

Министерство культуры Архангельской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Архангельской области «Архангельский колледж культуры и
искусства»

Образ современного ведущего в развлекательной индустрии

**МДК 02.02 Исполнительская подготовка:
игровые технологии**

учебно-методическое пособие

Архангельск

2023

Образ современного ведущего в развлекательной индустрии. МДК 02.02 Исполнительская подготовка: игровые технологии: учебно-методическое пособие / Министерство культуры Архангельской области, Архангельский колледж культуры и искусства; [сост. А.А.Кудрявцева]. – Архангельск, 2021 . – 33с.

Материал учебно-методического пособия соответствует содержанию МДК 02.01 Режиссура культурно-массовых мероприятий и театрализованных представлений (в рамках профессионального модуля ПМ 02 Организационно-творческая деятельность).

В пособие включена тема, из раздела «Технология игрового общения. Ведущий – организатор игрового действия. Создание сценического образа ведущего».

Материал пособия предназначен студентам специальности 51.02.02. Социально-культурная деятельность (вид: Организация и постановка культурно-массовых мероприятий и театрализованных представлений).

Кудрявцева А.А.,
2023

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Архангельской области «Архангельский колледж культуры и искусства»

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОФЕССИИ ВЕДУЩИЙ.....	4
2. ВЕДУЩИЙ, ТАМАДА И АНИМАТОР ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ....	9
3. ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ВЕДУЩЕГО В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ.....	15
3.1. Профессиограмма ведущего.....	16
3.2. Образ ведущего.....	20
3.3. Портфолио ведущего.....	25
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	30
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	31

ВВЕДЕНИЕ

В наше время буквально ни один праздник не обходится без ведущего. Ведущий на мероприятии – это один из главных людей, на котором строится дальнейшая судьба праздника.

В культурно-досуговой сфере, а также и в корпоративной сфере, почти ни одно мероприятие не проходит без его участия. Не смотря на жанровое разнообразие программ, наличия большого количества выразительных средств и способов их применения, по-прежнему успех у зрителей той или иной программы определяется притягательностью и профессионализмом личности ведущего. Эмоциональная атмосфера зрительного зала и нередко успех артистов, занятых в мероприятии, во многом зависят от коммуникативного мастерства ведущего и от компетентно созданного образа.

Проблема создания профессионального ведущего в культурно-досуговой программе является особенно актуальной, так как профессия ведущего сегодня чрезвычайно востребована.

К сожалению, в учреждениях культуры подготовка ведущих обстоит далеко не так благополучно. Нередко культурно-досуговые мероприятия ведут малопрофессиональные, случайные, далёкие от этого рода деятельности люди. Умение создать свою индивидуальность ведения является делом самого ведущего. Как показывает наблюдение, не каждый ведущий уделяет должное внимание созданию своего индивидуального образа и выделяет этому серьёзное внимание, в результате чего из мероприятия в мероприятие переходят порой одни и те же ведущие, не меняя манеры ведения, способа общения, допуская небрежность в речи и в одежде, что влечёт за собой снижение художественного уровня культурно-досуговой программы. В создавшейся ситуации становится очевидным, что ведущим необходимо развивать профессиональное мастерство и искать верные пути в создании своего образа для более эффективного общения и взаимодействия со зрительской аудиторией.

1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОФЕССИИ ВЕДУЩИЙ

Ведущий – главное действующее лицо культурно-развлекательной программы. Во время ведения ведущий осуществляет главное действие, реагирует на происходящее сценической площадки, выявляет и комментирует факты с реальным героем, объявляет содержание досуговой программы. Культурно-досуговые программы — это процесс приобщения к культуре, выраженный в материальной и духовной форме. Культурно-досуговые программы функционируют в разнохарактерной, динамично развивающейся природной и социальной среде и представляет собой ценности, образцы и признанные способы поведения, объективированные в нашем обществе, зафиксированные и передаваемые последующим поколениям в качестве результата. Формы, методы и средства культурно-досуговых программ присущи данному типу общественных и производственных отношений общества и отражают уровень овладения человеком духовной и материальной культурой. Досуг создает для человека возможности реализовать потребности и аспекты его внутреннего развития, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Тем самым реализуются компенсаторные функции, поскольку в утилитарных областях практики ограничена свобода действий и выбора.

Если окунуться в историю вопроса, то изначально, человек, который развлекал публику назывался не ведущим, а конферансье.

Искусство конферансье (ведущего) возникло в России в 1910 году. Именно в этом году на авансцене появилась новая, необычная для эстрады фигура – конферансье.

Прямыми предками современных конферансье (ведущих) или, как их называли в народе – «карусельные деды».

Костюм и грим «деда» был традиционный и пестрый. В пестром многолюдстве гуляний, «дедам» необходимо было останавливать на себе взгляды толпы. Костюм его состоял из следующих элементов: борода и усы из

серой пакли, нарочито сделанные, серый, намеренно заплатанный кафтан и старая круглая ямщицкая шапка с бумажным цветком сбоку, на ногах онучи и лапти.

Появление на балконе качелях фигуры в этом наряде служило сигналом начала веселых, забавных речей, шуток и прибауток.

В обязанности «карусельного деда» входило и объявление номеров. Вот как это происходило: Побалагури... «дед», внезапно хлопнув себя по лбу, как будто вспомнив что-то, торопливо исчезал и выводил трех танцорок. Представив их публике и чаще всего довольно откровенно побалагури на их счет, «дед» принимался отплясывать вместе с ними.

Историки эстрады, не без основания усматривают в этих народных забавниках, далеких предков конференсье. Тесная связь с публикой и веселье от непосредственного разговора с ней, а также «подача» исполнителей – вот те ниточки, которые тянутся от острословов в онучах к современным элегантным конференсье.

Первого конференсье, знаменитого Никиту Балиева, дал русской эстраде Художественный театр.

Актеры, молодого тогда Художественного театра, сами были молоды, обладали большим запасом творческих сил, их переполняла энергия, они, не жалея, расходовали себя на шутку, на озорство, блиставшее выдумкой и вкусом. В театре устраивались «семейные» вечера до краев, переполненные весельем самого высокого вкуса. Вечера эти стали называться капустниками.

По началу они были внутри театральными, на них из вне допускались лишь самые близкие друзья. Но так как все большее количество людей стремилось попасть на них, семейный круг разорвался, и они стали своего рода шуточным концертом уже не только для себя, но и для публики. 9 февраля 1910 года состоялся первый платный «капустник».

Из капустников Художественного театра родился под руководством Никиты Балиева театр «Летучая мышь», а вслед за ним буквально посыпались театры этого типа (теперь бы мы их назвали театры миниатюр). Почти

одновременно с «Летучей мышью» появились такие театры как «Кривое зеркало», «Свободный театр», «Вольная комедия», «Балаганчик», «Кривой Джимми». Можно назвать еще много названий, но какое бы имя не носили эти театры, какие бы программы не показывали. Главным в них был смех. Аккумулятором смеха и веселья на представлениях подобных театров был конферансье (ведущий).

Конферансье был цементирующим элементом, стержнем всего действия.

Своевременность возникновения этой профессии подтверждается почти мгновенным ее распространением. Никита Балиев в Москве и Алексей Алексеев в Петербурге именно они открыли целую плеяду блистательных мастеров этого жанра.

Конферанс возник из капустников и шуток и провел свою «юность» в театрах кабаре. Смех и конферанс были (и остались) синонимами. Кроме того, первые конферансье, так или иначе вышли из актерских рядов.

Первые же ведущие появились в концертах сугубо серьезных, филармонических. Единственной их обязанностью было верно и внятно произнести фамилию и имя исполнителя и название произведения, которое он исполняет. Тот тип концерта, который он представляет, требовал грамотности и корректности, не более.

С расширением концертной деятельности, филармонии и другие концертные организации, взяли на себя функции не только и не столько развлекательные (это отошло к эстраде, и само слово «эстрада» стало обозначать непременно веселое концертное представление), сколько образовательные. Концертная работа, особенно в плане филармоническом, сомкнулась с лекционной. В тематических концертах для детей и юношества, тесно переплетались цели искусства с целями познавательными. Далеко позади, остался короткий начальный период, когда ведущий был только «озвученной» печатной программой. Чем разнообразнее, разнохарактернее становились концерты, тем шире раздвигались рамки профессии ведущего.

Все это заставило ведущих все больше и больше разговаривать со зрителями и, казалось бы, сблизило их с конференсье, однако ведущих никто не обязывал (и не обязывает по сей день) веселить публику.

Если ведущий и разрешит себе шутку, вызовет смех слушателей, то как говорится, по доброй воле. Смех и шутка лишь редкий спутник его общения с публикой, которая не ждет от ведущего веселья. Конференсье же, не развлекший зал, не оправдал ожидания, не выполнил свою работу.

Казалось бы, небольшое различие – «веселить» и «информировать», объявляя номера, – на самом деле размежевало эти две профессии. В дальнейшем они пошли на некоторое сближение, но так и не сблизились.

Ведущий в разного вида программах знакомит публику с хорами и симфоническими оркестрами, с мастерами художественного слова, с артистами театров, с представителями эстрадного искусства, он произносит имена музыкантов-инструменталистов, и певцов, объявляет сцены из спектаклей, танцы из балетов, эстрадные танцы, представителей циркового искусства и т. д.

Каждый вид концерта требует от ведущего различного проявления его сценического образа. Овладев этим образом, ему необходимо научиться трансформировать его, в зависимости от характера концерта, то есть нести его стиль и подчеркивать его.

Стиль – сложный комплекс, определяющийся характером концерта, его заданием, темой, подбором исполнителей, строем программы, даже количеством участвующих в нем артистов и прочими слагаемыми.

Чем больше в ведущем артистичности, то есть умения по-разному действовать и вести себя в разных по стилю концертах, все время при этом оставаясь самим собой, не изменяя образу «хозяина», тем выше его профессиональный диапазон.

В зависимости от характера и стиля концерта ведущий то «укрупняет» свой сценический образ, позволяя откровенно проявлять «хозяйские» права, и открыто выполняя свои «хозяйские» обязанности, то «сжимает» его до

размеров почти незаметной и скромной рамки. Чем шире обязанности хозяина, тем большим количеством текста оперирует ведущий, тем большее количество времени он проводит на сцене. И, наоборот: он пребывает на сцене ровно столько, сколько требует произнесение вслух того, что может быть напечатано в программке.

«Удельный вес» ведущего тем меньше, чем безболезненней его персона может быть заменена печатной программкой. Поэтому с симфонических и камерных концертов инструментальной или вокальной музыки его роль минимальна. В смешанных концертах без ведущего трудно обойтись, он не только объявляет номера, он вступает в активный контакт с публикой, не давая от номера к номеру падать праздничному настроению. В тематических концертах ведущий прочеркивает через все номера основную мысль, на которой построен концерт. Он его стержень.

Но времена меняются, меняется и образ ведущего, и требования к ведению того или иного мероприятия. На сегодняшний день ведущий это не просто «хозяин» концерта, а это главная персона любого мероприятия от шоу программы до семейного праздника и корпоратива.

Но с развитием развлекательной индустрии появляется путаница, и вот уже ведущий превратился в тамаду на свадьбе или в аниматора на детском празднике. В чем же разница между этими понятиями?

2. ВЕДУЩИЙ, ТАМАДА И АНИМАТОР. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ.

Тамада

Грузия - страна, где застолье это ритуал с богатейшими традициями, многочисленными тостами, обильным угощением и красивым пением. Именно Грузия подарила русскому языку слово, которым называют сейчас ведущего на свадьбах, юбилеях и других праздниках. Это слово – «тамада». Если верить Википедии, то слово «тамада» в переводе с грузинского означает «распорядитель пира» или же свадебной церемонии. И хоть в Грузии тамада может вести не только свадьбы, но и поминки, в Советском Союзе, а позже на территории постсоветского пространства, за тамадой закрепился статус ведущего развлекательных веселых мероприятий: свадеб, юбилеев, корпоративов. И, если в Грузии «тамада» мужского рода, и эту роль всегда могли выполнять только мужчины, то в России и в других странах роль ведения свадебного или другого семейного праздника очень часто выполняют женщины. Но нужно честно признать, что сегодня к традиционным обязанностям тамады (представление гостей, их рассаживание на свои места, установление порядка речей, произношение тостов, регулирование приема горячительных напитков, создание за столом доброжелательной и веселой обстановки, наблюдение за правильным выполнением обрядов, мягкое пресечение конфликтных ситуаций и пр.) добавился еще ряд обязанностей. Это проведение конкурсов, игр, объявление концертных номеров, очень часто перевоплощение самого ведущего в какого-нибудь известного персонажа. Тамада-мужчина на Кавказе никогда не делает этого. Не вручает никаких дипломов и медалей за конкурсы, не проводит сами конкурсы, не читает слова с листочка (он знает все тосты наизусть), а еще он обязательно умеет рассказывать красивые притчи, запевать красивые песни.

В России на плечи современного тамады, ставшего симбиозом тамады, игротехника и ведущего, ложится еще проведение обрядов с разъяснениями (ведь многие современные молодожены и их родители хотят поучаствовать в

свадебных обрядах, но ни что говорить, ни что делать - не знают), организация настоящих шоу и превращение свадьбы в тематический красочный спектакль. Поэтому очень часто слово «тамада» в его традиционном значении не соответствует той деятельности, которой занимаются современные распорядители свадебных пиров. Да и работать им приходится, очень часто начиная не с застолья, а с выкупа невесты, со свадебной церемонии регистрации, с прогулки, веселя и развлекая гостей в разных местах. Поэтому неудивительно, что все чаще такого «веселящего народ человека» называют ведущим, массовиком-затейником, конференсье, шоуменом или же просто распорядителем. Но кто-то по-прежнему зовет тамадой. Так привычнее.

Если подумать, то сегодня человек, проводящий свадьбу — это ведущий-тамада, то есть распорядитель застолья, ведущий пир и ведущий за собой всех гостей, увлекающий их на самые авантюрные конкурсы.

Если же говорить о традициях, то распорядители на свадебных пирах были еще в древнем Риме. На русской же свадьбе зачастую присутствовал дружка - как и современные ведущие данный специалист также имел множество разных задач, разумеется, с поправкой на специфику того времени. Хороший дружка не только развлекал народ, но и отвечал за защиту молодых от злых духов. На некоторых пирах также присутствовал виночерпий - и тогда именно он регулировал процесс вливания спиртного. Свадебные «должности» были и в других странах. В каждой стране свадьбы проходили по разным сценариям, с разными традициями, обрядами, но все их объединяло и по-прежнему объединяет одно: желание всех участников свадебного пира сделать его незабываемым для молодоженов, настоящим праздником для них и для всех гостей.

Но, как и раньше в Грузии тамадой мог стать не каждый, а только умный человек с прекрасными организаторскими способностями, талантом чувствовать людей, умеющий красиво говорить и удерживать внимание окружающих, так и сейчас ведущий-тамада на свадьбе должен обладать знаниями обрядов, традиций, рядом способностей и умений, среди которых

актерский талант занимает далеко не последнее место. Может, именно поэтому среди ведущих свадебных мероприятий так много актеров театра и кино.

Некоторые будущие молодожены интересуются при встрече: «Вы тамада или ведущий?», считая почему-то, что на свадьбах — это только тамада, а ведущие работают на корпоративах и юбилеях. А некоторые до сих пор считают, что тамада — это человек, говорящий без умолку с бокалом вина, или поющий песни под гармошку, а вот ведущий может предложить интересную программу. Ошибаются и те, и другие. Поэтому, представляясь, лучше сразу говорить, что вы ведущий-тамада, то есть и застолье ведете, и конкурсы проводите, и обряды знаете, и сценарий индивидуальный (если нужно) напишете по запросам и пожеланиям молодоженов.

Аниматор

Термин анимация пришёл к нам из зарубежной практики специалистов по организации досуга в отелях – туристические, отдельные аниматоры. И прижился благодаря тому, что наиболее близко отражал деятельность традиционного аниматора. В туризме анимация начала развиваться с 70-х гг. XX в. Сначала аниматоры освоили Египет и ОАЭ, позже Турцию. Во времена СССР, предком отдельных аниматоров и ведущих мероприятий принято считать профессию «Массовик-Затейник».

Аниматорами принято называть специалистов по организации досуга на туристских предприятиях, санаторно - курортных и других оздоровительных учреждениях («массовик-затейник»). Аниматор – тот же артист, и вся его деятельность требует постоянной самоотдачи – ежедневно, ежеминутно, на протяжении пятнадцати и более часов в сутки. Не всякий может выдержать столь активный и бурный ритм, поэтому так важно хорошо организовать работу аниматоров. Одним словом, аниматор – душа общества, человек, который должен поддерживать настроение публики на самой высокой отметке. Но и здесь главное не переусердствовать и сделать все, чтобы гости остались довольны отдыхом и работой команды аниматоров.

Методист-аниматор (хореограф), который занимается подготовкой сценариев и постановкой шоу, разработкой костюмов и проведением репетиций.

Организатор-аниматор, человек, который обеспечивает организацию процесса анимационной деятельности всем необходимым.

Помимо людей, которые непосредственно являются частью команды animation, делать более яркими и красочными представления помогает и художник (если его нет среди аниматоров), который оформляет декорации к представлениям, рисует к ним анонсы, афиши и другие материалы, и портной, который шьет и отвечает за вечерние костюмы аниматоров.

Стать аниматором непросто. Аниматор должен изначально владеть определенными навыками работы и умениями, а также должен быть психологически готов к этой работе. Всему этому учат новичков – от преодоления языкового барьера до искусства перевоплощения в свой персонаж.

Кроме того, проводятся специальные семинары и практические занятия по танцам, разработке программы на сезон, проведению спортивных игр и соревнований. Каждые две недели анимационная программа меняется, поэтому рабочий день аниматора проходит очень напряженно.

В основе классификации А.С. Кускова лежит понимание туристской анимации как способа удовлетворения специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном времяпровождении, развлечении. Диапазон этих потребностей очень широк, поскольку люди, отправляющиеся на отдых, вкладывают в это понятие совершенно разный смысл, а именно: для одних отдых — это путешествие, для других - чтение книг, для третьих - прогулка по лесу, для четвертых - рыбалка и т. д.

С каждым годом количество способов и методов развлечений туристов во время пребывания в туристских комплексах возрастает. К настоящему времени известны более ста видов наиболее популярных развлечений, но

благодаря фантазии организаторов и техническому прогрессу появляются все новые и новые. Необходимо отметить, что реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер, а отдельные виды анимации являются составляющими элементами программ, как бы кирпичиками того здания, которое представляет собой анимационная программа. Как правило, анимационные программы одновременно с чисто развлекательными мероприятиями включают в себя разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования, шоу и костюмированные экспозиции, экскурсионные программы. Такое сочетание делает анимационные программы более насыщенными, интересными и полезными для здоровья, поэтому именно их взаимосвязь и обеспечивает наибольший восстановительно-оздоровительный и развлекательный эффект клиентов туристских комплексов.

Кем же стал аниматор в наши дни?

Сегодня мы привыкли говорить об аниматоре, как о человеке, который развлекает. Например, это может быть аниматор-клоун на празднике или любой другой персонаж, который соответствует тематике торжества. Они проводят игры, конкурсы и развлечения гостей на мероприятии. Они могут говорить смешными голосами, кривляться, забавляться с гостями, то есть являются полной противоположностью ведущего, чья речь всегда поставлена.

Аниматоры могут вести программу, но они не являются ведущим. Как правило, на масштабных мероприятиях, например на team-билдингах, они могут быть помощниками главного человека на площадке — ведущего, то есть помогают ему организовать команды и уже внутри каждой команды они являются главными ориентирами для участников, но всем процессом заведует ведущий — ключевой персонаж мероприятия.

Есть клубная анимация, которая подразумевает артистов на welcome зоне, которые встречают гостей, развлекают их пока не начинается официальная часть, где включается уже ведущий. Так же они могут выступать в ночном клубе по взрослой тематике.

Аниматор не держит аудиторию на себе, а становится ее частью, задает настроение, развлекает гостей, создает праздничную атмосферу, то есть разогревает аудиторию, после чего в игру вступает гвоздь торжества — ведущий. Если подвести итог, то можно сказать следующее, отличие ведущего от аниматора очевидны. Главные отличия:

1. Ведущий, как правило, ведет и координирует праздник по сценарию, ведет интерактивы, говорит поздравления, а аниматор импровизирует и просто веселит гостей.

2. Ведущий — ключевая персона мероприятия, организующая всех гостей, а аниматор — он помощник, который не организует, а просто развлекает гостей, вовлекая в свои игры, шутки и всевозможные действия.

3. Аниматор может выступать в различных ярких, смешных образах, а ведущий в развлекательной индустрии, как правило, одет официально, стильно, не так броско.

Следует сделать вывод, что слово аниматор в наши дни видоизменилось и перейдя к нам из туристической сферы трансформировалось. Но не стоит забывать, что если на детский праздник вы приглашаете человека, который разрабатывает программу, пишет сценарий, встречается с заказчиком, чтоб выяснить интересы и увлечения вашего ребенка, то это уже не аниматор, а ведущий детской игровой программы. Так кто же такой современный ведущий в развлекательной индустрии?

3. ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ВЕДУЩЕГО В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Ведущий — это не просто человек, обладающий приятной внешностью и чёткой дикцией. Прежде всего — это носитель идейного замысла мероприятия, человек, способный передать своё настроение, энергетику и положительные эмоции всем гостям и зрителям, находящимся в зале.

А ведущий–организатор должен ещё обладать знаниями режиссуры, а также навыками написания сценария. Плюс к этому, он должен быть психологом, знать и различать особенности работы с различной публикой, идеально, если ведущий обладает импровизацией и хорошим чувством юмора.

Успех мероприятия зависит от многих компонентов, и хороший ведущий - основа праздника. Главное – не ошибиться и выбрать правильного распорядителя мероприятия, чьи взгляды, мировоззрения, шутки и представления соответствуют требованиям заказчика и публике.

Торжества бывают разными, и задача организаторов сводиться к тому, чтобы каждый человек, думал, что праздник сделан исключительно для него, почувствовал свою значимость и важность, индивидуальность и свободу, чувство уверенности и неповторимости.

Качество организованного мероприятия достигается не количеством поднятых рюмок, а силой эмоционального напряжения, позитивного общения, и свободного самовыражения. Настроение, которое формирует праздничная обстановка, даёт мощный заряд для работы и творчества, импульс к развитию и совершенствованию, обостряет вкус жизни и нейтрализует не обоснованные опасения.

Праздник – это радость, веселье, эмоции, амбиции, азарт, надежды, безумия, восторг, позитивная энергия... Всё лучшее, что движет человеком, обществом и народом.

Красивое начало праздника – залог успеха в любом деле. А если это юбилей, свадьба или корпоративная вечеринка, то первые фразы опытного и грамотного ведущего снимут напряжение, объединят гостей одной общей

идеей, создадут тёплую и непринуждённую обстановку. Даже самая простая и знакомая всем игра пройдёт на «Ура!», покажется новой и необычной, если преподнести её «вкусно», интересно и тематически обоснованно.

А ещё лучше, когда у ведущего есть свои, авторские игры и конкурсы, это сделает мероприятие не похожим на все предыдущие праздники. Задача ведущего на празднике - не показать себя, свои потрясающие способности и умения, а своим настроением, энергией, азартом, остроумием создать атмосферу праздника и дать возможность гостям проявить свои таланты и умения. А может даже, и раскрыть их прямо на празднике, бывает и такое.

Люди, приходя на праздник, хотят отвлечься от повседневной жизни, бытовых проблем, насущных дел, получить заряд радости, хорошего настроения и положительных эмоций. И если ведущий сумел найти ключик к своей публике, однозначно – праздник удался!

Ведущий – это специалист, который умеет организовать веселый и интересный досуг для детей и взрослых. Через игру знакомит с традициями и культурой народа. Ведущий – держит внимание участников на протяжении всей программы: вовлекает в игру, ведет ее и выявляет победителей. Он создает дружелюбную и доброжелательную атмосферу общения.

3.1 Профессиограмма ведущего

К профессиограмме ведущего относится:

- *Свойства личности:* такт, чувство юмора, вкус, доброжелательность, находчивость, владение собой и самокритичность.
- *Способности:* организаторские, ораторские, актерские, режиссерские, импровизаторские, музыкальные, творческое воображение, память.
- *Умения:* подготовить программу в соответствии с особенностями аудитории, обращаться с различными категориями людей, танцевать, петь, дирижировать, подобрать музыкальное оформление и несложный реквизит, правильно выбрать площадку и место, творчески использовать разговорные эстрадные жанры.

Советы организатору игры:

1. Прежде чем провести игру, четко выработайте правила и критерии оценок.
2. Заранее позаботьтесь о месте, где будет проходить игра. Если его нельзя оформить соответственно тематике, то обустройте его так, чтобы каждому было хорошо.
3. Гвоздь любой программы – ее ведущий.
4. Можно брать за основу только формы предлагаемых программ, наполняя их своим оригинальным содержанием.
5. Привлекайте к подготовке и участию в мероприятиях детей и взрослых, а также самих заказчиков или родных и близких людей.
6. Пользуйтесь отдельными конкурсами в разных местах: в лагере летом, в школе, на вечерах.
7. Добровольность – основа всего. Если гость не хочет участвовать в игре или розыгрыше – не заставляйте его. Попробуйте заинтересовать других, а он присоединится к ним - пусть не на первой игре, а на пятой.

Советы ведущему:

1. Точно и кратко объясняйте условия игры или конкурса. Можно показать и отдельные фрагменты игры.
2. Не затягивайте игру по времени.
3. Если вопросы слишком трудны, то помогите, намекните игрокам, каков ответ.
4. Если, игра позволяет, то расскажите в перерыве занятную историю (лучше – по теме), проведите игру со зрителями, если они есть.
5. Сделайте так, чтобы все «вошли в азарт», но не делайте целью игры победу той или иной команды (если это не конкурсная программа).
6. Золотое правило: никогда не говорите: «давайте поиграем», «вы должны», «кто хочет», «лучше сказать», «я предлагаю».

Этика ведущего

Нежелательно, чтобы на сцене люди *ели* и *пили*.

Во-первых, любая игра с пищевым продуктом, если это не дома, не в кругу близких людей (но даже и там) — это кощунство. Выходя на сцену, человек вам доверяет. Так не подставляйте его.

Нежелательно на сцене заставлять людей *раздеваться* и *разуваться*. Если человек знает, что ему придется снять брюки - он придет готовым к этой процедуре. А так - мы не знаем, что у него под рубахой, в каком состоянии носки, да и кожа какая.

Нежелательно заставлять людей *поднимать тяжести*, в том числе и других людей. Человек должен чувствовать себя на сцене комфортно. Нельзя забывать вызванных на сцену участников, и обязательно надо провожать их аплодисментами.

Нежелательно использовать в играх *острые предметы*.

Ведущий должен знать смысл вызова человека на сцену, должен знать, зачем он это делает. Бессмыслица нахождения на сцене - оскорбительна. Учитесь поворачивать любую игру на поддержание чести и достоинства ее участника, а не на унижение и осмеяние.

Хороший ведущий — это до 90% успеха мероприятия. Иногда опытный ведущий с профессиональным образованием может заменить целое агентство праздников, если там нет профессионалов.

Выбор ведущего определяет и его основные задачи на празднике:

- Проведение конкурсов, игр, соревнований, розыгрышей, аукционов и лотерей.
- Распорядительство, то есть анонсирование предстоящих частей праздника, приглашение к поздравлениям, предложение тостов, проведение награждений, направление внимания гостей на какие-то моменты. Распорядительство — это и улаживание конфликтов, точнее, их недопущение. Сообразительный ведущий почувствует неприятную ситуацию и сможет осторожно, не привлекая всеобщего внимания, предотвратить назревающий конфликт.

- Конферанс — объявление шоу-номеров и заполнение пауз в программе шутками и разговорами.

По стилю работы ведущих можно условно разделить на несколько категорий:

1. «Игровики» или аниматоры. Как правило, это выпускники средних специальных учебных заведений или самоучки, они сильны в проведении конкурсов, игр, шуточных аукционов, розыгрышей, юмористических поздравлений. Конкурсный ведущий не только должен направлять действия команд, не забывая комментировать происходящее для зрителей, но и уметь предвидеть поворот событий, поддерживать накал страстей и не допускать конфликтов. Чаще всего именно ведущих-игровиков приглашают для проведения несложных корпоративных праздников.

2. «Конферансье». В его обязанности входят объявления, то есть конферанс. Он должен уметь «держаться», уметь делать «подводки» к объявляемым номерам и уметь «тянуть» возникающие паузы. Хорошее чувство юмора ему просто необходимо, причем уместный повод он должен находить всегда и везде. Конферансье нужен в том случае, если планируется развлекательная программа, состоящая из отдельных номеров, награждений и поздравлений. Чаще всего его можно встретить на концертах.

3. «Спортивный комментатор». Этот человек должен не только знать соревнующихся и уметь бесконечно о них рассказывать, но быть знакомым с историей игры, держать в памяти случаи и курьезы, с ней связанные. Он должен по ходу комментария делать быстрые выводы, уметь предвидеть изменение ситуации и со вкусом преподнести предстоящий поворот игры. И, конечно, он должен уметь четко, красиво и долго говорить. Такого рода ведущий вам подойдет в том случае, если основное время праздника будет посвящено каким-либо спортивным играм и соревнованиям. Однако такие ведущие, как правило, — носители специфического сленга, который может быть уместен или нет, обсудите этот момент до праздника.

4. «Радиоведущий». В его положительные особенности, кроме навыка связно излагать свои мысли, входит умение контролировать поведение собеседника, подспудно направлять его мысль в нужное русло. Но, как правило, при проведении корпоративных мероприятий только такого мастерства недостаточно. Ведь ведущему на празднике предстоит находиться перед гостями, а вот этого многие «радиоведущие» и не могут. К тому же они обычно не умеют хорошо проводить конкурсы, награждения и прочие праздничные события. Приглашение «радиоведущего» оправдано, если у него действительно есть необходимые дополнительные способности или вы хотите пригласить «знаковую» фигуру (но тогда вам должно быть все равно — как он будет работать, ведь вы осознанно приглашаете его «имя»).

5. «Клубные» ведущие. К числу достоинств отнесем умение поддержать настроение массы танцующих и развлекающихся гостей меткими фразами, шутками и быстрыми конкурсами. Но учтите, что ведущий, постоянно работающий в молодежных клубах, привыкает к определенному стилю речи, сленгу, юмору и развязному поведению. Поэтому совсем «молодежный и клубный» ведущий подойдет для корпоративного праздника в самом крайнем случае.

3.2 Образ ведущего

Умение создать свой собственный образ является делом самого ведущего, который не всегда уделяет этому серьёзное внимание, в результате чего из мероприятия в мероприятие переходят порой одни и те же ведущие, не меняя манеры ведения, способа общения, допуская небрежность в речи и в одежде, что влечёт за собой снижение художественного уровня культурно-досуговой программы.

В создавшейся ситуации становится очевидным, что ведущим необходимо совершенствовать профессиональное мастерство и искать верные пути в создании своего имиджа для более эффективного общения и взаимодействия со зрительской аудиторией.

Важным принципом создания образа является воздействие не только на сознание, но и на подсознание людей, что требует представления внутренних качеств личности. Среди них следует назвать интеллект, духовную, нравственную основу, ораторские способности. Следовательно, целостный облик человека составляют внешний и внутренний аспекты.

Внешний аспект составляется из множества элементов – от обуви до головного убора. Это и лицо, и одежда, и походка, и мимика, манеры поведения, голос, жесты. Хорошая внешность – это не столько правильные черты лица, стройная фигура, рост, а, прежде всего сценическое обаяние и харизма.

Вот уж кого действительно встречают по одежке, а провожают по уму, так это ведущего. И ведущий должен помнить о своем внешнем виде не только на самом мероприятии, но и на встрече с заказчиком, если речь идет о ведении корпоратива или любого другого семейного торжества или праздника.

У профессионала всё идеально – прическа, макияж (это относится к девушкам ведущим), маникюр, и сам костюм.

Костюм должен быть универсальным и подходить под то мероприятие, на котором ведущий работает. Например, если вы – девушка, то на свадьбе не должно быть белых платьев.

Ведущий должен выглядеть стильно. Это не значит, что нужно наряжаться, как чужак в перья и стразы, уважающий не только себя, но и публику ведущий будет выглядеть элегантно.

Образ должен выглядеть дорого. Не нужно покупать супердорогие костюмы. Чаще всего, у многих ведущих всего 2-3 костюма – этого достаточно! Просто важно, чтобы общий образ выглядел дорого. Даже если только начинающий ведущий проводит мероприятия впервые, но при этом стильно и дорого выглядит, то это очень сильно поднимет ценность в глазах людей! Ведь гости на мероприятии или те, кто видят ваше портфолио в интернете не знают, что вы только начинаете. Самое главное! В этом образе вы должны выглядеть, как ведущий! Это значит, что это не просто костюм (чаще всего, у молодых

людей это костюм с бабочкой) – это целый образ! Люди, глядя на вас, даже если у вас нет в руках микрофона – должны понимать, что перед ними стоит настоящий и профессиональный ведущий.

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

Практическая деятельность ведущего строится на живом общении с аудиторией. Каждое его появление перед публикой – это процесс «взаимопонимания и взаимодействия»: видеть, слышать, оценивать зрителя, мгновенно реагировать на непредвиденные ситуации. Ведущим стержнем этого процесса выступает поиск внутренних связей, внутреннего и внешнего соответствия друг другу и той темы, ради которой возникла общность ведущего и публики. Процесс взаимопонимания необходим и носит двусторонний характер. От образа личности ведущего зависит успешное общение и мнение о коллективе, учреждении культуры, который он представляет.

Вкусы зрительской аудитории, зрительское восприятие во многом зависят от пола, возраста, умственного и эмоционального развития, общего интеллектуального уровня, а также от формы развлечения и жанра программы. Учёт восприятия публики в создании образа имеет большое значение. Публика, находя в ведущем соответствия своим ожиданиям, дополняет свои зрительские впечатления эмоциональным переживанием, связанным с удовлетворением потребности. Таким образом, профессионализм ведущего в формировании образа тесно связан с аудиторией, с которой ему непосредственно приходится общаться. Мы знаем, что творчество ведущего во многом опирается на искусство конферансье, а артист разговорного жанра на эстраде непременно перевоплощается. Вообще «перевоплощение» есть главное условие творчества актёра в любом виде сценического искусства. Степень перевоплощения разговорника на эстраде различна: Созданный им

сценический образ, может быть очень близок актёру, конференсье остаётся как бы самим собой и говорит «от себя», а может существенно отличаться от исполнителя, его человеческой и творческой индивидуальности. В зависимости от степени перевоплощения артиста на эстраде и от качества воплощаемого им сценического характера можно говорить об образе или маске артиста.

Под «маской» принято считать лицедейство определённых персонажей с раз и навсегда закреплёнными условными характерами. Маска-личина, которую надевает на себя актёр эстрады, постоянный сценический образ, скрывающий его подлинное лицо. Вместе с тем необходимо помнить, что для «маски» опасно частое появление на эстраде, она может зрителям надоесть. Поэтому конференсье часто меняли свою «маску» на образ. Другое дело – образ, созданный из своих качеств, близкий исполнителю.

«У ведущего в каждой культурно-досуговой программе, если это не театрализованное представление, «происходит перевоплощение в самого себя, в образ, сконструированный из черт собственной личности, из свойств своего житейского «я», но тщательно отобранных, отсеянных. Вылепить этот образ, «войти» в него, сжиться с ним, найти ему определение можно, только вооружившись актёрской системой К.С.Станиславского».

В системе К.С.Станиславского существует положение: «я действую в предлагаемых обстоятельствах». Для актёра, создателя роли, это одно из звеньев в цепи актёрского тренажа, помогающее рождению сценического образа. Для ведущего – это положение исчерпывающе. Первый шаг к профессионализму — это умение поставить себя в предлагаемые обстоятельства культурно-досуговой программы. Поскольку программы, в которых он участвует, бывают разнообразными по характеру, по стилю, то он должен «подстраиваться» под данную культурно-досуговую программу, улавливать состав и настроение сегодняшней своей аудитории. В этом смысле «амплитуда» ведущего несравнимо больше, чем у конференсье - от концерта до театрализованного представления.

Образ ведущего складывается и из умения говорить. Грамотная непринужденная речь, богатый словарный запас, тембр голоса, умение выстраивать свою речь без «слов паразитов», а главное – способность чувствовать аудиторию, держать нить праздника в своих руках и легко адаптироваться к отклонениям в сценарии, способность импровизировать.

Ведущий должен быть, как бы сродни залу, обладать острым чувством современности в образе мышления, склада речи, манеры поведения, костюма – всего внутреннего и внешнего облика.

Таким образом, работа над образом начинается с всестороннего анализа режиссёрского замысла культурно-досуговой программы. В процессе анализа ведущий определяет для себя: идею, тему, сверхзадачу, сквозное действие, предлагаемые обстоятельства: где, когда, для кого проводится мероприятие, особенности взаимоотношений с партнёрами (зрителем и действующими лицами на сцене) и в соответствии с этим создаёт свой неповторимый образ и стиль ведения.

Современный ведущий сегодня может вести культурно-досуговую программу как от имени другого персонажа, далёкого от индивидуальности ведущего, так и в образе от своего «я», а также играть роль в миниатюре или интермедии. И каждый раз он будет создавать их в зависимости от вида и жанра, от конкретного зрителя, от условий мероприятия, занятых в программе артистов, от идейно-художественного замысла программы и её задач. А поскольку программы разные, то и имидж ведущего носит не постоянный, а ситуативный характер, специально сконструированный для конкретной программы.

Например, образ ведущего, созданный для развлекательных программ, где аудитория – подростки не вызовет восторга у зрителей другой возрастной группы. А яркая внешность ведущей в программе для пожилых людей, ветеранов труда и войны будет отвлекать зрителей от восприятия серьёзной информации. И, наоборот, в развлекательной шоу-программе сдержанность

ведущего будет производить впечатление о нём, как о человеке скованном, лишённым свободы, лёгкости в общении и импровизации.

Кроме того, ведущий, конструируя свой образ, должен любить всех занятых в программе артистов и сидящих сегодня в зале зрителей, иначе ничего не получится. Ведущий должен щедро дарить праздник и радость общения.

Таким образом, можно сделать вывод, что для более успешного формирования образа ведущего необходимо:

- знание теоретических и методологических основ формирования образа или имиджа;
- соответствие внутренних и внешних качеств ведущего культурно-досуговой программе, её жанру, виду, идейно-художественному замыслу;
- владение артистизмом, обаянием, речевой культурой, импровизационным мастерством;
- знание зрительской аудитории (возраста, профессии, вкусов, интересов, специфики восприятия).

Сегодня ведущий массовых, корпоративных, личных или семейных торжеств, был и остаётся одним из главных действующих лиц в культурно-досуговой сфере.

3.3. Портфолио ведущего

Если говорить о современном ведущем, особенно о тех, кто работает в сфере корпоративной культуры, то нельзя не учесть такой момент, как портфолио. Портфолио для ведущего — это его визитная карточка, которая дает представление о его профессиональном опыте. Именно благодаря портфолио можно сделать первичное знакомство с ведущим, оценить его по параметрам и, в конечном итоге, сделать выбор заказчику. Портфолио — это прежде всего тот профессиональный опыт ведения торжественных мероприятий, который есть у ведущего на сегодняшний день. А также, это личный стиль и манера ведения мероприятия. Портфолио в априори есть у каждого профессионального ведущего, но не все могут вести его качественно.

Поэтому для ведущих есть несколько рекомендаций по созданию профессионального портфолио.

Рекомендации по созданию портфолио ведущему.

1. Должно быть, как минимум, 20-30 хороших студийных фотографий и от 10 фотографий с мероприятий. Эти материалы ведущий может использовать для рекламы в базах, свадебных порталах, различных площадках, соцсетях и т.д. Должна быть, как минимум, 1 самая лучшая фотография с лицом крупным планом. Эту фотографию можно поставить на аватарку в социальные сети.

2. Фотографии должны быть профессиональные, снятые на профессиональную камеру. На фотографии ведущий должен выглядеть, как дорогой ведущий. Если фотография хорошая по качеству, но вы на ней не выглядите, как хороший дорогой ведущий – отмечайте ее, ведь это же Ваше портфолио.

3. На всех фотографиях ведущий должен передавать эмоции. Если вы просто мило улыбаетесь в кадр, это не значит, что вы ведущий.

4. Фото в портфолио должны передавать личность, харизму! Человек, глядя на фото уже должен чувствовать позитив и энергетику ведущего.

Размещается такое портфолио в социальных сетях. Ведение социальных сетей – это тоже неотъемлемая часть работы ведущего в празднично-развлекательной индустрии.

Именно там оставляют отзывы не только заказчики, но и гости того или иного мероприятия или торжества.

Главное помнить, что постить мемы и копировать банальности с сайтов — не подходящий вариант. Контент должен подчеркивать профессионализм, экспертность, мягко и ненавязчиво продавать материал.

Существует несколько способов продвижения себя, как ведущего.

Вариант первый. Услышав от знакомых хороший отзыв, заказчик находит ведущего в самых популярных социальных сетях или мессенджерах

и внимательно изучает страничку. Если там давно нет новостей, свежих фото, возникают сомнения – ведёт ли свою деятельность ведущий? Тут желание обратиться может резко угаснуть.

Второй вариант. Пользователь соцсетей случайно натывается на страницу ведущего, видит интересный контент, живое обсуждение под постами, втягивается в беседу. И потом, когда речь заходит о выборе ведущего для дня рождения или корпоратива, у него не остается сомнений к кому обратиться. Если заказчик видел, как вы умеете завести публику онлайн, то он уверен, что вы повторите это и вживую!

Есть несколько рекомендаций для ведения контента.

Существует одно правило — контент делается не для коллег по цеху, а для потенциальных заказчиков, а им отзывы важны и нужны. Особенно, когда они подаются под «разным соусом».

1. Стандартный прием — пост-новость. Ведущему необходимо сделать селфи на фоне веселых гостей (лучше гостей, чем застолья) и рассказать, где работает и что ведет. Можно добавить пару интригующих фишек с мероприятия тем самым показать свою востребованность.

2. Пост-кейс. Ведущий рассказывает с каким запросом обратился заказчики, например, день рождения сразу для двух именинников или свадьба без единого конкурса. Ведущий дает подробности о том, как он эту задачу решал и завершается пост эмоциональным видеоотзывом молодоженов или юбиляров, которые остались довольны. Такие публикации покажут, что ведущий может решать любые запросы.

3. Случается всякое. Ведущий рассказывает о различных форсмажорах во время мероприятия. Кто-то опоздал, что-то сломалось или не пошло не по сценарию и т.д. Это раскрывает ведущего, как человека умеющего справляться с различными трудностями не во вред мероприятию.

4. Все лучшие отзывы необходимо скринить и опубликовывать. В-первых — это социальное доказательство того, что ведущий профи. Во-

вторых, такие отзывы очень эмоциональны. Лучше если ведущий добавит к скринам свой небольшой текст.

5. Можно делать посты перед сезоном — свадебным, выпускным, предновогодними программами и т.д.. Рассказывать о коллегах, которые работают на празднике — отличный инфоповод. О тех, кто делает фото, видео, свет и звук. Можно рекомендовать и артистов. Кого лучше выбрать для юбилея мамы, кого пригласить на выпускной, на свадьбу, корпоратив. Заказчики будут благодарны за то, что делитесь опытом, а артисты в долгу не останутся. Советовать лучшие залы для больших торжеств, идеальное место для проведения корпоратива, уютные заведения для семейного праздника. Главное, рекомендовать то, что проверено. К полезному контенту можно отнести и советы о том, как подготовиться к мероприятию. Невесте, жениху, гостям. Про каждого можно написать отдельный пост. Только давать необходимо советы из практики, а не копировать с сайтов — статус эксперта при таком подходе вряд ли удастся подчеркнуть. По пунктам можно расписать и советы о том, как выбрать ведущего, на что обратить внимание при выборе ресторана, артистов, оформителя. То, что вам кажется очевидным, для читателей может стать невероятным. Можно говорить о разных традициях, рассказывать откуда пришел к нам тот или иной праздник, какие есть у него традиции, обряды и ритуалы. Составлять топ музыки, которая удачно работает на праздниках и т.д.

Главное, чтоб страница ведущего была не просто информационной, а культурной и живой. В ней должен быть виден сам человек. Важно помнить, что соцсети — это системность и если был сделан выбор такой профессии, как ведущий, то необходимо не только держать руку на пульсе времени, но и создавать что-то новое и интересное каждый день для своих заказчиков.

Что дает портфолио и социальные сети заказчику?

По портфолио можно узнать, какие праздники чаще всего ведет ведущий. Если планируется свадьба, то ведущий детских праздников будет отличаться стилем ведения и вряд ли сможет прочувствовать концепцию

свадебного торжества. Важно понимать, под какой формат торжеств заточен ведущий и где его сильные стороны. Опыт ведения мероприятий так же важен при оценке кандидатов. Как показывает практика, многолетний стаж работы на праздниках раскрепощает ведущих, они становятся более гибкими, умеют подстроиться под изменения и наладить контакт с гостями. Поэтому, если заказчик хочет быть уверенными в качестве работы ведущего, стоит брать кандидата с богатым опытом работы.

По портфолио так же можно оценить качество работы ведущего. Отзывы с прошедших мероприятий смогут здорово облегчить вам выбор. Изучите дополнительно социальные сети, где, как правило, ведущие отражают свою профессиональную деятельность. Зачастую, именно социальные сети являются главным портфолио для ведущих, поэтому там отображены все мероприятия и есть наглядные отзывы заказчиков. Это очень удобно! Плюс ко всему, вы можете увидеть его живые выступления по видеороликам, которые есть на их страничке. А если нет, то обязательно запросите.

Знание истории появления профессии, умение разбираться в терминологии и понятиях, профессионаграмма ведущего, составление портфолио и ведение социальных сетей, умения работать над собой, развивать и улучшать себя – это всё работает на современный образ ведущего в развлекательной индустрии. И не важно работает ведущий на себя, в праздничном агентстве или в культурно-досуговом учреждении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ключевой фигурой любой досуговой программы, будь то театрализованное представление или праздник, сюжетная игровая программа, игра-спектакль или встреча с интересным человеком, корпоративное мероприятие или семейное торжество, является ее ведущий. От него зависит, насколько данное действо станет для каждого ярким, зрелищным, запоминающимся событием.

Специалист по организации мероприятий в сфере культуры и досуга должен не только обладать навыками организации и проведения театрализованных представлений, праздников, фестивалей и форумов, но и уметь их проводить.

Задача ведущего на празднике – не показать себя, свои потрясающие способности и умения, а своим настроением, энергией, азартом, остроумием создать атмосферу праздника и дать возможность гостям проявить свои таланты и умения. А может даже, и раскрыть их прямо на празднике, бывает и такое.

Люди, приходя на праздник, хотят отвлечься от повседневной жизни, бытовых проблем, насущных дел, получить заряд радости, хорошего настроения и положительных эмоций. И если ведущий сумел найти ключик к своей публике, однозначно – праздник удался!

Ведущий является неременным носителем речевой культуры. Умение контролировать речь, насыщая ее самобытными лексическими единицами и избегая шаблонности, психологическая установка на выразительность, индивидуальность высказывания, владение нормами орфоэпии и грамматики – все это способствует успешной реализации коммуникативных задач и является примером для подражания. Современный ведущий – это высокообразованный человек с хорошим чувством юмора и вкуса. Он должен не подражать кому-то, а быть самим собой. Он интересуется новшествами и разрабатывать новые идеи, постоянно развиваться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации : учеб. пособие / Т.И. Гальперина ; Рос. междунар. академия туризма. - М. : Сов. спорт, 2008. - 292 с.
2. Герасимова О.В. Мастерство шоумена. / О.В.Герасимова. Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2006.
3. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. / А.С.Ковальчук. Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2004.
4. Куприянов, Б.В. Организация и методика проведения игр с подростками/ Б.В. Куприянов, М.И. Рожков, И.И. Фришман. - Владос, 2001,- 216 С.
5. Кусков, А.С. Гостиничное дело : учеб. пособие. - 5-е изд., испр., доп. - М. : Акад. проект, 2008. - 508 с.
6. Панфилов, В. Режиссеру праздника об игре/ В. Панфилов. - М.; ВЦХТ,2004. -176 С.
7. Приезжева, Е.М. Анимационный менеджмент : учеб.-метод. пособие / Е.М. Приезжева ; Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Сов. спорт, 2007. - 357 с.
8. Приезжева, Е.М. Организация и методы игровой деятельности в туризме : учеб.-метод. пособие / Е.М. Приезжева; Рос. междунар. акад. туризма. - М. : Совет. спорт, 2005. - 128 с.
9. Приезжева, Е.М. Социально-культурная анимация в туризме / Е.М. Приезжева. - М., 2003. - 85 с.
10. Петросян Е.В. Хочу в артисты. / Е.В.Петросян. М.: Искусство, 1994.
11. Станиславский, К.С. Работа актера над собой / К.С. Станиславский. – М.: Искусство, 1989. – Т 2. – 511 с.;
12. Современный словарь иностранных слов. С.П.б.:«Дуэт», 1994.

13. Третьякова, Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / Т.Н. Третьякова. - М. : Издат. центр «Академия», 2008. - 269 с.

14. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. / В.М.Шепель. М.:Линка-Пресс, 1997.

15. Шашина В.П., Методика игрового общения. Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. - 288 с. - (Серия: Среднее профессиональное образование)

16. Шмаков, С.А. Игры - шутки, игры - минутки/ С.А. Шмаков - М.; Новая школа, 1997.

17. Шмаков, С.А. Игры учащихся – феномен культуры/ С.А. Шмаков - М.; Новая школа, 1994. 238С.

18. Щербакова Г.А. Концерт и его ведущий. / Г.А.Щербакова. М.: «Советская Россия», 1974.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система издательства «Лань»
<http://e.lanbook.com/>

2. <https://studwood.net/>

3. <https://www.svadebniybanket.ru/>