

國立東華大學華文文學系

碩士論文

指導教授：李依倩博士

由《領先流行音樂》與《搖滾客》雜誌

看八〇年代台灣流行音樂傳播

A Study of 1980's Taiwan Popular Music Magazines



研究生：林潔珊 撰

中華民國 一 〇 四 年 七 月

學位考試委員會審定書

Certificate of Approval of Examination Committee

國立東華大學 華文文學系碩士班

研究生 林潔珊

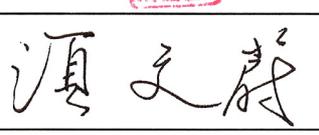
君所提之 論文

National Dong Hwa University

1980年代台灣流行音樂論述初探----以《搖滾客》、
(題目) 《領先》音樂雜誌為例

經本委員會審查並舉行口試，認為 符合 碩士 學位標準。

After evaluation and the oral examination by the committee members, the student complies with the master (PhD) degree

學位考試委員會召集人		簽章
The Convener of Examination Committee		
委員		簽章
Committee Member		
委員		簽章
Committee Member		
委員		簽章
Committee Member		
委員		簽章
Committee Member		
委員		簽章
Committee Member		
指導教授		簽章
Advising Professor		
系主任 (所長)		簽章
The Director of Department		

中華民國
ROC

104

年
Year

7

月
Month

1

日
Date

提 要

八〇年代的台灣呈現一股活躍的生命力及強烈的改革呼聲，是社運黃金十年，也是台灣經濟起飛的十年。而這充滿動盪卻又同時充滿的活力與未知的八〇年代，也出現了代表兩大音樂風格與族群的雜誌，即西洋、國語流行音樂走向《領先流行音樂》；以及搖滾樂、新音樂走向的《搖滾客》。本研究藉著爬梳這兩本八〇年代流行音樂雜誌內容，試圖探討該時期的音樂與樂壇，甚至擴張到社會的關係。

本研究由五個章節組成，包括第一章的緒論，點出研究動機、問題與目的，研究範圍及界定，研究方法及步驟，歷年流行音樂相關文獻回顧以及台灣流行音樂發展脈絡。

第二章釐清音樂雜誌的定義，以及音樂雜誌的發展脈絡。第一、第二節先爬梳音樂刊物之範疇，探討音樂雜誌在音樂刊物中的定位。第三、四節則整理歐美及台灣的雜誌刊物，為下一章的雜誌內容提供基本的背景介紹。

第三章探討八〇年代國語流行音樂代表雜誌——《領先流行音樂》，透過雜誌探究八〇年代校園歌曲及國語流行音樂的盛行。第四章則著重探討八〇年代另一本代表雜誌——《搖滾客》。八〇年代除了校園民歌持續盛行，主流以外的音樂資訊則來自於水晶唱片創辦的《搖滾客》。如果說《領先音樂雜誌》是校園民歌的交流媒介，那《搖滾客》可說是剛萌芽的新音樂、新台語歌的交流媒介。

第五章為本研究之結論，將針對《領先音樂雜誌》及《搖滾客》總結內容比較分析，試圖釐清兩本雜誌各自秉持的意識形態。此外，也提出目前的研究困境及後續研究的可能議題。

關鍵詞：領先流行音樂、搖滾客、八〇年代、流行音樂

目次

第一章 緒論	001
第一節 研究動機	
壹 社會變動下的流行音樂場域	001
貳 大眾傳播媒介下的流行音樂發展	002
第二節 研究問題與目的	003
第三節 研究範圍與界定	004
壹 研究範圍	004
貳 論題界定	006
第四節 研究方法與步驟	011
第五節 文獻回顧	012
壹 台灣流行音樂相關文獻：碩博論文與單篇論文、期刊	012
貳 流行音樂研究文獻：國內外論文專書及論文集	015
參 音樂刊物、音樂評論相關文獻	016
第六節 台灣流行音樂發展脈絡	018
壹 台語流行音樂發展脈絡	018
貳 國語流行音樂發展脈絡	023
參 左傾民歌/抗議歌曲發展脈絡	029
第七節 論文架構	031
第二章 音樂雜誌定義與發展脈絡	033
第一節 音樂雜誌定義	033
壹 音樂刊物	033
貳 音樂報導	038
第二節 音樂評論定義	040
第三節 歐美流行音樂雜誌脈絡	044
第四節 台灣流行音樂雜誌脈絡	048
第五節 小結	055
第三章 校園民歌推手——《領先流行音樂》	057
第一節 《領先流行音樂》之創辦與其編輯群	057
第二節 八〇年代台灣流行樂壇：主流音樂的構成	058
壹 民歌的萌芽：西洋音樂之引入	059
貳 中國現代民歌：唱自己的歌	060
參 淡江——夏潮路線的現代民歌	061
肆 新興唱片工業與校園民歌	063

伍 羅大佑的黑色旋風	066
第三節 《領先流行音樂》之內容分析	068
壹 訪談類報導：透過訪談探討國語流行音樂	069
貳 年度綜合類報導：流行音樂的盛行	072
參 音樂相關活動報導：校園歌曲的推廣	077
第四節 小結	079
第四章 台灣新音樂、新台語歌搖籃	081
第一節 《搖滾客》之創辦與其編輯群	081
第二節 《搖滾客》的幕後推手——水晶唱片	083
壹 搖滾客時期 1986-1990	083
貳 民間音樂時期 1991-1995	084
參 停滯期 1996-1997	085
肆 實幹文化期 1998-1999	085
第三節 《搖滾客》的音樂品味認同：台灣新音樂	086
壹 台灣新音樂的萌芽：西洋地下音樂之引入	086
貳 新音樂與地下音樂：主流以外的選擇	087
參 進入台灣新音樂時期	088
肆 新音樂之生產與行銷策略	089
第四節 《搖滾客》：唱出自己的新台語歌	091
壹 新台語歌：「現代民歌運動」台語版？	091
貳 新台語歌的非主流標籤	092
第五節 《搖滾客》之內容分析	093
壹 台灣流行樂壇現象評論	095
貳 台灣歌手介紹與評論	099
參 年度綜合性評論	100
肆 音樂活動報告：台北新音樂節	103
第六節 小結	103
第五章 結論	105
第一節 《領先流行音樂》及《搖滾客》之比較分析	105
第二節 八〇年代流行樂壇現象歸納	106
第三節 研究建議與研究限制	106
參考書目	109

第一章 緒論

第一節 研究動機

台灣國語流行音樂對於東南亞華裔、華僑的影響至深，流行音樂的大眾化，以及當中的「中華/中國」符碼也成了他們對「中國/中華民國」的想像。在東南亞生長的我，自兒時受八〇年代流行音樂耳濡目染，而台灣的流行音樂市場也在東南亞達到前所未有的高峰。對於八〇年代台灣社會的變動，以及台灣流行音樂的影響，本文的研究動機油然而生。本研究藉著爬梳八〇年代流行音樂雜誌內容，試圖探討該時期的音樂與樂壇，甚至擴張到社會的關係。

壹、社會變動下的流行音樂場域

1987年台灣解嚴，解除了數十年來的政治禁忌，隔年蔣經國過世，集權體制瓦解，台灣逐步走向一個自由、開放、民主的社會。解嚴前後十年，社會運動頻繁，如1979年的「美麗島事件」¹、1980年的「消費者保護運動」²、1982年的「婦女運動」³、1990年的「野百合學運」⁴等，都顯示台灣社會長久壓抑的怨氣終於在八〇年代前後爆發，整個社會呈現一股活躍的生命力及強烈的改革呼聲，因

¹ 或稱高雄事件，於1979年12月10日的國際人權日在高雄市發生的一場重大官民衝突事件。以美麗島雜誌社成員為核心的黨外人士組織群眾進行示威遊行，訴求民主與自由。其間發生摩擦，演變成官民暴力衝突，最後國民黨政府派遣軍警全面鎮壓收場。

² 由「中華民國國際青商會」正式發起，保障消費者自身食衣住行的安全，注重產品資訊的獲得，以保障消費者權利。

³ 李元貞等人創立「婦女新知雜誌社」為當時惟一的婦運機構，關注婦女相關議題，喚醒及教育民眾婦女觀念及意識。

⁴ 發生時間自1990年3月16日至3月22日，又稱「三月學運」或「台北學運」。將近6000名來自台灣南北各地的大學生集結在中正紀念堂廣場上靜坐抗議，他們提出「解散國民大會」、「廢除臨時條款」、「召開國是會議」、以及「政經改革時間表」等四大訴求，是中華民國政府遷台以來規模最大的學生抗議行動。

此八〇年代也被稱為「社運黃金十年」⁵，也是台灣經濟起飛的十年。

然而早在七〇年代掀起的「鄉土論戰」⁶，知識分子就已開始在藝文界展現蓬勃的朝氣。「中國」符碼隨著國民黨政治力消退而逐漸式微，民間也開始找尋能夠反映本土的「台灣」符碼。無論是在文學、舞蹈、音樂等藝術領域中，許多創作者都嘗試摸索、尋找、創作「台灣」符碼的作品，嘗試從「中國立場」轉換到「台灣立場」。

七〇年代初期「民歌運動」⁷的興起，到八〇年代轟動一時的「校園歌曲」都替台灣流行音樂場域累積了一股新世代的詞曲創作及演唱者。八〇年代以後，台灣流行音樂產業逐漸成型，這股新勢力也成了新商機。大量的資金投入與蓬勃的媒體介入流行音樂產業，使八〇年代的台灣流行音樂走向另一個高峰。

從音樂類型及題材來看，七〇年代的民歌唱出了青年學子的心聲，而到了八〇年代初期，流行音樂除了「校園歌曲」這條路線之外，也出現了對社會作出批判與反省的歌曲，如1981年羅大佑唱作的《鹿港小鎮》。以往歌曲創作者避諱直接接觸政治、社會議題，然而到了八〇年代，這些議題都可成為歌曲內容的新題材。

貳、大眾傳播媒介下的流行音樂發展

台灣的流行音樂發展，與大眾傳播媒體密不可分。消費性商品的特質是量大，且替代性高，必須靠傳媒宣傳以激發購買動機。在唱片工業機制邁向完善的八〇年代，唱片歌手必須靠製造新聞和媒體烘托，在長達一至兩個月的宣傳期間，

⁵ 蕭新煌語，參閱魏書娥：〈挫折與轉進—訪蕭新煌教授談兩年來的台灣社會運動〉，《中國論壇》第32期（1991.2），頁58-61。

⁶ 也稱台灣鄉土文學論戰，是一場從1970年代初期開始，關於台灣文學之寫作方向和路線的探討。在1977年4月至1978年1月之間達到高峰。不僅是一場關於文學之本質應否反映台灣現實社會的文壇論爭，也探討「台灣戰後歷史中一次政治、經濟、社會、文學的總檢驗」。

⁷ 1975年楊弦與胡德夫在台北市中山堂演唱以余光中的《鄉愁四韻》等現代詩譜曲的作品，被視為台灣民歌運動的開始。其定義與發展脈絡詳見第三章。

爭取媒體曝光率。

音樂媒體包括電視台、電台、電影、平面媒體（報章與雜誌）、以及現場表演等。跟其他普及率較高的媒體如電視台與電台相較之下，平面媒體如報章與雜誌的普及率顯得較低。然而，平面媒體在流行音樂歷史上仍保留特殊的地位，包括讓人們如何理解音樂、如何談論某種音樂類型等。Simon Frith在〈通俗音樂工業〉（The Popular Music Industry）一文中，肯定了平面媒體的影響力：

音樂評論者對新人或新聲的回應，反過來影響唱片公司的行銷方向，引導非專業報章、電台和電視的報導方式，再影響零售的宣傳、舞台演出，以及更廣泛的通俗音樂文化。⁸

本研究嘗試在八〇年代台灣的社會變動下，探討當時日益蓬勃的流行文化——流行音樂，並從當時出版的音樂雜誌中找出台灣音樂相關內容，試圖理解這些內容是如何塑造八〇年代的台灣流行音樂場景。

第二節 研究問題與目的

台灣流行音樂自六〇年代開始蓬勃，這得歸功於當時的娛樂氛圍。戲院、夜總會、歌廳、唱片行的興起，以及電視台的開播，促成了流行音樂的發展。七〇年代李雙澤高喊「唱自己的歌」，摒棄校園演出一直以來傳唱西洋歌曲的風氣，隨後台灣校園民歌開始盛行。八〇年代羅大佑以創作歌手的身份紅遍台灣，而羅大佑之後出現了許多包辦詞曲創作及唱片製作的歌手，為台灣流行音樂注入新的音樂元素。九〇年代以後，台灣流行音樂類型更邁向多元化。

七〇至八〇年代時期，台灣歌手想要極力推廣「唱自己的歌」，但音樂市場仍以西洋流行音樂為主流。當時的音樂雜誌，如《滾石》、《余光》及後來出現的《領先流行音樂》與《搖滾客》，都以報導西洋音樂為主，唯後兩者則夾雜了國內流行音樂的報導與評論，冀望能為國內流行音樂帶來更多討論。

⁸ Frith S.: 〈通俗音樂工業〉，收入Frith S., Straw W., Streer J.合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》（台北：商周，2005），頁59。

台灣流行音樂雜誌的內容向來偏向資訊性，以介紹國內外音樂及歌手/樂團的雜誌為例，內容不乏歌手/樂團的背景介紹，團員編制，音樂類型，曲目介紹，甚至包括樂評人對該作品的評分。不受唱片業者左右的樂迷或樂評人所創辦的雜誌，其內容偏向獨立音樂或另類音樂，儘管內容及評論之水準較高，也較具公正性，但因市場需求小，往往出刊一兩期便無疾而終。

此外，在流行音樂研究當中，流行音樂雜誌的研究卻出人意料地不受關注。在流行音樂發展中，音樂雜誌只是作為資訊獲取的來源，其市場功能及文化卻被忽視了。音樂刊物被排除在文選、音樂產業研究甚至流行音樂百科大全之外。然而因市場競爭環境底下，各種音樂雜誌的品質都非常有特色。

本研究的疑問在於，流行音樂雜誌中的音樂評論與報導，在台灣流行音樂史上扮演什麼角色？可否從流行音樂雜誌中，回頭看八〇年代台灣流行音樂相關討論及議題？本研究也冀望能從雜誌出版的盛衰，與音樂雜誌的內容包括報導、論述之中試圖窺探台灣當代流行音樂的發展脈絡。

第三節 研究範圍與議題界定

壹、研究範圍

王德威在《如何現代，怎樣文學？》中對八〇年代初期台灣小說的書寫背景做出以下的評論：

一九八〇年代的台灣，正遭逢一九四九年以來最劇烈的改變。舊有的威權體制已逐漸瓦解，然而新的秩序卻尚待建議。受到中共當局新門戶開放政策的衝擊，以及台灣內部反對力量的挑戰，台灣正試圖重塑其政治結構。台灣的經濟奇蹟或許帶來了近代中國史上前所未有的繁榮，但也加速了傳統價值體系的解體。八〇年代的台灣可謂充滿了變化與動盪，也因此具有

美麗新世界及失樂園的雙重形象。⁹

而曾慧佳也在《從流行歌曲看台灣社會》一書中如此表達八〇年代的流行音樂場域與社會改革思潮之關係：

「國家」與「民間社會」、「政治」與「經濟」的角力，所帶來的變化，也展露在社會思潮的多樣化，以及日益強大的經濟力量之上。而這些來自經濟、政治及思潮的變遷，也在流行音樂場域上，不僅強化了其產銷體系，也提供音樂內容提供上更多的應用素材。¹⁰

由上述兩位學者對小說及流行音樂的研究中，都表達了台灣八〇年代的獨特政治背景、社會氛圍對作品所造成的影響。而這充滿動盪卻又同時充滿的活力與未知的八〇年代，也出現了代表兩大音樂風格與族群的雜誌，即西洋、國語流行音樂走向的《余光》、《領先》；以及搖滾樂、新音樂走向的《搖滾客》。

在進入探討流行音樂乃至於音樂雜誌如何反映台灣八〇年代的社會狀況前，筆者先表明本文所使用的「流行音樂雜誌」之「流行」一詞，是為了區分「古典」音樂雜誌，因而屬於廣義的詞彙，當中包括搖滾樂、另類音樂、民謠、爵士、節奏藍調、電子、嘻哈等非古典樂的雜誌。大多出現在台灣的流行音樂雜誌都偏向搖滾樂和另類音樂。

本研究對象為八〇年代發行的流行音樂雜誌，九〇年代以後流行音樂雜誌所剩無幾，網路雜誌也逐漸取代了實體雜誌。無論是公開發售或免費索取的雜誌也被納入本研究的討論範圍，唯網絡雜誌除外。

八〇-九〇年代可謂音樂雜誌出版之高峰期，二十年內一共有18種音樂雜誌出版。八〇年代有4種雜誌創刊，九〇年代則攀升到14種。¹¹然而幾乎半數音樂雜

⁹王德威：1980年代初期的台灣小說，《如何現代，怎樣文學？》（台北：麥田出版股份有限公司，1998），頁405。

¹⁰曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁179。

¹¹八〇年代出版的音樂雜誌包括《余光》、《領先》、《搖滾客》及《搖滾生活》；九〇年代則有《獨立音樂評論》、《音痴》、《音痴》、《B-Side》、《Pass》、《Noise》、《音速青春》、《Rock Pond》、《獨立搖滾》、《安達曼島民》、《非古典》、《音樂殖民地》、《Play》、《The Ichiban Asia》及《都會搖擺》。

誌在出版不超過五期後便停刊。本研究以代表八〇年代兩種音樂風格的雜誌作為研究對象，即關注流行音樂市場的《領先流行音樂》及新音樂、搖滾樂走向的《搖滾客》。

《領先》於1983年創刊，雜誌風格類型包括西洋音樂，主要介紹《告示牌》排行榜中的熱門歌曲，台灣國語唱片方面則是偏向介紹民歌歌手。《領先》是由中廣、軍中、警察、教育等四家廣播電台主持人所組成的作者群，包括陶曉清、蔣國男、楊嘉、方笛、程港輝、夏禮章等，於1985年停刊。

1986年創刊的《搖滾客》，其風格類型跟《余光》相反。《搖滾客》主要介紹新音樂、地下音樂、台灣當代音樂批判，及推廣介紹當代音樂思潮。主要作者包括任將達、程港輝、何穎怡、林志堅、方無行等。《搖滾客》由水晶唱片出版，早期的《搖滾客》隨刊附送錄音帶，為提倡台灣新音樂最重要的一份刊物。雜誌經過三次改版，最早叫《Wax Club》，兩頁黑白印刷，九〇年代改為彩色封面，報導越來越多台灣本地樂手。停刊後又以影印的形式發行，約半張報紙大小，黑白印刷，純是水晶唱片的文案，免費發送，最後又改為《搖滾客復刊號》。《搖滾客》於1991年停刊，共發行了25期。

貳、論題界定

一、流行樂

流行樂是一種為社會大眾服務的音樂，它並不是針對具備專業知識與聆賞技巧的專業人士而生。流行樂是為所有人設計的，並沒有特定的社群市場。流行樂是由上（由唱片公司、廣播電台，以及演唱會主辦者）而下的供給模式，流行樂著重於商業生產及利益取向，經過專業生產及包裝，以迎合大眾口味。因此流行樂被視為是工藝，而不是藝術，它的目的並不在於超越藝術或美學成規。

流行樂不是用來實現個人願景或者展現任何新視野，而是透過最流行的旋律

和語言，表達一般人的共同情感——愛、失去、嫉妒。¹²不管是流行樂還是搖滾樂，抒情曲一直都是主要的訴求。J. G. Peatman認為所有受歡迎的流行歌曲都和浪漫愛情有關，他認為要整理美國流行樂只需要三種分類：戀愛中的情歌、受挫之愛的情歌、以及與性愛有關的新式情歌。然而Simon Frith卻認為把流行樂定位成感傷歌曲是比較恰當的。¹³

由這些特質來加以定義，流行曲包含所有當代流行形式——搖滾、鄉村、雷鬼、饒舌等等。搖滾、鄉村音樂等樂迷不斷嘗試與流行樂劃清界限，他們還是得承認，這些界限始終是非常模糊的。任何東西都可以搖滾，任何東西也都可以流行。畢竟流行樂史本來就包含了各種音樂的軌跡——散拍樂與藍調、爵士樂與山區音樂、雷鬼與狄斯可、搖滾與靈魂樂，甚至古典音樂也可以流行化。¹⁴

流行樂先是樂譜音樂，從而發展成唱片工業，並經過電影、廣播以及電視的運用而成形。三〇年代麥克風的發明，是流行樂發展的關鍵時刻。透過麥克風，音樂可以被記錄及廣播。在現場表演方面，歌手可以更私密更抒情的方式演唱，鉅細靡遺地將情感投入於歌曲中，於是造就了偶像流行歌手。

而在80年代，台灣出現了一本主打流行音樂雜誌——《領先流行音樂》（Popular Music Magazine）。此雜誌於1983年9月5日創刊，1984年10月停刊，一共出版了13期。創刊號一共有46頁，第2期增加至54頁，第3期增至62頁，第7期增至70頁，售價維持不變，一律40元。此雜誌是一本16開大型精美雜誌，附精美彩色歌星跨頁海報，由領先流行音樂雜誌社出版，發行人為陶曉清。主要內容包括流行音樂熱門焦點、排行榜、唱片評介、新曲介紹以及國內外歌壇活動報導。陶曉清在創刊號寫到：

目前國內沒有一本專門介紹國內外流行音樂狀況的雜誌。過去的「滾石」和「愛樂之友」都未能持久，現在市面上的流行音樂雜誌，又純以外國為

¹² Frith S., Straw W., Streer J.合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，頁90。

¹³ 同前註，頁94。

¹⁴ 同前註，頁91。

主，完全不提供國內的流行音樂發展狀況。¹⁵

創刊號中，雜誌訪問了11名來自唱片製作公司、作曲家、作家、攝影師、演員、報刊主編、電視台記者及歌手，請他們談談與音樂的關係。這些來自音樂人與媒體人透過淺顯易懂的文字，表達對音樂的喜愛及淵源，從中也可看出此雜誌未來的走向，即不走嚴肅而冗長評論，而較偏向與大眾、較親民的音樂交流。

雜誌風格類型包括西洋音樂，主要介紹《告示牌》排行榜中的熱門歌曲，台灣國語唱片方面則是偏向介紹民歌歌手。《領先》是由中廣、軍中、警察、教育等四家廣播電台主持人所組成的作者群，包括陶曉清、蔣國男、楊嘉、方笛、程港輝、夏禮章等。

總的來說，流行樂可以定義成一種我們不刻意去聆聽的音樂，我們熟悉這歌曲，卻不知道是從何認識的。Simon Frith認為流行樂來自哪裡並不重要，重點是它到了哪裡，由此可見流行樂的廣泛流傳才是主要問題。與其他類型不同的是，流行樂是可供大眾演唱與表演的，不需要具有古典、爵士、甚至搖滾樂手的專業技能也辦得到。

二、搖滾樂

搖滾樂通常不是作為一種音樂風格類型，而是作為一種文化來看待的。搖滾文化的特徵在於，其歌曲及表演者必定在某方面被視為是嚴肅的、意義深刻且正當的，而不只是把音樂當成娛樂或消遣。¹⁶

搖滾樂界定五項流派區分法則¹⁷：

(一) 形式和技術法則 (formal & technical rules)：

以演奏的慣例的區分，包括技巧、樂器配置、旋律、錄音音質、人聲與樂器的關係等等。

¹⁵ 《領先流行音樂》第1期，頁2。

¹⁶ Frith S., Straw W., Streer J.合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，頁102。

¹⁷ Frith S.(1996) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Cambridge: Harvard University Press, pp91-93.

(二) 符號法則 (semiotic rules) :

音樂作品作為一種「修辭」，它的表達性和情感表現如何？意義如何傳遞？「真實」與「誠摯」如何以音樂展現？歌詞在此扮演要角，不同樂種歌詞有不同的慣例。

(三) 行為法則 (behavioral rules) :

不同樂種的表演儀式有所差異，樂手和觀眾也各自有其行為基準。

(四) 社會和意識形態法則 (social and ideological rules) :

社會對樂手的既定觀感（這些印象常缺乏現實依據，例如玩重金屬就一定很「憤怒」），也涉及音樂社群的特質，以及社群和外界社會的關係。

(五) 商業和法律法則 (commercial and juridical rules) :

和樂種的產製、所有權、著作權、商業收益等等有關，決定了音樂事件 (event) 如何成立、音樂和唱片公司及錄音過程的關係、現場表演和宣傳過程。

五〇年代中期，青少年的品味逐漸成為主流中的獨立部門，而這品味就是「初期搖滾」(rock 'n' roll)。初期搖滾的興起代表著音樂工業中種族界線的瓦解，在這之前，音樂工業大多由白人主導。節奏與藍調，非洲裔美國籍的表演者進入通俗音樂主流，與初期搖滾的出現約莫同一時期，標示著關鍵的「跨界」時刻。¹⁸然而五〇年代整體而言，銷售最好的唱片卻是挪用並混雜「黑人」音樂風格的白人唱片，如貓王普里斯萊 (Elvis Presley)。

1964年披頭四 (The Beatles) 進軍美國，英倫音樂開始入侵。搖滾文化頌揚的高度男性主宰時期（不管是50年代初期搖滾以及英倫音樂入侵），都是搖滾文化的奠基時刻。搖滾品味對抗大眾主流的戰爭，大部分是以性別化的語言來進行的（如白人男性的英國樂團如Dave Clark Five, The Animals, The Rolling Stones等團體），於是「柔和」、「感傷」或「優美」變成無足輕重的同義詞，是排斥貶

¹⁸ Frith S., Straw W., Streer J. 合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，頁104-105。

抑的用語；而「堅硬」、「強悍」或「陽剛」則成為對通俗音樂的高度讚美。¹⁹六〇年代中期，樂壇逐漸以「搖滾」（rock）一詞排擠掉「初期搖滾」。搖滾文化把多餘的'n' roll去除，以暗合陽剛特性的語言表達了其嚴肅態度和成熟性。

美國民歌的發展也跟搖滾樂息息相關，民歌是在所謂「大眾社會」（mass society）背景下發展出來的。民歌對自身的定義是拒斥大眾社會和大眾文化，將「大眾主流」（mass mainstream）的東西（如Top 40的熱門歌曲排行榜，以及地位已經確立的商業通俗音樂）視為敵人。它吸引了高教育的都市人，他們排斥主流、大量生產的音樂，斥之為人工化而膚淺。²⁰

主張「民眾的音樂」的抗議歌手從傳統風格和歌曲出發，在歌詞中觸及社會議題。搖滾樂的意識形態雖與民歌相差不遠，但搖滾樂卻是從大眾主流中誕生，專以青年人為對象的音樂。這些差異深深影響了搖滾文化如何表現出它受到民歌影響的世界觀，因為這些差異，搖滾可以在同時擁抱反大眾的意識形態和大眾商業成功兩者中興起。²¹

搖滾樂與民謠最大的差異性在於年齡層的差異。1967年左右，搖滾樂的聽眾大多為25歲以下的大學生。成人取向的LP（包括成人流行、爵士、古典以及民謠）在五〇年代佔美國市場銷售額的60%，青少年的單曲唱片不到40%。就經濟面與文化面而言，通俗音樂的主力是「成人」音樂。成人的經濟優勢如同其社會權力，使得「成人」在新興的青年文化觀點裡，很容易和大眾社會的特徵結合。「青年」對於大眾社會「異化」的焦慮，更有效地轉移到「成人」的範疇。如果「青年」是和「成人」對立的，而成人又要為「大眾社會」負責，那麼「青年」就可以說自己內在本質上是「反大眾」的。²²

青年自視為一個「反大眾」的社會次團體，這種差異感、「他者」（otherness）的感受，使青年人得以想像與勢力受剝奪的少數族群文化有著親近關係。數百

¹⁹ 同前註，頁107。

²⁰ 同前註，頁110。

²¹ Frith S., Straw W., Streer J.合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，頁111。

²² 同前註，頁112。

萬的白人中產階級搖滾迷便挪用各種差異形式，不管是種族的、性別的、階級的，這強化了搖滾文化對於各種邊緣性和他者性的持續幻想和挪用。不管是「黑人」音樂、雌雄同體的風格，或工人階級的反叛，搖滾都加以運用，以表徵自己的特出性，而可以依附在青年相對與大眾的邊緣性上。²³白人青年採納這種音樂，是為了標舉青年人自己的特有差異性，特別是表達對大眾主流的排拒。

第四節 研究方法與步驟

本研究採用質性研究，適合質性研究的主題包括實務、事件、互動、角色、關係、團體、組織、居住地區、社會世界、生活形態或次文化。²⁴ 而流行音樂的研究則屬於生活形態的研究。本研究分為以下步驟：

一、資料蒐集

首先從國家圖書館及中央圖書館蒐集相關雜誌，再從全國碩博論文網搜尋流行音樂相關資料，製作參考目錄及資料保存檔案。

二、次級資料分析

蒐集大眾傳播媒體如報章、訪談等文件進行內容分析。進行初步分析後，再從其他流行音樂專書獲得更進一步的資料。此外也搜尋統計記錄、流行音樂立法和司法檔案。細讀各期流行音樂雜誌，論述其風格類型，隨著時代更迭的風格演變，報導主題及各種雜誌的著重點。

²³ 同前註，頁112。

²⁴ 潘淑滿：《質性研究：理論與應用》（台北：心裡出版社，2003），頁26。

第五節 文獻回顧

本研究著重於台灣流行音樂雜誌與音樂評論之議題，因而將文獻檢索的關鍵字鎖定在流行音樂、音樂刊物及音樂評論相關範疇。

壹、台灣流行音樂相關文獻：碩博論文與單篇論文、期刊

八〇年代以前，大眾傳播研究者的興趣多半在報紙、雜誌、廣告、電視及電影，對流行音樂的研究甚少。直到九〇年中期，研究者才開始將流行音樂納入研究範圍。謝奇任在《國際唱片工業研究——跨國唱片公司的全球化、本土化、數位化》指出，台灣學者大致上以產業、文本、閱聽人三方面作為分析流行音樂的基本架構。²⁵

一、產業研究：以政治經濟學分析台灣唱片工業²⁶，以企業管理與行銷觀點分析流行音樂產業²⁷，以及探討唱片公司的品牌策略等²⁸。

二、文本研究：研究直接以流行音樂作品及周邊產品作為研究對象，包含歌曲、歌詞、唱片包裝、流行音樂演唱會、DJ、音樂錄影帶、音樂雜誌、海報、T

²⁵ 參閱謝奇任：《國際唱片工業研究——跨國唱片公司的全球化、本土化、數位化》（台北：五南，2006），頁8-19。

²⁶ 王佩華，《環境與組織因素對產品多樣性的影響：以台灣地區國語流行音樂市場為例》，國立交通大學傳播研究所，1998；郭威君，《台灣流行音樂唱片產業的未來在何方？》，國立臺灣大學新聞研究所，2003。

²⁷ 林怡玲，《台灣流行音樂產製之研究》，國立政治大學新聞研究所，1995；簡子軒，《流行音樂明星形象之整合行銷傳播策略研究：以實境選秀節目「超級偶像」為例》，國立政治大學廣播電視學研究所，2009；葛大為，《台灣國語流行音樂發展研究 -從核心產銷角度探討》，國立政治大學廣播電視學研究所，2006。

²⁸ 徐雅娟，《台灣地區跨國音樂集團之廠牌策略研究：以影響因素為例》，淡江大學大眾傳播研究所，2002；廖德發，《台灣流行音樂演唱會之藝人經紀及行銷策略研究-以歐陽菲菲在台演唱會為例》，國立臺灣師範大學表演藝術研究所，2010；任國勇，《曙光：台灣流行音樂產業的新典範》，國立交通大學社會與文化研究所，2006。

-恤、巡迴演唱廣告以及歌迷俱樂部商品等。分析歌詞及歌曲意涵²⁹的相關論文最多，也有唱片封面設計為研究對象³⁰，以及演唱會、音樂祭之研究³¹，音樂錄影帶研究³²。

三、閱聽人研究：分為量化及質性研究兩種。量化研究透過社會調查及統計，以閱聽人的性別、年齡、地域、身份等進行分析；質性研究則透過民族誌法，深度訪談與觀察樂迷對偶像之崇拜等議題。如研究歌迷偶像崇拜³³；歌迷與文本互動³⁴；及消費者行為³⁵。除了上述謝奇任提出的三大類，也有探討主流 vs. 非主流，大眾 vs. 獨立/另類音樂之探討的論文³⁶，以及針對歌手/團體的個

²⁹ 方巧如，《國內熱門搖滾樂團歌詞所建構的夢幻世界》，輔仁大學大眾傳播學研究所，1994；蘇振昇，《台灣流行音樂中的愛情價值觀——1989-1998》，國立中山大學傳播管理研究所，1998；陳慧玲，《青少年流行音樂團體之研究——形象、身體文化與情慾流動》，輔仁大學大眾傳播學研究所，2003。

³⁰ 陳煜軒，《台灣流行音樂唱片封面設計研究—以聶永真2003~2011年之作品為例》，國立高雄師範大學視覺設計學系，2012；陳立民，《平面設計的社會實踐-光復後至今的臺灣流行音樂唱片封套例證》，雲林科技大學設計學研究所博士班，2011。

³¹ 葉千慈，《台灣年輕族群對流行音樂演唱會體驗歷程之研究》，國立中正大學行銷管理研究所，2010。

³² 陳友芳，《台灣國語流行音樂錄影帶(Music Video)中之性別論述》，中國文化大學新聞研究所，1999。

³³ 李佩真，《偶像文本的消費意義——迷與偶像關係探討》，世新大學教育研究所，1997；楊蕙菁，《從小虎隊」到「四大天王」—台灣流行音樂偶像崇拜現象》，國立台灣大學中國文學系，1998。

³⁴ 鄭君仲，《我迷，故我在——流行音樂樂迷和流行音樂文本互動關係之探索》，世新大學傳播研究所碩士論文，2000；黃顛穎，《流行音樂歌手形象、偶像崇拜與消費行為關係研究》，國立中山大學傳播管理研究所，2003。

³⁵ 鄧晏如，《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，1999；陳文駿，《流行音樂市場唱片特性和消費者需求適配與重定位分析》，國立中山大學傳播管理研究所，2009；蔡雅佩，《流行音樂市場消費者抱怨滿意度之研究》，國立政治大學國際貿易研究所，2004。

³⁶ 江國豪，《非主流音樂之台灣意識研究：以1980年代後之歌曲為例》，世新大學傳播研究所碩士論文，2004；鄭凱同，《主流與獨立的再思考：文化價值、音樂產業與文化政策的思辨與探討》，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2004；徐楓惠，《從90年代地下搖滾樂看台灣另翼搖滾主體性的指涉》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2005

案研究³⁷。

除了上述謝奇任提出的三大類，近幾年來台灣流行音樂相關論述變得更多元。其中包括主流vs.非主流，大眾vs.獨立/另類音樂之探討的論文，如江國豪，《非主流音樂之台灣意識研究：以1980年代後之歌曲為例》，世新大學傳播研究所碩士論文，2004；鄭凱同，《主流與獨立的再思考：文化價值、音樂產業與文化政策的思辨與探討》，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2004；徐楓惠，《從90年代地下搖滾樂看台灣另翼搖滾主體性的指涉》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2005。

台灣流行音樂書寫（包括雜誌，文字媒體，樂評等）甚少。陳亭好的《全球化下的搖滾文化中介：晚近台灣網路的搖滾書寫》（淡江大學大眾傳播學系研究所碩士論文，2006）運用Roy Shuker在提出的「搖滾書寫」一詞（包括樂評、訪談、心得、討論等），以布迪厄的理論來探究搖滾書寫如何在台灣搖滾樂場域中作為文化中介者。另外袁行崑的《台灣搖滾樂評研究》（政治大學大廣播電視學研究所碩士論文，2009）則以結構主義符號學探討樂評人選擇的字句詞彙，也以布迪厄的文化資本概念詮釋樂評人如何展現自身品味，最後統整搖滾樂評的特徵，並分析樂評展現出的迷思。

關於搖滾書寫的文章也散見於報章及雜誌，如張鐵志的〈搖滾客風雲再起，臺灣音樂雜誌當真美景可期？〉（《新新聞》，708期，2001）；丁文玲的〈搖滾書寫：從小眾到大眾〉（《中國時報》，2006年11月19日），馬世芳及張鐵志的〈音樂書寫穿透社會〉（《聯合報》，2008）。

³⁷ 劉映暄，《臺灣現代客家流行音樂女性創作者生命史之研究——以羅思容為例》，國立臺灣大學國家發展研究所，2011；張簡士濤，《臺灣流行音樂人的創作面向與內在意蘊——以羅大佑、陳昇、陳明章為討論對象》，國立臺灣大學台灣文學研究所，2011；馬任重，《台灣流行音樂歌手聲音美感之探討——以純純、鄧麗君、蘇芮為例》，佛光大學藝術學研究所，2010；劉欣芸，《陳珊妮的完美呻吟——論台灣流行音樂中女性意識的抬頭》，淡江大學大眾傳播學系碩士班，2006。

貳、流行音樂研究文獻：國內外論文專書及論文集

國內關於流行樂研究的論文專書及論文集不多，其中謝奇任的《國際唱片工業研究——跨國唱片公司的全球化、本土化、數位化》³⁸，以傳播政治經濟學及傳播產業經濟學的觀點分析唱片工業，探討國際唱片工業在台發展的歷程及影響。關於民歌的研究則有張釗維的《誰在那邊唱自己的歌：台灣現代民歌運動史》³⁹，此書是作者就讀歷史研究所時期之碩論，主要分析台灣現代民歌之發展。曾慧佳的《從流行音樂歌曲看台灣社會》⁴⁰以詮釋學（hermeneutics）分析台灣歌曲中的歌詞，理解歌詞在社群與歷史脈絡中如何相互影響，以上三本是進行台灣流行音樂研究中不可或缺的參考。

相形之下，國外關於流行樂的論文比較豐富。如Simon Frith的*Taking Music Seriously: Selected Essays* (2007)，*Performing Rites: On the Value of Popular Music* (1996)，及與Andrew Goodwin合著的*On Record: Rock, Pop, and the Written Word* (1990)。此外還有Roy Shuker的*Understanding Popular Music* (1994)，此書與上述流行樂專書不同的是，它將音樂文字媒體另闢一章加以探討，不僅提出了「搖滾書寫」（the Literature of Rock）一詞，也探討流行音樂雜誌、同仁誌、青少年雜誌、重金屬雜誌等類型，此外也對全球主要的幾個音樂雜誌進行爬梳及分析。⁴¹Andy Bennett, Barry Shank, Jason Toynbee合編的*The Popular Music Studies Reader* (2006)集結了流行音樂研究者的重要論文，第八章的流行音樂媒體也收入了Dave Laing對於英美音樂報導的研究。⁴²

台灣引進的流行音樂專書譯著方面，Andy Bennett的《流行音樂的文化》（

³⁸ 謝奇任：《國際唱片工業研究——跨國唱片公司的全球化、本土化、數位化》（台北：五南，2006）。

³⁹ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌：台灣現代民歌運動史》（台北：滾石文化，2003）。

⁴⁰ 曾慧佳，〈從流行歌曲看台灣社會〉（台北：桂冠，1998）。

⁴¹ 詳見Shuker, R. (1994) 'On the Cover of the Rolling Stone: The Music Press', *Understanding Popular Music*, London and New York: Routledge, pp72-98.

⁴² 詳見Dave Laing, 'Anglo-american music journalism: Texts and Contexts', in Bennett A., Shank B., Toynbee J. (2006) *The Popular Music Studies Reader*, London and New York: Routledge, pp.333-339.

台北：書林出版，2006）對各類型流行音樂（如搖滾、叛客、雷鬼、饒舌、嘻哈及舞曲等）之起源作概括性的介紹，也探討音樂類型與其社會文化之關係。Simon Frith, Will Straw, John Streer合編的《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》（台北：商周，2005）收入了流行音樂及搖滾樂研究者之重要論文，其中包括音樂工業及消費的發展脈絡，各類音樂曲風的發展歷史及其與社會的關聯，也收入音樂相關研究的論辯（如流行樂與搖滾樂的詮釋，流行樂與社會性別的關係等），是研究流行樂及搖滾樂的重要文獻。另一本由彭倩文翻譯的Simon Frith《搖滾樂社會學》是作者最早對搖滾樂的社會學論述，從搖滾樂的消費模式、年輕人與搖滾樂的關係、搖滾樂的製造過程、意識形態與大眾文化所方面探討搖滾樂，並認為搖滾樂不僅是一種音樂風格，而是一種文化，從社會學切入探討比直接研究歌詞意涵或音樂學本身更有價值。

參、音樂刊物、音樂評論相關文獻

除了論文式的專書外，近年來也有不少音樂文字工作者以散文的方式書寫流行音樂、搖滾樂相關主題，如馬世芳的《地下鄉愁藍調》及《昨日書》，集結了作者長期在台灣流行音樂場域的觀察，內容涉及早期民歌的傳奇軼事，甚至類似樂評的文章。張鐵志的《聲音與憤怒：搖滾樂可能改變世界嗎？》⁴³、《時代的噪音——從狄倫到U2的抗議之聲》⁴⁴則是從其專業，即社會學討論喜愛的搖滾樂與社會運動之間的關聯，此書寫出這些搖滾樂手的創作動機、歌詞內涵賞析、搖滾樂手的發展過程，並將這些連結到搖滾樂手的社會背景。陳德政的《給所有明日的聚會》⁴⁵集結了作者在紐約求學時期的演唱會觀察、唱片評論等，這些作品大多來自他經營的網誌《音速青春》，也是國內數一數二的流行音樂、搖滾樂網誌。羅悅全的《秘密基地：台北的音樂版圖》⁴⁶則書寫了台灣早期地下音樂（現

⁴³ 張鐵志，《聲音與憤怒：搖滾樂可能改變世界嗎？》（台北：商周，2004）。

⁴⁴ 張鐵志，《時代的噪音——從狄倫到U2的抗議之聲》（台北：印刻，2010）。

⁴⁵ 陳德政，《給所有明日的聚會》（台北：大家，2011）。

⁴⁶ 羅悅全，《秘密基地：台北的音樂版圖》（台北：商周周刊，2000）。

大多稱獨立音樂)的種種面貌,如表演場地、樂器行、音樂雜誌等,而這些都是作者長期沉浸在當中的觀察。翁嘉銘的《從羅大佑到崔健:當代流行音樂的軌跡》⁴⁷、《迷迷之音:蛻變中的台灣流行歌曲》⁴⁸及《樂光流影:台灣流行音樂思路》⁴⁹三本皆是台灣流行音樂評論與心得。相對於論文式的客觀觀察,這類書籍較著重參與國內外流行音樂場域的自身觀察與經驗,更重要的是上述書籍的作者長期活躍於流行音樂評論場景,填補了學術之外的臨場感。

而研究台灣流行音樂書寫(包括雜誌,文字媒體,樂評等)甚少。陳亭好的《全球化下的搖滾文化中介:晚近台灣網路的搖滾書寫》⁵⁰運用Roy Shuker在提出的「搖滾書寫」一詞(包括樂評、訪談、心得、討論等),以布迪厄的理論來探究搖滾書寫如何在台灣搖滾樂場域中作為文化中介者。另外袁行崑的《台灣搖滾樂評研究》⁵¹則以結構主義符號學探討樂評人選擇的字句詞彙,也以布迪厄的文化資本概念詮釋樂評人如何展現自身品味,最後統整搖滾樂評的特徵,並分析樂評展現出的迷思。曹君武的《台灣流行音樂評論研究》⁵²從早期的歌曲審查到今天的各種評論機制如音樂雜誌、金曲獎、樂評人為出發,試圖理出台灣流行音樂評論的形貌與背景,從中提出對流行音樂產業的建議。

關於搖滾書寫的文章也散見於報章及雜誌,如張鐵志的〈搖滾客風雲再起,臺灣音樂雜誌當真美景可期?〉⁵³;丁文玲的〈搖滾書寫:從小眾到大眾〉⁵⁴,馬世芳及張鐵志的〈音樂書寫穿透社會〉⁵⁵。

國外論文集則有Steve Jones編撰的*Pop Music and the Press*收入許多學者對流行音樂與平面媒體的論述,包括英國搖滾樂評自1960-1990年的發展與轉變,

⁴⁷ 翁嘉銘,《從羅大佑到崔健:當代流行音樂的軌跡》(台北:時報文化,1992)。

⁴⁸ 翁嘉銘,《迷迷之音:蛻變中的台灣流行歌曲》(台北:萬象,1996)。

⁴⁹ 翁嘉銘,《樂光流影:台灣流行音樂思路》(台北:典藏文化,2010)。

⁵⁰ 淡江大學大眾傳播學系研究所碩士論文,2006。

⁵¹ 政治大學大廣播電視學研究所碩士論文,2009。

⁵² 曹君武,《台灣流行音樂評論研究》(台北藝術大學藝術行政與管理研究所,2010)。

⁵³ 張鐵志,〈搖滾客風雲再起,臺灣音樂雜誌當真美景可期?〉,《新新聞》,708期,2001。

⁵⁴ 丁文玲,〈搖滾書寫:從小眾到大眾〉,《中國時報》,2006年11月19日。

⁵⁵ 馬世芳、張鐵志的〈音樂書寫穿透社會〉,《聯合報》,2008。

Jeff Chang書寫關於嘻哈樂評論的論文，性別、國家意識形態與搖滾樂評的論述等也收入其中，是一本針對樂評論述而集結的論文集。Roy Shuker的*Understanding Popular Music Culture*，此書與上述流行樂專書不同的是，它將音樂文字媒體另闢一章加以探討，不僅提出了「搖滾書寫」(the Literature of Rock)一詞，也探討流行音樂雜誌、同仁誌、青少年雜誌、重金屬雜誌等類型，此外也對全球主要的幾個音樂雜誌進行爬梳及分析。⁵⁶Andy Bennett, Barry Shank, Jason Toynbee合編的*The Popular Music Studies Reader*⁵⁷集結了流行音樂研究者的重​​要論文，第八章的流行音樂媒體也收入了Dave Laing對於英美音樂報導的研究。⁵⁸

第六節 台灣流行音樂發展脈絡

台灣社會的歷史變遷、時代的某種氛圍、人民對生活的種種反應，皆顯露流行歌曲中。台灣歷史的演進上，透過大眾媒介所流傳的流行歌曲最能直接反映社會狀況。流行歌曲誕生於日治時期，一直演變至今，都與社會的變遷息息相關。在進入本研究主要時代背景——八〇年代的流行音樂與雜誌評論前，本節先爬梳各個時期的台灣流行音樂發展脈絡。

壹、台語流行音樂發展脈絡

張釗維將台語流行歌曲分成四個階段⁵⁹。

一、1932-1955：此階段介於第一波與第二波台語流行音樂高峰之間，中間雖因

⁵⁶ 詳見Shuker, R. (2008) 'On the Cover of the Rolling Stone: The Music Press', *Understanding Popular Music*, London and New York: Routledge, pp161-172.

⁵⁷ 詳見Bennett A., Shank B., Toynbee J. (2006) *The Popular Music Studies Reader*, London and New York: Routledge

⁵⁸ 詳見Dave Laing, 'Anglo-american music journalism: Texts and Contexts', in Bennett A., Shank B., Toynbee J. (2006) *The Popular Music Studies Reader*, London and New York: Routledge, pp.333-339.

⁵⁹ 轉引自曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》（台北：桂冠，1998），頁50。

戰亂中斷發展，但是前後的詞曲形態並無太大的變化。

二、1956-1976：此一時期作者的創意、作品量陡降，採用日本歌曲原曲，改填較為口語話的台語歌詞的歌曲大量出現。

三、1977-1981：隨著鄉土文化及「現代民歌」運動的熱潮，早期的台語流行歌曲再度受到重視，即一般指成為「台灣民謠」的作品。

四、1982-1990：描寫江湖中人、風塵女子心境以及借酒澆愁的歌曲不斷出現。少數的知識分子也加入作詞的行列。在政治上「台語」成為一種「抗議」的象徵，台語的政治抗議與反對運動歌曲出現，如黑名單工作室。

一、1932-1955：台語歌曲的兩波高峰

1925年左右，唱片開始在台灣普遍化。日本唱片公司和中國唱片公司如「百代」和「勝利」將產品大量銷售來台。台灣日蓄商會負責人柏野正次郎想要擴大台灣的唱片市場，決定灌錄真正屬於台灣的音樂。1929年，他改「飛鷹唱片」為「改良鷹標」，出版了21張唱片。1932年，將阮玲玉所主演的上海電影《桃花泣血記》同名宣傳歌曲，由「古倫美亞」唱片公司灌錄唱片，推出「台灣民俗歌謠」，受到極大的歡迎。這首歌成為第一首台灣流行歌曲，「古倫美亞」唱片公司財務得以轉危為安。

這樣的轉機也讓其他唱片公司相繼成立，希望台灣民俗歌謠能夠取代日本歌謠造成流行。除了古倫美亞發行《望春風》（1933）、《月夜愁》（1933）、《跳舞時代》（1933）、《雨夜花》（1934）等，博友樂唱片、泰平唱片的《美麗島》（1934）、《失業兄弟》（1934）、勝利唱片的《心酸酸》（1936）、《青春嶺》（1936）也加入市場競爭。後來，歌曲如《雨夜花》被日軍改為進行曲，填以日語歌詞，成為鼓勵被徵召的台灣青年之宣傳歌。

1937年，皇民化運動對台灣第一波台語流行歌曲的高峰造成影響。1941年的太平洋戰爭使全台陷入備戰狀態，流行歌曲工業被迫停止營運。1945年，第二次

世界大戰結束後，唱片業恢復運轉，發行了如《望你早歸》（1946），《港都夜雨》（1951）和《秋風夜雨》（1954）、《補破網》（1948）及《燒肉粽》（1949）的歌曲，深刻地反映戰後社會人民的生活狀況。這段期間，由於唱片業尚未全面復甦，唱片市場的流動量受限制，因此廣播成了歌曲流傳最重要的媒介。

1945-1955期間，是台語流行音樂的第二個黃金時期，皇民化運動隨著日軍戰敗已無威力，而國語運動尚未徹底實行，台語流行音樂得以延續1932年以來的盛況。在推行國語運動徹底執行之前，台語流行音樂能夠創造出另一個黃金時期，應與台灣廣播電台每個禮拜都有台灣歌謠的介紹，而且每個月要發表一首新歌有關。⁶⁰因而造就了楊三郎，也造就了《望你早歸》這首名曲。然而在1970年代，這首歌被反對運動著用來盼望流亡海外，所謂「黑名單」上的反對運動人士返鄉的歌曲。

《補破網》（1948）因「希望」和「漁網」同音，暗示著二二八以後的台灣社會，需要大家一針一針共同來修補社會的破網。這是一首正面意義的歌曲，然而負責審查歌詞的單位卻以「太灰暗」為由禁了這首歌。值得注意的是，台語流行音樂的「船員」形象，具有懷鄉的意義。台灣是個移民型的海島國家，如1949年國民政府遷台。島上經濟建設計畫的推動，造成人口向北部都市集中，以及城鄉教育等因素造成島內移民的現象。因此懷舊思鄉之情，在台灣國台語流行歌曲都一直佔有很重要的地位。

二、1955-1976：集權統治下的「混血歌曲」

1948年2月，省教育廳通令各級學校必須一律使用國語教學。強制使用國語教學的語言政策改變了台灣一直以來的語言文化。戰後的新生在接受教育後，開始轉換他們對母語的認知，台語逐漸變成越來越生疏的語言，這對往後台語流行歌曲的影響是巨大的。國民政府已來台十餘年，各種經濟計畫已經開始推動。

⁶⁰ 曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁59。

由於政府大力推行國語運動，限制方言節目，導致民眾由媒體接收台語歌曲的管道被攔截，加上台語歌曲創作者逐漸凋零，採用日本歌曲配上台語歌詞的「混血歌曲」⁶¹開始流行。莊永明表示五〇年代，不幸有大量的「混血歌曲」出現，由於唱片業者的短視，使台灣歌壇淪為日本的文化殖民地。⁶²

唱片公司因大量台語聽眾人口流失，就不再投資新的台語創作歌曲，改為低成本的製作模式，將日本流行歌曲配以台語歌詞，甚至連伴奏也沿用原曲，製成成品在市場上銷售。這類約500多首的歌，如《媽媽請妳也保重》和《黃昏的故鄉》等，成為日治時代出生或屬中低階層者所消費的歌曲。消費者從音樂中得到美好的往日的「日本」情懷，成為音樂上的認同對象。雖然這些歌曲被批評是「混血歌曲」，也被當時的知識分子貶為低俗、沒水準，但他們卻印證了台灣社會由農業轉型成功，農家子弟離家思鄉的深刻情感。

國民黨政府為加強集權統治，也出現對流行歌曲的極端掌握，被歸類為「灰色」如《補破網》或「不健康」《如收酒斝》，被列為禁歌。或是政治較敏感的用詞，有日本軍歌味道的歌曲，都被列為禁歌。這樣的審查制度，創作者為減少麻煩，以較安全的歌詞或旋律寫歌，此制度剝削了台灣流行音樂的創造力，留下了大量符合統治者口味的流行音樂。

九年義務國民教育是在1968年才開辦，台視1962年開播，中視1969年開播。由於政府推行經濟計畫，農村人口於國小畢業後紛紛進入工廠當學徒、女工，陳芬蘭的《孤女的願望》（1961）因此風靡全台。台灣在1947-1975年間，輕工業最盛，需要大量勞力，促使女性就業機會提升。兩性關係皆在調適，由於男人掌握歌詞的創作權與發聲權，台灣的國語、台語歌曲中的男人好像都被女人操控、玩弄的歌詞便不斷出現。如《苦酒滿杯》（1961）。⁶³

1960年代國語歌曲逐漸在電視台取得優勢，特別是台視的《群星會》，台語

⁶¹ 為莊永明所提出。

⁶² 莊永明：《台灣歌謠追想曲》（台北：前衛，1995），頁62。

⁶³ 顏綠芬、徐玫玲：《台灣的音樂》（台北：群策會李登輝學校，2006年），頁64-65。

歌曲雖有固定的聆聽人口，但萎縮的銷路使唱片公司壓低成本，以維持營運，才出此對策。⁶⁴

日治時代唱片的錄製需要乘船到日本，往返耗時數個月，台灣無此錄音技術。二戰後，錄音技術進步，1950年代末台灣也拿到日本的錄音技術，所以唱片公司就直接翻譯日語歌曲，在不用付版權費的情況下，翻唱日語歌曲的風氣日益興盛。再加上創作者未受到著作權的保障，唱片公司也沒有培植專屬作曲者的意願，混血歌曲就是在這商業的考量與國語歌曲的優勢下，大量被製造出來。⁶⁵

三、1977-1990：台灣意識抬頭

鄉土文學論戰使「台灣意識」與「中國認同」的矛盾逐漸明顯，此時《西北雨》（1971）、《相思海》（1977）使人相當振奮。一些被禁的台語流行歌曲也逐漸解禁。中視所播的「蓬萊仙島」和「農村曲」節目，更介紹一些被成為「台語老歌」或「台語民謠」的歌，也就是日治時期和戰後五十年代流行的台語歌曲。一時之間，台語流行歌曲就在這樣的演變中，被冠以「歌謠」或「民謠」的美名，再次受到重視。⁶⁶

1982年，台語歌曲也有了不錯的突破，《心事誰人知》引起了市場的好評。《一隻小雨傘》（1983）和《舞女》（1985），以夜市卡帶銷售的方式竄紅，突破了電視獨大的限制。

1987年解嚴，流行歌曲成為對舊有體制和不合理現象的抗議，「黑名單工作室」的《抓狂歌》（1989）以詼諧、諷刺的手法，表現了台語搖滾音樂的節奏魅力。脫離了以往的悲情曲風。1990年《向前走》成為新一代台語歌曲的典範。

⁶⁴ 徐玫玲：《唱片清冊的啟發——從國家圖書館與新北市文化局典藏唱片談起》，頁7。

⁶⁵ 同前註，頁7。

⁶⁶ 顏綠芬、徐玫玲：《台灣的音樂》，頁14。

貳、國語流行音樂發展脈絡

一、1949-1960：國民政府遷台，引入國語歌曲

台灣的國語流行歌曲應該是1949年，國民政府遷台造成中國人口大遷徙，祖籍分屬各省的移民隨著國民政府遷台後，逐漸形成國語歌曲的市場。台語歌曲是藉由《桃花泣血記》的電影開始，而國語歌曲則是由歌舞劇開始的。

此外，1950年韓戰爆發，美國總統杜魯門發表「台灣中立化方針」聲明，美國派遣第七艦隊協防台灣，防止中共對台灣的攻擊，同時也阻止台灣反攻大陸。美國也提供了美援及軍援協助台灣各項建設。此期間，台灣得以解除危機，人民的生活也相對穩定，有了穩定的政治情勢，使得當時的人在懷舊、思鄉、安全無憂的狀況下，開始消費流行歌曲。

然而1945年之前，國語歌曲在台灣毫無市場，1895-1945年間，除了少數到中國求學的人之外，台灣使用的語言只有日文與其他台灣的地方方言，台灣人讀漢文書、吟詞皆是用河洛（閩南）語或客家話。30-40年代在上海流行的「國語歌曲」，隨著兩百萬新移民移入台灣，在台灣開始流傳。這些國語歌曲成為「上海派」或「香港派」，歌曲營造的美麗鄉愁，也讓新移民獲得情緒上的撫慰。

大約1950年，著名的詞曲創作者姚敏與陳蝶衣幾乎包辦了所有國語歌曲的詞曲創作。如《春風吻上我的臉》、《我要為你歌唱》、《小小羊兒要回家》、《情人的眼淚》等。1953年情勢較穩定後，遷徙到香港的部分影劇工作者又開始工作。1953-1955年出品最多的是歌唱片，最受歡迎的是《桃花江》，第二類的文藝愛情片，第三類是古裝片，第四類是喜劇片。那是個流行歌曲和電影主題曲當道的時代。

二、1960-1970：電視台開播與淨化歌曲的誕生

1962年台視開播，電視台逐漸取代廣播成為流行歌曲傳播的最重要途徑。歌唱節目「群星會」以上海流行的國語歌曲為主要的演唱曲目，如《夜來香》（1944）、《紫丁香》（1950）、《情人的眼淚》（1950）等，加上少數的台灣創作國語歌曲，如《綠島小夜曲》（1954）等，這些歌曲頓時成為風潮。透過新興大眾傳播工具，即電視的放送，這種推崇上海歌曲為模範的演唱方式、女歌星溫婉的造型，逐漸成為主流的流行歌曲。而此時台語歌曲日漸在電視上播出受限制，兩者形成了強烈的對比。

值得一提的是，1966年史惟亮（1926-1977）發動了民歌採集運動，於1967年到全台各地進行一個月的民歌調查。這次的民歌採集運動一共採錄了兩千首，企圖保存在社會快速變遷下瀕臨失傳的音樂。而這些音樂也成了本土作曲家創作的泉源。1978年的第二次民歌採集運動則由許常惠率領採集。

1968年，黃友隸還曾發起「淨化歌詞運動」，這項運動使許多詞曲創作者受到限制，國語流行歌曲漸漸式微，也開啟了70年代民歌時代的來臨。直到1975年淨化歌曲已審四千餘首，其中禁唱者達5-6百首。

三、1970-1980：民歌崛起的年代

1970年代，台灣經濟起飛成效漸漸顯見，也帶動人們對藝術的需求。1970年保釣運動爆發，1971年宣布退出聯合國，1970-1972年我國與多國斷絕外交關係，世界石油危機，1975年蔣介石總統逝世，全國瀰漫悲憤情緒與激昂的民族情懷。學術上，引發學者對於自身文化的關懷，以本土音樂為研究對象的成功因而相繼出爐；流行音樂上，年輕人急於尋找自己的歌，開始了流行音樂創作的階段，推動台灣流行音樂的本土化。美麗島事件造成的政治與社會的緊繃氣氛，卻也開啟了人民的民主意識，社會逐漸民主化、現代化、多元化的政治與社會發展

，也使本土音樂因而能持續至下一階段，蓬勃發展。

七〇年代流行歌曲發展延續著六〇年代的狀況，國語歌曲繼續掌控媒體優勢。鳳飛飛及劉文正以乾淨、溫柔的形象走紅。此外，1966年，中華文化復興運動推動，鼓勵創作愛國歌曲，並限制方言節目在電視台和電台播出的時間。1972年播出「淨化節目」，極力推銷樣板歌。

由於不滿當時國語流行歌曲的頹靡，及創作自我民族音樂的動機之下，民歌以具有濃烈的民族意涵，並能提高人們心靈意識的面貌出現後，民歌終於逐漸取代西洋熱門歌曲在青年人心中的地位。當時的大學生認為國語流行歌曲是靡靡之音，認為台灣流行歌曲低俗不雅。透過美軍電台所播放的美國流行歌曲之影響，校園開啟一股自彈吉他自唱的風潮。1975年，楊弦舉行了「中國現代民歌」演唱會，發表了8首余光中的現代詩。演唱結合西方樂器和中國傳統樂器伴奏，引起了極大的迴響，激發許多學生開始創作歌。

楊弦在民歌演唱會前一篇《尋找一條沐浴心靈的清溪》文章中寫道：

西洋現代民謠的傳入已有多年了，年輕一代也大都喜愛這種節奏鮮明，旋律輕快的音樂。但由於文化環境的差異，當一個中國青年在聆聽、學唱，並咀嚼外國文字尋找共鳴之際，在感覺上總是會有一層隔閡的。反過來回顧我們本國的歌謠，藝術歌曲的風格和演唱形式一直不易在大眾之間普及，時下流行歌曲又多為有志之士所詬病，……⁶⁷

民歌成為引發追尋自我、自我定位的民族情緒，民歌也成為台灣流行音樂，對長期接受來自日本歌謠及美國流行音樂流行品味的一種反彈。民歌被視為是追求民族音樂的文化運動，它成為基於民族界限，一種對照他/我之間的民族音樂，在這樣的文化外貌之下，民歌成為一種對外來文化質疑、抗拒的一種表現。反映1970年代的台灣，在與中國大陸隔離而是多年後，對深在台灣、心懷祖國的大中國情結，所作的自我主體意識探索。如何定位台灣？台灣的中國意象為何？台灣

⁶⁷ 轉引自曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁141-142。

的國際位置為何？這樣的提問成為民歌運動在追尋自己的民族音樂背後所潛藏的問題。⁶⁸

1977-1981年，新格唱片以「唱我們的歌」為號召設立「金韻獎」。在廣播電台和電視台皆有排行榜，以統計當週最受歡迎的歌曲。這種以學生自行創作，並在校園內之間廣為流行的歌曲，稱為「校園歌曲」或「校園民歌」。如《如果》（1977）、《小茉莉》（1977）、《橄欖樹》（1979）、《阿美阿美》（1979）等。這些歌曲由大眾傳播媒體不斷宣傳，成為當時的國語流行歌曲。

「校園民歌」確實為當時的流行歌曲注入了樸質清新的風格，因為學生在歌詞中的談情論樂含蓄而自然，旋律也確實優美不俗。然而這類歌曲不適宜稱為「民歌」，虛幻式、並以商業需求、大眾媒體傳播為導向，一群年輕人在音樂上熱情的嘗試，終因商業導向和政治因素而宣告結束。

民歌代表了年輕人的自我發言。1965年以後，參與越戰的美國大兵來台度假，造成PUB及小酒吧等行業的興盛。西洋熱門音樂成為年輕人的最愛，在不斷接觸與聆聽的過程中，年輕人學習到一些基本的演唱、伴奏技巧，從一把吉他、一個人獨唱的西洋民謠風，到吉他、貝斯、爵士鼓合奏的人們合唱團，年輕人學習演唱的背後，也發達了對屬於青年世代音樂的追求。

政治力的涉入，卻對民歌造成兩極化的發展，一、加速「現代民歌」與商業勢力的結合，即去除其中過多的政治、民族意識，而後轉成「商業流行歌曲」。二、是使「淡江——夏潮」路線的民歌與反對勢力接合，為反對運動效力，成為「政治反對歌曲」。這樣的結局，宣告了民歌的式微，在商業與政治勢力的併吞下，民歌無法單純地只是「年輕人唱自己的歌」，它必須成為商業的一支或者政治的附屬品。⁶⁹

1977年，新格唱片透過舉辦「金韻獎青年歌謠演唱大會」，採取「歌手徵選

⁶⁸ 曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁143。

⁶⁹ 同前註，頁165。

——唱片灌錄——發行及巡迴演唱」的推廣方式，將民歌運動引入商業運作之內。金韻獎的成功，誘發其他唱片同業跟進，如海山、麗歌、四海等原本以「國語流行歌曲」為主的公司，也紛紛製作風格相近的歌曲，或找民歌手原有旗下歌星寫歌。

四、1980-1990：解嚴與政治鬆綁下的音樂

1988年成立的風潮唱片，一反過去唱片出版業者或因過於專業而必須承受龐大債務壓力，或因過於流行而充滿商業氣息，其出版品方面，不但有各種改編及創作的流行音樂，也有請專家學者採集及書寫介紹的專業民族音樂，更有堪稱醫療效果的治療音樂。此外對於老舊唱片的翻新，則提供現在聽眾多元化的選擇。

70

解嚴後，流行歌曲創作不論是歌詞的運用亦或表現的手法，都得以自由發展，加上商業包裝手法的一再翻新，孕育出不少當紅的歌星。此外隨著卡拉OK、KTV、MTV種植娛樂形式的發展，以及政治人物利用流行歌曲來拉近與民眾的距離，這些早期都被視為靡靡之音的音樂，如今變成民眾日常生活消遣的部分，造就了全民歌唱流行歌曲的時代。

美國從50年代流行的搖滾音樂，在80年代影響到台灣的國語流行歌曲。「丘丘合唱團」主唱娃娃，在《就在今夜》（1982）中以沙啞的嗓音加上狂野的節奏，成功開啟國語流行歌曲的新風格，帶動了國語搖滾歌曲的流行。羅大佑的《之乎者也》（1982）、《未來的主人翁》（1983）和蘇芮的《一樣的月光》（1983）也震撼了歌壇。這是別與「群星會」時期溫柔保守的歌星形象，經過戰後逐漸形成另一種台灣化、略帶鄉土氣息的國語歌曲、演變到80年代，取而代之的是曲風受到西方流行音樂深遠影響。注重整體形象表達和凸顯個性的歌聲。這種敢於表現自我，挑戰傳統，因而獲得年輕族群的認同。

⁷⁰ 同前註，頁217。

羅大佑為這個時期最具代表性的創作歌手。以美國歌手Bob Dylan為模仿對象的黑色抗議青年，在歌曲中表達年輕人對政治社會的省思。大量使用西方搖滾風格的曲調，運用電吉他成為主奏樂器，明顯的個人色彩。以吳濁流所寫的同名小說《亞細亞的孤兒》為標題的歌曲成為80年代最具代表性的音樂。

五、1990年以降：商業年代的百花齊放

台灣退出聯合國（1971）與中美斷交（1979），讓人民重新檢視自我文化。「民主進步黨」之成立（1986）與解嚴（1987），使得80年代期間政治空氣略為放鬆。由於民主進步黨強調對自身文化的重視，使長期受壓抑的本土藝術，開始受到政府的提倡。1982年，政府公佈「文化資產保存法」，1985年教育部舉辦第一屆「民族藝術薪傳獎」，共分傳統工藝、傳統音樂及說唱、傳統戲劇、傳統雜技、傳統舞蹈五類。由於政治的推波助瀾，1990年代的本土音樂活動欣欣向榮。

在出版與傳播方面，90年代最暢銷的音樂雜誌莫過於1994年12月，由楊忠衡發行，一直持續至1999年7月的《音樂時代》，1999年7月後改名為《音樂年代》。內容包括古典、爵士、流行、電影、民族音樂，有報導、評論、專欄、市場資訊等部分，並首創隨書附贈CD\CD ROM，與和信集團在1995年與廣播中播出「音樂時代——發燒友時間」節目。雜誌也另設出版部門，出版相關書籍。此雜誌經營面相當廣，行銷手法也多創新，後因內部行政與編輯理念不合，於2000年1月停刊。

此外，新聞局廢除廣播電視歌曲送審制度使得流行歌曲的發展朝向自由、開放。以下幾點作為90年代流行音樂發展脈絡之總結：一、消費群徹底年輕化，擁有驚人的購買力；二、國語和台語歌不再是意識形態上的明顯分野。因著政治上越來越開放的趨勢，語言的運用不再特別屬於某個階層之人；三、政治和社會性的反省題材相對減少，隨著台灣民主化的過程，這類歌曲已不再那麼明顯；四、許多創作者在歌曲中運用了一種以上不同族群的語言，如國語、台語、客語、原

住民語和英語等；五、流行歌曲因娛樂需求而產生。⁷¹

參、左傾民歌/抗議歌曲發展脈絡

70年代末、80年代初，政權的統治產生危機，反對力量的興起嚴重衝擊政權的正當性。透過反對力量的集結與茁壯，以及50-60年代以來受西洋歌曲影響，小眾/地下音樂也獲得了在地的、本土化的發展空間。抗議歌曲在70年代的文化政治格局當中，首先是以現代民歌的形式與意識型態而成形的。⁷²經由李雙澤、王津平、楊祖珺等人的推動，形成在意識型態的層面上與主流民歌或校園歌曲不同的民歌創作。

這股強調民歌是人民、土地聲音的力量，以淡江校園以及《夏潮》雜誌為大本營。在美麗島事件前後，鄉土文化的多位推動者如楊祖珺等人，紛紛參與政治反對運動。當權政府也因此展開鎮壓，同時也壓制了左傾民歌作為自主性文化運動的發展。⁷³

台灣的抗議歌曲來自60年代美國民歌運動的影響，相較於校園歌曲與政權的右傾民粹主義結合，左傾民歌的想法可說是左翼民粹主義的化身之一。以1978年在台北市榮星花園舉辦的、近四千人參加的「青草地演唱會」為例，主其事者楊祖珺透過舉辦戶外演唱會為廣慈博愛院中的雛妓募款，跟一般的慈善晚會比起來，「青草地演唱會」更加強調音樂本身，以及音樂與群眾直接面對面的關係。楊祖珺表示：

我個人之所以要辦這次活動，基本上有兩個目的。第一是為了喚起我們的社會對廣慈博愛院婦職所中不幸的小女孩們的關懷和援助；第二是希望我們年輕人基於自己的風格與理想所創作的歌謠，能獲得更多的認同與參與

⁷¹ 顏綠芬、徐玫玲：《台灣的音樂》，頁150-151。

⁷² 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，《文化產業：文化生產的結構分析》（台北：遠流，2000），頁178-179。

⁷³ 同前註，頁179。

。我是一個喜愛唱歌的人，也有許多同好的朋友，我們企圖把自己的歌聲用在對社會人群更有利益的地方，開一次這樣的演唱會，也許是我們能力所及的最好方式。⁷⁴

這股新生的音樂力量由楊祖珺號召，結合多位民歌手，前往台灣各地的鄉鎮、工廠、學校、政府單位、離島，組織、推動演唱會。這些活動一開始都順利舉辦，獲得相當大的迴響，但也引來國民黨政權的注意與箝制。這股反對力量吸納了當時各領域的進步改革資源包括左傾民歌，楊祖珺因而被認定與政治反對運動掛勾，她所欲推動的民歌運動，也連帶遭到政權封殺。以左傾民歌的例子來說，下鄉演唱才展開不到一年，就被政權腰斬，推動者也被嵌到政治反對運動的脈絡裡去。於是左傾民歌所欲接觸、營造的民間與人民的音樂文化，要不被政治反對力量的詮釋所取代，要不就是受到唱片工業代言人的入侵。⁷⁵

因受到美國民權與學生運動的影響，新一代的抗議份子也接受了美國學運中透過民歌的方式來表達社會心聲，而民歌也提供抗議活動中所需的群眾凝聚力。楊祖珺在1980年代表黨外參選台北市立法委員時，使用玫瑰與民歌作為抗議的象徵，這乃是受到美國60年代「愛與和平」反戰運動的影響。楊祖珺將鋼琴搬上卡車，與前來支援的民歌手胡德夫、鄭盈湧等人，唱了《美麗島》及《愚公移山》等民歌，以音樂凝聚支持群眾的心，也讓這些歌曲遊竄在台北街頭與演講場合。⁷⁶

楊祖珺的音樂是延續70年代現代民歌運動的「淡江——夏潮」系統，「音樂來自人民」或者「讓音樂回到人民」的音樂/政治理念，與鄉土文學論述底下的想像性提法相去不遠。抗議歌曲成為動員群眾、凝聚人心、宣示理念、激勵臨場士氣的運動工具，《補破網》、《雨夜花》、《心酸酸》、《望君早歸》、《黃昏的故鄉》、《一隻鳥仔哮救救》等等帶著悲情曲調的歌謠，成功攫住了對政權

⁷⁴ 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，頁180。

⁷⁵ 同前註，頁181-182。

⁷⁶ 同前註，頁183。

不義的作法不滿、卻又無處宣洩的群眾，成為黨外運動的經典背景音樂。這些台語歌謠不僅僅被用來作為街頭運動的工具，更進一步成為台灣史乃至於台灣主體性建構與宣達運動當中的音樂。⁷⁷

第七節 論文架構

本研究由五個章節組成，包括第一章的緒論，點出研究動機、問題與目的，研究範圍及界定，研究方法及步驟，歷年流行音樂相關文獻回顧以及台灣流行音樂發展脈絡。

第二章釐清音樂雜誌的定義，以及音樂雜誌的發展脈絡。本研究聚焦音樂雜誌中的音樂報導，然而音樂雜誌只是廣大的音樂文字及音樂刊物的其中一部分。第一、第二節先爬梳音樂刊物之範疇，探討音樂雜誌在音樂刊物中的定位。第三、四節則整理歐美及台灣的雜誌刊物，為下一章的雜誌內容提供基本的背景介紹。

第三章探討八〇年代國語流行音樂代表雜誌——《領先流行音樂》。《領先音樂雜誌》是校園民歌的交流媒介，這或多或少歸功於當時的發行人陶曉清。陶曉清是廣播人，也致力於推廣校園民歌與國語流行音樂。本章節將透過《領先流行音樂》探究八〇年代校園歌曲及國語流行音樂的盛行。

第四章著重探討八〇年代另一本代表雜誌——《搖滾客》。八〇年代除了校園民歌持續盛行，主流以外的音樂資訊則來自於水晶唱片創辦的《搖滾客》。如果說《領先音樂雜誌》是校園民歌的交流媒介，那《搖滾客》可說是剛萌芽的新音樂、新台語歌的交流媒介。本章節將從《搖滾客》一探八〇年代另一種樂壇之風貌。

第五章為本研究之結論，將針對《領先音樂雜誌》及《搖滾客》總結內容比

⁷⁷ 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，頁183-184。

較分析，試圖釐清兩本雜誌各自秉持的意識形態。此外，也提出目前的研究困境及後續研究的可能議題。

第二章 音樂雜誌定義與發展脈絡

本研究聚焦音樂雜誌中的音樂報導，然而音樂雜誌只是廣大的音樂文字及音樂刊物的其中一部分。以下小節先爬梳音樂刊物之範疇，探討音樂雜誌在音樂刊物中的定位。第三、四節則整理歐美及台灣的雜誌刊物，為下一章的雜誌內容提供基本的背景介紹。

第一節 音樂雜誌的定義

壹、音樂刊物

音樂刊物 (Music Press) 在出版品的覆蓋範圍大，許多雜誌與報章都有流行音樂的評論專欄。Roy Shuker認為，音樂刊物指的是特定的音樂出版品、涵蓋大量音樂資訊的時尚雜誌、音樂相關行業雜誌 (trade magazine)、消費者雜誌 (consumer magazine) 周刊或月刊、同人誌 (fanzine)、流行音樂專書、流行音樂相關的書目注本 (annotated bibliography) 等¹。Simon Frith在1978年的著作《搖滾樂社會學》指出，英國在當時擁有四份以搖滾樂為主題的消費者周刊，與三份為搖滾樂工業服務的商業週報，與搖滾樂有關的少女漫畫、同人誌，以及較嚴肅的搖滾樂音樂月刊。

此外，非音樂性刊物上亦有大量的搖滾樂報導，這些文字宣傳會分佈在全國性日報、嚴肅周刊以及月刊，或是男性與女性雜誌。²而查閱流行音樂百科全書，則發現關於音樂刊物 (music press) 一詞的解釋涵蓋了雜誌、報章及與流行音樂相關的文獻，這些都是流行音樂相關資訊，及流行音樂的意義之討論、創造及傳播的重要媒介。「音樂刊物」一詞涵蓋各種不同風格、不同形式、不同報導策

¹ Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge, pp174。

² Frith, S. 著、彭倩文譯，《搖滾樂社會學》(台北：萬象圖書，1994)，頁253。

略及不同意識形態的出版品。音樂刊物大致依據不同市場分為以下幾類，如流行樂及搖滾樂周刊（在英國稱為「inkies」）、少年流行音樂雜誌（teen-pop magazines），音樂類型雜誌、時尚雜誌（刊登流行音樂的月刊）、音樂家雜誌、音樂相關行業雜誌以及同人誌。³

縱觀以上音樂刊物可分為三種導向，即唱片工業導向，歌手/樂手導向及消費者/粉絲導向。消費者或粉絲導向的音樂雜誌也在銷售唱片中扮演了重要的角色——經濟商品，同時也注入了文化意涵。這類雜誌不只與音樂相關，也是時尚走向的提供者。同時，音樂雜誌還有一個更傳統的功能，即將聽眾培養成消費者。大多數的流行音樂雜誌著重於表演者及其音樂，以及消費者/粉絲與表演者的關係。因此，此類雜誌有著明顯的分類，這分類是基於不同的音樂美學、社會文化功能及雜誌的目標閱聽人。如「少年雜誌teen glossies」著重於青少年市場，其報導的歌手及音樂類型也是以青少年導向為主，如smash hits。Melody maker則是扮演著搖滾樂的守門人。⁴以下逐一爬梳各個音樂刊物的區別。

一、書目注本（annotated bibliography）

1955年開始出現流行音樂相關的書目注本（annotated bibliography），並在1985年出版，而這文體在80年代變得更是普遍。雖然大量的書目注本有重疊的問題，但還是可以根據自傳、發展史、類型研究及各類型的消費者指南（如百科大全、字典、排行榜、唱片分類目錄discographies）將其分類。這些書目通常是按照歌手、音樂類型、歷史階段來分類的。⁵

二、同人誌（The zines/fanzine）

同人誌在音樂刊物的討論中常被忽視，因為大部分都是非商業性質，然而在音樂刊物中仍是不可忽視的角色。他們是另類出版的典型代表，業

³ Shepherd, J. (2003) *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*, London: Continuum

⁴ Shuker, R. (2008) *Understanding Popular Music Culture*, London and New York: Routledge, pp164.

⁵ Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge

餘性的寫手與讀者質居多，以非主流的方式發行，不以盈利為導向，且是廣大樂迷中的專業人士（或稱達人）所建立的媒介。通常雜誌又一人或一群志同道合的朋友創辦，並且在家工作，並對某個特定歌手/樂手或樂團投入最全面的關注，近乎宗教狂熱。許多早期的龐克同人誌都與左派政治文化相關，在雜誌中闡明龐克搖滾對政治的革命觀點。如60年代的crowdaddy及70年代的sniffin' glue，龐克搖滾樂的發展與影響力某程度上是來自這些同人誌。此外，樂迷也積極透過「讀者來信」表達意見，投稿唱片和演唱會評論，提供唱片目錄甚至採訪。Atton,2001指出，這些樂迷及同人誌是維持某種音樂流派及場域的重要功臣，如90年代的西雅圖音樂場域。同仁誌（fanzine）也是音樂雜誌的其中一種類型。同仁誌源於科幻小說及動漫界，是一群志同道合的人所出版的業餘刊物。同仁誌也被定義為「非商業，非專業，小眾的，且創辦人、出版人及消費者都是同一群人的雜誌」。⁶流行音樂同仁誌則是以某種特定曲風，或某個歌手為主，如七〇年代的龐克。

三、音樂相關行業雜誌（trade magazine）

音樂相關行業雜誌提供唱片及媒體工業的消息情報，包括著作權、合法化及條規，或是為零售商提供市場建議，補充及加強銷售宣傳，甚至提供唱片銷售及電台播放次數的排行榜單，如billboard。也有為讀者提供音樂技術及技巧的雜誌。⁷

四、音樂家專業雜誌

除了以上類型的音樂雜誌，也有更傳統的音樂家專業雜誌，包括guitar and claviars（法國）、canadian musician（加拿大）及making music（英國），這類雜誌則著重於更專業的知識，如製作音樂的技術，最新樂器

⁶ Dave Laing, 'Anglo-american music journalism: Texts and Contexts', pp334.

⁷ Shuker, R. (2008) *Understanding Popular Music Culture*, London and New York: Routledge, pp164

等相關器材、硬體設備等的介紹與評論。⁸

五、地下刊物

美國的搖滾樂刊物源自地下刊物，然而最早的地下刊物並非以音樂作為主要內容，而是更為廣泛的生活風格，高倡「迷幻藥、性與革命」的價值觀與信念。由於搖滾樂與其所關注的層面有密切關聯，因而被納入地下刊物的體系之中。搖滾樂在地下文化的基本形式，也證明了與流行音樂概念全然不同的意識形態。搖滾樂的價值在於它的政治意圖、自由主義、性觀念，以及它與文化鬥爭的關聯。而地下刊物最鄙視的，正式在英國音樂刊物蓬勃發展的商業化青少年暢銷流行歌曲。Simon Frith認為地下刊物是形成現今搖滾樂意識形態的重要來源，新形式專業音樂雜誌的出現，如Crawdaddy、Creem等。雖然就組織架構、風格、流行性與關注層面而言，這些雜誌各有其獨特的風貌，但它們都同樣地將搖滾樂視為一種文化形式，並且就如同地下刊物一般，依據本身的觀點與立場，將搖滾樂與其所崇尚的生活風格連結在一起。⁹

六、其他

專門給粉絲及樂迷閱讀的出版品還包括更艱深難懂的刊物，如搖滾樂測驗遊戲書、樂團原始團員與跳槽團員等系譜，明星私生活大大小小的瑣事以年表的方式鉅細靡遺地列出。¹⁰

音樂刊物是流行音樂產業中的主要的宣傳管道。音樂刊物、電台及電視台，被認為是音樂產業與閱聽人之間的守門人（gatekeeper）。Hirsch指出，音樂刊物就像唱片工業及閱聽人之間的濾網，也是音樂產業中的協調者。他認為，唱片公司如果要達到市場成功，應透過挑選其中幾張砸重金宣傳，而不是大量發行同一

⁸ Shepherd, J. (2003) *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*, London: Continuum.

⁹ Frith, S. 著、彭倩文譯，《搖滾樂社會學》，頁260。

¹⁰ Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge.

類的商品。而音樂刊物則作為協調者，減少這些商品的大量生產，以達到讓那些被挑選的商品達到市場成功。¹¹

音樂報導在音樂消費環節中扮演著重要的角色，同時也為音樂注入文化意涵。簡單來說，音樂雜誌可分為三種：唱片工業導向，歌手/樂手導向及消費者/粉絲導向。尤其第三種雜誌，即消費者/粉絲導向的雜誌，更是在音樂消費中扮演著如經濟日用品般的角色，並且為這些商品注入了文化意涵。¹²

Frith指出，「唱片公司的媒體部門從音樂刊物徵召員工，音樂刊物聘用前唱片出版人，甚至有些寫手身兼唱片公司媒體與音樂刊物撰稿人兩種身份也是常有的事」。音樂刊物的發展可見消費者與讀者的品味與興趣，他們也成了雜誌文化的一部分。¹³1980年代，表示「音樂刊物已摒棄了引導讀者的功能，並開始對讀者展開「服務」的概念，如新聞、資訊、八卦和消費者指南。」1990年代，音樂刊物已拋棄了早期的後龐克態度，並與音樂產業共生共榮。¹⁴

50年代除了電台以外，音樂刊物是唱片宣傳的主要管道，而刊物的宣傳功能是以排行榜報導作為象徵。這些排行榜圖標對於零售商進貨政策與唱片公司宣傳取向皆具有明顯的影響力，¹⁵

雖然音樂刊物與唱片公司的最終目的並不相同（刊物發行人vs.唱片銷售量），但一般而言，它們兩者皆認為對方是為共同目標而努力的好夥伴。音樂刊物的「新聞」，是那些最近進入排行榜唱片歌星的消息，這些明星具有全然相等的重要性，而他們重要所維持的期限，則是依照其唱片在排行榜所停留的時間來衡量；刊物所報導的演唱會日期與新發行唱片表格，則是依據唱片公司所提供的新聞稿編制而成；而所謂的調查與特稿，也只是將最新的明星專訪（由迅速發展的公開宣傳人員負責規劃）稍加延伸與潤飾而已；同時，這些報導內容，也僅是為

¹¹ Frith S., Goodwin A. (1990) *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*, London and New York: Routledge, pp127-139。

¹² Shuker, R. (2008) *Understanding Popular Music Culture*, London and New York: Routledge.

¹³ Frith S.(1983) *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll*, Cambridge: Harvard University Press, pp173

¹⁴ 同前註，頁27。

¹⁵ Frith, S.著、彭倩文譯，《搖滾樂社會學》，頁255。

唱片公司所製造出的「生物」注入一些人性化特質與個性細節，例如「你最愛吃的食物是什麼？」之類的瑣碎問題。¹⁶

Dave Liang認為50年代音樂刊物的功能與30年代的電影雜誌極為類似，它們的目標是在於為流行音樂迷提供諸如誰在那裡做些什麼事之類的詳盡內情通報。然而這些刊物的音樂報導之中，並未提出任何具有前瞻性或者歷史性的特殊觀點，亦未塑造出風格獨具的視野；它們即未發展出批判性的地位或是標準，無心探究唱片的來源與去向。音樂刊物所呈現出的是音樂工業本身的宣傳觀點，而它的文字內容則是以誇張的廣告文案筆調所寫成。¹⁷

NME在50年代能取代melody maker的地位成為最暢銷的音樂刊物，是因為它報導了更多排行榜明星動態與閒話。¹⁸「披頭四」的出現證明了搖滾樂能成為一種藝術形式，某些藝術刊物已將搖滾樂報導納入其中，揭示出新類型音樂市場的誕生。60年代晚期前衛搖滾的崛起，新音樂機構的出現，更使得搖滾樂聽眾無法自市面上的音樂刊物得到滿足，轉而從自己創辦的刊物中，尋找新的音樂意識形態，地下刊物就在這種情形下興起。

貳、音樂報導

音樂刊物中的內容被稱為音樂報導（music journalism），音樂被視為一種文本，而描寫各種音樂經驗，提供唱片或演唱會背景資訊（或宣傳文案）的文本稱為元文本（metatext）。音樂報導（music journalism）就是最重要的元文本。¹⁹

從音樂報導中可看出其與閱聽人的關係，與音樂人的關係，以及與音樂工業的關係。音樂報導最主要的內容及呈現方式是訪談及評論。音樂報導主要分成四種：大眾傳媒（周刊，報章及雜誌），音樂工業中的出版物，樂迷雜誌（同仁誌，也包括網誌），及專業的音樂刊物。

¹⁶ Frith, S. 著、彭倩文譯，《搖滾樂社會學》，頁255。

¹⁷ 同前註，頁256。

¹⁸ 同前註。

¹⁹ Dave Laing, 'Anglo-american music journalism: Texts and Contexts', pp333.

音樂報導已有三百年的歷史，從18世紀的西洋古典樂評，到20世紀中葉出現在各大報章的爵士樂評，而當代流行音樂報導一直到六〇年代才出現。Robert Shelton在1961年寫了Bob Dylan的樂評，並刊登於《紐約時報》（*New York Times*），William Mann則在1963年於倫敦的《泰晤士報》（*The Times*）推薦John Lennon和Paul McCartney的歌曲。²⁰

超過半個世紀以來，音樂報導最重要的內容及呈現方式是音樂評論及訪談。音樂記者大多為錄音作品（唱片，單曲及DVD）和表演（現場演出及音樂祭）進行評論。流行樂的樂評大多是評價性的報導（*evaluative journalism*），即大多偏向主觀性評論。²¹

第二種音樂報導則是訪談。訪談起初不是流行樂領域的傳統，這是源於三、四〇年代時好萊塢電影的影視文化。透過訪談，觀眾可了解影星在鏡頭以外的真實形象與人格特質。隨著流行樂日益興盛，音樂報導也逐漸針對音樂人進行訪談。甚至有音樂文字工作者指出，書寫音樂人的人格特質比描寫他們的作品容易得多。然而，對搖滾樂手而言，他們更希望自己的音樂被賞識，而不是他們私底下的生活被曝光。

音樂報導（*Music Journalism*）通常為了追趕最流行的事物，並且賺錢，因此大量出產品質不良的刊物。消費者寧願閱讀附有大量照片或插畫的新聞報導，也不願閱讀延伸的評論報導。這些新聞報導讓消費者關注於明星，給予消費者明星的形象與其他私底下的訊息。由此可見，這類型的報導主要鎖定青少年市場，80年代時的專業流行音樂雜誌風格出現驟變，雜誌內容從音樂相關轉型至其他附加的文化現象，而這些報導也開始搶攻主流市場以及較專業的周刊與月刊。²²

關於音樂類型與表演者更深入、更全面的研究都以專書的形式出版，有的則是論述文集，各種流行音樂的百科大全，以及文選。音樂報導與學術論文的題材

²⁰ Dave Laing, 'Anglo-american music journalism: Texts and Contexts', pp333-334.

²¹ 音樂評論這一塊將在下一節作重點探討。

²² Frith S.(1983) *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll*, Cambridge: Harvard University Press, pp175。

有重疊的部分，但也因此讓這兩者更接近了。流行音樂報導走向更專業、嚴肅的調性，學術論著卻反而走向更輕鬆、更隨筆式的寫作風格。這樣也反映了報導也隨著文化研究（*cultural studies*）逐漸增加，這提供了短篇作品及還未完成的論述一個平台，對報導類的貢獻也更有接受度。這樣的狀況一直持續到90年代，批評者持續出版對新銳表演者的評論，同時也對之前的作品與表演者再度評價。²³

2004年，《告示牌》（*Billboard*）統計了二十大報章的流行音樂報導中，其銷售總額為1千6百萬份。美國的《告示牌》及英國的*Music Week*雜誌將音樂視為一種工業，表示音樂雜誌是音樂消費的其中一環。音樂雜誌不僅為讀者提供演唱會消息及唱片評論，也是唱片零售商及音樂工作者的中介。音樂雜誌介紹具有商業潛質的歌曲及歌手，也提供所謂的內情通報（*tipsheet*），即預測剛發行的唱片中會流行的歌曲，藉此影響電台及其他傳媒的走向。

樂評人或音樂文字工作者是生產者（音樂人或音樂工業）及消費者（流行音樂的聽眾）的中介。廣播員、DJ及樂評人不僅是文化中介者，也是音樂工業中的「把關者」（*gatekeeper*）。「把關者」如廣播員篩選播放曲目，音樂雜誌編輯則負責編選唱片，他們決定了哪張唱片應重點介紹及討論。另外，音樂雜誌大多設有「消費者指南」（*consumer guides*）一欄，通常樂評人會為唱片評分（大多以10分為滿分，或五顆星星為最滿意）。

第二節 音樂評論定義²⁴

音樂刊物中的評論（*review*）是唱片市場的重要附屬品，提供唱片公司及藝人的出版品一些回應。過程中，這樣評論也是一種宣傳管道，或作為唱片廣告文案的引用，如貼在唱片封面中的貼紙（年度最佳唱片。——某雜誌），或是作為電台及其他媒體的新聞發布材料（*press kit*）。音樂刊物及樂評人也有意識形態

²³ Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge.

²⁴ 本節部分中譯參考袁行崙，《台灣搖滾樂評研究》，政治大學大廣播電視學研究所碩士論文，2009。

上的功能，如加強商品的文化意涵。閱聽人的聽覺品味因此確立，並堅信自己的品味。更甚者，音樂雜誌中的評論甚至建構了某種論述，即讓某作品及歌手經典化。²⁵

Simon Frith認為音樂無好壞之分。所謂的爛音樂（*bad music*）只會出現在評價脈絡（*evaluative context*）之中作為論證使用。而這裡指的評價脈絡是對歌曲、唱片或歌手的闡述，具有傳播與溝通效果，用以說服人們相信其言為真，並企圖改變人們的行為及信仰。²⁶

對爛音樂的「評價」（*judgments*）其實同時也是一種對爛音樂的「闡釋」（*explanation*）。通常某種音樂被評價為爛音樂，其原因常常無關音樂本身，而是關於音樂背後的產製系統（如資本主義）或音樂中隱含不當的行為（如性或暴力）。此外，對音樂的評斷還包括音樂背後的社會機構或社會行為。²⁷

大多被評定為爛音樂的原因有幾種，最普遍的是以音樂產業角度為出發點。爛音樂是「標準化」（*standardized*）及「制式化」（*formulaic*）的音樂，與之相對的是「原創性」（*original*）、「自主性」（*autonomous*）或「獨特性」（*unique*）。這種論述建構在馬克思/浪漫主義的對立區分上，前者是為了符合商業原則和市場需求，後者則說明了藝術創造，及創作者的個人意志。²⁸

其二，評論者眼中的爛音樂即是模仿他人的音樂（*imitative music*），此一說法也跟「原創性」或「具個人特色」（*individual*）的概念相對照。²⁹然而六〇年代後，樂評家卻認為翻唱作品有可能和原作一樣具有原創性，因為音樂家可從原創歌曲中創造新意。³⁰

Frith總結音樂評論是聆聽，然後做出反應（*we listen, we respond*），並且認

²⁵ Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge

²⁶ Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate, pp317.

²⁷ Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate, pp318.

²⁸ 同前註。

²⁹ 同前註，頁319。

³⁰ 同前註。

為音樂評論是一種音樂美學的評斷，也是一種道德價值的評斷。音樂欣賞與美學，涉及了個人主義與社交性的結合。³¹因為音樂欣賞與個人認同與個人品味相連結，在樂評中出現最多的是「我」字，一切都是主觀的。不論是公開發表的樂評或人們日常的評論，使用「好」、「壞」等詞語來形容音樂，只是想要說服他人改變對音樂的看法。

而Root指出，評論在長度和形式上通常很有彈性，但核心內容上較為受制，一篇評論主要的核心內容包含描述、例證、評價、推薦。作者必須先讓讀者掌握到評論對象內容和背景梗概，並且評價作品，功力較高的作者可以從作品中提出例子來佐證自己的評價，最後決定推薦與否，這個決定可能是明顯的陳述或隱藏在評價中，除此之外，評論還可能包含詮釋，也就是加入評論者的欣賞經驗，於是評論會和個人對評論對象、以及世界的理解更加貼近。³²

影響評論效果的除了文字本身之外，評論者的個人特質（*presentation of a persona*）也有影響，有時候讀者因為角色的形象，才信任評論者的知識、邏輯或感性；書寫方式也會受登載刊物的影響，作者必須和刊物的讀者「氣味相投」；評論者則可取悅、吸引、保證或威嚇等方式來影響讀者。評論通常也比較有知識性，評論者從潛在的美學價值出發，針對特定作品來評價，展現他對作品應然的樣貌有何期待，以及該作品滿足期待的程度有多少。³³

搖滾樂評列出他們的所謂的爛音樂，而這些音樂大多是非常知名且在商業市場上是非常成功的，這些音樂其實是對大眾品味的批判，明確堅持這些音樂太常聽到，如在經典流行或老歌電台，或是婚禮及百貨公司裡。³⁴這種批評反應了對產製決策的不信任，不相信作品相似只是出於意外或巧合。³⁵由於搖滾論述強調

³¹ 同前註，頁331。

³² Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate

³³ 同前註。

³⁴ Frith, S. (2004) *Bad Music: The music we love to hate*, New York: Routledge., pp316

³⁵ Frith, S. (1996) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Cambridge: Harvard Uni

對事物的本真表現，重視表達感覺和經驗，將音樂的價值變成取決於其反映事物的忠實程度。³⁶於是「模仿」成為超越音樂本身而關於意識形態的行為，仿作的評價依據包括模仿者、模仿對象和動機等。³⁷進一步來說，在好音樂和壞音樂的區分之前，樂評已先合理化他們的判斷標準，這些標準實際上是在不同立場看待音樂的意義，並替個人品味辯護。³⁸

多數樂評人最後所做的已經不是擔任音樂作品或樂手和公眾間的交流管道，而是形塑一個只是社群，將自己挑選過的作品和預設的群眾結合起來（這群人通常是比一般消費者「優秀的人」）。樂評人除了是個樂迷之外，他的任務是保存聲音的「知覺品質」（perceived quality of sound），促使樂手維持創作水準，給聽眾一套標準來定義「好」的聆聽經驗。換言之，樂評不只是為讀者製造一套關於音樂的說詞，同時在創造一群以特定方式聽音樂的聽眾群。樂評不但論述音樂，論述聽眾，也論述作品若放進社會脈絡中，可以用什麼角度來詮釋。³⁹

評論雖然是個人偏好的反映，但評論標準卻很好被提出來檢視，高度個人化且差異極大的標準在搖滾評論者是長嘆。⁴⁰

除此之外，不同國家也會對搖滾品味有不同的偏好，從rolling stone發行的rolling stone history of rock and roll中，便可看出國家主義的品味和美學的差別待遇；風格類型中也存在高低文化的區分，部分音樂人雖被視為前衛派，但卻少被提及，甚至被批評為泡泡糖歌手，不夠格和其他「具原真性」的歌手一起並列於

versity Press

³⁶ Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate

³⁷ Frith, S. (1996) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Cambridge: Harvard University Press

³⁸ 同前註。

³⁹ Frith, S. (1996) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Cambridge: Harvard University Press

⁴⁰ Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate

搖滾樂的殿堂中。⁴¹

Shuker發現，搖滾樂的領域中，專輯的意義一向被與單曲對立起來，單曲價格低、聽過即丟（transient）而且商業化；相對的，具藝術性、可長期保存，還有文化價值則是專輯的特質，經典作品的討論也多半以專輯為主。但單曲實際上是搖滾樂不可或缺的元素，此種以單曲為單位來評價搖滾樂史的方式，改變了音樂格式的相對價值。⁴²要養成特定品味，牽涉到了了解「正史」，接受經過選擇的傳統，才能發表較內行的意見，討論樂手、唱片、風格、潮流唱片公司、相關資料等等。

第三節 歐美流行音樂雜誌發展脈絡

19世紀晚期，billboard（美國，1894）及the music hall（英國，1889）創辦。直到1926年的melody maker創辦，才開啟了現代音樂刊物的時代，此外，melody maker也是專門針對爵士樂樂迷及音樂家而設的音樂雜誌。往後二十年，音樂雜誌類型越來越多，單是爵士樂雜誌就有down beat（美國，1934）、Jazz hot（法國，1935）、jazz journal（英國，1948）以及the beat（澳洲，1949）。1950-1960年代，音樂市場也轉向青少年流行音樂市場，從new musical express（英國，1952）、record mirror（英國，1953）及disc（英國，1958）的流行音樂雜誌即可看出。這些雜誌由於主要針對青少年市場，風格及內容也轉向更輕鬆、簡短的文章，也較少有音樂史相關的知識，而更重要的是，其內容較著重於明星本身及較受歡迎、受關注的表演者。⁴³

1960年代後期，melody maker及NME轉向流行音樂風格，而此時rock & folk（法國，1966）、Crawdaddy!（美國，1966）、rolling stone（美國，1968）、creem

⁴¹ Shuker, R. (1994) *Understanding Popular Music*, London and New York: Routledge

⁴² 同前註。

⁴³ Shepherd, J. (2003) *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*, London: Continuum

（美國，1968）、*sounds*（英國，1970）這些著重於搖滾樂風格的雜誌的出現，更使音樂雜誌分裂成兩大類，即流行音樂類，及搖滾樂類。這些專門報導搖滾樂的雜誌主要是針對青少年晚期（絕大多數為男性），文章內容也較長、樂評也較深入，此外，更是把搖滾樂放在社會政治的脈絡（*sociopolitically context*）底下來書寫。⁴⁴

不管任何風格的音樂雜誌，其內容通常包括音樂工業的大略介紹、演唱會消息或唱片消息以及歌手的個人資料與訊息。此外，也有歌手的訪談，以及音樂評論。音樂評論則包括現場演唱會聽後評論，以及最新發行的唱片評論。也有近期將舉辦的演唱會、現場表演之消息。周邊內容還包括演唱會行程、新唱片發行、工作機會、音樂器材等廣告。⁴⁵

美國以*Billboard*作為流行音樂的主要刊物，*Billboard*於1894年創刊，最初是刊登娛樂消息的刊物，僅供產業人士參考的雜誌，或稱*trade magazine*。直到30年代才成為流行樂排行榜的資訊類刊物，*Billboard*的音樂排行榜分為三種，即流行（*pop*）、節奏藍調（*R&B*）及鄉村與西部音樂（*country & western*）。到了1961年，*billboard*開始專門報導音樂訊息。

倫敦的*Melody Maker*於1926年創刊，是一本舞團及爵士樂雜誌，為當時日益增加的爵士樂團及舞團樂者提供資訊的商業刊物，也是英國唯一定期刊載音樂舞台情報的雜誌。美國的*Down Beat*於1934年創刊，以爵士樂為主題，除了音樂報導、專訪外也兼容古典樂，而法國的*Le Jazz Hot*於1935年創刊。

50年代，只有少數電台作為唱片及廣播宣傳的管道，因此，音樂雜誌的發行是非常重要的，如英國的《新音樂快遞》（*NME, New Musical Express*），此雜誌在1952年創刊，是為了迎合音樂消費新風潮而發起的刊物，為消費者提供精確的英國單曲銷售排行榜。*NME*是1952年創辦的，其市場目標是英國唱片消費者中的年輕族群。其對手為*melody maker*，這兩本雜誌都是當時與唱片工業最緊密連結

⁴⁴ 同前註。

⁴⁵ 同前註。

的音樂刊物。同年，NME刊登了英國唱片銷售榜，melody maker也跟隨這排行榜的腳步，隨後這類刊登排行榜的傳統就跟唱片工業的宣傳手法相互連結。50年代的NME雜誌內容都聚焦於明星，極少涉及音樂評論，然而這還是深受市場歡迎，截至1964年，NME每週的銷售量為30萬本。⁴⁶

直到1960年代中期，由於新興的、具有批判性的音樂類型——前衛搖滾（progressive rock）的興起，導致NME與其他音樂雜誌的定位與走向產生了改變。而在美國創辦的creem和rolling stone更是開啟了嚴肅對待搖滾樂的先河，把搖滾樂視為一種文化形式。1972年，NME內部重組，寫手皆來自英國地下刊物。隨後，NME更是朝著英國另類及獨立音樂場域發展。1980年代，兩種新的讀者群出現，一種是上了年紀，不再去演唱會但仍抱有對音樂的懷舊之情，另一類則只年輕的雅痞，這兩種讀者皆對獨立音樂毫無興趣，尤其後者更是轉向如Q，及MOJO等結合時尚與生活文化的雜誌。

1954年還有*Record Mirror*及1958年發行的*Disc*也是為了迎合樂迷而發起。早期的英國流行音樂大多只是資訊性及娛樂性的作用，為青少年及工人階級提供歌星的報導及專訪。

其實早期的搖滾樂刊物是從地下刊物開始的，地下刊物的內容並非以搖滾樂為主，而是聚焦於生活風格，提倡「迷幻藥、性與革命」的價值觀，由於音樂與這些主題的關係密切，才被納入地下刊物體系之中。搖滾樂也因此被定位為為政治、自由、性與文化鬥爭，是傳達年輕人新興價值觀的音樂，與其他類型的音樂不同。

五〇年代中期發展蓬勃的搖滾樂也帶動了青年及搖滾樂取向的音樂雜誌，如《滾石》（*Rolling Stone*）於1967年在三藩市創刊，在發刊詞中寫到：

「你也許搞不清楚我們想幹什麼。很難說：也算一本雜誌、也算一份報紙。它的名字叫《滾石》，出自一句老話：「滾石不生苔」……因為報

⁴⁶ Shuker, R. (1994) *Understanding Popular Music*, London and New York: Routledge, pp164.

紙變得如此不堪新人、毫無意義；因為偶像雜誌早已不合時宜、老是用神話傳奇和無聊的俗套妝點自己，我們希望這兒可以有一些東西給藝術家、給這個工業，還有每一個「相信魔法能使你自由」的人……《滾石》不僅僅與音樂相關，也和音樂所擁抱的事物與態度相關。我們拼命地工作，希望你覺得不錯。任何對這本雜誌進一步的解釋都很難不變成狗屎，而狗屎是會生苔的。」⁴⁷

從發刊詞可看出，這本雜誌希望建立一個可以討論唱片工業及青年文化的深度評述，讓搖滾樂成為一門新興藝術，此雜誌希望成為「高品味的表演迷雜誌」，不僅提供唱片訊息，更以嚴肅態度處理搖滾樂題材。

1967年11月9日，rolling stone創辦。創辦人Jann Wenner不僅把刊物定位在搖滾樂上，更希望能夠涵蓋青少年文化。創刊號明確指出「搖滾不只是一種音樂，更是一種態度。」Rolling stone嘗試為年輕文化及搖滾樂的推廣提供專業的、更具深度的報導。早期，這樣的方式深受唱片公司支持。1973年8月，rolling stone改版，成為一本「涵蓋美國現代文化、政治與藝術，以及音樂獨特品味的雜誌」

48

早期的Rolling Stone是作為反叛文化中的fanzine，是樂團和樂迷交流不可缺乏的管道，尤其美國西岸的嬉皮運動中，《樂迷雜誌》的出現也連結了當地的次文化。然而，諸如此類的搖滾雜誌隨出現於反叛文化的高峰時期，政治上卻無法取得與社運的連結，甚至被批評為「將搖滾音樂文化神秘化的反叛文化」。到了1971年，搖滾樂逐漸成為主流，也成為利潤豐厚的娛樂產業，唱片分工也越來越細密，Rolling Stone雜誌隨著舊樂評人的離開，新的樂評方向也就越來越與音樂工業的擴張方向及意識形態同流了，Rolling Stone逐漸投向滿足唱片公司需求的商業體系後，其主要讀者群是來自二十至三十歲的中產階級白種男性為多，因此

⁴⁷ 馬世芳：《地下鄉愁藍調》（台北：時報文化，2006年），頁158。

⁴⁸ Frith S.(1983) *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll*, Cambridge: Harvard University Press ,pp171.

*Rolling Stone*當期的唱片評論也仍是流行音樂界中最具權威的聲音。

70年代發行的*Sounds*與*National Rock star*也屬於搖滾類刊物。70年代的英國龐克運動帶動了雜誌之間意識形態的爭奪，*NME*大力推動新音樂的發展，大力支持龐克運動，而*Melody Maker*樂評人則以嚴厲態度嘲諷龐克音樂。*Melody Maker*樂評人會有如此反應也是可理解的，作為長久以來屹立不倒的英國老牌雜誌，一直為英國樂迷提供專業的知識介紹及消息，因此樂評人也相對保守。*NME*的大膽作風擄獲了崇尚龐克運動的年輕人，到了80年代，*Melody Maker*的地位已逐漸被*NME*取代。到了八、九〇年代，電子舞曲及嘻哈取向的雜誌如美國的*Vibe*及*The Source*，英國的*Mixmag*及*Muzik*也相繼出現。

音樂雜誌銷量的變動通常不是因為內容質量的改變，而是隨著年代的更迭，流行音樂聽眾品味也因此改變。*Melody Maker*發現年輕人口味轉變後，也加強了專輯的評論，及排行榜專欄，不過仍然抵擋不了銷售的下滑。*Melody Maker*在1966年創下16萬份銷售量，但到了2001年卻只售出4萬份。

這是由於八、九〇年代電子舞曲崛起，導致大多數的聽眾已不再聽爵士樂。此外，主攻饒舌及嘻哈曲風的雜誌如*Vibe*及*The Source*也逐漸取代主攻搖滾樂的《滾石》雜誌。

90年代以後的流行音樂雜誌幾乎不純粹報導音樂了，開始夾雜時尚、高科技影音、次文化等綜合內容，以迎合年輕人的口味。特定種類、認真的搖滾雜誌時代已經結束，如今已是強調生活風格的時代了。

第四節 台灣流行音樂雜誌發展脈絡

1973年，《音樂與音響》成立，是一本結合介紹音樂軟體與聲音再生技術和器材的雜誌，雖然它是以古典音樂為主，但早期一些現代聲響錄音與再生科技史的翻譯文章、國內翻版唱片業的介紹、唱片的導引，和DIY音響的專欄等內容。在當時的確提供了不錯的資訊。70年代中以降，由於國內「民歌創作」的萌芽，

《音樂與音響》也出現了一些相關的討論文章。

1975年5月創刊的《滾石》音樂雜誌，至今可能是尋找70年代台灣西洋流行音樂最有參考價值的月刊（雖然隨著80年代滾石成立唱片公司，到90年代成為國內最大的唱片公司，《滾石》雜誌遂轉變成為公司音樂宣傳品）。如同刊物上多標榜的，這是「一本年輕人為年輕人辦的雜誌」，是「最佳課餘讀物，可以豐富您的生活，充實您的知識」處於年輕人被視為「非成人」的升學主義社會中，音樂的休閒政治，在當時是必須包裝成課餘讀物的。出於政治高壓與保守社會的傳統，就是在80年代解嚴之後，國語流行音樂的商品包裝，也大多依循著宰制的意識形態，如歌手乖乖形象，或是關心青少年的課業形象。因而就在宣稱是「課餘讀物」的同時，《滾石》也模糊地宣告了他們的認同主體：

「凡是——

時髦、進步、熱情、活潑的年輕人

追求理想、樂觀、進取的年輕人

愛好音樂、喜歡音響的年輕人

富於感情、樂於追求知識的年輕人

穿牛仔褲的年輕人

都必須看《滾石》雜誌！《滾石》雜誌是年輕人的象徵，請隨著攜帶《滾石》雜誌。」（《滾石雜誌，1975，封面內頁》）

《滾石》較像是將諸多西洋流行音樂的媒體資訊拼成的剪貼簿。在內容上，除了刊登國內其他流行音樂雜誌不可或缺的billboard hot 100，封面主題式的介紹，則明顯地是抄襲美國的*Rolling Stone*雜誌，即使如此，《滾石》在當時仍然提供了聽西洋音樂的閱聽人無法在其他媒體中獲得的寶貴資訊，雖然也有一些提供音樂資訊的電台節目，囿於形式卻無法與文字的完整性匹敵。當時的滾石雜誌有兩點特別一提，一是對國內音樂創作音樂的助力，二是開拓與儒者關係上的民粹傾向。前者嘗試依著英美在70年代民謠搖滾音樂類型化的轉型——社會抗議性轉

向自我內省式的情感抒發——這個時代排行榜上的寵兒不再是protest singers了，取而代之的是singer-songwriters。因而刊登這些所謂創作型歌手們的暢銷曲吉他和弦譜，直接地促銷了歌曲在台的風行和翻版的銷售量，也間接地鼓勵年輕人拿起吉他玩音樂，這成了後來民歌手的養成方式，也是後來民歌歌譜風行的原因之一。

《滾石》創辦人段鐘沂在創刊時才27歲，在60年代初因美軍進駐台灣時而接觸美國文化，如來自美國的雜誌*Rolling Stone*。越戰時大量的美軍進駐台灣，出現了很多美國出版的雜誌。上高中段鐘沂對兩本雜誌最感興趣，也最崇拜：《MAD》——一本非常另類的漫畫雜誌，*Rolling Stone*。《滾石》其實最早就是個音樂雜誌，最早它是個很前衛的地下刊物，是個在校園流通的產物。

「在當時的美國，一些年輕人要反主流，要張揚個性，要迪斯科。我們覺得這些精神很重要，把它當成一個偶像在崇拜。我們是在1960年開始接觸以美國為代表的西方文化，聽美國的流行音樂，開始受到他們的影響。這些促使我們思考：在臺灣，不管在流行音樂還是歷史性的扮演角色上面，我們應該找一個什麼樣的位置？臺灣突然出現許多蓬勃、多元的思潮，跟傳統產生尖銳的衝擊和對抗。1972年，大學畢業並當完兵回來後，我開始想要做些自己喜愛做的事情，把人們心靈中的一些迷惘、痛苦等宣洩出來。我們兄弟倆就辦了《滾石》雜誌，當時這個雜誌內容基本上是西方的流行音樂、搖滾精神、生活態度等，是音樂雜誌」。⁴⁹

《滾石》保有許多70年代末校園民歌的第一手資料與評論。直到80年代以後，校園民歌被商業唱片工業取代，《滾石》也隨之轉型為「滾石唱片公司」的內部宣傳刊物了。當年這本雜誌的編輯風格從翻譯文章、樂壇新聞、作品剖析、歌手訪問、歌譜教唱，乃至心情隨筆無所不包，是台灣出現過最接近美國rolling stone

⁴⁹ 張清平：〈滾石段鐘沂：做最好的音樂〉，

<http://finance.sina.com.cn/leadership/brandmanage/20050321/16071446784.shtml>，2012.6.17

的刊物。⁵⁰

《余光》，1982年由余光先生創辦。余光是台灣最早的西洋流行音樂雜誌，以西洋偶像歌手為主，介紹每月發行的流行音樂專輯，國外藝人動態及一些流行樂的歷史和知識，偶爾也提供搖滾，另類，電子音樂的報導。《余光》在創刊期採試閱的方式免費發行，一共8頁。發行量為每月12萬份，1份25元，全年240，會員200元，1982年9月調整為30元，到了第3期則增加為16頁，全版8開。第15期調整為40元。第30期開始60元，頁數也從24頁增加至36頁。

《余光》主要內容是美國流行排行榜，集結了《告示牌》（*Billboard*）等排行榜的資訊。《余光》是台灣青少年接觸西洋流行音樂最普遍的管道，也是第一個邀請國外流行樂團來台表演的主辦單位。2002年，《余光》轉型為網路發行，發展成為華人及西洋音樂資料庫。除了1983年創刊的余光音樂雜誌，但其似乎在推廣西洋西樂的同時，似乎也讓音樂消費徹底排行榜化。⁵¹

1982年還有福茂雜誌贊助發行的《罐頭音樂》，結合商業音響器材、音樂產品及音樂會活動，為愛樂者提供音樂相關訊息。1987年9月改版成為《音樂月刊》，除了加重專業音樂知識外，也擴大編輯群，加入了流行音樂的相關評論。

《領先》於1983年創刊，雜誌風格類型包括西洋音樂，主要介紹《告示牌》排行榜中的熱門歌曲，台灣國語唱片方面則是偏向介紹民歌歌手。《領先》是由中廣、軍中、警察、教育等四家廣播電台主持人所組成的作者群，包括陶曉清、蔣國男、楊嘉、方笛、程港輝、夏禮章等，於1985年停刊。

1986年創刊的《搖滾客》，其風格類型跟《余光》相反。《搖滾客》主要介紹新音樂、地下音樂、台灣當代音樂批判，及推廣介紹當代音樂思潮。主要作者包括任將達、程港輝、何穎怡、林志堅、方無行等。《搖滾客》由水晶唱片出版，早期的《搖滾客》隨刊附送錄音帶，為提倡台灣新音樂最重要的一份刊物。雜

⁵⁰ 馬世芳：《地下鄉愁藍調》，頁167。

⁵¹ 張鐵志：〈音樂雜誌的血淚革命史〉，自由電子報，<http://www.libertytimes.com.tw/2005/new/may/30/life/article-1.htm>，2012.6.10.

誌經過三次改版，最早叫《Wax Club》，兩頁黑白印刷，九〇年代改為彩色封面，報導越來越多台灣本地樂手。停刊後又以影印的形式發行，約半張報紙大小，黑白印刷，純是水晶唱片的文案，免費發送，最後又改為《搖滾客復刊號》。《搖滾客》於1991年停刊，共發行了25期。

《搖滾生活》創刊於1984年，前身為小雅的樂迷通訊刊物《小雅月訊》，此刊物以免費的方式發行數期後，擴充為《搖滾生活》雙月刊，是一本圍繞在重金屬、前衛搖滾、70年代搖滾風格的雜誌。除了樂評和樂手介紹外，還有譯自國外刊物的精彩文章。主要作者方無行，筆鋒犀利，部份文字結集於《搖滾黨紀》一書中。1997年《搖滾生活》以《入骨狂報》之名復刊兩期，旋即無疾而終。

此外還有另三本刊物只發行了一期。如創刊於1991年的《獨立音樂評論》，主要作者為陳文政、石孟慈、田美，是為了配合廣播節目《節拍110》所製作的刊物，作者全出自於藍儂唱片的人員，風格類型為英國獨立廠牌的音樂。《音痴》創刊於1994年，主要作者是克林與程港輝。昌彥的半機關刊物，以另類音樂為主，在內容上等於是《獨立音樂評論》的延續，兩本都談到Tom Waits和4AD一文藝青年一定要滾瓜爛熟的詞彙。1992年的《B-Side》則是配合B-Side的開張，凌威辦的第一份刊物，也是唯一的一份。主要作者是林志堅，內容為另類音樂。

電子舞曲刊物方面有創刊於1997年，發行了四期的《PLUR》，主要作者是張耘之（Monbaza），這是由「藍月唱片」發行的電子舞曲文化刊物，炫麗的螢光色調，美編極具未來電子的迷幻感，全文中英對照，可以學點舞曲ABC，老外也可以學舞曲ㄅㄆㄇ。除了樂評、銳舞場景，還有時尚、前衛藝術的報導。讀者鎖定在台灣銳舞文化族群則註定了它得停刊的命運。

《Noise》創刊時間於1993年，1995年改為網路發行，主要作者包括王福瑞、郭冠英、粘利文等，風格類型為噪音（Noise）及歌德（Gothic）。「噪音」無論在世界那個地方都是屬於小眾地下的音樂型式，創作者與樂迷以郵件、網際網路構成小眾的流通網絡。噪音同仁誌《Noise》是由王福瑞、郭冠英主編，專門

報導台灣、日本、歐洲數十個國家的噪音團體，他們也以DIY的方式發行音樂作品，透過噪音界的聯絡網路向全世界發行。

另類音樂雜誌《音速青春》創刊於1995，一共出版三期，主要作者為林志堅、徐昌國、阿C和Elsa。這是一本由淡河水廣播電台節目《音速青春》主持人和一群Roxy DJ合辦，以電腦打字+手寫+剪刀漿糊等地下手法所生產出的刊物，外觀和內容都十分具有龐克精神。

創刊於1996年的《Rock Pond》只發行了兩期，以圖像主導，文字為輔，較注重美編設計的同仁誌，主要風格為另類音樂。創辦人李進原來是Hard Rock的DJ。另外還有《獨立搖滾》，創刊於1995年，1996停刊。主要作者為張義欣、林正欣、吳坤桂，黃經玲和張義欣當時還是在學大學生，憑著初生之犢不畏處的傻勁，以極少的經費創辦《獨立搖滾》，還將這份刊物從台灣頭舖到台灣尾，甚至在《非古典》停刊之際，意外躍昇為台灣第二大的音樂雜誌。主要風格也是另類音樂。

《安達曼島民》創刊於1996年，發行了兩期。主要作者是李洵、鄭鏗彰（鏗鏘）、崔至誠、鄭婷方及李純慧。風格類型為唱片工業批判、另類音樂及音樂散文。是「台大另類音樂社」改名為「台大酸社」後，對外發行的社刊，售價新台幣十五元。《安達曼島民》專挑爭議性題目下手，第一期探討台灣樂評現象，第二期訪問地下音樂創作者，用字尖酸犀利，深深觸痛了台灣小眾唱片工業。

《PASS》於1994年創刊，集結了九〇年代所有台灣重要的樂評作者，其中包括曹子傑、林哲儀、DJ @llen、小樹、Cello Kan、馬世芳、葉雲甫、葉雲平、楊久穎、Ricardo等。《Pass》是台灣Tower Record發行的免費刊物，以西洋另類音樂為主，台灣及日本專輯評論為輔，偶爾穿插爵士樂及古典樂的介紹。

同為1994年創刊的《非古典》也集結了不少優秀的樂評人，包括吳正忠、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。《非古典》介紹台灣及西洋的另類音樂、搖滾樂、油漬搖滾（Grunge rock

)、英倫搖滾 (Brit-pop) 及爵士樂。由於雜誌風格不明確導致該雜誌在1996年停刊，一共發行了23期。

《音樂殖民地》於1994年在香港創刊，1996年引入台灣。其風格類型包括英美及華人地區的另類搖滾，電子音樂等，主要作者為袁智聰、Sin：Ned、月鳥。

《音樂殖民地》原來是袁智聰個人樂評集的書名，擴張為音樂雜誌後，仍有三分之一內容是由袁智聰一人撰寫。目前轉型為網絡獨立音樂雜誌，介紹華人與英美搖滾樂及另類音樂。

創刊於1998年的《Play》，主要作者是林哲儀、曾建豪、高穎純、詹宏翔等，風格類型是台日西洋流行音樂。以往音樂刊物都是以西洋為主，台灣、日本為輔，《Play》卻從反向操作。此外，全彩日本風格的美編，每期加贈CD，而且只有介紹和報導，不搞專輯評論這套。目前看來，這樣的策略成功地抓住了青少年樂迷，在市場上是走對路了。

《The Ichiban Asia》創刊於1999年，主要文字來自於號稱日本Billboard的《The Ichiban》雜誌，報導圍繞日本「Oricon」公信榜，理所當然偏向日本流行音樂，其中穿插數篇台灣樂手訪談。這份刊物是代理日本唱片的R.PM公司發行，由黃子交掛名「首席擔當」。

《都會搖擺》則是一本爵士走向的雜誌，創刊於1999年，主要作者為傅慶堂、黎時潮、歐君旦、莊裕安、羅萬益、蘇煌欽及陳志勇等人。由《非古典》發行人林智意所創辦的雙月刊，每期附贈試聽CD，部份作者曾出現在《非古典》中。在台灣的音樂環境中，介於流行音樂與古典音樂之間的爵士樂，地位一直很尷尬，若不是參雜於音響發燒友雜誌、古典音樂雜誌，就像《非古典》一樣夾在搖滾樂、另類音樂裡。《都會搖擺》的出現，界定出台灣的爵士樂迷分眾群。但是在惡劣環境考驗下，《都會搖擺》還有一番苦鬥。

創刊於1994年的《音樂時代》是結合古典及流行音樂的訊息及相關評論的雜誌，出版公司為耀文事業有限公司。1999年7月的第56期改版成為《音樂年代》

第五節 小結

Shuker認為，雖然音樂評論與文學、戲劇評論相比，對消費者的影響力沒後兩者來得大，也或許沒那些可控制音樂播放時段、接觸錄音技術、市場行銷的人，如電台主持人、唱片公司及製作人的影響力來得大，但他還是認為樂評人對唱片消費者還是具有影響力的。樂評人根據自身的音樂品味，藝術完整性、原真性、市場價值等，對某唱片進行評論。同一張唱片或許會被某個樂評人稱讚，同時也會被另一個樂評人貶得一文不值，這是因為這些評論只是個別樂評人的主觀品味。⁵²

音樂刊物在流行音樂的經濟體系下所扮演的角色，無疑是鼓勵讀者購買唱片，包括海報和t-shirt等周邊商品，並且將自己陷身流行文化的消費市場中。Shuker認為樂評人在唱片工業中扮演著「服務業」的角色，為讀者介紹唱片。音樂刊物則成了唱片公司的市場行銷管道，為唱片公司及歌手/藝人提供唱片的評論。這也使樂評人成為唱片的宣傳工具。⁵³

音樂刊物與樂評人在意識形態也有影響，他們為消費者所購買的商品賦予文化的意涵。換句話說消費者購買的不僅是唱片，而是消費一種文化。⁵⁴在流行樂及搖滾樂風靡之時，音樂報導無論是對音樂的評論及分析，都扮演著重要角色。

⁵² Shuker, R. (2008) *Understanding Popular Music Culture*, London and New York: Routledge

⁵³ 同前註。

⁵⁴ 同前註。

第三章 校園民歌推手——《領先流行音樂》

本章節將著重探討八〇年代國語流行音樂代表雜誌——《領先流行音樂》。《領先音樂雜誌》是校園民歌的交流媒介，這或多或少歸功於當時的發行人陶曉清。陶曉清是廣播人，也致力於推廣校園民歌與國語流行音樂。本章節將透過《領先流行音樂》探究八〇年代校園歌曲及國語流行音樂的盛行。

第一節 《領先流行音樂》之創辦與其編輯群

《領先流行音樂》（Popular Music Magazine）於1983年9月5日創刊，1984年10月停刊，一共出版了13期。創刊號一共有46頁，第2期增加至54頁，第3期增至62頁，第7期增至70頁，售價維持不變，一律40元。此雜誌是一本16開大型精美雜誌，附精美彩色歌星跨頁海報，由領先流行音樂雜誌社出版，發行人為陶曉清。主要內容包括流行音樂熱門焦點、排行榜、唱片評介、新曲介紹以及國內外歌壇活動報導。陶曉清在創刊號寫到：

目前國內沒有一本專門介紹國內外流行音樂狀況的雜誌。過去的「滾石」和「愛樂之友」都未能持久，現在市面上的流行音樂雜誌，又純以外國為主，完全不提供國內的流行音樂發展狀況。¹

創刊號中，雜誌訪問了11名來自唱片製作公司、作曲家、作家、攝影師、演員、報刊主編、電視台記者及歌手，請他們談談與音樂的關係。這些來自音樂人與媒體人透過淺顯易懂的文字，表達對音樂的喜愛及淵源，從中也可看出此雜誌未來的走向，即不走嚴肅而冗長評論，而較偏向與大眾、較親民的音樂交流。雜誌風格類型包括西洋音樂，主要介紹《告示牌》排行榜中的熱門歌曲，台灣國語唱片方面則是偏向介紹

¹ 《領先流行音樂》第1期，頁2。

民歌歌手。

《領先流行音樂》是由中廣、軍中、警察、教育等四家廣播電台主持人所組成的作者群，包括陶曉清、蔣國男、楊嘉、方笛、程港輝、夏禮章等。由於寫手及編輯群大多為在職廣播人，且其關注的是八〇年代流行音樂的排行榜，因此從《領先流行音樂》的介紹與文章中，我們可一探當時時下的主流音樂、歌手為何。

第二節 八〇年代台灣流行樂壇：主流音樂的構成

八〇年以降，教育普及、都市興起產生了台灣新中產階級。貝爾認為工業社會中新生的階級被稱為「新階級」，此階級在經濟界限上不太明確，卻在文化上有明顯特徵。而布爾迪厄則認為在後資本社會中，「文化資本」取代了「經濟資本」，成為新階級的判準條件。台灣中產階級較偏向上述所指的「新階級」，此階級的顯現，也象徵台灣經濟結構的變化，由早期的「地主/佃農」的農業體系，邁入由「資本家/中產階級/勞工」的工、商業體系。²生活水平提升，人民的購買力增加，也促進了音樂工業發展。音樂硬體的普及也讓流行音樂廣為流傳，走入人民的生活之中。

七〇年代的民歌運動累積了一股新世代的詞曲創作與演唱者，隨著台灣流行音樂產業逐漸成型，這股新勢力也成為了新商機。大量的資金投入與蓬勃的媒體介入流行音樂產業，使八〇年代的台灣流行音樂走向另一個高峰。

七〇年代的民歌唱出了青年學子的心聲，然而直到八〇年代初期，流行音樂出現了社會批判的歌曲，如1981年羅大佑唱作的《鹿港小鎮》。這首歌的出現反映出台灣一元中心的政治架構逐步瓦解，以往歌曲創作者不敢直接接觸政治、社會議題，如今成為歌曲內容的新題材。³另外，由於中產階級的出現，也使流行音樂世界觀充滿了中產階級的思維，散發「布爾喬亞」式的小品風情。這些歌曲大多以城市為主要場景。

² 曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁183。

³ 同前註，頁180。

壹、民歌的萌芽：西洋音樂之引入

張釗維認為七〇年代台灣藝文界興起的「回歸鄉土」與「尋根」論述是現代民歌浮現的主要可能性條件之一。⁴另一個可能性條件則是「美國現代民歌與其他樂種之間的關係」⁵。

1949年國民黨撤至台灣，以「反共抗俄」、「反攻大陸」的嚴肅氣氛，以及堅持自己為正統中原文化的意識形態主宰著台灣。六〇年代末，美國在越戰的失利使得它必須聯合中共抗俄，並逐漸減低過去對國民黨政權的支持及援助，最終台灣與美國斷交，台灣也被迫退出聯合國。

國民黨政權在中原文化優先地位的意識形態下，制定官方語言為「國語」，即北京話為唯一的法定語言，禁止其他原有的強勢語言（如閩南語、日語、客語、原住民等）的使用，因此其他語言通俗歌曲便受到限制。一直到鄉土民族主義興起的七〇年代後期，閩南流行歌曲才得以「鄉土民謠」而漸漸受到重視。

然而一直以來，台灣的熱門音樂主要還是來自美國的流行音樂為主。這些熱門音樂最初是由電台推廣，1954年開播的美軍電台更是重要的傳播據點。六〇年代中期，因越戰而駐台的美軍人數達到萬人，人數直到七〇年代台美關係的轉變才縮減。美軍駐台也帶動了俱樂部及夜總會的營業，以及熱門音樂樂團的發展。⁶

電台節目、樂團、翻版唱片工業、夜總會、美軍俱樂部、演唱會及電視節目，形成了六〇年代末熱門音樂流通的管道，並且以美國流行曲排行榜的暢銷歌曲為主。六〇年代中期的美國，民歌復興（folk revival）運動影響了流行樂壇，也在七〇年代流傳至台灣。隨後，民歌咖啡廳也成了現代民歌發展的主要據點。

台灣西洋通俗音樂的聽眾大多是青年或者年輕人。然而，台灣的青年（二十歲上下的人）分成兩大類：其一是六〇年代台灣經濟開始成長之後所產生的大批青年勞工，就不是西洋通俗音樂論述中所指涉的「青年」。這些青年勞工所聽的若不是閩南語流行曲，便是國語流行歌曲。而第二類的青年，以高中生及受高等教育的大專生為主

⁴ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁34。

⁵ 同前註，頁34。

，才是西洋通俗音樂的聽眾。⁷

隨後，這些新一代青年，特別是受高等教育的，企圖透過對西洋通俗音樂與現代民歌的挪用與轉化，發展出屬於自己的歌：「中國現代民歌」，並用來再現他們的「中國」與「民族」意識，這種挪用與轉化也產生了意識形態上的衝突。

貳、中國現代民歌：唱自己的歌

1975年6月楊弦的「現代民謠創作演唱會」是開啟「民歌運動史」的第一炮。「詩/詩人與音樂/歌者的結合」是中國現代民歌的重要基調。⁸楊弦為余光中《白玉苦瓜》詩集中八首詩譜上了曲，這場演唱會事前的宣傳訴求是以發表「國語的創作民謠」為主，而贈票的對象也以文藝界人士居多，這樣與一般的西洋民歌演唱會不一樣。且因文藝界所能動用的社會資源是比當時的民歌手多，這是主流的高層文化文藝主導對於一種新興的、尚處於弱勢地位的文化力量的吸納，現代民歌成了七〇年代鄉土文化運動裡的一支生力軍。⁹

然而，在「中國現代民歌」正名方面卻遭受質疑，以學院派為首的傳統民歌論者卻對這「民歌」的稱呼表示意見，他們多半以學院音樂學者對民歌的定義來指責「中國現代民歌」一詞的名不符實。他們認為「民歌」應該是：

- 一、 它必須是產生於民間，儘管最初可能仍由某一個人所創，但一旦流傳之後，就演變為群體創作，人人可依自己的情緒需要創作新詞。
- 二、 在未被寫定之前，它必須可以僅僅依賴以耳相傳而流行一段相當長的歲月。
- 三、 它必須有濃厚的「群體性」，且為該群體的分子所熟悉、所喜歡歌唱。¹⁰

⁶ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁50-51。

⁷ 同前註，頁57。

⁸ 同前註，頁67。

⁹ 同前註，頁68。

隨後，現代民歌創作與楊弦以現代詩入歌的作品已經減少了，對大陸及上一代的「鄉愁」也已不復出現，取而代之的是台灣現實社會中外出求學的新一代遊子對家鄉的思念或返鄉的急切，如《牛背上的小孩》、《遊子吟》、《西出陽關》等。也有親情、觸景生情等歌曲，男女情愛的歌曲並不多。從作品來看，都是當時台灣大專青年生活、生涯經驗或感懷的寫照。¹¹

這些作品的出現是因為陶曉清在節目中提出的原則，標準不要定得太嚴格，只要是以中文寫成的、在曲調以及演唱上延續著美國通俗音樂及自彈自唱的風格、跟國語流行歌曲不一樣（包括演出風格）、不會太偏藝術歌曲¹²等的原則，就能成為「中國現代民歌」。

於是，每個人都可以寫作、唱出自己的歌，與余光中所寫的那些屬於老一輩的題材與情懷，特別是朝向中國「母親」的鄉愁，以及詩語言的表現形式，便馬上被新一代口語化的觀點與自身經驗所取代。¹³

中國現代民歌的發展，放在西洋通俗音樂的論述脈絡來說，是企圖透過現代民歌來設定一個被稱之為「這一代青年」或者「現代中國人」的社群，另一方面則強調一種原真性，注重歌手創作的真誠，以與一般通俗的「靡靡之音」區隔開來，並爭取知識分子的認同。¹⁴「中國現代民歌」的相關活動，包括發掘歌手、舉辦演唱會、座談會、在雜誌撰寫專欄、在電台開闢常態節目、製作唱片等工作大多是由陶曉清一人在主導、推動。

七〇年代末，主導音樂工業的唱片公司看準以知識青年為主的市場，開始有制度化地製作大學青年學子的創作作品，並在八〇年代初期掀起了「校園民歌」的風潮。

¹⁰ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁80。

¹¹ 同前註，頁87-88。

¹² 同前註，頁88。

¹³ 同前註，頁88。

¹⁴ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁91。

參、淡江——夏潮路線的現代民歌

張釗維認為台灣的「民歌運動」，除了上述發展出的「中國現代民歌」，以淡江為主的學生組織，也開始創作屬於自己的歌，這一條路線被稱為「淡江——夏潮」現代民歌。

「中國現代民歌」是台灣西洋通俗音樂工業與部分主流高層文化文藝界階段性結合的產物，「淡江——夏潮」則基本上完全是屬於高層文化文藝界當中非主流的、左翼文化形構的一支。這立足點的不同，是得它們雖然同樣都試圖早西洋通俗音樂、國語流行歌曲以及藝術歌曲之外找出一種另類的「自己的歌」，然而，在發展出來的建制形構上，包括音樂形式、論述策略、傳播網路以及社會資源等方面都有相當大的不同。¹⁵

李雙澤認為「自己的歌」首先必須擺脫西洋歌曲色彩。然而他的創作曲風顯然是比較偏向西洋歌曲的。李雙澤的歌詞多以對土地、歷史、社會等傳統概念的認知來塑造新的中國、社會、青年及台灣的形象與意義。¹⁶這些歌詞都有著明朗、樂觀、與希望的基調，歌詞中的「青年」基本上都代表著積極、進步的意義。¹⁷

與「中國現代民歌」對「現代中國」的再現比較起來，「中國現代民歌」作品裡多半是側重個人經驗的表現，特別是集中在大學生——留學生這條生涯軸線上頭，或是一些觸景生情、睹物思情的情景描述，甚少以整體關照的位置來直接呈現對土地、社會、歷史、傳統等概念的認知。就兩者共有的與「(大)學生」這主題相關的作品來看，「中國現代民歌」中的學生是憂鬱的，李雙澤的歌裡頭的學生確是開朗、樂觀的。¹⁸

雖然兩者都受美國現代民歌的影響，但「中國現代民歌」主要的依據是美國六〇年代末的流行歌曲，而淡江——夏潮路線則相當注重美國現代民歌早期的發展，特別

¹⁵ 同前註，頁93。

¹⁶ 同前註，頁125。

¹⁷ 同前註，頁126。

¹⁸ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁132。

是「伍迪·古斯裡——皮特·西格——鮑伯·迪倫」這脈系譜，甚至追溯到1930年代美國的首次民歌復興運動。三〇年代與六〇年代前後兩次的民謠復興運動給予淡江——夏潮路線的民歌推動者不少的啟示。民歌與當時的社會運動的緊密扣連，抗議歌曲（protest song）乃至台上台下打成一片的演唱形式等，都是推動者相當注意的重點。

19

相較於「中國現代民歌」與金韻獎等唱片公司下的校園歌曲在一般演唱會之外尚有主流的電子媒體以及唱片發行作為傳播的基礎，楊祖珺的這套曲目安排形式以及相應的歷史社會意識則全然只有面對面的現場演唱會可作為其傳播的管道。²⁰後來楊祖珺被國民黨封殺，禁絕了一切可能的演出與傳播管道。如此，淡江——夏潮路線的民歌運動失去了它主要的論述場域和文化形構空間，從歌曲到歌手，從議論到演唱，無不被隔絕在一般大眾生活的認知範圍之外。²¹

肆、新興唱片工業與校園歌曲

1977年下半，新格唱片公司舉辦了《金韻獎》的系列活動，以標榜「由這一代年輕人的心聲所譜成」推出唱片及校園巡迴演唱會，造成了風潮。隔年，海山唱片公司也「民謠風」專輯，也引起流行，這兩件事是「校園歌曲」的形構基礎。

張釗維認為，由唱片工業主導的「校園歌曲」與「中國現代民歌」、「淡江——夏潮」路線的民歌運動是頗不相同的，後兩者在基調上都帶有知識分子使命感的色彩，取向上都偏向高層文化文藝界。然而，經過唱片工業所開發、引導出來，並透過大眾媒體而普及出去的校園歌曲，則是屬於通俗文化工業的產物，並不強調負有某種責任，或試圖呈現社會現實。

新格唱片公司想要建立一套以大專生為範圍的建制，不僅都歌手與歌曲徵選、唱片製作到宣傳、行銷等的完整建制。初期的《金韻獎》第一輯唱片因電台沒興趣、電

¹⁹ 同前註，頁135。

²⁰ 同前註，頁144。

²¹ 同前註，頁145。

視不屑一顧、唱片行老闆不願意賣為由，造成了行銷及傳播上的障礙。隨後，新格唱片公司決定以校園巡迴演唱會的方式宣傳，直接與學生面對面接觸，獲得了意外的成功。²²

除了唱片工業的生產行銷之外，「校園歌曲」亦藉由電視媒體深入傳佈，如當時收視率極高的「六燈獎」歌唱競賽節目，及由《民生報》、中廣、警廣與華視共同舉辦的「創作歌謠排行榜」的票選活動，榜單上的歌曲清一色是「校園歌曲」。這些宣傳與傳播效果顯然遠大與陶曉清單一的廣播節目與唱片公司本身的宣傳。²³唱片公司與媒體主導之下的機制與運作過程，與一般國語流行音樂的生產和傳播並無二致，所不同的主要是於表現形式、訴求以及歌手的非專業身份。

以「校園歌曲」的命名來看，新格唱片公司一方面避開了「民歌」一詞的爭議，另方便也把現代民歌局限在大專校園或年輕知識分子當中，這與「中國現代民歌」、「淡江——夏潮」路線的訴求對象不同，兩者的推動者都試圖將範圍擴大到整個社會。而「校園民歌」不強調跟知識分子或高層文化文藝之間有所關聯。²⁴

此外，「校園歌曲」被建構成「清純」、「自然」的象徵，經由大眾媒體的傳播，成為70年代末社會與政治問題紛雜的社會當中的淨土。這種個人性、原真性取向的形構更顯現許許多多「歌手小傳」或「歌手近況報導」這類的表現形式及內容當中，這除了是一種宣傳促銷的策略之外，更成為「校園歌曲」明星的形構要素。當中也有介於「校園歌曲」及國語流行歌曲之間的模糊地帶的浮現，對唱片公司來說，這樣的模糊地帶成為進入國語流行市場的跳板。

「校園歌曲」處於極端之中間地帶的位置，也表現在「校園」的措辭上，意味著社會與學院殿堂之間的中間地帶。²⁵因此在唱片公司的運作下，「校園」被建構為「自然」、「清純」的象徵。

²² 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁132。

²³ 同前註，頁173。

²⁴ 同前註，頁175。

²⁵ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁178。

張釗維指出，「校園歌曲」有幾個較受歡迎的取向：

1. 童稚：童謠式的詞曲形式，如《蝸牛與黃鸝鳥》。描寫兒童，如《抓泥鰍》，童音化的唱腔表現，如包美聖。
2. 對於現實社會速寫式的、俏皮的描繪，如《阿美阿美》、《俏姑娘》。
3. 田園牧歌式的鄉土或懷鄉：描繪鄉村景象或傳統民俗的作品，如《鄉間的小路》、《外婆的澎湖灣》，皆是田園牧歌式的懷舊情調。
4. 由自然景物寄寓對人生、生命的看法：在情歌之外，陽光、風、雨、雲、山川、流水、花草、小動物等「自然」的景觀與生物往往成為藉以勵志、鼓舞或者感懷人生的主要媒介，如《讓我們看雲去》、《忘川》、《迎著風迎著雨》。
5. 荒涼、邊疆、「塞外」：特意塑造一種荒涼感及征服感，其手法包括借中國北方為想像，或建構不知名的地方黃沙遍地的景象，如《出塞曲》、《北方牧歌》。
6. 流浪、異鄉：關於流浪、出走、身在異鄉的歌曲，如《橄欖樹》、《歸人沙城》等等。
7. 隱居：多半挪用了中國古典文藝中隱者的形象，或知名隱士的詞句加以鋪陳、描繪，如《歸去來辭》、《漁唱》等。²⁶

除了速寫、俏皮式的描繪以外，其他六項顯示的是一種非現實的取向，相對於歌手與聽眾本身所存在的社會位置與現實環境——青年的、都市的、主流文化形構中心之一、普遍的中原中心意識形態，分別表現出非青年（童稚）、非都市（鄉村田園、自然、邊疆、荒涼）、非主流文化形構中心（流浪、異鄉、隱居）、非大陸中原的（塞外）的取向。這種非現實的取向，不管是傾向比較輕鬆、樂觀、烏托邦的調子，或是傾向較憂鬱、沉重的調子，基本上都是扮演著建構一個異於現實之想像空間、提供一個發洩情緒之場域的功能。²⁷

最後，「校園歌曲」吸納了「中國現代民歌」。楊弦也在此情況下得以被「歌壇

²⁶ 張釗維：《誰在那邊唱自己的歌》，頁182-184。

²⁷ 同前註，頁185。

譽為現代民歌之父……為中國流行音樂史上留下一個「覺醒」記錄」²⁸，如此，「校園歌曲」挪用了「中國現代民歌」的正當性，為自己建立一套關於歷史傳承的定位說法。

伍、羅大佑的黑色旋風

八〇年代初期，校園民歌的歌手與音樂工作者，紛紛轉到新興的唱片工業，成為專業的作詞作曲者、製作人、歌手等。過去多半以集體面貌出現的民歌手，如今成為各領風騷的唱片歌星，或暢銷專輯的作詞、作曲或製作人。

較之於七〇年代，唱片工業所能發揮的空間似乎大很多。雖然歌曲審查制度依然存在，但這同時也讓政治反對運動與追求言論自由上形成衝撞力。美麗島時期與黨外勢力在選舉成果上的逐步進展，可以預見審查制度正一步一步走向崩潰瓦解。七〇年代末，因美麗島事件及中美斷交的緊張政治氣候，楊祖珺及侯德健的個人專輯完全沒有面對大眾的機會。一直到了80年代初，羅大佑由甫成立不久的「滾石唱片公司」先後出版了三張專輯，分別是《之乎者也》、《未來的主人翁》及《家》。

羅大佑以捲曲披肩長髮、黑衣墨鏡的造型出現，歌詞對當時的政治、社會與文化的主流意識形態提出質疑，曲式則以搖滾為主調，再揉進民歌、雷鬼、藍調等不同類型的音樂元素與風格，用沙啞、咬字不正、時而嘶喊時而低吟的唱腔唱出。專輯內容與包裝包含多方面政治與文化意義，歌詞挑戰了數十年來箝制人民的黨國教育，批判當時的現代化意識型態，嘲諷社會集體心理當中深層的偽善心態。²⁹此外，羅大佑的造型徹底打破一般歌星的固定形象，以完全黑色的視覺效果，給予聽眾一個新的想像空間。他在歌詞當中批判校園歌曲，公開反叛前個時期引領風騷的音樂類型與意識型態，宣告了民歌時代的結束。³⁰

²⁸ 同前註，頁201。

²⁹ 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，頁188-189。

³⁰ 同前註，頁189。

審查制度查禁了其中許多重要的歌曲，如《青春舞曲》、《亞細亞的孤兒》，衛道人士也對這種驚世駭俗的造型與詞曲內容展開撻伐，但透過主流唱片公司及媒體技巧性的宣傳與發行，這三張專輯反而獲得叫好又叫座的迴響，不僅傳唱於市井小民之間，也獲得許多知識份子、文化人乃至黨外人士的推崇。³¹

八〇年代初的羅大佑、三張專輯以及新興的滾石唱片公司三者所構成的音樂動能，以及其與社會、政治、意識型態之關係性的開展，空間要大得多了。然而，羅大佑卻在完成三張專輯、辦完兩次轟動的歲末演唱會之後，即於1985年暫別歌壇。兩年後，羅大佑以整齊的頭髮、白襯衫、普通眼鏡的造型，一部自述的《昨日遺書》以及一首「明天會更好」重返歌壇，引起一陣嘩然。³²這首歌在一星期中賣了30多萬張，也順勢拉開了國語流行音樂的市場。這首歌也成為替國民黨政權量身訂作的歌曲，透過強力的媒體宣傳，立即普及於大街小巷，以及各種黨國機器所發動的青年活動中。

羅大佑三張專輯的例子，它所造成的音樂風潮和音樂文化論述空間與政治間的關係，其實只是特定時空脈絡底下的產物——特別是在政治局勢動盪的時期，是主流音樂體制願意冒險投資讓旗下的產品與政治直接產生關係的時候。³³其後，從主流音樂體制裡所浮顯的歌手、音樂以及政治的關係，便收束到「創作歌手」這樣的意識型態的品牌裡去，並主宰了此後十餘年的主流音樂與政治社會的關係。³⁴「獨立自主」的創作歌手創作出純粹的個人體驗，並由個人的主觀出發去關照自我、生活、社會及政治，政治社會的現實成為一種個人札記式的想像，而除了透過唱片工業及娛樂媒體之外，嚴重缺乏與現實政治及社會公開互動對話的管道。³⁵

因此，即便如飛碟出版了李壽全的《未來的未來》（1985）與「八又二分之一」（1986）、滾石出版了李宗盛的「生命中的精靈」這幾張直指城市生活實貌、詞曲深度直追羅大佑三張專輯的作品，但是它的效果，跟台灣50年代的小眾/地下音樂一樣，

³¹ 同前註，頁189。

³² 同前註，頁190-191。

³³ 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，頁192。

³⁴ 同前註，頁193。

所泡製出的仍是「一個個各自具有主體個性，但缺乏橫向聯繫、從而也缺乏政治力量的小眾或地下文化群體」。不同的只是，八〇年代的台灣已有能力自行生產猶如五〇年代西方搖滾樂或民歌那般具有力道及反叛質感的歌曲，且可以作公開的發行、傳播與演出罷了。³⁶

第三節 《領先流行音樂》之內容分析

《領先流行音樂》雖作為當時台灣唯一兼具中外流行音樂報導的刊物，但仍然以報導西洋流行音樂為大宗，這顯示出當時校園歌曲的啟發主要還是來自西洋流行音樂，此外，可見以年輕人為主的聽眾把西洋流行音樂視為主流。然而，本研究只揀選國語流行音樂方面的報導，整理如下：

作者	篇名	期數	類型
陶曉清	新調新希望	第3期	音樂活動報導
孫德璟	俱樂部會員聯歡會	第3期	音樂活動報導
鄭秋綢	83年台北市藝術季——民歌演唱會之夜	第4期	音樂活動報導
陶曉清	台大校園繁花如錦，歡樂歌聲高唱入雲	第7期	音樂活動報導
劉家明	靜宜學院洋溢愉悅旋律	第7期	音樂活動報導
鄭秋綢	「大學城」裡弦歌不輟	第7期	音樂活動報導
陶曉清	全國大專青年創作歌謠大賽，高雄決賽珠璣紛陳歡慶豐收	第8期	音樂活動報導
高德華	全國大專創作歌謠大賽第一名——來自生命的震撼力	第8期	音樂活動報導
林年佑	全國大專創作歌謠大賽第二名——把握稍縱即逝的時光	第8期	音樂活動報導
楊淑慧	金馬奔騰，樂聲揚起	第3期	詞曲創作者訪談
楊淑慧	導演談電影主題曲	第4期	詞曲創作者訪談
方梓	期待詩歌往前走——現代詩人談詩與歌的結合	第5期	詞曲創作者訪談
范光陵	「阿里山」是如何造成的？	第7期	詞曲創作者訪談
楊淑慧	撩人心弦的歌者——蔡琴	第1期	歌手訪談
楊淑慧	一樣的月光，不一樣的蘇芮	第1期	歌手訪談

³⁵ 同前註。

³⁶ 同前註，頁193-194。

楊淑慧	從校園歌曲的式微談演唱會的型態	第2期	歌手訪談
小雅	楊黎蘇——疾馳於銀河鐵路	第3期	歌手訪談
何方	聽聽蔡琴說什麼	第3期	歌手訪談
小雅	鄭怡，這女孩——乘著歌聲的翅膀	第4期	歌手訪談
梅一	蘇來的感情世界	第5期	歌手訪談
小娟	詮釋搖滾樂的寂寞歌者——薛岳	第7期	歌手訪談
珊蒂	領先流行樂的李恕權	第8期	歌手訪談
鄭秋娟	流浪吟遊的歌手	第8期	歌手訪談
方梓	金唱片獎，金碟獎，有聲有色	第7期	傳播業者訪談
楊淑慧	83年國內歌壇巡禮	第5期	年度紀事整理

本研究整理。

從上述整理來看，《領先流行音樂》的音樂報導以各類訪談居多，如歌手訪談、創作者訪談及傳播業者訪談。其次便是由陶曉清主辦的音樂活動報導。除了這些單篇性的報導之外，其他跟國語流行音樂相關的訊息都聚集在唱片評介，或較小則的歌手訊息。《領先流行音樂》各個單元篇幅較小，提供的僅是音樂相關訊息，鮮少針對某個音樂議題或文化進行討論。以下小節節錄部分雜誌內容，從中分析《領先流行音樂》的雜誌內容。

壹、訪談類報導：透過訪談探討國語流行音樂

從《領先流行音樂》的內容來看，訪談類包括以下主題：討論熱門排行榜的利與弊及改善方法、國語歌曲的創作過程、以詩入歌的探討、電影歌曲及演唱會相關訪談，以及針對歌手的專題訪談。《領先音樂雜誌》對流行歌手的訪談包括梅一的〈蘇來的感情世界〉³⁷，珊蒂的〈領先流行樂的李恕權〉³⁸，小娟的〈詮釋搖滾樂的寂寞歌者——薛岳〉³⁹，小雅的〈鄭怡，這女孩——乘著歌聲的翅膀〉⁴⁰，楊淑慧的〈撩人心

³⁷ 《領先流行音樂》，頁48-49。

³⁸ 《領先流行音樂》第8期，頁50-51。

³⁹ 《領先流行音樂》第7期，頁54-56。

⁴⁰ 《領先流行音樂》第4期，頁40-41。

弦的歌者——蔡琴》⁴¹及〈一樣的月光，不一樣的蘇芮〉⁴²。撇除歌手的專訪，以下小節針對各個訪談主題做進一步爬梳與分析，或許可從《領先流行音樂》雜誌的內容中探討八〇年代流行樂壇的議題。

一、排行榜票選之討論

方梓在〈金唱片獎、金碟獎、有聲有色〉⁴³一文中，也集結了各方媒體提出排行榜票選缺點尚待改善的建議。時報周刊發行人簡志信提出應把一整年發行的唱片整理出來，做有系統的介紹和排行。廣播員方笛認為「金唱片獎」選出的新人有些是幕後工作人員，不算真正的新人。音樂家李泰祥認為不管是「金唱片」及「金碟獎」都應當多關心有文化歷史價值的音樂，朝這個方向邁進的音樂發展才有長遠性。此外，也應鼓勵為非商業性的音樂工作者如民俗音樂、民謠及詩歌工作者。製作人朱介英和節目執行製作人蔣國男皆表示這兩種獎項是由營利事業單位來舉辦，在立場上有欠公正，甚至認為是為了收視率及盈利，他們認為應效法葛萊美獎，以學術單位而非商業性質的單位頒發獎項。

二、以詩入歌：現代詩人與流行歌曲

較特別的是方梓的〈期待詩歌往前走——現代詩人談詩與歌的結合〉⁴⁴，以詩人的觀點寫樂壇中以詩譜曲的現象及建議。七〇年代民歌興起時，民歌手和音樂家開始採用現代詩人的詩作譜曲，文中更探討了詩與歌結合的看法。方梓認為：「由作曲家主動去閱讀詩集或詩刊，蒐集抒情詩來譜曲的效果比較好，如詩人寫些通俗的歌詞給作曲家，反而抹殺了創作動機，情感也比較造假，很難寫出動人的作品」⁴⁵，因此大多詩人都不願寫歌詞。作曲家本身也應精研各種技巧，如民俗歌謠、現代樂、西方樂曲等，將不同樂風與詩歌作實驗性的結合。

⁴¹ 《領先流行音樂》第1期，頁28-29。

⁴² 《領先流行音樂》第1期，頁30-31。

⁴³ 《領先流行音樂》第7期，頁51。

⁴⁴ 《領先流行音樂》，頁50-51。

⁴⁵ 同前註。

方梓也認為抒情詩或淺顯的詩比較容易譜曲，而作曲家也不宜更動詩作，要是必要更動也應跟詩人商量，以不損害詩的精神來著手。詩人也可以將合適的詩推薦給作曲家譜曲，擴大詩的流傳與影響。方梓提到了洛夫詞、李泰祥曲的《髮香》、羅青的《星》及向陽的《金線菊》，皆有李泰祥作曲，這幾首歌曲是詩與歌的完美結合。

三、電影主題曲的盛行

除了流行樂壇的報導，楊淑慧在〈導演談電影主題曲〉⁴⁶一文中也訪問了電影導演對電影主題曲的想法。虞堪平認為音樂必須契合影像風格的氣質，《一樣的月光》一曲在電影《搭錯車》當中簡潔有力地帶出了女主角生長轉變的過程，因此這首歌也在這一年風靡全台。

電影比電視對特定唱片的銷售更具影響力，電影成為了明星走紅的工具，它比電視有著更高的全球觸及率。如披頭四的電影《一夜狂歡》（*Hard Day's Night*）將他們的事業推向高峰，或是在《蒂凡尼早餐》出現的*Moon River*，這些歌曲都留在觀眾的腦海裡。在美國，電影配樂依然是暢銷單曲的最重要來源，而電影/音樂工業現在也發展出共生的關係。電影的創作和製片成為電影/唱片公司的共同事業。電影同時為配樂和其中的單曲做了宣傳，電影原聲帶推銷了唱片，而電影的廣告片段則可以用來同時為電影和音樂做宣傳。⁴⁷

四、流行歌手與演唱會形式

楊淑慧在〈從校園歌曲的式微談演唱會的形態〉⁴⁸一文中表示校園歌曲的輝煌就像流星劃過天際一樣消逝，而抹殺校園歌曲的因素是否跟一成不變的演唱會型式所造成？因此邀請了幾位歌手如崔苔菁、劉文正、羅大佑梁弘志及蘇來談演唱會形式的改變建議。

然而八〇年代確是演唱會形式走向成熟的年代。在1982年，在余光的引進下，Ai

⁴⁶ 《領先流行音樂》第4期，頁44-45。

⁴⁷ Frith S., Straw W., Streer J.合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，同前註，頁61。

⁴⁸ 《領先流行音樂》第2期，頁40-42。

r Supply首度在中華體育館演出，也帶動了演唱會的舉辦。之後直到1998年，他們一共來了有8次之多。由於Air Supply的成功，讓余光陸續引進排行榜上的歌星及合唱團來台，從1982年的Air Supply到1994年的Michael Jackson之間，共有Shena Easton，Rick Springfield，Kool and the Gang，Lobo，Brothers four，Petti Page，Andy Gibb，Paul Young，Hall and Oates，Toto，Chicago，Tina Turner，Brian Adams，Europe，Skid Row等。⁴⁹ 整個八〇年代的音樂場景，雖然加入了西洋音樂的演唱及合法的代理，但卻更為順服了既有的體制和保守的流行口味塑造。

1990年代，跨國唱片公司如科藝百代、波麗佳音及新力哥倫比亞成立，國外資金進入，形成跨國音樂工業。不僅同步推銷國外音樂產品，也引進國外藝人來台演唱。國內音樂工業走向國際化與本土化，與香港市場、海外華人結合，開始挖掘本土藝人及另類歌手。樂評及音樂論述也大量出現，傳播管道更加多元，包括樂評、歌友會、演唱會等。

貳、年度綜合類報導：流行音樂的盛行

《領先流行音樂》在1983年的樂壇回顧中報導的仍然是國外流行音樂，如英國流行電子樂歌手Boy George及英國合唱團Duran Duran，後者是1983年最快速竄紅的合唱團，以俊美的外貌吸引了許多女性樂迷。麥克傑森的Thriller則是該年最賣座的唱片。⁵⁰

國內流行樂壇也有楊淑慧寫的《83年國內歌壇巡禮》，以條列式按時間順序排列出1983年的國內樂壇大事。一月誕生了丘丘合唱團，建立搖滾合唱團的新音樂風格，三月蘇來發行《讓我與你相遇》深受知音朋友喜愛，四月喜馬拉雅唱片公司成立，劉文正發行《單身漢》，六月《搭錯車》電影音樂唱片「一樣的月光」聲勢轟動如排山

⁴⁹ 何東洪、張釗維：〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡——一個徵兆性的考察〉，頁199。

⁵⁰ 《領先流行音樂》，頁6-7。

倒海，九月羅大佑第二張專輯《未來的主人翁》登上歌唱排行榜冠軍。⁵¹ 相較於《搖滾客》中方無行寫的1987年概觀，《領先音樂雜誌》較少對樂壇做論述性的描述，而後者則對整個台灣流行樂壇的現況作出完整的觀察。

1983年的年終排行榜也可看出當時流行的曲風及雜誌的主要讀者分佈。為促進國內大眾對流行歌曲的關注，及鼓勵唱片業者發行優良詞曲、製作精良唱片，⁵²領先舉辦了「1983年的年終排行榜」。從這項活動之中，我們可以看見當時的讀者反應頗熱烈，兩個月的票選內一共收到6萬8千5百53封回信，以台北及高雄最為熱烈，也有金門與澎湖的選票，可見當時《領先音樂雜誌》的傳播普及。投票平均年齡為17歲，以學生族群居多。

歌手	票數
黃鶯鶯	38,412
蘇芮	36,360
鄭怡	30,952
羅大佑	30,406
陳淑樺	20,300
蔡琴	19,509
林慧萍	18,023
丘丘合唱團	14,200
印象合唱團	8,490
潘越雲	7,507

前十名最受歡迎歌星，本研究整理。⁵³

歌曲	票數
小雨來得正是時候	25,109

⁵¹ 《領先流行音樂》，頁44-47。

⁵² 《領先流行音樂》第4期，頁5。

⁵³ 《領先流行音樂》第5期，頁55。

結束	23,100
一樣的月光	20,080
未來的主人翁	16,208
請跟我來	13,390
陌生的人	9,100
幾朝風雨	8,952
天使之戀	8,413
變	7,910
戒痕	7,327

前十名最受歡迎歌曲，本研究整理。⁵⁴

除了讀者票選最受歡迎歌星與歌曲外，也有全國DJ選拔1983年度十大最佳唱片，並以專業眼光提出簡短評論。

中國廣播電台/羅小雲	中國廣播電台/李蝶飛	正聲廣播電台/欣潔	民生報記者/涂敏恆
蘇芮/一樣的月光	羅大佑/未來的主人翁	羅大佑/未來的主人翁	蘇芮/一樣的月光
劉文正/太陽一樣	蘇芮/一樣的月光	鄧麗君/淡淡幽情	劉文正/太陽一樣
羅大佑/未來的主人翁	黃鶯鶯/天使之戀	蘇芮/一樣的月光	丘丘合唱團/就在今夜
潘越雲/胭脂北投	紅毛城追想曲	齊豫/你是我所有的回憶	西艾霓/你比我還傻
黃鶯鶯/天使之戀	鄭怡/小雨來得正是時候	王芷蕾/週末的晚上	黃鶯鶯/只有分離
費玉清/長江水	潘越雲/胭脂北投	費玉清/長江水	印象/路
陳淑樺/星光滿天	蘇來/讓我與你相遇	黃鶯鶯/天使之戀	費玉清/美斯樂
蔡琴/情是什麼	李亞明/正面衝突	蔡琴/塵緣	鄭怡/小雨來得正是時候
鳳飛飛/相思爬上心底	蔡琴/昨夜之燈	劉文正/太陽一樣	林淑容/安娜
林文龍/阿爸的搖籃歌	陶大偉/夏日假期	鄭怡/小雨來得正是時候	姚蘇蓉/西廂琴未斷
中國廣播電台/賀立時	軍中廣播電台/陳美瑜	軍中廣播電台/梅少文	台灣廣播公司/穆景梅
齊豫/你是我所有的回憶	蘇芮/一樣的月光	蘇芮/一樣的月光	蘇芮/一樣的月光

⁵⁴ 《領先流行音樂》第5期，頁55。

鳳飛飛/出外的人	羅大佑/未來的主人翁	紅毛城追想曲	黃鶯鶯/天使之戀
鳳飛飛/你來了	陶大偉/夏日假期	羅大佑/未來的主人翁	鄧麗君/淡淡幽情
羅大佑/未來的主人翁	紅毛城追想曲	鄧麗君/淡淡幽情	羅大佑/未來的主人翁
余天/一曲相思唱不完	陳淑樺/星光滿天	潘越雲/胭脂北投	王芷蕾/海角天涯
黃鶯鶯/天使之戀	丘丘合唱團/就在今夜	黃大城/唐山子民	蔡琴/不了情
潘越雲/胭脂北投	鄭怡/小雨來得正是時候	丘丘合唱團/就在今夜	費玉清/長江水
黃鶯鶯/幾朝風雨	黃大城/唐山子民	陶大偉/夏日假期	鄭怡/小雨來得正是時候
蘇芮/一樣的月光	鄧麗君/淡淡幽情	劉文正/太陽一樣	陳淑樺/星光滿天
楊麗花/快樂人生	蔡琴/情是什麼	蔡琴/情是什麼	劉文正/太陽一樣

全國 DJ 選拔七十二年度十大最佳唱片，本研究整理。⁵⁵

從DJ選出的十大歌曲當中，可發現羅大佑的《未來的主人翁》，及蘇芮的《一樣的月光》幾乎橫掃排行榜。以下以這兩首最佳歌曲整理自DJ們的短評。

	一樣的月光/蘇芮	未來的主人翁/羅大佑
欣潔	製作、設計均屬上乘，以系列歌訴說一個女孩成長的心路歷程，表現歌曲配樂的精髓。歌詞感性、衝擊性、觸及聽者心靈。演唱者完全表達了一個成長者內心之刺痛、徬徨、吶喊、欲傾訴的渴望	製作認真，深具現代感，主題意思強烈，水準高。編曲及創意佳，有風格。歌詞具強烈且尖銳、敏捷地批判；亦表現對個人、社會、民族、國家、濃濃熱愛與期許。演唱者毫不矯情地表現內心想說的令人感動、共鳴、內省。
賀立時	編曲優異，演唱賣力。	歌詞有內涵，編曲有創意，風格突出。
陳美瑜	國內第一張與電影成功結合的唱片；演唱者圓熟的歌唱技巧，將歌曲作了最佳的詮釋。	這是一張詞曲寓意均極特出的唱片，以入世的態度描述現代人生活周遭極為熟悉的現象和情感，聽後感觸極深，頗能引起共鳴。
梅少文	透過歌者熟練的演唱技巧，反映現實人生，頗能扣人心弦。	詞意發人深省。
穆景梅	每首歌都蘊含著一個有情的故事，宣洩般的吶喊，處處透著無奈與孤獨，觸動	強調主題意識的表現。

⁵⁵ 《領先流行音樂雜誌》第5期，頁59-62。

	人心深處最纖細敏感的神經，是一張真正有生命的唱片。	
魏德瑜	歌聲熱如火又冷似冰，以搖滾吶喊的聲音，唱出心底的吶喊。	對現實社會看似無情實則關心的批判，令人欣喜地發現，在他那黑色墨鏡與外衣之下，正包裹著一顆熾熱的愛心。
方笛	演唱方面表達淋漓盡致，把感情完全融化在歌聲裡。雖然外表冰冷，內心卻有火一般的熱情，歌聲震撼感人，而且歌詞意義深遠。編曲、伴奏部分加入現代搖滾的節奏，擅長演唱西洋歌曲的蘇芮正發揮所長。	歌詞很特別，每一首歌都有特別的含義，而且詞句白話，很容易讓聽眾知道他所要表達的意念。在歌詞方面靈巧的運用中國古典文學聲韻，把文字加以變化，幾乎每一首歌都有押韻。在伴奏方面也獨樹一格，所以羅大佑的嗓音雖不怎麼樣，但歌詞、作曲、編曲方面卻涵蓋了一點小遺憾，而成為叫好又叫座的暢銷專輯。

全國 DJ 選拔七十二年度十大最佳唱片，本研究整理。⁵⁶

縱觀以上評論，可見蘇芮以獨特的，吶喊似的嗓音取勝，專輯唱出城市寂寞人的心聲，因此頗受歡迎。而羅大佑則以創作取勝，尤其歌詞極具發人省思的寓意。而這兩張專輯都主打搖滾，也可看出1983年的台灣社會處於需要吶喊的騷動年代。另外，柔情派的歌手如黃鶯鶯、鄧麗君、費玉清等人也持續受歡迎，優美的詞曲與歌聲雖然沒有蘇芮及羅大佑來得擲地有聲，但仍舊是廣大聽眾最容易接受的風格類型。

參、音樂相關活動報導：校園歌曲的推廣

《領先音樂雜誌》致力於推廣校園歌曲的工作。如舉辦全國大專青年創作歌謠大賽，1983年的評審為李宗盛、吳楚楚、陶曉清及葉佳修。決賽一共有十三組來自北中南的參賽者，歌曲作品多以愛情為主題。奪得第一名的高德華《悸動》即是描寫青年人對情感的執著、欣喜愉悅與珍惜，曲子以輕快的方式表達，藉此散發年輕的活力與

⁵⁶ 《領先流行音樂》第5期，頁59-62。

朝氣。高德華在〈來自生命的震撼力〉⁵⁷一文中也說希望這首歌能擺脫以往「強說愁」的心境，這首歌是他內心最直率的表達，最誠懇的敘述，唱出年輕的心。評審翟黑山認為這首歌的旋律優美，但詞曲配搭不太理想。姚厚笙雖對團隊表演及演奏配搭上給予讚賞，演唱情感及表現完整，但旋律及歌詞的表現方式不是很特別。

第二名的林年佑也在〈把握稍縱即逝的時光〉⁵⁸中表示過去的流行歌曲總是脫離不了「愛」「恨」字眼，如果把「愛」直接說出來會顯得俗氣。《時光暫停吧》這首歌希望能表達光陰的可貴，幸福總是短暫。曲子偏向抒情，由弱漸強的節奏搭配。評審葉佳修對於此詞曲相當讚賞，且取材特殊，演出、編曲是現代搖滾及古典音樂的結合，有學院派正統架構又不失流行歌曲的流暢。李宗盛則認為歌曲有點零碎，演唱詞曲太短，但編曲精心設計，間奏及尾奏都修飾得很好。從評審的評語可見全國大專創作歌謠比賽當中，仍是以演唱作為標準，詞曲的考量仍是其次。

《領先流行音樂》也與當時非常火紅的社教節目「大學城」合作舉辦全國大專創作歌謠比賽，並每一期提供北、中、南各區賽事報導，希望能透過電視及平面媒體推廣校園歌曲，及鼓勵學生投入流行音樂的創作。節目製作人陳光陸認為：

「當初製作大學城這個節目，是鑑於學生的生活領域僅限於校園裡，而校園外有太多的事物，值得學生們去關心，同時，也希望社會人士知道學生默默的在為社會奉獻些什麼？所以，製作「大學城」是希望拉近學校與社會的距離，介於學校與社會之間，「大學城」是一座溝通的橋樑，我們的理想與宗旨是引導學生有一個樂觀進取的正確人生觀。」⁵⁹

在1984年舉辦的全國大專創作歌謠比賽當中，有四十六首歌參賽，情歌幾乎佔去三分之二的比例，入圍獲得佳作的曲子也幾乎百分之九十是情歌。⁶⁰

此外，雜誌也不定期舉辦與長期訂戶的聚會，陶曉清在第八期〈編者的話〉⁶¹提

⁵⁷ 《領先流行音樂》第8期，頁47。

⁵⁸ 《領先流行音樂》第8期，頁48。

⁵⁹ 《領先流行音樂》第7期，頁8-9。

⁶⁰ 《領先流行音樂》第7期，頁7。

⁶¹ 《領先流行音樂》第8期，頁3。

到在1983年4月14日在洪建全視聽圖書館跟會員聚會，說明雜誌改組經過情形，會員也提出他們的建議，希望能安排他們喜歡的詞曲作者和歌者跟大家見面。5月-6月，領先音樂雜誌舉辦了五次專題講座，邀請蘇來、李宗盛、李建復等人與會。

《領先流行音樂》還報導了1983年台北市藝術季的民歌演唱會之夜⁶²，而這次的策劃單位即是由陶曉清擔任主任委員的「民風樂府」，當天的民歌演唱會表演歌手包括李建復、蘇來、齊豫、丘丘合唱團等。

陶曉清〈新調新希望〉⁶³一文中繼續對校園歌曲做報導，此文報導的是「傳統與展望」音樂會，表演者包括齊豫、李建復、胡德夫、潘越雲等人。此外，同一期中，楊淑慧也訪問了金馬獎電影配樂的入圍者，一部優秀的電影作品也必須配搭優秀的配樂，才能在視聽上給予觀眾最大的感動。報導中訪問了陳志遠、李壽全及李泰祥，其中陳志遠及李壽全以《一樣的月光》入圍，李泰祥則以《浮雲歌》，即電影《今年的湖畔會很冷》的主題曲入圍。

領先音樂雜誌也致力於在校園中推廣流行音樂，如連結北部大學召開大專同學座談會，鼓勵同學參加由蔡琴主持的「領先流行音樂俱樂部」⁶⁴。也主辦了俱樂部會員聯歡會，除了邀請歌手如蘇來、鄭怡表演，也邀請了當時的廣播人及媒體人參與。

⁶² 《領先流行音樂》第4期，頁42-43。

⁶³ 《領先流行音樂》第3期，頁8-9。

⁶⁴ 由蔡琴主持的流行音樂俱樂部，入會者可免費得到領先音樂雜誌一年份，免費欣賞音樂會，各種演唱會特價優待，特約商店特價優惠，參加流行音樂俱樂部活動等，此外也可以對雜誌提出見解、計劃、意見等。會費200元，年費800元。

第四節 小結

從《領先流行音樂》的內容分析來看，音樂報導以各類訪談居多，如歌手訪談、創作者訪談及傳播業者訪談。而陶曉清主辦的音樂活動報導，也提供讀者歌手們的第一手消息。除了這些單篇性的報導之外，其他跟國語流行音樂相關的訊息都聚集在唱片評介，或較小則的歌手訊息。

《領先流行音樂》主辦的年度歌手與歌曲票選，以及雜誌讀者的回饋，為我們提供當時流行曲風及雜誌主要讀者分佈之證明。從票選的熱烈回應，可見當時《領先音樂雜誌》的傳播普及，主要學生族群居多。

後來雜誌也出現《明星與星座》一欄，歌手已不再只是光鮮亮麗地站在舞台上表演，其背景及幕後私底下的生活也是讀者關注的，然而讀者讀到的資訊或許只是某種宣傳手法，為歌迷塑造的歌手形象。

第四章 台灣新音樂、新台語歌搖籃—— ——《搖滾客》

本章節將著重探討八〇年代另一本代表雜誌——《搖滾客》。八〇年代除了校園民歌持續盛行，主流以外的音樂資訊則來自於水晶唱片創辦的《搖滾客》。如果說《領先音樂雜誌》是校園民歌的交流媒介，那《搖滾客》可說是剛萌芽的新音樂、新台語歌的交流媒介。本章節將從《搖滾客》一探八〇年代另一種樂壇之風貌。

第一節 《搖滾客》之創辦與其編輯群

1986年6月創刊的《搖滾客》主要介紹新音樂、地下音樂、台灣當代音樂批評，及推廣介紹當代音樂思潮。《搖滾客》發行人為王國俊，總編輯為任將達，售價為120元，由水晶唱片出版。早期的《搖滾客》隨刊附送錄音帶，為提倡台灣新音樂最重要的一份刊物。雜誌經過三次改版，最早叫*Wax Club*，兩頁黑白印刷，是水晶唱片的宣傳刊物。後來改為《搖滾客》，彩色封面，雙色印刷，除了宣傳水晶自己代理的唱片，兼有其他的地下音樂報導及台灣本地樂手。《搖滾客》於第14期之後停刊半年，1989年5月才發行第15期，總編輯也換成亦咸（何穎怡），售價調整為40元，取消了附贈的卡帶。報導主題以音樂思潮為主，並加強國內音樂的報導及唱片評介，增加雜誌的評論性及思潮性論述。於1991年停刊，停刊後又以影印的形式發行，約半張報紙大小，黑白印刷，純是水晶唱片的文案，免費發送。

八〇年代的年輕樂迷所接收的音樂資訊來自美國的*Billboard*和*Cashbox*兩份流行音樂雜誌。偏好搖滾的樂迷則奉*Rolling Stone*為聖經，如台灣《滾石》雜誌的創辦人段鐘沂。能夠接觸到英國的*NME*和*Spin*的人大多為唱片代理工作者，如在聯合報、民生報寫樂評報導的何穎怡，滾石的任將達、楊嘉與王明輝都是《搖滾客》的作者群，也是推動新音樂（*new music*）的人物。他們以唱片公司發行的宣傳刊物，向樂迷及唱片行鼓吹新音樂。當時代理正版的金聲、上揚、滾石，推動工作最為積極。隨後任將達頂下了水晶唱片，所出版的《搖滾客》，更成了他們發表評論的媒介。

《搖滾客》之作者群及寫作風格不一，大多是西洋搖滾樂的樂迷，更是台灣音樂產業工作者，對當時風靡的西洋及國語流行音樂/通俗音樂相當嗤之以鼻。作者群之一的腓力，曾在〈搖滾客速寫〉一文，針對編輯群及作者群主力大致提出了各個寫手的寫作風格：

任將達：文字技巧及風格隨未成型，但語法獨特。王明輝：不多產但可讀性高，常為讀者帶來次文化資訊及另類音樂的現象。何穎怡：文字隨多見別人的影子，但文字流暢，易被讀者接受及認同。方無行：透徹洞悉力，經驗豐富，觀點獨到，但文長偶爾令人缺氧。搖滾太保：文字尖酸刻薄卻一語道破某些問題和現象。林哲輝：音樂欣賞經驗深厚，文字平易近人。陳國梁：專門寫record review，寫作態度誠懇。Michelle：負責翻譯歌詞及稿子。林晔哲：文字有衝勁，直接。¹

從上述觀察來看，《搖滾客》的作者群對音樂、文化都具有相當的洞察力與見解，能夠掌握篇幅較長的文化評析，提出自己的觀點。部分作者也具翻譯能力，引進西洋音樂報導及評論，為讀者提供西洋音樂訊息。

而在《搖滾客》的前身*Wax Club*月刊中，也可發現當初*Wax Club*出版的目的是。

其實為了推廣好音樂，聽來有點「自命清高」、「沽名釣譽」，但事實如此。我們已經厭倦打開收音機，飄出來的大部份是些軟調搖滾或是二十大、四十大暢銷歌曲。打開報紙、扭開電視，看到的大部份都是膚淺的介紹外加宣傳。²

他們希望*Wax Club*月刊能夠推廣真正的好音樂，而不是千篇一律的，不經篩選的宣傳廣告。也認為「因為很少有一個大眾媒體肯硬起背骨，告訴大家哪張唱片好，哪張唱片不好」³長期下來，台灣的搖滾聽眾都是在孤獨中摸索。

幾個好友間的相互切磋，慢慢地我們也聽出一些成績來。但我們不希望現在一代或是下一代的搖滾樂人口，也和我們一樣，在孤獨中摸索。因此經過一段時

¹ 腓力：〈搖滾客速寫〉，《搖滾客》，頁3。

² *Wax Club*月刊，1986，頁7。

³ 同前註。

間的籌畫與構思，Wax Club成立了。⁴

此外，Wax Club在創刊號寫道：

我們的起步很小，因為我們也怕跌得鼻青臉腫，但我們的理想很高，希望在商業掛帥的惡劣環境中，為喜歡搖滾的朋友提供一個不受污染的園地，進而保住台灣下一代搖滾人口的命脈。⁵

綜合上兩則宣言，Wax Club月刊出版的宗旨在於提供讀者及樂迷們除了流行音樂之外的另一種選擇，最明顯的樂風是搖滾樂。此刊物也為集結孤獨中摸索的樂迷，一起向大眾推廣他們認為的好音樂。

Wax Club原先的想法是做定期的唱片欣賞，並出版搭配活動的免費平面刊物，後來因人力、稿源及經費不足，遂將這份刊物改為可正式販賣的月刊《搖滾客》。

第二節 《搖滾客》的幕後推手——水晶唱片

羅悅全在《秘密基地》一書中將水晶唱片發展時期分為搖滾客時期（1986-1990），民間音樂時期（1991-1995），停滯期（1996-1997），實幹（Scum）文化時期（1998-1999）。⁶

壹、搖滾客時期1986-1990

1986年，任將達頂下原本要結束營業的水晶，在這之前，水晶原是兼作盜版及代理的唱片公司。同年，水晶成立「Wax Club」，投入新音樂推廣工作。阿達和王明輝、程港輝、何穎怡創辦Wax Club會訊，在大學社團舉辦樂評人與樂迷直接面對面的Wax Show。此外，廣播員如中廣的陶曉清、凌威，漢聲的徐凡也極力介紹新音樂。

Wax Club會訊於隔年6月改版為《搖滾客》月刊，提供英美新音樂、國內外地下音樂評論及報導，雜誌同時附贈一卷由樂評人口述講解及相關歌曲的卡帶。1987年8月，水晶唱片舉辦了為期兩週的「台北新音樂節」。內容包括新音樂錄影帶、音樂欣賞、唱片展，還邀請「新音樂」台港樂手，如梁銘越、陳世興、黃韻玲、紀宏仁、達

⁴ Wax Club月刊，1986，頁7。

⁵ Wax Club，1986。

明一派、紅十字（主唱為趙傳）、薛岳、張洪量、Bones&Teeth（主唱為林暉哲）。

次年第二屆台北新音樂節，是台灣地下音樂開端。水晶興奮地宣布發現了第一個台灣地下樂團「Double X」，並於卡帶中收錄創作曲〈Poor Guy〉。1988年10月的新音樂節舉辦的小型演唱會中，參與的樂手包括Double X、Bones&Teeth、阿電與阿草（黑名單的前身）。Double X的《白癡的謊言》標榜「第一張本土地下音樂創作」。其後水晶在《搖滾客》上徵求創作樂團。出線的樂手包括陳明章、伍佰、葉樹茵和黑名單。這些樂手參加1989年第三屆新音樂節的演出，作品並集結於《完全走調》專輯中。

水晶唱片在成立「索引」製作公司，發表黑名單的《抓狂歌》、陳明章《下午的一齣戲》。同年由水晶結合數位樂評人及樂迷合撰的《搖滾之聲——新音樂百科全書》，有系統地分析新音樂類型，詳細介紹新音樂重要團體。

貳、民間音樂時期1991-1995

《搖滾客》於1991年停刊，宣布水晶一個時期的結束。同時，台灣西洋音樂市場上，「新音樂」這個詞被「另類音樂」、「現代搖滾」、「獨立音樂」所取代。水晶的路線也有重大的轉折。這個轉折似乎是水晶所背負之沈重文化使命感，與社會政治變遷影響之下的結果。

第四屆台北新音樂節，節目單上不復見搖滾樂團的名字，除了在新開張的Roxy I I有一場「完全解放」舞會，以及一場「中國民族音樂再出發」座談會，這屆新音樂節的主戲是分別於南投、台北、花蓮舉辦的「台灣本土音樂齊步走」演唱會，節目內容是歌仔戲、恆春民謠、台灣民謠及台灣新民謠。

水晶也在這個本土思潮中改變路線，試圖擺脫搖滾菁英的身段，走入民間社會。1999年發行的《戲螞蟻》，由陳明章、林暉哲、李欣芸以吉他及電子樂器，重新詮釋台灣歌仔戲。宣傳期間，水晶為了「擁抱群眾」，至各地夜市現場演唱，結果卻失望地發現，逛夜市的普羅大眾並不在乎水晶擁抱的好意，反倒是第四屆新音樂節中，相同的戲碼搬到政大校園，卻獲得大學生熱烈的迴響。這個現象刺激水晶重新思考「大

⁶ 羅悅全：《秘密基地》（台北：商業週刊，2000年），頁176-187。

眾與菁英」之間的迷思。

水晶也開始進行民間音樂的田野紀錄，自1991年起，發行了數張《來自台灣底層的聲音》，內容搜羅了那卡西酒家歌、夜市叫賣、客家山歌、車鼓陣、...，其中的金門王與李炳輝，後來經由吳念真「乎乾啦」的啤酒廣告，意外地成為歌壇新寵。

這段時間，水晶的發片消息不是出現在報紙影藝版，而是副刊和文化藝術版。同樣在1990年左右，中國時報副刊上出現大量文化論述，每當論及流行音樂，絕不會漏掉水晶的「新台灣歌謠」，可見文化界人士對水晶寄與的期許。

水晶在文化上的成就是可觀且可貴的，但在唱片市場上，卻是一敗塗地。千萬的債務，幾乎逼得水晶過不了十歲生日。當時於水晶擔任總監的何穎怡，為挽救水晶的危機，於1995年中發動「水晶萬人後援會」——四千元購買等值的水晶音樂產品。這個活動激起政治界及藝文界熱烈的回應，所募得款項還了部份債務，暫時解除水晶關門的危機。

參、停滯期 1996-1997

當初在水晶及索引製作旗下發表第一張專輯的樂手：黑名單、伍佰、陳明章、朱約信（豬頭皮）、林暉哲、金門王與李炳輝，紛紛走入魔岩及真言社等主流唱片公司，並陸續在流行音樂市場獲得可觀的成績。水晶喊出的「擁抱普羅大眾」，到此才算是美夢成真，完成不可能的任務。

但是元氣大傷的水晶，雖然債務危機暫時解除，一時難像以往持續不斷的發片，國內部製作發行業務幾近停擺，僅再版之前發行的舊專輯。而國外部仍持續代理西洋產品，重點轉移到SST、Ellipsis Arts、Trance Syndicate、...等美國的地下廠牌。位於板橋辦公室搬遷後，水晶門市部寄居於通化街的Scum。在Scum結束後，又接著搬著泰順街Roxy Café的地下室。隨著Roxy Café的結束，目前水晶門市部位寄居於愛國東路的Vibe。

肆、實幹文化期 1998-1999

Vibe於1998年開始營業，台灣地下音樂場景日漸活潑，水晶又在這陣風潮中走回搖滾的路線，像是接上「搖滾客」時期。先是阿德與素人歌手老哥的專輯，接著又重

新發行瓢蟲1997年的自製專輯。1999年初，水晶的老員工林志堅，與曾開設Scum的張賢峰及另外兩位骨肉皮的團員徐千秀、劉莊敬，合組「實幹文化（取Scum諧音）」工作室，結合了Vibe的力量，共同再造水晶的新生命。Scum、Vibe及水晶唱片都曾歷經過無數挫折的千錘百鍊，三者所構成的鐵三角，分掌不同工作，共同營造出台北樂團的新生態：實幹文化負責演唱活動規劃、樂團唱片製作統籌，Vibe提供演唱場所，水晶負責唱片發行。可以說，十多年來台北地下音樂推廣者的血汗，全都匯流在這個鐵三角之中。

他們共同合作的活動，包括邀請美國地下樂團Seam、Superchunk、Macha、June of 44，給予台灣樂團和樂迷觀摩國外優秀團體的機會。同時合作發行了骨肉皮及廢物的第二張專輯。

在今日主流唱片公司搶簽台灣樂團風潮中，水晶認清楚了自己的定位：在台灣唱片工業中，作為「另類的搖籃；歌手的跳板」，扮演幕後的研發部角色，永遠以獨立廠牌的運作模式，才能保持不斷的創新與靈活度。或許「台灣新民謠」的光環不再是文化評論的寵兒，「地下樂團」一詞也開始被新生樂團質疑挑戰，但是水晶對整個1990年代台灣本土音樂文化的功勞，絕對是無法抹滅的。

第三節 《搖滾客》的音樂品味認同：台灣新音樂

壹、台灣新音樂的萌芽：西洋地下音樂之引入

唱片公司經歷七〇年末「校園民歌」的商業化契機下競爭（除了新格的金韻獎系列，還有海山的民謠風及），而在八〇年代形成新的運作機制與方向。在西洋音樂的代理競爭中，卻意外地點燃新的一波「新音樂」的火花。由於代理業務關係，唱片公司除了固定收到英美暢銷唱片外，國外公司也經常會寄上一些其他的唱片以及這些唱片的背景和樂評（通常是刊登於更小於主流的音樂刊物中）資料，因而讓這些身在西洋部門的A&R（artists and repertoire）得以吸收不同於主流音樂市場的唱片（根據當時在齊飛的楊嘉和任將達的說法）。這樣的背景誕生了Wax Club以及之後水晶唱片的運作軌跡。

1986年6月26日，在樂評人何穎怡的召集下，邀請了各大代理公司國外部製作、

電台/雜誌工作者、PUB DJ參與Wax Club籌備座談會。接著透過媒體、首期Wax Club月刊的發放散播訊息，在1986年7月12日舉辦首次現場音樂講座Wax Show，自此台灣的地下音樂開始進入有組織發展的階段。

貳、新音樂與地下音樂：主流以外的選擇

張育章在《望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡》一文中，把八〇年代的「新音樂」時期歸類在台灣地下音樂核心發展過程的三個階段之一。⁷張育章所談的「地下音樂」，指的是本地創作者受到西方地下音樂影響後產生的作品（artifacts）與活動（events），它們有意識地在某種程度上背離當時主流音樂之運作模式，但卻未必合乎西方「地下音樂」的定義。⁸

西方的「地下音樂」（underground music）都是在五〇年代以後出現的，指的不是非法的，也不是一般民眾的，而是指那些具有實驗色彩、欣賞者以知識份子為主的文化產物。⁹「地下音樂」此一名詞在台灣媒體約於1985年底出現，何穎怡（筆名亦咸）在民生報的寫唱片評介時所使用的名詞。水晶唱片在1989年出版的《80搖滾之聲——新音樂百科全書》中的導論，也以「地下音樂」及「新音樂」為導論，可見，「地下音樂」與「新音樂」的關係匪淺。而「台灣新音樂」一詞早在三〇年代已出現，指的是「從西洋音樂的理念、方法而產生有別於漢族、土著的傳統音樂。」¹⁰而八〇年代再度使用時，已較接近「地下音樂」的概念了。

亦咸於1986年的《黛》一文中指出：

和所有表演藝術一樣，搖滾樂也有所謂地上（aboveground）和地下（underground）之分，所謂地下音樂並不是作品非法，而是距離主流音樂（mainstream）有點距離，不輕易為一般人接受。

另外在《80搖滾之聲——新音樂百科全書》中，Irene Rotten（何穎怡的另一筆名

⁷ 三個階段包括：「新音樂」時期、「地下音樂檔案」時期及「越界」時期。張育章：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，《中外文學》第25卷第2期（1996.7），頁110。

⁸ 同前註，頁110。

⁹ 同前註，頁126。

¹⁰ 莊永明：《台灣歌謠追想曲》（台北：前衛，1995年），頁229-230。轉引自張育章：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，頁111。

) 寫道「地下音樂一詞，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。」¹¹ 綜合何穎怡的說法，地下音樂即是主流以外的音樂類型。

張育章認為由於台灣在戒嚴狀態及在國際社會中處於邊緣地位的限制，使得長期以來台灣對西方流行文化的吸收，都是在一種隔離的狀態下進行消費及詮釋，漏失掉其原本的發展脈絡及意涵。¹² 在台灣，「地下音樂」及「新音樂」卻是主流市場中的另一種選擇。

參、進入台灣新音樂時期

張育章認為1986年7月Wax Club成立到1993年2月水晶打破創作歌手導向，出版了潘麗麗首張專輯《春雨》為止的這段期間，稱之為「新音樂時期」。這段時期的主導單位為何穎怡、任將達、程港輝與王明輝成立的Wax Club，以及後來的水晶唱片。當中，主要的活動是舉辦四屆的台北新音樂節，參與活動的聽眾大多是在學或剛畢業的大專生居多。消息發布與記錄多透過《搖滾客》月刊，主要的音樂出版品為Double X《白癡的謊言》、黑名單工作室《抓狂歌》、王笛《親愛的，不要問我為什麼》、陳明章《現場作品壹/陳明章的音樂》、合輯《完全走調》、陳明章/林暉哲/李欣芸《戲螞蟻》、趙一豪《把我自己掏出來/收回來》、朱約信《現場作品貳》。¹³

水晶唱片也代理發行了英國獨立音樂名廠的作品，製作首張地下叛客專輯《白癡的謊言》，出版台灣小劇場、紀錄片配樂的「角色音樂」系列以及記錄民間音樂的「台灣有聲資料庫全集」。陳明章坦言：「我們都是理念相同才在一起。所以在「黑名單工作室」以後才有林強、伍佰、陳昇這些新的創作者，慢慢的愈來愈多的人就出來，可以說「黑名單工作室」的《抓狂歌》是台灣新音樂的開始。」¹⁴

在還未宣布解嚴以前，Wax Club所出版的刊物與現場講座裡，即已透過音樂來傳述關於勞動階級、種族歧視、社會主義、同性戀、校區電台、反大型跨國企業等議題，把流行樂的主題拉回到對現實生活的批評，另一方面則進入校園、唱片行、PUB舉辦

¹¹ 張育章：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，頁111-112。

¹² 同前註，頁112。

¹³ 張育章：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，頁117。

¹⁴ 陳明章口述，江文瑜整理：〈從《戀戀風塵》到《戲夢人生》——陳明章談歌曲創作〉，《中外文

唱片欣賞會，足跡曾遠至高雄。

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，但在1986年11月林暉哲與Basement Flat樂隊在Wax Show表演後，12月的Wax Club月刊就首次出現了刊載「尋人：我們尋找有潛質的歌者、作詞者、作曲者、樂隊共同開創台灣樂壇的新氣候」的廣告。

資訊大幅度地開放，經由Wax Club及《搖滾客》的推動引介，新音樂與地下音樂樂迷成長的速度雖難打動代理公司發行更多片子，但對有管道進口水貨唱片、CD的唱片行而言，已創造出一個有利可圖的新市場。當廣播及少數唱片行裡即可聽到、買到唱片或相關資訊，錄影帶店可以租到音樂錄影帶時，Wax Show之特殊性相形降低，參與的人數越來越少，大家寧可到唱片行去搶購進口唱片、交換訊息，少數族群秘密聚會的興奮感漸為個人收藏音樂珍品的拜物狂熱所取代，只不過這回的對象由流行偶像轉移至另類大師罷了，這對當初Wax Club的創辦者們造成相當打擊。¹⁵

每月定期舉行的Wax Show自1988年4月底後即成為歷史名詞，Wax Club名存實亡，後一期的《搖滾客》則拖刊兩個月至第二屆台北新音樂節前出刊，然而以「音樂本土化」來擺脫挾洋自重的心態、重建本地尖端樂迷/創作者之主體性的大方向卻已然底定。

經過四年的奮力耕耘，1991年8月，亦咸於《台灣新音樂的顛覆與矛盾》一文中回顧、反省了水晶唱片推動台灣新音樂之經驗，指出水晶唱片及其舉辦的四屆台北新音樂節對台灣新音樂發展的貢獻：提供非主流音樂工作者一個發表空間，雖然它的活動參與者主要是大學生，不太受到媒體的重視，卻是黑名單工作室、陳明章、林強、Double X、趙一豪、王笛、周志華、葉樹茵……等人第一次以新音樂創作者姿態亮相的地方，而這些人構成了目前台灣新音樂創作的重心。

肆、新音樂之生產與行銷策略

1986年成立的水晶公司，主要業務在代理國外的獨立廠牌音樂，走非主流市場的

學》第25卷第2期（1996.7），頁142。

¹⁵ 張育章：〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，頁118。

經營路線。組織規模小，沒有充裕的製作部人力資源。本地音樂產品分三系列：粗糙表現、劇場影片配樂（角色音樂）和歌手系列。

初期的粗糙表現系列，製作過程簡單，通常是歌手的現場演出錄音，如陳明章的現場作品集，或是錄音室現場錄製，如Double X的《白癡的謊言》。角色系列收錄劇場、電影、紀錄片的配樂，如1993年發行的《戀戀風塵》電影配樂。歌手系列則是替簽約歌手規劃5-10年的風貌，每一張專輯需符合此形象，如潘麗麗的《春雨》、《畫眉》專輯。¹⁶

水晶唱片公司出版的本地音樂唱片產量不多，但產品內容和當時台灣流行音樂不同。市場上一般的唱片公司，在以主流方式即高成本、利用廣電媒體宣傳來經營，在大眾接受度裡，流行音樂等同於通俗、技術合成和精緻包裝的產品。若要以低成本的經營方式進入市場，必須能區隔市場，異於大眾化的訴求來生產，否則受到成本限制，將無法和主流形態產品競爭。¹⁷

小眾市場的音樂，不以大眾市場接受度切入，水晶公司的產品，就題材內容而言，嘗試風花雪月意外的創作空間。例如陳明章《現場作品壹》、《現場作品貳》專輯，民謠式的台語歌，描述小人物生活、城市變遷和懷舊情事，和主流形態台語歌著墨的悲情調大異其趣。

在音樂製作部分，初期的產品，部分是創作歌手演唱會現場錄音，部分是錄音室內現場之作。創作人往往身兼製作人、樂手和歌手，以吉他等簡單的樂器伴奏，雖然保留了演唱的原真，但在聆聽悅耳程度上，相較於大眾習慣的主流流行音樂的花俏華麗和精密修飾，就顯得不夠細緻。¹⁸

水晶唱片的行銷策略高舉「非主流陣營」旗幟，從其出版的產品目錄寫道「媚俗之外還有水晶」，可見水晶公司以區隔主流來凸顯自己而生存之企圖。¹⁹水晶唱片低成本的運作負擔不起電視台的宣傳費，在策略上宣示不認同媚俗的宣傳手法，因此和

¹⁶ 林怡伶：〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉，《中外文學》，第25卷第2期（1996.7），頁21-22。

¹⁷ 同前註，頁21。

¹⁸ 同前註，頁21。

¹⁹ 林怡伶：〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉，頁22-23。

媒體並未建立打歌的互惠關係。歌手外型不討好，音樂欠缺精緻的包裝，產品不符合廣電媒體的大眾通俗規格和接受度，難有被選播的機會。

水晶唱片所設定的小眾聽眾群在高中以上的學生、文化界人士和媒體工作者，同時認為目標消費群會主動地尋找訊息，因此不必要大肆廣告宣傳。除了透過報紙副刊等文藝版面發布消息，廣告選擇在音響、音樂性雜誌，和針對上述目標聽眾的中廣午夜節目「感性時間」和「午夜琴聲」節目。銷售通路選擇在大城市的唱片街、校園附近，例如台北市的光華商場、台大附近的唱片行。²⁰

行銷策略和主事者的選擇有關，宣傳主要透過平面媒體進行，行銷總監何穎怡透過曾任記者的淵源，在報紙副刊、文藝版面發表文章和言論，進行免費的宣傳，強調反主流商業體制的「小眾」訴求，和本土性、原真性等符號性訴求。除了在控制成本下達到了宣傳的目的，利用文化評論，製造議題來包裝產品，強化符號性訴求的意識形態標籤，相對上遮掩了低製作成本下編曲、音質錄音技術效果上不夠精緻的弱點，提升產品的價值，正名與主流產品同樣價格出售的市場地位。²¹

第四節 《搖滾客》：唱出自己的新台語歌

八〇年代解嚴前，本土意識逐漸覺醒，化解長期以來對台灣本土文化的漠視以及語言上的壓制。隨著大環境的變遷，台語流行音樂的興盛，也反映著這股本土思維的熱潮。

然而，八〇年代台語歌曲的大賣，並不意味著台語歌曲已成為「主流歌曲」，得以進入主流媒體之中。在八〇年代初期，新聞局規定台語歌曲在節目中，一天演唱不得超過兩首的陋習依存，台語歌曲幾乎無法在一般綜藝節目中打歌，更遑論使用大眾傳播媒體來作宣傳。這樣的限制，卻也造就八〇年代台語流行歌曲的新傳播方式——夜市走唱及餐廳秀的表演。²²那卡西錄音帶也盛行於市井小民之中。

蔡振南的《心事誰人知》，以及陳小雲的《舞女》雖然無法取得主流媒體的資源

²⁰ 同前註，頁22。

²¹ 同前註，頁22。

²² 曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁198

，但經營方式是從中南部的夜市場、菜市場或路邊攤作廣告，每天在這些地方播這些歌，計程車司機在載客的時候也播放這些歌。這些歌逐漸走進當地的電台，從中下階層，慢慢影響到上層結構。²³1987年，黑名單工作室和水晶唱片公司分別成立，黑名單工作室製作了《抓狂歌》專輯，水晶唱片公司連續辦了四屆台北新音樂節。²⁴

壹、新台語歌：「現代民歌運動」台語版？

「新台語歌」的發展，有點類似七〇年代的現代民歌運動，兩者都處於具民族主義色彩的時代氛圍中，且都由創作歌手主導，都受到知識份子的討論與支持，也都獲得年輕人的歡迎；在各方條件的搭配下，兩者分別在原有的台語歌曲和國語歌曲領域中開創出新的路數，形成典範轉換的效果。「新台語歌」也一掃過往台語歌曲予人悲情、壓抑、低俗、東洋味與江湖氣過重的刻板印象，塑立了新的台語歌曲指標。

與民歌運動不同的是，由於社會條件的不同，「新台語歌」表現出來的形式與題材較為廣泛；在歌詞上，〈民主阿草〉的政治性，〈華西街的一蕊花〉的社會性，〈大腳姐仔〉的女性意識，〈雲遊四海〉的草根味道，〈我是神經病〉的嘲諷調侃，乃至〈夢中人〉中一句「我愛妳——」的爆烈嘶喊，都超越了既有國台語流行歌曲的格局，而扣緊著當代年輕人的心弦。在音樂上，各種搖滾的路數（黑名單、林強、蕭福德、伍佰）、民歌（陳明章）、古典樂（許景淳）、RAP（豬頭皮）、拉丁曲風乃至重新挪用東洋小調（新寶島康樂隊）等等皆有。可以說，「新台語歌」不僅為台語文化，也為流行歌曲注入了前所未見的活力，打開了寬廣的空間。

不同於七〇年代的民歌運動，「新台灣歌」開始便與文化工業有直接的關聯，它透過唱片工業的企劃行銷與媒體的宣導由上而下傳佈，這跟民歌運動初期強調一種由下而上「唱自己的歌」的自發性、DIY精神並不一樣。民歌運動中所面臨的「商業化與否」的爭議，在「新台灣歌」的階段已不成問題，取而代之的是，唱片工業中「主

²³ 路寒袖口述，江文瑜整理：〈雅歌的春雨——路寒袖談台語歌詞創作〉，《中外文學》第25卷第2期(1996.7)，頁133。

²⁴ 林怡伶：〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉，《中外文學》第25卷第2期(1996.7)，頁10。

流VS.非主流」的競合關係，與閱聽人對此的音樂論述。²⁵

貳、新台語歌的非主流標籤

「新台語歌」歌手幾乎在早期都跟代表「非主流」的水晶唱片公司有所關聯——一起辦演唱會或出唱片，如豬頭皮、陳明章、林暉哲等（其後他們再轉戰各主流唱片公司）。因此「新台語歌」往往帶有非主流的標籤。另外，與一般主流歌手在報紙影劇版以花邊新聞或生活動態的曝光方式不同的是，「新台灣歌」常常在藝術文化版上受到文化人的推介或品評，同時更有文人加入寫詞的行列。²⁶相較於前者，更使「新台灣歌」染上菁英的色彩。然而，當「非主流」一詞意謂著原創性、本土性、文化性、不流行（乃至反流行）時，它在台灣唱片市場上的空間也相對地狹窄了。

對此，一種常見的說法是，主流與非主流在歷史之流中是一種此起彼落的關係，所以永遠都會有非主流出現，而非主流往往為未來的主流音樂提供了極佳的資源。²⁷以「非主流」起家的「新台語歌」，其投資生產後所增加的資本往往是流到主流唱片工業中，對非主流本身的回饋很少。在九〇年代末的唱片市場上，是許多受到「新台語歌」影響而調整形象與風格的流行歌星（如伍佰），他們一方面鞏固既有的樂迷，另一方面也在接收「新台灣歌」所開發出來的新台語歌市場。²⁸

第五節 《搖滾客》之內容分析

任將達在《搖滾客的話》中說道：今日的搖滾，已不再只是一種社會疏離現象，或一群盲目且憤怒忌世的年輕人做無謂的掙扎與發洩的工具，繼而起之的新搖滾精神落實在如何更健康的建立起年輕一輩的新秩序及價值觀的調整工作上。年輕人不再只是明日的棟樑，更應專注於今日該扮演的角色上。《搖滾客》也希望能秉著同樣的精神，開拓搖滾新紀元。²⁹

²⁵ 何東洪、張釗維，〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡〉，頁57。

²⁶ 同前註。

²⁷ 同前註。

²⁸ 同前註。

²⁹ 《搖滾客》第1期，頁1。

廿年來，台灣沒有一本評論性、思潮性的通俗音樂雜誌。³⁰於是《搖滾客》在停刊半年後復刊，取消了卡帶，主題報導以音樂思潮為主，也加強國內音樂的報導，以及加強唱片評介。以下是《搖滾客》各期與台灣流行音樂相關的評論文章。

作者	標題	期數	類型
	扭曲的台灣流行樂	第2期	台灣流行樂壇現象評論
搖滾太保	假象！真相！	第6期	台灣流行樂壇現象評論
方無行	谷底烽煙 ——七十六年台灣通俗音樂概觀（上）	第8，9期合刊號	台灣流行樂壇現象評論
方無行	谷底烽煙 ——七十六年台灣通俗音樂概觀（下）	第10期	台灣流行樂壇現象評論
仲杰	酸蘋果外一章	第12期	台灣流行樂壇現象評論
方無行	台灣的音樂穿上國王的新衣	第16期	台灣流行樂壇現象評論
黃廣智	去年國語歌壇回顧 ——有起伏。少劇變。理想作品不敵柔美情歌	第22，23期合刊號	台灣流行樂壇現象評論
翁嘉銘	誰是歌壇老大—— 談國語流行歌曲排行榜的意義	第22，23期合刊號	台灣流行樂壇現象評論
任將達	台北新音樂的下一波	第1期	台灣歌手介紹與評論
吳宏德	一位執著的新人，一個新的聲音	第5期	台灣歌手介紹與評論
吳宏德	一張不帶面具的創作專輯	第8，9期合刊號	台灣歌手介紹與評論
	MORRISSEY與崔健	第12期	台灣歌手介紹與評論
亦威	崔健VS羅大佑 ——談中國人的聲音與歌者的抉擇	第15期	台灣歌手介紹與評論
亦威	搖滾客的驕傲 ——崔健欣賞Double X	第16期	台灣歌手介紹與評論
翁嘉銘	你聽過抗議的歌嗎？ ——淺析台灣流行歌曲的寫實性	第17期	台灣歌手介紹與評論
阿達	四把吉他唱出台灣的天與地 ——一個叫陳明章的人	第17期	台灣歌手介紹與評論
亦威	搖滾。態度。生活——黑鳥訪問記	第20期	台灣歌手介紹與評論

³⁰ 《搖滾客》第1期，頁1。

程港輝	寫在「台北新音樂節'87」之前	第3期	音樂活動報導
吳宏德	我與台北新音樂節的種種	第4期	音樂活動報導
郭達年	台北新音樂節的經驗與省思	第20期	音樂活動報導
	一張唱片大家評 ——黑名單工作室的「抓狂歌」	第21期	專輯介紹與評論
腓力	搖滾客速寫	第8, 9期合刊號	編輯部作者介紹

本研究整理。

在《搖滾客》中，台灣流行樂壇現象評論為主要的內容之一，其中包括探討國語流行歌曲、排行榜現象、台灣流行音樂市場等，篇幅約半版至一版，有時甚至分為上、下兩篇，提供讀者具深度的評論。在介紹歌手的部分，也不僅止於資訊式的介紹，還涵蓋了樂評者的評論。而活動報導方面則著重於報導編輯群共同舉辦的台北新音樂節。

壹、台灣流行樂壇現象評論

從《搖滾客》的內容來看，流行樂壇現象的評論包括以下主題：對大眾傳播媒體的反省、八〇年代台灣唱片工業現象、詞曲創作的省思，以及八〇年代國語流行音樂廣告宣傳現象。

一、對大眾傳播媒體的反省：強銷與塑造偶像

搖滾太保的〈假象！真相！〉³¹一文中道出了對大眾傳播媒體的反省。搖滾太保認為「大眾傳播媒體是最大的假象連鎖製造工廠，在電視所看到的一切喜怒哀樂都是刻意製造」³²，以致觀眾對人生中真正的喜怒哀樂毫無感覺。而唱片工業中的熱門排行榜也是假象，熱門排行榜是否能反映大眾的口味與選擇，還是強勢在背後操縱？然而群眾需要的就是假象，因此商業音樂偶像能大賣也能不斷推陳出新，這也是假象供需口味上的更換所致。

³¹ 《搖滾客》第7期，頁16。

³² 同前註。

從〈假象！真相！〉可印證八〇年代是一個強銷歌手、塑造偶像的年代。「歌手」的強調，成為八〇年代後流行歌曲重要的一部分。曾慧佳認為：「歌手打歌期間，配合宣傳計畫，增加媒體曝光率，製造影視新聞，提高個人知名度，喚醒消費者的記憶，成為增加唱片銷售率的不二門法。」³³

生產線般的生產過程是音樂文化工業的生產模式。當詞曲創作者在完成作品後，編曲、配樂、錄音、宣傳、發行等周邊產業便開始運作，而後媒體、評論、公關、唱片行等相關機制也隨之運轉。流行歌曲成為創作者在市場、時間壓力下的搏鬥戰，詞曲創作者心中的音樂公式，便成高度訓練後的既定模式，而這正也使流行歌曲能夠大量複製，並極度相像的主因。³⁴

二、台灣唱片工業現象：歌手缺乏獨立特質

任將達在〈搖滾客的話〉³⁵中提到1987年的唱片工業現象。他認為唱片代理市場更趨成熟，從市場、宣傳到銷售都逐漸走向專業化，智慧財產也受到重視。但唱片業也因此過度迷信商業，對獨立製作的空間造成傷害。

搖滾客停刊半年後，亦咸在〈搖滾客的話〉中坦誠雜誌辦了一年多仍在賠錢狀態，也提出台灣流行樂壇的一些現象，如小虎隊的簽名會聚集了五萬名歌迷、國民黨的護旗運動歌使某名歌手走紅、張洪量的一首輕描淡寫的機車廣告歌一洗了他當年精心錄製專輯卻慘遭摒棄的恥辱。這些現象證明了「歌者與聽者之間的橋樑或許不是歌，而是看不見的金錢運作，以及廣告宣傳和電視MTV假象。」³⁶

唱片公司與電視台、電台和報章雜誌等媒體間存在著互利共生的關係。唱片宣傳媒介包括電視、電台和排行榜。³⁷八〇年代唱片業擴張以來，三家無線電視台即是唱片宣傳的第一個管道。唱片公司讓歌手上節目，以達到宣傳效果。只要一張賣錢，唱片公司便一蜂窩地複製其成功模式，以快速達到回收利益。歌手透過露臉亮相，塑造偶像形象，這也是八〇年代流行音樂產業的一項特質。八〇年代以降的台灣流行歌壇

³³ 曾慧佳：《從流行歌曲看台灣社會》，頁196。

³⁴ 同前註，頁197。

³⁵ 《搖滾客》第14期，頁2。

³⁶ 《搖滾客》第15期，頁1。

，「靠臉蛋吃飯」的風氣不墜而且後浪洶湧，還成為人們對歌唱這一行的通俗標準。

38

電台需要唱片公司供應音樂來源，廣播也是唱片極佳的宣傳管道。電台和唱片公司的互利關係，建立在買廣告和播出回饋上。電台打歌方式是買節目時段廣告，然後要求安排歌手上節目受訪，再配合播出新歌。

方無行在〈台灣的音樂穿上國王的新衣〉點出了八〇年代台灣的唱片工業現象：

一、唱片發行逐漸成為電視廣告常客；二、國中小學生成了流行專輯的主力消費市場；三、媒體運用氾濫與公益活動的結合摧毀了音樂的獨立價值；四、短短三個月內，新聞局發出了十餘個音樂出版登記字號。³⁹

方無行認為這些現象是扭曲的，台灣的音樂文化現象是短視、投機與非理性的市場動機。在台灣的音樂文化現象中，音樂自身幾乎不是重點，市場現象才是。要是唱片沒有投入宣傳，便無法在市場上獲得佳績。

方無行認為台灣的音樂作者與音樂文化工作者應建立「音樂即是一切聲音的有機組合」⁴⁰觀念，讓音樂自身成為主要的關注點。由於市場上的流行音樂千篇一律，音樂自身沒有能力說服市場引起共鳴，只好求助強勢媒體，音樂與歌手都成了宣傳體制下的犧牲者。然而在資訊與傳播服務的時代裡，有關形象、包裝、廣告、宣傳的趨勢都是必然，因此要保留音樂的獨立創作空間，必須從基本的音樂根基紮起。⁴¹

三、詞曲創作的省思

〈扭曲的台灣流行樂〉⁴²提出對歌曲創作的省思，一首歌應先有曲還是詞。文中探討當時台灣從事音樂工作的人在作音樂時的態度和習慣。台灣的音樂是以娛樂及商業價值偏重，卻忽略了文化層面。歌詞主題不明確，或是先有了曲，再填如無意義的歌詞，因此往往填出陳腔濫調。文中提出一首歌的作曲方式應先擬定主題，先寫出適

³⁷ 林怡伶，〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉，頁16。

³⁸ 翁嘉銘，〈迷迷之音——蛻變中的台灣流行歌曲〉，頁29。

³⁹ 《搖滾客》第16期，頁8。

⁴⁰ 同前註。

⁴¹ 《搖滾客》第16期，頁10。

⁴² 《搖滾客》第2期，頁9。

當的詞句，再依詞的涵義譜成曲子。也認為一個正常的發展應是以不斷提升音樂的品質來刺激商業的成長，而不是為了遷就商業及大眾而改變口味，左右了音樂發展，抑制了音樂的內涵。文中批判當時的音樂在商業的衝擊下，已變得毫無創意可言了。

八〇年代流行音樂的發展，奠定了台灣流行音樂的工業體系，完整而分工細密的基礎，在高度「效率化」的運作模式下，蓬勃的商業機會，提供給流行音樂更充裕的發展資本，但另一方面，生產線式的音樂製造，卻也局限歌曲的創作成分，在歌曲風格、內容越來越大同小異的狀態下，外在的包裝，歌手的形象塑造，便成為在歌曲之外必要的添加。

現代民歌中的「校園歌曲」成為新興文化工業的基礎。新形態的流行音樂工業糅合了新的企業化經營理念、傳播管道、音樂形式及新的收聽階層，也樹立起特定歌手及歌曲風格的公司品牌形象與行銷策略。青少年的購買力提升也促使唱片公司採取低年齡層訴求的偶像型商品之生產路線。⁴³

搖滾太保的〈詞海茫茫〉⁴⁴中提出好詞應該要發自內心、流露真情，具有洞悉力、批判性、次文化意識等等特質的文字。優雅的文字或詩也可稱為好詞，現實生活的寫照及社會現象的剖析也是成為好詞的先決條件。

四、國語流行音樂廣告宣傳現象

台灣流行音樂的發展，與大眾傳播媒體密不可分。1980年代間，宣傳費用約製作成本的1-1.5倍，總成本約三百萬。⁴⁵ 消費性商品的特質是大量而選擇替代性高，必須靠宣傳廣告引發購買動機；唱片明星更必須靠製造新聞和媒體烘托，商品生命週期短，在一、二個月左右的宣傳期間，必須爭取媒體曝光機會才有生機。

翁嘉銘在〈誰是歌壇老大？——談國語流行歌曲排行榜的意義〉⁴⁶中探討1989年國語流行歌曲排行榜的狀況。翁嘉銘認為自從華視四年前的「綜藝一百」流行歌曲排行榜停播後，各種大大小小的國語排行榜重新復甦，如知音時間國語歌曲排行榜、民

⁴³ 林怡伶，〈複製或原真？主流與非主流流行音樂之事實與迷思〉頁40。

⁴⁴ 《搖滾客》第5期，頁11。

⁴⁵ 同前註，頁15。

⁴⁶ 《搖滾客》第22、23期合刊號，頁28-29。

意調查公司的藝能流行歌曲排行榜、ICRT的歌曲排行榜及民生報的金曲龍虎榜。排行榜的名次升降已成為歌手重大的心理負擔。任何商品的銷售榜都可視為大眾社會集體情緒的表徵，不過這已成為媒體和商業體制操縱的結果了。排行榜上的常客大多也是廣播電台、電視台的常客，但唱片公司了解排行榜與廣電媒體的微妙關係後，便投入更多資金進行打歌與宣傳攻勢，這些聲勢是能夠刺激市場消費。結論是誰花的錢越多，誰就最可能在排行榜上名列前茅。

吳宏德在〈一張不帶面具的創作專輯〉⁴⁷中表示許多唱片公司都想將歌曲和電影、電視廣告合作，只要搭上了線，歌就會紅，唱片就能賣錢。國語歌曲的歌詞內容多是風花雪月、歡樂景象的問題，部分原因是由新聞局審查制度造成，唱片公司為了使歌曲能播放、宣傳，因此只能唱些無關痛癢的歌曲。文中介紹了幕後轉向幕前的歌手吳政德的專輯《黑暗的容顏》，雖然編曲仍給人一種校園民歌之感，但歌詞卻表達出比較叛逆的味道，如「酒、歌、情、愛」只有短短25字，「我歌我的生活，我喝我的鄉愁，我愛我的情愛，我付出我的無奈」，如此灰色的歌詞，相較於風花雪月的流行音樂，更能表達時下都市人的心聲。

八〇年代，新格、滾石、寶麗金、飛碟、喜馬拉雅、點將開業，唱片公司林立，大量培養旗下歌手與製作人。1970年代末民歌運動，帶來了新的詞曲創作者與演唱人，他們進入主流流行市場，自組個人工作室。個人工作室製作唱片之後，委託唱片公司行銷，以抽版稅方式計酬。這期間版權觀念才被重視，開始取締盜版。此外，也引進歐美的企劃行銷觀念，大型音樂組織出現。以明星為主的偶像型歌手，演化出以詞曲風格為主的創作型歌手。傳播媒介增加，如演唱會、造勢活動、KTV及MTV都是不錯的宣傳管道。流行音樂伴隨著電影配樂、連續劇主題曲、競選歌曲、音樂雜誌、海報等進入民眾的日常生活，流行音樂進而成為跨媒體產品。

仲杰的〈酸蘋果外一章〉⁴⁸也點出當時台灣流行音樂現象的問題，他認為國語唱片的宣傳，成了文案的天下，如「關懷生活，重視感覺的城市詩人」、「充滿熱情的青年才子」、「一個追求生命中摯愛的女子」等。決定一張唱片的最大因素，其實跟

⁴⁷ 《搖滾客》第9期，頁30。

⁴⁸ 《搖滾客》第12期，頁13。

金錢及完美的市場策略有關，跟創作的好壞無太大的關係。只要報章、電台強勢宣傳，以及不負責記者的「音樂報導」，登上XX排行榜的歌曲，就能將唱片賣好。文中也提到「青春歌手的MTV裡，迷你裙是必備的制服；如果是好幾個人，一定要作些可愛活檔的手勢，或者，抱著幾本書，紮個馬尾，穿上T恤球鞋，騎著單車，也許背把吉他（會不會彈並不要緊），手拉著首；如此這般，我們便可以叫他們校園才子或才女了。」

貳、台灣歌手介紹與評論

平面媒體其中一個任務，是提供讀者歌手介紹與評論，但相較於《領先流行音樂》較為單薄的歌手訪談，《搖滾客》對歌手做出的評論較為深刻。唱片公司依賴其他音樂媒體來建構消費者社群，利用消費者社群感創造明星和唱片魅力，這些媒體就包括了音樂雜誌。唱片公司透過這些雜誌，渴望達到銷售目標。然而唱片公司很少建構出一個新的音樂市場，他們的銷售活動反而是用來回應市場本身浮現出來的音樂品味類型，也由音樂媒體賦予意義。⁴⁹

音樂媒體被當作「守門員」。這個形象標識，一張發行的唱片要成功，必須經過各種仲裁者的認可：音樂報刊評家、廣播節目排曲人、電視製作人、舞廳DJ、音樂會承辦人、唱片零售業者等。⁵⁰其中的問題是，要如何說服守門員讓一張唱片過關？守門人選擇樂曲的原因可能和唱片公司的市場評估不盡相同。

任將達在〈台北新音樂的下一波〉⁵¹一文中提出他認為可以成為台北新音樂的歌手，如庾澄慶、齊秦、黃韻玲等人。也帶出當時的國語流行音樂市場走向，大批知識分子對流行音樂的投入固然不錯，然而卻造就了「一群有如天使般純潔的大專歌手，作出毫無創意的音樂形式及不斷玩弄文字技巧並大呼口號的愚蠢行為天曉得他們接著要做什麼？可能本身都不清楚！」

吳宏德在〈一位執著的新人、一個新的聲音〉⁵²一文中寫到台灣新生代藝人開始

⁴⁹ Frith S., Straw W., Streer J. 合編：《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，頁58。

⁵⁰ 同前註，頁61。

⁵¹ 《搖滾客》第1期。

⁵² 《搖滾客》第5期，頁12。

出現R&B、流行搖滾、重金屬等樂風的歌手。文中提到張洪量，吳宏德認為張的歌曲運用MIDI System來創作歌曲是國內流行音樂的突破，當中《祭文》這首歌更是由生前看死後的角度為出發，運用反覆性快節奏的表現方式，突破了傳統中悲傷、哀愁的觀念。這文章是《搖滾客》中少見對台灣流行音樂歌手的讚美。

在〈一張唱片大家評——黑名單工作室的「抓狂歌」〉⁵³一文中，《搖滾客》邀請了唱片業者及樂評人寫出頗具深度的評論。飛碟唱片的鍾維民、《搖滾客》編輯亦咸、飛碟唱片的吳宏德、自立晚報的黃廣智、喜馬拉雅唱片的李岳奇都大力推薦了這張專輯。

叁、年度綜合性評論

方無行在〈谷底烽煙——七十六年台灣通俗音樂概觀（上）與（下）〉兩篇文章中對該年的台灣流行樂壇進行完整的評論。方無行認為國內音樂與音樂環境一直沒有文學的嚴格、客觀的審核與批評，其原因包括一、被視為無關緊要，養成讀者對嚴肅性通俗音樂評論產生抗拒；二、媒體不願開罪有關利害的音樂產業；三、全盤化的商業勢力，使文字服務與唱片宣傳；四、凡有能力執筆又深入環境核心者，多依賴在環境中生存，自然在客觀批評上容易喪失公信力或多所顧慮。⁵⁴

在市場化的通俗音樂一節中，方無行認為主流音樂產業對通俗音樂類別的辨識敏感，多半以經驗來取決音樂製作的方向，因而不尊重作者的創思與立場，導致全面否定非商業化作品的存在價值。這導致以下結果：

- 一、以傳播媒體支撐奄奄一息的音樂生命：音樂自身無法說服市場，只好求助媒體。歌者不務歌唱正業，成了電視節目的活寶或或道具，或是拍電影做廣告，使音樂本身的價值扭曲。
- 二、製作經費與宣傳的懸殊差距：1985年後的台灣唱片有一句經典銘言：「唱片銷售是靠宣傳做起來的，而宣傳是靠錢堆起來的。」這意味著錢多就是贏家，在市場競爭的公司策略上，音樂是被全然漠視的。唱片公司花50-80萬製作唱

⁵³ 《搖滾客》第21期，頁3-6。

⁵⁴ 《搖滾客》第8-9期合刊號，頁18。

片（有些唱片只用20-30萬），卻花80-120萬的宣傳經費，才能讓群眾發現它的存在，導致唱片本身的品質流失。

三、過分迷信大牌：通俗音樂界的幕後工作人員十分跋扈，這是唱片公司迷信大牌的觀念下養成的，從樂手、合音、製作人、錄音師、作曲、編曲甚至作詞工作人員都過度受寵。⁵⁵

不過，方無行認為1987年比過去幾年的表現傑出，創作型歌手大量增加，為市場注入新的可能性。如紀宏仁、蔡藍欽、張洪量、黃韻玲及庾澄慶。

方無行認為「青春之星」⁵⁶是撲滅唱片公司所謂非商業音樂的毒藥，一、利用學生建立公司對文化關懷的虛偽形象；二、利用學生做穩操勝算的產品銷售；三、利用學生的廉價，節省製作成本；四、四大商業機構強勢入侵校園，扼殺自由創作與多樣類型創作的可能性；五、培養起有創作能力的學生唯利是圖的音樂創作態度；六、製造普遍錯誤的觀念，抵制非商業創作。方無行認為這樣的活動把商業市場的烏煙瘴氣帶進校園，入圍者只負責演唱，剩下的編曲、修訂、演奏、錄音全由唱片公司決定。音樂盲目追求旋律美，二十年前的退步曲式與編曲，風花雪月的歌詞完全聽不見校園學子的心聲。

獨立創作的通俗音樂方面，方無行主要討論非商業、非嚴肅音樂的創作為主，通常以電影、舞蹈、劇場配樂、演奏曲或地下音樂的方式來發表，流傳在小眾團體之間。他們以低廉的製作經費，在設備不夠齊全的錄音室完成作品，卻富於創意及實驗性。電影配樂如陳明章的《戀戀風塵》深受方無行的推薦，陳明章以家庭工作室的簡陋設備精準地表達出創作意念，並奪得法國藍特影展最佳配樂。

而戲劇舞蹈配樂方面大多都剪罐頭音樂，動輒上千萬的大型創作歌劇的音樂預算不到一百萬，可見劇場對音樂仍不夠重視。不過方無行卻讚賞雲門舞集發表的「我的鄉愁我的歌」，由蔡振南創作半數以上的音樂，閩南語音樂中更表達了底層人民的聲音與本地的草根性，充滿陳達式的街頭吟唱風味。

⁵⁵ 《搖滾客》第8-9期合刊號，頁18。

⁵⁶ 「青春之星」為1986年底由台北國際文化基金會主辦的徵選，吸引各大專院校的音樂人才參加，選拔歷時一年半，共有58間學校參加，於1987年6月13日在中華體育館舉行決賽，十名優勝團體的創作收入在滾石出版的《青春之星》紀念專輯。黃品源、莫凡、林正如皆出道於此。

方無行繼續在下篇也論述了1987年的音樂活動，如IFPI⁵⁷國際反盜錄演唱會、青春之星選拔活動、台北新音樂節等。⁵⁸

黃廣智在〈去年國語歌壇回顧——有起伏。少劇變。理想作品不敵柔美情歌〉⁵⁹一文中回歸了1989年的國語流行歌壇，走柔美風、情歌訴求的作品仍是市場消費主力。童安格的《其實你不懂我的心》及陳淑樺的《夢醒時分》是當年的暢銷專輯。這兩張專輯均以描寫現代都市人心易碎的悅耳情歌。此外，黃廣智認為崔健的《一無所有》是讓台灣所有創作者感到汗顏的年度作品，此作品具放肆無拘的生命力及犀利的白話歌詞，讓聽者無法不動容。而黑名單工作室的《抓狂歌》的歌詞流露幽默詼諧的譏諷，及植根土地的情意，在僵化的歌壇中頗具新意，然而《抓狂歌》在商業市場失利，證明大眾對此類作品的接受度仍然偏低。

此文也探討了1989年的唱片工業狀況，滾石及飛碟佔有三分之二的市場，小型唱片公司難以跟大型唱片公司一爭長短，財力仍是最主要的因素。唱片公司的跨媒體運作如電台、電視台、MTV的拍攝、演唱會的經營以及雜誌出版，都顯示了唱片工業的多元性經營。

肆、音樂活動報導：台北新音樂節

《搖滾客》與水晶唱片在1987年籌辦台北新音樂節，在程港輝的〈寫在台北新音樂節之前〉⁶⁰，也提到了《搖滾客》寫手的夢想，即希望此雜誌能成為英美日等地樂迷必讀的音樂刊物，而台北新音樂節能夠成為國際音樂圈中的年度盛事。音樂節備有10項節目，其中包括以音樂錄影帶讓觀眾了解新音樂的發展歷程，五場音樂發表會，由各大西洋音樂代理公司策劃主持，以MTV及演講的方式呈現音樂的各種層面。如何穎怡介紹美國新浪潮及地下音樂，程港輝主持英國新音樂欣賞會，陳明章則帶來本土音樂的演出以及國外樂團的後龐克等樂風演出。另外，吳宏德在〈我與新台北音樂節

⁵⁷ 中文原名「財團法人國際唱片業交流基金會」，2008年11月1日起變更為「財團法人台灣唱片出版事業基金會」。英文名稱變更為「Recording Industry Foundation in Taiwan」（英文名稱簡稱「RIT」）。

⁵⁸ 《搖滾客》第10期，頁12-13。

⁵⁹ 《搖滾客》第22、23期合刊號，頁26-27。

⁶⁰ 《搖滾客》第3期，頁8。

的種種)⁶¹一文中也以工作人員的身份記錄台北新音樂節的經過。

為了籌劃1989年台北新音樂節，水晶在《搖滾客》上發出徵召令，條件是：「1. 以本國文字（或其它方言）為優先考慮； 2. 不無病呻吟者； 3. 與現存任何現象為主題者。」在這張合輯中出現的樂手：伍佰、葉樹茵、林暉哲、DJ Fish（當時是青銅時代樂團的鍵盤手）後來都闖出了自己一片天空。

第六節 小結

從《搖滾客》的內容分析來看，《搖滾客》較著重於對八〇年代流行樂壇現象進行諸多的評論。其中包括以下主題：對大眾傳播媒體的反省、八〇年代台灣唱片工業現象、詞曲創作的省思，以及八〇年代國語流行音樂廣告宣傳現象。

而在歌手介紹與評論，甚至年度綜合性評論，或多或少都加入了作者群對當時主流音樂的較為負面的觀點，進而突顯出《搖滾客》雜誌提倡主流以外的音樂，如新音樂與新台語歌之音樂類型。在音樂活動報導方面，則以水晶唱片舉辦的新音樂節為主。此外，《搖滾客》也刊登民族音樂的評論，如何穎怡的〈淺談民族音樂在搖滾的運用〉⁶²，以及結合德國搖滾樂與社會的文章，方無行的〈招搖遠遊——未知的國度〉⁶³。林哲輝的〈巴西民俗音樂的現代化前驅〉⁶⁴則介紹了巴西籍吉他手Egberto Gismonti。可見《搖滾客》致力於網羅世界各地的流行音樂以外的音樂類型。

《搖滾客》的作者群、編輯群、讀者群，與Wax Club、水晶唱片的工作人員大多重疊，因為這批想要在主流之外推廣好音樂的樂迷，讓《搖滾客》不僅發揮了作為平面媒體的價值，即音樂文化評論，也集結唱片公司協助代理西方搖滾樂唱片、辦理新音樂節，甚至投入新音樂、新台語歌的唱片製作與發行，讓這些當時被視為非主流的音樂，成為往後九〇年代地下樂團的萌芽。

⁶¹ 《搖滾客》第4期，頁12。

⁶² 《搖滾客》第6期，頁8-9。

⁶³ 《搖滾客》第8期，頁6-7。

⁶⁴ 《搖滾客》第11期，頁13。

第五章 結論

第一節 《領先流行音樂》及《搖滾客》之比較分析

在音樂類型方面，《領先流行音樂》雜誌較著重於國語流行音樂及校園歌曲的推動，《搖滾客》則是新音樂及新台語歌的推手。由於兩本雜誌的幕後編輯群皆是音樂產業工作者，前者大部分為中西流行音樂廣播人，後者則為非主流唱片公司、西洋搖滾樂代理公司之工作人員，因此對音樂的品味認同也不盡相同。

讀者群方面，我們可從《領先流行音樂》的票選活動及讀者回饋中看出，雜誌讀者群大多為學生族群，如當時風靡的校園歌曲聽眾，以大學生居多，而後年齡更下降至高中生，且大部分也配搭編輯群所屬的廣播電台，以廣播、雜誌、歌手會等形式聚集閱聽人。《搖滾客》的讀者群則集合熱愛主流以外音樂的樂迷，其中以西洋搖滾樂為主，雜誌走向也偏向小眾及同人誌，專門為特定曲風及特定族群而辦的搖滾樂雜誌。

內容方面，《領先流行音樂》的音樂報導偏向訪談，藉由訪談歌手，讓讀者掌握第一手消息。訪談類還包括創作者訪談及傳播業者訪談。陶曉清主辦的音樂活動報導等單篇性的報導之外，其他跟國語流行音樂相關的訊息都聚集在唱片評介，或較小則的歌手訊，且大多採資訊式的報導，較少像《搖滾客》的大篇幅之音樂現象探討。

從《搖滾客》的內容分析來看，《搖滾客》較著重於對八〇年代流行樂壇現象進行諸多的評論。其中包括以下主題：對大眾傳播媒體的反省、八〇年代台灣唱片工業現象、詞曲創作的省思，以及八〇年代國語流行音樂廣告宣傳現象。而在歌手介紹與評論，甚至年度綜合性評論，或多或少都加入了作者群對當時主流音樂的較為負面的觀點，進而突顯出《搖滾客》雜誌提倡主流以外的音樂，如新音樂與新台語歌之音樂類型。在音樂活動報導方面，則以水晶唱片舉辦的新音樂節為主。《搖滾客》針對樂壇現象作出較尖銳的討論，文字也較為犀利，主觀評

價非常強烈，但這也是該雜誌的特色風格。

第二節 八〇年代流行樂壇現象歸納

從代表國語流行音樂、校園歌曲的《領先流行音樂》雜誌及代表主流之外的新音樂及新台語歌的《搖滾客》雜誌，本研究大致可歸納出八〇年代流行樂壇現象的相關探討。

其一是八〇年代熱衷的熱門排行榜，在兩本雜誌都有篇幅討論。如《領先流行音樂》報導了各方媒體提出排行榜票選的改善建議，《搖滾客》則是針對排行榜進行批判式的現象分析。但兩者都是為了能夠讓流行音樂能夠有更公正的評選制度，而不只是局限於受歡迎度。

其二是詞曲創作的探討。《領先流行音樂》討論了以詩入歌的現象及建議，由於校園歌曲大多是從現代詩人的詩開始譜曲，讓詩廣為流傳。而《搖滾客》則是在詞曲創作中提出先有曲還是先有詞的省思，也提出一首歌的作曲方式應當先擬定主題，不以遷就商業及大眾口味為原則。

其三是各類廣告宣傳現象，《搖滾客》在這部分頗為批評，認為市場上大部分歌手因唱片工業的興起而缺乏獨立特質，唱片公司過度塑造偶像，導致大家都向成功者進行複製，品味變得單一。

第三節 研究建議與研究限制

相較於古典音樂雜誌研究，台灣流行音樂雜誌幾乎從未成為研究對象。因此在制定研究範圍時，本研究也因能力有限，只對八〇年代進行文本分析及相關研究。此外，早期的音樂雜誌資料也不易取得，除了國家圖書館有稍微完整的館藏之外，並無其他方式可以取得。

由於缺乏台灣流行音樂雜誌的相關資料相當，研究者可參照歐美流行音樂雜誌的發展狀況，將其納入資料整理的一部分，用以檢視台灣流行音樂雜誌的發展

脈絡。

另外，音樂雜誌轉型為網絡雜誌的部分也相當值得研究，但由於網絡雜誌資訊較為複雜，本研究則著重於早期國語流行音樂相關評論的研究，因此並未將90年末以後的網絡雜誌納入討論。

本研究只採質性研究及次級資料分析，並未採用深度訪談法。如能訪談雜誌編輯、媒體業者、音樂人等，再跟文本分析結果相互對照，相信會有更紮實的研究結果。

參考書目

(一) 期刊論文

- 翁嘉銘，〈台灣歌樂的小溪流域——對非主流歌謠的觀察及其存在的意義〉，《聯合文學》，7(6)37-43，1991。
- 張南生，〈民歌沒落了！從中國現代民歌看七〇年代台灣知識份子與流行文化的關係〉，《聯合文學》，7(10)112-114，1991。
- 葉月瑜，〈搖滾樂、次文化、台灣電影〉，《電影欣賞》，1993。
- 吳正忠，〈When is the band sound? 從台灣合唱團的發展史談起〉，《非古典》，1993。
- 張育章，〈望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡〉，《中外文學》，25(2)，1996。
- 江文瑜，〈從「抓狂」到「笑魁」——流行歌曲的語言選擇之語言社會學分析〉，《中外文學》，25(2)，1996。
- 方巧如，〈民國七十年代台灣的國語搖滾樂團所建構的夢想世界及其限制〉，《中外文學》，25(2)，1996。
- 林怡伶，〈複製或原真？主流與非主流音樂之事實與迷思〉，《中外文學》，25(2)，1996。
- 陳儒修，〈台語搖滾初探〉，《中外文學》，25(4)，1996。
- 陳昭如，〈當搖滾樂變成擴散意識型態的媒介〉，《新新聞》，556期，1997。
- 楊久穎，〈當我們學會傾聽——電影·搖滾樂·青少年與次文化的風潮面相〉，《電影欣賞》，92期，1998。
- 何東洪、張釗維，〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡〉，張笠雲編，《文化產業——文化生產的結構分析》，台北：遠流，2000。
- 張鐵志，〈搖滾客風雲再起，臺灣音樂雜誌當真美景可期？〉，《新新聞》，708

期，2001。

洛 秦，〈搖滾樂的緣起及其社會文化價值〉，《音樂研究》，3：49-53，2003

Ricardo，〈貢寮國際海洋音樂祭——眾聲喧譁三十年：臺灣搖滾音樂環境總覽〉，《幼獅文藝》，607期，2004。

丁文玲，〈搖滾書寫：從小眾到大眾〉，《中國時報》，2006年11月19日。

馬世芳、張鐵志，〈音樂書寫穿透社會〉，《聯合報》，2008。

（二）專書

1. 中文專書：

翁嘉銘，《從羅大佑到崔健：當代流行音樂的軌跡》，台北：時報文化，1992

莊永明，《台灣歌謠追想曲》，台北：前衛，1995。

翁嘉銘，《迷迷之音：蛻變中的台灣流行歌曲》，台北：萬象，1996。

馬清，《搖滾樂》，台北：揚智文化，1997。

曾慧佳，《由流行歌曲看台灣社會》，台北：桂冠，1998。

小知堂編采組，《嗑樂·搞團：台灣創作樂團紀事》，台北：小知堂，1998。

王德威，《如何現代，怎樣文學？》，台北：麥田出版股份有限公司，1998。

羅悅全等，《秘密基地：台北的音樂版圖（Since '90）》，台北：商業週刊，2000

何東洪、張釗維，《文化產業：文化生產的結構分析》，台北：遠流，2000。

二月，馬欣等，《流行音樂·魅力·男》，台北：商周，2002。

高宣揚，《流行文化社會學》，台北：揚智文化，2002。

李瑞斌，《台灣唱片近年的發展》，IFPI TAIWAN，2003。

潘淑滿，《質性研究：理論與應用》，台北：心裡出版社，2003。

張釗維，《誰在那邊唱自己的歌：台灣現代民歌運動史》，台北：滾石文化，2003

張鐵志，《聲音與憤怒：搖滾樂可能改變世界嗎？》，台北：商周，2004。

馬世芳，《地下鄉愁藍調》，台北：時報文化，2006。

謝奇任，《國際唱片工業研究：跨國唱片公司的全球化、本土化、數位化》，台北：五南，2006。

顏綠芬、徐玫玲，《台灣的音樂》，台北：群策會李登輝學校，2006。

謝東山，《藝術批評學》，台北：藝術家，2006。

重返61號公路，《遙遠的鄉愁：台灣現代民歌三十年》，北京：新星，2007。

許逸凡，《地下好樂：認識地下音樂你不可錯過的一本書》，台北：書泉，2008

中華音樂人交流協會，《台灣流行音樂200最佳專輯》，台北：時報文化，2009

馬世芳，《昨日書》，台北：新經典圖文傳播，2010。

翁嘉銘，《樂光流影：台灣流行音樂思路》台北：典藏文化，2010年。

張鐵志，《時代的噪音：從狄倫到U2的抗議之聲》，台北：印刻文學，2010。

陳德政，《給所有明日的聚會》，台北：遠足文化，2011。

2. 英文專書（譯著）：

Frith, S.著、彭倩文譯，《搖滾樂社會學》，台北：萬象圖書，1994。

Attali, J.著，宋素鳳、翁桂堂譯，《噪音：音樂的政治經濟學》，台北市：時報，1995。

Wicke, P.著，郭政倫譯，《搖滾樂的再思考》，台北：揚智，2000。

Palmer, R.著，蔡明錕、文錫威譯，《搖滾樂：狂躁的歷史》，台北：商周，2004

Hebdige, D.著，蔡宜剛譯，《次文化：風格的意義》，台北：國立編譯館，2005

Hills, M.著，朱華瑄譯，《迷文化》，台北：韋伯出版，2005。

Frith, S.、Straw, W.、Street, J.著，蔡佩君、張志宇譯，《劍橋大學搖滾與流行樂讀本》，台北：商周，2005。

Bennett, A.著，孫憶南譯，《流行音樂的文化》，台北：書林出版，2006。

Padel, R.著，何穎怡譯，《搖滾神話學：性、神祇、搖滾樂》，台北：商周，2006

Doussot, M.著，鄭兆琪譯，《樂玩樂酷就是搖滾》1，台北：音樂向上，2006。

Doussot, M. 著，鄭兆琪譯，《樂玩樂酷就是搖滾》2，台北：音樂向上，2006。

3. 英文專書：

Frith S.(1983) *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll*, Cambridge: Harvard University Press

Frith S., Goodwin A. (1990) *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*, London and New York: Routledge

Bennett T., Frith S., Grossberg L., Shepherd J., and Turner G. (1993) *Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions*, London and New York: Routledge

Shuker, R. (1994) *Understanding Popular Music*, London and New York: Routledge

Longhurst B. (1995) *Popular Music and Society*, Cambridge: Polity Press

Frith, S. (1996) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Cambridge: Harvard University Press

Shepherd ,J.(2003) *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World*, London :Continuum

Frith, S. (2004) *Bad Music: Sthe music we love to hate*, New York: Routledge.

Bennett A., Shank B., Toynbee J. (2006) *The Popular Music Studies Reader*, London and New York: Routledge

Shuker, R. (2005) *Popular Music: The Key Concepts*, London and New York: Routledge

Frith, S. (2007) *Taking Music Seriously: Selected Essays*, Burlington: Ashgate

Shuker, R. (2008) *Understanding Popular Music Culture*, London and New York: Routledge

(三) 碩博論文

- 方巧如，《國內熱門搖滾樂團歌詞所建構的夢幻世界》，輔仁大學大眾傳播學研究所，1994。
- 林怡玲，《台灣流行音樂產製之研究》，國立政治大學新聞研究所，1995。
- 李佩真，《偶像文本的消費意義：迷與偶像關係之探討》，世新大學教育學碩士論文，1998。
- 王佩華，《環境與組織因素對產品多樣性的影響：以台灣地區國語流行音樂市場為例》，國立交通大學傳播研究所，1998。
- 蘇振昇，《台灣流行音樂中的愛情價值觀——1989-1998》，國立中山大學傳播管理研究所，1998。
- 楊蕙菁，《從小虎隊」到「四大天王」—台灣流行音樂偶像崇拜現象》，國立台灣大學中國文學系，1998。
- 鄧晏如，《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，1999。
- 陳友芳，《台灣國語流行音樂錄影帶(Music Video)中之性別論述》，中國文化大學新聞研究所，1999。
- 鄭君仲，《我迷，故我在——流行音樂樂迷和流行音樂文本互動關係之探索》，世新大學傳播研究所碩士論文，2000。
- 蔡宜剛，《搖滾樂在台灣之可能與不可能》，國立清華大學社會研究所碩士論文，2000。
- 朱夢慈，《台北創作樂團之音樂實踐與美學——以「閃靈」樂團為例》，台灣大學音樂學研究所碩士論文，2000。
- 簡妙如，《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》，政治大學新聞學系博士論文，2002。
- 徐雅娟，《台灣地區跨國音樂集團之廠牌策略研究：以影響因素為例》，淡江大學大眾傳播研究所，2002。

- 呂孟芝，《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，2002。
- 陳慧玲，《青少年流行音樂團體之研究：形象、身體文化與情慾流動》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，2003。
- 郭威君，《台灣流行音樂唱片產業的未來在何方?》，國立臺灣大學新聞研究所，2003。
- 黃顛穎，《流行音樂歌手形象、偶像崇拜與消費行為關係研究》，國立中山大學傳播管理研究所，2003。
- 江國豪，《非主流音樂之台灣意識研究：以1980年代後之歌曲為例》，世新大學傳播研究所碩士論文，2004。
- 鄭凱同，《主流與獨立的再思考：文化價值、音樂產業與文化政策的思辨與探討》，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2004。
- 陳惠婷，《搖滾音樂演唱會之文化行銷分析——以「Say Yes to Taiwan」演唱會為例》，國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文，2004。
- 蔡雅佩，《流行音樂市場消費者抱怨滿意度之研究》，國立政治大學國際貿易研究所，2004。
- 陳竹儀，《喧囂中的對話與凝視：迷經驗的再現》，國立清華大學社會學研究所碩士論文，2004。
- 徐楓惠，《從90年代地下搖滾樂看台灣另翼搖滾主體性的指涉》，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文，2005。
- 許建榮，《音樂、土地與國家：全國搖滾聯盟與台灣當代社會》，花蓮師範學院鄉土文化研究所碩士論文，2005。
- 陳亭妤，《全球化下的搖滾文化中介：晚近台灣網路的搖滾書寫》，淡江大學大眾傳播學系研究所碩士論文，2006。
- 徐子婷，《搖滾樂中的國族想像——以羅大佑與閃靈的音樂創作為例》，臺灣大

- 學政治學研究所碩士論文，2006。
- 蔡岳儒，《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，2006。
- 劉欣芸，《陳珊妮的完美呻吟——論台灣流行音樂中女性意識的抬頭》，淡江大學大眾傳播學系碩士論文，2006。
- 戴 昀，《台灣獨立唱片廠牌實作：以小白兔橘子唱片為例》，國立政治大學社會學研究所碩士論文，2006。
- 葛大為，《台灣國語流行音樂發展研究 -從核心產銷角度探討》，國立政治大學廣播電視學研究所，2006。
- 任國勇，《曙光：台灣流行音樂產業的新典範》，國立交通大學社會與文化研究所，2006。
- 洪嘉鴻，《從搖滾樂看台灣在地青少年次文化——以五月天為例》，南華大學傳播管理學研究所碩士論文，2007。
- 李 碩，《搖滾台灣：台灣重金屬樂迷的文化認同與實踐》，世新大學新聞學系碩士論文，2007。
- 方美蓉，《台灣搖滾樂的在地化歷程》，南華大學傳播學系碩士論文，2008。
- 袁行崑，《台灣搖滾樂評研究》，政治大學大廣播電視學研究所碩士論文，2009。
- 簡子軒，《流行音樂明星形象之整合行銷傳播策略研究：以實境選秀節目「超級偶像」為例》，國立政治大學廣播電視學研究所，2009。
- 陳文駿，《流行音樂市場唱片特性和消費者需求適配與重定位分析》，國立中山大學傳播管理研究所，2009。
- 廖德發，《台灣流行音樂演唱會之藝人經紀及行銷策略研究-以歐陽菲菲在台演唱會為例》，國立臺灣師範大學表演藝術研究所，2010。
- 曹君武，《台灣流行音樂評論研究》（台北藝術大學藝術行政與管理研究所，2010）。

010)。

葉千慈，《台灣年輕族群對流行音樂演唱會體驗歷程之研究》，國立中正大學行銷管理研究所，2010。

陳立民，《平面設計的社會實踐-光復後至今的臺灣流行音樂唱片封套例證》，雲林科技大學設計學研究所博士班，2011。

劉映暄，《臺灣現代客家流行音樂女性創作者生命史之研究——以羅思容為例》，國立臺灣大學國家發展研究所，2011。

張簡士滄，《臺灣流行音樂人的創作面向與內在意蘊——以羅大佑、陳昇、陳明章為討論對象》，國立臺灣大學台灣文學研究所，2011。

陳煜軒，《台灣流行音樂唱片封面設計研究—以聶永真2003~2011年之作品為例》，國立高雄師範大學視覺設計學系，2012。