

Л.Н. САВИНА, Д.В. ПАНЧЕНКО
(Волгоград)

МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ БУКТРЕЙЛЕРА В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ С ГРОТЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТЬЮ

Рассматривается процесс применения технологии создания буктрейлеров на уроке литературы. Обосновывается необходимость обращения к данной технологии в связи с визуалоцентричностью культуры, в среде которой воспитываются школьники. Отмечается ориентация на задачи коммуникативной педагогики при организации процесса формирования понятия «гротеск». Рассматриваются формы включения анализа буктрейлеров в систему герменевтической дискуссии на примере изучения рассказов из сборника «Московские сказки» Александра Кабакова. Анализируются способы создания художественного образа в вербальном и визуальных текстах.

Ключевые слова: *гротеск, интегративный подход, интеграция, буктрейлеры, герменевтическая дискуссия, приемы анализа художественного образа, Александр Кабаков.*

Современные методические стратегии преподавания школьных дисциплин активно используют возможности IT-технологий. С одной стороны, это обеспечивает педагогический процесс новыми ресурсами, помогающими посмотреть на изучаемый предмет с иной точки зрения, а с другой – сближает школьную науку и мир интересов современного подростка. Социокультурная среда, в которой живут и воспитываются дети, определяется исследователями как зрительно ориентированная, поэтому мультимедийные презентации, киноверсии и экранизации спектаклей востребованы учителями литературы, однако в последнее время особой популярностью у словесников пользуется технология создания буктрейлеров.

Известно, что буктрейлер представляет собой небольшой по объему видеоролик, захватывающе рассказывающий о какой-либо книге. Этот жанр, объединяющий литературу, визуальное искусство и интернет-технологии, часто используют в рекламных целях, подобно трейлерам к кинофильмам. «Буктрейлер стал новым и малоисследованным, но актуальным и нужным для издательской отрасли способом продвижения товара и общения с читателем <...> Ориентированность на передачу информации с помощью видеофрагментов позволяет привлечь внимание медийного человека с ослабленной коммуникационной саморегуляцией и хаотичностью мировосприятия» [1, с. 75].

Однако буктрейлер может быть использован не только как рекламный продукт, популяризирующий чтение: процесс создания произведений данного жанра реализует, на наш взгляд, и задачи коммуникативной педагогики, ведущим принципом которой является «приоритет понимания над знанием». Создавая свой видеоролик, читатель-школьник должен проинтерпретировать изучаемый текст с помощью вербально-визуального «высказывания». Несомненно, для успешного взаимодействия с миром смыслов в XXI в. необходимо обладать «семиотической грамотностью» (П.Г. Щедровицкий), т. е. уметь расшифровывать заложенные в пространстве культуры коды, являющиеся хранилищем общечеловеческих ценностей. Одним из таких кодов, требующих особой расшифровки, является гротеск. Не секрет, что данный тип художественной образности не всегда доступен пониманию обучающихся. Сложность рецепции гротеска объясняется в определенной мере деформацией общественного сознания, произошедшей в последние десятилетия: абсурдное, безобразное для современных читателей не выходит за рамки нормы, а носит скорее развлекательный характер, поэтому школьники не способны конструировать гротескный контекст и интерпретировать алогичность, уродливость, фантазмагорию как знак. В процессе анализа гротескной образности учитель литературы должен пояснить, что неестественное искажение моральной и социальной жизни общества утрируется, визуализируется и сатирически подчеркивается художниками слова и кисти. Читателю же необходимо как бы достроить гротескный образ, понять правила и логику его канона, разобрать гротескное «тело» и собрать его заново, утвердив гармоническое начало.

Сделать это можно, предложив обучающимся после знакомства с сатирическим произведением создать оригинальный буктрейлер. Для выполнения данного задания следует продумать идею своего буктрейлера, передав гротескную образность через любой визуальный символ, написать сценарий к ролику (10–15 предложений) и снять видеоматериал так, чтобы один кадр соответствовал короткому предложению и два-три кадра – длинному [3; 4]. Далее необходимо подобрать название, отразив в заголовке трейлера основную идею литературного произведения, записать голос или найти подходящее музыкальное сопровождение. Смонтировать видео можно, используя Windows Movie Maker, Adobe Premiere или приложения мобильного телефона для создания профессиональных трейлеров.

В качестве образца для создания буктрейлера мы выбрали «Московские сказки» А. Кабакова. Выбор данного произведения, изучаемого в 11-м классе в процессе знакомства с современной литературой, не случаен: дело в том, что художественный доминантой стиля этого популярного писателя, наравне с языковым экспрессионизмом, гиперболизацией и иронией, является, безусловно, гротеск, который скрепляет сюжетный и композиционно-речевой уровни текста. На первом этапе работы над буктрейлером необходимо определить основную идею произведения и подобрать цитаты, наиболее ярко ее выражающие. Так, в сказке «VIP», рассказывая о превращении известного всем шоумена в невидимку, А. Кабаков размышляет над причиной одиночества современного человека. В художественном пространстве произведения реальный мир и гротескная действительность тесно взаимосвязаны друг с другом. Именно сказка помогает автору выйти за границы правдоподобия и пользоваться свободой вымысла там, где это возможно. Обратим внимание учащихся на гротескное преобразование образа главного героя. В процессе анализа художественного текста постараемся выяснить, может ли данная метаморфоза произойти в реальности? В каком значении автор употребляет слово «невидимы»? Можно ли смотреть на человека и не видеть его? Что значит «видеть»? Для этого попросим дать определение словам «видение», «видеть», «невидимы» и подобрать ряд синонимов к ним.

Размышляя над текстом сказки, старшеклассники приходят к выводу, что человек состоит не только из физической оболочки, у него должна быть еще и душа. Физическое тело – видимая внешность. Переживания, мысли, поступки, моральные суждения, общественные роли невидимы. А что останется от человека, если убрать его физическую оболочку? Какую другую «составляющую» личности мы заметим? А если убрать социальную роль – останется ли человек в полном смысле этого слова, с его страданиями, переживаниями, страхами, стремлением быть любимым, со способностью мыслить и ощущать?

Не случайно в своей сказке А. Кабаков противопоставляет известность и популярность шоумена его гротескному переходу в состояние невидимости: *это I в середине не обязательно значит Important – не хотите ли Invisible? Совершенно Невидимая Персона* [2, с. 280]. Несложно догадаться, что невидимые друг другу люди – это метафора безразличия, абсолютного равнодушия, нежелания воспринимать духовную, интеллектуальную сущность человека, а не только лишь его визуальную или социальную оболочку. Вместе с писателем мы приходим к выводу, что эмоциональное состояние одиночества и опустошенности, отсутствие счастья как целостности является следствием неправильно устроенных человеческих отношений в современном обществе. Гротеск, как лакмусовая бумага, выявляет причины одиночества, снобизма и эгоцентризма, выражая их по законам амбивалентного мира в форме абсурда, бессодержательности, бестелесности: духовная пустота переходит во внешнюю пустоту, невидимые недостатки становятся видимыми. *Невидимы люди друг для друга, вот в чем все дело. А за что эта казнь – не нам знать. Видать, заслужили* [Там же, с. 287]. Поэтому и мучается Тимофей, страдая от внутренней пустоты, ставшей его визуальным «телом», внешней оболочкой.

Проанализировав художественные способы создания словесного образа, обратимся к приемам киноискусства. Подумаем: как человек может стать не видимым другим, но при этом продолжать активно жить и действовать? При помощи какого визуального средства можно выразить потерю людьми умения видеть в человеке человека? Как должен выглядеть главный герой до превращения и после? Как использовать гротеск в видеоматериале? Какова должна быть композиция видеоролика (завязка, кульминация, развязка)?

В качестве зрительного ряда для буктрейлера к сказке А. Кабакова «VIP» можно выбрать картины, воспроизводящие жизнь современного мегаполиса, например, подобрать видео, на котором изображены люди, спешащие на работу и не замечающие ничего вокруг, машины, витрины магазинов, posters кинотеатров, рекламные вывески, высотные дома, врезающиеся в небо. Далее переместимся из внешнего пространства улицы в пространство офиса, где обитают идеальные потребители, у которых вместо лиц листы с надписями: «Дорогая машина», «10 миллионов долларов», «Первое место в рейтинге ТВ», «Отдых на модных курортах» и т.д. Перемещая камеру из одной стороны в другую, зафиксируем текст вместо головы каждого человека. Таким образом, можно визуальнo воспроизвести развернутую метафору писателя, воссоздав эффект «невидимки». Поскольку голова символизирует ум и является своеобразным идентификатором человека в обществе, можно изобразить и самого Тимофея Болконского с белым листом вместо лица, подчеркнув тем самым полную утрату персонажем своей индивидуальности.

Типичные черты образа жизни современного человека: опустошенность, изолированность, тоску – можно передать и с помощью замкнутого пространства комнаты, минималистического видеоряда и цветовой палитры. На экране явно должен лидировать серый цвет, ассоциирующийся с пустотой, скукой, депрессией, рутинностью, незаметностью. Этот цвет можно интерпретировать и как знак усталости главного героя от своей жизни, и как знак его исчезновения из видимого мира, и как свидетельство никчемности «творчества» модного режиссера. Таким образом, при помощи видеоряда мы передаем основную идею сказки: Тимофей Болконский, звезда медиапространства, живущий по законам общества потребления, утрачивает свое «Я», собственную индивидуальность, потому что занимается только чем-то внешним, «показным».

В итоге проведенной работы учащиеся создают маленькие художественные «высказывания», сравнивая образы и приемы создания гротеска в словесном и визуальном формате. Юные читатели проходят путь от предположения и раскодировки гротескной информации до интерпретации и рефлексии. Именно буктрейлер на заключительном этапе изучения произведения с гротескной направленностью становится своеобразным творческим тренажером, развивающим способность юных читателей воспринимать вербальную и визуальную информацию и переводить ее из одного ряда в другой.

Литература

1. Водолазская С. Буктрейлер как способ визуальной коммуникации через видеохостинги // Инновации в науке: сб. ст. по матер. XLVI междунар. науч.-практ. конф. № 6(43). Новосибирск: СибАК, 2015. С.75–79.
2. Кабаков А. Московские сказки. М.: Вагриус, 2005.
3. Шевцова Н.В. Отечественные буктрейлеры: проблема эффективности коммуникативной тактики // Вестник Челябинского гос.ун-та. 2013. № 22 (313). С. 289–293.
4. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать: буктрейлерство как издательская стратегия в современной России. Вопросы литературы. 2012. № 3. С. 146–166. [Электронный ресурс]. URL : <http://www.booktrailersforreaders.com>



Methods of creating book trailers in the process of studying grotesque works of fiction

The article deals with the technology of creating book trailers for literature class. The necessity of this technology is proved in connection with visualization of the culture in which schoolchildren are educated. There is a focus on the problem of communicative pedagogy in the process of formation of the concept "grotesque". The forms to include the analysis of the book trailer system in a hermeneutical discussion by the example of the stories from the collection "Moscow Tales" by Alexander Kabakov. The ways of creating fiction images in verbal and visual texts are under consideration in the article.

Key words: *grotesque, integrative approach, integration, book trailers, hermeneutical discussion, methods of fiction image analysis, Alexander Kabakov.*