



三、四名决赛前,来自中国的小旗手在比赛前展示国际足联旗帜 图 新华社

名人堂

「亲历」世界杯

唐蒙

一转眼,卡塔尔世界杯就要结束了,我也马上要完成自己的第八届世界杯任务。回顾往昔,感慨万分,很难想象28年的时间如此之快,就这样一闪而过。这也是我职业生涯的倒数第二届世界杯了,虽然有时我都不相信,但这也是真的。

这次卡塔尔世界杯,给我印象最深刻的球队就是摩洛哥,这支球队能以黑马之姿打入四强,表现远远超出了我的预期,让人佩服。

一名球员最多可以参加几届世界杯?目前纪录是五届。那一名解说评论员最多可参与几届世界杯?好像目前没有这样的官方记载,但从1994年美国世界杯开始,到如今解说卡塔尔世界杯,我正好“亲历”了八届。回首近30年的足球解说之旅,从当年电视台简陋的解说小屋,一张桌子,支起一支话筒,加一块背景板,到如今2022年上海广播电视台五星体育频道卡塔尔世界杯大直播高科技、智慧型的主演播大厅内,数据环流,虚拟互动……我这八届世界杯解说的亲历感受,也是上海体育电视传媒飞速发展进步的明证。

1994年美国世界杯是我职业生涯的首届世界杯,但严格来说又不是——当时的转播权在央视手里,他们并没有和地方台共享。那时我刚刚进电视台不久,没想到台里作了一个破天荒的决策:派出一支四人摄影报道团队前往美国,走访举办世界杯赛事的全部城市,制作播出系列报道《光荣与梦想》。在我们之前,包括央视在内,没有一家中国电视媒体对世界杯的举办国进行过这样深入的报道。那一次,也是我唯一一次世界杯实地行,从那以后,我就在电视台演播室里和所有的观众享用同样的视角。

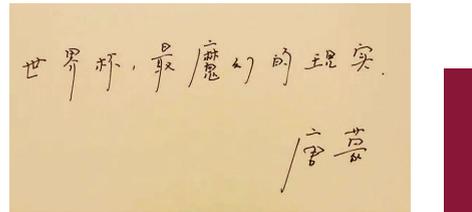
解说2010年南非世界杯决赛时,下半场我突然感到身体不适,那一刻感觉可能马上要倒下了,趁着还有点力气,赶紧走到演播室外和当班编辑沟通后回家。家里甚至都为我叫了急救车,万幸的是,那个惊险的夜晚,最终一切安好。倒在直播台上,不是我内心的完美结局,那个雨夜的经历在告诫我要尽力而为,也要适可而止。

以往每届世界杯,五星体育在上海本地的收视率优势是碾压性的。但今年,我看了数据还有丝丝压力,虽然我们的优势还在,但是差距被追赶缩小。原因当然是多方面的,其中最重要的一点是收看方式或者说收看渠道的多元化,移动新媒体端的版权分流,年轻受众的观赛习惯变化,带来的挑战是显而易见的。让我自豪的是,我们仍然在倾尽全力为沪上观众打造世界杯的视觉盛宴,也在推出更多的创新手段争夺年轻受众。

卡塔尔世界杯在冬季举办,漫漫冬夜,我们电视台解说、幕后工作团队通宵鏖战非常辛苦,广大球迷其实也是,日日夜夜看球的亢奋也伴随着疲劳甚至感冒等症状的暴发。体力要恢复,就需要正常睡眠,我愿所有球迷看球之余,抓住一切机会多睡会儿,尤其是冬夜,能小睡片刻都是好的。

愿大家幸福看球,多多保重。如今走上世界杯解说席,我只有平静和感恩,感恩自己是如此幸运,选择了体育道路,并在这个岗位上已工作了31年。每到世界杯夜班,走进广电大厦,来到15楼演播室工作区,年轻的兄弟们喊一声“唐老师”,是我最幸福的时刻。

(作者系著名体育评论员)



虽《孤勇》,但《相信》,唯《逆转》,破《心墙》!

中文歌曲唱响世界杯赛场

“热血逆流而上,战车在发烫,勇士也势不可挡……”北京时间昨晚开赛的世界杯季军战,中国歌手张杰的歌曲《逆转》在现场响起,动感劲爆的旋律响彻球场,令人热血沸腾……

卡塔尔世界杯开始前,就有不少中国元素被广为宣传,例如官方赞助商、场馆施工者、义乌小商品等。随着世界杯渐近尾声,新的中国元素再度掀起热潮,那就是从半决赛开始在赛场上播放的中文歌曲。

中国球迷投票选出

“爱你孤身走暗巷,爱你不跪的模样……”这首火遍大街小巷,并一度被称为“小学生接头暗号”的《孤勇者》,此前已经在世界杯半决赛首场比赛赛场上响起,另外一场比赛则是苏打绿的《相信》。加上这次季军战的《逆转》,以及将在决赛现场播放的林俊杰的《心墙》,这次共有4首中文歌唱燃世界杯热血传奇,正所谓虽《孤勇》,但《相信》,唯《逆转》,破《心墙》!

那么,世界杯为何播放中文歌曲?这些歌曲都是如何选出的?实际上,早在12月7日,国际足联便开始对此次中文歌在世界杯赛场上播放大作铺垫,通过小程序、官方微博等发布“世界杯现场播放的中文歌曲由你来决定”的活动,让网友在相关页面上投票。其中,半决赛现场播放的候选中文歌除了已选定的两首歌曲外,还包括《夜空中最亮的星》和《追梦赤子心》,歌手邓紫棋的《新的心跳》也曾是季军赛中文歌的候选之一。

北京时间昨晚,世界杯决赛现场的中文歌投票也已结束,在林俊杰的《心墙》和周杰伦的《蜗牛》两首歌曲中,微博渠道有超过100万人参与投票,最终《心墙》以超过71万的得票领先于《蜗牛》的30多万胜出。

前三届均有中文歌

实际上,中文歌登上世界杯,并非在本届才出现,国际足联在往届世界杯上也曾发起过类似的投



票活动。以2018年俄罗斯世界杯为例,当时国际足联邀请中国球迷从五月天的《倔强》、SHE的《Superstar》、朴树的《平凡之路》以及《龙的传人》这四首歌曲中,选出一首进入世界杯现场歌单。最终经超百万人参与,《倔强》以53.2万票胜出,走上了世界杯的赛场。除了中文歌进入现场歌单外,世界杯主题曲还曾多次推出过中文版。在2010年举办的南非世界杯,歌手张学友、张靓颖、K'naan便演唱了中文主题曲《旗开得胜》。在2014年巴西世界杯上,五月天则演唱了中文主题曲《由我们主宰》。

这么多年来,世界杯早已不仅仅是一场体育赛事,其意义远超出足球比赛的本身,它本身是球迷的盛宴,也是全球流行文化、艺术的一次狂欢,更与流行音乐互动多多。细心梳理这些中文曲目,不难发现歌曲的旋律都是积极向上、振奋人心的;歌曲的歌词都很好地诠释了竞技体育不甘落后、奋勇争先的拼搏精神。也正因“励志”属性太强,《孤勇者》这次才在卡塔尔世界杯上再度火出圈,并以超过1.6亿的浏览量登上微博热搜。

中国市场受到青睐

“去吗?去啊!以最卑微的梦;战吗?战啊!以最孤高的梦……”《孤勇者》等中文歌曲破圈出国门的最根本原因,是国际足联看上了潜力巨大的中国市场。为了撬动中国市场,为广大中国球迷营造一场线上狂欢盛会,赛事主办方特意搭台引流,为中国球迷刷足存在感和氛围感。

值得注意的是,虽然近年来中国队没能进入世界杯,但却贡献了最多的观众。据国际足联此前公布的数据,2018年俄罗斯世界杯期间,中国以6.557亿人次观看在所有国家中占比首位。同时,中国的足球商业市场潜力也相当可观,根据《2022年中国足球球迷营销价值报告》显示,中国拥有2.89亿广义球迷,其中有3620万资深球迷、870万“狂热”球迷,是目前球迷最多的国家之一,足球消费潜力巨大,所以国际足联亲近中国市场,着重与中国网友互动,进行推广营销也在情理之中。

当中文歌在世界杯赛场上响起,也是一次借助音乐实现文化输出、展示中国形象的机会,可以说,世界杯和中文歌曲,互相成就,实现双赢。

本报记者 李元春