

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ» МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ХОРОВОГО ДИРИГУВАННЯ В СУЧАСНОМУ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Проблема формування професійного іміджу майбутніх фахівців хорового диригування в процесі фахової підготовки набуває значущості в сучасній психолого-педагогічній науці, незважаючи на те, що на сьогодні вже накопичено доволі широкий потенціал використання педагогічних технологій, які спрямовані на створення й розвиток певного професійного іміджу фахівців різних спеціальностей. Втім, слід відзначити, що специфіка професійної діяльності фахівців хорового диригування є специфічною й унікальною, оскільки пов'язана з одного боку, з творчістю, а з іншого – з якісним управлінням в процесі хорового співу. Звідси, маємо відзначити наявність існування психолого-педагогічної проблеми формування професійного іміджу майбутніх фахівців хорового диригування, що зумовлена теоретико-практичними завданнями вдосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців хорового диригування нового типу, який би володів певними особистісними якостями спрямованими на самовдосконалення й саморозвиток в професійній діяльності. Безперечно, що сучасні перспективні фахівці мають високий рівень гнучких вмінь, таких як: активність, креативність, нестандартний тип мислення, лідерські якості та високий рівень загальної професійної культури.

Сучасні наукові дослідження зосереджені на вивчення достатньо великої кількості різноманітних технік і технологій, які спрямовані на становлення, розвиток і формування професійного іміджу фахівців різноманітних спеціальностей. Необхідні нові підходи щодо професійної підготовки фахівців, зокрема хорового диригування для функціонування в полікультурному суспільстві, для якого характерні ризики втрати моральних орієнтирів, постійні зміни способу життя, зростання агресії, протиставлення позитивних і негативних тенденцій людського життя, набуває особливого значення та необхідності наукових досліджень щодо аналізу формування позитивного професійного іміджу.

Ключові слова: професійний імідж, майбутні фахівці, хорове диригування, фахова підготовка, види іміджу, структура професійного іміджу.

Постановка проблеми. Сучасне полікультурне суспільство потребує професіоналів, які здатні якісно та швидко вибудувати процес взаємодії з оточенням, вміти презентувати свою особистість, що впливає на ефективність і результативність професійної діяльності. Оскільки музичне мистецтво впливає на духовне, духовно-естетичне виховання молодого покоління, то саме на музичну сферу покладено важливу роль підготовки висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, зокрема фахівців хорового диригування, та формування в них позитивного іміджу, що стає наразі актуальною проблемою. Це пов'язано з тим, що за конкретним образом фахівця хорового диригування завжди перебуває особистість, тобто внутрішнє підґрунтя, на якому ґрунтується соціальна поведінка.

Питання сучасної якісної підготовки майбутніх фахівців хорового диригування залишаються недостатньо дослідженими. Потребують вивчення такі аспекти, як в контексті професійної підготовки майбутніх фахівців хорового диригування створення їхнього професійного іміджу на основі всебічного вивчення сутнісних харак-

теристик та широкої номенклатури інноваційних імідж-технологій.

Проблема формування професійного іміджу фахівців залишається невизначеною та нерозв'язаною в науковому колі, незважаючи на численні наукові дослідження педагогів, психологів, філософів та пильної уваги науковців інших галузей до окресленої проблеми [5, с. 41]. При цьому професійний імідж виступає показником загальної професійної культури, який забезпечує професійне самовизначення та саморозвиток особистості майбутніх фахівців хорового диригування в процесі фахової підготовки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем іміджології приділяють велику увагу зарубіжні і вітчизняні науковці, як Л. Браун, А. Герасимчук, О. Тимошенко, Я. Дашкевич, І. Криксунова, Р. Кузін, Л. Мосіна, О. Осипова, Ю. Палеха, М. Томілова, В. Шеломенцев та ін.

Вивченню проблеми природи, сутності поняття «імідж», його структури, значення і прояви були предметом наукових розвідок таких науковців, як В. Андрущенко, Н. Арутюнова, І. Гобозов,

П. Гучевич, О. Добрович, В. Королько, Ф. Кузін, С. Рябов, В. Шепель); питання сутності професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації входили в коло наукових інтересів таких науковців, як І. Альохіна, В. Бебик, М. Вудкок, Н. Гайдук Ф.Генов, В. Ісаченко, Ф. Кузін та ін.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є теоретичне обґрунтування ефективності розроблених педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх фахівців хорového диригування в сучасному психолого-педагогічному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Загальноприйняте трактування слова іншомовного походження *ímagó* переважно мало значення упродовж багатьох століть, як певний візуальний образ, копія чогось або символ певного образу. Від самого початку слово *ímagó* набуло значення в латинській мові, як копіювати та або наслідувати, втім це значення не стало суттєвого слова. В подальшому в романо-германських мовах (*image* – французька; *image* – англійська; *imagen* – іспанська). В середині ХХ ст. значення розширюється за рахунок використання в сфері маркетингу, комерційної та політичної реклами, де воно набуває специфічний сенс. Отже, наразі сутність поняття «імідж» трактують в психолого-педагогічній науці, як:

по-перше, уявлення про людину, яка формується на основі її зовнішнього вигляду, звичок, манери говорити, менталітету, вчинків тощо;

по-друге, образ, що формується цілеспрямовано і має чинити емоційно-психологічну дію на когось з метою популяризації, реклами тощо.

При цьому завдання іміджу також різноманітні, наприклад: 1) сприяти успіху, формуючи сприятливе враження у оточуючих; 2) зміцнювати впевненість у собі; 3) акцентувати увагу на сильних сторонах особистості та коригувати слабкі; 4) приводити зовнішній вигляд і поведінку у відповідність з ситуацією тощо [5, с. 42].

Відповідно до визначення, яке наведено в «Педагогічному словнику» за редакцією М. Ярмаченка, поняття «імідж» трактується як «зафіксований у масовій свідомості стереотипний емоційно забарвлений образ будь-кого або будь-чого» [8, с. 220].

Більш поширене й досконале поняття іміджу подається в сучасному американському словнику Вебстера, в якому подано декілька трактувань поняття «імідж» як похідного слово від поняття «свідомість», втім нас цікавить лише значення, які пов'язані, по-перше, з відображенням ментальної картини світу або впливом від чогось на свідомість будь-кого; по-друге, що відображає ментальну концепцію належності членів групи до певної орієнтації або расової та національної належності [12].

В останні роки поняття «іміджу» набуло неабиякої популярності в межах вітчизняного словника, витіснивши цим самим при низку слів-синонімів в українській мові. З'явилася в масовій свідомості велика кількість нових виразів, які були пов'язані із поняттям «імідж», зокрема, такі вирази як «імідж компанії», «імідж ділового співробітника», «професійний імідж» тощо. Почали з'являтися численні наукові публікації присвячені проблемі формування професійного іміджу та науковому обґрунтуванню зазначеного поняття та, а згодом це поняття стало предметом психолого-педагогічної науки. Оскільки носієм іміджу є безпосередньо, особистість професіоналу, то й наукові дослідження гуртувалися на психолого-педагогічних закономірностях.

Загальновідомо, що поняттям «імідж» безпосередньо займається наука іміджологія в системі суспільно-гуманітарних наук. В межах цієї науки ключове поняття дослідження трактується як це заклик бути привабливим до будь-кого і вміти приносити людям благо. Особливістю цього поняття є те, що воно має зовнішній прояв фахівця в потребі бути достойною особистістю в прецесійній діяльності. Вирішальна мета іміджології як науки – це науково обґрунтувати та практично надати шляхи та підходи створення привабливого іміджу, використовуючи ефективні моделі поведінки в тих чи інших ситуаціях [10, с. 217].

З точки зору педагогіки, імідж цілеспрямовано сформований, інтегральний образ, обумовлений відповідністю внутрішніх і зовнішніх якостей суб'єкта, призначений забезпечити гармонійний взаємовплив цього суб'єкта з навколишнім світом. Являючи систему взаємопов'язаних характеристик спеціаліста, імідж стає засобом розв'язання особистих і професійних проблем [5, с. 43].

Як зазначає О. Апостол, імідж сучасного педагога повинен включати відповідний зовнішній вигляд, індивідуальні риси характеру, педагогічні та професійні якості [1, с. 26]. Перший компонент іміджу і ключовий – це зовнішній вигляд фахівця, який залежить від елегантного ділового одягу, відчуття власного стилю, включення модних елементів і класичний образ вчителя в одязі; вдале використання сучасних стильних зачісок та стриманого макіяжу, а також ділової ходи. Щодо другого компоненту, особистісних якостей та рис характеру, то вони втілюються в поведінці фахівців і можуть включати комунікативну культуру, коректність, педагогічний такт, стриманість, впевненість, енергійність, ініціативність, турботливість тощо. Останній компонент передбачає педагогічні та професійні якості, що втілюються завдяки прояву високого професіоналізму, постійного пошуку нового, уміння вести діалог зі колегами та студентами [1, с. 26].

Цікаву думку було висловлено С. Болсун, яка зауважила, що про імідж не варто постійно думати, але не потрібно забувати про важливість впливу іміджу на оточуючих людей. Безперечно, ключову роль у формуванні професійного іміджу відіграє якісна освіта в закладі вищої освіти, що уможливорює здобути необхідні знання, сформувавши і виробити уміння та навички, а також впливає на розвиток особистісних та вдосконалення професійно значущих якостей, відповідного рівня професіоналізму, вільне володіння професійним усним та писемним мовленням, формування конструктивного професійного іміджу тощо. Саме вища освіта повинна об'єднувати в цілісний комплекс професійну підготовку майбутнього фахівця та його особистісний розвиток [2, с. 381].

Слушні висновки зробила А. Коркішко, яка вважає, що:

по-перше, імідж фахівців має формуватися не лише в процесі професійної підготовки фахівців у вищому освітньому закладі, а й упродовж всієї професійної кар'єри та усього життя, однак, спираючись на набуті фахові компетентності в освітньому закладі вищої освіти та власний практичний досвід;

по-друге, образ, що являє собою сукупність як внутрішніх особистісно-професійних якостей, які втілюються в індивідуально-професійній діяльності фахівця, так і зовнішніх характеристик, які втілюються в культурі спілкування, вмільм зовнішнім виглядом одягу та інших атрибутів, які впливають на створення іміджу фахівця;

по-третє, складне комплексне утворення у структурі особистості майбутнього фахівця, в якому гармонійно поєднано зовнішні й внутрішні чинники та процесуальні компоненти, що формуються завдяки інтеграції професійних та особистісних характеристик, відповідаючи вимогам соціокультурного середовища [6, с. 108].

Варто звернути увагу на думку Т. Довгої, яка вказує на важливість процесу самоіміджування в професійній діяльності, сутність якого полягає в процесі побудови власного іміджу особистості, яка володіє заданими властивостями, а також перетворення іміджу з метою досягнення нової мети [4, с. 91]. Звідси вважаємо, що формування навичок професійного самоіміджування фахівців є однією з ключових умов професійного становлення фахівців будь-якого фаху, зокрема фахівців хорového диригування.

Ми цілком погоджуємося з думкою дослідниці, яка вважає, що для будь-якої професії важливе значення має не тільки самоосвітня діяльність з підвищення свого інтелектуального та культурного рівня, й систематична робота з удосконалення свого зовнішнього вигляду, який вміщує вербальну і невербальну поведінку, відчуття стилю, ретельно підібраного гардеробу тощо [4, с. 91].

Безперечно, що привабливий зовнішній вигляд допомагає фахівцям привернути до себе увагу оточуючих або клієнтів, створити позитивний образ, викликаючи позитивні відчуття, що сприяє встановленню швидкого контакту з потрібними людьми.

Слушну думку висловила Н. Ткаченко, яка вважає, що необхідність виокремлення професійного іміджу передбачає створення певного образу людини, детермінованого її професійними характеристиками, якому повинні відповідати представники різних професій [9, с. 111]. Отже, створення успішного та відповідного професійного іміджу буде сприяти кар'єрному успіху, самореалізації у професійній діяльності та досягненні професійних цілей. Якщо фахівцеві вдається створити влучний професійний імідж, який буде відповідати очікуванням оточуючих людей і суспільства в цілому.

Отже, у трактуванні категорії «імідж» відсутня однотайність, воно розкривається через такі поняття, як «образ», «уявлення», «стереотип» та ін. Підсумовуючи вищезазначене, ми будемо трактувати поняття іміджу як емоційно забарвлений стереотип суб'єктивного образу, який ґрунтується на особливостях, властивостях, ціннісних характеристиках суб'єкта і сформований у свідомості для досягнення певних результатів: пізнання чи самовираження.

В контексті визначення професійного іміджу майбутніх фахівців хорového диригування в процесі фахової підготовки набуває особливої актуальності вивчення існуючих класифікацій іміджу фахівців, які представлені в сучасному науковому середовищі. Відповідно до різних критеріїв, які покладено в основу класифікації існують різні і класифікації. Наведемо класифікацію за функціональним критерієм відповідно до якої виокремлюють такі види іміджу, як:

по-перше, особистісний, що зумовлений внутрішніми рисами й особливими індивідуальними рисами фахівця;

по-друге, професійний, який визначається професійними якостями професіоналу;

по-третє, бажаний імідж, передбачає прагнення фахівця досягнути бажаний рівень іміджу;

по-четверте, дзеркальний імідж, що відповідає сприйманню самого себе фахівцем;

по-п'яте, корпоративний імідж передбачає формування іміджу певної команди, групи або компанії, зокрема загальноосвітньої школи, вищого освітнього закладу, факультету, кафедри тощо [11, с. 359].

Відповідно до зазначених видів іміджу нам здається за необхідним схарактеризувати кожен вид окремо. Отже, індивідуальний імідж визначається як динамічна характеристика, яка знаходиться в постійній взаємодії власника іміджу з оточенням

(соціальним, природним, культурним) і формується в процесі професійної діяльності та безперервного самовдосконалення.

Зважаючи на сучасні характеристики професійного іміджу, виокремлених у роботах науковців (В. Андрущенко, М. Біляєва, М. Варданян, О. Перелигіна, О. Пехота, І. Размолодчикова, В. Самкова, В. Черепанова) було виділено такі універсальні функції іміджу:

- комунікативна (позитивна організація конструктивного, комфортного спілкування на усіх рівнях взаємодії професійної діяльності);

- інформаційна (інформування громадськості щодо позитивних аспектів професії, створення позитивного образу професії в суспільстві);

- когнітивна (удосконалення і створення нових знань, пошук нових сфер застосування професійних знань);

- емотивна (обмін соціальними та духовно-моральними цінностями, душевними переживаннями);

- конативна (координація та регуляція взаємодії);

- креативна (реалізація творчого потенціалу в професійній діяльності щодо створення унікальних пропозицій, послуг);

- професійна (розвиток професії, вдосконалення професійної підготовки кадрів, реалізація особистості у конкретній професійній галузі);

- мотиваційна (мотивація до саморозвитку та самореалізації в професійній сфері);

- адаптаційна (швидке і комфортне пристосування до певної ситуації у професійної діяльності);

- розвивальна (кількісні, якісні особистісні та професійні зміни);

- особистої самореалізації (максимальне розкриття індивідуальних особливостей та здібностей у професії);

- аксіологічна (орієнтація на індивідуальні та професійні цінності, цілі, сенс життя, які є основою для професійних дій у суспільстві);

- психотерапевтична (усвідомлення своєї значимості, прояв психологічної та емоційної стійкості, оптимізація своєї поведінки з метою максимального впливу на інших);

- ідентифікації (соціально-символьне впізнання завдяки важливих характеристик носія іміджу (символіка, логотип) [7, с. 198]. Відзначимо, що повну уяву про професійний імідж дають тільки комплекс цих функцій, оскільки жодна з них не відображає повністю роль професійного іміджу.

Наступним етапом, на нашу думку, є визначення структури професійного іміджу майбутніх фахівців хорového диригування в процесі фахової підготовки, тому перш ніж запропонувати авторську структуру професійного іміджу, нам необхідно проаналізувати вже існуючі визна-

чення структури професійного іміджу фахівців різних спеціальностей.

Отже, в межах визначення педагогічного іміджу майбутніх учителів, В. Бондар і Л. Адаменко вважають, що структура педагогічного іміджу як образу, якого фахівець набуває має вмещувати такі структурні компоненти, як: зовнішні і внутрішні компоненти. До зовнішніх науковці відносять форми і риси прояву педагогічного іміджу в процесі професійного спілкування і взаємодії в контексті освітнього процесу. До зовнішніх складових педагогічного іміджу автори відносять професійно-особистісні характеристики фахівця, зокрема, інтелект, мотивацію, потреби в професійній діяльності, толерантність, здатність креативно мислити, цілеспрямованість в досягненні мети, соціокультурна ерудиція тощо [3, с. 5]. Втім, науковці зазначають, що не лише вищезазначені складові компоненти становлять цілісність структурного педагогічного іміджу, але й акцентують увагу на розвитку таких особистісних рис фахівця, як гнучкі вміння, а саме: мобільність переключення з одного виду дій на інші; толерантність у сприйнятті різних точок зору; швидкість реакції на ситуації невідзначенності, що виникають раптово в освітньому процесі; емоційність реагування та адекватність ставлення до подій освітньо-наукового, соціокультурного та буттєвого контекстів.

В контексті формування основ педагогічного іміджу конструктивним є спроба науковців розділити особистісні прояви майбутніх фахівців на дві сфери: по-перше, простір професійних орієнтацій, в якому здійснюється професійна підготовка та діяльність майбутнього фахівця; по-друге, власне особистісний простір, який ґрунтується на індивідуально-особистісних якостях фахівця. Якщо перший компонент професійного іміджу наповнюється змістом і способами професійної підготовки до фахової діяльності, забезпечується готовністю майбутнього фахівця, спроможного виконувати професійну діяльність з елементами творчості; то другий компонент спрямований на індивідуально-особистісну сферу фахівця, що має ключову роль в процесі успішного становлення фахівців [3, с. 8]. Саме від наповнення особистісними якостями майбутніх фахівців залежить формування позитивного або негативного професійного іміджу в свідомості інших людей.

Висновки і пропозиції. Отже, формування професійного іміджу майбутніх фахівців хорového диригування в процесі фахової підготовки як умови ефективної професійної діяльності зумовлює необхідність проведення більш глибокого аналізу поняття «професійний імідж майбутніх фахівців хорového диригування», як інтегральної характеристики, яка включає сукупність зовнішніх і внутрішніх, особистісно-індивідуальних та професійних якостей фахівця, що сприяють якісній

підготовки до професійної діяльності. Досягнення саме такої гармонійної сукупності якостей у майбутніх фахівців хорového диригування вимагає від них усвідомленості дій, що в свою чергу неможливо без рефлексії. З іншого боку, щоб мати навички рефлексування власних дій, майбутнім фахівцям хорového диригування необхідно знати які вимоги висуває суспільство стосовно професійної підготовки.

Наразі, перед науковцями постає завдання, пов'язане із розробкою та впровадженням в освітній процес закладів вищої освіти України та Китаю відповідних педагогічних умов, які сприятимуть ефективному формуванню досліджуваного нами явища в майбутніх фахівців хорového диригування.

Список використаної літератури:

1. Апостол О.В. Критеріальний аналіз формування позитивного іміджу майбутніх викладачів закладів вищої освіти : *Інноваційна педагогіка*. 2019. Вип. 19. Т. 1. 2019. С. 25–30.
2. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу : *Менеджмент*, 2013. № 7. С. 379–381.
3. Бондар В. І., Адаменко Л. О. Педагогічний імідж та його становлення і розвиток у процесі професійної підготовки вчителя : *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2020. Вип. 76. С. 5–10.
4. Довга Т. Іміджеві акценти в професійній підготовці майбутнього вчителя початкової школи. Витоки педагогічної майстерності: *Педагогічні науки*. 2016. Вип. 18. С. 90–96.
5. Затворнюк О. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів: *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 2014. № 9–10. С. 41–44.
6. Коркішко А. Специфіка професійного іміджу майбутнього педагога як предмет наукових досліджень: *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2017. №1 (76). С. 103–111.
7. Митцева О. С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура : *Збірник наукових праць «Педагогіка та психологія»*. 2018. Вип. 59. С. 191–200.
8. Педагогічний словник / за ред. М.Д. Ярмаченка, Київ: Педагогічна думка, 2001. 516 с.
9. Ткаченко Н. Сутність та структура професійного іміджу майбутнього вчителя іноземних мов: *Актуальні наукові дослідження в сучасному світі*. 2013. Вип. 11(19). С. 109–114.
10. Трофаїла Н. Професійний імідж вихователя закладу дошкільної освіти. *Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2019. Вип. 68. С. 216–219.
11. Ярова М. В. Деякі аспекти сучасної диригентсько-хорової підготовки вчителів музичного мистецтва : *Педагогічний дискурс*. 2012. Вип. 12. С. 365–369.
12. Dictionary by Merriam-Webster : America's most-trusted online <https://www.merriam-webster.com>

Zhang Yaoyu. The essence of the concept of “professional image” of future choral conducting specialists in the modern psychological and pedagogical discourse

The problem of forming the professional image of future choral conducting specialists in the process of professional training is gaining importance in modern psychological and pedagogical science, despite the fact that today there is already a fairly wide potential for the use of pedagogical technologies aimed at creating and developing a certain professional image of specialists of various specialties. However, it should be noted that the specificity of the professional activity of choral conducting specialists is specific and unique, as it is related, on the one hand, to creativity, and on the other hand, to quality management in the process of choral singing. From this, we should note the existence of a psychological and pedagogical problem of forming the professional image of future choral conducting specialists, which is determined by the theoretical and practical tasks of improving the professional training of future choral conducting specialists of a new type, who would possess certain personal qualities aimed at self-improvement and self-development in professional activity. It is undeniable that modern promising professionals have a high level of flexible skills, such as: activity, creativity, non-standard type of thinking, leadership qualities and a high level of general professional culture.

Modern scientific research is focused on the study of a sufficiently large number of various techniques and technologies, which are aimed at the formation, development and formation of the professional image of specialists of various specialties. New approaches to the professional training of specialists are needed, in particular, choral conducting to function in a multicultural society, which is characterized by the risks of losing moral guidelines, constant changes in lifestyle, increasing aggression, combating positive and negative trends in human life, and the need for scientific research on the analysis formation of a positive professional image.

Key words: professional image, future professionals, choral conducting, professional training, types of image, structure of professional image.