CREAREA IMAGINII PROFESIONALE A ANTRENORULUI PRIN STRATEGII DE COMUNICARE EFICIENTĂ

FORMING THE PROFESSIONAL IMAGE OF THE SPORTS COACH THROUGH EFFICIENT COMMUNICATION STRATEGIES

CZU: 796.071.43:37.015.3 **https://doi.org/10.59295/spd2025s.120**

Aliona LUCA
ORCID: 0000-0002-8005-5495
E-mail: ucaaliona10@gmail.com
Institutul de Educație Fizică și Sport,
Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova

Serghei CHICIUC
ORCID: 0009-0004-9656-005X
E-mail: chiciucvulpe@inbox.ru
Institutul de Educație Fizică și Sport,
Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova

Summary. *This study aims to highlight the role of effective communication in building and strengthening the professional image of the sports coach, as well as to identify the most appropriate strategies for its promotion. The research employed both qualitative methods, such as the analysis of specialized literature on the topic and direct observation of communication strategies used in sports coaching, and quantitative methods, including the application of a questionnaire and statistical analysis of responses. The results indicate that the professional image of the coach is shaped by communication skills, the level of professional training, personality traits, and relational behavior. The responses of the 45 participants emphasize the importance of a democratic communication style, active online presence, and collaboration with the media, suggesting the need for continuous training and active engagement in activities aimed at promoting one's image in both the public and professional spheres.*

Keywords: *sports coach, effective communication, professional image, communication strategies.*

INTRODUCERE

Imaginea profesională a antrenorului reprezintă un factor esențial, care asigură succesul și eficiența activității sale. În domeniul sportului, în care relațiile cu sportivii, colegii și părinții au un impact direct asupra performanței, comunicarea devine un instrument important de creare și consolidare a unei reputații solide. O comunicare clară, empatică, adaptată contribuie la construirea unui climat de încredere și respect reciproc. Totodată, stilul de comunicare al antrenorului reflectă nu doar competențele profesionale, ci și valorile și principiile pe care le respectă. Imaginea antrenorului sportiv exercită

un rol stimulator, dat fiind că este corelată cu atitudinea societății față de acesta, contribuind la mobilizarea resurselor interne ale sportivilor, la realizarea scopului lor, la menținerea potențialului energetic în vederea soluționării situațiilor dificile care apar în procesul competițional. Având o imagine pozitivă, antrenorul poate contribui la crearea unui climat psihologic favorabil în procesul de instruire și antrenament, la atingerea unor performanțe maxime ale sportivului sau ale echipei pe care o pregătește.

MATERIAL ȘI METODE

În lucrarea de față, ne propunem să evidențiem elementele esențiale ale imaginii profesionale a antrenorului, să analizăm modul în care antrenorul își poate construi o imagine pozitivă printr-o comunicare eficientă și să formulăm unele strategii practice pentru consolidarea imaginii lui profesionale. Interesul pentru acest subiect de cercetare a fost determinat, pe de o parte, de corelația directă dintre imaginea profesională a antrenorului și rezultatele sportivilor în cadrul competițiilor, iar pe de altă parte, de necesitatea optimizării procesului de formare a unor antrenori competenți, bine pregătiți, capabili să-și conducă discipolii spre cele mai înalte performanțe.

În elaborarea acestei lucrări, au fost utilizate metode de cercetare calitativă, precum analiza bibliografiei de specialitate privind subiectul cercetat și observația directă a strategiilor de comunicare utilizate în domeniul antrenamentului sportiv, alături de cele calitative, precum aplicarea unui chestionar și analiza statistică a răspunsurilor. Chestionarul a fost structurat în 16 întrebări adresate unui grup de 45 de specialiști din Republica Moldova, care pregătesc sportivi în diverse ramuri.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

O succintă analiză a literaturii de specialitate la tema studiată a scos în evidență faptul că, deși imaginea profesională este un subiect ce a suscitat interesul mai multor autori din domenii precum marketingul, managementul, învățământul [1,2,3,4], se atestă o penurie a unor astfel de lucrări referitoare la imaginea antrenorului sportiv.

În cercetarea noastră, am plecat de la analiza conceptului de „imagine” și, implicit, a celui de „imagine a antrenorului sportiv”. În acest context, menționăm că, în lucrarea de față, înțelegem prin termenul „imagine” un simbol, o manieră deliberată, creată în conștiința societății, ce corespunde sistemului de valori compatibil culturii și normelor sociale (fr., en. *image; rus. имидж*). Totodată, considerăm necesar a distinge conceptul de *imagine* (*image*) de cel de *profesiogramă*, acesta din urmă fiind unul mai complex și conținând, în cazul antrenorilor, mai multe variabile, inclusiv: responsabilități; cunoștințe, abilități, capacități și competențe; interacțiuni, condiții și tipuri de activitate, capacități personale, funcții (atribuții) asociate profesiei, domenii de aplicare a cunoștințelor profesionale ș.a. [5, p. 326-327]. În literatura de specialitate se operează și cu conceptul de *branding profesional*, a cărui sferă de referință „este extinsă între imaginea personală (imprimată la nivel de branding personal) și imaginea profesională

(reprodusă și valorificată la nivel de branding profesional), imagini rezultate în urma unor (auto)reflecții construite individual (psihologic) și social (comunitar), special pentru a (auto)evalua prescriptiv, dar și prospectiv, stadiul atins în formarea și dezvoltarea carierei profesionale" [6, p. 54].

Imaginea antrenorului sportiv se creează în procesul de formare profesională și personală și are un impact emoțional și psihologic asupra sportivilor. În mare măsură, „imaginea antrenorului determină performanța, prin urmare, poate fi considerat un factor de sporire a rezultativității competiționale" [7, p. 3, *t.n.*]. În acest caz, se poate vorbi de o „imagine profesională funcțională" a antrenorului, înțeleasă drept „imagine profesională efectivă a antrenorului, ca purtător al unui rol social, important pentru succesul echipei, care, în percepția sportivilor, se identifică cu succesul sportiv personal și cu cel al echipei, fiind capabil să conducă la creșterea rezultatelor în activitatea competițională" [8, p. 67, *t.n.*].

Imaginea profesională poate fi formată, modificată, corectată etc. În acest context, antrenorul trebuie considerat un subiect activ, care își creează și perfecționează propria imagine profesională.

O condiție importantă pentru conturarea și îmbunătățirea imaginii antrenorului în procesul de pregătire și desfășurare a activităților profesionale este dezvoltarea unui sistem de calități și competențe personale ale deținătorului (promotorului) imaginii, ca un ansamblu de factori motivaționali, comunicativi, comportamentali, de relaționare etc. Un specialist în domeniul culturii fizice și sportului trebuie să dețină un ansamblu de competențe: profesionale (de specialitate), manageriale, legislative, economice, antreprenoriale, de comunicare și de cunoaștere a limbilor străine, de creativitate și gândire critică [5, p. 253].

Pentru a ne forma o reprezentare complexă a imaginii profesionale a antrenorului și a determina cele mai eficiente strategii de creare și promovare a acesteia, am elaborat un chestionar alcătuit din 16 întrebări, care au fost grupate în 4 categorii și au vizat următoarele aspecte: locul abilităților de comunicare în crearea imaginii profesionale a antrenorului, strategiile de promovare a imaginii profesionale a acestuia, impactul competențelor de comunicare ale antrenorilor asupra performanței sportivilor și recomandări privind dezvoltarea abilităților de comunicare și promovarea imaginii profesionale. Chestionarul a fost aplicat în martie 2025 pe platforma digitală Google Forms, implicând un eșantion de 45 de antrenori din diferite instituții de profil din Republica Moldova.

Cele mai semnificative răspunsuri vor fi analizate în cele ce urmează.

Referitor la profilul respondenților, s-a constatat că vârsta antrenorilor variază de la 24 ani până la 75 ani (vârsta medie – 42 ani), iar vechimea în muncă – de la 6 luni până la 35 ani (în medie – 17 ani). Sporturile în care sunt încadrați antrenorii sunt: atletism – 4, lupte libere – 5, gimnastică – 3; natație – 2; caiac-canoe – 2; box, kickboxing, haltere, judo, taekwondo WT, karate, hipism, fitness aerobic, joc de dame, tenis de masă – câte 1 respondent; jocuri sportive (fotbal, rugby, volei, baschet) – 20.

Pentru a scoate în evidență rolul abilităților de comunicare în crearea imaginii profesionale a antrenorului, le-am solicitat respondenților să menționeze trei factori esențiali, care configurează imaginea profesională pozitivă a acestuia. Cele mai frecvente răspunsuri au fost: competențe teoretice, cunoștințe temeinice în domeniul antrenamentului sportiv (38 răspunsuri); capacitatea de stimulare și motivare a sportivilor (31 răspunsuri); capacitatea de a relaționa cu sportivii, părinții, colegii (28 răspunsuri); respectarea principiilor de etică și deontologie profesională (22 răspunsuri). Stilul de comunicare a fost menționat de 14 ori.

Majoritatea covârșitoare a antrenorilor (peste 64%) afirmă că au un stil de comunicare democratic, bazat pe colaborare; circa 18% consideră că este mai eficient stilul lor autoritar, iar circa 13% - stilul liberal. Aproximativ 4,5% au menționat că, în relațiile cu sportivii, își adaptează stilul de comunicare la situația concretă.

Totodată, importanța competențelor de comunicare în activitatea de instruire și antrenament este estimată ca foarte mare de 69% și mare de circa 29 % din numărul total al antrenorilor. Cel mai frecvent tip de feedback verbal pe care îl oferă sportivilor îl constituie recomandările pentru îmbunătățirea performanțelor (62%) și aprecierile verbale (24%). Doar un număr foarte mic de respondenți (11%) apelează la critici și corectări constructive sau îmbină mai multe tehnici, în funcție de situație (2%).

Tehnicile de comunicare nonverbală (postură, gesturi, expresii faciale) sunt aplicate în cadrul antrenamentelor destul de des de circa 56% de antrenori, foarte des – de 7%, rareori – de circa 31%. Iar impactul acestor tehnici asupra relației cu sportivii este evaluat ca foarte mare de circa 16%, semnificativ de circa 47% și moderat de 31% din numărul total de respondenți. Aproape 7% consideră că aceste tehnici influențează nesemnificativ asupra raporturilor lor cu sportivii.

Prezența în mediul online este considerată un mijloc eficace de promovare a imaginii profesionale a antrenorilor, răspunsurile acestora fiind distribuite în felul următor: foarte important – 11%; important – 36%; moderat – 47%, neimportant – 6%.

Platformele de promovare a imaginii profesionale, considerate a fi cele mai eficiente, sunt rețelele de socializare: Facebook (68%), Instagram (16%), precum și alte platforme digitale, ca grupurile Viber, Telegram, Linkedin, Tik-Tok,, website-uri și bloguri personale.

Cei mai mulți dintre antrenori conștientizează rolul activităților de formare profesională continuă în crearea imaginii lor profesionale, evaluând impactul acestora ca fiind foarte mare (peste 47%), mare (40%), moderat (7%), mică (7%). Nici un respondent nu a ales opțiunea „influență nulă”.

În munca lor, 60% dintre antrenori au colaborat cu mass-media, iar cei mai mulți dintre ei consideră că participarea la emisiuni sportive a avut un impact pozitiv asupra creării sau promovării imaginii lor profesionale. Antrenorii au menționat, de asemenea, că acest gen de activități au contribuit la cunoașterea lor ca specialiști, la atragerea tinerilor în practicarea sportului, la cunoașterea și promovarea rezultatelor sportive ale discipolilor, a metodelor de instruire și antrenament.

Un alt aspect relevat în studiul nostru a vizat impactul competențelor de comunicare ale antrenorilor asupra performanței sportivilor. Conform rezultatelor chestionarului, 51% dintre antrenori consideră că stilul lor de comunicare are o influență foarte mare asupra rezultatelor elevilor, peste 44% - o influență mare, iar circa 5 % - o influență moderată.

Un aspect important al activității antrenorilor constă în gestionarea situațiilor dificile și a conflictelor dintre sportivi. În acest sens, cele mai mari obstacole sunt considerate lipsa de timp (13%) și diferențele de personalitate ale sportivilor (27%), precum și conflictele interne din cadrul echipei (4%). Totuși cei mai mulți antrenori (peste 55%) au afirmat că nu întâmpină niciun fel de obstacole.

Cele mai eficiente strategii de abordare a conflictelor dintre sportivi sunt: înțelegerea cauzelor și soluționarea problemelor (56%) și dialogul deschis (40%). Doar 4% dintre antrenori apelează nemijlocit la sancțiuni pentru a soluționa situațiile de comunicare dificilă dintre sportivi.

În cele din urmă, antrenorii au subliniat că există o legătură directă între imaginea lor profesională și rezultatele obținute de sportivi, fapt menționat de circa 49% din respondenți. Un alt factor major, care contribuie la menținerea imaginii pozitive a acestora, este participarea activă la evenimente sportive (31%). Ceilalți factori menționați de antrenori au fost: abilități de comunicare (circa 9%) și toți factorii de mai sus, în ansamblu (circa 11%).

Ultima întrebare a chestionarului a avut drept scop obținerea unor recomandări din partea respondenților cu privire la dezvoltarea abilităților de comunicare și promovarea imaginii profesionale (întrebare deschisă). Sugestiile formulate s-au axat, în primul rând, pe stimularea interesului antrenorilor pentru activități de formare și perfecționare profesională și personală continuă; dezvoltarea multilaterală a personalității acestuia; dezvoltarea calităților general-umane (răbdare, perseverență, încredere în forțele proprii etc.); participarea la activități de instruire (conferințe, întruniri, traininguri, cursuri de comunicare și leadership); studiul literaturii de specialitate, inclusiv din alte domenii; schimbul de experiență, colaborarea cu alți antrenori, organizarea de competiții și turnee; comunicarea eficientă și cooperarea dintre antrenori, sportivi și părinți; organizarea activităților de promovare a echipei (prezentarea succeselor și a progresului sportivilor antrenați, utilizarea rețelelor sociale). Un loc aparte printre recomandările făcute de antrenori îl ocupă formarea și perfecționarea competențelor de comunicare, inclusiv prin acțiuni de documentare permanentă, consultarea literaturii de specialitate, a presei periodice etc.; vizionarea/ audierea emisiunilor televizate/ radiofonice și promovarea în mass-media a rezultatelor sportivilor, dialog deschis cu sportivii, interacțiunea activă cu specialiștii din domeniu, fortificarea comunicării instituționale.

Investigația realizată a permis identificarea următoarelor rezultate relevante:

1. Au fost scoase în evidență principalele componente ale imaginii antrenorului: profesională (cunoștințe și competențe profesionale), de personalitate (trăsăturile morale, calitățile general-umane); comportamentală-relațională:

- Competența profesională – cunoștințe temeinice în domeniul antrenamentului sportiv, cunoașterea și aplicarea metodelor moderne de pregătire, capacitatea de a adapta strategiile de antrenament la obiectivele acestuia și la nevoile sportivilor, activități de autoperfecționare și participarea la cursuri de formare profesională continuă – toate, în ansamblu, au un rol major pentru crearea și menținerea unei imagini profesionale pozitive a antrenorului.
- Trăsăturile de personalitate, calitățile general-umane – simțul responsabilității, onestitatea, corectitudinea, perseverența, răbdarea, empatia, fermitatea, respectul față de sportivi și colegi – contribuie la consolidarea încrederii și la menținerea unui climat pozitiv în echipă. Totodată, antrenorul trebuie să le cultive aceleași calități și sportivilor, să promoveze spiritul de fair-play și să servească el însuși drept model de integritate.
- Comportamentul și relațiile profesionale: respectarea normelor de etică profesională, respectul, capacitatea de a înțelege nevoile și emoțiile sportivilor, de a oferi sprijin, de a formula și de a impune respectarea unor reguli clare sunt aspecte esențiale în activitatea antrenorului. În același timp, atitudinea pozitivă și deschiderea spre dialog contribuie la crearea unui climat psihoemoțional favorabil și a unui mediu de lucru motivant și constructiv.

2. Au fost determinate cele mai eficiente strategii de comunicare pentru construirea unei imagini pozitive a antrenorului, inclusiv:

- strategiile de comunicare verbală (formularea clară a mesajelor, accesibilitatea termenilor, concizia și corectitudinea exprimării etc.);
- comunicarea motivantă și constructivă, capacitatea de a stimula și a încuraja tinerii sportivi, folosind mesaje care să le insufle încredere și să-i determine să persevereze;
- realizarea unui feedback eficient (aprecieri verbale, mesaje de corectare sau critică constructivă, stimularea progresului și a realizărilor sportivilor, a dorinței de perfecționare continuă, capacitatea de gestionare a conflictelor și de soluționare a situațiilor dificile);
- tehnici de comunicare nonverbală (postura, aspectul exterior, trăsături fizice demne de imaginea unui antrenor, menținerea contactului vizual cu interlocutorul, gesturi și expresii faciale în concordanță cu mesajul transmis etc.).

3. Au fost conturate strategii viabile de promovare a imaginii antrenorului, în acord cu provocările și cerințele actuale din domeniul sportului:

- prezența activă în mediul online (promovarea pe rețele sociale a realizărilor proprii și ale discipolilor, a evenimentelor la care au participat sau care urmează a fi organizate, a valorilor cultivate, a metodelor de antrenament, a unui mod de viață sănătos etc.);
- crearea unor website-uri profesionale și bloguri educaționale (interviuri cu sportivii sau reportaje de la competiții și evenimente);

- participarea la evenimente științifice și de formare continuă (conferințe, workshopuri, seminare de profil), publicarea de articole științifice etc.;
- colaborarea cu mass-media (oferirea interviurilor, participarea la emisiuni TV, publicarea propriilor articole în ziare), fapt ce contribuie nu doar la creșterea vizibilității, dar și la validarea profesionalismului antrenorului.

CONCLUZII

Chestionarul aplicat în studiul de față a servit la acumularea unor informații importante privind practicile curente ale antrenorilor sportivi, evidențiind impactul competențelor de comunicare asupra imaginii lor profesionale, a performanțelor sportivilor și ale echipelor pe care le pregătesc. Au fost identificate, de asemenea, cele mai eficiente strategii de comunicare pentru crearea și promovarea unei imagini pozitive a antrenorului.

Rezultatele studiului susțin ideea că un antrenor sportiv trebuie să constituie un model de conduită morală și de comunicare eficientă atât în relația cu sportivii, cât și în raport cu întreaga comunitate. Este esențial ca antrenorii să manifeste o atitudine profesională, să fie exemple de respect și disciplină, să-și perfecționeze permanent abilitățile de comunicare pentru a-și inspira și a-și ghida sportivii spre cele mai înalte performanțe.

REFERINȚE:

1. NICOLAE M., SEITZ, V. *Cheia succesului. Imaginea profesională*. București: Humanitas, 2008. 228 p. ISBN: 978-973-50-1940-2.
2. EȚCO, C., FORNEA, I. Cercetări actuale privind imaginea personalității profesorului instituției de învățământ superior medical. In: *Sănătate publică, economie și management în medicină.* 2011, nr. 3(38), p. 74-78. ISSN 1729-8687 / ISSNe 2587-3873. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Cercetari%20acuale%20privind%20imaginea%20personalitatii%20profesorului%2074_78.pdf [Accesat: 05.04.2025].
3. BEZEDE, R. Valențele imaginii şi statutului cadrului didactic în context actual. Sinteză de politici. În: *Didactica Pro*…, 2019, nr. 4-5 (116-117), p. 13-18. ISSN 1810-6455. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/13-18_12.pdf [Accesat: 05.04.2025].
4. КАЛЮЖНЫЙ, А.А. *Психология формирования имиджа учителя*. Москва: Владос, 2004. 222 с. ISBN 978-5-6910-1322-5.
5. BUDEVICI-PUIU, L. *Teoria şi praxiologia formării profesionale managerial-normative (inițiale şi continue) a specialiştilor din domeniul culturii fizice.* Teză de dr. hab. în științe ale educației. Chișinău, 2022, 343 p.
6. CRISTEA, S. Brandingul profesional. (online). În: *Didactica Pro…,* 2023, nr. 1 (137), p. 53–56. ISSN 1810-6455. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/53-56_63.pdf [Accesat: 23.06.2025].

7. БУШУЕВА, Т. *Формирование имиджа спортивного тренера как фактора результативности соревновательной деятельности*: дисс. канд. пед. наук. Челябинск, 2007. 181 с. Доступно: http://www.dslib.net/fiz-vospitanie/formirovanie-imidzha-sportivnogo-trenera-kak-faktora-rezultativnosti.html [Просмотрено: 06.04.2025].
8. МАЛИНОВСКИЙ, А., ПЕТРОВСКАЯ, Т. Личностные детерминанты формирования функционального имиджа тренера по футболу при работе с командами разного уровня. В: *Наука в олимпийском спорте.* 2018, с. 66-72. Доступно: https://sportnauka.org.ua/wp-content/uploads/nvos/articles/2018.1_9.pdf [Просмотрено: 06.04.2025].