реципиента элементов содержания, в формировании образа реципиента, в побуждении к переоценке им собственных ценностей и в конечном итоге в побуждении к принятию аргументации адресанта и тем самым к усвоению реципиентом его точки зрения. В соответствии с избранными стратегиями отбираются персуазивные коммуникативные тактики, или, по терминологии Голоднова — техники, поскольку, с его точки зрения, необходимо подчеркнуть преднамеренный характер каждой коммуникативной операции. Коммуникативная стратегия конструирует весь текст, а коммуникативная техника обеспечивает как отбор тематического содержания, так и его формально-стилистическое оформление. Коммуникативная техника в свою очередь представлена в виде коммуникативных ходов — конкретных приемов, выступающих в качестве инструмента ее реализации.

Коммуникативные ходы могут быть как вербальными, так и невербальными, но в рамках колумнистики М. Кучерской мы имеем дело только с вербальными коммуникативными ходами. Они представляют собой систему актов выбора и комбинирования языковых средств с целью создания речевого произведения нужной интенциональной направленности и отражают специфические особенности различных типов риторического текста [Голоднов 2008: 117–123]. Уровень коммуникативных ходов соответствует формально-стилистическому плану ментально-речевой деятельности субъекта [Гончарова 2001: 121].

На формально-стилистическом уровне выделяют целый ряд лингвистических явлений, обладающих сильным воздействующим потенциалом, способных выдвигать связанные с ними смыслы в центр внимания и выполняющих тем самым персуазивную функцию.

В рамках небольших по объёму и достаточно строго структурированных текстов колонок М. Кучерской выделяется набор лингвистических приемов, средств художественной выразительности, служащих указанной цели. Выстроенный по принципу частотности употребления, данный перечень выглядит следующим образом: ирония, интертекстуальность, парцелляция и иные элементы экспрессивного синтаксиса, антитеза, лексические и синтаксические элементы разговорного стиля, метафора.

**1. Ирония** создаётся в результате расширения лексической сочетаемости слов (например, в колонке «Один — в скафандре, другой — с бородой»: уютно синее погребальная урна) [Кучерская 2009: 2]. Часто встречается, если так можно выразиться, «отсроченная» ирония, когда иронический смысл слова или высказывания раскрывается только после прочтения текста колонки. Так, в колонке «Молчальники. О батюшках» вместо отшельников, взявших на себя обет молчания, речь идёт о трусливых пастырях, ради мирского благополучия жертвующих своим пастырским долгом [Кучерская 2009: 3–4]. И в том, и в другом случае основной функцией иронии у М. Кучерской является передача негативной авторской оценки происходящего.

**2. Интертекстуальность**, которая создается в результате использования трех взаимопересекающихся приемов.

Во-первых, это цитирование (например, в колонке «Дьявол? Наплевать!»: Трости надломленной не переломит, и льна курящегося не угасит, — сказал пророк Исайя) [Кучерская 2009: 1].

Во-вторых, это включение прецедентных текстов (например, в колонке «До свиданья, Новый год!»: А нынче? Погляди в окно) [Кучерская 2009: 2]. Следует обратить внимание на изменение знаков препинания (у А. С. Пушкина: «А нынче... погляди в окно»), которое может рассматриваться как элемент игры на пунктуационном уровне оформления текста, выдвигающей на первый план столь излюбленную в современной публицистике диалогизацию изложения, реализуемую в конкретном случае с помощью катехизического единства.

В-третьих, это аллюзии (само название сборника, причём обе его части — «Наплевать на дьявола: пощёчина общественному вкусу», название первой колонки в сборнике — «Дьявол? Наплевать!», названия многих других колонок, например, «Без семьи»). Аллюзии М. Кучерская использует в первую очередь именно в заголовках, и основная их цель заключается в том, чтобы расширить контекст восприятия содержания колонки и направить мысль читателя в нужное автору русло.

3. Главная задача **парцелляции** у М. Кучерской — не передать специфику устной речи, а повысить категоричность позиции автора с помощью эмоционально насыщенного лаконизма, отрицающего какую-либо возможность полемики (например, в колонке «Один — в скафандре, другой — с бородой»: *Между тем любой ребенок вполне готов принять о смерти правду. Но, чур, одну* [Кучерская 2009: 2], в колонке «Три аршина земли»: *Там, наверху, все равно рванет. А ты в домике. И тебе наконец не страшно. Это стоит всех бытовых неудобств;*

«Чехов откликнулся на это так: «Толстой говорит, что человеку нужно всего три аршина земли. Вздор — три аршина земли нужно мертвому...» Потому что живому человеку нужен весь земной шар» [Кучерская 2009: 3].

Закономерно, что парцелляция чаще всего оформляет выводы, как итоговые, так и промежуточные. При этом парцеллаты часто открывают новый абзац и нередко начинаются с союзов, которые обычно не начинают предложение, например, с союза «потому что», как это показано в последнем примере.

4. **Риторические вопросы и вопросно-ответные конструкции** у М. Кучерской усиливают полемичность текста. При этом число риторических вопросов достаточно велико: их количество в колонке из 2850 знаков может достигать восьми.

Часто в колонках М. Кучерской мы имеем дело не просто с риторическими вопросами, а с катехизическими единствами — вопросно-ответными рядами. Такой приём способствует интимизации и диалогизации

текста, драматизации авторского монолога. Это явление экспрессивного синтаксиса направлено прежде всего на уравнивание позиций коммуникантов. Его назначение — создать у читателя иллюзию, что диалог ведётся именно с ним, как это реализовано, например, в колонках «Дьявол? Наплевать!» и «Молчальники»: *Как на это реагировать именно христианам — то есть тем, чьи религиозные чувства подобные сюжеты действительно задевают? Реагировать по-христиански.* [Кучерская 2009: 1];

*Казалось бы, ну а почему священнослужители должны об этом говорить — разве это их дело? Самое прямое.* [Кучерская 2009: 2].

Это, безусловно, один из излюбленных способов диалогизации дискурса у М. Кучерской. Специфической особенностью ее риторического дискурса при этом является тенденция к принципиальному нарушению правил абзацного членения текста. Обычным образом новый абзац открывает новую микротему, однако у М. Кучерской новый абзац может продолжать микротему, начатую в предыдущем абзаце, и начинаться с ответа на заданный в предыдущем абзаце вопрос. Так, в приведённых нами примерах ответная реплика является началом следующего абзаца. Очевидно, что данный прием продиктован как раз стремлением повысить субъективную убедительность своей позиции, ее авторитетность, поскольку на таким образом поданный вывод падает логическое ударение.

5. В персуазивной функции также используется **антитеза**. Она реализуется внутри предложения, внутри абзаца, между абзацами. При использовании в антитетических конструкциях парцелляции первая их часть обычно содержит ошибочное утверждение, требующее опровержения, или не устраивающий автора факт, а вторая — либо истинное утверждение, либо сомнение в целесообразности высказанного в первой части мнения или изложенного там факта. Приведем примеры из колонок «Без семьи» и «Лев умер?»:

1) *Можно, конечно, и так — обмануться. Но все же одна лишь тоска по предкам их не вернет* [Кучерская 2009: 5]; *И католическая*

и православная церковь уже успели выразить отрицательное отношение к «Евангелию от Иуды»: к чему обсуждать заведомые небылицы? Но отказ от разговора слишком легко принять за слабость [Кучерская 2009: 6].

Реже во второй части антитетической конструкции перед читателем может ставиться новый вопрос:

2) Именно поэтому «Евангелие от Иуды» также ничего, конечно, не изменит в канонических представлениях о Сыне Божьем. Говоря проще, верующим от выхода «Евангелия» не холодно и не жарко. Тем более что реальный Иуда написать его никак не мог — греческий текст появился лишь в середине второго века, когда Иуды давно не было на свете. Но если перед нами всего лишь «один из» апокрифических памятников, почему в европейской и американской прессе царит такой переполох? [Кучерская 2009: 6].

6. Лексические и синтаксические **элементы разговорного стиля** используются М. Кучерской в первую очередь с целью актуализации особенно важных смыслов («Между тем любой ребенок вполне готов принять о смерти правду. Но, *чур, одну.*» [Кучерская 2009: 2], «...сложный и действительно часто враждебный мир оказывается наконец структурирован и приручен. Там, наверху, все равно *рванет*. А ты в домике.» [Кучерская 2009: 3]), но часто и для демонстрации абсурдности ситуации, как в колонке «Дьявол? Наплевать!»: «Господи! Неужели Ватикану и Бенедикту XVI больше нечего делать? Только читать и клеймить детские книжки? Так и представляешь себе громадный зал, красный от кардинальских шапочек, и все эти солидные, убеленные сединами люди, включая папу, дружно *уткнулись* в книжки с мальчиком в очках на обложке» [Кучерская 2009: 1]. Стилевой диссонанс в данных примерах не просто привлекает внимание читателей, он выделяет нужный для понимания и приятия позиции автора смысл.

7. Конечно же, не чуждается М. Кучерская и такого эффективного механизма психологического воздействия, как **метафора**. Именно этот троп способен обеспечить построение в сознании слушателя нужной автору картины мира [Михалева 2004:123]. Однако большей частью М. Кучерская

использует созданные на основе метафоры устойчивые выражения (например, в колонках «Дьявол? Наплевать!» и «Один — в скафандре, другой — с бородой»: «Не *бить* же их за это *смертным боем*, загоня болезнь внутрь» [Кучерская 2009: 1]; книжки, «*проливающие свет* на «темные» вопросы» [Кучерская 2009: 2]) и лексемы с непрямым значением, созданным на основе метафорического переноса — «*наплевать на кого?*» (в названии сборника). Кроме того, основным средством персуазивности метафора у М. Кучерской не является, лишь одним из многих и не самым частотным.

8. В колонках М. Кучерской встречается еще одна особенность, наделённая функцией персуазивности. Известно, что в современных СМИ фиксируется **изменение способа обозначения собирательности в именах существительных**: «форма единственного числа может иметь значение собирательности, которое формируется только в определенном контексте, то есть аналитически: ... **Покупатель** всегда прав!» [Костикова 2008:15]. В этом явлении в языковом плане усматривают в первую очередь тенденцию к аналитизму [Костикова 2008:19], но думается, что в пространстве текста этому явлению присуща функция описательная: ед.ч. вместо мн.ч. приближает изложение обобщённой информации к живому примеру, а, как известно, живой пример убедительнее абстрактных выводов (см. колонку «Я тебя люблю»: *А когда, как не на карнавале, можно скинуть наручники правил хорошего тона и протянуть наконец онемевшую руку к ее руке? В этот день **закомплексованный мальчик (девочка)** может себе позволить глубоко вдохнуть и выдохнуть сакраментальное «я тебя люблю»* [Кучерская 2009: 2]).

Устанавливая связь между используемыми М. Кучерской средствами выразительности и композиционной структурой ее колонок, можно проследить некоторые закономерности их распределения, несмотря на повторяемость многих из указанных выше приемов в разных частях текста. Эти закономерности обусловлены назначением каждого из четырёх выделенных нами композиционных блоков колонки. Кроме того, есть приемы, присущие лишь какому-либо одному конкретному блоку.

Так, вводная часть часто начинается с предложения, включающего в свой состав указательные местоимения «*этот, эта, это, эти*», то есть сам предмет речи изначально не называется, что, безусловно, интригует читателя и помогает завладеть его вниманием, как это и происходит в колонках «До свиданья, Новый год!» и «Дьявол? Наплевать!»: *Это произошло незаметно* [Кучерская 2009: 2], *Эти истории, кажется, никогда не кончатся* [Кучерская 2009: 1]. Также во вводной части обычно встречаются аллюзии, которые расширяют содержательное наполнение вынужденно короткого текста.

Прецедентные тексты, цитация используются обычно в основной части колонки, описывающей ситуацию и излагающей аргументацию автора, но иногда могут предварять и вывод.

Основным отличием вывода и от вступления, и от основной части текста является отсутствие иронии. А тесная связь вывода с предшествующими рассуждениями демонстрируется с помощью первого предложения последнего абзаца, начинающегося с союза. Окончателюность вывода подчёркивается использованием лексико-синтаксических средств, сигнализирующих о завершении процесса рассуждения, например в колонке «Дьявол? Наплевать!»: *Вот и всё* [Кучерская 2009: 2]. Общность позиции автора и читателя подчёркивается с помощью приемов диалогизации речи, например с помощью имитации ответных реплик, как в колонке «До свиданья, Новый год!»: *Нет, уж если нам действительно нужен именно праздник, значит, и будни должны лишиться кучи удобств* [Кучерская 2009: 2], а также за счет использования местоимений 1 л. мн. ч., как в предыдущем примере, или обобщённых предложений, как в колонке «Дьявол? Наплевать!» или «Один — в скафандре, другой — с бородой»: *с дьяволом не вступают в разговоры, с ним не ведут дискуссии, у него ничего не уточняют и не заключают с ним сделок. На него просто плюют* [Кучерская 2009: 2]; *Начнешь плести сказки о вампирах и лосях, будь готов, что тебя перебьют* [Кучерская 2009: 2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что доминирование стратегии субъективного ар-

гументирования (апелляция к чувствам, переживаниям и оценкам читателя) приводит к выбору М. Кучерской из языка СМИ начала XXI века [Костикова 2008] тех лингвостилистических средств, которые обладают сильным воздействующим эффектом. Каждое из данных средств специализируется на передаче закреплённых за ним авторских смыслов / интенций и привязано к определенному месту в структуре колонок.

#### ИСТОЧНИКИ

Кучерская 2009 — Кучерская М. Наплевать на дьявола: пощечина общественному вкусу. Электрон. библиотека ЛитМир. 2009 [Электронный ресурс] URL: <https://www.litmir.me/br/?b=119080&р>. (дата обращения: 30.03.2021)

#### СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Кройчик 2000 — Кройчик Л.Е. Жанры современной журналистики. В кн.: *Основы творческой деятельности журналиста: учебник*. Корконосенко С.Г. (ред.). СПб.: Общество «Знание» СПб. и Лен. обл., 2000. С.152–153.

Лазутина 2012 — Лазутина Г.В. *Жанры журналистского творчества: учеб. пособие*. М.: Аспект-Пресс, 2012. 319 с.

Мельник 2009 — Мельник Г.С. *Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие*. СПб.: Питер, 2009. 271 с.

Тертычный 2012 — Тертычный А.А. *Жанры периодической печати: учеб. пособие*. М.: Аспект-Пресс, 2012. 348 с.

Тимченко 2011 — Тимченко И.С. *Авторская колонка в современных СМИ: учеб-метод. пособие*. СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2011. 172 с.

#### ЛИТЕРАТУРА

Голоднов 2003 — Голоднов А.В. *Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы)*. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. 247 с.

Голоднов 2008 — Голоднов А.В. Персуазивная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина*. 2008, 4 (18): 113–125.

Гончарова 2001 — Гончарова Е.А. Персуазивность и способы ее языковой реализации в дискурсе рекламы. В сб.: *Studia Linguistica-10. Проблемы теории европейских языков: сборник научных трудов*. СПб.: Тригон, 2001. С.120–130.

Гордеев 2013 — Гордеев Ю.А. Колумнистика в печатных и Интернет-изданиях: жанровый аспект. *Вестник ВГУ. Серия: Филология и журналистика*. 2015, (3): 136–139.

Деяк-Якобишина 2013 — Деяк-Якобишина Е.М. Авторская колонка: традиционный жанр или новая форма. *Вестник БДУ*. 2013, 4 (3): 74–75.

Ким 2004 — Ким М.Н. *Жанры современной журналистики*. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2004. 335 с.



Костикова 2008 — Костикова О. Ф. *Лингвостилистическая специфика русской публицистики начала XXI века*. Рязань: Информационный редакционно-издательский центр ГОУ ВПО РГАТУ, 2008. 23 с.

Михалева 2008 — Михалева О. Л. *Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия*. Кемерово: Кемеров. гос. ун-т, 2004. 289 с.

Потсар 2012 — Потсар А. Н. Трансформация жанровой структуры колонки под влиянием политического дискурса. *Электронный научный журнал Медиаскоп: Медиастилистика*. 2012, (1). URL: <http://www.mediascope.ru/node/1023>

Рюкова 2016 — Рюкова А. Р., Филимонова Е. А. Языковые способы реализации персуазивности. *Вестник Башкирского университета*. 2016, 21 (2): 431–435.

Садовская 2016 — Садовская Е. С. *Лингвокоммуникативная характеристика жанра «литературно-критическая колонка» в немецких СМИ*. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2016. 186 с.

Чернявская 2006 — Чернявская В. Е. *Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия*. М.: Флинта, 2006. 136 с.

Ярцева 2011 — Ярцева С. С. Жанровые признаки колонки. *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. 2011, (1): 226–228.

Потсар 2012 — Potsar A.N. Transformation of the genre structure of the column under the influence of political discourse. *Elektronnyi nauchnyi zhurnal Mediascope: Mediastilistika*. 2012, (1). Available at: <http://www.mediascope.ru/node/1023> (in Russian)

Рюкова 2016 — Riukova A.R., Filimonova E.A. Language methods for implementing persuasiveness. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*. 2016, 21 (2): 431–435. (in Russian)

Садовская 2016 — Sadovskaia E.S. *Linguocommunicative characteristics of the genre «literary-critical column» in the German mass media*. St. Peterburg: S.-Peterb. gos. un-t Publ., 2016. 186 p. (in Russian)

Чернявская 2006 — Cherniavskaia V.E. *The Discourse of Power and the Power of Discourse: Problems of speech Influence*. Moscow: Flinta Publ., 2006. 136 p. (in Russian)

Ярцева 2011 — Iartseva S.S. Genre features of the column. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii: Filologiya. Zhurnalistika*. 2011, (1): 226–228. (in Russian)

## REFERENCES

Голоднов 2003 — Golodnov A.V. *Linguopragmatic features of persuasive communication (on the example of modern German-language advertising)*. St. Petersburg: Izd-vo RGPU im. A.I. Gertsena Publ. 2003. 247 p. (in Russian)

Голоднов 2008 — Golodnov A.V. Rhetorical meta-discourse: towards the definition of the concept. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A.S. Pushkina*. 2008, 2(13): 7–18. (in Russian)

Гончарова 2001 — Goncharova E.A. Persuasiveness and ways of its linguistic implementation in the advertising discourse. In: *Studia Linguistica-10. Problemy teorii evropeiskikh iazykov: sbornik nauchnykh trudov*. St.Peterburg: Trigon, 2001. P.120–130. (in Russian)

Гордеев 2013 — Gordeev Iu.A. Columnistics in print and online publications: genre aspect. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii: Filologiya i zhurnalistika*. 2015, (3): 136–139. (in Russian)

Деяк-Якобишина 2013 — Deiak-Iakobishina E. M. Author's column: traditional genre or new form. *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii 4*. 2013, (3): 74–75. (in Russian)

Ким 2004 — Kim M.N. *Genres of modern journalism*. St.Peterburg: Izdatel'stvo Mikhailova V. A. Publ., 2004. 335 p. (in Russian)

Костикова 2008 — Kostikova O. F. *Linguistic and Stylistic Specifics of Russian Journalism at the Beginning of the XXI Century*. Rязань: Informatsionnyi redaktsionno-izdatel'skii tsentr GOU VPO RGATU Publ., 2008. 23 p. (in Russian)

Михалева 2008 — Mikhaleva O.L. *Political discourse as a sphere of implementation of manipulative influence*. Кемерово: Кемеров. гос. ун-т Publ., 2004. 289 p. (in Russian)