

LISTEN ART 3

现代艺术

听

不朽的极地双子星

COCTEAU TWINS 全记录

23年的PULP
23年的传奇

+ NIRVANA

NEVER MIND? MIND FOREVER?

纪念 [NEVER MIND] 出版10周年特辑



果味

V.C

低调与唯美矛盾中的第二种生命

POLO SPORT
打开音乐的神秘之门
DJ有待采访录

DO普通的伦敦女孩?!

+

史上最佳100张
唱片封面内幕揭密

并非歌特

ECHO & THE BUNNYMEN 独家采访

随着新一期杂志的推出, 2002 年也来到了, 不知新的一年你会
会有什么改变? 或是继续面对日复一日的生活, 我想你的选择一
定是“不”。
也许每次改变都要经历一些痛苦, 可这是一种选择, 也许命运和
巧合只差一点点, 我们为什么不去争取一个更好的结果呢, 我想
放弃和接受也并不矛盾。
真想知道一个人极限是什么, 没有休息时间, 没有生活, 也没有
爱情, 我想没有任何人可以做到, 我们不可能苛刻地要求自己做
好每件事, 只要我们尽力了, 就会有好的结果, 我相信这一点。
听说我们的第二期杂志已经脱销了, 听说已经有了“听”迷, 听
说我们身边朋友的朋友也变成了我们的读者, 我们的脸上都露出
了欣慰的笑, 要知道这一切都是一种信念和绝对的精神作为成绩
的后盾。
年轻时我们不能只是期待, 就像我们会改变听音乐的风格一样,
我们生活的一切都会有所改变, 也许改变才是发展的惟一真理,
在这期杂志中我们也有一些改变, 我们希望它可以给你的生活一
些色彩, 如果它做到了, 我们也会很欣慰了。

编辑部



听

ListanArt #3

Contents

封面: 果味 VC

5/17 国内新闻 News
18 What's up

封面人物 Cover Star
6 低调与唯美矛盾中的第二种生命

100 One Hundred
9 史上最佳 100 张唱片封面内幕揭密

新人 New Face
19 探索者的声音——渡鸦
黑暗中的童话——星期三旅行
20 摘片树叶能杀人——废墟

特写 Feature
21 数码之趣——DPI 简介
36 普通的伦敦女孩? ——Dido

采访 Interview
22 带着小秘密混到 2002 年

——“反光镜”乐队采访
23 “挂在盒子上”日本之旅
——QQ 采访录
24 自慰的理由是为了颠覆自由的情结
——“恣慰”乐队
26 E 不只是一个符号
——“译”乐队采访
34 打开音乐的神秘之门
——DJ 有待采访录
38 并非哥特
——Echo & The Bunnymen 访谈
46 孟加拉地带
——State of Bengal 乐队采访

特辑 Special
28 不朽的极北双行星
——Cocteau Twins 全记录
30 23 年的 Pulp —— 23 年的传奇
32 当地明星知多少?

Mp3
39 Mp3 分类下载宝典

音频 Audio
43 音频时代的革命
——极品音乐软件点评

碟评 Album Reviews
44 (Sigur Ros / Nils Petter Molvae / Common / Bjork
& Trio Guðmundar Ingólfssonar)

Mod inMod
50 京城 Club 全搜索
52 只要能给人一种美的感觉
——DJ Ben 的采访
54 Christiaan
——告诉你什么叫真正的电子音乐
55 舞组共和
——Plus 成立一周年

我的生活 In My Life
57 我的生活之彭磊篇

回顾 Retroactive
58 Never Mind? Mind Forever?
——纪念《Never Mind》出版 10 周年特辑

64 信息 Info

封底 Nirvana

本期 CD 曲目

封面人物(COVER STAR)
“果味 VC”问候语 0'18
“果味 VC”——双重生命 5'14
《现代艺术·听》国内独家授权
“译 E”问候语 0'15
译 E——给你 8'07
GLOSS——LONELY IN PARIS (UK) 3'38

《现代艺术·听》特别推荐
挂在盒子上——THE UGLY SIDE OF THE FACE 4'10
反光镜——天天有时间 2'11

新人秀(NEW FACE SHOW)
渡鸦——海的女儿 4'57
星期三的旅行——MONKEY THE DAY 5'28
废墟——漂于边缘 6'03
《现代艺术·听》调频(LISTEN FM)
——诚意奉献 NIRVANA 特辑 23'37



like a rolling stone



**滚石的宿命是
注定只会向前**



» 我们欢迎更多的滚石的加入

联络人：程港辉

滚石中国北京办事处
中国北京建国门北大街8号华润大厦906室
电话：8610-8519-1657 传真：8610-8519-1659



崔健与周国平共同创作的《自由风格》一书，悄然上市。似乎并没引起大多人的关注与评论。本书多是以采访的形式，其实不如说是一本崔健对话录更为贴切些。不过通过这本书可以更加了解崔健思想和他音乐中的含义。《现代艺术·听》杂志也会在近期采访崔健对这本书的一些感想。



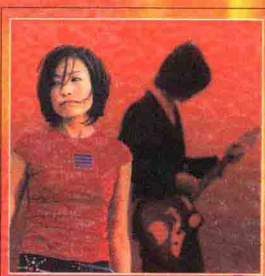
英国DJ — **FATBOYSLIM** 已于12月5日在上海市 Club Typhoon酒吧举行了在华唯一的一场精彩演出。《现代艺术·听》杂志将在下一期报道对他的独家专访。



自本期《现代艺术·听》杂志中推出的英国 **GLOSS** 乐队海外独家授权的《LONELY IN PARIS》作品后，将于每期在杂志的CD部分推出《现代艺术·听》杂志海外独家授权的音乐部分。下期还将在全国独家奉送英国 GLOSS 乐队全新大碟的聆听版。



达达乐队于11月24日出席亚洲音乐节闭幕式，与其同台的有日本的安室奈美惠、台湾的孙燕姿等，但却是此次活动中的唯一的一支乐队。日前他们也刚录完一首名为《等待》的全新单曲，此作品是华娱电视特别为庆祝在中国落地而投资的唯一MV作品，并将在庆典上进行全亚洲首播。

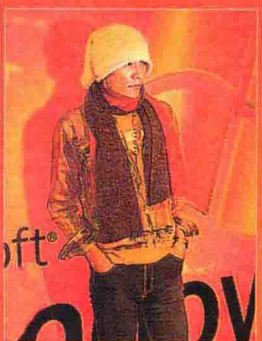


歌手**陈琳**推出全新专辑《爱就爱了》已于11月底上市。在专辑中张亚东作为制作人为陈琳制作了三首作品，并请来台湾的MV导演林炳存为陈琳量身制作了4首MV。同时，竹书文化唱片为了防止盗版特别推出超大版CD。

请密切关注《现代艺术·听》杂志下期推出的2001年《现代艺术·听》杂志音乐年度评选活动，届时，将会由此评选并推出2002年《现代艺术·听》杂志的上半年的一系列演出活动。

据悉摩登天空旗下神秘签下新一支新秀乐队——**跳房子**，其主唱仅为一名16岁的女孩，并有可能签下10年的合约，首张专辑的前期录音已基本完成，所有作品的歌词均为英文作品，该公司近期将低调其乐队的任何动向。跳房子乐队的首支单曲将于《摩登天空4》的合辑中露面。

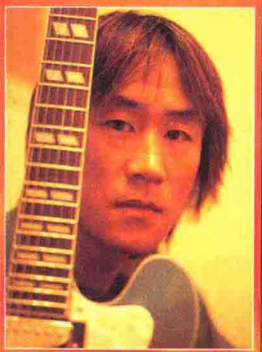
花要冲出来! 签约新峰音乐“花儿”乐队全新专辑《草莓声明》终于在2002年圣诞节前正式发行上市。这张唱片仍旧由“京文唱片”在内地发行，并为“花儿”乐队的主要歌迷群体（学生）能够买得起正版CD，两家公司商定该专辑将制作两个款式的正版CD发售。其中平价版的零售价格仅为15元左右，另外有少量精装版同时发售，精装版不但在设计上采用独特的卡片套装，并附送一张VCD。新专辑从创作、排练、制作DEMO、到最后进棚制作、混音完成，历时整整三年。共收录十五首全新作品。录音师李军在录制过程中曾经说：“内地难得有一支乐队能够在第二张专辑的创作上超越过去，但是他们做到了。”此次专辑的卷首语是主唱兼吉他手大张伟亲自撰写的一篇长达三千字的“作文”，题目是《我要冲出来!》。文章中对专辑内的每一首作品的创作背景都进行了介绍，同时将这三年来的生活体验以及录音期间的感受生动地描写出来。而在唱片海报上赫然写着：“沿着自己的理想，勇往直前，在每一次成功与失败中，寻找新的起点，因为我们正是这样长大的!”



朴树应世界顶级品牌微软应邀推出一首广告主题歌作品。同时微软为了新产品WINDOWS XP的推广，选择了麦当娜最新专辑《光芒万丈》中的主打歌曲《光芒万丈》作为这一产品的英文版主题歌。而中文版主题歌则选择了朴树最新作品《冲出你的窗口》。这首歌的编曲、制作人也是他的老搭档张亚东担任。微软的这一划时代产品WINDOWS XP，崇尚自由、无拘无束的理念，鼓励人性思维上的解放。这与朴树《冲出你的窗口》飞扬自由的情绪不谋而合。在歌中，“你是自由的，自由飞舞的，你可知远方，等待你去想象……快从你的窗口冲出，就用你头也不回的速度”，朴树同时也在筹备新专辑的作品，而且也将以一種新的形象出现在公众媒体面前。



常宽的最新专辑《这一年过去了》将于12月由摩登天空最新唱片厂牌M2推出。这张专辑将收录6首翻唱的民族歌曲和最新创作的4作品。本张专辑是在英国制作并完成的。整张唱片于英国伦敦著名的录音室MASTER ROCK STUDIO由英国资深录音师录制完成。伴奏乐手则是来自曼彻斯特的AMPLIFIER乐队。常宽作为专辑的编曲人和制作人，与这群英国音乐同仁共同打磨完成了一张音乐精品。此外，常宽将继续出演系列电视剧中的不同角色，并出任台湾电视制作公司即将落地内地电视台的谈话综艺节目主持人；还将在年末即将开机的一部香港影片中与香港导演合作，出演贺岁大片。《现代艺术·听》杂志将于下一期特别推荐常宽的一首作品和独家采访。



香港著名导演**张婉婷**于2000年在北京拍摄的电影《北京乐与路》虽未正式公映，但盗版已全面上市。本影片并没有我们预期中的值得期待，倒是有一句台词引起了我们的注意。剧中饰演的那一角色的一句台词“我知道自杀的方法有100种，其中一种就是嫁给唱摇滚的。”为的就是“又痛又快”。



《现代艺术·听》杂志将与台湾的飞行网(www.iwmusic.com)合作推出一系列在北京的演出活动。详情请留意我们的下期杂志的预告，以及飞行网上的信息公告。

中文纳签约歌手**叶蓓**，刚刚推出她的第二张《双鱼》专辑后，又将为国际品牌“星巴克”在中国推出的白巧克力“卡布奇诺”选为形象大使。

宝罗今年一月将重返舞台

2001年10月24日，宝罗和她的长期音乐伙伴苏芮在望京新城的工作室开了一个大PARTY，当晚，五六十名中国人、法国人、美国人、俄罗斯人、阿拉伯人等各种肤色的人群，使这个工作室变成了一个国际俱乐部。

就在这次PARTY上，有朋友告知，宝罗已经计划于今年1月中旬重返北京另类音乐的演出舞台，地点可能是北京的88俱乐部。

宝罗1991年与北京的“自我教育”乐队合作，从低调朋克开始，探索她的另类音乐的个性道路。从那时起到现在，她所参加的公开演出加起来甚至不到六次，但每次都使观众牢牢地记住了她，从九三年开始，她不再参与北京的摇滚乐队的演出活动，转而搞自己的个人音乐。一九九六年，以首张个人专辑《天堂之花》引起了海外众多全球性唱片公司的注意，华纳音乐国际集团于一九九七年买断了她的《天堂之花》在全世界的永久发行权。一九九九年，宝罗与苏芮开始组建他们的双人音乐创作组合“北京谈话”。

据他们的朋友告之：“他们俩人的音乐在北京是独一无二的人格。他们演出的时候不使用传统摇滚乐队的乐器，全是一些边缘的打击乐器，民族乐器是蒙古人马头琴手布仁特古和音乐学院的大提琴专业高材生俞鑫鑫及苏芮。宝罗用采样器甚至是MIDI营造的独特气氛，还有一个阿拉伯的鼓手。虽然他们还没有开始训练，但听过他们的小样后，已经有欧洲的演出人邀请他们去国外演出了，所以她想先在北京演出一次。”下期《现代艺术·听》杂志将收录一首宝罗在96年的作品。

果味



这是星期的一个下午，今天的阳光那么好，好的都有些让人伤心，午后的阳光缓缓落在我的阳台上，在一切都平静下来的时候，我选择躺在躺椅上，用望远镜在17层的楼上向另一个端搜索着，我知道，在我的左前方的那栋楼的十四层上，他们就在那里。“模糊的记忆模糊了我的双眼，沉了的空气陈了的新一天”，一切都在懒洋洋的气氛中开始了。

+ The Men Who

他们就是果味VC，而他们更喜欢叫自己“Super VC”。

“VC”这个字本身就有4个含义：电脑编程，风险投资、维生素片，以及维多利亚十字勋章，而现在它有了第五个含义就是：一支新秀乐队的代名词。

他们让我想起了最近特别受到广大歌迷关注的一支英国新秀乐队Coldplay。他们拥有着一样的年青，一样的才华，一样的气质，同样都是由4位成员组成，平均年龄也是那样的近似于一致，不同的只是他们在中国。我们的疑问开始了，当我提及他的音乐中有Coldplay的感觉时，他们的反击也开始了“这个绝对不是模仿，因为有些外国乐队和我们差不多一般大，他们也是听的那些音乐，我们也是听的那些音乐。而且Coldplay他们出唱片的时候我们已经录完音了才知道有Coldplay这么一个乐队，听了之后觉得不错，挺有意思的。有些方面，可能追求的东西有点相象。但说模仿就不大可能了。

似乎无可厚非的，果味VC将成为中国新音乐中最为时尚的新秀标杆，他们对现在乐队的配置也表示了认可，“应该说是最优秀的，因为我们现在空前的团结，我们都互相知道互相特别需要的是什麼，知道大家就要一块干成一件事情，觉得特别的激动。这种关系也会保持很长一段时间，因为到现在我们应该珍惜这种关系，这个框架，这种平衡。”

记得在他们为这张专辑的出版而开启香槟的那一瞬间，我看到他们四个人那份持耐不住的矜持，让我想到了三年前第一次见到他们时的样子，那段时期的我们都一去不复返了，而现在他们仍然坐在我对面我们仍然微笑着相视对方，一切都



像《有人有一点颜色》的电影中的场景，似乎一切都存在于不太真实的美好之中，只是眼前这一切是我们早就预感到的。

+ “逃避路线”的多面性

谈到那段时间，他们说，“如果你的作品总是没有时间去表达你的感受，那种时候特别压抑。因为你新的作品也出来了，但老的作品至少是那段时间的一个记录，你又不想抛弃，但新的作品有的感觉特别唯美，这样就会产生一种特别压抑的心态。就是我到底是作还是不作，到底该怎么办。但是要现在回想起那段时光其实还是挺快乐的，可能以后我们就没有那种生活了。”

不过他们也感谢那段生活，使他们有忍耐力，学会了看世界上的一些事物都用一种平静的心情。

就像他们在《透明》中的那段歌词“什么会实现、什么会出现、什么能实现、我看着时间，什么会改变、什么能改变”一切都在一种矛盾下的情绪

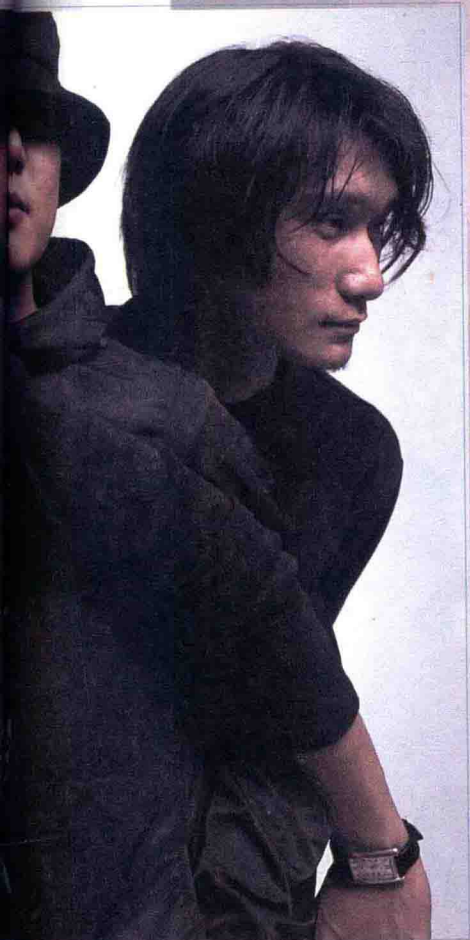
中，当我问及他们什么时候真正能感觉到自己这种神经质的时候，他们的回答却是“什么时候都能感觉到。真的，有的时候你演出的时候有这种感觉，有的时候你写歌的时候有这种感觉，哪怕你吃饭的时候也有。但也是很正常的，每个人都会这样。”

这种气质还表现在他们的音乐里和歌词中“唯美，浪漫，病态。其实还是我们的多面性。”

他们是这样介绍自己音乐表现力的，而他们说歌词要表现的“就是一种矛盾吧。其实我们一直在矛盾，从一开始组乐队到后来录单曲《飞行器》，到现在，我们一直是处于一种矛盾的心态，对很多问题我们不知道怎样去作。这也不是一件坏事，有很多方向可以继续选择。但基本上还是以“逃避路线”为主。其实反映的还是现在的一种生活状态。对喜欢的东西我们也说了，对不喜欢的东西我们也骂了。该干什么的也干了。”

低调与唯美矛盾的 第二种生命

◎文 淘赉 ◎Photo: 黄海鸥



好的朋友。”张亚东还是挺尊重我们的音乐的。有很多人听了我们的专辑跟我说感觉特别亚东的那种，其实这个意见我们不赞成，因为亚东挺尊重我们这种风格的，没有说这首歌我给你们改了。他是说，你们这歌感觉是这样的，我把你们的这种感觉给发挥出来了。实际上这点比较好，一方面他既尊重你们的音乐，一方面他又明白怎样把你们音乐中的感觉发挥出来。而且他自己的音乐素养比较高，很多事情都非常明白。”

关于风格上他们也不想谈及过多，甚至也不愿意提到像Britpop这样的词，因为在我问到他们是否应该归于纯正的Britpop，他们表示这种说法“不太好。我们其实不太把风格看得太重，我们是把音乐看得很重——这种音乐是否能表达我们的想法，是不是够我们需要的色彩。因为一个乐队其实就有一个风格。可能我们以前有点偏激，我们喜欢这种风格的乐队，我们要排斥那种风格的。其实大家都是在做音乐，大家做的其实是同一件事情，只不过手段不一样。都要到达一个目的地，只是走的路途不一样。”

当我问到他们当初为什么会选择去做这样的音乐时，他们的回答不同于大多数的乐队，他们也似乎说的简单和轻松“就是觉得这种音乐不较劲，挺浪漫的。关键是当时听了好多这种乐队，觉得这种音乐适合我们。因为我们的性格是比较放松的，但也有躁的一面，也有比较低调的一面，而这种音乐把这种性格把握得特别好。就象“果味VC”这个名字特别轻松一样。因为这个名字贴切我们的音乐，所以就叫了这个名字。其实这并不重要，重要的是音乐。”

他们觉得这项专辑中每个人表现的“还不够充分。因为第一张专辑还是向成熟迈出的第一步。包括现在我们为第二张准备的歌都比第一张有些地方要好。但是第一张相对来说没什么特别大的遗憾，还可以吧。它就是让大家认识到我们乐队，然后我们自己也是对出第一张之前的总结。”

他们也有着自己的生活原则和处事态度，他们认为：“自己生活是什么样，还是什么样，自己想法是什么样，还是什么样，平时你就是这样的，然后突然让你变成“新好男孩”，你也装不像。好比说今儿台里作节目了，你去做秀，你也作不了。但是对于说该接受采访的，这种围绕专辑的工作，我们还是配合得比较积极。说白了这是我们的工作，不管是作秀也好，该我们做的我们还是尽最大努力做到。但我们有原则，就是那种特傻范的我们绝对不会参加，那种什么“嗨！大家好！我们是Super VC！”（呵呵）。即使是参加了，我们也会按

照自己的原则去作，自己的想法去做。感觉不是自己了，没法做！其实摩登天空这点也做的比较好，对艺人拘束比较少。要是换了别的公司，要求你要大众化，我们肯定也受不了。”

“那你们现在还是以一种理想主义的状态来生存。”我显然十分满意的说。“理想主义，绝对对理想主义。会保持很长一段时间吧。我觉得，我们比他们浪漫吧。可能是在音乐上比较轻松一点吧。我们也不是说要死要活的那种。我们都特别自然，特别随心所欲。”轻松的回答，这一点从他们的眼神中就可以看到。”

+ 关于《双重生命》专辑的双重解密

他们告诉我，专辑中他们最低调的一首歌也是最喜欢的作品就是《双重生命》。这是最近的一首歌，算是第一张专辑里的最新的歌。其它的，基本上是从1997年到2000年的作品吧。

“这张专辑就叫做‘双重生命’，这个词的含义就是表现我们的两重性。更贴切我们的生活和想法。”

主要传达的是“自我”，他们可以在这里面发现他们期待已久的或者找不到的东西。可能在现实里找不到的，被其他东西充斥了的东西。说白了就是传达的是我的“自我”，但可能有人会有共鸣，但那是他的事，就是这样。

这样我对他们的第二张专辑产生了好奇。

他们说：“现在也没有那么多时间排第二张的歌，因为第一张专辑发了之后马上就开始了巡演。其实巡演这个过程也促进了第二张专辑的创作了。如果巡演我们天天演那些歌，我们也不用排练了。但下一张专辑的定位会比这张更冷点吧。该躁的更躁，该低调的更低调。”

+ 潮流应该由你创造

他们似乎在创造潮流，他们的回答给了我肯定。“前段时间过来一个英国的女孩，和她交流过。她们乐队在英国还不错，其实他们做音乐时的想法特别平静——我们怎么想的就怎么做，没有什么标榜主义。我们国家标榜主义特别严重，这可能也是为什么一直没有出什么好的乐队的原因之一。感觉就是始终在追随什么东西，前段时间在玩霹雳舞，现在又开始玩到韩国什么的，然后一提起摇滚，又开始玩摇滚。不象国外那种我真是喜欢这种东西，我开始操起琴，我去干这个。现在玩摇滚也包括开始玩这个玩那，最后从一开始的重金属回到另一种重金属，就是跟着国外的变化在变化，也可能他们是觉得现在这种东西正是我最适合的东西，我一直没有找到。但是我感觉特别不稳定，就

对于1999年《飞行器》那个过去的时期，他们表示“也不是过不过，那首歌是一个回忆，也算是一个里程碑吧，其实也还可以。现在感觉就象看你十八岁，十六岁的照片一样。那个毕竟还是你，还有你现在的影子在里面，但是好象跟现在的音乐有好多不同的东西了。都在变嘛，可能大家听到我们第二张专辑的时候又觉得怎么跟第一张又不太一样了，没有变化就没有发展。”

+ 酷到闭嘴也能唱歌

我们注意到在他们唱片的文案里有这样一段话：他们不是新秀，因为他们不应该只是一队新秀，他们不是时尚，因为他们相信自己才是时尚，他们不预测未来，因为他们创造未来。而关于这专辑他们也有自己的一套观点：与制作人张亚东的合作。

这个话题似乎让他们有些兴致勃勃，看起来这也许是他们在音乐上的一致也使他们成为了很

是在玩的过程中，没有对音乐的一种自我的清醒的看法。我不是特别喜欢追随一种东西，因为你要**是牛逼，潮流应该是你创造的。**”

+ 矛盾创造一切

我想任何乐队都有解散的那一天，但下面的两个问题，使我明白他们的成功似乎源于对生活的那份美好的憧憬与自信。提到有没有考虑到你们乐队有一天会解散，他们表示“现在还没想呢。我觉得就包括Beatles也有解散的一天。如果说我们会解散，那可能是因为我们再没有新的音乐可以作出来了，我们已经枯竭了。但我觉得我们离那一天还有十万八千里。”

你们也表示“基本上没有遇到创作枯竭的时候。只是在创作上有一些摩擦，我觉得应该这样，他觉得应该那样。但是我们的目的创造了一切。矛盾创造一切，有矛盾这个乐队才会进步，没有矛盾了大家特别平和了，就没有更大的进步。因为大家在一起磨合这么长时间了，这种风格上的问题会越来越少，重要的是大家对这首歌的处理，情绪上的问题。”他们的自信真的可以传染到你。

当我问到他们是希望做成像Blur那样每张专辑都有不同的感觉，还是像Radiohead那样一直持续一种状态的时候，他们思考一下回答：“看当时的情况吧。如果以后的心情是那样的话就作成那样的东西。这玩意就不能想，你知道吗，你赶上当时那样，你就作成那样了。没准出了五六盘还越做越次，还有这种可能呢。如果让我们自己来评的话，五星满分，我们相信对于我们自己永远是满分，对于不同的人，他听不同的东西可能就给不同的星，说不定还有给我们一星的呢。”

+ New Ideal New life

他们喜欢养狗，喜欢玩游戏。直到现在最喜欢的游戏是“生化危机”，它里面的音乐我也特别喜欢。比较偏重于玩那种恐怖解谜的那种游戏。

他们不太喜欢去特别人多的场合玩，还是喜欢自己几个朋友一块聊天和玩游戏。

我问到现在是否比以前紧张了，能接受得了每天都安排得满满的生活吗？

他们的回答也比较坦然：“比以前紧张多了。慢慢来呗。现在还能接受，因为现在刚出来，需要演出多一点。以后怎么着也不知道。如果没有这些事情，大家也没法了解你的音乐。其实采访这之类的事情也算是你做音乐的一部分，因为它是不可避免的，也不存在烦不烦，工作嘛。”

他们平常也喜欢看时尚杂志和通过上网了解新的世界，他们有一个www的网站（super-vc.com）。

他们去年基本上天天都去Club，今年不怎么去了。因为总是那一种环境，氛围，没什么意思。不过他们估计明年还会去，但是今年可能不会去了。

关于理想和0希望，看看他们四个人的回答。

孙凌生：过去的理想就是能出专辑吧。做音乐的理想就是自己满意就行，生活的理想就是没那么累，比较放松的那种，自己有一定的经济实力去干自己想干的事情就行了。

刘韬：生活上还是无拘无束吧，然后生活得别太累。音乐上，我希望能起个带动作用。

丁炯：希望用我们的音乐把大家带动起来。可能就我一个人或者我们乐队还不够，还需要一个气候。

杨林：理想就是一直玩呗，能一直玩这个。

此时，我真想问问自己，未来的一天你会相信吗？

一切都要结束，一切都会结束。已经是傍晚了，刚才一个朋友发短信息来告诉我：也就是再过六个小时后，在天空的东边，就能看到流星雨……

我想永远有多远，让我无法忘记的那一天是开始，如果想放弃的那一天，也就是它结束的那一天……

在它划过的那一秒里，我感到心中有一种炽热的东西。



史上最佳100张唱片封面内幕揭密



100

唱片封面内幕大揭密

◎编译：吴卓玲



The Beatles
标题: *Yesterday And Today*
厂牌: Capitol 发行日期: 1966
设计者: Robert Whitaker
从1966年后, Beatles再也不想扮演青春可爱的时尚偶像了, 这一点在当时还无人知道。在*Yesterday And Today*作为乐队在美国发行的新专辑, 而封面上的画面却让全世界的歌迷们大惑不解——这支最成功的乐队身穿屠夫工作服, 身上堆满大块的肉和支离破碎的玩偶躯体。他们似乎在调皮地毁掉自己的形象, 而且还故意让人摸不着头脑。在当时, 几乎没有乐队能做这样的事情。其实那时乐队已经开始厌倦了一般的拍照程序, “你必须试图装得很正常, 但实际上你根本没感觉。”Lennon曾回忆说。封套摄影师Whitaker也有同感, 他经常陪同乐队参加巡演, “虽然全世界的人都把他们当成神一样, 但在在我看来他们都是普通人, 我和他们一样, 对于受到人们这样的对待, 感到很不高兴。”而这张照片就是Whitaker的宣言。他们在一个屠夫朋友那里找来了工作服和猪肉, 又从Chiswick的一家工厂里找来了玩具娃娃, “猪肉和玩偶代表崇拜乐队的那些歌迷,”他解释说, “因为当时习惯把女孩称作玩偶。”这张照片最开始出现在当年发行的Disc杂志上, 标题是: The Beatles: 好一个分脏!



Nirvana
标题: *Nevermind*
厂牌: Geffen 发行日期: 1991
设计者: Robert Fisher
Nevermind的封面人物——在蓝色水中漂浮的婴儿——成为了摇滚史上最引人注目的形象。Kurt对于封面产生的一个设想就是一张小孩在水下出生的照片, “我开始研究那些水下生产的照片,”设计者Robert Fisher说, “但是做唱片封面, 他们都太平面化了。后来我找到了一些婴儿游泳的照片, 乐队成员都非常喜欢。然后Kurt想出了一个主意, 就是在婴儿的面前放一个鱼钩, 上面钩着一张美国钞票。于是我们找来了Kirk Weddle, 他是个水下摄影专家, 然后我们找到了一家游泳学校, 有四五个婴儿在那儿学游泳, 其中有些还是女孩。当我们取回照片之后, 有一张立刻被我们选中。”但是, Nirvana的唱片公司考虑后, 认为小男孩的小鸡鸡不应该展现在人们面前。于是他们又设计了一个新的版本, 上面他的小鸡鸡被覆盖住。唱片公司还为封套作了紧急的备份, 以防有些唱片店不能接受原来的版本的唱片封面。Kurt Cobain早已预见到了这些事端, 所以预先用一种半正式的口吻写好了一张贴纸, 上面写着: “如果这张封面冒犯了你, 那么你一定是一个恋童癖。”



Nirvana
标题: *Diamond Dogs*
厂牌: RCA 发行日期: 1974
设计者: AGI / Guy Peellaert
“别穿着新鞋出现在David身边,”这句出自Mick Jagger的玩笑话带给了实用主义画家Guy Peellaert创作这张专辑封套的灵感。Bowie现在承认一开始他在Jagger家里看见了Guy的作品, 觉得他的感觉完全符合当时的时代, 于是打算请他为自己下一张专辑作封套设计。根据George Orwell的小说1984, Bowie产生了狗人, 极权主义和末世享乐主义的腐朽景象的想法, 尤其是其中基因变种的狗人形象, 深受电影“Ziggy Stardust”的启发。于是在封面上Bowie以半人半狗, 趴在地上的形象出现, 身后的背景是荒凉的城市, 另外还有两个雌性的狗人蹲伏在后面, 淫荡地笑着。如同达利的幻想一般, 它把现实世界通过多种层面表现了出来。这幅封面作品非常激进, 又非常幽默。而专辑的音乐也是很黑暗的东西, 二者正好相配。



Sex Pistols
标题: *God Save The Queen*
厂牌: Virgin 发行日期: 1977
设计者: Jamie Reid
以前从来没有一个流行歌中能出现“上帝拯救女王/一个法西斯的国度……”这样的歌词, 因此当77年Sex Pistol发行*God Save The Queen*的时候, 全英国都为它愤慨不已。这很明显是由于它的标题和Jamie Reid煽动性的封套画面——女王伊丽莎白二世的官方头像上以勒索信一般贴上了单词, 拼出标题和乐队的名字。“在这之前我一定作了成百上千种设计方案,”Reid说。其中包括一幅在女王陛下嘴巴上钉上锁针的典型图片。虽然发行这支单曲费尽周折, 但Reid的这款设计最终出现在街头巷尾, 甚至包括伦敦的公共汽车上。同时, 这首歌也登上了英国榜的亚军, 但据说实际上它的小量比位居第一的Rod Stewart的歌还多。另外, Virgin公司计划在2002年女王纪念日那天再重新发行该单曲, 封面的人像将换成如今老伊丽莎白白的肖像。



Bob Dylan
标题: *Bring It All Back Home*
厂牌: CBS 发行日期: 1965
设计者: John Berg / Daniel Kramer
Bob Dylan的第五张专辑是个真正的水分岭, 不仅收录了他最早的电声歌曲, 而且封套上严谨的人像描绘法很久以来一直规范着封面艺术。虽然Kramer在当时还是一个外行人, 但Dylan很喜欢他的作品, 就违背了公司的意思, 邀请他来为封套摄影。Kramer在拍摄时力图体现Bob Dylan的与众不同。他使Dylan静静地处于图片中间, 周围其他的事物在围绕着旋转。寓意是Dylan是纷繁事物的清晰洞察者, 也反映出专辑中音乐飘渺的幻觉。



The 2-Tone 单曲
标题: 多个名称
厂牌: 2-Tone 发行日期: 1979
设计者: Jerry Dammers
Jerry Dammers 不仅参加了80年代初最成功的乐队, 还设计了过去20年里最持久的厂牌设计: 2-Tone。它最先出现在Special AKA的首支单曲“Gangsters”的封套上, 随后经典的纸质封套和厂牌logo出现在最近的热门歌“Sleeter”, “Madness”, “The Special”等的封套上。设计者Jerry曾在艺术学校学习过动画和电影, 他设计的代表厂牌的人物带有迷人的神情, 微笑若隐若现。后来被称为Walt Jabsco, 后来甚至还为他设计了女性同伴。



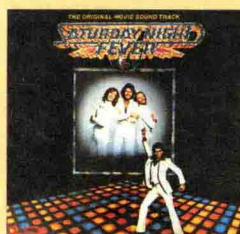
Prince
标题: *Sign 'O' The Times*
厂牌: Paisley Park 发行日期: 1987
设计者: Laura Lipuma-Nash
Prince在流行乐圈中拥有最狂热的歌迷, 他的专辑迷一般的封套也总是激起各种分析推测。这套双张专辑*Sign 'O' The Times*在1987年推出, 封面照片是纽约著名摇滚摄影师Jaff Katz拍摄, 这是个漫无关联的意象和象征的疯狂组合, 一个舞台搭建在毁坏的汽车上, 上面摆放着鼓, 键盘, 地上扔了一把吉他, 背景是夜色中的酒吧, 汽车旅馆, 拱廊和女孩的广告, 而Prince正无声无息地从出口处离开。大多数人认为这杂乱, 令人迷惑的封套暴露了Prince困扰的内心世界。



The Upsetters
标题: *Super Ape*
厂牌: Island 发行日期: 2076
设计者: Tony Wright
1976年, Perry Lee的艺术才华开始受到世人关注, “Super Ape”的就是他自我主义得意充分的发挥的一例, 而它的封套设计也毫不逊色。它表现的是一只巨大的猿猴粉碎它行迹路上的一切, 它代表着复仇女神将来拨乱反正。这也是Perry的目的: 用印月来摧毁邪恶, 传达真理。虽然Wright从未见过Perry, 但力图描绘音乐中的思想, 在原始的时候, 生存就是唯一的目的, 没有贪婪, 没有种族差别。



Primal Scream
标题: *TXRMNTR*
厂牌: Creation 发行日期: 2000
设计者: Julian House
很少有封套的设计者能更改专辑的名字, 但Julian作到了。Primal Scream这张专辑原来的名字叫Extremator, 但出现在封套上的是TXRMNTR, 这与乐队名称一样, 缺失了元音字母。这种粗暴的未来主义的做法与其音乐的粗糙和暴力, 成员的尖刺相适应。乐队成员常去House的办公室谈论歌词, 政治, 艺术和音乐上的偏爱, 这些聚会之后, House把这些关键的想法设计出可能的形象。这个专辑把美国军队全球霸权主义和六十年代的流行艺术结合到一起, 封套看上去象冲撞的电子游戏加上身份不明的青年和直升飞机, 有幻觉般的感受。



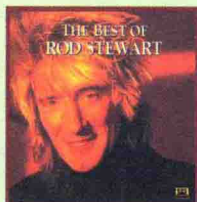
The Bee Gees / 多位艺人
标题: *Saturday Night Fever OST*
厂牌: RSO 发行日期: 1977
设计者: Susan Herr / Tom Nikosey
这张有史以来销量最大的电影原声唱片的封套竟是草率的完成的, “我们基本上就和这张专辑没什么关系,” Maurice Gibb说, “唯一的贡献就是帮他们想出了名字‘Saturday Night Fever’ (周末狂欢夜)。”结果唱片比预想的火爆得多, 不得不再加印十倍数量的唱片, Bee Gees从此成了迪斯科之王。热销最后也带来了政府的干涉, “封面出现了很多问题,”设计者Susan说。现在The Bee Gees和Travolta得同时出现在封面上, 他们的头像也得差不多大。最后我们就把The Bee Gees放在了上方的屏幕, 就是我们现在所看到的这样。



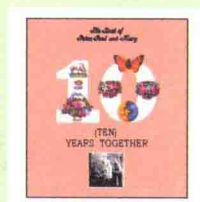
华纳——京文引进版欧美唱片



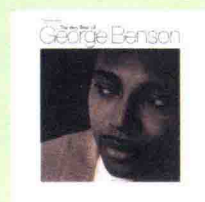
SIMPLY RED—Greatest Hits
全红乐队—精选辑



ROD STEWART—The Best Of
洛德·斯图尔特精选辑



Peter, Paul & Mary—Ten Years Together
彼得·保罗和玛丽——精选辑



George Benson—The Very Best Of
乔治·本森——精选辑



Pearl Harbor—Music From The Motion Picture
电影《珍珠港》原声音乐



R.E.M.—Reveal
R.E.M.乐团——显现



Eric Clapton—Reptile
艾力克·克拉普顿——老友



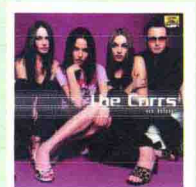
M2M—Shades of Purple
“窃窕美眉”演唱组——紫色风暴



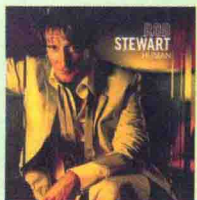
Madonna—Music
麦当娜——音乐



Enya—A Day Without Rain
恩雅——没有雨的日子



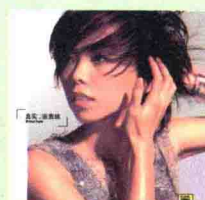
The Corrs—In Blue
可儿家族——蓝色忧郁



Rod Stewart—Human
洛德·斯图尔特——凡人



Scorpions—Acoustica
蝎子——原声演唱会



张惠妹—真实



百代——京文引进版欧美唱片



Geri—Halliwell
哈辣妹洁芮—风驰电掣



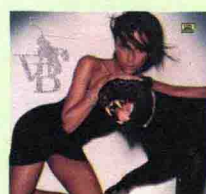
Emma—A Girl Like Me
宝贝辣妹—艾玛



First Love
初恋



Martine—Wishing
玛婷—美梦成真



Victoria Beckham
维多利亚



Radiohead—Amnesiac
电台司令—失忆



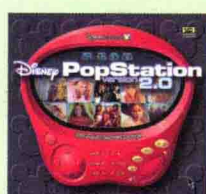
Yuming
松任古由石—相思树



Daft Punk
傻瓜朋克



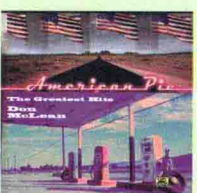
AIR—10000 Hz Legend
空气—10000Hz 传奇



PopStation 2.0
流行驿站 2.0



Standfast
超快感



Don Mclean—The Greatest Hits
唐·麦克林—珍藏精选



Classic Sinatra
法兰克·辛纳特拉—珍藏精选



HEART—Greatest Hits
红心歌唱团—珍藏精选



Gold—The best of Spandau Ballet
史班杜 芭蕾—黄金精选

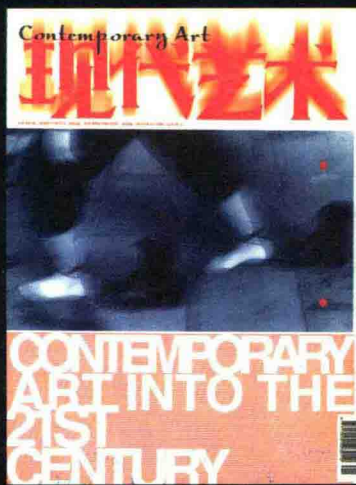
目前国内发行量最大的
深入艺术最前沿的
专注于当代艺术的杂志

Contemporary Art 现代艺术

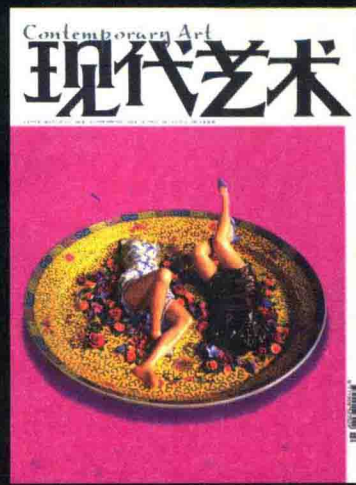
邮发代号:82-274



(2000.10.创刊号) ¥22.50



(2000.1.第二期) ¥20.00



(2001.3.第三期) ¥20.00



(2001.4.第四期) ¥20.00



(2001.7.第六期) ¥20.00



(2001.9.第七期) ¥20.00

《现代艺术》是一本介绍国内和国外当代艺术的最新发展状况和潮流的专业杂志。它是一本双月刊杂志，单月出版。2000年11月首发创刊号，迄今为止，已出版了6期。《现代艺术》是目前国内发行量最大的专注于当代艺术的杂志，它以美术内容为主，同时涵盖电影、戏剧、建筑等多方面内容。2002年的《现代艺术》将仍以双月刊的形式呈现给读者，其内容将会更加丰富多彩，更加具有专业水准。除继续做好已有栏目以外，我们将主要增加和读者形成互动关系的栏目，如《读编往来》和《众说纷纭》等，更加成为一本和广大读者以及艺术爱好者密不可分的杂志。愿读者和我们一起携手走向艺术的未来！

2002年《现代艺术》为双月刊，大16开，88页，彩色印刷，逢单月出版。全年6期，单价20元，全年定价120元。

欢迎到全国各地邮局订阅，《现代艺术》杂志社读者服务部同时办理邮购。

地址：北京市西城区阜外大街34号干3号楼(100832) 电话：010-68573487 转 123 (读者服务部)

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



Björk

标题: *Post*

厂牌: *One Little Indian*

发行日期: 1995

设计者: *Me Company*

"Post"创作的时候, Björk刚到伦敦不久, 刚刚对伦敦有了感觉。所以封面试图捕捉到她增长的自信, 也延续了她自己说的"一个乡村女孩到大城市"的新奇。封面的背景是纷乱而大胆明亮的色彩, 细细看来是些贺卡。设计师认识Björk已经有12年了, 自称头脑里有Björk的贮存室。而那些贺卡是Björk自己选择的, 在拍照时, 约有五十张巨大的贺卡悬挂着他们随风凌乱的摇曳带来了一种不安的气息, 这也正是专辑里面的感觉, 一个乡村女孩到了大城市的那种必然的焦虑。



Blondie

标题: *Parallel Lines*

厂牌: *Chrysalis*

发行日期: 1978

设计者: *Ramey Communications*

这张专辑里朋克和迪斯科有节奏的融合引起了人们的兴趣, 专辑封面也类似地用了两种对立事物的融合。黑白线条的结合非常醒目, 而拍照时经纪人要求男孩们微笑, 而Harry皱着眉。虽然乐队对这个封面不满意, 但也没法挽回它最后的发行, 这张封面很快就成了新浪潮音乐的经典。专辑名称"Parallel Line"也很有意思, 暗示不同力量的最终结合。



Black Sabbath

标题: *Black Sabbath*

厂牌: *Vertigo*

发行日期: 1970

设计者: *Keef*

Black Sabbath的第一张同名专辑在整整25年里奠定了他们作为摇滚乐反基督的形象。这张女巫布莱尔一般的封面图片至今好迷惑着乐队成员, 一个身着披风的女人站在古老磨房的水边上, 是女巫? 是鬼? 还是身处险境? 这种神秘比后来使用的封面都更有效。设计者Keef也不为乐队所知, 在乐队自己都不清楚这张专辑会是什么样子的时, 封面却完美地体现了其中坟墓般的气氛。



The Prodigy

标题: *Rum, Sodomy & The Lash*

厂牌: *Stiff*

发行日期: 1985

设计者: *Simon Ryan*

丘吉尔曾经评论皇家海军的传统就是rum, sodomy and the lash (饮酒, 同性恋, 和斗殴), 于是他们打算在海军风格的艺术品上作文章。一个月后, 班卓琴手Jem Finer发现了"The Raft OF Medusa (美杜莎之舟)"画面描述的是沉于非洲西海岸的一艘法国帆船。13天后船上的人由150人减为15人, 他们靠葡萄酒和死尸过活, 反映了人在濒临死亡的疯狂和本能的挣扎。选定这幅画后, 请了一位画师把乐队成员的头像替换了画面上的人像。使这张封面成为最具讽刺意义的图片。



Queen

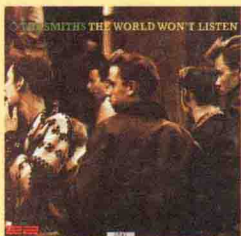
标题: *A Night At The Opera*

厂牌: *EMI*

发行日期: 1975

设计者: *David Costa*

Queen从成员的生日标记里构思出自己的视觉标记, 由此Queen的皇冠就诞生了。在专辑封套上, 皇冠被涂上色彩, 象征着乐队的自我肯定。皇冠底部的两个仙女代表Freddie, 中间的螃蟹代表Brian May, 两头狮子代表Roger Tylor和John Deacon, 这个皇冠象征着乐队帝王般的品质和冲击力。



The Smiths

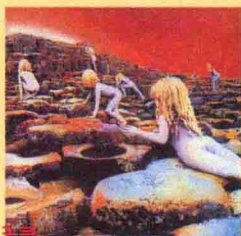
标题: *The World Won't Listen*

厂牌: *Rough Trade*

发行日期: 1987

设计者: *Morrissey*

在乐队成员Morrissey创作的一系列封套上, 乐队成员从来没有上过封面, 他创作的是"某个世界的偶像", 每一张封面都有一个"迷", 他从五、六十年的演员和名人图片里摄取材料, 并对朴实, 简洁的形象非常敏感。这张专辑封面取材于Jurgen Vollmer搜集的1961年到1964年之间在汉堡和巴黎拍摄的"早期的Beatles和他们的第一批歌迷"。封面和封底的四个人物非常象乐队成员。



Led Zeppelin

标题: *Houses Of The Holy*

厂牌: *Atlantic*

发行日期: 1973

设计者: *Hipgnosis*

Led Zeppelin的"Houses Of The Holy"的创作历经波折, 其中的意象一部分是受Arthur C Clarke的小说"Childhood's End"的启发。这个故事讲述的是地球上所有的孩子集中智慧逃离这个肮脏的星球。他们决定把这个想法在北爱尔兰的Dunluce城堡和Giants' Causeway (巨人之路) 拍出来。照片本身具有雨淋淋的效果。专辑的名称被印在了外包装上, 着实可以理解, 因为用作专辑名的歌没有被收录进去, 而是出现在后来1975年的专辑中。



Sly And The Family Stone

标题: *Fresh*

厂牌: *Epic*

发行日期: 1973

设计者: *John Berg*

摄影: *Richard Avedon*

这张专辑看上去是Sly最恐怖的, 音乐, 他像一个卡通人物一样高高悬在空中, 看上去也很清醒。从1971年起, Sly开始变得偏执和变幻无常, 毁掉演出, 气走键盘手, 而这位五十岁的摄影家Richard和Sly之间互相尊重, 他在Sly兴致最好的时候拍下了这张照片。在以后的设计中也突出了清新和活力, 使得这颗明星在封面上永远不会坠落。



Aphex Twin

标题: *Come To Daddy*

厂牌: *Warp*

发行日期: 1997

设计者: *Chirs Cunningham / Designer Republic*

1997年发行的"Come To Daddy"的唱片封面可以算是有史以来最令人震惊和不适的一张, 设计者Cunningham本人就是一个Aphex Twin迷, 他说:"我的想法最先是来源于唱片的名字, 后来我听见James在他的EP中使用了孩童的声音, 然后封面又是他咧嘴的笑脸。所以决定延续这个主题。"在同一角度拍摄了儿童和James, 这些孩子本该是天真纯洁的, 但现在是在伪装的撒旦。Cunningham花了两个月的时间才说服James接受这个设计。



Iggy And The Stooges

标题: *Raw Power*

厂牌: *Columbia / Legacy*

发行日期: 1973

设计者: *Mick Rock*

当一个形象本身完美无缺时, 设计师该做的就是保持它的原貌。Mick Rock拍出的Iggy Pop的照片就有这种偶像力量。在Raw Power的封面上, Iggy Pop沐浴在金色的光芒中, 威严地向远方凝视, 象神一样有一种超凡不可琢磨的魅力。而Iggy本人却憎恶它, 封面在设计时, 只加上了乐队的名字, 以显著的滴血的形象出现。这个设计很出众, Iggy最终被说服了。"照片很美, 字让人难忘, 其他人不会有这种勇气设计这样的封面。"



Talking Heads

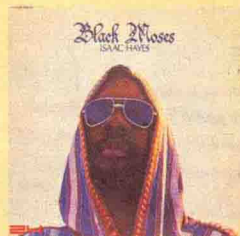
标题: *Remain In Light*

厂牌: *Sire*

发行日期: 1980

设计者: *Tibor Kalman*

"Remain In Light"的封面似乎是专辑主题的直接反映, 封面的四个人带着电脑设计的面具。封底是电脑处理过的美国海军的一架复仇者战斗机。1945年有五架复仇者战斗机在百慕大三角神秘失踪, 这与乐队心理上的困惑相吻合。虽然音乐表达了这种情绪, 却也使人陶醉, 一样可以在其伴随下翩然起舞。



Isaac Hayes

标题: *Black Moses*

厂牌: *Stax*

发行日期: 1971

设计者: *Ron Gordon*

1971年, Isaac Hayes成了一位文化偶像他里程碑似的第五张专辑赢得了格莱美等大奖。这张专辑的销量也对Stax公司至关重要。设计者Gordon把它的封面设计成前所未有的四英尺高, 三英尺宽的十字架, 把Isaac拍成了中世纪的摩西, 这唤醒了整个国家的黑人意识, 人们开始以作黑人而骄傲。因为有了黑摩西, 而他是黑人力量的缩影。



The Chemical Brothers

标题: *Surrender*

厂牌: *Planet Dust / Virgin*

发行日期: 1999

设计者: *Blue Source*

The Chemical Brothers的第三张专辑是他们的重头戏, 它力图使人们感觉到只有拥挤的舞厅个不可抗拒的音响能够带来巅峰的时刻, 而封面体现了同一思想, 把握住了外在的世界失去了一切意义, 而深层的真理在肉力浮现的时刻。设计师选用了一张图片, 它有些凄凉却也有大片色彩, 一道虹光穿越图片, 正好和他们的音乐思想吻合: 把世俗音乐的微小部分赋予生命, 他们认为迷幻音乐在任何时候都会有喜欢的人, 因此他们努力使所有的专辑封面有永久价值。



Kraftwerk

标题: *The Man Machine*

厂牌: *EMI*

发行日期: 1978

设计者: *Florian Schneider / Ralf Hutter / Studio Klefisch*

从1978年, 凭借这张"The Man Machine", Kraftwerk为我们引进了电子音乐的新时代。因而他们作为高科技时代代言人的地位不可动摇。他们一直保持着迷一般的风格, 但这张专辑封套的设计是个例外。这个设计受到俄国结构主义的启发, 乐队成员穿着红衬衫, 涂红唇, 头发上也上红, 立正着, 盯这东方, 它显示了人和人对科技的忠诚之间模糊的关系。



The Jimi Hendrix Experience

标题: *Electric Ladyland*

厂牌: *Track*

发行日期: 1968

设计者: *David King / 摄影师: David Montgomery*

这张照片上的女孩是摄影师David Montgomery在伦敦的酒吧和俱乐部中搜寻出来的, 他们都不是职业模特, 所以很自然。David说这对他是—次很好的拍摄机会, 他并没有性别歧视, 只是想显示人们原本的样子。拍摄的时候Jimi并没有出现, 所以只好让女孩的手里拿着他的专辑, 许多人为封面买了这张专辑, 而它也为Jimi增加了不少传奇色彩。

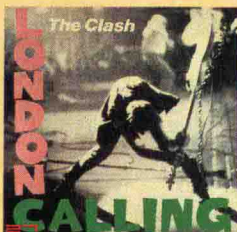


Beatles

标题: *With The Beatles*
厂牌: Parlophone
发行日期: 1963

设计者: Robert Freeman

Beatles 第二张专辑的封面同里面的音乐一样震撼人心。照片上显示的是一种深不可测的冷静, 这是一张定义六十年代的图片。摄影师 Robert Freeman 一直与乐队有密切的关系, 比其他摄影师更能捕捉到乐队的气质, 而 Beatles 总对他们出现在照片上的形象感到惊讶。这张照片是在他们所住的旅馆的餐厅里拍摄的。准备工作不到一个小时。而唱片公司开始对其并不满意, 因为他们希望 Beatles 以快乐的形象出现以满足歌迷。后来被说服了, 因为图片与专辑的歌曲深度相合。



The Clash

标题: *London Calling*
厂牌: Columbia
发行日期: 1979

设计者: Ray Lowry

79年当 Clash 在纽约 Palladium 演出的时候, 观众与乐队融为一体。那一晚的象征就是贝司手 Paul Simonon 双脚叉开砸琴的景象。在场的摄影师 Smith 拍下了这一幕。后来乐队一眼就认定用它作封面。尽管 Clash 沿袭了摇滚的大部分传统, 但他们很少砸琴, 更显示出这张照片的珍贵。

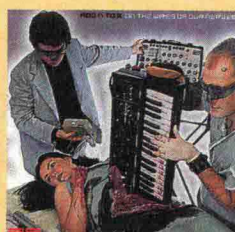


Frankie Goes To Hollywood

标题: *Relax*
厂牌: ZTT
发行日期: 1983

设计者: XL ZTT

"Relax" 的封面充满了大胆的性意象和暗示性的歌词。随着单曲很快成为榜首, 全国性的愤怒也随之而来。图片是来自 Yvonne Gilbert 的一张插图。她和乐队的主唱 Holly Johnson 是朋友, 他在 "Relax" 录完音之后选择了这张插图作封面。"因为她了解我们的感觉……我们试图理解并帮助人们, 以免社会说他们变态。这在 1983 年并不时髦。"

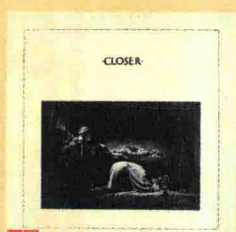


Add N To (X)

标题: *On The Wires Of Our Nerves*
厂牌: Satellite
发行日期: 1998

设计者: Add N To (X)

Add N To (X) 经久不衰的 "人机结合" 的设计风格最早出现在 1998 年的专辑 *On The Wires Of Our Nerves* 上——乐队成员 Ann Shelton 躺在手术台上正在生产一台 Moog 合成器。而其他两位成员正在助产。现在的封面很少有这样的想象力和胆量。乐队是由几个艺术学生组成的, 他们对生物体和人工制品之间的关联很感兴趣。这张专辑使实验性的电子乐变得丰富多采。但也激起了女权主义的批驳, 美国的一些零售商甚至拒绝进货。



Joy Division

标题: *Closer*
厂牌: Factory
发行日期: 1980

设计者: Peter Saville / Martyn Atkins

Closer 的封面是用一块白色的印刷木, 在意大利北部的墓地拍的黑白照片创作的。这款醒目而优雅的设计完成之后, 主唱 Ian Curtis 就自杀了。这个带有死亡含义的封面就成了乐队的标志。它比前期带有纳粹意象的封面更成功。它是严谨的美学和慎重的思考的共同产物, 并给摇滚乐封面设计带来了冷静稳重的新标准。

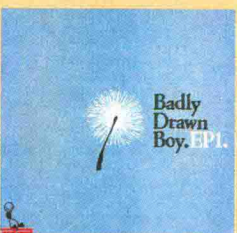


Hawkwind

标题: *Space Ritual*
厂牌: United Artist
发行日期: 1973

设计者: Barney Bubbles

"Space Ritual" 的封面非常引人注目。它设计的理念是根据达达主义和超现实主义。整个宇宙是一个巨大的单弦琴, 琴弦一头连着纯粹的精神, 一头连着纯粹的物质。而地球则被放置在中间, 与野性勃勃的封面想配的是乐队的双张现场专辑。设计师 Barney Bubbles 十分适合 Hawkwind 自由的性格。他设计了乐队在地球之外的舞台, 并说如果所有的灯光和音响在正确的时候会聚于某一位置时, 它们就会直冲云霄。封面正面他的工作已经十分接近了。



Badly Drawn Boy

标题: *EP1*
厂牌: Twisted Nerve
发行日期: 1997

设计者: Andy Votel

有时封面艺术能比音乐激起更多的想象。这张 *Badly Drawn Boy* 的 EP1 的封面激起了巨大的浪潮, 与里面断断续续的音乐和仅限 500 张的发行量形成强烈对比。封面的主色调非传统的应用和醒目的字体, 以及暖味的蒲公英, 使整个设计标志了一些新事物的到来。神秘地并以令人愉快地打破平衡的姿态出现。看上去整洁清爽的设计带有温暖怪异, 似乎与大多现代作品格格不入。



Joni Mitchell

标题: *The Hissing Of Summer Lawns*
厂牌: Asylum 发行日期: 1975

设计者: Joni Mitchell / Glen Christensen

这张 75 年发行的专辑封面是非洲的土著抬着巨蛇穿过纽约的郊外。虽然评论家对于这种归怪异的画面嗤之以鼻, 但并不认为它是非逻辑的艺术作品。专辑中的歌曲也发掘了社会文明掩盖下的黑暗的原始心灵。"这张专辑创作于平淡的 70 年代," Mitchell 回忆道: "我开始描写社会而不是个人忏悔。当时对于雅皮本位的批判即将到来。" Mitchell 和其他人一样沉浸在当时的文化氛围中。在整体灰暗的色调中, 小木屋和游泳池成了唯一的蓝色点。



Age Of Chance

标题: *Don't Get Mad Even I*
厂牌: Virgin 发行日期: 1987

设计者: Designers Republic

这个封面看上去非常急噪, 具有威胁感。"我们一开始就把所有的想法, 口号, 形象和臂章都拿给了 Designers Republic," 乐队的贝司手 Geoff Tylor 说: "你们可以随便怎么摆放。" 设计师 Anderson 认为他和乐手之间是心有灵犀。虽然 Tylor 看到设计后说: "有些东西看上去较为美国化——过于高兴和玩世不恭, 但我们其实并非如此疯狂。" 但是他也同时回忆道: "我们呈现的是一种哲学, 一种朋克态度。与迪斯科风格交叉并通过这些提出一些需要解决的问题。当内容确定之后, 封面自然而然就出来了。"



The Buzzcocks

标题: *Orgasm Addict*
厂牌: United Artist
发行日期: 1977

设计者: Malcolm Garrett

拼贴画: Linder Sterling
为了创作这个勇敢的图片, The Buzzcocks 的专辑 *Orgasm Addict* 把那些看上去鬼鬼祟祟的东西都派上了用场。Linder Sterling 创作了封面的拼贴画后说: "熨斗来自 Agnos 选集, 女性躯体来自一本叫 'Photo' 的杂志。我从未澄清任何版权, 但也没人注意到。" "Orgasm Addict" 是她最具偶像性的作品, 闪烁着朋克时代特有的急噪气息, 能触动理智和高雅的艺术。



The Rolling Stone

标题: *Sticky Finger*
厂牌: Rolling Stone
发行日期: 1971

设计者: Craig Braun Inc.

1970 年华尔曾对 Mick 提起过在专辑封面上印上裤子拉链的设想。一年后, Mick 成功的说服公司将之付诸实施。Keith Richard 抱怨说 "音乐越来越糟, 封面越来越糟。" 显然, 滚石乐队的唱片质量和封面包装没有必然联系, 但滚石的封面包装质量确实极不稳定。



Big Bear

标题: *Dion Thangs*
厂牌: Tru Game
发行日期: 1998

设计者: Pen & Pixel

Big Bear 并没有由于 "Dion Thangs" 享誉全球, 但当它的封面设计——穿着礼服的棕熊, 喝着香槟, 抽着雪茄——风靡全球的时候, 那又算得上什么呢? "Dion Thangs" 封面摄影是在室内完成的。熊头、熊爪是租的假模型, 鱼和盒子是买的。总的来说, 有 15 样东西是通过电脑重组和处理的了。"我们的目的是把顾客的目光留住, 让他们在脑子里划出一个问号。" 总监 Shawn Brauch 说: "图片中所有的香烟, 珠宝和金钱都是美国资本主义走到极致的表现。"



Beatles

标题: *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*
厂牌: Parlophone 发行日期: 1967

设计者: Peter Black

Beatles 的 "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band" 专辑封面是流行音乐史上最具有讽刺力的一张。众多名人, 包括爱因斯坦, Bob Dylan, Jimi Hendrix 都成了 Beatles 的观众。John Lennon 甚至考虑到把耶稣和希特勒都加入了观众的队伍中, 而 Beatles 则身披破布, 画面上的灌木丛也被垃圾和腐烂的蔬菜所替代。照片摄于 1967 年 3 月 30 日。库珀照完照片后就把它照片中间玩偶所穿的衬衫送给了滚石乐队。Black 解释道: "此举是为了澄清 Beatles 和 The Rolling Stone 之间明争暗斗的谣言。"

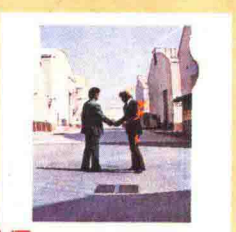


Earl Brutus

标题: *Tonight You Are The Special One*
厂牌: Fruition / Island
发行日期: 1998

设计者: Scott King

1996 年末, 乐队与设计师 Scott King 一块前往 Island 公司探讨封面设计的事宜。主唱 Jim Fry 说: "我想和 1996 年的单曲 'Navyhead' 的封面比较相似, 找一个 Bowie 的歌迷, 作同性恋的打扮, 涂上黑色唇膏。" 于是 King 想出了一大堆创意, 其中包括两部车互相用尾气攻击对方。这个简单的创意与乐队歇斯底里的滑稽和反传统的气质想吻合。"我是从一个雕塑上得到的灵感。" King 说, "叫作 '雅皮自杀协议'。"

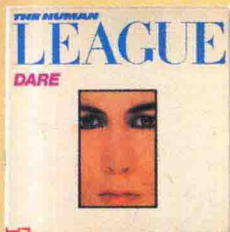


Pink Floyd

标题: *Wish You Were Here*
厂牌: Harvest / EMI
发行日期: 1975

设计者: Hipgnosis / George Hardie

Pink Floyd 把 "Wish You Were Here" 的主题解释为情感的抑制和缺失。Hipgnosis 设计组与乐队讨论了构思之后, 最后在加州的 Mono 湖拍摄了一张跳水者的照片。跳水的人上半身潜入水中, 依靠水中的支撑物倒立在水面上。这张照片最后以明信片的形式包装在封套中。唱片的封面是 George Hardie 拍摄的两个商人握手, 其中一个人身上着了火, 代表一个人想从某种局面中解脱出来, 否则就会受伤。与跳水的照片寓意相同。这张封套的设计直到今天也被看作是完美的。它把一个严肃的乐队与伟大, 严肃的思想联系在一起。



The Human League

标题: Dare

厂牌: Virgin 发行日期: 1981
设计者: Phil Oakey & Adrian Wright
收录有 Human League 的热门歌 "Don't You Want Me" 和 "The Sound Of The Crowd" 的冠军专辑 "Dare", 其封面的设计来自一本德文杂志 Vogue。乐队灵魂人 Oakey 说: "专辑的封面完全是剽窃的。" 他本人出现在封面上, 而其他的成员则出现在内页上。这款简单的封面设计却非常抢眼。评论家将这个看上去一本正经又十分滑稽的设计比喻成 1978 年电影《超人》里的 Kryptonian 法庭。它同时又流露出一种甜蜜的极权主义气质, 这与 1981 年后期人气旺盛的 The Human League 的形象十分吻合。



U2

标题: Boy

厂牌: Island

发行日期: 1980

设计者: Steve Averill / Bono
爱尔兰第一乐队 U2 的首张专辑 "Boy" 的持久魅力是其他乐队倾家荡产也难以拥有的: 八岁的 Peter Rowan 极具穿透力的凝视, 成熟的神情, 二十年使多少人为之坐卧不宁, 难以忘怀。乐队希望这个封面与众不同, 与那些没有思想的 Punk 区分开。尽管唱片公司希望能用传统的宣传方法(印上乐队成员的照片)但乐队成员说: "我们不会出现在封面上, 一是因为我们不想让人知道我们很年轻, 二是我们不会被当作偶像流行组合。" 他们最后真的成功了。



Bobbie Williams

标题: Sing When You Are Winning

厂牌: Chrysalis

发行日期: 2000

设计者: Tom Hingston / Photographer Paul M Smith
Robbie Williams 的专辑 "Sing When You Are Winning" 的封面是 Robbie 在球场上驰骋的样子。这幅超现实的画面还原了 Robbie 的本来面目, 同时也弥补了传统 CD 版封面缺少冲击力的缺憾。艺术总监 Tom 建议在封面上除了 Robbie 衬衫上的 "RW" logo 之外, 不需要加任何文字。"因为你宣传的是 Robbie 这样一个国家级偶像, 你就没必要加上他们的名字了。"



Suede

标题: Coming Up

厂牌: Nude 发行日期: 1996

设计者: Peter Saville, Nick Knight, Brett Anderson
在为 Suede 设计 "Coming Up" 的封面时, Peter Saville 已经年逾四十, 他担心自己不适合给自己小十五岁的乐队设计唱片封面, 但主唱 Brett Anderson 坚持合作。在他们的会见中, Peter 发现 Brett 喜欢像 Beatles 的照片那样的陈旧的东西, 因此他为封面拍摄的照片里, 70 年代的男女坐在一张条纹的床垫上, 女孩的眼里有彩虹般的光彩, 微妙的放纵的魅力有一种反现代感, 唯美地再现了 Suede 沉醉在美丽而年轻的事物中的半明半暗的世界。



Meat Loaf

标题: Bat Out Of Hell

厂牌: Epic 发行日期: 1978

设计者: Richard Corben

这张 Meat Loaf 的专辑 "Bat Out Of Hell" 的封面弥漫着强烈的歌特式风格。血红的天空下阴森荒凉的墓地上, 一个全身赤裸, 肌肉发达的野人骑在一个饰有鬃毛和尾巴的钢铁机器上冉冉升起。一只孤独的蝙蝠栖息在塔尖, 为这个带给人间启迪的孤独人呐喊助威。"Bat Out Of Hell" 的成功不但归功于音乐中的摇滚因素, 设计诡异的封面已功不可没。1977 年, 来自美国的 "Bat Out Of Hell" 以其犹如一枚重磅炸弹震动了英国歌坛, "Bat Out Of Hell" 战胜了 punk, 成为当时销量第三的唱片。



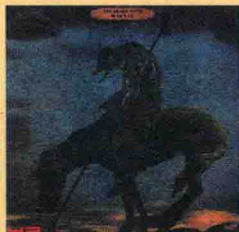
Half Man Half Biscuit

标题: This Leaden Pall

厂牌: Probe Plus

发行日期: 1993

设计者: Nigel Blackwell / Gareth Jones / Jacuzzi
乐队灵魂人物 Nigel Blackwell 认为制作这张封面一点都不复杂。"我想, 歌我都写完了, 还有什么比这更难的?" 这张高质量, 低成本的合成图片表明为什么简单而又精彩的创意比得上昂贵的设计和没完没了的润饰。这张专辑的封面照片摄于 93 年 8 月, 在利物浦南部的一个小街上拍摄了场景。轮胎套在灯柱上, 整个画面是黑白的。Nigel 说: "你不得不佩服那些用灯柱和轮胎玩呼啦圈的人, 因为要把轮胎套在灯柱上可不是一件容易的事儿。"



The Beach Boys

标题: Surf's Up

厂牌: Warner Bro 发行日期: 1971

设计者: Ed Thasher / Jack Rielely (有争议)

1971 年春天的一个晚上, Beach Boys 一直被死亡的阴影笼罩的靈魂人物 Brain Wilson 驾车驶向沙滩, 他在那看到了自己喜剧般琐碎的人生。第二天他写出了风格独特的 "Surf's Up" 中最杰出的一首歌 "Till I Die"。这首歌中回荡的情感与 60 年代充斥街头的金色男孩的形象格格不入。他们专辑幽暗的封面艺术极端辛辣地反映出天真的丧失。他们企图从音乐上和视觉上离开 "沙滩", 于是选用了 17 岁的 James Earl Fraser 获得金奖的雕塑画像。



Beastie Boys

标题: Licensed To Ill

厂牌: Def Jam

发行日期: 1986

设计者: Steve Byram & World B Ormes

猛一打眼, 你会以为这张唱片封面只不过是一架涂有大标语的飞机尾翼。再仔细一看, 你会发现这实际上是飞机撞上了山峰。制片人 Robin 解释到: "Beastie Boys 想用这样的画面来表现摇滚的堕落的倒退时期。" 1986 年的 Beastie Boys 用这种方式来表示他们对美国的厌恶。这张 "Licensed To Ill" 的唱片充斥了青年人爱说的脏话和对美国的影射, 成为当时最畅销的说唱音乐唱片。连封套上 "爆炸" 的飞机都是美国制造的。



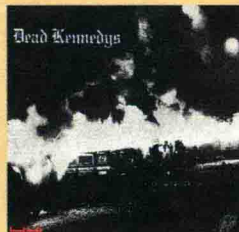
Kate Bush

标题: Never For Ever

厂牌: EMI 发行日期: 1980

设计者: Kate Bush

蝙蝠、鸟、蝴蝶、鱼、牧羊人、驴……从 Kate 的裙下飞出。"Never For Ever" 的专辑封面无疑是众多另类之一。对于这一点, Kate 解释说: "这样的封面暗示我的音乐都是来自我内心的需要。" Bush 从一开始就参与了自己专辑封面的设计工作, 但是第三张专辑 "Never For Ever" 则展示了她的艺术天才。虽然她喜欢香艳的题材和比喻, 但是作为中产阶级的居家女人, 她也害怕别人恶意地扭曲或误解她的作品。终于她不再苛求自己, 而大胆地宣称她写歌总是从感觉性入手, "你必须释放你的欲望, 就象你必须哭一样"。



Dead Kennedys

标题: Fresh Fruit For Rotting Vegetables

厂牌: IRS / Cheery Red

发行日期: 1980

设计者: Dead Kennedys

Dead Kennedys 在 7 年时间里出了 6 张专辑, 对于一支经常发泄政治愤怒情绪的乐队来说, 这张取自 "San Francisco Examiner" 的图片呈现了政治暴乱和少数民族动乱的理想混合体。该专辑的封面并没有象以往一样给乐队惹来官司, 倒是看似纯洁无辜的封底几年之后给他们带来了麻烦。



The Who

标题: The Who Sell Out

厂牌: Track

发行日期: 1967

设计者: David King / Roger Law
King 和 Law 共同设计了 The Who 的第三章专辑——乐队四人或跳进装满烤豆的浴缸, 或手持除臭剂, 或涂抹遮瑕霜, 或与女模特一起练健身操, 充满了讽刺意味。这张名为 "The Who Sell Out" 的专辑发行了 1967 年。1971 年他们又发行了 "Who's Next" 封面是乐队成员站在刚撒过尿的石塔外面。1987 年的 "Who Are You" 的封面上, 乐队成员在到处都是电线的工作室里摆造型。Moon 坐在靠后的椅子上, 穿着他的摩托车手服, 以便掩盖住他开始发福的肚子。



Yes

标题: Fragile

厂牌: Atlantic

发行日期: 1971

设计者: Roger Dean

Yes 的专辑 "Fragile" 的封面图案既是一个理想化的地球, 又是一个想象的星球。Dean 完全扭曲了透视比例, 使得画面上呈现的既是从太空中观测到的星球, 又是一英里内能看到的风景。树比陆地还大, 弯曲的小道象征着朝圣的道路, 充满了玄学和空灵的气质。Yes 的封面设计, 音乐和歌词在一起构建出了一个神奇的三位一体的结构。他不断地追求更好, 更美的东西。而 "Fragile" 的封面无疑是模糊文化的一个象征。



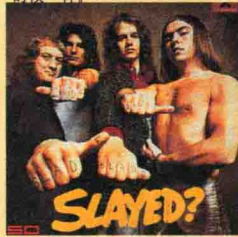
Happy Monday

标题: Pills 'N' Thrills And Bellyaches

厂牌: Factory

发行日期: 1990

设计者: Central Station Design
1990 年是 Happy Monday 的黄金时期。他们的第三张专辑在洛杉矶录制, 在伦敦混音, 因此他们想使封面融合二者的风格。Central Station Design 开始想到了收集美国糖纸, 粘在英国糖果包装盒上。这样不仅能传达旋律的甜美和热烈, 还迎合了 Happy Monday 的另一感性要求——"我们喜欢所有这些糖纸上的人造元素。当你看这些糖纸时, 你好像在喝一杯鸡尾酒。我们一边工作一边吃糖, 象我们小时候一样。"



Slade

标题: Slayed?

厂牌: Polydor

发行日期: 1972

设计者: Gered Mankowitz
摄影师 Gered Mankowitz 评价 Slade 说: "他们捕捉到了时代的气息, 忠诚于他们的根。这也许就是为什么他们轻而易举地使整个国家的人为他们心跳。" 因此在封套上, 乐队成员的表情无忧无虑, 竖着大拇指摆着他们的标准造型——指关节上纹着 "SLADE"。这种 "拳头加拇指" 的造型实际上是乐队在台上表演时跟观众致意的方式的延伸, 使得本以躁动的乐队更加疯狂。"Slayed?" 的封套已经成了一个有力的图腾——不仅是乐队的, 也是他们试图诠释这个时代的图腾。



Manic Street Preacher

标题: The Holy Bible

厂牌: Epic

发行日期: 1994

设计者: Ritchey James

她的目光向下越过裸露在内衣外的花白的肌肤, 她脸上的表情是厌倦吗? 是挑衅抑或是轻蔑? Janny Saville 的 "Strategy" 可算作一件摄人心神的艺术品。专辑的封套与里面的音乐一样触目惊心。吉他手 Ritchey 在专辑封面的设计上投入更多的精力, 而 Ritchey 本人则更偏爱一些扭曲古怪的造型。他对 Janny 的几幅素描印象很深, 希望把这些画作为歌词的互动。Janny 不但爽快答应, 还主动免收三万英镑的费用。接着 Ritchey 按捺不住, 直接把 Janny 的画搬上了封面。



Eric B & Rakim

标题: *The Microphone Fiend*

厂牌: MCA

发行日期: 1988

设计者: Trevor Jackson

早在1988年, 20岁的设计师Jackson就利用简陋的工具设计出许多动感十足的艺术作品, 同时他非常频繁地接触俱乐部文化, 使得他成为设计当时英国唯一发行的美国舞曲唱片*The Microphone Fiend*的最佳人选。"Hip-hop具有非常重要的视觉层面, 包括舞蹈, 音乐, 和涂鸦艺术, 后来用加入了采样器。我试图从各个方面吸取材料, 最后设计出了一个Hip-hop怪物。但也非常显赫, 富有冒险性。"



Blur

标题: *Parklife*

厂牌: Food

发行日期: 1994

设计者: Stylorouge

1994年Parklife一经发行, 就登上了冠军宝座。Damon Albarn偶然间在一家商店注意到了一些运动图片, "我们就把目光放在了灰狗上," Coxon解释说。"因为有一幅气势汹汹的神态, 我们选了一幅露出的牙齿最多的那张照片。他们看起来很疯狂, 脸上有一种奇怪的神色。"在某种意义上说, Parklife的封面是一种理智性的东西, 但也是富于感情的, 设计性强的, 和完美的。



Oasis

标题: *Definitely Maybe*

厂牌: Creation

发行日期: 1994

设计者: Microdot

对于他们的首张专辑, Noel Gallagher 仿佛并不在意选用什么姿态来作封面, 即使他们最重要的摄影师在为他们拍摄, 他的目光也丝毫没有离开电视机屏幕。弟弟Liam Gallagher也同样漫不经心地占据着前方的地板, 沉浸在自己的世界里。别的成员则退到了房间的角落里, 但是这张为他们定下形象标签的照片, 却完美地表现出乐队特有的漫不经心的气质。"我的目标就是为世界上最好的乐队设计最好的封面," 设计师Brian Cannon说。看上去他真的实现了。



Pet Shop Boys

标题: *Actually*

厂牌: Parlophone

发行日期: 1987

设计者: Mark Farrow

乐队起初想用乐队成员的画像作为专辑的封面, 但直到专辑发行前的一星期, 乐队成员Chris Lowe始终还是对画中的自己的鼻子不甚满意, 所以最终使用一张照片代替, 而这张照片却是由《Smash Hits》杂志的摄影师在一次拍摄中留下的废品, 因为照片上的他们在打哈欠。



Mr Lee

标题: *Pump Up London*

厂牌: Chicago Trax

发行日期: 1988

设计者: 未知

封面照片是远眺芝加哥城的风光图, 在当时, 这张专辑包含的音乐被媒体看作是Acid-House音乐的一场革命, 而乐队更想把它视作芝加哥本土舞曲音乐的一次成功的推广, 所以选用了这张图片, 在今天看来, 乐队成功的达到了目的——芝加哥本土舞曲音乐已广泛的被世界接受并承认了。



Underworld

标题: *Dubno bass with my head man*

厂牌: JBO

发行日期: 1993

设计者: Tomato

这张纽约世贸大厦的素描会成为专辑的封面在当时确实令Underworld的歌迷感到困惑, 实际上这张图片起初是被选中用于一本乐队成员自选的艺术作品集, 但后来, 乐队成员却共同认为它非常能够体现乐队的气质, 所以拿来做了专辑封面。这张素描在"911"事件过后几个月的今天, 看起来更有一些新的感觉。



Massive Attack

标题: *Mezzanine*

厂牌: Virgin

发行日期: 1998

设计者: Tom Hingston & Robert Del Naja

两位设计师努力想使这张封面的设计与众不同, 于是就找来了生物摄影师Nick Knight来帮忙, 他从博物馆找来了那些昆虫的照片, 然后再运用电脑技术使这张照片有金属的质感, 他们自己说: "这张封面的意义就是与众不同, 不管它是好是坏。"



The Verve

标题: *This Is Music*

厂牌: Hut

发行日期: 1995

设计者: Microdot

封面的设计理念来自于专辑中的一句歌词: "我们被控告, 只因为我们很无辜。" 封面上, 乐队的主音歌手Richard Ashcroft胸前挂的那块牌子也写了同样的内容, "我们并不想示威, 只想证明我们的清白。" 站在雨中, Ashcroft的表情很是悲愤。



Radiohead

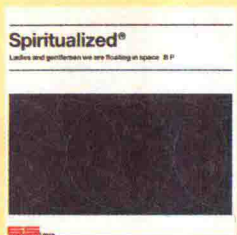
标题: *OK Computer*

厂牌: Parlophone

发行日期: 1997

设计者: Stanley Donwood

Radio Head对封面设计的要求是一定要与乐队的音乐风格相统一, 所以这张专辑封面的设计始终贯彻了"白色噪音"的理念, "生活中的一切都是我们音乐的背景", 他们如是说。所以, 这张专辑的封面设计是一个杂乱的背景图案, 非常低调, 体现了他们的唯美主义, 也确实与乐队的音乐风格很一致。



Spiritualized

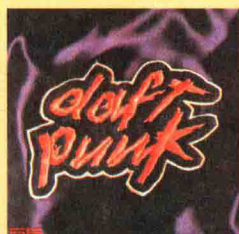
标题: *Ladies and Gentlemen We Are Floating in Space*

厂牌: Dedicate

发行日期: 1997

设计者: Mark Farrow

当时设计师Mark Farrow征求乐队的灵魂人物Jasson Pierce关于封面设计的一些想法, Jasson说: "我想把专辑封面设计成药品包装, 因为我的音乐同样也是药品, 不一样的是它是用来治疗灵魂的疾病的。" 于是这张CD被包装得像药片一样, 并在封面背后印有"治疗范围"和"副作用"等事项。



Daft Punk

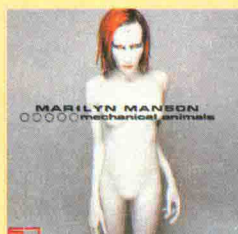
标题: *Home Work*

厂牌: Virgin

发行日期: 1997

设计者: Thomas Bangalter/Guy-Manuel de Homem-Christo

当时有传言说Daft Punk的这张专辑封面的制作费用高于了这张专辑本身的制作费用, 不管这种说法是真是假, Home Work这张专辑的封面确实凝聚了设计师们的创意, 如此大的投入的原因在于当时乐队希望重新树立形象, 封面被设计成一件拉开拉链的皮衣, 里边有当年KISS乐队巡演的宣传海报以及自学音乐的宣传画等等, 封面上乐队的徽标是由乐队成员一起设计的。



Marilyn Manson

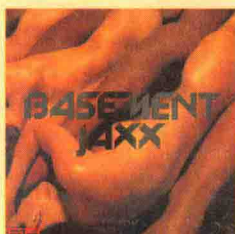
标题: *Mechanical Animals*

厂牌: Interscope/Nothing

发行日期: 1998

设计者: Paul Brown

这张Marilyn Manson的专辑封面在今天甚至比这张专辑的音乐还要著名, 在当时, 这张封面使他的追随者和反对者同样震惊, 设计师Paul Brown说: "我在这一张小小的封面上表达的信息内容远远要比一本小说得多。" 设计师说这个封面的构思来自一个外星人的形象, 而Marilyn Manson却说是他自己的形象——无性别的人, 这在今天看来, 颇有一些商业炒作的意味。



Basement Jaxx

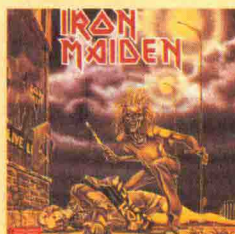
标题: *Remyde*

厂牌: XL

发行日期: 1999

设计者: Blue Source

虽然封面是很多人挤在一起, 但在专辑发行后, 乐队特意澄清这与"性"绝对无关, "我们只想创造一个视觉上的充斥感, 而让人们忽视肤色方面的差异。" 但过后乐队成员再次表示, 这个封面远远不能让他们满意, 因为当时与设计师在很多方面难以达成一致。



Iron Maiden

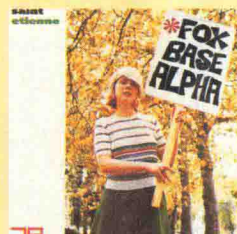
标题: *Sanctuary*

厂牌: EMI

发行日期: 1980

设计者: Derek Riggs

Iron Maiden的专辑封面可以算是"金属卡通"幻想曲的最典型的代表, 他们作为英国最佳新金属乐队的头衔在发行这张唱片的时候已经广为人知了, 所以在封面上看见乐队的吉祥物Eddie刺杀了当时英国首相撒切尔夫人的景象也不足为怪。"这可能来自撒切尔夫人的外交政策," 经纪人Rod Smallwood说。"但的确非常有趣。我把这个想法画成草图, 然后交给Derek Riggs设计。" Riggs的设计为树立Iron Maiden的形象起了很大的作用。



Saint Etienne

标题: *Foxbase Alpha*

厂牌: Heavenly

发行日期: 1991

设计者: Anthony Sweeney

Foxbase Alpha是Saint Etienne第一张唱片, 里面几乎收藏了他们在前一年里所有的的生活经历, 而它的封面则感觉如同卧室的贴纸一样, 整个想法就是精神上的解放, 对熟悉的事物的转化。于是他们决定把专辑的标题写在一个路标上。整个场景的想法来源于Antonioni1967年的一部影片Blow-Up, 最后选定了摄影师Stanley在他住的小屋的路边拍摄的照片。



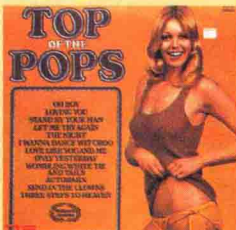
Faces

标题: *Ooh La La*
厂牌: Warner Brothers
发行日期: 1973
设计者: Jim Ladwig
Ettore Petrolini是意大利著名的喜剧演员,他去世37年后,他的形象开始遍布全世界的唱片店——作为Faces的最后一张专辑的封面,至今仍是暗藏机关的封套中最经典的作品。挤压封套上部,会看见他的双眼开始转动,嘴巴张开,仿佛在说“Ooh La La”这个唱片标题。Rod Stewart一开始并不看好这个封面,甚至在唱片发行之后的攻击它,但最后它还是上升到了第一位。



Julian Cope

标题: *Fried*
厂牌: Phonogram
发行日期: 1984
设计者: Cally Callomon
在看到Julian Cope的新专辑Fried的时候,连他的歌迷都感觉到有些过分了。他在封面上扮作顽童,背着乌龟壳,瞪着一架玩具货车。当Julian在偶然的机会发现了这只乌龟壳。之后他花了大量的时间在镜子面前练习乌龟的各种动作,本打算背着它上台演出,但没有成功。于是决定让在封套上派上用场。Julian作出的姿势仿佛是在与玩具车交流,这张封套看似愚蠢,但又超然物外,后来还获得了Daily Express评选的“年度最佳封套奖”。



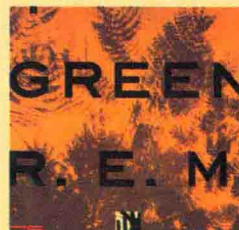
多位艺人

标题: *Top Of The Pops*
厂牌: Pickwick
发行日期: 1968-1981
设计者: Unknown
从1968年到1980年, Pickwick公司借BBC忽视版权之机发行了一系列Top Of The Pops唱片,其中直接翻录了无数热门金曲。每张唱片艳丽的封面几乎都有一个带笑的美女模特。“设计封面的人其实并不在乎封面的意义。”Kieron Tyler这个Top Of The Pops专家说,“由一个专门的委员会挑选歌曲,封面也在会上决定。”Top Of The Pops的所有封面几乎成了那些当红模特的世界。这后来形成了一种时髦封面艺术。



Prodigy

标题: *The Fat Of The Land*
厂牌: XL
发行日期: 1997
设计者: XL
“一开始我们的想法是关于被控制的野性的。”XL的设计师Alex Jenkins说,“考虑到‘自然’这个主题,我们最后保留了一个想法,就是那些已经穿好了待烤的血淋淋的肉块。我们花八个小时拍完了照片。但是Liam Howlett突然改变了主意,他让我开始大量寻找螃蟹的照片。”他们把一张小螃蟹的照片原样的基础上采用了镜头快速移动的效果,立刻体现出他们原先设想的危险攻击的气氛。最后,在Liam的坚持下,乐队的蚂蚁logo被加在名称旁边。



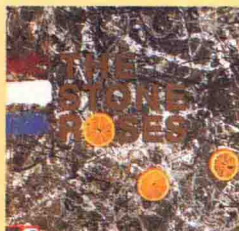
REM

标题: *Green*
厂牌: Warner Bros
发行日期: 1988
设计者: Jon McCafferty / Michael Stipe
从发行第一张唱片开始, REM就一直在每一张封套都精细地培养着一种神秘气息。Michael Stipe本人特有的矛盾性在封套“Green”中就流露了出来。Stipe坚持封面选用他自己拍摄的树叶图案,并要求把它们原本的绿色抽出,衬在橙色的背景上。另外,在封面的字母“R”下,隐约能看见一个数字“4”,这一点引起许多REM歌迷的猜测。事实上,人们注意到他们其他的一些专辑封套上也出现了其他的数字,但并没有得到什么解释。



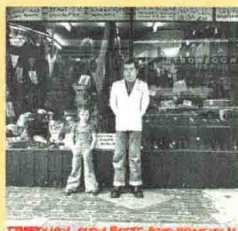
Cream

标题: *Disraeli Gears*
厂牌: Acta/Polydor
发行日期: 1967
设计者: Martin Sharp
几乎没有哪张专辑能够象Cream 1967年的杰作Disraeli Gears那样把封套艺术与迷幻体验如此强烈地结合起来。设计师Sharp在1963年就已经是澳洲迷幻艺术的代表人物。Clapton对Sharp绚丽的艺术形式非常着迷,邀请他为他们的下一张专辑作封面设计。Sharp的合作伙伴Bob Whitaker给乐队成员拍照,作成封底的拼贴画。最后Sharp用从无数书籍杂志中的材料制作成了富于西海岸风情的荧光闪闪的奇幻世界。同时又加以维多利亚时代的浮华装饰,使之渗透出了英国特色。



The Stone Roses

标题: *The Stone Roses*
厂牌: Silvertone
发行日期: 1989
设计者: John Squire
这张类似Jackson Pollock泼墨画的封面标志着1989年曼彻斯特风暴的来临。而其灵感则来自4频道的一部关于1968年巴黎暴乱和示威的记录片。“Ian听说柠檬是治疗催泪弹最有效的东西。”Squire说,“而且那个记录片一开头就是一个人朝警察扔石头。”因此,Squire为这场暴乱做了一幅抽象画。同时,他受Pollock泼墨画的影响也表现在了封面的绘画上,最后那三条象征法国三色旗的纹路和三片柠檬最终把画面与1968年的巴黎联系到了一起。



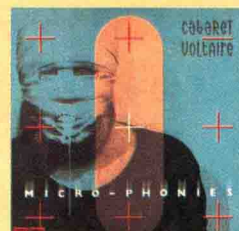
Ian Dury

标题: *New Boots And Panties*
厂牌: Stiff
发行日期: 1977
设计者: Barney Bubbles
摄影师: Chris Gabrin
Ian曾说除了内衣之外,从来都是买二手的衣服,所以当他看见伦敦的百货商店开始打折卖鞋和裤子的时,专辑的封面概念就产生了。他叫来摄影师Gabrin在商店外面给他和儿子Baxter一块拍照。六岁的Baxter在拍照时显得有些紧张,但Ian一直在旁边鼓励他。他们迫不及待地冲出照片,并且一致地选定了其中一张作为封面。最后,Ian和同是艺术学校出生的著名设计师Barney一块敲定了封面的字体。



Pulp

标题: *Different Class*
厂牌: Island
发行日期: 1995
设计者: Mark Tappin / Seb Marling @ Blue Source
这个封面的设想基本上是来自一本二手杂志。“我在70年代的Nova杂志上看到一些有趣的照片。”Jarvis Cocker说,“他们把马克思和列宁的黑白照片剪下来,放在现代伦敦的背景上。看上去很超现实,感觉他们是在那里,但是很明显与周围的东西都毫不相关。我想我们的封面也可以作成这样。”于是他们用很短的时间给乐队成员以不同的姿势拍了一组黑白照片,然后在全国各地寻找一些有趣的场景。最后这张婚礼照片脱颖而出。



Cabaret Voltaire

标题: *Micro-Phonies*
厂牌: Virgin
发行日期: 1984
设计者: Phil Barnes / Neville Brody
在1984年的时候,你可以看到满大街都是那张神秘的缠着绷带的脸,而专辑中干脆利落的音乐正好与它冷漠的封面相配。该封面的构想是试图展现一个受害者的形象,即从另一个角度去反映独裁主义和压迫——头上绑上绷带,把一个鸡蛋在嘴里咬碎,让鸡蛋慢慢地从嘴里滴下来。鸡蛋代表着脆弱,希望和真相,把鸡蛋咬碎代表把这一切都打破。最后,设计师Brody在上面添加了一些十字图案代表准星。这样一来更渲染了封套的危险的情绪。



Pixies

标题: *Surfer Rosa*
厂牌: 4AD
发行日期: 1988
设计者: Vaughan Oliver
Pixies的Surfer Rosa封面实际上是在伦敦南部的一个酒吧里拍摄的。“因为当时的资金较少,我们只拍摄了背景。”Oliver回忆道。“我记得Cocteau Twins的Robin Guthrie也希望参与制作,后来他就献出了他的砸碎的吉他。”Pixies对这个封面感到很满意。“我非常喜欢吉他的琴颈穿出墙壁的那种超现实主义感。”Charles Francis说,“那个超现实的半裸的女郎非常棒,但这里面没有什么色情的成分,而且我最喜欢的还是它的边框,也许是因为它让我联想起Beatles的那张White。”



Elvis Costello & The Attractions

标题: *Get Happy!!*
厂牌: F-Beat
发行日期: 1980
设计者: Barney Bubbles
Elvis Costello出的这张专辑“Get Happy!!”是他风格方向性的改变,但其本质却没有什么不同——Costello采用了一种更巧妙的方式展露痛苦和绝望,只是外面包裹了一层兴奋快乐的声音。Barney Bubbles封套设计的手法也有所改变。在封面上,他采用了俗丽的主色调,并用重叠的多边形架构起破碎玻璃的感觉,而Costello打着领带穿着冬装,俨然是个普通的会计师。最后,他还在封面正中模拟了一个咖啡杯的印渍,更与唱片中音乐的感觉相呼应。



Roxy Music

标题: *Country Life*
厂牌: Island
发行日期: 1974
设计者: Bryan Ferry, Antony Price, Nick de Ville
对于Roxy Music来说,性感根本就不是什么错。“美女的形象可以用来作任何广告,包括汽车、香皂。”Bryan解释说,“为什么不能用摇滚乐上?”这张专辑的名称来自一本有名的上流杂志,因此他们考虑应该把封面作成与名称的对比。碰巧他们在葡萄牙碰见了两位德国女郎,她们恰好也是Roxy Music的歌迷,于是邀请她们以海边的树篱为背景拍摄了一组照片。这张具有强烈对比的封面最后也帮助了专辑登上了美国榜的Top 40。



Now That's What I Call Music

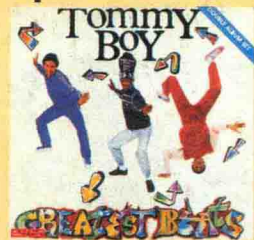
标题: *Now That's What I Call Music 44*
厂牌: Virgin / EMI / Universal
发行日期: 1999
设计者: Quick On The Draw
在过去20年来,“Now That's What I Call Music”系列是最引人注目,也最有效的设计标签。而“NOW 44”是其中最畅销的一张。1983年, Virgin 个EMI决定定期发行一系列金曲合集,于是参照了一款丹麦熏肉的广告为该系列设计封套(广告上写的是, Now that's what I call Bacon)。到NOW 5发行之后, Quick On The Draw开始参与设计。NOW系列的logo也随之鲜明了起来,并根据不同的季节搭配不同的背景色调。没有人会想到NOW系列会延续那么长的时间,但事实证明人们就是对它感兴趣。



New Order

标题: *Blue Monday*
厂牌: Factory Records
发行日期: 1983
设计者: Peter Saville
“Peter Saville有一天去看我们排练, New Order的Stephen Morris说,“看见了模拟采样器使用4英寸的软盘。Peter觉得非常有趣,就带走了一个。”设计者Peter Saville认为Blue Monday这张唱片真正标志了New Order找到了自我。“我在回家的路上听这个软盘里放出的歌,这个想法就一下子蹦出了我的脑袋——他们的音乐是序列化的,电脑化的,而这正是他们所作的事情的一个象征。”封面的右侧有一条彩色边框是Peter根据现代电脑编码方式发明的颜色代码,把它们拼出来就是专辑的名称。

Special



Tommy Boy Label
标题: *Tommy Boy Greatest Beats*
厂牌: *Tommy Boy*
发行日期: 1985
设计者: *Steven Miglio*
在80年代, Tommy Boy是第一家为Hip-hop音乐界加入职业化气息的唱片公司。这张封套的真正创造性就是它为当时缺少关注的Hip-hop市场引入了品牌的概念。在Tommy Boy的Logo出现之后,所有的hip-hop厂牌都开始忙于设计自己的标签。现在在全世界满大街都能看到这样的贴纸和海报实在都是Tommy Boy惹的祸。相对于今天大多数的封套设计,这一张是最能反映出当时的时尚和街头文化的。



Alliance
标题: *We Could Get Used To This*
厂牌: *First Priority* 发行日期: 1988
设计者: *Lynn Kowalewski*
Alliance的专辑*We Could Get Used To This*封面对于hip-hop艺人展示自我的方式进行了一次革新。Alliance在当时已经不是一支普通的rap组合了,他们讲述的大多是安逸舒适的生活,因此他们的形象也不应该象人们想象的那样“我们要到最豪华的商店去,要让人们看到这些rap艺人们也一样能住在豪华的房间里,喝着香槟”,唱片公司总裁Nat说。First Priority虽然还是一个公司,但他们还是雇佣了最专业人员,并花钱在一家酒店租用了房间,这张封面将在今后rap音乐发展定下了新的基调。



Frank Sinatra
标题: *Sings For Only The Lonely*
厂牌: *Capitol*
发行日期: 1958
设计者: *Frank Sinatra / Unknown*
Sinatra经常把自己看成一种Pagliacci之类的角色——在公众面前展露的是一副模样,而在自己独处的时候则表露出另一副更悲伤的面容。在40年代后期,他开始专门画小丑的肖像,因为他非常羡慕他们能够把自己的表情掩藏在油彩下面。因此,这张唱片的封套也采用了小丑的头像。画家Nick Volpe把Sinatra的概念通过画笔表现了出来。Sinatra隐藏在油彩下的肖像,而面部还有泪水的痕迹,作为唱片中音乐的视觉诠释,这个封套设计得近乎完美,并获得了当年格莱美最佳封套奖。



The Jam
标题: *Setting Sons*
厂牌: *Polydor*
发行日期: 1979
设计者: *Bill Smith*
一开始我们设想这张专辑应该是一张概念专辑,但是到中途就厌倦了这个主意。”Pual Weller回忆道。“但它是关于英国的一个故事,因此也应该作一张具有英国风格的封套。”*Setting Sons*是第一张真正具有The Jam风格的封套。Weller为此专门去皇家战争博物馆,在那里他发现了英国雕塑家Benjamin Clemens的作品*St John's Ambulance Bearers*,并请来了摄影师Andrew Douglas为其拍照。这尊雕塑恰如其分地体现出了专辑中的音乐的从平凡中浮现的非凡气质。



The Durutti Column
标题: *The Return Of The Durutti Column*
厂牌: *Factory*
发行日期: 1980
设计者: *Dave Rowbotham*
1958年,喜剧大师Guy Debord想出了一个主意,他用砂纸做了一本封皮的书,这样所有有接触了这个封皮的都被磨坏了。22年后,The Durutti Column的首张专辑封面也采用了这种方式。“设想一张唱片能够毁掉所有和它放在一起的唱片,这真是一个有意思的创意。”Factory老板Wilson说。但并不是所有的发行商都喜欢这种方式,首先它很容易把包装的玻璃纸磨破,其次把它放在货架上也极不安全。



PIL
标题: *Metal Box*
厂牌: *Virgin*
发行日期: 1979
设计者: *PIL*
即使在发行了22周年之后,“Metal Box”的封套仍然能给大家带来巨大的震撼。它的外表冷漠,具有颠覆性,而且毫不妥协,内在的音乐也与众不同。为了突出贝司和鼓的音效,他们坚持要把唱片作成刻纹很深的那种。这也使得必须配备别具一裁的包装封套。于是想到了那种装电影胶片的金属圆盒子。这个封套唯一的缺点是要想把唱片重盒子里取出来比较麻烦,大多数情况下人们都是不得不把盒子倒过来,然后把唱片从缝隙中晃出来。



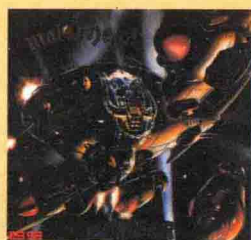
Bruce Springsteen
标题: *Born to Run*
厂牌: *CBS* 发行日期: 1975
设计者: *John Berg*
摄影师: *Eric Meola*
在摄影师Eric Meola给专辑*Born to Run*拍摄封面照片之前,他就已经和撒克司手Clarence Clemons是好朋友了,随后Springsteen的经纪人Mike Appel请他帮忙。Springsteen要求他拍照的时候一定要和Clemons一块。而当时Springsteen还不适应面对照相机镜头。于是Meola建议他和Clemons一块插上吉他玩点即兴,在Springsteen倚身在Clemons后背上的时候,Meola捕捉到了这一瞬间:“Bruce拿着吉他,黑色的皮夾克,再穿上白色的背景,这种对比在合适不过了。”



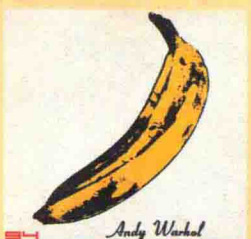
Echo & The Bunnymen
标题: *Porcupine*
厂牌: *Korova* 发行日期: 1983
设计者: *Martyn Atkins/ 摄影师: Brian Griffin*
Echo & The Bunnymen的专辑*Porcupine*的封面选择在冰岛拍摄,完全是来源于经纪人Bill Drummond对这个北国的奇思异想。这张封面也成了摇滚乐队英雄主义气概的集中体现,之后的专辑,包括U2的“Joshua Tree”和Travis的“The Man Who”的封面都有效仿之嫌。拍摄的地点是在距雷克亚未克东北80公里的Gullfoss瀑布。乐队成员站的地方只有4英尺宽,而落差却有200英尺。吉他手Will Sergeant说他们当时还在那互相推搡,事后想起不禁胆寒。



The Louvin Brothers
标题: *Satan Is Real*
厂牌: *Capitol*
发行日期: 1960
设计者: *Ira & Chartie Louvin*
The Louvins考虑以他们最持久的热门歌*Satan Is Real*作为他们的1960年专辑的标题,因此也需要一个封套来重现疯狂的地狱之火对于邪恶的训诫。Louvin兄弟积极地参与了封套的设计,由Ira做好了魔鬼的模型,然后把它搬到了一个采石场附近,点燃一堆浸过汽油的废轮胎,这样一来火势非常壮观,然后Louvin兄弟穿着白色的礼服站在火前拍下了照片。拍照时正好开始下雨,那些岩石受热开始爆裂,抛撒到四周的空中。这些都在一瞬间拍了下来。



Motorhead
标题: *Bomber*
厂牌: *Bronze*
发行日期: 1979
设计者: *Adrian Chesterman*
Motorhead的独裁者Lemmy对二战怀有一种不健康的关注,尤其是对于战争中失利的一方。这也是为什么他们要把“Bomber”这张专辑的封面设计成轰炸的场面。“我坚持要用德国飞机。”Lemmy说,“因为事实上总是那些坏蛋的武器是最酷的,梅塞施米特式战斗机看上去就是用来杀人的。”最后,封面选定了heinkel 111轰炸机。为了保证比例合适,乐队成员的头像只能作得小一点,而且在机身下又添加了一个机枪架,这样乐队的三个成员都能坐在同一架飞机里了。



The Velvet Underground & Nico
标题: *The Velvet Underground & Nico*
厂牌: *Verve*
发行日期: 1967
设计者: *Andy Warhol*
The Velvet Underground & Nico这张专辑上Andy Warhol为封面设计的“香蕉”图案虽然看上去象幼稚园墙上的贴图,却把整个世界都弄得翻天覆地。他用了调皮的具有暗示性的香蕉作了封面,并在旁边写下了一条指令:“慢慢剥开看”。当把作为香蕉皮的黄色贴纸剥下来之后,就会看见一个粉红色的香蕉形状的假阴茎,但是由于制作香蕉形状的贴纸比较困难,这张专辑直到1967年3月份才得以发行。



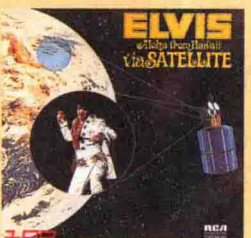
The Wailers
标题: *Catch A Fire*
厂牌: *Island*
发行日期: 1973
设计者: *Rod Dyer/Bob Weiner*
从外观上来说,The Wailers乐队的这张唱片封套是唯一值得一题的一张Reggae唱片封套。在某种程度上说,它的设计是Island公司为了打入主流市场,迎合摇滚听众而专门设计的。同时,它在形象上也紧扣标题,看上去就象一个巨大的Zippo打火机。封套的上半部分可以弹开,露出形状象打火石的内部封套,中间夹着唱片。要把上下两部分封套组装在一起是个巨大的挑战,所以每一个封套都得手工制作。



Captain Beefheart
标题: *Trout Mask Replica*
厂牌: *Straight*
发行日期: 1969
设计者: *Ed Caraeff / Cal Schenkel*
对于这张Trout Mask Replica, Schenkel想制作一张简单而突出的封面,而且又最能与Beefheart的形象相配。“我想最简单的方法就是找一个有趣的鱼头,”他说,“然后我就去Fairfax大道,在那儿的鱼市上买了一条巨大的鲑鱼。”摄影师Ed Caraeff拍照的时候,他们把鱼头放在一堵红色的墙面前,由于鱼头太沉了,Beefheart不得不用手撑着它。这也是为什么照片上会有一只手。从整体上看,这幅怪异的封面折叠画和里面的怪异超凡脱俗的音乐极其相配。



Small Faces
标题: *Ogdens' Nut Gone Flake*
厂牌: *Immediate* 发行日期: 1968
设计者: *Small Faces/Andrew Loog-Oldham/Pete Brown/Nick Tweddell*
Ogdens' Nut Gone Flake是Small Faces最后发行的一张唱片,它貌似香烟罐的漂亮封套,无疑是摇滚唱片中最精致的设计。它采用了圆形的包装,非常引人注目,而且色调上采用Ogdens的古旧感觉也极迎合当时伦敦崇尚维多利亚时代的时尚。而封套的内页的拼贴画则是两个艺术学校的老朋友Pete Brown和Nick Tweddell的作品。在盒底内页上,他们仿造了一包卷烟纸和烟丝,并把烟纸的牌子叫做“SUS”,因为整个罐子都是令人怀疑的(suspect)。这个封套设计为他们赢得了无数的奖项。



Elvis Presley
标题: *Aloha From Hawaii Via Satellite*
厂牌: *RCA*
发行日期: 1973
设计者: 未知
1973年1月14日,猫王的火奴鲁鲁的演唱会让他再度成为世人瞩目的焦点。演唱会之后立刻就要发行一张现场专辑,这意味着唱片封套应该在演唱会之前就设计好。同时,由于演唱会的曲目顺序无法确定,唱片封套的曲目也没有任何顺序。另外,还特地挑选了一张猫王最近演出的照片,最后选定的那张看上去就象举着一杯朗姆鸡尾酒喝一样。封套的取景是在卫星上观测到的地球上不同国家,这是为了表现当时通过卫星转播的高科技手段。