

приемом, подчас занимаются бездумным предразниванием. Эти артисты забывают, что пародия — это один из видов искусства, в данном случае эстрадного искусства, где они обязаны не только подражать, но и сказать свое слово, проявить свое отношение к творчеству пародируемого»<sup>8</sup>.

В качестве объекта пародии сегодня часто используется реклама. Действительно, это очень богатый материал, тем более, что реклама сегодня вездесуща, всем знакома, ее цитируют и помнят наизусть. Однако прием использования рекламы в качестве пародийного материала тоже не нов. Прибегал к нему, в частности, А. Райкин. В его репертуаре существовала сценка, когда герои разговаривали между собой, объяснялись в любви, ссорились, мирились — и все это через расхожие узнаваемые рекламные фразы.

«Я участвовал в номере „Кетгут“, текст которого представлял собой коллаж из торговых реклам. Ради забавы мы сталикивали в диалоге одну рекламу с другой, довели их до абсурда.

Жена утопила любовника:

— Пейте советское шампанское!

— Я ем повидло и джем, — отвечал любовник.

— Всем попробовать пора бы, как вкусно и нежны крабы, — продолжала беседу жена.

Неожиданно появился муж, снял со стены ружье и обратился к любовнику:

— Ты застраховал свою жизнь?

Любовник что-то отвечал (не помню, что именно, но тоже — рекламным текстом), раздавался выстрел, я падал, восклицая следующие:

— Сдайте кости в утильсырьё!»<sup>9</sup>

**А. Райкин, сам бывший прекрасным мастером пародии, обращал внимание на опасность, которая подстерегает артистов этого жанра, а именно — скатиться на рельсы внешнего, формального копирования, не уделяя должного внимания сути пародии.**

В частности, он сыгрался на опыте Н. Баглиева — прекрасного конферансье и пародиста кабаре «Летучая мышь»: «Баглиев, мастер точной, блестающей пародии, обладал какой-то неуловимой, „гуттаперчевой“ техникой, позволяющей ему передавать оттенки

того или иного пародируемого стиля с такой убедительностью, словно это был его собственный стиль. Как артист и как режиссер он никогда не строил свои пародии лишь на формальном подражании, копировании, предразнивании. Но всегда исходил из того, что всякий стиль, всякий прием, доведенный до некоего слушания, предела выразительности, как бы начинает пародировать сам себя»<sup>10</sup>.

### Пародия как способ раскрытия внутренней несостоятельности

Любая пародия копирует внешние признаки человека или жизненного явления, но при этом затмевается или вообще отрицается внутренний смысл того, что пародируется. Режиссеру важно понимать это противоречие, являющееся законом пародии, и искать такие ситуации и ходы, которые бы это противоречие подчеркивали, усиливали его.

А пародировать можно буквально все: движения и действия человека, его жесты, походку, мимику, речь, профессиональные привычки и профессиональные обороты речи. Пародировать можно не только самого человека, но и то, что им создано в материальном и духовном мире. Нужно только понимать: пародист стремится показать отсутствие за внешними формами духовного начала.

Можно сформулировать следующее:

**Пародия представляет собой средство раскрытия внутренней несостоятельности объекта ее внимания.**

Найдите эту несостоятельность, найдите средства ее раскрытия — и вы сделаете первый шаг в работе над пародийным номером. То есть при подготовке пародийного номера необходимо выявить и заострить внешние черты явления при отсутствии внутреннего содержания.

В пародии на эстраде очень редко копируется весь комплекс движений жестов, одежды, внешности, походки, манеры речи и так далее. Эстрада вообще работает больше деталями, чем целым. Поэтому чаще всего используется и успешнее всего принимается