

УДК 793.5/.7:7.097

*Чорна Кристина Василівна*

*викладач кафедри тележурналістики,*

*дикторів та ведучих телепрограм,*

*Київський національний університет*

*культури і мистецтв,*

*Київ, Україна*

*k.v.corna@gmail.com*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ГРИ В ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОГРАМАХ**

**Мета дослідження.** Дослідити процес використання елементів гри в сучасних телевізійних програмах, розширити уявлення про властивості гри, її розвиваючий характер та гедоністичну природу.

**Методологія** дослідження полягає в застосуванні історико-логічного методів. Зазначений методологічний підхід дозволяє розкрити та проаналізувати гру як діяльність, що має такі характеристики як розвага, непродуктивність, фіктивність. З'ясувати, як у процесі навчання ігровим прийомам, у людини виробляються такі функціональні навички: пізнавальні, конструктивні, комунікативні, інформаційні, організаційні, з'ясувати, що культура зароджується з гри, хоча гра не переходить у культуру, а залишається поряд з нею.

**Наукова новизна.** Порівняльний аналіз ролі гри в суспільстві, надає можливість глибше усвідомити, що за допомогою гри в людини виробляються і удосконалюються різні навички й здібності, зокрема,

здатність психічної регуляції своєї діяльності. У грі відтворюються норми життя в суспільстві, правила поведінки, моделюються ситуації, які подібні до життєвого досвіду. У зв'язку з цим доцільно розглянути використання елементів гри в телевізійних програмах, що сприяє народженню нових, особливих методів подачі інформації, виявити її схожість з масово-комунікативною діяльністю, систематизувати практичні знання на основі наукового підходу.

**Висновки.** Проаналізовано використання ігрової форми в телевізійних програмах, досліджено еволюцію гри та її схожість з масово-комунікативною діяльністю, виявлено роль гри в управлінні ресурсами, даними через мистецтва. Описано гру як метод, що дозволяє подолати прірву між ведучим і аудиторією. Виявлено основні тенденції використання гри в телевізійних програмах, за яких, особливе значення набувають нові способи подачі інформації. Розглянуто причини, які сприяли народженню нових, особливих прийомів подання інформації, наведено огляд публікацій, в яких досліджено використання елементів гри в телевізійних програмах.

**Ключові слова:** інфотейнмент, розвага, гра, видовище, телевізійний жанр, телевізійні програми, інформація.

*Черная Кристина Васильевна, преподаватель кафедры тележурналистики, дикторов и ведущих телепрограмм, Киевский национальный университет культуры и искусств, Киев, Украина*

**Особенности использование элементов игры в телевизионных программах**

**Цель исследования:** исследовать процесс использования элементов игры в современных телевизионных программах, расширить представление о свойствах игры, ее развивающий характер и гедонистическую природу.

**Методология исследования** заключается в применении историко – логического методов. Отмеченный методологический подход позволяет раскрыть и проанализировать игру, как деятельность, которая имеет такие характеристики как развлечение, правила, неуверенность, непроизводительность, фиктивность. Выяснить, как в процессе обучения игровым приемам, у человека производятся такие функциональные навыки: познавательные, конструктивные, коммуникативные, информационные, организационные, выяснить, что культура зарождается из игры, хотя игра не переходит в культуру, а остается рядом с ней.

**Научная новизна** Сравнительный анализ роли игры в обществе предоставляет возможность глубже осознать, что с помощью игры у человека производятся и совершенствуются разные навыки и способности, в том числе способность психической регуляции своей деятельности. В игре воссоздаются нормы жизни в обществе, правила поведения, моделируются ситуации, близкие к жизненному опыту. В связи с этим целесообразно рассмотреть использование элементов игры в телевизионных программах, что способствует рождению новых, особенных методов подачи информации, выявить ее сходство из массово-коммуникативной деятельностью, систематизировать практические знания на основе научных.

**Выводы:** проанализировано использование игровой формы в телевизионных программах, исследована эволюция игры и ее сходство с массово-коммуникативной деятельностью, выявлена роль игры в управлении ресурсами, данными через искусства. Описана игра как метод, что позволяет преодолеть разрыв между ведущим и аудиторией. Выявлены основные тенденции использования игры в телевизионных программах, при которых, особенное значение приобретают новые способы подачи информации, когда человек под ее напором чувствует некоторую перегрузку и усталость. Рассмотрены причины, которые способствовали рождению новых, особенных приемов представления информации, приведен обзор публикаций, в которых исследовано использование элементов игры в телевизионных программах.

**Ключевые слова:** инфотейнмент, развлечение, игра, зрелище телевизионный жанр, телевизионные программы, информация.

*Chorna Krystina, lecturer of the Department of Tele-Journalism speakers and leading TV shows, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

### **The use of game elements in television programs**

**The purpose of the research** is to study the process of using game elements in modern television programs; to broaden the idea of properties of gaming, its brain building and hedonistic nature.

**The research methodology** consisted in the application of the historical-logical method. This methodological approach allows for exposing and analyzing gaming as an activity that possesses such characteristic

features as entertainment, unproductivity, and fictitiousness of its nature. It is necessary to determine how the following functional skills are formed in the process of studying gaming techniques: cognitive, structural, communicative, informative, organizational; and to prove that culture arises from gaming, although gaming does not transform into culture, but remains next to it.

**The scientific novelty of the work.** The comparative analysis of the role of games in society provides for deeper understanding of the fact that by means of a game one develops and improves different skills and abilities, including the ability of mental regulation of their activity. Games reflect the norms of life in society, rules of behavior, and situations resembling life experience. In this respect, it is expedient to consider the use of game elements in television programs, which facilitates the emergence of new, distinctive methods of data submission; to identify its similarity to mass-communicative activity; to systematize practical knowledge on the basis of the scientific approach.

**Conclusions.** The use of game form in television programs was analyzed; the evolution of gaming and its similarity to mass-communicative activity was studied; the role of game in managing resources given through arts was identified. Game is described as a method that allows for narrowing the gap between the host and the audience. The basic tendencies of using game in television programs which attach particular importance to new methods of data submission were identified. The reasons facilitating the emergence of new, distinctive methods of data submission were considered; a review of publications exploring the use of game elements in television programs was submitted.

**Key words:** infotainment, entertainment, game, scenery, television genre, television programs, information.

**Актуальність дослідження.** Характерною рисою нашого часу є стрімке зростання всіх видів інформації. Бурхливий потік інформаційних повідомлень (політичних, економічних, міжнародних, наукових, суспільних, кримінальних) призвів до перевантаження інформацією, а прірва між кількістю інформації та спроможністю сучасної людини її засвоїти до появи такого психологічного явища як інформаційна тривога. Перевантаженість інформацією позбавляє людину можливості раціонально мислити й приймати оптимальні рішення. В сучасному інформаційному просторі, особливе значення використання гри на телебаченні набувають нові методи її подачі, що дозволяють подолати стан тривожності глядача перед новими повідомленнями. У зв'язку з цим великий інтерес для сучасних телевізійних програм становить ігрова форма. Гра – діяльність із розважальною та іноді навчальною метою. Гра відрізняється від роботи тим, що не ставить перед собою практичної корисної мети (але користь від неї може мати місце), і від мистецтва тим, що не створює художніх цінностей, хоча кордони між цими видами діяльності досить розмиті. Людина починає гратися з раннього дитинства. Гра, особливо дитяча, виконує важливі функції тренування корисних вмінь, навчання й спілкування.

Людвіг Вітгенштайн, австро-англійський філософ, один із засновників аналітичної філософії й один з найяскравіших мислителів ХХ ст., у своїх філософських дослідженнях, спробував знайти

визначення слова «гра», і прийшов до висновку, що такі елементи гри як розвага, правила, змагання, неможливо адекватно визначити. Зважаючи на це, можна зробити висновок, що «гра» не може мати єдиного означення, а тому повинна визначатися як вид, сукупність елементів якого мають родинну схожість між собою.

Аналізу ролі гри в людському суспільстві присвячена книга нідерландського філософа Йогана Гейзинги «Homo Ludens». Гейзинг, зокрема відзначив, що гра старша за культуру, оскільки гра властива не тільки людям, а й тваринам. На його погляд людська культура зароджується з гри, хоча гра не переходить у культуру, а залишається поряд з культурою як сестри-двійнята. Культурі властиве створення вигаданих штучних середовищ, які не є «справжнім життям», а містять лише елемент гри»[7].

Французький соціолог Роже Кайюа в праці «Ігри та люди» визначив гру як діяльність, що має такі характеристики:

- розвага – добровільне об'єднання гравців саме з метою гри;
- відокремленість – гра обмежена певним місцем і часом;
- непевність – перебіг гри відкритий, а кінець наперед невизначений;
- непродуктивність – гра не приносить корисних результатів;
- правила – перебіг гри визначають правила;
- фіктивність – під час гри людина живе в фіктивній реальності.

У роботі К. Грооса «Теорія гри», автор, видатний науковець ХХ ст. зазначив, що існує безліч ігор, програм для різновікових категорій населення, беручи участь в яких, кожен може відчутти

прилив сил і енергії як у духовному, так і в фізичному плані. У процесі навчання ігровим прийомам виробляються такі функціональні навички як: пізнавальні, конструктивні, комунікативні, інформаційні, організаційні.

Для пояснення філософії гри німецький психолог і лінгвіст К. Бюлер вводить поняття функціонального задоволення. Це поняття отримує свою визначеність при відмежуванні його, з одного боку, від задоволення – насолоди, з іншого – від радості, пов'язаної з передбаченням результату діяльності.

Знаменитий філософ-позитивіст Герберт Спенсер у вченні про фізичну еволюцію вивчав проблеми психології людини взагалі, та питання гри дитини зокрема, вказував на роль гри як наслідування.

Схожість гри та масово-комунікативної діяльності помітив радянським науковцем Олешко В.

Значний вклад у розробку даного напрямку внесли дослідники: Г. Спенсер, К. Бюлер, А. Гросс, З. Фрейд, Ф. Бойтендаjk, Ж. Піаже, Е. Фромм, Й. Хейзінга, Е. Берн. Даною проблемою займалися К. Д. Ушинський, Г. В. Плеханов, С. Л. Рубінштейн, Л. С. Виготський, А. Н. Леонтьєв, Д. Б. Ельконін, М. М. Бахтін, В. А. Сухомлинський, В. С. Мухіна та ін. І хоча проблема гри постійно привертала до себе увагу дослідників, і сьогодні в науці існує безліч теорій, що пояснюють її природу.

Але, незважаючи на всі ці дослідження, особливості використання елементів гри в сучасних телевізійних програмах були вивчені не в повній мірі, частково. Тому було прийнято рішення дослідити використання гри на телебаченні.



**Мета дослідження.** Розширити уявлення про властивості гри, її розвиваючий характер та гедоністичну природу, проаналізувати процес використання елементів гри в сучасних телевізійних програмах.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний медійний простір дзеркально відбиває активне поширення телевізійної ігрової практики, її гостру затребуваність суспільством, динамічний розвиток телевізійної ігрової індустрії. Насамперед, своєрідність феномену гри впливає на особливості медійної практики. Гра, її елементи активно входять у різні сфери життя суспільства – управління, політику, освіту, бізнес, втручаються практично в усі види і жанри телепередач, суттєво впливають на систему художньо-виразних засобів сучасного телебачення [6]

Телевізійна гра – це форма інтерактивної комунікації, співучасниками якої є не тільки герої програми, а й телеглядачі, які активно переживають за учасників гри, намагаються уявити себе на їхньому місці, перевірити свій інтелект. Глядачі уважно слухають питання ведучого, намагаються на них відповісти, радіють, якщо відповіли правильно, оцінюють поведінку учасників, підтримують тих, за кого вболівають, втішаються з помилок суперників, дають оцінку ігровій ситуації, з нетерпінням очікують фіналу. До особливостей телевізійної гри відносяться: обумовленість гри телебаченням, обмеженість у просторі й часі, визначені чіткі правила, суперництво, принципова публічність і потенційна кількісна необмеженість співучасників ігрової телевізійної взаємодії, інтерактивна участь глядачів завдяки телефонним дзвінкам зі стаціонарних та мобільних телефонів, а також завдяки SMS голосуванню, інтернет-ресурсам, обов'язково відкритий для широкого загалу фінал [6].

«Гра» (у соціальних комунікаціях) є продуктивним, творчим, духовним спілкуванням незалежних суб'єктів, яке здійснюється в межах добровільно прийнятих (умовних) правил і відзначається етичною та естетичною привабливістю. З усіх властивостей гри, що виокремлюються різними дослідниками основ телебачення, особливо важливі розвиваючий характер гри та її гедоністична природа. Причому, граючи, людина може випробувати два різних «задоволення»: задоволення від самого процесу гри й тріумф від перемоги. Звернімося до досліджень нідерландського науковця Й. Хейзинга, викладених у монографії «Homo Ludens»: «Що таке виграти? Що при цьому виграється? Виграти означає підняти на щабель вище в результаті гри. Але такий результат виграшу може призвести до ілюзії верховенства взагалі. І тим самим виграється щось більше, ніж тільки гра сама по собі. Виграється пошана, набувається честь. І ця честь, і ця пошана завжди корисні безпосередньо всій групі, що ототожнює себе з переможцем» [7].

Ефект виграшу робить гру цікавою для учасників і глядачів. Аудиторія любить і хоче грати, чому б не надати їй таку можливість на сторінках газети, журналу або з екрана телевізора? Гра має здатність заволодівати думками, вона непомітно, поволі активізує мислення глядача. Гра – потужний засіб впливу як на самих учасників, так і на глядачів. Дивлячись такі програми, глядач сам стає співучасником, активно вболіває разом з героями, розуміючи при цьому, що й він може опинитися на їх місці. Програми, в яких присутній ігровий момент та момент змагання і визнання «найкращого», залучали до ігрової телевізійної взаємодії глядача; користувалися

неабиякою популярністю і завжди мали високі рейтинги: дитяча розважальна гра «Поклик джунглів», аналог програми «Веселі старт»; «Ключі від форту Боярд» – вперше з'явилася в 1992 р. на Першому каналі Останкіно; «Битва націй» (також відома як «Ігри патріотів» з 2005–2006 рр.) – телепередача, яка вийшла на екрани у вересні 2001 р. на каналі ICTV; «Останній герой» – один із найпопулярніших проєктів світу, який знімали в 43 країнах, «Караоке на майдані» (канал СТБ), «Хто зверху», «Хто проти блондинок», «Інтуїція», «Весілля за 48 годин» (телепроєкти Нового каналу), «Ігри патріотів», «Шейканемо бейбі» (канал Україна), «Освідчення» («Все для тебе» – «Інтер») та ін. Чим більше учасників залучається до участі, тим «гарячіша» гра. Потрібно зауважити, що можливості використання гри на телебаченні, не обмежуються тільки розвагою глядача, адже інтелектуальна гра завжди допомагала людині пізнавати світ. Якщо звернутися до теорії Й. Хейзинга, то «придумання» на самому початку людської історії виникає в формах гри, зокрема у вигляді загадування сакральних загадок.

Як відзначає Олешко В. Ф., ігрова форма реалізується двома шляхами: через гру та через різні творчі прийоми в межах традиційних телевізійних продуктів. Сюди можна віднести: нетрадиційні жанри, нестандартний підхід у висвітленні подій і явищ, значущу інтонацію оповідача (на телебаченні й радіо), деталі оформлення, і, звичайно, лексико-синтаксичні прийоми. Головне правило створення ігрових програм на телебаченні – через використання тонкої іронії, вдалого порівняння, каламбуру, створювати ситуацію вільного, невимушеного сприйняття та отримання задоволення глядачем від телевізійних програм [5, с. 221].

Однак перш ніж аналізувати використання гри в розважальних програмах, потрібно з'ясувати, чому глядач прагне, насамперед, задоволення «розважальних потреб»? І де починаються джерела «розважального»?

До поняття «розважальної програми» входять «розвага», «гра», «видовище». Адже підґрунтям будь-якої розважальної програми є гра, отже, ці програми неодмінно мають бути видовищними, а розвага – невід'ємна частина поняття «розважальні програми». Якщо з'ясувати тлумачення базового терміна «розвага», то сучасний словник української мови подає два варіанти визначення лексеми «розвага»: «Те, що розвеселяє, розважає людину. Те, що заспокоює, втішає когонебудь у горі, в нещасті тощо; втіха»

Дослідивши, що ж таке видовище і яке відношення воно має до розважальних програм і, зокрема гри, можна зазначити, що видовище – спеціально організована в часі та просторі публічна демонстрація соціально значущої поведінки. Виконавці показують свою або чужу поведінку, глядачі сприймають та оцінюють її. Видовищний акт відбувається в заздалегідь визначений часу та в спеціально організованому просторі. У цьому визначенні видовища звернено увагу на його основні специфічні «параметри»: поділ на виконавців та глядачів; глядачам заздалегідь повідомлено про видовищний акт, а отже, вони готуються до нього (що не виключає імпровізаційної поведінки). Предметом відтворення у видовищі є не будь-які види поведінки, а саме ті, які цікавлять доволі широку групу глядачів [2].

Ця властивість є важливою для дослідження розважальних програм. Чи не тому велику популярність здобули телевізійні ігри – «Поле чудес», «Що? Де? Коли?», «Розумники і розумниці», «Вгадай мелодію», «Дог-шоу», «Перший мільйон» та ін. Глядач часто і сам переживає за конкретного учасника, бажає йому перемоги. Сюди ж потрібно віднести численні телевізійні ігри, жанр яких (задовго до телебачення) визначив М. Кольцов вдалим словом «вікторина». До цього жанру з повним правом можна віднести і клуб студентських «імпровізацій» КВК («Клуб веселих і кмітливих») – телевізійні гумористичні ігри, й інтелектуальну гру «Перший мільйон – український аналог однієї з найпопулярніших телевізійних ігор у світі «Who Wants to Be a Millionaire?», і «Найрозумніший» – російсько-українська розважальна телегра на визначення рівня ерудиції, одна з найпопулярніших версій британського телепроекту «Brainiest», і простеньку «Любов з першого погляду», романтичне телешоу, вперше було показано глядачам тоді ще в Радянському Союзі в січні 1991 р., і передачу «Щасливий випадок» – інтелектуальна гра та ін. Окрім цього, в інтелектуально-розважальних програмах глядач залучається до процесу гри. Він відгадує разом з учасником слова, поняття, показує свою компетентність та отримує задоволення від цього [8].

Великою популярністю в телеглядачів користуються документальні реаліті-шоу, змістовно наближені до реальних подій з життя судочинства, медицини – «Сімейні мелодрами», «Суд іде», «Реальна містика», медичні реаліті-шоу та ін., ролі в яких виконують актори, а сценарії пишуться за реальними історіями (причому сюжетна лінія

кожного випуску є досить правдоподібною). Телевізійні глядачі сприймають учасників передачі справжніми учасниками процесу, ставлячись до екранних колізій як до цілком реальних, з великою гамою почуттів.

Досліджуючи ігри на телебаченні, необхідно зазначити телевізійні трансляції спортивних змагань, футбольних матчів та хокейних зустрічей, чемпіонатів з фігурного катання, які задовольняють природні потреби глядачів [4].

Розвиток телебачення за останні десятиліття якісно змінив структуру гри. Змінилися пропорції чисельності гравців і глядачів. За поєдинком двох суперників у студії, можуть спостерігати десятки мільйонів телеглядачів поза нею. За допомогою відеозапису гра та її перегляд нерідко розподіляють у часі: змагання давно відбулися, а демонструють їх лише тепер – у зручний для глядачів час, доповнивши рекламою. Завдячуючи електронним ЗМІ, глядацька сфера гри втрачає колишні чіткі кордони в 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 завойовували й наш медіапростір, є улюбленим видовищем мільйонів [1, 205].

Конкуренцеспроможність вітчизняного ТБ дуже пов'язана з жанровим різноманіттям, а сучасні тенденції розвитку телевізійних технологій, призводять до народження й розвитку нових жанрів телепрограм, заснованих на діалозі учасників, на залученні до дискусій глядачів і слухачів, зокрема ток-шоу. Ток-шоу (від англ. talk

show [ˈtʊ:kʰʃəʊ] – розмовне шоу, в перекладі з англійської дослівно – розмовне видовище, розмовне шоу. Ток-шоу було перенесене з естради в телевізійні павільйони і отримало велику популярність серед глядачів вже в 60-ті рр.: спочатку в США, потім у Західній Європі й по всьому світі. Ток-шоу, поєднуючи існуючі ознаки інтерв'ю, дискусії, гри, концентрується навколо особистості ведучого. Це максимально персоніфікована екранна форма. Щодо неї можна зазначити так: Ток-шоу створює зірок, а зірки створюють ток-шоу. Такому взаємовпливу, взаємодії форми та її автора, насамперед, сприяють необхідні особистісні якості: розум, дотепність, гумор, спритність, привабливість, уміння зацікавлено слухати, пластично рухатися тощо. Важливі також і зовнішні обставини: конкретне місце й циклічність, якої суворо дотримуються, тобто регулярна повторюваність у програмі, розрахована на збудження в свідомості масового глядача стану «нетерплячого чекання зустрічі» [8].

Обов'язковими «компонентами» ток-шоу, окрім ведучого, виступають гості («герої») – люди, які чимось відомі або просто цікаві своїми вчинками, думками, стилем життя. Обов'язкова присутність у студії кількох десятків «простих глядачів», можлива і присутність компетентних експертів. Глядачів не завжди залучають до розмови, інколи їхня участь обмежується оплесками, сміхом, здивованими вигуками, що створює атмосферу публічності, дає «емоційну підказку» телеглядачам. Іноді терміном «ток-шоу» позначають будь-яку «розмовну» програму, наприклад, бесіду за «круглим столом» або навіть просте інтерв'ю в студії, якщо його веде журналіст, котрий досить популярний та вільно себе почуває у світлі софітів – «зірка» екрана [3].

Вітчизняні телеігри завоюють телевізійний екран і телеглядачів, стають предметом купівлі-продажу (шоу-бізнес) і виконують розважальну функцію, впливаючи на масову свідомість аудиторії (роль спілкування – пізнання світу, виховний процес і соціалізація за допомогою фольклорних образів, стереотипів, міфологізації дійсності). Включаючи традиційні форми видовищ, телеігри сприяють появі у глядача нового стану свідомості під впливом емоційного контакту. Звичайно ж, поява великої кількості розважальних ігрових програм на телебаченні, спровокована фінансовими чинниками та розвитком телевізійних технологій. Великі витрати на оформлення ігор, рекламу, народження кумирів у публіки, потім дають великі прибутки. Таким чином, будь-яка ігрова телепрограма, як і безліч інших ігор, схильна до модернізації, зміни структури ігрової дії.

Підсумовуючи, можна зробити висновок: телебачення безперервно розвивається, воно залежить від новацій науково-технічної думки, а тому потребує вдосконалень, експериментів, практичних і теоретичних досліджень, і окремого вивчення ролі гри в подачі інформації.

### **Список використаних джерел**

1. Борецкий Р. А. Осторожно, телевидение!: науч.-публ. заметки / Р. А. Борецкий. – Москва : Изд-во ИКАР, 2002. – 259 с.
2. Мащенко І. Телебачення України. У 2 т. Т. 1 – Київ : Тетра, 1998. – 511 с.
3. Мащенко І. Г. Міфи і реалії телерадіоефіру / І. Г. Мащенко. – Київ : «Агенство ТРК», 2001. – 260 с.



4. Набокова Г. В. Розважальні програми на українському телебаченні як ігрові соціальні практики / Г. В. Набокова // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : наук. зап. – Рівне, 2013. – Вип. 19 (1). – С. 72–77.

5. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество : учеб. пособие / В. Ф. Олешко. – Москва : РИП-холдинг, 2005. – 221 с.

8 Сумской П. Ф. Телевизионная игра как форма интерактивной коммуникации : опыт культурологического анализа : дис. ... на соискание ученой степени канд. культурологи : 24.00.01 «Теория и история культуры» / Павел Федорович Сумской. – Челябинск, 2009. – 159 с.

9 Хейзинг Й. Человек играющий = Homo ludens : ст. по истории культуры / Й. Хейзинг; Сост. и пер. [с нидерл.] Д. В. Сильвестров. – [2. изд., испр.]. – Москва : Айрис пресс, 2003. – 486 с.

10 Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України // Наукові записки Інституту журналістики [Електронний ресурс]. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=articleandarticle=2122>. (Дата звернення 12.10.2017).

### References

1. Boreckij, R. (2003). *Watch out for TV!* Moscow: Ikar.
2. Mashchenko, I. (1998). *Television of Ukraine*. Vol. 1. Kyiv: Tetra.
3. Mashchenko, I. (2001). *Myths and Reality of TV and Radio*. Kyiv: «Ahenstvo TRK».
4. Nabokova, H. (2013). Entertaining programs on Ukrainian television as gaming social practices. *Ukrainska kultura: mynule,*

*suchasne, shliakhy rozvytku [Ukrainian culture: past, modern, ways of development]*, no. 19, vol. 1. pp. 72–77.

5. Oleshko, V. (2005). *Journalism as creativity*. Moscow: RIP-holding.

6. Sumskoj, P. F. (2009). *TV game as a form of interactive communication: the experience of culturological analysis*. D.Ed. Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts.

7. Hejzing, J. (2003). *Man playing = Homo ludens*. Moskva : Ajris press.

8. Jusipovich, A. V. (2017). *Types of entertainment television programs in Ukraine* Available at <<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=articleandarticle=2122>> [Accessed 12. October 2017].

---

© Чорна К. В., 2017