



学习累了吧,你有没有想过休息,想过度假?到这里来吧,到我们精心为你营建的“度假村”来吧!在这里你不仅可以休心养性,说不定还有意外的收获!


湖北少年儿童出版社

品品娱乐的滋味



李学英
张欣一
编写



惬意的帆板



惊心的过山车



神往的热气球



新新少年度假村丛书



品品娱乐

的

滋味

李学英 张欣一 编写



湖北少年儿童出版社
HUBEI CHILDREN'S PRESS

鄂新登字 04 号

图书在版编目(CIP)数据

品品娱乐的滋味 / 李学英、张欣一编写. —武汉: 湖北少年儿童出版社, 2005. 12
(新新少年度假村)

ISBN 7-5353-3301-X

I. 品... II. ①李...②张... III. 文娱活动—青少年读物 IV. D432.64-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 135004 号

书 名	品品娱乐的滋味				
©	李学英 张欣一编写				
出版发行	湖北少年儿童出版社	业务电话	(027)87679199 (027)87679179		
网 址	http://www.hbcp.com.cn	电子邮件	hbcp@vip.sina.com		
承 印 厂	武汉市新华印刷有限责任公司				
经 销	新华书店湖北发行所				
印 数	1—5 000	印 张	8.5	字 数	80 千字
印 次	2006 年元月第 1 版,2006 年元月第 1 次印刷				
规 格	850 毫米×1168 毫米			开本	24 开
书 号	ISBN 7—5353—3301—X/D· 10			定价	17.00 元

本书如有印装质量问题 可向承印厂调换

目录



- 1 大家一起乐——卡拉 OK
- 6 大众娱乐的伴侣——口琴
- 9 流动音乐厅——随身听
- 13 激光唱片
- 18 挂在脖子上的旋律——MP3
- 22 收音机
- 26 重放我们的生活——电影
- 31 将精彩定格——摄影
- 35 记下流动的生活——摄像
- 38 看看世界那一头——电视
- 44 让绘画活起来——动漫



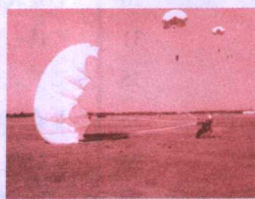
- 51 迪斯科
- 54 摇吧! 摇摆乐
- 58 乡村音乐
- 61 黑人的欢乐——爵士乐
- 65 青年的最爱——摇滚乐
- 71 嬉蹦乐(hip hop)
- 74 “穷人的娱乐”——街舞
- 77 迷你舞台——跳舞毯
- 80 方寸间的天地——集邮
- 84 神奇的魔方
- 88 扑克的秘密
- 92 斯当顿棋子——国际象棋



目录



- 96 芭比传奇
- 100 一具多玩——变形金刚
- 103 让人抠破头皮的益智玩具
- 106 电脑游戏机
- 111 智能玩具——爱宝狗
- 114 小心“饲养”——电子宠物
- 116 “口袋精灵”
- 120 赛车的摇篮——卡丁车
- 124 急速飞驰的赛车
- 128 意志游戏——拓展训练
- 132 惊险刺激的过山车



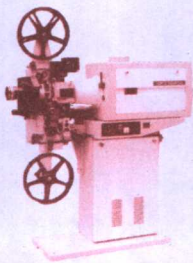
- 136 蹦极:玩的就是心跳
- 140 脚下生风——溜旱冰
- 143 就当它是小车——滑板
- 147 它还很实用——滑板车
- 149 杂技——自行车攀爬
- 152 陆地冲浪——雪地滑板
- 154 雪原上的娱乐——滑雪
- 157 蛟龙戏水——滑水
- 160 勇敢者的飞翔——冲浪
- 163 惊喜加上刺激——漂流
- 166 高空一跃——跳伞
- 169 力量和灵巧的组合——攀岩



目录



- 172 老少咸宜——放风筝
175 蓝天游弋——热气球
179 飘出的旋律——飞盘
181 修身养性——钓鱼
183 民间游戏——毽球
185 杆头的技巧——台球
188 成本较高——高尔夫球
192 轻轻地推出去——沙狐球
195 “吉祥”娱乐——保龄球



有人说,卡拉 OK 改变了亚洲的夜晚。

大家一起乐——卡拉 OK

卡拉 OK 是 20 世纪 90 年代传入我国的,在很短的时间内就形成星火燎原之势,从冰封千里的北国,到碧海蓝天的南疆,不论男女老少,不管白领蓝领,对卡拉 OK 的追捧和热衷,无以复加。直到今天,它仍是我们时尚娱乐的重要内容。



井上大佑和他发明的卡拉 OK 机

卡拉 OK 的发明者井上大佑 1940 年出生在日本神户附近的兵库县三宫市,20 世纪 60 年代末,井上大佑在港口城市——神户的酒吧做伴奏乐手。神户在当时的日本,是最先接触西方文化的城市之一,人们喜欢在乐队的伴奏下一展歌喉,一时间出现了不少有乐队伴奏的歌厅和舞厅。

有一天,井上大佑的一位客人说,他想在家里练习唱歌,同时,外出时能有伴奏的曲子配合唱,提出要用井上大佑伴奏的曲子来练唱。于是,井上大佑就把 6 首曲子录在一个便





便携式录音机里送给了他。这个人外出唱歌回来以后,提出还要加录井上大佑的所有伴奏曲。这时,井上大佑突然意识到:这说不定是个赚钱的机会。对机械一窍不通的井上大佑想若是有一个机器,其大小正好能放在酒吧的吧台上,有两个可以唱二重唱的麦克风,同时有一个不放钱就不出声音、麦克风也不能用的装置就好了。于是,他把想法讲给了懂机械的人。根据他的想法,机械师做出第一台卡拉OK机。

最初生产出来的11台卡拉OK机很快摆上了私人酒吧的柜台。井上大佑在10个店里放了卡拉OK机,刚开始的一周时间内,一分钱也没进。客人们觉得,来到酒吧唱歌,有现场乐队伴奏,是天经地义的事情。

井上大佑只好派女服务员到安装了卡拉OK机的店去,要她带头唱,以带动客人唱。女服务员一到店里,便选出自己会唱的歌来唱,唱第二首的时候,邀请坐在旁边的客人唱,



卡拉OK包房

谁知客人都一一拒绝了。没办法,女服务员只好放弃自己喜欢唱的歌,看客人唱什么歌,就伴唱什么歌。这样与客人一起唱,客人感觉到从未有的愉快。

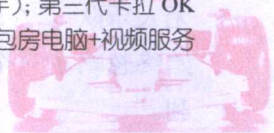
第二天,就是这位一起与服务员合唱的客人,早早地走进店来,把钱放进盒子里,乘众人不在场,猛练起来。练习差不多了,他便离开店。过了一会儿,他假装是刚来的一样,把已经练熟了的歌找出来唱,自然唱得很好。别的客人一看,他都能唱得那么好,自己也就不怕了。结果麦克风从晚上六点半到第二天凌晨一点半都没停,钱也大把往里进。生意越好,就越要不断地更换新的曲目,井上大佑和他的伙伴们不分白天黑夜地演奏和灌制新曲目。

客人们从唱卡拉 OK 中获得精神上的愉悦。当一个人拿着有伴奏的麦克风唱歌的时候,紧张的精神完全能够放松,性格再内向的人,都喜欢卡拉 OK。

卡拉 OK 在日本风行起来。它的意义在于:把本来要乐队伴唱的唱歌变得非常简单,使之成为大众的一种自娱自乐活动。井上大佑开始做的钱盒只能放 3 000 日元到 4 000 日元,四五天不去收就塞满了,后来索性做成能装 10 万日元、15 万日元的钱盒。井上大佑从中取得了小小发明带给他的巨大收获,他开始用租赁第一代机型所获得的利益,开发更新第二代、第三代卡拉 OK 机。为了方便客人带到宴会会场

小资料

卡拉 OK 的真正广泛应用是在中国,并且,中国的卡拉 OK 点歌设备的发展已经远远超过日本。目前,中国的卡拉 OK 点歌系统经历了以下几个阶段:第一代卡拉 OK 系统:卡拉 OK 影碟机;第二代卡拉 OK 系统:电脑+影碟机+DJ(操盘手);第三代卡拉 OK 系统:包房电脑+视频服务器。





使用,他还开发了本机和音像一体化的机型,为了宣传自己的卡拉 OK 机,井上大佑亲自充当广告招贴的模特。20 世纪 70 年代初,仅神户一地就有 200 家以上的酒吧租用井上大佑的卡拉 OK 机,他也因此被业内人士称为霓虹灯区的帝王。

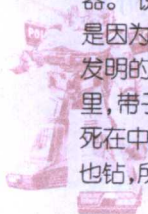
卡拉 OK 的“卡拉”是日语“空”的发音,而 OK 则是英语单词(Orchestra 乐队)的缩写,因此“卡拉 OK”的真正意思是无人乐队。在十几年卡拉 OK 机的更新换代中,井上大佑始终忽略了一个最重要的环节,就是为自己的发明申请专利。

对此,开朗的井上大佑坦诚地解释道:“是啊,常有人问我为什么没申请专利。25 年前,把两种在当时已经有了的东西组合在一块儿,做成另外一个崭新的东西,也许有什么所谓的知识产权。但是那个年代,不会有人认为这种商业

形式也能申请专利。再加上本来都是现有的东西,磁带在音像店里有卖,在当时各厂家都生产放像机,钱盒也早就有,麦克风也是现有的。我只是把这几样给组合到了一块,全都是现成的,只是组合了一下就能申请专利,这可不是我这个伴奏乐手能想到的。”

小资料

井上大佑,凭着二十几年前租赁卡拉 OK 机的经验,他又发明了驱除蟑螂的仪器。说起来,蟑螂驱除器还是因为卡拉 OK 机容易坏而发明的,原来蟑螂钻到机体里,带子转起来以后,它被夹死在中间。这么窄的地方,它也钻,所以就……





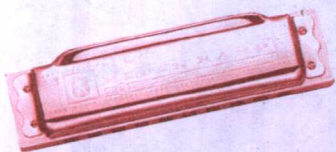
在日本一亿两千万的国民人口中,卡拉OK的消费者已经达到5千万,并且还在逐年增加。卡拉OK从诞生到今天,作为一种娱乐形式给整个世界的大众文化都带来了重大影响。1999年8月23日出版的美国《时代周刊》杂志亚洲版中,对在本世纪内给亚洲带来重大影响的20个人作了特别报道,他们分别是毛泽东、甘地、孙中山、名导演黑泽明、丰田汽车的创始人丰田英二……在这些赫赫有名的人物当中,有一个鲜为人知的名字——井上大佑。在《时代周刊》发表此报道的同一年,全日本卡拉OK协会正式授予井上大佑最佳贡献奖,并向他颁发了感谢状,以表彰他给世界大众文化的影响,在各国驻日本使馆里摆放的介绍日本的小册子里,也都加上了卡拉OK与井上大佑这一页,普通的日本人突然从众多的媒体中认识了一个新偶像。





在所有乐器中，口琴曾经是最小最方便的大众娱乐伴侣。

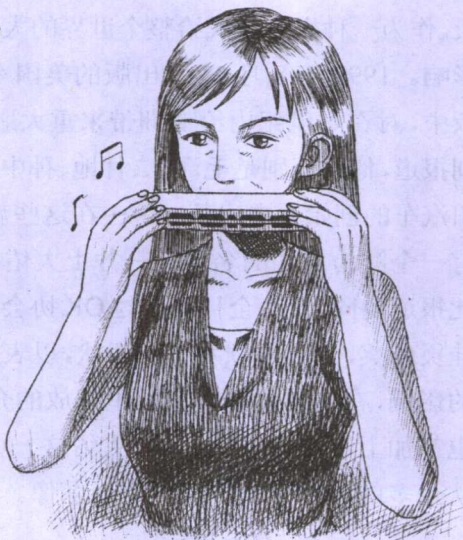
大众娱乐的伴侣——口琴



18 世纪，一位欧洲旅行家将一支笙从中国带回欧洲。德国一位名叫布什曼的风琴制造者，听到笙吹奏出美妙的音乐，非常惊奇。他突发奇想，试着用 5 根定

音管制造出一种小巧玲珑的乐器。这小小的乐器曾一度风行欧洲，当时的贵妇人把它作为饰品挂在脖子上，绅士们则将它安置在手杖顶部，作为一种装饰。严格说来，它还不是现代的口琴。

在德国小城特洛西根，有一位钟表匠马蒂埃斯·霍纳，是个有心人。他每天辛辛苦苦制作钟表，本小利薄，竞争又特别激烈，想干一点别的



什么,却一时苦于找不到更好的活路。有一天,他看到一位贵妇人来店里定制一块手表,脖子上挂着定音器做的小玩意,便与她攀谈起来。后来,他又看到绅士们手杖上面也挂这小玩意。贵妇人与绅士为何如此钟爱定音器做的小玩意呢?



他悟出了一个新的道理:如今,市面上从管风琴到钢琴,再到大提琴、小提琴,无论奏出的音乐多么动听,都有一个很大的弊病,那就是携带不方便。他决心制作一种携带方便的小乐器,小得可以装在上衣的口袋。于是,24岁的霍纳以布什曼发明的定音器做的乐器为样板,于1857年设计出了口琴。有趣的是,他本人对吹口琴毫无兴趣,但对口琴的质量却精益求精。凭着

小资料

口琴已被列入正式乐器,其演奏效果也越来越好。在世界各地的大音乐厅里,都能听到口琴的演奏声。据说有一位口琴演奏家,曾在树林中用口琴模仿猎狗捕捉野兽时的叫声,效果逼真,使得附近的猎狗上当,都用同一声音叫了起来。

口琴是世界上数量最多,使用最广的乐器。目前,全世界每年售出的口琴有2000万只。口琴之所以如此普及,是因为它价格便宜,便于携带,容易学习,最能满足音乐爱好者自我演奏的要求。



品
品
娱
乐
的
滋
味



他的心灵手巧，当年便制造了 650 只，深受人们喜爱。

霍纳看到口琴的需求量越来越大，干脆停止制作钟表，开始大量生产口琴，并成立了霍纳口琴公司。

霍纳公司的口琴必须经过 50 道工序、用 230 个零件制成，最高级的用 1 276 个零件。

曾经在一个时期，口琴也成了最流行的大众乐器。在南极、北极，在珠穆朗玛峰的山脊上，都曾回荡过口琴的声音。美国宇航员也曾在宇宙飞船中吹奏口琴。

多年来，霍纳公司已制造出 1500 多种不同类型的口琴，最昂贵的口琴是为教皇庇隆十一世特制的，仅制造一只。全部零件中，除簧片外，都是用黄金制做的。为了适合衣服上没有口袋的非洲人使用，还生产了一种装有长长链环的口琴，可以挂在脖子上。



Walkman 神奇地改变了世界欣赏音乐的方式。

流动音乐厅——随身听



曾几何时，街上不时有少男少女们在腰间别个 Walkman(随身听)，一脸陶醉的样子，招摇过市。它使时髦少年手提收录机，噪声傍耳，招摇过市的情景一去不复返了。

1946 年，盛田昭夫与井深大共同创建了索尼公司的前身——东京通信工业公司。创业之初的一天，井深大前往日本广播公司办事。在那里，偶然看到一台美国造的磁带录音机。他不禁怦然心动，马上意识到这种高科技商品的巨大潜力。他回去与盛田一商量，决定买下这个生产专利。

试制录音机不难，然而磁带却是个大问题。盛田和井深大亲自动手研制，以日本传统的“和纸”为底，上涂磁性粉。经过一年的奋斗，试制出录音粉带，第一台盒式录音机终于在日本问世。

盛田昭夫和井深大成功开发磁带录音机后，他们想进一步研制更具吸引力的新产品。这时从太平洋彼岸传来一个信息：美国贝尔实验室发明了晶体管。不过，美国西方电子公司仅仅把这种晶体管用于助听器的生产。井深大和盛田闻讯后，敏感地意识到这项伟大的发明具有良好的发展远





小资料

1982年, Sony 发售世界第一台可录式 Walkman, 同年附带收音功能的 Walkman 发售。

1983年, WM-20 发售。比起 WM-2, 前者设计更为紧凑, 重量为 180 克, 并且搭配上了仅重 17 克的耳机。为了迎合美国狂热的健身运动, Sony 创新地发布了防水型的运动型的 Walkman。随身听的使用场合也日趋多样化。

1984年, 世界第一台 CD 随身听 D-50 发售。同年, 新式随身听 WM-△6X 发售, 它还支持金属卡带的播放, 还搭配了高音质的耳机。随身听的名气太大, 当时的著名发型设计师 Jean Louis 创造了随身听剪——“Walkman Cut”

景。

1952年, 井深大和盛田飞往美国, 进行实地考察, 并以 2.5 万美元的价格买下了这项专利。西方公司的工程师殷勤地向他们建议, 这东西也可以只能用于制造助听器。然而, 盛田和井深大对助听器并不感兴趣, 而是想用它生产人人可用的电器产品。

回国后, 他们欣喜地发现, 晶体管和使用 40 年的电子管一样能够放大信号, 而且反应快、体积小、耗电省、可靠性

强, 完全有可能取代电子管。盛田和井深大不知经过多少次试验和失败, 终于在 1957 年生产出世界上第一台袖珍晶体管收音机。

在广告中, 他们强调这种收音机体积很小, 小到可以放在衬衫口袋里。实际上, 还是比标准的男衬衣口袋大一点。为此, 盛田要求公司所有销售员都穿上特制的衬衫, 口袋比普通衬衣的大一点, 刚好可以放下这种收音机。

为了给这个诞生的“亲生长子”取个响亮的名字, 盛田和井深大冥思苦想, 最后决定用世界上不论哪个民族的人都不



会读错而且容易发音的“Sony”命名。其含义是由拉丁文的“Sonus”(声音)和英语的“Sonny”(聪明可爱的小孩)两词合并而成,即“聪明可爱的孩子们组成的发声电器公司”。因此,盛田和井深大创办的“东京通信工业公司”也正式更名为“SONY 公司”、“索尼株式会社”。

打上“SONY”商标首批生产的 200 万台袖珍式晶体管收音机刚一投放市场,就受到消费者的青睐,出现了爆发性销售的热潮。销售额高达 250 万美元,正好是购买专利所用资金的 100 倍。“索尼”的名称也响遍了全世界。1958 年 1 月,索尼公司的股票正式以“索尼株式会社”命名,在东京证券交易所上市。

晶体管的采用成了索尼公司迈向开发一系列电子产品的跳板。公司在 1958 年推出第一个调频晶体管收音机,1959 年推



品品娱乐的滋味