

ДИСКУРС ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ШОУ

Дискурс презентационных шоу выстраивается в соответствии с определенными постановочно-исполнительскими требованиями: 1. *«клиповость»* (динамичная смена сценических «картинок»); 2. *драматичность* (развитие главной сюжетной линии от зачина к кульминации, от кульминации – к саспенсу); 3. *цикличность основного мессиджа* (первоначально сформулированный мессидж должен непрерывно получать разнообразные свои воплощения, материализуясь перед публикой в визуально-вербальных, аудиальных, игровых и иных формах и фигурах); 4. *яркость и эмоциональная эффектность* транслируемых образов.

«Клипový» характер дискурса презентационного шоу продиктован задачей обеспечения аудитории непрерывной новизной и сменой впечатлений. Опытные пиарщики и шоу-мейкеры знают, что клиенту не надо давать опомниться от шоу-атаки. Зрелище должно постоянно удерживать внимание публики, развлекать ее все новыми «переменами блюд». Во время шоу ни в коем случае не должны образовываться паузы, лишённые информативно-эмоционального насыщения. Все сюжеты в информативно-образном плане должны быть плотно приторочены друг к другу.

Перформанс шоу может осуществляться либо по нормативному принципу «игры по правилам», либо по принципу управления неопределенностью.

Нормативная модель шоу предполагает разворачивание представления строго по плану, по заранее установленным правилам игры. Импровизации в игре возможны, но только такие, которые не разрывают предписанной канвы. Интерактивность здесь похожа на «рояль в кустах» или на игру в «маски», где публике предлагают примерить «маску» то судьи, то «героя второго плана», то «простака», то комментатора, то представителя референтной группы. Большинство телевизионных шоу построено именно по данной модели.

«Открытая» модель шоу предполагает, что в его сценарном проекте закладываются только рамочные условия проведения представления, расписываются более или менее подробно только главные стратегии шоу и стратегические имиджи *презентаторов* – шоуменов, презентационных героев. Определяются также основные моменты, когда необходимо подключение к действию публики. Конкретные же ходы и повороты интерактивной игры с публикой детально не просчитываются, вмешательство шоу-менов носит главным образом медиативный характер. Данная модель используется при организации следующих перформансов: разговор звезды с публикой в прямом эфире, выход политика в народ, зафиксированный СМИ, телемарфоны, фестивали, ярмарки, городские гуляния, флэш-мобы.

Фаза перформанса шоу-дискурса в обязательном порядке содержит презентационный компонент, который имеет свою динамическую структуру. Структурной единицей презентационного плана перформанса, с нашей точки зрения, является *презентационный шаг*.

Под презентационным шагом мы понимаем произведение презентаторами таких изменений в семиотическом образе продвигаемых ценностей, фирм, институтов, субъектов, которые сообщают данному образу новые дополнительные смыслы и значения. К примеру, презентационным шагом в демонстрации модной одежды является выход модели на подиум в новом облачении. В электронной презентации научного проекта презентационным шагом является смена слайда, сопровождаемая пояснительными комментариями. Презентационным шагом во время устного чтения доклада будет подчеркивание новой мысли как посредством слов, так и с помощью выразительного жеста. В event-шоу в качестве презентационных шагов выступают мизансцены, рассказывающие о конкретных достоинствах продвигаемого лица, товара, произведения и т.д.

В игровых шоу в качестве презентационных шагов выступают мизансцены, разыгрываемые участниками игры, в ходе которых они выполняют то или иное задание.

О. Ф. Русакова