

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра музыкально-
инструментальной подготовки

СЦЕНИЧЕСКИЙ ИМИДЖ ЭСТРАДНОГО ВОКАЛИСТА

Автореферат
выпускной квалификационной работы бакалавра

студентки V курса 551 группы
направления подготовки 53.03.01 – Музыкальное искусство эстрады
(профиль «Эстрадно-джазовое пение»)
Института искусств

ТАЖЕНОВОЙ ДАУРИИ ТАЛГАТОВНЫ

Научный руководитель

доцент, канд. пед. наук _____ Корчагина Н.В.
(подпись, дата)

Зав. кафедрой

доцент, канд. пед. наук _____ Королева И. А.
(подпись, дата)

Саратов 2019

Введение. Проблемы создания позитивного профессионального имиджа личности и благоприятного имиджа организации стали актуальными в нашей стране в связи с экономическими реформами. Там, где есть конкуренция, свободный выбор, где личность всё больше ориентирована во вне, успех в очень большой степени зависит от того, что мы собой представляем, какое впечатление производим, то есть речь идёт об имидже. Понятие «имидж» стало предметом повышенного общественного внимания в конце 80-х годов XX века в связи с новыми социально-экономическими условиями жизни общества [5].

Эстрадный артист – это профессия социально-культурной среды, его деятельность связана с общением с аудиторией, с выступлениями на сцене. Большое значение в его работе имеет неповторимый, индивидуальный образ. Сценический имидж артиста – необходимое условие для существования артиста в творческой профессии, а умение сформировать имидж является неотъемлемой частью профессиональной деятельности эстрадного вокалиста.

Психологии имиджа посвящены работы В.Г. Зазыкина, Г.И. Лаптева, Е.А. Петровой, Е.Б. Перелыгиной, С.К. Сергиенко и др. Тему имиджелогии и имиджа артиста рассматривали В.В. Белобрагин, Е.В. Емельянова, Е.М. Забазнова, Т. В. Метляева, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, Е.М. Самсонова, И.А. Федоров, В.М. Шепель и др. Однако необходимо отметить, что проблема формирования сценического имиджа эстрадного вокалиста исследована недостаточно. Отсюда возникает несоответствие между практической необходимостью обучения эстрадных исполнителей формированию собственного сценического имиджа и отсутствием соответствующего теоретико-методологического обеспечения этой работы. Не решать эту проблему – значит оставлять без внимания важный аспект в обучении эстрадных вокалистов.

Всё вышесказанное и обусловило выбор **темы** выпускной квалификационной работы – **«Сценический имидж эстрадного вокалиста».**

Цель выпускной квалификационной работы: рассмотреть теорию и практику формирования сценического имиджа эстрадного вокалиста.

Задачи выпускной квалификационной работы:

1. Рассмотреть сущность и структуру сценического имиджа.
2. Выявить особенности сценического имиджа в сфере эстрадного вокального исполнительства.
3. Кратко проанализировать сценические образы известных эстрадных вокалистов.
4. Описать работу над формированием сценического имиджа эстрадного вокалиста.

Методологической базой исследования являются труды В.В. Белобрагина, В.Г. Горчаковой, Е.В. Емельяновой, А.С. Ковальчук, Т.В. Метляевой, А.Ю. Панасюк, Е.В. Петренко, Е.А. Петровой, Г.Г. Почепцова, А.В. Романовой, Е.М. Самсоновой, И.А. Федорова, В.М. Шепель и др.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, приложений. Структура работы определена задачами исследования, их логической связью.

В первой главе рассмотрено понятие о сценическом имидже, определены его составляющие элементы; описаны особенности сценического имиджа музыканта в сфере эстрадного вокального исполнительства.

Вторая глава посвящена анализу наиболее ярких сценических образов известных эстрадных вокалистов прошлого и современности. Здесь же описана практическая работа по формированию сценического имиджа эстрадного вокалиста на основе результатов, полученных в ходе проведённого выше анализа.

Заключение содержит выводы, представляющие результат решения поставленных задач. Выпускную квалификационную работу завершает список использованных источников, включающий 35 наименований.

Основное содержание работы. Имидж (от англ. image – «образ»),

«изображение») – искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. В словаре профессионального образования С.М. Вишнякова имидж определяется как целенаправленно формируемый средствами массовой информации, самим человеком, а также специальными людьми, называемыми имиджмейкерами, образ какого-либо лица, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы и т. п. Имидж в словаре терминов по общей и социальной педагогике Воронина А.С. представлен как реальный (или воображаемый) облик, стиль делового человека; отношение к нему на основе его популярности и успеха, доверия и симпатий людей. Обычно ассоциируется с понятиями престижа и престижности, с репутацией.

С точки зрения философии имидж тесным образом связан с духовностью, моралью, этикой, эстетикой, с нравственными, этическими и эстетическими основами личности человека, которые применяются в качестве критериев в технологии его создания. Имидж здесь рассматривается как личностно-ориентированная структура, являющаяся эквивалентом субъективного отношения человека к социальным процессам, явлениям, людям. В социологии имидж определяется как мнение, оценочное суждение, которое опирается на процесс социального оценивания; как социальный портрет, совокупность свойств, которое приписывается объекту рекламой, пропагандой, менталитетом, модой, предрассудками; как составная часть определённой социальной роли, то есть как совокупность представлений, сложившихся в обществе, о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом. Наибольший опыт исследования вопроса имиджа существует в психологии, где имидж рассматривается как особый психический образ, а деятельность по его созданию как специфическая психологическая деятельность. В психологии имидж воспринимается как непосредственно или целенаправленно создаваемое впечатление о личности или социальной структуре.

Эстрадное пение является популярным видом современного музыкального искусства. Многим этот вид искусства интересен тем, что элементы пения, слова, игры, движения сливаются в одно сценическое целое. Музыкальное искусство эстрады воздействует на большую аудиторию, и благодаря ярко выраженной социальной направленности, оказывает на неё большое влияние. Эстрадное пение является синтетическим искусством, объединившим в себе многочисленные этнические культуры и профессиональные певческие традиции; пение, близкое к речевой манере, пение с танцем и актёрская игра, использование акустической аппаратуры, широкий разнообразный репертуар.

На создание сценического имиджа эстрадного вокалиста в большой степени «работает» его костюм. Наиболее яркое впечатление в момент выхода артиста на сцену зрители получают именно от костюма исполнителя. Большое значение в имидже современного эстрадного вокалиста играет хореография. Современное шоу предполагает в центре внимания танцующего певца, в меру возможностей повторяющего некоторые движения хореографической группы (шоу-балета). Движения и жесты наполняют выступление эстетически отобранными эмоциональными красками, украшая различными оттенками того или иного настроения, что даёт исполнителю возможность самовыражаться посредством самостоятельного создания пластического рисунка. Важной тенденцией в формировании сценического имиджа эстрадного вокалиста является требование к его универсальности. Под универсальностью подразумевается умение петь на любой сцене, в различных условиях, знать разный репертуар.

В истории мировой музыки немало выдающихся эстрадных вокалистов, которые заставляли весь мир говорить о них и восхищаться не только их вокалом, но и сценическим имиджем. Известны не только их песни, но и запоминающиеся образы, отличительные черты, свойственные только этим артистам. Сценический имидж в России XX века всегда рассматривался как актуальная тенденция в эстрадном искусстве.

Рабочие инструменты эстрадного певца – это его психофизиологические данные: тело, пластика, голосовые данные (дикция, связки, дыхательный аппарат и пр.), музыкальный слух, чувство ритма, эмоциональность, наблюдательность, память, воображение, эрудиция, скорость реакции и т. д. Соответственно, каждое из этих качеств нуждается в развитии и постоянном тренинге – только это позволяет исполнителю находиться в рабочей форме. Такой же тщательной «настройки» и постоянной работы над собой требует и сценический имидж эстрадного вокалиста. Сценический имидж – это роль, которую нужно прожить на сцене, но при этом в этом амплу должна чётко прослеживаться личность самого эстрадного вокалиста, его индивидуальность, непохожесть на других.

В.М. Шепель и В.Г. Горчакова в своих трудах дают рекомендации по созданию сценического имиджа эстрадного певца:

- 1) создание картограммы эстрадного исполнителя – выявление индивидуальных, личностных и профессиональных характеристик;
- 2) создание картограммы художественного персонажа исполняемого произведения – это совокупность личностных, индивидуальных и профессиональных качеств исполнителя с вымышленными личностными характеристиками, присущими образу персонажа;
- 3) личностный настрой исполнителя: мотивированность эстрадного исполнителя на создание образа персонажа исполняемого произведения);
- 4) «фейсбилдинг» (термин В.М. Шепеля): мимика, макияж, грим, волосы, причёска – включает в себя целый ряд положений, которые связаны с созданием соответствующего лица, адекватного замыслу имиджа;
- 5) кинесика и жесты (информативность, язык телодвижений) – искусство использования телесных данных исполнителя в целях создания целостного образа музыкально-художественного номера;
- 6) дизайн одежды – одежда выступает как средство общения исполнителя со зрителем, как инструмент воздействия на аудиторию, помогая более подробно донести основную мысль и личностные

характеристики образа персонажа музыкально-художественного номера;

7) «очарование словом» (термин В.М. Шепеля) – умение донести основную мысль, заложенную в тексте произведения;

8) «очарование звуком» – владение различными вокальными методиками и приёмами, индивидуальный тембровый окрас голоса, диапазон исполнителя;

9) энергетика и харизматичность эстрадного исполнителя – это способность исполнителя привлечь и удержать внимание публики;

10) система самозащиты – самообладание и чёткая ориентация в расчёте вариантов своих возможных действий.

Заключение. Данная выпускная квалификационная работа бакалавра посвящена теории и практике формирования сценического имиджа эстрадного вокалиста. Проведя анализ по теме исследования в соответствии с поставленными задачами, мы смогли сделать следующие выводы:

1. Сценический имидж – обязательная составляющая работы артиста, это телесно-эстетический образ артиста, обладающий рядом индивидуально-типических признаков, демонстрируемых как на сцене, так и вне её, оказывающих определённое эмоционально-эстетическое воздействие на индивидуальное, групповое и массовое сознание аудитории. Задача имиджа в эстрадном искусстве как части индустрии развлечений – привлекать зрителя, быть ярким, интересным, запоминающимся, и в конечном итоге, – приносить прибыль. Однако данная цель не отменяет общечеловеческих нравственных ценностей, которые обязательно должны присутствовать в основе сценического имиджа любого артиста. Мастерство артиста в жанре эстрадной песни сегодня нередко перестаёт быть главным критерием его оценки, а на первое место выходит сознательно созданная продюсерами аура его жизни вокруг искусства, его внесценический имидж, когда популярность обеспечивается не за счёт исполнительского таланта или высокохудожественных песен, а за счёт маркетинга и PR, которые основываются на скандале. Здесь возникает важный вопрос о нравственной

«подоплёке» сценического имиджа артиста; данный вопрос представляется чрезвычайно важным в свете современных тенденций развития коммерческой индустрии эстрадного исполнительства, но он должен являться темой отдельного исследования.

Структура сценического имиджа состоит из: индивидуальных, личностных и профессиональных характеристик артиста; вымышленных личностных характеристик образа персонажа в исполняемом произведении; мотивированности на создание художественного образа; мимики, грима, причёски; языка телодвижений; костюма; культуры общения с аудиторией; способности исполнителя привлечь и удержать внимание публики на протяжении всего выступления; стрессоустойчивости, самообладания.

2. Имидж эстрадного вокалиста представляет собой сложный комплекс элементов сценического действия и атрибутов эстрадного номера. И если в обиходной практике под имиджем подразумевается особенности одежды, макияжа, причёски артиста, то, по мнению учёных (А.Ю. Панасюк, И.А. Федоров, В.М Шепель и др.), это понятие несёт в себе более глубокий смысл, и уходит корнями в психологию и во внутренний мир человека. Особенности сценического имиджа эстрадного вокалиста:

- наличие помимо индивидуальных, личностных и профессиональных характеристик вокалиста ещё и вымышленных образных характеристик персонажа исполняемого произведения;

- создание определённой мимики, грима, причёски в соответствии с музыкально-художественным образом номера;

- большая роль хореографии и важность владения пластикой тела в момент сценических выступлений;

- выбор костюма в зависимости от жанра исполняемого произведения с целью донесения личностных характеристик образа персонажа музыкально-художественного номера;

- индивидуализированный подбор репертуара в зависимости от природных данных и личностных черт певца;

- обязательное наличие яркого актёрского таланта и мастерства, актёрской индивидуальности, умения театрализовать песню, общаться со зрительным залом;

- универсальность, т.е. умение петь на любой сцене, в различных условиях, знать разный репертуар, владеть всем разнообразием вокальных приёмов эстрадного пения, работать с электромузыкальной аппаратурой;

- индивидуальный тембр голоса, ярко выраженное сценическое обаяние и харизма.

3. Опыт предыдущих поколений и пример современных представителей музыкальной индустрии может дать начинающему эстрадному вокалисту немало полезной информации при формировании своего неповторимого сценического имиджа. В центр внимания публики попадают не только образы, созданные артистами непосредственно во время исполнения песни на сцене, но также и образы, представленные на различных мероприятиях, вручениях премий и т.п., которые также являются частью деятельности эстрадного вокалиста и, до некоторой степени, возможностью для его творческой самореализации и высказывания своих творческих идей. Опираясь на анализ сценических образов знаменитых эстрадных певцов (А. Вертинский, М. Магомаев, А. Пугачева, Майкл Джексон, Мадонна, Леди Гага), отметим те тенденции в формировании их образов, которые можно применить начинающим исполнителям, ещё только ищущим путь к своему индивидуальному сценическому имиджу:

- стремление быть ярким, не бояться идти на эксперименты, не бояться нового, быть смелым и даже экстравагантным в поиске своего образа;

- чёткое понимание своей артистической миссии и основной цели своего музыкального высказывания на сцене, в зависимости от которых строится сценический имидж артиста;

- умение найти свои оригинальные, сильные стороны во внешности, в голосе, в поведении на сцене;

– понимание необходимости быть открытым для новой информации, для актуальных общественных тенденций, быть многогранным в своём творческом поиске;

– наличие выраженной, доминирующей над прочими, мотивации быть услышанным и замеченным публикой.

4. Формирование сценического имиджа эстрадного вокалиста требует такой же тщательной «настройки» и постоянной работы над собой, как и пластика, голосовые данные, музыкальный слух, чувство ритма, эмоциональность и т.д. Л.Г. Азарова, Е.Е. Старовойтова выделяют три направления формирования сценического имиджа:

1. Внутренняя работа над образом (анализ исполняемого, внутреннее перевоплощение в желаемый образ персонажа, психологические и интуитивные методы для достижения желаемого образа).

2. Внешняя работа над образом (стилизация образа персонажа через костюм, причёску, аксессуары).

3. Управление имиджем (создание информационных носителей для усиления эффекта перед выступлением, размещение и продвижение на различных площадках: социальные сети, телевидение, радио).

Исполнителю должно быть комфортно в его образе, не должно быть диссонансов, иначе зритель не поверит образу, и сценический имидж исполнителя окажется сомнительным. Прежде всего, эстрадный исполнитель – это артист, профессия которого связана с работой на публику. В процессе подготовки к публичному выступлению исполнителю необходимо продумать образы, которые он будет воплощать, найти примеры этих образов в жизни, в литературе, живописи, в театре и т.д. Каждый образ создаётся исходя из личностных особенностей артиста, его характера, творческого потенциала, его личных предпочтений. Сценический образ музыканта и его индивидуальный стиль находятся в глубокой взаимосвязи.