

Madara Straume

Sociālo tīklu loma profesionālo sportistu karjeras attīstībā

The Role of Social Networks in Career Development of Professional Athletes

Anotācija

Raksta mērķis ir izpētīt, kā sportistu ģimenes locekļi, treneri, skolotāji, draugi, komandas biedri, līdzjutēji, partneri, paziņas, paraugi sportā, sponsori, sporta organizācijas, sacensību organizētāji, raidorganizācijas, konkurenti, fizioterapeiti un sociālie tīkli (*Facebook* u. c.) ir saistīti ar sportistu profesionālās karjeras attīstību (kā tie ietekmē sportista karjeras izvēli un tās turpināšanu un arī to, ka sportists gūst sasniegumus karjerā). Pētījumā izmantotā metode ir padziļināta intervija ar profesionālu sportistu – tā iekļauj vārdu ģeneratora un vārdu interpretēšanas jautājumus. Pētījuma kvantitatīvajā fāzē tika veikta sociālo tīklu kartēšana. Šajā darbā apkopoti secinājumi par divām sportista sociālo tīklu kartēm, kas izveidotas pēc pilotintervijas veikšanas. Galvenie secinājumi – sportista karjeras izvēli ietekmēja un ievirzīja viņa pirmais treneris. Gan karjeras izvēli, gan turpināšanu, gan panākumu gūšanu tajā ietekmēja sporta organizācija, nodrošinot treniņu, dzīvošanas un mācību apstākļus. Sportista karjeru atsevišķos aspektos neietekmē viņa līdzjutēji, partnere, ģimene, skolotāja, sacensību organizētāji. Sportista panākumu gūšanu ietekmē sportista paziņas, skolotājs, treneri un sponsori. Sportista karjeras turpināšanu ietekmē sporta organizācija, raidorganizācijas, fizioterapeite, komandas biedri, ģimene. Sportista karjeras turpināšanu un panākumu gūšanu ietekmējuši paraugi sportā, komandas biedri, draugi, konkurenti, skolotājas, sociālo tīklu vietnes, sporta organizācija, sponsori, treneris. Sporta attīstības dinamiku ietekmē ministrija, treneri, sportisti paši, sporta organizācija, paraugi sportā. Sporta dzīves kopējo organizāciju ietekmē treneri, ģimene, sporta organizācijas, sacensību organizētāji. Sporta politiku ietekmē sacensību organizētājs.

Atslēgvārdi: sociālie tīkli, sportista komandas dalībnieki, profesionālās karjeras attīstība.

Ievads

Pētījuma mērķis ir analizēt sociālo tīklu nozīmību profesionālo sportistu dzīvē – kā treneri, skolotāji/pasniedzēji, komandas biedri, līdzjutēji, paraugi sportā, sociālo tīklu vietnes, partneri, ģimenes locekļi, konkurenti, fizioterapeiti, draugi, paziņas, sponsori, sporta organizācijas, turnīru organizētāji, raidorganizācijas kā sociālie tīkli ir saistīti ar sportista profesionālās karjeras attīstību (kā tie ietekmē sportista karjeras izvēli, tās turpināšanu, kā arī panākumu gūšanu tajā). Pētījuma jautājumi, uz kuriem tika meklētas atbildes:

- 1) Kāda ir profesionālo sportistu tīklu uzbūve, funkcionēšana un loma? (Kāda saikne ar profesionāla sportista karjeras attīstību ir treneriem, skolotājiem/pasniedzējiem, komandas biedriem, līdzjutējiem, paraugiem sportā, sociālo tīklu vietnēm, partneriem, ģimenes locekļiem, konkurentiem, fizioterapeitiem, draugiem, paziņām, sponsoriem, sporta organizācijām, turnīru organizētājiem un raidorganizācijām?)
- 2) Kāda ir sportistu tīklu saistība ar sporta organizāciju plašākā mērogā (sporta dzīves kopējo organizāciju, sporta politiku, sporta attīstības dinamiku)?

Pētījumos salīdzinoši vairāk uzmanības ir pievērsts jaunatnes sportam un bērnu socializēšanās procesam sportā, sportistu sociālo tīklu ietekmei sportista duālās karjeras attīstībā sportā un izglītībā, kā arī sociālo tīklu nozīmei sportista pārejā no sporta karjeras uz dzīvi pēc tās (kā sportistam pēc karjeras sportā veiksmīgi turpināt karjeru kādā citā nozarē vai arī strādājot sporta nozarē, bet ne vairs kā aktīvam sportistam).

Šajā darbā pētīta sportista pakāpeniska pāreja uz profesionālu karjeru sportā pieaugušo konkurencē, kā arī startēšana profesionāli, ko var palīdzēt veicināt, piemēram, ģimene, sponsoru iegūšana, kā arī sporta organizāciju, treneru atbalsts u. c.

Pētījuma akadēmiskā novitāte ir pienesums sporta socioloģijas laukam Latvijā, jo par profesionālo sportistu sociālo tīklu lomu viņu karjeras attīstībā doktorantūras līmenī neviens Latvijā nav rakstījis. Turklāt šim darbam akadēmisko novitāti piešķir tas, ka tajā izmantota inovatīva metodoloģija – padziļinātās intervijas, kurās iekļauti vārdu ģeneratora un vārdu interpretēšanas jautājumi un sociālo tīklu kartēšana.

Vispirms ieskicēšu informāciju par vairākiem līdz šim izpētītajiem sportistu sociālajiem tīkliem un to lomu. Galvenās atziņas no iepriekš veiktajiem pētījumiem – pētījuma dalībnieki iesaistījās sportā, primāri pateicoties ģimenei. Vecāki saviem bērniem sameklē piemērotu treneri, uztur komunikāciju ar treneri par bērna progresu, trenera un sportista sadarbības efektivitāti [Jowett & Timson-Katchis 2005: 275]. Vecāki veic finanšiālas investīcijas, lai segtu izdevumus par bērna trenēšanu, kluba dalības maksu un sacensību maksu, transportu un jau minēto ekipējumu [Jowett & Timson-Katchis 2005: 275]. Slavēšana ir svarīga motivējoša atbilde, ko sniedz vecāki un kas kalpo par bērna snieguma validāciju un/vai pūliņiem aktivitātē [Beets et al. 2010: 634].

Sporta organizācijās izlemt par piemērotu organizatorisko struktūru ir viens no svarīgākajiem menedžmenta uzdevumiem. Atkarībā no organizācijas ārējā un iekšējā konteksta tā būs vairāk vai mazāk kompleksa (sarežģīta), standartizēta un centralizēta. Uzdevuma vide iekļauj tos ārējos faktorus, kuri tiešā veidā ietekmē organizāciju. Ģenerālā vide sastāv no tā, kas ietekmē industriju kopumā drīzāk nekā vienu konkrētu organizāciju, tā var iekļaut politiskos, ekonomiskos, juridiskos, sociālkulturālos, demogrāfiskos, tehnoloģiskos un ekoloģiskos faktorus. Faktori, kas jāņem vērā, ir līderības stils, varas izmantošana un politiskā uzvedība, tas, kādā veidā tiek pieņemti lēmumi, un kultūras attīstība [Houlihan 2003: 215].

Socioloģiskas analīzes par sporta faniem fokusējas uz fanu iesaisti spēlē, viņu pašreflektīvo uzvedību, kā arī variācijām starp tām [Giulianotti 2002; King 2002, 1998; Sandvoss 2003; Crawford 2004, as cited in Horne 2006: 35]. Sporta fani bieži vien dažādi izgreznojas ar komandas tērpiem. Vēl vairāk, fanu patēriņa uzvedība sniedzas pāri ar komandu saistītiem tērpiem līdz produktiem, kas tiek asociēti ar komandām, jo ir saistīti ar komandu sponsoriem [Kinney 2006; Madrigal 2000, as cited in Hundley & Billings 2010: 218]. Sporta fani ir ļoti būtisks sabiedrisko attiecību mehānisms sporta organizācijām. Kā jau minēts, viņi uzņemas būt par zīmola reklamētājiem, vēstniekiem veidā, ko apskauž daudzas citas uz patērētāju orientētas organizācijas [Hopwood et al. 2010: 140]. Fani arī paaugstina līdzjušanas atmosfēru stadionā spēles dienā – tas ir ļoti būtiski, lai pārdotu sporta produktu [Hopwood et al. 2010: 147].

Sporta sponsoriem ir pieci tipiski mērķi [Clarke 2003: 46, as cited in Horne 2006: 91]. Pirmkārt, iegūt piekļuvi specifiskai mērķa populācijai, uz kuru sponsors vēlas koncentrēties un kurā vēlas radīt apziņu vai noslieci iegādāties produktus nākotnē. Otrkārt, tikt asociētam ar prestižu komandu, sasniegumu vai pasākumu. Treškārt, iegūt vērā ņemamu ētera laiku televīzijā ar garantētu lojālu fanu auditoriju, kuri visi ir iegrimuši patīkamā satraukumā saistībā ar sportu. Ceturtkārt, attīstīt korporatīvas izklaides iespējas ar jauniem vai jau esošajiem klientiem. Piektkārt, izlaist jaunu produktu, radīt zīmola atpazīstamību vai veikt mikromārketingu testa produktiem [Horne 2006: 91].

Trūkst zināšanu par vecāku iesaisti jaunatnes sportā un par specifiskiem mehānismiem, ar kādiem vecāki ietekmē savus bērnus sporta vidē. Nākotnē ieteicams veikt longitudinālus pētījumus, kuros ņemts vērā gan bērns, kas attīstās, gan vairāku līmeņu ekosistēmas [Holt et al. 2008: 683]. Būtu arī jāturpina pētīt trenēšanas uzvedību, trenera un sportista attiecības un citus faktorus, kas varētu ietekmēt to, kādēļ jaunieši pamet izvēlēto sporta veidu. Atkārtota longitudinālu pētījumu veikšana ir ieteicama, lai noteiktu, cik ilgi un kādēļ jaunieši noturas izvēlētajā sporta veidā [Wekesser et al. 2021: 497]. Minēts arī, ka nākotnes pētījumiem vajadzētu paplašināti pētīt pieaugušo lomu jaunatnes sporta attīstībā. Izzinošs pētījums ir nepieciešams, lai saprastu, kā tieši treneri var visefektīvāk iemācīt dzīves prasmes un veicināt jaunatnes pozitīvu attīstību [piem., Bloom 1985; Cote 1999, as cited in Fraser-Thomas et al. 2007].

1. Metožu apraksts

1.1. Vārdu ģenerators un vārdu interpretēšanas jautājumi

Darba kvalitatīvajā fāzē tika veikta padziļinātā intervija, kuras ievadā iekļauti vārdu ģenerators un vārdu interpretēšanas jautājumi. Padziļinātās intervijas ļauj ģenerēt padziļinātus personīgus stāstus, izprast personīgo kontekstu, izpētīt problēmas padziļināti un detaļās, kā arī izprast tādas procesus kā motivācija, ietekme, lēmums un iznākums [Ritchie et al. 2013: 59]. Raksta autore iepazīs ar vārdu ģenerators un interpretēšanas jautājumu piemēriem vairākos rakstos [piem., Bela et al. 2018; Kiopa 2013; Melkers & Kiopa 2010]. Pētītajos rakstos vārdu ģenerēšanas jautājumi

izmantoti aptaujas instrumentārija izveidē, taču darba autore veica inovāciju un izmantoja tos interviju ievadā. Ar vārdu ģenerators un interpreta-tora metodi iespējams precīzi identificēt konkrētas personas sadarbības tīklā, kā arī sadarbības formas, iepazīšanās kanālus un saišu raksturu starp sadarbības tīklā iesaistītajām personām [Bela et al. 2018: 20].

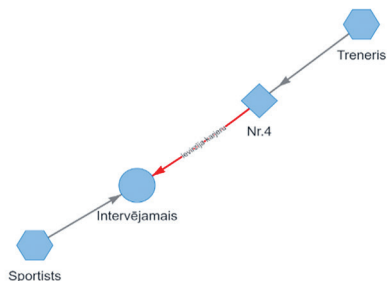
1.2. Sociālo tīklu kartēšana

Kvantitatīvajā fāzē tika bagātināta un padziļināta kvalitatīvo rezultātu interpretācija, veicot sociālo tīklu kartēšanu. Lai nonāktu līdz sociālo tīklu kartēšanai, autorei bija nepieciešams ievākt un sastrukturēt datus. Bija jāveic padziļinātās intervijas transkripts. Pēc tam attiecīgais transkripts bija jākodē, piešķirot koncentrētus, saīsinātus kodus uzrakstītajam tekstam, lai būtu piefiksēta galvenā doma katrā jautājumā. Tad autore intervijas datus sastrukturēja un ievadīja *Excel* failā (skat. 1. un 2. pielikumu) lapā “Darbības1” – tā sastāv no kolonnas A (“kuram”), kolonnas B (“loma kuram”), kolonnas C (“kurš”), kolonnas D (“loma kurš”), kolonnas E (“kas (tīkls)”), kolonnas F (“kādā veidā (apakštīkls)”), kolonnas J (“vērtējums (attieci-bas starp nodēm)”), kolonnas L (“sākuma gads”), kolonnas M (“beigu gads”), kolonnas N (“rindkopa no kuras ņemts”). Savukārt *Excel* faila lapā “DarbībasSkaidrojumi” kolonnā A (“Kas”) ir sociālo tīklu un apakštīklu saīsinājumi, bet kolonnā B (“Sociālā tīkla nosaukums”) ir uzrakstīts pilnais nosaukums kolonnai A (“Kas”) (skat. 3. pielikumu). Kad *Excel* fails bija izstrādāts, konsultējoties ar Latvijas Universitātes Matemātikas un infor-mātikas institūta pētnieku Pēteri Ručevski, viņš no šī *Excel* faila ar datora programmas palīdzību izveidoja sociālo tīklu kartes.

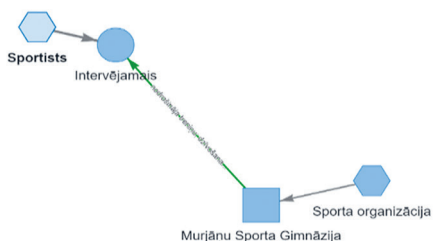
2. Datu apkopojums, analīze un interpretācija

2.1. Profesionāla sportista darbā aplūkoto sociālo tīklu saikne ar viņa karjeras attīstību

Darba sadaļā par profesionālā sportista sociālo tīklu saikni ar viņa karjeras attīstību jeb tīkla kartējuma nosaukumā “saikne” jeb “Kas (tīkls)” (skat. 1. pielikumu) (sportistu sociālo tīklu saikne ar profesionāla sportista karjeras attīstību) ir vairāki apakštīkli jeb “Kādā veidā (apakštīkls)” (skat. 1. pielikumu) – izvēle (attieci-gās karjeras izvēle), turpināšana (attieci-gās



2. attēls. Apakštīkls “izvēle (attiecīgās karjeras izvēle)”



3. attēls. Apakštīkls “izvēle, turpināšana, panākumu gūšana”

2. attēlā redzams, ka profesionālā sportista treneris Nr. 4 ir ievirzījis sportista karjeru. Šis treneris ietekmēja to, ka attiecīgais sportists sāka nodarboties ar konkrēto sporta veidu.

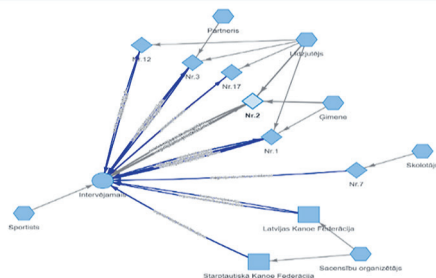
Tālāk daži piemēri no apakštīkla “izvēle, turpināšana, panākumu gūšana”.

3. attēlā redzams, ka sporta organizācija “Murjāņu Sporta Ģimnāzija” (MSG) nodrošināja sportistam treniņu, dzīvošanas un mācību apstākļus. Sportists intervijā minēja, ka MSG viņu četras reizes dienā ēdināja, izguldāja, izmitināja, ļāva nomazgāties un rūpējās par treniņu apstākļiem – tika nodrošināts viss, lai būtu iespēja trenēties un arī mācīties.

Turpinājumā daži piemēri no apakštīkla “neietekmē”.

Bronfenbrenners Burts Granoveters atbalsts ietekme karjeras attīstības līnijas zi... kontakta biežums karjeras laikā lielāka atbalsta gaidas profesionāls sportista rakstur... saikne sociālo tīklu un to attiecību ...
 sociālo tīklu vieturo ietekme teorija
 izvēle izvēle,turpināšana,panākumu... neietekme panākumu gūšana turpināšana turpināšana,panākumu gūšana

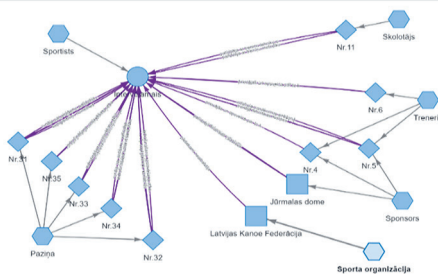
Show selected nodes



4. attēls. Apakštīkls “neietekmē”

Bronfenbrenners Burts Granoveters atbalsts ietekme karjeras attīstības līnijas zi... kontakta biežums karjeras laikā lielāka atbalsta gaidas profesionāls sportista rakstur... saikne sociālo tīklu un to attiecību ...
 sociālo tīklu vieturo ietekme teorija
 izvēle izvēle,turpināšana,panākumu... neietekme panākumu gūšana turpināšana turpināšana,panākumu gūšana

Show selected nodes

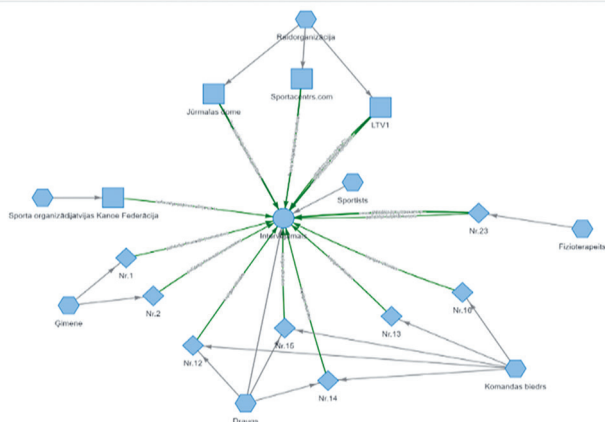


5. attēls. Apakštīkls “panākumu gūšana”

Šis 4. attēlā redzamais tīklojums rāda, ka sportists starta laikā neizjūt atbalstu no saviem līdzjutējiem (Nr. 12, Nr. 3, Nr. 17, Nr. 2 un Nr. 1). Runājot par sportista partneri (Nr. 3), sportists minēja, ka viņai nav bijis ietekmes uz sportista karjeras izvēli, turpināšanu, kā arī panākumu gūšanu tādēļ, ka sportists vairs nestratēja tad, kad tika izveidotas attiecības ar partneri. Sacensību organizētāji sportista dzīvē – Latvijas Kanoe federācija (Nr. 27) un Starptautiskā Kanoe federācija (Nr. 36) –, pēc sportista domām, viņa karjeru nekā neietekmēja, lai gan sacensību organizētājs (Nr. 27) rīko sacensības canoe airēšanā Latvijā, bet sacensību organizētājs (Nr. 36) rīko sacensības canoe airēšanā starptautiski.

Tagad daži piemēri no apakštīkla “panākumu gūšana”.

5. attēlā redzams, ka sportista paziņas (Nr. 31, Nr. 32, Nr. 33, Nr. 34, Nr. 35) ar sportistu runāja par airēšanu, palīdzēja cits citam, pamācīja cits



6. attēls. Apakštīkls “turpināšana”

citu. Visi sportista paziņas bija airētāji. Sportists ar visiem šiem paziņām kopā trenējās un kopā brauca uz nometnēm. Viņi arī sniedza morālu atbalstu sportistam – iedrošināja, uzslavēja un atbalstīja. Sportista skolotājs Nr. 11 savukārt palīdzēja gūt panākumus ar izstrādātu treniņu metodiku, tehniku un teoriju. Treneris Nr. 5 trenēja tehniskās nianses. Savukārt treneris Nr. 6 trenēja fizisko sagatavotību.

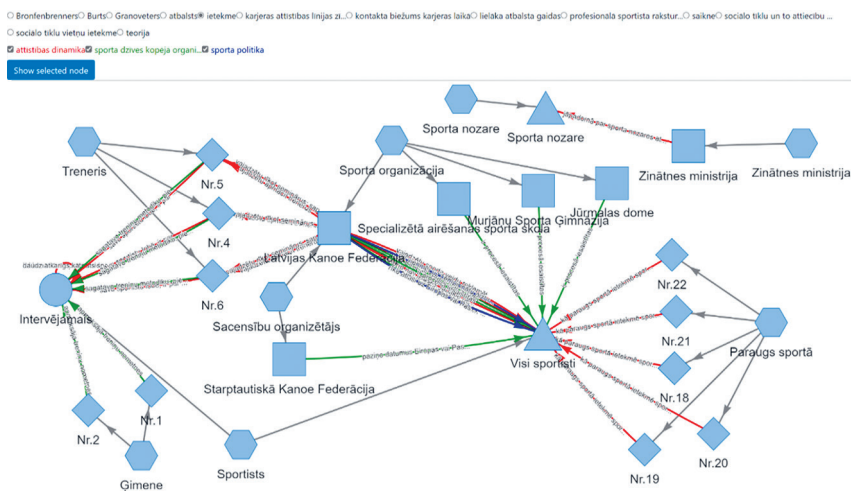
Turpinājumā daži piemēri no apakštīkla “turpināšana”.

Tīkla kartē (6. attēlā) redzams, ka sporta organizācija Latvijas Kanoje federācija (Nr. 27) noformēja sportistam dokumentus un aizsūtīja viņu uz sacensībām, – tas palīdzēja sportistam turpināt karjeru sportā. Runājot par raidorganizācijām – Jūrmalas dome (Nr. 26), Sportacentrs.com (Nr. 38) un LTV1 (Nr. 37) lika sportistam justies lepnam par sasniegto. No Jūrmalas domes (Nr. 26) sportists tika nominēts kā gada uzlecošais sportists, un Jūrmalas dome (Nr. 26) publicēja avīzē sportista rezultātus. LTV1 (Nr. 37) rādīja sportista vārdu televīzijā. Sportista fizioterapeits (Nr. 23) izārstēja sportista traumu. Fizioterapeits (Nr. 23) veica sportistam procedūras ar ultraskaņu un smērēja celi ar pretiekaisuma ziedēm, līdz ceļa sāpes pārgāja.

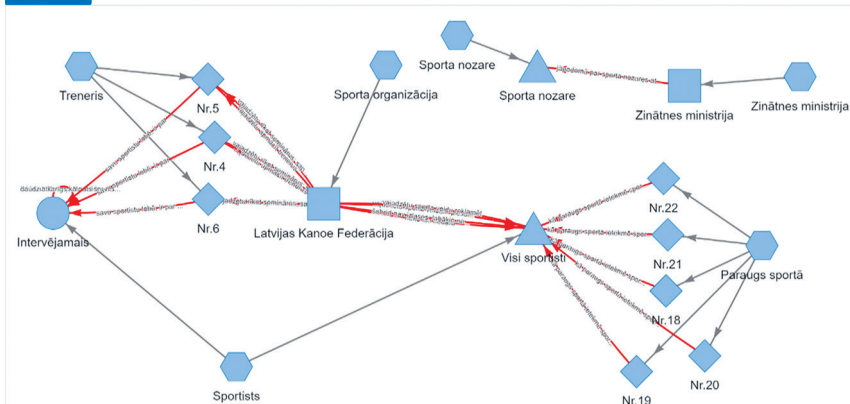
Tagad daži piemēri no apakštīkla “turpināšana, panākumu gūšana”.

2.2. Sportistu tīklu saistība ar sporta organizāciju plašākā mērogā (sporta dzīves kopējo organizāciju, sporta politiku, sporta attīstības dinamiku)

Darba sadaļā par profesionālā sportista sociālo tīklu ietekmi uz sporta organizāciju plašākā mērogā jeb tīkla kartējuma nosaukumā “ietekme” jeb “Kas (tīkls)” (skat. 1. pielikuma piemēru) (sportista sociālo tīklu ietekme uz sporta organizāciju plašākā mērogā) (skat. 8. attēlu) ir vairāki apakštīkli jeb “Kādā veidā (apakštīkls)” (skat. 1. pielikuma piemēru) – attīstības dinamika (sociālo tīklu ietekme uz sporta veida attīstības dinamiku), sporta dzīves kopējā organizācija (sociālo tīklu ietekme uz sporta dzīves kopējo organizāciju) un sporta politika (sociālo tīklu ietekme uz sporta politiku). Kā redzams 8. attēlā, katrs apakštīkls ir iekrāsots citā krāsā. Turpmāk aprakstīti visi šie apakštīkli, kā arī katru apakštīklu raksturojošās attiecības starp mezgliem jeb, kā atzīmēts *Excel* failā, “Vērtējums (attiecības starp nodēm)” (skat. 2. pielikumu). Šīs attiecības starp mezgliem ir uzrakstītas grafikā uz saitēm starp mezgliem, kā arī parādās datora programmā, atzīmējot konkrētu mezglu un nospiežot *Show selected node*. Tad kļūst redzams arī attiecību virziens starp mezgliem un konkrēto attiecību sākuma un beigu gads. Ar sešstūriem atzīmētas sociālo tīklu grupas, savukārt



8. attēls. Sportista sociālo tīklu ietekme uz sporta organizāciju plašākā mērogā



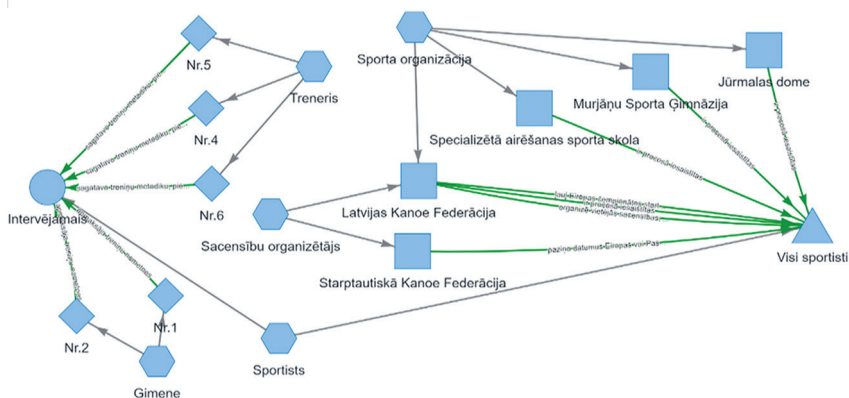
9. attēls. **Apakštīkls “attīstības dinamika (sociālo tīklu ietekme uz sporta veida attīstības dinamiku)”**

numurētie rombi ir konkrēti, anonimizēti cilvēki, kuri ietilpst attiecīgajā grupā. Ar kvadrātiem atzīmētas organizācijas, bet ar trijstūriem atzīmētas grupas.

Analizējot tīklu kartējumu, turpinājumā šis tīkls parādīts un aprakstīts pa daļām. Vispirms dažī piemēri no apakštīkla “attīstības dinamika (sociālo tīklu ietekme uz sporta veida attīstības dinamiku)”.

Kā redzams 9. attēlā, sportists minēja, ka Zinātnes ministrijai (Nr. 46) ir jādomā par sporta nozares (Nr. 49) attīstīšanu. Sporta organizācijai Latvijas Kanoe federācija (Nr. 27) savukārt, pēc sportista domām, vajadzētu apmācīt trenerus, kā arī rīkot seminārus un sapulces treneriem. Latvijas Kanoe federācijai vajadzētu domāt par attīstību. Pēc sportista domām, Latvijas Kanoe federācijai vajadzētu piesaistīt cilvēkus šim sporta veidam, taču pašlaik Latvijas Kanoe federācija neko īsti nedara, kaut arī tai būtu jābūt galvenajai šī sporta veida attīstītājai. Latvijas Kanoe federācijai vajadzētu šo sporta veidu reklamēt. Sportists arī min, ka pašlaik Latvijas Kanoe federācijai nav izlases.

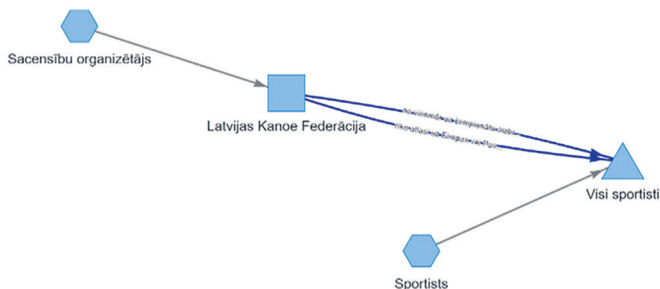
Turpinājumā dažī piemēri no apakštīkla “sporta dzīves kopējā organizācija (sociālo tīklu ietekme uz sporta dzīves kopējo organizāciju)”.



10. attēls. Apakštīkls “sporta dzīves kopējā organizācija (sociālo tīklu ietekme uz sporta dzīves kopējo organizāciju)”

Sportists minēja, ka treneri (Nr. 4, Nr. 5, Nr. 6) sagatavo treniņu meto-
diku un pielāgo treniņu procesu sportistam: ir zināmas sacensības, kurās
būs atlase, un treneris sagatavo treniņu metodiku, lai sportista fiziskā
forma uz atlasi būtu gana augsta, bet lai viņš vēl nebūtu maksimāli la-
bākajā formā. Sagatavošanās notiek ar domu, ka sportists izcīnīs vietu
un aizbrauks uz Eiropas vai Pasaules čempionātu un tieši tur būs fiziskās
sagatavotības ziņā labākajā formā. Latvijas Kanoe federācija (Nr. 27) kā
sporta organizācija rīko vietējās sacensības un rīko atlasi uz starptautis-
kām sacensībām – junioru čempionātu vai atsevišķu atlasi, vai arī ir jāuz-
var divos braucienos, lai būtu iespēja tikt tālāk uz Eiropas čempionātu.
Piemēram, vietējā junioru čempionāta gadījumā pirmā laiva izcīna tiesības
startēt kādā distancē Eiropas čempionātā. Starptautiskā Kanoe federā-
cija (Nr. 36) savukārt kā sacensību organizētājs paziņo datumus Eiropas

Visbeidzot piemērs no apakštīkla “sporta politika (sociālo tīklu ietek-
me uz sporta politiku)”.



11. attēls. Apakštīkls “sporta politika (sociālo tīklu ietekme uz sporta politiku)”

Kā redzams 11. attēlā, raksturojot savu sociālo tīklu saistību ar sporta politiku, sportists apgalvo, ka Latvijas Kanoē federācija (Nr. 27) kā sacensību organizētājs rīko atlasi uz Eiropas vai Pasaules čempionātu. Tāpat arī sportists min, ka viņa laikā ne vienmēr uz sacensībām aizbraucis tas, kurš bijis labākais, bet gan tas, kuram bijusi nauda.

Secinājumi

Kopumā pētījums ir izdevies, jo ir iegūtas atbildes uz izvirzītajiem jautājumiem un sasniegts pētījuma mērķis. Pirmkārt, secināms, ka sportista karjeras izvēli ietekmēja un ievirzīja viņa pirmais treneris. Gan karjeras izvēli, gan turpināšanu, gan panākumu gūšanu tajā ietekmēja sporta organizācija, nodrošinot treniņu, dzīvošanas un mācību apstākļus. Sportista karjeru atsevišķos aspektos neietekmē viņa līdzjutēji, partnere, ģimene, skolotāja, sacensību organizētāji. Sportista panākumu gūšanu ietekmē sportista paziņas, skolotājs, treneri un sponsors. Sportista karjeras turpināšanu ietekmē sporta organizācija, raidorganizācijas, fizioterapeite, komandas biedri, ģimene. Sportista karjeras turpināšanu un panākumu gūšanu ietekmējuši paraugi sportā, komandas biedri, draugi, konkurenti, skolotājas, sociālo tīklu vietnes, sporta organizācija, sponsori, treneris.

Otrkārt, var secināt, ka sporta attīstības dinamiku ietekmē ministrija, treneri, sportisti paši, sporta organizācija, paraugi sportā. Sporta dzīves

kopējo organizāciju ietekmē treneri, ģimene, sporta organizācijas, sacensību organizētāji. Sporta politiku ietekmē sacensību organizētājs.

Salīdzinot iepriekšējos pētījumos aprakstīto par sporta organizācijām, minēts, ka ģenerālā vide, kas ietekmē sporta organizācijas, var iekļaut politiskos, ekonomiskos, juridiskos, sociokulturālos, demogrāfiskos, tehnoloģiskos un ekoloģiskos faktoros. Runājot tieši par to, kā sporta organizācijas, kuras sportists pieminēja šajā darbā, atbalstīja sportistu, var secināt, ka nozīme bija politiskajiem, ekonomiskajiem un juridiskajiem faktoriem. Politiski sportista karjeru sporta organizācijas ietekmēja kā sacensību organizētāji, rīkojot atlases uz Eiropas vai Pasaules čempionātu, kurās sportists piedalījās. Ekonomiskais faktors sporta organizāciju sakarā bija tāds, ka noteikta sporta organizācija divas reizes palīdzēja sportistam finansiāli – vienreiz, lai viņš varētu aizbraukt uz Eiropas čempionātu, otrreiz par to, ka viņš izcīnīja medaļas sacensībās. Savukārt juridiskais faktors ir attiecināms uz autores darbu, jo sporta organizācija intervētajam sportistam kārtoja dokumentus, lai varētu viņu aizsūtīt uz sacensībām.

Runājot par sporta faniem – iepriekšējos pētījumos minēts, ka fani ietekmē atmosfēru sacensību vietā, kas savukārt ir ļoti būtiski, lai pārdotu sporta produktu. Autores pētījumā, savukārt, atklājās, ka no sportista perspektīvas līdzjutēji viņa startu īpaši neietekmē, jo viņu atbalstu sportists neizjūt, tādēļ ka ir ļoti koncentrējies savam startam.

Turpinot par sponsoru ietekmi – iepriekšējos pētījumos aprakstīts, ka viens no tipiskiem sporta sponsoru mērķiem ir tikt asociētiem ar prestižu komandu, sasniegumu vai pasākumu. Visticamāk, tieši šis mērķis bija aktuāls arī šī pētījuma kontekstā, kad noteikta sporta organizācija kā sponsors atbalstīja sportistu. Attiecīgā sporta organizācija pārstāv pašvaldību, no kuras ir sportists; pats sportists savukārt sniedz labu reklāmu attiecīgajai pašvaldībai un sponsoram, aizbraucot uz Eiropas čempionātu, – šo braucieni sportistam samaksāja attiecīgais sponsors. Arī panākuma gūšana jauniešu olimpiādē un iegūtās medaļas sportista sponsora imidžam nāca par labu, un tas sniedza viņam naudas balvu par panākumu.

Iepriekš veiktajos pētījumos identificēts, ka trūkst zināšanu par vecāku iesaisti jaunatnes sportā un specifiskiem mehānismiem, ar kuriem vecāki ietekmē savus bērnus sporta vidē. Kā ieteicams virziens nākotnei minēti longitudināli pētījumi, kuros ņemts vērā gan bērns, kas attīstās, gan

vairāku līmeņu ekosistēmas. Šajā pētījumā autore ir pieskāršusies ģimenes iesaistei sportista dzīvē saistībā ar minētajiem raksta aspektiem. Tāpat arī šis pētījums, lai gan nav longitudināls, tomēr apraksta vairākus posmus, kas principā ietver ilgāku periodu – sportista karjeras izvēli, tās turpināšanu, kā arī panākumu gūšanu tajā.

Izmantotie avoti un literatūra

1. Beets, M. W., Cardinal, B. J., & Alderman, B. L. (2010). Parental social support and the physical activity – related behaviors of youth: A review. *Health Education & Behavior*, 37(5), 621–644. Retrieved from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20729347/>
2. Bela, B., Bērziņš, K., Krebs, V., Mieriņa, I., Vingre, A. (2018). *Latvijas zinātnieku diaspora: sadarbības tīkli un iespējas*. Rīga: Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta Diasporas un migrācijas pētījumu centrs, 3.–65. lpp. Pieejams: http://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/49864/LU_DMPC_Zinatnieku_diaspora_2018.pdf?sequence=1
3. Fraser-Thomas, J., Cote, J., & Deakin, J. (2007). Youth sport programs: An avenue to foster positive youth development. *Taylor & Francis Online*. Retrieved from: <https://www.tandfonline-com.datubazes.lanet.lv/doi/full/10.1080/1740898042000334890>
4. Holt, N. L., Tamminen, K. A., Black, D. E., Sehn, Z. L., & Wall, M. P. (2008). Parental involvement in competitive youth sport settings. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(5), 663–685. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1469029207000842>
5. Hopwood, M., Kitchin, P., & Skinner, J. (2010). *Sport Public Relations and Communication*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
6. Horne, J. (2006). *Sport in Consumer Culture*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
7. Houlihan, B. (2003). *Sport and Society: A Student Introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
8. Hundley, H., & Billings, A. C. (2010). *Examining Identity in Sports Media*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE Publications.
9. Jowett, S., & Timson-Katchis, M. (2005). Social Networks in Sport: Parental Influence on the Coach-Athlete Relationship. *The Sport Psychologist*, 19, 267–287.

Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/234092217_Social_Networks_in_Sport_Parental_Influence_on_the_Coach-Athlete_Relationship

10. Kiopa, A. (2013). The prevalence and productivity effects of close friendship in academic science. *Georgia Institute of Technology*, 1-178. Retrieved from: https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/47695/kiopa_agrita_201305_phd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
11. Melkers, J., & Kiopa, A. (2010). The social capital of global ties in science: The added value of international collaboration. *Review of Policy Research*, 27(4), 389–414. Retrieved from: <https://onlinelibrary-wiley-com.datubazes.lanet.lv/doi/epdf/10.1111/j.1541-1338.2010.00448.x>
12. Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, M., & Ormston, R. (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. SAGE, 59. Retrieved from: [https://books.google.lv/books?hl=lv&lr=&id=EQSIAwAAQBA-J&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ritchie,+J.+\(2003\).+The+applications+of+qualitative+methods+to+social+research.+In+J.+Ritchie+%26+J.+Lewis+\(Eds.\),+Qualitative+research+practice:+A+guide+for+social+science+students+and+researchers+\(pp.+24-46\).+London,+UK:+Sage.&ots=I-QSevYz-J&sig=g-SkSAeniFkfnx4AJ0VGz1IW6oWk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.lv/books?hl=lv&lr=&id=EQSIAwAAQBA-J&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ritchie,+J.+(2003).+The+applications+of+qualitative+methods+to+social+research.+In+J.+Ritchie+%26+J.+Lewis+(Eds.),+Qualitative+research+practice:+A+guide+for+social+science+students+and+researchers+(pp.+24-46).+London,+UK:+Sage.&ots=I-QSevYz-J&sig=g-SkSAeniFkfnx4AJ0VGz1IW6oWk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
13. Wekesser, M. M., Harris, B. S., Langdon, J., & Wilson, C. H., Jr. (2021). Coaches' impact on youth athletes' intentions to continue sport participation: The mediational influence of the coach – athlete relationship. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 16(3), 490–499. Retrieved from: <https://journals-sagepub-com.datubazes.lanet.lv/doi/pdf/10.1177/1747954121991817>

Pielikumi

Pielikums Nr. 1

1	A	B	C	D	E	F
	kuram	Loma kuram	kurš	Loma kurš	Kas (tīkls)	Kāda veidā (apakstīkls)
246.11	Sportists	Nr.4	Treneris	saikne		izvēle
247.11	Sportists	Nr.24	Sporta organizācija	saikne		izvēle,turpināšana,panākumu gūšana
248.Nr.1, Nr.17, Nr.2	Līdzjutējs	11	Sportists	saikne		neietekmē
249.Nr.12, Nr.3	Sportists	Nr.1, Nr.2	Gimene	saikne		neietekmē
250.11	Sportists	Nr.1, Nr.2	Gimene	saikne		neietekmē
251.11	Sportists	Nr.3	Partneris	saikne		neietekmē
252.11	Sportists	Nr.3	Partneris	saikne		neietekmē
253.11	Sportists	Nr.27, Nr.36	Sacensību organizētājs	saikne		neietekmē
254.11	Sportists	Nr.1, Nr.17, Nr.2	Līdzjutējs	saikne		neietekmē
255.11	Sportists	Nr.12, Nr.3	Līdzjutējs	saikne		neietekmē
256.11	Sportists	Nr.1, Nr.2	Gimene	saikne		neietekmē
257.11	Sportists	Nr.3	Partneris	saikne		neietekmē
258.11	Sportists	Nr.1, Nr.2	Gimene	saikne		neietekmē
259.11	Sportists	Nr.7	Skolotājs	saikne		neietekmē
260.11	Sportists	Nr.27	Sacensību organizētājs	saikne		neietekmē
261.11	Sportists	Nr.36	Sacensību organizētājs	saikne		neietekmē
262.11	Sportists	11	Sportists	saikne		panākumu gūšana
263.Nr.31	Paziņa	Nr.26	Sponsors	saikne		panākumu gūšana
264.11	Sportists	Nr.27	Sporta organizācija	saikne		panākumu gūšana
266.11	Sportists	Nr.31,Nr.32,Nr.33,Nr.34,Nr.35	Paziņa	saikne		panākumu gūšana
267.11	Sportists	Nr.31	Paziņa	saikne		panākumu gūšana
268.11	Sportists	Nr.26	Sponsors	saikne		panākumu gūšana
269.11	Sportists	Nr.31, Nr.32, Nr.33, Nr.34, Nr.35	Paziņa	saikne		panākumu gūšana
270.11	Sportists	Nr.32,Nr.33,Nr.34,Nr.35	Paziņa	saikne		panākumu gūšana
271.11	Sportists	Nr.6	Treneris	saikne		panākumu gūšana
272.11	Sportists	Nr.5	Treneris	saikne		panākumu gūšana
273.11	Sportists	Nr.4	Treneris	saikne		panākumu gūšana
274.11	Sportists	Nr.5, Nr.6	Treneris	saikne		panākumu gūšana
275.11	Sportists	Nr.11	Skolotājs	saikne		panākumu gūšana
276.11	Sportists	Nr.11	Skolotājs	saikne		panākumu gūšana
277.11	Sportists	Nr.5	Treneris	saikne		panākumu gūšana
278.11	Sportists	Nr.23	Fizioterapeits	saikne		turpināšana
279.11	Sportists	Nr.23	Fizioterapeits	saikne		turpināšana
280.11	Sportists	Nr.23	Fizioterapeits	saikne		turpināšana

Autori: M. Straume, P. Ručevskis

Pielikums Nr. 2

	J	L	M	N
1	Vērtējums (attiecības starp nodēm)	Sākuma gads	Beigu gads	Rindkopa no kuras ņemts
246	ievirzīja karjeru	2008	2008	5.jautājums
247	nodrošināja treniņu/dzīvošanas/mācību apstākļus	2010	2014	12.jautājums
248	neizjūt no viņiem atbalstu starta laikā	2009	2014	8.jautājums
249	neizjūt no viņiem atbalstu starta laikā	2010	2014	8.jautājums
250	atbalstīja finansiāli	2009	2014	3.jautājums
251	neietekmēja izvēli	2008	2008	3.jautājums
252	neietekmēja izvēli	2014	2022	4.jautājums
253	neietekmēja turpināšanu	2014	2022	4.jautājums
254	karjeru neietekmēja	2008	2014	15.jautājums
255	neietekmē karjeru	2008	2014	8.jautājums
256	neietekmē karjeru	2010	2014	8.jautājums
257	neietekmēja panākumu gūšanu	2009	2014	3.jautājums
258	neietekmēja panākumu gūšanu	2014	2022	4.jautājums
259	mēģināja atrunāt no airēšanas	2008	2008	3.jautājums
260	mēģināja atrunāt no airēšanas	2007	2008	rindkopa pirms 6.jautājuma
261	organizē sacensības kanoe airēšanā Latvijā	2008	2014	rindkopa pirms 15.jautājuma
262	organizē starptautiskās sacensības kanoe airēšanā	2008	2014	rindkopa pirms 15.jautājuma
263	sportists vēroja viņa treniņus/atkārtoja redzēto	2010	2014	14.jautājums
264	pietiekami neatbalstīja	2008	2014	rindkopa pirms 12.jautājuma
265	pietiekami neatbalstīja	2008	2014	rindkopa pirms 12.jautājuma
266	runāja par airēšanu/palīdzēja/pamācīja	2010	2014	14.jautājums
267	x	2010	2014	14.jautājums
268	palīdzēja finansiāli (aizbraukt uz Eiropas junioru čemp)	2013	2013	16.jautājums
269	kopīgītreniņi/nometnes	2010	2014	14.jautājums
270	iedrošināšana,uzslavēšana,atbalsts	2010	2014	14.jautājums
271	trenēja fizisko sagatavotību	2010	2014	5.jautājums
272	uzlaboja panākumus airēšanā	2010	2014	5.jautājums
273	priecējās un apsveica par to kas izdevies treniņos/pai	2008	2014	5.jautājums
274	priecējās un apsveica par to kas izdevies treniņos/pai	2010	2014	5.jautājums
275	palīdzēja ar treniņu metodiku	2010	2014	rindkopa pirms 6.jautājuma
276	palīdzēja ar treniņu tehniku un teoriju	2010	2014	rindkopa pirms 6.jautājuma
277	trenēja tehniskas nianšes	2010	2014	5.jautājums
278	palīdzēja turpināt karjeru	2011	2011	11.jautājums
279	izārstēja traumu	2011	2011	rindkopa pirms 11.jautājuma
280	veica procedūras (ultraskaņu,pretiekaisuma ziedes)	2011	2011	rindkopa pirms 11.jautājuma

Autori: M. Straume, P. Ručevskis

Pielikums Nr. 3

A		
1	Kas	Sociālā tīkla nosaukums
3	saikne	saikne ar profesionāla sportista karjeras attīstību
4	saikne.izvēle	attiecīgās karjeras izvēle
5	saikne.turpināšana	attiecīgās karjeras turpināšana
6	saikne.panākumu gūšana	panākumu gūšana karjerā
7	saikne.neietekmē	nav ietekmējuši karjeru
8	atbalsts	tīklu sniegtais atbalsta veids
9	atbalsts.treniņi	atbalsts ikdienas treniņiem un sacensībām
10	atbalsts.fiziskās sagatavotības un fizisks	fiziskās sagatavotības atbalsts un fizisks atbalsts traumu gadījumā
11	atbalsts.emocionālais	emocionālais atbalsts
12	atbalsts.finances	materiāls/finansiāls atbalsts
13	atbalsts.loģistiskais	loģistiskais atbalsts
14	atbalsts.popularizējošs	popularizējošs atbalsts
15	atbalsts.izglītība	atbalsts izglītībai
16	atbalsts.dokumentu sakārtošana	dokumentu sakārtošanas atbalsts
17	atbalsts.izmitināšana	izmitināšanas atbalsts
18	atbalsts.nesniedza	nesniedza atbalstu
19	lielāka atbalsta gaidas	kuru sociālo tīklu lielāku atbalstu sportists vēlētos saņemt
20	lielāka atbalsta gaidas.finances	sportists vēlētos saņemt lielāku materiālo/finansiālo atbalstu
21	ietekme	sociālo tīklu ietekme uz sporta organizāciju plašākā mērogā
22	ietekme.attīstības dinamika	sociālo tīklu ietekme uz sporta veida attīstības dinamiku
23	ietekme.sporta dzīves kopējā organizācija	sociālo tīklu ietekme uz sporta dzīves kopējo organizāciju
24	ietekme.sporta politika	sociālo tīklu ietekme uz sporta politiku
25	teorija	sociālo tīklu teorētiskais ietvars
26	teorija.Granoveters/vājākas saites	Granovetera vājo saišu stipruma teorija/cilvēki un organizācijas ar kurām sportistiem ir
27	teorija.Granoveters/atšķirība starp sportist	Granovetera vājo saišu stipruma teorija/atšķirība starp sportista vistuvāko kontaktu un at

Autori: M. Straume, P. Ručevskis