

Я. В. Брусиловская

Авторский «Я»-нарратив как результат самопрезентации и субъект интермедиальной поэтики (на примере женской поэзии 2010-х—2020-х гг.)

Автор выступает как коммуникативное звено субъектной структуры интермедиальной поэтики в процессе его самопрезентации и тиражирования медиаобраза. Применяется нарративно-конструктивистский подход, так как личность автора в медиасловесности является системообразующим элементом дискурса, а его биографическая и профессиональная экзистенция могут по-разному проявляться в медиапространстве. «Я»-нарративы поликодовых структур образуют в универсуме авторское «эмпирическое Я», дополняющее авторское творчество, включая интерактивное взаимодействие с аудиторией, которая, в силу специфики функционала современных медиа, имеет прямое влияние на интерпретацию и формирование этих нарративов. В результате происходит существенная трансформация традиционной в поэзии коммуникационной триады «автор–текст–реципиент», где самоидентификация и позиционирование автора начинают играть особую роль, конструируя, как следствие, через совокупность «Я»-нарративов метадискурсивный субъект, являющийся неотъемлемой частью метатекстового образования интермедиальной поэтики и отдельного медиапоэтического произведения.

Ключевые слова: самопрезентация автора, «Я»-нарратив, «эмпирическое Я», субъектность, медиасловесность, интермедиальная поэтика, современная поэзия, женская поэзия.

Для цитирования: Брусиловская Я. В. Авторский «Я»-нарратив как результат самопрезентации и субъект интермедиальной поэтики (на примере женской поэзии 2010-х—2020-х гг.) // Art Logos (искусство слова). – 2025. – № 2. – С. 104–125. DOI: 10.35231/25419803_2025_2_104. EDN: NFBACT

Массовая дигитализация на рубеже XX–XXI вв. привела к серьезным социокультурным и дискурсивным сдвигам в искусстве, в том числе, в поэзии. Изменения функционала медиасреды привели к метаморфозам в коммуникативной цепи «автор–текст–реципиент», а наибольшим образом – в вопросе позиционирования / продвижения автора. Как справедливо отмечает Е. Вежлян, в таких условиях поэзия приобретает черты «особой аффективной коммуникативной практики», где «аффективные режимы интернет-

поэтического общения <...> требуют для себя чужеродных, заимствованных форм публичного осуществления», что в итоге инициирует образование специфической «своеобразной "литературной культуры", в центре которой – не тексты, а ритуалы внимания к текстам» [4, с. 68–69].

В начале 2000-х гг. Л. А. Левина вводит в литературоведческий тезаурус термин *медиасловесность*, понимая под ним «совокупность медиатекстов, обладающих художественной ценностью произведений, сохраняемых с помощью современных носителей информации <...> не только в виде вербального текста, но в единстве конституирующих художественное и смысловое целое аудиовизуальных компонентов (каналов коммуникации), характерных для устной речи»¹. Примечательно, что исследовательница использует данный термин в качестве всеобъемлющего обозначения художественных форм интеграции *текста* и *устной речи*, т. е. с опорой на традиционное – исконное – представление о словесности, и последовательно вводит одну из ключевых фигур этого процесса и один из системообразующих элементов дискурса – *личность автора*, подчеркивая при этом особую роль его самопрезентации и тиражирования медиаобраза. Это позволяет говорить о формировании *затекстового*, или *метадискурсивного*, субъекта – неотъемлемого, в силу специфики функционирования медиаканалов и состояния современной медиакультуры в целом, «сегмента» эклектичного субъектного поля интермедиальной поэтики при условии, если медиапоэтическое произведение имеет доподлинно авторский характер.

Материалы и методы

Наиболее валидной видится методологическая и семантическая корреляция метадискурсивного субъекта с «Я»-нарративом автора в русле идей социального конструкционизма, т. е. исследование процесса самопрезентации творца внутри и за пределами медиапространства, что в дальнейшем становится частью единого (авто)биографического нарратива. Данное понятие, получившее активное развитие в нарративной психологии и нарративной психиатрии, подразумевает под

¹ Левина Л. А. Авторская песня как явление русской поэзии второй половины XX века: эстетика, поэтика, жанры: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. С. 6–7. EDN: NOLYBB

собой гипотезу, что любая информация, получаемая человеком о мире, и любая информация, транслируемая человеком миру, «оформляется в виде нарративов – неких последовательных историй, обладающих смысловой целостностью, определенной сюжетной стройностью и т. п.» [18, с. 183]. По сути, «Я-нарратив» представляет собой множество связанных, логически выстроенных, адресованных вовне сообщений индивида о себе и жизненных сюжетах с его участием, которые в комплексе позволяют выстроить один большой нарратив – *жизненную историю* – сродни роману «с множеством действующих лиц, в качестве которых выступают различные Я-образы человека», где все «действующие лица относятся физически к одному актору, воплощенному в одном теле» [18, с. 189].

Примечательно, что о повествовательной концепции «Я» писал еще М. М. Бахтин, по мнению которого, *автор* по умолчанию обладает полным знанием о *герое*, его мире, образе и сознании: герой сам по себе абстрактен и нуждается в авторе, который способен не только его «породить», но и «написать» его, объединив доступное ему знание в единую историю. В случае, если речь идет об *автобиографии*, автор и герой так же принципиально дистанцированы: одновременно дуалистическое и дискретное сознание порождает коммуникацию «Я» (героя) и Другого (автора), где второй, обладая «избытком видения», является одновременно нарратором и зрителем в отношении первого [2]. Данная установка хорошо иллюстрирует выстраивание «Я»-нарративов в контексте интермедиальной поэтики, т. к. «эмпирическое Я» автора там становится полноправным элементом ее субъектной структуры при условии способности непосредственно автора относиться к своему «герою» как раз с позиции Другого, включая при этом в условиях функционирования современных медиа «соавторство» со стороны аудитории¹.

Конструирование «Я»-нарратива любого человека на протяжении всей его жизни, считает Е. О. Труфанова, происходит

¹ Ср.: «В случае поэтического субъекта в пространстве Интернета (в частности, социальных сетей) “я” обретает третье измерение – “я” виртуальное, персонализирующее информацию в качестве виртуального субъекта и взаимодействующее с другими акторами виртуальной реальности. Таким образом поэтический адресант в том числе выступает адресатом собственного сообщения, по сути являясь единственным предзаданным участником поэтической коммуникации (учитывая спонтанность и необязательность восприятия и реакции внешних пользователей), в то время как внешние адресаты получают возможность осуществления коммуникативного хода в Интернете, в котором активизирована опция симультанного ответа в режиме *turn-taking*» [8, с. 101].

в рамках трех базовых аспектов: «Я социального (Я как способа саморепрезентации)», «Я эпистемологического (Я как центра познания)» и «Я психологического (Я как самость)» [16, с. 57]. Будет корректным уточнить, что процесс личностной и профессиональной самопрезентации автора во многом объединяет и трансформирует эти аспекты – вопрос в постановке того или иного ракурса и адекватности его трактовки адресатом.

Очень подробно о социокультурных механизмах, коммуникативных стратегиях и прикладном инструментарии самопрезентации современного поэта пишет, например, Т. В. Алешка, подчеркивая мысль о том, что главный мотив авторской самопрезентации заключается во «влиянии на процесс коммуникации, завоевании лояльности к своей персоне со стороны референтно значимой для "презентуемого" группы людей» [1, с. 276], т. е. в формировании устойчивой аттракции потенциально заинтересованной аудитории и, соответственно, расширение сегмента оной, в том числе через управление впечатлением¹. Для нас в этом вопросе важно обратить внимание на то, что, вне зависимости от функционального – (не) осознанного – начала самопрезентации (коммуникативно-обусловленной, личностно-детерминированной или манипулятивной), она представляет из себя выбор максимально энергоемкой – в контексте референции – поведенческой тактики, реализуемой через вербальные и невербальные механизмы общения, «оформление внешнего облика и принадлежащих субъекту самопрезентации предметов окружающего пространства – социальных символов» [13, с. 38].

В том, что самопрезентация имеет во многом семиотическую природу, сомневаться не приходится как минимум потому, что сам термин берет свое начало из работ социологов в русле символического интеракционизма, которым принадлежит и разработка теоретической базы для дальнейших исследований феномена в его современном понимании. Главная идея символического интеракционизма заключается в том, что основой межличностного и социального взаимо-

¹ Специалисты зачастую ставят знак тождества между понятиями «самопрезентация» и «управление впечатлением», но мы согласимся с О. А. Пикулёвой, которая предлагает понимать управление впечатлением несколько шире – как совокупность средств, одним из которых является самопрезентация, в ходе чего происходит стремление построить в сознании окружающих определенные представления не только о себе, но и о других (напр., друзьях и врагах), объектах (учреждении, жилье) или событиях [13, с. 38].

действия субъектов, а также формирования в этом процессе субъективного образа «Я» являются обоюдное создание и взаимобмен символами и их дальнейшая взаимоинтерпретация, так как «социальный мир людей может быть представлен как бесконечное множество разнообразных символов, которые придают значимость человеческой жизни и создают тем самым основу для интеракции – взаимодействия людей друг с другом в процессе коммуникации» [20, с. 114].

Здесь мы обязаны вспомнить и Ю. М. Лотмана, которому принадлежит мысль о конструировании биографии писателя как семиотически – и эстетически – нагруженного повествования, где «программа поведения» коррелирует с определенными поступками в дихотомии «код – сообщение» аналогично лингвистической модели «язык – речь» (по Ф. де Соссюру). Так же, как ряд высказываний формирует устный или письменный текст, последовательность действий формирует «текст поведенческий», служащий своеобразным фильтром «случайностей реальных событий сквозь культурные коды эпохи», которые «не только отбирают релевантные факты из всей массы жизненных поступков, но и становятся программой будущего поведения» [9, с. 114].

Заметим, что, если мы говорим о вербальной составляющей самопрезентации, это не только дневники, мемуары, автобиографии, интервью, пресс-релизы, комментарии и публикации / посты в социальных сетях, – это и непосредственно сами стихи, и их авторское исполнение в том или ином формате. Именно поэтому мы делаем серьезный акцент на присутствии фигуры автора в семиобразующем поле метатекстового субъекта: исключением здесь будут случаи неавторского или анонимного прочтения, мистификации, фальсификации¹ и генерации метатекста с помощью ИИ (нейросетей)².

Результаты

Т. В. Алешка абсолютно справедливо утверждает, что «публичное поведение автора становится новой авторской

¹ Под фальсификацией мы подразумеваем, прежде всего, «фейк» / подделку / имитацию – результат аудио- и видеомонтажа / ИИ.

² Специфика работы ИИ требует отдельного изучения в русле соответствующей методологии: в силу ограниченности объема исследования и отсутствия достаточной теоретико-практической базы мы вынуждены оставить без должного внимания данный прецедент, но иметь его в виду как возможный вариант функционирования интермедиального дискурса, безусловно, необходимо.

функцией и участвует в формировании метатекста, дополняя литературное произведение. <...> литературная репутация, имидж создаются как динамичный текст, причем элементы поэтики становятся принципами миромоделирования» [1, s. 285]; сам автор при этом выступает в роли «посредника, медиатора между своим текстом и адресатом» [1, s. 274], используя возможность «влиять на процессы интерпретации, оценки и функционирования <...> текста в читательской аудитории» [1, s. 274–275]. Однако сегодня, в силу тотального доминирования визуальной культуры, на первый план конструирования «эмпирического Я» выходят именно невербальные практики, зачастую сопоставимые в литературоведческом аспекте с понятиями эпатажа, масочности, ритуала, мифа и т. д.

Так, Е. А. Петрова, например, выделяет три семиотические системы для воплощения поставленных задач: габитус (физическое строение, облик, особенности лица и тела), костюм (одежда, обувь, аксессуары, прическа) и кинесика (мимика, походка, жест)¹. Подобного рода интенции не новы: начиная с того, что уже на рубеже XVIII–XIX вв. были известны «культурные техники, которые способствовали превращению имени автора в бренд»², и заканчивая аналогичными тенденциями в творчестве представителей авангарда начала прошлого века³, что, опять же, подтверждает преемственность и идентичность интерсемиотических принципов «культурных техник». Более того, высказывания о присущем рассматриваемому феномену негативном аспекте повсеместной визуализации, нередко «перевешивающей значение самих стихов», и «случаев, когда главным становится не поэтический текст, а поэт как публичная фигура» [1, s. 281], также можно увидеть в контексте авангарда: «Футуризм больше всего выражался в поведении, в отношении к данному состоянию общества <...> проявил себя гораздо больше в выступлениях, чем в произведениях» [10, с. 140]. Некоторая

¹ Петрова Е. А. Визуальная психосемиотика общения: дис. ... д-ра психол. наук. М., 2000. 402 с. EDN: NLTSSF

² «Автор как персонаж, или Опыт сочинения себя». Круглый стол // Иностранная литература. 2009. № 7. Электронный ресурс. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/2009/7/8220-avtor-kak-personazh-ili-opyt-sochineniya-sebya-8221.html> (дата обращения: 08.04.2025).

³ Из воспоминаний М. Матюшина: «Тот, кто видел Малевича с большой деревянной ложкой в петлице, Крученых с диванной подушкой на шнуре через шею, Д. Бурлюка с ожерельем на раскрашенном лице, Маяковского в желтой кофте, не подозревал, что это пощечина его вкусу. Его веселье перешло бы в ярость, если бы он уразумел, что мы осмеиваем пошлость мещанско-буржуазного быта. <...> Ксения Богуславская (супруга И. Пуни, художница – Я. Б.), неглупая и способная, видела в искусстве главным образом внешнее, как она сама говорила: "Надо сделать бу-мм". То есть на шуметь воясом» [11, с. 166, 168].

разница улавливается разве что в расстановке приоритетов: современные авторы, в подавляющем большинстве, не ставят перед собой цель самопрезентации как какое-либо противопоставление – этот процесс носит во многом более утилитарный характер, способствуя личной и (или) профессиональной популяризации в условиях высокой (медиа)конкуренции.

В связи с этим мы позволим себе вновь сослаться на Т. В. Алешку, которая приводит один ярких примеров самопрезентации в лице, например, Анны Русс (р. 1981): в преддверии своего дебютного выступления в Санкт-Петербурге она непреднамеренно приобрела желтые ботинки и разноцветные носки, «и подобный образ повлек за собой изменения в презентации стихов <...> удачный образ со временем трансформировался в поддерживаемый имидж, который и принес популярность поэтессе» [1, с. 274].

Если сфокусироваться на женщинах-авторах как основном объекте нашего исследования и принимать во внимание особую востребованность если не полного тождества, то как минимум видимой синхронности «героя и автора за границами произведения», «лирической самообъективации» [2, с. 155], в их творчестве на протяжении последнего десятилетия, надо, конечно, назвать имена Веры Полозковой¹(р. 1986), Соли Моновой (р. 1979), Анны Егоян (р. 1996), Ах (Ирины) Астаховой (р. 1987), Серафимы Ананасовой (р. 1992), Стефании Даниловой (р. 1994), Яны Мкр (г. р. неизв.). Мы не ставим перед собой задачу спровоцировать полемику вокруг качества и художественной ценности произведений указанных авторов – наша задача обозначить объективно одних из самых массовых и коммерчески успешных поэтесс 2010-х гг., во многом состоявших именно благодаря обсуждаемым нами механизмам самопрезентации и популяризации в медиа (преимущественно в сетевом пространстве).

Следует, однако, помнить и о другой стороне вопроса, а именно о том, что самопрезентация как социально-психологический феномен соединяет в себе пару соподчиненных элементов: «Я» внешнего и «Я» внутреннего [13, с. 38]. Таким образом он условно делится на два полюса: внешний,

¹ Прим.: в 2025 году внесена Федеральной службой по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) в список организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму.

отражающийся в понятиях «самоподача», «самопредъявление», «управление впечатлением»; внутренний, который соотносится с «самораскрытием», «самовыражением» и «самоидентификацией». Выше мы говорили о репрезентации внешнего «Я», поликодовая сущность которого и процессы семиотического перевода-декодирования, в ней происходящие, в целом ясны, но необходимо учитывать, что «символы могут становиться не только формами реального бытия человека, его экзистенции, но и формами бытия воображаемого. При этом символическая форма получает свое становление, свое развитие в фантазиях человека, обеспечивая творческий процесс и создавая эстетические картины» [19, с. 28]. Иначе говоря, если в самопрезентации внешнего «Я» преобладает конструирование «Я социального», то «Я эпистемологическое» и «Я психологическое» в рассматриваемом нами контексте являются господствующими в самопрезентации внутреннего «Я» автора. Однако, учитывая возможность последних трансляции вовне, этот фактор обеспечивает интегративную и аппликативную характеристику феномена. Это значит, что выстраивание «Я»-нарратива в процессе авторской самопрезентации несет в себе комплекс вышеупомянутых аспектов и задействует, в общем-то, одни и те же механизмы. Ключевое различие между ними кроется лишь в исходной интро- и экстраспективной направленности «внутреннего» и «внешнего» соответственно, но как только тот или иной результат самопознания, самоопределения и (или) самоидентификации становится доступным адресату – становится каким-либо жестом или событием, – он теряет свою интроспективную сущность. К этому, помимо обнародования фактов биографии, открытого проявления эмоций / чувств, демонстрации поступков, участия в каких-либо акциях, относятся, например, взгляды автора, его ценностные и мировоззренческие установки, его мнение и позиция в какой-либо общественно значимой дискуссии, воспоминания и т. д.¹ Именно все вышеобозначенное в универсуме и образует «эмпирическое

¹ Заметим, что мы говорим об этом исключительно в феноменологическом ракурсе, т. е. об осмыслении субъективной реальности «от первого лица», однако необходимо учитывать, что разного рода информация об авторе может транслироваться и распространяться третьими лицами, и это, безусловно, впоследствии становится частью единого авторского «Я»-нарратива как (авто)биографического мифа, но не будет иметь прямого отношения к «эмпирическому Я». Как пишет Е. О. Труфанова, ссылаясь на Т. Р. Сарбина, «наше построение нарратива зависит от других людей, мы должны согласовывать наши нарративы с нарративами других (затрагивающими нас), иначе они окажутся лишёнными смысла» [17, с. 108].

Я» автора как фигуру, данные о которой (в рамках сказанного, спетого, написанного, показанного, сделанного и т. д.) с разной степенью содержательности, достоверности и исчерпываемости представляется возможным засвидетельствовать, зафиксировать и верифицировать, в то время как остающееся за его пределами условно *трансцендентное* «Я» не поддается познанию извне вследствие своей априорной недоступности. Эта информация непостижима для Другого в принципе, и, следовательно, ее нельзя опровергнуть или подтвердить, истолковать или отрефлексировать – можно только строить предположения и высказывать догадки, опираясь, в свою очередь, на данные, имеющиеся в контексте его «эмпирического Я».

Поскольку мы говорим о «Я»-нарративе преимущественно в конструктивистском ключе, т. е. как о формировании «образа собственного «Я», своей идентичности, не только адекватной личным переживаниям, но и понимаемой другими» [7, с. 120], будет логичным согласиться с мнением Дж. С. Брунера о том, что такого рода «Я» не стоит считать составляющей «Я»-нарратива, т. к. «через повествование мы создаем и воспроизводим Я, и оно является продуктом нашего рассказа, а не некоей сущностью, в поисках которой необходимо проникать в потаенные "уголки" субъективности» [21, pp. 85–86].

Возвращаясь, собственно, к стратегиям и тактикам самопрезентации внутреннего «Я» автора, мы видим как наиболее иллюстративные две наиболее значимые категории этой истории: формирование *имиджа* и присвоение / распределение ролей. Как ни странно, имидж, ассоциирующийся в массовом сознании как раз-таки с оформлением и презентацией «Я» внешнего, на сегодняшний день все чаще рассматривается «не только как средство для различного рода манипуляций, но и как необходимый элемент самореализации для каждого человека»¹, который несет в себе квинтэссенцию как внешних, так и внутренних его характеристик. При этом в контексте объективной реальности имидж может соотноситься «в очень широком диапазоне – от раскрытия до уточнения, искажения и полного несоответствия реальным качествам носителя»².

¹ Федорова Н. А. Личностные и ситуационные факторы выбора вербальных техник самопрезентации: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2007. С. 3. EDN: NISAGT

² Захарчук П. А. Социокультурные технологии формирования имиджа: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Майкоп, 2008. С. 13.

Заметим, что, говоря о «полном несоответствии реальным качествам носителя», можно обнаружить определенное разногласие с нарративной концепцией конструирования «Я». В. Г. Хардкасл, например, пишет, что авторская свобода в этом процессе отнюдь не безгранична, что авторские истории «контролируются» реальными историческими фактами (см.: [17, с. 108]), т. е., по мнению американской исследовательницы, в «Я»-нарративе фактически нет места фантазии – в противном случае, любая недостоверность не только нарушает реалистичный «каркас» этого повествования, но и приводит к внутреннему конфликту. Данный посыл видится не до конца оправданным, поскольку не очень понятно, что, кроме сугубо «трансцендентных» противоречий, объективно способно помешать индивиду использовать в формировании своей истории вымысел. На наш взгляд, подобные вещи более чем имеют место в конструировании «Я»-нарратива – вопрос, опять же, в возможности / случайности / необходимости их выявления и разоблачения, а также в готовности автора нести ответственность за какую-либо информацию о себе, иначе теряется существенный смысловой пласт (авто)биографического мифа как такового.

Другое дело, что новейшие модели идентичности, или «Я»-нарративы, в принципе многоплановы и склонны включать в себя «одновременную множественность, многомерный характер <...> контекстно актуализирующийся, а не иерархически организованный; <...> постоянную трансформацию; фиксацию стратегий переконструирования и стилевое предпочтение некоторых из них; фрагментарность» [7, с. 131]. Ко всему прочему, поскольку мы говорим об имидже как экстраспективной презентации внутреннего «Я», необходимо учитывать, что этот процесс имеет два ракурса восприятия: «со стороны презентуемого субъекта» и «со стороны его адресной аудитории», т. е. имидж позволяет сформировать дуалистическое представление о личности за счет «корреляции и синтеза двух названных оптик» [15, с. 221–222]. Соответственно, в то время как автор выстраивает свой имидж в процессе самопрезентации с позиции аутентичности, параллельно с этим происходит оценивание и интерпретация «результата» аудиторией, и, с большой долей вероятности,

расхождения в вопросе его (не)соответствия личности автора – а, скорее, (не)соответствия ожиданиям от одного – будут замечены именно публикой (причем не только лояльным адресатом, но и профессиональным сообществом в том числе), однако совершенно не факт, что тот или иной вывод будет истинным. Однако, опять же, подобное «столкновение» взглядов и его последствия вполне могут быть продуманным и намеренным действием автора в процессе самопрезентации, и оно также будет являться тактическим элементом имиджа.

Нельзя не сказать также о существенном изменении за последние десять лет самой структуры массмедийного пространства, где главные роли теперь играют уже не столько сетевые издания, блоги и видеохостинги, сколько социальные сети, технические возможности которых позволяют в полной мере объединить фактически весь медиаресурс в глобальном смысле этого слова и использовать множество конфигураций креативных и коммуникативных стратегий в процессе самопрезентации на их синтезе, а не в диапазоне разрозненных опций. Кроме того, говоря об авторской самопрезентации за пределами медиапространства, необходимо иметь в виду, что прагматика такого «выхода в офлайн» сегодня, как правило, также имеет в своей основе какую-либо медиастратегию. Проще говоря, узнаваемость автора и интерес у аудитории изначально формируются в медиа. Безусловно, это следствие совокупности факторов, но один из них – это реализация (ре)презентативного контента и интерактивное взаимодействие с реципиентом.

Как и в случае позиционирования внешнего «Я», сегодня эти процессы имманентны как литературному процессу, так и повседневной жизни. Однако нам хочется привести примеры формирования имиджа, основой внешнего проявления которого становится экстериоризация «Я» внутреннего. Мария Степанова (р. 1972), например, неоднократно заявляла о «своей природной асоциальности, нелюбви к публичному исполнению своих текстов, разделении творчества и способа зарабатывать на жизнь» [1, s. 285] и говорила о своей приверженности, прежде всего, к слову / тексту и основополагающей значимости созидания, называя всё, не относящееся к этому, «дополнительными розочками на торте», «аромати-

ческими добавками и присыпками»¹. Тем не менее, такая «пассивная», на первый взгляд, позиция и создала в ее лице образ серьезной, высокоинтеллектуальной, в определенной степени традиционалистской (в плане отстаивания традиционного для русской литературы логоцентризма) и в то же время самобытной поэтессы. Или Вера Павлова (р. 1963), которую большинство знает как одну из первых российских поэтесс, открыто обращающихся в своих стихах к теме женской сексуальности и интимной жизни женщины в целом. Это тот редкий случай, когда основой запоминающегося образа без задействования каких-либо экстравагантных, эпатирующих и эксцентричных средств стали ее тексты. Другой вопрос, что само ее творчество для своего времени было весьма экстравагантным и эпатирующим, однако В. Павлова умело выстроила на этом базисе аутентичный авторский «Я»-нарратив, который она очень дозированно, лаконично и мастерски поддерживает. Ее имидж, как и (авто)биографический миф в целом, во многом держится на архетипической феминности, опыте отношений с мужчинами, личных переживаниях, чувственности и т. д. Позволим себе привести объемную, но крайне показательную, на наш взгляд, цитату из одного интервью:

Через две недели [после родов] я попала в больницу, и он [первый муж] меня бросил. Пришел в больницу – у меня назавтра операция, температура 40,5 – и говорит: “Мы с тобой не сошлись характерами. Можно, я заберу самовар, который нам подарили на свадьбу?” И уехал отдыхать на море. В больнице я провела два месяца. <...> Самовара я лишилась. И рояля. И всех пластинок. И иллюзий. Тут-то я и начала писать стихи. В двадцать лет. С открытой раной на левой груди: зашить-то зашили, но нитки были гнилые, разошлись. Так и пошла на второй курс института – с открытой раной. <...> Весь первый курс я была все более и более беременной. Это было так классно! Весь институт сбегался меня ловить, когда я на девятом месяце съезжала по перилам. А я думала: чего вы боитесь, дураки, вы что, не видите, что у меня крылья за спиной? А как после родов летала!.. Большого счастья не знаю. И вдруг: “Можно я заберу самовар?” Пришлось писать стихи»².

¹ Поэт и медиа // Радио Свобода. Электронный ресурс. URL: <http://www.svobodanews.ru/content/transcript/377396.html> (дата обращения: 08.04.2025).

² Поэтесса Вера Павлова: «Однажды я три дня проходила в картонной маске свиньи» (интервью) // Сноб. Электронный ресурс. URL: <https://snob.ru/selected/entry/56979/> (дата обращения: 08.04.2025).

Ко всему прочему, Вера Павлова – одна из немногих, кто очевидно достоверно включил «эмпирическое Я» в лирический субъект своих стихотворений. Речь, прежде всего, о сборнике «Избранный» (2018), который полностью посвящен ее покойному супругу Стивену Сеймуру: собственно, сама поэтесса также заявляет в аннотации об автобиографичности этого нарратива¹.

Вторая наиболее значимая для нас категория самопрезентации «внутреннего Я» – это присвоение / распределение профессионально-социальных ролей в процессе самоопределения и самоидентификации автора. Думается, не будет большим открытием тот факт, что поэт – это только одна из творческих / профессиональных ипостасей того или иного автора, не считая семейных ролевых моделей – родителя, супруга и т. д., а также его общечеловеческой и общекультурной аутентификации. Первое, что мы видим, когда начинаем поиск в Сети, – это перечисление видов деятельности, к которым интересующий нас творец был когда-либо причастен. Сегодня едва ли представляется возможным обнаружить автора стихов без упоминания каких-либо параллельных «специализаций»: как правило, это прозаики, драматурги, сценаристы, авторы песен, авторы-исполнители, музыканты, артисты, художники, переводчики, лингвисты, литературоведы, критики, публицисты, журналисты, культуртрегеры, издатели, редакторы и т. д. Можно обнаружить и более экзотические варианты: «певица, поэтесса и публицист, целитель и духовный проводник»²; «известный поэт, шаманист и психолог»³; «поэтесса, актриса, автор, дипломированный нумеролог, диктор, сонграйтер <...> мечтатель и житель планеты»⁴, – таких примеров намного больше: многие мы не можем продемонстрировать по этическим соображениям, а также в соответствии с действующим законодательством. Подобное явление в целом носит тенденциозный характер, начиная с последней трети прошлого века: С. Дюбуа, например, говорит, что для современной поэзии как

¹ «Как жить в присутствии смерти, когда умирает любимый? Борьба с болезнью всеми возможными средствами. Три года, 60 сеансов химиотерапии, 300 стихотворений, дневники – репортаж из горячей точки» [12].

² Марина Кацуба // ЛитРес. Электронный песчур. URL: <https://www.litres.ru/author/marina-katsuba/about/> (дата обращения: 08.04.2025).

³ Марина Кацуба // Planeta.Ru. Электронный песчур. URL: <https://planeta.ru/campaigns/udumbara> (дата обращения: 08.04.2025).

⁴ Анна Цыганова // Socprofile.com. Электронный песчур. URL: <https://socprofile.com/tsyganova> (дата обращения: 08.04.2025).

никогда характерна мультиактивность [22, pp. 23–34]. Таким образом мы подходим к разговору о дискурсивных «Я»-нарративах, формирующихся в пределах творческой, профессиональной экзистенции автора и соответствующих той или иной роли.

Р. Харре и Л. ван Лангенхове справедливо отмечают, что «Я»-нарратив как идентичность представляет из себя совокупность дискурсивных практик [23, pp. 81–99], т. е. профессиональных, социальных, культурных и прочих идентичностей. Мы обращаем внимание на этот фактор, т. к. в нашем случае результаты этих дискурсивных практик порождают комплекс дискурсивных «Я»-нарративов, которые наравне с «эмпирическим Я» автора становятся неотъемлемой частью единого авторского «Я»-нарратива как (авто)биографического мифа. Это хорошо прослеживается, например, в контексте «поющих» поэтов, пишущих стихи представителей шоу-бизнеса, политиков и др., о чьей поэтической – профессиональной – состоятельности мы не беремся судить, однако в контексте которых становится особенно заметным, помимо очевидной разницы символических капиталов¹, непропорциональное соотношение презентации той или иной дискурсивной идентичности автора и, вместе с тем, несовпадение и разобщенность адресата.

Ю. Е. Зайцева считает, что «вербальное содержание “Я”-нарративов в определенной жизненной сфере <...> могут быть достаточно стабильны и характерны для личности», причем «стабильность нарративных схем, с одной стороны, обеспечивает легкость взаимопонимания (курсив автора. – Я. Б.) между членами сообщества, использующими принятые в данном социокультурном окружении сюжеты и паттерны, а с другой, – позволяет сохранять *самотождественность* (курсив автора. – Я. Б.) на уровне “нарратора”» [7, с. 124]. Однако нельзя не сказать и про умышленное избегание самопозиционирования автора как поэта. «В некоторых случаях нужно тщательно скрывать, что ты поэт. <...> Люди могут иметь какие-то свои стереотипы о том, что такое поэт. Они могут подумать, что ты пытаешься привлечь к себе избыточное

¹ В понимании П. Бурдьё, «символический капитал – как капитал в любой его форме, представляемой (то есть воспринимаемой) символически в связи с неким знанием или, точнее, узнаванием или неузнаванием – предполагает влияние габитуса как социально сконструированной когнитивной способности» [3, с. 60].

внимание, стараешься подчеркнуть свое отличие от них»¹, – говорит в одном из своих интервью Алла Горбунова (р. 1985), что очень симптоматично в контексте тектонических сдвигов, происходящих в профессиональном комьюнити в последние годы. Этой проблеме отдельную статью посвятила Е. Вежлян, которая рассматривает этот процесс с социологической точки зрения как функционирование внутри оппозиции «свой – чужой»: «С одной стороны <...> поэт воспринимается как некто особенный <...> С другой, ввиду того, что Поэзия и Поэт выполняют в этой конфигурации функцию сакрального, возникает противоречивый модус отношения к поэзии, сочетающий желание приобщиться к этому сакральному <...> и одновременно – недоверие к тем, кто <...> показывает свою “приобщенность” к настоящей поэзии и тем самым указывает на свою более высокую позицию в литературной иерархии» [6, с. 339]. То, о чем говорит Е. Вежлян, – конфликт в установлении и преодолении границ внутри этой оппозиции и условия правомерности самоидентификации автора как поэта в зависимости от его (не)причастности к тому или иному сообществу, а также личного (не)желания демонстрировать эту роль в силу ее мифологизации, романтизации и, в известном смысле, даже «канонизации».

Сюда же можно отнести споры о (не)приемлемости и (не)допустимости употребления слова «поэтесса» по отношению к занимающейся стихотворчеством женщине, в том числе и в контексте ее самоидентификации. Приведем, например, фрагмент эмоционального высказывания по этому поводу Анны Сеничевой (р. 1986): «Я бы вообще убрала слово “поэтесса” из русского языка. <...> Для меня поэт – внегендерное понятие. Признаю только два определения: автор стихов и поэт»². Можно вспомнить также сразу несколько разных мнений на этот счет Марии Степановой, Веры Павловой, Елены Фанайловой и Юлии Идлис³, которые, – что довольно показательным, на наш взгляд, – апеллируют не столько к ло-

¹ Алла Горбунова: «Я люблю случайные ошибки» (интервью) // Вечерний Владивосток. Электронный ресурс. URL: <https://vvo.live/post/alla-gorbunova-tshatelno-skryvaj-chto-ty-poet> (дата обращения: 08.04.2025).

² Сеничева А. // ВКонтакте. Электронный ресурс. URL: https://vk.com/wall-125235756_21852 (дата обращения: 08.04.2025).

³ Кочеткова Н. Поэтессы объявляют войну «поэтессам» // Известия. Электронный ресурс. URL: <https://iz.ru/news/334609> (дата обращения: 08.04.2025).

гике / грамматике русского языка или феминистской оптике, сколько к собственным ощущениям, убеждениям, привычкам и личному опыту, т. е. озвучивают таким образом свою точку зрения, исходя из интраперсональной коммуникации.

«В плане самоопределения личности <...> человек может отождествиться с каким-то представлением, понятием, каким-то социальным имиджем или коллективным архетипом» [19, с. 27], – пишет И. В. Черепанов, т. е. в процессе самопрезентации внутреннего «Я» автор транслирует аудитории свою принадлежность к той или иной культурной форме, в основе овладения которой, в свою очередь, лежат определенные выполняемые им психологические функции. И, приближаясь к завершению исследования, мы должны сказать, что типологическая реализация этих психологических функций также несет в себе семиотическую нагрузку.

Во-первых, речь идет о «построении системных связей между компонентами сознания» [14, с. 153–154] – первичном процессе самоидентификации субъекта, когда для формирования «определенного типа связи между соответствующими компонентами сознания применяется специфический тип знаково-символических средств» [14, с. 153–154], который и обеспечивает в дальнейшем ассимиляцию с определенной культурной формой. Базис данного подхода был разработан еще Л. С. Выготским как определение «знакового опосредствования» в рамках его культурно-исторической теории¹, и данное представление о семиотическом потенциале в области процессов субъективации человека на уровне его сознания (начиная с самого раннего возраста) активно развивается по сей день. Во-вторых, – о «функции построения и регуляции сознательной активности субъекта, т. е. медиации взаимодействия с субъектной и объектной реальностью» [14, с. 154]. Иначе говоря, о семиотически опосредованной психологической функции в процессе коммуникации человека – как интра-, так и интерперсональной. Заметим, что некоторые исследователи добавляют к знаковой и символической формам опосредования, например, еще и метафору – как отдельный «язык» отражения внутренней структуры субъектности,

¹ Выготский Л. С. Мышление и речь. Психологические исследования / под ред. В. Колбановского. М., Л., 1934. 326 с.; Большой психологический словарь. Изд. 4-е, расшир. / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. М.: АСТ; СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2009. С. 211–212.

на уровне которого «представлены личностные смыслы и переживания человека, позволяющие ему ощущать себя как уникальную индивидуальность <...> не сводимую к набору признаков, не уместяющуюся ни в какие категориальные рамки, постоянно развивающуюся, многоликую, многоплановую и способную к изменениям» [5, с. 91].

В нашем случае подобные психосемиотические тонкости не столь важны – более важно понимание того, что знаковая функция изначально способна менять и преобразовывать структуры психических процессов: из физических (натуральных, природных) – в культурно и социально обусловленные, собственно опосредованные. Однако при этом как семиотическая единица знак в принципе не подразумевает готового значения: он, как известно, находится в прямой взаимосвязи с референцией и интерпретацией. Следовательно, знаковая система как психологический инструментарий также предполагает наличие (формирование, присвоение, закрепление etc.) определенных значений и возможных интерпретаций, которые достигаются первоочередно в процессе субъект-субъектной, а в дальнейшем и субъект-объектной, коммуникации.

«Основная психологическая задача обращения человека к символу и символическим формам заключается в реализации смыслового принципа организации индивидуального сознания и самотрансценденции субъекта – выхода за рамки всегда ограниченной личной позиции за счет ее соотнесения с иными субъектными позициями, а также дифференциации чувственной формы символа и его смыслового содержания» [14, с. 160], – резюмирует А. М. Поляков. В нашем случае это как нельзя лучше описывает семиозис коммуникативной ситуации, складывающейся в процессе самопрезентации авторского внутреннего «Я», где главную роль в алгоритме «знак–означивание–декодирование–трактовка» зачастую начинает играть аудитория, что более чем закономерно, поскольку наравне с автором и медиаканалом она является системообразующей функцией интермедиального дискурса. Это, в свою очередь, оставляет субъекту место для манёвра, т. к. уже на психологическом уровне организации собственного поведения он способен им управлять в зависимости от ситуации: обнаруживать новые значения извне, а также

трансформировать или поддерживать уже существующие. В последние годы подобные метаморфозы в самопозиционировании можно наблюдать регулярно: настолько, что в массовой культуре, преимущественно в интернет-сленге, стало популярным называть такого рода процесс глаголом «переобуваться» в значении оперативно опровергать сказанное или сделанное в свою пользу с целью сохранить / реанимировать репутацию; менять свою позицию, взгляды, мнения или убеждения в угоду адресату с целью вызвать / вернуть его одобрение. Разумеется, данное понятие, как и само явление, носит негативный характер и используется, как правило, в критической коннотации по отношению к субъекту.

Обсуждение и выводы

Итак, одним из структурообразующих элементов медиасловесности является личность автора, и наиболее очевидным его присутствие становится непосредственно при исследовании феномена самопрезентации автора с применением нарративно-конструктивистского подхода, т. е. как конструирования его доступного широкой аудитории «эмпирического Я», которое соединяет в себе любые когда-либо выстраиваемые автором «Я»-нарративы – экзистенциальные и дискурсивные. Поскольку, как и интермедиаальный дискурс в целом, данные процессы имеют в своей основе поликодовую сущность, их функционирование во многом объясняется семиотическими операциями сразу на нескольких уровнях субъектности и в коммуникативной ситуации с непосредственным участием адресата. Такой взгляд в этом вопросе нам кажется релевантным еще и потому, что в данной оптике «Я» становится сложным образованием, и речь идет либо о «распадении Я на различные элементы, объединенные в сложную структуру, либо о мультипликации Я-образов, так что самость становится пространством ментального театра, в котором множество Я-актеров разыгрывает между собой различные пьесы», но при этом, продолжая рассуждения в русле социального конструкционизма, «эти характеристики Я представляются не только приемлемыми, но и необходимыми условиями существования устойчивой Я-конструкции в современных условиях» [16, с. 66]. Эта концепция нам

видится более актуальной в сравнении со ставшими уже классическими постмодернистскими изысканиями, в соответствии с которыми полифоничность и децентрализация «Я» приводят к его распаду, деконструкции или вовсе смерти¹ – причем в разных позициях – как автора, так и субъекта. В условиях медиакультуры последнего десятилетия и многократно возросшей роли реципиента фактически на всех ее функционально-атрибутивных уровнях личность автора, скорее, есть смысл рассматривать как «открытое произведение» (по У. Эко), т. е. учитывая интерпретацию (а также вовлечение, реакцию и интеракцию) аудиторией и, как следствие, неизбежность корректировок «Я»-нарратива, его изменений и дополнений извне без ограничений в рамках авторской монополии на «единственно верную» трактовку, поскольку «человек рассказывает свою жизненную историю, но он не может ограничиваться только своим пониманием Я. <...> с помощью Других человек сам открывает все новые грани самого себя и вписывает их в свой нарратив» [18, с. 191].

Безусловно, постмодернистский (или уже – постструктуралистский) подход к проблеме исследования «Я» как автора-субъекта-адресанта в определенной мере по-прежнему уместен, однако нарративная концепция авторства нам кажется наиболее современной и в практическом смысле, т. к. при очевидной фрагментарности новейшей культуры в эпоху массмедиа, глобальности коммуникационных и технических возможностей, повсеместной мозаичности информации в конструктивистском понимании «Я», будучи нарратором своего бытия, как раз и позволяет собрать разного рода «обрывочные сведения» воедино – как внешние, так и внутренние, – связать их в цельную историю. Для современного автора, на наш взгляд, это является одной из главных стратегий построения затекстовой, или метадискурсивной, субъектности, которая наиболее отчетливо проявляется в кумулятивном поле интермедияльной поэтики.

¹ Подробнее: Барт Р. Смерть автора (1968) / пер. с фр. С. Н. Зенкина // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / сост. и общ. ред. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С. 384–391.

Список литературы

1. Алешка Т. В. Самопрезентация поэта в современном литературном пространстве // Имидж, диалог, эксперимент – поля современной русской поэзии / под ред. Х. Шталь, М. Рутц. – München, Berlin, Washington / D.C.: Verlag Otto Sagner, 2013. – S. 273–286.
2. Бахтин М. М. Автор и герой в эстетической деятельности // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – изд. 2-е. / сост. С. Г. Бочаров. – М.: Искусство, 1986. – С. 9–191.
3. Бурдые П. Формы капитала (1983) / Пер. с англ. М. С. Добряковой // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60–74. EDN: OYUVRD
4. Вежлян Е. Искренность, аффект, эмпатия: поэтические сообщества и новые контексты публичности // Russian Literature. – 2020. – Vol. 118. – С. 45–77. DOI: 10.1016/j.ruslit.2020.11.003. EDN: HHWOHB
5. Волкова Д. Э., Орлов А. Б., Орлова Н. А. Знак, метафора, символ – методология субъектности // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2010. – Т. 7. – № 3. – С. 89–119. EDN: QOZCNI
6. Воробьева (Вежлян) Е. И. Поэт как аутсайдер: социологический взгляд на проблему «роли поэта» // «Вакансия поэта»-2: Материалы двух конференций / под ред. А. А. Житенева и М. Г. Павловца. – Бронеж, 2020. – С. 334–348. EDN: TOIJXV
7. Зайцева Ю. Е. Я-нарратив как инструмент конструирования идентичности: экзистенциально-нарративный подход // Вестник Санкт-Петербургского гос. ун-та. Сер. 16: Психология. Педагогика. – 2016. – Вып. 1. – С. 118–136. EDN: VUSATB
8. Захаркив Е. В. Интерфейсы новейшей поэзии: смена коммуникативного кода и множественная адресация // Слово.ру: балтийский акцент. – 2024. – Т. 1. – № 2. – С. 98–111. DOI: 10.5922/2225-5346-2024-2-6. EDN: ANVFGJ
9. Лотман Ю. М. Литературная биография в историко-культурном контексте (к типологическому соотношению текста и личности автора) // Ученые записки Тартуского университета. – 1986. – Вып. 683: Труды по русской и славянской филологии. Литература и публицистика. Проблемы взаимодействия / под ред. М. Б. Плухановой. – С. 106–121.
10. Малевич К. Последняя глава неоконченной автобиографии Малевича // Харджиев Н. И. Статьи об авангарде: В 2 т. – М.: РА, 1997. – Т. 1. – С. 130–148.
11. Матюшин М. Русские кубофутуристы // Харджиев Н. И. Статьи об авангарде: В 2 т. – М.: РА, 1997. – Т. 1. – С. 149–171.
12. Павлова В. А. Избранный. – М.: Э, 2018. – 224 с.
13. Пикулёва О. А. Психология самопрезентации личности: гендерные и возрастные аспекты // Психологическая наука и образование. – 2013. – № 4. – С. 37–44. EDN: RUMHZN
14. Поляков А. М. Психологический смысл символа и символических форм // Вестник культурологии. – 2023. – № 3 (106). – С. 147–164. DOI: 10.31249/hoc/2023.03.09. EDN: NVYTPX
15. Русакова О. Ф., Русаков В. М. PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ: монография. – Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей, 2008. – 340 с. EDN: RJZJQD
16. Труфанова Е. О. Конструктивистский подход к Я // Философия и наука. – 2008. – № 3. – С. 57–70.
17. Труфанова Е. О. Я как реальность и как конструкция // Вопросы философии. – 2017. – № 8. – С. 100–113. EDN: ZCDMFH
18. Труфанова Е. О. Я-нарратив и его автор // Философия науки. – 2010. – Т. 15. – № 1. – С. 183–193. EDN: TPCOSB
19. Черепанов И. В. Психосоциальные функции символической репрезентации в рамках самоопределения личности // Система ценностей современного общества. – 2011. – № 17/1. – С. 25–36. EDN: RUKJIP
20. Шульга Е. Н. Символический интеракционизм и проблема понимания // Философия науки. – 2012. – № 17. – С. 113–127. EDN: TNINXN
21. Bruner J. S. Making Stories: Law, Literature, Life. – N.Y.: Farrar, Straus and Giroux, 2002. – 144 p. DOI: 10.5565/rev/athene4/v1n3.74
22. Dubois S. The French Poetry Economy: Strategies, Stakes and Methods // International Journal of Arts Management. – 2006. – Vol. 9. – No. 1. – Pp. 23–34.
23. Harré R., Van Langenhove L. Positioning and Autobiography: Telling Your Life // Discourse and Lifespan Identity / eds. by N. Coupland, J. F. Nussbaum. – 1993. – Pp. 81–99.

Yana Brusilovskaya

The Author's "Self"-narrative as a Self-presentation's Result and an Intermediate Poetics' Subject (on Example of the 2010–2020s Female Poetry)

The article attempts to analyze an author's figure as a communicative link of intermediate poetics' subject structure, which is formed in process of its self-presentation and media imaging replication. Taking into account the fact that an author's personality, within the framework of media literature concept by L. Levina, is a backbone element of discourse, and his biographical and professional existence can manifest themselves differently in a media space and beyond, the most relevant in this seems is the narrative-constructivist approach. In process of building many interconnected "Self"-narratives – personal and discursive, external and internal polycode structures – forming an author's "empirical Self" in the universe, an author's personality is available to recipient not as something speculative, but as a very real, something complementary to his work, including interactive interaction with an audience, which, due to the specifics of contemporary media functionality, has a direct influence on interpretation and formation of these narratives. Thus, there is a significant transformation of the traditional in poetry communication triad "author-text-recipient", where author's self-identification and positioning begin to play a special role, constructing, as a result, through totality of "Self"-narratives, a metadata-discursive subject, which is an integral part of an intermediate poetics' metatextual education in general and a separate media text in particular.

Key words: author's self-presentation, "Self"-narrative, "empirical Self", subjectivity, media literature, intermediate poetics, contemporary poetry, female poetry.

For citation: Brusilovskaya, Ya. V. (2025) Avtorskij «YA»-narrativ kak rezul'tat samoprezentacii i sub'ekt intermedial'noj poetiki (na primere zhenskoy poezii 2010-h–2020-h gg.) [The Author's "Self"-narrative as a Self-presentation's Result and an Intermediate Poetics' Subject (on Example of the 2010–2020s Female Poetry)]. *Art Logos – The Art of Word*. No. 2. Pp. 104–125. (In Russian). DOI: 10.35231/25419803_2025_2_104. EDN: NFBACT

References

1. Aleshka, T. V. (2013) Samoprezentaciya poeta v sovremennom literaturnom prostranstve [Poet's Self-presentation in Contemporary Literary Space]. *Imidzh, dialog, eksperiment – polya sovremennoj russkoj poezii* [Image, Dialog, Experiment: Felder der Russischen Gegenwartsdichtung]. München, Berlin, Washington D.C.: Verlag Otto Sagner Publ. Pp. 273–286. (In Russian).
2. Bahtin, M. M. (1986) Avtor i geroj v esteticheskoj deyatel'nosti [Author and Hero in Aesthetic Activity]. *Estetika slovesnogo tvorchestva*. [Aesthetics of Verbal Creativity]. 2nd Edition. Moscow: Iskustvo Publ. Pp. 9–191. (In Russian).
3. Burd'e, P. (2002) Formy kapitala [Forms of a Capital]. *Ekonomicheskaya sociologiya – Economic Sociology*. Vol. 3. No. 5. Pp. 60–74. (In Russian). EDN: OYUVRD
4. Vezhlyan, E. (2020) Iskrennost', affekt, empatiya: poeticheskie soobshchestva i novye konteksty publichnosti [Sincerity, Affect, Empathy: Poetic Communities and New Contexts of Publicity]. *Russian Literature*. Vol. 118. Pp. 45–77. (In Russian). DOI: 10.1016/j.ruslit.2020.11.003. EDN: HHWOHB
5. Volkova, D. E., Orlov, A. B., Orlova, N. A. (2010) Znaki, metafora, simbol – metodologiya sub'ektnosti [Sign, Metaphor, Symbol – Subjectivity Methodology]. *Psihologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki – Psychology. HSE University Journal*. Vol. 7. No. 3. Pp. 89–119. (In Russian). EDN: QOZCJN
6. Vorob'eva (Vezhlyan), E. I. (2020) Poet kak outsajder: sociologicheskij vzglyad na problemu «roli poeta» [Poet as an Outsider: Sociological View of the "Poet's Role" Problem]. *«Vakansiya poeta»-2: Materialy duh konferencij* ["Vacancy on the Poet". Pt. 2: Materials of Two Conferences]. Pp. 334–348. (In Russian). EDN: TOJJBX
7. Zajceva, YU. E. (2016) YA-narrativ kak instrument konstruirovaniya identichnosti: ekzistencijal'no-narrativnyj podhod [The "Self"-narrative as an Identity Construction Tool: Existential-Narrative Approach]. *Vestnik SPbGU. Ser. 16: Psihologiya. Pedagogika – St. Petersburg State University Bulletin. Series 16: Psychology. Pedagogics*. Issue 1. Pp. 118–136. (In Russian). EDN: VUSATB
8. Zaharkiv, E. V. (2024) Interfejsy noveshej poezii: smena kommunikativnogo koda i mnozhestvennaya adresaciya [The Latest Poetry's Interfaces: Changing Communicative Code and Multiple Addressing]. *Slovo*.

ru: baltiskij accent – *The Word.ru: Baltic Accent*. Vol. 1. No. 2. Pp. 98–111. (In Russian). DOI: 10.5922/2225-5346-2024-2-6. EDN: ANVFJG

9. Lotman, YU. M. (1986) Literaturnaya biografiya v istoriko-kul'turnom kontekste (k tipologicheskomu sootnosheniyu teksta i lichnosti avtora) [Literary Biography in a Historical and Cultural Context (to Text and Author Personality's Typological Relationship)]. *Uchenye zapiski Tartuskogo universiteta*. Vyp. 683: *Trudy po russkoj i slavyanskoj filologii. Literatura i publicistika. Problemy vzaimodejstviya* [Academic Notes of Tartu University. Issue 683: Works on Russian and Slavic Philology. Literature and Journalism. Interoperability Issues]. Pp. 106–121. (In Russian).

10. Malevich, K. (1997) *Poslednyaya glava neokonchennoj avtobiografii Malevicha* [The Last Chapter of Malevich's Unfinished Autobiography]. N. I. Hardzhiev. *Stat'i ob avangarde: V 2 t.* [Articles About Avant-garde by N. I. Hardzhiev: In 2 vols.]. Vol. 1. Moscow: RA Publ. Pp. 130–148. (In Russian).

11. Matyushin, M. (1997) *Russkie kubofuturisty* [Russian Cubofuturists]. N. I. Hardzhiev. *Stat'i ob avangarde: V 2 t.* [Articles About Avant-garde by N. I. Hardzhiev: In 2 vols.]. Vol. 1. Moscow: RA Publ. Pp. 149–171. (In Russian).

12. Pavlova, V. A. (2018) *Izbrannyj* [The Chosen]. Moscow: A Publ. (In Russian).

13. Pikulyova, O. A. (2013) Psihologiya samoprezentacii lichnosti: gendernye i vozrastnye aspekty [Psychology of Personality's Self-presentation: Gender and Age Aspects]. *Psihologicheskaya nauka i obrazovanie – Psychological Science and Education*. No. 4. Pp. 37–44. (In Russian). EDN: RUMHZN

14. Polyakov, A. M. (2023) Psihologicheskij smysl simvola i simvolicheskikh form [Psychological Meaning of Symbol and Symbolic forms]. *Vestnik kul'turologii – Bulletin of Cultural Studies*. No. 3 (106). Pp. 147–164. (In Russian). DOI: 10.31249/hoc/2023.03.09. EDN: NVYTPX

15. Rusakova, O. F., Rusakov, V. M. (2008) *PR-Diskurs: Teoretiko-metodologicheskij analiz* [PR-Discourse: Theoretical and Methodological Analysis]. Yekaterinburg: The Ural Branch of the RAS; The Institute of International Relations Publ. (In Russian). EDN: RJZJQD

16. Trufanova, E. O. (2008) *Konstruktivistskij podhod k YA* [Constructivist Approach to the "Self"]. *Filosofiya i nauka – Philosophy and Science*. No. 3. Pp. 57–70. (In Russian)

17. Trufanova, E. O. (2010) *YA-narrativ i ego avtor* [The "Self"-narrative and Its Author]. *Filosofiya nauki – Philosophy of Science*. Vol. 15. No. 1. Pp. 183–193. (In Russian). EDN: TPCOSB

18. Trufanova, E. O. (2017) *YA kak real'nost' i kak konstrukciya* [The "Self" as a Reality and as a Construction]. *Voprosy filosofii – Questions of Philosophy*. No. 8. Pp. 100–113. (In Russian). EDN: ZCDMFH

19. Cherepanov, I. V. (2011) Psihosocial'nye funkcii simvolicheskoy reprezentacii v ramkah samoopredeleniya lichnosti [Psychosocial Functions of Symbolic Representation in the framework of Personality's Self-determination]. *Sistema cennostej sovremennogo obshchestva – Value System of Modern Society*. No. 17/1. Pp. 25–36. (In Russian). EDN: RUKJIP

20. Shul'ga, E. N. (2012) Simvolicheskij interakcionizm i problema ponimaniya [Symbolic Interactionism and a Problem of Understanding]. *Filosofiya nauki – Philosophy of Science*. No. 17. Pp. 113–127. (In Russian). EDN: TNINXN

21. Bruner, J. S. (2002) *Making Stories: Law, Literature, Life*. N.Y.: Farrar, Straus and Giroux Publ. DOI: 10.5565/rev/athenead/v1n3.74

22. Dubois, S. (2006) *The French Poetry Economy: Strategies, Stakes and Methods*. *International Journal of Arts Management*. Vol. 9. No. 1. Pp. 23–34.

23. Harré, R., Van Langenhove, L. (1993) *Positioning and Autobiography: Telling Your Life*. *Discourse and Lifespan Identity*. Pp. 81–99.

Об авторе

Брусиловская Яна Вадимовна, аспирант, Московский педагогический государственный университет (Москва, Российская Федерация); e-mail: yav_brusilovskaya1@student.mpgu.edu; ORCID ID: 0000-0002-5146-1304

About the Author

Yana Brusilovskaya, PhD Student, Moscow Pedagogical State University (Moscow, Russian Federation); e-mail: yav_brusilovskaya1@student.mpgu.edu; ORCID ID: 0000-0002-5146-1304

дата получения: 01.04.2025 г.
дата принятия: 30.04.2025 г.
дата публикации: 30.06.2025 г.

date of receiving: 01 April 2025
date of acceptance: 30 April 2025
date of publication: 30 June 2025