

*Шимчик З. М.,  
аспірант Київського національного університету культури і мистецтв*

## **ТЕЛЕВІЗІЙНІ ПІСЕННІ КОНКУРСИ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ**

*У статті розглянуто телевізійні пісенні конкурси, їх вплив на формування і розвиток культури сучасної України, проаналізовано популярні телевізійні конкурси в українському культурному просторі та висвітлено поняття конкурсу.*

*Ключові слова: телевізійні пісенні конкурси, конкурс, українська музична культура.*

*В статье рассмотрены телевизионные конкурсы песни, их влияние на формирование и развитие культуры современной Украины, проанализированы популярные телевизионные конкурсы в украинском культурном пространстве и изложено понятие конкурса.*

*Ключевые слова: телевизионные конкурсы песни, конкурс, украинская музыкальная культура.*

*The article deals with television song competitions, their influence on the formation and development of the modern Ukraine culture, the popular TV competitions are analyzed in the Ukrainian cultural space and it is highlighted the notion of competition.*

*Key words: television song competitions, competition, Ukrainian musical culture.*

З розвитком сучасних технологій прогресивно розвиваються культурні процеси. Культурний простір нашої держави постійно наповнюється новими яскравими проектами (фестивалями, конкурсами, талан-шоу). Багато молоді бере участь у таких культурних проектах в Україні. Більшість проектів ми маємо змогу бачити по телебаченню, як в записі, так і в прямих ефірах. Якщо талант-шоу йде у прямому ефірі каналу, що має права на трансляцію, його рейтинги різко зростають, що теж є дуже вагомо та актуально як для організаторів таких культурно-мистецьких акцій, так і для глядацької аудиторії. Це свідчить про те, що українці прагнуть збагачувати культурний простір нашої держави і про те, що наше населення цікавиться талановитими виконавцями, тим самим відвідуючи концерти своїх улюбленців-переможців, приходять глядачами на програму талант-шоу, підтримуючи їх з екранів своїх телевізорів та надсилаючи свої голоси за фаворитів пісенних чи інших конкурсів. Спостерігаючи тенденцію зросту конкурсів як на телебаченні, так і на живій сцені (фестивалі), ми можемо зазначити, що на сьогоднішній культурний простір України зіткнувся з проблемами пов'язаними з їх організацією та проведенням. Все менше місця в культурному просторі залишається вітчизняним пісням. Популяризують не культурні цінності і традиції нашої держави, а, зазвичай, іноземні пісні. Також учасники таких конкурсів часто займаються копіюванням образу відомих західних артистів.

О.Ю. Павлова у книзі «Історія української культури» дуже актуально окреслює сучасний стан пісенної творчості, зокрема робить акцент на фестивальному русі.

Дослідниця описує перспективні молоді гурти і акцентує увагу на талановитих естрадних співаках, які постійно беруть участь у пісенних конкурсах, фестивалях, зазначаючи про те, що в нашій державі є можливості розвивати всі напрями професійної та естрадної культури.

В.В. Гоян у дисертаційній роботі «Інформаційна телевізійна програма: типологічна характеристика, параметри діяльності журналіста» висвітлює ази становлення і розвитку в Україні інформаційного телебачення, робить аналіз типоформотворення інформаційних телепрограм. Автором дисертації розглядається специфіка професійної діяльності журналіста в процесі одержання і відображення інформації, досліджуються механізми структурної та типологічної побудови інформаційної телепрограми, які безпосередньо пов'язані зі стилістичними і жанровими особливостями.

Пісенні конкурси з позиції продюсування в межах телевізійного простору розглянула Кетрін Коллесон у книзі «Продюсирование на телевидение», де чітко зазначила роль продюсера на телебаченні, описала телебачення з позиції унікального засобу комунікації, роль фестивалів та окреслила головні аспекти при організації фестивалів.

Зокрема, вище зазначені автори даних досліджень розглядали аспекти організації та проведення масових заходів, створення телевізійних програм, різноманітних проєктів на телебаченні та на живій сцені. Однак вказаними авторами було замало уваги приділено саме еволюції телевізійних пісенних конкурсів в умовах глобалізації, інформатизації суспільства, що, на нашу думку, є дуже важливим аспектом, спроможним нанести шкоду національній культурі загалом.

Дана тема є мало досліджена, вона вимагає ретельного аналізу та виявлення проблем і розробки рекомендацій щодо їх усунення. Адже науковцями раніше проблема з розвитку телевізійних пісенних конкурсів не розглядалась. Їх увага приділялась лише окремим аспектам у телевізійній і пісенній сфері. На сьогодні ринок українського телебачення з вироблення вітчизняних пісенних конкурсів є дуже «бідним». Адже вже майже вісім років в українському телеєфірі траншують пісенні конкурси закордонного походження (з 2007 р. коли на телебаченні з'явилась перша пісенна програма «Фабрика зірок»), власником якої є іспанська компанія «Джестм'юзік») викупуваючи права на їх трансляцію, а українські залишаються далеко поза увагою глядачів.

Мета дослідження – виявити місце пісенних конкурсів як чинника еволюції української культури.

Молодь – це найбільш прогресивна і розвинена частина суспільства не лише в Україні, а й світі. Саме молодь формує смак молодшого покоління та здатна впливати на формування культури у своїй державі. Важливу роль у молоді відіграє саме реалізація свого творчого потенціалу. І як тільки молоде покоління бачить шанс заявити про себе на всю країну, одразу ж намагається використати його. Такий шанс зараз дає сучасний телепростір, що відтворює повномасштабні світові шоу, пісенні телевізійні конкурси, талант-шоу та інші розваги. Оскільки українська нація вважається однією з найспівучіших націй у світі, головний акцент телевізійні канали роблять саме на реалізації та поширенні пісенних конкурсів закордонного зразка, викупуваючи їх права на трансляцію. Варто зауважити, що конкурс включає дуже глибокі культурні цінності, що

дають можливість збагачувати та популяризувати мистецьку спадщину кожного народу, кожної національності. В буквальному розумінні слово конкурс означає змагання і має латинське походження (*concursum*). Конкурс часто трактується з точки зору видовища, масштабної події, де кожен його учасник має шанс продемонструвати свої вміння та має право на перемогу.

Походження видовищ від ігрової діяльності, від народних ігор – фундаментальна особливість "генетичного коду" видовищної культури. Всі види видовищ при уважному аналізі виявляють у своїй основі ігрову структуру, навіть більше – ігрову стихію. Більшість теоретиків мистецтва (починаючи від Шиллера й Канта) вважають цю ігрову стихію специфічною рисою мистецтва взагалі, психологічною основою насолоди [7; 48].

Гра властива поведінці людини від самого народження. Як вид соціальної поведінки, вона штучно сконструйована у вигляді моделі, що імітує ті чи інші сторони реального буття людини. Вона означена певними нормами, чітко окреслена часовими та просторовими межами і ведеться за жорсткими правилами, порушення яких суворо карається – аж до виключення учасника з гри. Відомий дослідник ігрових функцій голландець Й. Гейзіна зазначає: «Переодягаючись чи надіваючи маску, людина грає іншу істоту» [1; 274]. Простір змагань має дві зони: ігрову (наприклад, поле, майданчик, ринг, стадіон) та глядацьку (трибуни стадіону чи спортивної зали). Відповідно розподілені й ролі – на гравців та глядачів.

Конкурсні форми дозвілля – це складне поєднання різних форм культурно-дозвілдової діяльності, в основі яких лежить конкурс, змагання. До конкурсних форм організації дозвілля належать вікторини, естрадні виступи, спортивні, художні, мистецькі конкурсні вечори, які об'єднують ерудитів, витівників, самодіяльних співаків, акторів та інших талановитих людей. За тематикою конкурсні форми дозвілля поділяють на пізнавальні, розважальні, професійні тощо [1; 278].

Бурхливий розвиток телебачення за останні десятиліття якісно змінив структуру гри. Стали не порівнюваними пропорції чисельності гравців і глядачів. За поєдинком двох змагальників у студії можуть спостерігати десятки мільйонів телеглядачів поза нею [1; 205]. За допомогою відеозапису гра та її перегляд нерідко розриваються в часі: змагання давно відбулося, а його демонструють лише тепер – у зручний для глядачів час, перериваючи показ рекламою. Глядацька зона гри втрачає колишні жорсткі кордони у фізичному просторі, стає теоретично безмежною. Цей якісний стрибок перетворює гру, що транслюється по ТБ, на телешоу, видовище. Тому телеігри, які вже кілька десятиліть домінують у програмах західних телекомпаній, а нині завоювали і наш медіапростір, є улюбленим видовищем мільйонів [5; 89–90].

Телебачення породжує ілюзію довірчого спілкування, феномен прямого контакту, близькості. Українське державне телебачення мало б відігравати найважливішу роль у формуванні державної ідеології, однак це не відбувається через відсутність такої ідеології. Крім того, незважаючи на максимальне ефірне покриття території країни, загальнонаціональні телеканали мають низький рейтинг глядацького інтересу, тож більший вплив у процесі міфологізації суспільної свідомості мають телемовники з приватною формою власності (яскравим прикладом цього є загальнонаціональний телеканал «Інтер») [2; 1].

Телебачення певною мірою стандартизує смаки аудиторії, універсалізує молодіжні потреби. Але, пропагуючи культуру, суттєво розширює знання із суспільно політичної, мистецької, літературної та інших сфер життя, телебачення сприяє духовному вихованню молодого покоління [6; 34].

Телевізійні пісенні конкурси є безумовною складовою еволюції сучасного вітчизняного мистецтва. Сучасний етап розвитку нашої країни відчутно наповнюється якісними змінами, динамікою свого розвитку у сфері культури. Значний вплив на розвиток української культури має саме позиціонування нашої держави на міжнародному партнерському рівні. Саме участь України в пісенних міжнародних конкурсах дає можливість якісно та професійно формувати мистецький менеджмент нашої держави. Ми маємо право заявити про себе, як цивілізована європейська країна, та одержати достойне визнання усієї європейської аудиторії. На сучасному етапі розвитку суспільства телебачення знайшло фундаментальне соціальне значення. Телебачення в своєму практичному розвитку неможливо порівняти з теоретичними дослідженнями в цій галузі. На сьогоднішні дуже прогресивно розвиваються технології моделювання культурних програм в медіа просторовому суспільстві.

Із здобуттям незалежності в Україні з'явилися нові можливості розвивати творчі таланти. Нині існує свій потужний фестивальний рух. На міжнародних музичних фестивалях у Києві, Львові, Одесі, Харкові виконуються твори талановитої молоді України та зарубіжних музикантів [4; 112].

Серед молоді особливим попитом користується естрадна музика, її кращі представники – рок-гурти «Воплі Відоплясова» («ВВ»), «Океан Ельзи», «Мандри», «Друга ріка», співаки Т. Петриненко, С. Ротару, А. Лорак, Т. Повалій, Р. Кириченко, Іво Бобул і ті, хто створив основу для розвитку в Україні цивілізованого шоу-бізнесу. В Україні, отже, з'явилися можливості розвивати всі напрями професійної та естрадної музичної культури [4; 112].

Багато українських виконавців беруть участь у пісенних конкурсах, адже це великий досвід та достойний рівень, як артистизму-професіоналізму, так і якісного менеджменту, проведеного на державному рівні в обличчі її представників.

Кожного року саме завдяки творенню історії міжнародних телевізійних конкурсів у Європі відкриваються нові таланти та яскраві пісенні шедеври, які стають загальновідомими серед молодіжних субкультур, а представники на конкурсах стають фаворитами у багатьох країнах. Важливим при участі в міжнародних конкурсах є виконання пісень державною та мовою, загальноприйнятою для сприймання, тобто англійською.

Чітка та якісна організація телевізійних конкурсів сприятиме не тільки популяризації держави як європейської країни, а забезпечить високий рівень у підготовленості артистів до участі у престижних європейських проектах.

Телевізійні міжнародні конкурси – важливі складники національного культурно-інформаційного простору держави. Якість і удосконалення конкурсних проектів потребують чітких наукових засад. Це передбачає серйозну теоретичну базу, зокрема дослідження телевізійного інформаційного мовлення в усій сукупності його комунікативно-змістових складових компонентів.

На сьогодні в нашій країні є багато телевізійних пісенних конкурсів. Більшість конкурсів в Україні (телевізійного зразка) мають закордонне походження. Конкурси, що проводяться у нашій державі, поширюються на європейські країни саме завдяки телебаченню, яке немає ні меж, ні кордонів. Серед європейських держав Україна прагне себе позиціонувати на високопрофесійному культурно-мистецькому рівні. Кожна участь українських виконавців у пісенних телевізійних конкурсах – це можливість заявити про себе не лише серед прихильників та популяризувати себе Європі, це й велика можливість бути представником своєї держави, відстоюючи її честь, культурно-мистецькі цінності та професіоналізм на міжнародному рівні.

Головним недоліком при трансляції телевізійних вітчизняних програм є те, що їхнє тематичне спрямування не відповідає «тематичним потребам» українського телеглядача. Нині особливою популярністю користуються талан-шоу, програми із сімейно-побутовим змістом та актуальні адміністративно-правові програми (судові процеси), інтелектуальні програми. Такі проекти популярні, бо вони цікаві будь-якій віковій аудиторії, а соціальний статус глядача не має значення, бо всі ці аспекти важливі серед глядацької аудиторії. Телебачення прогресує, якість програм повсякчас поліпшується.

Розважальні шоу-видовища – це найпопулярніший за останні роки формат. За останнє десятиріччя в українському телеєфірі з'явилися такі міжнародні формати, надзвичайно популярні в багатьох країнах світу: «Зірка+Зірка» («Інтер», оригінальний формат Stars On Stage від компанії Zodiak Television) і «Танці з зірками» («1+1», формат Strictly Come Dancing від Бі-Бі-Сі), що були популярними до недавнього часу. Зараз найпопулярнішими пісенними та розважальними конкурсами на телебаченні є «Голос країни» на «1+1» [8] та «Х – фактор» на СТБ [9], серед талант шоу найпопулярнішими за рейтингами є «Танцюють всі» та «Україна має талант».

Як ми бачимо, серед перерахованих успішних телевізійних конкурсів вітчизняних взагалі немає. Звісно, для формування культурних цінностей сучасної держави це є великим недоліком, окрім того Україна як держава реалізуючи конкурси міжнародного закордонного зразка, втрачає свою самобутність і музичній культурній спадщині важко самоідентифікуватись. Музична культура повинна сприяти розвитку української культури загалом. Адже талановиті особистості хоч і мають шанс проявити себе та великим негативним впливом є те, що вони підтримують не українську музику, а закордонну, не українську ідею реалізації телепрограми, а знову ж таки – закордонну.

На сьогодні в багатьох глядачів виникає момент ідентифікації себе з «зірками». Телебачення дає героя, котрий будь-коли може прийти до глядача в гості. Людям, які порівняно з професіоналами нічого не вміють, глядач більше довіряє, а як наслідок – більше довіряє і телебаченню. Свобода сприймання життя приваблює глядача. Перевага українських талант-шоу – прямий ефір. Відчуття, що все відбувається ексклюзивно, прямо на очах аудиторії, пробуджує інтерес глядачів. Дивлячись такі програми, глядач стає сам співучасником, активно вболіває разом з героями, розуміючи при цьому, що й він може опинитися на їх місці.

Сьогодні телеглядачі чекають нового найдосконалішого, найцікавішого та найрозважальнішого українського телепродукту. Адже телебачення безперервно

розвивається, воно залежить від новачій науково-технічної думки, а тому потребує вдосконалень, експериментів, практичних і теоретичних досліджень.

Ми пропонуємо більш масштабно організувати національні культурні проекти (конкурси, фестивалі). Необхідно якомога частіше створювати рубрики про вагомні національні проекти, часто транслювати їх на телеекранах. Головне, щоб державні службовці підтримували такі проекти і виділяли кошти на їх реалізацію. Якщо телевізійні ефіри будуть заповнювати українські креативні музичні та пісенні конкурси, в яких головна роль відводитиметься збереженню українських культурних цінностей, де ведучі, судді і навіть вся знімальна команда володітимуть українською мовою і пропагуватимуть українську пісню, в нашій державі буде змога дійсно стати самобутньою і заявити про це на весь світ за допомогою не лише телебачення, а й Інтернет трансляції. Адже Інтернет сьогодні є дуже важливим не лише інформаційним джерелом, а й засобом комунікації в будь-якій точці світу.

Для того, щоб телевізійні пісенні конкурси розвивались активно, необхідно щоб була присутня національна складова в даного роду музичних проектах. Ми вважаємо, якщо запропоновані нами рішення будуть використовуватися в практичній діяльності організації конкурсів, то вони зможуть здійснювати позитивний вплив на розвиток вітчизняного, пісенного мистецтва та національної культури загалом.

Отже, необхідно якомога професійніше підійти до проблематики заявленого питання щодо створення власних телевізійних пісенних конкурсів. А нашим головним завданням у майбутньому буде поширювати їх не тільки на теренах нашої держави, а й на весь світ. Адже наша країна у сучасних умовах має всі шанси на створення якісного розважального телевізійного продукту.

#### ***Література:***

1. Ельконін Д. Б. *Психологія гри* / Д. Б. Ельконін. – М. : Педагогіка, 1978. – 214 с.
2. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» // *Українське законодавство: засоби масової інформації*. – К., 2004. – С. 1–4.
3. Келлісон К. *Продюсування на телевиденні: практичний похід* / К. Келлісон, 2007. – 384 с.
4. Павлова О. Ю. *Історія української культури* / О. Ю. Павлова – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
5. Рыжов Ю. В. *Новая религиозность в культуре и искусстве* / Ю. В. Рыжов. – М. : Смысл, 2006. – 328 с.
6. Темех Н. Д. *Телебачення і формування духовності молоді: теорія і практика* / Н. Д. Темех – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2008. – 141 с.
7. Хейзінга Й. *Людина граюча* / Й. Хейзінга. – М. : Владос, 1992. – 318 с.
8. *Голос країни – вокальний проект*. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goloskrainy.tv/pro-show/info>
9. *X-фактор – вокальний проект*. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://xfactor.stb.ua/about/>
10. *Шоу повинно триматися... Чому українська музіндустрія чекає нового парламенту*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uma.in.ua/media/shou-povinnno-trimatisja-chomu-ukrainsyka-muzindustrija-chekae-novogo-parlamentu.html>