

тивная антиагрессия».

В статье нами проинтерпретированы факторы, имеющие наибольшую долю дисперсии. Полное описание выявленных факторов является предметом монографического исследования.

Профессионализация сотрудников оперативных подразделений должна формироваться с учетом выявленных профессионально важных свойств личности:

- способность к быстрой актуализации теоретических знаний в решении практических задач;
- мотивация на достижение социально-значимых результатов деятельности;
- владение приемами взаимодействия (интеракции) опосредованными общением, что в модуле эмпатии и чувства юмора составляют средство преодоления агрессивных проявлений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рекша, Ю.М. Теоретические предпосылки формирования и развития профессионально важных качеств специалистов с особым профессиональным статусом // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 3. – С. 25-28.

2. Фефелов, В.А. Модель специалиста ИТУ : учебное пособие / В.А. Фефелов, В.С. Генералов, Г.И. Королев. – Рязань : [б.и.], 1980. – 57 с.

REFERENCES

1. Reksha, Y.M. (2015), "Theoretical prerequisites for the formation and development of professionally important qualities of specialists with special professional status", *Humanities, social-economic and social sciences*, No 3, pp. 25-28.

2. Fefelov, V.A., Generalov, V.S. and Korolev G.I. (1980), *The model of professional of ITU : study guide*, publishing house "NiRIO", Ryazan.

Контактная информация: innalavr@mail.ru

Статья поступила в редакцию 18.05.2015.

УДК 796:159.9

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИМИДЖА СПОРТИВНОЙ КОМАНДЫ

*Валентина Сергеевна Легенцова, ассистент,
Дальневосточный федеральный университет (ДФУ), г. Владивосток*

Аннотация

При формировании имиджа спортивного коллектива следует обращать внимание на социально-психологические аспекты, которые ему присущи, так как каждая группа имеет свои особенности. Данные аспекты должны помочь в понимании психологических законов, по которым складывается та или иная группа. Зная эти характеристики, можно разработать ряд приемов для создания и поддержания положительного имиджа спортивной команды.

Ключевые слова: климат коллектива, спортивная команда, психологические аспекты.

DOI: 10.5930/issn.1994-4683.2015.05.123.p228-232

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF IMAGE OF THE TEAM

*Valentina Sergeyevna Legenzova, the assistant,
Far Eastern Federal University, Vladivostok*

Annotation

Image of collective is formed due to the social and psychological aspects, which play an important role. Each group has its own features. The aspects of research will help to open the laws of psychology.

We considered a number of the characteristics necessary for presenting and support of the positive image of the sport team.

Keywords: climate of collective, sport team, psychological aspects.

Спортивный коллектив с силу своей специфики имеет ряд социально-психологических аспектов. Каждый коллектив должен быть определен как соответствующая группа.

Спортивная команда подпадает под определение малой группы по ряду причин:

– «Под малой группой понимается немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов».

– «Малая группа — это группа, в которой общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов» [1].

По этому определению малая группа реально существует, а в определенной системе общественных отношений, выступая как субъект конкретного вида социальной деятельности, она является элементом общественной структуры.

Существуют разные классификации малых групп. Они подразделяются по нескольким критериям: временной аспект, группы долговременные и кратковременные; степени тесноты контакта между членами; способ вхождения индивида.

В настоящее время известно около пятидесяти различных оснований данной классификации. Мы рассмотрим три основных вида:

1) Первичные и вторичные. Ч. Кули, описательно определил первичные группы, выделив такие группы, как семья, друзья, соседи. Позже он предложил критерий, по которому стал определять группу. Он выразился в наличии непосредственности контактов. Так к первичным группам он отнес те, в которых есть непосредственные контакты, к вторичным – те, в которых нет непосредственных контактов.

2) Формальные, неформальные. Данное деление было предложено Э. Мэйо. В формальной группе есть непосредственное отличие в том, что в ней четко заданы все позиции ее членов, которые предписаны нормами группы. Любая группа, существующая в условиях конкретной деятельности будет формальной: рабочий коллектив, класс в школе, учебная группа в университете, спортивная команда и т.д. Э. Мэйо обнаружил «неформальные» группы внутри формальных, которые характеризуются хаотичностью возникновения, в которых не предписаны ни статус, ни роли.

3) Группы членства и референтные группы. Данная классификация была предложена Г. Хайменом, которому принадлежит открытие феномена «референтной группы». Проведя свои исследования, Хаймен показал, что часть членов определенных малых групп разделяет нормы поведения, которые были приняты не в этой группе, а в какой-то иной, на которую они ориентируются [3]. Подобные группы, в которых индивиды не включены реально, но нормы, которых они принимают, он назвал референтными группами [3]. Член группы принимает ее нормы, принимая их за эталон, также он идентифицирует себя с данной группой. В референтных же группах, люди реально включены в состав группы.

Спортивная команда является коллективом, который имеет ряд своих психологических особенностей. Внутри нее между спортсменами складываются определенные отношения как командные, так и личные, что, несомненно, влияет на социально-психологический климат коллектива.

В процессе создания социально-психологического климата в спортивном коллективе наиболее важным моментом является подбор членов команды, с целью, чтобы все участники коллектива успешно взаимодействовали на поле, площадке, а также гармонично сосуществовали между собой как личности, выстраивая между собой успешные взаимоотношения.

Социально-психологический климат можно определить как состояние членов организации, которое обуславливается особенностями жизнедеятельности группы [2].

Существует как «здоровый» так и «нездоровый» социально-психологический климат. Удовлетворенность членов команды своей деятельностью, ее результатами и достижениями определяет здоровый климат коллектива. Социально-психологический климат спортивной команды относится к режимным, так как формируется под воздействием четко установленных графиков [2].

Также социально-психологический климат команды формируется благодаря разным факторам макросреды и микросреды. Макросреда определяет большое социальное пространство, широту окружения, тот спектр деятельности, в рамках которого существует команда. К факторам макросреды можно отнести многообразие партнерских связей с другими командами и коллективами.

Микросреда определяется ежедневной деятельностью самих людей, она отражает контакты, материальные и духовные условия, в которых члены коллектива работают. Микросреда значимый компонент существования спортивной команды, который отражает внутренние отношения членов команды, выливающиеся на игровой деятельности, сплоченности команды, а как следствие и на результатах. Отношения тренера с игроками определяют задачи, которые коллективу предстоит решить, а также цели деятельности.

Психологическая общность группы – это элемент, который также является частью социально-психологических характеристик климата спортивной команды. Она проявляется совместностью членов команды, которая определяется их способностью к совместной деятельности. Совместимость членов команды характеризуется сходством свойств и качеств ее участников, а также их различиями. Тут появляется такой элемент как взаимодополняемость и взаимозаменяемость людей в условиях спортивной деятельности. Эти элементы позволяют оценить целостность группы [3].

Еще одним важным параметром социально-психологического климата является его групповая сплоченность, она показывает степень интеграции группы. Уровень сплоченности малой группы определяется частотой и устойчивостью непосредственных межличностных контактов в ней [3].

По «моделям совместной деятельности» Л.И. Уманского деятельность спортивной команды является совместно-взаимодействующей. Задачи, поставленные в ходе подготовки команды, выполняются при непосредственном и одновременном взаимодействии каждого члена коллектива со всеми другими членами.

Также микросреда характеризуется теснотой контактов между членами команды. Являясь членом команды, спортсмен, нуждается в общении с партнерами по команде, испытывает потребность в дружбе, что является базой неофициальных контактов, выражающихся в налаживании личных связей, которые в футбольной команде имеют огромное значение. Атмосфера братского коллектива необычайно важна, так как она придает дополнительный стимул в спортивной деятельности, развивает чувство ответственности за весь коллектив, усиливает степень олицетворения с командой.

Для формирования сплоченности команды важны такие социально-демографические характеристики как: пол, возраст, уровень мастерства спортсмена, схожесть интересов, а также объединяющая цель, ради которой ведет свою деятельность спортивный коллектив. Разнородные по этим показателям коллективы легко распадаются. Также важно формирование единого мнения, целевых установок, отношения к событиям важным для всех участников команды. Эти факторы образуют единство и усиливают сплоченность [1].

Важным компонентом социально-психологического климата в футбольной команде является степень сработанности, результатом которой будет являться эффективность совместной профессиональной деятельности, что выражается в результатах деятельности спортивной команды. Степень согласованности действий членов команды обуславливает

сработанность, вырабатывает единство игровых действий в соревновательной деятельности спортсменов, их навыков работы в конкретных ситуациях. Основным параметром сработанности – эффективность совместного труда. В спорте она легко выражается в конкретных результатах деятельности: набранных баллах, забитых голах, полученных очках.

К социально-психологическим аспектам спортивной команды также относятся выбор названия, символики, девиза. Данный выбор основывается не только на логике и рациональном подходе, а чаще не эмоциональной составляющей. Наряду с названием на меньшую роль играет и символика. Она может отражать направление деятельности или иметь переносный смысл. К последнему относится выбор в качестве символа животного, это оправдано тем, что каждое животное ассоциируется с определённым качеством. Например, символом баскетбольной команды «Red Bulls» являются быки, олицетворяющие напор и крутой нрав. Тем самым разработка фирменного стиля команды является одним из этапов создания имиджа.

Большое влияние на имидж оказывают смысловые, графические и цветовые решения: так шрифт должен соответствовать профилю деятельности (тяжелый, грубый). Вертикальные или горизонтальные прямые линии ассоциируются со спокойствием, солидарностью, волнистые – непринужденностью; простые и симметричные символы воспринимаются гораздо быстрее, чем сложные;

Такой элемент как девиз в футболе получил развитие в форме кричалок и речевок, превратившись в «оружие» болельщиков на трибунах. Придумывая эти речевки, фанаты ассоциируют себя с любимой командой, высказывая ей тем самым свою поддержку и любовь.

Гимн команды является элементов сплоченности, единства игроков команды, ее болельщиков. Как психологический момент вызывает чувство гордости у членов команды, заставляет настроиться на победную волну.

Можно отметить, что взаимосвязь всех социально-психологических аспектов формируют климат внутри спортивного коллектива, что напрямую сказывается на его жизнедеятельности, а также отражаются на результативности.

Все эти моменты характерны для команд других игровых видов спорта: хоккей, волейбол, баскетбол. Так рассмотрим некоторые аспекты имиджа хоккейной команды «Адмирал». Нами было проведено исследование среди болельщиков команды на предмет удовлетворенности внешними атрибутами стиля команды, а также выяснялись вопросы психологического климата среди болельщиков. Отметим, что команда существует 2-й год. За это время, она завоевала репутацию и любовь болельщиков. Все домашние игры проходят при заполненных трибунах. На данный момент, команда имеет логотип, выпускает атрибутику (шарфы, кепки, толстовки и др.), свою команду поддержки. Болельщики активно готовятся к проведению каждой игры.

Итак, на вопрос «имеет ли команда свой имидж и стиль игры?» подавляющее большинство опрошенных 92% ответили положительно, отметив стильный логотип команды, а также атакующий стиль игры. Что касается вопроса о психологической стабильности команды: 41% ответили, что видят сплоченность и единство коллектива, 59% выразили опасение, что все игроки команды не являются местными жителями, в связи с чем, команда терпит постоянные перестройки и смену игроков, что не может хорошо сказаться на психологической стабильности, следовательно, будет иметь влияние на результат. Для хоккейного клуба «Адмирал» был создан авторский гимн, который стал гордостью команды и болельщиков. Также «Адмирал» является единственным клубом КХЛ, который имеет свою авторскую песню, которая звучит, когда команда забивает шайбу, так называемую Goal Song. Следует отметить живой интерес и любовь болельщиков к команде, в первую очередь основанный на том, что «Адмирал» единственный клуб КХЛ в Приморском крае. Тем самым можно заключить, что наличие крепкого сектора болельщиков обеспечивает команде популярность и узнаваемость.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буева, Л.П. Социальная среда и сознание личности / Л.П. Буева ; Московский гос. ун-т. – М. : Издательство МГУ, 1968. – 312 с. – ISBN 978-5-91908-011-4.
2. Ильин, Е.П. Психология спорта / Е.П. Ильин. – СПб. : Питер, 2008. – 110 с.
3. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 245 с. – ISBN 5-305-00171-4.
4. Щедрова, И.А. Личностные качества руководителя как фактор социального управления психологическим климатом в организации : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Щедрова Ирина Алексеевна. – М., 2005. – 27 с.
5. Маркетинг спорта / под редакцией Джон Битч, Саймон Чедвик. – М. : Альпина Паблшер, 2010. – 706 с. – ISBN 978-5-9614-5124-5.

REFERENCES

1. Buyeva, L.P. (1968), *Social environment and consciousness of personality*, MSU publishing house, Moscow, ISBN 978-5-91908-011-4.
2. Ilin, E.P. (2008), *Psychology of sport*, Peter, St. Petersburg.
3. Andreyeva, G.M. (2007), *Social psychology*, Aspect-Press, Moscow, ISBN 5-305-00171-4.
4. Shchedrova, I.A. (2005), *Personal qualities of the head as a factor of social management of psychological climate in the organization*, dissertation, Moscow.
5. Ed. John Bitch, Simon Chedvik (2010), *Sport marketing*, Alpina Publisher, Moscow, ISBN 978-5-9614-5124-5.

Контактная информация: VL_2013@mail.ru

Статья поступила в редакцию 18.05.2015.

УДК 378

**АНАЛИЗ И ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ
ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА ВУЗА**

Эдуард Антонович Нехвядович, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой, Анна Борисовна Кирсанова, специалист кафедры, Северо-Западный институт управления Российской академия народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХиГС), г. Санкт-Петербург; Елена Петровна Косинова, преподаватель, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Санкт-Петербург; Юрий Александрович Парфенов, доктор медицинских наук, профессор, Северо-Западный государственный медицинский университет им. И.И. Мечникова (СЗГМУ им. И.И. Мечникова), Санкт-Петербург; Румия Галимжановна Коротенкова, кандидат психологических наук, доцент, Северо-Западный институт управления Российской академия народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХиГС), г. Санкт-Петербург

Аннотация

В данной статье рассматривается исследование актуальных проблем оценки эффективности труда преподавателей вуза, проведен анализ и оптимизация профессиональной мотивации профессорско-преподавательского состава, а также, выделены основные педагогические компоненты эффективности деятельности педагогов. В рамках настоящего исследования была также проведена оценка распределения преподавателей вузов, реализующих гуманитарные образовательные программы (дисциплины), по уровню эффективности педагогической деятельности и профессионально-педагогической направленности. Выполненный в ходе исследования контент анализ научных публикаций, диссертационных работ и нормативных документов по проблеме оценки эффективности профессиональной деятельности педагогов вуза позволил сформировать список наиболее важных психолого-педагогических компонентов. Поставлена задача проведения анализа мотивационных характеристик профессорско-преподавательского состава, разработки комплексной программы оптимизации профессиональной деятельности преподавателей вуза, включающей критерии и методику оценки эффективности труда, эмпирическую психолого-педагогическую модель развития