

коммуникации. Тем не менее, в условиях растущей международной напряженности и информационного противостояния массовая коммуникация и информационная безопасность требуют самого пристального внимания.

Библиографические ссылки

1. Республика Беларусь в зеркале социологии: сб. материалов социол. исслед. за 2016 год / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – Минск: Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь, 2017. – 204, [1] с.
2. Гигин, В. Протестный электорат в Беларуси не переходит в оппозиционный / В. Гигин // Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.belta.by/society/view/protestnyj-elektorat-v-belarusi-neperehodit-v-oppozitsionnyj-gigin-167050-2015>. – Дата доступа: 20.01.2019.

Марина Лебедева

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ СЛОВЕСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

В условиях коммуникативных трансформаций, характерных для информационного общества, меняются принципы взаимодействия творческой личности с потенциальной аудиторией, писателя – с читателем и издателем, литературы – с виртуальным контентом. Художественная словесность на фоне главенства новых технологий, раздвоенности реального и альтернативного пространств коммуникации оказывается на пересечении дискурсов, осваивая мультимедийный контекст, обратную связь, новые формы и приемы выражения.

Ключевые слова: художественная словесность; информационное общество; творческая личность; виртуальная коммуникация; мультимедийность.

Информационное общество, в котором творческая личность уже не может существовать в изолированном от виртуального социума измерении, бросает новые вызовы современным писателям и публицистам, с учетом того что «информационная революция оказала огромное влияние не только на язык как на одну из основных форм культурного бытия и фиксации культурных форм, но и на то, как человек относится к классическим формам словесности, как протекает литературный процесс и как это выражается в обыденной культуре» [5, с. 98]. В новых условиях творческая личность неизбежно сталкивается с маркетинговыми стратегиями, SMM-технологиями, актуализирует активность в социальных сетях, задействует мультимедийные возможности специализированных интернет-ресурсов с целью самопрезентации.

Одной из актуальных тенденций современного коммуникационного пространства становится взаимодействия писателя с потенциальными реципиентами, к которым обращено не столько виртуальное слово, сколько реальное творчество, то есть тот «продукт духа», что предназначен для мира реального и реального же читателя. При этом реальный читатель и его виртуальный эквивалент нередко суть одно, и таким образом писателю предоставляется возможность выразить себя почти непосредственно (почти – поскольку речь все же идет о посредничестве, и в данном случае – о посредничестве виртуальной площадки коммуникации), когда и сама «система преломляющихся и пересекающихся оценок может усложниться по сравнению с повествованием от третьего лица» [4, с. 227]. В предложенных информационных условиях писатель, стремящийся расширить свою аудиторию, оказывается в ситуации, в которой так или иначе вынужден считаться с потенциальным читателем, искать доверия последнего, порой откровенно заигрывать с ним, создавать вокруг себя ореол искренности, открытости, доступности. Представленность творческой личности в социальных сетях, мониторинг числа подписчиков, «отслеживание» их реакции на публикуемый виртуальный контент – сегодня это часть писательской кухни, правила игры, без учета которых трудно представить продвижение «товара» на литературном рынке. «Не продается вдохновенье, но можно рукопись продать», – и эта реплика из «Разговора книгопродавца с поэтом» А. С. Пушкина в контексте современной интернет-коммуникации приобретает новый, дополнительный смысл: чтобы «продать рукопись», нужно вызвать у потенциального читателя интерес, желание тебя читать, желание «купить» твой «товар».

Заметим, что если в условиях становления информационного общества неизбежно происходило «снижение статуса поэта», что «повлекло за собой и смену традиционных амплуа: если ранее он играл роль пророка, властителя дум, то теперь, в основном, поэт для поэтов или маргинала» [1], то к концу 2010-х гг. оформились и во многом систематизировались реально-виртуальные законы продвижения не только материального товара любого рода, но и имиджа творческой личности. В идеале «в информационном обществе чем больше человек обладает организованной, целенаправленной информацией, тем более адекватно он сможет сформировать свой образ и прообраз объективной реальности, а посему более гармонично вписаться в окружающий мир, что позволит ему с максимальной полнотой раскрыть свой материальный и духовный потенциал, наиболее благоприятным образом реализовать свои природные задатки <...>. Информационное общество делает прорыв к свободе человека» [3, с. 84]. Писатель сегодня обладает широким технологическим инструментарием, позволяющим ему, минуя издателя, от которого он всегда зависел, вступать в коммуникацию с потенциальным чита-

телем, формировать вокруг себя аудиторию, и – в случае успешности такой коммуникации – коммерчески ориентированный издатель сам оказывается заинтересованным во взаимодействии с уже получившей виртуальную известность творческой личностью. Поэтому вполне закономерно, что многие современные яркие, узнаваемые, хорошо издаваемые авторы в «большую литературу» пришли «из интернета», где вели свои виртуальные дневники, «живые журналы», аккаунты в социальных сетях.

Закономерно на этом фоне и другое: конвертация искренности приносит писателю в информационном обществе ощутимые плоды. Современный читатель больше не настроен на восприятие крупных художественных форм, решение масштабных философских проблем, рефлексию по поводу отвлеченных материй (как не вспомнить, что «деградация всегда проще и быстрее роста» [2]). Гораздо важнее для него – прикоснуться к чужой «жизни души», получить откровенное личное признание, уловить доверительную интонацию. То, о чем сто лет назад рассуждал В. В. Розанов в «Уединенном», «Опавших листьях», «Сахарне», предвидя настоящий путь развития литературы, – «быть вместе с читателем», «в его дому», «у него за чаем» – сегодня стало реальностью виртуальной коммуникации. И если писателю удастся такую «виртуальную апробацию» пройти, то внимание читательской аудитории к его реальному литературному творчеству значительно усиливается. Примечательно, что в этом случае становятся уместными и востребованными как малые (рассказ, новелла), так и большие жанровые формы (роман и даже цикл романов). Медийность, узнаваемость писателя во многом определяют его «успешность» в современном обществе; идея успеха как самоцели и славы как мерила успеха в рамках актуальной сегодня ценностной парадигмы выходят на социальную авансцену.

Рассуждая о детерминантах развития художественной словесности в условиях интернет-коммуникации, обратим внимание на весьма существенный и на первый взгляд незаметный подводный камень: у писателя (особенно начинающего) может сформироваться довольно опасное заблуждение, будто достаточно лишь «завоевать» виртуальную аудиторию, и будут обеспечены баснословные тиражи, коммерческие выгоды, всеобщая любовь и почитание. Упорное и целенаправленное формирование виртуального «я», которым сегодня заняты многие творческие люди, все же не отменяет необходимости обладать литературным талантом, вести кропотливую работу над словом в его, скажем так, долгосрочной перспективе (в сравнении со словом виртуальным, которое рассчитано на мгновенное восприятие, на быструю реакцию), не отменяет умения моделировать художественную картину мира, писать живые, а не «ходульные» диалоги, создавать характеры, то есть делать все то, что было в «ведении» писателя и в «доинтернетную» эпоху. В условиях интернет-коммуникации нередки ситуации, когда читаемый

и получающий обратную связь («лайки», «шеры» и т. д.) в социальных сетях автор, контент которого представлен афористичными высказываниями, открытыми декларациями, занятыми зарисовками «из жизни», принципиально полемичными суждениями, оказавшись в контексте более традиционных художественных форматов реального книжного измерения, видится читателю не настолько интересным, причем как с точки зрения творческих концепций, так и в смысле приемов художественного выражения, которые, к слову, далеко не всегда одинаково успешно «работают» в реальных и виртуальных пространствах.

Итак, литературный процесс в информационном обществе развивается по обновленным коммуникативным законам, попадая не только на пересечение художественно-философского, публицистического, документального дискурсов, но и делегируя современному писателю принципиально новые «полномочия», связанные с непосредственным включением в «работу на имя», во взаимодействие с интернет-аудиторией (читатель, таким образом, значительно расширяет возможности ответного взаимодействия с автором), в презентацию и продвижения самоё себя, зачастую тождественные тому, как в визуальном интернет-высказывании соотносится селфи с оригиналом. Тем не менее современная художественная словесность в лучшем случае не может игнорировать создавшиеся коммуникативные условия, а в худшем – демонстрирует прямую и вовсе не безобидную зависимость от них, поскольку рискует оказаться заложницей конъюнктурных запросов, временных идеалов, преходящих ценностей.

Библиографические ссылки

1. Алешка, Т. В. Статус поэта и его новые функции в современном мире / Т. В. Алешка / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bsu.by/Cache/pdf/251003.pdf> – Дата доступа: 22.12.2018.
2. Быков, Д. Высоцкий – поэт в конце тоннеля / Д. Быков // Собеседник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sobesednik.ru/dmitriy-bykov/20171124-dmitrij-bykov-vysockij-poet-v-konce-tonnelya> – Дата доступа: 15.12.2018.
3. Еляков, А. Современное информационное общество / А. Еляков // Высшее образование в России. – № 4. – 2001. – С. 77–85.
4. Лебедев, С. Ю. Сказовая форма повествования как особый тип диалога в художественной литературе / С. Ю. Лебедев // Национальные культуры в межкультурной коммуникации: сб. науч. ст. в 2 ч. – Ч. 2. Национальные формы художественной культуры в процессе межкультурного взаимодействия. – Минск, 2016. – С. 223–235.
5. Соловьев, А. В. Литература и словотворчество в информационную эпоху / А. В. Соловьев // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. – № 24. – 2009. – С. 98–112.