



专辑

## 日本的流行文化

迈向新阶段

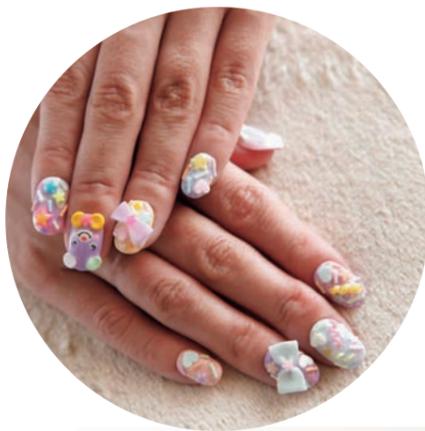


以时装、动画、漫画为主打的日本流行文化不仅在日本国内有影响，还俘获了世界各国年轻人的心。它以年轻人为主体的，在他们的生活中得到培育和打磨，成长为愈加富有内涵的一种文化。在此，将就日本人对流行文化“有多喜爱并乐在其中”的情况做一报导。

### 将Kawaii文化传向世界

日本有着各种各样的时装，而原宿尤其以汇集个性派时装而闻名。Kyary Pamyu Pamyu (凯莉葩缪葩缪) 就是从这里出道，并眨眼之间成为明星的。她因为一次偶然的会被杂志拍照，就此成为时装模特。她的人气现在已经扩展到日本全国甚至是全世界。

“原宿的时装，不是模仿谁的，而是每个人都有自己原创的想法及个性。聚集于原宿的所有人都穿着‘自己觉得可爱的衣服’，这一点真的非常可贵。我希望有一天大家不仅仅在原



照片(上): 2012年, 于东京的日本武道馆举行个人演唱会的 Kyary Pamyu Pamyu。(照片提供: ASOBISYSTEM) 照片(左): 把丙烯酸树脂做成的缎带和小熊等部件摆上去的立体“鼓溜溜美甲”。(摄影: 干仓志野) 照片(下): 以制作仿真甜点饰品而闻名的品牌产品“Q-pot”。(摄影: kuma)



位于“东京敢达前线”、和原作同等身形的 18 米敢达立像。

宿能够自由穿着自己喜欢的衣服，整个日本都变成这样的地方就好了。”

Kyary Pamyu Pamyu 于 2011 年作为艺人出道。她以歌曲和视觉效果构造了绚丽多彩又流行时尚、还似乎带点毒的世界观。其独一无二的魅力还跨越大海，在芬兰和比利时的 iTunes 电子音乐排行榜中，她作为日本人登上了最高的首位。

### Kawaii满载！

日本人对“可爱”的探索欲无穷无尽，新的 Kawaii 不断问世。其中之一就是获得年轻女性们的青睐、以马卡龙和蛋糕、饼干等甜点为主题的饰品。色彩斑斓又时尚，再加上“看似好吃”的外观，这些都是它博得人气的奥秘所在。

另外，原本起源于美国的美甲艺术融合了日本的 Kawaii 风格之后，现已发展成唯独日本拥有的特色文化。美甲艺术师中山千惠子女士说，“海外的主流美甲概念就是给指甲上色，与此不同，由于日本人喜欢细致入微的美甲艺术，就会想方设法地把功夫做到极致。而且，我感觉日本人不太追逐流行，相反，她们更强烈追求的是自己所好。”

### 欢迎来到流行文化博物馆

日本各处都设有流行文化博物馆，从中可以近距离感受人气动画片和漫画作品中所表现的世界观。在此，不仅能欣赏到栩栩如生的人物造像，在重现原作场景的空间中畅游，还能购买到原创的商品，因此这些博物馆受到从小孩到大人的普遍喜爱。

坐落于东京都江东区的“东京敢达前线”

就是一个这样的博物馆。它以描绘宇宙战争的动画片《机动战士敢达》为主题，其主角是被称为机动战士的人形机动兵器“敢达”。此处设有和原作同等大小的敢达胸像、和片中人物一起拍照的摄影点、动画制作资料的展览等，可从中充分领略和欣赏作品的世界观。

### 开拓音乐新图景的 Vocaloid

源于日本的虚拟偶像歌手“初音未来”的人气现已越出日本，传向全世界。“初音未来”是一款电脑软件，它的制作采用了日本乐器制造商所开发的语音合成系统“Vocaloid”，并在推向市场时在包装盒上使用了犹如动画人物的少女图像，从而激起了人们的强烈反响。用它在电脑上输入歌词和旋律，就可随心所欲地制成单唱或合唱乐曲。用户们让初音未来“唱”各自所好的曲子，再放到动画投稿网站等地方，各式各样的变奏曲便会在网上出现。

借助于汇合零散乐曲的 CD 合辑的发售、现场公演以及与合作企业的协作，初音未来的人气和真人艺术家们不相上下，甚至还略胜一筹。她的人气还经由互联网向欧美、亚洲等地扩张，2011 年，日本车在美国的广告中就启用了初音未来。



Vocaloid 的初音未来