С. А. Данилова

Санкт-Петербургский государственный университет

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПЛОЩАДКИ СОВРЕМЕННОГО ПОЭТА

В поисках выхода на целевую аудиторию поэт находится перед выбором стратегии продвижения своего творчества, для чего он использует возможности различных коммуникативных площадок. Современная эпоха альтермодерна – согласно терминологии Н. Буррио, это время и территория homo viator – человека, стирающего всяческие границы, творящего в качестве главного действующего лица, сочетающего элементы классического и постклассического дискурсов. Сегодня обнаруживаются тенденции того, что поэт претендует стать отдельной и самодостаточной фигурой Автора; поэт продумывает свое позиционирование в публичном поле, формирует стиль общения и взаимодействия с аудиторией. Фигура поэта в зависимости от им выбранного сценария, может быть в гармоничном единстве или, наоборот, доминировать над собственно поэзией. В сложившейся современной ситуации поэтический талант далеко не всегда является решающим критерием успеха, в отличие от умения пользоваться различными виджетами, работать с контентом и вести диалог с подписчиками. Для большинства авторов присутствие в Сети вообще единственная возможность Быть. Другая часть – наоборот, опасается быть причисленной к представителям сетевой литературы, критерии качества которой остаются предельно размытыми.

Анализируя различные коммуникативные площадки, можно выделить наиболее используемые: блогосфера, фестивали с конкурсной составляющей, фестивали-праздники, школы писательского мастерства, телевидение и толстые журналы. Проведенный опрос среди 364 поэтов от 18 до 35 лет из России и СНГ показал, что превалирующей по эффективности коммуникативной площадкой считается блогосфера в силу доступности Интернета в любой точке света, а также низкой концентрации специальных событий, посвященных современной поэзии, вне столиц. Любая коммуникативная площадка использует создание специальных событий, как технологию усиливающую влияние на целевые аудитории: так например, толстые журналы, пережившие постсоветский спад тиражей, возвращают былой престиж с помощью презентаций на международном Форуме молодых писателей, а телепередачи с конкурсной составляющей способствуют выходу поэзии в прямой эфир. Поэт-миллениал настроен совмещать искусство с разработанной эффективной коммуникативной стратегией, что должно привести к нахождению авторской идентичности и созданию личного бренда поэта.