# Массовые зрелища в истории России.

В России монументальные и грандиозные массовые зрелища возникли после революции 1917 года и стали играть огромную роль в искусстве. Родилось понятие революционного агит-театра. Нужно отметить, что во времена Советского Союза массовые зрелища переживали свой расцвет и подъем. Первый спектакль, осуществленный Всеволодом Мейерхольдом на огромной сцене театра РСФСР - «Зори» Э. Верхарна, носивший характер торжественного, ораториально-митингового зрелища, был настолько приближен к текущим событиям, что телеграмма о взятии Перекопа, зачитанная актером в кульминационный момент сценического действия, заставила наэлектризованный зал подняться и запеть «Интернационал». Театр был поставлен с ног на голову, здесь было все «наоборот», все перепутано и перевернуто. Вс. Мейерхольд призывал к выходу за пределы «коробки сцены» на площадь, к возрождению балагана, к превращению театрального искусства в массовое действо, в «открытое» зрелище, которое органично включало бы новые компоненты в привычную синтетичность, синтезировало бы зрелищность других видов искусств. В 1918-1920 годах массовые зрелища достигли необычайного размаха. Отметим немаловажную деталь, эти массовые действа создавались режиссерами, еще недавно принадлежавшие сплошь к лагерю эстетов, к искателям изысканных театральных форм (как, например, Н.Евреинов).

Постановками массовых зрелищ занимались лучшие театральные режиссеры: Вс. Мейерхольд, К. Марджанов, Н. Охлопков. Заложенные в семнадцатом году основные формы массового торжества - праздничная манифестация, массовое собрание-митинг, сходка - медленно вызревали в восемнадцатом и девятнадцатом годах. Их зрелищная обрядность постепенно изменялась и усложнялась. В эти годы (1918-1919) устанавливаются даты важнейших революционных празднеств, так называемый «красный календарь». С одной стороны празднества были связаны с календарем, а с другой заключали в себе активную политическую пропаганду.

Поиски нового привели к созданию таких форм, как митинг-спектакль-концерт, революционно - агитационные массовые инсценировки, массовые постановки на площадях и в парках

Сегодня, мы можем по достоинству оценить усилия, просчеты и достижения режиссеров массовых зрелищ начала ХХ века, вбиравших в себя тысячи участников и сотни тысяч зрителей. 1920-1930-е годы в праздничной культуре были отмечены стремительным развитием массовых действ, чаще всего выливавшихся в форму политкарнавалов.

К лету 1935 года относится рождение советского карнавала как самостоятельной формы массового театрализованного празднества. Элементы карнавала (маски, костюмы), особенно сатирического характера, широко применялись в массовых представлениях и празднествах

В западноевропейской театре после Второй мировой войны стали традиционными **театральные фестивали** на открытом воздухе. На открытую площадь вышел малоизвестный французский режиссер Жан Вилар. В 1947 году во внутреннем дворе папского дворца в Авиньоне, недалеко от Парижа, Жан Вилар ставит спектакль «Убийство в Соборе». Эффект привязки режиссерского решения к архитектурному ансамблю дворца был по достоинству оценен не только французским зрителем и сотнями туристов, но и требовательной критикой. Жан Вилар берется за организацию международного театрального фестиваля. Одни спектакли проходят здесь - на полукруглой сцене, «вписанной» в окружение зданий, при полном отсутствии декораций; другие - на площадке, построенной на естественном склоне холма, окруженной темной стеною леса и светлым куполом неба. Авиньонский фестиваль дал начало многим другим театральным фестивалям под открытым небом. Авиньонский театральный фестиваль, жизнь которого продолжается и по сей день, становился одним из самых представительных и престижных в Европе. В его рамках были показаны «Сид», «Макбет», «Лорензаччо», «Принц Гамбургский», «Дон Жуан» в постановке Жана Вилара. После авиньонских триумфов театральные фестивали стали устраиваться по всей Франции: в Безансоне и Бордо, Оранже и Савойе, Ниме и Блуа. Через десять лет их было уже двадцать три. Потом их число перевалило за тридцать.

В СССР в середине 1950-х годов появляется новых вид массового праздника **- театрализованное спортивное представление**. Так, в 1957 году, в честь 250-летия Ленинграда, на стадионе им. С.М. Кирова был организован большой театрально-спортивный праздник. Автором сценария и главным режиссером был народный артист СССР Г.А. Товстоногов. Самым грандиозным и самым ярким празднеством 1950-х годов был 5 Всемирный фестиваль молодежи и студентов в Москве (август 1957г.). Многонациональный состав участников фестиваля, разнородность традиций, большое количество исполнителей, обусловили многожанровость представлений и зрелищ, поиски выразительных и доходчивых форм воплощения.

В 1960-е годах получил распространение и такой вид театрализованного представления, как **пролог.** Они посвящались какому-либо актуальному политическому событию, юбилею и состоял в показе историко-революционных эпизодов, прославлении трудовых достижений, чествовании передовиков труда. Также получили свое распространение и тематические театрализованные концерты, проводившиеся в Кремлевском Дворце съездов.

Практика проведения массовых зрелищ и театрализованных представлений свидетельствует о том, что такие празднества являются одним из элементов духовной жизни общества, способствующих творческому становлению человека как гармоничной личности, сплачивающих весь народ, активизирующих его как творческую энергию и идейную целеустремленность. Вершиной искусства массовых театрализованных зрелищ явились величественные **церемонии открытия и закрытия Олимпиады-80**. Этим поистине массовым театрализованным зрелищем рукоплескали миллионы людей всей планеты. Никогда еще в истории после древнегреческих празднеств-состязаний спорт и многообразное искусство народов так не приближались, не смыкались в единство, как в этих двух зрелищах, явившихся органической частью всей московской Олимпиады

В периоды мощных социально-исторических потрясений в жизни общества разнообразные зрелищные формы начинают играть все более заметную роль. В наши дни грандиозные по масштабам, иногда слишком помпезные зрелища стали неотъемлемой частью сегодняшней жизни и получили социальную направленность. Развитие научно-технического прогресса, открывает широкие возможности организации зрелищных форм. Индустрия развлечений достигла колоссальных размеров и результатов, демонстрируя свои гигантские возможности воздействия на массы. Реалии современного развития способствуют появлению новых форм зрелищных явлений как феномена общечеловеческой культуры. Шоу конца XX - начала XXI века погружаются в море **световых спецэффектов, ведущим среди которых стал волшебник-лазер**. А представления «Звук и свет» как ничто иное убедили нас в преимуществах «театра под небом», ибо успешно обходятся не только без искусственных декораций, но и без актеров, преодолевая при этом любые расстояния в четырехмерном пространстве. Не в силах отнять пальму первенства у древнегреческого амфитеатра, возвращаясь к нему вновь и вновь в открытых и закрытых помещениях, мы находим такой «тандем», при котором бывшая «орхестра» становится местом торжества взаимопроникающих систем музыки, пластики, спорта как искусства, инженерной мысли и режиссуры. Достаточно вспомнить Открытие и Закрытие зимних Олимпийских игр во французском городе Альбервиле в 1992 году, летних в австралийском Сиднее в 2000 году, зимних в итальянском Турине 2006 году, празднование 300-летия города Санкт-Петербург, 60 - летие Победы на Красной площади в Москве, 350 – летие города Харьков и многие другие. Содружество зрелищных искусств с техническим прогрессом - вот ось движения во времени и пространстве.

Рассмотрев этапы становления и развития массовых зрелищ мы пришли к следующим выводам:

Зрелище – это форма эмоционально-эстетического, идейно-эмоционального общения, в связи с этим эффект соучастия, сопереживание и сотворчество зрителя становятся важнейшими характеристиками зрелищного искусства. Зрелищная культура является неотъемлемой частью общества и оказывает огромное влияние на его развитие.

Зрелище предписывает зрителю определенный поведенческих статус, предполагает распределение во времени четких, отобранных режиссером кульминант, как правило, зрелищного порядка, мизансцен, построенных на зрелищных эффектах.

**Технологии организации шоу-программ**

**Шоу** - постановочное зрелище, представление, с участием артистов эстрады, цирка, хореографии и других жанров. Прародителями современного шоу явились древние зрелища: гладиаторские бои, карнавалы (Бразилия, Европа), коррида и т.д.

В России эта деятельность была представлена в виде народных забав, ярмарочных представлений с участием певцов, канатоходцев, дрессированных животных, иллюзионистов, жонглеров, акробатов и т.д, позднее появились варьете, оперетты, мюзик-холлы.

Послереволюционные шоу, были окрашены пропагандой коммунистических идей. Атрибутами буржуазной культуры являлись ресторанные зрелища, с участием куплетистов, танцовщиц (танец «Канкан»), исполнителей белогвардейских романсов и песен, артистов разговорного жанра и цыган.

Послевоенный период ознаменовался появлением телевизионных развлекательных программ «Голубой огонек», «Кабачок 13 стульев», концертов советской песни, фестивалей и эстрадных конкурсов. Постперестроечные развлекательные программы строились уже по образцу западного шоу.

Можно выделить **основные виды шоу-программ:**

- телевизионные (ток-шоу);

- реалити-шоу;

- игровые;

- информационно-зрелищные, развлекательные и т.д.).;

- уличные представления (карнавалы, парады, шествия, пиротехническое и лазерное шоу и т.д.);

- программы спортивно-технической направленности (аква-, авто-, мото-шоу и др.);

- клубные программы различной направленности (развлекательные, игровые, музыкальные, танцевальные и т.д.).

К **принципам построения шоу-программ** относятся:

- принцип системности;

- разножанровости номеров;

- эмоционально-тематической переклички;

- динамичности, темпоритма, контрастности, зрелищности, разнообразия.

В процессе построения шоу-программы учитываются психологические аспекты восприятия, логичность чередования номеров, неожиданность сюжетного хода.

Новейшее техническое оборудование современного шоу: светодизайн, звукоаппаратура, пиротехнические средства, декорации.

Разработка шоу-программ предусматривает **два основных этапа:** подготовительный и, непосредственно, организационный.

В процессе подготовительного этапа необходимо изучить:

- среду воздействия - численность и структуру населения в данном районе;

- наличие других организаций культуры и театрально-зрелищных предприятий;

- творческие возможности учреждения - наличие творческих коллективов и исполнителей, ведущих, организаторов, художников, режиссеров и т.д.;

- материально-технические возможности - условия сцены, вместимость зала, наличие технического и звукового оборудования; финансовые возможности учреждения.

При разработке и подготовке шоу-программ необходимо учесть следующие аспекты:

**1) организационный аспект:**

- художественное оформление помещений, в которых будет осуществляться прокат программы;

- установка звуковой, музыкальной и технической аппаратуры;

- расписание репетиций;

- подбор группы менеджерского состава (менеджеры, арт- менеджеры и т.д);

- создание бытовых условий для исполнителей ( наличие гримерных комнат и комнат отдыха).

**2) маркетинговый аспект:**

- выявление процента потенциальной зрительской аудитории;

- исследование необходимости и дальнейшей популярности данной программы;

- организация рекламной кампании;

- подготовка афиш и рекламного видео ролика;

- организация каналов распространения билетов.

**3) финансовый аспект:**

- формирование бюджета проекта;

- поиск генеральных, официальных спонсоров;

- подготовка коммерческих предложений для определенной категории организаций, которые могут быть заинтересованы в спонсорстве.

**4) нормативно-правовой аспект:**

- заключение договора с исполнителями и выполнение договорных обязательств.

Как уже было сказано выше, подготовка и разработка шоу-программ требует наличия информационных, финансовых, технологических, технических и человеческих ресурсов. Производство шоу-программы невозможно без создания определённого штата. Штат такой организации подразделяется на творческий и менеджерский.

**Творческий состав, или режиссерско-постановочная группа включает:**

- автора сценария, литературного текста, реприз, диалогов, текста ведущих, сюжетного и образного построения;

- режиссёра-постановщика, осуществляющего детальную режиссёрскую разработку и руководство постановочным процессом;

- балетмейстера-постановщика, который, работая в тесном контакте с режиссёром-постановщиком, с помощью танца, пантомимы, массовых хореографических сцен осуществляет замысел режиссёра;

- художника-постановщика, создающего сценографическое решение и осуществляющего авторский и технический контроль за исполнением своего замысла;

- заведующего постановочной частью, занимающегося расчетом необходимого количества сценических декораций и их производством в соответствии с художественно-декорационным решением художника постановщика;

- художника по костюмам;

- художника по свету, осуществляющего световое решение проекта и работающего в тесном контакте с режиссером;

- звукорежиссера, который несет ответственность за качество звука и комплектацию необходимого звукового оборудования;

**Менеджерский состав может включать в себя:**

**-**арт-менеджер или арт-директор, который подбирает исполнителей, составляет редакторский лист с указанием названия произведения, авторов музыки и текста, заполняет рапортички для Российского авторского общества;

**-**директора шоу-программы, занимающегося организацией и постановкой, определяющего технические и административные задачи в соответствии с творческими задачами, и контролирующего их исполнение;

**-**главного администратора, работающего с административным штатом, контролирующего работу администраторов по транспорту, реквизиту, а также являющегося материально ответственным лицом и координирующего работу подчиненных ему администраторов;

**-**PR-менеджера, осуществляющего рекламную кампанию проекта в средствах массовой информации;

**-**коммерческого директора, заключающего контракты с исполнителями, артистами, приглашенными сотрудниками в режиссерско-постановочную группу, фирмами - арендаторами светового, звукового, сценического оборудования, производителями художественно-декорационного оформления шоу-программы, финансовыми структурами и др.

Структурной единицей шоу- программы является номер. Для привлечения внимания зрительской аудитории необходимо соблюдать следующие условия постановки номера:

- зрелищность, которая может быть достигнута посредством яркости костюмов, массовости исполнения;

- неожиданность режиссерского решения;

- вовлечение в процесс исполнения номера зрительской аудитории;

- оригинальность номера;

- продолжительность номера не должна превышать 3,5-4,5 минут. Необходимо также основываться на логику построения сборной программы с учетом условий зрительского восприятия.

Финансирование зрелищных мероприятий осуществляется из различных источников: государственный бюджет, собственные средства организаций культуры, спонсорские вложения.

Спонсорство наиболее выгодное сотрудничество в реализации совместных проектов. Спонсорская поддержка оформляется договором, содержащим взаимные обязательства сторон. Перечень услуг и их стоимость по каждому пункту, как правило, прилагаются к творческой концепции и выносятся на рассмотрение финансовой структуры, готовой предоставить необходимые средства. В основном это пакет рекламных услуг. К нему относятся :

- указание спонсора в титрах ТВ-программы, посвящённой данному проекту;

- указание спонсора (торговой марки, логотипа) в афишах, растяжках, и других видах печатной продукции;

- рекламные щиты в месте проведения шоу-программы;

- размещение логотипа фирм - спонсоров в оформлении помещения;

- участие спонсора в пресс-конференциях, посвящённых данному мероприятию;

- упоминание о шоу-программе в газетных публикациях и телеэфире;

- предоставление пригласительных билетов на места VIP.

Все вышеперечисленные услуги должны быть эквивалентны финансовым вложениям спонсора.

Бюджет постановки шоу (концерта, мюзикла, театрализованной программы, музыкального спектакля) предусматривает следующие затраты:

- расходы на выплату гонораров артистам и исполнителям;

- расходы на заработную плату труппы и аренду репетиционного зала;

- расходы на производство декораций, пошив костюмов, изготовление реквизита;

- расходы на аренду и покупку необходимого технического оборудования;

- расходы на рекламу.

Важным принципом построения является взаимодействие со зрителями в зале, включение их в процесс проведения шоу. Существует множество таких номеров, где главными действующими лицами становятся зрители. Это и викторины, и всевозможные конкурсы, и импровизационные номера.

Процесс создания шоу-программы включает в себя следующие **технологические этапы:**

- концепция, которая заключается в идее, оригинальности сюжета, выборе темы, все это играет важную роль в создании шоу-программы;

- подбор материала - проводится поиском литературного материала, темы, музыкальных фонограмм;

- финансовое обеспечение проекта - заключается в составлении бизнес-плана и разработке творческо-производственных показателей, а также в обеспечении источников финансирования;

- подбор исполнителей - это создание творческой группы;

- реклама – включает в себя анализ и выбор средств рекламирования, доступных данному учреждению культуры;

- репетиции – это творческий процесс не только для исполнителей, но и для самого режиссёра: режиссер наблюдает за тем, что происходит на сцене, как действуют участники программы, он не только проверяет осуществление задуманного, но и мысленно соотносит данное с должным и ищет наиболее правильное решение своих творческих задач: выразительные краски, свет, музыкальное решение, мизансцены и т.д.; таким образом, репетиционная работа режиссёра строится в следующем порядке: 1) работа над сводными номерами; 2) работа над внесением в номера нужных для программы корректур; 3)работа с ведущим над текстом; 4)музыкальное сопровождение; 5) прогон.

- последний этап - организация проката.