

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра новейшей русской литературы

Выпускная квалификационная работа

Стратегии успеха современных поэтов в медиапространстве

Работу выполнила:
студентка 252 группы
направления подготовки
44.03.05 Педагогическое
образование, профиль
«Русский язык и Литература»
Онищук Валентина Сергеевна

(подпись)

«Допущена к защите в ГЭК»

Завкафедрой

(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент кафедры новейшей
русской литературы,
заведующий кафедрой
Даниленко Юлия Юрьевна

(подпись)

ПЕРМЬ
2018

Настоящая дипломная работа посвящена изучению литературных стратегий современных популярных поэтов, которые обрели наибольший успех в медиaprостранстве. Опираясь на опыт предыдущих исследований в области социологии литературы, мы формулируем свой взгляд на роль стратегии автора.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Авторская стратегия как феномен современной науки.....	9
1.1 Проблема соотношения понятий литература и общество в социологии литературы.....	9
2.2 Специфика поля литературы как двустороннего явления.....	12
1.3 История понятия литературная стратегия.....	17
1.4 Авторская стратегия в поле современной массовой литературы	26
Глава 2. Стратегии успеха молодых поэтов	33
2.1 Ах Астахова. Поэт как арт-проект	35
2.2 Ес Соя. Сетевой феномен.....	45
2.3 Сола Монова. Сарказм и мудрость	50
Глава 3. Популярная поэзия сегодня: стратегии самопродвижения.....	56
Заключение	60
Список литературы	64
Приложение	73

Введение

Постановка проблемы исследования. Особенности творческого пути того или иного автора всегда являлись важным материалом для литературоведческих исследований. Но лишь в последние десятилетия начали обретать большую значимость такие категории, как имидж, пиар, позиционирование, успех, амплуа, власть, продюсирование, проектирование в литературе, которые включает в себя понятие «авторская стратегия» (понятие впервые появляется в отечественных трудах 2000-х гг. в рамках нарратологических и рецептивных исследований [Шмидт 2003: 312], [Тюпа 2001: 192]). Этот термин все чаще понимается как стремление авторов к коммерческому успеху, однако порой для писателей важнее обретение символического капитала, который они формируют благодаря грамотным стратегиям презентации собственного творчества. В современном литературоведении изучение авторских стратегий успеха становится неотъемлемой частью исследования литературного процесса.

Литературный успех есть степень признания, достигаемая автором. По мнению Сергея Чуприна, точка зрения которого нам близка, успех рукотворен, его можно и нужно организовывать, обеспечивать, консолидируя в соответствии с избранной авторской стратегией собственные и чужие усилия для его приобретения и поддержания [Чуприн 2009: 722]. Сама же стратегия обязательно подразумевает сознательный выбор средств для достижения определенного результата. Поэтому данное исследование направлено на изучение феномена литературной стратегии в современном литературном пространстве.

Объектом настоящего исследования являются истории творческого пути и примеры произведений популярных молодых поэтов, которые имеют большую аудиторию, публично выступают и ведут активную жизнь в рамках медиапространства, а именно Юлии Соломоновой (Сола Монова), Евгения Сои (Ес Соя), Ирины Астаховой (Ах Астахова). Выбор данных авторов обусловлен неизученностью их творчества и некоторой общностью поведения в литературной среде.

Предметом исследования стали литературные стратегии современных популярных поэтов.

Цель исследования состоит в том, чтобы охарактеризовать различные типы литературных стратегий, рассмотренных на примере нескольких авторов, относящихся к массовой литературе.

Достижение этой цели предполагает решение следующих **задач**:

- Дать понятие литературной стратегии как феномена современной социологии и литературоведения на основе обобщения научных трудов, в которых рассматривается проблема успеха и репутации в литературе;
- Рассмотреть творческий путь и особенности самопродвижения популярных молодых поэтов в современном литературном пространстве;
- Провести анализ некоторых лирических произведений исследуемых поэтов;
- Охарактеризовать типы актуальных стратегий успеха популярных поэтов.

В современном литературоведении особое место занимает изучение так называемого поля литературы, социального пространства, внутри которого создаются продукты поэтического творчества. Социолог и философ П. Бурдьё выдвинул гипотезу: если мы хотим объяснить характеристики культурных продуктов, нужно учитывать то, что их связывает со специфической структурой и функционированием того поля, где они производятся. На данном этапе науки существует немало социологических исследований литературы, на которые мы будем опираться в своей работе. Мы считаем важным исследование взаимодействия разных сегментов литературного пространства как способов достижения успеха молодыми русскими поэтами. Именно это определяет **актуальность** данной работы.

Также **актуальность** нашего исследования обосновывается свежим взглядом на творчество представителей массовой поэзии, произведения которых мы рассматриваем с позиции их существования в современном литературном процессе, чтобы выявить характерные авторские стратегии успеха. Достаточно редко объектом исследования становится творчество представителей массовой литературы, поэтому наше внимание обращено к этому сегменту литературного поля. **Материалом** данного исследования послужили биографические данные, личные блоги поэтов, интервью, мультимедиа файлы (видеозаписи эстрадных выступлений), сайты самопубликации, рецензии, дающие информацию о творческом пути поэтов, представляющих новые тенденции в развитии русской популярной поэзии. Также мы использовали социологические исследования и аналитические статьи, посвящённые существованию творчества в сетевом пространстве.

Методологическая база. В работе мы опираемся на опыт социологических исследований, посвящённых особенностям устройства литературного мира, М. Берга («Гамбургский счет», 1997; «Структура русского романа и писательские стратегии до перестройки и после», 2004; «Литературократия», 2000), П. Бурдьё («Поле литературы», 2000), Л. Гудкова, Б. Дубина, В. Страды («Литература и общество: введение в социологию литературы», 1998; «Массовая литература как проблема. Для кого?», 1997), Т.Гриц, В.Тренина («Словесность и коммерция», 1929). Эти научные труды, которые рассматривают связь литературы и общества, позволили сформулировать такие ключевые понятия, как авторская стратегия, поле литературы, литературное пространство и др.

При описании стратегий успеха современных популярных поэтов, заложенных в поэтике произведений, мы обращаемся к литературоведческим трудам Ю. Лотмана, А. Есина, Н. Болотновой, Л. Бабенко, Н. Николина, О. Северской, И. Лощилова, А. Жолковского, Л. Зубовой др.

Методы исследования. В основу исследования был положен комплексный подход, объединяющий описательный, биографический, социологический методы.

При обращении к поэтическим текстам использовался метод структурного и мотивного анализа.

Степень изученности проблемы. Стоит отметить, что среди современных научных трудов, которые близки теме нашего исследования, существует докторская диссертация Татьяны Сергеевны Лазаревой «Литературные стратегии современных писателей (В. Строгальщиков, М. Немиров)» 2004 года, в которой впервые предпринимается попытка проанализировать произведения авторов-прозаиков с точки зрения особенностей их функционирования в современной литературе и воссоздать литературные стратегии писателей, показав их связь с текстом. Лазарева реконструирует историю литературных стратегий в русской культуре с точки зрения современной науки. С опорой на выявленные параметры изучения стратегии писателя и виды стратегий в отечественной литературе исследователь обосновывает категориальный аппарат (язык описания), позволяющий реконструировать писательское поведение авторов на уровне текстовой и внетекстовой стратегии. Данная работа рассматривает региональную (тюменскую) литературу, мы же исследуем иной материал, который является совершенно не тронутым современными литературоведами.

Новизна нашей работы обуславливается материалом, т.к. мы впервые обращаем внимание на творчество молодых представителей массовой поэзии, которые получают известность в медиапространстве, в частности Юлия Соломонова (Сола Монова), Евгений Соя (Ес Соя), Ирина Астахова (Ах Астахова), и формулируем формулы актуальных писательских стратегий.

Методические рекомендации. Опыт данного исследования может быть использован в школьной практике на уроках, посвященных творчеству современных поэтов и прозаиков. Также возможно провести занятие по теории социологии литературы, на котором ученики будут работать в формате ролевой игры «Продвижение молодого писателя». Обучающимся необходимо выбрать роли определенных литературных агентов и, используя теорию поля литературы П. Бурдьё [Бурдьё 2000: 30], пройти весь путь к публикации книги.

Результат настоящей работы предполагает **практическую значимость**: описанные литературные стратегии современных популярных поэтов и методы их исследования могут быть применены для рассмотрения творчества иных авторов и исследования новых стратегий успеха, которые так важны в литературоведческом анализе.

Глава 1. Авторская стратегия как феномен современной науки.

1.1 Проблема соотношения понятий литература и общество в социологии литературы.

Даже в современных исследованиях социология литературы, изучающая связь общества и собственно литературы, остается дисциплиной без четкого статуса. Для социологов литература всего лишь один из объектов изучения, для литературоведов социология — смежная наука.

Сама возможность так автономно понимать и соотносить "общество" и "литературу" сложилась весьма поздно. Оба эти феномена социально-обусловлены и являются характерным продуктом исторических обстоятельств, моментом в развитии общественных систем определенного типа [Гудков, Дубин 1994: 12].

Понятие литературы, соотносящееся с современной ее трактовкой в качестве социального института, формируется в середине XVIII — начале XIX в. с появлением особых социальных групп — групп интеллектуалов и оформлением рыночных и властных отношений в сфере воспроизводства (трансляции) культуры.

Что касается собственно социологии литературы, то она выделилась в конце XIX — начале XX в. в самостоятельное направление, анализирующее ее взаимоотношение с обществом, производство и потребление в этой области культуры [Тощенко 2009: 390].

Социолог М. С. Черновская указывает, что сам термин «социология литературы», появившийся в зарубежной социологии в XX веке, до сих пор вызывает споры и критику по поводу того, является ли она «автономной дисциплиной или её место на стыке социологии и литературоведения». При этом «литературоведы рассматривают художественное произведение как произведение искусства, обладающее эстетической ценностью, а социологов литературы интересует создание, восприятие и интерпретация литературного произведения и его социальный „background“. В европейской традиции различают «литературную социологию» как часть литературоведения,

занимающуюся непосредственно литературным текстом с социолингвистической точки зрения, и «социологию литературы» как часть социологии, применяющую социологические методы при изучении книжного рынка, распространения литературы, успеха у публики. В американской традиции социологи литературы в основном изучают организации и рынки, а также вкусы, предпочтения и практики читателей в определенных социальных группах, придавая большее значение эмпирическому анализу, чем теоретическим разработкам» [Черновская 2011: 179].

Отражающий и формирующий подходы социологии искусства трактуют литературу как отражение социальной реальности, средство контроля и управления общественным сознанием.

Социологическое исследование производства и потребления литературы охватывает феномен авторства, писательство как профессию, а также посредников — фигуры критиков, издателей, способы распространения литературы, библиотечную систему. Поэтому можно сказать, что социология литературы представляет собой подраздел социологии культуры, изучающий общественное производство литературы и его социальные последствия.

Также мы же склонны опираться на мнения исследователей Дубина и Страды, которые утверждали, что литература- это социальный институт, основное функциональное значение которого в поддержании культурной идентичности общества. Здесь стоит сделать одну существенную оговорку и отметить, что социология литературы — это «обоюдоострая» дисциплина, которая способна изучать как литературу в контексте социальных процессов, так и исследовать социальную реальность, используя литературу в качестве средства [Гудков, Дубин 1994: 12].

Связь между литературой и обществом допускает разные толкования. Два эти понятия отнюдь не однозначны. Они могут определяться - и всегда определялись - по-разному. Проблема же взаимосвязи между литературой и обществом возникает в определенный, сравнительно недавний момент истории и лишь в отдельных частях света. Она рождается практически

одновременно с критической рефлексией по поводу и общества, и литературы. Точнее, в момент формирования самого общества и самой литературы, какими мы их знаем сегодня, - в тот исторический момент между XVIII и XIX столетиями, когда возникает и упрочивается современный мир [Гудков, Дубин, Страда 1998: 30].

Казалось бы, очевидно, что отношения литературы и общества, как бы они ни определялись, составляют специфическую и исключительную сферу социологии литературы, которая формируется и получает имя гораздо позже, чем эти взаимосвязи становятся предметом специальной рефлексии. На самом деле, любой подход к литературе (и обществу) не может пренебрегать подобной связью.

Как уже было сказано, изучение связей между литературой и обществом начинается в эпоху, когда формируется и окончательно складывается современный мир. Первые социологические исследования литературы были приложением социологических средств объяснения или описания к решению чисто литературоведческих задач. Так называемый "социологический метод в литературоведении" должен был компенсировать слабость причинных объяснений литературных фактов или явлений, привлекая данные о среде, в которой формировался и работал писатель, о ее влиянии на выбор им тематики, на особенности его творческой манеры. Идея отражения реальности в литературе позволяла интерпретировать литературный материал, особенно у писателей-реалистов или представителей натурализма как "типическое проявление" тех или иных социальных законов или явлений - экономического поведения предпринимателей, особенностей крестьянского хозяйственного уклада, столичного (городского) и периферийного (провинциального) образа жизни и проч.

Поэзия, которая и рассматривается в данной работе, в большей степени сосредоточена на проблемах и символах субъективной идентичности, мифологических, герметических и т.п. основах и радикалах наиболее глубоких слоев личностной символики.

2.2 Специфика поля литературы как двустороннего явления

Среди современных концепций социологии литературы лидирующее положение занимает концепция Пьера Бурдьё. Он ввел в научный оборот понятие «социального поля». Поле, по Бурдьё, – это специфическая система объективных связей между различными позициями, находящимися в альянсе или в конфликте, в конкуренции или в кооперации, определяемыми социально и в большой степени не зависящими от физического существования индивидов, которые эти позиции занимают [Бурдьё 2000: 22].

Таким образом, «поле» является понятием, которое можно применить к любому социальному пространству: экономическому, интеллектуальному и другим. Понятие поля зародилось и получило развитие в исследованиях, относящихся и к литературе. Согласно теории поля, любая мысль в какой-то мере обусловлена обстоятельствами, что отнюдь не обесценивает ее познавательного значения [Боскетти 2004: 116].

Очевидно, что создателем литературного текста является социальный субъект. Автор – это человек, прошедший социализацию, то есть, усвоивший нормы языка и поведения той среды, того социального поля, в котором вырос. Литературное поле – это модель, функционально аналогичная полю социальному.

Отношения между текстами, писателями, авторами и читателями выстраиваются на основе тех же мотивов, что и отношения между бизнесменами и политиками (амбиции, корысть, тщеславие). Социальные агенты литературного поля соперничают между собой, образуя сетку устойчивых отношений, своеобразные правила, по которым ведется игра. У каждого имеются свои векторы действий, свои преимущества и достижения, трудности и препятствия.

Даже игнорирование и отрицание в пределах поля становятся формой социальной связи. Поскольку в литературном поле действуют те же механизмы, что и в поле социальном, литературные тексты обретают новое качество. В качестве произведений искусства они образуют социальный

институт, который уже не просто эстетический воздействует на сознание читателя, но и определяет его ценностные нормативы. Литература не просто отражает социальную ситуацию, но и активно формирует ее, задавая параметры общественного дискурса для всех агентов социального действия.

Литературное поле представляет собой поле сил, воздействующих на всех вступающих в поле, по-разному в зависимости от занимаемой позиции (укажем для примера наиболее удаленные друг от друга точки: позиция автора бестселлера или позиция поэта-авангардиста). В то же время литературное поле является еще и полем конкурентной борьбы, направленной на консервацию или трансформацию этого поля сил [Бурдьё 2000: 25].

Многие практики и проявления художников и писателей (например, их амбивалентное отношение как к "простому народу", так и к "буржуазии") нельзя объяснить, не обращаясь к полю власти, внутри которого литературное (и т. п.) поле занимает подчиненную позицию. Поле власти представляет собой пространство силовых отношений между агентами и институтами, обладающими капиталом, необходимым для того чтобы занять доминантные позиции в различных полях (в частности, в экономическом и в культурном). В поле власти идет борьба между держателями различных видов власти (или разновидностей капитала) [Бурдьё 2000: 27].

Для литературоведческого исследования важными становятся три операции, столь же необходимые - и необходимо взаимосвязанные, - как и три уровня социальной действительности, к которым они приложимы:

- Во-первых, анализ позиции литературного (и т. п.) поля внутри поля власти, к которому оно относится как микрокосм к макрокосму;
- Во-вторых, анализ внутренней структуры литературного (и т. п.) поля, - универсума, подчиняющегося своим собственным законам функционирования и трансформации; иными словами, анализ структуры отношений между позициями индивидуумов или институтов, соперничающих за артистическую легитимность;

— В-третьих, анализ становления диспозиций, которые, будучи продуктом некоторой социальной траектории и некоторой позиции внутри литературного (и т. п.) поля, находят в этих позициях более или менее благоприятную возможность реализации.

Такая последовательность операций позволяет нам ответить на вопрос о том, каким образом, исходя из социального происхождения писателя или поэта, и социально конституированных свойств, которые он извлек из своего происхождения, данный автор смог занять уже существующие позиции, предлагаемые определенным состоянием поля и, тем самым, дать более или менее полное выражение потенциально заложенным в этих позициях манифестациям.

Как бы свободны от внешних ограничений и требований ни были культурные поля, они пронизаны действием законов окружающего поля: т. е. стремлением к прибылям, экономическим или политическим. Следовательно, поле производства культуры в каждый момент своей истории представляет собой поле борьбы между двумя принципами иерархизации:

- гетерономным принципом, который благоприятствует тем, кто экономически и политически доминирует в поле (например, "буржуазному искусству");
- и автономным принципом (например, "искусство для искусства"), самые радикальные приверженцы которого видят в провале знак избранничества, а в сиюминутном успехе знак компромисса с "веком сим".

Чем автономнее поле, тем более благоприятен баланс символической власти для независимых от спроса производителей и тем четче граница между двумя полюсами поля:

- суб-полем ограниченного (элитарного) производства, в котором производители производят для других производителей - своих непосредственных конкурентов.

— и, символически исключаемым и дискредитируемым, суб-полем широкого (массового) производства.

Размер (и социальное качество) аудитории, позволяя точно измерить степень независимости ("чистое искусство") или зависимости ("коммерческое, прикладное искусство") от запросов широкой публики и требований рынка, и, тем самым, степень предполагаемой приверженности ценностям бескорыстия, является самым точным и недвусмысленным индикатором занимаемой в поле позиции. Гетерономию порождает спрос, который может принять форму персонального заказа, сформулированного спонсором или заказчиком, - или форму анонимных ожиданий и санкций рынка [Бурдые 2000: 30]. Таким образом, ничто не разграничивает производителей яснее, чем их отношение к "светскому", "сиюминутному" или коммерческому успеху (и к средствам достижения этого успеха, таким как, в наши дни, сотрудничество с прессой и телевидением): в то время как одни признают и принимают успех, и даже в открытую стремятся к нему, другие отвергают успех, как свидетельство "шкурной" заинтересованности в политических и экономических выгодах.

Итак, во второй половине девятнадцатого столетия, в момент, когда литературное поле достигло непревзойденной с тех пор степени автономии, складываются две иерархии:

- Во-первых, существует иерархия по степени реальной или предполагаемой зависимости от успеха, аудитории и экономики. Эта иерархия приблизительно соответствует лестнице жанров: наиболее независима поэзия; далее следуют роман и театр;
- Во-вторых, во втором измерении того же поля литературы выстраивается еще одна иерархия, частично перекрывающая первую. Критерием этой, дополнительной, иерархии служит социальное и культурное качество целевой аудитории, которое можно измерить по тому, насколько близка или удалена данная аудитория от "очага" специфических ценностей, и по тому,

насколько велик объем символического капитала, приносимый признанием в этой аудитории.

Огромное значение для исследований в области социологии литературы имеет рассмотренная выше теория Пьера Бурдьё. Подводя итог, можно сформулировать основные подходы к анализу литературного успеха современных поэтов, которые базируются на детальном изучении литературного поля: необходимо рассмотреть то поле власти, в котором существует современное поэтическое творчество; описать положение различных субъектов литературного поля (автор, издатель, агент, читатель и др.) и их взаимозависимость; понять, по какому принципу действует тот или иной представитель поля, ради какой цели он создает продукт искусства и на какое суб-поле ориентируется для достижения успеха (элитарное или массовое).

1.3 История понятия литературная стратегия

Авторская стратегия представляет собой присвоение и перераспределение ценностей в поле литературы с целью достижения определенного успеха. Литературный успех есть высшая степень признания, достигаемая автором. По мнению Сергея Чуприна, точка зрения которого нам близка, успех рукотворен, его можно и нужно организовывать, обеспечивать, консолидируя в соответствии с избранной авторской стратегией собственные и чужие усилия для его приобретения и поддержания [Чуприн 2009: 722]. Сама же стратегия обязательно подразумевает сознательный выбор средств для достижения определенного результата.

На примере литературы удобнее всего рассмотреть то, что сегодня означает понятие «успеха». Ведь именно она по причине произошедших в обществе 20- 21 веков изменений на наших глазах превратилась из наиболее престижных в одно из непрестижных занятий.

Инерция изменений способствовала снятию с литературы и человека литературного труда множества покровов, в том числе и тайных. И дело не в том, что потускнел «ореол творчества», под которым на самом деле, помимо самого творчества, если оно было, всегда скрывались и различные стратегии достижения успеха, вполне понятное тщеславие, корыстолюбие, жажда власти и т.д. Но время изменило в самом понятии успеха соотношение множества присущих ему и, казалось бы, постоянных параметров [Берг 1997: 53].

Социальный статус литературы определяет ценность позиций в поле литературы и соответственно социальную ценность литературных практик. А изменение статуса литературы влечет за собой изменение авторских стратегий, как это и случилось, когда в начале 1990-х годов положение поля литературы в российском социальном пространстве изменилось настолько стремительно, что инерция восприятия до сих пор оценивает произошедшее как катастрофа, в то время как в североамериканской или западноевропейских

культурах тот же самый процесс проходил постепенно и куда менее болезненно [Берг 2001: 319].

На изменение положения поля литературы в России повлияла смена запросов массового потребителя, для которого именно литература в течение нескольких столетий была синонимом культуры, отмена цензурных ограничений, позволявших произведениям культуры (а особенно произведениям литературы) присваивать символический капитал «запретного плода» и быть инструментом преодоления нормативных границ — социальных, этикетных, нравственных, сексуальных; падение интереса к религии (а значит, и к книге); конкуренция со стороны других полей (в том числе повышение веса СМИ, видео- и аудиокультуры) и т. д.

Текст, предназначенный для чтения, предполагает наличие читательского поля, а внутри поля — референтной группы, способной придать своей оценке текста статус значимой в поле культуры. В самом общем виде схему функционирования текста в той или иной читательской аудитории можно представить в виде перераспределения и обмена реальных ценностей на символические [Берг 1997: 57]. Предполагается, что, создавая текст, автор сообщает ему некоторую *энергию*; а прочитывая текст, член референтной группы извлекает энергию, в нем заключенную. Или, говоря на другом языке, получает возможность для повышения своего культурного и социального статуса, а также уровня психологической устойчивости.

Однако сама читательская аудитория не пассивна по отношению к потенциалу текста — она способна как усилить, так и уменьшить его в зависимости от критерия оценки. При положительной оценке член группы, в соответствии со своей позицией в социальном пространстве и ролью в группе, способен купить книгу и прочесть или не прочесть ее (если он читатель), а также поделиться своим мнением с другим потенциальным читателем; увеличить авторский гонорар или выпустить дополнительный тираж (если он

издатель); написать критическую или исследовательскую статью (если он журналист или ученый) и т.д.

Так как сам автор тоже член референтной группы, то и его стратегия включает не только процедуру создания текста; автор способен в той или иной степени влиять на процессы интерпретации, оценки и функционирования его текста в читательской аудитории. Его поведение обладает не менее, а иногда и более энергоемким потенциалом, нежели у других членов референтной группы.

Авторская стратегия помимо процедуры создания ряда текстов состоит также в выборе читательского поля, наиболее подходящего для функционирования его текстов, и в способе представления своего имиджа, в манере поведения, избираемой для дополнительного наделения текста символическим капиталом. Не только текст, в зависимости от реакции и способа интерпретации его аудиторией, способен увеличить или уменьшить свою емкость, сам автор зависит от оценки и способа восприятия его текста, которые становятся для него дополнительными источниками энергии.

Изменение статуса литературы в обществе способствовало изменению существовавших и появлению новых стратегий успеха, а также позволило более корректно оценить тот смысл, который в разное время вкладывался в само понятие успеха.

Скажем, Даль дает определение успеха как удачи: «спорина в деле», «удачное старание», «достижение желаемого» — примеры словоупотребления представляются синонимичными. При том, что сама удача определяется либо через тот же успех, либо как «счастье, талант, желанный случай, исход дела». То есть: человек делает свое дело, и если у него есть талант и ему спешествует счастливый случай, то он получает возможность успешно завершить начатое.

Но кто, собственно, решает — успешно завершено дело или неуспешно? Сам делатель или те, кто знакомятся с результатом его труда? И в какой форме поступает сообщение о результате — в виде самоудовлетворения или в виде внешнего сигнала — награды, денег, славы, которые и являются признаками успеха?

На само слово успех в нашем государстве до 21 века накладывалось значение прилагательного «внешний». Что подразумевало наличие более точного и истинного критерия оценки творчества. Еще столетие назад общественное признание выпадало на долю советских литературных генералов, у которых были собрания сочинений, хвалебные статьи в газетах и журналах, гонорары, переводы, заграничные поездки, дачи в Переделкино и так далее. То есть их успех мог поддаваться количественной интерпретации, мог быть сведен к некоторому числовому показателю.

Но после распада СССР свободное книгоиздание вкупе с резко упавшими тиражами книг и писательскими гонорарами (и с совершенно новыми понятиями типа «грант», «университетская стипендия», «международная премия, вручаемая в Москве») за несколько лет изменили представление о субъективно выстраиваемой иерархии в пользу чего-то куда более определенного и отчетливого.

Что такое слава сегодня, когда уже нельзя проснуться знаменитым, опубликовав свои произведения в «Новом мире» или «Октябре»? Дело в том, что эти журналы уже не обладают функцией «легитимации». Журналы уже не «делают писателей». В некотором смысле — вся бывшая советская литературная система — это современный аналог андеграунда, но без функций легитимации. Здесь есть свои кумиры, своя мода, свои эстетические привязанности, своя литературная борьба, свои премии, но они именно представляют, регистрируют, обозначают, а славу, успех сегодня приносит совсем другое.

Предварительно и весьма условно это другое можно пока обозначить как «общественное мнение». Общественное мнение — это айсберг: небольшая, говорящая и видимая часть над водой, но держится айсберг на поверхности благодаря равновесию между видимой и невидимой частью. На поверхности — «элита», точнее — «элиты»: политическая, финансовая, художественная, но они пока ни на что не опираются, за исключением самих себя. Общественная жизнь — искусственное озеро, а не море, в которое впадают реки и ручейки. Общественное мнение сегодня обеспечивает признание художнику, признание принципиально элитарное.

Исключение представляют самые рассчитанные на массовый вкус вещи типа шоу-бизнеса, эстрады, торговли, коммерческой литературы, всего того, что имеет действительно массового потребителя. Если говорить о многочисленных авторах русских детективов, реально имеющих массового потребителя и получающих более-менее приличные гонорары (все равно не сопоставимые с гонорарами советских писателей), то ситуация вокруг них и выявляет любопытный признак современной категории успеха — деньги как таковые не являются сегодня прямым критерием успеха. Гонорары авторов детективов и женских романов не обеспечивают им признания — коммерческой литературе не удалось обеспечить себя поддержкой влиятельных критиков и общественного мнения.

Что такое успех писателя в ситуации, когда его книги не раскупаются или заранее издаются такими мизерными тиражами, которые не могут обеспечить ни прибыль издательству, ни гонораров автору? Грубо говоря, это — 1) светский успех и 2) успех на Западе [Берг 1997: 60]. Иногда они совпадают, подчас пересекаются, тогда на долю автора приходится и внимание отечественных электронных масс-медиа, и западные переводы, и публикации (причем, не в любом издательстве, а только в некоторых).

Десять лет назад многие писатели, поэты, художники андеграунда были не богаче, чем сегодня. Но их отличало чувство внутренней правоты, независимости от общества, которое выдвигало свои критерии успеха, и ощущение самодостаточности, ибо их легитимировала богемная среда, распавшаяся ввиду исчезновения противника в лице цензуры. Сегодня те же самые писатели и художники зависят от общественных вкусов и ориентируются на них, но их бывшие поклонники, для кого понятие «гамбургского счета» не исчезло, с недоумением взирают на то, что делают их бывшие кумиры.

Единственная настоящая стратегия успеха — это выявление новых штрихов длящегося Откровения, свидетельство, заключающееся в попытке навести на фокус оптическую систему своего произведения таким образом, чтобы в нем отразилось ранее не бывшее.

В рамках любой авторской стратегии можно обнаружить следующие параметры успеха: 1) самоудовлетворение (или психо-историческая задача поиска психологического равновесия в конкретных исторических обстоятельствах: в данном случае при создании культурного капитала); 2) деньги (экономический капитал); 3) слава (социальный капитал); 4) власть. Хотя строгая дифференциация этих критериев далеко не всегда корректна, так как слава — это не только социальный капитал, соответствующий определенному положению в социальном пространстве, но и возможность превратить социальный капитал в экономический. Самоудовлетворение (или психологическое равновесие) зависит от объема присвоенного социального и экономического капитала, потому что психологическое функционально связано с социальным.

Авторская стратегия как литературоведческое понятие появляется в отечественных трудах 2000-х гг. в рамках нарратологических и рецептивных исследований (В. Шмидт (2003), В. Тюпа (2001)) повествовательного дискурса, а затем переносится на изучение специфики авторского мышления

(Акимова Н. Н. (2003); Алпатова Т. А. (2011)). При этом авторская стратегия оказывается в одном ряду с такими категориями, как «авторская позиция» и «образ автора» [Акимова 2015: 15].

До конца 20 века не учитывается авторская интенциональность как принципиальная особенность писательской коммуникации, находящейся между двумя полярными точками существования автора в эстетическом пространстве – диалога и монолога. Поэтому категорией, развивающей и дополняющей понятие «авторская позиция» с точки зрения художественного взаимодействия автора с читателем и героем является «авторская стратегия».

В настоящее время понятие авторской стратегии активно используется при изучении модернистских и постмодернистских произведений именно для выявления авторской направленности на читательское сознание, которая оказывается необходимой в ситуации анализа играющего авторского сознания с читательскими ожиданиями. Однако следует обратить внимание на то, что начальный этап этого движения лежит именно в литературе XVIII века.

Итак, авторская стратегия – важная составляющая проблемы авторства; одна из форм выявления / описания авторского сознания, которое проявляется в скрытой или явной форме интенциональности в процессе взаимодействия с другим сознанием, когда обозначаются задачи достижения эффекта этого воздействия. Критерием описания авторской стратегии становится выявление границы авторского сознания с точки зрения отношения: 1) к человеку; 2) к себе; 3) к миру.

Изучение совокупности авторских стратегий при решении автором художественных и иных задач позволяет исследователю представить этическую позицию писателя через коммуникативные отношения со своим временем и пространством и уже нагляднее и точнее определять его положение в таких эстетических системах, как «классицизм», «романтизм», «реализм», «модернизм», «постмодернизм».

Традиционно в литературоведении рассматривалась коммуникация только третьего уровня: анализировались диалоги героев в драме, лирике и эпосе для включения их в постижение смыслового целого произведения. Однако при таком анализе оставались за пределами рассмотрения те сложные взаимоотношения между автором и героем, о которых говорил М. М. Бахтин [Бахтин 2003: 92], акцентируя внимание на феноменологическом аспекте этого диалога двух равноправных сознаний.

Средний уровень стал предметом анализа нарратологии – особой формы научного дискурса, рассматривающей нарративы во всех областях культурной деятельности. Разграничивая «абстрактных» автора и читателя от «фиктивных» автора и читателя, В. Шмидт, по сути, систематизирует разные образные слои читательского восприятия: «Абстрактный читатель – это предполагаемый адресат или идеальный реципиент автора, фиктивный читатель – адресат или идеальный реципиент (читатель или слушатель) нарратора» [Шмид 2003: 98].

Первый уровень анализа литературного произведения при коммуникативном подходе основывается на осмыслении авторской интенциональности по отношению к читателю и герою. На этом уровне действуют экстралингвистические категории, влияющие на качество коммуникативных установок: социальная принадлежность автора, заложенные в нем и развивающиеся в случае изменения социального статуса культурные традиции, межличностное общение, профессиональное и деловое, наконец, мировоззрение писателя и его бытовое поведение [Акимова 2015: 15]. Все эти факторы в совокупности влияют на формирование тех авторских целей и задач, которые участвуют в создании художественного целого произведения.

Следует подчеркнуть, что понятие «авторская стратегия» не дублирует при этом ни понятие «авторская позиция», ни понятие «художественный метод» или «художественный стиль», так как все перечисленные понятия в

первую очередь представляют автора как объекта изучения, тогда как «авторская стратегия» предполагает субъект-субъектный анализ.

Таким образом, понятие «авторская стратегия» расширяет границы литературоведческого анализа и позволяет рассматривать проявление авторского сознания на стыках с различными мирами: жизненным, художественным, культурным, социальным [Акимова 2015: 15].

В основе стратегии всегда выбор. И надо принять во внимание, что выбор необязательно связан с волевой сменой занятий или перемещением писателя из одного типа словесной культуры в другую. Когда один автор качественной прозы, стремясь гармонизировать свои творческие возможности с требованиями рынка, где, как известно, надо почаще мелькать, выпускает по две-три новые книги ежегодно, а другой на пять-шесть лет уходит из нашей бучи, боевой, кипучей, чтобы вернуться к публике с очередным обширным повествованием, — это тоже выбор стратегии, и выбор сознательный.

1.4 Авторская стратегия в поле современной массовой литературы

Обычно под массовой литературой понимают совокупность художественных произведений, которые автор адресует максимально широкой аудитории, которая не владеет специальной эстетической подготовкой, то есть на непрофессиональных читателей, не ориентированных на критерии художественного совершенства и образ гениального автора. Здесь мы говорим о многомиллионной аудитории.

Особый статус данной литературы, помимо поэтики, индивидуальности писателя, новаторства текста, в большей степени определяется процессами ее обращения среди публики, которые и позволяют выделить типобразующие черты массового искусства характерные для современного мира, описанные филологом Натальей Анатольевной Николиной [Николина 2009: 15]:

1. Литературные произведения, будь то поэзия или проза, потребляются, прочитываются, распространяются в короткий промежуток времени (что роднит массовую литературу со средствами массовой информации и позволяет использовать при ее анализе статистические данные). Новые произведения появляются часто и в большом количестве, возникает высокая устойчивая конкуренция, а также можно говорить о появлении некоторой «моды» на того или иного автора.

2. Чтение, или, если сказать точнее, потребление, произведений массовой литературы проходит зачастую за пределами сферы профессионального филологического анализа и литературных журналов. На выбор читателя обычно влияют такие факторы как сложившийся интерес к определенным темам, проблемам, жанрам в произведениях, личность автора как представителя медиапространства, реклама в средствах массовой информации, устный совет знакомого или приятеля, видеоэкранизация и др.

3. Многообразие текстов имеет некоторую системность, организованность, типичность.

Исследователи отмечают, что сам раскол литературы на “элитарную” и “массовую” - феномен новейшего времени [Гудков, Дубин, Страда 1998: 28]. Это знак перехода крупнейших западноевропейских стран к индустриальному, а затем - постиндустриальному состоянию (“массовому обществу”), выражение общественной динамики стран Запада, неотъемлемого от нее социального и культурного расслоения. Причем произошедший здесь раскол сам становится позднее стимулом и источником дальнейшей дифференциации литературного потока, культуры в целом.

Понятно, что “массовой” литература может стать лишь в обществах, где значительная, если не подавляющая часть населения получила образование и умеет читать. И только при отсутствии жестких социальных перегородок, в условиях интенсивной мобильности населения, его массовой миграции в крупные промышленные центры, при открывшихся для масс после крушения сословного порядка возможностях социального продвижения, кардинальных переменах всего образа и стиля жизни. В этом смысле массовая литература - один из знаков крупномасштабных социальных и культурных перемен.

Долгое время массовая литература обвинялась в художественной низкопробности и шаблонности, порче читательского вкуса, так как измерялась она именно по канонам литературной классики. Относительно идейного наполнения данную словесность упрекали в развлекательности, отсутствии серьезных проблем, стремлении затуманить сознание читателя.

В ходе подобной полемики само понятие “массовый” выступало в различных, иногда достаточно далеких друг от друга значениях; за тем или иным разворотом семантики исследователь может здесь видеть и исторически реконструировать следы группового употребления и межгрупповых

отношений. Например, массовое понималось как (наиболее типичные позиции):

- масскоммуникативное, одновременно технически тиражируемое на самого широкого, неспециализированного, как бы любого реципиента (тиражируемому противопоставлялось традиционное, “ручное”, “единичное”, “подлинное”);
- общедоступное и “легкое” против “трудного”, требующего специальной подготовки и мыслительной работы;
- развлекательное против серьезного, проблемного;
- всеобщее против индивидуального (такова критическая позиция Адорно и Хоркхаймера в их “Диалектике просвещения”);
- низкое, вульгарное против высокого, возвышенного;
- западное (для СССР и России, и тогда - как синоним индивидуально-потребительского либо даже либерально-демократического) либо “свое” (и тогда - как синоним советского, тоталитарного, государственно-мобилизующего);
- шаблонное, охранительное, традиционалистское в искусстве против элитарного, радикально-экспериментаторского и даже “по-настоящему” классического [Гудков, Дубин, Страда 1998: 30].

Сама по себе массовая литература есть часть массовой культуры и, безусловно, обладает всеми ее характерными чертами. А сама же массовая культура оформилась на стыке 19 и 20 веков, то есть на пике социальных (миграция, глобализация, урбанизация) и научно-технических процессов (появление новых средств коммуникации), когда и формируется общество масс. Под массой мы понимаем безличное скопления атомизированных людей, связанных между собой внешними и чисто формальными узами. Представителем массы признается «всякий и каждый, кто ни в добре, ни в зле не мерит себя особой мерой, а ощущает таким же, “как все”, и доволен собственной неотличимостью» [Ортега-и-Гассет 1992: 310]. Понятие «массы»

при всех различиях в подходах и толкованиях предполагает недифференцированность (в противоположность «классу» или иной относительно однородной группе людей) и деиндивидуализацию.

Говоря об основных критериях, выделяющих массовую литературу, мы опираемся на позицию Ю. М. Лотмана, который отмечал, что она должна обладать двумя взаимно противоречащими признаками. Во-первых, она должна представлять более распространенную в количественном отношении часть литературы. При распределении признаков “распространенная – нераспространенная”, “читаемая – нечитаемая”, “известная – неизвестная” массовая литература получит маркированные характеристики. Следовательно, в определенном коллективе она будет осознаваться как культурно полноценная и обладающая всеми качествами, необходимыми для того, чтобы выполнить эту роль. Однако, во-вторых, в этом же обществе должны действовать и быть активными нормы и представления, с точки зрения которых эта литература не только оценивалась бы чрезвычайно низко, но она как бы не существовала вовсе. Она будет оцениваться как “плохая”, “грубая”, “устаревшая” или по какому-либо другому признаку исключенная, отверженная, апокрифическая» [Лотман 1997: 84] .

В учебнике В. Хализева «Теория литературы» анализ понятия «массовая литература» включен в раздел «Литературные иерархии и репутации». Тем самым подчеркивается, что массовая литература – явление оценочное, являющееся своего рода ценностной оппозицией к «высокой литературе», литературной классике и граничащее с беллетристикой. Для популярной литературы, не создаваемой специально для продажи как «массовое чтение», в учебнике применяется понятие «беллетристика». К беллетристике относятся тексты, имевшие кратковременный читательский успех, «обсуждающие произведения своей страны и эпохи, отвечающие духовным и интеллектуальным запросам современников, а иногда и потомков» [Хализев 1999: 132], а также эпигонские произведения, в которых «отсутствуют свои

темы и идеи», но присутствует «эклектичность формы» [Там же: 134], ориентирующиеся тем не менее на «высокие» образцы. Это произведения с выраженным авторским началом, но созданные с установкой на развлечение, легкое чтение. Массовая литература приравнена исследователем к «низовой».

Потребность в массовом искусстве может интерпретироваться и как результат специфической формы проявления в нем коллективного бессознательного или же способ формирования с его помощью этого бессознательного. В саморегулирующемся обществе массовая культура начинает выполнять социально позитивные роли, поскольку «назначение этой литературы – игровая репрезентация содержательного многообразия материала. Разнообразие массовой культуры – это разнообразие социального воображения, самих типов социальности и культурных, семантических средств их конституирования. Поэтому тут конструируются такие конфликты, которые почти не встречаются в интеллигентской культуре, что не снижает остроты и сложности их переживания» [Гудков 1996: 95].

Существует две основные точки зрения на место массовой литературы (шире – культуры) в жизни общества:

- элитаристская точка зрения, исходящая из идеи существования жесткой иерархии, предполагающей наличие высокой – средней – низкой (массовой) культуры; при этом за каждым типом культуры не просто закреплено свое место, но «средняя» и особенно «низкая» культуры подвергаются критике с позиций культуры «высокой», сориентированной на вкусы элит;
- плюралистическая, предполагающая, что в эпоху всеобщей грамотности и множества разнообразных культурных продуктов человек имеет право сам выбирать, что он хочет, а что отказывается «потреблять», при этом его выбор есть свидетельство личной творческой активности [Николина 2009: 15].

Современные исследователи популярной культуры последовательно отстаивают один из двух подходов:

- продукция массовой культуры является серьезной проблемой общества, так как эта продукция не представляет интеллектуальной и художественной ценности, отвлекает своего «потребителя» от размышлений о проблемах бытия и самопознания, лишает его счастья приобщения к «высокой» культуре; популярная культура, с этой точки зрения, лишена какой бы то ни было ценности;

- потребление продукции массовой культуры имеет свою интеллектуальную ценность, приносящую несомненную пользу «потребителю»; отказ массовому искусству в значимости свидетельствует о стремлении обесценить интересы и деятельность одной части общества в пользу другой.

Читатели массовой литературы также рассматриваются либо как бездумные «потребители», которыми манипулируют создатели соответствующих текстов, либо как активные покупатели, выбирающие близкий и интересный им способ проведения досуга.

Мы же в данной работе останавливаемся на следующем понимании термина массовая литература: совокупность литературных текстов, в которых доминирует ориентация на охват широкой аудитории, коммерческий спрос и использование определенных моделей в творчестве, и которые имеют особые черты: 1) быстрота потребления продукции и, как следствие, высокая конкуренция в поле литературы; 2) функционирование вне сферы деятельности "серьезных" изданий и критиков; 3) специфика поступления книг к читателю: посредством "технических приемов" (Л.Гудков) - серийность, имидж автора и т.д.; 4) стереотипность образов, сюжетов, тематики; 5) отработка основных социальных кодов (нравственных ценностей); 6) развлекательная, компенсаторная функция.

Подводя итоги первой главы, необходимо сделать основные выводы и наметить дальнейший вектор размышлений. Работая в рамках двух областей науки, нам следует выполнять три основные операции при рассмотрении объекта и предмета исследования: анализ места поля литературы относительно поля власти в современном мире; характеристика внутреннего устройства литерного пространства (со всеми его субъектами); исследование такой единицы поля, как автор, его действий, направленных на успех (какими принципами он руководствуется: гетерономными или автономными). Большое внимание стоит уделить границе между полем элитарного и массового производства в современном поле литературы, зависимости и независимости творчества от той или иной выбранной литературной стратегии. В следующей главе нам предстоит показать, чем обусловлен выбор стратегии автора, каково отношение поэта к своему успеху, к аудитории, что в тексте произведения отражает стремление творца к цели, какова эта цель, и в чем потребность читателя в рамках поля массовой литературы.

Глава 2. Стратегии успеха молодых поэтов

На исходе двадцатого века произошли огромные изменения культуры и литературы в стране, которые касались роли чтения, статуса поэта и писателя в социуме, развития интернета, массовой литературы, словесности и много другого. С этого момента литература становится более технологичной средой, участники которой, в данном случае популярные поэты, теперь смогли привлекать инструменты общественных связей для распространения своего творчества, что и объясняет новейшую трансформацию поля литературы. Теперь литература входит в систему культурных индустрий, к которым относят не только сектор производства популярной культуры- «старые» (телевидение, радиовещание, производство и прокат фильмов, издательскую деятельность, звукозаписывающие компании) и «новые» медиа (дизайн, шоу-бизнес, интерне), но и «традиционное искусство» (визуальное искусство, ремесло, театр, концерты, литературу). Рынки — культуры- это вся система обмена продуктами творческой деятельности на платной основе. Литература (прежде всего, массовая) рассматривается как один из каналов массовой коммуникации. На литературный процесс оказывают воздействие законы и тенденции функционирования массовой коммуникации [Сидорова 2009: 6].

Развитие информационных технологий оказывает влияние на литературное производство и литературный процесс, а, следовательно, и на авторские стратегии самопродвижения. Книги писателей до публикации могут представляться в блогах или нелегально выкладываться в сети, печатаются «по требованию», после публикации оцифровываются и выкладываются в электронных библиотеках, предлагаются в формате аудиокниг. Формируются новые каналы продвижения книг через социальные медиа.

Следствием нового положения литературы является, во-первых, ее соперничество с другими «культурными индустриями». Литература и чтение как способ времяпровождения конкурирует с другими медиа. Е. В. Козлов отмечает, что «стремительное развитие экранных медиа проблематизировало

статус развлекательного чтения в рамках индустрии развлечений» [Козлов 2009: 13]. Второе следствие— коммерциализация литературы и культуры, которая получает неоднозначные оценки. Многие исследователи современной литературы отмечают, что массовая культура с ее стремлением к стандартизации литературы и книги приводит в настоящее время к объединению литературного процесса и литературно-художественного репертуара в России [Сидорова 2009: 14].

В данной главе нам необходимо на примере деятельности современных молодых популярных поэтов рассмотреть актуальные авторские стратегии, показать значимость использования медиапространства для достижения литературного успеха и понять зависимость поэтики творчества от выбранной стратегии.

2.1 Ах Астахова. Поэт как арт-проект

Ах Астахова (настоящее имя Ирина Александровна Астахова) - молодая и популярная в литературном сообществе поэтесса. Ее выступления собирают полные залы в городах России, Украины, Белоруссии, Грузии, Казахстана, Франции, Германии, Чехии, Испании и Италии. На данный момент совокупная аудитория социальных сетей автора («ВКонтакте», «facebook», «instagram», «YouTube»), то есть читателей, следящих за ее творчеством ежедневно, более восьмисот тысяч человек.

Ах Астахова родилась 29 ноября 1987 года Москве. Будущая поэтесса училась в музыкальной и художественной школе. Первое свое стихотворение написала в девятилетнем возрасте. Первым слушателем стала ее близкая подруга, которой через много лет поэтесса посвятила стихотворение «Смеется в лицо мне родимое фото».

В 2011-м году Астахова завоевывает публику на просторах видеохостинга «youtube», выложив видеоролик, где она читает стихотворение «Тебя хоть там любят?». Видео быстро разлетелось по разнообразным социальным сетям. За первые несколько недель ролик набрал более миллиона просмотров. С этого момента начинается история творческой биографии Ах Астаховой. Стихотворение «Тебя хоть там любят?» стало визитной карточкой автора, но в багаже поэтессы есть еще много стихотворений, которые полюбили ее читатели: «Вокзал», «Образцова Тамара» и «Письмо». В этих работах автор раскрывает тонкую и в тоже время волевою душевную организацию любящей женщины. Анализируя отзывы и рецензии поклонников поэтессы, можно отметить, что ее любят за «искрометную правду и духовную зрелость».

Согласно данным портала ФБ.ру (<http://fb.ru/> 11.07.2017) в период с 2013 по 2014 год Астахова дает чуть более 120 концертов в 54 городах и 8 странах. Общее количество собранной аудитории насчитывает около 40 тысяч человек. В 2013 году Астахова удостоилась награды «лучший арт-проект года» в независимой музыкальной премии, учрежденной в 1999 году, «Золотая

Горгулья», церемония вручения которой проходит на сцене московского клуба "16 Тонн" и транслируется в интернете, в 2017 году прямую трансляцию церемонии на разных интернет-площадках посмотрели четыреста тысяч человек. Победителей данной премии выбирает экспертный совет, они становятся известны непосредственно во время церемонии, само мероприятие проходит в формате музыкального юмористического шоу. Помимо ведущих и номинантов, на сцене в качестве участников, вручающих статуэтку, появляются известные представители спорта, модельеры, журналисты, шоумены, актеры. Также Ах Астахова является лауреатом творческой премии «Паруса надежды» в номинации «Авторское чтение». В январе 2016 года Ах Астахова была приглашена на всероссийский конкурс поэзии «Музыка слов» от издательства «Лабиринт», где представляла собственную номинацию.

Дебютный сборник стихов «Мужская лирика/Женская лирика», вышедший в 2013 году от издательства Эксмо, представляет собой две книги в одной. В сборнике представлены стихи двух противоположностей, уживающихся в поэтессе: прямые и строгие, иногда резкие стихотворения, написанные от лица героя-сердцеда, и мягкие и нежные стихи, сохранившие переживания женской натуры. В 2015 году Астахова презентовала свой второй сборник стихов «Время сменить маршрут» (издательство «У Никитских ворот») и одноименную программу. Отличительная сторона нового витка творчества автора - это мощный заряд оптимизма в, теперь уже, жизнеутверждающей лирике. В новой программе поэтесса рассказывает о поиске и нахождении жизненного пути и делится секретами достижения состояния счастья. Как читатели, так и посетители живых выступлений Астаховой отмечают, что испытывают сильный эмоциональный подъем, сравнимый с состоянием, получаемым после посещения мотивационного тренинга:

«<...>Жадно храни первозданный огонь

И будь ко всему, словно в детстве готов!

Если любовь не взаимна, запомни:

Значит, что это ещё не любовь» [Астахова 2017].

Своими смыслами, манерой исполнения, Астахова покорила слушателей всех возрастов. Сочетание легкости и жизненности лиричных строк с мелодичным, живым музыкальным сопровождением создают удивительную атмосферу на ее выступлениях. Творчество Астаховой затрагивает самые потаенные струны каждого, кто имел удовольствие посетить ее концерт.

На данный момент поэтесса активно гастролирует и уже дала более 200 концертов в 76 городах и 10 странах, которые посетили более 73 000 человек. Это делает Ирину Астахову одним из самых востребованных современных поэтов в русскоязычном пространстве.

Творчество Астаховой получило также негативные отзывы со стороны профессиональных литературных критиков. Так, по мнению Льва Оборина, произведения Астаховой не представляют никакой художественной ценности, она — автор «не то что вторичной, а третичной поэзии, полной дешёвого мелодраматизма и не имеющей понятия о стилистике» [Оборин 2015]. По мнению другого специалиста, Дмитрия Кузьмина, творчество Астаховой принадлежит к «своеобразной разновидности массовой культуры» и представляет собой «коктейль из идейных и образных стереотипов для лёгкого усвоения пригламуренными барышнями из соцсетей» [Кузьмин 2015].

В чем же секрет популярности этого автора? В необыкновенном таланте? В грамотном менеджменте? Или в тоске слушателей по чему-то настоящему и живому?

В отличие от многочисленных сетевых поэтов-однодневок, которые используют сайты самопубликации и пишут скорее по моде, чем по велению души, у Астаховой есть свой голос, свой узнаваемый стиль. Свои темы. Пишет поэтесса не только на вечную любовную тему: «Я взрослею, постепенно меняюсь, и мне хотелось бы, чтобы моя публика росла вместе со мной. Я вижу, что люди начинают интересоваться не только любовной лирикой, а стихами про жизнь, путешествия, какой-то новый опыт» [Астахова 2014].

Все чаще в ее репертуаре появляются стихи, в которых говорится о бегстве из большого города, о лживости человеческих нравов.

Законы

Есть у людей ужасные законы,
и этим я законам подчинюсь:
не наберу я номер телефона,
хотя его я помню наизусть!

Не стану я, с наивностью младенца,
пускать теперь кого попало в дом -
"не принимать все слишком близко к сердцу"
вполне удобный для житья закон!

Самой искать внутри себя ответы,
Печаль в душе выказывать за смех,
закон – «не выдавать своих секретов»
пожалуй, самый правильный из всех.

и мир мой не сомкнется от удушья,
когда нельзя ни думать, ни дышать:
есть у людей «законы равнодушья»,
и я их научилась соблюдать.

Иногда поэтесса пишет от мужского лица: «Некоторые из стихов достаточно грубые по смыслу, по динамике, и писать от женского лица их было бы не очень красиво, неправильно» [Астахова 2014].

Ах Астахова удивительно цельный и уверенный в себе человек: «Я считаю, что самое главное, если ты что-то делаешь, — не ориентироваться ни на чье мнение. Почему я не люблю критику? Ты всё больше слушаешь одного, другого — и не остаётся твоего внутреннего голоса, чутья, которое позволяет тебе расти дальше и самому понимать, чего ты хочешь. Основная проблема

многих современных авторов в том, что им очень важно чужое мнение» [Астахова 2014]. Астахова старается не обращать внимания на критику, уверенность в состоятельности своих текстов она получает от своих читателей, зрителей, подписчиков. Так первый сборник «Мужская лирика /Женская лирика» оказался очень успешным. Попытка конструировать гендер - достаточно модная игра в современной культуре, которая оказалась очень востребована у читателя. Тексты из этого сборника из части «Мужская лирика» имеют устойчивый успех, несмотря на тривиальность тематики и излишне пафосную риторику:

я устал от покоя -
мирское сжимает мне грудь.
эта гонка за новым меня у тебя отнимает,
но боясь огорчить -
я пытаюсь тебя обмануть,
и по кругу хожу, как вагон городского трамвая.
не суди меня в мыслях:
я сам себе вор и судья!
я лишился всего ради мнимой и праздной свободы.
и к своим тридцати я, как всем неродное дитя,
собираю в ладонь эти даром прожитые годы.
да,
я жаден до новых людей,
что встречаю в пути. я уверен:
пойди я с тобой - мы застрянем друг в друге..
я сказал это вслух и тем самым нас предал -
прости,
но взбешенное эго морскими узлами связало мне руки.
не учи! я все знаю - свобода граничит порой с одиночеством духа,
и трудно ту грань не нарушить;
я проснулся в зеленой траве за высокой горой,

но обида на куски разделяла мне душу. _
красота сего мира бросает неистово в дрожь,
он открыт мне всецело и нет ни конца в нем,
ни края! но опять, собираясь в дорогу один,
я похож
на идущий по кругу вагон городского трамвая.

Также в цикле «Мужская лирика» Астахова, прячась за инстанцию фиктивного нарратора, пользуется этой позицией и играет роль оракула, мудреца, от лица которого просвещает своего читателя, дает советы:

Совет

Мой вам совет: при любых обстоятельствах
Делайте вид, что на сердце покой.
Это ваш шанс избежать обязательства
Всем объяснять, что случилось с тобой!

Будьте приветливы, доброжелательны,
Стрессоустойчивы, в чем-то просты.
Много читайте, тогда обязательно
Речи и мысли не будут пусты.

Не осуждайте других, не злорадствуйте!
Помните истину: прошлого нет.
Возраст неважен, указанный в паспорте,
Только душа знает, сколько вам лет.

Будет тогда в жизни все замечательно,
Снимет любую печаль, как рукой!

Но главное здесь — при любых обстоятельствах
Делайте вид, что на сердце покой.

Начало стихотворения зеркально отображается в концовке, а значит композиция произведения кольцевая. Это не только усиливает экспрессию, как при обычном повторе, но уточняет семантику двух начальных строк:

«Мой вам совет: при любых обстоятельствах

Делайте вид, что на сердце покой».

Данный прием говорит об особой значимости для лирического героя этого фрагмента, который является толчком к размышлениям.

Стихотворение полностью написано четырехстопным ямбом, это указывает на его строгую упорядоченность и структурность. Произведение достаточно мелодичное, повторение некоторых гласных звуков в разных слогах создает плавность повествования. Повторяются в произведении и согласные звуки, такие как с, з, ж, которые создают некоторую интимность повествования, ведь лирический герой как будто бы вступает в разговор с читателем, сообщая ему какой-то секрет, совет, что-то очень личное и выстраданное.

На первый взгляд, стихотворение имеет форму монолога, который адресован читателю, причем не конкретному, а множеству людей. Кажется, что есть некая дидактичность. На это указывают местоимения («вам», «с тобой», «всем»), глаголы в повелительном наклонении («делайте», «будьте», «читайте», «не осуждайте»), выражающие призыв к действию. Но нельзя не отметить, что произведение похоже и на саморефлексию лирического героя, будто бы он сам старается поговорить с собой, дать совет самому себе, проанализировав свой жизненный путь.

Отличается это произведение небольшим объемом и графической стройностью, эти черты влияют на простоту восприятия текста. Произведение не насыщено художественными средствами, а рифма в нескольких местах и вовсе банальна, предсказуема. Но это делает акцент на простоте изречения героя, такой текст доступен для понимания любому читателю, ведь мысли и состояния, о которых говорит герой знакомы и близки каждому.

Из средств выразительности можно отметить употребление общеизвестной фразеологической конструкции «Снимет любую печаль, как рукой!». В образном плане произведение также отличается простотой: существует образ лирического героя и его адресата, под которым подразумевается любой читатель произведения.

Данная лирическая миниатюра вошла в цикл стихотворений «Мужская лирика» и позиционируется автором как написанное от лица мужского пола, что объясняет прямолинейность повествования, прямые и строгие рифмы, выдержанность композиции.

Автор раскрывает секреты поиска жизненного пути, делится представлениями о достижении состояния счастья и рассуждает о гармоничном взаимодействии с окружающим миром.

О своем имидже Астахова говорит так: «Раньше у меня был образ «девушка в ожидании большой любви». Сейчас, надеюсь, я уже выросла в своих и общественных глазах и перешла на новую стадию. Стадию поиска внутренней свободы, желания расширить границы своего сознания» [Астахова 2016]. Мы понимаем, что поэт творит свой образ самостоятельно, используя те или иные средства и отталкиваясь от своего внутреннего состояния и от своего лирического я. Но внешний облик и способность управлять публикой на живых выступлениях во многих случаях также играет огромную роль для привлечения читателей. На своих выступлениях Астахова создает шоу. Стихи от мужского лица автор читает, выйдя на сцену в мужском костюме, от женского – в платье, подчеркнув природную женственность.

Это не попытка эпатировать публику или привлечь внимание общественности к проблемам трансгендера. Астахова подчеркивает общность человечества. Сама поэтесса – прежде всего человек, который хочет самосовершенствоваться. В комментариях к видеоролику поэтессы «Совет» [Астахова 2017] читатели восхищаются ее внешностью и манерой чтения произведений. «Какая же вы замечательная! Ваше творчество проникает прямо в сердце и душу!», «я в восторге до мурашек!», «Никогда не забуду ваш

концерт, музыка вашей души навсегда со мной» - эти и многие другие отзывы указывают на то, какую важную роль играют внешний облик, манера поведения и имидж поэтессы.

Ах Астахова - утонченная, красивая, воплощающая идеал современной девушки (модели или актрисы), через «простые, искренние, достоверные тексты», которые каждый читатель может примерить на себя, ассоциирует с собой, она словно в рекламе продает не продукт, а образ жизни. То есть поэтесса ставит знак равенства между собой и читателем, формируя тем самым и образ своего читателя, который считает себя причастным к такой красивой романтической жизни. Таким образом, ассоциируя себя с героями текстов, читатель ассоциирует себя с образом, созданным поэтессой, что для него очень комплементарно.

Одним из важных аспектов имиджа современного поэта является его псевдоним, вот что говорит об этом Астахова: «Изначально сочетание «Ах Астахова» не планировалось как творческий псевдоним. Все намного проще — когда я создавала страницу в социальных сетях, я хотела, чтобы мои друзья могли легко найти меня среди других Астаховых, а так как в нашей стране Ирин немало, я заменила свое имя на междометие, потому что оно созвучно с моей фамилией и в сочетании с ней звучит красиво, женственно. Только потом, когда я стала публиковать свои стихи в интернете, это имя закрепилось как творческий псевдоним, что вполне меня устраивает» [Астахова 2018]. На наш взгляд псевдоним является способом привлечения внимания, выделения личности автора из массы других, если он хорошо запоминается, это играет на руку поэту и остается в сознании читателей надолго.

Сборник стихов в формате книги выступает уже не единственным способом распространения произведений, а всего лишь некоторым трофеем, способом поддержать автора, то есть книга в печатном виде теряет свою основную функцию, ведь большинство произведений находятся в общем доступе. На данный момент у поэтессы издано два полноценных сборника стихотворений: «Женская лирика. Мужская лирика: сборник № 1» 2013 года и

«Сборник № 2: Время сменить маршрут / Ах Астахова» 2015 года. Изначально Астахова не думала издавать сборник, считая себя еще недостаточно зрелым поэтом, но читатели в социальных сетях интересовались, где можно купить бумажную книгу со стихами автора. Тогда Ирина просто пошла в издательство и заказала тираж в 500 книг. На первый большой концерт в Москве прибыла с пачкой свежееотпечатанных сборников, которые продавала зрителям после выступления, не отказываясь поставить автограф [Астахова 2018].

Оценивая авторскую стратегию Ирины Астаховой, можно сделать следующие выводы. Свой путь к успеху поэтесса начала с публичных выступлений на поэтический конкурсах, а настоящую известность ей принесла запись и публикация видео с чтением своего произведения в интернете. Стоит отметить, что на данный момент на youtube-канале автора 35 видеороликов, сейчас она все чаще снимает качественные и сюжетные клипы на свои стихотворения. Также произведения публикуются в нескольких личных социальных сетях и на сайте поэтессы, на котором даже представлена подборка 50 самых популярных лирических миниатюр автора. Большую роль играет внешность, а точнее образ и имидж, который представляет Ах Астахова для слушателей, именно это делает ее артистом, способным нести собственные высказывания через тематические фотографии и видео.

И, конечно, стоит сказать, что автор ориентируется на своего читателя, об этом говорит тематика творчества, использование обращений, визуализация произведений, их доступность, а также активная жизнь автора в интернет-пространстве, близость к слушателям.

2.2 Ес Соя. Сетевой феномен

Евгений Степанов (Ес Соя) - молодой поэт из Одессы, которого хорошо знают в России и на Украине, так как он постоянно гастролирует и часто самостоятельно выпускает свои сборники.

По признанию поэта, в детстве его любимым произведением был - «Маленький принц». Евгений не пошел в высшее учебное заведение, а посвятил себя полностью творчеству, выступлениям и гастролям. Как говорит сам Евгений Соя "Одесситы - они не пропадают" [Степанов 2016]. Евгений начал писать в 16 лет. Дни напролет молодой автор слушал музыку, читал хорошие книги и целыми днями писал стихи.

Ес Соя не бывает разным. Его внутренний мир настолько объемлен, что каждый находит в его творчестве что-то свое. Один из немногих, кого легко найти даже сейчас – когда он нарасхват. Для кого-то – по-детски наивный, для кого-то космический, вечно влюбленный, непокорный или тихий. Ему хочется поднимать много разных тем. Но, если посмотреть чуть-чуть под углом - нет ничего важнее той самой любви:

«дело не в рифмах.

дело в твоих руках

о которых сегодня молчало радио

мне хотелось бы, чтоб ты была моей соседкой

и я к тебе за сахаром или таблеткой <...>»

(«Дело не в рифмах» 2011г.). Евгения так же беспокоит вопрос взросления и смерти идеалов.

В 17 лет Евгений Соя решил стать свободным и посвятить свою жизнь творчеству. Обычный одесский парень с огоньком в глазах и рифмами в сердце выставлял свои первые стихи в интернете. За этим последовали приглашения на выступления, сначала от одесских баров, затем Киев, остальная часть Украины, и Россия (<http://fb.ru> 31.10.2016). Так постепенно 17-летний поэт добился популярности в литературной сфере с помощью выкладывания своих произведений в интернет и таланта

Евгений записал общий альбом с одной довольно известной поэтессой и певицей Марией Чайковской. Огромную известность принесла поэту музыкальная композиция, записанная дуэтом Чайковской и Гуши Катушкина «Эхо тысячи вокзалов» на слова стихотворения Евгения Сои «Меня» 2009 года:

касаешься меня жгуче
танцуешь на моих ребрах чечетку
у нас с тобой есть future
но оно такое нечеткое
перебирай меня, перебирай меня
словно четки

мы рассыпаемся, как драже
в твоём жж
обжигает новый пост
собирай меня. собирай меня
словно волосы в хвост.

(2009г.)

В ноябре 2012 Ес Соя записал CD совместно с популярным американским вокалистом Дэвидом Артуром Брауном из Brazzaville. Музыка для этого поэта становится добавочным элементом продвижения творчества, ведь позволяет привлечь новую аудиторию: молодых людей, которые увлекаются музыкой в стиле инди- рок. Сейчас Евгений Соя гастролирует по всей России и Украине, проводит поэтические вечера в Германии. Выпускает сборники книг и постоянно публикует свои новые стихи в социальных сетях.

Отдельного упоминания заслуживает книга поэта под названием «Цветы из ничего», выпущенная в 2011 году издательством «Азбука». В описании книги издатель указывает: «Этот сборник стихов и прозы - окно во внутренний мир поэта: лиричного и колкого, романтического и эпатажного, нежного и беспощадного, сурового и ветреного, не по возрасту мудрого и по-детски

честного. Его стихи - трепетные нежные создания, в которых есть недоговоренность и обреченность. Они могут заменить вам любовь. Скрасить одиночество. Вернуть что-то забытое или навсегда потерянное» (<https://www.livelib.ru/book/> 2012)— такой лестный отзыв однозначно притягивает внимание потребителя. Сами же читатели отмечают, что стихотворения молодого поэта имеют специфическую сложную форму, а затронутые темы очень личные, интимные. В настоящее время Соя успел издать одиннадцать сборников стихотворений: «Бери»(2008г., Харьков), «More»(2010г., Харьков), «Цветы из ничего»(2011г., Санкт-Петербург), «Hitorimakura»(2011г., Харьков), «Стихи, спящие по чужим комнатам»(2012г., Харьков), «Волшебство»(2012г., Санкт-Петербург), «VRSK»(2013г., Санкт-Петербург), «Стихи, спящие по чужим комнатам»(второе издание, 2014г., Одесса), «Сльози, квіти, синці та поцілунки (переклади софі пашкуаль на укр. мову)»(2015г., Одесса), «Юности»(2015г., Одесса), «Saudade»(2016г., Одесса). Как мы видим, поэт издается не только на родине, но и в России, отправка его сборников осуществляется по почте в разные страны мира. Важно отметить, насколько для Сои важна публикация печатных сборников поэзии, этим автор отличается от множества современных поэтов, которые не тратят усилия на книги и выкладывают свои тексты только в сеть. Также Евгений Соя регулярно выступает на концертах и литературных вечерах.

Молодой поэт открыт для всех поступающих к нему предложений, даже весьма странных, например, экспериментом можно назвать первое выступление автора: «Первый вечер, после которого я понял, что хочу заниматься поэзией, был вечер в городе Харькове. Это был 2008 год, в моей жизни это был десятый вечер. Тогда пришли скептически настроенные люди просто посмотреть, что за паренёк такой появился. Я безумно волновался. На тот момент я был беспощадный к своему зрителю: моя программа состояла из всего, что было написано (тогда это заняло часа три, сейчас бы суток четверо)» [Степанов 2015]. Создается впечатление, что он не гонится за успехом и не боится экспериментировать. Еще одна тайна скрыта в его особом трудолюбии

и желании выступать перед разнообразной аудиторией. График Сои говорит о том, что он крайне востребован в России и прикладывает огромные усилия, чтобы постоянно проводить живые выступления. Соя один из тех поэтов, которые делают ставку в большей степени на взаимодействие с реальной публикой, а не с читателями в сети.

В интервью молодой автор отмечает, что его «вдохновляет все, что есть вокруг» [Степанов 2015]. Чаще всего темой его произведений становится любовь: «я пока не встретил ничего интереснее, чем любовь» [Степанов 2015]:

Надеюсь, ты прочтёшь это, моё сладкое горе
летний день по-осеннему хмурится,
и растит под собой зонты,
я часто вижу тебя на улицах,
но это всегда не ты,

надеюсь, ты прочтёшь это, моё сладкое горе,
и примешь в дательном падеже -
не трать жизнь на города без моря
и не говори, что любишь, когда не любишь уже.

(2018г.)

Но среди произведений молодого поэта есть и те, которые непосредственно обращены к его читателям и заключают в себе некоторое поучение, призыв:

Радуйся

радуйся.

как ты стоишь на июньской земле. твердо. веско.

планета вертится, питаюсь твоих глаз блеском

радуйся.

ведь, когда тебя затянет жизни водоворот

(хотя, я использовал бы слово "блендер")

никто не услышит

ни крика
ни возгласа
радуйся,
девочка того возраста
когда одеваются в секонд-хендах.
(2014г.)

Это стихотворение молодого поэта является показательным в нескольких аспектах. Во-первых, здесь мы видим небольшой объем, которые свойственен всем произведениям Евгения Сои и большинства других сетевых поэтов, также мы видим контрастирующие сочетание современной разговорной лексики (блендер, крик, секонд-хенд) с возвышенной книжной (водоворот, возглас). По своей образности и мысли автора стихотворение достаточно простое, и выражает оно понятную идею: лирический герой призывает наслаждаться своей юной жизнью и беззаботностью.

В статьях и интервью сообщается, что молодой поэт не гонится за успехом, а лишь занимается любимым творчеством. Свою аудиторию Евгений Соя завоевывает не только в сети, но и в реально пространстве: регулярно издает сборники и выступает перед реальной публикой с четкой стихотворений и с музыкальными композициями на них. Сам молодой поэт признается, что во время написания произведения старается ни о чем не думать. Кроме того, он очень мало редактирует получившийся материал. По словам автора, запись стихотворения похожа на попытку сохранить сон. Он публикуется в интернет-изданиях, ведет свои аккаунты в социальных сетях, имеет псевдоним, снимает видеоролики, фотосессии и также как Ах Астахова является уже узнаваемым артистом, представляющим массовую эстрадную поэзию.

2.3 Сола Монова. Сарказм и мудрость

Сола Монова - одна из популярнейших современных поэтесс. Яркая личность с нестандартным мышлением. Своими эпатажными стихами она просто взорвала интернет, ведь еще в 2015 году она стала первым автором, чей поэтический блог «Вконтакте» (<https://vk.com/public.sola>) обрел более полмиллиона читателей, а на портале facebook (facebook.com/sola.monova.stihi) репост ее стихотворений «о любви в эпоху потребления» [Соломонова 2018] сделали миллионы человек.

Сегодня по количеству подписчиков она является самой популярной поэтессой Рунета: Стихи.РУ (http://www.stihi.ru/avtor/sola_monova)— 263730, Вконтакте (<https://vk.com/public.sola>)— 492170, видеохостинг YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCr0v7XTfi2OmEX5Un3s9cAg>)— 54203, instagram (https://www.instagram.com/sola_monova/)— 815 тысяч читателей. Количество ее постоянных слушателей уже превышает миллион. Кому-то в сети ее стихи кажутся излишне резкими и даже бредовыми, другие уверены - это идеальная смесь сарказма и мудрости: «Стихи полны юмора, иронии, жизненного опыта. В своих стихах автор рассказывает о жизни и отношениях такими простыми и знакомыми словами, которые в ее виртуозном исполнении становятся "вкусными", меткими, четкими, задевающими за живое» (<https://www.labirint.ru/reviews/goods/550924/> 06.12.2017).

Сола Монова (настоящее имя - Юлия Соломонова) родилась во Владивостоке в 1979 году. Уже в 6 лет она писала детские стишки, пропитанные черным юмором. Сама поэтесса признается, что выбрала путь искусства благодаря отцу. С его подачи она рисовала, пела, писала стихи с раннего детства. Последнее у нее получалось лучше всего. Сола Монова говорит, что самая странная мечта— самая искренняя, и она должна исполняться у каждой женщины. А ведь это очень странно - хотеть быть поэтом. Почти половину своей жизни поэтесса занималась собственным образованием. В 1996 она окончила английскую школу в родном городе. Затем

стала выпускницей дальневосточной государственной академии искусств по специальности театральный режиссер-постановщик. В 2004-м будущая популярная поэтесса получила еще один диплом в области менеджмента производственной деятельности.

К 27 годам Сола Монова вела популярную во Владивостоке телепередачу. Ее узнавали на улицах. Как признается сама поэтесса: "Меня одевали в роскошные шмотки, и я была режиссером собственной студии"[Соломонова 2017]. Но автор отмечает, что чувствовала— она упускает что-то важное. Поэтому в 27 лет поэтесса бросила все— прекрасную карьеру и родной город и уехала в Москву, чтобы учиться во ВГИКе. Именно во время учебы ее соседка по комнате зарегистрировала ее в социальной сети. И однажды Юлия Соломонова решила выложить стихи на своей страничке. К слову, никто из московских знакомых не знал о том, что она поэтесса.

Сола Монова говорит, что тогда ее стихи получили множество положительных откликов: «Это получилось случайно. Я родила ребенка и сидела дома. Мне нужно было куда-то девать энергию, общаться. Стала публиковать стихи в соцсети. Удивил большой отклик. Комментировали друзья, друзья друзей, потом появились незнакомые люди. Меня это подстегнуло. Начала больше писать. Муж сказал, что нужно издать книгу. Я сопротивлялась. Но сдалась. И издалась» [Соломонова 2017]. К идее выступлений поэтессу также подтолкнул муж: «Он сказал: «что-то ты давно не работаешь» – «так у меня же дети!» – «ничего не знаю. Ты же была деловая женщина, работала на ТВ. Давай ты начнешь выступать со своими стихами?» Сегодня это мой адреналин [Соломонова 2017].

В 2011-м она окончила ВГИК и мастерскую режиссуры, а в 2012-м получила диплом голливудской киношколы и даже сняла в Голливуде фильм под названием "911". Также она является режиссёром кинофильмов «Зубы на полку», «Поэма о кораблях», «Остановка» и др. Фильмы поэтессы нашли своего зрителя и завоевали несколько значительных наград на международных

фестивалях: диплом «Бронзовый Витязь» 21-ого Международного Кинофорума «Золотой Витязь» (2012), диплом "Четвертого Международного кинофестиваля авторского короткометражного кино «Свирский Миф» (Россия, 2012), приз I Международного фестиваля короткометражного кино СтудCINEMAФест (2012) и др.

Сола Монова редко говорит о своей личной жизни. Долгое время поэтесса жила в Майами, но сегодня бывает в Америке нечасто. Ее профессиональные планы связаны с российской столицей. Соломонова выступает довольно часто, гастролирует по России с концертами. Говорит, что эти концерты для нее скорее увлечение, чем способ заработка. Она чувствует, что востребована как поэт, что ее любят и ценят.

Чаще всего поэтесса пишет о любви, более лиричны ее ранние произведения, в них меньше едкого сарказма, которым наполнены современные миниатюры поэтессы:

Жених

А жениха мы найдем тебе нежного-нежного,

Будет туфельки покупать, пяточки целовать.

Ну а пока – пару шагов по манежу,

Ну а пока – первые ласковые слова.

Выйдешь из комнаты... и незаметно – замуж...

Вечно бы девочка, вечно бы на руках...

Ну а пока – ложку за папу и ложку за маму...

И за того... сказочного жениха...

(2012г.)

Сола Монова уверена, что стихи ее меняются вместе с ней самой. В 16 лет она ходила зимой без шапки, чтобы быть красивой. А сейчас она всегда носит шапку в холода, потому главное - тепло, а не красота. "Сейчас я— мама и жена. А в 16 лет я была готова к любым приключениям. В 38 я не путешественница. Я - очаг"[Соломонова 2017].

Адаму

А мы будем гулять по листве в ноябре,

Бросив бизнесы и машины.

Мне так нравится вся эта чушь о ребре

Богомсозданного мужчины.

И я руки сомкну под твоим пальто,

Вроде как, на законном месте.

Под рубцом забинтованная бинтом

Богомсозданная невеста.

(2006г.)

Написание стихов для поэтессы - это некое откровение, которое вдруг приходит к ней. Сола Монова признается, что обладает довольно высокой техникой и может зарифмовать что угодно. Но никакая техника не обеспечит умение писать по-настоящему душевные, легкие, проникновенные стихи. Это некая дверь, которая открывается внезапно. Нужно бросить все дела и записать пришедшее на ум, иначе потом воссоздать этот процесс не удастся. А "пришедшее на ум" может быть любым - лирическим, саркастическим или даже матерным. И после написания стиха то, что там волновало, беспокоило, причиняло боль - наконец отпускает. "Для меня написание стихов, - говорит поэтесса, - это своего рода медитация, во время которой я отключаюсь от всего постороннего"[Соломонова 2017]. Также Сола Монова замечает, что когда она

испытывает только положительные эмоции, ее стихи получают гораздо больше положительных откликов.

Как уже отмечалось, поэтесса является призером ряда международных кинофестивалей фестивалей, а также победителем российских поэтических конкурсов: номинация «Народный поэт» сайта «Стихи.ру», победитель конкурса «Вечерние стихи» газеты «Вечерняя Москва» и др.

На личном сайте автор опубликовала свои поэтические сборники: «Девушки, с которыми Вы спите» (2007 год), «Любофф зла» (2008 год), «Левая книга» (2013 год), «Правая книга» (2014 год), «Розовая книга» (2015 год), «У одуванчика белая кровь» (2015 год), «Жалобная книга» (2015 год). Каждый из них имеет и печатную версию книги. Стоит упомянуть, что среди любителей поэзии в интернете широкую популярность приобрело движение создания видеороликов с читкой стихотворений Соломоновой. С 2015 года поэтесса сама развивает направление видеопоззии, она создала популярный поэтический блог в сети Инстаграм с множеством саркастических произведений в формате этого ресурса.

Сола Монова выпустила пять сборников произведений, которые преимущественно продаются через личный сайт автора. Стоит обратить внимание, что для привлечения читателей, каждая книга имеет особую аннотацию: «Хиты 2014-2015 гг. Не воспитайте мальчика козлом. Нормальные мужчины есть, но я на них не реагирую. Эпоха без Инстаграма. Как же трудно быть естественной в нашем 21 веке» («Розовая книга»), «Универсальный антикризисный антидепрессант» («Жалобная книга»), «Лучший подарок для депрессирующей подружки. В этом сборнике смертельная доза сарказма. Снимает стресс» («Левая книга»), «Эту книгу можно подарить даже маме. Эти стихи можно читать на вступительных экзаменах в ГИТИС и ВГИК. Любовная лирика без сарказма и цинизма. Полная противоположность ЛЕВОЙ» («Правая книга»). Становится очевидным, что в данном случае книга — это товар, который поэтесса и ее ассистенты стараются продать, используя не

только привлекательную обложку, но и своеобразную «инструкцию по применению».

Преимуществом этой поэтессы является ее профессиональное образование: как актриса она устраивает эффектные читки своих произведений, как режиссер- организует свои выступления и активно развивает жанр видеопоззии. Сола Монова является самой читаемой в рунете, но стоит отметить, что она обрела успех как телеведущая и режиссёр задолго до размещения своего творчества в сети. Для поэтессы имеют особое значение литературные премии и издание сборников в печатном виде. Ее произведениям свойственна сатира, сарказм, а ориентированы они преимущественно на девушек и женщин. Над продвижением своего творчества поэтесса тщательно работает и организует рекламные компании для продажи сборников.

Глава 3. Популярная поэзия сегодня: стратегии самопродвижения

Выбранные поэты имеют успех преимущественно среди молодых читателей, что удастся подтвердить внимательным анализом аудитории в социальных сетях. Их популярность обусловлена «простотой» и доступностью творчества разнообразных форматов в медиапространстве. Огромную роль играет продумывание продвижения личности поэта, т.е. внетекстовой стратегии: эстрадные выступления, организация литературных вечеров, фотосессии, использование жанра видеопоззии, ориентация на конкретного читателя, активная жизнь автора в социальных сетях, где он регулярно размещает свои новые произведения. Нельзя не сказать и о качественном издании сборников стихотворений поэтов, которые также востребованы современным читателем. В большей степени литературная стратегия современного автора, который ориентируется на большую читательскую аудиторию, направлена на достижение успеха и выражается в тематике творчества, в продвижении автора как артиста, а также в использовании возможностей медиапространства.

Развитие информационных технологий оказывает влияние на литературное производство и литературный процесс, а, следовательно, и на авторские стратегии самопродвижения. Книги писателей до публикации могут представляться в блогах или нелегально выкладываться в сети, печатаются «по требованию», после публикации оцифровываются и выкладываются в электронных библиотеках, предлагаются в формате аудиокниг. Формируются новые каналы продвижения книг через социальные медиа.

Следствием нового положения литературы является, во-первых, ее соперничество с другими «культурными индустриями». Литература и чтение как способ времяпровождения конкурирует с другими медиа. Е. В. Козлов отмечает, что «стремительное развитие экранных медиа проблематизировало статус развлекательного чтения в рамках индустрии развлечений» [Козлов 2009: 13]. Второе следствие- коммерциализация литературы и культуры,

которая получает неоднозначные оценки. Многие исследователи современной литературы отмечают, что массовая культура с ее стремлением к стандартизации литературы и книги приводит в настоящее время к объединению литературного процесса и литературно-художественного репертуара в России [Сидорова 2009: 14].

В современном литературном процессе, существующем в системе массовой коммуникации, (так же как на современном арт-рынке) изменяется представление о тексте. В социологии текст понимается как система зафиксированных носителей информации (печатных, аудиальных, визуальных, аудио-визуальных). Тексты разделяются на первичные (в нашем случае- художественные) и вторичные (созданные на основе первичных, т. е. рекламные и PR-тексты, критические статьи и пр.).

Проведенное в 2008 г. Изданием «Книжная индустрия» исследование способов распространения книжной продукции показало, что издатели сегодня отдают предпочтение следующим промоканалам:

- участие автора в тематических шоу и других программах на центральных каналах и радио
- публикация интервью на страницах федеральной прессы
- особая выкладка авторского продукта в магазине
- участие в профессиональных выставках, ярмарках
- рекламные мероприятия в интернет пространстве: авторские странички (или «ЖЖ»), баннеры, блоги, интервью и конференции

Менее эффективными являются инструменты продвижения вне медиaprостранства: автограф-сессии и интервью. Спустя десять лет, мы, проводя свое исследование, можем выделить и добавить следующие каналы продвижения поэтического творчества:

- визуализация произведений (авторская читка, профессиональная съемка клипов)

- работа с образом и имиджем поэта (фотосессии, ежедневное выкладывание личных фото в социальные сети, доступ читателя к личной жизни автора)
- сотрудничество с музыкантами, наложение стихов на музыку
- тщательная работа над личным сайтом и продажей книг через интернет
- дизайнерская разработка сборников, в которой ведущим компонентом является образ поэта, его лицо
- публичные эстрадные выступления и поэтические вечера
- максимальных охват интернет аудитории (поэт и его агент стремятся быть активными во всем популярных социальных сетях)
- публичность во всех ее проявлениях

Таким образом, можно утверждать, что кроме литературных проектов, основанных на превращении поведения автора в текст, используется стратегии превращения книги в мультимедийный проект. Такая структура литературного процесса отражает социокультурные закономерности, связанные со снижением социальной значимости литературного труда и развитием медиа. С точки зрения коммуникации структура современного литературного процесса усложняется.

Понятие внетекстовых стратегий писателя может быть расширено следующим образом для более точной характеристики:

- стратегии, функционирующие в реальном литературном пространстве (эстрадные выступления, выбор издательства, разработка дизайна и продвижение книг с помощью рекламы, участие в конкурсах, премиях и др.)
- стратегии автора, направленные на медиапространство, в том числе на сеть интернет (самопубликации, ведение блога,

активность в разнообразных социальных сетях, использование жанра видеопэзии, тематические фотосессии и др.)

Причины изменения литературных стратегий обоснованы развитием информационных технологий. Помимо особенностей поэтики произведений и механизма распространения книг в печатном виде, большую роль начинает играть личность поэта и то, как он ее преподносит, какими средствами пользуется для обретения успеха. В виртуальном пространстве поэт получает возможность «творить» себя как знаковую фигуру: вступать в диалог с аудиторией, корректировать восприятие своих произведений, добавлять комментарии и т.п. Заинтересованность поэта в охвате интернет-аудитории оказывает влияние и на произведения поэта: идеальным форматом становятся короткие стихотворения простые для понимания любого читателя.

Заключение

Данное исследование позволило охарактеризовать различные типы литературных стратегий, рассмотренных на примере нескольких авторов, относящихся к массовой литературе.

На основе трудов отечественных социологов и литературоведов, в которых рассматривается проблема успеха и репутации в литературе удалось дать понятие литературной стратегии как феномена современной науки. С помощью анализа и обобщения научных работ по теме данного исследования мы описали соотношение понятий литература и общество, а также объяснили и показали связь между такими явлениями современной литературной среды, как ампула, власть, имидж, мода, стратегия, пиар. С опорой на выявленные образцы изучения писательских стратегий, мы выстроили тактику их исследования на примере творчества молодых популярных поэтов, взяв за основу уже выдвинутое положение о том, что стратегии делятся на текстовые и внетекстовые.

На примере творчества Ирины Астаховой (Ах Астахова) мы увидели стратегию автора— арт-проекта, которая включает в себя активную работу с имиджем поэтессы: использование запоминающегося псевдонима, запись видеороликов, где Астахова читает свои произведения в образе романтической и утонченной девушки, публичные выступления, на которых автор создает целое шоу, обыгрывая мужскую и женскую лирику. Книжный вариант сборника для Астаховой не так важен, как гастроли и встреча с поклонниками, свои произведения она выкладывает преимущественно на собственном сайте автора, где также расположены материалы тематических фотосессий и видео. Участие в литературных премиях также для поэтессы не имеет особого значения. Астахова ориентируется на чувственную женскую аудиторию, в своих произведениях поднимает тему любви и достижения счастья.

Иным образом выглядит стратегия Евгения Сои, которую мы характеризуем как сетевой феномен. Безусловно, Соя также имеет псевдоним,

особый индивидуальный имидж и стиль, становится популярным именно благодаря размещению своих произведений на сайтах самопубликации. Он не участвовал в каких-либо премиях и конкурсах, но для этого поэта огромное значение имеет издание сборников своих произведений, которых уже одиннадцать. Он старается максимально часто выступать перед своими поклонниками, общаться с ними. Добавочным элементом продвижения творчества для этого поэта становится исполнение песен на свои стихи с известными артистами, что позволяет привлечь новую аудиторию: молодых людей, которые увлекаются музыкой в стиле инди-рок. В стихотворениях же можно отметить ориентацию на юную, подростковую аудиторию, о чем говорит и лексика, и тематика произведений.

Третья поэтесса, стратегию которой мы рассматривали, Сола Монова, также отличается особым поведением в литературном пространстве. Она действительно является самой читаемой в рунете, но стоит отметить, что она обрела успех как телеведущая и режиссёр задолго до того, как разместила свое творчество в сети. Преимуществом этого автора является именно ее профессиональное образование: как актриса она устраивает эффектные читки своих произведений, как режиссер-организует свои выступления и активно развивает жанр видеопоззии. Поэтесса принимала участие в нескольких литературных премиях, издает свои сборники в печатном виде и старается охватить аудиторию во всевозможных социальных сетях. Ее произведениям свойственна сатира, сарказм, а ориентированы они преимущественно на девушек и женщин. Над продвижением своего творчества поэтесса тщательно работает и организует рекламные компании для продажи сборников.

Используя описательный, биографический, социологический методы, мы рассмотрели творческий путь и особенности самопродвижения популярных молодых поэтов в современном литературном пространстве, провели анализ некоторых лирических произведений, что и позволило охарактеризовать типы актуальных стратегий успеха популярных поэтов. В

центре нашего исследования находилась литературная стратегия представителей так называемой «массовой» литературы. С помощью филологического анализа удалось подчеркнуть, что в произведениях современных популярных поэтов можно выделить общие черты, которые проявляются в тематике стихотворений (любовная, философская), лексике (сниженная, разговорная, изобилующая жаргонизмами и др.), форме и объеме (преимущественно три-четыре строфы).

Мы пришли к выводу, что успех выбранных поэтов среди молодых читателей обусловлен «простотой» и доступностью стихотворений в медиапространстве. Подробное рассмотрение материалов данного исследования доказывает, что огромную роль играет продумывание стратегии продвижения личности поэта: эстрадные выступления, организация литературных вечеров, фотосессии, использование жанра видеопэзии, ориентация на конкретного читателя, активная жизнь автора в социальных сетях, где он регулярно размещает свои новые произведения. Нельзя не сказать и о качественном издании сборников стихотворений поэтов, которые также востребованы современным читателем. В большей степени литературная стратегия современного автора, который ориентируется на большую читательскую аудиторию, направлена на достижение успеха и выражается в поэтике произведений, в продвижении автора как артиста, а также в использовании возможностей медиапространства и интернета.

В данном исследовании расширяется понятие внетекстовых стратегий писателя, приводятся так называемые подтипы, формулируются причины изменения литературных стратегий, которые обоснованы развитием информационных технологий. Помимо особенностей поэтики произведений и механизма распространения книг в печатном виде, большую роль начинает играть личность поэта и то, как он ее преподносит, какими средствами пользуется для обретения успеха. Мы подчеркиваем, что в виртуальном пространстве поэт получает возможность «творить» себя как знаковую

фигуру: вступать в диалог с аудиторией, корректировать восприятие своих произведений, добавлять комментарии и т.п. Мы отмечаем, что заинтересованность поэта в охвате интернет-аудитории оказывает влияние и на произведения поэта: идеальным форматом становятся короткие стихотворения простые для понимания любого читателя.

Список литературы

I. Материалы исследования

Блоги поэтов

1. astahova-ah.ru/stihi— официальный сайт поэтессы И. Астаховой URL: <http://astahova-ah.ru/stihi>
2. facebook.com/sola.monova.stihi— блог Ю. Соломоновой на facebook URL: <https://facebook.com/sola.monova.stihi>
3. facebook.com/ес-со-165203453536506/— блог Е. Степанова на facebook URL: <https://ru-ru.facebook.com/ес-со-165203453536506/>
4. ru-ru.facebook.com/astahovastihi— блог И. Астаховой на facebook URL: <https://ru-ru.facebook.com/astahovastihi>
5. sola-monova.com/— официальный сайт поэтессы Ю. Соломоновой URL: <http://sola-monova.com/>
6. vk.com/ah.astakhova— блог И. Астаховой во вконтакте. URL: <https://vk.com/ah.astakhova>
7. vk.com/public.sola— блог Ю. Соломоновой во вконтакте. URL: <https://vk.com/public.sola>
8. vk.com/yessoya— блог Е. Степанова во вконтакте. URL: <https://vk.com/yessoya>
9. www.instagram.com/ah_astakhova/— блог И. Астаховой в instagram URL: https://www.instagram.com/ah_astakhova/
10. www.instagram.com/sola_monova/— блог Ю. Соломоновой в instagram URL: https://www.instagram.com/sola_monova/
11. www.instagram.com/yessoya/— блог Е. Степанова в instagram URL: <https://www.instagram.com/yessoya/>
12. www.stihi.ru/avtor/sola_monova— блог Ю. Соломоновой на портале Стихи.ру URL: http://www.stihi.ru/avtor/sola_monova
13. www.stihi.ru/avtor/sunfish— блог Е. Степанова на портале Стихи.ру URL: <http://www.stihi.ru/avtor/sunfish>

14. www.youtube.com/channel/UCcK9pOmyeJveicXV2RsMQyA — блог Е. Степанова на видеохостинге YouTube URL: <https://www.youtube.com/channel/UCcK9pOmyeJveicXV2RsMQyA>
15. www.youtube.com/channel/UCK66ziEMO8fQeSEF7W5oqPQ — блог И. Астаховой на видеохостинге YouTube URL: <https://www.youtube.com/channel/UCK66ziEMO8fQeSEF7W5oqPQ>
16. www.youtube.com/channel/UCr0v7XTfi2OmEX5Un3s9cAg — блог Ю. Соломоновой на видеохостинге YouTube URL: <https://www.youtube.com/channel/UCr0v7XTfi2OmEX5Un3s9cAg>

Интервью и видеоматериалы

17. Астахова И. «У меня есть свой путь, и я по нему иду». Интервью // Официальный сайт издательства ЭКСМО, 1 марта 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://eksmo.ru/interview/intervyu-s-ah-astakhovoy-2018-ID12858493/>
18. Астахова И. Биография // портал ФБ.ру, 11 июля 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/326887/biografiya-ah-astahovoy-tvorcheskiy-put-poetessyi>
19. Астахова И. видео «Совет» //Видеохостинг YouTube, 29 декабря 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bCtQvbwviYw>
20. Астахова И. видео «Тебя хоть там любят?» // Видеохостинг YouTube, 2014 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eWKQMmeChWI>
21. Астахова И. Интервью редакция glamur // Glamour Russia, 14 ФЕВРАЛЯ 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.glamour.ru/celebrity/glamourama/iskusstvo-dolzno-byt-svobodnym-glavnoe-chtoby-ono-ne-neslo-razrushitelnyh-idey-ah-astahova>

22. Астахова И. Сердце, которое не бывает пустым. Интервью. Беседу вела Анастасия Недумова // Журнал Eclectic, февраль 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://eclectic-magazine.ru/ax-astaxova-poet-intervyu/>
23. Астахова. Интервью // 24СМИ - медийный новостной портал, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://24smi.org/celebrity/47241-akh-astakhova.html>
24. Соломонова Ю. Биография // портал ФБ.ру, 20 ноября 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/358508/sola-monova-biografiya-lichnaya-jizn-stihi>
25. Соломонова Ю. видео «Бабочки» // Видеохостинг youtube, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=06Xt0Scb0UU>
26. Соломонова Ю. Интервью // Интернет-журнал 13 IsraeliCulture.Info, 5 мая 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://israelculture.info/sola-monova/>
27. Соломонова Ю. Интервью ЕТВ- социальное медиа Екатеринбурга // Видеохостинг youtube, 1 апреля 2015. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_KBXntxbxnI
28. Соломонова Ю. Интервью с ангелом. Интервью // ГОРПРОЕКТ, 1 марта 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://journal-gorproekt.ru/about/>
29. Соломонова Ю. Фрик или не фрик - вот в чем вопрос. Интервью. Анастасия Фролова // GEOMETRIA, 15 МАРТА 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://geometria.ru/blogs/culture/427143>
30. Степанов Е. Биография // портал ФБ.ру, 31 октября 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/274148/evgeniy-soya-biografiya-i-tvorchestvo>
- Астахова И. Интервью // «Мой портал», 21 марта 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=13EZISmq56s>
31. Степанов Е. Интервью. Беседовала Арина Агазаде // GEOMETRIA, 23 сентября 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://geometria.ru/blogs/culture/87911>

32. Степанов Е. Модная поэзия// Видеохостинг youtube, 26 октября 2017.
[Электронный ресурс]. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=fZDcrWXoryQ>
33. Степанов Е. ОБ ИНДИИ, ОКСИМИРОНЕ И РУССКОМ КИНО. Интервью.
Беседовала Ксения Беловицкая // Портал «Субкультура», 22 октября 2016.
[Электронный ресурс]. URL: <https://sub-cult.ru/interveiw/7177-evgenii-soja-interv-yu>

Художественные тексты

34. Астахова И. «Счастья тебе и хорошего лета» Поэтов.NET- сайт для поэтов и прозаиков, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://poetov.net/posts/233-schastja-tebe.html>
35. Астахова И. «Тебя хоть там любят?» // Каталог стихотворений поэтессы Ах Астаховой [Электронный ресурс]. URL: http://astahova-ah.ru/stihi/tebya_tam_khot_lyubiyat
36. Астахова И. «Я все могу - я ощущаю жизнь!...» // Каталог стихотворений поэтессы Ах Астаховой [Электронный ресурс]. URL: http://astahova-ah.ru/stihi/ya_vse_mogu_ya_oshhushhayu_zhizn
37. Астахова И. «Я устала от встреч, суеты и разлук...» // Каталог стихотворений поэтессы Ах Астаховой [Электронный ресурс]. URL: http://astahova-ah.ru/stihi/ya_ustala_ot_vstrech_suety_i_razluk
38. Астахова И. Законы // Каталог стихотворений поэтессы Ах Астаховой [Электронный ресурс]. URL: <http://astahova-ah.ru/stihi/zakony>
39. Соломонова Ю. А над городом ночь// официальный сайт автора Сола Монова, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://sola-monova.com/poems/>
40. Соломонова Ю. Адаму // литературный портал Стихи.ру, 2006.
[Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2006/02/19-1360>
41. Соломонова Ю. Жених// официальный сайт автора Сола Монова, 2012.
[Электронный ресурс]. URL: <http://sola-monova.com/poems/>

42. Соломонова Ю. Запомни меня надолго // официальный сайт автора Сола Монова, 2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://sola-monova.com/poems/>
43. Соломонова Ю. Недоступных // официальный сайт автора Сола Монова, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://sola-monova.com/poems/>
44. Соломонова Ю. Я себя берегла // официальный сайт автора Сола Монова, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://sola-monova.com/poems/>
45. Степанов Е. «Дело не в рифмах» // литературный портал Стихи.ру, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2011/01/14/7410>
46. Степанов Е. «Если бы бог был справедлив» // литературный портал Стихи.ру, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2017/12/22/3051>
47. Степанов Е. Меня // литературный портал Стихи.ру, 2009 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2009/06/20/5538>
48. Степанов Е. Ответы на все мои вопросы // литературный портал Стихи.ру, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2017/12/22/3058>
49. Степанов Е. Радуйся // литературный портал Стихи.ру, 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stihi.ru/2014/06/06/5765>

II. Литературная критика и литературоведение

50. Аверинцев С. С., Роднянская И. Б. Автор // Краткая литературная энциклопедия. М.: Сов. энцикл., 1978. Т. 9. Стлб. 28-34.
51. Акимова Н. Н. Авторские стратегии Ф. Булгарина в литературном контексте первой трети XIX века // Известия Рос. гос. пед. ун-та. СПб. 2003. Т. 3. № 5. С. 149-161.
52. Акимова Т. И. Авторская стратегия как литературоведческая категория: методологический аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (44): в 2-х ч. Ч. I. С. 13-16. ISSN 1997-2911.
53. Алпатова Т. А. Авторские стратегии в художественной системе повести Н.М. Карамзина "Марфа Посадница, или Покорение Новгорода" // Чтение:

- рецепция и интерпретация: сб. науч. ст.: в 2-х ч. Гродно: ГрГУ, 2011. Ч. 1. С. 284-291.
54. Бабенко Л.Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы анализа: Учебник для вузов. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2004.
55. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7-ми т. М.: Русские словари; Языки славянской культуры, 2003. Т. 1. Философская эстетика 1920-х гг. 958 с
56. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7-ми т. М.: Русские словари; Языки славянской культуры, 2002. Т. 6. "Проблемы поэтики Достоевского". Работы 1960-1970-х гг. 800 с. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7-ми т. М.: Русские словари; Языки славянской культуры, 1997. Т. 5. Работы 1940-х - начала 1960-х годов. 732 с.
57. Берг М. Гамбургский счет. / М. Берг. М.: Новое литературное обозрение, № 25, 1997.
58. Берг М. Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе / М. Берг. М.: Новое литературное обозрение, 2000. - 352 с.
59. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста: учеб. пособие/ Н.С. Болотнова. – 3-е изд., испр. и доп. – Флинта: Наука, 2007, - 520с.
60. Боскетти А. Позиции поля литературы и пространство произведений. Социология литературы; цели и достижения подхода Пьера Бурдьё// Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. 7. № 5. С. 115-125.
61. Бурдьё П. Поле литературы / П. Бурдьё. М.: Новое литературное обозрение, №45, 2000, С. 22-87
62. Гаспаров М.Л. К статье М. Берга «Гамбургский счет» // НЛО. 1998. № 34.
63. Гудков Л. Д.. Массовая литература как проблема. Для кого? /Л. Д. Гудков. М.: Новое литературное обозрение, №22, 1997.

64. Гудков Л. Д. Литература и общество. Введение в социологию лит. / Л. Гудков, Б. Дубин, В. Страда. - М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1998. — 76с.
65. Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Литература как социальный институт: Статьи по социологии лит. / М.: Новое литературное обозрение, 1994. — 352 с.
66. Дубин Б. Слово-письмо-литература. / М.: Новое литературное обозрение. — 2001. — 416 с.
67. Дубин Б. Классика, после и рядом: Социологические очерки о литературе и культуре. / М.: Новое литературное обозрение, 2010. — 345 с.
68. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения: Учебное пособие. / - 3-е изд. - М.: Флинта, Наука, 2000.
69. Козлов С. Социология литературного успеха (от редактора) // М.: Новое литературное обозрение, № 25, 1997.
70. Кузьмин Д. // TheQuestion, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <https://thequestion.ru/questions/39611/po-analogii-so-mnozhestvom-sovremennykh-poetov-rassmotrennykh-zdes-imelyut-li-stikhi-es-soya-khot-kakuyu-nibud-literaturnuyu-cennost-ili-eto-lish-prokhodnyak> (дата обращения 24.01.2018).
71. Куклин И. Прорыв к невозможной связи. // М.: Новое литературное обозрение, №50, 2001, с.200
72. Куклин И. Рождение ландшафта: Контурная карта молодой поэзии 1990-х годов. // Девять измерений- М, 2004. с.9
73. Лабиринт. Рецензии и отзывы на книгу "Стихи про мужиков" Сола Монова // Холдинг «Лабиринт», 6 декабря 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.labyrinth.ru/reviews/goods/550924/> (дата обращения 18.02.2018)
74. Лазарева Т. С. В соавторстве с Дворцова Н.П. Для кого сегодня пишут, или современный читатель: кто он? // Филологический дискурс: Вестник филологического факультета ТюмГУ. Вып. 4. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2004. 0,5 п.л. (в печати)

- 75.Лазарева Т. С. Литературные стратегии современных писателей (В. Строгальщиков, М. Немиров): Дис. канд. филол. наук: 10.01.01: Тюмень, 2004 230 с. РГБ ОД, 61:04-10/1408
- 76.Лазарева Т. С. Текст и литературная стратегия писателя (к постановке проблемы) // Постмодернизм: pro et contra: Материалы международной конференции "Постмодернизм и судьбы художественной словесности на рубеже тысячелетий" / Под ред. Н.П. Дворцовой. Тюмень: Изд-во "Вектор Бук", 2002. С.271-280.
- 77.Лотман Ю.М. Анализ поэтического текста. Структура стиха. Пособие для студентов. / Ленинград: Издательство "Просвещение", ленинградское отделение, 1972. — 272 с.
- 78.Лотман Ю.М. Массовая литература как историко-культурная проблема // Лотман Ю.М. Избранные статьи: В 3 т. Таллинн, 1993. Т. 3. С. 382.
- 79.Николина Н. А. Проблемы исследования массовой литературы // Учебное пособие Массовая литература сегодня Москва, Литагент «Флинта», 2009
- 80.Николина Н.А. Филологический анализ текста: Учеб пособие для студ. высш. пед. учеб, заведений/ М.: Академия, 2003. С. 3—10.
- 81.Носкова А. Интернет как пространство для продвижения поэзии и поэтического творчества. [Электронный ресурс]. URL: <http://edumarket.ru/library/culture/7963/> (дата обращения 20.03.2018)
- 82.Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Х. Ортега-и-Гассет. Эстетика. Философия культуры. М. 1991.
- 83.Осовский О. Е. Диалог в большом времени: литературоведческая концепция М. М. Бахтина. / Саранск: [б. и.], 1997. 192 с.
- 84.Осьмухина О. Ю., Иваницкий А. И. Проблема авторской стратегии как объект литературоведческого анализа // Гуманитарные науки и образование. Саранск, 2014. № 2 (18). С. 161-162.
- 85.Сидорова А. Коммуникативные стратегии и культурные практики в поле литературы/ А. Г. Сидорова. - Барнаул, 2009. - 214 с.

- 86.Тамарченко Н. Д. Теория литературы / под ред. Н. Д. Тамарченко. М.: Академия, 2004. Т. 1. 513 с.
- 87.Тощенко Ж. Т. Тезаурус социологии: темат. слов. -справ. / под ред. Ж.Т. Тощенко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА. - 487 с.. 2009
- 88.Тюпа В. И. Аналитика художественного (введение в литературоведческий анализ). / М.: Лабиринт; РГГУ, 2001. 192 с.
- 89.Хализев В.Е. Теория литературы. / М.: Высшая школа, 1999. — 240 с
- 90.Черновская М. С. Зарубежная социология литературы: основные направления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 1. С. 179.
- 91.Чупринин С. Русская литература сегодня: Жизнь по понятиям. / М.: Время, 2007. – 768 с.
- 92.Шмидт В. Нарратология. М.: Языки славянской культуры, 2003. 312 с

Приложение
Материал к уроку «Знакомство с социологией литературы» в
старших классах

Предполагаемые цели урока, основанные на материале данного исследования:

- анализ теоретического материала по теме
- расширение представлений о литературоведении как науке
- формирование личностного взгляда на современное литературное пространство
- развитие интеллектуальных и общеучебных умений: анализ, синтез, сравнение, прогнозирование, планирование
- развитие навыков работы с научным текстом
- формирование умения действовать согласно определённой цели в предлагаемых обстоятельствах

Формирование УУД на уроке:

Регулятивные УУД: ориентирование в ситуации, целеполагание, прогнозирование, составление плана и последовательности действий, коррекция - внесение необходимых дополнений и корректив в план действия;

Личностные УУД: профессиональное самоопределение личностное;

Познавательные УУД: самостоятельное выделение и формулирование познавательной цели, построение речевого высказывания, поиск информации, установление причинно-следственных связей, сравнение, формулирование идеи, выбор наиболее эффективных способов решения задач в зависимости от конкретных условий, моделирование, доказательство;

Коммуникативные УУД: взаимодействие со сверстниками, умение вступать в диалог, участвовать в коллективном обсуждении проблемы, владение монологической и диалогической формами речи, постановка вопросов, управление поведением партнёра – контроль, коррекция, оценка его действий.

План занятия:

- Теоретические сведения о социологии литературы и теории литературного поля П. Бурдьё.

- Составление учениками списка основных субъектов литературного поля

- Распределение ролей согласно сценарию ролевой игры
- Работа в группах над решением задания
- Устное представление результатов

Слово учителя (ученикам старших классов предлагается рассмотреть теорию литературного поля Пьера Бурдьё, которая занимает лидирующее положение среди современных концепций социологии литературы):

Социология литературы – это «обоюдоострая» дисциплина, которая способна изучать как литературу в контексте социальных процессов, так и исследовать социальную реальность, используя литературу в качестве средства [Гудков, Дубин 1994: 12].

Связь между литературой и обществом допускает разные толкования. Два эти понятия отнюдь не однозначны. Они могут определяться - и всегда определялись - по-разному. Социологическое исследование производства и потребления литературы охватывает феномен авторства, писательство как профессию, а также посредников — фигуры критиков, издателей, способы распространения литературы, библиотечную систему. Поэтому можно сказать, что социология литературы представляет собой подраздел социологии культуры, изучающий общественное производство литературы и его социальные последствия.

Среди современных концепций социологии литературы лидирующее положение занимает концепция Пьера Бурдьё. Этот исследователь ввел в научный оборот понятие «социального поля». Поле, по Бурдьё, – это система связей между различными позициями, находящимися в альянсе или в конфликте, в конкуренции или в кооперации, определяемыми социально и в большой степени не зависящими от физического существования индивидов, которые эти позиции занимают [Бурдьё 2000: 22].

Таким образом, «поле» является понятием, которое можно применить к любому социальному пространству: экономическому, интеллектуальному и других. Понятие поля зародилось и получило развитие в исследованиях, относящихся и к литературе [Боскетти 2004: 116].

Очевидно, что создателем литературного текста является социальный субъект. Автор – это человек, прошедший социализацию, то есть, усвоивший нормы языка и поведения той среды, того социального поля, в котором вырос. Литературное поле – это модель, функционально аналогичная полю социальному.

Отношения между текстами, писателями, авторами и читателями выстраиваются на основе тех же мотивов, что и отношения между бизнесменами и политиками (амбиции, корысть, тщеславие). Социальные агенты литературного поля соперничают между собой, образуя сетку устойчивых отношений, своеобразные правила, по которым ведется игра. У каждого имеются свои векторы действий, свои преимущества и достижения, трудности и препятствия.

Даже игнорирование и отрицание в пределах поля становятся формой социальной связи. Поскольку в литературном поле действуют те же механизмы, что и в поле социальном, литературные тексты обретают новое качество. В качестве произведений искусства они образуют социальный институт, который уже не просто эстетический воздействует на сознание читателя, но и определяет его ценностные нормативы. Литература не просто отражает социальную ситуацию, но и активно формирует ее, задавая параметры общественного дискурса для всех агентов социального действия.

Литературное поле является еще и полем конкурентной борьбы, направленной на консервацию или трансформацию этого поля сил [Бурдьё 2000: 25].

Как бы свободны от внешних ограничений и требований ни были культурные поля, они пронизаны действием законов окружающего поля: т. е. стремлением к прибылям, экономическим или политическим. Следовательно,

поле производства культуры в каждый момент своей истории представляет собой поле борьбы между двумя принципами иерархизации:

- гетерономным принципом, который благоприятствует тем, кто экономически и политически доминирует в поле (например, "буржуазному искусству");
- и автономным принципом (например, "искусство для искусства"), самые радикальные приверженцы которого видят в провале знак избранничества, а в сиюминутном успехе знак компромисса с "веком сим".

Беседа с классом:

Основные субъекты литературного (составление списка вместе с учениками в формате беседы):

Автор, агент/менеджер, издатель, критик/рецензент, читатель, библиотекарь, администратор сайта самопубликации, цензор, жюри литературной премии, редактор литературного журнала и др.

Ролевая игра:

Обучающимся предлагается решить следующую задачу: осуществить публикацию произведения, действуя с позиции определенного субъекта литературного поля, т.е. описать путь автора в рамках литературного пространства от создания произведения до издания книги.

Ученики делятся на две группы: «провинциальный поэт» и «столичный поэт». Также распределяются и все остальные роли субъектов лит. поля.

Для разработки решения задачи ученикам дается время, после этого они в устной форме представляют свои варианты ответов. Таким образом, им удастся изнутри рассмотреть функционирование литературного пространства и осознать роль социологического аспекта в литературоведении.