



大江南说苏超

□王振羽

大江南说苏超?什么是苏超?是苏果超市?非也,是江苏各家城市之间的足球超级联赛,简称苏超。足球?在当下说足球?江苏能称足球大省?且慢,的确是江苏足球,的确是超级联赛,的确是江苏13座城市之间货真价实的非职业足球联赛。这一赛事出人意外,火爆“出圈”,令人大跌眼镜诧异不已。《苏超来了》一书以职业媒体人、出版人的敏感快捷迅速行动,聚焦这一赛事,追踪赛事的方方面面,运思成文,汇编成书,为苏超这一赛事进行初步的描述、归纳、审视,来得及时,来得恰如其分。

苏超为何如此火爆?在于它在一种低迷与困顿中,以草根与纯粹的面目重新唤醒民众对足球的热情与信心。足球这一运动堪称体育运动中的第一运动,过去曾言三大球之说,而足球之大远超排球、篮球、排球、篮球在中国的发展成绩有目共睹,而足球的发展成长则让人唏嘘。苏超在开场之前并没有若悬河振振有词,堪称低调,不事张扬,它以积极昂扬进取的状态赢得观众的喝彩,这样的呈现,这样的规则,这样的家门口的赛事,怎能不迅速蹿升火爆?这样的赛事也成为一面镜子,成为一种样板。谁能说,在这样的所谓非专业却真枪实弹的赛场上,不会诞生耀眼的球星?谁能说,在这样的周而复始的磊落干净的绿茵赛场上,跌跌撞撞中不能为中国足球蹀出一条新路?纯粹而草根的足球,大众狂欢的足球,因一个地跨扬子江两岸的13座城市之间的碰撞演练成一道风景,成为乙巳年漫长夏季的一股清流,令人击节三叹,让人感奋莫名。

苏超为何如此火爆?爆点在于激发了城市之间的热情与激情,也就是现在流行的说法:燃。以城市为依托,以非职业联赛为特征的苏超回归了足球运动的本来面目,它激活了这一古老体育运动的竞技本质,它在城市之间以大众体育的方式一石激起千层浪。比赛伊始,各家城市之间无不群情振奋议论纷纷,围绕着小足球的谁胜谁负谁输谁赢,也在乎结果但非唯一,“比赛第一,友谊第二”迅速传遍江苏各城。足球成了一个符号,关乎城市的荣誉,城市的归属,城市的位次。谁能想到,一个起初并不起眼的创意,点燃了累积已久的能量,多少城市的场馆因乙巳年这一夏季的如此苏超而人如潮涌,多少市民因乙巳年这一夏季的如此苏超而泪流满面放松宣泄。

苏超是足球比赛,但在新时代的这一城市之间的联赛却折射出经济复苏与增长的勃勃脉动、闪耀着经济托底的若隐若现无所不在。众所周知,经济基础决定上层建筑,体育本身也是一大产业,也有体育运动规律与经济运行规律,体育赛事与经济运行相互赋能相得益彰。休闲、娱乐、观赏的苏超足球,因此如此高密度的关注度与参与度,因此如此众多的几乎是全家出动行走在大江南北各座城市之间的现场观摩大众狂欢,并不着眼于门票的收入,并不着眼于球员的身价,于是乎,旅游来了,消费来了,商机来了,情绪价值来了。这样的人潮涌动,这样的集聚效应,实在是令人艳羡,令人咋舌。

苏超之火,火在跳出足球之外的文化激活与有机结合。多说江苏散装,多说“苏大强”南北差异文化多元,因苏超这一载体,各个城市运用新媒体时代的各种传播手段,盘点文化资源,梳理城市文脉。这种梳理与盘活,这种挑战与迎战,有大度雍容挥洒自如,有调侃无伤大雅,有历史人物借助AI技术的现身说法,更有文化大咖穿越时空的观战参与,更有各种自媒体围绕苏超的七嘴八舌,各种网文、视频,各种称呼,各种玩梗,充满智慧,充满风趣,充满幽默,令人震撼,给人启迪。足球联赛促成了13座城市之间的文化比赛,成为足球场外的又一播台,各有角度,各有奇思,各有妙想,让受众在轻松快意间接受文化的洗礼,感受文化的魅力。现在许多人研究人文经济学,分析经济与人文的相互赋能彼此成就,扬子江边的苏超不就是人文经济学的现实模样吗?

苏超还在进行之中,南京与徐州之战在河西奥体中心,现场人数超过6万,这样的人头攒动,堪称空前。让我们在《苏超来了》中,瞭望苏超,走近苏超。

(作者为江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总编辑)



(本版图片除图书封面外均为《苏超来了》书中插图)

在生活与梦想的缝隙之间带球过人

□郑剑

8月26日上午和28日晚间,往返北京、贵阳的航班上,“两口气”读完《苏超来了》,感觉就像该书第237页第七章第三节的最后一句话:“苏超来了!快乐也就来了!”赶紧把这感觉和心情发给凤凰出版集团总编辑徐海,并表示愿承雅命,争取尽快写点读后感。然因琐事羁绊,加上自性疏懒,这“尽快”却又迟到了十几天。

其实,对于《苏超来了》的读后感是相当清晰的,因为它的特点是相当鲜明的。

一曰快。足球的一个突出特点是快,小小足球可以飞得很快、转得很快;球员的速度可以很快,比赛的节奏可以很快,以快制胜是强者和高手的重要法宝。写书出书不可一味求快,也不是可以想快就快的,但在特殊之时,能快则快很有必要,对于苏超这一超火现象及时进行推介、解读和引导就是这样。为此,新华报业和凤凰出版强强联合、快速反应,携手推出《苏超来了》一书,从策划到成稿、到面世仅仅用了一个多月。正如该书“后记”中所言:像追梦一样、像打仗一样,《苏超来了》真的就来了!

二曰精。书之精者,精彩、精到是也,而非粗制滥造、粗制滥造。快和精是一对矛盾,或者说有一定矛盾的,要同时做到不大容易,除非高手出手。《苏超来了》就实现了快和精的有机统一,不仅出书很快,而且内容很精,想来确是高手所为:对比赛进行报道,从纸媒到融媒,快是记者们的当行本色、拿手好戏,把报道变成书稿对于他们当然是虽然不易,却也不难了;对苏超进行解读,从创意到行动,组稿、审稿,把书稿变成书籍,这又是出版社及其小编的近水楼台、得天独厚的,何况他们会“自己的图书自己宠”呢。就其“精”者,《苏超来了》所含甚多,仅从几个章节的标题就可见一斑:“家门口的苏超”“纯粹的苏超”“玩出来的苏超”“闪光的苏超”这些用词皆非随意,都有深意。

三曰深。精和深往往是连在一起的,但又不完全一样,有时候精彩的东西并不一定很深邃。《苏超来了》之深,并非深奥之深,而是深刻之深,就是它对苏超的解读分析相当有深度、有见解、有启发、有价值。苏超为什么火了?苏超火了意味着什么?苏超的下一粒球会往哪里“踢”?对于这些问题,如果仅仅进行蜻蜓点水的勾勒,那就有负苏超之火了。如果停留于一本书赚钱牟利,把相关报道、网上留言等集纳起来,或者找几个写手攒凑一番,岂就不可以在某种程度上遂心如意?《苏超来了》的作者和

编者没有满足于、停留于这种浅表、浮泛的层面,而是在求深上下了很大功夫:不仅对苏超这一足球赛事作出了专业性、不外行的点评推介,而且对“苏超火了”这一重要现象进行全方位、深层次的解读剖析,其中的许多观点、看法相当独特、很有深度。比如,它把“苏超火了”作为一种现象级现象来看待,作为一种社会现象、文化现象、经济现象来认识,并且从现实和历史、省内和域外、个体和群体、物理和心理等维度上进行了深入探讨,让人不仅可以“看热闹”,而且可以“看门道”。这就拉高了“苏超火了”的意义,放大了《苏超来了》的价值。

四曰活。“言而无文,行之不远”。纵览古今,这里的“文”,可以是妙思、可以是章法、可以是文采,也可以是几者兼备;揆诸当下,“活”是重要形态和表现,也是相对稀缺的。君不见,改文风不是反复强调、大力提倡的吗?在这方面,《苏超来了》进行了积极探索,提供了有益的借鉴。它的文风相当的活,不仅明白晓畅、通俗易懂,而且摇曳多姿、佳句不断。这里不妨作些摘抄:“谁的奔跑不曾穿越风雨”“命运的‘回旋镖’,总在不经意间打在自己脑壳上”……当然,这里面有不少球迷和网友的贡献,比如那些层出不穷、妙趣横生的“梗”;也不乏该书作者们的创造和发挥,比如那些分析性的概括和排比句的运用:“苏超‘燃’,‘燃’在快乐;苏超‘热’,热在群众;苏超‘火’,火在纯粹。”“‘梗’,是高度浓缩的时代符号。梗内,是表象的狂欢;梗外,是生活的延续。一个更开放、更包容、更自信的江苏正向世人舒展筋骨,款款而来。”活,是一种好的文风,是一种可贵的追求。

五曰美。我们的汉字是很奇妙的,不仅形状极具美感,而且意涵非常丰富细腻。许多字词用在不同地方,所指有别,其意有异。就是这个“美”字,用来说人

论事,借以传神道情,其意趣异同是大有嚼头的;用在评论书籍上,当偏重于形式之美,包括版式、装帧、印制、用料等等。总的来看,《苏超来了》是图文并茂、比较精美的,彰显了作者和编者的用心与匠心。一个简单的例证是,该书运用了大量图片,这些图片不仅内容精彩,而且编排讲究,增加了阅读的舒适度。这也从一个侧面体现了作者和编者的专业素养与读者意识,应予点赞。

《苏超来了》具有多方面的价值和火起来的潜质:不仅对媒体人和出版人有启示,有助于更好地做好创意策划、深度报道、融合传播、报书联动、改进文风等;而且对从业者、管理者有启发,有利于更好地做好赛事组织、活动管理、技术应用、价值开发、文明培育等。正是由于如此,对它作些点评推介就成为“欣于所遇”“快然自足”之事了。

书籍是一种“映像”,它的魅力源于实际和实践。从这个意义上说,《苏超来了》的魅力源于苏超,但也离不开作者和编者的赋能与赋值。正是由于作者和编者的高度负责、孜孜以求,《苏超来了》从“文化快餐”变成了“精神大餐”;还是该书中所言为佳:“激情苏超‘燃’出一个朴素的道理:只要坚持以人民为中心,满足人民群众对美好生活的热切向往,只要真正回归足球的初心和本质,涵养积极向上的足球文化,做好文化赋能经济社会发展的文章,足球运动就大有可为,足球事业就前景广阔。”“苏超来了,苏超火了!对江苏媒体人、出版人来说,既然身在‘主场’,叠加天时、地利、人和,就绝对不能缺位和失语。苏超是什么,苏超为啥这样火,苏超又带来哪些启示?这些问题回答好了,对足球事业和经济社会发展具有重要价值。正因如此,新华报业和凤凰出版两支文化方面军一拍即合,共同策划推出了这本书。”

(作者为人民日报社高级编辑)



图书封面



苏超治愈了我的内卷和躺平

□徐海

苏超今年这么火,火出了江苏,火出了中国,火到了国外。同时,苏超火出了球队,火出了球员,火出了足球界,火出了体育界,火到了文化界、商界。火是大俗话,从传播学说是“出圈”。

为什么会火?因为苏超不小心正视我们的两大问题。两大问题是什么?一是卷,二是躺平。这是两个极端,卷到极致,卷不动了,于是躺平;躺久了,活不下去了,没收入了,于是再爬起来竞争,爬起来卷。

苏超不卷。苏超比了几个月,没有人在意谁是冠军,即使拿到了冠军,也不会兴奋到极点,因为都是业余的,也难以涉及转会,因为有很多球员是老人,当然有很多球员今后会变成职业球员,但现在不是。他们有自己的工作,踢完就再去工作。垫底的球队也不会难过,因为不会受罚,也不会没日子过。踢完循环赛后,各自回家重操旧业。常州踢成这样,原来差点要垫底的,即使垫底也没有损失,反而让世界重新认识了一个开放、包容、乐观的常州。我老家镇江也该有常州的气度和精神。

苏超不躺平。不躺平的人不会踢平,不会有很多平场。生活本来很正常,很多球员是厨师,是企业家,是好学生,不踢球也有日子过,说不定也很舒服。但为了验证自己是否还有激情,是否能比赛,能不能给别人带来快乐,给家人、给邻居、给这个城市带来快乐,果敢爬起来、站起来、踢起来。一旦踢起来,便发现了生

机,发现了乐趣,发现了商机。包括那些一点点大的小店,只要去尝试,就可能有机。江苏人发现,不躺平,站起来,踢起来,欢乐无限,活力无限,商机无限。

写作者与出版人同样既不躺平,也不卷。新华报业人本来任务非常艰巨,在报道苏超中付出了艰辛劳动,写作也是他们多余的事,但他们没有躺平。凤凰传媒、苏科社、苏人社、省发行集团也没有躺平。

他们没有卷。苏超要不要加引号?不加引号被判为编辑错误咋办?中超、意甲、德甲都没有加引号……双社长和我商量,要不要加引号,我也让大家想一想。

如果不加引号,被人指出,甚至退货、下架,我们就完蛋了。我理想,人家都没加引号,我们为什么要加引号?不管了,不卷了,就这样吧。如果加了引号,满书都是引号,也太难过了。

因此,当你们打开《苏超来了》,看到“引言”中的最后一句话就是“激情苏超,城市荣耀,请开卷!”有个同事疑惑地问我,苏超怎么开“卷”了呢?编辑哈哈大笑,我们不是开卷(juàn),我们是开卷(juàn)。

(作者为江苏凤凰出版传媒股份有限公司总编辑)

