

шего учебного заведения, в конечном счете, формирования и развития целостной и неповторимой личности.

*Библиографический список:*

1. *Закс, Л.А.* Художественное сознание. Свердловск, 1990.
2. *Медушевский, В.В.* О закономерностях и средствах художественного воздействия музыки. М., 1976.
3. *Ожегов, С.И.* Словарь русского языка. Русский язык, 1990.
4. *Раппопорт, С.Х.* От художника к зрителю. Как построено и как функционирует произведение искусства. М., 1978.
5. *Шалятин, Ф.И.* Страницы из моей жизни. Фрунзе, 1991.

Ю.В. Трошкова,  
Е.Ю. Глазырина

## **ШОУ-ПРОГРАММА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**

Молодежь – важнейший интеллектуальный и культурный резерв российского общества, от которого зависит судьба развития России. Культурные и образовательные потребности и запросы молодежи динамично изменяются с развитием современных информационно-компьютерных технологий, средств массовой информации, таких, как Интернет, телевидение, реклама. Компьютерные технологии значительно изменили содержание и формат программ и мероприятий образовательной и культурно-развлекательной направленности.

За последнее время отечественная шоу-индустрия приобрела определенные очертания; значительно большее внимание сейчас уделяется всем аспектам молодежных программ: музыка, свет, звук, видео, хореография и многое другое – все ставится на профессиональной основе и в органичном единстве. В среде профессионалов постепенно складывается понимание такого феномена как шоу-программа, в том числе для целевой молодежной аудитории.

Многое в отечественном опыте разработки и постановки шоу-программ делается по западным образцам. И это не случайно. Производство шоу-программ на Западе достигло высоких результатов, демонстрируя свои огромные возможности воздействия на потребителя, в то время как в России процесс производства качественных (не только в техническом, но и во всех остальных аспектах) шоу-программ еще не налажен.

В российском обществе отношение к шоу-программам постепенно начинает изменяться. Хотя по-прежнему большинство людей в социуме продолжает относиться к ним предвзято, считая, что шоу-программы выполняют только гедонистическую функцию. Однако совершенно очевидно, что шоу-программа – один из важнейших компонентов культурно-образовательной среды. Полноценное развитие молодежи и ее интеграция в общество невозможны вне культуры, и здесь нельзя недооценивать роль и значение различного рода публичных зрелищ как фактора, способствующего формированию художественных, эстетических и творческих интересов молодого поколения. Следует также подчеркнуть, что кино, радио, телевидение, вся аудиовизуальная индустрия обязана зрелищам своим развитием.

Современная культурно-развлекательная сфера, с ее высоким уровнем технической оснащенности и использованием современных технологий, способна и призвана представлять, широкие возможности для образования и развития молодежной аудитории.

Актуальность разработки и постановок шоу-программ характеризуется потребностью участия молодежной аудитории в массовых развлечениях с использованием новейших достижений техники, ориентированных на представление исторических событий, современности или фантастических сюжетов; личностными потребностями современной молодежи в творческой самореализации; потребностью образовательных учреждений в создании и реализации шоу-программ и проектов, ориентированных на молодежную аудиторию.

Однако современный уровень организация и проведение шоу-программ не способствует реализации их потенциала в социокультурном развитии молодежи, повышении ее образовательного уровня, вследствие чего обозначаются противоречия между:

1) всем комплексом имеющихся в настоящее время возможностей при разработке и постановке шоу-программ (технического, технологического, продюсерского, режиссерского и др. аспектов) в формировании и повышении культурно-образовательного уровня молодежи, с одной стороны, и неполноценным их использованием в реальной практике молодежных культурных центров, студенческих клубов, с другой стороны;

2) необходимостью разработки сценариев и осуществлением постановок шоу-программ с учетом молодежного контингента и задач воспитательной политики в высших учебных заведениях, с одной стороны, и применением метода

«копирования» молодежных программ в высшем учебном заведении с не лучших образов отечественного шоу-бизнеса, с другой стороны;

3) огромной силой воспитательного воздействия проектов и концертов, реализуемых в высших образовательных учреждениях, на студенчество, с одной стороны, и отсутствием в студенческих культурно-образовательных и развлекательных проектах воспитательного компонента, или явно неполноценного его появления, с другой стороны.

Поэтому одной из актуальных проблем в настоящее время является проблема разработки содержания и сценария шоу-программы как средства повышения культурно-образовательного потенциала студенческой молодежи. Нам представляется очень важным акцентирование внимания всей общественности, и, конечно же, профессионалов в сфере шоу-индустрии, на осознании и реализации культурно-образовательного потенциала молодежных шоу программ.

В наше время в индустрии развлечений широко используются такие технологии как лазерные шоу, 3d-форматы, компьютерные игры, аттракционы в формате 5d, а также иные технологические новинки. Однако, все-таки одним из наиболее популярных видов зрелища остается шоу-программа. Поэтому целесообразно дать определение этому понятию.

Шоу (англ. *Show* – показ, представление) – мероприятие с развлекательным характером. Как правило, проводится перед публикой и нередко передается по телевидению или радио. Имеет постановочный характер [5, с. 809].

Программа – (от греч. про – пред, греч. Γράμμα – запись) термин, в переводе означающий «предписание», то есть предварительное описание предстоящих событий или действий [5, с. 561].

Мы определяем шоу-программу как красочное, яркое, зрелищное массовое сценическое представление, в котором посредством музыки, танца, пластики, актерского мастерства, видеоряда, декораций, светового оформления и костюмов передается замысел автора. Шоу-программа – это возможность для артистов передать свои мысли и чувства зрителям.

Истоки шоу-программ (частью которых является театральное действие) лежат в древних обрядовых играх и праздниках – календарных, охотничьих, сельскохозяйственных, – с участием персонифицированного божества, для которого исполнялись, разыгрывались ключевые события жизни первобытного сообщества. Этим обстоятельством и определялась игровая природа пратейтеатрального действия. Одновременно с этим происходило разделение на исполнителей и наблюдателей, т.е. на актеров и зрителей.

Л.Б. Белянская считает, что разграничение на сцену и зрительный зал отнюдь не означает перехода наблюдателей к полной пассивности: их активное участие в действии просто приняло несколько иные формы. Зритель уже не может выйти на сценическую площадку во время спектакля и физически вмешаться в него, хотя подобные инциденты и по сей день случаются с неискушенной публикой (что иногда случается во время шоу). Но живая реакция зала на происходящие события (смех, слезы, аплодисменты, возгласы и т.д.) формирует сильное эмоциональное поле, в котором и проходит шоу. При этом индивидуальные зрительские реакции в значительной степени нивелируются, корректируются коллективным характером восприятия: зрительный зал становится в определенном смысле единым организмом, живущим по своим законам, испытывающим общие чувства [2, с. 203].

Установив в начале шоу-программы контакт с публикой, постановочный коллектив вступает в двусторонний многоступенчатый процесс: эмоциональный отклик зала воздействует на психофизическое состояние исполнителей ролей, а энергетическое поле артистов формирует и умножает дальнейшие реакции зала. Таким образом, по словам Л.В. Ратнера, зритель выступает в качестве полноправного соавтора шоу. Меняется зрительный зал – меняется и сама шоу-программа [6, с. 83].

Шоу-программы используются почти везде: на открытиях магазинов, при проведении парада, посвященного празднованию победы в Великой Отечественной войне, при инаугурации президента. В настоящее время все более популярно стало устраивать шоу-программу на корпоративных праздниках.

Еще одно определение о шоу-программе дает В.Н. Айзенштадт: шоу-программа – это то, что запомнится гостям на долгое время, это то, что сможет развеселить их и поднять настроение, подарить незабываемые впечатления и вызвать бурю положительных эмоций [1, с. 15].

Вершковский Э.В. пишет, что организация шоу-программы требует большого опыта, знаний, профессионализма и творческого подхода. Ведь угадать вкусы и предпочтения гостей бывает тяжело, а шоу-программа должна быть организована так, чтобы довольными остались все без исключения приглашенные. Шоу-программа – это быстрая и непрерывная смена ощущений, неожиданностей и эксцентрических разрешений сценических ситуаций.

Шоу представляет собой «сгущенное зрелище». При этом качество зрелища выше обычного качества эстрадного искусства: максимум разнообразия, максимум выразительности. Особая атмосфера, возникающая на шоу-

представлениях, свидетельствует, что проблема развлечения переходит в проблему общения, в удовлетворение потребности в эмоциональном катарсисе. Известно, что катарсис может происходить не только в процессе восприятия трагедии, он возможен в концертном зале и даже на спортивном зрелище. Технические возможности позволяют оснастить современные формы шоу новыми художественными приемами. Звукоусилительная и звукосинтезирующая аппаратура, позволяющая добиваться массы выразительных и нетрадиционных музыкальных и световых эффектов, пространственные декорации, применение кино – все это делает современные шоу чрезвычайно впечатляющими. На современном этапе технический, световой и декорационный антураж становится непременным атрибутом настоящего шоу [3, с. 42].

Было бы неверно утверждать, что шоу-программа может осуществляться только в условиях стационарного, адаптированного помещения. Шоу может быть на стадионах, в огромных залах, на открытых площадках – в любых местах, выбранных и арендованных организаторами для проведения эксклюзивных концертов, гастролей, знаменательных торжеств и т.д. И отнюдь не всегда выбранные для проведения шоу площадки отвечают желаемым требованиям. Специально для этого достраиваются или выстраиваются заново такие сложные технические конструкции, которые позволяют воплотить в реальность небывалого размаха аттракционы. Широко известны примеры, связанные с гастрольной деятельностью и всемирными турне таких «поп-звезд», как Мадонна, Майкл Джексон и т.д., в подготовке и проведении гастролей, в которых заняты множество специалистов шоу-бизнеса.

С. Корнеева говорит, что при постановке шоу-программ нужно учитывать следующие методологические основы: шоу не представляет собой какого-либо отдельно взятого вида искусства или самостоятельного явления в культуре. Являясь особым типом зрелищности, оно может входить в любое уже существующее самостоятельное культурное явление. Как особый тип зрелищности шоу имеет свои характеристики: программность, «развернутость» на зрителя, а главное – аттракционность воздействия. Шоу вбирает в себя такие характеристики массовой культуры, как массовость, товарность, примитивность смыслов, великолепие формы [4, с. 123-148].

Подытоживая рассмотрение структурных компонентов шоу, мы делаем вывод, что шоу, соединяясь с какими-либо формами бытования явлений искусства, привнося в них все свои характеристики (в первую очередь, особую зрелищность), содействует превращению данных явлений в продукцию масс о-

вой культуры. В Западной культуре шоу приобрело огромный размах и силу воздействия на зрителя. Здесь идёт в ход абсолютно всё. Театрализация, чёткий режиссёрский план, полное использование сценического пространства и сценографии, современная звуковая аппаратура (влияющая на психические факторы человека), синтез многих жанров искусства, от изобразительного до хореографии и кино, компьютерная световая аппаратура, техника сцены и другие достижения – такова картина зрелищных программ и шоу программ на сегодняшний день.

Опираясь на вышеизложенный материал можно дать определение концертно-зрелищной программы как программы, предназначенной для зрительского просмотра, состоящей из совокупности концертных номеров, в которой присутствует массовость участников и зрителей, а также используются театрализация, различные жанры искусства, аттракционность воздействия оформленных средствами быстрой и непрерывной смены ощущений, неожиданностями и эксцентрическими разрешениями сценических ситуаций.

В итоге нужно отметить следующие характерные особенности шоу-программ:

1) шоу-программа – это развлекательное мероприятие, разыгрывающееся перед публикой не только для увеселения зрителей, но и для передачи публике идей в виде сценических образов. Иными словами, шоу-программа выполняет функцию трансляции знаний в обществе;

2) её истоки лежат в театре, поэтому, как и для любого спектакля, для шоу-программы важно взаимодействие артистов со зрителем;

3) в наше время спектр событий с использованием шоу-программ расширился до чрезвычайности и включает все сколько-нибудь важные события;

4) для организации шоу-программ есть специализированные агентства;

5) шоу-программа – это очередность концертных номеров, объединенных одной концепцией и основанных на танцевальном, музыкальном, комедийном, цирковом жанре, представляемых одним артистом или группой артистов.

*Библиографический список:*

1. *Айзенштадт, В.Н.* Режиссура и организация массовых зрелищ. – Харьков: ХГИК, 1973 – 136 с.

2. *Белянская, Л.Б., Сталкер Д.* Хочу на сцену! М., 1997. – 448 с.

3. *Вериковский, Э.В.* Режиссура массовых представлений. – М. : Просвещение, 2004. – 165 с.

4. *Корнеева С.* Профессиональный шоу-бизнес. III том. Бизнес-

литература. М., 2010. – 374 с.

5. *Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.

6. *Ратнер, Л.В.* Эстетические проблемы зрелищных искусств. – М. : Высшая школа, 2009. – 182 с.

А.А. Крашенинникова,  
Л.М. Кетова

## **ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОГО ХОРА РУССКОЙ НАРОДНОЙ ПЕСНИ ПО ПАТРИОТИЧЕСКОМУ ВОСПИТАНИЮ МОЛОДЕЖИ**

Задачи сохранения исторического и культурного наследия нашей страны, обращение к духовным истокам русского народа приобретают сегодня острую актуальность и имеют судьбоносное значение для нашего будущего. Незнание своей истории, культуры и искусства, в том числе, богатства русской народной песни могут превратить нас в «Иванов, не помнящих родства».

Народная песня – это душа народа, но она сегодня редко звучит на радио, телевидении. Поэтому деятельность студенческого хора русской народной песни является сегодня очень актуальной. Главная задача студенческого хора Уральского государственного лесотехнического университета заключается в пропаганде русской народной песни, воспитании любви к ней у современной молодежи, а, в конечном счете, в воспитании любви и уважения к отечественной истории и культуре.

Хоровое самодеятельное творчество имеет давние традиции в нашей стране. Еще до революции в различных прогрессивных кругах России складывались демократические формы коллективного любительского творчества, которые можно считать прообразом современных форм художественной самодеятельности. В советский период развитию самодеятельных хоровых коллективов уделялось огромное внимание. Количество самодеятельных хоров существенно увеличилось. Это время характеризуется созданием широкой сети хоровых коллективов, начиная от небольших хоровых кружков и заканчивая крупными хоровыми объединениями. Особую роль сыграли самодеятельные коллективы в годы Великой Отечественной войны. Участники самодеятельности поднимали дух народа исполнением патриотических песен. В дея-