

- знать о возможных направлениях и сфере применения полученных знаний, умений и навыков для творческой самореализации;
- ориентироваться в цифровых и аналоговых форматах записи музыки;
- свободно и самостоятельно работать в любой из изученных компьютерных программ;
- владеть навыками нотного набора;
- знать технические устройства звукозаписи и звуковоспроизведения и программ компьютерной обработки звука;
- уметь сформулировать свои творческие задачи и в соответствии с ними, при необходимости, сделать правильный выбор при покупке компьютера или какого-либо электронного музыкального оборудования.

По окончанию занятий по программе проводится дифференцированный зачет, включающий в себя две части: теоретическую и практическую. Теоретическая часть представляет собой тестовые задания по всем темам курса. В качестве практической части слушатель предоставляет электронную аранжировку произведения в любом из жанров классической, народной и современной музыки.

В содержание итоговой оценки входит оценка за выполненную аранжировку и результаты промежуточной аттестации. Итоговая оценка дополняется краткой письменной характеристикой, отражающей те особенные знания, умения, навыки ученика, которые могут явиться основой его творческой деятельности в будущем.

Библиографический список:

1. Горбунова, И.Б. Музыкальный компьютер в детской музыкальной школе: учебное пособие / И.Б. Горбунова, А.В. Горельникова. – СПб. : РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. – 65 с.
2. Дубровский, Д. Компьютер для музыкантов любителей и профессионалов / Д. Дубровский. – М. : Триумф, 1999. – 400 с.
3. Петелин, Р.Ю. Музыкальный компьютер. Секреты мастерства / Р.Ю. Петелин, Ю.В. Петелин. – СПб. : БХВ-Петербург, 2003. – 688 с.
4. Швецова, С.А. Использование информационных технологий в обучении / С.А. Швецова // Информационно-коммуникационные технологии в системе образования Свердловской области : материалы областной научно-практической конференции. – Екатеринбург : ИРРО, 2006. – 147 с.

Ю.В. Трошкова,
Е.Ю. Глазырина

АВТОРСКАЯ МОЛОДЕЖНАЯ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШОУ-ПРОГРАММА «ШАГНИ ВПЕРЕД»: ОТ ЗАМЫСЛА ДО РЕАЛИЗАЦИИ

Авторская молодежная шоу-программа была подготовлена и поставлена в апреле 2012 г. на сцене концертного зала культурно-образовательного центра федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный профессионально-педагогический университет» и являлась апробацией выпускной квалификационной работы студентки заочной формы отделения музыкально-компьютерных технологий Ю.В. Трошковой.

Разработанная авторская шоу-программа «Шагни вперед» была нацелена на решение следующих задач:

- реализацию культурно-образовательного потенциала публичного сценического действия; формирование художественных, эстетических и творческих интересов молодого поколения;
- установление коммуникативных контактов между аудиторией и персонажами на сцене;
- формирование у зрителей чувства сопричастности к происходящему на сцене, выработку собственной позиции при осмысливании и личностном переживании идеи и сюжетной линии;
- пропаганду общекультурных и общечеловеческих ценностей, выявление новых имен и талантов в молодежной студенческой среде.

Данная программа выполняла следующие функции: аксиологическую, воспитательную, культурно-образовательную, гедонистическую.

Очень важно было то, что вся авторская шоу-программа была задумана, создана и реализована силами студенчества университета: свет и звук, коммутация выполнялись студентами отделения музыкально-компьютерных технологий; авторский сценарий и режиссерская работы являлись практическим проектом, входящим в выпускную квалификационную работу студентки-выпускницы отделения музыкально-компьютерных технологий; хореографические и вокальные номера исполнялись студентами образовательных профилей «Музыкально-компьютерные технологии» и «Менеджмент в музыкальном искусстве и образовании» направлений подготовки Художественное образование (05060.62) и Педагогическое образование (050100.62). Благодаря этому активное вовлечение сту-

денческой молодежи в разработку и реализацию проекта позволяло осуществить воздействие (эмоциональное, эстетическое, нравственное) студентами-исполнителями на студентов-зрителей.

Целью шоу-программы являлось теоретическое и методическое обоснование культурно-образовательного потенциала шоу-программ, реализуемых во внеучебное время студентами высшего учебного заведения; приобретение студентами новых жизненных ценностей, знаний, культурно-эстетических эмоций; пересмотр и/или переосмысление сложившихся ценностно-смысловых установок.

В процессе постановки и реализации шоу-программы были поставлены и решены следующие задачи:

1) изучить философскую, культурологическую, музыковедческую, психолого-педагогическую, музыкально-педагогическую литературу, периодические издания и интернет-порталы по исследуемой проблематике;

2) сформулировать основную идею шоу-программы;

3) разработать сценарий и написать музыку авторской шоу-программы «Шагни вперед»;

4) сформировать коллектив исполнителей шоу-программы и технического персонала;

5) проведение репетиционных занятий;

6) продумать и реализовать все аспекты сценической постановки шоу-программы (свет, звук, декорации, проекция, видео, костюмы, вокал, хореография, сценический инвентарь);

7) разработать анкеты для зрителей;

8) создать макет афиши шоу-программы для анонсирования даты премьеры шоу-программы;

9) проанализировать результаты постановки шоу-программы и поведенного анкетирования зрителей.

Для достижения поставленной цели была сформулирована идея шоу-программы: важность и уникальность общечеловеческих ценностей как основополагающей и смыслообъединяющей опоры для каждой конкретной личности во все времена и при любых жизненных обстоятельствах.

Для реализации идеи шоу-программы изучался и анализировался различный материал: труды по режиссуре и звукорежиссуре, актерскому мастерству, материалы по постановке мюзиклов, мемуарная литература, периодические издания по музыке и театру, учебники по светооператорской работе, труды ученых и практиков по эстетическим проблемам зрелищных искусств, просматри-

вался видеоматериал музыкально-сценических постановок (Мадонны, М. Джексона, шоу-программы группы «*Pink Floyd*» и др.).

Для поиска необходимой информации использовались различные источники: интернет-сайты, фонды научных библиотек города, частные книжные библиотеки, периодические издания. Сложность этого этапа работы заключалась в слабой разработанности обозначенной проблематики и немногочисленности источниковой базы.

В процессе обработки и обобщения собранной информации была проанализирована философская, культурологическая, музыковедческая, психолого-педагогическая, музыкально-педагогическая литература, периодические издания и интернет-порталы по исследуемой проблематике.

Сценарий шоу-программы создавался после анализа и обобщения опыта отечественных и зарубежных шоу-программ. В основу шоу-программы легли следующие номера, представленные разными жанрами театрально-сценического искусства: «Разлука» (вокальный жанр); «Пожар», «Доктор время», «Альтаир», «Облака» (вокально-хореографический жанр); сцены «Утро», «Погоня» (видеоряд).

При подборе репертуара, соответствующего сценарию и идее программы, предпочтение отдавалось авторским песням. В профессиональной студии звукозаписи были сделаны соответствующие аранжировки, написаны фонограммы, прописан бэк-вокал и сведена общая звуковая дорожка.

Среди студентов отделения музыкально-компьютерных технологий РГППУ были выбраны исполнители шоу-программы. Отбор осуществлялся исходя из опыта предыдущих выступлений студентов на концертной площадке университета и за его пределами. Помимо хороших вокальных данных особое внимание при выборе кандидатур уделялось внешнему образу исполнителя, который должен соответствовать задуманному персонажу.

Для того чтобы каждый номер смотрелся наиболее зрелищно, а главная идея шоу-программы была донесена до зрителей наиболее ярко и, в то же время, доступно, был приглашен хореограф. Перед ним была поставлена задача – реализовать идею автора шоу-программы в хореографическом воплощении каждого номера. Постановка номеров осуществлялась совместно с режиссером проекта.

При работе со звукорежиссером ставились конкретные задачи, расставлялись необходимые акценты шоу-программы. В процессе репетиций был достигнут нужный баланс звука, проведена репетиционная работа артистов шоу-программы с микрофонами.

Совместно с оператором света было разработано световое оформление сцены в каждом из номеров шоу-программы, несмотря на ограниченные возможности имеющейся аппаратуры. Так же использовалась дымовая пушка и отдельные элементы освещения, используемые единоразово только для конкретного номера.

Оформление сцены не потребовалось, так как фоном служил видеоряд.

Для проведения опроса зрителей, целью которого было выяснение реакции зрителей и понимания ими основной идеи шоу-программы, были разработаны вопросы анкеты.

В условиях отсутствия финансирования рекламная компания не была проведена. Ограничились созданием цветных афиш шоу-программы и расклеиванием их в здании университета.

Шоу-программа разрабатывалась и ее постановка осуществлялись в период с октября 2011 года по апрель 2012 года. Разработка идеи шоу-программы и сценария началась в начале сентября.

Технология создания шоу-программы осуществлялась через следующие этапы:

- разработка идеи шоу-программы в контексте культурно-образовательной работы со студентами университета. Главная идея шоу-программы была задумана как собирательный образ человеческих ценностей и их значимости в жизни каждой личности. Образ чемодана – своеобразный символ-вместилище разнообразных чувств и эмоций, тех, которые человек приобрел в течение всей своей жизни, а также тех чувств и эмоций, которые он испытал и приобрел в свой багаж, переживая коллизии шоу-программы. И весь этот накопленный опыт формируется в человеке как некий багаж, который он должны взять с собой в новую жизнь. Люди не должны останавливаться на достигнутом, расстраиваться по пустякам, пасовать перед трудностями. Кульминационным выражением главной идеи шоу-программы стала финальная песня под названием «Саквояж»:

- отбор и создание, прежде всего, музыкального материала шоу-программы;

- разработка сценарного плана шоу-программы, определение оптимального количества концертных номеров, драматургических связок;

- создание видеоматериалов;

- постановка хореографических номеров (в т.ч. в соединении с вокалом);

- сценография каждого номера шоу-программы;

- подбор костюмов, реквизита.

Представим в хронологической последовательности этапы постановки шоу-программы. На первом этапе (в конце ноября) мы приступили к разработке номеров и их танцевальной части; в январе началась работа по постановке отдельных номеров; в марте началась работа в части сценографии. Артисты должны были почувствовать и прочувствовать сцену, ощутить пространство, расстояние друг от друга.

Автор шоу-программы работал с сотрудниками по технической части: вместе со звукорежиссером подбирал баланс и громкость звучания; оператор-постановщик заново создавал световую партитуру шоу-программы. Второго апреля были собраны все артисты, проведена предварительная генеральная репетиция без света. Генеральная репетиция с участием всего актерского состава, а также в присутствии звукорежиссера и оператора-постановщика была проведена четвертого апреля. Прогон проводился в условиях, приближенных к концертным – артисты работали в концертных костюмах. Шестого апреля состоялась премьера шоу-программы.

Уникальность данной шоу-программы заключается в том, что абсолютно все ее участники являются студентами заочной и очной форм обучения отделения музыкально-компьютерных технологий Российского государственного профессионально-педагогического университета по специальностям «Менеджмент в музыкальном искусстве и образовании», «Музыкально-компьютерные технологии», «Хореографическое образование».

Второй этап, после формирования четкой идеи, – написание сценария. Вначале разрабатывался видеоряд, он сопровождает всю шоу-программу и меняется в зависимости от темы номера. Начало выступления было решено сделать без артистов. Оно должно быть спокойным, должно заинтересовать зрителя и подготовить к дальнейшему развитию программы. Далее началась обрисовка каждого номера, его стилистика, количество участников их эмоции.

Третий этап начался с подбора репертуара. Были выбраны две авторские песни Ю. Трошковой и одна – И. Сорины. После этого началась работа в студии. Прописывались фонограммы, велась запись вокала, бек-вокала. На каждую песню была сделана аранжировка, соответствующая сценарию.

На четвертом этапе среди студентов РГППУ были выбраны исполнители. Отбор осуществлялся исходя из опыта выступления студентов, а так же прошедших ранее концертов, программ и смотров. Помимо хороших вокальных данных особое внимание уделялось образу исполнителя.

Съемки видео обозначим как пятый этап: была выбрана сцена, актеры. И в соответствии с заданным сценарием был отснят материал. Затем он был смонтирован. Видеоряд сопровождал следующие номера шоу-программы: «Альтаир», «Облака», «Пожар» и «Саквояж». Видео было смонтировано со звуковым материалом шоу-программы.

Постановка номеров и хореографии велось на протяжении всего пятого этапа работы над шоу-программой. Перед хореографом были поставлены основные цели и задачи, которые нужно было достигнуть в каждом номере. В процессе постановки номеров были внесены корректировки.

Отдельным этапом выделим работу в зале (седьмой этап): проводилась отработка постановочных номеров и работа со светом и звуком.

На всех рассмотренных выше этапах активно применялись современных информационно-коммуникационные технологии для записи и воспроизведения в шоу-программе видеоматериала; создания музыкальных композиций и аранжировок; создания световой партитуры. Кратко охарактеризуем некоторые технологические моменты постановки шоу-программы.

Для создания аранжировок была использована программа *Steinberg Cubase* – профессиональное программное обеспечение для создания, записи и микширования музыки.

В качестве примера использования данной программы рассмотрим технологию создания песни «Альтаир». Сначала была написана мелодия, потом была создана аранжировка. Во-первых, подбирался не быстрый темп, примерно 85–90 BPM, так как песня задумана как лирическое произведение. Затем подбирались ритм-секции («бочка», рабочий барабан, хэты, тарелки и т.д.). Из-за особенности песни требовалось подобрать синтетические барабаны. Поэтому была использована машина *LM 4Mark II* – подключаемый модуль *LM 4 Mark II* формата VST 2.0, выпущенный на смену виртуальной ритм-машине *LM 4. LM 4 Mark II*, которая имеет 18 пэдов (полифонический, то есть новый семпл, который не прекращает звучание предыдущего), 20 уровней динамики, генератор огибающей (ADSR), функции *BitCrusher* и *Reverse*, возможность автоматизации практически всех параметров, три стерео- и шесть моновыходов, в ней можно запрограммировать нужные синтетико-ритмические звуки. Возможно также создание собственных наборов, поддерживаются файлы формата *AIFF*, *WAV* и *SDII* (только Mac) разрядностью 16, 24 и 32 бита.

Дальше началась работа над басом, это очень трудоемкий процесс, поскольку бас является одним из основополагающих средств музыкальной выра-

зительности, и нужно тщательно продумать рисунок баса, чтобы он не утяжелял композицию и, в то же время, не был слишком примитивен. При выборе бас-машины использовалась виртуальная басовая машина *Spectrasonics Trilogy Bass Module* – это самый востребованный в музыкальном мире профессиональный басовый модуль. Огромное количество самых разнообразных басовых инструментов – от контрабаса до ультрамодных басов, используемых для написания музыки в стиле *electro*, *electro clash*, *house*, *progressive* и др.

Следующим этапом в работе над аранжировкой песни «Альтаир» является подбор фонового Pad, для того что бы создать гармонический фон и настроение песни. Так как в личной базе автора шоу-программы существует огромное количество музыкальных библиотек, то на поиски нужного Pad уходит так же немало времени. В итоге был выбран очень легкий и прозрачный звук из машины *Hypersonic2*, он сочетает продвинутые технологии синтеза *Steinberg* с первоклассным сэмплированным материалом. Высококачественная библиотека звуков объёмом 1,7 ГБ и четыре движка синтеза делают *Hypersonic 2* идеальным выбором для музыкантов, продюсеров, специалистов в области звукового дизайна и композиторов, которым необходим широкий спектр звуков, покрывающий буквально любые мыслимые музыкальные жанры от поп-музыки до классики.

В этой же машине были подобраны разные звуки для бекграунда. По окончании аранжировки была выбрана тема космоса, и написан текст к песне. Следующим шагом была запись голоса и бэк-вокала на профессиональной студии звукозаписи. Затем композиция сводилась и мастерилась в таких программах как *WaveLab* и *Sound Forge*. Все последующие композиции, отобранные в шоу-программу, были сделаны по той же технологии.

В создании видео монтажа мною была выбрана программа *Adobe Premiere Pro CS4* – профессиональная программа нелинейного видеомонтажа компании *Adobe Systems*.

Для работы в этой программе был отснят видео материал на камеру, и впоследствии импортирован в программу. Затем осуществлена «нарезка» интересных и качественных кадров, которые были сняты с разных ракурсов. После этого кадры были расставлены в нужном порядке и соединены плавными переходами. По завершению монтажа было подложено музыкальное сопровождение в характере отснятого видео.

Завершающим, восьмым этапом, была работа со зрителями. До начала просмотра шоу-программы всем зрителям в зале были заранее розданы специ-

ально подготовленные анкеты. Анкеты были разработаны для определения у зрителей понимания и осознания эффективности представленной молодежной шоу-программы в университете как способа реализации ее культурно-образовательного потенциала в условиях высшего учебного заведения.

PR-компания предстоящего шоу включала в себя следующее: разработку содержания и изготовление макета буклета, а также его тиражирование и распространение среди молодежи университета и за его пределами. Эта работа проводилась силами небольшой группы разработчиков шоу-программы, специально приглашенных работников и волонтеров в этом процессе не было задействовано.

Для изучения мнения зрителей о состоявшейся премьере шоу-программы заранее была разработана анкета, состоящая из четырнадцати вопросов. Все вопросы анкеты касались различных аспектов результативности и сценической эффективности реализации замысла шоу-программы:

- изучение эмоционального отклика на шоу программу (вопросы №№ 1, 2, 3, 5);
- актуальность тематики шоу-программы как таковой, и для молодежи, в частности (вопрос № 6);
- мнения о вариантах дополнения шоу-программы другими номерами/видами искусства/атрибутами/декорациями и т.д. (вопрос № 4);
- выявление у зрителей желания поучаствовать в шоу-программах подобного рода и возможных вариантах такого участия (вопрос № 7);
- определение возможностей и степени воздействия шоу-программы на культурно-образовательный уровень зрителей (вопрос № 8);
- формулирование зрителями (после просмотра) главной идеи шоу-программы (вопрос № 9);
- определение мнения зрителей о востребованности таких шоу-программ, их целях и предназначении (развлечение, образование, повышение культурного уровня (вопрос № 10);
- определение степени достижения автором и коллективом исполнителей поставленной цели, донесении до зрителей основной идеи (вопрос № 11);
- выявление в шоу-программе наиболее качественной и понравившейся работы и оценивание ее по пятибалльной шкале (автора, режиссера-постановщика, технического персонала, артистов) (вопрос № 12, 14);
- источники информирования о премьере шоу-программы (вопрос № 13).

Всего анкетированием было охвачено 30 зрителей, преимущественно молодежного возраста, студентов. Обработка анкет проводилась непосредственно сразу после состоявшейся премьеры шоу-программы.

Результаты анкетирования отражены в таблицах с диаграммами №№ 1 – 6. В таблицах приведено как процентное, так и численное выражение полученных результатов.

Необходимо отметить, что в таблицах с диаграммами приведены обработанные результаты не по всем вопросам анкеты. Это связано с тем, что ответы на вопросы анкеты №№ 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13 предполагали ответы в свободной форме и выражали личные впечатления зрителей шоу-программы. И наоборот, ответы на вопросы №№ 1, 2, 6, 12, 14 достаточно легко подвергались обработке, т.к. предполагали односложные ответы на поставленные в анкете вопросы (например: «да – скорее да – скорее нет – затрудняюсь с ответом»; или: «положительный ответ – отрицательный ответ – затруднения с ответом»).

Теперь подробнее проанализируем результаты анкетирования по каждому из вопросов анкеты.

Шоу-программа понравилась явному большинству зрителей. Еще три человека выразили свое положительное отношение к просмотренной шоу-программе, однако были не столь категоричны в своих суждениях (ответы типа: «программа скорее понравилась»). И еще три человека ответили на данный вопрос что программа «скорее не понравилась, чем понравилась».

Во втором вопросе анкеты предлагалось указать, чем заинтересовала шоу-программа. Характерно, что в свободных высказываниях зрители чаще всего отмечали оригинальность, постановку и главную идею, профессионализм работы всего коллектива, хороший вокал и хореографию, интересную задумку шоу-программы, артистизм, эмоциональность, продуманность программы, необычность, режиссерскую и постановочную связность всех номеров шоу-программы в единое целое. В анкетах зрители писали, что «программа хоть и небольшая по продолжительности, но была разнообразна и по музыке, и по хореографии, и по исполнению».

Все это свидетельствует о том, что режиссеру удалось сделать шоу неординарным, не обычным и не похожим на все остальные программы подобного рода. Зрители программы отметили большой труд, вложенный участниками в подготовку и реализацию проекта – шоу-программы. Зрители в анкетах отмечали важность того, что вся шоу-программа, от начала и до конца, подготовле-

на силами самих студентов, причем только обучающихся, и даже еще не выпускников университета, а также большую важность и значимость того момента, что данная шоу-программа является выпускной квалификационной работой студентки университета.

Анализ ответов на третий и четвертый вопросы анкеты показал, что зрители справедливо отметили временную непродолжительность шоу-программы (в плане количества сценических номеров), им хотелось, чтобы программы была более длительное, чтобы они получили от нее еще больше удовольствия.

Одновременно можно также сделать вывод, что зрители получили удовольствие от просмотренной шоу-программы, и ее непродолжительность их несколько разочаровала. Из замеченных зрителями недостатков можно отметить следующие: не достаточная синхронность по хореографической части; скудность финансирования шоу-программы, заметная невооруженным глазом (отсутствие костюмов); недостаточную выраженность основной идеи шоу-программы. Один зритель отметил недостаточную хореографическую постановку программы, еще один зритель высказался о недостаточной эмоциональности программы. Было отмечено также недостаточное количество зрителей в зале на премьере. К слову сказать, все отмеченные зрителями недостатки взяты автором шоу-программы на вооружение, и будут учтены при последующих постановках этой шоу-программы, а также других сценических проектах. В целом же подавляющее большинство зрителей на вопросы №№ 3, 4 не оставили отрицательных отзывов на программу.

В вопросе номер пять зрители делились своими впечатлениями о шоу-программе. Их отзывы можно процитировать: восторг, положительные эмоции, удовлетворение от профессиональной самореализации студентов, замечательное впечатление, «воздушный позитив», «крайнее вдохновляющее», хорошее, отличное, позитивное настроение, вызывает «желание задуматься над собой». Один человек ответил, что программа оставила смешанные впечатления. Подводя итог высказываний по данному вопросу анкеты, также отметим подавляющее большинство крайне положительных отзывов.

В шестом вопросе – об актуальности шоу-программы для молодежи – зрителей просили краткими ответами («да» или «нет») оценить актуальность подобной шоу-программы для молодежи. Анализ ответов на этот вопрос показал, что 93,5 % зрителей посчитали программу актуальной, а 6,5 % – недостаточно или совсем не актуальной. Это говорит о том, что автору удалось выпол-

нить одну из поставленных задач – донести идею о ценности непреходящих общечеловеческих ценностях.

Ответы зрителей на предыдущие вопросы анкеты логично подводят к следующему – седьмому вопросу, который был сформулирован следующим образом: «Есть ли у Вас желание поучаствовать в подобных шоу-программах?». Поскольку данная шоу-программа признана зрителями актуальной и крайне позитивной и вызвала у них положительные эмоции, положительно повлияла на чувства, то и у самого зрителя совершенно естественно появилось желание принять участие в ней, и это мы считаем положительной оценкой. Из всех зрителей программы 70% ответили положительно о своем желании поучаствовать в данной шоу-программе.

Вопрос № 8 – «Способствует ли повышению культурного и образовательного уровня молодежи эта программа?».

В процентном отношении результаты ответа на этот вопрос выглядят следующим образом:

- «да» ответили 21 человек (67%);
- «нет» – 3 опрошенных (10%);
- затруднились с ответами – 6 человек (20%).

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что достигнута поставленная цель данной работы – основной массой зрителей понят культурно-образовательный потенциал данной молодежной шоу-программы.

Прочитываем ответы зрителей по вопросу № 8: «высокий профессиональный уровень значительно влияет на повышение культурно-образовательного уровня зрителей», «программа заставляет задуматься об истинных ценностях жизни», «каждый видит свой смысл, и это может подтолкнуть к новым идеям и действиям», «творчество развивает душу», «способствует развитию творческого потенциала», «молодежь должна развиваться, а не сидеть на месте», «в программе затронуты актуальные проблемы молодежи», «молодежь может заинтересоваться вокалом, танцами», «все начинается с таких вот небольших встреч», «учит ценить любовь», «хоть что-то кроме интернета есть у молодежи», «программа заставляет задуматься, что при любой неудаче нужно идти вперед».

Так же интересно было узнать, понял ли зритель главную мысль шоу-программы – об этом был девятый вопрос анкеты. Поскольку сейчас активно развивается компьютерная индустрия, интернет, киноиндустрия, и люди все меньше посещают театры. Зрители отметили при ответе на данный вопрос, что

главная идея программы – «любовь, добро, дружба, счастье», «не терять ценности жизни», «главное в жизни – человеческие чувства», «несмотря ни на что, нужно двигаться вперед, и все обязательно получится», «надо быть в гармонии с собой и своей половинкой», «главное в жизни – человеческие эмоции», «миром правят человеческие эмоции (содержимое чемодана)», «успех в жизни», «нужно жить, несмотря ни на что», «все плохое надо забыть, и чтобы хорошее было рядом», «жизнь – искусство», «жизнь движется, и иногда для того, чтобы двигаться, нужно оглядываться назад», «нет ситуации, когда все потеряно». Все сказанное в анкетах отражает главную идею программы, а это составило 93 % от числа всех опрошенных.

Отвечая на десятый вопрос, зрители указали, что для молодежи культурно-образовательные шоу-программы нужны, причем нужно гораздо больше, чем просто развлекательных. Только один опрошенный зритель воздержался, отвечая на вопрос.

В одиннадцатом вопросе спрашивалось – удалось ли режиссеру-постановщику и артистам шоу-программы донести до зрителя основную идею?

Анализ анкет показал:

- 22 человека (73%) ответили положительно;
- 2 человека (7%) – отрицательно;
- 6 человек (20%) были не совсем уверены, что режиссер смог донести основную идею до зрительного зала.

В ответах на двенадцатый вопрос большинство зрителей указали, что больше всего понравилась музыкальная часть программы и вокал. В целом зрители высоко оценили всю программу, что можно увидеть ниже на диаграмме.

Тринадцатый вопрос показал, что рекламная компания проведена не в полную силу. Основная масса зрителей являлась знакомыми и родными организаторов.

В последнем, четырнадцатом вопросе, зрителям по пятибальной системе предлагалось оценить работу каждой части программы.

Из таблицы, приведенной ниже, видно высокое преобладание положительных оценок, что говорит о высоком качестве поставленной шоу-программы. Оценку «1», то есть самую низкую не поставил никто. Из ниже приведенного графика видно, что больше всего понравилась работа режисера и композитора.

Во втором графике (таблица 6) представлено процентное соотношение оценок. Здесь суммированы оценки для каждого участника режиссерской группы по значению (2, 3, 4, 5). Сумма каждого значения оценок взята за 100%.

Встречались (в единичном случае) анкеты, в которых выражена была отрицательная реакция на шоу-программу. Однако при внимательном изучении такой анкеты было заметно, что именно в ней и не было развернутых высказываний, мнений, соображений, подробного объяснения того, чем же эта программа все-таки не понравилась. Исходя из этого, мы делаем вывод, что мнение в такой анкете необоснованное и субъективное.

Результаты анализа анкет показали, что идею и постановку авторской шоу-программы для студенческой молодежи одобрило большинство зрителей: ими были положительно оценены идея, технологическая и постановочная стороны действия, адекватно понята и воспринята главная идея и замысел. Практически все зрители получили от шоу-программы положительные художественно-эстетические эмоции. Просмотр программы заставил их задуматься о нравственно-эстетических ценностях, значимости образования и культуры в жизни человека.

Подводя итоги можно смело сказать, что мы экспериментально проверили и опытно-экспериментальным путем доказали эффективность молодежной шоу-программы в культурно-образовательном пространстве высшего учебного учреждения.

О.С. Кильдюшевская,
Н.И. Буторина

МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ОБУЧАЮЩАЯ СИСТЕМА КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ НА ВНЕАУДИТОРНЫХ ЛЕКЦИЯХ О МУЗЫКЕ

Внеучебная культурно-массовая, культурно-творческая работа в учреждении высшего профессионального образования нацелена на духовно-нравственное развитие студенческой молодежи, удовлетворение потребностей в творческой самореализации студентов, реализацию задач патриотического, культурно-эстетического воспитания.

Большим потенциалом в духовно-нравственном и культурно-эстетическом воспитании молодежи обладает мировое музыкально-