

Л. Г. Пономаренко

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
професор кафедри кіно- і телемистецтва
e-mail: ponlu2013@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1144-6481
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

А. О. Мисечко

кандидат наук із соціальних комунікацій
викладач кафедри кіно- і телемистецтва
e-mail: alina.mysechko@knu.ua, ORCID: 0000-0002-5103-8872
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

ПІДГОТОВКА ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОГРАМ РОЗВАЖАЛЬНОЇ ТЕМАТИКИ ЯК СКЛАДОВА ОНЛАЙН-НАВЧАННЯ

Мета дослідження – з'ясувати, які види розважальних телепрограм можливо проводити в умовах онлайн-навчання, а також запропонувати практичні кейси телевізійних програм розважальної тематики із виявленими особливостями їх проведення на онлайн-заняттях.

Методологія дослідження. У статті використані такі загальнонаукові методи, як: аналіз літератури з досліджуваного питання, порівняльний аналіз наукових здобутків учених між собою та в зіставленні з думками журналістів-практиків, опис телепрограм, її правил та учасників у межах практичних кейсів, узагальнення особливостей проведення розважальних телепрограм в умовах навчального процесу, що проходить в онлайн-форматі.

Під час використання практичних кейсів щодо телевізійних програм розважальної тематики активно застосовувався метод проблемного навчання, зокрема метод рольової гри та метод симуляції, які допомагають студентам-учасникам відтворити реальну телепрограму розважальної тематики з усіма дійовими особами.

Результати. У межах підготовки телевізійних програм розважальної тематики в умовах онлайн-навчання розроблено практичні кейси трьох видів програм: ток-шоу «Без ілюзії та обману», розважальна програма з елементами сторітелінгу «Що було далі?» та інтелектуальна програма «Найрозумніший студент». За допомогою застосування методів рольової гри та симуляції з'ясовано такі особливості їх проведення на заняттях в онлайн-форматі: ток-шоу «Без ілюзії та обману» – студентам складно вживатися у роль гостей, якщо вони далекі від їхнього власного досвіду; потрібна ґрунтовна підготовка експертів, які мають добре володіти фактичною інформацією; значною мірою успіх гри залежить від майстерності ведучого; у розважальній телевізійній програмі з елементами сторітелінгу «Що було далі?» основний успіх залежить від майстерності оповідачів-учасників програми, які повинні добре володіти голосом, чудово інтонувати, знати композицію оповіді й витримувати її, створювати інтригу й тримати її до певного моменту; в інтелектуальній програмі «Найрозумніший студент» ведучий повинен добре продумати запитання та вміло керувати процесом – підштовхувати до правильної відповіді, апелювати до логічного мислення та асоціативних зв'язків.

Новизна. Найбільш успішною програмою розважальної тематики, яка була використана як складова онлайн-навчання, був проєкт з елементами сторітелінгу «Що було далі?» Одна із заповук успішності цього проєкту – учасники-студенти були знайомі впродовж тривалого часу, дехто навіть знав історії з дитинства однокласників. Водночас гра була дуже корисна для кожного учасника, бо кожен студент вчився змістовно, цікаво й зрозуміло розповідати. В умовах онлайн-заняття посилюється вимога до дикції, сили голосу, інтонації, оскільки технічні засоби сприяють спотворенню звуку.

Практичне значення. Розроблені практичні кейси телевізійних програм розважальної тематики, які можуть бути використані як під час викладання навчальних дисциплін «Спецкурс на розважальну тематику», так і підготовки телевізійних програм розважальної тематики.

Ключові слова: розважальна журналістика, телевізійні програми розважальної тематики, онлайн-навчання, метод рольової гри, метод симуляції, практичні кейси телевізійних програм розважальної тематики.

I. Вступ

Розважальна журналістика щороку зміцнює свої позиції на українському телевізійному ринку. «Велика шістка» телеканалів країни («Україна», «1+1», «ICTV», «Новий канал», «СТБ», «Інтер») перш за все орієнтується на розважальні формати, зазначають спеціалізовані видання про медіа [8]. Такої ж думки дотримуються й науковці, зазначаючи, що основні комунікативні зміни проглядаються у різкому зростанні кількісних показників медіапродукції розважальної тематики, а шоу-контент стає важливою формою соціальної комунікації [17]. Елементи гри й видовища з'явилися в програмах різного спрямування: соціального, культурного, політичного. Навіть новини, які раніше були суто інформаційними, за останні роки зазнали кардинальної інфотейментації й тепер «інформують розважаючи» [7, с. 72]. Така масова тенденція до розважальності разом з постійною трансформацією телебачення відкрила науковцям потужну нішу для теоретичних пошуків. Актуальність цієї статті зумовлена необхідністю розробки практичних кейсів для навчання студентів підготовці до телевізійних програм розважальної тематики в умовах онлайн-навчання.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – з'ясувати, які види розважальних телепрограм можливо проводити в умовах онлайн-навчання, а також запропонувати практичні кейси телевізійних програм розважальної тематики із виявленими особливостями їх проведення на онлайн-заняттях.

У статті використані такі загальнонаукові методи, як: аналіз літератури з досліджуваного питання, порівняльний аналіз наукових здобутків учених між собою та в зіставленні з думками журналістів-практиків, опис телепрограми, її правил та учасників у межах практичних кейсів, узагальнення особливостей проведення розважальних телепрограм в умовах навчального процесу, що проходить в онлайн-форматі. Під час застосування практичних кейсів програм розважальної тематики активно використовувався метод проблемного навчання, зокрема метод ролівої гри та метод симуляції, які допомагали студентам-учасникам відтворити реальну телевізійну програму розважальної тематики з усіма дійовими особами.

III. Результати

Аналіз джерел з теми дослідження розпочнемо з типології розважальних програм, опрацьованої А. Юсиповичем, який виділяє пізнавально-розважальні програми (ток-шоу, інтелектуально-розважальні програми та програми-інфотейммент) та суто розважальні (реаліті-шоу, розважальні шоу-видовища, світські хроніки, музичні програми, ігрові програми, кулінарні шоу, гумористичні програми та «програми-перевтілення»), відзначивши, що всі ці типи програм досить популярні серед глядачів [26]. Аналіз рейтингів названих вище типів програм підтверджує цю тезу. Наприклад, прем'єру шоу «МАСКА» як програму-перевтілення, детектив-шоу, гіпер-шоу подивилися 5 мільйонів глядачів, а канал посів перше місце серед українських телемовників за рейтингом за всіма цільовими аудиторіями [3]. За увесь час в ефірі шоу подивилися 14 мільйонів глядачів, на Youtube платформі – 5,5 мільйонів [12]. «Танці з зірками», «Майстер шеф», «Холостячка» «Дизель шоу», «Супермодель по-українськи», «Хто зверху?» – ці шоу, які виходять на телеканалах «великої шістки», є розважальними програмами різних типів, але їх об'єднують високі рейтинги і популярність серед глядачів. Отже, український глядач незмінно потребує яскравих спецефектів, гри й розважальності телеконтенту.

Цікавими для наукового розгляду є і програми про подорожі, які Ю. Муленко вважає розважальними [17]. Наприклад, українська пізнавальна телепрограма «Орел і решка» станом на 5 червня 2021 р. має на рахунок 27 сезонів, і це лише основних. З огляду на її популярність, варто чекати нових продовження випусків цієї телепрограми. Розважальним шоу різної типології присвятила свої наукові пошуки і Ю. Щербина [25]. Естетику розважальності у програмах відповідного спрямування досліджено В. Бабенко [2]. Різноаспектні питання іміджу ведучого й журналіста, комунікаційні стратегії його професійного росту в різних видах телепрограм, зокрема і в інформаційно-розважальних, знайшов відображення в наукових працях А. Бессараб [27; 29], Т. Білецької [29], В. Гоян [5; 6; 29], О. Гояна [29], Н. Зикун [29], О. Прикидько [20], Т. Рогової [21], А. Трегуб [23].

Окремий пласт наукових розвідок лежить у площині інфотеймменту. Про те, що цей формат заповнить телевізійний світ, ще наприкінці 1990-х рр. зробила стратегічне припущення телеведуча А. Мазур: «...інформувати, розважаючи». Ідея, яку ми приблизно так сформулювали для себе ще у 97-му, коли починали новини на комерційному каналі, за цей час уже стала трендом, увійшла у підручники з журналістики» [13]. Утім, з геометричною прогресією в бік розважальності інформаційне мовлення стало змінюватися лише 8–10 років тому. За цей час з'явився кліповий монтаж, інтерактив з глядачем, музичний супровід, тексти стали більш розмовними, матеріали – динамічнішими, роль журналіста – помітною в кадрі [15]. «Гострі ракурси камери, динамічні панорами з рук, відверта психологічна гра «на камеру», безпосереднє стрімке спілкування ведучого з героями програм, монтаж коротких – довільно зіткнутих кадрів – усе це створює дійсно розважальний ритм телевізійної програми [16, с. 85].

Аспект розважальності в новинах також описували Ю. Снурнікова [23], М. Макущенко [14]. Ранковий розважальний слот телеканалів, зокрема ранкові шоу, досліджували Т. Шальман [24], О. Зирін [10], а найбільш свіжий матеріал, датований 2021 р., вийшов під авторством О. Джолоса, який порівняв три найпопулярніші ранкові програми телеканалів «1+1», «ICTV» та ТРК «Україна» у контексті сьогодення та здійснив спробу виявлення їхніх типологічних рис, звертаючи увагу на ввідні характеристики програми, інтер'єр студії, майстерність ведучих та контент, зокрема наскільки він цікавий, актуальний, корисний, а також наскільки оригінальна форма, в яку обралося шоу [9]. Дитячі розважальні програми з точки зору їх впливу на дитячу аудиторію проаналізовано І. Пенчук [19].

Слід відзначити й наукові пошуки О. Косяк у контексті тяжіння українців до релаксаційної творчості та медіагедонізму. Так, сучасні медіатексти було охарактеризовано як фрагментарні, грайливі, провокативні та іронічні, а запропонований автором термін «медіарелаксації» цілком можна застосувати і до розважального телебачення: «...розважальна естетика і комунікація – один із важливих складників самосвідомості українського народу» [11].

Із зарубіжних учених зупинимося на думках кількох дослідників. Так, Н. Вакурова навела класифікацію ток-шоу з розподілом на соціальні, психологічні, спеціальні та змішані [4]. Дефініцію поняття «розважальна журналістика» сформульовано С. Акінфієвим: «Розважальна телепрограма – це телепрограма, що є формою і способом проведення дозвілля, розрахована на емоційну реакцію аудиторії, пов'язана з отриманням задоволення, насолоди, емоційного комфорту і релаксації» [1]. Телебачення як інститут, суперідеологією якого є розваги і принесення задоволення розглянув Н. Постман [30], а Л. Дауні та Р. Кайзер дослідити інфотеймент у США, вбачаючи його тематичний прояв у демонстрації криміналу, а також історій з життя зірок [28].

Що ж до основних найсучасніших тенденцій розважального телебачення, то їх систематизовано у статті А. Недо. Автор описує явище макдональдизації, що по суті є примітивізацією програм та призводить до їхньої однаковості, виділяє факт все частішого доповнення реаліті-шоу програмами пост-шоу, зазначає про часту та постійну таблоїдність анонсів медійного продукту і все частіше запозичення закордонних комерційних форматів (процес вестернізації) у зв'язку з перестраховкою топ-менеджменту, адже у випадку купівлі вдалого формату рейтинги програми мають зростати [18, с. 41–42].

Хоча релаксаційна, розважальна складова телебачення є об'єктом активної уваги науковців, утім є й недосліджені аспекти. Наприклад, хотілося б бачити матеріали про знімання високотехнологічних розважальних шоу в умовах пандемії коронавірусу, адже вона вплинула не лише на наповнення контенту шоу, а й на новітні, експериментальні, ризиковані кроки й рішення топ-менеджерів програм (наприклад, у шоу «Голос країни», який виходив під час карантину, учасники могли співати дистанційно, кожен тренер спілкувався з дому онлайн, глядачі теж були на зв'язку зі студією віртуально). Пандемія змінює форму подачі й умови знімання. Також варто відзначити брак наукових розвідок про кейси, які вирішують студенти з викладачами в контексті опанування особливостями розважальної журналістики, одним із яких є розробка зі студентами і втілення у дистанційному режимі розважальних шоу. Такі заняття, проведені на онлайн-платформах, наближаються до офлайн і підсилюють включеність аудиторії у навчальний процес. Приклади таких кейсів ми пропонуємо розглянути у цій статті.

З метою навчальної діяльності зі студентами були обрані формати розважальних програм, першим серед яких було ток-шоу. За зразок було взято популярне в Україні політичне ток-шоу «Право на владу» з ведучою Наталією Мосейчук. Переглянувши випуски різних сезонів, зокрема до та після кардинальних змін, пов'язаних із вилученням одного ведучого з програми «Право на владу», студенти проаналізували їх за такими критеріями: роль ведучої, якість і змістовність її запитань, керівництво дискусією та реакція в складних емоційних ситуаціях; поведінка запрошених до студії політиків, їхні відповіді, коментарі, висловлювання; поведінка глядацької аудиторії.

Проте нашою метою було не копіювання відомої телепрограми «Право на владу». По-перше, студенти придумали як власну назву телеканалу – «Свій», так і назву програми – «Без ілюзій та обману»; по-друге, нам не підійшла тематика – потрібна була актуальна тема, але не політична. На кінець вересня 2021 р. над Україною вже нависла загроза карантину, що безпосередньо стосувалася навчання у вишах. Тому студентами була обрана була актуальна соціальна тема «Соціум в умовах пандемії», або «Карантин: за чи проти?», яка, по суті, розшарувала учасників програми за двома позиціями – тих, кому вигідний та/чи подобається карантин, і тих, хто проти його введення.

Для проведення навчального ток-шоу за допомогою онлайн-платформи був складений сценарій, у якому прописані всі ролі, серед яких визначальною є роль ведучої ток-шоу. Попри беззаперечний авторитет Наталії Мосейчук як незмінної ведучої «Права на владу», кожній студентці потрібно було створити власний образ ведучої. При цьому необхідно було пам'ятати, що телеведуча – це «цікава людина, керівник програми, який на очах у глядача веде бесіду, уміє активно залучити співрозмовника до живої розмови, із знанням справи подати глядачам власні міркування, вплинути на них своєю переконаністю, може стати повноправним володарем думок,

керманічем поглядів мільйонів людей» [8, с. 8]. Тобто мова проте, що «...телевізійний ведучий у кадрі повинен бути не просто співрозмовником, а й автором, творцем і виконавцем одночасно» [8, с. 10].

Варто підкреслити, що майстерність ведучого під час проведення програм розважальної тематики на онлайн-заняттях зосереджувалася на аудіальному складнику – голосі, зокрема на його силі, висоті й тембрі. Звісно, при цьому особлива роль відводилася інтонуванню й хорошій дикції, що сприяло чіткій і правильній вимові голосних та приголосних звуків. Крім того, ведучий потрібно було заздалегідь продумати свої запитання, коментарі, дати, цифри, які стосуються ерудиції та вміння підтримувати розмову навіть в наближених умовах онлайн-телепрограми.

Кейс 1. Ток-шоу «Без ілюзії та обману».

Дійові особи – ведучий/ведуча, експерти та запрошені гості. Роль ведучого/ведучої ток-шоу по черзі приміряли на себе всі студенти академічної групи. Експертами були обрані: міністр охорони здоров'я, який має знати останні відомості про стан захворювання українців на коронавірус; міністр освіти та науки, від якого залежить форма навчання на всіх рівнях освіти, зокрема й у вишах України, майже традиційна роль психолога, який дає психологічну оцінку виступам і гостей, і експертів.

Як показала практика, найбільших зусиль потребували образи й характеристики гостей, запрошених у студію. Під час продумування образів гостей потрібно було добре аргументувати їхню позицію, тобто чому вони за чи проти карантину. Першими гостями в нашому ток-шоу «Без ілюзії та обману», звісно ж, стали студенти, чії проблеми є найближчими, найрозумілішими й найбільш актуальними. Перейдемо до характеристик гостей, які вдалося вибудувати.

Однозначно за карантин відстоювали свої позиції троє гостей, зокрема: студентка 4 курсу, майбутня перекладачка, та студент 2 курсу, майбутній менеджер, який під час карантину прилаштувався кур'єром на роботу в службу доставки, а також працююча собакарка, власниця двох домашніх тварин. А зараз звернемося до аргументів відстоювання позиції введення карантину кожного з наших гостей.

На думку Юлії, студентки 4 курсу, основний плюс карантину в тому, що в університетах запроваджене дистанційне навчання, яке дає такі переваги: економія часу і збереження здоров'я, зокрема завдяки уникненню поїздок у громадському транспорті; додатковий час на професійну діяльність фрилансером та хобі, а також для домашніх справ.

Данило, студент 2 курсу, який від початку навчання у виші підпрацьовує кур'єром, висунув такі аргументи: від початку введення карантину суттєво зросла кількість замовлень, то й заробітна плата збільшилась у два з половиною рази. Окрім власної вигоди студент вбачає й значні переваги роботи кур'єра для суспільства: завдяки службі доставки мінімізуються контакти людей у закладах торгівлі та харчування, що забезпечує українців від зараження на коронавірус.

Тетяна, собакарка, власниця двох тварин, яка мешкає в багатоповерхівці: до карантину не було стільки часу, щоб приділяти його своїм улюбленим. Собаки дуже часто залишалися вдома наодинці. Нині вже півтора року жінка вигулює собак вранці і ввечері, займаючись водночас фізичними вправами на повітрі. При цьому вона з комфортом встигає працювати в режимі онлайн.

Однозначно проти карантину були також троє запрошених гостей у студію, зокрема студентка 3 курсу інституту журналістики, майбутня ведуча програм телебачення; директорка мережі спортивних клубів м. Києва та директорка виробничого відділу швейної фабрики «Колорит».

Ольга, студентка 3 курсу інституту журналістики, майбутня ведуча програм телебачення – дівчина з характером та великими амбіціями, лідер за натурою. Тому й вчиться на «відмінно», а дистанційне навчання засмучує її тим, що вона не отримує стільки практичних умінь та навичок, скільки б могла здобути в університетській телестудії перед справжніми камерами. Наша молода гостя також захищає своїх одногрупниць – мешканок інших міст, яким складно їздити з Києва додому й назад в умовах карантину та невизначеності, і при цьому доводиться сплачувати невеличку суму за орендовану квартиру, яка, по суті, стоїть порожньою. Крім того, майбутня телеведуча аргументує свою позицію потребою в живому спілкуванні з одногрупниками, викладачами, професіоналами та іншими цікавими людьми.

Лариса, директорка мережі спортивних клубів м. Києва, жіночка 43 років, дружина чоловіка-італійця, який працює в міжнародній організації (Україна – Італія), мати трьох дітей: донька – 4 роки (відвідує дитячий садок), син – 11 років (5 клас), донька – 18 років (студентка 2 курсу).

Гостя впевнена в шкідливості запровадження карантину з таких причин: спортивні клуби не повинні стояти порожніми, а мають давати прибутку, а для відвідувачів – сприяти зміцненню їхнього здоров'я. Чоловік-іноземець працює в міжнародній компанії, тому постійно у відрядженнях та в перельотах. На початку локдауну він був у черговому відрядженні в Італії і пів року не міг повернутися в Україну. Також в умовах жорсткого карантину діти обмежені в спілкуванні з однолітками й відчувають «замкненість у чотирьох стінах», що негативно впливає на них і це не завжди можливо компенсувати родинним спілкуванням.

Галина, директорка виробничого відділу швейної фабрики «Колорит». Одружена, мати двох дітей (доньці 12 років, а синочку – 5 років). Галина вже 30 років працює на заводі, обожає свою роботу й колектив, яким керує близько 25 років. Проте з настанням локдауну життя кардинально змінилася: завод закрили, а це єдине місце, де жінка могла заробити гроші, щоб разом з чоловіком прогодувати свою родину. У такій ситуації опинилися більшість співробітників пані Галини.

Тож ретельно підготувавшись до цієї програми, в умовах онлайн-навчання досить успішно була проведена рольова гра. Щоправда, варто відзначити, що учасникам-студентам необхідний час, щоб вжитися в роль – як ведучої, так і експертів та гостей студії. Як відзначили учасники, саме роль ведучої була найлегша, що є цілком зрозумілим з огляду на обраний ними професійний фах.

Кейс 2. Ігрова розважальна програма «Що було далі?»

Дійові особи – ведучий/ведуча та учасники телевізійної програми, які є хорошими оповідачами. Підбираючи учасників, потрібно враховувати їхні вміння добре розповідати історії з життя.

Ведуча: «Вітаю! Шановні гості, ви берете участь у розважальній програмі “Що було далі?” Повторімо наші правила: ви готуєтеся розповісти на камеру дві історії, одна з яких них – правдива, а інша – чистий вимисел. Ці історії ви розповідаєте по черзі, захоплююче й інтригуюче зупиняючись на кульмінаційному моменті та, звертаючись до своїх однокласників, ставите такі два запитання: “Чи правдива ця історія” та “Що було далі?”».

Глядачі в студії, а в нашому випадку кожен присутній на занятті студент чи студентка, які брали участь в онлайн-симуляції телевізійної гри, пропонують свій розвиток подій та його завершення. Звісно, це може бути смішний, сумний чи навіть трагічний. Цю гру можна по-різному варіювати: кожен розповідає лише одну історію, а інші учасники мають придумати різні завершення, а далі оповідач має вирішити, яка з них найближча до справжнього завершення його історії.

Така розважальна програма в межах навчального процесу допомагає однокласникам більше пізнати один одного, познайомитися з дитячим досвідом, з родичами й друзями однокласників, їхніми рисами характеру, вподобаннями, страхами тощо. Звісно, у цій грі, якщо це мова про реальну програму, потрібно добирати майстерних оповідачів, від умінь яких та, беззаперечно, майстерності ведучого залежить успіх, а, відповідно, й рейтинги телевізійної програми.

Кейс 3. Інтелектуальна програма «Найрозумніший студент».

Ведуча: «Вітаю! Це програма “Найрозумніший студент” – телегра, де за свої знання й здібності можна отримати непогані бали. Нагадаємо правила гри. Я буду ставити вам цікаві й складні запитання, яких буде шість – п'ять звичайних і одне командне. А ви маєте правильно відповісти на них. І навіть якщо неправильно, то однак потрібно аргументувати свою думку. За кожну правильну відповідь ви отримаєте 2 бали, за аргументовану відповідь, хоч і не правильну – 1 бал, за неаргументовану версію, але правильну – 1 бал. А потім на переможця чекає фінальна гра.

До початку гри я роздаю кожному гравцю особливий звук якоїсь добре відомої тваринки (кота, собаки, поросяти, їжака тощо). Як тільки ви захочете відповісти, то маєте видати цей звук. Це замість піднятої руки. Щоб усе було чесно, я підготувала картки з цифрами від 1 до 10. На зворотному боці карточки написана назва тварини, чий звук ви й маєте видавати».

Кожен учасник називає цифру від 1 до 10, ведуча повідомляє його звуконаслідування тварини/птаха/комахи, що схована за цієї цифрою. Далі йде перевірка звуконаслідувань учасниками програми.

Ведуча: «А зараз переходимо до запитань!»

Перше запитання. Чи пам'ятаєте ви себе в дитячому садочку? І чи пригадуєте, що таке тиха година? Бо запитання саме про цю нелюблену дітьми годину.

Увага, запитання. *В американських дитячих садках дуже турбуються про безпеку дітей. Тому тиха година там відрізняється від української. В Америці дітей укладають спати так, щоб вони змогли швидко вибігти з кімнати у випадку пожежі. У чому полягає ця особливість укладання американських дітей?»*

Керуючи процесом, ведуча може давати підказки, наприклад: «Через це дітям спати не дуже зручно». «На дітей перед сном щось надягають». Відповідь на це запитання досить не очікувана: *Діти сплять у взутті на ногах.*

Під таким керівництвом ведучої учасники відгадують ще чотири запитання. Командне запитання суттєво відрізняється від попередніх тим, що воно формулюється за допомогою підміни слова.

Ведуча: «Слово, яке ви маєте відгадати, ми замінили на «студент Петро». Зараз ви маєте зрозуміти, про кого мова. Три бали ви отримаєте за правильну відповідь, і це остання можливість набрати бали перед фіналом!»

Увага, запитання. *Студент Петро майже не вивчений через свій потайливий спосіб життя. За добу студент Петро з'їдає величезну кількість їжі, що більше за його вагу. Канібалізм не чужий студенту Петрові, і він може з'їсти слабшого. Для виготовлення шуби потрібно*

близько 200 студентів Петрів. Студент Петро доволі швидкий. За одну хвилину може здолати до 30 см. Один відсоток сільгосппродуктів гине в полі через студента Петра» (Крім).

Учасники мають 3 хв. для обдумування й формулювання правильної відповіді. Далі – фінальна гра, в яку виходить переможець. Ведуча ставить запитання з трьома варіантами відповіді, одна з яких є правильною, і переможець намагається її відгадати.

Ведуча: «Я задаю супер-запитання, на який є три варіанти відповіді. Переможець повинен вгадати один правильний. Якщо так, то твої бали збільшуються вдвічі, а ти отримаєш приємність від мене. Якщо ні – ти все одно переможець, але без подарунка».

Як показала рольова гра, ця телепрограма є захопливою і цікавою. Основна відповідальність лягає на майстерність ведучої.

IV. Висновки

На сьогоднішні телевізійні програми розважальної тематики часто є об'єктом дослідження науковців. При цьому значна увага приділяється виділенню типологічних ознак цих телепрограм, їх класифікації та розважальності як панівної рисі нинішнього телемовлення загалом. У межах підготовки телевізійних програм розважальної тематики в умовах онлайн-навчання нами розроблено практичні кейси трьох різновидових програм – ток-шоу «Без ілюзії та обману», розважальна програма з елементами сторітелінгу «Що було далі?» та інтелектуальна програма «Найрозумніший студент». За допомогою застосування методів рольової гри та симуляції з'ясовано такі особливості їх проведення на заняттях в онлайн-форматі: ток-шоу «Без ілюзії та обману» – студентам складно вживатися у роль гостей, якщо вони далекі від їхнього власного досвіду; потрібна ґрунтовна підготовка експертів, які мають добре володіти фактичною інформацією; значною мірою успіх гри залежить від майстерності ведучої. Не менша відповідальність лежить і на ведучому в інтелектуальній програмі «Найрозумніший студент», який повинен і добре продумати запитання, й під час пошуку правильної відповіді вміло керувати процесом – підштовхувати до правильної відповіді чи, навпаки, не називати її, а лише апелювати до логічного мислення та асоціативних зв'язків.

Деяко інша роль ведучого в розважальній телевізійній програмі з елементами сторітелінгу «Що було далі?», де основний успіх залежить від майстерності оповідачів-учасників програми, які повинні добре володіти голосом, чудово інтонувати, знати композицію оповіді й дотримуватися її, створювати інтригу й тримати її до певного моменту. Хоча й тут ведучий має давати поради, може сам брати участь у грі й пропонувати власні завершення історії.

Як з'ясовано, найбільш успішним кейсом в межах розважальної тематики був саме проєкт з елементами сторітелінгу «Що було далі?» Одна із заповук успішності цього проєкту – учасники знали один одного впродовж тривалого часу, навіть дехто знав історії з дитинства іншого, оскільки це його друг чи подруга. З іншого боку, гра була дуже корисна для кожного учасника, бо кожен студент вчився змістовно, цікаво й зрозуміло розповідати. В умовах онлайн-формату посилюється вимога до дикції, сили голосу, оскільки технічні засоби сприяють спотворенню звуку.

Список використаної літератури

1. Акинфиев С. Жанровая структура российского развлекательного телевидения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2008. 21 с.
2. Бабенко В. Комунікативна відповідальність телебачення: естетика розважальності. *Теле- та радіожурналістика*. 2012. Вип. 11. С. 169–174.
3. Вакурова Н. В Типология жанров современной экранной продукции : учеб. пособ. Москва : изд-во Московского университета, 1997. 280 с.
4. Гоян В. В. Іміджева стратегія ведучого інформаційно-розважальних програм. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 59–63.
5. Гоян В. В., Мисечко А. О. Аудіовізуальні аспекти творчості журналіста інформаційно-розважальної телепрограми. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 1. С. 68–74.
6. Гоян В. В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації : дис. ... д-ра наук із соц. ком : 27.00.01. Київ, 2011. 444 с.
7. Данькова Н. Інформуй розважаючи чи розважай не інформуючи? *Детектор медіа*. 2011. URL: <https://detector.media/production/article/64447/2011-07-20-informuy-rozvezhayuchy-chy-gozvazhay-ne-informuyuchy/> (дата звернення: 24.10.2021).
8. Десятник Г. О., Полешко С. М. Професія: телевізійний ведучий : тексти лекцій та практичні вправи. Київ : Вид-во Ін-ту журналістики КНУ, 2016. 173 с.
9. Джолос О. В. Ранкові програми на українських телеканалах. *Researchgate*. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/350441786_RANKOVI_PROGRAMI_NA_UKRAINSKIH_TELEKANALAH (дата звернення: 25.10.2021).
10. Зирін О. А. Телебачення видовищ в Україні: реалії сучасного стану. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2003. Вип. 4. С. 126–132.

11. Косюк О. М. Розважальна функція електронних засобів масової комунікації: світовий контекст та національні особливості : автореф. дис. ... канд. філол. Наук : 10.01.08. Львів, 2006. С. 11–12.
12. Красновська О. Гіпер-шоу «МАСКА» увійшло в «Топ-25 найуспішніших маркетингових кампаній року». *Сайт ТРК «Україна»*. 2021. URL: <https://kanalukraina.tv/ru/news/giper-shou-maskauviyshlo-v-top-25-nayuspishnishih-marketingovih-kampaniy-roku> (дата звернення: 24.10.2021).
13. Лубчак В. Алла Мазур: «Ми не претендуємо на абсолютну об'єктивність». *День*. 2013. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/media/alla-mazur-mi-ne-pretenduiemo-na-absolyutnu-objektivnist> (дата звернення: 24.10.2021).
14. Макущенко М. О. Розважальна складова в новинах на телебаченні: сучасні реалії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации*. 2008. № 1, 4. Т. 25 (64). С. 24–31.
15. Мисечко А. О. Інформаційна телепрограма в Україні: традиції і трансформації : дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2016. 302 с.
16. Мисечко А. О. Трансформація творчості ведучого в розважальних програмах українського телебачення. *Екранознавство*. 2020. Вип. 4. С. 84–88.
17. Муленко Ю. В. Розважальні програми на українському телебаченні. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. Вип. 67. С. 68–71.
18. Недо А. О. Розважальний характер сучасного телебачення: перспективи та тенденції. *Science Rise*. 2016. № 4 (1). С. 39–43.
19. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний та змістовно-тематичний потенціал : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.04. Запоріжжя, 2012. 40 с.
20. Прикидько О. М. Образ та типи ведучого інформаційної онлайн-телепрограми. *International Collection of scientific proceedings. European Cooperation*. 2016. № 9. Р. 64–69.
21. Рогова Т. А. Іміджеві характеристики ведучого інформаційно-розважальних телепрограм України : дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2015. 264 с.
22. Снурнікова Ю. М. Новини з перцем та бульбашками: інфотейнмент на сучасному українському інформаційному телебаченні. *Вісник ХДАК*. 2011. Вип. 33. С. 211–220.
23. Трегуб А. М. Образ телевізійного ведучого як інструмент персоналізації експертних програм. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3. С. 56–60.
24. Шальман Т. М. Ранкові інформаційно-розважальні телепередачі як один зі складників сучасного медіапростору. *Наукові записки Інституту журналістики* : наук. зб. 2012. Т. 48. С. 152–154.
25. Щербина Ю. В. Порівняльна характеристика розважальних шоу на телеканалах США та України. *Наукові записки Інституту журналістики* : наук. зб. 2013. Т. 51. С. 96–100.
26. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України. *Наукові записки Інституту журналістики* : наук. зб. 2006. Т. 24. С. 63–68.
27. Bessarab A. Spanish Book in the Focus of Ukrainian Television (on the Example of «1+1» TV Channel). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4. С. 35–41.
28. Downie L., Kaiser R. The news about the news: American journalism in peril. 2003. 320 p.
29. Goian O., Goian V., Biletska T., Bessarab A., Zykun N. Communicative Strategies of Professional Development of a TV and Radio Journalist: Psychotypology and Social Model. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2020. Vol. 9. № 5. P. 147–157.
30. Postman N. *Amusing Ourselves to Death*. New York, 1985. 184 p.

References

1. Akinfiev, S. (2008). *Zhanrovaya struktura rossiyskogo razvlekatelnogo televidenya* [Genre structure of Russian entertainment TV]. (Extended abstract of candidate's thesis). Moskva [in Russian].
2. Babenko, V. (2012). *Komunikatyvna vidpovidalnist telebachennya: estetyka rozvazhalnosti* [Communicative responsibility of television: the aesthetics of entertainment]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, 11, 169–174 [in Ukrainian].
3. Vakurova, N. (1997). *Typologiya zhanrov sovremennoi ekrannoï produktsii* [Typology of genres of the modern screen production]. Moskva: izd-vo Moskovskogo universiteta [in Russian].
4. Goyan, V. (2011). *Telebachennya yak vyd zhurnalistskoi tvorchosti: vizyalno-verbalni komponenty ekrannoï komunikacii* [Television as a kind of journalistic creativity: visual-verbal components of screen communication]. (Extended abstract of Doctor's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
5. Goyan, V. (2013). *Imidzeva strategiya vedychogo informaciyno-rozvazhalnykh program* [Image strategy of the host of infotainment programs]. *Naykovi zapysky Instutyty zhurnalistyky*, 50, 59–63 [in Ukrainian].
6. Goyan, V., & Mysechko, A. (2016). *Audiovizualni aspekty tvorchosti zhurnalista informaciyno-rozvazhalnoi programy* [Audiovisual aspects of the journalist's creativity in the infotainment TV program]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikacii*, 1, 68–74 [in Ukrainian].

7. Dankova, N. (2011). Informyj rozvazhauchy chy rozvazhaj ne informyuchy? [To inform by entertaining or to entertain with no informing?]. *Media detector*. Retrieved from <https://detector.media/production/article/64447/2011-07-20-informuy-rozvazhayuchy-chy-rozvazhaj-ne-informuyuchy/> [in Ukrainian].
8. Desiatnyk, H. O., & Poleshko, S. M. (2016). Profesiia: televiziiny veduchy [Profesiia: televiziiny veduchy]. Kyiv: vyd-vo Instytutu zhurnalistyky KNU [in Ukrainian].
9. Jolos, O. (2021). Rankovi programy na ukrayinskykh telekanalakh [Morning programs on Ukrainian TV channels]. *Researchgate*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/350441786_RANKOVI_PROGRAMI_NA_UKRAINSKIH_TELEKANALAH [in Ukrainian].
10. Zyrin, O. (2003). Telebachennya vydovyshch v Ukrayini: realii sychasnogo stany [Television of spectacles in Ukraine: the realities of the current situation]. *Kultura i mystectvo y sychasnomy sviti*, 4, 126–132 [in Ukrainian].
11. Kosiuk, O. (2006). *Rozvazhalna funkciya elektronnyh zasobiv masovoi komunikacii: svitovy kontekst ta nacionalni osoblyvosti* [Entertaining function of electronic means of mass communication: world context and national features]. (Extended abstract of candidate's thesis). Lviv [in Ukrainian].
12. Krasnovska, O. Gipershov «MASKA» yviyshlo v «Top-25 naiuspishnishykh marketungovykh kampanij roky» [Hyper-show «MASK» was included in the «Top 25 most successful marketing campaigns of the year»]. Official site of TV channel «Ukraine». Retrieved from <https://kanalukraina.tv/ru/news/giper-shov-mask-a-uviyshlo-v-top-25-nayuspishnishih-marketingovih-kampaniy-roku> [in Ukrainian].
13. Lubchak, V. (2013). Alla Mazhur: «My ne pretendyemo na absolytny obyektivnist» [Alla Mazhur: «We do not claim for the absolute objectivity»]. *Den'*. Retrieved from <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/media/alla-mazhur-mi-ne-pretenduiemo-na-absolyutnu-objektivnist> [in Ukrainian].
14. Makushchenko, M. (2008). Rozvazhalna skladova v novynakh na telebachenni: sychasni realii [Entertainment component in the news on television: modern reality]. *Uchenie zapiski Tavricheskogo nacionalnogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya: Filologiya. Socialnie komunikacii*, 4, 25 (64), 1, 24–31 [in Russian].
15. Mysechko, A. (2016). Informaciyna teleprograma v Ukrayini: tradytsiyi i transformatsiyi [Information TV program in Ukraine: traditions and transformations]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
16. Mysechko, A. (2020). Transformaciya tvorchosti veduchogo v rozvazhalnykh programakh ukraïnskogo telebachennya [Transformation of the presenter's creativity in the entertainment programs on Ukrainian television]. *Ekranoznavstvo*, 4, 84–88 [in Ukrainian].
17. Mulyenko, Yu. (2015). Rozvazhalni programy na ukraïnskomy telebachenni [Entertainment programs on Ukrainian television]. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 67, 68–71 [in Ukrainian].
18. Nedo, A. (2016). Rozvazhalnyj kharakter suchasnogo telebachennya: perspektyvy ta tendentsiyi [The entertaining nature of modern television: prospects and trends]. *ScienceRise*, 4 (1), 39–43 [in Ukrainian].
19. Penchuk, I. (2012). *Telebachennya dlya ditey v Ukrayini: informatsiyno-emotsiynny ta zmistovno-tematychnyy potencial* [Television for children in Ukraine: information-emotional and content-thematic potential]. (Extended abstract of Doctor's thesis). Zaporizhzhia [in Ukrainian].
20. Prykydko, O. M. (2016). Obraz ta typy veduchoho informatsiinoi onlain-teleprohramy [The image and types of online news presenter]. *International Collection of scientific proceedings. European Cooperation*, 9, 64–69 [in Ukrainian].
21. Rogova, T. (2015). Imidzevi kharakterystyky veduchogo informaciyno-rozvazhalnykh teleprogram Ukrainy [Image characteristics of the leading information and entertainment TV programs of Ukraine]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
22. Tsnurnikova, Yu. (2011). Novyny z pertsem ta bulbashkamy: infotainment na suchasnomu ukraïnskomy informaciynomy telebachenni [News with pepper and bubbles: infotainment on the modern Ukrainian television]. *Visnyk KhDAK*, 33, 211–220 [in Ukrainian].
23. Trehub, A. M. (2018). Obraz televiziinoho veduchoho yak instrument personalizatsii ekspertnykh prohram [The image of a TV presenter as a tool for personalizing expert programs. State and regions]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 3, 56–60 [in Ukrainian].
24. Shalman, T. (2012). Rankovi informaciyno-rozvazhalni teleperedachi yak odyn zi skladnykh sychasnogo mediaprostory [Morning information and entertainment programs as one of the components of the modern media sphere]. *Naykovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 48, 152–154 [in Ukrainian].
25. Shcherbyna, Yu. (2013). Porivnyalna kharakterystyka rozvazhalnykh shov na telekanalakh SSHA ta Ukrayiny [Comparative characteristics of entertainment shows on USA and Ukrainian TV channels]. *Naykovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 51, 96–100 [in Ukrainian].

26. Yusypovych, A. (2006). Typy program rozvazhalnogo telebachennya Ukrainy [Types of entertainment programs of Ukraine]. *Naykovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 24, 63–68 [in Ukrainian].
27. Bessarab, A. (2020). Spanish Book in the Focus of Ukrainian Television (on the Example of «1+1» TV Channel). *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 4, 35–41 [in English].
28. Downie, L., & Kaiser, R. (2003). The news about the news: American journalism in peril [in English].
29. Goian O., Goian V., Biletska T., Bessarab A., & Zykun N. (2020). Communicative Strategies of Professional Development of a TV and Radio Journalist: Psychotypology and Social Model. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9, 5, 147–157 [in English].
30. Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. New York [in English].

Стаття надійшла до редакції 02.11.2021.

Received 02.11.2021.

Ponomarenko L., Mysechko A. Entertainment Television Programs Preparation as a Component of Online Learning

The purpose of the study is to find out what types of entertainment TV programs can be conducted under conditions of online learning, as well as to offer several practical cases of television programs on entertainment topics with identified features of their use in an online format.

Research methodology. The article uses such general methods as analysis of the literature on the subject, comparative analysis of achievements among scientists and in comparison, with the opinions of practicing journalists, description of the TV program, its rules and participants within practical cases, generalization of entertainment programs approbation under conditions of the educational process that takes place online.

During the approbation of practical cases on entertainment programs process, the method of problem-based learning was actively used, in particular the method of role plays and the method of simulation, which help involved students to recreate a real entertainment TV program with all actors.

Results. Within the entertainment television programs in the context of online learning the preparation process, we have developed practical cases of three different types of programs – talk show «Without Illusion and Deception», an entertainment program with elements of storytelling «What happened next?» and the intellectual program «The Smartest Student». Using the methods of role-playing and simulation, the following features of their conduct in online classes were clarified: talk show «Without illusion and deception» is difficult for students to get used to the role of guests if they are far from their own experience; thorough training of experts is required, who should be well versed in factual information; to a large extent the success of the game depends on the skill of the host; in an entertaining television program with elements of storytelling «What happened next?» the main success depends on the narrators-participants' skill of the program, who must have a good voice, excellent intonation, know the composition of the story and follow it, create intrigue and keep it until a certain moment; in the intellectual program «The smartest student» the presenter must think carefully about the questions and skillfully manage the process – to push to the right answer, to appeal to logical thinking and associative connections;

Novelty. The most successful entertainment program, which was used as part of online learning, was a project with elements of storytelling «What's next?» One of the keys to the success of this project is that the student participants have known each other for a long time, and some have even known each other's childhood stories because they are his or her friend. On the other hand, the game was very useful for each participant, because each student learns to tell stories meaningfully, interestingly, and clearly. In the online format, the requirements for diction, voice strength, intonation are increasing, as technical means contribute to the distortion of sound.

Practical significance. Practical cases of entertainment television programs have been developed, they can be used both during the teaching of disciplines «Special course on entertainment topics» and during the preparation of entertainment television programs.

Key words: entertainment journalism, entertainment television programs, online learning, role-playing method, simulation method, practical cases of entertainment television programs.

Пономаренко Л. Г., Мысечко А. А. Подготовка телевизионных программ развлекательной тематики как составляющая онлайн-обучения

Цель исследования – выяснить, какие виды развлекательных телепрограмм можно проводить в условиях онлайн-обучения, а также предложить несколько практических кейсов телевизионных программ развлекательной тематики с выявленными особенностями их проведения на онлайн-занятиях.

Методология исследования. В статье использованы такие общенаучные методы, как: анализ литературы по изучаемому вопросу, сравнительный анализ научных достижений ученых между собой и в сопоставлении с мнениями журналистов-практиков, описание теле-

программы, ее правил и участников в рамках практических кейсов, обобщение особенностей использования развлекательных телепрограмм в условиях учебного процесса, проходящего в онлайн-формате.

При использовании практических кейсов программ развлекательной тематики активно применялся метод проблемного обучения, в частности метод ролевой игры и метод симуляции, которые помогают студентам-участникам воспроизвести реальную телепрограмму развлекательной тематики со всеми действующими лицами.

Результаты. В рамках подготовки телевизионных программ развлекательной тематики в условиях онлайн-обучения разработаны практические кейсы трех видов программ: ток-шоу «Без иллюзии и обмана», развлекательная программа с элементами сторителлинга «Что было дальше?» и интеллектуальная программа «Самый умный студент».

С помощью применения методов ролевой игры и симуляции выяснены следующие особенности их проведения на занятиях в онлайн-формате: ток-шоу «Без иллюзии и обмана» – студентам сложно проигрывать роль гостей, если они далеки от их собственного опыта; требуется основательная подготовка экспертов, которые должны хорошо владеть фактической информацией; в значительной степени успех игры зависит от мастерства ведущего; в развлекательной телевизионной программе с элементами сторителлинга «Что было дальше?» основной успех зависит от мастерства рассказчиков-участников программы, которые должны хорошо владеть голосом, прекрасно интонировать, знать композицию повествования и придерживаться её, создавать интригу и удерживать ее до определенного момента; в интеллектуальной программе «Самый умный студент» ведущий должен хорошо продумать вопросы и умело управлять процессом – подталкивать к правильному ответу, апеллировать к логическому мышлению и ассоциативным связям.

Новизна. Наиболее успешной программой развлекательной тематики, которая была использована в качестве составляющей онлайн-обучения, был развлекательный проект с элементами сторителлинга «Что было дальше?» Один из залогов успешности этого проекта – участники-студенты были знакомы друг с другом на протяжении длительного времени, даже знали некоторые истории с детства своих одноклассников. В то же время игра была очень полезна каждому участнику, потому что каждый студент учился содержательно, интересно и понятно рассказывать. При этом в условиях онлайн-обучения усиливаются требования к дикции, силе голоса, интонации, поскольку технические средства способствуют искажению звука.

Практическая значимость. Разработаны практические кейсы телевизионных программ развлекательной тематики, которые могут использоваться как при преподавании учебной дисциплины «Спецкурс на развлекательную тематику», так и при подготовке к телевизионным программам развлекательной тематики.

Ключевые слова: развлекательная журналистика, телевизионные программы развлекательной тематики, онлайн-обучение, метод ролевой игры, метод симуляции, практичные кейсы телевизионных программ развлекательной тематики.