

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ІМІДЖУ СПОРТСМЕНА

А.А. ЕРЕТИК, О.М. ПОЛЯНИЧКО, С.Я. КУМСКОВА,
А.А. КРИЖАНОВСЬКИЙ, В.В. БЕЗНОЩУК

Міжрегіональна Академія управління персоналом

Мета дослідження. Визначити психологічні принципи побудови іміджу спортсмена.

Завдання дослідження.

1. Розкрити та конкретизувати поняття імідж спортсмена.
2. Виявити принципи, на яких повинна ґрунтуватися побудова іміджу спортсмена, його особистісні характеристики.
3. Проаналізувати рівень збігів ідеального образу спортсмена з його реальним образом.

Методи дослідження. Опитування (анкетування), тестування.

Методики:

- діагностика типу емоційної реакції на вплив стимулів навколишнього середовища Бойко;
- діагностика ступеня готовності до ризику Шуберта.

Анотація. В роботі розглядаються принципи, на яких ґрунтується побудова іміджу спортсмена, його особистісні характеристики. Розкривається та конкретизується поняття «імідж» спортсмена, аналізується рівень збігів ідеального образу спортсмена з його реальним образом.

Ключові слова: імідж спортсмена, психологічні принципи, побудова іміджу.

Постановка проблеми. Імідж як складова частина людської уяви супроводжує людину з найдавніших часів. Він завжди використовувався як певна сила, що реально існує і діє, незважаючи на відповідність справжньому потенціалу. Це стосується як спорту, так і спортсменів різних рівнів.

Сьогодні імідж як інформаційне поняття є дієвим рушієм певних суспільних процесів, його потужність має тенденцію до зростання. Головний внесок у цей процес роблять сучасні засоби масової комунікації (ЗМК) – радіо, телебачення, інтернет, преса, що дозволяє доносити до кожного іміджеву інформацію практично без обмежень у часі та просторі. Завдяки такій новітній якості іміджу, він сьогодні стає важливим чинником соціально-економічних процесів.

На сьогодні відсутня єдина політика з формування державного іміджу навіть серед державних засобів масової інформації. Немає чітко відпрацьованої технології з інформаційно-пропагандистського забезпечення “іміджевих” процесів. Головні причини такої ситуації приховані насамперед у фінансовій, організаційній та творчій неспроможності відповідних структур України. Імідж спортсмена – це образ, який формується цілеспрямовано або стихійно і здійснює емоційно-психологічну дію на різні соціальні групи, пов’язані зі спортом.

Сформований образ спортсмена використовується для популяризації (або дискримінації) спортсмена, реклами тощо. Можна стверджувати, що імідж спортсмена повинен відповідати запитам суспільства (його моралі і принципам) і мати в своїй основі такі характеристики, як: товариськість, чарівливість, доброзичливість до представників ЗМК і вболівальників, поважне ставлення до проявлених знаків уваги.

Головною проблемою іміджу спортсменів є те, що він не завжди позитивний. А негативний імідж, звісно, не сприяє популяризації спорту в країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоманітне поняття «імідж» означає оригінальну манеру спілкування людини, його стиль діяльності, зовнішню привабливість. Л.К. Аверченко, С. Блек, Г. Ложкін, Є. Позднишев, В.М. Шепель вивчили та узагальнили вплив різноманітних характеристик і властивостей особи на формування іміджу [3]. На думку В.М. Шепеля, добитися особистої чарівливості можна завдяки комунікабельності, красномовності, вмінню долати та попереджувати конфліктні ситуації.

Стосовно діяльності спортсмена Л.К. Аверченко виділяє наступні складові іміджу спортсмена: професіоналізм і компетентність; етична надійність спортсмена; гуманітарна освіта та міцні знання, навички, уміння спортсмена в галузі фізіології, психології спорту [1].

Д. Дадаускас виділяє три групи чинників формування іміджу спортсмена, а саме: чинники, які залежать від майстерності спортсмена (талант, зусилля на тренуванні, сила волі та ін.); чинники, які не залежать від майстерності спортсмена (загальна культура спортсмена, відносини з тренером, з командою, стать, національність, освіта, та ін.); чинники, які частково залежні від майстерності спортсмена (поведінка гравця протягом гри, травми, допінг, алкоголь, ліга, клуб та ін.) [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає підстави стверджувати, що існує декілька груп методологічних чинників, які впливають на імідж спортсмена.

Мета дослідження. Визначити психологічні принципи побудови іміджу спортсмена.

Завдання дослідження.

1. Розкрити та конкретизувати поняття імідж спортсмена.
2. Виявити принципи, на яких повинна ґрунтуватися побудова іміджу спортсмена, його особистісні характеристики.
3. Проаналізувати рівень збігів ідеального образу спортсмена з його реальним образом.

Методи дослідження. Опитування (анкетування), тестування.

Методики:

- діагностика типу емоційної реакції на вплив стимулів навколишнього середовища Бойко;
- діагностика ступеня готовності до ризику Шуберта.

Результати дослідження та їх обговорення. Розглядаючи імідж спортсмена як образ, що існує в масовій свідомості, ми врахували, що він може бути або ідеальним, або реальним, або оптимальним. Вибір одного з цих видів іміджу спортсмена задається особливостями масової свідомості, властивої визначеній соціальній групі.

Загалом нами опитано 136 студентів МАУП. Групу А склали 93 студенти, які займаються в спортивних секціях (футбол, рукопашний бій, аеробіка, спортивне орієнтування та туризм), групу Б – 43 студенти, які не займаються в спортивних секціях.

Результати анкетування показали, що найбільш значимими характеристиками, які формують позитивний імідж спортсмена є:

- в групі А: спортивні якості, характер, спортивні досягнення, участь в міжнародних змаганнях, готовність до ризику, позитивні відносини з тренером та членами команди, приваблива зовнішність, цілеспрямованість;
- в групі Б: культура поведінки, уміння спілкуватися з оточуючими, інтелект, зовнішні дані, участь в суспільній діяльності, емоційність, комунікативні особливості, здоровий спосіб життя.

Також визначені чинники, що безпосередньо впливають на негативний імідж спортсмена:

- в групі А – недисциплінованість, відсутність витримки, вживання допінгу, шкідливі звички;
- в групі Б – «зоряна хвороба», агресивність, наявність шкідливих звичок, порушення морально-етичних норм поведінки і законів, амбітність.

Шляхом діагностики типу емоційної реакції на вплив стимулів навколишнього середовища і діагностики ступеня готовності до ризику, ми виявили, що серед спортсменів переважають студенти з ейфоричним типом емоційної реакції і підвищеним ступенем готовності до ризику, що може свідчити про деякий збіг реального образу спортсмена з ідеальним.

Що ж стосується комунікативних особливостей, то результати анкетування показали, що характеристики, які повинні бути властиві ідеальному спортсмену і є важливими для респондентів групи Б, не властиві спортсмену реальному.

За деякими значимими особистісними характеристиками (емоційність, готовність до ризику) можна відзначити збіг ідеального образу спортсмена з реальним і говорити про можливість відповідності образів спортсменів очікуванням оточуючих. Незважаючи на те, що спортсмени зазначили комунікативні особливості як значиму особистісну характеристику, у реальному образі не знайдено відповідності образу ідеальному. На запитання: «Які фактори впливають на позитивний імідж спортсмена?», були отримані наступні відповіді: підтримка здорового способу життя – 46%, наполегливість і цілеспрямованість – 20%, витримка й витривалість – 20%, загальна ерудиція – 14%, упевненість у своїх силах і в собі – 10%; рішучість, працьовитість, зібраність, спокій, сила, високооплачувані контракти, упертість, популярність,

зовнішній вигляд, робота над собою, участь в змаганнях і в суспільному житті, товариськість – 7%. На запитання : «Які фактори впливають на негативний імідж спортсмена?» відповіді були наступними: 90% вказало на шкідливі звички, а 10% на низький розумовий рівень, хамство, безкультур'я, відсутність спортивної етики, невірноваженість, агресію, низьку кваліфікацію тренерів. На питання: «Які види спорту вважаються престижними в Україні?», 60% досліджуваних віддали перевагу футболу, 35% – боксу, іншим видам спорту – лише 5%.

Висновки

Імідж в спорті – складний феномен, що складається з комплексу чинників. Визначаючи логіку побудови іміджу спортсмена, можна виділити наступні психологічні принципи: імідж повинен відповідати принципів адекватності очікуванням визначеної соціальної групи; в основу іміджу повинен бути покладений принцип створення не ідеального образу, а оптимального, відповідного очікуванням конкретної групи людей; імідж повинен будуватися за принципом сполучення індивідуальних можливостей спортсмена і очікувань соціуму; в основу структури іміджу повинен бути покладений принцип ієрархії системи загальних і специфічних якостей.

На тлі загальних психологічних принципів ми виокремили наступні особливості, пов'язані зі специфікою спортивної діяльності, а саме: наявність емоційності, готовності до ризику, посиленої уваги до зовнішності, принципової орієнтації до потреб вболівальників.

Література

1. *Аверченко Л.К.* Психологические аспекты формирования имиджа // Реформируемая Россия: Социологический аспект. Материалы II научной конференции. – Новосибирск, 1994. – С. 152–154.
2. *Дадаускас Д.* Роль имиджа для профессионального спортсмена. – Каунас: ИФК, 1999. – 48 с.
3. *Ложкин Г., Позднышев Е.* Психология имиджа в спорте // Наука в олимпийской спорте. – 2001. – №2.
4. *Практическая психодиагностика: Методики и тесты. Учебное пособие / Ред. сост. Д.Я. Райгородский.* – Самара: Изд. дом «Бахрах-М», 2000. – 672 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА СПОРТСМЕНА

**А.А. ЕРЕТИК, Е.Н. ПОЛЯНИЧКО, С.Я. КУМСКОВА,
А.А. КРИЖАНОВСКИЙ, В.В. БЕЗНОЩУК**

Межрегиональная Академия управления персоналом

Цель исследования. Определить психологические принципы построения имиджа спортсмена.

Ключевые слова: имидж спортсмена, психологические принципы, построение имиджа.

Задания исследования.

1. Раскрыть и конкретизировать понятие имидж спортсмена.
2. Выявить основные принципы построения имиджа спортсмена, его личностные характеристики;
3. Проанализировать уровень совпадения идеального образа спортсмена с его реальным образом.

Методы исследования. Опрос (анкетирование), тестирование.

Методики:

- диагностика типа эмоциональной реакции на воздействие стимулов окружающей среды В.В. Бойко;
- диагностика степени готовности к риску Шуберта.

Аннотация. В работе рассматриваются принципы, на которых основывается построение имиджа спортсмена, его личностные характеристики. Раскрывается и конкретизируется понятие имидж спортсмена, анализируется уровень соответствия идеального образа спортсмена с его реальным образом.

Ключевые слова: имидж спортсмена, психологические принципы, построение имиджа.

PSYCHOLOGICAL PRINCIPLES OF SPORTSMAN IMAGE CONSTRUCTION

**A.A. YERETIK, H.N. POLYANICHKO, S.Y. KUMSKOVA,
A.A. KRIGANOVSKI, V.V. BEZNOSCHUK**

Inter-Regional Academy of Personnel Management

Objective. Determine psychological principles of sportman image construction.

Tasks of research.

1. Disclose and concretize the concept of sportman image.
2. Uncover basic principles of sportman image construction and his personality.
3. Analyse the level of match between ideal image and real image of sportman.

Methods: survey (questioning), testing.

- diagnostic technique of emotional reaction type on an influence upon environmental stimulus

V.V. Boyko;

- Shubert diagnostic technique of taking risks degree.

Abstract. This work is covering principles, which are the basis of sportman image construction and also his personality; disclosing and concretize the concept of sportman image; analysing the level of conformity between ideal image and real image of sportman.

Key words: sportman image, psychological principles, image construction.