

# 本文章已註冊DOI數位物件識別碼

## ▶ 西門町的對位閱讀：回應李明璁的「去／再領域化的西門町」

A Contrapuntal Reading of Ximending: A Response to Ming-Tsung Lee's "De/Re-territorialized Ximending"

doi:10.6752/JCS.201003\_(10).0006

文化研究, (10), 2010

Router: A Journal of Cultural Studies, (10), 2010

作者/Author： 遲恒昌(Heng-Chang Chi)

頁數/Page： 168-173

出版日期/Publication Date：2010/03

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

[http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201003\\_\(10\).0006](http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201003_(10).0006)



*DOI Enhanced*

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



## 評論

《文化研究》第十期（2010年春季）：168-173

西門町的對位閱讀：

回應李明聰的「去／再領域化的西門町」

**A Contrapuntal Reading of Ximending: A Response to Ming-Tsung Lee's "De/Re-territorialized Ximending"**

遲恒昌

Heng-Chang Chi

西門町地景的意義豐富，來自它本身的歷史轉折，也因而一再被重繪與詮釋，李明聰教授〈去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構〉(2009)一文，對我的研究提出寶貴的意見與批評。藉此交流的園地，幾點意見回應並與讀者討論。

西門町的消費地景變遷是李明聰與我的研究主題，我們使用許多相同的歷史文獻與文本作為討論基礎，我們都採用早期祖金(Zukin 1991: 16)對地景意義的擴張詮釋，來展開論文的寫作（李明聰 2009：127；遲恒昌 2001：4）。至於地景，李明聰以「羊皮紙」隱喻，我則視地景為多義且交疊(overlapping)的地圖來閱讀，因為文化的與實質的地景不會能完全被抹去覆寫，雖被遮蓋但總是留下線索，讓我們可以按圖索驥。西門町像個歷史與文化交疊的地圖，而「文化的地圖是能多重閱讀的」(Jackson 1989: 186)，這也如哈維(David Harvey)給地理學家的警示：「有非常多扇窗戶可以觀看同一個世界，……每一種觀點都可以在共同的論述架構裡呈現出來，可以根據內部完善性和可信度來評價，唯有如此，才可以拋卻各式各樣虛偽衝突的掩飾，相互競爭的權利和宣稱的真實結構，才能夠揭露出來。」(Harvey 2010[2001]: 172)

我們使用不同的分析視角，來詮釋同一地景的歷史過程，李明聰使用「去／再領域化」的理論觀點討論地景的抹去與覆寫（李明聰

2009：122-125），我採用歷史分析來討論西門町沉積了多重文化意義的地景，但不是線性的歷史描述，而是使用「對位」(contrapuntal) 閱讀來探討地景的變遷，「對位」是薩伊德(Said 1994: 59-60)從西方古典音樂「對位法」得到的啓發，薩伊德建議重讀這些過去的文化檔案時，採用對位的而非單義的(univocally)閱讀。賈可布斯(Jane M. Jacobs) 後殖民城市的地理學研究《帝國邊緣》(*Edge of Empire*, 1996)一書對我「閱讀」西門町的地景變遷有所啓發，對位一詞在她書中僅出現一次，而且是引述薩伊德說明自我與他者對位的相互影響(Jacobs 1996: 8)，我過去的研究(2001)將薩伊德與賈可布斯的論點混淆，希望上述能有所釐清。儘管對位想像(contrapuntal imaginary)非如李明璁文中所認為的是賈可布斯的「術語」，他也建議採用「對位想像」來討論西門町市場（李明璁 2009：131），可惜沒有進一步的分析，我的研究可以作為補充，我分析了西門町實質空間的形構，這第一個公設市場反應了日本殖民現代性所表彰的「現代」、「衛生」的「誇耀」地景，殖民者與被殖民者使用不同市場，這反應了空間區隔與社會差異，也部分構成了殖民支配與被支配的社會關係（遲恒昌 2001：22-26）。

李明璁的「回到歷史現場」以地景的抹去覆寫作為論辯主軸（李明璁 2009：127-137），我則「對位」閱讀西門町的地景，幾個對位包括：比較殖民城市的西門町與帝國中心東京的淺草；以及我稱為「哈日之城」的當代西門町與東京原宿竹下通的比較；最後是同一實質空間西門町在殖民城市與當代的「哈日之城」比較同為「日本化」的消費空間。李明璁與我都討論西門町與東京淺草的想像（李明璁 2009：132-133；遲恒昌 2001：26-29），李明璁引用老阿嬤的訪談資料非常有價值（李明璁 2009：132），在此我提出一些補充，當時「市場與公園並置的複合體，被類比於當時東京的鬧區淺草，……殖民者以帝國首都……為參考點，將殖民地……依此模樣來想像與規劃」（遲恒昌 2001：27），我指出這是殖民者的欲望與想像形構，是空間的實踐(spatial practice)具體化在地景之上。這個淺草「對位」西門町的地理想像，似乎凍結在殖民城市的時空，1923年日本關東大地震之後，隨著都市重建，東京的鬧區也開始轉移到銀座，台北的榮町

(特別是今衡陽路的榮町通)被對位於當時東京的銀座，而當代的西門町則被想像為原宿竹下通，這些城市「對位」的想像地理學，亦會依照參考座標（或就是欲望對象）而轉移。

當代西門町的消費地景，我稱為「哈日之城」是「地方政府空間規劃以及日本流行文化的產物，依循著青少年流行文化……為指導原則，形構……青少年的公共空間」（遲恆昌 2003：76），日本的商品文化及其空間、地理學的文化想像、空間規劃的作為(*practice*)，三者共同驅動「哈日之城」地景的建構過程(*ibid.*: 87)。雖然李明聰文中對於「擬東京」的具體內涵較少討論，但我不認為當代西門町作為李明聰所指稱的「擬東京」或我詮釋的「哈日之城」，存在明顯的扞格之處。

李明聰批評我「倒果為因」（李明聰 2009：137），以下提出我的回應：他的批評出自〈哈日之城〉這一章前三行，並非他指的〈結論〉：「台北西區再發展的壓力，**國家與資本攜手重返西門町，並且召喚著新新人類重返西門町**，地方政府以規劃和空間改善……為誘因，資本家看重青少年強大的消費能力」（遲恆昌 2001：52；粗體是李明聰的引文），我同意此章簡介，正如李明聰的批評「不全然精確」（李明聰 2009：137），也同意我對西門町「跑單幫」業者分析略少（遲恆昌 2001：92，97-98）。但該章內文，較明確探討青少年消費者的角色，卻似乎沒有被閱讀到，例如：「這一連串的硬體改造活動，為的是吸引青少年關注，青少年及其『文化創造』才是真正可起〔啓〕動西門町重返的最大能動性」（*ibid.*: 53）；以及「青少年最遲在80年代中期，都心向東區轉移時『接收』了西門町，但青少年的角色以及其能動性，直到90年代後期為國家……推動西門町再發展的想像之用，……掃除西門町……的性產業，以及……『非法』電玩後，由……輔導規訓……到意圖瞭解青少年〔為何去〕……西門町……，到直接把青少年拱上舞台。」(*ibid.*: 55)我的研究並非避談或弱化青少年消費者的角色，反之，我指出當代台灣都市規劃重要的轉折之一，都市計畫以及當時剛萌芽的都市設計，如何面對消費社會，面對使用者為青少年，將青少年消費文化視作西門町都市再發展的想像，並嘗試去規劃與設計青少年的消費空間。地景的改造不只是實質空間的設

計，也揭露了社會與文化地景意義的競逐，當代西門町的消費地景，是以資本主義的「哈日」消費文化所形塑的都市再生。

李明璁與我都受惠祖金的都市消費文化研究的啓發，祖金建議分析都市消費文化應「連結實質空間與象徵的生產，將營造環境、人際社交與都市生活型態連結起來」(Zukin 1998: 835)。文化，特別是消費文化對地景的形塑力量並不少於政治與經濟，但不宜意圖去二分解釋我對當代西門町「哈日之城」消費地景的形構，是文化或政治經濟決定論，這也不意味我們該放棄政治經濟學對實質空間生產的分析。政治經濟學分析有助這文化地圖的多元解釋，揭露國家與資本在當代西門町地景形構的角色，這是我所堅持對西門町地景的研究應同時關注實質的、文化的地景生產。

舊都市中心並非「打一針」就蛻變再生為今日的西門町，反之應注意都市更新的空間生產，更要留意它的社會過程，而非將跑單幫業者與青少年「接收」舊都市中心視為理所當然。我指出成立於1983年以西門町地區資本家為主的「台北西門商業中心更新促進會」的組織成員，他們在西門町再發展過程中扮演了重要角色，都市更新的成敗關乎他們的利益(遲恒昌 2001: 49-50)。次年，東區統領百貨公司開幕，都市中心已開始轉移且無法抵擋，1985年開始實驗設計西門徒步區，那正是中華路鐵路地下化開腸破肚的一年。國家在西門町及周圍地景的基礎建設(infrastructure)，包括1985年開始的中華路鐵路地下化工程、1992年底中華商場拆除與捷運工程，這些工程將中華路變成「狹谷」區隔了西門町，使之相對成為「孤島」。都市更新團體與政府的規劃部門至少從1985至1999年經過10年以上的學習，如何以青少年消費文化作為西門町再發展的主軸(ibid.: 50-51)，1990年啓用台灣第一條徒步區，但沒有足夠的消費者支撐，這個徒步區仍被認為失敗；直到1999年新一代徒步區啓用，次年隨西門捷運站通車，增強青少年移動的便利性，人潮才大量重返西門町。這些不只是設計地景與營造環境，更是社會過程與社會地景的形構，國家規劃了空間、「淨化」了地景，國家的角色與基礎建設，形構與穩固了西門町作為青少年的消費地景。

再談消費文化，李明聰與我都同意*Taipei Walker*是台灣日本流行文化資訊來源之一，鄭秀娟早在2000年，便指出這是台灣的日本化現象，*Taipei Walker*是「對東京的凝視」是「走在東京的*Taipei Walker*」（轉引自遲恒昌2003：82-83），李明聰對*Taipei Walker*的研究比我深入且豐富，他指出*Taipei Walker*將「台北人欲望的『東京』鑲嵌入本地的消費地景」（李明聰2009：156），並指出該雜誌散播了日本流行文化：「*Taipei Walker*……先將『東京』帶入台北，然後又將『擬東京台北』轉介給台灣另外兩大都會」（*ibid.*: 155）。*Taipei Walker*這本雜誌「像極了一本以圖像刺激和消費資訊為主的商品型錄」（*ibid.*: 149），這樣的消費指南，祖金指出已成為當代消費文化的基本教科書（Zukin 2004: 259），這些消費指南的作者——消費社會裡「誠實的掮客」（honest brokers），教我們如何當個聰明的購物者（*ibid.*: 31）。然而我由田野經驗得知，無論是哈日商品或者泰國餐廳的消費指南，都存在店家付費交換報導的情形，是否我們應更關切中介者到底傳遞了什麼？也值得我們思考兩類中介者——雜誌與「跑單幫」業者——之間的差異與關係又是什麼？例如，我指出部分「跑單幫」業者重新發明所謂的「日本」商品，而雜誌協助傳播（遲恒昌2003：89-90）。我也好奇李明聰文中曾呼籲正視次文化消費者的主動性（李明聰2009：137-138），但在討論*Taipei Walker*反而沒有太多著墨，彷彿消費者就直接「吸收」（absorbing）了這本型錄，變成*Tokyo Walker*。

雖然李明聰與我的研究沒有「共時感」（synchronization）（李明聰2009：151），但我們對西門町的見解有許多「共同感」（synesthesia）（*ibid.*: 145），我認為不必執著字面上究竟誰「召喚」了誰，不同的行動者都參與地景的生產，而行動者的意義也不是給定的，行動者之間的協商與抵抗，才是我們要分析與檢驗之處。我們都會同意「擬東京」與「哈日之城」是個隱喻，無法壟斷西門町地景的詮釋，還有更多的研究像交疊的地圖在我們之上，而不只是抹去覆寫。



## 引用書目

### 一、中文書目

- Harvey, David (大衛·哈維) 著, 王志弘、王玥民譯。2010(2001)。《資本的空間：批判地理學芻論》(*Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*)。台北：群學。
- 李明璁。2009。〈去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構〉，《文化研究》第九期，頁117-163。
- 遲恒昌。2001。《從殖民城市到「哈日之城」：台北西門町的消費地景》。台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文，未出版。
- 。2003。〈「哈日之城」：台北西門町青少年的空間與消費文化〉，收錄於《日本流行文化在台灣與亞洲（II）》，邱淑雯編，頁74-98。台北：遠流。

### 二、英文書目

- Jackson, Peter. 1989. *Maps of Meaning: An Introduction to Cultural Geography*. London: Routledge.
- Jacobs, Jane M. 1996. *Edge of Empire: Postcolonialism and the City*. London: Routledge.
- Said, Edward W. 1994. *Culture and Imperialism*. London: Vintage
- Zukin, Sharon. 1991. *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press.
- . 1998. "Urban lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption," in *Urban Studies* 35(5-6): 825-839.
- . 2004. *Point of Purchase: How Shopping Changed American Culture*. New York: Routledge.