



## 樂團的時代來臨了？

2007-12-02 文／蔡昇峰



第一屆「台灣樂團節」11月24、25號兩天在台北華山中央公園盛大展開，許多獨立樂團接力演唱，新聞局長謝志偉也在表演前致辭，說到：「其實這些樂團是地下樂團的主流，現在冒到地上來遍地開花。」

### 獨立樂團也有春天

其實這次的台灣樂團節，可以說是一次「成果發表會」。去年新聞局以補助等方式輔助許多樂團推出有聲出版品，而這次的台灣樂團節表演活動，就好像是成果發表會一樣，由受到補助的二十六個樂團接力演唱，包括錫盤街、甜梅號、胖虎、1976、這位太太、拷秋勤、回聲等樂團，集結許多不同風格，從搖滾、金屬、嘻哈、電音、民謠、後搖滾、緩瀾等。對於台灣的地下音樂界，不論是樂團或者是歌迷，都是一大福音。



自從亂彈樂隊的阿翔在金曲獎頒獎典禮上，興奮的喊出「樂團的時代來臨了！」，樂團在台灣音樂界漸漸出現一席之地，也開始有了「海洋音樂祭」、「野台開唱」、「春天吶喊」等大大小小以獨立樂團、獨立音樂為號召的音樂祭活動。這些音樂表演活動除了讓獨立音樂人及樂團獲得主流媒體的報導曝光、讓社會大眾注意的機會以外，同時也讓更多的非主流音樂能夠突破主流唱片廠牌的壟斷，向更多聽眾發聲。

海洋音樂祭，台灣樂團的音樂盛宴 圖片來源：lip ing 網路相簿

自從亂彈樂隊的阿翔在金曲獎頒獎典禮上，興奮的喊出「樂團的時代來臨了！」，樂團在台灣音樂界漸漸出現一席之地，也開始有了「海洋音樂祭」、「野台開唱」、「春天吶喊」等大大小小以獨立樂團、獨立音樂為號召的音樂祭活動。這些音樂表演活動除了讓獨立音樂人及樂團獲得主流媒體的報導曝光、讓社會大眾注意的機會以外，同時也讓更多的非主流音樂能夠突破主流唱片廠牌的壟斷，向更多聽眾發聲。

### 商業介入衝擊獨立精神

但是近幾年一窩蜂的音樂節慶熱潮中，又有多少音樂活動具有足夠的深度與廣度？原來獨立音樂精神的焦點，是不是有所偏移？以海洋音樂祭為例，這幾年的海洋音樂祭，有越來越多的樂迷抱怨音樂祭越來越商業化。

因為海洋音樂祭的超人氣，讓不少廠商都感到興趣，2004、2005兩屆的海洋音樂祭就有7-11大手筆贊助，不但在電視上大打廣告，還將海洋音樂祭套上自家商品，甚至要求工作人員穿上7-11的制服，讓海洋音樂祭變成「7-11海洋音樂祭」。而在大舞台上樂團表演的空檔，台上的螢幕卻播放跟音樂無關的廣告片。海洋音樂祭看得到的攤位，在台灣其他的活動也都看得到，幾家獨立唱片的攤位僅能零星的穿插其中。

不但廠商的介入讓海洋音樂祭商業化越來越嚴重，獨立樂團的精神也越來越薄弱。第六屆海洋音樂祭安排的壓軸樂團是紅遍半邊天的「五月天」，許多粉絲其擺明衝著五月天的名氣，才來到這個偏遠的海邊。主辦單位的作法引來爭議，「五月天」和獨立音樂精神的衝突，見解不一，但是邀請五月天卻是很明顯順應市場的作法，因為它保證帶來人氣，卻犧牲了獨立樂團的精神。

除了這些大大小小的音樂祭活動、表演、比賽之外，台灣的獨立樂團因為沒有唱片公司的支援，大多只能透過在PUB、Live House等場所舉行的小型Live演唱會，爭取獲得聽眾認識的機會。Live House可說是樂團的搖籃，但是這些Live House卻因為法規的關係，在經營上造成不小的困擾。Live House是台灣基層的音樂藝文展演場所，也是獨立音樂的小型商業表演場地，但因為相關部門法規過時，造成Live House找不到適合的營業登記項目，因此屢遭警察機關取締。

### 過時法令壓迫樂團生存空間

以「The Wall」為例，The Wall是位在公館商圈的知名Live House，曾被紐約時報選為台北十大觀光景點，不但許多樂團在這裡發跡，也常常邀請國外的音樂團體或樂手，舉行表演或講座，可以說是國際交流最密切的Live House，但是The Wall在2006年五月中旬，因為登記執照不符，被台北市政府勒令停止酒類飲料供應及樂團現場表演。

經濟部商業司規定，Live House可以登記藝文服務業，不過若有附帶販賣飲食、酒類就等增加登記飲食店業、飲酒店業，但是為了配合這些規定，經營成本將會大幅增加，不利於Live House的經營，也連帶影響到了獨立音樂文化的發展。雖然政府相關單位已經釋出解決誠意，也讓這些Live House暫時可以繼續經營，但是修改相關法規，讓Live House可以合法經營，繼續孕育新的獨立樂團，才是政府迫切需要做的。

### 樂團的困境 獨立音樂難以流通

除了表演的場所，台灣獨立樂團之所以未能成長的一個重要原因，就是因為少了出版品。在台灣推動獨立樂團文化不遺餘力的閃靈樂團主唱Freddy，就曾經表示：「日本的獨立樂團是先發行CD再舉辦演唱會，樂迷可以透過CD將演唱會的

媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話／郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王／洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王／吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸／人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思寧／照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔／人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕／人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳／人物

感動帶回家；但台灣樂團表演結束，卻無法將樂音傳遞出去，差別就在於有沒有發行CD。」

發行CD需要相當的資金，因此Freddy也積極推動政府對獨立音樂創作的支持和補助，新聞局這次對許多獨立樂團的補助，以及樂團節的舉辦，就是最好的例子。看到政府單位如此積極的支持獨立音樂，當然是十分值得開心的事情。但是值得省思的，是在這些樂團發片後，要去哪裡播？該如何才能讓聽眾真正聽見獨立樂團的聲音？

在台灣的媒體，無論是電視或者廣播，公共媒體或者是商業媒體，獨立樂團能夠發表的空間少之又少。能夠在這些主流媒體上出現的，還是以四大唱片業者的流行音樂為主。雖然新聞局補助這些樂團發行的CD，可是真正能夠接觸到聽眾的媒體管道，還是受限於四大唱片公司。

唱片公司靠著跨國資本的力量，能夠在電視、廣播節目當中，購買廣告或節目時段，強力放送自己發行的唱片。然而對於獨立樂團，或者獨立廠牌而言，幾乎沒有任何空間。因此許多獨立音樂人開始推行「媒體公共化」，希望自己的作品，能多一些發聲的機會。如果媒體完全被市場的運作邏輯壟斷，那麼獨立樂團能夠發聲的管道，也就越來越有限了。



### 橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0