



欧美流行音乐指南

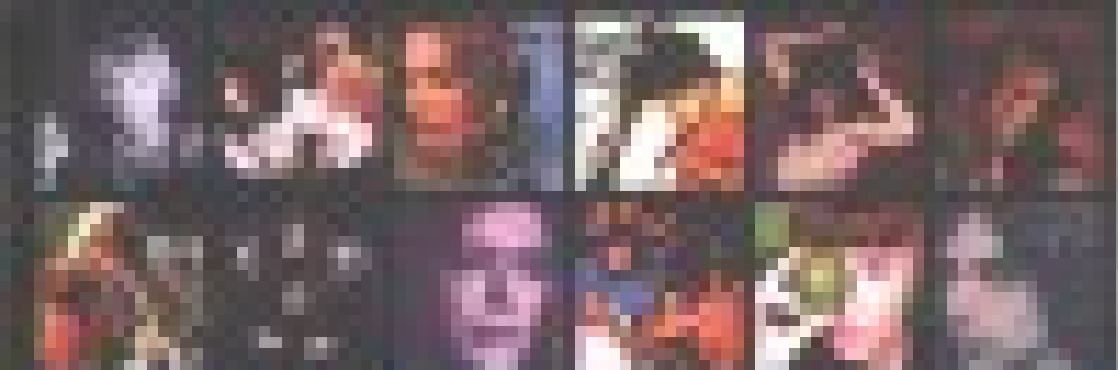
A GUIDE TO OCCIDENTAL POPULAR MUSIC

主编 王晓峰 章雷

L-Z

世界图书出版公司



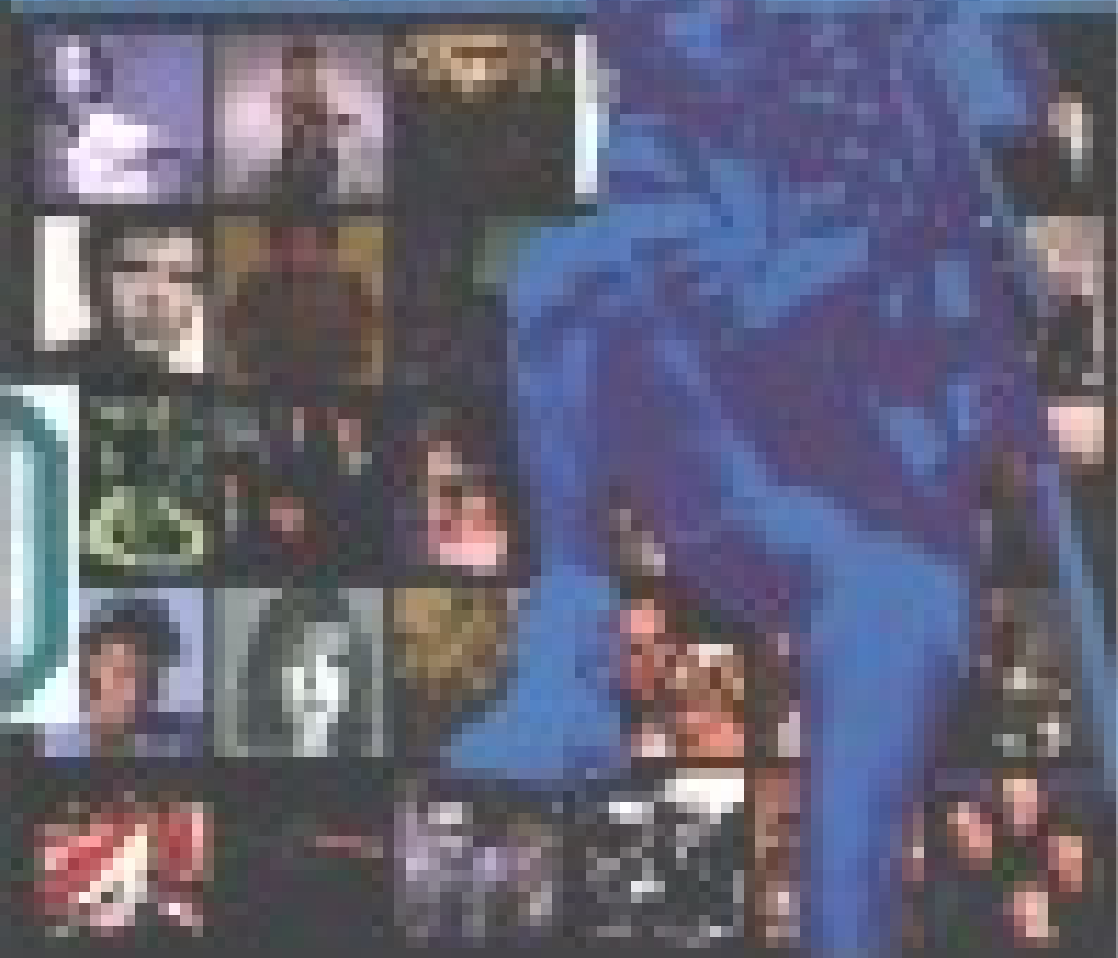


欧美流行音乐指南

THE GUIDE TO POP MUSIC IN AMERICA AND EUROPE

主编：丁晓松 副主编：丁晓松

北京：人民音乐出版社



欧美流行音乐指南

A Guide To Occidental Popular Music

总策划 魏志刚
主编 王晓峰 章 雷

(L-Z)

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目(CIP)数据

欧美流行音乐指南/王晓峰、章雷主编. - 北京:世界图书出版公司北京公司, 1999.10

ISBN 7-5062-4144-7

I. 欧… II. ①王… ②章… III. 音乐欣赏-西方国家 IV. J605

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 08740 号

书 名: 欧美流行音乐指南

主 编: 王晓峰 章 雷

责任编辑: 苏 蕾

装帧设计: 晓辉作业

出 版: 世界图书出版公司北京公司

发 行: 世界图书出版公司北京公司

(北京朝内大街 137 号 邮编: 100010 电话: 64077922)

销 售: 各地新华书店和外文书店

印 刷: 北京燕华印刷厂

开 本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 30.5 插图: 850

字 数: 1360 千字

版 次: 2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001-6000

ISBN 7-5062-4144-7/G·99

定价: 68.00 元(上下册)

版权所有 翻印必究

《欧美流行音乐指南》副主编：

简 巍 朱 力 张建敏 柯立公

编写人员(以姓氏笔画为序)：

马 旌	王 江	王 涓	王海鹰	王 益	王晓峰
叶 强	刘道学	米 谷	朱 力	朱明伟	朱 群
孙 岩	沈晓燕	李天杰	李 东	李晓松	林 棘
杨盈盈	吴晓峰	吴 敏	张建敏	邱 惠	陈洪辉
陈晓宇	陈 曦	洪志娟	宫爱红	郑 心	柯立公
赵卫平	胡晓峰	胡凌云	胡海涛	徐定立	徐 敏
章 雷	黄粤熙	屠 江	陶 然	韩伟华	韩 筱
路 家	腾继盟	简 巍	蔡澍蕾		

封面设计：晓辉作业

排 版：刘霞文化传播有限公司

特别感谢人士：

郝舫及“方舟书店”提供的友情帮助

付雄、江濒提供的友情帮助

李哲生、胡力涛、姜弘、徐冰、戴方、郭晓东、赵锋等在本书出版前的大力帮助

朱烽提供参考资料

袁越在万里之外对本书的校正

周广宇对本书的图片制作

康明、程蕾对本书设计上的帮助

温子提供文字参考资料

张航全家及三台奔腾电脑

滚石唱片公司 Landy、贾敏恕先生

EMI 公司上海办事处邱嘉扬先生

索尼娱乐公司杨薇小姐

宝丽金唱片公司李子昭小姐

其他在过去的 7 年间对本书出版一直关心的朋友

凡 例

一、本书条目按英文字母 A-Z 顺序排列。

二、有中文译名的词目,原文在前,译文在后;没有中文译名的词目,仅有原文。

三、词目的人名原文姓在前名在后,中间用逗号隔开,如“DYLAN, BOB 鲍勃·迪伦”、“JONES, RICKIE LEE, 里基·李·琼斯”。个别词目的人名因取自绰号,故直接按原文音译。中文译名中间用中圆点隔开。如“MEAT LOAF 米特·洛夫”。

四、原文词目有冠词时,冠词移至词目末,并用逗号隔开,在条目中按原文第一个词的字母顺序排列。如“BEATLES, THE”、“ROLLING STONES, THE”等。

五、正文中出现的短专辑、专辑、电影、书籍等名称中文译名用《》括起,()内给出原文。没有中文译文的直接引用原文。

六、正文中出现的歌曲的中文译名用《》标出,没有中文译名的直接用引号在原文上标出。

七、正文中出现的唱片公司名字,除该词目的正文译出中文外,在其他词目中出现时未做翻译。

八、正文中被参见的词条(只限歌手、乐队、演唱组,不包括唱片公司、音乐风格)原文全部大写并在后面用“*”注明。

九、本书的人名译法以商务印书馆出版的《英语姓名译名手册》(1989 年版)、《法语姓名译名手册》(1996 年版)、《葡萄牙语姓名译名手册》(1995 年版)为准,该手册未收录的或非英语姓名以约定俗成的译法或音译为准。

十、个别人名有两种或两种以上叫法的本书只选用一种,如 Dave Gilmour 与 David Gilmour、Steve Stills 与 Stephen Stills 等。

十一、本书的地名译法以商务印书馆出版的《外国地名译名手册》(1993 年版)为准,该手册未收录的地名以音译或约定俗成的译法为准。

十二、本书的民族名称译法以商务印书馆出版的《世界民族译名手册》(1994 年版)为准,该手册未收录的民族以音译或约定俗成的译法为准。

序 言

你是否有过这样的经历？

你可能有过这样的经历：你是在不知不觉中喜欢上欧美音乐的；在浩繁杂乱的欧美音乐中，你不知道该听什么；你总是希望能有谁来告诉你什么音乐可以听；你经常通过报纸、杂志、广播、电视等媒体的介绍不由自主地选择了他们推荐的“产品”；你身边的朋友把某某的音乐说得天花乱坠，于是你也信以为真；很多时候你听到的音乐并不像别人说的或自己最初想像的那样；有时你不惜一切代价买下你喜欢的唱片；有一段时间你失去了判断音乐的标准；你突然发现，你真正喜欢的音乐在你唱片架上并不多……

如果你有过这些经历，那么证明你是一个很投入的乐迷，同时也很盲目。你选择听欧美音乐，是因为它给你带来快乐，而很少想过是你主动去选择还是被动去选择。同样是选择，主动与被动的结果是不一样的。就像一首歌里唱的一样：“你选择了我，我选择了你，这是我们的选择。”这话说得多么海枯石烂、地老天荒，可听音乐和选择恋人是不同的，选择音乐除了“情投意合”之外，还有一些商业上的伎俩，迫使你“言听计从”。换句话说，如果你的恋人跟你要这些花招的话，你觉得这样的选择还会瓷实吗？每个人都希望听到最好的音乐，而在商业社会里，想听到最好的音乐已不是一件轻而易举的事了。

独立主见

除非你跳出三界外，不在五行中，否则你就无法摆脱商业的影响。在什么都可以当成商品来出售的社会里，你处处都得小心，音乐更是有过之而无不及，此时，独立的主见就显得非常重要。你要自己学会选择音乐，在各种圈套、噱头和花招的诱惑下，学会分辨。

一张唱片上市了，在乐评人和吹鼓手的叫嚣下，很多人在没有听到之前就产生了先入为主的好印象，当你听到之后，多少会产生一种错觉，“好像和他们说的差不多。”这时你说不定就中计了。当然这很难说就是你的错，现在有很多乐评人本身就失去了立场，在商业的制约下失去（确切地说是放弃）了独立的主见，成为被利用的附庸。另外，还有一些穿着乐评人外衣的吹鼓手四处鼓噪，制造三人成

虎的假象。多数情况下,你听到、看到的都是这些人玩弄的把戏。在一阵叫嚣之后,那张本该扔到垃圾堆里的唱片粉墨登场了,也爬上了你的唱片架。

商业的力量已使人逐渐失去了审美情趣,审美变成了简单的商品流通,这是现代人的可悲之处。商业操纵者们的目的只有一个,希望你按照他们的意图步调一致。你最初还不为所动,最后却也不得不说上一句:“皇帝的新装确实好看。”

你的独立主见哪里去了?去买乐评人推荐的唱片了。那些乐评人哪里去了?去唱片公司领钱去了。唱片公司的人哪里去了?他们数你的钱去了。

那么,什么是独立主见?简单地讲,就是不受外在因素影响去分析判断一件事情。对音乐的选择,独立主见很重要地体现在对它的审美上。现在的年轻人看上去都很独立、自主,个性都很强,但他们的审美、个性都很相似,原因就是这些所谓的个性并非来自自我意识的独立,而是来自商业化社会消费力量的影响。当个性都变得一样时,也便没了个性,更不用说独立主见了。所以,我们走过的是一个从没有个性到压抑个性,直到现在的相同个性的过程。从对音乐这一非常具有代表性的流行文化的消费过程就能看出,这是一个逐渐放弃独立主见的时代。

在积累中确立独立主见

独立主见不是与生俱来的,是不断地学习和积累后逐渐形成的。尤其是对欧美的流行音乐来说,由于我们无法身临其境地感受它的存在与发展,感受它的文化背景,很多时候仅仅感受到的是它的表层现象而已。特别是流行音乐在近半个世纪的发展中,形成了错综复杂的脉络,各种风格、形式交错在一起,这种复杂,有时连西方人自己都搞不清楚,所以积累就显得十分重要。

对流行音乐的积累,绝不是简单地让所收藏的唱片数字增大,而是从你所收藏的有限唱片中获得更多启发及对音乐和音乐之外内容的理解。当然,你不可能把所有音乐类型的来龙去脉都搞清楚,但至少你应该掌握你喜欢的音乐发展脉络。比如,你是一个重金属音乐爱好者,在你沉浸在它的噪音和吉他独奏中时,你是否给自己提过这样的问题:为什么会有重金属这样的音乐?它是从什么时候出现的?它现在有多少种风格?每种风格之间有什么异同?这些问题,有时你不可能一下解释清楚,但这没关系,只要你抱着疑问去听音乐,会越来越明白的。

积累源自对音乐的理解,想理解音乐,就得思考。在听音乐过程中,思考是件很快乐的事,从音乐中感悟出美、哲理、人生,很多感性的东西让你的成长变得不再那么枯燥。从另一方面讲,更多的积累是在音乐的背后,如果你对唱片业这个庞大的体系在操作过程中的各个环节都有所了解的话,你就会知道很多音乐是怎

么出来的,这样或那样的风格是怎样形成的,今天为什么会流行这个,明天为什么会流行那个,等等。知道这些,即便身在此山中,也能识得庐山真面目。你就更清楚自己为什么要听音乐,要听什么样的音乐了。

对音乐的积累最终会使你减少非音乐因素的干扰,使你能更集中地关注音乐本身。渐渐地,你就会形成自己的判断标准,你会在很短的时间内判断出音乐的优劣,不至于把时间浪费在那些无聊的音乐上。在你选择音乐变得越来越主动时,你就有了主见。

走出音乐盲点

你往往会羡慕欧美国家的歌迷,他们可以到现场看演出,他们可以听到很多的音乐,可以买到任何一张他们想听的唱片……这种望洋兴叹的心理似乎会发生在每一个歌迷的身上。不过,我倒认为,保持一段距离也会有些好处的。如果你身处那种狂轰滥炸的媒体攻势面前,会不停地冲进唱片店,最后被人牵着鼻子走。所以,离商业宣传远一点,能安静地欣赏音乐,却是件好事。

你是凭什么认同一种音乐、一位歌手或一张唱片?你的回答可能是:朋友的推介、媒体的介绍、歌手的名气、歌手的形象、歌手相关的新闻事件、排行榜上的成绩或其中的歌曲打动了你。在上述的种种因素中,你会发现,真正促使你听音乐的动机大都是非音乐因素,这就是音乐上的盲点。这些盲点导致了人们在听音乐时会很盲目。那么是不是可以摆脱这些非音乐因素的干扰呢?不能。首先,在现实生活中无法回避这些因素的影响,如果回避了这些,等于失去了信息来源。其次,无论是好音乐还是差音乐,都要通过这些非音乐因素来传播,你只能通过这些渠道来选择你喜欢的音乐。再者,这些非音乐因素恰恰给你提供了对音乐的分析 and 判断的“证据”,当你听到了音乐后,再反过来看看这些“证据”,是真是假,心里总会有个数的,时间长了,也许你能从中发现一些规律,甚至你会逐渐发现在音乐背后的操作动机。当了解到这一步时,你就会轻易发现这些非音乐因素中的虚假成分,而不会跟着感觉走了。

如果你做到了能轻易辨别真伪,那么你也会逐渐从非音乐因素的干扰中走出来,从音乐自身的角度来判断音乐的好坏。

在比较中发现创新

俗话说:不比不知道。欧美的流行音乐太杂乱了,上百种风格,上千个艺人,上万种唱片……哪些是你需要的呢?有时,你很难明确自己的标准,也许百分之

九十九的唱片并不是你需要的,但你又不知道那百分之一是什么,这时,比较就显得非常重要,在比较中,会慢慢发现音乐的优劣,逐渐排除那些平庸的音乐。

这里可以介绍给你一个“五维比较法”,从五条脉络去对音乐做出比较。

你可以按照年代的发展去比较。这是一个相对比较粗的比较方法,从50年代甚至更早一直到现在,以年代的发展为脉络,你可以纵向地比较出50年代与60年代,60年代与70年代,甚至50年代与90年代的音乐有什么不一样。如果在听音乐的过程中脑子里能有一个历史的概念,那么你很快就会清楚音乐在发展过程中的融合、分支以及音乐变化过程中的逻辑和规律,这对你从整体上了解音乐是很有帮助的。很多人对几十年前的音乐不感兴趣,觉得是老掉牙了,但现在任何一种新的音乐都不忘从过去的音乐中汲取营养,尤其是90年代以来,音乐上的创新越来越难,很多音乐家开始进行新一轮的音乐融合尝试,力图搞出点新名堂,他们的做法就是“废物利用”。美国的贝克(Beck)或是更新的英国乐队 The Beta Band 往往在他们的音乐中混合进几十种音乐风格。如果缺乏对过去音乐的了解,那么想理解今天的音乐也是件困难的事,是所谓温故知新。在这种纵向的比较中,你也许会发现,有些音乐确实有了创新,而有些音乐不过是在重复过去,换汤不换药。

如果你觉得按年代发展去比较需要投入过多的精力和时间才能理出个头绪而不太适合你的话,那么更简单的一种方法是,你直接拿一个歌手的演唱生涯做一个纵向比较,如果你对某一个歌手感兴趣,可以听听他的第一张唱片,这张唱片可能是20年或30年前的,然后再听听他现在的唱片,这期间有什么变化?变化在什么地方?你更喜欢哪一张?为什么?作为歌手(乐队),他们不可能一直保持创作的最佳状态,总有江郎才尽的时候,尤其是面对商业的压力时,往往还会出现水货。由于歌手在创作、演唱等方面有自己的习惯,所以即使相差几十年,也不会有太大的出入,就算是“变色龙”戴维·鲍伊(David·Bowie),他的每一张唱片的风格都不尽相同,但整体上还是统一的,因此对歌手的自身发展的比较就显得容易得多。60年代的鲍勃·迪伦(Bob Dylan)音乐中闪烁着睿智的火花,但到了80年代就逐渐沦为平庸,前后的反差巨大,稍微比较一下就能看出来。

如果以历史的纵向做比较会有一些麻烦的话,那么同期横向比较会容易一些。你可以以某一时期为断面,比较出哪些音乐是你最喜欢的,这是很多刚刚听欧美音乐的人习惯采用的一种方式。比如,最近两年来的音乐中你喜欢的是什么。但由于缺乏历史的角度,而且横向比较缺少对音乐自身的判断标准,并且,很多同一时期的音乐缺乏可比性,比较的标准往往很含糊,有时只能掺杂进一些非

音乐因素的标准(比如谁的名气大、谁的唱片热销等),因此很难听出个所以然。听音乐就是这样,先有了横向的概念,就会向纵深发展。因而,横向断面比较只能是暂时的。

听欧美音乐,不可避免的就是会接触到音乐各种各样的风格、流派,繁多的音乐风格说明了欧美国家在流行音乐表现方面十分活跃,可这些繁杂的风格有时会搞得我们摸不着头脑。最初,你可能只知道摇滚乐、爵士乐、布鲁斯、民歌、重金属,但随着你不断了解,会发现还有几十种爵士、布鲁斯和重金属分支,这些种类之间有什么不同,每种风格又各自有什么特点,不是一两天就能搞清楚的。但了解这些“门派”对你更进一步了解音乐的本质与规律是有很大帮助的。当你对欧美音乐有了一定的了解之后,不妨从音乐风格上入手,做更进一步的了解。

这种风格比较法实际上包含了上述的三种比较法。对布鲁斯音乐,你可以从30年代听到现在,可以从美国听到英国,也可以把B·B·金(B. B. King)从50年代听到90年代。

给音乐分类、划分风格是欧美唱片业和媒体的习惯。由于每个人都可以从不同角度、音乐上的特点或者音乐产生的某一种现象去界定风格,流行音乐从最初的十几种音乐风格到如今的上百种,种类越分越细,越分越复杂,很多风格之间存在着重叠、混乱,其中有些是合理的,有些不合理,有些可以反映出音乐的特点和存在状态,有些纯属商业炒作,与音乐本身无关。比如“不列颠流行乐”、“新浪潮之新浪潮”等纯属媒体“捏造”出来的。还有,电子乐由于在音乐上比较多变,可以和任何一种已经存在的音乐结合,由此衍生出来的风格像细胞裂变一样让人应接不暇,几乎每个月都会出来一种新风格。现在,国外有个不好的趋势,即音乐风格的分类已变得越来越细,越来越不科学,甚至到了文字游戏地步。

抛开一些人为因素,回到音乐的本身,其实风格的界定可以让我们更清晰地发现音乐发展的来龙去脉,在同类风格的音乐中能明显地做出比较和分析,发现各自的特点,也很容易在某一领域里比较出谁的音乐最出色。

当然,在音乐风格中还有一种以地理区域来界定的方法。当某一地区的音乐现象十分活跃时,人们总爱把这一区域的音乐综合在一起,称之为“×××现象”。比如在“披头士”(The Beatles)出现之前的英国“默西节拍”;当英国布里斯托尔的“大攻击”(Massive Attack)、特里基(Tricky)、Portishead 带动 Trip-Hop 潮流时,人们会称之为“布里斯托尔现象”;当美国西海岸的“青春日”(Green Day)、“后裔”(The Offspring)、“腐败”(Rancid)等朋克乐队红极一时,就出现了“西海岸朋克”或“新朋克”;如果你是个布鲁斯音乐爱好者,那你会发现,布鲁斯音乐除了按演奏方式、技

巧来划分风格之外,更多的时候是按区域来划分。这是因为在20世纪初,黑人从南方到北方迁移后,分散到美国各地,但由于各个地区间缺乏交流,每个地区都形成了自己布鲁斯风格。比如密西西比的三角洲布鲁斯、孟菲斯布鲁斯、得克萨斯布鲁斯、芝加哥布鲁斯、新奥尔良布鲁斯、路易斯安那布鲁斯、西海岸布鲁斯等等。

以区域来划分音乐风格更侧重体现区域文化现象,有时,从音乐的形式上多少能体现出该地区的经济、文化背景、风俗习惯等。在你了解音乐的同时,还能了解这一地区的其他信息,使你能立体地了解其中的音乐文化。60年代的旧金山之声,和当时的嬉皮运动紧密相关,为什么迷幻摇滚、嬉皮运动会出现在旧金山而不是洛杉矶?如果了解到这一点,那么也就不难了解旧金山的音乐了。再比如,70年代的伦敦朋克运动,为什么它会出现于伦敦而不是利物浦或曼彻斯特?明白这一点也就不难理解当时的朋克运动为什么都带有强烈的颠覆性和政治色彩了。

并不是每个地区都会形成独特的音乐现象的,从区域音乐风格的角度也不会了解全部流行音乐,但它能让你更进一步了解与音乐相关的历史、政治、经济、文化、习俗等,使你开阔眼界,加深对音乐的理解。

抓住规律

音乐听多了,也就能听出点门道了。你可能有这方面的感受,从最开始听音乐时的混沌到后来越来越清晰,除了对音乐本身的理解之外,其实你是在有意或无意地掌握并熟悉其中的规律。

听音乐也需要掌握规律吗?是的。音乐有创作和特征上的规律,前者是一种创造,只有创作者自己才清楚,甚至有时用语言也难以表达,听音乐的人也很难了解到这一步,而后者是每个人都可以把握的。比如,各种乐器的音色;布鲁斯音乐的结构、演奏方式;重金属音乐在失真效果器上的运用;Grunge音乐吉他的失真要比一般重金属的失真混浊;电子乐从70年代到90年代变化过程中,低音越来越重……这些音乐特征上的规律有时是创作者常常采用的模式套路。当你听到某一段音乐时,就会很快判断出是属于哪一类型的音乐。

除了这些,还有一些音乐之外的规律需要掌握。之所以要掌握这些,是因为音乐从创作到你接受这个过程中,会受到许多非音乐因素的影响,认清这些非音乐因素的规律,有利于你把注意力放在音乐上。

在一张很成功、出色的唱片之后,接下来的唱片相对差一些,这个现象很普遍。一方面是创作上、商业上等各方面的压力,另一方面听者的口味会无形中提

高,有了参照,人们就希望能听到更好的音乐,这种压力往往会把音乐家逼上“绝路”,他们在创作上会变得保守、谨慎,甚至被迫改变风格、面临解体。但是仍有一些例外,“披头士”的音乐自始至终都是很完美的;鲍勃·迪伦在60年代也曾连续出版几张经典的专辑……但这样的例外毕竟只是少数。

与此类似的是,歌手从最初出道,越往后唱片的水准越差,没有人能打破这个残酷的规律,偶有咸鱼翻生,也是昙花一现。在你注意某一个歌手或乐队时,会发现,唱片的水准呈马鞍形起伏不定的是少数,而呈螺旋式下滑却是普遍现象。

排行榜常常是不少人取舍音乐的参照,但排行榜是个最害人的东西,它的误导使人在潜意识里形成了一个不良的判断习惯,即衡量音乐的标准成了数字而不是音符。很显然,排行榜是商业化的产物。排行榜上成绩比较好的音乐,艺术性会明显降低,因为排行榜的性质决定了它的取舍标准就是销量和大众接受程度,能保持在排行榜和艺术性两全其美的唱片十分少见,“平克·弗洛伊德”(Pink Floyd)在70年代出版的《月缺》是个例外。而“地下丝绒”(The Velvet Underground)的第一张唱片(1967年出版)一直卖了二十多年才成为白金唱片,与那些几天内就成为白金数字的唱片无法相比,但“地下丝绒”音乐的创造性、艺术性和深远的影响却是很多白金唱片所不及的。

如果一种革命性的音乐出现,随之而来的就会有无数人加入到“革命”的行列,这样的例子屡见不鲜。70年代的英国朋克运动,衍生出无数的朋克乐队,但货真价实的就那么几支;90年代Grunge音乐走红,转瞬间美国的另类遍地皆是;“辣妹”把展示女性个性与流行结合在一起,于是就出现数不清的“辣妹”式组合……这是唱片业存在的一个很普遍现象,哪块云彩会下雨,是人们无法预知的,可一旦有了一块下雨的云彩,就会有无数的云彩挤过来,结果大雨倾盆,反倒成了灾。于是形成了唱片业特有的规律,潮流起起伏伏,有始无终、滥竽充数者居多,而有价值的音乐往往被淹没其中。所以有学者指出,唱片业制造的百分之九十九都是垃圾。搞清楚这一规律,也就不会轻易被滥竽充数者迷惑。

这里仅仅举了几个比较常见的例子,类似的规律还很多,还需要你在听音乐过程中慢慢发现。

音乐是怎么打动你的?

有时我们都忽视了这一点,而把注意力都集中在非音乐的因素上,以致不知道自己喜欢的音乐好在哪里。

音乐作为艺术表现手法,它之所以能打动人是因为它能以流动的声音方式表

现出一种情感,这种情感在听者接受时会产生一种强烈的共鸣,感性的共鸣会引起人情绪上的变化,比如为之感动。而理性的共鸣则是对音乐的审美方式。音乐打动人的方式很多,如优美的旋律、感人的歌词、真挚的演唱、怪异的风格……相信很多听音乐的人都是被这些东西打动的。

但在商业化的今天,艺术创作已不是单纯的行为,它必须适应很多方面的需求,流行音乐的创作已不是有感而发,它除了具有艺术的属性之外,还要具备商品和更多的属性,因此音乐创作的规律遭到了破坏。换句话讲,衡量音乐的标准已不仅仅是美学范畴的事,还包括商业范畴。商人总爱打着商业为艺术的幌子干着艺术为商业的事。于是,音乐为谁创作、音乐如何打动人的性质就发生变化。如果说音乐可以靠它优美的旋律才能打动人的话,并不是每一段音乐、每一首歌都能靠旋律打动人。在音乐沦为商品的今天,人们关心的是打动人的方式而不是打动人的旋律。那么,就会出现靠非音乐因素的东西来打动、讨好听众,而人们也逐渐习惯了这种诱惑、挑逗,但接受的是带有音乐特征的产品,而不是音乐,不知不觉中,人们越来越远离音乐。

你是否认真想过,音乐是怎么打动你的和是什么打动你去听音乐的之间有什么不同?

让时间证明音乐

谁都免不了会被商业撞一下腰,也许有一天你整理收藏的唱片时会发现,其实你真正喜欢的音乐和音乐人并不多,可能就那么几个人,就那么几张唱片,而这些音乐能一直伴随着你是经过了时间考验的。有人说名著是永远放在书架上却永远不会去碰的那些东西,而一张经典的唱片是你永远放在书架上却要时时拿出来听听的。

时间能证明一切,所以你要走很长一段路,每个人都有喜爱音乐的标准,这个标准不在于你听什么样的音乐,什么年代的音乐,也不在于它被赋予多少溢美之词,而在于它是否真正地感动过你,给你留下过难忘的记忆。

英美等媒体常常要隔段时间搞一次经典唱片的回顾与展示,评选出过去几十年间最经典的唱片。这种评选确实对我们听音乐有参考作用。但这种评选的初衷要考虑进很多方方面面的因素,各种评选的标准也不尽相同,有时甚至仅代表个别人的观点。当然,这些经典唱片是在数不清的唱片中挑选出来的,也经历了时间的检验,但它是否是你的经典标准,还要划上一个问号。听流行音乐,相信自己的耳朵比相信什么都重要。

早在1993年,章雷就曾打电话给我,让我给这本书写一个序。说实话,从那时开始,我心里就一直发虚,几年来,序写了好几个,但都有始无终。直到这本书快要出版,才匆匆把它写完。

在这篇絮絮叨叨的序言中,我之所以从听音乐这个角度来谈,主要还是自己在这方面有些切身的感受,我和每一个听音乐的人一样,你们在听音乐过程中经历过的喜怒哀乐,我也一样经历过。把这些感受说出来,能更容易被大家理解。

我一直觉得,人类社会的商业化,对人类自身的发展与完善是件好事,但对艺术和创作却是个扼杀,商业化使我们失去了很多面对真实的机会,真正的艺术是容不得虚伪的,一旦商业的虚伪遇上艺术的真实,失败的往往是后者。就音乐而言,不管是传统还是现代、古典还是流行,终究是要表达人的情感的,不过是表现形式不同而已。流行音乐的商品化已使这种情感的表达变得残缺和不真实,而很多听流行音乐的人都是盲目的,这种盲目很容易形成扭曲、残缺的审美观。所以借着这个写序的机会,顺便给大家提个醒儿,听音乐就是听音乐,不是看热闹。每个人都有自己听音乐的方式,随着听的时间越长,听的东西越多,都会不断调整自己,使自己变得越来越明白。

王晓峰

1999年9月 于北京

目 录

A

A & M 唱片公司	(1)
艺人与作品部	(1)
阿巴	(1)
ABC	(2)
ABC 唱片公司	(3)
接受	(3)
AC/DC	(4)
约翰尼·埃斯	(5)
迷幻摇滚乐	(5)
布赖恩·亚当斯	(5)
空中铁匠	(6)
非洲音乐	(7)
空气供应	(8)
警报	(8)
瘾君子艾丽斯	(9)
古怪淫魔	(10)
奥尔曼兄弟乐队	(11)
赫布·阿尔珀特	(12)
另类摇滚(英国)	(12)
另类摇滚(美国)	(16)
美国	(22)
美国音乐俱乐部	(22)
托里·阿莫斯	(23)
劳里·安德森	(24)
天使的暴富	(24)

动物	(25)
保罗·安卡	(26)
亚当·安特	(26)
炭疽	(28)
AOR	(29)
孪生虫	(30)
银色	(31)
亚洲	(31)
避难所唱片公司	(32)
大西洋唱片公司	(32)
阿兹台克照相机	(33)

B

B-52'S, THE	(35)
玩偶国里的妞儿	(35)
宝贝鸟	(36)
娃娃脸	(37)
伯特·巴卡拉克	(37)
巴克曼－特纳超载	(38)
坏伙伴	(38)
邪教	(39)
琼·贝兹	(40)
阿弗里卡·班巴塔	(42)
乐队	(43)
援助非洲义演	(44)
手镯	(45)
戴夫·巴塞洛缪	(46)
咆啸斯	(47)
海湾城市摇滚者	(47)
冲浪	(48)
野孩子	(51)
节拍	(53)