

3. Levin, S. (2015). Muzhskoe i zhenskoe v sovremennom tance. *Teatr*, 20, 42-64 [in Russian].
4. Matushkina, M. V. (2014). Tanec i myshlenie v nemeckoj filosofii iskusstva konca XX nachala XXI v. *Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija*, 7, 17-20 [in Russian].
5. Nesterova, K. V. (2010). Modelirovanie processa razvitija tvorcheskoj individual'nosti podrostkov sredstvami sovremenogo tanca. *Izvestija RGPU im. A.I. Gercena*, 121. 135-140 [in Russian].
6. Nesterova, K. V. (2010). Sovremennij tanec kak sredstvo razvitija tvorcheskoj individual'nosti podrostkov. *Nauka i shkola*, 5, c. 113-115.
7. Sadykova, D. A. (2014). Jevoljucija tanca v sovremennoj kul'ture. *ONV*, 4 (131), 214-217 [in Russian].
8. Alarcón, M. Fischer, M. (2006). Einführung in die Philosophie des Tanzes. *Philosophie des Tanzes. Eine interdisziplinäre Reflexion des Tanzes. Reader des Denkfestivals* [in English].
9. Anderson, J. (1997). *Art without boundaries : the world of modern dance*. Iowa City: University of Iowa Press [in English].
10. Kurth, P. (2001). *Isadora : a sensational life*. Boston: Little, Brown [in English].
11. Leonard, G. (1994). *Into the light of things : the art of the commonplace from Wordsworth to John Cage*. Chicago: University of Chicago Press [in English].
12. Naranjo, M. Contemporary dance history [online] Available at: <<https://www.contemporary-dance.org/contemporary-dance-history.html>> [Accessed 02 July 2017] [in English].
13. Novack, C. J. (1990). *Sharing the dance : contact improvisation and American culture*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press [in English].
14. Pross H., Rath C.-D. (1983). *Rituale der Medienkommunikation : Gänge durch den Medienalltag*. Berlin: Guttandin und Hoppe [in English].
15. Tanzen ist Denken – zum Verhältnis von Philosophie und Tanz. Goethe-Institut e. V., Internet-Redaktion [online] Available at: <<https://www.goethe.de/de/kul/tut/gen/tan/20509666.html>> [Accessed 02 July 2017] [in English].
16. Scheff H., Sprague M., McGreevy-Nichols, S. (2010). *Exploring dance forms and styles: a guide to concert, world, social, and historical dance*. Champaign, IL: Human Kinetics [in English].
17. Taraborrelli, J. R. (2010). *Michael Jackson: the magic, the madness, the whole story, 1958-2009*. 1st Grand Central Publishing rev. and updated. New York: Grand Central Pub [in English].
18. Van den Akker R., Gibbons A., Vermeulen T. (2017). *Metamodernism : historicity, affect and depth after post-modernism*. London; New York: Rowman & Littlefield International., pages cm. (Radical cultural studies) [in English].
19. Waldenfels B. Leibhafiger Tanz – im Blick der Phänomenologie. Goethe-Institut e. V., Internet-Redaktion. Available at: <<http://www.goethe.de/kue/tut/deindex.htm>> [in English].

Стаття надійшла до редакції 09.04.2018 р.

УДК 793 (510)

Чжан Жань

преподаватель консерватории
Тайшаньского университета (КНР)
13768896@qq.com

ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ТАНЦЕВАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

Цель статьи – проанализировать и доказать роль танцевальных телевизионных шоу в популяризации хореографического искусства в Китае. **Методология** исследования основана на теории массовых коммуникаций с использованием общенаучных методов анализа и синтеза, сравнения и т. д. **Научная новизна** заключается в обосновании влияния танцевальных телешоу на формирование устойчивого интереса к танцам с использованием теоретических постулатов одной из теории массовой коммуникации. **Выводы.** "Dance Forest" – первая успешная танцевальная телевизионная программа в Китае. Шоу стало одним из ориентиров развития современного китайского танцевального искусства, в частности на телевидении. Основным посылом шоу была ориентация на привлечение внимания к танцевальному искусству посредством демонстрации социального равенства между селебрити и зрительской аудиторией, представленной обычными людьми. Основная концепция шоу основывалась на идее равенства "звезд" и простых людей. Основными средствами для решения этой задачи стало формирование взаимной эмпатии, что позволило скрыто заинтересовать зрителей танцами. Таким образом, шоу "Dance Forest" – это классический пример воплощения теории массовой коммуникации, ориентированной на аудиторию, в практике китайских телевизионных программ. Оно существенно способствовало популяризации танцевального искусства среди широкой общественности, развило и по-новому реформировало танцевальные телевизионные программы в Китае в последующем.

Ключевые слова: танец, искусство, танцевальное шоу, зрители, СМИ, "Dance Forest".

Чжан Жань, викладач консерваторії Тайшанського університету (КНР)

Телевізійні танцювальні проекти Китаю у контексті популяризації хореографічного мистецтва

Мета статті – проаналізувати і довести роль танцювальних телевізійних шоу, зокрема "Dance Forest", в популяризації хореографічного мистецтва в Китаї. **Методологія** дослідження ґрунтується на теорії масових комунікацій з використанням загальнонаукових методів аналізу і синтезу, порівняння і т. д. **Наукова новизна** полягає в обґрунтуванні впливу танцювальних телешоу на формування стійкого інтересу до танців з використанням теоретичних постулатів однієї з теорій масової комунікації. **Висновки.** "Dance Forest" – перша успішна танцювальна телевізійна програма в Китаї. Шоу стало одним з орієнтирів розвитку сучасного китайського танцювального мистецтва, зокрема на телебаченні. Основним посилом шоу була орієнтація на привернення уваги до танцювального мистецтва за допомогою демонстрації соціальної рівності між селебриті і глядацькою аудиторією, представленою звичайними людьми. Основна концепція шоу ґрунтувалася на ідеї рівності "зірок" і пересічних людей. Основними засобами для вирішення цього завдання стало формування взаємної емпатії, що дозволило приховано зацікавити глядачів танцями. Отже, шоу "Dance Forest" – це класичний приклад втілення теорії масової комунікації, орієнтованої на аудиторію, в практиці китайських телевізійних програм. Воно суттєво сприяло популяризації танцювального мистецтва серед широкої громадськості, розвинуло і по-новому реформувало танцювальні телевізійні програми в Китаї в подальшому.

Ключові слова: танець, мистецтво, танцювальне шоу, глядачі, ЗМІ, "Dance Forest".

Zhang Zhan, Lecturer of the Conservatory, Taishan University (PRC)

China television dance projects in the context of the popularization of choreographic art: on the example of the show "Dance Forest"

The purpose of the article is to analyse and prove the role of dance television shows, in particular, "Dance Forest", in the popularisation of choreographic art in China. The **methodology** of the research is based on the theory of mass communications using general scientific methods of analysis and synthesis, comparison, etc. **Scientific novelty** consists in substantiating the influence of dance TV shows on the formation of a steady interest in dances using the theoretical postulates of one of the theories of mass communication. **Conclusions.** "Dance Forest" is the first successful dance television program in China. The show has become one of the landmarks for the development of modern Chinese dance art, particularly on television. The main message of the show was the orientation on attracting attention to dance art by demonstrating the social equality between the celebrity and the audience, represented by ordinary people. The main concept of the show was based on the idea of equality of "stars" and ordinary people. The main means for solving this problem was the formation of mutual empathy, which made it possible to conceal the interest of spectators in dancing. Thus, the show "Dance Forest" is a classic example of the embodiment of the theory of mass communication oriented to the audience in the practice of Chinese television programs. It significantly promoted the popularisation of dance art among the general public, developed and re-reformed the dance television programs in China in the future.

Key words: dance, art, dance show, spectators, media, "Dance Forest".

Актуальность и цель исследования. В условиях повышения популярности телевидения в 1980-х годах телевизионные программы стали если не основным, то одним из существенных способов популяризации танцевального искусства в Китае. Основываясь на привлекательности программы, а как результат на привлекательности танцев за пределами экрана, с помощью шоу был успешно запущен механизм "всеобщего обучения танцам". В результате танцевальное искусство было популяризировано и продвигалось среди широкой публики, что также было реализовано в дальнейшем другими подобными программами.

Их роль и сегодня считается существенной, что актуализирует изучение и привлекает к исследованию их влияния на аудиторию внимание исследователей, среди которых: Чжао Сяодин [1], Кон Вей [2], Ли Лань [3] и др.

Основная цель статьи – проанализировать и доказать роль танцевальных телевизионных шоу, в частности "Dance Forest", в популяризации хореографического искусства в Китае.

Существуют две основные категории танцевальных программ, одна из которых – танцевальные программы, которые можно назвать "живыми", поскольку они транслируют танцевальные конкурсы "в живую", в частности среди них: телевизионный конкурс танцев CCTV, Кубок Тао Ли, Премия Логоса и т. д. Второй вид танцевальных программ – это программы, основной направленностью и темой которых стало вокальное исполнительское искусство, вместе с которым на сцене демонстрировались и танцевальные номера, как, например, программа MTV. Другой пример – это своего рода сериал, который также может содержать несколько танцевальных сцен, которые полностью соответствуют или подкрепляют основной сюжет. Хотя такие телевизионные программы, которые включают в себя танцевальные сцены или элементы, не содержат в своей тематике установки на исполнение танцевальных номеров, они все равно достигают значительных коммуникационных эффектов из-за их относительно высокой оценки и широкого охвата зрительской аудитории. Поэтому они также исполняют важную роль в репрезентации танцевального искусства.

На первом этапе производство телевизионных программ танцевального типа в Китае отличалось высокой степенью "центризма". Это отражалось в том, что телевизионные СМИ, как коммуникаторы, самостоятельно решали, какие именно танцевальные программы запускать в производство, не учитывая ожиданий и спроса будущей аудитории таких программ. Это привело к монотонному и линейному механизму передачи информации, а также пассивному ее восприятию зрителями. Аудитория не только ничего не решала, но даже не имела базовых каналов обратной связи.

В 2006 г. на волне популярности массовых телевизионных драматических программ появились различные музыкальные шоу. Благодаря им, постепенно трансформировался механизм передачи информации в телевизионных программах, в частности танцевальных, сместив акцент с "центра передачи" в режим "центр аудитории".

"Теория аудитории" подчеркивает решающую роль аудитории в содержании информации и форме средств массовой информации. В целом это общее направление большинства подобных теорий. Среди них наиболее известной является теория, смоделированная британским исследователем массовой коммуникации У. МакГуайром, которая основывается на принципе "использования и удовлетворения". У. МакГуайр разбил процесс убеждения на пять стадий: внимание, понимание сообщения, его принятие, сохранение и действие, а коммуникативный процесс – на четыре компонента: источник, сообщение, канал, получатель. Согласно У. МакГуайру, получатель успешно пройдет все эти стадии, если коммуникация оказывает на него хоть какой-то эффект. Первым шагом на этом пути является внимание к сообщению. Сообщение не может быть эффективным без аудитории, расположенной его воспринять. Следующим шагом является понимание аргументов и выводов сообщения. Внимание и понимание, по МакГуайру, относятся к рецептивным факторам коммуникации. Далее следует принятие, или согласие с выводами и рекомендациями сообщения. Принятие он считал наиболее важным эффектом коммуникации [4].

В целом такая модель предполагает, что аудитория может принимать и использовать медиаинформацию для своих целей и мотивации, а также использовать средства массовой информации для публикации информации, которую хочет выразить. Поэтому исследователи средств массовой информации должны оценивать влияние коммуникации с точки зрения того, удовлетворяет ли распространение контента и коммуникации потребности аудитории, чтобы продемонстрировать конечную роль принимающей стороны в процессе коммуникации.

Использование основных постулатов теории масс-медиа, ориентированных на аудиторию, в частности в аспекте, как выбрать контент, его дизайн, способ распространения для удовлетворения потребностей аудитории, стало ключевым фактором в реализации танцевальных телевизионных проектов.

"Dance Forest" – это широкомасштабное эстрадное национальное шоу, которое соответствует мировым стандартам "звездного реалити-шоу". Именно привлечение звезд обычно гарантирует привлечение широкого круга "болельщиков", одновременно играя роль включения и сопереживания. Когда знаменитость демонстрирует свои танцевальные навыки, она играет роль мощной движущей силы не только для привлечения внимания своих фанатов, но и формирует у них желание выучить танец по принципу "делай, как я и будешь таким же красивым и успешным". В результате значительное количество лояльных "поклонников" подсознательно вовлекается в игру, отвечает на своеобразный вызов и, соответственно, начинает обращать внимание и даже учиться на примере танцевальных успехов звезды. С этой точки зрения дизайн "Dance Forest" полностью учитывает потенциальные психологические потребности и ожидания больших групп "фанатов". Это основная причина успеха программы, которая успешно реализовала механизм трансляции танцевальной тематики, ориентированной на аудиторию.

При этом этот успех закрепился в последующем и в других проектах, которые ориентировались уже не только на аудиторию "поклонников", а и на более общую. В данном аспекте, как мы считаем, у "общей аудитории" существуют другие психологические потребности и ожидания. Когда звезды, которые не умеют танцевать, участвуют в проекте "Dance Forest", это привлекает даже их противников, которые фактически становятся участниками игры. Более того, обычные зрители, которые привыкли воспринимать "звезду", как небожителя, далекого от потребностей "смертных", с интересом будут смотреть за обучением звезд и их неудачами, что в мгновение опускает их с Олимпа и превращает в обычных людей.

В шоу также использовались приемы, которые иногда акцентировали внимание на достаточно непривлекательных и частично экстравагантных моментах, чтобы показать звезд в обычной обстановке нелегкой подготовки и обучения перед выступлением, что позволяет обычной аудитории понять: звезда такая же, как ты и я, мы имеем одинаковые стартовые позиции. Более того, зрители могут голосовать SMS, чтобы иметь возможность "вернуть" звезд-игроков, исключенных судьями. Это не только дает зрителям информационные каналы обратной связи, но и формирует у них видение

звезды, как обычного человека со своими проблемами и сложностями, которого лишь упорный труд поднял на высоту популярности. Так происходит более тесное знакомство и со звездой, "опознание" в ней равного себе человека.

Таким образом, аудитория с большим интересом будет следить за обычной жизнью звезды за кулисами шоу, вместе с ней переживая все перипетии подготовки к исполнению танцев разных стилей, в результате чего можно испытать не только радостные моменты, но и разочарование и грусть после неудачи наиболее симпатичного участника. Бессознательно аудитория будет вдохновлена эффектом эмпатии, воплощая свои эмоции в возможности разделить их с участниками шоу. В то же время зрители под влиянием эмпатии бессознательно проецируют свои психологические характеристики, такие как эмоции и воля, на звезд, а затем снова и снова находят и оценивают свои собственные психологические черты на их конкретном примере. Поэтому для широкой аудитории, которая наблюдает за процессом звездного танцевального конкурса в "Dance Forest", он превращается в процесс, в котором чувства и эмоции играют наиболее значимую роль. И особенно в этом наибольшую роль играет чувство сопричастности к "незнакомой" звезде, которая постепенно превращает в "знакомую" и так похожую на обычных людей. Так ее характеристики фактически переносятся зрителями на себя, проецируют их возможности в обычную жизнь, идентифицируя их с простыми людьми.

Кроме того, в глазах обычных зрителей звезды ассоциируются с танцем, который они исполняют. Все это способствует пробуждению интереса к хореографическому искусству, ориентирует зрителя на желание подражать мастерству исполнителя.

Именно в этом смысле шоу становится достаточно привлекательным и понятным обычным зрителям, которые изначально не являются поклонниками танцев, но, учитывая их привлекательность, не в последнюю очередь достигнутую с помощью харизмы звезд, начинают обращать внимание на красоту и относительную доступность этого вида искусства.

Кроме этого, "Dance Forest" является стимулом и каналом передачи информации для изучения национальных танцев. Фан Цзюнь и Чэнь Чжао, руководствуясь принципами известных шоу зарубежного формата, основали "Танцевальную школу Square Zhao", которая сегодня уже насчитывает почти 200 филиалов по всей стране с юга на север, преодолев границы Шанхая. Так шоу стало фактически инициатором массового увлечения танцами, которые с элитного искусства превратились в искусство для всех.

Также хотелось бы подчеркнуть, что шоу "Dance Forest" поняло и творчески интерпретировало психологические потребности представителей разных слоев населения, фактически объединяя и поклонников, и не-поклонников как звезд, так и танцевального искусства. Красочность, зрелищность шоу – еще одна движущая сила, которая приближает искусство к повышению интереса к нему и желания им заниматься. Так шоу, ориентируясь прежде всего на психологические потребности зрителей, успешно реализует "зрительно-ориентированный" механизм передачи информации с помощью телевидения.

На момент написания этой статьи неисследованным остается вопрос, почему песенные шоу, типа "Super Girl", используя тот же прием передачи информации – от звезды к простому зрителю, значительно быстрее достигали массовой популярности, чем танцевальные. Причины этого можно усматривать в следующем: во-первых, китайская культурная традиция определяет, что песни имеют более глубокую массовую базу, чем танец. В течение более двух тысяч лет конфуцианское понятие "мягкости и достоинства" сформировало интровертированный характер нации. Поэтому по сравнению с пением, более широкий диапазон зрелищности, который сопутствует хореографическому искусству, изначально менее приемлем аудитории, чем внутренняя лиричность песен. Во-вторых, уровень социально-экономического развития позволяет заниматься пением более широким слоям населения, поскольку это увлечение не требует таких материально-финансовых затрат, как танцы. В-третьих, сравнительно недорогие кассеты с записями поп-музыки в 80-х и 90-х годах XX в. определили большую популярность именно вокального искусства, сформировав более обширную аудиторию его поклонников, чем танцевальная. Также важно то, что танцы технически более сложные в исполнении, чем пение. Они требуют определенного уровня физической подготовки, внешних данных, выносливости и терпения. Эти факторы привели к тому, что только сегодняшняя эпоха приоритета визуальной коммуникации полностью дала возможность увидеть привлекательность танцевальных состязаний, что, соответственно, произошло значительно позже, чем в случае с пением.

Со временем, благодаря первым телевизионным танцевальным шоу, воспиталось целое поколение нового зрителя, которому нравится своеобразное эмоциональное напряжение, дополненное художественным произведением, что становится дополнительной характеристикой к традиционному контенту "искусство". С эстетической точки зрения пение – это "новый" способ говорить, а танцы – "новый" способ двигаться. Именно это и способствовало возникновению желания заниматься танцами. Во-вторых, звезды, как "обычные люди" проходят все сложности тренировки, овладения танце-

вальными навыками, что становится несомненным вдохновляющим механизмом, который побуждает зрителей учиться и тренироваться, потому что это возможно сделать. Это позволяет устранять страх аудитории перед сложностью танцевальных техник и вдохновлять ее на занятия танцами. В-третьих, учебные заведения, представленные, например, "Танцевальным театром Фан Чжао", воплотили концепцию "танца для всех", расширив не только аудиторию зрителей шоу, но количество тех, кто уже овладел танцевальными навыками, предоставив достаточно ресурсов для создания новых танцевальных телевизионных шоу.

Другими словами, шоу "Dance Forest" создало новый спрос на танцевальные представления для аудитории различных слоев населения. В 2013 г. оно практически исчерпало свои звездные ресурсы, фактически достигнув основной цели. Аудитория уже требовала другого формата шоу, которое возможно имело бы и другую историческую миссию. Поэтому после завершения танцевального сериала "Dance Forest", телевизионные каналы запустили новые проекты.

Фактически, шоу исполнило свою миссию – обучения не только зрительской аудитории, но населения танцам. Это несомненно требовало в будущем других решений для удовлетворения возросших потребностей аудитории, для создания новой медиа-платформы. В любом случае на данный момент теория "массового общения", ориентированная на аудиторию, была отлично применена и глубоко интерпретирована в ходе разработки танцевальных телевизионных шоу.

Выводы. "Dance Forest" – первая успешная танцевальная телевизионная программа в Китае. И хотя сегодня проект уже закрыт, он был революционным в своем жанре, поскольку способствовал распространению моды на танцевальное искусство с помощью телевидения, в частности привлечением внимания к танцам на примере выступлений известных "звездных" исполнителей, творчество которых стало примером для других социальных слоев. Так шоу стало одним из ориентиров развития современного китайского танцевального искусства, в частности на телевидении. Использование "звезд" для привлечения внимания с последующим вовлечением широкого спектра зрителей достигло своего главного эффекта.

Основным посылом шоу была ориентация на привлечение внимания к танцевальному искусству посредством демонстрации социального равенства между селебрити и зрительской аудиторией, представленной обычными людьми, что фактически соответствовало курсу – от элитного "звездного проекта" к широкому привлечению населения к "высокому" искусству.

Эффект соперничества подсознательно побуждает зрителей к заинтересованности танцами вне экрана, способствуя их популяризации в стране. Зрительская аудитория будто находилась в центре событий. Основная концепция шоу основывалась на идее равенства "звезд" и простых людей. Основными средствами для решения этой задачи стало формирование взаимной эмпатии, что позволило скрыто заинтересовать зрителей танцами. Таким образом, шоу "Dance Forest" – это классический пример воплощения теории массовой коммуникации, ориентированной на аудиторию, в практике китайских телевизионных программ. Оно существенно способствовало популяризации танцевального искусства среди широкой общественности, развило и по-новому реформировало танцевальные телевизионные программы в Китае в последующем.

References

1. Zhao, Xiaoding (2009). The complementarity and interaction between theatrical dance and TV dance. *Journal of Art College of Inner Mongolia University* [in Chinese].
2. Kong, Weiwei (2015). Research on the Chinese dance variety show. *Huazhong University of Science and Technology* [in Chinese].
3. LiLan (2005). Strategic analysis of the value chain and core competitiveness of TV media industry. *TV Research* [in Chinese].
4. McGuire, W.S. (1969). The Nature of Attitudes and Attitude Change. In: *The Handbook of Social Psychology* (ed. by G.Lindzey & E.Aronson) [in English].

Стаття надійшла до редакції 16.03.2018 р.