

УДК 316.7.08

Цитування:

Кот Є. В. Телевізійне dance show у контексті сучасної танцювальної індустрії. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 123–127.

Кот Євген Вікторович,
аспірант Київського національного
університету культури і мистецтв
<https://orcid.org/00009-0000-0227-9699>
animall.dance@gmail.com

Kot E. (2024). Television Dance Show in the Context of Modern Dance Industry. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 123–127 [in Ukrainian].

ТЕЛЕВІЗІЙНЕ DANCE SHOW У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ТАНЦЮВАЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Мета статті – концептуалізувати телевізійне dance show як ефективний інструментарій танцювальної індустрії першої чверті XXI ст. **Методологія дослідження.** Застосовано міждисциплінарний підхід, у межах якого комплекс методів дослідження становлять метод аналізу та синтезу, аналогії і порівняння, метод типологічного та структурно-функціонального аналізу, компаративний метод, системний метод та ін. **Наукова новизна.** Досліджено телевізійне dance show як потужний інструмент танцювальної індустрії 2000-х – початку 2020-х рр.; розглянуто особливості телевізійного танцювального реаліті-шоу та виявлено його комунікаційну стратегію; проаналізовано популярні формати танцювального реаліті-шоу змагального характеру (Dancing with the Stars та So, You Think You Can Dance). **Висновки.** Телевізійне dance show у перші десятиліття XXI ст. стало одним із найбільш популярних способів розваги в різних країнах світу, що призвело до зростання попиту на нові танцювальні напрями й стилі, а також зумовило вдосконалення технологій і танцювальних технік. Комунікаційна стратегія пробудження емоційного резонансу аудиторії танцювального реаліті-шоу полягає в зміщенні уваги глядача з безпосередньо танцювальної практики (від тренувань до виступу) на емоційну складову процесу. На сучасному етапі розвитку суспільства телевізійні dance show є одним із найбільш ефективних інструментів танцювальної індустрії, сприяючи: популяризації візуального танцювального контенту; поширенню ревалентної інформації як для теоретиків, так і для практиків танцю; розвитку мережі танцювальних студій та шкіл танцю різних стилів; ознайомленню широкої аудиторії з провідними представниками танцювальної індустрії національного рівня; наданню безпрецедентних можливостей для професійної реалізації молодих танцюристів та ін.

Ключові слова: телевізійне dance show, реаліті-шоу, танцювальна індустрія, комунікаційна стратегія, медіапродукти, масова культура.

Kot Evhenii, Postgraduate Student, Kyiv National University of Culture and Arts

Television Dance Show in the Context of Modern Dance Industry

The purpose of the article is to conceptualise the television dance show as an effective toolkit of the dance industry of early 21st century. **Research methodology.** An interdisciplinary approach is applied, within which the set of research methods includes the method of analysis and synthesis, analogy and comparison, the method of typological and structural-functional analysis, the comparative method, the system method. **Scientific novelty.** The television dance show was studied as a powerful tool of the dance industry of the 2000s – early 2020s; the peculiarities of the television dance reality show are considered and its communication strategy is revealed; analysed the existing formats of dance reality shows of a competitive nature ("Dancing with the Stars" and "So, You Think You Can Dance"). **Conclusions.** Television dance show in the first decades of the 21st century has become one of the most popular ways of entertainment in different countries of the world, which has led to an increase in demand for new dance directions and styles, as well as the improvement of technologies and dance techniques. The communication strategy for awakening the emotional resonance of the audience of a dance reality show consists in switching the viewer's attention from the direct dance practice (from training to the performance) to the emotional component of the process. At the current stage of society's development, television dance shows are one of the most effective tool of the dance industry, contributing to: popularisation of visual dance content; dissemination of relevant information for both theoreticians and practitioners of dance; development of a network of dance studios and dance schools of various styles; familiarisation of a wide audience with leading representatives of the dance industry at the national level; provision of unprecedented opportunities for professional realisation of young dancers.

Keywords: television dance show, reality show, dance industry, communication strategy, media products, mass culture.

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі значний вплив на соціокультурний простір здійснюють культурні індустрії. Танцювальна індустрія є однією з найбільш динамічних галузей індустрії розваг, що послідовно розвивається. Екстраполоючи представлені у вітчизняному науковому вимірі визначення культурних індустрій, танцювальну індустрію можемо розглядати як творчо-комерційну діяльність у галузі танцювальних, розважальних видовищ; виробництво, виконання та поширення хореографічної візуальної продукції, розрахованої на відповідну споживацьку аудиторію, розвиток і специфіка якої на сучасному етапі розвитку суспільства опосередковані медіа. Танцювальна індустрія формує інтерес до соціокультурних традицій, що визначають поведінку людини – соціокультурні параметри танцювальної індустрії серед іншого пропонують стиль та образ життя. Великою мірою танцювальна індустрія є потужним механізмом культурного впливу, що реалізується завдяки ефективному інструментарію – телебаченню.

Отже, актуальним на сучасному етапі є дослідити телевізійний *dance show* як феномен танцювальної індустрії першої чверті ХХІ ст. з акцентом на висвітлення соціокультурного значення його функціонування. Розширення та урізноманітнення практики телевізійних танцювальних проєктів своєю чергою вимагає теоретизації з метою розширення вітчизняної наукової бази сучасної культурології. Крім того, актуальність дослідження зумовлена, з одного боку, бурхливим розвитком танцювальної індустрії в Україні, особливостями її функціонування на сучасному етапі, а з іншого – недостатньою розробленістю цієї теми в культурологічній літературі.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика використання телебачення для сприяння поширення танцювальної культури багато десятиліть поспіль є актуальним напрямом дослідження в закордонному академічному вимірі (К. Бартон, Л. Робінсон, А. Вайсброл, М. Брумфілд, М. Кардинал, Х. Харрінгтон, Б. Джонс, Т. Тайрі та ін.). Із популяризацією *dance show* в українському медіапросторі активізується і науковий інтерес до різноманітних аспектів його розвитку й вітчизняних вчених. Варто назвати дослідження Д. Базели «Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття» [1], О. Бойко «Телевізійні танцювальні шоу в Україні: історія і сучасність» [2], А. Крися «Сценічна бальна хореографія як явище сучасних видовищних мистецтв» [4], О. Наконечної «Проблеми та перспективи танцювальних шоу-програм в Україні» [5], Т. Павлюк «Бальна хореографія в

сучасному медійному просторі» [6] та ін., проте всі названі праці мистецтвознавчого характеру. Тож на основі історіографічного аналізу можемо констатувати, що проблематика телевізійних розважальних шоу в контексті розвитку танцювальної індустрії України є відносно новим дослідницьким питанням для українського наукового дискурсу й практично невисвітленим аспектом діяльності сучасних культурних індустрій з культурологічних позицій.

Мета статті – концептуалізувати телевізійне *dance show* як ефективний інструментарій танцювальної індустрії першої чверті ХХІ ст.

Виклад основного матеріалу. Танцювальна індустрія є однією з галузей індустрії розваг, що найбільш динамічно та послідовно розвивається протягом останніх десятиліть, оскільки багато людей по всьому світу сприймають цю форму мистецтва як дозвілєву діяльність та джерело професійного самовираження. Внаслідок цього танцювальна індустрія перебуває в постійному розвитку, швидко з'являються нові тенденції, що трансформуються в процесі еволюції. Однією з характерних особливостей танцювальної індустрії як складової культурних і креативних індустрій є системний характер та стандартизація, а основним завданням є реалізація актуальних на сучасному етапі розвитку суспільства технологій соціокультурного виробництва та формування відповідних параметрів танцювального продукту [7, 46].

Танцювальна індустрія є творчо-комерційною діяльністю в галузі танцювальних, розважальних заходів, що включає виробництво, виконання та поширення специфічної культурної продукції / послуги, безпосередньо пов'язаної з танцювальною культурою. Відповідно до визначення культурних індустрій одного з провідних закордонних теоретиків Д. Гесмондгальфа як «знакової системи, або системи цінностей, з допомогою якої (хоча й різними засобами) встановлюється, використовується, перевіряється і відтворюється соціальний лад» [10, 11–12], танцювальну індустрію в широкому розумінні можна розглядати як певний конгломерат інституцій (державних, комерційних та громадських), що виробляють соціокультурні значення, в індустріальному масштабі танцювальний продукт та поширюють його за допомогою актуальних на сучасному етапі засобів (медіа, цифрові технології).

Однією з головних тенденцій розвитку танцювальної індустрії є зростання інтересу до танців серед широкої аудиторії завдяки

телевізійному контенту. У 2000-х роках спостерігається постійна поява нових телевізійних реаліті-шоу, заснованих на танцях – формі мистецтва, що багата історією і культурними символами, що засвідчує її актуальність у сучасному суспільстві. На думку дослідників, існування реаліті-шоу «укладається в межі сучасної масової культури побуту й розваг, яка обслуговує естетичні потреби більшості» [3, 88].

Реаліті-шоу є продуктом розвитку часу. Дослідники наголошують на тому, що телевізійні шоу мають ознаки постмодерного споживчого суспільства, є щоденними розважальними заходами з масовою культурою – мейнстримом [15, 353]. У перші десятиліття ХХІ ст. з покращенням стандартів життя і зміною глядацького попиту популярними є танцювальні програми з конкурсними змаганнями та реаліті-шоу як основні жанри.

Телевізійні танцювальні шоу в перші десятиліття ХХІ ст. стали одними з найбільш популярних способів розваги людей в різних країнах світу. Зростання інтересу своєю чергою призвело до посилення попиту на нові танцювальні напрями й стилі, а також стимулювало вдосконалення технологій і танцювальних технік. Танцюристи й хореографи отримали можливість презентувати свої роботи на глобальному рівні. Як популярна комунікаційна платформа телебачення суттєво змінило форму поширення танцю та розширило сферу його популяризації. Використання телевізійних технологій, таких як монтаж, сценічний дизайн, інноваційні техніки зйомки 360° та ін., забезпечує більш різноманітний шлях передачі танцювальної культури, компенсує обмеження танцювального виконання мовою тіла – і глядач отримує можливість оцінити красу танцю з аудіовізуального погляду [11, 272]. Важливий внесок у розвиток танцювальної індустрії внесли нові медіа, з появою яких танцювальна індустрія перейшла на новий рівень, забезпечуючи можливість насолоджуватися танцювальним шоу онлайн.

Аудиторія реаліті-шоу тягнє до танцювальних програм, що призводить до підсвідомого споживання танцювального контенту та більшого контакту з танцювальною індустрією. На відміну від розвитку танцю на телебаченні в минулому столітті, коли він позиціювався лише як додаткова складова основної розваги, сучасні телевізійні танцювальні шоу, синтезуючи у своєму форматі чудовий музичний супровід, «фантастичні рухи тіла та гострі відчуття від змагання, що зумовлює їх високі рейтинги та величезну популярність в усьому світі» [4, 123], тривають по кілька десятків сезонів. Ці

танцювальні реаліті-шоу забезпечують необмежений доступ до своєї аудиторії, що підвищило популярність танців у всьому світі. Отже, танцювальна індустрія досягла значного прогресу за останні кілька десятиліть, окрім традиційних тренувань і танцювальних змагань, значною мірою завдяки таким реаліті-шоу, як британське телешоу *Strictly Come Dancing* (2004), його спіноф *Dancing with the Stars* (2005), шоу-конкурс *So You Think You Can Dance* та ін. [4, 123].

Дослідники відносять телевізійні *dance show* до передач, «зادля створення яких використаний професійний конкурс або конкурс творчості, часто як необхідність освоїти будь-яку сферу діяльності або підняти свій професійний рівень, або показати його» [3, 89]. Отже, конкурсні танцювальні реаліті-шоу є підкатегорією в жанрі реаліті-шоу [13]. Варто зазначити, що реаліті-шоу стали основним продуктом у мережах телебачення протягом першого десятиліття ХХІ ст. і розширилися, включивши в себе реаліті-шоу практично в усіх наявних підкатегоріях [9, 192] (наприклад розіграші, кримінал, таланти, побачення, документальна драма, трансформація образу життя та ін.).

Спільною рисою таких реаліті-шоу, як *Dancing with the Stars* та *So, You Think You Can Dance* (та їх адаптацій на національному телебаченні в різних країнах світу, зокрема і в Україні) є те, що вони засновані на танці – важливому аспекті культури, що поєднує атлетизм й естетику в засобах виразності. Водночас існує різниця в їх форматах: якщо в танцювальному шоу формату *Dancing with the Stars* (український аналог – «Танці з зірками») акцент зроблено на селебриті (зірки шоу-бізнесу у творчій колаборації з професійними танцюристами кожен тиждень розучують нові бальні танці, виконують їх на паркеті, а глядачі беруть активну участь, голосуючи за пару, яку вони вважають гідною перемогти), то в шоу формату *So You Think You Can Dance* («Танцюють всі», телеканал СТБ, 2008–2016) молоді танцюристи (як професіонали, так й аматори) проходять відбір і змагаються (соло, дует, групи) у різних танцювальних стилях, а тих, хто продовжує боротьбу, обирають як суддівським рішенням, так і глядацьким голосуванням. Останній формат шоу підкреслює важливість опанування танцюристами всіх стилів, розміщує ці стилі на рівному ігровому полі і створює можливість для ознайомлення аудиторії з усіма стилями танцю.

Названі формати характеризуються різними підходами до репрезентації танцю: у першому випадку увагу приділяють поєднанню танцю, освітлення та музики із технологіями,

щоб посилити візуальний вплив і зробити програму більш видовишною за рахунок синтезу низки художньо-естетичних особливостей. У другому випадку основний акцент зроблено на естетиці тіла танцівника в процесі тренувань і конкурсних виступів. Спільним моментом є те, що з погляду змісту хореографи зосереджуються на історії танцювальних творів, щоб посилити відчуття заміщення глядачів і пробудити резонанс аудиторії. Водночас, розповідаючи про особистий досвід танцюриста та непростий процес досягнення танцювальної мрії, програма зміщує увагу глядача із самої танцювальної роботи на емоції, що стоять за нею. У цьому полягає комунікаційна стратегія пробудження емоційного резонансу аудиторії танцювального реаліті-шоу.

Популярність танцювальних реаліті-шоу передбачає, що велика аудиторія ідентифікує себе з предметним матеріалом з певних причини. На думку дослідників, глядацька аудиторія танцювальних реаліті-шоу, заснованих на змаганні, переважно складається з тих, хто шукає шоу з високою розважальною цінністю [13].

Включення танцю в реаліті-шоу позитивно впливає на танцювальну індустрію, оскільки діє як канал збуту танцювального контенту. Це спосіб, за допомогою якого професіональні танцюристи отримують шанс розкрити свій талант і представити свою професію як щось більше, ніж просто хобі. Такі висновки узгоджуються з твердженням С. Вольф про те, що залучення танцю на телебачення «дає можливість для людей репрезентувати себе в цій індустрії» [14].

Використання танців у реаліті-шоу є позитивним моментом для танцювальної індустрії, оскільки це надихає людей, які мають намір приєднатися до неї. Зростання популярності dance show безпосередньо впливає на зростання набору в танцювальні студії, оскільки все більше представників молодого покоління захоплюються танцями. Окрім того, саме реаліті-шоу дали старт кар'єрі багатьох талановитих танцюристів. Міленіали увійшли в танцювальну індустрію більше, ніж будь-яке попереднє покоління, завдяки висвітленню індустрії через ЗМІ [8].

На думку дослідників, у деяких випадках вплив медіапродуктів, таких як реаліті-шоу, покращує представлення танцюристів як артистів, особливо коли ефективно та належно документування хореографічних процесів включено в контент, що поширюється на телебаченні. Як і будь-який інший вид мистецтва, танець базується на потребі охопити якомога більше цільової аудиторії. Контент реаліті-шоу, безумовно, охоплює більше

людей, ніж танцюристи під час живих виступів [14]. Включення танцю в реаліті-шоу потенційно має позитивний вплив на танцювальну індустрію, оскільки він об'єктивує залучених виконавців тій самій аудиторії, що й контент реаліті-шоу. До появи танцю в ЗМІ більшість людей не вважали танець індустрією чи мистецтвом [12].

Танцювальні реаліті-шоу надають ревалентну інформацію, що може бути використана як приклад у дослідженні танців, оскільки вони зазвичай охоплюють всі аспекти танцювального процесу, включно з практикою, хореографією та виступами. Ця інформація може мати вирішальне значення для дослідження процесів сучасної танцювальної індустрії і факторів, що її спричинюють.

Наукова новизна статті полягає в тому, що в ній досліджено телевізійне dance show як потужний інструмент танцювальної індустрії 2000-х – початку 2020-х рр.; розглянуто особливості телевізійного танцювального реаліті-шоу та виявлено його комунікаційну стратегію; проаналізовано популярні формати танцювальних реаліті-шоу змагального характеру (Dancing with the Stars та So, You Think You Can Dance).

Висновки. Телевізійне dance show в перші десятиліття XXI ст. стало одним із найбільш популярних способів розваги в різних країнах світу, що призвело до зростання попиту на нові танцювальні напрями й стилі, а також зумовило вдосконалення технологій і танцювальних технік. Комунікаційна стратегія пробудження емоційного резонансу аудиторії танцювального реаліті-шоу полягає в зміщенні уваги глядача з безпосередньо танцювальної практики (від тренувань до виступу) на емоційну складову процесу.

На сучасному етапі розвитку суспільства телевізійні dance show є одним із найбільш ефективних інструментів танцювальної індустрії, сприяючи: популяризації візуального танцювального контенту; поширенню ревалентної інформації як для теоретиків, так і для практиків танцю; розвитку мережі танцювальних студій та шкіл танцю різних стилів; ознайомленню широкої аудиторії з провідними представниками танцювальної індустрії національного рівня; наданню безпрецедентних можливостей для професійної реалізації молодих танцюристів та ін.

*Література**References*

1. Базела Д. Д. Танцювальні шоу кінця ХХ – початку ХХІ століття. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2015. Вип. 16. С. 84–89.
2. Бойко О. С. Телевізійні танцювальні шоу в Україні: історія і сучасність. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Мистецтвознавство*. 2017. Вип. 36. С. 66–76.
3. Грабарчук О. М. Реаліті-шоу: всередині зображення. *Культурологічна думка*. 2018. № 14. С. 87–93.
4. Крись А. І. Сценічна бальна хореографія як явище сучасних видовищних мистецтв : дис. ... канд. мистецтвозн.: 26.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2023. 230 с.
5. Наконечна О. В. Проблеми та перспективи танцювальних шоу-програм в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2017. № 2. С. 159–163.
6. Павлюк Т. С. Бальна хореографія в сучасному медійному просторі. *Культура і сучасність*. 2018. № 2. С. 101–105.
7. Федосенко К. М. Сучасна музична індустрія України в контексті розвитку соціальних медіа : дис. ... доктора філософії: 034 «Культурологія» / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2024. 180 с.
8. Cardinal M. Deciphering Dance in Reality Television: The Good, the Questionable, and the Unconscionable. Monmouth. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*. 2013. Iss. 84(1). P. 7–10.
9. Hall A. Viewers' perceptions of reality programs. *Communication Quarterly*. 2006. Iss. 54(2). P. 191–211.
10. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries*. Sage Publication. London, 2007. 346 p.
11. Rulin Y. The Innovation of Dance Art Communication in TV Dance Program Taking "Dance Storm Season 2" as an Example. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research : Proceedings of the 7th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2021)*. 2021. P. 270–273.
12. Singer J. T. Representation of Dance in Reality Television. Purchase College State University of New York Summer. 2021. 21 p. URL: https://soar.suny.edu/bitstream/handle/20.500.12648/12346/2843_Jordan_Singer.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 06.10.2024).
13. Yuille H. The Uses and Gratifications of Dance Reality Television Shows. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2012. 67 p.
14. Wolf S. Dance on TV: Is it Hindering or Helping the Art Form? *Dance Informa Magazine*. Australia. 2013. URL: <https://www.danceinforma.com/2013/06/03/dance-on-tv-is-it-hindering-or-helping-the-art-form/> (дата звернення: 19.09.2024).
15. Zhichang P., Wei L. *Mass Media and Mass Culture*. Shanghai People's Publishing House, 2002.

1. Bazela, D. D. (2015). Dance Shows of the Late 20th – Early 21st Centuries. Culture and Art in the Modern World, 16, 84–89 [in Ukrainian].
2. Boiko, O. S. (2017). Television Dance Shows in Ukraine: History and Modernity. Bulletin of the Kyiv National University of Culture and Arts. Art History, 36, 66–76 [in Ukrainian].
3. Hrabarchuk, O. M. (2018). Reality Show: Inside the Image. Cultural Opinion, 14, 87–93 [in Ukrainian].
4. Krys, A. I. (2023). Stage Ballroom Choreography as a Phenomenon of Modern Performing Arts. PhD Thesis. Kyiv [in Ukrainian].
5. Nakonechna, O. V. (2017). Problems and Prospects of Dance Show Programmes in Ukraine. Herald of the National Academy of Culture and Arts Management, 2, 159–163 [in Ukrainian].
6. Pavliuk, T. S. (2018). Ballroom Choreography in Modern Media Space. Culture and Modernity, 2, 101–105 [in Ukrainian].
7. Fedosenko, K. M. (2024). Modern Music Industry of Ukraine in the Context of Social Media Development. PhD Thesis. Kyiv [in Ukrainian].
8. Cardinal, M. (2013). Deciphering Dance in Reality Television: The Good, the Questionable, and the Unconscionable. Monmouth, OR: Journal of Physical Education, Recreation and Dance, 84(1), 7–10 [in English].
9. Hall, A. (2006). Viewers' Perceptions of Reality Programs. Communication Quarterly, 54(2), 191–211 [in English].
10. Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries*. Sage Publication. London [in English].
11. Rulin, Y. (2021). The Innovation of Dance Art Communication in TV Dance Program Taking "Dance Storm Season 2" as an Example. Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Proceedings of the 7th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2021), 270–273 [in English].
12. Singer, J. T. (2021). Representation of Dance in Reality Television. Purchase College State University of New York. Retrieved from: https://soar.suny.edu/bitstream/handle/20.500.12648/12346/2843_Jordan_Singer.pdf?sequence=1&isAllowed=y [in English].
13. Yuille, H. (2012). The Uses and Gratifications of Dance Reality Television Shows. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones [in English].
14. Wolf, S. (2013). Dance on TV: Is it Hindering or Helping the Art Form? Dance Informa Magazine. Australia. Retrieved from: <https://www.danceinforma.com/2013/06/03/dance-on-tv-is-it-hindering-or-helping-the-art-form/> [in English].
15. Zhichang, P., & Wei, L. (2002). *Mass Media and Mass Culture*. Shanghai [in English].

Стаття надійшла до редакції 09.10.2024
Отримано після доопрацювання 11.11.2024
Прийнято до друку 18.11.2024