

國立交通大學

社會與文化研究所

碩士論文

製作類型：戰後國語通俗音樂「流行曲」與「搖滾樂」的系
譜考察，從「滾石」、「飛碟」到「水晶」

**Making Genre : The Genealogy Between “Pop” and “Rock” of Mandarin
Popular Music In Post-War Taiwan, From “Rock Record”, “UFO
Recoed” to “Crystal Record”.**

研究生：王淳眉

指導教授：何東洪

中華民國105年6月

製作類型：戰後國語通俗音樂「流行曲」與「搖滾樂」的系譜考察，
從「滾石」、「飛碟」到「水晶」

**Making Genre : The Genealogy Between “Pop” and “Rock” of Mandarin
Popular Music In Post-War Taiwan, From “Rock Record”, “UFO
Recoed” to “Crystal Record”.**

研 究 生：王淳眉

Student : Chun-Mei, Wang

指導教授：何東洪

Advisor : Tung-Hung, Ho



Master

in

Arts

June 2016

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國105年六月

摘要

本研究主要探討台灣國語通俗音樂戰後的類型路徑，以類型為對象，系譜考古「搖滾樂」與「流行曲」在戰後的台灣，一路到九零年代，在唱片工業中如何被行塑和動用。研究者主要分析文件從報紙評論到代表唱片公司與其出版的刊物為分析對象，來檢視「搖滾樂」與「流行曲」兩種類型論述被賦予正當性的過程以及變化，援引Simon Frith的類型分析和概念，指出即使同樣的類型在不同的社會與文化背景、歷史下，會累積出對於該類型不同的詮釋方法。

過去在討論音樂類型的時候容易墮入品味區辨，被視為品味偏好而展現通俗音樂文化討論時其侷限，在情緒四溢的意識形態中，往往無法探問類型之所以能擁有其相對應意識形態正當性的架構如何被建立以及如何被動用的問題。儘管現在的國語通俗音樂聽覺已經呈現英美化，但是透過回溯通俗音樂的歷史系譜，更能彰顯台灣在以美國為主導的世界秩序裡聽覺如何被行塑，以及自己作為一個文化主體如何回應外在世界的共同行塑的問題。

從戰後「海港派」以及「熱門音樂」為起點，揭示了通俗音樂不只是聽覺的選擇，同時也是文化活動爭奪的場域，在場域的權力爭奪裡我們可以看見國家、知識份子等力量的介入為賦予類型正當性而生產排除的語徑；二、三章則在前面歷史軌跡的基礎上，選擇「滾石」、「飛碟」兩家分別屬於「搖滾」與「流行」代表性的公司為對象，聚焦在這兩家唱片公司如何透過音樂產品、文字論述接合自家企業文化以及對應的類型意識形態；第四章則希望透過描述「水晶」唱片的出現以及其意義來連結我們後來所認識的樂團音樂。

關鍵字：類型、通俗音樂文化研究、流行樂與搖滾樂系譜、搖滾化

誌謝

因為拖的太久而難以啟齒的感謝，終得付諸文字與書面，讓那些漸漸褪去飽滿的情緒終有個位置，以及那些未能寫進論文裡，卻支撐了一個論文生產的過去與現在能有個記錄。總以為最終的感謝會是行雲流水，但就像是個儀式般，在誌謝的結尾句點前，對恰當的字眼斟酌再三。仍記得剛進所上的興奮與期待，練習了兩千多個日子，直至這一刻仍在練習，練習閱讀、練習書寫、練習溝通、練習讓這些學識累積自己的開闊、飽滿和謙遜。我不是一個很專心的研究者，總是好奇於其它有趣、好玩的事情，而在這個路途裡總往岔路走去，繞了很多遠路，但也看到了更多的風景。

在這個練習的過程裡，受到很多人的幫忙與關注，首先當然就是我的指導何東洪老師。過去的幾年間，論文指導之外，何老師與阿喊提供了很多讓我更親近通俗音樂脈絡的機會，也因為這些機會讓我更認識時間裡那些我來不及參與的過去，聽了很多有趣的故事和經歷，讓那些過去成為了我所能理解的現在，「學問，是一輩子的事」，銘記在心。感謝口委簡妙如老師總是親和卻也嚴謹認真地對待我每一次的書寫，誠摯地給予建議和鼓勵；也感謝口委陳光興老師對這本論文的坦率和想像，您總是有讓人把眼光往內看的能力，這種自省的啟發是我在社文所學到對於學問最大的方法。

所上的老師一直是學生們對學問探究的指標，謝謝林淑芬和劉紀蕙老師在我們摸不著頭緒的時候，總願意撥出時間聽我們說摸不著頭緒的研究想像，然後從中指點迷津；謝謝邱德亮老師尖銳、精辟而直接的建議；也謝謝朱元鴻老師在課堂上對學生的問題循循善誘，一來一往間在開放寬廣的討論裡，總能發現您對學問的熱情，也謹記您說過的：「讀過的書只要是活的，總有用得上的時候」。

離開陰冷的地下研究室已經很久了，但仍時常想起碩一時期大夥在研究室或不在研究室，吃飯、喝酒、聊天、抱怨的模樣，堆在桌上的書包山包海，那個焦慮卻又爽快的時光，謝謝這些研究室或不在研究室的夥伴，咖哩、小六、Didier、小豪、于鈞、妍潔、欣潔、羿安、芸妍，清雅、光錫、秋山、克倫、恩廣、七公，Salone，謝謝你們讓我認識了有稜有角和各種可能性的你們。特別謝謝雅芳，是你組織讀書會讓我因此有了機會加入音樂文化研究的討論小組，也因此開始了研究的旅程，謝謝一路上的叮嚀與建議，直至最後論文定稿都仍在幫我做最後的聚焦。謝謝郭佳帶我認識北京的搖滾樂隊，讓我的耳朵有機會再一次的打開。當然還有所辦的慧芳姐，總是不厭其煩地叮嚀、提醒；也感謝郁嘩總願意提供工作，也是因為這些工作讓我發現自己還有些其他可以被肯定的才能。

謝謝鱷魚老闆讓我的青春除了心愛的人還能有個心愛的搖滾樂隊；謝謝中山吉他還有林則彬讓我踏進band sound的迷幻空間；謝謝雅文和沛伶，是你們讓我找到生活裡一起往前走的夥伴，特別是沛伶，總是得接受我遇到挫折時各種負面情緒與低潮的對話，以及說來就來說走就走的邀約，從高中認識到現在，在這個過程裡，我們或許更像家人了。

謝謝卓新獎的家宜、靜雲和王姐，謝謝你們總願意提供工作機會給我，讓我在做自己的研究之餘，仍可以熟悉台灣的媒體環境，仍看得到那些讓人敬佩的媒體工作者多努力，而沒有忘記學術之後，總得回到現場戰鬥。

最後，當然是在背後無條件支持我的家人，即使他們從不知道我研究的是什麼，也不懂為什麼我一個研究所可以唸如此久，但總也是耐著性子，等我整理、安排自己的人生，謝謝阿姨、建勝哥哥、沙韋希，以及，沒有唸多少書，卻用自己的身體、自己的勞動力，掙了讓我自由成長空間的爸爸和媽媽。

從自己的經驗出發的研究，總是回頭與自己的經驗交互參照、比對。我對通俗音樂的問題意識起于對「1976」的喜愛，從2000年到現在，作為一個樂迷的我本身或許就是一個田野，十幾個年頭過去，從相信自己還有心愛的搖滾樂隊的那個小樂迷到現在不再相信搖滾樂的這個我，這個變化我也意想不到，但是我感謝那個相信的過去，以及，仍願意相信過去那個相信搖滾樂的自己的未來。

目錄

第一章	序論.....	1
第一節	前奏：台灣戰後國語通俗音樂發展線索.....	1
	一、戰後台灣國語通俗都市歌曲的移動軌跡.....	1
	（一）線索：海港派—愛國歌曲和靡靡之「因」.....	2
	（二）線索：熱門音樂—美國因素下的流行音樂.....	4
	（三）線索：民歌運動的校園與無校園.....	12
	（四）線索：類型完成—八〇年代「滾石唱片」與「飛碟唱片」.....	20
	（五）線索：熱門音樂大賽、新音樂與地下／另類／獨立音樂.....	23
第二節	前奏之後：問題意識.....	27
第三節	研究背景.....	30
	一、文獻回顧.....	30
	（一）流行曲與搖滾樂.....	30
	（二）類型.....	32
	（三）通俗音樂與文化研究.....	35
第四節	研究方法.....	37
第五節	小結.....	38
第二章	「滾石唱片」與「搖滾樂」意識形態.....	41
第一節	「滾石」發展概述.....	41
	一、第一階段《滾石雜誌》.....	41
	二、第二階段「滾石有聲出版社」製作唱片與代理西洋音樂.....	42
	三、積極拓展海外市場的第三階段.....	42
	（一）魔岩文化.....	43
	（二）日、韓、東南亞音樂的引進.....	44
第二節	「滾石」企業文化及其表現形態.....	44
	一、《滾石雜誌》用來溝通（培養）甚麼？.....	45
	（一）一本年輕人的雜誌.....	45
	（二）熱門音樂到西洋音樂.....	48
	二、「滾石有聲出版」的表現形態.....	50
	（一）滾石性格：年輕的企業家.....	50

(二)專輯製作企劃導向.....	52
三、亞洲與華語通俗音樂市場的開拓.....	53
第三節 李宗盛之於「滾石」的意義.....	60
一、民歌客廳中的小李.....	60
二、類型中的風格.....	62
(一)都會情歌.....	62
(二)李式風格.....	64
第四節 小結：「我在『滾石』，我很重要」.....	66
第三章 「飛碟唱片」與「流行曲」生產.....	69
第一節 「飛碟唱片」發展概述.....	71
一、《飛碟雜誌》.....	72
第二節 「飛碟唱片」的代表類型.....	73
一、寫譜人：陳志遠.....	73
二、偶像：順從的青春.....	76
三、累積籌碼的藝術家.....	78
第三節 小結.....	82
第四章 西洋音樂代理突圍，「水晶唱片」與獨立樂團.....	84
第一節 歷史中Band Sound的路徑.....	84
第二節 關於「水晶音樂」.....	88
第三節 尋找自己的聲音：從「新音樂」到「獨立音樂」.....	95
第四節 小結.....	100
第五章 結論.....	102
一、類型的系譜考古.....	102
二、研究限制與反省.....	105
三、研究後記.....	105
參考書目.....	107
附錄.....	114

圖表目錄

表1-1	1968年熱門音樂節目一覽表.....	8
表1-2	1960年代熱門音樂主要樂團整理.....	9
表2-1	八〇年代至九零年代跨國唱片公司進入台灣市場概況整理.....	58
表3-1	1920-1990主要唱片公司成立年代.....	69
表3-2	八〇年代主要代表工作室.....	70
表3-3	通俗歌曲傳播管道.....	70
表3-4	「飛碟」唱片企業組織圖.....	71
表4-1	2000年受「水晶」唱片影響的台灣獨立音樂廠牌表.....	98



第一章 序論

在展開問題意識之前，研究者嘗試先書寫台灣戰後國語通俗音樂的簡史，透過「前奏」的喻意來為接下來的論文書寫鋪成開場白。研究者將戰後台灣通俗音樂的簡史大致劃出五個階段¹，以書寫這五個階段來嘗試梳理國語通俗音樂類型的路徑，這五個階段分別主要從上海、香港來的「海港派」、美國因素主導的西洋流行「熱門音樂」、(校園)民歌運動、以及「滾石」和「飛碟」唱片為主的唱片工業，最後在九〇年代的「新音樂」與「獨立音樂」的關係做簡短的結尾，讓這一連串的線索來回應研究者在成長中聆聽的樂團音樂如何在形式與內容上成為現在這個樣子？

第一節 前奏：台灣戰後國語通俗音樂發展線索

在歷史與文獻回顧的過程中可以發現聲音路徑的特性在於它不是直線進行，而是隨著中介的力量改變其傳播速度，如同物理學上的聲波傳播特性，依著不同介質的性質而有不同速度的傳播，於是，在這個研究的考古系譜裡，嘗試梳理國語通俗音樂的系譜，以線索稱之，意在說明它可能先後、可能重疊也可能平行，而舊歷史從未寫定，研究者只就能觸及的資料開展，尚未出土、被挖掘或沒有力量進入論述場域的歷史仍然存在，因此在本研究裡視那些在論述中被引用的過往為線索，來鋪成台灣戰後國語通俗音樂類型的移動軌跡。

一、戰後台灣國語通俗都市歌曲的移動軌跡

如果聲音可以作為表現歷史的一環，那台灣現在以國語為主流的發聲現象，便是從原住民語、台語、日語、客語等一連串治理、擠壓、排除的環節中形成。然而這種治理、擠壓和排除的過程與縫隙交錯非線性的進行，形成了台灣戰後島內流行音樂場景多樣、歧義的面貌。國語流行歌曲市場的形成是在國民政府來台之後才隨大量移民（曾慧佳 1998：105），而且在國語（北京話／普通話）的強勢治理下成型，同時又因韓戰駐台美軍而受到西洋流行音樂的影響，而在聽覺上有上海酒家、十里洋場內結合西洋爵士樂和地方小調的風情，到台灣島內直接從美軍電台接收西洋流行音樂排行榜的轉變。本節就在這兩條歷史線索下展開國語音樂類型中「流行」和「搖滾」的系譜。

¹ 「階段」並非只單純作為線性發展的引線，而是未能清楚定義歷史時間點的概稱，研究者希望可以把「階段」想像成一塊塊的圖像，在「時間點」上彼此或許重疊、交集。

(一) 線索：海港派—愛國歌曲和靡靡之「因」

靡靡之音：頹廢、色情、低級趣味的音樂。

(教育部國語詞典)

國語流行歌曲最早起源於歌舞劇歌曲，創作「毛毛雨」和「葡萄仙子」的黎錦輝是中國三〇年代「桃花派」代表，在上海創辦的「明月歌舞團」被視為國語歌曲通俗、流行、大眾化的起點與始祖。直到有聲電影出現，電影歌曲成為中國流行歌曲主要傳播媒介，這樣的傳播媒介直到八〇年代仍舊作用，電影與流行歌曲在商業市場相輔相成。「桃花派」因黎錦輝創作歌曲香柔軟語，有時開點黃色玩笑而被大眾喜歡，但同時也被學院派知識份子、衛道人士所不屑，而視之為靡靡之音，與當時大學生著迷的京劇無法相比，視為幼稚不堪。(劉星 1984：22) 除此之外，廣播的發達也扮演流行歌曲傳播的重要角色，三、四十年代，上海擁有全國最多的民營電台，又因租借關係，吸引外資投入流行音樂市場，像是著名的百代唱片公司(EMI)投資設廠，當時最盛行的莫過於對西洋爵士樂現代風格的效仿，在飯館、酒樓、俱樂部無不流行。Andrew F. Jones 稱這種「因為爵士樂而走了調的時代曲」為靡靡之音，而這種靡靡之音讓「東方百代」²唱片公司成了「國語流行歌曲」最大的供應源頭。(Andrew F. Jones, 宋偉航譯 2004：79-80) 此時的「Popular song」被稱之為「時代曲」，後來「時代曲」一詞沿用到五、六零年代的香港、台灣，幾乎就是指涉「用國語譜唱的流行歌曲」，相對於歐美流行歌曲和方言流行歌曲(例如粵語、台語)。(畢繫舟 1985) 不同於古典音樂、民俗音樂，流行歌曲的流行性依賴大眾媒介的傳播，而大眾媒介的消費人口主要集中在都市，因此流行音樂也俱有濃厚的都市性格。(苗延威 1991：2) 「流行曲」與商業娛樂的出現是一體兩面的，例如歌廳、俱樂部等城市娛樂，尤其三、四〇年代的上海和五、六〇年代的香港，配合新興的電影、廣播、唱片等媒體而風行，直到七、八〇年代瓊瑤的愛情電影、中影的軍教片的風行，產生了新一波國語流行歌曲的興盛。(曾慧佳 1998；葉月瑜 2000，簡妙如 2002)

1949年因國共內戰，「時代曲」的創作者與演唱者紛紛走避香港，像是姚敏、姚莉、周璇、顧嘉輝、周藍萍等人，使香港取代了上海成為「時代曲」的流行重鎮。此時台灣尚未能有生產自己的國語通俗歌曲的創作者，因此，隨著國民政府來台的聽覺習慣和一

² 東方百代(EMI)，1908年，法國百代公司在上海成立中國第一家唱片公司，主要經營唱片和留聲機。

系列傳播到台灣的香港電影，讓台灣一直接受的是香港的流行歌曲³（劉星 1984），而這因戰爭來自上海、香港的國語流行歌曲聽覺軌跡，也就被稱作「海港派」。

早期沒有「流行音樂」的概念，而是一種新興的、時髦的現代創作與歌唱的結合。當時所謂的「時代曲」或國語流行歌、台語流行歌，已經可以看見受到西洋音樂歌曲形式的影響，例如融合大小曲調的旋律或改以西洋樂器演奏而非中式樂器、曲調，台灣本島開始有自己的國語流行歌曲大約在民國五十年前後，最具代表性的作詞者莊奴、孫儀；作曲者有劉家昌、左宏元（古月）、駱明道等。（張純琳 1990：94）此時的國語歌曲類型大致可分為電影創作、商業歌曲與愛國歌曲等三類，而流行歌曲在此時被稱作靡靡之音，正因為是這種透過大眾媒體傳播在市井間，讓人民容易朗朗上口的特性，加上被認為缺少音樂學學科傳統訓練下嚴謹和藝術的性格而被稱作靡靡之音。這類流行歌曲為市井小民製作的生產特質，多讓學科內的人以市儈／靡俗／粗庸等價值眼光審視，鮮少認真看待，隨之延伸的便是音樂研究上書寫高雅／低俗二元的價值判斷。《中國流行歌曲的源流》作者劉星1944年還在就讀吉林師範大學音樂系時，就再生產了學院內部對流行音樂的不友善。這樣的衝突發生在兩名不同位置的生產者，他們的關係是受學院訓練的學生和娛樂產業中的生產者，從當時劉星訪問電影歌曲作曲家盛家倫的反應，我們可以看到劉星作為學院培育出來的發言者，再生產了學院內部視流行音樂沒價值或鄙俗於教育系統⁴的看法。

另一方面，在戰爭時期的歷史背景下，靡靡之音被視為腐化人心、亡國之音等因素被宣導意識形態的愛國歌曲給指認出來。⁵1953年蔣介石發表的《民生主義育樂兩篇補述》

³ 此時在香港具代表性作者有姚敏、王福齡、顧嘉輝、周藍萍。姚敏，上海人，作品達千餘首，也用筆名梅翁、杜芬、洪流發表作品；王福齡，做過不少電影插曲，也為EMI做唱片歌曲，著名作品有〈今宵多珍重〉、〈南屏晚鐘〉，筆名復臨；顧嘉輝，其胞姐顧媚是香港紅歌星，多重是香港電影音樂工作，著名作品為電影插曲〈不了情〉，筆名莫然；周藍萍，重慶中訓團音幹班（重慶中央音樂學院前身）第三期畢業，著名作品〈梁祝〉、〈綠島小夜曲〉，可參考劉星著，《中國流行歌曲源流》。

⁴ 劉星當時以「自己是學音樂」的態度去訪問盛家倫，結果盛家人以「你不要對流行歌曲毫無敬意，持有成見，你以為人類的感情，已經由那些古典大師表達盡了嗎？」予以回應。可參考劉星著，《中國流行歌曲源流》。

⁵ 這個時期的台灣內部不止有反共的愛國歌曲，王受寧據回憶稱國民政府剛遷台時期，1950年前後因為政策尚未底定，因此部分對日抗戰，或強調社會主義勞工階級思想等歌曲仍在傳唱，隨著1952年中國青年反共救國團與1954年中國文藝協會的成立，意味著文

就明白說明歌曲與「反共抗俄」的作用：

「我們要知道音樂族表現民族盛衰與國家興亡。古人說：「亡國之音哀以思」。陳將亡就有『玉樹後庭花』，齊將亡就有『伴侶曲』，都是亡國之音，可使我們引以為鑑戒的……所以我們在這反共抗俄戰爭與革命建國事業中，一定要培養民族的正氣，鼓舞戰鬥的精神，以發揚蹈厲的氣概，篤實光明的風度，貫注蹈音樂與歌曲，來糾正頹廢的音樂，和淫靡的音樂。」

（蔣中正，1965，〈民生主義育樂兩篇補述〉）⁶

透過這類愛國歌曲、政宣歌曲、當局推廣的中華文化復興運動與接合學院內部的淨化（歌曲、歌詞）運動，靡靡之音與查禁歌曲並置在國家文化政策之下。如上述舉例的《中國流行歌曲的源流》一書，此書是劉星受到台灣省新聞處委託而寫，因此本書也代表了從國家的角度看待流行音樂，在學院／國家兩種角度交疊下流行音樂被視為靡靡之音的原因大約不脫離以下幾個原則：歌曲本身有無國家／愛國性格、唱法、表演人的表演方法、樂曲本身表現還有歌詞內容，這些評比標準延續國民黨政府的禁歌、淨化歌曲等文化治理政策，聽覺路徑的意識形態延續了抗敵禦侮反共匪的意識形態。劉星在學院／國家的發言位置講述何謂「淨化歌曲」，他認為所謂淨化，是要使流行歌曲本身健全，使它乾淨，從唱法、歌詞、表演甚至曲式都避免吳儂軟語，即使談論愛情，戰爭時期大時代下保家衛國、可歌可泣的愛情才值得稱頌，否則有危害社會治安和誘拐犯罪的風險。因此在這個階段可以看出，學院此時扮演著傳遞國家意識形態的審查角色。另一方面，這樣的審查機制除了明定「反日」、「反共」等民族意識外，在「意識左傾」、「影響善良風俗」等標準下卻也產生了一個審查者與歌曲間，以排除機制運作的曖昧空間。這個曖昧空間俱有彈性而且動態，因著國家的需要而產生不同的排除語徑。

（二）線索：熱門音樂—美國因素下的流行音樂

這個節目應該有個名稱？「美國流行歌曲」？「不切，排行歌曲」？不妥……

化清潔運動、反赤反共和宣導台灣安定、進步的意識才成為政府宣組織音樂藝術的政策原則和宗旨。可參考王受寧著，《二戰前後左派音樂影劇對台灣的影响》。

⁶ 蔣中正，1965，〈民生主義育樂兩篇補述〉《三民主義：增錄民生主義育樂兩篇補述》，台北：三民，頁54。引自張璧瑩，2006，《戒嚴時期台灣流行歌曲研究（1948~1989）》，國立中央大學中國文學研究所在職專碩士論文，頁109。

既然都是新歌稱為「冷門音樂」如何？這個名稱倒是很特別的。但新歌一流行就不再「冷門」，不「冷門」那就是「熱門」，那何不稱為「熱門音樂」呢？於是這個節目就稱為「熱門音樂」。

（費禮，1968，〈談熱門音樂〉）

或許可以說，此時主導台灣本島靡靡之音外的國語流行音樂的主力，是在國家力量下所累積。⁷政戰學校所培養的音樂人才正好結合了學院正統和國家意識兩種路徑。左宏元、駱明道、翁清溪等人，這群台灣第一批生產流行音樂的創作者中，絕大一部分先後出自政工幹校（現今政戰學校），後來才轉入影視產業。政戰學校著眼於國共內戰失利而在台灣本島成立，時任國防部主任的蔣經國於1952年一月創立以政治為本科班，其他學科為業科班的政工幹校，隔年創立軍樂隊。此時的軍樂機構佈及陸、海、空、憲兵、聯勤、各軍團各軍區，編制上以「國防部示範樂隊」、「政工幹校軍樂班」為發展基石。但是戰後台灣資源匱乏，樂器硬體與教學人才都缺少的情況下，中華民國政府持續美國於1948年簽訂的經濟援外行動，被提供軍事和經濟援助。1950年六月韓戰爆發，隸屬軍事援助的「美國軍事援助技術團」（Military Assistance and Advisory Group）在1951年進駐台灣，軍樂隊的培植也受此影響。

1953年美軍曾在蔣介石總統邀請下，派艾理生准尉協助國軍軍樂隊的訓練，艾理生於隔年協助國防部創建示範樂隊，同時在政戰學校設立「軍樂人員訓練班」。（許紹軒 2013）台北知名爵士樂俱樂部「Blue Note」老闆蔡爸（蔡輝陽），1963年高中畢業即北上報考北投復興崗的政工幹校，畢業後服役於「聯勤總部樂團」。蔡爸曾說「當時大陸上海來的樂手都老了，我們等於是代替他們。」（引自羅悅全訪談 2000：107-109）由此可見軍樂隊體系在教育正統和國家力量下培養了一群銜接海港派別和戰後的樂手，而這群樂手又在駐台美軍與美軍在亞洲各地駐軍的情勢，而有與英美爵士樂和流行音樂接觸的機會，蔡爸也是在此時接受不少國外樂師的指導與交流，進一步接觸正統的爵士樂⁸。軍樂班一直到民國五十六年美援終止與主事者樊燮華過世而停辦⁹（陳明宏

⁷ 此脈絡非意味學院正統和國家直接幫助了國語流行音樂的成長，而是想說在戰後物質普遍缺乏的情況下，透過國家力量，人才有機會受到音樂教育和接觸樂器等物質條件，而體制初建立尚未完備健全的時候，這些人也得以透過各種縫隙，間接累積了國語流行音樂工業的基礎。

⁸ 但這說法不代表爵士樂、管樂表現是因為美援才開始，本研究因著重國語流行音樂發展脈絡，故其他脈絡以註腳註記。在蔡爸的訪問中，蔡爸曾提到日本殖民時期也培植軍管樂，「日本人走了以後，留下很多樂器，在我們地方也教了很多樂手，但那時候小型

2001：324）。曾待過政工幹校軍樂班的蔡爸說，當時幹校訓練重音樂訓練，相對軍事訓練就少，事後分發聯勤總部樂團也因為勤務少，除了重要節日閱兵，平日升降旗外，其餘時間就練習樂器或去西門町的舞廳當樂手賺外快，「所以當時台北的職業樂手有三分之一是我們隊上的，都是軍人，當時台灣玩爵士的樂師並不多，民國五十年以後台灣的娛樂界剛剛發芽，像上海在二十年前那樣，需要很多樂手，就很多出來了，很多歌廳、舞廳都是上海幫。[···]民國六十年左右是台北（娛樂產業）最蓬勃朝氣的時候，每一家夜總會一定有爵士樂和搖滾樂團¹⁰，比如像『陽光』。我在中泰賓館我們爵士樂團Big Band就是大樂團演奏一個小時，休息一段時間，然後就是『陽光』做搖滾，他們完我們再換。」（訪藍調蔡爸，2013）

1955年國防部以服務在華美軍人精神寄託為名，在軍中廣播電台成立中美軍人之聲¹¹，後來更名為美軍電台（American Forces Network Taiwan，簡稱AFNT）¹²，1955年年

的樂團，四五個玩樂器的話，玩一些流行的，可以跳舞的，那時候叫做輕音樂。我們鄉下的軍樂隊有七十個人，很大的樂團，我父親那一輩，在日本時代，我還沒出生之前我們家鄉就有軍樂隊，我是台灣光復民國35年出生的，世界大戰之前，日本人在的時候就有軍樂隊。聽我父親講，日本一個藝妓團就住在我們家後面的大戶人家，那一定有樂團，土庫這個地方在日治時代叫土庫郡是屬於台南管的，台南府土庫郡，北港也有一個樂團，是同一個日本老師教出來的，後來他們撤退以後，樂器都放在媽祖廟一個倉庫裡面，所以這些老樂手，逢年過節尤其媽祖生日，都會出來踩街熱鬧吹阿，晚上也有餘興節目，布袋戲、歌仔戲，樂團就找一些老的樂手，這些樂手也是日本人教出來，沒事的話就在台北走唱，台北40幾年，萬華區延平北路最熱鬧，延平北路有東雲閣、白玉樓拉，酒店，酒家，以前沒有夜總會，酒家是最高級的，要賺錢阿，因為那種錢最好賺，演奏一些日本歌，像她們日本慶典時候可以跳舞，一些藝妓的歌，或是當時流行的歌就是日本歌，台灣那時候還沒什麼流行歌，聽了就很喜歡會想學，想學老前輩就會無條件教你，你要學什麼到樂器室去選，教你免費的。」（訪藍調蔡爸，2013年5月02日）

⁹ 美援實際使用在軍樂班樂器和練習場地設置，「總建築經費為由美軍援助之新台幣三十餘萬，另設專業設備計有直立鋼琴三台、風琴三台、美製管樂器八十餘件、電動錄音機一台、電唱機一台，中外最新唱片百餘張」，據陳明宏所言，當時國軍是因為美援得以擁有這些音樂硬體設施（陳明宏，2001：323）。

¹⁰ 當時分表演爵士樂編制多達數十人的Big Band和四、五人表演流行音樂的Jumbo兩種形式。

¹¹ 「1957年，美軍電台開始有獨立經費和編制，而改遷到台北市漢口街的台糖大樓，1966

底開播，艾理生准尉是第一任台長。(許紹軒 2013) 六〇年代風靡都市年輕人的熱門音樂，便是美軍電台每週播放的「American Top-40排行榜」，「陽光合唱團」、蔡爸這些樂手就是透過美軍電台認識爵士樂和西洋熱門音樂。熱門音樂一詞是費禮¹³仿美軍電台「American Top-40排行榜」在空軍電台開西洋流行音樂節目的名稱，1960年代是熱門音樂風靡台灣都市的高峰，1968年相關的廣播音樂節目有十七家之多，中廣、警廣、世新、復興、幼獅、正聲、軍中廣播電台等，短則半小時，長則三小時的廣播節目週一至周日天天輪播，著名主持人有費禮、陶曉清、余光、孟加¹⁴等，七〇年代民歌運動中扮演重要角色的電台主持人陶曉清這麼理解熱門音樂，「熱門音樂是泛指一切受歡迎的西洋流行音樂。它的範圍很廣，從Frank Sinatra到Beatles到各種Rock，甚至改編了的貝多芬、巴哈、海頓的作品，只要一旦popular起來，進入排行榜歌曲，都是熱門音樂。熱門兩個字，指得是曲子受不受歡迎，而不是曲調本身節奏的快慢。」(陶曉清 1975：2)

(表1-1：1968年熱門音樂節目一覽表)

廣播電台	主持人	節目名稱	播出時間
中廣	陶曉清	暢銷音樂	每周一到周六一小時
警廣	余光	青春之歌	每周一到周六一小時
幼獅電台	孟加	華僑青年、 西洋流行音樂	星期一到星期六半小 時、星期天半小時
世新電台	關燕琪	西洋流行音樂	每周一到周六半小時

增設調頻頻道(fm)是國內第一家有調頻頻道的電台。1968搬至陽明山山仔后。台北美軍電台隸屬於美國海軍總部海軍廣播三十一分區，目前全世界有兩百多個美軍電台以及八十個電視台，總部設於美國華盛頓，節目製作中心在洛杉磯。台北美軍電台的節目主要有時事新聞、體育活動報導和音樂，約百分之七十四由美國直接提供。目前為止，台北美軍電台擁有的唱片約有一萬五千張，全由美國總部送來，這些唱片是美國各大唱片公司以優惠條件交給美國軍方。這些唱片不准外送，即使舊了要報廢也必須敲破銷毀，以維護唱片公司的版權。目前這些唱片及節目帶，已全部寄回美國或轉送其他的美軍電台。」(邱柏青，1979)

¹² 前身最早為「中美軍人之聲廣播電台」，後更名為「駐台美軍廣播電台」1978年中美斷交後改名為「ICRT」。

¹³ 本名平鑫濤，皇冠出版社創立人，費禮為其翻譯小說筆名。

¹⁴ 邵氏女星，主要主持熱門音樂電台節目與中山堂數場演唱會。

警廣	羽軍	風行歌選	每星期天播出一小時
正聲	亞琪	熱門之聲	每周一到周六一小時
世新電台	鄭小英	歡樂假期	每星期天一小時
幼獅電台	洛克	青年俱樂部	每星期天三個小時
幼獅電台	潘琪	天涯若比鄰	每星期六一小時
幼獅電台	潘萍	幼獅音樂廳	每星期六一小時
空軍電台	蕾盈	熱門音樂	每周一到周六兩個半小時
空軍電台	莉玲	歡樂假期	每周日兩個半小時
復興電台	國康	熱門音樂	每天半小時
民防電台	黃振中	風靡音樂	周一到周六半小時

(資料來源：1968年10月第十三期《今天》雜誌，製表：本研究)

此時電台多直接向美國購買唱片，隸屬美國海軍的美軍電台，更透過美國總部直送唱片與榜單，透過台中的發射器，在臺北、台中、高雄的空中播放熱門音樂，美國熱門歌曲的統計種類很多，台灣的報導多用「錢櫃」雜誌或「合眾國際社」的統計。隨美軍駐台的美式文化也因美軍基地而蓬勃發展，蔡爸回憶，因為美軍駐台，當時的餐廳幾乎都做美軍生意，只要有飯店就有樂團表演，當時在夜總會駐團當樂師，收入至少二千元，與公務員收入五百元相比收入豐厚。而樂團表演是為了讓客人進場跳舞，就像是電影《紐約紐約》一樣，跳起舞來十分過癮¹⁵。六〇年代末，出身台南地區的「陽光合唱團」甚至有機會於新加坡進駐飯店演奏兩年，貝斯手吳幸夫提及，當時的簽約金為每人每月一千美金（與台幣匯率約一比四十），一星期表演三個晚上，飯店包吃包住，相較之下，銀行經理月薪只有兩千塊台幣，樂團甚至有機會和已經走紅的鄧麗君一同錄製唱片¹⁶。由此可看出六〇年代熱門音樂樂團與戰後發達的成人娛樂事業體系（西式、日式和上海式的夜總會、飯店、舞廳）連結在此達到高峰，不只有出國駐演的機會，演出報酬也頗為豐厚。蔡宜剛認為五〇年代到民歌運動之前，熱門音樂的活動在台灣並非處於在邊緣的地位，這時期熱門樂團的常態性演出場所與整個成人娛樂事業接合在一起（美軍俱樂部、飯店夜總會、歌廳），業餘的合唱團也經常在不定期舉行的演唱會中亮相演出，組團玩熱門音樂成為時髦、新鮮的同義詞，帶有一種現代性的芳香。（蔡宜剛 2001：25）

¹⁵ 馬世芳、鍾適芳、蔡輝陽，2000，〈"Cuba, Si" 音樂講座〉，聶魯達咖啡廳／差事劇場。<http://www.treesmusic.com/article/ho-cubasi.html>（瀏覽時間：2013/4/15）

¹⁶ 訪陽光合唱團，2013年4月11日。

(表1-2：1960年代熱門音樂主要樂團整理)

團名	(曾經加入的) 團員	地點	時間	其他
雷蒙合唱團	金祖齡 (1937-2014) (電 風琴、主唱)、陶 大偉、黃弗才 (bass)、廖嵩 嶽、蔡銘欽、謝 德輝、蔡家壽、 詹秀雄 (guitar)、 裘尼爾 (drum)、 丹尼 (piano)	主要台北	1964-1973 1973改名龍族 (Dragon seeds band) 巡演美國	1.擅長藍調、靈魂 歌曲 2.1964金祖齡加 入「雷蒙」,之前 組過「馬波羅」, 1965金祖齡因父 親過世離開「雷 蒙」,1966陶大衛 離開「雷蒙」,金 祖齡再加入 3.第一個在夜總 會表演的合唱團 4.應邀赴琉球表 演 5.台視開播初 期,金祖齡曾率 「雷蒙」於每日 下午的「星期之 歌」固定表演
四金人合唱 團	陶大偉		1968	
巨人	黃溫良、郭宗恕 (piano)、鍾貴 (guitar)、畢朱武 (drum)、吳士 正、溫興祖、劉 興泰、李剛		1957	1.興起於空軍電 台、空軍新生社
洛克	金祖齡、黃明 正、劭培元、徐 若愚、金黛麗、		1956	1958年改組「阿波 羅合唱團」

	陳慶夫、陳哲夫			
海韻	羅勃蔡、張建蓉			
陽光合唱團	吳道雄 (1943-) (電風琴)、吳盛智 (1944-1983) (吉他)、吳幸夫 (1944-)(bass)、章永華 (1945-) (drum) 康妮絲 (主唱)	發跡台南	1966-1974	1.吳道雄、吳盛智都曾在93康樂隊服務；章永華則是在憲光 2.1969到新加坡巡演，1972回國，回台後便演出台視「青春旋律」 3.1970康妮絲單飛
野馬合唱團	小詹、黃哲虹、關建華		1962-1970	
石器時代的人類	梅汝甲、戴熙植			
電星	李勝洋、徐錦禮 (電風琴) 戴熙植、徐慶復 (vocal)、張祥麟 (吉他)、高宗保 (bass)、陳體強 (drum)		1962	1.後來歌星尤雅搭配「電星」，被劉家昌發掘
鵝媽媽	比莉 (王雪娥)	台中CCK	1970	1. 團員由中、美、菲組成
旋律	李哲民	台中		
M.J.D	李勝洋 (guitar)、詹秀雄、林仲安 (bass)、張祥麟 (guitar)、陳興鉞 (drum)	台北	1965	1.在華國飯店、香港西餐廳、喜臨門演唱
Rounder (後改名為 Round)	吳榮東、白球 (Robert Peirce)、Budie		1968	

Table)	Ackber、張樹博、 Delfino Gatchlian			
Kool-letters	袁孝天、袁孝 英、Dolly dickson、Arlene Bartels、Darlene Bartels、Linda hray			1.美國學校學生 2.袁孝英被梅汝 甲稱作最好的女 吉他手
愛克遜	蘇芮 (July、 Julie)、陳志遠	台中CCK		
馬丁尼	歐陽菲菲			
雷鳥	黃鶯鶯 (lulu、 Tracy)、徐慶華 (憲光康樂 隊)、李瑞祥、陳 豫麟、樊喜皖、 吳士振、海倫		1969	
安琪兒				1.女子為主 2.曾在沖繩有一 個半月演出
leader	鍾海強、王世 梅、何明珠、何 小玲			

(資料來源：1968年10月第十三期《今天》雜誌、聯合報、中國時報；製表：本研究)

此時熱門音樂是一種「都市時髦」、「年輕」、「好玩」的娛樂表現。1968年《今天》雜誌刊載了長達二十幾頁的「台灣熱門音樂發展史」專題，裡頭除了介紹時下為人所知的熱門音樂樂隊之外，也開展了些對熱門音樂是不是靡靡之音的辯論。他們首先認為熱門音樂不是靡靡之音的原因有，熱門音樂可以作為一種正當娛樂，在課餘的時間消散年輕人多餘的精力，避免滋事，進一步透過諸如「警廣」、「中廣」等廣播節目的開設與舉辦演唱會的方式防止犯罪，熱門音樂是最好的疏導(費禮、余光、陶曉清、羽軍 1968)。另一方面，年長者認為熱門音樂是旋律簡單的噪音，破壞社會秩序製造禍端的東西；又或正統音樂家認為熱門音樂的內涵與藝術音樂強調的「內容、技術化、思想化」不同，不如正統音樂需要(技術)工具，因此熱門音樂肉體化的特質明顯，聽眾只限年輕人，容易接受但也容易被拋棄。(許常惠、吳心柳 1968) 正統音樂之外，爵士樂樂手也有熱

門音樂著重節奏、樂器容易演奏，不同爵士樂樂器需要更多掌握技術和控制技巧的說法。(謝騰輝、李奎然 1968) 在這個脈絡下的熱門音樂並沒有發展出反體制的想法，與當時被認為流行的國語靡靡之音歌曲相比，蔡宜剛認為反而是以西方文化（美國）為主的現代性進步表徵，在靡靡之音之外，樂迷們爭取的是品味的合法化。(2001：24-46) 另一方面，在這一波品味爭奪的過程中，西洋熱門音樂也被年輕知識分子分為心中「好的西洋音樂」與「壞的西洋音樂」。

美國六〇年代的民歌復興影響流行歌曲的場域，開始成為排行榜上的常客，而台灣電台與翻版主要透過排行榜選曲的行為，也意外讓民歌復興中一系列的抗議歌曲進入台灣聽眾的耳朵，進一步被年輕知識份子使用。「民謠」在原本排行榜歌曲中不論樂種的熱門音樂（Hit songs）中被年輕知識份子的使用而進一步區分出來。此時熱門音樂成為專指Rock、Pop、Disco等音樂形式，這樣的分歧將熱門音樂以「年輕人」的概括來整合，使其成為一種「過渡」，模糊化、中立化熱門音樂與民謠在正統發聲位置和統治意識形態的背景下取得文化主導權和文化正當性的位階競逐（張釗維，1994：51-59）。

（三）線索：民歌運動的校園與無校園

六〇年代台灣的熱門音樂似乎不反對甚麼，即使反對，也是相對正統學院體制、相對審查檢禁制度下爭取品味合法化的表現。在這個脈絡下，聆聽熱門音樂的經驗與第二次世界大戰後親美的冷戰結構脫離不了干係，因應美軍大兵於越戰其間來台度假而發展以美國文化為支配的舞廳、酒吧、西餐廳、俱樂部，連動帶起以文化為資本的相互辨認。如楊德昌在電影《牯嶺街少年殺人事件》，這部以國民政府來台後首宗少年殺人刑事案件為主題的電影，即大量使用美國文化，例如熱門音樂演唱會、英語等符號作為眷村中兩幫人馬不同文化資本的區分（葉月瑜 2000：165）。在這一波以西洋、國語流行音樂為主流的氛圍裡，校園內部的知識分子開始了上述聽覺線索下不同層面的反省。這樣的反省在七〇年代民歌運動中最為明顯，或許可以說，民歌運動很大一部份是在這樣的氛圍中成型。

曾慧佳認為，一九七〇年代台灣在退出聯合國與保釣等國際情勢以及「一個中國」論述的背景下，民歌成為國民黨政府以宣揚民族文化為前提來指導藝文工作下的一個文化形式，透過官方組織對何謂流行歌曲、何謂民歌的篩選與詮釋，契合著統治的意識形態，使得中國現代民歌的開展之初是被官方默許，甚至受到官方推廣，例如透過救國團舉辦歌謠創作研習營等活動，成為民歌可以加速擴散的原因。(1998：139) 張釗維在《誰在那邊唱自己的歌》一書中把民歌運動的詮釋脈絡分成三條路線，第一條路線時間點是

在1975—1979左右，正是曾慧佳提及的中國現代民歌，以楊弦為代表，結合詩與歌是其主要基調，透過廣播、演唱會和音樂雜誌等藝文界人士近用資源，借用現代詩轉化、建立主流文藝知識分子對相關措詞與詮釋的正當性，而現代詩與民歌的關係也在這個階段產生連結。詩人余光中帶著從美國民歌於社會中創作的特性的啓發回台灣，倡導活用《詩經》類比美國民歌的民間性。然而在這一片「反西化」的聲浪中，美國民歌比擬中國《詩歌》的適切性卻沒有被反省，詩歌與民間性的連結形式，自此成為一個民歌創作的重要形式意義。在此階段的民歌內容，鄉愁佔據了很大的部份，訴說一代對家鄉中國的懷思，一個官方強調的「文化／歷史中國」與「經濟／政治台灣」。(曾慧佳 1998：149)聽覺上，張釗維指出，楊弦1975年在中山堂舉行的「現代民謠創作演唱會」以現有詩作詞，甫以藝術歌曲式的唱腔，外加溢於民歌手單把吉他的編曲形式，加入鋼琴、爵士鼓，甚至是南胡的音樂元素，讓這場演唱會參雜了藝術歌曲、「國語」流行歌曲和美國現代民歌的味道，打破美國民歌原有的音樂形式架構，另一方面因為文藝知識份子的發聲位置，不同於當時的熱門音樂，而能在高層文化取得一席之地，接合知識份子的文化形構。(2003：82-84)於此，在形式和意識形態的接合下，此時的民歌音樂呈現了記憶與無記憶或創造記憶的狀態，而台灣也在官方的意識形態統治下表現了片段的風土，是一個儘管有現實但是抽空民眾歷史的台灣與懷舊中國的對比。

同時，「反西化」的另一支隊伍想做的卻不僅僅只是音樂形式上的「反」，而是在思想上更深層的反思，「唱自己的歌」在另一個層次上，「自己的」與「反西化」對應出一條「人民的」路徑，此路徑以李雙澤、楊祖珺為最常被論述提及的代表。在李雙澤淡江可樂瓶事件過後，「自己的歌」開始有更為寬廣的意思，在「文化中國」中把眼睛關注對象轉移到土地、歷史、傳統等概念，一個在大學校園中，不同於舊世代的台灣與中國軸線。張釗維在書寫中以〈美麗島〉和〈少年中國〉為例，這兩首改寫自陳秀喜與蔣勳的歌，分別為台灣和中國造像，而這個脈絡基本上是延續「夏潮」集團對歷史的再探討與再詮釋來帶出民族主義、反帝（反資）的社會主義與中國三者的關聯，而回過頭看，這也相異於台灣官方意識形態塑造的「經濟／風土台灣」與中國現代民歌中高層文藝知識分子談唱的「古老／鄉愁中國」。(2003：134-142)不過，卻也不得不注意的是，李雙澤1977年九月因為海邊救人而離世，未能有更多自己的發言的機會，這些對李雙澤創作的討論多是透過和他共處過的朋友「述說」或再轉述而形塑。李雙澤自己對西洋歌曲的評價則是「有好有壞」，他在對抗當時主宰通俗歌曲市場的外國曲調的態度是應該透過傾聽、分析，然後從中吸收其優點而轉化成自己的。(張釗維 2003：131-133)被稱作台灣Bob Dylan的李雙澤在唱腔或創作旋律上都帶有這股西洋流行歌曲的味道，儘管自身的創作也受其影響而進一步反思無法找到自我創作適切的語言，卻也映襯出在1960年代美國熱門音樂牌行榜上夾帶著那股反戰、爭權的抗議歌曲(Protest songs)在熱門的縫隙下，

其內容和形式影響著台灣通俗音樂創作，其中最明顯的或許就是楊祖珺了。

正當六〇年代的美國青年，如痴如夢渡過美國戰後的黃金時代；他們的世界帝國卻突然遭遇到古巴豬羅灣事件的恥辱，越戰進退失據的窘境，甘迺迪總統的遇刺；再加上太空競賽的失敗，更刺傷了美國人的自尊。在美國國內，油然興起了黑人民權運動、反越戰、反資本主義和女性解放運動…等一連串反體制、反文化的自主反省運動。

在美國它反體制、反文化、是有他們自己產生的時代背景，而我，卻在一切「美國化」的前提下全盤接收。它固然豐富了我貧乏的教育內涵，卻也造就我一切以美國為標準，來衡量自己國家的尺度。更嚴重的是，我接收到的訊息，是繁榮的、民主的、快樂自由的美國。竟連他們盲目無知後充滿痛心的反省，在我的眼中，也成了進步的表徵。

（楊祖珺 1992，〈民歌手，人民的歌手〉，頁13）

楊祖珺是少數橫跨「中國現代民歌」與「淡江—夏潮」路線的人，她在1978年八月發起的「青草地慈善演唱會」是第一場把民歌與社會服務結合的活動，此活動不是以歌手為中心，單單透過表演吸引群眾注意來募款，而是在活動前就參與九個多月的義務服務，與雛妓有更多的接觸與深入的了解。（張釗維 2003：150-151）張釗維特別指出，在這場演唱會中末尾的「大家唱」，是楊祖珺有意識地帶著全場聽眾合唱，這樣的舉動不只與美國民權運動中的民歌手披得·西格（Pete seeger）在演唱中慣用的作法相同，也成為楊祖珺後來活動中常見的形式，（2003：151）這同時也是張釗維後來提及民歌的要素，除了聽台下觀眾的聲，也讓台下觀眾發聲。¹⁷往後的發展可以看出，楊祖珺的演唱更清楚的著墨於他所關心的底層民眾、工人階層。楊祖珺不論私人通信或在自己的著作裡都曾提及七〇年代那扇因為呼應歐陸知識青年，透過熱門音樂的窗而飄進小島的「反戰」、「反法西斯」、「反資本主義」聲響是如何滋潤一片死寂、肅殺、沈悶的台灣學子耳朵¹⁸。在李雙澤死後，她與胡德夫兩人在「稻草人」錄製李雙澤創作歌曲的專輯，當兩人唱到〈少年中國〉時，因為激動而越唱越快，音階越唱越高，唱到後來，楊祖珺

¹⁷ 張釗維，2015年5月24日，「何東洪vs張釗維：民／歌：75之前 台灣之外」對談，民歌四十特展系列活動，台北松山文創生活園區。

¹⁸ 楊祖珺與秦政德私信談及六、七〇年代自己的聆聽經驗，可見〈一張台灣早期翻版的「披頭」唱片〉，取自「小草藝術學院」網站，

<http://mypaper.pchome.com.tw/peter19711017/post/1326513308>。

竟也意識到在歌詞中國、台灣、中國、台灣之間，「我的中國就在腳下呢？中國和台灣在過去的教育中，一直是各自發展的兩條平行線，我一直茫然地在追尋它的交會點。唱到這裡，我頓然驚覺，原來我腳下的大地和她的子民，不正是中國和台灣兩個概念的交點！」（1992：19）、「『唱自己的歌』在別人說來或許只是一句口號；對我而言，卻是生命深處的召喚和深刻的文化反省。」（1992：20）在她的自傳裡可以看到她在「唱自己的歌」環境中不斷與外界、自我對話，而這連串的對話最後導引出於她的啓發，民歌是腳下的土地、是人民，以「人民的歌手」、「歌曲服務」為目標。研究者認為這樣的啓發回過頭看，讓民歌真正成為了一個運動，完全跳脫樂器是否是中國的、內容是否是鄉土的形式框架，而是讓民歌不只屬於校園知識分子式的，而是社會的。只是，這個以民歌形式來表現的人道關懷，日後僅管楊祖珺致力於推廣民歌及其精神，但隨著後來被國民黨政權的文化政策打壓¹⁹，這個不論何時何地都能忘情彈唱的聲音就漸漸消失。長年被媒體封殺的她，在七〇年代出國前與當時競選台北市議員的林正杰和其總幹事蔡仁堅合作，出版了在校園、工廠被禁的歌謠，由楊祖珺設定其主題為「黨外的聲音與新生的歌謠」為主題，分成「黨外的聲音」與「心聲的歌謠」，用台語歌謠介紹台灣歷史，用創作歌謠描述她的理想，用國語介紹台語歌、用台語介紹國語創作歌謠，表示各語羣的融和，在七〇年代的政見會上、政治活動中，需要歌曲鼓舞群眾的，總能見著她的身影，也因為如此，六、七〇年代的抗議歌曲也就隨著她接上線。曾慧佳在其論述中，便將楊祖珺放在《淡江—夏潮》路線，並視此路線影響了八〇年代的抗議歌曲以及後續的反對運動歌曲。（1998：147）

然而，在反西化聲浪的同個時期，音樂學院派對民歌的理解卻全然異於中國現代民歌。音樂學者最早對民歌就形式上的定義認為其屬於人民的，應該有口耳相傳且具地方色彩群體的性格，來自音樂學中民族音樂學（Ethnomusicology）的傳統。

若說以「自己的歌」為起始點，這支源自音樂學傳統的民歌採集自1960年代末便開始，在學院內部的層次上一方面反思教授技巧多為西方作曲技巧，另一方面則是社會上充斥國語、西洋、日調流行音樂。主導民歌採集運動的史惟亮與許常惠便在這股面對現代西化的氛圍下，引用現代西方民族音樂學的知識模式和方法，進行一連串對自我文化的再認識與再建構。從第二期的《草原》雜誌中，我們可以看見組成民歌採集隊伍首要

¹⁹ 有一說法是國民黨認為楊祖珺的民歌（表演方式）帶有煽動民眾的性格，這種群眾參與、人民發聲的形式與中國共產黨動員的方式相同。更多的討論可見其自傳《玫瑰盛開，楊祖珺十五年來時路》，1992。台北：時報文化。

組成的意識來自於當時流行歌曲的氾濫²⁰，諸如：

流行歌曲本身，只有「色」，而無「藝」，換句話說：根本就沒有文化價值，反會妨害文化的發展！它如「野草」叢生，會影響「禾苗」的生長

【…】流行歌的「曲譜」，是蒼白的、虛脫的、沒有文化的根、也沒有藝術的格，縱然「歌詞」不「黃色」，但「歌曲」仍是「靡靡」之音！

有些流行歌曲，雖然表面上也是民族音樂（中國風的曲調），但歌手背後的樂隊、伴奏，卻是「探戈」或「恰恰」的節奏，這種「民族音樂」，好像是沒有靈魂的行屍走肉。很多所謂「民族舞蹈」的伴奏也是如此，社會上接受這種「假民族音樂」，和花錢買偽藥一樣的可憐可怕！

（丘延亮 1966，〈現階段民歌工作的總報告〉，頁54-89）

而這支在對國語流行音樂「沒有靈魂」、「靡靡」、「假」等理解裡，尋找「民族音樂」的民歌採集的隊伍開始分成東、西隊²¹下鄉前進，採集民歌，其中西隊在恆春遇見陳達。1971年，史惟亮邀請陳達北上錄製《民族樂手—陳達和他的歌》唱片與讀冊，1977年，史惟亮將其錄音轉交「洪健全基金會出版成唱片」²²。1970年代間，陳達多次北上「稻草人餐廳」駐唱，也參與大學演奏和雲門舞集間奏曲錄製，陳達成了中國民俗歌謠的象徵，被台北知識、文藝圈重視。

音樂學院內部對通俗音樂的爭議，與此或許可看作在實際行動上分成兩個方向，一個是早在六〇年代就開始，像許常惠、史惟亮等人，組織下鄉尋找民族音樂學中的民歌，爾後在七〇年代也同時以「民謠」、「民間歌手」等辭彙定調民歌；另一方面，像是整理

²⁰ 民歌採集運動成員眾多，承襲各自所思所想而下鄉活動，除了對國語流行歌曲的厭惡之外，尚有其他潛伏的思想，這裡所引用的，是以史惟亮為主的想法，可參考〈民歌採集運動與青年下鄉—丘延亮的回憶點滴〉一文，出自《造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索》。

²¹ 東隊成員有史惟亮（時任國立藝專副教授）、林信來（師範大學音樂系學生）、顏文雄（中國文化學院講師）、葉國淦（小學教師、世界新專學生）；西隊成員有許常惠（時任國立藝專副教授）、呂錦明（小學教師）、蔡文玉（小學教師）、徐松榮（中學教師）、丘延亮（台灣大學學生），可參考〈現階段民歌工作的總報告〉。

²² 張照堂，2006，〈陳達歲月—陳達三〉，新多拉老師的又一天。
<http://changchaotang.blogspot.tw/2006/04/3.html>（瀏覽時間：2013/4/20）

早期閩南語歌曲的林二與留美專攻通俗音樂的翟黑山等音樂界人士，則是進入中國現代民歌的場域中參與爭辯，主要針對民歌表現在技巧上是否有音樂專才、必須把中國傳統樂器賦以現代意義，而吉它等洋樂器，得要融為成自己的、應該整理鄉土民謠，改編歌曲，使其適合現代生活等論辯²³。各種座談會，諸如「中國現代民歌座談會」的論壇，雖然企圖進一步推展通俗音樂，但是並沒有具體的行動或回應，反倒是像陶曉清這樣的主導與推動者，透過既有的熱門音樂網絡繼續在電台組織節目、公開徵選民歌手、舉辦演唱會，從最開始從熱門音樂節目中挪用時間來介紹現代民歌，到1978年現代民歌開始有自己專門的排行榜，中國現代民歌開始走向建制化。（張釗維，2003：90-91）另一方面，許常惠、史惟亮主導的民歌採集，流行音樂工業未能回應或是學院內部也無意回應流行歌曲，而讓民歌採集的影響力只停留在文藝知識份子圈。

陶曉清主導的中國現代民歌除了電台傳播之外，也積極籌劃演唱會、座談會，並組織《我們的歌》唱片一、二輯，在「洪健全教育文化基金會」的支持下1978年十月出版。張釗維進一步指出，這兩張專輯中的音樂表現已經與中國現代民歌初始楊弦的美歌唱法不同，而是使用西洋歌曲式的自然唱腔，樂器演奏上吉他的角色更為吃重，其他搭配像是鋼琴、弦樂或國樂器，編曲配置上雖然也使用國語流行音樂編曲，配上常用的管樂，但是多用木管樂器、法國號、長笛、蕭等來構成中國現代民歌的「清新」，不同於國語流行音樂中常用的薩克斯風、小喇叭，在聽覺上與流行曲「靡靡之音」區分開來，在陶曉清「標準不要定的太嚴格」原則下，中國現代民歌成了用中文寫成、曲調和演唱上延續美國通俗音樂自彈自唱風格，與起初帶有藝術歌曲的唱腔區分開來，也同時和「淡江一夏潮」路線、楊弦為代表的高層文藝文化，詩人結合歌者的表現區分開來（2003：96）。

中國現代民歌這條支線在「新格」與「海山」唱片公司的操作下，透過舉辦歌唱比賽與發行專輯的方式成為日後「校園民歌」的基礎，可是在取向上與中國現代民歌偏向高層藝文界相異，另外開闢一條不同於國語流行歌曲，一條主要著重在青年學子市場的路徑。從第一屆「金韻獎」歌謠大賽演唱會選曲類別²⁴來看，外國民謠與外國歌曲占大

²³ 「中國現代民歌座談會」，1977年七月十六日，與會者有余光中、羅青、張曉風、亮軒（馬國光）；音樂界人士張敬高、簡靜惠、林二、翟黑山；節目主持人陶曉清、楊嘉等；歌手韓正皓夫婦、朱介英、吳統雄、陳屏、楊弦、吳楚楚等人，可參考《滾石》雜誌第二十一期，八月號，〈熱門動態〉，頁16。

²⁴ 這裡引用的是「金韻獎」決賽資料，但何東洪在公開對談中則拋出一個提問和提醒，決賽所呈現的內容是被篩選過後的內容，若能看到初始千人報名的資料，或許可以更清楚的知道當時大專院校學生，或這些參與「金韻獎」比賽選手習於的聽覺是甚麼。何東

宗，顯示西洋民歌在一般大專院校中占有主導性的地位，取得比國語流行音樂更多的正當性。

「金韻獎」之後，1978年「海山唱片」循著與「新格唱片」相同邏輯來舉辦「民謠風校園民歌大賽」，而1983年由台視與救國團主導的「大學城」電視節目²⁵，「校園歌唱比賽」、「大學城大專創作歌謠比賽」可視為國家、校園與唱片工業更密切接軌的表現。「全國大專創作歌謠比賽」利用救國團與學校的密切關係，透過教育部印製海報在大專院發散訊息，並與地方政府、學校場地配合進行比賽，在戒嚴時期學生不得上節目的規定下，參加「大學城」節目的學生不只不會挨罰，還可以有端正的形象。（□佩岑 2012，引自丁曉雯 2012：26）

民歌風潮之下，一把吉他就能歌唱的吉他社成了挖掘人才來參賽的主要管道。參加過「金韻獎」與「創作歌謠比賽」的王海玲在《我們的音樂課》一書中便說，在她印象中最深刻的就是「大學城」的音樂風格與金韻獎時期不同，「大學城」的歌比較甜美和陽光，題材上也偏重校園愛情和生活體驗（2012，引自丁曉雯 2012：29），也因為「創作歌謠比賽」最終要透過電視轉播，僅管只有一把吉他，即使最初創作沒有編曲概念，製作單位也會為了讓節目好看而加上編曲的建議。（涂佩岑 2012，引自丁曉雯 2012：27）

「創作歌謠比賽」一開始只有獨唱組跟重唱組，從1984年開始舉辦，直到1994年停辦，長達十年的時間，每年決賽都會透過電視轉播，並且錄製得獎歌曲的專輯，這十年間和「創作歌謠比賽」合作過的唱片公司有「新格」、「點將」、「飛碟」、「瑞星」四家唱片公司。

「大學城」為了維持「校園」、「青春」、「學生的清純」的精神，比賽時也會考慮歌詞含義、編曲表現是否符合「學生氣質」，專輯概念也刻意延續《金韻獎紀念專輯》，不論在唱片包裝或是內頁文字編排，都跟《金韻獎紀念專輯》風格類似，意與「金韻獎」意向連結（丁曉雯，2012）；另一方面僅管專輯收錄當屆得獎作品，但是在錄音時，唱片公司仍會介入企劃製作，改變歌曲的編奏方式，音樂製作人李欣芸回憶當時錄製得獎歌曲〈隔夜茶〉經驗時就提到，「感覺上唱片公司有幫我們做了一些編曲上的修正，原

洪，2015年5月24日，「何東洪vs張釗維：民／歌：75之前 台灣之外」對談，民歌四十特展系列活動，台北松山文創生活園區。

²⁵ 台視總經理石永貴製播、陳光陸任製作人，1983年開播，1985年停播。

本的是比較室內樂、比較小型的，變成流行歌曲之後，編曲就變得比較主流」，（李欣芸 2012，引自丁曉雯 2012：150）與通俗音樂的錄製工業完全接上線。透過比賽而開始建制化的排行榜、歌手、唱片，校園民歌此時真正成為校園的，以年輕人的心聲為其主要意識，結合「自己作詞、作曲、演唱」等形式來突破學院派中沒有成熟樂理知識表現的攻擊，並讓這樣的「不成熟」成為年輕人的個性形構，成為不矯揉造作、不裝腔作勢、真誠坦率的傳佈，透過媒體報導與唱片文案的安排鋪成，打開一個校園歌手與民歌手被並置的契機，校園歌手與民歌手像是剪接手法般的並置讓唱片公司開創一個模糊的關係，成為一個形式上的填空與行銷包裝手法，與此之後校園民歌真正成為校園的，似乎與內容無關，因為校園已全然被限縮成個人的情感經驗，而且在形式光譜上暨不曲高和寡也不靡靡之音，位居光譜中間的校園民歌以形式來看，得以有相當開闊的訴求空間，聽覺上，延續美國民歌的聽覺，只是關懷與內容同被置換。

1988年，全台最大的樂器商「YAMAHA功學社樂器」²⁶也開始贊助《創作歌謠比賽》，這一年的青年節同樣隸屬「大學城」的《熱門音樂大賽》也在「功學社」為了推廣電子樂器（例如電子琴、電吉他、貝斯）的合作下開始爭取熱愛熱門音樂的學生參賽，而電視台與樂器行的合作讓熱門音樂的脈絡再次展開。事實上前幾屆的「熱門音樂大賽」充滿印象中的搖滾金屬味，像是第一屆冠軍以〈Heaven On Fire〉一曲奪得最佳主唱與最佳團體，最後遠赴香港比賽的「Metal Kids」，以及被介紹成「懷抱『重金屬』的永恆戀情」的樂團「Telepathy」，以致於後來的「東方快車」等等，參賽樂團都是在音樂表現上特別強調電吉他技巧（競速）、主唱聲音的高亢、爆發力和鼓的節奏的樂隊。第一張熱門音樂大賽紀念專輯更是以「這是一張很『吵』的唱片」作為宣誓，扣連重金屬是熱門音樂主要表現的唱片，特別強調「青年積極」、「精神的熱烈與活潑」、「現代年輕人的速度與爆發力」等等，這張名為《烈火青春》的專輯，有趣地和第三屆創作歌謠比賽專輯，強調「年輕就像未經污染的原始營養」、「心弦輕柔」、「輕暢」的《飛揚的青春》形成一個對比。從這來看，唱片工業介入形塑校園民歌的主導力量走向成熟，校園民歌在聽覺上也從簡單的一把吉他逐漸走向複雜的編曲形式，終至無法與流行曲區分，但是在意象行銷的手段上仍要維持唱片公司對流行音樂中所定義的「清新」或「濃烈」，透過舉辦比賽、出版比賽專輯的方式掌握對校園民歌／流行歌曲的詮釋權。

（四）線索：類型的完成—八〇年代「滾石唱片」與「飛碟唱片」

²⁶ 功學社與歌唱比賽的合作始於金韻獎，也因為金韻獎引起的風潮，造成音樂教室吉他學習人口增加與吉他樂器銷售盛況。可參考，丁曉雯著，2012《我們的音樂課——記大學城1983-1993》，台北：時周。

七〇年代校園民歌，促成了年輕民歌手進入音樂的工業體制，這一波人才的發展也間接促使八〇年代初唱片公司的更迭，結合西洋流行音樂元素和評價標準，新一批的音樂創作者加入（也創造新的）商業音樂工業體制，「新格」、「海山」等早期代表唱片公司走入歷史，「滾石」、「飛碟」等代表現今台灣通俗音樂模樣的唱片公司霸佔一方，造就了台灣流行音樂工業與過往不同的新景象。（曾慧佳 1998；張釗為 1994；簡妙如 2002）

1980年民生報、華視「綜藝一百」、中廣「亞洲之聲」、警察電台「平安夜」聯合舉辦「創作歌謠排行榜票選活動」，把民歌轉為「創作歌謠」（曾慧佳 1998：170；張釗維 2003：189）。曾慧佳從1986年第三屆「全國大專創作歌謠比賽」的紀念專輯卡帶介紹中發現，在十二首創作歌謠合編的卡帶中，除了作詞、作曲保持原創色彩，其編曲統一由陳志遠編寫，固定樂隊伴奏與和聲，被其視為校園歌曲進入統一生產模式的開端。

（1998：171）儘管就體制發展的完整與產量而言，蓬勃於七〇年代的民歌運動或許可視為台灣國語唱片工業的開端，可是如果就本研究企圖拉起的聽覺線索，那在前述鋪成的「海港派」和「熱門音樂」就成了這個唱片工業之所以可以組合而成的因素，而這兩個因素正巧在民歌運動中分別站在兩端被排除與吸納。

民歌運動中，「海港派」可能因為思想、歌者、創作者、內容與社會問題相關、不符合愛國歌曲、過渡描述男歡女愛等因素與禁歌措施配套成為靡靡之音，連帶始其在聽覺上被排除；相反的，熱門音樂西洋調的大小音階成為篩選過後留下來的聽覺，而這聽覺的延續性，在音樂生產層面上可以就曲子、編曲創作人才看出端倪。例如五〇年代叱吒台灣國語流行歌壇的國語流行歌曲，根據考據幾乎是出自移居香港的作曲人姚敏和作詞人陳蝶衣之手（曾慧佳 1998：109-110），而我們所熟知的從周璇到鄧麗君都唱過兩人合作的作品，不同於《中華民國73年出版年鑑》可見的創作人才條列，是一匹在熱門音樂洗禮下出線的創作人才，當時錄音室樂手配置名單多是，鍵盤：陳志遠、鼓手：黃瑞豐、貝斯手：郭宗韶、吉他手：游正彥、管樂：蕭東山，著名編曲人陳志遠的作品更高達總市場的百分之八十。民國七十四年「全星傳播公司」對流行歌曲暢銷排行榜的分析，前二十名的歌曲中有十六首就是陳志遠編曲，其餘四首分別由譚健常、陳揚、劉清池、陳玉立創作；製作方面人才有、李壽全、李宗盛、鈕大可、陳復明、曹俊鴻、張勇強、譚健常、何慶清等；歌詞則有楊立德、小蟲、陳家麗、陳彼得等。（《中華民國73年出版年鑑》 1988，頁83-84）

鄭淑儀認為這種集中景象的形成導因於傳統音樂訓練專才對流行音樂的排斥，另一方面是校園民歌多是講究簡單、新清、自我創作的旋律跟編曲，在八〇年代，進入商業市場所需的供應模式後這種表現已經被視為業餘，不足以支持流行音樂市場。（1992：57-58）不同於學院內部的訓練系統，美軍俱樂部飯店、舞廳成了學院外的技能訓練場，

這其中像是陳志遠、陳大力、鈕大可都經歷過熱門音樂組團的經驗。鈕大可便說「曾經在美軍俱樂部駐唱，接觸過樂團的樂手們，在此時相較其他人更握有進入唱片工業創作的門票」（鈕大可 1990，沈芝見訪問 1990：210-213），因為熱門音樂樂團演奏的經驗，讓他們在日後進入唱片工業的時候多了樂曲結構的認識與理解，而這在美軍俱樂部表演與民歌後期錄音工業的培養經驗都與民歌運動中一把吉他自彈自唱的表現形式區分開來，並支持八〇年代商業模式裡錄音室精準、快速、專業分工的生產邏輯。

九〇年代台灣約有七百多家唱片公司，但真正製作、發行唱片的公司不到四十家，其中又以滾石、飛碟佔據近80%的市場（鄭淑儀 1990）；到了1988年後，兩家唱片公司開始一年超出20張以上的高出片率。（簡妙如 2002：117）就組織和市場占有比例來看，九〇年代把唱片工業工業化、專業化發揮極致與完成非「滾石」、「飛碟」莫屬，在這個時期，唱片公司於校園民歌時期嘗試用「概念」來組織專輯的企劃系統，也在此時走向成熟。1980年段氏兄弟轉型1975年創辦的《滾石雜誌》，與彭國華、鄭勝明、民歌手吳楚楚等創立「滾石有聲出版社有限公司」，隔年出版彭國華製作，吳楚楚、潘越雲、李麗芬演唱的《三人行》，此張專輯為「滾石有聲出版社」的第一張專輯。接著1982年「滾石」發行羅大佑從日本製作帶回的母帶，以一身黑的造型與唱片封面創造了鮮明的特色，其內容更因為緊貼社會時事，曲風多變，在青年學子與知識分子圈內引起不小迴響，這張專輯企劃的完整性獲得日後《台灣流行音樂百張最佳專輯》第一名。

《台灣流行音樂百張最佳專輯》這本書讓台灣通俗音樂被視為可論述、嚴肅、以及可研究的開端。（吳清盛 1994；簡妙如 2002）在此書中清楚標明評審對象是1975年楊弦的《中國現代民歌集》之後一直到票選年份1993年截止的通俗音樂專輯（不含演奏專輯），它們以「民歌運動」為起點，認為這個時期才創造出現在通俗音樂的樣貌，《中國現代民歌集》也被此書視為「概念專輯」的起始點。（吳清聖 1994：10）「概念專輯」的標準，透過詞、曲、演唱、原創性等標準被綜合起來評比，「專輯」取代「歌曲」，轉向強調「音樂作品」的整體表現，並賦予自身藝術地位，八〇年代（延續七〇，連接九〇）自此被視為一個階段，與過往「流行曲」或「歌唱時代」劃分開來，努力「作音樂」讓每張專輯都是對「音樂創作」概念的塑造，歌手的表現、專輯定位都是專輯創作的一環。（簡妙如 2002：124-133）

1982年彭國華、吳楚楚等人離開「滾石」創立「飛碟」唱片公司，第一張專輯是陶大偉的《嘎嘎鳴啦啦》，這張專輯與電影「迷你特工隊」配合，概念設計是「陶大偉與朋友們」，邀請林青霞、許不了等電影明星來演唱，專輯中的〈生龍活虎打衝鋒〉同時是兒童節目與電影的主題曲，除了大量的和聲使用，其中一段用midi獨奏的片段也是當

時國語通俗音樂唱片少見的編曲方式。這樣的編曲形式或許與創作者陶大偉、編曲者陳志遠有關。陶大偉早期以熱門音樂起家，曾短暫加入金祖齡等人的「雷蒙樂團」，而此張專輯的主要編曲者陳志遠也曾在早期以鍵盤手的角色支援唱西洋流行歌曲出道的歌手蘇芮（當時名為Julie）樂團「愛克遜」，因此在這張專輯裡，可以聽見清楚分明的和聲和四件式樂器的相襯表現，特別是在該專輯第一首歌，電吉他和貝斯獨奏配上陶大偉的美式唱腔，可謂是兩人在國語通俗音樂專輯裡對熱門音樂經驗的實作²⁷。

分家之後的「滾石」與「飛碟」被外界以不同的企業精神了解。1990年銘傳大傳科出版的《台灣唱片業的一過去、現在、未來》一書，採訪了八〇年代主要的唱片公司、音樂工作室與幕後工作人員。其中以〈滾石唱片 拒絕原地打轉〉與〈飛碟唱片 塑造青少年偶像〉為標的文章，清楚劃分了兩家唱片公司不同的企業性格。簡妙如的博士論文書寫中曾提到兩家公司，初期像是家庭手工業，老闆不過30上下，都是戰後成長台灣的新生代，初成立時，老闆兼員工住在辦公室，是台灣典型中小企業的創業形態，其中「滾石」以羅大佑為代表的音樂表現是中西混血的流行、搖滾曲風和批判社會現實，不同於校園民歌時期的流行音樂創作，在此表現了國語流行歌曲被知識分子所接受是因為通俗音樂作為娛樂商品之外有了正當性，此正當性來自音樂作品的啓蒙和其藝術性格；另一方面，以李宗盛為代表則述說歌手、歌曲和專業化音樂製作直接受市場考驗價值時，真誠性（authenticity）成為八〇年代流行音樂在商業市場裡是否具有價值的關鍵（2002：115-117）。而「飛碟」以偶像團體「小虎隊」被視為其企業代表作品。對「飛碟」流行的論述，包括如何創造流行的研究卻不多，在「滾石」搖滾的代表之下，「飛碟」的流行成了不證自明的表現。這段時期，「滾石」被認為帶有鮮明地原創搖滾藝術家性格，相對「飛碟」在通俗音樂唱片市場的成功，兩邊各自建立自己的品牌形象，以致於長久以來都有「滾石做搖滾樂、飛碟做流行樂²⁸」的說法，代表人物有「滾石」羅大佑、李宗盛；「飛碟」陳志遠、張雨生，後來的「小虎隊」、「東方快車」等團體。但是如果再更細緻的看，這兩家唱片公司在出版專輯樂曲的曲風形式上已經無法輕易斷定何為搖滾何為流行，而評判的準則更像是轉向為對歌曲內容的注重。研究者認為這樣的轉向線索之一，或許可以從民歌運動的系列爭論路徑中看見端倪，當「中國現代民歌」跳脫藝術

²⁷ 但是這張三十幾分鐘的專輯，每首歌曲風格相異，專輯第一首歌「喂！你是誰」是風格聲響上較為接近熱門音樂形式，而其他的歌曲，例如林青霞主唱的「輕輕我的愛」在編曲上就偏向古典吉他、管樂、和聲與口白的配置，是一種較接近校園民歌時期的清新風格。

²⁸ 這句話尚無法找到明確的文獻出處，更像是一種在社會論述中約定俗成的共同認識，而此篇論文便嘗試想透過類型路徑的方式去討論「搖滾」、「流行」如何被操作的可能。

歌曲的表現形式改以在聽覺上有點國語歌曲、有點西洋歌曲的時候，國語通俗音樂在形式的路徑上就完成了對西洋通俗音樂的承接，研究者稱之為「聽覺的西洋通俗音樂化」，當形式上的差異變小或無關緊要之際，類型的爭論轉向於內容。八〇年代兩家唱片公司的獨大，排行榜上三分之二作品出自兩家唱片公司的情況下，成就一個類型被類型化的操作階段，扣連著歌手、歷史與企業精神等意識形態操作。而在接下來的兩章裡，研究者將焦點放在這兩家各自佔據一個山頭的唱片公司「滾石」與「飛碟」，取其標的性人物討論在搖滾對抗流行的意識形態下，於台灣的歷史脈絡裡，我們該怎麼理解被類型化的品牌辨識？而搖滾與流行的被類型化，又是在怎樣的操作過程裡而有效？

（五）線索：「新音樂」與地下／另類／獨立音樂

熱門音樂樂隊在民歌運動時期隱沒，1982年「新格」唱片出版「丘丘合唱團」的第一張專輯，標榜為台灣第一支「流行創作樂隊」，樂隊的形式又浮上檯面。儘管台灣此時的自製音樂作品著重在「民歌」形式，但是仍然透過代理的方式引介西洋重金屬搖滾，並透過刊物和特定翻版唱片、卡帶培養一群聽眾。我們可從1988年第一屆「熱門音樂大賽」裡，參賽團體多以重金屬搖滾風格來看出些許端倪。如同民歌比賽的開發歌手模式，「熱門音樂大賽」也成為唱片公司尋找歌手的管道，但是弔詭的卻是這些樂團往往不被作為一個「團體」出道，而多是以「個人」，明星般的引頭來帶出樂團進入國語通俗樂壇，像是「趙傳與紅十字樂團」、「薛岳與藍天使樂團」，樂團樂手多當作陪襯樂隊的存在。

2001年，台灣最大也最主要的音樂獎項「金曲獎」把「最佳組合演唱獎」正式分設成「最佳重唱組合」與「最佳樂團獎」。「最佳演唱團體獎」在1990年第二屆金曲獎設立，主要強調兩人以上的組合式演唱，簡單的要點，讓這個獎項一直以來在「重唱」、「合唱」、「組合」、「演唱團體」的獎項名中更換，除了第三屆「東方快車合唱團」和第八屆「亂彈」是以樂團形式拿到這個獎項以外，在獎項分設前，翻開歷年「最佳演唱組合獎」得獎與入圍名單來看，多以重唱形式的團體居多，直到第十一屆（2000年）該獎項更名為「最佳演唱團體獎」，出現連同入圍團體²⁹在音樂表現上一致是以樂團形式比現的作品，這樣的現象讓當年得獎的「亂彈」主唱阿翔在台上領獎時候激動地說「台灣的樂團時代已經來臨！」，打破過去「重唱」團體主流趨勢，為台灣樂團開啓新的話題。隔年「金曲獎」把獎項專設樂團音樂為「最佳樂團獎」，強調「由樂團成員自行演奏樂器，並結合演唱方式，呈現整體效果之樂團」（行政院新聞局金曲獎獎勵要點）就形式上明文確

²⁹ 該屆得獎團體為「亂彈」，入圍者有「五月天」、「四分衛」、「花兒」、「拖拉庫」

立通俗音樂裡「樂團獎」的要求之一：「自行演奏」，並且演奏的技巧、表現、聲響效果等都是被劃定在「樂團整體效果」之下的評分要件，儘管如此，這份獎勵要點對「樂團」的定義仍然模糊。

「台灣的樂團時代已經來臨」從阿翔的角度來看，這句話指稱的「台灣樂團」是甚麼？與六〇年代的熱門音樂樂團、或是八〇年代的「丘丘合唱團」、「幻象合唱團」、重金屬搖滾為主流的搖滾樂團，這些同樣自己演奏歌曲的樂團有甚麼關係或有甚麼不同？在歷史的爬梳中，研究者認為這裡的「台灣樂團」主要有兩條軸線，分別是以「水晶」唱片為主的線索，以及「滾石」子品牌的「真言社」與「魔岩」，「真言社」與「魔岩」將在第二章裡細論。

張育章在〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉文中以「水晶」為主軸來發展台灣地下音樂的脈絡主要分成三個階段，分別是「新音樂時期」、「地下音樂檔案時期」和「越界時期」。他認為「地下音樂檔案時期」著重的是樂團的現場表演，在這個時期主導演出的力量從唱片公司轉移到表演場地，像是「人狗螞蟻」、「SCUM」等等，其中又以1994年「SCUM」老闆，同時是樂團「骨肉皮」主唱阿峰明定表演樂團必須演唱一首自己的創作曲時，這才稍微扭轉了過去樂團主要都以翻唱形式為主的表現，而對樂團理解也才稍稍接近我們現在熟悉的展演場所和樂團樣子。(1996：109-129)

1986年組織的「水晶有聲出版社」前身是翻版爵士樂與國樂的唱片公司，在一群「新音樂」的同好下，開始推廣「新音樂」。以「新音樂」為起點，「水晶」舉辦一連串的音樂欣賞會，專門介紹在世界上已成潮流，但在台灣「Billboard」、「Cashbox」等排行榜和主流唱片公司主導下聽不到的西洋流行音樂。任將達、何穎怡、王明輝、程港輝等人是主要組織者，舉辦一系列名為「Wax Show」的音樂欣賞會，形成社群，透過彼此的資源分享音樂。自費出版「Wax Club」會訊，提供音樂資訊，隔年改編成月刊《搖滾客》，提供英美新音樂和地下音樂，以文字搭配卡帶內相關歌曲播放和樂評人口述解析，創造一個搖滾客頻道，當參與者開始詢問播放的唱片「哪裡買」時，「水晶」才開始代理以Rough Trade、Factory等英美獨立搖滾廠牌為主的西洋音樂，這裡的獨立廠牌定義鮮明，只要不屬於五大³⁰壟斷市場的廠牌都是所謂的獨立廠牌。

³⁰ 五大唱片及團在八〇年代指的是WEA（華納唱片）、寶麗金、EMI（百代）、RCA、CBS。

「新音樂」(New Wave)³¹不是特定形式或內容的音樂，而是一個概括從七〇年代末期開始，包含八〇年代開始各種新興樂種並與六〇年代老搖滾區分的概括性名詞，或許也可以說「新音樂」的出現在西方，是對「搖滾樂」在生產、消費逐漸走向保守、精緻的挑戰。1986年何穎怡、任將達、王明輝、程港輝等人組織了免費的音樂欣賞會「Wax Show」和刊物「Wax Club」，強調尋找排行榜外的「新音樂」或「地下樂團」，積極地尋找其他相同新音樂嗜好的夥伴³²，擴大音樂欣賞會舉辦「台北新音樂節」，在一連串固定的活動中，逐漸在通訊「Wax Club」改版成有價銷售的《搖滾客》後，「新音樂」開始在台灣有組織的發展。八〇年代因為「水晶」對「新音樂」的廣泛定義，讓主流唱片公司（以「滾石」為主）系統下的歌手與作品，例如張洪量、黃韻玲、紀宏仁等人因為在流行音樂的表現形式、內容不同過去，也被認為是台灣起步中「新音樂」的代表藝人³³。

張育章在〈望〉一文中，嘗試脈絡化八〇年代末致九〇年代間，「地下音樂」翻「聲」成另類音樂的軌跡。在他的考察裡，「地下音樂」一詞始於筆名亦咸的何穎怡，她除了是「Wax Club」的成員之外也在報社擔任記者，書寫唱片評介，透過報紙、雜誌，完整而且有系統的介紹「新音樂」與「地下音樂」，透過何穎怡的書寫，此時的「地下音樂」(underground music)指的不是非法，而是在英美校園中，透過地下電台等管道，在音樂結構與創作手法上都與主流音樂有不同的表現，或者說「地下」的概念，在西方世界圈出來的是一個不同傳播模式，與地下藝術、青年反文化接合的社群，從這個角度來看，「新音樂」與「地下音樂」的關係密切；然而在台灣的脈絡裡，或多或少因為戒嚴的社會背景而成為一種不被政府承認的概念，樂評人馬世芳以「那個時候的『地下』，指的正是在三家電視台、兩家報社的地上系統之外，其餘所有你看不到的東西」³⁴來解釋台灣脈絡的「地下」，就這個脈絡來看，「地下」除了採取異於「正常」而與主要支配秩序的管道相異的傳播方式，在台灣戒嚴的脈絡裡還多了一個「非法／法律之外」的「地下感」，以致於2003年「閃靈」樂團主唱Freddy（林昶佐）申明應將過去慣稱的「地下樂團」

³¹音樂學院內部也有一個新音樂的樂種談論，不過它指的是在日本殖民時期透過留日音樂家學習西方音樂，再帶回台灣轉化的音樂類型，而被稱作新音樂。

³²「Wax Club」他們自己強調的定位是Dislike trash hit songs、Hungry for the latest information of new music and underground bands、Eager to know other Die-hard rock fans等。

³³台北新音樂節參與歌手可參考《搖滾之聲：新音樂百科全書》，1989，台北：搖滾客。

³⁴馬世芳與張鐵志對談，夜之巴別塔沙龍，講題：「獨立音樂的起源」，2010年十月五號，青平台基金會。

正名為「獨立樂團」，藉此擺脫「地下」帶來的負面感與此標籤被壓抑的空間³⁵。

樂評、策展人羅悅全認為「伍佰」與樂團「骨肉皮」都是促成「樂團時代來臨」的重要個人和團體。(2000: 67-75)「伍佰」在台北音樂圈先是以其本名吳俊霖出現在「水晶」舉辦的「台北新音樂節」。其個人創作單曲〈小人國〉後來收錄在「水晶」《完全走調》³⁶合輯中，也是在這張專輯裡「伍佰」正式出道，用MIDI創作〈小人國〉，包辦編曲、演奏、錄音，和後來他以電吉他為主的表現有很大的不同。「水晶」製作的《愛上別人是快樂的事》是他的第一張專輯，透過與「滾石」子品牌「真言社」的合作關係發行，儘管銷售不如預期，但「伍佰」在Pub裡生猛又充滿地氣的表演，在台北藝文知識圈內打出名號。當所有Pub仍以翻唱歌曲為主要表演的時候，1994年「骨肉皮」想唱自創曲卻被回絕表演的情況下開設了「Scum」，成為台灣第一家要求上台表演樂團要有自己創作的Pub，然而在警察、鄰居刁難與經營不善下，1995年結束營業。就在「Scum」收店之際，經營者「骨肉皮」吉他手阿峰與貝斯手「阿吉」積極地幫在「Scum」表演的樂團錄音，促成《1997赤聲搖滾》這張專輯，還辦了演唱會，參與樂團「濁水溪公社」、「夾子」、「四分衛」、「花生隊長」等，後來也都繼續活躍於樂團圈。「Scum」這個現場音樂表演空間鼓勵樂團創作的精神，間接促成了音樂廠牌「實幹文化」的誕生，負責人林志堅認為「Scum」這個名字除了是自己與台灣樂團連結的一個空間³⁷，也是延續「Scum」鼓勵樂團創作精神的實作，並以「水晶」作為管道，陸續發行獨立樂團「瓢蟲」、「廢物」、「1976」和「快樂band」等專輯、合輯。

另一條與英美「新音樂」地下路徑較為接近的路線，一種透過地下刊物、校園空間去游擊活動的，或許是九〇年代與學運並列的「反文化之聲」³⁸。林其蔚在〈台灣地下噪音—學運反文化之聲〉一文中認為九〇年代若以學生運動為主流，那麼另外有一股「學運反文化」的力量，呈現與政黨學運主流異質的學運文化景觀，這股力量包括各大學的

³⁵ 林昶佐，2003，〈不受地層壓抑的台灣樂團〉，引自林昶佐個人網站：

<http://blog.roodo.com/freddylim/archives/3051215.html>

³⁶ 《完全走調》是水晶唱片在1989年舉辦第三屆「台北新音樂節」的參選作品。

³⁷ 當時水晶音樂設有門市部在「Scum」，林志堅退伍後就在水晶唱片國外部工作，而跟「骨肉皮」熟識。可參考朱夢慈，2000，〈實實在在，苦幹實幹—實幹文化〉《搖滾客》復刊一號，頁40-42。

³⁸ 可參考林其蔚，2015，〈台灣地下噪音—學運反文化之聲〉《造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索》，頁154-167。

自製地下刊物、劇場和學校外圍的異質空間。這個異質空間讓主流之外缺席的身體得以被看見，以吳中煒和蘇菁菁經營的「甜蜜蜜咖啡館」以及後來延伸的「第一屆破爛生活節」為連結點，僅管只是形式上戶外活動與活動DIY的精神延續，卻部份接起在1995年墾丁舉行的「春天吶喊音樂祭」與後來的「北區大專搖滾聯盟」³⁹。從「甜蜜蜜咖啡館」的手繪節目傳單中可以看見廣義的地下音樂⁴⁰，在這個廣義的地下音樂中可以一窺「地下音樂」曾經以複雜的內容和不同的表現方式來展現秩序之外寬廣的活力，「不只是搖滾音樂」曾經出現在這股「學運反文化」中，其旨趣在於走向破壞社會秩序。只是這股「學運反文化」時間不長，在學運、社運落幕後與各種替代空間的出現於創作形式上走向電子化與美學化之路。（游崴 2015：176-183）

第二節 前奏之後：問題意識

本研究主要想以系譜學的方式，從戰後國語通俗音樂的發展開始，重新梳理台灣國語通俗音樂類型中，「流行」與「搖滾」在歷史脈絡裡的變化，希望可以借此呈現「流行」與「搖滾」辯證的動態關係與路徑，並且進一步地，依此脈絡再思考九零年代影響至今，看似開放創新通俗音樂場景的「台灣獨立搖滾」中「獨立可能是什麼」的問題，以「前奏」展開台灣戰後通俗音樂的簡史，在這樣的基礎和認識上提問。

採取系譜的方式來探究路徑，其中很大一部份原因來自於過去聽音樂以及後來進入研究領域後與師長，或同為研究者的夥伴交談的經驗，以研究者參與通俗音樂讀書會小組⁴¹時的經驗為例，研究者從自己在2000年後聆聽台灣獨立樂團的經驗出發，在討論中提出了一些困惑，這樣的困惑像是，現在我們認知的獨立樂團在論述理解中始於九〇年代，他們從「地下樂團」到「獨立樂團」，偏向獨立（小）資本額的唱片生產跟發行，如果其中一個知名的樂團和知名的唱片公司簽了約，就會變成了出賣死忠樂迷而被爭論的對象；又絕大多數他們來自大專院校，樂團數看起來很多，實際上卻是同樣的人換來

³⁹ 可參考羅悅全，1999，〈台北·搖滾·Live Pub – 從伍佰寫起的台北搖滾樂團簡史〉，引自其個人網站「音謀筆記」：http://jeph.bluecircus.net/archives/music/post_169.php

⁴⁰ 可參考游崴，2015，〈吳中煒與九〇年代破爛視聽〉《造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索》，頁176-183。

⁴¹ 2011年春天與何東洪老師組成的通書音樂讀書小組，並於2012年「蕪土吾名：2012年文化研究會議」組織論壇發表、討論，隨後讀書會成員改寫論壇文字刊登於《人間思想》第二期。

換去的不同組合，而團員更迭或解散的背後原因，除了大學畢業後男生面臨兵役的問題必須休團，更多的是組建一個樂團並無法成為養活人生的事業，這是2000年初的狀況。2000年這個時間段，是台灣「地下樂團」成為「獨立樂團」的關鍵，「閃靈」主唱希望希望正名「地下樂團」成「獨立樂團」；「貢寮音樂祭」開始有了「獨立音樂大賞」的選項，各式小型獨立唱片公司紛紛產生，買唱片的地方也開始不只限於大型連鎖唱片行，而是學區咖啡店、獨立書店或小型唱片行都可以買到相關的音樂作品。

然而，生產「地下樂團」這個字眼的八零年代正是通俗音樂市場機制達到高峰與社會政治體制面臨改變轉換之際，地下音樂場景似乎在市場機制與政治體制外，形塑了一種新的聲響秩序，這股聲響秩序是甚麼？又或者說，「地下音樂」相對於八零年代的意義會是什麼？其中一股力量圍繞著「水晶唱片」八〇年代「新音樂」的影響，轉化成後來慣稱的地下樂團，時而平行時而交會社運聲響，在這個國際化、自由化、解嚴前後，台灣內部與外部交互影響，以及充滿時代感的文化治理轉化的背景下，當我們詢問獨立是甚麼，相對甚麼而獨立時，似乎不應該僅僅只是消費場域裡商業和非商業二元對立所區分的對抗和討論。如果歷史是不斷積累的過程，那以文化現象承載著歷史的各種生產因素而長在社會裡的想法，便應該放在互動的關係中去理解，再理解「流行」、「搖滾」歷史脈絡縱軸的系譜與「流行」、「搖滾」社會空間的橫軸關係。

「流行」與「搖滾」音樂類型系譜的思考啟發，主要來自觀看2014年何東洪、鄭慧華、羅悅全組織的「造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索」展覽經驗。展場中由「控管與縫隙」、「聲響翻土」、「另翼造音」、「另逸造音」和「另藝造音」五個子展區組成⁴²，這五個子展區在有限的、開放的空間中，串起非線性、非斷代的台灣戰後聲響造音敘事。此展覽分別在台北和高雄展出，台北展出場地是北師美術館（Museum of National Taipei University of Education），空間裡一眼望去是「控管與縫隙」、「聲響翻土」、「另逸造音」和「另翼造音」四個區塊，儘管展覽安排了隱形的動線敘事，但開放的空間還是讓戒嚴、解嚴後的文化治理、美國因素、現代性、鄉土、本土、聲音的左翼關懷、聲音秩序的正統和例外等等，各種屬於台灣特殊歷史脈絡下的聲音因素在上下兩樓打空、挑高的空間裡飄散，這些組織成複雜、交錯的歷史線索，任由看展的人再組織，研究者認為這種混亂恰巧打開一個空間，揉和觀展人的聽覺經驗與再思考未被此展覽呈現卻前提性存在為

⁴² 這展覽以「翻土」的身體動作意涵，企圖在一團團的聲音土堆中再思考「本土性」，展場設計與論述則構成了此展的方法，一種以系譜學的構成方式，重新回憶和轉譯台灣通俗音樂／聲響本土化的歷程，借此審視本土的文化紋理。詳細展覽論述可見「造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索」展覽手冊。

關係方的主流唱片工業史觀。

或許這是作為觀展的我的超譯與誤讀，但在成長過程中，那雙被主流唱片工業訓養的耳朵，無法「聽」而不聞／問，這種糾結的情緒與後來進入通俗音樂研究過程中種種問題意識的交錯追問形成了此研究發問的背景之一，於是也嘗試著抓那些散亂的線索，再整理這個系譜的構成。抱持著這樣的想法，本研究以音樂類型（Genre）的回溯為起點著手。這裡使用Genre這個辭彙而不是Style（風格），主要想突顯英國學者Simon Frith對類型的解釋。他認為每一種類型的形成背後都有社會的脈絡在支撐，所以理解類型時，應該要回到類型發展的社會脈絡裡去理解和討論，而在唱片工業裡，一個類型的形成往往不是自然生成，而是透過人為機制操作出來的成果，有其規則。（Frith, 1996: 75-96）

在研究者的聆聽經驗裡，搖滾樂總是和反抗支配扣連在一起，也總是對立於被視為賺錢商品的流行音樂。在研究者先前針對獨立樂團「1976」樂迷的問卷調查中，甚至有樂迷認為「一個搖滾樂團如果缺乏或規避社會意識，那就不能被稱為搖滾樂團」⁴³，以此表達他對搖滾樂這種音樂類型的看法。然而，搖滾樂被視為具有社會意識而且與政治扣連，成為反文化運動力量展現的立論基礎在台灣甚少能好好釐清，當搖滾樂和抵抗的連結充滿正當性並且直接對立於商業，甚至延伸成各種品味對立時，研究者卻開始困惑自己成長過程裡聽覺聲響該如何歸類的難題，思考一片以英美為背景六〇年代的搖滾書寫裡，於台灣脈絡中被抽空的抵抗神話，又或是進入流行音樂的研究工作後，參照自己的聆聽、消費經驗，卻成為一次又一次對自己品味的抵抗、防禦甚至攻訐，更極端一點地便陷入情感、知識上的封閉語彙而無法對話，而一首首的背景音樂響起時，成了一道又一道難以跨越的障礙。在進行通俗音樂研究文獻的閱讀時，我無法理解「搖滾」和「流行」兩種音樂類型在通俗音樂框架下意識形態的分道揚鑣，而這個「當下」的困惑，在閱讀歷史材料時，因為系譜的圖像，漸漸浮出一條可能的路徑。作為一個聽者，暫且稱這個線索為聽覺路徑，一條從「海港派」、「熱門音樂」平行或交會，最後因八〇年代通俗音樂工業體制建立而匯聚整一的國語通俗音樂聽覺路徑，這條聽覺路徑是在各種生產條件下形成特有的樣子，而具有哪些條件則是這本論文裡在各章節中想要說明的。因此，本論文第一章節採前述以「前奏」展開、再梳理台灣戰後國語通俗音樂簡史的方式，書寫「流行」、「搖滾」的辯證關係；二、三章將依著這條簡史路徑，聚焦在台灣國語通俗音樂生產高峰的八〇年代，與獨占市場的「滾石唱片」、「飛碟唱片」生產論述，試圖分析他們如何形塑國語通俗音樂的樣貌，其中主要聚焦在分析他們為何分別成為「搖滾」與「流行」的代名詞；最後則延著時序，在前面章節累積的討論基礎上，回應九零年代

⁴³ 問卷為研究者設計詢問1976樂迷經驗網路問卷，問題為「請問您覺得「1976」是具有社會意識的樂團嗎？為甚麼您會如此認為？」。問卷填寫時間2013年2月22日。

所出現的「地下音樂」／「獨立音樂」在哪些條件下出現，而對比八〇年代集中的國語通俗音樂工業，「地下音樂」／「獨立音樂」可能具有的意義。

第三節 研究背景

一、文獻回顧

(一)「流行曲」與「搖滾樂」

通俗音樂 (Popular music)：意指所有在商業機制運作下的非嚴肅音樂。

(《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，2005，頁5)

「搖滾樂」(Rock) 與「流行曲」(Pop) 在台灣的通俗音樂研究裡，往往以商業與否作為測量向度，將其擺放天平兩端，在這樣的前提下，先是對這兩種音樂類型做了最「理所當然」的定義，而二元的區分忽略了這兩種音樂作為類型在唱片工業面對市場時，被「搖滾化」和「流行化」的動態過程，另一方面，也懸置歷史圖像上兩者共生辯證的複雜性。作為獨立樂團「薄荷葉」一員的鼓手鄭凱同以自身經驗和研究視角提出，從產業面、廠牌之間的通路合作來看，聯盟早已經是常態，而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／地下的二元對立。(2004：2)

「Popular music」通常被譯成流行音樂，是通俗文化的一環，往往對立於古典音樂 (classical music) 這類上層、精緻文化，被視為20世紀現代社會的產物，其流行的性格依賴大眾媒介傳播，諸如廣播、電視等科技，以消費者為導向的文化商品。(苗延威 1991：2-3)「Popular music」也被譯為民眾音樂。文化季刊《島嶼邊緣》於1994年出版的〈民眾音樂研究初探〉專題，使用民眾音樂 (Popular music) 為題，拓展「Popular」更寬廣的釋義，以「民眾」為主要切入點，藉此強調各場域中，各種關係的宰制和臣屬，透過音樂文本理解「嚴肅意義」與人民生活經驗的鴻溝。(張釗維、張育章 1994：3-4) 然而，「人民的音樂」對立於宮廷，或是後來於音樂美學上被稱為菁英、嚴肅的學院派音樂雖然更貼近「Popular」的原義和政治觀，但是人民、民眾的召喚和使用在不同的歷史、文化各有其差異，應視脈絡有不同的界定和取用。(《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》2005：5)

在通俗音樂研究裡，研究者們依文本的形式、內容，而各自對通俗音樂有不同的定義和詮釋。鄭淑儀把流行音樂定義為「以工業生產程序製作與銷售；透過大眾媒介呈現；是一種大眾化、通俗化的音樂」。(1992：1-2) 於此定義在台灣脈絡裡，八〇年代的國語

流行音樂工業銜接七〇年代民歌運動後期，在「唱片工業生產程序製作與銷售」的結構下，逐漸完善地建制工業生產的細緻分工，走向生產結構的成熟。在這個結構下所生產出來的音樂不論被置放在哪個類型，本質上都是期望可以透過消費而得到回饋，但是在實際的類型運作上，卻出現了對不同音樂類型有不一樣的價值判斷。

音樂何以能使聽者有相應的價值判斷？Simon Frith用通俗音樂文化研究來理解音樂工業。他認為音樂工業只是通俗音樂文化的一部份，是社會性的，透過中介讓音樂具有私人化和集體化的兩種性格，反過來，音樂本身成為媒介，讓聽者游移在公眾我和私人我之間，而這類公眾到私我關係的處理讓音樂的個人化變得重要，因為商業通俗音樂的核心就是在尋找認同、差異，和社群建立關係以及用此來表現自己。(2005：50-58)

Lawrence Grossberg在談論搖滾樂所帶來的快感和權力時，傾向談論通俗音樂與情緒，因為他認為情緒、感情和身體經驗是讓音樂具有政治性的可能的元素，但他也意識到我們如果只關注慾望、情感（affect），並且狹隘地以視為有無痛苦來區分，就會變得太輕易使用「快感政治」替代，僅管意識型態可能無法處理人在情緒生活中掙扎的問題，但是低估了意識形態在過程中的作用和複雜角色，也無法理解搖滾樂的文化意義。而在搖滾論述裡，有值得注意的資源但也有不適當的論述。像是經常把搖滾與藝術相比，藉以論述搖滾樂是否具有原創性，或是把搖滾樂視為頌揚年輕的娛樂，這種菁英論無法解釋同樣的音樂對不同群體的聽眾為何能具有抵抗性與不具抵抗性的差別。這兩種極端對搖滾文化的認識都忽略了聽者對音樂可能有不同的關係和位置，或是忽略了青年與原真的範疇真實操作是在搖滾機器（apparatus）裡被建構出來的。他認為，抵抗結構中被運用的文本和經驗並非一開始就存在，也不是一開始就存在於文本之中，而是透過Stuard Hall說的意識形態接合，讓文本的意義與其它文本、社會實踐接合到關係網絡的積極的抗爭結果，在這個關係網絡中，原來文本的意義得到了再現現實與現實再現意義的體現，也就是說，我們無法假設有個早已經銘刻在文本裡的風格存在，因為風格是個活躍的場域，在這個場域裡，對應是由樂迷挪用音樂文本的形動建構而成立，它是充滿異質與不同層次性格的場域。(1994：81-91)

當搖滾樂這種來自非裔美國樂手的節奏藍調音樂被DJ Alan Freed給命名之後⁴⁴，半個

⁴⁴ 雖然眾所周知搖滾樂源於黑人藍調，可是Andy Bennett指出，透過DJ偏好的傳播與唱片界立基在對聽眾口味假想的基礎上，搖滾樂成了白人品味或白人摹仿黑人音樂的表現，修飾了藍調於黑人社群中擁有的棱角。可見Andy Bennett，孫憶南譯，2004，〈戰後時期的青年與搖滾樂〉《流行音樂的文化》。台北：書林。

世紀以來搖滾樂成為戰後年輕族群音樂消費的重要類型，與同樣是在戰後青年族群裡快速發展的消費文化流行曲相映。Simon Frith定義流行曲和搖滾樂都是為了廣大年青人市場同時性消費而製造的音樂，兩者共同的特性是名詞使用都含混不清，但運作邏輯卻全然相反。流行曲的模糊在於它的本質是為了社會大眾服務的音樂，它的作用在收攏所有利益取向的當代流行音樂形式，其中也包括了搖滾，但是在形式各自的邏輯運作之後，流行曲卻不再是集合式的範疇，而是其他類型剔除後的剩餘物，Simon Frith因而定義流行曲為「負面表列」。(2005：89) 相反地，搖滾樂的含混不清在於沒有明確的樂曲形式可以被稱作為搖滾樂，而它所指涉的意義卻關係到它的製造體系、消費關係和藝術旨意 (Simon Frith 1993：13)，與流行曲相反，它透過排除的邏輯，創造被排除個體的歸屬感或社群，這樣的主張立基於認為搖滾樂是反文化潮流一環之上。透過音樂製造方式和對搖滾樂消費形式的分析，建立搖滾樂的意識形態，認為搖滾樂唯有以族群作為共同情感與經驗的表達工具形態出現時，才能具有真正的意義。Simon Frith進一步說明這股反文化的力量在七〇年代被市場作為販售的內涵時，對搖滾樂的關注走向了它所能呈現的藝術力量，而原真性與搖滾樂的藝術性格正好是搖滾樂一直以來能否與流行曲對抗的兩個指標，但是當搖滾樂在市場真正的操作，顯示它並非特異於大眾文化形式，而且運作方式與其它大眾文化一致。(1993：358-371)

(二) 類型

認同與識別透過類型運作，而音樂工業打造的分類意識形態如同Simon Frith所說也並非全然真空的捏造，而更可能是加強對社會的回應。Andrew F. Jones便認為類型精準的定義應該是那些我們試圖命名，界定，並且實現區分的意識形態實體工作。(2015：225) 而搖滾樂與流行曲成了歌曲類型意識形態運作最好的兩種表現。《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》將「Popular music」翻為通俗音樂，指涉所有在商業機制下的非嚴肅音樂，並強調流行音樂流行化的不自然過程。(2005：5) 在通俗音樂的定義辭彙下，我們可以細論搖滾樂和流行曲在搖滾化 (Rockization) 和流行化 (Popularization) 的動態過程，有意識地將商業的中介過程問題化。

Simon Frith繼而在“Genre Rules”一文裡說明類型的區分是唱片公司，藝人經濟(音樂研發)部門 (Artist and Repertoire Departments) 運作的核心，而類型本身就是定義音樂在音樂銷售市場裡要擁有甚麼「屬性」，這個「屬性」背後隱藏的是對音樂價值的判斷，這個判斷同時是意識形態和社會論述交織的結果，而類型規則會決定音樂的形式、意義和價值。(1996：75-95) 搖滾樂在論述裡常被視為藝術來嚴肅看待，用來訴諸表演搖滾樂或創作搖滾樂的人具有他所表現的真誠或藝術能力。(Lawrence Grossberg，張育章譯

1994：88）意識形態所建立的關係是多向的，時常交疊於搖滾樂與樂手、音樂形式和大眾文化之間，從樂手的角度來看，搖滾樂的意識型態來自樂手演奏為把音樂當做專業技術販賣的樂手，或是把音樂當作藝術作品的兩種向度，藝術作品向度背後隱含的是創造力價值評斷，能否自己創作便成為搖滾樂手是否為藝術家的重要評斷標準。六〇年代晚期搖滾樂意識形態便以此為基礎來發展搖滾樂，認為搖滾樂不應該被傳統暢銷歌曲限制，要能夠表達自我並且不被市場束縛，因而發展出完全對立商業的搖滾意識形態。直到六〇年代晚期這種意識形態和年輕人主張自由、自我表達融為一體。樂手和音樂刊物同時也都在塑造搖滾樂之於年青人的音樂論述，「滾石合唱團」曾在1964年的傳記說「披頭四」是一群具有動機的反抗者，他們被政客嘲弄、父母詬罵、鄙視，但他們還是下定決心無束地傳達他們的看法，並且不對商業主義的要求做任何讓步。（Simon Frith，彭倩文譯，1993 286-295）於是在六零年代戰後青年反文化的運動風潮裡，搖滾樂成了反抗的最佳背景音樂。

通俗音樂約莫在1990年代開始進行理論化的工作，其中一大部份關注於年輕人的聽覺經驗，而David Hesmondhalgh就提醒，他認為1980年代的搖滾樂已失去了經濟、政治和文化的象徵，但是在學術和非學術的領域裡，仍視通俗音樂持續被搖滾年代影響，其中把青年（Youth）視為重要的因素，維持著青年中心（Youth-centred），很容易把現象和方法連結到青年身上，因而忽略了青年以外的聆聽經驗。（2002 117-130）

相反地，流行曲往往被放在搖滾樂的對立面，被視為純粹娛樂的商品，被認為是大眾文化裡為了服務消費而被創造出來，具有利益和價值的商品，這是看流行音樂最普遍的角度，但也因此更容易拘泥在大眾文化商品和藝術品的比較，而這也是搖滾樂和流行曲向來被比較的兩個向度。在這兩個向度裡，大眾文化商品往往被視為不具有啟發性，和藝術作品相較無法顯露作者想表達的真實情感。然而，當通俗音樂當作文化對象分析，其所展現的形式、內容和生產過程都擁有不同的內涵，並且內涵又特別鑲嵌在其所處的社會環境和歷史條件當中。歷史學家霍布斯邦就在對爵士音樂歷史分析研究中描繪出，音樂聽眾的組成會跟著音樂發展的方向和聆聽情境不同而異。因此，光用大眾文化商品為追求利潤而生的視角已經過於狹隘，而且無法解釋為甚麼歌迷聽到通俗音樂之後總能用各種方式，讓一個原本共享的經驗，附加自己的意義來回應歌曲，而這樣回應的方式同時發生在搖滾樂與流行曲兩種類型。

Simon Frith進一步對Genre的分類政治做了更細緻的分析。他認為類型目錄（genre categories）就是一個組織行銷的過程，類型區分透過唱片公司A & R部門工作，找出誰會購買，並解決如何讓音樂進入社群的問題，一但被標籤，音樂家便被期待擁有符合標籤

形象的表演，這也同時是市場中目標對象對此標籤的期待。標籤的重點在於切下一刀相互密合的市場的線，這個分眾市場是唱片公司、電台、雜誌和展演場所共同認定且能從中獲利的群體，Simon Frith因此形容，這像是一場消費者和店家之間沈默的對話，唱片公司假定音樂標籤和消費者品味間有可以經營的關係，藉此透過類型標籤（genre labels）讓行銷過程更有效率，唱片公司在數據統計的年齡、性別、慣習等等假定認知下去包裝類型，因此，類型描述的不只是目標對象是誰，同時也可能反應唱片公司認為這些音樂對他們來說代表甚麼，是個唱片公司組織「發聲」與「聽」的過程。儘管「建構」是看待類型的第一步，但這僅僅是單向的理解與設定，放在商業和文化的過程中理解，原真性依然是用來批判的價值語彙，只是從甚麼是原真，轉變為何以被稱為原真？透過音樂家、聽眾複雜的交互作用實則產生了一個畫出界線，以排他的機制運作的過程。在通俗音樂中，類型是組織演奏（生產）音樂過程的一環，它同時產生了音樂語言，像是「我們來些雷鬼的節奏」、「給我多一點Funk」，雷鬼、放克在演奏過程中成了技術性語言，因此延伸了類型論述（genre discourse），技術性語言共享音樂知識和經驗，它同時描述音樂語言所涵蓋的技巧和意識形態。Simon frith更進一步以葛來美獎為例，認為此類獎項的歷史發展在他的論述裡可以作為音樂被標籤的證據，同時是一個被政府或權力群體賦予標籤正當性的過程。（1996：75-95）

Motti Regev則論證流行曲和搖滾樂應該是共享的辭彙。搖滾美學暗示的內涵和內容也同時出現在其他像是RAP、Hip Hop的音樂類型上，搖滾美學是音樂製作的一環，一套在已知的社會文化脈絡下放置搖滾，並發展成被視為神聖的搖滾美學，其概念諸如進步的、藝術的、創意的被制度化成經典，透過雜誌、報紙和各種出版品的最佳名單，鞏固甚麼是最佳的準則，諸如創意、潛力、對工具的使用與藝術性，這些準則被特定群體或是專業的搖滾粉絲所使用和建構，分享於不同世代中，然後這套準則也會成為製作唱片的規則。因此，對流行曲與搖滾樂的問題意識不在於流行曲和搖滾樂到底有甚麼不同，而是在通俗音樂中，那些作用、形塑和分類的社會與文化力量。（2002：251-264）

Negus Keith對音樂類型主要關切的主旨是分類目錄和系統如何形構我們聽的音樂，以及透過娛樂工業形式它如何組織中介音樂的經驗特性。他認為錄音文化工業應該從產製過程細分成兩種不同的文化生產形態，第一種是工業生產文化（**industry produces culture**），意味工業組織生產文化，另一種則是工業同時也是在文化中被生產的形態，這兩者同時關係到我們聽到何種音樂以及我們如何展演我們聽到的音樂，而唱片工業行銷人員的工作就是找出可以親近的行銷對象，他們遊走在類型的邊界，透過權力和排除的方式打破類型的邊界或是再鞏固類型，而中間常被擅於操作的因素則有階級、性別關性、種族標籤、年紀和政治群體等等，哪些因素被突顯運作端看你身處在世界的哪裡而

定。他強調，如此社會分界的方法常常被雕塑成商業操作不可或缺的一部份，也被當作商業決定的操作前提，但是類型的形狀被生產的文化決定，這個文化是工業生產的，但工業生產也是文化的，是多重的中介於聽眾和獲得聽眾的認可，一如所謂的創造力，其實沒有實際明確的定義，它是一個變動的社會活動，它在一些具體的狀況下被認知、了解，但是它是流動的，在歷史的改變、反覆無常的實踐中而無法被定義，也因此音樂類型的定義應該被視為一種社會行為，它不只是表現有哪些聲響被新的提出，更可以呈現社會新的關係和慾望，因此音樂類型不僅僅是音樂家的創作，也是一種社會創作，創造連結。(Negus Keith 1999)

Fabian Holt認為類型不只是侷限在通俗音樂研究領域的課題，它的特性在於它存於心中、身體，是一個共享概念的群體，在對話和脈絡中是比較與理解的基礎，也因此，類型是集體地、音樂地、社會地，參與其中的人透過群體的表演被建立，並且逐漸完成新社會集體的過程，於此產生的論述不再只是屬於音樂的，而是所有表演的集合，論述是打造類型的基礎，命名只是類型的第一步。電影對類型的研究始於1960年代，而且成為分析中有用的工具，而通俗音樂類型研究相對起來在複雜的脈絡中更為流動，需要更細緻地去看，而這些脈絡在每一個歷史時刻建立，因此比起電影的符號分析它更難扣連關係。Fabian透過對美國通俗音樂類型歷史的研究指出，類型框架建立的運作必須透過一個他稱之為搜集中心（center collectivities）的機制被創立或者被編碼（codified）的步驟，然後在進一步的協商和轉變才會成立，它們分享共同的想法，每個連結網有不同的大小、結構和力量，而論述的規則在不同的類型中也不太一樣，因此要理解類型就必須回到社會網絡跟文化論述裡進一步區辨（2007：1-27）。

（三）通俗音樂文化研究

通俗音樂研究理論化可以視IASPM（International Association for the Study of Popular Music）成立的時間1981年為標的，研究方法和場域主要來自British cultural studies、German musicology、East Asian media studies和American folklore studies四個領域，在音樂中心（music-centered）和文化中心（culture-centered）之間尋找研究取徑，而類型一直都是被討論的主題之一。（David Hesmondhalgh 2002；Fabian Holt，2007）反觀台灣在通俗音樂研究領域中涉入較深的是Inter-Asia Popular Music Studies Group（IAPMS），這個組織成立於2007年，成員除了學者之外也有音樂工業的工作者，並不侷限於台灣，而是將關注焦點與關係置放在亞洲區域，其組成一部份也來自於上述的IASPM，另一部份則是以亞際文化研究為路徑的社群，IAPMS透過兩年一次的會議，組織、聚攏對亞洲通俗音樂研究有所關注的研究者而持續穩定的運作。相較通俗音樂文化研究議題，台灣的音樂研究過去

多以音樂學典範的學院分析為主，大多集中在古典、傳統的音樂學領域，和通俗音樂文化相關的研究數量相對之下通俗音樂文化研究為數不多，且各自取用不同取徑散布於歷史、社會、傳播、文學等學院區塊。九〇年代台灣在學院反文化的背景下，因為對主流音樂和其環境的不滿而開始翻譯西方通俗音樂理論著作，並組織討論小組，例如九〇年代發展的「另翼岸譜」，由記者、研究生、音樂工作者等組織讀書會，陸續翻譯歐美研究民眾音樂的論文，並在討論上著重於通俗音樂的功能，與民眾站在動態鬥爭場域的觀點上將「Popular」翻譯「民眾」，藉此連結民謠，也開啓通俗音樂於「民眾」想像，另翼的可能。從這個面向來看，這樣的定位扭轉了法蘭克福學派認為通俗音樂作為文化工業的產品是偽裝成啓蒙的形式欺騙大眾，它的特性就像是現代工業大量複製的文化商品，而受眾在他們的眼裡就成了冷漠、個人、服從的受眾，認為通俗音樂有其社會功能。

Simon Frith認為通俗音樂⁴⁵有下面四種社會功能，分別是認同、作為處理私情感公開於公領域的媒介、形塑人民的記憶與時間感並且作為個人可以擁有與共享的實體。在認同的功能中，我們運用流行歌曲來為自己創造出一種特別的自我定義，藉以在社會中尋得一個特殊的定位，但是認同的產生同時是非認同（non-identity）的產生，是一個涵納與排除的過程，而認同的產生，關係到通俗音樂傳播的過程，歌手、樂手在台上演出所使用的各種展演，都是形塑認同或排除的元素。音樂同時也具有強化我們時間感與記憶的功能，好似讓與歌曲當下的時間凝結，以致於聽到某一首歌的時候，便能輕易地回到當下，是身體介入音樂／音樂介入身體的時間感組織。最輕易可見的就是青少年時期使用音樂擺放個人認同和社會位置的需求與行為，以致於青年時期的音樂有極大的比例成為人一生中最有意義的歌曲，但是這僅是意味著「青年」被特別著重於身體經歷時間的感覺，而不是歌曲反映了青年經驗，更因為我們定義了「何為年輕」（Youthfulness）。人們會把自己聽的音樂當作是特別的東西，因此作為擁有的形式，就像是有的人會認為哪些音樂是比較真的，儘管對「真」的定義都不相同，但是透過刊物、電視、電台、攝影、記者和歌手展演的姿態建構起來，也同時被放進我們聆聽聲音的方式，像是聆聽者可以聽到弦外之音，歌曲於聽者有其特殊性，而這個敘事結構可以連結不同的認同模式與情感，透過與歷史的交互作用，敘述原真。（1994：11-27）

第四節 研究方法

⁴⁵ 張釗維於〈邁向民眾音樂美學〉一文中將popular music翻譯成民眾音樂，文中特別舉例的音樂類型有搖滾樂也有流行曲，於本研究裡為了避免太過強調搖滾樂而否定與流行曲共享的功能，改以通俗音樂統稱之。

伊里亞斯（Norbert Elias）在探討音樂家莫札特的研究中，一再強調莫札特的天才稱號必須在一定的文化脈絡中才能成立，必須要有聽眾、庸才、文化背景和社會等等關係，天才放置在關係中才有意義，這也就構成了他所謂的形態社會學（Figurationssoziologie）與社會學關係主義。透過他以「文明的進程」為題，說明型態與關係的動態除了是共時性的也無法避免地承載歷史而呈現貫時性的表現，一如人是社會脈絡歷史性的存在，而透過對這個動態發展過程的考察，我們可以發現對象之間權力關係的改變，一如形態的多層次性說明人與人之間的衝突、平衡、依賴、競爭等，它的多樣，正是在歷史與社會的動態過程的脈絡中發展出來。（林端 2005：3-43）而伊里亞斯的提問其實就是探問那些被稱作天才、文明的對象、行為若非與生俱來，那麼是如何變化而成，又如果這些對象單一存在，意義是否成立？他以交際舞需要依賴人的組成解釋，在關係之中需要眾多相互的照應、依賴，交際舞才能成立，否則就沒有意義。

通俗音樂來自特定的社會、經濟基礎和歷史根源，但另一方面通俗音樂內在關係和外在關係的變動形成了一種論述形構（discursive formations），也因此我們除了注意論述外部的客體變化，也必須注意論述主體的內部變化。傅柯在對知識話語如何生產、改變和散佈的研究中，一貫地將其放置在歷史空間中來看待，發現知識何以為知識的正當性是個動態的轉化過程，傅柯認為沒有不變的真理或規範，這些真理或規範是透過話語的運作結果，話語作為知識傳遞的過程，包括了社會結構的權利體系去定義甚麼稱為知識的過程以及被傳遞訊息的對象，同時，傅柯也認為話語的運作是透過強烈排他的機制在運作著，而對知識話語的理解，除了檯面上的大人物之外，同一個時代的小人物和檔案更值得被關注，因為這些人、事、物，站在時代不同的面向而構成了時代的話語，這也意味著傅柯對歷史理解採取不同方法的研究。這套被稱為「考掘學」（archaeology）的方法，把各時代的話語並置成一個集合，而中間的話語和結構差異正是揭示真理、規範變動之因的線索。一般對歷史結構性分析的方法並沒有辦法認識事物內在的運動，也因此對考掘學的認識，應該是對源頭、先驗形式和基礎行動的追尋，與連貫性的歷史學做差異性地比較，而對差異、變化作為再探究詢問的起點。

本研究主要關注台灣國語通俗音樂中「流行曲」與「搖滾樂」兩種音樂類型的路徑。路徑，辭海釋義作「來往的道路」，「來往」意味著前前後後，像是伊里亞斯比喻的交際舞在來往互動的過程中行了一道可見的足跡。也因此，本研究試圖以伊里亞斯和傅柯的考掘學為方法，透過對報紙、雜誌、歌曲、歌詞和過去相關研究的訪談、文本進行再分析，重新把文本置放於開放的歷史脈絡中，藉以回答研究者認知中「搖滾樂」與「流行曲」劃分是怎麼來的，試著書寫在台灣國語通俗音樂類型中「流行曲」與「搖滾樂」兩種類型被打造的可能力量。

第五節 小結

隱密的時間之河是不存在的。但卻存在可被稱為時間點（instants of time），或者「此刻」的東西。在我們的生命過程中，我們就像試穿越一段連續的此刻，問題在於，它們是甚麼呢？它們是宇宙中一切在任何時刻彼此關聯的排列，比如，「現在」。

（Julian Barbour, 1998, “The End of Time, A Talk With Julian Barbour”）⁴⁶

上面簡述台灣國語通俗音樂發展史，主要想試著連結既有論述與對文本的重新解讀來說明「流行曲」與「搖滾樂」可能承載了怎樣的論述，又在既有的論述上展開了其他的論述與路徑。像是其中著墨很多的民歌時期，便出現了學院內部以傳統音樂學定義民歌的路線、高層文藝知識分子的路線、啓蒙於美國民歌著重社會現實路線，以及截取民歌形式的校園路線，一如靡靡之音是國家文化政策與高層文藝份子維持文化正統而共享的辭彙。1975年中山堂舉辦「現代民謠創作演唱會」被認為是宣告民歌時代的里程碑（曾慧佳 1998：140），同時也是國語流行歌曲被指稱為靡靡之音之流，與民歌有了清楚分界的開端，此時的民歌是高層文藝知識分子的場域，同形式上仍舊是精緻文化的表現，在這個階段，中國現代民歌原使用熱門音樂的平台來展開建制化的腳步，除了主要推廣人陶曉清與熱門音樂的親近，尚有因為熱門音樂而創辦《滾石》雜誌的段氏兄弟。張釗維指出這段時間中國現代民歌的主要策略就是透過電台安排的時間，把中國現代民歌標榜成「年輕人音樂」，《滾石》雜誌也透過像是〈七七年音樂大事〉、〈國內熱門動態〉將中國現代民歌與熱門音樂的消息並置一起，同時高層文藝界人士參與開闢專欄，以其「代表現代中國」、「代表這一代青年」等說法，正當性民歌代表一個群體和其真誠（自己的）、原真的意識形態，而這樣的提法正巧與西洋熱門音樂在美國本土通俗音樂正當性脈絡中被強調的原真具有同質性。（2003：99-100）這樣的意識形態不只侷限於張釗維提及的自己唱自己寫的歌（singer-songwriter），同時也在後續唱片工業中以「滾石音樂」與《滾石》雜誌為代表的「搖滾樂」中再作用。然而，身土不二，唱自己的歌的內涵來自於生/身活的，而生活根植與土地，但從楊弦、李雙澤、楊祖珺、胡德夫、侯德健、羅大佑、李宗盛等人，自己作詞自己作曲僅僅只是形式性的表現和開端，什麼是自己的？這些人來自不同土地、不同社會和文化，無法說胡德夫的現實與羅大佑的現實相同，而當楊祖珺使用美國民歌作為親近自己的土地反思的開端、啓蒙的時候，是否自己作曲與作詞便成了不同層次的問題。

⁴⁶ Julian Barbour, 1998, “The End of Time, A Talk With Julian Barbour”，引自楊圓圓譯文。<https://edge.org/conversation/the-end-of-time>

六〇年代的美國唱片工業正在摸索市場喜好類型，而這個模糊的狀態，正好讓六〇年代中期民歌復興運動中那些反對美國徵召年青人加入越戰的反戰訴求和反省美國本土對同志、黑人歧視的美國民歌在排行榜上佔有一席之地，這樣具有人道關懷、思想解放的歌曲內容，給當時處在政治箝制、閉鎖八股、升學只有美國的大學生注入新的精神關懷，接軌這股反思潮流，像是民歌手楊祖珺從美國民歌中受到的啟發，研究者認為是可作為其中一個民歌運動無校園，卻與貼近社會創作的說話的切面。當唱片市場逐漸轉移到青年學子身上，唱自己的歌也逐漸走向是否擁有自己創作的歌曲與形式上自彈自唱的兩種路徑。從熱門音樂在台灣的脈絡來看，或許可以說這四件式樂器的形式一開始並未與反叛、反文化這些「搖滾樂」的意識形態扣連，反倒是民歌於抗議歌曲有更深刻的啟發。而「搖滾樂」之後所代表的青年、反文化等意識形態關係，直到七〇年代《滾石》雜誌才有更直接的介紹、鑲嵌和書寫，而歌曲表現上直到1982羅大佑的《之乎者也》一身黑的造型以及與台灣社會現象相互扣連的歌曲出現，「飛碟」1983年推出蘇芮的《搭錯車》專輯讓「搖滾樂」在台灣才有了更明確的形象符號與內容；另一方面同樣四件式樂器的另一種表現，「新格」唱片1982年的「丘丘合唱團」被說為是台灣第一支「流行樂團」，這樣的定位在這裡或許有兩個有趣的意義，第一個意義是「丘丘合唱團」被稱作「流行樂團」，指涉的是該樂團在音樂內容上不具備「搖滾」的意識形態，第二個意義則是民歌聲響之外，代表著自己創作的第一支樂隊聲響團體。

在此之前，熱門音樂在六〇年代如同上述章節所談，它是在美軍駐台影響之下而發展的一種樂隊演奏，主要演奏樂器是傳統搖滾樂中的四件式樂器，偶而隨著演奏需要加入管樂器，在美軍俱樂部、西餐廳、飯店等地方表演，是一種不算低廉消費的娛樂，其所代表的「異類」、「不良觀感」也都曾在衛道人士或學院派人士的攻訐下在成為靡靡之音。七〇年代民歌運動的發展與美軍離台讓原本熱門音樂的工作場所紛紛關閉，那些樂手在熱門音樂風潮漸弱之後加入唱片工業的不在少數，像是「飛碟」製作人陳大力、陳志遠、蘇芮等等，因此組成民歌唱片工業群體就由這群熱門音樂的樂手與大學生（李宗盛以知識分子稱之）組成。

從歷史軌跡來看，1949年後，隨國黨政府遷臺的大陸居民帶來他們習慣的上海和香港文化娛樂習慣，與戰後台灣內部國民政府遷臺治理的高壓政策，產生了與「海港」路徑新聽覺經驗的第一種斷裂，一種與台灣內部本來聆聽日文歌曲和台語歌曲的斷裂；七零年代一系列養成的「聽覺西洋通俗音樂化」則是第二種與前面聽覺經驗斷裂並完成新聽覺的階段，然而斷裂並未意味著與前面的聽覺經驗毫無關係，而是呈現品味、意識形態等各自負面交會的分裂狀態。

在這樣的路徑裡回頭看「水晶」，不禁想起研究問題小節中提及的「造音翻土」台北展場空間那個聲音非線性的想像，「水晶」唱片一方面接受六〇年代民歌採集運動的採集方法的歷史線索，一方面接手在美國施壓下失去翻版空間的「前水晶」，以及在「滾石」、「飛碟」獨大的台灣唱片市場中採取代理「新音樂」的另類路徑，避開已建制的唱片工業系統，使得「水晶」有聲出版的形成本身便是錯綜的，而又以「水晶」為節點，連結了「真言社」、「角頭」、「實幹文化」等獨立音樂關係。



第二章 「滾石唱片」與「搖滾樂」意識形態

「滾石」與「飛碟」兩家作為主導台灣八〇年代通俗音樂市場的唱片公司，何以「滾石」能以勇敢、創新、年輕等正面評價被人理解？「滾石」唱片的重要標語：「我在滾石，我很重要」已經從頭到腳影響著每一位在「滾石」工作的員工，甚至影響到「滾石」的樂迷，進而扮演與西洋音樂親近的重要角色。在這個章節裡，研究者主要提問環繞著「何謂滾石精神」，以此為起點，分析「滾石」唱片在發展的過程當中，如何透過刊物與公司文化、組織模式來培養台灣樂迷對音樂類型的認知。

第一節 滾石發展概述

《滾石雜誌》作為滾石有聲出版的先鋒之作，研究者認為它所扮演的角色巧妙的銜接了民歌運動中，1960年代西洋民謠歌曲內容的核心和概念：「關心社會，重新回歸現實生活，而不是現實生活中與情感脫節的流行歌曲」。然而在李雙澤、楊祖珺開啓民歌運動第一槍之後，這股唱自己的歌之下，透過通俗音樂關心社會，與現實連結的腳步卻淹沒在大量校園民歌的隊伍裡。同時，以段式兄弟兩人為首的《滾石雜誌》與「滾石唱片」，如何轉化1960年代西洋通俗歌曲的內涵作為「滾石唱片」的企業文化，以及如何讓「搖滾」的音樂類型在台灣更具體的被認知，不同於1960年代以前，台灣「搖滾」的音樂類型在此時有更明顯的確立和定義，便是這一章節裡企圖整理、分析。

一、第一階段《滾石雜誌》

1975年，「滾石」創辦人之一段鍾潭就讀政治大學研究所二年級，在校園民歌運動高峰之際，段鍾潭與二哥段鍾沂也積極參與，段鍾潭觀察當時台灣沒有專門介紹西洋音樂的音樂雜誌，因此興起了想自己辦雜誌的念頭，於是找來段鍾沂創辦了《滾石雜誌》，帶著自己在大學時期編輯刊物的經驗，跌跌撞撞走了四、五年。1980年他們原先用新台幣兩千塊創業的《滾石雜誌》已經成為負債七百萬的包袱，隨後停刊，段鍾沂將其轉型為廣告公司，開始清償債務的漫漫長路。

《滾石雜誌》1975年四月十七創刊，一個月一期，每本零售三十元，在唱片行、書報攤、百貨公司和郵政劃撥的方式銷售、訂購。初期《滾石雜誌》內容分為三大部份，第一部份是介紹以美國為主的西洋音樂動態，包括翻譯西洋音樂雜誌對歌手的評論、訪問、搖滾歌手的傳奇故事，以及提供美國各流行排行榜的榜單供讀者參考，主要以美國「Billboard」排行榜為主，有時挑選榜單內部份專輯加以介紹、分析，甚至提供榜單歌曲的簡易吉他譜和歌詞供讀者彈奏、傳唱。第二部份則是介紹台灣內部的通俗音樂動

態，這個部份仍然多在與台灣演繹、歌唱西洋音樂的歌手、活動和事件連結。第三部份則是呈現了讀者的反應與回饋，更細緻的文本分析在下個章節裡呈現。做大概的分類想突顯《滾石雜誌》一開始基於段式兄弟兩人音樂品味的清楚定位，以此傳播、教育西洋音樂與搖滾音樂類型的連結。另一方面，這本刊物同時扮演了一個「滾石」與外部傳遞、溝通的角色。

二、第二階段「滾石有聲出版社」製作唱片與代理西洋音樂

坐落在台北市金山街上的《滾石雜誌》在1980年不堪虧損而轉型為廣告公司，債務清償後，段氏兄弟便與民歌手吳楚楚、彭國華、鄭勝明等創立「滾石有聲出版社有限公司」。

1981年《三人行》為「滾石有聲出版社」的第一張專輯，這張專輯由民歌手吳楚楚、潘越雲、李麗芬演唱，彭國華製作，延續校園民歌歌手和專輯的幾項特徵，諸如注重創作和歌手唱功、專輯與歌手外表多質樸等，「他（她）們打破了界定歌手的規則，證明歌手不一定要長得漂亮，會唱歌才是最重要的」。(段鍾沂，2011) 1982年羅大佑拿著自己的專輯《之乎者也》四處要求發行卻不斷被拒絕，然而，這張專輯在「滾石」的企劃與包裝下，在通俗音樂唱片銷售達兩萬張就很成功的台灣八〇年代，最後卻能有七萬張的銷售量，可謂空前成功，更在知識分子裡引起廣大迴響與啟蒙，視之為台灣通俗音樂裡首次與社會現實接軌的專輯。同年潘越雲的《天天天藍》也靠著堅強的唱功實力與口碑，銷售七萬張。自此，「滾石」在通俗音樂界打出名號，也成了段氏兄弟把賣唱片當作兼差到職業工作，合夥人吳楚楚、彭國華等人離開「滾石」自創「飛碟唱片」的轉捩點。1984年開始，「滾石」代理EMI和RCA的西洋音樂，以此發展成後來國際間兩百家獨立品牌的代理公司。八〇年代的「滾石」積極製作本土歌手的專輯，1989年由陳淑樺個人專輯《跟你說 聽你說》(代表歌曲〈夢醒時分〉)，為台灣第一張銷售破百萬的專輯。直到1990年「滾石」已經製作超過五十位藝人的專輯，同時期的競爭對手尚有「海山」、「新格」、「歌林」、「飛碟」等唱片公司。

三、積極拓展海外市場的第三階段

1990年代，「滾石」開始一系列拓展海外華語市場的行動，從1991年的「滾石馬來西亞」開始，整個九〇年代滾石的拓展足跡從中國、香港、韓國、泰國、日本到菲律賓。這股拓展的契機除了奠基在中國龐大市場的開放基礎上，還包括九〇年代跨國唱片公司逐漸收回西洋音樂代理權和收購台灣本土唱片公司的龐大資本衝擊。「滾石」在跨國唱片公司收回代理權的同時喪失了它們一直耕耘的西洋音樂市場，面對跨國唱片公司一連

串的收購，「滾石」董事長段鍾沂表示不願出售有三個原因，首要原因是當時跨國集團提出的收購條件不如預期；第二是「滾石」認為自己在華語歌曲的製作經驗，對華語市場的了解，有足夠的資源和把握與跨國唱片公司較勁；最後則是在當時尚未感覺到跨國公司的威脅，因而拒絕收購。（段鍾沂，1999；引自周昭平訪問）也因此，在這一連串契機和衝擊下，「滾石」開始積極拓展海外市場，以發現、參與海外分公司各地的本土市場為主，另外也將海外不同的通俗音樂類型以直接簽約藝人，或是讓台灣藝人翻唱國外歌曲的方式引進台灣，同時，也積極希望可以進入當地的唱片市場，直接進行生產。

（一）魔岩文化

1988年，「滾石」便開始在中國大陸尋找音樂人才。1992年，原任職「滾石」國語事業處的張培仁前往中國成立「魔岩文化」，與台灣「滾石」嘗試各種音樂類型的定位不相同，張培仁帶著聽西洋音樂長大的耳朵進入剛剛改革開放的中國大陸，企圖尋找中國的「新音樂」。組織初期有「中國火音樂製作」、「魔岩經紀」、「滾石雜誌社」和「滾石音樂雜誌」。

「中國火音樂製作」是一連串中國大陸音樂作品的發表。1992年冬天，「魔岩」陸續推出「唐朝樂隊」、「黑豹樂隊」、「中國火—中國人世界的新音樂精選」。1994年在推出「竇唯」（《黑夢》，1994）、「張楚」（《孤獨的人是可恥的》，1994）、「何勇」（《垃圾場》，1994）和「李泉」（《上海夢》，1995）等北京、上海的創作作品。同時，「中國火音樂製作」配合的是一整套的「魔岩經紀」管理系統，這套管理系統主要用來開發藝人、歌手的演出製作和推廣，並由台灣較具知名度藝人，如羅大佑、李宗盛、周華健等人協同巡迴中國大陸，以母雞帶小雞的方式提升曝光和樂迷的接受度。

另一方面，「滾石雜誌社」和「滾石音樂雜誌」扮演的角色如同教育和培養聽眾學習理解「新音樂」媒介，延伸台灣《滾石雜誌》的特色，以會員刊物的形式推廣「滾石」的音樂理念，協同張培仁主持的廣播節目「滾石音樂雜誌」，在空中對聽眾分析創作歌手的作品，傳播上海、北京、天京、杭州的天空。「魔岩文化」作為「滾石」旗下的子品牌⁴⁷重點，除了積極開發中國大陸市場之外，也帶著其品牌「新音樂」的特色，在台灣陸續推出強調原創的創作歌手，或是個人風格強烈的歌手，在九〇年代的台灣通俗音

⁴⁷ 此時「滾石」旗下共有十五個子品牌：火山音樂、電星唱片、魔岩唱片、台灣滾石、龍捲風音樂、大海嘯音樂、日本滾石、香港滾石、韓國滾石、泰國滾石、買來西亞滾石、新加坡滾石、紐西蘭澳洲辦事處、菲律賓印尼辦事處、中國滾石。

樂市場，理出一條與跨國唱片公司出版作品相異的路線。

(二) 日、韓、東南亞音樂的引進

如上所述，「滾石」在九〇年代面臨跨國龐大資本的併購衝擊，驅使它往外找尋過往擅長經營的華語音樂市場。從1991年到1997年間，總共成立了近十個海外分公司，組織成亞洲的發行、生產通俗音樂的網絡。1996到1998年間，「滾石」為了整合亞洲網絡的資源，進一步成立了「亞洲製作部」(Asia Production Division, 簡稱APD)，專門引進、整合「滾石」所擁有的亞洲音樂資源，在此部門下，以尋找新人為主要目標，擁有製作部和專屬的製作人。「滾石」便在這樣的網絡基礎上與各國的獨立唱片公司合作，將海外藝人引進台灣或是進行翻唱歌曲的合作，例如女歌手蘇慧倫、徐懷鈺因翻唱重新填詞的韓國暢銷歌曲而打開知名度，更有可能因為歌曲在台灣走紅之後，直接將海外藝人帶入台灣的通俗音樂市場發展，例如韓國藝人「酷龍」(CLON)。

透過以上簡述「滾石有聲出版」的發展歷史與關鍵階段來勾勒一段以時間序為軸的圖像，並在下一節裡進一步說明、回答本章節起頭的提問，「滾石精神」是甚麼？它在台灣通俗音樂對流行、搖滾兩種音樂類別的理解裡扮演了甚麼樣的角色？而「滾石精神」與這樣的理解是否有所連結？

第二節 「滾石」企業文化及其表現形態

1975年創刊的《滾石雜誌》可以說是台灣第一本每月專門固定介紹西洋音樂的雜誌，在段氏兄弟於美國民謠的啟蒙之下，這本雜誌便開始了傳遞西洋音樂工作的角色。早先從1960年代開始，廣播主持人費禮、陶曉清是在台灣介紹西洋音樂的起頭人，當時的西洋音樂透過美軍廣播電台直接原聲原片地來自美國排行榜歌曲，因排行榜Hit而直譯為熱門音樂，介紹熱門音樂的即時文章也只能散見於音樂、時尚等相關期刊，像是《今天》、《音樂與音響》，主要寫手多屬當時的媒體工作者，像是張照堂、陶曉清等，因此《滾石雜誌》是第一本有系統，且長期耕耘介紹西洋音樂，從排行榜到指南索引，有更多元的寫手，像是自己組織樂團、演奏音樂的崔可銓、楊祖珺，或是經營艾迪亞咖啡館的賴聲川。《滾石雜誌》帶給台灣讀者「即時」的西洋音樂相關報導，「即時」很大的一部份奠定在排行榜基礎上，從排行榜上的名單起步，介紹「最新」的西洋音樂，牌行榜來源，主要有美國「Billboard」告示排行榜、「全美唱片工業協會」(The Recording Industry Association of America. R.I.A.A.) 銷售百萬張金唱片統計、「Cashbox」、「Record World」等等，另一方面，《滾石雜誌》也會結合廣播人陶曉清在中廣舉辦的牌行榜活動，統計、

整理台灣當地的通俗音樂指標。

一、《滾石雜誌》用來溝通（培養）甚麼？

（一）一本年青人的雜誌

《滾石雜誌》在創刊號封面即表明這是「一本年青人為年青人辦的雜誌」，直接宣言：

凡是一

時髦、進步、熱情、活潑的年輕人

追求理想、樂觀、進取的年輕人

愛好音樂、喜歡音響的年輕人

富於感情、樂於追求知識的年輕人

穿牛仔褲的年輕人

都必須看滾石雜誌！滾石雜誌是年青人的象徵，請隨身攜帶滾石雜誌。

（《滾石雜誌》，1975：封面內頁）

《滾石雜誌》抓住「年青人」為銷售對象的主體，可是這個主體在1970年代的台灣是模糊不清的。在《滾石雜誌》的定義裡，「年青人」的定義雖然沒有人口統計上精準的年齡分類，但它在內頁文案上透過對比的方式卻解釋了誰該讀《滾石雜誌》：

當然不是我！

像我這樣一把年紀，當然不會看滾石雜誌！

但是，我倒希望小平和小蕙這兩個孫；能好好看看滾石雜誌。

如果，時光倒回60年，那我鐵會訂一份滾石雜誌。

（《滾石雜誌》，1975：內頁文案）

長輩以惋惜自己追不上的態度來期許晚輩可以看看《滾石雜誌》，贊同這是一本「豐富生活」、「充實知識」的課餘讀物，表明了這是一本在升學之外，興趣和休閒的培養，並非具有甚麼反抗的意識形態，反倒是課外知識的互補，一種在自由時間進行的消費活動。《滾石雜誌》透過諸如「時髦」、「進步」、「熱情」、「追求理想」、「穿牛仔褲的」這

樣的形容詞去概括、收攏「年青人」，因而「年青人」的主體被模糊而曖昧地標示。何東洪與張釗維在〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡〉一文中認為這樣不同詞義排列的模糊定義正好反映了那個時代次文化產生土壤的土質是一種大量吸收剪貼、拼貼西洋音樂資訊的漫遊、渾沌的都市土壤。(2000：169) 搖滾樂的消費模式往往與年青人脫離不了關係，Simon frith認為「青少年」與「年青人」在時間軸上是五〇年代和六〇代觀念的區分，並且有著階級與無關乎階級概念的分野，同時「年青人」通常也暗示著中產階級六〇年代的文化潮流，採納工人階級青少年的生活和態度，並與隨之展開的學生運動，以及結合各種「反文化」潮流。(1993：21-48) 與英美世界不同的是，搖滾樂的Band sound可以在台灣傳播與台灣親美的歷史背景相關，透過對當時熟練熱門音樂的長輩訪談與文獻回顧可以發現，當時Band sound以兩種不同路徑被解釋。第一種是不被主流社會認可的音樂類型，例如《今天》、《音樂與音響》等雜誌除了以成人為對象地在介紹西洋音樂，《今天》雜誌還特別在〈熱門音樂發展史〉專題裡提出這些組織熱門音樂的人除了大多是受大學、大專教育的知識分子外，也都是好孩子，對比當時黨國體制推行的愛國歌曲，熱門音樂被視為一種都市年青人追求熱門地潮流文化活動，新穎、現代、fashion、「與眾不同」的文化行為表現。

第二個路徑則是在台灣的通俗音樂文化軌跡發展至七〇年代初，除了海港派的流行歌曲之外，尚有挪用日本曲調的台語歌曲，更別說時下風行的美國排行榜歌曲在大學校園、城市天空不斷播放。這樣音樂聽覺的環境讓民族音樂學家許常惠等人開始組織民間音樂調查，這個民族音樂的田野訪調吸引了帶著不同目的與想法的知識分子加入，時為台大學生的丘延亮⁴⁸便是1967年民歌採集運動西隊成員，日後在「草原民歌」座談會⁴⁹中，他便說了當時加入採集運動的動機之一便是受不了隨處聽見的美國牌行榜流行歌曲。於此可見，當時熱門音樂是作為大眾文化因其通俗、氾濫而被知識份子排擠，同時又在大眾文化裡以新穎、現代的、不合常規地挑戰部份保守的社會秩序和聽覺經驗的姿態被接受而通俗，另一方面這外來的通俗文化卻也不被民族音樂學家視為台灣當地常民的通俗。於是，六〇到七〇年代間台灣通俗音樂中，熱門音樂與台灣社會脫節的兩種情況：追求新穎、現代與非民間、民族的聽覺經驗在此浮現。而《滾石雜誌》在這樣的脈絡裡，抓住熱門音樂中對西方社會現實反省的資源，扣連新穎、現代、抽讀、平行地移入台灣社會。

⁴⁸ 現為中央研究院民族學研究所副研究員

⁴⁹ 「草原民歌」座談會，2013年12月28日，國家圖書館藝術暨視聽資料中心3樓階梯教室。

七〇年代以後，台灣的唱片產業因為民歌運動開始有了更完整的工業生產機制，也因為民歌運動開拓了一條通俗音樂由成人娛樂轉變為青年學子為主要的消費族群。《滾石雜誌》巧妙地在意識形態和音樂商業市場上接合了這個族群，而這是一個長期的宣傳計畫和過程。《滾石雜誌》初期透過讀者回應來蒐集讀者喜愛的歌，隨後逐漸從讀者回應與來信發展成一個讀者索求歌手資訊和雜誌回應的平台，從讀者回應裡我們可以看見《滾石雜誌》的立場和刊物政策，在這裡研究者大致將讀者群簡易分為三個類別，一種安然接受、稱讚《滾石雜誌》報導的內容和資訊提供讀者學習、拓展新知的機會；第二種則截然不同地希望《滾石雜誌》可以報導更加深刻的搖滾作品，同時會要求雜誌評論做更深入地說明；來信希望滿足古典音樂知識要求的則是第三種。這三種類型反應出《滾石雜誌》並不只報導和銷售搖滾樂，它訴求的是一個稱作「年青人」的特定市場，而這群「年青人」中對音樂品味又有相對的異質性，因此，統一出現在讀者回應中的現象讓我們可以進一步說明《滾石雜誌》紛雜、大量地介紹西洋音樂資訊，扮演了「剪貼簿」的消費雜誌角色。（何東洪、張釗維，2000：169）

研究者把這個「剪貼簿」現象視為雜誌社的刊物政策和立場，1978年第28期一篇特別的讀者回應，或許能把《滾石雜誌》的立場畫出更鮮明的輪廓：

滾石有時候會接到一些讀者的來信，談到音樂方面的問題，譬如有的提到應該多談一些較為深刻的作品，或較為生疏的團體，像Golden Earring、Focus、P.F.M等，少談排行榜、流行歌曲、狄斯可等膚淺的音樂。

老實說，滾石每次看到這類的信都很難過，同樣是音樂卻有如此不同的待遇，如果說每期都是這些搖滾樂的文章，那麼不聽搖滾樂的怎麼辦，滾石是大家的，滾石是每一位年青人的，滾石是每個聽音樂的良友，套一句這期電影專欄中的用語「年青人要有一種“海綿心胸”，要無所不包，不願包也可以，但不要排斥她……。

（《滾石雜誌》，1978，〈Your Letters〉）

同年，開播七年之久的熱門音樂節目「青春旋律」劃下停播句點，引起一陣國內需要哪種熱門音樂的討論，《滾石雜誌》在刊內規劃余光訪問參與討論，並檢視同時代不同類型的熱門音樂節目，諸如中視「青春樂」，華視「熱門熱門」與「跳躍的音符」等，一方面反應出七〇年代年青人在大眾影視的需求被注意和背後日漸增長的廣告效益，另一方面《滾石雜誌》透過報導貓王、披頭四、狄倫等人的故事和歌曲，勾勒出一套「搖

滾精神」，並在對比的體系裡，反映出當下台灣熱門音樂的形態。Simon Frith把搖滾樂聽眾分為兩個族群，一個是將搖滾樂當作背景音樂，相反的則是搖滾樂代表著族群意義或個人選擇，這兩種不同的消費意向會反應出他們如何看待音樂雜誌，並且對音樂雜誌擁有的不同的期待。(1993：278) 因此，透過對讀者回應的分析，我們可以看見，《滾石雜誌》是一個以「年青人」為特定對象的消費產品，透過對「年青人」形象的形塑和「年輕人」(讀者群)的回饋，相互構成了一個新的、不同於六〇年代前的「年青人」群體。在《滾石雜誌》中不時出現希望音樂評論能更精進和專業的要求，從「滾石的唱片評論，社是供買唱片的一種參考⁵⁰」可見《滾石雜誌》希望大家各種西洋流行音樂都能接觸的背後，扮演的是一本「增進」消費的消費性雜誌，《滾石雜誌》必須培養特定族群裡「更開闊」的耳朵來形塑讀者的音樂品味，進而促進該雜誌成為特定族群裡的消費指南。

(二) 熱門音樂到西洋音樂

《滾石雜誌》從創刊之初便用西洋音樂的稱呼取代了熱門音樂，兩者的音樂內容在本質上差異實則不大，主要指涉美國排行榜上的通俗歌曲，但《滾石雜誌》在這個時候用西洋流行音樂的名詞取代了熱門音樂，讓西洋流行音樂與國語流行音樂的對比更加清晰。例如，《滾石雜誌》便在雜誌的專題製作裡也提到「談到對國語流行歌曲的看法時，他們表示現在的流行歌曲完全跟現實生活脫了節，無法表達真正的情感。」(雲隱，1975：12-14) 因此希望透過對西洋歌曲與社會連結的啟蒙讓國語流行歌曲成長為有思想、情感的音樂，對西洋歌曲抱持著學習、進步的態度。然而，《滾石雜誌》是將特定搖滾偶像與現實態度連結，並有意識的與當時發生的中國現代民歌運動參照比較。「滾石曾經介紹過狄倫，但還是忍不住再談談他，因為他最能接近聽眾，他最能反應人們的思想、情緒，他也最能提出具體的意見，他最能利用詞來滿足聽眾，用曲來打動聽眾，這些都是他所特有的，而我們的“中國現代民歌”，也應該以實際的生活環境來接近大家，如此“你的“才能代表你，因為我們要講的實在太多了！”(張建康，1978) 編輯手記往往代表著整本雜誌的發言與立場，因此我們可以在上面一段編輯發言裡看到，《滾石雜誌》其中一個面向是站在與民歌運動中楊祖珺、李雙澤相同立場質問、盼望有與「自身」相關的歌曲創作出現。因此，當李雙澤在淡江的可樂瓶運動中提出「你們要聽洋歌？洋歌也有好的！」言詞之後揚起Bob Dylan的*Blowing in the wind*歌聲時，似乎說明他們並未一味地反對所有西方排行榜歌曲。直到後來，才能從楊祖珺在〈民歌手〉一文中對自己翻唱Bob Dylan等人歌曲的心境描述看到，即使是翻唱Bob Dylan的歌曲是否也有他們最初反對追求熱門音樂的問題與深刻反省。

⁵⁰ 《滾石雜誌》1978第28期讀者回應

《滾石雜誌》實際上對西洋音樂的傳播無所不包，於是，從六〇年代開始費禮等人帶頭稱呼的熱門音樂從《滾石雜誌》開始第一次的轉型。何東洪與張釗維認為這個轉型是《滾石雜誌》順著英美七〇年代民謠搖滾音樂類型化的轉型，此時英美的通俗音樂由社會抗議性歌曲轉向自我內省式的情感抒發，位居排行榜上的歌曲也從protest singers轉換成singer—songwriters。(2000：170)《滾石雜誌》透過西洋音樂這樣的稱呼，以較大的視野，更廣泛地報導英美音樂，儘管《滾石雜誌》有唱自己的歌曲的認知，卻是在音樂功能層次地希望歌曲可以反應創作與聽者人們的思想和情緒，傾向自我內省式的情感抒發，與楊祖珺等人反省歌曲是否與民眾站在同樣的路上是不同層次的理解。

從《滾石雜誌》1975年的創刊號到1978的第三十四期為止，大致上可以把《滾石雜誌》內容做以下的分類：

- 1.刊登、翻譯西洋通俗音樂的媒體資訊和評論
- 2.器材資訊（樂器、音響）
- 3.歌詞、歌譜
- 4.牌行榜榜單
- 5.新版／翻版唱片索引（引介）
- 6.國內通俗音樂動態與評論
- 7.讀者來信與回應

這七大類主要構成了《滾石雜誌》的內容，補充與提供當時缺乏的西洋音樂文字訊息，翻譯寫手與評論者除了《滾石雜誌》內部的記者之外，陶曉清、崔可銓⁵¹等人扮演主要角色。《滾石雜誌》在唱片索引中，還會標上星號的評鑑，供讀者參考購買與否，並且搭配唱片評論的專欄，扮演透過文字來推動唱片市場銷售的角色，提供「滾石式」的搖滾樂觀點。

Simon Frith在〈音樂刊物〉一文中指出，在英美的脈絡下，六〇年代興起的地下刊物，諸如《村聲》雜誌（Village Voice）、《滾石》⁵²等，開創了一種與音樂和音樂所關注的層面有相關性的生活風格、價值觀或信念，這種連結也讓搖滾樂成了地下文化的基本

⁵¹ 活躍於1980年代台灣知名吉他手，擔任錄音室樂手，同時也是台灣八〇年代樂團Rock City Band（外交合唱團）主要吉他手，以翻唱西洋歌曲為主。

⁵² 這裡的《滾石》雜誌，是1967年在舊金山出版的刊物。

形式，並且擁有與排行榜暢銷所支撐的流行音樂不一樣的意識形態。1967年在舊金山出版的《滾石》和台灣1975年出版的《滾石雜誌》一樣，第一期便宣言式的告訴讀者該雜誌所扮演的角色，「因為現今的商業刊物已變得如此地不精確與陳腐俗爛，而樂迷雜誌完全是一種不合時宜的產物，已被塑造成神話與廢話的固定模式；我們希望能為藝人與音樂工業，以及所有「相信魔法會使你重獲自由」的人，提供一些真正具有價值的東西。《滾石》不僅只是一份音樂刊物，同時也觸及此種音樂所包含的一切事物與態度。⁵³」透過視搖滾樂為文化形式的方式，依據自己的立場與觀點把搖滾樂跟崇尚的生活風格結合在一起。這份純粹西方的東西，被《滾石雜誌》發行人段鍾沂視為一個新的開始，期望在此找到一個現代的、中國的生活精神。(段鍾沂，1976) 段鍾沂口中「『現代的、中國的生活精神』」放在七〇年代美軍帶來的文化影響和當時國語流行曲欲脫離海港派的脈絡之下，或許就可以看見《滾石雜誌》主要奠基在一方面宣揚西洋流行音樂，一方面吸取台灣民歌運動資源輪廓的基礎上推廣搖滾知識，而這個輪廓提供了接下來「滾石」開設唱片公司發行唱片的養分和聽眾對它的認知。

上述分析中，《滾石雜誌》扮演調教、告知、培養台灣西洋流行音樂讀者的品味與判別。研究者認為這種橫向的移植於此開始便與台灣早期熱門音樂所認識的Band sound 有所不同甚至是斷裂。儘管早期的熱門音樂因為以美國文化為想像對象而成為新穎、現代、時髦的都市文化，但不可忽視在當時的社會景況下，它在美軍俱樂部與飯店等表演場所裡的實際經濟因素，例如因為演出而可以擁有與社會上其它職業相對的高報酬，這樣現實的狀況讓熱門音樂可以是一門生活的「工作技能」，現實情況或許機會不多，但與六〇年代後認知、連結的「搖滾樂就是生活態度」卻是截然不同的理解與關係。

二、「滾石有聲出版」的表現形態

(一)「滾石」性格：年輕的企業家

「滾石有聲出版」自1981年由吳楚楚、彭國華、鄭勝明和段氏兄弟等人創辦以來，至今三十載，在台灣의通俗音樂工業裡一直扮演標誌性的角色。其「創新」、「活潑」、「實驗」、「開放」等強烈的企業形象讓眾多有志進入唱片產業的人們所嚮往。1980年加入「滾石」的祝驪雯說「我進滾石之後印象最深的第一件事就是滾石的每一個人都

⁵³ Simon Frith在〈音樂刊物〉中引自Chet Flippo〈滾石雜誌的歷史〉第163頁。(Chet Flippo, 'The History of Rolling Stone', Popular Music and Society, iii, 1973-4.)

很屌，你會覺得每一個人都很有自己的個性和想法，譬如說Landy⁵⁴永遠都是侃侃而談，有很多夢想。端端永遠都很忙，奔波來去。而且這裡最明顯的特徵就是樂於溝通，溝通的氛圍非常自由，所有的人都有權力把想法講出來。」（2011：26）1980年代台灣的唱片工業起飛時期，民歌運動培養了娛樂產業裡從成人轉型為年青人、學生的消費聽眾；歌手形象也從成人模樣的豔麗轉型為鄰家可人的清秀；物質基礎上，1979年「Sony」推出Walkman後，因為價格相較於黑膠專業器具低廉，學生入手門檻低，卡式錄音帶漸漸成為通俗音樂主要載體，學生也成為主要消費族群。「滾石」在這個歷史的轉捩點上，與其它唱片公司相比無論體制、風格都更顯年輕，不只銜接已改變的新興市場，也順應改變而成長。「滾石」吸納民歌時期創作底蘊深厚的新生代創作人加入通俗音樂產業，不同於上個階段的「海山」、「新格」、「歌林」等唱片公司製作模式，「滾石」在唱片的製作和行銷策略上都嘗試建立新的方法，擅長打破通俗音樂舊有的行銷認知，以男歌手趙傳為例，透過「反」企劃宣傳來打破俊男美女的行銷格局。「我本質上還是生意人，從我開始做滾石唱片我就得扮演生意人的角色。這30年來我也沒寫過一首歌，我也沒當過製作人。我都是幫這些藝人打理所有生意上的事，然後帶著經營的團隊去做這些事。如果你真的要問我，我只能說我還是做生意人的事，但不純粹是生意人的心態而已。」（段鍾潭 2011）1980年代的「滾石」從老闆到員工，平均年齡不超過二十歲，與其它公司不同的是，它願意實驗和嘗試，「滾石和許多唱片公司不同的，是它比較願意去實驗，去創造一些非市場趨勢的作品，雖然商業上風險比較大，但開創性高，這是滾石比較特別的地方，也是滾石和許多唱片公司比較之下的最大特色」（吳正忠語，藍淑貞 1990：159）、「人家不做的，我們敢做」（彭曼青語，藍淑貞 1990:159）、「在滾石，不管是從公司內部的擺設，或是從人和人之間的相處來看，都會覺得我們不太像是一個公司，而像是一個家」（謝婉萍語，藍淑貞 1990，161）從以上「滾石」內部員工受採訪發言的紀錄看來，我們可以發現，整個「滾石」從內部塑造一個跟搖滾樂一樣的形象或意識形態：「年輕」、「做自己想做的事」、「挑戰」、「實驗」、「創新」、「不受商業主義的束縛」，對搖滾樂抱持著「欣賞」價值大過「消費」價值，從董事長到版權處理幕後人員都是創作者態度，如同段鍾沂所說「搖滾樂與生活是一體的！」，創造了一種不只存在於職場，同時成為生活態度的企業文化和想像。

年輕的態度也包括了「包容」，九〇年代任職「滾石」版權部的彭曼清便認為，在流行音樂的領域裡，帶領潮流與跟隨潮流有很大的差異性，各唱片公司採取甚麼樣的姿態是公司負責人的選擇，而公司也就呈現甚麼樣的特性。（彭曼青語，藍淑貞 1990:159）文化工業的特性就是必須製造龐雜而且大量的商品，但卻僅有少數的作品可以得到消費

⁵⁴ 張培仁，曾任「滾石」企劃與創意總監，八〇年代末期創立「滾石」子品牌「魔岩」唱片，至北京發展「中國火」系列作品。

市場的回應。台灣八〇年代唱片公司增長快速，從1981年的474家增加到1982年的533家，1986年台灣正式被收攏於國際智慧財產權的市場版圖，實際狀況反映在唱片的進口數量從1985的69萬張到1987年唱片進口數300萬張有近五倍的成長⁵⁵，是國內唱片公司代理西洋音樂的高峰，在1988年新出版唱片和錄音帶目錄中，更可以進一步看到，當年兩百多張出版品中，「滾石」與「飛碟」兩間唱片公司在國語出版品的數量上便佔據總數的五分之一，其中「滾石」在西洋歌曲出版品上更有驚人的表現，當年總數約六百張的出版品中，「滾石」以五百三十一張的數量在供給西洋音樂市場上佔據了百分之九十的市場，系統性地出版David Bowie、Pink Floyd、Elton John、Air supply、The Beatles等西洋通俗音樂作品，類型涵蓋搖滾與流行，另一方面也包括大量的電影原聲帶，在八零年代有聲出版品以電視、電影媒體作為重要傳播管道的戰場中扮演品味塑造的重要角色⁵⁶，「滾石」以「多量」、「多樣」的模式在經營台灣的通俗音樂市場，另一方面，與前期《滾石雜誌》相同卻又不同的是，此時「滾石」的文化生產仍是以西方為對象的生產，只是模式上從翻版西方到成為西方文化產業法制化的一環。

（二）專輯製作企劃導向

台灣唱片製作分工越趨細緻，一張唱片的生產過程也不同以往國語流行音樂以歌者為主，當消費主體已經被發現，進而打造出來時，唱片的製作開始有更明確的目標對象，然後實踐在生產過程中設計事先設計的形象與企劃，像是羅大佑《之乎者也》、蘇芮《一樣的月光》等專輯。

1980年代初國語有聲出版的狀況大致有幾個特點可以與先前的流行音樂區別，除了先前提及蒐集歌曲成一張專輯反轉為從專輯出發發展成一張專輯的概念外，曲式上揉合了更多西洋流行音樂曲風。

如同上述，八〇年代以前的唱片公司的組織結構主要為製作部、企劃宣傳與業務部門，由這三個部門一貫作業。但八〇年以後個人小型的音樂工作室成立形成一股風氣，諸如，李壽全的「李約」、劉文正的「飛鷹」、譚健常的「巨翼」、苗秀麗的「開麗」、陳光陸的「大學城」、姚厚生的「太笙」、鈕大可的「赫立」等等，這些音樂工作室的成立

⁵⁵ 數據來源於《中華民國出版年鑑》統計表，取其整數，四捨五入。

⁵⁶ 除了西洋音樂的出版外，「滾石」當年也出版西洋古典音樂，出版量占西洋古典音樂市場的三分之一，總括「滾石」的出版類型，橫跨國語、西洋通俗、古典音樂和古典演奏音樂，片號複雜，多達十六種之多。

讓音樂製作走向風格化、精緻化與專業化，和大型唱片公司形成了分工合作的關係，一方面使得大公司的營運編制得以精簡與成本降低，減少營運風險，另一方面使得唱片製作產銷分家，得以讓唱片產生更多不同的樣貌。(曹郁美 1988：87) 此時的唱片製作以不同六〇、七〇年代歌星為唱片主要角色的方式，開始著重包裝視覺設計與概念創作等領域，「滾石」在唱片生產的道路上，開創以「專輯」和「概念」為主體的實驗，從唱片封套、文案編排、攝影，乃至於1986年後的MTV的生產，一張唱片的製作走向工業的細緻化與專業化，時任「滾石」副理的祝驪雯表示，一張唱片的開始，應該從消費者定位、文案、卡帶到海報、歌手造型、服裝、化妝等等作為開端(1990：68)，這些符號看似與音樂無關，但最終目標導向音樂的概念和形象，像是趙傳《我很醜，可是我很溫柔》便是時任「滾石」國內部經理的李宗盛先確立概念，才進行詞曲創作的作品。「滾石」甚至為了「企劃專輯」而特別在國語事業處設立「獨立一部」，專司調整樂風後的新人專輯企劃工作，例如張信哲。專輯企劃背後隱藏了一個「音樂研發」的概念，透過掌握歌手和所屬社會階層及想傳播對象的特質，讓理性分析規劃程序進入音樂生產的過程裡，這也是八〇年代通俗唱片工業才長成的概念。「A&R仍然是個技術，你寫這個歌目的是甚麼，是要解決artist甚麼問題，對外面的人來講，他們只是覺得小李寫這歌不錯，但我為甚麼要寫這個歌呢？這句為甚麼是這樣子，那句為甚麼是那樣子，你也可說這是靈感，但那裡面一定有分析。」(李宗盛 2001；引自簡妙如 2002：137) 李宗盛作為「滾石」唱片中「音樂研發」(Artist and repertoire的，A&R) 代表人物之一，不諱言音樂創作中隱匿的「理性」成份，簡妙如認為這種理性掌握市場走向，從中形塑歌手風格，在這類創作歌手的身上，構成了「商業、藝術合一」和「理性、感性兼具」的特質。(2002：138)

我們可以看到，「滾石」在台灣通俗音樂的這個階段裡固定了一種新的通俗音樂製作和表現形式，但這種表現形式的基礎，是奠基在校園民歌階段將國語通俗音樂帶入工業化之後所面臨內部音樂生產人才大量缺乏的結果，同時又是台灣在進入國際化、自由化與國際市場銜接，外部壓力的形塑。

三、 亞洲與華語通俗音樂市場的開拓

六零年代國語通俗歌曲走紅於東南亞的例子，最為人所知的像是姚蘇蓉〈今天不回家〉、尤雅〈往事只能回味〉，謝雷等人的歌曲，其熱門程度讓當時巡迴東南亞的熱門樂團「陽光合唱團」一晚在飯店表演，經由聽眾點歌，非得唱上五、六次。「瑞星」唱片公司總經理黃世森認為早期國內通俗歌曲可以在星馬地區走紅，主要還是因為當時通俗歌曲配合著電影的宣傳而流行，特別是像林青霞等人拍攝的文藝片和劉家昌作詞作曲的電影主題曲搭配，風靡東南亞。(1990：121) 而華語通俗音樂之所以可以在這些市場暢

行，華裔移民組成佔社會多數成了主要原因，「歌林」平面企劃股長郭保羅便認為星馬地區因為華裔眾多，語言相通門檻變低，接受度也相對日本等地高。(1990：120)

此時興起的華語歌曲排行榜也成為東南亞製作唱片的重要指標，八〇年代的複雜性表現在國語通俗音樂上正是台灣內部市場、生產的轉變與外部市場、生產改變的交會，同時面臨市場重新分配的現象。從表2-1來看，八零年代開始一連串的代理工作開啟了本土唱片公司與國際唱片公司的合作關係，這樣的關係在1986年台灣的通俗音樂市場正式被納入以美國為主的智慧財產權法制體系時達到高峰，當國際唱片公司陸續收回代理權，本土片唱公司面臨不敵資本集中而被併吞或倒閉等問題，也為未來的市場重新分配埋下伏筆。

從1983年開始，我們又多了一項業務，那就是代理國外各大唱片公司，從EMI開始，陸陸續續加入美國Motown、英國Virgin、Chrysalis、Mute、Jive、Charima、Carrere……還有已於今年一月一日加入的美國RCA、Arista……。早在去年初，滾石就已經是一個兼營本國及國際業務的有聲出版公司，是一個多元發展、結構完整的組織。

(《滾石雜誌》，1986，第82期頁1)

短短不到十年間，「滾石」為擴充業務，從引進西洋唱片與華語唱片比例相當的榮景到面臨國際唱片公司收回代理權，喪失30%市場的窘境，「滾石」選擇當初國際唱片公司進入台灣的方式：「代理」來進入亞洲其他市場，不願意出售「滾石」給國際唱片公司。根據統計，到1997年為止，「滾石」是東南亞最大的獨立音樂集團，而此時，海外營收接近「滾石」總營收的一半。

周昭平認為當時不願意出售「滾石」給跨國唱片公司，堅持自己經營，主要有三個原因，第一，跨國集團提出收購的價格並不理想；其次是「滾石」認為，自身擁有多年華語歌曲的經營經驗，也累積豐厚的市場經驗，因此在華語市場的經營上「滾石」理應可以做的比其它公司更好；最後則是當時在判斷上不認為跨國音樂集團有威脅，因此「滾石」決定繼續獨資。(1999：54) 1990年後，由於EMI和BMG陸續收回西洋音樂的代理權，「滾石」喪失了將近30%的市場，在跨國資本夾帶大量資金的威脅和台灣市場有限的情況下開始積極拓展國際業務，希望透過拓展華語通俗音樂市場來建立海外的發行網，掌握與跨國唱片公司相比的籌碼與競爭力。因此1990年以後，「滾石」開始以分公司的方式遍及韓國、日本、香港、中國、菲律賓、泰國、馬來西亞、新加坡。在建立分公司的

過程⁵⁷裡，與國外資本進入台灣一樣，「滾石」看重的也是各地的本土市場，同時也希望透過在本地市場打下基礎後便可以在本地製作音樂產品，但是最後除了香港、大陸以外，其於的市場幾乎以失敗收場，這也成了滾石在日後營收一落千丈，大規模裁員的原因之一。「跨國經營是很困難的，我覺得像香港、新加坡都還好。如果是以華人為主的就還ok。因為語言是很大的隔閡。」⁵⁸在這裡，我們可以看見儘管人們常說「音樂無國界」，但實則上，語言在「滾石」企圖擴張的例子同時是成功的因素也是失敗的因素。「滾石那時後在韓國一年大約賠2000萬，那時華語在韓國是沒有市場的，除非歌手是明星級的，像張國榮之類的才有可能。香港的電影明星還可以，台灣歌手幾乎都不行。所以我覺得這條路不行，結果我就從代理西洋的開始作，結果被我猜中這條路。」(吳正忠 2008；引自陳子鴻訪談 2008)以「滾石」進入韓國為例，在希望以本土市場作為進入該國音樂市場的原則下，語言成了最大障礙，以致於最後韓國分公司負責人吳正忠必須開始找尋其它的音樂來源，朝向西洋音樂、舞曲發展或是走向代理路線將西洋舞曲引進韓國，另一方面則是將韓國音樂代理進入台灣。「我有把韓流弄回來台灣」(吳正忠 2008；引自陳子鴻訪談 2008：60)，堪稱最早引入韓流進入台灣的唱片公司，透過翻唱韓國歌曲回來開發台灣新的市場。與韓國相比，日本的音樂工業則已經在建置化的成熟時期，有自己的遊戲規則，因此當「滾石」想進入日本時必須遵守日本的遊戲規則，「一到日本，全部都是正規部隊，全部排出來的都是正規兵。變成在日本就沒有打游擊戰的空間，必須直接跟正規部隊硬碰硬，跟正規部隊打滾石又差了一截，不管是物力、人力、財力，都不可能跟日本公司比。」(吳正忠 2008；引自陳子鴻訪談 2008)

1985年，「滾石」讓歌手羅大佑赴香港與作詞人林夕組織「音樂工廠」，中國市場則是透過張培仁建立「魔岩文化」，將「滾石」對搖滾樂的理解帶入中國。用此說法，並非指涉「魔岩文化」進入中國前，中國沒有搖滾樂，而是沿著七零年代《滾石雜誌》的模式，帶入一個新的稱作「搖滾樂」的概念，在台灣，如同上所述，搖滾樂替換了熱門音樂，在中國，則是崔健自成了一個中國搖滾樂的時代表徵。而此「搖滾樂」對照的類型在「滾石」的操作下成了「新音樂」，這股「新音樂」風潮與全球八零年代興起的「後龐克」風潮連結，雖不特定指涉音樂類型，卻在生產上有相對於五大唱片公司的獨立意

⁵⁷ 「滾石中國」區總經理吳正忠在陳子鴻的訪談裡表示，「滾石」只在台灣併購「新格」，與韓國以併購獨立小公司的方式來建立分公司，其於皆是「滾石」自己獨資建立分公司。可見陳子鴻，2008，《台灣唱片業跨國營運模式之研究》。國立政治大學商學院經營管理碩士學程企管組商學碩士論文。

⁵⁸ 完整訪談記錄可見陳子鴻訪談紀錄，收錄《台灣唱片業跨國營運模式之研究》，2008。

涵，也是這個背景成為「新音樂」在徵求認同與支持的論述基礎。同樣的對照生產在九零年代的台灣，影響了九零年代後獨立音樂的模樣而與此之前的搖滾樂產生了區別，更細緻的分析於第四章再做詳細的書寫。

中國知名樂評人顏峻也曾簡單劃分中國搖滾樂，跳不過的崔健在1987到1990年之間建設了最初的中國搖滾形象，1994年竇唯、張楚、何勇帶來了「新音樂」的繁榮，帶有party、藥物、藝術家和傳奇的形象過活。(2005：392) 竇唯、張楚、何勇三人被學生和當時的年輕人所接受，也改變了當時人們對搖滾樂的單一印象。(顏峻，2006：183)

「魔岩文化」1992年推出「中國火」系列，並且主導「新音樂」類型進入中國，相繼形塑竇唯、張楚、何勇等為人來扮演「滾石」主導的「新音樂」類型形象和角色。「魔岩文化」希望藉由「中國火」清楚的品牌形象持續的推動中國人的音樂發展，在音樂風格中，盡量追求與現在流行音樂不同的表現領域。極力拓寬中國人流行音樂的定義和視野，強化深度跟想像力的開發，並且不斷的培養者找尋有自我想法的原創作者，協助他們在專業的製作錄音過程中實現自己的音樂理念。」⁵⁹

「魔岩文化」從三個方面著手大陸市場。除了張培仁等人肩負開發、企劃中國「新音樂」市場的責任，同時也將台灣的國語通俗音樂帶入中國市場。「魔岩經紀」便扮演了藝人管理和表演接洽、製作的角色，1994年成立，目的是「企圖能在所有中國人的世界中開拓更多的演出機會」，並且代理「滾石」旗下藝人，用已具知名度藝人（母雞）帶新人（小雞）的方式在大陸的巡迴演出開拓新市場，像是李宗盛、羅大佑、趙傳等人。第三，「魔岩文化」秉持「滾石」一貫的「教育」方式，1992年開辦「滾石音樂雜誌」，透過張培仁主持，在上海、北京、天津等大都市裡，以廣播節目的形式，討論音樂的專門節目。「對魔岩文化而言，我們希望藉由這個節目的播出，可以推動中國人新音樂的發展和普及，並藉由被訪問者的專業經驗與理念，促動整個行業的更新與進步。」（魔岩中國火宣傳物）

紀錄片「再見 烏托邦」中，何勇不斷詢問「這麼多年了唱片，一直賣著，彩鈴什麼的，一分錢沒給過。」中國社會內部的狀況，讓搖滾樂扮演什麼樣的角色？這群樂手站在什麼位子而願意擔任「滾石」傳播搖滾樂的角色？在中國改革開放的路上，台灣唱

⁵⁹ 完整文宣內容可見魔岩中國火宣傳物，〈新音樂的火種已經撒下 我們不相信這只是一個夢〉，《滾石30 1981~專輯全紀錄》，頁228-229。

片的輸入扮演「貿易往來⁶⁰」的角色，躲避了政治上的國家審查，但這個行業的開放與進步卻與「滾石」在台灣遇見資本集中的跨國唱片公司相同走向剝削音樂生產者的道路。



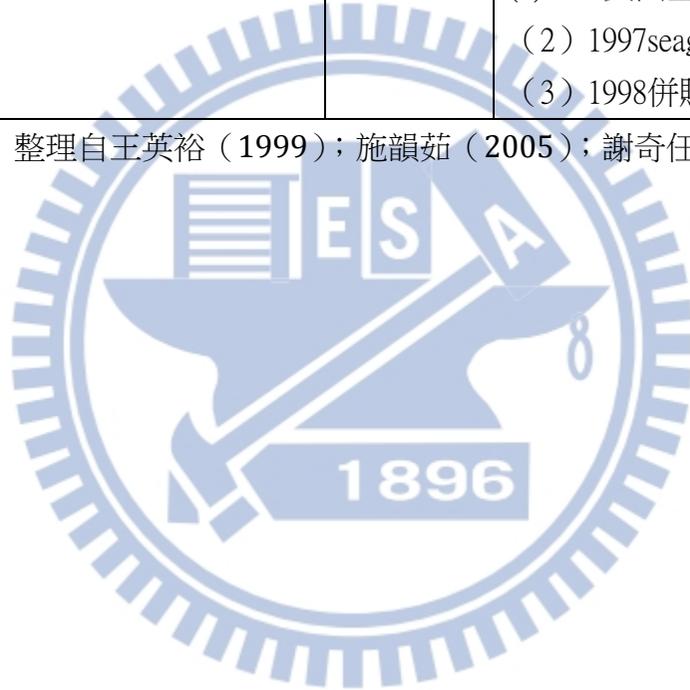
⁶⁰ 寶麗金古典音樂企劃主任刁瑜文在受訪中的說法，「大陸當局將台灣唱片的輸入當作是一種貿易往來方式看待，牽涉的主題意識不明顯，不會有立場上的限制。」詳見徐熙茹，1990，〈唱片業立足台灣，放眼大陸？大陸市場分析〉，《台灣唱片業的-過去、現在、未來》，頁116-119。

(表2-1八〇年代至九零年代跨國唱片公司進入台灣市場概況整理)

跨國音樂集團名稱	與本土唱片公司代理關係	進駐時段	進駐步驟與模式	資金
寶麗金 Polygram	(1) 1985-1989受權金聲代理發行Philips、Polydor廠牌 (2) 與齊飛唱片公司合作	1989前 1989	(1) 1990年併購齊飛唱片成立寶麗金 (2) 1998被seagram併購	荷蘭
科藝百 代EMI	(1) 1978與波麗公司合作 (2) 1984年滾石從四海代理西洋唱片 (3) 寶聲唱片代理古典唱片	1984-1990 1990	(1) 授權聲寶、滾石分別代理古典、西洋唱片 (2) 1990成立科藝百代 (3) 1993-1999收購Virgin與點將唱片 (4) 2008結束台灣分公司，重組成立「金牌大風音樂文化股份有限公司」	英國
博德曼 BMG	(1) 1978與波麗公司合作RCA產品 (2) 1984年代滾石唱片代理RCA系列產品	1991	(1) 1991前授權滾石代理 (2) 1991成立博德曼公司 (3) 收購藝能動音、巨石音樂(1996) (4) 2008與新力併購成新力博德曼	德國
新力 Sony	(1) 1978海山唱片透過日本哥倫比亞取得部份代理 (2) 1983-1985喜馬拉雅取得海山唱片代理權 (3) 1985-1993喜馬拉雅像美國總公司簽屬正式代理	1978前 1983-1985 1993	(1) 1978前授權海山代理 (2) 1983-1985喜馬拉雅取得海山唱片代理權 (3) 1993成立新力哥倫比亞音樂公司 (4) 2008收購博德曼公司 (5) 2009更名為「台灣索尼音樂娛樂股份有限公司」	日本

華納 Warner	飛碟唱片代理	1984-1992 1993 1998	(1) 1984-1992授權飛碟代理 (2) 1993-1998與飛碟合資 (3) 1998併購飛碟成立華納國際	美國
環球 universal	滾石代理，BMG發行	1999	(1)1995美西亞集團台灣分公司（MCA） (2) 1997seagram收購更名為「環球唱片」 (3) 1998併購寶麗金、福茂、上華	美國

（本研究製表；資料來源：整理自王英裕（1999）；施韻茹（2005）；謝奇任（2006）；李亭瑤（2011））



第三節 「飛碟唱片」與「流行曲」生產

（李宗盛）台灣國語流行樂團最富品質及商業保證的重量級製作人及詞曲創作者。

（吳清聖編，1994，〈台灣流行音樂200最佳專輯1993-2005〉，頁33）

一、民歌客廳中的小李

放在歷史軸向的關係裡，七〇年代的台灣校園民歌運動為台灣八〇年代通俗唱片在文化工業建置化的過程裡打下了基礎，這段時間產出為數眾多，並與上一個音樂階段在聽覺上截然不同的國語通俗歌曲創作，校園民歌運動中的重要推手陶曉清，不只在工作上對民歌運動推展不遺餘力，在陶曉清家中客廳來來去去的民歌手們，也形成了一個以陶曉清家中客廳為中心的民歌手社群。李宗盛在尚未進入「滾石」系統前，便成為這個民歌客廳中的一員。

李宗盛1958年7月19日出生在一個保守的牧師家庭，成長於北投，父親經營瓦斯行，母親是一名國中教師，不擅學科，在校表現普通，考藝專失利，後來就讀新竹的明新工專，不斷被告戒，「李宗盛你將來不會有搞頭，因為你微積分不行、流體力學不行、電磁學不行！」⁶¹被親朋好友視為只能接下家中瓦斯行事業的小孩。

我記得我那時後去考藝專，因為我那時後哪個學校都沒考上，父母很著急，父母望子心切，那我總得搞出名堂，我國中是軍樂隊，我很喜歡音樂，我去考藝專，理論作曲，要考兩科，一科叫試唱，看著譜就要唱，一個是聽寫，聽了音樂把它寫出來，我兩科都考了零分，因為我不會記譜，我也沒受過訓練，那次對我打擊是很大的，我幾乎是哭著離開考場。

（李宗盛，2013，CCTV「一路星光·李宗盛」）

此時的李宗盛雖然抱著滿腹的熱情報考藝專，但音樂專業的學科分類，在第一步就將李宗盛篩選淘汰。從李宗盛報考藝專的經驗可以看到一個關鍵，「樂譜」。樂譜書寫有其規則，是一套受音樂專業訓練的基礎知識，甚至是一套身體的運動，以致於能同時反應聽與寫。Simon Frith透過記譜與不記譜的差別，根本上區分了商業音樂和民謠音樂的差別，一個需要透過記譜才能生產音樂和口語傳唱的差別，同時，他也擴大記譜的定義，他認為樂手和樂器就是第一個儲存音樂的地方，透過記憶，不僅僅是把一個曲調或旋律

⁶¹ 摘自「今晚，請將耳朵借我 ----李宗盛x馬世芳 華語流行音樂對談」，2014.06.25，台北錄音紀錄。

記在腦中，更是記住如何特定的呼吸、身體和肌肉的運動，然後重新生產曲調，這種方式被Simon Frith稱為樂手，透過身體和心智的方式來記憶音樂。(Simon Frith 2005: 51-53)然而李宗盛未受過**正統**的音樂訓練，因此學院建置的樂譜系統把他給排除在外，但是按照Simon Frith對樂譜的看法，他把**記憶在身體**⁶²裡視為樂譜的一種記號，帶入之後的通俗音樂工業，這樣的對比之下，我們可以看到通俗音樂有更大的空間、機動和靈活去生產音樂。另一方面，樂譜的發明讓音樂的生產機制有了根本的改變，因為音樂得以書寫和印製，加速了錄音室樂手生產音樂、錄製音樂的速度，以台灣的通俗音樂工業為例，研究者認為，樂譜得以靈活、機動表現的方式，讓非音樂專業的人得以進入唱片工業，間接成了提供了八〇年代通俗唱片工業可以順利發展高峰的基礎。

明新工專，李宗盛唸了七年，就讀期間組了「木吉他合唱團」⁶³，1970年代末開始在歌壇展露頭角，並在校園民歌重要賽事「金韻獎」拿下優勝歌手獎，這是李宗盛與通俗音樂關係的起點。當時他透過關係認識了「新格」唱片公司的人，開始有機會流連在民歌客廳中。馬世芳憶起當時的李宗盛總以笑話取悅別人，「他是取悅別人來掩飾自己有點兒慌的感覺。」(馬世芳 2014)此時在民歌客廳出入的大學生，對李宗盛理解民歌音樂有很大的影響，「台灣的整個華語流行歌曲，從早期民歌一路發展，最偉大的事情，是當時的校園有大量的知識份子投入這個行業，使這個行業、這個領域從本質上得到提昇及改變。」(李宗盛 2014)1970年代到1980年代的大學聯考錄取率百分之三十到百分之四十不等，因此，在這個年代要能成為大學生不是容易的事，也因此大學生被捧在手心，被視為知識分子的對待和尊重。「我認為台灣的流行音樂之所以有那麼一點點的位置或是影響力，它和民歌運動是有非常大的關係的。講說要唱自己的歌，這是很大的覺醒，我自己受到過很多啟發，李壽全是啟發我的人。民歌運動最重要的事情，是讓大量知識份子進入這個行業，感受到這個行業，原來一首歌曲可以感染、感動、可以move那麼多人的時候，那個力量是巨大的。」⁶⁴這樣的認識，構成了李宗盛對通俗音樂的認識，也成了李宗盛認為自己是音樂人而非娛樂圈的理解，更是在九〇年代之後國際唱片資本進入台灣，改以企劃行銷領導唱片生產時，他感到失望、無力的原因之一。

⁶² 粗體為研究者標註

⁶³ 「木吉他合唱團」成立於1976，由張炳輝、江學世、李宗盛組成，1978年在金韻獎脫穎而出。

⁶⁴ 摘自「讓世界聽見」李宗盛講座，2013.08.17，香港講座錄音紀錄。

http://blog.sina.com.cn/s/blog_6242cc7f01019zci.html

二、類型中的風格

雖然七〇年代末「木吉他合唱團」已經讓李宗盛展露頭角，但是直到1983年他為歌手鄭怡製作《小雨來的正是時候》一炮而紅，成功將鄭怡從校園清新的少女形象轉型為感性的女人，李宗盛頓時成了炙手可熱的金牌製作人。前一階段，李宗盛因為在陶曉清民歌客廳的社群裡認識了李壽全，連結他對大量知識分子開啓的校園民歌時代，李壽全讓李宗盛看到一張唱片的製作是那麼的不容易，而且做唱片對此時的李宗盛來說，是個可以做一輩子的學問。

同個時期，也開啓了台灣通俗唱片工業的製作人時代。直至七〇年代末期，台灣唱片的封套上看不見個人的名字，以整個製作部為單位，例如金韻獎的系列唱片上，只能看見「新格唱片製作部」，而無法看見個人的名字，直到李壽全在製作完《龍的傳人》之後，連同蔡琴、李建復、蘇來、許乃勝、靳鐵章等人組成「天水樂集」，透過「四海」唱片投資發行，前後出了《一千個春天》和《柴拉可汗》，隨著李建復入伍服役、蔡琴加入四海唱片公司，許乃勝赴日留學「天水樂集」便形同解散。但「天水樂集」在唱片公司集中創作、製作、生產的權力時，嘗試自家工作室企劃、製作執行，可謂開啓台灣第一個音樂工作室，嘗試在唱片工業裡建置另一種新的生產關係和生產模式。

李宗盛便是在這樣的啓蒙下開展了他以製作人為職志的生涯，1985年進入「滾石」之後，製作了滾石第一張唱片，張艾嘉的《忙與盲》，其後他製作的專輯無不大紅大賣，如周華健1987年《心的方向》、潘越雲1988年《情字這條路》（李宗盛、陳揚、李壽全製作）。1986年發行第一張個人專輯《生命中的精靈》，至今前後發行過兩張個人張專輯、兩張個人單曲、五張精選輯，精選輯透過回收先前寫給其它歌手的歌，重新演繹發行。另外，八〇年代末李宗盛還曾出任「滾石」唱片公司副總經理一職，直接參與唱片製作生產預算和市場策略。在台灣的唱片工業裡，李宗盛是唯一一位同時擁有幕後製作人和目前歌手身分的音樂人。

（一）都會情歌

他在約莫兩百首的詞曲創作中，絕大多數是男女情歌，音樂作家馬世芳說他最為人稱到的成就，就是擅長掌握女歌手的氣質，為她們打造全新形象，張艾嘉、陳淑樺到莫文蔚，在他的製作之下都脫胎換骨，展現全新的深度（馬世芳 2014：182）。

林馥郁在《都會·流行·李宗盛—李氏情歌文本中的性別敘事與愛情話語》裡以文本分析的方式，挑選李宗盛在創作上具代表性的作品，分析歌詞發現，李宗盛擅長刻畫

以都市為背景的女子愛情世界與進化中的都會女子，並透過與廣告配樂、電影等不同商業活動進行創作。文中林馥郁將李氏情歌的風格大致分為「格言式的愛情哲理」、「悲觀的愛情論調」、「中性化的情感場域」等三點為主要創作方向，而從這三點出發所創作出來「現代新女性」的形象與愛情語言便是李宗盛在通俗音樂上所創造被認可的藝術性，其中，又透過「中性化的情感場域」讓歌詞中的「你」、「我」得以互換，為日後李宗盛收回女星情歌翻唱毫無衝突感留下伏筆。

李宗盛在後來公開場合的座談裡不避諱地談起自己在「滾石」的製作方式，以1989年陳淑樺的〈夢醒十分〉為例，「在當時的社會，出現大量能支配自己所得的女性，所以必須去創造一個女性的形象，他們需要一個rule model，所以我們需要創造一個女性，這些都在算計當中，所以我的思路是這樣，那時後是製作導向的企劃來聽要上什麼電台、要上什麼Cue，一切都在我的算計之中，當時的唱片仍然是製作導向。」、「《跟你說聽你說》這張片子是經過非常精準的設計與規劃，嘗試用一種音樂形式將歌手包裝起來。」（李宗盛 2014）再以1990年趙傳的《我是一隻小小鳥》為例，「歌詞表現上雖說是台北大橋下藍領苦力給的啟發，但這張專輯，最主要是賣給當年的中產階級——會買唱片、有共感、會去聽演唱會的中產階級。」（李宗盛 2014）此時仍是李宗盛認為台灣唱片業美好製作人導向的時代。在創作上李宗盛懂得去觀察社會表面，懂得抓住「潛伏」或「即將成為」的因素，於此，他的創作美學是倚著社會發展而生／聲。

另一方面，貫穿先前他對通俗音樂的認識論，這樣的「創作」對他來說即是「職業」，是個「Job」，「製作人基本上是個手藝，吉他、鋼琴所有東西我都不如我合作的樂手，但是我知道誰好，知道怎麼跟他工作，我知道他的音樂語言，可是他做的事情很雜，唱片的的方向，所有事情，決定了一後，找不同的人來幫你完成。在我的年代，剛好是一個從沒有Producer到有Producer的年代，以前比較像是歌廳的時候，都是老師，這種時候比較有一個專業的感覺。」（李宗盛 2014）在這個層面上的李宗盛視製作人為一個「工作」，讓他手上的藝人因為這張專輯翻身就是他的「Job」。可是回到創作自己的個人專輯上可以改以「自己的方式」唱「自己的歌」，仰賴的是先前倚靠「工作」所建立起專業感的基礎而可以如此，「我是靠我當producer建立了一點勢力之後，人家說小李你也來唱一個，所以我逮到機會就拼命想告訴人家我是誰，那是一個credit」（李宗盛 2014）。透過李宗盛自我描述可以發現，對他來說在音樂工業的生產體系裡有兩種截然不同的角色，一個是「工作」，另一個是「創作」，在他的認識裡，「創作」是為了告訴別人「自己是誰」。當七〇年代大量的人才投入唱片工業，台灣的創作人才有一波不同於國民政府來台後的創作心血，讓創作不再只是少數人的工作，唱片公司也開始開發、尋找創作者。以李宗盛的例子而言，詞曲創作和唱片製作多屬「專案」的形式進行，也因此每張

唱片的開發，對李宗盛來說，是一個又一個的「Case」，在不同的「Case」之間累積自己的名譽，讓這個名譽成為李宗盛的資本。Gina Neff 認為以「專案」為基礎的生產模式關係建立在合約之上，而唱片公司決定給與報酬多寡的給付基準除了文化工作者的工作技巧也包括創作者的聲譽。(Gina Neff, 2005: 309) 聲譽的積累至一定程度後，便可以成為創作者的資產，並且能在經濟、象徵、文化資本之間靈活地轉換，李宗盛便是一例。

(二) 李式風格

「歌唱是說話的延伸。」

(李宗盛x馬世芳 華語流行音樂對談，2014，臺北)

作詞人、製作人、作曲人小李，除了擅長揉合歌手特質與社會氛圍成音樂創作之外，更擅長以說唱的方式帶出口語的歌詞，似唱似說的口氣成了歌手小李的招牌。馬世芳認為李宗盛在第一張個人專輯《生命中的精靈》就充分表現了李氏口語歌詞和說唱的特性，以李宗盛自述式的歌曲〈阿宗三件事〉為例，「大膽押了ㄅㄞㄞ的險韻」，脫離了當時通俗音樂創作的舒適圈。(馬世芳 2014)

我是一個瓦斯行老闆之子
在還沒證明我有獨立賺錢的本事以前
我的父親要我在家裡幫忙送瓦斯
我必須利用生意清淡的午後
在新社區的電線杆上綁上(著)電話的牌子
我必須扛著瓦斯 穿過臭水四溢的夜市

這樣的日子在我第一次上綜藝一百
以後一年多才停止
這樣的日子在我第一次上綜藝一百
以後一年多才停止

(李宗盛，1994，〈阿宗三件事〉之〈往事〉，出自合輯《新樂園》)

回到民歌客廳的小李，在滿是大學生的客廳裡，李宗盛的興奮、期待、害怕、自卑不言可喻，在〈往事〉這首歌裡，即使不配曲也能是不拗口的自白，成就了外人唱不來的歌曲。與其說李宗盛會寫詞唱歌，不如說李宗盛不會寫詞唱歌。即使是通俗音樂，作

詞作曲也有它的規則，例如歌詞押韻來自詩詞修飾技巧的傳統，自《詩經》以後便少有不押韻的詩詞，韻腳的使用得當，可以讓人易記、易懂、易唱、易聽。⁶⁵然而，在李宗盛的自述裡可以發現，他知道自己不是「音樂專業」出身，在強調藝術傳統美學知識學科上，他也比不上當時將詩詞入曲的文人、作家，此時通俗音樂工業提供了一個在嚴謹的音樂專業學科之外，提供了一個更機動、更靈活的生產空間。

「錄到《寂寞難耐》這首歌，就完全行不通。當時的工作夥伴，那家台北老舊錄音室，麗風錄音室老闆、資深錄音師徐崇憲對他說：小李，你就用講的吧，你說的比唱的好聽。」（李宗盛 2014）「木吉他合唱團」時期的李宗盛，聽的是劉家昌、林青霞，在錄音室用同樣的唱法唱，怎麼也唱不好，在錄音師的建議下，李宗盛改用講的，從此形成招牌的李氏風格。貫穿先前李宗盛對自己同時身為製作人、作詞人、作曲人和歌手的角色認定，在「職業」與「創作」中轉換，進而累積了形成李氏風格的基礎，以致於儘管他「職業上的創作」都是給女性歌手，自己收回來唱也毫不突兀，甚至讓聽者只記得李宗盛的版本。至今，在李宗盛出版過的九張專輯裡，只有三張專輯是抱持著他自己先前提到「告訴別人自己是誰」的創作心態而發行的個人專輯，其於作品皆是收回其它「職業上的創作」重唱精選。林馥郁用批判的角度看待李宗盛收回女性情歌自己重唱的行為，她認為在這些歌曲中，李宗盛在性別和勞動上的位階加成，使得女性在李宗盛的歌曲仍然處於「無聲」，歌曲背後隱藏的仍是父權思想，因此當李宗盛以「男聲女唱」的形式表現，一點也不衝突，因為不論演唱者的性別，歌詞的可置換與性別意識形態，都支持了父權對於女性的情感支配。（林馥郁 2012：73-74）

現在被認為的李氏風格，在1986年國語通俗音樂工業裡是一個新的嘗試，不同海港派學院和花腔結合的國語通俗音樂唱法，李宗盛在從「專業外」到「專業內」的學期過程裡，他不斷地為自己的「不專業」開啓一個新的表演形式空間，這個學習的過程，都構成了李宗盛把製作通俗音樂視為一門手藝的認識觀，這個認識觀影響著他自己對國語通俗音樂的認識，同時也形塑他的樂迷理解通俗音樂，以致於他自己對通俗音樂的認識。

在「滾石」唱片所提供一連串、文化、象徵資本的基礎上，李宗盛受惠於「滾石」系統的象徵資本，同時也成為「滾石」文化裡象徵資本的一部份。風格成為了一種可消費的形式。在李宗盛「女歌男唱」的例子裡，消費者消費的是李宗盛本人的風格，換句話說，李宗盛與他的作品都成為了李宗盛本人，他因為自己可以出版作品，並以「告訴別人自己是誰」的認識，讓聽者聽見、看見李宗盛呈現表演的樣子，姑且不以原真與否

⁶⁵ 胡性初，2001，《中文實用修辭學教程》，香港：三聯。頁63-69。

判斷，這樣的宣稱都讓李宗盛在通俗音樂生產上所謂的「工作」、「創作」的論述可以置換，進而讓聽者有更鮮明的認識，同時使聽者在時間軸上有轉換的相對位置，成了一種與聽者並行成長和論述認識下檢驗的姿態。

搖滾樂的藝術性格來自自我宣稱的原真（authentic），把自我表達與創造實現相互聯結（Wicke, 1990），在音樂上的「創作」，呈現出藝術家不斷追求圖破的精神；同時促使搖滾樂自認為高人一等的，也是種極欲掙脫被貶義的「流行樂」（pop music）身份的自我意識；在次文化場域裡強調不妥協的立場，造就了七零年代以前的搖滾樂意識形態，「青少年／年輕人」成了「大眾」之外，「自主」成為意味著「反抗」（resistance），反抗主流文化的普遍化（generalize），藉以展現自身的差異，成為一種差異的論述，市場跟創作兩種因素構成了八〇年代流行音樂新的景象，過去巨星演唱的時代對靡靡之音的批判多來自政府與知識分子，但「過度商業化」的指責卻從校園民歌開始成了有效的批判標準。（簡妙如 2002：69-72、131）能不能真誠地表現「自己是誰」一直都是通俗音樂工業喜愛的命題，對原真性的追求、理解往往成為分辨搖滾、流行的判準，亦或是九〇年代對換「主流」、「地下」區分的基礎模式，而這些模式隱藏的是去歷史脈絡、去生產過程的意識形態和價值判斷。研究者認為在這樣的區分模式下，並無法理解類似李宗盛這樣在生產音樂的實際過程裡，同時站在兩個區塊的人如何看待自己所處生產位置的問題，另一方面隱沒歷史脈絡上「商業價值標準」的出現，後設地全然否定像陳志遠這樣的音樂生產者。在李宗盛的例子我們可以看到過去討論通俗音樂用來分別「原真性」、「原創性」和「流行性」概念同時出現在同一個人的音樂作品的曖昧。

第四節 小結：「我在『滾石』，我很重要」

「我在滾石，我很重要。」

（滾石唱片公司精神標語）

從李宗盛的例子裡我們可以看到，八〇年代國語通俗音樂的特徵之一是意義的浮動與不固定，這和七〇年代民歌運動中知識分子、文人進入創作的歌曲有很大的不同，七〇年代的校園民歌或左翼民歌運動，不論批判、無病呻吟大多都在校園裡。我們無從得知修理機車的黑手頭家或成衣工廠的女工是不是跟著錄音機大唱字正腔圓的〈秋蟬〉或〈回聲〉，但是抱持著這樣存疑的態度來看八〇年代國語通俗音樂或許可以推論，此時的國語通俗音樂來到一個隨時可以置換意義的通俗狀態，一個以青年為消費群體但是脫離校園的轉型狀態。李宗盛成為百萬製作人，過往論述認為他創造了一個新市場，但研

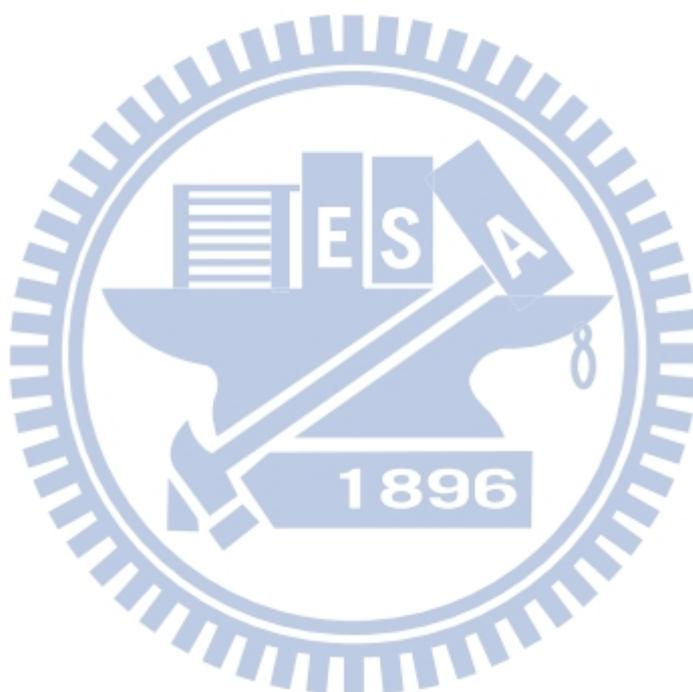
究者認為李宗盛並未憑空創造一個新市場，而是市場就在那裡，他靠敏銳度成功捕捉了（大眾）聽者的期待，並且「訓練」聽者，而這種「訓練」如同市場不是憑空創造，而是捉住「社會氛圍」的再生產的循環。他站在「滾石」給與的文化、象徵資本的基礎上，進一步成為「滾石」象徵資本的一部份，研究者認為李宗盛不只開創了國語通俗音樂的戀愛語言，他也成功接合「滾石唱片」所代表的類型和他從「滾石唱片」系統長出的風格。然而九〇年代的唱片製作對李宗盛來說是個巨大的衝擊。台灣唱片製作分工越趨細緻，一張唱片的生產過程也不同以往國語流行音樂以歌者為主，當消費主體已經被發現進而打造出來時，唱片的製作開始有更明確的目標對象，進而在生產過程中設計事先設計的形象與企劃，像是羅大佑、蘇芮等人。

李宗盛在1988年接任「滾石唱片」副總經理的職位便直接參與唱片的市場指導策略，但在李宗盛的認識裡，此時企劃思維與唱片製作（職業上的創作）是製作人導向一慣的執行，與九〇年代跨國資本大量進入後的行銷模式完全不一樣，對李宗盛來說是專輯概念的整個翻轉，也是他認為民歌時代以後知識分子進入唱片工業裡對知識分子的濫觴。透過李宗盛如何認識國語通俗音樂製作的觀點，區分了他認為「工作」與「創作」的差別，而這樣的差別在他多重身分中展現曖昧，最後又在多重身分中完成了置換。接下來，研究者將抱著對音樂製作視為「工作」、「職業」、「professional」的理解，重新看待八〇年代另一個類型的國語通俗唱片工業代表，「飛碟」唱片公司與製作人陳志遠。

滾石擅於開發、企劃新的市場，以跨國資本收購本土唱片公司為例，在漫長的代理過程中，理解本土市場的需求，同時透過代理的方式傳播西洋音樂，讓本土市場的聽覺得以被培養成接受西洋音樂的耳朵。其中《滾石雜誌》就在前期扮演著重要的角色，引薦、評論、教育聽眾與讀者何為搖滾樂，整以雜誌作為評論人的角色，扮演著如何給予音樂作品評價，將之放至於哪種向度？從這裡考慮評論人的身分、與評論作品的關係、與評論作品作者的內部關係，再到理解評論者有相應的讀者，從語言、內容和被評論的作品本身來判斷，他們知道他們寫的東西給誰看，從他評論背後的價值、意識到所謂的分類系統是有一群人在支持，因此得以書寫，也因此，可視為共同作者們在製造、生產的環節的勢力介入。

九〇年代後的「滾石」以「魔岩」子廠牌創造出「以音樂／音樂人」為中心的模式，也是「滾石」在九零年代後的通俗音樂市場裡善於操作的手法，自我定位「創造流行的技術」（張培仁語 2002；簡妙如訪談）而非「地下／非主流」。（簡妙如 2002：198）也因此，從這樣的論述看來，「滾石—魔岩」系列與九〇年代興起於反文化的「地下／非主流」是兩種不同的生產脈絡，另一方面《滾石》透過與「水晶唱片」的合作接合了「新

音樂」場域，在這樣的路徑裡，「滾石」一直在搖滾樂的場域裡持續、動態地生產、細分和延伸，以其有意識地路徑來維持在文化生產場域對搖滾樂詮釋的正當性。



第三章 「飛碟唱片」與「流行曲」生產

八〇年代可謂台灣本土通俗音樂工業的高峰，獨立錄音室與唱片公司光不分類登記就有三、四百家，享有名氣的也有數十家之多，八〇年代後期，興起大量的工作室，部份負責藝人經紀，部份則屬於創作、製作、錄製，然後透過與大型唱片公司合作的方式，利用大型唱片公司擁有的經銷管道來銷售唱片。在眾多唱片公司中，以「滾石」與「飛碟」占有最大的發行人與市場銷售量，兩間唱片公司除了是敵對的競爭之外，或多或少也有微妙的互動情誼。而不同於「滾石」被冠上「人文」、「藝術」的形容頭銜，「飛碟」被稱做是「商業」與「流行」的代表，精準使用企業概念操作通俗音樂，在市場成績的豐收令人稱羨，更有「天后宮」與「偶像製造機」的封號，也因此這兩家唱片本土唱片公司在這些「封號」下，被視為有不一樣的企業形象。這一章節嘗試在已經分析了「滾石」唱片的脈絡下重新看待「飛碟」唱片，在這一章研究者主要想重新再問搖滾樂意識形態中「自己唱自己寫的歌」的基本構成，以及與之辯證的商業為何不搖滾？

(表3-1：1920-1990主要唱片公司成立年代)

年代	唱片公司
1920-1930	古倫美亞
1930-1940	泰平、博友樂
1950-1960	福茂、思明、四海、環球 翻版、代工唱片工廠：麗歌、亞洲、女王、鳳鳴、勝家等
1960-1970	海山、上揚
1970-1980	歌林、新格、鄉城
1980-1990	飛羚、滾石、天鼎、飛碟、上格、喜馬拉雅、藍天、大大、吉馬、點將、華倫、金園、可登、瑞星、名冠、全美、天王、巨豪、德州、曲翔、久大、寶麗金、安全地帶、宏昌、新笛、中外、愛樂派、飛宇、派森、麥羅、水晶、銀河、天際、飛鷹、天下、

(資料來源：《台灣唱片業的一過去、現在、未來》頁126-131；製表：本研究)

(表3-2：八〇年代主要代表工作室)

年代	工作室名稱
1970-1980	韓正皓音樂工作室、民風樂府
1980-1990	天水樂集、李約工作室（李壽全）、友善的狗工作室（沈光遠、黃韻玲、羅紘武）、譚健常音樂工作室、虹音樂工作室（齊秦）、丘晨工作室（丘晨）、比特製作有限公司（紀宏仁、陳揚）、黑名單工作室（王明輝）、銘聲製作有限公司（翁孝良）、王（wang）音樂工作室（王傑）、紅十字工作室（趙傳）

（資料來源：《台灣唱片業的一過去、現在、未來》頁132-133；製表：本研究）

（表3-3：通俗歌曲傳播管道）

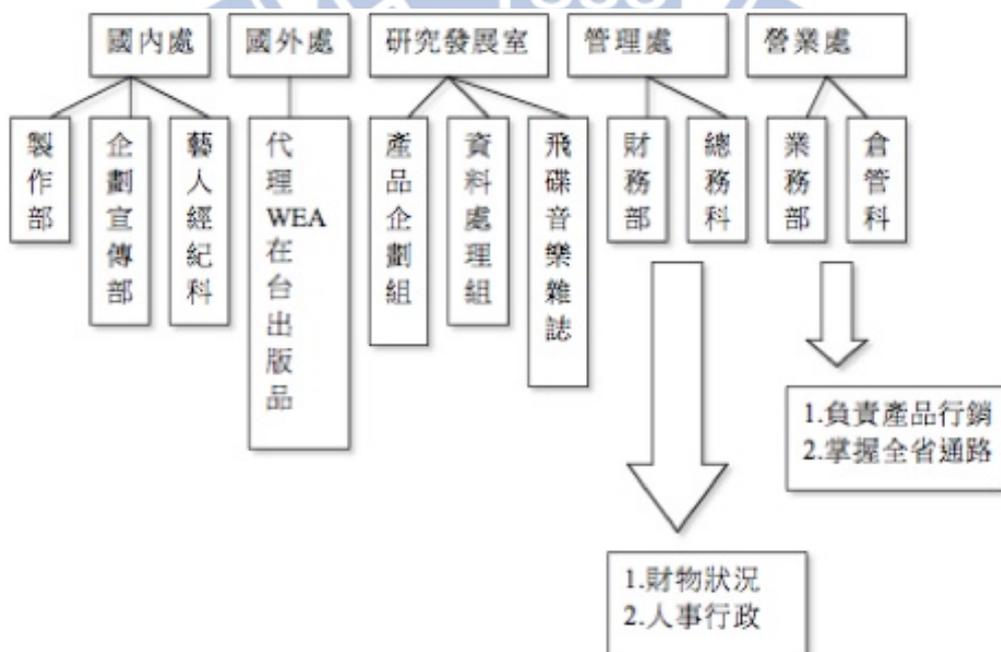
媒介	內容形式
1960年代以前以廣播為主要管道，以1950-1960年代廣播電台為例，就有漢聲、空軍、警察、幼師、益世、鳳鳴、民本、勝利、中聲、中華、國聲、華聲、先聲、復興、建國、燕聲、天南、電聲、世新、成功、民立、震華、美軍電台等二十幾個廣播頻道	民謠、戲曲、廣播劇、歌唱比賽、歌唱節目（現場配置樂隊接受點歌）、牌行榜
唱片發行	翻版發行、自行錄製
歌舞廳、露天歌廳、音樂咖啡廳、民歌西餐廳、飯店、俱樂部、戲院	歌舞秀、自彈自唱、Jumbo、Big Band（編制十幾人的大樂隊，供跳舞音樂）
電視	歌唱比賽／節目、電視排行榜、電視劇主題曲／插曲（包含港劇、卡通）
電影	歌唱／歌舞片、主題曲／插曲
演唱會	校園巡迴演唱會
雜誌、刊物	樂評、唱片公司出版型號目錄、專輯文宣與藝人、通俗音樂時事動態

（資料來源：本研究整理製表）

第一節 飛碟發展概述

1982年底，吳楚楚、彭國華等人離開也開業不久的「滾石有聲出版社」，自立「飛碟企業有限公司」，以陶大偉演唱的《嘎嘎嗚啦啦》作為創業作品，這張專輯配合電影「迷你特工隊」，再邀請當時的影星林青霞等合作演唱，打響「飛碟」唱片企業的第一炮。「飛碟」與「滾石」擁有截然不同的企業文化，例如一進入「滾石」便可看見「我在滾石，我很重要」等宣傳標語，透過製造認同的方式凝聚公司意識，然而「飛碟」唱片的公司門面卻用長長的屏風擋住外來的視線，藉以塑造「辦公室」、「專業」的形象，以「企業體」的方式經營，除了自己的音樂製作以外，也用自己的音樂資源製作音樂節目，透過自己的專屬錄音室，完成自產自銷，除此之外，八〇年代盛行的唱片公司與錄音室合作模式，在「飛碟」身上亦可看見，像是與製作人鈕大可的「大可音樂工作室」、「譚健常工作室」合作，扮演行銷作業與通路協商的角色，「飛碟」以企業體的概念運作，積極拓展不同年齡階層的音樂商品，分散投資風險，並和電影、廣告公司互相配合，主動提供多樣性的產品。「飛碟」的企業組織，主要分成三塊，「企劃宣傳部」、「製作部」與「研究發展室」處理「飛碟」所有產品的製作與行銷企劃，各自由創辦人吳楚楚、彭國華負責對外產品的搭配，例如廣告歌曲、電影配樂與規劃內部唱片企劃陳大力負責，這個架構之下再細分成國內、國外處、研究發展室、管理處、營業處等，組織、分工精細。

(表3-4：「飛碟」唱片企業組織圖)



(資料來源：《台灣唱片業的一過去、現在、未來》頁162-165；製表：本研究)

一、《飛碟音樂雜誌UFO TOUCH》⁶⁶

1982年底創立的「飛碟」與其老合作夥伴「滾石」一樣，在音樂資訊刊物不多的時代背景下，透過辦刊物的方式來達到音樂資訊交流與宣傳自家音樂產品的作用。1985年8月31日創刊的《飛碟音樂雜誌 UFO TOUCH》，主要的定位是自家藝人短訊與發行預告的會刊。這份刊物必須透過聽眾購買卡帶或CD，回覆裡頭夾帶的「知音之聲」回函給唱片公司才有可能收到這份免費的刊物，在音樂產品多屬卡帶時期，這份刊物對當時音樂資訊不多的聽眾來說，成了理解音樂的主要依靠。1988年十月停刊半年，隔年五月改版復刊。這份刊物形式上不同於「滾石」清楚表現與西洋音樂雜誌《Rolling Stone》致敬，起初以報紙的樣式刊載，從一大張到三大張最後才進化成雜誌的樣態，最高印行量曾達八萬多份，是一份主要內容聚焦在「飛碟發行」的音樂資訊雜誌。

透過刊載在刊物上的標語，我們也可以看見《飛碟音樂雜誌》的精神，像是「要愛、要生活、要音樂。這是一份發熱刊物，談音樂也談怎麼活⁶⁷、你愛，你就喜歡。」（《飛碟音樂UFO TOUCH》1985第二期）這句標語與《滾石雜誌》聚焦形塑年輕人的策略相比較，《飛碟音樂雜誌》更傾向抓取未有強烈識別的聽眾，如同《飛碟》的企業策略，盡其可能針對不同的聽眾群體，製造《飛碟》以為適合該聽眾群體的音樂，而要觸及最大範圍的聽眾，操作上於是避免特定強烈的意識形象群體，例如《滾石雜誌》標榜給「新穎」、「進步」、「穿牛仔褲」的年輕人，這一方面「飛碟」則是採取收納的方式，「只要是要生活、要音樂」的聽眾都可以來聽「飛碟」製作的音樂。

雜誌內容上約略可分為下面幾個部份：

1. 「飛碟」藝人動態與「飛碟」公司未來計畫會訊
2. 藝人專輯與訪談
3. 「愛的塔台」聽眾投稿與意見分享
4. 西洋代理發行消息
5. 票選（電影原聲、年終最佳、男、女藝人）
6. 視譜教唱

這六大類構成《飛碟音樂雜誌》，主要內容圍繞著「飛碟」走，像是即將發片藝人的動

⁶⁶ 第二期開始，因為郵局登記要求更名為《飛碟訊號》

⁶⁷ 研究者加粗字樣。

態消息，從最開始的黃鶯鶯、李壽全與蘇芮到後期的「小虎隊」、鄭智化，以報導藝人的動態消息與錄製唱片的心得、想法，藉此拉近樂迷，而這一份樂迷會訊傾向於唱片公司對樂迷的單向溝通，有時像是偶像報刊，書寫偶像藝人的生活瑣事，屬於「飛碟」內部音樂發行資訊型的音樂刊物，與樂迷的互動不如《滾石雜誌》熱烈。

這個時期的通俗音樂工業已經在積極拓展校園市場，從校園演唱會的巡迴開始，「飛碟唱片」甚至招募校園特派員，以「獲得社會經驗」、「優先取得演唱會門票和折扣」、「與唱片公司內部人員交朋友」、「免費參加『飛碟』活動」等作為吸引力號召青年學子加入這個無報酬的活動，一方面收攏願意主動參與「飛碟」活動的青年學子，另一方面也透過這些熟悉校園生態的樂迷來提供最新的校園趨勢，他們成了「飛碟」在校園的節點，作為宣傳、籌辦「飛碟」演唱會和各項音樂活動與散佈新碟任務消息的助手，另一方面也提供校園最新的情報給「飛碟唱片」，校園樂迷成了「飛碟唱片」的橋接器，在各大專與高中校園裡，搭接起「飛碟」連絡網。

同時，《飛碟音樂雜誌》在首幾期曾經辦過翻譯歌詞比賽。1985年十一月出刊的第二期為首屆，爾後甚至與華視「閃亮的節奏」合辦「歌詞翻譯比賽」，吸引數百人參加。從對參賽者的短評可以看出，在西洋音樂沒有歌詞副本的時代裡，樂迷渴求於理解與自我詮釋西洋歌曲的心情，而在一片代理西洋音樂沒有「標準」解說的狀態下，各家唱片公司為了讓樂迷更理解這些產品，文案隨之而生。以「飛碟唱片」為例，代理WEA的唱片，從該歌星的履歷、歷年專輯到唱片在牌行榜成績與得獎經歷，連同附上該唱片在「飛碟」的發行編號等資訊型的訊息外，寫手加入自己對專輯的詮釋，諸如「U2的音樂可說是一種坦率直接的搖滾樂，具有一股凝聚的爆炸力和非常人性的激憤…」（《飛碟音樂雜誌UFO TOUCH》1985第二期）一方面吸引樂迷理解，另一方面也塑造樂迷對該專輯的認知，而這個台灣唱片工業與代理西洋音樂工業隨之而生的文案模式，也是台灣唱片工業一環中A&R最初的樣子。

第二節 飛碟的代表類型

一、寫譜人：陳志遠

提到「飛碟唱片」絕對無法忽略的人物就是擅長作曲和編曲的編曲家陳志遠，作為「飛碟」專屬的作曲和編曲家，一生作品超過兩千首，曲風多變，擅長使用西洋管樂器和中式樂器的搭配。陳志遠1950年出生，青年時期與鈕大可等人都在台中美軍俱樂部或大飯店演奏熱門音樂，當美軍離開台灣之後，隨即轉往台北發展，待過「中央酒店」，七〇年代當蘇芮在「華國大飯店」駐唱的時候，陳志遠便是蘇芮樂團的鍵盤手，以「槍

手」的身分，活躍於幾個熱門音樂合唱團中演奏，與八〇年代一批作曲、編曲、製作人一樣受到熱門音樂的啓蒙而開始了音樂的工作，七零年代被人挖掘推薦，進入台灣的唱片工業。1976年楊弦企劃的《中國現代民歌2》是陳志遠第一個在唱片工業裡的編曲作品，從〈捉泥鰍〉、〈龍的傳人〉到後續《金韻獎》的民歌專輯，陳志遠用弦樂與管樂的編曲形式讓始於一把吉他自彈自唱的校園民歌多了更豐富的面貌。八〇年代開始陳志遠參與電影原聲帶的編曲，1983年幫蘇芮編曲的作品〈一樣的月光〉，讓蘇芮與羅大佑共同帶領，並驅台灣的黑色旋風。

陳志遠從七〇年代開始工作至2013年，一生累積了大量的作品，他在通俗音樂工業生產過程裡扮演著美學標準的表色，知名製作人李宗盛便這麼說：

因為陳志遠是編曲的最大量，我找他的時候（1980年代）四千塊一首歌還要排到半夜，他會使用這樣的進行、這樣的配器，因為有編曲開始，從那時候開始，一個編曲寫所有的line（聲線），吉他手的line也是他寫的、長笛的line也是他寫的，弦樂的line也是他寫的，極少有個人意識，就是「我是吉他手我來一個solo」，很少這樣做，所以整首歌的編曲所有的旋律所有的審美，所有出來的line都非常陳志遠，當一年五十張唱片有三十張都是陳志遠編的時候，陳志遠的審美就已經滲入每個人的聽覺的經驗裡，例如這個mixing是好的、鼓應該怎樣、vocal應該怎樣、EQ怎樣調，它是淺移默化的感受性東西，不是每個樂手進來都可以自由抒發自己的line，所有的line都是陳志遠寫好，這是我所謂陳志遠的風格，和聲進行、配器，很明顯，一樣的樂手班底交給陳玉立編，可是他的弦樂就不會這樣寫，一樣的sound、一樣的musician，可是這大概不是陳志遠編的。

（李宗盛，2014，摘自李宗盛x馬世芳講座「今晚，請將耳朵借我」）

到2011年他病逝為止，累積了上千首的作品，從蘇芮搖滾風格的〈一樣的月光〉、電影七匹狼主題曲〈永遠不回頭〉到黃鶯鶯的〈哭砂〉、張雨生〈天天想你〉此類的抒情歌曲，他做的作品不只是因為大量生產以致於在大眾文化的傳播裡，透過電視、廣播、電影，讓聽眾都一定聽過他的作品，連同生產音樂的工作者也都受到他的影響，整個八〇年代鮮少沒人和他有過合作經驗，像是製作人鈕大可說：

我在製作唱片的時後常常會找到陳老師來編曲，我製作過非常多的唱片，大概有百分之八十以上是陳老師來編曲的，我們都知道陳老師因為工作量很

大，所以常常我中午去他家談編曲的事情，通常他還在睡覺，我們都會等到他起床了，在慢慢溝通每一首歌曲，去錄音室的途中他就開始在編曲了，所以我們一到錄音室樂隊都等在那邊，一進錄音室可能已經編了兩三首出來，錄一首編一首，常常是這種工作狀況，我覺得陳老師是一個絕頂聰明的人，他在音樂方面有非常大的貢獻。

（鈕大可，2013，摘自陳志遠紀念DVD《如果有一天我不在，樹在》演唱會後訪談）

他也創造了一些模式，比如說以前樂隊編，鼓會有一個譜、貝斯有一個譜、吉他有一個譜、piano有一個譜，然後管樂有一個譜，他沒有，他發明了一個「總譜」，他就把歌的旋律寫上去，然後貝斯要怎麼彈，鼓要怎麼打，和絃是甚麼，吉他要怎麼彈，和弦要怎麼彈，solo要怎麼彈，通通寫在一張譜上面，這是他發明的，然後他可以想像這些東西彈出來後會是甚麼，這是他非常厲害的。

（韓賢光，2013，摘自陳志遠紀念DVD《如果有一天我不在，樹在》演唱會後訪談）

跟他們在一起就是必須鍛鍊自己要跟他們一樣厲害，錄一次，頂多補個一次、兩次ok，因為那時候錄音，要錄到一張片子的卡拉，你不可能一張片子一直讓你補，補不完，所以要跟他們一樣快，視譜要跟他們一樣快，拍子要穩，陳志遠那時後很貼心，後來我彈久了，從第二部吉他彈到第一部吉他去了，他那時後編曲的solo幾乎都是寫下來的，不像我們現在錄都是自己自己想自己編，他想了很周到，甚麼音甚麼音，都寫下來你就這著彈，看譜也可以看很快，有甚麼音我就彈甚麼音，一次、兩次我就彈完了，那時後對我來講太棒了，很好的經驗，還好有他鍛鍊我，我一直很感謝他。

（倪方來，2013，摘自陳志遠紀念DVD《如果有一天我不在，樹在》演唱會後訪談）

「錄音室有樂隊等待」、「錄一首編一首」、「錄音室總譜」等等現象都反應了通俗音樂工業再生產的過程中所扮演的經濟角色，製作人一路溝通地確保專輯概念可以符合運作策略、錄音室總譜確保音符、旋律的實現、樂手分工透過明確的指示達到創作精準的實現。Simon Frith 提出音樂透過譜式來達到音樂儲存的功能，而樂譜的發明創造了作曲

家跟出版商兩種角色，在這層意義上區分了商業音樂跟非商業音樂，是廣義民謠與商業音樂的區別，而這個記譜的發明，是現代通俗音樂工業奠基的基礎，也同時定義了音樂工業的製程，進而排除了口述民謠的生產方式（2002：52）。然而，音樂的儲存不只透過記譜的方式呈現，也包括樂手的「音樂語言」，這些早年參與過熱門音樂後來進入唱片工業的樂手，把自己在熱門音樂玩樂團、組織樂器的經驗帶進錄音室裡，「組過Band會知道編曲，把一首歌拆開來聽，在錄音室裡必須跟其他人合作，顧及整體平衡，而且知道怎麼跟樂手講話，拍子、鼓的聲音的形態，可以用他們理解的語言跟他們溝通」。（李宗盛 2014）李宗盛所談及的「知道如何和樂手講話、拍子、鼓的型態」也就是Simon Frith在討論通俗音樂工業的時候認為音樂的第一道儲存的地方，這一道儲存就是樂手和他們的樂器，把旋律記在樂手的記憶裡，不僅僅是一個曲調或樂句，Simon Frith抽象性地提到那是與身體特定的肌肉、手的律動以及呼吸來記憶（2005:51）。參與熱門音樂樂團的經驗使得這一批音樂工作者精通四件式樂器的配置與聲響，使用有別於上海派或政工幹校、軍樂隊培養出來的音樂工作者的音樂語言，而總譜的發明和使用，一方面配合快速多變的音樂工業，另一面增加了錄音室運作的穩定與安排，樂手必須精準地掌握和表現編曲者或製作人指定的要求，也因次，在錄音室裡講求的是對「技藝」的要求，與強調即興、Jam的搖滾樂藝術性格不同，而搖滾樂的藝術性卻被視為顯現在「滾石」系統的李宗盛身上，於是相應了前面章節提到的「『滾石』搖滾、人文；『飛碟』商業、流行」，一如Negus所說，流行音樂的產製過程中，生產的邏輯不只限於商業邏輯下，而是更廣泛的與文化型態、文化實踐相關，也因此一間企業的文化一方面影響音樂的產製方式，另一方面也會回過頭來影響企業文化。（1998：369-379）

然而在台灣的通俗音樂脈絡裡，陳志遠所代表的除了是八〇年代國語通俗音樂的一種製程走向專業化、分工化和一種美學標準，也是用過去培養他聽覺經驗的熱門音樂改變國語通俗音樂的一代，像是翁孝良、鈕大可、曹俊鴻、譚健常等人都是從西洋歌曲轉入國語歌壇的一代，帶入四件式樂器的配置和特點、旋律，以他們對熱門音樂四件式樂器的理解與認知，在國語通俗音樂工業裡，讓這股英美通俗音樂的影響在台灣的音樂類型中完成一個完成的階段，華語通俗音樂的英美化。

二、偶像：順從的青春

「飛碟」最為人熟知的成功莫過於行銷偶像與天王天后的成功，其中1988年成立的「小虎隊」更是開創台灣戶外演唱會盛況的先河。「小虎隊」原本是為了電視節目的助理主持而成立，與少女團體「憂歡派對」的新年專輯合作，獲得好評後，便出版自己的第一張專輯《逍遙遊》。這個少年合唱團體主要摹仿日本的偶像團體「少年隊」，精準的抓住少年、少女的目光，甚至因為歌曲的帶動而被國小老師用來教學，向下拓廣年齡

層。「小虎隊」的偶像形象背包裝成清新、健康、榮譽與秩序，除了是青少年認同的對象，也是父母親同意子女追求的團體。除了偶像團體以外，「飛碟」也成功塑造蘇芮、蔡琴、黃鶯鶯和王芷蕾四大天后。從「小虎隊」到四大天后，注重包裝的「飛碟」擅長抓住歌手的特點，將其推向精緻化。除了生產唱片的精緻化，迷戀偶像所凝聚的「迷群體」也開拓了依附在唱片公司的勞動後備軍，這群主動的「迷群體」願意自掏腰包幫唱片公司折文宣、做海報、編會刊等勞動事務，不支薪，就為了能有看偶像一眼的機會或是能拿到內部的舊海報和相關資料，又或者是歌迷會的成立，集中了宣傳的管道，會費的累積和偶像週邊商品的開發也創造唱片公司唱片外的其他收入。

音樂作為文化工業商品的一環，最多的批評就是認為其商業化的本質讓流行音樂失去它的價值，明星的生產被認為其依據的對象就是大眾的口味，用大量單一複製、規格化的方式生產，不需要注重歌藝，更不需要會自行創作，因而這些規格化的文化商品並不存在藝術性，由此，藝術性成了辨認商品是否具有文化價值的取向之一。偶像作為不具藝術性的音樂商品延伸物，在這個生產過程中，偶像是符號生產的工具，像是歌聲不重要，但年輕貌美卻是主要指標和條件。在六〇年代的國語流行文化中，本來就以明星為中心發展，只是此時的明星多以成人的形象表演，在唱片不發達的年代裡，練就現場演唱的一身好功力。七〇年代開始，通俗音樂消費年齡的下降，讓明星消費從成人式的娛樂轉以青少年式的，連帶發展出清新、健康等形象，博得父母親的認同。

而「年輕」于此，搖滾樂與流行曲剛好用向度的兩端為我們定義了「何為年輕」，一個是「批判的」、「獨特的」、「進步的」、「烈火的」、「濃烈的」，另一端則是「乖巧的」、「清純的」、「乾淨、活潑、明亮的」以及「課業好又有才藝的」。不同於搖滾的排他性，偶像的年輕要容易親近沒有侵略性，歌曲強調浪漫與甜蜜，如同寶麗金唱片總監劉真認為，「偶像可以是一個男人，但不能是一個成熟的男人」（摘自楊菁菁訪談，1998），「年輕」只是一個過度期的概念，一個認同被追求「何為年輕」的年輕群體。但這個群體終究會在下一個社會階段不再被認同年輕而主動或被動地剪斷與青春的連結，一如被打造為「何為年輕」的偶像歌手會面臨年紀增長而不再「乖巧」、「清純」終須轉型的挑戰，但是搖滾樂卻有截然相反的操作，當下一個階段仍在追求「濃烈的」、「獨特的」、「熱血的」青春的時候，卻會被視為打破成規、勇於挑戰、追求夢想，「青年」這詞標榜了新的嚴肅性，示意著成人與青年之間的緊張關係，成年人代表的是社會權力（Keir keightley 2005：111-112），「反抗」或「順從」就成了搖滾樂與流行曲兩種「青年」走向相異端的區辨的規則。

三、累積籌碼的藝術家

我常在想，短短幾十分鐘，如何去解釋一張從構思到完成花費七、八個月時間的專輯概念；偏偏所有的人以為三言兩語就可以。在發音室裡，見招拆招的本領要爐火純青。主持人從來不問我想講的，只問他們聽得懂的，儘管我盡力回答以簡單，但有太多問題實在讓我不得不先求自保。好比說問到退伍前後面對轉型的心情、市場與理想的正反比驗證、歌迷排不排斥如此將之前辛苦耕耘的形像徹底摧毀而努力想證明自己是創作藝人的歌手……等等。每一個問題有每一個問題的盲點與死角，針對不一樣的主持人我會有不一樣的回答重點，但那些話都不盡然代表我的想法的全部。

...

自「我的未來不是夢」，我常常捫心自問，我是偶像嗎？如果是，我像偶像嗎？我所作所為應對進退可有逾越偶像的範疇？我如何值得旁人偶像相待？偶像的本質究竟是什麼？是那種市場上很快會被汰舊換新的嗎？是那種老而彌堅行情歷久不衰的嗎？是舉手投足酷呆了的俊男美女嗎？是活靈活現無厘頭式的搞笑諧星嗎？很難，要取悅所有的人很難，要貫徹自己的理念很難，要把話說得面面俱到左右逢源很難，但是話說回來，誰又想要那樣呢！

（摘自張雨生，1994，〈給寶友繫雨的一封信〉）

「飛碟」唱片被外界以流行辨識，在音樂商品就是要銷售的前提與通俗文化工業的邏輯下，致力發展各種不同路線的商品就成了降低銷售風險的鐵則。在這個小節裡，我想特別提出張雨生以及鄭智化兩位歌手，來對比同樣於唱片中注入社會意識與現實的歌手，為何與「滾石」傳統下的歌手，仍有音樂類型上被辨識的落差，捆綁於唱片公司企業文化下的差異。

張雨生火紅於為人所知〈我的未來不是夢〉一曲，這首歌曲在台灣政治解嚴，經濟走向全球化的時候，成為年輕學子對未來成功的想像背景歌曲，翁孝良作曲、陳家麗作詞，配合張雨生清新、端正、高材生的氣質，讓這首歌在市場中找到青年學子的認同族群，隨後發行的第一張專輯《天天想你》也是配合這樣的特質，在風行唱片公司與個人工作合作的時代裡，這張專輯由翁孝良的「銘聲工作室」一手打造，創有大街小巷哼唱的好成績。

然而一如所有致力創作的音樂工作者一樣，張雨生並不滿足於這張專輯銷售與形象

塑造上的成功，更不用說張雨生出身於重金屬搖滾樂團「Metal Kids」「喜歡歌詞敘述反映社會或人生」、「曲調則喜歡搖滾、藍調，現在唱的這些只是旋律好聽而已」。(摘自王祖壽報導，1988)也因此個人形象累積之後，嘗試動用手邊的資源，包括對錄音工作的知識來進行創作。

而因為《向前行》一炮而紅的林強也曾在訪問裡頭這麼說過，在做第三張專輯《娛樂世界》的時候，他的目的是想做自己想做的音樂，可是過去沒有籌碼，而在前兩張專輯累積了一些可以跟唱片公司談判的籌碼之後，開始做自己想要的音樂。

歌手在每一段時期，都會有轉變及成長，靠著音樂去表達他對於這個社會及內心世界的想法。第二是，我自己對人和事的看法，及面對自己的成長。第三是，我不需再去配合什麼，因為我在做第一張《向前走》、第二張《春風少年兄》時，已經配合很多事情，卻沒有辦法做到我想做的音樂，其實，我很早就想做一些奇奇怪怪的音樂，但那時候我沒有籌碼去跟人家談，你想想，畢竟出唱片是企業家跟資本家在出錢。所以，如果你想做一些奇怪或另類的音樂，必須達到一個互惠的環境，才有可能做。以前我沒籌碼，而現在我有，所以要趕快做，不然的話就太遲了。

(林強 1994；引自Cello kan訪問 1994：34-43)

在市場上，這個時期的「滾石」、「飛碟」都善於生產這類「擁有自己個人特色」，但「又不極端另類、批判的」音樂產品，媒體稱之為「輕搖滾」，「在國語歌曲中貼近西洋流行音樂，介於傳統抒情和搖滾之間」(夏迪 1989)，這類「輕搖滾」模糊流行曲與搖滾樂之間差異，以「有一點點個性，但又沒那麼難以接受」的模式運作，張雨生、王傑、趙傳、黃舒駿等都被歸類在「輕搖滾」的範疇。

退伍之後的張雨生，和翁孝良的「銘聲工作室」解約，自己創立「張雨生音樂工作室」，製作《帶我去月球》專輯，唱片以「想把整片天空打開」為概念，從「我」出發，把過去束縛的「我」打開宣誓⁶⁸，趙士尊認為這樣的書寫在於表明張雨生自己大破大立的心情，不想再被潮流擺弄與製作的心情。(趙士尊 2006)然而，這張專輯雖然賣出十幾萬張的成績，卻與之前的專輯銷售量相比遜色很多，再加上購買的聽眾抱持著對張雨生的名號而對專輯有之前形象的想像，實際卻無法理解專輯的概念和意涵(趙士尊

68 《帶我去月球》專輯文宣

2006：65），也因此後續的媒體報導裡，張雨生有這樣的感想「如果能依著自己的理想再創作一首如〈我的未來不是夢〉般叫做，那才是真正的成功」。（張文輝、劉衛莉、徐正岑 1992）對張雨生來說，他的名字已經累積了他能獨立製作發展的籌碼，但也成為阻礙他成長的那道牆，雖然可以自行生產想做的專輯，或許達到了音樂裡自己握有生產與實現自我的能力，但他的藝術性追求的卻不是遺世獨立，而是渴望被理解與看見，這樣的心情在其1994年所創作〈跟得上我吧〉⁶⁹一曲裡可以看見，張雨生用像是在與歌迷對話的歌詞來表達希望歌迷能跟得上張雨生變化的腳步。

在張雨生的歌手生涯裡，《帶我去月球》這張專輯確實是一個轉捩點，在這之後張雨生的創作專輯，不論旋律、詞句和概念都各自有不同的創作實驗性格。歌詞中除了書寫自我的成長以外，也寫對生活周遭的社會觀察，像是〈永公街的街長〉長達十分鐘的曲子長度在九零年代，甚至現在都是對通俗音樂聽眾耳朵耐心的考驗，靈魂、搖滾、雷鬼、唸歌，通俗音樂的各種形式安排串聯在這首歌裡，歌詞描寫街頭精神疾病流浪者在文明社會下是一個不被常規秩序所接納與理解的對象⁷⁰，這張《卡拉ok·台北·我》是張雨生第二張全創作專輯，是一張連張雨生自己也稱作「另類」的作品，內容豐富多元，製作上也異於一般錄音室作業，標榜「live」，錄製過程以整個樂團同步錄音，就像是在錄音室做了一次現場表演，然而張雨生的得意之作卻在九零年代末期的台灣通俗音樂市場上不吃香，只賣了兩萬張，與《天天想你》三十幾萬相比，自是天壤之別，而張雨生的創作，就在間隔著唱片公司安排的企劃之間，一次又一次累積籌碼，一次又一次找尋可以揮灑的空間。

⁶⁹ 詞／曲張雨生，〈跟得上我吧〉，出自《卡拉ok·台北·我》，歌詞見附件。

⁷⁰ 〈永公街的街長〉，同註69，歌詞見附件。

黑色的煤渣 白色的霧
阿爸在坑裡不斷的挖
養活我們這一家

(鄭智化, 1988, 〈老么的故事〉)⁷¹

1988年鄭智化在「點將唱片」出版了《老么的故事》一輯，收錄九首自己創作的歌曲，〈老么的故事〉一曲，描寫1984年發生的海山煤礦災變，這個在板橋的煤礦因為操作疏失而發生礦坑爆炸，死傷慘重，多數為原住民族阿美族礦工。鄭智化透過訪問礦工的方式，將心情轉化成歌詞，自此被視為具有人文關懷的歌手之一，他的創作專輯擅長轉化自己對社會當下的觀察與心境，特別關注現實的矛盾，像是〈墮落天使〉裡寫一名女性為了生活扮演妓女、為了孩子扮演母親，同時在成長過程中也曾是帶有夢想的小女孩，不同於其他流行曲的風花雪月與偶像給人正向的歡樂希望，鄭智化就創作歌曲的內容上與現實接近的書寫和批判並不亞於其他被視為批判指標的歌手。從1988年開始，鄭智化歷經「點將」、「可登」、「飛碟」以及後來的「飛碟華納」，透過「飛碟」發行的專輯多達三張作品銷售百萬以上，從〈中產階級〉、〈大同世界〉、〈麻將〉等觸及市井小民、諷刺政治的作品，1993年的〈大國民〉甚至直指台灣這個島嶼在戒嚴之後，政治、經濟開放下一切看似自由卻無所適從，不知道往哪裡去的社會氛圍，唱破〈明天會更好〉的樣板想像，但是這些歌曲所表現的人文關懷卻銷聲在通俗音樂研究的論述裡。

透過張雨生和鄭智化的例子主要想表現出，過去我們認為在「滾石」系統下搖滾樂的特徵，像是「自己創作的藝術性格」、「貼近社會的歌曲表現」，在被視為以販售偶像見長的「飛碟」旗下，也有過乍現靈光，甚至出現了台灣第一張以原住民湯英伸為故事主軸的「報導專輯」《特富野》，但是在論述中卻極少被認真看待。接連前面的脈絡，本章試著描述通俗音樂帶有的「原真」、「藝術」、「商業」等價值是如何透過唱片公司操作在音樂創作者、樂迷、樂評人身上，相反的，唱片公司也會透過這些人對它們的想象，讓唱片作品被標籤成外界所想，甚至是框限生產者創作。另一方面通俗音樂在傳播的過程中，透過知識份子的論述來篩選為被論述的對象，建構被支持與認同的過程裡亦強化了音樂價值，然而音樂被篩選的過程是一連串的權力操作，一如我們為何認為羅大佑的音樂比鄭智化的音樂更有價值。

⁷¹ 收錄於《老么的故事》專輯。臺北：點將唱片。

第三節 小結

從《飛碟音樂雜誌》裡看到「音樂雜誌」除了作為唱片公司與歌迷之間聯繫的管道之外，它還具有教育的功能，一如《滾石》雜誌叫讀者認識「什麼叫做搖滾」。1960年代的台灣通俗音樂的生產還是屬於「垂直分工模式」，唱片公司包辦創作、生產、分配、銷售等一連串的過程，詞曲創作者也多為唱片公司編制內的專屬創作者，專職培育新人、製作歌曲。（張容瑛、周志龍 2006：40）但到七〇年代，民歌運動的展開，就挖掘了一條發掘人才的重要管道，例如1977年「新格」唱片公司舉辦校園民歌比賽「金韻獎」，以公開比賽、遴選並發行專輯的方式吸納民歌歌手，也成為唱片公司吸取創作人才的重要管道，八〇年代末期的「大學城全國大專創作歌謠」、「全國熱門音樂大賽」和近期政治大學主辦的「金旋獎」都是為人所知的音樂創作比賽。八〇年代幕後工作的詞曲家、編曲家，很大一部份是透過熱門音樂認識通俗音樂，像是陳志遠、鈕大可、陳復明、陳大力等等，這些音樂製作人的特色之一，他們很多都出版過自己創作專輯的歌手，然後進入唱片公司的經營體系，轉化他們在熱門音樂學習到的經驗與對樂曲編制的認識，進入台灣唱片工業。簡妙如認為創作型的通俗音樂人才養成可從「民歌運動」和「熱門音樂」兩個路徑來看。從民歌手「唱自己的歌」崛起，除了強調唱貼近民族意識與本國的歌曲之外，也強調唱「自己」創作的歌曲，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）的概念帶入創作中，造就七〇年代校園民歌的興盛；另一方面，深受西洋熱門音樂的影響，從自彈自唱的形象區別傳統歌星、樂團合作的表演方式，樂手們也開始思考有沒有自己的歌，他們的思考指涉自己有無自己創作的作品，這批受西洋熱門音樂影響的樂手，從copy的方式，養成了對西洋音樂的摹仿同時也磨練了表演的能力，之後在八〇年代通俗音樂工業進入「創作歌手」的行列。（簡妙如 2002：138-139）從第二小節對陳志遠敘述來看，更可以進一步地說，熱門音樂路徑的這批人框出了唱片工業裡錄音室的製作框架，像是陳志遠創立的樂譜讓樂手必須隨時隨地的視譜而彈，配合錄音室快速生產、降低錄製音樂的成本支出，也因此與搖滾樂中對於Jam、即興、現場所富有的原真意涵背道而馳，另一方面錄音室中樂器配置與樂手溝通所需要的音樂語言，卻也是這批經歷過熱門音樂的製作人才能理解與溝通的「樂譜」技巧。

除了節奏、曲調之外，藝術性被認為是區分搖滾樂與流行曲最重要的指標，而構成這個指標的核心非原真莫屬。Negus便在對美國唱片工業的研究中發現，所謂的「創意」並不如我們一般認知「商業」和「不商業」如此壁壘分明，他認為唱片公司主導聽眾去認真計較什麼叫做創意以及夠不夠有創意，在這個過程中，唱片公司去給予關於「創意」的定義以及去爭奪「何為創意」，他們會去生產相關的知識，並且接合現實世界的

特定事件，然後做一連串的文化區辨來達到類型被形構的高牆，以便宣稱握有類型相應的意識形態和正當性，而在類型混雜的今天，唱片公司的工作就是決定哪種「創意」可以被收進類型的高牆裡（Negus 1998：359-379），換句話說，「創意」、「原真」並非內在於作品裡，而是唱片工業教導聽眾把「創意」用在錄音室裡的時候就被認為的美學是屬於「工藝」的，是技術層面的匠心，而非藝術層次的，一如同「小虎隊」的專輯編曲很出色，是很強的四件式樂器的技藝表現，可是卻不會被認為具有搖滾的價值，「原真」所連結的「不過度商業化」、「不操縱」等等，一直是搖滾樂可以借此與流行曲拉開距離的關係，而走向「標準化」生產的通俗曲，也走向保守，這也同時顯示出通俗音樂工業流行曲的特徵，一種由上而下（唱片公司、廣播電台）的供給模式，讓歌手在組織裡一開始多只能扮演被決定的角色。然而歌手在每一個時期都會有些轉變和成長，想靠著音樂去表達他跟社會的關係，從而去面對自己的成長，累積籌碼才能跟別人談，而籌碼的形式來自於過去對製作音樂的學習、看法，以及過去作品累積的個人履歷。



第四章 西洋音樂代理突圍，「水晶唱片」與獨立樂團

前面的章節從台灣戰後的流行曲與搖滾樂類型的軌跡，試圖勾勒出這兩種看似相異極端的音樂類型所被辨識的主要因素是透過國家、知識分子、唱片公司及其附屬的音樂雜誌的詮釋來達到辨別的結果，也因此，流行曲與搖滾樂兩者音樂類型的區別其實與音樂類型無關，也與兩者的樂器配置沒有直接的連結關係，而是其生產方式與內容，透過國家、知識分子、唱片公司的詮釋來達到區別。而在這一章節中，我將透過九〇年代幾種樂團的形式來辨別主要支撐搖滾樂意識形態的原真性，流轉在搖滾樂團不同的表演形式裡如何被指認。

第一節 歷史中Band sound的路徑

我們對「樂團」的定義特別著重在四件式樂器的表現，基本從吉他、bass到鼓的組成，團員至少要有自己專司一門樂器的能力而能讓每個人在表演的時候各司其所。「新格唱片」在1982年推出第一張專輯《就在今夜》的「丘丘合唱團」被視為是台灣第一支以搖滾音樂形式表演的樂團。(曾慧佳 1998：207)「丘丘」成立於1981年，其歌曲以輕快、強勁的節奏和女主唱娃娃高亢的嗓音，在一片清新、柔軟的民歌曲調裡獲得一部份都市年輕人的青睞。團長邱晨是合唱團主要的核心人物，就讀政大新聞系期間適逢校園民歌運動，自己也嘗試創作歌曲，1977年他的作品更被收錄在第一屆金韻獎唱片裡。畢業後進入報社當記者的邱晨仍心繫創作，持續在「四海唱片」出版作品。「丘丘合唱團」一共出版過三張專輯，隨後因為團員入伍以及和唱片公司合作產生磨擦，在1984年發行第三張專輯後解散。「水晶唱片」的負責人任將達認為「丘丘」的搖滾是一種「Pop Rock」，它的重要性在於「丘丘」的成功，讓唱片公司對搖滾樂有了新的體認，發現「可以賣錢的搖滾樂」，也因此我們開始有了搖滾市場。(1987a：5)

從對「丘丘」的討論出發，如果就樂團的定義來看，第一章所述的「熱門音樂樂隊」也有和「丘丘」同樣的能力與表現，為何就稱不上是「搖滾樂隊」？從曾慧佳的論述裡頭可以看出，「丘丘合唱團」被認為是台灣國語通俗音樂工業裡第一支「搖滾樂隊」的關鍵在於，與「丘丘」之前的搖滾樂隊相比，六零年代的樂隊多以翻唱西洋熱門音樂為主(方巧如 1996：82-105；曾慧佳 1998：207-208)，如「雷蒙」、「陽光」。因此，能有自己創作的搖滾曲式專輯成了「丘丘」在過去的通俗音樂研究裡，被一刀劃開成為國語通俗音樂第一個搖滾樂隊的主要原因。「丘丘」在市場上的成功，打開唱片公司開發自己的國語樂團的想像。不同於八〇年代興起的A&R唱片製作模式，透過代理西洋音樂，專注在文案表現，成為只是轉譯、翻譯的角色模式，此時的創作樂團多少有些能唱自己的歌的意味，不論是內容表現方式的語言亦或是生產音樂的層次上。隨後的幾個樂團，

諸如「紅螞蟻」、「青年」都被認為是在這個傳統之下，區別國語流行音樂的搖滾音樂類型。

在曾慧佳的分類裡，早期熱門音樂樂團因為以翻唱西洋熱門音樂為主而不被視為「搖滾樂隊」，「丘丘」等後輩樂團從流行音樂工業的角度以「創作專輯」的概念組織，因此有別於六零年代的西洋熱門音樂。而平行於這個「創作搖滾樂團」的「樂團」，例如「東方快車」即使以搖滾樂團為號召，卻也被樂評人認為只是唱片公司的產物，直呼稱為「流行樂團」還比較恰當。從樂評人吳正忠下面幾段評論，便可以更清楚看到在樂評人心中被稱為「搖滾樂團」，所被界定的因素：

樂團之所以為樂團，就是因為其主觀甚強，四個人共同凝聚的共識，成為樂團的精神標竿。而唱片公司機基於市場及商業上的考慮，通常無法些受樂團既有各種想法與概念，這種情形，使音樂創作這一方與出資一方逐漸成為對立而非合作的兩個個體。在出錢有得不到主導權的情況下，唱片公司願意投資一些內容容易駕馭、開銷又低的偶像團體如「小虎隊」、「紅孩兒」等。

(略)

東方快車是以商業訴求而組成的隊伍，樂隊本身並無所謂的「中心思想」，因此只是一支包裝過的pop group。

(吳正忠 1994a：98-105)

吳正忠認為，「搖滾樂團」與流行音樂偶像區別最大的不同在於「有自己的想法」，意味著該團體不被唱片公司操弄、不順從，從而區別了同樣是青年，但是流行音樂塑造出來的偶像是順從的偶像。「東方快車」被作為不是搖滾樂團除了抽象的順從意識以外，還有他們在音樂生產上依賴唱片公司的安排，沒有自己創作的歌曲，使他們的音樂之於樂團被理解為演奏樂首般的錄音室樂團。

九零年代的創作樂團「骨肉皮」曾這樣說「創作是一個團存在的最大要素」(骨肉皮 1995)，透過創作可以呈現該樂團的聲響，是一個樂團精神的開始。而曾在「滾石」、「喜馬拉雅」等唱片公司擔任過企劃的白紀齡也認為一個「團」，就應該自己創作，不然拿著樂器除了好看，一點用處也沒有。(白紀齡 1995：32-36) 其他的例子也可以從樂評人點評作品的內容來看，當樂評人在評論竇唯、何勇、張楚等人的錄音室專輯時會這麼評論：「在聽竇唯、何勇或張楚個人專輯或作品的時候，我感覺到他們都是非常好的

詞曲作者，也是不錯的歌手，但錄音室作品總讓我覺得有些不太對勁，細究的結果，是整個製作過程被修飾（modify）得太厲害，而失去了搖滾的本質，尤其是何勇那些龐克東西應有的粗糙與生猛。」（非古典 1995:135）

另一方面，「東方快車」還代表着透過在「熱門音樂大賽」中獲得名次之後進入主流唱片工業裡頭的樂團類型。王啟仲曾以「熱門音樂大賽」為軸線去探討台灣搖滾樂手場景裡吉他手的養成和轉化。他認為「熱門音樂大賽」代表的是主流唱片工業對樂手技藝要求的複製，從參與評審多是錄音室的專業樂手以及參與樂團多選擇強調速彈技巧的重金屬搖滾樂來看，複製了一套「創作樂團技巧基礎沒有打好的價值觀」（王啟仲 2008：11），而這個對於「合格樂手」、「職業樂手」的理念型要能應付各種不同樂種立即的現場演奏求，而這樣的要求源自於昂貴的錄音室成本無法接受樂手在錄音室內空轉，而必須立即快速而且正確地達到詞曲創作者或是製作人對歌曲的演繹要求。一如1988年「水晶」幫「Double X」錄製第一章「錄音室現場專輯」的時候，因為錄音室的費用昂貴，所以讓「Double X」在錄音前就排練得很好，於是可以在錄音室很快錄好，藉此降低製作費用。（何東洪 2003：186）

九〇年代「伍佰與China blue」現場演唱形式的方式所掀起搖滾樂一股新的熱潮，九〇年代在台北藝文圈中備受喜愛的現場搖滾音樂演出場地，諸如「息壤」、「Live Agogo」、「wooden top」、「人狗跟螞蟻」、「甜蜜蜜」、「Scum」等等，圍繞著台大、師大校區轉，樂評人羅悅全稱這像是一個培養皿，學生多、外國人多、房租也相對可以接受，現場演唱仍多以西洋經典搖滾歌曲為主，模仿彈奏技巧，甚至服裝。此時樂團不是沒有嘗試演唱自己的創作曲，只是當樂團在台上唱自己的創作曲時，台下觀眾鴉雀無聲，老闆也會跟著示意停止演唱創作曲，即使樂團本身認為這樣的現象需要轉變，卻因為自己不擁有場地的主導權而難以改變，一直到「骨肉皮」樂團的主唱阿峰成為「Scum」老闆，硬性規定登台表演樂團必須有一首創作曲，才讓樂團現場演出能唱自己的創作歌曲有了形式上的常態（羅悅全 2000：69-75），但這與「水晶唱片」第一次在台北新音樂節主動徵求創作歌曲也已經過了五、六年的時間。

從這個區分的方式裡，我們可以看見，掌握樂器、掌握表現形式與內容的因素再一次連結到搖滾樂組成的原真性，分別從「是否透過自己創作而展現自己的原真性」以及搖滾樂隊在生產音樂上不同於錄音室音樂的Jam，一種現場表現，帶有即興味道、粗獷、未經修飾、毫不做作的音樂。九〇年代「伍佰與China Blue」所代表的意義和形象正是這種現場音樂表演的「真實」，在藝文界人士支持下的「原真」，同時這也不是通俗音樂工業標準的製作流程。馬世芳提過他一九九二年在錄音室看見陳昇、「伍佰與China Blue」

的錄音室錄歌過程，當時「伍佰與China Blue」很快地進入「工作狀態」，可是在陳昇要求大家喝酒的情況下，幾輪過去，大家的神情已經微醺，「彈奏樂器的拘謹和專業自覺也都漸漸鬆開」（馬世芳 2014：224-230），換來的是前述工作狀態所安排好的編曲全然被即性給推翻，而這樣的經驗和他後來熟知的通俗音樂工業的生產截然不同，以至於值得被寫進書裡。

從這幾段評論分析可以發現，樂手、樂評、扮演教育功能的音樂雜誌對於搖滾樂團都有一致的共識基礎：必須要會自己創作。而這個基礎也同時是構成搖滾樂原真性的主要因素，它被視為當音樂的功能是作為溝通的前提下，創作是樂團能否說自己想說的話的工具，而能自己掌握創作也同時意味著能自己掌握要說什麼話，這同時也是八〇年代「新音樂」發展的基礎，「新音樂」不作為一種特定的風格或廠牌，而是一種廣義的類型，渴望透過音樂達到溝通效果的音樂，一種突破舊有溝通方式的音樂。

1995旅居台中的外籍青年Wade和Jimi在墾丁舉辦「Spring Scream」（春天的吶喊）音樂祭，觀眾多達三千人，報名樂團也有數十組，此時樂團與自我創創作的關係，可以從現場樂迷看見樂團翻唱歌曲，而觀眾會給予噓聲的表現來看，「唱自己的歌」已經在樂團和樂迷之間達成一個共識，兩年後，登台的樂團至少能唱完一個set（約30-40分鐘）自創歌曲的表演。同年，台大另類音樂社、椰風社、師大附中吉他社在台大醉月湖舉辦「酒神—地下發聲」音樂節，主旨「奪回我們的音樂」，希望可以連結大專院校各社團，活絡校園的樂團音樂文化，而組織「北區大專搖滾聯盟」的構想也在這裡發芽，進而在1996年催生出第一屆「野台開唱」。（羅悅全 2000：216-217）

從這樣的歷史發展軌跡來看，現在我們所看到樂團與校園青年聯結的關係遠遠大於六〇年代我們目前所知的樂團文化，當時的樂團音樂成員組成雖然也多屬大專院校的學生，但是因為其表演性質，多被視為一種成人娛樂的產業，它的聲響強烈，外型摩登或許古怪，也因此第二章《滾石》雜誌的分析中可以看出來唱片公司積極地塑造這種青年形象，但仍是校園外的產物。而真正能稱為校園的音樂活動或許可以將1987年的「全國熱門音樂大賽」視為一個分界點，說成在校園內被看見或許更為貼切。從「野台開唱」的組織起始來看，這或許就是一個樂團音樂完全成為校園的關鍵點，其所塑造成的樂團形象，諸如成員來自各大專院校學生、以樂團創作為主、具有現場表演的能力以及主流唱片公司保持距離的獨立性，樂團不被作為事業等等特點，都成了我們現在所熟知的獨立音樂樣貌。在本章介紹「水晶唱片」的前述，釐清不同Band Sound的脈絡可以讓「水晶」的出現變得更立體，或許能說，「水晶」唱片的出現，讓音樂生產的關係變得更多樣或複雜，我們現在所理解的樂團形象特點，是在時間過程裡被一層層關係累加起來

的，下面章節會陸續專注在「水晶」與獨立音樂的發展來嘗試說明這一層層的累加關係。

第二節 關於「水晶音樂」

「水晶有聲出版社」成立於1986年，這個前身是翻版爵士樂與國樂的唱片公司，在一群過去待在唱片公司國外部門代理西洋音樂，共同喜歡「新音樂」的同好下，開始在「新音樂」的基礎上推展「水晶」的各項業務。以「新音樂」為起點，「水晶」舉辦一連串的音樂欣賞會，專門介紹在世界上已成潮流，但在台灣「Billboard」、「Cashbox」等排行榜和主流唱片公司主導下聽不到的西洋流行音樂。任將達、何穎怡、王明輝、程港輝等人是主要組織者，他們藉由舉辦一系列名為「Wax Show」的音樂欣賞會來形成社群，透過彼此的資源分享音樂，並自費出版「Wax Club」會訊，提供音樂資訊，隔年改編成月刊《搖滾客》，提供「英美新音樂」和「地下音樂」，以文字搭配卡帶內相關歌曲播放和樂評人口述解析，創造一個搖滾客頻道，這個頻道的形成路徑相似於八〇年代英美的龐克運動，透過大學內的地下電台和地下活動來組織、運作。對於五〇年代媒體傳播權力就控制在黨國政府底下的台灣來說，更添上一層搶回發言權的意義。隨著活動的推廣，漸漸地開始有參與者詢問介紹的「唱片哪裡買」，「水晶」才開始代理以Rough Trade、Factory等英美獨立搖滾廠牌為主的西洋音樂，這是「水晶」以代理西洋音樂起家的第一個階段。

初期水晶透過「Wax Club」在大專院校裡取找尋、動員可能的潛在聽眾，除了舉辦音樂賞析建立社群，還創辦音樂雜誌《搖滾客》去推廣新音樂，何東洪稱之為(fanzine)。「水晶」的起家與其所牽涉到的indie概念和八〇年代源自西方的龐克運動脫離不了關係，此時的龐克運動在企圖重新定義關於搖滾樂的美學論述，而在報章雜誌、樂迷、樂手，甚至唱片公司的推波助瀾下，讓這股音樂運動復興搖滾成為一個新的意識形態，他們宣稱自己有更高的價值，更接近原真，而他們也因為更接近他們的聽眾一年輕人們，因而與年輕人在生產和消費的關係上，被認為同時保有創意和商業價值，何東洪認為這個關係在音樂產業全球化下的效應是，我們不只看見主流唱片公司的擴張，也同時幫助那些有創意的藝術家、音樂家，在經濟結構的支持下，得以跨越國界去拓展它們的聽眾，並且建立一種新的、歸屬在更具有文化價值下的音樂類型。(何東洪 2003：172-174)

「水晶」建立「Wax Club」的初衷除了厭倦了排行榜，也希望降低樂迷搜尋搖滾樂時只能透過閱讀英文的門檻，期許能開創一個空間，讓下一個世代的樂迷可以有不一樣的經驗。過去從B版來的搖滾，透過「Wax Club」和「水晶」開始，被賦予了一個新的搖滾音樂類型，在台灣被標籤為「新音樂」(new music)，「新音樂」是音樂工業上的區

辨，反應音樂歷史和市場目錄以及意識形態的分類，銷售的方式傾向訴求藝術、社群的情感。(何東洪 2003：172-201)「水晶」透過錨定「新音樂」的坐標，強調音樂中介我們個人的社會生活與記憶，透過「新音樂節」，找當地的音樂家，寫自己的語言的歌詞的歌，創造一個新的台灣音樂場景。(Wax Club 1986.12)

1987年「Wax Show」擴大舉辦成為期兩週的「台北新音樂節」，邀請當時「水晶」認為是「新音樂」的台港樂手。八〇年代商業活動對「新音樂」的陌生可以從當時「水晶」贊助廠商難尋找到蛛絲馬跡，於是透過唱片公司「齊飛」、「滾石」、「飛碟」、「喜馬拉雅」等西洋音樂代理公司的協辦而能穩住陣腳，任將達也把舉辦「新音樂節」的困難轉視之為「爭取該爭取的理想」、「擁有該擁有的夢想」、「珍惜該珍惜的生活」，期待這個活動能引發一些實質意義。(任將達 1987b：2) 因此，在「新音樂」寬廣的定義下，隸屬不同唱片公司的歌手，諸如黃韻玲、紀宏仁、黑鳥、達明一派、梁銘越、陳世興、紅十字樂團、張洪量、Bones & Teeth等都成了登台演出者。

第一屆的「台北新音樂節」是一個選在夏天，以青年朋友為對象的大型、民間自己組織非營利的戶外音樂演唱會⁷²，活動時間長達兩週，延續「Wax Club」音樂欣賞的模式，以介紹「新音樂」脈絡為主的音樂錄影帶發表會開啓序幕，概括「新音樂」的發展歷程，再由協辦唱片公司籌劃不止一場的音樂發表會，包含特定主題、MTV和演講還呈現新音樂的各種面貌。除此之外，「水晶」的組織者也持續以音樂欣賞和講座的方式來介紹「新音樂」。在程港輝介紹第一屆「台北新音樂節」的文章裡，首次看到「水晶」出版的雜誌《搖滾客》以「本土音樂工作者」的方式來介紹陳明章，認為他的歌曲深具本土意識，透過Bob Dylan和抗議歌手Billy Bragg類比強調陳明章的民謠類型性質；另一個類比則是在介紹樂團「Bones&Teeth」時以「本土第一支紐約走向的地下團體」呈現(1987：5)，此時以「Bones&Teeth」為代表的「地下團體」可視為「水晶」一系列對「新音樂」的介紹，「地下音樂」這個類型第一個推出台灣相應的類型代表。

1989年的「台北新音樂節」開始向外徵求創作，徵求對象除了個人、團體，也包括錄音工作室(Production house)培養但是尚未與唱片公司簽約的新人，隨後的「台北新音樂節」也就不再只是單純的音樂表演，透過《搖滾客》公開徵選，成了台灣創作樂團的發表平台。《完全走調》是第一張集結「第三屆台北新音樂節」參選作品的合輯，其

⁷² 第一屆「台北新音樂節」舉辦時間為1987年8月16到8月29日，活動內容包含由樂評人主持的歐美新音樂、地下音樂唱片欣賞、歐美新音樂與地下音樂MTV欣賞、多媒體劇場音樂介紹、新音樂與地下音樂海報展、大型現場演唱會，介紹香港、台灣兩地的地下樂隊及新進藝人。

中包括尚未成名前的伍佰（吳俊霖）、林暉哲、葉樹茵等人的早期創作。1989年「水晶」稱「Double X」為「本土地下樂團」，並為他們製作第一張專輯，《白癡的謊言》卡帶，藉此展示了「水晶」本土音樂製作的決心。讓自己的聲音可以出來，這是「水晶」的第二個階段。

1989到1992年間，「水晶」思考除了小眾領域是否也能和主流市場結合？因此製作一系列以「索引（Index）」為名的音樂專輯，並與主流唱片公司合作，實驗市場可能，產出的代表專輯包括「黑名單工作室」《抓狂歌》、陳明章《下午的一齣戲》、趙一豪《把我自己掏出來》、《辦桌》、吳俊霖《愛上別人是快樂的事》、《戲夢人生》等作品，分別交由「滾石」、「寶麗金」、「波麗佳音」、「華納」等大公司發行。然而主流唱片願意承擔風險的意願相對小，例如「黑名單工作室」被禁止在媒體播放的時候，「滾石」便不願意再出錢投資，也或許是「滾石」的自我檢禁，但也是這個契機讓「水晶」在《抓狂歌》的銷售策略把目標族群轉向大專院校的文化精英，和主流唱片以娛樂產業經營音樂產品區分開來。（何東洪 2003：193）

不同時期的「水晶」有不同性格，成員主導和關心的音樂內容也不相同。1991年，《來自台灣底層的聲音》從華西街喝賣高手與台南那卡西歌手開始，一系列長期的田野調查計畫，用文字、影像和有聲記錄台灣民間不被學院接受，但真實存在底層生活的次文化聲音表演專輯。透過記錄錄音對象的生活、分析他們表演方式在社會結構中的意義，雖無學術嚴謹，卻是一個通俗音樂產業全面性的記錄方式，這也是「水晶」第三個階段，除了挑戰錄音體制，錄音內容也挑戰市場。《來自台灣底層的聲音》因為其懷舊、精緻、充滿本土符號的盒套包裝搭上「本土化運動」熱與切合知識分子的品味，出版三千套隨即售罄，但是在野台戲場、夜市等場景裡，「底層聲音」的想像，開始與真正使用「底層聲音」的人的理解出現了落差，加上熱賣的盒裝，讓主導企劃的何穎怡反思「本土符號圖騰」的消費行為，反思結果實際操作在《台灣有聲資料庫》「用內容來說話」的包裝上，結果這段「自省」卻成了市場大敵。

《台灣有聲資料庫》是《來自台灣底層的聲音》的延伸，但概念、發想卻完全不同。1993年，何穎怡在台北市立美術館前，由陶馥蘭「多面向舞蹈劇場」與職業北管劇團「台中新美園」合作的野台戲中，認識專研北管的研究生范揚坤，在閒聊台灣民族音樂採集野史的過程中醞釀了《台灣有聲資料庫》，這個系列結合台灣田野工作和學術資料，從宗教儀式音樂到原住民音樂，企圖以歷史的方式釐清台灣有聲文化的建置。文化成就上名聲響亮的「水晶」在商業唱片市場卻一敗塗地。

在公司與生產文化上，「水晶」與一般企業的經營方式相去甚遠，反而偏向家庭代工，職員之間沒有明顯的位階，各自有偏好的音樂類型和專屬知識，每個人都得學會包裝、代客錄音等基本工作。「水晶」的資本額小，不如當時壟斷唱片市場的「滾石」、「飛碟」，沒有過多宣傳經費來購買通路位置，以至於業務必須用人情、打交道的方式來換取「水晶」商品放在對銷售更有利的位置上，而「水晶」也開發出各種彈性的上架策略，像是鼓勵樂迷直接到公司購買，或打破檯面規則，自行調動商品到主流唱片旁，創造曝光，來讓自己的商品有恰當的露出也同時緩和沈重的上架成本。(何東洪 2003：181-182)

然而何東洪指出，「水晶」最終無法持續經營的原因仍在于公司內部勞動的結構問題，諸如少薪、沒有紅利會使工作人員沒有動力，畢竟這是一門生意，員工仍然需要在工作的時候承受工作的批評和壓力，不管有什麼美學理想，銷售只是檢驗這些環節的根本測驗(何東洪 2003：183)，沒有階層的公司文化同時是優點卻也變成了缺點。另一方面，「水晶」把對創作的「自由」體現在音樂工業生產上，雖然培養出與樂手、音樂家一個互相信任的基礎，讓藝術家自由做音樂和錄音的空間，然而現實卻是，錄音一但結束，最終仍得回歸商業成績，藝術家堅信自己的音樂可以賣到好成績，但是「水晶」缺乏一套精準計算銷售統計系統的「自由」扼殺了和藝術家之間的信任關係，因為從沒有人可以知道「水晶」的唱片賣了多少，以及「水晶」是否有從中獲得利潤，也因此，「水晶」與藝術家之間沒有一紙合約的束縛，卻也在信任關係被質疑後，藝術家們多不期待可以出第二張專輯，他們大部份在出了第一張專輯之後，就被主流唱片公司拉攏，離開「水晶」。(何東洪 2003：188-190)

1995年「水晶」總監何穎怡發動「水晶萬人後援會」，以購買等值音樂產品的方式幫助負債千萬的「水晶」度過難關，此時的「水晶」，難以持續國內製作，僅再版先前發行的舊專輯和持續國外西洋音樂代理。1998年，「水晶」門市寄居在愛國東路上的「Vibe」，接回《搖滾客》時期，陸續發行「阿德」、「老哥(劉淞洲)」和「瓢蟲樂團」的專輯。1999年，曾任職「水晶」國外部的林志堅和「骨肉皮」團員、曾開設「Scum」的張賢峰合組掛在「水晶」名下的「實幹文化」，在樂團音樂上延續「水晶」鼓勵創作的精神，陸續發行「瓢蟲」《讓太空人跳舞》、「1976」《方向感》、「骨肉皮」《快樂玩》等專輯，與日漸活潑的樂團場景相互輝映。

一、《搖滾客》

「反商業、反媒體、反宣傳，才能聽見音樂的本質，才是搖滾客的態度。」

（方無行，1988：20）

《搖滾客》創刊於1987，延續「Wax Club」的精神，介紹英美獨立音樂排行榜、音樂思潮介紹、樂評分析和「水晶」活動預告為主，和台灣「滾石」出版的《滾石雜誌》一樣，扮演起「水晶」唱片公司跟樂迷之間溝通的橋樑，並以「一書一卡」⁷³的方式，讓樂迷在看到介紹「新音樂」的文字之餘，也能聽到評論的音樂選輯。但是《搖滾客》對搖滾樂的教育詮釋卻不同於滾石，如果雜誌內文刊出的文章是經過編輯、選擇的過程，那麼刊在雜誌裡頭的內文便代表了該雜誌的立場。《搖滾客》在創立之初，便清楚這本刊物要溝通的對象，與通俗音樂竟可能減少區辨的性質區分開來，在這個利基上開始討論搖滾樂，不如《滾石》抽象地談論「青年」、「反抗」，而是先在台灣的脈絡下展開傳遞音樂訊息的工作，「新音樂」相較於《搖滾客》是一個比搖滾樂更廣大的範疇，不是流行，也不單單是搖滾，比起特定的音樂形式，更重視音樂新起理解的多元，在找尋新的路徑的同時，也聲稱這並非意味反傳統，因為仍必須在傳統中來回應外在，不能完全盲目順從或單純想像，音樂應該有真實也有想像。（林哲輝 1987：4）

《搖滾客》的內容大致上可以做以下分類：

1. 「Wax show」消息，涵蓋賞析、分享、討論會
2. 國語音樂市場評析
3. 代錄服務⁷⁴
4. 進口唱片服務站（每月從各地引進少量原版新音樂、地下音樂）
5. 另類音樂、搖滾樂團新聞／消息短訊
6. 年度投票
7. 名人推薦選單（專欄名Critic's choice）
8. 獨立音樂排行榜（N' M' E、rolling stone college chart等）
9. 搖滾教育，1989五月，第十五期復刊後強調音樂思潮（例如：女性主義、饒舌與

⁷³ 《搖滾客》一書一卡，販售120元新臺幣。

⁷⁴ 代錄服務上說明因為許多好音樂國內無緣接觸，因此特別為尖端音樂愛好者設立「代錄服務」，讓國內的尖端音樂族得償所願，與世界各地尖端音樂族同步探討音樂新領域。代錄價格60分鐘每卷120元，自備帶則是80元。90分鐘帶每卷150元，自備帶100元。（每卷以一個專輯為單位）。

搖滾的關係、新音樂歷史（著重英國的歷史脈絡）

10. 1987年十月份第五期《搖滾客》開始徵求原著詞曲創作，並說明會將詞刊登在《搖滾客》中，曲也將收錄於卡帶。

11. 「台北新音樂節」的會前宣傳、會後報導與音樂節迴響（藉此更深度的介紹音樂節表演的歌手）

作為「水晶」與《搖滾客》組織者，任將達在第一期書寫〈搖滾客的話〉中，便以「地下樂團」來稱呼、描述Joy division, New Order, The Smith等樂團，並強調今日的搖滾專注現實與當下，不只是憤世忌俗青年的發洩工具。（任將達 1987a：1）這個現時啟發自英美，初期時常引介耳熟能詳的國外樂團，儘管振奮精神，卻仍有一段距離，在找自己的聲音的過程裡，依然期待除了侯德健、羅大佑、紅螞蟻之外能有更多，在聽覺之外，也要思考屬於自己的搖滾生活（rock life）。（Tony 1987：11）一如《滾石》雜誌所扮演的教育角色，《搖滾客》也有同樣的功能，只是不同於《滾石》將搖滾與青年扣連，《搖滾客》以「新音樂」更大的範疇去囊括了「地下音樂」、「indie」以及「Alternative」，「搖滾生活」對應的是作為更貼近社會的文化商品，音樂仍有扮演溝通的角色，回應人民、土地與歷史。

從10月7日到10月15日的新音樂節88，可能又再次落名於專為一群尖端音樂族辦的年度大拜拜，但我們誠至的希望“大家一起來”，尤其是今年，因為這一次我們將努力於“音樂本土化”的認定上。

（任將達 1988a：1）

1988年十月，在宣傳第二屆「台北新音樂節」的文章裡，「水晶」正式透過文字來為自己定調，真正在論述上宣稱走向「音樂本土化」，之後連同改版的《搖滾客》都大幅增加台灣國內的音樂專題報導，

我們希望本土新人透過他們的歌聲，引導聽者一起來關心台灣的社會問題。我們深信藝術創作的部分動機，來自對土地的關心與熱愛。

（亦咸 1989：2）

和第一屆的「台北新音樂節」與改版前的《搖滾客》相比，此時的「水晶」像是停下腳步來看看正在踩著的土地，而不是一味地盲目順從英美獨立音樂的審美，雖然仍是站在推廣「新音樂」的基礎上，但是顯得更加聚焦。復刊之後的《搖滾客》直言，過去得出刊雖然維持一定的時間，但是一年多來，《搖滾客》始終賠錢，並感嘆八〇年代台灣的通俗音樂已經走向五光十色的綜藝，在主流唱片公司的操作下，即使有才華與創作力的音樂人也與音樂本身漸行漸遠。

何東洪認為，八〇年代「水晶音樂」的文化位置做了些微的轉變，和上一個階段不同的是，從固有的商業音樂外圍開始，連結社會，與社會結盟，在強調當時台灣社會正在強調台灣文化意識與政治正在爭奪文化權的縫隙下，給了「水晶」一個機會去建構一個「新台灣文化」。(2003：199)然而，放在華語歌曲的書寫裡，「新音樂」主要顛覆性的文化意義在於它改變了台灣歌曲該如何被寫的意識，「水晶」對藝術家的關係，讓藝術家可以決定他們自己的音樂風格，他們的歌詞內容，他們的概念，因此他們的作品不止散發強烈的個人風格，也有強烈的喜好，反映他們的出身背景，也因此「新音樂」的文化意義是透過意識形態交互作用形塑而成。(何穎怡，摘自何東洪，2003：204)

1980年代的「水晶」，以搖滾樂與英美獨立音樂的音樂美學架接起「台灣新音樂」，一路上唱片界的「小水晶」跟著外頭世界的「大水晶」互動，相互推進、牽扯和期待，這個承載著解嚴後文化圈對「本土化」的巨大期待下的「水晶」，最終還是因為經營管理不善，於2000年後縮小業務範圍，終至結束營業。利基的行銷模式依賴的是清楚產品銷售與對話的對象，「水晶」讓自己的對話對象鎖定在文化知識份子身上，透過活動、刊物、論述來培養對彼此品味的信任，拉長銷售時間換取不同性質商品的開發空間，有別於大眾流行商品找尋目標對象交集的極大化，快速、變動的販賣模式。然而「信任」，這個現代社會的抽象符碼，未能白紙黑字的紀錄，破壞了「水晶」和藝術家互動的空間，而「水晶」與主流唱片公司的合作，也因為樂迷無法看見協商的過程，容易被質疑是唱片公司美學的妥協。何東洪提醒，從「水晶」的例子來看，我們要小心使用indie或independent，「水晶」的失敗在於它和藝術家、樂迷之間無法建立、維持一個好的關係，因此當它轉向與主流合作的時候，讓「水晶」看來不夠獨立，這對過往被文化地，論述地，被標籤在台灣社會政治脈絡下的「水晶」是很大的傷害，儘管文化上非常成功的「水晶」，主理人阿達卻曾這麼說：「誰說『水晶』是獨立廠牌，我們只是一間不賺錢的商業公司」。(摘自何東洪 2003：209)

第三節 尋找自己的聲音：從「新音樂」到「獨立音樂」

當我決定了音樂之後，語言已不再重要了。

（林強，摘自Cello kan，1994：43）

「新音樂」(New Music)一詞透過在《搖滾客》以及「水晶」相關出版品的介紹，開始成為一個論述，「水晶」出版的《搖滾之聲新音樂百科全書》是台灣第一本專門介紹八〇年代各地「新音樂」的專論書籍，起初一系列專輯製作與出版上的「新音樂」是音樂類型概括性名詞，內容主要包含八〇年代以後一系列與六〇年代搖滾樂類型不同的西洋搖滾音樂類型，這類類型主要透過「另類」、「地下」、「實驗」等觀念上的批判內涵去支撐，「水晶唱片」八〇年代末以此概念推動「台灣新音樂運動」論述，強調非主流音樂特質、本土認同與意識形態顛覆，「新音樂」在「水晶唱片」的推廣下廣為人知，並改變了華語音樂生產的一種方式，在台灣解嚴，政治鬆綁，眾聲喧嘩的縫隙下，「水晶」繞開七〇年代已經建制風格化的通俗音樂工業路徑。

九〇年代「新音樂」擴展成與美國排行榜主流音樂相對應的「非主流」代表名詞，和「水晶」相比，顯得保守的唱片公司則是不一樣的運作邏輯，簡妙如從對當時任職「滾石」的倪重華的訪談裡發現音樂工業生產者對媒體標籤「非主流」的排斥，倪重華認為這是政治標籤不應該套用在音樂上，另一方面他以銷售成績的多寡來辨認「主流跟非主流的分界」（倪重華 2001；簡妙如訪談 2002），在政治符碼有所謂的「主流／非主流」政爭時，此時本土創新的樂風，特別是台語歌曲便被以相近的方式來劃分，被歸為「新台幣語歌」之外，也使九零年代的台灣流行音樂開始有所謂本土的「非主流、另類音樂」類型。（簡妙如 2002：189）

在《搖滾客》裡面我們可以看到，起初使用「indie」、「實驗」、「Alternative」等類型主要是用來介紹英美「新音樂」，分類可以讓讀者更快速理解音樂屬性，也因此我們可以看到「水晶」向來以「新音樂」自稱公司生產和推廣的音樂類型，即使是「另類」、「實驗」、「地下」等類別，也都是被涵蓋在「新音樂」的大類別下。任將達把「新音樂」定義為「帶有鮮明的反建制、反商業、反主流色彩的音樂」，並且認為相較於體裁，「新音樂」更重要的是一種精神狀態。（摘自王曙芳 1990）王明輝則認為「新音樂」不單單是標新立異，「新音樂」應該具備對生活和音樂重新出發或思考的態度，即使是情歌，如果能跳脫既往的囈語，而對感情有獨到的詮釋，也能稱作「新音樂」。（摘自王曙芳 1990）僅管「新音樂」來自龐克運動，但是移植來台灣後的發展卻只看見體裁

的形式而忽略了龐克運動發展的脈絡，以及龐克音樂次文化的影響力大於音樂型式的深層意義，這樣的移植讓王明輝警惕「新音樂」不能在外界畫出「主流／非主流」框架下拋棄音樂製作與生產的「技藝（Craftsmanship）」，作為一名音樂工作者，「新音樂」不同主流音樂工業的生產邏輯，不該被視為「不專業」的表現，「新音樂」必須不斷地自我要求和批判，而技藝是無法掉以輕心的一環。技藝同時也是支配唱片工業的生產者最常拿來攻擊「小眾」或「非主流」音樂的美學標準與說辭。從簡短的敘述來看，可以知道「新音樂」有一個更大、更廣的意識來涵蓋這些風格，而「主流／非主流」、「大眾／小眾」這樣的分類則必須放在已建制的音樂工業裡佔有主導角色的唱片公司相比才顯得有意義，「水晶」推手之一何穎怡也認為非主流音樂的定義應該要「站在『分眾的觀念』上，比純商業多一點實驗精神，在人文精神上，他是與體制抗爭的」（何穎怡 1993，引自簡妙如 2002），可見「水晶」在音樂生產類別的選擇上有一個對應關係，而更清楚自己溝通的對象是誰，再更深一層的思考，非主流同時也需要站在反省過去依附黨外政治的主軸，轉向其他議題，改善「主題僵化」的流行音樂創作；另一方面，這個時候，台灣社會內部的政治走向解嚴，經濟面向提供與國際化自由市場接軌的條件，在美國的施壓下與智慧財產權相扣連，曾慧佳認為1992年台灣重修「著作權法」並同時公佈「大眾傳播事業聘顧外國人許可及管理辦法」，讓外國廠商在台灣投資得以有保障，也是國外唱片公司對台灣市場更加重視，紛紛來台設立音樂公司的關鍵之一（2000：195），在這個角度上，「水晶」的存在多了一層「對抗資本主義音樂工業運作規則」的性格，這也是理論家Tony Bennett認為搖滾樂之所以被推崇的精神和價值之一。（1993：3）

在英美通俗音樂發展史背景常與「新音樂」相提並論的「地下音樂」也和「新音樂」一同越洋來到台灣。一如「新音樂」的意識，「地下音樂」被《搖滾客》稱之為「一片無政府領域，在小場合、酒吧間、車庫裡，吶喊、呻吟、或輕聲細語，沒有組織、亦無須管理」的一種樂派（搖滾客 1987.11：11），被廣義地拿來稱作自主組織的音樂，而「地下」則可釋義為自主尋覓的空間，《搖滾客》筆者之一方無行認為「地下音樂」應該保持其自主的創作能量，這樣才能提供大眾音樂一個富有創造力並改變單一品味的溫床，然而，在台灣集會遊行等過時法規的管理下，缺少適宜的表演場所與公正的評論資訊，成了扼殺台灣通俗音樂多元的幫兇，音樂的地下化也應該有固定的發行管道來支撐生產價值和生產的附加價值，包括應對主流音樂用物質形塑出來的附帶意識形態，方無行提出「錄音室專業錄音流程」就是一套會讓樂手質疑作品是不是專業或稱之為有價值的關鍵，這個關鍵是個審美的門檻。（1988.1、1988.3，《搖滾客》第八期，頁21、第十期，頁12-14）

鄭凱同認為《搖滾客》在論述上沒有特別區分「新音樂」與「地下音樂」，讓兩者

互有交集與扣連，它的論述與意義的建構是為了一個新的文化形態來塑造凝聚的共識與力量，但是音樂的進步性得以浮現，必須考慮生產條件以及社會環境來對應我們談論的「進步」與其政治性到底是什麼，將音樂進步性和「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（2004：49-64）。以「新音樂」為例，它的自主相對於代理美國熱門音樂排行榜的唱片公司與面臨解嚴的台灣社會，並與活躍的黨外政治文化接合而富有政治性，但是解嚴後，這股文化形態原本的對應關係面臨變化，極權控管發聲權力政府下的生產不再是主要對話對象。或許可以說，「新音樂」本身在「水晶」內部的論述也有幾個時期的轉變，從最開始移植龐克運動的生產自主到最後「本土化」論述，「水晶」也在不斷地改變對話對象，而這個對話對象在解嚴後、開放後，台灣被五大唱片併吞的音樂市場中更顯重要；另一方面，也正因為「新音樂」的廣義概念，讓「飛碟」、「滾石」等唱片公司也能抓住「新音樂」的意涵，將其原本的權力架構不變地來生產音樂，製造出一個在論述上被簡妙如稱之為「中間地帶」的新市場，商業的／另類的非主流音樂（創造流行）。（簡妙如 2002）

當國際五大唱片公司進入台灣之後，唯一沒有被併購的「滾石」，成了資金本土、獨立的唱片公司，接合「新音樂」的意識形態，讓「滾石」顯得更有自主性，但如同台灣開放市場讓國際音樂公司進來，「滾石」也積極在亞洲各地設立分公司，同時進入主流分眾的音樂市場，「滾石」旗下「真言社」的專輯便是這種傾向以主流市場為主要對象的非主流音樂企劃，製作音樂的生產者多是主流唱片公司的音樂生產者（像是李宗盛、馮光遠等人），透過包裝、宣傳、等手法將「新音樂風格」作為開拓新市場的邏輯，成為主導這波主流音樂市場裡分眾「新音樂」的積極推手，再以「滾石」旗下「魔岩」在中國推出的「中國火」系列，這個系列被稱作「中國新音樂」的中國搖滾前鋒，但是這個系列卻被中國音樂評論人顏峻認為，這套從台灣帶來的搖滾夢想，仍是一套創作、簽約、演出既定的商業流程，在大公司的經營下包裝製作理念，拔高推銷獨立音樂，用資本主義的模式實現烏托邦理想（2004：64-68），此種邏輯與做法不只是在「主流／非主流」的框架下去運作，而是企圖製造一個介於兩者的「中間地帶」。

而原本就廣義的「新音樂」或「地下音樂」，在台灣其原本實驗、前衛的精神似乎也就消逝或被劃在聲音藝術領域裡，通俗音樂只剩下字眼上讓人聯想「非正當」、「非法」等負面印象。接手北區大專搖滾聯盟的林昶佐（Freddy）以台灣搖滾聯盟(TRA)的立場在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，引自鄭凱同 2004：59），另一方面，2001年台北縣政府與「角頭唱片」合辦的「貢寮海洋音樂祭」更直接將比賽創作的獎項稱為「獨立音樂大賞」，讓「獨立音樂」

這個名詞在台灣的情境下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（鄭凱同 2004：61）。回頭再看九〇年代以學生運動為主流的「地下反文化」的力量，那些透過大學地下刊物以及小劇場、校園外異質空間的次文化發展，反而是一個和「新音樂」在英美興起較為相似的路徑。在「甜蜜蜜」咖啡店聚集了小劇場工作者、藝術創作者、地下樂團等，每月固定舉辦活動與演出，實驗電影放映會、行動劇到各式討論會，另翼文化積極地在這裡生長。從「甜蜜蜜」的的表演單裡可以發現「另翼岸譜—台灣通俗音樂研究群」成員之一的張育章也曾數度在此舉辦地下非主流音樂討論會，可見此時的「地下」是站在「反主流文化」的面向上，嘗試帶入更多元和豐富思考、更為寬廣而積極的次文化行動，或許可以說「地下」到「地上」的呼籲則改變了原本主流政治之外的次文化行動戰鬥位置，變身擠進積極爭取主流認同的次文化。

2000年復刊的《搖滾客》曾以介紹台灣獨立音樂版圖為專題出版專書，以「被操不如自己幹 新世代DIY創片創業指南」的小標給「獨立」下了一個明確的定義，同時獨立音樂也被拉到成為可經營事業的層次，它不再只是專屬校園的音樂文化。下表簡列出在《搖滾客》獨立音樂廠牌指南中，發展脈絡上受到「水晶」影響的廠牌與搖滾樂團⁷⁵。

（表4-1：2000年受「水晶」唱片影響的台灣獨立音樂廠牌表）

廠牌名稱	專輯、合輯樂團
水晶（1987） （通時也擔任發行商的角色）	Double X、「完全走調」、朱約信、雷光夏
赤聲搖滾 （1997）	「赤聲搖滾scum合輯」（骨肉皮、濁水溪公社、夾子、直覺、四分衛、花生隊長）、「赤聲搖滾'98走音」（海豚、蘿蔔腿、骨肉皮、PK、BUZZ、甜梅號、救火隊、「赤聲搖滾'99」（廢物、1976、甜梅號、PK、三腳貓、DJ Fish、DJ Reggie）
角頭（1998）	「丐國歌曲」（原音社、四分衛、張四十三、五月天、董事長、

⁷⁵ 此專題列訪談了眾多獨立音樂廠牌，僅就本研究與搖滾樂團相關製表，其他同個時期的獨立廠牌尚有「nature high」、「ou-la-la」、「電音唱片」、「noise」、出版世界音樂的「大大樹」（1993）、心靈音樂的「風潮」、客家歌曲的「春水」、原民音樂的「鄒藝坊工作室」等。

	夾子、花生隊長、「起來」(四分衛)
阿帕唱片 (1999)	「玩團最屌合輯1」(甜梅號、黑子、枕頭套、藥罐)、「玩團最屌合輯2」(1976、無政府、東三寶、lan)、
實幹文化 (scum)	「快樂玩band1合輯」(骨肉皮、瓢蟲、廢物)、「快樂玩」(骨肉皮)、「方向感」(1976)

(製表：本研究整理；資料來源：《搖滾客》復刊一號)

「大學時，我聽到『The Smiths』時，發現我喜歡的其實不是重金屬，那時聽到莫里西的歌詞裡，主角是一個不被接受，不被喜歡的人，我覺得和我很像，我於是開始想玩搖滾。」

(「1976」阿凱 2012)

至今仍在台灣獨立音樂樂團圈裡有影響力的「1976」從淡江大學的校園組團，多次在訪談裡提過自己受到後龐克、八零年代新浪潮的影響，以致於該團創作與形象被視為台灣的英倫搖滾代表，更在2009年英國樂團「Oasis」來台灣開演唱會的時候擔任暖場嘉賓。從1997開始在「Vibe」表演而認識了在「scum」認識時任「水晶」國外部的林志堅，到彼此成為經紀人與樂團的合作關係，後來由「實幹文化」發行「1976」第一張錄音室專輯「方向感」，這張專輯甚至被選入「台灣流行音樂200最佳專輯」。另一個九零年代就開始發展的「甜梅號」第一張錄音室專輯也同樣透過在「Scum」認識的林志堅製作，吉他手小白說「骨肉皮影響我很大。我們的第一張專輯製作人，林志堅，那時候他弄了一個「實幹文化」，想傳承Scum的精神。我從高中時就聽他主持的地下電台，介紹很多音樂，受很大的影響。」(「甜梅號」小白 2012)

林志堅從「Wax Club」認識了何穎怡等「新音樂」推手，退伍後進入「水晶」國外部，並一路撮合女子樂團「瓢蟲」與「水晶」的合作，當「水晶」面臨財務困難暫停國外代理業務的時候，林志堅便自己和「骨肉皮」合作，用「Scum」／「實幹」，這個掛在「水晶」名下，行銷通路透過「水晶」管道，企圖延續這個DIY的創作精神。這段時間，在電腦科技發達降低錄音門檻的物質條件下，樂團嘗試透過錄製專輯來推銷自己，從合輯到專輯，可以看出樂團創作的歌曲數量日增，獨立廠牌紛紛開花的此時，是不是有自己的創作已經不如過去思考自己的歌時佔有的份量，它的必要性已經不再透過論述強調顯現，而獨立、自己的聲音，需要面對的對象也更複雜，當音樂生產的環節一環扣著一環時，從製作到發行，要怎麼獨立，怎樣才叫獨立，也正顯現出此時「獨立」一詞並不只接指涉樂風，反而是一種政治態度抑或品味。王明輝認為所謂的獨立，一開始都

是音樂品味的對立，比如音樂的形式，但是當大家不耐於既存的形式時，就會想要創造一種新的形式，這種新的形式便成一種新的品味（2000：58）。

2000年第十一屆的金曲獎，「最佳重唱團體」的獎項由五個樂團同時入圍，後來得獎的「亂彈」主唱阿翔，講了一句「樂團的時代來臨了！」，隔年第十二屆金曲獎，增設了「最佳樂團」的獎項，由「五月天」拿下這個獎項。從這過程裡可以看見音樂獎項被視為一個標籤的過程也正巧反映了權力群體爭奪發言權並賦予其正當性的過程。而以「水晶」作為視角的開展來討論一連串「新音樂」到「獨立音樂」的過程，正是想透過這種描述來開展下一階段獨立音樂的可能性。

「水晶」因為物質條件，在唱片專業製程嘗試了兩條不同的道路，第一條是「Double X」透過熟練地排練後再進錄音室錄製專輯，藉此降低錄音室租用成本，這種方式也成為後來獨立廠牌錄製樂團專輯時借用的方法；另一種是像陳明章校園現場演唱的錄製，帶有實驗性質地打破音樂出版品嚴謹、精緻、技術專業的束縛，讓音樂出版品的關注聚焦在內容本身，重「新音樂」到「獨立音樂」研究者認為其重要性不只在于對當時封閉的音樂環境帶入更多聽覺得可能，更是實驗了各種生產方式的突圍，諸如版權法規尚未成型的「翻版」，如何在有限的資源裡，創造自己的生產方式，藉此打破和重新分配既有市場的樣貌和權力結構，才不會讓對話對象陷入商業／非商業的二元想像，阻礙生產多樣的推進。

四、小節

2012年，Live house 「Legacy」一連串名為「台灣搖滾紀事」的演唱會找來九〇年代活躍的樂團表演，引起樂迷注意與討論，在「濁水溪公社」、「甜梅號」、「1976」、「瓢蟲」、「Double X」到「四分衛」等⁷⁶樂團串起的表演下，我們看見一幅十年過後，「台灣搖滾紀事」以解嚴為時間點，一刀劃開樂團文化的圖像，這個圖像裡樂團指涉的文化必須有「自己創作」、「一點點背離社會常軌」、「奔放」與「自省的青春」，一如現今仍活躍的樂手們，回想起成長過程裡解嚴後的那段時間⁷⁷，像是過去無法光明正大說的，現在一

⁷⁶ Legacy系列活動樂團有：趙一豪& double X、刺客、閃靈、骨肉皮、陳珊妮、董事長、瓢蟲、脫拉庫、亂彈、賽璐璐、海豚、濁水溪公社、四分衛、1976、ECHO、草莓救星、Tizzy Bac、八十八顆芭樂籽、迷幻幼稚園、廢五金、甜梅號。

⁷⁷ 「解嚴後，我感到世界超大，與全球的年輕人是一起接軌的。小時後我還參加「台獨是毒」的作文比賽，我們都對小時後唱蔣公紀念歌還有印象，對那時解嚴的氛圍很有感覺。」（「1976」阿凱，2012）

次都說了出來，縱然解嚴的開放、霎時的多元成為創作者的能量，但也同時讓戰鬥位置與對話對象模糊了焦距。

九零年代的另翼回過頭看，「濁水溪公社」槍殺鋼琴師的宣言意味著一個「反文化」的宣言，然而這條反文化的軸線卻在歷史的過程中被歸類為帶有藝術性質的噪音而逐漸「被」脫離通俗音樂，不如「甜蜜蜜」曾有過一段在同個空間共存的時期，兩者溝通的功能被抵消。從起初什麼都不懂得摸索、蠻著頭去做，從熱門音樂、西洋代理到尋找自己的聲音，在這個時期誕生的「水晶」一路的推進如果有其重要性，或許可以說在音樂路徑非一槍殺死了鋼琴師，而是可能為了與鋼琴師溝通，而一路尋找出路、為了突圍而創造新的形勢，不論是寫音樂、聽音樂亦或是做音樂。

香港樂團「黑鳥」主唱郭達年曾經這麼為「新音樂」下定義，他認為「自解放呈現的新空間才是解釋『新音樂』最好的衡準。我們不一定需要是在談音樂格調上的『新』（陳明章的voice/guitar組合就已經是傳統的一部分）；談紀律意象的『新』（黑鳥的『滿江紅』『友誼萬歲』都是舊調）；談音樂表現手段的『新』（我沒有發現什麼驚異的技巧手法），而是需要尋找這人際關係，溝通的『新』秩序。」（郭達年 1989；引自亦咸訪問 1989：4-6）

音樂創作、DIY、從錄音、生產到發行都可以在任何一個環節直接面對聽眾，而直接面對觀眾所動用的語言可以是進步也可以是保守的，如何避免在同一個邏輯的生產體系裡，依賴彼此擠壓去創造自己的主體性，簡化概念擷取來動員與被動員，甚或忽視年輕人的聲音與時代脈絡的關係，未能看見文化商品戰鬥位置的改變，放大來看便回到了「自己的」，並不一味地只往內部看，而是同時往外部地放在社會關係中，「自己的」才會在互動地關係中浮現。

「解嚴前台灣的搖滾樂只有羅大佑、薛岳，解嚴後整個世界都不樣，變得很開放，因為壓抑太久，一下就噴發了。我覺得那個能量比現在更大，激發了很多當時的創作者。」（「甜梅號」小白，2012）（摘自陳佳汝，2012.03.15〈沒有搖滾樂，也許就沒有這些信念彌堅的猛獸們〉《破週報》復刊702號。

第五章 結論

有時我們仍然以為自己神奇地「發現」某個作品，不過，我們隱隱約約知道有人費了一點心思讓我們注意到那個藝術家或音樂人。我初次密切注意到背後這股運作力量時，有種幻滅的感覺。發現自己非常喜歡的東西原來是別人賣給我的，覺得自己的自由意志被人篡奪了。我開始質疑自己的好惡裡究竟包含多少自由意志或個人選擇，它們會不會都是別人刻意操縱的結果？如果我們能做一點思考訓練，把這個務實的認知跟我們對音樂的聆賞區分開來，那麼，得知音樂背後的行銷手法或許並不會破壞我們的熱情。

(David Byrne 2015 : 191)

一、類型的系譜考古

本研究透過探究文獻與重新解讀文獻的方式，企圖再整理一個台灣國語通俗音樂類型中「流行曲」與「搖滾樂」路徑的基礎研究。有感於過往談論「搖滾樂」的論述容易快速掉入原真的意識形態，而忽略「搖滾樂」的原真必須放在與「流行曲」的關係中，接合社會脈絡才有其正當性，因此決定從歷史的路徑，再置放「搖滾樂」與「流行曲」於關係中，嘗試書寫一個動態關係中通俗音樂基礎研究的脈絡。從Simon Frith類型(Genre)的理論基礎出發，聚焦在「流行曲」與「搖滾樂」的類型背後有社會脈絡與經濟、政治權力的支撐，並複雜化這個人為機制操作的成果。

在文獻回顧、分析跟歷史的脈絡下，我們可以發現聲音路徑的特性不是直線的，而是透過不同中介的力量改變它的傳播強度跟速度，就所及的資料展開，在本研究中可以看見通俗音樂被稱作靡靡之音的原因有階段性的不同，其中包括學院知識份子和衛道人士透過喜愛與熟悉的京劇對比海港歌舞劇團的吳儂軟語的批評、學院派叱責時代曲（包含電影創作、商業歌曲、愛國歌曲）缺乏嚴謹音樂學與音樂的藝術性格，這些評論再生產了學院的價值系統、為了跳舞而流行的仿西洋現代爵士樂的現代曲，同時也是國語流行音樂的原型，與相對熱愛歐美流行曲和方言流行曲的批評、戰爭時期對比愛國歌曲被指認靡靡歌曲。

這些靡靡之音沒有固定形態，但是透過相對物的指認在不同取徑下形成了排擠的論述與行動，官方和知識份子定義組織的「何為靡靡之音」來篩選與詮釋，契合著統治意識形態作用。例如戰爭時期的靡靡之音在愛國歌曲的推動之下，當局結合學院正統來推動淨化歌曲運動並實施查禁歌曲政策，這個時期的「靡靡」是因著國家的需要去產生含

括「意識形態左傾」、「影響善良風俗」等排除語境。而熱門音樂的出現在這個對比關係裡，也不例外地進入熱門音樂是否靡靡之音的辯論，其中不認為熱門音樂是靡靡之音的理由包括熱門音樂是青年在課外時候消耗精力，進一步可作為防止犯罪的活動、與國語流行曲相比，熱門音樂代表了西方的進步，因此不被視為靡靡之音；而對熱門音樂是靡靡之音的批評則有年長者認為熱門音樂是太過簡單喧囂的噪音、音樂家認為靡靡之音沒有內涵和技術，只是年輕人享樂的工具。所謂「好的」熱門音樂也在民歌運動中因文藝知識份子的強調與詮釋被區分了出來，其中包括熱門音樂只是一種形式上熱門，但內容上帶有民間性的歌曲，並藉此用中國詩詞類比民歌，從帶有藝術性格的美聲唱法演進到採取美國通俗音樂自彈自唱風格，一種自己創作自己唱和自己彈的形式、熱門音樂中也有代表人民聲音的美國民歌，這些民歌透過熱門音樂排行榜的縫隙來傳達反戰、反法西斯、反資本，此時台灣創作者「自己的」視野也在國際情勢的背景下對應「古老／鄉愁的中國」與「腳下的中國」，也因此民歌有了「人」，有了「社會」，而不只是形式。此時「自己的歌」平行於民歌運動的另外一支是從學院內部出發，以反省西方作曲技巧支配為主要論述的路線，用採集民間歌曲的方式進行對自我文化的再認識與再建構，許常惠與史惟亮主導的民歌採集未能得到通俗音樂的回應，而讓民歌採集的影響力只留在文藝知識圈。

第二章從描述「滾石」與《滾石雜誌》的過程裡可以發現，熱門音樂在這裡被《滾石雜誌》改以「西洋音樂」作為更大個範疇去囊括「代理」音樂，其中包括形式上被視作搖滾樂的band sound，熱門音樂呈現兩種面貌，一種是被民族音樂學家視為非台灣通俗、非民間，而被否定的通俗音樂，另一種則被愛好者視為現代、新穎、易接受的通俗。而「滾石」透過雜誌教導讀者與聽眾去理解「何為搖滾樂」，接合民歌運動「自己的」，創造了一個「滾石式的、現代的、中國的生活精神。」然而「滾石」得以有其「滾石式的」搖滾精神也必須仰賴對比關係中的「飛碟」所代表的流行才得以成立。或者說，「滾石」與「飛碟」的關係是共生的，不將兩者置放在一起無法看出「搖滾」與「流行」的作用，在通俗音樂工業的邏輯下，兩者在銷售音樂尋求認同的過程中，使用了不同的路徑，「滾石」透過「排除」的語言來達到樂迷的認同，「飛碟」則是使用「收攏」的語言，一如Simon Frith認為流行曲是排除過後負面的集合。(2005：89)「飛碟」在此研究裡的重要性除了置放在與「滾石」的關係，一如兩家唱片公司如何塑造青春「反叛」與「順從」的對比關係，顯示「搖滾」與「流行」的意識形態之外，也透過「飛碟」的製作人與錄音室工作顯現出通俗音樂工業過程中，音樂製程扮演的經濟因素，而這個經濟因素，例如錄音作業的視譜與即興，以及懂得使用音樂語言和樂師工作以加速錄音製成降低成本的方式，正好也是被動用來區辨搖滾藝術性質與流行拘泥于技藝無創造力的語言。另一方面，「飛碟」的製作人陳志遠、陳大力等人，因為早年參與過熱門音樂，熟

悉樂器配置與音樂語言，這樣的經驗也被帶進錄音室裡，構成一種音樂製程與聽覺的美學標準，例如樂器配置的編寫，而這種標準在此研究裡稱之為華語通俗音樂的英美化。在二、三章主要想透過「滾石」與「飛碟」的對應關係來看出，基於通俗音樂為了銷售獲利的前提下，聽者根本無從就音樂形式或內容定義「何謂搖滾」、「何謂流行」，搖滾樂是自我宣稱的音樂藝術，建立在搖滾與流行的辯證當中，這組對應關係是透過彼此來指認作用，而這種共生的指認同時也在唱片公司所建立的企業文化下，唱片公司的人員會夾帶著自己對類型的認知走進其他場域，像是音樂雜誌評論裡用來正、負面的指涉。

從熱門音樂到代理西洋音樂，「水晶」的出現，反應了當時西洋音樂代理的保守與八〇年代唱片資本集中在幾間大唱片公司的限制。台灣的唱片業者在把西洋音樂「中文化」的過程中，著重市場企劃與挑片，這些貼標籤的人過濾、篩選他們認為有市場價值的作品，透過整理與轉譯之後才是消費者可以聽到的音樂，這樣的限制與保守激發了一群本來在主流唱片公司代理西洋音樂工作的人，想要拓展聽覺的行動，僅管「水晶」的代理仍然是轉譯，但在「黑鳥」郭達年的釋義下，「水晶」的轉譯暗藏着對話的可能性。「水晶」起初移植龐克運動的生產自主到最後找尋自己聲音的「本土化」論述，「水晶」也不斷地改變對話對象，而這個對話對象在台灣解嚴開放後，被五大唱片併吞的音樂市場中更顯重要。「新音樂」的緣起在台灣被標示為一種新的「代理」音樂市場，國內五間代理公司「水晶」、「飛碟」、「齊飛」、「喜馬拉雅」、「滾石」各自有其喜愛與策略，而「新音樂」在「水晶」的定義下，被包含在另類音樂這個更廣的範疇，一個音樂品味篩選的範疇，基於對原本音樂形式的熟悉與不耐，因而想要開發新的聽覺經驗。直到1988年宣傳第二屆「台北新音樂節」的文章裡，「水晶」才正式透過文字來為自己定調，真正在論述上宣稱走向「音樂本土化」，之後連同改版的《搖滾客》都大幅增加台灣國內的音樂專題報導，在這之後積極製作台灣本土的音樂，顛覆台灣唱片製作的邏輯以及藝術家跟唱片公司之間的關係，這個關係也隨後影響Band sound認定什麼內容與什麼形式是「自己的聲音」，在本研究中透過釐清熱門音樂、唱片體制的搖滾樂隊以及九〇年代從現場表演出發的樂團脈絡，嘗試讓「水晶」的出現變得更立體，以解釋「水晶」的出現讓音樂生產的關係變得更多樣或複雜，而我們現在所理解的獨立樂團形象特點，是在時間過程裡被一層層關係累加起來。

本研究想要透過類型考古的方式來呈現音樂在社會經驗中是如何透過經驗、時間和社會性賦予我們建構認同感並放置我們在被建構的想像的文化敘事裡，不同的類型有不同的敘事規則，不同的音樂類型接合不同音樂美學的中心價值，品味與品味之間的張力也只有放在社會關係中才可以看得更清楚，品味來自社會建構的認同，也同時幫忙形塑認同。

二、研究限制與反省

「1979年4月15日美國海軍廣播部第四十一支隊隊長喬治·史林正式宣布美軍電台就此停播，在我國國歌和美國國歌後，午夜十二點整，再放我國國歌，我國國歌結束後，台北美僑商會會長羅伯派克宣布ICRT IS ON THE AIR。羅伯派克在ICRT開台宣言後播放的第一首歌，HAPPY TOGETHER。」(王駿，1993)引文中的羅伯派克除了是美僑商會會長，同時也曾於1979年1月在美國議院為台灣關係法案作證。通俗音樂美學是一種融合的作品，這種融合在台灣，是不是美國文化帝國主義的影響？從歷史脈絡來看脫離不了關係，但緊跟著細節看，卻又可以看見台灣在這股通俗音樂美學全球化下被整體夾帶的隙縫資源的啓發，並與細縫之外的文化同質性焦慮對話，冷戰下美國透過軍事力量傳達的文化意識形態對台灣國語通俗音樂的路徑到底代表了什麼意義？美國抗議歌曲何以在六零年代成為排行榜上的常客，生產機制如何運作？

本研究尚沒有能力釐清解嚴和自由化之後的關係是如何影響當時那些音樂生產作者的感知，又如何影響他們的創作，又如解嚴之後大專院校社團的開放對音樂生產實質上產生了什麼變化？這如同「水晶」在舉辦第一次新音樂節時參與的歌手來自各家唱片公司，愈想知道這些歌手如何理解「新音樂」，又或者「新音樂」如何影響他們，似乎必須有更全面性的訪談與史料閱讀才能讓時代的痕跡看得更清楚。這個研究僅以歷史為對象的詮釋分析，但音樂感知與意識形態如同上述結論並非單向存在，也因此，更全觀的角度應該也必須討論到樂迷的想法，包括他們的身份、階級、如何在每個階段去理解類型、如何接收這些音樂，以及他們如何使用這些音樂，未能觸及覺得可惜。同樣的提問也可以延伸到前襲日本殖民時期的軍樂隊樂手在政權交替下，那物質（例如樂器）、人才（樂手）如何轉換或連接？

通篇研究仍以台北為主的通俗音樂史觀，例如在書寫中提到「Scum」是台灣第一家要求樂團要有自己創作曲的現場表演空間，這樣的書寫不免讓人擔心過於果斷，仍要大膽留下開放的假設空間，或許過去的俱樂部歷史、同個時間段裡台北以外的現場表演空間有更多、更早的反省和實作，只是在現在對通俗音樂論述集中台北的狀況下，我們仍然缺少理解地理和歷史上台北以外更細微聲音的資源，若說台北的獨立音樂「曾經」是邊緣，那麼台北以外的獨立音樂相對於政治經濟集中的台北，它更是邊緣的邊緣。

三、研究後記

一次暑期班宴會的場合上，來自亞洲不同國家的同學一起唱著The Beatles 主唱John

Lennon的<Imagine>，記得當時我跟身旁朋友討論講不同語言的我們對彼此的文化都不甚了解，卻在這個場合同樣熟悉這首歌、一起搭肩唱這首歌，儘管不知道這首歌對對方的意義是什麼，卻忍不住想這樣的景象是如何成為的。我們常說音樂無國界，當音樂作為商品時，其本質或許說資本無國界是否會更為貼切？若以二次大戰為一個重要的時間點，美國在此時透過軍事戰略而把美國文化帶到各地，透過這個步驟讓所謂的西洋通俗音樂聽覺變得無國界，似乎，通俗音樂的聽覺在這個時候的一致讓不同國家的我們變得很容易理解，容易意會。換個角度來看，國際五大唱片公司早期給本土唱片公司代理權或許只是商業策略中的一小步，另一方面，也因為聽覺早已一致，以致於當國際唱片進入台灣時能無所阻礙，在同樣的邏輯下，不在這個聽覺脈絡下的音樂，是不是也就被貼上民族、傳統、本土等標籤？過去主張所有文化商品中，通俗音樂最不容易受到語言跟文化隔閡限制的說法，或許應該要被重新看待，通俗音樂傳播的統一性應該歸咎於通俗音樂的無內容或是早有力量先行統一了「通俗音樂」？

音樂的意義有賴敘事而得以延續，敘事書寫選擇的觀點、角度，連帶用詞的譬喻都需要被檢視，找尋聽不見的聲音來解釋聽見的聲音讓書寫通俗音樂本身變成一件弔詭的事，因為必須把聽覺文字化、視覺化，其中借用轉譯的方式，本身就是需要被檢視的方法。然而通俗音變化快速，一如現在通俗音樂的聲響已經和八零年代不一樣，時間不斷前進、歷史需要不斷被推翻，而研究者依靠所能翻找到的文獻與熟悉的論述展開這個系譜的研究，試圖把不同的線路交疊在一起以呈現聽覺構成的複雜性，但是回過頭看，處理仍不夠成熟、條理，而文獻會不斷被翻出來，也因此，這裡的軸線會不斷被打斷，但是不管幾十年過後，這裡的幾條線被切斷成什麼樣子，抓著脈絡，時間仍可以堆疊出眾聲喧嘩的樣貌。

參考書目

西文資料：

- Attali, Jacques, 著、宋素鳳、翁桂堂譯，1995，《噪音：音樂的政治經濟學》。台北：時報。(Attali, Jacques, 1985, *Noise: The Political Economy of Music*. Manchester University Press.)
- Bennett, Tony., Frith, Simon., eds, 1993, *rock and popular music: politics, policies, institutions*, London and new york: Routledge.
- Bennett, Andy, 著、孫憶南譯，2004，《流行音樂的文化》。台北：書林。(Bennett, Andy, 2001, *Cultures of Popular Music*. Open University.)
- David Hesmondhalgh and Keith Negus, 2002, *Popular Music Studies*, London : Arnold, New York:Oxford University Press:251-264.
- David, Byrne, 著、陳錦慧譯，2015，《製造音樂》。台北：行人。(David, Byrne, 2012, *How music works*. US:McSweeney's.)
- Elias, Norbert, 著、呂愛華譯，2005，《莫札特：探求天才的奧秘》。台北：聯經。(Elias, Norbert, 1991, *Mozart : Zur Soziologie eines Genies*. Germany : Suhrkamp.)
- Foucault, M., 1971, *The Archaeology of Knowledge & The Discourse on Language*. NY: Pantheon.
- Frith, Simon, 1981, *Sound Effect: Youth, Leisure and the Politics of Rock n Roll*. NY: Pantheon.
- Frith, Simon, 著、彭倩文譯，1993，《搖滾樂社會學》。台北：萬象。(Frith, Simon, 1978, *The Sociology of Rock*. UK:Constable.)
- Frith, Simon, 著、張釗維譯，1994，〈邁向民眾音樂美學〉，(*Toward an aesthetic of popular music*)，《島嶼邊緣》第11期，頁11-27。
- Frith, Simon, 1996, *Performing rites: On the Value of Popular Music*. US : Harvard University Press.
- Frith, Simon. Straw, Will. Street, John編、蔡佩君、張志宇譯，2005，《劍橋大學搖滾與流行音樂讀本》。台北：商周。(Frith, Simon. Straw, Will. Street, John., ed., 2001, *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge University Press.)
- Garofalo, Reedee, 著、張育章譯，1994，〈自主性是如何相對的 民眾音樂、社會形構與文化抗爭〉，(*How Autonomous is Relative: Popular Music, the Social Formation and Cultural Struggle*)，《島嶼邊緣》第11期，頁28-48。
- Grossberg, Lawrence., 著、張育章譯，1994，〈我寧可痛苦也不願麻木不仁(上) 搖滾：快感與權利〉(*I' d Rather Feel Bad than Not Feel Anything at all: Rock and Roll , Pleasure and Power*)，《島嶼邊緣》第11期，頁86-97。
- Grossberg, Lawrence., 著、張育章譯，1994，〈我寧可痛苦也不願麻木不仁(下) 搖滾：快感與權利〉(*I' d Rather Feel Bad than Not Feel Anything at all: Rock and Roll , Pleasure and Power*)，《島嶼邊緣》第12期，頁112-119。
- Hesmondhalgh, David. Negus, Keith ed., 2002, *Popular Music Studies*. London : Arnold.
- Holt, Fabian, 2007, *Genre in popular music*. UK : The University of Chicago Press.

- Hobsbawm, Eric, 著、蔡宜剛譯，2013，《非凡小人物：反對、造反及爵士樂》。台北：麥田。(Hobsbawm, Eric, 1999, *Uncommon People: Resistance, Rebellion and Jazz*. The New Press.)
- IIPA網站：<http://www.iipa.com>
- Jones, Andrew F.著、宋偉航譯，2004，《留聲中國：摩登音樂文化的形成》。臺北：商務。(Jones, Andrew F. 2001, *Yellow Music : Media Culture and Colonial Modernity in the Chinese Jazz Age*. Duke University Press.)
- Jones, Andrew F. 2015.05，〈迴路聆聽：音樂片、曼波和華語世界的20世紀60年代〉。《歷史學人01：“強盜“資本家？”》，頁224-257。北京：中信出版社。
- Moore, Allan., 2002, “Authenticity as authentication”, *Popular Music* 21 (2) :209-223.
- Negus, K., 1992, *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London and NY: Edward Arnold.
- Negus, K., 1996, *Popular Music in Theory: An Introduction*. Cambridge: Polity Press.
- Negus, K., 1998, “Cultural production and the corporation: musical genres and the strategic management of creativity in the US recording industry”, *Media Culture & Society*, Vol. 20: 359 - 379
- Negus, K., 1999, *Music genres and corporate cultures*. UK : Routledge.
- Neff, Gina., Wissinger, Elizabeth., Zukin, Sharon., 2005, “Entrepreneurial labor among cultural producer :’ Cool’ jobs in ‘hot’ industries” . *Social semiotics* 15 (3) :307-334.
- Peterson, Richard A., Berger, David G., 1990, “Cycles in Symbol Production : The Case of Popular Music” , *On Record : Rock, Pop and Written Word* : 140-159.
- Regev, M., 1997, “Rock Aesthetics and Musics of the World. “ *Theory, Culture and Society* 14:125-142.
- Regev, M., 2002, ” The 'Pop-Rockization' of Popular Music," *Studies in Popular Music*, edited by RIAA網站：<http://www.riaa.com/index.php>
- Sguker, Roy, 1994, *Understanding Popular Music*. London and New York:Routledge.
- Tung-Hung, Ho, 2003, *The social formation of Taiwan's Mandarin popular music industry*. Doctoral dissertation, Lancaster University.
- Wicky, Peter,著、郭政倫譯，2000，《搖滾樂的再思考》。台北：揚智。(Wicky, Peter,1990, *Music : Culture, Aesthetics and Sociology*. Cambridge University Press.)

中文資料：

- Cello kan, 1994.11, 〈那一天我訪問了林強〉。《非古典》No.11, 頁34-43。台北：非古典流行音樂社。
- 「Inter-Asia Popular Music Studies」：<http://interasiapop.org/>
- IFPI網站：<http://www.ifpi.org.tw>
- Tony, 1987.7, 〈街頭的旋律〉。《搖滾客》第2期, 頁11。
- 丁曉雯編著，2012，《我們的音樂課 記大學城1983-1993》。台北：時週文化。
- 《今日》雜誌，1968，《1956~1968台灣熱門音樂發展史》，第37期。
- 中國出版公司，1988，《中華民國七十七年出版年鑑》。台北：中國出版公司。

- 中華音樂人交流協會（陶曉清、馬世芳、葉雲平編輯統籌），2009，《台灣流行音樂200最佳專輯1993-2005》。台北：時報。
- 王祖壽，1984，〈拒絕領獎的小子？〉。《民生報》12月2日，12版。
- 王威寧，1981，〈「編曲大王」陳志遠〉。《聯合報》7月18日第9版。
- 王祖壽，1988，〈唱高調一名驚人！費玉清飯碗不飽？張雨生個子小聲勢不小〉。《民生報》11月3日，10版。
- 王曙芳，1990，〈一種非主流的聲音〉。《中國時報》10月8日第21版。
- 王駿，1993，〈早安台北 美軍、美軍電台，以及我(下)〉。《中國時報》9月23日人間副刊。
- 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》。中正大學電訊傳播所碩士論文。
- 王啟仲，2008，《遙望十字街頭—論台灣搖滾場景中吉他技藝的養成與轉化》。國立清華大學社會學研究所碩士論文。
- 王墨林，2008，〈昨日，革命已漸行遠去……〉。《藝術與社會》
<http://praxis.tw/archive/post-3.php>
- 王筱君，2011，〈叫他傳奇 一天編一專輯〉。《聯合報》3月17日，A7。
- 王維菁，2012，〈著作權與台灣影視產業的政治經濟分析：著作權法、影視產業與市場控制〉。《新聞學研究》第111期，頁129-197。
- 王受寧，2014，《二戰前後左派音樂影劇對台灣的影響》。臺北：唐山。
- 水晶有聲出版社，1987.06-1990.01/02，《搖滾客》，no1-no22/23。
- 水晶有聲出版社，2000，《搖滾客》復刊一號。
- 方無行，1988.1，〈七十六年台灣通俗音樂概觀（上）〉。《搖滾客》第八期，頁20-21
- 方無行，1988.3，〈七十六年台灣通俗音樂概觀（下）〉。《搖滾客》第十期，頁12-14
- 丘延亮，1966，〈現階段民歌工作的總報告〉。《草原雜誌》第2期，台北：頁54-89。
- 白紀齡，1995，〈「打」通台灣唱片工業的任督二脈〉。《非古典》第十六期，頁32-37。台北：非古典流行音樂社。
- 白紀齡，1995，〈散發地下音樂人的自由與不羈，創作呈現邏輯之外的聰慧！—骨肉皮：Another interview〉。《非古典》第十八期，頁32-36。台北：非古典流行音樂社
- 立方計劃空間，2014，〈「造音翻土—戰後台灣聲響文化的探索」展覽手冊〉
- 任將達，1987a，〈搖滾客的話〉。《搖滾客》第一期，頁5。
- 任將達，1987b.8，〈搖滾客的話〉。《搖滾客》第三期，頁2。
- 任將達，1988.10，〈搖滾客的話〉。《搖滾客》第十四期，頁1。
- 任將達發行，1989，《搖滾之聲：新音樂百科全書》。台北：搖滾客音樂資訊月刊。
- 朱恩伶，1981，〈李雙澤的歌那兒去了？〉。《綜合樂刊》第157期，頁86-97。
- 朱元鴻，2000，〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉。《文化產業：文化生產的架構分析》，頁11-45。台北：遠流。
- 朱元鴻，2001，〈聽不清的切分音Inaudibly Syncopated〉。《文化研究月報》第十期。
http://in.ncu.edu.tw/csa/oldjournal/10/journal_park66.htm
- 亦威，1989a.8，〈搖滾客的話〉。《搖滾客》第十八期，頁2。
- 亦威，1989b，〈「搖滾·態度·生活」黑鳥訪問記〉。《搖滾客》第20期，頁4-6。
- 台灣師範大學民族音樂研究所多媒體應用組
<http://web.ntnu.edu.tw/~697910315/taiwan.html>

<http://archive.music.ntnu.edu.tw/shellac1/eracontent-03.html>

- 李振群，2009，《成名在望：獨立搖滾樂團「原真性」的建構》。國立政治大學廣告學系碩士論文。
- 李亭瑤，2011，《台灣流行音樂詞曲創作者之文化勞動與創作者自主性研究》。天主教輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 李宏宇，2009，〈20年前，如果不叫搖滾…… 從《尋找小珂》到《再見 烏托邦》〉
<http://www.infzm.com/content/26388>
- 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：一個徵兆性的考察〉。《文化產業：文化生產的結構分析》，收錄於張苙雲編，頁149-224，台北：遠流。
- 何東洪、鄭慧華、羅悅全等編著，2015，《造音翻土：戰後台灣聲響文化的探索》。新北市：遠足文化。
- 沈芝見，1990，〈但願長醉於現實中 訪唱片製作人 鈕大可〉。《台灣唱片業的一過去、現在、未來》，頁數210-213。台北：傳莘雜誌社。
- 林怡伶，1995，《台灣流行音樂產製之研究》。政治大學新聞研究所碩士。
- 林怡伶，1996.07，〈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25卷第2期，頁11-31。
- 林怡瑄，2003，《台灣獨立唱片研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 林秀美，2010，〈臺大人的流行音樂 Music Garage—陳秀男的人生清單〉。「台大校友雙月刊」<http://www.alum.ntu.edu.tw/wordpress/?p=9317>
- 林奇伯，2000，〈樂團時代來臨！一千禧年台灣刮Band風〉。《台灣光華雜誌》。網址http://www.taiwan-panorama.com/tw/show_issue.php?id=2000128912072c.txt&table1=0&cur_page=1&distype=text
- 林馥郁，2012，《都會·流行·李宗盛—李式情歌文本中的性別敘事與愛情話語》。國立中興大學台灣文學研究所碩士論文。
- 林文棋，〈三十年來台灣電影中台北的呈現〉
<http://www.ncu.edu.tw/~wenchi/review/taipei.html>
- 周昭平，1999，《台灣唱片公司華語流行歌曲產製策略研究：滾石國際與新力音樂的個案比較》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- 卓冠齊，2003，《台灣著作權衝突的三個階段分析(1960-2002)》。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 明立國，1982，〈從李雙澤到羅大佑〉。《音樂生活》第39期，頁72-77。
- 吳心柳，1977，〈流行音樂需要提昇〉。《音樂與音響》第52期，頁25-29。
- 吳正忠，1994a，〈where is the 《band sound》？從台灣合唱團的發展談起〉《非古典》第一期，頁98-105。台北：非古典流行音樂社。
- 吳正忠，1994b，〈打歌，打歌 把歌打死！〉《非古典》第十期，頁114-119。台北：非古典流行音樂社。
- 吳正忠，1994c，〈流行音樂≠夢工廠—論偶像文化對流行音樂的影響〉。《非古典》第五期，頁74-80。台北：非古典流行音樂社。
- 非古典，1995，〈國台語CD站〉。《非古典》第十一期，頁135。台北：非古典流行音樂社
- 苗延威，1991，《鄉愁四韻：中國現代民歌運動之社會學研究》。國立台灣大學社會學

- 研究所碩士論文。
- 姜振豐，2008，《從校園民歌的興衰探討八〇年代台灣的社會文化》。淡江大學歷史學系碩士班碩士論文。
- 夏迪，1989，〈演藝圈唱片界個性化時代來臨〉。《聯合報》2月20日，17版。
- 柯俐如、施雅慧，2010，〈段鍾沂一本初衷 堅持做好音樂〉。《淡江時報》第788期 瀛苑副刊第三版。
- 祝驪雯，2011，〈衣香鬢影的台灣流行音樂20年：專訪資深唱片人祝驪雯〉。《滾石30 1981~專輯全紀錄》，陳美君訪談，頁26。
- 「音謀筆記」：<http://ieph.bluecircus.net/>
- 南方都市報，2010，〈“滾石唱片“這些年〉。
http://big5.taiwan.cn/yj/mlkp/201003/t20100315_1283543_7.htm
- 段鍾沂，1976，〈搖滾樂和生活是一體的！〉。《滾石雜誌》第十期，頁15。
- 段鍾潭，2011，〈段鍾潭：我一輩子只做了滾石〉。「文化周末」第132期。
http://cul.china.com.cn/weekend/2011-04/27/content_4162590.htm
- 段鍾沂，2011，《滾石30 1981~專輯全紀錄》。台北：滾石。
- 徐楓惠，2006，《從九〇年代地下搖滾樂看台灣另翼搖滾主體性的指涉》。南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
- 馬世芳，2014，〈目擊陳昇和伍佰的第一次〉。《耳朵借我》，頁224-230。台北：新經典。
- 畢繫舟，1985.03，〈論中國流行歌曲（上）〉。《罐頭音樂》第34期，頁56-59。
- 倪重華，2013，〈從吳俊霖唱到伍佰〉。「鏗鏘真言」，引自「KKBOX」名人專欄
<http://www.kkbox.com/tw/tc/column/celebrity-43-33-1.html>
- 許紹軒，2013/4/1，〈蔣介石時代 ICRT創辦人指導軍樂隊〉。《聯合報》。
- 陳明宏，2001，〈復興崗五十年「音的风景」之回顧〉。《復興崗學報》第73期，頁309-358。
- 陳子鴻，2008，《台灣唱片業跨國營運模式之研究》。國立政治大學商學院經營管理碩士學程企管組商學碩士論文。
- 陳樂融，2014，〈(出土)「UFO TOUCH」28：「飛碟音樂」雜誌改版言〉。「陳樂融自選輯」<http://fc.ktchiu.com/?p=4354>
- 郭麗娟，2008，〈台灣搖滾就在今夜—反映時代脈動的音樂人丘晨〉。《源》雙月刊第七十二期，頁42-51。（<http://www.tri.org.tw/per/72/P42.pdf>）
- 張建康，1978，〈編輯手記〉。《滾石雜誌》第28期。
- 張純琳，1990，《台灣城市歌曲之探討與研究（民國二十七十年）》。國立師範大學音樂研究所碩士論文。
- 張文輝、劉衛莉、徐正岑，1992〈退伍，如何面對退燒〉。《聯合報》6月23日，21版
- 張釗維、張育章，1994，〈另翼岸譜 民眾音樂研究初探〉。《島嶼邊緣》第11期，頁6-9
- 張釗維，2003，《誰在那邊唱自己的歌》。台北：滾石。
- 張雨生，1994，〈給寶友繫雨的一封信〉。《雨生朋友會會刊》，來自網路資料「風聲雨聲讀書聲」
<http://windlsx.pixnet.net/blog/post/810322-%E7%B5%A6%E5%AF%B6%E5%8F%8B%E7%B9>

[%AB%E9%9B%A8%E7%9A%84%E4%B8%80%E5%B0%81%E4%BF%A1](#)

- 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，頁109-129。
- 張璧瑩，2006，《戒嚴時期台灣流行歌曲研究（1948~1989）》。國立中央大學中國文學研究所在職專碩士論文。
- 張容瑛，周志龍，2006，〈音樂產業全球化、流動著床與生產模式的重塑—台灣流行音樂產業為例〉。《台灣土地研究》第九卷第一期，頁33-61。
- 張世倫，2011，〈怎樣「反叛」，如何「抗議」？試論「搖滾樂改變世界」的政治想象〉。《台灣社會研究季刊》第81期，頁443-461。
- 張世倫，2014，〈鄉愁與深坑：關於「造音翻土」的兩則視覺補述〉。《今藝術》第258期別冊，頁2-7。
- 黃凱翎，2010，《初探兩千年後「英倫搖滾」在台灣的歷史與市場》。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 黃孫權，2012，〈走出雙展辦 看見幸福（大廈）〉。《聯合報》
http://mag.udn.com/mag/reading/storypage.jsp?f_ART_ID=428149
- 陶曉青，1969，〈我所知道的陽光合唱團〉。《今天》第14期，頁42-44。
- 陶曉清，1975，《熱門之窗》。台北：洪建全教育文化基金會。
- 曾慧佳，1998，《從流行歌曲看台灣社會》。台北：桂冠。
- 雲隱，1975，〈唱歌賺錢的年輕人—訪問愛（艾）迪爾（亞）的年輕歌手〉。《滾石雜誌》第一期，頁12-14。
- 程港輝，1987.8，〈寫在「台北新音樂節'87之前」〉。《搖滾客》，第三期，頁5。
- 楊祖珺，1992，〈民歌手，人民的歌手〉。收錄於《玫瑰盛開—楊祖珺十五年來時路》頁10-41。台北：時報。
- 楊祖珺，1992，〈民歌與政治〉。收錄於《玫瑰盛開—楊祖珺十五年來時路》，頁186-203。台北：時報。
- 楊蕙菁，1998，《從「小虎隊」到「四大天王」—台灣流行音樂偶像崇拜現象》。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 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。
- 葉月瑜，2000，《歌聲魅影：歌曲敘事與中文電影》。臺北：遠流。
- 葉龍彥，2001，《台灣唱片思想起》。台北：博揚。
- 趙士尊，2006，《當我這樣唱：生命故事觀點看張雨生音樂創作的心路歷程》。天主教輔仁大學心理學研究所碩士論文。
- 銘傳大傳科編製，1990，《台灣唱片業的一過去、現在、未來》。台北：傳莘雜誌社。
- 《搖滾客》，1987.11，〈搖滾新聞與地下報導〉。《搖滾客》第6期，頁11。
- 《滾石雜誌》1975-1978，no1-no34
- 蔡宜剛，2001，《搖滾樂在台灣之可能與不可能》。清華大學社會學研究所碩士論文。
- 劉星，1984，《中國流行歌曲源流》。台灣省政府新聞處。
- 劉季雲，1997，《論校園民歌之發展—從民歌運動到文化工業》。國力成功大學藝術研究所碩士論文。
- 劉雅芳，2007，《王明輝與黑名單工作室：台灣新音樂生產的第三世界／亞洲轉向》。國立交通大學社會與文化研究所碩士論文。

- 劉志偉，2012，《美援年代的鳥是並不如煙》。台北：啟動。
- 鄭凱同，2004，《主流與獨立的再思考：文化價值、音樂產業與文化政策的思辨與探討》。淡江大學大眾傳播學系碩士論文。
- 徵信新聞報，1964.08.03，〈熱門音樂〉。
- 編輯部，1979，〈美軍電台何去何從〉。《愛樂之友》第38期，頁127-130。
- 編輯部，1994，〈唱片封套中看不見的面孔系列報導 西洋音樂「篩手」訪談錄〉。《非古典》第一期，頁33-58。台北：非古典流行音樂雜誌社。
- 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。
- 羅珞珈、金祖齡等，1968，〈台灣熱門音樂發展史〉。《今天》第13期，頁12-42。
- 羅珞珈，1969，〈國語·流行·歌曲〉。《今天》第十五期，頁8-11。
- 羅悅全，2000，《祕密基地→台北的音樂版圖》。台北：商周。
- 蕭炬明，1981，〈談青年歌謠〉。《音樂與音響》第91期，頁76-90。
- 顏峻，2004，〈獨立的盟約〉。《誠品好讀》第47期，頁64-68。台北：誠品。
- 顏峻，2005，〈英雄、貴族和地地下一中國搖滾樂的神話年代〉。《燃燒的噪音-當代中國地下音樂評集》，頁392-298。臺北：破週報。
- 顏峻，2006，〈十年一中國新音樂快照〉。《灰飛煙滅》，頁182-187。廣州：花城出版社藍淑貞 1990，〈滾石唱片—拒絕原地打轉〉。《台灣唱片業的一過去、現在、未來》，頁159-161。
- 影音、講座：
- 「今晚，請將耳朵借我 ----李宗盛x馬世芳 華語流行音樂對談」，2014.06.25，台北。
《音樂傳奇》，一路星光·李宗盛（上）2013.1.16，
CCTV<http://tv.cntv.cn/video/C38982/2cbf8b5590734dccb441ecc90c528528>
《音樂傳奇》，一路星光·李宗盛（下）2013.1.17，
CCTV<http://tv.cntv.cn/video/C27619/12002e72beb04bae9862cf9855c01bd7>
- 陳志遠，2012，《如果有一天我不在，樹在 音樂人陳志遠 Made In Taiwan》，華納音樂。
- 盛志民，2009，紀錄片《再見 烏托邦》，中國。
- 「讓世界聽見」李宗盛講座，2013.08.17，香港講座錄音紀錄。
http://blog.sina.com.cn/s/blog_6242cc7f01019zci.html

附錄

一、〈跟得上我吧〉 詞/曲：張雨生

你何不問我 你何不問我 就問我這些日子來是否心依舊
（就問我這些日子來是否仍作夢）
你常常看我 你常常聽我 我大半的時間裡都存在你左右
（我大半的生命裡都投向你眼眸）
你跟得上我吧 你學得還好吧 眼看他無中生有卻越來越茁壯
你跟得上我吧 你還習慣我吧 多少紅塵情愫卻越來越荒涼
你何不問我 就問我這些日子來是否心依舊 （就問我這些日子來是否仍作夢）
你常常看我 你常常聽我 我大半的時間裡都存在你左右
（我大半的生命裡都投向你眼眸）
你跟得上我吧 你學得還好吧 眼看他無中生有卻越來越茁壯
你跟得上我吧 你還習慣我吧 多少紅塵情愫卻越來越荒涼

二、〈永公街的街長〉 詞/曲：張雨生

作詞：張雨生 作曲：張雨生
我來唸歌 請您仔細聽 那個永公街上 說有一個奇怪的人
他每天行來行去 面黑黑又打赤腳 不過他都行去滿滿的垃圾桶
找垃圾桶裡面 別人拋棄的東西 他只在附近遊蕩 全村的人都知道他
我喜歡這樣稱呼他 說他是永公街的街長
他不癡 也不是傻瓜 他不狂 也不常說話
他的世界裡用著弔詭文法 他是永公街的街長
不可以世俗斗量的情感 不可以世俗斗量的牽絆
永公街的街長 他是文明社會的罪與罰
永公街的街長 像隻漂鳥因固執的追尋而跌下
永公街的街長 他在櫻花繽紛裡玩耍
永公街的街長 像隻漂鳥因逆風迷失了方向