

娱乐时代

相扑排名模式提升竞争力

48名“90后”少女称霸日本流行乐坛

本报记者 毛 莉

据日本权威音乐排行榜公信榜发布的最新消息称,由48名“90后”少女组成的日本女子偶像组合AKB48成为今年上半年进账最多的日本艺人。上半年,该组合的单曲、专辑、DVD、蓝光光盘等销售总额超过66亿日元(约合5.3亿元人民币)。同时,AKB48还包揽了单曲销售量榜单的前两名。只有粉色女子组合曾在1978年取得过独占公信榜单曲销售量半榜前两名的成绩。

现在,AKB48不仅覆盖了巡回演唱会、电视剧、综艺电视节目、广播剧、网络游戏、漫画等等任何可能出现在公众面前的娱乐项目,还推出了AKB口香糖、饭团等各类周边产品。这48个“90后”少女是如何做到在短短几年时间内称霸日本流行乐坛的呢?

可以面对面的偶像

“这个组合的人数太多,根本记不住谁是谁,也没有特别漂亮的成员。”刚刚接触AKB48的人可能会对她们的走红产生类似的质疑。而对于制作人秋元康来说,AKB48是他通过20年的摸索打造出的新形态偶像。秋元康打造的女子偶像团体小猫俱乐部在1987年解散之后,他放言一定会卷土重来。2005年,他在东京秋叶原成立了AKB48,由A组、K组和B组三支团队共48人组成,并备有若干预备成员,她们穿统一的制服、演唱的所有歌曲均出自秋元康之手。

“我虽然喜欢早安少女组、BERRYZ工房,但他们给人的感



AKB48第三届总选举冠军前田敦子

觉是如此遥远,每当我看完演唱会,就像梦境结束回到了现实,总觉得很遗憾。”秋元康抓住“粉丝”的这种心理,把“可以面对面的偶像”概念作为AKB48最大的卖点。一名日本网友说:“只要你想到AKB48,你几乎每天都有机会。”

定期剧场演出是AKB48区别于其他歌手的最大不同之处。他们在秋叶原设立了一个专属小剧场,她们几乎每天在这里进行公演,“粉丝”们可以随时与偶像近距离接触。除了到剧场看演出,“粉丝”们还有很多其他方法可以见到AKB48。每张AKB48的CD都附有握手票,歌迷可以在握手票上填上喜欢成员的名字,然后把票寄给事务所,AKB48之后会举行全国规模的握手会。购买了CD的歌迷一定可以见到自己喜

欢的成员,哪怕只是1分钟。

实行相扑排名模式

朝日新闻出版的《AKB48之经济学》一书提出,AKB48模式与相扑体系有很多相似之处,实行相扑排名模式帮助AKB48迅速聚拢了超强人气。相扑每年有6场重大比赛,每次比赛结束后会根据相扑力士的成绩来调整他们的级别排名。AKB48采用了类似的模式,每年会在日本全国范围内举行一次盛大的总选举,由歌迷在AKB48正式成员和预备成员中投票选出成员人气排名。排名第一的成员将得到更多的宣传上镜机会,只有排名前12的成员才能优先上电视,排名前20的成员才能录制CD主打歌。其成员不论之前人气有多高,都要接受这种

残酷的挑选。她们是登顶人气王还是被淘汰出局都依赖于“粉丝”的力量,这种选秀比赛运行模式的参与性和娱乐性对“粉丝”具有强大的吸引力。

于6月9日落幕的AKB48第三届总选举备受关注,其热度甚至超过了民众对国会表决首相菅直人是否退位的关心。今年的揭晓选票方式除了日本86所电影院以外,还在中国香港、中国台湾以及韩国等地进行了实况转播。去年的亚军前田敦子实现逆转夺取后冠,而拿到季军的柏木由纪则被认为是总选举最大的黑马,去年名列第八名的她成功超越热门人选板野友美、篠田麻里子等人晋升AKB48的前三行列。日本媒体预测柏木今后的动向将成为关注的焦点。正如秋元康所说,AKB48最想呈现给“粉丝”的是明星成长的过程,“我们可以把它当作一场生存竞争游戏,也可以视之为一部纪录片,记录女孩们成长为明星的历程。”

AKB48的全球战略

AKB48的成功让秋元康雄心勃勃,他复制AKB48的模式在日本相继成立了SKE48、SDN48、NMB48。不过,他的雄心远不仅如此,他试图把AKB48的模式贩卖到全球。日本NHK在其制作的纪录片《AKB48的全球战略》中指出,日本的动漫等流行文化享誉世界,但是日本在全球文化市场所占的份额却非常低,日本人利用文化产品在海外赢利的能力

相对较低。在当今世界,娱乐事业正从贩卖节目过渡到贩卖模式。日本在这方面较为落后,只有《料理铁人》等少数娱乐节目模式成功外销。秋元康希望以AKB48为代表的日本新形态偶像能改善这一状况,他打算在海外大量复制AKB48模式。秋元康的全球战略是,与世界各地的娱乐公司合作,按照标准化模式推出纽约AKB48、北京AKB48、巴黎AKB48等组合,最后经全球AKB48大赛选出世界AKB48。

秋元康勾画的蓝图足够宏伟,但是否能够得到实现未为可知。秋元康曾经在2009年到纽约、巴黎推销过AKB48模式,但得到的反响平平。有乐评人指出,有经济实力的宅男是AKB48定位的主要消费群体,AKB48的模式完全是按照宅男的喜好去运行的。在其他国家并没有像日本那样的宅文化环境,这种依靠集体形式、走可爱路线的模式可能只适合日本。AKB48近来爆出的负面消息也让人担心它最终只是昙花一现。从6月20日起,AKB48推出的超级新人江口爱实代言的广告开始在各大媒体播放。但就在前一天,这名超级新人的真实身份在网络上被人曝光。原来,被秋元康誉为“50年难得一见”的江口爱实竟然是由几名成员的五官通过电脑特技合成制作的虚拟人。这令不少歌迷大为反感,有人发起罢买江口代言产品的行动,还要求广告商公开道歉,而该公司的股价亦因此受挫。



6月21日,由联合国环境规划署和新华社非洲总分社共同主办的“明月行动·关爱非洲”大型环保公益活动在肯尼亚首都内罗毕举行。这项活动旨在促进中非环保交流与合作,推动中非绿色经济务实合作,为中国及非洲国家,特别是通过企业的参与,共同积极应对全球气候问题寻找解决之道,为非洲国家应对环境问题提供力所能及的支持。图为参加活动的一位嘉宾在马达雷贫民窟的姆赛多北京小学与学生做游戏。

异域见闻

他是一个叫做“放慢时间协会”的会员,他们的工作就是手拿秒表,观察路人,发现有人在半分钟内走了50米以上,就上前进行劝导。

在意大利邂逅慢生活

徐 勇

笔者的一个表妹在意大利留学,找到了意中人,快到了谈婚论嫁的阶段。趁着年休假,时间较充裕,我便决定到意大利游玩一番。

没想到,刚踏上意大利的土地,便遭遇了“惊魂一刻”的跟踪。那天刚下飞机,我便和表妹取得了联系,不料表妹因为临时有事不能来接我。表妹所说的住处很容易找,我便独自向目标进发。

沿路风景美不胜收,花园绿地遍及城市的各个地方,我想停下来驻足观赏,但更想等表妹一起游览,于是加快步伐向前走去。走着走着,感觉不大对劲,似乎有个一人一直跟在我后面。扭头一看,只见一个金发碧眼的小伙子毫不避讳地盯着我看——果然是在跟踪我。我吓了一跳,这光天化日之下难道碰上了打劫的?正当我不知所措时,小伙子朝我笑笑,说着些什么。我听不懂他在说什么,只好无奈地摇摇头。小伙子把他的左手摊开,手

里有一个类似秒表的东西。这时,我走过来一个欧洲人面孔的年轻人。年轻人一开口说话,我便大为惊讶,他居然会说中文。

年轻人解释说,他正路过这里,看我似乎是中国人,听不懂对方的话,便过来帮忙。原来,他在中国留学过几年。看到这个热心人,我紧张的心放松了些。年轻人问了跟踪我的小伙子几句后,便笑开了。他告诉我,小伙子拿的确实是秒表,之所以跟在我后面,是因为看到我走路很快。他拿秒表测了下,发现我半分钟走路远远超过了50米,打算对我实施“劝阻”。

我听了越发觉得奇怪,走路是我自己的事,走快走慢难道还有限制?年轻人说,你可能不知道,意大利如今推崇慢生活。他指了指那个小伙子,说他是一个叫做“放慢时间协会”的会员,他们的工作就是手拿秒表,观察路人,发现有人在半分钟内走了50

米以上,就上前进行劝导。我一直是步履匆匆惯了,看来在这里还得放慢脚步,才可畅通无阻。

后来见到表妹,说了说路上的“惊魂一刻”,表妹呵呵直笑。她说,西方很多国家现在对慢生活情有独钟,意大利就有近40个城市加入了慢城市运动的行列。想成为“慢城市”,必须要满足几条标准。比如,城市的人口总数应该不超过5万人。慢城市运动

的“蜗牛”标识必须所有的公共设施 and 尽可能多的私人设施上张贴,以直观形式主义倡导“慢生活”理念。慢城市必须限制汽车的使用,每小时20公里是汽车在城市街道行驶时的最高速度。

意大利之旅,除了饱览了美景,也让我见识了他们的慢生活。慢生活并不意味着懒惰、低效率,而是一种对身心皆有益处的生活方式,可以让人们对生活的乐趣有更多的体味。

生活速递

美国埃默里大学神经系统中枢研究中心主任格雷戈里·伯恩斯和经济学研究专家萨拉·摩尔近日发表了他们的一项研究新成果,通过观测青少年脑部的活动情况,可以预测新歌曲在未来的流行程度。

2006年,伯恩斯的实验室挑选了27名年龄在12岁到17岁的青少年作为实验对象。研究者从网站上随机挑选了120首来自无名歌手的歌曲放给这些青少年听,并通过功能性磁共振成像(fMRI)记录他们脑部神经系统的反应。同时,研究者还给每首歌设定了1至5个等级,实验对象在听完后,需根据他们的喜好程度给歌曲划分等级。

该项实验的最初目的是研究“同龄人压力”能在多大程度上影响青少年的决定。然而,3年后,伯恩斯偶然发现当年他们选出来的一些歌曲已经走红,比如选秀节目美国偶像的参赛者克里斯·艾伦演唱的《对不起》。“我们曾经将这首歌用于我们的研究!”伯恩斯对此感到非常激动。与此同时,一个想法浮现于他的脑海中:“我们拥有孩子们在听这些歌曲流行之前听这些歌曲时的大脑反应数据,或许可以据此去预测一首新歌曲是否流行。”

在比较了早期记录的神经反应数据和2007年到2010年的歌曲销售数据后,伯恩斯发现神经反应数据的确可以提供歌曲是否能流行的线索。研究者测试了青少年“眼窝前额皮质”和“腹侧纹状体”两个脑区区域的活动强度,那些让实验对象神经反应强烈的歌曲中,有1/3后来成为流行歌曲,这些

歌曲的CD销量均突破2万;反之,90%的神经反应微弱的歌曲都卖得不好。

有趣的是,通过扫描脑部区域的反应得出的结论预测比参与实验者所表达的对歌曲的喜好要准确得多。虽然在描述自己喜好和为歌曲打分时会有所不同,但实验对象当初在试听那些如今流行的歌曲时,脑部测试表现出的特征却极为相似。伯恩斯推测,这是因为当有人问你对一首歌怎么看时,你可能会下意识地去迎合自己认为的提问者的想法,而大脑反应更能直观地反映一个人真实的想法。

虽然27名实验者的数据可能并不充分,但伯恩斯认为这也可以大致反映出流行趋势,因为12岁至17岁的这个年龄段占据了音乐消费群体的20%。“这不是绝对的流行预测器,但我们确实可以找到脑部反应和歌曲销售量之间的一些重要关联。”伯恩斯说,“科学证明,你可以运用一组人的神经影像来预测文化的流行程度。”

伯恩斯表示这项有关流行音乐的实验仅仅是他深入探寻文化趋势形成的开端。“我想知道想法到底是从哪里来的,还有,为什么一些东西会流行而另一些不会?我们的观点和思考方式对人类历史的进程至关重要。最终,我将试图预言未来。”

这一研究结果在商业上被认为具有实用价值,因为脑部扫描可以预测人们对音乐、酒等各种商品的选择意向。虽然还没最终达成合作,但一些关注“神经营销学”的公司已经对这一研究表现出很大的兴趣。

(资料来源:《时代》周刊网站等)

美国人怵劲哪门外语

汉阿日韩最难学

翟 华

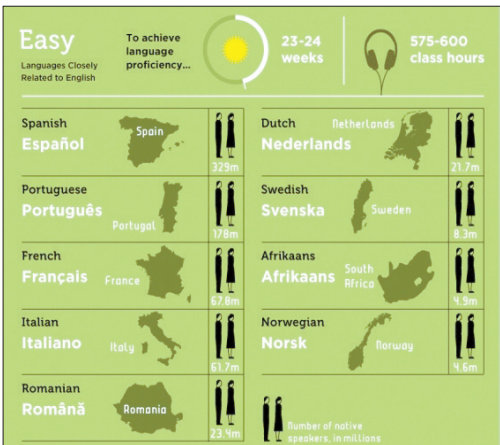
美国国务院近日从5200名申请者中选拔出575名学习汉语、阿拉伯语、阿塞拜疆语、孟加拉语、印地语、韩语、日语、印尼语、波斯语、俄语、旁遮普语、土耳其语、乌尔都语等13种被美国国务院定为“关键语言”的大学生,到华盛顿进行集训。由美国国务院官员、相关国家驻美使节代表、教育文化民间机构专家对学生进行有关国家文化社会背景和学习策略的讲座。这575名学生分赴14个国家进行13门关键语言的强化培训,其中到中国学习中文的美国大学生有81人。

这些“关键语言”多属于难学的语言。对于西班人而言,学习哪门外语最难呢?美国国务院的相关机构专门做了研究,按照达到一定程度的表达、阅读水平平均所需时间把各种外语分成容易、中等、困难三个层次。容易层次的外语和英语有些关联,只需575至600课时就可达到熟练水平,包括西班牙语、荷兰语、葡萄牙语、瑞典语、法语、南非语、意大利语、挪威语和罗马尼亚语。中等难度的语言是那些与英语没有

多大关联的语言,多数属拼音文字,平均需要1110课时才能达到熟练听说、阅读水平,其中包括印地语、泰语、俄语、塞尔维亚语、越南语、希腊语、土耳其语、希伯来语、波兰语以及芬兰语。对于美国人来说最难的语言,需要2200课时才能达到熟练的听说、阅读水平,有汉语、阿拉伯语、日语、韩语。为什么这些语言这么难呢?因为这些语言完全与英语无关,书写、语法结构都完全不同,特别是汉语还有声调,学习这些语言对以英语为母语的人来说是极大的挑战。

所以,虽然近年来国际上出现了汉语热,但是因为汉语难度很大,所以最终能坚持学下来的外国人数相对较少,难以与西班牙语、法语等相比。从所需时间来看,要达到同等熟练水平,学习汉语所需要的时间大概是学习西班牙语的4倍。从实用性上来说,以英语为母语的人学习了西班牙语、法语几乎走遍天下也不怕了。学习汉语虽然可与13亿人对

话,但是这13亿人大都集中在一个国家,况且还有很多中国人在刻苦学习英语。



美国人觉得最容易学的外语和英语有些关联,只需575至600课时就可达到熟练水平,包括西班牙语、荷兰语、葡萄牙语、瑞典语、法语、南非语、意大利语、挪威语和罗马尼亚语。