



Вікторія Погоріла, здобувачка II магістерського рівня,*

Олена Гант, к.психол.н. доцент *

Харківська державна академія фізичної культури*

Харків, Україна

ВПЛИВ МЕДІА НА РІВЕНЬ НАТХНЕННЯ У СПОРТСМЕНІВ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ ОСВІТИ, ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Анотація. У тезах розглядається використання медіа для натхнення спортсменів у віці від 14-23 років на підставі результатів анкетування. Аналізуються сучасні тенденції та підходи до застосування медіа для стимулювання мотивації серед цільової групи спортсменів.

Ключові слова: спортсмени, стан натхнення, медіа.

Вступ. Сучасні медіа, такі як телебачення, інтернет-ресурси та соціальні мережі, впливають на натхнення спортсменів у віці від 14-23 років, що визначає психічний стан та мотивацію спортсменів. Стан натхнення грає ключову роль у досягненні великих результатів у спорті, сприяючи особистому та командному розвитку спортсменів. Відчуття стану натхнення надає впевненості та ентузіазму як під час тренувань, так і під час змагань, що підтримує високий рівень концентрації уваги та активізацію резервів під час змагань [2]. У даній науковій роботі ми дослідимо особливості впливу медіа на стан натхнення спортсменів та можливі наслідки даного впливу на спортивну діяльність спортсменів. Ретельне вивчення даної теми дозволить нам глибше зрозуміти, як медіа впливає на мотивацію та емоційний стан спортсменів, а також допоможе спрогнозувати можливі наслідки впливу на їх спортивний успіх.

Мета та завдання дослідження. Наукове дослідження спрямоване на розширення уявлення про роль медіа в спортивній психології. Метою є надання практичних рекомендацій для спортсменів, тренерів та представників медіа щодо оптимального використання засобів масової інформації з метою підтримки натхнення та досягнення спортивного успіху.

На даному етапі, наша наукова робота включала в себе вирішення наступних завдань: проведення аналізу науково-методичної та спеціальної літератури щодо впливу медіа на психологічний стан та мотивацію спортсменів; розробка анкети та проведення опитування, спрямованого на вивчення використання засобів медіа в формуванні натхнення у спортсменів.

Матеріал і методи дослідження. У науковому дослідженні взяли участь 9 хлопців та 19 дівчат у віці від 14 до 23 років, які займаються спортом різної кваліфікації. Для досягнення поставлених завдань використовувалися наступні **методи дослідження:** теоретичний аналіз і узагальнення науково-методичної літератури; психо-діагностичний метод; метод опитування; метод анкетування. Нами була розроблена анкета, всього питань було 15, з яких питання відкритого та закритого типу, на тему використання засобів медіа при формуванні натхнення спортсменів.

Результати дослідження та їх обговорення. В результаті нашого опитування виявлено, що більшість спортсменів 35% щодня використовують медіа продукти перед тренуванням. Це свідчить про те, що спортсмени використовують медіа як засіб пошуку натхнення та мотивації перед заняттям [1]. Управління тренувальним режимом спортсменів залежить від тренерів, але результати опитування вказують, що більшість спортсменів 62,2% змінюють свій тренувальний режим після перегляду відео спортивних подій або інтерв'ю зі спортсменами [2]. Це свідчить про їхню відкритість до нових ідей і методів, спрямованих на покращення результатів. Довіра спортсменів до масової інформації, зокрема до контенту від медіа, також підтверджується результатами опитування, де 37,8% респондентів висловлюють довіру до інформації, яку вони отримують від засобів масової інформації. Однак виявлено, що простір Інтернету також насичений некваліфікованою інформацією, представленою «псевдо-тренерами». Тому рекомендація для професіоналів ділитися своїми знаннями у медіапросторі є логічною, оскільки це сприятиме доступу до якісної та достовірної інформації та допоможе відсіяти недостовірних експертів. Це має на меті надати спортсменам засоби, які сприятимуть їх розвитку та досягненню високих результатів [4].

Висновки. За результатами нашого наукового дослідження на тему особливості впливу медіа на стан натхнення у спортсменів різної кваліфікації 14-23 років більшість респондентів вважають, що медіа мають значний вплив на стан натхнення. Спортсмени використовують медіа як джерело натхнення та мотивації перед тренуванням. Перегляд спортивних подій та інтерв'ю зі спортсменами спонукає досліджуваних змінювати свій тренувальний режим, демонструючи їх відкритість до нових ідей та підходів



для покращення результатів[3].

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку. Подальші дослідження будуть спрямовані на дослідження теми спортивного натхнення.

Список використаної літератури.

1. Гант О. Є., Малик Я. К. Спортивна діяльність як особливий вид професіонального функціонування людини. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. Вісник Нац. ун-ту цивільного захисту України. 2014. Вип. 17, С. 79-86.
2. Платонов В. Н. Рухові якості та фізична підготовка спортсменів. Олімпійська література, 2017. С. 656.
3. Clark R., Jones M. The effect of sports broadcasts on motivation of professional athletes. *International Journal of Sports Science*. 2019. 26(2). P. 78-95.
4. Harrison L. The Influence of Media on Motivation and Inspiration. *Journal of Positive Psychology*. 2018. 12(4). P. 345-358.