

**ПРОГРАММА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
САМОКОНТРОЛЯ У СПОРТСМЕНОВ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ
СИТУАЦИЯХ**

Исследователь O‘zbekiston milliy pedagogika universiteti

Г. Сейтекова

***Аннотация.** В статье рассматривается проблема развития способности к самоконтролю у студентов-спортсменов в экстремальных ситуациях. Анализируются пути формирования психологических качеств спортсменов посредством социально-психологических тренингов, в частности с использованием методов корпоративного тренинга. В рамках исследования раскрываются сущность корпоративного тренинга, его историческое развитие и практическое применение. Проанализированы исследования западных и российских ученых (М. Аргайл, Э. Берн, К. Левин, Г. М. Андреева, Л. А. Петровская и др.), обоснована необходимость применения корпоративного тренинга в национальных условиях. Корпоративный тренинг представлен как средство эффективной организации межличностных отношений в группе и выработки стратегии достижения единой цели.*

***Ключевые слова:** самоконтроль, студенты-спортсмены, экстремальные ситуации, социально-психологический тренинг, корпоративный тренинг, корпоративная культура, психологические качества, межличностные отношения, эмоциональный контроль, групповая деятельность.*

Социально-психологические тренинговые программы, направленные на совершенствование самоконтроля у студентов-спортсменов, способствуют формированию различных психологических качеств и предусматривают использование современных методов. Хотя методы, применяемые в психологии, по своим целям не отличаются от активных методов, используемых в других отраслях психологии, социально-психологические исследования обладают специфическими особенностями и формами. Лишь после определения того, что изучать, каким способом и в течение какого времени проводить исследование, определяются конкретные средства и методы диагностики.

В мировой психологической практике выполнено множество научных работ по применению корпоративного тренинга. Европейскими и российскими учёными проведён ряд исследований (М. Аргайл, Э. Берн, Д. Джонсон, К. Левин, Д. Мацумото, Г. М. Андреева, Э. Бертли, С. Гермакова, А. И. Донцов, В. Кан-Калик, М. Лебедева, И. Сироежкин, Д. Эльконин, Ю. Н. Емельянов, Л. А. Петровская, Н. Н. Богомолова и др.). Однако научных исследований, посвящённых модификации корпоративного тренинга как средства развития самоконтроля личности и усиления эмоционально-волевой регуляции в условиях нашей национальной среды, недостаточно. Данное обстоятельство обусловило выбор корпоративного тренинга в качестве метода нашего диссертационного исследования.

Таким образом, психологические тренинги представляют собой коррекционное и психотерапевтическое воздействие, способствующее формированию и развитию личности, её адаптации к социальным отношениям и различным жизненным условиям и ситуациям.

Использование психологических тренингов способствует формированию и повышению коммуникативной компетентности личности.

Существует множество видов социально-психологических тренингов, и корпоративный тренинг является одним из них. Это особый метод психологического воздействия, организуемый в групповых условиях и направленный на эффективное выстраивание межличностных отношений. В основе корпоративного тренинга лежат понятия «корпорация» и «корпоративная культура». Термин происходит от латинского слова corporatio, означающего «объединение», «союз».

Корпоративный тренинг — это деятельность, направленная на достижение единой цели посредством целенаправленной организации группы, при необходимости разделённой на подгруппы, с выработкой стратегии совместных действий. В нашем исследовании данный метод применялся к группе студентов-спортсменов. В качестве практической задачи было определено апробирование средств достижения общей цели при условии развития навыков самоконтроля у спортсменов.

Согласно научным источникам, ранее вместо понятий «корпоративное объединение», «корпоративная организация» использовались термины «социальные нормы», «нравственный климат группы», «управленческая среда». К 1970-м годам усилился интерес к групповым факторам, влияющим на положительные результаты деятельности коллектива. В 1980-е годы учёные признали необходимость корпоративной культуры для принятия эффективных решений в группе.

В частности, западный исследователь Э. Шейн дал одно из первых определений: «Корпоративная культура — это такая модель поведения, согласно которой все члены группы признают принятые в ней нормы и ценности и следуют им не только в настоящем, но и в будущем. Кроме

того, новые члены коллектива обязаны безусловно принимать данные нормы, воспринимать и понимать других как единственно правильную форму взаимодействия». Следовательно, составляющими корпоративной культуры являются нормы морали и социальные ценности, обеспечивающие межличностные отношения в коллективе.

Заключение. Совершенствование самоконтроля у студентов-спортсменов является одной из актуальных проблем современной спортивной психологии. Результаты исследования показали, что метод корпоративного тренинга является эффективным средством развития у спортсменов способности контролировать своё поведение в экстремальных ситуациях, принимать правильные решения и выстраивать эффективную коммуникацию внутри команды.

Тренинговые программы, построенные на основе корпоративной культуры, способствуют совершенствованию личностных и групповых качеств студентов-спортсменов, повышению их социальной адаптации. Объединение членов группы вокруг единой цели, принятие нравственных норм и социальных ценностей укрепляют межличностные отношения и положительно влияют на спортивные результаты.

Разработка и внедрение модифицированных программ корпоративного тренинга в национальной среде остаются перспективным направлением дальнейших исследований в области спортивной психологии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цзен Н. В. Психотренинг. Игры и упражнения. — М.: Физкультура и спорт, 2011. — 268 с.
2. Спенсер Г. Основания психологии; Циген Т. Физиологическая психология. — М.: ООО «Издательство АСТ-ЛТД», 1998. — 560 с.



3. Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. — М.: Изд-во «Барс», 2007. — 392 с.
3. Barron F. X., Montuori A., Barron A. *Creators on Creating*. — New York: Tarcher Penguin, 1997.
4. Kahneman D., Tversky A. (Eds.). *Choices, Values and Frames*. — New York: Cambridge University Press, 2000.