

7月21日-7月27日HOT一周排行榜

一周热点

- 1 中国好声音
- 2 快乐男声
- 3 全民公主
- 4 百万亚瑟王
- 5 花木兰传奇
- 6 最美和声
- 7 超级月亮
- 8 小男人遇上大女人
- 9 新仙剑
- 10 柳岩手机截屏

一周人物

- 1 王林
- 2 钟伟强
- 3 马苏
- 4 芙蓉姐姐
- 5 李小龙
- 6 孔令辉
- 7 央吉玛
- 8 那英
- 9 张欣奕
- 10 刘家良

一周电影

- 1 爱在午夜降临前
- 2 怪兽大学
- 3 东京家族
- 4 惊天危机
- 5 污泥
- 6 卑鄙的我2
- 7 梅奇知道什么
- 8 虔诚的鳏夫
- 9 拉合尔茶馆的陌生人
- 10 鬼夫

一周音乐

- 1 The Key
- 2 1984
- 3 我是海雅谷慕
- 4 下雨的晚上
- 5 天台电影原声带
- 6 神游世界巡回演唱会
- 7 低调人生
- 8 我们是谁
- 9 预谋邂逅
- 10 回忆里的疯狂

一周图书

- 1 小时代
- 2 不畏将来 不念过去
- 3 我再讲个笑话,你可别哭啊
- 4 自控力
- 5 史玉柱自述:我的营销心得
- 6 第七天
- 7 朴槿惠日记
- 8 苏联的最后一年
- 9 皇上走了
- 10 你吃对了吗

榜说

□朱白

刚试水一年,已经可以标榜成经典了,这就是《中国好声音》的处境。开播两周的“好声音”话题不断,也引来不少的争鸣声,前有与《快乐男声》从台前到幕后的比拼,后有更多卫视正在以紧张加速度的趋势卷入这场选秀大战——这场诞生于歌声注定要被吵闹声淹没掉的荧屏热,已经蔓延至炎炎夏日了。

其实去年早在《“中国好声音”学员出场费超50万”新闻出来时,就已经有人预言2013将是选秀节目大战的一年了。所以,眼下你看到了以对抗之名产生的硝烟和口

在歌声里分羹和做烂

水都已经蔓延开来,还有大大小小的争议和非议充斥媒体的重要位置,就是不知道待到一切归于平静时,还有几句歌声会被我们记住。

当然,想在当今娱乐节目中找到“记住”成分,也已是一种痴心妄想,因为一切已经朝着速食、速死的方向快步前进了。

庚澄庆说:“某一个类型红了,大家一窝蜂就上,这里有两个想法,一个就是想分一杯羹,另一个是做不赢就把它做烂。”这一点也不让人意外,如果不一窝蜂上,那就不是我们这个只顾眼前利益的小时代了。分羹一点问题没有,对商人来说是利益魅力在召唤,对做电视或者

节目的媒体人来说,选秀之魅的妖娆已足够迷人,无论选题还是策划案怎么能不去关注热点呢?

不仅仅趋利是商家的要义之一,吸引眼球、制造话题、成为焦点也是媒体的题中之义。一档节目火了,商人看到的是商机,观众看到的是新秀和噱头,媒体人看到的是新人的光环以及光环之下的阴影,而作为策划人或者电视人,眼看着一种模式和行为备受追捧,他们当然没有必要故作清高地去主动排斥。

“趋之若鹜”到今天已不再是贬义词,我们都是“鹜”,当面对利益和好处时。

面对如火中烧的十三档选秀节

目,我们除了趋名逐利,在走马观花之后还能有多少余味留下,也不妨在此时居安思危一下。当然,观众包括血拼的各大卫视,不会以“留下余味”来作为标尺,能在声光电影中被惊悚震撼到,能吸引来更加趋利的广告商,已经是任务完成。大多数卫视赚钱,这可能也最终实现,但不可否认的是,一味地比拼心理,过于跟风的心态,最终导致一败涂地的成绩单也不是没有可能。

能创造出“羹”来当然好,比如像当年的“超女”或者去年的“好声音”。但创造力不是什么时候什么人都能拥有的,那就等别人创造出来自己再跑过来分一分吧,所以《中

国好声音》和《快乐男声》之外,《中国梦之声》《全能星战》《我的中国星》《梦想星搭档》《天下无双》《我为歌狂》《中国星力量》《中国红歌会》等好大一拨“僵尸”如约袭来。

至于“做烂”当然不可能是各大跟风卫视的心态,因为你参不参与去做,此选秀大业在经历繁荣和逐鹿之后必将凋零和腐烂。看一看以往跟风的电视剧和电影也不难知道,挣一笔快钱正是娱乐这个产业的基本命题之一,“过了这个村就没这个店了”亦是常识。还比如“人傻钱多速来”这种新谚语置于娱乐圈当然也匹配,不过重点不是“傻”而是“速”,来晚了就换下一拨风了。

星斗

Q

周杰伦为什么要让“浪子膏”在最后那一刻,开车向敌人的车子撞过去?在那个情节,他有一百多个理由可以逃过这一撞。但他必须撞,因为只有这样才帅……这种审美无论是在戏剧还是周导的英雄情结里都成立,利他式的自杀。要知道,仅仅是拼面孔和肌肉,是不可能成为一代“男神”的,算下来,周润发和刘德华这一辈男神都不知道在他们的电影里死了多少回了才换回今天的地位。而今他们已经老去,哥都成了传说,谁来创造新一代“男神”?我们以学术一样认真严谨的态度,先从美学的角度出发,再逐步地对各个可能成为新一代男神的候选人做出评估报告。

南都娱乐周刊



男神榜:不要帅会死星人都来了

【男神资格审查报告】

黄晓明 放电指数:★★★★★

面孔:标准,除了笑起来歪嘴显得太故意,既是他的特色,也是他的缺陷。

有一个香港女朋友很清纯,证明他是直男。选秀节目评委,成功地HOLD住帅与二的平衡。再加上今年在《中国合伙人》的表现,还是会演戏的。按照他自己的说法:要抛掉帅的包袱,好好做人。成为男神指日可待。

陈坤 放电指数:★★★★★

面孔:三庭五眼,面部偏长。无女气,但为了时尚,非给自己整出了点女气。

父亲,养育一个私生子,因此

由一个普通的男演员,晋级男神资格。心灵导师,于“行走”项目,开始与公众进行深心灵互动。陈坤自踏上心灵的路程之后,一发不可收拾,在做选秀评委时,不是评茶艺,而是要教人家做人,胜在擅长自嘲。总的来说,更亲民也更成熟了。

赵又廷 放电指数:★★★★★

面孔:标准亚洲帅哥的长相,狭长脸形,长得很高难度:俊秀而无女气。

眼高圆圆的恋情曝光让他的公众形象更为可感、立体。另外在《致青春》里的表现上佳,影响力升温。再增加一些有深度的作品,继续塑造文艺角色,实在是接棒男神的有力人选。

彭于晏 放电指数:★★★★★

面孔:比例标准,棱角分明,并带有孩童特征,这是在成人面孔上很吸引人的一个要点。

《翻滚吧!阿信》入围金马奖最佳男主角提名肯定他演艺上的努力,文艺片中的清新型男主角。期待在新片《激战》中硬汉的转变,男神正在成熟中。

吴彦祖 放电指数:★★★★★

面孔:光洁皮肤,比例匀称,面孔狭长,五官精致。

混血儿的精品,《美少年之恋》定义他的姿色,庞大的作品量和确凿无疑的直男身份。他已经是无庸置疑的新一代男神。



【乡镇审美标准中的男神集结号】

要提到男神,还要提到中国特色的乡镇审美标准,因为这可能是在中国版图上幅射最辽阔的一种趋势。当年四大天王一二三线城市打通关,原因是那时候城市的审美分野还没有现在这么明显。而中国特色的乡镇审美标准如何定义?当我们在这个考查上遇到困难的时候,七匹狼适时地为我们提供了参考样本。概而括之,这是全民向国际化时尚审美接轨的过程中遭遇到的逗逗:既要舍身模仿西式贵族腔,又要符合中国小城市生活的实用逻辑。

七匹狼很知道怎么为自己挑选广告模特,基本上长相不在俊美标准之列,但属于内涵男神极品的类型。但是,七匹狼更擅长把他们

挑选出来的男神形象毁灭在广告板上。或者代言费太高,预算不足,从拍摄到修图、各流程都出了错。不管怎么说,这堪称我们时代的男神代表作的“集结号”。正当DIOR、ARMANI等大牌努力要让胡军、孙红雷这些硬朗的男神们接轨国际的时候,是七匹狼直接把他们都毁成了乡镇代表。

张涵予

接近中年才红起来,声线富有魅力,因为他仅凭着这声音也好好地活了20年。《集结号》中的硬朗型格实属华语男星中少见,可惜眉毛是画过的。这个危险始终存在,而今又遭遇了七匹狼,则为他全体定性,成为乡镇主流代表了。

孙红雷

男神的另一个指标演技是说得好的。在杜琪峰的电影《毒战》证明他可以成为杜导电影里的角色新类型。孙红雷的作品和角色不需要再说,型格都是靠演技实力挣来的。就是“男人不坏,女人不爱”型的乡镇男神典范。

胡军

仅仅是比孙红雷看起来帅一些的胡军,现在我们只能在七匹狼扭曲变形的广告里看到他的行踪了。那是一个在马场上穿着紫色裤子叉着腰,对自己的“中国特色的贵族生活”一脸狐疑的昔日型男啊,沉沦在七匹狼里,风采无踪了。

张震

按道理,从《牯岭街少年杀人事件》到《吴清源》到《一代宗师》,张震就已经是内涵男神兼形象男神了。但在七匹狼的感染之下,他向受众展示了这一经过杂糅的台式乡镇气质,怪只怪他作为演员可塑性太强,而七匹狼广告牌的气场又太大。

汪峰

汪峰从北京的文艺青年圈影响到整个中国乡镇非主流,靠着两个城市非主流旭日阳刚,也就是说,因为两位工友的成功解读,小圈子的生存挣扎有了广泛的社会意义。