

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

ДЕПАРТАМЕНТ МУЗИКА

Доц. Етиен Херцел Леви

МУЗИКАЛНИ ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТИ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ НА ДИСЕРТАЦИЯ

за присъждане на образователна и научна степен “Доктор”

Област на висше образование: Изкуства

Професионално направление: 8.3. Музикално и танцово изкуство

Научен ръководител: проф. д-р Милена Шушулова-Павлова

София, 2023

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

УВОД	4
-------------------	---

ПЪРВА ГЛАВА. ИСТОРИЯ НА МУЗИКАЛНИТЕ ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТИ

1.1. СЪЩНОСТ НА РЕАЛИТИ ФОРМАТИТЕ	8
1.2. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ВЪЗНИКВАНЕ НА МУЗИКАЛНИ РЕАЛИТИ ФОРМАТИ.....	10
1.3. МУЗИКАЛНО-ПЕВЧЕСКИТЕ ФОРМАТИ ПО СВЕТА	12
1.3.1. „POP IDOL”/„ПОП АЙДЪЛ“	12
1.3.2. “X FACTOR”/„Х-ФАКТОР“	18
1.3.2.1. СЪЩНОСТ НА ФОРМАТА	18
1.3.2.2. МЕЖДУНАРОДНИ ВЕРСИИ НА “Х-ФАКТОР”	20
1.3.3. “THE VOICE”/“ГЛАСЪТ“	23
1.3.4. „TU KARA ME SUENA”/“КАТО ДВЕ КАПКИ ВОДА“	27
1.4. ПОЯВА НА ПЕВЧЕСКИТЕ ФОРМАТИ В БЪЛГАРИЯ	29

ВТОРА ГЛАВА. ТЕЛЕВИЗИОННИ ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТИ ЗА НОВИ ТАЛАНТИ В БЪЛГАРИЯ

2.1. „МЮЗИК АЙДЪЛ” в България	40
2.1.1. СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМАТА.....	40
2.1.2. ПЪРВИ СЕЗОН НА „МЮЗИК АЙДЪЛ“.....	42
2.1.3. ВТОРИ И ТРЕТИ СЕЗОН НА „МЮЗИК АЙДЪЛ”	47
2.2. „Х-ФАКТОР“ в България	52
2.2.1. СЪЩНОСТ НА ФОРМАТА	52
2.2.2. ПЪРВИ СЕЗОН НА „Х-ФАКТОР“	54
2.2.3. ВТОРИ И ТРЕТИ СЕЗОН НА „Х-ФАКТОР“	58
2.2.3. ЧЕТВЪРТИ И ПЕТИ СЕЗОН НА „Х-ФАКТОР“	62
2.3. РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПОБЕДИТЕЛИТЕ СЛЕД КРАЯ НА ФОРМАТИТЕ	65
2.3.1. РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПОБЕДИТЕЛИТЕ ОТ „МЮЗИК АЙДЪЛ”	65
2.3.2. МУЗИКАЛНА КАРИЕРА НА ПОБЕДИТЕЛИТЕ СЛЕД КРАЯ НА „Х-ФАКТОР“	67

ТРЕТА ГЛАВА. ВОКАЛНА РАБОТА С ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ ОТ ФОРМАТИТЕ „МЮЗИК АЙДЪЛ” И „Х-ФАКТОР“

3.1. СЪЩНОСТ НА ВОКАЛНО-ИЗПЪЛНИТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ	72
3.2. ВОКАЛНА ПОДГОТОВКА НА ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ	75
3.3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ВОКАЛНАТА РАБОТА С ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ	79
3.3.1 РЕЗУЛТАТИ НА УЧАСТНИЦИТЕ В ПЪРВИ И ВТОРИ СЕЗОН НА „МЮЗИК АЙДЪЛ“	80
3.3.2. РЕЗУЛТАТИ НА УЧАСТНИЦИТЕ В ПЪРВИ СЕЗОН НА „Х-ФАКТОР“	85

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА. ТЕЛЕВИЗИОНЕН ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТ ЗА ИМИТАЦИИ „КАТО ДВЕ КАПКИ ВОДА“

4.1. СЪЩНОСТ НА ФОРМАТА.....	92
4.2. ЖУРИ	95

4.3. УЧАСТНИЦИ.....	98
4.4. ПОДГОТОВКА НА УЧАСТНИЦИТЕ ЗА ВОКАЛНИ ПРЕВЪПЛЪЩЕНИЯ	107
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	117
ПРИНОСИ	121
БИБЛИОГРАФИЯ и ИЗТОЧНИЦИ	123
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	133
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	136

Увод

След 2000 година широко разпространение намират музикалните риалити формати. В тях акцентът се поставя върху таланта на участниците и шанса за успешна реализация. Тези формати се радват на голяма популярност и телевизионна публика в широк възрастов диапазон и предизвикват, както положителни, така и отрицателни емоции.

Според част от зрителите, продуцентите и журито налагат мнението, че по време на формата участниците се развиват много и израстват професионално. Зрителите смятат, че това е реклама с цел привличане на повече участници и осигуряване на възможно по-голяма печалба.

Дали това е така? Така ли мислят и участниците във форматите?

Големият интерес, от страна на стотици изпълнители, както и желаещите да участват в музикалните формати, показва, че те се надяват да успеят чрез тях. Според кандидатите, тези формати ще им помогнат да бъдат забелязани, да добият популярност и да се реализират успешно. Показателен е фактът, че почти всички участници изразяват своята удовлетвореност от работата си във форматите и заявяват готовност да участват отново, ако им бъде предоставена такава възможност.

Настоящото изследване е провокирано от изключителния интерес на аудиторията към появилите се телевизионни музикални формати, от появата на множество мнения и коментари за тях, както положителни, така и негативни: за вокалните качества на избраните участници, за обективността на журито и техните оценки, за коректността на класацията и победителите.

Изборът на темата е провокиран от актуалността на проблема и неговата практическа значимост за откриване на нови, неизвестни вокални изпълнители, на талантиливи и способни хора от всички възрасти.

Дисертационният труд е резултат от многогодишната ми вокална работа с участниците в различните музикални формати, а също така и от личното ми участие в някои от тях. Той изследва същността на телевизионните музикалните формати, значението им за откриване и популяризиране на участниците в тях.

Целта на настоящия дисертационен труд е да се установи ролята и значимостта на музикалните формати за откриване, вокална подготовка, популяризиране и реализиране на участващите в тях изпълнители.

Във връзка с целта се поставят следните **задачи**:

1. Да се проследи историята на телевизионните певчески формати.
2. Да се проучат и опишат телевизионните певчески формати, реализирани в България и участниците в тях – водещи, жури, изпълнители.

3. Да се проследи ефективността на вокалната подготовка на изпълнителите във форматите „Мюзик айдъл“, „Х-фактор“ за постигане на оптимално развитие на вокално-изпълнителските им умения.
4. Да се проследи реализацията на победителите от форматите „Мюзик айдъл“ и „Х-фактор“ като вокални изпълнители след участието им във форматите.
5. Да се проследи значението на вокалната подготовка на изпълнителите във формата „Като две капки вода“ за усъвършенстване на техните изпълнителски умения и повишаване качеството на вокалните им превъплъщения.

В настоящото изложение се прави анализ на същността на реализираните в България музикални певчески формати. Проследява се вокалната работа с участниците във форматите „Мюзик айдъл“, „Х-фактор“ и „Като две капки вода“. Прави се опит да се отговори на въпроса доколко тези предавания подпомагат професионалното развитие на участниците в тях.

Структурата на докторантския труд включва увод, четири глави, заключение, библиография и приложения.

Първа глава е посветена на историята на музикалните певчески формати. Разгледани са: 1. Предпоставки за възникване на музикалните риалити формати; 2. Музикални певчески формати по света – *Pop Idol*, *X-Faktor*, *The Voice*, *Tu kara me suena* (Като две капки вода). 3. Поява на певческите формати в България.

Втора глава е посветена на телевизионните **певчески** формати, насочени към откриване на нови таланти. Разгледани са същността и специфичните особености на форматите *Мюзик айдъл* и *Х-фактор*. Проследява се реализацията на победителите.

Трета глава разглежда вокалната работа с участниците от форматите *Мюзик айдъл* и *Х-фактор*. Описани са същността на вокално-изпълнителската дейност и вокалната подготовка на участниците. Представени са резултатите от вокалната работа. Направен е сравнителен анализ на резултатите от двата формата.

Четвърта глава представя същността на телевизионния формат *Като две капки вода*, журито, участниците, тяхната вокална подготовка и резултатите от нея.

В края на разработката е направена библиографска справка на използваните литературни и интернет източници. Още в началото на докторския труд бихме искали да се уточни, че по-голямата част от източниците са интернет ресурси и сайтове (поради липса на научни изследвания и библиография в тясната област на докторската работа, особено на български език). Всички сайтове са проверени на 18.7.2023 и тогава са били достъпни с нужната информация. Това уточнение е необходимо, за да се избегне излишно повторение в дадените ресурси под черта.

ПЪРВА ГЛАВА. ИСТОРИЯ НА МУЗИКАЛНИТЕ ПЕВЧЕСКИТЕ ФОРМАТИ

1.1. Същност на риалити форматите

Формат е термин, който се използва като универсален за писатели, автори и творци, които имат първоначална идея, която да развият достатъчно добре, за да създадат това, което ние определяме като продукт, който се продава успешно по света. Според Дейвид Бодикомб „форматът има два основни етапа в развитието си – на хартиен носител и формат на телевизионна програма”.¹ Форматът на хартиен носител е подробен писмен документ, който представя първоначалната концепция за формат на телевизионна програма. Той е рецептата, която дава знания за възпроизвеждане на успешна телевизионна програма. „Възникването и развитието на риалити формата бележи нова

¹ Bodycombe, D. J. (2007): Format Creation, unter: <http://www.tvformats.com/formats.html>

форма на телевизионна комуникация, която отразява реалността в своята непосредственост и първичност, прави живота по-действителен, отколкото той е в своето реално случване. Риалити телевизията се определя като взаимно проникване на личната и обществената сфера”². Риалити формътът е сравнително нова и атрактивна форма, чиято популярност рязко се повишава в последните години. В тези формати, за да бъде интересно, активно участва и зрителят.

Всеки риалити формат има свои правила, които задължително се спазват от участниците. „Той е шоу, което би могло да се разглежда като социологическо предаване, предназначено за широката публика“³.

Интересът на публиката към разнообразното съдържание на риалити форматите води още и до развитие на различни техни поджанрове. Днес абсолютни хитове в ефирното време на телевизиите по целия свят са форматите, в които се търсят таланти.

След 2000 година широко разпространение намират музикалните риалити формати. В тях акцентът се поставя върху таланта на участниците и шанса за успешна реализация. Тези формати се радват на голяма популярност и телевизионна публика в широк възрастов диапазон. Продуцентите, чиято цел е високият рейтинг, включват участие на публиката, която играе активна роля при определяне на победителите, както в отделните етапи, така и във финала на предаването. Многобройните почитатели изразяват своето мнение в социалните мрежи, в различни форуми и на страницата на съответния формат. По този начин продуцентите осигуряват „обратна връзка” с аудиторията, установяват нейното отношение, мнение и интерес към предаването. Осигурено е медийно присъствие в сутрешните блокове на телевизията, която излъчва формата в радиа, списания и др. Всичко това подсилва интереса на аудиторията и осигурява популярност на участниците, а оттам и по-голям успех на предаването. Гаранция за постигнатия успех е и подготовката на всяко следващото издание на формата.

1.2. Предпоставки за възникване на музикалните риалити формати

Средствата за масова информация са тези, които формират нагласи, стилове на поведение, идеи за това какво трябва да бъде обществото и др. Характерното за съвременната масова култура обръщане към ежедневието на хората, желанието да се покаже действителността, такава каквата е, става основа на различни телевизионни риалити програми (формати).

Първият и често единственият критерий за оценка на продуктите на масовата култура, в това число и на телевизионните продукции е високият рейтинг и възможността за печалба. И днес телевизията, като средство за комуникация, продължава да бъде най-популярната масова и достъпна медия в сравнение с останалите средства за масова комуникация. Затова тя се старее да не губи своята привлекателност. Във връзка с това се появява телевизионният формат (телевизионна програма, телевизионно предаване).

1.3. Музикално-певческите формати по света

1.3.1. „Pop Idol“ („Поп айдъл”)

² Манева, Мария. Същност на риалити програмите. //Съвременна хуманитаристика, 2010, №2, Бургаски свободен университет, с. 68.

http://research.bfu.bg:8080/jspui/bitstream/123456789/74/3/BFU_2010_02_maneva.pdf.

³ Bianchi, Laetitia, Meltz, Raphael, „Strep-tease & Big brother – Cameras sans malveillance”, R de reel, volume C, mai - juin 2000, p.4.

Един от най-печелившите телевизионни формати на Великобритания е „**Поп айдъл**“, който широко използва интерактивността и зрителите, които могат да гласуват по стационарния или по мобилния телефон, да изпращат текстови съобщения или да гласуват на официалната интернет страница на формата. Целта на шоуто е да избере най-добрата нова млада поп певица или поп певец („Поп идол“) в Обединеното кралство въз основа на зрителския вот.

До 2007 форматът вече е лицензиран в над 35 страни – Германия, Норвегия, Белгия, Австралия, Русия, Хърватия, САЩ, Казахстан, Сърбия, Канада и др.

- „**Американски айдъл**“ е телевизионен формат, който се излъчва по „Fox“ от 11 юни 2002 до 7 април 2016 (15 сезона) и от 2018 – по ABC.
- „**Канадски айдъл**“ – През 2003 по канадската телевизионна мрежа „CTV“ започва да се излъчва риалити програма за намиране на най-талантливия млад певец в Канада.
- През август 2004 в **Швеция** по TV4 стартира „**Айдъл**“ и се превръща в едно от най-популярните предавания по шведската телевизия. То се излъчва в периода 2004-2019 и има издадени 15 сезона. Към днешна дата състезателите на „Айдъл“ са продали колективно над 1,1 милиона албума само в Швеция.
- През март 2004 „**Индонезийски айдъл**“ започва да се излъчва по „RCTI“ и също като в Англия, САЩ и Швеция става едно от най-популярните и успешни предавания в историята на индонезийската телевизия.

Версии на „Айдъл“ се излъчват успешно също в **Южна Африка** – 15 сезона (2002-2015), в Индия – 11 сезона (2004-2020) и в Норвегия – 10 сезона (2003- 2018). Уникалното в „Норвежкия айдъл“ е това, че на състезателите е разрешено да изпълняват песни, композирани от тях.⁴

В периода 2003 – 2009 в **Австралия** по телевизионната мрежа на „Ten“ се излъчват 7 сезона на „**Австралийски айдъл**“.

- „**Латиноамерикански айдъл**“ е испано-американско издание на популярния британски франчайз „Айдъл“, добре познат с американската си версия.
- Сравнително по-късно, през март 2011, стартира арабското телевизионно шоу „**Арабски айдъл**“. Четирите сезона на шоуто се излъчват едновременно по „MBC 1“ и по „LBC“.
- След големия интерес от страна на новозеландските зрители към формата „Американски айдъл“ и „Австралийски айдъл“, Телевизия Нова Зеландия (TVNZ) решава да поръча първия сезон на „**Новозеландски айдъл**“, известен още като „NZIdol“, който стартира през 2004 и се излъчва по TV2.
- В периода 2002-2005 по полската телевизионна мрежа Polsat се излъчват 4 сезона на **полския „Айдъл“**. След прекъсване от 12 години, шоуто се завръща за своя пети сезон през 2017.
- „**Пакистански айдъл**“ е 50-та адаптация на познатия риалити формат на британската поредица „Поп айдъл“. Той е разработен за пакистанския развлекателен пазар от GeoTV, който придобива правата от FreemantleMedia през 2007.

⁴ В целия текст на автореферата подробната информация под черта, свързана с различни поп певци, артисти, мениджъри и т.н. е пропусната като линкове. Тя може да се проследи в дисертацията. Това е направено от съображения за необходимостта от резюмирана (максимално кратка) форма на автореферата.

- **В Португалия** шоуто стартира през 2003. До 2012 са излъчени 5 сезона, които не се радват на особен интерес от страна на зрителите. През 2015 отново се завръща на екран с 6-ти сезон.
- Първият сезон на шоуто **в Бразилия** започва на 5 април 2006. След сезон 7 през 2012 шоуто е отменено, за да отстъпи място на бразилската версия на шоу за таланти.

Съществуват много копия на „Айдъл”, но до момента нито едно не е постигнало успеха на британския „Поп айдъл”.

1.3.2. „X Factor“ / „X-фактор”

„X-фактор” (The X Factor) е най-големият и успешен риалити формат за музикални таланти, излъчван по телевизия. Смята се, че той е нова, подобрена версия на „Мюзик айдъл”. „X Фактор“ е британско телевизионно шоу за музикални таланти, създадено от продуцента Саймън Коуел.

1.3.2.1. Същност на формата

Всеки сезон е структуриран в четири части – прослушвания, тренировъчен лагер, домашни посещения на съдиите и живи изпълнения в студио. Талантите се делят в различни категории. Има четирима съдии и категории – момчета под 25 години, момичета под 25 години, участници над 25 години и групи (момчешки групи, момичешки групи, дуети, трио и смесени вокални групи).

След старта шоуто има огромен успех и става популярно. Версиите на шоуто X фактор започват да се появяват в различни страни като франчайзи.

Към настоящия момент във Великобритания са излъчени 15 сезона на „X Фактор“, като последният започва на 1 септември 2018 и приключва на 2 декември 2018.

1.3.2.2. Международни версии на „X-фактор“

От 2004 година насам „X-фактор“ се излъчва в 33 държави – Албания – 4 сезона (2012-2015); Арабските страни – 1-ви и 2-ри сезон (2006 -2007) и 3-ти и 4-ти сезон (2013-2015); Армения – 5 сезона (2010-2019); Дания – 12 сезона (2008 -2019); Унгария – 9 сезона (2010-2019); Румъния – 8 сезона (2011-2018); Италия 13 сезона (2008 -2019) Испания – 4 сезона (2007- 2008 и 2018-2019) и др.

На 2 октомври 2011 стартира първият сезон на **„X-фактор“ Казахстан** по Първи канал „Евразия“. Наградата за победителя е 5 милиона тенге и контракт със „Sony Music Entertainment“.

В Русия „X-фактор“ се излъчва в ефира на телевизионния канал „Русия“ през 2005-2007, който за разлика от телевизионния музикален проект „Фабрика за звезди“ няма висок рейтинг.

Украинската версия на британския проект „X-фактор“ стартира по канал „СТБ“ на 4 септември 2010.

Австралийската версия на „X-фактор“ стартира на 6 февруари 2005 по „Network Ten“, същият канал, по който се излъчва изключително успешния „Австралийски айдъл“ (Australian Idol).

Към настоящия момент са излъчени 198 победители от целия свят, участвали във формата „X-фактор”.

1.3.3. „The Voice“/ „Гласът“

“The Voice“ е международен телевизионен риалити формат за певци. Той се основава на конкурса „Гласът на Холандия“ („The Voice of Holland“), чиято първоначална концепция е създадена от холандския телевизионен продуцент Джон де Мол. Негова е идеята за прослушването на тъмно (на сляпо) на участниците. Целта е треньорите да се съсредоточат върху пеенето и качествата на гласа. Ето защо за треньори се канят известни изпълнители, топ артисти от музикалната индустрия.

За разлика от „Айдъл“ и „Х-фактор“ продуцентите на шоуто избират по-малко състезатели (от 100 до 200), които смятат, че са достатъчно добри, за да участват в прослушванията на живо.

„Гласът на Холандия“ започна да се излъчва по „RTL 4“ на 17 септември 2010. „Гласът на Холандия“ има голям успех. До 2019 в Холандия са излъчени 9 сезона на шоуто, а през 2020 предстои 10 сезон.

В периода 2011-2019 в Румъния, Украйна, Германия и Турция са излъчени по 9 сезона, а в Полша – 10 сезона. През 2020 предстои 11 сезон.

„Гласът на Америка“ стартира през 2011 и поради големия интерес от 2012 се излъчват по два сезона на година. През 2020 предстои 18 сезон.

От 2011 в Белгия, Финландия и Мексико и от 2012 в Бразилия, Австралия, Франция и Русия се излъчват по 8 сезона на шоуто, като 9-ти сезон предстои през 2020. От 2011 по 7 сезона на шоуто се излъчват в България и Португалия, а от 2013 в Канада. През януари 2020 приключва 8 сезон на „Гласът на Русия“ (победител Аскер Бербеков) и „Гласът на Португалия“ (победител Рита Санчес).

„Гласът“ се излъчва също в Литва (2012-2018), Италия (2013-2019), Гърция (2014-2019) – по 6 сезона, Израел, Норвегия (2012-2019) и Ирландия (2012-2016) – по 5 сезона, в Китай (2012-2015), Индонезия (2013-2019) – по 4 сезона, Хърватия (2015, 2016, 2019) – 3 сезона и т.н.

Към настоящия момент в 145 страни са спечелили общо 439 певци „The Voice“, „The Voice Kids“, „The Voice Teens“ и „The Voice Senior“.

През 2019 шоуто е продадено и сега е притежание на „ITV Studios“.

1.3.4. „Tu cara me suena“ / „Като две капки вода“

„Като две капки вода“ (в превод „Лицето ти ми е познато“, „Изглеждаш ми познат“ или по точно „Лицето ти ми звучи“) е испанска телевизионна програма, създадена от „Gestmusic“ и излъчвана от канала „Antena 3“ през 2011. „Лицето ти ми е познато“ е формат с международна известност. Версии на тази програма са разпространени по целия свят.

„Лицето ти ми е познато“ е състезание за имитации на музикални икони с комедиен ефект. Във формата участват осем известни личности, които имат собствена кариера – доказани актьори, комици, бивши певци, телевизионни водещи и др.

На 28 септември 2011 в Испания стартира първият сезон на формата по „Антенa 3“.

Днес има повече от 47 версии на формата по целия свят. Най-много издания (общо 14) има румънската версия на формата, който от март 2012 година до септември 2017 има по два сезона на година, а през 2018 и 2019 по едно издание⁵.

Веднага след успеха на формата в Испания, негови версии стартират последователно: във Венецуела – 4 сезона (2011г. -2015 г.); Чили, Китай и Холандия – 2012; Италия – 9 сезона (от 2012 до 2019); Литва – 9 сезона (2012-2019); Турция – 3 сезона (2012-2015); Естония – 7 сезона (2013-2018); Виетнам – 7 сезона (2013-2020); Украйна през 2012 и 2013; Великобритания, САЩ, Франция и Перу по 1 сезон през 2013; Грузия – 3 сезона (2013- 2014); Аржентина – 3 сезона (2013-2015); България - 8 сезона (2013-2020); Унгария – 6 сезона (2013-2018); Кипър – 6 сезона (2013-2020); Естония – 7 сезона (2013-2018); Русия – 4 сезона (2013-2016); Сърбия, Босна и Херцеговина, Северна Македония, Черна гора – 5 сезона (2013-2019); Полша – 13 сезона (2014-2020); Беларус

⁵ „Echipa" Te cunosc de undeva! "Premiată pentru cele zece sezonane de succes ale show-ului, la Antena 1". A1.RO. <https://a1.ro/te-cunosc-de-undeva/stiri/echipa-tecunosc-de-undeva-premiata-pentru-cele-zece-sezoane-de-succes-aleshowului-la-antena-1-id599123.html>.

и Арабски свят – 2014; Хърватия – 6 сезона (2014-2020); Мексико и Германия – 2014; Словения – 5 сезона (2014-2019); Коста Рика – 2015; Тайланд – 4 сезона (2015-2019); Чехия – 6 сезона (2016-2019); Словакия – 5 сезона (2016-2019) и др.

„Лицето ти ми е познато” е най-продаваният испански формат, чиито версии продължават да се излъчва и днес в много страни по света. Интересът към формата е голям и той продължава да разширява своите граници – през 2016 стартира в Албания и Словакия, през 2017 – в Бразилия, през 2019 – в Ангола, Мозамбик и др.

Направеният по-горе преглед на световните музикално-певчески формати показва големия интерес към тях във много страни по света. Техният забавен и развлекателен характер привлича публика от целия свят, затова много от тези програми имат изключително висок рейтинг. За участниците тези формати са реклама, възможност за изява и надежда за бъдеща реализация, а за продуцентите им възможност за най-голяма печалба. Затова тяхната поява в българския ефир е напълно логична. По-голямата част от изброените музикални певчески формати, реализиращи се в България се правят по чужд лиценз, затова е необходимо те да се приспособят към българските условия.

1.4. Поява на певческите формати в България

За начало на певческите риалити формати в българския ефир може да се смята предаването „Тромбата на Вили”, което е създадено и излъчено по Българското национално радио (БНР) през 1973. Идеята е на Катя Воденичарова, главен редактор на „Хумор, сатира и забава”. Целта е прослушване на певци и откриване на млади таланти. Включени са коментари на журито, съставено от музиканти, композитори, журналисти, писатели, актьори. Председател е Вили Казасян.

Доста по-късно, през 2004 година, в българския телевизионен ефир се появява първия телевизионен музикален певчески формат „Аз пея в Ку-ку бенд”, който привлича вниманието на публиката. Идеята е на Слави Трифонов, която се реализира от продуцентска компания „Седем-осми” във връзка с търсене на вокален изпълнител за предаването „Шоуто на Слави”.

През 2005 има и еднократно издание на „Музикална Академия Ку-ку бенд”, продуцирана от „Седем-осми”.

През пролетта на 2005 по Нова телевизия стартира първия и единствен сезон на музикалното риалити шоу „Star Academy”, което е от типа на „Мюзик айдъл”. „Star Academy” е музикален формат, създаден от холандската компания *Endemol* („Ендемол”). Шоуто включва много от елементите на формата „Биг Брадър” – участниците са затворени за три месеца.

В началото на 2007 в България стартира първия сезон на „Мюзик айдъл”, а през 2011 – на „Х-фактор”. И двата формата са по оригиналната концепция на компанията „Фриментъл медия”.

„Гласът на България” е телевизионно музикално риалити предаване, реализирано у нас, което стартира през 2011 по bTV. Форматът е създаден от Джон де Мол.

Да съжаление, може да се каже, че за победителите форматът не е трамплин за развитието на тяхната музикална кариера. След приключване на предаването повечето от тях нямат реализирани успешни музикални проекти.

През 2013 година в телевизионния ефир стартират форматите „Музикална академия” и „Като две капки вода”.

От 23 септември 2013 до 13 декември 2013 година в ефира на ТВ7 се излъчва нов певчески формат „Музикална академия”. Този формат е подготвен от българските продуценти ТВ7 и „Междинна станция”. Зад формата застава продуцентска компания „Монте мюзик” с екипа си, които се грижат за подбора на песните и подготовката на

участниците. Музикален продуцент е Владимир Ампов-Графа. Водещи на шоуто са Иван Христов, Андрей Арнаудов и Део.

Победител в единствения сезон на „Музикална академия” е Поли Генова, която днес прави успешна кариера.

Българската версия на „Лицето ти ми е познато” („Tu cara me suena“) стартира в България по Нова телевизия през 2013 с наименованието **„Като две капки вода“**. Продуцент на предаването е „Глобъл филмс“. Форматът „Като две капки вода“ се разглежда подробно в трета глава на настоящия труд.

През есента на 2016 по Нова телевизия се излъчва риалити формата **„Пееш или лъжеш“**, който е българска версия на шоуто „I can see your voice“. Изпълнителен продуцент е „Глобъл вижън“. Водещи са Мария Игнатова и Ненчо Балабанов.

„Маскираният певец“ стартира през 2019 и е българска версия на шоуто „King of Mask Singer“.

Известни български личности изпълняват песни, които сами подбират в продължение на три месеца. Уникални, създадени специално за шоуто, костюми на животни и митични същества скриват самоличността на участниците при всяка тяхна изява на сцената. Никой не знае самоличността на участниците – нито екипът на шоуто, нито приятелите и семействата на участниците.

Гореизложеното дава основание да се направят следните изводи:

1. Предпоставка за възникването на телевизионните формати са бързото развитие на информационните и комуникационни технологии, както и новият смисъл, който добива културата в края на ХХ век. Средствата за масова информация са тези, които формират нагласи, стилове на поведение и идеи за това, какво трябва да бъде обществото. Характерното за съвременната масова култура обръщане към ежедневието на хората, желанието да се покаже действителността, такава каквато е, става основа на различни телевизионни риалити програми (формати).
2. Риалити форматите задоволяват нарасналите потребности на хората от забавления, комуникация и изява, и перфектно съответстват на новата културна реалност. Тези формати предоставят възможност на всеки, който желае да участва, осигурявайки им реклама и популярност. Зрителите също се включват активно и със своя вот участват при определяне на победителите.
3. Направеният исторически преглед на телевизионните певчески формати показва, че те се появяват най-напред в чужбина, а по-късно и в България.
4. През 2001 се появява един от най-печелившите телевизионни формати във Великобритания „Pop Idol“ („Поп айдъл“), който се утвърждава като марка, която се предлага на световния пазар. По-късно се появяват форматите „Х-фактор“, „Гласът“ и „Като две капки вода“. Интересът към тях е голям, както от страна на продуцентите, които си осигуряват възможно по-голяма печалба, така и от страна на аудиторията.
5. Риалити форматите са предназначени за широката публика, радват се на голяма популярност и съвсем логично се появяват в България. По-голямата част от тях се правят по чужд лиценз, затова е необходимо да се приспособят към българските условия.
6. Мненията на аудиторията и специалистите са различни и противоречиви. Някои ги подкрепят и са положително настроени, а други смятат, че това е реклама, от която печелят само продуцентите.

Какво се случва с участниците по време на форматите? Развиват ли се професионално и успяват ли да се реализират след приключването им? На тези въпроси се търси отговор във втора и трета глава на настоящото изследване.

ВТОРА ГЛАВА. ТЕЛЕВИЗИОННИ ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТИ ЗА НОВИ ТАЛАНТИ В БЪЛГАРИЯ

2.1. „Мюзик айдъл” в България

2.1.1. Специфични особености на формата

„Мюзик айдъл” е първото музикално риалити в телевизионния ефир на България. Българското телевизионно музикално шоу е по оригиналната концепция на „Поп айдъл”, собственост на британската компания „Фриментъл медия”. Наградата във всички сезони на предаването е договор с музикалната компания „Вирджиния рекърдс”.

Концепцията на шоуто е откриване на певчески таланти, като победителят се определя въз основа на зрителския вот. Целта на шоуто е да избере най-добрия млад, неизвестен поп изпълнител (поп певица или поп певец), който да стане „Музикален идол“ („Поп идол“) на България.

Възрастовата граница на участниците в трите сезона на шоуто, реализирани в България е 15 – 29 години. Според регламента, участниците трябва да са навършили 16 години, но по изключение са допуснати двама участници под 16 годишна възраст. Това са Кремена Димитрова (15 г.), участничка в първи сезон на шоуто и Шанел Еркин (също на 15 г.) – във втори сезон.

Към настоящия момент са реализирани три сезона на предаването. Шоуто се провежда в четири етапа: първи етап – кастинг, втори – театрални кастинги, трети етап – малки концерти и четвърти етап – големите концерти.

Кандидати за участие в шоуто се набират чрез кастинги, провеждани в големите градове на България. Избират се 100 участници за втори кръг – театралните кастинги в София, които имат продължителност 3 дни и преминават също на три етапа:

Първи етап – В рамките на деня се прослушват всички кандидати. На сцената излизат по 10 изпълнители, като всеки изпява *акапелно* част от песен. В края на деня остават 80 участници, които се разделят на групи от по 3-ма, отделно момчета и момичета. Предлагат им се три песни, от които могат да избират една, която да подготвят за следващия ден, като си разделят куплетите и изработят хореографията.

Втори етап – Участниците излизат по тройки и изпълняват песента със съпровод на пиано или със запис на CD. В края на деня на всички одобрени участници се предлагат 3 песни. От тях избират една, която ще изпълнят индивидуално на следващия ден със съпровод на пиано или със CD. За третия ден остават около 60 участника.

Трети етап – Участниците изпълняват пред журито подготвената песен. Журито избира 40 кандидати, които преминават на следващия кръг – малките концерти.

За Малките концерти се използват две зали – едната, подготвена като зала за концерт – подходящ декор, осветление, озвучаване, подиум за изпълнителите, сет за журито и роял. Второто помещение е предназначено за чакащите изпълнители, т.н. зелена стая, декорирана с мебели за участниците и монитори. Малките концерти се излъчват през делничните дни в продължение на една седмица. Всяка вечер се явяват по 8 кандидати, като всеки от тях изпълнява песен със съпровод на пиано. След изпълнението на песента, следва разговор с журито и представяне на видеоматериали за подготовката им. На този етап се включва гласуване на публиката.

В края на малките концерти остават 12 финалисти, които отиват на *Големите концерти*. В 10 поредни седмици кандидатите подготвят и изпълняват песен в категория, определена от продуцента. На *Големите концерти* изпълнителите пеят със съпровод на бенд. По време на изпълнението графично се представят телефоните за гласуване. Отпада участникът, събрал най-малко гласове от зрителския вот.

На *големия финал* остават двама от участниците. Финалистите излизат три пъти с по две изпълнения, като изпълняват песни в различни стилове, съответно и с различна визия. Победител е този, който събира най-голям процент гласове и остава последен на финала.

Водещи и на трите сезона са дуото Иван Христов и Андрей Арнаудов, а през третия сезон към тях се присъединява и македонката Саня Николитч, тъй като в сезона има участници от Македония.

2.1.2. Първи сезон на „Мюзик айдъл”

Първият сезон на „Мюзик айдъл” в България стартира по БТВ през февруари 2007 и завършва през юни същата година. Смята се, че това е най-успешният сезон.

Продуцент е компанията „Седем-осми”.

Вокален консултант на първия сезон на „Мюзик айдъл” съм аз (доц. Етиен Леви) като вокален педагог. Като такъв, имам преки наблюдения върху протичането на формата, върху развитието на възможностите на участниците и върху целия процес на изграждане и работа в процеса на предаването.

Победител в първия сезон на шоуто става Невена Цонева.

2.1.3. Втори и трети сезон на „Мюзик айдъл”

Вторият сезон на „Мюзик айдъл” в България стартира по БТВ на 25.02.2008 и завършва на 02.06.2008. Продуцент на втори и трети сезон е компанията „Междинна станция”. Продуцентска фирма, основана през 2000 година, собственост на Иван Христов и Андрей Арнаудов – водещи на шоуто.

Третият сезон на „Мюзик айдъл” в България стартира по БТВ през март и завършва през юни 2009 година. Кандидатите в това издание се подбират в пет български града и в град Скопие. Целта е да се изберат най-добрите кандидати за певческа слава и в Република Македония.

Вокален педагог на риалити шоуто във втори и трети сезон също е доц. Етиен Леви. Като пряк участник в реализацията на формата, отново пряко наблюдавам, работя и подпомагам професионалната реализация на участниците и имам личен принос за изграждането и израстването им.

„Мюзик айдъл” е първият български телевизионен формат за откриване на нови таланти, който се реализира в три сезона в периода 2007-2009. Той протича при изключителен интерес и дава успешен старт на неизвестни до този момент млади изпълнители като Невена Цонева, Нора Караиванова, Ясен Зердев, Тома Здравков и др.

2.2. „Х-Фактор” в България

2.2.1. Същност на формата

През 2011 година по Нова телевизия започва излъчване на музикалния формат „Х-фактор” (по лиценз на „Фриментъл медия”), който от 2004 година се излъчва в 33 държави.

Целта на предаването е да се открие нов, неизвестен до този момент музикален талант, който да притежава всички качества на бъдеща звезда – съвкупност от талант, външен вид, сценично присъствие, танцови умения и др. В него могат да участват всички желаещи като минималната възраст е 16 години, а максималната – неограничена. Продуцент на българското издание е компанията „Паприка Латино”. Към настоящия момент в България има пет издания – през 2011, 2013, 2014, 2015 и 2017. Форматът се провежда в четири етапа: „Кастинги“, „Тренировъчен лагер“, „Съдийски школи“ и „Концерти на живо“.

Първият етап „Кастинги“ се провеждат на два подетапа – „Предварителни прослушвания“ и „Кастинги пред публика“. Преди участниците да се явят пред журито, минават през предварителни прослушвания, проведени от продуцентите. Прослушванията се провеждат в 5 големи български града – София, Пловдив, Бургас, Варна и Велико Търново, където участниците пеят акапелно, със синбек или с акомпанимент на музикален инструмент. Одобрените на прослушванията участници се явява пред четиримата ментори и пред публика. „Кастинги пред публика“ е първият етап, който се излъчва по телевизията. За да продължи напред към тренировъчния лагер, всеки участник трябва да получи поне 3 гласа „ДА“ от журито.

Вторият етап е „Тренировъчен лагер“, на който участниците, в рамките на 3 дни, минават през няколко изпитания като изпълняват различни вокални задачи. Този етап е най-трудният за участниците, защото тогава се проверява тяхната издръжливост, подготовка и дисциплина. Етапът се провежда без публика – само пред менторите, които решават кои са способни да се борят в „предизвикателството на шестте стола“.

„Предизвикателството на шестте стола“ е етап, въведен в сезон 4 на формата в България. Той е най-трудният етап на тренировъчния лагер, както за участниците, така и за менторите. Това е моментът когато менторите разбират категорията, с която ще се борят (момчета, момичета, мъже и жени над 25 години и групи). Всеки участник, който продължава, пее индивидуално пред журито. Менторът на съответната група решава дали да даде стол на участника. Участниците се разделят в 4 категории: момчета под 25 години, момичета под 25 години, дуети и групи, участници над 25 години.

Към третия етап „Съдийски школи“ продължават само шестима от всяка категория. Той е последният етап преди концертите на живо. В този етап ролята на журито рязко се променя. Съдиите се превръщат в ментори, обвързани с категорията на изпълнителите, за които ще отговарят. **Преминаването на журито в ролята на ментори е най-съществената част на този формат.** Всеки участник пее индивидуално пред ментора на неговата категория и специален гост. Всеки ментор избира най-добрите от своя отбор за концертите на живо. Така до концертите на живо остават 12 изпълнители – по 3-ма в категория. Всеки ментор е отговорен за обучението и представянето на изпълнителите.

Четвъртият етап „Концерти на живо“ се провеждат всяка седмица пред менторите на шоуто и публика. Участниците пеят акапелно, на синбек или с акомпанимент. Концертите имат определена тематика – Рок, Български хитове, Любовни песни, Все светии, Соул и R&B, Филмова вечер, ТОП 20 Световни звезди, Коледа и др. Всеки участник трябва да избере подходяща песен, отговаряща на темата, с която да може да се представи най-добре. Това е последният етап, на който гласуват и телевизионните зрители, избирайки участниците, които трябва да продължат. На всеки концерт отпада по един участник – този, който е събрал най-малко гласове.

2.2.2. Първи сезон на „Х фактор“

Както отбелязах вече, първият сезон стартира на 11 септември 2011 година по Нова телевизия. Водещ е Деян Славчев-Део, който е популярен български телевизионен водещ. Водил е музикалното предаване „Джубокс“, „Рекламна пауза“ и „Големите 10“ по БНТ 1. Понастоящем е водещ на „Спорт Тото“ по bTV.

В първия сезон на шоуто са допуснати до кастингите пред публика 200 изпълнители, от които на тренировъчните лагери са подбрани 24, а на концерти на живо остават 17 участници – по 3-ма в категория, с изключение на момчетата, където участниците са 4.

Участниците се оценяват от **жури в състав:** Васко Василев, Поли Генова, Мария Илиева и Магомед Алиев-Мага.

Позволявам си да напиша няколко думи за всеки един от членовете на журито, както за *X фактор*, така и за *Музикална академия*, за да подчертая значимостта им и приносът им в българската популярна музика и култура. За да обърна внимание, че в тези иначе изключително популярни и доста „изтъркани“ от медиите формати, се подбират достатъчно успели и утвърдени личности, които имат авторитет и се ползват с доверие в музикалния свят. Те са и изключителни професионалисти (това личи от всяка кратка биография), така че ползата за участващите във форматите може да бъде гарантирана. Дори минимална работа с някой от тези имена, вече е гаранция за израстване на младите таланти.

Журито в „X-фактор“ няма председател, но за да вземе решение трябва да има мнозинство от 3 към 1 гласа.

Финалисти в първия сезон на „X-фактор“ са:

- Александра Апостолова от обора на Магомед Алиев-Мага;
- Богомил Бонев и Рафи Бохосян от отбора на Васко Василев.

Александра Апостолова заема трето място, Богомил Бонев се класира на второ място. **Победител в първия сезон става Рафи Бохосян.** Наградата за победителя е запис на сингъл с подкрепата на „Сони Мюзик Ентъртейнмънт“.

2.2.3. Втори и трети сезон на „X-фактор“

Вторият сезон на телевизионното предаване „X фактор“ стартира през септември 2013, **третият сезон** – по същото време през 2014 година.

Водещи на втори, трети, четвърти и пети сезон са Мария Игнатова и Александра Раева.

Журито във втори и трети сезон е в един и същ състав: Мария Илиева, Любо Киров, Сатанислава Армутлиева-Саня и Велизар Соколов-Заки.

Мария Илиева е ментор на дуети и групи във втори сезон и на момчетата в трети сезон. Тя е член на журито и в първи сезон (по-подробна информация за нея има дадена по-горе, на стр. 55).

Победител във втори сезон е Жана Бергендорф, която се отличава със специфични стил и глас. Атанас Колев се класира втори, Ана-Мария Янакиева – трета.

До втория етап в **трети сезон** са допуснати 116 участници, от които на тренировъчните лагери са подбрани 27, а на концерти на живо остават 17 участници. В категория „Момчета“ участниците са 5, а в останалите три категории се състезават по 4.

Финалистите са Михаела Маринова (трето място) и Невена Пейкова (второ място) от отбор Саня Армутлиева и Славин Славчев от отбора на Мария Илиева.

Победител в третия сезон е Славин Славчев.

2.2.4. Четвърти и пети сезон на „X-Фактор“

Четвъртият сезон на шоуто стартира на 8 септември 2015 година. Водещи са същите (Мария Игнатова и Александра Раева), но журито е в нов състав – **Люси Дяковска, Кристиан Талев-Криско, Магърдич Халваджиян и Саня Армутлиева.**

До финала стигат Дарина Йотова (трето място) от отбора на Криско, Кристиан Костов (второ място) от отбора на Саня Армутлиева и **Християна Лоизу** от отбора на Магърдич Халваджиян, която е победител в четвъртото издание на „X-фактор“. Наградата е запис на сингъл и парична награда от 50 000 лв.

Петият сезон на шоуто стартира на 10 септември 2017. Водещите остават непроменени, а журито е вече познато и е в състав: **Любо Киров, Криско, Станислава Армутлиева и Велизар Соколов-Заки.**

За „Концертите на живо“ са класирани 13 участници, разпределени по следният начин: за категория „Момичета“ по 4-ма изпълнители, а в останалите три категории „Дуети и групи“, „Участници над 25 години“ и „Момчета“ – по 3-ма изпълнители.

Финалисти в пети сезон са Ева Пармакова (трето място) и Йоана Димитрова (второ място) от отбора на Саня Армутлиева, и „4 Magic“ от отбора на Любо Киров. Победител в петото издание на шоуто става групата „4 Magic“ („Фор Меджик“).

За първи път в българския ефир през 2011 година се излъчва формътът „Х-фактор“, който се реализира в 5 сезона. Той има за цел да открие неизвестен талант, притежаващ всичко необходимо за да стане бъдеща поп и рок звезда. В него могат да участват всички желаещи на възраст над 16 години. Формътът е мащабен – на кастингите се явяват стотици желаещи от всички краища на България. Наградата за победителя също е привлекателна – освен паричната награда, победителят получава запис на сингъл, осигурен от „Сони Мюзик Ентъртейнмънт“.

2.3. Реализация на победителите след края на формътите

2.3.1. Реализация на победителите от „Мюзик айдъл“

След победата в „Мюзик айдъл“ **Невена Цонева** прави успешна кариера. За това говорят многобройните ѝ участия в редица концерти и конкурси у нас и в чужбина (Лондон, Амстердам, Кипър, Румъния и др.), както и издадените песни и албум.

Тома Здравков е победителят във второто издание на „Мюзик айдъл“, който също развива успешна кариера след края на шоуто. Дебютният му албум „Герой“, продуциран от „Вирджиния Рекърдс“ излиза през 2008.

Участието в „Мюзик айдъл“ се оказва много успешен старт за музикалната кариера на победителката **Маги Джанаварова**. Тя записва първия си сингъл „Трябва да знам“ веднага след края на шоуто през 2009. В края на същата година излиза и първият ѝ самостоятелен албум „Първа стъпка“.

От казаното по-горе става ясно, че победителите в трите сезона на „Мюзик айдъл“ правят успешна кариера след приключване на формата.

Освен за победителите, участието във формата се оказва успешен старт за музикалната кариера и за някои други участници. **Преслава Пейчева** от първия сезон продължава своята кариера като вокалиста на група „Те“; **Ясен Зердев** от втория сезон е поканен да свири в бенда на „Мюзик айдъл 3“, свири също в бенда на *Шоуто на Иван и Андрей*, вокален педагог е на Х-фактор и др.; Успешна кариера правят **Нора Караиванова** от втория сезон, **Димитър Атанасов** и **Преслава Мръвкова** от третия сезон и др.

2.3.2. Музикална кариера на победителите след края на „Х-фактор“

Първият победител **Рафи Бохосян** стартира музикалната си кариера с участието си и победата в първото издание на „Х-фактор“. Две години по-късно през 2013 година става победител и в първия сезон на шоуто за имитация „Като две капки вода“. В своята петгодишна кариера на изпълнител в България, Рафи има 8 хита, 3 от които солови, достигнали първа позиция в чартовете за българска поп музика.

Жана Бергендорф става известна също с победата си в „Х-фактор“ и днес прави успешна кариера. Тя има записани 8 песни, 4 от които в дует с Криско, Мойсей, Дамян Попов и Пламен Бонев. Заедно с Рафи, Део, Лео и Играта и оригиналният изпълнител на песента Дейвид Кори, тя участва в записа на българската версия на химна „Светът е наш“ на Световното първенство по футбол през 2014.

Славин Славчев е другият изпълнител, който изгрыва на българската сцена с участието си в музикалното предаване „Х-фактор“. Още от самото начало Славчев се

превръща във фаворит на публиката в певческото състезание. Според продуцента на предаването Магърдич Халваджиян, Славин поставя рекорд по зрителско одобрение – над 70% от зрителите, гледали предаването са гласували за него. След края на шоуто победителят в третия сезон на „Х фактор“ Славин Славчев също прави своята успешна музикалната кариера.

Християна Лоизу е един от най-запомнящите се гласове от родния „Х Фактор“. Дебютният сингъл на победителката в „Х-фактор“ Християна Лоизу е „Phoenix“ („Феникс“, 2016) Следва турне с концертната версия на рок-операта „Исус Христос – суперзвезда“ на Пловдивската опера. През юли 2017 Християна Лоизу записва песента „Едно в едно“.

„4 Magic“ е група, създадена през 2014 като квартет „Магия“. Името „4 Magic“ е дадено специално за „Х Фактор“, Те са първата група, която стига до финала на шоуто и го печели. След победата в Х Фактор записват пет самостоятелни сингъла.

Казаното дотук показва, че всички победители от „Х фактор“ правят успешна кариера след приключването на шоуто. Успешен старт им дава спечеленият договор с музикалната компания „Вирджиния рекърдс“, която продуцира първите им самостоятелни песни. След приключването на договора, победителите продължават да се развиват успешно и правят собствена кариера.

Освен победителите, успешна кариера правят и много от участниците във формата. Пример за това е Михаела Филева, която участва в първото издание на „Х Фактор“ през 2011 и отпада още на втория „Концерт на живо“.

Направеното проучване показва, че победителите и от двата формата се реализират професионално. Може да се каже, че за кариерното развитие на младите изпълнители „Х-фактор“ се оказва по-успешен от „Мюзик айдъл“. Успешен старт им дава спечеленият договор с музикалната компания „Вирджиния рекърдс“, която продуцира първите им самостоятелни песни.

ТРЕТА ГЛАВА. ВОКАЛНА РАБОТА С ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ ОТ ФОРМАТИТЕ „МЮЗИК АЙДЪЛ“ И „Х-ФАКТОР“

3.1. Същност на вокално-изпълнителската дейност

Певческата дейност (вокално-изпълнителска) е една от формите на музикална дейност. Тя е практическа, художествено-творческа дейност, в която участват както професионалисти, така и непрофесионалисти. Вокално-изпълнителската дейност най-често се извява като интерпретаторско-изпълнителска, в която главно действащо лице е вокалният изпълнител. „*Пеенето* е удоволствие, проявявано несъзнателно и нецеленасочено от ранна детска възраст до зрялост. То е спонтанна изява, която поначало не е свързана с амбиции, още по-малко с принуда.“

В музикалните формати певците се подготвят за концертни и телевизионни изяви. По време на вокалната подготовка изпълнителите *развиват своите вокални умения и способности, усъвършенстват вокалната си техника*. Овладяването на вокалната техника е продължителен процес, но, за съжаление, времето във форматите е твърде ограничено. Затова е необходимо педагогът за кратко време да постигне високи резултати.

В съвременната вокална педагогика под термина „*вокална техника*“ се разбира работата на всички части на гласообразувателния апарат на певеца и взаимодействието им в процеса пеене. Изпълнителите, участващи във форматите, пеят в телевизионно студио „на живо“ пред публика. Поради естеството на музикално-изпълнителската дейност музикантите-изпълнители се наричат също артисти – артист-вокалист, артист-солист и др. На сцената певците са артисти, които по време на изпълнението съпребивават отново

музикално-образното съдържание на песента. Затова едновременно с вокалната подготовка се работи и за артистичното представяне на песента, съобразно нейните художествени и стилови особености.

Педагогът задължително работи върху цялостното изграждане на певеца, развивайки не само вокалната му техника, но и неговите артистични и творчески способности, т.е. използвайки холистичния подход. Днес холистичният подход се налага все повече в подготовката на певци. „Холистичният“ педагог „не преподава пеене, а създава певци“. „Холистичният“ преподавател не спира да изисква пълно освобождаване на физиката и психиката на певеца. Във форматите вокалният педагог работи индивидуално с певците като се съобразява с техните възможности, качества, характер, темперамент и др. Той въздейства върху певците като ги мотивира за постижения и стимулира желанието им за сценична изява.

3.2. Вокална подготовка на изпълнителите

Певците от „Мюзик айдъл“ и „Х-фактор“ изявяват пред публика своите изпълнителски умения, участвайки в концертите „на живо“. Доколко ефективно ще бъде изпълнението зависи от предварителната подготовка на певеца и психическата му издръжливост.

С певците от втори и трети сезон на „Мюзик айдъл“ работих в продължение на три месеца по 2 часа всеки ден в седмицата. Вокалната работа минава през следните етапи: *разпяване и работа върху песента*.

Първи етап: Разпяване

Разпяването е подготвителен етап, който предхожда работата върху песента. По време на разпяването се усвояват основните певчески навици и се поставят основите на вокалната техника. Този начален подготвителен етап е много важен, тъй като става основа за по-нататъшната вокална работа. При разпяването може да се разграничат следните моменти:

- Упражнения за дишане.
- Артикуляционни упражнения.
- Работа, свързана с певческото дишане, правилна стойка (поза), атака на тона и активизиране на артикуляционния апарат. Тук се включва и изравняването на вокалите, както в центъра, така и по целия диапазон.
- Изработване на преходите (овладяване на преходните тонове).

Упражненията, които се използват при разпяването, следват определена последователност и изпълняват определени функции. Най-често се използват упражнения, които започват от центъра на диапазона и се изпълняват в умерено темпо със сричка на всеки тон. Упражненията се подбират така, че да създават благоприятни условия за овладяване на певческите навици и умения.

Втори етап: Работа върху песента

Песните се избират от музикалния продуцент, съобразно възможностите на изпълнителя и зададената за предстоящия концерт тема. *Темите на песните*, които изпълняват участниците на Големите концерти във втори сезон са: евъргрийни, поп-фолк, MTV хитове, филмова музика, изпълнение в дуети, латино музика, рок музика, изпълнение на песен с Биг Бенд, балкански хитове и др. В трети сезон се изпълнява репертоар от български песни, диско хитове, балкански поп-фолк песни, филмова музика, рокмузика евъргрийни, латино музика, MTV хитове, най-доброто от най-добрите и изпълнение с Биг Бенд.

В работата върху песента се разграничават следните моменти: *запознаване с песента, изучаване на песента, художествена интерпретация на песента и изпълнение пред публика.*

Първо: *Запознаването с песента*

Тъй като песните се избират от продуцента, много често се случва певците да изпълняват непозната за тях песен. Затова е важно запознаването с песента, което става с многократното ѝ възприемане – зрително, слухово, слухово-зрително, двигателно. Изпълнителят слуша съсредоточено като се старее да схване основните музикални послания и да създаде собствена концепция за интерпретацията на песента.

Второ: *Изучаване на песента*

При изучаването на песента се установява координация между образуваните слухови представи и възпроизвеждането им с глас. Песента се усвоява след многократно повторение. Това е етап, при който песента се овладява технически и художествено. Песните се изучават самостоятелно от изпълнителите. По време на репетициите се констатираат вокалните проблеми и се работи по тяхното отстраняване – поправят се фонетичните и вокално-технически грешки. Работи се над детайлите на песента – темпо, щрихи, динамика, технически трудности и др. Овладяването на вокалната техника в никакъв случай не е самоцел, а средство за художествено изпълнение на песента. Затова техническата и вокално-изпълнителската подготовка се осъществяват комплексно, в неразривно единство.

Днес към изпълнителите се поставят все по-високи изисквания. Те трябва не само да умеят да интерпретират майсторски, съобразно стилите особености и собствените възможности, но и да влагат сърце, емоция и артистичност в изпълнението.

Трето: *Художествена интерпретация на песента*

Работата по художественото изграждане на песента започва още с изучаването ѝ. Художественото изпълнение включва работа над текста и мелодията на песента. При подготовката се обръща специално внимание върху артикулацията и дикцията, от които зависи яснотата на текста. Работата върху текста е в тясна връзка с работата върху музикалната фраза. За художественото изграждане на песента е важно певецът да усеща пулсацията на музикалната фраза и да умее да фразира. Изразителното изпълнение в действителност е своеобразно умение да се предадат нюансите на настроението и емоциите. То зависи от стила, темперамента и интерпретаторските умения на певеца. Зависи също от психическата нагласа и издръжливост на певците, които много често са притеснени и изпълняват вокалното произведение механично, без да влагат чувство. **В този етап се включва и подготовката за публично изпълнение.**

Концертните изпълнения са тези, които изискват пълно емоционално, интелектуално и физическо себеотдаване и са свързани с много стресови ситуации. Всички певци изпитват безпокойство и страх и не винаги успяват да контролират своите действия при излизане на сцената. Стресът понижава качеството на изпълнение, затова през цялото време се работи за преодоляването му. Използват се различни психологически средства за формиране на адекватно психическо състояние, което в максимална степен да позволи пълноценно художествено изпълнение.

Четвърто: *Изпълнение на песента пред публика*

Най-възбуждащите преживявания за участниците са свързани с големите концерти, с изпълненията на живо пред публика, които се организират веднъж седмично. По време на концертните изяви певците осъществяват непосредствен контакт с публиката, демонстрират усвоеното по време на репетициите и своите изпълнителски умения. Те отново съпреживяват песента, интерпретират вложените в нея чувства и послания съобразно своите индивидуалност и стил. Тези изпълнения се оценяват от

професионално жури и от публиката. Изпълнителите, които са събрали най-малко гласове отиват на елиминации. Тъй като оценката на публиката е свързана с изпращане на СМС-и, много често много добри изпълнители се оказват на елиминации (което изисква от тях на следващия *лайф* да докажат своето качество). Понякога изпълнители, които не са толкова професионално изградени, добре организират социални медии и приятелския си кръг и се класират на по-високо от полагащото им се място. Представянето на изпълнителите по време на концертите допринася изключително много за популярността им сред зрителите. По време на живите концерти форматите отбелязват изключително висок рейтинг.

3.3. Резултати от вокалната работа с изпълнителите

3.3.1. Резултати на участниците във втори и трети сезон на „Мюзик айڈъл“

Вокалното развитие на певците се определя на базата на натрупания художествено-музикален опит – усвоените вокално-изпълнителски умения, знания и компетентности. **Оценката на вокално-изпълнителските умения на певците включва оценките на вокално-техническите (вокална техника), артистичните и творческите (интерпретаторски) умения.**

Вокално-технически умения (вокална техника)

При подбора на певците обикновено първите впечатления са свързани с красотата на певческия глас. Затова при оценката на вокално-техническите умения акцент се поставя върху *вокалната техника*, от която зависи качеството на изпълнение. Оценяват се качествата на гласа (тембър, диапазон и сила) и степента на владеење на певческите навици и умения (дишане, дикция, звукообразуване), от които зависи добрата вокална техника. Изграждането на певчески навици и умения става в процеса на овладяване на вокалната техника, следствие на което певците придобиват умение да владеят гласа си като музикален инструмент. Добрата вокална техника подобрява също така качествата на гласа и способства изразителното пеене.

В Приложение 1 (съответните таблици) са показани оценките на участниците във втори и трети сезон, на базата на които са изготвени представените по-долу таблици №1, №2 и №3.

В резултат на проведената вокалната работа, в края на формата изпълнителите показват по-добри резултати. По-високи оценки са получили 68% от певци, което означава, че са подобрили вокалните си умения и са усъвършенствали своята вокална техника. Една част от изпълнителите са запазили първоначалното си ниво (32%); 24% получават много добра оценка, а 8% – добра. (Таблица 1).

Артистичност

В началото на формата певците обикновено се притесняват и не могат да покажат истинските си артистични умения. Някои от тях за пръв път пеят пред публика на живо в телевизионно студио и това оказва влияние върху психиката им. Други имат по-високи критерии и се страхуват от неуспешно представяне. Много от певците изпълняват песента формално, без да влагат чувства. Постепенно, в процеса на работа, те се отпускат и преодоляват притеснението от сцената. В края на формата тези изпълнители показват добре изразена емоционалност и артистичност, по-осъзнато и по-адекватно на характера на песента сценичното поведение. Например: двама от участниците в сезон 2, които в началото са оценени със средна оценка, в края на формата показват добри резултати. Те са по-освободени и емоционално овладени при използването на различни пластични решения.

Резултатите, по отношение на артистичността на участниците, отново показват положителна промяна. 64% от певците са оценени с по-висока оценка, което означава, че са подобрили своите артистични умения. В края на формата 36% от певците запазват

своето първоначално ниво; 8% запазват своята добра оценка, а 28% имат много добра оценка.

Интерпретаторски умения

Най-важното за един изпълнител е да проявява творческо отношение към песента, да умее самостоятелно да тълкува и интерпретира вложените в песента послания. Затова се оценява умението за творчество при интерпретирането на музикално-образното съдържание на песните и наличието на изразен собствен стил.

Нараснал е броят на певците, които влагат личен творчески опит и отношение към изпълняваната песен. 88 % от певците са подобрили своите интерпретаторски умения. Те интерпретират, съпреживявайки вложените в песента идеи и чувства, търсейки свое собствено решение. 12% от изпълнителите запазват своите начални оценки – отлична (4%) и много добра (8%). Вокалната работа по време на формата дава своите резултати – изпълнителите са подобрили значително своята вокална техника, което им дава увереност и самочувствие. В резултат на това те са по-освободени, емоционално отзивчиви и показват по-добри артистични умения. При сравнение на данните, посочени в Таблица 3, се вижда, че резултатите са много близки. Изпълнителите са подобрили най-много своите интерпретаторски (88%), последвани от вокално-техническите (68%) и артистични умения (64%). Оценка на вокално-изпълнителски умения се получават като средна аритметична стойност на основа на получените оценки за вокално-техническите, артистични и интерпретаторски умения.

На диаграма 1 са показани оценките в началото на формата на вокално-изпълнителските умения. Вижда се, че от 25 участника, достигнали до „Концертите на живо“, 36% (9) от певците са показали много добри вокално-изпълнителски умения. 56% (14) са с добри и 8% (2) са оценени със средна оценка. На диаграмата се вижда, че преобладават участниците с много добра и добра оценка, както и липсата на участници, оценени с отлична оценка.

В края на формата (Диаграма 2) изпълнителите са показали положителни количествени и качествени промени. 20 % от певците са показали отлични вокално-изпълнителски умения, 60% показват много добри и 20% – добри.

Сравнително малко (28%) са изпълнителите, които са запазили изходното си ниво – 16% много добро и 12% – добро. Направеният анализ на данните показва, че 72% от изпълнителите са усъвършенствали своите вокално-изпълнителски умения, следствие на което са подобрили качеството на изпълнение. В резултат на проведената вокалната работа певците са придобили знания, умения и компетентности, натрупали са ценен художествено-музикален опит.

3.3.2. Резултати на участниците в първи сезон на „Х-фактор“

В първи сезон на „Х-Фактор“ до концертите на живо са допуснати 13 изпълнители. На първата репетиция се оценяват вокално-изпълнителските умения на участниците в „Х-фактор“, така както при „Мюзик айдъл“ – вокално-технически, артистични и интерпретаторски умения.

В Таблица 4 на Приложение 1 са показани оценките на участниците в първи сезон на „Х-Фактор“. На базата на тези оценки са изготвени обобщените таблици, представени по-долу.

В Таблица 4 (Приложение1) са показани **оценките на вокално-техническите умения** на певците. От таблицата се вижда, че в началото само двама изпълнители (15,38%) са получили отлична оценка. В края на формата се отчита, че 84,62% от изпълнителите са усъвършенствали своята вокална техника.

Този висок резултат се дължи на всекидневната работа с вокалния педагог, който непрекъснато следи, коментира и поправя техните грешки. Интензивните репетиции и концертите също допринасят за подобряване на вокалните им умения.

По отношение на **артистичността** може да се каже, че 46,15% от певците са запазили началното си ниво. Останалите 53,85% от участниците са оценени с по-високи оценки, което означава, че са подобрили своите артистични умения. (Таблица 5).

Тези резултати се дължат на факта, че по време на вокалната подготовка се търсят различни изпълнителски решения, които зависят от характера на песента, индивидуалните качества на певеца, темперамента, вдъхновението и др. Благодарение на активната концертна дейност и подобрената вокална техника певците са придобили необходимото самочувствие и затова показват по-добри сценични умения. Изграждането на собствен стил помага на певците да избегнат имитацията, която е много често срещано явление при младите изпълнители на поп музика. Затова непрекъснато се работи за запазване на индивидуалността на певеца, като му се дава свобода за собствена интерпретация.

Участниците в „Х-фактор“ още в началото са получили много добри (84,32%) и отлични (7,69%) оценки за интерпретаторските си умения (общо 92,31%). Въпреки тези добри начални данни, в края на сезона 53,85% от певците са показали по-добри резултати. 46,15% от участниците са запазили своите първоначални оценки – много добри и отлична (Таблица 6).

В началото на формата вокално-изпълнителските умения на участниците са оценени като добри (23,08%) и много добри (69,23%). Само един от певците е показал отлични умения.

В края на формата (Диаграма 4) участниците са оценени с по-високи оценки, което показва, че в резултат на проведената вокална работа са развили своите вокални умения и способности. В Диаграми 5 и 6 са показани обобщените данни за вокалното развитие на участниците в двата формата. Въпреки високите изходни данни на участниците от „Х-фактор“, резултатите показват, че изпълнителите и от двата формата са развили своите вокални умения. На диаграмата се вижда, че изпълнителите от „Х-фактор“ имат най-голямо развитие на вокално-техническите умения (84,62%), а певците от „Мюзик айдъл“ са развили най-много интерпретаторски си умения (88%).

По отношение на вокално-изпълнителските умения може да се направи извода, че и в двата формата се наблюдава значително развитие. При певците от „Мюзик айдъл“ – 72%, а при „Х- фактор“ – 69,23% (Диаграма 6).

Тези високи резултати показват, че по време на участието си във форматите над 60% от певците са развили своите вокално-изпълнителски умения. Благодарение на усъвършенстваната вокална техника са повишили качеството си на изпълнение. Сценичните изяви са им помогнали да разкрепостят поведението си и да разгърнат артистичните си способности. В резултат на всичко това те откликват на емоционално-образното съдържание на песента, влагайки при изпълнението своите мисли, индивидуален творчески опит, възгледи и разбиране. Придобитите вокално-изпълнителски умения и сценичен опит са им дали увереност и самочувствие, така необходими за всеки млад изпълнител.

Смятам, че оценките на участниците са относителни, защото в различните кръгове всеки е проявявал различно отношение. Има изпълнители, които в един начален стадий са отпаднали (Михаела Филева, която отпадна втора), но след това, благодарение на своите качества и професионална дисциплина, се издига и става една от най-обичаните звезди от младата генерация. Тук трябва да се вземе под внимание зрителския вот, който в доста от случаите се разминава от този на професионалните ментори. Затова отпадането на такъв вид изпълнители, може да се счита за феномен, както и стигането

до финала, благодарение на зрителския вот, на изпълнители, които с нищо не са *блестели* повече от тези, които са отпаднали. Много от изпълнителите от първия формат, добиват изключително сериозна популярност – Рафи Бохосян, Михаела Филева, Ангел и Моисей, групите – Voice of Boys и Suga’Mamma. Много от тези изпълнители продължават своята изпълнителска кариера и то много успешно. Всичко това е благодарение на този изключителен формат, който дава шанс на младите изпълнители и където за толкова кратко време те израстват максимално.

Работата на един вокален педагог не е само да изисква упражнение за дишане, артикулационни упражнения, вокални упражнения и изпълнителска дейност върху песента (съответното произведение). Много важна от личността на педагога е да вдъхва увереност и необходимото за сцената самочувствие. Добрият педагог усеща характера на всеки един от изпълнителите, независимо от неговата тясна специалност (певец, артист и т.н.) и доизгражда личността му, присъствието му на сцената. Така всеки израства и тогава смисълът на всеки формат е изпълнен не само с шоу, но и със съдържание.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА. ТЕЛЕВИЗИОНЕН ПЕВЧЕСКИ ФОРМАТ ЗА ИМИТАЦИИ „КАТО ДВЕ КАПКИ ВОДА“

4.1. Същност на формата

През 2013 година по Нова телевизия започва излъчването музикалният формат „Като две капки вода“, който е българската версия на шоуто „Tu cara me suena“, създадено в Испания. Продуцент на предаването е „Global Films“. В шоуто участват осем известни личности (актьори, певци, телевизионни водещи, спортисти), които в рамките на три месеца имитират световноизвестни и български певци. Всичко това се случва с пеене на „живо“.

Участниците във формата работят с вокален педагог, хореограф и театрален режисьор, които им помагат за конкретната *имитация* – как да копират точно начина на пеене, движенията, жестовете и хореографията във видеото на конкретния изпълнител. Първокласен екип от стилисти и гримьори и фризьори работят заедно, за да могат участниците да изглеждат по абсолютно същия начин като оригиналните изпълнители.

Всяко шоу включва видео, показващо репетициите на звездите и процеса на невероятната им трансформация. В края на всяко шоу участниците разбират в кого ще трябва да се превъплътят следващата седмица. На огромен екран се показват образи на различни известни певци, а подборът се прави на случаен принцип чрез натискане на бутон.

Осемте участника се състезават на сцената всяка седмица. Те се оценяват от професионално жури, обикновено съставено от трима души.

След изпълненията на участниците по време на концерта има и специален гост (известна личност), който влиза в ролята на изпълнител. За задача зрителите се опитват да отгатнат кой е в образа на изпълнителя. Името на известната личност се отгатва, когато свърши изпълнението. От третия сезон специалният гост се представя в началото на шоуто като за една вечер става четвъртият член на журито. От четвъртия сезон на шоуто специалният гост отново е преместен след изпълненията на участниците преди оценките на журито.

Всяко шоу е самостоятелно и има собствен победител, който получава паричната награда, която по своя преценка дава за благотворителност. На финалното шоу на сезона се решава кой ще получи голямата награда (нов автомобил) и ще бъде провъзгласен за победител.

До 2020 в България има осем издания на предаването, които са предмет на настоящото изследване:

- Първият сезон стартира на 13 март 2013
- Вторият сезон започва на 10 март 2014
- Третият сезон – на 3 март 2015
- Четвъртият сезон – на 3 март 2016

Характерно за четвъртия сезон е това, че за първи път е допуснато участието на дует – Георги Низамов (актьор) и Светозар Христов (поп певец).

- Петият сезон на шоуто стартира на 27 февруари 2017
- Шестият сезон – на 26 февруари 2018
- Седмият сезон – на 25 февруари 2019
- Осмият сезон – на 24 февруари 2020

Характерно за осмия сезон е, че двама от участниците са избрани чрез зрителски вот и за първи път участниците са 9.

Водеци на всички 8 сезона са Димитър Рачков и Васил Василев-Зуека.

4.2. Жури

Журието на „Като две капки вода“ се състои от изявени български певци, музиканти, артисти, режисьори и продуценти, доказали се в своята област: **Магърдич Халваджиян, Хилда Казасян, Димитър Ковачев-Фънки, Любен Дилов-син, Милица Гладнишка, Юлиан Константинов, Добрин Векилов-Дони, Йорданка Христова, Виктор Калев, Юлиан Вергов.**

4.3. Участници

Както вече стана ясно, в шоуто участват осем известни личности (актьори, певци, ТВ водещи), които в рамките на 3 месеца имитират световноизвестни и родни изпълнители от музикалната сцена. Участниците трябва да имитират по възможно най-добрия начин оригиналния певец, както певчески, така и всеки отделен елемент на неговото изпълнение (от видеоклипа или концерт) – визия, сценично поведението, движения, тембър на гласа и др. За целта участниците трябва да изтърпят всякакви промени, за да си приличат „като две капки вода“ с оригинала.

В първия сезон на шоуто участват осем изпълнители, от които седем актьори и един певец. Участниците в първия сезон са Албена Михова, Алексей Кожухаров, Станимир Гъмов, Милица Гладнишка, Стефан Рядков, Диана Любенова, Мария Игнатова и Рафи Бохосян, който е поп изпълнител. Всички останали участници са актьори, като Милица Гладнишка се изявява и като джаз певица. На финала се състезават тези, които са събрали най-много точки. **Победител в първия сезон на шоуто „Като две капки вода“ става Рафи Бохосян.**

Участници във втория сезон са актьорите Невена Бозукова-Неве, Деян Донков, Мая Бежанска, Стефания Колева, Антоанета Добрева-Неги, телевизионните водещи Павел Владимиров, Къци Вапцаров и Иво Танев, който е певец и телевизионен водещ. Отново преобладават актьорите, които са седем. Победителката във втория сезон е българската актриса **Невена Бозукова-Неве**, която става популярна с участието си в шоуто „Аламинут“ по bTV и в сериала „Етажна собственост“ по Нова телевизия.

В състава на участниците в третия сезон са включени 4 певци, 4 актьори и 1 водеща. Това са попфолк певица Азис, рап изпълнителят Криско, Жана Бергендорф, (поп певица и победител в „Х-Фактор 2“), Деляна Маринова-Джуджи – ко-водеща и актьорите Филип Аврамов, Милена Маркова-Маца, Нона Йотова и Ненчо Балабанов. Броят на певците този сезон значително се е увеличил в сравнение с предишните два, особено ако включим и актьорите Нона Йотова и Ненчо Балабанов, които са и поп певци.

Победител в третия сезон става участникът с най-много седмични победи Ненчо Балабанов.

Участниците в четвъртия сезон са актьорите Герасим Георгиев-Геро, Джулия Бочева, Калин Врачански, Георги Низамов – Жоро и певците Светозар Христов, Орлин Павлов, Поли Генова, Петя Иванова-Преслава и Прейа Осасей. За първи път в този сезон участва дует в състав актьорът Георги Низамов и поп певецът Светозар Христов, а броят на певците (5) е по-голям от този на артистите (4). **Победител и в този сезон е изпълнителят с най-много победи на седмичните концерти Калин Врачански.**

Участниците в петия сезон са актьорите Башар Рахал, София Джамджиева, музикантът Костадин Георгиев-Калки, футболистът Ваня Джаферович, попфолк певицата Десислава Донева, известна като Деси Слава и поп певците Людмила Дяковска-Люси, Мирослав Костадинов-Миро и Михаела Маринова (участник в третия сезон на „Х-фактор“ и победител в „Маскираният певец“). **Победител в петия сезон на шоуто „Като две капки вода“ е Михаела Маринова**

Участниците в шестия сезон са: двама актьори Борислав Захариев и Иван Юруков, един модел – Златка Райкова и пет певци – Маргарита Хранова (естрадна певица), Гери-Никол Георгиева (R&B и поп певица) Славин Славчев (поп рок певец), Константин Славчев-Коцето и Софи Маринова (поп фолк певци). **Победител в шестия сезон на шоуто е Славин Славчев** (победител в третия сезон на „Х-фактор“).

В седмия сезон на „Като две капки вода“ всички участници са певци: Десислава Добрева, Мария Илиева, Стефан Илчев и Христина Христова-Тита – поп певци; Дичо Христов – поп рок певец; Константин Трендафилов „Папи Ханс“ – писател, поп певец; Петя Буюклиева – естрадна певица; Милко Калайджиев – попфолк изпълнител. **Победител в седмия сезон на шоуто е Стефан Илчев.**

Осмият сезон на шоуто „Като две капки вода“ се провежда в условията на необичайни обстоятелства, свързани с извънредното положение, обявено в страната във връзка с разпространението на коронавируса „Covid-19“. Прецедент в историята на предаването създават въведените противоепидемични мерки, които оставят осмия сезон на шоуто без публика в студиото. Въпреки това, предаването се провежда при изключителен интерес, предпочетено е от 52% от аудиторията в активна възраст (18-49 години), което е близо 4 пъти по-висок резултат спрямо гледаемостта на втората телевизия в същия часови интервал. „Като две капки вода“ оглавява класацията за най-предпочитана програма сред зрителите в активна възраст. Средният аудиторен дял на всички тринайсет епизода от осмото издание сред зрителите в активна възраст е 45,6%. Данните на „ГАРБ Аудиенс Межърмент България“ сочат още, че предаванията през осми сезон са средно с над 2,4 пъти по-голям аудиторен дял от дела на бТВ по същото време сред зрителите в активна възраст.

Участници в осмия сезон на шоуто са актьорите Димитър Маринов и Антоан Петров-Анди, певците Маги Джанаварова, Галя Курдова, Дарина Йотова-Дара, Йотислав Йотов-Тото, Георги Симеонов-JJ, Луна Йорданова и Фикрет Тунчер, по-известен като Фики Стораро.

За първи път в историята на шоуто участник отстъпва своето място на финала на следващия в класацията. Димитър Маринов предоставя своето място във финалната четворка на Маги Джанаварова (85 т.), която се класира на второ място. Трето място заема Дара, а четвърто Георги Симеонов-JJ. **Фики Стораро печели и става победител в осмия сезон на музикалното шоу „Като две капки вода“.** Фики Стораро е български попфолк певец.

В най-решаващите последни минути близо 60% от аудиторията е проследила дългоочакваното обявяване на годишния победител. Това е финалът с най-високи

резултати от старта на предаването преди осем години. То достига до над 2,5 милиона зрители.

Според данните на „Google Analytics“, само за периода на осмия сезон на предаването, в онлайн платформите на „Нова Броудкастинг Груп“ са осъществени над 2,4 милиона видеогледания⁶. Осмият сезон на предаването е категоричен лидер в телевизионния ефир.

На 21.02.2021 стартира *Деветият сезон на шоуто* „Като две капки вода – All Stars“, тъй като участниците в него вече са се състезавали в предаването. Водещи са Васил Василев-Зуека и Герасим Георгиев-Геро. Журито е в същия състав.

Участници са: Азис (участник в сезон 3), Къци Вапцаров (участник в сезон 2), Милица Гладнишка (участник в сезон 1), Михаела Маринова (участник и победител в сезон 5), Поли Генова (участник в сезон 4), Рафи Бохосян (участник и победител в сезон 1), Софи Маринова (участник в сезон 6) и Фики (участник и победител в сезон 8). Сезонът приключва на 24.05.21, а **победител е Рафи Бохосян, който печели шоуто за втори път.**

От изложеното дотук става ясно, че в осемте издания на формата „Като две капки вода“ са участвали общо 66 изпълнители. От тях 34 певци, 26 актьори, 3-ма водещи, 1 писател, 1 футболист и 1 модел.

Забелязва се, че в първите сезони повечето от участниците са актьори. Например в първи и втори сезон има по 1 певец, а в трети сезон певците са 3-ма. В четвърти, пети и шести сезон участват по 5 певци, а в седми и осми сезон – по 7 певци. Пет сезона на шоуто са спечелени от певци – първи, пети, шести, седми и осми сезон. Три сезона (втори трети и четвърти) са спечелени от актьори.

По време на участието във предаването участниците се превъплъщават в световноизвестни и български изпълнители. Те изпълняват песни в различни стилове и жанрове – поп, рок, поп фолк, класически, народни и др. За да се справят със задачите, изпълнителите работят с екип от специалисти, които ги подготвят за седмичните концерти.

Какви трудности срещат по време на подготовката участниците? Кой се справя по-добре с имитацията – актьорите или певците? На тези въпроси се търси отговор в настоящото изложение.

4.4. Подготовка на участниците за вокални превъплъщения

За подготовката на участниците се грижат вокален педагог, преподавател по актьорско майсторство, хореограф, стилисти, гримьори и др.

Вокалната работа се провежда с певците два пъти седмично по 2 часа. При желание на участниците се дават допълнителни часове в удобно за тях време, без значение дали е празничен или делничен ден. По време на вокалната подготовка се работи за подобряване на певческите навици и умения и върху овладяване на репертоара.

Етапите на вокална работа са както при другите формати, но тук акцентът е поставен върху имитацията. За разлика от другите предавания, където певците трябва да имат свой собствен стил, да са добри изпълнители и интерпретатори, в това шоу участниците трябва да могат да имитират добре известни български и чужди певци, изпълнявайки песни в различни стилове. Кого ще имитират зависи от бутона на късмета.

Работата на вокалния педагог е, не само да обучава изпълнителите да пеят, но и да имитират певците, така че да не навредят на собствения си глас, т.е. без да напрягат гласа си и да пеят извън диапазон си. Това прави работата на вокалния педагог изключително трудна и отговорна. Той трябва да се грижи не само за добрата подготовка

⁶ Караколева, Д. Грандиозен финал на най-гледаното шоу по NOVA

на участниците, но и за опазването на певческите им гласове. Задачата е трудна за изпълнение, защото много често се налага мъже да влязат в женски образ или жени да имитират мъжки гласове. Трудността на тези имитации произтича и от факта, че една голяма част от участниците нямат необходимата вокална техника и не умеят да контролират гласа си. За артистите, участващи във формата няма проблем да се справят с имитацията на поведението на певица, но се затрудняват с вокалните изпълнения. Вокални изпълнители, които имат своя кариера се затрудняват да имитират други певци (тембъра, маниера им на пеене), тъй като имат свой собствен стил.

Както стана става ясно по-горе, в осемте издания на формата „Като две капки вода“ са участвали общо 66 изпълнители – певци, актьори, водещи, писатели и др. С цел проследяване развитието на участниците и сравняване на резултатите са обособени три групи: група на певците, на актьорите и група на участниците с други професии – известни журналисти, спортисти и др. За да може да се проследи развитието на участниците, се прави оценка на техните възможности в началото и в края на формата. Тъй като шоуто е за имитация, се оценяват не само певческите и артистичните способности, но и уменията им за имитация. Участниците се оценяват с отлична, много добра, добра и средна оценка. При предварителната селекция не са допускани участници, които нямат необходимите качества и са оценени със слаба оценка.

В таблици 1, 2 и 3, на Приложение 2, са показани данните за *певческите умения* на участниците във формата.

В Таблица 1 се вижда, че певците са постъпили във формата с много добра и отлична вокална подготовка. Само един от тях е получил средна оценка. В началото на формата някои от певците изпитват огромно напрежение, защото не се чувстват достатъчно подготвени за предстоящите превъплъщения. Колкото и да имат опит и собствена кариера, това за тях е ново предизвикателство с много неизвестни.

Постоянните репетиции и концертни изяви дават своите резултати. Репетициите под ръководството на педагог са изключително важни не само за подготовката, но и за развитието на изпълнителите.

Въпреки високите изходни данни, в края на формата 55,88 % от певците са подобрили своите певчески умения, като са получили по-високи оценки, което означава че са преминали на следващото ниво: 2,94% - от средно на добро и 52,94% - от много добро на следващото по-високо.

В Таблица 2, на Приложение 2, са представени данните на актьорите. Вижда се, че в началото преобладават участниците с добри (30,77%) и много добри певчески умения (61,54%). Сред актьорите има участници, които нямат необходимата вокална подготовка и това също дава отражение върху тяхното представяне в началото на формата.

В края на шоуто се отчитат положителни промени – 57,69% от участниците са получили по-високи оценки, а 42,31% са запазили първоначалното си ниво.

В Таблица 3, на Приложение 2, са представени резултатите на участниците с други професии, които показват, че са постъпили с най-ниски резултати спрямо останалите. Това е така, защото те не са професионални певци, нито актьори. В края на предаването се оказва, че само един от участниците е подобрил своите певчески умения.

От казаното следва, че при всички групи участници има позитивни промени, като най-много са подобрили *певческите си умения* актьорите (57,69%), следвани от певците (55,88 %) и накрая участниците с други професии (16,67%).

В таблици 4, 5 и 6, на Приложение 2, са представени резултатите за *артистичните умения на трите групи* участници във формата – в началото и в края. В таблиците се вижда, че с най-високи данни са постъпили актьорите, след тях се нареждат певците, а с най-ниски данни са участниците с други професии.

По отношение на артистичността може да се каже, че 35,29% от певците са подобрили своите умения. В началото преобладават певците с много добра оценка (67,65%), а в края – с отлична (50%) (Таблица 5, Приложение 2).

При актьорите също се забелязва, че има положителна промяна, въпреки високите изходни резултати. 34,62% са получили по-високи оценки в края на формата, благодарение на добрата вокално подготовка, която им е помогнала да преодолеят притеснението, да се отпуснат и да се справят по-добре с вокалните превъплъщения.

В таблица 6 се вижда, че членовете на *групата на другите участници* постъпват във формата със значително по-ниски резултати. В началото 88,33% показват добри артистични умения, а в края същият процент участници са оценени като много добри. 66,67% демонстрират по-добри умения в сравнение с началото на формата.

Направеният анализ показва, че всички са подобрили своите артистични умения, като най-голяма е промяната в групата на участниците с други професии.

В таблици 7, 8 и 9, на Приложение 2, са представени данните за имитаторските умения на участниците.

По време на репетициите с певците се установи, че за изпълнителите, които имат собствен стил е особено трудно да влязат в образа на друг певец. Колкото и да са добри изпълнителите и да имат многогодишен опит, те определено се притесняват. Особено се затрудняват да имитират тембъра (особено ако певецът е от противоположния пол) и стила на пеене. Това се отразява на самочувствието им, психиката им и на актьорската игра. В процеса на работа се установи, че по-добре се справят младите певци, които все още са в началото на своята кариера и нямат изграден собствен стил.

От таблица 7 в Приложение 2 се вижда, че в края на формата, 14 от певците (41,18%) са показали по-добри имитаторски умения.

Фактът, че трябва да се пее по време на публичните изяви се оказва сериозно предизвикателство за някои от актьорите. Въпреки че са подбрани актьори, достатъчно добри в своята професия, те също се притесняват и в началото показват по-ниски резултати. В началото на шоуто (Таблица 8, Приложение 2) един от актьорите е оценен със средна оценка, не защото е слаб като актьор, а защото няма достатъчно добра вокална подготовка, което се отразява на изпълнението му. В края на формата същият актьор получава много добра оценка за своите имитации. Това означава, че в резултат на подобренията вокални навици и умения е добил увереност и възможност да разгърне своя талант. В края на формата 38,46% от актьорите показват положителна промяна (Таблица 8, Приложение 2).

Най-висок е процентът на членовете на *групата на участниците с други професии*, които са подобрили своите имитаторски способности – 83,33%. (Таблица 9, Приложение 2). Този резултат също е логичен, защото тези участници не са певци, нито актьори и постъпват с най-ниски резултати. По време на участието си повечето от тях значително са подобрили своите умения за имитация.

На диаграми 8, 9 и 10 са показани обобщените резултатите на всички участници във формата, където ясно се вижда динамиката на тяхното развитие.

На Диаграма 8 и Таблица 10 в Приложение 2 се вижда, че в началото преобладават участниците с много добри оценки на певческите умения, а в края – с отлични. В края на формата се отчита, че 53,03% са подобрили и усъвършенствали своите певчески умения. Подобренията певчески навици и умения са дали самочувствие и увереност на участниците, така необходими за вокалните изпълнения. Добрата вокална подготовка им дава свобода и се отразява на техните артистични превъплъщения.

В Таблица 11, на Приложение 2, и Диаграма 9 се вижда, че в началото преобладават участници, оценени с много добри артистични умения, а в края – с

отлични. Отчита се, че 25 (37,88%) от участниците са подобрили артистичните си умения.

Обобщените резултати на Диаграма 10 показват развитието на имитаторските умения. Оказва се, че в края на формата 45.45% от участниците са демонстрирали подобри имитаторски умения (Таблица 12, Приложение 2), т.е. те се превъплъщават успешно в образа на вокален изпълнител.

Обобщените данни сочат, че 35 от всички участници (53.03%) са подобрили своите певчески умения, 25 участници (37.88%) – артистичните и 30 участници (45.45%) – имитаторските си умения. Тези резултати са сравнително по-ниски от резултатите на участниците в другите формати. Това е така, защото в „Като две капки вода“ участват известни изпълнители с опит, а в „Мюзик айдъл“ и „Х- фактор“ – млади, нови и неизвестни изпълнители.

Изнесените резултати по-горе красноречиво показват, че по време на участието във формата „Като две капки вода“, в рамките на 3 месеца голяма част от участниците подобряват своите певчески, артистични и имитаторски умения.

Кой се справя по-добре с имитацията – актьорите или певците? Трудно е да се каже, защото има победители и от певците, и от актьорите. Всичко зависи от качествата на участниците. Ако съдим по броя на победителите в деветте сезона (6 певци и 3-ма актьори) означава, че по-добре се справят певците. Това е така, защото да си добър певец трябва да бъдеш и добър актьор, да имаш излъчване и да умееш да владееш публиката. Добре се справя този участник, който имитира по възможно най-добрия начин оригиналния певец, както певчески, така и всеки отделен елемент на неговото изпълнение (от видеоклипа или концерт) – визия, сценично поведение, движения, тембър на гласа и др. Макар често журито да казва, че пеенето няма значение, печелят тези, които могат да се превъплътят в образа на певица, като съпреживеят вложените в песента чувства, използвайки неговите изпълнителски и художествени похвати.

Най-трудна се оказва имитацията за професионалните певци, които имат свой собствен стил и трудно могат да подражават на други певци. Колкото и да са артистични, те се затрудняват да влязат в образа на друг певец и да имитират неговия тембър, поведение и маниер на пеене. За актьорите не е проблем актьорската игра, но имитацията на певческия глас се оказва също доста трудна задача, особено за тези, които нямат необходимата техника на пеене и не умеят да владеят гласа си.

Най-добрият атестат за един педагог е резултатът от неговата работа – постиженията на изпълнителите на концертните на живо. По време на концертните изяви изпълнителят се превъплъщава в образа на певица, като се стареа да го представи цялостно (поведение, излъчване, пеене, настроение) по-възможно най-добрия начин.

Като заключение на представените данни за този телевизионен формат може да се направят следните изводи

- „Като две капки вода“ е едно от най-популярните телевизионни предавания с вече 11 издания в България (до 2023 година).
- Смятам, че това е най-атрактивното и едновременно сериозно (като артистична и вокална работа), но и насочено към забавление риалити предаване. Независимо от скечовете на водещите, от непрекъснатите пререкания или *игра на журито*, предизвикателствата пред участниците често са изключително трудно достижими. Неуморната работа на екипа преподаватели и на изпълнителите е видима. Зрителите стават свидетели на израстването на артистите. Това и предизвиква непрекъснатия интерес на аудиторията, която се чувства част от телевизионната реалност.
- Изключителния професионализъм на вокалния, движенчески, и артистичен треньори, невероятният технически екип, самият режисьорски и продуцентски

размах на предаването постигат непрекъснато усъвършенстване. Чувството на изненада, търсенето на предизвикателство, което се постига по време на предаванията на живо, държат аудиторията в непрекъснат контакт с изпълнителите и педагозите.

- Това, което показва предаването за своите 11 сезона, дава основание да се очакват още по-високи резултати – и на изпълнителите, и на продуцентските хрумвания, които да предизвикат изненадите и очакванията на аудиторията.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Риалити форматите са сравнително нова форма на телевизионна програма, която набира изключителна популярност в последните години. Те са резултат от бързото развитие на средствата за масова информация, от променените нагласи и потребности на хората, от формите и средствата за комуникация. Най-масова, популярна и достъпна медия е телевизията, която се старее да привлича все повече зрители, предлагайки продукции, осигуряващи им висок рейтинг и възможности за печалба.

Направеният преглед на телевизионните певчески формати показва, че те се появяват най-напред в чужбина, а по-късно и в България. По-голямата част от певческите формати се правят по чужд лиценз, затова е необходимо да се приспособят към българските условия. Характерна особеност на тези предавания е, че се осъществява пряката връзка със зрителите, които оценяват изпълнителите по свои критерии, тъй като липсват точно установени такива. Зрителите играят активна роля и със своя вот участват при определяне на победителите.

Голяма част от аудиторията смята, че журито и продуцентите налагат мнението си, че по време на участието в предаването участниците се развиват много и израстват професионално. Според тях това е реклама с цел привличане на повече участници.

По време на състезанието всички телевизионни медии се грижат за участниците. Те дават интервюта за телевизионни канали, вестници, списания, участват в редица концерти и др. Целта на тази реклама е продуцентите да си осигурят възможно най-голяма печалба. Не е ясно обаче доколко тя помага на изпълнителите. Често, веднага след края на шоуто, победителите слизат от сцената и поради липсата на продуценти, които да инвестират в тях, се разделят с мечтата за кариера.

Настоящото изследване е насочено към всички зрители, които търсят отговор на въпросите:

- Има ли смисъл участието в тези формати?
- Помагат ли те на участниците да се развият професионално и да се реализират?
- Пиар ли е това или реалност?

Изследването има за цел да установи ролята и значимостта на музикалните формати за откриване, популяризиране и реализиране на участващите в тях изпълнители.

Представените резултати потвърждават твърдението, че участието в певческите риалити формати не е само с цел реклама и популяризиране на участниците, но и допринася за развитие и усъвършенстване на техните певчески, артистични и творчески умения. Колкото до реализацията им – за някои се оказва успешна, а за други приключва след края на шоуто. **Успешната кариера в голяма степен зависи от самите изпълнители, които ако не показват необходимата активност и не продължат да работят и да се усъвършенстват, то ползите от кратките минути публична слава ще останат безполезни.**

Всичко изложено до тук дава основание да се направят следните **ИЗВОДИ**:

1. С цел установяване ефективността на вокалната подготовка на изпълнителите във форматите „Мюзик айдъл“, „Х-фактор“ е реализирано първо изследване в България, резултатите от което показват, че проведената вокална подготовка помага да участниците да развият своите вокални умения.
2. Благодарение на добрата подготовка те са по-освободени, по артистични, имат необходимото самочувствие, което дава отражение върху качеството на изпълнение. Придобитите вокално-изпълнителски умения и сценичен опит им дават увереност и самочувствие, така необходими за всеки млад изпълнител.
3. По-голямата част от участниците в двата формата се реализират след приключване на формата, като Х-фактор се оказва по-успешен за кариерно развитие на младите изпълнители. Успешен старт им дава сключеният продуцентски договор с музикалната компания „Вирджиния рекърдс“, която продуцира първите им самостоятелни изяви.
4. Направено е изследване с цел проследяване вокалното развитие на изпълнителите и във формата „Като две капки вода“. То също показва, че по време на предаването участниците са усъвършенствали своите изпълнителски умения, което е повишило качеството на вокалните им превъплъщения. Изпълнителите се превъплъщават в образи на вокални изпълнители, използвайки целия си певчески и творчески потенциал, за да изградят по най-добрия начин образа на певеца.
5. Макар че целта на формата „Като две капки вода“ не е откриване на млади или неизвестни таланти, той дава шанс на изпълнители, станали известни сравнително скоро чрез участието си в други риалити програми, да придобият още по-голяма популярност – Михаела Маринова, Рафи Бохосян и Славин Славчев.

В заключение искам да кажа, че за мен беше истинско предизвикателство да напиша този дисертационен труд и да отговоря на всички, зададени по-горе въпроси. В продължение на 15 години събирах данни за участниците, като се стараех да ги оценявам безпристрастно, в реални условия – по време на репетиции и концерти. Оценяването на участниците е съобразно с представянето им във формата и няма отношение към техните професионални качества извън него.

Вложих цялата си енергия, личен опит и любов към певческото изкуство, за да постигна всичко това. Следя и се радвам на успехите на многобройните изпълнители, участвали във форматите, на всяка тяхна изява и реализиран проект. Тези, които независимо от крайният резултат (победители или не), са преминали през натоварените интензивни седмици работа – вокална, артистична, движенческа – те са доказали своите качества и са готови за активна и успешна по-натъшна сценична реализация.

ПРИНОСИ на дисертационния труд

1. Направен е исторически преглед на известните ни музикални певчески формати, съобразно последователността на тяхната поява във времето. Анализирани са предпоставките за тяхното възникване. Описани са подробно форматите „Поп айдъл“, „Х-фактор“, „Гласът“ и „Като две капки вода“ в България. Систематизирани са изданията на форматите, съобразно броя на сезоните в различните страни. Аргументирана е появата на телевизионните певчески формати в България. Описани са подробно съобразно последователността на тяхната поява.
2. Реализирано е първо изследване в България за установяване ефективността на вокалната подготовка по време на участието на изпълнители във форматите „Мюзик айдъл“ и „Х-фактор“.
3. Описана е вокалната работа с участниците стъпка по стъпка и са изведени резултати, които потвърждават ефективността на вокалната им подготовка. Усвоените знания, умения и компетентности участниците прилагат успешно в музикалната практика при своите музикални изяви.
4. Проследена е реализацията на победителите от „Мюзик айдъл“ и „Х-фактор“ след приключване на участието им във форматите, която доказва ролята на предаването за тяхната последваща успешна кариера.
5. Резултатите от проведената вокалната работа с участниците в „Като две капки вода“ доказват значението ѝ за подобряване на уменията им и повишаване качеството на вокалните превъплъщения на участниците.
6. Като цяло докторската работа прави един калейдоскоп на активните и най-атрактивни артисти – певци и непевци – на сцената в България в последните 20-30 години, които показват лицето на популярната култура у нас. Този събран материал (с достатъчно интернет източници и сайтография) може да бъде една отправна точка за последващи изследвания.