

СТАТУС ПОЭТА И ЕГО НОВЫЕ ФУНКЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Трансформация социокультурной и историко-литературной ситуации в постсоветском обществе отразилась на изменении места искусства в системе приоритетов духовной жизни и статусе литературы и писателя. Исчезновение литературоцентричных установок, размытость определенных эстетических норм, коммерциализация искусства, власть информационных технологий – основные факторы, которые повлияли на положение писателя в современном мире.

Если на протяжении предыдущих веков в русской культуре писатель проделал путь «от едва ли не изгоя до фигуры, отмеченной общественным вниманием и уважением»¹, то за последние двадцать лет, он почти утратил завоеванные высоты. И если прозаики еще имеют какой-то вес и успех в современном обществе, то поэты почти полностью выпали из структуры социальной иерархии. Согласно опросу, который проводил в 2009 году портал Openspace.ru *Сто самых влиятельных интеллектуалов России*, в 100 названных имен вошло 23 писателя, из них всего лишь 3 поэта (Л. Рубинштейн (№42), О. Сedaкова (№73), Григорий Дашевский (№77))². Но возглавляет список все же писатель – В. Пелевин, что отражает некоторую двойственность данного статуса в современной России: с одной стороны все еще сохраняются остатки тенденций литературоцентричного общества, правда, скорректированные рынком культуры, с другой стороны, в отношении поэзии, которая наименее других искусств вписана в структуру рынка и занимает периферийное положение в системе масс-медиа, они почти полностью исчерпали себя.

Снижение статуса поэта повлекло за собой смену его традиционных амплуа, если ранее он играл роль пророка, властителя дум, трибуна, то теперь, в основном, поэта для поэтов или маргинала, хотя современные авторы пытаются актуализировать различные типы художника, по разному переосмысливая собственную идентификацию. Сами поэты во множестве рефлектируют по этому поводу, зеркально отражая взгляды

¹ О.А. Кривцун, *Эстетика*, Москва, 2001, <http://www.deol.ru/users/krivtsun/article1.htm>

² *Самый влиятельный интеллектуал России. Опрос в деталях*, OpenSpace.ru, 22.12.2009, <http://www.openspace.ru/society/russia/details/15155/page2/>

массового общества. С. Гандлевский: «Вообще-то говоря, поэзия – блажь, причуда, вроде сбора грибов или подледного лова»³; Д. Воденников: «Поэт – это очень позорная кличка»⁴. Но как итог звучат слова Т. Кибирова из стихотворения *Монорим*:

Где только наша не пропадала,
все-таки наша была.
Пропадом нынче она запропала
И понимаю я мало-помалу:
видимо, ваша взяла⁵.

Совершив значительный прорыв к высоким статусным позициям, поэты, в сущности, вернулись чуть ли не к истокам, когда «литературные занятия подавались любопытствующим как частное дело, причуда, плод праздности»⁶. Соответственно и статус поэта обрушился до «всех других унылых мудаков»⁷. В стихотворении А. Родионова поэты названы людьми «безнадежно устаревших профессий», которые изгоняются из города, но возвращаются вновь и вновь:

их провожают каждый год, до осени о них не слышно
потом потихоньку наполняется ими Москва
но на этот раз вдоль мкада мы поставим вышки –
каждый раз обещает мэр, но все это только слова

пока есть дети духовно богатых родителей
пока богатым не запретили иметь детей
у этих мудаков будут зрители
и значит снова наступит этот черный день⁸

Ситуация осложняется раздробленностью самого литературного пространства и преобладанием процессов дивергенции. В борьбе за успех, признание, популярность сталкиваются направления, идеологические и эстетические установки, поколения,

³ С. Гандлевский, *Польза поэзии*, [в:] он же, *Найти охотника. Стихотворения. Рецензии. Эссе*, Санкт-Петербург, 2002, с. 119.

⁴ М. Хорькова, *Поэт – это очень позорная кличка. Интервью с Д. Воденниковым*, «Татьянин день» 2009, 9 февраля, <http://www.taday.ru/text/165342.html>

⁵ Т. Кибиров, *Шалтай-Болтай. Свободные стихи*, Санкт-Петербург, 2002, с.32.

⁶ С. Гандлевский, *Польза поэзии*, с. 106.

⁷ Е. Фанайлова, *Русская версия*, Москва, 2005, с. 47.

⁸ А. Родионов, *Люди безнадежно устаревших профессий: Стихотворения*, Москва, 2008, с.15.

поэтики, творческие объединения, издательства. И если в Европе и США к середине XX века, как отмечает Б. Дубин,

противопоставление авангарда и классики, гения и рынка, элитарного и массового <...> окончательно теряет принципиальную остроту и культуротворческий смысл» и начинает «складываться качественно иная культурная ситуация. Массовые литература и искусство <...> обладают теперь пантеоном признанных, цитируемых «внутри» и изучаемых «вовне» классиков, авангард нарасхват раскупается рынком, переполняет традиционные музейные хранилища и заставляет создавать новые музеи уже «современного искусства»⁹,

то в русской литературе война разгорается на рубеже 1990 – 2000-х гг. Если одни авторы полагают, что элитарная литература должна использовать приемы массовой, чтобы адекватно ответить на вызов времени и уцелеть в ситуации рынка, то другие авторы, напротив, убеждены, что все призывы к конвергенции – всего лишь капитуляция перед рынком. С одной стороны дробится сама аудитория читателей поэзии, так как расслаивается «соответствующий социальный контингент» ее «привычных потребителей – “интеллигенция”»¹⁰, изменяется характер ее образованности и, как следствие, меняется характер досуга, который становится ориентирован в большей степени «на профессиональные навыки – чаще всего на экономику или юриспруденцию»¹¹. С другой стороны – литературное сообщество пребывает в состоянии разделения на страты, группы, «секты», ведущее к раздроблению и невозможности иметь общепризнанных лидеров. В результате утрачивается интегрирующее действие литературы на общество.

Определенное позиционирование, ориентация на конкретную референтную группу сужает круг читателей, а соответственно не позволяет статусу писателя подняться на должную высоту. Среди поэтов все чаще встречается ориентация на элитарную (кружковую, клубную) аудиторию, на авангардистские практики, актуальную литературу, а, следовательно, на востребованность поэтических текстов в узком кругу самих поэтов и специалистов-профессионалов. Так, например, Д. Кузьмин

⁹ Б. Дубин, *Классическое, элитарное, массовое: начало дифференциации и механизмы внутренней динамики в системе литературы*, «Новое литературное обозрение» 2002, №57, <http://magazines.russ.ru/nlo/2002/57/dubin.html>

¹⁰ Б. Дубин, *Литературная культура сегодня*, «Знамя» 2002, №12, <http://magazines.russ.ru/znamia/2002/12/dubin.html>

¹¹ К. Фрумкин, *Три кризиса русской литературы*, «Нева» 2009, №4, <http://magazines.russ.ru/neva/2009/4/fr14.html>

(поэт, филолог, издатель, известный культуртрегер) пропагандирует точку зрения, заключающуюся в том, что «настоящая поэзия живет вдалеке от широкого общественного внимания»¹² и только это и есть ее истинное положение. Пожалуй, наиболее выигрышную позицию занимают авторы, ориентированные на расширение своей аудитории, умеющие соединять эксперимент с массовыми ожиданиями, убежденные в необходимости пропаганды поэзии. Так, например, Д. Воденников уверен, что поэзия в наше время особенно нужна и должна быть востребована. Чтобы привлечь внимание читателей, необходимы особо радикальные средства, т.е. способность любыми (разными) способами привлечь внимание читающей публики, а конкретнее – наличие сильного поэта, способного «пробить» человеческое сердце, поэта, который будет «доступен»¹³, понятен многим, и привлекателен, интересен для многих. На роль поэта нового времени, который не стесняется быть «звездой», Воденников выдвигает себя, убежденный в том, что это средство спасения литературы, ибо «без системы звезд она развалится»¹⁴.

Рудименты времен литературоцентризма встречаются чаще в творчестве поэтов, ориентированных на высокое представление об искусстве, на миф о писателе, сложившийся в предыдущие эпохи, отрицающих корректировку коммуникативных стратегий даже в условиях рынка. Они приписывают основную значимость письменному слову, считая все остальное «дополнительными розочками на торте», ароматическими добавками и присыпками» (М. Степанова)¹⁵, т.е. ненужными средствами аттракции. Так, например, М. Амелин убежден, что «поэзия – высокое искусство, а не какое-то умственное уродство, выставя которое напоказ, как бомжи в метро свои язвы и культы, можно вымогать подачки»¹⁶. А В. Павлова, занимающая

¹² Е. Новинская, *Не ведая стыда... Из какого сора растет современная поэзия*, «The New Times» 2008, №6, <http://newtimes.ru/articles/detail/4758/>

¹³ *Разговоры с Воденниковым (интервью с поэтом Дмитрием Воденниковым для авторской программы М. Голицыной «Граффити»*, 24.01.20004, <http://vodennikov911.narod.ru/index9.htm>

¹⁴ Там же.

¹⁵ М. Степанова, *Поэт и медиа*, ведущая Е. Фанайлова, «Радио Свобода», 11.02.2007, <http://www.svobodanews.ru/content/transcript/377396.html>

¹⁶ М. Амелин, *«Я работаю на стыке XVIII столетия и современности. И это совсем не постмодернизм»*, Беседовала А. Мартовицкая, «Культура» 2004, №25 (7433),

иную позицию по отношению к продвижению своих текстов, иронически осмысливает эту ситуацию:

Муза, следи за почерком!
Что это за манера –
позировать переводчикам,
одаривать интервьюера,
звенеть золотыми цацками,
на танк карабкаться смело?
Не наше это, не царское,
не девичье это дело¹⁷.

Каждый писатель вырабатывает свою стратегию, направленную на достижение признания, определенного статуса. Но даже те, которые ориентированы на рынок и успешно осуществляют свои индивидуальные проекты, опасаясь репутации сделанного, искусственно созданного кумира, старательно пытаются поддерживать классическое и вневременное представление о творчестве, в стремлении обрести имидж гения. И поскольку для классической русской культуры характерно отношение «к книге как к неотчуждаемому имуществу», – как пишет М. Берг, то и

«литературный товар» стоит дорого <...>, продавать его стыдно, потому что книга тождественна иконе, аккумулирующей не столько культурный, сколько религиозный и символический капитал <...>. А стратегия отчуждения, включавшая в себя попытку придать литературному труду статус товара, часто оборачивалась поражением,¹⁸

хотя бы и на внутреннем уровне. Рефлексию по этому поводу встречаем, например, в стихах В. Павловой:

Дарёное не дарят – продают,
и втридорога. В семьдесят девятом
купила Библию у спекулянта.
Тридцать рублей – стипендия. Открыла –
На форзаце. *Не подлежит продаже.*
Подарок. Боже мой, прости меня
За гонорары, роялти и гранты!¹⁹

http://www.litkarta.ru/dossier/ya-rabotayu-na-styke-xviii-stoletiya-i-sovremennos/dossier_815/

¹⁷ В. Павлова, *На том берегу речи*, Москва, 2009, с. 316.

¹⁸ М. Берг, *О статусе литературы*, «Дружба народов» 2000, №7, <http://magazines.russ.ru/druzhba/2000/7/berg.html>

¹⁹ В. Павлова, *На том берегу речи*, с. 296.

Но положение художника в социальной иерархии часто выступает как фактор мотивации творчества, а профессия писателя опять осваивается как новая социальная роль. В 1927 году Б. Эйхенбаум писал: «Вопрос о том, “как писать”, сменился или, по крайней мере, осложнился другим – “как *быть писателем*”. Иначе говоря, проблема литературы, как таковой, заслонила проблемой писателя»²⁰, что очень созвучно нашему времени, когда понятие профессионализма делается мерилom успеха, престижа и рыночной востребованности. По словам главного редактора издательства «Corpus» С. Пархоменко, «автор – это не тот, который написал книжку. Это тот, который написал книжку и представил ее обществу – это часть профессии...»²¹, а успешность в профессии, в том числе и литературной, сегодня во многом зависит от правильно сформированного имиджа. Конечно, элементы осознанного и манифестируемого поведения не являются чем-то совершенно новым в истории литературы, но в изменившихся условиях эта сторона бытования художественной личности оказалась особенно акцентированной. Многие поэты целенаправленно формируют собственный имидж, чтобы эмоционально и психологически воздействовать на читателя, становятся своеобразными посредниками, медиаторами между своим текстом и адресатом. В сложившейся ситуации, безусловно, значительную роль играют определенные способы самопрезентации, вводящей художественное произведение в контекст личности автора. Наиболее действенные из них – это публичные выступления (чтения, театрализованные представления, слэм), блоги и сайты в Живом Журнале, участие в телепередачах, культуртрегерство, премии. Безусловно, все передвижения поэта не только в поле литературы, но и за его пределами, отслеживаются заинтересованными читателями и критиками. А механизм интерпретации художественного поведения выступает в роли катализатора, усиливающего или ослабляющего восприятие текста. Здесь нужно учитывать изменившиеся функции автора и читателя: читатель сейчас больше слушатель и зритель, а автор заинтересован в личной презентации своих творений, как наиболее актуальной форме их существования.

²⁰ Б. Эйхенбаум, *Литературный быт*,

http://philologos.narod.ru/eichenbaum/eichen_litbyt.htm

²¹ Сергей Пархоменко, «Книжный издатель – это не тот, кто печатает книжки, а автор – не тот, кто их пишет», В. Бабицкая, OpenSpace.ru, 23.10.2008,

<http://www.openspace.ru/literature/projects/76/details/5456/>

Понижение статуса поэта, связанное с утратой литературой лидирующего положения в системе средств коммуникации, приводит к ощущению «девальвации, неэффективности слова как такового, нуждающегося, стало быть, в компенсации, в энергичной аудиовизуальной подпитке»²². Умение поэтов учитывать специфику историко-литературного момента, находиться в контексте литературного поля с его актуальными и уходящими в прошлое практиками помогает выстраивать личную стратегию успеха. Необходимость яркой и необычной самопрезентации побуждает авторов к расширению пространства поэзии, к синтезу искусств.

Режим темпоральности и синтетического восприятия, задаваемый в современном мире масс-медиа, обуславливает поиск новых форм существования поэзии (как, например, видеопоззия), ведет к попыткам ее более полного включения в современное культурное пространство. Если синтетичность оказывается плодотворной, то она кроме рождения новых художественных объектов приобретает и прагматический смысл объединения различных сегментов воспринимающей аудитории, разделенной в большей своей части, как и все современное общество, на ряд не сообщающихся групп.

Наличие и активное функционирование в современном литературном пространстве таких понятий как рейтинг, пиар, имидж, бренд влияет не только на внутрилитературное пространство, но и на внутритекстовое. Прежде всего, трансформируется статус лирического субъекта и взаимоотношения автора с читателем. Как отмечает А. Штраус:

Если лирический герой – не вполне осознаваемый миф поэта о себе, то его авторский имидж – это миф, сконструированный осознанно. И взаимоотношения этих мифов могут выстраиваться по-разному.²³

Когда поэт, обладающий определенным имиджем, читает собственный текст, изменяется его семантика, так как автор (носитель определенного имиджа) обретает зримые очертания, выходит за пределы текста, что создает «необходимый для адекватного восприятия уровень смысла»²⁴. Таким образом, публичное поведение

²² А. Скидан, *Поэзия в эпоху тотальной коммуникации*, «Воздух» 2007, №2, с. 165.

²³ А. Штраус, *Лирический герой (теоретический термин в современной поэтической практике)*, «Филолог», Пермь, 2005, №1,
http://philolog.pspu.ru/module/magazine/do/mpub_6_122

²⁴ М. Бондаренко, *Богатые тоже любят хорошие стихи, или открытие Театра Поэзии*, Проект «Современная русская литература с Вячеславом Курицыным»,
<http://www.guelman.ru/slava/texts/myxa.htm>).

автора становится новой авторской функцией или, как сказал С. Гандлевский «самостоятельной артистической дисциплиной»²⁵, участвует в формировании метатекста, дополняя литературное произведение. Художественный мир выстраивается «с помощью внетекстовых средств»²⁶, а литературная репутация, имидж создаются как динамичный текст, причем элементы поэтики становятся принципами миромоделирования.

Можно сказать, что в последние годы формируется новый тип русского писателя, которому свойственны профессионализация, ориентация на коммерческий успех, а его статус во многом создается по модели литературного поля, описанной П. Бурдьё, когда ценность произведения, вес слова зависят от критиков, издателей, культуртрегеров, представителей масс-медиа, то есть, в основном, внелитературных факторов, что подтверждает определенную зависимость современной литературы от законов рынка.

Опубликовано: «Русская литература XVIII-XXI вв. Диалог идей и эстетических концепций. Дискурс о современности». Лодзь, 2010. С. 212-219.

²⁵ С. Гандлевский, *Олимпийская игра*, [в:] он же, *Найти охотника. Стихотворения. Рецензии. Эссе*, Санкт-Петербург, 2002, с. 110.

²⁶ А. Штраус, *Лирический герой в поэзии Д. Воденникова*, «Вестник Томского государственного университета» 2007, №303 // http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/303/image/303_021-024.pdf