

Аліна Олексіївна Ходот

## Феноменологія сценічного іміджу в контексті навчання естрадного співу

УДК 781.7 (574)

DOI <https://doi.org/10.24195/artstudies.2023-2.11>

Аліна Олексіївна Ходот  
викладач кафедри  
вокально-хорової підготовки,  
здобувачка третього  
(освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
ДЗ «Південноукраїнський  
національний педагогічний  
університет імені К. Д. Ушинського»  
ORCID: 0009-0003-7282-5714

У статті розглядається проблематика формування сценічного іміджу учнів в класі естрадного вокалу. Визначається, що одним із стратегічних напрямів оновлення мистецької освіти є залучення дітей до музично-творчої діяльності, яке має ґрунтуватися на їх індивідуальних потребах і забезпечувати максимальне вивільнення і реалізацію особистісного і творчого потенціалу кожного учня. Актуальність дослідження загострюється тим, що серед різних видів музично-творчої діяльності особливою популярністю і попитом серед дітей і підлітків користується навчання естрадному співу. Одним із механізмів підвищення популярності тієї або іншої музики є створення позитивного іміджу виконавця, який з одного боку відповідає існуючим трендам, а з іншого – здатен впливати на ці тренди, підвищуючи рівень естетичних вподобань слухацької аудиторії. Мета статті полягає у здійсненні наукової рефлексії феномену «імідж» в контексті вокально-виконавської діяльності естрадного співака та визначенні сутності поняття «сценічний імідж» з урахуванням специфіки навчання естрадному співу учнів шкільного віку. У статті використані методи, властиві для теоретичних досліджень: аналіз, синтез, узагальнення тощо. Автором стверджується, що імідж – це складний полінауковий феномен, який відображає соціо-комунікативні та особистісні аспекти діяльності людини. Імідж підлягає свідомому і цілеспрямованому формуванню і розглядається з точки зору внутрішньої природи, особистісний чинників, без урахування яких неможливе створення образу, а також з точки зору зовнішніх чинників, таких як кон'юнктура ринку, запит суспільства, тренди та інше, на які людина цілеспрямовано спирається при створенні власного образу. Сценічний імідж вокаліста визначається як інтегративний синтетичний конструкт, спрямований на створення враження і здійснення впливу на слухачів. Основоположним аспектом формування сценічного іміджу є інтеграція індивідуально-особистісних якостей, професійних виконавських умінь, особливостей зовнішніх вербальних та невербальних комунікативних проявів вокаліста в процесі виконавської діяльності. Процес формування сценічного іміджу учнів в процесі навчання естрадного співу визначається як процес розкриття індивідуальності учня, досягнення ним високого рівня розуміння себе і власного прояву в суспільстві через музично-творчу діяльність.

**Ключові слова:** імідж, сценічний імідж, образ, естрадний вокал, навчання естрадному співу, індивідуальний імідж співака.

**Постановка проблеми.** Сучасний етап становлення українського суспільства та євроінтеграційні процеси, які відбуваються в соціокультурному просторі, зумовлюють необхідність певних трансформацій мистецько-освітньої сфери. Такі трансформації передбачають пошук нових шляхів, спрямованих на збільшення гнучкості та адаптивності освіти з метою розкриття індивідуального потенціалу кожної людини і особливо підростаючого покоління. Залучення дітей до музично-творчої діяльності має ґрунтуватися на їх індивідуальних потребах і забезпечувати максимальне вивільнення і реалізацію особистісного і творчого потенціалу кожного учня.

Серед різних видів музично-творчої діяльності особливою популярністю і попитом серед дітей і підлітків користується навчання естрадному співу, адже у сучасній культурі соціальна значущість естрадної музики є дуже високою. Відповідно, естрадний спів має значний культуротворчий ефект, через який здійснюється вплив на соціум і особливо на покоління дітей і молоді. Реалії сьогодення демонструють високу конкурентність на естраді в Україні та світі. Успішність та позитивне

сприйняття соціумом естрадного співака напряму залежить від його іміджу.

Естрада здебільшого орієнтується на запити сучасного суспільства, рівень морально-естетичних уподобань якого, в контексті естрадної вокальної музики, суттєво знизився. Популяризація естетичної сучасної музики з метою глобального переосмислення щодо запитів соціуму є одним з глобальних завдань мистецької освіти. Одним із механізмів підвищення популярності тієї або іншої музики є створення позитивного іміджу виконавця, який з одного боку відповідає існуючим трендам, а з іншого – здатен впливати на ці тренди, підвищуючи рівень естетичних вподобань слухацької аудиторії. Відтак, проблема формування гармонійного іміджу, який реалізує особистість співака і, при цьому, позитивно впливає на естетичні смаки слухачів є актуальною в сучасному мистецько-освітньому просторі.

**Огляд літератури.** Дослідженню сутності, змісту, функціональності поняття «імідж» приділяли увагу різні вчені у галузі соціономічних і гуманітарних досліджень (Н. Баярчак, Т. Білик, Т. Демчук, М. Мазоренко, І. Размолодчикова та інші).

Питанням іміджу як механізму підвищення ефективності професійної педагогічної діяльності приділяли увагу Т. Волосюк, Т. Гребеник, Т. Довга, Г. Євтушенко, О. Козлова, В. Олексенко та інші.

Сучасні теоретико-методичні засади естрадного вокального виконавства і навчання відображені в наукових працях Л. Варнавської, О. Гавацко, Б. Гаврика, Л. Красовської, Т. Кулаги, Т. Ткаченко та інших.

Різним аспектам проблематики іміджу як сценічного образу вокаліста присвячували увагу С. Гмиріна (розвиток харизматичних якостей співака), Ю. Дерський (питання індивідуальної виконавської манери вокаліста), В. Овсянніков (імідж як складова створення сценічного образу), М. Сухолова (педагогічні умови формування сценічного іміджу викладача вокалу), С. Точкова (формування сценічного іміджу майбутнього артиста-вокаліста) та інші.

**Мета статті:** наукова рефлексія феномену «імідж» в контексті вокально-виконавської діяльності естрадного співака конкретизується у завданнях щодо визначення сутності поняття «сценічний імідж» з урахуванням специфіки навчання естрадному співу учнів шкільного віку.

**Методологія дослідження.** У ході дослідження були використані методологічні підходи, властиві для досліджень теоретичного характеру. З метою визначення сутності поняття «імідж» в соціальному, психологічному, педагогічному і мистецько-педагогічному аспектах використано методи наукового аналізу, синтезу, узагальнення, екстраполяції, конкретизації та концептуалізації.

**Результати та їх обговорення.** Імідж є складним полінауковим феноменом, що відображає певні аспекти світосприйняття і комунікації особистості з оточуючим світом. Аналізуючи поняття «імідж» з точки зору соціології, І. Размолодчикова стверджує, що імідж «виступає результатом соціальної комунікації; він умотивований діяльністю індивіда і рольовою включеністю в суспільні відносини; кожна особистість виконує комплекс соціальних ролей, що обумовлює необхідність створення декількох іміджів» (Размолодчикова, 2011, 118). Крім того, дослідниця зазначає, що цей конструкт має комунікативний характер, і, більш того, є результатом соціальної комунікації. Важливою умовою формування іміджу, на думку авторки, є мотиваційний фактор, тобто імідж виникає на основі усвідомленої потреби суб'єкта. Також актуальною є думка І. Размолодчикової (2011) про те, що людина має «декілька іміджів», що зумовлено виконанням різних соціальних ролей, однією з яких є роль вчителя.

Як і І. Размолодчикова, на соціально-комунікативному аспекті феномен іміджу зосереджує свою увагу О. Мазоренко. Авторка зазначає, що «імідж є не тільки продуктом, який виникає в процесі спілкування, він є і одним із засобів спілкування» (Мазоренко, 2014, 232). Тобто особистість в про-

цесі обміну інформацією з іншими формує свій імідж і, одночасно, надає іншим інформацію про себе за допомогою сформованого іміджу, що впливає на розвиток свідомості людини через наявність різних сфер спілкування, в кожній з яких імідж буде проявлятися по-своєму.

У дослідженні Т. Білик, присвяченій сутності поняття «імідж» досліджується психологічні аспекти означеного феномену. Авторка, спираючись на дослідження попередників, зазначає, що імідж – це «символічний образ суб'єкта», який репрезентується у системі людської діяльності, що так само звертає увагу на комунікативний характер іміджу (Білик, 2011). У статті також виокремлюється думка, що образ у розумінні поняття «імідж» – це феномен синтетичний та інтегративний, який «складається у свідомості людей відносно конкретної особи, організації або іншого соціального об'єкта» з певною мірою впливу емоційного сприйняття (Білик, 2011, 17), тобто імідж сприймається на рівні перцептивних механізмів.

Про соціально-перцептивний підхід до формування іміджу висловлюється Т. Демчук. Дослідниця спирається на наукові розвідки М. Апраксиної, на основі яких робить висновок, що «результат навмисного або ненавмисного створення першого враження» (Демчук, 2020, 146), тобто образу, який сприймають інші. Це враження може мати різні форми – візуальна, аудіальна тощо (Демчук, 2020). Як бачимо, різні вчені звертають увагу на те, що імідж може створюватись як навмисно і цілеспрямовно так і стихійно і ненавмисно.

В контексті педагогічних досліджень В. Олексенко розглядає імідж як синтетичний конструкт, складовими якого є «зовнішні та внутрішні якості людини». Основою до створення цього образу є «цілемотивований компонент» тобто «цілеспрямований образ, покликаний здійснити певний психолого-педагогічний вплив на людину» (Олексенко 2015, 260). Автор аналізує дослідження мотивації А. Маслоу, виокремлюючи два види мотивації, які впливають на створення іміджу: перший визначається як психологічний, який ґрунтується на самосприйнятті і має інтуїтивну природу, а другий – як прагматичний, який цілеспрямовано враховує зовнішній вплив на основі існуючого професійного досвіду (Олексенко, 2015). Таким чином, спираючись на дослідження вчених, імідж ми розглядаємо з точки зору внутрішньої природи, особистісний чинників, без урахування яких неможливе створення образу, а також з точки зору зовнішніх чинників, таких як кон'юнктура ринку, запит суспільства, тренди та інше, на які людина цілеспрямовано спирається при створенні власного образу.

Вплив особистісно-професійних якостей на розуміння процесу формування іміджу педагога розкривається у роботах Т. Довгої. Дослідниця акцентує увагу на важливості урахування не тільки професійних, але й індивідуальних рис особис-

тості вчителя в процесі створення педагогічного іміджу, образу як взірця, через який безпосередньо здійснюється вплив на здобувачів освіти. Так, ще К. Д. Ушинський, як й інші видатні педагоги, стверджував, що в центрі освітнього процесу стоїть саме особистість педагога. Саме ця особистість здатна здійснити такий вплив на здобувачів освіти, який буде спрямовувати їх на розвиток і виховання, адже «тільки особистість може творити особистість, тільки характером можна утворити характер» (Хрестоматія з української класичної педагогіки, 2008).

Окрім особистісного складника у формуванні професійного іміджу педагога вчені виокремлюють діяльнісний та соціальний. Важливою функцією діяльнісного складника є професійно-творча діяльність, підвищення педагогічної компетентності та самовдосконалення, соціальна активність. Також автори визначають соціальний складник професійного іміджу педагога, який характеризується здатністю особистості до комунікації, репрезентації особистісно-професійних якостей, відповідності суспільній орієнтованості до професії (Козлова, Гребеник & Волосяк, 2019).

Отже, підкреслимо, що творчий аспект конструювання феномену іміджу реалізується через творення себе, свого професійного образу або професійної Я-концепції. Це творення, відбувається з урахуванням двох основних аспектів: своєрідного «ансамблю» професійних і особистісних якостей педагога і того запиту, яке створює суспільство, учні, тобто з урахуванням вимог освітнього простору, в якому функціонує педагог. Відтак феномен іміджу педагога пов'язується з поняттям самоменеджменту і зумовлює з одного боку прояв власного «Я» в професії, а з іншого боку – трансформацію власного професійного «Я» (як складного набору компетенцій, знань, умінь, досвіду) на основі вимог до професійного статусу педагога в конкретній галузі.

Мета нашого дослідження передбачає дослідження феномену «імідж» не стільки в психолого-педагогічному контексті, скільки в музично-виконавському. Музичне, зокрема вокальне виконавство – це широка нива прояву унікальних особистісно-професійних характеристик, які починають формуватися майже з перших «кроків» учня-вокаліста в напрямку набуття вокально-виконавських умінь і досвіду. Спів є діяльністю, що користується надзвичайно широкою популярністю. А естрадний спів характеризується, при цьому, високим рівнем демократичності. Ґрунтуючись лише частково на теоретико-методологічних засадах академічного співу, естрадний вокал значно більшим чином спирається на особистість і будується на індивідуальному підході до психологічної та вокальної природи співака.

На відміну від усталених норм виконання академічної музики, традиції естрадної музики досить

мінливі. На зовнішню трансляцію, внутрішнє осмислення та змістовне навантаження творів естрадного вокального мистецтва впливають культурні особливості сьогодення, які є швидкоплинними і підкорюються запитам соціуму.

Так, сучасні науковці спираючись на Г. Сендса, розглядають естрадне мистецтво як «найглибше та найточніше відображення того часу, в який воно має популярність та попит, у порівнянні з академічним мистецтвом, спрямованим на більш позачасовий вимір існування (Цит. за Каблова Т., Тетеря В., 86).

Технічний розвиток комунікаційних, інформаційних та інтернет ресурсів, зокрема і у сфері естрадного мистецтва диктує поширеність його у соціумі та доступність сприйняття аудиторією. В наш час сучасна естрада носить загалом розважальний характер, результатом чого є великий обсяг примітивної музики, змістовне навантаження текстів вокальних творів знаходиться на досить низькому рівні, а в деяких випадках недопустиме для аудиторії шкільного віку, недоцільне втілення художнього образу через зовнішню трансляцію сценічного номеру, особливо це проявляється з неврахуванням вікового фактору. Особливо це питання є важливим в контексті естетичного та морального виховання школярів, які є прямими споживачами такого продукту.

Тож на виконавцях естрадної вокальної музики лежить велика відповідальність щодо інформаційної складової їх творів мистецтва, який вони транслюють соціуму, бо саме естрадна музика чинить великий вплив на формування особистості взагалі.

Естрадне мистецтво є потужним інструментом, який може впливати на соціум на різних рівнях, від особистого до суспільного. В наш час ми можемо спостерігати за тим, що запити сучасного суспільства в контексті морально-естетичних уподобань естрадної вокальної музики суттєво знизилися. Отже, основним завданням вчителів вокального естрадного мистецтва постає створення умов для формування в учнів не тільки вокально-виконавської культури, а ще на початковому етапі навчання, у одночасній роботі над розвитком гармонійної особистості шляхом формування музично-естетичного сприйняття та орієнтирів на найкращі зразки виконавства. При цьому, необхідно зосереджувати увагу саме на особистості кожного учня, завдяки чому імідж буде створюватися з урахуванням природніх особливостей, а не імітаційних механізмів, що є важливим у формуванні успішного сценічного іміджу гармонійно розвиненої індивідуальності.

Імідж, який дійсно відображає особистість його носія має значно більші шанси здійснювати активний вплив на тих, хто його сприймає. Як вказує М. Сухолова, імідж є «інструментарієм завоювання довіри аудиторії», а до його функції входить вплив на соціум стратегічного характеру (Сухолова, 2020, 112). Таким чином, концепція іміджу перетинається з феноменом популярності естрадного

співака. При цьому, основою популярності естрадного співака є не стільки його вокально-виконавські уміння, як показує досвід, скільки унікальна харизма, так званий «х-фактор», образ, який є унікальним і відрізняє виконавця з інших.

Виконавцю-вокалісту важливо створити такий образ, який буде гармонійно поєднуватися особистісні та зовнішні якості. М. Сухолова пов'язує створення образу вокаліста з «надзвичайною достовірністю виконання». Авторка розуміє під цим поняттям (здатність до переконливої трансляції авторського задуму і вибору доцільних засобів вокально-виконавської виразності. При цьому виконавець, як вказує дослідниця, повинен враховувати, не тільки авторський задум але й власний внутрішній стан, особливості невербальної експресії і власне розуміння контекстів виконуваного твору (Сухолова, 2020).

У результаті поєднання вказаних внутрішньо-особистісних та зовнішньо-експресивних якостей співак формує свій індивідуальний стиль виконання, інтерпретації творів, передачі художньо-образного змісту, манери комунікації, зовнішній вигляд, в результаті чого в аудиторії формується певний образ сприйняття співака. Доцільно буде процитувати Т. Білик, яка тлумачить імідж як «сформований у масовій свідомості та маючий характер стереотипу, сильно емоційно забарвлений образ чого-небудь або кого-небудь». (Білик, 2011, 19). Саме забарвленість сценічного образу для створення успішного сценічного іміджу вже створює сам співак шляхом прояву особистісних та зовнішніх якостей в процесі вокально-сценічної діяльності. Важливо зазначити, що основна відмінність між сценічним образом та сценічним іміджем полягає в тому, що сценічний образ – це те, що створює артист, а сценічний імідж – це те, що бачать глядачі. Сценічний образ – це інструмент, який допомагає артисту створити на сцені бажаний ефект. Сценічний імідж – це результат сприйняття сценічного образу глядачами.

С. Точкова акцентує увагу на тому, що у якості методологічних засад формування сценічного іміджу, має виступати міждисциплінарна та міжпредметна інтеграція. Феномен «імідж» ми розуміємо як складний синтетичний конструкт, тому, як вказує С. Точкова, інтеграційні зв'язки знань з дисциплін вокального циклу, акторської майстерності, основи хореографії та ін... є важливим аспектом при створенні сценічного іміджу артиста-вокаліста. (Точкова, 2021).

Також, дослідниця підкреслює важливість психологічної підготовки артиста-вокаліста як в контексті психологічно-емоційної готовності до сценічного виступу (самоконтроль, саморегуляція, художньо-образне перевтілення) так і процесі самопізнання виконавця, наслідком чого є осягнення і прийняття ним його індивідуальних особливостей. «На таких знаннях, безперечно, базується розуміння власної

унікальності й усвідомлення індивідуальних рис як основи неповторного стилю та іміджу майбутнього співака.» (Точкова, 2021, 90).

Ключовою індивідуальною рисою сценічного іміджу співака, яка сприяє успішній вокальній-сценічній діяльності є харизма. С. Гмиріна розглядає запропоновану Т. Пляченко структуру харизматичних якостей особистості, серед яких авторка називає вимогливість до себе, відкритість, здатність до емпатії, артистичність, здатність до уяви і фантазії, емоційність та експресивність, волю, сугестивність, комунікативність, креативність тощо. Таким чином, авторка зазначає, що до складових поняття «харизматичні якості» входять особистісні якості, індивідуальні психологічні особливості, здібності. (Гмиріна, 2022, 83-84). Вирішальними у формуванні харизми співака є набуті, сформовані в процесі розвитку та природні, уроджено властиві людині особистісні якості.

В контексті нашого дослідження важливою вважаємо думку Н. Баюрчака, який стверджує, що «харизму можна надбати, «напрацювати», орієнтуючись на враження, яке ви складаєте на оточуючих, а значить, харизмою у сприйнятті інших людей може виявитися сукупність впливу на них» (Баюрчак 2022, 97). Харизма – це здатність людини приваблювати та зачаровувати інших. Вона може бути виражена у різних формах (впевненість у собі, почуття гумору, або просто здатність бути собою). Зважаючи на це, харизма співака може слугувати інструментом заволодіння увагою публіки. Використання харизми підкреслює індивідуальні особливості створеного образу, який залишається у пам'яті публіки, який є одним з інструментів у створенні сценічного іміджу співака.

Ураховуючи викладене вище, ми можемо узагальнити, що в контексті розуміння тенденцій естрадного співу феномен «сценічний імідж вокаліста» доцільно тлумачити як інтегративний синтетичний конструкт, спрямований на створення враження і здійснення впливу на слухачів. Основним положенням аспектом формування сценічного іміджу є інтеграція індивідуально-особистісних якостей, професійних виконавських умінь, особливостей зовнішніх вербальних та невербальних комунікативних проявів вокаліста в процесі виконавської діяльності.

Звісно, цей конструкт стосується, перш за все, зрілих співаків, які працюють на сцені. В контексті нашого дослідження доцільно розглянути специфіку роботи з учнями, спрямовану на формування їхнього сценічного іміджу.

Як було зазначено, естрадне музичне мистецтво має носити не тільки розважальний, а й виховний характер. В наш час більшість школярів є споживачами легкої музики, часто досить примітивної та з не найкращим смисловим підтекстом. Різні музичні зразки безпосередньо здійснюють вплив на формування особистості, яка

все ще формується ще у молодшому шкільному віці. Тому в процесі вокальної підготовки важливо координувати учнів щодо аналізу різних зразків сучасного мистецтва, виховувати в них естетичний смак, формувати слуховий досвід і спрямованість на кращі приклади популярних композицій, уміння оцінювати та обирати краще з великого переліку творів вокального мистецтва.

Дж. Мрозяк в контексті інноваційної вокальної педагогіки пропонує «особистісний шлях до навчання, що виходить за межі єдиної дисциплінарної точки зору». Автор зазначає, що, з урахування засад сучасних вокально-освітніх тенденцій, в процесі навчання естрадного співу мають панувати «методи взаємодії, діалогу, творчості та особистісної ідентичності й емпатії, яка вимагає від учнів розуміння і втілення досвіду інших як емоційно, так і інтелектуально» (Mroziak J. Цит. за Кулага, 2020, 122). Ґрунтуючись на такому баченні освітнього процесу, викладач отримує змогу «допомогти учням стати тими, ким вони ще не є» (там само).

Таким чином можна зробити висновок, що необхідно максимально розвивати природний потенціал учня в процесі навчання естрадного співу, і тільки на умовах цього працювати над формуванням його іміджу.

Для розкриття індивідуальних особливостей школярів в процесі вокальної підготовки, важливо досягти різні за стилем вокальні твори, втілювати контрастні образи, так як через наслідування інших зразків виконання з'являється можливість для порівняльного аналізу наслідком якого стане здатність обирати краще, диференціювати за рівнями якості твори сучасного вокального мистецтва, в тому числі, з точки зору смислового навантаження. Адже в процесі навчання естрадного співу школярів важливими є не тільки вокально-технічна складова, а й художньо-образне втілення глибинного змісту твору у виконанні, а також емоційна витримка на сцені та комунікативно-сугестивна взаємодія з аудиторією.

З урахуванням викладеного вище, зазначимо, що формування сценічного іміджу учнів у процесі навчання естрадного співу – це не тільки робота щодо генерації соціально обумовленого особистісно-професійного конструкту, спрямованого на створення враження з метою впливу на слухачів і підвищення популярності. Це, перш за все, процес вивільнення особистісного і творчого потенціалу, процес розкриття особистості учня, досягнення ним високого рівня розуміння себе і власного прояву в суспільстві через музично-творчу діяльність. Феноменологія сценічного іміджу в контексті навчання учнів естрадному співу лежить у площині педагогіки індивідуальності і спрямовує вокально-освітній процес на реалізацію принципів особистісно-орієнтованого підходу, що є відображенням гуманістичної парадигми та основною тенденцією розвитку суспільства в XXI столітті.

**Висновки та перспективи подальших наукових розвідок.** Проведене дослідження показало, що імідж є складним полінауковим феноменом, який відображає соціо-комунікативні та особистісні аспекти діяльності людини. Імідж підлягає свідомому і цілеспрямованому формуванню і розглядається з точки зору внутрішньої природи, особистісний чинників, без урахування яких неможливе створення образу, а також з точки зору зовнішніх чинників, таких як кон'юнктура ринку, запит суспільства, тренди та інше, на які людина цілеспрямовано спирається при створенні власного образу. Сценічний імідж вокаліста визначається як інтегративний синтетичний конструкт, спрямований на створення враження і здійснення впливу на слухачів. Основоположним аспектом формування сценічного іміджу є інтеграція індивідуально-особистісних якостей, професійних виконавських умінь, особливостей зовнішніх вербальних та невербальних комунікативних проявів вокаліста в процесі виконавської діяльності. Процес формування сценічного іміджу учнів в процесі навчання естрадного співу визначається як процес розкриття індивідуальності учня, досягнення ним високого рівня розуміння себе і власного прояву в суспільстві через музично-творчу діяльність.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Баюрчак, Н. (2022). Теоретико-методологічний аналіз поняття «харизма»: міждисциплінарний аспект. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 25(1), 93-98. (Baiurchak, N. (2022). Theoretical and methodological analysis of the concept of «charisma»: an interdisciplinary aspect. *Scientific and theoretical almanac Grani*, 25(1), 93-98).
- Білик, Т. М. (2011). Концептуальний простір поняття імідж у психологічній літературі. *Психологічні перспективи*. Луцьк, РВВ «Вежа» Волинського національного університету імені Лесі Українки, 17, 12-19. (Bilyk, T. M. (2011). Conceptual space of the concept of image in psychological literature. *Psychological perspectives*. Lutsk, "Tower" RVV of Volyn National University named after Lesya Ukrainka, 17, 12-19).
- Гмиріна, С. В. (2022). Вокальна популярна музика як засіб виховання молодших школярів. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*, 80, 81–85. (Hmyryna, S. V. (2022). Vocal popular music as a means of educating younger schoolchildren. *Pedagogy of the formation of a creative personality in higher and secondary schools*, 80, 81–85).
- Демчук, Т. П. (2020). Імідж особистості: шляхи визначення змісту. *Науковий журнал «ГАБІТУС»*, 12(1), 145–148. (Demchuk, T. P. (2020). Personal image: ways of determining the content. *Scientific journal "HABITUS"*, 12(1), 145–148).
- Довга, Т. (2014). Особистісно-професійний імідж учителя початкової школи як інструмент суб'єкт-суб'єктної взаємодії. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки*, 132, 184–188. (Dovga, T. (2014). Personal and professional image of the primary school teacher as a tool of subject-subject interaction. *Scientific notes of Kirovohrad State Pedagogical University named after Volodymyr Vinnichenko. Series: Pedagogical Sciences*, 132, 184–188).

Каблова, Т., Тетеря, В. (2019). Вокально-естрадне виконавство України кінця XX – початку XXI ст. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Мистецтвознавство*, 32, 85–89. (Kablova, T., Teterya, V. (2019). Vocal pop performance of Ukraine at the end of the 20th - beginning of the 21st century. *Ukrainian culture: past, present, ways of development. Art Science*, 32, 85–89).

Козлова, О., Гребеник, Т., Волосюк, Т. (2019). Структура професійного іміджу майбутніх педагогів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : науковий журнал, МОН України, Сумський держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка*, 10 (94), 62–74. (Kozlova, O., Grebenyuk, T., Volosyuk, T. (2019). The structure of the professional image of future teachers. *Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies: scientific journal, MES of Ukraine, Sumy State. ped. University named after A. S. Makarenko*, 10 (94), 62–74).

Кравець, В. П. (укр.) (2006). *Хрестоматія з української класичної педагогіки: К. Ушинський, С. Русова, А. Макаренко, Г. Ващенко, В. Сухомлинський : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.* Київ: Грамота. (Kravets, V. P. (compiler) (2006). *Textbook of Ukrainian classical pedagogy: K. Ushinskyi, S. Rusova, A. Makarenko, G. Vashchenko, V. Sukhomlynskyi: study guide for students of higher educational institutions.* Kyiv: Gramota).

Кулага, Т. О. (2020). Інноваційні ідеї викладання естрадного вокала в контексті вирішення проблем вітчизняної вокальної педагогіки. *Гірська школа Українських Карпат. Івано-Франківськ*, 22, 121–125. (Kulaga, T. O. (2020). Innovative ideas of teaching pop vocals in the context of solving the problems of domestic vocal pedagogy. *Mountain School of the Ukrainian Carpathians. Ivano-Frankivsk*, 22, 121–125).

Мазоренко, М. О. (2014). Формування іміджу в контексті розвитку особистості. *Наука і освіта : наук.-практ. журнал*, 9, 132–136. (Mazorenko, M. O. (2014). Image formation in the context of personality development. *Science and education: science and practice journal*, 9, 132–136).

Олексенко, В. П. (2015). Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Проблеми освіти*, 84, 258–263. (Oleksenko, V. P. (2015). Formation of the professional image of a modern teacher. *Problems of Education*, 84, 258–263).

Размолодчикова, І. В. (2011). Імідж як соціальна проблема: теоретико-методологічний підхід. *Педагогіка та психологія*, 40(2), 113–119. (Razmolodchikova, I. V. (2011). Image as a social problem: theoretical and methodological approach. *Pedagogy and Psychology*, 40(2), 113–119).

Сухолова, М. А. (2020). Значення артистичності у формуванні іміджу виконавця-вокаліста. *Інноваційна педагогіка : науковий журнал Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій*, 23(2), 110–113. (Sukholova, M. A. (2020). The importance of artistry in forming the image of a performer-vocalist. *Innovative pedagogy: scientific journal of the Black Sea Research Institute of Economics and Innovation*, 23(2), 110–113).

Точкова, С. (2021). Формування сценічного іміджу майбутнього артиста-вокаліста в процесі фахової діяльності. *Актуальні питання гуманітарних наук. Мистецтвознавство*, 37(3), 86–90. (Tochkova, S. (2021). Formation of the stage image of the future artist-vocalist in the process of professional activity. *Current issues of humanitarian sciences. Art History*, 37(3), 86–90).

## Phenomenology of stage image in the context of learning popular singing

Alina Oleksiivna Khodot

Graduate Student,  
Teacher of the Department  
of Vocal and Choral Training,  
State Institution  
«South Ukrainian National  
Pedagogical University  
named after K. D. Ushynsky»  
ORCID: 0009-0003-7282-5714

*The article examines the problems of forming the stage image of students in the pop vocal class. It is determined that one of the strategic directions of the renewal of art education is the involvement of children in musical and creative activities, which should be based on their individual needs and ensure the maximum release and realization of the personal and creative potential of each student. The relevance of the research is exacerbated by the fact that, among various types of musical and creative activities, pop singing training is especially popular and in demand among children and teenagers. One of the mechanisms of increasing the popularity of this or that music is the creation of a positive image of the performer, who, on the one hand, corresponds to existing trends, and on the other hand, is able to influence these trends, increasing the level of aesthetic preferences of the listening audience. The purpose of the article is to carry out a scientific reflection of the "image" phenomenon in the context of the vocal performance of a pop singer and to determine the essence of the concept of "stage image" taking into account the specifics of teaching pop singing to school-age students. The article uses methods typical for theoretical research: analysis, synthesis, generalization, etc. The author claims that image is a complex polyscientific phenomenon that reflects socio-communicative and personal aspects of human activity. The image is subject to conscious and purposeful formation and is considered from the point of view of internal nature, personal factors, without taking into account the creation of an image is impossible, as well as from the point of view of external factors, such as the market situation, society's demand, trends, etc., on which a person is purposefully relies on creating one's own image. The vocalist's stage image is defined as an integrative synthetic construct aimed at creating an impression and influencing the listeners. The fundamental aspect of forming a stage image is the integration of individual and personal qualities, professional performance skills, features of external verbal and non-verbal communicative manifestations of the vocalist in the process of performance. The process of forming the stage image of students in the process of learning pop singing is defined as the process of revealing the student's individuality, achieving a high level of self-understanding and self-expression in society through musical and creative activity.*  
**Key words:** image, stage image, pop vocal, training in pop singing, individual image of the singer.