

Analysis of the Capital Reproduction Methods of the Retired Chinese Athletes under the Background of Media Integration

Zhijin Jiang

School of Physical Education, Yunnan Normal University, Kunming, Yunnan, 650000, China

Abstract

The employment and capital reproduction of retired athletes have always been the focus of social attention, and they are also the problems that cannot be ignored in the development process of competitive sports. With the penetration and development of the Internet, people's life has a new definition in the new era. In the background of media integration, the capital reproduction of retired athletes can be conducted through the following ways: ① technical teaching and live delivery on short video platforms have become the tuyen of the professional transformation of emerging retired athletes; ② participate in TV and variety shows to expand their influence; ③ actively conduct product endorsement or create their own products, and use we-media publicity to make capital reproduction.

Keywords

media integration; sports media; retired athletes; economic capital

媒介融合背景下中国退役运动员资本再生产途径分析

蒋志进

云南师范大学体育学院, 中国·云南昆明 650000

摘要

退役运动员的就业以及资本再生产问题一直以来都是社会关注的焦点,也是竞技体育发展过程中不可忽视的问题。随着互联网的渗透与发展,新时代背景下人们的生活有了全新的定义。在媒介融合背景下退役运动员的资本再生产可通过以下途径: ①在短视频平台进行技术教学、直播带货等成为新兴退役运动员职业转型的风口; ②参与电视、综艺节目以扩大自己的影响力; ③积极进行产品代言或自创产品,利用自媒体宣传使资本再生产。

关键词

媒介融合; 体育媒体; 退役运动员; 经济资本

1 引言

现役运动员在不久的将来都将面临着退役寻找新职业这个重大问题,特别是在2021年东京奥运会和第十届陕西全运会后,必将有一大批运动员会选择退役。如何完成退役运动员的职业转换,解决好退役运动员的就业安置问题,让运动员的付出有所回报,将是我们面临的重大挑战^[1]。然而,随着网络时代的兴起与群众思想的解放,媒体融合时代也必将席卷我们生活的各个领域。论文通过文献综述法,逻辑分析法对媒介融合时代进行系统分析,寻找出有利于退役运动员资本再生产的途径,促进中国体育事业持续性发展。

【作者简介】蒋志进(1998-),男,中国广东韶关人,在读硕士,从事体育人文社会学研究。

2 中国竞技体育发展现状分析

随着中国综合国力的提升,经济实力的快速增强,竞技体育领域也在不断地发展,运动项目呈现多样化发展趋势,运动员队伍也随之壮大起来。我们可以看到在各项国内国际大赛中中国体育运动员取得的优秀成绩,这些成绩的背后无不是运动员们辛勤的付出。运动员作为一种特殊职业,他们身上肩负着为国争光的重要使命,也一直为国家竞技体育事业的发展默默做出贡献。

中国竞技体育的发展经历了不少的磨难,新一批青年运动员已经开始崭露头角:2008年北京奥运会中国获得51枚金牌,22枚银牌和28枚铜牌,位列各国第一;2021年伦敦奥运会中国获得38枚金牌,31枚银牌和22枚铜牌位,位列第二;2016年里约奥运会中国获得26枚金牌,23枚银牌和38枚牌,位列各国第三;2021年东京奥运会中国获得38枚金牌、32枚银牌和18枚铜牌,位列各国第二。

每个发亮发光的奖牌之下，是数不清的运动员在日以继夜中重复锻炼所得出来的结果。不得不说，中国竞技体育运动员在世界各个项目上是光芒万丈的。

中国竞技体育各个子领域也呈现蓬勃的发展趋势。中国各项体育赛事如大运会、CBA比赛，中超、北京马拉松等仍然如火如荼地进行中，这些比赛引领着更多的青年才子加入到竞技体育中，更为促进体育产业的发展作出巨大贡献。另外体教融合地深入实施增强了学生身体素质，丰富了学生的体育技能掌握与体育参与率，也为竞技体育发展增添了浓厚一笔。

3 退役运动员面临的困境分析

每一位运动员的运动生涯是光荣而短暂的，当一名运动员运动生涯临近结束，他们不得不面临退役的选择，开启另一段职业规划。但是伴随着现代社会的人才竞争，文化竞争、市场竞争等，运动员这也职业也将面临这一问题。退役运动员面临着三个主要问题：

①大部分的体育运动员在专业技能上的能力出众，但专业知识素养还有待提升。这个问题不仅是中国存在，也是大部分其他国家也面临着的问题。中国最高水平的运动员专业知识素养能够满足自身未来的发展，如成为体育专业教授，或者体育相关高材生。而中水平或者是低水平的体育运动员虽然也有着过硬的体育技能，但在教授、表达等能力上还较为欠缺。

②中国市场紧张，岗位不足。随着时代的发展，人才市场竞争力越来越大，退役运动员如果没有出彩的能力，一样会被市场淘汰。

③运动员主观不想从事底薪或者露脸的工作。因为运动员征战过赛场，也享受过群众的目光，所以低薪的工作很难去适应与长期工作。另外，一些体育运动员由于被大众熟知所以会有上电视的机会，但也是因为个人原因不少运动员不愿意做这些工作。

4 媒介融合背景下的体育媒体化

4.1 媒介融合的时代背景

“媒介融合”的概念，首先由麻省理工学院的普尔教授提出，原意指各种媒介呈现多功能一体化趋势。在中国最早进行“媒介融合”研究的学者是蔡雯，她认为：“媒介融合包括渠道融合、内容融合和终端融合”。此后，不同的学者纷纷提出自己关于媒介融合的见解。学者王辰瑶在《新闻融合的创新困境——对中外77个新闻业融合案例研究再考察》中指出当下新闻融合主要分为四种类型，分别是媒介拓展、组织联合、成员合作与参与式新闻。从媒体首次触网以来的20多年间，中国报业进行了大刀阔斧的战略转移，媒介融合经历了开发报纸电子版、自办网站、报网互动、两微一端等阶段。这些融合可以大致分为两种形式，即媒介拓展与组织融合。

2014年，在北京召开的中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》文件，全面展开媒体融合战略部署，这一年被称为“媒体融合元年^[2]”。2019年1月，中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次学习，习近平总书记发表《加快推进媒体融合发展，构建全媒体传播格局》的重要讲话，指出“推动媒体融合发展，要形成资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系”。媒介融合使得退役运动员在全新的职业领域上进行更多的探索。

4.2 体育媒体化对体育运动员的影响

随着媒介融合从萌芽逐渐地发展，体育与媒体的关系被重新定义。在传统认知中，传媒作为一种信息传播手段，为体育赛事宣传与产业发展起了重要作用。在新媒体时代，媒介融合的好处与弊端也不断显现。一方面，网络体育竞赛转播、体育电影综艺、运动教学视频与运动类APP的发展为运动员在退役后的职业转向提供了大量选择，也提高了人们的体育认知、了解运动员的辛勤训练；另一方面，经济全球化驱动各国经济不断加速发展，受利益熏陶的部分人或组织深知传媒对人们日常生活的影响，利用体育媒体大肆获利，不少运动员在其中只能充当棋子。

5 媒介融合背景下退役运动员资本再生产途径分析

5.1 短视频平台成为部分退役运动员首选的风向

短视频平台以内容丰富、观看便捷为主要人们热爱形式。体育运动员在短视频平台可以通过原本的社会地位、声誉再利用成功转型为一名体育博主，利用直播带货或其他收费途径进行资本再生产^[3]。其中，最著名的例子当选千万粉丝的张国伟，张国伟在退役前是国家队跳高队员，曾获得大运会冠军，在短视频平台其利用幽默搞笑的风格收获了大批粉丝，成功转型为一名视频博主，但实际上张国伟并未进行直播带货等行为，日常短视频的发布是他在闲暇时间里所做的趣事，然而如果他想要进行直播并销售产品，那销售量一定是十分惊人。

5.2 参与电视节目、跨界表演、也成为大多数退役运动员的主要转型方向

运动员在退役后可以选择参与电视、综艺节目等表演。中国综艺类节目的发展正是风向所在，一方面可以拿到演出费，进行个人形象宣传，另一方面可以通过线上节目宣传的效果宣传自己的产品或者是代言的产品，如果效果明显甚至会接受其他的产品代言。

另外，综艺类明星访谈节目也备受观众喜爱，对明星进行日常生活跟踪，访谈的问题尖锐但又恰到好处。我们熟知的运动员如姚明、刘翔、张继科等在退役后都登上了综艺舞台，这充分表明现阶段退役运动员确实在综艺节目上是吃香的。

5.3 产品代言、创造个人产品、编写自传书籍

自媒体时代的到来,使得受人们喜爱的明星本身能够成为热点源头,更能够宣传代言或自己创建的产品。国际上很多运动员在退役后生活是非常丰富的,有球星做潮牌,也有球星组建自己的球队进行比赛,但无论如何,国际上很多运动员非常重视线上节目效果。例如,乔丹、博尔特、泰森等会出演电影,甚至在综艺节目宣传自己的个人产品,他们深刻知道利用自己的人气资本可以转化为经济资本。所以在中国也有不少体育明星产品诞生,这些产品在诞生之后就会经过层层包装然后利用新媒体大范围宣传,使人们熟知这些产品,如林书豪球鞋、马龙球拍等。

另外,退役运动员可以利用自己在运动生涯的各个时刻表现编写出书,并在参与各类媒体活动时进行宣传,也能达到资本再生产的效果。

6 结论

资本的再生产前提是运动员在现役期间充分利用自己

的原有社会资本、文化资本与经济资本,加之媒介融合的发展能够产生新的经济资本。总而言之,伴随着新媒体时代的发展,退役运动员在职业转向上有了更多的选择空间,对比之前,越来越多的退役运动员开始通过互联网进入到人们的眼帘,这是一种新趋势。然而,媒介融合也正处于萌芽阶段,现在完全盖棺定论认定这是一种积极趋势也还是较早。相信中国竞技体育的发展能够延续不断,更多退役运动员能够被市场接受,资本的再生产的途径与空间也能被继续放大。

参考文献

- [1] 代冠群.河北省职业运动员退役就业安置问题及对策研究[J].产业与科技论坛,2022(2):179-180.
- [2] 刘兰.媒介融合背景下体育全媒体人才培养模式探究[J].大学教育,2021(11):15-18.
- [3] 郭修兰,陈舒雅,王骏昇.“短视频+”混合式教学在体育教育专业排球课程中的应用研究[J].冰雪体育创新研究,2021(23):83-84.