

2018俄罗斯世界杯曲终人散

功利足球赢了,但魅力打动人心

2018俄罗斯世界杯决赛,发生了很多的故事,比如下半场刚开始阶段冲进球场的那几名球迷,比如赛后暴雨中“打伞”的问题……在这里,咱们还是只聊足球,单是足球的事情就足以让人欢喜让人忧了,让其他的因素远离足球,才能为世人守住这一方乐土。

本报特派记者 李志刚
7月16日发自俄罗斯

VAR的深度影响

决赛进行到第34分钟,场上比分是1:1之时,法国队获得角球机会,之前为克罗地亚打入扳平球的佩里西奇禁区争顶时手碰到了皮球。主裁判塔纳在VAR屏幕前花了几分钟的时间

查看回放,最终确认佩里西奇禁区内手球犯规。显然佩里西奇的手球并非故意,但主裁仍然判给法国队一粒点球。

对这记点球的判罚,足坛不少名宿却有不同意见。“球员躲不开,事情发生得太快了,他只是被球打了手。这不该判点球啊!”虽然英格兰在半决赛中不敌克罗地亚,但前英格兰球星巴顿却说了公道话。脾气火爆的前曼联队长罗伊·基恩更直言,“点球的判罚令人作呕。克罗地亚球员应该受到比这更好的对待。我很愤怒。这是一个可耻的决定。”

上述事件只是一个缩影,事实上VAR已经在很大程度上改变了比赛,改变了足球,改变了世界杯的进程。一手将VAR送进世界杯的国际足联主席因凡蒂诺,自然是力挺VAR,“感谢VAR,判罚的准确率从95%增加到99.32%,与过去相比,VAR使这项运动更美好,这是进步。”

是什么让法国人“功利”

即便是率队夺得了此次世界杯的冠军,有关法国队主

帅德尚的争议依然存在,在他的麾下,汇集了一批英才,但他却一直有意识地压制这些球员的才华,将他们纳入到自己那一套防守反击的战术体系之中——如今的法国队,非常可怕,但看他们的比赛却让人感到“憋屈”,德尚为什么要这么做?这是因为两年前的欧洲杯决赛失利让他输怕了。

“在过去两年我想到欧洲杯的失败就非常伤心”,2016欧洲杯决赛,法国队在巴黎不敌葡萄牙,德尚坦言自己为此非常“受伤”。

从那之后,德尚变了,法国队也变了。无论对手是谁,他们都会近乎主动地让出控球权,像一条巨蛇一样,在中后场盘起来,稳固了后防之后,等待对手犯错再给予其致命一击。这样的法国队,是乏味的,是无趣的,但是,也是可怕的。德尚自己在决赛后就说“今天的比赛虽然不是非常精彩,但是我们还是进了四个球,我们的心理素质过关了,我们能够配得上这个冠军。”

魅力让足球深入人心

克罗地亚在决赛中输了,对于这个结果,我早就有预感——太美丽的事物,往往不

会长远,悲剧最能打动人们的心灵,震撼我们的魂魄,说的就是这个道理。

为什么大家都爱克罗地亚?因为他们表现得像一个集体,因为他们“知其不可而为之”一直在与命运抗争,因为他们在捍卫着足球的魅力,还因为他们就是一群普通人而不是“机器人”——半决赛中,克罗地亚的曼朱基奇是球队获胜的第一功臣,决赛中他却先是打进乌龙,后来又凭借不懈的努力“抢”得了进球,一度又燃起了克罗地亚人的希望;佩里西奇,在决赛中先是为克罗地亚扳平比分,随后却又为法国队送了一粒点球,还有比这些更戏剧、更残酷、更直击人心的题材吗?这就是克罗地亚足球魅力的所在。

获得了“金球奖”的莫德里奇说自己依然认为,决赛中克罗地亚队踢得很不错,“在绿茵场上我们是表现更加出色的一方。不过众所周知,在足球这项运动当中,并不是表现出色的球队总是能够赢得胜利。”

其实呢,全世界热爱足球的人们,都应该感谢克罗地亚,因为这支球队在为我们守护着心中的一方净土,那里有我们“心中的自由世界”,如此的清澈高远,盛开着永不凋零的蓝莲花。



▶落寞的莫德里奇是世界杯最具魅力的代表之一。东方IC供图

梅西“天生要强”成了网络流行语

蒙牛和世界杯也是天生一对



“踢球吧!少年强”的小球员们在莫斯科看球与比赛。

历经一个月的鏖战,俄罗斯世界杯落下大幕。本届世界杯冷门频出的剧情让球迷心情起伏激荡,而不少外国球迷也通过比赛一下子认识了很多中国品牌。作为世界杯史上第一家乳业赞助商,蒙牛的全汉字广告惊艳赛场,而梅西主演的电视广告片更让“我不是天生强大,我是天生要强”的口号成为互联网上的热词。7月15日,蒙牛集团CEO卢敏放做客中央电视台莫斯科红场演播室,畅谈首次参与世界杯的收获,也回应了关于蒙牛和梅西的热辣问题。

自2017年12月宣布成为

世界杯全球官方赞助商以来,蒙牛陆续推出了一系列精彩的线上、线下市场活动和引爆全国的公益行动“踢球吧!少年强”。“大手笔赞助体育赛事,我们已经不是第一次了。作为一家乳企,蒙牛与体育运动的关系非常密切。”卢敏放认为,牛奶和体育运动之间有很强的关联,它们都能够给人们带来健康和欢乐。蒙牛在牵手世界杯之前,已经与NBA实现了连续十余年的战略合作,在田径、游泳、搏击、冰雪等项目上,也有很大投入。他表示,这次成为世界杯全球赞助商,蒙牛不光是为了

进一步提升自身的全球影响力,向世界传递“自然力量·天生要强”的品牌主张,还希望为中国的食品行业,特别是民族乳业“走出去”发挥引领和推动作用。蒙牛更希望本次参与世界杯,能够吸引更多的中国人关注并参与足球运动,从而为中国足球事业的整体发展加一把劲。

“我们相信,每个人身上都蕴藏着梅西这种天生要强的自然力量,它将激励我们战胜挫折和困难,朝着人生的目标不断迈进,这正是蒙牛想传递给世界的一种信念。”卢敏放说。