

Кулінарні програми

Адаптація британського формату програми «Мастер шеф» у сегмент
українського телебачення

Автор: Зозуль Таїсія Василівна

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. Кулінарні програми у сегменті розважального мовлення: теоретичний аспект.....	6
1.1. Кулінарна програма та кулінарне шоу: спільні та відмінні риси....	6
1.2. Типологія кулінарних програм.....	11
Розділ 2. Моніторинг характерних особливостей адаптації у національний сегмент програми «Мастер Шеф».....	15
Висновки.....	28
Список використаної літератури.....	30

ВСТУП

У гонитві за рейтингами та прибутком телеканали продовжують експерименти із поєднанням і трансформацією усталених жанрів та нових форматів. Не оминули ці процеси і сегмент розважальних телепрограм. Одними з найпопулярніших програм розважального характеру є кулінарні шоу. Наразі майже кожен телеканал має власні (продакшн на замовлення або створені власними творчими об'єднаннями) передачі кулінарної тематики різних форматів: від звичайних майстер-класів до кулінарних боїв у жанрі реаліті-шоу. Саме такий формат знайшов своє втілення у програмі «Мастер Шеф», яка отримала найбільшу популярність серед глядачів всього світу. Успішно стартувавши у Британії, кулінарне реаліті-шоу наразі має 58 національних адаптацій у різних країнах світу, в тому числі і в Україні.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення національних особливостей українського варіанту програми «Мастер Шеф», адже у кожній країні, зважаючи на національно-культурні й історичні особливості, програма має власні специфічні риси, відмінні від оригінального формату передачі. Також ця тема залишається малодослідженою у сучасному журналістикознавстві.

Метою роботи є комплексне дослідження характерних рис української версії програми «Мастер Шеф» на телеканалі «СТБ».

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі *завдання*:

- визначити поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу» та відмінності між ними;
- подати класифікації кулінарних програм та систематизувати наявні типи кулінарних програм українського телебачення;
- порівняти адаптації української і британської версії шоу «Мастер Шеф».

Об'єктом дослідження є випуски першого, третього та сьомого сезонів української та британської версії програми «Мастер Шеф». За вибіркою: епізоди з телевізійними кастингами учасників, випуски з випробуваннями 20-ки і 10-ки кращих кухарів, фінал та суперфінал проекту.

Предмет дослідження: змістове наповнення програми, конкурсні змагання, зображення образів суддів і учасників у випусках української версії кулінарної програми.

Методи дослідження ґрунтуються на органічному поєднанні загальнонаукових і практичних. У першому розділі роботи задіяний метод аналізу джерельної бази з журналістикознавства. У другому розділі наявний порівняльний та структурно-системний метод.

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

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному аналізі теоретичних засад функціонування кулінарних програм і кулінарних шоу, а також у порівнянні британської версії та української адаптації програми «Мастер Шеф» на телеканалі «СТБ».

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, який включає 25 найменувань (викладених на 3 сторінках).

РОЗДІЛ 1

КУЛІНАРНІ ПРОГРАМИ У СЕГМЕНТІ РОЗВАЖАЛЬНОГО МОВЛЕННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

1. 1 Кулінарна програма та кулінарне шоу: спільні та відмінні риси

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» значно ширше, аніж «телешоу». Шоу на телебаченні є одним із нових розважальних форматів. 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» [7, с. 145]. Дослідники виділяють такі загальні ознаки телешоу як масовість, видовищність, використання розважальних, ігрових елементів і принципів, реалізм та ін. [13].

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

Більшість дослідників, 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» [12]. Змінюється структура самої кулінарної книги: у кулінарному шоу вербальну складову замінили візуальною.

Питання телепрезентації кухні досліджує і К. Грубич, захистивши в Україні першу дисертацію за такою темою у 2017 році. Науковець і практик вживає поняття «кулінарні шоу» на позначення всіх кулінарних програм і подає таке визначення: «кулінарні шоу є окремим видом телевізійної продукції зі своїми специфічними соціально-комунікаційними технологіями, комплексне застосування яких впливає на успішність кулінарних шоу-проектів» [3]. Характерні особливості кулінарних шоу дослідник розглядає через призму застосованих у таких програмах соціально-комунікаційних технологій.

Варто погодитися із думкою К. Абелян, що кулінарні програми є проявом підвищення уваги масової культури до кулінарії. Дослідниця виділяє кулінарні шоу як новий телевізійний формат, у якому реалізується популярність гастрономічного дискурсу. До характерних рис кулінарних шоу вона відносить і орієнтацію на світське спілкування, елементи кулінарної просвіти, у тому числі знайомство з гастрономічною культурою різних країн, розповідь рецептів і змагальність [1].

Представники іншого наукового підходу притримуються думки, що кулінарні шоу є новим розважальним форматом програм гастрономічної тематики. Наприклад, Ю. Муленко у своїх роботах відносить програми кулінарної тематики до розважального сегменту телебачення. Вона подає власне визначення кулінарного шоу – «це змагання характерів, амбіцій і кулінарних шедеврів, початківців кухарів і професіоналів кулінарної майстерності за перемогу та головний приз» [8]. Варто подати і думку А. Юсипович про поєднання розваг та кулінарії у шоу гастрономічної тематики: «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» [18]. 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» [22]. 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» [14].

Заслуговує на увагу підхід учених С. Сивопляс та Є. Голоусова, які досліджують кулінарні програми у контексті кулінарної або food-журналістики. Варто погодитися з думкою про те, що кулінарні програми сьогодні зазнають глобальних змін та трансформацій, саме тому такі проекти відходять від простого формату приготування їжі біля плити та розповіді нових рецептів. Як вважають зазначені дослідники, сучасні кулінарні програми – це лаконічний аналіз різноманітних тенденцій у кулінарній культурі і детальний аналіз окремих моментів [11].

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» [16]. 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 її думку, ключовими образами кулінарного медіатексту є ведучий (або ведучі), гравці-персонажі і меню, страви як репрезентації норм і моделей гастрономічної культури [16].

Дослідниця Т. Тарасенко досліджує кулінарну глобалізацію у медіатекстах як окрему частину загальної культурної глобалізації. Вона

зауважує, що кулінарна тема зараз є однією з найпопулярніших на російському телебаченні, яка сприяє вирішенню таких глобальних проблем, як збереження етнокухні, національних традицій, розвитку національного гастротуризму [15].

Сьогодні на телебаченні спостерігається тенденція активного залучення аудиторії до співучасті у програмах, у тому числі і кулінарних. Про це свідчать думки Ю. Єлісовенка та А. Полісученко. Дослідники визначають кулінарне шоу як новий приклад інтерактивного телевізійного контенту – 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 [5]. 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» [4].

Необхідно виокремити підхід до розуміння кулінарних програм і шоу, який сформувався західні дослідники. 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 років 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 [23].

Вивчаючи історію еволюцію жанрів кулінарних програм, К. Коллінс виділяє три етапи розвитку проектів гастрономічної тематики на американському телебаченні: ранній (1946–1962 р.), середній (1963–1992 р.) та сучасний (1993–наш час). Вона вважає, що на ранньому і середньому етапі 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 [25]. В українських програмах кулінарної тематики також простежується ця тенденція: К. Грубич, Р. Сенічкін, А. Доманський, О. Суханов, А. Дромов, у тому числі у програмі «Мастер Шеф», суддями якої є Ектор Хіменес Браво, Дмитро Горovenко, у минулих сезонах були Микола Тищенко і Сергій Калінін.

Науковець Р. Аппельбаум досліджує особливості програми «Мастер Шеф» як нового формату гастрономічних проектів: він стверджує, що такі кулінарні шоу варто інтерпретувати як нову телевізійну реальність, які створюють власну трансреальність. Дослідник відзначає і нові риси таких кулінарних видовищ: висока якість медійного продукту загалом, гармонійне поєднання змагання і кулінарії, взаємодія між суддями та учасниками, створення ефекту залучення аудиторії у приготування їжі [20].

Отже, проаналізувавши наукові, журналістські й медіакритичні матеріали ми дійшли до висновку, що доцільним є виокремлення декількох підходів до визначення сутності, поєднання та характерних особливостей кулінарної програми та кулінарного шоу. На нашу думку, варто визначати кулінарне шоу як новий жанр програм гастрономічної тематики, яке має ряд характерних особливостей, а саме видовищність, елементи реаліті-шоу та змагальності, зміщення акцентів з приготування їжі на показ взаємин між учасниками.

1.2 Типологія кулінарних програм

Для подальшого детального дослідження кулінарних програм, варто виокремити погляди науковців щодо класифікації програм гастрономічної тематики. 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» [3].

Кожна із цих технологій має підвиди власні підвиди. Соціально-комунікаційні технології ретрансляції приготування страв, на думку дослідника, розділяються на майстер-класи від професіоналів та відомих, медійних особистостей, а також відео-уроки без ведучого.

Серед розважальних програм К. Грубич виділяє: «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)». До останньої категорії науковець відносить програми, 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». Як вважає журналіст, таких програм на українському телебаченні ще немає [3].

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 [1].

Досліджуючи історію виникнення шоу на британському телебаченні, Ю. Щербина визначає такі види кулінарних програм на прикладі британських передач: кулінарне шоу, документальні серіали та кулінарне реаліті-шоу, яке «вирізняється високим “накалом” пристрастей та драматизацією сюжету» [17].

Дослідник Ч. Кетчум виділяє такі види кулінарних програм: традиційні інструкції з приготування їжі у домашньому стилі, індивідуальні кулінарні програми про рецепти, програми, в яких поєднується тревел-журналістика і гастрономічна тематика, і «авангардні передачі». Під останніми автор розуміє всі інші нові види кулінарних телепрограм [21].

Іншу класифікацію пропонує дослідниця І. де Сольєр, яка визначає такі види кулінарних проектів: «кулінарні шоу, доку-мило, реаліті-шоу, ігрові шоу, мелодрами і шоу перетворень (це програми, схожі на проект «На ножах», формат створив Гордон Рамзі)» [24].

Варто зазначити і думку І. Гаврилук й А. Котенко, які вивчають гібридизацію жанрів і форматів українських телепрограм. Дослідниці виокремлюють новий формат дейтинг-шоу: кулінарно-романтичне шоу «Смачне побачення» («Інтер», 2013 рік) як поєднання гастрономічної і любовної тематик [2].

Слід надати думки й журналістикознавців, які відносять до програм кулінарного типу соціальні проекти «інспекції їжі» [10]. Першою такою

передачею на українських телеканалах була «Знак якості» з Костянтином Грубичем, що виходила в ефір з 2009 по 2012 р. на «Інтері» [10]. Сьогодні до цього типу програм відноситься «Ревізор» (в ефірі з 2011 року, «Новий канал»), «Ревізор. Магазили» (виходить з 2017 р. на «Новому каналі») та «Інспектор. Міста» (на телеканалі «1+1» з 2014 р.). На нашу думку, кулінарна тематика у проектах такого типу не є провідною, тому не варто відносити ці програми до гастрономічних передач.

Використовуючи методи систематизації та узагальнення, наводимо приклади українських телепрограм, які зараз виходять в ефірі телеканалів, на кожну класифікацію, що зазначена вище:

Таблиця 1.2

Класифікація кулінарних програм на українських телеканалах

Класифікація	Автор	Телепрограма	Телеканал	Час виходу
Майстер-клас від професіонала	К. Грубич	«Готуємо разом» з Андрієм Доманським і Андрієм Дромовим	Інтер	3 2014 року; Щонеділі о 9:00
Майстер-клас відомої, медійної особистості (непрофесіонала)	К. Грубич	Кулінарна рубрика «Сніданку з 1+1» з Русланом Сенічкіним	1+1	3 2012 року; по будням о 7:00
		Кулінарна рубрика «Кращі рецепти» програми «Ранок з Україною» з Григорієм Германом	Україна	3 2017 року; по будням о 7:00
Шоу-змагання	К. Грубич	«Мастер Шеф» (зараз перерва, готується старт дев'ятого сезону)	СТБ	3 2011 року; вівторок і середа, 20:00
		«Мастер Шеф. Професіонали»	СТБ	3 2019 року, прем'єра навесні
Ток-шоу	К. Грубич	«Їмо за 100» з Андрієм Душкою	1+1	3 2018 року, щосуботи о 10:00
		«Все буде смачно!»	СТБ	3 2014 року; у суботу і неділю, 9:00
		«Енеїда» з Євгеном Клопотенком	UA: Перший	3 2018 року; щонеділі о 12:00

Отже, кулінарні програми на українському телебаченні з'являються у другій половині 90-х років. За цей час на українських телеканалах транслювалися гастрономічні проекти у різноманітних форматах: від жанру «майстер-класу з приготування їжі» до масштабних кулінарних реаліті-шоу. Варто зауважити, що дослідники виокремлюють різноманітні класифікації типів кулінарних програм, в залежності від різних факторів. Зараз у сегменті кулінарних програм українського телебачення представлені основні чотири формати гастрономічних проектів.

РОЗДІЛ 2

МОНІТОРИНГ ХАРАКТЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ АДАПТАЦІЇ У НАЦІОНАЛЬНИЙ СЕГМЕНТ ПРОГРАМИ «МАСТЕР ШЕФ»

Для виокремлення характерних особливостей адаптації української версії шоу «Мастер Шеф», ми проаналізували випуски першого, третього та сьомого сезонів української версії програми «Мастер Шеф» та епізоди британського оригінального формату на предмет спільних та відмінних рис.

Традиційно у першому випуску кожного сезону українського «Мастер Шеф» відбувається кастинг учасників. Судді мають із 100 кухарів-аматорів обрати 50 найкращих. За 40 хвилин кожен учасник готує страву високої кухні. Але акцент постійно зміщується із кулінарії на особисті історії учасників. У першому сезоні проекту один учасник – кухар Володимир Татаренко, розповідає про його важку життєву історію: хворий батько, провал бізнесу та давню мрію готувати. Першим страву дегустує Ектор Хіменес Bravo, який запитує лише про те, як саме Володимир готував страву. Анфіса Чехова вирішує загравати з учасником: спочатку випиває вино, пропонує учаснику випити на брудершафт і запитує про сім'ю. Вона щиро співчуває кухарю, ставить декілька запитань саме про батька і після того, як скуштувала страву, робить акцент на емоціях: «Вашему отцу есть, чем гордиться!». Ресторатор Микола Тищенко виконує роль найсуворішого судді, одразу критикує страву: «Такие ошибки непозволительны для повара».

Як зазначає Т. Захарс, ведуча Анфіса Чехова «виступала як рольовий айстопер для чоловічої аудиторії» [6], що підтверджується її поведінкою, манерою спілкування та вибором одягу. Чоловіки роблять компліменти ведучій, зізнаються у почуттях у пост-коментарях: «Я мечтал о встрече с вами», «Анфиса – мечта любого мужчины», «Анфиса сегодня выглядела

потрясаюче!». Ектор Хіменес Браво і Микола Тищенко – це авторитетні судді, які мають багатолітній досвід роботи на кухні, оцінюють учасників саме за кулінарні здібності.

Більше часу у програмі займають розповіді про складні життєві обставини героїв, увага з кулінарії зміщується на людські емоції. Учасниця Юлія Коробка прийшла на проект аби навчитися готувати і повернути свого чоловіка. Дівчина представила жахливу (не відповідала гастрономічним стандартам, які висували судді) страву, але потрапляє у проект завдяки своїм непростим стосункам з чоловіком. Під час дегустації страви Анфіса розпитувала у дівчини деталі сімейного життя, учасниця почала плакати, просити суддів дати шанс, аби врятувати свої стосунки із коханим.

Одна з учасниць стає об'єктом для насмішок. Тетяна Стребкова брала участь у проекті «Холостяк», але вирішила спробувати свої сили у кулінарії. Під час представлення учасниці у голосі ведучого чути глузування: «Коли ця дівчина з'явилася тут, ми подумали, що вона помилилася кастингом [...] дівчина, яка за короткий час встигла прославитися на всю країну». Жартують над Тетяною і судді, Анфіса Чехова запитує учасницю: «Готувати вам нравиться більше, чем тенніс?». Про страву журі майже не запитують, запрошують до себе подруг учасниці, аби дізнатися їхню думку щодо кулінарних здібностей Тетяни. Варто зазначити, що сама кухарка наголошувала декілька разів, що хоче, аби її оцінювали за кулінарний талант.

Учасники демонструють інші таланти перед суддями: танцюють, співають, грають на музичних інструментах, декламують вірші. І в усіх випадках кухарі роблять це на прохання журі. Деяким кухарам-аматорам судді давали другий шанс проявити себе. Так вони дали учасниці Вікторії шанс приготувати нову страву.

У наступному випуску цього сезону кулінарного шоу судді влаштовують складні випробування для 50 кухарів-аматорів: у першому конкурсі учасники мають почистити цибулю та нарізати її двома способами. Варто зауважити, що Ектор Хіменес Браво проводить учасникам майстер-клас з нарізання продуктів і

дає слушні поради. Але на цьому кулінарна частина випробування завершується. Під час конкурсу судді психологічно тиснули на учасників, підганяли їх, ведучий констатує: «Атмосфера стає нестерпною <...> шалений темп <...> часу обмаль <...> ось спливають останні секунди». Учасники отримують травми і оператори показують крупним планом кров на пальцях і столах учасників, сльози кухарів. У наступний етап проходить 33 кухарі.

Під час другого конкурсу кухарі-аматори мають продемонструвати кмітливість і презентувати суддям страву, головним інгредієнтом якої має бути яйце. Журі влаштовує учасникам тест на чесність: просить продегустувати страви конкурентів і оцінити їх.

Фінальним завданням випуску стало приготування вареників із сиром. Саме на цьому етапі починають виникати конфлікти між учасниками. Увагу глядачів приковують не до процесу приготування страв, а до сварок між кухарями з приводу продуктів. Пояснюються причини непорозумінь, кожен учасник коментує власний вчинок, висловлює свою точку зору та думку щодо конфліктів.

У третьому випуску проекту розпочинається серія випробувань для 20 кращих кухарів-аматорів. Перший конкурс – індивідуальний, який став обов'язковим у кожній програмі: щотижня на кухню приходять відомий зірковий гість, який готує свою коронну страву. У цьому випуску таким гостем був головний герой проекту «Холостяк» Максим Чмерковський (перший сезон). Багато уваги приділяється лінії взаємодії між учасницею Тетяною Стребковою та гостем: «Вона соромиться, відводить погляд <...> намагається не дивитися на нього <...> чи впізнає він її?». Під час приготування страви Анфіса постійно змінює тему розмови, запитує про його участь у шоу «Холостяк». Водночас починається справжня боротьба на виживання серед кухарів: один з учасників навмисно забирає всю рибу, аби вона не дісталася іншим. Варто зауважити, що камери зафіксували, хто саме взяв цю рибу і редактори проекту могли повідомити суддям й учасникам, хто забрав продукт.

Але продюсери шоу не зробили цього, натомість між учасниками нарастає напруга і деякі кухарі готують страву без головного інгредієнта.

Під час другого випробування учасниці з'ясовують стосунки перед суддями. Після конкурсу між ними спалахує ще більша сварка. Довго показують весь конфлікт, подають думки обох кухарів та їх колег.

Третій виїзний конкурс у кожному випуску шоу був командним. У цьому епізоді учасники готували страви для 150 військових на справжньому полігоні. Вчиняється конфлікт та бійка через розподіл продуктів у коморі, але журі і знімальна група не втручаються. Під час конкурсу судді спілкуються з учасниками про їх особисте життя.

Унікальним конкурсом української адаптації «Мастер Шеф» стала битва чорних кухарів. Впродовж випуску судді обирали декількох найгірших учасників за результатами випробувань, які вдягали чорні фартухи і фінальному конкурсі змагалися між собою за місце на проекті. У цьому випуску учасники мали приготувати восьминога, але судді не дають вказівок з приводу тонкощів роботи з цим інгредієнтом.

У 12 випуску першого сезону за звання переможця продовжують боротьбу вже десятка кращих кухарів-аматорів. Під час першого конкурсу пан Ектор дає майстер-клас учасникам з приготування складної страви високої кухні. У цьому випробуванні акцент саме на кулінарії – шеф-кухар детально описує інгредієнти та всі кулінарні процеси.

Але у наступному змаганні увагу глядачів зосереджують на конфлікті між суддями та учасницею Людмилою Онищенко, яка відмовляється сприймати критику, знімає фартух і покидає кухню. Оператори йдуть за кухаркою, знімають її істеріку, більшість учасників коментують поведінку колеги.

Десятка кухарів у цьому епізоді вперше готує страви на справжній професійній кухні ресторану, розділившись на дві команди. Між учасниками зростає напруга: «Справжні кулінарні війни! Судді відмовляються навіть куштувати страви!». Кухарі оголошують бойкот колезі за її норавливий характер, учасники не приховують ненависть одне до одного у пост-

коментарях: «Я бы с удовольствием спустила ее с лестницы вниз головой». Продовжується конфлікт під час голосування за найгіршого кухаря.

На битві чорних фартухів кухарі отримують незвичайне завдання: подоїти корову, щоб отримати молоко для приготування морозива. Судді не пояснюють, як саме цей конкурс відображає кулінарні здібності учасників. Знову увага приковується не до кулінарних здібностей учасників: «Тетяна впевними рухами доїть свою корову <...> Іван же заходить обережно та не поспішає <...> вирішує завоювати прихильність корови». Судді та інші кухарі сміються з учасників у чорних фартухах: «Ваня – прирожденная доярка! Есть доярки, а он дояр!»). Жоден з учасників битви найслабших не знає, як правильно приготувати морозиво, всі допускають простих помилки і в підсумку морозиво кухарів не застигає.

У фінальному епізоді проекту за титул найкращого кухаря-аматора країни залишаються змагатися п'ятеро учасників. Перед початком випробувань судді запрошують на кухню сім'ї конкурсантів, акцентується увага на емоціях гостей та кухарів. Після першого випробування проект залишає один фіналіст, емоції та сльози не стримує Анфіса Чехова.

Під час другого командного випробування учасники мають приготувати страви високої кухні для десятки кращих шеф-кухарів країни. На третій етап фіналу проходять лише два учасники, які в останньому конкурсі мають подати суддям три страви. Протягом усього часу, що відводиться на приготування страв, у програмі згадують історії життя фіналісток, любовний трикутник учасників, також увагу приділяють інтригам на балконі, з'ясуванню позицій кожного із учасників, хто кого підтримує.

Після оголошення переможця знову увагу приділяють любовній лінії між паном Ектором та Тетяною Стребковою. Суддя дарує учасниці букет, запрошує на побачення: «Ви найбільш позитивна людина, яку я знав і ми обов'язково повинні поужити разом».

Усього у першому сезоні проекту української версії «Мастер Шеф» вийшло 18 епізодів та спецвипуск після фіналу, у якому розкривалася правда про взаємини між учасниками та їх історії після шоу.

У першому сезоні британського «Мастер Шеф» налічується 30 епізодів. Варто зазначити, що випуски виходять по будням, тому їх кількість значно перевищує кількість українських. Серед головних відмінностей формату також можна зазначити відсутність випусків з кастингами та битви чорних фартухів.

У першому випуску «Мастер Шеф» на телеканалі «BBC Two» у битву вступають шестеро кухарів, один з яких потрапить до чвертьфіналу у п'ятницю. На початку кожного епізоду глядачам нагадують про двох суддів-експертів – шеф-кухар Джон Тороре і телеведучий Грег Уоллес. На відміну від української версії, в британських випусках не подають профайлів кухарів, немає детальних розповідей про їх життя та кар'єру. Учасникам оголошують умови конкурсу – приготувати страву з однакового набору інгредієнтів – та вони одразу приступають до роботи. Під час приготування судді підходять до кожного конкурсанта, у декількох фразах глядачам подають біографії кухарів. Журі запитують у кожного учасника про страву та чому вони вирішили прийти на проект. Після дегустації судді радяться в окремій кімнаті, враховують не тільки смакові якості, але й мотивацію кухарів до перемоги: «Ми хочемо бачити впевненість у їх інгредієнтах та стравах!». Одразу троє конкурсантів залишають кухню після змагання.

Наступне випробування для трійки кухарів – робота на кухні одного з кращих ресторанів Лондона під керівництвом відомого шеф-кухаря. Судді уважно спостерігають за кожним кроком учасників, у кінці змагання знову обговорюють кожного кухаря. Фінальне завдання – це приготування двох найкращих страв. Судді спілкуються з кожним учасником, запитують чому вони мають пройти далі, як планують змінити своє життя після проекту. Варто відзначити загальний настрій програми: конкурсанти ставляться одне до одного доброзичливо, не конфліктують, щиро бажають перемоги колегам.

У чвертьфіналі знову акцентують увагу на тому, чому той чи інший кухар має пройти далі. Перед початком випробування судді між собою обговорюють шанси конкурсантів, зазначають, що вони враховуватимуть і жагу до перемоги, і «кулінарну пристрасть» учасників. Спочатку всі кухарі мають пройти гастрономічний тест: вгадати правильний вид м'яса та олії, відповісти на запитання суддів. Після випробування журі викликають кожного учасника на відверту розмову, під час якої кухарі мають переконати суддів у своїй впевненості і прагненні до перемоги. У результаті такої співбесіди один конкурсант залишає проект. Фінальне завдання для трійки кухарів – приготувати три страви. Судді визначають одного учасника, який потрапляє до півфіналу «Мастер Шеф».

У півфіналі конкурсанти знову демонструють кулінарні здібності перед суддями та на професійній кухні. У фіналі за титул кращого кухаря змагаються четверо учасників, які у командному випробуванні мають приготувати страви на Полярному колі для працівників станції. На останньому етапі проекту залишаються троє кухарів, які презентують суддям три своїх кращих страв. Оголошення переможця відбувається без урочистої церемонії та гостей, на відміну від українського «Мастер Шеф».

Третій сезон українського «Мастер Шеф» продюсери позиціонували як «кулінарну революцію». З перших секунд новий сезон апелює до людських емоцій та страхів, показуючи крупні кадри із зоофобусами, зміями і тарганами: «Тут зачалася небезпека <...> Тут тиша, яка віщує грандіозне повернення <...> цього сезону все буде інакше!». Суддя Микола Тищенко перед початком відбору виступає перед учасниками: «Еще никогда не было такого сурового отбора, таких тяжелых испытаний и такой конкуренции как сегодня, забудьте все, что видели до этого! “МастерШеф 3” – это революция, это война, и выживут только настоящие герои!». У новому сезоні з'являються нові елементи графічного оформлення: збільшується кількість крупних планів страви, назва якої підписується на підложці.

З цього сезону акцент повністю зміщується з кулінарних здібностей учасників на їх життєві історії та особисті якості. Судді спочатку запитують кожного кухаря про його професію, сім'ю, інші таланти і лише після цього куштують страву. Задля прикладу варто розглянути історію учасниці Аліни Замковенко, яка прийшла на проект аби «втерти носа свекрусі». Микола Тищенко розпитує про її сім'ю, сварки з родичами і чоловіком, Аліна Замковенко у деталях розповідає про те, яку нецензурну лексику використовує її свекруха. Сама ж учасниця у пост-коментарях також використовує емоційно-забарвлену і нецензурну лексику: «Свекровь сказала, что я девушка легкого поведения <...> Я смотрю на лицо Эктора и понимаю, что это [нецензурное слово, яке телеканал «СТБ» не вважав за потрібне замінити звуком – прим.авт.]!». Окрім цього, конкурсантка майже не розповідає про свої кулінарні таланти. Усього ж її історія про сімейні конфлікти тривала в ефірі майже три хвилини.

У третьому сезоні судді під час кастингу вирішують влаштувати для більшості кухарів додаткові випробування: приготувати страву із зоофобусів, жаб чи тарганів, вгадати наосліп спеції, збити вершкове масло, назвати інгредієнти страв або ж приготувати стейки з різними видами просмаження. Варто вказати, що у третьому сезоні доволі часто кулінарні завдання були пов'язані з екзотичними видами тварин чи комах. Також збільшується кількість пост-коментарів кухарів, які обговорюють кожну репліку суддів. Саме за рахунок пост-коментарів, розповідей про життя і сім'ї героїв зростає хронометраж програми.

Образ суддів також зазнає змін: Ектор Хіменес Браво і Микола Тищенко, які у минулих сезонах були беззаперечними суворими кулінарними авторитетами, тепер виконують роль приятелів і настоятелів учасників, які більше часу приділяють емоціям конкурсантів та взаєминам між кухарями. Суддю Тетяну Литвинову намагаються зробити новим айстопером для чоловічої аудиторії, на це вказують пост-коментарі учасників-чоловіків:

«Татьяна выглядела шикарно! <...> Распечатаю плакат [мається на увазі фотографія Тетяни – прим. авт.] и повешу дома!».

Під час випробувань 50 кращих кухарів, учасникам довелося голими руками ловити рибу у басейні та розібрати її на філе, працювати у командах та приготувати страву із живих змій.

Один із конкурсів для 20 обраних кухарів – приготувати кулінарний портрет свого сусіда за столом. На нашу думку, таке випробування мало на меті розкрити характери та взаємини між учасниками, тому що більшості конкурсантам довелося готувати портрети своїх головних ворогів. У пост-коментарях кухарі відкрито говорять про особисту неприязнь до інших учасників: «Встань и будь мужиком, плачет он!», «Поконфликтовали, надо ж было свой гнев на кого-то выплеснуть, наверное, яд, что одна, что вторая, давно не сдаивали», «Я вообще не понимаю, какого [нецензурна лексика – прим.авт.], Бактия или как её, делает на этом проекте!».

У третьому сезоні змінюється оцінювання страв учасників: відтепер судді самі підходять до кожного кухаря, куштують його страву і можуть відправити конкурсанта на балкон (як знак того, що він проходить у наступний етап) чи залишити внизу для остаточного вердикту.

У цьому сезоні найяскравішим учасником став кухар Анатолій Цуперяк, який демонстрував на проекті не кулінарний таланти, а ображав кожного учасника і у пост-коментарях постійно вживав нецензурну лексику. Учасник набув відповідної «популярності» у соціальних мережах, а його цитати перетворилися на «крилаті» фрази.

У випуску з кулінарними змаганнями 10 кращих кухарів розкривається любовна лінія між учасниками Ольгою та Андрієм, яку коментує кожен конкурсант. Помічають стосунки й судді, які жартують з цього приводу.

Перше випробування для кухарів – парне. Один з учасників із зав'язаними очима куштує страву і має розказати партнеру, яка це саме страва, знаходячись за ширмою. Замість приготування учасники знову з'ясовують стосунки, оскільки судді поставили у пари непримиренних ворогів. Під час

командного випробування кухарі мають готувати їжу на фудтраках і одночасно крутити педалі.

У фінал третього сезону проекту виходять шестеро кухарів (у першому сезоні – п'ять). Перше випробування знову парне: учасники готують страви одне для одного і конкурент має вгадати максимальну кількість інгредієнтів страви суперника із зав'язаними очима. Судді знову ставлять у пари учасників, які відкрито ворогують між собою. На нашу думку, такий конкурс не демонстрував кулінарні здібності фіналістів, оскільки судді не дегустували приготовані страви. За результатами цього телевізійного випробування, шоу залишає одна учасниця.

Під час другого конкурсу кожен фіналіст «виконує роботу над помилками»: знову має пройти випробування, яке не зміг у минулих програмах. Завдання третього командного конкурсу – заповнити кулінарну карту України, використавши тонну продуктів.

До суперфіналу потрапляє двоє кухарів. Окрім грошового призу і навчання у кулінарній школі Le Cordon Bleu, з третього сезону переможець отримує кубок «Мастер Шеф».

З шостого сезону український «Мастер Шеф» став двосерійним, тож кількість епізодів збільшується вдвічі. У сьомому сезоні телевізійні кастинги учасників склалися із двох випусків. До суддівського складу приєднався Дмитро Горовенко.

У новому сезоні відбувається декілька нововведень: змінюється посадка суддів на кастингах, відтепер у центрі – Ектор Хіменес Браво (до цього сезону була Тетяна Литвинова). На нашу думку, продюсери шоу хотіли затвердити за паном Ектором статус головного судді та експерта у шоу. Також у сьомому зникає закадровий голос ведучого, відтепер перебіг подій коментують самі учасники. Знову збільшується хронометраж розповіді учасників про їх життя, наприклад, в учасника Дмитра такий профайл займає більше шести хвилин ефіру. Ми вважаємо, що часто судді ставили недоречні запитання учасникам, які не мають відношення до кулінарії. Для прикладу, Дмитро Горовенко

запитує кухаря Михайла: «Я знаю, що у селах часто співають, а ви співаєте?» і просить його виконати якусь народну композицію.

У сьомому сезоні продюсери шоу додають гумористичні елементи у випуски програми. Наприклад, для однієї учасниці створюють фотоколажі з різними автомобілями, для іншого кухаря під час пост-коментаря додають шолом та меч воїна. Також у соціальних мережах та на офіційному YouTube каналі проекту з'являлися змонтовані з різних випусків відеофрагменти з найкумеднішими випадками.

У третьому випуску 50 кухарів змагаються у майстерності приготування борщу. У командному конкурсі під назвою «Кулінарний Шерлок» конкурсанти розгадували різні головоломки і ребуси.

Двадцятка кращих кухарів-аматорів у п'ятому випуску проходить чотири командних випробування. На нашу думку, кількість командних випробувань зростає кожного сезону, тому що саме у таких змаганнях краще простежується лінії взаємодії учасників і суддів, це можливість якнайповніше розкрити стосунки між кухарями. Під час приготування одній з конкурсанток Ектор Хіменес Браво пропонує «попліткувати» і запитує: «А хто вам подобається?».

У 27 епізоді десятці кухарів довелося готувати і продавати вуличну їжу у фудтраках та створити страви паназіатської кухні. Під час битви чорних фартухів конкурсанти мали значне ускладнення, яке, на нашу думку, не стосується кулінарії і не демонструвало здібностей фахових здібностей кухарів. Троє учасників були замкнені у невеликій телефонній будці, а рецепт страв їм диктував по телефону Ектор Хіменес Браво.

У фіналі проекту шістка кухарів проходить такі випробування: приготувати нову страву з інгредієнтів, з якими приходили на кастинг, традиційний фінальний конкурс «робота над помилками» та командне змагання. У суперфінал проходять троє кухарів, які мають подати суддям три страви високої кухні. Варто зауважити, що під час суперфіналу кухня «Мастер Шеф» змінюється – три столи учасників розташовуються по колу, у центрі якого знаходить кубок переможця.

Зазнає кардинальних змін сьомий сезон і британського «Мастер Шеф»: вперше показують два епізоди з кастингами учасників, хронометраж епізодів збільшується до однієї години, судді обирають двадцятку кращих кухарів-аматорів. Хронометраж випусків збільшується за рахунок пост-коментарів учасників та суддів, розповідей про історії життя кухарів. Новий формат не отримав належних рейтингів шоу, тому вже у наступному сезоні проект повертається до старого принципу відбору учасників із чвертьфіналами, але залишається збільшений хронометраж епізодів. З восьмого сезону судді мають право відправити до чвертьфіналу із шістки кухарів троє учасників (замість одного), у чвертьфіналі зникає співбесіда учасників з суддями, замість цього кухарі мають вгадати страву за її інгредієнтами і відтворити власноруч. Формати півфіналу та фіналу не змінюються.

Варто зауважити, що всі конкурси британської версії шоу стосуються саме кулінарії, на відміну від української версії, де кулінарні здібності конкурсантів відіграють не головну роль у змаганнях. Наприклад, таким випробуванням в українському «Мастер Шеф» є командний конкурс «Кріт». Умови змагання такі: у кожній команді є учасник-кріт, який намагається зіпсувати страву, головне завдання конкурсантів – знайти крота та знешкодити. Такий конкурс на проекті перетворювався у сварки та конфлікти учасників, деякі кухарі нічого не готували у таких конкурсах, у результаті чого суддям подавали страви, які не відповідали вимогам.

Проаналізувавши випуски українського та британського шоу «Мастер Шеф», ми дійшли висновку, що в українській версії кулінарна тема не є провідною, натомість проект перетворився у реаліті-шоу з елементами гастрономічної тематики. Епізоди з кастингами показали, що продюсери шоу звертають увагу на особисті якості кухарів, а не кулінарний талант.

Отже, на основі аналізу випусків британського та українського кулінарного шоу «Мастер Шеф» можна зробити висновок про такі характерні риси української адаптації програми:

- зміщення акценту з кулінарної тематики до показа реального життя, тобто реаліті-шоу;
- зміна образу суддів: від сурових кулінарних критиків до приятелів, які виявляють інтерес більше до стосунків учасників, ніж до їх кулінарних здібностей на проекті;
- збільшення кількості командних конкурсів, оскільки саме завдяки ним найповніше у шоу розкриваються стосунки між кухарями, що є елементом реаліті-шоу;
- у конкурсних випробуваннях судді додають ускладнення, які у більшості випадків не мають стосунку до кулінарії, наприклад, продемонструвати свою фізичну силу чи вміння поводитися з тваринами;
- поява гумористичних елементів і моментів, на яких робиться акцент;
- створення любовних ліній у двох можливих варіантах: учасник-учасник чи суддя-учасник у кожному сезоні.

ВИСНОВКИ

У сегменті розважальних програм зарубіжних й українських телеканалів одними з найпопулярніших є кулінарні проекти, про що свідчать високі рейтинги передач такої тематики. Наразі програми гастрономічної тематики представлені різними форматами і поєднують у собі декілька жанрів.

Опрацювавши теоретичну базу, визначили поняття «кулінарна програма», «кулінарне шоу» і охарактеризували відмінності між ними. На нашу думку, доцільним є виокремлення декількох наукових підходів до визначення сутності, поєднання та характерних особливостей кулінарної програми та кулінарного шоу. Кулінарна програма і кулінарне шоу є різними поняттями, які виступають як результат репрезентації гастрономічної культури на телебаченні. Також кулінарне шоу слід визначати як новий розважальний формат програм гастрономічної тематики.

Програми гастрономічної тематики трансформуються і змінюють форму подачі приготування їжі на телеекранах. Традиційні кулінарні програми із майстер-класів з приготування страв перетворюються на масштабні гастрономічні проекти з елементами талант та реаліті-шоу.

У ході дослідження систематизували наявні кулінарні програми на українських телеканалах. Наразі у сегменті кулінарних передач українського телебачення представлені такі основні чотири формати гастрономічних проектів – майстер-клас від професіонала, майстер-клас відомої, медійної особистості (непрофесіонала), шоу-змагання і ток-шоу. Кулінарний проект «Мастер Шеф» слід відносити до шоу-змагання;

Подали декілька класифікацій кулінарних програм таких дослідників – К. Грубич, К. Абелян, Ю. Щербина, Ч. Кетчум та І. Сольєр. Найповніший розподіл кулінарних програм пропонує науковець К. Грубич, який виділяє три основні види соціально-комунікаційних технологій структурування контенту

кулінарних шоу: ретрансляція приготування страв, розважальні та синтетичні (змішані) соціально-комунікаційні технології.

Аналізуючи адаптації української і британської версії шоу «Мастер Шеф», порівняли проекти на предмет змістового наповнення програми, конкурсних змагань, зображення образів суддів і учасників. На основні проведеного аналізу ми виділили такі характерні особливості українського «Мастер Шеф»: наявність битви чорних фартухів, зміщення акцентів з кулінарної тематики на розкриття характерів та стосунків між учасниками та суддями, збільшення ефірного часу епізодів за рахунок пост-коментарів, приділенню уваги взаємовідносинам між кухарями та їх особистим історіям. Також охарактеризували процес зміни образу суддів: від сурових кулінарних критиків до приятелів, які виявляють інтерес більше до стосунків учасників, ніж до їх кулінарних здібностей.

У результаті моніторингу було звернено увагу на тому, що українська версія проекту «Мастер Шеф» трансформувалася з кулінарної програми у реаліті-шоу з елементами гастрономічної тематики, оскільки з кожним сезоном менше уваги приділяють кулінарним здібностям учасників, а більшу частину хронометражу займають пост-коментарі учасників, конфлікти, жарти і любовні перипетії між кухарями. Окрім цього, слід відзначити збільшення кількості командних конкурсів, оскільки саме завдяки ним найповніше у шоу розкриваються стосунки між кухарями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абелян К. Программы гастрономической тематики на российском телевидении. *Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*. Новгород, 2015. № 3. С. 60–64.
2. 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.
3. Грубич К. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : дис. ... к. н. соц. ком. : 27.00.06. Київ 2017. 229 с.
4. Грубич К. Якість ефірного мовлення як елемент успішності кулінарних телешоу. *Стиль і текст*. Київ, 2015. Вип. 16. С. 150–156.
5. Єлісовенко Ю., Полісученко А. Інтеграція новітніх ЗМІ та пошук нових форм спілкування. *Теле- та радіожурналістика*. Львів, 2011. Вип. 10. С. 158–162.
6. Захарс Т. Іміджеве наповнення портфеля кулінарних шоу. *Світ соціальних комунікацій*. Київ, 2013. Т. 9. С. 115–118.
7. 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.
8. 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. (дата звернення: 17.01.2019).

9. Про проект «МастерШеф». URL: <https://masterchef.stb.ua>. (дата звернення: 17.01.2019).

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

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

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

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

14. 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.

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

16. Шестакова Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу. *Стилістика : мова, маўленне і тэкст : матеріялы IV Міжнароднай навукова-практичнай канферэнцыі* (Мінск, 10–11 лістапада, 2017). Мінск, 2017. С. 418–430.

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

18. Юсипович А. Типи програм розважального телебачення України. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2122>. (дата звернення: 17.01.2019).

19. About «MasterChef UK». URL: <http://www.masterchef.com>. (дата звернення: 17.01.2019).

20. Appelbaum R. «Anything is possible!» : MasterChef, World-Wide Illusion. URL: https://www.academia.edu/17203727/_Anything_is_possible_MasterChef_World-Wide_Illusion. (дата звернення: 17.01.2019).

21. Ketchum C. The essence of cooking shows: how the food network constructs consumer fantasies. *Journal of Communication Inquiry*. URL: https://researchgate.net/publication/249735338_The_Essence_of_Cooking_Shows_How_the_Food_Network_Constructs_Consumer_Fantasies. (дата звернення: 17.01.2019).

22. Matwick K. Inquiry in television cooking shows. *Discourse & Communication*. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750481315576629>. (дата звернення: 17.01.2019).

23. Oren T. On the line : format, cooking and competition as television values. *Critical studies in television : the international journal of television studies*. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.7227/CST.8.2.3>. (дата звернення: 17.01.2019).

24. Solier I. TV Dinners : Culinary Television, Education and Distinction. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304310500322727?journalCode=ccon20&>. (дата звернення: 17.01.2019).

25. TV cooking shows : the evolution of a genre. URL: <http://www.flowjournal.org/2008/05/tv-cooking-shows-the-evolution-of-a-genre>. (дата звернення: 17.01.2019).