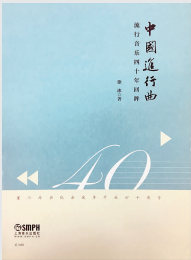


徐冰: 捞起记忆里一起唱过的流行歌

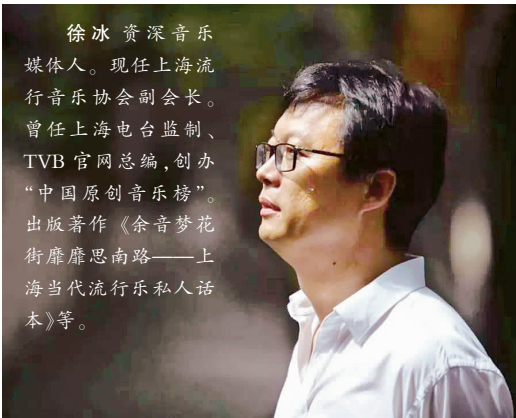
《中国进行曲——流行音乐四十年回眸》

编辑推荐



四十年,无关风月,1978 你在哪里? 2018 又去向何方? 徐冰写的《中国进行曲——流行音乐四十年回眸》这本书回顾改革开放四十年来中国流行音乐的生息,除了细数记忆中那些抹不去的旋律,也是在激活与自己相关的那些岁月的每一个故事,那些时代的背影和社会的风景。这本书的格局很大。从 1978 年的年度人物邓丽君开始,一年写一位年度歌手,一路纵横至 2018 年的华晨宇。

徐冰 资深音乐媒体人。现任上海流行音乐协会副会长。曾任上海电台监制、TVB 官网总编,创办“中国原创音乐榜”。出版著作《余音梦花街靡靡思南路——上海当代流行乐私人话本》等。



10 月 10 日,一堂以改革开放与艺术发展为主题的讲座在宣桥影剧院举行,吸引了 200 多名居村基层干部前来聆听。这是浦东新区宣桥镇近期开展的系列主题党课之一。当天,讲座邀请了上海流行音乐协会副会长徐冰担任主讲,分流行歌曲与红色文化、海派文化、江南文化,改革开放初期流行音乐之轨迹、流行歌曲映照时代情绪、四十年中国流行音乐发展阶段剖析等方面讲述,并邀请青年女歌手周雅丰进行现场演绎,为居村基层干部呈上一堂形式独特的主题党课。

本场讲座的部分内容,大多来自于徐冰由上海音乐出版社于今夏上海书展首发的《中国进行曲——流行音乐四十年回眸》一书。

这本书是纪念改革开放四十年的流行音乐读物,图文并茂,可读性强,适用于一般大众

和流行音乐爱好者。上篇“人物风云”,以 41 篇流行音乐人物随笔回顾改革开放以来中国流行音乐的发展历程;中篇“乐风流变”,通过聚焦校园民谣、春晚、卡拉 OK、“四大天王”、神曲、音乐节、数字音乐平台、粉丝经济等 40 个流行音乐关键词,概括、梳理了流行音乐的变化轨迹;下篇“金曲精选”,则通过 400 首流行金曲的经典歌词、图片,回味四十年来流行音乐创作的丰硕成果。

徐冰在书《后记》中写道:

说一说我对这四十年选出的 400 首歌曲,以及 41 个年度人物的思考。

本书中的“流行音乐”概念,既是广义的也是中国特色的,请允许我暂且模糊了所谓的“民族”唱法或“美声”唱法之类的界定。这些歌曲都是流淌在这四十年中国前行步伐里的“进

行曲”“协奏曲”“幻想曲”“变奏曲”“小夜曲”或“圆舞曲”,更是滋润心田的千千阙歌。

曲目版本大部分选取了原版,但也有少数选择了近些年改编得非常出色、富有新意的版本。对于早中期相对“经典”的曲目,和近期风格多样的流行金曲的选择,在数量上基本取平衡点(甚至从心理上更偏向于最近二十年的比重占多一些)。所以不必惊讶于这两年青春偶像的“不够经典”曲目居然也收录了不少。这是现实的背景,也是时代的风貌。

本书在内容方面还没有同类书籍。书中对 400 首金曲设置的“时代”“乡愁”“和谐”“青春”“爱情”“感恩”“梦想”的分类,也是对这四十年进行全景式思考之后的选择。

一年一个人物的设定,是我在平衡了各种因素之后的决定。

《极简主义者的崛起》

日本消费领域著名学者三浦展最新作品

内容简介



《极简主义者的崛起》是三浦展继《第四消费时代》后的又一力作。作者持续 30 年对日本的社会动向,消费动向及城市动向进行观察,以其敏锐的洞察力关注着日本消费社会的新生现象,并精准定义。如书中提到的:每天穿同款衣服的时代、暗黑女、两位大叔结伴而行、单人烤肉与便所饭、墓友、墓宠及共享墓(和朋友葬在一起,把宠物和自己葬在同一墓里)等。作者借助对这些新的现象和新名词的整理和梳理,去洞悉消费领域的迭代升级,发现消费行为的最新变化。日本是中国最好的镜子,书中所提及的现象和群体,有些在中国已经出现,有些未来或许会陆续出现。

编辑推荐

三浦展在日本一直从事社会动向,消费动向和城市动向的研究。30 多年来凭借自己的观察和经验,提出了很多非常有价值的研究成果。《下流社会》《第四消费时代》等代表作品都曾在日本引起强烈的反响。随着国内经济的不断发展,新中产阶层的崛起,中国也迎来了“消费升级”的新时代,在这样的时间点,我们发现三浦展又出版了最新作品《极简主义者的崛起》,书中所提及的很多日本社会有趣的现象和行为其实在国内已经出现,这些行为和现象经过三浦展的解读,让我们发现了其内在的原因和联系。希望这本小书可以为国人打开一扇窗户,看到别国人有意思的生活方式的同时,也更加了解自己以及当下我们所处的这个时代。

作者简介

三浦展 1958 年生,1982 年毕业于一桥大学社会学部,市场营销杂志《穿越》(ACROSS)主编,1990 年进入三菱综合研究所,1999 年成立文化研究所。主要研究领域为消费、城市规划等。日本畅销书作家,著有畅销书《下流社会》《第四消费时代》《简约一族的叛乱》《爱国消费》《为了今后的日本论“共享”》《今后郊外的去向》等。



洞悉消费社会迭代升级
发现消费行为的最新变化
别样视角解读当下这个时代

书摘

在现代社会,特别是在少子高龄化社会,与“共享”同样重要的是“关怀”的问题。也可以说,关怀是目的,共享是关怀的一种手段。

提到“关怀”,可能首先想到的是对老年人的看护等医疗福祉行为吧。我在这里所说的“关怀”不光指这些,道路和建筑物的无障碍设施化、倾听、保育、饮食都属于“关怀”。

不仅是老年人,现在四五十岁的单身家庭和未婚人士也在增加。这些“单身人士”必须自己关怀自己。

下班回来,感觉肩膀酸痛,也没人给捶一

生活关怀市场的兴起

捶,就连想贴个膏药自己也贴不好;累了也没人给做饭吃;感冒了也没有像电视广告里演的那样的漂亮老婆去买药吃。

单身人士在生活的方方面面都不得不自己关怀自己。这样的人会越来越多,所以,越来越需要与自己关怀自己有关的商品和商业活动。

我把这种市场称为生活关怀市场(《今后 10 年 1400 万团块二代将成为核心市场!》)。从那时起,我开始关心这类生活关怀(Lifestyle Care)所需的商品、商业活动、街区建设、政策等。本书提到的社区便利点、社区流动公车、事事交换和存储时间也是生活关怀的几个环节。

对孩子的社会性教育

队进托儿所,甚至想自己开一家托儿所。

现在的年轻人不只希望物质消费和享受休闲时光,他们也很想做一些对社会有意义的事情。所以,经常会有人想开一家自己方便、与人方便的托儿所。

养育孩子本身就具有社会性,是在社区的人与人之间的关系中进行的。孩子毕竟是孩子,他们是在玩耍中不断掌握社会性的技能的。

战后日本养育孩子的方式有很大变化,在住宅区、公寓等封闭的空间中,只有妈妈和孩子四目相对。这导致妈妈养育孩子的压力越来越大,孩子的交流障碍也在增大。

如果今后的妈妈们把孩子放到社区的人与人之间的关系中进行社会性教育,这真的是非常周到的想法。