

壹、前言：青年文化促進流行音樂發展

近幾年來，臺灣流行音樂產業面臨科技化、全球化鉅變，流行音樂中的「青年文化」具有反映社會、政治、經濟現實環境的特質，本文探討現今世代的「青年文化」與流行音樂產業的互動關係，面對蓬勃發展的文化創意市場，學院音樂訓練課程如何掌握這個契機，配合課程規劃與產學合作機制，產出「供」與「需」、「質」與「量」平衡的專業人才。在談論學院訓練系統如何因應文化創意市場之前，必須先說明「青年世代」這個概念，從古到今每個時期都有一群年輕人，因為共同的信念而凝聚成族群，彼此認同，在文化、音樂、藝術甚至日常生活的表現上有共同的主張與訴求，形成每個年代屬於自己的「青年文化」。這裡指的「青年文化」是每個世代對「青年」與「年輕」的獨特定義與看法，並同時對於其自身文化，如音樂、服飾、廣告、影視等喜好之集體反應。

以戰後的嬰兒潮世代為例，青年意識反映在經濟市場上掀起一場文化爭奪戰，美國流行文化學者 Lawrence Grossberg (1947-) 指出不同世代有著不同的意識型態，而青年文化這個名詞「已成為一個戰場，日前正值青春期的青少年、嬰兒潮的一代、父母以及媒體業者等，均在這個戰場上你爭我奪，企圖控制這一詞所賦予的意義與權力，以表達並藉此建立這一詞的經驗、認同、做法、論述、以及社會差異。」(Grossberg, 1992, p. 183) 因此，青年文化亦反應在流行音樂風格上，在藝術音樂與流行音樂文化之間競爭，呈現迥異的類型與表現，彷彿一種無形的世代衝突，自由市場競爭下更加凸顯。無論是哪一個世代或哪一類型音樂的支持者，「青年文化」是一種恆常存在的意識型態問題。

二次大戰後青年對流行音樂的喜好程度，以及創造模仿的能力，這世代的年輕人開始形成一種自我群體：「若非青少年已成為一個重要市場，也就是說，如果沒有擁有大量金錢可供消費的話，1950 年代及其後的年輕族群文化便無法從本身所產生。由於他們擁有那樣的消費力，也逐漸不受家庭約束，青少年開始認同自己為一個族群。」(Shumway, 1992, pp. 119-120)

貳、臺灣流行音樂發展過程中的青年文化

青年族群的創造力於是形成某種流行文化的來源，「青年文化」帶動流行音樂的發展方向。臺灣流行音樂發展過程中也可窺見青年文化與音樂產業的互動關係：

一、青年次文化議題

在這裡首先要提問的是何謂藝術？從英國當代社會學研究學者 Victoria Alexander (1966-) 所界定的藝術探討範圍來看其定義，當中指向一些類別如：純藝術、通俗藝術、通俗音樂（包含爵士樂）、民間藝術、次文化藝術以及網路藝術等(Alexander, 2006, 頁 5)。除了主流的純粹藝術之外，其他藝術的創作產生自不同世代、族群或者職業的青年群體。在這些群體之間可能產生文化主體性的凝聚，或是次文化的形成，在文化之間爭取日常生活型態的反抗、模仿、諷刺、或者彌補差異的行為。青年次文化與反主流文化的論點可依據「伯明罕當代文化研究中心」(Birmingham Center for Contemporary Cultural Studies, 簡稱 CCCS) 論述為基礎，該機構以研究青年文化與時尚聞名。(參考

Bennett, 2000)其中一位學者 Phil Cohen (1943-) 提到反抗型態的次文化本質應該不只產生於年齡層的差異，同樣反映在社會的階層問題，新舊社區生活型態之間的補償作用，「次文化的潛在功能，似乎就在於表達並解決母文化中仍然潛藏未解的矛盾，哪怕是以不可思議的方式所達成。每種次文化有嘗試取回其母文化中被摧毀的某些社會凝聚的元素。」(Cohen, 1972, p. 23)例如：臺北市的信義區與萬華區文化之間對於音樂生活與品味的差異。在臺灣流行音樂發展上，80 年代「喧嚷自主的音樂時期」最能反應同一時空下，不同族群青年次文化產生的效應，這時期的音樂創作在曲式與曲風開始偏向西洋流行歌曲，歌詞偏好社會寫實的方式表達，商業的運作浮現了由青年文化主導的流行意識，例如：女性歌手的形象與演唱風格宣示對抗傳統父權宰制的社會價值，透過蘇芮、黃鶯鶯、陳淑樺等歌手在聲音的表現上一覽無遺。

二、世代區隔的品味差異

從臺灣流行音樂發展過程來看，音樂風格與製作大致可分為三個變遷時期，第一種為抒情流行情歌，以臺灣的消費族群與社會結構而言，自 70 年代校園民歌以來，抒情曲、民謠風歌曲為年輕族群消費的主流。第二種為搖滾樂，從 80 年代以後，搖滾風的創作以丘丘合唱團、羅大佑、蘇芮為代表，在市場廣為當時的青年消費族群接受並奉為生活的形態，搖滾風的音樂主流在唱片公司的渲染與塑造之下，推出許多先鋒型態的歌手，例如：趙傳、陳昇、林強等。第三種則是電子舞曲，從搖滾風向前推進一步，自 90 年代以後進入到電子音樂的時代，音樂商業市場與唱片工業結合，透過新世代的生活主張，訴求青年文化的自我路線：他們發出「愉悅、享樂、和平與愛」的吶喊。(翁嘉銘，2010，頁 152)回顧臺灣從 60 年代以來流行音樂階段性的發展，每時期的「青年文化」以當時青年人的主張與訴求，融入流行音樂詞曲與風格當中。

音樂的品味不只表達當代青年族群訴求，同時也隱含牽涉到社會階層與教育的問題，這表示青年人對音樂的喜好必然影響「流行」音樂的定義與概念，包括了精緻古典音樂與通俗流行音樂等類別。這一點可以根據社會學者 Pierre Bourdieu (1930-2002) 的區別論證，他認為同一個社會中的青年因為在社會不同階級受教育，自然會產生不同的音樂品味差異，他以三首古典樂曲欣賞為例，調查並分析不同階層人士的偏好，發現中上階層教育背景的受訪者最喜愛的是巴赫的《十二平均律鋼琴曲》，而中產階層的受訪者，他們則選擇的是蓋希文 (G. Gershwin, 1898-1937) 的《藍色狂想曲》。至於勞工階層的背景而言，他們屬意的音樂聆賞則是約翰史特勞斯的《藍色多瑙河》。(Bourdieu, 1984, pp. 17-18)

倘若流行音樂文化擴及整體日常生活的消費型態，那麼品味的價值判斷就給予這些音樂風格等級劃分。法國哲學家呂格爾 (Paul Ricœur, 1913-2005) 從消費主體性的角度，觀察行動者的主體性、外在環境的客觀性以及藉由品味模式而組織的價值系統，他認為：「人們的各種品味，在現代社會中，顯然是靠消費性物質和商品實現其等級的功能；而隨著當代社會制度化的完善化進程，它們也伴隨著高度物質化的文化機構，如學校、出版社、報刊雜誌、博物館及文化工業等，進行分類和等級化。」(Ricoeur & Savage, 2008, p. 507)社會價值體系透過符號與權力關係進行等級劃分，學院系統操之在中產階級或上