

*Магістрантка спеціальності «Психологія»
Інституту педагогіки та психології
Бондарець Аліна Василівна
науковий керівник – доц. Сіткарь В. І.*

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ СПОРТСМЕНА: ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Актуальність проблеми. Проблема іміджу у спорті є комплексною та багатогранною. Проте основним завданням є виявлення тих факторів, які формують імідж спортсмена. Врахування впливу індивідуальних характеристик та соціально-психологічних чинників протягом розвитку особистості забезпечить формування не лише позитивний персональний PR спортсмена, але й популяризацію фізичної культури і здорового способу життя. Це сприятиме розвитку масового спорту та загального іміджу держави. Актуальність порушеної проблеми, недостатня теоретична та емпірична база і зумовили вибір теми наукового дослідження.

Мета роботи: визначити основні фактори формування іміджу спортсмена.

Відповідно до мети визначено **завдання дослідження:**

1. На основі аналізу наукових теоретичних джерел уточнити зміст поняття «імідж», «імідж спортсмена».
2. Виділити основні фактори формування іміджу спортсмена.
3. З'ясувати які уявлення мають студенти (спортсмени та інших спеціальностей) про образ сучасного спортсмена.

Виклад основного матеріалу дослідження. У спеціальній літературі узагальнено результати досліджень та наукових праць відомих науковців, які досліджували вплив різних характеристик та властивостей особистості спортсмена на формування його іміджу. Так, на думку В. М. Шепеля досягти успіху можна завдяки наявності наступних груп якостей [6]: 1. Природні якості (комунікабельність, емпатія, рефлексія). 2. Характеристики, набуті протягом навчання та виховання (моральні цінності, міжособистісне спілкування, діловий спіч). 3. Життєвий та професійний досвід особистості.

Стосовно діяльності спортсмена Л. К. Аверченко виділив наступні складові іміджу спортсмена [1; 5]: 1. Професіоналізм та компетентність. 2. Моральність. 3. Гуманітарна освіченість спортсмена. Завдяки гуманітарній культурі людина отримує можливість сприймати різноманітну інформацію, піддаючи її чуттєвому та раціональному аналізу.

Г. Д. Дадаускас, вивчаючи думку спортивних агентів, представників організаційних комітетів Литовської баскетбольної ліги та Північноєвропейської баскетбольної ліги, спортсменів, тренерів та спортивних журналістів про роль іміджу для професійного спорту, виділив три групи факторів [2]. Перша група – це фактори, які залежать від майстерності спортсмена. Визначаються його талантом, зусиллями на тренуваннях, силою волі. Друга група – це фактори, які не залежать від майстерності спортсмена. Вони складаються із факторів, пов'язаних з культурою поведінки та соціальним статусом. Третя група - це фактори, які частково залежать/не залежать від майстерності спортсмена. До них відносять поведінку гравця протягом гри, травми, допінг, наркотики, алкоголь, ліга, де грає спортсмен. Усі ці фактори сприяють формуванню цілісного іміджу професійного спортсмена.

Уявлення про образ спортсмена в сучасній молоді. В сучасному суспільстві імідж спортсмена починає набувати, як це не парадоксально, все більш негативного забарвлення: з одного боку імідж спортсмена є важливою складовою популяризації здорового способу в країні, з іншого виникає питання про руйнівні наслідки в здоров'ї у спортсменів-професіоналів. Незважаючи на це, адекватно сформований образ спортсмена зумовлює розвиток країни в майбутньому і здоров'я всієї нації.

Виходячи з цього, метою дослідження стало визначення образу спортсмена і факторів, що впливають на їх формування.

Дослідження проводилось на базі Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, в якому брали участь студенти факультету фізичного виховання (різних спортивних спеціалізацій) у кількості 60 чоловік та студенти психолого-педагогічного відділення, інституту педагогіки та психології також у кількості 60 чоловік. Для досягнення поставленої мети нами було розроблено анкету, яка складалася із 23 запитань. Обробка та аналіз результатів здійснювалися на основі сумування найбільш часто вказаних відповідей.

Під час аналізу анкетних даних виявлено, що на думку 88% спортсменів їх імідж самодетермінований, подібна точка зору була виявлена і в 58% гуманітаріїв, для яких спорт - активний відпочинок або хоббі. 40% респондентів-гуманітаріїв стверджують, що імідж спортсмена формується під впливом тренера, та лише 10% спортсменів погодились з цим твердженням. Обидві групи таким факторам як ЗМІ, суспільна думка та сім'я віддали лиш по 2%. Все це є свідченням того, що образ спортсмена формується всередині спортивної індустрії та є результатом самосвідомості. Проте, це, звичайно, відноситься лише до спортсменів, які досягли вже певного рівня професійної майстерності.

Результати, отримані при відповіді на запитання про ведення здорового способу життя спортсменами були наступними: 49% спортсменів та 51% гуманітаріїв вважають, що спортсмени не ведуть здорового способу життя та навіть схильні до різних адикцій (таких як куріння, алкоголізм та наркоманія). Дані цифри свідчать про недостатньо високий рівень інтернальності спортсменів та про наявність у них шкідливих звичок.

ІНСТИТУТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ

Анкета дозволила виявити, що спортсмени не мають чіткої уяви про свою діяльність після завершення спортивної кар'єри. Більша частина опитаних (60% спортсменів та 63% гуманітаріїв) стверджують, що після завершення спортивної кар'єри спортсмени вибирають шлях тренера. Виявилось, що 30% гуманітаріїв стверджують те, що спортсмени взагалі не задумуються про життя після завершення спортивної кар'єри та 68% із них вважають, що вони так же несерйозно ставляться до негативних наслідків заняття професійним спортом.

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

Для підтвердження даного твердження нами було виділено в анкеті 13 запитань, спрямованих на визначення характеристик, які формують позитивний (14-15 запитання) і негативний імідж спортсмена (16-18 запитання), а також для оцінки відповідності образу ідеальним уявленням про спортсмена (9-10, 12-13 та 20, 22-23 запитання). Результати анкетування дозволили розділити опитуваних на дві групи за значущістю тих характеристик, які формують позитивний імідж спортсмена (див табл. 1).

Таблиця 1.

Характеристики позитивного іміджу спортсмена	
група А (64 досліджуваних)	група Б (56 досліджуваних)
спортивні якості	культура поведінки
характер	уміння спілкуватися з оточуючими
спортивні досягнення	інтелект
участь в міжнародних змаганнях	зовнішні дані
готовність до ризику	участь в суспільній діяльності
позитивні відносини з тренером та членами команди	емоційність
приваблива зовнішність	комунікативні особливості
цілеспрямованість	здоровий спосіб життя

Також за даними результатів було визначено характеристики, які формують негативний імідж спортсмена (див. табл. 2).

Таблиця 2.

Характеристики негативного іміджу спортсмена	
Негативні характеристики	Кількість відповідей досліджуваних
недисциплінованість	82
відсутність витримки	74
вживання допінгу	89
шкідливі звички	112
«зіркова хвороба»	118
агресивність	102
порушення морально-етичних норм поведінки та законів	117
амбітність	94

За деякими значущими особистісними характеристиками (емоційність, готовність до ризику) можна відзначити збіг ідеального образу спортсмена з реальним і говорити про можливість відповідності образів спортсменів очікуванням оточуючих. Як результат, у реальному образі не знайдено відповідності образів ідеальному.

На запитання: **«Які фактори впливають на позитивний імідж спортсмена?»**, отримано такі відповіді (див. Таблиця 3).

Таблиця 3

Фактори, які впливають на позитивний імідж спортсмена			
		Студенти спортивних спеціалізацій	Студент и-гуманітарії
К-сть досл.	%	К -сть досл.	

ІНСТИТУТ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ

підтримка здорового способу життя	13	2	1	9
наполегливість і цілеспрямованість	6	1	6	0
витримка й витривалість	5	9	7	1
загальна ерудиція	3	5	4	
упевненість у своїх силах і в собі	2	3	1	
рішучість, працьовитість, зібраність, спокій, сила, високооплачувані контракти, упертість, популярність, зовнішній вигляд, робота над собою, участь в змаганнях і в суспільному житті, товариськість	1	1	1	

На запитання: «**Які фактори впливають на негативний імідж спортсмена?**» відповіді респондентів наступні (див. Таблиця 4).

Таблиця 4
Фактори, які впливають на негативний імідж спортсмена

	Студенти спортивних спеціалізацій		Студенти -гуманітарії	
	К-сть досл.	%	К-сть досл.	
шкідливі звички	30	50	24	0
низький розумовий рівень, хамство, невірноваженість, агресія, низьку кваліфікацію тренерів	2	4	4	

Висновки. Проведені нами дослідження, дозволяють зробити висновок про те, що у сучасній молоді склався плюралістичний погляд на образ спортсмена. Причому не можна не звернути увагу на багатоманітність негативних думок про імідж спортсмена з боку неспортивної аудиторії (спортсмени не ведуть здорового способу життя, не намагаються підвищити свій інтелектуальний рівень, мають обмежене коло інтересів, не мають чіткої уяви про майбутнє), хоча самі із цими твердженнями не погоджуються. Такі розбіжності є яскравим свідченням відсутності не лише єдиного чіткого образу спортсмена, але й ознакою несформованого напрямку молодіжної політики на здоровий спосіб життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Белобрагин В.В., Белобрагин В.Я. Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки / В. В. Белобрагин, В. Я. Белобрагин // PR в образовании - 2004. - № 2. - С.63-83
2. Дадаускас Д. Роль имиджа для профессионального спортсмена / Девидас Дадаускас. – Каунас: ИФК, 1999. – 48 с.
3. Петрова Е.А. Имиджология: проблемное поле и направления исследования / Е. А. Петрова // PR в образовании. - №1, 2004. – С.36-38.
4. Позднышев Е. В. Имидж спортсмена: Паблик рилейшнз в спорте / Е. В. Позднышев. - Научно – методическое издание. Часть 1. – К.: ЧПП, 2003. – 106 с.
5. Федоров И. А. Индивидуальный имидж как сторона духовной жизни общества: диссертация на соискание уч. ст. доктора социологических наук: спец. 22.00.06 «Социология духовной жизни» / И. А. Федоров. – Тамбов, 1998. – 300 с.
6. Шепель В. М. Имиджеология: Как нравятся людям /В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 406 с.