

ТИПОЛОГИЯ ВЕДУЩИХ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

Профессия ведущего культурно-досуговых программ поистине уникальна и многогранна: в одном случае он выступает как информатор и интервьюер, в другом – как артист, конференсье и организатор игровой деятельности. При этом он тонкий психолог, сценарист, режиссер, создатель собственной программы, а иногда и ее продюсер.

Технология ведущих культурно-досуговых программ – это мастерство использования ряда методов и средств воздействия на духовный мир человека, владения социально-психологическими методиками, стимулирующими межличностное общение и регулирующими эмоциональную и творческую деятельность людей.

В зависимости от личностных качеств и жанров культурно-досуговых программ ведущие могут относиться к тому или иному типу. А. С. Подобед подразделяет их в зависимости от речевого типа:

- эмоционально-интуитивный, или эмоционально-воодушевленный (легко убеждает, увлекает, воздействует не только на мысли, но и на чувства);
- философский тип (обладает эрудицией, социологическими обобщениями, скрупулезно отбирает каждое понятие, выражение, слово);
- рационально-логический (апеллирует к разуму, рассудителен);
- лирический, или художественный (артистичен, художественное построение текстов и их произнесение) [6].

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

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

- универсальный;
- ситуативный (в определенных программах);
- ведущий-вдохновитель (эмоциональный тип);
- ведущий-организатор;

- авторитарно-эмоциональный;
- авторитарно-рациональный;
- творческо-демократический.

В основе классификации ведущих, разработанной Л. И. Козловской, лежит игровая деятельность [7]. Она предлагает следующие типы ведущих:

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

Поскольку ведущий в культурно-досуговой сфере – личность универсальная, совмещающая в себе качества, которые позволяют вести разнообразные программы, – исходя из этого предлагаем следующую типологию, не претендуя на ее исчерпываемость.

Тип ведущего	Функции	Формы программы
1. Конферансье	Представление исполнителя, характеристика номера и исполнителя, заполнение пауз (репризы, монологи). Текст заранее подготовлен, импровизация минимальная	Концерт, тематическая программа
2. Официальное лицо, распорядитель	Обеспечение четкого порядка проведения мероприятия, выражение отношения официальной власти, общественной группы к данному событию. Текст заранее подготовлен	Торжественные вечера, официальные встречи, митинги
3. Собеседник	Создание обстановки доверительного общения, знакомство присутствующих друг с другом, включение в разговор большого числа присутствующих. Предполагает хорошее знание аудитории. Текст намечен, основа – импровизация	Посиделки, салоны, круглые столы, огоньки, малые клубные вечера
4. Организатор	Вовлечение в действие, организация активного участия, сопереживания. Предполагает хорошее знание психологии участников, правил и методов вовлечения в действие. Текст намечен, в основе – импровизация	Игры, сюжетно-игровые программы, дискотека, танцы, конкурсно-развлекательные программы
5. Информатор	Передача сведений, сообщение фактов, предоставление слова присутствующим, интервью с участниками. Наличие текста, элементы	Тематические дискотеки, информационно-дискуссионные программы, альманахи

	импровизации	
6. Комментатор	Разъяснение существующего положения дел, выражение точки зрения группы, организации. Наличие текста, элементы импровизации	Беседы, диспуты, ток-шоу, тематические программы
7. Ведущий – персонифицированный образ	Создание образа темы, идеи программы. Организация действия на сцене, площадке, вовлечение присутствующих в активное действие. Текст запрограммирован, имеются элементы импровизации	Праздники, театрализованные концерты, сюжетно-игровые программы, театрализованные карнавалы

Оценивая личность ведущего в структуре массового мероприятия, особо можно отметить, что задачи его чрезвычайно сложны: он представляет тему программы, обозначает обстоятельства, при которых совершается действие, комментирует происходящее, привлекает внимание зрителя к тем или иным событиям, конкретным фактам и так далее.

Линия сценического поведения ведущего определяется во многом жанром проводимого мероприятия. Так, ставя перед собой цель – развитие личности, учитывая добровольность и инициативу в культурно-досуговой деятельности, уровень подготовки и форму деятельности участников, специалисты учреждений культуры создают программы, разнообразные по характеру предметной деятельности, по степени активности и разнообразия средств выразительности.

Многие исследователи (Ю. А. Стрельцов, О. А. Герасимова, Л. И. Козловская и др.) для классификации культурно-досуговых программ предлагают основные их видовые признаки: доминирующий вид деятельности, содержание, драматургическое построение материала, использование средств выразительности, разновозрастную аудиторию (детскую, молодежную и т.д.).

Культурно-досуговые программы, универсальные и многообразные, обращенные к эмоционально-рациональной сфере человека, подразделяются на:

- информационно-дискуссионные;
- информационно-художественные;
- художественно-зрелищные;
- рекреационно-развлекательные;
- конкурсно-развлекательные;
- празднично-обрядовые;
- спортивно-художественные;
- сюжетно-игровые;
- коммуникативные;
- фольклорные;
- экскурсионно-туристические;
- профилактико-коррекционные.

Данная классификация, не претендуя на полноту, является удобной для разработки сценария и его воплощения.

Информационно-художественные, информационно-дискуссионные программы, ток-шоу и др. посвящены общественно значимой теме и раскрываются документальными средствами выразительности с привлечением художественного материала. Для такой программы обязательна документальная основа, использование регионального материала и присутствие реальных героев.

Ведущий здесь выполняет несколько функций:

- информационную – сообщает тему разговора, характер рассматриваемых вопросов, представляет «реальных героев»;
- интервьюера. В этом случае наличие гостей позволяет сделать программу более интересной, эмоциональной, достоверной.

Основная задача ведущих – создание атмосферы доверительности и открытости, определение «траектории» дискуссии, ее болевых точек, использование специальных приемов активизации аудитории.

Ведущий молодежных программ – ди-джей, ведущий дискотеки и др. – создают имидж общительного, неунывающего «своего парня», с которым интересно беседовать. Работа его в большей степени «импровизационная», но за ней стоит большой опыт и знание музыкального материала.

Коммуникативные программы-салоны, гостиные, посиделки, вечера-встречи, праздничные «огоньки», в основе которых лежит специально организованное общение, рассчитаны не на управление аудиторией, а на умение выявить личность, обнаружить общность

интересов с аудиторией, пробудить творческую инициативу самих посетителей.

Основой коммуникативных программ является драматургия самой жизни. Такая драматургия рассчитана на импровизацию, которая «хорошо» подготовлена, так как представляет «особый род» спонтанной драматургии, разрабатывающей ситуации настоящих реальных событий [8].

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

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

Ведущий сегодня – это универсальный тип, который пропускает через себя весь материал программы, активно реагирует на все, что происходит на сцене, участвует в сценическом действии, оценивает и комментирует развивающиеся события, сравнивает и сопоставляет разнообразные факты, воздействует личным обаянием, харизмой, тем, что сегодня называют – имиджем.

Построение имиджа – процесс сложный, многофакторный, развивающийся по определенным законам и технологиям. В процессе построения имиджа выделяют следующие этапы:

I этап – изучение личностных характеристик, качеств, составление «Я – концепции» с помощью тестов, технологий;

II этап – подбор характеристик, соответствующих виду профессиональной деятельности;

III этап – работа над внешним видом. Собственный стиль в одежде, непринужденная манера поведения, обаятельная улыбка невольно очаровывают окружающих. Все это требует кропотливого труда над созданием себя, своего облика, отработки правил поведения;

IV этап – совершенствование коммуникативных качеств: развитие актерских данных, речевой культуры, умения общаться, выступать перед аудиторией, организовывать общение и так далее.

Исходя из этого, необходимо учитывать и развивать следующие качества ведущего.

1. Природные: коммуникабельность (умение легко сходиться с людьми); эмпатийность (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. Характеристика личности как следствие ее образования и воспитания (воспитанность, нравственные ценности, межличностное общение, упреждение конфликтных ситуаций и т.д).

3. Качества, связанные с жизненным и профессиональным опытом ведущего (быть открытым к общению, держаться уверенно и корректно, активно стимулировать «обратную связь», готовность к импровизации и др.).

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

1. Андроников, И. Л. Слово написанное и слово сказанное / И. Л. Андроников. – М.: Сов. культура, 1988. – С. 34.

2. Герасимова, О. А. Мастерство шоумена / О. А. Герасимова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – С. 101.

3. Герасимова О. А. Импровизация шоумена / О. А. Герасимова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – С. 24.

4. Ковальчук, А. С. Основы имиджологии и делового общения / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – С. 4.

5. Кузьмина, Н. В. Методы исследования педагогической деятельности / Н. В. Кузьмина. – Л.: ЛГУ, 1970. – 205 с.

6. Подобед, А. С. Практическая риторика: учеб. пособие / А. С. Подобед. – Минск: Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь, 2001. – С. 18–19.

7. Социокультурная деятельность как средство воспитания личности / под ред. В. Н. Наумчика. – Минск: Выш. шк. 2004. – С. 44–45.

8. Стрельцов, Ю. А. Культурология досуга / Ю. А. Стрельцов. – М., 2003. – 298 с.