

Курінна Г.В.

кандидат мистецтвознавства, заступник декана факультету кіно-, телемистецтва Харківської державної академії культури, доцент кафедри телерепортерської майстерності

СПЕЦИФІКА ІГРОВИХ ПРОГРАМ НА СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Анотація. В статті розглядаються специфічні особливості ігрових програм на сучасному телебаченні. Робиться спроба їх типології. Виокремлюються основні риси, що мають значення для створення телевізійного сценарію.

Ключові слова: сценарій, гра, телемистецтво, репертуар, сучасне мистецтво.

Аннотация. Куринная А.В. Специфика сценариев игровых программ на современном телевидении. В статье рассматриваются специфические особенности игровых программ на современном телевидении. Предпринимается попытка их типологии. Выделяются основные черты, которые имеют значение для создания телевизионного сценария.

Ключевые слова: сценарий, игра, телеискусство, репертуар, современное искусство.

The annotation. Kurinnaya A.V. Specific feature of game shows scripts on modern television. In this article we investigated specific features of game shows on modern television. There was an attempt to make the it typology. We also singled out the main features necessary for creating a television script.

Key words: script, game, telerate, repertoire, modern art.

Постановка проблеми та аналіз наукової літератури. Сьогодні за рейтингами популярності телевізійних програм перше місце посідають ігрові. «Перебудова віщання, разом з багатьма кардинальними змінами у засобах масової комунікації, висвітлила важливу характеристику нової аудиторії – орієнтацію на розважальність. Особливо помітно ця тенденція має прояв на телебаченні. Ігрові шоу «Поле чудес», «Вгадай мелодію», «Дог-шоу», «О, щасливчик!», «Як стати мільонером» та ін. у повній мірі проявили цікавість певних груп аудиторії. ...Ігрові розважальні форми втілюються у таких великих масштабах у зв'язку з їх прямою орієнтацією на відпочинок, розваги аудиторії...» [5, с. 159].

Зазначимо, що незважаючи на популярність ігрових програм на сучасному телебаченні, тема специфіки сценарної побудови цього видовища у спеціалізованій літературі, розглянута дуже стисло. Поняття «сценарій ігрової програми на телебаченні» відсутнє взагалі. Отже, все вищезазначене говорить про актуальність цієї теми.

Розглядаючи зазначену тему слід звернутися до робіт Т.П. Ванченко, О.А. Герасимова, Н.В. Кукурузи, В.В. Смирнової, Ф. Терпіловського, Й. Хейзинги та Р. Ширмана.

У контексті ігрового концепту програм, що аналізуються, на нашу думку, слід звернутися до роботи Й. Хейзинги. Отже, за Й. Хейзингою, «гра є чимось більшим, аніж лише фізіологічне явище або фізіологічно обумовлена психологічна реакція. Гра як така переходить кордони чисто біологічної чи, хоча б, суто фізичної діяльності. Гра – це функція, що сповнена змістом... Кожна гра щось означає...» [7, с. 21]. Окреслимо основні ознаки гри за Й. Хейзингою. Він розподіляє їх на ті, що мають відношення до гри взагалі, і ті, що мають відношення до так званих соціальних ігор. Тож, «будь-яка гра є насамперед вільною дією. Гра за примусом не може залишатися грою. Абищо – вимушеним відтворенням гри... Для людини дорослої і наділеної відчуттям відповідальності гра – те, без чого вона могла б і обійтися... Потреба граги стає нагальною лише наскільки, настільки вона випливає із задоволення, яке виникає внаслідок гри. Гру можна завжди відкласти, вона може і взагалі не відбутися. Вона не буває викликана фізичною необхідністю і, тим більше, моральним обов'язком. Вона не є якимсь завданням. Їй віддаються у «вільний час». Але з перетворенням гри на одну з функцій культури поняття повинності, завдання, обов'язку, спочатку є другорядними, а потім виявляється, що вони все більше з нею пов'язані. Отже, ось перша основна ознака гри: вона вільна, вона є воля. Безпосередньо з цим пов'язана друга її ознака. Гра не є «повсякденне» або «справжнє» життя. Це вихід з такого життя у перехідну сферу діяльності з її власним спрямуванням» [6, с. 27]. Цей концепт, на нашу думку, достатньо притаманний і для ігрових програм на телебаченні. При цьому глядач може бути не тільки пасивним спостерігачем, але й активним учасником (участь у голосуванні, участь у грі за допомогою мобільного зв'язку, Інтернету тощо.)

Надійшла до редакції 15.03.2012

Курінна Г.В.

кандидат мистецтвознавства, заступник декана факультету кіно-, телемистецтва Харківської державної академії культури, доцент кафедри телерепортерської майстерності

СПЕЦИФІКА ІГРОВИХ ПРОГРАМ НА СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Анотація. В статті розглядаються специфічні особливості ігрових програм на сучасному телебаченні. Робиться спроба їх типології. Виокремлюються основні риси, що мають значення для створення телевізійного сценарію.

Ключові слова: сценарій, гра, телемистецтво, репертуар, сучасне мистецтво.

Аннотация. Куринная А.В. Специфика сценариев игровых программ на современном телевидении. В статье рассматриваются специфические особенности игровых программ на современном телевидении. Предпринимается попытка их типологии. Выделяются основные черты, которые имеют значение для создания телевизионного сценария.

Ключевые слова: сценарий, игра, телеискусство, репертуар, современное искусство.

The annotation. Kurinnaya A.V. Specific feature of game shows scripts on modern television. In this article we investigated specific features of game shows on modern television. There was an attempt to make the it typology. We also singled out the main features necessary for creating a television script.

Key words: script, game, telerate, repertoire, modern art.

Постановка проблеми та аналіз наукової літератури. Сьогодні за рейтингами популярності телевізійних програм перше місце посідають ігрові. «Перебудова віщання, разом з багатьма кардинальними змінами у засобах масової комунікації, висвітлила важливу характеристику нової аудиторії – орієнтацію на розважальність. Особливо помітно ця тенденція має прояв на телебаченні. Ігрові шоу «Поле чудес», «Вгадай мелодію», «Дог-шоу», «О, щасливчик!», «Як стати мільонером» та ін. у повній мірі проявили цікавість певних груп аудиторії. ...Ігрові розважальні форми втілюються у таких великих масштабах у зв'язку з їх прямою орієнтацією на відпочинок, розваги аудиторії...» [5, с. 159].

Зазначимо, що незважаючи на популярність ігрових програм на сучасному телебаченні, тема специфіки сценарної побудови цього видовища у спеціалізованій літературі, розглянута дуже стисло. Поняття «сценарій ігрової програми на телебаченні» відсутнє взагалі. Отже, все вищезазначене говорить про актуальність цієї теми.

Розглядаючи зазначену тему слід звернутися до робіт Т.П. Ванченко, О.А. Герасимова, Н.В. Кукурузи, В.В. Смирнової, Ф. Терпіловського, Й. Хейзинги та Р. Ширмана.

У контексті ігрового концепту програм, що аналізуються, на нашу думку, слід звернутися до роботи Й. Хейзинги. Отже, за Й. Хейзингою, «гра є чимось більшим, аніж лише фізіологічне явище або фізіологічно обумовлена психологічна реакція. Гра як така переходить кордони чисто біологічної чи, хоча б, суто фізичної діяльності. Гра – це функція, що сповнена змістом... Кожна гра щось означає...» [7, с. 21]. Окреслимо основні ознаки гри за Й. Хейзингою. Він розподіляє їх на ті, що мають відношення до гри взагалі, і ті, що мають відношення до так званих соціальних ігор. Тож, «будь-яка гра є насамперед вільною дією. Гра за примусом не може залишатися грою. Абищо – вимушеним відтворенням гри... Для людини дорослої і наділеної відчуттям відповідальності гра – те, без чого вона могла б і обійтися... Потреба граги стає нагальною лише наскільки, настільки вона випливає із задоволення, яке виникає внаслідок гри. Гру можна завжди відкласти, вона може і взагалі не відбутися. Вона не буває викликана фізичною необхідністю і, тим більше, моральним обов'язком. Вона не є якимсь завданням. Їй віддаються у «вільний час». Але з перетворенням гри на одну з функцій культури поняття повинності, завдання, обов'язку, спочатку є другорядними, а потім виявляється, що вони все більше з нею пов'язані. Отже, ось перша основна ознака гри: вона вільна, вона є воля. Безпосередньо з цим пов'язана друга її ознака. Гра не є «повсякденне» або «справжнє» життя. Це вихід з такого життя у перехідну сферу діяльності з її власним спрямуванням» [6, с. 27]. Цей концепт, на нашу думку, достатньо притаманний і для ігрових програм на телебаченні. При цьому глядач може бути не тільки пасивним спостерігачем, але й активним учасником (участь у голосуванні, участь у грі за допомогою мобільного зв'язку, Інтернету тощо.)

Надійшла до редакції 15.03.2012

Отже, мета статті – проаналізувати найпоширеніші типи ігрових програм на сучасному телебаченні, виявивши основні специфічні особливості їх сценарної побудови.

Результати дослідження. Сценарій ігрової програми на телебаченні – це сценарій, що створений за всіма законами драматургії з урахуванням видовищної специфіки жанру (ігрового контексту шоу, конкурсності, можливості імпровізації, залучення глядача до емоційного спостереження та безпосередньої участі у шоу, навіть, знаходячись перед екраном телевізору).

Н.В. Кукуруза зазначає, що «телевізійне шоу – це не просто різновид добре знайомої нам телепередачі. Воно відрізняється від телепередачі декількома важливими рисами:

- телевізійне шоу не відтворює якийсь певний концерт, що відбувається на сцені, а створює своє власне видовище;
- телешоу знімають у телестудії, яку спеціально оформлює художник-архітектор для цього випадку;
- телешоу роблять за певним сценарним задумом, (підкреслено мною. – Г.К.) об'єднаним якоюсь загальною ідеєю. У певному сенсі телешоу є синтетичною формою, що сполучає можливості як звичайної передачі, так і естрадного телефільму... Загалом шоу-програмам властива масштабність. Це означає, що основна частина шоу має будуватися на участі так званих «зірок» – чи то відомих політиків, чи артистів, чий творчий високий рівень і чий виступи збирають велику кількість глядачів. У цьому одна з головних особливостей шоу» [3, с. 93-94].

Розглядаючи специфіку телевізійних ігрових програм, насамперед, слід усвідомити їх основну типологію. Т.П. Ванченко виокремлює наступні види телевізійних шоу: ток-шоу (розмовне шоу), документальне шоу, шоу-театр, музично-розважальне шоу, шоу-гра [1].

На нашу думку, умовно всі ігрові програми на сучасному вітчизняному телебаченні (за своєю тематикою) можна поділити на такі основні типи:

- ігрові кулінарні програми (кулінарні шоу);
- програми, що шукають талантів (талант-шоу);
- програми на виживання (шоу на виживання);
- романтичні програми про взаємини чоловіка та жінки (романтичні шоу);
- програми-перевтілення (шоу краси);
- інтелектуальні ігрові програми (інтелектуальні шоу);
- програми-вікторини (шоу-вікторини);
- розважальні музичні програми для меломанів (музичні шоу).

Сценарій ігрової програми, як вже зазначалося вище, створюється за всіма законами драматургії з урахуванням видовищної специфіки жанру. Його структура послідовна. Проте, частіше має «концертну» конструкцію (кульмінація та розв'язка уявляють собою єдиний фрагмент сценарної структури). Тематично кожен тип ігрових програм має свої специфічні особливості. Отже, для розуміння специфіки сценарної роботи розглянемо кожен з них.

Кулінарні програми. («Пикельна кухня», «Смачна ліга», «Майстер шеф», «Звана вечеря» та ін.) Сценарій цього типу за своєю структурою наближається до конкурсно-розважальної програми, а отже, може мати поділ на блоки, кожен з яких встановлює певне завдання для учасників шоу. При цьому роз'яснення глядачеві специфіки приготування тієї чи іншої страви не є провідною метою. Ось як влучно пише про кулінарні програми кінорежисер Р. Ширман: «Людина думає про їжу частіше, ніж про кохання. Як мінімум три рази на день. Через те кулінарні програми повинні йти частіше, ніж любовні телесеріали. Голодній людині приємніше слідкувати за приготуванням по телевізору піци, ніж дивитися новини про черговий літак, що впав, або революцію в Тайланді.

Але справа не тільки у фізіології. Загадка високого рейтингу кулінарних програм не в цьому. Подібне пояснення було б надто наївним. Кулінарні програми сильніші іншим. Ці програми про щастя, про мрії, про віру у справедливість та надію на краще майбутнє. Вони сильні, насамперед, цим. Кулінарні програми звертаються до глибини нашої свідомості...

Я знаю тільки одну людину – мого найкращого друга, який готує те, що бачить по телевізору.

Решта мріє з відкритими очима. Хто про таку кухню, як у Юлії Висоцької. Хто про такого чоловіка, як у Юлії Висоцької. Хто про таку дружину як у Юлії Висоцької. Хто про таку дружину, як Юлія Висоцька.

Кулінарні програми змушують мріяти про свій будинок, який колись буде таким. Про те, як буде чудово, коли з'явиться хтось, для кого можна буде зробити цю дивовижну вечерю. Або піднести у постіль такий витончений сніданок. Це обов'язково буде! А поки потрібно записати рецепт. Щоб у цю чудову мить опинитися озброєним та не впустити свій шанс» [8, с. 98].

Програми, що шукають талантів. («Фабрика зірок», «Х-фактор», «Україна має талант», «Крок до зірок» та ін.) Сьогодні програми пошуків талантів є популярними у всьому світі. Пісенні: «Popstars», «Canadion idol», «The Next Big Thing», «Teenstar», «Se Busca Una Estrella», «Star Academy», «Operacion Triunfo», «Star Chamber», «Шанс», «Х-фактор», «Х-фактор. Революція», «Голос країни», «Зірка+Зірка», «Фабрика зірок», «Рожевий мікрофон», «Шоу №1»... Програми у пошуках супермоделей («Sarch for a Supermodel», «Model Behavior», «Маша та моделі» (ТЕТ)); у пошуках акторських талантів («It Factor», «Stuntschool»), у пошуках автогонщиків («So You Want to be a F1 Driver?»), футболістів («Road to Glory»), коміків та пародистів («Розсміши коміка»), танцівників («Танцюють всі»), людей із незвичайними талантами («Хвилина слави», «Україна має талант»), екстрасенсів («Битва екстрасенсів», «Битва екстрасенсів. Третя світова»), людей із феноменальними здібностями («Феномен»)...

Основними складовими успіху сценарію подібних телешоу є:

- добре продумана та відпрацьована схема відбору учасників. Наприклад, у декілька етапів;
- персоніфікація членів журі. Окрім того, що всі вони мають бути професіоналами у своїй справі, це люди

відомі та публічні. Бажано цікаві та неординарні особистості. Частіше склад журі нараховує 3-5 особистостей, різних за типажами. Це дає можливість побудови конфлікту, що провокують суперечності між членами журі у момент їх висловлювань відносно того чи іншого виступу учасників програми. Наприклад, показовим в контексті типажів є журі «Х-фактору» (СТБ): серйозний та зазвичай стриманий продюсер – І. Кондратюк, неординарний та дивакуватий журналіст С. Сосєдов, свій хлопець – співак Серьога та грайлива, сердешна – співачка Йолка;

- детальна розробка конкурсних блоків.

Програми про виживання у форматі реаліті-шоу. («*Survivor*», «*Останній герой*», «*Expidition Robinson*», «*Міняю жінку*», «*Без мандата*», «*Дом-2*», «*За плетнем. Или стать последним*» та ін.) Розробка сюжету виживання у складних умовах – ось основне завдання сценаріїв таких шоу. Глядачеві цікаво спостерігати як герої виживають на безлюдних островах, у будинках, у чужих родин... Спостерігати та водночас почуватися безпечно біля своїх телевізорів. Розглянемо різновиди таких шоу.

1. *Вживання на безлюдному острові.* Одна з класичних програм у цьому жанрі – «*Survivor*» (Той, який вижив), наша версія – останній герой. «Її автор та продюсер Чарлі Парсонс у свій час не міг продати формат британським компаніям, і лише після успіху шведського варіанту шоу під назвою «*Expidition Robinson*» (Експедиція Робінсона) формат купили американці ABC. Звідси, із-за океану, і почався його шлях до всесвітнього визнання... Щось схоже на сюжету «Того, який вижив» чи «Я – відомий» виникає у британському шоу «*Castaway*». ...У ньому 28 дорослих та 8 дітей протягом року (!) живуть на одному з островів Шотландії. На відміну від «*Survivor*», учасники цього шоу не отримують ніяких призів і не виганяються з острова до самого фіналу гри. Фінал же шоу буде показаний у новорічну ніч.

А відомий документальний канал «*Discovery*» підготував для дітей телепроект «*Sail Away*» (Відпливай), у якому група тинейджерів 13-15 років з двома інструкторами (але без батьків) на протязі тижнів дрейфують на двох човнах у Корибському морі. Діти не тільки повинні налагоджувати відношення один з іншим, але й самі керувати човнами, плавати серед акул, боротися з морською стихією...» [6, с. 12-13].

2. *Вживання в інших соціальних умовах.* «Без мандата», «Міняю жінку» та ін. «У популярному американському форматі «*The Real World*» (Реальний світ) (у музичній телесітці MTV), в якому група 18-25-річних живуть разом, учасники мають можливість виходити з Будинку. Проте, і тут їх очікує око відеокамери. Люди із зовсім різних соціальних середовищ отримують завдання, які можуть виконати, лише співпрацюючи один з іншим... А у російській «За плетнем, или стать последним» шість міських жителів вирушають у глибинку, у закинуте селище у Калужській області...» [6, с. 12].

3. *Квести на телебаченні.* (Вживання під час подорожі.) «В американському проекті «*Lost*» (За-

гублений), що пройшов телемережею NBC... три команди учасників повинні вирушити до якогось місця на мапі країни та повернутися до підніжжя статуї Свободи у Нью-Йорку. Один член групи – оператор, він знімає усе, що виникає з командою. Кожна група забезпечується ста доларами та мінімальною кількістю продуктів на перший час. За правилами команда повинна виходити на зв'язок з організаторами через супутниковий телефон один раз на день. Продюсер проекту Конан О'Брайен: «Ця подорож розвиває винахідливість, взаємодію, вдачу та силу людського духу. Хоча перемаже тільки одна команда, усі передивляться відносини до себе та зрозуміють, що означає бути Загубленим» [6, с. 12].

«Незвичайний формат розробила компанія «*Pearson Broadband*» (Великобританія) разом із китайським телеканалом TSTV «*Bejing to London Taxi*» (Таксі «Пекін-Лондон»). Традиційне лондонське таксі, що управляється корінним англійцем, везе двох пасажирів-китайців з Пекіну до Лондона. Пасажири відбиралися в on-line-режимі, а пізніше – у прямому ефірі на телешоу з вибуванням. Окрім власного відео щоденника подорожі, глядачі шоу спостерігають і за намаганнями китайців вивчити англійську мову. Проект було спеціально розроблено у рамках державної програми по вивченню англійської мови у підготовці до Олімпіади-2008 у Китаї» [6, с. 12-14].

Романтичні ігрові програми. (Студійні та у форматі реаліті-шоу типу «*Любов з першого погляду*», «*Десять кроків до кохання*», «*Холостяк*», «*Давай одружись!*» та ін.)

Сценарії такого типу програм можуть бути конкурсно-розважальні (як, наприклад, «*Любов з першого погляду*») або сюжетні (як, наприклад, «*Давай одружись!*»). У першому випадку сценаристові потрібно детально розробити конкурсні блоки. У другому – історію (сюжетну конструкцію).

«З'явилася ціла низка програм пошуку чоловіків та жінок, у яких холостий чоловік – гарний наречений (або дівчина – не менш гарна наречена) зустрічаються з різноманітними кандидатами на його (її) руку та серце, щоб у різноманітних ситуаціях знайти дівчину своєї мрії (або свого судженого). Це «*The Bachelor*» (Холостяк) від ABC, «*The Bachelorette*» (Холостячка), «*I Want a Husband: Alaska*» (Хочу чоловіка: Аляску)» [6, с. 156].

Романтичні шоу можуть, також, жанрово сполучатися з програмами на виживання. Як приклад синтезу: «...один з лідерів – «*Temptation Island*» (Острів спокуси), шоу на Fox-TV, яке мужньо вело боротьбу в Інтернет-опитуванні телепродюсерів C21 за звання найкращого шоу 2002 р... У цьому екзотичному проекті чотири нежонаті пари вирушають у Коста-Ріку, щоб перевірити свої відносини. На протязі двох тижнів вони знаходяться на «розтерзанні» звабників – 26 чоловіків та жінок, які не проти зав'язати роман з учасниками. По закінченні строку гри учасники повинні самі оцінити, чи витримали вони іспит і чи мають її відносини продовжуватись» [6, с. 15].

При розробці сценарію особливу увагу, також, слід звернути на ідею. Приклад цікавої та нестандартної

ідеї – програма «За п'ять хвилин до розлучення». «У ній будуть приймати участь сімейні пари, які знаходяться на «стадії перемиріння», що буде проходити у суді перед офіційним розведенням. Канал REN-TV намагається стримати родину від розпаду у прямому ефірі!» [4, с. 52].

Програми-перевтілення. («Від босячки до леді», «Зважені та щасливі», «Зніміть це негайно!», «Модний вирок», «Королева балу» та ін.) В сценаріях таких шоу художньо втілюється давня жіноча мрія про чудове перевтілення з бідної, негарної, невихованої Попелюшки у багату, красиву (без всіляких недоліків шкіри та рис обличчя) виховану Принцесу. Така «абсолютна концепція» програми є передумовою її популярності. Головне те, що диво косметичної хірургії, майстерності логопедів, стилістів, візажистів, перукарів та інших спеціалістів у сфері краси відбувається на наших очах, тобто у реальному часі.

Історичні витоки цих програм, вірогідно, слід шукати у конкурсах краси. Отже, конкурсні блоки, розробка сюжетної конструкції типу (яка була учасниця, через що вона пройшла, якою стала) є ключовими ц сценарії подібних шоу.

Інтелектуальні ігрові програми. («Найрозумніший», «Що? Де? Коли?», «Поле чудес», «Хочу стати мільонером» та ін.) До цього типу можна віднести різноманітні програми на перевірку ерудиції. Важливо те, що для участі у програмі зовсім не потрібно бути кандидатом наук. Орієнтація сценарію, як правило, відбувається на досить широку аудиторію (виключення – програми для дітей).

Програми-вікторини. («Хто проти блондинок?», «Інтуїція» тощо.) До цього типу відносяться різноманітні конкурсно-розважальні програми. Провідною дією у формуванні сценарію є розробка конкурсних блоків, що, у свою чергу, містять цикл запитань з тієї чи іншої галузі життя. Епізоди сценарію типу «питання-відповіді» є провідними. При цьому важливою є розробка театралізованих фрагментів сценарію, завдяки яким створюється шоу.

Розважальні музичні програми для меломанів. Ці шоу можуть проходити як у студійному форматі так і в форматі ток-шоу. Це програми типу «Міністерство прим'єр» (Канал М1), «Акули пера» (канал «ОРТ»), «Фольк-мюзік» (програма з елементами конкурсності на каналі УТ-1), різноманітні музичні телерейтинги. Велика роль у проведенні цих програм належить ведучому (ді-джею). «Режисери активно шукають свій шлях, підшукуючи шлях до молодіжної аудиторії через спілкування, використання максимально різноманітних засобів та прийомів активізації аудиторії» [2, с. 100].

Висновки. Підсумовуючи, слід зазначити, що всі вищеназвані типи ігрових програм можуть відбуватися і у «реальному» телебаченні. При цьому, як свідчать спеціалісти, з приводу «реального» телебачення у всьому світі до цього часу ведеться жвава дискусія. При всій популярності різноманітних форматів час від часу виникають суперечності, пов'язані з тим, що вся «реальність» реально вміла режисура та монтаж. Більше того, продюсери таких шоу (на свій розсуд), монтуючи, вибирають те, що їм подобається, та ви-

дають інше. Таким чином пропонуючи глядачеві навіть не «телереальність», а свою версію. Різниця в тому, що можна із багатьох годин відзнятого матеріалу змонтувати програму, а можна ще до зйомок змоделювати те, що потім з'явиться в шоу» [6, с. 15].

Сценарій ігрової програми на телебаченні – це сценарій, що створений за всіма законами драматургії з урахуванням видовищної специфіки жанру (ігрового контексту шоу, конкурсності, можливості імпровізації, залучення глядача до емоційного спостереження та безпосередньої участі у шоу, навіть, знаходячись перед екраном телевізору).

Отже, основними складовими рисами сценарію ігрової програми є:

- сюжетна структура;
- конкурсні блоки;
- драматургічна складова;
- врахування специфіки типу програми.

Вищезазначена тема ще потребує подальшого детального розгляду сучасними теоретиками-драматургами.

Література

1. Ванченко Т.П. Технология моделирования культурных программ на телевидении: состояние и перспективы [Текст] / Дис. Канд. филос. Наук / Т.П. Ванченко. – М., 1999.
2. Герасимова О.А. Мастерство шоумена : учебное пособие [Текст] / О.А. Герасимова. – Р-на-Д. : «Феникс», 2006. – 189 с.
3. Кукуруза Н.В. Майстерність ведучого : Навчальний посібник [Текст] / Н.В. Кукуруза. – Івано-Франківськ: «Лілея –НВ», 2010. – 176 с.
4. Новий сезон на REN-TV [Текст] / Телерадіокур'єр – №4 (30) – 2002. – К. – С. 52
5. Смирнов В. В. Формы вещания : Функции, типология, структура радиопрограмм : Учебное пособие для вузов [Текст] / В. В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 203 с.
6. Терпиловский Ф. «Большой брат» и компания [Текст] / Телерадіокур'єр – №5(31) – 2002. – К. – С. 12-19
7. Хейзинга Й. Homo Ludens: Статьи по истории культуры [Текст] / Й. Хейзинга. – М. : Прогресс-Традиция, 1997. – 413 с.
8. Ширман Р. Умное телевидение [Текст] / Р. Ширман. – К. : Телерадіокур'єр, 2010. – 300 с.