



Культурологический анализ понятия «ШОУ»

Т.П. Ванченко

доктор философских наук

АННОТАЦИЯ УДК 792.7

В статье рассматриваются культурологические основы шоу как явления массовой культуры, дается анализ определений шоу в словарях, выявляются истоки возникновения и развития шоу как культурного явления, исследуется особый тип зрелищности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

шоу, массовая культура, зрелищность, аттракцион, трюк

¹ Ларина Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса. — Волгоград, 2004; Стаматов В.В. Природа шоу как массовой псевдокоммуникации. — Тамбов, 2008; Уразова С.Л. Реалити-шоу в контексте современного телевидения. — М., 2008.

В современной науке (за исключением нескольких прикладных исследований¹) отсутствует методологическая разработка понятия «шоу» как явления культуры, хотя в практике телевидения (и многих других сфер культуры) данный термин занимает устойчивые позиции. Возникает явное противоречие между практическим использованием и отсутствием теоретической разработанности одного и того же явления, имя которому «ШОУ». Означенный вопрос оказывается для науки столь новым, а для практики в различных сферах культуры — столь актуальным, что требует детального рассмотрения.

Лексическое значение термина «шоу»

Разобраться в сути понятия поможет обращение к лексическому значению термина, к тем смысловым образованиям, которые заложены в этимологии данного слова. Шоу — слово, заимствованное русским языком из английского. В «Англо-русском словаре» 1969 года издания имеются следующие значения шоу:

Show — 1. Показ, показывать. 2. Зрелище, спектакль. 3. Выставка. 4. Витрина. 5. Внешний вид, видимость. 6. Показная пышность, парадность. 7. Предприятие, организация. 8. Возможность проявить свои силы, удобный случай (разг.). 9. Сражение, компания (воен.).

В современном издании «Нового англо-русского словаря»², добавляются такие значения: быть видным, показаться.

Для более подробного толкования данного термина обратимся к Оксфордскому словарю³. Из трех представленных в нем

² Новый англо-русский словарь. — М., 1996.

³ The Oxford English Dictionary second edition, volume XV Ser-Soosy. Oxford, 1989.

два значения Show уже рассматривались в предыдущих номерах журнала: 1) принадлежность к показу (в этом случае обязательно, чтобы что-то демонстрировалось как образец, например: а) выставки удивительных вещей, диких животных; представления; спектакли; карнавалы; театрализованные шествия; цирковые выступления; театры восковых фигур и т. п.; б) различные публичные выступления; в) военные действия); 2) глагольная форма: смотреть на...; глазеть; шпионить; инспектировать; экзаменовать; искать и др.

Третье значение употребляется в английской литературе с точки зрения внешнего вида представляемого действия. В 1320 году Сер Иристер употребил этот термин в следующем контексте: «...много людей видели это шоу». В 1609 году Вибл написал: «В шоу она будет появляться в виде терпентинного дерева и дуба». А Ваккон в 1625 году отметил: «...игра в этом шоу подобна страху». Данное значение используется, когда увиденное производит очень сильное впечатление. Представляемое действие может: принимать формы нереальности, нарочитости; использовать трюк, обман; вводить в заблуждение и заставлять воспринимающего находиться в напряжении.

В настоящее время термин «шоу» переносится в сферу культуры и искусства, и значение слова расшифровывается в Словаре иностранных слов как пышное сценическое зрелище с участием звезд эстрады, цирка, спорта, джаз-оркестра, балета на льду и т. п.

Словарь по эстетике расширяет это понятие: «...шоу сопровождается проведение каких-либо мероприятий в общественной или культурной жизни, например, конкурсы красоты, вручение театральных, литературных премий и т. п.». В этом определении важным является то, что шоу выступает самостоятельным явлением и может входить в какие-либо события культурной жизни, смещая «акценты в сторону внешних эффектов, призванных приукрашивать содержание происходящих событий»⁴.

В Энциклопедическом словаре по культурологии выделяется психологическое воздействие на зрителя: «широкое использование во всякого рода политических акциях, избирательных кампаниях и т. д.»⁵.

Приведенные примеры значений термина позволяют выделить две стороны понятия с точки зрения этимологии:

I. а) то, что показывается как образец (сюда относятся такие явления культурной жизни, как спектакли, карнавалы, театрализованные шествия, цирковые представления, показы мод, политические акции, телевизионные программы, кинопремьеры, конкурсы красоты, презентации и т. п.; б) то, что характеризуется

⁴ Эстетика. Словарь. — М., 1989. С. 403.

⁵ Энциклопедический словарь по культурологии. — М., 1997. С. 449.

как действие, направленное на восприятие кем-либо, имеющее определенные характеристики внешнего вида.

II. Представленность исследуемого понятия в культуре и искусстве.

Шоу как явление начинает входить в уже традиционные формы бытования искусства и культуры. В результате синтеза *шоу и эстрады* получают музыкально-развлекательные эстрадные шоу; *шоу и телевидения* — различные телевизионные шоу-программы; *шоу и культурных событий* социальной жизни — конкурсы красоты, вручение театральных, литературных, кинопремий и т. п.

Данное явление в культуре имеет свои характеристики: массовость и участников, и зрителей; товарность производимой продукции; особый тип зрелищности, основанный на психологическом воздействии на зрителя. В основе построения зрелищных форм шоу лежат архетипы массового сознания и массового успеха.

Истоки развития шоу как явления культуры

Рассматривая истоки возникновения и развития шоу как культурного явления, нужно отметить, что его элементы присутствовали еще в искусстве Древнего Египта, Греции, Рима. В более поздние эпохи истоками будущих шоу являлись представления странствующих комедиантов (скоморохов — в России, шпильманов — в Германии, жонглеров — во Франции и т. д.), родившиеся в шуме городских площадных увеселений. Особенность представления бродячих артистов заключалась в том, что они выступали от собственного имени, напрямую общаясь со зрителем. Основой средневековых карнавальных представлений была миниатюра, точнее, множественность миниатюр, что отличало их от театра, главной особенностью которого являлись элементы, связующие действие воедино.

В народных гуляниях, площадных забавах и потехах происходил непосредственный контакт комедиантов с публикой, отсутствовало разделение на актеров на сцене и зрителей в зале (что характерно для театра). Этот тип организации происходящего действия явил собой начало новой системы отношений в культурном измерении жизни общества, это стало началом шлифования тех правил, на которых основывается современное шоу — программность.

Скоморохи
в деревне. Художник
Ф.Н. Рисс. 1857 г.





Флейтист и жонглер с мячами и ножами. Тропяр из аббатства Сен-Марсаль в Лиможе. Гасконь, первая половина XI в. (Париж, Национальная библиотека, MS.lat.1118, f. 112v)

⁶ Jacques-Charles. Cent ans de music-hall. Geneve — Paris, 1956.

Жонглер шариками. Градуал. Сент-Этьенн в Тулузе, конец XI — начало XII в. (Лондон, Британский музей, HarleyMS.4951, f.298v)



Дальнейшие исторические этапы развития шоу связаны с появлением (впервые в Англии) новых форм досуга. Развлечения под открытым небом, зависевшие от капризов природы, уступили место досугу в закрытых помещениях. Английские пабы (пивные залы) «впустили» туда актеров и музыкантов-исполнителей. Принципиально новой формой развлекательного досуга для Англии стали мюзик-холлы, т. е. музыкальные залы при постоянных дворах и отелях. Путники, останавливавшиеся в отелях, получали вместе с ужином развлечение, но за увеличенную плату⁶. Это действо, однако, не означало возврата к театральному типу восприятия, это был еще один виток в предыстории возникновения шоу: представление в мюзик-холле (в отличие от театра) не было сюжетным, а строилось по принципу программности. Программы первых мюзик-холлов состояли из выступлений комических певцов, цирковых номеров и конферанса ведущего. Принцип программности и явился предвосхищением всех форм современного шоу.

Еще один характерный признак современного шоу — массовость. Он возник еще в средневековых празднествах, причем, с урбанизацией количественный показатель массовости стал увеличиваться в геометрической прогрессии. Данная тенденция имеет место и в наше время.

На ранних этапах сформировалась еще одна важнейшая характеристика — *товарность* предлагаемой зрителю продукции. Закон рынка формирует железное правило: развлечение — это услуга, которая стоит денег. Товарность развлекательной продукции — главное, что интересует хозяина заведения. Рынок ориентирует шоу-программы того времени на вкусы и пристрастия среднего обывателя: происходит разделение на сложные зрелищные формы (в основе которых заложен трюк, аттракцион) и примитивные (выражающиеся в нарочитом эротизме). Данный аспект разделения — следствие социально-политических и экономических явлений того времени. Борьба за клиента заставляет создателей развлекательных программ (помимо общей тенденции к эротизму) стремиться к масштабности, внешней помпезности, декоративности зрелища. Это становится возможным благодаря научно-техническому прогрессу: технические средства со второй половины XIX века становятся непременным атрибутом шоу, позволяя оснащать их новыми художественными приемами.



Русский раек. Лубок.
1858 г.

⁷ Зоркая Н.М.
Сюжетные
и зрелищные формы
русской лубочной
культуры конца
XIX — начала XX ве-
ка: диссертация
...доктора
искусствоведения.—
М., 1992. С. 219.

В России истоки шоу, что, в частности, отмечает Н.М. Зоркая, проявляются в балагане. «В доморощенных, утлых, кустарных формах площадного зрелища, полудеревенской потехе впервые проступают и твердеют, резче прочерчиваются контуры грядущей «индустрии развлечений», того, что в Америке будет названо «шоу», что зародилось и начало процветать вместе с подъемом русского свободного предпринимательства и быстро было пресечено, оборвано начавшейся войной и революцией»⁷.

Коммерциализация балагана ведет к борьбе за зрителя-потребителя. Главный способ завлечь массу — это потрафить ее вкусу, дать ей знакомые манки, гарантировать удовольствие. В непростом взаимодействии *спроса-предложения* в балаганной культуре главенствующим остается фактор спроса. Балаган и балаганный театр — это «производство на заказ». Смешное, трогательное, зрелищное, чудесное — вот манки, прелести балаганного представления. Время не изменило принципов психологического воздействия на зрителя, главным из которых являлась и является зрелищность.

Особый тип зрелищности шоу

Понятиям «зрелище», «зрелищность», как правило, придает-ся разный смысл. Р. Копылова, изучая природу зрелища, указывает на то, что: «...в искусствоведческом обиходе оно чаще всего употребляется для обозначения: 1) некоторых зрительно воспринимаемых разновидностей искусства и их визуально наиболее ярких, впечатляющих форм (такой смысл имеет эпитет “зрелищный” применительно к фильму, спектаклю); 2) явлений, сходных или пограничных с искусством, но ему в полном значении не принадлежащих (массовые театрализованные зрелища, спортивные зрелища и т. п.); 3) наконец, для ценностного разграничения подлинного искусства и массового, развлекательного»⁸.

Несмотря на разночтения, понятие «зрелище» несет смысловой инвариант, неизменно включающий в свое содержание указание на способ восприятия, который является основой и для дальнейших смысловых уточнений. В частности, П. Пави в «Словаре театра» рассматривает зрелищное следующим образом: «...все, что воспринимается как часть совокупности, представленной на обозрение публики... Оно зависит и от воспринимающего, и от воспринимаемого объекта». Степень зрелищности

⁸ Копылова Р.Д.
Открытый экран:
Телевизионное
зрелище и диалог. —
СПб., 1992.

⁹ Пави П. Словарь театра. — М., 1991. С.109.

зависит от эстетики эпохи, поэтому П. Пави делает вывод: «Зрелищное — историческая категория, зависящая от идеологии момента и определяющая, что может и должно быть показано и в какой форме»⁹. К примеру, в результате революции в России возник особый вид зрелищности, который стал новым видом искусства, выработавшим такое средство выразительности, как зрелищная агитация. Это зрелище было агитационно-пропагандистским способом наглядного обучения и просвещения масс. Социально-эстетическая особенность этого типа зрелищ состояла в том, что репрезентация политических идей становилась доступной и наглядной.

В своей работе «Эстетические проблемы зрелищных искусств» Я. Ратнер, рассматривая характеристику «зрелищности», указывает на то, что этот термин используется, когда необходимо подчеркнуть экспрессивно-динамическую форму, эффектную манеру подачи материала, откровенное обнажение того или иного изобразительного приема. Сама нарочитость эффекта, рассчитанного на зрителя, есть попытка акцентировать его внимание на том или ином моменте действия. Во всех случаях речь идет о принципе выразительности специфического свойства — экспрессивности.

Следует отметить, что если для кино, театра зрелищность существует как компонент, включенный в структуру данных видов искусства, то зрелищность в шоу является видовым признаком.

Исходя из того, что всякое зрелище есть форма эмоционально-эстетического, идейно-эмоционального общения, то эффект соучастия, сопереживания и сотворчества зрителя становится важнейшей характеристикой зрелищности, поэтому при рассмотрении данного вопроса следует учитывать два обстоятельства: *во-первых*, зависимость восприятия от визуальной способности зрителя, зависимость эффекта соучастия от движения зрительско-

го внимания, которое регулируется, в частности, и системой условности данного вида искусства; *во-вторых*, фактор публичности, массовость как существенные признаки шоу. Следовательно, изучение специфики зрелищности в шоу предполагает рассмотрение особенностей эмоционального воздействия на зрителя.

Единицей воздействия в зрелищных искусствах А. Липков называет аттракцион. Спектакль, фильм, цирковая

Кадр из фильма
«Кабаре»
(реж. Б. Фосс)



¹⁰ Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона. — М., 1990.

¹¹ Эйзенштейн С.М. Монтаж аттракционов. // Избранные произведения: в 6-ти томах. Т. 2. — М., 1965. С. 270.

программа, шоу — все это различные виды «аттракционных систем»¹⁰. Беря за основу известную работу С. Эйзенштейна, в которой аттракционом именовался «...всякий агрессивный момент театра..., подвергающий зрителя чувственному или психологическому воздействию, опытно выверенному и математически рассчитанному...»¹¹, автор классифицирует аттракционы по видам: аттракцион-неожиданность, аттракцион-рекорд, аттракцион-красота, аттракцион-уродство, аттракцион-диковина, аттракцион-чудо, аттракцион-казус, аттракцион-тайна, аттракцион-запрет, аттракцион-скандал, аттракцион-риск, аттракцион-смерть, аттракцион-катастрофа.

Аттракцион-неожиданность. Эффект его основан на неподготовленности воспринимающего к тому, свидетелем или участником чего он станет. Петергофский фонтан, сделанный в виде скамейки, из которой начинают извергаться струи, когда доверчивый прохожий на нее присядет, — образчик такого рода аттракционов. Художественная действенность таких аттракционов основана на нарушении ожидаемого, прогнозируемого, даже если этот прогноз интуитивен.

Аттракцион-рекорд — самый распространенный вид аттракциона. Самый высокий, самый толстый, самый быстрый, самый сильный, самый богатый — все самое-самое, превышающее, нарушающее норму, привлекает к себе внимание.

Аттракцион-красота, аттракцион-уродство. Два этих различных по названию аттракциона в принципе представляют собой единый вид, так как они — всего лишь плюс и минус общей координатной прямой. Красавицы нередко используются рекламой в качестве «ай-стоппера», т. е. элемента, призванного остановить, задержать внимание зрителя. В этом же качестве может использоваться и уродство.

Аттракцион-диковина. Этот вид объединяет всевозможные курьезы, аномалии, рожденные природой. Сюда же относятся и аттракционы рукотворные (технические диковины: механические писцы, музыканты, рисовальщики).

Аттракцион-чудо. Чудо в определенном смысле синонимично аттракциону. Известны семь чудес древней Ойкумены. Чудо есть то, чего не может быть. Диковина при всей своей необычности имеет рациональное объяснение, а чудо эту грань переступает, ибо оно из области невозможного,

Кадр из фильма «Французский канкан» (реж. Ж.Ренуар)





Кадр из фильма
«Шоугерлз»
(реж. П. Верховен)

недоступного меркам разума. К чуду всегда апеллировала религия. Иные из библейских чудес сегодня вполне всерьез анализируются иллюзионистами, постигающими реальную механику разных чудес и превращений.

Аттракцион-казус. Помимо аттракционов, представленных в формах материальных объектов, аттракционными могут быть и случаи, происшествия, прецеденты. Одни жизненные казусы

остаются в памяти свидетелей как занятные байки, другие, неся в себе узел противоречий, требуют научного анализа.

Аттракцион-тайна. Если чудо познать невозможно, то тайна заведомо познаваема, но предполагает неизвестность, которую следует разгадать. Чудо настаивает на своей необъяснимости, тайна предполагает объяснение, более того, требует его поиска. Один и тот же феномен может преподноситься в упаковке и чуда, и тайны.

Аттракцион-запрет. Этот вид аттракциона связан с нарушением принятых в обществе норм морали, права, порядка. Любые запреты лишь подогревают интерес к запрещаемому. Данная тема детально исследована в диссертационной работе В. Слепкурова «Правовая культура в системе соционормативного регулирования».

Аттракцион-скандал. Нарушение принятых в обществе норм может принимать форму скандала, намеренно спрогнозированного или ставшего результатом стечения обстоятельств. Скандалы не раз знаменовали в искусстве преодоление прежних эстетических границ, выход на новые горизонты.

Аттракцион-риск. Эффект этого аттракциона связан с пограничной ситуацией, исход которой чреват опасностью проигрыша, утраты, вплоть до потери жизни.

Аттракцион-смерть. Аттракцион-насилие. Есть достаточно зрелищ, собирающих толпу, жаждущую видеть насилие, жестокость, мучения, убийство. Гладиаторские бои, публичные казни, театр-гиньоль, фильмы многих массовых жанров и т. д. — это зрелища, эксплуатирующие данный вид аттракционов на самом низшем физиологическом уровне.

Аттракцион-катастрофа. Катастрофические события, связанные с внезапными бедствиями, губительными разрушениями, всегда привлекают к себе внимание. Популярный жанр фильмов-катастроф интересен не зрелищем самого бедствия, а мужеством человека, находящего в себе силы преодолеть эти бедствия.



Кадр из фильма
«Цирк»
(реж. Г. Александров)

Наиболее простые виды аттракционных систем — цирковые и эстрадные представления, являющие собой последовательное соединение различных самоценных аттракционов. Не случайно само это понятие происходит из цирка, где аттракцион есть цепь трюков, причем трюк — это не просто мастерски подготовленная и продемонстрированная иллюзия, а один из многих способов преобразования явлений. В культурологическом

смысле понятие «аттракцион» — это явление, которое становится возможным в результате изменения культурных ориентаций, возникновения в культурном поле ситуаций или явлений, когда некая норма, традиция разрушается, и это приводит к непривычному восприятию привычных доселе явлений.

Зрелище в шоу характеризуется визуальной яркостью, выразительностью. Все компоненты зрелищного действия (речь, пластика, вещественная среда, динамические и механические эффекты) составляют систему воздействия, «развернутую на зрителя», т. е. систему приемов вовлечения зрителя в действие с заранее рассчитанным результатом — аттракционность воздействия.

Исходя из рассмотренного материала, мы делаем вывод о том, что шоу — это особый тип зрелищности, имеющий свои специфические характеристики. Мы выявили, что шоу не представляет собой какого-либо отдельно взятого вида искусства или самостоятельного явления в культуре. Будучи особым типом зрелищности, оно может входить в любое уже существующее самостоятельное культурное явление. Особый тип зрелищности шоу имеет свои характеристики: программность, «развернутость» на зрителя, а главное — аттракционность воздействия. Шоу вбирает в себя такие характеристики массовой культуры, как массовость, товарность, примитивность смыслов, великолепие форм. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. Зоркая Н.М. *Сюжетные и зрелищные формы русской лубочной культуры конца XIX — начала XX века: диссертация ...доктора искусствоведения.* — М., 1992. — 336 с.
2. Линков А.И. *Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона.* — М.: Наука, 1990. — 237 с.
3. Пави П. *Словарь театра.* — М.: Прогресс, 1991. — 480 с.
4. Эйзенштейн С.М. *Монтаж аттракционов. // Избранные произведения: в 6-ти томах. Т. 2.* — М.: Искусство, 1965. — 325 с.
5. *Энциклопедический словарь по культурологии.* — М.: Центр, 1997. — 448 с.
6. *Эстетика. Словарь.* — М.: Политиздат, 1989. — 447 с.