

перехрестях; створення вертикального орієнтиру, що позначає місцезнаходження стенду та є видимим з відстані; проведення ділової програми на власному стенді фірми або в конференц-залі; організація роботи промоутерів, роздання листівок та сувенірів; встановлення рекламних щитів фірми при вході на територію виставкового комплексу та павільйону тощо. Потік відвідувачів є об'єктом аналізу та опрацювання й після закриття виставки: спочатку відвідувачі стенду туркомпанії аналізуються за типом, географічним регіоном та спеціальними інтересами; далі виконується аналіз денного відвідування стенду на підставі ступеню важливості контактів. Результати аналізу є основою звіту та аналітичної записки з конкретними висновками і пропозиціями. Передбачається подальша робота та встановлення корисних ділових контактів для різних цільових груп потоку відвідувачів, зокрема для: клієнтів – потенційних туристів; потенціальних бізнес-партнерів; журналістів.

#### Список використаної літератури

1. *Верхоланцева А.* О логистике выставочно-ярмарочной деятельности / А. Верхоланцева // Логистика. – 2004. – № 1. – С. 15.
2. *Дурович А. П.* Маркетинг в туризме : учеб. пособ. / А. П. Дурович. – 4-е изд. – Мн. : Новое знание, 2004. – 496 с.
3. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг : продвижение туристского продукта : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 176 с.
4. *Мунін Г. Б.* Маркетинг туризму : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов. – Ч. II. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 427 с.
5. *Мунін Г. Б.* Маркетинг туризму : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов. – Ч. I. – К. : В-во Європ. ун-ту, 2005. – 324 с.
6. *Правик Ю. М.* Маркетинг туризму : підруч. / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.
7. *Смирнов І. Г.* Виставковий маркетинг у туризмі : теоретичні засади і практичний вимір / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 22–35.
8. *Смирнов І. Г.* Логістика туризму : навч. посіб. / І. Г. Смирнов. – К. : Знання, 2009. – 444 с.

#### Резюме

Висвітлено наукові засади та практичне застосування логістики виставкової діяльності в туризмі та сфері гостинності, як новітнього напрямку логістичної теорії та практики. Визначено об'єкт та предмет дослідження логістики виставкової діяльності, головний і допоміжні потоки. Підкреслено важливість управління потоками відвідувачів як головного потоку в логістиці виставкової діяльності, розкрито основні методи.

**Ключові слова:** виставкова діяльність, туризм, логістика, головний потік, допоміжні потоки.

#### Summary

##### **Smirnov I. Logistics of exhibition activity: international and Ukrainian experience**

Disclosed scientific principles and practical application of logistics of exhibition activity in tourism and hospitality as the newest area of logistics theory and practice. Identified the object and the subject of the logistics study exhibition activities, main and auxiliary flows. Emphasized the importance of flow of visitors, as the main stream in logistics exhibition activities. The basic methods of exploration of logistics of exhibitions are characterized.

**Key words:** exhibition activities, tourism, logistics, main stream, auxiliary flows.

#### Аннотация

##### **Смирнов И.Г. Логистика выставочной деятельности: мировой и украинский опыт**

Освещены научные основы и практическое применение логистики выставочной деятельности в туризм и сфере гостеприимства как новейшего направления логистической теории и практики. Определены объект и предмет исследования логистики выставочной деятельности, главный и вспомогательные потоки. Подчеркнута важность управления потоками посетителей как главного потока в логистике выставочной деятельности, раскрыты основные методы.

**Ключевые слова:** выставочная деятельность, туризм, логистика, главный поток, вспомогательные потоки.

Надійшла до редакції 10.11.2014 р.

УДК 069.15:005.73

С.Ю. Шман

#### МУЗЕЇ В ЕПОХУ ІНТЕРАКТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

*Постановка проблеми.* Аналізуються питання функціонування нових інтерактивних форм роботи у сучасній музейній практиці. Стосується це, безумовно, роботи з відвідувачами. Науковці українських музеїв постійно працюють над проблемами акумулювання, зберігання і трансляції, що стимулює необхідність обговорення та використання нових форм та методів роботи.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Термін «інтерактив» від англійського «interact», де «inter» – взаємний, «act» – діяти, тобто інтерактивність – розкриває ступінь та характер взаємодії об'єктів. На сьогодні загальноприйнятого визначення цього терміну немає. Але вважається, що це принцип організації системи, коли мета цієї системи досягається за допомогою її інформаційних елементів. Якщо вважати елементами музейної справи відвідувачів, працівників музеїв та музейні предмети, нас цікавитиме виявлення фактів інтерактивних зв'язків між ними.

Проблеми організації різних форм роботи з відвідувачами, реалізації методів доступності музейних цінностей порушують українські дослідники, а саме: Л. Гайда, О. Караманов, Н. Капустина, І. Пантелейчук, Т. Сидоренко, Л. Твердохліб, Л. Чорна, які також вважають, що інтерактивність, перш за все, є процесом і результатом взаємозв'язку, зближення, об'єднання в єдине ціле.

Перш за все проблема інтерактивної культури розглядається науковцями як нова універсальна форма роботи в музейних закладах із широкими верствами населення.

Досліджуючи інтерактивні процеси у музейній галузі Н. Капустіна та Л. Гайда вважають, що «Сутність інтерактивного навчання полягає в тому, що навчальний процес (в даному випадку екскурсія, лекція чи мистецький захід) відбувається за умов постійної активної взаємодії всіх учнів» [5; 136]. Відтак, інтерактивні методи роботи дозволяють проектувати досвід проживання цілого спектру станів людини в її гуманістичній суті. В атмосфері музею за допомогою художньо-педагогічних засобів у процесі взаємодії з юнаками, науковці вміють викликати той чи інший психологічний стан, що допомагає заглибитись, проникнути в найглибші смисли того, що представлено в експозиції.

У працях Т. Белофастової, О. Караманова, Т. Сидоренко, Л. Твердохліб та Л. Чорної визначаються специфічні форми музейної педагогіки.

Проблеми організації різних форм навчання у контексті розвитку музейної освіти та музейної педагогіки розглядає львівський дослідник О. Караманов. Аналогічна проблема щодо музейної галузі розглядається у статті Т. Белофастової, а саме педагогічні засади діяльності музеїв як соціально-культурних центрів. Автор, аналізуючи питання музейної справи, доходить висновку, що розширення культурно-освітнього напрямку роботи музею з відвідувачами завдяки своїм потенційним можливостям, виявляється в інтерактивності експозицій, реалізації нових методів і прийомів навчання й виховання, створення психологічно комфортного середовища [2; 5].

Т. Сидоренко, вивчаючи проблеми музейної справи звертає увагу на нові форми «музейної педагогіки» – інтерактивні та вважає що вони «включають як практичну діяльність, що має синтетичний характер і об'єднує зусилля педагога і працівника музею, так і науково-методичну дисципліну, предметом вивчення якої є феномен, який має історично-культурні традиції, але який по-новому заявив про себе наприкінці ХХ століття» [8; 5]. Утім, усі дослідники доходять висновку, що взаємодія музейних працівників та відвідувачів збагатилась новою неформальною формою освітньої роботи – інтерактивною, що вважається актуальним і перспективним напрямом їх роботи, спрямованою на формування загальної культури і комунікативних навичок особи.

Відповідно до вищезазначеного, *метою статті є* висвітлення можливостей та необхідності використання інтерактивних методів роботи у музейних закладах.

*Виклад основного матеріалу.* Усвідомлюючи підвищення раціоналізації суспільства паралельно з іншими загальносвітовими тенденціями активізувався інтерес до історичного минулого людства, що реалізується в ідеї створення «віртуальних музеїв», для яких характерне використання оригінальних музейних предметів, гравюр, кінодокументів тощо. «Віртуальний музей» надає змогу створити принципово нову музейну експозицію, що не тільки забезпечує зорове сприйняття пам'яток матеріальної культури, а й супроводжується відповідними звуковими ефектами і можливостями тактильних відчуттів. Інтерактивні експонати доступні для перегляду людьми із захворюваннями органів зору та слуху: замість візуальних елементів у такій експозиції використовуються аудіо елементи, а замість слухових – оптичні ефекти. Особливість віртуального сервера полягає в тому, що на ньому можуть бути представлені тисячі зображень творів мистецтва з максимально змістовним супровідним текстом.

Сьогодні в Україні та світі існує чимало інтерактивних музеїв. Так, у Києві працює перша в країні «Галерея цікавих наук «Магніт», створена для вивчення законів науки і явищ навколишнього світу як музей інтерактивної форми. За допомогою тактильно-вібраційного сприйняття можна розрізнити ознаки усіх експонатів музею, самостійно проводити експерименти. Для кожного відвідувача організується екскурсія, під час якої розповідають про фізичні закони, які наочно продемонструють експонатами.

Основи функціонування таких музеїв були закладені ще Я. Перельманом у «Будинку цікавої науки» (Ленінград), який припинив своє існування під час II Світової війни. Але відкриття подібних музеїв науки було продовжено в багатьох країнах наприкінці ХХ ст. Найбільш відомими з них є Музей «Блумфілд» (Срусалим, Ізраїль), Науковий центр NEMO (Амстердам, Голландія), «Місто науки й техніки» (Париж, Франція), Лондонський музей науки (Лондон, Англія), Музей «Еврика» (Вантаа, Фінляндія), Музей науки (Осака, Японія й Валенсія, Іспанія), Exploratorium (Сан-Франциско, США), Берлінський, Мюнхенський і Віденський політехнічні музеї [1].

Цікаві риси інтерактивності демонструє музей «Темна аптека» – перший у Львові інтерактивний музей фармації. Це динамічний заклад, на відміну від закладів, для яких характерний академічний стиль експозиції. Відвідувачам музею дають змогу самостійно провести досліди алхіміків, відчутти себе у ролі фармацевтів та доторкнутися до сучасної музейної культури, де експозицію частково творять також і відвідувачі виставки. У музеї закликають під новим ракурсом поглянути на професію фармацевтів, адже їхня діяльність високо цінувалася у суспільстві ще багато років тому.

Отже, особливими ознаками згаданих музейних закладів є добровільність, спрямованість на емоції, що виникають під час зустрічі з реальними об'єктами, можливість самостійно торкнутися музейного простору та формувати у відвідувачів індивідуального бачення оточуючого світу. Крім створення інтерактивних музеїв, у музейній справі активно розробляються й музейні інтерактивні програми. Початок цього напрямку діяльності розпочато у 70-х роках ХХ ст. Інтерактивні програми активно розроблялись у музеях країн Західної Європи та США. Основою музейних інтерактивних програм стає гра, що швидко набула популярності у музеях світу [7; 42].

В умовах візуалізації культури останнім часом й музеї України пропонують інтерактивну програму «Торкатись руками». «Пояснюється це тим, що у всіх людей незалежно від віку виникає бажання торкатись руками предметів, у тому числі і музейних. Таким чином людина отримує букет відчуттів, може на дотик оцінити предмет, його фактуру, температуру, матеріал, форму, відчутти неабияку емоційну віддачу» [4; 28].

В основі візуалізації культури лежить інтерактивний метод роботи з аудиторією, психологічний компонент, що складається з мотивації відвідування музею, структура особистості відвідувача (соціально-психологічні особливості кожної вікової категорії, особливості мислення, пам'яті, уваги, сприйняття тощо), відносини між співробітниками, професійна культура тощо. У даному випадку знання психологічних особливостей людини надзвичайно важливе, тому що така установка виступає одночасно і потребою, і мотивом участі індивіда в інтерактивних заходах, яка в умовах масової дії може перетворити відвідувача з глядача на активного учасника, «користувача».

На сьогодні нові інтерактивні методи у музейній роботі активно впроваджують у життя працівниками Національного художнього музею України (далі – НХМУ). В основі зазначених методів роботи покладена ідея відкритого музею, соціально важливого майданчика для розвитку творчого потенціалу місцевої громади, укорінення у суспільстві гуманістичних принципів. Зокрема, НХМУ пропонує публіці три типи просвітницьких програм, які містять інтерактивний компонент:

- численні цикли екскурсій і лекторії з історії та теорії мистецтва,
- програми розвитку мислення засобами образотворчого мистецтва для дітей та дорослих,
- практичні заняття художньої майстерні музею та майстер-класи в рамках виставкових проєктів.

Крім того, дитячій аудиторії НХМУ пропонує лекційне заняття «Граємо в музей». Учасники дійства можуть спробувати свої сили в одній із музейних професій: реставраторів, дослідників, музейних експертів.

Одним із різновидів таких методів музейної роботи стає літературна гра у формі квесту. У перекладі з англійської слово «квест» означає «пошук, предмет пошуку, пошук пригод» [1]. Ця літературна гра покликана об'єднати дві сфери життя: мистецтво та освіту. Сам механізм реалізації цієї форми гри можна визначити як діалог особистості з минулим через спілкування з музейними предметами. На сьогодні літературні квести стали популярною та улюбленою формою музейної роботи, що активно використовуються музейними працівниками України. Тобто, феномен інтерактивності, ґрунтується на використанні музейними установами психологічних знань, комп'ютерних технологій у сфері дизайну, виставкової діяльності, включаючи лазерне та голографічне мистецтво, інтерактивні відео інсталяції, анімацію, скульптуру. Це дає можливість створювати нові типи музейних експозицій – інтерактивні, для залучення відвідувачів до активного діалогу. Ідея «віртуальної реальності», покладена в основу функціонування музею, породжує принципово нове явище – «віртуальний музей», в якому реалізуються всі можливі інноваційні музейні технології.

Під гаслом перебудови відносини між музеєм і суспільством, коли відбуваються зміни в структурі роботи музейних закладів, на місце пасивного відображення дійсності приходить активний вплив на свідомість людини. Цікаві форми інтерактивної роботи з відвідувачами пропонує Національний музей літератури України: інтерактивні екскурсії, конкурси, квести, майстер-класи, літературні ігри тощо.

Мета інтерактивних заходів – створення комфортних умов для інтелектуальної досконалості, формування активної власної позиції, дружніх відносин з товаришами, поваги до думки інших учасників, вміння відстоювати власну позицію, а також забезпечення пізнавальних продуктивних процесів людини.

На сьогодні музеями України використовуються групові і фронтальні методи інтерактивної роботи. Під час екскурсії, звичайно, домінуватиме група фронтальних методів («мозковий штурм», «незакінчені речення», «коло ідей», елементи дискусії тощо), однак кожен музейний працівник прагнутиме ввести в роботу і групові. Інтерактивні програми загалом, спрямовані на постійну аудиторію, адже їх ефективність безпосередньо залежить від діалогу музейного працівника, індивідуального підходу до кожної окремої групи відвідувачів музейних закладів. Слід також зауважити, що інтерактивні програми не можуть замінити традиційні форми роботи. Тому у сучасних українських музеях крім інтерактивних форм роботи з відвідувачами продовжують використовувати оглядові та тематичні екскурсії, різноманітні виставки, майстер-класи, конкурси, квести тощо. Важливим також є популяризація музейних закладів через соціальні мережі.

Створення сайтів музейних установ стає новою формою інтерактивності, спрямованою на подолання «замкнутості» музею як соціального інституту. З одного боку, використання нових технологій дає можливість музейним закладам інтегрувати в електронний інформаційний простір світу. З другого – користувач мережі Інтернету через сайти музеїв стає віртуальним відвідувачем та вступає до лав музейного співтовариства. При цьому треба зазначити, що багато сайтів музеїв побудовані на принципах інтерактивності і динамічного оновлення інформації. Це створює можливість для діалогу. Тобто, пасивне споживання інформації відходить на другий план, а постійний відвідувач музейного сайту стає неформальним членом музейного співтовариства. У даному випадку за допомогою музейної інформаційної інфраструктури «відвідувач» стає «партнером». Однак ця тенденція на сьогоднішній момент є найменш вивченою. Останнім часом зростає кількість музейних

представництв в Інтернеті – веб-сайтів. Слід зауважити, що на сьогодні своє представництво в Інтернеті мають понад 200 українських музеїв. Однак серед сайтів регіональних музеїв майже немає таких, які були б створені за правилами музейного проектування.

Типова структура музейних сайтів складається з короткої довідки про історію створення та діяльності музею, огляду експозицій музею (головним чином, електронний варіант експлікації), іноді довідки про етногенез і історії конкретних етнічних груп регіону, фото фрагментів експозиції й окремих експонатів, контактної інформації, іноді публікацій співробітників музею. Власна веб-сторінка в Інтернеті підтримує професійний імідж установи і рекламує її послуги. Водночас, музейні сайти створюються для віртуальних відвідувачів і мають бути виконані із застосуванням досвіду музейного проектування. Попит на інформацію про музеї в інформаційній електронній мережі на досить значний. Хоча більшість із цих сайтів виконані не за правилами музейного проектування, а є електронними версіями коротких путівників по музеях, а постійне зростання їх кількості свідчить про поступове проникнення нових технологій і в музейну діяльність. Музеї широко застосовують новітні цифрові технології для поширення інформації про фонди. Експонати оцифровуються, створюються бази даних про колекції для громадськості, реалізуючи право рівного доступу громадян до культурної спадщини.

Інформаційним проривом стало створення сайту «Музейний простір України» (<http://prostir.museum>) – довідника з різних питань музейної справи. Розділи сайту містять корисну інформацію як для музейних фахівців, так і для широкого кола користувачів: база даних і каталоги музейної мережі України, оголошення про конкурси, гранти та конференції; довідник про засновників музеїв; публікації культурно-історичної тематики.

Отже, перспективою для подальшого розвитку вітчизняних музеїв може стати використання нових засобів інтерактивної роботи через пошук оптимального поєднання освітньо-виховних завдань і розважальних, рекреаційних можливостей музейних закладів. Успіх втілення інтерактивної культури у музейну практику значною мірою залежить від вибору методів її реалізації. Саме від цього залежить результативність керівництва процесом сприйняття музейної інформації, а також ефективність її впливу на аудиторію.

Огляд сучасного використання інтерактивної культури у музейних закладах засвідчує поступову еволюцію соціальних функцій музею: від нагромадження і зберігання до науково-дослідницької роботи і просвітництва з аудиторією. З огляду на поліфункціональність діяльності музею можна стверджувати, що сучасний музей набуває статусу соціально-культурного центру. Реформаційні процеси, що відбуваються у суспільстві, вносять свої корективи у діяльність музею, змінюють погляд на його місце і роль. Деїдеологізація суспільних відносин, трансформація концепції музею, поява нових інформаційних технологій створили передумови для інноваційних змін у пропаганді культурної спадщини і розширення напрямів музейно-педагогічної діяльності.

Вивчення вітчизняного досвіду з використання інтерактивної культури у музеях підтверджує ефективність його застосування. По-перше, це створення нової форми музеїв – «віртуальних». Важливими факторами такого розвитку є, з одного боку, підвищення загальнокультурного рівня українського суспільства, з іншого – створення відповідної віртуальної інфраструктури, що здатна мінімально задовольнити її культурні потреби.

Музейні інтерактивні програми – конкретна система форм і методів роботи з аудиторією, що розрахована на досягнення мети естетичного виховання суспільства. При підготовці таких програм враховуються інтереси дитячої аудиторії, що є важливим чинником формування повноцінної, всебічно розвинутої особистості. Високий рівень культурного потенціалу дітей у подальшому сприятиме гуманізації суспільства. Культурно-духовний розвиток дитини залежить, передусім, від факторів, які оточують її від народження: середовище, у якому вона виховується, отримує освіту, а також від можливості долучитися до надбань світової культурної спадщини й організації змістовного дозвілля. Розвиток інтерактивної культури позитивно впливає на форми розвитку суспільства, особливо молоді, та надає можливість активно формувати інтерес до вітчизняної та світової історії культури.

Отже, музей стає відкритою установою, що планує роботу виходячи з потреб відвідувачів, є постачальником послуг інтерактивного характеру, тому що дидактична система подання інформації, закладена в освітньому музеї, не відповідає психічним особливостям сприйняття сучасного відвідувача, які точно передані рядками китайського прислів'я: «розкажіть – і я забуду, покажіть – і я запам'ятаю, дайте мені зробити – і я зрозумію». Таким чином елементи інтерактивності, що активно використовуються в сучасних музеях, є потребою часу, тому що відбувається тактильний контакт відвідувача з музейним предметом, через який відбувається розуміння та запам'ятовування.

#### Список використаної літератури

1. *А в Києві з'явився інтерактивний музей науки* [Електронний ресурс] // Українська правда. – 2012. – 3 черв. – Режим доступу : <http://www.life.pravda.com.ua/-technology/2012/03/2/97252/>
2. *Белофастова Т.* Актуальні проблеми реалізації культурно-просвітнього потенціалу сучасних музеїв / Т. Белофастова // Вісник КНУКіМ : зб. наук. пр. – К., 2002. – Вип. 6. – С. 160–167.
3. *Василенко А.* Музейна педагогіка та інтерактивні технології в контексті функціонування історико-культурного комплексу «Запорізька Січ»: до постановки проблеми [Електронний ресурс] / А. Василенко. – Режим доступу : <http://museum.dp.ua/article0179-2.html>

4. **Капустіна Н.** Психолого-соціологічні дослідження ефективності музейних програм і занять для школярів / Н. Капустіна, Л. Гайда // Музей і відвідувач: метод. розробки, сценарії, концепції. – Дніпропетровськ. – 2005. – С. 27–34.

5. **Капустіна Н.** Статистичний аспект науково-просвітницької діяльності музею / Н. Капустіна, Л. Гайда // Роль музеїв у культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі: зб. матеріалів загальноукр. конф. з проблем музеєзнавства, присвяченої 160-річчю заснування Дніпропетров. іст. музею ім. Д. І. Яворницького. – Д.: АРТПРЕС, 2009. – Вип. 11. – 608 с.

6. **Карасенко В.** Як повернути дитину в музей, або як повернути музей дитині? / В. Карасенко // Роль музеїв у культурному просторі України й світу: стан, проблеми, перспективи розвитку музейної галузі. – Д.: АРТПРЕС, 2009. – Вип. 11. – 608 с.

7. **Медведева І.** Розвиток музейно-педагогічної діяльності: навч. посіб. / І. Медведева. – Краматорськ, 2009. – 60 с.

8. **Сидоренко Т.** Інтерактивні технології у навчально-виховному процесі / Т. Сидоренко // Директор школи, 2006. – № 46 (430). – С. 12–15.

#### Резюме

Стаття присвячена аналізу можливості впровадження інтерактивних форм роботи музеїв, які втілюють у життя ідеї відкритого музею.

**Ключові слова:** інтерактивні форми роботи, віртуальний музей, інтерактивні програми.

#### Summary

##### **Shman S. Museums in the age of online culture**

The article is devoted to the possibility of the introduction of interactive forms of museums, which embody the idea of open-air museum. Ukrainian museums today are searching for their place in the wider cultural space, transformed into important elements of education and training. As they provide access to people of different professions and different age categories to the national cultural and natural heritage of Ukraine. The potential role of museums based on the ability to provide the public an interactive, substantive and ideological platform for in-depth knowledge of their ethnic identity, the nation and around the world.

**Key words:** interactive forms of work, a virtual museum, interaktivnyye program.

#### Аннотация

##### **Шман С.Ю. Роль музеев в эпоху интерактивной культуры**

Статья посвящена анализу возможности внедрения интерактивных форм работы музеев, которые воплощают в жизнь идеи открытого музея.

**Ключевые слова:** интерактивные формы работы, виртуальный музей, интерактивные программы.

Надійшла до редакції 10.11.2014 р.

УДК 792.73:7.097

Т.І. Совгира

### ЕСТРАДНІ ЖАНРИ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

Естрадні програми на телебаченні з'явилися вперше приблизно півстоліття тому і з тих пір їхнє виробництво зростає дуже стрімко, – вони складають значну частку розважальних телевізійних програм.

Серед наукових робіт, в яких розглядається взаємовплив телевізійного та естрадного мистецтв, слід відзначити праці В. Саппака «Телевидение и эстрада» [9], А. Вартанова «Телевизионная эстрада» [10], Г. Новікової «Сучасні телевізійні видовища: витоки, форми та методи впливу» [8].

В. Саппак акцентує увагу на схожості телебачення саме до естради, а не до театрального мистецтва [9]. С. Безклубенко розглядає естрадне мистецтво на телебаченні та поза ним, тобто екранне і позаекранне, на прикладі телевізійної гри «КВК» [1] Г. Новікова аналізує загальні характеристики розвитку естрадного мистецтва у сфері телебачення та виявляє генезу розвитку естрадного концерту на телебаченні [8].

Досить ґрунтовним «підручником» з питань розвитку естради на телебаченні є брошура редакторів Ю. Богомоллова та А. Вартанова «Телевизионная эстрада» [10], в якій зібрані статті публіцистичного характеру про взаємовідносини естради та телебачення та характеристику результатів такої взаємодії. На думку А. Вартанова, естрада на телеекрані зазнає суттєвих змін за формою та способом вираження [10; 20].

Значну інформацію щодо трансляції естрадних форм на телеекрані, їхніх видозмін унаслідок такого перетворення, містять статті О. Кузнецової «О разговорном жанре на телеэкране», М. Хренова «Развлекательные функции телеэстрады». В них також розглядаються особливості відмінності та схожості сценічного й екранного мистецтв. Н. Горюнова («Художньо-виражальні засоби екрану»), А. Ханютін («Пространство и время телевизионной эстрады») та А. Юровський досліджують питання умовності дії та принципу організації сценічного простору на сцені та екрані.