



獨立音樂？「商業化」就不聽？

記者 郭揚 邱靖雯 報導

2021/05/16

千禧年以來眾多獨立樂團崛起，例如滅火器、美秀集團、廩先生等，讓台灣獨立音樂走進大眾視野，各式音樂祭與Live House也隨之興起。然而，「獨立音樂」究竟是什麼呢？與主流音樂的差別又在何處？當許多人在抨擊商業化的獨立音樂時，是否有釐清「商業化」背後的原因與代表的意義呢？

獨立音樂是什麼？

獨立音樂 (Indie music) 根據楊素霞等人發布的文獻，原指獨立音樂家在未獲得主流唱片公司或其他資金的幫助下，進行非商業化、非主流的音樂創作。獨立音樂並不是一種音樂風格，而是由各種音樂風格所組成，例如爵士、搖滾、民謠.....，為音樂家帶有獨立的態度以及對世界獨特的想法所創作出的作品，通常帶有反璞歸真、清新或直爽的特色。因此若要說「獨立」是種音樂風格，不如說獨立是一種「態度」！

那獨立音樂與主流音樂的差別在何處呢？台灣主流音樂以華語流行音樂為大宗，根據《為何華語流行樂壇以情傷歌曲為主？試析抒情歌曲的療癒潛質》一文，1989年至1999年台灣流行歌曲中，有將近八成以愛情為主題，其中將近一半與分手、失戀相關。若以KKBOX風雲榜2020年華語年度單曲累積榜前十名來看，依然有八首歌曲的主題為愛情。

根據台灣鋼琴家官大為於2019年在YouTube頻道「NiceChord (好和弦)」發布的一項研究，以2018年11月至2019年5月發行，並且在線上音樂串流平台KKBOX上，點播次數前50名的台灣流行歌曲為研究對象，發現其中有66%都使用了世界上流行音樂較常運用的三大和弦，分別為卡農和弦、四和弦及4536和弦，雖然此三大和弦是大多數聽眾已經聽習慣且認為好聽的旋律，但也是導致主流歌曲聽起來都很像的原因。

獨立音樂方面，根據使用大數據分析各大新聞網站及討論區數據的網路溫度計於2016年發布一項調查，最受歡迎的十大獨立樂團代表歌曲中，僅有兩首的主題與愛情相關，整體主題與主流音樂相較之下較多元，有社會議題、自我意識、人生觀等。總結來說，獨立音樂大多是音樂家對於生活的想法與抒發，雖然整體風格

不一定是大眾喜好的，卻是音樂家最想傳達的。

主流音樂	獨立音樂
1. 八三夭《想見你想見你想見你》♥	1. 滅火器《島嶼天光》
2. 鄧紫棋《句號》♥	2. 草東沒有派對《大風吹》
3. 阿冗《與我無關》♥	3. 輕晨電《Fine》
4. 阿冗《你的答案》	4. 糜先生《馬戲團運動》
5. 夢然《少年》	5. hush!《波希米亞》
6. 盧廣仲《刻在我心底的名字》♥	6. 那我懂你意思了《所以我停下來》
7. 瘦子《CHANGE》♥	7. Mary see the future《Cheer》
8. TANK 呂建忠《你的情歌》♥	8. 回聲《戀人絮語》♥
9. 鄧紫棋《想見你想見你想見你》♥	9. 法蘭黛《可是阿》♥
10. 鄧紫棋《很久以後》♥	10. Hello Nico《花》

♥代表歌曲主題與愛情相關

台灣主流音樂與獨立音樂的歌曲主題比較。(圖片來源/邱靖雯製)資料來源:KKBOX、網路溫度計

台灣獨立音樂發展史

獨立音樂最早可追溯至1987年後解嚴時期，當時正處於社會思潮的巨變，因此一群非主流且富有想法的音樂家聚集，他們致力於發展主流音樂以外的歌曲形式，挖掘不少中外曲風，這些樂團在八零年代的出版審查制度之下，形成一股反社會且不可忽視的地下樂團勢力。

也因為地下樂團影響力的拓展，90年代主流唱片公司也相應推出地下樂團唱片公司，然而因為層出不窮的慘賠案例，讓主流音樂公司開始畏懼投資在樂團身上。這樣的轉變激起了獨立音樂人們的集體反思，「獨立」而不受唱片公司影響的精神開始廣為音樂人流傳，加上科技的突飛猛進，音樂的製作成本大幅降低，並在音樂表演場所及政府補助的推波助瀾下，樂迷人數和影響力大增。



Ex：草東沒有派對
甜約翰
美秀集團

台灣獨立音樂發展史與代表音樂家。(圖片來源 / 郭揚製) 資料來源：聯經出版

獨立音樂不需要「商業」？

然而，獨立音樂開始蓬勃發展的同時，也不可避免地出現所謂「產業化」之現象，這樣的趨勢讓一部分不以營利與迎合大眾胃口為目標的音樂人相繼出走，間接造成部分獨立聽眾聽到「商業化」即反感的現象。

根據中正大學傳播系教授簡妙如在《台灣獨立音樂的生產政治》一文的說明，獨立音樂主要由非主流唱片公司及樂團所進行一系列產製及銷售過程，音樂人可以依照自己的想法做音樂，不必對商業或其他因素做出妥協。

但這並不代表獨立音樂人不需要商業的支持，而是他們能自行製作獨特的音樂類型，擁有非主流的商業模式，例如擁有復古台灣味的台灣獨立樂團——美秀集團，便沒有與主流唱片公司簽約，所有歌曲及專輯從創作到發行，甚至到樂團的行銷活動，都是由美秀集團自行完成的。

玩出自己特色的音樂！

本報共針對138名獨立樂團聽眾，調查他們是否會因為喜歡的樂團走向「商業化」而不願支持他們，其中約七成的人表示仍會繼續支持。但總結來說，無論是選擇支持或不支持的聽眾皆表示，若獨立樂團因商業化而失去初心，追隨大眾喜愛的音樂形式，失去了原有的特色的話，便不會繼續支持此樂團。

獨立音樂聽眾怎麼想？

Q：當你喜歡的樂團走向「商業化」
你還會繼續喜歡他們嗎？

會

初心不要變就好
風格如果走味變得很芭樂
就會脫粉

不會

為了興趣跟為了錢做事
會差很多

那樣代表越來越多人喜歡他們
他們也會有更多資源投入作品

在不影響初衷的情況下
會支持讓更多人知道他們

寫出來的東西不變就沒差
但如果商業化後被限制
歌曲形式，就沒有特色了

經營形式當然要商業化
不然樂團怎麼活下去
音樂創作的本質沒變就OK

會覺得他們已經為了賺錢
不擇手段，失去原本的初衷

非主流的音樂硬是商業化變
主流音樂，感覺就不特別了

喜歡樂團是因為他們做自己
走向商業感覺只是迎合大眾

某個小時候很喜歡的樂團
越來越商業化後
歌曲就沒有以前有感覺了

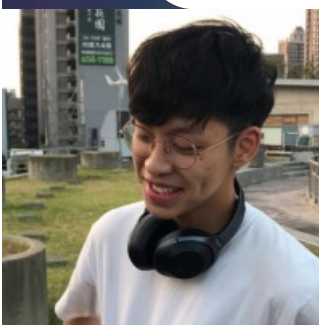
獨立音樂聽眾對於商業化的看法。(圖片來源 / 邱靖雯製)

由此可見，獨立音樂不是不能走向商業化，而是在商業化的同時還能保有初心，不為了因應市場而失去原本「獨立」的態度，漸漸向主流音樂靠攏。期望未來台灣的獨立音樂在商業的輔助之下能被更多聽眾聽見，也希望聽眾們能摒除對於「商業化」的偏見，把注意力放在音樂人的作品上，共同打造台灣獨立音樂的友善環境。

關鍵字：獨立音樂、獨立樂團、商業化、主流音樂、華語流行歌曲

縮圖來源：郭揚攝

□ 回到【獨立音樂「商」了你的心？】專題



記者 郭揚

編輯 鄭惠心

