

外媒速览 The World Outside
多一种角度 同步看世界

Focus
今日关注

纽约第一媒婆 开婚介学院教人做媒

据美国《纽约邮报》报道 49岁的美国纽约女子丽萨·克拉姆皮特有“纽约第一媒婆”之称,她不仅建立了自己的婚介公司,帮助很多人找到了理想伴侣,还创办了全球唯一一所培训职业“红娘”的学校,让对做媒感兴趣的人接受更加职业化的培训,让“红娘”成为一份不错的职业。
现代快报记者 李欣 编译

撮合至少100对有情人 结成夫妻

“我一直喜欢给人做媒,”49岁的丽萨·克拉姆皮特表示,她经营着婚介学院,据称这是全球唯一一所培训职业“红娘”的学校。“在纽约,职业‘红娘’拿到10万美元年薪不是难事,还能自主安排工作日程。如果你擅长做媒的话,这会是份靠谱的工作。”

父母的离婚令克拉姆皮特立志要帮助天下有情人走到一起,直到一天她看到一个职业“红娘”的招聘广告时,她觉得自己可以考虑把做媒当成事业。2001年,克拉姆皮特成立了婚介公司“VIP生活俱乐部”,男性顾客最多付15000美元,公司负责帮他们找到理想伴侣。跟其他很多婚介公司一样,“VIP生活俱乐部”不向女性客户收费。克拉姆皮特估计,她已经撮合了至少100对有情人走入婚姻的殿堂。

婚介行业近年来日益红火,据克拉姆皮特所知,2005年职业“红娘”的人数为1200人,现在已增至3000多人。此外,这个行业没有任何发展势头减弱的迹象,跟踪统计美国婚介服务数据的一家研究公司预测,2014年美国婚介行业的增长率将达到约5%,2015年的产值将增至25.4亿美元。

婚介学院培训了500名职业“红娘”

2003年,克拉姆皮特建立了婚介培训学院,扩大了自己的事业版图,该学校获得美国国家教育部授权。“很多人对我说,‘我总是给朋友做媒’、‘我喜欢做媒’,但如果你

把它当成职业的话,你就得把兴趣爱好跟实用的技巧结合起来。”克拉姆皮特表示。

在过去几年中,克拉姆皮特培训了500名职业“红娘”,他们中有些人从澳大利亚、日本、英国远道而来,学习做媒的艺术,包括如何筛选候选人、市场服务等技巧。参加婚介培训的学生,有些原本是理发师,有些原本是机械工程师,不过几乎对每个学生来说,“红娘”都是他们的第二职业。

“做媒是一门以人为研究主题的学问,”奈拉·塔克尔表示,她是今年1月来到克拉姆皮特的学校参加为期3天、学费2500美元的培训的12名学员之一。塔克尔是一名工程师,希望能找到一份薪水更高的工作。

婚介学校的每个学生都会得到一份厚厚的培训资料,其中包括给潜在客户在客户的调查问卷和商业模式。课堂气氛比较轻松随意,通常老师和学生会坐在一起就某个问题展开热烈的讨论。36岁的杰森·希尔弗曾是婚介学校的学员,现在在芝加哥做职业婚介人,刚开始的时候他认为这个职业简直是无稽之谈,但上过课后他开始认真对待了。他表示:“这是一份传播爱的职业,并且现在有很多人希望能跟其他人认识,只是缺乏途径和桥梁。”

每年为学员举办工作交流活动

“我为那些想要认识别人但却没有办法的人们感到焦急、难过,”克拉姆皮特表示,“想想真令人伤心,他们需要有人给他们希望,帮助他们再次找到真爱。”

不过,克拉姆皮特表示,职业



美国纽约“第一媒婆”丽萨·克拉姆皮特

“红娘”虽然帮助别人找真爱,但它也是孤独的职业,因为职业“红娘”们通常独立工作,将大量时间花在搜索数据库、研究调查问卷上。克拉姆皮特建议从婚介学院毕业的学员们相互保持联系,并且每年4月都会在联合广场第五大道的豪华建筑里为他们举办交流活动。“‘红娘’一直以来都是独立、竞争性强的职业,但现在这份职业变得充满协作和乐趣,”克拉姆皮特解释道。

克拉姆皮特自己的婚姻十分美满,11年前她在纽约曼哈顿一家咖啡馆遇到了现任丈夫,不到两个月他们就在拉斯维加斯结婚了。现在他们有了两个儿子,分别是3岁和5岁。克拉姆皮特常常告诉自己的客户,婚恋没有通用的万能法则:“这跟你什么时候结婚无关,而跟你想要和什么样的人在一起有关。如果人们彼此感觉合拍,我就会跟他们说‘快去结婚吧’。”

Incredible
竟有此事

“脑残星巴克” 风靡洛杉矶



“脑残星巴克”门口的招牌

据英国《每日邮报》报道 洛杉矶7日新开了家咖啡店。这在洛杉矶本来不算什么新闻,只不过这家咖啡店就是“翻版星巴克”,里里外外长得一模一样,唯一不同的是店名——它叫“脑残星巴克”。该店开业后迅速走红。虽然咖啡很烂,但还是引来无数顾客排队。

或许有人会感到疑惑:这么赤裸裸地抄袭不怕被星巴克告吗?不怕,美国的戏仿法罩着他们。

店主表示他们可不是“山寨”。“虽然我们是个正常经营的咖啡店,不过出于法律原因,‘脑残星巴克’应该被归类为一件‘模仿讽刺艺术品’。所以从法律眼光来看,咖啡店其实是一个艺术展览,你们买的这些‘咖啡’都是‘艺术作品’。但这些都是律师该操心的事儿。你们就安心享用美味的咖啡吧!”

“脑残星巴克”弄得像模像样,店里出售的咖啡都和星巴克相同,只不过所有的饮料名字前面都加了个“脑残”——哥伦比亚广播公司洛杉矶电视台称,他们这是钻了“戏仿法”的空子。

“脑残星巴克”的咖啡也没那么好喝。顾客在接受采访时评价“脑残星巴克”的拿铁道:“它味道挺糟糕的。”但生意还不错,有时候顾客甚至需要排一个小时的队。

真正的星巴克表示他们正在着手处理这事儿。网友在推特上号召:“去试试‘脑残星巴克’的咖啡吧,在‘脑残’的律师来之前。”

现代快报记者 潘文军 编译

“数字手术” 让女星更高挑



左为“数字手术”之后的布兰妮,右为“数字手术”之前的布兰妮

据英国《每日邮报》报道 为了让女演员的形象在镜头前更加完美,好莱坞现在流行使用数字技术对女星的身形进行修正。圈中人将这种数字技术称作“数字手术”。

近年来,美国的电影制片人通过这种后期制作技术,让影片中的女演员看起来更高挑、更苗条。

这项类似于Photoshop的电影数字新技术,同时还可以掩饰女演员的皱纹和曾经注射肉毒杆菌明星的面孔。

“数字手术”首先被用于一些模特身上,后来逐渐应用到娱乐圈中。据悉,美国流行歌手“小甜甜”布兰妮最近在拉斯维加斯举行了演唱会,录影片里的布兰妮经过数字手术后,从平时的162.5公分“长高”到170公分,整体呈现也比实际看来纤瘦许多。

现代快报记者 潘文军 编译

Focus
今日关注



从左到右依次为5岁的阿隆索·马蒂欧、4岁的艾丽娅和9岁的贾瑞恩·阿尔伯特-费奇

低龄潮人称霸时装周

据美国《纽约每日新闻》报道 今年的美国纽约时装周号称举办来自各大经典时尚品牌的300多场时装秀,以此为卖点吸引全球目光。但实际上在时装周上真正引人注目的不是经典品牌,而是活跃在T台上的低龄潮人们。

自从去年9月著名华裔设计师亚历山大·王4岁的侄女艾丽娅穿着小皮裙现身秀场、成为焦点后,越来越多的低龄潮人出现在各大时装周,有模有样地走台步、摆pose。

8岁的莉莉·格斯坦跟着她的母亲、41岁的梅丽莎走上了纽约时装周的T台,年纪很小的莉莉已经有了自己的时尚主张,梅丽莎表示:“莉莉喜欢我的皮夹克,还喜欢有鲜艳色块的衣服。”莉莉还表示自己喜欢史蒂夫·麦登牌的黑靴子和所有闪闪发光的服饰,“我真

的很想展示自己的品位,让人们知道真正的我是什么样的。”这位未来的时尚引导者表示。

9岁的贾瑞恩·阿尔伯特-费奇来自纽约西西区,在纽约时装周上作为小模特走秀,他表示:“我喜欢把所有风格混搭起来,来点运动风,再来点嘻哈风。”

5岁的Instagram名人阿隆索·马蒂欧来自南加州,常常穿着Gucci、汤姆·福特、迪奥的衣服自拍,将服装搭配照片发到Instagram上,吸引了超过90000名粉丝。马蒂欧的潮人生涯几乎从一出生就开始,这要得益于他有一位潮妈。马蒂欧会搭配各种风格的服装,把照片传到网上,但他表示自己最喜欢古典风格。“我喜欢领带、太阳镜和西装,”马蒂欧表示,“做个绅士是件很重要的事。”

现代快报记者 李欣 编译