

第一章 緒論：主流或獨立？

第一節 問題意識與研究取向

其實所謂「獨立」和「主流」廠牌的區隔，主要是運作上的不同(KK，陳瓊好採訪，2004：51)。

張四十三：「獨立廠牌是什麼？我也不知道啊！在我的感覺裡頭，它只是一個表達的字眼。」(陳雅雯，1999。)

對我而言，地下、非主流如何能不斷勃興以刺激主流，使之維持良性運作，比堅持它們具有不可挑戰的神聖性來得重要的多(張育章，1996。)

1.1.1 問題意識

九〇年代以降，以音樂社會學為研究取向的學術研究在台灣如雨後春筍般擴展開來。回顧以往有關台灣音樂產業的相關研究可以發現，研究者在論述時往往以主流/大眾/地上、獨立/另類/地下二元區隔標準來劃分其討論範疇(鄭淑儀，1992；林怡玲，1995；李天鐸，1998；葉淑明，1998；周昭平，1999；王英裕，1999；劉世鼎，1999；何東洪、張釗維，2000；陳惠婷，2002；張維元，2002；郭威君，2002；林怡瑄，2003)，以一種可以斷然劃分的標準來界定音樂產業的不同樣貌與運作型態固然有助於研究論旨的確立與研究焦點的深化，但如此一來

卻也無法窺見在資本主義運作底下，遊走於主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的灰色地帶。從文本上來看，音樂創作者不斷持續在進行樂風的混種、拼貼、再製的實驗工作，順應而生的是更多的音樂評論的新語彙，以便描述更多混雜的音樂類型；從產業面來看，無論強調獨立或主流，各音樂廠牌之間的通路合作與策略聯盟已經是司空見慣的常態。事實上，音樂產業的實際狀態從來都不是主流/大眾/地上 V.S 獨立/另類/地下如此涇渭分明的兩軍對陣，只是晚近音樂產業的發展狀況突顯了主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的模糊面貌。爬梳以往相關的文獻，可以從中發現上述現象的蛛絲馬跡，從以往相關文獻對於主流與獨立音樂定義的矛盾，以及這些論述中不斷出現定義混淆的狀況，可以發現試圖為流行或獨立音樂定義的困難性。

本文主張，主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的互動是一種相互辯證的動態關係，無法單一視之。認識到主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間存在著極大的模糊地帶一點，接下來要處理的是關於「音樂價值」的問題，以往有些音樂論述認為「獨立音樂」是比「主流音樂」來的「更真誠」，但如果說主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間原本就存在著極大的模糊地帶，那麼我們要如何解釋某些樂評、聽眾還是認為某些音樂比起其他音樂來的「更真誠」、「更草根」、「更搖滾」？關於這部分本文將探討音樂價值的社會建構過程，以及社會力量對於音樂的動態形塑。從台灣社會與歷史脈絡中尋找社會建構的痕跡，將會發現，在不同的社會與歷史脈絡下，人們在看待音樂的價值時，自有一套符合當時社會與歷史脈絡的特殊評斷方式，主流/非主流、大眾/另類、地上/地下等多重交疊的音樂稱謂，正展現了形塑音樂的社會力量。

如果主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間原本就存在著極大的模糊地帶，而我們又無法擺脫社會力量對於音樂價值的建構(也就是說沒有本質上就是「怎樣的」音樂)，那麼我們談論的音樂到底是什麼？或者說，從文化的角度來看，什麼樣的價值才是進步的(progressive)？到底什麼是進步的音樂？本文將突破以往「非主流…即獨立」的狹隘分類，以更細緻的方式來描述當今音樂文化生產的

多元型態，並且帶入 Shore 所提出的「合謀」(co-optation)概念(Shore, 1983, P122；轉引自 Garofalo, 1993)來辨證彼此之間動態的拉鋸、鬥爭、競合關係，描述當前音樂文化生產的多元形式，從中我們會發現能動性的多元面貌，如此有助於我們將焦點拉回一個非常顯而易見，卻淹沒在紛亂論戰中的一個面向——音樂文化生產環境的失衡。

資本主義音樂工業底下的創作者並非永遠處於被資本與國家宰制的狀態，更多的時候，他們是浮沈於各種意識型態的爭霸過程中，穿梭於資本主義音樂工業無法網羅的空隙中，展現文化上的自主性。另外對於閱聽人而言，不同的聆聽姿態決定了其所在位置的能動性，無論是音樂文本的選擇(如選擇周杰倫或是濁水溪公社)、文本閱讀方式(純粹消遣娛樂或是對文本抱有特殊情感)，都顯示了閱聽人能動性的複雜。或許音樂到底獨立不獨立，主流或非主流並不是我們思考的關鍵，我們應該思考的是，什麼樣的音樂文本比其他音樂文本更能在「有趣」的前提下觸發閱聽人的思考與特殊情感，或是造成閱聽人與文本(甚至是創作者)的有機互動，共同創造多種具有進步性意義的品味。

雖然音樂創作者與閱聽人在意識型態的鬥爭場域中具有相對自主性，但正如阿圖塞(Althusser)所指出：

(社會)由特定形式的複合體(complexity)所構成，這個結構性總體包含了相互分離且「相對自主」(relatively autonomous)的不同層次或情況，它們同時共存於這個複雜的結構性總體之中，根據特定的宰制要素(determination)而相互接合在一起，最終則為經濟層次所決定 (Althusser, 1970；轉引自 Garofalo, 1993)。

即使意識型態的競爭場域中有許多反抗能動性的空隙，資本力量仍然具有最終的決定性優勢。制衡資本力量最有效的方式就是國家政策的介入與管理，提供多元、另翼的音樂文化更寬廣的生存與發展空間。就台灣的情況來說，隨著國家

的歌曲檢查制度逐漸退出意識型態的爭霸場域，音樂創作的空間較以往更自由了，但經濟資本對於音樂文化的發展仍然佔有決定性的力量。在歌曲檢查制度解禁後，國家將音樂產業視為一種以自由市場機制來決定、篩選、淘汰各種競爭者與產品的產業，因此在文化政策上甚少有鼓勵音樂創作的整體規劃。直到 2003 年行政院推出「挑戰 2008 國家發展計畫重點」政策，音樂產業才被納入「文化創意產業發展計畫」中的一部份，隨後政府在年底又提出「行政院新十大建設」，以提升生活品質的文化藝術建設為建設主軸，並且計畫在北、中、南三處建立流行音樂中心(林英，民生報，2003.12.04；陳慧敏，經濟日報，2003.12.04；周美惠，聯合報，2003.12.04；賴廷恆，中國時報，2003.12.04；康俐雯，自由時報，2003.12.04)，提振音樂產業因盜版猖獗所帶來的低迷景氣。

但一味地擴充硬體建設是否能夠扭轉乾坤，提振音樂產業整體景氣並帶來商機有待商榷；再者，將具有文化特性的音樂產業等同於其他經濟產業是否適切也是一大問題。根據文建會的政策邏輯，提振文化創意產業的主要目的似乎在於「讓文化創意產業變成一種賺錢的產業」，然而經濟收益之外的文化內涵卻無法經由這樣的政策彰顯，所謂的「流行音樂中心」最後容易成為國外藝人與跨國唱片公司舉辦收費演唱會的專用場地，卻無助於宣傳資源較少的音樂創作者或是本地唱片公司。關於此一部份，本文將參考國外相關政策的規劃，探討國家在音樂文化政策上的角色以及具體作為，進而對台灣的音樂文化政策提出建議。

1.1.2 研究取向

突顯主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的模糊地帶，重新思考音樂文化的關鍵為何，是本文關懷的核心。當我們談到主流/大眾/地上或獨立/另類/地下音樂時，時常容易受制於語言使用的屏障，反而讓我們看不清音樂文化的核心所在。重提主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的辯證只是一個思考的起點，當我們的思考方式脫離主流/大眾/地上、獨立/另類/地下的二元分類時，隨之而來的是關於商品化、音樂價值、文化生產與政策制定…等各方面相關問題的重新思

考。

本文的寫作將著重於建構音樂價值的歷史過程以及其中的變遷，說明在歷史過程中不斷相互糾葛的物質因素與意識型態，同時並解釋不同時代裡的不同的音樂論述如何影響著各種音樂價值觀，最後在不同的時代情境中尋找並歸納出長久以來影響台灣音樂文化發展的關鍵性結構因素。在研究方法上，爲了對台灣音樂環境的歷史變遷與整體互動關係有較完整的認識，本研究主要以文獻資料整理與歸納的方式進行，並輔以相關音樂工作人士的訪談，以補文獻之不足。

另外有一點必須特別提出說明，由於筆者本身同時也參與創作樂團的音樂工作¹，因此同時具有研究者與參與者的雙重身分。或有論者認爲這樣研究身分與研究角度可能會導致論述上向某方傾斜的偏頗，但筆者在此要特別指出，在以往相關的研究中，少見貼近音樂工作者自身觀點的論述，如此一來反而無法窺見音樂生產活動的真實運作情形(或是無法呈現音樂工作者真正的需求與意見)。因此，在本文寫作上，將同時參酌筆者平日參與音樂工作的觀察與心得，以做爲部份論述的依據²。

第二節 現象觀察

自 1997 年開始，搖滾創作樂團出版唱片逐漸蔚爲風尚，1999 年底，眾多樂團在台灣樂壇掀起風起雲湧的熱潮，廢物、閃靈、藥罐、台灣最汗團 part1、枕頭套、五月天、濁水溪公社、脫拉庫、夏恩的秘密、快樂玩 Band、骨肉皮、四分衛…等，不管是 DIY 還是透過唱片公司，無數的樂團接連發片。兩個行之有年的年度大型搖滾指標活動「春天吶喊」以及「野台開唱」也擴大規模，前者從三天變四天，後者參與樂團從前幾屆二十幾個團躍爲五十幾個團。除了前述的兩個搖滾音樂活動以外，其他各地亦掀起各種搖滾樂團活動，包括由台灣音樂革命軍與 MGD Miller 合辦十場橫掃全國的「MGD 搖滾瘋」、移駕台南的第二屆「金

¹ 筆者現爲薄荷葉樂團鼓手。

² 主要在第三章與第四章的部分。

屬永生」、風之國度 BBS 站舉辦的「嘉義搖滾瘋爆」、雲林科技大學熱音社舉辦的「雲林搖滾瘋年祭」、還有中台灣發起的「倉庫搖滾」、金屬聯盟的成立第一炮「金屬沙漠狂飆風國」、以及「1999 赤聲搖滾」、「新竹震盪風城」、「高雄咆嘯港都」、「快樂玩 Band 系列」、「Nike 台北鬥」……，多年來辛苦耕耘的台灣搖滾樂團終於在 1999 年開花結果(張釀芝，1999)。

正當台灣興起一股創作樂團風潮的同時，遊走於台灣傳統與西方搖滾之間的亂彈樂團獲得第九屆金曲獎流行音樂作品類最佳演唱組獎以及第十一屆金曲獎流行音樂作品類的最佳演唱團體獎(趙雅芬，中國時報，1998.05.05；黃秀慧，中國時報，2000.03.27)，亂彈樂團主唱阿翔甚至在頒獎典禮上興奮高呼「樂團時代來臨了！」³(黃秀慧，中國時報，2000.04.30；夏隅，中國時報，2001.07.02)；同年七月，與亂彈樂團一同入圍金曲獎的其他樂團「五月天」、「脫拉庫」、「四分衛」、「董事長」⁴在「世紀 BAND 搖滾演唱會」上與亂彈樂團共同演出，一時間「樂團時代來臨了」的口號喊得沸沸揚揚；此外角頭音樂所發行的專輯在近年的金曲獎也屢屢獲得肯定。

金曲獎的肯定在其象徵意義上遠大於對多元音樂發展的實質鼓勵，畢竟能夠浮上檯面的藝人、樂團仍在少數，但除了以往被歸類為另類/地下/獨立的藝人、樂團逐漸浮出檯面外，提供新興的音樂創作者表演舞台的音樂活動也越來越活絡，每年二月的「Say Yes To Taiwan 音樂會」、四月的「春天吶喊」、以及暑假的「貢寮國際海洋音樂祭」、「野台開唱」等大型音樂活動儼然成為眾多新興音樂創作者一展身手的試煉舞台。以 2003 年的貢寮國際海洋音樂祭為例，報名參加初賽的團體就多達 139 組(黃秀慧，中國時報，2003.06.11)；再以 2004 年的 Spring Scream 為例，報名參加演出的團體也多達三百五十餘組

³ 後來亂彈樂團解散，主唱阿翔單飛後自創音樂廠牌「赤腳不辣」。他自己曾在接受媒體專訪時表示，金曲獎典禮上說完「樂團時代來臨了」後，他就後悔了，因為唱片公司對藝人沒規劃，捧紅歌手只想要怎麼榨光他，搞得唱片環境一團糟(黃秀慧，中國時報，2003.07.28)。

⁴ 亂彈樂團、脫拉庫樂團目前都已解散，四分衛、董事長樂團人事則時有更迭。在數年後的今天，除了五月天、伍佰&China Blue 外，甚少有創作樂團再度掀起如當年一般的革命性風潮，「樂團時代來臨了」的口號如泡沫般幻滅，也證明當年的樂團風潮是一連串歷史的巧合所致(金曲獎、大環境的轉變、大型唱片公司對於樂團經營的興趣…等因素結合在一起)。

(www.springscream.com, 2004)。根據非正式的估計，台灣新興的音樂創作團體大約五百到六百個（任將達口述，2001；Freddy 口述，巫祈麟整理報導，2003），音樂創作的人口並不算少，並且持續在增加當中。雖然音樂活動逐年興盛，但其背後隱含了許多值得深思的疑問，因為在參與上述幾個大型音樂活動的音樂團體裡，每月固定在 live house 或 pub 演出的團體僅佔了極小的部分，其他的團體除了在大型活動演出外，平日的動向完全不得而知。此外提供音樂創作團體演出的場地大多集中在台灣北部(如地下社會、女巫店、The Wall、河岸留言、Lounge 808)，這些現象都值得深究。

綜觀近幾年的台灣音樂⁵環境的發展狀況，多元音樂價值的確越來越受到重視與肯定，在多元音樂論述逐漸成形之際，有一個容易被眾人所忽略的現象值得注意。

近年來不管是商業娛樂媒體、音樂創作者、樂評人、歌迷以及閱聽眾，在談論到獨立/另類/地下音樂時，往往過分專注於獨立/另類/地下音樂等詞彙上所透露的浮面意義，僵硬地區辨何者「主流/大眾/地上」，何者「獨立/另類/地下」，然而如此的音樂談論方式，非但無法深入音樂做為一種複雜文化複合體(政治、社會、人文、美學、時代精神、生活方式…等)的意義，更加忽略了文化生產背後交織的經濟結構脈絡，徒流於浮面的音樂分類以及更多不必要的意識型態對壘(如主流 V.S.非主流)。以最顯而易見的象徵性音樂指標「金曲獎」為例，融合西方交響黑金屬樂風與台灣民間傳說素材的閃靈樂團擊敗了「信樂團」、「小刀樂團」、「壁虎大樂隊」、「董事長樂團」等對手，獲得第十四屆金曲獎「流行音樂類個人獎最佳樂團獎」，證明好音樂並不寂寞(黃秀慧，中國時報，2003.08.03；自由時報，2003.08.03；聯合報，2003.08.03)，但閃靈樂團得獎後，有網友反應閃靈樂團得獎「名不符實」，認為閃靈樂團不該得「流行音樂類別最佳樂團獎」，因

⁵ 限於本文的特定關注焦點與問題意識，在此所指的「音樂」並不包含古典音樂，關於古典音樂的相關探討，可參照國立政治大學新聞研究所碩士論文《台灣古典音樂文化工業的政治經濟分析初探》(胡采蘋，2002)。

為閃靈樂團的音樂一點也不「流行」(Freddy, 2003)。

金曲獎評審能夠不畏商業娛樂圈的壓力，肯定不同的聲音固然令人感到欣喜，但是金曲獎朝令夕改的分類方式與評審標準卻往往令參賽者無所適從，其評審結果也往往令人啼笑皆非⁶，閃靈樂團的音樂在內容取材上頗有新意，製作方面也相當有水準，獲得金曲獎的肯定是實至名歸，但是頒給閃靈樂團「流行音樂類個人獎最佳樂團獎」的獎項不免令人懷疑金曲獎評審是否將閃靈樂團「擺錯了位置」？為什麼閃靈樂團獲得的不是「最佳金屬樂團獎」而是概念模糊(如何劃分流行/不流行?)、詞意矛盾(樂團獎算是個人獎項?)的「流行音樂類個人獎最佳樂團獎」？流不流行的標準到底何在？國際五大音樂廠牌旗下的藝人/團體就叫做「流行藝人/團體」？或者銷售量達到一定的數字就具有「流行藝人/團體」的資格？主流/大眾/地上、獨立/另類/地下…等看似專業(實則矛盾)的音樂分類語彙在商業娛樂媒體中氾濫，音樂創作者、樂評以及聽眾在談論音樂時也經常使用這些語彙，一切的歸類看起來都是那麼理所當然，信樂團很流行，閃靈樂團就是「獨立/地下樂團」(中國時報，2001.04.24；黃秀慧，中國時報，2002.04.18)，可是一到了金曲獎的競技場上，信樂團又和閃靈樂團被劃分在同一競爭項目裡，閃靈樂團又變成了「流行音樂類別裡的最佳樂團」了。

金曲獎的獎項不以音樂風格做為區分，只專注於流行、非流行的劃分，造成不同評審對於流行/非流行的見解猶如天壤之別，也讓歷屆的金曲獎爭議不斷⁷，像閃靈樂團這樣的例子層出不窮。例如在第十一屆的金曲獎頒獎典禮上，以音樂做為社運工具的交工樂隊大出風頭，當時獲得的獎項是「傳統暨藝術音樂作品類最佳作曲以及最佳製作人獎」(潘罡，中國時報，2000.04.29)，兩年後，交工樂隊再度問鼎金曲獎，同樣獲得肯定，不同的是他們獲得的獎項是「流行音樂類個

⁶ 例如以「歌手唱腔不錯，但製作物不好」，或者「歌手跟以往唱腔比起來沒有新意」等原因反對予以得獎，另外某些歌手雖然唱歌會走音，但評審與以肯定的理由是「雖然演唱有音準的瑕疵，但口語敘述式唱腔引起共鳴」(趙雅芬，中國時報，2003.08.04)。

⁷ 例如2001年的金曲獎前夕，維京唱片總監姚謙宣布旗下歌手將不會參加金曲獎，原因是他認為金曲獎模糊的給獎標準造成所謂的非主流歌手與商業流行歌手要角逐同一獎項，有失公正，幾經思考決定退出金曲獎(田瑜萍，中國時報，2001.02.14)。

人獎最佳樂團獎」(趙雅芬，中國時報，2002.05.05)，從 2000 年到 2002 年的這兩年內，交工樂隊本身的音樂理念、音樂風格大致上無多大變化，但在金曲獎的分類標準裡，他們已經從被歸類為「傳統藝術」搖身一變成爲「流行音樂樂團」，這其中的變動令人匪夷所思。

因爲在主流/大眾/地上、獨立/另類/地下的定義上有疑義而造成爭議的不只有金曲獎，2003 年六月，貢寮國際海洋音樂祭海洋獨立音樂大賞初審入圍名單公佈之際，出現了質疑參賽樂團「獨立與否」的聲浪，認爲許多入圍樂團早有經紀合約在身，事實上一點也不「獨立」，令人懷疑主辦單位所謂的「獨立」標準何在(林倩，2003)。隨後海洋獨立音樂大賞的評審團在活動官方網站上發表聲明，在補充說明中指出凡於任何一家唱片公司(國際/主流及本地獨立廠牌.....等皆含)名下出版過「完整專輯」(合輯不算在內)者、或是由唱片公司「出資製作」專輯的樂團，即不符參賽資格，但是已簽有唱片(經紀公司)合約、但未發行過專輯之音樂創作人及團體仍可報名參賽。根據上述的解釋，即使簽有唱片約或經紀約的樂團，即使錄音資金來自唱片公司，即使已經接受唱片公司的資金，只要檯面上是「獨立」的(未發行過任何專輯)⁸，一切皆符合海洋獨立音樂大賞的參賽資格；但是如果和其他沒有任何製作以及宣傳資源的參賽樂團比起來，這些簽約的樂團又顯得「較不獨立」。

到了 2004 年，海洋音樂祭主辦單位索性將比賽資格大幅度開放，在報名簡章上言明比賽「完全開放給任何華人之複數表演團體或獨立創作樂團」，但「不受理所屬唱片公司或任何經紀事務單位代為報名」，此外「已簽有唱片(公司)合約、或已發行過專輯之音樂團體亦可報名參賽」但「但不接受已在市面上發行販賣之商品作為報名作品」，必須「另行錄製有別於已發行專輯內容之其他音樂作

⁸ 主辦單位提出這個限制條件的理由是，有發過專輯的樂團在知名度上比沒有發過專輯的樂團高，爲了讓沒被發現的好音樂有更多的機會，因此謝絕發過專輯的樂團參賽。但事實的狀況是，許多沒出過唱片的樂團無論在知名度上或是宣傳資源上，都遠比一些出過唱片的樂團來的高，如此一來擁有資源較少的樂團被排拒於門外，而資源較多的樂團反而能登堂入室。原本主辦單位的美意反而無法實現。

品」，爲了強調比賽具有完全的開放性，角頭音樂負責人張四十三還歡迎五月天來參加比賽(中國時報，2004.04.20)。海洋音樂祭的官方網站上這樣寫著：「本大賞的評判標準，在於絕對強調、並首重音樂創作動機的『獨立性』與『原創性』及現場演出之『實力』與『魅力』」，但創作動機的獨立性來自於創作者主觀的認定，評審何從判斷？到底什麼叫「獨立」？關於海洋音樂祭的論戰，在此存而不論，畢竟活動舉辦的本意在於鼓勵音樂創作與提供新興音樂創作者發表的空間，海洋音樂祭的例子，再度呈現出主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間膠葛的關係，此部分則有必要更進一步討論。

本文認爲，主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間存在著極大的曖昧性以及模糊地帶，種種的分類或稱謂，從來都不是一種「非此…，即彼」的區辨邏輯，而是彼此間相互辯證的流動關係，存在於這種複雜流動關係間的，是種種不同風格的音樂實踐，在不同的政治、經濟、社會、文化、美學脈絡下生產出不同的音樂作品，最後分佈在「極」主流/大眾/地上與「極」獨立/另類/地下的兩端之間。理解到這點後，有助於我們擺脫惱人的「主流/大眾/地上 V.S. 獨立/另類/地下」爭議，將論述聚焦於音樂的社會功能以及各種音樂品味背後所代表的意義，尋找音樂文化的核心。

音樂的品味是個人的選擇問題，但在娛樂商業邏輯之外，總有許多的音樂創作與欣賞姿態對我們的社會而言是「進步的」(progressive)。這些進步的姿態，能夠激發民眾參與一個新的「音樂—社會」關係的建構、提煉一些新的音樂品味，如何將這些關係與品味放到社會整體的脈動裡頭去，或許是我們要去掌握的(張釗維，2001)，這是一個理想，也是本文所要發掘的。

第三節 劃不清的分界線

在考察當代音樂環境的脈絡時，要一刀斬斷主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間藕斷絲連的複雜關係是完全不可能的。Stephen Lee 就曾經指出，在晚近

許多學者(例如 Petterson,1976a,1976b,1978,1990；Gray, 1990；Frith, 1988；轉引自 Lee, 1995)的研究當中都建議研究者採取更複雜的研究視野來看待當今的音樂以及娛樂工業。同時這些學者也都同時強調一點，就是當今唱片工業設計的大量變遷、新樂種的融合、新科技的整合、音樂消費型態的變化，都明顯改變了唱片工業的運作方式與文化認知，在音樂文化生產的領域裡，並不只存在著獨立(indie)與主流(major)、大公司與小公司之間的差異，而是一個更複雜的概念(Lee, 1995)。

從文本上來看，音樂創作者不斷持續在進行樂風的混種、拼貼、再製的實驗工作，順應而生的是更多的音樂評論的新語彙，以便描述更多混雜的音樂類型。其中最弔詭的一個詞彙是”indie-pop”，從字面上的意思我們完全無法得知這個看起來又獨立(indie)又流行(pop)的字代表什麼意義，因為在以往，獨立音樂通常是較不流行的；而流行音樂之所以會大為風行就是因為唱片公司幫藝人砸大錢做大手筆宣傳(李岳奇，1996)，這樣的音樂當然也不夠獨立。根據 AMG(All Music Guide)⁹音樂網路資料庫的解釋，”indie-pop”是：

崛起於 90 年代初期的一種搖滾風格，假使一個獨立搖滾客(indie rocker)表現的音樂旋律性較強，噪音較少，著重器樂間的和諧與編曲鋪陳，那麼我們就可以稱之為 indie-pop。indie-pop 反映出地下音樂柔軟、甜美的一面。對於歌曲本身的重視多於專輯錄音的音質，雖然大部分的 indie-pop 樂團仍然承襲龐克樂的 DIY 精神，但是卻反對龐克樂的虛無主義態度以及其嘈雜的音樂取向(All Music Guide，<http://www.allmusic.com>，2004)。

依照上述的說法，indie-pop 仍屬於獨立音樂的一種，只是在音樂內容的表現上比較像主流音樂一樣重視歌曲的旋律性，然而對於音樂文本的體驗以及判讀屬

⁹ AMG 是全球頗具權威的知名音樂網路資料庫，進入網站後可以隨意檢索關於全世界各地古典、搖滾、鄉村、爵士、藍調、世界音樂、民謠、饒舌、雷鬼、福音等各種音樂類型的藝人、專輯、歌曲、廠牌、風格等資料。

於個人主觀層面的美學鑑賞，即使有了 AMG 的註解，單單從音樂文本的類型下手，我們也很難確切認定何者是「主流」，何者是「獨立」，當我們討論到什麼是「主流」，什麼是「獨立」的時候，除了應該注意其文化面向的音樂精神、創作態度之外，更重要的是不能遺漏掉這些獨立精神、創作態度發生的物質環境。

Gillett 曾經對 70 年代的西方唱片工業進行分析，將有行銷系統的廠牌歸為「主流廠牌」，而將行銷事務交由主流廠牌負責的廠牌則歸類為「獨立廠牌」；當時的「獨立廠牌」被認為具有和進步文化運動相關的特質，「主流廠牌」則抗拒這些改變(Gillett, 1970)。其後的西方學者對於唱片工業體系的分類也大致都承襲 Gillett 的觀點，Ryan 與 Peterson(1982:11-32；轉引自林怡瑄，2003：22)就指出，「主流廠牌」是指擁有完整製作與行銷部門的唱片生產組織；「獨立唱片」則指擁有製作與發行能力，但缺乏宣傳、製造和配銷的能力及資源。

Gillett 分類標準在某種程度上反映了不同音樂廠牌之間不同的運作特質，但是仍然有些特別的例子是無法被 Gillett 的標準所歸類的。以台灣為例，雖然許多的新興音樂廠牌因缺乏雄厚資金，在發行上必須借助大型唱片公司的通路，但仍有許多獨立運作的唱片廠牌自行另闢蹊徑。代理國外唱片並發行國內樂團專輯的「小白兔橘子唱片」就是其中之一，無論在行銷、發行或配銷系統¹⁰方面「小白兔橘子唱片」都自行一手包辦。由此看來，以有無行銷系統來歸類何者為「主流」，何者為「獨立」似乎有失周密，此種分類方式漏失的關鍵在於，即使是「獨立廠牌」的立意有別於娛樂商業邏輯，它們仍然必須在商業市場中與其他主流唱片公司相互競爭，以維持自身的存續(楊惠晴，2001)，所謂的「獨立廠牌」並無法自外於市場競爭的壓力。

相對於 Gillett 認為唱片工業中分別存在著「主流」與「獨立」的差異，Wallis 和 Malm 認為就定義而言，字面上的「獨立」事實上一點也不獨立，即使許多規模較小的音樂廠牌在經營上強調創新的音樂活力，但是在發行上卻高度仰賴跨國

¹⁰ 大黑熊發行通路(BBB Distribution)。

廠牌的生產與發行系統，因此他們傾向以「大廠牌」或「小廠牌」的區別方式來進行分類(Wallis & Malm, 1984；轉引自轉引自林怡瑄，2003)。

Stephen Lee 曾經針對英國的一家舞曲「獨立」¹¹廠牌 Wax Trax！做過個案研究，重新檢視在當代商業娛樂音樂的情境下，「獨立唱片」的概念到底為何。他主張一家獨立唱片的意義並非僅僅是由一連串的公司屬性、營運模式以及市場利基所組成，更重要且更複雜的是，獨立唱片公司不僅是一種文化連結(cultural articulation)，更是一個經濟實體(economic entities)，隨著唱片工業歷史的演進，「獨立」的概念已經成為行銷以及意識型態上的工具(Lee, 1995)。

在 Stephen Lee 的個案中，音樂廠牌 Wax Trax！在創始之初有相當高的藝術以及文化理想，其新穎的音樂類型更引發了特殊的舞廳次文化。但是即使有再高的文化理念，Wax Trax！仍舊是一個經濟實體(一家必須依靠營收來維持開支的公司)，當公司在經濟上遇到困難的時候，不得不求援於主流唱片公司，以專案合作的方式獲得資金協助，在與主流唱片公司互動的過程中，Lee 觀察到了 Wax Trax！內部員工在意識型態上的複雜轉變。

Wax Trax！的個案並非特例，獨立唱片公司雖然力圖維持獨立性，但在面臨日漸沉重的市場壓力時，常常顯得無能為力，根據 Lee 的歸納，大型唱片公司對獨立唱片所施加的壓力大致有三種形式：

- 1.併購獨立唱片公司。
- 2.迫使獨立唱片無以生存，退出市場。
- 3.將獨立唱片公司經營者與員工導向主流唱片的意識型態，如告訴獨立音樂公司的經營者，正確的唱片公司營運方式應該是…。

第三種形式是最為省錢的做法，因為類似的商業行銷概念充斥著整個媒體的內容，也就是說，意識型態的運作並非僅僅發生在唱片公司或是唱片工業的運作層面，更嚴重的這樣的意識型態早已瀰漫於整個社會層面(Lee, 1995)。

¹¹ Lee 在原文的標題裡刻意將“independent”一字加上引號，刻意突顯“independent”的意義是一種相對而非純然絕對的概念。

Wax Trax！此一獨立廠牌在意識型態上的特殊性在於一種屬於次文化族群的社群認同感，Wax Trax！廠牌底下發行的工業舞曲風格緊密地和廠牌個性連結在一起，成為公司員工、旗下藝人以及聽眾之間共同的精神聯繫，這種社群認同的形成必須透過複雜的社會形構來完成，舞廳文化是這種社會形構的關鍵，而特殊的音樂類型(工業舞曲)在舞廳文化中扮演催化劑的角色。在 Wax Trax！的文化論述中，理想與商業間的競爭與妥協不只具有經濟意義，其中更涵育著次文化、性別傾向、社會人文與音樂的各種論述意義。Wax Trax！的員工透過「在獨立唱片公司工作」此一生活實踐，來尋求自身意識型態與經濟壓力間的平衡點，獨立唱片廠牌變成了文化意涵與資本的互動與競爭場域(Lee, 1995)。

既然獨立唱片的意義通常是曖昧不明的，那麼我們是否就此宣告了「獨立」一詞的無效性？事實上並不然，Rymond Williams 曾指出，「獨立」一詞所包含曖昧性與多重定義正好顯示此一詞彙(以及其所包含的相關社會概念)是文化協商 (social negotiation)運作的關鍵所在(Williams, 1976；轉引自 Lee, 1995)。Lee 也指出，圍繞著「獨立」此概念的各種文化協商不停在流動，並且激發更多聲音試圖想為「獨立」這個概念連結上新意義或賦予新力量。即使根據歷史的經驗來看，大部分的獨立唱片公司都遭到併購或納入主流的命運，但江山代有人才出，新的獨立廠牌會不斷出現取代舊有的那些位置，以同樣的創新精神尋求與眾不同的音樂與文化意義(Lee, 1995)。

考察台灣的相關研究，以音樂社會學做為研究取向的論述自 90 年代以來已經累積了相當的成果，除了音樂的文本分析外，音樂文本生產脈絡的政治經濟研究也多有進展。這些研究大致可以分為以下幾類(吳佳珍，2003)：第一類從文化工業的角度，批判音樂工業所製造的，大量同質化的音樂商品，如鄭淑儀(1992)《台灣流行音樂與大眾文化》；第二類從產業面向，以政經學派為主軸，分析台灣流行音樂的產製過程與權力結構，例如林怡伶(1995)《台灣流行音樂產製之研究》、葉淑明(1998)《全球與本土：台灣流行音樂工業的演變》、李天鐸(1998)《跨國媒體與華語流行音樂的政經分析》、王英裕(1999)《全球整編與本土共謀：

台灣流行音樂轉變之政經分析》等研究；第三類流行文化的取向，以符號學、結構主義、女性主義、語藝分析等方法分析音樂文本，例如柯永輝（1993）《解讀台灣流行音樂中的女性意涵》、王家慶（1995）《從符號學詮釋批判台灣的流行音樂文化》、簡妙如（2002）《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》；第四類從行銷、策略的層面，談流行音樂的策略與消費者行為研究，包括朱佩瑛（1997）《台灣唱片業競爭策略之研究》、李逸歆（2001）《台灣流行音樂行銷策略之研究》等。

回顧這些相關文獻可以發現，除了何東洪、張釗維以「國語唱片工業」為研究對象，陳惠婷、林怡瑄以「獨立音樂」為研究對象，其餘研究者的研究對象大多僅限定於「流行音樂」。在這些文獻中，雖然研究的主軸不同，對於其研究對象的稱謂也不同，但從內容上來看，所謂的「國語唱片工業」、「流行音樂」、「獨立音樂」事實上有許多重疊之處，即使談「流行音樂」的發展，也無可避免地談到 80 年代「非主流」的台灣新音樂，並且不約而同地提到「非主流」的音樂廠牌水晶唱片公司(鄭淑儀，1992：89；林怡玲，1996：11；葉淑明，1998：106；王英裕，1999：134，何東洪、張釗維，2000：216；陳惠婷，2002：9；林怡瑄，2003：29；)。其中何東洪、張釗維所進行的雖然是「國語唱片工業」的考察，但也提到了 80 年代「非主流」的「新台語歌」(何東洪、張釗維，2000：216)，種種跡象都顯示，要將與文化、社會、經濟、政治息息相關的音樂論述定於一尊是相當困難的事。各自選定研究範疇固然是為了確立題旨，深入論述，然而如此一來卻也無法突顯出主流與獨立之間交織的互動、協商與矛盾。

2000 年九月，沉寂一段時間的水晶唱片發行《搖滾客》復刊第一號，有別以往的《搖滾客》¹²，《搖滾客》復刊後改走雜誌書路線，兩個月一期，每期規劃一個專題。復刊第一號規劃的專題是「獨立廠牌」，內容介紹台灣 22 家獨立音

¹² 《搖滾客》的歷史可回溯到 1986 年，當時是水晶唱片的宣傳刊物，中間經過三次改版。最早叫做《Wax Club》，兩頁黑白印刷，後來改為《搖滾客》後變成雙色印刷，除了水晶代理的唱片，兼有其他的地下音樂報導。大約在九〇年代初，《搖滾客》改成彩色封面，本土樂手的報導越來越多，維持了一、兩年後便停刊。一直到 2000 年《搖滾客》才又改版復刊(Jeph, 2003)。

樂廠牌，並且提供有志獨立音樂者 DIY 創業指南。《搖滾客》復刊第一號的台灣獨立廠牌專題為台灣 1990 年末期至 2000 年間的獨立/另類/地下音樂廠牌活動做了非常詳實的註解。

陳惠婷的〈未來之聲的本土游擊—台灣獨立音樂產業的政治經濟結構樣態分析〉(以下簡稱〈未〉文)是台灣第一篇以「獨立音樂」為題，並且將「獨立音樂」與主流音樂區隔開來討論的專文(陳惠婷，2002)。由於陳惠婷本身也參與音樂創作的工作¹³，因此對於音樂生產的環境有一定程度的了解，而〈未〉文對於其研究案例水晶唱片與 i-make 唱片也有深入的描述與分析，因此〈未〉文或可做為當時音樂生產環境的一個切片觀察。然而對於音樂生產環境的觀點上，〈未〉文中出現一個明顯的矛盾。

〈未〉文所謂的「獨立音樂」概念主要參考《搖滾客》復刊第一號裡對 22 家唱片廠牌的訪問與介紹。在獨立/另類/地下的音樂論述上，陳惠婷認為在當前的音樂環境底下，有必要將「獨立音樂」提出來個別探討：

回顧過去已有的相關研究（主要是台灣的博碩士論文），我發現大家的研究架構都放在整體的流行音樂工業上，但對於獨立音樂產業的分析相對較少。我以為，市場規模雖小但仍是市場，更何況獨立音樂通常負有文化推動與前進創新的特色，它的價值因此十分重要。更加上許多的獨立媒介的新興製作人才，將來是投入整體產業的重要生力軍，當我們在力求建立一個「華語世界共同媒體平台」時，若是製作人才發生斷層，則台灣媒體產業又將何以為繼？這些都是目前已經浮現的問題，也是值得我們深思之處。正因此，我認為「獨立音樂」這一區塊，有獨立出來討論的必要。

即使陳惠婷在文中也曾提到要劃分何謂純然的「獨立」、何謂純然的「主流」，

¹³ 現為 Tizzy Bac 樂團主唱/鍵盤手。

到最後一定會流於研究者的主觀認定與劃分準則之爭(陳惠婷, 2002), 並且引用了林欣宜的意見, 指出目前台灣流行音樂市場在主流與非主流之間, 有著相當程度的模糊地帶, 在此種現實情況下, 對市場強加區分的必要性有待質疑(林欣宜, 1999; 轉引自陳惠婷, 2002), 在〈未〉文中, 陳惠婷仍然傾向主張對音樂產業做出「主流」與「獨立」之劃分, 以突顯問題的重要性(陳惠婷, 2002), 同時她也試圖為「獨立音樂」的概念下定義:

流行音樂產業: 受強勢的宣傳、產銷機制支援, 重視利潤多於創作意涵, 以明星和明星表演的行銷方式為組織運作中心, 並且以市場利潤為最終目的娛樂性音樂者。

獨立音樂產業: 非隸屬於五大唱片及其它本土商業性廠牌, 缺乏宣傳、製造與配銷上的支援, 並且不以市場利潤為唯一目的, 重視歌曲創作與創作藝人本身價值的音樂。

值得注意的是, 在陳惠婷的陳述下, 「流行音樂產業」以及「獨立音樂產業」成爲兩套可供套用、檢驗、區別的操作型定義, 在其描述底下「流行音樂產業」與「獨立音樂產業」的概念兩兩互斥, 兩者之間沒有任何交集。這樣的分類方式馬上就遇到窒礙難行之處, 因爲在〈未〉文中的獨立廠牌分析個案之一—愛做音樂(i-make)¹⁴是動能唱片公司¹⁵旗下的子廠牌, 若根據上述的兩組陳述, 動能音樂應該屬於受強勢的宣傳、產銷機制支援, 重視利潤多於創作意涵, 以明星和明星表演的行銷方式為組織運作中心, 並且以市場利潤為最終目的娛樂性音樂, 也就是隸屬於「流行音樂產業」底下, 如此一來單單將愛做音樂劃分為「獨立音樂」, 似乎過於樂觀地預設了愛做音樂具有不受任何限制的獨立性。又, 〈未〉文中提到「i-make」, 於2002年成立, 獨立音樂合輯: 「赤聲搖滾5」即交由此一新興

¹⁴ 愛做音樂目前已停止運作。

¹⁵ 旗下藝人有黃小琥、江蕙、黃維德...等。

廠牌發行，但赤聲搖滾本身又另一個是「獨立廠牌」¹⁶。由此看來，在實際的狀況下，愛做音樂不但是是一個音樂廠牌，更是水晶唱片(負責其他專輯的企劃)、動能音樂(資金來源)以及赤聲搖滾(赤聲搖滾 5 的企劃)之間的中介，正好符合 Lee 所指的「文化連結」概念(cultural articulation)(Lee, 1995)以及林怡瑄在論文中提到的文化中介者(cultural intermediaries)概念(林怡瑄, 2003)。

即使已經在個案分析中突顯了主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間的曖昧與模糊性，卻仍主張有必要將「流行音樂」與「獨立音樂」區隔開來討論，是〈未〉文中最大的矛盾，在陳惠婷論述中，原本欲強調的部分(音樂創新與文化自主的重要性)非但沒有呈現，反而降低了強調「獨立」的說服力¹⁷。

相較於〈未〉文，林怡瑄的論文《台灣獨立唱片研究》在看待主流/大眾/地上與獨立/另類/地下音樂的時候態度顯得較為謹慎，林怡瑄認為「獨立唱片」在台灣的文化脈絡下是一個眾說紛紜的概念，因此在研究過程中會遭遇到概念落實上的困難，主要關鍵在於台灣的「獨立唱片」並非一個精確、具體的概念，反倒是更接近一種文化論述(林怡瑄, 2003: 8: 78)。

林怡瑄將台灣的「獨立唱片」視為文化的中介者，在跨國唱片公司以及國內娛樂商業占主導優勢的情況下，「獨立唱片」遊走於主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間，並且依照所處位置的不同，其展現出來的能動性也有高低之別。因此「主流廠牌」與「獨立廠牌」的互動是一種長期的拉扯狀態，但也不完全是對立關係，做為『獨立唱片』，代表的就是文化意義與資本意義互動的競爭場域，當小廠牌賺越多錢，就會越認同商業的思考與實踐方式；相對的在這種過程中，主流廠牌也會越來越認同小廠牌在音樂類型及實踐方式的成功，經過一段時間的互相影響，小公司邊緣性的社會形構被內化，而抗爭從體制外變為體制內(Negus, 轉引自林怡瑄, 2003: 24)。

¹⁶ 《搖滾客》雜誌，2000: 20-27。

¹⁷ 既然所謂的「獨立」廠牌和「流行音樂產業」合作已經是常態與事實，何以必須將「獨立音樂產業」視為獨立於「流行音樂產業」的一塊？名目上的「獨立」與否又有什麼重要性？

在描述主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間相互關係的方面，簡妙如的博士論文《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》或可作為我們參考的依據，其論文中對於台灣 80、90 年代台灣音樂發展的脈絡多所著墨，從她的論述中我們可以看到主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的矛盾與曖昧。

簡妙如指出，90 年代上半期開始台灣流行音樂的內部論述已經出現多方區隔的情況，不再是主流/大眾/地上 V.S. 獨立/另類/地下二元區隔的狀態，因此她將台灣的音樂論述區分為三類：非主流音樂(音樂實驗、人文精神，體制抗爭)、商業的/另類的非主流音樂(創造流行)、主流流行音樂(商業市場)。雖然在中外的流行音樂論述中，一般皆以「主流/非主流」作對立區分，但在許多的例子中，商業的/另類的非主流音樂都處在一種弔詭的中間位置：被原先開創及堅持非主流精神的擁護者視為「商業的」、非主流音樂的「淪落」與「四不像」，失去「主流/非主流」的區隔意義；但一樣被主流音樂市場另眼相看，視其音樂為「另類的」非主流，音樂性過於強烈前衛，批判意味也過「深奧」，幾乎是有些「兩面不是人」的尷尬。但這個「橫跨主流／非主流」中間位置的業者，卻自我期許是在「創造流行」：亦即，他們原本就不是要走「小眾」，原本就希望這些較為創新的音樂能為「主流」所接受；他們追求的是要成功開拓主流市場的聆聽寬廣度，樂於使這些音樂成為「主流」(簡妙如，2002)。

以往的「非主流」、「小眾」，現在成為一種介於「極主流」與「極小眾」之間的過渡地帶，並且已經培養出固定的市場以及完整的獨立製作環境，「獨立音樂」概念因環境的改變也做出因應與調整，水晶唱片發行的刊物《搖滾客》復刊號上這樣寫著：

選擇搖滾客復刊做為水晶再出發的原點，一方面為了水晶的重新定位，一方面也是因為獨立音樂在台灣已經慢慢成形，各種獨立音樂製作所需要的條件也漸漸成熟，水晶在創立之初所堅持的理念，所希望達成的環境已經令人欣慰地在週

遭發生 Wax Club、舊搖滾客所扮演先鋒式引介的悲情角色，到現在已經可以很欣慰地功成身退(搖滾客編輯，2000)。

現實的情況裡，主流/大眾/地上與獨立/另類/地下是互動頻繁的，獨立唱片公司在經濟上有困難的時候，需要主流唱片公司的資金協助；主流唱片公司在創意匱乏、缺乏市場靈敏度的時候，又需要獨立唱片公司協助開發新企劃。雖然簡妙如將流行音樂市場上的音樂分成三類(非主流音樂、商業的/另類的非主流音樂、主流流行音樂)的做法仍未跳脫勉強為音樂文本分門別類的思考方式，但其對於 90 年代台灣音樂發展的結論，正好點出了以往相關研究不曾提及的一個關鍵——主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間界線的消解：

在流行樂壇愈加商業、多元的同時，一方面，推動原創音樂、「以音樂為中心」，無非也是回應主流市場的愈為「行銷導向」，這使得「強調音樂」而非「娛樂明星」得更有技術與毅力。但另一方面，90 年代後期推動較原創、另類的音樂，卻也不再以標榜「非主流理念」為出發，而是靈活地游走於「主流/非主流」之間，以創造「流行」市場(而非自設為「小眾」)，來維持「非主流/邊緣」樂音的可能存在(簡妙如，2002)。

無論研究主流/大眾/地上音樂或是獨立/另類/地下音樂，我們都很難將研究的主題定於一尊¹⁸。在理論上與實際的情況上，本文已經指出許多主流/大眾/地上、獨立/另類/地下等概念之間交疊、模糊與矛盾的部分，正如 Simon Frith 所言，沒有所謂「純粹的音樂」(轉引自張育章、張釗維，1994)，本質上純粹的「主流音樂」與「獨立音樂」並不存在，而所謂「主流音樂」與「獨立音樂」的面貌也是經由歷史演變而來，並非「本來就是如此」。任何的稱謂都是人們在一定的意義共享範圍內所建立的，稱謂的存在是爲了方便溝通，但某些時候也有可能造成溝

¹⁸ 這裡的意思是，我們很難肯定地向別人說「我的研究對象就只有主流音樂，完全和獨立音樂無關」，或是「我就是做獨立音樂的研究，和主流音樂無關」。

通上的阻礙(每個人對稱謂認知的程度不同)。

「主流/大眾/地上」、「獨立/另類/地下」事實上是一組的相對性概念，其表達的意義是一種相對值，而非絕對值，只有在「主流/大眾/地上」與「獨立/另類/地下」兩者互相比較的狀態下，稱謂才具有意義。

另一個造成意義上這麼多混淆與困擾的原因是西方理論與名詞翻譯的問題。綜觀西方文獻，只要是古典音樂以外的音樂，一律都稱為 popular music¹⁹(Frith, 1981; Frith, 1993; Frith, 1996; Lee, 1995; Cloonan, 1999; Negus, 1996; Garofalo, 1992; Paul Rutten, 1993)，但是在台灣，popular music 被翻譯成「流行音樂」、「大眾音樂」、「通俗音樂」、「民眾音樂」等數個不同的版本，並且基於使用上的目的，每個使用者在使用這個名詞的時候也都各自為其賦予了不同的意涵。

例如在鄭淑儀的《台灣流行音樂與大眾文化》中，「流行音樂」和「非主流音樂」的關係是對立多於合作的(鄭淑儀，1992：80-81)。雖然鄭淑儀將「流行音樂」界定為「通俗且廣為流傳的音樂，便可稱為流行音樂」(1992：1)，但在其論述中，「流行音樂」仍然是一種由唱片公司精心設計的文化商品，同質性高、生命短暫，與「非主流音樂」不同(1992：77)。

另外在《島嶼邊緣》的民眾音樂初探專輯中，popular music 被刻意翻譯成「民眾音樂」，張育章、張釗維(1994)在〈另翼岸譜〉一文中提到：

在此要做進一步解釋的是，使用「民眾音樂」一詞，乃基於「文化上沒有所謂『純粹』音樂」(符力司語)這樣的假設，以及為了突顯閱聽民眾的位置，並強調這是一個動態鬥爭的場域。我們不採用「通俗音樂」或「流行音樂」這樣具有質或量方面意涵的泛稱；「民眾」這個意念所提供的想像是較有異質可能的。

或許「民眾音樂」一詞有其進步意識上的意義，但實際的情況是，無論再怎樣與「流行音樂」劃清界線，都無法擺脫「主流/大眾/地上」、「獨立/另類/地下」之間相互交疊的事實²⁰，如果單就字面意義打轉，仍然無法讓人認清什麼樣的聆

¹⁹ 爲了避免再次造成意義上的誤解，這裡不做任何中譯。

²⁰ 在《島嶼邊緣》〈民眾音樂研究初探〉此一特輯中，由於刻意將「民眾音樂」和「流行音樂」區隔開來，然在譯文中又不時出現「民眾音樂」與「流行音樂」兩詞彙交錯出現的現象，使讀者易產生混淆的認知，如第十五頁第二行出現的是「民眾音樂」，而同一段第九行則出現「流行音樂」一詞。或許此處的「民眾音樂」和「流行音樂」對譯者而言具有特定的指稱意義，但兩者是

聽姿態才是進步的。台灣 90 年代以來的眾多音樂論述為 popular music 一詞創造許多不同的意涵，許多晚近的研究者在使用這些中譯名詞時都格外小心，然而卻也造成有心做後續研究者無論在劃定研究範圍或引用文獻時都感到困擾且窒礙難行。

本文認為過分拘泥於「主流/大眾/地上」、「獨立/另類/地下」等字面意義無助於進步音樂的討論。無論被稱為「流行音樂」也好，「通俗音樂」也好，「民眾

音樂」也好，我們談論的都是「在相對於古典音樂的情況下，較為流行的音樂²¹」，如果可以在這個較寬廣意義範圍內來討論，或許我們可以找到一種共同的進步姿態來看待台灣的音樂文化生產結構。

人們對於音樂的價值判斷會隨著歷史的演進與社會的變遷而有所轉變，搖滾精神、非主流理念、獨立態度在歷史的變動中也不斷在改變它們的容顏，西方如此，台灣亦然，從 70 年代至今，民歌、台灣新音樂、地下音樂、另類音樂、獨立音樂…種種的稱謂在不同的音樂發展時期中扮演了詮釋歷史的角色。在這些意義滑動的過程中，糾結的是西方音樂文化、搖滾精神、在地創新，以及最重要的商業力量，正因為有眾多的內外在因素牽動著台灣音樂文化的改變，才使得我們在面對主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間的辯論時顯得如此難以斷然釐清，因此本文主張人們對於主流/大眾/地上與獨立/另類/地下的認知是變動不居的。

接續以上的討論，下一章將先處理音樂價值的相關問題，然後再針對台灣自民歌運動時期以來音樂發展的歷史進行分析，解釋在不同的歷史脈絡、不同的內在文化意涵以及不同的外在結構底下，人們對於主流/大眾/地上與獨立/另類/地下的不同看法。

否有根本上的差異我們不得而知。

²¹事實上國內已有相關研究已經指出「古典音樂流行化」的現象(林建宏, 2001: 41; 胡采蘋, 2002: 8), 但因古典音樂與流行音樂之間界線較為明顯, 再加上古典音樂的相關議題並不在本文研究範圍之內, 因此「古典音樂流行化」的現象在此省略不談。古典音樂與流行音樂的最大不同之處, 在於古典音樂在學院化與建置化的過程中, 已經和大眾文化保持一定距離, 其過程有歷史脈絡可循, 此部分請見本文第二章第三節。

第二章 音樂價值的社會形成

音樂的價值問題每天都發生在日常生活中，人們聆聽一首歌的時候，事實上已經在對這首歌進行價值評斷。無論是樂評人、樂迷、音樂創作者，對音樂的價值判斷都是影響其立論與行動的重要依據。

對音樂的分類與樂種的命名也隱含了價值的判斷，主流/大眾/地上、獨立/另類/地下，或是鄉村、藍調、金屬、饒舌、爵士…等稱謂，種種的名詞在不同的社會情境與歷史背景下發揮了不同的作用。在對音樂的分類進行社會學式考察的時候，必須回歸到一個最基本問題：音樂的價值如何形成？人們如何判斷「主流/大眾/地上」與「獨立/另類/地下」？判斷的標準與共識何在？或者這樣的標準與共識是否真實存在？這些問題都不是一句「音樂的評價是很主觀的」就可以簡單帶過的。

人們對於音樂的評斷，並非僅僅是「喜歡」或「不喜歡」的問題，同時也牽涉到人們以何種方式去聆聽音樂，這也顯示的價值問題的重要性，然而這個問題在學術研究的領域中卻時常被忽略(Frith, 1996:8)。本章將由法國社會學家 Pierre Bourdieu 的文化社會學理論以及音樂社會學家 Simon Frith 對音樂價值的社會學式研究切入，再以 Frith 的觀點做為理論基礎來檢視主流/大眾/地上與獨立/另類/地下等概念在台灣的歷史轉變。

第一節 音樂的價值問題

2.1.1 文化資本與音樂價值

流行文化的魅力一部分來自於談論流行文化的樂趣，人們的評價、談論與意見的交換都賦予流行文化個別的意義。文化價值的評斷不單單只是主觀的好惡選擇，它同時也是一種個人的自我揭露，透露了個人的品味、生活習性，以及他(她)希望別人如何看待自己，正如法國社會學家 Pierre Bourdieu 所指出的，人們希望獲得更多的文化資本(cultural capital)來彰顯自我的身分(Frith, 1996 : 5)。

音樂的「好」(good)或「壞」(bad)是日常生活中最常見到的評價，理論上，在流行文化的領域中，每個人都可以對流行文化提出自己的看法與評價，並不需要經過特殊的資格審核。也就是說，每個人都可以對自己聽到的音樂提出自己的看法(好/壞、好聽/難聽、喜歡/不喜歡、真誠/不真誠)，並不需要受任何訓練或是通過任何的資格審核才能這樣做。

但實際的狀況並非如此，許多資深的樂迷往往認為自己比一般聽眾「更懂音樂」，樂評人、知名 DJ 的意見也往往受到更多的矚目，而許多樂迷在購買 CD 時更將樂評人寫的樂評或側標做為重要的購買指南。

誰有權決定音樂的「好」或「壞」？文化資本(cultural capital)累積的多寡是關鍵。社會學家 Pierre Bourdieu 在《秀異》(*Distinction*)中提到，人們透過文化教養來累積文化知識與文化經驗增加了在閱讀文化文本(cultural text)上的樂趣與豐富性，同時也藉此彰顯自己優越的鑑賞力以及與眾不同之處(Ibid. : 9)。所謂的文化資本，是和經濟資本同時構成一切區分社會的兩大基本區分原則(高宣揚，1991a；轉引自邱天助，2002 : 131)，文化資本是指語言、意義、思考、行為模式、價值與稟性(disposition)，它是屬於語言學、風格學(stylistique)與知識特質的，因此可稱為「訊息資本」(information capital)(Bourdieu & Wacquant, 1992 : 199；轉引自邱天助，2002 : 131)。Bourdieu 的論旨在於，文化資本的累積與持有決定了品味的高低，形成高、低文化的不同階層，文化資本在此是決定何謂高級文化

(high culture)的關鍵。

Bourdieu 對音樂的社會學研究僅只於古典音樂，社會學家 Simon Frith 則進一步將 Bourdieu 的概念延伸到流行文化(文化工業理論中所謂的 low culture)以及流行音樂的領域，他認為在流行文化的領域中，同樣有著文化資本累積的現象，文化資本多寡在流行文化的領域中也同樣決定了高低不同的社會階層(Ibid. : 9)²²。舉例來說，樂評之所以成為樂評是因為他比一般樂迷投資了更多的金錢與時間在音樂的鑑賞與評論書寫，因而他獲得了比一般樂迷更多的音樂知識，這些知識，就是他所持有的文化資本。Simon Frith 進一步指出，不同的文化形式會生產出不同形式的文化資本，這些文化資本具有排他性，也就是說對非同好者來說，這些文化資本不具任何價值與意義，但是對於長期投入時間與金錢在這方面的「迷」(fans)來說則是意義非凡的(Ibid. : 9)。以銳舞文化(rave culture)為例，由於銳舞客(raver)在電子音樂文化方面的知識與經驗比一般舞客豐富，因此他們會認為自己比一般舞客更懂得銳舞文化的精神，並且比一般舞客更懂得享受電子音樂，電子音樂的價值不只是感官上的「爽」或「high」。

正如 Van der Merwe 指出的，只有將美學的論述置放於特定的論述共識之下，「好」或「壞」的意義與標準才會產生作用(Ibid. : 10)。在音樂的美學經驗上，樂迷因為比一般消費者持有更多的文化資本，所以他們認為自己比一般人或是被動的音樂消費者更能體會音樂所帶來的樂趣，正因如此，無論將「迷」(fans)視為一般的消費大眾²³或是流行文化中的反抗典型(model for popular cultural “resistance”)²⁴，都無法彰顯這些樂迷的特殊價值觀與美學觀。

2.1.2 音樂價值與文化研究

1930 年代，在科技進步與市場經營的作用之下，造就了美國紐約「錫盤巷」(Tin Pan Alley)興盛的歌曲出版事業，源於黑人音樂傳統的爵士樂(jazz)成為當時

²² 關於文化資本在音樂文化領域的社會用途，在本章第四節有更詳細的討論。

²³ 將歌迷、樂迷等同於一般民生物品的消費者。

²⁴ 文化研究的觀點。

在古典音樂之外風行的音樂類型，再加上廣告概念的興起、明星制度的建立，使得音樂商業化的初期發展模式步上軌道；基於商業本質的經營方式，音樂工業的經營者由原本的技術人員轉型為歌曲出版者與跨媒體娛樂事業的經營者，音樂商品的曲目收集蛻變為結合不同媒體娛樂意涵以及明星系統的娛樂文化，成為一種企圖跨越階級、族群、界線以達到最大市場的流行文化商品(簡妙如，2003a：7)。

正當大眾文化(mass culture)興起的同時，西方學界興起了兩股對大眾文化的批評聲浪：一是來自英、美文化菁英的大眾社會理論與大眾文化批判；另一則是來自德國學界，以啓蒙思想與馬克思主義為基礎的法蘭克福學派。

大眾社會理論與大眾文化批評來自於文化菁英對文化價值的評斷，認為大眾文化是平庸、陳腐、膚淺的，同時認為大眾文化的出現已經對傳統、精緻的高級文化(high culture)造成威脅(簡妙如，2003a：8)。

而法蘭克福學派的代表學者 Horkheimer 與 Adorno 則以「文化工業」(cultural industry)取代「大眾文化」的說法，認為應該批判的是以經濟價值取代文化價值的文化產業。法蘭克福學派的文化工業批判呈現以啓蒙理性為核心的兩個主要論題：主體自主性與文藝自主性。他們一方面強調現代社會中個別主體的自主性與判斷力，另一方面則特別重視文學藝術在當代社會的價值。Adorno 認為，當文化工業總利用藝術的外衣做為其商品包裝時，表面上無止盡的求新只是因應宣傳技術，其內容形式卻永遠都一樣(簡妙如，2003a：8-9)。Adorno 終其一生強調藝術與美學的崇高價值，在於他認為文化救贖的希望正是存在於文化、美學、藝術的領域之中，這也是 Adorno 極力批判流行音樂的原因。

大眾文化理論與文化工業理論皆認為流行音樂是毫無任何價值可言的，但是這種菁英主義式的觀點並無助於我們理解流行文化的實際運作。在檢討兩者的論述時，必須辯明兩者的差異，避免將兩者混為一談。大眾文化理論對於大眾文化的批判源於一種懷舊主義以及對新文化的恐懼(威脅到高級文化的優勢地位)；然而文化工業理論的觀點則是出於對文化自主性以及文化價值的關懷。雖然後來的研究者對文化工業理論多所批評，然其初衷是本於音樂文化的進步意識，Adorno

致力檢討的是音樂作品中的退步成分與宰制意識，Adorno 對文化工業的不滿，像是一種對呆板美學的抗議，所謂文化工業的批判，關心的是所造成美學結果，至於這些文化結果如何發生，與文化工業之間如何連結、作用，並非這些美學批判的矛頭所在(胡采蘋，2002：21)。

文化工業理論忽略了文化商品同時具有文化價值與商品價值的特殊性，使得文化工業的批判失去了應有的力道，其漏失的關鍵在於：第一，將單一的菁英式美學標準強加在所有音樂類型之上，這一套標準經常互相矛盾又不見得公平(Martin Jay，1840；轉引自胡采蘋，2002)，只要不符合此標準的音樂，就是毫無文化價值的音樂，卻無視於個別音樂文化發展的差異性，忽略了多元美學價值的存在。第二，文化工業理論將消費大眾視為被動、毫無自我意識的個人，過分貶低消費大眾的創造性，同時也無法看到文化商品消費過程中，消費者所獲得的樂趣與滿足(Frith, 1996：9)。第三，也是最重要的一點，文化工業理論並沒有洞見文化商品的特殊性，即，文化本身成了商品之後，文化中就充滿了商業的邏輯，而成了生產剩餘價值、幫助資本強化累積的工具(張維元，2002)，但這並不代表文化一旦成為商品之後就變得毫無文化價值，在大部分的情況下，文化商品並非如 Adorno 所述的「使用的形式有如一只空罐，只是將材料填壓進去而不與這些形式互動」(Adorno，1976：26；轉引自簡妙如，2003a：9)，真實的情況是，在文化商品的生產過程裡，文化邏輯與商品邏輯是一直不斷地在對抗、拉扯、妥協、合謀與協同運作，文化商品的產製場域內是活力十足、意念豐盈的，各個行動者、各種意念之間充滿了掙扎、協作、與衝突(張維元，2002)。文化邏輯與商業邏輯的交纏，讓文化商品的概念更加複雜，這也是為什麼我們無法以任何固定的標準、尺度、法則來衡量某個樂團、藝人或某家唱片公司「獨立」與否，當財大氣粗的大型唱片公司開始經營小眾市場，當資源匱乏的小型唱片公司開始學習商業宣傳的經營手法，當另類與主流的市場日漸重疊，當跨國唱片開始與地方唱片公司展開合作時，我們怎能如此肯定地說何者「另類獨立」，何者又是「流行媚俗」的呢？

在討論音樂的進步性時，獨立/另類/地下與否並非絕對的關鍵，我們也無須強將兩者切割開來討論，從歷史的角度來看，許多被論者歸類為「主流音樂」的歌曲與創作者²⁵，事實上影響了許多後來被歸為「獨立音樂」的創作者，歷史證明，加諸於這些文化創作之上的商業特性並無損於其進步性與文化價值。因此在研究時如果認為「要探求一個真能具備『進步意識』的音樂產業，獨立音樂產業必須與流行音樂產業劃分開來探討，因其所具備的創新，甚至是富含社會運動意識的音樂實驗型態，正是商業性格的流行音樂工業所欠缺與落後的」(陳惠婷，2002)，那麼所謂的「進步意識」事實上相當狹隘，犯了和文化工業理論一樣的錯誤。

對於文化工業理論的批判，文化研究者試圖進行重新思考，認為文化商品的價值可以等同於特定團體(groups)的價值，例如青少年、家庭主婦、工人階級。在看待當代的文化活動與文化消費現象時，文化研究者特別強調閱聽人與消費者的能動性(agency)與文化生產力，並且結合了傅柯的知識/權力論述觀點，認為一切的文化消費與行動都是富含政治性的(political)，而消費者的行動正是向宰制階級展現了自己的生產力與反抗意識(即使並非是刻意的行動)：

…選擇文本就是選擇社會效忠從屬關係，而大眾文化迷(popular culture fans)比標榜為高雅藝術欣賞者的中產階級更加清楚自發地將自己歸屬於某一共同體。對大眾文化迷來說，社會效忠從屬關係與文化品味之間的關聯是主動而明顯的，他們的辨識行為(distinction)所遵從的是社會相關性而非審美特質的標準(中產階級的批判性辨識的行為同樣也是受社會因素的決定，只是他們拒絕承認這一點，而試圖以「美學」來普遍化其實踐，否認自己的階級特性，以這點來看，它不如大眾的辨識行為來得「誠實」)(Fiske，1989：174)。

²⁵ 如前交工樂團主唱林生祥自承其音樂風格部分受到羅大佑的影響。

對此，Simon Frith 認為，文化研究對流行文化價值的討論仍然侷限於一種「高度政治化」(highly politicize)的研究取向，換句話說，對文化研究者而言，流行文化的重要性植基於意識型態效果(ideological effect)的層面，至於美學方面的價值判斷並不重要，也並非影響人們消費何種文化商品的因素。Frith 指出，學院裡的音樂研究往往缺乏音樂價值的社會學式討論，其原因在於，人們對音樂的評價(如好與壞)往往是變動且難以捕捉的，文化研究這種「高度政治化」的研究取向正好規避了價值問題的核心難題(美學標準的社會形成)，學校老師在課堂上很難和學生討論何種音樂是「好的」，何種是「不好的」²⁶，於是只好告訴學生某音樂比其他音樂更有價值的原因在於其「政治性」(Frith, 1996：14)。

Simon Frith 並非完全否認音樂文化中的政治性問題，但他反對將政治性化約為一切價值判斷的決定性因素，他認為文化消費行為並非如文化研究學者所論的僅僅是意識型態宰制與反抗的具體表現，Frith 更關心的，是流行音樂美學(popular music aesthetic)的社會形成，以及這些美學標準如何受到歷史、文化、社會等條件的影響而有所變動。

Simon Frith 進一步批評文化研究將「流行」、「大眾」(popular)等同於市場選擇的觀點是相當有問題的。文化研究者認為，無論個人的品味如何，我們都必須透過銷售排行與銷售數字來認識什麼才是「人們真正想要的」、「真正流行的」²⁷。Frith 雖然和文化研究者一樣認為文化工業無法預測或操弄流行文化的品味，但他卻不認為賣得好的就是「流行的」，賣得不好的就是「非流行的」，因為在銷售成績較好的歌手、樂團之中，有些人的音樂聽起來「很不流行」(如 Meat Loaf)，而在銷售成績較差的歌手、樂團裡，很多卻都具有帶動潮流的影響力(如 Joy Division、Neil Young、Velvet Underground) (Ibid.：15)。Simon Frith 不是第一個認為文化研究過分市場論調的學者，Murdock 也曾經指出，文化研究過分強調閱

²⁶ 更精確地說，學校老師很難和學生一起討論為什麼某些音樂會被認為是「好的」，有些則被認為是「不好的」。

²⁷ 舉例來說，周杰倫的專輯賣得比閃靈樂團或濁水溪公社還要好，那麼根據文化研究者的觀點，周杰倫的音樂就一定比閃靈或濁水溪公社的音樂要來的「重要」和「流行」。

聽人的愉悅和解讀創意，這種論點容易淪為傳播媒介的共謀者，最後與媒介體系一同鼓吹消費主義，說穿了只是另一種版本的市場論²⁸(Murdock, 1989)。

另外文化研究將所有流行文化迷一視同仁地視為反抗的行動者，認為無論是瑪丹娜迷(Madonna fans)、金屬迷(metal fans)、衝浪者(surfer)，他們在文化反抗上的能力都是相同的，因此瑪丹娜的唱片、金屬唱片、衝浪板這些文化產品具有同等的文化培力價值(empowerment value)。但令人存疑的另外一點是，文化研究並沒有說明為什麼有些人選擇瑪丹娜而不是金屬樂，在文化研究的論述中，幾乎看不到文化消費者在價值取捨上的評估過程(Frith, 1996：16)。

對於音樂價值的社會學式分析，Simon Frith 提出兩個具有建設性的假設供我們進一步思考(Frith, 1996：16-20)：

- 一、價值判斷(making judgment)與突顯差異性(assessing differences)是流行文化實踐(popular cultural practice)的本質。
- 二、在不同的文化領域中，不同(或相同)的人們針對不同的文化內容或許會有不同的評價，但是這並不代表形成評價的原因、方式、原則和過程也會不一樣。根據 Richard Shusterman 的研究，高級文化中抽象的美學價值同時也具有彰顯優越性的社會用途，並非如 Adorno 所稱的僅具有高不可攀的藝術神聖性；同樣的，再怎麼樣通俗的文化也都具有自身的美學價值，並非如 Fiske 所稱的僅具有特定的社會功能(文化反抗)。因此當我們討論到文化價值的問題時，應當重新認識到一個原則，就是高級文化(high culture)和低層文化(low culture)之間本質上沒有任何差別的(雖然這樣的社會事實已然成形)，只是當不同的評價對象(如古典音樂或流行音樂)被置放於不同的論域情境底下(音樂學院或流行音樂工業)，便會生產出不同的文化評價，但基本上價值的形

²⁸ 音樂產業的實際運作與相關問題(市場論調與文化自主性的拉鋸)將留待第三章專章討論。

成都是同時建立在美學與社會用途這兩個向度之上的。因此他認為無論在高級文化或低層文化領域裡，人們的愉悅感和滿足感都是基於相似的分析議題(好聽/不好聽、感動/不感動、真誠/造作…)；另外，人們也會以相似的方式，將自己的所聽所聞和自己的所思所感串聯起來，讓文化的欣賞成爲一種獨一無二的個人經驗。

第二節 音樂的論域情境(discursive context)

要理解音樂價值判斷的關鍵，必須先回到關於音樂的論域情境，特定的評價術語和名詞只有被置放於特定的論域情境裡才具有意義。音樂的好與壞並非本質上就存在於音樂本身，而是取決於音樂價值如何被歸類、安置，以及人們以何種態度來看待音樂。人們必須先學會如何決定「聽什麼」和「怎麼聽」，才能夠體會到音樂的價值(Frith, 1996：26)。

Simon Frith 結合了 Howard S. Becker 對藝術世界(art world)的解釋觀點以及 Pierre Bourdieu 的文化資本概念，提出關於音樂論域(discourse)的三種型態：他認為當代的音樂論域應當包含藝術論域(art discourse)、俗民論域(folk discourse)以及流行論域(pop discourse)，三者互有重疊的部分。Frith 進一步指出，這三種論域和其他論域的形成一樣，都是特定歷史情境下的產物，因此三者的形成都是建立在 19 世紀末工業資本主義建置化的背景底下。

2.2.1 藝術論域(art discourse)

藝術論域是布爾喬亞的世界(bourgeois world)(或 Bourdieu 所說的「優勢文化」)，Frith 認為布爾喬亞的世界是古典音樂的世界，也是十九世紀到二十世紀中期的高級文化。布爾喬亞音樂論述的運作機構是音樂學校和大學裡的音樂系，也就是 Bourdieu 所說的「學院」(academy)，音樂的知識是以一種有系統、有規律的教育方式來世代傳承(Ibid.：36)。師徒制是布爾喬亞音樂論述的核心，音樂家的演奏必須按部就班通過一定的審核制度才能有資格演奏與創作，一個音樂家

如果沒有受到學院的認可，那麼他的音樂就會被認為是「粗糙」或是「無知」的 (Ibid. : 36-37)。

學院教育制度的基本假設是，學生的天分(talent)無法被教出來的，因為那是與生俱來的能力，但矛盾的是，學生的天分卻必須依賴特定某些人(如老師)的鑑賞與認可後才能生效。這種現象穩固了師徒制的社會關係，另一方面對學生來說，天分根本不是與生俱來的一種能力，天分只存在於他人對自己能力的信任程度裡(Ibid. : 37-38)。因此音樂的意義同時也成了社會性的意義。

學院還具有另一項社會性的功能，就是將特定的音樂思考邏輯建制化，並且將它變成眾人熟悉的知識。布爾喬亞音樂世界的建構有賴學問(scholarship)和音樂知識的累積(也就是 Bourdieu 所提的「文化資本的累積」)，如果對這些知識一知半解，便無法進入藝術鑑賞或音樂演奏的世界，另外特定的表演儀式、禮儀規定同時也穩固了布爾喬亞式音樂論述的正當性與優越性(Ibid. : 38)。

特定的音樂概念、特定知識教育的建制化、固定的演奏儀式和禮儀規則、對「天份」的特殊觀念，這些都建構了布爾喬亞式的音樂論述。在布爾喬亞式音樂論述的場域中，音樂的核心價值在於它帶給了人們超凡卓越的藝術聆賞經驗，一方面，這種美學經驗是只能意會不能言傳的；但另一方面，只有具有最「正確」的音樂知識和擁有「正確詮釋能力」的人才能享有這種美學經驗。也就是說，只有受過最「正確」訓練的人才能真切體會「偉大」音樂的意義(Ibid. : 39)。

2.2.2 俗民論域(folk discourse)

和藝術論域一樣，俗民論域的音樂價值必須透過一連串特定的表演儀式來具體化，只是俗民音樂的表演儀式強調的是日常生活中的音樂經驗，而非布爾喬亞式的抽象美學經驗。

在俗民論域中，人們是以文化需求性的角度來理解音樂價值這個概念，也就是說，藝術和生活是分不開的，音樂的美學價值和社會功能性兩者緊密扣連在一起。俗民論域發明了一種「不拘小節」(informality)的風俗習慣，這種「不拘小

節」的特性事實上對演出者和觀眾而言成爲一種軟性的行爲準則²⁹(Frith, 1996 : 40)。

俱樂部(club)和音樂節(festival)是俗民音樂儀式中最重要的部分(Ibid. : 41)。在俱樂部中裡，沒有舞台和聲音擴大器(amplification)、表演者沒有特別的裝束，觀眾跟著表演者一起唱歌，表演者不會刻意突顯自己的身分，在那個場合裡，每一個人都是演出者，每個人都參與了表演的一部分。這種表演方式提供了一種特殊形式的社會化，讓表演和觀眾的參與結合在一起。音樂節的形式則是透過特殊的時間(通常是週末)和空間(通常是戶外)彰顯了俗民價值(folk value)的精神——音樂是藝術和日常生活的結合(Ibid. : 43)；許多其他音樂類型的活動，如搖滾樂、銳舞(rave)，爲了突顯俗民價值的精神，也都會舉辦類似的音樂節活動，通常表演場地裡會有好幾個小舞台，觀眾可自由選擇，表演時站在台下的觀眾同時也在盡情表現自己，表演結束後表演者在帳棚裡和觀眾喝酒聊天，這些不成文的習俗目的都在於打破表演者和觀眾的界線，企圖解決音樂真誠性(authenticity)的問題，音樂節提供了集體音樂創作的參與性，並且將音樂價值的社會性加以具體化。

2.2.3 流行論域(pop discourse)

流行論域是商業音樂的世界(commercial music world)，也就是 Bourdieu 所說的「主流文化」(majority culture)，流行論域的音樂價值是由音樂工業所打造的，主要目的在於將聲音變成可以賣錢的商品，因此音樂價值等同於經濟價值，音樂的「好」與「壞」取決於其銷售成績。和藝術論域、俗民論域一樣，流行論域運作必須透過一連串特定的音樂活動來實踐；流行論域的音樂活動主要提供人們娛樂的來源，逃離日常生活中的單調枯燥，因此這些音樂活動(如歌友會、簽唱會、演唱會…)的執行步調都和人們日常生活中工作/休閒/生產/消費的步調一致(Frith, 1996 : 41)。

²⁹ 比如在觀賞表演時，觀眾何時可以講話，何時該保持安靜；或是表演者應該怎麼表演才會顯得真誠不造作…，諸如此類的常規與風俗習慣無形中都對演出者和觀眾形成一種行爲舉止的準則。

2.2.4 論域的社會性回應

上述三種的論域無論在抽象的概念型態或是具體的實踐型態上，都並非壁壘分明地劃清彼此的界線，正如前面所提到的，三者間互有重疊和模糊的地帶，但這並不代表三者間不具有任何距離或差異性。

同樣的一件事，從不同的論述角度來看就會有不同的意涵。例如，強調搖滾樂精神(反體制與真誠性)的論述通常譴責商業腐化了搖滾樂，這對搖滾客(rocker)來說是一個負面的訊息；但是從音樂工業的角度來看，商業音樂的形式得以續存正是因為音樂工業持續地以藝術與次文化之名獲取商業利益，這對唱片業者來說是一件好事。

從最實際的情況來看，即使是製作發行藝術唱片的經營者，他也必須清楚了解一件最現實殘酷的事，那就是他的生計有賴於商業邏輯的運作，這時候藝術價值或多或少必須稍微向商業價值折衷、妥協(Frith, 1996 : 42)。

Simon Frith 參考了諸多文化歷史學家的文獻，試圖歸納出音樂論域的形成過程，他認為對音樂論域的分化大概起源於十九世紀晚期，而各種不同音樂形式的發展與意義建構在二十世紀趨近成熟(Ibid. : 43)。然而，Frith 也指出音樂論域本身並不會自己產生社會作用，各種音樂術語和名詞的意義是建立在彼此之間的關係中(Ibid. : 43)。上述的三種音樂論域對音樂價值的定義雖然各有不同，但在工業資本社會裡，三者音樂製作環節中所遭遇的問題是相同的(什麼是好的音樂?)，只是對此問題的不同回應導致了不同的社會結果。

Simon Frith 也建議研究者不應將這三種音樂論域視為壁壘分明的實體，我們應當如 Ruth Finnegan 所論，將三者的關係視為相對性的動態關係，也就是說三者只是從不同的觀點試圖尋找同樣問題的解決方式³⁰(Ibid. : 43)。Frith 指出，對有心音樂歷史研究的人來說，最困難的一點在於，音樂的論述意義(discursive meaning)會隨著歷史滑動、轉變，最後超越看似牢固的文化疆界。Frith 引了 Ernest

³⁰ 比如說不同音樂類型的教學型態，如何才算有音樂技巧，「業餘」和「專業」的標準何在？

Borneman 的一段話來描述音樂評論家會遭遇到的窘境：

以往那些已經發展成熟的音樂實踐被評論家吸收消化之後，就變成了現在的那些抽象的評論標準，但是理論的發展永遠跟不上每天不斷在進行的文化實踐，於是情況就變成，更新的理論不斷被發展出來，以合理化更新的音樂(轉引自 Frith, 1996：43)。

第三節 差異如何形成？

承接第二節的論述，從 Simon Frith 對音樂價值的社會學式分析中，我們可以發現其認識論和法國社會學家 Pierre Bourdieu 相當接近，一方面，他們都不否認社會的結構(歷史背景、社會情境、文化習俗…)會形成一些看似理所當然的固定規則，進而影響社會行動者的社會判斷³¹；一方面又認為這種結構並非牢不可破，而文化與社會的實踐也並非完全依照結構的限制來發展，在社會科學家各種的理論、分類、歸納之下，依然有許多面貌不清的社會實踐無法被掌握。

Bourdieu 認為客觀結構(不同場域的結構)的分析是和生物性的個人心智結構分析(心智結構有一部分是社會結構內化的產品)分不開的。他認為自己的認識論是一種建構主義的結構主義或結構主義的建構主義，即一方面承認社會結構的存在，一方面又關心認知、思想與行動圖式(schèmes)的社會生成(Patrice Bonnewitz, 2002：22-23)。Bourdieu 的知識理論主要在突破一般認識論主觀主義和客觀主義相對立的困境，超越社會物理學和社會現象學矛盾的困局(邱天助，2002：49)：

如果要我用兩個字點名我所做研究的特性，也就是如時下的風尚一樣，給它一個

³¹ 在音樂欣賞的世界中，存在著各種不成文的美學規則，這些都是歷史演變的結果(未來會變怎樣沒人知道)，假使音樂聆聽者受到這些美學標準的影響，就會理所當然的認為：「古典音樂就應該端莊優雅不應該像麥可森或是棒辣妹那樣；老搖滾就應該像 Aerosmith；藍調吉他就要彈得有 Eric Clapton 的感覺；後搖滾就是要有大爆炸…」，這些結構性的美學規則無形中都在某種程度上導引著聆聽者的品味選擇。

標籤，我會說他是建構主義的結構主義(constructivist structuralism)或是結構主義的建構主義(structuralist constructivism)，但是這裡結構主義的意思，和 Saussure 或 Levi-Strauss 傳統的用法大不相同。就結構主義而言，我的意思是不僅象徵系統(語言、神話等)裡有客觀結構，社會世界本身，也有各種客觀結構，它們獨立於行為者(agent)的意識與意志之外而且可以引導與限制行為者的實踐或再現(representation)。就結構主義而言，我是只有雙重的社會源頭(genesis)，其一是組成我稱為慣習(habitus)的那些感知、思想與行動的架構(schemes)的起源；另一則是社會結構的起源，特別是我稱為場域(field)的那種，以及群體(groups)的起源，特別是我們通常稱為社會階級的群體(Bourdieu, 轉引自包亞明等，2001：292-293)。

建構主義的結構主義(或結構主義的建構主義)觀點對於社會差異的形成提出個更細緻的看法，採取這樣的認識論來看待音樂差異性的分化，有助於我們以更細緻的方式來理解「主流/大眾/地上」、「獨立/另類/地下」之間的相對性關係。

Bourdieu 認為社會真實既非以完全確定的方式呈現，也不是以完全不確定的樣貌呈現，從某個角度來看，它是以被強烈結構的方式呈現。群體之間的差異是由群體與群體之間的相互位置與距離來定位，缺乏相對關係，差異就無法彰顯。當然這樣的社會差異一定有中間的模糊地帶，社會實體不像自然實體一樣有明確的分界，社會世界的客體總是會牽涉到某種程度的模糊，因此也呈現出語義間的彈性，這種不確定的因素正好提供了差異的依據，在這些鬥爭裡最重要的就是群體間界線的劃分、定義，這樣劃分可變為一種可加強自身觀點和確保其在社會空間相對位置裡的政治力量。此鬥爭的最終目的就是取得壟斷性的象徵暴力，行動者在此情況多半是專家，盡力利用呈現的手段創造出被呈現的東西，使其成為一種官方的談話方式。

Bourdieu 談論的是屬於社會層次的全面性差異，我們同樣也可以上述的觀點來檢視以下的問題：人們如何劃定音樂的範疇和類型？人們如何為這些差異命

名？這些被人們命定的差異之間是否存在著矛盾與模糊性？Simon Frith 曾經追溯音樂演化的歷史，探討古典音樂和流行音樂之間的界線到底從何而來，其探究的結論和 Bourdieu 對社會差異性的看法相當接近。

Simon Frith 指出，在某種程度上來講，高/低文化的界線是被一群處於相同音樂情境的人³²所界定出來的，只有透過喜好選擇的社會實踐，音樂評價才具有意義。根據文化歷史學者 William Weber 的研究，在十八世紀，古典音樂和流行音樂之間幾乎沒有任何差別，藝術和娛樂之間的界線也沒那麼明顯，但是受到十九世紀初期浪漫主義影響，「天才」和「俗民」的概念逐漸成形，德國的古典樂開始被視為是高級藝術，而其他類型的音樂(如義大利歌劇)則被視為是娛樂性質的流行樂，不同的音樂類型也開始發展出不同的演奏儀式。中產階級文化認同的轉變牽動了十九世紀音樂品味的形成，市場上也開始出現越來越多的職業樂師，古典音樂市場的浮現是一種兼具經濟和美學意義的變動，為了迎合中產階級的社交需求，高級文化開始變得市場化和專業化(Frith, 1996：27-28)。

對於中產階級來說，古典音樂和流行音樂的差別是美學上的問題，但對於職業樂師而言，演奏的場合似乎才是決定音樂高級與否的關鍵。Katherine Preston 的研究指出，無論是家族野餐、開幕典禮、時尚走秀…等各種場合，管絃樂隊都會出現。但是在私人派對或是豪華郵輪上，樂師們會演奏適合跳舞的曲子；如果是在大學畢業典禮或是比較正式的典禮上，他們則會演奏較嚴肅歐洲古典樂。另外 Van Der Merwe 也認為，文化知識高者(highbrow)和文化知識低者(lowbrow)經常是同一群人，中間有許多模糊的地帶(Ibid.：31)。

高級文化和大眾文化之間的界線始終都很模糊，再加上文化娛樂工業試圖將文化以及娛樂結合在一起變成可供銷售的商品，更消解了藝術和商業、神聖和世俗的界線。與其說古典音樂唱片公司賣的是唱片，不如說他們在銷售「音樂欣賞」，藉由廣播的宣傳，他們告訴我們這些「平凡人」如何試著去欣賞超凡絕聖

³² 詞曲作家、表演者、聽眾。

的偉大音樂。換句話說，大眾文化和高級文化的結合創造了一種新形式的社會性(sociability)，大眾文化的崛起意味著一種新的社會活動形式和新的美學經驗，從中人們獲得了新的社會認同。從歷史的觀點來看，流行文化刻劃了階級、群體價值(group value)和衝突在社會裡如何被中介(mediated)的過程(Ibid. : 34-35)。

大眾文化不等於藍領階級的文化，高級文化也並非中產階級獨有，因此文化價值的衝突並非只是階級的問題，更重要的是，我們應該審視在文化商業化過程中，這些價值衝突如何被商業操作給中介。面對文化品味的流動性，文化工業顯得無能為力，因此他們必須依賴品味形成的機制(Frith 所提的三種音樂論域)來運作，這也是好壞價值的判斷標準永遠能發揮影響力的原因。

第四節 音樂的社會功能

對 Frith 而言，美學價值是富含社會性的，無論是古典音樂或是流行音樂，藝術的價值可能取決於文化的生產和消費條件；同樣的，藝術價值的論述(無論是高級文化或是流行文化)也同樣會影響文化的生產與消費。因此他認為，以社會學方式來探討流行音樂不但不會排除掉美學理論，反而有助於為其催生(Frith, 張釗維譯，1994 : 11)。

Frith 探討音樂的社會功能，試圖從中找出這些社會功能對美學的影響與意涵，他將流行音樂的社會功能分為以下幾種(ibid : 18)：

一、音樂的社會功能處理了關於認同的問題。人們會運用流行歌曲來為自己創造出一種特別的自我定義，在社會尋得一個特殊的定位。流行音樂所引起的快感是認同的快感，使我們認同自己所喜歡的音樂、演出者和其他同好。認同的產生同事也是非認同(non-identity)的產生，那是一種概括和排除的過程，也就是說，人們不只知道自己喜歡什麼，同時還清楚自己不喜歡什麼，並且常常在表達其厭惡時使用很強烈的手段，樂迷們也會根據自己音樂上的喜好來定義自己、表述自我。

二、社會功能提供一種方式，使人們得以處理自己公開和私密的感情生活間的關係。流行歌曲通常都在談情說愛，那是因為人們需要情歌來為感情賦予形象和聲音，否則在表達時就會感到語無倫次。對於我們的私密情事，情歌以一種相當平板、樣式化的詞語來賦予情感的強度。歌曲本身並無法取代談話，歌手也不能幫我們談戀愛，但是它們卻使得我們的感受更加豐富、更具說服力，遠超出自己可以表達的範圍。

三、音樂形塑了人民記憶(popular memory)，並且組織我們的時間感。不管什麼類型的音樂，都會強化我們的現時經驗，好音樂的一項衡量標準就是它的存在感(presence)，它使時間停止的能力，使我們覺得自己是活在某個片刻當中。這使得歌曲和曲調往往成為我們回憶過往時的關鍵，就像氣味和影像觸發我們一連串的記憶一樣。這種時間的運用，使得流行音樂在青年的社會組織上有著重要的地位，人們投注最多心力在流行音樂的時期就是青少年時期和剛成年的時候，音樂和一種特殊的情感騷動緊密聯繫，對所有世代的人來說，最具意義的歌曲都是在它們青春時代聽的那些，這並不代表只有年輕人才需要音樂，而是「青年」本身即是由音樂來界定的，青年被體驗成一種強烈的存在感，透過對時間的渴切和無奈來達成，懷舊之情被符號化，進入生命中的這個強烈時刻(青年時期)。青年的音樂之所以在社會上具有重要性，並不在於它反映了什麼青年經驗，而是因為它為我們定義了何謂「年輕」。

四、流行音樂是某種可以擁有的東西。樂迷們會以它們自己強烈而獨具意義的方式來「擁有」他們的最愛，音樂的商品形式使音樂的佔有感得以具體化，但這並不表示樂迷們擁有的僅僅是唱片，人們感到他們也擁有歌曲本身、表演者和表演。在擁有音樂的同時，我們也使它成為自身認同的一部份，將它植入我們的自我意識中，因此當別人質疑我們的品味時，同時也在質疑我們的身分認同和生活方式。這種品味和自我認同之間的關係強度，似乎是其他文化形式所無法達到的。

至於這四種社會功能對人們的音樂美學判斷發揮了什麼影響力呢？人們之所以可以毫不遲疑地和別人說某些音樂其他的音樂更好？Frith 的答案是：因為

對特定聽眾來說，歌曲和演出在某種程度上滿足了上述的那些社會功能(ibid : 21)。

對於音樂的好壞評價，搖滾樂的論述通常會提供一種非常經典的判斷標準——真誠性(或稱原真性)(authenticity)，這些論述認為流行音樂越能獨立於組成流行過程的首要社會力量之外，就越有價值，其價值有賴於作者、社群以及次文化，歌曲的情感經驗越接近作者的真實經驗。這種論述的出發點原本在於強調音樂創作者與聽者之間的有機互動關係³³，以及音樂貼近人類真實經驗的感動，是一個極為複雜的概念，有其深厚的歷史淵源³⁴，但「原真性」這個詞晚近有被濫用與誤用的危機，許多論者已將某種特定的音樂類型貼上「原真性」的標籤(比如「只有非商業的音樂才是真誠的音樂」這種說法)，卻忽略了音樂生產的背景。

如果說比較不商業化的音樂就是真誠的，那實際上搖滾樂也只不過是商業形式的其中之一，搖滾明星被包裝成藝術家來販賣，搖滾樂手也必須面臨藝術理想與商業價值間的衝突(Frith, 1994 : 292)。既然搖滾樂唱片的生產方式和其他流行音樂唱片沒有任何差別，既然所有的音樂唱片都處於同樣的工業法則(資本主義法則)、生產條件之下，那麼我們又從何認定搖滾樂就一定比其他音樂更好、更真誠？什麼樣的音樂才夠真誠？這個問題恐怕是於是那些訴諸自由心證的搖滾迷思崇拜者無法回答的問題。人之所以對某些音樂有特定的特殊感受，是因為它提供了一種超越世俗的經驗，將我們「帶離自身」，它的特殊性並不必然要指涉到其他的音樂(如類似曲風的歌)，只要和生活經驗相比即可顯現。這種特殊的感覺，讓每個人都可以對音樂進行新的認定(與自我認定)，將我們從阻礙我們的例行公事化的社會認同裡解放出來，這是人們體驗並評斷音樂的一個關鍵部分。如果我們相信我們擁有自己的音樂，我們也會感覺到自己被音樂所擁有(從屬於某群體的歸屬感)，所以流行音樂的超越性並不亞於嚴肅音樂，但是這裡的超越性

³³ 就如同前面提到的「俗民論域」(folk discourse)的活動型態，歌者和聽眾直接、立即、情感聯繫緊密的演唱儀式。

³⁴ 參見本章 2.2.2。

並非指流行音樂可以自己從社會力量中解脫出來，相反的，流行音樂的超越性代表著社會力量對於音樂的動態形構(Frith, 張釗維譯, 1994: 21)。如果我們無法跳脫對「原真性」的狹隘誤解，並且正視商業力量與文化生產之間糾結的複雜關係，而僅僅訴諸盲目的反主流、反商業，那麼面對龐大的娛樂工業，我們的論述正當性將大大減低，我們批判的力道將減弱許多。

第五節 音樂價值在台灣的历史轉變

現在我們可以回過頭來檢視有關「獨立/另類/地下」這些名詞在台灣的社会形成與意義上的歷史轉變，從歷史中我們會發現音樂價值的流動性遠比我們想像中來的複雜。由於台灣音樂與唱片工業發展的歷史研究至今已累積了不少的參考資料，因此本節將著重於音樂論域的歷史描述，探討在什麼樣的論域情境下促成了哪些不同的音樂論域？不同的論域之間有哪些論戰、衝突與協作？這些論域具有哪些特定的意義與社會功能？哪些人或機構(institution)³⁵掌握了發言權？當然，如前所述，各種不同的音樂論域之間都有某種程度的重疊與模糊地帶，正是這種模糊性，使我們在面對這些差異時，不得不正視這些價值建構過程中的共同核心問題，也就是，在文化商業化過程中，不同的價值衝突如何被商業操作給中介。

由今日的台灣流行音樂產業及其中的參與者、主要運作模式來看，70年代末到80年代初「校園民歌」崛起後，新一批的音樂創作者進入商業的音樂工業體制，直接造就了今日台灣流行音樂工業不同於過往的新景像(簡妙如, 2002: 103)。基於此本文對音樂論域的探討也將直接從70年代初期的民歌風潮開始。

2.5.1 唱自己的歌 — 民歌論域

民歌運動是整個「本土運動」的一環，這股反向自己、回歸本土的自覺意識，

³⁵ 這裡所指的「機構」不一定是特定的組織，也有可能是賦予個人權力、地位和各種資源的社會關係。

在60年代以後就以各種不同的方式突顯出來(張釗維, 2003)。70年代台灣的國際地位開始連年受挫, 由保釣運動、退出聯合國, 一直到1978年與美國斷交。先前已浸淫美式熱門音樂十多年的青年學子, 因為國家外交的挫敗反而興起一股「唱自己的歌」的創作熱潮, 年輕大學生開始將所接收的民謠搖滾曲風及「創作歌手」(sing and song writer)的概念帶入其創作中, 造就了70年代中期以來由民歌到校園民歌的興盛(簡妙如, 2002: 111)。

「唱自己的歌」無疑是民歌論域的核心, 在此基本精神底下, 對於「民歌」的詮釋與定義各有差異。基於不同的文化位置、社會功能、美學觀點與文化發展脈絡, 民歌運動的發展出「中國現代民歌」、「淡江—《夏潮》路線», 以及「校園歌曲」三條不同特質的路線(張釗維, 2003: 225), 茲簡短分述如下。

一、「中國現代民歌」路線：

「中國現代民歌」路線的論述活躍於 1975 至 1979 年左右, 由文藝界人士(詩人、少數的音樂家等)、電台 DJ(以陶曉清為代表)主導推動, 運作基礎來自於文學界以及廣播、歌手、雜誌等西洋現代民歌機制, 主要透過演唱會、廣播、非營利性唱片、通俗音樂雜誌與嚴肅音樂雜誌進行傳播, 認為中國現代民歌應該是「知識份子的音樂», 同時歌曲要能代表「現代的中國人», 歌曲的主題大多集中在對上一個世代的鄉愁(如楊弦的作品)、大學生生涯以及個人生活感懷(Ibid: 103; 225)。中國現代民歌的論述正當性來自於文藝界人士的背書³⁶, 以及文藝組織(洪建全基金會)的支持(Ibid: 76), 在商業體系未強力介入之前, 幾乎所有的歌手都循著陶曉清所主導的建制化軌道(演唱會、座談會的舉辦)在走, 陶曉清整合了文藝界的論述、民歌手、廣播雜誌媒體以及少數的音樂界人士, 發揮了極大的影響力, 也造成聽眾極大的迴響。

但中國現代民歌路線的內部對於民歌的認定標準並非一致, 如前所述, 只有少數正統訓練出身的音樂家關心民歌運動的發展, 學院派音樂家大部分對於陶曉

³⁶ 如「透過對余光中詩作的挪用與 70 年代的鄉土論述接合, 民歌遂與知識份子的文化形構接合上了」(張釗維, 2003: 84)。

清所主導的活動持保留的態度。起先是傳統民歌論者為文質疑使用「民歌」一詞的正當性，認為「中國現代民歌」名不符實，但此時中國現代民歌並未對學院派論述構成威脅；當中國現代民歌路線的建制化逐漸危及舊有的音樂論述時，批評聲浪四起，音樂文化菁英批評民歌在演唱與編曲上的粗糙，認為「如果要使今日的民歌發展下去，沒有真正學院派的技巧，包括作曲、演唱，是很難有成就的」，詩人羅青甚至還認為「民歌的創作，很可能轉移到詩人、作曲家等人身上…」(Ibid：104)。然而這種菁英主義式的看法，恰恰與余光中、陶曉清強調的「寬大為懷」、「鼓勵民眾創作」的原則相反，形成了「精緻」與「通俗」兩種論述的對峙與論戰。值得注意的是，這些論戰中，幾乎看不到民歌手本身的意見，中國現代民歌儼然成為文化菁英意識型態鬥爭的場域，而民歌論戰變成高級知識份子的文字遊戲。

二、「淡江—《夏潮》路線」：

活躍於 1976 至 1979 年(稍晚於「中國現代民歌」)，由李雙澤、楊祖珺等左翼知識份子所主導，藉由演唱會、《夏潮》等文化性雜誌傳播民族的、現實的、民間的、非外國的民歌論述，訴求對象包括大學生、工農民、一般人民與知識份子，歌曲的主題大多是對於民族、土地、社會、青年等意念的再現(Ibid：225)。

相對於「中國現代民歌」陣營中通俗音樂取向與嚴肅音樂取向並存的現象，「淡江—《夏潮》路線」的民歌運動對於「學院的」、嚴肅音樂取向的音樂形式與意識型態，基本上採取批判的態度，認為學院派的音樂論述與民間脫節；此外《夏潮》集團也批評「中國現代民歌」陣營中的通俗音樂取向「精神西化」、「大量走私洋奴思想」(Ibid：143)。1978 年，《夏潮》雜誌集合了學院與非學院的音樂工作者，舉辦了一場公開的民歌座談會，雖然對學院依然保持批判的態度，但最後還是希望他們的改革跟參與，張釗維在他的研究中將此形容為「近乎諫臣而非另外稱王的發言方式」(Ibid：143)。

基於一種對於學院派論述的反對，「淡江—《夏潮》路線」試圖走出一條更貼近人民生活的路，一方面批判學院與現實的脫節，另一方面懇求音樂學界能更

放下身段，提供專業的音樂知識以減少非學院音樂工作者的摸索，但這種期望學院援助的態度，並未獲得學院的明顯回應，也無法使「淡江—《夏潮》路線」真正跨出文藝圈的格局，再加上 1977 年政權試圖透過對鄉土文學的批判來圍堵左翼文化的擴張，使得「淡江—《夏潮》路線」難有拓展空間，轉而投入政治運動的領域，但這已經脫離原來的民歌論域了。

三、「校園歌曲路線」：

活躍於 1976 至 1981 年，以新興唱片工業為運作基礎，透過演唱會、廣播、唱片、電視、通俗音樂雜誌與報紙的傳播方式，傳達新一代年輕人在音樂上的清純、真誠與自然，主要訴求對象是大學生與一般國語流行樂聽眾，歌曲主要內容通常刻意避免碰觸敏感的政治與社會議題，強調「不露骨」情歌(相對於當時國語歌曲的煽情露骨)、非現實取向以及中華民族意識型態(Ibid：225)。

性質上，「校園歌曲路線」和「中國現代民歌路線」、「淡江—《夏潮》路線」極為不同，「中國現代民歌路線」、「淡江—《夏潮》路線」基本上都是由文化菁英所主導，帶有知識份子的使命感色彩，而「校園歌曲路線」則是由唱片工業所開發出來的通俗文化產品，並不強調特定的社會責任，而是著重在年輕人的青春本質。一方面，「校園歌曲路線」和「中國現代民歌路線」、「淡江—《夏潮》路線」保持距離；另一方面，「校園歌曲」的形式又和當時的國語流行歌曲差異甚多，形成一種足以與國語流行歌曲分庭抗禮的地位。

「校園歌曲」的成功來自於其妾身未明的論述位置，也就是說，「校園歌曲」在「中國現代民歌」以及國語流行歌曲之間取得一個極為模糊的位置，這個位置，讓「校園歌曲」一方面挪用「唱自己的歌」精神取得民歌論述的正當性，一方面又提供了國語流行歌曲之外的另一種選擇，獲得相當的市場利益。在「中國現代民歌路線」、「淡江—《夏潮》路線」的論述逐漸消退之後，「校園歌曲」被賦予一個接近現代民歌的正當性位置(Ibid：188)，「校園歌曲」幾乎成為民歌的代名詞。而彼時論者在談論音樂時也多半將「校園歌曲」與國語流行歌曲的差異塑造成「校園歌曲」與「靡靡之音」的對立。然這樣的對立只存在於抽象的論述層

面，實際上，校園歌手時常和國語流行歌手一起演出，或是原本的國語流行歌手經過唱片公司塑造成民歌手的形象後重新出發。對於文化菁英而言，「校園歌曲」並非他們理想中的現代民歌，他們認為「中國現代民歌路線」與「淡江—《夏潮》路線」所強調的藝術性與社會使命，都因校園民歌的模糊位置而被抹除，根本就是和流行歌曲同流合污，因此遂有「民歌沒落了」之說出現。簡言之，校園民歌在論述位置上的模糊性，使其成為銜接「曲高和寡」與「靡靡之音」兩端的折衷組合：

…基本上「校園歌曲」在意識型態上將高層文化文藝取向的現代民歌與既有的、飽受詬病的國語流行歌曲兩者銜接成光譜的兩極(而非高層文藝取向現代民歌所比較強調的兩極：「中國民歌 V.S. 西洋歌曲»)：一端是曲高和寡，另一端則是靡靡之音。處在這兩個「極端」中間，「校園歌曲」遂可以開展相當廣闊的訴求空間：在唱片工業與大眾媒體的運作下，這實際上形成了一種流行歌曲風格及形式的建構與界定。經由這樣的界定，新興的唱片工業得以開發新的市場，以在既有的唱片工業結構中建立新的橋頭堡，並進而提高自己的市場競爭力。與此同時，它又藉由上述兩端模糊地帶的形構，在其中一端獲得正當性，而在另一端則可以越過「校園歌曲」的界限進一步拓展市場(Ibid：189)。

行文至此，不禁令人聯想到，現今唱片工業挪用樂團風潮的運作情形，和上述唱片工業挪用現代民歌風潮的情況相當類似。文化菁英、另翼知識份子通常扮演的是音樂論述的前鋒角色，藉由對現下音樂文化的反思與不滿，發展出與眾不同的新文化形式；無法操弄流行文化趨勢，卻善於體察流行所趨的文化工業，隨後挪用了這些新文化形式，或融合、或改造、或合謀，並且適度維持自身位置的模糊性，在「極流行媚俗」與「極邊緣另翼」之間取得巧妙的平衡，以便同時取得文化論述的正當性以及商業獲利的成功。從歷史的角度來看，自文化工業萌發以來，其運作模式從來就不是以全然宰制的姿態出現，在文化形構的過程中，商

業力量挾其佔有的強大資源，得以整合、中介、銜接各種相互衝突、矛盾、對立的文化價值與論述，其帶來的影響力遠比任何文化論述都來的廣與深³⁷。

台灣現代民歌運動開啓了台灣音樂發展的新頁，開創一種新的音樂論域，對於音樂價值的判定，有別於當時的國語流行歌曲或是學院觀點。這種新的音樂評價方式，形成一種音樂論述的基底，對後來的音樂評論發揮了相當大的影響力，其影響力至少表現在以下幾點：

1.重視真誠性(authenticity)：直到今日，無論是音樂評論或是唱片公司的行銷訴求上，「唱自己的歌」的這種精神仍然具有相當的論述正當性，無論是民歌運動的哪一個路線，強調的都是歌手本身即為創作者(singer-song writer)，歌手並不以外形取勝，而是以真誠動人的歌聲與創作實力來獲得肯定。70年代的青年受到西洋熱門音樂以及搖滾樂的影響，對於音樂的評價，逐漸變得和搖滾樂評論一樣，將「真誠性」視為音樂價值的核心，而這樣的影響也一直延續至今。

2.批判商業化：「校園歌曲路線」隨著音樂工業的建制化逐漸壯大之後，許多原本推動「中國現代民歌路線」以及「淡江—《夏潮》路線」的知識份子逐漸對當時的現代民歌發展感到憂心，認為商業化的力量污染、腐蝕了現代民歌的真誠性，甚至以「民歌沒落了」來表達對於「校園歌曲」的失望。由校園民歌的商業化開始，「商業化」開始成為最有效也有力的批判標準，許多後來的論者甚至將商業化與真誠性的失落畫上等號，只要是商業作品，就是「不真誠的」。然而這樣的觀點基本上是站在高級文化的觀點來看待文化工業的產品，事實上，商業的力量在資源的掌握上雖然握有絕對優勢，但在文化工業的領域中，商業價值與文化價值的互動是以一種更為複雜的動態組合方式在進行，也就是如前所述，商業力量在各種價值之間形成一個重要的中介角色³⁸。

2.5.2 「地下音樂」論域

³⁷ 矛盾的是，唱片又需要那些不斷推翻現狀的新文化論述作為行銷創意的來源。

³⁸ 但我們仍需小心看待此中介的角色可能會帶來哪些問題，以及商業邏輯可能會在資源分配上造成哪些不平等，此部分留待第三章討論。

80年代早期的台灣流行音樂，歷經民歌時代的洗禮之後，正式邁向工業時代的開端(翁嘉銘，1996；轉引自郭威君，2002)，民歌運動在1982年金韻獎停辦之後正式宣告結束後，台灣的流行音樂市場正式邁入所謂的「工業化成形」的時代(鄭淑儀，1992；轉引自郭威君，2002)，逐漸邁向更專業的建制化，此時某些商業流行音樂的文化與藝術價值逐漸被知識份子肯定，其中又以羅大佑為代表。

唱片工業的環境逐漸成熟，音樂的製作技術與水準也逐漸提升，然而對於音樂的評論仍然圍繞著民歌運動以來的音樂真誠性論述以及對商業的批判；同時，諸多的音樂美學以及商業批判論述也逐漸突顯出音樂商品作為一種兼具文化與商業價值的矛盾特質。羅大佑以批判當時社會現狀的抗議歌手形象出現，其早期的音樂內容同時獲得了高度的美學評價與可觀的商業利益，然而一旦其音樂走向脫離早期抗議歌手的路線，便招致許多道德上的責難，再度重演商業邏輯與文化使命對峙的論述命題。由於本節所著重的部分在於「地下、獨立」等論域的歷史梗概，因此本文在此略而不談，事實上簡妙如在〈審美現代性的轉向：兼論80年代台灣流行音樂的現代性寓言〉，以及《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》一文的第五章裡，對於台灣1980年代早期的音樂發展已有相當深入的分析。簡妙如指出，

音樂創作上，以羅大佑為代表的音樂人，由中西混血式(hybridity)的流行、搖滾曲風，及批判社會現實、引領文化議題的歌詞(呈現為80年代的現代化辯證)，開啟了不同於校園民歌的流行音樂創作。國語流行音樂獲得商品娛樂之外的正當性、受到知識份子的認可，亦出現自身的音樂藝術論述；羅大佑的音樂作品及其歷史地位，亦成一頁夾雜著啟蒙、音樂革命以及商業/藝術難題的傳奇。另一方面，以李宗盛為代表的音樂製作人，則述說著另一番80年代國語流行音樂的蓬勃景象；歌手、歌曲及專業化的音樂製作，皆直接由市場檢驗其價值，流行音樂的「真誠性」(authenticity)成為既核心又曖昧不明的商業流行關鍵(簡妙如，2002：115)。

本文在此所欲強調的，是透過描述不同音樂論域的之間的模糊性，並且彰顯出一個歷史事實，即音樂論域的形構過程，同時也是一群擁有不同文化資本、社會位置、發言權力以及符號操弄能力的行動者(agent)彼此爭奪詮釋權與發言正當性的鬥爭過程。我們不能說這樣的論述鬥爭過程不具有任何改變的力量，但相較之下，資本力量擁有更直接的改變力量，文化工業無須對文化論述擺出戰鬥的姿態，它反而是更柔軟地扮演文化與資本的中介角色。

音樂論域的形構過程中，一直存在著一種間歇性的拉距力量，這種拉距形成商業價值與文化價值的動態辯證關係，而在商業價值與文化價值的兩方，又都存在著都諸多的歧異，這是這種複雜的連結關係，逼使我們不得不正視資本的巨大存在感。有了以上的理解，我們可以看看在「地下、獨立」音樂的論域裡，存在著哪些歧異，並且檢視資本力量是否也扮演了關鍵性的角色。

「地下音樂」一詞源於西方，此概念的引進，全拜80年代末水晶唱片一連串的活動與音樂推介之賜。張育章指出，「地下音樂」一詞在臺灣的媒體上約於1985年底出現。最早使用這個詞的是以筆名「亦咸」的何穎怡。當時何穎怡在《民生報》上寫唱片評介，她對地下音樂介紹，最早是發表在女性雜誌《黛》上頭，從1985年十二月開始接連連載出〈何謂新音樂？(叛客篇)〉、〈新音樂—八十年代篇〉、〈地下音樂與大學校園排行榜〉、〈叛客運動十周年的回顧與展望〉幾篇文章。另外在1989年水晶出版的《80搖滾之聲——新音樂百科全書》中，也有幾篇關於地下音樂的文章，也都是何穎怡寫的(張育章，1996)。此外資深音樂文化觀察者Jeph也指出，1988年水晶唱片辦的「第二屆台北音樂節」，可以說是台灣地下音樂的濫觴(Jeph，1995)。

「地下音樂」(underground music)在西方有其特定的發展脈絡，在台灣的社會與歷史脈落下，「地下音樂」的意義也與西方不同。張育章認為，在台灣，「地下音樂」的概念和「新音樂」有著密切關連，當初參與 Wax Club 籌辦的何穎怡及後來以「捉狂歌」帶動「新台語歌風潮」的「黑名單工作室」的創作主力王明

輝都曾公開以「臺灣新音樂」為名來指稱自己所為(Ibid)。另外何穎怡本身對於「地下音樂」一詞的解釋也有多次的轉變，在《黛》雜誌上，她的解釋是：「和所有表演藝術一樣，搖滾樂也有所謂地上(aboveground)和地下(underground)之分，所謂地下音樂，不是作品非法，而是距離主流音樂(mainstream)有點距離，不輕易為一般人接受。」(亦咸，1986a:110；轉引自張育章，1996)；1986年七月首次發行的《Wax Club 月刊》上，地下音樂在內容與創意上的特殊性被凸顯的更清楚：「地下音樂……其創作精神和主流音樂頗有一段距離，清新質樸，強烈大膽是它的特質，是英美大學校園中的寵物。」(Wax Club，1986a；轉引自張育章，1996)；在《80 搖滾之聲——新音樂百科全書》上頭，Irene Rotten (何穎怡的另一筆名)的解釋是：「地下音樂(underground music)一詞，來自地下藝術的概念，是指音樂結構、創作手法都和主流音樂有一段距離的音樂。」(Wax，Group，1989:19；轉引自張育章，1996)。

然而，即使對於「地下音樂」的定義作再精細的注解，這樣的解釋都只侷限於文本的層面，但文本屬性的理解和解釋又容易流於過於抽象的自由心證，因此容易引發對於字面意義的論戰。從現在的角度來看，我們可以理解，要推動一個新理念、新文化、新運動，必也正名之，如此一來才能凝聚力量與共識，因此在當時的環境下，對「地下音樂」一詞的意義建構與論述是必要的³⁹，但是如果僅僅將論述的焦點集中於文本的意義上，一來不但無法觸及進步意識的核心，另一方面還容易引發不必要的論戰，不但模糊運動焦點，還會內耗運動能量。當時對於「地下音樂」的論述，過度集中於文本裡的反抗意識、非主流精神、粗糙音樂美學，反而忽略了更重要的部分——物質條件的建制。張育章對這段歷史就作出以下結論：

缺乏對其他地區既有音樂運動「存在條件」進行認識與分析的意識，加上原本臺

³⁹ 正如同 70 年代知識份子對於現代民歌的論述一樣，都是在建構一種新的文化型態。

灣音樂環境中即已存在不少外在的結構性限制，使得新音樂、地下音樂自被引入臺灣以來，討論焦點即離不開以音樂產品「內容」開展的議題上頭，關於音樂工業或體制的問題雖不時被提及，但因欠缺不同的經驗比對以及翔實的本土實證調查，成果自是有限。由於重心被集中在最明顯可看到差別、也是最容易改變的音樂產品「內容」上頭，先天地註定了這個運動難產的命運(張育章，1996)。

由於一開始對於「地下音樂」的詮釋就集中在文本上，因此相關的論戰不勝枚舉，有論者甚至認為台灣的「地下音樂」根本就不配稱為「地下」，比如在張育章發表〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉一文之後，網路上出現一篇署名為「下港胖子」所寫的回應〈「地下音樂」不地下？〉他認為：

…一般人對搞「另類」、「地下」的就是從唱片行裡面那些國外同名的樂團、不知道在唱什麼的一樣，只是吵吵鬧鬧的音樂而已。這樣由失去脈絡的引介、所引起的印象，無寧為一種反挫！也代表了這些字中文譯名的意義的喪失及被扭曲！所以台灣根本就沒有像西方脈絡下的「地下/另類」的類型的出現。…西方地下/另類的音樂或新興社會運動對於我們都只是「啟發性」遠大於可直接套用的價值，語言過度的相像，就會落入想像力貧乏的陷阱裡。我們為什麼不能從我們自己的脈絡裡，「長」出我們自身的激進果實？我當然不認為應該保持一種文化的守舊觀念，拘泥於中/西化的古老提問，而是一個混雜中西、古今、上下、俗民菁英、各種不同位置、經驗的、有機的，且仍具批判性的文化觀。…我想說的是，那些我們想要的東西，或所希望的理想環境，只是想從既存的或純粹的「音樂環境」來改變是不夠的，這些問題非得帶進一個全面性的社會、文化、政治、經濟結構的全面大翻修的面相才有可能(下港胖子，1998)。

言下之意，下港胖子認為台灣的另類文化都只是仰賴西方奶水的依附者，在文化上並不具有主體性，「地下音樂」的精神輾轉來到台灣後，早已失去反抗的

力道，淪為商業行銷的工具。張育章並未對此作出回應，但事過境遷之後，化名為 Jeph 的音樂文化觀察者羅悅全⁴⁰在其個人網誌(blog)上回應下港胖子的觀點：

如果任何理想環境的創造都要先等「全面性的社會、文化、政治、經濟結構的全面大翻修」之後再說，那又要如何進行這種全面性的大翻修才不會淪為表面激揚實則空泛的口號？為什麼片面的翻修（如音樂環境）不能成為全面翻修的一部份？「地下音樂」這個字眼在台灣樂圈（無論是樂手、樂評還是文化評論者）已不太流行了，也就是說，這個字已經沒什麼商業行銷上的好處，反而可以讓我們在不那麼激情的時空背景下來看「地下」和「地下」到底會有什麼力量(Jeph, 2003b)。

正如 Jeph 所言，現在的音樂工作者、樂評、文化評論家都很少在用「地下音樂」這個詞了，但是對一般樂迷而言，刻板的「地下音樂」形象已經根深蒂固地內化成一種音樂常識。因此直到今日，許多基本教義派的樂迷對於進入商業體系的「地下樂團」仍然抱持敵視的態度，紛紛以「芭樂」、「沒實力」等字眼來形容，而那些未進入商業體制的樂團就是「強」、「誠懇」、「有骨氣」：

作者：濁水溪 | 發表時間 07-24-2000 16:51

五月天主唱 阿信愛飆高音 飆不上還好 但還會走音
bass 跟 guitar 也不知道在談什麼東東 一點技巧也沒
鼓手有時自己的 tempo 都還打錯咧 又愛玩技巧 完全暴露自己不行
拜託自己的技巧不行還敢玩團 又出來騙錢 請先把自己練得跟四分衛 或是 亂
彈一樣在說出來出唱片啦 還是騙錢啦 至少買他們的 cd 沒被騙的感覺

⁴⁰ 著有《秘密基地—台北的音樂版圖》，譯有《迷幻異域》，文章散見各大報章雜誌。

只會靠唱片公司經營出名氣 人家叫你寫什麼歌會賺錢 你他媽的就是沒骨氣就照寫 你們有自己的東西嗎 還是阿信寫的歌 聽起來就像是用公式做的阿 都是哪機個調 有創意點八 有事沒事又愛做芭樂歌

拜託 比五月天 好的團多的跟什麼一樣

對我有意見的人

你知道誰是濁水溪公社 骨肉皮 刺客 黑名單 瓢蟲 無政府 1976 乩童秩序

x1

裡面的團你又知道幾個啊

知道又都聽過嗎

還是你只知道五月天 脫拉庫 亂彈 四分衛 董事長

脫拉庫 亂彈 四分衛 董事長 雖然開始商業 但還比五月天強多了

幹 真正有再聽團的人就知道還有許多比五月天強上太多的團啦

濁水溪公社 刺客最強拉 我挺他們拉

上面呈現的論調，是對於所謂的「地下音樂」與「真誠性」普遍的誤解，由於缺乏對「存在條件」的論述，使得許多樂迷只能死守著一個面貌不清的「地下音樂」概念(只能依靠自由心證來判斷何者是「地下」，何者「地上」)對他們心目中的「商業流行音樂」進行批評，但若要問「芭樂」的標準何在，「商業」的標準何在，這套論述又提不出一個合理的邏輯。因此，台灣的「地下音樂論域」走入了狹義「真誠性」的死胡同，根本無法解釋何以某些特定的音樂文本(如地下音樂)一定比其他流行歌更好、更「真誠」，造成這種狀況的原因就在於這些論述都忽略了文化生產的物質條件，以致於看不清楚在絕大多數的情況下，音樂文化的生產並無法完全脫離商業機制的運作，所以全然以「商業腐蝕了音樂」作

為批判的依據並不具有太大的正當性。文化觀察者羅悅全就曾經用以下這段描述，為深受這種狹隘美學觀點所苦的五月天樂團叫屈：

五月天第一次出現在電視螢幕上，可能是在四年前 Channel V 台，由 Robin 所主持的「V Rock」。那時他們叫 So Band，還是剛進大學的小毛頭，主唱阿信載著棒球帽，在台上喊著「作陣來軋車！做陣來軋車！」，Robin 則以像是報導方程式大賽車的口吻說：「雖然有人認為他們的音樂太過流行，但那未必不是另一種地下樂團的主張。」我無法確定這句話是否一字不差，大抵「雖然...，但...」的造句是沒錯的。

為什麼是「雖然...，但...」的句型？也許因為「流行 vs. 搖滾」早已是反大眾品味的青少年樂迷心中堅不可破的矛盾關係：流行就不是搖滾，搖滾就不能大眾、不可媚俗。對死硬派的搖滾迷來說，若是有個叫「流行搖滾」的名堂，那必定是較為低等的。不過，對於五月天這樣的團，我們不免要像 Robin 一樣，說句「雖然...，但...」的台詞：「雖然五月天的樂風比較通俗，沒有多少強硬的叛逆姿勢，但我們怎麼能忽略他們毫不矯飾的熱情活力和認真誠懇的創作態度？」看過五月天現場演唱的人，很少不對他們的未來充滿了期待(羅悅全，1999)。

類似網友「濁水溪」這樣的論調通常會預設一種前提，就是所謂的「地上」和「地下」是可以被切割開來看的，似乎兩者的關係是處於一種對峙的狀態，沒有任何折衷的灰色地帶。這樣的看法和 70 年代將「校園歌曲」與「靡靡之音」對立起來的情況相當類似，在看似激進批判的論述底下，隱藏的是對資本主義社會中文化生產機制的無知，以及對「真誠性」的天真幻想。我們根本無法將「地上」或「地下」切割來看，所謂的「地下、另類」音樂本身就缺乏有別於娛樂產業體系的完整生產機制，因此現實的狀況是這些缺乏市場潛力的音樂工作者或音樂廠牌，必須和所謂的「主流」唱片公司合作、協調與共謀，否則其自身的發展

無以為繼。

2.5.3 音樂論域(music discourse)與文化群體(cultural group)

根據 Bourdieu 對階級形成的解釋，社會的結構是由許多差異的群體所組成。處於上層階級位置者通常擁有較高的經濟資本、文化資本與象徵資本，這群人企求的，就是想盡辦法維持自身社會位置的正當性；而處於下層階級位置者，缺乏經濟資本、文化資本與象徵資本，較少有機會晉升社會位置。因此，缺乏經濟資本，卻比下層階級擁有更高的文化資本與象徵資本的中間階級成為最常操弄階級此一概念的人。Bourdieu 指出，階級的形成有其客觀的條件，即擁有文化資本或象徵資本者基於某種利益(interest)⁴¹的考量，透過符號的操弄建構論述的基礎，以便和上層階級進行象徵性鬥爭，取得發言地位的正當性；另一方面，即使擁有再高的文化資本或象徵資本，即使再如何操弄符號，也需要一群在文化資本與象徵資本類似(或者說在「秉性」上相近)的一群人呼應這個被建構出來的論述，否則階級不會形成。

如果我們也將「地上」、「地下」也視為一種文化上的階級，那麼上述的理論觀點將非常有助於我們解釋「地下」、「非主流」和「另類」這些音樂類目的具體化過程。從歷史的經驗來看，「現代民歌」、「地下/另類音樂」的浮現，都是透過知識份子、電台 DJ、樂評的論述建構，才得以逐步成形，然而光是有這些論述並無法掀起音樂文化上的新浪潮，論述的建構只是客觀上的條件，更重要的是有一群文化資本、象徵資本、社會位置和這些知識份子、電台 DJ 與樂評相近的人(樂迷、音樂創作者)，認同這些論述，如此兩者逐漸聚合成一個內部性質相似的群體(或稱為階級、次文化)。這些論述的建構當然有其利益考量，這種利益考量，可以是企圖形成一股和商業音樂產業相抗衡的反對力量，也有可能基於文化資本或論述正當性的追求。

於是問題又回到了本章一開始就提到的問題，誰有權來定義音樂的優劣？、

⁴¹ 這裡所指的並非單單是對經濟利益的追求，也有可能是企圖累積更多的象徵資本、文化資本，或者是基於某一種理想性的目標，企圖達成這個理想。

誰有權說某些音樂比其他音樂更「真誠」？文化資本和象徵資本較高的知識份子、電台 DJ 與樂評在這方面似乎佔了較大的優勢，我們理解「現代民歌」、「地下/另類音樂」的論述是基於一種進步的意識，對當時的音樂內容提出新的看法，但是單單就音樂的文本和內涵作為進步與否的評斷標準似乎流於自由心證，在批判上缺乏正當性，也無法直指進步意識的核心。在創作者方面，許多創作者都直接表明其關懷核心在於音樂性本身，因此其音樂不願被歸類為「主流」或「地下」，在創作上也沒有刻意與哪一方對立，但是大部分的音樂論述仍然傾向在內容上將「主流」與「地下」對立起來，就算創作者本身關心的並非文本上的意識型態之爭，卻也難逃被論述歸類與標籤化。

文化資本以及象徵資本的高低是造成上述這種狀況的原因，大部分的音樂創作者，在文化資本、象徵資本與象徵性權力上，並不如知識份子、電台 DJ 與樂評來得高，在缺乏論述能力的狀況下，無法清楚說明自身的位置，就容易被誤解和歸類。「下港胖子」在〈「地下音樂」不地下？〉一文中曾提到這種論述者與創作者間文化資本與象徵性權力失衡的狀態：

文化論述者基本上我的想像是，他可以是一個好的文化環境的催生者，同時也有相當大的可能是身兼打造此環境的創作者的身份。台灣目前的脈絡，很多論述者是述而不作，而創作者是作而不述（或無能力述）。作為一個想要在台灣畫出激進音樂地圖的知識份子，可能會表示現在這樣的情況為非其之過的遁詞，但就算有著論述與創作分離的矛盾情況，但是提供一個好的、不失脈絡的樂評環境也相當重要(下港胖子，1998)。

論者論而不作、創作者作而不論的情況早在「中國現代民歌」運動的時期就已經存在，在「中國現代民歌」的論述建構過程中，可以看出高層文化文藝界以及 DJ 的發言在正當化論述的形構過程中所佔有的主導性位置，而歌手及其作品或演唱在其中的地位則相當次要，甚而模糊(張釗維，2003：103)。時至今日，這

種情況依然存在，再加上在各種音樂論述的興迭過程中，「生存條件」的論述一直沒有受到論者應有的重視，因此大部分的音樂論述往往僅將焦點置於「內容的進步性」，卻不問「進步性的生存條件」何在，於是便忽略了台灣本地整體的音樂生產條件，最後流於烏托邦式的高調，音樂創作與音樂論述也因此產生斷層。

這種論述與實踐上的斷層最後也會影響到樂迷對於音樂的價值判斷，因為提出音樂論述者，往往佔有較高的文化資本與社會位置，扮演的是一種意見領袖的角色，這些文化菁英對音樂的看法，往往會發揮一定的社會影響力，假使論者提出一種忽視生存條件的文化論述，那麼對樂迷而言，他們便很容易會毫不思索地將音樂的「內容」和「進步性」畫上等號，比如說「地下音樂」就是「屌」、「有意義」；而「流行音樂」就是「空洞」、「虛假」。

從 1990 年代末期開始，許多主體意識較強的音樂創作者逐漸厭倦於「主流」、「地下」的僵化二元對立，他們不想被別人標籤化，並且有感於論述者與創作者間文化資本與象徵性權力的失衡，於是紛紛開始以自己的論述來解釋自己的音樂創作與實踐，有些自創音樂廠牌，有些自費舉辦活動，企圖追求一種更全面的主體性，而這也開啓了當前眾聲喧嘩的音樂論述空間。在第三章，本文將描述當前音樂文化生產的多元形式，從中我們會發現能動性的多元面貌。此外，爲了補足以往音樂論述的不足，本文在第三章將試著探討音樂進步性的問題，並且指出，在什麼樣的環境與生產條件下，進步性得以浮現，這些都有助於我們將焦點拉回一個看似老生常談，卻又往往被淹沒在紛亂論戰中的面向：商業力量與文化力量的拉扯所造成的音樂文化生產環境失衡。

第三章 尋找音樂文化的核心

從第二章的討論，我們可以發現，在特定的社會情境下，導因於特定音樂論域的運作，會產生出特定的音樂稱謂，如「民歌」、「地下音樂」，這些名詞，經過藝文人士的詮釋後，具有特定的社會意涵，比如「反靡靡之音」、「反商業主流」、「抗議音樂」等社會功能。但如前所述，這樣的討論方式，只突顯了「音樂進步性」的一部分，在討論音樂的進步性時，也往往只將焦點置於音樂的內容上，卻忽略了在何種生產條件底下(政治經濟環境)，音樂的進步性才得以浮現。

在此讓我們再度引用羅悅全的這一段話：「『地下音樂』這個字眼在台灣樂圈（無論是樂手、樂評還是文化評論者）已不太流行了，也就是說，這個字已經沒什麼商業行銷上的好處，反而可以讓我們在不那麼激情的時空背景下來看『地下』和『地下』到底會有什麼力量(Jeph, 2003b)」。在今日，「地下音樂」此一名詞已經和「民歌」一樣，成爲一個歷史名詞，取而代之的，是具有更寬廣意義的「獨立音樂」一詞，即使對於「獨立音樂」的意涵仍有眾多的辯論與疑義，但在解釋範圍上已較「地下音樂」開放。許多如刺客、骨肉皮等台灣搖滾樂團，走過了那段屬於「地下音樂」的時代，至今仍然持續創作不墜，如今他們則被冠上的是「獨立樂團」的名銜。到底「獨立音樂」代表什麼樣的意義？走過激情的年代，當今的政治與社會環境已與過往大不相同，我們是否能從「地下音樂」一詞在台灣歷史上的文化意涵獲取經驗，以更仔細地看待音樂的進步性？我們在談論的「進步」到底是什麼？難道一定是狹隘的政治性嗎？假使我們能從歷史中獲取經驗，或許我們不必再等到「獨立音樂」被另一個新的名詞取代就可以了解音樂文化的核心

何在，以及何謂「進步的音樂」，而這正是本章所欲討論的重點，在那之前，我們有必要先回到「獨立音樂」一詞的討論。

「獨立音樂」此一名詞的浮現，以及「獨立音樂」概念的實踐(創作者自創廠牌、自行舉辦表演活動等)，呈現出對於「地下音樂」概念的反思與質疑，這些都提供了一些線索，有助於我們進一步討論何謂「音樂進步性」。

第一節 「獨立音樂」的內涵

「獨立音樂」、「獨立樂團」這兩個名詞，近年來成為大眾普遍使用的名詞，也經常出現在各報章雜誌版面，但是對於這兩個名詞的解釋，各方說法莫衷一是。限於本研究資料蒐集的侷限，到底「獨立音樂」和「獨立樂團」這兩個名詞何時在台灣出現，我們無法得而知；但比較清楚的一點是，「獨立」(indie)的概念和前述的「地下」(underground)一樣，都接枝於西方的搖滾樂文化，但是這些名詞經過了文化轉譯，在台灣環境裡已經發展出與西方文化不同的意義，刻畫出台灣音樂文化發展的新階段。當今的台灣音樂產業，面臨著科技(盜版議題、設備的進步)、政治社會等面向衝擊，正準備步入一個新的發展型態，表現在產業動態上的是越來越多的小型音樂工作室⁴²以及小型音樂廠牌；表現在音樂內容上的則是有別於以往「地下音樂」的政治社會批判題材，而是更多元、更天馬行空的創作發想，一股「獨立音樂」的論域似乎逐漸成形。相較與以往，「獨立音樂」的說法似乎比「地下音樂」更具有開放性，但是如果我們稍不注意，依舊會落入呆板單一的絕對論之中，最後認為「只有…才算獨立音樂」，這正是我們在研究當今音樂文化場景時必須特別小心之處。

音樂論域的形成和音樂文化的活動彼此關係緊密，雖然我們無法清楚知道「獨立音樂」一詞何時在台灣出現，但回顧近幾年台灣音樂文化場景的幾個重大

⁴² 通常一至三人就可搞定音樂製作的大部分工作，工作室內使用的是進入門檻(經濟上與技術上都有)較低的數位錄音設備，或是接手自大型錄音室的二手設備。以接零星的錄音案子維生，通常工作室成員本身就是組團樂手。

活動與議題，我們得以從中找出幾個有關「獨立音樂」內涵的代表性事件，分別是：

一、對「地下」(underground)的反思：

在西方文化裡，「地下音樂」代表的是一種實驗、前衛、與眾不同的精神，並不帶有「非法」的意味。但是在台灣的社會環境底下，一般不了解的人往往將「地下樂團」與「非正當」、「非法」等負面印象聯想在一起(王嘉陵、梁任瑋、盧惠香，中國時報，2000.07.30)。基於對這種刻板印象的反彈，許多被人稱為「地下」音樂創作者或音樂廠牌紛紛為樂團正名，扭轉外界對樂團的負面印象，其中又以台灣搖滾聯盟(TRA)以及角頭音樂扮演了最關鍵的角色。

閃靈主唱 Freddy 在接手北區大專搖滾聯盟之後，逐年跨大「野台開唱」的規模，樂團創作的風氣也因此逐漸興盛(朱夢慈，2001)，隨著和媒體的接觸日漸頻繁，Freddy 對「地下樂團」這個稱呼(以及其所帶有的偏差意涵)越來越反感，於是在 1999 年野台開唱之際呼籲各界不要再以「地下樂團」此一名詞來稱呼台灣的創作樂團，應該以更具包容性的「獨立樂團」取代「地下樂團」這個帶有負面偏見的名詞(吳逸駿 & 葉宛青，本研究訪談)。

2000 年五月，「亂彈」、「五月天」、「脫拉庫」、「四分衛」、「董事長」同時入圍金曲獎，為樂團風潮在台灣帶起一波高峰，一時之間「樂團時代來臨」、「地下變地上」、「非主流變主流」的呼聲四起，媒體一面倒地以「地下樂團出頭天」來形容。基於和 TRA 一樣的出發點(正名)，當時角頭音樂有感於「地下樂團」這樣的稱呼容易引起一般人的誤解，因此對外呼籲請大家不要再用「地下樂團」此一稱呼，改用較柔性的「創作樂團」字眼稱呼台灣樂團。

二、搖滾客雜誌復刊一號「獨立音樂廠牌」專題：

2000 年 9 月，水晶雜誌出版《搖滾客》復刊一號，內容介紹台灣二十二家獨立音樂廠牌，以系統化的書面方式描繪當時台灣音樂 DIY 的場景，紀錄當時台灣

音樂文化發展的轉折與轉機，此後，「獨立音樂」一詞逐漸廣為使用。

三、貢寮海洋音樂祭：

貢寮海洋音樂祭始於 2000 年，由台北縣政府贊助角頭音樂在貢寮鄉福隆海水浴場舉辦音樂活動。2000 年的海洋音樂祭純粹是表演性質的活動，節目分成「熱浪搖滾」與「土洋樂團大對抗」兩部分(黃秀慧，中國時報，2000.07.16)。從 2001 年開始，活動轉型為鼓勵「獨立音樂」創作者的比賽，比賽優勝者可獲得「獨立音樂大賞」獎金二十萬元，自此之後，關於海洋音樂祭的論戰在官方網站上紛擾不斷，無論是比賽規則、評審制度、評審標準等每年都引起討論(參見第一章第二節)。轉為比賽性質的活動之後，報名參賽的樂團逐年倍增，再加上縣府、企業的贊助以及媒體的大量報導，海洋音樂祭規模日漸擴大，海洋音樂祭無形中成為「獨立音樂」的一項指標，「獨立音樂」此一名詞，也大幅在媒體曝光。

從上述的幾個指標來看的話，「獨立音樂論域」的形成過程和「民歌論域」、「地下音樂論域」有相似之處，但也有不同之處。我們在上一章有談到的，從歷史的經驗來看，「現代民歌」、「地下/另類音樂」的浮現，都是透過知識份子、電台 DJ、樂評的論述建構，才得以逐步成形，再加上有一群文化資本、象徵資本、社會位置和這些知識份子、電台 DJ 與樂評相近的人(樂迷、音樂創作者)，認同這些論述，如此兩者逐漸聚合成一個內部性質相似的群體(或稱為階級、次文化)。「獨立音樂論域」和「民歌論域」、「地下音樂論域」的相似之處在於，三者的形成皆必須仰賴此場域中的意見領袖提供一種說法的方式來解釋、捕捉與展現此論域的具體意涵，一旦在此場域中的多數成員同意這樣的說法，論域便會逐漸發展成形。無論是為樂團正名，或是舉辦比賽鼓勵獨立創作，都需要音樂創作者、樂團和樂迷的支持和認同才能讓「獨立音樂」這個名詞成為某種精神象徵。

但是就論述建構者的方面來講，「獨立音樂論域」和「民歌論域」或「地下音樂論域」又有不同，以往的音樂論述權，往往由文化資本較高的知名 DJ、樂

評人、文化人所主導，音樂創作者本身大多只是附和 cultural 菁英份子的論點(參見張釗維，2003：103；張育章，1996)。然而「獨立音樂」的說法是由創作樂團意見領袖以及音樂廠牌所提出的，創作者和廠牌經營者挺身而出提出自己的主張展現了文化上的主體性，也顯示出在當前的社會與文化情境底下，多元的文化表述已經較能為大眾所理解與認同，即使不接受者(或不喜愛者)，也大多能肯定多元文化價值的存在。從「地下音樂」到「獨立音樂」，在這十幾年的音樂文化發展過程中，除了「春天吶喊」、「野台開唱」兩大音樂盛會之外，各類音樂社群也都自籌經費建立音樂表演場地，並且每年頻繁舉辦大小音樂活動，音樂活動的性質從金屬、龐克、搖滾、民謠，到另類、電音、實驗噪音、後搖滾，各種樂風都能激起不同群眾的迴響。這種音樂景況，展現出十幾年來台灣音樂文化所孕育的多元音樂創作生命，以及一股推動文化進步與創新的巨大力量，「獨立音樂」的說法所欲追求的是一種更多元、更開放、更完整、更進步的創作生命力。

名詞意義的界定是約定俗成的，約定俗成的名詞內涵，帶有特定的社會功能，對某些特定的一群人來說，「正名」是一種堅定自我意志的行為指導，比如強調「獨立精神」。「獨立音樂」這個名詞在台灣的情境下所發揮的社會功能在於將本土創作樂團的格局從「地下」、「非法」、「不正當」的形象拉高至文化層面，改變大眾對玩音樂的人的看法，逐漸讓大眾理解，「獨立音樂」已經成為流行文化中重要的一環。

就社會意義的層面來看，提供一種說法、稱呼來做為人們意義溝通的依據是必要的，「獨立音樂」無可置疑地發揮了特定的社會功能，也發揮了一定的文化影響力(提供一個比「地下音樂」更具包容性的說法)。但是就文化生產面來講，「獨立音樂」此一名詞的出現並不必然就會改變什麼；更白話一點地說，在現實的層面上，名詞內涵的區分對許多音樂創作者來講意義不大，因為不管當下流行的名詞為何，他們在做的事情都一樣(創作、表演、製作專輯…等)，一旦他們確定自己發展的目標，他們就不在乎別人怎麼歸類：

…其實我一點都不會在乎這些名字，要怎麼說、怎麼寫都是別人的事情，要被別人怎麼認定也不是我們自己可以決定的…獨不獨立只有程度之別…一切都是妳自己決定的，並沒有任何人或是任何合約逼妳…這難道不算「獨立」嗎？…這世界上沒有純粹這種事情…如果不想這些，會影響到獨立性嗎？…(吳逸駿，本研究訪談)。

知名樂評人，也是第二屆貢寮海洋音樂祭的評審團召集人翁嘉銘，在籌備第二屆海洋音樂祭的時候，對於「獨立」此一名詞的詮釋也有類似的思考觀點：

如果，海洋音樂祭能成為獨立創作者與團隊交流、刺激、切磋、分享及成長的開始，一個展現音樂理想、才氣的場域，就值得了！可是什麼是「獨立」呢？確實很難定義，是要從參加者資格而定，還是看作品是否具「獨立」？已有唱片約甚至發過單曲專輯的藝人、樂隊，就不是獨立樂人嗎？絕非如此。所以才主張由個人或樂隊團體報名，而不是公司或集體單位，因為獨立不是隔絕，是個人意志的發揚或群體共同意志的擇抉(翁嘉銘，2001)。

對於主流/大眾/地上、獨立/另類/地下之間的區分，許多比較積極追求自主意識的音樂創作者已經不想陷入「非此…即彼」的邏輯⁴³，進而對「獨立」的概念發展出更細緻的看法。

以小白兔橘子唱片為例，所謂「獨立」的概念是從實際接觸音樂工作的過程中一點一滴累積而來的。創業之初，因為自己想做的事(創作、發行等)大多為別人不感興趣也不看好的，所以所有問題都必須自己解決，在經營的過程中，經歷了多次的轉折⁴⁴，也接觸到許多其他的音樂工作者，在那樣的過程中，小白兔橘子唱片一直在修正自身對「獨立」的想法。

⁴³ 比如「大唱片公司的就是主流」，「小唱片公司的就是獨立」這種粗糙的區分方法。

⁴⁴ 參見小白兔唱片網站：<http://www.wvr.idv.tw/aboutus.htm>

對於小白兔橘子唱片這樣宣傳預算有限的公司，網路媒體(WWW、BBS)與小型平面刊物是極為重要的宣傳管道，除了自設網站，同時也發行《小白兔音樂通訊》，透過網路與平面刊物的社群集結，小白兔橘子唱片逐漸培養出一群固定的音樂同好。前面提到，小白兔唱片在經營的過程中逐漸發展出自身對「獨立」的價值取向，而他們也會透過網路以及刊物發表這些感想，以及對音樂環境的看法。網路上的發表通常會引起一番不小的論戰，但是透過和其他網友的討論，反而讓小白兔的經營者更加確定自己的價值取向，累積出一套定見與做法。而這些想法與做法，透過網路媒體與刊物的傳播，逐漸塑造出小白兔唱片特有的調性，廠牌本身的特色也就更加明顯。

對外，網路媒體與平面刊物塑造了小白兔橘子唱片的廠牌特色；對內，這些另類媒體也具有凝聚組織內部共識的功能。小白兔橘子的員工讀了網路上或刊物上的文章後，也會開始反思自己的想法，如果不認同小白兔調性的員工就會離開，而認同者則會更加堅定自己的想法。從 2000 年創業至今，小白兔橘子唱片的員工對於「獨立」的概念已經有了相當的共識。

對小白兔橘子唱片而言，由哪一家唱片公司發片不是重點，有沒有簽經紀約也不是那麼關鍵的問題，最重要的核心在於「自己想要的是什麼」，以及「你自己要怎麼做」，如果創作者本身能夠完全掌握這兩個部分，無礙地進行自己想做的創作，這樣都算「獨立」：

獨立就是自己決定自己想做什麼、不做什麼，而不是讓別人去決定，如果有唱片公司或是經紀人在幫他決定一些事情，而這些事情有時候是和樂團的想法相違背的，那他們就不是獨立的；或者說，他們要求樂團不能自己發表意見，也不能寫歌，那也是不獨立的，這和樂風無關，但是會影響到 tone(吳逸駿，本研究訪談)。

隨著政治環境的變遷以及音樂創作風氣的興盛，音樂社群看待音樂創作的態

度上也逐漸變得多元開放⁴⁵，值得注意的是，雖然「獨立音樂」的說法走出了「地下音樂」的格局，但是關於音樂文化生產面向的討論仍然相當少，「獨立音樂」和「唱自己的歌」的訴求或「地下音樂」一樣，追求的都是音樂上的進步性，但論述中卻都甚少談及進步性的生產條件。此外有一點必須特別釐清，在談論音樂進步性的時候，將「進步性」和「音樂的類型」混為一談是最不進步的觀點，我們應該極力避免「主流音樂就比較不進步」的這種長久以來的偏見，進而從音樂生產的環境與物質條件來看，在什麼樣的文化生產條件底下，音樂的進步性得以浮現。下一節本文將簡略描述台灣當下(較以往)多元發展的音樂文化生產場景，進而作為我們討論音樂進步性的參考，並且讓我們清楚看到，在當今台灣看似百花齊放的音樂生產環境中，還有哪些問題存在。

第二節 文化生產的多元型態

當我們在談「獨立音樂」、「主流音樂」的時候，應該謹記，「獨立」與「主流」都只是一套說法，一種代名詞，在實際運作的層面上，創作者、廠牌、通路、經紀人和製作人之間錯綜複雜的合作模式，交織出「獨立」與「主流」之間的模糊地帶。我們可以將台灣音樂生產的實際情況視為一條光譜，有些落在「最獨立」的一端，有些則落在「最主流」的一端，其餘的部分則分別散落在兩端之間的不同位置，隨著態度與實踐上的轉變，活動者會改變其位置。音樂創作者的行動主要取決於其所在位置，在這條光譜上，容納了多元的音樂生產型態，這些多元的音樂生產，在生產邏輯、運作方式、核心價值、生產條件以及社會功能上各有不同，因此我們可以說，「獨立」與「主流」，說穿了只是程度差別的問題。值得注意的是，在這條光譜上，只有極小部分的音樂實踐是完全脫離商業邏輯的，大部分的音樂生產仍然無法脫離資本主義運作的範疇，也就是說，音樂作為一種文化產物，仍然無法擺脫商品的本質。但這並不代表文化價值和商品價值就是兩個互

⁴⁵ 從各大 BBS 站上的音樂討論板上可以觀察到，雖然仍有樂迷一味地死守著「搖滾樂精神」大肆謾罵與貶抑自己不認同或不喜歡的其他音樂，但這種態度往往會被網友斥為非理性的表現。

斥的選項，就像實際上「獨立」和「主流」也並非互斥的概念一樣，具有進步性的文化商品，是有可能同時獲得美學上與商業上的成就的。

綜觀近幾年台灣的音樂文化產業，音樂生產的機制與模式有逐漸往小而美、小而省的方向發展。在音樂製作方面，中小型的個體戶式音樂工作室持續在增加當中，雖然器材上並不如大型錄音室高級，但卻能以極為優惠的價格完成(一般約 20~50 萬)一張專輯。大型唱片公司為了節縮製作經費，往往將旗下藝人的專輯製作外包給這些中小型音樂工作室，另外這些音樂工作室也接一些小案子，替樂團錄 Demo 或專輯，在經營上比許多大型錄音室還要活絡。

在市場方面，中高製作成本、大量生產、高宣傳曝光的音樂產品雖然仍佔有市場優勢，但卻不一定能夠有效地回收成本。獨立音樂人陳珊妮指出，大型唱片公司逐年衰退的原因在於其體制已變得呆滯又沒有彈性，投入大量經費卻無法從唱片賺錢，以 FIR 飛兒樂團為例，雖然專輯大賣，但因宣傳費用過高，所以還是賠錢(陳珊妮，2004：58)。

強調創新、小成本、小製作、低宣傳的小型音樂廠牌，在營運機動性上較高，近年來則逐漸嶄露頭角，這些小廠牌很清楚自己的市場在哪裡，知道一張能賣三千張唱片應該怎麼做才能維持良好的品質，又能壓低成本，在回收效益上當然比大型唱片公司高(陳珊妮，Ibid：58)。

當前台灣的唱片業正在經歷一波泡沫經濟的幻滅以及產業結構轉型的陣痛，用龐大媒體包裝和宣傳攻勢打天下不再是不二法門，大型唱片公司旗下藝人的壽命愈來愈短，逆勢成長的竟是過去難有生存空間的小型音樂廠牌與小型音樂工作室(黃秀慧，中國時報，2004.06.14)。

音樂生產機制逐漸往小規模發展的原因來自於近年台灣音樂產業的蕭條，觀察台灣流行音樂唱片市場整體銷售資料看來，台灣的年度唱片銷售量經歷了1990年至1997年的快速成長之後，自1998年起持續滑落，當亞洲鄰近各國的唱片市場逐步成長時，台灣的唱片銷售量卻仍狂洩不止，一年不如一年，唱片市場正逐年衰退(郭威君，2002：10)。此外盜版、MP3與P2P下載軟體的盛行更是對於台灣音

樂產業造成巨大的衝擊。根據IFPI 所提供的資料顯示，台灣盜版唱片的比例自1997年的17%一路激增至2001年的48%，與正版唱片的銷售量幾乎相等，有系統的、組織化的盜版唱片經營已經取代了原先零星的個體行動(Ibid：68)。此外許多唱片業者更認為MP3已經嚴重威脅唱片業的生存空間，唱片市場的主力消費群眾有70%是十二到十八歲的在學學生，藉由網路的交流，這些主力消費群可以很容易的在各大非法的MP3網站中下載歌曲，對唱片業者的獲利造成損失(Ibid：78)。

台大新聞研究所碩士郭威君曾經援引Peterson的六要素觀察法(six factors/constraints)，從法律、科技、市場產業結構、組織結構、市場、從業人員等六個面向來觀察台灣音樂產業，他認為這六個面向上的結構性轉變致使台灣的音樂產業面臨蕭條的困境(Ibid：66-110)。

隨著音樂環境困頓而來的是大型唱片公司的人事精簡以及從業人員的流動，這些有著豐富音樂製作經驗的音樂工作者，離開大型唱片公司之後，紛紛創設音樂廠牌、音樂工作室、經紀公司，企圖以組織更彈性、反應更迅速的音樂生產模式來迎接新的趨勢。音樂從業人員的流動除了導因於環境的蕭條以外，還有一個關鍵在於更多的音樂人渴望有更大膽、更自由的創意空間，關於這部分稍後會有更具體的討論。

如果根據一般的說法，上述的趨勢(小而美、小而省、自主性更高的音樂生產方式)反映出的是「主流」與「獨立」的此消彼長，但是這樣的說法過於簡化台灣音樂生產環境的實際運作狀況。本文曾經提到，台灣音樂生產的實際運作情況是一條帶狀分佈的光譜，有些落在「最獨立」的一端，有些則落在「最主流」的一端，其餘的部分則分別散落在兩端之間的不同位置，因此任何再詳盡的描述、再繁瑣的分類、再精闢的理論都無法窮盡實際狀況中多變的音樂生產形貌。但是我們可以試著描繪出這條光譜上的幾個較具代表性的生產型態，欲了解音樂文化中關鍵的核心，就必須打破「非獨立…即主流」這個不合時宜的觀點，從看似混雜紛亂的各種音樂生產型態中，梳理出進步性的脈絡。衡諸現今台灣流行音

樂生產的環境，至少可以發現以下四類的音樂生產者⁴⁶：

一、社運歌曲創作者

對這類的音樂生產者而言，創作的目的最主要在於將社會意識的主題融入歌曲之中，透過簡明富感染力的方式讓群眾理解某一議題，是而音樂成爲一種社會運動的工具，激起群眾的共享情緒與同伴意識，此種音樂創作與生產的初衷不在於商業利益，而是理念的傳達。這類音樂生產者裡，較具代表性的有「黑手那卡西」、「飛魚雲豹音樂工團」、「沈懷一與觀世音小組」，以及已經解散的「交工樂隊」(參見張釗維，2003：257-294)。

張釗維指出，在美麗島事件之後，政治與社會氣氛日漸寬鬆的近二十年來，並不乏這類的音樂生產出現，但是那些過去的抗議歌曲或政治歌曲的合輯，多半在音樂的創作與製作上被視爲是稍嫌粗糙，或僅僅爲特定的事件服務，而缺乏在音樂本身的長期經營與發展(張釗維，2003：257)，而這也造成長久以來抗議音樂文化無法累積深化的現狀。在台灣的音樂生產脈絡下，這類的音樂生產者屬於極少數的一群，除了導因於台灣的音樂創者普遍對政治與社會議題持冷漠的態度之外，另一個關鍵原因在於這樣的音樂生產型態完全跳脫商業邏輯，以音樂生產的方式來維持反商業的理念本身就存在著矛盾，一旦理想無法依靠穩定的經濟來源做爲後盾，直接面臨的就是現實的生存壓力，正因如此，創作者本身往往無以爲繼，能夠持續堅持理想的人並不多。

前面提到，這種音樂生產型態的生產邏輯是人文精神、體制抗爭、社會運動的理想，在缺乏經濟奧援的情況下，直接衝擊到的是其運作的方式與生產的條件，從創作、製作到發行，這些創作者都必須在極有限的條件之下克服困難，獨立發聲：

⁴⁶ 這四種生產者分別代表著不同生產邏輯、生產條件以及運作方式的音樂生產型態，並且承載了不同性質的核心價值以及社會功能。需注意的是，這四種型態都只是在相對性比較的情況下所定位出來的「參考點」，所以這四種指標並非通則，只適合用來解釋概略性的情況。

交工樂隊是在美濃菸樓裡，用泡棉當吸音板，忍著陣陣豬糞味與酷熱，揮汗完成錄音的。飛魚雲豹則是貼了滿室的榻榻米，當成隔音牆，錄音時，外面的辦公室就管制一下音量，號稱部落天籟的原住民古調就這麼一張張生產出來了。首開音樂結合社運台灣最早的運動性音樂團體是「黑手那卡西」，在民國八十六年於極為克難的情況下，錄製台灣第一張工運抗爭歌曲專輯，「破週報」曾形容，此舉開啟了音樂與社會運動結合的先鋒(梁玉芳，聯合報，2003.10.19)。

理想性越高，反體制或非體制的傾向越明顯，在面對經濟現實的時候所遭遇的困境就越大，這點在社會運動音樂的音樂生產型態裡可以清楚看到。

二、大型唱片工業體系以外的獨立廠牌

這裡所指的「唱片工業體系之外」，並非意味著完全與唱片工業脫離關係。唱片工業是一個分工細密的產業，從上游的製作到下游的發行銷路，涵蓋的是錄音室、印刷廠、壓片廠、包裝廠、發行商、通路商等眾多分工行業。獨立廠牌雖然強調獨立製作的精神，但終究無法脫離音樂工業的分工體系，因此這裡所指的「唱片工業體系之外」，事實上強調的是在生產邏輯以及組織運作方式上與大型唱片公司的不同，凡是以「自己喜歡的」為出發點，如果想代理、製作、發行自己欣賞的音樂，最直接的方法就是自己搞一家廠牌來做，如此一來一切都可以依照自己的心意來進行，完全不需要擔心在創意上是否應該折衷妥協。這類音樂生產型態的代表有 TRA Music、小白兔橘子唱片、角頭音樂、默契音樂、Gamaa Music、風和日麗唱片、前衛花園等⁴⁷。

和社運音樂的生產型態比較起來，這些廠牌比較不排斥以商業經營的方式來進行音樂的生產，他們的理想就是將自己喜歡的音樂推薦給聽眾認識，甚至幫自

⁴⁷ 參見《誠品好讀》2004年九月號〈獨立青年、音樂創業〉專輯。

己喜歡的樂團發行專輯，幾乎大部分的廠牌一開始的初衷都來自於一個單純的想法：喜歡某種音樂或想自己做音樂，而草創時期除了一切靠自己打理之外，就是朋友們的義務幫忙(黃一晉，陳瓊好採訪，2004：48；KK，陳瓊好採訪，2004：50)，但是廠牌經營一段時間之後，馬上面臨到存續的問題，如果期望自己經營的是一個可長可久的廠牌，勢必要進行組織的建置化，這時候就不能總是找朋友義務幫忙，於是一個足以維持廠牌持續營運的商業手段是必要的，在有限的資金與資源底下，這些廠牌發展出各自適合自己的運作方式，理想性、趣味性當然還在，對這些經營者而言，「好玩」是最重要的(張四十三，蔣慧仙、林欣誼採訪；Ibid：55)；但是好玩之餘，還是要賺錢，否則就玩不下去了。或許張釗維在〈在獨立之外 — 獨立音樂的社會運動空間〉裡的一段話可以為這種經營型態提供一個簡單明確的注解：

一般我們所理解的獨立廠牌，基本上仍不脫以營利為目的；跟大唱片公司不同的是，這些獨立廠牌所製作或發行的音樂，絕大多數是現下比較沒有市場性的。許多獨立廠牌，靠的便是拉開戰線，力求精準地鎖定特定族群，盡量延長產品的生命，以累積足夠的蠅頭小利來維持公司的生存與發展(張釗維，2004：257)。

Lee 曾經指出獨立廠牌的角色接近「文化連結」的概念(cultural articulation)(Lee，1995)，認為獨立廠牌具有接合創作者與樂迷的社會功能。「文化連結」的概念正好可以用來進一步解釋台灣小型音樂廠牌的運作方式，廠牌方面並不涉入創作的過程，也不會循娛樂產業的模式刻意塑造樂團或歌手的某種形象，只負責幫創作者解決製作、發行、宣傳上的相關問題，在此種運作方式下的創作者享有高度的自主性，廠牌和創作者之間的關係是對等合作的關係，而非上對下的主雇關係(KK，陳瓊好採訪，2004：51)。廠牌方面大部分希望合作對象(創作者)能夠有自己的想法，清楚明白自己要怎麼做，盡量讓廠牌底下發行的專輯都有自己的個性。

在生產上，大致分成三種型態。本身擁有專屬錄音室的廠牌可以自行進行錄音的工作，較為繁複的混音、後製則交由更有經驗的錄音室負責；沒有專屬錄音室的廠牌則傾向製作的工作交由個人音樂工作室(production house)或小型錄音室負責，有些創作者必須先支付錄音費用，有些則是廠牌先代為支付錄音費用，待專輯發行後再從版稅中扣抵錄音的開支；另外一種則是廠牌本身僅負責發行的工作，由創作者自行將專輯錄製完成後再交由廠牌發行。基本上廠牌和創作者間以何種生產模式進行合作端看發行契約的形式，再由於小廠牌的運作較為彈性，面對不同創作者的期望都有不一樣的合作方式，因此同一家廠牌可能會有多種的生產型態。

和十年前的景況比較起來，有心經營獨立音樂廠牌人變多了，眼前多數新廠牌都由樂團或創作者自己成立，形成「一個廠牌代表一種音樂風格」的情況(葉雲平, Ibid : 59)，品味的分眾與細緻化形成了更加多元的音樂社群。音樂廠牌做為一個文化中介者，不僅聯繫了創作者與聽眾，更進一步地促成音樂同好之間更緊密的聯繫，不管是喜歡金屬、龐克、搖滾、民謠，或是愛好另類、電音、實驗噪音、後搖滾的樂迷，都可以更容易地找到自己的同好，彼此交流與分享心得。因此，在社會意義上，分眾化的音樂廠牌也同時具有凝聚特殊社群情感的功能，這點是力求大眾化的大型唱片公司做不到的，正因如此，這樣的特殊性也成為獨立音樂廠牌存在的重要價值。

前面提到，獨立音樂廠牌具有好玩、創新、不流俗的理想性，但營利仍是目的之一。面對商業和理想(創作自主性、反叛精神、創新的態度…等)的之間的折衝，以往僵化的「搖滾精神」會將兩者視為相對立的概念，因此產生了「商業化就是腐化」的意識型態，忽略實際經營面向的生存條件，這不僅是對搖滾精神的徹底誤解，並且淪為一種烏托邦式的空想，因為**商品形式並不能決定文化創作的可能性**(Frith, 1993 : 352)。雖然商業與理想之間本來就存在著矛盾與衝突，但現今的獨立廠牌試著在矛盾中找到出脫的空隙，除了理想，還要生存，因為生存不下來，一切的理想都是空談，我們可以看到這些廠牌正以切身實踐的方式對搖

滾精神⁴⁸進行新的詮釋：

沒錯，我是一個商人，我不否認「角頭」是一個很想賺錢，而一直還賺不到錢的公司，只不過我的賺錢模式是選擇我喜歡玩的元素，挑我自己喜歡的音樂來做我的產品，即使它在市場上無法得到傑出的銷售成績，但我喜歡啊。…以前我以為拿音樂來賣錢是缺德事，但現在想，賺更多錢可以做更多事，增加更多就業機會…我與消費者分享好音樂，但你付出一些錢給我，不是賣唱片，而是分享的概念(張四十三，蔣慧仙、林欣誼採訪；Ibid：55)。

三、大型唱片公司釋放出來的音樂人才

目前一般所指的獨立廠牌，除了前述的兩種形式，還有一種是大型唱片公司旗下的藝人、創作者或製作人自立門戶製作、發行專輯的模式，比如亂彈阿翔的「赤腳不辣」、林暉哲的「林暉哲音樂社」、陳綺貞的自製單曲…等。在這兩年間，不少原本活躍在大型唱片公司的音樂人相繼出走，包括「亂彈」主唱阿翔、為動力火車寫「不甘心不放手」的吳梵，以及過去在「魔岩」時代合作的陳綺貞和製作人林暉哲都是。其中陳綺貞自行製作發行的2張單曲銷量，已經突破1萬5千張，而林暉哲則簽下「蘇打綠」和「夢露」2支樂團，並且和黃韻玲、陳珊妮、巴奈、葉樹茵、林強等創作人結集推出零宣傳預算的「零圓計畫」合輯(黃秀慧，中國時報，2004.06.14)，合輯營收將做為鼓勵新興音樂創作之用。

在本節的稍早有提到，由於國內流行音樂市場的萎縮與大環境的蕭條，音樂從業人員的流動更加頻繁。對這些大型唱片公司旗下的藝人、創作者或製作人而言，獨立製作是利多於弊的。一方面，整體環境的快速變遷，以往大製作、大宣傳的製作邏輯已經不適用於現在的環境，因此以「小而美」的方式攻佔市場比大製作、大宣傳更有獲利空間；另一方面，大型唱片公司保守的商業娛樂邏輯有可

⁴⁸ 比如「做自己喜歡的事」、「特立獨行」、「顛覆創新」等意識型態。

能會削弱了音樂上的創新活力與創作自主性，獨立製作則可以全權做主。

運作方式上，除了一般的製作發行之外，少部分的廠牌還會主動發掘有潛力的新興創作者，以經紀約的合作方式將他們簽入廠牌旗下，負責解決這些新興創作者在音樂創作、製作、宣傳上的所有問題，同時扮演經紀人、製作人與發行廠牌的角色。

這類音樂生產模式的優勢在於，以往在大型唱片公司的工作經驗讓這些音樂人對於製作、發行、宣傳等方面的環節都很熟悉，因此可以準確控管製作物的品質、平面包裝，甚至內頁的內容物，預估合理的發行情量也不會失手(陳珊妮，Ibid：55)，再加上已經在流行音樂圈累積了一定的人脈與知名度，因此無論在製作或宣傳上的資源都相對比較豐富，發行的作品當然較受矚目。

到目前為止，我們討論了三種獨立音樂的生產型態，第四種類型則指一般的娛樂唱片工業。其中第一種的音樂生產型態最大的特點在於「以社會運動為目的」，並且「脫離商業邏輯」。第二種和第三種則都是以營利為目的，但必須以「做自己想做的事」為前提，在生產邏輯、核心價值與社會功能上，兩者差異不大；但在運作方式以及生產條件上則有差異，這樣的差異主要來自於兩者在流行音樂產業中的位置不同。觀察台灣音樂環境多年的獨立音樂人吳逸駿就提出一種的更細緻的說法，他認為，大型唱片工業體系以外的獨立廠牌屬於「原生的獨立」；而大型唱片公司釋放出來的音樂人才自立門戶則屬於「派生的獨立」(吳逸駿，本研究訪談)。所謂「原生的獨立」是指廠牌經營者本身就缺乏在大型唱片公司或商業娛樂體系的經驗，並且**在一開始就清楚了解，想照自己的方式做，自己的廠牌才是唯一的路**(Freddy，毛雅芬採訪，Ibid：46)；而「派生的獨立」則意謂著廠牌經營者一開始是在大型唱片公司或商業娛樂的體系之內工作，但鑒於音樂環境的變遷，或意圖追求更自主的創意空間，於是脫離大型唱片公司的生產模式。

為了更清楚地了解主流和獨立間的細微差距，我們可以將前面描述過的三種生產型態和一般的娛樂唱片工業做一個簡單的整理，並且以對照表格的方式呈

現。

然而，在進入對照表前，仍有幾點必須特別注意：第一，以下的表格只是提供讀者認識台灣音樂文化中多元生產型態的一種參考。表格內幾種類型的區隔是相對的，不是絕對的，其間運作和生產方式或有重疊的可能，每個個案略有差異；第二，社會文化意涵指的是在主觀意願上行動者想要達成的社會文化目標，或者是創作實踐所帶來的客觀社會文化結果，並非是先驗的或是固定的(fixed)的社會功能。

以下的表格，是建立在上述兩點的前提之下，才得以成立的：

	核心價值	生產邏輯	運作方式	生產條件	社會文化意涵	代表性例子
社運歌曲創作者	音樂是反抗、顛覆與社會運動的工具。	跳脫商業邏輯。	從製作到發行幾乎全部 DIY，經營上跳脫商業邏輯。	自籌錄音設備或到小型音樂工作室錄音。	在追求音樂美學的同時，更企圖凝聚反體制以及社會運動的力量。	交工樂團、黑手那卡西、飛魚雲豹。
大型唱片工業體系之獨立的廠牌	做自己喜歡的音樂、有趣好玩、音樂與創作的本質、理想的實踐、與聽眾之間的有機互動。	接受音樂同時具有文化價值與商品價值的事實。	創作者和廠牌簽訂發行約，廠牌負責解決創作者在製作上或發行上的問題。以商業經營手法獲取利潤以維持存續，但自己的理想仍然是行事與決策上的最高原則，唱片公司不干涉發行以外的事務，扮演的是文化中介者的角色。創作者本身自主性高。	有些廠牌本身擁有錄音室，有些則否，沒有專屬錄音室的廠牌必須委託小型音樂工作室進行錄音、混音與後製。	1.培植人文素養，涵養音樂文化的活力，培養新奇的文化創意。 2.凝聚多元的音樂文化社群。 3.休閒娛樂。	小白兔橘子唱片、TRA Music。
大型唱片公司釋放出來的音樂人才	音樂與創作的本質、理想的實踐、與聽眾之間的有機互動。	接受音樂同時具有文化價值與商品價值的事實，並且強調專業知識與技術分工。	創作者和經紀人或製作人簽訂經紀約，經紀人或製作人提供創作者製作和發行的管道(或代替創作者和唱片公司進行交涉)，在創作和形象包裝方面可能會提供建議，經紀人或製作人擁有頗關鍵的決策權。	經常和大型唱片公司合作的錄音室、音樂工作室，有些製作人本身就擁有音樂工作室。製作和宣傳上有較多的經驗和資源。	1.培植人文素養，涵養音樂文化的活力，培養新奇的文化創意。 2.凝聚多元的音樂文化社群。 3.休閒娛樂。	林暉哲音樂社、赤腳不辣、陳綺貞。
娛樂工業	商業利用價值。	利潤優先。	以商業經營手法獲取最大利潤，以市場考量做為最關鍵的決策原則，唱片公司可能會干涉創作的方向，握有絕對的主導權。	唱片公司為創作者安排錄音室，或者唱片公司出資為樂團蓋錄音室。	休閒娛樂。	滾石唱片、豐華唱片。

第三節 自主性是如何相對的

綜觀上一節描述的四種生產型態，無論哪一種的生產型態都承受了程度不一的市場壓力，即使本身不以營利為目的，生產條件上的問題(持續運作的基本條件)仍然必須依靠經濟手段來解決。

對於資本力量與主體性之間的辯證，Garofalo 區分出兩種著眼點不同的觀點，第一種是強調主動性的文化主義觀點，文化主義者認為社會主體創造歷史與生活經驗(Lived Experience)的積極施為者(agent)，文化是纏繞於所有社會實踐中且擁有自己的社會有效性，由於有此一強調，文化生產和消費的經濟關係往往也被忽略掉，進而也低估了唱片工業在生產、市場、促銷和發行大權上的關鍵角色，然而正是唱片公司的這些大權使得聽眾彼此分裂並限制了可能的意義範圍(Garofalo, 1993: 31)；第二種則是過分強調經濟法則的馬克思主義，他認為這種觀點犯了對傳統馬克思主義解讀的缺陷，則傾向將人的主體從屬於經濟法則之下。Garofalo 認為這兩種觀點都無法完全解釋當前流行音樂文化中商品與文化間的動態關係。

對於流行音樂商品關係(commodity relations)的強調，Chapple 和 Garofalo 曾經指出：「唱片的販售過程不可避免地將音樂家和音樂商品化，而使得他們成為合謀份子」(Chapple and Garofalo, 1977: 306；轉引自 Garofalo, 1993: 37)，雖然如此，Garofalo 並不認為商業力量全然地壓制了主體性的可能，他認為商業上的成功和藝術品質兩者並非相互排斥，商業化也不必然會預先地使藝人無法對抗爭文化有所貢獻(ibid, 1993: 37)。

無論是所謂的「獨立」或「主流」廠牌，在發行和市場控制上，幾乎沒有什麼不同，因此如果要以「獨立」和「主流」的區別在音樂產業中區分「好人」和「壞人」是毫無意義的(ibid: 34)。因此我們也不能以廠牌的「獨立」與否來判斷其進步性，較獨立的廠牌不必然以反商業操作的姿態出現，所謂的「主流」廠牌

也並非完全無法生產出具有進步意識的音樂⁴⁹。如果真要說兩者之間有什麼不同的話，最明顯的就是經營上較獨立的廠牌在文化創新上的可能性比較高。

獨立廠牌為主流廠牌測試並開發消費市場中對新音樂類型的需求，這對主流廠牌而言是一個很重要的服務，主流廠牌並非不願意接受有潛力的創作者，只是在新市場的發現和新音樂的包裝上，率先衝鋒陷陣的通常都是獨立廠牌，一旦獨立廠牌獲得了某種程度的成功，主流廠牌便會嚐試予以吸收，為了生存，獨立廠牌必須持續發掘新的或不為人知的種種音樂(ibid：35-36)。Simon Frith 也曾提出類似的看法：

…搖滾樂的反文化色彩只是一閃即逝的彗星光芒，雖然它確實達到了創造性的突破，忠實地傳達出一個真實族群的需求與轉變，但唱片工業迅速地控制與腐化它的努力成果(Frith，1993：359)。

對於流行音樂產業裡的動態關係，Shore 提供了一個有用的概念 — 合謀(cooptation)。Shore 指出：「最好是從合謀(cooptation)和吸納新音樂的角度來理解音樂工業的權力和控制，而不是以那種大眾品味被直接操控的模型來做為出發點。」(Shore，1983：122；轉引自 Garofalo，1993：36)。Rick Dutka 進一步具體化「合謀」的概念，他認為商業化的壓力將藝人置放到好幾個「鬥爭的競技場」(arenas of struggle)中，妥協無可避免並造成不同程度的合謀，合謀的程度總是相對的(relative)，強調的重點在於不同的「鬥爭的競技場」之間的複雜互動，文化鬥爭主要發生在三種關係之中(Garofalo，1993：38-39)：

一、創作者(artist)和唱片公司之間的關係

對創作者而言，在他和唱片公司的關係之中，商業化的壓力最為強烈，在流

⁴⁹ 「黑名單工作室」和「Baboo」就是一個過往的例子，證明「主流」唱片也可以做不一樣的音樂(林暉哲訪談，毛雅芬採訪，2004：43)。

行音樂市場裡，這些壓力不僅展現於實際的狀況中，也在合約上呈現，這種壓力會鼓勵創作者固著於經證明有效的公式上，而不再專注於藝術性、創造性的成長與發展上，一個創作者是否有和這些壓力抗爭的意願，即可做為衡量其合謀程度的一種標準。

在和唱片公司的關係中，另外有一個創作者可以介入的場域，但是卻往往不被看做是一個鬥爭的基址(site)，那就是價格(pricing)，創作者並非無能為力，比如 The Clash⁵⁰便成功地把他們三張一套的唱片輯 Sandanista 售價定在 10 美元左右，Billy Bragg⁵¹也把其唱片售價用「不超過…元」的方式印在封套上。

二、創作者和其音樂之間的關係

商業壓力並非無法抵抗的，Dukta 認為，創作者和其音樂的關係，是創作者最能控制的競技場，此處的關鍵是有關誠實(integrity)的問題，那就是：一個創作者的音樂是否表現出了他所贊成或反對的東西？而重要的差別在於，一個創作者除了生產出他職業上能勝任的產品外，有沒有在此過程中投注了一些他的藝術特質。

三、創作者和聽眾之間的關係

在 Dukta 的說法中，第三個「鬥爭的競技場」是在創作者和聽眾的關係之中，這種關係可以像在現場表演的情況一樣是直接的；或是間接地經由創作者投射的「形象」來達成，而此一形象往往由唱片公司來做為中介。在現場演唱的直接關係中，我們關心的不僅是非商業的面向(演唱會的力量和特徵)，同時也包括了商業的面向(票價和場地的選擇)。至於在非直接的關係(由創作者的形象產生)方面，包括了照片、傳記、宣傳、銷售等相關項目的實質及加於其上的控制。Grossberg

⁵⁰ 著名的英國龐克搖滾樂團，深富左翼革命精神以及對弱勢階級的關懷，其言行與創作影響了無數的搖滾青年。

⁵¹ 英國的社會主義抗議歌手，其歌曲多為猛烈批判社會之作，對於社會參與和政治改革不遺餘力。

所說的「情感同盟」(affective alliance)，就整體上就是經由這些具體的機制(mechanisms)才得以形成(或是無法形成)。對這些機制的完整性和有效性的檢測，可以用來相對地衡量合謀的程度。Dutka 認為，對於合謀的相對評判，終將為各種關係的複雜互動所決定(Ibid, 1993: 41)，也正因為這種複雜的互動，形成了音樂生產的各種型態以及相對自主性的多種面貌。

合謀關係中的行為者並非全然地受到宰制(domination)，在檢視合謀關係的時候，Gramsci 的霸權(hegemony)概念能提供我們反抗的積極意義。即使霸權在音樂生產的過程中扮演著主導的角色，使得音樂生產者在不同程度上必須採取和霸權合謀的姿態，然而霸權並非永遠都能成功，即使一時成功也不一定會持續，在 Gramsci 發展出來的概念中，並沒有一個階級臣屬於另一個階級的穩定狀態。Gramsci 細緻而複雜的概念能夠貼切地順應於現實裡在不同的「階級派系」(class fractions)之間不斷變化的聯盟狀態，也考慮了奠基於種族、性別、次文化、年齡之上的社會關係。即使在最有效率的時刻，霸權也是處在一種「不穩定的平衡」(unstable equilibrium)之中，在面對社會劇變及階級聯盟的重組的時候，霸權必須經常地重新建立⁵²。反霸權實踐的可能性，正是源自這個持續變動的領域之中，在這種關聯中，特別值得注意的是流行音樂所享有之一定程度的「相對自主性」(relative autonomy)，使其免於受統治階級聯盟的直接宰制，有時候，它們可以突破霸權之意識型態統制，流行音樂曾在某些解放的時刻負有顛覆霸權控制的潛能(不管在政治上是有意或是無意的)(Ibid, 1993: 44-45)。

第四節 音樂的進步性

在文化生產的場域中，霸權的優勢並非恆久不變，而是以動態平衡的方式來

⁵² 這裡我們可以聯想到一個反映在流行音樂上的例子：數位科技的進步(如 MP3)改變了青少年的音樂消費方式(免費下載、P2P 資源分享、光碟燒錄複製等)的快速改變，重創了商業娛樂霸權的暴利空間，砸大錢搞宣傳的行銷模式不再是獲利的保證。面對快速變遷的消費結構，科層組織龐大的大型唱片公司顯得措手不及，在尋找到新的獲利模式之前，只能與 IFPI 以極為消極的方式聯手打擊盜版以及 P2P 網站，勉強維持其在娛樂事業中的主導地位。

維持的，這也意味著我們在各種的音樂實踐中都能看到改變、反抗、顛覆與進步種種可能性。但接踵而來的一個問題是，既然在文化生產的關係中，流行音樂本身即享有一定程度的「相對自主性」，那麼我們何以斷言某些的音樂實踐比其他的音樂實踐更具有自主性以及造成改變、反抗、顛覆與進步的潛質？我們談的「進步性」到底是什麼？關於「進步性」的討論，主要可以從美學以及意識型態兩個部分來談。

一、美學上的「進步性」

在美學上，我們很難客觀地評斷音樂的好壞或進步與否，但是有一種美學的態度是普遍被音樂創作者以及聽眾認為是「進步」的，那就是創新的精神。創新的精神意味著為聽眾和市場不斷提供特別、新奇、脫俗、有創造力的音樂元素，如前衛、實驗，或預見未來會流行的東西(張四十三，蔣慧仙、林欣誼採訪；Ibid：54)，簡而言之就是提供一種讓人聽了驚覺「原來音樂也可以這樣玩」的新鮮感。Simon Frith 的一段話正好可以做為這種創新精神的寫照：

獨立廠牌有他們自己理想主義的權威。他們把注意力從市場轉移到藝人的身上，以及音樂如何象徵社群、集中社群注意力的方式上。他們將一種明顯是反專業的態度連結到唱片製作裡面，進而把音樂當作一種生存模式，而不只是利潤工具。他們將一種新的張力帶入了搖滾實踐之中，一種新的野心概念、新的挑戰……(Frith，1981：156-7；轉引自 Garofalo，1993：45)。

在西方情況如此，在台灣亦然，但有一點不同的是，「創新」的意義置放在台灣的情境下顯得更為複雜，因為台灣的流行音樂大部分受到西洋流行音樂的影響，今天我們看到的音樂景況，幾乎都是從西方的音樂元素中發展出來的(如搖滾、R&B、電音等…)。這樣我們還能說台灣的音樂文化是有「創造力」的嗎？這不是必然互相衝突的，如果我們能從西方文化的元素中獲取靈感，並且將其融

入本地文化情境之中，讓西方的音樂風格在本地發展出屬於自己的特殊意義，那麼我們就達成了創新的目的。

但是在台灣，似乎至今仍普遍存在一種獨尊西洋音樂的評論角度，認為台灣的音樂文化普遍缺乏原創性，只能循著西方的足跡亦步亦趨，無論在音樂的表現技巧或製作水準上都遠遜於西方。這樣的論述，來自於對台灣音樂創作者(以及其生存條件)的不理解與不信任，是一種對本地音樂文化的全然漠視與貶抑，其論述看似在增加音樂品味與文化上的進步，事實上則是嚴重誤導了音樂欣賞的角度，反而一種退步。

對於這種缺乏論述情境的論點，小白兔唱片的老闆 KK 提出一種較具有建設性的批判：

如果論技術層面，台樂是比較差的，但是論感動，就未必和技術面直接相關了。有人說洋樂好，精緻，愛到連歌詞都愛得要死，可是我很懷疑，拿 Blur 來說，有人可以完全看懂他們在寫什麼嗎？就算你看得懂，聽他碎碎唸倫敦的哪一座橋，連那橋有什麼重要都看不出來，聽他歌頌那橋如何如何，真的那麼有趣嗎？沒去過倫敦你怎麼知道你會不會和他有同感？又怎麼知道他歌詞寫得好不好？還不如聽 1976 的咖啡不加糖，至少每個台人都去過台灣的咖啡店，都知道人們都聚在那些地方幹些什麼，或是聽聽壞女兒的少女情懷，你知道有那種心情的女孩子可能就住你家隔壁！

就文化的角度來看，台樂應該更容易被理解，更容易感動，那是必然的。但是我們卻很容易可以發現各式各樣的論調，站在一種鼓勵的心態，支持台灣的樂團創作；同時卻又拿洋樂和台樂比較，覺得台樂不夠「原創」，「技術」不夠成熟。原創和技術，簡直就成了台樂的原罪，如果要說原創的話，搖滾樂本來就是美國人發明的，幹嘛要鼓勵台灣人「從事美國流行音樂創作」，卻又同時嫌他們「不像洋團那麼強」？（本來就沒那麼強啊！）立場矛盾，用力地「糊里糊塗朦過去」，我覺得不如乾脆一點，反對台灣人玩搖滾樂，或是想做音樂的就自己去發明新的

樂器好了…。

…台樂，一直處於不被了解的狀態，久而久之，面對怪異的評論，當然也會覺得樂評不夠「原創」，總是借用聆聽洋樂的心得看待台團，缺乏理解的責任感和耐心…(KK，2003)。

KK 所謂的「怪異的評論」，指的是某些音樂評論聲稱可以體會美國、英國、北歐等西洋音樂所帶來的感動，但是卻反而對以中文、閩南語、客家話等在地語言創作的本地音樂頻頻誤解，以一己的憑空臆測進行評論，完全沒有實際生產面向的根據：

音樂本來不只是唱片！但是現在看來，唱片本卻足以成為專門評論的對象，因為如此，所以看到所謂的樂評，其實都是唱片評論，評論者有時不明所以，就冒冒失失地原諒創作者在錄音方面未能掌握得當，（特別是對台團，因為每個人都很清楚台灣的樂團環境和英美日相較之下，有技術、觀念、經驗普遍不足的現象，再三強調這個事實！！）或許出於愛惜之心，有時卻不倫不類，想要呈現 LO-FI 或走音，卻被當成無心之過（或是出於樂團的「能力不足」！），教人情何以堪？創作者的想法似乎不那麼重要，錄音師的閃失或稱職，反而成了定奪一張專輯成功與否的重要條件，更糟糕的是，一切的帳還是算在樂團頭上，作為一個唱片評論者，竟然偉大到可以替創作者修正錯誤，甚至用一張唱片為根據，莊嚴地宣判樂團的創作才華是否充足！事實上，在這種音樂最小化的狀態下，人人都是樂評，誰的觀點一點都不重要，反正一人一套觀點(KK，2003)。

雖然說寫音樂評論這件事本身就涉及絕對主觀的價值判斷(喜歡/不喜歡)(何東洪：2000：17；楊久穎，2000：39)，但是忽略台灣的音樂生產脈絡，卻又以國外的製作水準來要求國內音樂創作者，就有失做為音樂評論者的基本責任。在本質上，國外的生產條件本來就與國內不同，又如何要求國內的音樂創作者在生產

條件遠遜於西方的情況下生產出品質上和西方音樂齊等的作品？造成音樂評論者重西方輕本地的原因在於評論者本身在看待音樂作品時，一概以齊頭式的標準進行評論；另一方面，也源自於對台灣音樂文化生產脈絡的不理解，許多在報章媒體上撰寫台灣樂團評論的文字工作者甚至很少看台灣樂團的表演，連表演都很少看了，遑論對其評論對象的生產條件有何認識。

Simon Frith 在 *Performing Rite* 一書中提到，如果我們承認流行音樂脫離不了商品產製環節上的行事運作，那麼，做為樂評者，就必須至少反應出三個部分：(1)創作者及表演，即如何和別人一起玩、錄音樂，如何和他人把音樂玩好、錄好。(2)音樂製作人，這裡的製作人是廣泛指音樂商品化的過程，也就是音樂工業不想為外人知的部分。(3)消費者/樂迷，這裡著重的是音樂的社會溝通功能與意義(Frith, 1996: 47-74; 何東洪, 2000: 19-20)。

易言之，美學上的「創新」固然是普遍認可的進步態度，但美學上的批評無法脫離作品生產的脈絡，生產脈絡的差異會展現在美學的表現上，產生各種不同情境下的美學形貌。如果我們一味地以西方音樂工業最頂尖的製作水準與錄音品質做為一切評論的標準，那無疑是緣木求魚，因為一旦真的如此，台灣大部分的音樂作品都會顯得一文不值。但事實並非如此，台灣的音樂作品之所以令人感動，在於這些音樂作品觸及一些深刻而動人的在地情感與生活經驗，這種感動屬於台灣文化獨有，具有其他國家的音樂作品無法取代的珍貴價值，即使台灣的音樂製作環境、製作水準無法達到西方頂尖的程度，這種珍貴的文化價值也不應被抹滅。當然我們不能否認製作上的水準具有相當的重要性，但具有進步意識的音樂欣賞姿態應該是同著眼於文本、生產脈絡與社會意義這三方面，如此才能聽出許多進步音樂在「好聽」之餘的絃外之音。

二、意識型態上的「進步性」

流行音樂一向都是意識型態的產物，無論是消費主義、偶像崇拜或是基進反叛、體制衝撞，都無法脫離意識型態的運作。理解到這點後，接下來必須問的是，

什麼樣的意識型態更具有進步意義，正如 Ian Chambers 提出的問題：

…在文化、社會及其產品的意識型態裡，一個主要問題是：如果我們都不可避免地身陷於意識型態之中，也就是某種論述的主體(subject of a discourse)並將永遠無法逃脫的話，那麼我們有關意識型態建構之知識能為什麼目的服務呢？一旦我們診斷出我們自己身處的狀況，我們又能如何改變它呢？(Chambers, 1986: 211-12; 轉引自 Garofalo, 1993: 47)

在文化意涵的面向，搖滾樂的意識型態提供了流行音樂有關進步意識的養分，1960 年代音樂、青年文化與社會反抗的有機結合已經成為搖滾精神的原鄉與典範，隨著時代的變遷，搖滾樂精神不停在轉變其呈現的面貌，或許在表現的形式上已和以往大不相同，但總有些基本的價值是維持不變的。在今日的台灣政治、社會、文化環境下，顯然我們不能再僵化地固守教條式的搖滾精神，因為那並不一定符合當前的情勢，因此，進步便意味著我們必須發展出符合當前情境的意識型態，以流行音樂的影響力帶動民眾的覺醒與社會參與，為社會正義的目的服務。關於意識型態上的進步性，可以就兩個部分來討論：

(1)政治性

這裡的「政治性」，指涉的是關於反威權、社會批判、體制反叛、正義和平、社會改革等概念的一切，並非單純只限於政治立場(反對或支持某位政治人物)。關於音樂政治性的討論，張鐵志在其著作《聲音與憤怒—搖滾樂可能改變世界嗎？》中有詳細剖析與實例討論，在此不多贅述。值得注意的是，張鐵志書中提到的例子多為國外的例子，國內部份，僅在自序中提到觀子音樂坑、交工樂隊、黑手那卡西、飛魚雲豹音樂工團、《勞工搖籃曲》、《美麗之島人之島》，描述篇幅不多(張鐵志：2004：25-6)。當然我們了解張鐵志的著作本來就著重在國外例子的討論，然而這也同時使我們注意到一點，台灣流行音樂在社會實踐上的嚐試與努力實在少得可憐，台灣樂團數量已達數百之譜，以音樂作為介入社會實踐者卻

屈指可數，造成這種情況的原因，除了先天上台灣本來就缺乏搖滾樂文化的土壤之外，音樂創作者缺乏社會意識才是更重要的主因(吳逸駿，2004：本研究訪談)，直到如今，大多數的音樂創作者仍認為音樂創作做為一種藝術形式的表現，可以超脫於政治與社會範疇之外⁵³，卻沒有發現在每個人的日常生活中，政治運作的鑿痕無所不在。

在台灣，關於將政治、社會議題帶入音樂中的實例，除了前述的部分外，還有近年來頗受爭議的「Say Yes To Taiwan 反中國併吞演唱會」，閃靈主唱，也是全國搖滾聯盟(TRA)的負責人 Freddy 提到：

「野台開唱」之外，TRA 每年還舉辦「Say Yes To Taiwan」演唱會，希望國外「以搖滾樂關注公共議題」的傳統置放到台灣。搖滾樂和公共議題是分不開的，搖滾樂手對社會進行批判，姑且不論對錯，搖滾樂從來都是充滿意識型態。過去台灣人對公共的政治議題傾向避而不談，讓搖滾樂的發展顯得非常奇怪；大家聽的西方音樂都和政治有關，但自己寫的東西卻不痛不癢；老師管太多就罵老師，警察開罰單就罵警察，這就是台灣樂團的公共議題視野，全然沒有更宏觀的人生哲學。我自己非常關注國家認同議題，所以以它為中心做了「Say Yes To Taiwan」演唱會，我倒不是要大家在這個議題上支持我的觀點，只是希望看見有人透過參與演唱會開始思考這個議題，並且把自己的想法表達出來，開展獨立音樂人對公共議題的參與度(Freddy，毛雅芬採訪，2004：47)。

Freddy 這樣大膽的舉動當然馬上招致諸多批評，大部分批評都認為反中國併吞演唱會同時也「併吞」了參與樂團的主體性，參加演唱反而淪為一種對台獨教條信仰的政治輸誠，活動本身也缺乏議題操作的基進作為，只有激情的口號式吶喊(丘德真，2001；黃孫權，2001；阿抓，2001)。

⁵³ 最常聽到的陳腔濫調：「音樂歸音樂、政治歸政治」。

對於國族認同與民族主義的爭議，本文在此存而不論，以國族認同作為音樂動員主題所帶來的爭議可想而知。雖然 Freddy 與批評者在議題上的視野與看法不同，但他們都提到一個值得注意的事實，就是台灣樂團在創作或行動上的格局往往過於狹小，導致了音樂文化上停滯不前，甚至有後退的跡象：

台灣地下樂團在意識型態與音樂作品所呈現的「搖滾遲滯」(rock'n'roll lag) 現象，與 raver 所展示的歡樂與無教條式集結的對比是明顯的。…前者百分之八十仍在喃喃自語，音樂創作與意識型態少有進步；而後者則在國際知名 DJ 商業 club 和藥物的污名化下，持續一場場 DIY 式的空間佔領的歡樂集結(黃孫權，2001)。

對此音樂社會學者何東洪也提出了類似的看法：

…台灣地下創作樂團，近兩年來也呈發展停滯狀態，80%以上的創作歌詞不出個人情感的圈套，如果沒有多那麼一點深刻的反省，地下樂團也是賣 CD 憑什麼說與流行樂團有異？獨立樂團既然選擇創作路線，就是選擇辛苦的自我進步，除音樂技巧外也要深刻地平等對待生活所有經驗，撥弄吉他為女朋友跑掉悽悽慘慘，哪一天沒錢待業，抒發的深度又如何？自由意志選擇，樂團思想及生活脫離民眾，音樂為真實的聽眾表演，虛無的蒸發汗水，誰在那裡唱著自己的歌？不管樂團如何定位自我，「實在的做音樂」不就這麼簡單，只是很難做到的簡單(何東洪訪談，林倩如採訪，2001)。

擱置國族認同的複雜問題不談，「Say Yes To Taiwan 反中國併吞演唱會」的出發點仍然是音樂創作者的公共參與，即使有人不認同活動議題，但似乎也不應全然抹除 TRA 在這方面的努力。我們只能說，「Say Yes To Taiwan 演唱會」只是眾多音樂社會實踐的可能性之一，Freddy 與閃靈樂團在這方面的確展現了本土關懷的意識，較令人擔心的是其他參與樂團是否對於活動議題有深入了解，參與

樂團是否發自內心支持活動議題？還是他們只想在那樣的場合裡「讓更多人聽到他們的音樂」⁵⁴？

國族認同之外，還有更多音樂介入社會空間的可能性，反戰、勞工問題、媒體改革、人權平等、反全球化、弱勢族群問題、反過度的消費主義等，眾多的議題等著音樂人去開展與行動，端看其自身作為。

(2)真誠性/原真性

我們在第二章第四節有提到，狹隘的「原真性」論述會將商業化與「虛偽」、「腐化」畫上等號，但事實並非如此，正如本文不斷強調的，音樂文化的生產無法完全脫離商業運作，就這方面來講，「主流」和「獨立」並有什麼差別。所謂的「真誠」，涵蓋了樂手的創作動機到樂迷的溝通與詮釋過程的誠懇與真實性，真誠性的問題，不只是創作上的問題，也是倫理的問題，是我們關聯音樂與世界的判準之一，也是使得樂迷依著他們的社會感受來接受喜愛音樂的判準，因此，真誠性不再是和商業對立(何東洪，2000：20)。

對此何東洪指出，「美學上，好的音樂不必然等同於做對的事，樂迷也不一定受制於音樂文本，搖滾樂手不必然在音樂上有明顯的社會及政治意圖，但作為公民，他們的音樂表演以及個人魅力是可以作為觸媒，號召情感轉為政治行動的，英國「酷玩」樂團(Coldplay)雖然專唱動人的舒緩情歌，卻同時也是反全球化的鼓吹者。流行音樂做為商品與歌手的社會參與之間，不必然存在矛盾；而成名、大賣的歌手不必然會出賣(selling out)音樂的真誠性。」(何東洪，2004a：19)⁵⁵。

由此來看，Simon Frith 所說的「搖滾樂者意識型態最根本的矛盾與衝突」(商業與真誠性/藝術性的糾葛)(Frith，1993：306)不再是無解的問題，我們甚至不必

⁵⁴ 2003 年的「Say Yes To Taiwan 演唱會」上筆者就親眼目睹這樣的例子。當主持人豬頭皮詢問表演樂團「不正仔」是否支持台灣獨立的時候，「不正仔」主唱回答「那是他(豬頭皮)說的，我沒說喔！…我們只是想讓更多人聽到我們的音樂」。對於一個樂團而言，參與活動前就應確立自己的立場，如果不支持活動議題，就應該直接拒絕主辦單位的邀請，而非偽善地參與了活動，卻又否認支持活動的主題。這樣的行為，對樂團本身的能動性以及主辦單位而言都是一種傷害。

⁵⁵ 引自何東洪為張鐵志新書的導讀〈憤怒之聲：Louder Than Bomb?〉。

將其視為最關鍵的問題，因為商業和真誠/美學/社會行動是可以兼容並存的。我們所談的真誠，在於創作者接受音樂本身就是一種商品的這個事實，並且思考在這樣的前提下自己能發揮什麼樣的影響力，或是為了商業以外的什麼目的而服務。所謂的真誠，「有時真的只需要一把吉他，一支小喇叭，就遠勝過千萬遍政治論述與宣傳，更無須耗資千萬、光鮮亮麗的舞台與凝視肉體慾望的勾引」（何東洪，2004b），而所謂的偽善，則讓我們「在『巨星體制』的運作中，讓我們嗅到了投機主義下的銅臭味，以及巨星們的利用與消耗。」（何東洪，2004b）：

樂手經常高喊「獨立自主的創作精神」，卻又委身於大唱片公司，所以經常被認定為「偽善」。事實上，「偽善之處不是『賣』給唱片公司，而是否認自己參與一個本質上是商業的事業」（Gracyk，1996：190）。商業化與創作的泉源兩者不必然對立，而社會參與與做為商業的歌手也不必然矛盾。就此把音樂與社會參與兩者關係切斷，宣稱「音樂歸音樂」的純美學活動，不是無知就是保守。音樂是意識型態的產物，還有什麼比宣稱「回歸音樂本身」，對於政治與社會不理不睬的態度更清楚說明此論調本身就是意識型態的產物（何東洪，2004a：19）。

我們應避免將「商業化」和「偽善」、「失去真誠性」畫上等號，因為流行音樂工業中的問題，並不是簡單的「經濟對文化的入侵」，而流行音樂工業對創作者、音樂生產者的影響也從來不是如許多人批評的「完全扼殺創造力」、「藝術家完全成了資本家的附庸」（張維元，2003：97）。真正的問題或許在於，流行音樂工業在商業獲利的壓力下「過度快速」地取用現有的文化元素，而未能真正取得「反思的距離」（Idid：97）。張維元指出，資本主義在流行音樂生產中的一大特質，在於對搖滾樂革命精神的利用，資本主義下的流行音樂工業用「反對它自己」、「反(資本主義)霸權」的文化論述進行增值（Idid：98）。張維元認為我們無須對流行音樂工業體制下的反霸權文本寄予厚望，因為資本主義文化工業「根本不管這個」，它只是在單一獲利的驅力下，快速連結出多樣的文本與文化風格，甚

至也給予生產的行動者一定程度的自主性與想像空間，因此他認為「搖滾樂訴諸革命」可能不是真的(Idid：98)。

誠然，資本主義文化工業只在乎哪些文本能夠為其增值，根本不在乎文本是否真正具有反抗或革命的意識，而搖滾樂改變世界的革命理想也離我們太遙遠。但是不要忘了，無論在商業化或理想化的文化生產環境中，既然音樂生產者都具有一定程度的自主性與想像空間，那麼生產者本身的行動與作為才是最重要的關鍵。為了增值，音樂工業無可避免地必須挪用反霸權的文化元素，而這正是有為者(對象狀不滿而渴求改變的文化生產者)介入的空間，既然資本主義可以挪用反霸權的論述，那麼文化生產者也有機會可以在不被收編的前提下對現有的結構進行滲透與介入，逐步進行改變。我們可以設想一種狀況，在音樂生產者與音樂工業的合謀關係中，不管音樂生產者所生產的文本是否具有反霸權意識，只要音樂生產者所生產的文本對音樂工業來講是「非常賣錢」的，音樂工業似乎不太會在意音樂生產者在替公司賺錢之外做了些什麼。The Clash、Rage Against The Machine、Coldplay、U2、Asia Dub Foundation、Sheryl Crow 等音樂創作者都在商業上獲得極高的成就，但這並不影響他們在社會參與上的自由意志，他們依然積極遊走於各種反戰、反種族歧視、反全球化、反媒體壟斷的社運場合，他們並不否認靠音樂賺錢的事實，因為那是他們的職業，但在音樂事業之外的社會參與，他們當仁不讓，而這些音樂人的高知名度也的確發揮了相當大的影響力。當然我們必須承認且並不是每一個文化生產者都有進入音樂文化工業體制內的條件與機會，但是如果有條件進入音樂工業的體制，並且又能夠維持清醒的思考與獨立的行動，那對環境來講就是一個改變的機會。

第五節 讓進步性浮現的生產條件

現在我們可以綜合本章的討論梳理出讓音樂文化進步性浮現的生產條件，主要可分為內部與外部的兩種條件。

一、內在生產條件(創作者部分)：對自身處境的認識與覺醒

雖然說台灣的流行音樂長久以來受到西方文化的影響，但台灣的音樂環境無論在政治、社會、文化背景，或是音樂的生產條件上，都和西方大不相同，如果台灣的音樂創作者沒有體認到自身所處的現實狀況，仍舊抱著「我要和國外的…一樣」的心態在做音樂，是無法提升自身音樂文化的深度與在地意義的。美學上、意識型態上，我們都可以借鏡西方的優點與精神，然而一旦將西方文化的元素帶入台灣的文化情境，創作者就必須思考如何在台灣(通常是有限)的文化生產條件之下，讓西方音樂的形式發展出能夠讓台灣的樂迷理解與感動的在地經驗，進而形成一種音樂與聽者間的有機互動，而這些都必須有賴創作者對於自身文化生產環境的深刻認識。

另外在台灣極度商業娛樂主導的音樂生產環境中(事實上全世界都一樣)，只有最具市場性的作品才能受到大型唱片公司的「眷顧」。然而就進步性的角度來看，如果創作者追求的是多元發聲的境界，事實上並不需要對以商業娛樂為運作邏輯的大型唱片公司有任何期待。希望能夠發出屬於自己的聲音，創作之外，更應該努力建構屬於自己(有別於過度的商業娛樂)的生產環境，而不是等著唱片公司來找你發片：

…他們不會做一些不切實際的「搖滾夢」，以為只要努力就會有成為明星的一天；因此，這樣的樂團很努力，他們也把對於「現實」環境的認識化作自己的「理想」，不需要在意別人的看法，只要努力做自己就夠了。…這樣的樂團可貴之處在於，他們才是能夠改變自己命運與環境的推手，自己接表演，自己想辦法錄音、發唱片、做宣傳等等，而不是在那邊等待別人的發掘。如果台灣有一百個樂團都有獨立精神，都在做一些本來就該自己做的事，一年就有一百個樂團的音樂專輯或是MP3在流通，這樣的環境不會改變嗎？(小白兔編輯，2003)。

如果覺得台灣的音樂文化和創作環境還有許多進步的空間，就應該在美學上、創作態度上發展出獨立自主的態度，並且身體力行，文化的滲透力是透過一點一滴的方式累積成形的，當創作者開始進行改變行動的一刻，就是文化進步開始啓動的時候。

二、外在生產條件(生存條件)

這裡指的生產條件，不一定只限於對創作者的經費補助。雖然具主動性的文化生產者本身就具有自給自足的能力，但外在的文化生產條件仍然會直接影響到文化生產者的生存問題，而更寬廣的外在生產條件也確實更能夠開展文化進步的空間，因此就進步音樂文化的觀點而言，更積極的做法應該是提供文化生產者易得性更高的生產工具、更寬廣的發表與展演空間，以及更多元的媒體管道。而政府在此扮演了一個重要的角色，因為這不僅攸關著政府念茲在茲的「文化創意產業」、「文化立國」的政策理念，更重要的，這關係著台灣文化主體性的展現。政府只要能解決結構上商業娛樂工業對進步文化發展的壓抑與限制，提供一個能夠讓文化生產者沒有包袱的創作空間，進步的文化自然能夠有機地在那樣的空間裡逐漸發展成形，關於音樂文化政策的討論，也是本文第四章的重點。

第四章 國家與音樂文化

上一章曾提到，在音樂生產的環境中，資本主義仍然居於優勢，藉著不斷快速挪用新興文化的元素，流行音樂工業得以持續不墜。雖然在這樣的音樂生產環境中，仍然有許多可以介入改變的空隙以及文化進步的可能性，但資本力量仍然具有最終的決定性優勢，反映在音樂文化面貌上的，是缺乏商業娛樂價值的音樂在生存與發展上受到結構性的限制。基於政府「文化立國」的政策以及鼓勵本地文化藝術多元發展的概念，國家應當以政策積極介入，提供進步文化的外在生產條件，以平衡過度單一化的音樂文化面貌。

本章將先探討國家在音樂文化中扮演的角色，並且回顧台灣音樂文化發展過程中國家角色的轉變，最後提出音樂文化政策的在台灣情境下其他可行的發展方向。

第一節 國家在音樂文化中扮演的角色

英國學者 Martin Cloonan 指出，晚近的流行音樂研究逐漸往兩種類型發展，一種將研究層次放在國內，試圖勾勒出在地的音樂景況(local music scene)；另一種則是放眼全球，試圖描述音樂文化的全球化(globalization)過程(Cloonan, 1999: 193)。但兩種研究類型都有逐漸忽略國家角色的傾向，Cloonan 認為國家仍持續在音樂文化發展的過程中扮演重要的角色，因為國家是在某一法定領土內唯一具有權力的政策施行者(Ibid: 193)，因此國家對音樂文化的影響力不容忽視。

Simon Frith 認為全球化與在地化已經相互纏繞糾結在一起，當家家戶戶都得

以輕易地進入全球媒體的資訊流時，國家層次的討論不再重要(Frith，1993：23；轉引自 Cloonan，1999：193)。Ross Harley 也認為在當代音樂世界中，國家疆界對音樂文化發展的影響不大(Harley，1993：225；轉引自 Cloonan，1999：193)。對此 Martin Cloonan 抱持著與 Simon Frith 或 Ross Harley 不同的看法，他認為即便在某地的人們可以感受或享受到幾千哩遠以外的音樂影響力，但在某種程度上仍可能受到一些外在條件上的限制，而國家正是一個最主要的外在限制(Cloonan，1999：194)。

爲了進一步證明國家對音樂文化的影響力與重要性，Martin Cloonan 具體指出國家至少在以下的幾個方面扮演了重要的角色(Ibid：194-203)：

一、廣電(Broadcasting)

雖然國家對廣播的干預已經逐漸退出，但廣播電波屬稀有公共資源，因此國家不應完全放棄對廣播的管制權。政策上，只有少數國家認為國內不需要公共廣播制度，即使像美國這樣公共廣播服務較爲弱勢的國家，也會透過聯邦傳播委員會(Federal Communication Commission)來對商業電台進行管制。

在討論到廣播服務制度如何制定的時候，大部分的爭論都在於如何在私人商業與公共服務間取得平衡，很少學者會直接主張全面去管制(deregulation)。在這方面的討論中，流行音樂是比較少被注意到的面向，但國家在這方面的確需要在政策上有所施爲。

英國國家廣播協會廣播一台(BBC Radio 1)或許是最好的例子，1996年英國樂團 Status Quo 控告 Radio 1 拒絕播放他們樂團的暢銷單曲” Fun, Fun, Fun” ，後來法庭審判 Status Quo 敗訴。從這起訴訟的例子可以看到國家廣播機構在音樂文化中所應扮演的角色，到底怎樣的公共廣播服務才是最完善的？Status Quo 的律師認為，Radio 1 應該多播放一些現在最流行的音樂，比如像” Fun, Fun, Fun” 這樣的暢銷排行榜單曲；但是 Radio 1 宣稱基於國家廣播協會的組織信念，他們的工作是推廣更多的新興音樂，而非僅僅反映出暢銷排行上的現狀。

Radio 1 同時也扮演了英國文化推手的角色，將本地的音樂文化特色推向國際舞台；在這方面，最為人稱道與肯定的應該是 Radio 1 對英式搖滾(Britpop)的大力推廣，讓英式搖滾在國際流行音樂的舞台上成為獨樹一格的樂風。Radio 1 特別強調在地文化的特色與價值，期許自己能夠提供新興樂團發聲的機會。這樣的經營政策，讓 Radio 1 的風格更為獨特，和其他大量依靠暢銷排行榜作為節目參考的商業電台比起來，Radio 1 播放的音樂風格更多元也更新奇。

限制電台播放外來音樂的比例是國家介入的另一種方式，如此一來能夠保障國內音樂創作發表的空間，姑且不論惱人的「國內音樂」如何認定，對許多小國來說，這樣的文化保護政策是必要的。紐西蘭、法國、澳洲、加拿大、坦尚尼亞、以色列、肯亞、千里達、牙買加等國都有類似的保護政策(Grenier, 1993; Turner, 1993; Malm & Wallis, 1992; 轉引自 Cloonan, 1999: 197-196)，相較於 BBC 將國內音樂推向國際舞台，這種保護政策發揮的影響力主要是對內性的。

在電視方面，土耳其政府曾經禁止 MTV 台在其境內播放。不過土耳其政府另有考量，他們擔心一旦 MTV 台的節目在土耳其播出後，庫德族(Kurdish)的廣播電視也會跟進。相較於土耳其政府的抵制措施，瑞典政府則是直接在國營電視台規劃一個專門播放瑞典流行音樂錄影帶的電視節目，不讓 MTV 台專美於前。

二、檢查制度(Censorship)

音樂的檢查制度和媒體內容的控制相關，音樂唱片、音樂錄影帶被禁播的例子在各國屢見不鮮，同樣的音樂，在不同國家有不同的遭遇，但各國的政府都會基於各種不同理由禁播某些音樂。隨著各國國情不同，對「猥褻」(obscene)的定義各異，在各種管制政策以及社會文化的層面都可以發現檢查制度的存在。

檢查制度顯示了國家對於外來音樂的入境控制仍然相當關切，有些國家基於風俗上的考量，有些則基於宗教上的顧忌，禁止一些藝人或樂團在其國家境內演出。Steve Jones 指出，美國對外來音樂的進入限制則是基於經濟上的目的。透過限制批准外來樂團在其境內表演的數量，美國的保護政策有效地嘉惠了本國的音

樂工作者(Jones, 1993; Ibid: 197)。還有些更誇張的例子，比如英國國家安全情治單位長期曾經監視約翰藍儂(John Lennon)、性手槍樂團(Sex Pistol)、UB40 等音樂工作者。即使有些國家准許外來音樂工作者入境演出，這些音樂工作者在舞台上的言行仍然受到嚴格控管。

在民主程度較西方先進國家低的資本主義國家，比如南非、土耳其和阿根廷，檢查制度所管轄的範圍為更廣，管制的手段也較極端，比如以催淚瓦斯驅散樂迷、逮捕他們，或是直接向表演場地施壓要求他們不要接官方不願意看到的演出活動(Vila, 1992: 214; Ibid: 197)。管制手段最極端的應該是前共產集團裡的那些國家，透過演出許可的批准制度，這些政府可以一手掌控國內的音樂工作者，在嚴格的檢查制度底下，音樂創作企圖尋找出路，因此造就了許多富含雙關意義的歌曲。

雖然隨著媒體科技的進步，全球資訊的流通與取得已經更加快速與便利，但現場音樂表演(live music)仍然必須受到國家的管制。況且國際的現況是，只要有一方倡議國際貿易的自由流通，就會有另一方會採取保護主義。國家在這方面依然扮演重要的角色。

三、法律與著作權(Law and Copyright)

一個國家的法律系統會影響到國內的音樂文化發展。Paul Rutton(1993: 43; Ibid: 199)認為對流行音樂來講，國家最重要的角色應該在於對文化與經濟活動的管制，而著作權法的制定又是其中影響最大的關鍵。在某些第三世界國家中，音樂被視為是一種集體性的情緒表達方式，因此人們並不覺得音樂是一種私人財產，這也使得著作權法的落實在某些國家裡顯得特別困難。雖然西方國家正在協調著作權法的相關規定與實行，但世界上許多其他非西方國家在實行著作權法上不停遭遇到困難。在經濟上，政府對於著作權問題的解決能力也影響著外資進入的意願，在這部分，國家的決策仍然影響著音樂產業的發展。

四、文化政策(Cultural Policy)

文化政策的制定通常關乎著國家希望介入市場的程度，有些政府認為有必要致力推廣國內的文化產品。在澳洲，有國定的「音樂日」(Music Day)，尼加拉瓜的桑地諾(Sandinista)政府則視當地的音樂為國家級資產。

許多國家在政策上都有保障在地文化存續的傳統，但對於所謂「高級文化」的補助總是多於流行文化。以英國每年補助的藝術創作為例，百分之八十的人口從來沒去欣賞過這些藝術作品，有欣賞這些政府悉心栽培的藝術的人只佔人口的百分之三。或許最大的問題在於如何界定藝術、文化、音樂的「高級」(high)或「流行」(pop)(Shuker, 71; Ibid: 200)。Simon Frith 認為，平心而論，BBC Radio 1 在某種程度上已經間接幫助了許多英國本地流行音樂的發展(Frith, 1993: 14)，但 Martin Cloonan 卻認為這樣的間接幫助是不夠的(Cloonan, 1999: 200)。

1994 年一個名為 Main Music Agenda 的組織成立，主要目的在於展現英國音樂文化的多元面貌，並且抗議國家忽視交響樂團與倫敦歌劇公司(London Opera Companies)以外的音樂文化。這項抗爭在 1998 年獲得一些回應，勞工黨政府宣布英國文化、媒體與運動部(Department of Culture, Media and Sport)將成立一個新的委員會重新討論音樂工業的相關議題。

一些較重視文化政策的國家都有規劃刺激國內音樂生產的機制，在荷蘭，政府將百分之十五的空白錄音帶稅收挪為協助在地音樂發展之用，而荷蘭搖滾聯盟(Dutch Rock Federation)從 1975 年開始也持續從荷蘭中央政府獲得藝術補助(Rutten, 1993: 48)。這些資金通常被用來栽培有心發展本地文化的人才，以避免本國文化被美國流行文化工業攻陷。每個國家的文化政策和對國際現狀的反應都不一樣，有些認為必須以本地音樂立國；有些則全然忽視本地文化，毫無文化政策可言。

文化以外的政策也會影響音樂文化的發展，英國的藝術學校的人文土壤在 1960 年代曾經造就了許多經典搖滾樂團，如今藝術學校的式微也會造成一些影響。另外稅收政策也很重要，美國流行歌手 Michael Jackson 曾經說他再也不會去

德國巡迴演出，原因是德國對他徵收的稅率太高了。

五、認同(identity)

國族認同無疑是最成功的意識形態操作，人們建立或重建國家的欲望歷久不衰。雖然有論者認為在今天文化快速融合的全球社會中，我們已經很難認定哪一種音樂就是代表哪一個國家，但是古典音樂和民俗音樂(folk music)依然在國族認同的建構上扮演重要角色，也有論者認為人們還是可以透過流行音樂來表達對於自己國家的情感。

1994年崛起的「英式搖滾」(Britpop)是一個有趣的例子，從這個名詞的字面上我們就可以看出它屬於哪一個國家的文化產物。就某個層面來講，這個名詞不過是一種行銷術語，或是記者刻意創造出來的一種音樂場景(而實際上並不存在)；但另一方面，諸多對「英式搖滾」的辯論也顯示出音樂依然被視為是一種建構國族認同的手段。在英式搖滾的例子中，英國的再現是建立在異性戀男性白人搖滾樂手的形象上，有些論述還認為某些音樂反映了英國精神與英國性(Englishness)。比如麂皮樂團(Suede)的第一張專輯就被描述成英國文化的經典；The Smith 樂團的靈魂人物 Morrissey 被認為深具英國觀點的世界觀；The Smith 樂團也常常被人和某種英國性聯想在一起。英式搖滾在 1995 年被認為已經式微了(Sweeting, 1995；轉引自 Cloonan, 1999：202)，但這並不影響政治人物為了某些政治目的繼續使用這個名詞。

像英國這樣的例子在國際上也不少。在南斯拉夫，龐克搖滾(punk rock)幾乎就是國家的代名詞，甚至還在戰爭中派上用場，一方面頌揚愛國意識，一方面詆毀敵人。澳洲的貿易協會認為政府應該積極干預流行音樂產業的發展，以維持國家認同(Breen, 1993：70)。在法國，支持限制外來音樂播放比例者也認為這樣的作法有助於維持國家認同(Sage, 1996；轉引自 Cloonan, 1999：202)。

Simon Frith 認為，國家認同並不是一個具體存在的實體，而是一種形構過程，這樣過程不是由內而外產生的，而是由外在的力量建構而成的，以音樂為例，

大部分的時候，國族認同的意識都是評論者強加在音樂創作者身上的，但仍有論者認為在建構國家認同的過程中，音樂創作者扮演著重要的角色。但無論如何，在國族認同的建構過程中，音樂的重要性是不容否認的。

根據以上的觀察，Martin Cloonan 歸納出國家與流行音樂之間的三種關係 (Cloonan, 1999: 203-204)：

1.極權主義式的關係(authoritarian)：如前蘇聯共產主義集團，這些國家對於錄音、執照審核、音樂創作者/表演者和外來音樂的進入都有嚴格的控制。政府當局對於所有的文化產品的檢查制度都相當嚴厲與敏感，這種做法或許會被視為不合時宜的，但阿爾及利亞、中國、埃及、伊朗、阿富汗仍然維持嚴格控管，這種情況是否會繼續維持下去目前不得而知，不過短期之內不太可能有所鬆綁。

2.良性的關係(benign)：以英國最具代表性。政府對於現場演出的音樂仍有管制，但一般來講都讓流行音樂在市場上保持自由發展的狀態，對於本國音樂則有間接的補助措施(如公共廣播制度)。檢查制度仍然存在，但是針對的對象是一些「猥褻」或不當的內容，這部分由廣電相關法規負責。國家的角色比較像是市場上相互競爭利益之間的調節者與仲裁者(referee)，而非控制者或推銷者。平常的時候，政府都不會干預音樂工業的運作，但會從它們的商業收入課徵賦稅，一旦有音樂相關的突發事件⁵⁶出現，政府才會出面管制。

3.推廣式的關係(promotional)：流行音樂被視為一種國家資產，政府特別擔心國內的音樂文化會全面被英美音樂吞沒與佔據，因此會制定許多因應政策，比如外來音樂在媒體上播出的比例上限，更積極一點的，還會擬定扶植本地音樂文化的措

⁵⁶ 比如銳舞者(raver)的街頭游擊派對，攻佔街頭做為舉行電音派對的場地，為了防止警察的取締，通常活動的策劃過程都很神秘，只有在派對開始前的幾個小時參加者才會知道地點。詳細內容請參考 Matthew Collin 描述銳舞與快樂丸文化的專書” Alterd State” 第三章(中譯《迷幻異域》，商周出版)。

施。這類的代表性國家有法國、荷蘭、加拿大。

Martin Cloonan 指出有些國家可能介於上述三種類型間的模糊地帶，比如大部分的極權主義國家都會致力推廣本國音樂(介於第一種和第三種之間)。他認為對音樂創作者而言，對他們最有利，也最值得他們關注的應該是推廣式的音樂政策，但是這種政策在執行上仍有許多問題有待解決。他認為國家角色最關鍵的重要性在於，當許多樂迷、音樂創作者、音樂研究者、以及草根音樂文化支持者面對跨國集團而感到無能為力之時，國家具有介入、干預與改變的潛在能力(Ibid：204)。

雖然周旋於本地文化保護與各種商業資本間的事實讓人感到國家角色的矛盾，但是許多國家仍極力維持介入的權力並且幫助本地的音樂創作者，讓更多的民眾能夠接觸到他們的音樂。支持本地音樂產品與本地音樂創作者並不代表著全然鄙棄其他國家的文化，國家協助本地音樂文化的發展是一種對市場邏輯的抵抗，並不是在灌輸仇外或是反動保守的思想(Ibid：204)。

因此，國家以政策介入促成結構性的改變是必要的，英國 BBC 就是最好的例子，一個獨立自主的國家級公營廣播網有助於推廣一些專屬於本國特色的音樂，英國本國的廣電政策間接促成了英式搖滾的崛起，但其影響卻是國際性的。透過良善與完整的音樂文化政策，讓一些音樂工業不感興趣的音樂有更多的發展機會，也確保了國內音樂文化面貌的多元性。廣電媒體全面的鬆綁(deregulation)只會讓國內充斥更多相同類型的音樂，BBC Radio 1 的例子顯示了其電台提供了遠比市場上更多元的音樂內容；雖然像在美國這樣管制較少的國家裡，電台數目也非常多，但是幾乎每一個電台都只是一味地迎合市場需求，沒有一個在節目內容上能夠達到像 Radio 1 這樣廣納百川的水準。同時，國家對於音樂創作者的補助也能鼓勵音樂文化發展的多元性，比如透過像英國藝術評議會(Art Council)或美國文藝基金會(National Endowment for The Art)這樣的官方組織協助音樂創作者出版作品(Ibid：204-205)。

國家介入的重點在於活絡本地音樂文化，讓音樂活動有更多、更寬廣的可能性，在結構上，如果沒有國家適時地介入，我們很難想像這樣的理想會實現。在政策上與文化認同方面，國家角色仍然是重要的關鍵，一個國家看待音樂文化的態度以及在政策上介入的程度會嚴重影響著音樂生產的環境，有心改變環境的樂迷、創作者與研究者都應該對文化政策有正面的期待與積極的行動(Ibid：205)。

第二節 台灣音樂文化中的國家角色

在台灣的歷史脈絡裡，音樂所具有的社會功能在於教化國民、凝聚國族意識、精神動員、維持經濟生產的安定或收編民心(何東洪、張釗維，2000：151)。國家在台灣音樂文化中扮演的角色隨著政治背景與國際情勢的不同有許多轉變，以下從幾個面向來檢視台灣音樂文化中的國家角色。

一、檢查制度

日本政府統治期間，受到皇民化政策的影響，台灣本土音樂創作備受打壓，〈雨夜花〉、〈月夜愁〉等台灣歌謠都被日本當局重新填上日文歌詞，改為〈榮譽的軍伕〉、〈軍伕之妻〉，用以鼓勵台灣人當兵或作為歡送軍伕出征的歌曲，這些歌曲，直到光復後才恢復原歌詞；皇民化運動使得台灣一切民族文化活動受到極大的壓抑，1939年之後，台語流行歌曲因遭壓制而趨於沉寂落沒，唱片業也停止灌錄台語歌曲，詞曲創作人紛紛改行另謀生路，直到光復後台語流行歌曲才又重新獲得生機(張釗維，1991：135)。然而好景不常，國民政府遷台後的大力實行國語政策，又使得台語歌曲在發展上備受壓抑。

1949年國民政府遷台後，白色恐怖橫掃全島，再加上冷戰之後的新國際局勢，使得國家權力得以鞏固並深入音樂形式的流通與消費(何東洪、張釗維，2000：151)。當時政府強力實施語言政策，刻意打壓台語文化，限制台語歌曲的流通，因此國語歌曲一躍成為當時的主流(葉淑明，1998：34)。當時台灣的國語歌曲是延續上海的流行音樂所發展而成的，隨著電視台的設立群星會等節目成為

流行歌曲的典範，在這種情況下，謝雷的〈苦酒滿杯〉成爲濫觴，聽眾群在音樂品味上產生了結構性的變化(譚石，1991：74)。

台語歌曲的崛起走紅，原因在於其內容貼近常民生活，能夠歌曲反映當時人民的心境，而其衰退甚至被視爲「低俗」的癥結，則在於國民政府無情的禁播打壓。台灣唱片業剛起步時，灌錄的台語歌曲雖單調，卻帶有濃濃的無奈與哀愁，最膾炙人口的莫過於由李臨秋、王雲峰作詞譜曲的〈補破網〉，這首歌原本只有兩段歌詞，全都充滿哀怨悲情之意，1946年，有關當局認爲其詞意過於灰暗，要求李臨秋「改善」，李臨秋不願更改歌詞原意，又要順應當局的要求，便不得不寫了第三段充滿快樂氣氛的歌詞「魚入港，好年冬，歌詩滿漁港」，然而李臨秋晚年一再希望大家不要演唱第三段歌詞(張釗維，1991：136；張瑞楨，自由時報，2004.09.06)。

國民政府最早禁制台語歌曲的法源，是1955年頒布的「動員戡亂時期無線電廣播管制辦法」，歌手如公開演唱被查禁的歌曲，最重可處吊銷演員證的處分，但隨著電台林立與唱片的普及，1960年之後政府很少拿歌手開刀，而是直接從電台下手(張瑞楨，自由時報，2004.09.06)；雖然推行國語政策阻止了這些歌曲在電視以及全國性的電台上播放，直接的流行和地方電台的存在，使得台語歌曲一直擁有特定的接收對象(譚石，1991：74)。1970年代政府全面禁播、禁唱台語歌曲，本土唱片公司大受打擊，經營日益困難，「鈴鈴」、「五虎」、「環球」、「金星」、「吉星」等數十家唱片公司無以爲繼，紛紛倒閉或停業，大批原版唱片母帶毀損散失(葉龍彥，2001：159)，對本地音樂工業而言是一大損傷。

另一方面，國語歌曲在政府的保護下，成長快速，但到了70年代的黃金時期，有論者批評國語流行歌曲是「靡靡之音」，知識青年在追求文化自主的風氣下，開啓民歌運動與抗議歌曲的先河。同樣的，許多具有反抗或社會進步意識的國語歌曲遭受被禁的命運，比如〈少年中國〉和〈美麗島〉，在李雙澤死後紛紛遭禁，前者被禁的理由是嚮往統一、有「爲匪宣傳」之嫌，後者則是有「鼓吹台獨分離意識」。另外楊祖珺的首張個人專輯發行後兩個月就被唱片公司回收銷

毀，因為當局認為楊祖珺辦公益演唱會有搞社運的嫌疑，是「問題人物」(馬世芳，2001)。更誇張的是，許多歌曲是「莫名其妙」地被禁，比如〈牛背上的小孩〉是胡德夫懷念台東童年風光之作，完全沒有反叛意味卻也被禁；另外王夢麟的〈電動玩具〉原本是勸誡年輕人不要沈迷電玩，但也被新聞局以「多齒音，很難唱」的理由查禁；羅大佑的〈鹿港小鎮〉中有一句歌詞是「台北不是我的家」，被新聞局認定有挑撥人民感情的嫌疑(馬世芳，2001)。

諸如上述的例子不勝枚舉，處處都可見以往國家干預音樂創作內容的痕跡，雖然在解嚴後，國家對音樂內容的干預逐漸降低，但在廣電內容上，仍然對於音樂文化有一定程度的監管，其中最具爭議性的應該是趙一豪的專輯《把我自己掏出來》。一九九〇年，趙一豪出了第一張個人專輯《把我自己掏出來》，內容探討自殺、虛無、貪婪與性愛，被新聞局以「標題具有強烈性暗示」為理由禁止出售，專輯中好幾首被認為「抽象描寫性愛狀態或性心理的歌曲」，新聞局也申令禁止公開播放，然而禁令一下，他的專輯反而在各大學附近的唱片行統統售罄(陳德愉，1996)。這個事件不但勞動調查局台北市調處出馬，新聞局更兩次找「社會公正人士」審查歌詞；而出版這張專輯的水晶唱片，也找了小野、吳念真、瞿海源、鄭瑞城、朱天心、郭力昕等人士為文，力爭歌曲創作免除檢查，並在立法院召開公聽會(亦威，1991：97)。另外水晶唱片更「主動回應新聞局的要求」，將專輯名稱改為《把我自己收回去》，藉以嘲諷新聞局的反動作為。

政府查禁歌曲的事件在世界各國都屢見不鮮，和其他民主國家一樣，隨著國內社會的日漸民主開放，台灣政府對歌曲的管制與檢查正逐漸鬆脫，近年來也很少再見到類似像趙一豪這樣的例子，即使如〈脫掉〉(杜德偉，2004)這樣聳動露骨的歌曲也能在各大媒體強力放送，但正如 Martin Cloonan 所言，內容管制上的逐漸開放，並不代表國家在這方面不再具有影響力，在必要或關鍵的時刻，國家仍然扮演重要的角色。

二、著作權

檢查制度之外，智慧財產權(Intellectual Property Rights, IPR)問題的解決也是政府公權力介入音樂文化的另一個具體面向。盜版問題一向是美方對我政府關切的重點之一，在美方 301 條款的壓力下，我國政府逐年加強取締盜版的決心與相關法律的修改。在美方年度性的特別 301 報告中，台灣幾乎每年都列名觀察名單，以近五年為例，除了 2000 年我國被列入「一般觀察名單」，其餘四年都被列入「優先觀察名單」(國際貿易局，2005)，盜版問題因此成為政府在國際貿易政策方面的燙手山芋。台灣政府在 2002 年更展現大刀闊斧的決心，責成行政院對外宣示當年為「推動保護智慧財產權行動年」，行政院及各相關部會展開一系列行動，積極執行「光碟管理條例」及其相關子法，為此臺灣高等法院檢察署也擬定「保護智慧財產權行動年查緝專案計畫」，成立每週專案會報，統籌指揮檢、警、調單位，全國同步執行查緝工作(國際貿易局，2005)。

無論是 2001 年的檢警進入成大校園搜索的事件或是 2002 年檢調搜查中部地區大專院校旁影印店的動作，都引起社會上許多討論，傳播學生鬥陣、新學生鬥陣等社運團體都指出這樣的作為已經讓國家角色淪為只會向美國與跨國企業利益輸誠的附庸(盧永山，2002；葛皇濱，2002)。「保護智慧財產權行動年」的政策一出，各方社運團體與學生社團紛紛起而發動反盜版行動，向政府、美國及跨國資本表達強烈抗議(盧永山，2002)。學生社運團體的行動，是基於社會公平正義的進步意識，試圖透過運動與論述引起大眾對智慧財產權的重新思考，並且突顯政府的軟弱與跨國企業壟斷市場的蠻橫行徑，由於本文討論的重點在於國家的角色，因此關於智財權概念的相關論述，在此不多贅述。但從相關的報導中，我們可以看到，對外，在台灣長期仰賴美國的政經支持的背景之下，面對美方強硬的態度與貿易制裁的威脅，政府方面往往只能照單全收；對內，強大的外交壓力迫使政府急於拿出「成果」向美方證明決心，卻在缺乏任何正當性的情況下大舉搜索、扣押、取締非營利的侵權行為，不但沒有發揮政府維持社會公平正義的角色，更加深對學生族群的剝削，間接圖利跨國財團。

對具有進步性社會意識者而言，台灣政府全盤接收美國觀點的著作權規範是

一種軟弱的表現，政府對於著作權相關政策的制定，是著眼於外交、國際貿易與國內經濟發展的利益，因此在決策時並沒有考量到促進知識自由流通與降低資訊接近不平等的相關議題。然而對於台灣境內跨國唱片集團以及旗下的藝人、音樂創作者而言，政府的修法、取締是保護唱片業的重要政策，因為網路音樂下載軟體的快速發展已經嚴重影響到唱片利潤。在唱片產業的腳步跟上科技進步之前，他們解決的方法就是防堵，因此無論是唱片業者、歌手、創作者，都齊呼支持正版音樂，而其中呼籲政府最力的莫過於財團法人國際唱片業交流基金會(IFPI)。

近年來 IFPI 反制盜版的動作頻頻，諸如 2002 年 4 月發起的 404 反盜版藝人大遊行(許若薇，中國時報，2002.04.04)，以及和 Kuro 飛行網僵持不下的訴訟案(田瑜萍、陳大任，中國時報，2004.11.11)都造成不小的話題。在音樂產業政策上的立場，IFPI 一向維持一貫的堅決態度，認為政府應該基於保護台灣文化產業的政策原則，大力取締網路下載與盜版音樂，並且經常指陳政府在反盜版的動作上仍然不夠快、狠、準(趙雅芬，中國時報，2002.10.18)。IFPI 的呼籲，獲得行政院的正向回應，並且承諾將打擊盜版納入文化創意產業的政策的一環(許若薇，中國時報，2004.10.16)。

防堵的這方努力守住最後底限，數位音樂交換平台的發展卻越來越多元。2004 年 11 月，經營獨立音樂製作的「上蠱互動」選擇與 Kuro 合作，在 Kuro 中建立一個專區，讓使用者認識包括刺客、董事長、高慧君、柯以敏、四分衛等獨立藝人，首波發表 16 首歌曲，透過 Kuro 的 P2P 交換機制讓用戶欣賞，未來每個月最少新增 6 首歌。上蠱互動營運長白紀齡認為，對於獨立藝人來說，P2P 是接觸消費者最好的平台，傳統的流程由唱片公司先幫消費者決定歌曲，而 P2P 可以見到最真實的聽眾喜好，直接面對消費者，去除中間化，是上蠱互動選擇與 Kuro 合作最大的原因，未來也許經由這樣的「宣傳」，受歡迎的獨立藝人也能成為超級紅星(陳曉藍，東森新聞報，2004.11.04)。對此，IFPI 秘書長李瑞斌指出，他尊重上蠱互動的決定，但是上蠱的想法，並不能代表所有音樂人的想法(Ibid)。

IFPI 秘書長李瑞斌的一番話事實上給了我們一個反向思考的啓發，既然支持 P2P 軟體的唱片業者不能代表所有的音樂人，那麼反之亦然，IFPI 的想法也不足以代表所有音樂人的意見。事實上，大部分的獨立音樂工作者(沒有和唱片公司簽約的音樂人)對於 MP3 的網路下載和流通都抱持正面的看法，認為網路快速、大量、迅速的資訊傳遞方式有助於自身的發展，並且相當歡迎非營利性的複製分享：

我們其實是歡迎個人拷貝流傳的，因為資本主義的消費邏輯，往往使社經地位弱勢者喪失接觸文化產品的機會。網路音樂如果沒有營利行為，那倒是無可厚非(如部份非營利網站免費提供下載)…。假如用途僅止於個人文化傳遞的範圍，不涉及營利或相關產業的獲利，皆是可以被接受的。因為我們做音樂的出發從來就不是單純的營利阿！(古秀如⁵⁷，江一豪採訪，2003：67)

網路是音樂資訊流通的重要媒介，除了 MP3，許多文字資訊和影像的傳播對音樂創作者來說也很重要，這些資訊同樣是藉由網路免費、即時的特性才能快速流通，所以網路音樂的發展，我樂見其成。如果自己的作品在網上被大量複製，我認為這樣很好，謝謝大家！「盜版猖獗，唱片賣不好」只是主流唱片公司在不願意提高藝人版稅比例的時候。欺騙愚蠢藝人的洗腦教育(KK，江一豪採訪，IBid)。

我們前面提到，IFPI 的聲音被政府聽見了，但 IFPI 的聲音並不足以代表所有音樂人的聲音，既然有許多獨立音樂人樂見自己的音樂在網路上流通，那麼政府是否也了解他們的想法和意願？他們的意見被政府聽見了嗎？除了民營的網路交流平台之外，是否有一種可能性是由政府主導建構公共網路音樂交流平台，在有充分授權與合理收費機制的前提下，讓多元音樂的流通更為自由順暢，也讓

⁵⁷ 《春水出版社》經營人。

使用者付的下載費用直接回流音樂創作者本身，無須再透過唱片公司的中介？

水晶唱片曾經在 2003 的「文化創意產業：全球思考·台灣行動」國際研討會⁵⁸中，提出一份以數位音樂發展為主題的報告，報告的重點就是在評估文化產業的公共平台的可行性與未來的發展性(鄭鏗彰，2003)。報告中指出，穩定、合法並能整合各項產業以及周邊應用的公共平台能成為解決資訊混亂及規劃秩序的解決之道，放任自由經濟體制運作不但只是加速資訊的混亂和無用，更無法解決台灣音樂工業迫切的問題。缺乏公共力量的規劃與介入只會使得各唱片及資訊產業在利益違背的狀況下各行其道，不但讓數位資訊業者和傳統唱片業者互控妨礙音樂進化歷程，各同業間包括唱片公司、版權業者、公播單位因為利益及競爭在資料庫的建立和版權制度的建立、人才的培育上毫無共識，現行著作權法的修法僅在於利益團體利益分配的角度，並未走向音樂產業整體規劃合作的方向(Ibid：3)。

針對目前音樂產業的困境與政府推動文化創意產業的目標，水晶唱片在這份報告中對公共音樂平台的未來發展提出兩項願景，(1)以音樂內容為核心，發展成為多功能的數位音樂產業；(2)成為華人音樂數位領導者以及資料庫(包含音樂內容及人才資料庫)的樞紐(Ibid：3)。平台內容方面，則依照符合公眾經濟利益的原則來選擇，必須具有(1)獨特的(Unique)；(2)自發的(Spontaneous)；(3)公眾的(Public)；(4)全球的(Globalize)(以本土文化為出發的全球化)四項特質。可行的實際做法有(1)與交通建設整合，為客運、鐵路、高鐵、飛機旅客提供的消費、交易、旅館、經濟等資訊；(2)線上影音博覽會；(3)通訊產業的整合(Ibid：4)。

可惜的是這個計畫最後不了了之，在缺乏執行魄力與整體政策整合的情況下，流傳在網路上的仍然是大量重複、散亂，甚至是未經授權的內容。相較於取締盜版的雷厲風行，政府推動文化產業數位平台的腳步顯得遲緩許多，從這裡我們也可以看出，台灣近年著作權相關政策事實上是被美方 301 條款、跨國集團以

⁵⁸ 由行政院文化建設委員會、歐洲聯盟研究學會主辦。

及 IFPI 的強大壓力推著走的。然而面對科技快速的進展，一味地強加推行可能有礙資訊自由流通的防堵政策，卻不思如何因應數位科技的巨大浪潮，對於文化產業的進步，以及在地文化的發展都是極大的傷害，如何在政策上尋求文化、商業與科技的平衡點以免顧此失彼，是必須慎重思考的，在這方面，國家絕對有積極介入的必要性。

三、唱片產業相關政策

唱片產業相關政策方面，國家所扮演的角色是相當分裂的，以主管機關為例，有關著作作品的著作權由內政部主管，文化政策由行政院文化建設委員會負責，新聞局負責出版秩序的管理(行政院新聞局，1991：37；轉引自劉世鼎，1999)。在這種多頭馬車式的行政管理方式下，主管機關各行其是，這也使得音樂文化相關的政策顯得零碎、混亂，缺乏整體目標。

由於前面提到過著作權相關問題，故在此只就新聞局與文建會的部分提出討論。

(1)新聞局部分

新聞局的業務之一是負責全國出版事業之輔導與獎助，為了健全國內出版體系、輔助出版事業蓬勃發展，並獎勵出版事業及其從業人員，新聞局每年都舉辦金曲獎，希望藉此提升國內音樂出版的水準。另外新聞局還公開徵選具有台灣本土文化藝術特色的音樂表演團體，入選者得以參加法國坎城國唱片展的現場演出活動，參展期間的交通食宿將由主辦單位全額負擔(新聞局，2004)。

在閩南語、原住民等方言音樂方面，近年來也逐漸看到當局鼓勵創作的用心，比如新聞局在 2004 年與地方政府合作舉辦第一屆閩南語流行歌曲創作比賽(2004.9.25~2004.10.31)、2004 關子嶺溫泉音樂節(2004.9.25~2004.10.31)、第一屆原住民族語流行歌曲創作比賽(2004.11.6)、2004 亞細亞部落民謠節(2004.11.7)等音樂活動(新聞局，2004)。

2004 年 11 月，新聞局更宣示，自第 16 屆金曲獎起，「最佳流行音樂演唱專輯」與「最佳演唱新人」將從原來一個獎項，增設成國、台、客、原住民語四個

獎項，新聞局長林佳龍表示此舉有助於打破由國語音樂獨攬大獎的慣例，可以鼓勵方言音樂的發展(張雅雯，民生報，2004.11.08)。這項政策宣示立刻引起許多質疑的聲浪，反對這項措施的主要原因，在於自從「最佳演唱人」以語言區隔以來，台語、原住民語都曾經出現得獎人從缺的情形，市場上流通的客語與原住民語專輯原本就遠比國語專輯少，在競爭力與國語專輯明顯有落差情形下，增設獎項可能會造成「一再上演從缺」或是「報名即得獎」的偏廢情形，反而可能會降低素質方言音樂創作的素質，甚至讓方言音樂變得更加邊緣化(張雅雯，民生報，2004.11.08；張雅雯、朱立群，民生報，2004.11.08)。金曲獎鼓勵措施的相關爭議由來已久，爭論焦點大部分多在於獎項分類的問題⁵⁹，樂評人翁嘉銘(2003)便指出，金曲獎早已跟不上時代需求及流行音樂的快速蛻變，近五年，台灣流行音樂最受歡迎的音樂類型是 R&B、HIPHOP 和電音舞曲，但金曲獎完全無法反映現實，因為金曲獎不以樂風(音樂類型)為獎別。

增設方言獎項的立意雖然良善，但卻未必能有效達到鼓勵音樂多元發展的面貌；從政治的角度觀之，這項政策毋寧淪為執政當局高舉「本土意識」大旗底下的政治操作，對深化在地音樂文化幫助不大。假使未來在獎勵分類上仍無法逐漸朝向以樂風分類(而非以發音語言分類)的方式實行，相關的爭議仍將持續不斷。

(2)文建會方面

隨著國家的歌曲檢查制度逐漸鬆綁，音樂創作的空間較以往更自由了，但經濟資本對於音樂文化的發展仍然佔有決定性的力量。在歌曲檢查制度解禁後，政府將音樂產業視為一種以自由市場機制來決定、篩選、淘汰各種競爭者與產品的產業，因此在唱片產業的政策上少有文化面向的整體規劃。直到 2003 年行政院文建會推出「挑戰 2008 國家發展計畫重點」政策，音樂產業才被納入「文化創意產業發展計畫」中的一部份，隨後行政院又在年底提出「新十大建設」，以提升生活品質的文化藝術建設為建設主軸，其中「國際藝術暨流行音樂中心開發計

⁵⁹ 參考本文第一章第二節。

畫」除了籌畫興建板橋的大台北新劇院、台中古根漢美術館與高雄衛武營藝術文化中心之外，同時也將投入 90 億元興建北、中、南三座流行音樂中心⁶⁰，以活絡音樂產業的低迷景氣。在以往相關政策的制定上，似乎沒有什麼其他議題是比盜版問題來的更重要的。文建會提出興建流行音樂中心的計畫對於台灣音樂創作環境的改善具有正面意義，但在一切實施細節尚未確定之際，我們也無法完全樂觀看待，一切進展都有待觀察。

附帶一提，在國家級藝文補助方面，目前是由財團法人國家文藝基金會執行，該會補助政策只集中於古典與傳統音樂的範疇，在重古典輕流行的政策下，有心卻缺乏創作資源的音樂創作者只能自求多福，以財團法人國家文藝基金會 93 年度第 2 期的音樂類常態性補助名單為例，80 個補助對象中，包括了傳統音樂、古典音樂、音樂劇與兒童音樂等各種音樂範疇，卻沒有一個是流行音樂創作的個人或團體(財團法人國家文藝基金會，2004)，可見主事者仍然認為精緻文化/高級文化較能「提升國人文化素養」，流行音樂文化則只是單純的娛樂商品，然而這樣的觀點卻完全忽視了流行音樂貼近人民生活情感的常民價值

時至今日，仍有學院出身的古典音樂人認為古典音樂在文化價值上遠高於流行音樂，在聽聞流行音樂中心計畫時，將其譏為一件「笑掉大牙」的事，以下的這段論述，正突顯出(自以為)文化精英者在姿態上的傲慢：

綜觀世界各國文化政策，從未見過有把流行音樂當作施政重點的。至於像文建會這樣打算花大筆納稅人的血汗錢大張旗鼓地在北、中、南各搞個中心，更是前所未聞的「壯舉」。…不少藝文界人士一聽到這個消息，都覺得要笑掉大牙，因為它與文化建設向來所標榜的「提升國人文化素養」的目標格格不入。我們知道，政府的藝術補助對象一向以精緻藝術為主，為的就是維持國內的藝術水準，避免被商業的俗文化完全取代。雖然流行音樂不盡然都是傷風敗俗的，但它基本

⁶⁰ 硬體建設佔預算百分之八十，軟體建設佔預算百分之二十。

上都是在市場機制下自然篩選的。換句話說，如果民眾需要，就會自己消費享用；如果不需要，就會遭到淘汰。實際上，很少有人不愛聽音樂。而音樂市場當中，無庸置疑地，流行音樂佔的分量最大。也就是因為如此，政府不需要也幾乎不干涉它，頂多就是「金曲獎」之類的獎勵措施，但也是站在提升藝術創作水準的立場(劉新圓，2004)。

以上的論述在第一段就顯露出原作者對流行音樂文化的無知，在本章的第一節曾經提到，世界上許多國家基於國族認同、文化價值與文化多元性的考量，都將流行音樂列為文化政策的施政重點之一。再者，將流行音樂視為是一種完全經由市場機制篩選的消費性商品更是一大錯誤，流行音樂之所以異於消耗性的消費產品，正由於音樂作品激發、催化人類情感的雋永價值，這樣的價值，對某些群體或聽眾而言，具有超越時空與不可取代的意義。不管是古典音樂或是流行音樂，只要能夠感動人心、激發想像與思考，都能夠提升人們的文化素養，因此以政策支持流行音樂的發展並無任何不適之處，政府對於流行音樂的關注也不應該只限於「金曲獎」這樣的獎勵措施。

音樂社會學者何東洪認為對新文化潮流的反動，來自於對自身優勢地位不保的恐懼，在回應劉新圓的觀點時他提到：

關於精緻文化歧視流行文化意識型態。之所以歧視，來自資源與權力的不保或受到擠壓。如果古典音樂代表了精緻文化，那麼它的危機，就是一部當代現代主義文化史的縮影。古典音樂與精緻文化是否為西方人文素養養成的重要推動力，仍受到質疑。但無庸置疑，精緻文化在文化霸權的宰制位置上，其正當性不斷的受到來自文化/經濟場域諸多力量挑戰。把古典音樂與流行音樂擺在上下層級位置，然後以「文化」對抗「商業」本質作為雙方的合理基礎，正是暴露了所謂精緻文化的維護者，一心想要護守其秀異 (distinction) 的宰制文化位置，面對變動中的社會條件的捉襟見肘的危機(何東洪，2004d)。

某些「藝文界人士」的看法是看輕流行音樂文化的重要性，那麼流行業界以及音樂人又是如何看待流行音樂中心的計畫？對此有何期待？關於這方面的意見大致可以分成兩種。

第一種看法認為硬體的建設並不同於軟體的蓬勃，文建會將 90 億中百分八十的預算用於硬體建設的做法也有待商榷，在大舉進行硬體建設前，應先回歸創作者的培育與相關軟體的配套措施，否則只是空有硬體，卻無法真正深化文化創意的發展；在表演場地方面，也不應規劃大型表演場地，同時也應從鼓勵多元價值的角度提供各類音樂創作者中小型的表演場地(陶曉清，2003；鍾適芳，2003；楊錦聰，2003；溫慧玟，2003；何東洪，2004；葉雲甫，2004)。資深音樂人陶曉清在文建會舉辦「國際藝術及流行音樂中心互動論壇」上就指出，文建會應該同時著手檢視規劃破敗殘缺的文化中心，創造各式場地滿足各樣創作者與樂迷的需求(陶曉清，2003；翁嘉銘，2004；符昌榮，2004)；一同與會的音樂人鍾適芳也表示，大型硬體應以如新加坡濱海藝術中心的綜合性功能為優，但她認為應回歸創作者的培育，再輔以其他配套，且新加坡花了二十年討論濱海的定位與需求，台灣能否突破、看到本身的問題並加以修正，值得觀察(鍾適芳，2003)。音樂人林生祥(2004)認為，培育有心的新人學習的機會和足夠的軟體，減少創作者自行摸索的時間，遠比硬體來得重要；五月天的怪獸和石頭(2004)也都認為，流行音樂中心不應該完全以商業作為考量，應該提供一個年輕人發表創作的地方。對於流行音樂中心的想像，樂評人翁嘉銘(2004)甚至提出一個更具體的雛型，他認為台北的 Live House 「The Wall」⁶¹有許多精緻的規畫，概念上已經很接近小型的流行音樂中心，相當值得作為決策的參考。除了硬體建設，樂評人葉雲甫(2004)還認為建立使用者付費的觀念也很重要。

⁶¹ The Wall 「這牆」，是由 Live House、獨立廠牌、唱片行等各種獨立音樂資源結合的重鎮，並由野台開唱主辦人 Freddy、董事長樂團阿吉(前 scum 老闆之一)、春天吶喊主辦人 Jimi、以及幾位音樂界的好友合資規劃而成，結合了五家搖滾獨立唱片、樂器教學、咖啡、刺青、樂器噴畫、雜誌、海報、餐飲以及可容納六百五十人的 Live House。

第二種看法則認為既然此項政策是以流行音樂為主軸，則場地必須具一定的規模，才能容納專業性大規模的表演，指標性的場地與演出，可以帶動更多人投入流行音樂產業(黃舒駿，2003；陳勇志，2004)；音樂人李亞明也認為，娛樂的事業就該用娛樂的方法來做，因此必須先要有偶像，有人聽音樂，有人買唱片，然後周邊的東西就會主動進來，整個音樂界也就會跟著動起來(李亞明，2004)。在功能性上，必須強調場地的單純性，故不應該以多功能的考量作規劃，流行音樂的表演就應該在可容納好幾萬人的巨蛋舉辦(李明智，2004)。

此外也有音樂人認為政府不應該以政策干預流行音樂，音樂人陳昇(2004)指出，他希望政府不要接觸到流行音樂這個領域。雖然各方說法各異，但都認為在運作上必須交由專才經營，才能提供優質的文化服務。

根據文建會的政策說帖，目前的目標是興建三座類似西雅圖 EMP(Experience Music Project)⁶²的多功能音樂中心，除了表演場地外，還有音樂博物館、錄音室。但是目前從硬體或軟體建設看來，文建會主要的建設目標都在於振興因唱片盜版猖獗而衰微的音樂產業，並且讓台灣成為華人流行音樂創作與表演中心，而這樣的目標也與文建會所提出的「文化創意產業」的口號相呼應，主要訴求都在於使得流行文化成爲一種賺錢的好買賣、好生意，與其說這是文化政策，不如說是經濟政策。何東洪指出，這樣的文化政策思維，依舊落入以「消費」邏輯來思考文化活動的窠臼，並未有任何突破(何東洪，2003)。值得注意的是，音樂創作的類型那麼多種，計畫中所指的「培育更多的音樂創作或演出人才」到底是培育哪一方面的音樂人才？根據前文建會主委陳郁秀的說法是「培育全球化的產業營運人才，包括具備國際觀、財務、行銷和跨界行銷創意等專業的人才」(周美惠，聯合報，2003.12.25)，這是否意味著只有富商業頭腦的音樂創作者與演出藝人才會受到流行音樂中心的青睞和鼓勵？這樣的音樂視野是否過於狹隘？未來流行音

⁶²西雅圖 EMP 音樂中心的主要業務在於廣納各種不同音樂類型的音樂表演，呈現多元的音樂內涵，讓無論是藍調(blues)、爵士(jazz)、嘻哈(hip-hop)、放克(funk)、龐克(punk)、鄉村(country)或是搖滾(rock)等，都可以在 EMP 找到表演發聲的空間，同時也提供民眾一個更簡單方便的機會接觸到多元的音樂演出，從博物館的各種展覽中發現多元的音樂文化之美。

樂中心將呈現何種的展演內容？企業需求與藝文的多元發展何者孰重？此部分似乎成為流行音樂中心計畫未來的一大隱憂。

本文認為，文化商品本來就具有內在的文化意涵以及物質性的商品價值，政府本當多多扶植本土的文化產業，但是過度強調產業面向的政策(商業邏輯)卻有可能會導致政府炒短線急於迅速創造經濟成果，卻忽略多元音樂人才培養的文化基礎，抹除了北、中、南流行音樂中心做為各區域音樂活動聚落的重要性。音樂產業的創新與再造有賴於鼓勵多元音樂的創作與交流，並且與在地的文化特色相結合，而流行音樂中心正好居於這樣一種統合資源和彙整文化成果的角色。振興音樂產業固然重要，但產業的活力正來自於源源不絕的創新，而創新必須建立在多元發展的基礎之上，文化內容的多元發展和文化產業的振興是可以相輔相成的。因此我們必須釐清，流行音樂中心的興建只是音樂文化建設的一小部分，更重要的是如何有效運用政府資源鼓勵多元的音樂創作。

嚴格來說流行音樂中心的表演場地對於培養新的音樂人才並無直接幫助，流行音樂中心的表演場地屬於大型或中大型的場地，這樣的場地對於許多知名度較小、樂迷較少，或者是剛起步的創作樂團或創作藝人來說都太大了，並不適合那樣的表演場地。音樂工作者林倩和 KK 都表示，對他們而言，流行音樂中心的興建與否似乎和他們關係不大，因為自己創作的音樂類型屬於小眾品味的關係，他們一輩子也不可能到動輒兩三千人的場地演唱，到頭來還是只能在一些 Live House 表演，因此他們認為與其蓋流行音樂中心，倒不如先改善現有小型表演場地的困境(林倩、KK，本研究訪談)。事實也是如此，大型場地不可能是一個磨練表演經驗的場所，因為所付出的成本必定過高，所以未來流行音樂中心有可能又成為大型唱片公司或外國藝人舉辦演唱會的專用場地。

關於流行音樂中心的建立仍有許多政策辯論的空間，但假使最終定案的結果顯示，「國際藝術暨流行音樂中心開發計畫」並無法鼓勵多元音樂創作與深化地方文化，那麼做為文化政策的涵養功能將喪失殆盡。

到底「國際藝術暨流行音樂中心開發計畫」能否有效促進台灣音樂文化的進

步，改善失衡的音樂生產環境？在經濟效益之外，流行音樂中心能否成爲在地音樂資源與人才的集散地，提供民眾雅俗共賞且兼具文化與商業價值的休閒娛樂？流行音樂中心爲誰服務？是全民還是財團？「國際藝術暨流行音樂中心開發計畫」會不會成爲一個只是以文化糖衣來包裹商業利益的經濟政策？在具體實行的內容還未定案前，我們不得而知，但我們藉著回顧此議題的各方討論，我們看到商業力量與文化價值之間的角力，如何有效整合各方看法，在經濟與文化兩方取得平衡，有待相關單位施政上的智慧。

第三節 邁向更進步的音樂政策

從上一節的討論可以發現，政府近年來對音樂產業的關注有以下兩個特點：(1)傾向將音樂產業政策視爲一種經濟發展政策，即使提出像「文化創意產業」或「文化立國」這樣的政策口號，卻仍然將思考停留在「如何靠文化賺錢」的層面，卻不思如何鼓勵再造地方文化特色，動輒以「全球華人」爲中心思路，無顧於個別的文化活動差異、「產業」的生產與流通機制，只是一味地將所有活動的產出，視爲可以在交換市場的商品(何東洪，2003)。(2)對於文化建設的想像，仍然未脫以大筆預算興建全新硬體，卻任由舊有硬體資源荒廢閒置的思維。在決策上，也往往以硬體先行的邏輯行事，嚴重忽略相關軟體配套(如法規制度的修改和人才的培養)的重要性。在台灣選舉狂熱的政治風潮下，連年征戰的政治人物在政策思考上日益膚淺化，在競爭激烈的情況下，往往開出「最顯而易見」的政策支票⁶³以獲取民眾支持。然而我們必須平心而論，硬體並不等於政績，一項錯誤的硬體決策很有可能成爲浪費國家資源、消耗國際競爭力的元兇。

因此我們必須思考，流行音樂中心之外，還有哪些可行的方向可以提供更積極、更有生產性與更具文化關懷的音樂相關政策，我們知道，以台灣目前的政策思維，我們很難期望政府如法國、荷蘭、加拿大一樣和在地音樂文化維持著一種

⁶³ 流行音樂中心、台中古根漢美術館與高雄衛武營藝術文化中心都是最好的例子。

推廣式的關係(promotional)(Cloonan, 1999), 但至少我們可以思考, 是否有一種可能性是以相對較少的預算⁶⁴來鼓勵本地音樂, 卻能提供更多「小而美」、「小而多元」的音樂生產條件, 讓台灣的音樂文化百花齊放? 以下分別從實際的生產面向以及音樂生產相關的周邊面向(表演場地、媒體環境、音樂教育), 提供幾個可供參考的建議。

一、對創作者的實際協助

在台灣, 流行音樂的技術學習向來是以師徒制的方式進行(吳逸駿, 本研究訪談), 這樣的學習環境也讓新興音樂創作者在音樂生產上遭遇到大的困境。如果有心者想學樂器、學唱歌、學錄音, 或學習經營一個樂團, 除了自己摸索, 就只能到樂器行、錄音室拜師學藝, 然而學習的費用並不便宜, 如果再加上買樂器和器材的支出, 在還沒靠音樂賺到錢之前就必須先花費大筆學習支出。或許有論者認為現今數位錄音技術如此發達, 任何人都可以依靠簡單的數位器材 DIY 進行音樂生產; 此論固然正確, 然而有一點我們必須認清, 在台灣音樂發展的過程中, 許多優秀的音樂工作者都累積了許多珍貴的技術與經驗, 既然我們有這些可以幫助新興音樂創作者的寶貴經驗, 為何還要讓新人一切從頭摸索, 繞遠路徒費時間和心力? 如果能將技術摸索的時間減到最低, 把更多的心思擺在創意思考上, 難道我們的音樂不會變得更有趣嗎? 師徒教學的制度, 顯示的是台灣音樂生產環境自利與封閉的心態, 也阻礙了音樂進步的可能性。

對於音樂創作者的實質協助方式, 國外的經驗或許能帶給我們一些啟發。自 1980 年代開始, 英國政府便以政策積極介入流行音樂產業, 流行音樂逐漸成為其文化與產業政策的焦點。在英國流行音樂相關政策的執行上, 較偏向地方性質的建設, 因此各地有所不同(Frith, 1993: 15)。John Street 與 Michael Stanley 發現, 英國地方政府鼓勵流行音樂的方式通常反映在以下四個部分: 錄音室、表演

⁶⁴ 相對於流行音樂中心 90 億的預算。

場地、演唱活動以及訓練計畫(轉引自 Frith, 1993: 15)。

在英國諸多音樂相關的地方政策中，雪菲德市政委員會(Sheffield City Council)的「音樂工廠」(Music Factory)計畫是一個非常鮮明的例子。為了回應地方音樂工作者對於練習場地(rehearsal space)與錄音設備的需求，雪菲德地方政府的就業相關部門興建了一座結合音樂教育、藝術、娛樂、就業與職業訓練的音樂中心：Red Tape Studios(Frith, 1993: 15)。Red Tape Studios 自 1986 年成立以來，協助了許多缺乏資源但才華洋溢的年輕音樂創作者，其中英國著名的 Pulp 樂團就是依賴這個支援網絡延續他們的音樂生命(何東洪, 2003)。

很明顯地，這個計畫同時被併入地方就業政策的一部分，而建造這座音樂中心主要目的在於(Frith, 1993: 16)：

- 1.藉由提供流行音樂文化相關的幫助、服務、資訊、建議、訓練與教學，刺激大眾對音樂創作與音樂欣賞的興趣，進而提升地方的文化與經濟生活水準。
- 2.發展與深化地方民眾的職業專長，對於成人、年輕人、黑人、白人、男性、女性一視同仁，以提供更多的就業機會。
- 3.提供音樂創作所需的訓練、教學(例如電子合成器的使用、多軌錄音的操作等)以及練習場地，降低音樂創作的門檻，改善音樂創作者的生產條件。
- 4.提供音樂創作者相關的唱片產業資訊以及生涯諮詢的服務(如協助簽約、發行等事務)，同時協助推廣其創作。

在以往，英國的音樂商業活動多以倫敦為中心，音樂產業並不被視為一種「地方產業」(local industry)，英國地方政府對於藝術文化的支持也多集中在教育層面(提升藝術欣賞的水準)，對於藝術從業人員的就業問題關注不多。然而從雪菲德地方政府的計畫中我們看到一些轉變，音樂產業開始被視為地方產業的一部分，這個計畫一方面著眼於地方豐富的音樂人文資源，試圖保存與建構有別於以倫敦為中心的音樂文化社群(聽眾與表演者)；另一方面，透過涵養地方音樂文化

的政策，也可以樹立特有的城市魅力，讓雪菲德成爲音樂之都，吸引觀光人潮。事實證明，Red Tape Studios 的建立有助於地方文化產業的發展，1990 年，雪菲德當地的音樂生產已佔英國單曲市場的百分之三點二，成爲英國音樂生產的重要據點。

英國地方政府對音樂創作者的協助，並非完全基於市場考量，主要也來自於工黨的政策思維。自 1980 年代末期開始，諸如利物浦(Liverpool)、曼徹斯特(Manchester)、葛拉斯哥(Glasgow)、考文垂(Coventry)等一些北方的主要城市的政府都開始對地方音樂景況(music scenes)進行研究，訓練地方音樂人才，以改善以往「重倫敦，輕地方」的失衡狀態。比如英國新堡區(Newcastle)一個名爲「Generator」的地方性組織，就專門負責提供地方音樂創作者豐富的協助與資源。「Generator」的主要業務是負責定期舉辦流行音樂相關的講座、訓練營以及演唱會，提供有志流行音樂事業的青年免費的學習機會，教學內容包羅萬象，從如何組團、如何錄音、如何混音等技術問題，到唱片產業概況、如何順利進入唱片業、如何與唱片公司交涉都一應俱全，「Generator」還定期發送電子報給會員，每期內容都與流行音樂產業息息相關，對於想玩音樂卻又不得其門而入的年輕人來說是非常大的幫助。「Generator」的計畫對台灣政府無疑是一大啓發，發展地方文化特色，還有更具生產性的做法。提供有心創作者所需的協助，在文化上的長期影響力，會比贊助音樂會、觀光祭更具有實質的積極意義。

「Generator」之所以能夠在堅守服務理念的情況下長期獨立運作，主要原因在於其資金來源來自於英國文藝委員會(Art Council)、新堡市政委員會(Newcastle City Council)、音樂人工會(Musicians Union)、PRS 基金會(PRS Foundation for new music)以及北方搖滾基金會(The Northern Rock Foundation)等組織的贊助。其中英國文藝委員會的運作資金部分來自於樂透彩的基金款項，這項政策已經施行了十年之久，十年來英國樂透彩基金投注在音樂文化上的預算已達四億五千七百萬，本文建議，政府可參考英國現行法規，將樂透彩所得除用於公益事業外，可另行提撥部分預算作爲藝文活動贊助，以提升國人文化生活品質。

回到台灣音樂產業的現況，呈現出來的是嚴重失衡的狀態：

就台灣流行音樂產業空間發展觀之，台灣流行音樂產業發軔於台北市，發展至今仍以台北市為產業聚集核心。當前台灣唱片市場實際從事流行音樂唱片產製者共 93 家，高度聚集於台北市。在台灣流行音樂創作人才分佈概況方面，根據 MUST 社團法人中華音樂著作權仲介協會公共關係部提供資料，台灣曾從事流行音樂創作者約 2000 位，目前仍從事創作者約 800 至 1000 位，於 MUST 登記共 461 位。其分佈情形為北部約 80%，且幾乎聚集於台北縣市；中部約 5%；南部 10%，多位於台南、高雄；國外則有 5%。流行音樂產業以台北市為發展核心之態勢已相當明顯(張容瑛、周志龍，2003：2)。

面對這樣的情形，或許英國致力發展地方音樂產業的思維非常值得台灣政府(無論中央或地方)借鏡。在台灣的地方文化政策中，無論「社區總體營造計畫」，或是地方產業的轉型與觀光產業的發展，主事者似乎都甚少將流行音樂納入規劃。即使地方政府有負責流行音樂相關的業務，也僅止於委託音樂廠牌這樣的文化中介者承辦音樂活動，以炒熱觀光節氣氛。此外，雖然許多地方政府都曾舉辦音樂活動，但在演出者部份也大部分依賴北部較知名的樂團、表演者，相較之下，當地音樂創作者演出的機會較少。造成這種情形的根本原因在於，政策規劃上，地方政府缺乏長期涵養在地音樂文化的思維，在缺乏創作土壤與資源的情況下，地方音樂創作者往往不容易出線，另一方面，在音樂活動內容的規劃上，地方政府又過度依賴「北方的美學觀點」，最後導致惡性循環，也使得「台灣的音樂文化」和「台北的音樂文化」畫上等號，喪失地方音樂的特質與個性。

英國 Red Tape Studios 與 Generator 的案例，至少提供我們兩點啟發：其一，以往討論到流行音樂的經濟政策時，往往僅只於產面向的思考，事實上，流行音樂政策不只是產業政策，同時也攸關就業政策與觀光政策面向的規劃與執行，執政當局不能再將流行音樂產業的樣貌簡化為市場競爭下的結果，放任商業力量的

運作，國家做為國內文化產業的調節者，面對流行音樂，應該有更多整體的思考。其二，對於政策的執行，政府單位或許不需事必躬親，可以制定符合公平原則的相關規定，並且在資源與經費的分配上擔任仲裁的角色，至於細部的政策執行，則委託能獨立於商業力量之外的地方機構代為執行，另外，執行機構必須對於在地音樂文化景況有深入了解與認識，並且真正了解音樂創作者的需求，如此才不至於讓相關措施聊備一格。

二、對 Live House 的補助

對於以音樂作為事業本質的創作者來說，他們賴以維生的不是明星體制中的耀眼光環，而是從音樂中實質獲得的收入，因此在唱片的發行之外，最重要的就是頻繁的小型現場演出，這也是音樂文化源源不絕的活力所在。何東洪(2003)曾指出，大型演唱會活絡的是音樂產業中「明星」制度的延續，雖然是音樂消費者不可或缺的需求，但卻不是活絡眾多以音樂賴以維生的歌手或是樂團的充分機制。大型演唱會，猶如大型政治晚會般，是造就政治明星的舞台，是快速且短暫的集中。我們急迫需要的，是眾多且百花齊放的小型的表演場地，以及維持此活動的相關扶持。

在台灣的文化地景裡，台北算是音樂創作活力較為熱絡的地區，因此在市區中也不乏許多鼓勵新興音樂創作的 Live House，但由於經營的風格屬小眾品味，因此時常面臨經營不善的危機。造成這種情形的原因，一方面導因於國內民眾的休閒習慣，長期以來，台灣民眾都未真正普遍建立文化消費的習慣，再加上大型唱片公司動輒以免費演唱會作為宣傳造勢的手段，養成民眾「不想花錢看表演」的觀念，重創了 Live House 賴以營收的空間。在台北的情況是如此，更遑論其他地區的音樂土壤有多貧瘠了。

就培養音樂文化消費習慣的面向，有一做法或可做為政策制定的參考。在某些以發展觀光產業為重點的縣市，縣市政府都會發行「觀光護照」，提供觀光客吃住與休閒娛樂各方面的折扣，以鼓勵遊客來訪，並刺激地方觀光事業發展。地

方政府或可借用「觀光護照」的概念發行「藝文護照」，由文化局負責和各藝文展演場地或活動承辦單位洽談折扣的相關事宜(扣抵金額可從地方政府文化預算支出)，而後統一彙整將所有藝文活動折價券印成藝文護照發送給縣市民眾(或是民眾可以低廉的價錢購得)，以培養民眾藝文活動的消費習慣，如此一來不但能維持音樂藝文表演空間的長期發展，同時也讓音樂工作者從表演中獲得更多實質的收入。當然待民眾藝文消費習慣養成後，藝文活動的生產與消費就必須回歸常態，因為長期依賴政府預算來提供折扣吸引藝文消費人口有可能演變成對藝文創作表演者的另一種傷害(是否一旦停止優惠活動，消費人口又會大量流失?)，此部分可能是政策制定上必須謹慎思考的。

基於涵養新音樂文化的文化理念，政府應當以實際政策補助提供新興創作者演出的小型表演場地，比如在都市規劃中，將音樂展演的場所納入考量，提供一個音樂特區讓有心經營 **Live House** 者進駐，以免除都市居民擔心的噪音問題。此外，法令上的鬆綁也有助於小型音樂表演場所的發展，以免除營業執照申請上繁文縟節的程序。此外，還可以政府貸款的方式協助創業，建立更多民營的小型表演場地。當然，這些申請內容都必須經過謹慎的審查才得以通過，方能在有助於音樂文化發展又不會造成社會問題的前提下鼓勵 **Live House** 的設立，以杜絕其他非法行業趁隙進入。

三、完善的公共媒體資源

台灣的媒體，在過度商業化的競爭下，難容多元小眾的品味存在，任何「不一樣的」音樂都很難在媒體上曝光，這種情形也間接壓制了音樂創作的多元活力以及鑑賞品味。

這樣的論點並不是一味地褒小眾貶大眾，只是當商業力量阻斷了多元音樂創意的發聲與自由流通時，呈現出來的是一種透過細緻操作所帶動的品味，我們無法加以評論那樣的品味好或不好，但很明顯的，那樣的音樂品味只是多元音樂創作場景中的冰山一角，在商業力量的操作底下，音樂成為單純供人消遣的娛樂

品，令人更氣餒的是，鮮少人有耐心另闢蹊徑，自行探索冰山底下的豐富美景，僅僅安於由商業娛樂工業所主導的文化景緻。每個人都想聽好音樂，但是當音樂來源是有限的時候，好或不好的判斷，感受上的豐富或侷限，只能在既有的有限選擇之中打轉，擴展和提升的可能性也就很低。然而只要有機會接觸不同創作環境產出來的多樣音樂，即使是門外漢，也很容易能夠超越既有的音樂欣賞框架，引發不同的音樂美感經驗(魏玟，2004)。如果我們有完善的公共媒體管道，提供宣傳資源較少的新興音樂創作者發表空間，不僅可以發揮促進音樂文化進步的功能，更能推展文化品味的多元發展。

或許從國外公共媒體的例子中，我們更能看到公共媒體對音樂文化創新的實際助益。英國 BBC Radio 1 在經營上就特別強調在地文化的特色與價值，期許自己能夠提供新興創作者發聲的機會，並將本地的音樂文化特色推向國際舞台。在 BBC Radio 1 中，最為人稱道的莫過於傳奇性的電台主持人 John Peel⁶⁵，他是 1970 年代以降所有英倫搖滾潮流的重要推手，其過人之處，在於自身獨特、怪異、固執、但絕不失準的音樂品味，能在某種樂風尚未流行之前，就大力支持，更能在無數樂隊成名前，就聽出其潛力與獨特性，他並時常邀請樂團上他的節目現場演奏，這些現場實況錄音，如今都成為珍貴的文化資產(張世倫，2004)。

John Peel 在音樂文化上的貢獻無數，其影響力橫跨了將近四十年的音樂發展歷程，他對於新音樂類型的探索軌跡幾乎就是一段經典搖滾的歷史；Simon Frith 就曾指出，如果沒有 John Peel 長期堅持非商業性質的節目走向，英國後龐克搖滾樂就不會有今天的發展成果(Frith，1993：14)。當我們在感佩 John Peel 的文化成就時，也別忘了結構性的外條件也是推動音樂文化進步的重要因素。英國行之有年的公共廣播制度，提供像 John Peel 這樣有心的文化推手一個能夠揮灑自如的空間，完全沒有商業上的壓力，也無須刻意討好聽眾。另外，在英倫搖滾的發展過程中，國家和 BBC 扮演了極重要的輔助性角色，如果不是英國政

⁶⁵ John Peel 已於 2004 年 10 月 25 日在秘魯的度假期間死於心臟病，消息一出，全世界的樂迷與音樂人都同聲哀悼，連英國首相布萊爾都讚其為無可取代的文化人。

府在政策上大力扶植本地(local)的音樂創作，我們很難保證英倫音樂文化是否有今天的盛況。

事實上，不是只有英國政府重視本地青年音樂文化的發展，世界上許多的國家都注意到青年音樂文化的重要性，紛紛制定相關的文化與媒體政策。如澳洲公共電視台 SBS(Special Broadcasting Service)的 Whatever Music Project 就幫助澳洲境內各種文化背景的新興創作樂團錄製音樂作品，每月固定在網站放上不同樂團的簡介、照片、歌曲和訪談，並且將錄音作品集結成合輯發行。在鼓勵本地音樂創作之餘，SBS 還企圖拓展更大的音樂視野，其下的 Alchemy Radio 以提供全球新興音樂創作者發聲空間為己任，主動在網站上公開徵求來自世界各地的 Demo；另外 Alchemy Radio 還定期贊助國內的音樂祭活動，對於無法到現場參加音樂祭的聽眾，Alchemy Radio 也提供了立即實況轉播的服務。在節目製作方面，SBS 廣為招募各種不同文化背景的人才，加以訓練之後投入 SBS 的製作行列，以呈現更豐富、更有深度的澳洲文化樣貌(鄭凱同，2004)。

2004 年 7 月，台灣一群音樂人發起一項名為「鼓勵音樂文化多元發展，我們強烈支持媒體公共化」的連署活動，希望公共媒體集團的成立能夠提供本地音樂創者更多元開闊的發展空間，連署聲明中提到：

在音樂社群的場景中，我們看到了鮮活的創造力，反觀台灣的媒體，卻看不到、嗅不出一絲文化創新的希望。商業音樂頻道裡，永遠充斥著付錢打片的 MV 以及了無新意的陳腔濫調，再不然就是跨國唱片集團 MV 的疲勞轟炸。難道真沒有什麼新鮮玩意兒了嗎？有，但是一些有想法、有新意的藝人、樂團，不是被保守的商業音樂電視台認為「太前衛無法接受」，要不就是「不夠成熟」、「沒有市場」。當然關鍵的原因是，他(她)們付不起高額的宣傳費用。因此在當前的商業音樂頻道中，我們看不到音樂創作的有機生命，只有短視近利的商業邏輯，當商業邏輯對上文化價值，文化創造力便顯得一文不值(獨立音樂創作人支持媒體公共化網路，2004)。

在對商業媒體失望之餘，他們將期望寄託於具有公眾服務性質的公共媒體，除了在 2004 年野台開唱現場發送傳單，並在 2004 年 9 月與媒體改造學社、台灣媒體觀察教育基金會合辦了一場催生公共媒體演唱會，希望透過這樣的活動，能夠向更多樂迷說明媒體公共化的重要性(劉郁青，民生報，2004.09.19；楊芷茜，聯合報校園博覽會，2004.09.21)。對於新聞局公共化的政策，連署團體也提出四點訴求：

一、公共媒體集團成立後，應規劃一到多個有別於商業音樂頻道的常態性音樂電視節目，節目製作人必須對音樂有相當程度的專業認識與素養，以提供觀眾對於參加節目的創作藝人、團體有較深入的認識與了解。

二、我們呼應媒體改造學社的主張，政府應將中央、警察、漢聲、教育等廣播電台轉型為公共廣播電台，並且納入公共媒體集團。同樣的，公共媒體集團應提供一個頻道或一到多個有別於商業廣播電台的常態性節目。

三、音樂性廣電節目的規劃，可以參考英國 BBC 的內容架構，以提供閱聽眾更多元豐富的選擇。

四、媒體公共化的影響是全面性的，與每一個公民都息息相關，我們對此期望甚高，也希望所有關心台灣文化的公民都能積極參與(獨立音樂創作人支持媒體公共化網路，2004)。

這項運動的發起，不僅是音樂人為自己爭取多元音樂的公共空間的活動，更是親身參與社會、改革媒體的實際行動(管中祥，2004)，也為台灣流行音樂長期以來的社會冷漠帶來介入社會改革的第一步(張世倫，2004)。

在上述連署活動的同年 9 月，媒體改造學社也舉辦了為期兩天的「公共電視集團的想像與實際民間研討會」，其中一場邀請到藝文創作者暢談他們對公共媒體的想像。會中音樂工作者林生祥指出，公共媒體的文化內容，是極有價值的文

化資產，豐富的音樂節目，會在無形中種下音樂素養的種子，長期積累之後，台灣才會有優秀的音樂人(林生祥，2004)。筆者也指出，在台灣實際的音樂創作場景中，金屬、龐克、搖滾、民謠、另類、電音、實驗噪音、後搖滾等不同類型的音樂創作者都展現出令人耳目一新的音樂創造力(鄭凱同，2004)，現在我們在大眾媒體上看到、聽到的音樂內容，只是台灣音樂創作場景中的冰山一角。台灣的商業娛樂媒體無法反映現實的音樂創作景況，造成這種落差的原因在於台灣的商業娛樂媒體只播花錢打片的MV、只問八卦不問音樂，因此他期待公共媒體能夠提供多元音樂發聲的廣電空間，製作有別於商業娛樂媒體的廣播電視節目，讓節目內容回歸音樂本質，也讓多元的音樂文化能夠更加壯大、完整。

本文認為，台灣一般民眾對於樂團文化的誤解，源自於對音樂創作場景的陌生以及媒體刻板化的再現(如春天吶喊=搖頭喀藥)，假如連公共媒體都無法提供一個貼近台灣音樂創作者的資訊管道，那麼誤解還會持續下去；對於現有公共電視，本文建議能夠善用閒置的時段播放本地樂團的音樂錄影帶，以和MTV、Channel的節目屬性有所區隔；另一方面，未來公共廣電集團成立後，在廣播方面也應善用頻譜，以樂風的分類進行更細緻的頻道分工，規劃多元性質的類型電台，同時滿足爵士、搖滾、電音、古典、民謠、兒童等各種聽眾群的需求(鄭凱同，2004)。

英國BBC的例子顯示，媒體的結構會直接影響到國內音樂品味與音樂文化的發展，因此媒體改革運動和音樂文化息息相關，在政府尚未提出完整的音樂文化政策前，媒體公共化運動是促進音樂文化進步可行的一個出路，有為者應重視未來媒體政策的實際走向。

四、更多元化的音樂教育

流行音樂(popular music)在今日學術領域中，已展示出它所具有的研究價值(Frith, 1978; Frith & Goodwin, 1990; Middleton, 1990; Lull, 1992a; Negus, 1992; Frith et al, 1993; Burnett, 1996; Taylor, 1997; Shuker, 2001; 轉引自簡妙如, 2003)，

雖然它在學術研究中的崛起總是源於各式不一的疑慮與辯論，但是其重要性早已是無可置疑的共識。

雖然如此，觀察現今台灣的音樂教育體制可以發現，除了民族音樂系與國樂系外，其他的「音樂系」幾乎等同於「古典音樂系」，而所謂的「音樂教育」事實上就是「古典音樂教育」。此外，在研究領域方面，學院裡的音樂專科系所幾乎對流行音樂的研究沒有任何興趣，反而是傳播相關科系對流行音樂做了許多產業分析與文本研究。音樂教育內容的單一化、刻板化，是造成台灣音樂環境貧瘠的主要原因，台灣僵硬的音樂教育體制無法及時反應瞬息萬變的音樂潮流，當然也無法提供民眾豐富的資源自行發展自主、多元、開放的音樂品味，造成民眾認為流行音樂就是商業化音樂的錯誤觀念。

政治大學廣告系教授孫秀蕙的一段話，指出了問題的關鍵：

我覺得台灣音樂這麼貧瘠，是因為政府部門誤導音樂教育的方向，台灣的音樂教育就是扼殺創作，搖滾樂是反叛的音樂，爵士樂是有革命意識的音樂，在基礎教育裡不會有任何音樂老師對這東西有興趣。講難聽一點，音樂系畢業的學生不是去嫁醫生就是去教鋼琴，有理想一點的出國唸書、回來當教授，聽的都是古典樂、民謠和聲樂。台灣沒有一個正式學校鼓勵流行音樂創作，我們很需要這方面的學校，那裡的音樂老師認可流行音樂可以是一個可以發展的領域。我覺得辦表演邀請藝人都是可以做到的，重點還是出在音樂教育有問題，聽音樂的耳朵有問題。不能說音樂教育好不好，是說為什麼我們那麼狹窄地教音樂，大學裡開音樂欣賞就是教古典樂，中小學音樂老師在教唱歌時，從來不去培養學生的韻律感，只是把一首歌教會就好，沒有讓學生接觸到多方面的音樂資訊。…教育資源跟台灣真正獨特的音樂文化就產生斷裂，這斷裂就反映在嚴重的商品化(孫秀蕙，鄭鏗彰採訪整理，2000：67)。

要改善上述的情形，必須與本節提到的第三點同時並行，一方面成立流行音

樂相關技藝交流的專責輔導機構；另一方面在教育的內容上進行補救，可行的做法應該是修改音樂教科書的內容，將具有台灣特色的流行音樂編入教材，教材內容不應侷限於某些固定音樂類型，讓學生有足夠的資訊去選擇自己喜愛的音樂，進而加以欣賞、學習。此外在音樂教學人才的培養上，不應只著重於古典音樂訓練，必須培養開放多元的音樂美學觀，甚至可以成立流行音樂類的專科，培養專業的流行音樂教學人才。

正如本文一直強調的，流行音樂不只是娛樂商品，同時也是價值的產物，同時，我們也不應忘記，流行音樂文化的生成從來不是也不應該是市場選擇下的結果，但是過度商業化的結構卻會遮蔽了音樂文化的豐富內涵與多元價值，因此，對於「文化立國」念茲在茲的政府當局，應當思圖積極的作為，實際了解音樂創作者的需求，並且以可行的多方政策來達成發展國家文化特色的目標，否則「文化立國」的理念只會徒流於空洞無益的政治口號。

第五章 結論與建議

第一節 本文脈絡

從第一章到第四章，本文分別談到以下幾個主題：主流與獨立音樂之間的模糊性、音樂價值的社會形成、台灣目前(較以往)多元的音樂生產面貌、音樂的進步性，以及國家與音樂文化發展之間的關係。爲了更清楚地說明本文的論旨，在此再以簡要的篇幅解釋本文在思考與書寫上的脈絡。

本文首先以最顯而易見的現象觀察做爲思考的起點，透過對實例與以往相關研究的討論，發現「主流」與「獨立」這兩個概念之間在現下台灣實際的音樂生產環境中其實存在著相當大的模糊性與曖昧性，並無所謂純粹的「主流」或純粹的「獨立」，其間關係也並非兩兩對立，而是以一種相互辯證方式同時存在。然而，人類社會的意義溝通必須依賴約定俗成的名詞進行中介，即使我們了解「主流」與「獨立」之間存在著模糊曖昧的複雜關係，一般人在談論音樂的時候仍然必須以最容易理解、最化約的方式進行意見交流。主流/大眾/地上、獨立/另類/地下這些名詞在台灣脈絡底下，發展出不同於西方經驗的社會意義，名詞做爲一種意義的象徵物，各自代表著不同的價值，對於名詞的認同，同樣代表著價值的取捨，而這一切都是變動不居的。

因此，面對不停變動中的台灣音樂文化樣貌，我們無法抱持著「非此…即彼」的觀點，將多樣的音樂生產型態劃定各自的界線。過分拘泥於「主流」與「獨立」的刻板意義，並無助於對音樂文化的進一步討論，甚至可能忽略了音樂文化中至爲重要的課題：音樂的進步性。至於音樂的進步性，則取決於創作者與結構面的內外條件，而在結構面的調節與管制上，國家政策又扮演舉足輕重的角色。

正是以上這樣的思考路線，構成本文的整體架構。因此，對於本文思考的議題，我們至少可以獲得以下幾個較為清楚的結論：

一、「主流」與「獨立」的意義是社會性的產物

名詞的定義決定人們的價值判斷，而人們對於音樂的價值判斷會隨著歷史的演進與社會的變遷而有所轉變，搖滾精神、非主流理念、獨立態度在歷史的變動中也不斷在改變它們的容顏，西方如此，台灣亦然，從 70 年代至今，民歌、台灣新音樂、地下音樂、另類音樂、獨立音樂…種種的稱謂在不同的音樂發展時期中扮演了詮釋歷史的角色。在這些稱謂意義滑動的過程中，糾結的是西方音樂文化、搖滾精神、在地創新，以及最重要的商業力量，正因為有眾多的內外在因素牽動著台灣音樂文化的改變，才使得我們在面對主流/大眾/地上與獨立/另類/地下之間的辯論時顯得如此難以斷然釐清。

二、商業娛樂工業仍具主導性力量

名詞意義的界定是約定俗成的，約定俗成的名詞內涵，帶有特定的社會功能，就社會意義的層面來看，提供一種說法、稱呼來做為人們意義溝通的依據是必要的，從「民歌」、「地下」到「獨立」，這些名詞都承載了特定的社會意義與社會功能，但是在這些名詞與社會意義的演變過程當中，商業力量始終主導著音樂生產與消費。

三、音樂生產的實際型態是多元且複雜的

我們在談「獨立音樂」、「主流音樂」的時候，必須謹記一點，「獨立」與「主流」都只是一套說法，一種代名詞，在實際運作的層面上，創作者、廠牌、通路、經紀人和製作人之間錯綜複雜的合作模式，交織出「獨立」與「主流」之間的模糊地帶，我們可以將台灣音樂生產的實際情況視為一條光譜，有些落在「最獨立」的一端，有些則落在「最主流」的一端，其餘的部分則分別散落在兩端間的不同位置，隨著態度與實踐上的轉變，活動者會改變其位置。音樂創作者的態度主要決定其所在位置，在這條光譜上，容納了多元的音樂生產模式，這些多元的音樂生產，在生產邏輯、運作方式、核心價值、生產條件以及社會功能上各有不同。

四、「主流」與「獨立」間差異並非壁壘分明

無論是所謂的「獨立」或「主流」廠牌，在發行和市場控制上，幾乎沒有什麼不同，因此如果要以「獨立」和「主流」的區別在音樂產業中區分「好人」和「壞人」是毫無意義的。因此我們也不能以廠牌的「獨立」與否來判斷其進步性，較獨立的廠牌不必然以反商業操作的姿態出現，所謂的「主流」廠牌也並非完全無法生產出具有進步意識的音樂。如果真要說兩者之間有什麼不同的話，最明顯的就是經營上較獨立的廠牌在文化創新上的可能性比較高。

五、音樂生產的行動者並非完全無能為力

資本主義文化工業只在乎哪些文本能夠為其增值，根本不在乎文本是否真正具有反抗或革命的意識，而搖滾樂改變全世界的革命理想也離我們太遙遠。但是不要忘了，無論在商業化或理想化的文化生產環境中，既然音樂生產者都具有一定程度的自主性與想像空間，那麼生產者本身的行動與作為才是最重要的關鍵。

六、國家在音樂文化上扮演著舉足輕重的角色

在音樂生產的環境中，資本主義仍然居於優勢，藉著不斷快速挪用新銳文化的元素，流行音樂工業得以持續不墜。雖然在這樣的音樂生產環境中，仍然有許多可以介入改變的空隙以及文化進步的可能性，但資本力量仍然具有最終的決定性優勢，反映在音樂文化面貌上的，是缺乏商業娛樂價值的音樂在生存與發展上受到結構性的限制。基於政府「文化立國」的政策以及鼓勵本地文化藝術多元發展的概念，國家應當以政策積極介入，提供進步文化的外在生產條件，以平衡過度單一化的音樂文化面貌。

第二節 促進音樂文化進步的策略：文化游擊與結構改革的分進合擊

我們不得不承認，在當前全球流行音樂文化生產脈絡底下，商業力量仍然佔據著主導地位。而音樂文化的商業化、工業化，也開啓了對於文化工業無止息的

爭論與批判，長久以來，許多論者對於流行音樂工業的批判仍保持著悲觀的論調，這種觀點，多少反映出他們對於商業力量的焦慮與無力。Simon Frith 曾指出，現今許多搖滾評論家都認為，不論某些特殊歌曲、唱片或音樂風格的藝術力量是如何地卓越，就整體環境而言，搖滾樂使用方式的主控權已經完全落入娛樂事業的手中(Frith, 1993: 380)。流行音樂做為日常生活中一種重要的文化商品，交疊的是商業利益與文化創造相互運作的價值，而對渴求文化進步的音樂創作者而言，折衝於商業價值與文化價值間的思考、掙扎與取捨也往往為自己帶來更多的困惑、不解與無所適從(到底如何在商業價值與文化價值間取得平衡?)。

這篇論文的主要目的，便在於釋疑、釐清、辨正、與解除焦慮。誠然，商業娛樂體系的力量已經全面進入我們的文化生活之中，但是我們不應忘記，商業力量並無法永遠全然掌握文化消費與文化活動的意義。以搖滾樂為例，音樂工業或許能保有搖滾樂使用方式的主控權，但卻無法決定搖滾樂的所有意義，因為資本主義社會的族群與休閒生活問題並不是那麼輕易就能解決的(Ibid: 381)。

即使承認商業力量佔據著主導地位的這一點，我們也無須就此宣布娛樂商業體系的全面勝利，網路與 MP3 的發展為娛樂工業帶來前所未有的考驗，音樂的生產與消費方式再也無法定於一尊；相對於資訊快速流動與再製的網路世界，流行音樂工業中分工細密的制式文化生產方式顯得笨重遲緩。

如果我們期待的是一個更進步、多元、美好與眾聲喧嘩的音樂文化景貌，那麼一定會有些現下實際可行的方案可做為行動的參考。面對娛樂商業體系，除了感到困惑與無力，有識者應更進一步思考的是，除了批判，是否有更積極、更實際的行動原則與改變方式。

正如本文在第四章所強調的，進步文化的生成必須有賴內外條件的相互配合，因此本文認為，欲促進音樂文化的進步(以及社會的進步)，涵養進步的聆聽姿態，必須一方面以新的論述與新的文化創造刺激與衝撞僵化的體制；另一方面，則積極串聯思圖改革的社會力量，形成一股由下而上的聲音，要求政府正視音樂生產結構上的失衡，以國家力量進行結構上的調節。

第三節 不足與建議

由於本文試圖處理數個不同面向卻又相互聯繫的議題，因此在論述深度上有普遍不足的問題。以下筆者針對本文內容提出幾點自我質疑，以提供往後相關研究者思考的方向。

一、越描越灰

雖然本文一直強調「主流」與「獨立」之間的模糊性以及彼此之間的相對性，但在進行論述時仍無法擺脫語言使用的限制，也就是說，即使我們能體會「主流」與「獨立」之間那樣的模糊關係，但我們卻很難以文字直接並清楚地完整再現那樣錯綜複雜的關係。

本文在進行論述時，一方面盡量避免「非此…即彼」的邏輯，一方面卻又必須依賴文字來呈現對議題的思考。但是無論如何小心謹慎，語言的使用仍然有造成誤解的危險。拒絕將名詞的意義定於一尊是本文最大的堅持，但在論述的過程中卻不自覺地也掉入語言的陷阱，而拒絕使用「非此…即彼」的邏輯也有可能讓讀者對於議題的理解更加混淆錯亂，因此本文第一章末尾曾經建議將「主流」與「獨立」的意義問題暫時擱置，從實際的生產面向來檢視音樂文化進步的條件。本文建議，對於「主流」與「獨立」定義問題有興趣的研究者，不妨從語言學、符號學研究的角度來檢視這個問題。

二、論域的演變是不可分割的

關於台灣音樂文化社會形成的部分，本文將演變的歷程分為「民歌論域」、「地下音樂論域」與「獨立音樂論域」三個階段。然而我們必須了解一點，文化形貌的演變從來都不是斷裂的，而所謂的變化也從來不是在歷史的某一個確切的時刻以一夕變天的方式出現的。

名詞意義的改變，是以滴水穿石的方式漸次興衰，但是在本文的論述架構底下，並無法窺見「民歌」、「地下音樂」、「獨立音樂」這些名詞意義的遞嬗過程，

缺乏細緻描述的內容。

在台灣民歌音樂歷史研究的部分，張釗維的《誰在那裡唱自己的歌：台灣現代民歌運動史》一書有相當詳盡的歷史描述；在「地下音樂」的部分，除了張育章的〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉之外，甚少有完整而詳盡的歷史分析；而「獨立音樂」的部分，至今仍然缺乏系統性的相關歷史資料。本文建議，對於台灣流行音樂發展歷史有興趣的研究者，可以將研究重點擺在轉變過程的研究，將各代表性階段的歷史連接起來，以提供後續研究者更完整的歷史概念。

三、仍無法確切捕捉台灣音樂生產的多元面貌

對於台灣音樂生產型態的部分，本文粗略將台灣的音樂生產區分為社運歌曲創作者、大型唱片工業體系以外的獨立廠牌、大型唱片公司釋放出來的音樂人才與娛樂工業等四種型態。但是這種區分方式卻容易將邊緣性質的音樂生產型態排除在外，像是獨立製作、發行，但是卻並非以社會運動為目的音樂工作者就不屬於上述任何四種型態之一。

或許比較可行的方式是以一整本的論文篇幅來勾勒台灣音樂生產型態的圖像，甚至可以選擇較具特殊意義或文化價值的音樂工作者/團體，以個案分析的方式深入呈現與探討。

四、對音樂文化政策的討論缺乏整體架構

雖然本文第四章有提到音樂文化相關政策的做法與建議，但是許多討論仍然僅點到為止，在討論內容上也缺乏整體性的架構與想像；另外在國外經驗的部分，也缺乏更豐厚的資料做為論述的依據與政策規劃的參考。

本文建議，對音樂文化相關政策有興趣的研究者可以此為題，藉由國外相關經驗的整理，以及國內可行做法的評估，提供政府相關單位政策規劃的依據。對於音樂文化政策的討論，台灣正處於剛起步的階段，這方面的研究，是目前台灣社會迫切需要的，研究者如果能在這方面有所成果，對台灣社會將是一大貢獻。

五、其他限制

本文所使用的研究方式是文獻法與訪談法，但是在談到音樂文化生產的部分

的時候，音樂產業相關的數據資料幾乎付之闕如，反而僅引用大量報章資料與訪談做為論述依據，如此以來也使得論述上的說服力較為薄弱。

造成這種狀況的原因主要在於筆者本身對於產業資訊蒐集的不足，未能有效提出確切數據做為說明；另一方面，也是因為台灣一直以來都缺乏小眾音樂產業的調查數據與資料，因此研究者遇到這種問題的時候，通常只能依靠報章與訪談資料進行研究。為了能讓往後的研究成果更加豐厚，本文建議政府單位應定期進行音樂產業概況普查(包含小眾音樂的部分)，以減少研究資料蒐集上的困難。

參考文獻

中文部分(未於此處註明之報章資料皆直接加註於引文處)：

王英裕(1999)：《全球整編與本土共謀：台灣流行音樂工業轉變之政經分析》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

亦咸(1991)：〈台灣新音樂的顛覆與矛盾〉。《聯合文學》第七卷第十期。

李岳奇(1996)：《流行音樂最前線—目擊唱片企畫實錄》。台北：遠流。

任將達(2001)：〈主流與非主流的多元思考迴路—黃子佼 V.S.任將達〉。《搖滾客音樂雜誌》復刊第三號。

朱夢慈(2001)：《台北創作樂團之音樂實踐與美學-以「閃靈」樂團為例》。國立台灣大學音樂學研究所碩士論文。

包亞明等(2001)：《後現代性與地理學的政治》。上海：上海教育出版社。

江一豪(2003)：〈網路音樂再掀波瀾，著作權定義拉鋸戰〉。《話題雜誌》第 45 期。2003 年 11 月號。

李明智等(2004)：〈開發音樂園區 讓大家來朝聖(一)〉。中國時報。2004 年 3 月 14 號。

何東洪、張釗維(2000)：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡：一個徵狀性的考察〉。《文化產業：文化生產的結構分析》。台北：遠流。

何東洪(2000)：〈剖析音樂/樂評的一些面向〉。《搖滾客音樂雜誌》復刊第二號。台北：水晶。

邱天助(2002)：《布爾迪厄文化再製理論》。台北：桂冠。

吳佳珍(2003)：〈台灣流行音樂產業價值鏈的轉變：去中心、創作與消費意識的抬頭〉。中華傳播學會年會論文。

何東洪(2003)：〈流行音樂大利多？〉。中國時報。2003 年 8 月 26 號。

何東洪(2004a)：〈憤怒之聲：Louder Than Bomb？〉。《聲音與憤怒—搖滾樂可能改變世界嗎？》。台北：商周出版。

- 何東洪(2004b)：〈流行音樂要的是真誠〉。2004年8月2號，中國時報。
- 何東洪(2004c)：〈讓流行音樂文化茁壯〉。中國時報。2003年12月14號。
- 何東洪(2004d)：〈笑掉誰的大牙？回應「精緻文化人士」的偏見〉。南方文章海。2003年12月24號。
- 林怡伶(1996)：〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉。《中外文學》第二十五卷第二期，P.10-31。
- 林怡瑄(2003)：《文化中介者的能動性—台灣「獨立唱片」研究》，傳播研究與台灣社會學術研討會論文。
- 林倩(2003)：〈獨立樂團 何處去？〉。中國時報。2003年6月4號。
- 胡采蘋(2002)：《台灣古典音樂文化工業的政治經濟分析初探》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 郭威君(2002)：《台灣流行音樂唱片產業的未來在何方？》。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。
- 馬世芳(1993)：〈台灣流行音樂粗論〉。《台大人文報》第十二期。
- 陳儒修(1996)：〈台語搖滾初探〉。《中外文學》第291期。
- 陳德愉(1996)：〈朱約信用唱片寫原住民 趙一豪不忘反擊新聞局〉。新新聞507期。
- 陳雅雯(1999)：〈偽另類真角頭：張四十三和他的角頭音樂〉。《破報》復刊61號。
- 陳惠婷(2002)：〈未來之聲的本土游擊：台灣獨立音樂產業的政治經濟結構樣態分析〉。淡江大學2002年國際傳播學術研討會論文。
- 馬世芳(2001)：〈那個莫名其妙的禁歌年代〉。《五四三音樂報》第八十三期。
- 陳蓉台(2003)：〈設流行音樂中心？樂界指多功能場所較符實際〉。中央社。2003年12月30號。
- 康俐雯(2003)：〈「流行音樂中心」震天響〉。中國時報。2003年12月31號。
- 翁嘉銘等(2004)：〈開發音樂園區 讓大家來朝聖(二)〉。中國時報。2004年3月14號。

- 陳昇等(2004)：〈從主題館扎根 讓流行音樂活起來(二)〉。中國時報。2004年3月15號。
- 符昌榮等(2004)：〈從主題館扎根 讓流行音樂活起來(一)〉。中國時報。2004年3月15號。
- 曾慧佳(1998)：《從流行歌曲看台灣社會》。台北：桂冠。
- 張釗維(1991)：〈流行歌謠詞曲作家大事記〉(初稿)。《聯合文學》第七卷第十期。
- 張育章、張釗維(1994)：〈另翼岸譜—民眾音樂研究初探〉。《島嶼邊緣》第三卷第三期。
- 張育章(1996)：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉。《中外文學》第二十五卷第二期。
- 葉淑明(1998)：《全球與本土：台灣流行音樂工業的演變》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 張育章(1999)：《音樂及社會實踐：美濃反水庫運動音樂記實與社會實踐》。破週報，第55期。
- 張釗芝(1999)：〈讓今年的樂團風潮在下一世紀繼續發酵！！—台灣樂團 "出運" 的兩種模式—五月天 & 閃靈〉。《破報》復刊90號。
- 搖滾客編輯(2000)：〈搖滾客發刊詞〉。《搖滾客音樂雜誌》復刊第一號。台北：水晶。
- 楊久穎等(2000)：〈論者有言，聽者無心〉。《搖滾客音樂雜誌》復刊第二號。台北：水晶。
- 張釗維(2001)：〈音樂如何成爲進步運動的一部分〉。《文化研究月報》第十期。
- 葉龍彥(2001)：《台灣唱片思想起 1985-1999》。台北：博揚文化。
- 張容瑛(2001)：《台灣流行音樂產業網絡、創作系統與空間》。國立台北大學都市計劃研究所碩士論文。
- 楊惠晴(2001)：〈台灣獨立音樂廠牌之發展與現狀〉。中華傳播學會香港年會論文。
- 張釗維(2003)。《誰在那裡唱自己的歌：台灣現代民歌運動史》(再版)。台北：滾

石文化。

張維元(2003)：《解析音樂夢工廠：一個實踐形構視角下的個案研究》。私立輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

張容瑛，周志龍(2003)《台灣流行音樂產業網絡群聚與創作氛圍》。文化研究學會 2003 年年會論文。

張鐵志(2004)：《聲音與憤怒—搖滾樂可能改變世界嗎？》。台北：商周出版。

張世倫(2004a)：〈DJ 已逝，搖滾不死〉。中國時報。2004 年 10 月 30 號。

張世倫(2004b)：〈公共媒體與搖滾樂〉。媒體小舖電子報第 130 期。

鄭淑儀(1992)：《臺灣流行音樂與大眾文化(1982-1991 年)》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

葛皇濱(2002)：〈反「反盜版」的三大理由〉。《南方電子報》。2002 年 4 月 23 號。

鄭鏗彰(2003)：〈文化產業的公共平台之可能性及經濟力- 以數位音樂發展為例〉。「文化創意產業：全球思考·台灣行動」國際研討會。

鄭鏗彰(2003)：〈小威的爵士樂講座：孫秀蕙專訪〉。《搖滾客音樂雜誌》復刊第二號。

趙慧琳(2003)：〈打造流行音樂中心 各說各話〉。聯合報。2003 年 12 月 31 號。

劉潔妃(2003)：〈救救流行樂 軟硬兼施 文建會新十大建設大手筆〉。大成報。2003 年 12 月 31 號。

鄭凱同(2004a)：〈公共媒體的檢視與展望：一個音樂創作者的想像〉。公共電視集團的想像與實際民間研討會引言稿。

鄭凱同(2004b)：〈公共媒體 新銳文化的腹地〉。傳播學生鬥陣電子報第 224 期。

劉世鼎(1999)：《跨國唱片公司在台灣的歷史分析(1980-1998)》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

蔣慧仙等(2004)：〈獨立青年，音樂創業〉。《誠品好讀》九月號，Issue 47。台北：誠品。

劉新圓(2004)：〈我們需要流行音樂中心？〉。中國時報。2003 年 12 月 13 號。

- 管中祥(2004)：〈台灣獨立樂團 該試著親近社會〉。中國時報。2004年7月26號。
- 賴素鈴(2003)：〈流行音樂 兼施場地大小異見十足〉。民生報。2003年12月31號。
- 賴廷恆(2003)：〈流行音樂中心 軟體需求更殷〉。中國時報。2003年12月31號。
- 盧永山(2002)：〈反反盜版運動對學生和社會的意義〉。《南方電子報》。2002年7月1號。
- 簡妙如(2002)：《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》。國立政治大學新聞學系博士論文。
- 簡妙如(2003a)：〈流行音樂意味著什麼？—流行文化的科技、市場、差異主體與真誠性的解構〉。中華傳播學會年會論文。
- 簡妙如(2003b)：〈審美現代性的轉向：兼論 80 年代台灣流行音樂的現代性寓言〉。文化研究學會年會論文。
- 譚石(1991)：〈台灣流行音樂的歷史方案 — 一個初步的觀察〉。《聯合文學》第七卷第十期。
- 魏均(2004)：〈讓野台開唱的聲音更爲遼闊〉。媒體小舖電子報第 131 期。
- Freddy，巫祈麟整理報導(2003)：〈野台第九次開唱與台灣樂團下一步〉。《破報》復刊 267 號。
- John Fiske，王曉鈺等譯(2001)：《理解大眾文化》。北京：中央編譯出版社。
- Mosco(1996)，馮建三、程宗明譯(1998)：《傳播政治經濟學—再思考與再更新》。台北：五南。
- Patrice Bonnewitz，孫智綺等譯(2002)：《布赫迪厄社會學的第一課》。台北：麥田出版。
- Ricardo(2004)：〈用圖繪，用歌聲紀錄一切：葛洛力《住在高架橋上的男孩阿愷》〉。《破報》復刊第 325 期。
- Simon Frith，彭倩文譯(1994)：《搖滾樂社會學》。台北：萬象圖書。

英文部分：

Breen, Marcus(1993). 'Making Music Local'. In Tony Bennet, Simon Frith, Lawrence Grossber, John Shepherd and Graeme Turner(eds). *Rock and Popular Music*. London: Routledge.

Cloonan, Martin(1999).Pop and the Nation-State: toward a theorization. *Popular Music* volume 18/2.

Frith, Simon(1981).Youth, Leisure, and the Politics of Rock'n'Roll.

Frith, Simon(1993). "Popular Music and the Local State". In Tony Bennet, Simon Frith, Lawrence Grossber, John Shepherd and Graeme Turner(eds). *Rock and Popular Music*. London: Routledge.

Frith, Simon(1996). *Performing Rite*. Oxford: Oxford University.

Garofalo, Reebee(1992). *Popular Music And The Civil Rights Movement*. In Reebee Garofalo(ed) *Rockin' the boat : mass music and mass movements*. Boston: South End.

Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Gomery, Douglas(1989) 'Media Economics: Terms of Analysis', *Critical Studies of Mass Communication*.

Garnham, Nicholas(1990) 'Contribution to a political economy of mass communication' , in Fred Inglis(ed.), *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.

Gillett, Charlie(1970)*The Sound of the City: the Rise of Rock and Roll*. London: Souvenir Press.

Lee, Stephen. (1995) "Re-examining the concept of the 'independent' record company: the case of Wax Trax! records." *Popular Music* 14/1: 13-31.

Murdock, Graham(1989). *Critical Inquiry and Audience Activity*. In B. Dervin et al.(eds.)*Rethinking Commynication*, Vol.2, London: Sage.

Negus, Keith(1996). *Popular Music In Theory: An Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.

Negus, Keith(2000). “Music Divisions: The Recording Industry and the Social Mediation of Cultural Production”, in James Curran(ed.), *Media Organisations in Society*. Oxford: Oxford University.

Rutten, Paul(1993). ‘Popular Music Policy: A Contested Area – The Dutch Experience’. In Tony Bennet, Simon Frith, Lawrence Grossber, John Shepherd and Graeme Turner(eds). *Rock and Popular Music*. London: Routledge.

Wallis R. and K. Malm(1984)*Big Sound from Small People*. London: Constable

網路部分：

<http://www.allmusic.com>

Freddy(2003)：〈金曲獎不該是商業娛樂圈的禁嚮，肯定今年評審無懼壓力客觀評審〉。閃靈樂團官方網站(<http://chthonic.org/hans/diary/2003081905.htm>)。

Jeph(2003a)：〈細數《搖滾客》的歷史〉。

<http://blog.twblog.net/jeph/archives/001843.html>

Jeph(1995)：〈地下筆記〉。師大精靈之城 BBS 站。

Jeph(2003b)：〈關於地下音樂的舊論重提〉。

<http://blog.twblog.net/jeph/archives/000515.html>

下港胖子(1998)：〈「地下音樂」不地下？〉。《烘烘焙姬網路文化雜誌》第 8 期。

濁水溪(2000)：〈給"自以為有實力"的五月天.....〉

<http://www.8king.com.tw/holy/read.php3?num=1&id=12103&thread=12103&loc=0>

Jeph(1999)：〈我們希望成為台灣的 Beatles!－五月天訪談〉。

<http://blog.twblog.net/jeph/archives/000515.html>

翁嘉銘(2001)：〈海洋如此多嬌，就屬音樂最妙 — 第二回海洋音樂祭的理想，聯想，痴想種種〉。

<http://hohaiyan.com/2001/main.htm>

翁嘉銘(2003)：〈金曲獎缺了什麼？〉。翁嘉銘流行歌仔簿。

<http://mypaper.pchome.com.tw/news/twpopmusic/>

KK(2003)：〈野球與搖滾〉。小白兔電子報 No.55。

<http://maillist.to/wwr>

國際貿易局(2005)

<http://cweb.trade.gov.tw/>

新聞局(2004)

<http://info.gio.gov.tw>

財團法人國家文化藝術基金會(2004)

<http://www.ncaf.org.tw/>

獨立音樂創作人支持媒體公共化網路(2004)

<http://www.bigsound.org/publicmedia/>

Arts Council England(2004)

<http://www.artscouncil.org.uk/index.php>

Generator(2004)

<http://www.generator.org.uk/>

附錄 本研究訪談對象

受訪者	職稱	訪談時間	訪談地點
葉宛青	小白兔橘子唱片負責人	2004年5月26日	這牆音樂藝文展演空間
吳逸駿	Noiz 錄音室負責人	2004年5月26日	這牆音樂藝文展演空間
林倩	薄荷葉樂團主唱	2004年5月29日	女巫店