

ПРОБЛЕМА АВТОРСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В БЛОГОСФЕРЕ

ЧИКОВАНИ Ольга Авенировна

кандидат философских наук, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
г. Санкт-Петербург, Россия

Развитие сети Интернет и блогосферы привело к серьезным культурным изменениям, ключевым из которых является изменение идентичности человека современной культуры. Данные изменения можно проследить на примере самопрезентации и формирования диффузной идентичности авторов блогов, базирующейся на спросе целевой аудитории. Учитывая популярность сети Интернет и пространства блогосферы, можно признать влияние, которое оказывают блогеры на формирование идентичности человека современной культуры.

Ключевые слова: «смерть автора», блогосфера, идентичность, интертекст, гипертекст.

Развитие сети интернет и вместе с ним доступность огромного количества текстов сделало проблему авторства особенно актуальной. Современный пользователь интернета (а это практически каждый взрослый городской житель) является и автором и читателем. При этом, будучи читателем, далеко не каждый задается вопросом установления авторства текстов и зачастую обращает мало внимания на источник информации. Этому явлению способствует то, что подавляющее большинство интернет-публикаций снабжены ссылками и являются частью бесконечного гипертекста. Для того чтобы ознакомиться с темой, освященной в одном тексте, читатель должен пройти по ряду ссылок для сбора сопутствующей информации. Это отвлекает от текста, с которого началось ознакомление, а личность автора фиксируется в сознании как нечто собирательное или, по мнению ряда исследователей – диффузное, то есть нечто неясное, подвижное и склонное к взаимопроникновению и смешению с другими единицами.

До развития блогосферы, во времена распространения именно текстовой информации (время «галактики Гутенберга») творческий продукт всегда являлся первичным по отношению к своему производителю. Об этом пишет исследователь текстов русских классиков В.В. Виноградов: «Образ автора – это образ, складывающийся или созданный из основных черт творчества поэта. Он воплощает в себе и отражает в себе иногда также и элементы художественно преобразованной

его биографии» [3, с. 113]. Авторский текст не мыслится вне жизненного опыта писателя и социокультурной ситуации и поэтому интерпретируется исходя из указанных факторов. Виноградов пишет: «Воображая речь звучащей, читатель мысленно должен перенестись и в обстановку говорения, воспроизвести ее детали» [3, с. 113]. Писатель проговаривает свои взгляды и свой жизненный опыт имплицитно, через своих героев. Как пишет Бахтин, «жизненная (познавательнo-этическая) заинтересованность в событии героя объемлется художественной заинтересованностью автора» [2, с. 14], то есть существует в неразрывном единстве.

Тем не менее, указывая на первичность текста по отношению к личности автора, мы признаем тенденцию, рассмотренную Р. Бартом в его знаменитом эссе «Смерть автора» [1, с. 233-236]. По словам Р. Барта, в культуре постмодерна автор становится скриптером, орудием письма, орудием языка. Сам текст получает автономию и свободу, поэтому он рождается столько раз, сколько реализуется в восприятии и интерпретации. Тогда следует, что для понимания текста не нужно обращаться к биографии писателя или исследовать социокультурную ситуацию. Сами же интерпретаторы становятся если не «авторами», то соавторами. Личность автора приобретает ту диффузию, о которой можно говорить в контексте развития авторских блогов.

Данная тенденция усиливается в процессе развития блогосферы. В.А. Емелин указыва-

ет, что проблема авторства интернет-текстов имеет ряд уровней [4, с. 206-207]. Первый уровень – это тенденция, описанная Бартом – деперсонализация автора в процессе понимания текста в качестве продукта языка. Второй уровень – развитие гипертекстов глобальной сети, которые предполагают «множественность авторов», внедряющихся в текст, и сообщающих тексту онтологический статус через наличие гиперссылок.

Понятие гипертекстуальность и интертекстуальность сопоставимо с понятием диалогичности М. Бахтина. Задолго до эпохи Интернета Бахтин говорит о диалогичности автора как по отношению к своим героям, так и по отношению к другим авторам, упоминаемым или не упоминаемым, но существующим в непрерывном пространстве общения [2, с. 307, 384]. По Бахтину, идея текста начинается с внутренней полемики и работает как «саморазвивающаяся идея». Конечно, в первую очередь это относится к классической литературе, в частности, Бахтин рассматривал произведения Ф.М. Достоевского, который, как очевидно, постоянно находился в непрерывном напряженном диалоге, даже споре со своими героями, другими авторами или просто носителями того или иного мнения. Но следует заметить, что в полемике, называемой Бахтиным «диалогичностью», не заглушается голос автора, его личная и гражданская позиция. К тому же, диалог предполагает ожидание ответной реплики.

На основании вышесказанного мы можем говорить о диалогичности текста как об априори присущем ему качестве. Но сейчас в эпоху интернета та же диалогичность приобретает невиданный размах. Ю. Кристева пишет об интертекстуальности как о формировании общего культурного пространства, состоящего из продуцированных текстов: «Всякий текст представляет собой пермутацию других текстов, интертекстуальность; в пространстве того или иного текста перекрещиваются и нейтрализуют друг друга несколько высказываний, взятых из других текстов» [5, с. 136]. Барт также указывает на интертекстуальность современного текстового пространства. Он рассматривает текст как «многомерное пространство, где сочетаются и

спорят друг с другом различные виды письма, ни один из которых не является исходным; текст соткан из цитат, отсылающих к тысячам культурных источников» [1, с. 234].

В наше время диалогичность выражается гиперссылками. Как пишет В.А. Емелин об активном интернет-пользователе, ведущем блог, именно «гипертекст сделал сам факт количества ссылок фундирующим статус индивида [4, с. 207]. Здесь нужно обратить внимание на то, что желание получить определённый статус в данном случае является определяющим для формирования авторского личностного образа. В погоне за статусом, который зачастую выражается материальным успехом, возможно, и происходит та, диффузия, подмеченная современными исследователями. Автор выстраивает образ, ориентированный на широкий круг читателей, а текст выступает как следствие образа. Так, например, успешный автор позиционирует себя с точки зрения профессии, социального статуса, образа жизни, собственных интересов и продуктов, которые хочет монетизировать. Он ориентирован на аудиторию, весь его продукт должен соответствовать «шапке профиля», из которой легко должен считываться образ, а тексты, соответственно, должны разворачиваться в соответствии с начальным посылом.

Итак, автор блога сети Интернет больше не ориентирован на текст, содержание текста является иллюстрацией к его образу, а образ презентует продукт. Фиксация деталей повседневной жизни создает аудиовизуальный ряд, обрамляющий основную идею блога, и создает маску, симулякр, созданный для целевой аудитории, который считывается как личность автора.

Одной из ключевых задач успешного пользователя на следующем этапе является необходимость борьбы за массовость. Как уже говорилось выше, при доступности технических средств и изобилии текстов нужно создавать не только нечто востребованное широкой аудиторией, но и оригинальное, способное выделиться из пространства гипертекста. При этом текстовый материал должен быть по возможности, максимально кратким, чтобы завладеть вниманием пользователя (читателя) за

минимально короткое время. Это создает парадоксальную ситуацию. С одной стороны, мы можем говорить о «смерти автора», о диффузии его личности, о создании образа, симулякра, позиционирующего продукт через образ. С другой стороны, мы видим, насколько необходимость выделиться в бесконечном глобальном пространстве приводит к актуализации отличительных черт, позиционирования себя через них (например, через важное жизненное событие или достижение). Помимо транслирования их через аудиовизуальный ряд, автор блога трансформирует сам текст и включает в него такие формы, которые были бы понятны и легки для восприятия, а также давали эмоциональный отклик. Это часто жаргонизмы, ирония, сниженная лексика. Визуальный ряд включает провокационные действия. Все это призвано усилить образ автора сделать его различимым и замеченным в бесконечном

глобальном пространстве.

Сейчас ведение блога является делом престижным и настолько массовым, что наблюдая за культурными изменениями в сети интернет, мы можем говорить об общих культурных тенденциях. Глобальное пространство показывает, насколько меняется идентичность человека современной культуры в ситуации тотальной конкуренции в обществе потребления. Мы можем видеть, насколько актуальна визуализация информации для ее восприятия современным человеком, что из предложенного является востребованным, как изменяется язык и как себя позиционируют представители различных общественных страт. Кроме того, под влиянием блогосферы, все больше персонифицируются интернет-издания СМИ, изменяется визуальный и вербальный язык телевидения, а значит, подобные изменения идут в массовую культуру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Барт Р.* Смерть автора. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: пер. с фр. / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. – М.: Прогресс. – С. 233-236.
2. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества / сост. С.Г. Бочаров, примеч. С.С. Аверинцев и С.Г. Бочаров. – М.: Искусство, 1979. – 423 с.
3. *Виноградов В.В.* О теории художественной речи. – М.: Высшая школа, 1971. – 240 с.
4. *Емелин В.Д.* Идентичность в информационном обществе. – М.: Издательство «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2018. – 360 с.
5. *Кристева Ю.* Избранные труды: Разрушение поэтики / пер. с франц. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 656 с.