

СОЦІАЛЬНО - ПСИХОЛОГІЧНІ СКЛАДОВІ ІМІДЖУ ТРЕНЕРА З ФУТБОЛУ ЯК СУБ'ЄКТА СПОРТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК:796.332.071.42:17.022.1

Петровська Тетяна Валентинівна

Кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри психології і педагогіки, Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ (Україна)

Малиновський Андрій Ігоревич

Аспірант кафедри психології і педагогіки Національного університету фізичного виховання і спорту України, м. Київ (Україна)

Анотація. Приналежність до спортивної команди та роль тренера в ній для досягнення високого спортивного результату є категоріальною цінністю для спортсменів. Образ тренера впливає на якість та зміст взаємодії та формується через форми міжособистісного відображення: конкретно-почуттєвого відображення (зовнішній вигляд), узагальненого відображення (поняття), афективного відображення (відношення), конкретно-інструментального (діяльність). Структура іміджу включає когнітивну, афективну та поведінкову складову особистості носія іміджу, яка має своє емоційне забарвлення та оціночне ставлення у суб'єкта сприйняття.

Ключові слова: міжособистісна взаємодія, імідж тренера, психологічна структура іміджу, міжособистісне сприйняття.

Постановка проблеми. Сучасний погляд на тренувальний процес передбачає не тільки аналіз процесу впливу тренера на спортсмена і результати змагальної діяльності, але і певний інтерес до особистості того хто керує цим процесом, тобто тренера. Імідж великою мірою визначає ефективність трене-

ра. Низка авторів підкреслюють важливість проблеми формування ефективного іміджу (образу) тренера, тобто дієвого, який реально сприяє підвищенню результативності змагальної діяльності спортсменів. На сьогоднішній день існує явна необхідність виявлення засобів, форм і методів формування такого ефек-

тивного іміджу тренера в процесі професійної підготовки фахівців і тренерів з футболу зокрема. Футбол вже давно переріс із звичайних змагань у комерційну гру, де одним із правил є візуальна та особистісна привабливість, як гравців, тренера так і команди в цілому.

Аналіз останніх досліджень. На сьогодні проблема іміджу спортивного тренера залишається не достатньо вивченою. Спортивну діяльність можна розглядати як сумісну діяльність спортсмена і тренера, результативність якої багато в чому залежить від психологічних аспектів їх взаємодії як особистостей. Особливістю спільної діяльності тренера і спортсмена як педагогічної системи є те, що її ефективність визначається не стільки тим, як її оцінює тренер, а переважно тим, яку оцінку спортсмен дає тренеру і системі відносин в цілому [3; 6; 8; 9]. Сучасний погляд на тренувальний процес передбачає не тільки аналіз процесу впливу тренера на спортсмена і результати змагальної діяльності, але і певний інтерес до особистості того хто керує цим процесом, тобто тренера [3]. Низка авторів підкреслюють важливість проблеми формування ефективного іміджу (образу) тренера, тобто дієвого, який реально сприяє підвищенню результативності змагальної діяльності спортсменів, при цьому має гуманістичну спрямованість на визнання загальнолюдських цінностей і задоволеність спортсменів навчально-спортивною діяльністю [3; 9; 11].

Теоретичним обґрунтуванням нашого

дослідження є гіпотеза, що своєрідне поєднання індивідуальних якостей тренера впливає на формування позитивного професійного іміджу та в свою чергу впливає на змагальну успішність спортсмена та команди. Вплив іміджу на результативність спортивної діяльності ґрунтується на теоретичних положеннях та дослідженнях іміджу, його активності та функціональності. Виходячи з визначення професійного іміджу тренера, як емоційно забарвленого психічного образу в сприйнятті спортсменів, який здатен спонукати до підвищення результативності дій спортсменів (Т. Н. Бушуєва, 2007), актуальним та недостатньо вивченим в сучасній психології спорту та теорії спортивного тренування залишається питання взаємного впливу тренера і спортсмена.

Мета статті. Теоретичне обґрунтування та експериментальне дослідження соціально - психологічної структури іміджу успішного тренера з футболу як суб'єкта сумісної спортивної діяльності; підвищення ефективності професійного іміджу тренера як фактора успішності професійного становлення.

Теоретико-методологічну основу досліджень складають: теорія функціональних систем П. К. Анохіна; концепція відображеної суб'єктності В. О. Петровського; теорія діяльнісного підходу О. Н. Леонтьєва; концепція іміджу як феномена інтерсуб'єктної взаємодії Е. Б. Перелигіної.

Виклад основного матеріалу. Теоретичні передумови вивчення проблеми іміджу у

зарубіжній та вітчизняній науці пов'язані з такими напрямками досліджень як психологія вивчення образу з точки зору психології міжособистісного сприйняття та міжособистісної перцепції (Г. М. Андреева), психологія взаємодії та спілкування, (О. Н. Леонтьєв, С. Л. Рубінштейн), психологія впливу (В.В. Москаленко) та відображеної суб'єктності (В. О. Петровський), теорії функціональних психологічних систем та адаптації (П. К. Анохін). В рамках цих концепцій професійне спілкування та взаємодія тренера і спортсмена розглядається як діяльність, а саме суб'єкт-суб'єктна взаємодія в комунікативній педагогічній системі (О. Молоканов). Взаємодія суб'єктів з точки зору концепцій соціального впливу та соціального пізнання розглядається у зв'язку з поняттями: Я-концепція, Я-образ (Кулі, 1912; Мід, 1934; Роджерс, 1951) та образ іншої людини [1; 7; 8]. Міжособистісне сприйняття є необхідною складовою взаємодії. Момент взаємного пізнання (сприйняття) і його продукт як образ іншої людини так чи інакше включені в будь яке відношення, що пов'язує людей між собою (Г. М. Андреева, 2001). В соціальній психології, на відміну від загальної психології, імідж розглядається не з точки зору процесу сприйняття, а в контексті характеристик суб'єкта та об'єкта сприйняття в умовах реальної соціальної групи (Е. Б. Перельгіна, 2002). Образ іншої людини впливає на якість та зміст взаємодії та формується через форми міжособистіс-

ного відображення: конкретно-почуттєвого відображення (зовнішній вигляд), узагальненого відображення (поняття), афективного відображення (відношення), конкретно-інструментального (діяльність). Структура іміджу таким чином включає когнітивну, афективну та поведінкову складову особистості носія іміджу, яка має своє емоційне забарвлення та оціночне ставлення у суб'єкта сприйняття.

Вивчення поняття образу в процесі взаємодії стосувалось більше проблем формування Я - образу і Я - концепції. Між тим в процесі спортивно педагогічної взаємодії важливу роль та вплив на результат діяльності має сприйняття спортсменом образу (англ.-image) тренера (Т. Н. Бушуева, 2007, Т. В. Петровська, 2016). Отже, тренер як суб'єкт спортивної діяльності та взаємодії є носієм певних динамічних характеристик або іміджу. Однією з головних характеристик іміджу є активність та здатність впливати на мотиви, вчинки, свідомість спортсменів, їх емоційний стан, впевненість у собі (Е. Б. Перельгіна, Т. Н. Бушуева). Імідж має певну функціональність з точки зору впливу на професійну діяльність. Тренер є учасником спортивної діяльності, елементом комунікативної спортивно-педагогічної системи тренер-спортсмен [2; 5; 6; 9]. Тому є науковий та практичний інтерес до вивчення структури іміджу тренера з футболу та індивідуально психологічних особливостей особистості тренера, які детермінують позитивний імідж

тренера. Дослідження підкреслюють наступну залежність: чим більше місце в професійній діяльності суб'єкта займає інтерсуб'єктна взаємодія і чим складніше форми цієї взаємодії, тим сильніше виражена залежність між іміджем суб'єкта і результативністю спільної діяльності [8]. Важливою особливістю формування іміджу визначається така умова як суб'єкт-суб'єктна взаємодія, тобто наявність спілкування, комунікативної взаємодії в процесі виконання діяльності (Е.Б. Перельгіна, 2002). Таким чином, в формуванні іміджу беруть участь всі учасники взаємодії, як носій іміджу, так і суб'єкти сприйняття іміджу, в уяві яких виникає прообраз успішного іміджу. Саме в цьому процесі і складається взаємозв'язок між досягненням соціально значущих цілей та іміджем. Оскільки Я образ і образ іншої людини є активним і формується в процесі комунікації, інтеракції, то структуру образу або іміджу можна визначити, відповівши на питання Хто Я або Хто Він. Ця концепція вивчення структури особистісної ідентичності запропонована послідовником Дж. Міда М. Куном, відповідно якій ідентичність особистості можна структурувати [1;12]. Дослідження проведені М. Куном, Макпарландом продемонстрували що в структурі Я - образу переважають характеристики особистості які відбивають її соціальні ролі та відносини [7]. Це підтверджено і в дослідженнях Д. Теджфела що приналежність до групи та соціальна роль в ній переважає та є пріоритетною в структурі Я -

Образу. та має ціннісну складову [12]. Це явище в соціальній психології здобуло назву соціальної ідентичності та категоризації. Отже в структурі іміджу як образу іншої людини відображаються [10]: категоризація як приналежність до певної соціальної групи та соціальна роль в ній, соціальні очікування, а також включає когнітивну, афективну та поведінкову складову особистості носія соціальної ролі, яка має своє емоційне забарвлення та ціннісно оціночне ставлення у суб'єкта сприйняття.

Спортивна команда є реальною соціальною групою, в якій здійснюється професійна діяльність в умовах високо інтенсивної інтерсуб'єктної взаємодії учасників. Приналежність до спортивної команди та роль тренера в ній для досягнення високого спортивного результату є категоріальною цінністю для спортсменів. Отже професійний імідж тренера як носія соціальної ролі важливої для успіху команди, може вивчатись з точки зору його сприйняття як констатація (актуальний образ), як емоційно забарвлене ставлення, як інструментальна оцінка діяльності та з точки зору бажаної функціональності (ідеальний образ). Імідж тренера може розглядатись як фактор підвищення ефективності групової взаємодії в тому випадку якщо актуальний професійний імідж співпадає з очікуваним та ідентифікується з груповим успіхом та задоволеністю потреб спортсменів. Погоджуючись із визначенням професійного іміджу тренера Т. Н. Бушуевой, як емоційно забарвленого психічного образу,

значимо що потребує уточнення визначення іміджу успішного тренера.

Імідж успішного тренера можна розглядати як емоційно забарвлений психічний образ-уявлення, який в сприйнятті спортсменів ідентифікується з груповим та персональним спортивним успіхом, із задоволеністю потреб та який здатен спонукати до підвищення результативності змагальної діяльності спортсменів.

З метою дослідження складових іміджу успішного тренера з футболу було здійснено опитування експертів у галузі спорту та футболу зокрема. Досліджування здійснювалось у червні 2016 року. Застосовувались методи наукових досліджень, як анкетування та експертні інтерв'ю. Статистична обробка даних зібраних у ході дослідження здійснювалась за допомогою модульного програмного продукту SPSS (аббревіатура англ. Statistical Package for the Social Sciences — статистичний пакет для соціальних наук). У дослідженні прийняло участь 42 експерти віком від 18 до 75 років, серед них: експерти телеканалу «Футбол» та тренери в минулому; представники Федерації футболу України; представників футбольних клубів; представники приватних спортивних клубів; представники Дитячих юнацьких спортивних шкіл; представники Футбольної академії раннього розвитку; спортсмени-футболісти.

За аналогією з методикою М. Куна Хто Я для визначення структури особистісної іде-

нтичності, респондентам пропонувалось відповісти на відкрите питання анкети: Хто Він (Який Він) успішний тренер з футболу. За результатами відповідей респондентів отримані функціональні характеристики та якості успішного тренера з футболу, які були структуровані та систематизовані за певними показниками.

У структурі іміджу успішного футбольного тренера методом аналізу та узагальнення визначили наступні структурні елементи: характеристики, що відображають узагальнене поняття про статус та професійну освіту тренера (15%); характеристики, що відображають сприйняття зовнішності тренера (5%); індивідуально-психологічні якості та характеристики, що забезпечують ефективність тренерської діяльності (59%); характеристики, що відображають особливості поведінки та взаємодії; спеціальні знання та вміння (6%).

Розглянемо *змістові* складової структури іміджу тренера з футболу з точки зору його бажаної функціональності, які були отримані в результаті статистичної обробки даних за допомогою модульного програмного продукту SPSS. Отже, в 58,9 відсотків, які належать індивідуально психологічним якостям тренера за оцінками експертів та в результаті аналізу та узагальнення, включені наступні складові іміджу: мотиваційні (5,82%); організаційні (17,97%); когнітивні, атенційні (9,98%); емоційні (3,33%); стресостійкість (5,16%); мора-

льні (12,15%); вольові (3,16%); психомоторні якості (1,33%) (табл. 1).

Отримані нами в результаті теоретичного аналізу та емпіричного дослідження де-

термінанти іміджу успішного тренера з футболу можемо порівняти з аналогічними дослідженнями функціонального іміджу тренера

Таблиця 1

Структура та детермінанти іміджу успішного тренера з футболу

Складові структури іміджу	Детермінанти іміджу	Вся вибірка, n=40		
		Кількість відповідей	Відсоток відповідей	Відсоток респондентів
Статус та професійна освіта	Авторитет в спортивному середовищі	25	4,16	59,52
	Професіоналізм та освіта	63	10,48	150,00
	Всього	88	14,64	209,52
Сприйняття зовнішності тренера	Зовнішня презентабельність	18	3,00	42,86
	Рівень здоров'я та фізична	12	2,00	28,57
	Всього	30	4,99	71,43
Індивідуально-психологічні якості та характеристики, що забезпечують ефективність тренерської діяльності	Мотиваційні	35	5,82	83,33
	Організаційні, ставлення до	108	17,97	257,14
	Когнітивні, інтелектуальні,	60	9,98	142,86
	Емоційні	20	3,33	47,62
	Стресостійкість	31	5,16	73,81
	Моральні	73	12,15	173,81
	Вольові	19	3,16	45,24
	Психомоторні якості	8	1,33	19,05
Всього	354	58,90	842,86	
Особливості поведінки та взаємодії	Спілкування та ставлення до спортсмена	90	14,98	214,29
	Всього	90	14,98	214,29
Спеціальні знання та вміння тренера	Дидактичні вміння	11	1,83	26,19
	Спеціальні знання	14	2,33	33,33
	Педагогічні здібності, виховна та розвиваюча функція	14	2,33	33,33
	Всього	39	6,49	92,86
Всього		601	100,00	x

ігрових видів спорту, проведеними Бушуєвою потреб спортсменів.

Т.М. (табл. 2).

За результатами емпіричного дослі-

Висновки. Тренер як суб'єкт спортив- дження структура функціонального іміджу

Таблиця 2

Порівняльна характеристика детермінант іміджу успішного спортивного тренера за рейтингом

Детермінанти іміджу тренера ігрових видів спорту за рейтингом, Т.М. Бушуєва, 2007	Детермінанти іміджу тренера з футболу за рейтингом, Т.В. Петровська, А.І.Малиновський, 2016
Авторитет	Організаційні якості та ставлення до діяльності
Поведінка у процесі змагань	Комунікативні якості та ставлення до спортсмена
Ставлення до спортсменів	Моральні якості
Поведінка в процесі тренувань	Професіоналізм та рівень освіти
Вольові якості	Інтелект, когнітивні, атенційні якості
Лідерська поведінка	Мотивація
Комунікативні якості	Стресостійкість
Інтелект	Визнаність та авторитет у спортивно-
Моральність	Емоційні якості
Ставлення до спорту	Вольові якості
Ставлення до колег	Зовнішня презентабельність
Ставлення до себе	Педагогічні, дидактичні здібності
Зовнішність	Фізична форма та психомоторні якості

ної діяльності та взаємодії є носієм певних динамічних характеристик або іміджу. Одними з головних характеристик іміджу тренера є активність та функціональність як здатність впливати на мотиви, вчинки, свідомість спортсменів, їх емоційний стан, впевненість у собі. Імідж тренера може розглядатись як фактор підвищення ефективності групової взаємодії в тому випадку якщо актуальний професійний імідж співпадає з очікуваним та ідентифікується з груповим успіхом та задоволеністю

тренера з футболу з урахуванням рейтингу включає: 1. Індивідуально-психологічні якості та характеристики, що забезпечують ефективність тренерської діяльності; 2. Характеристики, що відображають особливості поведінки та взаємодії; 3. Характеристики, що відображають узагальнене поняття про статус та професійну освіту; 4. Характеристики, що відображають сприйняття зовнішності тренера; 5. Спеціальні знання та вміння тренера.

Наступні наукові дослідження іміджу тренера будуть стосуватись вивченню індивідуально психологічних детермінант ефективного іміджу на етапах професійного становлення тренера з футболу.

Перелік використаних джерел:

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: 2001.
2. Анохин П. К. Очерки по физиологии функциональных систем / П.К. Анохин. – М.: 1975 – 170 с.
3. Бушуева Т. Н. Формирование имиджа спортивного тренера как фактора результативности соревновательной деятельности / Т.Н. Бушуева, автореферат дисс. по специальности 13.00.04. – Челябинск, 2007.
4. Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность / А.Н. Леонтьев.–М., 1975.
5. Ломов Б. Ф. Теория функциональных систем в физиологии и психологии / Б.Ф. Ломов, В.Б. Швырков, Д.Г.Шевченко. – Москва: Наука, 1978. – 370 с.
6. Молоканов М. В. Двухмерное пространство моделей коммуникативного взаимодействия. / М.В. Молоканов // Вопросы психологи, 1995, №5, с.51-59.
7. Москаленко В. В. Психология соціального впливу/ В.В. Москаленко – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 447 с.
8. Перельгина Е. Б. Психология имиджа / Е.Б.Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223с.
9. Петровская Т. В. Имидж спортивного тренера как феномен межличностного взаимодействия Материалы международного научного конгресса: Спорт. Олимпизм. Здоровье. Том I. Молдова, Кишинев. 5-8 октября, 2016. – С.283 -287.
10. Петровська Т. В. Соціально-психологічні фактори економічної поведінки / Т.В. Петровська // Соціальна психологія. – 2004. - № 4. – С. 23 – 35.
11. Петровский В. А. Личность в психологии: Парадиг-

ма субъективности / В.А. Петровский. – Ростов-на-Дону, из-во «Феникс», 1996. – 512с.

12. Tajfel H. Differentiation of social groups: Student the social psychology of inter group relations. / H. Tajfel. – L.: 1978. – Academic Press. p. XV.

References (Transliteration):

1. Andreeva G. M. Social'naja psihologija / G.M. Andreeva. – М.: 2001.
2. Anohin P. K. Oчерки po fiziologii funkcional'nyh sistem / P.K. Anohin. – М.: 1975 – 170 s.
3. Bushueva T. N. Formirovanie imidzha sportivnogo trenera kak faktora rezul'tativnosti sorevnovatel'noj dejatel'nosti / T.N. Bushueva, avtoreferat diss. po special'nosti 13.00.04. – Cheljabinsk, 2007.
4. Leont'ev A. N. Dejatel'nost', soznanie, lichnost' / A.N. Leont'ev.–М., 1975.
5. Lomov B. F. Teorija funkcional'nyh sistem v fiziologii i psihologii / B.F. Lomov, V.B. Shvyrkov, D.G.Shevchenko. – Moskva: Nauka, 1978. – 370 s.
6. Molokanov M. V. Dvuhmernoe prostranstvo modelej kommunikativnogo vzaimodejstvija. / M.V. Molokanov // Voprosy psihologi, 1995, №5, s.51-59.
7. Moskalenko V. V. Psihologija social'nogo vplivu/ V.V. Moskalenko – К.: Centr uchbovoi literaturi, 2007. – 447 s.
8. Perelygina E. B. Psihologija imidzha / E.B.Perelygina. – М.: Aspekt Press, 2002. – 223s.
9. Petrovskaja T. V. Imidzh sportivnogo trenera kak fenomen mezhluchnostnogo vzaimodejstvija Materialy mezhdunarodnogo nauchnogo kongressa: Sport. Olimpizm. Zdorov'e. Tom I. Moldova, Kishinev. 5-8 oktjabrja, 2016. – S.283 -287.
10. Petrovs'ka T. V. Social'no-psihologichni faktori ekonomichnoї povedinki / T.V. Petrovs'ka // Social'na psihologija. – 2004. - № 4. – S. 23 – 35.
11. Petrovskij V. A. Lichnost' v psihologii: Paradigma sub#ektivnosti / V.A. Petrovskij. – Rostov-na-Donu, iz-vo «Feniks», 1996. – 512s.

12. *Tajfel H.* Differentiation of social groups: Student social psychology of intergroup relations. / H. Tajfel. – L.: 1978.– Academic Press. p. XV.

Tetiana Petrovska

Ph.D., Professor, Head of the Department of Psychology and Education at National University of Physical Education and Sport of Ukraine, Kiev (Ukraine)

Andriy Malinowskiy

PhD student of psychology and pedagogy at National University of Physical Education and Sport of Ukraine, Kiev (Ukraine)

SOCIAL PSYCHOLOGICAL STRUCTURE OF THE IMAGE OF A FOOTBALL COACH AS THE SUBJECT OF SPORT'S ACTIVITIES

ABSTRACT

The modern view of the training process involves not only the analysis of the influence of the coach to athlete, but also a certain interest in the coach's personality. Image largely determines the effectiveness of a coach. Some authors emphasize the importance of the problem of forming an effective, efficient image of a coach that helps to improve the performance of competitive activities of athletes. At present, the problem of the image of a sports coach remains understudied. *Objective.* A theoretical analysis of the problem of the influence coach image on the effectiveness of sports activities; theoretical and empirical support for the social and psychological components of a sports coach image. *Results.* Belonging in a sports team and the role of the coach in it for achievement of high sports result is a categorical value for athletes. The image of a

coach influences the quality and content of the communication and is formed through a form of interpersonal reflection: reflection sensory (appearance), generalized reflection (the concept), the reflection of affective (attitude), the concrete tool (activities). Image structure includes cognitive, affective and behavioral component of the coach personality. *Conclusion.* The image of a successful coach can be seen as emotionally charged mental image, which in the perception of athletes is identified with the group and solo sports success, and which is able to induce an increase in the effectiveness of athletes action.

Key words: interpersonal interaction, the image of a coach, a psychological structure of the image, interpersonal perception.

Петровская Татьяна Валентиновна

Кандидата педагогических наук, профессора, заведующая кафедрой психологии и педагогики Национального университета физического воспитания и спорта Украины, г.Киев (Украина)

Малиновский Андрей Игоревич

Аспирант второго года обучения кафедры психологии и педагогики Национального университета физического воспитания и спорта Украины, г.Киев (Украина)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИМИДЖА ТРЕНЕРА ПО ФУТБОЛУ КАК СУБЪЕКТА СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Принадлежность к спортивной команде и роль тренера в ней для достижения высокого спортивного результата является категориальной ценностью для спортсменов. Образ тренера влияет на качество и содержа-

ние взаимодействия и формируется через формы межличностного отражения: конкретно-чувственного отражения (внешний вид), обобщенного отражения (понятие), аффективного отражения (отношения), конкретно-инструментального (деятельность). Структура имиджа включает когнитивную, аффективную и поведенческую составляющую личности носителя имиджа.

Ключевые слова: межличностное взаимодействие, имидж тренера, психологическая структура имиджа, межличностное восприятие.

Дата отримання статті: 10.03.2017

Дата рекомендації до друку: 03.04.2017