

УДК 008:(792.8+7.097)

**ТАНЦЕВАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЕ ШОУ
КАК ЭЛЕМЕНТ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ТАНЦЫ СО ЗВЕЗДАМИ»)**

Дункевич С.Г.

*Крымский гуманитарный университет, Институт филологии, истории и искусств,
Ялта, Украина*

E-mail: svetlana-vizavi@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению специфики танцевальных телешоу как явления современной культуры, в которой визуальность является одним из доминирующих элементов. Представленная модель отражает медиатизированный характер массовой культуры и доминирование в ней зрелищных форм.

Ключевые слова: танец, шоу, зрелище, массовая культура, экранная культура.

ВВЕДЕНИЕ

Важнейшим фактором развития современной массовой культуры является визуальное начало. Зрелищность всегда занимала важное место в духовно-практической деятельности людей, но именно сегодня «зримое» становится центральным элементом в любом виде повседневных практик – в работе и на отдыхе, в науке, политике и бизнесе, в публичном или частном пространстве. Высокие научно-технические темпы развития медиатехнологий предоставляют экранным формам беспрецедентные возможности в сфере воздействия на общество и личность. Традиционные виды искусства, казалось бы, далекие от «экрана» (в частности, хореография) оказываются включенными в общий процесс визуализации и коммерциализации культуры.

Цель статьи – выявление специфики танцевальных телешоу как аспекта визуальной культуры и особенностей его конструирования в медиакulturе. В соответствии с заявленной целью будут решены следующие задачи:

- рассмотреть роль зрелища как феномена культуры;
- раскрыть особенности трансформации танцевальных зрелищных форм в условиях визуализации и массовизации культуры (на примере проекта «Танцы со звездами»);
- выявить основные доминанты экранной зрелищности в танцевальных телешоу.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Массовой культуре как культуре сенсорных предпочтений свойственна зрелищность. Зрелищно-игровые элементы появились в самых разных формах массовых увеселений задолго до того, как некая часть культуры вошла в систему товарно-денежных отношений [1, с.5]. Так, в Древней Греции существовало достаточно большое количество массовых представлений, связанных с религиозными обрядами (Панафиней, Дионисии и др.), театральными и спортивными состязаниями. Основной частью пиров и праздников являлся танец.

Существовали танцы воинские, культовые (свадебные, погребальные и пр.), оргиастические, сценические, бытовые, а также танцы общественных празднеств. В древнегреческие праздники вовлекалось огромное количество людей, а границы между аудиторией и непосредственными участниками действия стирались. В Древнем Риме массовые увеселения носили скорее потребительско-гедонистический характер. Это были не просто праздники, но именно зрелища, зрители которых могли влиять на ход событий по своему желанию (например, во время гладиаторских боев). Толпа требовала «хлеба и зрелищ», а римские императоры стремились во что бы то ни стало удовлетворить эти потребности. Во времена Империи число праздничных дней достигало 175, из которых 10 дней отводилось под бои гладиаторов, 64 – для игр в цирке и 101 – для театральных представлений, не считая чрезвычайных празднеств «по случаю» (открытие Колизея, военные победы). Чтобы сделать зрелища более привлекательными, их старались украсить с помощью эффектных приспособлений и декораций, фейерверков и иллюминации. По мнению белорусской исследовательницы Л.П. Саенковой, «именно римляне одними из первых предугадали основной эффект зрелища – получение удовольствия, определив для зрителя роль потребителя» [1, с. 10].

В эпоху Средневековья зрелищно-развлекательные мероприятия были, как правило, принадлежностью городской среды. На раннем этапе это были пиры, напоминавшие смену «концертных номеров», и рыцарские турниры, предполагавшие большое количество участников и зрителей. В этот период появились профессиональные танцовщики: жонглеры, буффоны (шуты), фигляры (фокусники, акробаты), а вместе с ними на площадь для танцев стили выходили и люди простых сословий. Доминантными функциями танца были общение и эмоциональная разрядка как способ выражения запрещенных, в том числе сексуальных, эмоций. Не менее популярными в городской среде были и театральные представления на сюжеты Священного писания – мистерии, представлявшие собой яркое, карнавальное зрелище. Эпоха Ренессанса привнесла в массовые праздники (маскарады, торжественные выезды, мифологические и религиозные празднества) большую чувственность и жажду наслаждения. Развлечением и способом общения на балах и празднованиях стал танец, превратившийся в самостоятельный вид искусства. Богато одаренная духовная природа человека Возрождения естественно дополнялась тем душевным состоянием, которому были свойственны избыток радости, могучее вдохновение и веселье [1, с.16].

Поворот в сторону усиления зрелищного эффекта наметился в XVII веке в рамках стиля барокко, собственно и ориентированного на зрелищность, эпатажность, вычурность, некоторую экзальтированность, стремящегося к эмоциональному потрясению зрителя. Индустриальная революция XIX века коренным образом меняет ритм жизни, способы материального производства и передачи информации, происходит разрыв с традициями во всех сферах культуры, средний класс (и во вкусах тоже) становится основным заказчиком произведений искусства. Так рождалась массовая культура, предпосылками возникновения которой были все зрелищные формы, ориентированные на массового зрителя.

◆————◆

Феномен зрелищности приобретает особое значение сегодня, когда такие базовые аспекты экранной культуры, как кино и телевидение, претерпевают масштабные изменения под влиянием новейших технических достижений. Опираясь на систему новых выразительных средств, они открывают иные пути для реализации зрелищности. Если кино еще сохраняет традиции коллективного просмотра, восходящие к театру и традиционным массовым зрелищам, то ТВ способствует большей индивидуализации аудитории. В этой связи телевизионное зрелище сегодня выступает как источник нормативных и ценностных ориентиров, обеспечивая потребность зрителя в поиске образца.

В настоящее время изменения затрагивают все сферы культуры, что характерно и для такого вида искусства, как хореография. По-прежнему являясь зрелищем, приятным времяпрепровождением, социальным ритуалом, танец сегодня становится спортом (бально-спортивные танцы), частью терапии (танцтерапия), основой социальной (молодежной) самоидентификации (хип-хоп, брэйк, джаз-фанк и др.). Современные танцевальные мероприятия (карнавалы, танцевальные соревнования) меняются под воздействием возрастающей роли медиа и глобализации. Культура в целом становится не просто зрелищной, визуальной, но рассчитана на существование в экранных формах, предполагающих виртуальное соучастие. Другими характерными задачами нашего времени являются возможность извлечения всё большей коммерческой выгоды от танцевальных мероприятий и создание их наиболее востребованных у публики форм. Шоу-бизнес, наблюдая привлекательность танца, стремится вычленив те его акценты и характерные черты, которые можно использовать в различных проектах.

Танцевальное зрелище, эволюционируя и вступая в симбиоз с шоу-бизнесом, сохраняет свои определяющие качества и приобретает качества, характерные для эстрадных и шоу-программ. Творческая деятельность становится элементом экономических отношений и воспринимает их логику. Наряду с понятием культурного производства сегодня широко используется понятие культурной индустрии. Одним из первых его стал использовать немецкий философ и социолог Т. Адорно, наделяя скорее негативным смыслом и ассоциируя со стандартизацией, массовизацией и коммерциализацией культуры в западном обществе в середине и второй половине XX века [см.: 2]. По определению российского культуролога А.Я. Флиера, «культурные индустрии – это производство непосредственно культурных или в существенной мере культурно отрегулированных феноменов, которое является более или менее массовым по своим объемам и высоко стандартизированным по большинству своих характеристик» [3]. По мнению ученого, именно эти признаки – массовость и стандартизированность – отличают культурные индустрии от культурного творчества, имеющего характерные черты новационности, штучности, авторской оригинальности и, как правило, отличающегося еще и высоким качеством. Творческие индустрии развиваются, в основном, благодаря расцвету медийных технологий, превративших специфические и уникальные произведения культуры в культурную продукцию и создавших технологическую базу для культурного производства. В работе немецкого философа В. Бенямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» показано как механическое воспроизводство шедевра меняет его социальную функцию. По его мнению, массовое воспроизводство искусства

является признаком эмансипации масс, которые отныне могут принимать участие в культурной жизни общества, что ведет к демократизации потребления продуктов искусства [см.: 4].

Сегодня «элитарные» виды искусства, к каким относится и хореография, вынуждены использовать опыт шоу-бизнеса: чтобы явление культуры, художественное событие, произведение были замечены публикой и получили признание, они должны превратиться в шоу. По мере коммерциализации культуры в целом, танцевальное зрелище приобретает характер товара, который должен быть конкурентен на рынке других культурных товаров, развлекательных и медиа-программ и т. д. Появляются многочисленные проекты («Танцы со звездами» и их аналоги), в которых хореография синтезируется с шоу-бизнесом. Получив значительный зрительский успех, они «возвращаются» на протяжении нескольких сезонов, занимая все более важное время в телевидении.

В буквальном смысле «шоу» – это представление, зрелище, перформанс. Среди его атрибутивных черт можно назвать такие, как зрелищность, интерактивность, презентационность, манипулятивность и маркетинговая прагматичность, карнавальность, гедонистичность (ориентация на получение удовольствия), «звездность» (не только участие в «звезд», но и культивирование преклонения публики перед обладателем этого звания). Танцевальные телевизионные проекты в полной мере отвечают этим характеристикам. Так, рассмотренная выше эволюция зрелищных форм позволяет не только констатировать включенность танцевальных элементов в их структуру, но и говорить о хореографии как самодостаточном зрелище. Помимо ярких визуальных образов, создаваемых с помощью танца, впечатление от выступления танцовщиков достигается посредством фееричных костюмов, яркого сценического грима, необычного освещения и различных спецэффектов, которые способствуют тому, чтобы они надолго остались в памяти и стали предметом восхищения. При создании сценических костюмов, помимо удобства и соответствия событию, учитывается и зрелищный компонент – способность поразить и привести в восторг аудиторию. Другая важная составляющая внешнего вида танцовщиков – сценический макияж, который должен дополнить образ, который необходимо передать в танце. Визуальный образ в танцевальных шоу включает и телесность исполнителей. Тело в данном случае является не только принадлежностью танцовщика, но частью коммерческого успеха и должно соответствовать доминирующим в обществе понятиям о красоте. Красивое тело становится тем идеалом, которому подражают очень большое количество людей.

Большое значение в постановке телевизионного зрелища имеет свет. Он играет важную роль в раскрытии сюжетной линии танца, создает нужное настроение для восприятия происходящего на сцене, подчеркивает кульминационные и значимые моменты. Продюсеры знают, что зрителя «заходят» не только люди на сцене, но и сама сцена в правильном световом оформлении. Но особое место занимает использование различных спецэффектов. Искусственный снег и туманная дымка, поток мыльных пузырей, звезды и лучи, конфетти, цветной серпантин, огненные фонтаны – все это заставляет учащенно биться сердце и наслаждаться происходящим на сцене [5].

Шоу-бизнес основан на эксплуатации популярности выдающихся исполнителей и артистов («звезд»). Под «звездой» подразумевается успешная личность, обладающая характеристиками бренда. С ее помощью значительно проще и легче продать идею, улучшить рейтинги, заразить необходимой эмоцией массового зрителя. За звездой уже тянется шлейф легенд, мифов, устойчивых образов успеха и побед, доверия и внимания к ней публики, которые проецируются зрительской аудиторией на главных героев представляемого шоу. Не случайно в пару к профессиональным танцовщикам, имена которых зачастую ничего не говорят рядовому зрителю, подбираются легко узнаваемые аудиторией «медийные» лица – украинские и зарубежные актеры, певцы, телеведущие, победители предыдущих сезонов и др. Свой интерес к подобного рода шоу непрофессиональные участники часто объясняют стремлением попробовать себя в чем-то новом, расширением круга общения, возможностью привести свое тело в надлежащую физическую форму и т.д. (коммерческий интерес в данном случае остается в тени). Надо отметить, что подбор Pro-Am (сокращенное от «professional + amateur», то есть «профессионал + любитель») состава участников наиболее полно соответствует задачам танцевальных шоу, когда в сжатые сроки необходимо поставить номер на высоком уровне. В паре с профессионалом партнер одновременно является и тренером, следовательно, обучение идет гораздо быстрее.

Помимо зрелищности, в основу танцевальных телешоу положено состязательное начало и интерактивность. Так, в отличие от разыгрываемого на сцене спектакля, в телестудии, на улицах и площадях между выступающими и зрителями коммуникативные барьеры сведены к минимуму. Это связано с тем, что основополагающим принципом шоу является вовлечение публики в игровые моменты происходящего действия, придавая ему черты карнавальной культуры. Выполняя функцию организации праздника, уводящего людей за рамки повседневности, именно карнавальный компонент характеризует дискурс разнообразных танцевальных проектов. Кроме того, посредством голосования зрители могут влиять на исход соревнований, а создавая группы поддержки тех или иных пар – выражать свои предпочтения. Подобная интерактивность и построенное на ней чувство сопричастности зрителей к «действию» обеспечивают данным проектам несомненный успех у аудитории (достаточно вспомнить популярность гладиаторских боев, рыцарских турниров Средневековья, театральных представлений Нового времени, танцевальных «баттлов» XX века). Именно включенность и активность аудитории на каждой стадии развития шоу (возникновение, функционирование, потребление) определяет его популярность.

Танцевальные телевизионные шоу, несмотря на видимые недостатки («принижение» высокого искусства, ориентированность на массового зрителя, коммерциализация, подражание западным образцам и стандартизация), выполняют и ряд социально важных функций. С одной стороны, они удовлетворяют не только потребности аудитории в отдыхе, в физической и эмоциональной разрядке, в развлечении, но и в духовном возвышении, внутренней гармонии, приобщении к прекрасному. С другой – привлекают внимание телезрителей к балльным танцам и выполняют миссию популяризации этого вида искусства.

Таким образом, под воздействием культурных процессов современности (медиатизация, возникновение экранной культуры и др.) «высокое» искусство

вынуждено использовать культурные индустрии и прибегать к услугам шоу-бизнеса, осваивая новые формы. Зрелищность в танцевальных телевизионных шоу реализуется как комплексный фактор, предполагающий единство художественного решения и новейших информационно-коммуникативных технологий.

Список литературы

1. Саенкова Л.П. Массовая культура: Эволюция зрелищных форм / Л.П. Саенкова. – Мн.: БГУ, 2003. – 123 с.
2. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты / Макс Хоркхаймер, Теодор В. Адорно. – М. : Медиум ; СПб. : Ювента, 1997. – 312 с.
3. Флиер А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии [Электронный ресурс] / А.Я. Флиер // Информационно-гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2012. – № 3 (май — июнь). – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Flier_Cultural-Industries/
4. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Вальтер Беньямин. – М.: Медиум; Культурный центр имени Гете, 1996. – 240 с.
5. Что делает танец зрелищным [Электронный ресурс] // Сайт школы-студии балета Аллы Духовой. – Режим доступа: <http://mir-todes.ru/articles/tantsy-so-zvezdami/chto-delaet-tanets-zrelischnym/>
6. Морина Л.П. Танец в системе массовой культуры [Электронный ресурс] / Л.П. Морина // Российская массовая культура конца XX века. Материалы круглого стола. 4 декабря 2001 г., СПб. – Режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/morina/masscult_18.html

Дункевич С.Г. Танцювальне телевізійне шоу як елемент візуальної культури (на прикладі проекту «Танці з зірками») / С.Г. Дункевич // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. – 2014. – Т. 27 (66), – № 1. – С. 69-74.

Стаття присвячена розгляду специфіки танцювальних телешоу як явища сучасної культури, в якій візуальність є одним з домінуючих елементів. Представлена модель відображає медіатизований характер масової культури і домінування в ній видовищних форм.

Ключові слова: танець, шоу, видовище, масова культура, екранна культура.

Dunkevych S.G. Dance television show as an element of visual culture (by the example of the project “Dancing with the stars”) / S.G. Dunkevych // Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. – Series: Philosophy. Culturology. Political science. Sociology. – 2014. – Vol. 27 (66), – No 1. – P. 69-74.

The article discusses the specifics of dance TV shows as a phenomenon of modern culture, in which the visibility is one of the dominant elements. Entertainment, that is typical for culture at all stages of its development, is of a particular importance today under the influence of the latest technical advances. Culture as a whole is not just spectacular, visual, but is designed to exist in screen forms. These changes affect all areas of culture, which is typical for such a type of art as choreography. There are numerous projects (“Dancing with the Stars” and similar shows) in which it is synthesized with show business. The following attributive features of the dance show are identified and discussed: staginess, interactivity, presentation, manipulativeness and marketing pragmatism, carnival, hedonism (focus on achieving pleasure), “stardom” (not only participation of “stars”, but also cultivation of public worshipping of a holder of that title). It is noted that staginess in dance TV shows is realized as a complex factor, assuming unity of artistic solutions and the latest information and communication technologies. It is proved, that despite obvious shortcomings (“belittling” of a high art, focus on the mass audience, commercialization, imitation of Western models and standardization), dance TV shows perform a number of important social functions. Dance TV shows satisfy the needs of the audience not only for rest, physical and emotional discharge, entertainment, but also for spiritual elevation, inner harmony, and the introduction to the beautiful. In addition, they attract the attention of viewers to dancing and perform a mission to popularize this art form. The model presented here reflects “media” nature of mass culture in general, and the dominance of shows in it.

Keywords: dance, show, performance, popular culture, mass culture, screen culture, TV culture.