

ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ АВТОРСТВА ТЕКСТА В СМИ

Ю.Ю. Уткин

В статье рассматривается проблема определения автора текста СМИ, формы определения его направленности на адресата, механизмы воздействия по средствам текста и особенности распространения информации через тексты СМИ.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: автор текста, адресат текста, передача информации по средствам текста

УТКИН Юрий Юрьевич – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента, экономического анализа и прогнозирования Тверского института переподготовки и повышения квалификации кадров агропромышленного комплекса. utkin@yulko.ru

Цитирование: Уткин Ю.Ю. Проблема определения авторства текста в СМИ // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2017. № 4. С. 130–137. Режим доступа: www.tverlingua.ru

THE PROBLEM OF DETERMINING THE AUTHORSHIP OF THE TEXT IN THE MEDIA

Yury Y. Utkin

The article considers the problem of determining the author of text, media, shapes the definition of its orientation to the recipient, the mechanisms of action by means of the text and the dissemination of information through the media texts.

KEY WORDS: author of the text, addressee text, the transmission of information by means of text

UTKIN Yuri Y. – PhD in Philology, senior lecturer of department of management, economic analysis and forecasting of Tver Institute of retraining and advanced training of agroindustrial complex. utkin@yulko.ru

Citation: Utkin U.U. The problem of determining the authorship of the text in the media // World of linguistics and communication: electronic scientific journal. 2017. № 4. P. 130–137. Access mode: www.tverlingua.ru

Современные тексты СМИ являются хорошо изученными объектами современной филологической науки, находящимися в постоянном динамическом движении их изучения с различных позиций. Текст письменный и устный как первичная данность всех дисциплин и вообще всего гуманитарно-филологического мышления (в том числе даже богословского и философского мышления в его истоках) (Бахтин, 1986). Текст является той непосредственной действительностью (действительностью мысли и переживаний), из которой только и могут исходить эти дисциплины и это мышление (Бахтин, 1986). Где нет текста, там нет и объекта для исследования и мышления (Бахтин, 1986). Текст необходимо отличать от высказывания, произведения, дискурса (Никитина, 2015).

Степень изученности проблем текста, остается на высоком уровне даже не смотря на регулярно возникающие как новые источники так и новые способы передачи информации от автора к адресату. По своей сути текст является инструментом и одновременно полем для экспериментов по созданию новых способов передачи информации и выявления каналов информационного воздействия на адресата. Происходит не только прямая, то есть фактическая передача информации в реальном тексте, но и внедрения «вирусных» или информационно преобладающих коммуникативно-конструктивных практик в медийное пространство, способных увеличивать потенциал информационного воздействия и доминирующего превосходства с целью изменения влияния в собственных интересах субъекта информационного доминирования, высказывается мысль о том, что высшей формой проявления информационно-психологического давления (подробнее см.: Романов, Романова, 2017).

Активное изучение указанных явлений в области языкознания порождает потребность в рассмотрении проблемы с учетом потребностей других наук, в частности права, ведь от правильной правовой оценки будут

зависеть и возникающие правовые последствия, о чем мы уже говорили ранее (подробнее см.: Уткин, 2016). В массовой коммуникации важную проблему представляет соотношение реального создателя текста и категории автора текста (Микулина, 2011). И с правовой точки зрения основополагающее значение, для определения ответственности в первую очередь будет иметь автор текста и его правильное определение, так как в современных СМИ, особенно в интернет коммуникации понятие автора часто размывается в угоду созданию текстового продукта, который будет интересен, ну или навязан, при наличие таких задач у автора, конечному потребителю, его адресату. И адресат в силу различного рода субъективных факторов не всегда в состоянии отличить достоверность и объективность информации, тем более, невозможно оценить уровень компетенции автора текста в раскрываемом вопросе, либо наличие умысла автора во введение читателя в заблуждение (Уткин, 2015).

Для наименования говорящего (пишущего) в лингвистике используются различные обозначения «инициатор речевого действия», «автор», «адресант», «отправитель сообщения», «субъект» (Уткина, 2015). Давая правовую оценку указанным понятием следует отметить, что для норм права более характерно использовать непосредственно термин автор. Для более полного понимания проблематики взаимосвязи автора текста и ответственности с правовой точки зрения обратимся к нормам действующего в Российской Федерации в настоящее время законодательства. В соответствии с пунктом 1 статьи 1259 ГК РФ объектами авторских прав являются произведения науки, литературы и искусства независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения (Постановление Пленума Верховного суда Российской Федерации № 5, Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 29 от 26 03 2009 года «О некоторых вопросах возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» п. 28).

Для определения авторства основополагающее значение имеет наличие именно некой творческой составляющей, как основы повлекший за собой результат интеллектуального труда. При этом стоит отметить, что общего определения права авторства Закон не содержит, оно дается лишь в п. 1 ст. 1265 ГК РФ применительно к авторским произведениям как право признаваться автором произведения (Хохлов, 2012). Таким образом, любой текст опубликованный в СМИ, независимо от статуса СМИ, имеет некоего правообладателя, а как следствия и лицо отвечающего за информацию распространенную с помощью него.

Любой текст имеет и свою направленность, автор текста в большинстве случаев понимает или предполагает кому будет интересен продукт его творчества, на какого адресата он направлен. При этом, адресат текста-это неограниченный круг лиц, которые могут прочесть его, а соответственно попасть под влияние информации распространенной в тексте СМИ, ложной или достоверной в данном случае значение не имеет. Конечно формально можно говорить о том, что круг адресатов можно определить тиражом печатного издания или количеством просмотров в интернет-издании, но текст на бумажном носителе может прочитать не один человек, а количество просмотров в интернет-издании ограничено лишь степенью интереса к проблеме и может неуклонно расти на относительно длительном промежутке времени. Характер информации также имеет существенное значение, так как зачастую СМИ выходят за рамки норм права, создавая и публикуя тексты не соответствующие требованиям норм права и порождающие неблагоприятные правовые последствия в виде судебных разбирательств.

Характер передаваемой через текст информации основывается на желании автора оказать воздействие на адресата. Поэтому для выработки у массового адресата запланированного бенефициаром (инициатором) восприятия в свою пользу воздействующего инструмента в виде коммуникативно-информационных посланий и посредством его (инструмента) каузировать предложенные действия, поступки, акции и

уличные манифестации, инициатору необходимо в течение определенного времени использовать по тщательно разработанным сценариям целый арсенал различных коммуникативных средств и технологий информационного воздействия на психическое состояние масс, на их чувства, мысли, поступки и систему принятия решений (Романов, Романова, 2017, также: Романов, Малышева, 2015). Воздействие на адресата может происходить через текст любого жанра и с точки зрения современных норм права, в большинстве случаев не происходит возникновения неблагоприятных последствий для автора, в виде санкций уполномоченного государственного органа. Имеет это и отрицательные последствия с профессиональной точки зрения, когда в качестве автора текста выступает профессиональный журналист, который ощущая свою безнаказанность за использование манипулятивных инструментов воздействия на адресата, начинает использовать информацию субъективным образом, в угоду собственной выгоде. Любая профессия объективно выполняет какие-то функции, можно смело утверждать, что миссия всех работников медиа-сферы обусловлена единой целью-знать о мире как можно больше, отбирать самое нужное и интересное для аудитории, на которую работаешь, но при этом помнить о высшем долге, о служении Истине, о соединении разнородной аудитории на платформе общечеловеческих ценностей (Хорольский, 2013).

Соответственно становится очевидным и то, что журналист являясь профессионалом в своей сфере, имеет возможность гораздо больше влиять на формирование мнения адресата, чем любой иной автор текста. В сложившихся условиях как никогда становится значимой роль автора текста в СМИ, от его объективной оценки ситуативных событий в первую очередь зависит формирование мнения адресата о конкретной проблеме. Мнение высказанное в интернет-издании если оно зарегистрировано в качестве СМИ по своей сути не отличается от текста СМИ опубликованного в периодическом печатном издании, однако возможность комментирования

текста со стороны третьих лиц на ресурсе интернет издания порождает возникновения текстов, авторство которых зачастую трудно установить с помощью классических способов, а как следствие возникает и вопрос разграничения ответственности автора и издания. Хотя в большинстве случаев такой комментарий и текстом назвать сложно, но через него происходит появление определенного количества информативных текстовых единиц, также оказывающих воздействие на восприятие адресатом размещенной на сайте информации. В современном интернет-пространстве через комментировании произошедших событий зачастую происходит уход от текста комментирования в сторону конкретной проблемы искусственно сформированной в ходе обсуждения, именно эта ниша и используется для вброса информации и оказания воздействия на адресата текста, а вернее даже получателя информации.

Ссылки – References in Russian

Бахтин, 1986 – *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.

Микулина, 2011 – *Микулина И.В.* Конфликтогенные тексты СМИ в судебной практике Белгородской области: типологический, лингвоправовой и профессионально-этический аспекты автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Воронеж, 2011.

Никитина, 2015 – *Никитина Е.С.* Текст как механизм передачи смыслов в коммуникативном пространстве социума // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. № 5. С. 42–52. Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

Романов, Малышева, 2015 – *Романов А.А., Малышева Е.В.* Манипулятивная коммуникация в системе сетевых «информационных войн» // Жизнь языка в культуре и социуме –5. Материалы междунаро. научн.й конф. М.: Канцлер, 2015. С. 225–226.

Романов, Романова, 2017 – Романов А.А., Романова Л.А. Функциональная специфика «Веерного сдвига» окна дискурса в информационно-консциентальной кампании. Статья первая: «Окно дискурса» как комплексная технология информационного спин-докторингового воздействия // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2017. № 3. С. 1–39. Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

Уткина, 2015 – Уткина И.В. Номинации субъекта лаудативной речи в русском языке (на основе анализа словарных дефиниций) // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. № 5. С. 96–105. Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

Уткин, 2016 – Уткин Ю.Ю. Диффамация в правовой коммуникации // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. № 3. С. 12–15. Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

Уткин, 2015 – Уткин Ю.Ю. Семантическая диффамация: умысел или некомпетентность автора // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. № 5. Режим доступа: <http://tverlingua.ru>

Хорольский, 2013 – Хорольский В.В. Медийность в текстах СМИ и понятие медийного модуля // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. №4.

Хохлов, 2012 – Хохлов В.А. О праве авторства // Законы России, опыт, анализ, практика. 2012. № 4.

References

Bakhtin, M. (1986) *Aesthetics of verbal creativity*, M., Iskusstvo (in Russian).

Mikulin, I. (2011) *Conflict-generating media texts in the jurisprudence of the Belgorod region: a typological, linguopragmatic and ethical aspects of the*

dissertation on competition of a scientific degree of candidate of philological Sciences, Voronezh (in Russian).

Khorolsky, V. (2011) Mediality in media texts and the concept of the media module // *Moscow University Herald, Series 10, Journalism, № 4 (in Russian).*

Khokhlov, V. (2012) On the right of authorship // *The Laws of Russia, experience, analysis, practice, № 4 (in Russian).*

Nikitina, E. (2015) Text as a mechanism for the transmission of meaning in the communicative space of society // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal. № 5. P. 42–52. Access mode: www.tverlingua.ru (in Russian).*

Romanov, A., Malysheva, E. (2015) Manipulative communication in the system of network "information wars" // *Life of language in culture and society -5. Materialy mezhdunarodn. nauchn.j konf, M.: Kancler, pp. 225–226 (in Russian).*

Romanov, A., Romanova, L. (2017) Functional specificity "Radial shift" Windows of the discourse in the information constantley campaign Article first: "the window of discourse" as the complex information technology spin-doktorikraadiga influence // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal. № 3. P. 1–39. Access mode: www.tverlingua.ru (in Russian).*

Utkina, I. (2015) The category of the subject laudative of speech in the Russian language (based on the analysis of dictionary definitions) // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal. № 5. P. 96–105. Access mode: www.tverlingua.ru (in Russian).*

Utkin, Y. (2015) Defamation in legal communication // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal. № 3. Access mode: www.tverlingua.ru (in Russian).*

Utkin, Y. (2015) Semantic defamation: intent or incompetence on the part of the author // *World of linguistics and communication: electronic scientific journal. № 5. P. 12–15. Access mode: www.tverlingua.ru (in Russian).*