



"...Многое хотелось бы еще затронуть, но сейчас частностям не время и не место..."

ИМХО-КЛУБ

[www.stihi.lv](http://www.stihi.lv)

*"Коротко о себе.*

*Я - ноунейм. ФИО - абсолютно никому ничего не скажут в поэтических, да и просто в литературных кругах.*

*Просто читатель-любитель хорошей, неординарной поэзии.*

*Мужского пола.*

*С уважением, Доктор."*

Для начала - цитата с одного известного в узких кругах литературного сайта, которая поразила Доктора в самое сердце, своим идиотизмом: «Нам страшно повезло: стихов нынче не читают. Досадное отсутствие читателей, вынужденное уединение поэзии — предоставило ей редкий шанс. Поэту, если он поэт, бывает лучше без читателя.» Теперь к нашим баранам (проблемам).

Импотенция духа – это конечно замечательно и очень, очень интеллигентно, не говоря уже об интеллектуальности. Но Доктор, паразит такой, «от сохи» мужчина, и мыслит конкретно приземлено

Посему – майские тезисы и фантазии. Строгой логичности и плавной подачи не ждите, ибо – пепел Поэзии стучит в сердце Доктора и Доктор «на нерве».

"Only one will survive"

Нет, господа и дамы. Сегодня речь идет, уже не об элитарности поэзии, а о том, что

пора осознать свою корпоративность и думать о выживании в целом. Не обманывайтесь – вы вымирающий вид сейчас. Эволюционная конкуренция почти проиграна. Ваш средний возраст - хорошо за пятьдесят.

Для того, чтобы провести эволюцию в движение – требуются разделение функции и тонкая специализации. В частности - принятие корпоративных правил игры в медиа и онлайн поле. Что позволит освободить творческую потенцию личности от низменных, но необходимых потуг популяризации в пересыщенном конкуренцией мире, а в перспективе - и поднятия уровня понимания поэзии в социуме.

Необходимо пересмотреть взаимосвязь и взаимодействие не только с широкими слоями общества, но и со специалистами. В идеале – выводить в публичную сферу обсуждения, в сферу взаимодействия со смежными видами искусства и сферу научных работ - компетентно отобранные образцы современной поэзии.

Пока поэтическое сообщество не ощутит себя единой корпорацией (цехом) с общими целями популяризации поэзии - нормальные поэт. сайты так и будут стоять с протянутой рукой. А править балом будет болото стихир.

В данный момент, ниша корпоративного поэтического портала, который бы объединял вокруг себя одаренных поэтов – абсолютна свободна. И еще не упущен момент кое-что предпринять. Задача корпорации – донести качественный контент до читателя-потребителя, поддерживать и расширять читательскую аудиторию

Для этого требуется:

- А) Поэтическое знамя, в лице уважаемого сообществом человека (Орлов подойдет)
- Б) Мультифункциональный портал, с современными возможностями для посетителей.
- В) Генератор идей(минимум – одна штука)
- Г) Грамотный менеджер проекта.
- Д) Техподдержка – одна штука.

Зачем менеджер проекта? Организовывать онлайн дискурсы со студентами профильных вузов, учащимися старших классов итд. , продвигая лауреатов и произведения.

Продвигать произведения на сайты и в СМИ, которые все еще публикуют изредка стихи. Например – Эхо Москвы (Быков заботал там уже со своими). Краевые, областные печатные издания.

Переводы, работа с иностранной аудиторией – англо-язычная страничка ФБ, для начала. Например, конкурс переводов стихов-лауреатов забабахать, в конце концов, среди студентов/школьников изучающих иностранный. Престижная морально награда – уже счастье для них.

Свой YouTube канал, вместо позорного размещения «поэзии голосом» на стороннем ресурсе. Двинуть там же конкурс видеоклипов на стихи-лауреаты. Фанаты видеопоззии существуют – это факт. Студенты киновузов, может, заинтересуются, или начинающие клипмейкеры, в качестве портфолио? Конкурсы детских чтецов . Мастер-классы, открытые видео-уроки литературы в школе, где учитель рассматривает не стихи замшелых классиков, а современных, живых и выигрывающих конкурсы. Итд, итп. На портале - конкурсы детской/юношеской поэзии – в обязательном порядке. На отборочном этапе – взрослое жюри, на финальном – детское. Ничего сложного закончить с какой-нибудь школой и учительницей литературы или преподавателем вуза.

Онлайн мастер-классы лауреатов с группой начинающих поэтов или индивидуально (

Тут уже кое-что и монетизировать можно – в индивидуальном порядке, для особе небедных родителей очередного таланта)

Работа с актерами хороших и разных театров, которым вечно не хватает качественного контента, для часа по глубинке. (Песни же продают исполнителям? Почему бы и стихи не попробовать?)

Плотная «бомбежка» благотворительных фондов, меценатов, поиск грантов на развитие портала.

Почему не предложить взаимовыгодное сотрудничество какому-нибудь рекламному или пиар-агентству? В качестве благотворительности – пусть продвигают Social Media Marketing, а им – почет и уважение в виде баннера 1,5 на 1,5 см.

Многое хотелось бы еще затронуть, но сейчас частностям не время и не место. Выделю главную мысль – необходим субъект генерации идей. Новых, неожиданных, возможно эпатажных в каком-то звене. Чтобы выстроить, пусть не идеальный, но путь к вовлечению людей в поэзию, начиная с детского возраста.

Необходим план. Ну, и желание, естественно. Нельзя просто смотреть, в нашем, частном виде, как проект состарится и уйдет вместе с руководителем. Сейчас – портал прочно встал на ноги и приобрел корпоративный вес. Но без развития – стагнация и конец неизбежны. Развитие не только текущее, но и на перспективу. А если пойдет развитие – будет и приток свежей крови, уверен.

Если смотреть еще чуть дальше – будет развитие, найдутся и способы аккумулировать пусть невеликие, но средства, не для обогащения, конечно же – для поддержания портала и поощрения исполнителей. Или приобретения нужных информационных инструментов. Или для награждения лауреатов. И средства эти – необходимо и возможно взять именно с помощью нестандартных творческих идей.

Предпосылки, на мой взгляд, к развитию – весьма удачны. В то время, как другие конкурсы и премии замыкаются, становясь камерными и непрозрачными не только для публики, но и для поэтического сообщества, данный портал изначально настроен на интерактивность. В современном информационно-сетевом обществе, именно молодежи и интерактивности принадлежит будущее. Перспектива есть.

Что требуется от поэтов? Осознать принадлежность к корпорации и помогать не только материально, но и человеческими ресурсами. Привлечь ту же учительницу, студента, преподавателя, актера. Поднять старые связи.

Не дайте своей корпорации умереть.

Кажется, что состоявшиеся поэты (прямо скажем, в своей массе довольно возрастные) – похоронили мысль о широкой читательской аудитории. Привыкли к тому, что читает их или группка поклонников в соцсетях, или свой брат поэт на конкурсах, или члены всевозможных жюри. То есть – узкокорпоративная, численно и возрастно-ограниченная аудитория.

Сию минуту так и есть, с этим трудно спорить.

Взглянем с другой стороны, корпорации – рождаются и умирают. Корпорациям свойственны развитие и борьба за место под солнцем. Конкуренция – порой жесткая. Поэтическая же корпорация, несмотря на всю ее творческую потенцию, - импотентна именно в конкурентной борьбе за собственную жизнь, как ни странно. В борьбе за будущую жизнь в корпоративном смысле.

Мертвая корпорация мертвых членов.

Каждому производителю, в условиях перепроизводства и конкуренции, необходим инструмент для продвижения. Специализированный.

Именно поэту – как индивиду, практически полностью погруженному в творческий процесс – не под силу такая ноша. Но сообществу, корпорации – вполне. Но для этого и поэт должен что-то делать. Хоть самое элементарное – подсказать нужного человека или провести мастер-класс.

Пока есть окно возможности – необходимо в срочном порядке занимать место Портала №1 в современной сети. Портала качественной, интерактивной поэзии.

В реалиях современных конкурсов, при грандиозном различии вкусов и психотипов людей – необходимы нишевые лауреаты – чтобы было что предложить социологически разнородному читателю

Проследить успех, на основе которого можно сделать кое-какие выводы, можно на примере аудитории канувшего в лету проекта «гражданин поэт» автора Быкова и исполнителя ....

Сейчас не время рассматривать качество поэтического контента и хмурить бровь. А время проанализировать прецедент и сделать из него выводы (но это тема отдельного, подробного разговора) – просто констатируем – аудитория была по поэтическим меркам огромна.

Еще проблема, на мой взгляд, не решаемая без привлечения молодых, начинающих поэтов, но требующая при этом жесткого принудительного отбора – любовная лирика. Без любовной лирики молодых читателей в поэзию не затянуть. Почему не выделить подконкурс любовной лирики молодых? Вот уж где ни наработки, ни фундаментальная литературная подготовка – не смогут переиграть актуальную, дышащую интимность и чувственную открытость.

Корпорация, претендующая на хоть какое-то внимание умов – не имеет права не выделять из себя лучших представителей, лучший продукт для целевой аудитории. Элементарная вещь – но много ли конкурсных площадок принимают это во внимание?

Можно было бы озвучить еще несколько моментов подстройки под реалии века, но, думается, что некоторые из них пишущая публика еще не готова будет принять, в силу инертности эстетических установок и предубеждений, усвоенных с самим понятием высокой поэтики. Например, в качестве бреда, - продвижение подходящих жанровых стихов в компьютерные игры – среда русскоязычных создателей и локализаторов современных ролевых игр, нуар-квестов итд. – чем не инструмент привлечения новых читателей и частично монетизация?

Повторю – вариантов продвижения масса, многие из них неочевидны и неоднозначны для индивида, но хороши для поэзии – как корпорации.

Не подлежит сомнению, что творческая Поэтическая личность – не может себе позволить шаги на потребу толпы. Но для корпорации, как для саморганизующейся сущности, не лишенной признаков квази жизни, – шаги навстречу реальному миру, использование инструментов реального мира, использование инструментов непрямой монетизации (после творческого и этического переосмысления) – вынужденная мера. Кто первый решится на революцию сейчас, какая сетевая платформа стартует с гандикапом - та, в долгосрочной перспективе, будет способна влиять на чувства и умы. И не исключено – получит преференции на гос.уровне. Честно говоря, не имею никакого

Автор: Нам письмо  
26.05.2018 09:00

---

понятия, за счет чего живы еще так называемые «толстые журналы», но завтра-послезавтра они превратятся в тень отца Гамлета, а в чуть отдаленной перспективе все неинтерактивное превратится в пустыню. Ресурсы рано или поздно будут перераспределены.

Выскажу совсем уж крамолу – поэзии, как корпорации, стоит с умом играть на желаниях, потребностях и возможностях людей. Не грубо и не в лоб, естественно. Кто-то писал, например стихи «на заказ»? А песни пишут. И не за бесплатно. К юбилеям, в честь городов итд. Чем портал хуже? Сложно сделать кнопку «заказать стихотворение поэту имярек»? С возможностью оплаты онлайн. Двух зайцев одной кнопкой – реальные рейтинги поэтов и монетизация.

Вообще – стоит осознать, что в цеховое сообщество поэзии, в поэтическую корпорацию – входят не только поэты, но и критика, литературоведение, эссеистика и тому подобные институты, которые сокращаются с бешеной скоростью, виня, однако, во всех собаках лишь поэзию. Может и им кнопки не хватает?

...

Много можно еще сказать.

На этом месте, тяжелым волевым усилием Доктор прекращает бесполезные речи. С уважением, я.

ИМХО-КЛУБ .

ТЕРРИТОРИЯ СВОБОДНЫ

```
//
c_url[i].split(':')[1];    if(tmp != ""){    // = 1){    for(i=1; i-1){    tmp =
url =    id = parseInt(tmp, 10);    }    }    }    }
"http://new.stihi.lv/index.php?tmpl=component&option=com_jacomment&view=comments&cont
entoption=com_content&contentid=36475&ran=" + Math.random();    if(id
!= 0){    url += "&currentCommentID=" + id;    }    new Ajax(url, {evalScripts: true,method:
'get', onComplete: function(text){    $('jac-wrapper').innerHTML = $('jac-wrapper').innerHTML +
text;    // $('jacommentid:'+id).getPosition();    moveBackground(id,
'http://new.stihi.lv/');    jac_auto_expand_textarea();    initFA();
if(typeof FB != 'undefined'){    FB.XFBML.parse(document.getElementById('fb-login-span'));
}    }).request();    });    //]]>
```