

8533273

К. 8533273



Надія КУКУРУЗА

# МАЙСТЕРНІСТЬ ВЕДУЧОГО



Надія КУКУРУЗА

# Майстерність ведучого

Навчальний посібник



НБ ПНУС



764979



Івано-Франківськ  
«Лілея-НВ»  
2010

УДК 792.07  
ББК 85.33я73  
К 89

К 89 **Кукуруза Н. В.** Майстерність ведучого: Навчальний посібник. – Івано-Франківськ, 2010. – 176 с.  
**ISBN – 978-966-668-244-7**

В інститутах мистецтв дисципліна «Майстерність ведучого» входить до розділу фундаментальних та професійно орієнтованих дисциплін, і її викладають студентам спеціалізації «Режисер естради і масових свят» на п'ятому курсі. Предмет передбачає велику кількість практичних занять, значний обсяг матеріалу відведено на самостійне опрацювання. Тому запропонований посібник орієнтуватиме студента на активну пізнавальну діяльність та самостійну творчу працю.

Оскільки режисерам також доводиться працювати ведучими, в посібнику охарактеризовано особливості роботи ведучого, розкрито основні засади його контакту з аудиторією. Звернено увагу на відмінності ведення на сцені, в радіо- і телепросторі та ведення приватних свят; подано рекомендації до розвитку майстерності ведучого, збільшення довіри слухачів до слова, мовленого ведучим, та до його образу.

Для науковців, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів, а також широкого загалу читачів, котрі цікавляться, яким має бути професійний ведучий.

ББК 85.33я73

**Рекомендовано Міністерством освіти і науки України  
як навчальний посібник для студентів мистецьких  
спеціальностей вищих навчальних закладів  
(№1/11-7401 від 06.08.10)**

**Рецензенти:**

Доцент Інституту мистецтв Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, заслужений працівник культури України **Н. В. Грицан**.

Доцент кафедри майстерності актора і режисури театру анімації Харківського державного університету мистецтв ім. І. П. Котляревського, заслужений діяч мистецтв України **О. О. Інюточкін**.

Доцент Київського національного університету театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого, кандидат мистецтвознавства **О. М. Приходько**.

ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА  
КОД 02125266  
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

ISBN – 978-966-668-244-7 7 6 4 9 7 9

© Н. Кукуруза. 2010

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
<b>1. ВЕДЕННЯ І КОНФЕРАНС</b> .....	6
1.1. З історії ведення і конференсу .....	6
1.2. Загальне й особливе ведення та конференсу .....	25
1.3. Професійні вимоги до ведучого і конференсу .....	40
Контрольні питання для самостійного опрацювання .....	58
Тестові завдання .....	59
<b>2. ДИКТОР І ВЕДУЧИЙ НА РАДІО</b> .....	60
2.1. Професія диктора: минуле і сьогодення .....	60
2.2. Дикторське читання і журналістське ведення .....	70
2.3. Діджей та ведучий музичних програм .....	77
Контрольні питання для самостійного опрацювання .....	84
Тестові завдання .....	84
<b>3. ТЕЛЕВЕДУЧИЙ</b> .....	85
3.1. Ретроспекція і виклики сучасності .....	85
3.2. Ведучий розважальних програм .....	92
3.3. Ведучий інформаційних програм .....	104
3.4. Ведучий дитячих передач .....	111
Контрольні питання для самостійного опрацювання .....	114
Тестові завдання .....	114
<b>4. ВЕДУЧИЙ ПРИВАТНОГО СВЯТА (тамада)</b> .....	115
Контрольні питання для самостійного опрацювання .....	123
Тестові завдання .....	124
<b>ПІСЛЯМОВА</b> .....	125
<b>СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	127
<b>ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК</b> .....	133
<b>ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК</b> .....	142
<b>ДОДАТОК А.</b>	
Розвиток професійних навичок ведучого .....	155
<b>ДОДАТОК Б.</b>	
Вправи на оволодіння технікою мовлення .....	166

## ПЕРЕДМОВА

Усі професії по-своєму цікаві і потрібні. Ведучий – професія унікальна: він читець і співрозмовник, конферансьє і коментатор, «господар» і актор, доповідач і керівник. Важко перелічити все, що мусить уміти ведучий, – робити розумно, талановито, красиво і кваліфіковано, без тіні награнь, напруженості, аматорства і фальші. Професія ведучого не приймає дилетантів. І так було завжди. На сцені як посередник між глядачем і артистом має бути людина освічена й ерудована.

Майстерність, якою повинен володіти ведучий, передбачає насамперед бездоганне знання мови і вміння спілкуватись, і до всього цього – гарну зорову пам'ять, завжди хорошиї настрої, привабливу зовнішність і гарні манери.

Ведення – це мистецтво спілкування. Ведучий, якого нерідко називають господарем концерту, – основний провідник контактності. Його значення полягає зовсім не в оголошенні або представленні номерів програми чи у виконанні жартів, якщо йдеться про конферанс. Він створює попередній настрій зали, будує певну систему контактів, що йде від особистісного змісту, і підтримує її надалі до фіналу програми. Ця система контактів значно масштабніша, ніж зазвичай думають. Тому висока особистісна наповненість для ведучого, мабуть, у край важлива.

Якщо ведучий не володіє елементарними правилами того, що прийнято називати «гарним тоном», то він не зуміє поводитися просто і природно. Це вміння має стати для ведучого повсякденною органічною звичкою, тільки тоді його хороші манери виглядатимуть вимушеними і награними.

Сцена не терпить неорганічності. Ведучий не повинен боятися проявляти особисті якості. Ведучий – це перш за все особистість. І саме особистості, людині цікавій глядач стане довіряти. А довіра глядача необхідна будь-якому ведучому як «господареві» сцени.

У наш час, коли панують брехливі слова, фальшиві посмішки, штучна пластикраса, нам не вистачає відвертості, природ-

## МАЙСТЕРНІСТЬ ВЕДУЧОГО

ності, звичайності і навіть домашності. І тому глядачам важливо, щоб ведучий розумів потребу правдивих слів, справжніх почуттів і непідроблених емоцій.

Колись російський режисер Михайло Ромм сказав, що різниця між хорошим і поганим актором полягає в тому лише, що на першого дивитися цікаво, а другого вже через десять секунд хочеться прогнати з екрана. Йдеться про харизму, вміння продукувати й утримувати певний образ. Звичайно, в кожного формату свої вимоги, і з акторськими здібностями важливо не перестаратися. Перегравати – означає внести риси надто виразні. Чи вони позитивні (це найчастіше буває), або негативні – такі риси переконують глядача в тому, що артист «намагається». А такий висновок рівнозначний звинуваченням у неорганічності, отже у фальші. Недограти – означає показати себе як особистість сіру, невиявлену і тому непотрібну глядачеві. Міра – це смак, але смак визначає внутрішні риси людини.

Саме особиста культура ведучого, виявлена в стилі ведення програми, здатна справити приємне враження на глядачів навіть від невдалої програми, і навпаки. Тобто, ведучий перш за все має дійсно вести програму, перебувати, так би мовити, в ній самій, говорити і з глядачами, і з артистами, миттєво реагувати на все, що відбувається в залі чи за кулісами. Ведучий не позбавлений, утім, акторського начала. Проте воно ні в якому разі не повинно стати домінантою в його роботі. Інакше це буде комедія (у кращому разі) або трагедія.

Час «балакучих голів» безповоротно відійшов. Глядач чекає яскравого правдивого шоу. Такий продукт «витагується» артистичною подачею ведучого, якому ще й доводиться коригувати невдалі чи навіть вульгарні репліки артистів і своєю чарівністю затьмарювати упущення партнерів по майданчику.

Своїми анонсами та кваліфікованими, конкретними і чіткими поясненнями номерів ведучий допомагає і артисту, і глядачеві. Ніяка афіша, ніяка програма ніколи не замінять мови ведучого. Не тільки словами, а й жестами, інтонацією він може підкреслити в анонсі все істотне, найважливіше для виконавців і найцікавіше глядачам.

Загалом попри істотні відмінності ведучого на сцені, в радіо- і телепросторі від нього багато в чому залежить ступінь впливу медіа-продукту на споживача.

## 1. ВЕДЕННЯ І КОНФЕРАНС

### 1.1. З історії ведення і конференсу

Традиційно розрізняють два види художнього відтворення дійсності — засобами показу (театр) і засобами розповіді (концертне виконавство). Часом вони поєднуються. Так, у театрі поряд з ігровими сценами промовлялися монологи-розповіді, а в концертному виступі окремі елементи словесної чи «співочої» розповіді театралізувалися, тобто розігрувалися. Театралізація такого типу стала з часом характерна саме для естрадних **жанрів**. Так поступово зароджувалася концертна творчість як різновид мистецтва, розрахованого на широке коло слухачів і глядачів.

Саме слово «концерт» повертає нас до античності, де прийнято було влаштовувати різного роду змагання, зокрема й з художнього виконавства.

Перші публічні концерти були лише музичними. Появу на професійній концертній сцені інших видів мистецтва можна пов'язувати з концертними програмами у драматичних театрах: після п'єси відбувався ще й «дивертисмент», у якому актори театру і запрошені артисти показували концертні номери різних жанрів.

Як своєрідна сполучна ланка між глядачем і сценою виник конференс. «**Конференс**» — це форма сценічної дії, яку здійснює **конференсьє** — особа, котра оголошує та коментує номери програми на естрадній виставі чи концерті і розважає публіку між номерами, що виконуються.

**М. П. Смирнов-Сокольский** вважає, що «найбільш правильним визначенням поняття “конференсьє” буде — людина, що розмовляє з публікою. Конференсьє — це об'єднувач зали глядачів зі сценою. Конференсьє — це і представник акторів перед публікою, і представник публіки перед акторами».

Серед естрадних жанрів конференс — один із наймолодших. Утім коріння цього естрадного жанру шукають у далекому минулому. Їх знаходять у хорі античного театру, в прологах італійської «комедії масок» тощо. Здавна існувала потреба якоїсь сполучної ланки між глядачем і сценою.

Першими ведучими-конференсьє були звичайнісінькі арабські цифри, написані на картоні. В усіх естрадних театрах кінця XIX — початку XX ст. збоку на сцені була спеціальна дерев'яна рамка, в яку і вставляли порядковий номер виступу артиста. У глядачів була програма, де всі, хто виступав, були зазначені під відповідними номерами. І от коли в цю рамку вставляли, скажімо, номер чотири, глядачі у програмі під цим номером читали прізвище.

Еволюція концертної діяльності з часом внесла свої корективи. Відбулася заміна «мертвого» номера живою людиною. Так на концертній естраді з'явилися ведучі і конференсьє.

Вперше конференсьє з'явилися в 60-ті роки XIX століття в паризьких **кафешантанах** і **кабаре**. Першим професійним конференсьє вважають Рудольфа Салі, господаря монмартрського кабаре «*Chot poire*» (1881 р.).

Датою народження професії конференсьє на теренах Росії вважають 1910 рік, місцем народження — Московський художній академічний театр, де артист театру **М. Балієв** вів **капусники** акторів. Микита Балієв оголошував і коментував номери у своєму театрі-кабаре «Летюча миша», розповідав публіці про те, що її цікавило, начебто непослідовно перескакуючи з теми на тему, створював враження, ніби сказане щойно зімпровізовано. Виходячи до рампи, Балієв вдивлявся в тих, хто прийшов, кивком голови або навіть називаючи прізвища, вітався з друзями, звертався до них з якимось смішним зауваженням — і контакт із залом був установлений. Усі, хто писав про Балієва, і зокрема **К. С. Станіславський**, відзначали його неабияку винахідливість — швидкі і дотепні відповіді на репліки глядачів, уміння створити атмосферу небувалої свободи і безпосередності між сценою і залом.

Другий зачинатель жанру, **Костянтин Гібшман**, конферував у петербурзькому театрі мініатюр «Криве дзеркало». На відміну від Балієва, він створив маску конференсьє боязкого, розгубленого, пригніченого необхідністю виступати перед публікою. Його мова була невиразна, плутана, переривалася довгими нудними паузами. Номери він оголошував неясно, плутано, з частими повторами одних і тих же слів. Рухи незграбні, скуті. Все, що робив і виголошував Гібшман, здавалося імпровізацією.

Ось, наприклад, як Гібшман оголошує іспанський танець. Роль конферансьє зобов'язує сказати щось розважальне і веселе. Артист довго стоїть біля завіси, але, так і не згадавши кінця фрази, продовжує: «Іспанці – це народ...» А ще через деякий час додає одне тільки слово: «який... який...» Але більше нічого вичавити із себе не може і в розпачі переходить на якусь загадкову пантоміму. Сам того не підозрюючи, Гібшман створив пародію на перший масовий випуск російських конферансьє. А для акторів, які виступали у програмі Гібшмана, його манера ведення була гарна тим, що на тлі його імітованого невміння їхні номери завжди вигравали. В образі людини, далекої від мистецтва, Гібшман сприймав усе, що відбувається на естраді, як диво і тим самим підвищував інтерес глядачів до виступів артистів.

До творців конферансу, що починали свою діяльність на теренах України, належить **Олексій Григорович Алексєєв**, який починав свою діяльність в Одесі та Києві, а з 1915 року виступав у петроградських театрах мініатюр «Литейном театре» і «Павильоне де Пари». Артист створив іронічний образ столичного сноба, який вставляв у свої промови французькі слова і фрази, і це подобалося публіці.

Не всі видатні майстри російського конферансу мали необхідну для цієї професії загальну культуру. Алексєєв вирізнявся: він закінчив юридичний факультет Київського університету, володів трьома іноземними мовами. Він знав, чим живе публіка, і якнайдовше за інших зумів зберегти популярність у своєму жанрі.

У конферансьє Алексєєва, як правило, переважали внутрішньо-театральні теми і пародії, дотепні пояснення до номерів. У його репризах цікаво й несподівано з'являлося строкате життя мистецтва 20-х років. Однак сучасникам це вже починало здаватися недостатнім. Молодь могла слухати відомого артиста радше з цікавістю, ніж зі справжнім захопленням. Худорлявий, акуратний, дуже люб'язний, гостинний, іноді серйозний або ж з ехидною посмішкою конферансьє у фраку, і особливо з моноклем – такий, який він був у дореволюційному Петрограді, за висловом одного з рецензентів, здавався «занадто буржуазним».

Конферансьє обов'язково мав бути «зліплений» з тієї ж плоти і духу, що й глядачі. Алексєєв являв собою майже дзеркальне відображення вишуканого петербуржця, тільки приправленого пародійністю.

Здійснюючи зв'язок сцени і зали, конферансьє не могли не мати загостреного відчуття сучасності в усьому – у мисленні, у жартах і зовнішньому вигляді. Найменше відставання одного з цих компонентів могло призвести до відриву від **аудиторії**, її байдужості, а іноді – до іронічного ставлення. Саме в цьому сенсі можна говорити про зміну способу мислення конферансьє. Особливо яскраво це проявлялося у періоди, коли склад зали радикально змінювався. Так, після революції «світський» петербуржець, створений О. Г. Алексєєвим, відійшов у минуле, подібні люди зникли з життя, їх уже не було в залі, а новий глядач, який заповнив ряди крісел, побачивши його на сцені – категорично відкинув.

«У 20-ті роки, – згадує О. Г. Алексєєв, – в Англії прем'єр-міністром був Чемберлен, лютий ворог радянського народу. На всіх карикатурах і плакатах його малювали з моноклем, часто збільшеним для яскравості малюнка... А мені це в голову не приходило, і я продовжував з'являтися на сцені з моноклем. У 1926-му році у Харкові був якийсь грандіозний концерт. Коли я сказав щось смішне, раптом з гальорки почувся молодий завзятий голос:

– Браво, Чемберленчику!»

І пролунав загальний сміх. Але це вже сміялися не з гостроти Алексєєва, а підняли на сміх самого Алексєєва. Ось що буває, коли хоча б у дрібниці втрачаєш у театрі відчуття часу, епохи! Звичайно, в цей же день монокль було здано в архів.

Конферансьє були тими, хто, як досвідчені кулінари, приправляли вистави потрібними дозами солі, перцю і прянощів, роблячи тісний зв'язок сцени і зали ще тіснішим. Публіка активно «втягувалась» у виставу. Репліки лунали не лише зі сцени в залу, а й із зали на сцену, а точніше – на авансцену, до конферансьє.

Професія конферансьє того часу вимагала імпровізації, блискавичної реакції і, звичайно, блискучої дотепності. Серед загалу траплялися досвідчені, гострі на слово. І ганьба тому

конференсьє, який зі «словесних боїв» не виходив переможцем.

Кмітливість – це, звичайно, природний дар, але, як і будь-який талант, він потребує розвитку, виховання, тренування. Цього потребує і винахідливість.

Мистецтву конференсьє спочатку було притаманне і необхідне внутрішнє перевтілення, внутрішня перебудова і «налаштування» на певний образ. Його поведінка в цьому образі залежала від складу публіки і від різних ситуацій, часто навіть несподіваних. Так перші конференсьє конструювали свій образ із власного «матеріалу», підкреслюючи властиві їм особливості характеру, поведінки.

Практика доводить, що концерт, як правило, ведеться або в «ігровій» манері, коли конференсьє користується продуманими заздалегідь театральними засобами, або в манері «академічній», яка вимагає від виконавців тільки чіткого і грамотного оголошення номерів програми. «Академічна» манера визначається інколи темою концерту (наприклад пам'ятні дати), або «академічним» підбором виконавців і їх репертуаром, або, нарешті, відсутністю артиста, здатного вести ігровий конференс.

Виконавець у «академічній» манері називається **ведучим**. Виконавці ігрового конференсу – зазвичай конференсьє. Зрозуміло, конференсьє мусить уміти робити все, що і ведучий. Проте ігровий конференс висуває до виконавця й інші вимоги: конференсьє повинен добре володіти словом, оскільки йому під час концерту доводиться не тільки озвучувати заздалегідь заготовлений літературний текст, а й імпровізувати. Він має володіти здібностями художнього читця, оскільки паузи в концерті потрібно заповнити виконанням оповідань, байок, віршів. Нарешті, конференсьє необхідні й акторські дані, оскільки він часто є співвиконавцем **скетчів, сценок, інтермедій**.

Вирішальною ланкою ведення і конференсу, його абеткою і вищою школою є майстерність спілкування. Науковою роботою проблеми спілкування в мистецтві актора фундаментально займався **К. С. Станіславський**, чиї теоретичні поло-

ження становлять величезну цінність як для артистів розмовних жанрів естради, так і конференсьє.

Станіславський визначав три різновиди спілкування:

- а) пряме з реальним, присутнім партнером;
- б) самоспілкування;
- в) спілкування з уявним партнером.

Завдання спілкування – впливати на глядача, викликати в нього відповідні враження, переживання, роздуми.

Інформативна функція ведучого і конференсьє полягає в оголошенні виступу, необхідному для повноцінного сприйняття концертного номера. Обсяг цієї інформації щоразу залежить від тематики і жанру концерту, від популярності того чи іншого артиста, популярності конкретного твору, від наявності надрукованих програм, нарешті, від емоційного стану глядачів. Як правило, оголошення до кожного номера повинно лаконічно поєднувати в собі вичерпну інформацію про нього. Наприклад, перерахування всіх почесних звань виконавця і авторів, повних імен та по батькові найчастіше зайве і тільки заважає емоційному сприйняттю виступу артиста.

Розвиваючись, сольний конференс став двоплановим: інтермедійним і репризним.

Сольний **інтермедійний** конференс має справу з особливою естрадною драматургією – інтермедією, мікроп'єсою, сценкою, розрахованою на одного виконавця. Відповідаючи умовам жанру, вони малометражні, лаконічні, гостросюжетні. Відступ від цих правил порушує пропорції конференсу в концерті.

Сюжет інтермедії зав'язується на очах у глядачів. Дія розгортається у теперішньому часі. Виникають образи – персонажі. І, уявляючи їх, конференсьє перетворюється на дійову особу інтермедії. Персонажі потрапляють у комічні або драматичні ситуації, їх зображення потребує зовнішнього перевтілення; для миттєвої зовнішньої трансформації можна використовувати і допоміжні деталі – головний убір, перуку, вуса, окуляри, якусь бутафорію або реквізит. В ігрових інтермедіях описова форма змінюється дієвою, оповідання – показом. З'являються мізансцени – стислі, яскраві, динамічні.

Однак інтермедія – не самоціль конференсьє. Вона так само, як і реприза – сполучна ланка між номерами.

**Репризний** конференс ґрунтується на коротких словесних жартах-зв'язках, часто імпровізаційного характеру, гумористичних репліках, коротких літературних анекдотах, сполучених з номерами, які оголошуються і повністю ними обумовлені. І власні, так звані сольні номери такого конференсьє, чи то фейлетон, монолог, куплет, витримані в тому ж ключі словесних реприз, каламбурів, комічної гри словами, несподіваних завершень.

**У ході становлення сольного конференсу викристалізувалися і закріпилися його жанрові риси:**

- стабільність сценічного образу (маски), максимально наближеного до індивідуальності виконавця;

- відповідна до образу логіка поведінки, характер мови (те, що прийнято називати «органічністю образу», «життям в образі»);

- стиль спілкування у вигляді живої бесіди, діалогу;

- імпровізаційність;

- висунення на перший план функції анонсування виконавців, завдання найкращої подачі номерів, боротьби за успіх артистів у концерті.

Хай який образ обере конференсьє – гостинного господаря, щирого співбесідника, гострохарактерного персонажа-веселуна, схильного до філософствування, – базові властивості сольного конференсу залишаються непорушними.

У сольному конференсі характер прямого спілкування – виконавець – глядач – очевидний, хоча розмова нібито ведеться односторонньо, розмовляє тільки конференсьє, а зала «німа». Але хіба вона не діє? Жваві рухи, напружена увага, усмішки, хвилі сміху, оплески – все свідчить про інтенсивну взаємодію сцени і зали.

Як цікаву і сенсаційну новинку сприйняли *парний конференс*, який ризикнули започаткувати російські конференсьє **Лев Миров** і **Овсій Дарський** у 1937 році.

За видимою новизни він мав давні традиції. Одним із «підходів» до парного конференсу можна вважати і розмовні дуети,

ти, широко розповсюджені на естраді. Парний конференс в історії естрадного театру став новою і вельми вдалою формою. Парний конференс – це своєрідний тип живого сатиричного плаката, йому притаманний такий же ступінь художньої узагальненості. З іншого боку, парний конференс – це щось набагато більше, він означає нове життя старовинної «комедії масок», а постійна «маска» – обов'язкова умова для нього.

Та попри все парний конференс не замінив сольного. Виник він як заперечення індивідуального діалогу конференсьє та зали глядачів і став діалогом двох конференсьє.

Теоретики та практики естради досі сумніваються, чи парний конференс є конференсом, чи це самостійний естрадний жанр.

Парний конференс виник як відповідь на запитання: «А якщо концерт вестиме не одна людина, а дві?» Тоді головним співрозмовником конференсьє стане вже не глядач, а партнер. Твердий, завчений текст, який здається неприродним в устах одного конференсьє, легко перейде у форму театралізованого діалогу.

Отже, інтермедії, театральні сценки замість безпосередньої бесіди з публікою – це основна відмінність парного конференсу від звичайного. Але, дозволяючи обходитися без імпровізації, парний конференс аж ніяк не виключає її можливостей. З'явившись на світ, ця форма конференсу виявила низку цінних якостей: внесла із собою конфлікт, стала по своєму дієвою, активною.

Народження парного конференсу в Україні можна датувати 40-ми роками ХХ століття. Він пов'язаний з іменами **Юрія Тимошенка** і **Юхима Березіна**.

Будь-який шанувальник цього мистецтва назве не тільки імена Тарапуньки і Штепсея, але й пригадає їхні жарти та репризи, як правило, дуже актуальні і соціально спрямовані. Образи Тарапуньки і Штепсея з перших років сценічної діяльності Ю. Тимошенка та Ю. Березіна полюбилися глядачам. І не дивно. Тарапунька, весь у стихії життєрадісного українського народного гумору, породжує сміх, який, як ска-



зав Гоголь, «весь вилітає зі світлої природи людини». Інтермедії Тарапуньки і Штепселя насичені колоритними примовками, жартівливими прислів'ями, влучними сатиричними приказками. Здається, що жодного разу не з'являлися вони на сцені без «байки» на актуальну тему. Високий, навіть довготелесий, з довгими руками і довгою шиєю, Тимошенко рязуче контрастний з коренастим, міцно скроеним, присадкуватим Березіним. Так само полярно контрастні їх темпераменти, художні засоби. Перший – повільний, схильний пофілософствувати. Тарапунька за словом до кишені не лізе: на будь-яку можливу і неможливу ситуацію в нього обов'язково готова відповідь – іноді лукава, насмішувата, уциплива, не без уїдливості, коли потрібно. Другий – Штепель – швидкий, діяльний, невтомний і теж здатний дати відповідь, і перш за все, не в міру балакучому партнеру. Тому і той, і той несуть «гумористичну вахту».

Парний конферанс: **резонер** Штепель (Березін), який найчастіше потрапляє в халепу, та хитрун Тарапунька (Тимошенко), який у сто разів розумніший і сміливіший за нього, утворили одну «маску» «про двох осіб», що переходить з інтермедії в інтермедію. І тут немає поділу на добро і зло. Вони – просто два веселих персонажі (дуже різні за характерами і темпераментами), які разом сміються з усіх навколо та один з одного.

Взаємостосунки партнерів розкриваються в уміло побудованих конфліктах інтермедій конферансу. В більшості випадків останнє слово залишається не за Штепелем, який впадає в риторику, а за безмежно комічно чарівним Тарапунькою. За таким принципом і будовався їх репертуар, основними авторами якого впродовж багатьох років були В. Бахнев і Я. Костюковський, котрі точно відчули природу акторів.

Форма парного (дуетного) конферансу – **діалог**, сценічне дійство. Діалог не з глядачем, а як у виставі – акторів (конферансьє) між собою. У сценах, мініатюрах, інтермедіях, які розігрують конферансьє, стосунки партнерів загострюються конфліктними ситуаціями, тобто, самі сцени побудовані за законами драматургії. І все ж не просто як маленькі п'єски, а

п'єски конферансного типу вони неодмінно передбачають співучасника-глядача – третього партнера. У творах, написаних для парного конферансу, текст може бути і безпосередньо звернений до глядачів – у вигляді спеціальних реплік, полемічних питань.

Який вид взаємодії властивий парному конферансу? Адже партнери пов'язані взаємостосунками, що впливають з інтермедії, і глядач отримує свої враження опосередковано як результат сценічного спілкування конферансьє між собою. Виходить, що в дуетному конферансі елементи театральності і сценічної дії нібито порушують естрадну норму спілкування. Але це тільки на перший погляд. По суті, діалог ведуть не перший і другий конферансьє, а той і інший – з глядачами. Актори, обмінюючись репліками, ніби транслюють їх через глядацьку залу і, ведучи розмову, звертаючись один до одного, адресують репліки тим, хто сидить у залі. Роблячи глядачів арбітрами своєї суперечки, вони раз у раз апелюють до них, закликають визначити свою точку зору, розсудити їх. І що гостріший конфлікт, що різкіший контраст думок, дотепніші докази сторін, то гарячіше реагують слухачі, то активнішою стає їхня пряма участь у діалозі як реального третього партнера. Тож і в парному конферансі принцип живого зв'язку з аудиторією – пряме спілкування – продовжує залишатися на першому плані, бо без нього конферанс як жанр утрачає свій сенс.

Парний конферанс по-справжньому цікавий тоді, коли партнери наділені гострими характерами, контрастними образами (масками), що вже становить основу для непорозумінь, невідповідностей, розбіжностей. А при заздалегідь розподілених ролях і заданих взаєминах (учень і вчитель, прогресивна людина і обиватель або інший план характеристик – комік і резонер, сангвінік і флегматик, оптиміст і песиміст) підстави для зіткнення антагоністичних характерів і точок зору величезні.

Вибір партнерами своїх образів (масок) не може бути довільний, він повинен узгоджуватися з природою акторів, їх творчою індивідуальністю, зовнішнім виглядом, темпераментом, характером обдарування, психофізичним складом. Ви-

значення свого амплуа, вибір партнера, встановлення з ним стосунків і є основою парного концерансу. При легковажно-му підході дует буде неповноцінний, нетривалий. Якщо всіх умов дотримано, дует відбудеться: спільна робота зближить, сформується зіграність, інтуїтивно-рефлекторне відчуття партнера і обдарування кожного розквітнуть.

На відміну від театралізованого концерансу, виконавці парного концерансу майже завжди з'являються без театральних костюмів. Але ця обставина не знімає необхідності сюжетної побудови їх інтермедій. У парному концерансі використовується пряме спілкування з партнером (і при цьому непряме спілкування з глядачами), а також пряме спілкування з глядачами. Між учасниками парного концерансу зазвичай устанавлюються раз і назавжди певні взаємостосунки.

Отже, в парному концерансі спілкування з глядачем двох співрозмовників, які одночасно перебувають на сцені, розвивається як розмова двох «на людях». Остання обставина говорить не про незалежність від оточення. Двоє виходять на естраду не для розмови один з одним, а для безпосереднього звернення до глядача від імені двох осіб. Як і в сольному концерансьє, налагоджується контакт: сцена – глядач. Але конфлікт через розходження характерів переміщує центр спілкування на естраду. При цьому конфліктні сторони ні на хвилину не забувають про спілкування із залом. Це веде за собою апелювання до глядача в гострих моментах суперечки, запрошення його до участі в ній, прямого відбору прихильників кожного зі спречальників.

Початковий контакт двох концерансьє з глядачем практично виправданий їхнім веденням програми концерту. Якщо зняти цей обов'язок, то артисти перетворюються на комедійну пару, занурену в обставини естрадної сценки або скетчу. Однак контакт з глядачем, як уже говорилося, зберігається і в цьому випадку, але набуває особливого характеру. Його визначають гострохарактерні риси постійного сатиричного персонажа.

Отже, ми з'ясували, що для найвдалішого виступу можна використовувати як сольний концеранс, так і парний.

Жанр концерансу – найважливіший. Він займає близько 30% сценічного часу збірного естрадного концерту. Така тривалість пояснюється його особливими цілями, і не слід забувати при цьому про своє основне завдання – чітко пояснити наступний номер, а не поспішати «під оплески» після власної інтермедії покинути естраду.

Сценічний метод концерансу відрізняється граничною внутрішньою відкритістю майстерності, а межі між особистим і акторським тут мають бути повністю стерті. Концерансьє – це одночасно і закулісна жива особистість. Підкреслення акторського начала вносить фальш. Тоді особливо чітко видно, що артист естради грає самого себе.

Концерансьє – людина, яка зв'язує концерт в єдину канву, підпорядковує всі маленькі цілі єдиній темі. І яка, виходячи з цього, вже представляє артистів. А відчуття межі в концерансьє між розкутістю і некоректністю мусить з'являтися з тієї хвилини, коли він зрозуміє, що виходить на сцену для того, щоб представити артиста, а не принизити його в очах будь-кого іншого. Концерансьє – це сучасний артист. Він повинен працювати на те, щоб артистові, який виходить на сцену, створити сприятливий імідж.

Варто відзначити блискучий концеранс **Святослава Ігоревича Белзи**, відомого російського телеведучого. На музичному саміті у Криму він майстерно оголошував виступи російських артистів, знаходячи для кожного виконавця ту цікавинку, яка вирашно анонсувала номер та артиста. Українські ведучі Оксана Антонюк та Ірина Мартиненко говорили переважно лише те, що написано у програмі, а їхній старший колега імпровізував. Наприклад: «А зараз перед вами виступить відомий скрипаль Максим Федотов, якого критики називають “російським Паганіні”». Музикант не лише зовні схожий на великого італійського віртуоза, але в його темпераменті та грі є щось демонічне. Одного разу він виступав у Італії, в одному із соборів. Варто було прозвучати в його інтерпретації «Диявольським трелям», як вибухнула гроза. Я сподіваюся, що сьогодні у нас ніякого погодного катаклізму не трапиться. Я нагадаю, що Максим – син відомого ди-

ригента Маріїнського театру Віктора Федотова, котрий, на жаль, помер рік тому. Він не лише продовжив музичну династію як скрипаль, але нещодавно розкрився ще один його талант — він почав диригувати. Федотов — лауреат багатьох міжнародних конкурсів, зокрема й Паганіні, президент асоціації лауреатів Конкурсу ім. Чайковського. Його титули можна довго перераховувати. Концертну діяльність Максим Федотов поєднує з викладанням у музучилищі ім. Гнесіних. 12 років тому народився творчий дует скрипаля і піаністки Галини Петрової. Для них спеціально пише аранжування Аїда Ісакова». А ось вірєць українського конферансу: «Виступає Марія Стеф'юк — народна артистка України, лауреат Державної премії ім. Т. Шевченка, солістка Національної опери України». Відчули різницю? Як справедливо зазначила прима Київської опери Ольга Нагорна, «після представлення артиста Белза підкорював півзали. Виступати після такого авансу легко. У мене склалося таке враження, що Святослав Ігорович не лише знає про артистів усе, але є їхнім найкращим другом».

На сцені мають існувати і критика, і гострий гумор, і іронія, і сарказм, і будь-які інші складники іміджу того чи іншого ведучого. Ми не можемо сказати, що він не має права бути таким. Не завжди приємні «солодкові» конферансьє, які вкотре перелічують нагороди. Ведучий має ставати на бік глядача, а отже і критикувати. Та у фразях ведучого не має бути злоби чи образ.

У ведучого може з'явитися на сцені навіть агресія, але тільки формальна, як виражальний засіб. Людина на сцені не повинна дозволити вийти назовні справжній ненависті, суб'єктивній нетерпимості.

Навіть вульгарний **жарт** буває доречний і в темі, якщо він органічний для певної ситуації і самого ведучого. Але ніколи не можна зачіпати когось особисто.

У будь-якому разі людина мусить виходити на сцену з добром у серці. Тоді навіть гострі жарти не будуть ображати чи викликати злону. Тоді по-доброму сміятимуться не тільки глядачі, але й той, кого «підкололи». Але якщо зовсім не

смішно, а замість цього виникає нерозуміння, навіщо це було сказано, значить, межу доброзичливості перейдено. Це може свідчити про непрофесійність ведучого, або про його слабкість, або про те, що він просто був не в ударі.

Хочеться сподіватися, що назавжди відійшли ті часи, коли забороняли на сцені імпровізацію, експромт, коли тексти ведення концерту перевіряли, суворо рецензували і затверджували, коли на окремих дуже відповідальних (урядових) концертах усі артисти і ведучі працювали під **фонограми**.

Але позбувшись одних крайнощів, ми часто впадаємо в інші. Залишивши соціалізм, пострадянське суспільство стрімко ввійшло в буржуазну дійсність, без розбору приймаючи хороші і погані надбання капіталізму. Естрада однією з перших приєдналася до масових течій, часто копіюючи третьосортні американські шоу (таким прикладом може бути російська програма «Золотий грамофон», де ведучий Микола Фоменко публічно образив **Андрія Данилка** в образі Верки Сердючки).

Ведучі мають розуміти, що при виході на сцену їхнє завдання — підняти глядачів у залі до рівня високої художності твору, а не опускати в непробудну лайку відвідувачів «забігайлівки», саме її вважаючи смаком споживача. Хоча, можливо, попереду нова ера спілкування. І шоу-бізнес — її першовідкривач...

Єдиним професійним конферансьє на всьому пострадянському просторі справедливо вважають народного артиста України **Івана Шепелева**, який мешкає у Дніпропетровську і працює у нині рідкісному естрадному жанрі вже кілька десятиліть. Упродовж своєї кар'єри артист серйозно займався пародією і навіть озвучував мультфільми, але знають його більше як конферансьє — людину, що вміє віртуозно оголошувати номери і заповнювати паузи між ними.

У його артистичному житті поєдналися дві епохи, — так кажуть про Івана Шепелева ті, хто знає і любить його. Починав він свою кар'єру тоді, коли на естрадній сцені виступали ще зірки із 30-х років, а в концертних залах глядачів збирали нові зірки. Іван Шепелев — єдиний в Україні конферансьє,

якому пощастило працювати з величезною кількістю найпопулярніших артистів театру, кіно та естради – Ізабеллою Юр'євою, **Георгієм Мілляром**, Володимиром Висоцьким, Анною Герман, Аллою Пугачовою, Едітою П'єхою... Він концерував концерти спільно с 90-річним Петром Муравським, котрий виступав ще перед останнім російським імператором Миколою II. І. Шепелев вів концерти Леоніда Утьосова, Рини Зеленої, чи не всіх відомих вокально-інструментальних ансамблів 70–80-х років.

Своїми вчителями він вважає конферансьє **Олега Мілявського** й **Бориса Брунова**, а також актрису Фаїну Раневську. Саме вони були його викладачами у Всесоюзній творчій майстерні естрадного мистецтва, до якої він вступив після закінчення школи-студії при Ленкомі.

Ще тоді майбутній конферансьє навчився помічати і запам'ятовувати в поведінці та характерах відомих людей цікаві і курйозні деталі. Наразі все, зібране впродовж десятиліть, увійшло до його книжки «Естрадні байки від Івана Шепелева».

Наразі Іван Шепелев не полишає своєї професії, яку вважає однією з найвеселіших і найкращих у світі. Він і зараз веде концерти відомих артистів України, Росії, країн СНД. 1997 року його визнали найкращим конферансьє Європи і відзначили титулом «Золота маска». Однаково тепло його зустрічають на пострадянському просторі, в Німеччині, Польщі, Чехії. До Лас-Вегаса запрошували вести конкурс авторської пісні, а до Парижа – різдвяні бали російської еміграції. Про Париж, до речі, пан Шепелев говорить зі смутком: у місті, де колись навчався азів мистецтва конферансу, наразі практично не лишилося представників цієї естрадної професії. Навіть у «Мулен-Ружі».

Іван Шепелев згадує: «Я потрапив уперше до Парижа у 22 роки. Я ходив туди і слухав конферансьє. Я погано розумів мову, але я дивився, як він працював, він блискуче реагував на публіку!»

З 2002 року Іван Шепелев має звання народного артиста України. Однак чи не найбільше пишається здобутками двад-

цятирічної давнини – у 1988 році він став лауреатом другого Всесоюзного конкурсу артистів естради. Тоді, каже, нагороду не можна було отримати просто так, на відміну від багатьох нинішніх конкурсів та номінацій.

Коронний номер Івана Шепелева – **буриме**. Це, як вважають, найскладніший жанр конферансу: на запропоновані глядачами рими артист має миттєво віршувати. Свої секрети Іван Шепелев не розкриває, однак жартує: найкращий **експромт** – приготований заздалегідь. Усі свої вміння збирається передавати молодим, аби рідкісна професія конферансьє загалом не зникла. Та й забуття не хочеться, – каже напівжартома.

Єдина сьогодні в країні україномовна представниця розмовного жанру – **Людмила Стародубець**, жінка-конферансьє з Дніпропетровська. У грудні 2006 року вона виграла Міжнародний конкурс молодих конферансьє на приз Івана Шепелева.

Аналіз становлення та особливостей професій конферансьє і ведучого був би неповний, якби не звернути увагу на той факт, що розвиток концертної діяльності призвів до появи на естраді не лише конферансьє, а й ведучих. Перші ведучі з'явилися на концертах суто серйозних, філармонійних, вони чітко і правильно вимовляли ім'я виконавця і назву твору. З поширенням радіо і телебачення з'явилися диктори, радіо- і телеведучі, журналісти, шоумени, діджеї і т. д. Зазначмо, що **ведучий** – людина, яка проводить радіо-, телепередачі, вечори, зустрічі.

Серед харизматичних ведучих 70–90-х років в Україні слід назвати дикторів УТ-1 **Тетяну Цимбал**, **Тамару Стратієнко** і **Олександра Сафонова**. Вони надавали особливого шарму багатьом елітним концертам, культурно-мистецьким дійствам, імпрезам.

Перший виступ Тетяни Цимбал і Тамари Стратієнко на сцені відбувся в Палаці спорту, коли вони разом по черзі вели концерти Мусліма Магомаєва.

Майстрами естрадних скетчів, гумористичних монологів у 70–90-х роках в Україні були **Аркадій Гарцман**, **Олександр Каневський** і **Роберт Віккерс** (писав для Штепселя і Тарапуньки). Це була своя творча імперія.

Ведучі того часу внесли дещо нове, особливо це стосувалося творчих вшанувань. Тоді вшановували не за принципом «захотів, бо назбирав грошей», а на державному рівні, лунала творчість справді гідних.

Завдяки роботі на телебаченні стало популярними багато ведучих. Нема жодної області України, де б сьогодні не виступав **Василь Ілашук**. Він радить молоді працювати над собою: «Потрібна не самозакоханість, необхідне самовдосконалення! Треба любити не себе в мистецтві, а саме мистецтво. Ніколи людина з вулиці не може взяти скальпель, зайти в операційну і зробити операцію. Але чомусь дехто вважає, що непідготовлена людина може вийти на сцену або сісти перед телекамерою і працювати ведучим. Це дуже важко. Треба зловити і відчувати хвилю настрою глядачів. А зараз на сцену пнуться дівчатка та хлопці, не маючи інколи ніяких здібностей до цього».

Василь Ілашук пригадує і курйозні випадки на сцені. Його колега на фестивалі, представляючи міністра культури України **Богдана Сильвестровича Ступку**, від хвилювання забув його ім'я та по батькові. Ступка відчув його стан і підказав потрібні слова. Зал вибухнув оплесками. Або передвибірний тур Україною кілька років тому. Йому випало їхати в західний регіон. Щодня нова область. І вже десь під кінець поїздки прибули до Львова. Недоспали, втомились. Виходять на сцену без репетиції. Він каже: «Як приємно приїхати сюди, в Закарпаття, де зеленіють смереки й синіють гори!» І раптом за реакцією зали розуміє – щось не так. Бачить на обличчях глядачів подив і раптом згадує, що вони не в Закарпатті, а у Львові. Не розгубившись, він продовжив: «Як же приємно із Закарпаття переїхати до Львова!» І ніхто в залі не зрозумів, що це була імпровізація, а не заготовлений заздалегідь текст.

Найяскравіша ведуча Шевченківських роковин, Великодніх світлиць, Різдвяних вечорів і Співочих полів, багатьох культурно-мистецьких імпрез – **Христина Стебельська**. Її ведення впізнаване, вирізняється шляхетністю. Широка популярність Христини Стебельської почалася з передачі «Сонячні кларнети» на УТ-1 (80-ті роки).

Понад десять років вона коментує на Національному каналі важливі трансляції на найвищому державному рівні. Для журналіста (ведучого) – це найвищий пілотаж, коли довіряють коментувати прямий ефір. Лаконічно, аргументовано, влучно доповнити подію на екрані. Якщо коментувати пряму трансляцію святкового Богослужіння з Ватикану, то слід аналізувати промови Папи Римського, його візити, читати його енцикліки, стежити за акцентами його опонентів. Прямі трансляції – це величезна інтелектуальна робота. А ще – велика дипломатія слова. Жанр толерантності. Христина Стебельська коментувала такі прямі ефіри, як відзначення 1020-ліття Хрещення Київської Русі за участі Президента України Віктора Ющенка та Вселенського Патріарха Варфоломія I, «Молитви Солідарності молоді світу за мир і злагоду між народами під проводом Івана-Павла II Папи Римського» (Рим, Берлін, Бухарест, Лісабон, Загреб), «Поминальну Літургію з Риму за упокій душі Вселенського Архієрея Івана-Павла II Папи Римського», «Урочисту інавгурацію початку Понтифікату Бенедикта XVI Папи Римського», «Хресну дорогу» з Колізею в Римі»...

Ось тут Христині Стебельській знадобилися знання, які дісталися від батьків, університетських викладачів, священиків, владик, богословів, краєзнавців, істориків. Під час трансляції бувають досить напружені моменти. Тут важливий і психоаналітичний аспект, адже пряма трансляція – це складна комплексна річ. За цим моментом спостерігають мільйони українців і телеглядачів зі 110-ти країн світу, серед них і богослови, і теологи.

«Вести такий ефір мусить освічена людина, яка цікавиться церковною темою, – вважає Христина Стебельська (вона постійно читає теологічну літературу, релігійні часописи, відвідує науково-релігійні конференції, спілкується з професурою Львова, Києва, Харкова). – Ведучий мусить володіти даром оповідача (а не просто інформувати), інакше коментар не промовить до душі глядачів. Він повинен бути патріотом, усвідомлювати значення події. Внутрішня його настанова має бути позитивною і заряджати добром аудиторію. Ведучий –

допитливий, спостережливий, працює над собою. Він цікавиться реакцією людей, думкою колег, спілкується з богословами різних церков, священиками всіх конфесій. Такий моніторинг важливий для розуміння суспільної ваги події. Всеукраїнський масштаб святкування змушує уважно стежити за публікаціями і під час коментування говорити про заходи з нагоди святкування, що проходять і в інших містах України.

Ведучий має бути дуже точним у вимові чинів, біблійних назв, регалій. Неточно вимовити імена найвищих духовних ієрархів означало б образити всіх вірних цієї церкви. Людина, яка коментує подібні трансляції, повинна відвідувати церкву, аби розуміти канони того, що відбувається. Місія такого журналіста – толерантність, до якої тебе покликав Бог. Можна мати свої судження, чомусь опонувати, але висловлювати це в ефірі не маєте права. Слово коментатора – заради злагоди і консолідації нації. Це і є місією журналіста сьогодні».

Актор **Євген Нищук** – сьогодні також популярний ведучий мистецьких заходів, фестивалів, заходів за участі перших осіб держави, серед яких – День Незалежності, День молоді, День Києва, фестиваль «Червона рута» тощо.

Як учасник мистецького проекту «Панахида по Голодомору» він виступав у багатьох країнах світу.

Часом Євгена називають «голосом Майдану», оскільки він був рупором Помаранчевої революції. В екстремальних умовах потрібна була виняткова довіра політиків до людини, яка постійно перебуває на сцені. Євген співпрацював з мистецькою агенцією «Арт Велес». Він брав участь у поїздках регіонами як ведучий та організатор зустрічей лідера з людьми. «Це давало мені змогу розуміти, – каже Євген Нищук, – що повинно відбуватися на сцені без сценарію і слів».

Актора за професією **Юрія Горбунова** називають харизматичним, епатажним і модним шоуменом. Він відомий ведучий всеукраїнських церемоній нагородження переможців у галузях різних професій, телешоу проектів «Танці з зірками», «Танцюю для тебе», «Суперзірка».

З жартами, що народжуються під час ведення шоу-програм і не можуть бути прописані в сценарії, у Юрія Горбунова, як каже він, проблем нема. Йому часто доводиться «підтягувати» своїх партнерок за веденням, у яких надто слабка або ж відсутня професійна підготовка.

Екскурс в історію виникнення і розвитку професій ведучого і конференсьє, їх загальну характеристику, а також відомості про яскравих представників цих професій від початку ХХ ст. до сьогодні логічно продовжити спільними та відмінними рисами ведення і конференсу, а відповідно й структурними елементами, про що і йтиметься далі.

### 1.2. Загальне й особливе ведення та конференсу

Професії конференсьє і ведучого близькі за цілою низкою ознак, хоч не позбавлені і відмінностей. «Конференсьє – це старший брат за часом ведучого. Але справа не тільки в даті народження, – пише Г. А. Щербакова. – У походженні цих професій закладено те, що їх, при всій близькості, відрізняє».

Які відмінності конференсьє і ведучого?

Сміх і конференсьє були (і залишаються) синонімами. Перші конференсьє вийшли з акторських лав.

Перші ведучі з'явилися на серйозних філармонійних концертах, і сміх тут був недоречний. Єдиним обов'язком ведучого було представити виконавця і вказати назву твору.

У 20-х роках ХХ ст. концертна діяльність стала бурхливо розширюватися. Філармонія та інші концертні організації взяли на себе функції не тільки і не так розважальні, як освітні. Це змусило ведучих більше «розмовляти» із слухачами, що, здавалося б, зближувало їх з конференсьє, однак ведучого ніхто не зобов'язував (і не зобов'язує донині) веселити публіку.

Конференсьє ж, який не розважив зали, – не виправдав сподівань глядачів, не виконав своєї роботи.

Здавалося б, невелика різниця – «веселити» й «інформувати», оголошуючи номери, – насправді розмежовує ці дві професії. Надалі вони пішли на деяке зближення, але не злилися.

З розвитком концертного життя стала швидко розширюватися і сфера діяльності ведучих. Далеко позаду залишився той початковий період, коли ведучий був тільки «озвученням» друкованої програми. Що різноманітнішими, різнохарактернішими ставали концерти, то ширше розсувалися рамки цієї професії. До філармонійних (симфонічних та камерних) концертів додалися тематичні, змішані, дитячі, усні журнали. У них виступають, як правило, ведучі. Багато концертів вимагає не лише інформації, але й спілкування зі слухачами.

З іншого боку, зазнало значних змін і мистецтво конферансу. З'явилося воно і досягло розквіту як весела комунікація між сценою і залом, як яскравий, але обов'язково підпорядкований ходові концертних номерів жанр. Але з часом ця традиція зламалася.

Мистецтво конферансу наблизилося до так званого розмовного жанру. Перебування сучасного конферансьє на сцені, по суті, має дві розмежовані функції: виконання власного номера-репризи, тобто гумористичного оповідання, **фейлетону**, **анекдоту**, смішної побутової сценки чи іншого виду концертного виступу, і непов'язане з цим оголошення наступного артиста. Оголошення номерів ніби винесене за дужки і є додатковою функцією конферансьє. Є навіть чудовий конферансьє-фокусник, який люб'язно розмовляє з публікою, оголошує номери, але це побічні обов'язки, супутні його головній справі – довгому за метражем номеру з фокусами, які він блискуче показує. Тому говорити про перевтілення сучасних конферансьє у певний образ для оголошення, анонсування номерів можна з великими застереженнями.

З конферансу майже зовсім відійшов у минуле обмін репліками із залом, відійшла імпровізація.

Конферансьє сьогодні – це ведучі естрадних, розважальних концертів. Усі інші веде і в багатьох «розмовляє» ведучий.

Повторюємо, демаркаційна лінія між цими професіями зберігається. Смішити й інформувати – це відправні пункти, які проклали між ними гнучку, але не стерту межу. Якщо не обізнана у професійних термінах людина плутає назви «ве-

дучий» або «конферансьє», то на сцені вона відрізняє одного від іншого. Несхожа манера триматися на сцені, вимовляти імена виконавців, назви творів, «жити» в концерті. Мета – веселощі та інформація – визначила єдину стрижневу ознаку, яка донині відрізняє конферансьє від ведучого.

В якому плані можна говорити про збіг цих професій сьогодні, беручи до уваги той розвиток, якого зазнав конферанс? Коли конферансьє «веде» концерт, він робить те ж, що й ведучий. Коли він «виступає в концерті» з номером, то вступає в змагання з іншими виконавцями.

Цікавим є момент, де роль конферансьє перетинається з роллю ведучого. Для цього доводиться опиратися на минуле мистецтво конферансу, коли, за словами О. Г. Алексеєва, конферансьє «не демонстрував глядачам свого вміння, а конферував, тобто, розмовляючи з глядачами, вів програму». І ведучий, і конферансьє знайомлять публіку з артистами, з творами, що виконуються. Вони пов'язують номери в єдине ціле і є «стрижнем», який зв'язує концертні дії.

Вони «представляють номери». У ведучих це називається «анотувати». А для «анотації», зрозуміло, потрібне володіння словом та імпровізацією.

Ведучий, як і конферансьє, має відчувати ритм сьогодення, що проявляється у його способі мислення, мовлення, манері поведінки, костюмі – всьому внутрішньому і зовнішньому вигляді.

Ведучий, як і конферансьє, а навіть і більше (через те, що концерти, в яких він бере участь, бувають різноманітні за жанром, за стилем), має «підлаштовуватися» під певний концерт, вловлювати настрій своєї аудиторії. У цьому сенсі «амплітуда» ведення широка – від симфонічних і камерних концертів до розважальних, які ведучий не може вести однаково, на відміну від конферансьє, котрий намагається насамперед розважити публіку.

І, нарешті, найголовніше: ведучий повинен запозичити в конферансьє вміння створити власний сценічний образ. Тут варто коротко розглянути питання про співвідношення понять «образ», «маска», «імідж».

Зараз слово «маска» (стосовно актора) часто вживають. «Вічна маска», «застигла маска» – такі словосполучення не рідко зустрінеш у рецензіях. Тим часом «маска» – це і різновид образу, вона має свої сильні сторони.

Видатний російський актор **Аркадій Райкін** пише: «Для мене “маска” – це перш за все образ-маска, який створює актор, його дитя. **Маска** – не прикриття, не камуфляж, але концентроване, звільнене від зайвого втілення суті зображуваного персонажа. Вона – не характер, узятий в індивідуальному плані і поступовому, послідовному розвитку, але тип. Тобто характер, зведений у ступінь узагальнюючого гротескного – трагічного або комічного перебільшення».

«Маска» може з'являтися ненадовго, а може жити стільки, скільки триває естрадний номер. Вона може, нарешті, стати постійною для актора. У всіх випадках вона є другим «Я» артиста, що віддзеркалює його ставлення до світу і життєвий імпульс. Артист може будь-якої миті вийти з неї без шкоди для переконливості власної дії. Такий вихід не руйнує сценічної образності, не стане накладкою, скандалом, як вихід з ролі на театральній сцені, а лише підкреслює, що первинна правда образу йде не від «маски», а від особи, яка несе її. Але якщо вихід з «ролі» не руйнує заданої образності, то і «роль» ця умовна. Отже, тут немає по суті входження в роль, а є лише розкріпачена виразність, яка обирає для себе ті засоби в необхідній їй мірі, які можуть допомогти людині показати в образі власну ідею.

О. Вайльд казав: «Дайте людині “маску”, і вона стане правдива». Мова тут іде про правду художню. А це означає, що, граючи «самого себе», не треба прагнути до скрупульозно-правдивого відображення власних рис і характеру в усій їх суперечливості та складності. Треба виділити з них риси найяскравіші.

Отже, естрадний образ конферансьє тяжіє до яскравості, прийомів **гротеску**, **буфонади**, до елементів гумору, сатири.

Робота режисера з конферансьє починається на етапі пошуку для нього «маски-образу» – це найважливіший і найвідповідальніший момент. **Маска-образ** – концентроване вира-

ження творчої індивідуальності конферансьє у всіх видах конферансу. Образ тоді лише по-справжньому переконливий, вільний, невимушений, коли здатний завоювати довіру публіки, коли він відповідає природним творчим та фізичним даним виконавця і, отже, йому не доводиться силувати глядача, як це могло б бути, якби актор обрав «образ-маску», вельми далекий від власної індивідуальності.

Від звичайного образу «маска» відрізняється перш за все відсутністю пристосування. Кожен характер у мистецтві (як і в житті) повертається до нас різними гранями, по-різному поводить за різних обставин і з різними людьми. Маска володіє сталістю зовнішньої поведінки. Вона з усіма однакова і повернута до нас однією стороною. Образ зазвичай розвивається протягом дії, набуває нових рис, навіть докорінно змінюється або хоча б пізнається глибше. Маска незмінна. Задана в ній сукупність якостей залишається завжди тотожною. Маска гостріша, ніж образ. У ній більше узагальнення і менше конкретно-побутового. Маска – це яскрава, показна, лаконічна комбінація незмінних рис. Ще одна особливість «маски» – її здатність переходити з одного твору в інший. Маски рідко бувають одиничні. Вони найчастіше серійні, як, наприклад, весела «маска» діснеївського Міккі-Мауса.

«Маска» – щось статичне, застигле, гранично узагальнене, по суті це стійкий, позбавлений суб'єктивності образ.

**С. Клітін** відзначає, що «сучасний естетичний рівень дозволяє сміливіше відмовлятися від вузької “маски” на естраді, замінюючи її тоншою філігранною роботою в галузі естрадного характеру, у сфері соціально-естрадної ролі».

Не ставлячи собі за мету поглибленого розгляду мистецтвознавчого питання про співвідношення понять «образ» і «маска», ми відзначаємо лише той факт, що великі майстри естрадного жанру конферансу завжди знаходили можливість (за методом відчуження) «вийти зі своєї комічної маски» і поглянути на неї очима образу власної персони виконавця-артиста.

У зв'язку з цим слід сказати про ще одну особливість образу, створеного на естраді. Він постає перед нами не в



трегій особі, як у театрі, а в другій (перша особа – сам глядач). Це полегшує досягнення художньої правди, бо образ тут ближче до глядача, він не поділений на прототип і його художнє втілення. Життєвий тип і роль зливаються в одне ціле, створюючи цим найреалістичнішу і тому високу сценічну правду.

У світлі сказаного неважко розібратися в природі **сценічного штампа**. Він негативно впливає з поняття особистісного контакту на естраді. Штмп на естраді – наслідок наслідування не своєї особистості, а чужої або комплексу типізованих рис, які втратили ознаки індивідуальності. Оскільки особистість у принципі неповторна, то штмп особливо помітний і неприпустимий на естраді. Запозичення чужих рис мимоволі тягне за собою змішування їх з власними. А це неможливо, як поєднання крові різних груп. Сценічна особистість досить контактна, щоб глядач міг легко відчутти, бреше йому артист чи він щирий. Щирість – єдиний метод передачі внутрішнього змісту при контактах людини з людиною.

Однак не треба плутати штмп або наслідування із запозиченням методики чиеїсь великої акторської індивідуальності. Таке творче запозичення можливе, оскільки воно не руйнує особистісного начала, а розвиває його на новому рівні. Необхідно тільки, щоб узяті сценічні прийоми органічно відповідали характерові артиста. У цьому випадку використання таких прийомів неминуче спричинить їх подальший розвиток.

**«Імідж»** виступає як щоденне людське визнання, як оцінювання якоїсь групи або прошарку населення. Якщо ведучий, індивідуалізуючи свій життєвий образ, лише на час бере на себе роль «господаря сцени», який керує і регулює його поведінку, то імідж припускає майстерне входження в усі життєві ролі і, відповідно, моделі поведінки в усіх сферах життєдіяльності. Отже, імідж залишається безперервним у взаєминах ведучого з тими, хто його оточує, постійно підтримується. Тому створення іміджу вимагає набагато наполегливішого і тривалішого процесу «роботи над собою і над ролями». Не тільки «створювати самого себе», а й «уміло представляти самого себе» завжди і скрізь дуже складно.

«Імідж» – не урочистий «образ». Він – його фасадна частина, в якій манери та зовнішній вигляд виступають як архітектурні елементи, що найбільше вражають. Це свого роду «фірмовий знак». Що краще він представлений, то вища репутація людини.

Образ «народжується» у свідомості навколишніх людей, «живе», відображаючи дійсність. Імідж цілеспрямовано формують, «завойовують». Вибирають свідомо і змінюють свідомо або наповнюють новим змістом, орієнтуючись на очікування навколишніх.

Поняття «образ» відмінне від поняття «імідж» так само, як і від поняття «маска». І серед них немає середнього. Вони однаково віддалені один від одного і одночасно взаємопроникні.

Подібне розрізнення цих понять має практичне значення. Воно допомагає перш за все глибше усвідомити їх взаємозв'язок: без «образу» і без «масок» не може бути «іміджу».

Імідж культивується, закріплюється, погрожуючи перетворитися на маску, але весь час залишається на межі перетворення. Бо імідж, як і образ, персоніфікований.

Імідж, перебираючи маски, не втрачає власної індивідуальності. Крізь безліч масок проступає магія особистості.

І образу (бо він живе, відображаючи дійсність), і іміджеві (бо він удосконалюється, змінюючи ставлення до дійсності) притаманна певна динаміка, втративши яку, вони обидва ризикують перетворитися на маску (щось «статичне»). Стандарт чарівності все одно залишається стандартом.

Отже, при створенні іміджу індивідуалізація образу набуває першорядного значення. Що багатша особистість, то доступнішим стає виразний імідж, який важливо вміти використовувати як засіб самовираження своїх найкращих даних.

**Іміджмейкер**, фахівець, справою якого і є створення іміджу, на сьогоднішній день у цивілізованих країнах має підвищений попит у політиків, бізнесменів і «зірок» кіно. Скажімо точніше – без них «зірки» не з'являються на суспільному небосхилі.

Що значніші задуми і претензії особистості, то більше вона стурбована своїм іміджем, над яким працює ціла команда

фахівців: психолог, стиліст, ритор, візажист, масажист, модельєр, режисер, хореограф під керівництвом іміджмейкера.

Сказане вище дає можливість звести призначення конференсу і ведення концерту до таких завдань: об'єднати розрізнені, різнохарактерні номери програми в єдине ціле; допомогти аудиторії краще зрозуміти й оцінити виконання окремих номерів концерту; встановити живе спілкування між глядачами та артистами; дати між номерами необхідну розрядку уваги глядачів; заповнити паузи, які виникають упродовж концерту.

Різноманітність концертної програми завжди приносить глядачеві задоволення. Однак кожному хочеться відчути логічний взаємозв'язок між номерами. Іноді досягти цього важко. Це викликає в аудиторії незадоволення, часом навіть неусвідомлене, що заважає повноцінному сприйняттю концерту.

Інша справа, якщо в паузах з'являється людина, яка пояснює послідовність номерів програми. Досить сказати глядачам: «Ви зараз прослухали художнє читання, а тепер, щоб не втомлювати Вас одноманітністю, ми пропонуємо Вашій увазі музичний номер», щоб глядачі доброзичливо зустріли виконавця наступного номера.

Сам факт появи ведучого ніби говорить аудиторії про те, що є хтось, хто враховує її запити і дбає про хід усього концерту.

Ведучий має дотримуватися ритму концерту. Адже якщо в драматичному спектаклі існує раз і назавжди встановлений шляхом багатьох репетицій єдиний ритмічний малюнок, якого дотримуються всі учасники, то на естраді кожний номер має свій ритм. Тому конференсьє зобов'язаний стежити, щоб ритми окремих номерів чергувалися з користю для концерту загалом; щоб перерви між номерами не перетворювалися на провали.

Живе спілкування ведучих із залом значно поліпшує сприйняття концерту, сприяє успіхові артистів. Такий живий зв'язок необхідний ще й тому, що кожен концерт (склад аудиторії, настрої кожного глядача окремо і всієї зали загалом, як і творче самопочуття будь-якого учасника концерту) щоразу інший.

Конференсьє завжди повинен тонко відчувати атмосферу кожного концерту, враховувати реакцію глядача на кожен номер. Він мусить якомога краще налагодити спілкування акторів із залом, підбадьорити артистів, розвеселити публіку і цим у підсумку підвищити якість концерту. Конференсьє має право продовжити або (в чому частіше буває потреба) скоротити якісь номери концерту.

Якщо аудиторії необхідна розрядка, якої вимагає тривалий концерт, то немає кращого відпочинку для стомленої уваги, ніж спалах сміху. Конференсьє повною мірою повинен користуватися цим засобом, знаходячи для своїх жартів зручні нагоди і доречні форми. Дуже важливо правильно розподілити свої інтермедії та жарти протягом усього концерту.

Всілякі паузи, як неминучі, що пов'язані з підготовкою до наступного номера, так і непередбачені, порушують ритм, а отже і сприйняття концерту. Вони знижують інтерес глядача до наступних номерів програми. У цьому випадку навіть просте пояснення причини затримки номера, дотепний жарт на цю тему можуть відновити втрачений ритм і суттєво допомогти концертіві загалом.

Очевидно, що конференс – це не просто елемент, що доповнює естрадне подання, це невід'ємна його частина. Без конференсьє естрада втрачає свою специфіку і стає чимось іншим. Від ведення програми залежить її успіх або провал. Конференсьє як фахівцеві необхідно володіти всіма навичками артиста і при цьому володіти будь-якою ситуацією. Завдяки експромтові, вмילו і вчасно знайденому рішення певний епізод програми глядач сприйме як слід.

Розважальна функція, притаманна конференсові, часом дискредитувала мистецтво конференсу, зближуючи його із сумнівними формами розваги, поєднувала розкріпачення з розгулом, бешкетні веселощі з вульгарністю, в результаті чого дійсно виникало антимистецтво.

Саме тому не слід забувати слова **Чарлі Чапліна**: «Найбільше я боюся, як би мені не впасти в перебільшення, бо найлегше вбити сміх перебільшенням».

З'ясуймо структурні елементи конференсу, які загалом відповідають веденню в «академічній» манері.

У книжці «Розмовні жанри естради і цирку» Віктор Ардов запропонував таку структуру конференсу: вступ, головний монолог, ділові анонси, жарти, репризи тощо, власний номер конференсьє, закінчення конференсу і концерту. Розгляньмо кожен частину окремо.

**Вступ.** Конференсьє перший з усіх виконавців спілкується із залом, він є представником артистів перед залом глядачів, «хазяїном» естрадної програми. І саме від нього залежить настрої глядачів, саме від нього залежить ставлення глядацької зали до артистів, які виступають, саме від нього більшою мірою залежить успіх або неуспіх концерту.

Перший вихід ведучого особливо відповідальний як для нього, так і для всього концерту. Глядачі приходять на концерт часто ще під впливом своїх турбот і справ. Можливі певні непорозуміння в гардеробі, глядацькій залі, в буфеті. Приміщення, де відбувається концерт, може бути прохолодне або, навпаки, душливе чи не досить затишне. Ведучий мусить узяти до уваги й те, що глядач не впевнений, чи матиме він ті враження, на які сподівається.

Конференсьє й учасники концерту у свою чергу теж тривожаться: який сьогодні буде концерт? Як їх прийме глядач? В арсеналі ведучого, котрий безпосередньо спілкується з аудиторією, є багато засобів для створення дружньої атмосфери в залі. Саме він повинен перебороти взаємну недовіру й усунути все, що заважає зосередити увагу глядачів.

Свій перший вихід на сцену конференсьє використовує для налагодження контакту з глядачами. Він може уважно оглянути глядачів: спочатку тих, хто сидить у перших рядах, і тих, хто краще освітлений світлом зі сцени. Уважний артист відразу ж розпізнає доброзичливе ставлення до нього хоча б одного з глядачів, доброту іншого, скептицизм ще іншого. І перші свої слова він звертає до тих, кого він уже відчув як своїх друзів. Спершу тільки для них конференсьє говорить те, заради чого вийшов на авансцену, наприклад вітає зі святом і повідомляє про початок концерту. Перші слова вступу, як правило, надзвичайно прості, доступні, зрозумілі й цікаві, вони мають привернути увагу, налаштувати. І таких

«гачків, що зачіпають», у виступі конференсьє повинно бути дуже багато – це щось несподіване, якийсь парадокс, дивина. Таким чином, коло співрозмовників у ведучого поступово розширюється. Якщо вдається спілкування хоча б з десятком глядачів, легше стане «підключати» до такої «бесіди» й інших, адже мета ведучого – опанувати увагою і прихильністю усієї зали.

Що ж має говорити ведучий, уперше поставши перед глядачем? Конференсьє може жартома натякнути на свій сумнів, чи сьогоднішній концерт сподобається глядачам. Якщо вони відчують, що їх занепокоєння поділяють і артисти, проте це стало лише приводом для жарту, – довіра до виконавців зростає. Після серйозного початку такий жарт буде цілком доречний. Нарешті, слід відвернути увагу глядачів від повсякденних турбот, запропонувавши їм свій концерт. При цьому можна в гумористичному тоні назвати ці буденні клопоти: домашні й службові, ситуації в транспорті, на вулиці, нарешті, – якісь недоречності у гардеробі театру. Зрозуміло, зміст виступу може бути й інший. Однак і найцікавіший перший виступ не можна затягувати, адже відлік часу на естраді завжди йде на секунди.

Звичайно, концерт починають музичним номером. Музика завжди і заспокоює слухача, і концентрує його увагу. Концерти, присвячені знаменним датам, краще починати читанням відповідного літературного твору. Такий номер відразу ж створить урочисту атмосферу вечора. Слід зауважити, що глядач досить розсіяно сприймає перші номери концерту, а вже уважніший до тих, що завершують перше відділення. Тому серйозні, відповідальні номери, що вимагають зосередженості, варто перенести на кінець першого відділення.

Після першого чи другого номера конференсьє може висловити **монолог**, у якому висловлюються серйозні роздуми на різні теми, поєднуючись при цьому з гумором, жартами. Тут ведучий розв'язує головне завдання: налагоджує контакт з глядачем. Якщо це відбудеться – конференс матиме успіх. Якщо контакту не виникло, можна виправити становище. Для цього конференсьє рекомендується виступити з власним соль-

ним номером чи перенести до першого відділення найкращі уривки конференсу, що, як правило, призначаються для другого відділення.

**Ділові анонси.** Обов'язком ведучого є оголошення номера, тому навіть найталановитіші конференсьє не мають права використовувати свій виступ для іншого, скажімо, — для інтермедійного і комічного конференсу. Іноді успіх номера безпосередньо залежить від того, наскільки вдало представив його ведучий. Адже не всі в залі здатні відчуті тонкощі. Завдання ведучого — повідомити глядачеві все необхідне для кращого сприймання наступного номера. Так, наприклад, оголошуючи виступ співачки, колоратурного сопрано, він повинен нагадати, що колоратурне сопрано — рідкісний голос, що техніка його виконання здобувається наполегливою працею, що виконувати такі партії вдається не всім співачкам і т. д. Не менш важливо пояснити аудиторії і всі труднощі акробатичного номера, що вимагає бездоганної злагодженості партнерів, витонченого музичного слуху, щоденних напружених репетицій.

Оголошуючи виконання уривка з п'єси, ведучий допоможе і артистам, і глядачам, якщо назве твір, з якого взято цей уривок, стисло охарактеризує п'єсу та епоху, коли відбувалася зображувана подія. Однак не варто переказувати зміст майбутньої сцени, бо глядачеві буде нецікаво стежити за подіями на сцені.

Іноді конференсьє надто розхвалює номер, що може викликати в публіки недовіру. Глядачам приємно дивитись і слухати талановитих виконавців, але якщо номер раптом не виправдовує їх сподівань, всупереч обіцяному, глядачі ображаються.

По суті, кожен вихід конференсьє до глядачів можна розділити на три частини, обсяг яких визначає він сам чи режисер. Так, виходячи на авансцену після виконаного номера, ведучий спочатку висловлює своє ставлення до нього (цю частину можна й опустити, особливо щодо розмовних номерів), далі він може вести бесіду на теми, не пов'язані безпосередньо з програмою концерту; це якраз слухна мить

для інтермедійного, комічного конференсу (часом і ця частина анонсу так само зайва, наприклад після виразного комічного чи розмовного номерів); на завершення ведучий оголошує наступний номер. Оголошення мусить бути побудоване так, щоб імена виконавців звучали останні. Це важливо з двох причин: по-перше, якщо глядачі знають і люблять цих артистів, то бурхливі оплески не дозволять конференсьє далі продовжувати текст. Крім того, слухаючи подальші пояснення до номера, аудиторія може забути імена виконавців. Якщо ж анонс завершити оголошенням імен виконавців, глядачі краще запам'ятають їх.

**Інтермедії, пародії, жарти, репризи.** Протягом концерту конференсьє неодноразово доводиться розповідати або грати щось смішне: короткі репризи чи анекдоти, невеликі фейлетони тривалістю чотири-шість хвилин, інтермедії. У парному конференсі подібні інтермедії становлять основу репертуару ведучих. Конференсьє-соліст може розігрувати сценки з уявними партнерами, вдаючи розмову телефоном чи з уявним співрозмовником. Так, російський конференсьє **Борис Брунов** завдяки грі з уявними предметами виконував роль такого собі радіоаматора, який весь час крутив важіль свого приймача, бо його цікавили не зміст передач, а чистота звуку і ясність відтворення приймачем передач із різних міст і країн. Таке «слухання» радіо досить часто зустрічається і в житті, що дозволяло Брунову виконувати ряд блискучих пародій на артистів естради, які нібито виступають перед мікрофонами багатьох радіостанцій.

Можливі пародії і на учасників концерту. Однак вони не повинні бути образливі для артистів. Навпаки, намагаючись відтворити попередній номер, конференсьє своїм комічним невмінням тільки підкреслює професіоналізм тих, кого намагається пародіювати. Тут пародіюється радше жанр, а не індивідуальна манера артиста.

Можна створювати інтермедії, вдаючись до музичного супроводу. Так, свого часу на багатьох сценах мала успіх інтермедія «Німії музикант», виконавець якої на всі запитання відповідав не словами, а популярними мелодіями. Чи ось

така інтермедія: конференсьє бере в оркестранта трубу або вже виходить з нею на сцену і попереджає публіку, що зараз він виконає на цьому інструменті музичну п'єсу. Та щоразу, підносячи до губ інструмент, він, відволікаючись, говорить на сторонні теми. Так і не видобувши з труби жодного звуку, артист іде за лаштунки. Великий клоун **Грок (Чарлс-Адрієн Веттах)** сорок хвилин зображав підготовку до гри на скрипці, так і не зігравши. Глядачі сміялися весь час.

Ведучий може заповнити паузу між номерами танцем або виступом в оригінальному жанрі – оригінальним чи пародійним.

Набагато частіше ведучому доводиться промовляти короткі репліки і жарти. Іноді у глядачів викликає сміх те, що конференсьє розповідає аудиторії анекдот. Загалом розповідь таких коротких історій можлива, та практика свідчить, що деякі конференсьє зловживають анекдотами, розповідаючи їх без будь-якого зв'язку із змістом усього конференсу. Зовсім неприпустимо, щоб конференсьє співав куплети перед виступом куплетиста чи розповідав смішні історії перед номером з художнього читання, особливо коли цей номер присвячений трагічній темі. Отже конференсьє мають узгоджувати характер інтермедій з наступним номером.

**Власний номер конференсьє.** Звичайно, тривалий виступ конференсьє на естраді (понад п'ять хвилин) небажаний. Публіка знає, що ведучий заповнює паузи між номерами. Якщо він затримується на авансцені довше, глядач відчуває, що в нього віднімають час від спілкування з цікавими виконавцями. Інша справа, якщо ведучий оголосить номер у власному виконанні. Найкраща мить для цього – коли для підготовки наступного номера потрібен час. Ведучий зазвичай не виступає з власними номерами, але конференсьє не варто від них відмовлятися з двох причин. По-перше, ці номери щонайкраще дозволяють підтримати необхідний емоційний тонус глядачів, оскільки конференсьє може виступати з ними в найдоцільніший для цього момент, іноді – критичний. По-друге, власні номери допомагають утвердити авторитет конференсьє як артистичної особистості з потужним творчим

потенціалом. Коли глядач відкриває в конференсьє цікавого пародиста, куплетиста чи автора буриме, він більше йому довіряє.

**Завершення концерту.** Практика переконує, що не можна перед останнім номером попереджати глядачів про завершення концерту. Зробити так – значить зашкодити виконавцям, бо глядачі відразу втрачають увагу. Тому завдання ведучого – не допустити цього. Його поведінка, оголошення завершального номера повинні переконати глядачів, що концерт ще триває. Оголошувати про закінчення концерту можна не раніше, ніж виконавці останнього номера залишать сцену, таке повідомлення має бути коротке і виразне.

Підсумовуючи загальні й особливі ознаки діяльності конференсьє і ведучого з огляду на структуру конференсу, можна зробити такий висновок: на початковому етапі народження ролі конференсьє і ведучого суворо розмежовувалися, з часом вони пішли на деяке зближення, але не злилися.

Таблиця 1

## Відмінне у професії конференсьє і ведучого

Конференсьє	Ведучий
артист естради, який концерує у концерті, розважає публіку	доповідач – оголошує номери в концерті; лектор – виступає перед початком філармонічних концертів
імпровізатор, експромтист, інтермедист, пародист	доповідач заздалегідь підготовлених текстів
виступає з власними номерами	представляє виконавців концертних номерів
робота в образі «маски»	створює власний сценічний образ
розмовник, що розмовляє з глядачами мовою свого образу «маски»	відтворює свій текст у літературному розмовному стилі

**Спільне у професії конферансьє і ведучого:**

- обидва є господарями сцени, розпорядниками програми;
- обидва виконують функцію «стрижня», скріплюють усі номери програми в єдине сценічне дійство;
- обидва виконують головну функцію ділових анонсів: оголошують номери програми і виконавців;
- обидва забезпечують темпоритм програми;
- обидва піклуються про емоційний настрій глядачів.

З вищесказаного випливає, що для ведення концерту не досить привабливої зовнішності та приємного голосу. Це – кожного разу нова творча робота, в якій виявляється особистість ведучого. А ще це складна робота, яка вимагає професійності.

**1.3. Професійні вимоги до ведучого і конферансьє**

Найважливішим у творчості ведучого (конферансьє) є **вміння спілкуватися** – 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 важливе для ведучого його поведіння на сцені. Щоб таке спілкування було повноцінне, його поведінка мусить бути осмислена, кожна мить його перебування на сцені – до деталей продумана.

Насамперед ведучому треба володіти хорошими голосовими даними. **Голос** ведучого має бути чистий, мелодійний, приємний на слух, при цьому ведучий повинен володіти поставленим, тобто розробленим у всіх параметрах голосом.

Неодмінною якістю голосу ведучого є широкий діапазон. Усі реєстри – верхній, нижній і середній мають звучати в ньому однаково рівно і легко, а переходи з одного реєстру в інший робитися без напруги, вільно, непомітно для слухача. Повнозвучний голос, широта діапазону, використання в міру потреби всіх його реєстрів дають можливість урізноманітнити інтонації, збагачувати звукову палітру.

Голосові ведучого необхідні легкість, гнучкість, рухливість. Ці властивості дають йому можливість користуватися всім

багатством і різноманітністю мелодійних відтінків мови, її тембровими фарбами.

Голос ведучого повинен бути достатньої сили, яка дозволяла б йому без напруги і форсування звуку бути добре чути через мікрофон.

Практика доводить, що найкраще звучать чисті, не дуже дзвінкі, м'які, гнучкі голоси широкого діапазону. Такі голоси «ллються» легко і вільно, не перевантажуючи мікрофон, вони приємні на слух.

Якщо голос гарний, але надто гучний, то він може звучати різко і неприємно. Якщо гарний голос рветься важким і коротким диханням, то прискорені вдихи і видихи створюють враження напруженості і втоми. Неприємне враження справляє здавлений, горловий звук. Зате «широкі», грудні, «теплі» голоси завжди приємно слухати.

Голос ведучого – каталізатор його настрою, тому ведучий мусить випромінювати лише радість, оптимізм.

Невід'ємними якостями мовлення ведучого повинні бути бездоганна **дикція** і чітка **артикуляція**.

Безумовно, ведучий мусить досконало знати мову – особливості її структури, зворотів, лексики, фонетики тощо. **Мова ведучого має бути бездоганно правильна і зразкова з огляду дотримання правил орфоєпії і постановки наголосів.** Завжди слід дотримуватися правил наголосу в словах іноземного походження, у прізвищах, у назвах, термінах. (Не слід забувати: якщо звання й ім'я тієї чи іншої особи, назва установи тощо визначаються кількома словами, то логічний наголос ставиться на останньому з цих слів).

Успішно впоратися зі своїми завданнями може ведучий, який володіє всебічними, енциклопедичними знаннями, ерудований у сучасних досягненнях науки і техніки, літератури і мистецтва.

Виникає запитання: чи можна бути такою мірою всебічно освіченою людиною? Адже не існує навчальних закладів, які б ставили своїм завданням давати студентам енциклопедичні знання. Навпаки, кожен вищий навчальний заклад дає знання у певній і часто вузькій спеціальності. А тим часом широ-

ко освічені люди є; в житті ми часто зустрічаємося з ними. Придивившись до них, неважко помітити, що зазвичай це люди з широким колом різнобічних інтересів. Отже, головний шлях до розширення знань – самоосвіта.

Ведучому потрібно володіти принаймні однією з іноземних мов, а ще краще, якщо ведучий орієнтується в декількох іноземних мовах, тобто знайомий з основами фонетики, транскрипції, наголосами цих мов. Це дасть йому можливість запам'ятовувати іноземні слова і правильно їх вимовляти, говорячи впевнено і вільно, ніби ділячись своїми знаннями, своїми почуттями.

Неприпустимо спотворювати прізвища всім відомих виконавців та допускати помилки при вимові музичних термінів.

Разом з тим не слід ускладнювати повідомлення багатозначними повтореннями одних і тих самих імен і звань (чим захоплюється багато ведучих), але завжди коротко і точно повідомити все, що треба знати про твір, його автора і виконавця.

Ведучий мусить мати гарну пам'ять, вільно оголошувати назви музичних і літературних творів, імена їх авторів та виконавців.

#### **Ось кілька порад:**

– Тільки практика і робота над собою навчать добре говорити і передавати свої пізнання іншим.

– Виступай, продумавши тему розмови, а не тільки запам'ятовуючи фрази. Говори жваво і тільки про те, що сам добре зрозумів і в чому переконаний. Тільки тоді тобі повірять.

– Коли говориш, пам'ятай тему і не відходь від неї далеко.

– Говори простими словами, забувши про маловідомі, які ти спеціально вивчив.

– Ніколи не говори надто довго, це втомлює.

– Не кричи. Крикливий голос швидко стомлює і неприємно діє на слух. Володій своїм голосом.

Ці прості, розумні поради корисно знати ведучому.

На сцені чи в телеєфірі вимушена, штучна посмішка погано виглядає. Заважають глядачеві і зайві жести ведучого, особливо нічим не обґрунтовані штампи: похитування голо-

вою, поскикування плечем і т. д. Все це створює враження, що ведучому не по собі, незручно сидіти, що він соромиться, невпевнено веде передачу. Це зовсім не означає, що ведучий весь час повинен залишатися нерухомим – це неприродно і нудно. Але кожен його жест має бути доречний і виправданий.

**Пластика** ведучого, його хода, поза, жест – усі ці компоненти фізичної поведінки надзвичайно важливі для його творчого стилю, бо визначають смак, культуру, рівень професіоналізму. Пластика, як і мовлення, вимагає поєднання природності й виразності дії. Ведучий має триматися вільно і просто, уникаючи при цьому як скутості, так і недбалості. Хода має бути красива, легка. Якщо сцена велика, не варто виходити на центр, а краще зупинитися за два-три метри від порталних лаштунків. Виходити ведучому під час концерту краще щоразу з одних і тих же лаштунків. Тоді глядач вважатиме, що там його робоче місце. Ведучий повинен відчувати реакції глядачів на ту чи іншу його інформацію, оголошення.

**Костюм** ведучого – урочистий і водночас стриманий, модний, але відповідно до його віку; елегантний, але без підкресленої вишуканості. Звичайно, це темний піджачний костюм. Якщо ведучий – жінка, для неї краще підійде сукня суворого крою і стриманих кольорів двох-трьох тонів. Навіть літньої пори варто уникати строкатості – вона не сценічна. Довжина сукні залежить від моди, віку, фігури і характеру концерту. Уявіть собі концерт народної пісні чи романсу, а ведуча одягнена в претензійне «міні». Їй слід пам'ятати, що вона – господиня вечора, яка представляє своїх гостей. А гарна господиня завжди одягнеться скромніше і стриманіше, ніж її гості.

«Скромніше і стриманіше» – аж ніяк не означає «дешевше». Сьогодні професія ведучого, а особливо жінки-ведучої, вважається «дорогою» професією: сценічний одяг, зачіска, макіяж... Ведучі великих сцен, відомих телевізійних проєктів користуються послугами модних бутиків, салонів краси. Все відбувається на правах реклами, і це організують відповідні служби.

Що робити ведучій, яка працює, наприклад, у сучасній установі культури, дуже часто веде концерти, а на пошиття для неї гідного сценічного одягу майже завжди не вистачає коштів? Адже глядачам нецікаво бачити її в одній і тій самій сукні, навіть дуже гарній. На допомогу прийде власна фантазія: сукню можна доповнити шаллю, біжутерією.

Концерти ж народної музики вимагають для сукні ведучої елементів народного строю, бо одяг не повинен зливатися з одягом колективу чи окремого виконавця. У цьому разі його можна зробити стилізованим.

Ведуча має особисто подбати, щоб у її гардеробі були костюми (сукні) для урочистих концертів з нагоди відзначення державних та пам'ятних дат, для концертів класичної музики, народної музики, творчих вечорів. Варто мати утеплений сценічний одяг і для заходів з елементами театралізації, що відбуваються на відкритих сценах холодної пори року.

Якщо ви справді прагнете виглядати на сцені модно, стильно і все це – за невеликі кошти, знайдіть можливість скористатися порадами і секретами модельєрів або театральних художників. Адже світло **софітів** здатне «загубити» на сцені сукню з бутіку, і в той же час виграшно «подати» власно сфантазовану.

Ще одна важлива якість, якою мусить володіти ведучий, – це гарні **організаторські здібності**. Адже ведучому доводиться не тільки анонсувати, але й стежити за хронометражем і часто коригувати тривалість концерту, передачі, спілкуватися з виконавцями, режисерами, операторами й ін., швидко знаходити вихід із складних ситуацій. Для цього потрібні велика зібраність і увага, чіткість у роботі та оперативність.

І ведучий, і конферансьє повинен уміти поєднувати обов'язки редактора й режисера концерту (мистецького заходу), адже далеко не завжди при підготовці програми присутні редакторська і режисерська служби, які дбають про злагоджене функціонування всіх компонентів концерту. За відсутності таких служб від конферансьє і ведучого залежать остаточний план (програма) концерту, успішне його здійснення.

**Складання програми концерту** — це пошук оптимальної послідовності різних психологічних установок аудиторії на сприймання певних творів. Розмаїтість, узгодженість, контрастність — ось ті вимоги, з огляду на які тільки й можна досягти найкращого поєднання номерів у програмі концерту.

**Розмаїтість:** навіть однорідні за жанром концертні номери організуються так, що кожен номер помітно відрізняється за формою та змістом.

**Узгодженість.** Є жанри, що не можуть бути поряд у концертній програмі: естрадна пісенька веселого змісту і серйозний фортепіанний твір; як і після прочитання уривка з твору класичної літератури недоречний буде виступ з ексцентричним танцем. У таких випадках саме виступ конферансьє може переорієнтувати глядацьке сприймання.

**Контрастність.** У концерті досить часто необхідно рішуче переключити увагу глядачів з одного номера на інший. Якщо в попередньому номері був високий темпоритм, то його слід або перевищити, або навпаки — вразити глядачів несподівано спокійним, заглибленим виконанням.

Важливим фактором у роботі ведучого є реальна **оцінка власних можливостей**, тобто здатність не захворіти на «зіркову хворобу». В такому разі ведучий не рахується з іншими. Проте він працює в команді, і здатність іти на компроміси сприяє дружній атмосфері.

А головне у професії ведучого — це бажання працювати. Робота ведучого творча, тому якщо йому не подобається вести програму, то іншим не сподобається її слухати. Краще обрати інший напрямок або іншу роботу.

Одне слово, професія ведучого потребує голосу, душі, хорошого настрою та повної самовіддачі.

Було б дуже прикро, якби ви раз і назавжди виробили свою манеру ведення концертів і механічно переносили її з одного в інший, не замислюючись над жанром або над тим, який саме номер належить вам оголосити. Наприклад, іде камерний концерт. Саме слово «камерний» визначає особливості цього концерту. Оголошення мають бути зроблені неголосно, без поспіху, без тіні офіційності, і неприпустимо «декламувати» назви



творів. Спокій, м'якість і простота обов'язкові при веденні будь-якого концерту, а камерного особливо.

Ширше можна користуватися виразними прийомами під час, наприклад, молодіжного концерту.

Кілька слів про те, як виправляти помилки, якщо вони були допущені.

Насамперед треба відзначити, що ведучий допускає помилки тільки тоді, коли він не досить зібраний і уважний, слабо підготувався до концерту чи передачі або не цілком знайомий з питаннями, які в ній порушені. Відомий приклад ведення хорового фестивалю професійною актрисою, яка, навіть не вчитуючись у текст, не замислюючись, замість назви «Весняні животики» оголосила: «Весняні животики». Або ж коли композитор Антоніо Вівальді в одній з ведучих став Антоном, а «Весела кубинка» – «Веселою кобилкою».

В усякому разі, якщо допущені помилки, то їх слід виправити. Часто слово, сказане неправильно, тут же правильно повторюють і продовжують далі. Але не завжди досить обмежитися повторенням. Сказане легко, побіжно «вибачте», «пробачте» доброзичливо сприймає глядач, і воно допомагає виправити помилку.

Але якщо допущено серйозну помилку, яка спотворює сенс усього речення, а іноді й усєї передачі, то не можна обмежуватися швидкою поправкою або вибаченням. Треба передати правильний зміст усього речення, в якому зроблена помилка.

Помилку в наголосі також треба виправити, повторивши слово. Слухач не прощає спотворень у рідній мові.

Починаючи з першого виходу на сцену, слід привчати себе до специфіки роботи: не розсіюватися, не відволікатися, приділяти хвилювання і тривожні думки. У цьому допоможе сама творча робота ведучого. Якщо заглибитися в її зміст, зосередити на ньому свою увагу, то все інше, що заважало і непокоїло, відійде на другий план.

Як про це вже йшлося, до основного завдання конферансу входить уміння об'єднати різнохарактерні номери в єдине ціле, встановити живе спілкування між артистами і глядачами.

По ходу своїх виступів конферансьє може і не співати куплетів, не виконувати пародій, не показувати фокусів тощо, а виступати як «традиційний» конферансьє, розмовляти з аудиторією. Тобто вести концерт, правильніше, вести «глядачів по концерту». При цьому головне завдання – не просто розважати глядачів, а примушувати їх думати. Як казав російський конферансьє **Олег Мілявський**, «я працюю в Міністерстві культури, а не в міністерстві розваг». Утворилася між двома номерами пауза – вийди і заповни її, зроби це вміло, тактовно. Артист має встановлювати контакт із залом, що само по собі вимагає великої майстерності. Конферансьє має дійсно вести програму, перебувати, так би мовити, в ній самій, говорити не тільки з глядачами, а й з артистами, миттєво реагувати на все, що відбувається в залі. І найголовніше, конферансьє не має бути вульгарний, нахабний, а інтелігентний, що виявляється в усьому – зовнішності, манері розмовляти, навіть у словниковому запасі. Конферансьє завжди повинен об'єднувати глядацьку залу зі сценою.

У багатьох своїх працях вітчизняні і зарубіжні фахівці подають поради, рекомендації стосовно того, як збільшити довіру слухачів до слова, мовленого ведучим. **Узагальнюючі ці поради та поєднавши їх з досвідом ведення концертів, сформулюймо їх так:**

– Довіра збільшується, коли ведучого добре представляють. Оскільки ведучий, як правило, представляє себе сам, то йому слід подумати над формами своєї презентації. У психології існує правило: добре представлення може компенсувати не зовсім вдалий виступ.

– Ведучий не може виникати нізвідки, він повинен створювати свій авторитет попередньою щоденною активністю. Ведучий, якому довіряють, – це фахівець з великим життєвим і професійним досвідом. Недарма зарубіжні інформаційні теле- та радіопроекти (CNN, BBC й інші) ведуть **модератори** середнього і старшого віку, молоді серед них немає. Наявність досвіду є необхідною умовою діяльності, оскільки він тісно пов'язаний із професіоналізмом ведучих. Жодним іншим чинником – ані приємним голосом, ані невимушеною

манерою ведення програми, ані грамотним мовленням – не можна компенсувати відсутність знань, умінь і навичок.

– Статус ведучого. Мається на увазі те, що до роботи на сцені ведучий має обов'язково подбати про свій авторитет, спробувати себе в інших творчих професіях. Для нього таким необхідним етапом розвитку повинна стати робота сценаристом, режисером концертів.

– Вдалих виступ ведучого, вдале ведення програми завжди мусять мати чітко спрямований характер. Потрібно працювати, точно знаючи свою аудиторію, її особливості, характерні риси, потреби, запити тощо.

– Важливу роль відіграють вік, стать, освіта ведучого. Неоціненне значення мають голосові дані, тембральна й інтонаційна забарвленість мовлення ведучого. Це ті чинники, які сприяють зближенню ведучого зі слухачами, глядачами.

– Легше встановлювати зв'язок з аудиторією, включаючи до своєї мови елементи, за якими криється згода із слухачами. Це можуть бути як певні слова-зв'язки, так і інтонаційні виділення певних слів у фразі. Такі елементи легко віднайти, і вони зрозумілі, коли ведучий достеменно знає про соціальне походження слухачів, їхні вік, інтереси.

Загалом спеціальні здібності проявляються і розвиваються тільки в діяльності.

Для оголошення кожного концертного номера необхідно скласти текст, адже ведучі нерідко опиняються в складній ситуації: як оголошувати колективи, окремих виконавців, як поводитися в разі виконання «на біс» і т. п.

Послідовність оголошення творів, виконавців, авторів має низку загальних правил. Але залежно від конкретних особливостей концерту існують свої «якщо».

**Якщо** це тематичний концерт, присвячений, скажімо, творчості певного композитора, то першою оголошують назву твору, бо ім'я автора вже відоме, а виконавцям належить у цьому концерті хоч і важлива, але не головна роль.

**Якщо** це творчий вечір поета-пісняра, то оголошують тільки назви творів і композиторів. Якщо навіть когось із виконавців замінити іншим, – тема концерту лишиться тією ж.

**Якщо** серед учасників такого концерту є відомі виконавці сольних номерів, то перед виходом кожного такого соліста на сцену потрібно спочатку представити його і лише після цього назвати твір чи номер.

**Якщо** в концерті виконується популярний твір, сама назва якого вже викликає оплески, оголосити його краще наприкінці фрази, щоб не «втопити» прізвище актора в гучних оплесках.

**Якщо** в концерті актор виступає з кількома номерами, то ведучий повинен подбати про різні форми оголошення виступу цього виконавця. Наприклад, якщо виконавець ще не досить популярний, але виступає з відомим і улюбленим репертуаром, можна оголосити перший номер інструменталіста так: «Вітторіо Монті. “Чардаш”. Виконує лауреат всеукраїнських конкурсів Ярослав Бибик». Виконавця зустрічають оплесками, що відносяться тільки до оголошеного популярного твору, але ці оплески дозволять скрипалеві відчувати доброзичливе ставлення зали і до його виступу.

**Якщо** ж виконавець відомий і відчувається прихильність аудиторії (а це ведучий мусить знати), то краще спочатку оголосити ім'я актора. Той вийде, уклінно подякує глядачам за теплий прийом і займе своє місце біля мікрофона. Після цього ведучий оголошує перший номер виконавця.

**Якщо** оголошують виступ читця, не варто відокремлювати ім'я актора й назву твору, який він читає. Навіть якщо читець виконуватиме два твори, оголосити перший слід одночасно з прізвищем актора: «Уривок з повісті Нечуя-Левицького “Кайдашева сім'я”. Читає студентка Інституту мистецтв Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника Мар'яна Заклінська». Другий номер, звичайно, оголошують без повторення прізвища виконавця: «Тарас Мельничук. Поезія “Осанна”».

**Якщо** ви працюєте на відкритій сцені, то, оголосивши, наприклад, хорівий колектив, слід почекати, поки він вибудується на сцені, і лише тоді оголосити керівника. А вже сам номер чи кілька номерів оголошують після того, як диригент «дасть згоду» ведучому поглядом або кивком голови, мовляв – «ми готові».

**Якщо** ведучий – перед завісою на авансцені, а за лаштунками вже готовий до виступу наступний колектив, то номер можна оголосити так: «На сцені – муніципальний естрадно-симфонічний оркестр міста Івано-Франківська». Пішла завіса. Оплески. Після них – подальший текст: «Художній керівник і диригент – Валерій Чикирис». Невелика пауза. Тут теж можуть бути оплески. «Попурі на теми пісень ансамблю “АББА”». Наступні твори оголошують, природно, без назви колективу, та якщо з оркестром виступатиме вокалістка, то представити її можна так: «Ігор Барах, Ігор Поклад. “Коханий”. Солістка – заслужена артистка України Ольга Молодій».

**Ніколи не називайте імені виконавця після прізвища.** Не можна оголошувати: «Виступає солістка обласної філармонії Шевченко Наталія». Це звучить офіційно.

**Ніколи не перевантажуйте оголошуваний текст зайвими словами.**

**Оголошення прізвищ і регалій.** Відкритим залишається питання оголошення разом із прізвищами звань та посад осіб, провідних фахівців, які часто виступають на відкритті культурно-мистецьких заходів. Адже головне – це людина, а не звання чи посади. У цьому разі слід оголосити першою посаду: «Івано-Франківський міський голова Віктор Анушкевичус», бо ми запрошуємо його як керівника міста. А от щодо запрошення на сцену ще одного посадовця і митця, наприклад Петра Гундера, то слід назвати його прізвище перше, бо далі йде довгий перелік: «директора Івано-Франківського державного музичного училища імені Дениса Січинського, лауреата обласної премії імені Дениса Січинського, заслуженого діяча мистецтв України». У той час, коли Петро Гундер піднімається на сцену, спокійно можна «дооголосити» його посаду і регалії. Це суто технічний прийом.

**Оголошення прізвищ та імен авторів.** Існує твердження, що, наприклад, називаючи автора, не слід додавати ім'я ще й по батькові, бо «ведучий справляє враження такого собі “енциклопедиста”, що демонструє свою ерудицію».

Протягом майже десяти років авторка веде міжнародні та всеукраїнські фестивалі хорової музики, на яких присутні

провідні хормейстери України, композитори. І якщо в залі сидять композитор Юрій Алжнев або хормейстер Олександр Тарасенко, твори яких вона оголошує у загальному переліку, то аж ніяк з поваги не можна оголосити просто – «Алжнев», просто – «Тарасенко». Тому традиційно називає імена взагалі всіх авторів хорових творів, які наперед скрупульозно звіряє з керівниками колективів.

**Якщо ж не дотримуватися «енциклопедичності»,** то називати імена чи й по батькові слід лише в тих випадках, коли прізвища авторів подібні (ми знаємо, наприклад, двох українських композиторів Колесс – Філарета і Миколу, батька і сина).

Або ж **якщо** ви вирішили взагалі не називати імен авторів, то дотримуйтеся цього правила до кінця.

**Оголошення виступу акторів старшого покоління.** Багатьох відомих акторів, уже в літах, на афішах перед прізвищем вказують тільки ім'я, без зазначення по батькові. Тому перш ніж оголосити їх виступ, ведучому слід запитати самого актора, як представити його: вказати тільки ім'я і прізвище, чи ім'я й по батькові, чи тільки почесне звання, ім'я і прізвище. Багато важить і вік ведучого. Буде некоректно, коли двадцятилітній ведучий оголосить відомого виконавця, не назвавши імені й по батькові. Отже, порадившись з акторами, виберіть один із варіантів: «Народна артистка України Христина Павлівна Фіцалович», «Народна артистка України Христина Фіцалович». Варіант – «Народна артистка України Фіцалович» не придатний у жодному разі.

**Ведення конкурсів і фестивалів.** Існує різниця в оголошеннях виконавців на конкурсі і на фестивалі. Адже конкурс – це творче змагання, а фестиваль – масове свято, на якому демонструють досягнення певного виду мистецтва. Тож на конкурсі оголошувати колективи, зачитувати про них інформацію треба по-діловому, стримано, не виявляючи до когось із виконавців особистої симпатії, не затаюючи темпоритму. Ведучий повинен допомагати журі і слідкувати за залом, в якій глядачі протягом конкурсного дня доволі часто мігрують, щоб виконання творів не супроводжувалося оплесками

чи дзвінками стільникових телефонів. На фестивалі колективи чи анонси про виконавців оголошують урочистіше, повільніше.

**Паузи в концерті.** У концерті паузи, звичайно, виникають випадково. Під час гала-концерту дитячому колективу вручили величезний торт. Коли діти зійшли зі сцени і ведуча оголошувала наступний колектив, то в залі почали сміятись. Виявляється, у цей час за її спиною прибиральниця віником почала змітати шматочки торта, що впали на підлогу. Після паузи ведуча механічно сказала: «Заміж я вже не вийду» (згідно з українським повір'ям, коли обмітають віником, то дівчина заміж не вийде). У залі залунав ще більший сміх. Але з «формату» ведення ця репліка не вийшла, бо на гала-концерті завжди панує дружня і тепла атмосфера. До речі, такі репліки під час випадкової паузи можуть раптом повному відкрити для глядачів ведучого: його почуття гумору, рівень інтелекту, освіченості тощо. Тобто викликати симпатію, або ж навпаки. Одне неграмотно мовлене слово, плутанина в іменах виконавців, авторів творів автоматично занижують професійний рівень усього заходу. Ведучий – це як упаковка для подарунка. Подарунок може бути не дуже цінний, але важливо вміти його подати.

**Якщо** актор після оголошення його виступу не відразу з'являється на сцені, затримавшись за лаштунками, виникає так звана самопауза, «накладка», що справляє на глядача негативне враження. Коли затримується ведучий, щоб оголосити наступний номер актора, який уже виконав один твір, ніяковість відчувають і глядачі, і сам виконавець. Такого роду паузи – очевидна вада концерту. Вони свідчать про недостатність досвіду в його організаторів і в першу чергу у ведучого.

Але існують паузи й іншого роду – **спеціальні**: коли треба «перемкнути» увагу, допомогти глядачеві перейти з одного виду мистецтва на інший. Тут не варто поспішати з оголошенням наступного номера. Глядачі повинні «впорядкувати» у своїй уяві, емоційній «скарбничці» образи, думки і почуття, викликані попереднім номером. Паузи під час оголошення ведучого теж допомагають переорієнтувати настрій глядачів.

Та бувають ще й **вимушені паузи**, не передбачені режисерським задумом. Наприклад, раптово затримується вихід на сцену одного з виконавців чи взагалі програма концерту виявляється в останній момент скороченою. Виникає ситуація, коли, як кажуть, треба «потягнути концерт». У цьому випадку вихід ведучого для оголошення наступного номера має бути стриманий, уповільнений. Створюються своєрідні паузи, але вони своєю тривалістю не повинні викликати відчуття умисної затримки.

Зустрічаються й такі випадки, коли програма концерту надто перевантажена. Її варто «стиснути», прискорюючи ритм оголошень і переходів від номера до номера.

**Ведучий повинен з'являтися щоразу із-за одних і тих же лаштунків.** Можна і навпаки – щоразу з різних. У цьому випадку створюється образ ведучого, який усюди встигає, скрізь потрібен, без нього не обійтись. Але такий образ більше підходить для «легкого», збірного естрадного концерту. Або ж для конференсьє.

**Оплески «на біс».** Коли виконавця, який закінчив свій основний виступ, викликають оплесками «на біс», то ведучий своєю появою під час оплесків поглядом, жестом ніби підтримує настрій глядачів. У цьому випадку він стоїть ледь позаду лінії виходу виконавця і неподалік від лаштунків.

**Якщо** концерт надто затягується і часу «на біс» лишається мало, ведучий надає можливість самій залі і виконавцеві розв'язати питання про повторення. У ситуації, коли без повторення не обійтись (оплески не вщухають), ведучий рішуче виходить для оголошення номера «на біс». Такий вихід глядачі сприймають як його «капітуляцію», і він супроводжується новими, ще більшими оплесками. Коли ж таке повторення неможливе – у програмі ще виступ не менш популярних виконавців, то артист, якого викликають «на біс», повинен рішуче зійти зі сцени, а вже ведучому доведеться вступити в «єдиноборство» з глядачами.

**Якщо** вже перестав виходити на оплески улюблений виконавець, а оплески в залі не вщухають, тоді ведучий упевнено виходить на сцену й оголошує наступний номер. Та інколи

трапляється, що глядачі, всупереч ведучому, з новою силою починають викликати виконавця. Тоді ведучий запрошує артиста на поклін. Артист з'являється і розкланюється, ніби підкреслюючи цим: «Дякую, шановні глядачі, але я більше виступати не можу, я прощаюся з вами», – і зникає за лаштунками. Після цього ведучий відразу оголошує наступний номер. Іноді такі «двобой» із залом тривають кілька хвилин, і якщо задовольнити бажання глядачів неможливо, доводиться вдаватися до спеціального оголошення, як, наприклад, у випадку: «Вибачте, у колективу за годину поїзд» (це було насправді, коли чоловічу хорову капелу ім. Ревуцького ніяк не хотіли відпускати зі сцени під час гала-концерту). В такій ситуації ведучий має виявити твердість, розпорядливість, а водночас – коректність і приязне ставлення до глядачів. Тут не можна губитися, але не варто й сердитися на публіку – це лише зашкодить контактам між залом і сценою.

Ще один момент, характерний для ситуації виклику «на біс». На початку концерту з виконавцем узгоджують твори для виконання «на біс». Та який саме буде найкращий, передбачити важко. Вчора зала була схильна до лірики, а сьогодні віддає перевагу жартові. Отже лірична арія сьогодні для повторного виконання не підходить. Співак (і ведучий) розуміє це лише після основного виступу. Тому ведучий повинен спокійно підійти до соліста і коротко запитати: «Арія Фігаро?» – і соліст, киваючи, відповідає: «Так, звичайно». Але це можливе за умови, коли обидва концертанти мають достатній досвід виступів, обидва відчувають настрій зали і, не змовляючись, відразу ж визначають, що саме варто співакти «на біс». Буває, що намір співака розходиться з думкою ведучого, і тут остаточне рішення приймає актор, а ведучий лише повідомляє про нього глядачам.

**При веденні концерту за участі великої кількості солістів і колективів ведучий має право користуватися інформаційними картками.** Картка має бути сценічна, а не обривком якогось аркуша. Ведучий зобов'язаний заздалегідь підготувати її: із цупкого паперу, невеликого розміру, що нагадує візитку. На кожній з таких карток зазначають основні дані про

номер, прізвища і звання виконавців, авторів, назви творів, назви театрів і оркестрів, де працюють актори, солісти. Картки варто укласти в обкладинку, і якщо порядок номерів у концерті змінюється, картки легко перекласти або вилучити. При оголошенні номера ведучий читає з картки. Краще ось так відверто подивитися в текст, ніж плутатися, похапливо згадувати імена та назви і, зрештою, все зіпсувати. Не варто тільки, читаючи з картки, робити це поспіхом. Зі сцени всі рухи ведучого надто очевидні. І якщо він невпевнений у своїй пам'яті, йому варто відкрито тримати картку в руці перед собою, щоб без зайвих зусиль прочитати написане. Це глядач вибачить скоріше, ніж помилки чи пропуски. Навіть коли ведучий тримає картку в опущеній руці, а йому раптом потрібні якісь дані, він повинен без поспіху, спокійно піднести руку і, не ховаючись від глядачів, уголос прочитати написане.

**Використання у концертах поезії та прози.** Іноді практикується конферанс у віршах. Він надає концертowi урочистого характеру. Вірші для конферансу можуть бути написані спеціально. Але їх можна добирати і з поетичних творів. Як правило, це здійснюють самі ведучі.

Практичний досвід свідчить, що серед ведучих процвітає «мода» на віршовані «підводки». Останнім часом у концертах, особливо аматорського рівня, вони примітивні, підібрані абияк. Використовувати їх слід дозовано, продумано.

«Підводки» до номерів можуть бути і прозові. Мистецькі заходи схожі за побудовою один на один і, здається, «нового велосипеда» вже не придумаєш. Отут і потрібна фантазія ведучого: як «освіжити», що внести нового, як цікаво подати той чи інший матеріал. Прикладом може бути вечір-зустріч з лауреатами Національної премії ім. Т. Шевченка, вихідцями з Прикарпаття, який авторка вела традиційно, вже втретє.

На думку прийшов один цікавий хід, задля якого вона телефонувала до всіх учасників-лауреатів і просила висловити власні думки про значення творчості Тараса Шевченка для української нації.

У результаті перед наданням слова тому чи іншому учасникові зачитувала їх цитату.

Наприклад:

*Ведуча:* «Творчість Тараса Шевченка, яка ввібрала в себе, немов губка, найрадикальніші і найсокровенніші народні прагнення і сподівання, яка виникла з глибин народної історії і народного досвіду – вся спроектована у майбутнє. Вона стала потрібною, мов хліб насущний, прийдешнім поколінням – і вчора, і нині, і вівіки віків. Роман Іваничук».

І глядачі розуміли, хто має вийти на сцену.

*Ведуча (після оплесків):* «Роман Іваничук нагороджений премією у 1985 році за романи «Вода з каменю» та «Четвертий вимір». Романи Івановичу, запрошуємо Вас до слова».

**Ведення концерту без виходу на сцену.** Ведучий перебуває просто за лаштунками або у спеціальній радіокабіні, не з'являючись на сцені, й оголошує номери по мікрофону. Це заощаджує час, надаючи концертові динаміки, сучасного звучання.

І насамкінець наведемо вимоги до професії конферансьє, подані в «Тезах практичного виживання». **Конферансьє повинен:**

- *бути актором* – драматичним;
- *бути артистом* – естрадним і цирковим;
- *бути артистом* розмовного жанру – знати мову, якою він говорить, любити її, знати правила вимови і правопису; знати значення слів в обсязі як мінімум тлумачного словника;
- *бути імпровізатором* – виходити з найскладніших ситуацій переможцем, з гумором відобразити будь-яку агресію із зали, завжди бути господарем становища, вміти переконувати, оригінально і легко заповнювати навіть найдовші технічні паузи, організовувати аудиторію і вести її за своєю думкою;
- *мати чітку пам'ять* – миттєво запам'ятовувати великі тексти; пам'ятати особи та костюми, імена та прізвища, події і дати, звання та інші регалії артистів, що виступають у концерті, а також відомих в історії і сьогоднішньому житті політиків, спортсменів, наукових діячів, людей мистецтва і т. д.;
- *бути політиком* – знати історію, поточну політичну обстановку, настрої мас, злободенні питання суспільного життя;

- *мати почуття гумору* – бачити в трагічному – смішне і трагічне – у смішному;
- *мати почуття міри* – не перегинати палиці і не зловживати своїм становищем; забути про себе і особистий успіх;
- *бути психологом* – миттєво відчувати настрій людей, а якщо потрібно, – бути психотерапевтом: допомогти людям переключитися з однієї теми на іншу;
- *бути аналітиком* – уміти сказати багато про що в небагатьох словах;
- *керувати собою* – не дозволяти собі відволікатися від обраної теми або настрою, не дозволяти навколишній обстановці збити себе з пантелику, не дозволяти собі скотитися до рівня шпани на гальорці;
- *вміти керувати залом і ситуацією* – не йти на повіді у глядацької маси, розпаленої і спрямованої у неправильний напрямок;
- *відповідати за свої слова* – нести відповідальність за кожне сказане слово, за кожний жарт, за кожний натяк;
- *бути комунікабельним* – йти назустріч людям, бути легким у спілкуванні, цікавим для співрозмовника;
- *бути екстрасенсом* – уміти передбачити реакцію зали для глядачів і її тривалість, передбачати поведінку артистів у тій чи іншій можливій ситуації – і бути готовим до будь-якого розвитку подій;
- *вміти писати* – писати зв'язки між номерами, власні монологи, сценарії, програми, тексти виступів для інших учасників концерту;
- *знати сценічну техніку* – як працюють механізми сцени, системи звукового і світлового забезпечення концерту, правильно користуватися мікрофоном, мікрофонною стійкою та інше;
- *добре виглядати* – дбати про своє здоров'я, мати здоровий зовнішній вигляд, спортивну поставу, піклуватися про зачіску, бездоганно одягатися, намагатися бути явним і привабливим представником своєї статі;
- *бути сценаристом і режисером* – знати закони сцени і закони окремих жанрів, за необхідності миттєво перебудову-

вати програми концерту, вміти переконувати артистів, що вступають, у правильності та раціональності ухваленого рішення;

– *бути інтелектуалом і поліглотом* – знати те, чого багато хто не знає, але хотів би дізнатися; бути цікавим для людей;

– *щиро любити людей* – любити глядача, артистів і себе.

Якщо хоча б одним із цих талантів артист не володіє, він не зможе бути конферансьє. Якщо ж він здатен на все це, то немає сенсу бути конферансьє...

Ось такий парадокс. І навчити цього – неможливо. Цю науку осягає кожен практично самостійно. Це приходить поступово, не все відразу. Але все це обов'язково прийде, якщо ви справді цього прагнете.

#### Контрольні питання для самостійного опрацювання

1. Роль ведучого в концертній творчості.
2. Еволюція концертної діяльності.
3. Відмінності «академічної» та «ігрової» манери ведення.
4. Інформативна функція ведучого і конферансьє.
5. Інтермедійний і репризний конферанс.
6. Розважальна функція конферансу.
7. Основні жанрові риси сольного конферансу.
8. Форма парного конферансу.
9. Сценічний метод конферансу.
10. Буриме як жанр конферансу.
11. Відмінності у професії конферансьє і ведучого.
12. Спільне у професії конферансьє і ведучого.
13. Співвідношення понять «образ», «маска», «імідж».
14. Структура конферансу.
15. Спосіб налагодження контакту з глядачем.
16. Голос ведучого.
17. Мовлення ведучого.
18. Пластика ведучого.
19. Костюм ведучого.
20. Основні правила ведення концерту.
21. Основні правила складання програми концерту.

22. Правила оголошення (артистів, номерів, колективів).

23. Особливості ведення концерту залежно від темпоритму.

#### Тестові завдання

1. Ведучий має бути цікавий. Тому він повинен смішити публіку:
  - а) обидва твердження правильні;
  - б) перше твердження правильне, друге – неправильне;
  - в) перше твердження неправильне, друге – правильне;
  - г) обидва твердження неправильні.
2. Першим професійним конферансьє вважають:
  - а) Рудольфа Салі;
  - б) Микиту Балієва;
  - в) Костянтина Гібшмана.
3. У парному конферансі:
  - а) конферансьє спілкуються між собою;
  - б) конферансьє, спілкуючись між собою, спілкуються з публікою.
4. Зазвичай конферанс займає близько:
  - а) 20% сценічного часу;
  - б) 30%;
  - в) 40%.
5. Засновники парного конферансу в Україні – це:
  - а) Миров і Дарський;
  - б) Тимошенко і Березін;
  - в) Гершинзон і Говорадо;
  - г) Данилець і Мойсеєнко.
6. Штучний образ, що формується в суспільній або індивідуальній свідомості засобами масової комунікації та психологічного впливу, – це:
  - а) маска;
  - б) імідж;
  - в) сценічний штамп;
  - г) роль.

## 2. ДИКТОР І ВЕДУЧИЙ НА РАДІО

### 2.1. Професія диктора: минуле і сьогодення

Друга половина ХХ сторіччя витворила унікальну професію – диктор. На естрадній сцені існував аналог, який називався конферансьє. Хоча останній міг дозволити собі імпровізації, а от диктор телебачення чи радіо – ніколи. Він говорив задалегідь написані, відредаговані і вивчені фрази. Фактично свобода диктора полягала лише в підборі інтонацій і протяжності паузи.

За радянських часів усе Українське радіо трималося на дикторах. Випуски новин і на Центральному телебаченні, і на Українське телебачення вели лише диктори.

Журналісти були тільки авторами програм, які до слухача доносили диктори – з ідеальною дикцією та культурою мовлення. Диктори були обличчям колишнього державного радіо. Диктор – це **ведучий-оратор**, тобто людина, яка не може видатися неосвіченою з тієї причини, що в неї всі її думки записані на папері. Дикторів можна вважати ведучими-ораторами тому, що вони ретельно дотримуються принципів правильного донесення тексту до слухача. Втім диктори – це не просто оратори, які висловлюють чужі думки. Це актори, які звикли грати. І вони грають. Грають, читаючи новини, анонси програм, прогнози погоди. Вони грають не в емоційність чи переживання подій. Навпаки: вони грають у безособовість. Вони якнайдостовірніше вміли передавати ту «безособовість», що панувала в радянській державі; слова «повідомляємо», «передамо», «буде виконано» були характерні для дикторів. А сучасний слухач хоче, аби з ним говорили як з людиною, а не як з часткою соціального прошарку. Сучасний слухач хоче чути з динаміка радіоприймача людину, а не голос, записаний на автовідповідач.

Звичайно, все це стосується не всіх дикторів, адже диктори, як і люди будь-якої професії, є хороші й погані. Хороший диктор – це як хороший учитель: ти його слухаєш і йому віриш, хай що він читає.

Разом з тим специфіка роботи радіоведучих полягає в тому, що їх поради, статті, нариси і т. п. не читають, а слухають. Коли читаєш газети, то вихоплюєш, звичайно, найважливіше і відкидаєш несуттєве. Це робиться очима. А коли слухаєш, то тут багато чого залежить від звучання кожного слова, від того, як воно сприймається на слух. Якщо при читанні грає роль зорове сприйняття, то при слуханні успіх вирішує слухове сприйняття, звучання того, що передається.

**Володимир Резников**, екс-президент Національної радіокомпанії України, розповів про таке: «Були часи на Українському радіо, коли заборонялося навіть називати прізвища авторів звукових матеріалів, називалися тільки прізвища дикторів. Це була неправильна постановка всієї нашої радіожурналістської справи. Оскільки на підсвідомому рівні в радіожурналістів складалася думка, що їхня робота вторинна, непомітна». Радіожурналісти-інформаційники працювали в умовах тотальної цензури. Вони не могли одночасно змінити характер своєї діяльності.

Посада диктора, тобто людини, яка читає записані думки журналіста, збереглася лише на державному радіо. Комерційні радіостанції не можуть дозволити собі утримувати людей, які не виробляють продукції, а читають чужу. Тому дикторів на державному радіо чимраз менше. На першому каналі Національного радіо вони все ще читають випуски новин у робочі дні щогодини та деякі музичні програми, написані для диктора спеціально для читання. На третьому, мистецькому каналі радіодиктори також знайомлять щогодини з новинами і читають в ефірі оголошення до програм і тексти деяких концертів. На «Промені» дикторів немає.

Нині мовлення на радіо ґрунтується на тому, що інформування громадян повинно здійснюватися на основі довірливого, невимушеного спілкування за принципом – «від себе особисто і для кожного зокрема». Таке мовлення-спілкування переслідує мету встановити якнайтісніший зв'язок з аудиторією. Головну роль у цих процесах відігравав та відіграє ведучий інформаційної програми. Якщо в 90-х роках ХХ століття він готував новини і виголошував їх в ефірі, то перше



десятиліття XXI століття ознаменувалося тим, що ця особа стала головною фігурою, повноправним господарем інформаційної програми. Та, найголовніше, ведучий перетворився на щирого й умілого співрозмовника, друга слухачів. Талановитість, неординарність, комунікабельність, активність, ерудованість, невимушеність, природність, почуття гумору стали визначальними рисами презентатора новин. Слухачі почали асоціювати інформаційні програми з іменами ведучих, які відповідали означеним характеристикам. Персоніфікованість інформаційних передач є, безперечно, надзвичайно вагомим здобутком сучасного мовлення. Це дозволило сформувати атмосферу відкритості, щирості і довірливості під час презентації новин.

Унаслідок суспільно-політичних трансформацій кінця XX – початку XXI століть змінювалося не лише радіомовлення як складник засобів масової комунікації. Українські громадяни також пройшли еволюційний шлях розвитку. Приміром, у 70-ті та в першій половині 80-х років минулого століття громадськість задовольняла свої інформаційні потреби завдяки офіційним дикторським повідомленням програми «Время», що їх виголошували відомі московські диктори **Ігор Кирилов**, **Ганна Шатилова**, **Євген Кочергін** та інші. Крім того, інформацію про події в СРСР та Україні можна було отримати з програми «Актуальна камера» на каналі УТ-1, першої програми Всесоюзного радіо та українських випусків «Останніх вістей» у його межах. Але перебудовчий період, перші роки періоду незалежності спричинили відчутний інформаційний голод, що пояснювався зростанням громадянської активності людей, їхнім бажанням брати безпосередню участь у суспільно-політичному житті держави.

Подальший розвиток незалежної України лише розширив право людей отримувати об'єктивну й неупереджену інформацію про події в державі та поза її межами. Слухачка аудиторія прагнула скористатися правом діставати якісну інформацію від фахових її презентаторів. З'явилася нагальна потреба в особі ведучого програми, який би являв собою господаря прямоєфірної передачі.

Активне втручання журналістів у творчо-виробничий процес ведення програм новин **Віктор Миронченко** пояснював тим, що це втручання викликане передусім прагненням подолати бар'єр, що відділяє редакцію від студії в так званому «класичному» радіомовленні, де панує принцип: журналісти пишуть, а диктори читають. Науковець привертає увагу до того, що диктор не відчуває особистого зацікавлення у текстах – він читає все, що йому дають, і читає з тією офіційною інтонацією, яку виробив за роки роботи. На його думку, в таке ж становище потрапляє і редактор радіо, який пише текст для диктора. Він теж пише текст без особливого старання – адже його імені не називатимуть. Отже, в класичному радіомовленні, зауважує дослідник, на шляху інформації панує знеособлення.

У 1987 році в інформаційному радіомовленні з'явилися великі (блочні) випуски новин – інформаційні програми. Від початку 1988-го радіо працювало за новою сіткою мовлення. Інформаційні програми почали вести журналісти. Спочатку свої сили у веденні пробували всі охочі. Переслідувалася мета – довести, що за журналістським веденням програм майбутнє інформаційної радіожурналістики.

Радіоведучі часто намагаються «зіграти» певний образ, виразно продекламувати вірші. Однак у всьому цьому має бути дотримано почуття суворої міри. Треба пам'ятати слова, часто повторювані російським оперним співаком Ф. Шаляпіним: «У мистецтві “трохи” це – все». Треба грати, але не перегравати, декламувати, але не виходити із загального стилю передачі.

Зближує радіо зі слухачами, доносить до слухача розуміння того, що перед мікрофоном – жива людина, яка абсолютно переконана в тому, про що говорить, модераторський метод ведення програми. Один із керівників чехословацького радіо Ян Тосецкі слушно зауважив, що модератор, ведучий є найвимогливішою професією на радіо, оскільки його першорядне завдання – встановити максимальний рівень довіри зі слухачами. Модератор не може (не повинен) тільки тлумачити думки інших людей. Він мусить відпрацювати свій погляд і

критерій до кожної передачі, настільки працювати над передачею, щоб вона стала «його передачею», але втілена, підготовлена, безперечно, за участі членів творчого колективу. Тільки за таких умов можливо, щоб зростали особистості на радіо.

Саме цим обумовлюється визначення критеріїв відбору відповідних фахівців. Ідеться про те, що модераторами стати неможливо, модераторами лише народжуються. Існують сталі чинники, яких неможливо навчитися, наприклад голосові дані (забарвлення), не в кожного є приемний мікрофонний голос – цей основний на радіо феномен. Якщо такий важливий критерій – наявність приемного мікрофонного голосу вважався необхідною умовою допуску ведучих до роботи в прямому ефірі Українського радіо наприкінці 70-х і впродовж 80-х років ХХ століття, то в 90-ті цей критерій добору знівельовано – до роботи в прямому ефірі залучали журналістів, голосові дані яких не відрізнялися приемністю, що стало однією з багатьох причин зниження якості новинного мовлення.

Ведучий програми на радіо – це особа, через яку слухач сприймає все, що йому повідомляють: знайомлять з прогнозом погоди, з останніми новинами, розказують про події мистецького життя, спорт, озвучують листи слухачів тощо.

Сучасний ведучий на радіо – це уособлення і творчої групи програми, і певних ідей, і певного способу життя, мислення, світогляду. Для слухача ведучий радіопрограми – це узагальнений образ представників певного прошарку населення, вікової чи соціальної групи. Тож відбір ведучого програми відбувається на підставі досліджень складу аудиторії і зважаючи на попередню спрямованість радіопроєкту на конкретного слухача. Різні аудиторії хочуть чути «свого» ведучого – людину, яка уособлює їхні погляди й переконання. Ведучий з «чужого» середовища не приживеться не у «своєї» аудиторії, в кращому разі він переорієнтує радіопроєкт на «свого» слухача. Музичний формат кожної радіостанції передбачає й певний формат ведення ефіру.

Для радіоведучого існує одне правило, яке діє завжди: будь самим собою. А саме це зробити найскладніше. Часто радіоведучі забагато грають перед своєю аудиторією, хизу-

ються своїми знаннями, виконують ролі «веселунчиків», нігілістів, розумників, учителів, батьків. Але слухачеві в більшості випадків це не потрібно. Слухач чекає простої людської розмови.

У роботі радіоведучого, радіожурналіста головне не те, наскільки багато він знає, а в якому обсязі він уміє використовувати на практиці все те, що знає. Журналістові, ведучому завжди треба знати багато, спробувати самому, аби потрібної миті природна кмітливість мала підпору в міцних знаннях.

Ведучий на радіо – це особа, якій слухач довіряє (принаймні в ідеалі повинен довіряти), адже на довірі ґрунтуються будь-які нормальні людські стосунки і перш за все – розуміння, розуміння як процес і як емоція. Тож ведучий на радіо обов'язково має бути людиною емоційною, аби слухач цю емоційність відчував і реагував на неї своїми емоціями. Тільки тоді між радіоведучим і слухачем справді відбувається контакт, коли для аудиторії голос ведучого – не просто тембр і дикція, а й думки, ідеї, відчуття, тобто особистість.

Постає й інша проблема: далеко не кожна людина є особистістю. Тобто кожен має особистісний потенціал, але далеко не всі його реалізували чи реалізують. Для самореалізації потрібні певні умови, і, як правило, це достатня освіта, ерудованість, швидка реакція, почуття гумору, а також – що дуже важливо – вміння слухати, чути й розуміти інших, бути носієм певних ідей і думок.

Між ведучим на радіо, його характером та ідеями, які він висловлює, обов'язково має бути відповідність із тим, яка соціальна група є його аудиторією. Очевидно, що представники кожного соціального характеру (представники певних груп аудиторії) вимагають певного ведучого радіопрограми: селяни й робітники рідко чують і сприймають те, що їм говорить ведуча каналу духовного відродження Українського радіо «Культура» **Світлана Артеменко** в авторській програмі «Духовна музика», основу якої становлять шедеври українського та зарубіжного хорового мистецтва в найкращій виконавській інтерпретації. Так само, як не розуміють її представники юного покоління, зорієнтовані на європейську альтернативу в способі життя і музиці. Зате шкільні викладачі

гуманітарних наук, лікарі, бібліотекарі та білетерки драматичних і оперних театрів схиляються перед панею Світланою, справді чудовою радіоведучою, людиною, яка добре знає свою справу і знається на музиці.

Отже, кожна слухацька група, представники кожного соціального характеру потребують «свого» радіоведучого – зрозумілого, доступного й гідного тієї групи, для якої він працює. Слухач і ведучий мають говорити однією мовою. Інакше не буде розуміння, не буде довіри, не буде належних емоцій, не буде контакту. Ведучий – це людина, з якою слухачеві хочеться поговорити. Слухач віритиме тільки тому, кого вважає виразником своїх думок і своїх почуттів. Тому так важливо для радіоведучого чітко знати, для кого він працює, уявляти собі людей, які його слухають, їхній побут, їхніх друзів, батьків. Добрий ведучий бачить перед собою свого слухача – узагальнену особистість своєї слухацької групи, – до якого звертається, з яким радиться і з яким ділиться своїми знаннями, почуттями й переживаннями. До того ж хороший ведучий ніколи не намагається повчати слухачів – це найлегший спосіб відштовхнути слухачів і колег – ніхто ж не любить, коли його вчать. Поганий ведучий бачить тільки себе і працює тільки для себе; його не цікавить аудиторія, він милується власною персоною, тішиться, що його самого в усій красі й блиску його розуму, дикції й інших якостей можуть чути інші. Він працює за принципом: «На кожен товар є покупець».

Кожен радіоведучий виходить на контакт зі своїм слухачем по-різному.

**Ведучий-господар** – це людина, яка все знає, але ніколи не хизується своїми знаннями; це інтелектуал, який ніколи не демонструє своїх знань без потреби; це порадник, який вчасно порадить; це ерудит, який вважає, що немає потреби показувати свою ерудицію; це врівноважена людина, яка добре знає, де й що відбувається, ніколи не панікує, поважає своїх гостей і співрозмовників, а також своїх слухачів; це людина ввічлива, уважна до всіх, яка вміє слухати. Головна ж риса ведучого-господаря полягає в тому, що слухач, почувши його голос, відчувається ніби в гостях у чудового господа-

ря, який знає, що потрібно гостеві для повного задоволення, для того, щоб гість (тобто слухач) досягнув потрібного ведучому стану. У ведучого-господаря приємний голос, він говорить у нормальному темпі, не вдає із себе зайняту людину, яка забігла на кілька хвилин до студії. Такий ведучий відчуває себе і господарем приміщення, з якого він веде ефір або в якому начитує програму в запису, і господарем ситуації. Це людина, від якої віє спокоєм і впевненістю. Бажаними й очікуваними гостями (тобто радіослухачами) відчуваються ті, хто в ефірі натрапив на програми **Ольги Іванової** (програма «Розрада» ТВО «Промінь») або **Ніни Жежери** (програми ТВО «Промінь» та радіо «ЕРА» на «Промені»).

Передача «Розрада» звучала в ефірі Українського радіо 11 років. Її створювали за листами тих, хто відчувається самотнім і нещасливим. Її авторка Ольга Іванова та психологи, яких вона запрошувала до розмови, підтримували дописувачів у важку хвилину їхнього життя, допомагали вийти з кризових ситуацій. Передача збирала велику пошту. Багато хто повідомляв про добрі зміни у своєму житті, на які їх скерувала «Розрада».

Історії, розказані в листах дописувачами, їхній досвід (як позитивний, так і негативний) давали можливість робити певні узагальнення: визначати стратегію подолання труднощів та розв'язання конфліктів, створювати методіку роботи над собою, переосмислювати конкретні життєві ситуації задля вироблення правильного погляду на себе й світ.

Але були слухачі, які прагнули лише співчуття і нічого не робили для свого «одужання». Тому це стало основною причиною для зміни програми Ольги Іванової на іншу – «Сам собі». Нова передача розпочинається слоганом:

Кожен свій подих і кожен свій порух –  
 Ти сам собі приятель, сам собі ворог.  
 Тож ворогу не здавайся без бою –  
 Стань другом собі і злети над собою.

Для **ведучого-повчальника** зазвичай ідеалом є ведучий-господар, але темперамент, виховання, освіта, звички, риси характеру не дозволяють відмовитися від прагнення повчати

всіх і кожного. Ведучий-повчальник вважає себе страшенно розумним і цікавим. Особисті якості такої людини, цілком можливо, корисні для суспільства, колективу, але тільки не для радіослухачів. Він був би гарний ведучий, якби не говорив більше за своїх гостей, не перебивав співрозмовників, не слухав в ефірі тільки себе, не вважав себе найрозумнішим у світі, не думав про себе як про найдосвідченішого журналіста й людину, не був би занадто високої думки про свій характер, розумові здібності й манеру спілкування в ефірі, не заводив би довкола себе численних «учнів», не зневажав би своїх слухачів (ведучий-повчальник ніколи в такому гріху не зізнається, але придивіться: він терпіти не може слухачів, вони йому набридли!)

Інший приклад ведучого-повчальника – це журналіст, який хоче здаватися розумним, але інтелекту й інших потрібних для цього якостей не має. Розумна людина ніколи не звучатиме з ефіру примітивно, якщо вона справді розумна. Слабенький ведучий хоч як розумним прикидатиметься, все одно розумніший не стане.

Цілком природно те, що дорослі люди й молодь хочуть чути з радіоефіру абсолютно різні голоси і чекають абсолютно різного способу спілкування з ними.

Будь-який ведучий повинен уявити тих людей, які для нього важливі, своїх потенційних слухачів. Якщо журналістові це вдається, то його повністю поглине процес передачі інформації. Він дбатиме про те, щоб слухач його зрозумів. І це прагнення буде відчутне у словах, які виникатимуть ніби самі собою. З'явиться повна ілюзія вільної, непідготовленої розповіді. Якщо ведучий хоче мати сталий контакт із слухачем, він, по-перше, повинен мати що сказати, по-друге, вміти це сказати широко, і, по-третє, слова його мають звучати приязно. Ведучий мусить щиро бажати розповісти слухачам те, що він знає. Він має щиросердно прагнути того, щоб слухачі повірили його словам. Ведучий має ставитися до своєї аудиторії доброзичливо й з повагою.

Звичайно, **ідеального ведучого бути не може**, оскільки одна особа не може догодити всім. Аудиторія складається з людей різного віку, соціального стану, вподобань, матеріального

достатку. І для кожної соціальної групи ідеальний ведучий свій, особливий, не такий, як для інших; і члени однієї соціальної групи не будуть слухачами ведучого, чия робота звернена не до них, а до іншого слухача. Хоча є правила, користуватись якими може кожен ведучий, незалежно від того, над якою радіопрограмою він працює. Їх у 1971 році сформулювало для своїх працівників керівництво радіо «Свобода», видавши окремим **«Меморандумом»** 19 січня того ж року:

1. «Текст радіо «Свобода» має демонструвати здатність автора ясно мислити. Аргументи, які він хоче навести на підтвердження своєї точки зору, мають бути прості й зрозумілі і переконливо підводити до остаточного висновку. Логічно побудований виклад дає змогу зробити висновок самому слухачеві.

2. Уникайте складного синтаксису, кучерявого стилю, зловживання епітетами, підрядними реченнями. Пишіть так, як ви говорите – говоріть, а не будьте ораторами. Дуже важливо дотримуватися розмовного стилю.

3. Повторюйте ключові слова, вживайте прості вислови, допомагаючи при цьому слухачеві зрозуміти вас. Забудьте про слово «текст» і замініть його словом «розмова», оскільки ви пишете для слуху, а не для ока.

4. Користуйтеся фразами різної довжини, але в ритмі абзацу. Ритм є важливим. Для збереження правильного на слух ритму викладу доцільно прочитати вголос написане.

5. Ніколи не вважайте, що слухач мав змогу прослухати попередні передачі вашої серії. Кожен текст має бути самостійним. Письменник Г. Беллок сказав: «Спершу я кажу їм, що я хочу їм сказати; потім я кажу їм це; і потім я кажу їм, що я сказав». Хоча це й здається повторенням, але це розумний принцип для радіопередач.

6. У передачі повинна бути мінімальна кількість тем, ідеально – лише одна.

7. У тоні й манері передачі не повинно бути злоби. Дружелюбність – це ключ до взаєморозуміння. Автори мають уявляти себе співрозмовниками в гостях у кожного окремого слухача.

8. Авторам і дикторам треба пам'ятати, що слухачі інтелегентні, як і вони самі, і єдина різниця між тими, хто пише, і тими, хто слухає, в тому, що перші мають доступ до більшої інформації, ніж слухачі.

9. Звертайтеся до одного слухача, найбільше до двох або трьох, але не до натовпу. Не читайте лекцій і не виголошуйте промов.

10. Завжди потрібно брати до уваги, що серед слухачів є люди різних поглядів і переконань: особи з невизначеними політичними поглядами, віруючі, атеїсти і т. п. Слухач не завжди поділяє наші погляди. Автори повинні давати слухачам змогу завдяки тій інформації, яку ми їм повідомляємо, самим робити висновки.

11. Дружелюбність до слухача потребує жвавості. Більшість тем радіо «Свобода» потребує серйозного підходу, і тим не менше варто пам'ятати: якщо це доречно, гумор може поживити розмову і допомогти встановити кращий контакт. Гумор ніколи не має переходити у знуцання.

12. Тексти мають переходити від конкретного до загального».

Отож ведучими, і зокрема на радіо, мають бути всебічно освічені люди, з високою культурою мовлення, приємним голосом, здатністю швидко реагувати на запитання слухачів і нову інформацію, імпровізувати і при цьому точно, послідовно передавати зміст інформації.

## 2.2. Дикторське читання і журналістське ведення

Існування самостійних манер подачі матеріалу – журналістської і дикторської визначає сутність сучасного радіомовлення. Проте диктори в ефірі поступилися місцем авторам програм, і це, безсумнівно, позитивний факт. Журналіст, який сам читає свій текст, має право, та навіть зобов'язаний, говорити від першої особи, висловлювати власну думку, а не думку іншого журналіста чи «лінію партії». Однак є серйозний недолік у читанні своїх текстів самими журналістами: іноді вони читають жакливо. В журналістських колах навіть утвердилася думка, що вкрай недбале читання повідомлень є нор-

мою діяльності ведучих, що подібний стиль додає їм ненав'язливості, простоти у спілкуванні зі слухачами. Але така настанова однозначно хибна, оскільки без добре поставленого голосу, правильного дихання, чіткої артикуляції вільно почуватися у прямому ефірі непросто. Та й диктори ображаються: ми, мовляв, професійні актори, ми, саме ми і тільки ми можемо донести думку автора до слухача, не спотворивши її. Звичайно, в читанні журналістського тексту диктором є перевага: прочитане диктором завжди можна зрозуміти, оскільки диктори читають правильно. Живі, звичайні люди так не розмовляють.

Загалом журналістське ведення і дикторське читання – це абсолютно різні речі. Журналіст має одну безсумнівну перевагу перед диктором. Вона полягає у здатності журналіста значно краще інтерпретувати повідомлення, оскільки він глибше обізнаний із предметом новини. Журналіст, редактор цілком занурений у процес підготовки програми, – часто він сам знаходить необхідне повідомлення в інформаційному потоці, обробляє його, редагує, намагається пов'язати з попереднім і наступним повідомленнями програми. Інакше кажучи, журналіст живе новиною. Диктор же не виконує всієї підготовчої роботи над випуском, уперше бачачи повідомлення тоді, коли редактор приносить його до студії. Тональність дикторського прочитання авторитетна, повчальна. Як зауважує Віктор Миронченко, якщо диктор і знаходить цей тон, голос його звучить не завжди переконливо, бо диктор – це своєрідний актор, що спеціалізується на створенні подоби щирості та переконливості. Радіожурналіст Олена Зелінченко стверджує, що «дикторське подання інформації асоціюється насамперед з офіційним мовленням, коли в ефір іде набір слів, що становлять окремий текст: повідомлення, новину, анонс, погоду тощо. Диктор чітко вимовляє те, що в нього заклали журналісти та кореспонденти».

Сама методика журналістського ведення програм передбачає, що в ефірі повинна працювати людина, яка розбирається в матеріалі, відстежувала подію, про що й збирається розповісти. Диктор отримує матеріал за 15–20 хвилин до ефіру й

читає відсторонено. Вважається, що людина з вулиці простіше та краще сприймає те, про що їй говорить така сама людина, як і вона. А диктора слухач сприймає як машину, що говорить, як театрального актора. Ведучому-журналістові слухач вірить більше, ніж дикторові.

Суто професійну дискусію, кому вести програми – журналістам чи дикторам, перенесли в публічну площину. Показовою є стаття в газеті «Літературна Україна» від 5 травня 1988 року з промовистою назвою «Ефір стає багатоголосим». Цю публікацію побудовано у вигляді діалогу між слухачем (роль виконував Віктор Миронченко) та журналістом (роль виконував Володимир Резников). Стаття певною мірою погамувала пристрасті у протистоянні «журналісти-диктори». Тодішній головний редактор головної редакції інформації Українського радіо Володимир Резников наголосив, що в редакції давно вже помітили відсутність належного контакту з радіо-слухачами, але не наважувались ламати усталені принципи класичного радіомовлення, які диктували вузьку спеціалізацію і жорсткий розподіл праці: журналісти пишуть, диктори зачитують написане. За його словами, при цьому обоє не відчували особливої зацікавленості в підвищенні якості своєї праці. Компромід знайшли в інтегруванні зусиль журналістів і дикторів, що на практиці означало спільне (парне) ведення передач. Таке рішення ухвалили на колегії Держтеле-радіокомітету 29 серпня 1989 року.

Відтоді в центрі уваги журналістів постала пересічна людина зі своїми запитамі й інтересами. Новини подавали оперативно, коротко, чітко. Проміжки між ними заповнювали музикою. Як зазначає газета «Літературна Україна», навіть слухаючи програму мимохідь, ми встигаємо дізнатися про погоду, стан посівів, умови дорожнього руху, ціни на ринку, спортивні новини. Іншими словами, ми ніби заряджаємося інформацією, яка може виявитися корисною протягом дня. Причому (і це дуже важливо) подають її невеликими дозами. Ранкові інформаційні програми проводили найдосвідченіші ведучі – Олександр Ляшко, Микола Козій (до речі, дик-

тори), Людмила Самаєва, Сергій Фісюн, Радислав Чумак, Борис Ракоїд, Едуард Рибальчик й інші.

Ми можемо виокремити дві умовні групи: *диктори-автомати* та *диктори-індивідуалісти*. Диктор-автомат – самовпевнений, виробив для себе прийоми читання, придатні для всіх випадків життя, і читає без роздумів, без аналізу змісту, за заздалегідь затвердженим правилом. А диктор-індивідуаліст усе фарбує у своє «я»; він не змінюється в жодній передачі, він завжди однаковий, усюди несе свою персону. Довго слухати його неможливо – набридне.

**Сформулюймо основні правила в роботі диктора, яких слід дотримуватись і радіожурналістам, які ведуть авторські програми:**

- Погано, коли диктор читає «слова»; завжди треба читати і нести думку.
  - Не забувайте про мету і характер того, про що читаете.
  - Уникайте повчального тону: його не любить слухач.
  - Не слід укрупнювати матеріал; не перенасичуйте його гіперболічними інтонаціями; не читайте кожне слово з великої літери.
  - Не висловлюйте голосом не пережитих почуттів – усе одно це прозвучить фальшиво і не переконає слухача. Набагато важливіше проникнути у проблему, ніж хизуватися гарним голосом.
  - Уникайте байдужості до слухача, але й не зловживайте зайвою «шанобливістю»; все добре в міру.
  - Диктора повинен хвилювати його матеріал, хай який «сухий» він. У спокійного, байдужого диктора – плоскі, порожні інтонації, у нього немає емоційної і «естетичної межі» між політикою і поезією. Він усе читає однаково і бездушньо.
  - Дикторові треба вміти відразу, при швидкому знайомстві з текстом, засвоювати зміст і стиль передачі, щоб узяти правильний тон і правильно прочитати його перед мікрофоном.
- Кожен хороший диктор прагне виробити свою, властиву йому манеру читання, «свій почерк в ефірі». За цим «почерком» його впізнають радіослухачі.

Поняття радіопочерку містить усі особливості, які відрізняють одного диктора від іншого: тембр голосу, дикцію, ма-

неру подачі матеріалу. Іноді диктори побоюються, що, зберігаючи свій індивідуальний радіопочерк, вони можуть «заштампуватися». Такі побоювання марні. Радіопочерк – це не штамп. Штampi з'являються у диктора лише тоді, коли він, заспокоївшись на досягнутому, перестає працювати над собою, над підвищенням своєї творчої майстерності.

Правильному розумінню радіопочерку заважає те, що іноді змішують роботу диктора з роботою актора, намагаючись установити між ними повну схожість. Уміння перевтілюватися потрібне акторові, але що добре актору, не завжди потрібне і корисне дикторові.

Вершиною дикторської майстерності є вміння, завжди залишаючись самим собою, по-різному, залежно від змісту, творчо інтерпретувати найрізноманітніші матеріали.

Одна з головних цілей журналістського методу ведення інформаційних програм – досягти ефекту присутності слухача на події, що відбулася або відбувається у ці хвилини. Певна річ, не кожен журналіст міг виконувати роль ведучого програм, адже за його голосом слухачі хотіли відчувати яскраву творчу особистість, котра якнайприродніше спілкується з аудиторією, викликаючи довіру в слухачів. Але паралельне журналістсько-дикторське ведення інформаційних програм упродовж 1988–1995 років виявило дисонанс, викликаний такою манерою та стилем викладу новин. Цей дисонанс стосувався всіх аспектів програми – змістового, формотворчого, інтонаційного, тембрального, ритмового. Незважаючи на задекларовану інтеграцію творчих зусиль дикторів і журналістів, представники цих професій так і не зробили кроків назустріч один одному. Факт залишається фактом – диктори практично не брали участі в підготовці інформаційних програм, з текстами повідомлень ознайомлювалися безпосередньо перед виходом в ефір, не знали верстки випуску, його особливостей, тобто вони не жили інформаційною програмою. Їх єдина місія полягала в тому, що перед виходом в ефір вони приходили до студії і переглядали ті повідомлення, які їм пропонував ведучий, себто виконували роль пасивного учасника передачі – читця новин. Це не могло не позначитися на якості

програм. Таким чином, невдовзі стала очевидною недоцільність присутності у програмі другої особи – диктора. Сама радійна практика довела марність і штучність інтеграції зусиль ведучих і дикторів.

Стало очевидним, що і журналістика, і дикторство, й акторство – це передусім комунікативні процеси – діалогічні або полілогічні. Як слушно зауважує вітчизняний дослідник радіожурналістики **Василь Лизанчук**, будь-яка радіопередача – це діалог, навіть тоді, коли кореспондент перед мікрофоном сам, без співбесідника. Кореспондент веде діалог зі слухачем. Діалогові властиві такі риси, як оперативність, гнучкість, динамічність, що виявляються в мотивах, особливостях, характері спілкування, обміну інформацією, у миттєвих реакціях на неї – текстах, підтекстах. І від того, наскільки кореспондент уміло веде діалог зі слухачем, наскільки зуміє почути запитання, що виникають у його небаченого і нечутого співбесідника, відповісти на них, протягнути між ним і собою емоційну ниточку, залежить успіх того діалогу, тобто сприйняття радіоматеріалу. Слід зазначити, що коли журналісти хоча б певною мірою вміли протягти цю «емоційну ниточку» між собою та слухачами, то дикторам подібне ніяк не вдавалося.

Унаслідок повної або часткової відсутності протягнутої «емоційної ниточки», слабкої оперативності, динамічності дикторського читання новин в інформаційних програмах був доволі відчутний дисонанс. Він полягав у тім, що тут матеріали подає журналіст, ведучий – і спілкування зі слухачами налагоджене, а ось тут маємо дикторську подачу – і спілкування як такого немає, є лише досконале читання.

Ведучий залишається в ефірі сам на сам зі слухачем, і тепер успішність програми залежить лише від майстерності журналіста, що вів передачу, і творчих працівників, які її готували. Слухачам імпонує манера ведення окремих ведучих, унаслідок чого люди навіть листуються з ними. Влучно підмітив цей тонкий момент Василь Лизанчук: «Цікаві, важливі радіопередачі продовжують жити в розмовах між людьми, переповіданнях. Це – друге середовище їх існування».

Перед ведучими постало питання, як найкраще використати механізми спілкування, щоб інформаційна програма досягла максимального ефекту, – спонукала слухачів до активних дій. Відповідь на це питання на перший погляд проста – успіх програми залежить від уміння говорити в ефірі так, як говориш зі своїм другом. Василь Лизанчук каже про це ось що: «Образність, емоційність, яскравість, точність, діалогічність мови, що звучить по радіо, – неодмінна умова продуктивного спілкування». **Олесь Гоян** вважає, що настроєвий ефект сприйняття інформації залежить від кількох стандартних чинників, серед яких – адресність, акустичність, іронічність, позитивізм, усмішка, довіра, точність та привабливість. Він наголошує, що цих правил варто дотримуватися для організації привабливого розмовного і музичного ефіру, кожний з яких має в результаті спрацювати на інтерактивність станції. Але відразу постає запитання – що означає «привабливий ефір» чи «бути привабливим»? На думку Олесь Гояна, важливо створити так звані атрибутивний звуковий відеоряд, щоб аудиторія спробувала почути й побачити, відчути й уявити того, хто звертається до неї через ефір.

Ведучий інформаційних програм – це один із найперспективніших фахів на радіо. Його перспективність і престижність залежить від розуміння всіма учасниками творчого процесу неприпустимості применшення значення цієї професії, нівелювання яскравих особистісних рис і якостей творчих працівників.

На радіо ще від радянських часів склався стереотип, що ведучий – це такий самий працівник, як і кореспондент, редактор, коментатор. Це хибне уявлення, оскільки саме ведучий презентує роботу творчого колективу. Тому зважаючи на унікальність, виняткову складність, надзвичайну напруженість діяльності ведучого, представник цієї професії потребує всебічної підтримки керівництва радіо і творчого колективу.

Непересічна роль ведучого у творчо-виробничому процесі створення інформаційної програми, його вагома суспільна місія, що полягає у забезпеченні громадян достовірною, об'ек-

тивною інформацією, – безпосередня причетність ведучого до творення іміджу радіо.

Ведучі поставлені в суворі рамки законів інформаційного мовлення, внаслідок чого позбавлені можливостей самовираження. З метою розширення творчості ведучих слід якнайповніше використовувати можливості прямого ефіру. Необхідно відновити такі популярні свого часу прямоефірні діалоги ведучих і кореспондентів, які значною мірою посилюють інтерактивність, динамічність та енергійність новинного мовлення радіо.

По суті 90-ті роки ХХ століття для інформаційного радіомовлення означали постійну, хоч, можливо, і не таку помітну для широкого загалу боротьбу між прихильниками монологічних і діалогічних жанрів, тобто боротьбу між авторитарною і демократичною формами подачі матеріалу.

У сучасному мовленні – як зарубіжному, так і вітчизняному – спостерігається стала тенденція збільшення інтересу до діалогічних жанрів, яка зумовлена поглибленням та поширенням процесів демократизації в усіх сферах суспільного життя.

### 2.3. Діджей та ведучий музичних програм

Діджей – виконавець на дисках, людина, що грає для аудиторії записані на звукових носіях музичні твори, ведучий дискотеки, ведучий музично-інформаційного блоку на радіо.

Діджей на радіо об'єднує функції власне ведучого та оператора ефіру. Він представляє музику. Діджей повинен відчувати настрій публіки і заряджати її позитивними емоціями.

На різних станціях коло обов'язків діджея може суттєво різнитися.

На програмованих музичних станціях його функції зведені до ненав'язливих коментарів між піснями та рекламою; у той же час на станціях інших типів діджей може бути певною мірою редактором ефіру.

Вперше слово «диск-жокей» прозвучало в 1934 році з уст американського коментатора **Волтера Вінчела** (Walter



Winchell). Він застосував цей термін стосовно радіоведучого **Мартіна Блока** (Martin Block), першого діджея, який згодом став зіркою. Пізніше це словосполучення скоротять до звичної нам абревіатури DJ, від якої з'явиться нове похідне словосполучення діджеїнг, тобто робота діджея.

У 40-х роках радіо впливає на клуби, вінілові диски поступово витісняють з клубів і танцювальних майданчиків живих музикантів. На той час у барах США вже давно використовують музичні автомати, які програють платівки. Але техніка не здатна зрозуміти бажання публіки, що танцює, тому для того, щоб вести вечір у нічному клубі, була потрібна людина, яка мала програвати диски. Так закріпилася вакансія диск-жокея у нічних клубах.

Як звукові носії використовують грамплатівки, компакт-диски або ноутбук з використанням різних міді девайсів.

Зведення композицій діджеєм здійснює за допомогою мікшера, при цьому він може змінювати швидкість відтворення на програвачах для «гладкого» переходу, використовувати скретчі й інші звукові ефекти, перетворюючи тим самим свій набір (сет) з композицій інших музикантів на самостійний музичний твір, інакше кажучи – компіляцію. Існує також стиль гри, коли діджеєм імпровізує, граючи кілька композицій одночасно, створюючи ремікси (мешани) на композиції в реальному часі. Кількість діджеїв у світі налічує сотні тисяч, однак справжніх зірок небагато. Щороку складають список 100 найкращих діджеїв світу. Хороший діджеєм – це зовсім не той, у якого хороші грамплатівки, і не той, хто їх уміє зістикувати в «довгу кишку», а той, хто здатний керувати настроєм танцюристів, заводити публіку.

Нині приватне радіо найбільшою мірою приваблює до себе молодіжну аудиторію. Молодь, підлітки хочуть, щоб ведучий радіо програми був для них другом – говорив на близькій їм темі, використовував ті ж, що й вони, слова, не надто відрізнявся від них за віком. До нього можна зателефонувати у прямий ефір, з ним можна поговорити про життя, через нього можна передати привіт мамі, друзі. Проблема в цьому разі полягає в тому, що деякі ведучі є справді друзями

своїм слухачам, а деякі тільки вдають із себе друзів. Лицемірство легко відчуте за принизливими жартами діджея, його зневажливим ставленням до співрозмовника в ефірі, тобто до слухача. **Ведучий-друг** – це звичайна людина. Це той, кого своїм ідеалом вважають підлітки. Але молодь має отримувати якісний радіопродукт – навряд чи хтось зможе заперечити, що радіо є одним із джерел виховання молоді людини. Радіо виховує. Воно привчає до певної музики, до певного стилю мовлення, до певного ритму життя, воно орієнтує смаки і вподобання, розширює й формує світогляд. Зважаючи на все це, треба пам'ятати, що на радіо, особливо приватному, яке зараз найбільше приваблює до себе молодіжну аудиторію, має бути висока культура ведення програм. Це охоплює і культуру мовлення ведучого, і культуру його думки, і його загальну культуру та освіченість. Особливо це важливо тоді, коли ведучий обрав тактику бути самим собою.

У цьому контексті слухними видаються міркування **Севи Новгородцева**, ведучого власної радіограми «Рок-посіви», що виходила в ефір Російської служби Бі-бі-сі протягом 27 років – з 1977-го по 2004-й. Тоді вона була єдиним незалежним джерелом інформації про західну музику, доступним для радянських меломанів, а сам Сева, таким чином, став першим російським диск-жокеєм, родоначальником жанру музичної радіопередачі. «Розумієте, мій радіообраз, – каже він, – звичайно, не співвідноситься з тим способом життя, який я веду. Не можу сказати, що саме таким уявлявся імідж диск-жокея Севи Новгородцева. Хочете – вірте, хочете – ні: ми не ламали голову над створенням радіоперсонажа. Він склався сам собою. Я хотів розповісти молоді правду про рок-музику (зокрема й про радянську), іронізувати, а якщо хочете – відверто сміятися над деякими сторонами російської дійсності, названої “розвиненим соціалізмом”. Робив я це за допомогою фольклору, зібраного під час гастрольних поїздок: колись я працював у Ленінградському джазовому оркестрі і в групі “Добрыє молодцы”. Завжди допомагали й численні листи слухачів. “Севаоборот” (цю розмовну передачу С. Новгородцев вів з 1987 по 2006 рік) допомагають вести Олексій Леонідов та

Леонід Владимиров. Я ніколи не знайомлю керівництво зі сценаріями своїх програм. Я також не узгоджую ні з ким, яких людей мені запрошувати до студії. В Англії завжди треба бути готовим до зауваження шефа: не дратуватися, не ображатися (так поведуться неділові люди), а мати в запасі щось таке, що підніме твої акції, оновить твою справу. Я кажу не лише про радіожурналістику. Тут важливий принцип: ти завжди маєш бути готовий запропонувати щось нове».

Один із найвідоміших українських музичних радіоведучих **Олексій Коган** у різні роки вів програми на радіо «Промінь», «Континент», «Ностальжі», «Супернова», «М'юзик радіо» й «Радіо Ера FM». Він прийшов до джазу завдяки родичеві, який, пропрацювавши все життя простим робітником на заводі «Торгмаш», абсолютно фанатично переписував із «ворожого» «Голосу Америки» передачі «Джазова година», автор яких – найкращий джазовий журналіст світу Вілліс Коновер, що пропрацював на «Голосі» сорок сім років.

Олексій Коган – один з небагатьох відомих людей, хто є особистістю, цікавою для інших людей, хто намагається в інформаційному просторі України відкрити пересічним людям світ джазу.

Лише деякі думки:

«У тому, що ми робимо, немає помпи, пафосу. Все-таки на тлі масової культури, сучасної музики є люди, які хочуть слухати щось інше, і ми працюємо саме для таких людей, для музикантів. Ми цього не приховуємо.

Часом на телебаченні люди, які на джазі не знаються, поставлять якийсь жопкінхор і кажуть, що це джаз... А хтось увімкне ТБ і скаже: “Ой, це джаз? Яке лайно!”» – і вимкне телевізор. Проте в нього в голові вже відклаталося, що джаз – це лайно. Бо він не бачив і не чув того, що є найкращими зразками. Бо за хороші зразки з авторськими правами потрібно платити, а роблять так – аби було. А воно так і виходить, і люди так виховуються. Телебачення і радіо давно стали такими, які не виховують.

Творчості без дисципліни ніколи не буде. Дисципліна без творчості теж неможлива. Все повинно рухатися разом...»

Так вважає Олексій Коган, найвідоміший джазовий популяризатор в Україні.

Його інтонацію впізнаєш із першого слова. Мова не про «золоті», «платинові» чи інші голоси на радіо. Та голос Олексія Когана, зі шляхетно-душевними інтонаціями, може, й не зазвучав би на радіохвилях. Якби не випадок.

Він мав зустрітися з батьком, котрий ніколи в житті не спізнався. А тут – на 15 хвилин! Та коли б цього не сталося, пан Олексій не зустрів би радійника Миколу Амосова, який запропонував працювати на «Промені». Ішов 1991-й. До того Олексій Коган працював на радіо позаштатником. «Я вирішив піти, бо мені було що розповісти», – пригадує пан Олексій.

Власне, було поставлене завдання: зробити так, аби в нас надавали перевагу «Променю» перед московським «Маяком».

Для оновленого «Променя» зібрали порівняно молоду команду, віддану роботі. О. Коган розказував: «Я щасливий, що працював там: з першими прямими ефірами на Українському радіо, різноманітними програмами, талановитими журналістами. Мав “Годину меломана”. І треба віддати належне Миколі Амосову: він перший презентував на Українському радіо програму “25 хвилин джазової музики”.

Це була подія. Особливо після сталінсько-брежнєвської пори “розгинання саксофонів”. Перша ластівка світового джазу в Україні – приїзд 1957 року оркестру Мішеля Леграна з Франції. 1962-го в Києві виступив Бенні Гудмен (до речі, батьки його – з Білої Церкви). Три дні в Києві був Дюк Еллінгтон. Джаз – це дуже серйозно. За любов до нього чимало потерпіло. Слоган був: “От саксофона до ножа – один шаг”. Покійного Анатолія Шпагіна, видатного київського колекціонера, позбавили курсантських погонів лише за автограф Дюка Еллінгтона. Та хіба йому одному долю понівечили?»

На «Промені» Олексієві Когану казали: «Ви пропагуєте американську музику». Хоча насправді він представляв польський, український, французький джаз. І американський, звісно.

«Не вірю в рейтинги – це дитячі ігри дорослих людей. Але мама тішилася: моя програма була дуже популярна. Через

“Промінь” я мав таку аудиторію, про яку інший може тільки мріяти. Колеги-росіяни заздрили. Одержував листи-сповіді обсягом із шкільні зошити. Писали ув’язнені, що ця музика змінює їх, інші писали, що вона врятувала їх від самогубства. Та прикрили мій джаз, нібито як нерейтингову програму. І мене, як і всіх, скоротили (“викинули”) із тодішнього “Променя”. Однак згадую той час із радістю – бо працювалося радісно. Я завжди робив те, що мені подобається».

Потім були «Радіо-Континент», «Ностальгія», інші ФМ-станції. Однак «Промінь» так і не відновив джазової програми. А в багатьох країнах є радіостанції, у програмі яких – лише джаз. Це певний показник рівня культури.

О. Коган не вважає джаз музикою елітарною: «Це музика, яку слухає меншість, а не більшість. А хіба в нас на радіо і телебаченні доступні найкращі зразки народної або класичної музики? Чи маємо вибір? Є 90 відсотків “попси”. Ситуація в українському радіотелепросторі – суцільний дисбаланс. Погано, як багато їжі, а немає води. Чи багато води, а немає їжі. Один німецький журналіст сказав так: “Я не можу зрозуміти: ви такі гарні люди, а Україна – країна організованої некомпетентності”. Це звучить як вирок. Я мріяв про створення власного продукту – гарною мовою, з гарною музикою. Давно назрів час». Українська мова джазових програм Олексія Когана звучить природно, шляхетно й переконливо. І не може бути інакше.

Отож тим, хто прагне оволодіти професією діджея, пропонується **«кандидатський мінімум»** з пізнавального інтернет-журналу «Школа життя», що сприятиме успішній роботі в радіоефірі. Усміхайтесь частіше, усміхайтесь щиро. В ефірі чути вашу усмішку!

### 1. Голос

Голос – це візитна картка будь-якого радіоведучого. Природно, тембр цього голосу не повинен викликати відрази в тих, хто настроїв радіоприймач на улюблену хвилю. Він має бути приємний. Звичайно, в кожного свій смак, зокрема і на голоси, але прокурений, наприклад, голос, як правило, викликає стійку негативну реакцію. Все інше – цілком припус-

тимо: і легка, сексуальна хрипливість, і дівоча дзвінкість, і життєрадісний тенор, баритон і так далі.

### 2. Дикція

Вона однозначно має бути чітка і бездоганна. Ніякої «каші в роті», ніякої шепелявості, гаркавості і нездатності вимовляти деякі літери алфавіту – це суворе правило. До речі, до жорстких табу відноситься і акцент – нехай це буде редукування голосних і закінчень, чи то пак, їх «проковтування», або наспівна мова. Перше, що повинен зробити кожен, хто хоче працювати на радіо – зайнятися «чисткою» та вдосконаленням свого мовного апарату.

### 3. Грамотність

Безграмотна людина взагалі – це трагедія. Безграмотний діджей – це катастрофа, цунамі, ураган Катріна і Великий потоп. І все це в одному флаконі. Правила мови ми всі вчили в школі – хтось засвоїв шкільну програму краще, хтось гірше. Але якщо при написанні слова «вибачте» ви робите як мінімум одну помилку – це вже певним чином вас характеризує. Мова радіоведучого мусить бути грамотна, а ще краще – бездоганна. І крапка. Пам’ятайте: радіо – це засіб масової інформації, а отже, впливає на розуми і почуття. Усвідомлюйте відповідальність.

### 4. Ерудиція

Якщо вам нічого сказати людям – краще йдіть працювати куди-небудь в інше місце. Ведучий на радіо мусить бути освіченою людиною. Не випадково вас найперше попросять пред’явити диплом про вищу освіту. У крайньому разі, ви повинні бути хоча б студентом вишу. Ви мусите багато читати, причому найрізноманітнішу літературу. Ви маєте бути дуже цікава людина. З вами має бути цікаво обговорювати будь-які теми: від способів приготування яєчні до будови Великого адронного колайдера. Ну, гаразд: у всякому разі, ви повинні хоча б бути в курсі, для чого потрібен Великий адронний колайдер. До речі, інформація – це взагалі дуже важливий чинник: ви повинні знати про всі основні події і новини у світі та в країні.

### 5. Почуття гумору

Без нього і в житті погано, а вже в радіоефірі – тим більше. Але й тут є свої пунктики. Ваше почуття гумору має бути щонайменше невинним. Тобто, якщо ви схильні до гумору чорного або до того, що в основному нижче пояса – тут можна процитувати знамениту фразу: «Іноді краще жувати, ніж говорити». Жартувати треба вміти красиво...

### 6. Швидка реакція

Причому не тільки розумова, але й м'язова. Вам доведеться не просто спілкуватися з радіослухачем в ефірі, але й одночасно шукати потрібні пісні (слава Богу, тепер це все робить комп'ютер, але ж і кнопки слід натискати теж лише потрібні!), читати повідомлення з «аськи», які прийшли, есемески, автоматично їх розсортовувати, приймати телефонні дзвінки, смикати «повзунки» на пульті, регулюючи різні рівні звуку. Іноді радіослухачі можуть щось як ляпнути нецензурне – і вам доведеться гідно виходити з незручного становища. До речі, «ляпнути» можете і ви самі.

Отже, як і будь-яка робота, ця теж має свої професійні «примочки» та хитрощі. І якщо вас усе ж таки не полишає думка про те, що одного прекрасного дня ви неодмінно опинитеся в студії, перед вашим носом буде маячити дивовижного розміру мікрофон, а ваші жарти почує щонайменше ціле місто, то скористайтеся цими порадами.

### Контрольні питання для самостійного опрацювання

1. Специфіка роботи радіоведучого.
2. Дикторська манера подачі матеріалу.
3. Персоніфікованість інформаційних радіопередач.
4. Журналістське ведення програм.
5. Радіоведучий і слухачка аудиторія.
6. Основні правила роботи радіоведучого.
7. Поняття радіопочерку.
8. Радіопередача як діалог.
9. Особливості діджеїнгу.
10. Роль радіоведучого у створенні «привабливого ефіру».

### 11. Культура ведення радіопрограм.

#### Тестові завдання

1. Сучасний ведучий – це:
  - а) інтерпретатор;
  - б) модератор;
  - в) коментатор;
  - г) трансформатор.
2. У ведучого бездоганна має бути насамперед:
  - а) зовнішність;
  - б) мова;
  - в) пам'ять;
  - г) пластика.
3. Професіоналізм ведучого – це його:
  - а) приемний голос;
  - б) невимушена манера ведення;
  - в) грамотне мовлення;
  - г) досвід.
4. Сучасному радіомовленню властива:
  - а) персоніфікованість;
  - б) знеособлення.
5. Об'єднує функції ведучого й оператора ефіру:
  - а) диктор;
  - б) журналіст;
  - в) діджей;
  - г) кореспондент;
  - г) редактор.

## 3. ТЕЛЕВЕДУЧИЙ

### 3.1. Ретроспекція і виклики сучасності

Телебачення стало невід'ємною частиною нашого життя. Телетехніка дозволила вести розмову з журналістами інших міст, країн, континентів, бути свідками подій, які відбувають-

ся навіть під час повідомлення про них. Технізація робить можливим «ефект миттєвості».

Першу у світі передачу зображення людини на відстані 20 метрів здійснив син відомого українського поета Павла Грабовського – Б. П. Грабовський. Саме він створив перший телеприймач. Але винахід не був зареєстрований на його ім'я. Один з істориків і теоретиків телебачення колишнього СРСР О. Юровський, ніби виправдовуючи негативне ставлення до відкриття українського винахідника, писав, що це був труд одинака, а в такій країні, як СРСР, мовляв, мають значення тільки колективні досліди. Насправді ж, крім політичних міркувань, пояснення тут таке: телеприймач Грабовського був розрахований на електронний спосіб передавання зображення на відстань, а тогочасна нерозвиненість електронної промисловості не давала змоги швидко реалізувати відкриття.

Першу телепередачу в Києві здійснили в 1939 році. Проте відомий дослідник телебачення України Іван Мащенко у книжці «Телебачення України» назвав і іншу дату, посилаючись на енциклопедичний словник «Українська Радянська Соціалістична Республіка», де у статті «Телебачення і радіомовлення» повідомлено, що телевізійний передавач у Києві почав працювати в 1938-му. Першими передачами Київського телецентру були концерти майстрів мистецтв, у яких брали участь незабутні М. І. Литвиненко-Вольгемут, І. С. Паторжинський, О. А. Петрусенко та інші відомі артисти. Телебачення сприймалося тоді лише як засіб «транспортування» і «тиражування» (хоча й невеликого через обмежені можливості перегляду) творів інших мистецтв. Аудиторія перших трансляцій складалася з кількох десятків власників телеприймачів у Києві. Перервала освоєння можливостей телебачення війна. Київський телецентр був зруйнований.

Регулярне мовлення Київської телестудії почалося у 1952-му. Першими дикторами були Новела Серапіонова та Ольга Даниленко. До речі, один із перших дослідників телебачення у колишньому СРСР **В. Сапак** так писав про побачену на телеекрані О. Даниленко: «Красуня-українка ніби зійшла зі святкового плаката». У лютому 1956 р. кияни побачили перший випуск «Останніх вістей», точніше, почули

– диктор читав з екрана усні повідомлення. Лише через три роки, в 1959-му, в інформаційних випусках з'явився зоровий ряд. Передача новин мала назву «Телевізійний кіножурнал».

Поява першої на українському телеекрані аналітичної передачі пов'язана з приходом у студію журналістів – учорашніх газетярів, працівників радіо. Ставало зрозуміло, що телебачення передусім є засобом масової інформації, тобто полем діяльності нового розділу журналістики. Подібно до відповідних відділів газет і редакцій радіо, на телебаченні створили галузеві редакції.

У 1957 р. стала до ладу і Львівська телестудія. На 700-му році існування міста Лева тут, на верхів'ї гори Високого замку, побудовано телевізійну вежу, а трохи нижче – апаратно-студійний комплекс Львівського телебачення. У квартирах кількох десятків львівських сімей 24 грудня 1957 р. вперше засвітився екран телевізора. Цього зимового вечора з ложі місцевого оперного театру звернулася з привітанням до нечисленних глядачів чарівна жінка – перший диктор Львівського телебачення Стефанія Харчук.

За час існування українського телебачення з блакитних, а згодом і кольорових екранів (1969 р.) українців вітали різні обличчя і голоси. Але були найперші – ті, кого вважали напівбогами, з ким ділилися найпотаємнішими мріями, хто був членом кожної «телевізованої» родини. А вони лише читали новини дня, програму передач, розповідали зміст кінострічки. Ці люди потрапляли в дикторський цех, а згодом деякі з них розкрилися в інших напрямках творчості.

Історія дикторського цеху УТ досить сумна. З 1992 року його не існує як такого. Під час перебудови його здобутки і досвід відкинули. Більшість з них вижила і працює для телеглядача і радіослухача сьогодні.

Озираючись на історію школи українського дикторського мистецтва, слід згадати: О. Даниленко, О. Николаєву, Л. Сергу, А. Васяновича, Т. Чалу, Т. Стратієнко, Т. Цимбал, О. Сафонова та багатьох інших, котрі, можливо, з'являлися на екрані не так часто, але від того були не менш відомі людям.

Тетяна Цимбал на початку 70-х років починала свій творчий шлях з молодіжної редакції на телебаченні, а Тамара

Стратієнко – з дитячої. Вони вели свої програмні дні в прямому ефірі, крім того, їх запрошували ще інші редакції, вони приглядалися до новачків і якщо бачили відповідність своєму задуму, то писали заявку на того чи іншого диктора. Така співпраця допомагала людині знайти те, що більше відповідає її психоемоційній системі, уподобанням, знанням. Водночас до ведучих програм придивлялося керівництво телебачення, автори програм, режисери. У дикторів, прийнятих у штат, був час стверджуватися, була якась гарантія. Їх покоління мало для цього надзвичайно сприятливі умови.

«Сьогодні, наприклад, проводять **кастинг**, – вважає Т. Цимбал, – беруть якусь дівчинку, або хлопчика, дядю, або тьотю – на проект. Закінчується проект – закінчується все. І тільки одиниці залишаються в системі приватних теле- і радіостудій, здобувають професії, імена, а решта виштовхується».

Коли Т. Цимбал прийшла на телебачення, маючи за плечима романо-германську філологію, була зовсім інша система підготовки.

Всеукраїнський конкурс із заміщення вакантних посад зібрав 80 претендентів на місце. Після іспитів-відсівів училися, була системна підготовка фахівців. Під час стажування і коли вже працювали, мали можливість п'ять-десять років без поспіху вдосконалюватися.

Саме так можна виховувати справжнього телевізійного ведучого, професія якого складається з багатьох журналістських телепрофесій.

Що означає ВЕДУЧИЙ? Ведучий чого? Новин? Ток-шоу? Чи коментатор, чи оглядач? Хто конкретно? Роками відбувається становлення творчої особистості!

«Коли я працювала на “Новому каналі”, – розповідає Тетяна Цимбал, – у гостях на нашій програмі була **Ада Миколаївна Роговцева**. Потім вона спитала: “Можна, мої студенти прийдуть до вас на практику?” (Роговцева вела курс в інституті культури і мистецтв). Зрозуміло, в неї боліла душа, адже студенти десь мають набувати практичного досвіду, недарма Райкін казав: “А тепер забудь всё, чему тебя учили в институте”».

Треба вчитися в реальних умовах, в яких ти працюватимеш: на конкретній техніці, з певними людьми, в певному темпоритмі тощо. Я питаю: “А скільки у вас студентів?” Вона: “Тридцять”. Уявляєте? А у нас група була п'ять осіб, ми щодня робили 25 хвилин прямого ефіру. А тут тридцять студентів. Куди? Це штучний товар, із кожним треба працювати окремо, це творча індивідуальність. Є інший погляд: “Приліпиться, не приліпиться”. Хто настирний, хто хоче, хто намагається, хто нічого не шкодує, той, звичайно, буде їсти цей важкий хліб з насолодою.

Іноді відбуваються дуже смішні речі. Чоловік, наприклад, проштовхує на ТБ дружину: або чийсь лаври спокою не дають, або хоче, щоб вона була, так би мовити, його рекламою. Ось і платять за проекти, набувають популярності. Але це не має стосунку до самої суті телебачення».

«Глядачеві цікаво бачити мислячу особистість, а не голову зі скляними очима», – так каже Тетяна Цимбал.

Василь Ілашук також констатує: «На жаль, професія телеведучого зникає, бо їх ніде не готують. Тому зараз є відомі телеведучі, але майже немає професійних. Відсутня школа, яка була раніше. Які кваліфіковані телеведучі були раніше! Як вони знали мову, як досконало володіли нею! Коли я прийшов на телебачення, тоді вимоги до працівників телебачення були дуже високі. Наприклад, дикторів за одну лише помилку в наголосі позбавляли квартальної премії. Суворі вимоги йшли на користь телебаченню, бо його рівень був дуже високий. Виходу в ефір передувала важка, копітка праця, кожних три місяці нас посилали на курси підвищення кваліфікації. Там викладали відомі професори, потім ми склали серйозні іспити. Раніше усунення з ефіру на тиждень за помилку було неймовірним покаранням. Тепер воно вже не діє, адже інші часи. У контракті передбачено, які покарання отримає працівник телебачення за фахові упущення. В основному це фінансові стягнення».

У минулому українське телебачення було складовою частиною всесоюзного (центрального) телебачення і перебувало в його технічному, адміністративному та, особливо, політично-

му підпорядкуванні. Відтак телебачення обслуговувало інтереси комуністичного партапарату. З ухваленням Верховною Радою «Закону про телебачення і радіомовлення», утворенням Державного комітету телебачення і радіомовлення України (Держтелерадіо) і Національної телекомпанії України (НТКУ) Українське телебачення перестало бути додатком до «центрального», а стало цілком самостійною телесистемою.

За короткий час історії телебачення пройшло шлях від чорно-білого до кольорового, від антенного до супутникового. А виникло і на перших порах розвивалося – як засіб зв'язку на замовлення військовиків і, зокрема, розвідки. Ніхто з можновладців не вбачав у телебаченні засобу масової інформації, масової комунікації, що чинитиме інформативний і психологічний вплив на людей.

Телебачення, як і кожний наступний за виникненням засіб масової комунікації, успадкувало від своїх попередників їхні виражальні засоби, що можна поділити на: 1) текстові; 2) звукові; 3) зображувальні; 4) екранні; 5) комп'ютерні.

Від преси ТБ запозичило: розмір шрифту тексту, колір букв і фону (наприклад білі букви на синьому фоні), подачу тексту сторінками, поєднання тексту із зображувальними засобами. На телеекрані вербальна письмова мова присутня і як елементи повідомлень (заставки, титри), і як самостійні тексти (телегазета, телетекст), що з'являються на екрані телевізора і їх при потребі можна вивести на папір принтером, якщо матеріал є на сайті.

Екранні виражальні засоби телебачення запозичило в кіно. Йдеться про монтаж, ракурс, план, кадр, синхронність, відповідність звукового ряду і «картинки».

Та головним засобом спілкування на ТБ є мовлення. Виняток становлять телемости, в яких засобом спілкування є і зображення, і мовлення. Телебачення передає усну мову природно. Тому істинне відродження усної мови пов'язане саме з телебаченням. Існує соціальна потреба у спілкуванні за допомогою усної мови, і найкраще її задовольняє ТБ. Але мовлення на телебаченні принципово відрізняється від ораторської мови, тому хороший лектор не завжди вдало виступає на телебаченні.

Телебачення потребує вміння встановити контакт із глядачем за допомогою очей, інтонації, стилю мовлення. Глядач хоче бачити живі очі людини, яка з кимось спілкується, він хоче бути спостерігачем, учасником.

Тележурналіст має бути фотогенічний, мати приємний тембр голосу, ораторські навички, акторські здібності, вміти розговорити співбесідника, підтримувати діалог, слухати й чути співбесідників, колег.

Телебачення, крім того, як засіб впливу використовує магію зображення. Зображення як певна знакова система частково відтворює якісь риси оригіналу, несе інформацію про нього, впливає на підсвідомість аудиторії.

**Існує сім амплуа телевізійного журналіста:** репортер, інтерв'юер, коментатор, оглядач, модератор, шоумен і, нарешті, ведучий. Ведучий – це таке обличчя, на яке хочеться подивитися ще раз. Людське обличчя, кажуть, найцікавіша поверхня на світі. Телеведучий – не красень, він «один із нас», але, так би мовити, у поліпшеному виданні. Він тримається вільно, але не розв'язний. Упевнений у собі, але не самовпевнений. Голос і погляд – інструменти, на яких він майстерно грає.

**Будь-який журналіст повинен уміти:**

1) читати художньо, тобто читати художні тексти напам'ять або з книжки, зберігаючи особливості стилю автора, правдиво і яскраво відтворюючи його творчий задум, колорит епохи тощо;

2) читати чи промовляти кожен текст відповідно до його стильових, жанрових і колоритних особливостей (публіцистичний, науковий, офіційний, діловий, художній стилі);

3) виразно розповідати матеріал свого предмета, власні спогади, роздуми, спостереження, враження та ін.;

4) уміти говорити взагалі – вільно, просто (невимушено), доречно, точно, володіти багатством словника, архітектоніки тексту, інтонацій та ін.

Журналіст – це людина, яка постійно працює з людьми і для людей. Йому просто необхідно бути спостережливим і бачити не тільки очима, а й вухами. Слід завжди пам'ятати, що тебе теж бачать і слухають, говорити гарно, тобто так,

щоб нашу «балаканину» не тільки чули, а й розуміли і слухали її із задоволенням.

«Живе» мовлення ТБ розглядають як важливий фактор емоційної взаємодії трьох основних елементів – зображення, звуку і власне слова. Живе слово має такі властивості, яких не має писемна мова. Тут і голоси, які звучать, погляд, міміка, жест, інтонація. Особливо інтонація, яка надзвичайно розширює межі слова. Ба більше, інтонація настільки збагачує слово, що ЯК сказав перетворюється на ЩО сказав. Бо найпростішу фразу можна вимовити на тисячу різних манер, й вона означатиме зовсім інше. Просте слово «добридень» можна промовити суворо, улесливо, капризно, байдуже, любовно, по-дружньому, покровительськи. Дуже важливий і ритм мови. Сутність слова на телеекрані – в самому методі дії словом, в тому, що слово це звучить. Воно не просто оболонка значення, воно – активна дія людини (і розумова, і фізична).

Сьогоднішній слухач і глядач стає чимраз вимогливіший. Його не задовольняє сухе мовлення, його дратують передачі, які ведуться недбало, непереконливо, мляво, йому надокучає заштампована, канцелярська мова.

Іншою крайністю стала невиправдано «хвилеподібна» інтонація багатьох центральних каналів. Переважно так начитують тексти молоді журналісти (дуже вже хочеться робити матеріали якось по-новому, на західний лад). Журналісти ж так званої старої гвардії читають тексти повільно, занадто вже по-дикторськи правильно. Вважають, що слід бути самим собою, нікого не копіювати, під час читання або у процесі розмови звертати увагу на правильні наголоси, літературну вимову, обирати нормальний темп та інтонаційно логічно виділяти важливі моменти.

### 3.2. Ведучий розважальних програм

Сьогодні значну частину телеефіру займають численні розважальні програми або шоу. Поняття «шоу» з'явилося приблизно в 30-ті роки ХХ століття.

Т. П. Ванченко у своєму науковому дослідженні «Технологія моделювання культурних програм на TV: сучасний стан та перспективи» дає такі характеристики поняття «шоу»:

– «Шоу» – це система специфічних виразних засобів, що характеризуються особливим типом видовищності, що переводять психологічний стан глядачів на інший емоційний рівень через атракційний вплив і програмну побудову (на противагу сюжетності).

– Шоу – певне організоване дійство, спрямоване на сприйняття будь-ким; має такі характеристики: масовість учасників і глядачів, товарність пропонованого продукту й особливий тип видовища.

– Глядач, приходячи на шоу-програму, де домінує розважальна спрямованість, має намір отримати розрядку, гарний настрій, відпочити, причому не витрачаючи надмірних зусиль на сприйняття. Цьому мають сприяти всі компоненти шоу. Одним із таких компонентів є особлива структура програми, система побудови якої повністю відповідає потребам глядача в яскравому, святковому, різноманітному видовищі.

Т. П. Ванченко виділяє п'ять основних видів телевізійних шоу: *ток-шоу (розмовне шоу), документальне шоу, шоу-театр, музично-розважальне шоу, шоу-гра.*

Загалом шоу-програмам властива масштабність. Це означає, що основна частина шоу має будуватися на участі так званих «зірок» – чи то відомих політиків, чи артистів, чий творчий високий рівень і чиї виступи збирають велику кількість глядачів. У цьому одна з головних особливостей шоу.

**Телевізійне шоу** – це не просто різновид добре знайомої нам телепередачі. Воно відрізняється від телепередачі декількома важливими рисами:

– телевізійне шоу не відтворює якийсь певний концерт, що відбувався на сцені, а створює своє власне видовище;

– телешоу знімають у телестудії, яку спеціально оформлює художник-архітектор для цього випадку;

– телешоу роблять за певним сценарним задумом, об'єднаним якоюсь загальною ідеєю.



У певному сенсі телешоу є синтетичною формою, що сполучає можливості як звичайної передачі, так і естрадного телефільму.

Російський телеглядач **А. С. Вартанов** виділяє шоу-програми, які можна назвати «монографічними», свого роду «бенефіс». Шоу такого роду зроблені в ім'я одного будь-якого талановитого артиста. Тут усе – від сценарного задуму і до характеру освітлення повинно бути підпорядковане розкриттю його артистичної індивідуальності.

Існують і серійні шоу, наприклад «Пісня року», «Народний артист», «Танці з зірками» і т. д. Є шоу-програми, де базовою моделлю є конкурс – до них належать «Конкурси краси», «Євробачення» і т. д.

Шоу, як правило, не може обійтися без **шоумена**. Шоумен – це не просто ведучий-диктор або ж ведучий-коментатор. Вартанов відзначає, що шоумен, як і «зірка», мусить володіти неабиякою артистичністю, чарівністю, вмінням весело і невимушено спілкуватися. Шоумен повинен бути особистістю, володіти достатнім рівнем інтелекту, винахідливістю, допешністю, ініціативи.

Ведучі телепрограм часто з'являються на екрані, тим самим пропагуючи глядацькій аудиторії певні звички та погляди.

Звернімо увагу на таких персон екрана, як Ольга Герасим'юк, Андрій Малахов, Дмитро Нагієв, тобто на ведучих, чії передачі мали чи мають певний резонанс у суспільстві.

**Ольга Герасим'юк** здобула визнання як авторка публіцистичного циклу «Проти ночі», де вона мала можливість продемонструвати своє оригінальне бачення певних подій сучасності. Багатьох шанувальників програми приваблювало нетрадиційне художнє та змістове вирішення передачі. Перед нами була смілива, загадкова, таємнича людина, яка вміла нестандартно мислити, не боялася «морально оголюватися» перед глядачем. Її іноді порівнювали з відьмою, і не тільки через довге, темне, наче відьмацьке волосся, а й через те, що, здавалося, вона без слів розуміла кожного з нас і говорила те, про що ми думали. Програма «Проти ночі» стала ідеальним обрамленням для вияву особистості Ольги Гера-

сим'юк. Саме тут ми мали змогу оцінити її яскраву публіцистку.

Здатність розмовляти з глядачем нетрадиційно, тим самим виявляючи власне індивідуальне мислення, є першою умовою вираження особистості на екрані.

Кілька років тому Ольга Герасим'юк вела передачу «Без табу», яка вибудовувалася за принципом **ток-шоу** – вид телепередачі, в якому один або декілька запрошених учасників ведуть обговорення пропонованих провідним тем. Іноді глядачам надавали можливість поставити запитання або висловити свою думку, де ведучий за законами жанру перебуває за плечима героїв передачі. Харизматична особистість, якою безумовно є Ольга Герасим'юк, була позбавлена можливості мислити публіцистично, глибоко, на рівні підсвідомості. Її сприймали як нудну ведучу, яка забагато зітхає. Ось приклад того, як формат передачі через невідповідність її концепції стилеві ведучої може змінити ставлення глядача до особи зі знака «плюс» на «мінус».

Звернімося до російських передач, які одночасно йшли в ефірі українського телепростору: «Великий куш», «Велике прання», «Вікна». Всі ці програми анонсуються як ток-шоу. Ще їх можна об'єднати як такі, де переважно діють «підставні герої». Незважаючи на те, що про це явище як негативне багато писали і говорили, рейтинги передач росли. І слід віддати належне: і розмов, і видовища вистачало. Ми можемо сперечатися про моральні засади подібних передач, але яскравість особистостей ведучих не викликає жодних сумнівів. Якщо вибудувати шкалу епатажності, то вона виглядатиме так: Отар Кушанашвілі, Дмитро Нагієв, Андрій Малахов. Кожен з них може подобатися чи драгувати, але залишати байдужим – ні.

Найнейтральнішим у плані епатажу є **Андрій Малахов**, який постає перед нами інтелегентним, чарівним, урівноваженим. Такий собі зразковий ведучий радянських часів. Проте автори програми вдало підкреслили таку особливість Андрія, як дитячий неприхований інтерес до світу як явища. Його однаково зацікавить життя столичної кінозірки та провінційного

бухгалтера. Саме людина з такою рисою характеру найповніше реалізує концепцію програми: нам усе цікаво.

Передача «Вікна» – це досить відверте в плані змісту та форми подання шоу. І треба віддати належне її авторам, які запросили на роль ведучого саме **Дмитра Нагієва**. Його цинізм і відверта зневага до багатьох гостей надає правдивості дійству. Адже ситуації, які розігруються в студії, створюють враження повного абсурду: такі проблеми розв'язують без допомоги телебачення. Тому іронічне ставлення ведучого до, без сумніву, театралізованих сцен зумовлює те, що глядач сприймає побачене як виставу з хорошим актором – «іде на Нагієва».

Багато критичних зауважень з приводу етики й естетики викладу збирала програма «Великий куш», де відвертість висловлювань та поведінки гостей студії переходила етичні норми. Ведучий передачі теж не поступався міцністю висловлювань. **Отар Кушанашвілі** усвідомлював, наскільки низько у плані етики виглядала його програма і відверто казав про те, що просто відробляє свій гонорар. Єдиний здобуток авторів програми – це знову ж таки ідеальний вибір ведучого. Адже саме Отар є найвідвертішим та найсміливішим в оцінюванні людей шоу-бізнесу. Згадаймо хоча б передачу «Акули пера», де саме запитання Кушанашвілі додавали гостроті обговоренню творчості певної «зірки». Керівництво російського каналу СТС у листопаді 2002 року винесло ухвалу про зупинку виробництва програми. Рейтингові дослідження показали, що програма не знайшла свого глядача, оскільки її тональність не відповідала основним інтересам та інтелектуальним потребам аудиторії телеканалу. Як виявилось, глядачі не сприйняли «Великий куш» так, як його замислювали: як іронічне пародійне ток-шоу. Прийоми, використані в програмі, аудиторія сприйняла як серйозну позицію.

Говорячи про майстерність телеведучих, варто розділити ведучих за жанрами телепроектів. Скажімо, якщо говорити про політичні ток-шоу, то навряд чи акторська майстерність тут істотно важлива. Ми, наприклад, можемо спостерігати, як зросла майстерність телеведучої **Анни Безулик** за роки

ведення програми «Я так думаю». Якщо спочатку вона не зовсім володіла аудиторією й іноді піддавалася її натиску, то тепер вона веде програму чітко. І в неї немає такого «базару», який ми іноді спостерігаємо у програмах «Свобода слова» **Савіка Шустера**. Їй удається стримувати людей відомих і балакучих без вигуків «все, ми припиняємо програму» або «все, тепер ми йдемо на рекламу». Однак навряд чи тут можна говорити про якесь акторство, радше – про навички управління аудиторією.

Ефір – така річ, що будь-які навички знадобляться. Були випадки, коли гості просто лізли під стіл (упав із лацкана піджака мікрофон, гість поліз під стіл його діставати, в кадрі – крупним планом ведуча **Лідія Таран**) – із ким вести розмову, якщо гість під столом? Сюжету на підході немає, що їй робити? Доводилося імпровізувати по-акторськи. Або інша ситуація: початок двогодинної програми, а перший сюжет затримується – от-от мають скинути, але поки що немає. Підводка до сюжету вже давно закінчилась, і ведучий **Роман Скрипін** починав говорити від себе якийсь «розумняк».

Хороший телеведучий уміє слухати, а не говорити, і дає якийсь простір героєві в студії, щоб він висловлювався. А в нас найчастіше відбувається так: «Добрий день. Скажіть про ваше розуміння цієї проблеми двома словами. Дякую. Досить-досить, наша програма вже закінчується». Як тільки людина починає розкриватися, їй кажуть: «Все. Дякую. Наступний». А навіщо ж тоді запрошували до студії?

Ведучий може вільно спілкуватися з гостями в студії, незважаючи на їхню титулованість, віртуозно керуючи ходом програми, а може несміливо втручатися в розмову гостей. Можна сперечатися про первинність ролі ведучого в програмі, та не можна заперечити, що коли про проблему говорить значна кількість людей, керування ходом розмови мусить бути жорстке й авторитарне. Інакше можна побачити ведучого, який несміливо подає голос, а його ніхто не чує. Внаслідок цього у студії панує повний хаос, кожен з гостей говорить про своє, а глядача не полишає думка про жалюгідність цього дійства взагалі.

Що стосується розважальних ток-шоу – наприклад подібних тим, що веде або вела **Маша Єфросиніна**, то тут без акторської майстерності не обійтися. Зокрема, не завжди ведучий на всі 100% готовий співпереживати, вникати в ситуації, які до того ж дуже часто повторюються – і в самих ток-шоу, і в повсякденному житті. Ось тут телеведучим доводиться зображати ті або інші емоції.

Потрібні акторські навички і ведучим кулінарних програм – треба зображати захоплення, спробувавши ту або іншу готову страву чи в процесі її приготування. Як ведучі кулінарних шоу свого часу пробували себе співак Олександр Пономарьов і телеведучий **Анатолій Борсюк** на каналі «1+1», у новому сезоні 2009 року кулінарне шоу «Смакуємо» веде шоумен Юрій Горбунов. На каналі «Меню-ТВ» секретами кулінарії ділиться співак Віктор Павлік. На каналі «Інтер» кулінарне шоу «Картата потата» вела **Дарія Малахова**.

Акторська майстерність якоюсь мірою, можливо, потрібна навіть ведучим новинних програм, якщо вони мімікою (іноді й таке буває) намагаються посилити ту чи іншу інформацію або інтонацією надати певний акцент тому чи іншому сюжетові.

Разом з тим, не всі актори можуть бути ведучими. Приклад – **Неллі Уварова** і ток-шоу «Красуні», що лише рік існувало на каналі НТН. Не будемо стверджувати, що шоу закрили саме через те, що Неллі нецікаво вела розмову з гостями, але такий гріх був. Ніякого драйву, ніякої зацікавленості в очах, ніякого переживання за долі гостей. Вона, звичайно, грала все це, як могла, але було видно, що це їй дається нелегко. Не завжди зірка, що знімається у кіно, може бути шоуменом.

Про актрису, ведучу передачі «Ключовий момент» можемо сказати зовсім протилежне. Останнім часом поміж поціновувачів театру дедалі більше з'являється шанувальників **Наталі Сумської** як телеведучої програми, яка допомагає розібратися в складних сімейних ситуаціях, зробити життєві висновки, виправити помилки. Наталя Сумська зізнається, що часто після вистав до неї підходять люди з листами, в

яких просять допомогти зустрітися з близькими. Тож для Наталі Сумської театр та «Ключовий момент» завжди нероздільні.

«Ключовий момент» – соціально-психологічна програма, основана на факторі несподіваності. Основний сюжет – учасник програми призначає зустріч людині, якій він прагне сказати щось украй важливе. Цій людині журналіст доставляє запрошення на програму, не назвавши, хто і з якого приводу чекатиме в студії. Про все запрошений гість дізнається, якщо візьме участь у зйомках. Студія розподілена на два сектори стіною – умовним бар'єром. По один бік цього бар'єра перебуває перший учасник – ініціатор зустрічі, по інший – запрошений гість, який від самого початку бачить на екрані героя і слухає його розповідь. Запрошений гість має повне право заперечити все сказане героєм і розповісти глядачам свою версію історії або ж прийняти сказане і погодитися на зустріч. Тоді декоративна стіна зникає, і це означає, що настає ключовий момент прощення, визнання, відновлення втраченого.

Наталія Сумська – втілення скромності, вродженої інтелігентності, простоти, душевності, благородства. Вона дуже любить свою програму за «людяний» формат, за те, що в ній нема брутальності, епатажу. Кожний, хто приходить, є для авторів програми вкрай важливим, його життєва історія неповторна, і це цікаво глядачам. Разом з тим, ті, хто перебуває в студії, а також по той бік екрана, намагаються знайти в цих історіях щось спільне зі своїм життям, це зближує, примушує співпереживати. Життя не придумаєш, і саме цією правдивістю, реальністю вражає програма.

«У фіналі, коли здебільшого ситуація “набрякає”, та все ж розв'язується, виникає спалах енергії, який за одну секунду знімає втому, перекреслює всі негаразди. Кращого “лікування” чи подяки і не потрібно. “Ключовий момент” – це такий колодязь, з якого люди можуть попити отієї чистої води, яка допоможе їм щось усвідомити, переглянути своє життя, свої вчинки. Безумовно, працювати над програмою нелегко і фізично, й емоційно, але я не тільки втрачаю, а й здобуваю. Вона йде на користь глядачам, і це мене живить», – каже Наталя Сумська.

До речі, готуючись вести цю програму, актриса як ведуча обирала для себе лінію поведінки. Зрозуміло, що не священика, не судді, не адвоката, не вчителя. Наталія Сумська у «Ключовому моменті» – модератор, якнайлояльніше налаштований до всіх учасників. До того ж завжди попереджає, що ми намагатимемось вилікувати душевний біль. Але за наслідки не відповідаємо.

У 2007 році, коли змінилося керівництво каналу «Інтер», хотіли змінити і ведучу «Ключового моменту». Та вотум довіри глядачів до Сумської виявився настільки великим і непохитним, що її залишили. Сьогодні актриса стверджує, що програму сміливо можна назвати «національною, народною».

Наразі телеканал «Інтер» таки зупинив виробництво проекту «Ключовий момент».

У січні 2009-го виповнилося 10 років ще одній популярній програмі – «Караоке на майдані», яка протягом цього часу теж стала народною. Передача довший час «перебувала» на каналі «Інтер», кілька років – на каналі «1+1», а сьогодні виходить на каналі «СТБ».

Без перебільшення можна сказати, що за цей час у ній узяло участь близько третини української молоді. А скільки талановитих молодих людей не може потрапити до програми, порахувати неможливо. «За ці роки я впевнився в тому, що українці – це найспівучіша нація у світі, – каже ведучий, шоумен, автор та генеральний продюсер передачі **Ігор Кондратюк**. – Це я констатую без перебільшення. Мені з нашою програмою вдалось побувати в декількох інших країнах близького та дальнього зарубіжжя, тож я мав можливість у цьому впевнитися».

Тому в рамках програми започаткували рубрику «Перший хіт». Це хоч якось розширює можливість початківцям, невідомим співакам потрапити до ефіру, показати свій талант. Багато з них приходять до організаторів зі своїми фонограмами, але в більшості з них вони далекі від нормальних: записані, зведені, аранжування, м'яко кажучи, дуже слабке. Тому організатори йдуть далі – готові показати у своїй програмі «Караоке на майдані» переможців та учасників, послухати виконану пісень з професійно створеними фонограмами.

Ігор Кондратюк – приклад вдалого поєднання здібностей шоумена і талановитого продюсера.

Загалом життя телевізійних проектів часто нетривале. Воно залежить від зміни формату телеканалу, змін керівництва, від рівня популярності серед телеглядачів.

На жаль, дуже популярну шоу-гру «Голопом по Європах» (туристична програма, телеканал «ICTV») глядачі втратили через трагічну загибель українського телеведучого, шоумена **Ігоря Пелиха**.

А от рейтинги програми «Світське життя» говорять, що це програма, яка з часом не зникне. Дуже грамотно організовано **маркетинг**. Вона буде цікава завжди. Ведуча програми «Світське життя» **Катя Осадча** – це проект, де вдало втілені всі продюсерські задуми. Продюсери програми відібрали її на кастингу. Сьогодні Катя Осадча – ідол світських хронік як формату.

Без зайвих коміксів, як ніхто інший, Осадча вміє майстерно провокувати відомих людей на відверті розмови та дуже оригінально одягатися.

Шлях на телебачення для неї був непростий. У 14 років Катя розпочала професійну кар'єру моделі. Працювала в Японії, Франції, Англії та Німеччині. Саме модельний бізнес став першою сходинкою до омріяної роботи на ТБ. Працюючи за кордоном, під час показів Катя уважно спостерігала за журналістами. І вже тоді в неї зародилася думка про телебачення, моду й світське життя.

Ведуча Катя Осадча ретельно готується до кожної зйомки. Перш за все разом зі своїми колегами (адже над «Світським життям» працює команда професіоналів) знаходить якнайбільше інформації про подію, про місце, де відбуватиметься захід, і людей, які на ньому будуть присутні. Гострі запитання, які полюбляє задавати ведуча і які часто критикують журналісти й учасники її програм, – не виникають спонтанно. Щоб людина на телеекрані була цікава глядачеві, її потрібно спровокувати. Тому ведуча «Світських хронік» не бачить нічого аморального в тому, щоб сказати відомій поп-співачці: «Я вас бачу в цій сукні втретє». У такому разі співрозмовник

не зможе відвертитися готовими піар-тезами, а змушений захищатися, – а це цікаво глядачеві.

«Світські персонажі» – це політики, бізнесмени, спортсмени та культурні діячі, яких часто запрошують на елітні заходи.

У кожній програмі ведуча з'являється перед глядачами в новому вбранні від українських дизайнерів. Каті набагато цікавіше знаходити для себе оригінальний одяг у вітчизняних дизайнерів і приголомшувати всіх своїм виглядом на вечірках. Це цікаво і незвично, адже одяг від D&G, Valentino чи Armani можна побачити на будь-якій дамі, в якій завгодно частині світу. Цікавинкою її іміджу є капелюшки, яких у ведучої – ціла колекція. Це яскравий атрибут світського життя, гарний аксесуар, який завершує образ і приголомшує глядачів та співрозмовників.

Бали й карнавали, захопливі вечірки й приватні свята, кінофестивалі й тижні моди, ралі, рейди і кінні перегони. Катя Осадча проводить глядачів за лаштунки гламурного життя, виводить на відверту розмову багатих та знаменитих, вивідує їхні таємниці... і підносить ці секрети у програмі «Світське життя» на тарілочці з блакитною екранною смужечкою.

Як показує досвід, лише мінімальна кількість програм залишається довший час на екрані. Їх потрібність, рейтинги великою мірою залежать і від харизматичності ведучих.

Отже, що потрібно для того, щоб стати професійним ведучим на ТБ?

### 1. Кмітливість

Треба бути гострим на язик, причому не в сенсі говорити десять слів у відповідь на одне, а витончено, з гумором і дотепністю парировати словесні випадки з боку будь-кого. Треба вміти сказати якийсь жарт під час недолугої фрази глядачів у залі, щоб розрядити обстановку або щоб урятувати ефір від провалу.

Був такий випадок з відомим російським шоуменом кінця 80-х – початку 90-х років **Владом Листьевим** під час передачі «Про це», коли вона тільки-но вийшла в ефір. Коли Влад

переміщався залою з мікрофоном, щоб інтерв'ювати одного з глядачів, то раптом несподівано послизнувся і впав. А коли підвівся, зметукував, як згладити незручність, і перетворив усе на жарт: «Тема така, що хоч стій, хоч падай, ось я і впав» (а темою передачі був нетрадиційний секс).

### 2. Акторські навички

Відточуй свої міміку і жести до досконалості, стоячи перед дзеркалом. Тільки так добивалися успіху відомі телевізійні ведучі. Не володіючи акторськими навичками, не вміючи знаходити вихід зі складних ситуацій під час прямого ефіру і не вміючи зіграти відведену тобі роль під час зйомок, ти не станеш хорошим ведучим, улюбленцем мільйонів глядачів.

Ведучий – немов Великий Імпровізатор, він мусить уміти говорити про що завгодно, питати про що завгодно й уміло вести бесіду, запалюючи своїм ентузіазмом людей навколо. А ще повинні бути невловима харизма, якась цікавинка, «фішка», яка буде властива лише тобі і тебе відрізнятиме від інших ведучих.

### 3. Старанність

Не варто думати, що як ти пішов учитися на телеведучого, справу налагоджено! Щоб стати професіоналом, треба багато працювати, по сто разів повторювати вголос сценарій, дивитися незнайомі слова в словниках, щоб правильно ставити наголоси у вимовних словах і щодня тренуватися.

### 4. Відчуття мови

Треба тренуватися говорити правильно, тобто українською або російською, так, щоб тебе розумів глядач. Те, що ти говориш і як ти працюєш на камеру, повинно бути на рівні блискучого філолога! У спеціалізованих вишах, де готують ТБ-ведучих, навіть є такий курс, як «Майстерність звучної мови».

### Чотири правила телевізійного ведучого:

#### – Правильність

Глядачі повинні зрозуміти тебе з перших слів! Твоя мова мусить бути логічна, вона не має «вантажити», має бути зрозуміла і близька всім тим, хто в цю хвилину перебуває по інший бік екрана.

– **Стислість**

Якщо починаєш фразу і довго розвиваєш свою думку – глядачі можуть утратити нитку бесіди, тема ефіру стане нецікава, і вони перемкнуть телевізор на інший канал. А це – мінус тобі як ведучому, раз ти не зміг утримати глядача! Говори простими реченнями. Ніяких дієприкметників, дієприслівників і пасивних станів.

– **Ясність**

Навчися формулювати думки точно. Часу дуже мало, і його не слід витрачати на зайві слова. Не розповзайся думками і не перемикайся з теми на тему.

– **Колорит**

Передача мусить бути актуальна, злободенна, слова ведучого мають знаходити відгук у серцях глядачів, і сам ведучий має відрізнятись від багатьох нудних, сірих ведучих, яких досить багато на ТБ. Треба бути особливим, бути самим собою і розвивати свій таланти.

### 3.3. Ведучий інформаційних програм

Мовлення ведучих інформаційних програм визначається чіткістю, ритмічністю, своєрідним темпом, стриманою, однак досить виразною експресивністю. Досягають такої мобільності мовлення використанням переважно коротких речень. У повідомленнях ведучого програми міститься представлення інформаційних сюжетів. Завдяки студійним повідомленням ведучого (в кадрі) всі матеріали вкладаються в цілісну програму, яка має свій початок, розвиток та завершення.

Серед новин, що мають додаткове експресивне забарвлення завдяки специфіці мовлення ведучих, на каналах Українського телебачення можна назвати «Факти» на «ICTV» (**Олена Фроляк**). У мовленні цієї ведучої найяскравіше виявляються ритмічні коливання і зміна висоти тону, яка є основою створення інтонаційного малюнка фрази. В її мовленні майже кожне слово стоїть під невеликим наголосом.

Правильно дібрана тональність – умова дотримання найважливішого принципу неконфліктного спілкування. Надмір-

не наголошення другорядних деталей у тексті аудиторія подекуди сприймає як агресивну манеру мовлення. Тобто, журналіст виступає вже не як інформатор, а як церковний оратор, твердження якого повинні сприйматися незаперечно та не викликати сумніву. Отже, можна зробити висновок, що телевізійні інформаційні програми мають свій мелодійний малюнок, свою, лише їм властиву інтонацію, головна ознака якої – ритмічність і чіткість мовлення.

Усі телеведучі однаково красиві, стильні, здебільшого зі смаком вдягнуті, з хорошою дикцією, із вдалою манерою подачі інформації, але лише одиниці вирізняються, вхопили і вдало використали артистичну цікавицю.

Очевидно, важливою є наявність індивідуальних рис у ведучого. Ведучі програм новин у таких обумовлених жанровими ознаками максимально об'єктивних передачах мають певний простір для вияву власного «Я». Загальновідомий факт, що особливий темпоритм мовлення **Алли Мазур** зробив її популярною на українському екрані ще тоді, коли вона вела новини на УТ-1. Алла Мазур, нині ведуча програми ТСН («1+1»), стверджує, що думки про акторську майстерність можуть збити з пантелику фахових журналістів: якщо вони в роботі зосередяться на акторстві, то забудуть, для чого, власне, вони в кадрі. Особливо це стосується ведучих новин. Тож мінімум акторства в роботі такого ведучого і є запорукою його успіху.

Свого часу популярність та прихильність глядацької аудиторії мала російська телеведуча **Тетяна Міткова**, яка виправдала довіру глядачів, відмовившись читати звернення організаторів путчу в Росії в 1991 році. В. С. Сапак у своїй книжці «Телебачення і ми» говорить про здатність телевізійного екрана до гіперболізації, тобто загострення уваги на певних рисах характеру та зовнішності людини, які визначають харизму особистості. Ця надприродна здатність екрана і зумовлює часто безпомилкову популярність тих чи інших ведучих.

Режисер **Сергій Буковський** вважає, що ведучий новин повинен вести їх трохи відсторонено, це не те поле, де по-

трібні домішки артистизму. «Втім частіше за все я не розумію, що говорять ведучі наших новинних програм – зокрема тому, що вони говорять неймовірно швидко, і в мене складається відчуття, що вони самі не розуміють того, що вимовляють. Тому дуже важливі мова та дикція, у нас люди в кадрі дуже часто погано говорять».

Свою роль телеведучий (телеведуча) мусить грати бездоганно, а ще краще – не грати, а співпереживати з героями своїх програм. Навіть у новинах це допустимо, просто завжди треба бачити перед собою моральну та професійну межу і пам'ятати, що телеведучий, попри всю емоційність – сторонній спостерігач, хоча й він жива людина, і йому властиво хвилюватися! Іноді тремтливі нотки в голосі ведучого скажуть більше про трагедію, аніж яскраве відео чи глибокий текст. Водночас далеко не кожен хороший актор може стати майстерним телеведучим, і навпаки. Не переграти – не менш важливо, ніж бути абсолютно беземоційним.

Безумовно, і в новинах слід створювати ефект довіри в глядача.

Інформаційні програми переважно готують дві посадові одиниці: випусковий редактор, який, власне, і вирішує, які теми брати до випуску, ставить завдання репортерам; і ведучий випуску, який відповідає переважно за якість студійних текстів. Другий варіант – коли повну відповідальність за якість випуску несе його ведучий. Тобто, по суті, він одноосібно виконує дві функції – ведучого й випускового.

Перший спосіб є радше даниною радянській традиції, коли редактор відповідав за все, але лише перед своїм керівництвом і партійною організацією. Адже при цьому редактор перебуває поза кадром, отже не несе очевидної персональної відповідальності перед глядачем. Ведучих як таких у новинах тоді не було, диктор (а це просто актор) яскраво й виразно читав текст, написаний редактором і перевірений офіційним цензором.

Другий спосіб суто природний. Логіка проста: саме журналіст-ведучий розповідає новини людям, а отже несе перед людьми повну відповідальність за все, що він розкаже у ви-

пуску. Тому логічно, щоб він сам вибирав теми і сам ставив завдання репортерам на розкриття цих тем. Поки що в такий спосіб працює невелика частина українських **нюозрумів**. Але там, де працюють так, ефірний результат завжди кращий.

У кожному наступному випуску новин має бути нова інформація з теми, висвітленої в попередньому випуску. Виняток можуть становити, по-перше, теми, в яких а) розвиток подій повністю завершено, б) всі причини й наслідки події очевидні, в) інші теми нового випуску виявилися важливішими й цікавішими за цю тему загалом. Можливий і трохи інший підхід: якщо після стартової інформації з теми у глядача залишаються питання, – в наступних випусках ці питання обов'язково повинні отримати відповіді.

У випуску немає повних повторів матеріалів попередніх випусків. Завжди знайдеться певна частина аудиторії, яка дивилася попередній випуск новин. Отже, повтор матеріалу попереднього випуску призведе до втрати цієї частини аудиторії. Припустимим винятком можуть бути деякі повтори в ранкових випусках новин. По-перше, це час, коли часто ще зарано для активного розвитку подій, по-друге, час, коли зазвичай інформаційні редакції працюють на мінімальному ресурсі, і по-третє, ранкова аудиторія найдинамічніше змінюється (вважається, що вона оновлюється кожні 40–50 хвилин). Отже, вранці повтор окремої інформації є менш критичним, аніж, наприклад, повтор вранішньої інформації у денному випуску або денної – у вечірньому. Звісно, якщо ви прагнете робити якісні новини, це аж ніяк не означає, що у вранішньому блоці ви двічі-тричі повторите без змін однакові матеріали або що ваші ранкові випуски будуть майже однаковими за наповненням!

Мова студійних текстів має бути проста і грамотна. Це одна з вимог найскладнішого у виконанні стандарту інформаційної журналістики – простоти й доступності подачі інформації. Якщо коротко, теленовини за своєю мовою є суто розмовним жанром. Отже, будь-які складнопідрядні і складносурядні речення є для них лише можливим винятком. Будь-яку думку завжди можна висловити простими короткими ре-

ченнями. Ці речення вибудовують з розмовних слів і форм. У них не використовують складні канцелярські і протокольні конструкції, професійні терміни і жаргонізми (з будь-яких професій), «порожні слова», штампи і слова-паразити. Перевагу завжди надають рідному слову, а не словам іншомовного походження. Журналіст не повинен заплутувати глядача складними і численними цифрами, перерахуваннями, образністю й омонімами. Будь-які аббревіатури слід обов'язково розшифровувати. Будь-які терміни, жаргонізми, діалектизми можуть з'являтися в тексті лише за справжньої потреби (необхідність передати колорит), і при цьому їх обов'язково відразу ж треба пояснювати.

У випуску немає суджень (коментарів) і оцінок ведучого. Судження або оцінки ведучого мають право на життя не в новинах, а в інших програмах, суто авторських, де чітко зазначено, що це авторська програма саме-цього-журналіста-ведучого. Люди сідають дивитися новини не для того, щоб потішитися «польотом авторської думки» журналістів, а для того, щоб довідатися про новини, з приводу яких вони матимуть свої власні судження. І всім персонам і фактам роздають свої власні оцінки.

У новинах ми повідомляємо глядачам лише факти і думки учасників подій, про які розповідаємо. Інколи, якщо це справді необхідно, ми можемо додавати ще думку компетентних експертів. Журналіст-ведучий не є ані учасником події, ані експертом. У кращому разі він може бути очевидцем події (якщо сам побував на цій події), але судження й оцінки очевидців не цікавлять глядача. Очевидець лише розповідає, що він бачив, що чув, а не що він думає «з приводу» чи як оцінює це побачене-почуте. Отже, коментар ведучого чи редакції може з'явитися у випуску новин лише у виняткових випадках, коли ведучий (чи вся редакція) стає учасником події. Наприклад, якщо ми розповідаємо у своєму випуску новин про факт тиску на нашу інформаційну службу з боку влади, бізнесу чи криміналу. Погодьтеся, подібні теми з'являються в новинах нечасто, «раз на п'ятирічку».

У студійному тексті факти ми повідомляємо окремо, судження людей – окремо, чітко зазначаючи межу між ними, не

змішуючи їх до купи. Чому так? Простий приклад. Учасник події політик А каже: «Я так учинив тому, що політик Б украв мільйон бюджетних грошей». Тепер уявіть собі, що ми в нашому випуску новин повідомляємо таке: «Політик А вчинив так, оскільки політик Б украв мільйон бюджетних грошей». Що вийшло? Судження політика А ми подали глядачам як факт! Але те, що сказав політик А, зовсім не обов'язково є фактом! Отже, в цій ситуації коректно повідомити глядачам, наприклад, таке: «Політик А сказав, що він учинив так, бо, за його словами, політик Б украв мільйон бюджетних грошей». Тут автором звинувачення для глядача залишиться не журналіст, а саме політик А. Ще краще, якщо його судження навести синхронно, тоді вже точно ми не відповідатимемо перед глядачами за його слова. Вони самі вирішать, чи вірити політикові А.

Відповідальність перед аудиторією (згадуючи стандарт балансу думок) тепер полягатиме лише в тому, щоб дати змогу політикові Б прокоментувати те, що сказав політик А. І в тому, щоб знайти й оприлюднити всі факти, пов'язані з цим конфліктом. І ще, якщо це буде необхідно, знайти компетентних експертів, які зможуть пояснити глядачам усі тонкощі політичних стосунків політиків А і Б або, приміром, усі тонкощі бюджетного процесу.

Будь-який факт, про який ми повідомляємо у випуску, ми беремо з конкретного джерела. Щоб глядач переконався, що ми повідомляємо йому про факт, а не про власні фантазії, ми мусимо повідомити про джерело кожної фактичної інформації. Коли наш репортер побував на місці події, у своєму репортажі він розповідає про факти, які побачив на власні очі. Це єдиний випадок, коли ми не кажемо в кожному реченні «як я побачив на власні очі». Кожний репортаж персоналізований, автора-репортера завжди зазначено (у підводці, в титрах, у «підпису»). В повноцінному репортажі глядач бачить автора (ту людину, яка розповідає йому про фактаж події, побувавши там) і наочно переконується, що репортер побував на місці події.

Про всі інші факти слід повідомляти з чітким зазначенням того, звідки чи від кого про цей факт довідалися. При



цьому кожне таке джерело мусить бути безумовно компетентне в темі. І наше завдання – пояснити глядачам, у чому полягає компетентність кожного джерела інформації. У виняткових випадках джерело інформації може бути анонімне, але тоді редакція бере на себе всю відповідальність за точність повідомленого факту. Позначати анонімне джерело також бажано принаймні його належністю до певної компетентної структури («як повідомило джерело в Секретаріаті Президента») або тим, що джерело є цілком офіційним.

Усі матеріали випуску дають повноцінну відповідь на ключові питання за темою. Йдеться про досягну на час ефіру повноту інформації. Питання, на які новини обов'язково дають відповідь, надзвичайно прості: що сталося? хто зробив? де сталося? коли сталося? як сталося? (в репортажі про будь-яку подію), чому сталося? до чого спричинить або може спричинити? (в журналістському розслідуванні).

Великою вадою багатьох новин є зловживання тематикою негативного характеру (надзвичайні пригоди, кримінал, скандали, різного ґатунку проблеми). Журналісти часто вважають, що негативний присмак яскравіший і виразніший, а тому подібні теми виграшні. Завдання того, хто формує випуск, – балансувати негатив позитивними темами, адже життя насправді не складається лише з драм і трагедій. Якщо новини надуживають негативною інформацією, вони дають своїм глядачам спотворену картину повсякденності.

В українських теленовинних редакціях існує надзвичайно хибна традиція доволно використовувати архівні картини як «шпалери». Класичний варіант: беруть повідомлення «Інтерфаксу» і «перекривають» якоюсь віддалено схожою картинкою з архіву. При цьому ще й часто не зазначають, що це архів. Насправді такий підхід є повним ошуканням глядачів! Оскільки новини розповідають про події дня сьогоднішнього, будь-яка картинка має бути знята сьогодні. Архівом вважається будь-яка картинка, відзнята не сьогодні. З'являтися у випуску така картинка може лише у двох випадках. По-перше, якщо ми розповідаємо «історію питання» (і тоді найкоректніше буде титрувати цю картинку тією датою, коли її

зняли). По-друге, коли вже так кортить проілюструвати текст картинкою об'єкта, який сьогодні для зйомки однозначно недоступний. У цьому другому випадку на картинці обов'язково повинен бути титр «Архів». До речі, інші позначення, зокрема новомодне «Досьє» (запозичене знову-таки у росіян), не відповідають суті використання відеоархіву.

Новини – це завжди «серіал» про реальне життя з продовженням.

**Кожен ведучий-журналіст мусить дотримуватися основних принципів журналістики:** правдивості, конкретності, фактичності. Ефективність інформаційної діяльності залежить від урахування характеристик масового глядача: а) масова аудиторія невидима, але завжди присутня; б) масова аудиторія різноманітна, але вибаглива; в) масова аудиторія отримує повідомлення анонімно, але її реакція відчутна.

Варто зазначити, що процес медіації об'єктивно надто складний. Найчастіше ведучі за власною інтуїцією відпрацьовують прийоми у практичній діяльності.

### 3.4. Ведучий дитячих передач

Ведучий передач для дітей має всіляко уникати солодкуватого, сентиментального тону, який непридатний ніде, зокрема і в дитячих передачах. Діти терпіти не можуть, коли з ними розмовляють, «як з маленькими». Передачі для дітей треба вести так само професійно, як і для дорослих.

У минулому слово на телебаченні розвивало фантазію дітей. Для передачі «На добраніч, діти» був дуже серйозний підхід до образу казкаря. Незабутній дід **Панас (Петро Юхимович Вескляров)** – це було стовідсоткове влучення. Були також і листи від маленьких телеглядачів, про які потім розповідав дід Панас, а малюнки показували на телеекрані.

Працювалося непросто: українська вишиванка драгувала чиновників від телебачення. Діда Панаса звинувачували в націоналізмі, а в 70-х роках кілька разів звільняли. Але народ бив на сполох і засипав телестудію листами з проханням негайно повернути діда Панаса. І діти знову завмирили біля

телеекранів після традиційного вітання: «Добрий вечір вам, малятка, любі хлопчики й дівчатка!»

З передач 70–80-х для дітей запам'яталася і **тьотя Надя** з російської казки (**Надія Петрівна Батуріна**) – взірець такту, культури, мудрості.

Коли на творчому вечорі Надії Петрівні подарували іграшку Буратіно, з якою вона вела телепрограму «На добраніч, діти», вона обійняла Буратіно і сказала: «Я вдячна телебаченню за те, що воно познайомило мене зі справжніми людьми – з дітьми! Батьки люблять своїх дітей, піклуються про них, годують, загодовують. Але дуже рідко зазирають у їхній внутрішній світ. Коли я вела цю програму, отримувала листи з усієї країни! Що ж мало статися, аби ця маленька людина на самоті вирвала звідкись шматочок паперу і написала листа якійсь тьоті Наді та якомусь Буратіно? Дитина виливала на папір усі свої переживання, почуття, образи... Батьки навіть не замислюються, як їй може бути погано! І я вдячна телебаченню за те, що мала змогу зазирнути у той потаємний світ дитячих почуттів!»

Свого часу «Вечірню казку» вели актори **Наталія Лотоцька**, **Богдан Бенюк**, диктор та ведуча УТ-1 Тамара Стратієнко.

Понад 20 років була ведучою і авторкою «Вечірньої казки», що виходила на Першому національному каналі, **Алла Мігай** (за фахом – музикознавець). Її аудиторія налічувала 15 мільйонів глядачів по всій Україні. Щодня на адресу програми приходили сотні теплих, щирих листів, причому писали не тільки діти, а й їхні батьки, дідусі. Найбільше прихильників «Вечірня казка» мала в сільській місцевості, адже там діти не мали можливості переглядати стільки різних каналів і закордонних дитячих програм, як у великих містах.

Музику до передач Алла Мігай стала писати тому, що цього вимагала робота. У передачі для малюків «Сім нот» завданням була пісня «Сім нот». У передачі «Мультфільм на замовлення» – її пісня «Відгадай, відгадай». Пісню до «Вечірньої казки» – «Сонько-дрімко» написала на замовлення. Коли вона вже почала працювати саме у «Вечірній казці», то до кожної передачі намагалася писати нову, щоб у кожному казкового героя була своя пісня.

Спілкувалася тьотя Алла з юними глядачами українською мовою, бо вважала, що 13 хвилин дитячої казки з екрана важать для виховання в дітях почуття національної гідності більше, ніж годинні лекції. «Мову не можна нав'язувати – це спричинить агресію. Любов до слова потрібно виховувати через культуру, насамперед через хорошу пісню, цікаві вистави, мультфільми», – вважає Алла Мігай.

Нема тепер «Вечірньої казки», як немає дитячих передач практично на всіх телеканалах.

У ранковому ефірі на каналі «1+1» таки існує передача «Маріччин кінозал» з відомою телеведучою, чарівною, доброзичливою **Марійкою Падалко** (назва передачі нагадає дорослому поколінню «Катрусин кінозал» з ведучою **Катериною Лозовенко** і лялькою Катрусєю, що виходила на УТ-1 у 70–80-х роках). Ведуча спілкується з мавпочкою Вотт на теми, які цікаві сучасним дітям. Але це лише технічна підводка до мультиків Діснея.

Нещодавно на обласному телебаченні «Галичина» з'явилася передача-ремікс 60–80-х «На добру ніч малюкам», яку веде співачка Світлана Весна.

До речі, незважаючи на те, що сьогодні діти інші, прагматичніші, інформованіші, передача таки користується популярністю. Діти пишуть листи і надсилають малюки.

**Ведучі-діти** не є професійними дикторами, з ними треба багато працювати. Тому дитячі програми робити складно. Щоб налаштувати дитину на ведення, треба бути трошки психологом.

З дитячих передач в українському регіональному телепросторі саме своїми дітьми-ведучими запам'яталися передачі ОТБ «Галичина» «Галочка» і «Чіка-бум» (друга половина 90-х років). Передача режисера **Володимира Кукурузи** була смішна, весела, доброзичлива, несла багато позитивної енергетики. Вона вмещала рубрики «Па-па», «Криміналочка», «Мрії», «Оказії», «Заячинки», «Плюс на мінус», «Жаба», «Бекар» (з неї потім народилася музична передача «Чіка-бум») та інші. Кожна рубрика мала свого ведучого.

Дітлахи були надзвичайно органічні, правдиві, вели розмову щиро і природно. Такий дар, уміння «не псувати» ді-

тей, а лише допомагати розвиватися їхнім творчим здібностям, притаманні Володимирові Кукурузі. Іноді це вартувало режисерові великої праці. Він згадує, як дві години поспіль з найменшою ведучою Роксоланочкою міг записувати лише чотири потрібних речення. Але робота того вартувала – прикарпатці з нетерпінням щомісяця чекали виходу нової передачі з новими цікавими рубриками та дотепними приколами від ведучих.

У результаті «Галочка» і «Чіка-бум» завоювали нагороди багатьох всеукраїнських телевізійних конкурсів.

Не секрет, що сьогодні дитячі програми неприбуткові, а тому жодної з них не знайдеш на комерційних, себто «рейтингових» каналах.

#### Контрольні питання для самостійного опрацювання

1. Виразальні засоби телебачення.
2. Особливості мовлення на телебаченні.
3. Вплив телемовлення на становлення норм літературної мови.
4. Темп та інтонація ведучих і журналістів у телеефірі.
5. Формат передачі та стиль ведучого.
6. Акторська майстерність телеведучого.
7. Рейтинги телепрограм і харизматичність ведучих.
8. Характеристика поняття «шоу».
9. Основні види телевізійних шоу.
10. Специфіка мовлення ведучих інформаційних програм.
11. Коментарі й оцінки ведучого в новинах і авторських програмах.
12. Особливості ведення дитячих передач.
13. Діти-ведучі.

#### Тестові завдання

1. Найбільше може собі дозволити імпровізувати:
  - а) ведучий;
  - б) конферансьє;

#### МАЙСТЕРНІСТЬ ВЕДУЧОГО

- в) диктор;
  - г) журналіст;
  - г) діджей.
2. Всі актори можуть бути ведучими. Не всі ведучі можуть бути акторами:
    - а) обидва твердження правильні;
    - б) перше твердження правильне, друге – неправильне;
    - в) перше твердження неправильне, друге – правильне;
    - г) обидва твердження неправильні.
  3. Дід Панас – це:
    - а) перший український конферансьє;
    - б) популярний діджей;
    - в) ведучий-казкар.
  4. Дід Панас – це актор:
    - а) Б. Бенюк;
    - б) П. Вескляров;
    - в) Ю. Березін;
    - г) Є. Нищук.
  5. Будь-який сюжет, відзнятий не сьогодні, називається:
    - а) вчорашній;
    - б) архів;
    - в) досє.
  6. Запорукою успіху новинного ведучого є:
    - а) мінімум акторства;
    - б) максимум акторства.

#### 4. ВЕДУЧИЙ ПРИВАТНОГО СВЯТА (ТАМАДА)

Ведучий приватного свята – явище в нашій культурі відносно недавнє. За часів Радянського Союзу такої професії не було, хоча були культорганізатор, масовики-вітівники та конферансьє. Але це не зовсім одне й те саме. Всі перераховані вище працювали, як правило, в офіційнішій обстановці і бути ведучим на приватній вечірці могли хіба що нелегально, за домовленістю. У будь-якому разі, і культорганізатор, і масовик-вітівник радянських часів могли собі дозволити вести

програму без особливого врахування настроїв гостей, за одним сценарієм, а також могли бути досить директивними. Адже якщо люди прийшли до них на свято – так чи інакше вони повинні підкорятися правилам того місця, куди їх запросили, і тих людей, які цей захід проводять.

Зовсім інша ситуація в сучасного ведучого, коли вже не до них, а вони приходять на свято, й основні правила диктують винуватці торжества і їх гості. Це, безумовно, вимагає від ведучого більшої тактовності і більшого вміння імпровізувати.

Власне, до початку 2000-х років людей, які займалися лише веденням приватних свят, було вкрай мало. Ведучим на приватному святі міг бути вчорашній масовик-витівник ранку в дитячому садку, Будинку культури або актор місцевого театру. Тому довгий час проведення вечірок, весіль та **корпоративів** вважали чимось непристойним для хорошого актора або конферансьє, просто кажучи – «підробкою», «халтурою». На сьогоднішній день тамада – цілком поважна професія, і ведення свят, як правило, – доля фахівців, для яких це основний вид діяльності, а не просто «підробіток», і які вкладають у цю справу багато сил і енергії. Принаймні якщо це працівники спеціалізованого агентства. Сучасні ведучі можуть витримати програму свята кілька годин поспіль, як це буває на приватних вечірках. А іноді свята цілком можуть захопити практично весь день і частину ночі (як буває на весіллях), і весь цей час ведучий зобов'язаний бути в повній «бойовій готовності» – розважати гостей і бути в бадьорому настрої.

У ведучого приватного свята мусять бути хороша дикція, уміння просто і красиво виразити свою думку. Його зовнішній вигляд теж указує на професіоналізм.

Найурочистішим і найрадіснішим святом в житті кожної людини є весілля. І для того, щоб святкування пройшло цікаво й урочисто, потрібно доручити організацію та ведення весільного застілля тамаді, який має певний досвід і займається цим професійно.

Майстер ведення застілля – це не просто людина, що має проголошувати тости, організовувати ігри й конкурси. Від

неї залежать настрої свята та мистецтво проведення весілля. Недостатньо буде смачно нагодувати і добре напоїти наречених, батьків та гостей. Бо в кожній людині є свої почуття, мрії і бажання. Їй хочеться отримати задоволення, відпочити від буденності, насолодитися святом і, можливо, трішки «побешкетувати». І тільки тамада здатен зрозуміти гостей, спіймати настрої наречених та їх батьків і запропонувати їм бажане.

Тамада представляє гостей, розсаджує їх і управляє процесом привітання наречених, зустрічає молодих і їх батьків, адже вони – головні дійові особи на весіллі. Він підказує, де кому стояти, як вітати і що робити під час запрошення гостей на святкове застілля. Під розважальною функцією тамади розуміється проведення весільних ігор та конкурсів, узгодження музичної програми.

Суть роботи ведучого полягає не тільки в тому, щоб влучно проголошувати тости, організовувати ігри й конкурси, а і в тому, щоб створити таку атмосферу весілля, де кожному присутньому буде приємно та цікаво.

У руках весільного ведучого зосереджується «кермо влади». Ця людина виступає в ролі організатора і виконавця весільно-святкової програми. Тамада повністю контролює свято. Він стежить за черговістю тостів і привітань, оголошує конкурси, музичні паузи, танці, організовує весільні ігри і вікторини. Тобто, не дозволяє перетворитися весіллю на звичайне банальне свято, а робить його оригінальним і таким, що запам'ятовується.

У кожного «весільного» майстра є свої таємниці, підходи й секрети унікального проведення святкування. Адже на святкуванні весілля збираються різні люди, і першочергово важливим завданням ведучого є гуртування цієї маси та швидке вливання в колектив гостей, близьких і родичів. Важливим є створення довіри та симпатії між присутніми людьми.

Не слід забувати і про вроджене почуття гумору й такту тамади. Цікавий жарт на одному весіллі може бути неактуальний чи образливий на іншому, або узгоджений з контек-

том свята. Тому завжди мусять бути присутні елементи імпровізації і творчості. Наскільки ведення святкового застілля буде цікаве і вдале – залежить від тамади. Ця людина має встигати всюди, повинна вміти догодити кожному з присутніх, не допускати того, щоб гості ухилялися від конкурсів, тостів, танців чи сварилися. І ще одна з найголовніших рис, якою має володіти тамада – це скромність. Незважаючи на те, що тамада керує бенкетом, він не повинен звеличувати себе або кого-небудь з присутніх.

Майстерність введення весілля полягає в маскуванні недоліків. Адже, хоч як добре організовано свято, на жаль, завжди виникне декілька проблем, здатних зіпсувати його. І тут тамада – незамінна людина. Він перший має помітити і приховати всі неприємні нюанси, що виникають у процесі проведення застілля.

І взагалі, тамада на весіллі – це людина, яка не тільки не дозволить гостям нудьгувати, але й простежить за тим, щоб гості трималися в рамках пристойності і при цьому запам'ятали весілля як одне з найяскравіших свят в їх житті.

Керівник святкування (тамада) повинен поєднувати в собі багато якостей: скромність, мудрість, високу моральність, повагу до мов присутніх. Загалом, головний обов'язок тамади – створити атмосферу гармонії за столом. Йому завжди належить перше слово. Для того, щоб цікаво говорити й імпровізувати, тамада мусить володіти певним рівнем культури. Він вимовляє перший тост, задаючи, таким чином, для присутніх тему тостів. В ідеалі кожен повинен сказати декілька слів на ту ж тему, наприклад на честь нареченої, батьків, друзів і т. п. Але на великих бенкетах неможливо надати слово кожному. Тому відразу слідом за тамадою говорять старші люди, які мають авторитет.

Говорячи про мистецтво ведення весільного застілля, неможливо не відзначити, що тамада повинен дотримуватися певного порядку вимовляння тостів і не повторюватися. При цьому в його тостах у жодному разі не повинні бути присутні неприємні теми. Адже для нього важливо створити атмосфе-

ру свята і зробити все можливе для того, щоб ніхто не сварився. До речі, це негласне правило існує ще з давніх часів, коли багато питань розв'язували за столом з вином. Святкування та гуляння були стримувальними чинниками для супротивників. Але і сьогодні бійка на весіллі – це перш за все ганьба для тамади, в обов'язки якого входить вчасне запобігання сварці.

Майстерність тамади проявляється в чудовому відчутті настрою присутніх. Якщо їм хочеться співати, то він вчасно перериває розмову і дозволяє людям насолодитися музикою. Краще за все, якщо тамада добре співає і сам може почати виконувати пісню.

Тамада – це зразок поведінки для всіх присутніх. Він мусить володіти певною витривалістю – не пропустити жодного тосту і при цьому не сп'яніти. Бути п'яним для тамади – втрата честі. Відсутність майстерності тамади у веденні застілля може зіпсувати святкування, настрої молодих, їх родичів, батьків і гостей.

У той же час «весільний майстер» повинен простежити за тим, щоб не напилися і гості, і в цьому допомагає йому чітке дотримання традиції застілля. Століттями вироблена черговість тостів сприяє тому, що люди за столом постійно відчувають нові, обов'язково позитивні емоції, і вино чи горілка стає приємним супроводом для їх радісних переживань. Їжа, яку подають у певній послідовності, і спів, який тамада періодично «включає» протягом застілля, також не дозволяють гостям сп'яніти.

Весілля – це вечірка, на якій перш за все має бути весело. Бо якщо на весіллі нудно, то хай якими закоханими виглядають молоді – це провал. До того ж усе має бути інтелігентно, вульгарних конкурсів та розваг не слід влаштовувати – це нівелює всю душевність свята. Останнім часом проводять нетрадиційні весільні вечірки. Їх чимало: стилізованих під віденський бал, венеціанський карнавал, оскарівську церемонію, гангстерську вечірку 30-х, гіпі 60-х, босяцькі пострадянські 90-ті.

Найсильніші емоції людина отримує від контрасту вражень. Але за шість годин за столом на весіллі людина може знудитися. Тому за сценарієм розваги мають грати на контрастах – це й імпровізовані театральні постановки з гостями, оригінальні, персоніфіковані під молодят конкурси, неочікувані розіграші гостей, небанальна шоу-програма, багато гумору та приколів. Звісно, що більший бюджет – то більший простір для фантазії: можна змінити місце святкування, пересуваючись на яхтах, конях, квадроциклах. Від приватного зоопарку на аперитив до зали, зробленої із світлодіодних екранів, на яких транслюється фільм про молодят, а потім – до басейну з надувними кульками та феєрверками.

З іншого боку, запальна компанія, сповнена ентузіазму та бажання розважатися, запросто замінє будь-які бюджети. Як і фантазія організаторів, ентузіазм гостей та майстерність ведучого.

Ведучий перш за все має виглядати у стилістиці вечірки. Тож, якщо свято костюмоване, вдягатися слід відповідно. По-друге, ведучий має «відповідати» тим грошам, що йому платять. За великим рахунком він також артист шоу-програми весілля та має відпрацювати свій гонорар.

Музика – це дуже складний чинник кожного весілля, адже здебільшого збирається різна публіка. Завжди є люди, які хочуть Сердючку, і ті, яким вона не подобається. Тут не уникнути визначення пріоритетів – на кого більше орієнтуватися: на старше покоління друзів батьків чи на молодших друзів наречених. Оптимальним рішенням наразі може бути диско 80-х плюс перевірені танцювальні гіти 90-х. Тут дуже важливо, щоб діджей відчував публіку та грав відповідну музику. Окреме питання щодо живої музики.

Справжній організатор весілля – це не лише менеджер з управління святом, а перш за все авторитетний і адекватний порадник, що може витягнути максимум з будь-якого бюджету.

Отже, тамада – це дещо інше, ніж ведучий, який знає програму, може заздалегідь підготувати конференс до кожного номера (за необхідності). Тамада – найчастіше імпровіза-

тор, і тут важливу роль відіграє або природний таланти імпровізації, або досвід, що приходить з роками, плюс тренування імпровізаторської майстерності. А краще і те, й інше.

Таким чином, завдяки майстерному керівництву тамади весільне гуляння може продовжуватися дуже довго і не бути тягарем нікому з гостей. Проте тамада повинен також вчасно завершити це святкове дійство.

Сьогодні газети, сторінки Інтернету рясніють від пропозицій: «Надасть послуги професійний тамада». «Зірок» багато, а світять по-справжньому одиниці...

Гуморист і сатирик **Гриць Драпак** добру славу тамади має як в Україні, так і за кордоном, де його часто запрошують не тільки погастролювати, а й провести весілля. Хто був на весіллі, яке він організовував і проводив, запам'ятає таке дійство надовго, ще й іншим радо порекомендує цього гумориста на весілля, забави, хрестини, іменини, ювілеї, корпоративи.

Тамадує Гриць Драпак від щирого серця. Найбільше пишається тим, що двох однакових весінь ще не проводив. Він постійно імпровізує, намагається, «щоб усі, хто прийшов на забаву, повеселилися на славу». В першу чергу дбає про молодих, бо це їхнє свято. Гриць Драпак вважає, що на весіллі, забаві чи на концерті все має бути в межах приємного, цивілізованого, веселого спілкування.

Чи потрібна професія тамади? «Якщо серйозно, то це справді проблема, – каже Гриць Драпак. – Колись українці самі забавлялися, веселилися, багато співали на весіллях, а тепер хочуть, щоб їх бавили. Різниця в тому, що колись веселив староста, а тепер тамада. А може, це і правильно – люди платять за професійне ведення забави. І нині є чимало талановитих тамадів, що, окрім сцени, ще й підробляють на забавах. Але є й справжні бездари, їм тільки гроші взяти та весілля відбутися, ще й якусь з ігор чи конкурсів в іншого тамади вкрати, в нас у цьому плані немає жодного авторського права. Тільки щось придумаю, бо не схвалюю тих вульгарних танців з качалкою між ногами, як одразу моя ідея йде від весілля до весілля. Тому нині тамадують усі, кому не лінь, і це проблема, бо так не має бути...

Або як почнуть тато, мама, хресні ті вірші читати... То я слухаю-слухаю, а тоді кажу: "А тепер скажіть по-людськи, чого ви своїм дітям бажаєте..." А там, дивись, хтось напідпитку мікрофона вириває, хоче анекдот розказати, який я ще в третім класі знав. Доводиться після того свій розказувати... Але делікатно, з гумором, аби нікого не образити. Взагалі у цій справі треба бути психологом, бо можна і по вусі дістати... Треба пам'ятати, що кожен гість на весіллі – то як лауреат державної премії...»

На весіллі Гриць Драпак згуртовує всіх – і батьків, і наречених, і кумів, і сватів, як у політиці – всі фракції разом. Щоб не було гостей ліпших і гірших, бо приходять і прості люди, і великі начальники: скромно одягнуті і з перснями на кожному пальці.

Одне слово, весілля – це свято, що має запам'ятатися на все життя...

**Отож, що повинен робити тамада і що йому робити не можна:**

#### **Тамада – не староста**

Він не повинен бігати протягом усього весілля з «черговою» чаркою між гостями і кричати: «Випиймо за молодих!» Гостей на святі не треба насильно споювати. Хто прийшов з наміром перехилити зайву чарку – зробить це і без тамади. А хто цього не хоче – змушений себе силувати. Окрім цього, якщо тамада буде часто «вживати» разом з гостями – він ризикує не «дожити» до завершення весілля.

#### **Тамада – не клоун**

Досить часто можна почути думку про те, що тамада повинен смішити гостей. Це не зовсім так. Навряд чи комусь буде цікаво протягом цілого свята слухати анекдоти чи гуморески, навіть дуже цікаві. Тамада має розважати гостей. Це означає органічно поєднувати привітання гостей, конкурсні програми за столом і на танцювальному майданчику та обрядові елементи свята.

#### **Тамада – не зірка**

Досить часто дехто з народних артистів «грішить» тамадуванням. Власне «грішить», бо швидко забуває, що він не

на своєму сольному концерті, і починає цілий вечір «затямлювати» своєю зірковою особистістю справжніх винуватців свята. Свято перетворюється на виставу одного актора. Тамада має акцентувати увагу на винуватцях свята, підкреслювати їх позитивні риси і вдало маскувати дрібні недоліки. Він не повинен викликати відчуття власної значущості у всіх гостей свята.

#### **Тамада – шоумен**

Органічно поєднуючи всі елементи свята, тамада має створити яскраве шоу з кожного свята. Так, власне шоу. Щоб воно запам'яталося на все життя. Бо саме для цього тамаду й запрошують на свято. Він наперед складає сценарій свята, використовуючи всі побажання замовника. Погоджує погодинний план дійства та перелік запрошених артистів (якщо такі є), створює конференс для кожного моменту свята. Отже, тамада – це сценарист, режисер і ведучий в одній особі.

#### **Тамада – розпорядник свята**

Через унікальність своєї ролі на святі тамада змушений брати на себе функції розпорядника. Він узгоджує свою роботу з кухнею, з музикантами, запрошеними виконавцями, салютом і т. д. Він корегує програму свята відповідно до побажань замовника.

Але хай який професіонал тамада, свято великою мірою залежить від винуватців та гостей. Якщо хтось «забув хорошиї настрої удома», не допоможе найгеніальніший тамада.

#### **Контрольні питання для самостійного опрацювання**

1. Особливості ведення приватних свят.
2. Майстерність тамади.
3. Професійні якості ведучого приватних свят.
4. Ведення приватних вечірок за нетрадиційними сценаріями.
5. Відмінності професій ведучого приватного свята і конференсьє.

## Тестові завдання

1. Ведучий приватного свята – це:
  - а) професія з давньою історією;
  - б) явище відносно недавнє.
2. Під розважальною функцією тамади розуміється:
  - а) представлення гостей;
  - б) проголошення тостів;
  - в) проведення ігор та конкурсів.
3. Тамада керує бенкетом. Він має звеличувати кого-небудь з присутніх (наприклад господаря чи авторитетного гостя):
  - а) обидва твердження правильні;
  - б) перше твердження правильне, друге – неправильне;
  - в) перше твердження неправильне, друге – правильне;
  - г) обидва твердження неправильні.
4. Головний обов'язок тамади:
  - а) стежити за тим, щоб гості трималися в рамках пристойності;
  - б) приховати неприємні нюанси свята;
  - в) створити атмосферу гармонії і свята;
  - г) вчасно завершити святкове дійство.
5. Майстерність ведучого приватного свята полягає насамперед у тому, щоб:
  - а) не пропустити жодного тосту і при цьому не сп'яніти;
  - б) маскувати недоліки, які можуть зіпсувати свято;
  - в) зробити свято таким, що запам'ятається.

## ПІСЛЯМОВА

Найважливішим у творчості ведучого є вміння спілкуватися – як 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 поведінка на сцені. Щоб таке спілкування було повноцінне, його поведінка мусить бути осмисленою, кожна мить перебування на сцені – до деталей продуманою. 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.

Створення специфічної атмосфери спілкування з аудиторією, коли встановлено контакт із глядачами, а спілкування з ними ведеться як з добрими друзями і старими знайомими, є однією з ознак майстерності ведення і конференсу. Взаємини «добрих друзів» заохочують до відкритості й відвертості. Довірлива увага глядача (слухача) до ведучого зумовлює відверті реакції. У глядача виникає зацікавленість особистістю ведучого, його зовнішністю, навіть подробицями його біографії.

Перед виходом на сцену або в теле-, радіоефір ведучий зважає передусім на склад аудиторії – віковий, соціальний, її настрої, на зміст і характер усієї програми й окремих її частин, ставлення глядачів (слухачів) до виконавців чи до основної теми, яка порушується в передачі. Всі ці уявні, майже підсвідомі операції тривають якусь мить, але саме за ці секунди ведучий закладає основу, успіх програми. Ведучий повинен бути навіть професійним психологом: передбачати реакцію зали, відчувати загальний настрої аудиторії і нюанси в ній.

Ведучий як господар дбає про піднесений настрої глядача (слухача). Для ведучого, який не працює над власною майстерністю, це завдання особливо складне.



Якщо ведучий не вступає у спілкування з глядачем, не виявляє своїх емоцій, а тільки оголошує суто інформаційно текст, він справляє й відповідний емоційний вплив, а часом рівень довіри аудиторії знижується.

Очевидно, що запити й очікування глядачів нового покоління обумовлені реальною **конвергенцією**. Три галузі – телекомунікації, **мультимедіа** та Інтернет поєднуються, відкриваючи людям світ цілком нових можливостей розваг і спілкування. Відповідно під впливом Інтернету змінюється поведінка користувачів, у яких з'являється можливість отримати бажане, коли і де вони цього хочуть. З огляду і на позитивні, і на негативні тенденції розвитку медіа ведучий залишатиметься ключовою фігурою.

Успіх теле-, радіопродукту значною мірою залежить від професійності ведучого, зокрема, як він зуміє сформувати особистісний, психологічний контакт. Невміння формувати контакти вкрай негативно впливає на якість кінцевого результату – концерту, програми, передачі тощо.

Ведучий – це особа, якій глядач (слухач) довіряє (принаймні в ідеалі повинен довіряти), адже на довірі ґрунтуються будь-які нормальні людські стосунки, і перш за все – розуміння, розуміння як процес і як емоція.

Коли з'являється можливість відкритого спілкування аудиторії з ведучим, анонімність зникає. І ось тут варто враховувати, що спілкування з аудиторією вносить різноманітність у програму, створює атмосферу безпосереднього спілкування. І найвища майстерність ведучого буде досягнута, якщо він зуміє не лише спілкуватися з глядачем, із гостями студії, а зуміє вести діалог, розпочати полеміку, заінтригувати багатьох і в кінцевому результаті – досягти мети: дати якнайбільше інформації своєму глядачеві на тему, яка його цікавить.

Відлік діалогу ведучого з гостем у студії починається перед телекамерою тільки для співрозмовника, для ведучого цей діалог (уявний, внутрішній і т. д.) триває все життя. Екранний етап – лише остання фраза в цій заочно розпочатій розмові, для якої здійснювалися добір та опрацювання редакційної пошти, прослуховування дзвінків глядачів, робота

з літературою, дотичне спілкування з колегами, осмислення різних проблем.

Загалом перед ведучим стоїть багато завдань одночасно. Успішне їх розв'язання вимагає високого професіоналізму, розуміння суті всього, що відбувається, володіння тактикою та прийомами роботи.

Формули ідеального ведучого не існує. І все ж! Зовнішність, поставлений голос, інтелект, харизма, імідж... Додайте до цього всього щось таке, що вабитиме глядача до вас. Чи ви на сцені, чи в ефірі. Шукайте це «ЩОСЬ» у собі...

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Moderator v rozhlase. Fonozosit z metodickeno seminara. Bratislava. – 1977. – С. 5.
2. **Алексеев А. Г.** Серьезное и смешное / А. Г. Алексеев. – М.: Искусство, 1971. – 357 с.
3. **Антоненко-Давидович Б.** Як ми говоримо / Б. Антоненко-Давидович. – К.: Либідь, 1991.
4. **Ардов В. Е.** Как вести концерт. В помощь начинающему конференсье / В. Е. Ардов. – М.: Госкультпросветиздат, 1956.
5. **Бабич Н. Д.** Основи культури мовлення / Н. Д. Бабич. – Львів, 1990.
6. **Базюк Л.** Штрихи до характеристики мовної особистості тележурналіста / Л. Базюк // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.-метод. праць. – Львів, 2000.
7. **Ваніна О.** Значення голосу і манери говорити для теле- і радіожурналістів / О. Ваніна // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.-метод. праць. – Львів, 2002.
8. **Ванченко Т. П.** Технология моделирования культурных программ на телевидении: состояние и перспективы / Дис. канд. филол. Наук / Т. П. Ванченко. – М., 1999.
9. **Василь Ілащук:** «Не потрібна самозакоханість, необхідне самовдосконалення!» / Василь Ілащук / Режим доступу: /http://

[www.molod-ukraine.com/index.php?option=-com\\_content&task=view&id=2444&Itemid=60](http://www.molod-ukraine.com/index.php?option=-com_content&task=view&id=2444&Itemid=60)

10. Ведучий у практиці сучасного радіомовлення. Збірник навч.-метод. матеріалів/Упоряд. проф. В. Я. Миронченко. – К.: Національна радіокомпанія України, 2006. – 92 с.

11. Вікіпедія. Україномовний розділ відкритої багатомовної мережевої енциклопедії/Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Головна\\_сторінка](http://uk.wikipedia.org/wiki/Головна_сторінка).

12. Викерс Р. Б. Юрий Тимошенко и Ефим Березин/Р. Б. Викерс. – М.: Искусство, 1982. – 244 с.

13. Горбунов Юрий: «Любовь нельзя купить»/Горбунов Юрий/Режим доступу: <http://ostrov.zp.ua/nomer25-lichnost-yuriy-gorbunov-lyubov-nelzya-kupit.html>

14. Гоян О. Я. Основы радиожурналистики и радиоменеджменту: Підручник/О. Я. Гоян. – 2-ге вид., допов. – К.: Веселка, 2004. – 245 с.

15. Гоян О. Я. Радиостанция как деловое предприятие: методика журналистской творчости: Посіб. для студ. Ін-ту журналістики/О. Я. Гоян. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2001. – 62 с.

16. Гриць Драпак: Запросіть на весілля – розсмішу не аби-як // Режим доступу: <http://www.para.te.ua/?menu=heading&id=45&hid=2791>

17. Гуревич П. С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия/П. С. Гуревич. – М.: Искусство, 1991. – 221 с.

18. Дід Панас отримував 80 карбованців/gazeta.ua, четвер, 26 листопада, 2009/Режим доступу: <http://gazeta.ua/>

19. Ефір стає багатоголосим. Діалог про нову ранкову програму Українського радіо/Літературна Україна. – 1988. – 5 травня. – № 18. – С. 3.

20. Єлісовенко Ю. П. Діалогічні жанри в телевізійному мовленні/Ю. П. Єлісовенко/Наукові записки Інституту журналістики. – 2003. – Т. 10. – С. 213–217.

21. Журавльова Л. Кола любові. «Тьотя Надя», актриса Надія Батуріна, – про людей і ляльку/Любов Журавльова/Дзеркало тижня, № 44 (723) 22–28 листопада 2008/Режим доступу: <http://www.dt.ua/3000/3680/64788/>

22. Зайцев В. П. Режисюра естради та масових видовищ/Валерій Зайцев. – К.: Дакор, 2003. – 304 с.

23. Зелений Ю. Словничок-новотвірничок/Режим доступу: <http://korychyntsi.com.ua/novini/suspilstvo/slovnichok-novotvirnichok-vid-urka-zelenogo.html?Itemid=100271>

24. Зелінченко О. А. Порівняльна характеристика диктора та ведучого/О. А. Зелінченко/Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 24. – С. 110–114.

25. Іванова Ольга: Плекайте в собі особистість/Ольга Іванова/Еженедельник «Робота для жінок» // Режим доступу: <http://www.ladyjob.com.ua/articles/2007/44/708.html>

26. Казарцева О. М. Культура речевого общения: Теория и практика обучения: Учебное пособие/О. М. Казарцева. – М.: Флинта: Наука, 1998. – 496 с.

27. Казкарка Алла Мігай: «У мене друзів – п'ятнадцять мільйонів»/Перший канал. Офіційний сайт/Режим доступу: [www.1tv.com.ua/about/press/view.php?id=1202](http://www.1tv.com.ua/about/press/view.php?id=1202)

28. Как стать ди-джеем на радио?/Ежедневный познавательный журнал «Школа Жизни. ру» /Режим доступу: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-27615/>

29. Катя Осадчая: «Сегодня я успешная, но все проходит...»/Обозреватель/Режим доступу: <http://obozrevatel.com/news/2007/3/31/163462.htm>

30. Кацун Ю. Конференс на межі фолу/Юлія Кацун/«День», №5, вівторок, 14 січня 2003/Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/14041/>

31. Клитин С. С. Эстрада: Проблемы теории, истории и методики: Учебное пособие/С. С. Клитин. – Л.: Искусство, 1987. – 190 с.

32. Когут Ю. Що в голосі твоїм?/Юлія Когут/Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tir/2008\\_7/visnyk07-4.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tir/2008_7/visnyk07-4.pdf)

33. Козаков Г. Увага – ефір! Основні норми української орфографії/Г. Козаков/Телерадіокур'єр. Журнал для фахівців медіаіндустрії. – 2007. – №2. – С. 62–65; 2008. – №3. – С. 54–56; 2008. – №4. – С. 97–99; 2009. – №1. – С. 29–31.

34. **Комлев Н. Г.** Словник нових іноземних слів: (З перекладом, етимологією, тлумаченням) / Н. Г. Комлев. – М., 1995.
35. Конферансьє. Кто это? / Тезисы практического выживания / Режим доступу: <http://paradeti.ru/blog/2009-12-25-27>
36. **Лизанчук В. В.** Радіожурналістика: засади функціонування. Підручник / В. В. Лизанчук. – Львів: ПАІС, 2000. – 366 с.
37. Массовые виды искусства и современная художественная культура / (Богомолов Ю. А., Борев В. Ю., Варганов А. С. и др.; Отв. ред. А. С. Варганов, В. П. Демин); ВНИИ искусствознания. – М.: Искусство, 1986. – 271 с.
38. **Миронченко В. Я.** Основи інформаційного радіомовлення: Підручник для студ. ун-тів спец. «Журналістика» / В. Я. Миронченко / Інститут змісту і методів навчання; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: 1996. – 438 с.
39. **Миронченко В. Я.** Редактор чи диктор / В. Я. Миронченко / Журналіст України. – 1981. – № 12. – С. 12-16.
40. Мистецький олімп України 2009. Он-лайн версія видання / Режим доступу: <http://who-is-who.com.ua/bookmarket/olimp2009/3/21.html>
41. **Набруско В.** Чи стане Україна господарем у власному інформаційному просторі? / В. І. Набруско / Дзеркало тижня. – 2008. – 13 вересня. – № 34 (713). – С. 19.
42. **Набруско В. І.** Працює в повний голос – голос Українського радіо / В. І. Набруско / Журналіст України. – 2004. – №4-5. – С. 43-47.
43. **Нагорняк М.** Ведучий інформаційних програм Національної радіокомпанії України: становлення фаху та шляхи вдосконалення професійної діяльності журналіста-інформаційника / Майя Нагорняк / Режим доступу: [http://www.journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/nagornyak\\_publ.html](http://www.journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/nagornyak_publ.html)
44. Наталія Сумська про сльози радості та чоловіка, якому можна народити трьох синів / Автограф. – № 4, квітень. – 2008.
45. Наталя Сумська перевітлілася у Кайдакину і заспівала / ІНТЕР+, 26 листопада 2009 / Режим доступу: <http://interplus.ua/ua/news/2008/3/172.html>
46. **Олексій Коган.** Фахівець, естет і чесна Людина / Блог Любителя / Режим доступу: [http://ama1eur.blogspot.com/2008/10/blog-post\\_17.html](http://ama1eur.blogspot.com/2008/10/blog-post_17.html)

47. **Панасюк А. Ю.** Формування іміджу. Стратегія, психотехнології, психотехніки / А. Ю. Панасюк. – М.: ОМЕГА-Л, 2008. – 266 с.
48. **Поліщук Т.** Музичний саміт у Криму / Т. Поліщук / «День», №160, 9 вересня 2004 р.
49. **Пономарів О. Д.** Культура слова: Мовностилістичні поради: Навч. посібник. 2-ге вид., стереотип / О. Д. Пономарів. – К.: Либідь, 2001. – 240 с.
50. **Райкин А. И.** Воспоминания / А. И. Райкин. – М.: Фирма «Аст», 1998. – 480 с.
51. **Сагач Г. М.** Риторика: Навч. Посібник для студентів серед. і вищ. навч. закладів / Г. М. Сагач. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. – 568 с.
52. **Сербенська О. А., Волощак М. Й.** Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей / О. А. Сербенська, М. Й. Волощак. – К.: Вид. центр «Просвіта», 2001. – 204 с. – 216 с.
53. **Сербенська О. А.** Культура усного мовлення. Практикум: Навчальний посібник / О. А. Сербенська. – К.: Центр навчальної літератури, 2004.
54. Словник лінгвістичних термінів / Уклад. Д. І. Ганич, К. С. Олійник. – К.: Вища школа, 1985. – 360 с.
55. **Смирнов В. В.** Формы вещания / В. В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 202 с.
56. **Смирнов-Сокольский Н.** Сорок пять лет на эстраде / Н. Смирнов-Сокольский. – М.: Искусство, 1976. – 225 с.
57. **Сопер П. Л.** Основы искусства речи / Сопер П. Л. / Пер. с англ. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. – 445 с.
58. **Станиславский К. С.** Моя жизнь в искусстве / К. С. Станиславский. – М.: Вагриус, 2000. – 441 с.
59. **Старовойт Олесь.** Вільні в умовах несвободи / Журнал «І», число 32, 2004 / Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n32texts/starovoyt.htm>
60. **Стебельська Христина:** «Це вищий пілотаж – коментувати прямий ефір» / Режим доступу: <http://www.wz.lviv.ua/pages.php?ac=arch&atid=72883>
61. Тамада – майстер ведення застілля / Режим доступу: [www.best-wedding.com.ua/tamada-master-vedennja-zastillya.html](http://www.best-wedding.com.ua/tamada-master-vedennja-zastillya.html)
62. Тамада // Режим доступу: <http://www.tamada.lviv.ua/>

63. Театральная энциклопедия/Режим доступу: <http://culture.niv.ru/doc/theatre/encyclopedia/226.htm#ab4710>

64. Толстова Н. А. Беседы о дикторском мастерстве/Н. А. Толстова. – М., 1963.

65. У Дніпропетровську мешкає людина, яку називають єдиним професійним конферансьє на всьому пострадянському просторі/Режим доступу: [www.libr.dp.ua/about/News/2004/Shepelev/Shepelev%20.doc](http://www.libr.dp.ua/about/News/2004/Shepelev/Shepelev%20.doc)

66. Фантазія та майстерність ведучого плюс ентузіазм гостей заміняє будь-які астрономічні бюджети // Режим доступу: <http://www.para.te.ua/index.php?menu=heading&id=29&hid=2526&page=1>

67. Цимбал Тетяна: Глядачеві цікаво бачити мислячу особистість, а не голову зі скляними очима/«Слово Просвіти», ч. 11 (388), 15–21 березня 2007 року.

68. Черкашин В. О. Художнє слово на сцені/В. О. Черкашин. – К., 1989.

69. Шальман Т. М. Телеведучий і аудиторія телепрограми: взаємодія і взаємовплив/Т. М. Шальман/Наукові записки Інституту журналістики. – 2005. – Т. 18. – С. 56–61.

70. Шальман Т. М. Телевізійний діалог як жанрова форма: теорія, практика/Т. М. Шальман/Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 24. – С. 100–105.

71. Шангина Е. Ф. Выявление и развитие актерских и режисёрских способностей: Методические рекомендации/Е. Ф. Шангина. – М.: Единный Банк Данных «Дебют», 1993. – 160 с.

72. Шапировский Э. Б. Конферанс и конферансьє/Э. Б. Шапировский. – М.: Искусство, 1970. – 129 с.

73. Шапировский Э. Б. Образы и маски эстрады/Э. Б. Шапировский. – М.: Советская Россия, 1976.

74. Шепель В. М. Имиджеология: секреты личного обаяния/В. М. Шепель. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994. – 320 с.

75. Щербакова Г. А. Концерт и его ведучий/Г. А. Щербакова. – М.: Советская Россия, 1974. – 80 с.

76. Эстрада в России. XX век.: Энциклопедия. – М.: Олма-Пресс, 2004. – 862 с.

## ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

**Амплуа** (від фр. *emploi* – посада, заняття) – певний вид ролей, що відповідають сценічним даним актора. Наприклад: герой, комік, резонер, інженю, субретка, фатальна жінка і т. п. Спеціалізація акторів за амплуа прискорює підготовку вистав, дає впевненість у майстерності виконання ролі, але обмежує акторські можливості, породжує штампи.

**Анекдот** – (від фр. *anecdote* – байка, небилиця; від грец. *το ανέκδοτο* – неопубліковане, букв. «не видане») – коротка смішна історія. Найчастіше анекдотові властиве несподіване смислове вирішення в самому кінці, що і породжує сміх. Це може бути гра слів, різні значення слів, сучасні асоціації, що вимагають додаткових знань: соціальних, літературних, історичних, географічних і т. д.

**Анонс** (від фр. *annonce* – оголошення) – попереднє коротке повідомлення.

**Артикуляція** (від лат. *articulatio, articulare* – вимовляти членороздільно). Робота органів мови, спрямована на формування звуків.

**Аудиторія** (від лат. *auditorium, auditor* – «слухач») – 1) приміщення, в якому відбуваються лекції, семінари, доповіді, проводяться збори тощо; 2) загал слухачів чи глядачів засобів масової інформації.

**Бекграунд** (від англ. *background* – фон) – 1) інформація, яку можна використовувати без уточнення джерела. Співрозмовник має право вимагати від журналіста, щоб його ім'я, посада та організація, яку він представляє, не фігурували в публікації. Бесіда для «фону» означає, що репортер може використовувати всю інформацію, передану йому джерелом у розмові, і цитувати будь-яке його висловлювання за умови, що особистість джерела ні в якому разі не розкривається; 2) (зазвичай кандидата) витоки, походження, біографічні дані; зв'язки, оточення (все, що пов'язано з життям, освітою,

і т. п. особи); 3) тло, задній план; мальоване або проєктоване зображення як фон при кінозйомках; 4) музичне або шумове оформлення.

**Буриме** (від фр. *les bouts riment* – кінці римуються) – вірш, створений за задалегідь заданими римами, які не дозволяється переставляти або змінювати і які мають пов'язуватися певним сюжетом; жанр буриме як версифікаційна гра постав у Франції на початку XVII ст., перетворюючись на предмет змагання вправних і дотепних віршувальників.

**Буфонада** (від італ. *buffonata*) – блазнювання, стиль комедії, побудований на прагненні виконавця максимально підкреслити зовнішні характерні ознаки персонажа, схильність до різких перебільшень (гротеску). Для цього виду комедії характерна перебільшено-комічна манера акторської гри, яка дуже часто залучає фізичне насильство або дії. (Наприклад, коли актора б'ють сковородою по голові або коли він на повній швидкості нашттовхується на стіну). Такий стиль найчастіше вживали в мультфільмах, таких як «Ну постривай!», «Том і Джеррі» та інших.

**Ведучий** – той, хто веде концерт, радіо-, телепередачу.

**Гротеск** – тип художньої образності, який ґрунтується на примхливому поєднанні фантастичного і реального, прекрасного і потворного, трагічного і комічного, справжнього і карикатурного. За допомогою гротеску митець створює специфічний «гротескний» світ, аномальний і дивний, в якому реальне та ірреальне несподівано постають в органічній єдності.

**Дикція** – це ступінь виразності у вимові звуків, складів і слів у мові. Ясність і чистота звучання мови залежать від правильної і активної роботи апарату артикуляції.

**Діалог** (від грецьк. *dialogos* – розмова, бесіда) – розмова двох чи кількох дійових осіб.

**Діджей** (від англ. назв. букв алфавіту DJ – ді джей, абр. *disc jockey* – диск-жокей) – виконавець на дисках, люди-

на, що грає для аудиторії записані на звукових носіях музичні твори, ведучий дискотеки, ведучий музично-інформаційного блоку на радіо.

**Експромт** (від лат. *exprom (p) tus* – готовий) – багато-значний термін: публічний виступ, мова, довгий тост без підготовки тощо.

**Епатаж** (від фр. *epatage*) – скандальна витівка; поведінка, яка порушує загальноприйняті норми і правила.

**Естрада** – 1) різновид сценічного мистецтва як окремого жанру, а також синтез жанрів: спів, танець, оригінальний виступ, клоунада, циркове мистецтво, ілюзії. Артистів, що працюють в естрадному жанрі, називають артистами естради, естрадними артистами. В більшості випадків естрадні артисти асоціюються із зірками естради (зірка естради).

Українська естрада сьогодні є компанією творчих осіб, що представляють як естрадний жанр, так і інші жанри сценічного мистецтва.

Серед естрадних виконавців і зірок естради прийнята алегорична класифікація, що додає титул до імені естрадного виконавця. Наприклад: «примадонна української естради», «король гламуру», «патріарх естради»; 2) сцена для виступів акторів, музикантів, співаків, промовців; 3) музично-драматичне мистецтво, пов'язане з виконанням невеликих творів; мистецтво малих форм.

**Жанр** (від фр. *genre* – рід) – загальне поняття, що відображає найістотніші властивості і зв'язки явищ світу мистецтва, сукупність формальних і змістовних особливостей твору.

**Жарт** – сказане чи зроблене для розваги, сміху; дотеп, витівка.

**Журналіст** – професійний літературний працівник газет, журналів, радіо та інших органів інформації і пропаганди.

**Імідж** (від англ. *image* – образ, зображення) – штучний образ, що формується в суспільній або індивідуальній свідомості засобами масової комунікації та психологічного впливу. Імідж створюється (пропагандою, рекламою) з метою фор-

ву. Імідж створюється (пропагандою, рекламою) з метою формування в масовій свідомості визначеного ставлення до об'єкта. Може поєднувати як реальні властивості об'єкта, так і нереальні, що приписуються. Імідж об'єкта – це думка раціонального або емоційного характеру про об'єкт (людину, предмет, систему), що виникла в психіці групи людей на основі образу, сформованого в їхній психіці у результаті їхнього сприйняття тих чи інших характеристик цього об'єкта.

**Іміджмейкер** – спеціаліст із питань створення іміджу державного діяча, публічного політика, громадського діяча. На сьогоднішній день у цивілізованих країнах користується підвищеним попитом у політиків, бізнесменів, «зірок» естради та кіно. «Зірка» – це імідж-ефект.

**Імпровізація** (від *італ. improvisazione, від лат. improvisus – несподіваний, раптовий*) – 1) виголошення промови, складання віршів, музики, виконання твору без попередньої підготовки; 2) гра актора, не передбачена драматургічним текстом.

**Інтерв'ю** (від *англ. interview – зустріч, бесіда*) – жанр публіцистики, який передбачає оприлюднення в пресі, на радіо чи телебаченні розмови з конкретною особою. І. концентрується навколо однієї чи кількох тем. Написані І. часто є безцінними літературними документами. І. з письменником допомагає досягнути специфіку його творчості, мотиви написання та авторське бачення художнього твору, реалії сучасного літературного процесу. Великі за обсягом І. можуть бути опубліковані як окремі книжки.

**Інтермедія** (від *лат. intermedius – що міститься по-середині*) – невелика п'єса, що виконується між актами драматичного чи оперного спектаклю; вставна сцена.

**Інтерпретація** (від *лат. interpretatio – роз'яснення, тлумачення, переклад*) – 1) роз'яснення, тлумачення, розкриття змісту чого-небудь; 2) пояснення художнього твору з метою розуміння його змісту та ідейно-художньої концепції.

**Інтонція** (від *лат. intono – голосно вимовляю*) – це ритмомелодійний лад мовлення. До його складу входять такі головні компоненти: висота тону, темп, наголоси, паузи, сила

й тривалість звучання голосу, що відбиває інтелектуальний та емоційно-вольовий зміст мовлення. Дехто з мовознавців долучає до цього ряду ще й тембр голосу.

**Кабаре** (від *фр. cabaret*) – невеликий розважальний заклад з певною художньо-розважальною програмою, яка складається зі співу пісень шансон, одноактних п'єс, скетчів, танцювальних номерів, об'єднаних виступами конференсьє.

**Капусник** – аматорська (як правило, для вузького кола запрошених) жартівлива вистава, заснована на гуморі і сатирі. Назва «капусник» походить від традиційної «пісної страви» – капусти. Капусники організовували зазвичай під час Великого посту. До Жовтневої революції капусники влаштовували працівники театрів. Театральна енциклопедія відзначала, що на весь Петербург славилися так звані «Варламовские капусники» – веселі вечірки з виставами в будинку актора К. А. Варламова для друзів і знайомих. Капусники проводили у МХАТі у 1902, 1903, 1908 роках. 9 лютого 1910-го дали перший платний капусник, кошти від якого пішли на користь особливо нужденних акторів театру. Форма вечорів-капусників збереглася і донині. Капусники влаштовують у школах, вишах, на підприємствах, у театрах. На основі форми капусника будуються деякі виступи команд КВН. З 1993 р. в Нижньому Новгороді проводять Всеросійський фестиваль театральних капусників «Весела коза».

**Кастинг** (від *англ. casting*) – вибір серед претендентів людини, яка найбільшою мірою відповідає творчому задумові. Практикується в шоу-бізнесі, для відбору моделей або поп-виконавців. Так само в кіновиробництві підбір основних творців (режисера-постановника, сценариста, оператора-постановника, композитора, художника-постановника) і акторів теж називають кастингом.

**Кафешантан** (від *фр. cafe chatan – букв. кафе зі співом*) – розважальний заклад – кафе з естрадою, де виконуються пісні і танці переважно легкого, розважального, часто фривольного характеру. Виникли кафешантани в Парижі на базі ресто-

**Комунікатор** – фахівець з поширення інформації.

**Комунікація** (від лат. *communicatio*) – обмін інформацією, спілкування, зв'язок. Масова комунікація – процес інформування широких мас із використанням технічних засобів.

**Конвергенція** (від лат. *convergo* – сходжусь, наближаюсь) – процес зближення, сходження (у різному сенсі), компромісу, стабілізації.

**Конферанс** (від фр. *coferese* – доповідь, бесіда) – 1) виступ на сцені, пов'язаний із веденням програми естрадної вистави, концерту тощо, а також текст такого виступу; 2) форма сценічної дії, яку здійснює конферансьє – особа, котра оголошує та коментує номери програми на естрадній виставі чи концерті і розважає публіку між номерами, що виконуються.

**Конферансьє** (від фр. *conferencier* – доповідач) – артист, що оголошує концертні номери і виступає в проміжках між ними. Мистецтво конферансу вимагає від виконавця дотепності, таланту імпровізації, вміння розмовляти з аудиторією. Завдання конферансьє – зв'язати виступи різних артистів в єдине дійство. Вперше конферансьє з'явилися в 60-ті р. XIX століття в паризьких кафешантанах і кабаре. У Росії перші професійні конферансьє з'явилися в 1910-х роках.

**Концерт** (від лат. *concerto* – змагатися) – прилюдне виконання музичних творів, балетних, естрадних і т. ін. номерів за певною програмою.

**Корпоратив** (корпоративна вечірка) – від лат. *corporatio* – спілка. Корпоративні свята у сучасному своєму вигляді з'явилися в Америці на початку XX-го століття. Дослідження показали, що, окрім грошової винагороди, у працівника є також інші мотивації, наприклад потреба в повазі. Великі власники швидко взяли цю теорію на озброєння. Цим же періодом датується виникнення корпоративної етики, невід'ємною частиною якої і є корпоративні свята. Ментальна причетність працівника до корпоративної етики компанії позначається на його роботі позитивно, а це означає, що і користі компанії він принесе більше. Корпоративні свята компанії проводять для досягнення такої мети: зняти колективний негатив, укріпити командний дух, підняти престиж компанії.

**Культура мовлення** – це розділ науки про мову, що розглядає питання дотримання мовних норм і доречності вживання виразових засобів мови в мовленні.

**Маркетинг** (від англ. *marketing* – продаж, торгівля на ринку) – управління створенням товарів і послуг та механізмами їх реалізації як єдиним комплексним процесом (тут – телепродуктом, концертною програмою). Маркетинг починається не так з товару, як з пошуку платоспроможного споживача, який готовий щось купити.

**Маска** – зовнішній вигляд, характерні риси, властиві акторові, що зображує певний тип.

**Мас-медіа** (*mass media*) – засоби масової інформації – преса (газети, журнали, книжки), радіо, телебачення, кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити і панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні й інші лінії зв'язку. Всім цим засобам притаманні властивості, що їх об'єднують – звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний характер виробництва і розповсюдження інформації.

**Медіа** – те саме, що мас-медіа.

**Модератор** (від лат. *moderor* – стримую) – людина, що має ширші права порівняно зі звичайними користувачами на громадських мережевих ресурсах (чатах, форумах, конференціях), зокрема хоча б одне з прав: право стирати чужі повідомлення; право редагувати чужі повідомлення; видаляти сторінки користувачів; обмежувати користувачів у правах редагування і перегляду. Термін «модератор» відображає права, але не поведінку особи, наділеної цими правами. Модератор відповідає за дотримання користувачами встановлених норм поведінки.

**Моніторинг** (від англ. *monitor* – контролювати, перевіряти) – безперервне стеження за яким-небудь процесом з метою виявлення його відповідності бажаному результату, а також прогнозування та запобігання критичним ситуаціям.

**Монолог** (від грец. *monos* – один, *logos* – слово, мовлення) – виголошення думок наодинці або перед слухачами.

**Мультимедіа** (від лат. *multum* + *medium*) – комбінування різних форм представлення інформації на одному носіїві, наприклад текстової, звукової і графічної або останнім часом дедалі частіше – анімації і відео.

**Ньюзрум** – (від англ. *news room*, дослівно «кімната, покій новин») – місце, де виробляють новини, або кімната, в якій збираються (працюють) ті, хто готує новини.

**Образ** – специфічна для літератури і мистецтва конкретно-чуттєва форма відображення дійсності.

**Пародія** – один із видів естрадного мистецтва і музики, що навмисно повторює унікальні риси іншого, зазвичай широко відомого виконавця або твору, причому у формі, розрахованій на створення комічного ефекту.

**Пластика** – мистецтво ритмічних, гармонійних рухів тіла. Загальна гармонія, узгодженість рухів і жестів.

**Режисер** (від лат. *rego* – керую) – постановник спектаклю, кінофільму, естрадно-концертної програми, циркового спектаклю.

**Резонер** (від фр. *raisonneur*) – ампула актора, який грає ролі персонажів, що люблять розмірковувати на повчальні теми.

**Репортер** (від фр. *reporter*) – співробітник газети, радіо, телебачення, який збирає і подає інформацію про різні актуальні події, факти повсякденного життя для преси.

**Реприза** (від фр. *reprise*) – гумористична сценка на естраді або в цирку.

**Скетч** (від англ. *sketch* – начерк, ескіз) – коротка вистава-жарт.

**Софіт** (від італ. *soffitto* – стеля) – освітлювальна арматура з кількома джерелами світла (до кількох сотень). Встановлюються в один-три ряди, що піднімаються (опускаються) на металевих фермах (софітах). По довжині софіта джерела світла можуть бути об'єднані в колірні групи, які мо-

жуть включатися в будь-яких поєднаннях. Включення джерел світла можна здійснювати за допомогою вимикача або реле (безпосередньо або через контактор), або за допомогою димера (пристрій регулювання напруги).

**Сцена** (від грец. *Σκηνή* – букв. намет) – частина театру, підмостки, місце основного театрального дійства.

**Сценічний штамп** – у переносному значенні художній прийом, що багаторазово механічно повторюється без творчого осмислення.

**Сценка** – невеличкий закінчений драматичний твір.

**Тамада** (від груз. *თამადა*) – розпорядник бенкету, масового заходу, у вужчому розумінні – ведучий весільної церемонії.

**Ток-шоу** (від англ. *talk show* – розмовне шоу) – вид телепередачі, в якій один або декілька запрошених учасників ведуть обговорення пропонуванних провідних тем.

**Топ** (від англ. *top* – верх) – найпопулярніший, модний твір, річ (в одязі, естрадній музиці тощо); список таких творів, речей.

**Шоу** (від англ. *show*) – показ, демонстрація; видовище, спектакль; показна пишність, парадність.

**Шоумен** – 1) фахівець з організації публічних видовищ; 2) той, хто веде естрадно-розважальну програму.

**Фейлетон** (від фр. *feuilleton* – лист, аркуш) – невеликий літературно-публіцистичний твір, у якому висміюються та засуджуються якісь недоліки, потворні явища суспільного життя.

**Фонограма** (від грец. *phone* – голос, звук, шум + *gramme* – запис) – це запис звукових коливань на плівці або платівці.

**Фронтмен** (від англ. *frontman*) – лідер музичного гурту, до поведінки якого як на сцені, так і в повсякденному житті, уподобань і особистого життя привернена найбільша увага з боку прихильників та ЗМІ. Найчастіше фронтменом називають вокаліста гурту, при цьому акцент робиться як на вокальних здібностях, так і на харизмі, театральності поведінки тощо.



## ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

**Алексеев Олексій Григорович** (1887–1985) – російський артист естради, режисер, один із засновників жанру конферансу.

**Ардов Віктор Юхимович** (1900–1976) – російський письменник-сатирик, драматург, автор ряду робіт з теорії і техніки мовлення розмовного жанру естради і цирку.

**Артеменко Світлана Іванівна** (1954) – український музикознавець, ведуча програм редакції позастудійних передач та актуальних трансляцій Національної радіокомпанії України.

**Баліев Микита Федорович** (1876–1936) – актор МХАТу, засновник жанру конферансу в Росії, засновник і режисер театру-кабаре «Летюча миша».

**Батурина Надія Петрівна** (1926) – провідна акторка Національного театру російської драми імені Лесі Українки. Була режисеркою-постановницею, ведучою «Вечірньої казки» на українському телебаченні; нар. арт. України.

**Безулик Ганна Володимирівна** (1971) – авторка і ведуча політичного ток-шоу «Я так думаю». Засл. журналіст України. Нагороджена орденом княгині Ольги III ступеня.

**Белза Святослав Ігорович** (1942) – відомий літературознавець, музикознавець і телеведучий, нар. арт. Росії, засл. діяч мистецтв України, засл. діяч польської культури, музичний оглядач телеканалу «Культура», дійсний член Академії Російського мистецтва та Академії Російського телебачення, критик.

**Бенюк Богдан Михайлович** (1957) – український актор театру і кіно. З 1980 р. актор Національного академічного драматичного театру ім. Івана Франка (м. Київ). Засл. арт. України. Нар. арт. України. Лауреат Державної премії України імені Олександра Довженка. Лауреат Національної премії України ім. Тараса Шевченка. Разом з Анатолієм Хостікоєвим є співзасновником театральної компанії «Бенюк і Хостікоєв».

**Березін Юхим Йосипович** (1919–2004). Сценічний псевдонім – Штепсель. Актор, артист розмовного жанру. Під час війни з актором Ю. Тимошенком виступав у складі ансамблю на Південно-західному фронті. Березін виконував образ кухаря Галкіна, а Тимошенко – працівника лазні Мочалкіна. Дует Штепсель і Тарапунька з'явився у 1946-му, мав надзвичайну популярність у СРСР і існував протягом 40 років. Нар. арт. УРСР. Після смерті Тимошенка в 1986-му деякий час виступав сам, але великої популярності не мав.

**Борсюк Анатолій Давидович** (1946) – журналіст, колишній режисер-документаліст, екс-ведучий «Першого мільйона» і «Подвійного доказу», учасник проекту «Танці з зірками», програми каналу «1+1» «Смачна країна». Лауреат Державної премії України ім. Тараса Шевченка. Засл. діяч мистецтв України.

**Брунов Борис Сергійович** (1922–1997) – російський артист, видатний конферансьє. Народний артист Росії. Художній керівник Московського театру естради, професор ГІТІСу (державного інституту театрального мистецтва).

**Буковський Сергій Анатолійович** (1960) – український режисер-документаліст. Лауреат Національної премії України ім. Тараса Шевченка. Нар. арт. України.

**Ванченко Тетяна Петрівна** – сучасний російський науковець у галузі культурології, кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології Московського державного університету культури і мистецтв.

**Варганов Андрі Суренович** (1931) – російський учений, доктор філологічних наук, професор. Публікує матеріали з питань кіномистецтва, телебачення та медіа. Автор багатьох праць з проблем функціонування засобів масової комунікації в соціумі.

**Вескляров Петро Юхимович** (1911–1994) – український актор театру та кіно, телеведучий; засл. арт. Української РСР. На Українському телебаченні в ролі діда Панаса вів програму «На добраніч, діти» (1964–1986).

**Віккерс Роберт Борисович** (1931–2000) – письменник, сценарист. Член Спілки кінематографістів України. Почесний мультиплікатор України. Автор усіх програм і виступів Штепселя і Тарапуньки у співпраці з О. Каневським (1960–1985). За його сценаріями здійснено постановки першого українського балету на льоду, першого українського мюзик-холу, циркових програм, спектаклів у Палаці культури «Україна». Автор книжок про Ю. Тимошенка і Ю. Березіна, С. Ротару, Н. Матвієнко. Автор книжки про історію української естради.

**Гарцман Аркадій Семенович** (1947) – російський і український поет, сценарист, актор. Автор відомих естрадних пісень. Автор сценарію мюзиклу «Сорочинський ярмарок». Як актор відомий роллю інтенданта Воробйова в серіалі «Ліквідація».

**Герасим'юк Ольга Володимирівна** (1958) – українська журналістка і телевізійна менеджерка. Авторка-ведуча телеканалу «1+1», де здійснені проекти «Проти ночі», «Особливий погляд», «Версії Ольги Герасим'юк», численні спецпроекти і ток-шоу «Без табу», «Хочу і буду» та «Іду на ви». Народний депутат України 5-го і 6-го скликань.

**Гібшман Костянтин Едуардович** (1884–1944) – один із засновників жанру конференсу в Росії, конферував у петербурзькому театрі мініатюр «Криве дзеркало».

**Горбунов Юрій Миколайович** (1970) – актор драматичного театру і кіно, телеведучий. Популярний шоумен. Ведучий програм «Танці з зірками», «Танцюю для тебе», інформаційно-розважальної ранкової програми «Сніданок плюс», «Смакуємо», «Суперзірка» на каналі «1+1».

**Гоян Олесь Яремович** (1964) – радіожурналіст, науковець, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

**Грок** (Чарлс-Адрієн Веттах; 1880–1959) – знаменитий швейцарський клоун. У Європі проводять цирковий фестиваль клоунів, де найвищою нагородою є «Золота Маска Грока».

**Данилко Андрій Михайлович** (1973) – український комедійний актор, співак, нар. арт. України. Більше відомий українському глядачеві під ім'ям його сценічного образу – Верки Сердючки. Виступаючи в цьому образі, став відомий спочатку як комедійний актор, а пізніше і як співак.

**Дарський Овсій Павлович** (1904–1949) – російський конферансьє. Виступав у парному конферансі з Левом Мирвим.

**Драпак Гриць** (Драпак Григорій Миронович; 1959) – заслужений артист України. Артист розмовного жанру, гуморист.

**Єфросиніна Маша** (Марія; 1979) – ведуча програм на українському телебаченні. Актриса Київського академічного драматичного театру на Подолі. Ведуча конкурсу «Євробачення – 2005».

**Жежера Ніна Петрівна** (1965) – українська радіожурналістка. Ведуча програми «Польова пошта». Працює в системі НРКУ.

**Зайцев Валерій Павлович** (1946) – професор кафедри режисури естради і масових свят Київського національного університету культури і мистецтв, провідний артист Київського театру імені Лесі Українки, фахівець з режисури та акторської майстерності. Засл. арт. України. Автор навчального посібника «Режисура естради та масових видовищ».

**Іванова Ольга Борисівна** (1956) – радіожурналістка, авторка популярних програм «Розрада», «Варіант» (ТРК «Ера»), «Сам собі» на Українському радіо. Працювала в ЗМІ Києва, в Сибіру, на Чукотці, Колімі, Курильських островах. Автор оповідань та публіцистики, надрукованих в літературних журналах. Член Національної спілки журналістів України.

**Ілащук Василь Степанович** (1963) – нар. арт. України; засл. арт. України. Працював диктором ТБ. Ведучий багатьох концертів, культурно-мистецьких імпрез.

**Каневський Олександр Семенович** (1933) – український сценарист. Брат актора Л. С. Каневського. Член Спілки кінематографістів України. Його тексти становили основу репертуару Штепселя і Тарапуньки. Тепер працює в Ізраїлі.

**Кирилов Ігор Леонідович** (1932) – видатний радянський і російський телеведучий, диктор телебачення. Нар. арт. СРСР. Член Російської академії телебачення. Брав участь у створенні книжки «Автограф століття». Періодично з'являється на телебаченні, веде деякі концерти, паради перемоги з Красної площі.

**Клітін Станіслав Сергійович** (1926) – доктор мистецтвознавства, професор, академік, засл. діяч мистецтв Росії, відомий учений у галузі естради, режисер і організатор театральної освіти. Автор книжок «Режисер і читець», «Режисер на концертній естраді», навчального посібника «Естрада. Проблеми історії, теорії та методики», книжки нарисів «Заклади естради». Автор понад 120 наукових статей, нарисів, досліджень, присвячених естрадному мистецтву, святковому дозвіллю, опереті, мюзиклові, цирку. Постановник вистав, концертних номерів і програм, член журі всесоюзних і всеросійських конкурсів артистів естради та музичних театрів. Читає курс лекцій «Історія та теорія естради, оперети і мюзиклу» в СПДУКМ і СПДАТМ.

**Коган Олексій Вадимович** (1957) – український джазмен, автор і ведучий радіопрограм. З 1991 р. працює на радіостанціях «Промінь», «Континент», «Nostalgie», «Super Nova» – понад п'ять тисяч радіопрограм. Нині веде програми на «MusicRadio» і «Радіо Ера FM». Член редколегії журналу «Джаз Квадрат», представник України в Європейській джазовій федерації, член Міжнародної джазової асоціації журналістів (з 2002-го), кавалер найвищої нагороди Польщі в галузі культури – ордена «Заслуги для польської культури». Автор понад 700 газетних і журнальних публікацій в Україні, Польщі, США.

**Кондратюк Ігор Васильович** (1962) – український телевізійний ведучий, продюсер, шоумен. Співавтор, продюсер і

## МАЙСТЕРНІСТЬ ВЕДУЧОГО

ведучий програми «Караоке на майдані» («Інтер», «1+1», «СТБ»). Був продюсером програми «Телевізійний проект «Шанс», проекту «Зірковий дует» на «Інтері», автором і продюсером програми «Американський шанс» на «1+1».

**Кочергін Євген Олександрович** (1945) – диктор держтеле-радіо СРСР. Протягом кількох десятиліть вів одну з головних програм Центрального телебачення «Час». Брав участь у трансляціях свят та урочистостей на Красній площі. У 1980-му – диктор-коментатор на відкритті, закритті і проведенні Олімпійських ігор у Москві. Ведучий великої кількості літературно-мистецьких програм на Всеросійському радіо («Після півночі. Для тих, хто не спить», «Нашої юності оркестр» та ін.) Викладач Інституту телебачення і радіомовлення «Останкіно» за спеціальністю «Майстерність телеведучого». Першим на ЦТ освоїв авторський стиль підготовки і ведення інформаційних програм (стиль, який став прообразом найкращих зразків сучасних стандартів російського телебачення). Постійний ведучий свята «День міста» у Москві.

**Кукуруза Володимир Іванович** (1964) – головний режисер обласного телебачення «Галичина» (Івано-Франківськ). Автор телевізійних програм «Галочка», «Чіка Бум», «Репетиція майбутнього», «Вулиця». Член Національної спілки кінематографістів України.

**Кушанашвілі Отар Шалвович** (1970) – російський журналіст і телеведучий. Широку популярність здобув як фронтмен програми «Акули пера». Був ведучим розважальних музичних передач «Партійна зона» і «Обозzzz-шоу» на каналі ТВ-6, програм «Великий куш» на СТС.

**Лизанчук Василь Васильович** (1937) – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка, академік Академії наук вищої школи України. Засл. журналіст України. Лауреат нагороди Ярослава Мудрого АНВШУ, Всеукр. премії ім. Івана Огієнка, «Золотого хреста заслуги» 1-го класу Президії Гол. управи об'єднання колишніх вояків-українців у Великій Британії. Перша премія і дип-

лом Всеукр. конкурсу друкованих ЗМІ «Українська мова – мова державна». Диплом і премія Фонду Воляників-Швабінських при Фундації Укр. вільного ун-ту в Нью-Йорку. Автор понад 300 наук. і публ. статей, 20 монографій, підручників, брошур, зокрема: «Радіожурналістика: засади функціонування, жанри, методика підготовки матеріалів».

**Лозовенко Катерина Семенівна** (1946) – українська артистка. Ведуча програм «На добраніч, діти» та «Катрусин кінозал» на УТ-1 (1972-1987).

**Лотоцька Наталія Василівна** (1938–2007) – українська артистка. З 1963 р. – артистка Національного театру ім. І. Франка в Києві. Засл. арт. України. Нар. арт. України. Лауреат Державної премії України ім. Тараса Шевченка. Ведуча радіопередачі «Від суботи до суботи», записів на радіо за творами українських письменників.

**Мазур Алла Григорівна** – тележурналістка. З 1997 р. була ведучою програми «Телевізійна служба новин» каналу «1+1». Ведуча «Підсумків тижня». Нагороджена орденом Княгині Ольги III ступеня. Сьогодні А. Мазур – одне із головних облич служби новин на каналі «1+1».

**Малахов Андрій Миколайович** (1972) – російський тележурналіст, шоумен, ведучий програм студії спеціальних проєктів ВАТ «Перший канал», головний редактор журналу «StarHit». Вів популярну програму «Велике прання». Ведучий популярного ток-шоу «Пусть говорят». У 2009-му був співведучим півфіналу Євробачення в Москві з фотомоделлю Наталією Водяною, а також співведучим на відкритті Євробачення зі співачкою Алсу.

**Малахова Дарія Віталіївна** – актриса Київського театру на Подолі. Була телеведучою кулінарної програми «Картага потата» на каналі «Інтер».

**Миров Лев Борисович** (1903–1983) – радянський естрадний актор, народний артист РРФСР. Родоначальник жанру парного конференсу. 1933–34 рр. – учасник конференс-дуєту з актором Е. Єфімовим (Коганом). 1937-49 рр. – працював з

Є. П. Дарским. У 1950–83 рр. виступав у дуєті з Марком Новицьким. У 1960–70-ті роки у парі з Марком Новицьким постійний ведучий телевізійної передачі «Блакитний вогник».

**Миронченко Віктор Якович** (1937) – кандидат філологічних наук, професор кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Засл. журн. України.

**Мігай Алла Вілоріївна** (1955) – український музикознавець, композиторка, поетеса, володарка літературної премії ім. Н. Забіли. Дебютувала на телебаченні як виконавиця власних ліричних пісень у своїх же передачах «Музичне кафе» та «Арт-майдан». Понад 20 років вела «Вечірню казку» на УТ-1. Засл. діяч мистецтв України.

**Мілляр Георгій Францович** (1903–1993) – російський актор. Народний артист РРФСР. Яскраво виражений характерний артист, майстер гротеску і буфонади. Відомий ролями Баби-Яги і Коція Безсмертного у фільмах для дітей.

**Міткова Тетяна Ростиславівна** (1957) – російська тележурналістка, заступник генерального директора ВАТ «Телекомпанія НТВ» з інформаційного мовлення, головний редактор Служби інформації. З 1990 р. була ведучою інформаційних випусків Телевізійної служби новин (ТСН) ЦТ СРСР. У січні 1991 р. звільнена за відмову читати в ефір офіційне повідомлення ТАРС про події у Вільнюсі. Лауреат премії американської організації захисту журналістів «За високопрофесійне виконання журналістського обов'язку». Указом Президента Литовської Республіки нагороджена медаллю «В пам'ять 13 січня». Нагороджена орденом Дружби народів.

**Нагієв Дмитро Володимирович** (1967) – російський актор, шоумен. Ведучий телевізійного ток-шоу «Вікна», спортивно-розважального шоу «Великі гонки».

**Нищук Євген Миколайович** (1971) – український актор театру і кіно, ведучий багатьох культурно-мистецьких заходів. Засл. арт. України.

**Новгородцев Сева** (Левенштейн Всеволод Борисович; 1940) – колишній радянський музикант, який давно став громадянином Великої Британії, відомий як ведучий власної радіопрограми «Рок-посіви», що виходила в ефір Російської служби Бі-бі-сі протягом 27 років (1977–2004). У ті роки вона була єдиним незалежним джерелом інформації про західну музику, доступним для радянських меломанів, а сам Сева, таким чином, став першим російським диск-жокеєм, родоначальником жанру музичної радіопередачі. Нагороджений орденом Британської імперії.

**Осадча Катерина Олександрівна** (1983) – відома ведуча програми «Світське життя» на телеканалі «1+1» (з 2008 р.) Була ведучою програм «Світські хроніки» на каналі «Тоніс», «Світське життя» на Першому національному, дев'яти 26-хвилинних «Щоденників Ukrainian Fashion Week» і прямих включень Ukrainian Fashion Week на Першому національному. Учасниця другого сезону популярної програми на каналі «1+1» «Танцюю для тебе».

**Падалко Марічка** (1976) – ведуча каналу «1+1» з 2002 року. Вела «Світ спорту» (УТ-1), працювала на ТРК «Ера».

**Пелих Ігор Дмитрович** (1974–2009) – український телеведучий, шоумен, тележурналіст, продюсер. Працював адміністратором сайту каналу «ICTV». Згодом став ведучим телепрограми «Галопом по Європах» (туристична програма, телеканал «ICTV»), «На свою голову» (міський квест, телеканал «ICTV»), «Таксі» (інтелектуальне шоу, телеканал «Сіті»), «Лабіринт» та продюсером. Засновник і генеральний продюсер студії «Роги і копита продакшн». Працював ведучим «ДСП-шоу» на радіо «Еуропа Plus». Лауреат премії «Телетріумф» (найкращий ведучий розважальних програм на українському телебаченні). Трагічно загинув.

**Райкін Аркадій Ісакович** (1911–1987) – радянський естрадний і театральний актор, режисер, сценарист, гуморист. Нар. арт. СРСР, Герой Соціалістичної Праці, лауреат Ленінської

премії. Мініатюри та вистави А. І. Райкіна відрізнялися гостротою (сатира), але в той же час були представлені коректно й інтелігентно, що обумовлювалося зовнішньою і внутрішньою чарівністю артиста.

**Роговцева Ада Миколаївна** (1937) – українська акторка театру та кіно, нар. арт. СРСР, Герой України. З 1958 р. – акторка Київського національного академічного театру російської драми ім. Лесі Українки, де пропрацювала понад 35 років. Гастролює з концертними програмами та камерними театрами. Викладала в Київському національному університеті театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого, Київському національному університеті культури і мистецтв. Зіграла ролі в понад 30 фільмах.

**Сапак Володимир Семенович** (1921–1961) – відомий російський театральний критик, журналіст, телеглядач. Автор книжки «Телебачення і ми», в якій передбачив велике майбутнє телевізійного екрана.

**Сафонов Олександр Сергійович** (1943) – диктор телебачення Національної телекомпанії України (з 1978 р.), ведучий багатьох концертів. Нар. арт. України. Засл. арт. України.

**Скрипін Роман Андрійович** (1973) – український журналіст, медіа-менеджер, телеведучий. Голова Незалежної медіа-профспілки України. Очолює інформаційну службу каналу «ТВі».

**Смирнов-Сокольський Микола Павлович** (1898–1962) видатний російський майстер розмовного жанру, теоретик естрадного мистецтва. Виступаючи із сатиричними монологами, куплетами, конферансом, він став основоположником і неперевершеним майстром публіцистичних фейлетонів. Звання нар. артиста РРФСР отримав першим серед колег у 1957 р. Бібліофіл, колекціонер.

**Станіславський Костянтин Сергійович** (Алексєєв; 1863–1938) – видатний російський режисер, актор, педагог, нар. арт. СРСР. Засновник Московського художнього театру (МХАТ). Реформатор театру, виробив творчий метод, що здо-

був назву «система Станіславського». Неодноразово перебував у Києві (1902, 1912 і 1914), виступав на київській сцені з 24 по 30 квітня 1925 р. Творець т. зв. «системи Станіславського» – комплексу вправ для акторів, який спрямований на краще психологічне входження у роль. Ця система детально описана у творі «Работа актёра над собой» (1938).

**Стародубець Людмила** (1983) – українська ведуча, конференсьє. Переможниця конкурсу молодих конференсьє на приз Івана Шепелева.

**Стебельська Христина Любомирівна** – авторка і ведуча, керівник проектів на Першому національному телеканалі. Засл. прац. культури України. Нар. арт. України.

**Стратієнко Тамара Миколаївна** – зірка українського телебачення 70–80-х років, диктор УТ-1, ведуча багатьох концертів і тематичних вечорів. Нар. арт. України.

**Ступка Богдан Сильвестрович** (1941) – український актор театру і кіно. З 1978 р. – актор Київського театру імені І. Франка. Після смерті режисера С. Данченка очолив Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка. 1999–2001 – міністр культури і мистецтв України. У Ступки – понад 100 ролей у кіно та більш ніж 50 на сцені. Нар. арт. України, нар. артист СРСР, лауреат Національної премії України ім. Тараса Шевченка, лауреат Державної премії СРСР, лауреат Міжнародної премії ім. К. С. Станіславського (Росія), лауреат премії незалежних критиків «Кришталева Турандот» (Москва), кавалер ордена «За заслуги» II ступеня. Володар багатьох російських та міжнародних призів.

**Сумська Наталія Вячеславівна** (1956) – українська акторка театру і кіно. Актриса Національного академічного драматичного театру імені І. Франка (м. Київ). Ведуча телепрограми «Ключовий момент». Нар. арт. України. Лауреат національної премії ім. Тараса Шевченка.

**Таран Лідія** (1977) – українська журналістка, ведуча телепрограми «Я люблю Україну» на каналі «1+1». Починала журналістську діяльність на радіо «Промінь». Була ведучою

програм телекомпанії «Новий канал» – «Репортер», «Спорт репортер», ранкового шоу «Підйом», програми «Гол», токшоу «Гол». Вела інформаційну програму «5 каналу».

**Тимошенко Юрій Трохимович** (1919–1986). Сценічний псевдонім – Тарапунька. Український комік, майстер скетчу, гуморист, кіноактор, лауреат Сталінської премії, нар. арт. Української РСР. Виступав у парі з Юхимом Березіним (сценічний псевдонім Штепсель).

**Толстова Наталія Олександрівна** (1902–1981) – одна з творців професії диктора радіо. Провідний диктор Всесоюзного радіо протягом сорока років (з 1929 р.). Більшість передач у ті роки, включаючи художні – літературні, музичні, виходили у прямому ефірі, без попереднього запису на плівку, що вимагало особливої зібраності і вміння спілкуватися з учасниками програм. Щедро передавала свій досвід і знання молодим дикторам.

**Уварова Неллі Володимирівна** (1980) – російська актриса, лауреат конкурсів Смоленського й ім. Яхонтова. Відома за головною роллю у серіалі «Не родись вродливою».

**Фроляк (Соловійова) Олена Юріївна** (1968) – українська телеведуча. Засл. журналіст України. Нагороджена орденом княгині Ольги III ступеня. Очолює інформаційну службу каналу «ICTV».

**Цимбал Тетяна Василівна** (1946) – диктор і ведуча програм Українського телебачення, професор Київського міжнародного університету. Ведуча програми «Лінії долі», концертів і тематичних вечорів. Нар. арт. України. Понад десять років була ведучою програми «Новини кіноекрана» та кіноогляду «Все про кіно».

**Чаплін Чарлі** (англ. Charlie Chaplin, 1889–1977) – англійський та американський кіноактор і кінорежисер 1-ї половини ХХ століття. Визнаний як один з найкращих коміків в історії світового кіно, тричі нагороджений премією «Оскар».

Грав ролі, писав сценарії, продюсував власні фільми. Чаплін був одним із класиків ери німого кіно. За свою кар'єру, яка тривала понад 65 років, він пройшов шлях від вікторіанських сцен британських мюзик-холів до Голлівуда – центру світового кіномистецтва.

**Шатилова Ганна Миколаївна** (1938) – диктор держтелерадіо СРСР. Протягом кількох десятиліть вела одну з головних програм Центрального телебачення – «Час». Нар. арт. Росії.

**Шепелев Іван Васильович** (1957) – український російськомовний конферансьє. Засл. арт. України. Нар. арт. України. Лауреат другого Всесоюзного конкурсу артистів естради (1988). Визнаний найкращим конферансьє Європи (1997). Нагороджений орденом Святого Володимира III ступеня. Автор книжки «Естрадні байки від Івана Шепелева».

**Шустер Савік** (повне ім'я – Савелій, або Шевель Михайлович Шустер; 1952) – журналіст, військовий репортер. Веде передачі «Шустер Live» на телеканалі ТРК «Україна». Був ведучим передачі «Свобода слова» на українському каналі ICTV, ведучим футбольного шоу «Третій тайм» на тому ж каналі. Вів щотижневу програму «Свобода Савіка Шустера» на телеканалі «Інтер». Був ведучим проекту «Великі українці» на цьому ж каналі. Заснував ТОВ «Савік Шустер Студіос».

## ДОДАТОК А. Розвиток професійних навичок ведучого

### Голос

Чи можна вдосконалювати природні голосові дані, усунути недоліки? Недоліки голосу, які залежать від недосконалої анатомічної будови звукового апарату, важко або майже неможливо усунути. Наприклад, не можна змінити тембр голосу. Верескливий або скрипучий, пронизливо-різкий або глухий голос не можна «переробити» до невпізнання. Можна ледь згладити, пом'якшити ці недоліки, але ніколи з верескливого голосу не зробиш низького і грудного, як не «перекувати» скрипучий голос на співучий і м'який.

Важко поправити сиплість і гугнявість. Усунути ці недоліки можна, лише встановивши причину їх виникнення. Так, наприклад, якщо сиплість є результатом багаторічного куріння, то її можна поступово позбутися, кинувши курити. Буває, що сиплість з'являється в результаті тривалої голосової роботи на неправильно поставленому звуці, штучно завищеному або заниженому, коли людина говорить «не своїм голосом». Гугнявість іноді є результатом поганої звички і поганої манери посилати звук у ніс. У цьому випадку, як і у названих вище, потрібна тривала, наполеглива і дуже вміла робота над голосом і диханням, а іноді й медичне втручання. Не може також виразно читати людина, в якій зірвані голосові зв'язки.

За допомогою вправ, повсякденного тренування можна дещо розширити діапазон голосу, посилити слабкий голос, голос зробити гнучкішим, слухнянішим, домогтися вільного переходу з одного регістру в інший. Кожен, навіть гарний голос, потребує постійної обробки, вправ, тренування.

Можна скористатися диктофоном для того, щоб порівняти попереднє звучання голосу з наступним. Перечитуючи текст по декілька разів, помітні результати. Ще один метод – «затуляння одного вуха». Це також дає можливість хоча б частково оцінити свій голос.

### Культура мовлення

Головним критерієм оцінювання професійності ведучого є **культура мовлення**. Вона має своєрідний вплив на аудиторію. Прагнення до чистоти мовлення, його зрозумілості – один з основних професійних принципів ведучих. Сьогодні мова ЗМІ має чи не найбільший вплив на становлення норм літературної мови. Тим і небезпечні мовні помилки й огріхи, що з ефіру і шпальт газет вони йдуть у маси і багаторазово тиражуються.

Майстерність телевізійних і радіоведучих, дикторів, кореспондентів, коментаторів, звичайно ж, не обмежується оволодінням технікою мови. Не кожен, хто вміє складати звуки в слова або навчився якось читати, писати без орфографічних помилок, має право працювати в ефірі. Дуже важко навчитися яскраво, точно і стилістично бездоганно висловлювати свої думки, доносити авторський текст. У мистецтві усного слова велику роль відіграє виразність мови, основним засобом якої є **інтонація**.

Виразна інтонація багато важить в якнайчіткішому і найточнішому донесенні до глядача і слухача змісту повідомлення, робить мову ведучого колоритною, яскравою, дохідливою, приємною для сприйняття. Цілісності, єдності, впливовості мовлення телебачення і радіо разом з відповідними лексико-граматичними засобами, жестами, зовнішнім виглядом телеведучого досягають і своєрідністю використання інтонаційних засобів, взаємодією елементів звучання. Інтонація може значно доповнити висловлювання, надати йому зовсім іншого характеру, істотно змінити зміст.

Приміром, реченню «Який же ти молодець!» залежно від інтонації можна надати характеру захоплення, похвали людині за відмінну роботу або за її позитивні якості. Це саме речення, але сказане різким тоном, може означати осуд або зневагу до когось за якусь провину чи недостойний вчинок. Змінивши інтонацію, речення можна перетворити на питальне.

Монотонне мовлення зі збідненим тональним малюнком, інтонація мовця, яка не відповідає нормам інтонування, роб-

лять повідомлення незрозумілим, відволікають від основної думки, викликають роздратування. Тут, напевно, доречно пригадати висловлювання Бернарда Шоу про те, що існує 50 способів сказати «так», 500 способів сказати «ні» і є лише один спосіб це написати.

#### *Пам'ятайте:*

- не можна безпричинно говорити дуже голосно, це драгує слухачів, стомлює їх;
- вадою є і непомірно тиха мова, не зумовлена ситуацією мовлення;
- читання тексту на високих, крикливих тонах дуже швидко стомлює слухача, робить його байдужим;
- різкі короткі інтонації властиві людям малоосвіченим, простакуватим.

Останнім часом у телеєфір виходять програми, в яких паралельно звучать дві мови: один з ведучих говорить російською, інший українською. Це переважно розважальні телепроекти, які динамічно змінюють свій зміст, а мовлення ведучих залишається незмінним. Аналогічними є й рекламні блоки, в яких озвучення – російською мовою, а титри – українською, або ж навпаки. Мішанина в подачі текстів і мікротекстів українською та російською мовами часто не на користь мови державної; такою мішаниною заповнений наш медіапростір. Якщо додати сюди американізм, то є всі підстави твердити про маргінальність нашого мовного життя.

Запобігти потраплянню мовних покручів на екрани можна різноманітними шляхами. Наприклад, якщо гість програми вкотре повторює у прямому ефірі ненормативне словосполучення – влюбий час, приймати участь, – то журналіст може в процесі розмови тактовно вклинювати нормативні конструкції: гаразд, будь-коли; приємно, що Ви брали участь.

Ще один спосіб – створити теле- і радіопередачі, в яких аналізувати помилки, що потрапили в ефір. Професіоналізм у тому, що авторами передач є мовознавці, які спільно з редакторами ЗМІ створюють «екологічно чисті» у мовностилістичному плані науково-популярні матеріали для ефіру.



### Типові відхилення від норм літературної вимови:

– «фекання», від якого виникає враження, що частина ведучих ніколи не чула про нескладовий «у» в орфоєпії української літературної мови, оскільки не послуговується ним, принаймні практичними навичками його застосування у своєму публічному мовленні вона не володіє. Слепе ж наслідування інших мов – німецької, ідишу, російської та недбале ставлення до культури української мови, постійне порушення правил і норм її вимови і призвели до «фекання» в телевізійному ефірі у загрозливих масштабах. Звучить таке: «Сказаф, пішоф, зробиф» замість «сказау, пішоу, зробиу»; «свідкіф, фактіф, доларіф» замість «свідкіу, фактіу, доларіу»; «Киїф, Каніф, Харкіф» замість «Киїу, Кانیу, Харкіу»; «піфтора, безкоштофно, будіфничий» замість «піутора, безкоштоуно, будіунічий»;

– нехтування норм вимови шиплячих приголосних української мови «ч» і «щ», які відповідно до них повинні звучати твердо, наприклад: «часто, щоразу, чемний, щирий, чоловік, борщ»;

– «цікання», тобто неприпустима зміна у вимові м'якої проривної приголосної «т» на м'яку свистячу «ц» – «поцім» замість «потім», «цік» замість «тік»;

– вживання слів, у яких ненаголошений (о) наближується до (а) («акання») – Апитування, Акремої, здаБуток, виБАрці, рАбота, кАманда, з рАками, ГАландія, гАлАсування, кАли, Адин;

– оглушення дзвінких приголосних – сніХ, ожелеТЬ;

– неправильне наголошування слів – визнаниЯ, видання, надання, нАпій, пОкупець, ТарасА;

– порушення лексичних норм та вживання ненормативних словосполучень – не сордно, вот так, винувата, і всьо, на даний час, судячи по твоєму виду;

– нехтування формами кличного відмінка та вживання невластивих українській мові пестливих форм – Анічка, Катічка, Ваня, Леночка, Андрюша.

### Логіка мовлення

Інтенаційні засоби виразності умовно поділяють на логічні й емоційні. У свою чергу основними засобами логічної виразності є:

- логічний наголос;
- логічна пауза;
- логічна мелодія;
- логічна перспектива.

Найголовнішими засобами відтворення логічного змісту є членування тексту за допомогою пауз на частини (на окремі фрази й дрібніші внутрішньофразові інтонаційно-змістові єдності – синтагми, або так звані мовленнєві такти), логічні наголоси в межах цих частин, а також у межах усього повідомлення, зміна темпу промовляння мовленнєвих тактів.

Отже, крім словесного, розрізняють ще й логічний наголос, або смисловий. Логічний (смисловий) наголос – це виділення підсилювальною інтонацією найважливішого щодо смислу слова в реченні.

Правильне виділення найважливіших слів відіграє важливу роль у розвитку культури мовлення. Залежно від того, на якому слові ставиться логічний наголос, змінюється і зміст речення.

Розгляньмо це на прикладі простого речення: «Студенти філологічного факультету відбули на практику до Львова». Тут може бути кілька варіантів логічного підкреслення слова:

1) Студенти філологічного факультету відбули на практику до Львова.

2) Студенти філологічного факультету відбули на практику до Львова.

3) Студенти філологічного факультету відбули на практику до Львова.

4) Студенти філологічного факультету відбули на практику до Львова.

У першому варіанті, виділивши логічним наголосом слово «філологічного», підкреслюємо, що на практику до Львова відбули саме студенти цього факультету, а не якогось іншого.

Речення, сказане з логічним наголосом на четвертому слові (відбули), вказує на наявність дії (студенти вже поїхали на практику). В третьому варіанті підкреслюється мета, з якою студенти філологічного факультету відбули до Львова (на практику, а не на фестиваль чи екскурсію). Це саме речення може бути вимовлене з логічним наголосом на останньому слові, щоб підкреслити, що саме до Львова, а не до якогось іншого міста, студенти відбули на практику.

Правильна постановка логічного наголосу допомагає точніше висловити думку, завдяки чому увага слухачів зосереджується на головному, найважливішому. Відсутність такої акцентуації робить мову одноманітною, важкою для сприйняття. А найважливіше щодо змісту слово є у кожній фразі, як і в кожному мовленнєвому такті – зв'язаних змістом групах слів, що вимовляються на одному подиху, відокремлюючись відповідними паузами, які називаються логічними. Таким чином, кожен із мовленнєвих тактів має центральне наголошене слово з належними до нього словами – так званий логічний центр (або логічний наголос).

Такі слова (чи група слів) є свого роду «вершиною» фрази, їх, говорячи мовою професіоналів, потрібно зуміти «подати» так, щоб показати логічну важливість одного слова порівняно з іншим чи відносну важливість одного речення в цьому повідомленні порівняно з іншими реченнями. Це вміння зводиться до того, що домінуючі, найважливіші щодо змісту слова виділяються з-поміж інших слів певними засобами:

- уповільненим вимовлянням;
- посиленням голосу;
- зміною висоти голосу (підвищенням або зниженням);
- паузою (перед словом, а іноді й після нього).

Як правило, використовують кілька способів акцентуації, і це концентрує увагу слухачів на відповідному слові чи групі слів. Шлях до логічної виразності кожного мовця – вміння точно і правильно знаходити логічні центри, розбиваючи текст на мовленнєві такти, в кожному з яких логічним наголосом здебільшого виділяється одне слово.

### Наголос

Правильне наголошування слів – важливий показник майстерності ведучого. Помилки в наголошуванні слів – яскрава ознака незнання мови. Незважаючи на варіантність акцентування в українській мові, дотримання нормативності є необхідним. Особливої уваги потребують слова, в яких часто ставлять наголос неправильно. Помилки з вуст ведучих програм, дикторів, авторів-журналістів неприпустимі, оскільки вносять дисонанс у сприйняття та аналіз інформації.

### Ілюстрація помилок ведучих, дикторів та журналістів

<i>Неправильно</i>	<i>Правильно</i>
зіркОвих	зірковИх
цьОго	цьогО
завданнЯ	завдАння
навЕсти	навестИ
громадянИна	громадЯнина
взяли	взяли
придбання	придбАння
розпочнЕмо	розпочнемО
інспЕктори	інспекторИ
однОго	одногО
нЕсти	нестИ
прийдЕ	прИйде
живЕмо	живемО
обраннЯ	обрАння
сізьькогоспОдарського	сізьькогосподАрського
лише	лишЕ
усьОго	усьогО
вИмога	вимОга
низьькою	низьькоЮ
черговИй	черговИЙ
будь-якОму	бУдь-якому
пОртів	портИв
насамперЕд	насАмперед

завЕршився	завершИвся
прорвЕмося	прорвемОся
бабусЯм	бабусям
випробувАч	випрОбувач
маркЕтингу	маркетингу
твоГо	твоГО
залишитися	залишИтися
кабелЯми	кабелями
житло	житЛО
прошАрку	прОшарку
ролЕй	ролей
знайдЕте	знайдете
виплати	виплати
роздрібних	роздрібнИх
валовий	валовИЙ
гелікоптери	гелікоптЕри
водночас	водночас
продали	продали
поблизу	поблизУ
цирковий	цирковИЙ
цілого	цілого
випадок	випадок
надання	надання
визнання	визнання
завершила	завершила
не було	не було
в одному	в одному
принесли	принесли
кіноіндустрія	кіноіндустрія
бюлетень	бюлетЕнь
відбулося	відбулося
вичерпно	вичерпно
ВеликОдня	Великодня
назвемо	назвемо
перше читання	перше читання
показника	показника
розпочалися	розпочалися

підвЕстися	підвестИся
донькИ	доньки
судОвого	судовОго
диспансер	диспансер
розповіла	розповіла
безвідсоткове	безвідсоткове
не подали	не подали
нелегкий	нелегкий
зобов'язанням	зобов'язанням
передаємо	передаємо
скажу	скажу
витрати	витрати
подушка	подушка
покажу	покажу
спідометри	спідометри
входив	входив
ускладнити	ускладнити
Водохреща	Водохреща
зазвичай	зазвичай
у листопаді	у листопаді
католицький	католицький
кварталу	кварталу
загалом (присл.)	загалом
напій	напій
перестаємо	перестаємо
вичерпних	вичерпних
кидають	кидають
бунгало	бунгало
знайде	знайде

### Робота з мікрофоном

Голос людини може змінити мікрофон. Узагалі апаратура посилює його, і вміло її використовуючи, можна домогтися повноти звучання. Це безперечно плюси. Але є й чимало мінусів посилювальної техніки:

- звук може бути нерозбірливий;
- деформується тембр голосу;

- окремі звуки збільшують свою об'ємність;
- можлива хаотичність звучання.

Що робити? Насамперед:

- а) мусить бути особливо чітка артикуляція;
  - б) потрібно дещо сповільнити темп мовлення;
  - в) домагатися рівномірного, стійкого струменя повітря, яке видихаємо;
  - г) знайти свій природний тон; має бути енергійне і повне звучання, виразність;
  - г) бажано змінювати забарвлення звука;
  - д) пам'ятати, що мікрофон – надчутливий до шумів. Важливим чинником, який впливає на наше усне мовлення, є психічний і фізичний стан людини. Млявість, байдужість, втома, вагання, сумнів, відчай, схвильованість, зацікавленість, бадьорість, зичливість – усе це уважний слухач легко вловлює в нашому голосі, який іде до нього через мікрофон.
- Для тих, хто хоче мати, як кажуть, «добре поставлений голос», посилити «метал» у голосі, є кілька дуже загальних порад, які варто запам'ятати:
- навчитися «слухати» себе і вміти охарактеризувати свій голос, свою манеру розмовляти;
  - привчати себе уважно слухати інших та аналізувати своє й чуже мовлення;
  - виробляти правильне дихання, яке супроводжує звукове мовлення (т. зв. «фонаційне дихання»);
  - бути активним у своєму усному мовленні: вивчати напам'ять вірші, уривки з прозових творів, приказки, прислів'я, скоромовки. До речі, в багатьох навчальних закладах світу цей метод ефективно використовують і для вироблення техніки мовлення, і для його збагачення;
  - співати, найкраще в хорі, під керівництвом людини, яка розуміє, що значить «ставити» голос, правильно дихати;
  - важливо відшукати свій голос, вміти його розблокувати, робити природним, приємним, зберігаючи національну специфіку мовлення;

– надзвичайно важливо дотримуватися орфоепічних норм. Це правильна вимова (артикуляція) окремих звуків, звукосполучень, нормативне наголошування слів та їх форм.

І не слід забувати поради древніх: для вироблення гарного, правильного, естетично вишуканого усного мовлення мусять бути природні дані, які багато з нас має від Бога, повинні бути певна система в навчанні і робота над технікою.

### Робота з текстом. Імпровізація

Вміти вести концерти – це перш за все вміти говорити «без папірця».

Для того, щоб навчитися цього, візьміть програму концерту і спробуйте проконферувати її, не заглядаючи до тексту. Зрозуміло, такі вправи треба робити не біля мікрофона. Вони допоможуть ведучому оживити його мову, привчать до правильних і точних формулювань, збагатять словниковий запас і дадуть можливість конферувати, не заглядаючи щохвилини до програми.

Досвідчені ведучі, диктори, читаючи біля мікрофона, зазвичай бачать текст набагато далі від того слова, яке вони вимовляють вголос. «Бачити наперед», побіжно переглядаючи текст, уміють не тільки диктори, але в них цей процес ускладнюється тим, що, заглядаючи наперед, вони одночасно повинні вимовляти вголос те слово, яке цієї миті читають. Нерідко малодосвідчені диктори, намагаючись одночасно дивитися наперед і читати вголос, збиваються і вимовляють не те слово, яке слід, а те, яке потрапило їм на очі. Тому, перш ніж почати користуватися цим прийомом біля мікрофона, треба багато тренуватися. Починати слід з коротеньких повідомлень в один-два, два з половиною рядка. Спершу читайте їх уголос, попередньо ознайомившись з ними, а потім беріть інші повідомлення і спробуйте прочитати їх уголос без перегляду, з аркуша. Поступово «коло зору» треба розширювати і намагатися бачити наперед на п'ять-сім-десять рядків. Виконуючи цю вправу, намагайтеся, щоб ваша мова лилася плавно, спокійно, без ривків, запинок, помилок і раптових зупинок, які робить диктор, утративши «потрібні слова».

Не беріться відразу за довгі, багатоскладові речення. Спочатку візьміть коротенькі фрази в один-два рядки і поступово переходьте до складніших і довших. Так ви навчитесь бачити

текст набагато наперед і відразу схоплювати сенс як окремих речень, так і великих частин.

Для вправи беріть найрізноманітніші тексти, починаючи з газетних статей і закінчуючи ліричними віршами. Намагайтеся вникати у зміст; не осмисливши, не вимовляйте жодного слова. Це допоможе вам знаходити правильні інтонації.

Надзвичайно корисно розвивати в себе «дар мови», придумуючи вправи і всілякі імпровізації. Наприклад, прочитайте з аркуша нарис або розповідь і перекажіть їх своїми словами. Або: розкажіть, що зображено на картині, пригадайте який-небудь епізод і постарайтеся живо і барвисто передати його. Під час імпровізації стежте, щоб виклад був чіткий, конкретний, зрозумілий. Уникайте зайвих непотрібних слів. Вони тільки заважають сприймати зміст.

Заняття імпровізацією допоможуть не тільки розвинути розмовну мову, але і вдосконалять виразне читання. Вправи на розвиток мови корисні ще й тим, що привчають до зібраності і зосередженості на певному об'єкті, без яких немислима робота ведучого.

#### **ДОДАТОК Б. Вправи на оволодіння технікою мовлення Адаптація і розвиток професійного дихання**

Професійне дихання — один з найважливіших чинників мовленнєвої діяльності. Як і кожний психофізичний акт людської діяльності, дихання пов'язане з роботою відповідних м'язів. Саме з їх тренування й слід розпочинати вироблення професійного дихання.

Насамперед необхідно визначити недоліки дихання, потім звернути увагу на правильну поставу, виробити її та контролювати на кожному занятті, оскільки без неї робота над диханням втрачає сенс. Мета вправ — домогтися нижньореберно-діафрагмового дихання, активності дихальних м'язів, рухливості діафрагми й так званої опори звуку.

Правила, яких слід дотримуватися, виконуючи вправи для розвитку дихання:

- тренувати дихання в різних положеннях: стоячи, сидячи, напівприсівши, рухаючись, зупиняючись після швидкої ходи тощо;

- домагатися, особливо на початку навчання, середнього регістру звучання голосу. В процесі розвитку та ускладнення вправ «включатимуться» й інші регістри;

- стежити за координацією голосу і дихання, артикуляцією;
- пам'ятати, що недобір дихання — причина слабкого звуку, перебір — здавленого. Для правильного набору повітря корисною є робота над скоромовками та гексаметром;

- перед тим, як розпочати виконання вправ, рекомендується проробити вібраційний масаж на головних «опорних» приголосних звуках «м, в, з, ж, м» у положеннях стоячи і рухаючись, «звільнивши» тим самим необхідні групи м'язів від напруження;

- постійно стежити за нормами орфоєпії. У процесі тренування дихання має виробитися так званий мовний слух. Його складники:

- фізичний слух (сприймання гучності);
- фонематичний слух (уміння розрізнити й відтворювати всі звуки рідної мови, зберігати ритмічну структуру слова, фрази, мовного ланцюжка тощо);
- висотний слух (уміння чути висоту звуку, мелодію та ін.);
- тональний слух (сприймання тембру, тону, інтонації);
- ритмічний слух (відчуття темпоритму мови).

#### **Вправи для розвитку дихання**

Суто механічне тренування дикції, голосу або дихання нічого не дає, оскільки слів або звуків поза думкою, дійовою спрямованістю не існує. Тому всі звуки у вправах 1-5 необхідно осмислити, тобто, промовляючи їх, уявити цей звук конкретно — хто його промовляє або що шумить, дзвенить тощо. Наприклад: 1) робота різних механізмів: відбійного молотка, бетонозмішувача; 2) політ бджоли, мухи, комара,

великого жука; 3) «бабакання» немовляти; 4) гудіння теплохода; 5) дзвони.

1. Глибокий короткий вдих. На видиху вимовляти звуки: «ббб, ддд, ггг, бдг, дбг, гдб; зс, сз, пті, пб, тд, бп, дт, кг, гк, мн, нм, жш, шж; дж, дз».

2. Глибокий довгий вдих. На видиху вимовляти звуки: «жжжжжжжж, ззззззз, ннннннн, ммммммм».

Обидві вправи виконують до повного видиху на кожному окремому звуці (звуках). Спочатку до приголосних мимоволі додаватимуться голосні, але з набуттям чіткості дикції голосних слід позбуватися.

3. На видиху і вдиху промовляти звуки: «ба-ба-ба-ба, бо-бо-бо-бо, бу-бу-бу-бу, бі-бі-бі-бі, би-би-би-би, бе-бе-бе-бе, бе-бе-бе-бе». Серії з чотирьох звуків промовляють в одному регістрі й на однаковій висоті. Наступна серія – вище, і так далі по всьому голосовому діапазоні.

4. Довгий глибокий вдих – звук «уууууу».

5. Довгий глибокий вдих – склади: «мам-мом-мум-мім-мем-мим».

### Артикуляційний масаж

1. Опускання й піднімання нижньої щелепи. На відлік «1» – розкрити рот, на відлік «2» – пауза, на відлік «3» – закрити рот. Вправу повторити три-чотири рази.

2. Прикус. Поперемінно перекивати нижніми зубами верхні й навпаки: верхніми – нижні.

3. Рух нижньої щелепи вперед і назад. Рот напіввідкритий, щелепа поштовхом висувається вперед і плавно відтягується назад. При рухові щелепи вперед – вдих, при рухові назад – видих. Повторити два-три рази.

4. Бічні рухи щелепи. При розкритому роті повільно, обережно повертати нижню щелепу поперемінно ліворуч і праворуч. Уникати різких рухів. Повторити два-три рази.

5. Кругові рухи щелепи. Опущеною нижньою щелепою проробити кругові оберти праворуч і ліворуч. Повторити два-три рази.

6. Поперемінне піднімання й опускання куточків стуленого рота. Дихання через ніс. Щелепи зімкнуті. Вдих – губи розтягуються й куточки рота піднімаються вгору – усмішка стуленими губами. Видих – усмішка зникає. Наступний вдих – куточки рота опускаються донизу, як при плачі.

7. Рухи язика при закритому роті. Зуби трохи розімкнені. Кінчик язика загинати вгору і назад аж до м'якого піднебіння. Так само повільно протягувати кінчик язика вперед і вниз до дна рота під нижніми зубами.

8. Бічні рухи язика всередині рота. Не розтуляти губ, зуби трохи розімкнені. Енергійно повертаючи в роті язик то ліворуч, то праворуч, кінчиком випнути зсередини по черзі ліву й праву щоки.

9. Піднімання й опускання м'якого піднебіння. Рот широко розкрити, ненапружений язик покласти плоско, торкаючись його кінчиком нижніх зубів. Корінь язика опущений, як при позіханні. Затримати подих і, напружуючи та розслаблюючи м'язи, піднімати вгору й опускати донизу м'яке піднебіння з маленьким язичком.

10. Вдих через рот, видих через ніс. Затуливши пальцями ніздрі, повільно вдихнути повітря широко розкритим ротом. М'яке піднебіння при цьому підняте вгору. Вдихнувши, рота закрити й видихати повітря через ніс. М'яке піднебіння з маленьким язичком, розслабившись, опуститься донизу.

11. Рухи м'якого піднебіння при відкритому роті. Рот широко відкрити, нижню щелепу опустити. Вдихнути й видихнути повітря через ніс, м'яке піднебіння при цьому опущене, м'язи його не напружені.

### Вправи з дикції

1. Вимовляти у швидкому темпі, добираючи повітря після кожного рядка: «бі, бе, бу, би». З цими ж голосними промовляти всі приголосні абетки.

2. Вимовляти у швидкому темпі п'ятискладові звукосполучення як слова з наголосом на останньому складі.

Бівігідіжі бивигидижи бевегедеже  
бавагадажа бовогодожо бувугудужу

зікіліміні зикилимینی зекелемене  
 закаламана зоколомоно зукулумуну  
 пірісітіфі піриситифи пересетефе  
 парасатафа поросотофо пурусутуфу  
 хіцічішіці хицичишици хецечешече  
 хацачашаца хоцочошоцо хуцучушуцу

Приголосні повинні звучати чітко в повільному й пришвидшеному темпі. У жвавій розмовній мові артикуляція приголосних має бути енергійна, швидка. Чіткість приголосних не повинна заважати мелодійності голосних.

3. Чітко, але без напруження вимовляти початкові приголосні та кінцевий приголосний у словах: «склад, скляр, страх, струс, струп, страж, sklep, сплін, скрип, штраф, шквал, вдих, взвод, вміст, вплив, вступ, втрюх».

4. Вимовляти сполучення приголосних у словах, не допускаючи «ковтання» закінчень: «шторм, корм, горн, сонм, нерв, спазм, цикл, ритм, скарб, горб, корж, шарж, гонг, корд, торф, ферзь, ямб, ромб, стенд, з'їзд, дрозд, спорт, фант, перс, толк, франк, транс, танк, торф, темп, френч, харч, вольт, гольф, дерть, шурф, парк, культ, кварц, марш, цинк, борщ, вовк, брязк, блиск, міст, хист, хвіст, бюст, вість, шість, свист, кокс, мопс, такт, фрукт, фрахт, путч, банк, повсть, текст, перст, центр, шерсть, пункт».

На підставі наведених потрібно вигадати речення (фрази), з яких потім складати розповіді, причому що більше речень вигадано, то активніше «включайтеся» у творчу атмосферу. Вміння вигадувати «на ходу» розповідь – один із найважливіших складників роботи над технікою мовлення.

### Скоромовки

У скоромовках слід не просто промовляти текст, вправляючись у швидкості промовляння, а насамперед зрозуміти їхню суть. Спочатку це має бути монолог, а потім діалог з партнером. Наприклад, один говорить свою скоромовку, вкладаючи в неї певний підтекст, який мають зрозуміти присутні, другий відповідає скоромовкою, також вкладаючи в неї підтекст, що є відповіддю й продовженням «розмови». Робота над

### МАЙСТЕРНІСТЬ ВЕДУЧОГО

скоромовками починається з повільного промовляння тексту. Поступово темп і ритм пришвидшуються.

1. Лиха тому зима, в кого кожуха нема, чоботи ледащо і їсти нема що.

2. Згори гарно та тихо, а всередині ворухиться лихо.

3. Словом як шовком вишиває, а ділом як шилом шпигає.

4. Не ходи по полю, не топчи куколю, не лупай очима – не твоя дівчина.

5. Ми з тобою як риба з водою: я на лід, а ти – під слід.

6. Ти йому про діло, а він тобі про козу білу.

7. Млин меле – мука буде, язик меле – біда буде.

8. Спасибі вам, та тільки не за те, що грали, а за те, що перестали.

9. Що у тебе вийшло – тарантас чи дишло?

10. Тишком, нишком вийшла мишка із нори, в шкряботушки ніс і вушка догори.

11. Був собі Карпо Карпович Полікарпович та розполукарпився на маленькі полукарпенята.

12. Летів горобець через безверхий хлівець та вхопив гороху без червоточини, без почервоточини та й пурх – полетів.

13. Наш паламар усіх паламарів перепаламарив, перевипаламарив, нашого паламаря жодний паламар не перепаламарить, не перевипаламарить.

14. Не той, товариші, товаришу товариш, хто при товаришах товаришу товариш, а той, товариші, товаришу товариш, хто й без товаришів товаришу товариш.

15. Стоїть піп на копі, копа під попом, піп під ковпаком.

16. Юра ловить рибку ловко, скоромовить скоромовку: виринає рибка близько, розсипає срібні бризки.

17. Хоч варила, не варила, аби добре говорила.

18. Хвалилася вівця, що у неї хвіст, як у жеребця, та ніхто тому не вірив.

19. Прийшов хтось, та пішов туди, не знаю куди, а я за ним, та не знаю за ким.

20. Чи ти читав Тичину? (тричі)

21. Ченчик, ченчик невеличкий, на ченчику черевички, шапочка-кінчаточка, добрий вечір, дівчаточка.

## Робота над гекзаметром

Читати голосно, без напруження, темп – помірний, дихання відновлюється після кожного рядка. Читаючи текст, потрібно робити невеликі паузи між окремими словами, велику паузу в кінці рядка. Значна пауза робиться всередині рядка, на так званій цезурі.

Хмари / кругом / облягли // – і поле / у тінь / уступило.  
 Птаство / веселе / примовкло. // Затихнули, / зпулились / трави.  
 Тільки / берези / смутились. // За ними / вербиці / хитнулись.  
 Винирнув / вітер / з діброви // й курними / шляхами / попісся,  
 Наче / той / кінь, // що / зірвався // й тіка / від пожежі.  
 Вже / він / далеко / забіг, // а йому, / воропоному, / здається:  
 Велет / жене, / здоганя, // гриву / огню / розпустивши.  
 Так / той / вітер / шалений, // вістун / громогніву / і зливи,  
 Десь / аж в байраки / забіг // і, знесилений, / внав / там / на землю.  
 Слідом / за ним / із діброви // дрібно- / червоное / листя  
 Кицлось, / вихром / заграло, // мішалючись, / наче / у танці.  
 Довго / кружляння / носилось, // з тишею / гралося / плавко –  
 Вгору, / все / вгору, / аж поки // не бризнули / краплі / важкої  
 Й шум / не почав / наближатись. // Різуло / по хмарах / і згасло.  
 Тут / щирозлотне / мигтіння // пішло / коливатись / додолу –  
 Вниз / та униз / посідало, // мішаючись, / наче / у танці.  
 І, обкружившись / востаннє, // з них / кожне / лягало / на землю,  
 Кожне / на місці / своєму, // немовби / на сон / віковичний.  
 Блиснуло / вдруге – / і регіт // із грудей / десь / гряхнув / у горах.  
 Тріснуло, / струхло / і стихло. // Лиш шум / все / шумів / рясно-  
 шумний,  
 Шум, / що його / все б / і слухав. // Свіжо / стало, / так / ясно.

Павло Тичина

## Рекомендації щодо техніки мовлення вголос

(А. Прянишников)

Запам'ятай, що перш аніж в слові почати вправлятися, треба клітку грудну розширити злегка й при цьому низ живота підібрати для опори диханню й звукові. Плечі в час дихання бути повинні в спокої, без руху. Кожен вірша рядок на одним видиху промовляй і простеж, аби груди не стискались під час мовлення, бо при видиху рухається лише діафрагма. Рядочок читати скінчивши, не поспішай з переходом до наступного: витримай паузу коротку у темпі вірша й одночасно добери частку повітря, та лише користуючись диханням нижнім, стримай повітря на мить і тільки тоді вже читання продовжуй. Стеж чутливо, щоб кожне слово почуте було: пам'ятай про дикцію ясну і чистоту звуків приголосних; рот не лінуйсь відкривати, щоб для голосу вільним був шлях; голосу звук не глуши придиховим тьмяним відтінком – голос і в тихім звучанні повинен зберігати металевість. Перш ніж вправлятися в темпі, висоті й силі, до уваги слід взяти рівність, стійкість звуку: слухай уважно, щоб голос ніде не тремтів і не колихався, видих веди економно – з розрахунку на цілий рядок. Зібраність, дзвінкість, злетність, стійкість, повільність і плавність – ось що слухом уважним спочатку у вправах здобудь.

Переклала з російської Н. Д. Бабич.



НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Надія КУКУРУЗА

## **Майстерність ведучого**

К 89 Кукуруза Н. В. Майстерність ведучого: Навчальний посібник. – Івано-Франківськ, 2010. – 176 с.

ISBN – 978-966-668-244-7

В інститутах мистецтв дисципліна «Майстерність ведучого» входить до розділу фундаментальних та професійно орієнтованих дисциплін і викладається студентам спеціалізації «Режисер естради і масових свят» на п'ятому курсі. Предмет передбачає велику кількість практичних занять, значний обсяг матеріалу відводиться на самостійне опрацювання. Тому запропонований посібник орієнтуватиме студента на активну пізнавальну діяльність та самостійну творчу працю.

ББК 85.33я73

Навчальний посібник видано за підтримки  
**Петра Шкутяка**

За редакції *Ярослава Довгана*  
Коректура *Лідія Левицька*

Підписано до друку 30.09.2010 р. Формат 60х42/16.  
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура «Urk Kudriashov».  
Умовн. друк. арк. 10,2. Наклад 500.



Видавництво «Лілея-НВ»

А/С 250

вул. Незалежності, 18/2

м. Івано-Франківськ, 76018

тел.: (0342) 559-170

Свідоцтво ІФ№8 від 28.12.2000 р.

НБ ПНУС



7649 9

© Н. Кукуруза. 2010

НБ ПНУС



764979



**Кукуруза Надія Вікторівна** — доцент Інституту мистецтв Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, заслужений працівник культури України.

Має великий практичний досвід як режисер, сценарист і ведуча культурно-мистецьких заходів: від міських до міжнародних. Серед них — мистецькі вечори-зустрічі з лауреатами Національної премії ім. Т. Шевченка, вихідцями з Прикарпаття, святкові концерти до Дня міста Івано-Франківська і церемонії вручення міської премії ім. І. Франка в галузі літератури та журналістики, мистецький проект «Парад тенорів» за участі провідних оперних співаків України, концерт «Діти Івано-Франківська — дітям Києва» (м. Київ), ретро-вечір «Нев'янучі струни душі», концерт «Співочі таланти Прикарпаття» за участі народних і заслужених артистів України з Прикарпаття, святкова презентація книжки для дітей «Чарівна тилинка» поета Романа Юзви, вечір-спогад «Повернення Володимира Яцоли», родинне свято «Творчі родини Івано-Франківська», церемонії вшанування лідерів економічного прогресу міста Івано-Франківська «Тріумф», церемонія вручення Почесного прапора Ради Європи містиві Івано-Франківську, всеукраїнські конкурси хорової музики ім. Д. Січинського, міжнародні фестивалі хорової музики «Передзвін».



9 789666 682447