

Дзялошинский И.М.

Тексты и текстоиды, или что происходит с автором?

Обобщение существующих определений понятия «текст» дает возможность предложить комплекс критериев, позволяющих отличить собственно текст от неких артефактов, лишь похожих на текст. Эти критерии могут быть обозначены следующим образом.

Первый критерий – наличие внутри текста лингвистических (лексических, стилистических, грамматических) элементов, скрепляющих различные фрагменты повествования в некую целостность.

Второй критерий – наличие цели, для достижения которой было создано это произведение. Следует отличать текст, как продукт целеориентированной деятельности, от текстоподобных форм коммуникации, используя которые, множество автономных участников добиваются собственных целей.

Третий критерий (самый спорный) – наличие автора, отвечающего за весь текст. Автор высказывания/произведения/ текста со времен Сократа и до наших дней – один из сложнейших объектов гуманитарной науки. Сложность обусловлена множественностью текстовых фиксаций автора. В данном случае нас интересует не такая базовая терминологическая единица филологической науки как «образ автора», которая появилась в 20-е годы прошлого века при попытке выявления законов изменения структуры художественного произведения – «литературы вымысла». Вслед за В.В. Виноградовым мы считаем необходимым четко разграничивать «образ автора» и автора как биографическую личность [Виноградов, 1971. С. 151]. Для нас автор – это создатель концепции всего произведения, активная социальная индивидуальность.

Очевидно, что институт авторства с возникновением и развитием виртуального пространства преобразовался. Вся письменная история человечества характеризуется постепенным увеличением и расширением количества людей, допущенных к созданию текста, который должен иметь определенный социальный статус

и массовое распространение. Как известно, революционным этапом в расширении числа авторов было появление печатного станка, новым этапом стало появление глобального виртуального пространства.

Ролан Барт еще в 1968 году провозгласил смерть Автора: «... текст сложен из множества разных видов письма, происходящих из различных культур и вступающих друг с другом в отношения диалога, пародии, спора, однако вся эта множественность фокусируется в определенной точке, которой является не автор, как утверждали до сих пор, а читатель. Читатель – это то пространство, где запечатлеваются все до единой цитаты, из которых складывается письмо; текст обретает единство не в происхождении своем, а в предназначении, только предназначение это не личный адрес; читатель – это человек без истории, без биографии, без психологии, он всего лишь *некто*, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст. Смехотворны поэтому попытки осуждать новейшее письмо во имя некоего гуманизма, лицемерно выставляющего себя поборником прав человека. Критике классического толка никогда не было дела до читателя; для нее в литературе существует лишь тот, кто пишет. Теперь нас более не обманут такого рода антифразисы, посредством которых почтенное общество с благородным негодованием вступает за того, кого на деле оно оттесняет, игнорирует, подавляет и уничтожает. Теперь мы знаем: чтобы обеспечить письму будущность, нужно опрокинуть миф о нем – рождение читателя приходится оплачивать смертью Автора» [Барт, 1994. С. 391]. В современном медиапространстве Читатель поглотил Автора, соединив Автора и Читателя в новую сущность.

Средневековый писец совмещал функции автора и медиатора и оставался анонимом, за исключением редких случаев. Современный вирусный редактор также характеризуется анонимностью, но главная его характеристика – массовое авторство, т.е. выражение некоего коллективного знания. Однако трудно согласиться с утверждением, что распространение *user-generated content (UGC)* – содержания, создаваемого рядовыми пользователями интернета, которые одновременно являются и потребителями информации (читателями, зрителями, слушателями традиционных СМИ), упраздняет систему авторства. Авторство в интернете

совсем не утратило свою актуальность. Личность блогера и его авторитет в интернет-сообществе сегодня является несомненным символическим, а иногда финансовым капиталом. Так, в 2004 году Массачусетским технологическим институтом был проведен опрос блогеров: «В большинстве случаев респонденты идентифицировали себя в своих блогах. 81% всех участников сказали, что использовали какую-либо форму самоидентификации: 55% использовали свои настоящие имена и фамилии, 22% использовали какой-либо вариант своего имени (имя без фамилии, известное друзьям прозвище, инициалы, и т.д.)» [Viegas, 2005]. Часть пользователей указывает собственную фамилию уже в имени пользователя, часть – в названии блога или в разделе «информация о пользователе». Кроме того часто используют для «картинок пользователя», сопровождающих их записи и комментарии, собственные фотографии. В иных случаях личность автора блога может быть известна постоянным читателям из его записей и комментариев, личного общения, либо же из сообщений в СМИ и других источников [Viegas, 2007].

Разумеется, размышляя об авторе, не стоит забывать о таком модном направлении в современной культурологии и литературоведении, как теория интертекстуальности, создателями которой являются Р. Барт [Барт, 1994] и Ю. Кристева [Кристева, 2000]. В их работах были сформулированы основные установки постмодернистского сознания, центральная из которых – мысль о принципиальной завершенности истории. Из нее вытекает утверждение об исчерпанности творческих потенциалов человеческой культуры. «Все, что есть сейчас, уже было и еще будет, история и культура движутся по кругу, в сущности, обречены на повтор и топтание на месте. То же происходит и с литературой: все уже написано, нового создать невозможно, современный писатель волей-неволей обречен на повторение и даже цитацию текстов своих далеких и близких предшественников» [Голубков, 2003. С. 74]. По мысли постмодернистов, современный писатель не является в полном смысле слова автором своих книг, ибо все уже написано до него; он лишь «скриптор, бестрепетно компилирующий тексты предыдущих эпох» [Барт, 1994. С. 387].

Каноническую формулировку понятий «интертекстуальность» и «интертекст» дал Р. Барт: «Каждый текст является ин-

тертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры» [Barthes, 1973. Р. 78]. «Всякий текст, – пишет Барт, – есть интертекст по отношению к какому-то другому тексту, но эту интертекстуальность не следует понимать так, что у текста есть какое-то происхождение..., текст образуется из анонимных, неуловимых и вместе с тем уже читанных цитат – цитат без кавычек» [Барт, 1994. С. 387].

Понятие интертекстуальности, предложенное Ю. Кристевой, сформулировано следующим образом: «Любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь текста» [Кристева, 2000. С. 429]. Бесчисленное число источников, «впитанных» текстом, теряют свой исходный смысл, вступают друг с другом во взаимодействие, рождая новые смысловые связи, доступные не авторскому, а читательскому пониманию: «<...> смысл в текст вкладывает не автор, а читатель. Он в меру отпущенного сводит воедино все начала и концы текста, вкладывая в него, таким образом, свой смысл» [Голубков, 2003. С. 75]. Отсюда множественность трактовок произведения, каждая из которых имеет право на существование [Руднев, 1999. С. 113-118]. Читатель, вкладывающий смысл в воспринимаемое произведение, как бы становится на место автора. Смерть автора – плата литературы за рождение читателя, смерть которого также прогнозируется.

В связи с этими утверждениями целесообразно напомнить мысль М.М. Бахтина о том, что любое художественное произведение является, прежде всего, высказыванием, «существенным (конститутивным) признаком высказывания является его обращенность к кому-либо, его адресованность. В отличие от значащих единиц языка – слова и предложения, которые безличны, ничьи и никому не адресованы, высказывание имеет и автора (и – соответственно – экспрессию...), и адресата» [Бахтин, 1996. С. 200]. Соглашаясь с известным философом и литературоведом, мы тем самым ставим под сомнение постулат Р. Барта о смерти автора. Любое произведение подчиняется замыслу и логике своего создателя, ориентированного на понимание его «шедевра» читателями. А «понимание всегда чревато ответом» [Бахтин, 1996.

С. 209], то есть рождает диалог, в который читатель включается со своей рецепцией прочитанного.

Подменять диалог «смертью автора» и «всесиличием читателя» кажется нам недопустимой примитивизацией идей Бахтина, который разработал понятие диалогичности, то есть открытости сознания, готовности человека на живой отклик, мгновенную реакцию на собственное или чужое высказывание. Диалогичность – одно из основных свойств литературы, так как именно в процессе диалога писателя и читателя рождается интерпретация художественного текста.

Поэтому, не отказывая читателю в праве строить свои интерпретации воспринимаемого текста, мы все-таки утверждаем, что текст создает автор, который за него и отвечает. Это может быть один человек; два человека (братья Стругацкие, Ильф и Петров); несколько человек (авторы научной монографии) – в любом случае речь идет о некоем субъекте, который отвечает за весь текст. Именно автор закладывает в текст особое видение мира, предлагает интерпретации происходящих событий.

Г.Я. Солганик утверждает, что в публицистике «важен не образ автора, а сам автор как личность – его взгляды, устремления, общественная позиция, в известной мере личностные качества» [Солганик, 2001. С. 75]. При этом он предлагает различать две ипостаси автора: частный человек и социальный. Как частный человек автор текста (в том числе медиатекста), с одной стороны, стремится выглядеть близким аудитории человеком, а с другой – проявляет интерес к частному человеку, частной жизни других людей. Как человек социальный автор (в частности, журналист) выступает прежде всего не от своего имени, а выражает социальные, групповые или корпоративные интересы. Г.Я. Солганик указывает, что в современной медиакультуре преобладает частная позиция автора. Сформулированное положение подчеркивает значение модальности в процессе общения, для которого характерно не столько означивание, сколько выражение говорящим своего отношения к тому или иному факту, событию, явлению и т.п. Категория модальности объединяет коммуникантов, содержание высказывания и действительность и отражает динамику становления и развития диалогических отношений. Кроме того, как заметила Н.Д. Арутюнова: «Модальный старт часто связан с

прагматическими задачами. Он открывает адресату коммуникативные ожидания говорящего» [Арутюнова, 1999. С. 427].

Размышляя о том, что такое автор в журналистике, С.Г. Корконосенко напоминает о том, что для творческих областей деятельности человека понятие «автор» – ключевое. Оно восходит к латинскому слову *auctor*, называющему субъект действия и в универсальном смысле обозначает создателя того или иного произведения: романа, симфонии, живописного портрета, пьесы для театра, кинофильма и т.п. Отсюда и наиболее употребительное значение термина «автор», которое используется в современной теории и практике журналистской деятельности: оно обозначает конкретного создателя произведения для СМИ: газетной статьи, комментария или блога, радиокomпозиции, телевизионного репортажа или очерка. Констатируя, что на степень проявления авторского начала в журналистских произведениях оказывает заметное влияние множество факторов (в том числе жанровая специфика) и множество людей (редакторы, продюсеры, ведущие), Корконосенко все же утверждает, что понятие «автор» фактически равнозначно понятию «основной субъект журналистской деятельности» [Корконосенко, эл. ресурс].

Правовое определение понятия «автор» дано в Гражданском кодексе РФ: «Автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано» [Гражданский кодекс РФ, эл. ресурс]. Однако нас в данном случае интересуют не правовые, а творческие аспекты понятия «автор». А при таком подходе возникает множество вопросов. И прежде всего – многозначность самого понятия «автор». М. Брандес полагает, что слово «автор», когда оно используется в тексте, может иметь несколько смыслов. Это может быть реальная физическая личность, занимающаяся писательским трудом, может быть автор как личность писателя, отражающаяся в своем тексте, а может быть и роль, которую играет сам «автор» в процессе текстопроизводства, выступая в роли рассказчика [Брандес, 1971. С. 54].

Аналогичной позиции придерживается С.Г. Корконосенко, который подчеркивает репутационный смысл категории «автор», поскольку создатель журналистского произведения проявляет себя во всех его компонентах (содержательных, композиционно-

сюжетных, стилистических), а значит выступает в качестве гаранта качества предлагаемого медиапродукта [Корконосенко, эл. ресурс].

Еще один вопрос, возникающий при исследовании понятия «автор», – проблема псевдонима. В сфере литературы, искусства, а иногда и публичной политики использование псевдонимов – чрезвычайно распространенное явление. Причины их использования в артистической и писательской среде различны. Еще Ю. Тынянов писал об одной из самых устойчивых практик бытования текста массовой литературы – наличии псевдонима [Тынянов, 1977].

Часто псевдоним – это маркетинговый ход. Издательства предпочитают «раскрутить» некое имя, а потом обозначать этим раскрученным именем множество произведений. В. Новиков справедливо отмечает, что псевдоним работает тогда, когда создается Большая Псевдолитература, с могучей творческой и информационной поддержкой, с участием Больших денег. Здесь *псевдоним – уже не столько литературное имя, сколько фабричная марка, торговый знак вроде «Дирол» или “Always”*. На существование «всегда» он при этом не рассчитан и в любой момент по коммерческим резонам может быть заменен на другой» [Новиков, эл. ресурс].

В российской журналистике и публицистике использование псевдонимов тоже давняя традиция. В сегодняшней журналистике наличие псевдонима также не рассматривается как что-то из ряда вон выходящее. Практически любой журналист пользуется или пользовался псевдонимами. Ниже приведен перечень основных причин, которые обозначили журналисты, использующие псевдонимы.

– Иногда приходится публиковаться под псевдонимом, т.к. отдельные нерадивые редакторы отдельных изданий могут в материал добавлять всякие фразы и даже целые абзацы (особенно на политические темы). Причем без ведома автора, который узнает об этом только после выхода номера. Вот и приходится оберегать свое доброе имя.

– Мой псевдоним – это мое состояние души!

– Псевдоним использую только тогда, когда в номере выходит несколько моих материалов.

– Публикуется мой материал в «чужом» (конкурирующем с нашим) издании.

– Когда публикуется материал, сильно правленный заказчиком или сетевой редакцией и при этом я не согласна с этими правками.

– Когда боюсь, что меня стукнут по башке в подъезде.

– Использую два псевдонима для разных публикаций – для более серьезных явно вымышленный, для менее серьезных только инициал и фамилия.

– Подписываю псевдонимом копирайтерские тексты, причем у нас с редактором это имечко было одно на двоих, а потом и на троих

– У меня пока причина одна – не хочу, чтобы в моей конторе узнали, что я где-то фрилансю.

– Я публикуюсь в разных изданиях, поэтому и пишу под псевдонимами.

– Особый случай, когда журналист проводит журналистское расследование в силу гражданского долга, и тогда, когда выполняет чей-то заказ (в наибольшей степени). В этом варианте лица, чьи интересы затрагиваются в публикациях, могут представлять угрозу безопасности журналиста.

Куда сложнее обстоит дело в сферах рекламы, PR, пропаганды. Здесь, как правило, автор всегда коллективный, текст анонимный, или – в случае пропаганды – подпись может быть какой угодно. То есть коллективность авторства в данных коммуникативных сферах дает возможность уходить от ответственности за содеянное. Любопытно, что в работах М. Фуко заявлена идея о том, что в XX веке концептуально изменилась роль автора, который «должен взять на себя роль мертвеца в игре письма» [Фуко, эл. ресурс]. М. Фуко, которого интересовало выявление «исторического бессознательного» различных эпох, демонстрировал, как соответственно типу текста меняется требование атрибуции автора. Предвидя полное «омассовление» культуры, Фуко представляет контуры новой культуры так: «Легко можно вообразить себе культуру, где речь будет круговращаться без малейшей нужды в авторе <...>, во всеобъемлющей анонимности» [Фуко, эл. ресурс].

Абсолютно анонимными являются произведения народного творчества (например, сказки), у которых в принципе нет кон-

кретного автора, но они обладают всеми внешними признаками текста. Эти тексты приобретают автора только после того, как кто-либо, взяв за основу их сюжет, создает собственное литературное произведение, с определенной авторской интенцией. При чем такие произведения могут присутствовать в литературной «сказочной» коллекции разных народов мира, при этом, несмотря на общность сюжета, «назидательный» аспект может различаться, поскольку он – чаще всего – зависит от традиций народа, к которому принадлежит автор. Таким образом, наличие авторской интенции, скрепляющей все элементы текста в единую смысловую конструкцию, является важнейшим критерием рассмотрения произведения, созданного хоть единичным, хоть множественным, хоть анонимным автором, в качестве текста.

Разумеется, автор вправе определить степень свободы пользователя при восприятии заложенной в тексте интенции.

Так, например, любой нормативный акт (закон, инструкция, постановление и др.) – это текст, в принципе не допускающий множества интерпретаций. Аналогичная ситуация с инструктивными текстами, которые содержат предписания образа действий, нарушения которых могут привести к авариям, травмам и другим неблагоприятным последствиям на производстве или в какой-либо другой сфере профессиональной деятельности. Сюда же относятся юридические документы: завещания, брачные контракты. Вероятно, в эту же группу можно включить множество текстов, которые и по форме и по содержанию представляют собой жестко алгоритмизированный комплекс высказываний, заранее известных и автору и аудитории, но отвечающий определенной ситуации: присяги, свадебные речи, юбилейные речи, некрологи, новогодние поздравления и т.д., и т.п. Главная особенность таких речей заключается в том, что их невозможно ни отменить, ни переделать. Как правило, никто не верит тому, что говорится, но будет сильно разочарован, если это не будет сказано.

Другой вариант не только допускает, но и предполагает множественность интерпретации интенции в пределах, определяемых автором: (музыка, живопись, художественная литература, публицистика и др.).

Наконец, возможна ситуация предоставления пользователю безграничной свободы в восприятии и интерпретации авторско-

го замысла, (если, конечно, такой замысел вообще существует). Это какофонические произведения, воспринимаемые как хаотическое и бессмысленное нагромождение знаков. В этом случае имеет смысл использовать иное понятие для обозначения такого рода произведений. То есть, если произведение состоит из фрагментов, которые написаны разными авторами, если в нем нет авторской интенции, если произведение не воспринимается как целостность, если ни создатели произведения, ни его потребители не могут понять, в чем заключалась его цель, мы имеем дело не с текстом, а с **текстойдом**.

Понятие «текстойд» в науке пока не существует. Мы вводим его с целью отделить текст как предмет коммуникативистики от разнообразных явлений, для анализа которых иногда используют лингвистические и коммуникативные понятия: «природа как текст», «Вселенная как текст», «ген как текст» и т.д., и т.п. Понятие «текстойд» образовано с помощью суффикса «-oid», который используется для создания слов со значением подобия. Е.А. Земская высказывает следующую точку зрения: «В русском языке имеется лишь один суффикс со значением подобия – заимствованный суффикс -oid, который обнаруживает активность в сфере специальной терминологии. Базовые основы – одушевленные и неодушевленные существительные. Производное обозначает лицо или предмет, который подобен тому, что обозначает базовая основа: негроид, европеид, монголоид; металлоид, кристаллоид, сфероид; ряд лингвистических терминов: радикалоид, морфемоид, аффиксоид, суффиксоид, префиксоид, просодемоид, дифтонгоид. Моносемантичность суф. -oid повышает его выразительность, что способствует его использованию для порождения новых терминов и окказионализмов...» [Земская, 1992. С. 162].

Есть примеры, на которые мы опирались. Гуманоид (лат. *humanoides* «подобный человеку») – разумное человекоподобное существо из легенд и фантастики. К гуманоидам принято относить не всех человекоподобных существ, а лишь неизвестных науке, хотя в английском языке под словом «*humanoid*» подразумевают также человекообразных обезьян, антропоморфных роботов, мифологических и описанных в фантастической литературе существ, подобных человеку. Фактоид (англ. *Factoid* – «принимаящий вид факта») – недостоверное или ложное

утверждение (непроверенное, неверное или сфабрикованное), которое облекается в форму достоверного и выдается за достоверное. Термин «фактоид» был предложен в 1973 году американским писателем-романистом Норманом Мейлером в его биографии Мэрилин Монро. Мейлер определил этот термин как «факты, не существовавшие до того, как они появились в журнале или газете». Самым близким русским аналогом слова «фактоид» является «газетная утка».

К текстоидам можно отнести спортивные и компьютерные игры. Как правило, у них есть сценарий, но реплики участников определяются самими участниками и никак не программируются создателем игры. Хотя некоторые из таких игр сильно напоминают театральную пьесу с заранее написанными репликами каждого участника.

Есть некоторые сложные случаи. Например, кроссворд. С одной стороны, это текст, написанный одним (или несколькими) автором, который предусмотрел все реплики второго участника. С другой стороны, очень трудно сформулировать какую-то внятную цель, ради достижения которой написан этот текст. (Кроме, разумеется, цели получить гонорар.) Впрочем, эта проблема возникает каждый раз, когда мы имеем дело с развлекательными текстами.

Есть еще более сложные случаи. Например, митинг. Это может быть и вполне стандартный текст, все элементы которого срежиссированы одним (или несколькими) автором, а может быть некая социальная рамка, участники которой вполне самостоятельны в своих текстах. Аналогичная ситуация и с таким медийным форматом, как пресс-конференция.

Самая сложная ситуация возникает в гипертекстовом пространстве, связанная с проблемой деперсонализации автора в интернете. В этом смысле гипертексты глобальной сети являются скорее «надличными» созданиями культуры постмодерна, чем творениями автономных индивидов. Сама технология ссылок предполагает «множественность» авторов, то есть делает невозможным существование безотносительного, обособленного, замкнутого текста. В глобальной сети именно ссылки конституируют онтологический статус текста, ибо лишенный их, он становится невостребованным и умирает, затерявшись в интернете. Таким

образом, становится очевидным, что деперсонализация автора определяется перекрестной структурой гипертекста, но наряду с этой «генетической» обусловленностью, существует ряд других: технических и юридических факторов, трансформирующих идею авторства в глобальной сети. Текст, помещенный в пространство интернета, отдается в свободное пользование, автор при этом отчуждает от себя произведение и фактически лишается своих привилегий: авторских прав и гонораров, составляющих незыблемый фундамент печатной культуры. Интернет начинает играть роль публичной библиотеки, где тексты принадлежат не авторам и издательствам, а безличной сети, в которой становятся доступными для всех желающих. Как утверждал Майкл Джойс, авторство становится «чем-то вроде бесконечной джазоподобной истории» [Эко, 1997. С. 136].

Безусловно, в этом есть много отрицательных сторон, например, любой желающий может отсканировать любую книгу и без ведома ее создателей поместить на своей гипертекстовой странице. Разумеется, такой вариант развития событий коренным образом отличается от того, когда текст размещается непосредственно лицом его написавшим. Проблема авторства в сети так или иначе будет решаться, но, по-видимому, установить в полной мере контроль в этом вопросе будет довольно трудно ввиду особенностей интернета. В сети нет удостоверений личности, и никто не даст гарантий, что за именем автора на самом деле скрывается обозначенный человек; да и ценность текста определяется не именем и регалиями его создателя, а конкретным содержанием и востребованностью.

Более того, возникает вопрос о теоретическом пересмотре области авторского права, то есть о том, насколько текст произведения является незыблемым и закрытым для постороннего вмешательства, выражающимся в изменении, копировании, уничтожении. Пока остается не в полной мере ясным, каким образом будут решаться проблемы аутентичности автора, сохранности оригиналов текстов, а также цитирования и ссылок на интернетовские тексты в научных работах. Однако сам круг поставленных проблем свидетельствует о трансформации понятия авторства в гипертекстовых массивах. Так или иначе, но можно с уверенностью сказать, что в век гипертекста сами технологии накладывают от-

печаток на персону автора, приводя ее к дальнейшей деперсонализации.

Представляется, что здесь открывается обширное поле для исследований.

Литература

1. Barthes R. Encyclopedia universalis. – P., 1973. – Vol. 15.
2. Viegas F.B. Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey // Journal of Computer-Mediated Communication. 2005. – № 10 (3).
3. Viegas S.C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse, 2007. URL: <http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761>.
4. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М., 1999.
5. Барт Р. Смерть автора // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М., 1994.
6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений: в 7 т. – М., 1996. – Т. 5. – С. 200.
7. Брандес М.П. Стилистический анализ. – М.: Высшая школа, 1971.
8. Виноградов В.В. О теории художественной речи. – М., 1971.
9. Голубков М. Русский постмодернизм: начала и концы // Литературная учеба. 2003. № 6.
10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/7dde8dbb10c5ce94297e5eb859712be091044d70/
11. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. – М., 1992.
12. Корконосенко С.Г. Основы журналистской деятельности. URL: https://studme.org/74082/zhurnalistika/osnovy_zhurnalistskoy_deyatelnosti
13. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму. – М., 2000.
14. Новиков Вл. Деноминация. URL: <http://magazines.russ.ru/znamia/1998/7/novik.html>
15. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. – М.: Аграф, 1999. – С. 113-118.
16. Солганик Г.Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2001. – № 3.
17. Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. – М.: Наука, 1977.
18. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. URL: <http://lib.ru/COPYRIGHT/fuko.txt>
19. Эко У. Под Сетью (интервью с Л. Маршаллом) // Искусство кино. – М., 1997. – № 9.

Аннотация. В современном мире наблюдается лавинообразное нарастание количества текстов разных типов. Не случайно в последние годы понятие «текст» все чаще появляется в заголовках статей и книг, в той или иной степени касающихся проблем социальной коммуникации. Однако само понятие «текст» становится настолько размытым, что с его помощью стали обозначать

явления, которые к текстам не имеют никакого отношения. Статья посвящена анализу критериев, позволяющих отличить «текст» от иных типов носителей информации.

Ключевые слова: текст, текстоид, медиа, автор, псевдоним.

Dzyaloshinsky J.M.

Texts and Textoids, or what Happens to the Author?

Abstract. In the modern world, an avalanche-like increase in the number of texts of various types is observed. It is not by chance that in recent years the concept of “text” has increasingly appeared in the headings of articles and books, to some extent related to the problems of social communication. However, the very concept of “text” becomes so vague that with its help they began to denote phenomena that have nothing to do with texts. The article is devoted to the analysis of criteria that allow to distinguish the “text” from other types of information carriers.

Key words: text, textoid, media, author, pseudonym.