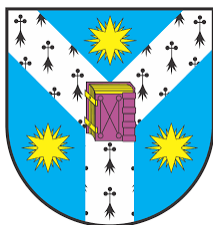


**UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI
FACULTATEA DE EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT
ȘCOALA DOCTORALĂ ÎN ȘTIINȚA SPORTULUI ȘI EDUCAȚIEI
FIZICE
DOMENIUL: ȘTIINȚA SPORTULUI ȘI EDUCAȚIEI FIZICE**



**Mass-media: canal pentru promovarea și educarea
dublei cariere a sportivilor**

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

Conducător de doctorat:

PROF. UNIV. DR. HABIL. *BEATRICE-AURELIA ABALAȘEI*

Student-doctorand:

IONUȚ ONOSE

2023

Cuprins

INTRODUCERE.....	4
PARTEA I. FUNDAMENTAREA TEORETICĂ A TEMEI DE CERCETARE.....	6
CAPITOLUL 1. Delimitări conceptuale: carieră vs. carieră dublă.....	6
1.1. Privire de ansamblu asupra termenului „carieră”..	7
1.2. Dubla carieră.....	8
CAPITOLUL 2. Aspecte decizionale cu privire la dubla carieră.....	9
2.1. Dubla carieră în unele țări din Europa.....	9
2.2. Dubla carieră în România.....	11
CAPITOLUL 3. Mass-media – conceptualizare.....	12
3.1. Mass-media și sportul.....	13
3.2. Conceptul de dublă carieră în mass-media.....	14
3.3. Canalele sociale de comunicare în lume și România – aspecte generale.....	15
3.4. Campionul și performanța sportivă – context.....	16
PARTEA A II-A. PARTEA APLICATIVĂ.....	17
CAPITOLUL 4. Demers investigativ cu privire la cariera dublă în România.....	17
4.1. Direcții viitoare de cercetare.....	19
CAPITOLUL 5. Studiu preliminar.....	20
5.1. Premisele studiului preliminar.....	20
5.2. Ipotezele, obiectivele, subiecții și variabilele cercetării.....	20
5.3. Analiză și interpretare.....	21
5.3.1. Categoria „carieră dublă”.....	22

5.3.2. Categoria „Profilul sportivului de performanță”.....	22
5.3.3. Categoria „Mass-media”.....	23
5.3.4. Categoria „Instrumente mass-media”.....	23
5.4. Testarea ipotezelor.....	24
5.4.1. Testarea ipotezei secundare 1.....	25
5.4.2. Testarea ipotezei secundare 2.....	26
Concluziile studiului preliminar.....	26
Limitele studiului preliminar și direcțiile viitoare de cercetare.....	27
CAPITOLUL 6. Studiul principal.....	28
6.1. Premisele studiului principal.....	28
6.2. Ipotezele, obiectivele și subiecții cercetării.....	29
6.3. Metodologia cercetării.....	30
6.4. Testarea ipotezelor.....	31
6.4.1. Testarea ipotezei secundare 1.....	32
6.4.2. Testarea ipotezei secundare 2.....	34
Concluziile studiului principal.....	39
Concluziile cercetării.....	40
Direcții viitoare de cercetare.....	44
Limitele cercetării.....	45
Diseminarea rezultatelor.....	46
Recunoaștere.....	47
Bibliografie.....	48

Cuvinte cheie: mass-media, cariera dublă, sportiv, canal social de comunicare, Youtube.

INTRODUCERE

Sintagma „carieră dublă” reprezintă o asociere de cuvinte pe care o întâlnim, uneori, în viața cotidiană. Fără îndoială, noțiunea este relativ nouă în abordarea socio-umană, iar optimizarea scopului și obiectivelor unui individ reprezintă, în ziua de azi, modele de succes pentru împlinirea profesională.

Pe tot parcursul carierei de performanță, sportivii sunt obligați să îndeplinească mai multe roluri sociale în același timp (elevi/studenti, membri de familie, angajați etc) și sunt nevoiți să-și gestioneze, cu ajutorul mediului familial, școlar sau sportiv, dubla carieră (sportivă și educațională sau profesională) (Kristiansen, E., 2017, Oros & Hanțiu, 2016). Pentru ei, să-și continue educația în timp ce participă la competiții, reprezintă, după Abenza-Cano et al. (2020), o sarcină provocatoare și intensă.

Cerințele pentru sportul de performanță presupun alocarea totală a timpului pentru realizarea de excelență. Acest lucru implică o concentrare totală a sportivului pentru dezvoltarea carierei sportive, deoarece are foarte puțin timp, pe lângă sport, pentru alte aspecte ale vieții. De aceea este foarte important ca sportivii să dețină o carieră dublă sau să fie pregătiți pentru o altă activitate după retragere. În condițiile prezentate, cele două noțiuni (sport și carieră), nu doar că trebuie să fie compatibile, dar trebuie să fie și complementare (Aquilina, 2013).

În ultimii ani, media și influența sa asupra societății a crescut exponențial, alături de dezvoltarea tehnologiei, iar unele țări

implementează chiar programe formale și non-formale de educație media (Yevtushenko & Kovalova, 2019).

Strategia și planul de acțiune pentru creșterea gradului de conștientizare a carierei duble prin intermediul mass-media oferă o oportunitate de a evalua acțiunile de sensibilizare și impactul acestora la nivel național. Se constată că, de cele mai multe ori, studenții (elevii) sportivi folosesc rețelele sociale pentru a-și lauda (promova) preponderent performanțele sportive, fără a lua în calcul și realizările lor școlare. În acest sens, sunt pierdute oportunități reale de creștere a gradului de conștientizare cu privire la cariera dublă. Pentru rezolvarea situației, soluția este simplă: educarea optimă a sportivilor care își continuă riguros educația, de a utiliza eficient canalele sociale de comunicare și de a prezenta atât performanțele sportive cât și pe cele educaționale. În acest fel, ei vor contribui la promovarea carierei duble și pe canalele media, atât de utilizate de către tinerii societății contemporane.

PARTEA I. FUNDAMENTAREA TEORETICĂ A TEMEI DE CERCETARE

CAPITOLUL 1. Delimitări conceptuale: carieră vs. carieră dublă

„Cariera dublă” se referă la încercarea sportivilor de a combina performanța sportivă cu educația sau munca, în încercarea de a se proteja după ce cariera sportivă se încheie (EU Guidelines on Dual Careers of Athletes, 2012) (trad. Ghidul European pentru Dubla Carieră a Sportivilor).

Noțiunea de „carieră dublă”, alăturare de termeni care îmbină sportul și educația (sau sportul și cariera), a obținut recunoașterea mondială și este subiectul numeroaselor analize și studii (Gledhill & Harwood, 2015). Deoarece omul, în general, nu este mereu preocupat de ceea ce urmează, analiza unei viitoare cariere (în timp ce deține o alta), poate fi considerată o provocare.

Tinerii sportivi care studiază sunt implicați în două contexte sociale dominante: sunt în același timp și elevi/studenti și sportivi. Deseori, sub acest statut, tinerii sunt nevoiți să abordeze unele situații din perspectiva elevului/studentului, iar altele, din perspectiva sportivului.

Relația dintre activitatea sportivă și educație (muncă) este descrisă de Pallares et al. (2011) pe 3 direcții: „calea liniară” (în care sportivii sunt focalizați doar pe cariera sportivă și total dezinteresați de obținerea unui statut profesional după încheierea acesteia), „calea convergentă” (unde sportivii

prioritizează cariera sportivă și au o abordare superficială asupra dezvoltării carierei duble) și „calea paralelă”, care reprezintă metoda optimă, deoarece sportivii acordă o importanță egală performanțelor academice și sportive (ceea ce reprezintă și viitorul model de împlinire a propriului potențial ca cetățeni europeni).

1.1. Privire de ansamblu asupra termenului „carieră”

Deși inițial era asociată cu ascensiunea ierarhică a unei persoane în cadrul unei organizații, Lemeni și Miclea (2010), asociază cariera cu un traseu de dezvoltare al unei persoane, prin învățare alături de muncă și sugerează că în societatea contemporană, termenul reprezintă o componentă esențială în evoluția personalității fiecăruia, ce presupune, după Gherman et al. (2010), o luptă continuă în vederea atingerii scopurilor sau obiectivelor personale propuse.

De obicei termenul „carieră” este echivalat cu un vector ascendent de reușită și nu doar alăturat cu persoanele care ocupă poziții manageriale importante în cadrul unei instituții.

„Cariera sportivă” este un termen care reprezintă o activitate sportivă desfășurată pe o perioadă de mai mulți ani, care este aleasă în mod voluntar de o persoană și care vizează atingerea succesului sportiv într-una sau mai multe competiții.

În concluzie, putem afirma că pentru a construi o carieră, indiferent dacă vorbim despre un sportiv de performanță sau o persoană care nu practică activități sportive, sunt necesare cunoștințe complete și complexe despre întregul proces. În acest context, Schwaiger (2012), este de părere că realizarea unei

alegeri sau a unei schimbări în carieră nu mai este un lucru simplu, ci devine complex și complicat în economia mondială care se bazează constant pe competiție.

1.2. Dubla carieră

Conceptul de „carieră dublă”, care se referă la provocarea de a combina cariera sportivă cu educația sau munca, rămâne, după Ryba et al. (2015), o sursă constantă de îngrijorare pentru majoritatea sportivilor de performanță.

Există în literatura de specialitate numeroase studii referitoare la cariera dublă. Deși mulți dintre specialiști încearcă să definească sintagma cât mai exact, sunt prezente în sfera cercetării numeroase abordări. În acest sens, Gomez et al. (2018) sunt de părere că un elev/student sportiv reprezintă o persoană care încă se găsește în domeniul educației dar, de asemenea, se antrenează la cel mai înalt nivel sau o persoană care este student sau elev și care participă la competiții sau concurează sub egida unei federații, club sau asociații sportive.

Cariera dublă, după Stambulova et al. (2015), se dovedește că reprezintă soluția optimă pentru a evidenția beneficiile practicării sportului și în același timp, îi pregătește pe cei care se retrag din performanță pentru ce urmează. Există o nevoie acută de a coordona și sprijini cariera dublă a sportivilor, cu scopul de a menține tinerii talentați în domeniile sportului și educației și de a evidenția avantajele unei cariere duble.

Cu toate că tranziția care există în dubla carieră face referire în mod preponderent la sport și educație, retragerea din sport este, de multe ori, previzibilă și asociată inevitabil cu

provocări și schimbări în toate domeniile de activitate care presupun dezvoltarea sportivului ca individ.

CAPITOLUL 2. Aspecte decizionale cu privire la dubla carieră

Noțiunea de carieră dublă pentru sportivii de performanță presupune, prin definiție, implicarea domeniilor conexe (muncii, educației, sănătății) în sfera de activitate a sportului. Guvernării și responsabili cu politicile de dezvoltare ale unei țări trebuie să fie conștienți de vulnerabilitatea sportivilor care își încheie cariera.

În realitate, cunoșterea motivației și a dorinței de realizare în viață de către elevii/studentii sportivi, în raport cu diferitele sisteme educaționale ale Europei, pot promova, după Lupo et al. (2015), o înțelegere mai bună a așteptărilor academice sau sportive și astfel, să ofere informații importante celor care pot decide în domeniile corespunzătoare. Sub acest aspect, comparațiile între țări, împreună cu determinarea elevilor/studentilor sportivi referitoare la cariera dublă, contribuie la dezvoltarea strategiilor sustenabile de realizare a programelor care combină educația și sportul.

2.1. Dubla carieră în unele țări din Europa

Promovarea carierei duble pentru a asigura tinerilor sportivi dezvoltarea educațională și vocațională reflectă strategia forului european, care își dorește o rată a abandonului școlar scăzut, un număr cât mai mare de absolvenți de studii

universitare și un procent mare de angajabilitate în rândul tinerilor (Aunola et al., 2018).

Pentru Europa, unul dintre documentele importante care analizează cariera dublă este Ghidul European pentru Dubla Carieră a Sportivilor, act care descrie recomandările de acționare asupra politicilor pentru sprijinirea carierei duble în sportul de mare performanță.

Statul poate interveni în promovarea și managementul dublei cariere în țara respectivă. Studiile au identificat 4 tipuri de abordări ale statului cu privire la cariera dublă (Aquilina & Henry, 2010):

- Tipul 1: reglementarea centrată pe stat, în care legislația guvernamentală sau reglementările statutare atribuie responsabilități instituțiilor de învățământ superior. Regăsim acest tip de abordare în țări precum Franța, Ungaria, Luxemburg, Spania, Polonia, Portugalia;
- Tipul 2: statul în calitate de sponsor/facilitator, acolo unde sunt promovate acorduri formale pentru a satisface nevoile sportivilor la nivel educațional. Belgia, Danemarca, Estonia, Finlanda, Germania, Letonia, Lituania, Suedia reprezintă țări care pun în practică caracteristicile tipului 2 de abordare a carierei duble;
- Tipul 3: în această situație Federațiile sau Institutele Naționale Sportive sunt direct angajate în negocierea cu entitățile educaționale în numele sportivilor. Statele care utilizează strategia descrisă sunt Grecia și Marea Britanie;
- Tipul 4: „laissez-faire” (trad. „lăsați-l să fie”), unde nu există structuri formale, iar acordurile sunt negociate în

mod individual. Este cea mai simplă abordare a carierei duble, iar în această situație lucrurile pot fi îmbunătățite în mod considerabil atât prin politici clare, dar și prin implicare guvernamentală. Țări precum Austria, Cipru, Cehia, Țările de Jos, Irlanda, Italia, Malta, Slovacia, Slovenia pot fi încadrate la acest tip de relaționare a statului cu dubla carieră.

2.2. Dubla carieră în România

În țara noastră, dubla carieră realizează primii pași spre dezvoltare. De la aderarea la UE, România este obligată să-și alinieze legislația către tendințele europene în privința carierei duble.

În acest moment nu există o cultură a carierei duble pentru sportivi. Autoritățile sunt puse în situația de a sprijini acțiunile care vizează dubla carieră, deoarece există programe finanțate de către UE în care se încearcă promovarea conceptului la nivel național.

Sportivii români sunt concentrați mai mult pe câștigarea competițiilor decât să-și dezvolte capacitatea de a găsi soluții în combinarea antrenamentelor cu educația/munca. Situația se prezintă astfel dintr-o culpă comună: antrenorii, federațiile, chiar și părinții sunt interesați de rezultatele imediate de top și mai puțin de activitatea pe care sportivii o vor desfășura după încheierea carierei.

În România, în privința carierei duble există programe și proiecte care prezintă situația reală și propun soluții optime pentru implementarea, în conștiința sportivului român, a noțiunii

de carieră dublă. Organizațiile educaționale în domeniul sportului își propun promovarea carierei duble, iar alături de acest demers se află și decidenții instituționali.

CAPITOLUL 3. Mass-media – conceptualizare

Comunicarea umană este realizată cu ajutorul interacțiunii dintre două tipuri de relații: directe (atunci când vorbim despre o comunicare interpersonală) și indirecte (atunci când intervine și suportul tehnologic în medierea comunicării).

Mass-media reprezintă (după Bălă, 2015), o sintagmă care provine din cuvântul englezesc „mass”, care se referă la masa de consumatori și termenul latin „media” care face trimitere la suporturile pe care sunt fixate mesajele respective. În privința celui de-al doilea termen, Coman (2016), îl consideră o sursă continuă de neclarități din punct de vedere conceptual dar și lingvistic, pentru că, în acest moment, nu există o formulă unanim acceptată. Termenul poate face referire la o tehnică sau ansamblu de tehnici de producere sau transmitere a mesajelor prin suporturi manevrabile sau canale anume, sau se poate referi la un ansamblu al mesajelor (create cu această tehnică), ori un ansamblu al organizațiilor (care produc aceste mesaje). Morariu (2014) face referire la „media” ca la o modalitate principală de interacțiune cu un număr ridicat de indivizi.

Cu toate că sunt încercate diferite explicații și definiții ale termenului „media”, iar inițial, după Livingstone (2015), mass-media însemna doar presă, televiziune sau cinema, o idee rămâne constantă și se regăsește mereu în prezentarea termenului:

transmiterea (comunicarea) de la un sistem central către mai mulți receptori.

3.1. Mass-media și sportul

Punctul de joncțiune pentru experiențele din domeniul sportului cu cele ale canalelor sociale de comunicare, crează un scenariu intrigant și unic. Situația în care un sportiv de talie mondială (idolatrizat de către copii și adulți), își prezintă, cu ajutorul rețelelor sociale, viața și luptele sale interne, reprezintă un moment de accesibilitate în aura de invincibilitate a acestuia. Această stare le permite fanilor, dar și criticilor, să privească și să înțeleagă aspirațiile viitoare, prin informațiile personale postate (Bireline, 2014).

O mare cantitate de informații cu privire la activitatea sportivilor este redată publicului larg de către mass-media și prin numeroasele biografii și autobiografii sportive. Acțiunea mass-media în sport are ca rol comunicarea și transmiterea mesajelor de la organizația sportivă, sau sportiv, către audiență. Dacă se are în vedere efectul sportului asupra diferitelor dimensiuni ale vieții personale și sociale, rolul mass-media ca mediator devine esențial.

Sportul și canalele sociale de comunicare s-au dezvoltat într-o simbioză perfectă ca urmare a dezvoltării tehnologice. Odată cu apariția televiziunii, relația dintre sport și mass-media devine din ce în ce mai strânsă. Astfel, televizorul a fost identificat ca sursă primară în obținerea informațiilor, urmat de internet, ziare și un foarte mic procent de la radio. Cunoașterea preferințelor consumatorilor de media poate fi folositoare în luarea deciziilor de

promovare a avantajelor carierei duble. Ulterior, odată cu evoluția sociologiei sportului, educației fizice, sportului de masă etc, relația dintre sport și mass-media devine treptat obiectul cercetării academice (Wei et al., 2020).

În mass-media există, în momentul actual, conținut suficient pentru media sportivă: transmisiuni ale competițiilor, interviuri cu sportivi, filme (documentare sau artistice) despre antrenori ori evenimente sportive etc.

3.2. Conceptul de dublă carieră în mass-media

Media joacă un rol de modelare în dezvoltarea și sustenabilitatea culturii naționale, inclusiv pentru cariera dublă (Capranica & Guidotti, 2016). După Florescu (2014), tinerii analizează comportamentele și valorile expuse în mass-media, iar dacă opiniile promovate converg către o conduită acceptată, pot deveni modele de urmat.

Pentru a oferi o bază empirică și teoretică pentru promovarea ulterioară a carierei duble în mass-media, necesitatea unei înțelegeri adecvate a imaginii studenților/elevilor sportivi creată de mass-media este considerată vitală pentru o fundație de succes.

Prin urmare, mass-media este îndemnată să crească furnizarea de exemple de bune practici în cariera dublă, precum și o relatare a provocărilor sportivilor care combină sportul cu educația. Totuși, organismele sportive și instituțiile de învățământ ar trebui, de asemenea, să stimuleze mass-media în dezvoltarea rolului important pe care aceasta îl are în creșterea gradului de conștientizare a carierei duble în rândul populației generale, dar să și ajute

elevii/studentii sportivi să dezvolte competențe adecvate pentru a transmite mesaje pozitive, care să inspire generațiile viitoare de sportivi talentați.

3.3. Canalele sociale de comunicare în lume și România – aspecte generale

În prezent, canalele sociale de comunicare se răspândesc peste tot în lume cu ajutorul progresului digital, care deschide noi abordări către o multitudine de platforme și aplicații (Gabelaia, 2019). Rețelele sociale, ca parte integrantă a mass media, au devenit, treptat, o constantă a vieții noastre. Aceste rețele reprezintă noua normalitate (Chakrabarti et al., 2023), unde activitatea în online, reprezintă un factor major care contribuie la dezvoltarea poziției sociale.

Timpul petrecut pe canalele sociale de comunicare a cunoscut o creștere fără precedent în ultimii ani, iar tinerii reprezintă categoria cea mai mare în utilizarea diferitelor tipuri de platforme (Brough et al., 2020), care explorează mereu posibilitățile de comunicare (Usman et al., 2022). Deoarece găzduiește milioane de videoclipuri, platforma Youtube oferă funcții multiple pe care utilizatorii le pot accesa pentru a descoperi informațiile dorite. Mai mult decât atât, după o căutare a unui termen, pagina Youtube va recomanda, apoi, ipostaze asociate cu acea căutare, iar elevii/studentii pot primi (chiar pe prima pagina), multiple materiale despre „cariera dublă”.

3.4. Campionul și performanța sportivă – context

Atingerea performanței are la bază, pe lângă fenomenul de emulație sau facilitare socială, tendința de autodepășire a individului. Acest lucru reprezintă un argument solid pentru ca societatea să aprecieze tendința de competiție intrinsecă a omului, care, de cele mai multe ori se expune în fața publicului, în momentul în care are loc o luptă a sportivului cu el însuși.

Nevoia de performanță, care implică, în mod automat, tendința de maximizare a ei, duce către mecanismul de optimizare a personalității sportivilor, principiile de antrenament conduc spre un mix de fundamente biologice și psihosociologice solide. Chiar dacă vorbim de sport de performanță sau de sportul pentru toți, activitatea este îndreptată către rezultate mai bune decât cele anterioare.

În domeniul sportului sunt bine cunoscuți factorii care, în general, duc spre succes. Aceștia sunt determinați de predispoziții somatice dar și de pregătirea motrică, tehnică și tactică. Evident că în procesul de selecție contează și trăsăturile genetice, dar valoarea individuală este dată, apoi, de pregătirea realizată. Și totuși, în ciuda acestei rețete, majoritatea sportivilor nu pot deveni campioni. În acest sens, tot mai mulți antrenori cred că psihicul stă în spatele unor performanțe deosebite, iar psihologii sportivi au devenit parte integrantă a victoriei (Piepiora, 2021).

PARTEA A II-A. PARTEA APLICATIVĂ

CAPITOLUL 4. Demers investigativ cu privire la cariera dublă în România

În vederea elaborării unei cercetări care să acopere cât mai multe aspecte cu privire la înțelegerea dublei cariere, s-a realizat un demers investigativ care să prezinte viziunea respondenților cu privire la sintagma carieră dublă.

Studiul a fost realizat pe un lot de 61 de respondenți, studenți ai Facultății de Educație Fizică și Sport, dintre care 47 nu mai sunt sportivi de performanță, iar 14 încă activează la nivel de performanță.

Pentru analiză s-au folosit frecvența de apariție a mențiunilor și rangurile medii de apariție, alături de frecvența de apariție și rangurile medii ale importanței (tabelele 1 și 2):

Tabel 1. Categoriile, frecvențele și rangurile medii (rangul mediu al apariției și rangul mediu al importanței), indicator R.S., specifice respondenților care nu sunt sportivi de performanță

Respondenți – N = 47

<i>Nr. crt.</i>	<i>Categoria</i>	<i>Frecvența</i>	<i>Rangul apariției</i>	<i>Rangul importanței</i>	<i>Indicator R.S.</i>
1.	Dezvoltare personală	102	3.03	2.85	299.88
2.	Sacrificiu	45	2.48	2.72	117
3.	Meserie	21	2.66	3.09	60.37
4.	Beneficii	33	2.96	2.87	96.19
5.	Piedici	9	3.44	3.44	30.96
6.	Avantaje materiale	5	2.4	2.8	13

Tabel 2. Categoriile, frecvențele și rangurile medii (rangul mediu al apariției și rangul mediu al importanței), indicator R.S., specifice respondenților care sunt sportivi de performanță

Respondenți – N = 14

<i>Nr. crt.</i>	<i>Categoria</i>	<i>Frecvența</i>	<i>Rangul apariției</i>	<i>Rangul importanței</i>	<i>Indicator R.S.</i>
1.	Dezvoltare personală	30	3.23	2.93	92.4
2.	Sacrificiu	11	2.45	3.45	32.45
3.	Meserie	9	3	3.22	27.99
4.	Beneficii	13	2.69	2.53	33.93
5.	Competiție	6	3.16	3.83	20.97
6.	Avantaje materiale	2	4.5	2	6.5

În analiza sistemului central și periferic, rezultatele asociate ambelor grupuri sunt prezentate în Figurile 1 și 2.

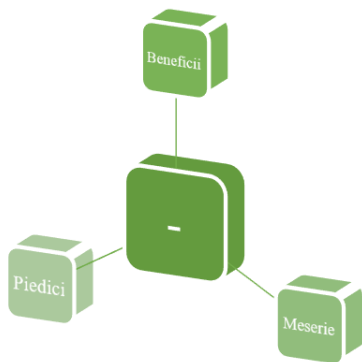


Figura 1. Reprezentarea socială a rezultatelor asociate respondenților care nu sunt sportivi de performanță

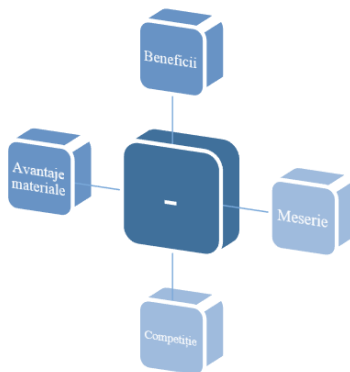


Figura 2. Reprezentarea socială a rezultatelor asociate respondenților care sunt sportivi de performanță

Din perspectiva reprezentării sociale, în ambele cazuri, nu există elemente care să compună sistemul central. Acest fapt este cauzat de slaba (chiar inexistentă) diseminare a sintagmei carieră dublă în discursul public, memoria colectivă și interesul social. Rezultatele nu sunt surprinzătoare dacă luăm în calcul stadiul actual al promovării și managementului dublei cariere în România.

Imaginea, în ansamblu, realizată de răspunsurile respondenților, atestă opiniile și experiențele individuale ale celor chestionați, iar absența nucleului central a evidențiat lipsuri evidente în utilizarea și cunoașterea sintagmei carieră dublă.

4.1. Direcții viitoare de cercetare

Importanța mass-mediei este un fapt dovedit în lume. Prin prisma acestei afirmații considerăm că nu poate exista o analiză complexă a noțiunilor fără cercetări ulterioare conexe, care să impacteze și acest domeniu.

Deși cercetarea în România nu se află, din diferite motive, la un nivel de performanță deosebit, analiza carierei duble se poate realiza prin studierea articolelor, materialelor dar și prin întâlnirile și discuțiile specialiștilor din domeniu. În acest mod, conectarea și participarea la noutățile din domeniu poate reprezenta o soluție optimă pentru sportivii care încă nu au accesat cariera dublă și care își doresc o carieră ulterioară încheierii activității sportive.

CAPITOLUL 5. Studiu preliminar

5.1. Premisele studiului preliminar

Pentru desfășurarea părții aplicative, care presupune un studiu explorativ, au fost intervievate persoane care lucrează în mass-media.

După această etapă s-a realizat o analiză calitativă, intitulată *analiză de conținut categorială/tematică*, care a prezentat și interpretat părerile și opiniile exprimate.

Răspunsurile evidențiază cognițiile specialiștilor și prezintă viziunea acestora despre categoriile utilizate.

5.2. Ipotezele, obiectivele, subiecții și variabilele cercetării

În realizarea cercetării, am alcătuit următoarele ipoteze:
Ipoteza principală: *Mass-media îndeplinește un rol important în promovarea „carierii duble” și în formarea și promovarea profilului sportivului de performanță.*

Ipoteza secundară 1: *Mass-media are calitatea de a promova „cariera dublă”.*

Ipoteza secundară 2: *Formarea și promovarea profilului sportivului de performanță este determinată de mass-media.*

Obiectivele cercetării preliminare sunt următoarele:

- a. Formularea ipotezelor;
- b. Stabilirea eșantionului participant la cercetare;
- c. Realizarea ghidului de interviu;

- d. Aplicarea ghidului de interviu;
- e. Analiza și interpretarea datelor obținute;
- f. Validarea ipotezelor;
- g. Elaborarea concluziilor.

Subiecții cercetării sunt 30 de persoane care lucrează în mass-media (presă scrisă, televiziune, radio), considerați specialiști ai domeniului prin prisma competențelor și experienței pe care le au, trăsături care garantează obiectivitatea răspunsurilor.

Variabilele cercetării: pentru a identifica indicatorii interviului din studiul principal, care să analizeze o posibilă asociere între *variabila independentă* (mass-media) și *variabilele dependente* (carieră dublă și profilul sportivului de performanță), am construit un ghid de interviu, care a conținut 14 itemi. Itemii au fost realizați astfel încât să cuprindă toate aspectele fenomenului care urmează a fi supus analizei și sunt structurați pe următoarele categorii: „Carieră dublă”, „Profilul sportivului”, „Mass-media” și „Instrumente mass-media”.

5.3. Analiză și interpretare

În urma centralizării opiniilor exprimate de către persoanele intervievate sesizăm faptul că cele mai multe specificări fac parte din categoria Mass-media, ceea ce demonstrează importanța pe care aceasta o are în contextul temei de cercetare.

5.3.1. Categoria „carieră dublă”

Din perspectiva specialiștilor media, sintagma „carieră dublă” este prezentă în societate printr-o abordare academică, care studiază conceptul în sine. În același timp, expunerea publică este de o importanță covârșitoare și constituie unul dintre dezideratele studiului. Se observă o abordare nesigură cu privire la sintagma „carieră dublă”. Deși termenul, în esența lui, face trimitere către dualitate, nu este clară, în viziunea oamenilor care lucrează în media, în ce direcție trebuie însușită: este vorba despre o persoană care are două slujbe în același timp, care este sportiv dar activează și în alt domeniu sau vorbim despre un sportiv care, concomitent cu viața competițională, are suficient timp și pentru latura educațională.

5.3.2. Categoria „Profilul sportivului de performanță”

În analiza tipului de sportiv care se încadrează în tiparele carierei duble, întâlnim atribute care descriu modelul ideal al sportivului. El trebuie să fie adaptabil situațiilor neprevăzute, să prezinte o conduită ireproșabilă și să dezvolte caracteristici etalon, pentru care scopul final este reușita sub formă de performanță constantă.

Atitudinile și comportamentele sportivului de performanță se regăsesc în răspunsurile celor intervievați, ceea ce denotă faptul că specialiștii mass-media prezintă corect profilul acestuia și ajută, astfel, la educarea și dezvoltarea viziunii asupra învingătorului în sport.

5.3.3. Categoria „Mass-media”

Prin prisma comunicării, se conturează viziunea respondenților cu privire la rolul pe care îl are mass-media în cotidian. Și cea mai importantă dimensiune o reprezintă *promovarea* aspectelor utile pentru conceptul studiat dar și *informarea* opiniei publice asupra domeniilor de interes și activităților desfășurate.

Strategiile cu privire la susținerea sportului de performanță se pot desfășura pe două direcții clare: discursul mass-media trebuie *să fie unul adaptat*, care să evidențieze nevoile, aspirațiile, problemele domeniului sportiv și trebuie *să acționeze în spiritul valorilor pozitive* întâlnite în sport.

5.3.4. Categoria „Instrumente mass-media”

Mass-media poate influența percepția populației asupra unui subiect prin relatările despre cauza în sine. Cei care lucrează în media, au ajuns la concluzia că dezvoltarea continuă a tehnologiei, care a revoluționat canalele sociale de comunicare, încă nu a acaparat total domeniul.

Media tradițională are, pentru moment, adepții săi, care nu pot fi atrași în totalitate către platformele online de preluare a informațiilor. Din acest motiv, în elaborarea concluziilor studiului preliminar, categoriei tradiționale din media trebuie să-i alocăm o atenție sporită, pentru a nu neglija un public (totuși) numeros care „luptă” cu impactul canalelor sociale de comunicare pentru supremația informațională.

În urma centralizării rezultatelor obținute (figura 3), putem observa faptul că mass-media este soluția optimă de prezentare și de conștientizare a carierei duble. În jurul ei trebuie create dimensiunile constitutive ale chestionarului, prin care să surprindem aspectele fundamentale ale problemei: mass-media trebuie să reprezinte elementul fundamental în formarea și promovarea profilului sportivului de performanță.

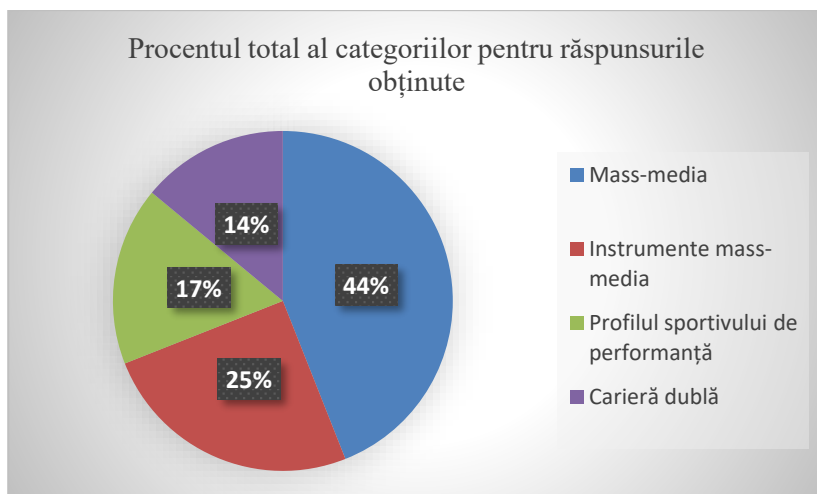


Figura 3. Ierarhia categoriilor analizei de conținut pentru interviuri

5.4. Testarea ipotezelor

Pentru a stabili dacă există asocieri între două variabile, se va utiliza *Chi-Square Test* (trad. Testul Chi-pătrat de independență).

În acest sens, vom analiza dacă variabila independentă mass-media influențează variabilele dependente „carieră dublă”

și „profilul sportivului”. Acest test se realizează folosind variabile categoriale, iar analiza are ca punct inițial de plecare stabilirea ipotezelor nule și alternative:

Ipoteza nulă 1: Mass-media *nu are* calitatea de a promova „cariera dublă”.

Ipoteză alternativă (Ipoteza secundară 1 a cercetării): Mass-media are calitatea de a promova „cariera dublă”.

Ipoteza nulă 2: Formarea și promovarea profilului sportivului de performanță *nu* este determinată de mass-media.

Ipoteza alternativă (Ipoteza secundară 2 a cercetării): Formarea și promovarea profilului sportivului de performanță este determinată de mass-media.

5.4.1. Testarea ipotezei secundare 1

Pentru testarea ipotezei secundare 1, s-au utilizat specificările totale care au fost determinate pentru cele două variabile: mass-media și carieră dublă (tabelul 3).

Tabel 3. Valoarea Testului Chi-pătrat de Independență pentru variabilele „Mass-media” și „Carieră Dublă”

<i>Chi-pătrat</i>	72,52
<i>df</i>	1

Observăm că pentru $df = 1$ (Degrees of Freedom, trad. Grade de libertate), valoarea obținută este mai mare decât valoarea etalon pentru pragul semnificativ de 0,05 și anume 3,841. În acest sens, putem afirma că ipoteza nulă este respinsă, deci ipoteza alternativă este acceptată, ceea ce înseamnă *că există o asociere între „Mass-media” și „Cariera Dublă”*.

5.4.2. Testarea ipotezei secundare 2

Pentru testarea ipotezei secundare 2, au fost analizate specificările pentru variabilele mass-media și profilul sportivului de performanță, în dorința de a stabili dacă există asocieri între ele (tabelul 4).

Tabel 4. Valoarea Testului Chi-pătrat de Independență pentru variabilele „Mass-media” și „Profilul Sportivului de Performanță”

<i>Chi-pătrat</i>	27
<i>df</i>	1

Sesizăm, și în acest caz, faptul că pentru $df = 1$ (Degrees of Freedom, trad. Grade de libertate), rezultatul obținut este, pentru pragul semnificativ de 0,05, mai mare decât valoarea din tabelul de distribuție pentru Chi-pătrat, deci ipoteza nulă se respinge și rezultă faptul că *există o asociere între „Mass-media” și „Profilul Sportivului”*.

Concluziile studiului preliminar

Cariera dublă reprezintă un concept care nu este mediatizat în România. Utilizarea sintagmei la scară largă, ar permite sportivilor să înțeleagă de ce au nevoie de o variantă de rezervă la activitatea sportivă.

Mass-media, prin instrumentele sale de lucru, poate realiza acest deziderat, deoarece societatea actuală este într-o continuă conexiune la informație. Indiferent de canalele de comunicare la care suntem conectați (sociale, audio-vizuale,

presă etc), prezența dublei cariere poate face parte constant din conștiința campionului.

Cariera dublă ar trebui promovată intens pe canalele sociale de comunicare, deoarece grupul țintă al cercetării finale (elevii sportivi), folosește în mod preponderent modalitățile de comunicare aferente.

Un rol important în dezvoltarea „carierii duble” este deținut de către instituțiile sportive – cluburile, asociațiile, ministerele etc. Este necesară parcurgerea tuturor etapelor de analiză și sinteză, în scopul unei vizibilități puternice, care să utilizeze și transmită sintagma („cariera dublă”), către toți sportivii aflați în activitate.

Deoarece analiza statistică a demonstrat faptul că există asocieri între variabilele definite, putem afirma că ipotezele propuse au fost confirmate.

Limitele studiului preliminar și direcțiile viitoare de cercetare

Faptul că 53% dintre cei care au participat la studiu au o vechime de lucru în mass-media de până în 10 ani, a fost considerat un punct sensibil al cercetării, deoarece se poate considera că au o experiență redusă în domeniu. Această situație poate avea și o perspectivă încurajatoare, și anume: reprezentanții media, aflați la început de carieră, vor deveni pionii principali în viitorul mediatic, iar abordarea lor asupra carierei duble poate fi îmbunătățită, în raport cu informațiile pe care le dețin în acest moment cei cu o vechime mai mare. Optica

descrisă este certificată de un cumul de informații despre cariera dublă, pe care sperăm noi că, la nivel de societate, le vom deține.

O altă limită a studiului este dată de analiza subiectivă a răspunsurilor obținute. Deoarece a fost utilizat un ghid de interviu, respondenții au formulat fraze complexe asupra itemului abordat, iar sintetizarea lor poate prezenta mici inadvertențe de transpunere.

Ca direcții viitoare de cercetare, după analiza rezultatelor obținute în studiul preliminar, ne propunem elaborarea unor chestionare (adresate atât sportivilor cât și celor care lucrează în media și instituții sportive), în care să se regăsească conceptele identificate până în acel moment. Pe baza răspunsurilor obținute în cadrul acestor chestionare, se poate realiza un curs care să fie prezentat specialiștilor din educație, cu scopul de a fi predat în Liceele cu Program Sportiv din România.

O altă direcție de cercetare, o poate constitui fundamentarea și susținerea unui proiect, la nivelul regiunii Moldova, în care elevii/studentii să participe la activități menite să le prezinte avantajele și beneficiile pe care le pot obține dacă urmează o carieră dublă.

CAPITOLUL 6. Studiul principal

6.1. Premisele studiului principal

Strategia de abordare a studiului principal a presupus ca direcție de exploatare percepția noțiunii de dublă carieră a elevilor de clasa a XII-a ai Liceelor cu Program Sportiv din Zona Moldovei. Deoarece baza de selecție a Facultăților de Educație

Fizică și Sport (pentru specializările Educație Fizică și Sportivă, respectiv Sport și Performanță Motrică) este constituită preponderent din elevii Liceelor cu Program Sportiv, ne dorim ca aceștia să înțeleagă acest concept, pentru ca mai târziu să adere la el.

6.2. Ipotezele, obiectivele și subiecții cercetării

Pentru realizarea studiului principal, au fost formulate următoarele ipoteze:

Ipoteza principală: O strategie eficientă de educare a carierei duble se bazează pe mass-media.

Ipoteza secundară 1: Presa scrisă nu este un formator de opinie în informarea despre „cariera dublă”.

Ipoteza secundară 2: Canalele sociale de comunicare (Facebook, Youtube, Instagram, Tik-Tok, Twitter) contribuie la formarea unei reprezentări despre „cariera dublă”.

Obiectivele studiului principal sunt următoarele:

- a. Formularea ipotezelor;
- b. Stabilirea subiecților pentru cercetarea finală;
- c. Realizarea și aplicarea chestionarelor;
- d. Analiza și interpretarea datelor obținute;
- e. Testarea ipotezelor;
- f. Elaborarea concluziilor.

Variabilele cercetării: în studiu s-au urmărit posibile relații între *variabila dependentă* (cariera dublă) și *variabilele independente* (canalele sociale de comunicare și presa scrisă).

Subiecții cercetării sunt elevi de clasa a XII-a ai Liceelor cu Program Sportiv din zona Moldovei (Iași, Onești, Suceava, Roman, Focșani, Botoșani, Bacău, Piatra Neamț, Vaslui). La prima parte a studiului principal au participat *477 de elevi*, iar interacțiunea cu ei s-a desfășurat în cadrul orelor de dirigiență pe care le au săptămânal.

Pentru realizarea studiului principal, *în prima etapă a acestuia*, s-a utilizat un chestionar compus din 11 itemi, grupați pe două categorii, în funcție de obiectivele cercetării: mass-media și „carieră dublă”. Chestionarul utilizat a fost *pretestat*, astfel încât să nu existe nicio îndoială cu privire la înțelegerea termenilor pe care acesta le propune.

6.3. Metodologia cercetării

În cercetarea efectuată, s-au realizat grupări de itemi, în vederea analizei și interpretării răspunsurilor obținute la întrebări.

Interpretarea răspunsurilor a presupus, printre altele, utilizarea *Testului Chi-pătrat de Independență*. Acesta determină dacă există o asociere între variabilele categoriale (se analizează dacă variabilele sunt independente sau asociate) și reprezintă un test neparametric (McHugh, 2013).

Testul t (Student) pentru eșantioane independente compară mediile a două grupuri independente pentru a

determina dacă există dovezi statistice că mediile populațiilor asociate sunt semnificativ diferite.

Testul Levene pentru egalitatea varianțelor

Reamintim că Testul t pentru eșantioane independente necesită ipoteza omogenității varianței – adică ambele grupuri au aceeași varianță. Acest lucru poate fi realizat cu ajutorul testului Levene pentru egalitatea varianțelor.

Analiza factorială a corespondențelor (AFC)

Această metodă se aplică, după Pintilescu (2022), în cazul în care dorim să studiem relația dintre două variabile calitative (nenumerică). În acest sens, AFC va realiza un sistem de axe factoriale care comprimă informația într-o formă grafică ușor de interpretat.

Analiza varianței (ANOVA) a fost o altă metodă statistică pe care am utilizat-o în studiul principal. Ea a permis analiza legăturilor care există între o variabilă cantitativă și una (sau mai multe) variabile categoriale (calitative).

6.4. Testarea ipotezelor

Pentru testarea ipotezelor s-au utilizat răspunsurile itemilor chestionarului, itemi care au fost construiți pe cele două direcții de cercetare: mass-media și „cariera dublă”. Deoarece din studiul literaturii de specialitate a reieșit că pentru populația cuprinsă în studiu (tineri cu vârsta între 17-19 ani) presa scrisă nu mai reprezintă o sursă de interes, ipoteza secundară 1 este construită pe această paradigmă.

6.4.1. Testarea ipotezei secundare 1

Pentru testarea ipotezei secundare 1, principala asociere de itemi este reprezentată de următoarele întrebări:

I.1 Știți la ce se referă termenul de „dublă carieră” într-un context sportiv?

I.4 V-ar ajuta un material scris, în care să fie explicată noțiunea de „carieră dublă”?

împreună cu

I.2 Noțiunea „carieră dublă” a fost introdusă recent în discursul public pentru a indica:

I.4 V-ar ajuta un material scris, în care să fie explicată noțiunea de „carieră dublă”?

Suntem interesați de existența unei legături statistice între cei care au cunoștințe cu privire la termenul de „dublă carieră” și interesul acestora cu privire la un material scris care să dezvolte noțiunea de „carieră dublă”. Prin această asociere, dorim să știm dacă utilizarea canalelor scrise mass-media ar fi potrivite pentru diseminarea și popularizarea informațiilor cu privire la „cariera dublă” în rândul populației noastre țintă – elevii care studiază în Liceele cu Program Sportiv.

Răspunsurile pe care elevii le-au oferit la itemii respectivi, au fost interpretate statistic în tabelul 5.

Tabel 5. Rezultatele aplicării Testului Chi-pătrat de Independență

	Valoare	Grade de libertate	Nivel semnificație statistică
χ^2	3.419 ^a	1	.064
Corecție necesară ^b	2.980	1	.084
Raport de probabilitate	3.327	1	.068
Asociere liniară	3.412	1	.065
Volumul eșantionului	477		

Pentru această analiză de asociere, considerăm că probabilitatea asociată ipotezei nule este de 6,4% și dacă luăm în considerare un risc de 5%, nu respingem ipoteza nulă, deci *variabilele sunt independente*.

În aceste condiții, putem spune că modul în care subiecții răspund dacă știu la ce se referă termenul de „dublă carieră”, în context sportiv, este independent de opinia acestora cu privire la utilitatea/ajutorul pe care un material scris cu privire la acest termen îl oferă. Așadar, afirmația că materialul scris nu este potrivit pentru cei care declară că știu sau nu știu ce reprezintă termenul de „dublă carieră”, are susținere prin prisma rezultatelor obținute.

În concluzie, putem afirma că, pentru publicul țintă, modalitatea scrisă de popularizare a termenului de „dublă carieră” nu este cea potrivită, cu alte cuvinte *ipoteza secundară I este confirmată*.

6.4.2. Testarea ipotezei secundare 2

Pentru început, itemii asociați au fost reprezentați de următoarele întrebări:

I.1 Știți la ce se referă termenul de „dublă carieră” într-un context sportiv?

I.3 Care credeți că este cel mai potrivit canal de socializare pentru a promova calitatea de elev/student sportiv?

împreună cu

I.2 Noțiunea „carieră dublă” a fost introdusă recent în discursul public pentru a indica:

I.3 Care credeți că este cel mai potrivit canal de socializare pentru a promova calitatea de elev/student sportiv?

Primul aspect pe care dorim să îl testăm cu ajutorul analizei statistice a răspunsurilor la chestionarul aplicat elevilor, este legat de rețelele sociale (ca parte a mass-media) prezentate în studiu. Conform analizelor prezentate în partea teoretică (aspecte evidențiate de literatura de specialitate) și dacă luăm în calcul populația studiată (elevi de liceu, din clasa a XII-a, din România), cele mai apreciate rețele sociale (implicit cele pe care le-am considerat în studiu), sunt Facebook, Instagram, Youtube, Twitter și TikTok.

Subiecții au răspuns la itemul numărul 3, care, în analiza ulterioară s-a transformat în 5 întrebări distincte, pentru care s-au acordat puncte fiecăreia din cele 5 rețele sociale. Scorurile medii obținute la nivelul eșantionului sunt prezentate în tabelul 6.

Tabel 6. Indicatori ai tendinței centrale și ai dispersiei pentru scorurile de
apreciere ale rețelelor de socializare

<i>Rețea</i>	<i>Scor mediu</i>	<i>Abatere standard</i>	<i>Coeфициent de variație</i>
<i>Instagram</i>	3.74	1.025	0.27
<i>Youtube</i>	3.74	1.125	0.30
<i>TikTok</i>	3.58	1.208	0.33
<i>Facebook</i>	2.99	1.115	0.37
<i>Twitter</i>	2.32	1.136	0.48

Observăm variații destul de ample între scorurile medii, dar nu suntem atât de surprinși de rezultatele obținute. Rezultatele de mai sus ne îndreptățesc, ca în etapa următoare a analizei noastre, să luăm în considerare doar primele 3 rețele de socializare.

Cu ajutorul *Testului t*, vom verifica (tabelul 7) dacă există diferențe semnificative între scorul mediu pentru fiecare din cele 3 rețele de socializare (Instagram, Youtube și TikTok).

Tabel 7. Probabilități asociate *Testului t* pentru cele 3 rețele de
socializare analizate

<i>Rețea de socializare</i>	<i>Nivel semnificație ipoteza nulă</i>
<i>TikTok</i>	0,736
<i>Youtube</i>	0,046
<i>Instagram</i>	0,450

Dacă luăm în considerare un risc de 5%, respingem ipoteza nulă doar în cazul testării nivelului mediu pentru Youtube. Acest rezultat ne îndreptățește să afirmăm că, pentru un risc de 5%, doar în cazul Youtube cei care declară că știu la ce se referă termenul de „dublă carieră” într-un context sportiv

și cei care declară că NU știu la ce se referă termenul de „dublă carieră” într-un context sportiv, au comportament diferit.

În sensul celor prezentate mai sus putem concluziona faptul că dacă analizăm diferențele semnificative identificate, cea mai potrivită rețea de socializare pentru a promova termenul de „dublă carieră” este rețeaua Youtube. Acest lucru poate fi explicat prin faptul că accesul la această rețea nu este bazat pe autentificare, nu necesită date personale și este complet gratuit.

Asocierile care au urmat, și care au presupus analiza platformei Youtube alături de itemii chestionarului, au prezentat valori diferite, dar care ne pot ajuta la creionarea unor concluzii.

Rezultatele sunt evidente: elevii care au indicat Youtube-ul potrivit pentru a promova și prezenta „dubla carieră” sunt și cei care alocă un volum de timp suficient pentru reușită și sunt conștienți ce trebuie să utilizeze pentru a se dezvolta din punct de vedere educațional și sportiv.

Dacă vom conștientiza faptul că elevii care susțin că „știu” ce înseamnă „cariera dublă” sunt hotărâți în privința direcției educațional – sportive pe care o au de urmat după terminarea studiilor liceale, decidenții pot implementa programe care să prezinte (sau consolideze) sintagma „carieră dublă” în subconștientul elevului de clasa a XII-a (și nu numai), pentru a maximiza prioritățile sistemului de învățământ din țara noastră.

Imediat după aplicarea primului chestionar, subiecților chestionați le-au fost prezentate noțiuni generale despre ce înseamnă cariera dublă.

Discuțiile au avut un caracter general, în care accentul a fost pus pe prezentarea de link-uri, respectiv site-uri despre noțiunea de dublă carieră în viața sportivilor:

- <https://www.lsu.lt/en/international-cooperation/projects/erasmus-projects/media-as-a-channel-of-athletes-dual-careers-promotion-and-education/>
- https://edu.empatiasport.eu/wp-content/uploads/2020/11/AUAS-et-al-dual-career-services-in-Europe.en_.pdf
- <https://morethangold.eu/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2JF5V38N1ko>
- <https://www.youtube.com/watch?v=NmggGtwr3pM&t=7s>

La un interval de 3-4 săptămâni (în funcție de distanță și disponibilitatea elevilor), subiecții cercetării au răspuns la al doilea chestionar. Deoarece după aplicarea primului chestionar, răspunsurile subiecților au gravitat în jurul interacțiunii noțiunii de dublă carieră și platforma Youtube, chestionarul aplicat ulterior a vizat aspecte legate de conținutul pe care elevii ar dori să îl regăsească pe respectiva platformă, pentru a înțelege mai bine ce reprezintă o carieră dublă pentru sportivi.

Pentru analiza răspunsurilor pe care le-au oferit subiecții cercetării, în număr de 433, a fost utilizat programul IBM SPSS 21.

Utilizarea platformei Youtube de către tineri este un fapt bine știut, întărit de literatura de specialitate. Conform răspunsurilor subiecților, 37,6% o folosesc zilnic, iar 30% săptămânal. Putem concluziona că în proporție de 67,6% dintre respondenți accesează des platforma pentru a viziona conținut

care are legătură cu educația și sportul. Cu alte cuvinte, se poate folosi acest canal de comunicare al mass-media pentru a explica, prezenta și promova caracteristicile dublei cariere pentru sportivi.

Dacă analizăm răspunsurile obținute pentru itemii 10 și 11, sesizăm preferințele subiecților în legătură cu ce ar dori să vadă pe Youtube cu privire la cariera dublă. Astfel, 41,3% consideră că un parteneriat cu sportivi care au deja o carieră dublă reprezintă soluția ideală (figura 6.20.), iar 38,3 % dintre ei (figura 6.21.) cred că un video-blog (jurnal video) este ceea ce ar fi atractiv de urmărit și ușor de înțeles.

Pentru a determina *dacă există asocieri* din punct de vedere statistic între itemii chestionarului 2 al studiului principal, putem utiliza metoda analizei factoriale a corespondențelor (AFC).

Răspunsurile analizate arată distribuția percepției asupra faptului că educația se poate realiza prin intermediul materialelor video în funcție de sursa de informații preferată. Din numărul total al respondenților care preferă tutorialele video sau clipurile informative ca sursă de informații, în condițiile în care canalul utilizat ar fi Youtube, 42% consideră că educația prin intermediul materialelor video se poate realiza „destul de des”, iar 43,9% dintre cei care își doresc interviuri cu sportivi sunt de părere că educația se poate realiza destul de des cu ajutorul materialelor video.

Dacă analizăm itemii 5 și 11, putem afirma că elevii care au considerat că educația poate fi realizată și prin intermediul materialelor video, consideră vlogging-ul ca cea mai potrivită manieră de atragere pe canalul respectiv.

În continuarea cercetării ne dorim să evidențiem eventualele diferențe care există între timpii petrecuți pe Youtube (în general și în vederea dezvoltării personale) în funcție de modul în care elevii au răspuns la alte întrebări din chestionar. Acest demers se poate realiza cu ajutorul analizei varianței (ANOVA), prin combinarea răspunsurilor la două întrebări. În baza rezultatelor putem afirma că numărul de ore petrecute pe Youtube diferă semnificativ în funcție de percepția respondenților asupra faptului că educația se poate realiza prin intermediul materialelor video. Deci, *există o legătură între timpul petrecut pe Youtube și modul în care elevii percep materialele video ca fiind potrivite pentru educație.*

În concluzie, dacă luăm în considerare toate aspectele prezentate, putem afirma că *ipoteza secundară 2 este confirmată parțial.*

Concluziile studiului principal

În urma realizării studiului principal, se pot desprinde o serie de concluzii care sunt susținute de interpretarea rezultatelor analizei factoriale a corespondențelor și a analizei varianței.

Pentru ca noțiunea „dublă carieră” să ajungă în conștiința subiecților, a fost investigată opinia elevilor cu privire la modalitățile pe care aceștia le preferă pentru a interacționa cu acest concept. Rezultatele obținute sunt evidente și anume: elevii nu consideră media scrisă o soluție pentru promovarea carierei duble în rândul lor și nu ar considera util realizarea de materiale scrise pentru diseminarea informațiilor.

În acest sens, direcția cercetării a vizat relația elevilor de clasa a XII-a cu media online, respectiv canalele sociale de comunicare cele mai folosite în România. Răspunsurile lor, după primul chestionar aplicat, au indicat ca platformă preferată de informare rețeaua de socializare Youtube.

Pentru a fi siguri de utilitatea folosirii platformei Youtube pentru educarea și promovarea carierei duble, în al doilea chestionar, subiecții au indicat ce anume ar prefera să vizioneze pe acest canal. Răspunsurile lor au vizat o multitudine de aspecte, de la tutoriale video și clipuri informative, până la interviuri cu sportivii care au o carieră dublă sau cum își folosesc aceștia timpul pentru a avea succes și în alt domeniu decât cel sportiv. Totuși asocierea cea mai pregnantă a fost cu vlogging-ul (jurnal video), ceea ce poate transforma informația într-un context informal.

În sensul celor prezentate mai sus, putem concluziona că tinerii din ziua de azi își doresc acumulare de informații și cunoștințe noi, care pot viza și dubla carieră, dar aleg ca modalitatea de interacțiune să fie una amicală, care să depășească bariera profesor – elev sau antrenor – elev.

Concluziile cercetării

Cercetarea și-a propus să analizeze, pe lângă asocierea mass-media cu dubla carieră, informațiile pe care le dețin elevii Liceelor cu Program Sportiv din zona Moldovei cu privire la conceptul „carieră dublă” pentru sportivi. În România, sintagma nu se regăsește în discursul media și acest lucru influențează promovarea ei, astfel încât grupul țintă al studiului este privat de

informații importante care pot contribui la dezvoltarea educațională.

În prima parte a lucrării, pentru a stabili dacă studenții Facultății de Educație Fizică și Sport din Iași au conștientizat ce înseamnă dubla carieră (și din acest motiv și-au continuat evoluția educațională), a fost realizat un demers investigativ care a analizat această situație. Rezultatele obținute ne îndreptățesc să credem că niciun student nu a fost influențat de aspectele pe care cariera dublă le propune, iar faptul că urmează o facultate are la bază o serie de motivații practice.

Studiul preliminar a fost realizat împreună cu specialiștii din media, cu scopul de a sintetiza opiniile lor în legătura cu noțiunea de carieră dublă în general și cea pentru sportivi în particular. În acest sens a fost utilizat un ghid de interviu care a cuprins următoarele aspecte importante ale cercetării: „Carieră dublă”, „Mass-media”, „Instrumente mass-media”, „Profilul campionului”.

Testul Chi-pătrat de Independență utilizat în prelucrarea datelor a demonstrat că mass-media are calitatea de a promova cariera dublă și în același timp poate influența și profilul sportivului de performanță. Această concluzie trebuie analizată corespunzător deoarece modelul unui campion este un exemplu de urmat pentru tânăra generație și prezentarea lui în spațiul public poate creiona o direcție de evoluție pentru caracterul unui elev.

Strategia de realizare a studiului principal a presupus două etape diferite. Cercetarea efectuată cu ajutorul chestionarelor a vizat baza de selecție pentru Facultatea de Educație Fizică și Sport din Iași (specializările Educație Fizică

și Sportivă, alături de Sport și Performanță Motrică), care este constituită în mare parte din elevii care au absolvit Licee cu Program Sportiv.

În prima etapă a studiului principal, au fost analizate modalitățile prin care subiecții cercetării interacționează cu sintagma „carieră dublă”. Rezultatele sunt concludente: elevii nu consideră presa scrisă un canal eficient pentru acumularea de noi informații și toată atenția acestora se îndreaptă către canalele sociale de comunicare. Aceeași concluzie s-a desprins și din răspunsurile celor care lucrează în media: un procent de aproximativ 90% recomandă utilizarea canalelor sociale de comunicare pentru conștientizarea tinerilor cu privire la cariera dublă.

Analiza a continuat cu asocierea itemilor chestionarului în vederea identificării celui mai eficient canal social de comunicare pentru a promova dubla carieră din punctul de vedere al subiecților cercetării. Cu toate că Facebook conduce în preferințele generale ale platformelor utilizate în România, s-a demonstrat faptul că elevii consideră Youtube-ul ideal pentru îndeplinirea scopului prezentat: educarea și promovarea carierei duble pentru sportivi.

Partea a doua a analizei pentru studiul principal a dorit să sublinieze și aspectele concrete pe care subiecții cercetării doresc să le fie prezentate în legătură cu dubla carieră pe Youtube. Asocierile răspunsurilor primite, demonstrate statistic, au dus la concluzia că un anumit tip de conținut (respectiv Vlogging-ul – jurnalul video) este cel preferat, în proporție de 38,3% și recomandat a fi folosit drept sursă de informații despre cariera dublă. Mai mult, în acest tip de video (jurnal), subiecții

studiului indică, în proporție de 37,2%, că ar fi interesați de cum își îmbină marii sportivi antrenamentele cu alte domenii de activitate.

Această sugestie de conținut nu a fost singura soluție propusă. Dacă pe platforma Youtube s-ar regăsi videoclipuri educaționale în care să fie explicate beneficiile, dar și provocările pe care cariera dublă le presupune, 46% dintre subiecți s-ar declara mulțumiți.

În urma realizării cercetării și analizei rezultatelor obținute, am considerat necesară realizarea unei pagini de Youtube, care să fie adresată celor interesați de dubla carieră a sportivilor. Pagina, care poate fi accesată în mod gratuit pe link-ul <https://www.youtube.com/@ionutonose4235>, își propune să ofere conținutul solicitat de către grupul țintă al studiului.

Deoarece în România nu există o pagină de Youtube dedicată exclusiv carierei duble a sportivilor, am considerat că realizarea ei reprezintă un lucru util pentru elevii de clasa a XII-a care doresc să vizualizeze materiale actuale despre cariera dublă. Ne dorim ca ea să fie promovată și accesată permanent, deoarece platforma Youtube asociază constant căutările unui subiect cu alte căutări similare din rețea și în acest mod se pot obține informații suplimentare despre cariera dublă.

Tematica dinamică în acord cu cerințele utilizatorilor pot evidenția preferințele urmăritorilor. Din acest motiv, pagina de Youtube va fi într-o permanentă schimbare, dictată de cercetări științifice ulterioare, care să indice noi abordări pentru cariera dublă a sportivilor.

În urma analizării rezultatelor obținute atât în studiul preliminar, cât și în cel principal, putem concluziona că ipotezele

propușe au fost confirmate în totalitate sau parțial și astfel putem afirma că *mass-media poate reprezenta un canal eficient de promovare și educare pentru dubla carieră a sportivilor.*

Direcții viitoare de cercetare

Ca urmare a realizării paginii de Youtube dedicată dublei cariere a sportivilor, în viitorul apropiat ne dorim dezvoltarea pe criterii științifice a platformei. Totodată, promovarea paginii se poate realiza și prin prisma unui număr cât mai mare de „urmăritori”.

Crearea de sesiuni live cu diferiți sportivi care au folosit în dezvoltarea lor dubla carieră reprezintă un alt punct pe agenda viitoare de lucru. Acest lucru poate atrage noi discuții în vederea îmbunătățirii conținutului paginii.

Cercetarea poate fi extinsă la mai multe Licee cu Program Sportiv din țară. Răspunsurile mai multor elevi de clasa a XII-a pot evidenția starea de fapt cu privire la cunoașterea sintagmei carieră dublă.

Desigur, realizarea și analiza articolelor științifice despre dubla carieră reprezintă o modalitate de îmbunătățire a cunoștințelor dintr-un domeniu aflat într-o permanentă evoluție. Cercetarea se poate dezvolta și la nivel gimnazial, pentru a reliefa tipul de elev pe care domeniul sportului îl urmărește, în concordanță cu obiectivele dublei cariere.

Limitele cercetării

Analiza a cuprins un număr ridicat de subiecți pentru prima parte a chestionarului din studiul principal (477), pentru ca ulterior, pentru cea de-a doua parte, să scadă la 433. Această situație a fost cauzată de absența elevilor de la orele de dirigenție, momentul cel mai des folosit pentru aplicarea chestionarelor.

Un alt aspect important a fost reprezentat de dezinteresul total al unor elevi cu privire la subiectul prezentat. Un număr îngrijorător de mare dintre aceștia și-au manifestat intenția de a părăsi atât domeniul sportiv cât și cel educațional pentru a intra pe piața muncii.

Deoarece în studiul preliminar s-a utilizat o analiză calitativă, sintetizarea și obiectivitatea informațiilor a depins de experiența cercetătorului.

Numărul de cercetări științifice din domeniul dublei cariere, în România, este redus. Totuși, în ultima perioadă există un număr crescut de proiecte finanțate de UE, care au ca scop prezentarea/promovarea noțiunii, ceea ce ne face să sperăm că subiectul nu va mai putea fi evitat în viitorul apropiat.

Nu în ultimul rând, pandemia cauzată de SARS – COV2 a afectat și îngreunat procesul de colectare a datelor, care, uneori a fost întrerupt din cauza restricțiilor impuse de către autorități.

Diseminarea rezultatelor

Onose, I., Onose, R.M., & Abalasei, B.A. (2023). The Role of Mass Media in Promoting the Dual Career of the Performance Athlete, *Behavioral Sciences*, 13 (3), 196, Journal Impact Factor: 2.6.

WOS:000954151300001

Onose, I., Abalasei, B.A., & Onose, R.M. (2023). Social media and dual career promotion for sports high school students, *Sport and Society Interdisciplinary Journal of Physical Education and Sports*, 23 (1). <https://www.sportsisocietate.ro/articol/618>

Onose, I., Popescu, L., Moraru, C.E., Radu, L.E., Onose, R., & Abalasei, B.A. (2023). Decision-making aspects regarding dual career for athletes in some European countries, *Sport and Society Interdisciplinary Journal of Physical Education and Sports*, 23 (1). <https://www.sportsisocietate.ro/articol/620>

Onose, I. Onose, R.M., & Abalașei, B.A. (2021). Dual Career - Concept and Representation for a Group of Students of the Faculty of Physical Education and Sports, *Proceedings of ICU 2021 The 7th International Conference of the UNIVERSITARIA Consortium*, EDITOGRAFICA, ISBN: 978-88-87729-73-3, pp. 381-386.

<http://www.edlearning.it/proceedings/moreinfo/20211112.htm>

Recunoaștere

Teza a fost elaborată în cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași – Școala Doctorală în Știința Sportului și Educației Fizice, în baza Programului de Cercetare Științifică aprobat de Consiliul Școlii Doctorale.

Această lucrare a fost cofinanțată de Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, numărul proiectului POCU/993/6/13/153322, cu titlul proiectului „Suport educațional și de formare pentru doctoranzi și tineri cercetători în pregătire pentru inserție pe piața muncii”

Bibliografie selectivă

1. Abenza-Cano, L., Leiva-Arcas, A., Vaquero-Cristobal, R., Garcia-Roca, J.A., Merono, L., & Sanchez-Pato, A. (2020). Effect of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) on Elite Spanish Student-Athletes' Perception of the Dual Career. *Frontiers in Psychology, 11*, art. 6200042. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.620042>
2. Aquilina, D. (2013). A study of the relationship between elite athletes' educational development and sporting performance. *The International Journal of the History of Sport, 30* (4), 374-392. <http://dx.doi.org/10.1080/09523367.2013.765723>
3. Aquilina, D., & Henry, I. (2010). Elite athletes and university education in Europe: a review of policy and practice in higher education in the European Union Member States. *International Journal of Sport Policy and Politics, 2* (1), 25-47. <https://doi.org/10.1080/19406941003634024>
4. Aunola, K., Selanne, A., Selanne, H., & Ryba, T.V. (2018). The role of adolescent athletes' task value patterns in their educational and athletic career aspirations. *Learning and Individual Differences, 63*, 34-43. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2018.03.004>
5. Bălă, D. (2015). *Introducere în mass-media. Auxiliar didactic*, ISBN 978-973-18602-4, Craiova.

6. Bireline, G.M. (2014). *Social media in sports: a phenomenological study of athletes and online communication*, thesis presented at Liberty University, Virginia, USA.
<https://core.ac.uk/download/pdf/58825681.pdf>
7. Brough, M., Literat, I. & Ikin, A. (2020). “Good Social Media?”: Underrepresented Youth Perspectives on the Ethical and Equitable Design of Social Media Platforms, *Social Media + Society*, 6 (2).
<https://doi.org/10.1177/2056305120928488>
8. Capranica, L., & Guidotti, F. (2016). *Research for culture committee qualifications/dual careers in sports*. European Parliament: Directorate-General for internal policies. Policy Department. Structural and cohesion policies: Cultural and education.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/573416/IPOL_STU\(2016\)573416_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/573416/IPOL_STU(2016)573416_EN.pdf)
9. Chakrabarti, P., Malvi, E., Bansal, S., & Kumar, N. (2023). Hashtag recommendation for enhancing the popularity of social media posts, *Social Network Analysis and Mining*, 13 (21).
<https://doi.org/10.1007/s13278-023-01024-9>
10. Coman, M. (2016). *Introducere în sistemul mass-media*, Ediția a IV-a revăzută și adăugită, Ed. Polirom, ISBN 978-973-46-3005-9, Iași.

11. *EU Guidelines on Dual Careers of Athletes* (2012). Recommended policy actions in support of dual careers in high performance sport. Brussels. https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final_en.pdf
12. Florescu, O. (2014). Positive and Negative Influences of the Mass Media upon Education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 149, 349-353. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.271>.
13. Gabelaia, I. (2019). The relevance of social media marketing skills for managers in a changing digital world, *Quality-Access to Success*, 20 (3), 65-71. <https://0t10q0z1q-y-https-www-webofscience-com.z.enformation.ro/wos/woscc/full-record WOS:000496810200009>
14. Gherman, L., Pănoiu, L., & Răcășan, M. (2010). *Managementul resurselor umane și gestionarea carierei*. Ed. Independența Economică, Pitești.
15. Gledhill, A., & Harwood, C. (2015) A holistic perspective on career development in UK female soccer players: a negative case analysis. *Psychology of Sport and Exercise*, 21, 65-77. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2015.04.003>
16. Gomez, J., Bradley, J., & Conway, P. (2018). The challenges of a high-performance student athlete. *Irish Educational Studies*, 37 (3), 329-349. <https://doi.org/10.1080/03323315.2018.1484299>

17. Kristiansen, E. (2017). Walking the line: how young balance academic studies and sport international competition. *Sport in Society*, 20, 47-65. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1124563>
18. Lemeni, G., & Miclea, M. (2010). Educație pentru carieră. Conținut și metode. Vol. *Consiliere și orientare: ghid de educație pentru carieră*, Ediția a II-a, revizuită, Ed. ASCR, ISBN: 978-973-7973-90-0, Cluj-Napoca.
19. Livingstone, S. (2015). From Mass to Social Media? Advancing Accounts of Social Change, *Social Media + Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578875>
20. Lupo, C., Guidotti, F., Goncalves, C.E., Moreira, L., Doupona Topic, M., Bellardini, H., Tonkonogi, M., Colin, A., & Capranica, L. (2015). Motivation towards dual career of European student-athletes. *European Journal of Sport Science*, 15 (2), 151-160. <https://doi.org/10.1080/17461391.2014.940557>
21. Morariu, I.M. (2014). *The power of the Media: Press Influence*, ISBN 978-973-0-18072-5, Cluj-Napoca.
22. Oros, S., & Hanțiu, I. (2016). Dual-career: case study in elite sports. *Studia Universitatis Babeș-Bolyai. Educatio Artis Gymnasticale*, 3, 65-72. http://studia.ubbcluj.ro/download/pdf/educatio/2016_3/06.pdf

23. Pallares, S., Azocar, F., Torregrossa, M., Selva, C., & Ramis, Y. (2011). Athletic career models in water polo and their involvement in the transition to an alternative career. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 6 (17), 93-103. <https://doi.org/10.12800/ccd.v6i17.36>
24. Piepiora, P. (2021). Personality profile of individual sports champions, *Brain and Behavior*, 11 (6). <https://doi.org/10.1002/brb3.2145>
25. Pintilescu, C. (2022). *Analiza statistică a datelor în SPSS și în R*, Ed. Sedcom Libris, ISBN: 978-973-670-634-9.
26. Ryba, T.V., Stambulova, N.B., Ronkainen, N.J., Bundgaard, J., & Selanne, H. (2015). Dual career pathways of transitional athletes. *Psychology of Sport and Exercise*, 21, 125-134. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychsport.2014.06.002>
27. Schwaiger, J. (2012). *Descoperind cariera pe care o iubești: ghid complet de planificare a carierei* (trad. A. Duca). Ed. Risoprint, ISBN: 978-973-53-0863-6, Cluj-Napoca.
28. Stambulova, N.B., Engstrom, C., Franck, A., Linner, L., & Lindahl, K. (2015). Searching for an optimal balance: Dual career experiences of Swedish adolescent athletes. *Psychology of Sport and Exercise*, 21, 4-14. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2014.08.009>
29. Usman, B., Msughter, A.E., & Ridwanullah, A.O. (2022). Social media literacy: fake news consumption and perception of COVID-19 in Nigeria, *Cogent Arts & Humanities*, 9 (1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2138011>

30. Wei, Y., Zhang, H., & Yin, H. (2020). Development of Communication and Sport in China Based on Mapping of Knowledge Information Visualization, *SAGE Journals*, 1-9.
<https://doi.org/10.1177/2158244019900175>
31. Yevtushenko, O., & Kovalova, T. (2019). Media education for future media professionals: designing and implementing a training programme. *Advanced Education*, 6 (12), 94-104.
<https://doi.org/10.20535/2410-8286.128668>