

世界杯多面睇

全球聚焦喜迎綠茵盛事

俄羅斯世界杯綻放足球熱情

世界杯是四年一度舉世矚目的賽事，上億計來自世界不同洲份的觀眾都會在這個月內全神貫注留意這個大賽，故此每屆世界杯主辦國都會為比賽帶來東道主特有的民族特色，讓觀眾在欣賞精彩足球賽之餘亦能認識不同的風土人情。這次本文就介紹官方比賽皮球、官方主題曲、官方吉祥物及官方款待計劃，好讓大家更了解俄羅斯世界杯的特色。

大公報記者 梁潤森 何嘉軒



▲扎比瓦卡公仔是大受歡迎的世界杯商品



▲俄羅斯世界杯吉祥物扎比瓦卡

吉祥物扎比瓦卡瀟灑好客



自1966年世界杯起，每屆賽事都有各自的代表吉祥物，有好幾屆的吉祥物都非常經典，就如98世界杯法國雄雞福迪及2010年南非世界杯的獵豹扎庫米等，這一次俄羅斯世界杯的吉祥物由俄羅斯大學生葉卡捷琳娜設計的卡通狼當選，這隻帶着運動護目鏡的狼名叫扎比瓦卡 (Zabivaka)，在俄語中意思是那個射分的人 (神射手之意)。

俄羅斯世界杯官方在俄羅斯電視台宣布，扎比瓦卡以過半數支持率並超過100萬選票，壓倒西伯利亞森林貓及身穿太空衣的東北虎，成為2018世界杯吉祥物。俄羅斯體育部長穆特科說：「我肯定扎比瓦卡在2018年世界杯上受到球迷熱烈歡迎。」巴西名宿「大嘴」朗拿度說：

「吉祥物是每屆賽事的親善大使，它定能為今屆世界杯帶來很多歡樂。」

西伯利亞平原狼為藍本

扎比瓦卡以西伯利亞平原狼為藍本，毛色為白棕色相間，它帶着運動護目鏡，身上衣着配色為藍白紅，象徵俄羅斯國旗。根據國際足聯官方上記載扎比瓦卡的基本資料顯示，扎比瓦卡既瀟灑亦擅於交際 (即是相當好客)，它的夢想是成爲一名足球明星，它最喜歡踢足球，同時他很有體育精神及珍惜隊友，他踢球時既講求技術也追求結果。扎比瓦卡希望給周圍的人帶來快樂，它是草地上的開心果，它喜歡在比賽時戴上有型的運動護目鏡，因為它認爲護目鏡令它傳球及射門更加準確。

目前扎比瓦卡的商品如公仔已經在銷售，不過扎比瓦卡也不是一面倒的大獲讚賞，很多人認爲他的設計更像哈士奇，也有人認爲藍白紅的衣着配色令人誤會他是法國或英格蘭的吉祥物。

Telstar 18向1970年款式致敬



足球員的技術愈來愈高，其實圍繞足球員身邊的副產品技術同樣發展愈見成熟，就以球員踢的足球爲例，由1930年至1966年的球尚見粗糙，至1970年起開始奠定現代足球黑白相間的模樣，至近幾屆的彩色斑斕，皮球已經愈來愈圓及愈好踢，今屆俄羅斯世界杯的球便向1970年的用球致敬，下文就來探討世界杯用球發展及今屆皮球Telstar 18的情況。



▲世界杯比賽用球Telstar 18

在世界杯舉辦初期，足球用料仍未及現在出色，當時的球大多數是咖啡色，它的感覺很沉重，踢起來也會令腳很疼，直至1970年，著名體育品牌adidas爲世界杯生產更高質的用球，同時也配合對全球作電視實況轉播的情況，他們就做出表面爲12個黑色五邊形散布在20個白色六邊形的足球，選用黑白相間的白原因是當時的觀眾只有黑白電視觀賞比賽，這樣的設計令球迷看球看得更清楚。

這個情況至1998年改變，當屆主辦國法國爲宣揚自由博愛平等的普世價值，便把球配色改爲紅白藍色。世界杯用球花款亦愈見特色，2002年的日韓世界杯更以富有亞洲特色名字「飛火流星」命名，06德國世界杯的

「國際之星」又用回沉實的黑白色，反映出德國人認真的性格。2010年南非世界杯用球就以「普天同慶」命名，去屆2014年巴西世界杯用球最鮮艷，其名字「Brazuca」意謂自豪的巴西民族，故亦被稱爲森巴榮耀。

今屆俄羅斯世界杯用球爲「Telstar 18」，這是致敬1970年墨西哥世界杯Telstar的用球，由於致敬首個黑白足球，它的用色也回歸黑白色調，黑色色塊上有類似電視馬賽克的處理，更加入NFC芯片，NFC (Near Field Communication) 是一種短距離高頻無線通信技術，其中NFC芯片是NFC模塊中的重要組成部分，其具有通信功能和一定的計算能力，可見它真的與高科技接軌。

▼世界杯款待計劃令豪氣球迷獲得更高級禮待

主題曲《放飛自我》鼓動大賽氣氛



2018世界杯已在今年五月尾面世，名爲《放飛自我》，主唱者是美國的歌影紅星、格林美獎得主韋史密夫 (Will Smith)，相信讀者如果看過荷里活著名電影《黑超特警組》的話，對這位明星就絕不陌生。

這首歌曲還有其他民族曲風的演唱者參與，包括富有拉丁風味的饒舌歌手Nicky Jam，以及東歐美女歌手Era Istrefi，歌曲監製則由美國著名DJ、電音製作人迪波洛 (Diplo) 操刀。韋史密夫認爲，曲風與國際音樂人的搭配能反映出不同國籍和不同種族之間的和諧，與世界杯的理念相呼應。

可是，世界各地對這首主題曲的評價似乎不太理想，有很多推特網民都發帖文表示，這首歌曲有強烈的拉丁和美式風格，與俄羅斯的民族風馬牛不相及，亦有網民認爲這首歌曲只是「鼓勵大家跳舞」，與足球關係不大。

英國《獨立報》就主題曲發表專業樂評，並以「幾乎不能聆聽」來形容這

首歌曲。

有網民對歌手的選擇大惑不解，Nicky Jam、迪波洛和韋史密夫來自美國，而Era Istrefi則是阿爾巴尼亞籍的科索沃人，以上所提及的國家都未能打入今年世界杯決賽周，所以不少網民質疑這幾位明星對世界杯，甚至足球的熱情。

當然，音樂享受從來都是主觀的，亦有不少網民給予《放飛自我》好評，形容這首歌曲具備朝氣，內容鼓勵聽眾活在當下，活出夢想，也有世界杯的氣氛。

不論如何，網民仍然對世界杯開幕禮的表演非常期待，而韋史密夫亦已暗示他們將會在開幕禮演唱主題曲。

除了官方主題曲，世界各地亦會推出不同的世界杯歌曲，例如香港亦有譚詠麟創作的《我們的夢》，邀得梁漢文、許志安、李克勤等熱愛足球的歌手演唱，引起本地網民熱議。



▲世界杯主題曲官方海報

FIFA推出款待計劃抓住商機



每屆世界杯賽事都非常精彩，同時也非常漫長，在持續一個月的比賽中，各路球星將爲捧起大力神杯而戰，球迷自然希望親身經歷整個賽事中，一同感受球星奪獎的瞬間，享受一片熱鬧歡騰的氣氛。有見及此，國際足聯推出FIFA世界杯官方款待計劃，讓球迷可以在全場最佳觀賽座席區域觀賽，同時獲得餐飲、娛樂、互動於一體的全方位賽事體驗，這個官方款待計劃最貴的特拉斯基豪華包廂計劃爲

26萬元起，提供最舒適的世界杯觀賽體驗。

FIFA世界杯官方款待計劃以幅員1700萬平方公里、包括11個主辦城市及64場比賽，觀看絕世大賽的唯一機會爲口號，推出五個等級 (俱樂部、款待大廳、商務座席、專屬私人包廂、特拉斯基豪華包廂) 的計劃讓球迷選擇，代表大家可通過俄羅斯舉辦2018年FIFA世界杯的機會，感受這裏豐富的文化、生機勃發的人民，以及獨一無二的景觀。就以最豪華的特拉斯基豪華包廂計劃爲例，它位於全場最佳觀賽位置，在這裏可以尊享2018年FIFA世界杯官方款待計劃的最高禮遇。每道菜餚都結合了當地美食和國際佳餚的特色，並伴以名酒佳釀

、關懷備至的服務，此種環境下最適合進行豪華商務社交。

國際足聯官方款待計劃的總監約翰帕克說：「這類計劃是當下最流行的觀賽體驗，球迷不再是單獨的消費群體，他們也是賽事參與者，他們可以在全場最佳觀賽座席區域觀賽，同時享受餐飲、娛樂並與賽事互動。」除了以上的五個計劃，官方款待計劃還推出不同系列套餐，如頂級套餐，包含揭幕戰、兩場準決賽及決賽等19場比賽的套餐，全球限量僅20套；球場系列套餐，即選定某個球場的所有比賽，免除舟車勞頓專心觀賞賽事；跟隊系列套餐，即選定觀看某支球隊的所有比賽，是某些國家球隊「死忠」的上佳之選。