

**Р. Г. Набоков**

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

## СУТНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА РОБОТИ ВЕДУЧОГО (КОНФЕРАНСЬЄ, ЦЕРЕМОНІМЕЙСТЕР, МС ТА ШОУМЕН)

**Р. Г. Набоков. Сутність та специфіка роботи ведучого (конференансьє, церемоніймейстер, МС та шоумен)**

Розглянуто декілька категорій ведучих, які відрізняються за стилем та жанром роботи, особистістю образу і аудиторією, на яку безпосередньо спрямована їхня увага. Проаналізовано роботу конференансьє як основного учасника в концертній програмі. Визначено, що не лише особистісні характеристики потрібні для формування складників, а й імідж — зовнішній: зачіска, вигляд, одяг, грим тощо, внутрішній: характер, ставлення до роботи, професійна відповідальність тощо. Доведено, що конференанс поділяється на п'ять частин, а саме: вступ, ділові новини, інтермедії, власний номер ведучого та завершення конференансу і концерту. Специфічною ознакою діяльності ведучого (шоумена) є вміння цікаво та динамічно проводити конкурси-ігри з глядачами. Зазначено, що від ефективної роботи та майстерності ведучого залежить якісний івент-менеджмент.

**Ключові слова:** *ведучий, імідж, сценічне мистецтво, конференанс.*

**R. Nabokov. Essence and specificity of the work of the moderator (conference, ceremony master, MC and showman)**

**The aim of this paper** is to highlight the essence and features of the skill of the host of the event project, as well as to clarify the concept of “image” as a component in creating an individual image of the host in order to succeed in career growth, communication with the audience.

**Topicality.** With the development of the creative industry and the expansion of various forms and types of art projects and shows, there is a growing need for professional presenters who must have brilliant skills of communication with the audience and improvisation, behavior, personal image improvement. Therefore, the skill of the presenter constantly needs to improve and master new opportunities, both personal and professional. It is here that you can see the relevance of this research topic.

**Research methodology** The purpose and objectives of this study determine a comprehensive approach to the choice of research methods. The main ones are: observation, which helped to analyze the moral and ethical aspects of the image of the host of

events; comparison of requirements for professional leaders of other categories. The historical method is used to analyze phenomena in the process of their occurrence and in the dynamics of the development of the art of entertaining. A systematic approach to the study made it possible to comprehensively consider the phenomenon of leading events.

**Results.** Several categories of presenters are considered, which differ from each other in style and genre of work, personality of the image and the audience to which the presenter's attention is directly directed. The work of the entertainer as the main chain in the concert program is analyzed. It is determined that not only personal characteristics are needed for the formation of components, namely: image — external: hairstyle, appearance, clothing, cosmetics, etc., internal: character, attitude to work, attitude to the professional level, etc. It is proved that the conference is divided into five parts, namely: introduction, business news, interludes, the host's own number and the end of the conference and concert. It was found that a specific feature of the host's work is the ability to conduct interesting and dynamic competitions-games with the audience. It is noted that high-quality event management depends on good work and skill of the presenter, because the working conditions and performance of tasks, sometimes leads to an integral part of the competence.

**Novelty.** The scientific novelty of the research is the expansion of ideas about the specifics of the work of a presenter in the field of modern performing arts. The analysis of the development of the art of the presenter, its structure, categories and characteristics gives the chance to understand features of a profession of the presenter in a modern society, and also to define prospects of its development.

**Practical content.** Prospects for further research in the field of studying and forecasting trends in the event industry, laying the foundations for further theoretical research in the field of mass forms of dramatic art on the example of modern art practices.

**Key words:** *presenter, image, performing arts, conference.*

**Постановка проблеми.** З розвитком креативної індустрії й розширенням кількості різноманітних за формами і видами арт-проектів та шоу-програм зростає необхідність у професійних ведучих, які повинні блискуче володіти

навичками спілкування з аудиторією та імпровізації, манерою поведінки, вдосконалювати особистий імідж. Тому висококласний фахівець (теле- або ведучий проєктів) повинен постійно опановувати нові тенденції розвитку професійної складової інформаційного потоку сучасності, знаходити нові можливості для реалізації творчого задуму, аналізувати та якісно впроваджувати в івент.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичними засадами дослідження є перелік праць, присвячених аналізу майстерності ведучого та зокрема сутності конферансу: Н. В. Кукуруза (2010), О. М. Старшой (2020). Немало теоретично-практичних питань з іміджу ведучого як складової його майстерності розкрито в працях М. І. Кілошенко (2021), О. М. Лагода (2007), К. М. Стеценко (2007), В. Нянько та О. Погрібна (2019). Ця стаття є продовженням попередніх публікацій автора, присвячених структурі циклу масових форм сценічного мистецтва, зокрема івент-індустрії та її дослідженню.

**Мета статті** — висвітлити сутність та особливості майстерності ведучого івент-проєкту, а також уточнити поняття «імідж» як складову у створенні індивідуального образу ведучого з метою досягнення успіху в кар'єрному зростанні, спілкуванні з глядачами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасній креативній індустрії є декілька категорій ведучих, які відрізняються за стилем та жанром роботи, образом й аудиторією, на яку безпосередньо спрямована увага ведучого. Детальне вивчення всіх компонентів майстерності сучасного ведучого неможливе без комплексного кроскультурного й ретроспективного аналізу насамперед, теоретичних і практичних основ мистецтва конферансу — провідного розмовного жанру естрадного мистецтва. Отже, *конферансьє* — це перша людина, яку бачить глядач на сцені. Слова «конферанс» і «конферансьє» походять від двох мов: лат. «conferre» («збирати разом, воєдино») та фр. «conférer» («повідомляти, оповіщати, доповідати, доводити до відома»). Іншими словами, конферансьє завжди спілкується з публікою і навіть радиться з нею. А. Райкін вважав, що основа основ мистецтва конферансу — це бути природним, а не здаватися, тому конферансьє — це, перш за все, довірена особа публіки і водночас довірена особа артистів. Це людина-артист, яка має право мати власну думку, його бачать на сцені першою. На плечі конферансьє-соліста падає тягар не лише представити та виконати місію, означені завдання але й якісно, живо, використовуючи свої особисті

стісні компетенції, комунікувати безпосередньо з артистами шоу програми та глядачами. Це дає можливість професійно виконувати свою роботу та якісно проводити будь який івент.

Існує думка, що «конферанс — це не просто елемент, що доповнює поп-перформанс, це його невід'ємна частина. Без артиста сцена втрачає свою специфіку і набуває інші якості. Успіх або провал залежить від проведення програми, конферансьє — це особистість програми і ігнорувати цей жанр як самостійний і такий, що вимагає теоретичної розробки, просто неможливо. Особливо сьогодні, коли форми поп-арту затребувані як ніколи. Ведучий як фахівець повинен володіти всіма навичками артиста, тому що він часто є співвиконавцем скетчів, сценок, інтермедій. Завдяки імпровізації, грамотно і своєчасно знайденим рішенням певний епізод програми буде правильно сприйнятий глядачем» (Кукуруза, 2010, с. 10).

Отже, кожен з дослідників визначає свої складники професійної діяльності конферансьє, а саме: *вступна частина* (соліст, ведучий уперше зустрічається з глядачами та слухачами; відбувається перший візуальний контакт та «довіра» між глядачем і ведучим); *новини або інформування* (ведучий повинен грамотно, якісно, стисло, але переконливо донести інформацію до глядача); *сатиричний аспект* (ведучий жартує, смішить, виконує інтермедії, репризи тощо); *власний номер* (ведучий сповіщає й «тягне час» перед складним номером зі складними приготуваннями); *робота в образі «маски»* (ведучий створює власний сценічний образ); *кода* (фінал концерту та лаконічне його завершення).

Зазначимо, що неважливо, скільки ведучих чи конферансьє одночасно перебуватимуть на сцені, для кожної категорії існують однакові правила та закони, а найголовніший з них — якісна комунікація, яка надає широких можливостей для проведення якісного івенту. За стилістикою мовної подачі обов'язковими є переконливість та точність, оскільки саме цього зараз потребує глядач. У вихорі інформації на ведучого лягає основний тягар — інформування.

На думку дослідника О. Старшого, «іноді успіх номера залежить від того, наскільки добре його пояснив ведучий. Завдання ведучого — дати глядачеві необхідні для кращого сприйняття даного номера відомості. Пояснення допомагають ведучому поглибити ідейну сторону конферансу» (Старшой, 2020, с. 242).

Кожна шоу-програма, концерт тощо містить місця, де ведучому необхідно заповнити чи

«розрядити» атмосферу. Це називається сатирична гра. У цей момент конферансьє-соліст розповідає жарти або анекдоти (важливо, щоби вони були на тему концерту та з дотриманням необхідних рамок етикету), згадує сатиричні історії з життя. Для цього конферансьє повинен приготувати фейлетони протяжністю до чотирьох-шести хвилин, бути ерудованим та мати цікаву й різноманітну інформацію. Це все набувається з досвідом та кропіткою працею.

Власний номер ведучого — важлива частина івенту. Найкраще пояснення навів дослідник О. Старшой: «*Власний номер ведучого* — це зазвичай лобіювання конферансьє, тому сценічний час цього номеру більше п'яти хвилин є небажаним. Найкраще сольний виступ ведучого приурочити до такого моменту концерту, коли для наступного номера потрібні складні приготування». Нарешті *завершення концерту* потребує особливого підходу. О. Старшой зазначає: «...практика показала, що не можна перед останнім номером сповіщати публіку про близьке закінчення концерту. Зробити так, значить позбавити виконавців останнього номера значної частини уваги з боку аудиторії. Оголосити про закінчення концерту можна не раніше, ніж всі виконавці останнього номера покинуть естраду. Оголошення повинно бути коротким та виразним» (Старшой, 2020, с. 242).

Робота в образі «маски» — це створення власного іміджу ведучого, його стилю та методів роботи й подачі. На нашу думку, саме майстерність спілкування — це є головна якість актора, його азбука та вища школа.

Розглянемо сутність *церемоніймейстера*, який був одним з вищих чинів при дворі монархів. У його обов'язки входило керування церемоніалом, обрядами та ритуалом. Нині церемоніймейстер відіграє роль організатора різних урочистостей, прийомів, протоколів, він є організатором весільних та ювілейних свят. Водночас церемоніймейстер може бути координатором і ведучим траурних церемоній, панахид. Тактовність, комунікабельність, відповідальність, знання протоколу і ритуалу — головні особливості цієї категорії ведучих.

У науковому товаристві дослідник та науковець В. Нянько наголошує, що «*Телеведучий* є обличчям певного телевізійного каналу, безпосереднім організатором конкретної програми. Звичайно, ведучий є частиною загальної ефірної команди, але саме на ньому сходяться погляди і думки глядачів, і тому йому необхідно бути передбачливим, найпідготовленішим, найрозумнішим і найстійкішим психологічно серед усіх творців програми» (Нянько, 2019, с. 368).

Основне призначення ведучого полягає в оптимальному представленні заздалегідь підготовленого матеріалу програми, навіть у випадках її прямої трансляції. Крім очевидних вимог, які висувуються до зовнішнього вигляду та правильної дикції, ведучий повинен вміти працювати в команді, правильно викладати свої думки, концентруватися та мати добре розвинуту пам'ять. Гарні фізичні дані, фотогенічність, наявність освіти, винахідливість, знання і розуміння мотивацій людських вчинків, терпіння, неабияке почуття гумору, уява та ентузіазм можуть стати запорукою успіху сучасного ведучого. Одним з недоліків професії ведучого є жорсткий графік роботи, особливо в разі попереднього запису кількох програм, що призводить до постійних психологічних навантажень.

На нашу думку, телеведучий — це професія, яка потребує потужного бекграунду, тобто великих базових знань за всіма напрямками: не можна розповідати багатомільйонній аудиторії «про речі, про які не маєш поняття, та ще в прямому ефірі» (Нянько, 2019, с. 368).

Важливо пам'ятати, що в роботі з івент-менеджменту можливі неочікувані ситуації, які виходять за рамки зазначеного. У таких випадках, непрогнозованих накладок, моментів, саме ведучий повинен не розгубитись, а вчасно виправити ситуацію. У цей час потрібно знати, що й технічні помилки, й збитий час чи сторонні предмети або особистості стають очевидними. Саме контроль та самоконтроль ведучого, командна робота приведе до логічного кінця й успіху того чи іншого івенту.

*Радіоведучий.* Радіоведучий (DJ) часом може виступати «обличчям» або «візитною карткою» тієї чи іншої радіостанції. Оскільки основою ефіру радіостанцій є музичний матеріал, то ведучий повинен добре в ньому розбиратися, знати виконавця, останні новини з його особистого і світського життя, на якій позиції в хіт-параді закріпилась його композиція. Радіоведучого відрізняють гнучкість, мобільність, уміння жити інтересами своїх слухачів. Він є прикладом для своїх слухачів в умінні бути люб'язним, приязним, слухати інших людей. Часом контакт з багатотисячною аудиторією потребує від радіоведучого готовності до постійного емоційного навантаження. Важлива умова в такій роботі — уміння не допускати паузи в ефірі, а якщо раптом така пауза виникла, обіграти її.

*Клубний ведучий або МС.* З активним розвитком індустрії розваг і широким розмаїттям нічних клубів послуги МС як ніколи затребувані. Цей ведучий, завдяки своїй позитивній енерге-

тиці, гарному словниковому запасу, почуттю гумору, поставленому голосу, харизмі та пластиці, має «запалити» танцпол. Також МС повинен вміти проводити всілякі конкурси і мати розвинену фантазію. Він постійно повинен перебувати в центрі уваги глядачів. Усі фрази повинні бути короткими і чіткими, нести позитивний посыл публіці, за звучанням голосу — не перекикувати основний музичний матеріал.

Також розглянемо сутність та специфіку роботи *ведучого івентів — шоумена*. Нині це одна з найпоширеніших та найзатребуваніших категорій ведучих у креативній індустрії.

На думку дослідника Н. В. Кукурузи, «найважливішим у творчості ведучого івентів є вміння спілкуватися — це неодмінна умова його живого зв'язку з глядачем. У житті спілкування між людьми протікає природно і не вимагає особливих зусиль. Для сцени всього доводиться вчитися заново: ходити, говорити, спілкуватися. Дуже важливим для ведучого є його поведіння на сцені. Ведучий повинен володіти належними мовними і зовнішніми даними, вмінням триматися на сцені, мати гарну пам'ять, вільно оголошувати назви музичних і літературних творів, імена їх авторів та виконавців» (Кукураза, 2010).

Ведучий івентів часто допомагає замовникові в організаторських питаннях: вибір місця проведення, його тематики, музичного та творчого змісту. Розробляє таймінг події, стежить за його дотриманням, наповнює цікавими інтерактивними діями. Особливістю роботи ведучого (шоумена) в цій категорії є те, що образ завжди створюється залежно від тематики, цільової аудиторії (віковий та соціальний статус), також специфіки смаків і завдань замовника. Тому, працюючи в цьому сегменті професії, ведучий повинен постійно акумулювати нові віяння в креативній індустрії, знаходити нові, цікаві, яскраві образи, що запам'ятовуються, удосконалювати свій імідж.

На думку О. Лагоди та К. Стеценко, «... імідж — це індивідуальний образ людини або явища, що створюється завжди з певною метою — справити приємне враження на оточуючих людей, з метою досягнення успіху в особистому житті, кар'єрі, просуванні на службі, ефективному спілкуванні з людьми, забезпечити особистісний та духовний ріст тощо» (Лагода, Стеценко, 2007, с. 85).

У науковому товаристві існують різні стилі й класифікації іміджу ведучого, але, проаналізувавши декілька з них, ми дійшли думки, що важливі чинники такі (розглянемо декілька з них):

1. *Мова*. Доволі часто ведучі дотримують класичного стилю подання себе в мовному аспекті. Це завжди звучить красиво й якісно. Але діалект, говір, особливості промовляння літер («акання», «окання», «ікання», повільне читання, тощо) призводять до конфузів, чого не повинно бути. Тому професійні ведучі, знаючи про такі вади, використовують або консервативний, або екстравагантний стиль подання себе в мовному аспекті.

2. *Зовнішній вигляд*. Згідно з модними трендами, нині домінує вільний стиль. Але, попри це, класичний стиль в одязі також надзвичайно поширений. Серед жінок найрозповсюдженіший загадковий стиль. Головною причиною цього явища є індивідуальність та власне бачення себе в очах масовості.

3. *Манери*. За словами дослідника М. І. Килошенко, «створення іміджу ведучого розпочинається з пошуків власного стилю, який підкреслить його “родзинку” і водночас зробить івент цікавим. Ведучий через одяг представляє своє “Я” і те повідомлення, яке він хоче виказати. Психологами доведено, що перше враження формується за дуже короткий термін — 10 секунд. А понад 50% того, що запам'ятовують люди, — це результат невербальної комунікації: мова тіла, експресія обличчя. Зачіска, поза, одяг — ключі до розуміння повідомлень. І лише 10% запам'ятовується з того, що говориться» (Килошенко, 2021, с. 35).

Ще однією специфічною ознакою роботи ведучого (шоумена) є вміння цікаво та динамічно проводити конкурси-ігри з глядачами. Інтерактиви чи конкурсні змагання повинні бути спрямовані на розкриття інтелектуальних, творчих, креативних, хореографічних, акторських, вокальних і будь-яких інших здібностей гостей, присутніх на івенті. Крім того, що конкурси повинні приносити радість і задоволення всім присутнім, перед ведучим також стоїть завдання познайомити, згуртувати, об'єднати незнайомих або малознайомих до цього моменту людей, створивши для них т. зв. «зону комфорту». Розробка та проведення конкурсів не перебуває осторонь цих процесів. Щоби залишатися популярним та затребуваним ведучим, ігри й конкурси мають бути видовищними, інноваційними, креативними, із застосуванням новинок технічних засобів, технологій.

Базуючись на власній практиці, пропонуємо виокремити 4 критерії, за якими можна охарактеризувати ведучого івент-заходів, а також визначити їх тип: 1) за ціннісним приводом свята, ведучі діляться на традиційних та альтернатив-

них; 2) за темпераментом — на динамічних і стриманих; 3) за стилем ведення — на програмних та тих, хто вміє імпровізувати; 4) за формою взаємодії з гостями — на аристократичних і демократичних.

**Висновки.** Таким чином, майстерність ведучого — це складна і водночас захоплююча професія, яку необхідно осягати, регулярно відточуючи свій професіоналізм. Людина, котра вибрала для себе таке важке, але благородне мистецтво, зобов'язана бути максимально чесною, працьовитою, готовою до постійного творчого пошуку та невтомної роботи над своїм іміджем. Ведучий повинен займати активну життєву позицію, цікавитися важливими подіями, що відбуваються в усіх сферах життя суспільства. Саме в такому разі можливе творче і професійне зростання ведучого та визнання його глядачами. Без знання теоретичних основ в мистецтві, а також передового досвіду основоположників та корифеїв конферансу, неможливий повноцінний процес оволодіння майстерністю сучасного ведучого.

#### Список посилань

- Килошенко, М. І. (2021). *Психология моды*. 3-е изд. Издательский дом «Питер».
- Кукуруза, Н. В. (2010). *Майстерність ведучого: навчальний посібник*. Лілея-НВ.
- Лагода, О. М., Стеценко, К. М. (2007). Імідж як стилістична характеристика особистості. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, (2), 82–89.
- Нянько, В., Погрібна, О. (2019). Вимоги до поведінки ведучого в кадрі. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка–2019»: XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених*, 368–370.
- Старшой, О. М. (2020). Конферанс в сучасній українській естраді: проблеми та перспективи. *Мистецтвознавчі записки*, 242–246.

#### References

- Kiloshenko, M. I. (2021). *Fashion psychology*. 3rd ed. Publishing house “Peter”. [In Russian].
- Kukuruza, N. V. (2010). *Leader's skill: a textbook*. Lileia-NV. [In Ukrainian].
- Lagoda, O. M., Stetsenko, K. M. (2007). Image as a stylistic characteristic of personality. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*, (2), 82–89. [In Ukrainian].
- Nyanko, V., Pohribna, O. (2019). Requirements for the behavior of the presenter in the frame. *Aktualni problemy pryrodnychukh i humanitarnykh nauk u doslidzhenniakh molodykh uchenykh “Rodzynka–2019”: XXI All-Ukrainian scientific conference of young scientists*, 368–370. [In Ukrainian].
- Senior, O. M. (2020). Conference in modern Ukrainian pop music: problems and prospects. *Mystetstvoznavchi zapysky*, 242–246. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 10.09.2021