

УДК 792.02:37.091.12.011.3-051:784(045)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/60-4-30>

Марианна СУХОЛОВА,
orcid.org/0000-0001-8720-3182
доктор філософії, доцент,
доцент кафедри музичного мистецтва
Мукачівського державного університету
(Мукачево, Закарпатська область, Україна) mariannasuholova83@gmail.com

СЦЕНІЧНИЙ ІМІДЖ ВИКЛАДАЧА ВОКАЛУ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

Сучасний розвиток країни потребує нової системи модернізації розвитку сценічного іміджу викладача-вокаліста. Зростають вимоги до професійної підготовки майбутніх спеціалістів. Саме на них покладаються важливі завдання. Майбутні фахівці покликані здійснювати формування акторської майстерності і творче перевтілення викладача вокалу у процесі створення сценічного образу, від якісних показників якого залежить рівень професійної підготовки.

Як показав аналіз наукових джерел, індивідуальний або особистісний імідж сучасного педагога-вокаліста одна з малодосліджених проблем. Проте, досі не було розроблено системи роботи з формування сценічного іміджу у викладачів вокалу, які потенційно є майбутніми викладачами, в процесі педагогічної практики. Разом із тим виникає потреба в оновленні змісту і технології сценічного іміджу сучасного викладача.

У статті спроектовано портрет сценічного іміджу викладача вокалу, що складається з трьох основних компетентностей: теоретичної, практично-методичної та соціально-особистісної, які у єдності забезпечують досягнення очікуваного результату; виокремлено аспекти (візуальний, контекстний, природний – комунікабельність, емпатійність, рефлексивність, красномовність, подієвий), які впливають на успішне втілення сценічного образу вокального твору, особливості іміджу викладача вокалу; виокремлено основні етапи формування іміджу викладача; охарактеризовано специфіку етапів формування сценічного іміджу, виокремлено структурні компоненти іміджу (габітарний, вербальний, кінетичний, речовий).

Здійснено аналіз понять «імідж», «сценічний імідж» з огляду на різні підходи до їх трактування. Зазначено, що під іміджем викладача вокалу розуміємо професійні знання, уміння і навички, зовнішню привабливість, харизму, високий рівень результативності та ефективності реалізації відповідного навчального процесу.

Ключові слова: сценічний імідж, викладач вокалу, портрет викладача вокалу.

Marianna SUKHOLOVA,
orcid.org/0000-0001-8720-3182
Doctor of Philosophy, Associate Professor;
Associate Professor at the Department of Musical Art
Mukachevo State University
(Mukachevo, Transcarpathian region, Ukraine) mariannasuholova83@gmail.com

THE STAGE IMAGE OF THE VOCAL TEACHER AS A MODERN PHENOMENON

The modern development of the country needs a new system of modernization of the stage image development of the teacher-vocalist. The requirements for the professional training of future specialists are increasing. Important tasks are relied on them. Future specialists are aimed at formation of acting skills and creative transformation of a vocal teacher in the process of creating a stage image, the quality of which depends on the level of professional training.

As the analysis of scientific sources showed, the individual or personal image of a modern teacher-vocalist is one of the understudied problems. However, the working system for forming a stage image has not been developed yet, vocal teachers who are potentially future teachers are still in the process of pedagogical practice. At the same time, there is a necessity to update the content and technologies of the stage image of a modern teacher.

The article projects a portrait of the vocal teacher's stage image, which consists of three main competencies: theoretical, practical-methodical, and social-personal, which in unity ensure the achievement of the expected result; the aspects (visual, contextual, natural – sociability, empathy, reflexivity, eloquence, event) that affect the successful implementation of the stage image of a vocal piece, features of the image of a vocal teacher are singled out; the main stages of teacher image formation are highlighted; the specificity of the stage image formation stages is characterized, the structural components of the image (habitat, verbal, kinetic, material) are distinguished.

An analysis of the concepts of "image" and "stage image" was carried out in view of different approaches to their interpretation. It is noted that under the image of a vocal teacher we understand professional knowledge, abilities and skills, external attractiveness, charisma, a high level of effectiveness and efficiency in the implementation of the relevant educational process.

Key words: stage image, vocal teacher, portrait of a vocal teacher.

Постановка проблеми. Реалії сьогодення (політичні, економічні, соціальні зміни) висувають нові вимоги до педагогічних компетентностей викладача вокалу, зокрема його сценічного іміджу. В Національній доктрині розвитку освіти в Україні зазначено основні пріоритетні напрямки державної політики щодо розвитку вищої освіти – підготовка кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці, професійного розвитку, освоєння та впровадження наукових та інформаційних технологій, конкурентоспроможних на ринку праці. Розв'язати ці завдання може лише нова плеяда викладачів, покликаних розвивати професійні здібності, виявляти таланти та формувати особистість кожного майбутнього викладача вокалу. Найважливішим завданням вищої освіти є розвиток особистих потенційних характеристик педагога-вокаліста, освоєння та вдосконалення ним професійних технологій. При цьому виникає необхідність формування нового стилю соціальної поведінки майбутнього педагога, відповідної завданням розвитку суспільства, що у свою чергу, веде до розкриття проблеми пов'язаної з таким явищем як сценічний імідж, і викликає потребу його вивчення.

Аналіз досліджень. Проаналізувавши низку методологічних праць у сфері іміджології, варто підкреслити, що означену тематику ґрунтовно вивчали такі дослідники: В. Шепель, А. Панасюк, Н. Тітова, Т. Федорів, С. Горін, В. Горчакова, О. Неустус, О. Кастерпалу та ін.

К. Богомолів розглядав імідж у контексті модних течій; В. Волков, М. Олімов, Н. Тягунова (педагогічні дослідження проблеми формування іміджу освітніх установ), Т. Бусигіна, А. Калюжний, О. Камишева, А. Кононенко, Н. Тарасенко, В. Черепанова (методологічні і методичні засади формування іміджу вчителя); О. Бекетова, М. Єлагін, Л. Качалова, Т. Кулакова, Л. Семенова (місця майбутнього вчителя в процесі професійної підготовки).

Науковці О. Горовенко, Ю. Дзядевич, Т. Довга досліджували теоретичні та методичні аспекти формування професійного та індивідуального іміджу педагогічних працівників. (Довга, 2010: 66–75)

О. Ковальова, А. Кононенко, І. Ніколаєску, О. Попова, І. Розмолдчикова, Н. Тарасенко, А. Череднякова, В. Черепанова вважають, що професійний імідж – персоніфікований образ професії, тобто узагальнений емоційно забарвлений образ типового її представника, який має символічну природу, що характеризується навіюванням, та здійснює психологічний вплив на оточуючих (Бондаренко, 2014: 260).

Не залишаємо поза увагою дослідження західноєвропейських вчених. Відтак, *Е. Сепір* розглядає імідж як «певну знакову структуру, «як щось більше його самого», що має відношення до людських цінностей та атитюдів» (Сепір, 2013: 411), *І. Гоффман* вважає, що імідж являє собою певну форму інтеракції, уявлення, яке конструюється з метою створення враження, аби посилити вплив на партнера чи відповідну спільноту (Гоффман, 2009)

Мета статті – теоретично обґрунтувати сценічний імідж викладача вокалу.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення поставленої мети доцільно надати дефініції понять «імідж», «сценічний імідж».

Відтак, Український тлумачний словник трактує поняття імідж як «рекламний, представницький образ кого-небудь, що створюється для населення» (Великий тлумачний словник, 2005: 501).

Зі свого боку А. Калюжний подає наступне тлумачення: «імідж – це механізм оптимізації професійної соціалізації особистості. Він забезпечує необхідну автентичність, адаптивність, ефективну соціалізацію та оптимальний розвиток для всієї теми професійної діяльності. Він дає змогу найкраще ідентифікувати себе, ефективно та результативно Цілеспрямована організація соціальної простори для забезпечення мотивації до розвитку особистості» (Калюжний, 2004: 293).

С. Гриміна дефініціює сценічний образ вокаліста як новий новий живий характер, який народжується в результаті складного процесу – одночасного «озвучення» вокального твору й акторського втілення яскраво виражених особистісних якостей персонажа (Гриміна, 2013: 46-50)

Під професійним іміджем І. Розмолдчикова розуміє багаторівневе утворення, яке синтезує професійні знання, уміння й навички, зовнішню привабливість, харизму та інші компоненти культури (Розмолдчикова, 2013: 113-119).

У західноєвропейських розвідках імідж досліджували Л. Хьела, який трактує імідж як структурну складову оптимізації соціальних процесів шляхом створення відповідних штучних образів. Дослідник вбачає функціональну роль іміджу в створенні відповідних механізмів оптимізації соціальної реальності за рахунок моделювання необхідних зовнішніх ознак, які символізують внутрішню сутність подій та процесів, а саме «своєрідний механізм гармонізації, оптимального співвідношення частин внутрішнього та зовнішнього та кожної частини окремо і досягнення естетичного ефекту, який апелює до принципу задоволення» (Хьела, 2015: 532). Можна гово-

рити про те, що імідж має чітке «функціональне навантаження», оскільки являє собою своєрідний механізм трансформації, перетворення особистості через моделювання відповідних вражень та очікувань аудиторії.

В розрізі даного аспекту ідентифікації іміджу значна методологічна цінність належить також концепції Дж. Роттера, який під ним розуміє «зовнішній комунікативний образ людини та інституції, побудований на основі людських потреб» (Роттер, 2013). На думку вченого, імідж являє собою певну комунікативну конструкцію, яка задає своєрідний статус визнання людини, вказуючи на певну символічну залежність аудиторії від неї, а також на своєрідне домінування її по відношенню до аудиторії. Виходячи із вищезазначеного вчений виокремив структурні компоненти іміджу, які забезпечують створення певного образу персоналії чи інституції, а саме:

– *габітарний* (зовнішність має на увазі статичні (конструкція тіла), середньо динамічні (одяг, зачіска і т.п) та експресивні (міміка, жести, погляди) компоненти;

– *вербальний* – словесні, письмові повідомлення про себе;

– *кінетичний* – охоплює характерні типові рухи (експресія, жест кисть, м'якість) тіла в просторі;

– *середовищний* – середовище перебування персоналії чи функціонування інституції (житло, кабінет, автомобіль, найближче оточення, сім'я, колеги, друзі, основні канали соціальних контактів);

– *речовий* – включає предмети, які створюють персональну візитівку образу персоналії чи інституції (візитки, діловий стиль, статті, книги, виступи у засобах масової інформації) (Роттер, 2013);

Варто відзначити запропоновані Л. Поповою аспекти формування іміджу:

– *природній* – комунікабельність (здатність легко сходитися з людьми), емпатійність (здатність до співпереживання), рефлексивність (здатність зрозуміти іншу людину), красномовність (здатність впливати словом);

– *контекстний* – якості, що пов'язані з життєвим та професійним досвідом особистості. Це має величезне значення у формуванні іміджу спілкування, середовище, де проводить час артист;

– *подієвий* – його репутація: відповідність статусу й сформованому образу (Попова, 2008: 41).

Схиляємось до думки Д.Зам'ятіна, який розглядає імідж в контексті його впливу на масову аудиторію та його відповідність її запитам, що забезпечує його стратегічну й тактичну результативність. Зі свого боку науковець стверджує, що

імідж одночасно може розглядатись у ролі своєрідного інструменту завоювання аудиторії, і в той же час він може виступати «способом реагування на запити аудиторії». Внаслідок чого імідж як певна комунікативна система виступає у ролі «балансуючого» інструменту відповідності на запити аудиторії та коригування їх з іншого боку. У такий спосіб, він не лише слугує інструментарієм завоювання довіри аудиторії, але й виступає засобом реагування на запити та вимоги аудиторії до відповідної інституції. Якщо імідж відповідає повною мірою таким запитам та вимогам, то він має стратегічний характер, тим самим забезпечуючи високий рівень результативності та ефективності реалізації відповідного соціального проекту (Зам'ятін, 2011: 99–127).

Зауважимо, що своєрідним методологічним уточненням для наведеної вище концепції може слугувати підхід В.Шепеля в межах якого імідж представлений як «образ, зображення, реальний або уявний лик, стиль поведінки людини, інституції, ставлення до них на основі їх популярності, успіху, довіри та симпатії аудиторії» (Шепель, 2005: 401). З огляду на це, імідж розглядається як «мистецтво створення симпатії» та «збільшувальне скло, яке виявляє ділові особистісні якості людини». Завдяки цьому імідж є своєрідною комунікативною формою «рекламування вмінь, компетенцій та переваг, що забезпечує певне управління ставленням аудиторії до відповідного об'єкту іміджу» (Шепель, 2005: 439).

На думку В. Королько, при визначенні іміджу доцільно враховувати аспекти сприйняття та оцінки організації та враження, які він породжує у контексті ставлення до відповідних подій та процесів. Виходячи із цього під іміджем він розуміє «враження, яке створює людина, компанія чи інституція на одну або декілька груп громадськості, саме тому він не є малюнком, калькою, розробленим у найменших деталях зображенням, а скоріш за все декілька деталей, які забезпечують емоційний вплив» (Пантелейчук, 2011: 184). В контексті даної змістовної ідентифікації терміну імідж вчений доводить його семантичну близькість з поняттям репутація, обґрунтовуючи це тим, що імідж спрямований на створення та підтримання необхідних вражень про персоналію та інституцію, тоді коли репутація включає сукупність думок про переваги та недоліки людини і стосується відповідного професійного середовища. З огляду на це «імідж являє собою образ, який створюється для публіки, а репутація самостійно народжується в колі професіоналів» (Пантелейчук, 2011: 211). Однак в процесі своєї

функціональної ідентифікації вони взаємодіють між собою як форма та зміст щодо формування позитивного образу та створення позитивного ставлення до персоналії чи інституції.

Погоджуємось із дослідження сучасних українських науковців А. Верещака та Н. Садовнікова, які розглядають існування не лише сценічного, а й позасценічного іміджу. Безумовно, позасценічний імідж викладача також має важливе значення для професійного зростання. Оскільки аудиторія здобувачів завжди цікавиться біографією творчого наставника, співпереживає йому або радіє за нього (Верещака, 2014: 283-289).

Нами спроектовано портрет сценічного іміджу викладача вокалу, що складається з трьох основних компетентностей: теоретичної, практично-методичної та соціально-особистісної.

Теоретична компетентність включає в себе :

1. Психолого-педагогічну компетентність (здатність викладача структурувати наукові та практичні знання задля ефективного вирішення професійних завдань; основу зазначеної компетентності становлять – гнучкість мислення викладача вокалу, педагогічне передбачення, професійна мобільність).

2. Фахову компетентність – включає мотиваційний (мотиви розуміння призначення професії викладача вокалу, орієнтація на процес професійної діяльності, мотиви престижу професії в суспільстві, потреби), когнітивний (знання дис-

ципліни, педагогіки, психології), операційний (предметні уміння та навички), особистісний (рефлексія) компоненти.

3. Міжпредметну компетентність.

Практично-методична компетентність: організаційні, прогностичні, комунікативні, інформаційні вміння (розвиток власних здібностей, рівень методичної підготовки майбутнього викладача вокалу, уміння застосувати знання в педагогічній і громадській діяльності, виконувати основні професійно-методичні функції).

Соціально-особистісна компетентність включає професійно-значущі риси: цілеспрямованість, урівноваженість, чесність, ерудиція, педагогічний такт.

Висновки. Підсумовуючи вищезазначене, можемо констатувати наступне:

1. Сценічний імідж викладача – образ, який поєднує як реальні властивості об'єкта, так і неіснуючі, ті, що приписуються. Його метою є формування в масовій свідомості певного ставлення до об'єкта.

2. Формування сценічного іміджу викладача вокалу починається з оцінки його «Я-концепції» – сукупності всіх уявлень індивіда про себе та його самооцінки. Необхідно, щоб складові обраного іміджу відповідали індивідуальним уявленням людини про себе.

3. Представлений портрет сучасного викладача вокалу є теоретичною конструкцією, яка включає в себе різного роду компетентності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довга Т. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2010. Вип. 14, Кн. 1. С. 66.
2. Зубкова В., Ісаченко А., Калюжний А. Психологія формування іміджу вчителя. Київ: ВЛАДОС, 2004. 222 с.
3. Бондаренко В. І. Професійний імідж майбутнього вчителя технологій: теорія і практика формування: монографія. Слов'янськ: Б. І. Маторіна, 2014. 260 с.
4. Сепір Є. Вибрані праці з мови і культури. 2013. 656 с.
5. Goffman E. Asylums: Essays on the Social Situation on Mental Patients and other Inmates. N.Y., 2009. 516 p.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови: (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
7. Гмиріна С. В. Сценічне перевтілення студента-вокаліста як педагогічна проблема. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 14: Теорія і методика мистецької освіти*. 2013. Вип. 14. С. 46–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_014_2013_14_13
8. Размолодчикова І. В. Імідж як соціальна проблема: теоретико-методологічний підхід. *Педагогіка та психологія*. 2011. Вип. 40(2). С. 113–119. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40\(2\)_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40(2)_21.pdf)
9. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
10. Верещака А. О. Формування іміджу естрадного виконавця. *Культура України*. Харків, 2014. Вип. 46. С. 283–289.
11. Шепель В. Іміджологія: секрети особистої чарівності. Фенікс, 2005. 480 с.
12. Поповою Л. Імідж сучасного педагога. *Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід*. 2008. № 3. С. 41.
13. Замятін Д. Н. Образ країни: структура і динаміка. *Суспільні науки і сучасність*. 2011. № 1. С. 99–127.
14. Хьелл Л. Імідж і теорія особистості. Санкт-Петербург: Пресс, 2015. С. 528–573.
15. Rotter Julian. Social Learning and Clinical Psychology. 2013. URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/dzhulian_rotter

REFERENCES

1. Dovha T. Imidzh osobystosti yak neobkhidna umova profesiinoho stanovlennia pedahoha [Personal image as a necessary condition for the professional development of a teacher]. *Teoretyko-metodychni problemy vykhovannia ditei ta uchnivskoi molodi*. 2010. Vyp. 14, Kn. 1. S. 66. [in Ukrainian].
2. Zubkova V., Isachenko A., Kaliuzhnyi A. Psykholohiia formuvannia imidzhu vchytelia [Psychology of teacher image formation]. Kyiv: VLADOS, 2004. 222 s. [in Ukrainian].
3. Bondarenko V. I. Profesiyni imidzh maibutnoho vchytelia tekhnolohii: teoriia i praktyka formuvannia: monohrafiia [Professional image of the future technology teacher: theory and practice of formation]. Slova'iansk: B. I. Matorina, 2014. 260 s. [in Ukrainian].
4. Sepir Ye. Vybrani pratsi z movy i kultury [Selected works on language and culture]. 2013. 656 s. [in Ukrainian].
5. Goffman E. Asylums: Essays on the Social Situation on Mental Patients and other Inmates. N.Y., 2009. 516 p.
6. Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy: (z dod. i dopov.) [A large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language: (with additions and additions)] / uklad. i holov. red. V. T. Busel. Kyiv; Irpin: Perun, 2005. 1728 s. [in Ukrainian].
7. Hmyrina S.V. Stsenichne perevtlennia studenta-vokalista yak pedahohichna problema [Stage reincarnation of a student-vocalist as a pedagogical problem]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M.P. Drahomanova. Serii 14: Teoriia i metodyka mystetskoi osvity*. 2013. Vyp. 14. S. 46–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_014_2013_14_13 [in Ukrainian].
8. Razmolodchikova I. V. Imidzh yak sotsialna problema: teoretyko-metodolohichni pidkhyd [Image as a social problem: theoretical and methodological approach]. *Pedahohika ta psykholohiia*. 2011. Vyp. 40(2). S. 113–119. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40\(2\)_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40(2)_21.pdf) [in Ukrainian].
9. Panteleichuk I. Formuvannia pozytyvnogo imidzhu orhaniv derzhavnoi vlady: teoriia, metodolohiia, praktyka: monohrafiia [Formation of a positive image of state authorities: theory, methodology, practice: monograph]. Kyiv: Alterpres, 2011. 316 s. [in Ukrainian].
10. Vereshchaka A. O. Formuvannia imidzhu estradnoho vykonavtsia [Formation of the image of a pop artist]. *Kultura Ukrainy*. Kharkiv, 2014. Vyp. 46. S. 283–289. [in Ukrainian].
11. Shepel V. Imidzhelohiia: sekrety osobystoi charivnosti [Imageology: secrets of personal charm]. Feniks, 2005. 480 s. [in Ukrainian].
12. Popovoiu L. Imidzh suchasnoho pedahoha [The image of a modern teacher]. *Vidkrytyi urok: Rozrobky. Tekhnolohii. Dosvid*. 2008. № 3. S. 41. [in Ukrainian].
13. Zamiatin D. N. Obraz krainy: struktura i dynamika [The image of the country: structure and dynamics]. *Suspilni nauky i suchasnist*. 2011. №1. S. 99–127. [in Ukrainian].
14. Khell L. Imidzh i teoriia osobystosti [Image and theory of personality]. Sankt-Peterburh: Press, 2015. S. 528–573. [in Ukrainian].
15. Rotter Julian. *Social Learning and Clinical Psychology*. 2013. URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/dzhulian_rotter