

Белорусский государственный университет культуры и искусств
Кафедра педагогики социально-культурной деятельности

Тексты лекций
по предмету
«Искусство ведения культурно-досуговых программ»

Бирюкова Т.П.
кандидат педагогических
наук, доцент

Минск – 2009 г.

Пояснительная записка

В процессе профессиональной деятельности в сфере свободного времени специалисту по организации культурно-досуговой деятельности необходимо владеть не только мастерством постановки культурно-досуговой программы, но и уметь осуществлять её ведение, потому что ведущий – главное действующее лицо программы. Во время ведения он должен активно реагировать на всё то, что происходит на сценической площадке, выявлять и комментировать факты, осуществлять работу с реальным героем, объяснять содержание конкурсных заданий.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ЛЕКЦИЯ 1.

СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ВЕДУЩЕГО КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ПРОГРАММЫ.

Вопросы к теме:

1. Многофункциональность деятельности ведущего КДП.
2. Классификация типов ведущих КДП.
3. Импровизация. Этапы импровизации.

Цель: раскрыть основные типы ведущих КДП и их профессиональные и личностные качества.

Введение.

Современная концепция модернизации высшего образования ставит задачу повышения профессионального мастерства, качества подготовки специалистов социокультурной сферы. Это предъявляет особые требования к совершенствованию методики обучения студентов, усвоению ими достижений социальных наук, формирующих у социальных педагогов и социальных работников умение говорить с людьми убедительно и увлекательно, создавать атмосферу доверительного общения, вовлекать аудиторию в культурно-досуговую деятельность.

Цель данного курса – обучить студентов искусству ведения различных культурно-досуговых программ и созданию положительной (позитивной) атмосферы среди присутствующих.

Задачи – научить их умению работать и общаться с людьми, ориентироваться в непредвиденной обстановке, проектировать свою деятельность в соответствии с определённым социумом.

1. Многофункциональность деятельности ведущего КДП.

Период культурно-досуговой деятельности характеризуется расширением номенклатуры специальностей, соединяющих в себе творческое, коммерческое, духовно-нравственное начала. Появилась потребность в специалистах особого рода, которые соединили бы в себе качества организатора, информатора, оратора, творца, модератора и аниматора, психолога и продюсера, шоумена, ди-джея и т.д. Это новый тип ведущего культурно-досуговых программ, которого слушаешь как собеседника, кому веришь, кто способен не только сообщить тебе то, что ты не знал, но и высказать своё суждение по важным и интересным вопросам сам.

Такой специалист должен постоянно стремиться к повышению своего профессионального уровня, регулировать и координировать деятельность аудитории, быть коммуникабельным, любить людей, уметь учитывать и трансформировать их интересы в культурно-досуговой деятельности.

Сегодняшний ведущий вобрал в себя специфику телевизионных профессий: интервьюера, комментатора, а также всё лучшее, что было у актёров эстрады и организаторов досуга учреждений культуры. Произошло слияние, синтез тех профессиональных качеств, которые необходимы ему на современном уровне общения с аудиторией [2, с.53].

Профессия ведущего поистине уникальна и многогранна: в одном случае он выступает как информатор и интервьюер, как артист, конференсье и как организатор игр, при этом тонкий психолог, как сценарист-режиссёр, создатель собственных программ, а иногда и продюсер программ. Именно он создаёт особый эмоционально-коллективный настрой, где воспитательные процессы протекают исподволь, ненавязчиво.

Включение аудитории в единый творческий процесс происходит за счёт единения зрителей в активное действие, когда они приглашаются для участия на равных правах со звёздами, политиками, бизнесменами в играх, аттракционах, викторинах, ток-шоу и т.д.

Технология ведения КДП – это мастерство использования совокупности методов и средств воздействия на духовный мир человека, владение социально-психологическими методиками, стимулирующих межличностное общение и регулирующих эмоциональную и творческую деятельность людей.

Совокупность творческих дисциплин ("Сценарное мастерство и Режиссура КДП", "Речевая культура", "Игровое общение" и др.), а также педагогика и психология и др. служат научной базой осмысления особенностей создания образа современного ведущего, выполняющего определённые функции.

В переводе с латинского слово "функция" означает обязанность, назначение, круг деятельности. Назначение деятельности ведущего культурно-досуговых программ автор видит в следующем:

- творческая;
- комментаторская;
- рекреационная;
- организаторская;
- конструктивная;
- саморазвитие;
- самопрезентация.

Профессиональное мастерство ведущего КДП достигается тогда, когда функции, профессиональные и личностные качества оптимально соотнесены друг с другом.

Исходя из этого необходимо учитывать и развивать следующие качества ведущих:

1. Природные:

- коммуникабельность (умение легко сходиться с людьми);
- эмпатичность (способность к сопереживанию);
- рефлексивность (способность понять другого человека);
- красноречивость (умение воздействовать словом).

Эти качества составляют матрицу природных дарований, которые необходимо развивать, совершенствовать и углублять.

2. Характеристики личности как следствие её образования и воспитания:

- воспитанность;
- нравственные ценности;
- межличностное общение;
- упреждение конфликтных ситуаций;

3. Качества, связанные с жизненным и профессиональным опытом ведущего:

- быть открытым к общению;
- держаться уверенно и корректно;
- активно стимулировать "обратную связь";
- готовность к импровизации.

Всё это способствует формированию и развитию профессиональных способностей ведущего — коммуникативных, организаторских, конструктивных. А знания, широта и глубина, кругозор и эрудиция обеспечивают гибкость и самостоятельность мышления, возможность перехода из одного типа в другой, а иногда, и совмещать их.

2. Классификация типов ведущих КДП.

Профессия ведущего КДП поистине уникальна и многогранна. Он не только автор текстов, содержание которых требует от него знания предмета разговора, что движет аудиторию в любую сторону, он спорит, соглашается, сожалеет, даёт советы, призывает, создаёт коллективную эмоцию, воздействует на аудиторию; он — психолог, посредник между предметом и аудиторией.

В зависимости от личностных качеств и жанров культурно-досуговых программ он может относиться к тому или иному типу.

А.С. Подобед (4) подразделяет их в зависимости от речевого типа

1. Эмоционально-интуитивный тип, или эмоционально-воодушевлённый (легко убеждает, увлекает, воздействует не только на мысли, но и на чувства).

2. Философский тип: (обладает эрудицией, социологическими обобщениями, скрупулезно отбирает каждое понятие, выражение, слово).

3. Рационально-логический: (апеллирует к разуму, рассудителен).

4. Лирический, или художественный (артистичен, художественное построение текстов и их произнесение).

Данная классификация ориентирована на успех публичного выступления, отсюда и отбор языковых средств, и способ подачи материала напрямую связаны с индивидуальными речевыми качествами ведущего, его речевой культурой.

В зависимости от характера культурно-досуговой деятельности Триодин В.Е. предлагает следующие типы ведущих:

- универсальный;
- ситуативный (в определённых программах);
- ведущий-вдохновитель (эмоциональный тип);
- ведущий организатор;
- авторитарно-эмоциональный тип;
- авторитарно-рациональный;
- творческо-демократический;

В основу классификации ведущих разработанной Козловской Л.И. (4) лежит игровая деятельность. К ним относятся:

- ведущий-интеллектуал (интеллектуально-познавательные программы);
- силовой тип (спортивно-развлекательные программы);
- мягкий (общение с детьми, пожилыми, в малых досуговых группах);
- ведущий актёр (персонифицированный образ, особенно в детских программах).

Поскольку ведущий в культурно-досуговой сфере личность универсальная, совмещающая в себе качества, которые позволяют вести разнообразные программы мы попытались разработать типологию, не претендуя на её исключительность и возможно в какой-то мере даже спорную.

	Тип ведущего	Функции	Форма программы
1.	Конферансье	Представление исполнителя, характеристика номера и исполнителя, заполнение пауз (репризы, монологи). Тест заранее подготовлен, импровизация минимальна.	Концерт, тематическая программа.
2.	Официальное лицо, распорядитель	Обеспечение чёткого порядка проведения мероприятия, выражение	Торжественные вечера, официальные встречи, митинги.

		отношения официальной власти, общественной группы к данному событию. Тест заранее подготовлен.	
3	Собеседник	Создание обстановки общения, познакомит присутствующих друг с другом, включить в разговор большее число присутствующих. предполагает хорошее знание аудитории. Текст намечен, основа – импровизация.	Посиделки, салоны, столы, огоньки.
4.	Организатор	Вовлечение в действие, организация активного участия, сопереживания. предполагает хорошее знание психологии групп участников, правил и методов вовлечения в действие. Текст намечен, в основе импровизация.	Игра, сюжетно-игровые программы, дискотека, танцы, конкурсно-развлекательные программы.
5.	Информатор	Передача сведений, сообщение фактов, представление слова присутствующим, интервью с участниками. Наличие текста, элементы импровизации.	Дискотеки, тематические программы, альманахи.
6.	Комментатор	Разъяснение существующего положения дел, выражение точки зрения группы,	Беседы, диспуты, ток-шоу, тематические программы.

		организации. Наличие текста, элементы импровизации.	
7.	Образный, ведущий- актёр, персонифици- рованный	Создание образа темы, идеи, программы. Организация действия на сцене, площадке, вовлечение присутствующих в активное действие. Текст запрограммирован, элементы импровизации.	Праздники, театрализованные концерты, сюжетно- игровые программы, театрализованные суды, карнавалы.

Оценивая личность ведущего в структуре массовых мероприятий, особо можно отметить, что задачи его чрезвычайно сложны: он определяет тему программы, обозначает обстоятельства, при которых совершается действие, комментирует происходящее, привлекает внимание зрителя к тем или иным событиям, конкретным фактам и т.д.

2. Импровизация. Этапы импровизации.

Среди множества качеств, которыми должен обладать ведущий КДП существует также искусство импровизации. Современная психология представляет процесс творчества и, соответственно, импровизации как взаимодействие образного и логического познания.

Специфика процесса импровизации видится в том, что элементы творческой деятельности – вдохновение, интуиция, мастерство – взаимодействуют здесь с большей степенью активности, благодаря важнейшему свойству импровизации – скорости психической реакции.

Импровизация – это вид творчества и неотъемлемая часть творческого процесса. Главное в импровизации – внезапность творческого импульса, мгновенное нахождение идеи, темы, решения.

Если ведущий подходит творчески к тому, чем он занимается, то момент импровизации неизбежен.

Появление творческой мысли может произойти внезапно и только в системе сознательного творческого труда на основе длительной и систематической работы над собой.

Существуют определённые этапы импровизации:

1. первый этап – языковая компетенция ведущего.

2. второй этап – импровизационное самочувствие (готовность к импровизации).
3. третий этап – озарение (инсайт).
4. четвёртый этап – мгновенное осмысление идеи, мгновенный выбор пути её реализации.
5. пятый этап – публичное воплощение идеи.

Выбор пути осуществления импровизации занимает одно мгновение почти на интуитивном уровне. Это легко удаётся творческому ведущему, потому что, с одной стороны, он интенсивно мыслит, ищет сознательно этот путь, а, с другой стороны, потому что он владеет искусством импровизации.

Ведущий сегодня не только автор текстов, содержание которых требует от него знания предмета разговора, умения проявить себя человеком определённого склада ума; ведущий – это не только тот, кто озвучивает свои речи и "выражает словами наш ум и волю с такой силой, что движет слушателей в любую сторону"; ведущий – это не только тот, кто обличает, обвиняет, может соглашаться, сожалеет, даёт ответы, призывает; ведущий – это тот, кто отвечает за свои слова, за последствия их воздействия на аудиторию; ведущий – это психолог, посредник между предметом речи и слушателями (аудиторией).

Ключевые слова:

Ведущий КДП, типы ведущих, функции ведущего, профессиональные и личностные качества ведущего, импровизация, этапы импровизации.

Вопросы для самопроверки:

1. Перечислите профессиональные и личностные качества ведущего.
2. Раскройте различные подходы к классификации типологии ведущих.
3. Выделите основные этапы импровизации.

Литература:

1. Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб.пос. / О.А. Баева. – М.: Новое знание, 2005. – 368 с.
2. Герасимова, О.А. Импровизация шоумена: учеб. пос. / О.А. Герасимова. – Рн/Д: Феникс, 2006. – 128 с.
3. Стрельцов, Ю.А. Культурология досуга: учеб. пос. / Ю.А. Стрельцов. – М.: МГУКИ, 2003. – 296 с.

ЛЕКЦИЯ 2. ЖИВОЕ СЛОВО – ОСНОВНОЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ВЕДУЩЕГО КДП.

Вопросы к теме:

1. Информационная культура ведущего. Основные функции живого слова.
2. Особенности речевого общения.
3. Характеристика видов информационных программ и специфика их ведения.

Цель: раскрыть особенности информационной культуры ведущего с использованием живого слова в различных формах.

1. Информационная культура ведущего. Основные функции живого слова.

Важной составной частью профессионализма ведущего является его речевая культура, т.е. умение использовать выразительные средства и возможности языка. Речевая культура в значительной степени определяет то, как нас воспринимает аудитория, насколько успешно можно добиться её внимания и понимания и, что самое главное, в какой мере ведущему удастся реализовать поставленные цели.

Специалисты различают в составе речевой культуры два взаимосвязанных компонента – правильность речи и речевое мастерство. Говоря о правильности речи, имеется в виду элементарное соблюдение норм современного литературного языка. Под речевым мастерством принято понимать умение выбирать из существующих вариантов наиболее точный в смысловом отношении, стилистически уместный, выразительный, доходчивый.

Жанровая окраска самой речи разнообразна, от задушевного, лирического, проникновенного разговора с аудиторией до публицистического острого, иногда даже гневно-обличительного выступления.

Основным средством воздействия на аудиторию ведущего это словесное действие, которое одновременно выступает как процесс информационный, как процесс взаимовлияния друг на друга, создающее словесные образы, которые могут непосредственно передавать действия, чувства, настроения и переживания.

Наконец, живое слово является разновидностью прямой коммуникации, для которой характерна обратная связь, то есть реакция участников. В публичной речи отчётливо проявляется эмоциональное воздействие личности ведущего на аудиторию, ибо очень часто на нём фокусируется весь комплекс впечатлений от программы в целом.

Написанное слово далеко не всегда в состоянии стать живым словом. «Текст, прочитанный или заученный, а затем произнесённый наизусть, - писал И. Андроников, - это не те слова, не та структура речи, которые рождаются в непосредственной живой речи одновременно с мыслью [1]. «Одновременно с мыслью!» - вот, пожалуй, ещё одно качество живого слова, ибо оно немыслимо без непосредственного эмоционального контакта ведущего с аудиторией, чутко улавливающей, активно воспринимающей малейшие изменения в динамике его речи, тончайшие нюансы интонации.

Слово по своей природе полифункционально. Оно выполняет следующие функции:

- коммуникативную (умение общаться);
- познавательную (когнитивную);
- аккумулятивную (сохранение и передача информации);
- эмоциональную (выражает чувства и эмоции);
- функции воздействия (волеуправляющую).

Главная функция словесного действия (речи) – коммуникативная – общение, средство воздействия, организации деятельности людей.

Слово само по себе действенно, но из уст ведущего приобретает особое значение, т.к. преследует конкретные практические установки и определяется целью программы.

Публичная речь воздействия на разум и чувства людей. Если речь действует только на сознание, не затрагивая эмоциональную сферу личности, она не может волновать сердца, не оставляет следов в памяти слушателя.

Облик ведущего во многом определяется тем, каков его речевой портрет, который определяется:

1. Звучанием голосом – (сила звучания, темп речи, высота звучания, дикция, тембр, интонация, свобода звучания).
2. Языком – (лексика, построение фраз, стиль речи, способ выражения мыслей).
3. Манеры – (поза, жесты, мимика, взгляд).
4. Общее впечатление от речи (использование художественных средств).

Особую выразительность речи придаёт использование художественных средств языка. Они делают доступными самые сложные мысли, украшают речь. К таким средствам относятся: синонимы, сравнения, эпитеты, метафоры, гиперболы, ирония, инверсия, риторический вопрос, обращения и др.

Выступление только тогда производит благоприятное впечатление и оказывается действенным, когда ведущий говорит живым языком, мгновенно учитывает реакцию слушателей, творя свою речь не при них, а с ними.

2. Особенности речевого общения.

В зависимости от цели и задач, которые ставит ведущий, происходит отбор различных языковых средств, которые называются функциональными

стилями. Каждый стиль отличает определённая система языковых средств: лексики, построения предложений, использования художественных средств языка и т.д. Выделяются следующие стили:

- разговорный (функция общения);
- научный и официально-деловой (функция сообщения);
- публицистический и литературно-художественный (функция воздействия).

Конечно, эти стили существуют не изолированно друг от друга. Во-первых, в любом стиле можно выделить общеязыковое ядро, во-вторых, специфичные для одного стиля языковые средства могут употребляться в другом.

Поскольку ведущий КДП личность универсальная и ему приходится вести самые разные по жанру программы, поэтому специалисту данной сферы необходимо знать особенности разных функциональных стилей.

С литературным языком тесно связано понятие «культуры речи ведущего». Умение чётко и ясно выразить свои мысли, говорить грамотно, умение не только привлечь внимание своей речью, но и воздействовать на слушателей, владение культурой речи – своеобразная характеристика профессиональной пригодности для людей самых различных профессий, в том числе и ведущего КДП.

Культура речи предполагает прежде всего правильность речи, т.е. соблюдение норм литературного языка.

Существует ряд условий, от которых зависит выразительность речи ведущего:

- самостоятельность мышления, деятельности сознания автора речи;
- равнодушие, интерес автора речи к тому, о чём он говорит, и к тем, для кого он говорит;
- хорошее знание языка, его выразительных возможностей;
- хорошее знание свойств и особенностей языковых стилей;
- систематическая и осознанная трактовка речевых навыков;
- умение контролировать свою речь, замечать, что в ней выразительно, а что шаблонно и серо.

Выразительность речи усиливает эффективность выступления: яркая речь вызывает интерес у слушателей. Поддерживает внимание к предмету разговора, оказывает воздействие не только на разум, но и на чувства, воображение слушателя, делая их активными участниками программы.

3. Характеристика видов информационных программ и специфика их ведения.

Линия сценического поведения ведущего во многом определяется жанром проводимой программы и аудиторией, на которую она рассчитана.

Информационные, информационно-дискуссионные, ток-шоу и другие программы предполагают такую организацию, при которой аудитория находится в состоянии межличностного общения с «реальными героями» этих программ. Важно не только умело отбирать информацию для

обсуждения, но и уметь комментировать её, выделять главное, следить за ходом беседы или дискуссии.

В данных программах часто присутствуют специалисты, реальные герои, у которых ведущий берёт интервью, следит за ходом беседы, направляет её, делает заключение.

Информационная программа предполагает эмоционально и компетентное её ведение. Ведущий объединяет информационные блоки в логическую систему, характеризует содержание рассматриваемых вопросов, информирует собравшихся о порядке проведения встречи, ненавязчиво управляет всем процессом проведения программ.

В данных программах ведущий часто берёт интервью у гостей, которые приглашены на неё.

Интервью определяется как метод получения информации путём вопросов и ответов у лица, мнение которого представляет общественный интерес. Исходя из целевого значения интервью, их разделяют на два вида: глубокие, длящиеся часами, и фокусированные – более короткие, кратковременные.

Готовя интервью, надо определить тему беседы, её цель, составить вопросы. Обычно краткое интервью включает четыре-шесть чётких, конкретных, кратких вопросов. Полезно заранее ознакомиться с биографией интервьюируемого, узнать его интересы, пристрастия, побеседовать с самим героем, ознакомить его с основными вопросами предстоящей беседы, чтобы он представлял себе цель и характер интервью.

Искусство составления интервью изучается по курсу «Сценарное мастерство» изучается, а на практических занятиях по курсу: «Мастерство ведущего КДП» формируются следующие навыки и умения:

- завязать (начать беседу);
- найти верный тон разговора (с учётом характера, профессии, возраста собеседника, места проведения интервью, его цели);
- слушать слышать собеседника по неречевым средствам общения (мимике, жестам, позе, движениям, интонации);
- угадывать ход его мыслей и внутреннее состояние;
- стимулировать речевое действие;
- поддерживать интерес, вести и направлять беседу, ставить вопросы, готовиться к концовке, обобщениям.

Интервьюирование – ответственное, сложное дело и роль ведущего состоит в том, чтобы собеседник раскрылся. И главным качеством интервьюера является умение не только слушать, но и слышать то, о чём говорит собеседник.

Быть тактичным, предупредительным, не прерывать интервьюируемого, не сбивать его с мыслей; уметь задать прямой или наводящий вопрос; следить за ходом беседы; направлять её в русло темы; активировать действия, поведение собеседника, не заискивать перед ним; способствовать тому, чтобы он сам желал отвечать на вопросы, раскрылся перед зрителями.

Очень часто в различных информационных программах ведущий выступает и в роли комментатора тех или иных событий, особенно «местного» значения.

Свои идеи и мнения они сообщают аудитории, варьируя по-своему те же приёмы, которые применяют при передаче новостей журналисты.

Основные направления комментирования:

- комментирование реальных событий, которые произошли в том или ином регионе страны;
- комментирование местных событий;
- комментирование видеоматериалов;
- комментирование газетной и журнальной информации.

Как и при подготовке любого устного выступления ведущий-комментатор должен учитывать следующие факторы:

1. Устный комментарий не должен быть слишком длинным;
2. Стиль разговора может варьироваться от говора до официального;
3. Не стоит объяснять очевидное: это раздражает зрителя;
4. Благодаря комментарию видеоматериалов, зритель больше знает и лучше понимает;
5. Хороший ведущий-комментатор выражает свои мысли простыми предложениями, которые логически соединены друг с другом, слова яркие и живые, создающие стиль комментирования.

Ведущему необходимо владеть навыками тонкого восприятия ответных реакций аудитории, мгновенной переработки этой информации и корректировки своего комментирования.

Деловая беседа занимает важное место в деятельности ведущего КДП, т.к. он организатор своей авторской программы. Эта форма делового общения предполагает обмен взглядами, точками зрения, мнениями, информацией, направленной на решение проблемы.

Деловая беседа зачастую является единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции. Чтобы партнёры с ней согласились, поддержали её, приняли ваши предложения, необходимо быть уверенным в себе, никогда не забывать, что ваше мнение или ваша позиция не всегда хороши, есть другие не хуже вашей, знать побудительные мотивы партнёров по диалогу.

Проведение совещаний даёт возможность ведущему-организатору оперативно решать многие вопросы. Искусство ведения совещания проявляется, прежде всего, в способности руководителя стимулировать, направлять, дисциплинировать интеллектуальную активность участников.

Необходимо отметить, что выразительность речи ведущего усиливает эффективность любого устного выступления: яркая речь вызывает интерес у аудитории, поддерживает внимание к предмету разговора, оказывает воздействие не только на разум, но и на чувства, воображение слушателей.

Ключевые слова:

Информационная культура ведущего, функции живого слова, формы живого слова, речевой портрет ведущего, художественные средства языка, ведущий-комментатор, ведущий-интервьюер, культура делового общения.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое «культура речи» и каковы её составляющие?
2. Назовите основные функции живого слова.
3. Охарактеризуйте особенности ведущего-интервьюера, комментатора и ведущего других устных форм.
4. Раскройте этапы моделирования монологов, диалогов, полилогов.

Литература:

1. Баева, О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пос. / О.А. Баева. – М.: Новое знание, 2005. – С. 60-72.
2. Введенская, Л.А. Русский язык и культура речи: учеб. пос. для вузов / Л.А. Введенская. – Рн/Д: Феникс, 2001. – С. 43 – 70.
3. Герасимова, О.А. Мастерство шоумена: учеб. пос. для вузов / О.А. Герасимова. – Рн/Д: Феникс, 2006. – 192 с.

ЛЕКЦИЯ 3. СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ С РАЗНЫМИ СОЦИАЛЬНЫМИ ГРУППАМИ.

Вопросы к теме:

1. Классификация культурно-досуговых программ.
2. Специфические особенности работы ведущих в различных культурно-досуговых программах.
3. Имидж ведущего. Этапы построения имиджа.

Цель: раскрыть жанровые особенности КДП и обучить студентов технологии их ведения с помощью создания собственного имиджа.

1. Классификация культурно-досуговых программ.

Специалист, работающий сегодня в социокультурной сфере, а личность ведущего разноплановая, а ведущий КДП несомненно относится к особому классу специалиста. Он должен сочетать в себе качества сценариста, режиссёра, организатора, педагога-психолога.

Ведущий сегодня – это универсальный тип, который пропускает через себя весь материал программы, все её идеи и аргументы. Активно реагирует на всё, что происходит на сцене, целенаправленно участвует в сценическом действии, оценивает и комментирует развивающиеся события, высказывает свою гражданскую позицию.

В досуговой практике ведущий выступает и как режиссёр-постановщик своей программы. Пластическое решение пространства, музыкально-ритмическое ощущение действия, его декоративно-художественное обрамление, а также собственный рисунок поведения – всё это необходимо ведущему выстроить, прочувствовать и донести до аудитории.

Ставя перед собой цель – развитие личности, учитывая добровольность и личную инициативу в культурно-досуговой деятельности, уровень подготовки и форму деятельности людей, специалисты учреждений культуры создают программы разнообразные по характеру предметной деятельности, по степени активности и разнообразию использования средств выразительности.

Культурно-досуговые программы универсальны и многообразны, обращены к эмоционально-рациональной сфере человека, учитывают три основных признака: деятельностный подход, содержательность и драматургическая организация материала. В зависимости от этого, они подразделяются:

- информационные;
- информационно-художественные;
- информационно-дискуссионные;
- художественно-зрелищные;
- рекреационно-развлекательные;
- конкурсно-развлекательные;

- празднично-обрядовые;
- спортивно-художественные;
- фольклорные;
- сюжетно-игровые;
- профилактико-коррекционные;
- коммуникативные;
- экскурсионно-туристические.

Данная классификация, не претендуя на полноту её выражения, является удобной для разработки сценария и его воплощения. Игнорирование жанрового разнообразия культурно-досуговых программ решающим образом может сказаться на качестве и специфике их ведения.

Опыт показывает, что ведущие-постановщики авторской программы нередко сталкиваются с трудностями в творческом процессе создания оригинальных моделей досуговых программ.

В данном случае создателям программ необходимо овладеть техникой моделирования, в основе которой лежит воспроизводство творческих способностей и творческой активности личности.

Под моделированием досуговых программ понимается процесс систематизации способов, приёмов и средств с целью создания новых оригинальных условий включения личности в процесс инкультурации через творческую деятельность.

В процессе моделирования выделяют 4 этапа:

1. анализ известных досуговых программ, задача которого – найти отличительные особенности разнообразных досуговых программ;
2. перенесение известных досуговых программ или их элементов в новые условия;
3. введение элементов новизны в основные компоненты сценария;
4. создание новой (авторской) модели программы.

Залог успеха любой программы – тщательно разработанный сценарий, в котором предусмотрены все его составляющие: идейно-тематический замысел, интересный сюжет, композиционное построение действия, разнообразные средства выразительности и специальные приёмы, направленные на коллективные действия с целью активизации аудитории.

2. Специфические особенности работы ведущих в различных культурно-досуговых программах.

Практический опыт ведения различных культурно-досуговых программ показывает, что мастерство и профессионализм ведущего, несмотря на некоторые отличия, опирается на некоторые особенности.

Специфика – в его открытости, он тут же на глазах создаёт внешние предлагаемые обстоятельства. Он не скрывает своей связи со зрителями и откровенно общается с ней. Вовлекает в свой разговор публику.

У ведущего КДП зритель – партнёр. Видеть, слышать, оценивать зрителя, мгновенно реагировать на реплики из зала, вести за собой и учитывать специфику жанра программы. Отсюда существуют особенности ведения этих программ.

Ведущий ток-шоу – это публичный спор по какой-то важной и актуальной теме, причём, спор не стихийный, а организованный, специально подготовленный и управляемый. «Ток-шоу» в переводе с англ. – «разговорное шоу».

В Америке лучший шоумен Фил Донахью придумал эту форму программ и более 30 лет ведёт такую передачу несколько раз в неделю.

Подготовка ток-шоу складывается из ряда этапов:

1. Для ток-шоу подходит далеко не всякая тема. Здесь надо помнить и соблюдать ряд требований. Первое из них – общественная значимость рассматриваемой проблемы.
2. Следующее требование – дискуссионность. Дискуссионными называются вопросы, по которым пока нет полного единодушия у людей.
3. Весьма важны злободневность и актуальность предмета дискуссии. Жизнь непрерывно течёт, и на первый план выдвигаются то один, то другой вопросы.
4. Нельзя забывать о конкретности. Чем точнее и конкретнее очерчены границы спора, тем больше возможностей углубленно рассмотреть проблему и прийти к определённом выводу.
5. Важно не только правильно выбрать общую проблему для предстоящего обсуждения, но и верно сформулировать тему спора, дать ток-шоу удачное название. Например, «Выбор» (БТ), «Один на один» (ОРТ), «Я сама (ТВ-6) и др.

Ток-шоу включает в себя следующие обязательные части: слово ведущего, выступления участников по спорной проблеме и заключение ведущего. В отдельных случаях в ходе ток-шоу устраиваются различные демонстрации (кинофрагменты, видеоматериалы, тематические выставки; полезно также подобрать, написать и развесить в помещении афоризмы, крылатые выражения, подходящие высказывания, вопросы и т.п.).

Ведущий ток-шоу не только руководит спором, но и непосредственно включается в него.

Часто возникает необходимость помочь выступающему: подсказать нужное слово или выражение, задать наводящие вопросы, уточнить цитату, резюмировать или обобщить недостаточно чёткую или просто путанную речь.

Ведущий напоминает о правилах публичной полемики, мягко и тактично наводит порядок.

Общая культура, эрудиция, профессионализм, такт, гибкость и компетентность позволяет ведущему обеспечить обратную связь и установить контакт с аудиторией и ненавязчиво управлять ею.

Ведущий молодёжный программ – ди-джей, ЭМСИ, ведущий дискотеки и др. создают имидж общительного, неунывающего парня, с которым интересно общаться. Работа его в большей степени «импровизационная», за которой стоит большой опыт и знание музыкального материала.

Наиболее популярной рекреационной программой для молодёжи является дискотека – различные её формы (дисколектории, дискотеатр, дискотека-дансинг). Каждый из её перечисленных видов имеет свою методику подготовки и проведения программы. На сегодняшний день ведущий (ди-джей) в дискотечных программах – фигура качественно новая, обладающая следующими личностными чертами: контактен, эрудирован, остроумен и способен к импровизации.

Ещё более широк перечень его профессиональных качеств. Он должен хорошо знать звуко- и светотехническую аппаратуру, владеть техникой спонтанной режиссуры, ориентироваться в музыке, обладать хорошей дикцией.

Специальность ведущего дискотеки не поддаётся стандартизации. Чем больше индивидуальная манера поведения, чем больший отпечаток самой личности несёт созданный им образ, тем успешнее могут быть выполнены стоящие перед ним задачи.

Коммуникативные программы – салоны, гостиные, посиделки, вечера – встречи, праздничные «огоньки» в основе которых лежит специально организованное общение, рассчитаны не на управление массой, а на проявление личностей собравшихся, обнаружения общности интересов, пробуждение творческой инициативы самих посетителей.

Задача ведущего состоит в обеспечении благоприятной психологической атмосферы, включение всех присутствующих в содержательно-предметное общение, формирование взаимного понимания и позитивных отношений.

Основой коммуникативных программ является драматургия самой жизни. Такая драматургия рассчитана на импровизацию, которая «хорошо» подготовлена, т.к. она представляет «особый род» спонтанной драматургии, разрабатывающий ситуации настоящих реальных событий, поведение людей.

Ведущий таких программ выступают в разных ипостасях организует коллективную творческую деятельность, даёт возможность представить друг другу незнакомых людей, выяснить мнение и суждение участников по какому-либо вопросу. Необходимо так же использовать различные приёмы психологической подготовки участников общения, опытный и наблюдательный ведущий всегда уловит моменты определяющие поведение гостей и тактично нейтрализует нежелательные моменты.

В драматургии любого коммуникативного вечера можно различить 2 вида ситуации: условную и реальную. Условная создаётся необходимостью

развития тематического замысла программы, в неё ведущий вовлекает собравшихся, заставляет их сопереживать, добивается повышения активности и результатов общения.

Но вместе с тем возникает и параллельно развивается другая сторона – безусловная. Возникают реальные коллизии, реальные конфликты и противоречия. Задачей ведущего не упустить главную мысль замысла программы, а реальную ситуацию повернуть в свою сторону и использовать жизненную ситуацию, в которую могла бы реализоваться задача программы и раскрылись возможности участников.

Ведущий конкурсно-развлекательных программ («Что? Где? Когда?», «Брейнринг» и др.) выполняет ряд организационно-игровых функций: репортёра, комментатора, координатора, психолога.

Данная программа – это своего рода, документальный спектакль, который разыгрывается на наших глазах, только не актёрами, а любителями, имеющими полную свободу слов, мыслей и поступков, а постановщик – ведущий и его деятельность состоит из нескольких этапов, это:

- отбор вопросов;
- поиск динамики, соблюдение темпоритма;
- драматургическое осмысление вопроса;
- режиссёрское, музыкальное, световое и декоративное решение;
- объявление вопроса, конкурса;
- оценка ответов, подведение итогов;
- объяснение правила игры в экспозиции, без которой она не может начаться;
- координация процесса – чёткий ритм, ведущий должен мгновенно ликвидировать огрехи по ходу дела;
- комментарий игры – основной закон всяких пояснений, отступлений, дополнительной информации;
- функция репортёра – ведущий не только наблюдатель, переводчик происходящего, но и «provokator» (в хорошем смысле этого слова). Он предвидит, прогнозирует будущие события, будущие повороты сюжета, толкая его на обострение.

3. Имидж ведущего. Этапы построения имиджа.

Необходимо также отметить, что появление ведущего перед аудиторией – это процесс «взаимопонимания и взаимодействия». Только подлинное внимание к зрителям позволит ему сразу же найти верную тональность, форму внешнего проявления, т.е. то, что мы называем имиджем.

«Имидж» (в пер. с англ. буквально – образ) – целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления, предмета, выделяющий определённые ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на каких-либо лиц, аудиторию в целях популяризации.

Имидж – образ, представление о вещах и людях, целенаправленно формируемое как самим человеком (ведущим), так и средствами массовой

информации, включая рекламу. Талантливые ведущие (шоумены) сами создают свой имидж, иногда за помощью обращаются к имиджмейкерам.

Имиджмейкер (в пер. с англ.) – специалист-психолог, основной задачей которого является разработка стратегии и технологии эффективного образа (имиджа) артиста, художника, режиссёра, общественного и политического деятеля в целях повышения его популярности, репутации, влияния в обществе.

Появилась наука – имиджеология, которая изучает человека, о его призвании и назначении. Главной её целью становится самореализация личности, развитие её активной позиции, как субъекта и деятеля, ответственного за свои дела и поступки перед самим собой, своим отечеством и человечеством [3, с. 6-10].

Следует отметить внешний и внутренний аспекты, составляющие целостный образ человека.

Внешний аспект состоит из множества элементов – от обуви до головного убора. Это и лицо, и одежда, и походка, и мимика, и манера поведения, голос, жесты.

Здесь требуется помощь стилиста, визажиста, учитывающая характерные особенности человека.

Внутренний аспект имиджа имеет особо важное значение, потому что составляет духовную основу личности ведущего, его менталитет, интеллект, интересы, потребности, ценности, цели, смысл жизни, мастерство, т.е. всё, что представляет духовную сущность человека.

Построение имиджа – процесс сложный, многосторонний, развивающийся по определённым законам и технологиям. В процессе построения имиджа В.М. Шепель и др. учёные выделяют следующие этапы:

1 этап – это изучение личностных характеристик, качеств, составление “Я-концепции” с помощью тестов, технологий.

2 этап – подбор характеристик, соответствующих виду профессиональной деятельности. Если формируется имидж ведущего КДП, то подбираются и культивируются качества организатора, психолога, оратора, т.е. всё то, что относится к творческому типу.

3 этап – работа над внешним видом. Собственный стиль в одежде, непринуждённая манера поведения, обаятельная улыбка, непроизвольно очаровывает окружающих. Всё это требует кропотливого труда над созданием себя, своего облика, отработки правил поведения.

4 этап – совершенствование коммуникативных качеств: развитие актёрских данных, речевой культуры. Умения общаться, выступать перед аудиторией, организовывать общение.

Самый лучший ведущий – это человек, личность которого как бы идеализирует, воплощает собой совокупность интересов и потребностей собравшихся, а знание, их широта и глубина, кругозор, эрудиция обеспечивают гибкость и самостоятельность ведущего из одного имиджа в другой, что и происходит на практике.

Ключевые слова:

Классификация КДП, ток-шоу, коммуникативные программы, дискотека, развлекательные программы, имидж ведущего, этапы построения имиджа.

Вопросы для самопроверки:

1. Раскройте жанровые особенности КДП.
2. Какие вы можете назвать критерии эффективности ведения различных КДП?
3. Что такое имидж?
4. Каковы наиболее характерные составляющие имиджа личности?
5. Назовите этапы построения имиджа.

Литература:

1. Бирюкова, Т.П. Профессионализм и мастерство ведущего культурно-досуговых программ / Т.П. Бирюкова // Педагогика ненасилия в социокультурной деятельности. – Минск: Четыре четверти, 2009. – 264с.
2. Козловская, Л.И. Досуговая программа в системе культурно-досуговой деятельности / Л.И. Козловская // Сацьяльна-педагагічная работа. – 2002. - № 3. – С. 15-18.
3. Ковальчук, А.С. основы имиджеологии и делового общения: учеб. пос. для студ. вузов / А.С. Ковальчук. – Рн/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
4. Шепель, В.М. Имиджеология: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Минск: Минск-пресс, 1997. – 297 с.