

國立臺灣師範大學 大眾傳播研究所
碩士學位論文

初探兩千年後「英倫搖滾」在台灣的歷史與
市場

指導老師：蔡如音 博士
研究生：黃凱翎

中華民國一百年六月

謝誌

終於到了這一刻，頓時間千言萬語不知該從何說起，研究生在寫論文其間所面臨的掙扎徬徨，想必同志們都深有同感：開 word 檔像在摸恐怖箱、腦汁已乾卻仍需持續腦力激盪、山窮水盡卻永不見桃花源……，但如今，我出運啦！終於輪到我寫謝誌了！

首先我要感謝我的指導教授－蔡如音女神，謝謝 Eva 給我無比大的寫作自由，包容我的所有想像空間，更重要的是，總在我即將走火入魔墮入邪門歪道之時，適時的指引我正確方向，讓我不至於誤入歧途，順利完成論文，若不是老師積極地指導我，我絕對無法順利完成論文，謝謝您，也謝謝我的論文口委們：何東洪老師與簡妙如老師，不管是 Proposal 或論文考試，你們都給予我極為寶貴的意見，讓我可以從更多的思考方向切入，而你們豐富的音樂聆聽經驗，更成了我在挖掘台灣音樂歷史的過程中，重要的參考指標，真的很謝謝你們。

謝謝這本論文中的所有受訪者，若沒有你們，這本論文絕對不可能完成。謝謝 1976 的阿凱、回聲樂團的柏蒼、拾參樂團的小寶與小宇，感謝你們在繁忙的巡迴行程中，仍願意毫無架子的接受我的訪談，提供無比寶貴的市場經驗，尤其是小寶，不但熱情的接受訪問，還幫忙接洽，您的大恩大德我永遠感念在心，真的非常非常感謝你們。還有所有的樂迷受訪者，謝謝你們願意接受一個陌生人的訪談邀約，你們寶貴的意見，都成了我寫作論文過程中最重要的研究資料，謝謝你們，然後是我的家人，謝謝父母總是不追問我的論文進度，謝謝你們用最寬容的心給我研究的時間，謝謝你們從我決定要考研究所的那一刻起，力挺到我走出學校大門的那一天，你們是全世界最棒的家人，最後是我的男朋友，他是我寫論文的過程中，最重要也最衰的那個人，當我寫論文寫到脾氣暴躁、火山爆發之時，他總是第一個遭殃，不管是無緣無故的大哭或沒來由的憂鬱症，他都能逆來順受、迎刃而解，辛苦你啦，更重要的是，謝謝你總是抬頭挺胸的走在我前面，讓我能以更積極的心追上你，謝謝你。

最後，不要臉的謝謝我自己，謝謝我自己在無數次想要放棄之時，努力地戰勝心魔；謝謝我自己在瀕臨崩潰之時，仍選擇堅強的讀完這三年。希望自己在出社會後，永遠不要忘記這段地獄之日的煎熬，然後帶著這段時間磨練出來的勇氣與堅強，持續勇敢的在社會上活下去！持續高喊我！可！以！謝謝大家。

論文摘要

本研究最初從研究者本身的聆聽經驗出發，帶出了台灣年輕人對於搖滾樂崇拜對象的轉變，在兩千年以前，美國搖滾樂是台灣大部分樂迷與音樂工作者學習的重要指標，一方面因為美國當時在世界為絕對強國的象徵，另一方面則是美軍駐台時期，建立的台美友好政經關係，進一步穩固了台灣民眾對美國的崇拜思維，在處處美國化的氛圍中，外國即是美國，在戒嚴台灣本土音樂創作受到嚴重壓抑期間，聆聽美國的搖滾樂成了當時青年情緒抒發的唯一出口，不管是過去的史料或是過去的研究文獻，美國的影子在台灣搖滾樂發展的過程中無所不在。

但從九〇年代末開始，台灣的音樂市場中開始出現一批奉英倫搖滾（Britpop）為圭臬的獨立樂團，他們的出現雖然看似渺小，但卻代表了某種重要的改變：台灣的音樂市場開始不再只以美國為中心，兩千年以前總是強調陽剛、以重金屬為主的音樂市場改變了，較為強調陰性、大眾市場接受度較高的英倫搖滾成了獨立音樂中的主流；而他們所培養出來的樂迷，呈現了新世代台灣搖滾樂迷的樣貌，在什麼樣的社會脈絡下出現了這樣的轉變，是過去搖滾樂研究中不曾探討的，卻是對身為英搖迷的我而言，不得不解開的謎題，因此本研究的第一章與第二章皆在挖掘英倫搖滾在什麼樣的時間點、透過何種傳播媒介進入台灣的音樂市場，試圖找出在兩千年以前英倫搖滾曾經在台灣音樂市場中留下的蛛絲馬跡。第三張本研究則透過書寫 1976、回聲樂團與拾參樂團，這三個台灣最具代表性的本土英倫搖滾樂團的故事，描繪出英倫搖滾在台灣音樂市場中的歷史痕跡，試圖為台灣的音樂研究中留下不同的聲音。

在第四章中，本研究發現，台灣的英搖迷與當今新世代文藝青年的外在地徵有許多雷同之處，因此試圖找出背後的原因，先是探索英倫搖滾在台灣的「酷」意涵，接著從三個樂團的主唱形象切入，找出英倫搖滾在台灣與文藝青年之間的文化共同性，最後描述英倫搖滾自溺且自我的音樂特質，如何與當今文藝青年獨善其身的世代認同產生共鳴。英倫搖滾的流行元素搭上風格社會的潮流，文藝青年與英搖迷以類似的穿著風格，在台北街頭重覆進行著酷展演，以一種虛無的自信感奠定了英倫搖滾在台灣的文化優勢認同，但因為對歷史感的輕視，華麗的外表下總是包裹著蒼白的臉孔，「假文青」正是在這樣的社會脈絡下誕生，對什麼都不在乎的無力感，正是我們這一世代青年的共同寫照。

關鍵字：英倫搖滾樂、獨立音樂、文藝青年、搖滾樂、音樂市場、音樂歷史

論文目次

第一章 緒論：在擁抱英搖之前…	
第一節 同樣的我們，不一樣的場景	1
第二節 美國排行榜 out！英國獨立搖滾「新音樂」in！	2
第三節 獨立刊物與電視音樂節目的中介	6
第四節 淡化中的「偉大美國」	8
第二章 九〇到兩千：從一無所有到萬事皆備	
第一節 尋根的九〇年代	12
第二節 從地下到另類，從另類到獨立一九〇末，創作這件重要的小事	16
第三節 網路崛起：30秒，擁抱搖滾巨星	21
第四節 二十三歲的我與十五歲的 Oasis：音樂展演活動的綻放	27
第五節 萬事皆備的兩千年後—遲來的英倫侵襲	34
第三章 他們的故事	
第一節 1976、回聲樂團與拾參樂團	36
第二節 小結—相似的表面，歧異的個體	55
第四章 英倫搖滾的酷行銷	
第一節 英倫搖滾—最「酷」的搖滾樂？	62
第二節 是主唱，也是個人品牌	64
第三節 英倫搖滾與新世代「文藝青年」	68
第四節 品味的標榜與競爭—文藝青年與樂迷的「酷」展演	73
第五章 結論	
第一節 研究發現	79
第二節 研究限制與建議	84
參考文獻	87
附錄一 1976 <壯遊前夕>歌詞	97
附錄二 回聲樂團樂迷調查問卷	98
附錄三 樂迷、樂團訪談大綱	99



第一章 緒論：在擁抱英搖之前…

第一節、同樣的我們，不一樣的場景

他獨自從學校的門口走出，順手從厚重的書包裡撈出一付纏繞在隨身聽上的耳機，傳出的正是余光在廣播節目中介紹的那首美國西洋流行樂，在躊躇半晌仍不知何去何從後，他下意識來到了離家最遠的那間 MTV，遁入私密的包廂中，選了一部自己最愛的音樂錄影帶，隨著輕快而明亮的節奏起舞，暫時忘卻了升學沉重的壓力與青春最叛逆的那股騷動，這是八〇年代末，一個資訊相對貧乏，青年學子們還只能仰賴空中之音的年代，慶幸的是，他還可以擁抱一本重要的音樂雜誌－《搖滾客》。

然後，穿過一個轉角，蔣總統死了，另一個少年步入了九〇年代，同樣的下課時光，同樣的升學壓力，結束和同學在「挪威森林」¹的讀書會後，爲了抽離現實壓力的醜惡，他一樣戴起了耳機，但不一樣的是，隨身聽變薄了，夾在其中隨搖滾樂旋轉的是和同學合買的 Oasis 最新專輯，一片 CD 帶來了一個知名的英國搖滾樂隊，回家後，老舊的收音機被無情的冷落，從電視銀幕中蹦出的是吳大維與高采烈介紹英美最新流行搖滾樂的 Channel V，不知幾個小時過後，他關上電視，從枕頭下抽出最新一期的《非古典》，暗自盤算該將下個月的零用錢和朋友共同合買哪些專輯後，燈一暗，轉眼已是千禧年後。

而我，在 2004 年戴上了耳機，將 1976 的《方向感》音量開到最大，騎著腳踏車在校園裡閒晃，MP3 播放器安分地守在褲袋裡，輕薄的幾乎沒有存在感，從宿舍一路騎到了上課的大樓外，此時音樂已經流轉到了 Coldplay 的那首 <Yellow>，突然覺得再也沒有上課的動力，躲回宿舍的電腦前，將一張又一張最新的英國樂團專輯納爲己有，擁抱 Stereophonic、Coldplay、Travis、Placebo... 等人，不過是短短五分鐘內的事情，然後窩回床上，在被窩中暗自竊喜，瘋狂期待晚上在 Room 335²即將上演的那場 Live 演出。

以上，短短的五百字數，描述的卻是台灣二、三十年間搖滾少男少女之間不同的樣貌，我們都擁有一顆同樣熱愛搖滾樂的心，但隨著時光的流轉，中介的科技與媒體改變了、迷的樣貌與心態改變了、場景更多元且開放了，更重要的是，我們迷戀的對象不同了。對許多成長於八〇、九〇年代的樂迷而言，美國是迷人且不得不熟悉的，它的巨大與權力是許多台灣樂迷當時最重要的集體記憶，六〇

¹ 1993 年開設於公館地區的咖啡館，以濃厚的文義色彩著稱，是當時文藝青年最愛聚集之處，現今已經歇業（羅悅全等，2000）。

² 位於台南市康樂街的 Live Music Bar。

年代台灣的音樂場景，根據陶曉清 1966《暢銷音樂》的相關數據指出，台北樂團得知美國排行榜上歌曲的管道為電台廣播，《今天》雜誌在 1968 年也統計出，當時台灣播放「熱門音樂」的電台就有 17 個之多。這和 1954 年美軍電台 AFNT 開播有強烈的關聯，美軍電台中介了美國排行榜上流行音樂的強力放送，更開啓了國內組團唱西洋熱門音樂的風潮。1972 年美軍停止來台後，政府又於隔年開始了審查歌曲的制度，台灣不論本土或國語歌曲的創作皆受到嚴重的限制，長期親美社會氛圍的薰陶加上國家對意識形態的強力收編，被政府視為「靡靡之音」的本土音樂受到嚴格的控管，聽美國的搖滾樂自然成了當時台灣知識青年情緒發洩最理所當然的途徑（李坤城，2007: 5-10；何東洪、張釗維，2000: 149-152）。

電台廣播在六〇年代到八〇年代間一直是當時台灣青年獲得西洋音樂資訊的重要管道，陶曉清、余光、徐凡、楊嘉、凌威...等廣播 DJ 扮演著文化中介者的重要角色，他們所主持的廣播節目常常是許多樂迷最重要的資訊來源（羅悅全等，2000:19-23），其中陶曉清自 1965 年在中廣主持的「熱門音樂」是國內第一個常態性介紹西洋流行音樂的節目，幾年後又陸續開播了「星海」與「暢銷音樂」，成了樂迷心中重要的指標性人物，之後更一手推動了台灣七〇年代的民歌運動，在台灣西洋音樂的引進與本土音樂創作歷程中扮演了相當關鍵的推手（郭麗娟，2006:57；方美蓉，2008:31-32），而余光除了主持廣播節目外，於 1970 及 71 年分別舉辦了「青春熱門音樂會」與「雷蒙熱門音樂會」，皆引起樂迷廣大的迴響，並在 1983 年創辦了《余光音樂雜誌》，主要介紹西洋流行音樂，更重要的是開啓了邀請西洋流行樂團來台開演唱會的風氣，從 1983 年四月邀請的空中補給（Air Supply）到 1993 年九月的 Michel Jackson，皆是樂迷心目中難忘的經典演唱會（余光音樂策畫官方網站，無日期；何東洪、張釗維，2000:169-175）。

第二節、美國排行榜 out！英國獨立搖滾「新音樂」in！

台灣的廣播電台承襲了美國廣播電台以收聽率為最高考量的經營模式，在以播放已由銷售量證明其流行性的歌曲，吸引更多廣大的聽眾群的前提下，未進入排行榜前四十名的歌曲，根本沒有在廣播電台播放的機會（彭倩文譯，1994: 224-229），九〇年代後，廣播在全球皆面臨了成為舊媒體的危機與轉型，然而，Britpop 在英國嶄露頭角時，廣播在英國仍能扮演重要的角色是因為他們有一個能勇於冒險，不會將市場利潤擺在第一位的非商業電台—BBC，BBC Radio1 的主管 Trevor Dann 在 1995 年下令，Radio1 從此不得再播放 1990 年以前專輯的歌曲，這樣的政策讓 Radio1 興起了一股「新音樂優先」（new music first）的風氣，甚至多次播放在市場上仍未擁有名氣的新銳，尚未發行的單曲或專輯，正因為 Radio1 的支持，讓 Britpop 或其它較另類的樂種，有機會被大眾聽到，甚至完成從另類到主流這種轉換（cross over）的過程（彭倩文譯，1994: 234-244；Hendy, 2000: 750-754）。

然而回到台灣的脈絡之下，這樣的電台是缺席的，在九〇年代前，台灣西洋音樂樂迷所接收的音樂資訊，都是以美國 Billboard、Cashbox 兩份雜誌的排行前二十名為主，因此，儘管中廣的陶曉清與凌威、漢聲的徐凡曾在節目中推廣所謂的「新音樂」(new music)³，但絕大多數仍是美國排行榜上的流行音樂，樂迷接收到的並非「最新」的第一手資訊，而是必須在美國紅了以後才能接觸到的搖滾樂，這樣的「新音樂」根本無法滿足獨立樂迷求新且求變的胃口(羅悅全等，2000:19-23)，Rockstyle 在訪談的過程中提到 ICRT 是他唯一會聽的廣播，然而其前身為美軍電台，經營模式自然和美國商業電台相去不遠，播放的也多是排行榜上的西洋流行音樂，且重播率之高讓他只將 ICRT 是為某種背景音樂來播放，而不會視之為重要的獨立音樂資訊來源(Rockstyle，電子郵件，2011年9月16日)；國內知名樂評寫手陳德政在回顧自己高中時期的聆聽經驗時，對於廣播的印象幾乎是一片空白，唯一一個可以讓自己盡情享受自己喜愛的音樂的是自己和朋友共同經營的電台：

我高中時台南收聽不太到放西洋另類音樂的廣播節目…，那個廣播節目⁴是我和朋友在台南主持的，所以放 Common People 的人是我們。

(陳德政，電子郵件，2010年11月9日)

而在展演的部份，從 1983 到 1984 年間就有十六組國外團體來台售票演出，但這些樂團全脫離不了美國排行榜的榜單，類型也清一色為抒情化的西洋歌曲口味。青年的慾望總是饑渴的，樂迷騷動的情感在八〇年代末，九〇年代初開始積極尋找出路，試圖尋找在美國之外另外一種真正屬於「新音樂」的可能性，在廣播長期無法滿足他們的需求後，他們已經準備伸出中指，關掉收音機，正式終結廣播的年代。

水晶音樂就是在這樣一片蒼白的時代中脫穎而出，負責人任將達在 1986 年頂下「水晶唱片公司」，並隨即簽下八〇年代最重要的英國獨立廠牌 Rough Trade，同年成立了專門推廣新音樂的組織「Wax Club」，全力投入新音樂的推廣工作，並定期於校園中舉辦音樂欣賞會「Wax Show」，在他們的努力與衝撞之下，開始培養出一群走出美國主流西洋音樂框架的年輕人，其實《滾石》雜誌是走在水晶音樂之前的，早在 1975 年，段鐘沂與段鐘潭兄弟就創辦了當時號稱最「美國」的音樂雜誌，也是國內第一本進行搖滾書寫的刊物，但《滾石》的宗旨其實與當

³ 「新音樂」風潮是延續地下音樂的概念，它是一種對美國排行榜流行歌曲的反動，後來「新音樂」這個名詞逐漸被「另類音樂」或「獨立音樂」所取代(張育章，1996: 126; 簡妙如，2002: 182)。

⁴ 陳德政會如此回答是因為筆者問到在他的部落格<Pulp is back!>一文中提到「十八歲在廣播節目將 Common People 放得很大聲……」中所指的廣播節目為何？而 Common People 正是英國 Britpop 時期的重要樂團 Pulp 的成名曲之一。文章網址：

<http://pulp.bluecircus.net/archives/014738.html>

時的廣播電台並無太大的差異，都是盡其所能的將美國搖滾文化中介進來，並進而將搖滾包裝成爲一種「酷」與「叛逆」的生活態度（陳亭妤，2007: 64-65），這樣的「美國化」氛圍一直到了 1987 年 6 月水晶將 Wax Club 擴大爲月刊《搖滾客》後，開始出現了一些細微的轉變。

《搖滾客》不只介紹美國獨立音樂，還將英國的另類新音樂、地下音樂從搖滾樂幾乎等於美國搖滾樂的框架中，提出來另外評論並且報導，除此之外，更隨月刊附贈一捲卡帶（方世煌、賴香菊，2001:19-21；羅悅全等，2000:178-181；陳秀琍，1995:3-4），這捲卡帶不可否認是另一種形式的盜版，但在這種盜版傳播的推波助瀾下，排行榜的那道城牆逐漸在樂迷眼中瓦解，青年們開始接觸到了過去不曾擁有的聆聽經驗，而定期刊載於《搖滾客》封底的英國獨立樂團前三十名排行（圖一），成了獨立樂迷心中的另一項指標，人們開始漸漸瞭解到，除了美國的 Billboard，他們還可以擁有更多。然而，由於財務壓力以及水晶唱片自身面臨推廣民間音樂的轉型期，《搖滾客》在 1991 年面臨停刊的命運，儘管從創刊到停刊只有短短的四個年頭，但《搖滾客》的誕生正式打開了樂迷的視野，讓他們看見了主流西洋音樂之外的世界，從這個時候開始，樂迷們不再將聽覺聚焦於美國排行榜上的音樂，而是開始努力搜尋任何主流之外的聲音。

Artist	Title
1. The Stone Roses	The Stone Roses
2. The Primitives	Lazy '86-'89
3. Spacemen 3	Sound of Confusion
4. The Beatmasters	Anywayawanna
5. Jason Donovan	Ten Good Reasons
6. Young Gods	L'eau Rouge
7. Nirvana	Bleach
8. Fugazi	Margin Walker
9. 808 State	Quadra State
10. Happy Mondays	Bummed
11. The Field Mice	Snowball
12. EPMD	Unfinished Business
13. The Only Ones	Live
Pixies	Doolittle
14. De La Soul	3 Feet High & Rising
Jello Biafra	High Priest of Harmful Matter
The Orchids	Lyceum
Various Artists	Grind Crusher
Cowboy Junkies	Trinity Sessions

圖一《搖滾客》第 21 期封底英國獨立樂團前三十排行榜

本研究所關注的英倫流行搖滾（Britpop）源起於英國九〇年代，乃是抱持著復甦英國六〇年代英倫入侵（British Invasion）榮景的憧憬，英國六〇年代在 The Beatles 的領軍下，於 1964 年攻佔了美國的排行榜，《每日鏡報》（Daily Mirror）甚至爲這股旋風創造了一個新字‘Beatlemania’，「披頭四熱潮」以一股千軍萬馬的氣勢進軍紐約，隔年他們於紐約的圓盾體育場（Shea Stadium）舉辦了大型演

唱會，吸引了五萬五千名觀眾參加，締造了六〇年代的傳奇，而後起之秀 The Rolling Stone 也在同年登上巔峰，但這波狂潮在進入七〇年代後，隨著 The Beatles 的解散與 The Rolling Stone 的式微也日漸衰落，取而代之的是華麗搖滾與龐克，但由於這兩種音樂性質較為前衛，較難引起社會大眾的共鳴，對市場的影響力也就遠遠不如六〇年代 British Invasion 般亮眼，到了九〇年代，英國吹起了一股六〇年代的復古風，樂手們重新拿起吉他，Oasis 在 1994 年發行的首張專輯《Definitely Maybe》正式吹響了 Britpop 狂潮的號角，其他代表樂團還有 Suede、Blur、Pulp…等搖滾樂團，主要仿效的對象就是 The Beatles 或是 The Smiths 等曼徹斯特風格⁵，（鄭兆琪譯，2006:25-36、120-126；胡子平等，2000:290；黃伯逸譯，1999:55-69；Dominic, 1995: 61）。

在這之後，Britpop 一路從英國攻佔了美國排行榜，之後流行到亞洲地區的泰國、日本，幾乎與英國流行同步，泰國著名的女性 DJ Wasana Weerachatplee 在 Oasis 發行首張專輯的同年，就已經在她的電台中播放各式各樣她號稱世界上「最現代」的 British 音樂，同時，也有許多英式搖滾的大團前進曼谷舉辦 Live 演唱會，如 1995 年於曼谷 MBK Hall 演出的 Radiohead、同年於 Dance Fever 演出的 Suede，一直到 1997 年間，還有 Ash、Cast 以及 Blur 等，這些都是在 Britpop 浪潮中數一數二的經典樂團，在 DJ 的引進以及演唱會的激勵下，曼谷在 1994 年就已經出現第一支宣稱自己為泰國英搖團的獨立樂團—Crub（Sawangchot & Wattana, 2007:64-67）。而日本在 1996 年也藉由 PolyGram K.K. 在日本的唱片分公司，以「Let's UK!」的口號試圖開創 Britpop 在日本的市場，在一連串的行銷策略主導下，於 1996 年邀請了 Pulp, Menswear, Gene, Cast, Shed Seven…等當紅 Britpop 樂團至日本巡迴演唱，在唱片公司的努力下，日本的年輕人開始區分美國與英國樂團之間的差異，並且對來自英國的獨立樂團產生濃厚的興趣，PolyGram K.K. 的執行長 Ikuzo Orita 表示：「年輕的日本小夥子真的很想聽『新的』英國團的音樂…他們知道英國表演者的聲音以及特色都與來自美國的樂團完全不同，我們日本人可以區分他們的聲音以及樣貌是不一樣的。」（McClure, 1996: 37）。

在同樣的時空脈絡下，台灣的音樂場景又是如何呢？是不是也有一群人，正努力的將 Britpop 介紹給當時的年輕人？本研究從自己身為台灣英搖樂迷的角度出發，初步觀察到 Britpop 一詞在兩千年後，成了台灣音樂市場中經常挪用的音樂類型標籤，但為何是兩千年後？這樣的標籤又是如何被定義出來的？「本土英搖團」這樣的代名詞又切割出了什麼樣的青年文化？這些問題都是本研究急欲探討的焦點。

⁵ 在八〇年代末到九〇年代初，英國主要有兩大風潮深深影響著英倫流行樂界之後的發展，一個是 Shoegazing，另一個便是從曼徹斯特這一流行音樂重鎮所引發而出的曼徹斯特「瘋」潮—融合了 Acid House 舞曲節奏與八〇年代遺留下的新迷幻搖滾風格於一體的新穎樂種（胡子平等，2000:292）。

第三節、獨立刊物與電視音樂節目的中介

翻開過去的文獻與歷史，似乎看不到這一群人的影子，如前文所述，台灣在九〇年代之前，不論是主流唱片市場或流行音樂廣播，一律將英美音樂統稱為「西洋音樂」或「熱門音樂」，在兩千年之前台灣民眾對於英國的了解，或許可以從九〇年代的搖滾書寫中看出些端倪：

對本地聽眾而言，來自英國有關人文地理政經教育社會的資訊，遠不如美日等國，一般人對英國的印象，正如同在霧裡看倫敦一般，模糊一片…

（方無行，1994: 89）

但當我們將歷史的爬梳向下挖掘自地下，有一些青年消頹的身影與蒼白的臉孔逐漸浮現，我們可以從一些獨立唱片行與獨立唱片公司、音樂獨立刊物的成立看到當時一些青年力圖擺脫美國排行榜的奮鬥與掙扎。

除了前文曾經提過的水晶唱片與他們的獨立刊物《搖滾客》，還有成立於1989年的「藍儂唱片行」與他們於1991年創刊的《獨立音樂評論》，儘管「藍儂唱片行」在1992年就不敵財務壓力結束營業，但當時他們是第一間代理英國獨立音樂廠牌4AD⁶的唱片行，透過他們的中介，台灣樂迷終於有機會接觸到來自英國的獨立音樂，在當時的獨立樂迷間颯起了一股4AD風潮，成了當時文藝青年不能不知道的神聖符碼（羅悅全等，2000:155-159），當廣播日趨保守無法提供前衛的音樂資訊時，獨立刊物往往會取代廣播的角色，彌補獨立樂迷迫切且巨大的需求，不論是英國、日本或台灣，到了九〇年代中期，廣播都陸續成為所謂的舊媒體，獨立刊物日漸成為樂迷獲取最新資訊來源的主角（彭倩文譯，1994:259；McClure, 1996:37），如果對成長於八〇年代末的青年們而言，《搖滾客》適時地提供他們灌溉音樂息壤的重要養分，成長於九〇年代末期的陳德政則翻開了《非古典》：

我高中的時候就都跟同學一起看外國的音樂雜誌（NME）阿，一起互買CD然後交換聽，國內那時候只有《非古典》可以看，資訊不太夠…

（陳德政，田野筆記，2010年9月18日）

《非古典》是國內九〇年代少數的流行音樂雜誌之一，創刊於1994年，主要作者有吳正忠、翁嘉銘、林志堅、白紀齡、Cello Kan、徐昌國、林哲儀、曹子傑、葉雲甫、楊久穎…等人，介紹的音樂類型則包括了國內及西洋的另類、搖滾與爵

⁶ 為八〇年代英國竄起的著名獨立唱片廠牌，創始人為 Ivo Watts-Russell，旗下的藝人都是依他的喜好進行挑選，使得4AD一時間成為一種樂風品位的代名詞，進入台灣後，也因為小眾的傳播方式，為它冠上了神化的色彩（羅悅全等，2000:158）。

士音樂，只可惜當時國內音樂分眾的市場尚未成熟，無法支持這一類型流行音樂刊物的發行，因此在兩年後《非古典》便宣告停刊，同時期的《領先》、《獨立搖滾》、《音痴》、《B-Side》…等獨立刊物也都在短暫的綻放後，於千禧年來臨前陸續在一片嘆息聲中宣告停刊，而對樂評馬瓜而言，最重要的認識英式搖滾這個名詞的途徑是港版的《音樂殖民地》，以袁智聰為主筆的港版《音樂殖民地》在 Birtpop 黃金時期就常以 Oasis、Blur 等樂團做為刊物封面（圖二），並大量地提供英式搖滾的相關資訊，是一本引進英倫搖滾資訊進入台灣相當重要的刊物：



圖二 港版《音樂殖民地》第 72 期 Oasis 封面與內頁

還有當時萬象出版社出版的「音樂瘋」系列書籍，但就如同馬瓜所說的：「那種書只有像我們這種人才會找來看…」，因此萬象出版社也在不久後吹下了熄燈號（馬瓜，訪談，2011 年 2 月 19 日）。

1995 年發行的《破報》是唯一在如此蕭條且克難的市場環境中生存下來且發行自今的獨立刊物，它是成長於九〇年代與千禧年後青年們的共同記憶，不但是九〇年代最重要的台北青年文化刊物，直至今日它的重要性仍無可動搖，從創刊即開始即投入相當篇幅於地下樂團、電子舞曲文化、噪音…等另類音樂類型的介紹，並鉅細彌遺的台北文化活動資訊（羅悅全等，2000:240），Rockstyle 和我一樣是成長於 2000 年後網路世代的受訪者，在談到獨立刊物對自己蒐尋音樂資訊的支持時，也提到了《破報》的重要性，強調在許多獨立刊物（T-MAG、ELVIS⁷）陸續停刊後，能繼續提供獨立音樂資訊的媒介，除了網路部落格的樂評寫手外，《破報》已經是一種無法取代的存在（Rockstyle，電子郵件，2010 年 11 月 9 日），至今它仍會固定提供英國重要音樂刊物 NME 的排行榜供讀者參考，

⁷ 《T-MAG》為 T-WAVE 唱片行發行的免費音樂刊物，創刊號為 2000 年九月，主編為知名樂評人小樹；《ELVIS 數位音樂雜誌》則是滾石文化於 2005 年 6 月創刊的音樂雜誌（黃伯凱，2005；滾石文化官方網站，無日期）。

而《搖滾客》在 1991 年停刊後，於 2000 年推出了《搖滾客複刊號》，延續水晶唱片推廣新音樂的使命與衝撞的力量，《搖滾客複刊號》一度成爲千禧世代青年搜尋獨立音樂資訊的首選（Hug，2000:74；張鐵志，2000:119；Owen，電子郵件，2010 年 10 月 28 日）。

Britpop 於全球掀起餘波盪漾的九 O 年代，對台灣許多樂迷而言有一件無比重要的大事也發生了，那就是 MTV 與 Channel V 電視台分別於 1991 年與 1994 年的開播，它填補了樂迷們自從 MTV 包廂在台灣被明文法規禁止且取締殆盡後，無法看到西洋最新音樂錄影帶的遺憾，VJ 們專業且生動的介紹也取代了廣播中制式且保守的電台 DJ（羅悅全等，2000:22-23；Channel V 官方網站，無日期），廣播電台的中介自此幾乎被樂迷從生命中完全剔除，樂迷 Owen 在訪談的過程中提起了 MTV 與了 Channel V 在他生命中的位置：

那時候網路資訊也是很零缺，所以我都以很單純的到唱片行買 CD 為樂趣，電視節目當然還是以 V 頻道和 MTV 為主，最有印象的 VJ 就是吳大維跟李蒨蓉阿。（Owen，電子郵件，2010 年 10 月 28 日）

當時的「另類酷樂」則是馬瓜最喜歡的音樂節目，著名的 VJ 有豬頭皮與趙一豪等人（馬瓜，訪談，2011 年 2 月 19 日），而 Rockstyle 則補充了在 TVBS-G 頻道播出由 Johnny 主持的「西洋大樂兵」是他的最愛（Rockstyle，電子郵件，2010 年 11 月 9 日）。

儘管 Channel V 與 MTV 等音樂電視頻道的開播，提供了樂迷或取資訊來源的另一種可能，但 Owen 的經驗闡述了樂迷要從大眾傳播媒體中獲取音樂資訊似乎仍難逃「美國中介」的命運，在這些音樂頻道中，美國流行樂的比例仍遠遠高過英國或其他歐洲國家，「我那時候還以爲 Oasis 是美國樂團…」，Owen 如此悻悻然的說，顯見當時僅管 VJ 引進了一些 Britpop 的資訊，但在「這些樂團在美國紅到爆」的思維下，英國樂團的獨特性並沒有被凸顯，甚至與美國樂團畫上等號。

第四節 淡化中的「偉大美國」

如前文所述，五 O 年代美軍駐台、美軍電台開播後，搖滾樂便在西洋音樂或熱門音樂的框架下，進入台灣的流行音樂場域，在這樣的過程中，美國排行榜上的音樂掌握了豐厚的媒體資源，台灣政府也縱容美國流行音樂在各大美軍俱樂部中廣爲傳唱，就連台灣第一本搖滾音樂雜誌—《滾石》也都是以中介美國音樂文化進入台灣爲創刊宗旨，在壓抑的政治經濟環境下，本土的音樂創作能量無法釋放，青年抑鬱的情緒只能在美國的流行樂中找到出口。

陳明麗回想起七〇年代間那段淨化歌曲的時期，將聽覺上的缺乏與渴望投注在美國音樂上的記憶，生動地描述如下：

直到現在當我聽到當時的淨化歌曲〈月亮代表我的心〉、〈你儂我儂〉都還會隱隱的做噁…也就是從那時開始，西洋音樂走進我們的時代，讓我們對美國音樂完全敞開胸懷…。

（陳明麗，2007；轉引自陳亭妤，2007:62）

台灣民歌運動的推手楊祖珺回想起自己年輕時對美國的崇敬，說了以下這段話：

十幾二十歲的時候，美國歌曲倒背如流，彷彿漏掉一週排行榜，對「祖國」文化的了解就落伍了些，美國兩百年的文化特色要比中國文化五千年的朝代名稱還要熟悉。生活習慣上、思想心態上，處處美國化。

（楊祖珺，1992:90）

台灣的戒嚴時期長達三十八年，也是因為這樣獨特的歷史，讓台灣在音樂文化的流通上有其獨特的脈絡，在解嚴之前，台灣音樂創作嚴重缺乏，媒體刊物也在資金貧乏且言論受到嚴密看管的環境下，無法發揮中介另類音樂的功能，在這樣的社會脈絡下，美國流行音樂的出現對許多急需其他聲音的年輕人而言，猶如海中浮木，甚至找回聽覺上的尊嚴；更重要的是，美國對台灣的金援政策，讓美國在台灣人民心中留下偉大、友善、文明且進步的象徵，做為一個值得仿效的世界第一民主大國，美國產出的流行音樂自然被當時的青年視為酷的象徵，「處處美國化」成為當時台灣青年最深刻的世代記憶。在西洋國家等同於美國的思維下，台灣一直到九〇年代末對英國的印象仍十分模糊，台灣本土重要的英倫搖滾樂團之一—1976在1999年發行了第一張專輯《1976-1》，當時台灣的獨立音樂圈是這樣形容他們的：「1976可能是1999年最被期待的台北獨立樂團，樂風走向是國內『少見的』英式民謠搖滾…」（羅悅全等，2000:249）。

但英式/英倫搖滾元素在當今台灣的音樂市場中仍「少見」嗎？不管是陳明麗或是楊祖珺的經驗，都是台灣在六、七〇年代甚至持續到八〇年代的光景，我在1986年出生，待我成長到接觸搖滾樂的兩千年後，這些論述看起來都已經太遙遠了，如果將高中聽的那些日本動漫主題曲排除在外的話，我與搖滾樂的接觸是直接從英國開始的，美國就被我這樣不經意的被我跳過了，待我回首美國在台灣偉大與進步的曾經，一切看起來都是那麼陌生且疏離，Straw認為音樂與世代之間的關聯是非常強烈的，世代的身分感是構築在同年齡層前輕人的文化經驗之中，而我們生命週期的集體運動是和歌曲、電影、書籍以及歷史事件的更迭交纏在一起的（蔡佩君、張志宇譯，2005:78），兩千年後我的搖滾樂聆聽經驗與陳德政青年時期的自述產生了強烈的共鳴：

大學時一心想去英國念研究所，朋友都笑說我是一個被英國蠱惑的人。房間牆上貼滿著英國樂團的海報不說，連喝水用的馬克杯、鑰匙圈、桌布，都是從倫敦帶回來的印滿著英國米字旗圖案的紀念品…

(陳德政，2004)

這是多麼熟悉的共同記憶，現在的我也是腳踩著一雙印有 The Who⁸標靶圖案與英國國旗的 All Star，偶爾到巷弄間找一些偏僻的小店，試圖找到一幅自己滿意的英國國旗，讓紅藍相間的米字樣裝飾我在台北狹窄又潮濕的房間，彷彿那樣我的生活就可以完美一些，蠱惑我們年少輕狂記憶的是英國，而不再是美國。

翻開台灣過去搖滾書寫的記錄，焦點仍多著重在邁入兩千年前，那個受美國化影響甚深的台灣搖滾樂壇，如今台灣進入兩千年後已過了十個年頭，那個存在台灣過去三、四十年的美國雖尚未（也不可能）完全消失，但不可否認的是，對我們這群將英倫搖滾與英國文化奉為圭臬的樂迷而言，它的輪廓正日漸模糊，美國的偉大在我們心中正逐漸淡化。本研究試圖給自己被英倫搖滾包圍的青春一個「交代」，嘗試著去回想英倫搖滾進入台灣的途徑與脈絡時，意外地發現一片空白且不知從何尋找答案，儘管找到了成堆的搖滾樂入門教科書，生動且詳盡地描述了英倫搖滾在英國崛起並征服全球的過程，但回到台灣的脈絡中，卻仍有許多未解的謎題，英倫搖滾到底是從什麼時候開始侵佔台灣樂迷的耳朵？美國在台灣搖滾樂迷心中從什麼時候開始不再是唯一的主角？台灣的英倫搖滾樂團從什麼時候、在什麼樣的社會脈絡下、透過哪些傳播媒介開始出現？為了釐清這些問號，從過往討論搖滾樂在台灣的文獻中，試圖去找出英倫搖滾在台灣登場的蛛絲馬跡，成了本研究的首要目的。

因探討英倫搖滾進入台灣音樂市場中的文獻相當缺乏，為了進一步釐清英倫搖滾在台灣歷史脈絡，與曾經走過九〇年代中、末期的樂評、樂團與樂迷們進行深度訪談，成了本研究獲得線索的重要途徑之一，訪談名單如下：

表一 樂團、樂迷與業界人士訪談名單

樂團	日期、時間、地點
回聲樂團主唱 柏蒼	2011年4月14日。PM4:00。台北：政大進南館咖啡館。

⁸ The Who 為英國六〇年代 British Invasion 時期的重要樂團，成軍於 1964 年，於 1979 年配合同名專輯《Quadrophenia》拍攝的電影《四重人格》，將當時出生於勞工階級 Mods 青年真實的生活樣貌般上了大螢幕，至今仍是探討 Mods 文化最經典的電影，也帶動了標靶符號與偉士牌機車的流行風潮，至今歷久不衰 (Bruce & Thomas, n.d.; Leaman, n.d.)。

拾參樂團主唱 小寶、吉他手 小宇	2011 年 4 月 6 日。PM8:00。台北：竹圍捷運站星巴克。
1976 主唱 阿凱	2011 年 4 月 18 日。PM7:00。台北：公館海邊的卡夫卡。
樂評/Live House 經營者	日期、時間、地點
馬瓜	2011 年 2 月 19 日。PM11:00。台南：Kinks。
陳德政	2010 年 9 月 18 日田野筆記（學學文創夏日搖滾地圖課程）、2010 年 11 月 9 日電子郵件訪談。
何東洪	2010 年 10 月 19 日。PM 1:30。台北：輔大。
資深樂迷	日期、時間
Owen	2010 年 9 月 19 日、2010 年 10 月 28 日電子郵件訪談。
Rockstyle	2010 年 9 月 12、16 日、2010 年 11 月 9 日電子郵件訪談。

1976、回聲樂團與拾參樂團皆是台灣背負著英倫搖滾標籤的重要樂團，他們急著尋求認同的青春騷動，巧遇了英倫搖滾狂潮席捲全球的九〇年代，而這段重要的記憶，決定了他們未來樂團風格的定位，在進入音樂市場後，這些樂團如何挪用英倫搖滾的標籤，定位又產生什麼樣的改變，在第三章中有更詳細的闡述。馬瓜與陳德政是就讀台南高中時的同班同學，兩人活躍於台灣樂評界中已超過十年的時間，他們與搖滾樂的相遇起源於英倫搖滾樂，對英倫搖滾樂的熱愛化為成為樂評的動力，這樣的經驗畫出了一道分水嶺，標示著與過往處處美國化不同的世代記憶；而何東洪做為當今 Live House「地下社會」的經營者，見證了台灣音樂從翻唱到創作、從買專輯到看現場演出的歷程，數十年的市場經驗，為兩千年後台灣 Live House 的發展提出有力的見解；Owen 與 Rockstyle 則是喜愛英倫搖滾超過十年的資深樂迷，他們從樂迷的角度出發，描述他們早期獲取音樂資訊的來源，提供了相當寶貴的記憶藍圖，這些人的口述經驗，加上文獻資料的搜尋，成了本研究初步描繪英倫搖滾在台灣音樂市場中歷史脈絡的重要途徑。

第二章 九〇到兩千：從一無所有到萬事皆備

在第一章中，本研究從六〇年代台灣以廣播為主要傳播途徑的脈絡切入，點出早期台灣美國化氛圍濃厚的音樂場景，接著討論了水晶唱片《搖滾客》在八〇年代末的創刊，然後是港版《音樂殖民地》、《非古典》…等中介英倫搖滾資訊進入台灣的獨立音樂刊物紛紛於九〇年代中、末期出刊，他們提供了除了美國之外不同的音樂視角，讓台灣的樂迷有機會看見英國那模糊的影子，Channel V 與 MTV 音樂電視台於九〇年代的開播，逐漸開啓了音樂電視節目的風氣。

英倫搖滾一詞對當今許多台灣的樂迷而言，已經不再陌生，吸收了英倫搖滾的養分，在獨立音樂圈、主流音樂市場中發光發熱的樂團也不在少數，但在討論這些樂團在音樂市場中的定位與狀態前，了解從九〇到兩千年這十年之間，除了上述那些新媒體的出現，台灣政治環境、音樂市場還發生了哪些變化，讓英倫搖滾資訊在兩千年後得以迅速普及，並且攻佔了廣大樂迷的聽覺，乃是首要之事。

第一節、尋根的九〇年代

如前文所述，正當 Britpop 在泰國、日本等地掀起狂潮時，英倫搖滾在台灣的市場上是一片風平浪靜，尚未掀起任何波瀾，台灣的英倫搖滾樂迷似乎仍相當寂寞，同樣是亞洲國家，台灣何以如此置身事外？如同 Frith 的觀點，音樂是社會性的，它從來就不是一個可以獨立於歷史脈絡或社會氛圍之外的客體（彭倩文譯，1994:13-15），要去探究此種現象的原因，回顧九〇年代末，也就是英倫搖滾在全世界最巔峰的那段期間，台灣音樂發展的歷程與樣貌究竟為何絕對是必要的，如果說水晶唱片是台灣九〇年代推動另類、小眾、新音樂進入台灣最重要的推手的話，它從 Oasis 發行首張專輯的 1994 年到英倫搖滾顛峰時期的 1997 年之間，何以沒有發揮太大的功能？在上一章中，筆者曾經提到過水晶唱片創辦的重要音樂獨立刊物—《搖滾客》，它曾經是八〇年代末到九〇年代初獨立樂迷最重要的音樂資訊來源，但在 1991 年停刊後，在後繼無人的困境下，引進英國「新音樂」的途徑便面臨了斷層，小眾音樂資訊的傳遞陷入了空窗期，但水晶唱片與台灣的音樂創作者並不是停滯不前，而是找到了在西洋搖滾樂之外的另一個重心—回歸本土。

台灣自 1949 年國民黨政府來台開始，直到 1987 年的 7 月都採取嚴格的戒嚴威權體制，在這樣的環境下，不論是人民的言論或行為皆受到嚴格的控管，遑論本土音樂的創作，反倒是西洋歌曲自美軍駐台後，在收受美國每年一億美金、約國民生產總值的 6% 的援助下，國民政府抱持著寬容的心態，不管是在廣播或中山北路上林立的美軍 PUB 中皆可輕易聽到美國流行歌曲的傳唱，為了滿足駐台美軍的消費需求，此時台灣出現了許多在美軍 PUB 中駐唱的西洋歌曲翻唱樂團，

樂團的成員多由台灣青年組成，由於收入豐厚，伴隨著當時台灣將美國視為進步、文明象徵的刻板印象，在美軍 PUB 駐唱成了一種高尚且時髦的工作，當時著名的樂團有：雷蒙、石器時代、雷鳥、高凌風的卡士摩、電星、比莉的鵝媽媽、蘇芮的艾克森與薛岳的陽光樂團…等，在那個美國擁有一種絕對優越象徵的年代，本土的音律不但被視為粗俗、沒有價值的靡靡之音，在政府將之視為「對國家沒有任何益處」的觀念下，是完全被禁聲的，幾乎沒有發聲的權利(Shin & HO, 2009:92-96; 方美蓉, 2008:31-34; 李坤城, 2007:32; 何東洪、張釗維, 2000:160-165; 楊克隆, 1998:132-142)。

1972 年美軍停止來台後，台灣的本土音樂創作並沒有因此獲得喘口氣的機會，台灣在七〇年代初先是退出聯合國，之後又面臨了與美國、日本斷交的國際孤立處境，在政府與民眾情緒的鼓吹下，愛國歌曲像《梅花》、《中華民國頌》等取代了之前美國流行歌曲的特權，當時不配合演唱愛國歌曲的歌星，政府就不給予證照，也就無法從事公開演出，這個政策迫使許多台語歌星失去表演舞台，對原本就已經相當貧乏的本土創作歌曲而言，無疑是雪上加霜的政策，1973 年新聞局又開始了歌曲審查制度，推動「淨化歌曲運動」⁹，隔年被查禁的出版作品竟高達五十三萬件之多，為了推行國語政策，1976 年頒布的廣播電視法中的第二十條如下：

電台對國內廣播播音語言應以國語為主，方言應逐年減少，其所應佔比率，由新聞局視實際需要定之。

(李坤城, 2007: 33)

除此之外，還規定在節目中台語歌曲一天不得演唱超過兩首，在諸如此類強烈的政治手段打壓下，封鎖了方言歌曲在廣播和媒體上的發展空間，長期壓抑的結果，導致台灣的台語歌曲創作開始瀰漫濃厚的江湖味與悲情色彩(李坤城, 2007:32-34; 何東洪、張釗維, 2000:181-184; 曾慧佳, 1998:198-201)。這段本土音樂創作的空窗期一直到九〇年代初才終於出現了一絲曙光，首先是廣電法第二十條於 1993 年 8 月被刪除，台灣新音樂的重要推手—水晶唱片在這樣的時空脈絡下，意識到台灣本土音樂創作的長期缺乏，意圖扭轉台語歌曲悲情且弱勢的社會處境，他們在 1990 到 1995 年間，趕上了台灣民主運動狂飆的年代，選擇「向民間轉」，暫時放下推廣英美新英樂的菁英包袱，展現了培養「新台灣歌謠」的轉變與決心。

水晶唱片在 WAX CLUB (1986-1990) 時期，為了將 WAX SHOW 擴大舉辦讓

⁹ 由新聞局主導的「淨化歌曲運動」主要是針對當時的三家電視台，行文要求三家電視台製作節目時，演唱歌曲需有三分之一為「愛國歌曲」、「徵選歌曲」與「藝術歌曲」，凡非淨化歌曲者，皆予以警告並禁唱(方美蓉, 2008: 37; 李坤城, 2007: 32)。

更多人可以聽到英美的另類音樂，他們於 1987 年舉辦了為期兩週的「台北新音樂節」，這個活動堪稱培養台灣獨立音樂創作者的濫觴，在第二屆的台北新音樂節中，他們興奮地宣布 Double X 是台灣的第一個地下樂團，我們可以從張育章（1996:118）在水晶唱片成立之初的觀察看到，水晶唱片最初的動機並不是朝著本土的方向前進：「雖然 WAX CLUB 對當時的音樂環境相當不滿，企求改變，但成立初時並未有製作『本土』音樂唱片的打算。」但 1987 年解嚴後，台灣面臨了社會運動暗潮洶湧且自由之聲不斷湧出的巨大變革，先是在 1990 年爆發了國內有史以來規模最大的學生運動的，以廢除萬年國代為訴求，數千名學生靜坐在中正紀念堂前，這場三月學運，又名「野百合運動」，吹響了台灣民主奮鬥的號角（林美娜，1990），水晶唱片開始正視自己在社會中所該扮演的角色，做為一個激進且衝撞的角色，他們意識到無法自處於社會之外：

水晶唱片意識到要站在一個非主流的文化位置，產品就一定要融合論述、技術與社會中介…80 年代末是一個政治氛圍濃厚的時刻，水晶決定結合文化政治與族群力量，採取一個體制外的戰鬥位置，這樣的想法促成了水晶唱片成為新台灣文化的文化抗爭場域。

（Ho, 2003: 198-199）

在如此決心的趨使下，水晶音樂在第三屆的台北新音樂節開始醞釀了本土衝撞的力量，他們集結了他們在《搖滾客》上徵求的表演樂團與樂手：陳明章、吳俊霖（伍佰）、葉樹茵與黑名單工作室，發行了一張《完全走調》合輯，並且在同年，透過自己與滾石合資的製作公司「索引唱片」，發行了黑名單工作室的搖滾台語正式專輯—《抓狂歌》，專輯中狂躁的旋律與衝撞的歌詞，與當時力求改變的台灣知識分子產生強烈的共鳴，銷售量竟突破十萬張，可謂台灣音樂史上的小眾經典專輯（馬世芳，2010；林怡瑄，2003:30；何東洪、張釗維，2000:183；陳秀俐，1995:4）。1990 年水晶唱片在第四屆的台北新音樂節中，更進一步顛覆了過往的內容形式，節目上不見搖滾樂團的名單，除了在新開張的 ROXY || 舉辦「完全解放」舞會以及「中國民族音樂再出發」座談會，還分別於南投、台北、花蓮舉辦「台灣本土音樂齊步走」演唱會，節目內容不是搖滾樂，而是歌仔戲、恆春民謠、台灣民謠和台灣新民謠。

同年，水晶唱片發行了《戲碼蟻》專輯，由陳明章、林暉哲、李欣芸用吉他電子樂器，重新詮釋台灣的歌仔戲，這一年的新音樂節成了黑名單工作室、林強、Double X、趙一豪、王笛、周志華、吳俊霖（伍佰）、葉樹茵、史辰蘭等人最重要的搖籃，而這批人則成為了台灣新歌謠運動中的主要人物（羅悅全等，2000:182-183），1991 年起，水晶又陸續發行了數張《來自台灣底層的聲音》，內容包括了那卡西酒家歌、夜市叫賣、車鼓陣…等，幾年後在台灣紅極一時的金門王與李炳輝便是其中的樂手之一。水晶唱片的初衷是將自己定位為推廣西洋另類

搖滾新音樂的獨立唱片公司，但在九〇年代初，體悟到音樂脫離不了社會的使命，在社會運動最慷慨激昂的年代，毅然決然地擺脫了『挾洋自重』的心態，試圖重建本地另類樂迷以及創作者的主體性（張育章，1996:117-118），但他們並沒有因此完全拋棄搖滾樂的元素，這波新台灣歌謠運動還有一個重要的突破，便是透過搖滾元素的運用，賦予台語歌曲憤怒與顛覆的力量，擺脫了過去悲情且弱勢的角色形象（方美蓉，2008:31-34；林怡瑄，2003:30-31；何東洪、張釗維，2000:183；曾慧佳，1998:200-201），可見搖滾樂在九〇年代的台灣並未消失，只是用另一種形式與台灣的方言結合，成爲了衝撞體制的重要角色，英語的角色在其中被抽離了，方言的興起與復興成了主角，歷經了長時間的殖民過程，在好不容易解嚴之後，秉持著去殖民化的想像，水晶唱片藉由搖滾方言復甦的帶動，引領了某種向下的力量（蔡宜剛，2001: 50-51），美國與英國的文化透過搖滾樂的中介少了語言的力量在這個時期並不明顯，九〇年代致力於另類搖滾推廣的知識青年們將重心回歸到本土上。

而到了九〇年代末，在流行音樂全球化的浪潮下，台灣的唱片主流市場中瀰漫著一股哈日與哈韓的風潮，來自日本的偶像團體近畿小子、搖滾團體 X JAPAN 與韓國的視覺系偶像團體 H.O.T 吸引了台灣年輕人的目光（楊于萱，2009；哈日杏子，1998），依稀記得我國中時全班幾乎有一半的女生都在收集 H.O.T 團員的小卡與 CD，另一半則是近畿小子的擁戴者，我則奉安室奈美惠爲女神，到了高中以後，我仍然沒有聽過 Oasis，成天耽溺在日本動畫的主題曲以及角色幻想裡面，就這樣，對海外文化有興趣的青少年們幾乎全向日韓靠攏，在無法打進主流市場，另類音樂的推動者與知識份子又選擇「向民間轉」，全心致力於音樂上的本土運動，在這樣的社會脈絡下，在英倫搖滾（Britpop）顛峰時期的九〇年代中期，不論是在主流流行音樂市場或是另類音樂的搖滾書寫中，Britpop 的輪廓都仍相當模糊。

從五〇年代搖滾樂在美國發跡之初，台灣因爲戒嚴體制的實施錯過了與之同步的機會，到了六〇與七〇年代，儘管有廣播電台的中介，讓台灣熱愛西洋音樂的知識青年們有機會接觸到排行榜上的音樂，但親美的氛圍與媒體封閉的社會脈絡導致台灣吸收美國排行榜外的音樂的機會少之又少，八〇年代水晶唱片的成立與《搖滾客》的創刊讓英國的另類新音樂有了進入台灣樂迷耳朵的機會，也在另類樂迷心中埋下了衝撞美國排行榜的種子，但種子還來不及發芽，台灣便面臨了巨大的社會變動，解嚴的狂潮帶來了社會運動風起雲湧的年代，過去那些聽著英國另類音樂的先知青年，選擇先讓台灣的新台語歌謠開出花朵，交叉比對台灣的政治環境與社會脈絡，可以發現，英國搖滾樂在 60 年代 The Beatles 的顛峰時期，曾經短暫征服台灣樂迷的耳朵，但它仍被淹沒在西洋音樂的抽象論述之中，英國搖滾樂的主體性從來就不是台灣流行音樂脈絡中的主角。

英倫搖滾綻放的時刻適逢台灣解嚴，照理來說，可順著媒體環境與社會風氣大幅解放的潮流，跟著大放異彩，但社會運動的迫切需求導致國內的菁英份子們將焦點轉回本土上，當然並不是所有的人皆完全放棄英倫搖滾樂的聆聽，像陳德政與馬瓜就在他們高中升大學的時期趕上了英倫搖滾的狂潮，只是整個社會的對本土議題的看重與關注導致英倫搖滾無法像當初美國搖滾樂在台灣那般獲得極高的注目與資源，所以台灣和其他亞洲國家相較之下，英倫搖滾在台灣的發跡顯得相當晚，若是不將這些歷史因素與台灣獨特的政治社會脈絡放入考量，英倫搖滾當初在台灣的缺席將會不知從何解釋。

第二節、從地下到另類，從另類到獨立—一九〇末，創作這件重要的小事

1976、回聲樂團、蘇打綠、拾參樂團…等這些樂團在樂迷心中除了與英式搖滾或英倫曲風產生連結，他們也往往背負著一個既「神聖」卻又「沉重」的標籤—獨立樂團，當人們將某個樂團定位為「台灣英搖團」時，同時也將它擺放在「獨立音樂」的範疇之下，這樣直覺式的反應或許可以從英國 Britpop 的發展與獨立音樂之間緊密的扣連看出端倪。如果說 Britpop 的狂潮源起於 Oasis 在 1994 年發行的首張專輯《Definitely Maybe》，那麼他們的唱片發行公司，英國的獨立唱片廠牌 Creation 則成功地賦予了 Oasis 「以獨立對抗主流」這樣神聖的標籤做為進攻市場的有利武器，Creation 這個獨立唱片公司由 Alan McGee 創立於 1983 年，主要是繼承了後龐克（Post Punk）年代獨立唱片公司 Crass、Rough Trade…等和旗下藝人五五分帳的的經營理念（Hesmondhalgh, 1999: 37），打破了全球五大主流唱片公司傳統的主雇關係，將歌手與唱片業者置放於同等的權力之下，以一種合作且平等的態度對待歌手的音樂創作。

我們之所以說英式搖滾與獨立音樂有密切的關聯，正是因為當時的代表團體如 Oasis、Blur 以及 Suede 等團，皆是由獨立廠牌發行唱片，象徵對主流音樂市場的反動與抵制（黃伯逸譯，1999:55-69），儘管日後 Hesmondhalgh（1999: 45-54）深入這些獨立廠牌的田野中，發現當時的獨立唱片公司其實在經濟壓力的趨使下，對主流唱片公司的態度從原本的對立姿態轉變成妥協的合作方式，如 Oasis 之所以能在 1996 年成功打入美國市場，成了名符其實的國際搖滾巨星，Sony 在背後的經濟支援乃是主要的成功因素之一，Oasis 日後在市場上的成功似乎諷刺了最初的理念，但獨立精神的初衷始終與英式搖滾形影不離，日後人們在討論九〇年代的 Britpop 風潮也無法將這層傳奇色彩自歷史中抽離，就這樣，英倫搖滾帶著獨立反叛的色彩進入流行音樂市場，儘管被資本主義收編是不爭的事實，但對抗體制的初衷似乎已為它裹上了一層神聖的符號價值。

地下音樂、另類音樂或獨立音樂這樣的論述源自於孕育搖滾樂的西方，而此概念出現在台灣的媒體中，全拜八〇年代末期水晶唱片一連串的活動與音樂推薦

之賜，如前文對水晶音樂在台灣推廣所謂新音樂的描述，1988年水晶唱片所辦的「第二屆台北音樂節」，乃是台灣獨立音樂的濫觴（鄭凱同，2004:48）；而在主流媒體中，最早使用這個詞的乃是當時筆名為「亦咸」的何穎怡，她對獨立音樂的介紹報導最早出現在女性雜誌《黛》上，她在1985年底開始在《民生報》上寫唱片樂評，接連刊出〈何謂新音樂？（叛客篇）〉、〈新音樂—八十年代篇〉、〈地下音樂與大學校園排行榜〉、〈叛客運動十周年的回顧與展望〉，另外在水晶於1989年出版的《80搖滾之聲—新音樂百科全書中》，幾篇關於獨立音樂的文章也都是何穎怡所寫的，她在《80搖滾之聲—新音樂百科全書中》上頭以另一個筆名 Irene Rotten 為獨立音樂下了這樣的定義：「地下音樂（underground music）一詞，來自地下藝術的概念，是指音樂結構、創作手法都和主流音樂有一段距離的音樂。」（Wax Group, 1989: 19；轉引自鄭凱同，2004: 49）

而在1986年七月《Wax Club月刊》的創刊號上，地下音樂的特質也被清晰地標榜出來：「地下音樂…其創作精神和主流音樂頗有一段距離，清新質樸、強烈大膽是它的特質，是英美大學校園中的寵物。」（Wax Club, 1986；轉引自鄭凱同，2004: 49），顯見獨立音樂在台灣初登場時，即以一種出淤泥而不染的高姿態奠定了它高於主流音樂的品味價值，與主流音樂壁壘分明的二元論述，讓獨立音樂在音樂價值的論述中始終都佔有優勢，即使日後出現了許多試圖打破此種二元對立的論述，但獨立音樂在許多樂迷心中仍保有某種神聖且進步的特質。Frith指出，音樂的好與壞並非全然由音樂的本質決定，而是取決於音樂價值如何被歸類及安置，人們又如何以什麼樣的態度來看待音樂，我們必須先決定「聽什麼」、「怎麼聽」，才能夠體會到音樂的價值（Frith, 1996:26），這樣的歷史脈絡，或許可以替英倫搖滾在台灣的優勢定位提供某種初步的解釋。

除此之外，從上述的論述中可以很清楚的看出，在八〇年代的台灣，在小眾的音樂刊物中，開始出現了「地下音樂」的討論，在當時的論述裡清一色用「地下音樂」來區別主流音樂之外的「新音樂」，在這個時期，主要在中介此種論述的非《搖滾客》莫屬，他們定義出所謂的「搖滾精神」，賦予它不媚俗、反叛、獨立、真誠、創造力的優越想像，到了九〇年代初，伴隨著美國跨國唱片行「Tower Record」免費音樂刊物《PASS》中「另類音樂」論述的出現，國內小眾音樂刊物也隨著將論述焦點轉向搖滾樂在美學的強調，凸顯搖滾樂前衛且勇於創新的獨特之處，讓樂迷相信搖滾樂乃是一種超脫於大眾之外、較於優越且進步的音樂類型（陳亭妤，2007:77-78）。

進入九〇年代末後，國內開始依循英國「獨立音樂」（Independent music）一詞的用法，試圖反轉過去地下音樂總是與商業之間二元對立的刻板印象，英國之所以興起這樣的論述或許是爲了替當時獨立唱片業者普片與主流唱片公司合作的模式解套，除了 Creation 爲了獲得更多資金將更多的樂團推向國際與 Sony 合

作之外，還有 One Little Indian 與 PolyGram 的合作，甚至還有一些假獨立廠牌（pseudo-independent label）的出現，像是號稱獨立唱片公司的 Hut 與 Dedicated 期時分別隸屬於 EMI 與 BMG 旗下，只是試圖以獨立唱片的口號打進獨立唱片排行榜，為母公司包辦獨立音樂與主流音樂的市場（Hesmondhalgh, 1999: 45-54）。由此可見，用發行公司來區分何者為獨立音樂已經不在是一個準確的指標，英國的獨立唱片業者開始將獨立一詞轉化為一種「聲音與精神上的態度」，而非僅以過去另類音樂所強調的「美學」或是地下音樂所強調的「機構中的位置」來做為判準，這樣的觀念也伴隨著英國搖滾樂的入侵進入到台灣的搖滾論述之中，兩千年以後，台灣新生代的創作樂團幾乎清一色以獨立樂團自稱。

回到台灣的獨立唱片與樂團創作歷史脈絡中，在八〇年代的台灣，由於製片成本相當高昂，當時的地下樂團不跟主流唱片公司合作，很難有資本發行唱片，如八〇年代中期出現的「紅螞蟻」與「青年樂團」是台灣獨立樂團的原型，便是依循與主流唱片公司合作的模式才會有發片的機會，這樣的發展脈絡突顯出台灣獨立音樂與國外發展的差異之處，由於昂貴的製片成本與無法支撐地下音樂生存的小眾市場，導致台灣期時在獨立音樂發展的初期，根本沒有所謂的獨立唱片公司來支持獨立音樂的創作，依賴主流唱片公司的資金乃是常態，這樣的現象一直到了八〇年代末開始，唱片製作成本下降，由於製作公司愈來愈多，製作與發行可以分開才開始有了改變，也因為這樣的改變才給了由水晶唱片在 80 年代末帶起台灣獨立音樂的風潮的契機，也才會在 1989 年有《抓狂歌》這張專輯的誕生（馬世芳，2010）。

唱片錄製成本的下降，帶動了 DIY 與創作概念的興起與實踐，筆者認為，這件事在台灣獨立音樂的發展中是無比重要的，英美日等唱片工業發達的國家，自製唱片已有一段歷史，在錄音帶還未普及的時代，就有自製自發的唱片，台灣早期由於出版法的限制，一般人沒有自己發行唱片的權力，九〇年代中期後，CD 燒錄器愈來愈普及，接著連 CD 廠的限制都消失了，任何人只要有數萬元的設備，就可以自己出版 CD，終於，在 1994 年出現了台灣五百年來第一張自製自發自銷的專輯—《零與聲音解放組織》的同名專輯，當時的流行音樂研究團體「另翼岸譜」還舉辦了「自己搞歌」系列的音樂表演活動，主旨是提倡當時的非主流音樂創作者發表自己創作的作品，這樣的理念為台灣獨立音樂的創作運動吹響了號角，自此之後，以創作為號召的活動層出不窮。

1995 年沈懷一發行了《高尚流浪漢不該有情緒》，台大的另類音樂社、椰風搖滾社與師大附中吉他社則以「奪回我們的音樂」為號召，舉辦了「酒神祭—地下發聲音樂節」；1996 年有阿福的《來笑歌》，同年舉辦第二屆的春天吶喊首開先例的要求前來參加的樂團，皆必須要有自創曲，「酒神祭」與「春天吶喊」的先例，使的創作這件事成了往後台灣樂團參加音樂季最基本的門檻。而對台灣獨

立樂團而言最重要也最有指標意義的一張專輯乃是 1997 年瓢蟲¹⁰發行的首張 DIY 專輯，這張專輯是台灣第一個樂團形式的 DIY CD，自此之後，樂團自行創作發行專輯變的愈來愈稀鬆平常，創作概念的普及也顛覆了過往樂團僅是翻唱西洋經典搖滾樂的陋習。

當錄製與發行的成本不斷下降後，「創作」成了最有價值的事，從樂團自身發起的改變帶動了樂迷對本土創作搖滾樂團的重視，創作的原真性自此成了獨立音樂最珍貴也不容抹去的標誌，於 1996 年成團的 1976 是台灣第一個以英式搖滾為標榜的獨立樂團，在 1999 年趕上了這波 DIY 的風潮，得以發行第一張自製的創作專輯《1976-1》(羅悅全等，2000:249；毛雅芬，2006:31；管仲暉，2010:57)，而到了兩千年後，科技的發達導致「錄音」這件事愈來愈簡單，成本愈來愈低，過去專業人才的工作，如今已經被電腦科技所取代(方世煌、賴香菊，2001)，創作與自行壓制單曲或專輯販賣對許多獨立樂團而言，幾乎已經是理所當然的第一步。創作概念的普及帶來了台灣樂團的盛世，兩千年時，「交工樂隊」抱走金曲獎非流行音樂類中最佳專輯製作及最佳作曲，「脫拉庫」、「糯米團」、「董事長」、「四分衛」等新興樂團聯手在頒獎典禮台上演出，那一年台灣最大流行音樂獎項「金曲獎」在最佳團體演唱的入圍上創下新紀錄：打破過去「重唱」團體為主流的趨勢，入圍者全為樂團，「亂彈阿翔」樂團獲得最佳演唱團體，高呼「樂團的時代來臨了！」；2001 年金曲獎增設了「最佳樂團獎」，台灣獨立樂團的發展與創作獲得前所未有的重視與肯定(方美蓉，2008:2-3；羅悅全，2004；林奇伯，2000:72-73)。

當然，不容歷史忽視的還有「五月天」的成功，在 2001 年十月時報出版的「五月天」樂團自傳裡，「從地下樂團到台灣 NO. 1 本土樂團…」這斗大的幾個字標註著台灣獨立樂團從所謂地下到主流的轉變過程(cross over)，1999 年及 2000 年，他們是中時「娛樂周報」讀者票選十大偶像歌手、2000 年明日報統計三大唱片通路(大眾、玫瑰、亞洲唱片)十大暢銷專輯、抱走了 2001 年「金曲獎」增設的最佳樂團第一屆獎項(林怡瑄，2003)，五月天最初以獨立樂團之姿，在 1997 年參加了第三屆野台開唱，同年八月即受到滾石唱片的青睞簽約，隔年，他們以一個默默無聞的學生樂團身分參與角頭音樂發行的《少年丕國》合輯，僅僅收錄了〈軋車〉一首歌曲，1999 年發行了《五月天第一張創作專輯》便一砲而紅，同年他們就在台北市立體育館辦了第一場演唱會，聲勢瞬間水漲船高，為台灣獨立樂團寫下了一頁傳奇(五月天官方網站，無日期；翁嘉銘，2004)。

然而，伴隨著知名度而來的，是「背叛」與「出賣」(sell out)的批評聲浪，五月天從以獨立樂團的名義奮鬥到進軍商業體制，最後成為流行音樂市場的常勝

¹⁰四個女孩組成的暴女搖滾樂團，她們自製的五百張 CD 在短時間內就被樂迷搶購一空，這張自製專輯還打入美國校園音樂刊物 CMJ 的排行榜前兩百名(羅悅全等，2000:247)。

軍，只有短短的兩到三年間；這樣的轉變過程在歐美的獨立樂團間屢見不鮮，不管是The Beatles或是Oasis皆是一路從無人問問的小酒館唱上了國際的大舞臺，但五月天做為台灣第一個成功從地下邁向主流的樂團，在樂迷與獨立音樂界的心中自然造成了不小的衝擊，當業界開始意識到「獨立」並不等於「無法賺錢」時，破解過去深深烙印在地下或另類音樂背後那種與大眾疏離、將商業上的成功視為背叛的迷思成了首要之事。

最早試圖打獨立與主流之間壁壘分明局面的，或許是1995年從大陸撤退回來台灣的滾石唱片子公司魔岩唱片，其領導人一張培仁包裝藝人的方式正凸顯了創作型歌手的「創作性」正是市場上最有力的武器（Montell，2001），「他們用很主流的方式做獨立音樂」馬世芳（2010）的說法或許為磨岩唱片獨樹一格的行銷模式下了最好的注解，當時魔岩唱片培植出來的歌手包括張震嶽與楊乃文，唱片的銷售量都非常好，但卻又能讓樂迷能感受到音樂創作的原真性，音樂和藝人之間的連結性是很強的，當唱片的銷量達到一個賺錢的指標時，去打破過往獨立樂迷往往將獨立同等於對抗商業體制這樣的迷思，就成了過去以「獨立」口號來獲取樂迷信任的樂團與歌手們最大的難處，在獨立音樂蓬勃發展之後，解構台灣音樂獨立與主流之間二元對立的論述，已是台灣近幾年來，獨立音樂圈內一致的共識，在2010年十月底一場探討Live House與獨立音樂發展關係的講座中，StreetVoice與「植樂空間」的負責人小樹便說：「以台灣現在的情況來說，區別獨立、主流已經意義不大，比方說從發行體制上來講，你以為的獨立歌手、主流歌手在發行量已經相去不遠，很多獨立歌手甚至是遠遠地超過你以為的主流歌手…」（小樹，2010）。

之所以挖掘一路從台灣地下音樂、另類音樂、獨立音樂語言的使用，到創作與DIY唱片的歷程談起，最後是力求突破獨立與主流之間僵化的局面，是因為這一切在台灣獨立英搖樂團的發展過程中都是有意義的，台灣英搖團的起源相當晚，如果以1976在1999年發行的第一張專輯《1976-1》做為指標的話，當時已是以獨立音樂取代地下音樂的年代，更是創作理念被重視的年代，在一切資源且概念都已發展成熟時，1976以眾人注目之姿走入了獨立音樂的領地，在奮鬥了十多個年頭後，隨著他們在2008年將唱片經濟合約簽給了Sony唱片公司，2010年抱走了第21屆金曲獎最佳樂團的獎項（袁世珮等，2010），開始有獨立樂迷擔心1976變了，甚至在更早之前，同樣標榜著英式搖滾曲風的蘇打綠，也奪下了2007與2008年的金曲獎最佳樂團（蘇打綠官方網站，無日期）。

英倫搖滾在台灣從九〇年代末種子灑下的那一刻，到如今2010年已足足走了超過十個年頭，看似即將走入轉變（cross over）這個不可避免的過程，隨著英式搖滾被愈來愈多的人認識，背後隱藏的商機也日漸被市場上的業者所看中，也不斷驗證了Keir Keightley所說的：「搖滾從流行樂衍生了『民粹主義』，卻是誕生

在流行的土壤上」(蔡佩君、張志宇譯, 2005: 111), 蘇打綠或 1976 的成功都只是開端, 而是什麼樣的契機產生了這樣轉變的過程, 也會在本研究之後的章節中更深入的討論。

第三節、網路崛起：三分鐘，擁抱搖滾巨星

網路對成長於 2000 年後的台灣青年而言, 無疑是最重要的媒體, 我們起床後第一件事不是開收音機, 不會看電視, 更不會是閱報, 我們總在仍睡眠惺忪時就下意識按下了電腦主機的開關, 像是某種例行的儀式般, 開啓了資訊接收與傳輸極大化且無止盡的每一天。

閱讀過去搖滾迷所留下的輕狂痕跡, 常可以看見他們是如何爲了尋找一張唱片而在唱片行留連忘返, 我看見了馬世芳在十六歲那年下課後, 前往中華商場翻找 The Beatles 唱片的身影, 然後是陳德政緩緩地憶起高中在零用錢有限的情況下, 和同學是如何一起平分並且共享那些昂貴且稀有的西洋搖滾樂唱片, 最後, Owen 又是如何侃侃而談在淘兒 (Tower)¹¹ 與佳佳唱片廝混的那些時光 (陳德政, 田野筆記, 2010 年 9 月 18 日; Owen, 電子郵件, 2010 年 9 月 19 日; 馬世芳, 1996:134), 在網路普及之前, 樂迷們逛唱片行和資訊的缺乏有著正向的關連, 由於買唱片或卡帶是聆聽音樂的唯一途徑, 逛唱片行成了樂迷們日常生活中除了吃飯之外最重要的事。

台灣玩團風氣最盛的年代在 1956 年到七〇年代中期, 但此時的樂團並非以創作搖滾樂爲宗旨, 主要是「翻唱」西洋音樂, 並將之視爲賺錢謀生的工具, 與盜版業的黃金時期同步。台灣西洋音樂的流通在八〇年代之前乃是空窗期, 當時國內的唱片業者並無受理國外的唱片, 直到七〇年代中期開始, 四海唱片、海山等國際大唱片公司才開始代理的業務, 在八〇年代台灣開放唱片代理之前, 購買翻版卡帶是台灣樂迷獲得美國搖滾樂/流行樂資訊的最佳途徑, 不但價錢便宜¹², 且在沒有智慧財產權的阻撓之下, 得以光明正大的購買翻版唱片, 對當時的樂迷來說是相當幸福的一件事 (何東洪、張釗維, 2000:173-175)。

即使到了開放唱片代理之後, 相較於唱片行裡一片動輒三、四百的正版唱片, 樂迷們當然還是寧可購買價格低廉且品質優良的翻版唱片, 如當時原名為「三星」的「翰江」就是著名的海盜唱片行, 當時它的出版品多爲反市場的七〇年

¹¹ 位於台北西門町圓環的 Tower 唱片行開設於 1992 年, 是美國 Tower Record 在亞洲地區除了日本之外的第二家分店, 它改變了台灣本地唱片行的型態, 帶起了「逛」唱片行的風潮, 除了擁有當時貨色最齊全的唱片之外, 還發行了兩本免費的音樂刊物—《PASS》和《Pulse》(羅悅全, 2000:161-163; 陳亭好, 2007:77)。

¹² 當時翻版唱片的價格十分低廉, 一張只要十五塊, 又依品質分爲 B 版、豪華 B 版及 A 版, 但價格最高也不超過 150 元 (何東洪、張釗維, 2000: 155)。

代前衛搖滾、迷幻搖滾和重金屬搖滾（羅悅全，2000:189-191），對當時不滿市場上音樂類型單一的樂迷們來說，是相當重要的音樂資訊來源，可以想見，當時「三星」與「瀚江」在八〇年代末的翻版卡帶，肯定成爲了九〇年代玩團年輕人的共同記憶，馬世芳生動地回憶起自己進入瀚江唱片行時的青澀模樣，爲這個時代翻唱卡帶的重要性下了最好的註解：

你發現了一間小小的唱片行…你怯生生地走進去，赫然發現架子上整排的卡帶，都是傳說中難得一見的經典名盤，沒有廠牌、沒有版權，設計陽春之至，只有一張薄薄的皮，卡帶上的標籤要自己寫、自己貼，一捲七十元。後來你知道，他們是老闆自己錄來賣的—這些唱片，當時根本沒地方買，所以沒有人會責怪老板侵犯了什麼權。

（馬世芳，1998:25）

然而，這些洋洋灑灑的唱片與卡帶歷史，看在成長於兩千年後的網路世代青年眼中，卻是相當陌生的，不管是曾經叱咤東區與西區的淘兒，或是曾經帶著獨立另類色彩而能千古留芳的三星與瀚江，在我們的成長記憶中卻都只是一片空白，從我有印象以來，搜尋音樂資訊的來源就是網路、網路還是網路，唱片行只是偶爾閒晃的地點，也可以說是我累積象徵資本的場域，在網路資源充裕的時代，我不再需要含辛茹苦地購買一張 CD 才能聽到搖滾巨星的創作，而是可以坐在電腦前，吹著冷氣，輕輕鬆鬆地看著部落格或 BBS 上樂評所推薦的專輯，然後進入我最愛的論壇，在短時間內搜尋到我所愛的那張專輯，然後，滑鼠一按，一分錢都不花，十分鐘後我就可以聽著那張搖滾專輯入眠。儘管看在唱片業者或資深樂迷眼中這樣的音樂賞析態度，或許會讓人頭滴血，但網路快速且二十四小時的特性，確實養成了我們這一代樂迷速食且隨興的聆聽經驗。

台灣網路的發展醞釀於 1985 年，1991 年的十二月三日則是我國正式連接全球 TCP/IP Internet 第一天，到了 1992 年四月國立交通大學千餘間寢室之宿舍網路正式啓用，隨後科技發展專案經費支持的研發計畫 Seednet 搭上此一趨勢，協助 TANet 中文化軟體平台之研發，BBS、Gopher、News、FTP…等初期網路應用快速成長擴散，校園網路應用蔚爲風潮（陳文生、王三吉，2006:4-5），也就是在這個時期，1993 年號稱台灣第一個專業音樂網—Music Link 成立，1994 年一月，中華電信數據所成立 HiNet，同年的三月，「死人搖滾芭樂」版在交大的 BBS 上開設，七月成大資訊系的 BBS 也成立了「骷髏城堡」版，這兩個搖滾版都是討論重金屬音樂爲主。

1995 年四月中華電信正式商業化運轉並與 Seednet、TANet 首先互連，商業 Internet 網路開始蓬勃發展，這一年台灣目前最大的 BBS 站台大 PTT 也誕生了，BBS 的蓬勃發展帶動了師大精靈之城中的「另翼暗譜」、專門討論樂器與技術話

題的「風之國度」、聚集了眾多音樂寫手的「音樂星球」、中山大學的「山抹微雲搖滾」板…等大學站台音樂看版的興起。1999年台灣最重要的英搖資訊愈樂迷集散地—PTT「英搖板」正式成立，一時間與搖滾樂相關的BBS百花齊放，儘管面臨了音樂雜誌的空窗期，網路的發展卻彌補了這一部分的缺憾，虛擬的世界愈來愈寬廣，取代了現實世界中的貧乏（陳亭妤，2007:97-98；蔡岳儒，2006:47-48；陳文生、王三吉，2006:4-5；羅悅全等，2000:228；Ptt官方網站，無日期）。

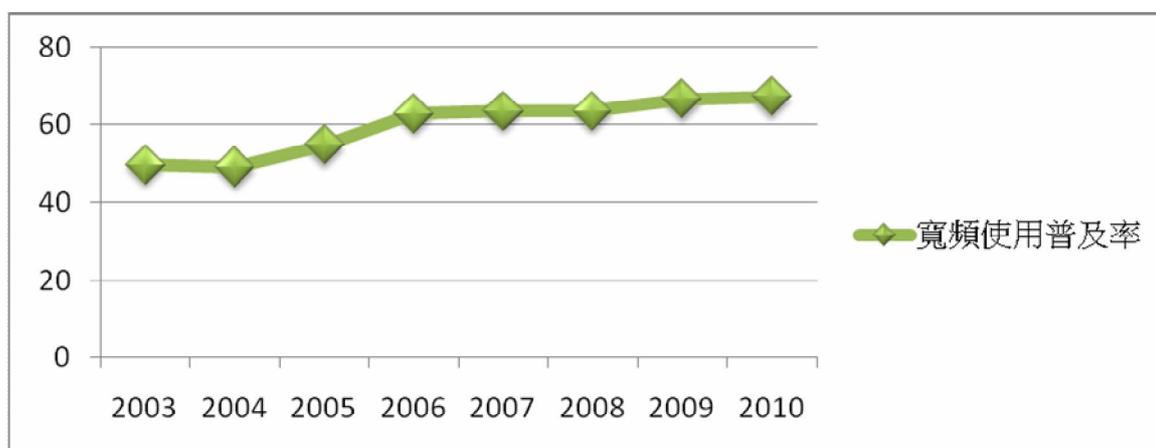
1996年就讀與輔大企管的許恆維成立了「北區大專搖滾聯盟」，這個聯盟盟主的寶座在許恆維入伍當兵後，由閃靈的團長林昶佐（Freddy）接下，和許恆維不同，Freddy在接任之前已經在BBS網路世界中累積一定的人氣與知名度，除了擔任中興法商BBS的站長，更是成大資訊BBS「骷顱城堡」版的版主，善用網路動員的結果就是讓Frddy在1998年的青年節在Vibe舉辦的「金屬復活—閃電進行曲」，號召了台灣來自南北各地的樂迷，將小小的場地擠得水洩不通；同年的第三屆野台開唱，Freddy一樣擅用網路的力量，串連了台灣南北的熱心人士與樂迷，將北部的樂團帶到中南部，拓展了北部樂團的音樂版圖，也突破了城市的疆界（羅悅全等，2000:225），參照當時台灣網路發展的概況，1998年.tw域名開始收費，網路相關產業蓬勃發展，網路使用人口快速竄升，1998年十二月達成了三年300萬上網人口的目標，台灣網路發展自此已日趨成熟，邁入穩定成展的階段（陳文生、王三吉，2006:4-5）。

網路動員的力量自此開始被音樂界所重視，同年由Freddy所領導的全國搖滾聯盟成立了Bandplaza音樂網站，對象鎖定在創作樂團，為台灣第一個專屬台灣樂團的互動新聞網站，Freddy的勇於嘗試與創新精神可謂網路與台灣數位音樂發展結合的濫觴（呂孟芝，2003:36）。兩千年之後，網路頻寬的成本快速下降，馬世芳於同年成立的「五四三音樂站」為音樂在網路上的傳播與流通開啓了另一個里程碑，「五四三音樂站」是台灣第一個以非主流音樂為主的BBS網路社群，馬世芳親自到各個音樂BBS站中網羅表現優異的文字寫手，邀約他們到「五四三音樂站」中的「音樂寫字樓」開個人版，是當代許多台灣著名樂評人如陳德政、馬瓜...等人的寫作搖籃，馬世芳這種集結網路寫手的做法，開創了網路搖滾書寫的新世代，「五四三音樂站」儼然成為了一個音樂知識庫，不但能夠提供豐富的搖滾之事與樂評，還能透過「五四三敗家館」與網友團購想要的專輯，透過站方的集體訂購，享有不定時的折扣，種種突破性的服務與網路樂評的極大化，讓天天逛「五四三音樂站」一時間蔚為風潮（陳亭妤，2007:96-97；羅悅全等，2000:227）。

網路的成長與MP3的崛起同步帶動了台灣獨立樂團與創作樂團發表平臺的革命，先是1999年，滾石唱片集團仿效國外MP3.com¹³的作法，成立了滾石可樂

¹³ MP3.com 是美國著名的音樂網站，提供網路空間給音樂創作者發表自己的作品，以每月約 1.5

Rockacola.com 音樂網站，歷經了三年多的經營，滾石可樂在當初累積了 1050 個國內外樂團加入滾石可樂網路藝人的行列，到 2003 年都還有每年約 25 個樂團登錄的持續成長速度（鄭鏗彰，2001:56-57；陳亭妤，2007:80-81；蔡岳儒，2006:48；呂孟芝，2003:36）。2004 年六月中華電信推出 8M/640K 的 ADSL 服務，揭開台灣進入高速 ADSL 時代的序幕後，網路的普及率一路攀升，從圖三可以看出，台灣寬頻網路使用的普及率從 2004 年的 48.99% 一路攀升到了 2006 年的 62.67%，2009 年的使用率已達到 65%，網路使用人口數來到了 11,598,787 人，在亞洲國家中排名第五，到了 2010 年的 3 月，上網人數已突破了一千六百多萬人，普及率達到了 67.21%，與去年相比總成長率為 3.39%（陳文生、王三吉，2006:4-5；韓京呈，2009；TWNIC，2010），整體成長趨勢如下圖：



圖三 2003-2010 台灣寬頻網路普及率

資料來源：陳文生、王三吉，2006；韓京呈，2009；TWNIC，2010；本研究自行整理製圖。

而伴隨著 MP3 數位音樂技術的日益成熟，樂迷們獲取音樂資源的方式有了重大的轉變，MP3 的全名為 Motion Picture Experts Group1, Audio Layer3，它乃是一種破壞性的壓縮技術，可將 44.1kHz 頻率立體聲取樣的數位音訊加以編碼壓縮，過濾掉人類無法聽到的聲音，爭取更多的儲存空間，倘若一分鐘的音樂在 CD 裡需要 10MB 的儲存容量，MP3 則只需要 1MB，換算成網路的下載速度，若以 64KB 的速度下載一首約五分鐘 50MB 的歌曲，大約需要三個小時，但若以 MP3 的格式下載音樂，在 20 分鐘內就可以完成，如果將網路速度提升到 ADSL512 的頻寬，甚至只要在十秒鐘內就可以完成一首歌的下載，正因為網路與 MP3 的特性如此契合，樂迷們選擇了更為方便且快速的聆聽途徑，在短時間內大大地改變了整個台灣唱片的生態環境。

在 MP3 普及後，人們漸漸拋棄了過去逛唱片行購買 CD 的習慣，成天待在電

億人次的高瀏覽率，吸引眾多音樂創作者的加入，至今已經有超過 25 萬個音樂創作者加入，分享 75 萬以上手的歌曲（呂孟芝，2003:35）。

腦前不斷進行下載的儀式性行爲，導致唱片的銷量一路下跌（呂孟芝，2003:11-12；葉國隆，2002:10-11；鄧晏如，2000:25），如果說網路的普及間接助長了 MP3 的使用風氣，從 2000 年後唱片銷售量的大幅下跌也可看出端倪，張學友在 1993 年於台灣發行的專輯《吻別》大賣了 136 萬張，至今仍穩坐台灣唱片最高銷售量的寶座，當時的台灣網路才剛起步，MP3 技術也尚未問世，購買正版的唱片是聆聽音樂的不二法門，然而到了 1998 年之後，每年唱片銷售數量平均以 20% 左右的幅度向下滑落，到了 2001 年，唱片的銷售量已經呈現-23% 的成長率，這股衰退潮在 2006 年達到了顛峰，呈現-36% 的成長率，一直到現在台灣的唱片業始終是負成長的狀態（陳泓銘，2000:1-3；李瑞斌，2003；Recordcup，2008；李瑞斌，2007），不過短短幾年的時間，MP3 相較於 CD 更爲便利且容易取得的特性，已經對唱片的生存構成極大的威脅，參閱 2010 最新唱片排行榜，羅志祥的《羅生門》以十五萬張的銷售量奪下冠軍寶座，完全和兩千年以前動輒數十萬張，甚至百萬張以上的銷售量無法相比，截至 2010 年六月爲止，台灣唱片的銷售總額爲三千一百多萬，和 1999 年的九千多萬銷售量相比簡直慘不忍睹（RIT，2010；袁世珮，2010）。

一些有遠見的業者，在邁入兩千年後便看見了 MP3 數位音樂背後龐大的商機，紛紛在網路上成立了線上音樂平台，光是在 2001 年就有三家主要的合法線上音樂業者提供了線上 MP3 下載收費的服務，分別是 KKBOX、EZpeer 與 Kuro，前兩者是採用點對點（P2P）的音樂傳輸模式，Kuro 則是以串流模式（streaming）來提供消費者線上收聽的服務，在兩年後會員數就達到了 50 萬人的目標（呂孟芝，2003:13；卞宗瑩，2009:6），網路平台的多元化且相較之下成本較爲低廉的門檻，讓音樂創作者有足夠的空間在網路上發表自己的作品，根據呂孟芝針對 155 個樂團所做的問卷調查可以發現，當時已經有七成的受訪樂團有在音樂網站上申請成爲網路藝人，並使用音樂網站提供給音樂創作者之功能，而有四成的受訪樂團在 BBS 上擁有樂團專屬的看板（呂孟芝，2003:36-38）。

當時的普及情況已至此，今日的盛況更可以想見，當今台灣幾個著名的網路音樂平台有於 2006 年成立的 StreetVoice 與 2008 年由回聲樂團主唱柏蒼領軍創立的 INDIEVOX，兩者皆是以推廣獨立音樂爲號召，提供音樂創作者一個發表作品的平台，並開放讓網友付費下載的方式來經營（StreetVoice 官方網站，無日期；INDIEVOX 官方網站，無日期），StreetVoice 的草創宣言充分地表達了網路如何提供了一個開啓夢想的新途徑，並賦予它充分的浪漫色彩：

過去，因為資源有限，資訊流通管道單一，對年輕的創意人來說，夢想的實現遙不可及。網路的興起與普及讓這個夢想擴散、成長過程看起來更容易，但同時也帶來分散焦點的諸多不確定性，於是，我們建立 StreetVoice，期望提供一個空間讓這些獨立的創作者，能夠有機會向世界發出聲音。

(StreetVoice 官方網站，無日期)

除此之外，還有馬世芳與中華電信合作 2008 年在網路上開辦的「城市音樂」平臺，和其他網路音樂以培植網路藝人的初衷不一樣，「城市音樂」對台灣獨立音樂的現場表演做高規格的錄製，提供線上收看、收聽，意圖以這樣的方式提高獨立樂團或藝人的曝光率，讓更多人可以看到他們的現場表演，讓因距離遙遠而無法親臨現場的樂迷也可以感受樂團的舞臺魅力（卞宗瑩，2009:13-15）。

網路傳播所擁有的打破時間與空間限制、提高媒體與閱聽人間的互動性、匿名性的保護功能、數位資訊整合的特性開啓了網路音樂平台的新紀元，有愈來愈多的業者與獨立音樂創作者，意識到網路的使用乃是千禧年後連結市場與樂迷之間最不可或缺也最有效率的途徑，一時間，網路音樂平台百花盛開，姑且不論其經營的績效，利用虛擬空間提供音樂創作的平台已是不會間斷的趨勢。除了上述網路傳播有利於虛擬空間經營的特質，在市場之外，網路集結樂迷的力量更是不容小覷，Freddy 在九〇年代末就已經看見了網路動員的力量，利用網路打破空間的限制，動員了北中南的樂迷參與「金屬復活—閃電進行曲」的盛典，在網路普及度更高的今日，音樂節的舉辦透過網路互動性高的特質，動員樂迷的聚集已是常態。

若將網路傳播的特質回歸到閱聽人一方，可以發現網路中去中心、公私領域界線模糊與共同參與的特質，都讓樂迷產生了「自由、平等、開放」的使用信念（吳筱玫，2003:12-18），這樣的特質容易讓樂迷在網路社群中產生歸屬感，有了歸屬感後自然會增加情感的強度，在動員的實踐上往往能達到相當驚人的效果，網路的出現讓樂迷在網路中找到了過往在現實情境中無法得到的情感凝聚，如 Ptt 的 Britpop 看板是當今台灣英搖迷最大的集散地，也是台灣目前各音樂類型看板中討論最活躍的網路社群（陳亭妤，2007:98），除了專輯資訊的分享，板上討論的內容還包含了樂評的爭論、英倫旅行心得的分享、樂迷私人情緒的宣洩和生命經驗的分享…等，而根據一名英搖樂迷 Kirao 於 Ptt 英搖版中發表的文章可以發現，台灣的英搖迷們有多麼的依賴網路：

就我自己的經驗來看，構成對族群的認同最主要的因素就是網路討論區，網路討論讓原本在現實生活中難以聚集的人們能輕易交換訊息。我訪問的 PTT Brit-Pop 版主這樣說：「聽 Brit-pop 的樂迷多半和 Brit-pop 樂團一樣，個性比較內斂低調，不喜出鋒頭，大部分都默默喜歡支持自己心愛的樂團。與他們談話常常感覺簡單的話語中藏有澎湃的情感，然而這個情感平常是放在心中的，碰到同好時才會釋放，平常不會大肆張揚」，內斂低調的人們，能藉由網路，在交換訊息的過程中，找到朋友也產生歸屬感。

(Kirao，2005)

可見網路在樂迷們資訊交流中扮演著相當重要的角色，英倫搖滾在台灣的發展和早期美國搖滾樂在台灣傳遞的途徑相當不同，網路的方便與迅速讓樂迷們天天都能以極快的速度交換資訊，而獨立樂團也能依循同樣的途徑來宣傳自己的創作並與樂迷交流，陳德政與 Owen 都將年輕時熱愛買唱片的習慣與網路的尚未普及化，做了因果關係上的解釋，也都一致表示，倘若他們慢個十幾年出生，消費音樂的習慣也許就會完全不同（陳德政，田野筆記，2010年9月28日；Owen，電子郵件，2010年10月28日），顯見網路的普及使台灣進入了數位消費的世代，改變了台灣的音樂消費方式，拜網路傳播快速且無遠弗屆的特性所賜，也難怪英搖在兩千年後得以呈現爆炸性的成長，網路的興起與普及在台灣英搖發展的過程中，絕對是不可或缺的關鍵要素。

第四節、二十三歲的我與十五歲的 Oasis：音樂展演活動的綻放

我在台灣看的一個國外樂團表演，我印象很深刻，是 Superchunk，他們在 1999 年到金山南路上的 Vibe 表演…那時候真的沒什麼國外的團會來台灣表演，和現在差太多了。

（陳德政，田野筆記，2010年9月28日）

2009 年即將踏入夏天的那個晚上，我只知道當 Liam 用一貫狂放不羈的神態掃視全場，以他雙手反背的自大姿態唱出〈Fuckin' In The Bushes〉搖滾全場時，我無法抑制的哭了，我簡直不敢相信我不再只是能流著口水看 Youtube 上其他國家網友分享的現場影音，而是如此放肆地讓 Liam 的歌聲貫穿我的耳朵，身旁的朋友不斷大吼大叫這不是真的，但如雷灌頂的尖叫聲與不斷晃動的地板都讓我們真實的感受到，是的，十五年過去了，Oasis 終於來了，儘管音效再差，場地再爛，Liam 毫不在乎的大走音，那又怎樣，重要的是，他們終於在我二十三歲時來了，多麼慶幸，我的青春巧遇了他們在台灣的首登場，Noel 在演唱會中場時說的那句：「雖然英國離台灣很遠，但不重要，因為我們現在已在這裡了」一直到現在都還在我腦海中迴盪，讓人久久無法自己；然後，原本以為 2009 年錯過了 Placebo 後，勢必要在往後的人生中，為這樣的擦肩而過慨然惋惜個好幾年，想不到在隔年的 3 月 13 日，他們就又返回台灣，登上台北國際演藝廳的舞臺，簡直不敢相信我能擁有如此美好的二十三歲。

所以說我是幸運的，台灣的音樂展演活動一直到九〇年代中期都相當貧乏，由來以久的西洋歌曲翻唱傳統導致創作能量的壓抑，在產出不多的情況下，自然無法支持展演場所的經營，遑論演唱會的舉辦。台灣早期演唱會的舉辦除了中山堂的朝聖活動外，七〇年代有幾場由當時民歌運動領導人物所舉辦的公益演唱

會¹⁴，到了 1982 年，在余光的引進下，澳洲抒情重唱組合 Air Supply 首度在中華體育館演出，票房的成功帶動了台灣辦演唱會的風潮，到 1984 年短短兩年間，就來了十六組國外團體來台售票演出，但這些樂團全脫離不了美國排行榜的榜單，類型也清一色為抒情化的西洋歌曲口味（何東洪、張釗維，2000:175），顯見當時來台表演的樂團多為主流市場上的流行音樂，另類或地下樂團的引進可以說完全沒有。

到了八〇年代末，水晶唱片帶起的新音樂浪潮，讓台灣的搖滾樂迷有機會看見不同於美國排行榜上的「新音樂」，在 1987 年舉辦的為期兩週的「台北新音樂節」不但是台灣搖滾音樂節的先驅，更是台灣第一個以另類音樂為主的音樂節，在它之前的全國熱門流行音樂大賽，雖然從 1986 年舉辦至今，但由於官方色彩始終相當濃厚，儘管要求參賽「最好演唱創作曲」，但並未嚴格執行，導致大部分的參賽者仍是翻唱西洋歌曲（管仲暉，2010:55；羅悅全，2000:180、208-209），台北新音樂節隨著水晶唱片在九〇年代決定向民間轉後，也暫時停下了新音樂推廣的腳步，到了 1996 年與 1997 年間，水晶面臨嚴重的財務困境，公司業務幾乎全面停擺，一直到 1998 年 Vibe 開始營業後，才開始乘著獨立音樂的順風車，漸漸走向搖滾的路線。

台灣 Live House 的發展大致可分為五個階段，分別是 1965 到 1974 年間美軍來台渡假時期的職業樂團與俱樂部、夜總會和西餐廳，第二階段是 1975 到 1983 年的民歌時期，第三階段為 1984 年到 1992 年的後民歌時期，這時期開始樂團重現於 Live Pub 之中，第四階段是 1993 到 2002 年 Live House 的大眾化與樂團職業化，最後則是 2002 年至今（謝光萍，2006:32-34；陳曉偉，2002:15-17），而本研究對 Live House 關注的焦點乃是在探究醞釀英倫搖滾樂團表演那些重要的音樂場景，因此在九〇年代中期後強調創作價值與獨立搖滾樂團蓬勃發展的時期才是本研究關注的焦點。

Vibe，就是那個讓陳德政自美國返國後，有機會聽到美國獨立樂團 Superchunk 表演的 Live House，和水晶唱片之間密切的關係，讓這個位於地下室的音樂場景，成了台灣九〇年代末中介國外團體來台表演最重要的演出場地，當然在 Vibe 之前已經陸陸續續有一些音樂展演空間於師大與台大附近的商圈悄然成形，Rockstyle（電子郵件，2010 年 11 月 9 日）回憶起他人生中第一次看演唱會是在高中的時候，主角是當時「屌到爆炸」的伍佰，他參與到的是伍佰於 1998 年開始的全省巡迴「空襲警報」演唱會，但當時每場演唱會動輒上萬人的他，也是來自於九〇年代初一個小小的名為「息壤」的 Live House，他一路從「息壤」唱到了「Live Agogo」，也因此培養了大批的樂迷，Live House 再也容不下他的樂迷了，他需要的是體育館與戶外廣場（羅悅全，2004）。

¹⁴如楊祖珺於 1978 年在台北榮星花園舉辦了「青草地演唱會」，吸引了近四千人參加，演唱會目的乃是為廣慈博愛院中的雛妓募款（何東洪、張釗維，2000:164）。

伍佰見證了一部份 Live House 的歷史，而且他見證的是翻唱的年代，不管是當時的「息壤」、「Live Agogo」，或是之後的「Wooden Top」和「人狗螞蟻」，都是承襲著翻唱傳統的 Live House，儘管後面者兩間的表演樂團們很自豪他們所選擇的翻唱曲目與其他 Live House 不同，但終究是翻唱，一直到 1994 年，一場大火帶走了人狗螞蟻老闆的性命，同時也宣告了 Live House 翻唱年代的終結，1994 年開設的「Scum」，由老闆一骨肉皮的主唱阿峰以一句：「所有登台創作的樂團，起碼要有一首自己的創作曲」為新的時代開啓了序幕（羅悅全等，2000:75）。之後的「台灣渥克」（前身為「甜蜜蜜」）便是台灣歌曲創作運動先驅「自己搞歌」活動的秘密基地，成了台灣創作源頭的土壤，1996 年「Scum」結束營業後，同年開張的「女巫店」接收了來自 Scum 那些流離失所的搖滾樂團，但由於場地較小，加上隔音設備不良的設備，店長彭郁晶的主張或許無意間為台灣獨立音樂分眾的場景立下了重要的轉折點，更重要的是，它開啓了台灣獨立音樂陰性化的起點。

為了避免步上 Scum 因為噪音過大，總是有吃不完的罰單的後塵，彭郁晶要求來「女巫店」表演的樂團全部必須「不插電演出」（Unplugged），這樣的限制對原本在 Scum 以創作噪音以及重金屬搖滾樂為主的樂團而言簡直是噩夢一場，一直到 1996、1998 年「地下社會」與「Vibe」開張後，夾子、亂彈、廢五金、瓢蟲、濁水溪公社、花生隊長…等陽剛氣質較為濃厚的樂團才又有了喘息的空間，相較於 Vibe，女巫店確實是較為強調陰性價值的，這是一個相當重要的轉折點，女巫店的經營理念完全迥異於台北曾出現過的那些強調「地下」、「邊緣」與「陽剛」的 Live House，它較為親民，且對於政府法規採取較為妥協配合的態度，軟化了地下音樂不友善的刻板印象，此種以退為進與主流價值觀溝通的策略，顯然已經成了當今 Live House 事業化經營的必要手段。

而 Vibe 背負著「台北市搖滾樂的最後地標」與「搖滾超市」的名義，承載著搖滾樂的陽剛氣息與男性沙文主義，曾開設 Scum 的張賢峰與骨肉皮的兩位團員徐千秀、劉莊敬合組了「實幹文化」，結合水晶唱片的復甦，在九〇年代末經營出台北樂團的新生態：實幹文化負責演唱活動規畫、樂團唱片製作統籌，Vibe 提供展演場所，水晶則負責唱片的發行，在這樣的合作模式下，Vibe 在經營期間就邀請了國外地下樂團 Seam、Superchunk、Macha、June of 44 來台表演，儘管只有四組國外團體，但在當時克難的經營環境下，這樣的創舉實屬不易，可謂台灣邀請國外樂團來台表演的先驅，參照當今台灣幾乎每年都有好幾十組國外樂團來台表演的盛況，Vibe 承先啓後的地位十足重要（羅悅全等，2000:186；張育章，2000:91），隨著台灣獨立樂迷日漸培養現場表演觀看的習慣後，台灣 Live House 的經營也進入了百花齊放的蓬勃年代，目前台北主要的幾間 Live House 如表二，其中主要有在中介國外樂團來台表演的則是「The Wall」與「Legacy Taipei 傳」：

表二 台北目前主要的 Live House

Live House	起始年份	經營者
女巫店	1996	彭郁晶
地下社會	1996	林宗明、何東洪
河岸留言	2000	林正如
The Wall	2003	Jimi、Freddy、阿吉
海邊的卡夫卡	2005	「挪威森林」老闆阿寬、 1976 主唱阿凱
Legacy Taipei 傳	2009	庾澄慶（哈林）、張培仁

資料來源：羅悅全，2000；洪欣凡，2000；The Wall 官方網站，無日期；林正如，2006；劉哲浩，2009；海邊的卡夫卡官方網站，2005；李志展，2009。本研究自行整理製表。

於 2003 年落成的 The Wall 應是台灣第一間將 Live House 的經營正式企業化的音樂展演空間，「相較於『地下社會』隨性的經營方式，『The Wall』的 Freddy 是第一個將音樂『事業化』的人…」(何東洪，訪談，2010 年 10 月 19 日)，The Wall 音樂策展人 Orbis（傅鉛文）也呼應了這樣的說法：

…大家就慢慢發現 Live house 是可以賺錢的。所以只有當事情真的發生的時候，它才可以變成一個 Business。大家都發現它可以是 Business 的時候，全部人的想法才開始整個完全改變。

(Orbis, 2010)

The Wall 的草創時期如同之前的 Live House 一樣並不順利，一直到 2006 年才轉虧為盈，策展人 Orbis (2010) 將這樣的功勞歸於 2006、2007 年間由張懸、Tizzy Bac、蘇打綠等人掀起的獨立音樂風潮，在我看來，除了國內獨立樂團的興起以及樂迷觀看現場習慣的已成氣候，大膽並且大量地邀請國外樂團來台表演，也奠定了 The Wall 在國內 Live House 中一定的地位，讓它成了樂迷依賴的主辦單位。

2006 年 The Wall 更大膽地將觸角伸向了資源一項相當匱乏的南部地區，先是在高雄駁二藝術特區拓展了 The Wall 的分店，又於六月和 TRA 聯盟以及台灣獨立音樂協會合作，舉辦了「大港開唱」(管仲暉，2010:62-63)，直至今日，大港開唱每年都邀請重量級的國外樂團來台表演，成了南部每年除了春吶之外最重要的音樂盛會，這樣的野心與突破打破了台灣過去獨立音樂 Live House 只能地下化悲情經營的處境，以理所當然的態度面對「音樂事業化」這件事不但是 The Wall 的創舉，也成了往後台灣其他 Live House 仿效的經營模式，2009 年開幕的「Legacy Taipei 傳」也是秉持著這樣的理念，不再主打 Live House 只能為獨立音樂服務，

在藝人哈林與張培仁大手筆的投資下，不但打造出國內 Live House 少見的高級音響配備，更承襲了 The Wall 每年固定邀請國外樂團來台開唱的經營模式，成功滿足了樂迷渴望已久的心情，也在某種程度上，突破了獨立樂迷過往那種獨立與商業之間水火不容的迷思。

不管是「The Wall」或是「Legacy Taipei 傳」的經營模式都凸顯了台灣當前現場演出風氣的盛行，這樣的指標是有意義的，當國內的樂迷已經習慣看現場演出，才會累積一定的市場，有了市場整個獨立音樂的發展才會更蓬勃，國內的樂迷才會有更多可以看到國外樂團來台演出的機會，整體而言樂迷的消費習慣與市場的養成是相輔相成的，缺一不可，馬世芳認為這樣的風氣在 2008 年達到了顛峰，是「創作音樂有始以來最美好的時代」，一個樂團在一年唱個五十場表演並不是問題（卞宗瑩，2009:25），當然這樣的盛況並非一蹴可幾，談到現場表演就不能不回顧台灣音樂祭發展的歷史淵源，在前文一再提及的台灣第一個另類音樂節—1987 年水晶唱片主辦的「台北新音樂節」成了台灣音樂節的典範後，九〇年代中陸陸續續有諸多以推廣獨立音樂為號召的音樂節，像是 1994 年的「台北破爛生活節」、1995 年的「台北國際後工業藝術季」、「酒神祭—地下發聲音樂節」、1998 年由 Scum Live House 與骨肉皮樂團合辦的「赤聲搖滾」…等，諸如此類規模較小但別具新意的音樂節一時間充斥在台北的各個角落（張鐵志等，2009:160）。

但在這波風潮中之後仍有陸續舉辦，且規模一年比一年浩大的，僅有 1995 年開辦的「春天吶喊」與草創於 1996 年的「野台開唱」，春天吶喊的主辦人為 Jimi 和 Wade 這兩個美籍青年，他們把國外音樂節的風氣帶入台灣，試圖在碧海藍天的墾丁開創一個屬於台灣的 Woodstock¹⁵，在第一屆就吸引了近三千人參加，為台灣的音樂祭寫下了歷史的新頁（羅悅全等，2000），而由北區大專搖滾聯盟帶領的「台灣樂團 野台開唱」則是源自於對「春天吶喊」的反動，憑著一股「外國人做得到我們也可以」的傲氣，開創了「南春吶 北野台」的新局面，這兩個音樂祭的規模到了九〇年代末皆有了驚人的突破，在累積了一定的知名度後，1999 年於市府廣場前舉辦的野台開唱參與的樂團爆增為五十二組，2001 年更開始廣邀國外大團來台表演，而春吶則是在 2000 年，參與的樂團也突破五十大關，更網羅了來自香港、日本與美國的樂團來台交流表演，從這時開始，台灣的音樂祭開始有了國際的視野，邀請國外樂團來台表演成了音樂祭的重頭戲，表演清單中的卡司強不強成了決定樂迷要不要前往朝聖的關鍵因素（張鐵志等，2009:161）。

¹⁵ 為 1969 年八月 15、16、17 於美國紐約 Bethel 附近農場舉辦的「胡士托藝術音樂節」，由幾個二十幾歲的年輕人策畫，以「愛與和平」的反戰口號做為號召，吸引了數十萬人參加，在當時充滿肅殺氣氛的冷戰時代，營造了如夢幻烏托邦的七十二小時（羅悅全等，2000:215）。

到了這個時候，另外一個重要的音樂節也加入了這樣的盛況，那就是有台北縣政府在背後做為強力靠山的「貢寮海洋音樂祭」，於 2000 年開始第一屆的海洋音樂季同樣以鼓勵音樂創作為出發點，由於現場演出風氣已經成熟加上免費的超強吸引力，第一屆就吸引了三萬人參加，到現在每年都吸引將近四十萬人前往狂歡，儼然成了台灣音樂祭的指標與奇觀，更重要的是，它奠定了每年皆以「國際之夜」邀請國外樂團來台表演做為壓軸的模式，提供國外樂團來台表演的舞台，不但給國內樂迷大飽眼福的福氣，更給了國內樂團有觀摩國外樂團交流學習的機會（管仲暉，2010:58；施云，2008）。

從創作價值的強調進而促進樂迷對現場演出的重視，在市場有了樂迷的充分支持後，漸漸有像「The Wall」或「Legacy Taipei 傳」這類定期邀請國外樂團來台表演的 Live House 出現，而另一波推動國外樂團來台表演的推手還有在兩千年後如雨後春筍般覺醒的國際音樂節，儘管野台開唱在 2009 年在經濟因素與背後政治因素等黑幕重重的操弄下，在一片惋惜聲中宣告落幕，但春吶與海洋音樂季都還在繼續，更何況還有更多的國際娛樂公司，如 2004 年成立的跨國布洛克兄弟國際（BBH），近幾年來一直積極的引進國外大團來台演出，儘管受邀來台演出的團體多以賺錢與否為考量，也因此招來樂迷許多批評的聲浪，但光是在 2008 與 2010 年將 Travis 與 Placebo 帶來台灣樂迷的眼前，就已經足以讓樂迷對他們感念再三，之後陸陸續續還有「直的音樂舍」、「有象音樂季」…等主辦單位加入邀請國外團體來台演出的行列，兩千年後台灣通往國際的大門已經敞開，以 2003 年 Britpop 代表樂團 Suede 來台做為開端，之後來台開演唱會的英國搖滾樂團如表三：

表三¹⁶ 2003 年後來台表演的英倫搖滾樂團

演出團體/成軍年分	來台演唱會日期	主辦單位 / 音樂季	演出文宣
Suede / 1989	2003 / 1 / 18	Sonic Music	第一個來台開唱的九〇年代 Britpop 搖滾天團。
Muse / 1994	2007 / 2 / 28	TRA Music / 228 正義無敵音樂會	受到國際樂壇一致肯定的英國搖滾樂團
Suede 的主唱 Brett Anderson / 1989	2008 / 12 / 6、 2008 / 12 / 7	2008 年第二屆簡單生活節	Jarvis Cocker 賈維斯卡克，Brett

¹⁶ 2003 年後國外團體來台表演的機會愈來愈頻繁，本研究所選擇製表的這些樂團都是在六〇、九〇年代嶄露頭角的英國搖滾樂團，從演唱會主辦單位號召的口號中也可以看出對他們在「英倫搖滾」地為中的強調與推崇，當然，這期間還有許多成團於 2000 年後的國外英搖團來台表演，但由於他們並沒有身處在那樣的時代環境中，對樂迷而言期待感與衝擊性也較小，故沒有列於表單之中。

Pulp 的主唱 Jarvis Cocker / 1978			Anderson 布萊德安德森 英倫搖滾巨星為 Simple Life 創下前所未見新經典。
Travis / 1990	2008 / 8 / 4	BBH 布洛克兄弟國際	英倫侵略一
Placebo / 1994	2009 / 8 / 1	音樂航空站	等待終於結束了...過去十五年，Placebo 被視為從另類音樂中崛起最偉大的英倫樂團之一。
Oasis / 1993	2009 / 4 / 3	直的音樂舍	你沒有活在六〇年代你可以與披頭四無關，但活過整整九〇年代你實在不應該錯過綠洲...
Placebo / 1994	2010 / 3 / 13	BBH 布洛克兄弟國際	英倫侵略二
Kula Shaker / 1999	2010 / 7 / 27	2010 有象音樂季	披頭四東方冥思精神接班人「庫拉雪客」(Kula Shaker)將為樂季強勢揭幕
Ian Brown / 1985	2010 / 7 / 30	2010 有象音樂季	文藝青年思想教主 石玫瑰主唱「伊恩布朗」(Ian Brown)重點壓軸 電子、迷幻、搖滾全洗禮 今夏英倫音樂完全侵略。

資料來源：Sonic Music 官方網站，2002；黃慧敏，2007；2008 年簡單生活節官方網站，2008；BBH，2008；2009 音樂航空站官方網站，2009；葉宜欣，2009；BBH，2010；2010 年有象音樂季官方網站，2010。本研究自行整理製表。

從 2007 年後，每年都有重量級的英國代表樂團來台開演唱會，幾乎每個樂團

都是讓台灣樂迷等了十年以上的經典搖滾樂團，十多年的等待和其他亞洲國家相比真的慢了許多，儘管還有許多樂團是台灣樂迷仍引頸期盼的，但這一片榮景看好之下，他們的登台從原本遙不可及的夢想變成可以期待的未來，演唱會的盛行對於英國搖滾樂在台灣音樂市場的擴張有絕對的影響力，演唱會的舉辦集結了樂迷十多年來的思念，在現場爆發後渲染給更多的樂迷，成了英倫搖滾在台灣主要的推力之一。

第五節、萬事皆備的兩千年後－遲來的英倫侵襲

綜合上述，創作能量解放後的九〇年代，儘管尋求本土的認同才是革命的焦點，但網路的發展與普及、Live House 展演環境的成熟、樂團創作價值的強調、樂迷觀看現場表演習慣的養成…種種的展演環境變革與科技帶來的聆聽習慣轉變，都讓英倫搖滾曲風在萬事皆備的兩千年後，有更多的機會擁抱大眾，之所以選擇兩千年做為英倫搖滾在台灣綻放的起點，除了文獻資料方面的支持，受訪者的經驗口述也提供了有力的線索：

我們那個時候（90年代末）根本沒有什麼人在聽英式倫搖滾，熱音社其他人全部都是玩重金屬，反正就是那種…台灣的英倫搖滾其實也是到兩千年以後才逐漸多起來，很多英國樂團會喜歡用吉他是用那種有兩個小提琴口的復古型的，那個時候我就很喜歡那種形狀的阿，然後在97、98年去買都很還很難買，之後在兩千年後，英式的資訊就變得很發達，不管是我剛講的樂器還是…就是大家開始會把這個字眼拿出來講。

（拾參樂團小宇，訪談，2011年4月6日）

我大學開始組團，那個時候英倫搖滾其實沒什麼人聽，不過也是從Britpop那個時候開始，當然也是因為那時候開始慢慢有網路…英倫搖滾我覺得是在Coldplay紅了之後，到兩千年後才會比較常被提起…我們組團的時候是1998年，那時候我覺得我們都不在市場上吧！到後來大家會普遍認為說英倫搖滾的台灣樂團，那真的都已經兩千年以後了。

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

本研究的受訪者之一馬瓜也表示，在高中時期，整個學校只有他跟陳德政兩個人在聽英倫搖滾樂，顯見英倫搖滾資訊在台灣普及的現象，的確是到兩千年後才成形的現象，而本研究訪談的三個台灣英倫搖滾代表樂團（1976、回聲樂團、拾參樂團），在分享啓蒙自己的樂團時，清一色都是英國的樂團，儘管九〇年代是台灣地下音樂蓬勃發展的年代，但由於多屬於美式風格強烈的樂團，基於樂風喜好上的差異，國內樂團對這三個樂團的啓蒙幾乎是一片空白，顯見在兩千年之前的地下音樂圈仍是美式氛圍主導的情況。

從美式氛圍的瀰漫，到兩千年後英倫搖滾的侵襲，本研究除了試圖釐清英倫搖滾進入台灣的歷史脈絡，在接下來的章節中，希望能透過描述 1976、回聲樂團與拾參樂團，這三個在台灣音樂市場中，累積超過十年經驗的本土英搖團的故事，跳脫過往台灣搖滾樂研究拘泥於獨立與主流之間意識型態的爭辯，以較為直接坦白的態度，看待兩千年後英倫搖滾曲風在獨立音樂的框架下，如何成為這些樂團進入音樂市場的工具，英倫搖滾的標籤在他們身上，從進入市場至今，定位轉變的過程又是如何？

第三章 他們的故事

第一節、1976、回聲樂團與拾參樂團

八〇年代甚至到九〇年代中期的台灣搖滾樂迷，幾乎都是從聽重金屬音樂起步的（羅悅全等，2000:189），還記得張鐵志在一場座談會中提及了 1976 的出現，取代了過往他們穿著破爛牛仔褲、一頭亂髮滿臉鬍渣粗曠的搖滾客形象，他用「漂亮男孩」來形容當今台灣樂團男主唱們的外在表徵（張鐵志，2010），我不知道 1976 或其他標榜英倫搖滾的台灣獨立樂團是否會喜歡這樣的稱號，但在我看來這樣的形容卻是相當貼切的，本研究的這三個研究對象，不管是阿凱、小寶或是柏蒼，他們都是穿著得體、不會在公開場合爆粗口摔吉他甚至引起樂迷暴動的樂團主唱，搖滾樂在台灣的樣貌改變了，它不再是危險且會讓家長擔心的音樂類型，反之，獲得了主流社會價值某種程度上的認可。

如第二章曾經提及的，從 2001 年五月天抱走金曲獎增設的第一屆「最佳樂團獎」獎項開始，到 2010 年為止，他們共拿了三次金曲獎（還有 2004 年與 2009 年），蘇打綠拿了兩次（2007 與 2008），1976 則抱走 2010 年最新的金曲獎「最佳樂團獎項」，十屆金曲獎中，唯一重覆拿過獎項的樂團就是蘇打綠與五月天，五月天曾在剛成名的專訪中透露他們的精神指標是 The Beatles；蘇打綠則是 Radiohead，1976 則是以受英倫搖滾曲風影響甚深的「摩登少年」自居（楊心怡，2003；葉雲平、羅悅全，1999；撒野俱樂部，無日期），從 2007 年開始，已經連續四屆由受英倫搖滾啓發甚深的樂團抱走「最佳樂團」大獎，這樣的現象隱含了什麼樣的轉變？倘若將金曲獎視為樂團獲得某種市場肯定或者邁向大眾的第一步，那麼這樣的現象是否代表了英倫搖滾在台灣音樂市場中具有某種擁抱大眾的潛能？本研究所指涉的「市場」並非如唱片銷量等數字導向的指標，相反的，本研究關注的是，在資本主義運作的邏輯之下，英倫搖滾作為一個競爭的客體，是否比其他音樂類型更具有利條件？

本研究所選擇的這三個樂團，有的是在獨立樂迷之間相互主觀認定為英搖團的代表，而有的則是曾在主流報章雜誌中，或是官方網站中直接宣揚自己與英搖之間的浪漫想像與傳承，1976、回聲樂團與拾參樂團皆是國內成團十年有餘的英倫搖滾樂團，透過講述他們的故事，可以發現不管是在專輯文宣的呈現，或是舉辦活動時號召的口號，「英倫搖滾」的標籤總是與他們形影不離，我所關注的乃是英倫搖滾在他們創作音樂的過程中所帶來的影響，進而看出英倫搖滾在台灣音樂市場中所展現的定位與角色；而他們進入市場的過程與十年間定位的轉變，也突顯了這些樂團以及業界人士如何挪用或加工 Britpop 這個標籤，使其產生文化與經濟上的價值。而為了釐清英倫搖滾在台灣建構的過程，了解樂團在樂迷心中所

扮演的角色，與這些樂團的樂迷進行訪談，也為本研究提供了相當大的幫助，訪談名單如下：

表四 樂迷訪談名單

樂迷	日期、時間、地點
馮牧凡	2011年4月5日。PM2:00。台北：米倉咖啡。
Ody(Echo 板板主)	2011年4月13日。PM2:00。台北：米倉咖啡。
NANX (1976 板板主)	2011年4月10日。PM3:00。台北：海邊的卡夫卡。

一、1976 樂團—誤會大了！我們不是 Britpop 樂團！

七點一到，我推開了「海邊的卡夫卡」那道略顯厚重的門，阿凱低調地坐在店內最靠牆的那一桌，正和友人聊天背對著我的他，是那個以一首〈方向感〉帶領我進入英倫搖滾領域的 1976 樂團主唱，一開口，我才發現原來我已經誤會他們整整六年。

拾參樂團的吉他手小宇在專二那年的校園演唱會上，看到了在台上表演的 1976，那是他們 1999 年發行第一張專輯《1976-1》的校園巡唱，對當時熱愛英倫搖滾的小宇而言，1976 無疑是台灣英倫搖滾樂團的先驅，因為那是和他聆聽的英倫搖滾樂旋律產生共鳴的第一個地下樂團，當時的獨立音樂圈以「少見的英式搖滾」形容他們（羅悅全等，2000:249），第二張專輯《方向感》發行後，樂評更直接地讓他們與 Britpop 產生扣連：

1990 年代，英國引爆了一興盛的搖滾運動，媒體稱之為 Britpop。1999 年，五月天出現，算是一次台灣對於 Britpop 的迴響。但期間也正躍上檯面的獨立樂團 1976，才真正交出了更為原味的成果，並成為台灣此類音樂愛好者的最大公約數。（陳玠安，2009:71）

我因為著迷於〈方向感〉陰鬱的旋律，成了 1976 的樂迷，在追尋 1976 資料的同時，認識了英倫搖滾一詞，也對 Britpop 的歷史有了初步的瞭解，Britpop 與 1976 在我的腦海中有一段時間幾乎就是同義詞，直到與阿凱訪談的那一晚，我才深刻地了解到這個誤會有多大：

台灣 Britpop 團是比較少，可是我覺得 Brit rock 團很多，就是受英倫搖滾音樂影響的，我們比較多的是在玩英倫搖滾，然後我們在講的是 Brit rock，就英國型態的搖滾樂或者是受英國音樂影響的搖滾樂，不是真的是 Britpop，其實台灣 Britpop 的團真的很少，我覺得 Echo 今天也不太像了，大概就拾參吧，比較像我們在談的 Britpop，Britpop 的時代感很強，可是我們在講的可能是 Brit rock。

（1976 阿凱，訪談，2011 年 4 月 18 日）

阿凱這樣的論述無疑是直接撕除了多年來貼在樂團身上的標籤，和 Britpop 徹底畫清了界線，對 1976 而言，英倫搖滾代表的是從 60 年代到 90 年代整個完整的搖滾發展歷程，他們並不是只有受 90 年代的 Britpop 影響，若說他們是台灣的 Britpop 樂團，會顯得他們音樂聆聽的歷程過於狹隘且短促，他為台灣的英倫搖滾重新下了定義，是 Brit Rock，而不是 Britpop！

但這樣的宣言卻從未在樂迷面前發表過，相反的，儘管他們內心清楚自己與 Britpop 的關連並不是那麼直接，卻仍不斷參與所有與 Britpop 有關的活動，包括今年三月在地下社會所舉辦的 Britpop Party，對於是否有試圖為挪用這樣的名詞提出什麼樣的辯解，他表示：

我有跟地社的講過阿，他們上次辦了一個Britpop趴，我跟他們講說那個用法有錯，就你直接講九〇年代就好，結果我問何東洪（另一名參與的DJ）他放什麼，他說他放那個七〇以後的，何東洪都放那種，那個其實一點都不像Britpop阿。

（1976阿凱，訪談，2011年4月18日）

然而，這樣的辯解僅是針對主辦單位，當晚參與活動的樂迷不管在裡面聽到了什麼樣的音樂，都只會認為他們歷經了一晚美妙的Britpop音樂洗禮，歷史在這樣模稜兩可的態度中被消除了，除了當事人，樂迷接收的乃是一種抽象且模糊的符號定義。

既然樂團的音樂混雜了多樣的音樂類型，為何讓Britpop這個標籤特別顯眼？標籤的選擇不是自然而然的過程，而是樂團其實在潛意識中認知到Britpop相較於其他樂種在市場中更加平易近人的結果：

Britpop那個音樂型態本來就比較好溝通，就是詞曲vocal很清新，詞曲要交代的事本來就很清新，他比起其他的類型帶來的東西還要自我一點，比如說像funk，他可能隱藏了舞廳文化，disco funk,disco punk，他們可能就...那個lifestyle有點強烈吧，可是我們舉出很多britpop團，他們主要談的事情還是很自我的...，他們每一首都很單純，就是那種不想成為上班族的心情，那個歌裡面愛情困擾也都有。

（1976阿凱，訪談，2011年4月18日）

在訪談的過程中，阿凱有提到他們其實受英國八〇年代的New Wave與後龐克復興運動影響更深，但就像他所說的，他深知像龐克這樣的音樂類型相較於 Britpop，在生活風格上的配合是較難操作的，被市場接受的門檻也更高，Britpop 由於其流行樂的本質，歌詞內容不乏對現實生活的逃避或情竇初開的情懷，更容易引起青少年的共鳴，因此他們選擇放大了Britpop的符號，讓Britpop擔任整個樂

團形象的主角。

2009年4月，1976擔任Britpop時期最具代表性的樂團—Oasis在台首場演唱會的暖場團，這樣的機會對1976而言是千載難逢，甚至還是主辦單位直接找上門洽談，原因當然是因為他們「同為」英倫搖滾樂團的特色，可見樂團風格的呈現會直接反應在市場的獲益上。2011年3月底，我前往西門河岸留言觀看1976的現場表演時，發現阿凱唱歌時雙手後背的獨特姿勢和Oasis的主唱Liam簡直如出一轍（如圖四、圖五），若真如同阿凱所說，1976的音樂本質其實受Oasis的影響並不多，為何選擇模仿Liam的姿態？那樣的姿態乃是一種外在形象的呈現，對1976的樂迷而言，相較於八〇年代那些更為另類的龐克樂團，九〇年代的Britpop樂團是更為熟悉的，Liam的魅力當然更能引起樂迷的共鳴，也更能夠引起市場上的注意，或許每個樂團受哪個時期樂風的影響更深並無法用量化來衡量，但像Oasis的Liam顯然比像八〇年帶某不知名樂團的主唱更容易引起討論，在市場行銷手法的考量上絕對是更有利的。



圖四 Oasis主唱Liam演唱時的姿態



圖五 1976阿凱現場演唱時的姿態

1976應是我研究的三個樂團中，在形象經營方面付出最多努力的一個樂團，樂迷們都不難發現，除了英倫搖滾這個主要的標籤，摩登文化（MODS）也是他們經常展演的另一個面貌，官方部落格的帳號是mod1976、用一首〈摩登少年〉來演唱他們的生活態度，在海報中常出現一身與摩登派風格相符的緊身褲西裝，讓樂迷封他們為「型男樂團」（圖六），摩登派的影子在1976身上無所不在，提到英國摩登派次文化對他們音樂創作或是生活態度上的影響時，阿凱表示：

其實很少我覺得…我們只是很喜歡那個符號和Paul Weller（The Jam的主唱），就我們團員都很喜歡The Jam（圖七），你應該知道就是摩德青少年（MODS），我們都是很晚才開始聽Motown，我們只是想要借用那個形象去作歌，然後去做一些image而已，而且跟我們國旗配色也一樣，我覺得很好玩，是英國空軍的國徽嘛！

（1976 阿凱，訪談，2011年4月18日）



圖六 1976 西裝筆挺的摩登派風格



圖七 英國摩登派代表樂團 The Jam

顯見1976相當明白一個樂團形象的塑造是必要的，而阿凱對於坦誠自己是一個「虛榮且愛漂亮」的男主唱也從不避諱，摩登派做為一個不但酷且可與時尚結合的次文化象徵，選擇這樣的符號進行挪用，對他們而言無疑是最適切的選擇，這也凸顯了對生活風格充斥的兩千年世代而言，符號的挪用成了一件再稀鬆平常不過的事，如1976看中的僅是摩登派的符號價值，摩登派的意義對阿凱而言僅只於「很好玩」，次文化的歷史與意義在這樣的過程中是被掏空的，不僅樂團使用的僅是表層的符號，對樂迷而言，摩登派更只是一個與1976相關名詞而已，樂迷們對摩登派的瞭解全來自1976片面的呈現，真正的歷史是否被稀釋或扭曲，並不是樂迷們關心的重點。

除此之外，阿凱表示在他們的每一首歌背後，都傳達了某種政治立場，如收錄於《1976這個星球》中的〈壯遊前夕〉一曲就是個例子：

「天空異常的藍，我沒有看見雲和彩虹」那是 2008 年總統大選結束的時候寫的歌，就一片藍天嘛，民進黨被打趴了，但不代表台灣社會其他的聲音被打趴了…就是一片歌功頌德那樣子，我覺得就是肚子很不舒服的感覺，想吐！因為那個時候在那個時間點，大家都在好棒喔~什麼都好棒喔！而且就那一陣子股票房地產是很好的，所以人家只會覺得那些在講反話在不喜歡那個狀況的人是在觸霉頭而已，那我覺得…在那時候最好的態度就是鼓勵大家自己去做自己想做的事情比較好，那壯遊前夕就是寫給我們自己，就是我們去壯遊這樣。

（1976 阿凱，訪談，2011 年 4 月 18 日）

依據這樣的論述，〈壯遊前夕〉傳達了一種對社會現象以及政治環境的不滿，但若沒有看過這些訪問內容，僅看歌詞的話（詳見附錄一），樂迷們應該很難體會到如此明確的政治意涵：「在夢中翻開了日記，妳大笑為寫給妳的詩，在夢中牽著妳的手，說著旅行的故事。」這樣的歌詞怎麼看都像是一首慶祝戀人出遊的純愛情歌，可見儘管1976試圖呈現某種專屬於獨立樂團的反叛態度，卻選擇以這樣隱晦的表達手法，傳達某種有政無治的態度：

政治不是都是那種政治嘛！有「政」不一定有「治」阿，那是一種立場，就是我們沒有去參與管理眾人的事，可是我們也坐捷運阿，喝一樣的咖啡吃一樣的東西，就一樣的去感受那些事，有一個看法有一個發言權的話，也會去做，一定會的！

（1976 阿凱，訪談，2011 年 4 月 18 日）

這樣的手法在「不得罪任何人」的前提下，不但維持住了搖滾樂抗議本質的神話，更不會因為激進的立場影響市場的反應，而阿凱在一場座談會中也表明了這樣的態度其實與經濟公司的考量有關：

其實我們樂團一開始在政治的興趣是很少的，但是在 2008 年遇到一些狀況讓我們思考我們的處境，鐵志當時邀請我們參加活動(按：國際特赦組織台灣總會舉行的小地方人權音樂節)，但我們的經紀公司有不同的看法…我們的經驗是在台灣如果你有唱片合約的話，你其實是不方便做太多很多很明顯的舉動。

（青年依然搖滾，2010）

其實用這樣折衷的態度參與政治，是本研究所有研究對象的共同特徵，不管是 1976、回聲樂團或是拾參樂團，都是以此種「輕聲細語」的態度在傳達某種抗議的情感，此種抗議方式的目的，顯然不是要在社會上發生某種效果，而是要鞏固獨立樂團的某種搖滾的「反抗」神話。

搖滾樂誕生在美國風氣相對保守且守舊的 50 年代，不僅作為一種音樂類型，並同時定義著新的文化、思維、政治與語言，代表著創新激進的搖滾樂，不斷挑動著保守派敏感的神經，自此之後，搖滾樂便背負著「反抗」的包袱，經過 60 年代反戰以及青年文化的滋養，搖滾樂從最初對傳統價值觀提出挑戰，擴張到對威權體制的反叛，進入到音樂市場中，更形塑了商業主流與獨立創作之間壁壘分明的局面（李振群，2009:2-3），但 Grossberg 早在 1993 年就為搖滾樂反抗神話的崩解敲下了喪鐘，他指出搖滾樂已成為主流文化中的一支，甚至已經被資本主義的經濟利益所殖民，失去了尖銳的批判本質，以致於無法再凝聚推動社會文化改革的力量（Grossberg, 1993:192），對於 Keightley 來說，搖滾樂在本質上並沒有反抗商業體制，「反叛」是搖滾樂用以做為市場區隔的口號之一，而反叛這個重要的口號，也是搖滾樂用來辨別自己與其他樂種的不同，進而建立起搖滾樂在樂迷之間的認同（蔡佩君、張志宇譯，2005: 112-115），方巧如（1994: 114）針對國內搖滾樂團歌詞的話語分析也發現，這些搖滾樂團的歌詞除了夢想與愛情，其實並無任何反抗的意識，但國內的獨立樂團為了維持某種與主流不同的姿態，仍試圖在隱晦的歌詞中賦予某種革命性的意義，顯然這種革命是某種「不會流血」的嘗試，此種以卵擊石的「政治參與」態度也影響到了樂迷們在生活風格上的實

踐，這部分在第四章中會有更詳細的詮釋。

在獨立音樂市場奮鬥了十多年後，或許是爲了突破，或許是爲了吸引更多的樂迷，1976在2008年選擇與主流唱片公司簽約，阿凱形容一路從左派思想強烈的水晶唱片到Sony的過程，彷彿從報紙的社會版面進入了娛樂版面，水晶唱片的老闆對1976而言是一個社會主義理想家，不是生意人，Sony則不折不扣地帶入他們進入所謂的娛樂產業，體驗一個「藝人」所必經的唱片宣傳流程，在這樣的合作過程中，阿凱坦承樂團曾歷經一段水土不服的時期：

演出的收入要跟唱片公司share，那就看他們要怎麼做，例如說像我們去唱校園有沒有用？我就在想其實沒有用，因為我們在校園就是唱幾首歌，然後前面是歌手然後後面也是歌手，可是我們沒有上電視，就大家的感覺還是會覺得不認識我們，實際上要召集到新的歌迷也不太可能，我們有一次去南部，我們也是會有一個保母車，就是那個流程都一樣，就跟其他歌手都一樣，我們就是like a star，但實際上不是，然後經紀人就說：「揮手~」，然後我們就揮手，然後我就聽到一個小朋友說：「那是誰？」…那像上電視的部分，去把上電視做得很好 其實對76或其他樂團都很難。

（1976阿凱，訪談，2011年4月18日）

唱校園是主流唱片公司對獨立樂團的刻板印象，認爲獨立樂團透過校園巡唱的方式來累積樂迷是最直接且有效的方式之一，但對已經成軍十四年的1976而言，這樣的方式已經不是他們想要的，與其他主流唱片新人歌手同台，還要面對一群對他們不感興趣的閱聽人，讓1976在舞台上備感不自在，從獨立到主流的過程，儘管他們一在對樂迷宣稱改變的只是發行體系，樂團獨立創作的本質不會改變，但從行銷方式到錄音皆有唱片公司的手介入，1976很難再保持最初那般原汁原味的獨立姿態，爲了安撫樂迷的心也確認自己的定位，阿凱開始在許多雜誌專訪中試圖去打破過往獨立與主流總是對立的局面：

比如說你找很多團然後說我們來捍衛獨立音樂什麼的，這沒什麼意義，因為獨立要對抗主流本來就沒有任何意義...捍衛獨立音樂跟你想成名想賺大錢一樣，都沒有所謂的理想性，你想要表達什麼才是理想...總之我很反對要對抗主流音樂這種空洞的話。

（NTU 搖滾音樂季，2010）

這樣的宣言無疑是在替1976加入主流唱片公司、以及他參與策展的簡單生活節引起過度商業化的輿論批評進行解套，訪談中提及這樣的問題，阿凱以自己在每個時期會有不同的想法來解釋：

因為每個階段還是會有不同，像我以前可能會覺得<煙火>裡面「功利的我」，「功利」那兩個字不ok，就是會有一個改變，就是我有點改良，但是你問我，想不想受歡迎，想不想被更多人知道，我一定說我想，因為我就是想這樣子我才一直在努力去做這些事情，就是我想要變得更好，我想要變得更厲害，我想要變得更多人知道，但我不會說我為了要讓更多人知道我就去做什麼事情，有的人可能會說你要寫流行一點的歌，我敢保證連唱片公司都不敢這樣講，我不是說寫跟比較流行的那個狀態一樣的歌就可以，因為通常都不是這樣子，我看過無數被打趴的例子，根本就不是這樣子，相反的是，比較專注那個部分，比較自我的部分一直做好一直成長最好。

(1976阿凱，訪談，2011年4月18日)

根據Hendy (2000:750-754) 研究中對英國九〇年代搖滾樂Cross Over一詞的定義，乃是指一個樂團從另類/獨立到主流的過程，他以Oasis為例，原本隸屬獨立唱片廠牌Creation的他們，在大紅大紫後，不管是從樂迷的數量、行銷方式或是主流媒體的態度來看，都顯示出Oasis已經轉變成不折不扣的流行搖滾樂團。用這樣的過程來觀看1976的轉變，儘管他們在音樂市場上仍是以獨立樂團自居，但其實就行銷方式以及發行體系的部分來看，他們已經完成了部分Cross Over的過程，目前仍堅持在Live House舉行表演，究竟是因為樂迷的數量不夠多，或是如他們歌曲中所說的是為了秉持某種<地下社會>的<態度>？在2009年，1976一舉打敗強敵蘇打綠，拿下了最佳樂團的獎項，但這種喜悅對樂團而言，除了「肯定」之外，其實沒有太多實質上的幫助：

關注沒有變多，也不是不能上電視，是做得不好，就跟唱片公司推掉電視通告，金曲獎之後仍然一樣，那幾天有一些新聞，之後主流媒體的態度是：「誰呀？」

(1976阿凱，訪談，2011年4月18日)

或許是因為這種與主流媒體仍相對疏離的關係，讓1976自覺樂團本身的定位仍是某種獨立的姿態，因為他們寫不出讓媒體與普羅大眾感興趣的「流行歌曲」，其實就像阿凱的自述，他也想紅、想成為媒體的寵兒，1976之所以目前仍活躍於Live House之間，是因為他們還「做不到」，而不是他們「不想」，但現實總是太過殘酷，只好採取一種理想化的妥協姿態，高聲唱著：「不管他們懂或不懂，為何妳總是有些不合時宜…如果妳有一個答案，解決這些惱人問題，I am your no.1 fan, you know，如果沒有，I am still your no.1 fan, you know」¹⁷。

二、回聲樂團—就算不自在，還是要 Britpop

2011年3月中回聲樂團剛從德州 SWSX (south by south west) 音樂季回來，

¹⁷ <不合時宜>的歌詞，收錄於1976於2010年發行的新專輯《不合時宜》。

便又開始馬不停蹄地繼續最新專輯《處女空氣》的宣傳行程，25日《自由時報》罕見地替他們撰寫了以下的報導：

回聲樂團受邀參加美國德州的 SXSW 音樂祭，特別演出 Dear John 這首歌向偶像約翰藍儂致敬，剛好約翰藍儂的遺孀小野洋子也在這個音樂展演出，他們看了小野洋子的表演後，更感到冥冥中注定要和約翰藍儂結緣。

（張鈺泠，2011）

而主打歌<Dear John>的 MV 爲了向披頭四致敬，模仿了披頭四當年的電視處女秀，在 MV 的片頭刻意採取陽春而復古的拍攝手法（如圖八、圖九），整張專輯從主打歌到廣告文宣，都與披頭四離不開關係。回聲樂團因爲獨立樂團的定位，成軍後甚少受到主流媒體的關注，但在新專輯《處女空氣》發行後，不但頻頻在主流媒體中出現，與英倫搖滾之間的關係也透過類似的報導不斷渲染放大，「紀念約翰藍儂」成了新專輯宣傳的主軸，披頭四的符號在包裝的過程中不斷出現，這一切當然不是自然的結果，而是一種經過商業考量後的選擇。



圖八 披頭四電視處女秀畫面



圖九 Dear John MV 開場畫面

原本只是個建中平凡高中生的柏蒼，在一次出國遊學的機會中，偶然遇見了一位熱愛The Beatles的老師，天天放Beatles的音樂給他們聽，搖滾火苗就此燃起，也奠定了他對英倫搖滾曲風的熱愛（黃所龍，2007）。《處女空氣》是回聲樂團成軍十二年來，發行的第三張正式專輯，不論是曲風的呈現，或是專輯概念的包裝，都瀰漫著濃厚的英倫搖滾氛圍，自1998年出道至今，英倫搖滾的標籤始終牢牢地貼在樂團身上，前文曾經提過1976在今年參加的Britpop Party，其實是由2006年回聲在地下社會開啓了這樣的風氣，到了2009年年底，累積了更多的樂迷之後，他們選擇在The Wall舉辦了一個聲勢更爲浩大的Britpop Party，並以感性且懷舊的訴求號召樂迷的參與：

Yes! We Love Brit-pop對!我們就是愛英搖，我們都是從Britpop的年代一路走來的人，就算Britpop走入歷史多年，但它儼然已成我們這個世代青春記憶的同義詞。

（回聲樂團，2009）

從歌曲風格的呈現，到活動舉辦的文宣來看，回聲樂團做為一個在台灣相當具有代表性的英倫搖滾樂團，似乎是樂團與樂迷之間不置可否的默契，但對英倫搖滾的定義，回聲樂團卻有著跟1976一樣的焦慮：

我覺得現在連提 Britpop 其實也太空泛了，因為 Britpop 這個定義阿，一直以來都不是一種風格，他比較是一個現象，就九〇年代的那個時候，很多的樂團，然後開始把吉他拿回來，然後開始作一些比較 melody 的吉他搖滾，就是回歸 Beatles 的那個時候，我的印象一開始講英倫搖滾就覺得很奇怪，因為我知道這是英倫搖滾應該是怎麼回事，那它既不是一個很具體的定義，也不是一個音樂的風格，我們更不是英國人，所以我從以前就盡量不要講英倫搖滾，除非我的對象真的聽不懂，我不講出這四個字他沒有一個想法，我才會講說英倫搖滾。

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

可見回聲樂團對於「本土英搖團」的標籤感到相當的不自在，而這樣的焦慮一方面源自於 Britpop 明確的時間感，另一方面源自於 Britpop 音樂風格的混雜性，最後則是「自己並非英國人」的矛盾感，但這樣的焦慮在樂迷身上卻沒有出現，4月9日回聲在 Legacy 舉辦《處女空氣》最終巡迴演唱會時，我到現場請五十位樂迷替我填寫了一份小問卷（附錄二），將近40人（78%）的樂迷認同回聲樂團做為台灣英倫搖滾代表樂團的身分，而我在與樂迷進行深度訪談時，樂迷也堅定地表示：

我不是用國家來界定它（英倫搖滾），那只是一種樂風的名稱而已，我覺得本土英搖團這幾個字不衝突阿，他們（回聲樂團）自己有講他們受90's Britpop 影響阿。我覺得 Echo 他們應該不會覺得這樣的標籤是障礙，因為他們這張的樂風就是滿固定的阿，不會一直跳來跳去這樣。

（馮牧凡，訪談，2011年4月5日）

顯見對於這樣的標籤樂迷與樂團之間有高度的落差，而這落差產生的原因和1976相同，我們很難在官方的文宣或是報章雜誌專訪中，看到他們對 Britpop 一詞進行明確的界定，Britpop 做為一個平易近人的標籤，對回聲樂團而言，如此模稜兩可的定位，反而是市場上有力的武器。

柏蒼提到自己在創作音樂的過程中，從來不會去考量到 Britpop 這個標籤，也不怕別人質疑他們做出來的音樂不夠英倫搖滾，但相反的，有時候他們的音樂反而為英倫搖滾重新下了定義：

我們自己做出來覺得…哇！這真的超級不英倫搖滾的！比如說這是 Blues，然後就會有人說你這是英倫搖滾，我就覺得你到底聽不聽得懂阿？

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

回聲樂團的樂迷大部分年紀都比他們小，待他們認識回聲時，那個美好的九〇年代早已經成爲了歷史，包括我在內，對許多人而言，認識英倫搖滾這個詞，是透過本土樂團的活動文宣或專輯側標，Oddy 就提到自己是先認識 Echo 才認識英倫搖滾的過程：

我最近在複習 Suede，喜歡的音樂跟柏蒼他們的品味是重疊的，至少在英搖這部分是重疊的，影響到 Echo 的樂團我也都滿喜歡的，我是先認識 Echo 才認識英搖，在認識他們之後才發現有這個音樂類型這樣。

（Oddy，訪談，2011 年 4 月 13 日）

在對 Britpop 歷史意涵理解不深的情況下，自然非常容易在活動文宣或是樂團立場模糊的「誤導」中，將回聲樂團所創作出來的所有歌曲，理解爲所謂的英倫搖滾，也就是 Britpop，柏蒼這段簡短的抱怨，其實也凸顯出，樂團本身其實有意識到樂迷對他們曲風的誤解，但顯然這些「小小的」誤會並不會反應在專輯或演唱會的成績上，解釋的動作也就沒有那樣迫在眉睫。在訪問的過程中，柏蒼不斷強調他並沒有特別鍾情於「美式」或「英式」搖滾樂，所有的音樂類型他都聽，「Britpop 那段時期的音樂只是我們的根，只是根而已…」（回聲樂團柏蒼，訪談，2011 年 4 月 14 日），這樣的態度和 1976 不謀而合，在提到此種象徵資本累積的過程時，爲了不落入音樂品位過於狹隘的窠臼中，他們不斷強調音樂類型涉獵範圍的無邊無際，但制定行銷商品的策略時，卻又選擇放大了最容易引起樂迷反應的英倫搖滾標籤，可見樂團本身其實很清楚英倫搖滾一詞的魔力，回聲的樂迷很多都是成長於消費社會的一代，在風格代表一切的前提下，最容易引起樂迷注意並留下印象的，絕非音樂類型本身，而是那些活潑生動、挑動情感的廣告標語，因此，儘管樂團一再撇清那些標籤與樂團自身定位的關聯，但若不是樂團默許這些類型標籤一再地出現，就不可能達到 78% 的樂迷不但誤解且深信不疑的現象。

回聲樂團之所以常被外界扣上英倫搖滾的帽子，除了標籤的作用，主唱柏蒼獨特的嗓音，也常讓人與英式搖滾樂較陰柔的一面產生聯想，1972 年 8 月 16 日，Ziggy Stardust¹⁸ 腳踩超級高跟鞋、穿著發亮連身裝並塗上紅色眼影，頂著一頭橘色頭髮的他/她，在倫敦彩虹劇院的舞台上爲華麗搖滾的年代揭開了序幕，另外一位陪著這位巨星掀起搖滾樂界性別革命的還有 Marc Bolan，畫上濃妝的他，在英國街頭掀起了一股比擬披頭四的 Bolanmania，因爲有很長的扮裝歷史傳統，華麗搖滾（Glam Rock）在英國很快就風行起來，這場革命顛覆了搖滾自誕生以來的情慾與性別關係（張鐵志，2004:71-78），在 1973 年 Marc Bolan 宣稱華麗搖滾已死後，它的幽靈並未徹底消散在音樂類型之中，相反地，它的精神滲透到八〇

¹⁸ 即 David Bowie 所扮演的雙性搖滾巨星（張鐵志，2004:71-78）。

年代的後龐克以及九〇年代的 Britpop 風潮之中，如 1994 年誕生於英國倫敦街頭的 Placebo，主唱 Brian 承襲了華麗搖滾的扮相，比女性還要柔媚的嗓音更被 Bowie 欽點為他最喜歡的新樂隊（張鐵志，2004: 71-82；Prato, n.d.）。

而這隻風格獨特的樂隊，在 2010 年 3 月來台開唱時，回聲樂團因被主辦單位視為「同為」英倫搖滾樂團，且柏蒼獨特的嗓音可視為華麗搖滾在台灣的代表，受邀成為 Placebo 在台演唱會的暖場團，柏蒼唱歌時不斷轉換的真假音、強調鼻腔共鳴加上撫魅的肢體神態，成了樂團最重要的特色，儘管沒有像 David Bowie 透過裝扮文化將華麗搖滾的精神發揮到極致，但在九〇年代末，剛進入音樂市場時，完全不同於當時位處主流地位金屬樂團的陽剛唱法，還是讓柏蒼體驗到了不小的挑戰：

剛開始挑戰還滿大的，應該說…當然有些人會覺得這個主唱很娘阿，之類的這種，當然會說你的鼻音怎樣怎樣阿，真假音轉換之類的，娘是當然一定會有，而且其實常常講舞台的表演的…可能肢體的…但是我覺得那是對音樂的了解不夠深，比如說這種唱腔其實從 David Bowie 就開始了，他也傳到日本阿，日本也很喜歡這種華麗搖滾，所以日本也很多樂團是這樣唱阿。

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011 年 4 月 14 日）

在那個重金屬搖滾樂當道的年代，在「陽具搖滾」(cock rock) 推崇雄性特質、「厭女」情緒高漲的情結作祟下，強調在進行現場演出時必需表現出露骨、粗野且具侵略性的男性特徵，任何具陰性氣質的元素都不應該出現在搖滾樂中（黃亭境，2009: 7-10；楊雅馨，2005: 12-14；Frith & McRobbie, 1978: 371-373），在此種意識形態的主導下，有別於其他主唱嘶吼式的唱法，柏蒼在舞台上呈現的陰性特質，自然無法被其他樂團認同，甚至冠上「娘」的負面標籤，但柏蒼之後也補充，這樣的挑戰在近幾年來，隨著性別討論的開放、社會大眾對同志身分的認同，已經逐漸消失，這部分或許也跟英式搖滾資訊的普及，大家對華麗搖滾的特徵有所認識後有關，樂迷們不會再以異樣的眼光看待男性主唱在舞台上嶄露陰性的特質，相反的，重金屬那般強調陽剛特質、去侵略性的特質，反而在當代成了弱勢。

主唱陰柔的形象，其實在音樂市場上提供了相當有利的條件，和過往重金屬樂團具侵略性的特質相比，本研究三個樂團的主唱都相當符合「漂亮男孩」的形象，也都獲得了主流唱片公司的青睞，在唱片公司的考量下，「漂亮男孩」當然比「刺青搖滾客」更容易被大眾接受。暨 1976 與 Sony 的合作後，回聲樂團在去年得到金牌大風（Gold Typhoon）唱片公司的注意，成了他們的旗下藝人之一，最新專輯《處女空氣》在主流唱片公司的策畫下，行銷手法就產生很明顯的不同，在主流媒體上的曝光率明顯增加，如本小節中一開始就出現的《自由時報》報導、從專輯預購在廣播中就聽得到的〈Dear John〉，一連串的強力宣傳讓這張專輯在預

購的首週就登上了博客來華語榜專輯冠軍，而柏蒼也不諱言這一切都是「金錢」的力量：

因為有準備前錢阿！當然你說廣告內容當然是要花錢嘛！那其他的報導你自然曝光的機會多了，那他們就願意來報導你阿，主流媒體的態度其實跟你很明顯，跟你的知名度，會有直接相關，跟你曝光的次數，所以我說為什麼會有報紙？自由中時聯合那些，可能因為你在電台上曝光，你Live的人愈來愈多，然後你在電視上也有曝光，他們才知道你是誰，就是都互相的，這筆經費就是這次宣傳的預算，這是很明白的是宣傳的預算，不然還會有什麼？

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

在台灣音樂市場上闖蕩多年後，柏蒼其實很清楚台灣媒體的生態：「不紅、沒有話題性就不會有人理你」，可見主流唱片宣傳資金的挹注，應是他們選擇與主流唱片公司合作的主要原因之一。

他也承認其實出現在報紙中的某些報導，是唱片公司花錢買的廣告，目的當然就是爲了提高回聲樂團的知名度，因此他們便很破格地出現在《自由時報》的週末生活版中，帶領自由時報的讀者一起去爬山，版面中四名團員僵硬的生澀笑容，是我過去從沒看過的「偶像」樣貌。4月9日回聲在Legacy舉辦的那場演唱會，在強力的宣傳之下，締造了售罄的佳績，上千位的歌迷擠爆會場，狂熱的氣氛達到最高，演唱會嘉賓不但請到了張懸，甚至還有Mc Hotdog，整場演唱會的氣氛宛如一場夜店嘉年華，柏蒼與張懸甚至上演了裸上身貼身熱舞秀（圖十），待慶典結束，情緒冷卻之後，我卻明顯的感受到這場演唱會與我過去所參與的那些有多麼不同，在大三那年我第一次在台南的Room 335看到回聲的現場演出，沒有嘉賓、沒有炫麗的燈光效果，更沒有在舞台上勁歌熱舞的辣妹，儘管沒有太多譁眾取寵的手法，卻是最原汁原味的回聲樂團。

當一向至少隔三年才發行新專輯的他們，卻在演唱會結束的一個禮拜後，高調宣布即將發行最新EP（新曲+Live），身爲獨立樂迷的我不禁眉頭一皺，焦慮感油然而生，一路從回聲樂團發行第一張專輯就開始追隨他們的Oddy，用「變得比較悅耳、圓滑」委婉地陳述了他對《處女空氣》這張專輯的看法：

我覺得喔…也許變得比較悅耳吧…像我朋友他就很懷念柏蒼在第一張專輯那種唱腔阿，就是偏中低音的唱腔吧，因為柏蒼現在比較常唱中高音，不過你如果要從歌曲來看，從第一張到現在的確是有改變啦，柏蒼自己也有說變得比較不會那麼無病呻吟這樣，可能那時反映出他們還處於少年時期的一個憤怒這樣，現在是變圓熟了啦，所以有時候還是會懷念起他們早期的歌。

（Oddy，訪談，2011年4月13日）

從中低音到中高音唱腔的轉變，其實符合了主流市場上消費者對主唱「飆高音」技巧的期待，2011年5月13日，回聲樂團的臉書粉絲專頁道賀聲四起，他們入圍了今年最佳樂團的獎項，或許我的焦慮與擔心是多餘的，至少目前看來，回聲樂團在與主流唱片公司簽約後，在擴大主流市場的績效上的確有很明顯的突破，不但知名度明顯大增，樂迷的數量也達到空前的成長，若今年再獲得金曲獎的加持，簡直如虎添翼。那個曾經高唱<我將死去>，以陰鬱且迷離旋律與慘綠少年產生共鳴的回聲樂團已不復返，如果他們曾經專屬於我的青春，在我已經25歲的當下，擁抱大眾或許才是他們現在最想要做的事。



圖十 2011年4月9日演唱會柏蒼裸上身與張懸貼身熱唱美國知名歌手蕾哈娜的<Umbrella>

三、拾參樂團—從主流到獨立，不再是誤闖森林的小白兔

2011年五月中，拾參樂團將前往他們朝思暮想的利物浦參加 Sound City 音樂季的演出，主唱小寶在跟我分享這個好消息時，忍不住提高音量興奮的強調：「利物浦耶！有披頭四的利物浦耶！」，而官網上也以斗大的「拾參樂團大不列顛披頭朝聖之旅」慶祝這個難得的機會，若將時光倒轉自小寶與小宇（拾參樂團吉他手）與搖滾樂初次邂逅的1996年，就會發現他們之所以如此難掩興奮之情，不是沒有原因。

1996年，小宇國三小寶高二之時，這對住在高雄左營海軍眷村的親兄弟，爲了緩解沉重的升學壓力，買了兩張電影票，翹課前往專門放給軍人看的官兵休閒電影院，偶然的選擇了《檔不住的奇蹟 That thing you do》，這部由湯姆漢克斯主演、以披頭四爲題材的電影，讓這對兄弟認識了搖滾樂：

在看這個電影之前，聽的都是鍾漢良、LA BOYZ，還有王傑...因為這部電影第一次看到樂團這種東西，就覺得很帥!很棒!後來就去找披頭四的CD這樣，因為那個電影說是靈感來自披頭四，我就去追就去找披頭四，就從那裏開始，我們就接觸到搖滾樂。

(拾參樂團小宇，訪談，2011年4月6日)

從披頭四開始的英倫搖滾追尋之旅，讓這對兄弟及時趕上了九〇年代 Brit-pop 的狂潮，基於對 Oasis 的熱愛，小宇甚至選擇了一個與 Oasis 主唱相同的英文名字—Liam，以英倫搖滾樂團做為楷模，先是在學校的熱音社中組成了一個英倫搖滾曲風樂團，從 copy 喜愛樂團的歌曲開始，漸漸邁入嘗試創作的過程，由於成長於高雄，資訊更新的速度不像台北那般迅速，小宇和小寶提及高中那段在熱音社練團的記憶，表達了強烈的孤寂之感：

超弱勢的阿，我那時後在練團室貼英國國旗還被學長撕掉，我們那個時候根本沒有什麼人在聽英式搖滾，熱音社其他人全部都是玩重金屬，反正就是那種...我還記得那時候都會跟那些在玩硬蕊的美式的那種對幹，就是會互看不爽，我們超弱勢的，學長都會看不爽。

(拾參樂團小寶、小宇，訪談，2011年4月6日)

他們對英倫搖滾的熱愛持續到了小宇專三那一年(1999)，參與了一場由宇宙唱片所舉辦的徵選歌曲大賽，將自己創作的三首歌曲寄到台北的唱片公司，儘管之後比賽結果並不理想，但這三首歌曲卻輾轉被一名同樣熱愛披頭四音樂的製作人—顏仲坤聽見，在他的引薦之下，拾參樂團奇蹟式地在沒有累積任何 Live 經驗的情況下，輕鬆地與主流唱片公司簽約，在 2001 年由環球唱片發行了第一張同名專輯，正式進入台灣的音樂市場之中。拾參樂團在獲得大唱片公司經濟約之初，只單純的感到非常開心且幸運，對當時還相當年輕的小寶與小宇來說，只是很興奮的認為：「就什麼都好好喔！吃高級的餐廳都不用錢，然後不管到哪裡去宣傳都坐飛機，飛機票也不用我們出，很爽這樣！」(拾參樂團小寶，訪談，2011年4月6日)，拾參樂團的經歷乍看之下是受到幸運女神的眷顧，但之後卻成了他們獲得台灣樂團認同的最大障礙。

在製作專輯的後期，拾參樂團便漸漸發現主流唱片公司是看中了他們音樂中那股濃厚的「披頭味」，試圖操弄英倫搖滾的符號價值使其有利可圖，趁著五月天去當兵的契機，試圖打造一個在主流音樂市場上尚未出現的「英倫搖滾學生樂團」，當時唱片公司的文宣如下：

每個年代,都有屬於那個年代的樂團。Beatles風靡了70, Bon Jovi和Police豐富了80, Oasis和Blur改寫了90, 在這幾年台灣年輕人有了五月天, 到今天起平均只有

20歲的【拾參】樂團的出發，開始用他們旺盛的創作力和堅定明朗的風格，為自己 and 為所有這個年代的新年輕人寫下青春。我們看到了一種青澀卻純粹的音樂情懷，我們也看到了新一代玩音樂的小孩的模樣…謙虛有禮有夢想，多才多藝不臭屁的學生創作樂團【拾參】13=1+3=1個愛做衣服+3個愛畫畫的大男生="B"eatles，詞,曲,編曲,演奏,演唱,合聲,製作,造型,專輯繪畫全部自己來(D.I.Y.)…第一次看到【拾參】的4個大男生，他們就是傻傻的笑著，一直哥哥長姐姐短的向在場的長輩問候，說實在從沒看過這麼有禮貌的「搖滾樂團」。

(Ptt拾參樂團板，2001)

在文宣中可以看到唱片公司如何操作 Beatles 的符號價值，並且努力的將拾參樂團與 Beatles 產生聯想。

顯見當時的主流唱片公司，已經注意到英倫搖滾在音樂市場中的價值，他們預設 Beatles 可以引起新一代青年的共鳴，因此拾參樂團的出現，對當時正努力尋找可以填補五月天空缺的唱片公司而言，無疑是一塊稀世珍寶，唱片公司將拾參樂團塑造成另一個披頭四，試圖去拉攏曾經說過要成為「台灣披頭四」的五月天的樂迷，在主流唱片公司的主導下，拾參樂團幾乎喪失了所有的主導權，這樣誇大的包裝手法其實並非拾參樂團最初的理念，過度強調外在的表徵與形象建構，反而模糊了他們理想的初衷，這樣的文宣甚至在尚未與樂團進行討論後，就在市面上廣為流傳，成了他人對拾參樂團最初的印象，也導致拾參樂團與主流唱片公司的合作產生裂痕：

其實那張音樂（首張同名專輯）的後期部分其實有被干涉還滿多的，就環球的部分有進來，那時候其實顏仲坤（製作人）也沒有很開心，不管是音樂還是整個形象包裝，那個就是音樂以外的。我們就是很單純的聽披頭、聽Oasis，我們喜歡這樣的東西，我們想做我們的音樂的東西出來，…他們也都不想要我們去看市場到底是什麼，我們在那一段時期的時候，他們是盡量不讓我們去看那些東西。行銷的部分他們整個都進來，我們就只能配合，我們其實完全就是沒有任何的…就其實我們不知道怎麼樣去跟他們溝通說，其實我們想要的是什麼，我們喜歡我們想要呈現的是什麼，那唱片公司看到我們就覺得…ㄟ？這跟他們曾經做過的藝人樂團可能都不太一樣，那他們可能就會有很多想法進來，但那都是很演藝的那一套，所以出來的東西就會有落差的。

(拾參樂團小寶，訪談，2011年4月6日)

為了使拾參樂團成為一個可以被普羅大眾所接受的搖滾樂隊，唱片公司不斷要求團員們穿上鮮豔色系的服裝，搭配主唱小寶輕柔的嗓音以及基督教的信仰，將他們的正面形象極大化，試圖將拾參打造成一個完全不具危險性的「乖乖牌學生樂團」（圖十一），然而這樣的舉動卻適得其反，儘管上遍了主流媒體，不斷跑

通告提高曝光率，人們對拾參樂團的討論卻始終集中在團員們的性向問題：

那時候很多人說我們是gay，說我們整個團都是gay，就是因為我們形象就是…什麼穿粉紅色的，因為他…譬如說我們很喜歡畫畫，有很多色彩，所以唱片公司就會給我們穿粉紅色的衣服，他就會這樣去塑造。

（拾參樂團小宇，訪談，2011年4月6日）



圖十一 拾參樂團首張專輯封面

當時環球唱片試圖將拾參包裝成一個屬於新世代青年、可以媲美披頭四、具有絕對創作能力且平易近人的學生樂團，但唱片公司過度包裝外在的形象，卻影響到了他們音樂本身的原真性（authenticity），也影響到了台灣其他獨立搖滾樂團與樂迷對他們的看法。

在第一張專輯合作宣告破局，專輯銷量也慘澹收場後，拾參樂團意識到自己過去的想法太過天真，並在2002年開始，試圖透過跑Live的方式，重新建構樂團在獨立音樂圈中瀕臨崩解的原真性，儘管他們不斷努力對外澄清自己創作的理念，以及團員們並非如外界想像的「乖乖牌」，這些標籤卻如影隨形的貼在團員們身上，2003年他們初次參加春天吶喊音樂季時，著實體驗到台灣獨立音樂市場對他們不友善的態度：

我們帶了一批比較新寫的一些歌曲，然後就去報那年的2003年的春天吶喊，那場像一個新的開始，就是大家真的練得很勤。因為下雨的關係，我們延到時間剛好是七點，是春天吶喊很棒的時間，就心情很好，結果第一個刷扣下去，碰！跳電！來的人很多喔！可是那種氣氛都是…就是：「你敢來？你拾參樂團來春天吶喊？」

的那種氣氛，跳電之後大家就大笑，就那種氣氛，因為之前拾參的形象的關係，以樂團圈來講他會覺得：「蛤？什麼東西阿？你什麼東西阿？我從來沒聽過拾參樂團，你們憑什麼可以出專輯？而且還這麼多宣傳？」而且你從來沒有在live house出現過，他們一定覺得為什麼這樣的東西可以來春天吶喊，有點像棒棒糖你幹嘛來春天吶喊這樣。

（拾參樂團小寶、小宇，訪談，2011年4月6日）

拾參樂團的這段經驗凸顯出了台灣獨立樂團在建構原真性、尋求同好認同的過程中，跑Live House累積表演的經驗，乃是台灣獨立音樂圈不可缺乏的潛規則。

這樣的市場經驗是拾參樂團和1976以及回聲樂團最大的不同之處，同樣歷經過Cross over的過程，拾參卻是從主流到獨立，這在台灣獨立音樂圈中是非常少見的，和主流唱片公司合作的失敗，不但影響了音樂圈其他人對拾參的看法，也瓦解了他們自己的自信心，讓他們明確的了解到，要重新建構支撐一個搖滾樂團最重要的原真性，重新走入地下，不但是自我療癒更是尋求他人認同最直接的過程：

誠實啦，我覺得是那個東西，因為那個時候音樂本質上是誠實的，可是在外在包裝的形象真的讓人家覺得太超過這些東西，包括我們自己的態度，我們並沒有把自己的態度表現出來，就順著那個台灣市場，他要我們怎麼樣就這樣去做，剛好獨立音樂市場這塊的人他其實很討厭這個…應該是說他那個包裝是從音樂出來的，而不是說去加一個東西在音樂上面那種感覺。我們在表演的時候發現為什麼要穿的這麼可愛？你上去的時候你就感覺…我好像就只有這一面，然後其實也來不及了，所以到後期的時候其實有點不開心，然後我們在第一張專輯跟第二張專輯《你是王嗎》那一張中間隔五年，其實那五年就是在調整，我們其實並不是一個先在Live House跑，然後組成的團他有目的性的，這個是以比方說你歌寫的不錯，準備要發專輯的目的性出來，所以我們之後又重新回到Live House，我們第一張結束之後才比較像是真正開始在玩樂團。

（拾參樂團小寶、小宇，訪談，2011年4月6日）

在言談之間，拾參樂團自然而然地將「跑Live House」與「真正開始玩團」畫上等號，這一切其實都是他們原本在南部玩團無法發現的樂團生態，顯見台灣玩團的文化其實是相當都市化的，台北獨立音樂圈的遊戲規則主導了台灣的樂團生態，來到台北玩團象徵著邁開第一步，但若不服從自地下到地上的遊戲規則，則什麼都不算，拾參樂團的經驗就是最佳的例證。

有了前車之鑑，拾參樂團的第二張與第三張專輯都選擇與獨立唱片合作，典選唱片給予他們最大的自主權，從唱片封面設計、拍攝都讓他們一手包辦，文宣撰

寫也是溝通後的結果，在這樣的合作模式下，專輯完全呈現出與以往完全不同的風格（圖十二、圖十三），不但獲得其他樂團的認同與背書、累積了一群死衷的獨立音樂樂迷，甚至兩張專輯都入圍了金曲獎的最佳樂團獎項，自此之後拾參才找到了最自在的位置，也更加堅定了繼續玩音樂的決心。但從他們出道之後便不斷如影隨形的「台灣英倫搖滾樂團」標籤，卻也在第二張專輯發行之後變成了沉重的包袱，他們對英倫搖滾的焦慮並非像回聲或1976那般來自歷史感的抽離，而是源自創作上的瓶頸。



圖十二 2006《你是王嗎》封面



圖十三 2008《馬臉水手的夏天》封面

拾參樂團在音樂聆聽的品味上非常死衷，對他們而言，英倫搖滾等同於90年代Britpop黃金時期這樣的定義是無庸置疑的，但這樣始終如一的態度讓拾參樂團在創作上面臨了某種侷限，甚至經歷了某段「反英搖」的時期：

就是現在我們也不會覺得說一定要做英式搖滾，因為那個反而已經很累了，這個名詞其實有一點…我們有一段時間是有一點不喜歡這個標籤，好像有一點是因為來到台北怎麼大家都在英式搖滾，會覺得說既然大家都是在這一段時間走出來，就是聽過這樣的洗禮走出來，那你的特色到底在哪裡？還是你只是copy？我們那段時間在想的是這件事，你會想要不只是copy，應該是說玩了一段時間之後，你原本很強調的那個英式搖滾，他已經變成你最主要的面貌，如果再做一樣的東西，你會覺得很無聊，你自己會覺得無聊，在這個時候我們就會想要拋開原本的包袱。

（拾參樂團小寶、小宇，訪談，2011年4月6日）

進入台北的獨立音樂圈後，拾參明顯地感受到英倫搖滾在台灣既獨立又主流的矛盾姿態，因此產生了自我定位上的焦慮，如何在眾多的英倫搖滾樂團中突顯出自己的特色與差異性，成了拾參樂團近幾年來積極突破的目標。

小寶與小宇一個自交大藝術研究所畢業，一個則是學生時期在台灣藝術大學主修油畫，在拿回自己專輯的自主權後，他們便不斷試圖透過專輯藝術風格的呈現

來強調他們的與眾不同之處，除了音樂本身，藝術對他們而言同等重要，甚至在音樂創作上面臨瓶頸時，它會是尋求突破的窗口：

我們現在的想法是可以有拾參的音樂，可是拾參也有畫畫的東西，會有一些創造的作品出來，那整個東西讓你感覺這是一個在創造的團體，他可能是一個派別，可能可以在創意市集裡面走，或是他可能可以到畫廊裡面，就是我在想的是，他不是只侷限在英倫搖滾或是地下樂團圈這個東西，他比較可以走出去的方式是，人家會感覺到是一群愛畫畫的人也喜歡音樂。

（拾參樂團小寶，訪談，2011年4月6日）

Fornäs等人在1995年針對瑞典當地搖滾樂團的研究指出，許多年輕人玩樂團是爲了要畫出自己與家長文化和學校之間的那道界線，那可以讓他們有機會遠離生活中最厭煩的那些層面（Fornäs, 1995；轉引自孫憶南譯，2004:199-200），但在本研究發現，在台灣的樂團儘管玩團之初的確有這樣的意圖，但那道界線終會因爲現實生活的壓力而日漸模糊。

爲了堅持玩音樂的理念，小寶一開始曾抗拒不出社會工作，直到去年九月發現，若再不找份正職就只能過「窮到喝露水」的生活，才在一間遊戲軟體公司擔任繪圖的工作，他坦承正式出社會後，因爲體力不堪負荷，練團的時間明顯減少，可見儘管台灣樂團在樂迷眼前總是只呈現理想化、浪漫化的想像，但在現實生活中他們仍難逃資本主義的邏輯，賺錢養自己才是最重要的前提，儘管那道界線終究失效了，拾參樂團仍試著將自己的藝術天份事業化（藝術作品進入創意市集或是畫廊參展），希望在資本主義的邏輯之下，掌握最大的自主權，尋求某種練團與過生活的平衡點；他們是本研究三個研究對象中目前唯一沒有與主流唱片公司簽約的樂團，因此也是在錄音資金、宣傳費用上最需要自食其力的樂團，現實環境的壓迫在他們的肩膀上看起來格外沉重，但有了以往的經驗，如今好不容易重新建構起樂團原真性的拾參，對他們而言，與其冒著樂團再度崩解的風險，現在這種克難的玩團方式雖然辛苦，卻是最自在的。

第二節、小結—相似的表面，歧異的個體

本研究所選擇的這三個研究對象，皆是在台灣的音樂市場中具有鮮明英倫搖滾標籤的樂團，並且皆歷經了 Cross Over 的過程，不管是過去式、完成式或是現在進行式，經過十年以上的玩團歷程，這些樂團在市場上的定位都產生了改變，而這些改變也在在說明了獨立音樂在台灣，已經不再適合用一種與市場無關的角度去談論它，堅守獨立音樂與商業無關的論調已顯的過度理想化，英倫搖滾在台灣就是一個鮮明的例子，透過與樂團的訪談，可以清楚地看見唱片公司、樂評甚至是樂團本身如何挪用英倫搖滾這個標籤的附加價值，試圖去吸引更多年輕樂迷的

注意，擴大市場的規模，本章透過闡述這三個樂團的故事，帶出了他們進入市場中的過程，將本研究對這三個樂團的分析詮釋整理如下：

（一）、英倫搖滾在台灣與獨立音樂之間的關係

本研究的研究對象，除了英倫搖滾這個鮮明的標籤，獨立樂團也是他們的另一個共通點，儘管這三個樂團對英倫搖滾的定義都不同，產生了樂迷與樂團之間認知不協調的現象，但英倫搖滾等同於Britpop卻是新一代樂迷間共同的默契，而Britpop是British Popular Music的縮寫，顯見它在英國就是以流行樂的姿態進入市場，但在台灣的脈絡中，英式搖滾樂團卻被定位於獨立音樂市場的小眾範圍，這其實和台灣特殊的玩團文化有一定的關係。

和英國相比，台灣自兩千年後玩團的文化才逐漸熱絡，短短十年的時間，在市場尚未達到一定規模的前提下，樂團只能以獨立的姿態自居，談到在台灣玩團的心得，拾參樂團的小宇悵然表示：「樂團在台灣仍是手工業，而非產業…」（拾參樂團小宇，訪談，2011年4月6日），因此，儘管樂團們其實都很清楚Britpop在英國是很商業的音樂，但在台灣的音樂環境中卻只能用另類音樂的手法來操作，除此之外，Cohen（1991:2）的研究發現，因為利物浦豐富的音樂傳統影響了該市的當代音樂創作方式，以及年輕樂手認定此種方式所蘊含的重要性，利物浦經濟狀況不佳的直接影響，造成對許多年輕人而言，音樂創作已真正成爲一種生活方式，音樂創作給了年輕人生活的目的，但這樣的文化現象在台灣並沒有出現，台灣的經濟情況到目前爲止，仍不允許玩樂團做爲一個正式的職業，玩團仍常與「游手好閒」畫上等號，自然成了英倫搖滾樂團在台灣成爲一個流行樂團的障礙。

由於本研究的三個樂團主要的活動範圍，仍在獨立音樂的場域之中（儘管與主流唱片有合約關係），而台灣獨立音樂圈由於維生不易，因此樂團之間互助的風氣相當明顯，拾參樂團與回聲樂團皆不約而同地提及1976在他們剛上來台北玩團時，扮演了相當重要的前輩角色，因此他們與1976的關係都相當好，回聲樂團有演出時，常常邀請阿凱當特別來賓，而阿凱舉辦活動時，回聲樂團與拾參樂團也常在表演名單之中，他們也深知彼此的樂迷其實有高度的重疊，維持彼此之間友善的關係，從市場的角度來看，其實是有正面的幫助，因此常有意無意地向樂迷透露彼此間的密切關係（圖十四），讓樂迷產生愛烏及屋的情感，英國樂團彼此之間劍拔弩張的惡鬥，在台灣是看不見的。



圖十四 2007/9/1 回聲在河岸的演出邀請阿凱當嘉賓 演出前幾天，回聲樂團在部落格公布柏蒼與阿凱通話的照片

在台灣獨特的經濟、社會氛圍與玩團文化影響之下，台灣的英倫搖滾樂團建構自身的資本仍需透過很地下的方式，才能獲得認可，從拾參的例子很明顯可以看出，身為一個樂團，若沒有經歷過跑 Live House 這種建構原真性的過程，很容易造成兩邊不討好的情況，而建構原真性對獨立樂團而言，除了可以獲得獨立音樂圈的認可，在轉戰主流市場時，也是一個重要的武器，原真性是搖滾樂品味的來源，是搖滾樂團形塑歌迷認同的依據，是使的搖滾樂迷在擁抱受到廣大歡迎的搖滾巨星時，仍認為自己與眾不同的力量，原真性的包裝可以讓搖滾樂藝人相較於其他流行音樂藝人更具有特殊性(郭政倫譯, 2000:114-120)。而林怡瑄(2003: 7)的研究發現，台灣獨立音樂市場，與主流市場間呈現的其實是一種競合關係，本研究在與這些與主流唱片公司有所合作的樂團訪談後發現，這種競合關係其實在主流唱片公司掌握較多資金的前提下，獨立樂團或音樂市場的談判籌碼是較小的，甚至是完全沒有商談的餘地；除此之外，李振群(2009: 7-9)分析台灣音樂季的行銷包裝手法後也指出，台灣的獨立音樂雖著眼於小眾市場，但其在操作上卻模仿主流市場的手法，如形象規劃、專輯包裝等，甚至在曝光媒體的選擇上也有部分與之重疊，可見台灣目前的音樂市場環境，獨立與主流的區分其實相當模糊，那道界線甚至只是一種理想化的投射。

其實這些在市場上打滾十年有餘的樂團，都相當清楚商業運作的邏輯一直都存在於獨立音樂之中，只是獨立音樂原真性較高、商業考量較少的意識形態，讓他們在與主流唱片公司合作後，往往會面臨原真性崩解的危機(Shuker, 2002: 170-171)，為了安撫原本的樂迷，鞏固樂團的原真性，1976 仍高唱那些充滿左派思想的歌曲：「大吼大叫，這個世界，沒有階級，不該有階級，而我們曾驕傲的存在…」¹⁹，而當我詢問 Oddy 對於回聲樂團未來在市場訂位中可能產生的改變

¹⁹ <流浪者之路>的歌詞節錄，收錄於 1976 樂團 2009《不合時宜》專輯。

是否有什麼看法，他最直接的反應卻是：「市場定位？他們本來就沒有以市場為主要考量阿，不是嗎？」(Oddy, 訪談, 2011年4月13日)然而，最新專輯《處女空氣》的主打歌<Dear John>其實是一首相當符合主流市場口味的歌曲，Oddy也承認身邊許多朋友其實只喜歡這一首歌，選擇以一首最悅耳動聽，進入門檻最低的歌曲作為主打歌，難道不是一種市場的考量？但同樣的，他們透過記念約翰藍儂的故事背景，保留了這首歌的理想性，使它不至於墮入「芭樂流行」的泥沼之中，諸如此類的包裝，將樂團鞏固在一個浪漫化與理想化的形象之中，緩衝與主流唱片公司合作對原真性的影響，告訴樂迷：「我們沒有變！」，其實透過本研究對這些樂團故事的闡述，可以很明顯地發現，樂團在進入主流唱片公司之後，掌握的自主權相當有限，像拾參樂團的情況更是任人擺布，在一個充滿階級與商業的世界中化理想為實踐的可能性有多少？這個問題的答案或許殘酷的令樂迷和樂團都無法真誠地面對。

(二)、英倫搖滾標籤的符號價值－獨立、主流通吃的市場魔力

在前文，阿凱對於英倫搖滾音樂本質上較為「容易溝通」的特質做了闡述，強調Britpop相較於其他音樂類型，的確是更容易被大眾接受的音樂型態，除了音樂本質上的有利條件，1976與回聲以及拾參，從主唱「漂亮男孩」且多才多藝的形象，到團員之間服裝造型的呈現，其實都不脫大眾流行品味的範圍，當樂團要參與政治時，也是採用一種極度隱晦且不得罪任何人的態度折衷態度，也就是說，在「相對安全」的外型條件前提下，與這些樂團簽約對主流唱片公司來說，並不需要冒太大的風險，而英倫搖滾與流行時尚結合的附加價值，更提供了唱片公司在包裝藝人時，一個現成且容易操作的方向，最後，拾參樂團的小宇在解釋為何Britpop在學校熱音社樂團總是屬於弱勢時，提到了英倫搖滾對於鼓手與吉他手而言，不斷重覆的節奏與和旋，對正血氣方剛的青少年而言，無法提供炫技與挑戰的快感，因此，即使到了英式搖滾資訊普及的今日，在學校的熱音社團中，英倫搖滾仍不會是大多數人練團的選擇，但從市場的角度來看，對一般沒有追求精湛樂器技術的社會大眾而言，英倫搖滾簡易的吉他技巧與朗朗上口的旋律，反而是促成一首歌成為賣座流行樂的最基本要素，是擁抱大眾最有利的條件。

上述的條件，除了促成這些英倫搖滾樂團較重金屬、龐克…等搖滾樂類型，更容易受主流唱片公司青睞之外，隨著英倫搖滾一詞的普及，主流唱片公司也愈來愈懂得用這樣的標籤去型塑藝人的品味形象。王菲在九〇年代末的華語主流音樂市場中掀起了一股風潮，而她很有可能是主流音樂市場中最早將英倫搖滾做為商業賣點的主流歌手之一，王菲在1999年收錄於《只愛陌生人》專輯裡頭的<開到荼靡>與<催眠>被視為迷幻搖滾與英倫舞曲的複製，而她於MV中誇張的眼妝與前衛的穿著，在當時相對保守的社會風氣中掀起了一股熱潮與話題，不但成功刺激了唱片的銷量，樂評中也開始出現許多「王菲以英倫搖滾魅惑人心」這類的論

述（黑膠佬，2009；藍檸檬，2003），而柏蒼也指出，近年來常收到主流唱片公司的收歌邀請：

其實收到很多主流唱片的邀歌，他們都說我就是要英倫搖滾風格的，只是大家對於那個的認知不一樣，可能他們心裡想的Britpop就是Coldplay阿…就是很紅的那些音樂。

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

可見主流市場已經注意到英倫搖滾標籤背後的市場利益，目前仍在業界活動的馬瓜也指出，主流唱片公司之所以喜愛英倫搖滾的標籤，無非就是看中它隱藏著「獨立音樂」、「反叛」、「酷」、「另類搖滾樂」…等潛台詞，試圖操作這些符號，吸引年輕人的注意力，因此我們愈來愈常在主流唱片歌手的專輯側標中看到英倫搖滾這四個字，不只樂團本身，這個標籤也從獨立橫跨到主流市場之中，成為唱片公司爭相使用的包裝手法，如歌手蕭敬騰在某報導中就被形容成渾身散發出「英倫搖滾氣質」的Rocker（新浪娛樂，2008），就連完全走偶像路線的「飛輪海」都在2009年推出的新專輯《愈來愈愛》中出現了一首號稱英式搖滾風格的〈寂寞爆走〉（盧怡華，2009），英倫搖滾一詞的挪用不再是獨立樂團的專利，Britpop中的pop（popular）在台灣英倫搖滾資訊日益普遍，音樂市場日趨成熟的情況下將會日漸成形。

（三）、誰建構了英倫搖滾？—難以釐清的灰色地帶

綜合這三個樂團的故事可以發現，儘管這三個樂團在市場上與樂迷心中，皆是不折不扣的英倫搖滾樂團，但除了拾參之外，1976與回聲樂團都對英倫搖滾的定義感到焦慮，對他們而言，那或許只是側標上的文字，但卻是引領樂迷認是他們的第一步，Finnegan在針對英國中部城鎮樂手的研究指出，其實大部分的樂團都會堅稱，音樂類型那一類的風格用語，都是媒體創造的標籤，無法與他們創作的音樂類型套上關係（Finnegan, 1989:105），而這樣的說法也印證在1976與回聲樂團的自述中。

1976與回聲樂團對英倫搖滾一詞產生的矛盾與焦慮，其實有一部份原因就是來自專輯側標與活動文宣上的文字，Neale在質疑類型的研究中曾指出：「類型的本質是暫時性的，一方面來說擁有它們與生俱來的變易性，且他們與生俱來是屬於歷史的。」因此類型乃是一種變動的過程（process）（Neale, 1990: 51；顏呈霖，2008:26-27），當Britpop來到台灣後，它被簡化成只要師法過去任何可借用的英國流行音樂或六〇、七〇的英國搖滾樂為主，然後再輔以新穎的編曲製作手法加以處理都可以歸類為Britpop音樂（馬瓜，2009；胡子平等，2000:290），這樣寬鬆的定義，讓Britpop的界定產生了許多灰色地帶，歷史與時間的界線變得十分模

糊，台灣專輯側標提到英倫搖滾總是伴隨著Britpop的出現，樂迷對英倫搖滾的認知也僅限於美好的九〇年代，不然就是九〇年代試圖復興的六〇年代，除了Britpop，文宣中從未使用其他的英文單字形容英倫搖滾，因此，造成英倫搖滾一詞的定義在台灣現的如此驚扭，馬瓜提及自己在寫專輯側標的經驗，賦予樂團標籤乃是無法避免的過程：

我們樂評在寫東西的時候，本來就是會用一些形容詞，那難免就是會…風格像什麼，我們就會自動去連結，而且我們在寫東西的人其實受早期側標文化影響很深，早期的側標都是什麼…他們都很喜歡把樂風的形容詞放到上面去，所以其實我們在寫的時候，難免會去 Label 一些東西，那你去 Label 了以後，漸漸的，有人看有人聽…還有我們會這樣 Label 代表相信聽眾也會有一樣的感覺，他們自己也會去連結。

（馬瓜，訪談，2011 年 2 月 19 日）

顯見樂評其實也是在考量樂迷也可以認同這樣的標籤後，才去進行標籤的動作，儘管樂團可能不喜歡，但這是樂迷與樂評之間無形的協商過程，倘若樂團之後沒有積極地進行撕除標籤的動作，風格的認定往往會在此種反覆協商的過程中，牢牢地鑲嵌在樂團創作出來的作品當中。除此之外，台灣由於地狹人稠，在音樂圈相對擁擠的前提下，國內樂評往往不敢得罪圈內人，造成了台灣側標文化由人情壓力主導的情況：

我覺得和風氣有關，也和圈子太小有關。大部分的人都不想得罪其他人，妳說對吧？另外就是缺乏誠實撰寫聆聽想法的勇氣，大部分的人柿子挑軟的吃，寫好聽的話推薦好聽的專輯，這樣比較保險。冒犯到某些樂團的樂迷，可是不大好受的…

（馬瓜，訪談，2011 年 2 月 19 日）

馬瓜在樂迷心中是一個相當具爭議性的樂評，在訪談的過程中，他與我分享了一次因為給甜梅號樂團新專輯相當差的評價，遭到樂迷們群起攻擊的經驗，而這種誠實的態度導致他至今在業界仍樹立了不少敵人，評價也相當兩極，而柏蒼在提及樂團與樂評之間的合作時，也指出：

現在大家都很流行做那種你一張專輯出來就要有很多人推薦，那當然我也幫人家寫過一些推薦，可是從最早發感官駕馭的時候，那時候就是水晶的老闆有找了幾十個人推薦吧，五佰阿朱約信阿等等，可是從那次之後我就覺得我不想要再這樣子，因為我覺得那都是用人情去讓人家背書的，其實我有時候幫人家寫，我自己心裡也知道我不是真心，而且我覺得這種推薦弄久了阿，就會變成，因為推薦人就是那一票人，然後我也知道大家都是有時候是在寫違心之論，我覺得這對這種這個生態不是很喜歡，因為那種人情之間其實…昨天才喝酒今天寫信幹醜你，

很難啦!

(回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日)

馬瓜與柏蒼皆精準地描述了台灣樂評圈的生態，在以不得罪人的前提之下，側標上的文字往往是違心之論，甚至只是不斷重覆客套性的字眼，馬瓜也補充，其實很多大唱片公司爲了節省成本，寫專輯側標的甚至只是公司的普通工作人員，在這樣的操作模式下，側標呈現的當然只是千篇一律的類型論述與具有市場價值的文宣標語，這樣的生態其實是樂團本身心知肚明的現象，也難怪1976與回聲會採取一種「音樂創作」與「標籤」是兩回事的態度，而對資深樂迷而言，他們會將側標視爲初級樂迷入門的工具，但在理解樂團音樂的本質後，側標的功能就不再存在了：

我覺得，現在很多介紹都寫某某團是台灣的英倫搖滾樂團，我是覺得這樣看起來滿彆扭的，我覺得你要認識一個樂團還是要自己去聽啦，自己去聽的話別人給他冠上什麼標籤其實也沒有那麼重要了，當然如果你只是看別人怎麼形容他們，也就僅只於此阿！

(Ody，訪談，2011年4月13日)

可見側標的作用是發揮在「吸引新樂迷」的企圖上，如前文所述，英倫搖滾的標籤在市場上具有一定的價值，對於市場上多數對音樂本質尚認識不深的樂迷而言，是一個相當方便操作的有力武器，但這個標籤對樂團而言，除了是方便識別，是否有其他經濟利益上的考量，卻是沒有人願意說明的真相，談商業上的利潤顯然會產生樂迷質疑樂團「原真性」的危機，然而「原真性」與「英倫搖滾」這兩個符號的挪用，不但可以讓樂團鞏固獨立音樂的市場，更開拓了他們進軍主流市場的可能性，對這些樂團而言，缺一不可。

除了側標文化，樂團在建構當今樂迷心中英倫搖滾的定義也扮演了重要的角色，就像柏蒼提供的經驗，對沒有經歷過九〇年代的年輕樂迷而言，背負著英倫搖滾標籤的這些樂團，創作出來的音樂自然就是英倫搖滾的再現，因此，和兩千年之前資訊缺乏的世代不同，出生於網路世代的年輕樂迷們，在資訊過於爆炸、在文字重量變輕的情況下，反而不會去蒐尋原文的資料，而是透過樂團的詮釋或同儕的分享，理解所謂的英倫搖滾，和過去直接搜尋西文資料的傳播途徑相比，這樣的方式自然更容易複製側標上的印象，在沒有明確追溯歷史的消費習慣下，誤解自然就容易產生，而此種忽略歷史的消費習慣，也反應在樂迷的認同與實踐上，在第四章將會有更詳細的論述。

第四章 英倫搖滾的酷行銷

本研究假設台灣英搖迷除了聆聽音樂，也會將對音樂的喜愛擴散成爲某種獨特的消費方式，而這些消費行爲型塑出某種青年次文化的樣貌，依循著英國酷文化的傳統，以文化創意產業結合樂迷消費文化的方式，開拓出某種打造生活風格的市場消費取向，此種消費取向除了在樂團主唱身上充分展示出來，更有趣的是，這些實踐方式，與新世代「文藝青年」的樣貌產生了重疊，形塑出一種無歷史感、去政治、自溺且個人主義的當代青年文化，英倫搖滾樂的酷文化飄洋過海後，如何與新世代的青年認同產生共鳴，是本章主要探討的焦點。

第一節 英倫搖滾—最「酷」的搖滾樂？

搖滾樂的誕生，除了創新的音樂型態吸引年輕人的注意，伴隨而來的裝扮風格與流行符號更擴大了搖滾樂對年輕人的影響力，誠如 Gleason 曾說過的名言：

年輕人參與搖滾樂的熱情，其他流行或菁英藝術皆無法望其項背。事實上，除了性以外，根本沒有什麼東西可像搖滾樂一樣，令一代代的青年癡迷至此。

(Gleason, 1972；轉引自孫憶南譯，2004:21)

搖滾樂不折不扣正是屬於青年的音樂類型，最能與青年的血氣方剛產生共鳴，滿足他們在青少年時期追求標新立異的渴望。

英倫搖滾樂做爲搖滾樂脈絡下的一支，自然也吸引了全球各地樂迷的追逐，但英倫搖滾的特殊之處在於，它的誕生與九〇年代英國工黨政府的上台，訂定新的文化政策息息相關，在布萊爾爭取選票的競選策略下，英倫搖滾成了英國推行「酷文化」的一支，它不只是搖滾樂，還很「酷」！九〇年代 Britpop 的風潮儼然是全民動員的「造星運動」，打著復興六〇年代搖滾樂、反美式油漬搖滾（Grunge）的理想，搭配新工黨政府布萊爾在 1996 年十月發表的「酷英國」（Cool Britannia）選舉口號，當他滿腔熱血地高喊：「我要我們再次成爲一個年輕的國家！」（I want us to be a young country again!），英倫搖滾（Britpop）正式成爲了行銷英國的武器，英國人試圖用音樂將英國行銷到全世界，Oasis、Blur、Suede 等著名樂團皆成了媒體的寵兒，成了「酷文化」的最佳代言人（Harris, 2004: 303-309）。

除了音樂上的表現，一群在 1988 年開始活躍的中產階級藝術家，到了九〇年代也開始走向國際的舞台，在政府視文化創意產業做爲帶領人們走出經濟蕭條困境的最後希望，將經濟正式轉爲文化導向，全力支持文化藝術工作的發展後，一連串藝文活動的復興與宣傳，正式讓倫敦從一個又髒又臭的城市，躍昇爲美國時

代雜誌上那個最酷的城市 (Urban, 2004: 355-357; Oakley, 2004:67-69)。每一個世代的流行背後其實都隱藏了青年文化的樣貌，「酷」一詞其實並不是到了九〇年代才出現在英國，只是配合當時政府的選舉策略，成了一個吸引年輕選票的手段，因此放大了酷文化與英國之間的想像，酷其實源自於爵士樂，它之後和四〇及五〇年代某種獨特的爵士樂風格產生附屬關係，當與消費文化更為密切的搖滾樂挪用了酷的標籤後，龐大的商機讓許多商人更趨之若鶩。

酷做為一個行銷商品的標語，之所以吸引了這麼多年輕人的注意，就是因為它具有某種以左派的姿態掩蓋資本主義之實的作用，一個標榜酷的商品，往往在表面上做為對抗主流價值的角色，但在商業利益的考量上，卻又服膺資本主義的運作邏輯，酷總是含有額外、且經常幾乎偵測不到的言外之意，光是使用這個字，就滿足了青年隸屬於非官方與非主流一部份的想像，Stearns 精準的闡述了酷這個字如何巧妙地讓人免於資本主義的責難：「使用酷這個字，就像是情感的斗蓬，讓人格不致暴露太多而造成困窘…使用這個字也是傳達正確形象的過程之一部分。」酷似乎是競爭的對立面—漠不關心、冷靜地拒絕參與人類的遊戲規則，事實上它卻是隱藏了驚人競爭本能的膚淺姿態 (Stearns, 1994; 轉引自李佳純譯, 2005: 23)。

布萊爾的工黨政府就巧妙地用「酷」一詞調解了和資本主義之間緊張的關係，更模糊了左派與右派之間的界線 (李佳純譯, 2005: 25; Urban, 2004:356)，英國九〇年代不論是音樂或藝術，都歷經了從另類走向主流的過程，但在「酷文化」的保護傘下，基於「對年輕的追求」的理想，酷資本主義可以免於遭受任何鄙視的眼光，更不會有人嫌棄酷文化有銅臭味。酷曾經是弱勢階層的態度，但之後藝術家和知識份子廣泛採取這種態度，酷也因此滲透到流行文化中，《俚語字典》對酷的定義描繪出它與流行結合的過程：

十九世紀末好的，絕妙的，令人滿意的；二十世紀：冷靜、沉著的，世故的，富有經驗的；一九四九年以後：流行的，時髦的，符合潮流的。

(李佳純譯, 2005: 22)

當酷一詞成為廣告商們熱愛的標語後，它成了一種型塑品位的途徑，人們「逐酷」(Chasing Cool) 是為了自己的品味，達到某種「秀異」的目標 (曾沁音譯, 2008:1-5)，酷在消費社會中已經失去了叛逆的姿態，成為近日消費者資本主義的主要倫理標準。

隨著英倫搖滾進入台灣的，除了音樂本身，「酷文化」中符號的挪用成了生活風格實踐的一部分，它出現在台灣英倫搖滾樂團整體造型的設計與主唱私底下形象的展現上，拾參樂團的小寶也指出，在台灣的確可以從外貌就看出哪些人和他

們是同一掛的（拾參樂團小寶，訪談，2011年4月6日），英倫搖滾酷文化飄洋過海來到台灣後，台灣已經進入成熟的風格社會階段，在品味代表一切的兩千年後，台灣的英倫搖滾樂團如何挪用音樂背後的符號價值？而樂團的形象又如何影響到樂迷的實踐與認同？酷在心理學分析中，其實是相當個人主義且自我的，Pountain & Robins（2000:19）將酷定義為一種「永久狀態的個人反動」，在政治的立場上採取了旁觀且抽離的態度，九〇年代不管是 Britpop 樂團或是英國藝術家都展現出這樣的特質，並且擴大成為青年的世代態度，流行是酷展現自己的場所，酷真正的作用是在內部，台灣的英倫搖滾樂迷們在面對這樣的酷文化時，又是如何去建構自身的認同？

第二節 是主唱，也是個人品牌

本研究受訪的英倫搖滾樂團主唱：柏蒼、阿凱與小寶，這三個人除了玩團所賦予的音樂人身分，在現實生活中，三個人都有經營副業（儘管對他們而言，正職與副業的界線往往相當模糊），分別是網路音樂平台經營者（INDIEVOX）、藝文咖啡館經營者（海邊的卡夫卡）與藝術工作者（遊戲軟體美術原畫師），這三份工作皆類屬文化創意產業的工作範疇，文化創意工作者（creative worker）的身分，讓他們進入商業活動的體系後，仍保有「為藝術而藝術」的光環，與樂迷們訪談後，發現這些主唱們在樂團之外的表現，不但建構了這些樂團的特殊性，在樂迷對樂團認同感的建立上，也有著加分的效果。

拾參的小寶畢業於交大藝術研究所，目前在遊戲公司擔任「美術原畫師」的職位，雖然沒有成立自己的設計公司，但親力親為的專輯包裝設計、臉書專頁中常見的作品展示（圖十五），都讓小寶「藝術家」的身分深植樂迷心中，而迷做為一種「過度的閱聽人」，是具有生產性的，他們會將接收到的訊息再生產，製造出某種別具意義的迷文化（簡妙如，1996:17），拾參的樂迷們除了音樂上的支持，還製作專屬於拾參的文創商品（圖十六），在創意市集中分送給喜愛拾參樂團的樂迷，整體而言，不論是樂團本身或是樂迷的生產，藝術都扮演著相當重要的角色。



圖十五 小寶設計的作品



圖十六 拾參樂迷創作的文創商品

而INDIEVOX與柏蒼的淵源，可以回溯到九〇年代末，當時的回聲樂團將他們剛創作完的歌曲，放上滾石可樂網站，那是柏蒼第一次接觸到所謂的網路音樂平台，在尚未得到唱片公司支持之前，成立於1999年的滾石可樂是最重要的宣傳管道，因此他深切地感受到MP3與網路之於獨立樂團是多麼重要的存在，出完第一張專輯到2006年間，是他組團後最徬徨的時期，家人一句：「你可不可以除了做音樂之外，做點別的事情？」成了他於2007年發揮自己架設網站的專長、開始著手INDIEVOX籌備工作的最大動力，2008年INDIEVIX正式開站營運，柏蒼也從一個樂團主唱升級成爲網路音樂平台的老闆，而INDIEVOX革命性的宣言也爲台灣網路音樂市場開創了新的格局：

它是有版權的 MP3 付費下載網站；第二，所有的音樂、專輯，都是由樂團自行上架，而且可以隨時上架，價格也是由樂團自訂，非常有彈性。我選擇以 MP3 做為格式的目的，除了讓日漸式微的傳統音樂載體（CD、唱片）完全數位化之外，也讓消費者在購買後能夠自由使用自己所下載的音樂商品…使用網路傳播，符合了獨立音樂最根本的精神——「自由」，網路最大的優點，便是解決了唱片庫存與實體通路的問題，這兩個優點，讓獨立音樂人真正能夠把「創作」、「製作」、「發行」的過程一手包辦，不再需要假他人之手，也不需擔心資金方面的問題。（楊幸娟，2008）

不同於 2006 年 StreeVoice 浪漫化的開站宣言，INDIEVOX 以一種更具體、開放的態度暢談商業經營的理念：「我跟所有樂團的拆分比例，都是固定的：我分四成、他們分六成，若是他們承諾給我獨家，就有更好的拆分比例。」（楊幸娟，2008）在強調「INDIEVOX 的每首歌、每張專輯，都由樂團自行訂價」的經營理念下，以保障樂團自主權爲優先的 INDIEVOX 很快獲得了台灣獨立音樂圈的信賴，網站剛成立一年，就達成「全台灣大約有三分之一至二分之一的獨立樂團，音樂都在 INDIEVOX 上架」的佳績，他是回聲樂團的主唱，也是廣受樂迷愛戴的「吳老闆」。

位於公館商圈的「挪威的森林」咖啡館，是阿凱學生時期最重要的記憶，儘管學生時期結束了，或許是爲了紀念與村上春樹產生強烈共鳴的青春，2005 年他決定與挪威的森林老闆—阿寬，合開了一間咖啡館「海邊的卡夫卡」，一樣位於公館商圈，一樣隱藏著村上春樹的靈魂，它不只是一間咖啡館，還可以是一間 Live House，偶而會化身爲電影院（NTU 搖滾音樂季，2010）。這間咖啡館不僅爲阿凱增加了一筆收入，更重要的是，它成了阿凱重要的象徵資本，海邊的卡夫卡並非一般的咖啡館，它人文氣息濃厚、重視藝術創作，更強調獨立價值，身爲這樣一個空間的經營者，阿凱文化資本累積的觸角從文字（歌詞寫作）與音樂，延伸到了電影與書籍，而因爲這些日漸雄厚的文化資本，阿凱從一個樂團的主唱

與咖啡館經營者，跨足到專業樂評以及各式展覽的策展人的領域，柏蒼也歷經了此種身分多元的轉換過程，從一個主唱，到網路音樂平台經營者，然後被賦予更多為他人專輯說話的權力，當然他們並非是在創立了副業後，才開始進行樂評的工作，但開創有助於累積文化資本的副業，對於他們在樂迷或他人心中的形象，絕對有正面的加值作用，對樂迷而言，他們都不只是一位會唱歌的主唱，而是有才華、內涵且充滿理想的文創工作者。

根據本研究對回聲樂團50位樂迷的調查發現，高達86%（43位）的樂迷認為柏蒼是當代「文藝青年」的代表，而在另一自由作答的「認為還有誰是當代文青」題目中，阿凱獲得了最高票，樂迷們也表示會去試聽柏蒼或阿凱推薦的專輯（兩人皆有在KKBOX「達人聽音樂」撰寫音樂專欄），顯見除了寫詞方面的能力受到肯定外，兩人音樂品味的選擇也深受樂迷信賴，在第三章中也曾提過，樂團在帶領年輕樂迷進入英倫搖滾的過程中扮演相當關鍵的角色，而受到柏蒼與阿凱喜愛的日本作家村上春樹，也透過他們的文字滲透到樂迷的閱讀習慣之中（儘管沒讀過村上的任何一部作品，也不可能不認識他），訪問的過程中，柏蒼也表示自己有意識到對樂迷可能會產生的影響力：

會吧（影響到樂迷的生活態度、方式），我自己被喜愛的樂團影響很多阿，可能就是接觸這些音樂之前，就是很平凡的高中生嘛，但就是聽了他們的歌，比方說我又知道他們喜歡聽什麼，會一直去追溯他，那我是不是也更應該追溯他們的根源到那裡？然後或者是他們當然不只有聽音樂阿，他們看什麼書呢？看什麼電影呢？他們的打扮是什麼樣子呢？他們關注的新聞話題是什麼？他們眼中的世界是什麼？
（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

阿凱在一場與張鐵志、陳德政共同參與的座談會中，也表示自己在搖滾樂的選擇上其實是很重視外在形象的：

我覺得我聽搖滾樂的方式與鐵志是完全不同的，也許與音速青春的德政(pulp)比較接近，可能聽起來好聽或是長得帥我就接納這個搖滾團。
（青年依然搖滾，2010）

樂團與樂迷分享的，並不只是音樂上的創作，生活風格上的展演、文化與象徵資本的展示也是很重要的一部分，而深受此種樂迷文化影響的柏蒼與阿凱自然不可能忽視樂團形象經營的重要性。本研究的受訪者 Oddy、馮牧凡與 NANX 都是回聲樂團與 1976 的重度樂迷，都願意為樂團付出相當多的時間甚至是經濟上的支持，Oddy 與 NANX 分別擔任 Ptt 回聲板與 1976 板的板主，平常熱心處理繁雜的板務並負責樂團活動的宣傳告知，除了「職責」上的工作外，NANX 甚至會自掏腰包買專輯送朋友，無非就是希望幫支持的樂團爭取更多的樂迷，Oddy 在

提及自己對回聲樂團的情感時表示：「我甚至不覺得我是樂迷…我覺得我比較像他們的朋友，就那種老朋友的感覺。」（Oddy，訪談，2011年4月13日），而馮牧凡則是我在觀察樂團臉書粉絲專業時注意到的研究對象，原因是他對於樂團發表的每一則訊息都按讚，並熱絡地與樂團互動，在與馮牧凡訪談的過程中，他不斷提及對柏蒼的景仰，而原因有很大程度決定於在柏蒼展示的內涵與外表：

文字倒不一定，我覺得是思想，因為你可能有那樣的思想，只是表達能力沒那麼好，音樂也是這樣。我覺得他講話都還滿有哲理的，我覺得柏蒼就是外表跟內在兼具這樣。

（馮牧凡，訪談，2011年4月5日）

而NANX也與我分享他與阿凱相處的經驗，表示他是一個「有很多話想說、滔滔不絕」的有為青年（NANX，訪談，2011年4月10日），顯見對於樂迷而言，這些主唱在樂迷心中皆留下了除了「歌唱技巧」以外的印象，而這些印象舉凡「有才華」、「很帥很有型」、「有內涵」…等，英倫搖滾中的酷文化飄洋過海來到台灣後，透過主唱們私底下的形象展示，轉變成為受樂迷肯定的「酷」的範疇，而這些形象是否真實，若不是樂團自己戳破，也不會有樂迷去追究，當一個人已經成為了酷的象徵，他的一舉一動都會成為樂迷們模仿的對象，這也是為什麼我們很容易在樂迷身上發現樂團的影子：我們興趣都是攝影與獨立電影、我們都認識村上春樹與The Beatles、我們都覺得英倫搖滾最棒！而這些都成了樂迷們評斷一個人或一件事「酷不酷」的指標。

鄭凱同（2004:80-82）在論文中指出，台灣的獨立音樂圈，長久以來有「創作者失聲」的情況，文化資本與象徵資本較高的知識份子、電台 DJ 與樂評，與創作者相較之下是較具有優勢的，但顯然這樣的現象在柏蒼與阿凱身上並沒有看見，他們兩人不但是創作者，也是具有發聲權力的樂評，甚至是音樂節的策展人，他們所擁有的力量比一般的主唱還要高出許多，搖滾樂與明星文化之間的關聯從貓王與披頭四的例子就可以看出端倪，造星運動在搖滾樂發展的歷程中是一個從未間斷的過程（孫憶南譯，2004:29-34），但阿凱與柏蒼的例子並不只是一個造星的過程，他們在塑造形象的過程中掌握了主導權，他們是經營者，處在一個主動的狀態，從外在形象到文化、象徵資本的展演，他們呈現的是經營個人品牌的策略，主唱做為一個樂團的靈魂人物，主唱的表現往往會決定整個樂團的走向，倘若成功地經營了個人品牌的形象，往往也能改變整個樂團的定位。

個人品牌的經營是網路時代重要的趨勢，個人品牌就經營管理的概念來說，就是把個人塑造成一個優質的品牌，把個人生涯當作是一個目標極度明確的過程來經營，在這樣的過程中，一個人的名字就不僅只是代號，更包含了認知度、忠誠度和知名度的潛在價值，它可以讓人們產生個人與專業方面產生價值與品質的聯

想（孫家勛，2006；王尉祥，2009），柏蒼與阿凱副業經營的成功，無疑為他們的個人品牌提供了加分的效果，對樂迷而言，他們不只是樂團的主唱，更是相關專業領域的意見領袖，他們的名字代表了某種專業領域的權威，整個樂團也不再只是「英倫搖滾樂團」，更是富有內涵的「文藝青年樂團」，他們在樂迷面前展現的就是一個被當代年輕人認同的文藝青年樣貌，而這樣的樣貌又承載了相當多容易模仿的符號，本土英搖團的主唱以一個意見領袖的身分，透過網路及時且大量的傳播，樂團與樂迷之間不斷重覆著模仿與觀看的過程，當代文藝青年的輪廓就在這樣的過程中逐漸清晰起來。

第三節 英倫搖滾與新世代「文藝青年」

回聲樂團的主唱柏蒼在形容自己樂迷的樣貌時，做了以下的陳述：

樂迷結構沒有什麼太大的差別，簡單講就是還是「文青的臉」這樣子，因為我們就是文青阿！哈哈哈哈哈！因為不是文青就不會想要聽這種音樂阿，應該這樣講，我覺得嗯…因為我說實在的，就是我們做這些音樂，當然你投入的想法思考感情，或者對歌曲的要求他的結構他的創意…等等，可是相對的，可能你純粹的只是想要從事商業行為的音樂是不一樣的，但是你要能夠吸引的人一定必需對音樂這件事情的認知，要比一般人更加的…有更加深的認知，你才會了解到這些東西的價值在哪裡，那這批人他就是文藝的青年阿不是嗎？這是很自然而然的。

（回聲樂團柏蒼，訪談，2011年4月14日）

柏蒼的這段話，與前文中曾經提過的回聲樂團樂迷視柏蒼為當代文藝青年的代表對照，可以發現相當有趣的現象：英倫搖滾在台灣，樂團與樂迷都與當今文藝青年的定義生了很大的關聯。根據柏蒼的說法，他們的樂迷之所以是文藝青年，是因為要充分理解回聲樂團的音樂創作，就必需不斷的充實音樂方面的知識，才能和音樂背後的故事產生共鳴，而這種「求知若渴」的態度，就是文藝青年必備的條件之一，但這僅是文藝青年的定義之一，符合將文藝青年與知識分子產生聯想的傳統定義，那麼「文青的臉」又是怎麼回事？

倘若沒有一個判斷的標準，我們如何從眾多的陌生臉孔中，去辨識所謂「文青的臉」？而柏蒼更不可能一個一個地去觀察樂迷的內涵，然後才得知一個「我們的樂迷都是文青」的結果，可見樂迷的文青樣貌並不僅只於「內在的」修養，應該還有一部分是很具體的「外在特徵」，而樂團也因此可以很精準地掌握樂迷文青的樣貌，知道他們喜歡什麼樣的樂團形象、容易被什麼樣的符號吸引，此種風格化的特徵可以讓樂團在音樂市場中進行市場行銷策略的規畫時，提供更具體的參考指標。在品味當道的世代中，這些外在特徵形成符號與文藝青年的定義產生了扣連，賦予文藝青年一詞許多與「知識」本身無關的象徵符號，柏蒼這段話的

背後還有一些潛台詞需要我們去思考。

柏蒼的觀點其實在某種程度上很符合他人對台灣英搖迷的認知，原因在於英搖迷的生活風格實踐與當代文藝青年的象徵符號產生了很大的重疊，幾年前在網路上流傳了一篇網友們集體創作的〈文青的一百種元素〉²⁰，內容包括「文青都愛村上春樹」、「文青都極瘦」、「文青褲子都窄的像褲襪」、「文青都戴看起來沒什麼但貴到不行手工粗框眼鏡」、「文青在很暗的咖啡館看書」…等，當代文藝青年的特質竟可以以量表來計算，就算只是個玩笑，竟又有幾分準確度，其背後隱藏著什麼樣的文化訊息？我們很難去解釋文藝青年與窄管褲與黑框眼鏡之間的關聯，但卻可以很明確的看見窄管褲與黑框眼鏡出現在一個英搖迷的服裝搭配清單當中，因為那些是英倫搖滾的時尚元素，是「酷文化」中的一支，是在風格社會中樂迷定義自己的重要方式，在試圖釐清「英搖迷與文藝青年為何在外在特徵上有諸多類似之處」這個難解的問題前，「文藝青年的定義」在當今社會中更是個大哉問。

中國自 1919 年的五四運動之後，出現了 40 多個文藝社團，顯見最初的文藝青年其實是伴隨著大量文學刊物的筆戰誕生的，而根據羅悅全（2010）對文藝青年一詞的考察發現，最早出現「文藝青年」四個字的是左派文人郭沫若於 1928 年以筆名「麥克昂」在《文化批判》中發表的〈留聲機器的回音—文藝青年應取態度的考察〉，文中批評文藝青年的意識是資產階級的意識，為文藝青年左傾的政治態度下了註解，而這種左傾的政治態度，在蔣介石的國民政府接手台灣後，成了反共抗俄口號的頭號公敵，同化往往是消滅異己最快的方式，政府決定將文藝青年納入麾下，於是 1951 年 10 月 31 日「蔣公誕辰紀念日」成立「中國青年反共救國團」，掌管青年政治思想，而救國團附屬單位「中國青年寫作協會」，其宗旨的一條是：「本會所負的任務，就是團結全國文藝青年，成為一支堅強的筆隊伍，共同為完成國民革命的第三任務而奮鬥。」該協會在 1954 年發行了《幼獅文藝》（Youth Literary）期刊，分送各個學校，「文藝青年」自此成為國家的列管單位。

進入九〇後解嚴的一代，儘管思想上的禁錮消除了，文藝青年們卻沒有因此獲得解放，反而產生了某種更難以解釋的無力感，馬世芳在〈我如何成為一箇文藝青年〉中提到：

不幸的是無論如何都鬱悶不起來…吸菸、聽極其沉淪殘酷的搖滾樂、弄亂頭髮、喫難喫的午餐、坐在活大餐廳喝冰咖啡唸攝影蒙太奇的原文書，還是鬱悶不起來。
（馬世芳，1990）

²⁰ 將當代文藝青年的外特徵整理出來的一篇文章，網址如下：
<http://my.opera.com/allenhorace/blog/show.dml/3153013>

當世界自由了，不再需要青年衝撞的力量時，文藝青年們不知道要在哪以何種叛逆的姿態高唱：「我是個反基督！我是個無政府！不知道要什麼可是知道怎樣要，我要打爛經過的傢伙！因為——我要做——無政府！」（馬世芳，1990）一切的憤怒突然變的無意義，當青年的理想不再被禁聲，他們突然無話可說，其實當今在台灣音樂市場上活躍的樂團都是解嚴後的一代：

我們是解嚴後的一代，解嚴的時候（1987）我十一歲，因為我是正要進入青春期，所以我還有之前的記憶跟之後的記憶，我覺得那個是…就是我的這一代是台灣樂團的一個發聲的一代，因為我們要進入青春期，我們記得以前的事我們想要看未來的事。

（1976 阿凱，訪談，2011 年 4 月 18 日）

George 主張，青年文化並非靜態或單一方面的現象，青年文化的特質，在很大程度會受到社會氛圍的塑造與影響（George, 1994:17），所以文藝青年何時開始與搖滾樂扯上關連？文藝青年當然可以聽搖滾樂，如年輕時的馬世芳，但他們不會站在舞台上砸吉他、罵髒話表達他們的左派思想，那是不良少年、憤怒青年做的事，如濁水溪公社，搖滾樂曾經是危險的、粗鄙的，而那不屬於躲在咖啡館中念米蘭昆德拉的文藝青年，那屬於在九〇年代解嚴初期開始推廣「台灣新歌謠運動」的水晶唱片（詳見本研究第二章）。

到了 1976 與回聲組團的九〇年代末，社會運動風潮已過，憤怒的聲音隨風飄散，地下樂團開始尋找一種新的定位，試圖扭轉過去社會對地下音樂的刻板印象：

除了真正在「地底下」的「地下鐵」「地下室」屬於中性名詞外，「地下」這個形容詞諸如「地下錢莊」「地下醫師」「地下情人」…都代表著非法或是需要被遮掩的骯髒事，台灣獨立樂團只是獨立創作自己的音樂，不非法也不骯髒，不該成為「地下系列」的一群，可以像獨立電影一樣就叫做「獨立音樂」，或是直呼「台灣樂團」「台灣創作樂團」「台灣搖滾樂團」也名正言順的多。

（Freddy，2003）

此種去汙名化的宣稱，從「地下」到「獨立」名詞使用的選擇，間接消除了搖滾樂的危險性，當搖滾樂的本質開始變得溫和，文藝青年漸漸發現，他們不只可以拿書拿筆，還可以拿樂器，搖滾樂變成了一種文藝青年可以表演的音樂形式，搖滾樂可以不要大吼大叫，他們可以用在咖啡館中念哲學思想那般自溺的態度玩搖滾樂，如同英倫搖滾樂主唱那般的強調自我，而不再需要強調什麼偉大的雄心壯志，就像拾參的玩團理念：

拾參並不想大刀闊斧的改變這個世界，只是透過自我的對話，提醒自己，也希望所有聽見拾參的人們可以開始尋找一個交集，更深層的碰觸內心世界

(拾參樂團官方網站，無日期)。

於是阿凱與柏蒼拿起了吉他，村上村樹取代了米蘭昆德拉與馬克思，成為新一代文藝青年閱讀的重心，為什麼是村上春樹？Baik (2010:64) 針對村上春樹在東亞國家掀起的風潮進行研究，發現在全球化的世代，東亞的人們試圖透過生活風格的實踐，取代國家真實的記憶，做為遺忘歷史傷痛的途徑，在村上的書中，時間和歷史是被抹去的，取而代之的是一種後現代懷舊拼貼的情感，文中的六〇年代以一種美好的形象呈現，有美好的 Beatles 與搖滾樂，卻沒有後戰時期的寫實情感，就像在台灣兩千年後的英倫搖滾樂團，儘管他們從戒嚴與解嚴的歷史中走出，但卻只懷念英國美好的搖滾年代，關於歷史的傷痛與衝撞，他們選擇輕描淡寫，Pearson (1983:7) 在他的書《流氓：敬畏的歷史》中，曾使用「黃金時代」(Golden Age) 一詞來描述由於事過境遷，使社會對於犯罪的態度抹上一層浪漫的看法，他表示過去的年代「在記憶中是美好和諧的…是秩序與安全的『黃金時代』」，人們透過閱讀村上的六〇年代，將自己隔離在一個與歷史無關的現在，並藉此減輕歷史的重量，這就是為什麼村上的書對讀者而言是「酷」的原因，歷史在這樣的過程中被轉換成為值得懷念的，而不是殘酷的無法承受的 (Baik, 2010:70-71；孫憶南譯，2004:218)。

村上的作品幫助阿凱與柏蒼遺忘戒嚴與解嚴初期混亂的年代，他們透過懷念六〇年帶與九〇年代英倫搖滾樂的美好，取代了歷史的傷痛，現在與過去無關，美好的一切仍在繼續，很顯然的，村上書中的去歷史、去政治感的書寫方式，引起了新一代文藝青年的共鳴，新世代文藝青年的虛無反映在他們的歌詞寫作上，年輕時他們憤怒，但不知所謂為何，因此歌詞顯的無病呻吟，中年時他們對社會焦慮，但政治冷感使的他們的歌詞極為隱晦：

阿凱：我們有沒有遇到什麼事情是足以讓我們一起走上街頭，或著是一起創作一首歌，然後去講這件事情，我在想在我們這個地方是不是沒有機會有這個場景了，事實上我們不再會對政治人物熱情了。

(青年依然搖滾，2010)

當我們憤怒的對象開始學會道歉悔改，反抗的人與事也變得有禮貌起來，我們似乎再也不會像過去舉著大旗推倒銅像的方式來演進。

(吳柏蒼，2010)

無獨有偶，同樣的青年態度也出現在九〇年代末的中國，顏峻在《燃燒的噪音—當代中國地下音樂評集》一書中對中國著名的英倫搖滾廠牌「摩登天空」(ModernSky) 描述如下：

從 1997 年初冬清醒樂隊的《好極了?!》至今，這將近 20 張專輯和合輯，僅僅是沈黎暉各人幻想的烏托邦的磚瓦與元素，這個患有嚴重夢遊症和多動症的北京青年，對現實不滿，遂自行安排世界，把起居、生意、娛樂和意外以及他人的未來通通歸置到一個龐大的近乎無限的事業中去…清醒樂隊是一種帶著頹廢為美氣息的詩篇，渴望搖身一變為新青年的人們沒有聽見歌聲中的神經與分裂，人們看見的是有錢有教養的清新娛樂…

(顏峻，2005: 35)

從這段論述中，我們找到了中國與台灣英倫搖滾樂團的共通點—避世自溺且頹喪的態度，或許青年的無力感也伴隨全球化的趨勢，出現在各個國家之中，Baik (2010) 的研究顯示近年來東亞各個國家面臨了歷史感崩解的危機，不同國家的人們共享著某種「不屬於自己」的「歷史」記憶，而此種歷史是不真實且極度浪漫化的。

英倫搖滾音樂中自我且抑鬱的音樂元素，和青年無歷史、時間感並對政治冷感的態度產生了共鳴，成了新一代文藝青年熱愛的音樂類型，這或許也可以解釋為什麼台灣一直到了兩千年後英倫搖滾才正式開花結果，背後隱藏了世代青年情感的轉變，根據歐美學界的世代研究顯示，當社會走向政經發達、穩定的狀態後，青年人「獨善其身」的時代就來臨了，一份針對 2004 年台灣青年態度的調查發現，受訪者最關心的議題層次先後是個人、家庭，然後才是社會局勢，「獨善其身而後兼善天下」的意味濃厚，而對於台灣目前政經環境的滿意度，高達 66.9 % 表示「不太滿意」與「非常不滿意」，呼應了新一代年輕人政治冷感的態度，無力感也更嚴重，整體而言發現，新世代的青年只想「自由自在，隨意生活」(林奇伯，2004)。

而本研究的受訪者在提到對台灣社會、自己的未來的看法時，皆傳達了悲觀且不確定的態度，而能改變這種悲觀局勢的，絕不會是政治，在對政治不抱持任何希望後，兩千年後的文藝青年們不再尋求外放囂張的政治態度，自溺且冷感的英倫搖滾成了他們情感上的依靠，而自詡為文藝青年的柏蒼與阿凱，去歷史與去政治的態度也感染了新一代樂迷的思考方式，他們的心中革命不再需要流血，搖滾樂不再是一種對抗的音樂型態，樂團更不需要有政治態度：

像巴士底(回聲第二張專輯)就是很強調革命的東西，但他們傳達的革命不是暴力流血的那種，是一種思想上的革命，就不是一種創造，而是一種改變和發現，不是無中生有那種創造，而是從既有的東西去產生改變，我覺得那就是革命，像阿凱也有說方向感是一首政治的歌，一聽會以為是一首很自溺的歌，想不到會用這樣的方式在談政治。

(馮牧凡，訪談，2011年4月5日)

有時候我其實並沒有想那麼多啦！或是說其實我沒有那麼有批判性這樣...聽歌當然先聽旋律阿，雖然說歌詞也滿重要的啦，只是不一定很明顯阿，他們（回聲樂團）的政治態度對我來說不明顯啦，他們的政治態度是軟性的，終究他們還是做音樂為主吧，不是政治訴求阿，一個樂團只做音樂不干涉政治對我來說是很ok的！

(Oddy，訪談，2011年4月13日)

儘管回聲樂團或 1976 皆宣稱他們對公共議題（環保、人權...等）有一定的態度與立場，但由於歌詞總是太過抽象隱晦，樂團試圖疾呼的這些訴求，對樂迷都無法產生太大的共鳴，更何況是社會大眾？但同樣為文藝青年的樂迷卻不會苛責樂團的此種表現方式，因為在「沒有什麼好爭取」的兩千年世代中，只要有「試圖讓世界變得更美好」的想法就已經很難得了，走不走上街頭、有沒有達成訴求似乎都已無所謂。

第四節 品味的標榜與競爭—文藝青年與樂迷的「酷」展演

當新世代的文藝青年還沒找到一個適當的方法去面對急駛而來的無力感時，消費社會已然成型，Bourdieu曾提過的「象徵資本」(symbolic capital)的概念，在消費社會中成了樂迷定義自我的重要方式，他認為生活風格(lifestyle)是一整套實踐活動、品味(taste)與氣質的文化實踐(賴守誠，1993:15)，當兩千年後台灣進入成熟的風格社會，透過媒體大量的渲染，視覺開始凌駕一切感官，文藝失去讀者、失去市場，也失去力量，能存活下來的，多半是具有娛樂、消費性格的文藝商品，前文中曾經提到的<文青的一百種元素>就是風格社會下的產物。當做為意見領袖的樂團主唱們在樂迷面前展示自己文藝青年的一面時，原本抽象的定義轉變成有形的符號，樂迷們從中得知從事哪些行為可以讓自己像阿凱或柏蒼那樣「酷」，並將之化為行動，Fiske曾提出三個迷的主要特徵：區辨與秀異

(discrimination and distinction)、生產與參與(productivity and participation)，最後則是資本的累積(capital accumulation)(Fiske, 1992: 34-42；轉引自謝光萍，2006: 19)，和玩樂器、達成創作音樂的高門檻相比，穿上對的衣服、做對的事，讓自己看起來像個文藝青年顯然簡單得多。

文藝青年不同於一般的流行文化，它還包含了「象徵資本」與「文化資本」的附加價值，當你打扮得像個文青，窄管褲、粗框眼鏡加上一頭頹廢髮型，在部落格中展示書架上的村上春樹、滿地的CD、黑膠收藏，不僅讓你看起來像個「型男」、「型女」，更重要的是你還同時獲得了滿腹的知識以及他人的推崇，成為一個一個「文藝青年」同時滿足了英倫搖滾樂迷的三種實踐：讓自己看起來與一般

的烏合之眾不同、參與了偶像的愛好模仿，最後達成資本向上流動的目標，因此「假文青」誕生了，它是風格社會下的產物，讓台灣的英倫搖滾樂迷不僅可以模仿自己的偶像，也可以獲得「高知識分子」的光環，和過去強調文字能力的文藝青年不同，文藝青年曾經是高知識分子的專屬名詞，在消費文化、炫耀性商品充斥的風格社會中，文藝青年可以被量化成許多相當外顯、具體特徵的量表，彷彿成了可以被測量的文化現象，造成了「人人都可以是文青」的文化現象，因為太容易達成，所以很「假」；因為太表面，所以很「假」；因為太炫耀，所以很「假」；種種的因為…所以…讓文藝青年在當代成了一個人們避之唯恐不及的負面標籤。

在風格社會裡，成爲一個文藝青年可以有一百種方式，你不用飽讀詩書，只要花上一個下午坐在幽暗咖啡館裡的角落，上傳自己家中滿櫃的黑膠收藏相片、發表幾篇抽象自溺的樂評，若再加上與樂界名人的浪漫邂逅故事，就可以是個人人推崇的當代文青，本研究的受訪者之一陳德政是當今台灣最受矚目的新生代樂評，他是許多以文藝青年作爲號召的搖滾講座的常客，也是許多英倫搖滾樂迷認可的當代文青之一，在2011年發行號稱台灣首本「搖滾旅遊書」－《給所有明日的聚會》後，聲勢更是如日中天，新書講座幾乎場場爆滿。他是「真文青」或「假文青」的爭辯其實並不重要，重要的是，他成爲當代文青的過程，完全驗證了在風格社會中，品味的展示在獲得認同的過程中有多麼重要。畢業自政大廣電系的陳德政，曾在Ptt英搖板中擔任四年多的板主職務，從那時起便不斷累積他在樂評與樂迷之間的評價，樂迷在他的部落格《音速青春》與書中最能直接感受到的就是他相當驚人的黑膠與CD收藏：「我現在大概收藏了3500張左右的CD吧，花在這些上面的消費可能一、兩百萬跑不掉」（陳德政，田野筆記，2011年9月18日），在紐約攻讀碩士期間累積看過近百場知名樂團的現場表演的經驗，讓樂迷總是自嘆不如，更重要的是，他字裡行間不斷浪漫化自己與名人在紐約街頭巧遇的經驗（甚至是在廁所與知名樂團主唱並肩「解放」），在書寫中將自己人生中的過程與每一個年代的經典搖滾樂團、經典名曲產生聯想，除此之外，還有收集樂團周邊商品戀物癖的宣稱（陳德政，2011），種種生活風格的標榜都讓他不再只是一個平凡人，而是一個居於樂迷之上的指標性人物。

陳德政達成了許多樂迷無法完成的夢想，不管是大二升大三的暑假就可以自行前往英國看音樂季，或是與Velvet Underground的主唱路瑞德在簽名會上親切地對話。然而他所經歷的一切，倘若沒有網路幫助他將一切展示在眾人面前，他也無法獲得受到當代青年認可的某種權力，根據Grossberg（1992:171）對於青年文化的論述，某一特定世代的青年是透過一套廣泛的論述，而被認定爲「青年」並取得某種權力，而生活風格的表現方式是相當外顯的，它會透過兩種方式來呈現，一種是意象傳達，一種則是美學體驗，是一種「愛現」的概念，它是一種表現性的行爲（劉維公，2001: 20）很顯然的，在台灣進入風格社會後，品位的標榜成了我們這一代最重要的論述，Bourdieu在1993年的研究中指出，在風格社會裡

「品味就是權力」，生活風格就是一種權力的展現，這個權力的強弱來自消費者所擁有的象徵資本，而象徵資本的累積並非取決於物質的財富，而是品味的主張，風格之所以能發揮權力的作用並不是因為其具有物質資源分配的力量，而是因為擁有符號意義的力量，當象徵資本累積越多時，這樣的權力就會跟著擴張(劉維公，2006: 164-165)，而網路顯然是幫助這股權力擴張最重要的工具，它讓陳德政的生活風格可以極度外顯，讓樂迷可以直接看到他選擇的品味，因此可以在短短幾年之間累積數量龐大的「信徒」，造成在樂評界中少見的偶像式崇拜現象，成爲一個符合消費文化定義並受到樂迷們認可的當代文青。

但不是每個人都可以像陳德政，沒錢沒時間出國的學生樂迷，選擇以文藝咖啡館做爲他們展演的場所，他們平日沒事喜歡泡在咖啡館呈現一種避世的態度，而且還不能是星巴克，必須是那種狹小且燈光昏暗，坐落於巷弄之間且放著陰鬱低沉背景音樂、生意不太好的咖啡店，當我問起去咖啡館的初衷時，竟沒有一個受訪者回答：「因爲我愛喝咖啡」，幾乎清一色都表示：「就是氛圍吧…我很喜歡那種氛圍」，其中一位受訪者甚至清楚的透露，泡咖啡館有時能讓他達到某中社會地位提升的優越感：

一開始我發現了 mo! relax 的時候，覺得很喜歡店裡的氛圍吧，你知道的，那種文藝青年的味道!之後我就又去了兩三次，覺得自己在裡面好像就離文藝青年更近了一點…

(Rockstyle, 2010)

Hall & Tony(1976；轉隱字蔡宜剛譯，2005:123-125)在探討青年次文化時，曾經提過年輕人的反抗是以服飾與伴隨的休閒產品來定義，這些物品成爲一種符號學游擊戰的資源，讓勞工階級的青年有機會向主流中產階級社會進攻，游走於咖啡館之間提供樂迷階級向上流動的想像。

來自西洋文化的咖啡在社會大眾眼中本就存有優異品味的刻板印象，而選擇一個氣氛獨特的咖啡館對英搖迷的用意則在於，這是一個相對於「大眾」的場所，可以凸顯出他們與眾不同的品味，Hebdige 曾指出風格乃是一種有意圖的溝通，青年們的選擇皆是深具意義的，這些選擇包含了一整組的訊息，而這些訊息透過階級、地位、自我形象和吸引力等來傳遞(蔡宜剛譯，2005: 123)，而此種傳遞透過樂迷部落格分享、臉書社群近況更新等網路傳播的途徑，放大了它的效果，曾有研究指出，談話中眾人隨意交流的多樣態度、興趣、價值與技能，都會勝於我們的直接表述(仲曉玲、徐子超譯，2003: 278)，而臉書或 Plurk 此種新興的網路社群工具就提供了此種「隨意交流、無意地透露」的功能，讓人們更能輕易接受他人生活風格的展示，生活風格的展演在借助網路無遠弗屆的功能下，展演的舞台與對象也變得沒有侷限。

此外，文藝青年風格化的現象其實在台北是更為顯著的，一方面因為硬體與軟體資源都較台灣其他地區更為豐富，使的文藝氣息更容意渲染於都市中的各個角落，另一方面根據 Frisby & Georg 曾經在都市研究中指出，城市生活會增長個人對風格的察覺，並促進人們對消費的需求，不斷創造獨特性與標新立異的誇張手法來強調個人風格，於是對獨特性的追求在都市中成了一種無止盡的狀態 (Frisby, 2002:2-8; Georg, 1971:324-339)，這或許也可以解釋為什麼在台北「假文青滿街跑」的現象。除了泡咖啡館，其他諸如「使用 Mac 筆電」、「只穿 All Star」、「都穿極簡但貴的衣服」、「文青的文具跟筆記本都是 MUJI 的不然就是誠品買的」等消費方式則凸顯出文藝青年是很中產階級的，而許多村上春樹讀者研究也指出，村上的書迷組成普遍來自中產階級 (羅祖珍, 2009: 92)，這點在英倫搖滾的樂迷身上也看的到，做為英倫搖滾樂迷指標性人物的陳德政就是最佳例子，家庭背景在陳德政實踐這些生活風格時，扮演著相當重要的角色，而本研究的樂迷受訪者儘管沒有直接透露家庭的經濟環境，但在消費環節以及家庭教育培養的描述中，或多或少都提到了家庭經濟的支持，家庭教育背景也在很大程度上決定了他們未來聆聽音樂的取向：

小時候我媽其實會放披頭四的歌，就是一些樂團的歌什麼 Air Supply 和 Eagles 阿之類的，就是很多外國的。我媽也知道我喜歡搖滾樂，我爸媽還滿支持我玩團的。
(馮牧凡，訪談，2011 年 4 月 5 日)

還有一個很重要的共通點是，不管是本研究的三個樂團或是樂迷，他們大多畢業自或就讀於國立名校，都有著高知識份子的光環，這部分直接決定了他們文化資本的多寡，為他們成為文藝青年的過程中提供了有利條件。

我在 2010 年的八月參加了陳德政於學學文創開辦的「夏日搖滾地圖」課程時，問了一句：「你覺得自己是文藝青年嗎？」換來了強烈的否認，倘若依照早期五四運動時期對文藝青年的定義來看，他的確不是，首先，他沒參加任何社會運動；再來，他是個樂評而非作家（儘管文筆很好也是他受人推崇的原因之一）；最後，他從沒公開主張過任何左派思想（儘管他替左派思想強烈的「濁水溪公社」拍了紀錄片），但若依照〈文青的一百元素〉來看，他卻符合了半數以上的條件，很顯然的，他身為一個文青的權力其實很大一部分來自於他在自己部落格《音速青春》、出版作品《給所有名日的聚會》以及參加各個貼有文藝青年標籤講座累積而來的象徵符號，他否認或許是因為依據傳統文藝青年的定義，但有更大的可能或許來自「假文青」一詞出現後，文藝青年變成一個沉重的令人無法負荷的包袱。

他說：「不會有人承認自己是文藝青年啦！」當文藝青年的身分認同變成只能

透過他人來述說的方式，代表著它已經變成一個極為矛盾的符號，出席以文藝青年做為號召的活動，一方面肯定了這個符號的正面價值；另一方面卻又不願親口承認這個身分認同，深怕「假文青」的負面批評隨之而來，這就是當代文藝青年的尷尬之處，文藝青年如今之所以變成了一個人們避之為恐不及的負面標籤，其實不只是因為過多的炫耀性符號，更重要的可能是那種「儘管滿嘴社會主義，當不公不義的事件真的發生時，卻總是選擇逃避」的偽善態度：

那我覺得會有這個負標籤…就文藝青年應該也有責任，就喜歡書阿喜歡電影音樂的人有責任，也許很多事情在發生了然後事不關己的樣子很討厭吧！我對這個有別的看法阿，我覺得世界也沒有那麼好，就…有時候想要逃避一下根本就沒有什麼問題，因為美好的事情，可能這些音樂阿什麼的很容易讓人逃避嘛，就一直逃避在裡面，可是一直逃避在裡面也有他的責任阿！

（1976 阿凱，訪談，2011 年 4 月 18 日）

在這種時候，假文青的「假」體現在當代文藝青年「與世無爭」的避世態度上，過去的左派理想如今成了風格化的手段，不會實踐在與現實息息相關的街頭上。

當代的文藝青年挪用了英倫搖滾酷文化中的流行元素，做為定位自我的符號，這也是為什麼英搖迷與當代文藝青年的形象產生了某部分的重疊，而當代文藝青年的無力感，也體現在英搖迷避世且自溺的生活態度中。酷文化所強調的文化創意精神讓英搖迷認為收集 CD、書籍等商品，是一種創意消費的反映，而創意消費的一項主要特性是，消費者的相關訓練與經驗影響著他們對於消費獲益的認知，這種影響稱之為理性沉溺（rational addiction），人們沉溺於創意產品的消費，並認為這類的消費有助於他們對生活的享受能力（仲曉玲、徐子超譯，2003: 271），此種認知又為英搖迷的消費行為提供了解套，如同酷一詞掩蓋資本主義的罪惡那般，讓英搖迷產生某種自傲的態度，儘管同樣從事著資本主義式的消費行為，卻又認為與一般大眾不同。英國的酷文化來到台灣後儘管沒有產生「酷台灣」的口號，但不管是陳德政、柏蒼、阿凱或是小寶都在實踐某種文藝青年式或藝術家風格的酷文化，從文字的風格到收藏品的展示，背後都隱藏著「這很酷」的潛台詞，可見酷文化來到台灣後並沒有消失，反而伴隨著消費文化游移於文藝青年與英搖迷之間，進行著風格化的過程。

台灣英搖迷與當代文藝青年的共同特徵，源自於世代青年情感的轉變，無力感搭上消費文化全球化引進的酷文化風潮，讓英搖迷與當代文藝青年的樣貌產生了部分重疊，但本研究的目的不在於將兩者畫上絕對的等號，就像受訪者曾經提到的：「也有很胖的文藝青年！」、「有很多文藝青年只聽古典樂」，不管是什麼樣的研究對象都存在著一定的差異性，而英搖迷與文藝青年的同質性，在某一部分為當代青年的情感與「假文青」一詞的出現提供了解釋，每一個時期的流行都為世

代青年的共鳴留下了痕跡，為什麼當今文藝青年選擇了英搖而不是重金屬？為什麼他們透過這樣的方式來表達他們的不滿？延伸 Bourdieu (1985: 725) 對於群體社會位置研究的論述，文藝青年與英搖迷就是一群在社會中處於相似的階級位置，擁有相似條件，且受到相似制約的行動主體，因而大家擁有相似的秉性與興趣，產生相似的日常生活實踐行爲，並且採取相同態度立場的一群主體，英搖迷之於文藝青年就像兩條交叉的直線，在重疊之處共享著台灣當代青年的無力感與象徵符號，分開後卻又在各自的領域中游移，是相同也是不同。

第五章 結論

第一節 研究發現

(一)、兩千年後才浮上檯面的英倫搖滾

本研究一開始從歷史的爬梳出發，試圖挖掘出，過去總是以「美國搖滾樂對台灣的影響」作為論述主軸的文獻所忽略的英國搖滾樂的影子，研究發現，台灣從六〇年代到八〇年代受美軍駐台時期，受台美政經關係友好的影響，先是 ICRT 前身的美軍電台主導了早期台灣「熱門音樂」的流通，廣播中僅播放美國排行榜上的搖滾樂，加上視美國為進步象徵刻板印象的影響，在本土創作受到壓抑的社會氛圍中，聆聽來自美國的搖滾樂成了當時青年情緒發洩的出口，也是台灣音樂環境長期「美國化」的開端。

這樣的現象一直到了八〇年代末水晶唱片創辦的獨立音樂雜誌《搖滾客》的出刊，打著推廣新音樂的口號，引進英國搖滾樂後有了些微的改變，九〇年代分別有港版《音樂殖民地》、《PASS》、《非古典》、《余光音樂雜誌》…等音樂雜誌開始介紹 Britpop 的風潮，但這些雜誌由於發行數量少，且通路僅於台北市，加上台灣另類音樂市場尚未成熟，在現實壓力的逼迫下，在兩千年前紛紛宣告停刊，英倫搖滾的資訊無法從另類市場影響到大眾的認知，傳播的效果相當有限，而 MTV 與 Channel V 也在同時期開播，Oasis 第二張專輯攻上美國排行榜後，青年們開始可以在電視上看到他們的 MV，但在這些音樂電視節目長期主打美國排行榜上知名樂團的影響下，儘管播出了 Oasis 的 MV，閱聽人卻在「這些樂團在美國紅到爆」的思維下，將 Oasis 誤認為美國樂團，可見英倫搖滾在當時儘管有主流媒體的中介，英國的主體性卻仍無法自「西洋搖滾樂」的大框架中跳脫出來。

整體而言，台灣一直到兩千年後，英倫搖滾的資訊才日益普及，而台灣之所以接收 Britpop 風潮較其他亞洲地區國家慢，除了前文提到整個社會氛圍長期「美國化」的影響，更重要的還有在九〇年代中期英倫搖滾風潮席捲全球的同時，台灣正逢解嚴社會運動風起雲湧的變革，回歸本土成了九〇年代台灣最重要的訴求。在九〇年代初，水晶唱片因為面臨了台灣解嚴後本土認同的迫切需求，推廣「新台灣歌謠」運動的同時，帶動了台灣獨立音樂圈創作理念的發展，到了九〇年代中期後，台灣始終居高不下的錄音成本終於伴隨著 CD 燒錄器的普及而下降，終於在 1994 年出現了台灣五百年來第一張自製自發自銷的專輯，是《零與聲音解放組織》的同名專輯，自此之後，台灣地下音樂圈由來已久的翻唱陋習徹底革除，Live House 與音樂季皆鼓勵樂團要有自己的創作曲才能登台表演，為兩千年後樂團百花齊放的榮景埋下了伏筆。

九〇年代中期，Britpop 風潮席捲亞洲其他國家的同時，美國對台灣搖滾樂的影響隨著本土化的訴求逐漸淡化，但英倫搖滾樂的影響同樣在這樣的過程中無法獲得關注，這樣的現象一直到了兩千年後有了重大的突破，除了 Live 演出風氣的成熟、政治經濟環境邁入穩定有助於樂團音樂市場的發展，更重要的是，台灣網路的發展同時進入了成熟期，這正是英倫搖滾在台灣傳播和美式搖滾樂最大的不同之處，美式搖滾樂是透過廣播舊媒體，英倫搖滾樂則是透過傳播速度更快、影響範圍更廣的網路。音樂創作價值的肯定、獨立樂團風潮的興起帶動了受 Britpop 影響甚深的樂團如 1976、回聲樂團、拾參樂團…等進入音樂市場之中，而他們在市場中的活躍伴隨著網路快速的傳播，讓愈來愈多的人透過他們認識英倫搖滾，MP3 的通用配合普及率達 67% 的寬頻網路，網路音樂平台以及各式的免費分享空間徹底改變了人們消費音樂的方式，消費者只要坐在電腦前按下滑鼠，在一分鐘內就可以輕易擁有 Oasis、Blur 或 Suede 這些 Britpop 巨星。

網路的普及加快了人們對音樂資訊接受的速度，間接促成了音樂市場的成熟，台北的 Live House 開始有了商業經營的規模，在英倫搖滾資訊日漸普及後，樂迷數量跟著成長，兩千年後陸陸續續有十組英倫搖滾經典樂團、樂手來台演出，而其中九組皆是在 2005 年後來台，可見自兩千年後伴隨著網路傳播迅速爆發開來的英倫搖滾熱潮，在 2005 年達到成熟，並且延燒至今，許多帶有英倫搖滾標籤的本土樂團陸續與主流唱片簽約，主流歌手也開始挪用英倫搖滾的標籤，由此可見英倫搖滾一詞在兩千年爆發開來後，其背後的商機席捲了獨立與主流音樂市場。

（二）、驚扭的英倫搖滾，主流與獨立之間的游移

本研究透過描述 1976、回聲與拾參這三個樂團的故事，發現他們皆面臨了定位上的焦慮，而此種矛盾情感最初反映在他們對「英倫搖滾」這個標籤的排斥上，也是本研究將英倫搖滾四個字標上引號的最主要原因，英倫搖滾一詞在台灣音樂市場的挪用，明顯出現歷史感消失、時間感混亂的情況。

本研究所關注的英倫流行搖滾（Britpop）是抱持著復甦英國六〇年代英倫入侵（British Invasion）榮景的野心，由 Oasis 在 1994 年發行第一張專輯《Definitely Maybe》後在英國興起的一股音樂運動風潮，其他代表樂團 Suede、Blur、Pulp…等搖滾樂團的創作風格影響到了 1976、回聲樂團與拾參樂團的音樂創作，因此從他們進入音樂市場開始便被貼上「英倫搖滾」的標籤，不管是專輯側標或是活動文宣 Britpop 一詞總是形影不離，但在與他們訪談時，他們卻都對這樣的標籤產生了質疑甚至否定的動作。和曾經歷經九〇年代 Britpop 黃金時期的樂迷不同，成長於兩千年網路世代的年輕樂迷，認識英倫搖滾的途徑往往是透過專輯上的側標或是網路上隨手可得的資訊，在此種速食的音樂消費習慣下，歷史的重要

性往往會被忽略，樂迷很容易輕易接收側標上的形容詞，因此側標成了建構兩千年後英倫搖滾在音樂市場上樣貌的主要角色：憂鬱的、乖巧的、迷幻的、陰柔的…等形容詞，成了英倫搖滾在樂迷心目中最主要的刻板印象。

在將自己喜歡的樂團定義為本土英倫搖滾樂團後，樂團在此時也成了英倫搖滾一詞的代言人，從歌曲風格的呈現到團員私底下樣貌的展示，在建構英倫搖滾樣貌的過程中都扮演了重要角色，而柏蒼與阿凱之所以對於樂團被貼上英倫搖滾的標籤感到不自在，是源自於台灣音樂市場一再挪用 Britpop 一詞的過程中，對歷史感的忽略，對回聲樂團、1976 而言，存在於他們音樂創作中的英倫搖滾，是泛指六〇到九〇之間所有英倫搖滾元素的運用，而 Britpop 則是單指九〇年代那短短兩年多的風潮，將這樣的符號定義為樂團創作音樂的主要靈感來源，不免為樂團帶來聆聽品味過於狹隘的焦慮感，顯見音樂市場、樂迷和樂團之間對於英倫搖滾一詞的定意產生了很大的歧異，但卻都選擇用 Britpop 一詞來含糊帶過，歷史與時間就在此種草率的態度中日益消磨，然後消失。而拾參樂團是三個樂團中，最直接且誠實面對 Britpop 的樂團，對他們而言，90 年代的 Britpop 就是影響他們最深的英倫搖滾，但過於死忠的聆聽品味與根深蒂固的標籤形象，反倒成了他們音樂創作上的障礙，甚至經歷了一段「反英搖」的時期，和 1976 與回聲樂團不同的是，他們對英倫搖滾一辭的質疑並非源自定義上的模糊，而是音樂創作上尋求突破的渴望。

本研究發現，儘管樂團對於 Britpop 一詞頗有微詞，但卻從未在行銷樂團的過程中提出反駁，Britpop 一詞仍反覆地出現在活動的標語中，從與樂團進行訪談的內容中得知，其實台灣英倫搖滾樂團很清楚 Britpop 做為一個流行的符號，和英國其他時期的搖滾樂相比，是更為親民且具有市場吸引力的，而它附加的流行元素（如摩登派穿著風格），也讓唱片公司在包裝樂團形象時，更容易掌握與大眾口味契合的方向，讓樂團不至於因為風格過於強烈而無法打進大眾市場，顯見 Britpop 一詞做為標籤儘管面臨了定義上的矛盾，但卻又可在行銷樂團的過程中做為有利的武器，因此和重金屬、龐克…等風格的獨立樂團相比，以英倫搖滾做為號召的拾參樂團、1976 和回聲樂團似乎更容易被主流唱片公司看見，都有了和主流唱片公司簽約的機會。拾參從主流（環球唱片）到獨立的獨特經驗揭露了台灣樂團建構原真性的重要生態，跳過跑 Live House 過程直接發片的拾參，不但在發片過程中完全沒有發聲的權利，與唱片公司合作出現裂痕後，希望返回獨立路線重新開始的拾參，更因為無法獲得同儕的認同而面臨層層難關，顯見台灣玩團生態仍是相當「獨立」且「地下」的。

儘管兩千年後玩團對許多年輕人而言，已是件家常便飯的事，但由於音樂市場尚未達到產業的規模，玩團在台灣仍無法被視為一個「正當行業」，跑 Live House 成了大部分樂團累積實力與樂迷基礎的唯一方式，更成了一個樂團累積原真性獲

得其他同儕認同的重要過程，拾參在理解這個潛規則後，於 2002 年重返跑 Live House 的獨立路線，找到了一個相對自在的方式，相反的，1976 與回聲則分別在 2008 年與 2010 年開始了與主流唱片公司合作的過程。由於 1976 與回聲樂團皆是在獨立音樂圈累積了將近十年左右的經歷後，才與主流唱片公司簽約，在原真性已獲得樂迷與同儕認可的情況下，反彈聲浪沒有拾參那麼大，但這兩個樂團卻同樣在與主流唱片公司合作後，面臨了地位上的兩難，一方面爲了維持獨立搖滾樂團「反抗」的神話，他們試圖在某些政治議題上表達抗議與立場，透過歌曲的呈現傳達某種理念與理想，但基於市場的考量，這些號稱有政治訴求的歌曲，歌詞卻極爲隱晦，在「不會得罪任何人」的情況下將市場風險降到最低，也導致歌曲無法發揮任何抗議的效果，讓樂團的憤怒呈現極度「虛無」的狀態。

除此之外，與主流唱片公司合作後，儘管樂團們仍以獨立樂團自居，但行銷專輯的方式已變的與一般主流歌手沒有兩樣：上主流媒體展現偶像笑容、坐保母車、由公司單方面安排行銷企畫…等等，在這樣的過程中，樂團的自主性難免受到影響，很難再保持「與商業對抗」的獨立初衷，因此樂團陸續發表了新的「獨立宣言」，試圖打破獨立與商業之間的界線，爲自己與主流唱片公司的合作解套，卻也讓 cross over 的過程顯得特別彳亍，與主流唱片公司仍處於磨合期的 1976 與回聲樂團，未來在音樂市場中的定位會發生什麼樣的改變，仍有待觀察。

（三）、英倫搖滾與新世代「文藝青年」

英倫搖滾樂做爲英國九〇年代推行「酷文化」政策的主力軍，讓它不僅是一股音樂風潮，更爲英倫搖滾貼上了「酷」的標籤，成了文化創意商品的一支，台灣英倫搖滾樂團主唱與其他樂團最大的不同之處在於，他們除了擔任樂團的主唱，還是文藝咖啡館的老闆、網路音樂平台經營者與遊戲軟體公司美術原畫師，這些與文化創意產業息息相關的正職或副業，讓這些主唱在樂迷心中添加了：有才華、有內涵、有理想…等加分效果，其中柏蒼與阿凱更因爲還擔任樂評與策展人等角色，被樂迷貼上當代文藝青年的象徵符號，而柏蒼在討論自己樂迷的樣貌時，也信誓旦旦的表示樂迷都是「文青的臉」，一席話帶出了當代文藝青年與英倫搖滾之間的微妙關係，樂團其實也很精準地掌握了樂迷文青的樣貌，知道他們喜歡什麼樣的樂團形象、容易被什麼樣的符號吸引，此種風格化的特徵可以讓樂團在音樂市場中進行市場行銷策略的規畫時，提供更具體的參考指標。

爲什麼當代文藝青年選擇了英倫搖滾樂？本研究針對文藝青年的歷史脈絡進行爬梳後發現，源自於五四時期的文藝青年，是一群滿腦左派思想、滿懷社會主義理想的熱血青年，爲了實踐理想，他們可以走上街頭高聲疾呼，成爲帶領社會前進的激進份子，但在國民政府來台後，在反共抗俄的口號下，爲了收編這些左派分子，文藝青年成了國家列管的對象，共產主義成了被噤聲的口號，左派只是

虛無的理想，到了九〇年代解嚴後，台灣的文藝青年在社會運動風起雲湧之際，卻產生了某種難以解釋的無力感，當社會漸漸走向平穩，左派思想變的不再重要時，文藝青年沒有了憤怒的理由，因此只能抱著馬克思主義，以頹喪的姿態遁入咖啡館中，成了避世的青年。同時，台灣的搖滾樂在表現上也產生了轉變，原本被視為「地下的」、「危險的」搖滾樂，在九〇年代透過從「地下音樂」到「獨立音樂」的正名，「從良」為一種適合大眾的音樂，一方面擁抱了大眾市場，另一方面也讓不適合在舞台上罵髒話、摔吉他的文藝青年們，有機會放下手中的紙筆，站上舞台以如同英倫搖滾「自我」且「自溺」的姿態玩搖滾樂。

當社會邁入平穩的狀態，青年們「獨善其身」的世代就來臨了，搖滾樂不再背負危險的負面評價，也不用吹響激進革命的號角，只需要在歌詞中婉轉地透露某種虛無的理想，這些口號有無在社會中達成某種改變的效果，也不是樂迷和樂團會追究的重點，回聲樂團 2011 年 6 月發表的單曲〈天馬神風〉，其中有一段歌詞是這樣唱的：「這個年代，不會再有，憤怒的英雄，不瞞你說…」(Oddy, 2011) 這樣的歌詞內容，呼應了當今台灣搖滾樂團不再反抗的狀態，英倫搖滾輕柔且自我的旋律和當代文藝青年的無力感產生了共鳴，成了新一代青年們情感宣洩的出口，在這樣的世代中，歷史感和時間感彷彿都不再重要，英搖迷選擇樂讀村上春樹，是因在他的書中沒有「歷史」只有「過去」，在他筆下「歷史」是浪漫化的，他歌頌六〇年代 The Beatles 的美好，讓讀者在閱讀的過程中遺忘了歷史的殘酷，讓台灣自戒嚴時期走出來的兩千年玩團世代，忘了歷史的混亂，僅稱頌六〇、九〇年代英倫搖滾的美好。

當代文藝青年的特色除了無力感，還伴隨著風格化，網路上一篇〈文藝青年的一百個元素〉描繪出台灣當代文青具體的樣貌，而這些樣貌與台灣英倫搖滾樂迷有極大的重疊，這或許和台灣當代文藝青年挪用了源自英國六〇年代次文化—摩登派的穿著風格（一絲不苟的穿著態度、一身西裝筆挺窄管褲）有關，也和台灣英倫搖滾樂團主唱符合當代文青的形象有關，柏蒼和阿凱私底下的形象透過網路的傳播，清楚地展現在樂迷眼前，而在這種重覆觀看與模仿的過程中，文藝青年的外在形象也不斷複製，加上台灣在兩千年後伴隨消費文化的擴張，正式邁入風格社會的成熟期，當品味代表了一切，文筆與書籍不再是評斷一個人是否為文藝青年的唯一標準，只要穿對了，人人都可以是文青，成為一個文藝青年的門檻降低了，但因為僅是「看起來」像，「假文青」一詞就誕生了，承襲著酷文化的符號，標榜出專屬於台灣文藝青年的酷樣貌，他們透過中產階級的消費方式，達到某種階級向上流動的想像。

文藝青年不同於一般流行文化，它不僅包含象徵符號，還隱藏了文化資本的積累，看起來像個文藝青年，還附加了「有學問」、「有知識」、「家庭背景好」的附加價值，當這些表象一一被戳破後，文藝青年在風格化的拖累下，成了重得讓人

喘不過氣的包袱，被稱爲一個文藝青年一方面爲人們肯定自己的內涵竊喜，卻又得擔心隨之而來的「假文青」質疑聲浪，而當代文藝青年「事不關己」的避世態度，也讓人們產生「自溺且自大」的負面評價，當理想只淪爲口號，卻又要堅持文藝青年的某種姿態，當代文藝青年的矛盾就在這樣的過程中日益加深。

第二節 反思與自省：蒼白的世代

1968年，Frank Zappa and Mothers of Invention 樂團爲了挖苦 The Beatles 《花椒軍曹寂寞芳心俱樂部》在全球締造的佳績，發行了一張《我們就是只爲錢》的唱片（郭政倫譯，2000:144），他們抱著壞心眼又挑釁的態度，以純商業的現實角度打破搖滾神話，披頭四作品的藝術宣稱在這樣的反襯下，突然顯得無比諷刺。

研究愈接近尾聲，我就愈忍不住要想：倘若哪天 1976 或回聲樂團的樂迷看到了這樣的研究結果，會作何感想？我們所愛的樂團不是 The Beatles，但如同他們追隨 The Beatles 音樂上的造詣一般，也承襲了同樣的商業模式，同樣選擇用理想性的宣稱，掩蓋了樂迷不願接受的銅臭味。選擇一個自己喜歡的研究領域固然開心，喜愛的樂團願意接受深度訪談也令人雀躍，但釐清的真相卻動搖了自己對「英倫搖滾」的信仰，喜歡了十多年來的「英倫搖滾」竟是如此模糊抽象的定義，而台灣本土樂團更是以一種隨意、不負責的態度挪用 Britpop 的標籤，不管是英倫搖滾、英式搖滾或是 Britpop，就這樣曖昧地共處在我的青春灰色地帶中，在進行研究之前，我從來沒有想要仔細地去追究背後的歷史與真相，彷彿來自英國的所有樂團都可以是 Britpop，美國音樂中流著英國的血液也是英式搖滾，英倫搖滾更是寬宏大量地包容了所有挪用它符號的人類。

對歷史選擇性忽略，是我們的政治語言；以漫不經心的態度處理現實議題，是我們的政治態度；用輕聲細語的方式表達不滿，是我們的政治假象，時間開始從一切的定義中被抽離、憤怒的力量總是難以凝聚、抗議成了紙上談兵，台灣年輕的英搖迷們，就是用這樣的態度對待自己的聆聽經驗：「我聽英搖，但我無法（也不需要）明確地定義英搖。」背負著英倫搖滾標籤的本土樂團，選擇無視自己承載的社會責任，明知 Britpop 的定義如此曖昧不明，卻仍挪用這個充滿商機的口號，煽動樂迷的情感，達到商業上的目地。英倫搖滾在兩千年後，透過網路的宣傳與行銷，成了台灣音樂市場業者眼中的大蘋果，在人人咬一口的過程中，卻沒人願意扛起說明的責任，深怕坦承了金錢的重要性，轉眼就要成爲眾之矢的，樂迷滿不在乎、從不追究的態度，更是縱容錯誤一再延續的幫兇。

阿凱與柏蒼親口向我否定本土英搖團的標籤時，我驚訝，但卻無法憤怒，因爲我突然意識到，自己從小到大都是用此種含糊的態度在消費所有事物，包括英倫搖滾。成長於網路世代，隨手可得的資訊，寵壞了我們的求知態度，當一切不再

得來不易，「知識」與「真相」都不再舉足輕重，過度氾濫的符號模糊了歷史、澆熄了我們追根究底的熱情，因此，「交代」成了不必要的過程，「獲利」才是必需達成的結果。成長於消費社會的一代，早已習慣風格化的一切人事物，當一切成了理所當然，樂團選擇使用這種商業的手法與樂迷進行溝通，也只會是「正當的行爲」，而不是「蓄意的欺騙」，所以我無法生氣，甚至開始檢討自己不該誤會他們這麼久。當所有的一切都變得模稜兩可，青年的臉孔變的愈來愈蒼白，對這個世代發生的一切，我們無法擁有一個共同且明確的記憶，甚至愈來愈不知道我們要什麼，當演唱會的標語高舉著「英倫侵略」時，樂迷們甚至舉杯慶祝他人的「侵略」，卻從不反思我們怎會如此毫無危機意識。

拾參樂團近幾年來在市場上的成績，正凸顯出在風格化的社會中，操弄象徵資本的重要性，如第三章所述，和 1976 或回聲相比，Britpop 的標籤貼在拾參樂團身上是名正言順的多，但過於誠實卻讓拾參樂團錯失了商機，他們對 Britpop 的忠誠反映在音樂的創作上，小寶對市場的察覺卻少了柏蒼與阿凱的敏銳，又或者是，歷經過與主流唱片公司合作的失敗，削弱了拾參樂團對於市場的企圖心，思考如何讓 Britpop 的標籤成爲吸引樂迷的符號，不是他們玩音樂的重心之一，所以，他們無法煽動樂迷的情感、沒有過多的話題可以讓樂迷「按讚」、沒有一身西裝筆挺的打扮可以讓樂迷稱他們爲「型男」，更不會有一個可以讓他們知名度扶搖直上的市場，一個最誠實、最名正言順的樂團卻是在市場上最默默無聞的一支，這很殘酷，卻是現實，是在風格社會中血淋淋的真實案例。

我們都太容易被收買了：華麗的詞藻、絢爛的標語、流行的符號…，常常在還搞不清楚真相時，我們就情感澎湃，照單全收，於是掏了錢、看了表演，英倫搖滾卻仍模糊不清，是 Oasis、Suede、Pulp，也是 Coldplay、Radiohead、Placebo、Muse…，然後拾參也是，1976、回聲也可以，結束的句點永遠無法出現，因爲我們甚至不知道從哪裡開始；文藝青年也是如此，沒有人在乎文藝青年的發展脈絡，因此我們永遠搞不清楚真正的文藝青年是什麼，然後它只剩裝扮遊戲，迎合著我們的蒼白與無力，如遊魂般飄散在各個虛無的場所。英倫搖滾在台灣音樂市場中的虛無與濫用，只是當今台灣青年蒼白樣貌中的一面，我們對待英倫搖滾的態度擴散到社會的點線面中，到處都看的到我們的無所謂，過度追究歷史的真相成了激進，過度解讀標籤背後的意涵會變成偏執，以雲淡風清的態度看待一切，才是正常，在這個青年嚴重被資方剝削的世代中，填飽自己的肚子才是首要之事，誰還有心情追究那些真相？

論文結束後，過去總是輕易脫口而出的：「我愛聽英搖，我是英搖迷。」這句話，突然間充滿了不確定性，陳德政的新書也默默地被我收進櫃子的角落，曾經，我試圖透過這份研究，來釐清英倫搖滾在台灣樣貌，它現形了，卻是模糊不清且曖昧不明，那些深信不移的信念在研究進行的過程中逐漸崩解，總是自信的意

識突然變得漏洞百出，重新檢視自己總是掛在嘴邊的英倫搖滾，赫然發現只是被標語與符號填滿的空洞標籤。1976 的〈方向感〉帶我認識 Britpop 是事實，但我從未因為他們真正理解英倫搖滾也是事實，這份研究帶給我最大的收穫，不是終於看清了英倫搖滾，而是看清了自己有多不了解英倫搖滾，更看清了自己在消費社會中的樣貌。這樣的樣貌並不可恥，或許蒼白，卻是這個世代最顯著的產物，如同「假文青」在這個社會的誕生，儘管虛無，卻不是沒有意義，它呈現了新世代青年對待知識與宣洩不滿的方式，終結了以知識做為唯一判準的時代。品味的建構仍在持續，風格的打造也不會消失，「英倫侵略」會是受歡迎的廣告標語，Britpop party 仍可煽動樂迷的情感，在強大的資本主義面前我們或許手無縛雞之力，但至少該在自己面前真誠，樂團不是不可以擁抱市場，但應該選擇使用更坦然誠實的態度；想成爲一個文藝青年並沒有錯，該思考的是如何正視這樣的標籤，而不是貼著這個標籤卻又否認文藝青年該有的責任。我們都該試圖稀釋自己的偽善成分，試著在我們青春的系譜中，除了「假掰」，多留下些什麼，爲蒼白的世代，增添些飽和的色彩。

參考文獻：

中文

2008 年簡單生活節官方網站 (2008)。<Jarvis Cocker 賈維斯卡克, Brett Anderson 布萊德安德森 英倫搖滾巨星為 Simple Life 創下前所未見新經典>取自：
<http://history.simplelife.streetvoice.com/news/1017a.asp>，上網日期：2010 年 12 月 27 日。

2009 年音樂航空站官方網站 (2009)。<表演名單>，取自：
<http://straightmusichouse.com/MusicTerminals2009/html/list.html>，上網日期：2010 年 12 月 27 日。

2010 年有象音樂季官方網站 (2010)。<新聞資訊：2010 台灣最令人驚喜的演唱會再爆狂潮 >，取自：<http://www.twinklerockfestival.com/news.html>，上網日期：2010 年 12 月 28 日。

Channel 【V】官方網站 (無日期)。<頻道簡介>。取自
<http://www.startv.com.tw/chv/prog.asp?forid=1862&nouse=4658>，上網日期：2010. 10. 31。

Freddy (2003)。<不受地層壓抑的台灣樂團>。取自：
<http://blog.roodo.com/freddylim/archives/3051215.html>，上網日期：2011 年 4 月 22 日。

Freddy (2003)。<不受地層壓抑的台灣樂團>。取自：
<http://blog.roodo.com/freddylim/archives/3051215.html>，上網日期：2011 年 4 月 22 日。

Hug (2000)。<撥雲見日-《搖滾客》的獨立音樂之路>。《新觀念》，144:74-75。

INDIEVOX 官方網站 (無日期)。<INDIEVOX 簡介>。取自：
<http://www.indievox.com/about.php>，上網日期 2010 年 12 月 22 日。

Kirao (2005 年 2 月 11 日)。<英倫搖滾在台灣>。取自：
http://www.wretch.cc/blog/marchare&article_id=1713075，上網日期：2010 年 4 月 15 日。

Montell (2001 年 12 月 7 日)。<魔岩介紹>，取自《五四三音樂站》：
<http://music543.com/phpBB2/viewtopic.php?p=148351&sid=a746b9fe2333fe5c326058b802f410f0>，上網日期：2010 年 12 月 28 日。

NTU 搖滾音樂季 (2010 年 3 月 22 日)。<海邊的卡夫卡—阿凱專訪>。取自：
<http://blog.richi.cc/musicfestival/?p=234>，上網日期：2011 年 4 月 30 日。

Orbis (2010 年 10 月 26 日)。<Live House 與獨立音樂的關係>。青平臺獨立音樂系列座談會。

Ody (2011 年 6 月 4 日)。<歌詞—天馬神風>。取自《Ptt echo 看板》：telnet://ptt.cc，上網日期：2011 年 6 月 7 日。

Ptt 官方網站 (無日期)。<What is BBS? What is Ptt BBS?>。取自：

- <http://www.ptt.cc/index.bbs.html> ，上網日期：2010.12.07。
- Ptt拾參樂團板（2001）。<屬於你的 我的 新的 色的 全能D.I.Y.學生創作超酷團【拾參】>。取自：<telnet://ptt.cc> ，上網日期：2011年5月9日。
- Recordcup（2008年10月28日）。<台灣史上唱片銷售量排行榜>。取自：http://www.jiluguan.com/vote/675/675.html#item_4540 ，上網日期：2010.12.14。
- RIT財團法人台灣唱片出版事業基金會（2010）。<台灣區第二季音樂市場銷售統計表>。取自：<http://www.ifpi.org.tw/record/sales/SalesFigures.htm> ，上網日期：2010.12.14。
- Sonic Music 官方網站（2002）。<Suede 麂皮合唱團送給台灣歌迷最好的新年禮物，引頸企盼苦苦等候三年，Suede 終於來了！>，取自：http://www.sonymusic.com.tw/news_info.php?id=773 ，上網日期：2010年12月27日
- StreetVoice 官方網站（無日期）。<關於 StreetVoice>。取自：http://tw.streetvoice.com/service/about_us.asp ，上網日期：2010年12月22日。
- The Wall 官方網站（無日期）。<關於 The Wall>，取自：<http://www.indievox.com/a/thewall/page/about#> ，上網日期：2011年1月2日。
- TWNIC財團法人台灣網路資訊中心（2010）。<歷次個人及家庭上網行為調查趨勢分析>。取自：<http://www.twNIC.net.tw/download/200307/1001d.pdf> ，上網日期：2010.12.14。
- TWNIC財團法人台灣網路資訊中心（2010年3月30日）。<2010年台灣寬頻網路使用調查報告出爐>。取自：<http://www.twNIC.net/NEWS4/91.pdf> ，上網日期：2010.11.25。
- 小樹（2010年10月26日）。<Live House 與獨立音樂的關係>。青平臺獨立音樂系列座談會。
- 五月天官方網站（無日期）。取自：<http://www.imayday.com/> ，上網日期：2010年3月20日。
- 卞宗瑩（2009）。<數位音樂時代下獨立音樂產業的新經營模式：以「城市音樂」網路平台為例>。「2009中華傳播學會」論文。台灣：新竹。
- 方世煌、賴香菊（2001）。<俗媚之外，還有水晶>。《商業現代化》，47:12-15。
- 方巧如（1994）。《國內熱門搖滾樂團歌詞所建構之夢幻世界》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 方美蓉（2008）。《台灣搖滾樂的在地化歷程》。南華大學傳播學系碩士論文。
- 方無行（1994）。《搖滾黨紀》。台北：萬象圖書。
- 毛雅芬（2006）。<熱力20年 台灣搖滾音樂季小史>。《誠品好讀》，67：30-33。
- 王尉祥（2009）。《職涯取向、個人品牌化及用以經營職涯認同程度的關聯性之研

- 究：以台灣出版產業從業人員為例》。南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
- 王曉玫（2007）。〈蘇打綠：做自己 就是主流〉。《天下雜誌》。取自：
<http://www.cw.com.tw/issue/2007edu/edu/article03.jsp>，上網日期：2011年4月29日。
- 仲曉玲、徐子超譯（2003）。《文化創意產業—以契約達成藝術與商業的媒合》。（原書：Richard Caves (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press.）
- 回聲樂團（2009年11月3日）。〈Brit-Pop Night 英搖之夜 11月27日(五)就在The Wall!〉，取自：
http://www.facebook.com/echo taiwan?ref=ts#!/note.php?note_id=186844769253，上網日期：2011年5月12日。
- 何東洪、張釗維（2000）。〈文化產業-文化生產的結構分析：戰後台灣國語唱片工業與音樂文化的發展軌跡〉，張荳雲（編）《台灣產業研究》，3: 149-224。台北：遠流。
- 何穎怡（1993年2月13日）。〈抓狂之後—非主流的死亡與再生〉。中國時報。
- 余玉眉、田聖芳、蔣欣欣（1991）。《質性研究—田野研究法於護理學之應用》。台北：巨流。
- 余光音樂策畫官方網站（無日期）。〈about 余光音樂雜誌〉。取自：
http://www.yukuang.com.tw/about_01.html，上網日期：2010.11.05。
- 吳柏蒼（2010年4月18日）。〈Dear John〉。取自：
<http://www.indievox.com/pochang/post/28282>，上網日期：期：2011年5月19日。
- 吳筱玫（2003）。《網路傳播概論》。台北：智勝文化。
- 呂孟芝（2003）。《網際網路與數位音樂對台灣創作樂團之影響》。國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
- 李志展（2009年11月21日）。〈哈林當老闆搞 high 台北 邀崔健開苞搖滾趴〉，取自《蘋果電子報》：
http://tw.nextmedia.com/applenews/article/art_id/32106641/IssueID/20091121，上網日期：2011年1月2日。
- 李佳純譯（2005）。《酷派當家》。台北：商周。（原書：Dick Pountain & David Robins (2000). *Cool rules : anatomy of an attitude*. London: Reaktion）
- 李坤城（2007）。《再見！禁忌的年代》。高雄：高雄市政府新聞處。
- 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。
- 李婕妤、蕭淑芬（2005年3月14日）。〈青春的樂曲，發酵中—蘇打綠〉。取自：
<http://www.youthwant.com.tw/column/index.php?d=0503142>，上網日期：2011年4月29日。

- 李瑞斌（2003年9月8日）。〈台灣唱片業近年的發展〉。取自：
<http://www.ifpi.org.tw/activity/Taiwan%20secretary090603.htm>，上網日期：2010.12.14。
- 李瑞斌（2007年11月16日）。〈台灣唱片業發展現況〉。取自：
http://www.ifpi.org.tw/record/activity/taiwan_music_market.htm，上網日期：2010.12.14。
- 林正如（2006）。〈關於河岸〉，取自：
http://www.riverside.com.tw/index.php?option=com_aboutus&view=article&id=48，上網日期：2011年1月2日。
- 林奇伯（2000）。〈樂團時代來臨！——千禧年台灣刮 Band 風〉。《台灣光華雜誌》，25:12，72-80。
- 林奇伯（2004）。〈獨善其身時代來臨！「新世代青年大夢」問卷調查大公開〉。《台灣光華雜誌》，29:1，24-31。
- 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。
- 林美挪編（1990）。《憤怒的野百合：三一六中正堂學生靜坐記實》。台北：前衛。
- 青年依然搖滾（2010年10月24日）。〈【70后,青年依然搖滾】首部曲——張鐵志《時代的噪音》首場新書發表會〉，取自：
http://www.facebook.com/note.php?note_id=170377732978493，上網日期：2011年5月19日。
- 哈日杏子（1998）。《哈日事件記錄簿》。台北：時報文化。
- 拾參樂團官方網站（無日期）。〈關於我〉。取自：<http://the13band.pixnet.net/profile>，上網日期：2011年04月29日。
- 施云（2008）。《海洋 音樂 夢 台北縣貢寮國際海洋音樂祭全視角》。台北：台北縣政府觀光旅遊局。
- 洪欣凡（2000）。〈暗藏生機的地下社會〉。羅悅全等《秘密基地：台北的音樂版圖(Since 90')》，94-99。台北：商周。
- 胡子平、王聖懷、李赫、徐雋、侯君昱、梁文菁、葉雲平、葉嘉寶、羅悅全（2000）。《另翼搖滾注目：最值得聆聽的音樂創作》。台北：商周。
- 孫家勛（2006）。《你，就是唯一的品牌》。台北：喬木書房。
- 孫憶南譯（2004）。《流行音樂的文化》。台北：書林。（原書：Andy Bennett [2001]. *Cultures of Popular Music*. Philadelphia : Open University Press.）
- 海邊的卡夫卡官方網站（2005）。〈關於海邊的卡夫卡藝文空間〉，取自：
<http://kafkabythe.blogspot.com/search?updated-min=2005-01-01T00%3A00%3A00%2B08%3A00&updated-max=2006-01-01T00%3A00%3A00%2B08%3A00&max-results=15>，上網日期：2011年1月2日。
- 翁嘉銘（2004）。《搖滾夢土·青春海岸：海洋音樂祭回響曲》。台北：滾石文化。
- 袁世珮（2010年12月14日）。〈幹掉雙 J 小豬「羅生門」銷售數封王〉。取自《聯合新聞網》：<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/101214/2/2iy7a.html>，

- 上網日期：2010.12.14。
- 袁世珮、江芷稜、王郁惠、陶福媛、陳若齡、王雅蘭、黃琬軒（2010年6月27日）。〈最佳樂團／玩團14年 1976靠分工拚成功〉。取自《華視新聞網》：<http://news.cts.com.tw/udn/entertain/201006/201006270504344.html>，上網日期：2010年12月30日。
- 馬世芳（1990年12月15日）。〈我如何成爲一箇文藝青年〉。《地下鄉愁藍調》，取自：<http://blog.roodo.com/honeypie/archives/698719.html>，上網日期：期：2011年5月19日。
- 馬世芳（1996）。〈二十歲的花椒軍曹與十六歲的我〉。《聯合文學》，14:7，134-140。
- 馬世芳（1998）。《在台北生存的一百個理由》。台北：大塊文化。
- 馬世芳（2010年10月15日）。〈台灣獨立音樂的起源〉。青平台獨立音樂系列座談會。
- 馬瓜（2009年1月28日）。〈Pop is Dead? 淺談英倫搖滾〉。取自：<http://blog.roodo.com/gonzoyeves/archives/9323311.html>，上網日期：2011年2月9日。
- 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》，25：2，109-129。
- 張育章（2000）。〈獨立樂團的實戰舞臺 VIBE〉。羅悅全等《秘密基地：台北的音樂版圖(Since 90')》，91-93。台北：商周。
- 張鈺洽（2011年3月25日）。〈回聲樂團親睹小野洋子—出席美國德州音樂祭 high 翻〉，《自由電子報》，取自：<http://www.libertytimes.com.tw/2011/new/mar/25/today-show15.htm>，上網日期：2011年5月12日。
- 張釗維（1994）。《誰在那邊唱自己的歌》。台北：時報文化。
- 張鐵志（2000）。〈搖滾客風雲再起 台灣音樂雜誌當真美景可期？〉。《新新聞》，708:119-121。
- 張鐵志（2004）。《聲音與憤怒：搖滾樂可能改變世界嗎？》。台北：城邦
- 張鐵志（2010年10月15日）。〈台灣獨立音樂的起源〉。青平台獨立音樂系列座談會。
- 張鐵志、陳珊妮、傅鉛文、葉雲平（2009）。〈從 Woodstock 到台灣音樂節〉。《印刻文學生活誌》，5：12，158-169。
- 郭政倫譯（2000）。《搖滾樂的再思考》。台北：揚智。（原書：Wicke, P. [1990]. *Rock music: culture, aesthetics and sociology*. UK: Cambridge University Press.）
- 郭麗娟（2006）。〈廣播界常青樹 台灣民歌之母陶曉清〉。《源雜誌》，60: 56-65。
- 陳文生、王三吉（2006）。〈台灣網際網路發展歷程之研究〉。「2006 台灣資訊社會研究學會年會暨論文發表會」論文。台灣：桃園。
- 陳秀琍（1995）。〈台北最後的音樂神話-水晶唱片〉。《鄉城生活雜誌》，17:3-8。
- 陳泓銘（2000）。《台灣唱片業難過的千禧關卡》。國立台灣大學新聞研究所碩士

論文。

陳玠安(2009)。*<1976 方向感>*。收錄於陶曉清、馬世芳、葉雲平編輯統籌(2009)。

《台灣流行音樂 200 最佳專輯》。台北：時報。

陳亭妤(2007)。*《全球化下的搖滾文化中介：晚近台灣網路的搖滾書寫》*。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。

陳德政(2004年8月6日)。*<Choose the Life>*。取自《音速青春》：

<http://pulp.bluecircus.net/archives/002234.html>，上網日期：2010年9月15日。

陳德政(2010年11月8日)。*<Pulp is back!>*。取自：

<http://pulp.bluecircus.net/archives/014738.html>，上網日期：2010.11.09

陳德政(2011)。*《給所有明日的聚會》*。台北：大家出版社。

陳曉偉(2002)。*《台北市非創作樂團之音樂空間建構》*。國立台灣大學地理環境資源研究所碩士論文。

彭倩文譯(1994)。*《搖滾樂社會學》*。台北：萬象。(原書 Simon Frith. [1993]. *The Sociology of Roc*. U.K.: Constable & Co. Ltd.)

曾沁音譯(2008)。*《酷效應 堅持原味：永恆的商品設計法則》*。台北：原點。(原書：Noah Kerner & Gene Pressman (2007). *Chasing Cool: Standing Out in Today's Cluttered Marketplace*. New York: Atria Books.)

曾慧佳(1998)。*《從流行歌曲看台灣社會》*。台北：桂冠圖書。

黃伯凱(2005年5月10日)。*<music is my radar 回顧台灣從前的唱片行>*。取自 <http://mypaper.pchome.com.tw/cinorama/post/1247063252>，上網日期：2010.11.10。

黃伯逸譯(1999)。*《搖滾年代》*。台北：時報文化。(原書 Alain Dister. [1992]. *L'Age du rock*. Gallimard.)

黃所龍(2007年12月18日)。*<echo 樂團 唱出革命精神>*。《聯合報》，A12版。

黃亭境(2009)。*《台灣獨立搖滾樂團中性別角色的壓抑與實踐：以十個女吉他手為例》*。世新大學性別研究所碩士論文。

黃慧敏(2007年2月26日)。*<正義無敵開唱在即 繆思樂團明重裝抵台>*，取自《大紀元時報》：<http://www.epochtimes.com/b5/7/2/26/n1630815.htm>，上網日期：2010年12月27日。

黑膠佬(2009年11月11日)。*<王菲《faye wong》盡收最好的時光>*。《樂多日誌－黑膠電影院》，取自：

<http://blog.roodo.com/stefononline/archives/10655451.html>，上網日期：2011年5月15日。

新浪娛樂(2008年8月29日)。*<蕭敬騰《王子的新衣》 百家電台稱冠>*。取自：<http://ent.sina.com.cn/y/2008-08-29/17032149875.shtml>，上網日期：2011年5月15日。

楊于萱(2009)。*《哈日風潮與娛樂媒體接觸行為對大學生日文學習動機之初探》*。

- 南台科技大學資訊傳播學系碩士論文。
- 楊心怡（2003年12月23日）。〈成員共同的夢 音樂具識別度〉。《聯合報》。B3版。
- 楊克隆（1998）。《台灣流行歌曲與文化環境變遷之研究》。國立台灣師範大學國文學系碩士論文。
- 楊幸娟（2008）。〈IndieVox 吳柏蒼 網路搖滾〉。《創新發現誌》，取自：<http://ideas.org.tw/magazine/article.php?AKEY=604>，上網日期：2011年5月18日。
- 楊祖珺（1992）。《玫瑰盛開，楊祖珺十五年來時路》。台北：時報。
- 楊雅馨（2005）。《台灣搖滾樂團女樂首之樂團經歷研究》。國立台灣大學社會研究所碩士論文。
- 葉宜欣（2009年4月4日）。〈綠洲颯歌 粉絲解15年相思苦〉，取自《中時電子報》：http://showbiz.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Showbiz/showbiz-news-ent/0_5020_100104+112009040400080_00.html，上網日期：2010年12月27日。
- 葉國隆（2002）。《數位音樂格式對音樂產製的影響：以台灣音樂網站為例》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 葉雲平、羅悅全（1999年6月21日）。〈我們希望成為台灣的Beatles!—五月天訪談〉。取自：<http://jeph.bluecircus.net/archives/music/beatles.php>，上網日期：2011年1月26日。
- 滾石文化官方網站（無日期）。〈關於滾石文化〉。取自：<http://store.gomy.com.tw/rock/explain.asp?desc=140>，上網日期：2010.11.10。
- 管仲暉（2010）。《台灣搖滾音樂結關鍵成功因素與發展策略研究》。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 劉維公（2001）。〈何謂生活風格—論生活風格的社會理論意涵〉，《當代》，168:10-25。
- 劉維公（2006）。《風格社會》。台北：天下。
- 撒野俱樂部（無日期）。〈About 1976〉。取自：<http://blog.roodo.com/mod1976>，上網日期：2011年1月26日。
- 蔡佩君、張志宇譯（2005）。《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》。台北：商周。（原書：Simon Frith, Will Straw, John Street. [2001]. *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. UK: Cambridge University Press.）
- 蔡宜剛（2001）。《搖滾樂在臺灣的可能與不可能》。國立清華大學社會研究所碩士論文。
- 蔡岳儒（2006）。《台灣搖滾樂的在地實踐與文化認同》。國立成功大學藝術研究所碩士論文。
- 鄧晏如（2000）。《MP3網站使用對唱片消費行為之影響》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

- 鄭兆琪譯 (2006)。《樂玩樂酷 就是搖滾 1&2》。台北：音樂向上。(原書 Marion Doussot. [2006]. *Pop Rock Story Volume 1&2*.Glenat.)
- 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辯與探討》。淡江大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 鄭鏗彰 (2001)。〈網路藝人的代名詞－滾石可樂溫成專訪〉。《搖滾客複刊號》，3:56-57。
- 盧怡華 (2009年1月8日)。〈Stars 唱片哈燒站－01.09～01.15〉。《udn 聯合追星網》，取自：<http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content19942/>，上網日期：2011年5月15日。
- 賴守誠 (1993)。《台北廣告人與當代台灣的消費文化：一個文化中介者的個案》。國立台灣大學社會學研究所碩士論文。
- 韓京呈 (2010年2月5日)。〈先進國家新指標 網路普及率〉。取自：<http://www.credit.com.tw/newweb/market/weekly/index.cfm?sn=46>，上網日期：2010.12.07。
- 簡妙如 (1996)。《過度的閱聽人－「迷」之初探》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 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》。國立政治大學新聞研究所博士論文。
- 藍檸檬 (2003年6月8日)。〈王菲《只愛陌生人》〉。《數碼多媒體》，取自：<http://www.soomal.com/doc/20100000070.htm>，上網日期：2011年5月15日。
- 顏峻 (2005)。《燃燒的噪音－當代中國地下音樂評集》。台北：破週報。
- 羅悅全 (2004年9月16日)。〈台北·搖滾·Live pub－從伍佰寫起的台北搖滾樂團簡史〉。取自：http://jeph.bluecircus.net/archives/music/post_169.php，上網日期：2010.12.14。
- 羅悅全 (2010年9月7日)。〈文藝青年〉。《音謀筆記》，取自：http://jeph.bluecircus.net/archives/keywords/literary_youth.php，上網日期：2011年5月19日。
- 羅悅全等 (2000)。《秘密基地：台北的音樂版圖(Since 90')》。台北：商周。
- 羅祖珍 (2009)。《讀者觀點：臺灣村上春樹讀者的文化實踐分析》。國立交通大學社會與文化研究所碩士論文。
- 蘇打綠官方網站 (無日期)。取自：<http://www.sodagreen.com.tw/main/index.html>，上網日期：2010年3月15日。

西文

- Baik, Jiwoon (2010). Murakami Haruki and the historical memory of East Asia, *Inter-Asia Cultural Studies*, 11:1, 64-72.
- BBH (2008). *Travis Live in Taipei*. Retrieved from:
<http://www.bbh.com.tw/EN/EventContent.asp?CTID={ACDFBF4C-1C4A-46D5-92FF-2D75EE14DEAC}> .December 27, 2010.
- BBH (2010). *Placebo Live in Taipei*. Retrieved from:
<http://www.bbh.com.tw/EN/EventContent.asp?CTID={E058C5FB-003C-439D-AC19-73A8AEDE44EA}>
- Bourdieu, Pierre. (1985). The Social Space and Genesis of Group. *Theory and Society*. 14:6. 723-744.
- Bruce, Eder & Thomas, Stephen (n. d.). *The Who Biography*. Retrieved from:
<http://www.allmusic.com/artist/the-who-p5822/biography> .December 22, 2010.
- Cohen, Sara (1991). *Rock Culture in Liverpool: Popular Music in the Making*. Oxford: Clarendon Press.
- Dominic, Pride (1995). British Empire expands in '95 with Britpop. *Billboard*, 107:51, 61.
- Finnegan, R. H. (1989). *The hidden musicians : music-making in an English town*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frisby, David (2002). *Georg Simmel*. London ; New York: Routledge.
- Frith, Simon & McRobbie, Angela (1978). Rock and Sexuality. In Frith Simon & Goodwin Andrew (eds.) (1990) *On Record* .London: Routledge.
- Frith, Simon (1996). *Performing Rite*. Oxford: Oxford University.
- Georg, Simmel (1971). *On Individuality and Social Form: Selected Writing*. Chicago: University of Chicago Press.
- George, Lipsitz (1994). We know what time is it: race, class and youth culture in nineties. In A. Rose & T. Rose (eds.) *Microphone Friends: Youth Music and Youth Culture*. London: Routledge.
- Grossberg, Lawrence (1992). *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York: Routledge.
- Grossberg, Lawrence (1993). Rock and the New Conservatism, In Tony, B.(eds.). *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*. London ; New York : Routledge.
- Hall, Stuart & Tony, Jefferson (eds.) (1976). *Resistance through Rituals: Youth subcultures in Post- War Britain*. London: Hutchinson.
- Harris, John (2004). *Britpop! Cool Britannia and the Spectacular Demise of English*

- Rock*. Cambridge: Da Capo Press.
- Hendy, David (2000). Pop music radio in the public service: BBC Radio1 and new music in the 1990s. *Media, Culture & Society*. 22: 743-761.
- Hesmondhalgh, David (1999). Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of A Popular Music Genre, *Cultural Studies*, 13: 1, 34-61.
- Ho, Tung-hung (2003). *The Social Formation of Mandarin Popular Music Industry in Taiwan*. Department of Sociology Lancaster University, UK: A Dissertation Submitted for the Degree of Doctor of Philosophy.
- Leaman, Marc (n. d.). Quadrophenia - The Film: An Introduction by Marc Leaman . Retrieved from: <http://www.quadrophenia.net/> . December 22, 2010.
- McClure, Steve (1996). Britpop makes waves in Asia as Japan says, 'Let's U.K.!' *Billboard*. 108:1, 37.
- Neale, Steve (1990). Question of genre. *Screen* 31:1, 45-66.
- Oakley, Kate (2004). Not So Cool Britannia: The Role of the Creative Industries in Economic Development. *International Journal of Cultural Studies*, 7: 67-77.
- Pountain, Dick & Robins, David (2000). *Cool Rules: Anatomy of an Attitude*. London: Reaktion. 19-23.
- Prato, Greg (n. d.) Placebo Biography. Retrieved from: <http://www.allmusic.com/cg/amg.dll?p=amg&sql=11:0nfuxqqgld0e> . May 14, 2011.
- Sawangchot, Viriya & Wattana, Sala (2007). "New Labour" or "New Elite": Hybridizing "Britpop" into Thai popular music culture. *Journal of Communication Arts*. 25: 63-72.
- Shin, Hyunjoon & HO, Tung-hung (2009). Translation of 'America' during the early Cold War period: a comparative study on the history of popular music in South Korea and Taiwan. *Inter-Asia Cultural Studies*, 10:1, 83-102.
- Shuker, Roy (2002). *Popular Music: The Key Concept*. London: Routledge.
- Urban, Ken (2004). Towards a Theory of Cruel Britannia: Coolness, Cruelty, and the Nineties. *Cambridge University Press*, 20:4, 354-372.

附錄一 1976 <壯遊前夕>歌詞

壯遊前夕

天空異常的藍
我沒有看見雲和彩虹
街上的人們似乎非常滿意
即使沒有彩虹

會是美好的一天 怎麼沒有想法

季節轉變的時候
我會背上空白行囊
遺忘的童話 是我的嚮導
等他們美夢中醒來
我已跨越一整個沙漠
在廣袤草原上睡著 然後夢見思念的妳

在夢中翻開了日記
妳大笑為寫給妳的詩
在夢中牽著妳的手
在夢中翻開了日記
妳大笑為寫給妳的詩
在夢中牽著妳的手 說著旅行的故事

附錄二 回聲樂團樂迷調查問卷

您好，我是國立台灣師範大學大眾傳播研究所的學生，目前正在進行《初探九〇末之後「英倫搖滾」在台灣的歷史與市場》的研究，您填寫這份問卷將有助初步了解台灣喜歡「本土英搖團」樂迷的樣貌，您回答的所有答案都僅作為研究參考用途，請放心填寫，感謝您。

1. 請問您喜歡 Echo 多久的時間了呢？
 未滿 1 年 1~3 年 3~5 年 5 年以上
2. 您偏好以下哪幾種音樂類型？（可複選）
 英式搖滾 重金屬 迷幻搖滾 後搖 民謠 其它_____
3. 除了 Echo，您還喜歡以下哪些台灣獨立樂團？（可複選）
 1976 濁水溪公社 拾參樂團 閃靈 蘇打綠 假文藝青年俱樂部 Mary See The Future (先知瑪莉) 其它_____
4. 您認同 Echo 是台灣本土英搖團的代表性樂團之一嗎？
 認同 不認同；應該是_____ 本土英搖團根本不存在
5. 您購買過幾張 Echo 的專輯呢？（2002 感官駕馭、2004 少年的最後旅程 EP、2007 巴士底之日、2010 處女空氣）
 都沒有 1 2 3 4
6. 您看過幾次 Echo 的 Live 演出呢？
 1 次 2~5 次 6~9 次 10 次以上 數不清
7. 會聽聽看柏蒼推薦的國外樂團音樂嗎？ 會 不會
8. 有定期瀏覽 INDIEVOX 的習慣嗎？ 有 沒有 那是什麼？
9. 有定期瀏覽陳德政部落格(音速青春)的習慣嗎？ 有 沒有 他是誰？
10. 最常從哪裡得知 Echo 的相關資訊？
 報紙 電視廣播 網路（請勾選出最常使用的是： Ptt 臉書 官方部落格 網路音樂平台 Streetvoice 或 INDIEVOX ） 其它_____
11. 對您而言，柏蒼是不是當代文青呢？ 是 不是
12. 除了柏蒼之外，您覺得還有誰是當代文青呢？_____
13. 平常會去咖啡館做自己喜歡做的事嗎？ 很常 偶爾 從來不去
14. 請依照直覺，最喜歡哪個地區的文化氛圍？ 亞洲 美洲 歐洲
尤其是 _____（請填寫國家）
15. 喜歡村上村樹的寫作風格嗎？ 喜歡 不喜歡 一本都沒看過 他是誰？
16. 除了音樂，還有以下哪些興趣？（可複選） 攝影 電影 繪畫 寫作 運動 其它_____
17. 您抽菸嗎？如果有的話是否有習慣的牌子？_____（沒有抽菸習慣這題可略過）

最後請填寫一些個人基本資料，僅作為研究用途，請不用擔心資料外洩的問題。

性別：_____ 年齡：_____ 居住地：_____ 問卷到此結束，感謝您的幫助。

附錄三 樂迷、樂團訪談大綱

論文題目：初探兩千年後「英倫搖滾」在台灣的歷史與市場 樂迷訪談大綱

國立台灣師範大學 大眾傳播研究所

研究生：黃凱翎

指導教授：蔡如音

一、關於聆聽經驗與對樂團的想法

1. 什麼時候開始接觸 XX 樂團的音樂？為什麼喜歡？
2. 透過什麼樣的途徑認識 XX 樂團呢？
3. 喜歡的音樂類型是？除了 XX 樂團還有喜歡哪些本土樂團呢？
4. 對你而言，喜歡台灣的獨立音樂與聆聽國外的搖滾樂之間的關聯是？
5. 有聽過「英式搖滾」嗎？對你而言它是什麼（帶給你什麼想像）？
6. 最常與哪些人分享音樂？覺得彼此之間的相似性在於？（小眾或大眾的想像）
7. 平時音樂資訊來源是？買 CD 或下載專輯主要的動力是？
8. 如果要跟別人推薦自己喜歡的 XX 樂團，你會怎麼形容？
9. 對「本土英搖團」這個稱號的看法是？
10. 喜歡樂團這麼長的時間，對樂團在市場中的定位有什麼看法（覺得他們未來可能會產生什麼改變）？
他們一直都是獨立樂團。不會以市場為考量。處女空氣較以往的專輯更悅耳動聽。曝光率比較高。比較容易吸引到平常比較少聽音樂的人們。有些人特別喜歡 Dear John。比較容易打進市場的一首歌。
11. 會關注 XX 樂團去海外巡迴表演的訊息嗎？（參加哪些音樂節、活動性質？）

二、實踐與生活風格

1. 咖啡館對你而言是個什麼樣的空間？特別喜歡去、你認為值得推薦的場所？
2. 除了聽音樂，有沒有其他的興趣？（攝影或電影？喜歡的藝術家、作家？）
3. 自己有玩團（或樂器）嗎？自己喜歡的樂團生活方式（穿著風格）是否有帶給你什麼影響？
4. 對音樂節或看 LIVE 的看法？參與過哪些？會透過哪些方式抒發參加完後的感想？
5. 在自己心目中像「神」一般存在的樂團有哪些？
無法比較國外英搖團與國內英搖團的影響。影響的來源不一樣。
6. 在台灣誰是你心目中典型的當代文藝青年？對文藝青年的看法是？（文藝青年的樣貌）

7. 「旅行」對你的意義是？想去哪些國家？

三、樂迷的共鳴與集體認同（世代的青年文化/氛圍）

1. 對台灣社會的想像？未來的想法？
2. 為什麼喜歡這樣的音樂類型？和你的情感產生什麼樣的共鳴？
3. （如果對未來是消極的）試圖改變過什麼？
4. 對樂團與政治的想像是？

論文題目：初探兩千年後「英倫搖滾」在台灣的歷史與市場 樂團訪談大綱

國立台灣師範大學 大眾傳播研究所

指導教授：蔡如音

學生：黃凱翎

論文摘要：

國內目前討論搖滾樂的研究為數不少，但卻尚未有將英倫搖滾在台灣的影響獨立提出來探討的論文出現，台灣成長於自九〇年代中後期的青年們，聆聽經驗與過往強調「美國性」的西洋熱門音樂一代已大不相同，出現許多受英倫搖滾啟蒙甚深的樂團與樂迷，媒體科技隨著世代的更迭產生劇烈的改變，新一代搖滾樂迷聆聽的中介從廣播進展到了網路，不但速度更快，資訊量的傳播也非往日可以比擬。當前台灣幾個著名的獨立樂團，蘇打綠、1976 與回聲樂團...等，累積了多年的 Live 實力，至今已培養出一群忠實且為數可觀的樂迷，他們的曲風明顯與 90 末之前的地下樂團，如濁水溪公社、骨肉皮、瓢蟲、Double X...等標榜美式風格強悍的樂風有所不同，種種的差異與音樂市場氛圍的改變，突顯了過去一味僅強調美國影響的搖滾樂論述已開始略顯不足。

因此，本研究試圖跳脫過往搖滾樂研究的框架，並掙脫獨立與主流之間僵化的爭辯，不但試圖釐清英倫搖滾在台灣發聲的起點，並從一個市場的角度探討英倫搖滾樂團在市場中的行銷策略與未來，獨立樂團在台灣發展自今已是百花爭鳴，不但表演場所林立，國外大團來台表演的場次更是一年比一年增加，市場的討論過往在獨立音樂論述中，礙於意識形態的爭辯顯得寸步難行，但在硬體與軟體都逐漸發展成熟的當下，市場的討論已是勢在必行。由於文獻資料方面的不足，加上許多經驗並非文獻可以取得，因此本研究甚需與樂團們進行深度訪談，尋求各位的幫助，才得以使內容更加充分完整，而非只是研究者單方面的揣測。誠摯地希望獲得各位的幫助，以利本論文順利完成，謝謝。

一. 聆聽經驗

1. 請分享搖滾樂的聆聽歷程？組團的動機為何？
2. 受國內外樂團的影響或啟蒙？
3. 啟蒙的部份，除了音樂本質上的影響，生活態度上的改變？
4. 英倫搖滾這四個字在生命中的意義與重要性？如何定義「英倫搖滾」？

二. 市場定位/行銷策略

1. 為何當初選擇走英倫搖滾曲風？
2. 組團之初，音樂市場對英倫搖滾這四個字的看法為何？（表演歷程的分享）
3. 網路在音樂市場行銷規畫中的位置？
4. 網路音樂平台與樂團之間的關係是？
5. 英倫搖滾在台灣與獨立音樂圈之間的交集是？Brit-Pop 中的 Pop 去哪了？
6. 英倫搖滾的標籤從組團之初到現在，扮演的角色有何改變？
7. 唱片公司的角色？
8. 多重身份（樂評、樂團主唱、咖啡館老闆、音樂節策展人...等）與行銷音樂之間的關聯？談談台灣樂評和獨立樂團之間的關係？
9. 對你們來說，市場是什麼？市場在哪裡？譬如說，是網路世代？
10. 近幾年國外代表性英倫大團陸續來台表演，對英倫搖滾在台灣市場的影響何在？（擔任這些大團的暖場團）
11. 和台灣其他同為英搖團的樂團（如 Echo、蘇打綠、拾參...等）之間的關係？

三. 與樂迷之間

1. 可否談談你們的樂迷？可以描述一下他們的樣貌嗎？他們跟你們之間會在什麼場合接觸與互動？譬如說演唱會？Indievox 論壇？PTT？高中生樂迷變多了這件事（以前樂迷的年齡組成比較高嗎）？
2. 覺得樂團的音樂對樂迷產生什麼樣的共鳴？
3. 覺得樂團在樂迷面前的角色是？（除了音樂的影響還有其他？）
4. 可以分享一下到全台各地去表演，所感受到的表演氛圍嗎？