

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра журналістики

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему «Структурно-змістові трансформації кулінарних проєктів на українському телебаченні»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0618-ж  
спеціальності 061 «Журналістика»  
освітня програма «Журналістика»  
*Зозуль Т. В.*

Керівник: доц., к. філол. н.  
*Тернова А. І.*

Рецензент: доц., к. філол. н.  
*Санакоєва Н. Д.*

## ЗМІСТ

Завдання.....	3
Реферат.....	5
Вступ.....	8
Розділ 1. Кулінарні проекти у системі розважальних телепрограм: теоретичний аспект.....	11
1.1. Диференціація понять «кулінарна програма» та «кулінарне шоу», їх характерні ознаки.....	11
1.2. Технології створення програм кулінарної тематики та класифікація гастрономічних телепроектів .....	22
1.3. Історія появи кулінарних проектів на телебаченні .....	32
Розділ 2. Кулінарні програми в українському телевізійному просторі.....	42
2.1. Кулінарно-літературне шоу «Енеїда»: структурно-змістові трансформації.....	42
2.2. Проект «Страва честі»: структурно-змістові трансформації.....	52
Розділ 3. Дослідження сприйняття аудиторією гастрономічних політематичних телевізійних проектів на українському телебаченні.....	59
Висновки.....	73
Список використаної літератури.....	78
Додаток А. Власні наукові публікації.....	87
Додаток Б. Диплом III ступеня у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт із галузі знань «Журналістика».....	92
Додаток Б. Анкети учасників опитування.....	93
Summary.....	107

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики  
Кафедра журналістики  
Освітній ступінь – магістр  
Спеціальність 061 «Журналістика»  
(освітня програма «Журналістика»)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Любченко Ю. В.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Зозуль Таїсії Василівні

1 Тема роботи – «Структурно-змістові трансформації кулінарних проєктів на українському телебаченні» («Structural and Content Transformations of Ukrainian Cooking TV Projects»),

керівник роботи – Тернова Алла Іллівна, к. філол. н., доцент,  
затверджені наказом ЗНУ від «15» травня 2019 року № 713-с.

2 Строк подання студентом роботи – 27.12.2019 р.

3 Вихідні дані до роботи – наукові праці дослідників, які досліджували кулінарні програми, насамперед таких авторів: К. Абелян, К. Грубич, Т. Захарс, Ч. Кетчум, К. Матвік, Ю. Муленко, Т. Орен, Е. Шестакова, Ю. Щербина.

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) з'ясувати поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу», відмінності між ними та їх характерні ознаки; 2) систематизувати комунікаційні технології створення гастрономічних проєктів на телебаченні та класифікації кулінарних програм; 3) дослідити історію виникнення кулінарних проєктів на телебаченні та в українському телепросторі зокрема; 4) виокремити та охарактеризувати структурні й змістові трансформації політематичного проєкту «Енеїда»; 5) проаналізувати елементи реаліті-шоу та особливості поєднання подорожньої й гастрономічної теми у програмі «Страва честі»; 6) дослідити сприйняття політематичних гастрономічних телевізійних проєктів різними групами цільової аудиторії за допомогою опитування.

## 5 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Тернова А. І., доцент	30.05.2019	30.05.2019
1 розділ	Тернова А. І., доцент	28.06.2019	28.06.2019
2 розділ	Тернова А. І., доцент	05.09.2019	05.09.2019
3 розділ	Тернова А. І., доцент	11.10.2019	11.10.2019
Висновки	Тернова А. І., доцент	14.11.2019	14.11.2019

6 Дата видачі завдання 16.05.2019 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.	16.05.2019	виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту.	30.05.2019	виконано
3	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	16.06.2019	виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину.	28.06.2019	виконано
5	Провести наукове дослідження, проаналізувати контент.	02.09.2019	виконано
6	Написати практичну частину, провести дослідження аудиторії.	11.10.2019	виконано
7	Пройти попередній захист на кафедрі.	5.12.2019	виконано
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	20.12.2019	виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	27.12.2019	виконано

Студент \_\_\_\_\_ Т. В. Зозуль

Керівник роботи \_\_\_\_\_ А. І. Тернова

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ М. В. Чабаненко.

## РЕФЕРАТ

**Тема магістерського дослідження:** Структурно-змістові трансформації кулінарних проектів на українському телебаченні.

**Обсяг основного тексту:** 71 сторінка.

**Кількість використаних джерел – 89.**

**Мета роботи** полягає у комплексному дослідженні структурних і змістових трансформацій українських політематичних телевізійних проектів «Енеїда» («UA: Перший») та «Страва честі» («СТБ»).

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1) з'ясували поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу», відмінності між ними та їх характерні ознаки; 2) систематизували комунікаційні технології створення гастрономічних проектів на телебаченні та класифікації кулінарних програм; 3) дослідили історію виникнення кулінарних проектів на телебаченні та в українському телепросторі зокрема; 4) виокремили та охарактеризували структурні й змістові трансформації політематичного проекту «Енеїда»; 5) проаналізували елементи реаліті-шоу та особливості поєднання подорожньої й гастрономічної теми у програмі «Страва честі»; 6) дослідили сприйняття політематичних гастрономічних телевізійних проектів різними групами цільової аудиторії за допомогою опитування.

**Об'єкт дослідження:** телевізійні програми першого, другого і третього сезонів шоу «Енеїда» (перші епізоди кожного сезону), перший, другий та третій епізоди шоу «Страва честі».

**Предмет дослідження:** структурні особливості побудови програм, змістове наповнення проектів: визначення формату програм, їх рубрикація, робота ведучого у кадрі.

Для виконання поставлених завдань у дослідженні застосовані такі **методи**: аналізу, синтезу, систематизації (теоретичний розділ), моніторинг, порівняльний, опису (практичний розділ), у третьому розділі використано метод опитування.

**Теоретичну основу дослідження** складають праці таких вчених: К. Абелян, К. Грубич, Т. Захарс, Ч. Кетчум, Л. Лемещук, К. Матвік, Ю. Муленко, Т. Орен, Е. Шестакова, Ю. Щербина та ін.

**Наукова новизна** результатів полягає в тому, що:

**вперше:**

- визначено сприйняття політематичних гастрономічних телепроектів українськими глядачами;
- охарактеризовано структурні й змістові трансформації політематичних українських гастрономічних телепроектів;

**удосконалено:**

- наукові підходи до визначення понять «кулінарна програма», «кулінарне шоу»;
- систематизацію комунікаційних технологій створення гастрономічних проектів на телебаченні та наявні класифікації кулінарних програм українських та зарубіжних дослідників;

**набуло подальшого розвитку:**

- визначення функцій та характерних рис різноформатних кулінарних програм;
- дослідження історії появи та трансформацій жанрів і форматів кулінарних програм на українському телебаченні.

**Практичне та теоретичне значення одержаних результатів.** Матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок; сприятимуть підготовці до практичних занять у закладах вищої освіти на профільному факультеті. Одержані результати будуть корисними

для тележурналістів-практиків під час створення авторських гастрономічних політематичних проєктів.

**Ключові слова:** гастрономічна журналістика, кулінарна програма, кулінарне шоу, політематичні кулінарні проєкти, телеформат, фудтейнмент.

## ВСТУП

Феномен їжі у телевізійному дискурсі є вкрай популярним впродовж останніх 30 років. Проекти кулінарної тематики апелюють до одного з первісних інстинктів людини, торкаються базових потреб, що зумовлює їхню популярність як у світовому телепросторі, так і в Україні. Телевізійні проекти кулінарної тематики давно завоювали прихильність глядачів та чільні місця у рейтингах телеканалів. За час свого існування, такі проекти пройшли шлях еволюції від відеорецептів приготування найпростіших страв у прямому ефірі до масштабних гастрономічних проектів. Найуспішніші світові формати мають стабільні високі рейтинги, всесвітню популярність та безліч національних апробацій. Однак, таких прикладів успішних форматів досі немає в українському телемовленні.

*Актуальність дослідження* полягає у необхідності з'ясувати структурно-змістові трансформації українських політематичних гастрономічних проектів як нового формату розважального телебачення. Адже наразі українські телевізійники апробували більшість успішних закордонних форматів гастрономічних передач, які зараз починають втрачати свої позиції у рейтингах (наприклад, шоу «МайстерШеф» на «СТБ») чи перестали виходити в ефір («Пекельна кухня» на «1+1»). Для створення якісного й конкурентоздатного медіапродукту українські продюсери вдаються до експериментів із новими жанрами, формами і методами подачі інформації. Доволі важливим є питання реакції аудиторії на такі проекти: як українські глядачі сприймають гастрономічну інформацію в аудіовізуальному творі з поєднанням різних тем. Також ця тема залишається малодослідженою у сучасному журналістикознавстві.

*Метою роботи* є комплексне дослідження структурних і змістових трансформацій українських політематичних телевізійних проектів «Енеїда» («UA: Перший») та «Страва честі» («СТБ»).

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі *завдання*:



- з’ясувати поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу», відмінності між ними та їх характерні ознаки;
- систематизувати комунікаційні технології створення гастрономічних проєктів на телебаченні та класифікації кулінарних програм;
- дослідити історію виникнення кулінарних проєктів на телебаченні та в українському телепросторі;
- виокремити та охарактеризувати структурні й змістові трансформації політематичного проєкту «Енеїда»;
- проаналізувати елементи реаліті-шоу та особливості поєднання подорожньої й гастрономічної теми у програмі «Страва честі»;
- дослідити сприйняття політематичних гастрономічних телевізійних проєктів різними групами цільової аудиторії за допомогою опитування.

*Об’єктом дослідження* є телевізійні програми першого, другого і третього сезонів шоу «Енеїда» (перші епізоди кожного сезону), перший, другий та третій епізоди шоу «Страва честі».

*Предмет дослідження:* структурні особливості побудови програм, змістове наповнення проєктів: визначення формату програм, їх рубрикація, робота ведучого у кадрі.

*Методи дослідження* ґрунтуються на органічному поєднанні загальнонаукових і практичних їх видів, зокрема таких: аналізу, синтезу, систематизації (теоретичний розділ), моніторинг, порівняльний, опису (практичний розділ), у третьому розділі використано метод опитування.

*Теоретичну основу дослідження* складають праці вчених, які досліджували кулінарні програми та шоу в українській та зарубіжній науковій думці, а саме: К. Абелян, К. Грубич, Т. Захарс, Ч. Кетчум, Л. Лемещук, К. Матвік, Ю. Муленко, Т. Орен, Е. Шестакова, Ю. Щербина та ін.

*Наукова новизна* одержаних результатів полягає у комплексному аналізі теоретичних засад функціонування політематичних кулінарних проєктів, зокрема:

*вперше:*

- визначено сприйняття політематичних гастрономічних телепроектів українськими глядачами;

- охарактеризовано структурні й змістові трансформації політематичних українських гастрономічних телепроектів;

*удосконалено:*

- наукові підходи до визначення понять «кулінарна програма», «кулінарне шоу»;

- систематизацію комунікаційних технологій створення гастрономічних проектів на телебаченні та наявні класифікації кулінарних програм українських та зарубіжних дослідників;

*набуло подальшого розвитку:*

- визначення функцій та характерних рис різноформатних кулінарних програм;

- дослідження історії появи та трансформацій жанрів і форматів кулінарних програм на українському телебаченні;

*Практичне і теоретичне значення дослідження.* Матеріали кваліфікаційної роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок; сприятимуть підготовці до практичних занять у закладах вищої освіти на профільному факультеті. Одержані результати будуть корисними для тележурналістів-практиків під час створення авторських гастрономічних політематичних проектів.

Основні положення і висновки дослідження були представлені і *апробовані* у двох доповідях на XII університетській науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2019» (що проходила 15–17 квітня 2019 року у Запорізькому національному університеті) та Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (8–9 листопада 2019 року у Класичному приватному університеті, м. Запоріжжя).

За результатами дослідження було опубліковано двоє тез, зокрема такі: Політематичність гастрономічних телепроектів. *Молода наука-2019* : зб. наук. праць студентів, аспіратів і молодих вчених. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. Т. 2. С. 229–231 і Політематичність кулінарних проектів на українському телебаченні. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 8–9 лист. 2019 р.). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2019. С. 50–56.

Наукова робота на тему «Адаптація британського формату “МайстерШеф” у сегмент українського телебачення» (під керівництвом наукового керівника кваліфікаційної магістерської роботи) була представлена у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт із галузі знань «Журналістика» у Київському університеті ім. Бориса Грінченка та посіла третє місце.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота магістра складається з реферату, вступу, трьох розділів, п'яти підрозділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної роботи – 71 сторінка. Список використаної літератури включає 89 найменувань (викладених на 9 сторінках).

## РОЗДІЛ 1

### КУЛІНАРНІ ПРОЕКТИ У СИСТЕМІ РОЗВАЖАЛЬНИХ ТЕЛЕПРОГРАМ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

#### **1. 1 Диференціація понять «кулінарна програма» та «кулінарне шоу», їх характерні ознаки**

Дослідження та аналіз кулінарних телепрограм варто розпочати з визначення дефініцій «кулінарна програма» та «кулінарне шоу», подати і систематизувати думки науковців із цього приводу. Варто зауважити, що поняття «програма» в телевізійній практиці значно ширше, аніж «телешоу». Шоу на телебаченні є одним із нових розважальних форматів екранної творчості. У сучасному телепросторі представлені такі його види, як: ток-шоу, реаліті-шоу, талант-шоу, тревел-шоу та ін. За визначенням І. Мащенко, «телешоу – передача розмовного або розважального характеру» [36, с. 145]. К. Станіславська виділяє такі загальні ознаки телешоу як масовість, видовищність, використання розважальних, ігрових елементів і принципів, реалізм та ін. [62].

Серед журналістикознавців немає єдиної думки з приводу того, який саме термін доречніше використовувати під час дослідження телепрограм кулінарної тематики. Можна виокремити декілька підходів до вивчення і тлумачення понять «кулінарна програма» та «кулінарне шоу», які заслуговують уваги.

Більшість науковців, які займаються вивченням репрезентації гастрономічної культури, наголошують на тому, що кулінарні програми і є такою формою представлення культури їжі на телебаченні. Так, І. Сохань розмежовує поняття «кулінарна програма» і «кулінарне шоу». Варто погодитися з її думкою про те, що кулінарні програми загалом є аудіовізуальною репрезентацією гастрономічної культури на телебаченні. А кулінарні шоу, на думку дослідниці, «...специфічний аналог кулінарної книги, вміст якої візуалізований і насичений

усними риториками навчання та інформування» [61]. Змінюється структура самої кулінарної книги: у кулінарному шоу вербальну складову замінили візуальною.

Питання телепрезентації кухні досліджує і К. Грубич, захистивши 2017 р. першу в Україні дисертацію за такою проблематикою. Науковець і практик вживає поняття «кулінарні шоу» на позначення всіх кулінарних програм і пропонує таке їм визначення: «кулінарні шоу є окремим видом телевізійної продукції зі своїми специфічними соціально-комунікаційними технологіями, комплексне застосування яких впливає на успішність кулінарних шоу-проектів» [15]. Характерні особливості шоу такої тематики дослідник розглядає крізь призму застосованих у цих програмах соціально-комунікаційних технологій.

Варто погодитися із думкою К. Абелян, що кулінарні програми є проявом підвищення уваги масової культури до гастрономії. Дослідниця виділяє кулінарні шоу як новий телевізійний формат, у якому реалізується популярність гастрономічного дискурсу. До характерних рис кулінарних шоу вона відносить орієнтацію на світське спілкування, елементи кулінарної просвіти, у тому числі знайомство з гастрономічною культурою та традиціями різних країн, розповідь рецептів і змагальність [2].

Самостійним і новим, окремим жанром серед телевізійних програм кулінарні шоу називає дослідниця А. Яшина. Проаналізувавши гастрономічні телепроекти, вчена дійшла висновку, що кулінарні шоу не підходять під жодну з наявних класифікацій, оскільки має «характеристики різножанровості». Саме тому А. Яшина пропонує вважати «кулінарні шоу самостійним жанром», а «окремо взяті програми (формати) є складовими або “гібридними”» [81].

Представники іншого наукового підходу вважають, що кулінарні шоу є новим розважальним форматом програм гастрономічної тематики. Наприклад, Ю. Муленко у своїх наукових спостереженнях відносить програми кулінарної тематики до розважального сегменту телебачення. Вона подає власне визначення, трактуючи кулінарні шоу як «змагання характерів, амбіцій і кулінарних шедеврів,

початківців кухарів і професіоналів кулінарної майстерності за перемогу та головний приз» [37]. Варто згадати думку А. Юсипович щодо поєднання розваг та кулінарії у гастрономічних шоу: «Готуємо, розважаючись – легко, ненав’язливо, а якщо разом із зіркою у головній ролі, коли запрошують до себе інших зірок, як у “Смачній країні” з Олександром Пономарьовим, то стабільні та високі рейтинги забезпечено» [79]. Американська дослідниця К. Матвік також відносить кулінарні шоу до сегменту розважальних програм: «кулінарні шоу – це формат розважальної програми, яка дає інструкцію з приготування їжі, але водночас такі шоу є вираженням, презентацією і репрезентацією гастрономічної культури» [85].

Кулінарне шоу до нових розважальних жанрів відносить і С. Тагамлик, аналізуючи явище праймінгу у таких програмах. На його думку, гастрономічні проекти «максимально повно використовують образ домашньої повсякденності, в якій приготування їжі (традиційно дуже інтимний культурний акт, якому притаманне підвищене семіотичне значення) займає особливе місце» [67]. Схожу тезу висуває і Л. Лемещук, яка досліджувала найретинговіші українські кулінарні проекти. Вона зауважує, що кулінарні шоу, які відносяться до розважальних програм, «мають у своїй основі чіткий сценарій, у якому заздалегідь прописано практично всі репліки, ходи. <...> Загалом, в основу шоу покладено акцент на психологічних взаєминах учасників» [34]. Про ретельну підготовку кожного кулінарного проекту вказує і Т. Захарс. Досліджуючи іміджеве наповнення портфеля кулінарних шоу, значну увагу режисери приділяють «розробці драматургічних ходів, стилю зйомки та монтажу, колористичних вирішень, звукового оформлення тощо», завдяки чому досягають «екранної “легкості”» [13].

Заслугове на дослідницьку увагу підхід учених С. Сивопляс та Є. Голоусова, які вивчали кулінарні програми у контексті кулінарної або food-журналістики. Ми погоджуємося з їхньою думкою, що кулінарні програми зазнають глобальних змін і трансформацій, унаслідок чого відходять від простого формату приготування їжі біля плити та розповіді нових рецептів. Як вважають

вчені, сучасні кулінарні програми – це «лаконічний аналіз різноманітних тенденцій у кулінарній культурі і детальний аналіз окремих моментів» [60].

Варто виокремити погляди науковців, які розглядають кулінарне шоу у якості медіатексту. Так, Е. Шестакова подає таке визначення кулінарного шоу: «це медіатекст, журналістські витoki якого знаходяться у кулінарних рецептах і рубриках газетно-журнальної періодики» [77]. Водночас вона зазначає, що такий медіатекст у кулінарному шоу «вдало, природно, еволюційним шляхом зазнає і реалізує трансформації, викликані в медійному просторі загальнокультурними зламами, змінами». Аналізуючи функції, природу та сутність медіатекстів кулінарних шоу, дослідниця підсумовує, що майже всі шоу гастрономічної тематики є однотипними, оскільки використовують однакові прийоми та елементи художньої публіцистики й телевізійної документалістики, серіалів і театральної культури. На думку Е. Шестакової, ключовими образами кулінарного медіатексту є ведучий (або ведучі), гравці-персонажі і меню, страви як репрезентації норм і моделей гастрономічної культури [77].

Кулінарна глобалізація у медіатекстах як окрема частина загальної культурної глобалізації стала предметом наукових спостережень Т. Тарасенко. Вона виявила, що ця тема наразі є однією з найпопулярніших на телебаченні, оскільки сприяє вирішенню таких глобальних проблем як збереження етнокухні, національних традицій, розвитку національного гастротуризму [68]. Незважаючи на те, що об'єктом вивчення є російська кухня, цей досвід актуальний і в сегменті української гастрономічної культури. Як приклад можна згадати, що туристичний тур у Полтаву поєднується з дегустацією галушок, гастрономічними символами Львова вже стали кава та пляцки, для Києва – котлета «По-київськи», а для Ужгорода – банош і бограч.

Продовження досліджень у цьому напрямку можна знайти у роботах Н. Ахметьянкової, яка проаналізувала вплив регіональних кулінарних проєктів на формування гастрономічних вподобань і традицій. На думку дослідниці, такі

телевізійні програми нерозривно пов'язані з гастрономічною культурою, впливом на її формування та розвиток [5].

На нашу думку, заслуговують на увагу дослідження телепрограм гастрономічної тематики щодо досягнень освітньої та просвітницької функцій. Як зазначають науковці Г. Іванова, О. Кольман та Н. Шудраков у наукових розробках, більшість кулінарних програм мають риси, що сприяють набуттю певних кулінарних навичок, зокрема таких:

- «1. Чи надані глядачам рецепти страв;
2. Чи показаний повний процес приготування страв;
3. Чи є перелік необхідних інгредієнтів;
4. Чи вказані необхідні для приготування посуд та обладнання;
5. Чи показані сучасні та цікаві способи сервірування страв;
6. Чи були рецепти заготовлені учасниками заздалегідь, або вигадані раптово;
7. Чи показані будь-які обмеження в часі приготування страв;
8. Учасниками шоу є професійні кухарі або ж представники інших професій» [23].

Якщо ж проаналізувати суто українські кулінарні телевізійні проекти на предмет наявності таких рис, то результати можна узагальнити у такому табличному вигляді (по двох функціях) по кожній програмі:

*Таблиця 1.1.1*

Порівняння українських кулінарних програм за критеріями освітніх функцій (частина 1)

<b>Кри- терій</b>	<b>«МайстерШеф» («СТБ»):</b>	<b>«Їмо за 100» («1+1»)</b>	<b>«Правила сніданку» («1+1»)</b>	<b>«Прокинься з Ектором» («СТБ»)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Завжди є повний перелік рецептів.	Так, у цих проектах детально та покроково надають глядачам рецепти страв.		
2	Не завжди.	Так, у зазначених проектах показують повний процес приготування.		
3	Не у всіх рецептах.	Так.		



1	2	3	4	5
4	Не у всіх рецептах.	Так.		
5	Так, члени журі постійно навчають учасників новим способам сервірування	Ні, глядачам не показують процес сервірування, лише кінцевий результат, але інколи ведучий може дати декілька порад з подачі страв.	Ні, гості на власний розсуд сервірують страви, не коментуючи процес.	У кожному випуску по-різному: деколи ведучий покроково пояснює презентацію, а інколи прикрашає на власний розсуд без пояснень.
6	Зазвичай вигадані раптово, лише у деяких конкурсах (на кастингу та суперфіналі) учасники вигадують рецепт заздалегідь	Так.		
7	Так, до того ж є обмеження саме у змаганнях, які не залежать від самого часу приготування страви.	Ні.		
8	Учасники шоу кухарі-аматори	Ведучий проекту непрофесійний кухар.	Ведучий проекту професійний шеф-кухар.	У програмі представлений тандем ведучих: професійного шеф-кухаря і телеведучого.

Таблиця 1.1.1

Порівняння українських кулінарних програм за критеріями освітніх функцій (частина 2)

Кри терій	«Готуємо разом», («Інтер»)	«Свекруха чи невістка» («Україна»)	«Енеїда» («UA: Перший»)	«Страва честі» («СТБ»)
1	2	3	4	5
1	Так, у цих проектах детально та покроково надають глядачам рецепти страв.			
2	Так, у зазначених проектах показують повний процес приготування.			
3	Так.			
4	Так	Не у всіх рецептах.		Так.
5	Зазвичай кухар показує покроково етап презентації.	Ні, учасниці на власний розсуд сервірують страви, зазвичай, «по-домашньому».	Ведучий значну увагу приділяє сучасній та модній презентації.	Зазвичай кухар показує презентації страв, але часто не коментує їх.
1	2	3	4	5
6	Зазвичай вигадані	Так.		

	раптово, лише на кастингу та суперфіналі учасники вигадують рецепт заздалегідь.			
7	Так, до того ж є обмеження саме у змаганнях, які не залежать від самого часу приготування страви.	Ні.		
8	Учасники шоу кухарі-аматори	Ведучий проекту непрофесійний кухар.	Ведучий проекту професійний шеф-кухар.	У програмі представлений тандем ведучих: професійного шеф-кухаря і телеведучого.

Майже у кожній програмі, які зараз виходять в ефірі українських телеканалів, глядачі можуть дізнатися повні рецепти страв із детальним описом усіх процесів. Виняток – проект «МайстерШеф» («СТБ»), оскільки формат програми (кулінарне реаліті-шоу) передбачає зміщення акцентів із кулінарії на показ змагань та особистих взаємин учасників. Також в українських проектах часто ведучими та кухарями виступають непрофесіонали, а відомі медійні особистості (Руслан Сенічкін, Олексій Душка, Андрій Доманський, Григорій Герман). Зауважимо також, що недостатньо уваги приділяється сервіруванню страви: лише у двох проектах повністю витримано цей критерій.

На нашу думку, заслуговують на увагу не лише наукові підходи щодо тлумачення й виокремлення характерних особливостей кулінарних програм і шоу, а й погляди журналістів із приводу трансформації програм кулінарної тематики на українському телебаченні.

Медіакритики не оминули своєю увагою період 2011–2012 рр., на який припав «сплеск» кулінарних шоу на телеекранах. Зокрема, журналісти К. Іванова, І. Прядко та К. Бердинських досліджували перші кулінарні шоу на українських телеканалах, зокрема такі: «Пекельна кухня» («1+1», 2011–2013 рр.), «Смачна

ліга» («Інтер», 2011 р.) і «Життя на смак» («Україна», 2011 р.). Звичайні кулінарні «камерні» програми з «ведучими-селебріті, які готують на затишній домашній кухні» відходять на другий план, поступаючись місцем саме кулінарним шоу, в яких важливим є «антураж і динаміку процесу». На їхню думку, такі шоу на гастрономічну тематику є «безпрограшним варіантом для підвищення рейтингів і залучення рекламодавців» [6]. Кулінарні проекти також стають вдалим майданчиком для спонсорства – добровільної матеріальної, фінансової, організаційної та іншої підтримки з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знаку для товарів і послуг [54]. Технології та результати використання прийомів спонсорингу у гастрономічних проектах телеканалу «СТБ» дослідили Н. Санакоєва та М. Закарлюка. У науковій розвідці «Спонсорство як рекламно-комунікативна технологія в медіахолдингу StarlightMedia» вони простежили успішність інтеграції торгової марки Kenwood (виробник кухонних машин) у проект «МайстерШеф», зокрема співпрацю із Е. Х. Браво. Результатами співпраці стали асоціації брэнда з «кухонною машиною “МайстерШеф”» та «кухонною машиною, як у Ектора» [57].

Сьогодні кулінарні шоу стають видовищними, дорогими, праймовими проектами, з елементами реаліті, перформенсу і талант-шоу [6]. На думку екс-генерального директора телеканалу «ТЕТ» І. Костюк, кулінарні шоу трансформуються далі вже у масштабні телепостановки: «Коли кухарка – це вже не просто тітка у фартуху чи дядя у ковпаку, які возяться на студійній кухні. Це коли величезна студія, багато народу, багато пафосу, акценти на харизмі головного героя, загалом – шоу в буквальному смислі цього слова» [9]. До того ж, кулінарні проекти зникають зі слотів ранкового часу і починають займати прайм-тайм українських телеканалів [6]. Першим таким кулінарним шоу у вечірньому прайм-таймі став апробований закордонний формат – «Пекельна кухня» на телеканалі «1+1», яка стартувала у квітні 2011 р. (час трансляції: 20:00–22:00).

Перший сезон завершився з високими рейтингами: середня частка епізодів складала 17,83% (аудиторія віком 18–54, вся Україна) [72].

Кулінарний проект «МайстерШеф», перший епізод якого вийшов в ефір у серпні 2011 р. на телеканалі «СТБ», також отримав високі рейтинги у вечірньому прайм-таймі. Середня частка випусків першого сезону склала 12% (аудиторія віком 18–54, вся Україна) [72]. Із кожним сезоном рейтинги цього проекту зростали: супер-фінал проекту сьомого сезону отримав 26,5% частку аудиторії віком 18–54 по всій Україні і став другою за рейтингом телепрограмою грудня 2017 р. Наразі проект значно втратив свої рейтингові позиції: випуски дев'ятого сезону не потрапили у топ–50 програм у жодній групі аудиторій.

За нашими спостереженнями, у ранковому ефірі багатьох телеканалів є кулінарні рубрики. Студія «Сніданку з 1+1» умовно поділена на три зони, серед яких є і кулінарна. Її «очолоє» Руслан Сенічкін, який є незмінним ведучим кулінарних рубрик і програм уже більше п'яти років. Також, зауважимо, що ведучий випустив три авторські кулінарні збірки.

Кулінарна тематика в українському телепросторі наразі виглядає так: «СТБ» щонеділі о 10:00 транслює ранкову кулінарну програму «Прокинься з Ектором» (ведучий Ектор Хіменес Браво), канал «Україна» з понеділка по четвер об 11:00 показує шоу «Свекруха чи невістка». Щосуботи о 10:00 на телеканалі «Інтер» у програмі «Готуємо разом. Випічка» та щонеділі о 9:00 («Готуємо разом») телеведучий Андрій Доманський і шеф-кухар Андрій Дромов діляться із глядачами новими ексклюзивними кулінарними рецептами. Ведучий програми «Їмо за 100» на «1+1» Олексій Душка щосуботи о 10:00 разом із зірковими гостями готує бюджетні страви, собівартість яких не перевищує 100 гривень.

Крізь призму теоретико-наукового підґрунтя Ю. Фінклер аналізує випуски телепроекту «МайстерШеф». Дослідник дійшов висновку, що жанр кулінарного шоу трансформується і гастрономічна тематика у таких програмах відходить на другий план. Він вважає, що увага зосереджується на психології людських

взаємин, акцент із приготування їжі зміщується на «драйв по людських почуттях та емоціях, які часто опиняються на узбіччі гуманних взаємин» [74]. Схожу тезу про зміщення кулінарної тематики як провідної з гастрономічних програм висуває Н. Зарубіна, яка вважає, що «кулінарні програми на телебаченні набувають форми пізнавальних бесід із зірками, у яких сама кулінарія залишається фоном, пізнавальних передач, у яких місцева їжа стає частиною сюжету» [22].

Сьогодні на телебаченні спостерігається тенденція активного залучення аудиторії до співучасті у програмах, у тому числі і кулінарних. Це підтверджують думки Ю. Єлісовенка та А. Полісученко. Дослідники визначають «кулінарне шоу» як новий приклад інтерактивного телевізійного контенту, адже аудиторія може дізнатися рецепт за допомогою пульта дистанційного управління або отримати його на електронну пошту, чи у соціальних мережах. Окрім цього, завдяки новітнім технологіям глядач може надіслати власні рецепти страв [20]. Телеведучий К. Грубич називає інтерактивність однією з головних характерних рис кулінарних шоу, які «за своєю природою передбачають активну участь <...> телеглядачів у самому процесі створення передач: від пропозиції щодо вибору тих чи інших страв для приготування до особистої участі представника глядацької аудиторії в процесі приготування страв» [16].

Необхідно виокремити підхід до розуміння кулінарних програм і шоу, який сформували закордонні вчені. Вони вважають, що історія кулінарних програм і шоу почалася навіть ще до появи телебачення, бо перші передачі на гастрономічну тематику з'явилися на радіо. Дослідниця Т. Орен вивчає еволюцію кулінарного телебачення США, зокрема і жанрів програм гастрономічної тематики. На її думку, спочатку кулінарні програми були простою інструкцією з приготування їжі на звичайній кухні з ведучим, який пояснював процес приготування страви і звертався безпосередньо до глядача. На початку 2000-х рр. з'являються вже саме кулінарні шоу-змагання між кухарями. У таких проектах повністю змінюється логічна структура: головне питання шоу відтепер не «Що він готує?», а «Чи

досягне він успіху? Хто переможе у змаганні?». Такий формат кулінарної програми відходить від приготування їжі на кухні, від завчасно спланованого сценарію, у якому чітко прописані всі кадри та текст ведучого. У кулінарних шоу застосовується технологія конкуренції між кухарями, робиться акцент на конфліктах між учасниками і суддями [87].

Американська дослідниця К. Коллінс вважає, що на ранньому і середньому етапі свого розвитку кулінарні шоу були рецептними інструкціями, а вже на сучасному періоді розвитку такі шоу виходять за межі студії. Цікавим є факт, що на початку у ролі ведучих кулінарних програм були лише жінки, а вже пізніше на екранах гастрономічних шоу з'являються чоловіки шеф-кухарі [83]. В українських програмах кулінарної тематики, навпаки, панівна більшість ведучих є чоловіки, наприклад: К. Грубич, Р. Сенічкін, А. Доманський, О. Душка, А. Дромов, Г. Герман, у тому числі у програмі «МайстерШеф», суддями якої є Е. Х. Браво, В. Ярославський, у минулих сезонах були М. Тищенко, Д. Горовенко і С. Калінін.

Новим форматом вважає гастрономічний проект «МайстерШеф» науковець Р. Аппельбаум. Він стверджує, що такі кулінарні шоу варто інтерпретувати як нову телевізійну реальність, які створюють власну трансреальність. Дослідник відзначає нові риси таких видовищ, серед яких: висока якість медійного продукту загалом, гармонійне поєднання змагання і кулінарії, взаємодія між суддями та учасниками, створення ефекту залучення аудиторії у приготування їжі [82].

Отже, проаналізувавши наукові, журналістські й медіакритичні матеріали ми дійшли до висновку, що доцільним є виокремлення декількох підходів до визначення суті, поєднання та характерних особливостей кулінарної програми та кулінарного шоу. То ж ми вважаємо, що «кулінарна програма» – це аудіовізуальний твір, провідною тематикою якого є гастрономічна. Такі програми розподіляються на декілька видів. Натомість «кулінарне шоу» – новий жанр програм гастрономічної тематики, який має низку характерних особливостей, а

саме видовищність, елементи реаліті-шоу та змагальності, зміщення акцентів з приготування їжі на показ взаємин між учасниками.

## **1.2 Технології створення програм кулінарної тематики та класифікація гастрономічних телепроектів**

Для створення якісного телевізійного продукту кулінарної тематики необхідно цілий арсенал комунікаційних технологій. На жаль, ця тема й досі залишається малодослідженою у сучасному журналістикознавстві, хоча без визначення й характеристики технологій виробництва гастрономічних телепроектів неможливе їх подальше дослідження.

У першому підрозділі нашої магістерської роботи вже були згадані й описані деякі технології, але у якості характерних рис програм гастрономічної тематики (введення елементів навчання, інтерактивність, чітка побудова драматургії шоу за визначеним сценарієм). Уперше систематизував і описав ці технології у своєму дисертаційному дослідженні практикуючий журналіст К. Грубич [15]. На його думку, наразі використовується 11 комунікаційних технологій при створенні сучасних гастрономічних телепроектів, зокрема такі:

1) технологія створення образу кухні, «домашності», інтимності сприйняття – цей прийом, здебільшого, був притаманний для найпростіших кулінарних проєктів, у яких ведучий демонстрував приготування страви на кухні. Про цей прийом згадують й інші дослідники обраної тематики, зокрема і С. Тагамлик: «передачі подібного жанру максимально повно використовують образ домашньої повсякденності, в якій приготування їжі (традиційно дуже інтимний культурний акт, якому притаманне підвищене семіотичне значення) займає особливе місце» [67].

Дозволимо собі зауважити, що наразі така технологія не підходить саме для кулінарних шоу, яким притаманні риси ігрових та реаліті-проєктів, однак вона ще

використовується у деяких українських гастрономічних проектах («Готуємо разом», «Їмо за 100», «Прокинься з Ектором»).

2) технологія введення харизматичних ведучих використовується у будь-якому проекті гастрономічної тематики. До того ж, часто ведучими кулінарних програм стають непрофесійні кухарі – А. Доманський, Р. Сенічкін, О. Душка. На нашу думку, найяскравішим прикладом використання цього прийому є шоу «Пекельна кухня» з Арамом Мнацакановим. Як зауважує Т. Захарс, досліджуючи різні типи ведучих розважальних телепрограм, зокрема і кулінарних, А. Мнацаканов виглядає на екрані «брутально, зухвало, агресивно», але водночас у його іміджі «продовжується залишатися образ наставника, гуру кулінарії» [13]. Щодо світового досвіду, то варто згадати відомих шеф-кухарів Гордона Рамзі та Джеймі Олівера, які є ведучими кількох найуспішніших кулінарних проектів.

Варто зауважити, що дослідники виділяють декілька типів ведучих у проектах гастрономічної тематики. Найпоширеніший – експерт у галузі кулінарії. А. Трегуб пропонує розмежовувати такий сюжетний образи на два типи: профільний експерт у ролі ведучого (експерт-ведучий) та професійний ведучий у ролі експерта (ведучий-експерт) [73]. Наприклад, експерти-ведучі представлені у шоу «МайстерШеф» (Ектор Хіменес Браво, Володимир Ярославський, Єлизавета Глінська), «Енеїда» (Євген Клопотенко), «Страва честі» (Юрій Ковриженко), а ведучі-експерти – «Польова кухня» (Костянтин Грубич), кулінарна рубрика «Сніданок з 1+1» (Руслан Сенічкін), «Їмо за 100» (Олексій Душка), «Свекруха чи невістка», кулінарна рубрика «Ранок з Україною» (Григорій Герман).

3) використання праймінгу. Цей термін відносно новий і вперше згадується у 30-ті р. ХХ ст. як один із засобів маніпулювання свідомістю та думками суспільства, що має за мету має за мету «“м’яке” втручання у свідомість, закладення тих директив, які потрібні для прийняття певних рішень» [67]. Хоча К. Грубич у своїй класифікації пропонує розглядати праймінг як введення у шоу обміну навичками, називаючи це «соціальним навчанням». Цей процес у



кулінарних шоу науковець описує так: «увагу людини треба спочатку привернути яким-небудь прикладом у ЗМІ. <...> Далі людина повинна запам'ятати модель поведінки і почати про неї думати (“когнітивне програвання”). Врешті вона повинна володіти когнітивними властивостями та мотивацією, необхідними для виконання певних дій. Мотивація спирається на внутрішнє або зовнішнє підкріплення того чи іншого роду, що підштовхує людину для здійснення цих дій» [15]. Якщо розглядати все ж таки праймінг як засіб впливу на свідомість глядачів, то С. Тагамлик у своєму дослідженні зауважує, що маніпулювання у гастрономічних проектах здійснюється за допомогою певних образів, які несуть в собі культурну пам'ять, найважливішим з яких називає образ кухні.

4) технологія зрозумілого глядачам телевізійного дискурсу, використання інтонації – під цим засобом автор дисертаційного дослідження «Комунікаційні технології телепрезентації української кухні» [15] пропонує розглядати телевізійну мову. Варто погодитися з його тезою про те, що кулінарні програми мають послуговуватися «живою» мовою, яка була б зрозуміла простим глядачам.

5) технологія застосування наочності показу. Кулінарне шоу не може існувати без показу приготування страв, на чому наголошують усі дослідники. Для реалізації цієї технології режисери гастрономічних проектів використовують багатокамерну зйомку, вкладають кошти у найкращу знімальну апаратуру, яка допомагає створити якісне зображення й детальну картину приготування страв.

6) запровадження конвергентності контенту. Медіаконвергенцію у сучасному журналістикознавстві визначають як «змішення виробництва медіапродукції різних форматів внаслідок єдиної технологічної платформи, спільних організаційних засад» [76]. У гастрономічних проектах конвергентність реалізується таким чином: «глядач кулінарної програми може побачити її або дізнатися про її зміст не лише у момент трансляції ефірного сигналу, а будь-коли на будь-якій платформі – в інтернеті, у друкованому ЗМІ, або навіть у 15-секундних роликах в Instagram» [15]. Завдяки такому відтворенню однієї тієї ж

інформації на різних платформах, глядач самостійно обирає зручний спосіб та час для перегляду контенту.

7) надання можливості вивчати традиції кулінарії різних народів. Така технологія переважно застосовується у програм із тревел тематикою. Вивченню кулінарних звичаїв присвячені як окремі проекти («Світ на смак»), так і рубрики в інших програмах. Також ця технологія на телебаченні нерозривно пов'язана з освітньою функцією гастрономічних проектів.

8) технологія сучасного опанування національної культурної спадщини. К. Грубич називає цю технологію «однією з найголовніших у процесі телепрезентації української кухні» [15]. Варто зауважити, що цей прийом набуває популярності в українських телепередачах, зокрема у таких програмах «Енеїда», «Страва честі» ця технологія є головною й взята за основу створення проектів.

9) можливість отримати нові знання у царині кулінарії. Як ми вже зазначали, гастрономічні проекти сприяють опануванню нових знань та навичок. На нашу думку, досліджувані проекти можуть бути корисними не тільки пересічним глядачам, а й професійним кухарям. Зокрема, в українському телепросторі з'являються програми цільовою аудиторією яких є саме професіонали, наприклад: «Пекельна кухня», «МайстерШеф. Професіонали».

10) інтерактивність (тобто залучення глядачів до створення програми) у гастрономічних телепроектах це проявляється у таких напрямках:

- пропозиція власних рецептів глядачами та їх приготування ведучими («Енеїда», «Страва честі»);
- голосування за кухарів в ігрових телепроектах;
- запрошення телевізійної групи до себе додому («Страва честі»);
- залучення глядачів як героїв чи експертів рубрики;
- взаємодія ведучих і глядацької зали (якщо вона є у студії);
- формування майбутніх телезірок із числа звичайних глядачів (реалізовується у кулінарних талант-шоу) [15].

11) дотримання темпоритму й динамічної режисури. Як і у будь-якому іншому телевізійному продукті, режисеру гастрономічних проєктів потрібно правильно визначити формат програми, технології та прийоми її створення, дотримуватися визначеного сценарію та концепції. К. Грубич, враховуючи чималий власний телевізійний досвід роботи, наголошує на таких двох важливих режисерських завданнях під час створення кулінарних шоу: створити довірливі відносини між ведучим, учасниками і глядачами, а також обрати правильну динаміку й темпоритм програми, щоб глядачі встигали зрозуміти технології приготування страв без обтяження інформацією. До того ж, темпоритм визначається і часом виходу проєкту в ефір, і загальним хронометражем, і динамічністю роботи ведучого, і відповідним відеорядом.

Беручи за основу вказані технології створення гастрономічних проєктів, українські й закордонні науковці розробили декілька класифікацій кулінарних програм, які варто розглянути у нашому дослідженні. Одним із перших, ще 1998 р., таку типологію представив британський дослідник Н. Стрейндж. Він виокремив та описав чотири види гастрономічних програм, а саме: кулінарно-навчальні, авторські, тревел з елементами навчання та навчання кулінарії з нуля [89]. То ж:

1) кулінарно-навчальні (процес приготування страв на екрані показується повністю, з усіма деталями). У таких програмах ведучий виступає експертом і знавцем рецепту, він веде бесіду з запрошеним гостем, який часто є «учнем»);

2) авторські (вся концепція телепрограми будується навколо особистості власне ведучого-автора);

3) тревел з елементами навчання (у телепрограмі є моменти з подорожжю у країну, з якої походить страва). У таких проєктах тревел тематика є важливим і невід'ємним елементом сюжету;

4) навчання кулінарії з нуля (у цьому форматі телеглядачам показують весь процес приготування: від необроблених продуктів – до моменту подачі страви).

Найповнішу класифікацію кулінарних шоу подає К. Грубич, виокремлюючи при цьому «три основні класи кулінарних форматів, або три основні класи соціально-комунікаційних технологій структурування контенту кулінарних шоу:

- соціально-комунікаційні технології структурування контенту кулінарних шоу ретрансляції приготування страв;
- розважальні соціально-комунікаційні технології структурування контенту кулінарних шоу;
- синтетичні (змішані) соціально-комунікаційні технології структурування контенту кулінарних шоу» [15].

Кожна із цих технологій має ще підвиди. Соціально-комунікаційні технології ретрансляції приготування страв, на думку дослідника, розділяються на майстер-класи від професіоналів або відомих медійних особистостей, а також «відео-уроки без ведучого» [15]. В основі майстер класу – метод наочного навчання, демонстрації та набуття навичок від фахівця. Відеоурок же можна охарактеризувати як «візуальний інструмент демонстрації будь-якого процесу (на екрані демонструються картинки, рисунки, графіки по темі, звучить голос із колонок або навушників) із можливістю багаторазового перегляду та прослуховування, повторення найбільш складних моментів теми» [71].

Серед розважальних програм К. Грубич виділяє ще такі: «шоу-змагання або гра, кулінарні подорожі (через їжу глядача знайомлять із географією, звичаями різних регіонів та країн), ток-шоу (під час приготування та подальшої дегустації страв ведеться розмова ведучого із запрошеною цікавою особистістю), шоу для цільової аудиторії (діти, мисливці, холостяки, незаміжні дівчата тощо)» [15].

До останньої категорії науковець відносить телепрограми, у яких поєднуються різні формати, та соціальні гастрономічні проекти, головна мета яких «зміна ставлення суспільства до питання харчування, можливість навіть революційних перетворень у сфері їжі» [15]. Як зазначає журналіст, таких програм на українському телебаченні ще немає.

На думку дослідниці К. Абелян, кулінарні програми можна розподілити на такі типи:

- кулінарні реаліті-шоу;
- майстер-класи, у яких беруть участь відомі особистості;
- традиційні кулінарні програми з елементами світських бесід;
- кулінарні змагання;
- новий жанр, «який спрямований на те, щоб навчити телеглядачів оцінити якість продуктів і послуг у закладах громадського харчування»;
- новий формат як виявлення гастрономічного туризму: поєднання тревел і кулінарного шоу [2].

На дві основні групи пропонує класифікувати кулінарні телепрограми Л. Лемешук. На її погляд, узагальнивши характерні особливості українських гастрономічних проєктів, програми такої тематики варто поділити на шоу-змагання і тележурнали про їжу. До першого типу Л. Лемешук відносить проєкти «МайстерШеф» («СТБ») та «Пекельна кухня» («1+1»), а до іншого – програми «Готуємо разом» («Інтер») і «Все буде смачно» («СТБ»). Дослідниця зазначає, що шоу-змаганням притаманні окремі прийоми реаліті-шоу, серед яких такі: «серіальне сприйняття, звичайні люди стають зірками, ефект підглядання, ефект вболівання та створення героїв та антигероїв» [34]. А тележурнал про їжу характеризує так: «за своїм наповненням більше схожий на перші кулінарні програми, має просвітницько-розважальний характер» [34].

Досліджуючи історію виникнення шоу на британському телебаченні, Ю. Щербина визначає такі види кулінарних програм: кулінарне шоу, документальні серіали та кулінарне реаліті-шоу, яке «вирізняється високим “накалом” пристрастей та драматизацією сюжету» [78].

Натомість вчений Ч. Кетчум вважає за необхідний такий поділ кулінарних програм, як от: традиційні інструкції з приготування їжі у домашньому стилі, індивідуальні кулінарні програми про рецепти, програми, в яких поєднується

трел-журналістика і гастрономічна тематика, і «авангардні передачі». Під останніми автор розуміє всі інші нові види кулінарних телепрограм [84].

Подібну типологію підтримує К. Матвік, яка розглядає класифікацію кулінарних програм у процесі трансформації форматів: «кулінарні шоу варіюються від змагань, реаліті-шоу та подорожей, до найтрадиційнішої форми приготування їжі з господарями, які розказують глядачам, як купувати, готувати та вживати їжу» [85]. Вона також зазначає і на появу нового терміну, яким можна позначати розважальні програми кулінарної тематики: «foodatainment», що дослівно перекладається як «розважальне харчування» [86]. Термін виник від поєднання англійських слів «food» (їжа) та «entertainment» (розвага). На нашу думку, таке поняття справді може виступати у сучасній науковій думці загальним терміном на позначення всіх кулінарних програм розважального характеру як, наприклад, до цього в ужиток увійшли терміни «англо-американської журналістики» – інфотейнмент (метод подавання новин, у якому поєднанні інформаційні та розважальні компоненти) та едьютейнмент (редакційна практика, спрямована на здійснення гасла «освіта через розважання») [21].

Іншу класифікацію пропонує дослідниця І. де Сольєр, яка виокремлює такі види кулінарних проектів: «кулінарні шоу, доку-мело, реаліті-шоу, ігрові шоу, мелодрами і шоу перетворень (це програми, схожі на проект «На ножах», про перетворення ресторанів у вдалі бізнес-проекти, формат створив британський кухар і телеведучий Гордон Рамзі)» [88].

Заслуговують на увагу думки І. Гаврилюк й А. Котенко, які вивчають гібридизацію жанрів і форматів українських телепрограм. Дослідниці виокремлюють новий формат дейтинг-шоу (це шоу, в основу якого покладено процес знайомства чоловіка та жінки, розвиток стосунків між ними): кулінарно-романтичне шоу «Смачне побачення» («Інтер», 2013 р.) як поєднання гастрономічної і любовної тематик [11].

Гастрономічна тематика широко представлена і у сегменті Youtube у вигляді влогів та тревелогів. Тревелог, або ж подорожній нарис, виник у літературі ще в епоху модернізму. Зі сторінок книг та газет цей жанр «перейняли» телевізійники, на думку О. Александрова, перетворивши його в один із найпопулярніших форматів – «багатофункціонального, складного за своїм змістом тревел-контенту» [3]. Варто зауважити, що деякі дослідники вже досліджують такі політематичні тревелоги. Зокрема дослідниця А. Яшина виділяє новий формат кулінарних програм, який з'явився саме на Youtube, але вже адаптований на телебаченні – це «шоу без ведучого у кадрі». У своїй праці щодо маркетингових аспектів вона так описує цей новий тип кулінарних проєктів: «під приємну музику, використовуючи загальні і крупні плани саме процесу готування, автори створюють свої страви зі спонсорських продуктів. Відеоролики виходять красивими, соковитими, вони мають здатність передавати запахи і смаки тільки візуально, без мовного, але з текстовим супроводом» [81].

Особливості й характерні ознаки поєднання подорожньої та гастрономічної тем в одному шоу, зокрема у тревелогах, детально аналізує Ю. Булдакова у своїх працях [7]. На нашу думку, кулінарний тревелог також можна віднести до одного з нових форматів програм гастрономічної теми.

Варто зазначити думки ще журналістикознавців, які відносять до програм кулінарного типу соціальні проєкти «інспекції їжі» [59]. Першою такою передачею на українських телеканалах була «Знак якості» із К. Грубичем, що виходила в ефір із 2009 по 2012 р. на «Інтері» [59]. Сьогодні до цього типу програм відноситься «Ревізор» (в ефірі з 2011 р., «Новий канал»), «Ревізор. Магази́ни» (виходить із 2017 р. на «Новому каналі») та «Інспектор. Міста» (з 2014 р. на телеканалі «1+1»). На нашу думку, кулінарна тематика у телепроєктах такого типу не є провідною, тому не варто відносити ці програми до гастрономічних передач.

Використовуючи методи систематизації та узагальнення, класифікуємо українські телепрограми (які зараз виходять в ефірі телеканалів) за загальними ознаками, про які ми зазначили вище.

Таблиця 1.2

## Класифікація кулінарних програм на українських телеканалах

Класифікація	Автор	Телепрограма	Телеканал	Час виходу
Майстер-клас від професіонала	К. Грубич	«Готуємо разом», «Готуємо разом. Випічка» з Андрієм Доманським і Андрієм Дромовим	«Інтер»	3 2014 р.; Щосуботи о 10:00, щонеділі, 9:00
Майстер-клас відомої, медійної особистості (непрофесіонала)	К. Грубич	Кулінарна рубрика «Сніданку з 1+1» з Русланом Сенічкіним	«1+1»	3 2012 р.; по будням, 7:00
		Кулінарна рубрика «Ранок з Україною» з Григорієм Германом	«Україна»	3 2018 р.; по будням, 6:30
Шоу-змагання	К. Грубич	«МайстерШеф»	«СТБ»	3 2011 р.; вівторок і середа, 20:00
		«Свекруха чи невістка»	«Україна»	3 2017 р.; з понеділка по четвер, 11:00
Ток-шоу	К. Грубич	«Їмо за 100»	«1+1»	3 2018 р.; у суботу о 10:00
		«Прокинься з Ектором»	«СТБ»	3 2019 р.; у неділю о 10:00
Поєднання тревел і кулінарного шоу	К. Абелян	«Страва честі»	«СТБ»	3 2019 р.

Отже, у сучасній науковій думці виокремлюють 11 основних комунікаційних технологій для створення якісного й успішного телевізійного гастрономічного проекту. Варто зауважити, що дослідники виокремлюють різноманітні класифікації типів кулінарних програм, у залежності від різних



факторів і використаних у них комунікаційних технологій створення гастрономічних проектів. Наразі у сегменті кулінарних програм українського телебачення представлені основні п'ять форматів гастрономічних проектів.

### **1.3 Історія появи кулінарних проектів на телебаченні**

Гастрономічна журналістика бере свій початок із перших публікацій рецептів у газетах ще у ХІХ ст. На телеекранах найпростіші кулінарні проекти з'являються у 30-х р. минулого сторіччя. Першою такою телепередачею дослідники вважають шоу «У кухаря вихідний» («Cook's Night Out»). Вона вийшла в ефір британського мовника «ВВС» 21 січня 1937 р. Ведучим проекту був французький кухар та автор кулінарних книг Марсель Булестен, який розповідав секрети приготування страв національної кухні. Програма транслювалася в ефірі два роки.

В інших європейських країнах та у США перші кулінарні програми виходять у 1930-х р. [83], тематично подібні проекти з'являються в Україні лише у другій половині 90-х рр. Першою такою програмою була «Шоу самотнього холостяка» з Богданом Бенюком на телеканалі «УТ-1», що виходила з 1995 по 2002 р. [19]. 1997 р. на телеканалі «Інтер» стартувала легендарна кулінарна передача «Смачно з Борисом Бурдою». Програма виходила в ефір дев'ять років і здобула популярність у глядачів країн колишнього СНД [44].

Поступово гастрономічні рубрики з'являються у ранкових телепрограмах. Перша така рубрика виходить у ранковому шоу «Сніданок з 1+1» у 1999 р., яку протягом двох років вів академік і філософ Мирослав Попович [15].

У 2005 р. на телеканалі «1+1» виходить в ефір програма «Смачна країна» з ведучим Олександром Пономарьовим і кореспондентом Костянтином Грубичем. До середини 2007 р. формат програми був змішаним: «Смачна країна» поєднувала у собі кулінарні подорожі (з Костянтином Грубичем) та елементи ток-шоу від

Олександра Пономарьова та його зіркових гостей [15]. На нашу думку, цей проект можна назвати першим політематичним гастрономічним проектом на українському телебаченні, адже у програмі вдало реалізовувалася концепція «подорожньої кулінарії» – класичного поєднання тревел і гастрономічної теми. З 2008 р. «Смачна країна» стає кулінарними змаганнями із новим ведучим Анатолієм Борсюком [31]. У кожній програмі зірки шоу-бізнесу готували українські страви, які оцінювали професійне журі та глядачі.

2005 р. ведуча Даша Малахова створює авторську кулінарну програму «Кухня з Дашею Малаховою» на «Новому каналі». Наступного року телеведуча переходить на телеканал «Інтер», де очолює нову власну програму «Картата потата», яка транслюється в ефір до 2010 р. [15].

З 2007 р. в Україні розпочинає мовлення перший кулінарний телеканал «Меню-ТВ». Окрім ретрансляції зарубіжних програм, канал показує глядачам такі програми власного виробництва: «Кулінарний дует» із Віктором Павліком, «Выпечка на скорую руку» з Інною Дячок, «Кухня холостяка» з Ігорем Ларинім, «Феєрія мандрів» з Ігорем Захаренком, «Школа смачного життя» з Дашею Малаховою, «Поділися рецептом» з Анною Свиридовою. Проте, «Меню-ТВ» припинило мовлення 1 липня 2014 р. у зв'язку із падінням рейтингів [58].

Згодом українські телеканали починають успішні, про що свідчать високі рейтинги, адаптації закордонних форматів у сегмент кулінарних програм. Так проект «Смакуємо» з ведучим Юрієм Горбуновим (телеканал «1+1») на екранах з'являється у 2009 р. Формат програми був подібним до російської передачі «Смак», адже приготування страви зірки шоу-бізнесу поєднувалося із бесідами гостей і ведучого. 2013 р. телеканал перезапускає «Смакуємо» із новим ведучим – гумористом Степаном Казаніним [1].

На телевізійних каналах з'являються власне авторські кулінарні програми, серед яких «Шеф-кухар країни» з Михайлом Поплавським (стартує у 2009 р.), що

транслявався на «Першому національному» до 2014 р. Вже 2016 р. програму перезапустили на ТРК «Ера», але наступного року – закрили [30].

У 2011 р. в ефірі українських телеканалів виходить одразу декілька масштабних кулінарних шоу. Телеканал «1+1» придбав американський формат програми «Пекельна кухня», ведучими якої стали Арам Мнацаканов, Сергій Гусовський та Юлія Висоцька (1–2 сезони), Дар'я Цивіна (3 сезон). Усього вийшло три сезони проекту. На телеканалі «Україна» авторський проект «Життя на смак» випускала журналістка Ольга Герасим'юк. Телеканал «К1» починає виробництво власної кулінарної програми «Спеція» з ведучим Олександром Тесленком. У цьому ж році в ефірі «СТБ» виходить перший сезон шоу «МайстерШеф» – кулінарні змагання між кухарями-аматорами [33]. На сьогодні проект в ефірі вже має дев'ять сезонів.

2011 р. на телеканалі «Інтер» стартувала програма «Смачна ліга» з Анастасією Заворотнюк. У цій програмі зірки шоу-бізнесу під керівництвом шеф-кухарів готували національні страви різних країн світу, які оцінювали журі. В ефір вийшло два сезони цього проекту. Два роки на «Новому каналі» виходив проект «Кухня для двох». У програмі свекруха та невістка влаштовували кулінарні змагання на одній кухні за звання кращої господині. Телеканал «СіТі» (з 2012 р. – дитячий телеканал «ПлюсПлюс») у 2011 р. також почав транслювати власну гастрономічну програму під назвою «Українська модна кухня». У передачі шеф-кухари змагалися у приготуванні українських національних страв [33].

У цьому ж році в ефірі «Першого автомобільного» виходить політематичний проект «Автогурман», у якому поєдналися одразу три тематики: кулінарна, автомобільна і тревел [15]. Ведучий програми, ресторанный критик Валерій Поляков, подорожуючи Україною розкривав гастрономічне життя регіонів, надав оцінку автомобілям, на яких пересувався. 2013 р. телеканал запускає схожий проект «Мандрівка зі смаком» [51]. Географія гастротурів розширилася, а глядачі разом із ведучим Віталієм Максимовим «вивчали» смаки країн Європи.

Телеканал «2+2» 2012 р. розпочав показ програми «Ресторанний гід». Ведуча проекту Тетяна Костенко відкривала глядачам те, що відбувалося за лаштунками ресторанного бізнесу України [43].

Першою телепрограмою в українському ефірі, що поєднала кулінарну та політичну тематику, стала «Смак Європи» на телеканалі «ТВі» у 2012 р. [45]. Ведучий проекту – польський політик Павел Коваль запрошував політичних чи громадських діячів, із якими у процесі приготування класичних європейських страв обговорював важливі для суспільства питання. Автором формату проекту був генеральний директор телеканалу «ТВі» Микола Княжицький. Ведучий зауважив, що кулінарні страви мали бути «претекстом для розмови про важливі політичні справи, які стосуються України, Польщі, Європи, США. Тобто місць, де приймаються стратегічні рішення щодо майбутнього України» [45]. Не зважаючи на успіх серед глядачів, проект мав лише один сезон.

Кулінарну рубрику у «Сніданку з 1+1» 2012 р. «очолює» Руслан Сенічкін, який і до сьогодні є її незмінним ведучим [15]. 2016 р. на «1+1» виходить його авторське кулінарне шоу «Найкращий ресторан з Русланом Сенічкіним». У кожній програмі три ресторани змагалися за звання найкращого у власному місті [53].

Політематичний проект «Світ на смак» із Володимиром Оселедчиком виходив в ефір телеканалу «Україна» упродовж 2013–2014 рр. У програмі ведучий влаштовував світову кулінарну подорож, оцінюючи місцеву кухню [25].

Автентичну кулінарну програму «Народна кухня» у 2014 р. транслював «5 канал». Ведуча Тетяна Хлопук подорожувала найвіддаленішими куточками країнами, аби зібрати давні кулінарні рецепти [41].

2012–2013 р. на телеканалі «Україна» тривали кулінарні змагання «Найкращий кухар на селі». Гастрономічні шедеври сільських кухарів оцінювали експерти Діно Дал Борго та Лілія Либкіна [40]. Масштабний кулінарний проект «Великий пекарський турнір» виходив в ефірі «1+1» у 2013 р. Кондитери-аматори

змагалися у приготуванні солодоців за сертифікат на навчання у найпрестижнішій школі кулінарного мистецтва Le Cordon Bleu London [17].

Кулінарна рубрика з'явилася й у програмі «Все буде добре» на «СТБ», яка виходила з 2012 р. з ведучою Надією Матвеевою (з березня 2018 р. програма змінила формат, до Надії Матвеевої долучилися нові ведучі: Вікторія Зубрейчук, Анна Горбань, Лілія Кувалдіна; у травні продюсери шоу через низькі рейтинги вирішили повернутися до старого формату) [26]. 2014 р. вийшов в ефір окремий гастрономічний проект «Все буде смачно» [50]. Обидва проекти закрили 2018 р.

2013 р. телеканал «СТБ» запускає ще одну програму у форматі гастрономічних змагань під назвою «Кулінарна династія». У кожній програмі змагалися дві родини, чиї страви оцінювали ведучі шоу Дмитро Танкович й Ектор Хіменес Браво. В ефір вийшло два сезони цього проекту [32]. Цього ж року канал адаптує російський формат телевізійної програми «Звана вечеря», який виходив на українські екрани всього один сезон.

Програма «Війна світів. Ревізор проти Шефа» вийшла в ефір на «Новому каналі» 2013 р. Під керівництвом ведучих проекту – Ольги Фреймут і Арама Мнацаканова – професійні кухарі змагалися за приз у пів мільйона гривень [10].

Цього ж року нову кулінарну програму запускає «Інтер». «Летняя кухня с Дмитрием Шепелевым», «Осенняя кухня с Дмитрием Шепелевым» і третій сезон проекту – «Зимняя кухня с Дмитрием Шепелевым» виходили у форматі ток-шоу, під час яких ведучий розкривав особистість своїх гостей через спілкування із їхніми сім'ями, друзями та колегами [4].

Телеканал «1+1» у 2014 році адаптує ще один закордонний формат – шоу «На ножах» за американським форматом «Kitchen Nightmares» з Гордоном Рамзі телеканалу «Фох». Відомі експерти – шеф-кухар Арам Мнацаканов, телеведуча Ольга Фреймут і ресторатор Дмитро Борисов – упродовж трьох телевізійних сезонів «рятували» українські ресторани від банкрутства [24].

Одразу два гастрономічних проекти стартували на «Інтері» 2014 р. Ведучим обох програм «Сусід на обід» та «Готуємо разом» став Андрій Доманський [66]. «Сусід на обід» – це кулінарні змагання між сусідами, яким у приготуванні страв допомагають шеф-кухарі. У програмі «Готуємо разом» шеф-кухар Андрій Дромов ділиться секретами кулінарних шедеврів. Вже у 2019 р. проект розділили на дві окремі телепередачі: щосуботи виходить програма «Готуємо разом. Випічка», а у неділю – випуск з іншими рецептами.

«Кулінарна академія з Олексієм Сухановим» транслювалася в ефірі телеканалу «Україна» у 2016 р. Ведучий разом із зірковими гостями вчили глядачів, як приготували вишукані страви із звичайних та недорогих продуктів, які є у кожного в холодильнику [27].

Упродовж 2016–2017 рр. на телеканалі «СТБ» виходить два сезони кулінарного шоу «МайстерШеф: Діти», а 2018 р. в ефірі з'являється «МайстерШеф. Кулінарний випускний» («Підлітки»), у якому учасниками стали юні кухарі-аматори віком від 14 до 17 років [52].

У 2017 р. телеканал «Україна» запустив програму «Свекруха чи невістка». Ведучим кулінарної битви став експерт Григорій Герман. Проект виявився успішним, в ефірі телеканалу вийшло три сезони програми.

31 грудня 2017 р. в ефір суспільного мовника «UA: Перший» виходить програма «Країна на смак», ведучим якої став музикант Олександр «Фоззі» Сидоренко. У проекті взяли участь п'ятеро учасників із різних країн – України, Білорусі, Грузії, Вірменії та Латвії. Учасники щодня збиралися на вечерю, а один із них ставав господарем застілля, готуючи національні страви для своїх гостей. Всього на телеекрани вийшло п'ять випусків цього реаліті-шоу [29].

Виробництвом одразу кількох гастрономічних проектів займається тематичний телеканал «Дача». У 2016–2017 р. на телеканалі виходила програма «Готуємо на дачі» з Тетяною Піскарьовою. Особливістю цієї передачі було те, що майже у кожному випуску телеведуча влаштовувала імпровізований музичний

виступ для глядачів. Зауважимо, що програма видозмінювалася: у перших епізодах Тетяна Піскарьова готувала самостійно на власній дачі для друзів, а згодом проект перетворився у кулінарний майстер-клас від шеф-кухаря на професійній кухні одного з ресторанів [69].

Найтривалішим гастрономічним проектом на телеканалі «Дача» стали «Рецепти шинкаря» з актором Михайлом Романовим. Програма виходила в ефірі майже два роки – з 2016 по 2018. У цій передачі телеведучий ділився рецептами класичних українських страв [56].

В авторській програмі Антоніни Лесик «Смачний сад» глядачі дізнавалися секрети вирощування органічних продуктів і оригінальні рецепти з них. Цей проект також зазнав змін під час власне його виробництва. У перших шести епізодах автори поєднували особисту історію ведучої, поради щодо вирощування овочів та фруктів і власне кулінарну складову – приготування страв. Пізніше хронометраж випусків значно скоротився – з 15 до 5–7 хв., власне процес приготування страв у структурі програми зник. Після декількох передач у такому форматі «Смачний сад» знову змінився і став суто кулінарною програмою, а з проекту вилучено поради щодо догляду за садом [69].

На зміну «Смачному саду» у вересні 2018 р. з'являється програма «Пікнік на дачі», яка транслюється в ефірі й зараз. У проекті тричі змінювалися ведучі: у перших епізодах був Максим Кузьменко, пізніше його змінила Тетяна Гелб, наразі програму веде Володимир Денисенко [69].

У грудні 2018 р. стартувала програма присвячена приготуванню десертів – «Солодка дача» з Ганною Андрієнко. Заслуговує на увагу і проект «Кухня і сад», прем'єра якого відбулася в ефірі телеканалу «Дача» у листопаді 2019 р. Хоча у її структурі немає рецептів і власне процесу приготування страв, ведуча Катя Безжон детально розповідає про користь різних фруктів й овочів, дає поради щодо їхнього вживання та поєднання з іншими інгредієнтами. Зауважимо, що за

форматом усі гастрономічні проекти телеканалу «Дача» – найпростіші майстер-класи від професіоналів або ж медійних особистостей [69].

Створенням власного гастрономічного проекту опікується і музичний телеканал «М1». 31 березня 2018 р. відбулася прем'єра шоу «Зіркова кухня» з шеф-кухарем Чабою Бакошем і реп-виконавцем Поліграфом ШарікOFF. Творці програми називали своєю метою показ глядачам, що корисна їжа може бути смачною, вишуканою й яскравою. Формат програми – ток-шоу, адже під час готування ведучі говорять про здорове харчування, жартують і кепкують одне з одного. В цілому вийшло вісім телевізійних випусків «Зіркової кухні» [60].

У вересні 2018 р. нова кулінарна програма «Їмо за 100» виходить на телеканалі «1+1». У проекті ведучий Олексій Душка разом із зірковим гостем (чи гостями) апробовує рецепти вишуканих страв, собівартість яких має бути до 100 гривень. Наразі в ефірі виходить другий телесезон цього кулінарного ток-шоу.

2018 р. телеканал «Прямий» створює кулінарно-політичне шоу «Політична кухня» (визначення формату зазначене на сайті телеканалу – *прим. авт.*) [47]. Зауважимо, що у змістовому наповненні програми відсутня політична складова. У цьому ток-шоу ведуча Кароліна Ашпін і шеф-кухар Заза Касашвілі готують страви та дегустують їх разом із відомими українськими діячами. Проект мав низькі рейтинги, тож наразі в ефірі він не транслюється.

Новаторським, на нашу думку, є формат кулінарно-літературного шоу «Енеїда», яке стартувало в ефірі каналу «UA: Перший» у квітні 2018 р. [39]. Проект об'єднує гастрономічну й літературну складову. Ведучий Євген Клопотенко (шеф-кухар, переможець сьомого сезону шоу «МайстерШеф») готує страви разом із письменниками, літературознавцями та критиками. Під час бесіди та приготування страви глядачі дізнаються невідомі факти з життя обраних митців та про українську кухню. Другий сезон «Енеїди» стартував восени 2018 р. із збільшеним удвічі хронометражем в ефірі суспільного мовника. Третій сезон програми (травень–червень 2019 р.) налічує 12 епізодів, які присвячені видатним



українцям. Автори телепрограми позиціонують її формат як «кулінарно-пізнавальний», рамки літературної тематики розширюються. Наразі невідомо, чи вийде четвертий сезон проекту: очільник телевізійної платформи НСТУ Ярослав Лодигін повідомив, що доля шоу досі невирішена, оскільки частка рейтингів у останньому сезоні «була близька до нуля» [80].

Цикл спецрепортажів Костянтина Грубича для «ТСН. Тиждень» («1+1») під назвою «Польова кухня» стартував у жовтні 2018 р. [28]. Журналіст подорожує невеликими містами та селищами України, висвітлюючи соціальні проблеми громад. Він вважає, що цей телепроект не є кулінарним: «Для мене це можливість поспілкуватися з людьми, почути їхні чаяння і спробувати дати рецепт вирішення цих негараздів. І хоча кожен розповідає про свою маленьку проблему, вона є близькою для багатьох українців в інших куточках країни» [28] Провідна тема репортажів – соціальна (з елементами кулінарії), оскільки у кожному місті ведучий готує місцеві страви. На нашу думку, формат проекту – це цикл соціальних репортажів з елементами гастрономічної теми. На сьогодні в ефірі телеканалу «1+1» вийшло 20 таких матеріалів, останній з яких – 22 грудня 2019 р.

У березні 2019 р. на телеканалі «СТБ» відбулася прем'єра шоу «Страва честі». Як зазначають її автори, формат варто визначати як «кулінарний тревел з елементами реаліті» [70]. Ведучий – шеф-кухар Юрій Ковриженко подорожує країною і шукає автентичні рецепти страв.

Цього ж місяця виходить новий проект «МайстерШеф. Професіонали», учасниками якого замість аматорів стають професійні кухарі. У програмі змінюються ведучі-жури: до Ектора Хіменеса Браво приєднуються шеф-кухар Володимир Ярославський та переможниця другого сезону проекту «МайстерШеф» Єлизавета Глінська.

Ще один гастрономічний проект телеканал «СТБ» випустив восени – це кулінарне шоу «Прокинься з Ектором». Вже добре відомий українцям шеф-кухар

Ектор Хіменес Браво запрошує на свою «телекухню» зіркових гостей, аби разом приготувати вишукані страви [48].

Восени стало відомо, що Національна рада з питань телебачення та радіомовлення України видала ліцензію на супутникове мовлення кулінарному телеканалу «КусКус» групи компаній Film.ua Group. Ідея його створення виникла ще 2017 р., а перший варіант концепції з'явився наприкінці 2018 р. Телеканал назвали на честь однойменної крупи, також назва має викликати асоціації зі словом «кусати». Як зазнає керівництво телеканалу, вони орієнтуватимуться на сімейну аудиторію, гурманів та любителів: «У нас буде багато рецептів, розповідей про ресторани, про харчування, про певні традиції, цікаві факти про їжу, як вона виробляється, що корисно, що не корисно. Ми будемо акцентувати увагу на культурі їжі та на здоровому харчуванні. Будуть кухні народів світу, різних спрямувань (вегетаріанська, кошерна, ведична), секрети приготування окремих страв і напоїв». У сітці мовлення будуть програми власного виробництва: «Божественно смачно», «Вегано-хулігано», «Смачний сад», «Цікава кава» (про бариста і кавову культуру), програми за участі брендшефа мережі «Сільпо» Марка Черветті, ресторатора Валерія Созановського, кухаря Євгена Клопотенка, дієтолога Мирослави Ульяніної. Поки що дата виходу в ефір телеканалу невідома, його дистрибуцією займатиметься група «1+1 медіа» [42].

Отже, за час функціонування незалежного українського телебачення, в ефірі телеканалів вийшло 60 гастрономічних проєктів власного виробництва. Серед них є успішно адаптовані закордонні формати («Смакуємо», «Пекельна кухня», «МайстерШеф») та оригінальні авторські програми («Їмо за 100», «Готуємо разом», «Прокинься з Ектором»). Також з'являються і політематичні проєкти, в яких вдало поєднуються політична, соціальна, літературна, подорожня і кулінарна тематика. Дослідивши історію появи гастрономічних проєктів, ми з'ясували, що найпоширенішими форматами українських програм кулінарної тематики є *майстер-клас* від професіонала чи медійної особи і *ток-шоу*.

## РОЗДІЛ 2

# КУЛІНАРНІ ПРОГРАМИ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРИ

### 2.1 Кулінарно-літературне шоу «Енеїда»: структурно-змістові трансформації

Для дослідження структурно-змістових трансформацій кулінарно-літературного шоу «Енеїда» ми проаналізували перші епізоди кожного сезону проекту. Базою для подальшого аналізу виступатимуть комунікаційні технології створення гастрономічних проектів, які були детально описані у підрозділі 1.2 нашої магістерської роботи.

Перший випуск «Енеїди» вийшов в ефір у квітні 2018 р., його загальний хронометраж становив 26 хв.

Кожен епізод програми розпочинається з креативної заставки – жартівливої замальовки у стилі поп-арт на тему кулінарії та літератури. Письменники «оживають» разом із різними продуктами на кухні і ніби-то виконують веселий танок із ведучим. На нашу думку, така ідея виглядає хоча і просто, але сучасно й може зацікавити глядача, налаштувати його на потрібний настрій. Медіаексперти схвально оцінили графічне оформлення програми: «хіпстерська заставка програми, яка руйнує певні стереотипи у сприйнятті українського класичного письменства, є живою, смішною, новітньою, майже революційною» [49].

Після цього презентується коротка візитівка ведучого проекту – шеф-кухаря Євгена Клопотенка. Варто зауважити, що пан Клопотенко вже мав телевізійний досвід, кухар переміг у п'ятому сезоні кулінарного шоу «МайстерШеф» («СТБ»).

На початку кожного епізоду Євген Клопотенко отримує від гостя список інгредієнтів, за якими ведучий має розгадати страву. Купує продукти кухар на одному зі столичних ринків. На нашу думку, такий хід сценаристи проекту

використали для того, аби зруйнувати стереотипи, які виникли через інші кулінарні проекти – для створення гастрономічних шедеврів високої кухні потрібні вкрай дорогі та екзотичні інгредієнти. Наприклад, такий стереотип можна простежити у проекті «МайстерШеф» на телеканалі «СТБ». За словами Євгена Клопотенка, він був проти зйомок на ринку, тому що вважає вибір продуктів «надто особистим й інтимним процесом для кожного кухаря». Також ведучий вказав на головні труднощі, з якими стикається команда проекту на ринку: навмисне завищення цін від продавців, нешанобливе ставлення до учасників знімального процесу, непередбачуваність подій і поведінки людей.

Під час закупівлі продуктів ведучий намагається спілкуватися й жартувати з продавцями, наприклад, куштує брудні овочі з прилавку або ж розказує анекдоти. Таке спілкування мало би додавати невимушеності та гумору у випуски «Енеїди», але через непрофесійність ведучого ці сцени виглядають надто награними і штучними. Варто зауважити, що кухар встигає розказувати глядачам про кулінарні лайфхаки чи невідомі факти про деякі продукти.

Після блоку на ринку розпочинається основна частина програми – власне процес приготування страви із гостем. У першому випуску на кухню завітав літературний критик Євгеній Стасіневич, який загадав ведучому приготувати полтавський борщ. На жаль, глядачам не подається інформація про гостя: ні про його професійну діяльність, ні літературні чи кулінарні вподобання.

На нашу думку, варто було би подавати у випусках короткі профайли (це набір даних, інформація про щось або когось [55]) про гостей, оскільки більшість з них – немедійні постаті, про яких нічого не знають пересічні глядачі. Натомість гості виказують свої перші враження від знайомства з ведучим. Так у першому випуску Євгеній Стасіневич ділиться позитивними враженнями про Євгена Клопотенка: «З ним хочеться щось зварити, щось приготувати, він одразу видався людиною симпатичною». На нашу думку, такою надмірною увагою до особистості ведучого автори проекту намагалися реалізувати технологію введення

харизматичного ведучого. Але у першому епізоді персона кухаря переважала над гостем, що могло створити негативний образ Євгена Клопотенка у глядачів.

Також до недоліків роботи ведучого варто додати мовно-стилістичні помилки. Наприклад, у цьому випуску він декілька разів неправильно використовував ступені порівняння прикметників і вживав російськомовну кальку «самий» у значенні префікса «най».

Із собою гість приносить портрет письменника, у творі якого безліч разів згадується загадана страва. Відгадати страву ведучий не зміг – за його словами, він «забув про полтавський борщ». Виникли у Євгена Клопотенка і труднощі з письменником – як виявилось, кухар погано знає українську літературу, але не приховує це та не соромиться цього факту. Власне на цій неграмотності ведучого і будується частина концепції проекту: Євген дійсно зацікавлений у нових знаннях, але водночас він справжній експерт у кулінарії і може здивувати глядачів своїми вміннями на кухні.

Медіакритики, незважаючи на помилки у роботі, дали схвальну оцінку такому образу ведучого: «Важко уявити, щоб харизматичного кухаря відпустили б із шоу, яке шалено потребує саме такого ведучого – дуже безпосереднього, який не боїться зізнатися в невігластві. Це підкупувало в першому сезоні» [18]. Також зазначимо, що образ Євгена Клопотенка за типом особистості та іміджевої стратегії дослідниці В. Гоян і Т. Захарс класифікують як «ведучий-ноги», оскільки він багато рухається на знімальному майданчику, часто змінює мізансцени, виступає активним учасником програми [14].

Перший епізод автори «Енеїди» вирішили присвятити однойменному твору, приготувавши знаменитий борщ по-полтавськи. Варто зауважити, що далі хід бесіди і приготування страви органічно поєдналися: Євгеній Стасіневич цитує рядки з поеми про борщ, розповідає про Івана Котляревського, а Євген Клопотенко у цей час готує страву, але не перебиває гостя і ненав'язливо коментує основні процеси приготування.

Беззаперечною перевагою шоу є те, що гості діляться не загальновідомими фактами зі шкільної літературної програми, а розказують про письменників як про простих людей: про їх захоплення, смаки, особисте життя. Також учасники шоу дозволяють і пожартувати з митців або їх творів.

Після першого блоку бесіди у програмі йде рубрика «УкрЇж». У ній ведучий готує страви за рецептами, які надіслали глядачі у соціальних мережах. Завдяки цьому блоку у проекті реалізується технологія інтерактивності – рецепт будь-кого із глядачів може опинитися у рубриці. В «УкрЇж» відсутня літературний компонент, ведучий самостійно готує страву, швидко пояснює всі процеси. Варто зауважити, що маленький хронометраж рубрики дозволяє не втратити динаміку й заданий темпоритм програми, не дає глядачу занудьгувати від занадто довгого опису власне процесу приготування страви.

Після «УкрЇж» поновлюється основна структурна частина програми – бесіда з гостем і приготування головної страви. Євгеній Стасіневич продовжує розповідь про письменника, а ведучий – готує далі борщ. Розмова триває у тому ж темпі. Кухар не перевантажує глядачів деталями приготування страви, всі процеси можна побачити на власні очі і вони не потребують додаткових роз'яснень.

Наприкінці випуску ведучий презентує страву та дає поради гостю як краще її дегустувати. Ще однією перевагою проекту є демонстрація нових, сучасних ресторанних презентацій звичних страв. Під час дегустації страви, літературний критик чесно говорить про свої враження, не вдається до надмірного вихваляння чи награного захвату від результату.

Для того, аби глядачі змогли записати рецепт, на екрані з'являється текстовий перелік необхідних продуктів і короткий опис етапів приготування. Цей класичний прийом кулінарних проектів вдало «вписався» у загальну структурно-змістову концепцію випуску. Також виникає і перелік творів Івана Котляревського, які радить прочитати телеглядачам Євген Стасіневич.

Заключним стає запитання ведучого гостю про процес приготування страви, чи добре він його запам'ятав. За правильну відповідь кухар дарує баночку конфітюру власного виробництва.

Щодо використання інших технологій створення контенту, то у цьому епізоді реалізується обмін навичками (або ж соціального навчання) – гості та глядачі зможуть запам'ятати і самостійно відтворити приготування страви. Ведучий і гості послуговуються зрозумілою та простою «телевізійною мовою», випуски проекту побудовані за чітким сценарієм і зрозумілими законами драматургії. Провідною технологією, яка лягла в ідею й концепцію «Енеїди», є сучасне опанування національної культурної спадщини. На нашу думку, в авторів проекту вийшло вдало осучаснити та поєднати українську культуру й гастрономію на телеекрані, зробити ці теми цікавими для різної цільової аудиторії.

Натомість, на нашу думку, у проекті не втілена технологія створення образу кухні, «домашності», інтимності сприйняття. Ми вважаємо, що режисери проекту вирішили не приділяти увагу окремому образу кухні, аби «не перевантажити» візуальне сприйняття інформації глядачами.

Серед недоліків у інших випусках першого сезону можна назвати різкий контраст між ведучим і гостями шоу. Часто запрошені літературознавці почувалися на екранній кухні-знімальному майданчику помітно скуто й некомфортно, натомість ведучий – навпаки, занадто жваво намагається розговорити гостя, він завжди дуже активний та енергійний.

Зауважимо, що після першого сезону в ефірі вийшло п'ять новорічних випусків програми – це короткі рецепти страв для святкового столу від Євгена Клопотенка. Він сам готує страви та пояснює всі процеси, у цих коротких епізодах (до 10 хв.) немає літературного складника. На нашу думку, такі випуски можуть бути корисними глядачам та водночас не дають їм забути про улюблене шоу.

Другий сезон проекту вийшов восени 2018 р., структурно змінився. Генеральна продюсерка просвітницького напрямку Національної суспільної

телерадіокомпанії України Тетяна Кисельчук так визначила головні напрями нового сезону: «Тепер ми говоритимемо про світову літературу; <...> у нас нова студія; до нас в гості ходять не лише літературознавці, але і художники, музиканти, ведучі, арт-менеджери, бібліотекарі, театральні продюсери, словом, культурні діячі» [18]. Хронометраж випусків збільшився удвічі.

У другому сезоні змінилася заставка проекту, зображення українських письменників замінені світовими класиками. Зникла і частина із представленням особи ведучого, що є беззаперечним плюсом. У цьому сезоні, на відміну від попереднього, з'явився профайл гостя та нова рубрика. Незмінним у програмах цього сезону залишився блок із закупівлею продуктів на ринку. Наголосимо й на зміні поведінки ведучого: він став стриманішим, з продавцями на ринку обговорює виключно кулінарні теми.

Гостем першого випуску був співак Віктор Павлік. Музикант приходить з портретом французького письменника Олександром Дюма. Основна частина програми – бесіда з гостем на літературну тему і приготування страви – не змінилася з першого сезону. Залишилася без трансформацій і рубрика «Укрїж».

У цьому випуску варто вказати на зовсім доречну поведінку гостя. Співак постійно привертав до себе увагу, перебивав кухаря і намагався продемонструвати свої найкращі якості. До того ж, Віктор Павлік постійно відволікався від літературної теми, намагаючись розповісти більше фактів про себе, аніж про власне письменника. На фоні цього гостя по ходу програми Євген Клопотенко виглядав значно стриманішим, часом безініціативним.

Нова рубрика у цьому сезоні – «Що в холодильнику?». Гість приносить із собою певний набір продуктів, які зберігаються в його холодильнику, а ведучий має приготувати з цих інгредієнтів страву. Віктор Павлік показує фотографії свого холодильника і приносить екзотичний інгредієнт – бичачі яйця. Ведучий і гість разом готують імпровізовану страву, варто зауважити, що під час цієї рубрики вони майже не обговорюють літературні теми.



Важливою зміною у другому сезоні стала нова студія. У першому сезоні кухар готував на звичайній, домашній кухні. В нових випусках він готує на справжній професійній, вдвічі більшій за розмірами. Покращився і візуальний ряд програми: з'явилася детальна «розкадровка», збільшилася кількість крупних планів. Також зросла кількість пост-коментарів гостей, які діляться враженнями від прочитаних творів, дегустації страви. Наприкінці програми закадровим голосом озвучуються головні твори Олександра Дюма й їх короткий опис, чого раніше не було, зокрема у першому сезоні.

На нашу думку, другий сезон виявився кращим за перший з декількох причин. По-перше, Євген Клопотенко цілком опанував роль телевізійного ведучого, він став значно впевненіше триматися у кадрі, допускає менше мовних помилок, стилістичних огріхів. Також автори програми прибрали акцент на його персоні у шоу. По-друге, збільшений хронометраж пішов програмі на користь – у першому сезоні гості і ведучий завжди «поспішали» розповісти все за маленький проміжок часу, до того по монтажу фрагментів діалогу помітно, що багато чого з бесіди доводилося прибирати для дотримання ефірного часу. По-третє, нова рубрика «Що в холодильнику?» вдало «вписалася» у загальну концепцію проекту. Але не можна відмітити і одну негативну тенденцію – зменшення літературної складової. Вона практично відсутня у новій рубриці, тож подовжений хронометраж не вплинув на збільшення літературного наповнення проекту.

Третій сезон «Енеїди» вийшов в ефір у травні 2019 р. Автори програми обрали темою нового сезону видатних українців: «В “Енеїді” ми не показуємо їх як недосяжних героїв зі сторінок підручника, адже вони – теж люди, і часто прагнули таких самих речей, як і більшість з нас. У новому сезоні Євген Клопотенко готуватиме страви, які були особливими для видатних українців. Так само, як і в попередніх сезонах програми – Євген готував і страви, описані в творах письменників, і улюблені страви літераторів». Змінюється позиціонування формату – тепер шоу називають «кулінарно-пізнавальним».

Зазнає змін початок програми: відтепер ведучий не купує всі продукти на ринку. Замість цього блоку Євген Клопотенко показує глядачам процеси виробництва різних продуктів: сиру, хліба, м'яса тощо.

У цьому сезоні гостями програми стають українські інтелектуали. Так у першому епізоді на кухню «Енеїди» завітав історик Олександр Алфьоров, який вирішив розповісти невідомі факти про Михайла Грушевського. Але оскільки рамки шоу розширилися, гості діляться відтепер й цікавими фактами з різних сфер життя, не тільки літературної.

У новому сезоні видозмінюється рубрика «УкрЇж». Разом із гостем ведучий читає паперові листи від глядачів, обираючи рецепт. Далі процес приготування страви показується швидко і без участі ведучого: у кадрі видні лише руки кухаря, рубрика відзнята лише за допомогою крупних планів. Коментує всі процеси закадровий голос. Готову страву Євген Клопотенко дегустує разом із гостями, а не самотійно, як у попередньому сезоні.

Замість рубрики «Що в холодильнику?» з'являється нова – «Я не люблю». У ній Євген Клопотенко запрошує зірок шоу-бізнесу, які розповідають про свої неулюблені продукти. Ведучий за допомогою кулінарних шедеврів намагається переконати зіркових гостей вподобати інгредієнти. У цьому випуску співачка Віра Кекелія розповіла, чому вона не любить яловичу печінку. Ведучий на програму приносить вишукану страву з цього інгредієнта і влаштовує з гостею гру «Правда чи брехня». Учасники по черзі повідомляють факти (гостя про себе, кухар – з гастрономії), кожен має вказати де правда, а де брехня. Якщо програє Євген, то він має з'їсти один інгредієнт, якщо ж гість – то він виконує будь-яке бажання кухаря. Врешті кожен гість куштує страву і змінює свою думку щодо неулюблених продуктів. На наш погляд, ця рубрика не несе ані пізнавальної, ані кулінарної складової у шоу. Глядачі дізнаються лише факти з біографії самих зірок, наприклад, які пісні вони виконували чи у яких фільмах грали. Можна було би покращити цю рубрику, якщо би змістити акцент на приготування страви з

неулюбленим інгредієнтом. Наприклад, глядачам було би цікаво дізнатися яким чином можна приховати будь-який продукт у страві. Натомість ця розмова більше нагадує окрему бесіду двох ведучих, яка ніяк не пов'язана з основною частиною шоу. На нашу думку, автори розробили цю рубрику для запрошення медійних персон, які своєю появою мають сприяти зростанню рейтингів проекту. Інших інновацій у третьому сезоні немає.

Про створення проекту можна дізнатися з двох спецвипусків «Енеїди», які вийшли в ефірі телеканалу «UA: Перший» після першого сезону. Це матеріали з-за лаштунків, у яких Євген Клопотенко детально розповів із якими труднощами йому довелося зіштовхнутися під час роботи: недостатній рівень володіння українською мовою, відсутність навичок роботи у кадрі, вміння вести і підтримувати бесіду з гостями. За його словами, найважче було впоратися одночасно з кількома процесами: готувати та підтримувати бесіду, до того ж зважати на правильну поведінку у кадрі. Ми на цьому також наголошували, адже у першому сезоні помилки ведучого були вкрай помітними. Варто зауважити й на однакових та банальних запитаннях ведучого до гостей про письменників чи їх твори.

Однак, проаналізувавши випуски з усіх сезонів, можна відмітити помітний професійний ріст Євгена Клопотенка як телевізійного ведучого. Він став емоційно виваженішим, впевненіше тримається перед камерою, це помітно навіть за його рухами рук та міміці. Рівень володіння українською мовою теж став вище.

Щодо рейтингів проекту, то після першого та другого сезонів програма отримала показники переважно на рівні середніх. Але третій сезон втратив свої позиції: частка рейтингів була близька до нуля, тож очільник телевізійної платформи НСТУ Ярослав Лодигін повідомив, що доля шоу наразі не вирішена.

Отже, проаналізувавши епізоди трьох сезонів кулінарно-літературного шоу «Енеїда», можна зробити такі висновки:

– формат проекту виявився успішним. Творці програми відійшли від стереотипного відтворення рецептів у звичайних кулінарних програмах. В

«Енеїді» немає детального й нудного опису кожного процесу, які і так зрозумілі глядачам без пояснень. Поєднавши пізнавальні бесіди з кулінарією, автори проекту створили унікальний формат, який можна успішно продавати й закордонним мовникам;

– режисери «Енеїди» залучили майже увесь арсенал комунікаційних технологій створення гастрономічних проектів. Варто зауважити, що всі описані нами вище прийоми успішно реалізовані.

Серед головних переваг проекту варто виділити його політематичність, зорієнтованість на молодіжну аудиторію (що є винятком для продукту суспільного мовника), якісне змістове наповнення, вдало реалізовану драматургію та витриманий загальний темпоритм програми.

Щодо головних недоліків, то серед них є такі: непрофесійність ведучого, який отримав небагато схвальних відгуків у глядачів, зменшення літературної складової у другому та третьому сезонах програми.

На нашу думку, третій сезон отримав низькі рейтинги з декількох причин: по-перше, зменшення літературної змістової частини. По-друге, як ми вже зазначали, Євген Клопотенко у ролі професійного ведучого не отримував багато схвальних відгуків публіки, тож глядачам у третьому сезоні він почав набридати недотепними жартами та награними емоціями, про що свідчать коментарі користувачів у соціальних мережах телеканалу. По-третє, невдало впроваджена у загальну концепцію нова рубрика «Я не люблю». У глядачів могло виникнути помилкове враження, що цей блок з'явився для піару зірок шоу-бізнесу. На нашу думку, проект як раз і полюбила аудиторія через відсутність попсових зірок, які відвідують й інші кулінарні проекти.

## 2.2 Проект «Страва честі»: структурно-змістові трансформації

Кулінарне-реаліті шоу «Страва честі» стартувало на телеканалі «СТБ» 10 березня 2019 р. Хронометраж телевізійних випусків – до 45 хв. «Проект для любителів пригод і смачної їжі» – саме так на початку закадровий голос описує програму. Заставка проекту – мультиплікаційний ролик про подорож мобільного ресторану на колесах Україною.

В основі проекту «Страва честі» – подорож країною шеф-кухаря Юрія Ковриженка у пошуках автентичних українських рецептів. Варто зазначити, що ведучий до цього шоу був немедійною особою, він не мав телевізійного досвіду. Юрій Ковриженко так говорить про змістово-виробничі моменти програми: «Щоб добути секрети українських господинь, ми вирушаємо до найвіддаленіших куточків нашої країни. Героїні діляться з телеглядачами своїми секретами, а я доповнюю їхні знання ресторанными техніками, щоб показати, що ще можна приготувати вдома з пропонованих інгредієнтів. У нашому фудтраку немає професійної техніки, тільки побутова, аби кожна господиня, подивившись програму, змогла приготувати страву» [70].

У першому епізоді ведучий вирушає на Житомирщину – дізнатися рецепти дерунів. У селищі Мелені кухаря зустрічають дві господині, які проводжають його до переможниці фестивалю дерунів. Вже на перших хвилинах проявляються характерні риси реаліті-шоу: безперервна зйомка буденного життя героїв, документальне спостереження за ним. Варто зауважити, що глядачам показують звичайне українське сільське життя без прикрас. Коментарі ведучого також не стосуються кулінарії: «такий прекрасний велокортеж мене зустрічає вперше <...> який гарний двір, одразу видно руку господині!». Юрій Ковриженко ніби-то застає господиню зненацька, але помітно, що героїня говорить все за сценарієм.

Далі розпочинається кулінарна складова проекту. Разом із господинею кухар починає готувати страву, дізнається її секрети. Дивним виглядає той факт, що у

процес зі своїми порадами чи жартами втручаються подруги героїні, які спостерігають за процесом приготування. Вочевидь, що ці розмови прописані заздалегідь у сценарії для дотримання динаміки програми. Під час приготування жінки жартують про стосунки у сім'ї, чоловіків та господарство. Вислови на кшталт «чоловіка надо пріпечатать такою сковородкою! Щоб знав!», вочевидь (це помітно через реакцією) не до вподоби ведучому.

Далі з'ясовується, що наступного дня господині їдуть на фестиваль дерунів і просять Юрія допомогти вигадати їх новий рецепт приготування. З цього моменту починаються пригоди ведучого у селищі – він знайомиться з місцевими мешканцями, дізнається для чого їм виграш на фестивалі. Виявляється, що господині мріють про відпочинок, на який їм і потрібні гроші з призу фестивалю. Тому Юрій Ковриженко погоджується допомогти у приготуванні «страви честі».

Далі у телепрограмі реаліті-шоу продовжується. До ведучого приїжджають представники конкурентів із фестивалю та запрошують на приготування до себе. Варто зауважити, що режисери проекту у цих моментах випуску використовують гумористичні елементи, наприклад, стилізують поїздку до конкурентів під постановку процесу викрадення.

Процес приготування власне страви розпочинається лише у середині епізоду. Разом із господинями Юрій Ковриженко готує одразу дві авторських страви – бургери з дерунів та трикутні деруни з м'ясом. Щодо екранного показу приготування страви, то варто, перш за все, відмітити якісне зображення: крупні і детальні плани, використання ефекту слоу-мо під час монтажу. Ведучий детально роз'яснює процеси приготування, ділиться кулінарними лайфхаками і секретами сучасного сервірування страв. Також на екрані для глядачів з'являються текстові підказки зі списком-переліком необхідних інгредієнтів.

Після приготування страви для фестивалю кулінарна частина епізоду завершується – далі глядачі дізнаються про участь колективу на власне фестивалі. Показ конкурсу відбувається за законами реаліті-шоу: надмірний акцент на

емоціях героїв, до останньої миті тримається напруга й інтрига, чи змогли учасники заробити необхідну суму. У деталях показаний і перебіг власне фестивалю: учасники, гості, розваги, пісні й танці тощо. Наприкінці випуску нема традиційного для гастрономічних проектів нагадування рецепту страви.

Щодо застосування комунікаційних технологій створення гастрономічних проектів, то у «Страві честі» творці використали їх декілька. По-перше, це введення образу харизматичного ведучого. Шеф-кухар Юрій Ковриженко впевнено тримається у кадрі, гарно володіє українською мовою, коректно і ввічливо поводить з усіма учасниками шоу. Сценаристи проекту вирішують створити з нього образ стереотипного «справжнього чоловіка» – у випусках він всіляко демонструє чоловічу силу, рубас дрова, ловить рибу і полює. Також героїні випусків постійно роблять кухарю компліменти щодо його зовнішності, запитують у ведучого чи одружений він, чи не хоче знайти собі дружину.

На нашу думку, такий сценарний хід є невдалим і давно вже став стереотипним у реаліті-шоу. До того ж часто помітно награний стиль вихваляння чоловічих здібностей Юрія Ковриженка.

По-друге, у проекті вдало реалізована технологія сучасного опанування національної культурної спадщини. Ведучий дізнається автентичні страви з різних куточків України і доповнює чи переосмислює їх за допомогою сучасних технік приготування й нових інгредієнтів. Ми вважаємо, що така ідея є дійсно вдалою й успішно втілена у цьому проекті.

По-третє, завдяки використанню різних платформ продюсери програми реалізували конвергентність контенту. У проекту є своя окрема сторінка на сайті телеканалу «СТБ», де зібрані не тільки рецепти з програми, а й фотографії зі зйомок, новини проекту, інтерв'ю з ведучим тощо.

Щодо інших технологій, то у проекті відсутнє створення образу кухні, «домашності», інтимності сприйняття, оскільки ведучий готує на мобільній

пересувній кухні. Тож ця технологія не може бути реалізована через концепцію проекту чи його структурно-змістовому складнику.

У другому випуску проекту ведучий вирушає на Полтавщину у пошуках рибних рецептів. Він цілеспрямовано приїздить до господині, яка має розповісти секрети приготування риби у глині. Героїня детально показує процес обробки риби та її власне її приготування.

Вже наприкінці цього кулінарного блоку до господині приходять подруги, вони збираються разом навідати чоловіків-рибалок. У процесі розмови ведучий дізнається, що дружини давно мріють про романтичні сюрпризи від коханих і шеф-кухар вирішує здійснити їх бажання. Для цього він вирушає до рибалок.

Далі у випуску з'ясовують стосунки чоловіки та дружини, скаржачись ведучому одне на одного. Врешті, кухар переконує рибалок влаштувати дружинам гастрономічний романтичний вечір. Наступні пригоди Юрія Ковриженка – ночівля у лісі та риболовля. Він має власноруч спіймати сома для святкового столу. Впоравшись із завданням, ведучий нарешті готує цю страву.

Вже на кухні продовжується розмова рибалок і кухаря. На нашу думку, під час бесіди простежується великий контраст між рівнем освіченості ведучого і гостей. Чоловіки невдало жартують, проявляють невігластво в елементарних знаннях та подеколи глузують і з Юрія Ковриженка через його освіту. Саме через це залишається негативне враження від таких героїв проекту.

Власне процес приготування знову відтворений і показаний майстерно. Ми вважаємо, що операторська робота у гастрономічних проектах телеканалу «СТБ» є однією з кращих у такому жанрі в українському телепросторі. Тож технологія наочності показу також вдало реалізована у цьому шоу.

Наприкінці випуску сценаристи знову вдаються до тих же прийомів реаліті-шоу, що і в першому епізоді шоу. Занадто багато уваги приділено розв'язці сімейних конфліктів, яку тримають в інтризі до останніх хвилин «Страви честі». Ведучий також починає більше уваги приділяти не кулінарії, а особистим історіям



героїв – він щиро переймається, чи все налагодиться у їхніх сім'ях. Також у цьому випуску сценаристи використали стереотипи про сімейне життя. Дружини традиційно сваряться на чоловіків через відсутність уваги, романтичних сюрпризів і подарунків, а рибалки – на сварливість й дратівливість жінок. На нашу думку, українські телевізійні програми мають припинити таку практику використання стереотипів та «підживлювати» їх у суспільстві через телеекран.

Третій випуск програми шеф-кухар присвячує пошукам «найкращого рецепту борщу» і знову подорожує містечками й селищами Полтавщини. Перша господиня, яку він відвідує, готує свій рецепт – борщ у печі. Варто зазначити, що під час приготування на кухні господинь, сам процес зображений не надто привабливо: кухар готує страву голими руками, у звичайному одязі, навіть без звичайного фартушка, так само як і господиня. Напевно, автори програми хотіли підкреслити «домашність» атмосфери, але у кадрі такі моменти виглядають зовсім неестетично і непривабливо.

Головна пригода цього епізоду у ведучого – догодити смакам двох вагітних господинь. Кожна з них хоче різний борщ і завдання Юрія Ковриженка вигадати такий рецепт, який задовольнить усіх. Знову в образах героїнь сценаристи використали стереотипи про вагітних жінок: різка зміна настрою, примхи у їжі, надмірна вибагливість. Ведучий зауважує, що потрібно догоджати вагітним.

Також у цьому випуску дуже помітно вдавану гру героїв за сценарієм: ведучий ніби-то випадково потрапляє до наступної господині, знайшовши інформацію про неї в інтернеті. Героїня вдає щирий подив і у неї виявляються «випадково» необхідні раки для приготування наступної страви.

Цього разу Юрій Ковриженко самотійно готує молекулярний борщ з раками, який мав би сподобатися господиням. Під час приготування й дегустації кухар помітно нервує, чи зуміє він догодити вибагливим гостям. Ми вважаємо, що ведучий починає більше уваги приділяти гостям та їх історіям, аніж кулінарії.

Отже, проаналізувавши випуски проекту «Страва честі» на телеканалі «СТБ», ми дійшли таких висновків.

Формат проекту варто визначати як реаліті-шоу з елементами кулінарії. Гастрономія не є провідною темою, чільне місце у випусках посідають бесіди на інші теми кухаря й гостей, пригоди Юрія Ковриженка, показ стосунків учасників. Кулінарні страви у випусках виступають лише приводом, з яких і починаються пригоди шеф-кухаря. В гастрономічних проектах кулінарна тематика має займати хоча б половину хронометражу, у цьому ж шоу цей критерій мінімізовано.

Щодо переваг проекту, то варто зазначити професіоналізм Юрія Ковриженка, який попри відсутність досвіду роботи на телебаченні, впевнено тримається у кадрі, тож продюсери «Страви честі» вдало обрали ведучого. Але є певні проблеми з його образом, який створили сценаристи. Надмірна увага до особистого життя героя, особливо зі сторони гостей проекту виглядає награно, неприродньо і недоречно у шоу гастрономічної тематики.

Також до плюсів шоу можна віднести якісну зйомку програми й процесів приготування зокрема, влучне графічне оформлення проекту. Завдяки операторській майстерності у програмі вдало реалізована технологія наочності. Візуальна айдентика проекту була високо оцінена професіоналами: 30 травня в Одесі відбулася церемонія нагородження всеукраїнського конкурсу Ukrainian Design: The Very Best Of 2019. Програма «Страва честі» здобула перемогу у номінації «TV Program – Visual Identity» [63].

Беззаперечним мінусом проекту є його надмірне використання різноманітних стереотипів. Один із головних, який є у кожному випуску, – шаблонний образ української жінки, яка завжди має в арсеналі цікаві рецепти, вміє смачно готувати, встигає приготувати на кухні й доглянути за великим господарством. Це підкріплюється словами ведучого, який неодноразово говорить, що в Україні всі господині саме «такі». Ще один штамп, який ми помітили неодноразово у шоу, – сварливі стосунки в українських сім'ях. Декілька

разів навіть в одному випуску ми зафіксували жарти господинь з приводу того, що чоловіків треба «тримати в залізних рукавицях», а при нагоді – «дати важкою сковорідкою по голові».

Також серед інших стереотипів – шаблонне уявлення ведучого про українське село: «Ви знали, що в Україні досі в побуті широко використовують печі і відкритий вогонь? Як жителю міста, мені здавалося, це пішло в минуле. Але вогонь додає їжі душу. Багато сакральних речей: господині хрестять духовку або піч, перш ніж в ній щось готувати. За межами міста є якась більш духовна близькість до природи і Богу» [70]. Ведучий підтримує образ міського жителя, який ніколи не бував у селі та щоразу щиро дивується найпростішим сільським лайфхакам.

### РОЗДІЛ 3

## ДОСЛІДЖЕННЯ СПРИЙНЯТТЯ АУДИТОРІЄЮ ГАСТРОНОМІЧНИХ ПОЛІТЕМАТИЧНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Кожна група глядачів, залежно від їхньої професії, вподобань чи світогляду, по-різному сприймає та оцінює медіапродукт. Кулінарні програми можуть бути зорієнтовані на різну цільову аудиторію: від домогосподиць – до професійних кухарів. Аби дослідити вподобання різних цільових аудиторій українських гастрономічних телепроектів, ми провели опитування серед трьох груп (по п'ять респондентів у кожній):

1) фахівці – особи, що працюють кухарями, мають відповідну кваліфікацію чи тривалий досвід роботи на професійній кухні;

2) медіаексперти – особи, що мають профільну освіту у сфері соціальних комунікацій, працюють у медіапросторі;

3) пересічні глядачі – особи з різними типами освіти.

Першу групу представляють кухарі з досвідом роботи від двох до 16 років у закладах громадського харчування м. Запоріжжя та м. Нетанья (Ізраїль). Чотири з них не мають профільної освіти, один респондент завершив кулінарні курси. Щодо гендерного співвідношення: троє респондентів – чоловіки, а двоє – жінки. Вік учасників опитування від 22 до 57 років.

У другій групі – працівники медіасфери, серед яких: журналісти, кореспондент, редактор, фахівець з піару. Досвід роботи – від одного до шести років у медіаструктурах м. Запоріжжя та м. Києва. Всі респонденти мають профільну вищу освіту. Вік – від 22 до 27 років.

Третя група представлена п'ятьма учасниками віком від 22 до 46 років. Щодо професійного зрізу, то серед опитуваних є: юрист, фахівець з логістики,

інженер, електрик, бухгалтер. Усі представники цієї групи мають вищу освіту та ніколи не працювали у медіасфері чи кулінарії.

Перед початком основного блоку запитань, респондентам потрібно було відповісти на загальні запитання щодо їхніх телевізійних уподобань: Чи дивляться вони кулінарні телепроекти?, З якою метою та на яких платформах?, Чи переглядали вони хоча б один випуск(чи фрагмент) програм «Енеїда» і «Страва честі». Отже, Анкета мала такий вигляд:

1. ПІБ.
2. Вік.
3. Освіта.
4. Посада та місце роботи.
5. Чи дивитеся ви кулінарні телевізійні програми? (Якщо ні, переходьте до наступного блоку запитань).
6. Які саме? Вкажіть, будь ласка, назви проектів.
7. З якою метою ви переглядаєте ці програми: освітньою (дізнатися нові рецепти, техніки, способи приготування) чи розважальною (для відпочинку)? (Можна обрати обидві мети). Інша (якщо є).
8. На яких платформах ви зазвичай переглядаєте кулінарні програми: на телеканалах, на YouTube, на сайтах телеканалів, на сайтах онлайн-кінотеатрів, у соціальних мережах?
9. Чи бачили ви раніше хоча б один випуск програми «Енеїда» чи «Страва честі»?

Відзначимо, що жоден із представників групи кухарів не переглядає кулінарні програми в цілому. Серед головних причин вони вказали на брак часу та відсутність цікавого для них контенту. Всі п'ять медіаекспертів дивляться гастрономічні проекти: четверо надають перевагу шоу «МайстерШеф», один респондент – кулінарним випускам на тематичному Youtube-каналі «Голодний мужчина». У групі пересічних глядачів відповіді розмежувалися: двоє не

дивляться гастрономічні проекти, один опитуваний надає перевагу закордонним проектам («МайстерШеф», «Готуємо швидко та легко з Джеймі Олівером», «Рецепти від Гордона Рамзі»), двоє інших – проектам «МайстерШеф», «Пекельна кухня», «Все буде смачно».

Щодо мети перегляду кулінарних проектів, то респонденти з груп «медіаексперти» й «пересічні глядачі» могли обрати між розважальною та освітньою, або ж вказати обидві цілі. Більшість із опитуваних (шість з восьми) відзначили розважальну, лише двоє респондентів обрали дві мети. Щодо платформи для перегляду гастрономічних проектів, то вподобання учасників розділилися порівну: кулінарні шоу переглядають однаково як і в ефірі телеканалів, так і в Youtube. Варто зауважити, що ніхто з учасників до моменту проведення опитування не переглядав жодного епізоду проектів «Страва честі» та «Енеїда».

Для групи професійних кухарів були розроблені такі запитання:

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося.
2. Чи естетично у кадрі виглядали інгредієнти та процес приготування? Якщо ні, вкажіть, що саме не сподобалося.
3. Чи помітили ви помилки у процесі приготування страви чи порушення технологій? Якщо так, вкажіть, які саме.
4. Цей рецепт страви був для вас новим? Які корисні техніки чи прийоми ви почерпнули з цього випуску?
5. Оцініть образ ведучого. Яке враження він справив на вас? На вашу думку, він професійний кухар чи ні?
6. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі?
7. Чи сподобався вам такий формат програми? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/ не сподобалося і поясніть чому).

8. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Чи захотіли би ви переглянути інші випуски цієї програми?

Перший фрагмент, який було запропоновано переглянути учасникам, – епізод з першого випуску шоу «Енеїда». Група кухарів із професійної точки зору оцінювала процес приготування страви, вони відмічали деталі, які би не змогли помітити глядачі без досвіду роботи на кухні. На думку всіх кухарів, рецепт і процес готування був дуже простий і зрозумілий. Закордонні експерти звернули увагу на відсутність потрібного спецодягу на ведучому Євгену Клопотенку. Вони відмітили таке: «Все естетично та красиво, крім того, що кухар без фартуха», «все начебто сподобалося, а ось відсутність кітеля – ні!». Цю особливість не відмічали опитувані з інших груп, що говорить про різне сприйняття однієї інформації представниками різних професій.

На початку анкетування ми переконалися, що жоден із групи кухарів не знає Євгена Клопотенка, тому ми вирішили запитати у них: Чи є ведучий програми, на їхню думку, професійним кухаром і попросили обґрунтувати відповідь. Усі без винятку одразу вказали на його професійність, оскільки звернули увагу на техніки, які він застосовував під час готування: «це вбачається у його вмінні володіти ножем», «він навіть на звичайний домашній борщ спеціальну нарізку зробив, любитель би так точно не нарізав». Але сам ведучий шоу «Енеїда» не сподобався: професіонали відмітили його метушливість та емоційність. Ці риси кухарі навіть назвали «дратівливими», також одна з респондентів вказала, що ведучий «занадто швидко говорить та розмахує руками, це дуже відволікає».

Наступний блок запитань стосувався саме змісту програми, зокрема його літературної складової. Трьом опитуваним взагалі не сподобався формат проекту «Енеїда». На їхню думку, не варто поєднувати кулінарію ще з чимось: «не дуже сподобалося. Для мене це була зайва інформація», «не сподобалася, з точки зору того, що це кулінарія, а не літературний вечір», «нормальне поєднання, як для бабусі якоїсь, то добре. Для професійного кухаря – ні». Два респонденти

відповіли, що їм не заважали бесіди з літератури сприймати інформацію про кулінарію і формат вважають вдалим: «нормальний такий хід, цікаво дізнаватися щось нове, окрім постійного приготування, його й так вистачає».

На нашу думку, таке негативне враження залишилося у кухарів через їхню зацикленість на власне гастрономічних процесах. Переглядаючи епізоди, вони постійно вказували на деталі чи помилки саме під час приготування. Складалося враження, що будь-яка інша інформація, що не стосується кулінарії, їм не потрібна. На нашу думку, це пов'язано з явищем професійної деформації особистості – «зміною якостей особистості (стереотипів сприйняття, ціннісних орієнтацій, характеру, способів спілкування і поведінки), які настають під впливом тривалого виконання професійної діяльності» [75].

Переглядаючи наступний обраний відеофрагмент із другого сезону «Енеїди», професійні кухарі розкритикували поведінку гостя – співака Віктора Павліка. Фахівці відзначили, що музикант часто перебивав ведучого, перетягував увагу на себе. Через це у всіх респондентів залишилося негативне враження від переглянутого фрагмента. Всі опитувані, переглянувши обидва випуски, одноставно зійшлися на думці, що не переглядали би далі цю програму: «нудно і нецікаво», «забагато зайвої інформації», «дуже мало кулінарії». Серед інших запитань кухарі мали надати відповідь, чи дізналися вони про нові рецепти чи техніки приготування, які би могли використати у своїй професійній діяльності. Лише двоє учасників вказали, що хотіли би спробувати приготувати рецепт з програми, але нічого нового для свого професійного зростання вони не дізналися.

В останньому запитанні анкети (Чи захотіли ви далі переглядати цю програму?) всі учасники відповіли негативно.

Для респондентів групи медіаекспертів, після перегляду двох фрагментів із шоу «Енеїда», було запропоновано відповісти на такі запитання:

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося.



2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви?

3. Оцініть образ та роботу ведучого в кадрі. Яке він справив на вас враження? Чи помітили ви якісь помилки у його роботі (якщо так, то які)?

4. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі?

5. Яке у вас залишилося враження від гостя випуску? Як вам його поведінка, взаємодія з ведучим?

6. Чи сподобався вам такий формат програми? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/ не сподобалося і поясніть чому). На вашу думку, чи буде такий формат успішним на українському телебаченні?

7. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Чи захотіли би ви переглянути інші випуски цієї програми?

Варто зауважити, що представникам цієї експертної групи сподобався формат програми. Вони відзначили таке: «нове, пізнавальне та при цьому не перевантажує», «варто робити акцент на рецепті страви. Хоча інформація про письменника виглядає органічно», «досить незвичне, але органічне поєднання теми літератури та кулінарії. Подібний формат шоу передбачає активний діалог гостя та ведучого, але “світоглядні” діалоги чи “розмови ні про що” дещо піднабридли аудиторії. У той же час конкретна тема діалогу (конкретний письменник) структурує програму. Крім того, ця інформація жодним чином не набридає та не відштовхує аудиторію, адже розмова про літературу є другорядною», «формат точно вдалий, тому що немає “пустих теревеньок” про інгредієнти чи особисте життя гостя, але, на мою думку, програма не для широкої аудиторії, а для інтелектуалів, зокрема літераторів, письменників».

Позитивне враження на більшість медіаекспертів справив власне ведучий програми, одна з респонденток одразу впізнала у Євгеніві Клопотенку «одного з переможців “МайстерШеф”». Однак, один з опитуваних, як і представники групи кухарів, вказує на його нестриманість: «ведучий здався дещо егоцентричним,

складається враження, що основний акцент програми зроблений на ньому, а не на гостю, страві чи процесі готування. Зокрема, це спостерігається на початку програми, коли ведучий купує продукт. Крім того, уже готуючи, ведучий часто переймає ініціативу у гостя, перебиває його». Всі опитувані представники медіасфери вказали на той факт, що ведучий невпевнено тримається у кадрі, допускається помилок: «видно, що він перший раз отак перед камерою. Він не знає, куди діти руки, куди дивитися, а його поведінка з гостем навіть трохи нахабна, не можна так перебивати», «мене дратували його мовні помилки, недолугі запитання і цей імідж, що він повний нуль у літературі, нещиро це виглядало, як постановка». Не зважаючи на ці недоліки, більшість учасників анкетування вказали, що хотіли би надалі переглядати цей проект.

Для третьої групи респондентів – пересічних глядачів були розроблені такі запитання:

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося.
2. Цей рецепт був для вас новим та цікавим? Що саме нового ви дізналися з кулінарії, переглядаючи цей відеофрагмент?
3. Оцініть образ ведучого. Яке він справив на вас враження? На вашу думку, він професійний кухар чи ні?
4. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі?
5. Чи сподобався вам такий формат програми? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося /не сподобалося і поясніть чому).
6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Чи захотіли би ви переглянути інші випуски цієї програми?

Щодо групи пересічних глядачів, то тут думки кардинально розподілилися. Учасник під №1, переглянувши епізоди «Енеїди», висловив негативне враження як від самої програми, так і від її змістового наповнення. На його думку, у випуску

забагато інформації, яка відволікає увагу від кулінарії. Формат цієї програми він називає невдалим, бо «не потрібно поєднувати дві такі глибокі теми, оскільки жодна не зможе розкритися у повній мірі». На запитання щодо образу ведучого та його ведення програми, респондент не зміг описати свої враження, зауваживши, що «неможливо було зосередитися на чомусь, тому й залишилося таке невизначене враження від кухаря».

Подібну думку висловили учасники під №2 та №3. Їм важко було зосередитися на одній із тем програми. Вони відзначали таке: «через постійне перетинання розповідей про письменника та саме процесу приготування губиться концентрація, та все потрохи змішується», «в один момент я спочатку не зрозумів, чи він говорить про Котляревського, чи про борщ».

Щодо Євгена Клопотенка, то цим респондентам він видався непрофесійним, але водночас його «образ дуже яскравий» і закарбовується у пам'яті: «не вмів бити руками часник, багато балакає, але в цьому, здається, й фішка». Щодо того, чи виникло бажання переглянути інші випуски, то учасник під №2 відповів «Ні», а учасник під №3 зазначив, що дав би цьому шоу «другий шанс». Учасники групи «пересічні глядачі» під №4 і №5 вважають шоу нудним і зазначають таке: «немає динаміки, дуже довга розповідь про письменника», «затягнуто і не дуже цікаво». Не справив на них враження і власне ведучий програми, респондентам не сподобалася його активність у кадрі, нечітка дикція та перебивання гостя випуску.

Друга частина запитань в обох групах стосувалася відеофрагментів із випусків шоу «Страва честі». До переліку запитань додалися такі:

5. На які елементи реаліті-шоу Ви звернули увагу? На вашу думку, чи доречні вони у цій програмі?

6. Оцініть як взаємодіють герої програми та ведучий. Чи доречними були розмови на кухні?

7. Чи звернули ви увагу на продакт-плейсмент (рекламу певного продукту) у кадрі? Чи не заважало це вашому сприйняттю?

8. Чи сподобався вам такий формат програми: поєднання реаліті-шоу та кулінарії?

У групі професійних кухарів думки щодо вражень від цієї програми розділилися в залежності від переглянутого фрагмента. Перший епізод сподобався майже всім учасникам. На їхню думку, ця програма суто розважальна, тож вони не розглядали її з професійної точки зору. Зокрема, учасник під №3 вказав на таке: «Розмови були доречними, вдалими та цікавими. І рецепт простий, але тут майже немає кулінарії». В одного з учасників виникли сумніви щодо професійності Юрія Ковриженка: «він з вулиці зайшов і у верхньому одязі став одразу готувати. Я вже мовчу хоча б про якийсь фартух. І його реакція на те, що треба додавати моркву і сметану, така несправжня. Я не вірю, що це професійний шеф-кухар, та ще й відомий». Інші учасники зазначили в анкеті, що кухар залишив загалом позитивне враження та «не набридав, як попередній (мається на увазі Євген Клопотенко – прим. авт.)». В одного з учасників виникли претензії щодо естетичності показу домашньої кухні, йому б не хотілося куштувати страву, приготовлену за таких умов і такими «кухарями».

Під час перегляду другого фрагмента, кухарі звернули увагу на продакт-плейсмент у кадрі. В епізоді Юрій Ковриженко пропонує гостям випити напій «Coca-Cola», адже «з нею смачніше». Респонденти зіронізували, що кухар такого рівня рекламує цей напій, до того ж невдало: «недолуга акторська гра як ведучого, так і гостей». Також під час перегляду цього епізоду професіоналам не сподобалася поєднання реаліті-шоу та кулінарії: «постійно процес приготування перебивався цими дівчатами, що вони думають. Це дратувало і відволікало», «таке враження було, ніби ці жіночки ведучі шоу, а не він». Водночас кухарі оцінили власне рецепт і техніки приготування страви. У цьому епізоді Юрій Ковриженко відкрив секрети створення молекулярної кухні, зокрема борщу. Фахівці позитивно оцінили професійні навички ведучого і вказали, що хотіли би повторити такі

техніки самостійно. Загалом враження від «Страви честі» група професійних кухарів описала як «позитивні», але на їхню думку, це шоу не є кулінарним.

Група медіаекспертів доволі критично оцінила випуски шоу «Страва честі». Учасники під №1, №2 та №3 розкритикували формат програми. Вони висловили схожі думки із групою професійних кухарів про те, що цей проект не можна назвати кулінарним. Медіаексперти у відповідях на запитання вказували такі думки з цього приводу: «програма сприймається не як кулінарна, а як шоу з елементами кулінарії. Не можу говорити, що виникла певна емпатія до персонажів чи цікавість у тому, як завершилася історія», «поєднання є досить не вдалим, воно заважає у повній мірі реалізувати кожен формат. Як у кулінарній, так і у реаліті складових залишаються незавершені або повністю не показані моменти, через які, особисто у мене, виникло враження, що переглядаю не цілісний продукт», «це ніби недороге реаліті-шоу у селі з купою пригод, кулінарії тут певні вкраплення є, але вони стають непомітними на фоні з'ясування стосунків, поїздки на фестиваль і т.п.». Учасники під №4 та №5 навпаки висловили позитивне враження від переглянутої програми. Вони вважають, що такий формат підходить для масової аудиторії, якій подобаються подібні реаліті-шоу.

Щодо роботи ведучого, то респонденти вказали на декілька помилок, зокрема такі: «у нього явні проблеми з акторською грою», «він занадто тихий, герої програми ніби задавлюють його», «видно, що він профі на кухні, але помітно, що працює чітко за сценарієм». Водночас деякі учасники нашого опитування порівняли образи телевізійних ведучих Євгена Клопотенка і Юрія Ковриженка і відмітили, що ведучий «Страви честі» набагато приємніший, не дратує, справляє краще враження.

Учасник під №3 з другої групи респондентів зазначив на проблеми зі сприйняттям процесу приготування. Певні технологічні моменти йому видалися незрозумілими, тому «хотілося б бачити проміжні етапи та чути фахові коментарі кухаря, бачити крупним планом техніку реалізації».

Групі медіаекспертів також було запропоновано оцінити елементи реаліті-шоу у двох фрагментах, зокрема взаємодію ведучого та героїв програми. Думки респондентів розділилися – більшості опитуваних не сподобалися елементи реаліті у проекті. Вони наголосили на такому: «дуже непрофесійна постановка з поганим сценарієм і жахливими акторами. Ці історії взагалі не сприймаються, особисто мені нецікаві, я би не хотіла далі переглядати це шоу», «персонажів у кадрі необґрунтовано багато, вони перевантажують як “картинку”, так і інформаційне наповнення. Безумовно, кількість учасниць зумовлена художньою історією, проте логічного навантаження не несе. Крім того, все через ту ж художність, розмови виглядають награно-природними, а наявність просторіч та білінгвізму часто “ріже слух”». Отже, група медіаекспертів шоу «Страва честі» оцінила, переважно негативно. Спільна теза, яка є в усіх відповідях респондентів, полягає в тому, що програму не можна вважати кулінарною, формат варто визначати як реаліті-шоу з елементами приготування страв.

Щодо представників групи «пересічні глядачі», то їхні погляди розділилися. Так учаснику під №1 не сподобалося шоу взагалі. Серед перших зауважень – непослідовність викладу й переривання кулінарної частини розмовами та елементами реаліті-шоу (наприклад: «забагато непотрібних розмов, якась смішна кухня з незрозумілими людьми, які тільки заважають та погано жартують» тощо). Також респондент декілька разів відзначив погану акторську гру ведучого та героїв, невдалий рецепт борщу («все зрозуміло, крім того, чому ми це маємо вважати борщем») та «нудний і довгий» продакт-плейсмент у кадрі. Схожі відповіді надали учасники під №3 та №4. Вони також вважають недоречними поєднання кулінарного та реаліті-шоу (наприклад: «герої взагалі не були потрібні. Вони тільки заважали та відволікали», «потрібно більше уваги приділяти саме кулінарії»). Натомість учасник під №3 відзначив, що хотів би далі переглянути цей епізод, аби дізнатися, чим закінчилася історія. Респондент під №4 відповіла на таке запитання негативно.

Позитивними враженнями від перегляду «Страви честі» поділилися учасники під №2 і №5. Переглянуті епізоди вони назвали «цікавими», їм хотілося б дізнатися, чим завершилися історії, вони висловили бажання переглянути й інші телевізійні випуски шоу. Також вони зазначили, що запропоновані рецепти страв у програмі були для них новими та пізнавальними. Ведучого Юрія Ковриженка вони охарактеризували як «професійного кухаря», «цікавого й неординарного чоловіка». Як і представники з групи медіаекспертів вони вважають, що ведучий цього проекту значно краще «працює в кадрі» ніж Євген Клопотенко.

Результати проведеного опитування серед трьох груп респондентів вважаємо за необхідне продемонструвати у вигляді графіків, для візуалізації й узагальнення результатів дослідження:



Рис. 3.1. Результати опитування

За результатами опитування, професійні кухарі взагалі не переглядають гастрономічні телевізійні проекти, на відміну від медіаекспертів. Серед пересічних глядачів більшість дивиться кулінарні програми на українському телебаченні.

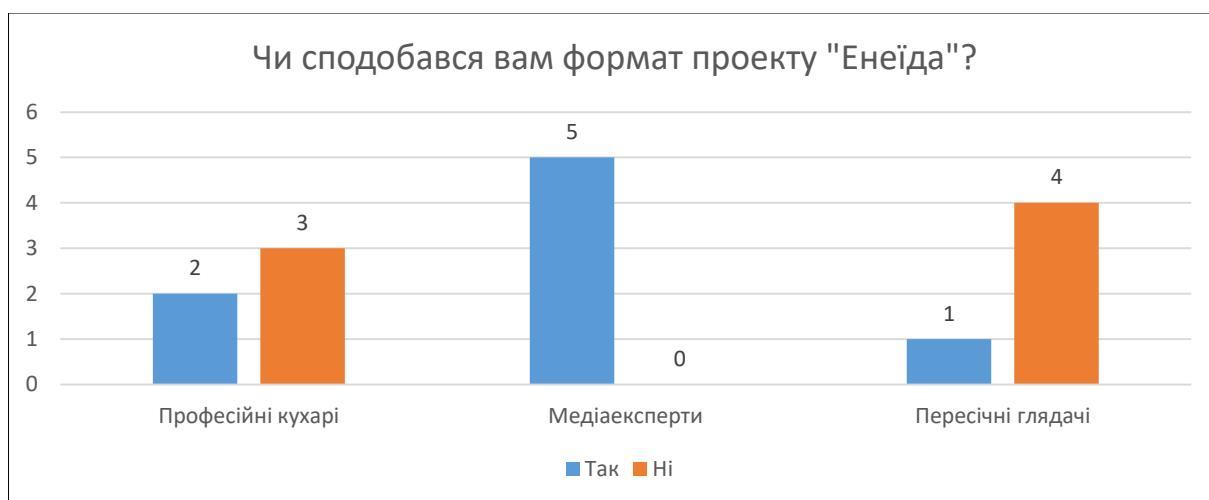


Рис. 3.2. Результати опитування

Двом учасникам з групи «професійні кухарі» сподобався формат «Енеїди», трьом – ні. Всі п'ятеро медіаекспертів позитивно відгукнулися про це кулінарно-літературне шоу, на відміну від пересічних глядачів. Лише одному представнику зазначеної групи респондентів шоу в цілому сподобалося.

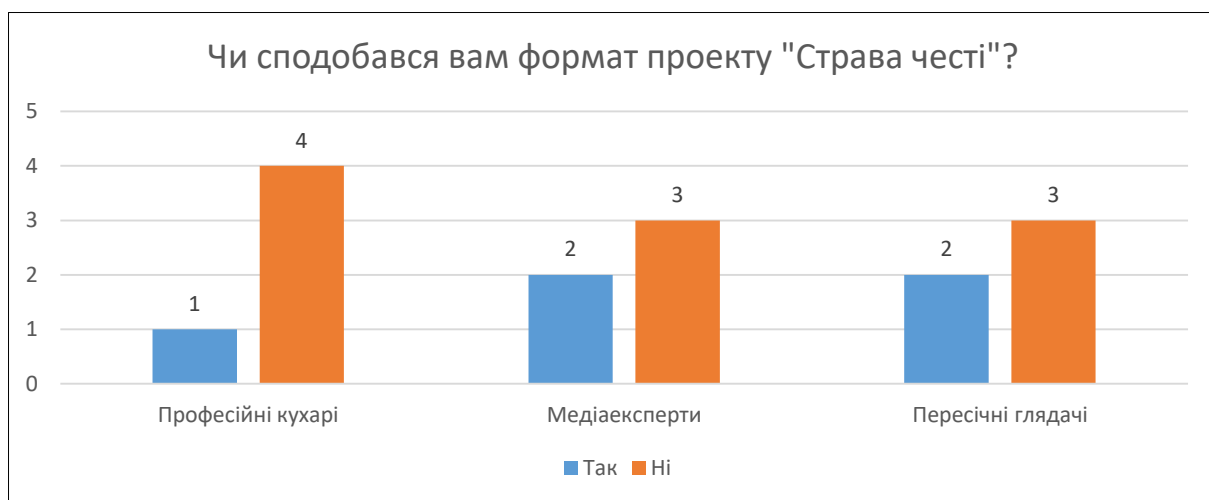


Рис. 3.2. Результати опитування

Лише одному респонденту з п'яти кухарів сподобався формат шоу «Страва честі». У групах респондентів «медіаексперт» та «пересічні глядачі» таких по дві особи, вони вважають формат телепроекту «Справа честі» цікавим.



Отже, провівши опитування серед трьох груп респондентів щодо сприйняття політематичних гастрономічних проєктів, ми дійшли таких висновків:

– професійні кухарі не цікавляться кулінарними проєктами загалом. Під час перегляду запропонованих відеофрагментів вони помічають факти, пов'язані з їх професійною діяльністю (серед яких: відсутність спецодягу, використання технік нарізки чи приготування). У політематичних проєктах їм заважають інші теми, вони одразу зосереджують свою увагу виключно на кулінарії.

– медіаексперти під час аналізу гастрономічних проєктів звертають детальну увагу на особливості формату, зйомки, роботу ведучого тощо. Також саме ця група респондентів дала найповніші відповіді на запитання, аргументувала свою думку. Представники медіаіндустрії залишили більше позитивних відгуків щодо телепроєкту «Енеїда», хоча і зазначили помилки ведучого. «Страва честі» експерти вважають невдалою телевізійною програмою через відсутність якісної кулінарної складової та надмірної кількості елементів реаліті-шоу.

– група пересічних глядачів по-різному оцінювала запропоновані фрагменти. Найменше симпатій зібрали епізоди «Енеїди», респонденти не вважають вдалою ідею поєднання літератури та кулінарії в одній програмі. Шоу «Страва честі» кожен респондент оцінив по-своєму, але загальна тенденція у відповідях свідчила про те, що проєкт має проблеми з поєднання елементів реаліті та кулінарії. Особливістю відповідей учасників опитування цієї групи було те, що вони звертали увагу на прояви людських емоцій та акторську гру учасників програми.

– наше дослідження показало, що сприйняття одного й того ж аудіовізуального продукту у представників різних професій відрізняється. Водночас можна відмітити спільну тенденцію – більшості респондентів важко сприймати кулінарну складову у політематичних телевізійних проєктах.

## ВИСНОВКИ

В ефірі українських телеканалів кулінарні проекти трансформуються у політематичні проекти. В українському телепросторі наразі з'являються гастрономічні програми, у яких поєднується кулінарна, літературна, політична, подорожня чи соціальна тематика.

Опрацювавши теоретичну базу, ми з'ясували, що поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу» у сучасній науковій думці різняться. На нашу думку, доцільним є виокремлення декількох наукових підходів до визначення суті та характерних особливостей кулінарної програми та кулінарного шоу. Представники першого підходу (дослідники І. Сохань, Т. Тарасенко, Н. Ахметьянова) вважають кулінарні програми формою представлення культури їжі на телебаченні і розмежовують досліджувані поняття. Інша група дослідників (науковці К. Грубич, Е. Шестакова) у своїх наукових розробках використовують поняття «кулінарні шоу» на позначення всіх телепрограм гастрономічної тематики, таким чином ототожнюючи ці терміни. Третя група вчених (К. Абелян, А. Яшина, Ю. Муленко, К. Матвік, С. Тагамлик, Ю. Щербина) вважає кулінарні шоу новим самостійним жанром і відносить такі проекти до розважальних форматів. У своєму дослідженні ми опиралися саме на такий підхід і вважаємо його найбільш прийнятним на сьогодні.

Вивчивши наукові підходи сучасних розвідок та провівши аналіз телепроектів на українських каналах, ми встановили, що кулінарна програма – це аудіовізуальний твір, провідною тематикою якого є гастрономічна. Такі програми розподіляються на декілька типів. «Кулінарне шоу» є новим жанром програм гастрономічної тематики і має низку характерних особливостей (видовищність, елементи реаліті-шоу та змагальності, зміщення акцентів з приготування їжі на показ взаємин між учасниками тощо). Кулінарні шоу необхідно відносити саме до розважального формату телевізійних програм.

Для подальшого ефективного аналізу об'єкта дослідження, ми систематизували комунікаційні технології створення гастрономічних проектів на телебаченні та уніфікували класифікації кулінарних програм українських та зарубіжних науковців. Основних технологій у виробництві аналізованих проектів 11 (створення образу кухні, «домашності», інтимності сприйняття, введення харизматичних ведучих, використання праймінгу, технологія зрозумілого телевізійного дискурсу і використання інтонацій, застосування наочності показу, запровадження конвергентності контенту, надання можливості вивчати традиції кулінарії різних народів, технологія сучасного опанування національної культурної спадщини, можливість отримати нові знання у царині кулінарії, технологія інтерактивності, дотримання темпоритму й динамічної режисури). Саме ці технології створення кулінарних проектів закладені в основу класифікації програм гастрономічної тематики.

Систематизувавши класифікації кулінарних телевізійних програм, ми виділили такі їх види: майстер-класи від професіоналів або відомих, медійних особистостей, відеоуроки без ведучого, шоу-змагання, кулінарні подорожі, ток-шоу, шоу для цільової аудиторії, соціальні гастрономічні проекти, кулінарні реаліті-шоу, тележурнали про їжу, доку-мело, шоу перетворень, кулінарний тревелог, авторські формати. Наразі у сегменті кулінарних передач українського телебачення представлені такі основні п'ять форматів гастрономічних проектів, а саме: майстер-клас від професіонала («Готуємо разом», «Інтер»), майстер-клас медійної особистості (кулінарні рубрики ранкових передач «Сніданок з 1+1», «1+1» та «Ранок з Україною», «Україна»), шоу-змагання («МайстерШеф», «СТБ»), ток-шоу («Їмо за 100», «1+1», «Прокинься з Ектором», «СТБ»), поєднання тревел і кулінарного шоу («Страва честі», «СТБ»).

У порівнянні зі світовими мовниками, на українському телебаченні кулінарні програми вийшли в ефір значно пізніше – у другій половині 90-х р. З 2011 р. українські телеканали почали адаптувати закордонні формати кулінарних

програм, серед яких шоу «МайстерШеф», «Пекельна кухня», які отримали одні з найвищих рейтингів серед розважальних проектів сезону. Також з цього вказаного періоду українські телевиробники перейшли від форматів найпростіших кулінарних програм до постановочних гастрономічних шоу.

На українському телебаченні перший політематичний гастрономічний проект «Смачна країна» (поєднання кулінарних подорожей і ток-шоу із зірковими гостями) вийшов в ефір телеканалу «1+1» 2005 р. Серед інших подібних програм в українському телепросторі (у яких поєднувалися декілька тем) варто відзначити «Автогурман» і «Мандрівка зі смаком» (синтез кулінарної, автомобільної і тревел тем, канал «Перший автомобільний», 2011–2013 р.), «Світ на смак» (синтез кулінарної і подорожньої теми, канал «Україна», 2013–2014 р.), «Смак Європи» (кулінарно-політичне ток-шоу, канал «ТВі», 2012 р.), «Польова кухня» (соціальний проект з елементами кулінарії, канал «1+1», 2018–2019 р.), «Енеїда» (синтез кулінарії та літератури, канал «UA: Перший», 2018–2019 р.), «Страва честі» (поєднання подорожей і кулінарії, канал «СТБ», 2019 р.).

У результаті моніторингу кулінарних програм на українському телебаченні, було з'ясовано, що з кінця 90-х рр. минулого століття і по сьогодні в ефірі українських телеканалів виходили різноформатні та різножанрові кулінарні проекти. Їх 60. Завдяки ним чітко простежуються трансформаційні процеси у програмах гастрономічної тематики (від жанру «майстер-класу з приготування їжі» до масштабних кулінарних проектів, які поєднують у собі елементи реаліті, тревел, талант-шоу тощо).

Аналізуючи випуски шоу «Енеїда», ми виокремили та охарактеризували структурні й змістові компоненти цього політематичного проекту, їх зміни. На нашу думку, формат проекту виявився успішним. Поєднавши пізнавальні бесіди з кулінарією, автори проекту створили унікальний формат, серед головних переваг якого орієнтованість на молодіжну аудиторію, якісне змістове наповнення, вдало реалізована драматургія та витриманий темпоритм програми. Серед головних

недоліків ми відзначили непрофесійність ведучого та невдалий вибір деяких гостей випусків, які «перетягували» увагу глядача на себе. На нашу думку, падіння рейтингів шоу в третьому сезоні відбулося через зменшення частки літературної складової, вибір саме зіркових гостей і введення окремої рубрики із ними («Я не люблю»), яка не має гастрономічної та літературної цінності.

У політематичному проекті «Страва честі» ми дослідили особливості поєднання кулінарії та елементів реаліті-шоу. Дослідження показало, що формат проекту є реаліті-шоу з елементами кулінарії. Гастрономія не є провідною темою програми, чільне місце у випусках посідають бесіди кухаря й гостей на інші теми чи «пригоди» Юрія Ковриженка, показ стосунків учасників. Кулінарні страви у випусках виступають лише приводом, з яких і починаються пригоди шеф-кухаря. Серед переваг проекту ми визначили таке: якісна відеозйомка процесів приготування страв, влучне графічне оформлення проекту, професіоналізм ведучого. Недоліками «Страви честі» є надмірна кількість елементів реаліті-шоу, невдала акторська гра Юрія Ковриженка і учасників шоу, використання стереотипів щодо сімейних стосунків, українського села, кулінарного мистецтва.

За допомогою методу опитування ми дослідити сприйняття політематичних гастрономічних телевізійних проектів різними групами цільової аудиторії. Для цього було обрано три групи респондентів, по п'ятеро осіб у кожній: професійні кухарі, медіаексперти та пересічні глядачі. Для кожної групи були розроблені різні запитання, зважаючи на їхню фаховість. Ми визначили, що на сприйняття аудіовізуального продукту значний вплив має професія респондента. Так, представники першої групи опитування звертали увагу саме на гастрономічну складову шоу: відсутність спецодягу, помилки у роботі кухарів. Медіаексперти детально описували особливості формату програм, оцінювали помилки у роботі ведучих у кадрі. Щодо третьої групи респондентів, то пересічні глядачі під час перегляду випусків проектів свою увагу зосереджують на людських історіях та емоціях, намагаються сприймати програму цілісно, без поділу на окремі теми.

Щодо результатів опитування, то у всіх групах ми виявили різні вподобання та враження від переглянутих запропонованих фрагментів політематичних програм. Цим ми підтвердили нашу думку про те, що глядачі сприймають одну й ту саму інформацію крізь призму власних професій та особистісних цінностей. Загалом формат проекту «Енеїда» сподобався панівній більшій опитаних, аніж «Страви честі». Два учасники з групи «професійні кухарі» вказали, що їм сподобався формат «Енеїди», на відміну від інших трьох. Медіаексперти одноставно позитивно відгукнулися про кулінарно-літературне шоу, а серед пересічних глядачів лише одному представнику сподобався цей проект.

Щодо оцінки респондентів формату «Страви честі», то результати такі: лише одному з п'яти опитаному кухарю сподобався такий формат шоу. Серед медіаекспертів та пересічних глядачів таких по дві особи, які вважають проект «Страва честі» цікавим, із вдалим поєднанням елементів реаліті-шоу і гастрономії в одному проекті. Водночас усім групам респондентів було важко сприймати окрему інформацію у політематичних проектах. На їхню думку, поєднання різних тем в одній програмі перевантажує і розпилює увагу глядачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «1+1» відновлює програму «Смакуємо» з новим ведучим. URL: <http://ru.telekritika.ua/rinok/2013-04-24/81110> (дата звернення: 17.11.2019).
2. Абелян К. Программы гастрономической тематики на российском телевидении. *Ученые записки Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого*. Новгород, 2015. № 3. С. 60–64.
3. Александров О. Теоретичні проблеми дослідження сучасного українського тревелогу. *Вісник Львівського університету*. Сер. Журналістика. Львів, 2018. Вип. 43 С. 48–56.
4. Архив передачи «Летняя кухня с Дмитрием Шепелевым». URL: [http://inter.ua/ru/programs/useful/letnyaya\\_kukhnya\\_s\\_dmitriem\\_shepelevym/archive](http://inter.ua/ru/programs/useful/letnyaya_kukhnya_s_dmitriem_shepelevym/archive) (дата обращения: 10.10.2019).
5. Ахметьянова Н. Формирование гастрономических привычек и традиций на кулинарных шоу регионального телевидения. *European Journal of Humanities and Social Sciences*. Вена, 2019. № 1. С. 8–11.
6. Бердинских К., Иванова К., Прядко И. Телевизионная кухня. Кулинарные шоу повышают рейтинги телеканалов. URL: [https://korrespondent.net/business/mmedia\\_and\\_adv/1218527-korrespondent-televizionnaya-kuhnya-kulinarnye-shou-povyshayut-rejtingi-telekanalov](https://korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1218527-korrespondent-televizionnaya-kuhnya-kulinarnye-shou-povyshayut-rejtingi-telekanalov) (дата обращения: 11.10.2019).
7. Булдакова Ю. Образы кулинарии и гастрономии в тревелогге. *Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее* : сб. ст. XII междунар. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 10 окт. 2017 г.). Пенза, 2017. С. 15–17.
8. Ведучий «Страва честі» Юрій Ковриженко: можу приготувати 40 страв з цибулі. URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/03/18/vedushhij-strava-chesti-yurij-kovrizhenko-mogu-prigotovit-40-blyud-iz-luka> (дата звернення: 20.11.2019).
9. Веремчук Т. Прайм-тайм кулінарія. URL: <http://ru.telekritika.ua/telebachennya/2011-03-31/61557> (дата звернення: 7.09.2019).

10. Война миров. Ревизор против Шефа»: Арам Мнацаканов и Ольга Фреймут отправились на поиски лучшего ресторатора страны. URL: <https://novy.tv/ru/news/2013/09/06/quot-vojna-mirov-revizor-protiv-shefa-quot-aram-mnatsakanov-i-ol-ga-frejmut-otpravilis-na-poiski-luchshego-restoratora-strany/> (дата обращения: 11.09.2019).

11. Гаврилюк І., Котенко А. Дейтинг-шоу на українських телеканалах: до визначення поняття, особливості розвитку. *Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми* : матеріали 9-ї всеукр. наук.-практ. конф. (м. Суми, 5–6 черв. 2013 р.). Суми, 2013. С. 76–78.

12. «Готовим на даче»: архив программы. URL: <https://korysnetv.com/index.php/telekanaly/dacha/programmy/gotovim-na-dache> (дата обращения: 11.11.2019).

13. Гоян В., Захарс Т. Іміджеве наповнення портфеля кулінарних шоу. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2013. Т. 51. С. 77–81.

14. Гоян В., Захарс Т. Іміджева стратегія ведучого інформаційно-розважальних програм. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2013. Т. 50. С. 59–63.

15. Грубич К. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : дис. ... к. н. соц. ком. : 27.00.06. / Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2017. 229 с.

16. Грубич К. Якість ефірного мовлення як елемент успішності кулінарних телешоу. *Стиль і текст*. Київ, 2015. Вип. 16. С. 150–156.

17. Дивіться онлайн «Великий пекарський турнір» на ТСН.ua. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/divitsya-onlayn-velikiy-pekarskiy-turnir-na-tsn-ua-306862.html> (дата звернення: 14.09.2019).

18. «Енеїда» крокує планетою. URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/eneida\\_krokuje\\_planetoyu](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/eneida_krokuje_planetoyu) (дата звернення: 23.10.2019).

19. Еники-беники, гайда до Бенюка на вареники. URL: <http://simya.com.ua/enyuku-benyuku-gajda-benyuka-na-varenyku> (дата звернення: 13.09.2019).



20. Єлісовенко Ю., Полісученко А. Інтеграція новітніх ЗМІ та пошук нових форм спілкування. *Теле- та радіожурналістика*. Львів, 2011. Вип. 10. С. 158–162.

21. Журналістика. Словник-довідник / авт.-уклад.: І. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.

22. Зарубина Н. Трансформації практик питаня в сучасній Росії: детермінанти. *Вестник МГИМО*. Москва, 2014. № 6. С. 199–208.

23. Иванова А., Иванова Г., Кольман О., Шудраков Н. Российские кулинарные шоу: развлечение или обучение? *Современные проблемы формирования здорового образа жизни студенческой молодежи* : материалы II междунар. научно-практ. конф. (г. Минск, 10–12 апр. 2019 г.). Минск, 2019. С. 64–71.

24. Історія програми «На ножах». URL: <https://1plus1.ua/na-nozhah> (дата звернення: 5.10.2019).

25. Історія програми «Світ на смак». URL: <https://svitnasmak.kanalukraina.tv> (дата звернення: 17.10.2019).

26. Історія проекту «Все буде добре!». URL: <https://dobre.stb.ua/ua> (дата звернення: 17.10.2019).

27. Історія проекту «Кулінарна академія з Олексієм Сухановим». URL: <https://academy.kanalukraina.tv/ua> (дата звернення: 16.10.2019).

28. Костянтин Грубич готує проект у «ТСН. Тиждень». URL: <https://detector.media/production/article/141726/2018-10-12-kostyantyn-grubich-gotue-proekt-u-tsn-tizhden> (дата звернення 29.10.2019).

29. «Країна на смак»: історія програми. URL: [http://1tv.com.ua/programs/kraina\\_na\\_smak](http://1tv.com.ua/programs/kraina_na_smak) (дата звернення: 17.10.2019).

30. Крепкий «Миньетто» от Михаила Поплавского. URL: <https://mediananny.com/reportazhi/13052> (дата обращения: 15.10.2019).

31. Куди мігрують телеведучі та нова передача Борсюка. URL: [https://tabloid.pravda.com.ua/lounge/471dff9e04ef6/view\\_print](https://tabloid.pravda.com.ua/lounge/471dff9e04ef6/view_print) (дата звернення: 16.10.2019).

32. «Кулинарная династия» стартует 15 февраля. URL: [https://mediananny.com/novosti/17804/\\_Kulinarnaia\\_dinastiia\\_\\_startuet\\_15\\_fevralia](https://mediananny.com/novosti/17804/_Kulinarnaia_dinastiia__startuet_15_fevralia) (дата обращения: 17.10.2019).

33. Кулинарные шоу: не пора ли на диету? URL: <https://mediananny.com/obzory/16657> (дата обращения: 15.10.2019).

34. Лемещук Л. Особливості кулінарних шоу та їх представленість в українському медіа просторі. URL: [http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program\\_5a5f83706538f.pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5a5f83706538f.pdf) (дата звернення: 16.11.2019).

35. «МастерШеф» на «СТБ» наращивает показатели. URL: <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/31953/42/lang,ru> (дата обращения: 4.10.2019).

36. Мащенко І. Енциклопедія електронних мас-медіа : у 2 т. Запоріжжя : Дике Поле, 2006. Т. 2: Термінологічний словник основних понять і виразів : телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо. 511 с.

37. Муленко Ю. Розважальні програми на українському телебаченні. *Humanities and Social Sciences*. 2015, № 67. С. 68–71. URL: [https://www.academia.edu/22365470/SCIENCE\\_and\\_EDUCATION\\_a\\_NEW\\_DIMENSION\\_HUMANITIES\\_and\\_SOCIAL\\_SCIENCE\\_Issue\\_67](https://www.academia.edu/22365470/SCIENCE_and_EDUCATION_a_NEW_DIMENSION_HUMANITIES_and_SOCIAL_SCIENCE_Issue_67) (дата звернення: 17.10.2019).

38. На «UA: Перший» повертається літературно-кулінарне шоу «Енеїда» з удвічі довшим хронометражем. URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na\\_ua\\_pershiy\\_povertaetsya\\_literaturnokulinarne\\_shou\\_eneida\\_z\\_udvichi\\_dovshim\\_khronometrazhem](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na_ua_pershiy_povertaetsya_literaturnokulinarne_shou_eneida_z_udvichi_dovshim_khronometrazhem) (дата звернення: 25.10. 2019).

39. На регіональних філіях Суспільного та «UA: Першому» стартує кулінарно-літературне шоу «Енеїда». URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na\\_regionalnikh\\_filiyakh\\_suspilnogo\\_ta\\_ua\\_pershomu\\_startue\\_kulinarnoliteraturne\\_shou\\_eneida](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na_regionalnikh_filiyakh_suspilnogo_ta_ua_pershomu_startue_kulinarnoliteraturne_shou_eneida) (дата звернення: 20.10.2019).

40. «Найкращий кухар на селі» – історія проекту. URL: <https://kuhar.kanalukraina.tv/ua> (дата звернення: 12.10.2019).

41. «Народна кухня» – історія програми. URL: <https://www.5.ua/programy/narodna-kukhnia-34.html> (дата звернення: 15.10.2019).
42. Нацрада проліцензувала кулінарний канал Film.ua. URL: <https://detector.media/rinok/article/170538/2019-09-06-natsrada-prolitsenzovala-kulinaranii-kanal-filmua> (дата звернення: 16.10.2019).
43. О программе «Ресторанный гид». URL: <http://uashow.tv/815-restorannyy-gid-2plus2.html> (дата звернення: 16.10.2019).
44. Олейник С. Вкусно готовим. Борис Бурда. URL: <http://vkusninka.com/trees/C715> (дата звернення: 15.10.2019).
45. Павел Коваль і його «Смак Європи». URL: <http://www.polradio.pl/5/39/Artykul/110479,Павел-Коваль-і-його-«Смак-Європи»> (дата звернення: 28.10.2019).
46. «Пекельна кухня» фінішувала з часткою 22,78%. URL: <http://ru.telekritika.ua/news/2011-07-21/64474> (дата звернення: 2.10.2019).
47. «Політична кухня». Про проект. URL: <https://prm.ua/categories/politichna-kuhnya-2> (дата звернення: 28.10.2019).
48. Прем'єра «Прокинься з Ектором» – дивіться з 15 вересня на СТБ. URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/08/20/premera-prokinsya-z-ektorom-smotrite-s-15-sentyabrya-na-stb> (дата звернення: 13.10.2019).
49. Про глядачів забули. Аналіз програмування «UA: Першого» у 2018 році. URL: [https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/pro\\_glyadachiv\\_zabuli\\_analiz\\_programuvannya\\_ua\\_pershogo\\_u\\_2018\\_rotsi](https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/pro_glyadachiv_zabuli_analiz_programuvannya_ua_pershogo_u_2018_rotsi) (дата звернення: 29.10.2019).
50. Про кулінарний проект «Все буде смачно!». URL: <https://smachno.ua/recepty/vse-bude-smachno> (дата звернення: 07.10.2019).
51. Про проект «Мандрівка зі смаком». URL: <http://www.1auto.tv/projects/mandrivka.html> (дата звернення: 30.10.2019).
52. Про проект «МастерШеф». URL: <https://masterchef.stb.ua> (дата звернення: 17.01.2019).

53. Про проект «Найкращий ресторан з Русланом Сенічкіним». URL: <https://1plus1.ua/ua/naykraschiy-restoran-z-ruslanom-senichkinim> (дата звернення: 14.10.2019).

54. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. Дата оновлення: 18.12.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 20.12.2019).

55. Профайл. *Словотвір: майданчик для пошуку, обговорення та відбору влучних відповідників до запозичених слів.* URL: <https://slovotvir.org.ua/words/profail> (дата звернення: 10.12.2019).

56. «Рецепты шинкаря» на телеканалі «Дача»: архив. URL: <https://korysnetv.com/telekanaly/dacha/programmy/retsepty-shinkarya> (дата звернення: 17.10.2019).

57. Санакоєва Н., Закарлюка М. Спонсорство як рекламно-комунікативна технологія в медіахолдингу StarlightMedia. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації.* Запоріжжя : КПУ, 2016. № 4. С. 124–128.

58. Секрет Полишинеля: почему канал «Меню-ТВ» закрыли. URL: <https://mediananny.com/raznoe/2305742> (дата звернення: 15.10.2019).

59. Семененко Ю. Програми «інспекції їжі» як інструмент підвищення споживацької обізнаності (на прикладі програм «Знак якості» та «Контрольна закупка»). *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Сер. Соціальні комунікації.* Харків, 2017. № 9. С. 45–49.

60. Сивопляс С., Голоусова Е. Релаксационные проекты в России и за рубежом: общее и особенное. *Журналистика и массовые коммуникации.* Екатеринбург, 2016. № 1. С. 59–65.

61. Сохань И. Визуальные репрезентации гастрономической культуры. *PRAHEMA : проблемы визуальной семиотики.* Томск, 2014. № 1. С. 88–96.

62. Станіславська К. Феномен талант-шоу на сучасному телебаченні. *Культура і сучасність.* Київ, 2013. № 2. С. 89–96.

63. СТБ виграв дві нагороди Ukrainian Design: The Very Best Of 2019. URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/05/31/stb-vyigral-dve-nagrody-ukrainian-design-the-very-best-of-2019> (дата звернення: 13.10.2019).

64. СТБ запустить нову кулінарну програму «Страва честі» 10 березня. URL: <https://detector.media/production/article/163629/2019-02-26-stb-zapustit-novu-kulinarnu-programu-strava-chesti-10-bereznya> (дата звернення: 13.10.2019).

65. СТБ знімає ще одну кулінарну програму. URL: <https://detector.media/production/article/142711/2018-11-20-stb-znimaє-shche-odnu-kulinarnu-programu> (дата звернення: 19.10.2019).

66. «Сусід на обід» – скоро на «Інтері». URL: [http://inter.ua/uk/video/anounces/susid\\_na\\_obid/2014/03/06/anons](http://inter.ua/uk/video/anounces/susid_na_obid/2014/03/06/anons) (дата звернення: 17.10.2019).

67. Тагамлик С. Праймінг як засіб маніпулювання масовою свідомістю у телетексті (за матеріалами кулінарних програм). *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. Симферополь, 2008. Т. 21. № 1. С. 242–248.

68. Тарасенко Т. «Кулинарная» глобализация в медиатексте. *PR и реклама: традиции и инновации*. Красноярск, 2013. № 8. С. 83–86.

69. Телеканал Дача: о проектах. URL: <https://korysnetv.com/index.php/telekanaly/dacha> (дата обращения: 7.12.2019).

70. Телеканал СТБ знімає новий проект – кулінарний тревел «Страва честі». URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/02/11/telekanal-stb-snimaet-novuj-proekt-kulinarnuj-trevel-strava-chesti> (дата звернення: 27.10.2019).

71. Токарчук О. Сучасні засоби розробки відеоуроків. *Актуальні питання сучасної інформатики*. Житомир, 2016. С. 242–243.

72. Топ-програми за рейтингом. URL: <http://tampanel.com.ua/rubrics/programms> (дата звернення: 11.10.2019).

73. Трегуб А. Образ телевізійного ведучого як інструмент персоналізації експертних програм. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. Запоріжжя : КПУ, 2018. № 3. С. 56–60.

74. Фінклер Ю. Кухня лихослів'я. URL: [http://ua.telekritika.ua/none/2012-10-23/76121?theme\\_page=1380&](http://ua.telekritika.ua/none/2012-10-23/76121?theme_page=1380&) (дата звернення: 17.01.2019).

75. Хоржевська І. Особистісні зміни фахівця як наслідок професійної деформації. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ, 2009. Вип. 16. С. 207–212.

76. Чабаненко М. Основи інтернет-журналістики : навч. посіб. Запоріжжя : «Просвіта», 2013. 112 с.

77. Шестакова Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу. *Стылістыка : мова, маўленне і тэкст : матэрыялы IV Міжнароднай навук.-практыч. канф. (г. Мінск, 10–11 ліст., 2017 г.)*. Мінск, 2017. С. 418–430.

78. Щербина Ю. Історія виникнення та становлення шоу-програм на Британському телебаченні. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2013. Т. 52. С. 144–147.

79. Юсипович А. Типи програм розважального телебачення України. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122>. (дата звернення: 19.09.2019).

80. Ярослав Лодигін про «UA: Перший»: «Тактика на найближчий рік : сильні новини і сильні програми довкола новин». URL: [https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/yaroslav\\_lodigin\\_taktika\\_na\\_nayblizhchiy\\_rik\\_silni\\_novini\\_i\\_silni\\_programi\\_dovkola\\_novin](https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/yaroslav_lodigin_taktika_na_nayblizhchiy_rik_silni_novini_i_silni_programi_dovkola_novin) (дата звернення: 21.10.2019).

81. Яшина А. Гастрономическая тематика на телевидении и платформе Youtube как гибридный жанр журналистики: сравнительный анализ в аспекте маркетинга. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/gastronomicheskaya-tematika-na-televidenii-i-platforme-youtube-kak-gibridnyj-zhanr-zhurnalistiki-sravnitelnyj-analiz-v-aspekte-marketinga> (дата обращения: 16.10.2019).

82. Appelbaum R. «Anything is possible!»: MasterChef, World-Wide Illusion. URL: [https://www.academia.edu/17203727/\\_Anything\\_is\\_possible\\_MasterChef\\_World-Wide\\_Illusion](https://www.academia.edu/17203727/_Anything_is_possible_MasterChef_World-Wide_Illusion) (last accessed: 11.10.2019).

83. Collins K. TV cooking shows: the evolution of a genre. URL: <http://www.flowjournal.org/2008/05/tv-cooking-shows-the-evolution-of-a-genre> (last accessed: 1.10.2019).

84. Ketchum C. The essence of cooking shows: how the food network constructs consumer fantasies. URL: [https://researchgate.net/publication/249735338\\_The\\_Essence\\_of\\_Cooking\\_Shows\\_How\\_the\\_Food\\_Network\\_Constructs\\_Consumer\\_Fantasies](https://researchgate.net/publication/249735338_The_Essence_of_Cooking_Shows_How_the_Food_Network_Constructs_Consumer_Fantasies) (last accessed: 10.10.2019).

85. Matwick K. Inquiry in television cooking shows. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750481315576629> (last accessed: 15.10.2019).

86. Matwick K. Storytelling and synthetic personalization in television cooking shows. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216614001544> (last accessed: 21.11.2019).

87. Oren T. On the line: format, cooking and competition as television values. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.7227/CST.8.2.3> (last accessed: 12.10.2019).

88. Solier I. TV Dinners: Culinary Television, Education and Distinction. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304310500322727?journalCode=ccon20&> (last accessed: 11.10.2019).

89. Strange N. Perform, Educate, Entertain: Ingredients of the Cookery Programme Genre. In C. Geraghty, & D. Lusted. *The Television Studies Book London* : Arnold. 1998. C. 301–312.

Ще раз перевір це джерело, щось тут не так. Це частина з *The Television Studies Book London*?

## ДОДАТОК А

### Власні наукові публікації

*Зозуль Т. Політематичність гастрономічних телепроектів. Молода наука-2019 : зб. наук. праць студентів, аспірантів і молодих вчених : в 5 т. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. Т. 2. С. 229–231.*

**Зозуль Таїсія**

магістр фак-ту журналістики

Наук. кер.: к.філол.н., доц. Тернова А. І.

#### **ПОЛІТЕМАТИЧНІСТЬ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТЕЛЕПРОЕКТІВ**

Кулінарна проблематика є однією з найпопулярніших у сегменті розважальних програм. Серед таких програм на українському телебаченні є кулінарне реаліті-шоу «Майстер Шеф» («СТБ»), гастрономічні ток-шоу «Їмо за 100» («1+1»), «Готуємо разом» («Інтер»), кулінарно-літературне шоу «Енеїда» («UA: Перший»), цикл спецрепортажів соціальної проблематики з елементами гастрономічної тематики «Польова кухня» («1+1»), готується до старту гастрономічне тревел-шоу «Страва честі» («СТБ»).

У згаданих проектах кулінарна тематика поєднується з іншими, створюючи нові формати подібних проектів. Окрім вже «традиційного» поєднання подорожньої та кулінарної тем, в ефірі українських телеканалів з'являються інші проекти зі змішаним тематичним наповненням: гастрономічним, автомобільним, політичним, літературним та соціальним. Однією з перших таких програм, у якій поєднані дві тематики, стала «Смачна країна» з ведучим О. Пономарьовим і кореспондентом К. Грубичем. До середини 2007 р. формат цієї програми був змішаним: поєднувала у собі кулінарні подорожі (з К. Грубичем) та елементи ток-шоу від О. Пономарьова і його зіркових гостей [1].

2011 р. телеканал «Перший автомобільний» створює програму «Автогурман», яка поєднує одразу три тематики: гастрономічну, автомобільну та тревел [2]. Ведучий програми, ресторанный критик Валерій Поляков, подорожуючи Україною показує гастрономічне життя регіонів, надає оцінку автомобілям, на яких пересувається. 2013 р. телеканал запускає схожий проект із новим ведучим В. Максимовим – «Мандрівка зі смаком» [3]. Географія подорожей розширена – відтепер глядачі могли побачити гастрономічні країнами Європи у поєднанні, знову ж таки, з автомобільною темою. Політематичність кулінарних програм характерна для телепроектів на інших каналах. Наприклад, у 2013-2014 рр. на телеканалі «Україна» в ефір виходила програма «Світ на смак» з В. Оселедчиком [4]. У ній ведучий влаштовував світову кулінарну подорож, оцінюючи місцеву кухню.

Першою телепрограмою в українському ефірі, що поєднала кулінарну та політичну тематику, була «Смак Європи» на телеканалі «ТВі» у 2012 р. [5]. Її ведучим був польський політик П. Коваль. За концепцією проекту ведучий запрошував політичних чи громадських діячів, з якими у процесі готування класичних європейських страв обговорював суспільно-політичні теми. 2018 р. телеканал «Прямий» також робить спробу створити кулінарно-політичне шоу «Політична кухня» [6]. Але, на нашу думку, цей проект не містить у собі ознаки поєднання двох тем, оскільки у змістовому наповненні програми відсутня політична тематика як провідна. У «Політичній кухні» ведуча К. Ашійон і шеф-кухар З. Касашвілі запрошують для приготування страв відомих українських діячів. За класифікацією кулінарних форматів дослідника К. Грубича, програма є ток-шоу, адже під час приготування та подальшої дегустації страв ведеться розмова



ведучого із запрошеною цікавою особистістю [1]. Новаторським можна вважати формат кулінарно-літературного шоу «Енеїда», яке стартувало в ефірі суспільного мовника «UA: Перший» 2018 р. [7]. Проект об'єднує гастрономічну й літературну складову: ведучий, шеф-кухар Є. Клопотенко готує страви з відомих літературних творів, запрошуючи у гості письменників, літературознавців та критиків. Програма отримала схвальні відгуки та прихильність глядачів. Наразі виходить другий сезон «Енеїди», у якому ведучий готує страви і зі світової літератури, а випуски мають удвічі збільшений хронометраж.

На нашу думку, варто звернути особливу увагу на цикл спецрепортажів К. Грубича для «ТСН. Тиждень» («1+1») під назвою «Польова кухня», який стартував у жовтні 2018 р. [8]. Журналіст подорожує невеликими містами та селищами України, висвітлюючи соціальні проблеми громад. За його словами, проект не варто вважати кулінарним: «Для мене це можливість поспілкуватися з людьми, почути їхні чаяння і спробувати дати рецепт вирішення цих негараздів <...> І хоча кожен розповідає про свою маленьку проблему, вона є близькою для багатьох українців в інших куточках країни» [8]. Провідна тема репортажів – соціальна (з елементами кулінарії), оскільки у кожному місті ведучий готує місцеві страви. На нашу думку, формат проекту – це цикл соціальних репортажів з елементами гастрономічної теми.

Телеканал «СТБ», у програмній сітці якого вже є успішні кулінарні проекти, влітку 2018 р. розпочав зйомки програми «Страва честі», яка поєднує кулінарну та подорожню теми. Як зазначають її автори, формат варто визначати як «кулінарний тревел з елементами реаліті» [9]. Ведучий – шеф-кухар Ю. Ковриженко вирушає у подорож країною для пошуку автентичних рецептів від українських господинь. Прем'єра програми відбудеться 10 березня.

Отже, на українському телебаченні можна відмітити тенденцію до створення гібридних форматів програм гастрономічної тематики. Окрім поєднання кулінарної теми та тревел, що вже давно успішно використовують закордонні та українські виробники, телевізійники вдаються до залучення політичної, літературної, соціальної проблематики у таких проектах.

### Література

1. Грубич К. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : дис. ... к.н.соц.ком. : 27.00.06. Київ, 2017. 229 с.
2. Кулинарные шоу : не пора ли на диету? URL: <https://mediananny.com/obzory/16657> (дата обращения: 05.03.2019).
3. Про проект «Мандрівка зі смаком». URL: <http://www.1auto.tv/projects/mandrivka.html> (дата звернення: 05.03.2019).
4. Історія програми «Світ на смак». URL: <https://svitnasmak.kanalukraina.tv/ua> (дата звернення: 05.03.2019).
5. Павел Коваль і його «Смак Європи». URL: <http://www.polradio.pl/5/39/Artykul/110479>, Павел Коваль-і-його-«Смак-Європи» (дата звернення: 05.03.2019).
6. «Політична кухня». Про проект. URL: <https://prm.ua/categories/politichna-kuhnya-2> (дата звернення: 05.03.2019).
7. На регіональних філіях Суспільного та «UA: Першому» стартує кулінарно-літературне шоу «Енеїда». URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na\\_regionalnikh\\_filiyakh\\_suspilnogo\\_ta\\_ua\\_pershomu\\_startue\\_kulinarnoliteraturne\\_shou\\_eneida](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na_regionalnikh_filiyakh_suspilnogo_ta_ua_pershomu_startue_kulinarnoliteraturne_shou_eneida) (дата звернення: 05.03.2019).
8. Костянтин Грубич готує проект у «ТСН. Тиждень». URL: <https://detector.media/production/article/141726/2018-10-12-kostyantyn-grubich-gotue-proekt-u-tsn-tizhden> (дата звернення: 05.03.2019).
9. Телеканал СТБ знімає новий проект – кулінарний тревел «Страва честі». URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/02/11/telekanal-stb-snimaet-novyj-proekt-kulinarnyj-trevel-strava-chesti> (дата звернення: 05.03.2019).

*Зозуль Т.В., Тернова А.І. Політематичність кулінарних проектів на українському телебаченні. Актуальні проблеми соціальних комунікацій : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 8–9 лист. 2019 р.). Запоріжжя : КПУ, 2019. С. 50–56.*

## **ПОЛІТЕМАТИЧНІСТЬ КУЛІНАРНИХ ПРОЕКТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ**

**Зозуль Т. В.**

*магістр факультету журналістики  
Запорізького національного університету*

**Тернова А. І.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики  
факультету журналістики  
Запорізького національного університету  
м. Запоріжжя, Україна*

Кулінарна проблематика є однією з найпопулярніших у сегменті розважальних програм. Найрейтинговіші українські телеканали наразі мають різноформатні проекти гастрономічної тематики. Серед таких програм на українському телебаченні дозволимо собі виокремити кулінарні реаліті-шоу («Майстер Шеф», «СТБ»; «Свекруха чи невістка», «Україна»), гастрономічні ток-шоу («Їмо за 100», «1+1»; «Готуємо разом», «Інтер»), кулінарно-літературне шоу («Енеїда», «UA: Перший»), цикл спецрепортажів соціальної проблематики з елементами гастрономічної тематики («Польова кухня», «1+1»), гастрономічне тревел-шоу («Страва честі», «СТБ») та ін.

У зазначених телевізійних проектах кулінарна тематика поєднується з принципово іншими, створюючи нові формати подібних проектів. Окрім вже звичної для глядача «подорожньої кулінарії», в ефірі українських телеканалів з'являються інші – зі змішаним тематичним наповненням (гастрономічним, автомобільним, політичним, літературним, соціальним тощо). Однією з перших таких програм стала «Смачна країна» з ведучим Олександром Пономарьовим і кореспондентом Костянтином Грубичем. До сер. 2007 р. «формат цієї програми був змішаним: поєднувала у собі кулінарні подорожі (з Костянтином Грубичем) та елементи ток-шоу від Олександра Пономарьова і його зіркових гостей» [1].

Згодом, 2011 р., телеканал «Перший автомобільний» створює програму «Автогурман», яка поєднує одразу три тематики: гастрономічну, автомобільну та тревел [2]. Ведучий програми, ресторанный критик Валерій Поляков, подорожуючи Україною розкриває гастрономічне життя регіонів, надає оцінку автомобілям, на яких пересувається. 2013 р. телеканал запускає схожий проект «Мандрівка зі смаком» [3]. Географія гастротурів відтепер розширена, а глядачі разом із ведучим Віталієм Максимовим «вивчають» смаки країн Європи.

Політематичність кулінарних програм характерна для телепроектів і на інших каналах. Наприклад, упродовж 2013-2014 рр. на телеканалі «Україна» в ефір виходила програма «Світ на смак» з Володимиром Оселедчиком [4]. У ній ведучий «влаштовував» світову кулінарну подорож, оцінюючи місцеву кухню.

Першою телепрограмою в українському ефірі, що поєднала кулінарну та політичну тематику, стала «Смак Європи» на телеканалі «ТВі» у 2012 р. [5]. Ведучий проекту – польський політик Павел Коваль запрошував політичних чи громадських діячів, із якими у процесі приготування класичних європейських страв обговорював важливі для суспільства питання. Автором формату проекту був генеральний директор телеканалу «ТВі» Микола Княжицький.

Ведучий зауважив, що кулінарні страви мали бути «претекстом для розмови про важливі політичні справи, які стосуються України, Польщі, Європи, США. Тобто місць, де приймаються стратегічні рішення щодо майбутнього України» [5]. Не зважаючи на успіх, проект мав лише один сезон.

2018 р. телеканал «Прямий» також створює кулінарно-політичне шоу «Політична кухня» (визначення формату зазначене на сайті телеканалу – *прим. авт.*) [6]. Зауважимо, що у змістовому наповненні програми відсутня політична складова. У цьому ток-шоу (згідно класифікації кулінарних форматів дослідника К. Грубича [1]) ведуча Кароліна Аштон і шеф-кухар Заза Касашвілі готують страви та дегустують їх разом із відомими українськими діячами. Проект мав низькі рейтинги, тож наразі не транслюється.

Новаторським, на нашу думку, є формат кулінарно-літературного шоу «Енеїда», яке стартувало в ефірі «UA: Перший» у квітні 2018 р. [7]. Проект об'єднує гастрономічну й літературну складову: ведучий Євген Клопотенко (шеф-кухар, переможець 7 сезону шоу «Майстер Шеф») готує страви разом із письменниками, літературознавцями та критиками. Кожен випуск програми розпочинається з того, що ведучий купує продукти для страви на ринку, намагаючись відгадати, що ж саме готуватиме гість. На зустріч гість випуску приносить із собою портрет письменника, прізвище якого має відгадати ведучий. Під час бесіди та приготування страви глядачі дізнаються невідомі факти з життя обраних митців та про українську кухню. У кожному випуску є рубрика «Укрїж», у якій ведучий презентує автентичні страви з різних регіонів.

Перший сезон програми має 25 епізодів та два спецвипуски. Другий сезон «Енеїди» стартував восени 2018 р. Хронометраж збільшився вдвічі (50 хв.). Генеральна продюсерка просвітницького напрямку Національної суспільної телерадіокомпанії України Тетяна Кисельчук так визначила головні напрями нового сезону: «Тепер ми говоритимемо про світову літературу; <...> у нас нова студія; до нас в гості ходять не лише літературознавці, але і художники, музиканти, ведучі, арт-менеджери, бібліотекарі, театральні продюсери, словом, культурні діячі» [8]. З'явилася нова рубрика «Що в холодильнику?», «Укрїж» лишилася. В ефірі НСТУ вийшло 12 епізодів та новорічний спецвипуск.

Третій сезон програми (травень-червень 2019 р.) налічує 12 епізодів, які присвячені видатним українцям. Автори позиціонують формат як «кулінарно-пізнавальний», рамки літературної тематики розширюються. Рубрик «Укрїж» та «Що в холодильнику?» нема, натомість з'явилася «Я не люблю», де представники шоубізу розповідали про продукти, які їм не смакують. Зазнає змін і початок випусків: ведучий не робить закупів на ринку, а показує глядачам етапи приготування. Інші сезони під питанням, очільник телевізійної платформи НСТУ Ярослав Лодигін повідомив, що доля шоу досі невирішена, оскільки частка рейтингів у останньому сезоні була близька до нуля [9].

На нашу думку, варто звернути особливу увагу на цикл спецрепортажів Костянтина Грубича для «ТСН. Тиждень» («1+1») під назвою «Польова кухня», який стартував у жовтні 2018 р. [10]. Журналіст подорожує невеликими містами та селищами України, висвітлюючи соціальні проблеми громад. Він вважає, що проект не є кулінарним: «Для мене це можливість поспілкуватися з людьми, почути їхні чаяння і спробувати дати рецепт вирішення цих негараздів. І хоча кожен розповідає про свою маленьку проблему, вона є близькою для багатьох українців в інших кутках країни» [10]. Провідна тема репортажів – соціальна (з елементами кулінарії), оскільки у кожному місті ведучий готує місцеві страви. На нашу думку, формат проекту – це цикл соціальних репортажів з елементами гастрономічної теми. На сьогодні в ефірі «1+1» вийшло 17 таких матеріалів, останній з яких – 20 жовтня цього року.

Телеканал «СТБ» влітку 2018 р. розпочав зйомки програми «Страва честі», яка поєднує кулінарну та подорожню теми. Як зазначають її автори, формат варто визначати як «кулінарний тревел з елементами реаліті» [11]. Ведучий – шеф-кухар Юрій Ковриженко подорожує країною і

шукає автентичні рецепти страв. У кожному місті чи селищі ведучий відвідує кількох господинь, збираючи різні варіації рецепту одної страви. Наприкінці програми Юрій Ковриженко на своїй пересувній кухні готує власний варіант класичної страви, поєднавши всі рецепти місцевих мешканців і додавши авторські частинки. Елементи реаліті у проекті реалізуються через неочікувані пригоди ведучого (наприклад, Юрій Ковриженко допомагає кухарю розробити нові страви для меню за ніч, аби його не звільнили з роботи). На нашу думку, такі частини проекту виглядають постановочно, награно та деколи недоречно.

Отже, українські телеканали наразі експериментують із форматами та політематичністю гастрономічних проектів. Закордонні та українські виробники у своїх програмах успішно адаптували поєднання кулінарної теми та тревел, тож сьогодні телевізійники вдаються до залучення політичної, літературної, культурної, соціальної та іншої проблематики у таких проектах.

### Література:

1. Грубич К. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : дис. ... к.н.соц.ком. : 27.00.06. Київ, 2017. 229 с.
2. Кулинарные шоу : не пора ли на диету? URL: <https://mediananny.com/obzory/16657>. (дата звернення: 25.10.2019).
3. Про проект «Мандрівка зі смаком». URL: <http://www.1auto.tv/projects/mandrivka.html>. (дата звернення: 30.10.2019).
4. Історія програми «Світ на смак». URL: <https://svitnasmak.kanalukraina.tv/ua>. (дата звернення: 27.10.2019).
5. Павел Коваль і його «Смак Європи». URL: <http://www.polradio.pl/5/39/Artykul/110479,Павел-Коваль-і-його-«Смак-Європи»>. (дата звернення: 28.10.2019).
6. «Політична кухня». Про проект. URL: <https://prm.ua/categories/politichna-kuhnya-2>. (дата звернення: 28.10.2019).
7. На регіональних філіях Суспільного та «UA: Першому» стартує кулінарно-літературне шоу «Енеїда». URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na\\_regionalnikh\\_filiyakh\\_suspilnogo\\_ta\\_ua\\_pershomu\\_startue\\_kulinarnoliteraturne\\_shou\\_eneida](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na_regionalnikh_filiyakh_suspilnogo_ta_ua_pershomu_startue_kulinarnoliteraturne_shou_eneida). (дата звернення: 29.10.2019).
8. На «UA: Перший» повертається літературно-кулінарне шоу «Енеїда» з удвічі довшим хронометражем. URL: [https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na\\_ua\\_pershiiy\\_povertaetsya\\_literaturnokulinarne\\_shou\\_eneida\\_z\\_udvichi\\_dovshim\\_khronometrazhem](https://stv.detector.media/kontent/movlennya/na_ua_pershiiy_povertaetsya_literaturnokulinarne_shou_eneida_z_udvichi_dovshim_khronometrazhem). (дата звернення: 29.10.2019).
9. Ярослав Лодигін про «UA: Перший»: «Тактика на найближчий рік: сильні новини і сильні програми довкола новин». URL: [https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/yaroslav\\_lodigin\\_taktika\\_na\\_nayblizhchiy\\_rik\\_silni\\_novini\\_i\\_silni\\_programi\\_dovkola\\_novin](https://stv.detector.media/reformuvannya/tv/yaroslav_lodigin_taktika_na_nayblizhchiy_rik_silni_novini_i_silni_programi_dovkola_novin). (дата звернення: 29.10.2019).
10. Костянтин Грубич готує проект у «ТСН. Тиждень». URL: <https://detector.media/production/article/141726/2018-10-12-kostyantyn-grubich-gotue-proekt-u-tsn-tizhden>. (дата звернення: 29.10.2019).
11. Телеканал СТБ знімає новий проект – кулінарний тревел «Страва честі». URL: <https://www.stb.ua/ua/2019/02/11/telekanal-stb-snimaet-novyj-proekt-kulinarnyj-trevel-strava-chesti>. (дата звернення: 29.10.2019).

## ДОДАТОК Б

Диплом III ступеня у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт із галузі знань «Журналістика»



## ДОДАТОК В

## АНКЕТИ УЧАСНИКІВ ОПИТУВАННЯ

10

**Анкета учасника опитування групи «Пересічні глядачі»  
для магістерського дослідження  
«Структурно-змістові трансформації кулінарних проектів на українському  
телебаченні»**

*Доброго дня! Прошу Вас взяти участь в опитуванні респондентів для мого магістерського дослідження. Отримані дані будуть використані лише у наукових цілях. Анкета складається з двох розділів: перший - інформація про вас, другий - безпосередньо стосується теми мого дослідження. Прошу Вас відповідати чесно та максимально повно.*

1. ПІБ: Звєзінцев Сергій Станіславович
2. Вік: 29
3. Освіта: вища
4. Посада та місце роботи: електрик
5. Чи дивитеся ви кулінарні програми? (Якщо ні, переходьте до наступного блоку запитань) ні
6. Які саме? Вкажіть, будь ласка, назви проектів. \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
7. З якою метою ви переглядаєте ці програми: освітньою (дізнатися нові рецепти, техніки, способи приготування) чи розважальною (для відпочинку)? (Можна обрати обидві мети)
8. На яких платформах ви зазвичай переглядаєте кулінарні програми: на телеканалах, на YouTube, на сайтах телеканалів, на сайтах онлайн-кінотеатрів, у соціальних мережах?
9. Чи бачили ви раніше хоча б один випуск програми «Енеїда» чи «Страва честі»? ні

Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №1 та дайте відповіді на запитання:

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Ні, не все, бо дуже швидко іде процес ні

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Що саме нового ви дізналися з кулінарії, переглядаючи цей відеофрагмент? Ні

3. Оцініть образ ведучого. Яке він справив на вас враження? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? Я думаю, він скоріше професійний шеф, а ніж кухар. Не сподобався.

4. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі? Було цікаво, але горез ця інформація вживається в процесі приготування.

5. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) Враження позитивне, але важко сприймає інформацію.

Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №2 та дайте відповіді на запитання:

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Все зрозуміло.

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Що саме нового ви дізналися з кулінарії, переглядаючи цей відеофрагмент? Так, різні нові рецепти

3. Оцініть образ ведучого. Яке він справив на вас враження? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? Дуже швидко говорить, не думаю, що він професіонал

4. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі? Частково цікаво

5. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) нормальний епізод, цікаве поєднання,

6. Чи сподобався вам такий формат програми (кулінарно-літературне шоу)? Чому? Чи захотіли Ви переглянути інші випуски цієї програми? Чому? Так, цікаво дізнатися про літературу. Так, хочуть переглянути.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №3 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Так.

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Що саме нового ви дізналися з кулінарії, переглядаючи цей відеофрагмент? Так, бо я майже не готую.

3. Оцініть образ ведучого. Яке він справив на вас враження? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? Мабуть, хай їм сподобається, але не має достатньої кар'єри та амбіційних намірів.

4. Оцініть взаємодію героїнь та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні? Дякуюсь сусідкам кухні з незрозумілими мовами, було забагато розмов.

5. Чи зацікавила вас історія героїнь? На вашу думку, чи доречна вона у кулінарній програмі? Ні, не цікаво.

6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) Чи захотіли би ви дізнатися чим завершиться історія? Решета поєднавсь, ні мені не цікаво.



5. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) нормальний епізод, цікаве поєднання,

6. Чи сподобався вам такий формат програми (кулінарно-літературне шоу)? Чому? Чи захотіли Ви переглянути інші випуски цієї програми? Чому? Так, цікаво дізнатися про літературу. Так, хотіли переглянути.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №3 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Так,

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Що саме нового ви дізналися з кулінарії, переглядаючи цей відеофрагмент? Так, бо я майже не готую.

3. Оцініть образ ведучого. Яке він справив на вас враження? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? Мабуть, хотів сподобатися, але не має достатньої кар'єри та авторських п'єс.

4. Оцініть взаємодію героїнь та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні? Знаєся спілкування сухе з незрозумілими нормами, було забагато розмов.

5. Чи зацікавила вас історія героїнь? На вашу думку, чи доречно вона у кулінарній програмі? Ні, не цікаво.

6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) Чи захотіли би ви дізнатися чим завершиться історія? Решета поєднавця, ні мені не цікаво,

**Анкета учасника опитування групи «Медіаексперти»  
для магістерського дослідження  
«Структурно-змістові трансформації кулінарних проєктів на українському  
телебаченні»**

*Доброго дня! Прошу Вас взяти участь в опитуванні респондентів для мого магістерського дослідження. Отриманні дані будуть використані лише у наукових цілях. Анкета складається з двох розділів: перший - інформація про вас, другий - безпосередньо стосується теми мого дослідження. Прошу Вас відповідати чесно та максимально повно.*

1. ПІБ: Савченко Максим Олександрович
2. Вік: 23
3. Освіта: Вища, бакалавр журналістики
4. Посада та місце роботи: журналіст, бізнес-видання „Гетьман“
5. Чи дивитеся ви кулінарні програми? (Якщо ні, переходьте до наступного блоку запитань) так
6. Які саме? Вкажіть, будь ласка, назви проєктів. „Мастер шеф“, „Гекелька кухня“
7. З якою метою ви переглядаєте ці програми: освітньою (дізнатися нові рецепти, техніки, способи приготування) чи розважальною (для відпочинку)? (Можна обрати обидві мети)
8. На яких платформах ви зазвичай переглядаєте кулінарні програми: на телеканалах, на YouTube, на сайтах телеканалів, на сайтах онлайн-кінотеатрів, у соціальних мережах?
9. Чи бачили ви раніше хоча б один випуск програми «Енеїда» чи «Страва честі»? ні

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №1 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: запам'ятам, потім повернути, що все зроблено.

Зокрема, якість виносить процес пакування продуктів. У процесі  
трагічно наводиться наслідок інструкції з приготування страви, зважаючи  
на цей етап можна, якщо вдумавшись вчитатися.

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Так. Незвичайний такий  
рецепт, який в Франції не зустрісов.

3. Оцініть образ та роботу ведучого. Яке він справив на вас враження? Чи помітили ви якісь помилки у його роботі (якщо так, то які)? Ведучою, як проф. кучеря акцентує на поставку,  
особливо для мене важливою є увага до емоційності, якраз ж саме  
відноситься до особливості професії зрозуміти на ньому, а не на  
можливо чи швидко.

4. Яке у вас залишилося враження від гостя випуску? Як вам його поведінка, взаємодія з ведучим? Після складної довгої позитивне враження, активно  
взаємодія з ведучою та продуктивно працює, що вважати  
нашого, яку відображають.

5. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? Так.

6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому) Враження позитивне, переважає  
на одній ділянці. Міжве і неформальне поєднання.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №2 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Так, за аналогією до попереднього  
випуску

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Так, хоча я не приймаю  
французької кухні

3. Оцініть образ та роботу ведучого. Яке він справив на вас враження? Чи помітили ви якісь помилки у його роботі (якщо так, то які)? У відповідності з попереднім випуском,  
повідомляю ведучого щодо змінилося, він став більше акцентуватися  
на темі та процесі приготування.

4. Яке у вас залишилося враження від гостя випуску? Як вам його поведінка, взаємодія з ведучим? Після довгої діалогіки, активно взаємодія з ведучою,

виступає ініціатором діалогів. Моє у певних моментах надихав.

5. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? Так.

6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? Чи сподобався вам такий формат програми (кулінарно-літературне шоу)? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому). На вашу думку, чи буде такий формат успішним на українському телебаченні? Враження позитивне. Зодійські діалог між ведучим та гостями діалогу не ведучого, але світлими діями, та розмови нічого не підобриє адекватні. Інформація по лі-бу не надихав а саме є дитячі дитячі, зробили, мають бути у стилі ідеї якщо відповісти педагогіки, докраси, одні ведучого.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №3 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Так, деякі не вистачило пояснення від кухаря.

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви?

Рецепт не новий, скоріше у програмі поведучого авторську інтерпретацію сирниці.

3. Оцініть образ та роботу ведучого. Яке він справив на вас враження? Чи помітили ви якісь помилки у його роботі (якщо так, то які)?

Намко емоційна чи є він пров. кухарем, самозагорає враження, що якісь сирниці він може видати. Справа він привалити, не найкраще швидко і гостро.

4. Оцініть взаємодію героїнь та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні?

Персонажів у кафе необхідного багато, вони переважно мають картинку і інф. наповнення. Розмови дають відображення і самого ведучого.

5. На які елементи реаліті-шоу Ви звернули увагу? На вашу думку, чи доречні вони у цій програмі?

Гострої з'явилася, наприклад історія героїнь.

6. Яке загальне враження на вас справив цей епізод? (Сподобалося/не сподобалося і поясніть чому)

Чи захотіли би ви дізнатися чим завершиться історія? Враження до епізоду неформальне, але програма не сприймається як кулінарна, а як мова з елементами кулінарії. Героїнь мене не зацікавила.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №4 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: як і в попередньому відеофрагменті

не все є зрозумілим. Помілося б подати коментар  
кухаря на багатьох майданчиках платформи реалізації.

2. Чи був цікавим та новим для вас рецепт страви? Так.

3. Оцініть образ та роботу ведучого. Яке він справив на вас враження? Чи помітили ви якісь помилки у його роботі (якщо так, то які)?

Ведучий більше реалізується не як кухар, а як ствіаа реаліті-шоу, він більше зосереджується на історіях персоналів.

4. Оцініть взаємодію героїв та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні? Якщо сфінксовані більше як декорація, зведучий елемент між стравною і метою приготування.

5. На які елементи реаліті-шоу Ви звернули увагу? На вашу думку, чи доречні вони у цій програмі?

Історія з задумкою про подорож, подорож к-ть їх персоналів. Ці речі все висічені, у загальній формі, але відволікають від процесу приготування.

6. Чи звернули ви увагу на продакт-плейсмент (рекламу певного продукту) у кадрі? Чи не заважало це вашому сприйняттю? Мені не надто повідомляв.

7. Чи сподобався вам такий формат програми: поєднання реаліті-шоу та кулінарії? Чому? На вашу думку, чи буде такий формат успішним на українському телебаченні?

А на мене таке поєднання є досить невдалим, воно заважає у повній мірі реалізувати котен формат. Як у кулінарії, так і у реаліті створюється атмосфера невдоволення або повністю не показані моменти, через які створюється враження, що перемагати некікісний продукт.

**Анкета учасника опитування групи «Професійні кухарі»  
для магістерського дослідження  
«Структурно-змістові трансформації кулінарних проектів на українському  
телебаченні»**

*Доброго дня! Прошу Вас взяти участь в опитуванні респондентів для мого магістерського дослідження. Отриманні дані будуть використані лише у наукових цілях. Анкета складається з двох розділів: перший - інформація про вас, другий - безпосередньо стосується теми мого дослідження. Прошу Вас відповідати чесно та максимально повно.*

1. ПІБ: Янківевич Марк
2. Вік: 45
3. Освіта: Кулінарні курси
4. Досвід роботи кухарем: 17
5. Посада та місце роботи: Су-шеф, Кулінарія у IT-компанії
6. Чи дивитеся ви кулінарні програми? (Якщо ні, переходьте до наступного блоку запитань) Ні
7. Які саме? Вкажіть, будь ласка, назви проектів. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. З якою метою ви переглядаєте ці програми: освітньою (дізнатися нові рецепти, техніки, способи приготування), професійною (для покращення професійних навичок) чи розважальною (для відпочинку)? (Можна обрати декілька цілей)
9. На яких платформах ви зазвичай переглядаєте кулінарні програми: на телеканалах, на YouTube, на сайтах телеканалів, на сайтах онлайн-кінотеатрів, у соціальних мережах?
10. Чи бачили ви раніше хоча б один випуск програми «Енеїда» чи «Страва честі»? \_\_\_\_\_

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №1 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: РЕЦЕПТИ ЗРОЗУМІМІ, ДОСТУПНІ, АХЖЕ

БАГАТО МЕТУЩІ

2. Чи естетично у кадрі виглядали інгредієнти та процес приготування? Якщо ні, вкажіть, що саме не сподобалося: ІНГРЕДІЄНТИ НОРМАЛЬНО А ВІДСУТНІСЬ

СФАРТУШКУ АБО КІТЕЛЮ - НІ !!!

3. Чи помітили ви помилки у процесі приготування страви чи порушення технологій? Якщо так, вкажіть, які саме. НІ

4. Цей рецепт страви був для вас новим? Які корисні техніки чи прийоми ви почерпнули з цього випуску? НІ

5. Оцініть образ ведучого. Яке враження він справив на вас? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? ЦЕ ПРОФЕСІЙНИЙ КУХАР, ВТРАВЛЯЄТЬСЯ ГАРНО,

АЛЕ ДОСВІДУ МАЛО.

6. Чи була пізнавальною для вас інформація про письменника? На вашу думку, чи доречна така інформація у кулінарній програмі? НОРМАЛЬНА ІНФА ЯК ДЛЯ БАБУСІ.

ДЛЯ ПРОФЕСІЙНОГО КУХАРЯ - НІ.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №2 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: РЕЦЕПТ ПРОСТИЙ, ВСЕ ЗРОЗУМІМО

2. Чи естетично у кадрі виглядали інгредієнти та процес приготування? Якщо ні, вкажіть, що саме не сподобалося: НЕ ЕСТЕТИЧНО, ТОМУ ЩО ВІДЯГНУТИЙ

У ЗВІЧАЙНИЙ ОДЯГ.

3. Чи помітили ви помилки у процесі приготування страви чи порушення технологій? Якщо так, вкажіть, які саме. Ні

4. Цей рецепт страви був для вас новим? Які корисні техніки чи прийоми ви почерпнули з цього випуску? Не новий абсолютно.

5. Чи змінилося у вас враження від ведучого у цьому епізоді? Ні, не змінилося, багато метушлив

6. Чи сподобався вам такий формат програми? Як вам таке поєднання літератури і кулінарії? (Сподобалося/ не сподобалося і поясніть чому). Не сподобалося, формат не дуже.

7. Чи хотіли би ви переглянути інші епізоди цього шоу? Далі би не хотів би.

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №3 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: Все зрозуміло, легко, просто.

2. Чи естетично у кадрі виглядали інгредієнти та процес приготування? Якщо ні, вкажіть, що саме не сподобалося: Не дуже естетично, бо це звичайна домашня кухня

3. Чи помітили ви помилки у процесі приготування страви чи порушення технологій? Якщо так, вкажіть, які саме. Ні

4. Цей рецепт страви був для вас новим? Які корисні техніки чи прийоми ви почерпнули з цього випуску? Не новий

5. Оцініть образ ведучого. Яке враження він справив на вас? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? Більше професіонал, ніж ні. Нормально тримається,



НЕ ЗАВАЖАВ.

6. Оцініть взаємодію героїнь та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні? \_\_\_\_\_

ВОНА БУЛА МИЛОЮ ТА КІКАВОЮ

7. Яке враження у вас залишилися від переглянутого епізоду? Чи захотілося вам дізнатися, як продовжиться історія? \_\_\_\_\_

НОРМАЛЬНІ ВРАЖЕННЯ, НЕ ХОТІЛОСЯ Б ДИВІТИСЯ  
ПРОДОВЖЕННЯ

**Перегляньте, будь ласка, відеофрагмент №4 та дайте відповіді на запитання:**

1. Чи все вам було зрозуміло у процесі приготування страви? Якщо ні, вкажіть, що саме залишилося незрозумілим чи важко сприймалося: \_\_\_\_\_

ВСЕ ЗРОЗУМІЛО

2. Чи естетично у кадрі виглядали інгредієнти та процес приготування? Якщо ні, вкажіть, що саме не сподобалося: \_\_\_\_\_

ЕСТЕТИЧНО НЕ СПОДОБАЛИСЯ ГОСТІ У  
ВЕРХНЬОМУ ОДЯЗІ НА КУХНІ.

3. Чи помітили ви помилки у процесі приготування страви чи порушення технологій? Якщо так, вкажіть, які саме. \_\_\_\_\_

НІ, НЕ ПОМІТИВ

4. Цей рецепт страви був для вас новим? Які корисні техніки чи прийоми ви почерпнули з цього випуску? \_\_\_\_\_

РЕЦЕПТ НЕ НОВИЙ, ДІЗНАВСЯ ЛІШЕ ЩОДО  
ПОЇДАННЯ САЛА ТА МАРИНОВАНИХ ОВОЧІВ.

5. Оцініть образ ведучого. Яке враження він справив на вас? На вашу думку, він професійний кухар чи ні? \_\_\_\_\_

СПРАВИВ ГАРНЕ ВРАЖЕННЯ, ПРОФЕСІЙНИЙ  
КУХАР, ВМІЛО ВОЛОВАЄ НОЖЕМ

6. Оцініть взаємодію героїнь та ведучого. Чи доречними були розмови на кухні? \_\_\_\_\_

НЕ АУЖЕ ГАРНА ВЗАЄМОДІЯ, НАТЯГНУТО

7. Яке враження у вас залишилися від переглянутого епізоду? Чи захотілося вам дізнатися, як продовжиться історія? Враження нормальні, але не захотілося, формат шоу вказує на те, що всім все сподобається і всі будуть щасливі

8. Чи сподобався вам такий формат програми: поєднання реаліті-шоу та кулінарії? (Сподобалося/ не сподобалося і поясніть чому). Чи переглядали би ви це шоу далі? Не дуже сподобався, але нормально.

## SUMMARY

Zozul T. V. Structural and Content Transformations of Ukrainian Cooking TV Projects. Zaporizhzhia, 2020. 93 p.

The diploma paper discusses the structural and content transformations of Ukrainian polythematic cooking TV projects. Actuality of the research paper is connected with the emergence of polythematic gastronomic TV projects as a new popular format of cooking programs on Ukrainian television. The reasons for the appearance of this format on Ukrainian TV are the decrease in ratings and the fall in popularity of traditional and famous Ukrainian cooking TV shows.

The paper's goal is to analyze the structural and substantive transformations of the Ukrainian polythematic television projects "Eneida" ("UA: First") and "The dish of honor" ("STB"). The aims are to define the concept of "cooking program", "cooking show" and the differences between them; to systematize the communication technologies for creating gastronomic TV projects and to classify the cooking TV projects; to characterize the historical development of cooking TV projects; to distinguish the content and structural transformations of the Ukrainian TV show "Eneida"; to analyze the elements of reality show and features of the combination of travel and gastronomic theme in the TV program "The dish of honor"; to examine the audience's preference for the feasibility of combining various topics in the polythematic gastronomic TV projects.

Used methods of research are comparative, descriptive, synthesis, classification, generalization. Also, a qualitative research method such as the survey was used.

The result of the research paper is identified the structural and content elements and their transformations of Ukrainian polythematic cooking TV projects "Eneida" and "The dish of honor". The study demonstrated the difference in the perception of polythematic gastronomic TV projects by different target audience groups.

**Key words:** cooking show, cooking TV show, cooking program, foodtainment, polythematic cooking program, food journalism.

**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я \_\_\_\_\_, студент(ка) \_\_\_\_\_ курсу,  
форми навчання \_\_\_\_\_, факультету \_\_\_\_\_,  
спеціальність \_\_\_\_\_, адреса електронної пошти \_\_\_\_\_,  
- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему  
« \_\_\_\_\_ »

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (студент) \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_ Підпис \_\_\_\_\_ ПІБ (науковий керівник) \_\_\_\_\_