

Appendix I: Thesis in Chinese

(附錄一：中文版論文)

中文版 即將開始



(為避免您的閱讀受干擾，請將手機關機，謝謝。)

第一章 緒論

第一節 前言與問題意識

台北電影節即將登場，主辦單位今天特別在台北之家舉辦城市電影護照獨賣……雖然原訂下午一點開賣，但有人上午六時就開始排隊，主辦單位在中午十二時三十分就發完一百五十套的號碼牌，一點起開賣，民眾排隊陸續從這次影展代言人楊祐寧手中取得電影護照，不到一小時即賣完。(中央社，2004.2.28)

很多人收集偶像照片，也有人收集海報，你看完電影後票根會丟那裡？張本渝¹會帶回家，再收藏進她的藏寶盒，裡面有她十幾年來看過每一部電影的票根……張本渝笑說自己是「用電影票根寫日記」……她會在每張票根後面紀錄時間、同行朋友和心情等等，每次翻看回味都能感受當時的開心或失意。(王雅蘭，2003：Cs8)

小眾影迷和歌迷都是迷，有諸多類似的瘋狂表現。John Fiske (1992) 認為「迷文化」是流行文化的特色，不過「迷文化」並不專屬於流行文化，應該將「迷」的概念和現象推廣到其他各個領域，例如「小眾影迷」。台北除了時常出現的偶像歌迷之外，另外還有隨著影展舉辦的時空而大批出現的「影舞者」²，聞電影而起舞者，這些「影舞者」多為小眾影迷，熱愛各國「藝術電影」。勤跑影展、排隊購票、收集珍藏電影相關物件等，是許多小眾影迷生活中的重要活動。這群影舞者瘋狂喜愛的電影，多屬好萊塢電影以外的影展得獎片或電影大師作品。

在台灣，好萊塢電影越盛行，國內電影產業越不景氣，電影作品逐年減少。導演高聲疾呼創作環境惡劣，舉辦影展或發行非主流電影的獨立片商，也感嘆電影業難經營。如下引述的哀悼式報導與批評，不勝枚舉。

¹ 張本渝是個電影演員，拍過「我的美麗與哀愁」。

² 「影舞者」一詞，借用日本電影大師黑澤明 1980 年的作品《影武者》，在文字遊戲之外，並賦予新意，意指聞電影而起舞者，「影舞者」絕大多數為小眾影迷。

在不景氣的寒冬中，獨立片商又面臨了加入 WTO 後，美商八大的強片可以無限量進口的現實，整個大環境無異雪上加霜。無論是欣賞藝術電影人口無法提昇、買片金額、以及戲院檔期安排，在在都是獨立片商所需面對的問題，未來，不只是國片，歐美高品質的藝術片，在台灣都會「難得一見」！（陳蘭青、湯志堅，2002：6 版）

然而，事實上，這幾年來觀賞「藝術電影」的機會非但沒有減少，反而各種大小影展如雨後春筍般出現，幾家戲院也時常播放各大影展的得獎影片，和過去若要觀賞非主流電影，只得等待一年一度金馬影展的情況，大不相同。再者，電影真有「藝術電影」與「商業電影」之分嗎？誰具有此定義權？表面看似以「藝術」為號召的小型主題影展，卻都像是商業影展，服膺資本主義邏輯，針對小眾影迷採取分眾行銷策略，以市場票房為最終目標。

多數觀眾期待電影是提供娛樂消遣的休閒活動，尤其好萊塢電影最受歡迎，市場佔有率最高，往往是票房的保證。反觀有些台灣電影，尤其蔡明亮等幾位導演的電影，或是在影展得獎的各國影展作品，則為多數觀眾抱怨沉悶難懂，猶如充滿抽象符碼的夢境；另一方面，多數觀眾也缺乏門道，不知從何獲得這些得獎藝術電影的放映訊息。然而這些如夢境似的電影，仍舊令一群「影舞者」癡狂喜愛，他們也樂於去為這些夢境般的電影釋夢、分析、上網討論、撰寫影評。

究竟「影舞者」是什麼樣的電影觀眾？為何他們愛作這種夢、樂於釋夢，並具有釋夢能力，擁有通往夢境的秘技與通道？電影對這些影迷的意義為何？這群喜愛上藝術電影院或參加影展的「影舞者」透過什麼樣的場域與媒介而產生？他們的生活風格有什麼特色？他們迷戀電影的方式和一般電影觀眾有何不同？迷戀藝術電影的影舞者，多為學歷較高者，尤其是受過電影相關課程的教育與培養；這和文化資本的擁有，以及是否具有對藝術電影的解碼能力，似乎有某種關聯性，並非擁有天賦，也不是天生具有藝術鑑賞力。

每年的金馬影展是台灣最大型的常態影展活動，而且都在台北舉辦，各地影癡都會致力參與。「每年金馬影展中，國際影片觀摩展總是影癡的必修功課。」（《聯合報》2001-11-17 / 42 版）。1999 年首屆台北電影節開始舉辦，另外還有其他官方或民間舉辦的大小影展，例如女性影展、紀錄片雙年展、純十六影展等等，加上幾家戲院不定期有藝術電影的映演，也都集中在台北地區。這使得台北的小眾影迷有了許多觀賞非主流電影的機會與管道，熱愛影展的影舞者也多集中於台北地區；相形之下，其他地區電影文化資源非常匱乏。迷戀電影、享受電影資源的機會有嚴重的城鄉差距。

除了影展集中於台北之外，前台北市文化局長龍應台還推動將中山北路前美國大使館改建成「台北之家」，做為城市藝術電影的專屬放映場所。此外，在戲院林立的西門町，西門町電影主題公園預計於 2004 年九月啓用，而 2003 年成立於西門町豪華戲院的「電影沙龍」也蓬勃發展，電影課程一期一期地進行著，2004 年改成「影藝學苑」，增加了表演課程。要研究台灣的小眾影迷，台北是個重要的地方，西門町更是臺灣電影文化發展的起源重地。

現在西門町，還有另一點易被人忽略的優勢，就是「藝術電影」的客層，雖然一般商業電影院盡量配合西區消費者以年輕人為主的現象，盡可能多安排商業娛樂元素豐富的主流影片上映，但西門町專映藝術電影院的真善美戲院，收入相當穩定，如果和東區的影城聯映，還常能在賣座數字上打敗東區戲院。原因是東區影城常常開多廳上映單部商業大片，僅能擠出座位數極少的小廳放映藝術影片，票房自然難和有 3 百多座位的真善美相比。也因而，真善美的檔期相當難卡進去，成為台灣各中小型片商的「兵家必爭之地」，熱門的程度，堪稱「藝術電影市場的國賓戲院」（蘇詠智，2004：12 版）。

文後，記者蘇詠智更判斷認為「西門町…該有的客人跑不掉，該有的優勢不會消失，它仍會繼續服務不同世代的年輕人與藝術片的觀眾，也永遠會是台北市內頗為重要的電影勝地。」

除了電影文化，近來台北市政府致力將西門町改造成青少年重要的流行文化空間。許多非主流電影只在西門町的藝術電影院放映，小眾影迷非到西門町觀賞不可。然而，對充滿青少年流行商品的西門町，卻又感覺「格格不入與心理衝突」，覺得西門町變成「龍蛇雜處」的地方。奇怪的是，有些藝術影迷喜愛去西門町看電影，喜愛到西門町的戲院作夢，然而夢醒、離開漆黑的作夢場所，來到熱鬧的西門町徒步區，卻只想盡快逃離。戲院對影迷而言，只是個提供短暫時空作夢的異質空間，將自己抽離在世俗人間之外，他們不滿越來越擴張的流行文化空間，壓抑了「精緻」的電影文化空間。另一方面，也有些小眾影迷非常喜愛西門町這個差異並置的多元文化空間。為何有這樣的懸殊差異呢？這和他們的生活風格、品味偏好，以及對空間的美學觀點有什麼樣的關連？小眾影迷的生活風格如何體現他們使用空間與理解空間的方式上？作為喜愛藝術電影的小眾影迷，如何迷？如何在生活中實踐「迷」的身分？如何將生活風格實踐在西門町之中？電影、小眾影迷、生活風格與空間之間的複雜關係，是值得深入探討的課題。

羅蘭巴特（Roland Barthes）說「城市是我們和他人（異己）相遇的地方」

(Barthes, 1986: 537)。西門町人群眾多密集，是人們輕易遇見他者的地方。《城市世界》一書也談論城市裡不同群體彼此交疊但疏離、冷漠排斥的情形 (Massey, Allen & Pile, 1999: 49)。西門町裡的不同族群，也是如此，似乎不只是如幾米繪本裡「向左走、向右走」般的不相遇而已，還帶了批判的眼光看待、想像周遭的「異己」。

青少年族群卻看不到這群自認不屬於西門町空間的小眾影迷，只能揣度想像。有時小眾影迷表現得像不屬於人間的作夢者與釋夢者，對西門町與青少年懷著鄙夷心態，然而有時候又像十足的消費者，努力而稱職；有時候，又是癡狂的影迷，與青少年歌迷和哈日族沒有兩樣；樂於享受國家資源時，不發一語，然而國家政策不如己意時，才察覺自己的市民身份，發出憤恨之詞；從中南東部，來到台北享受電影文化資源時，又常常感嘆自己是無法歸鄉的小眾影迷。他們經常處於這種種矛盾的多重身份，卻沒有自覺。

第二節 西門町·電影·迷：文獻回顧

小眾影迷是本研究的主體。他們觀影的空間展演場域涵蓋了三個層次，分別為電影文本、電影戲院，以及西門町空間；西門町空間還包括了許多其他的活動群體，因此本研究也必須討論西門町的特性與脈絡。關於國內的經驗研究文獻，將從電影與電影觀眾、迷研究，以及西門町空間文化等幾方面來談。

2.1 電影與電影觀眾

在大眾的認知裡，常將電影粗分為兩大類，一是以好萊塢電影為首的主流「商業」電影，另一為非主流「藝術」³電影。對電影入迷、涉入程度極深的影迷，除了看一般「商業」電影之外，通常更是「藝術」電影的愛好者，屬於小眾。不過所謂藝術電影或商業電影，並無確切的定義與劃分。

國內電影研究相當多，大多數為電影文本的研究，其他則多是圍繞著電影政策與產業、電影的政治經濟學，或是電影史的研究；鮮少關於電影閱聽人的深入

³ 這裡將「商業」和「藝術」用引號標示，是因為本研究立場並不相信電影有這樣的區分，詳細論述文中會闡述。不過為避免閱讀上的視覺阻礙，文後提及這兩個詞語時，不再以引號標示。

研究，更完全沒有針對藝術電影迷的研究。本論文除了深入訪談，了解影迷的電影生活經驗與影迷的實踐，也要援用 Pierre Bourdieu 對文化資本的觀念切入來探討小眾影迷，也試圖從夢的隱喻來討論電影、電影院以及電影迷。本論文計畫要做小眾影迷的深入研究，尤其是台北電影文化重地——西門町地區的小眾影迷。

彭佳琪（1998）的《電影閱聽人之生活型態⁴分析》，透過問卷調查與統計分析的方式，讓受訪者自填 600 份問卷，藉以研究電影閱聽人的生活型態⁵，研究結果發現，電影觀眾以大學學歷居多，五成修過電影相關課程。彭佳琪的問卷份數龐大，所得到的數據可以作為了解一般電影觀眾的參考，但她並未作深入訪談與研究，無法了解過度的電影閱聽人——影迷的生活經驗與故事。

少數關於電影觀眾的研究，除了上述的彭佳琪（1998），還有郭幼龍（1999），亦以問卷調查與統計分析的方式，了解民眾對臺灣電影的評價與電影消費行為之間的關係，以及觀賞動機與觀影行為之間的關係。和彭佳琪的論文一樣，都是屬於量化的統計分析，無法深入了解各個細項，只能從種種相對性的數據上作為一般性的參考。陳毓奇（2001）則研究「看電影」這一行為的整個過程，從電影及時間、地點、戲院、的選擇，到買票、進場、戲院裡的各種設備，再到看電影的食、交通等問題，作了概略性的描述，但不夠細緻深入，也沒有社會學的分析與批判，只是關於一般電影觀眾觀賞主流商業電影為主的概略式紀錄。

我要研究的則是對「藝術電影」非常著迷的「小眾影迷」這一特定群體，尤其扣著西門町這個特定的電影文化空間來探討。有別於過去研究者對一般電影觀眾的量化研究與統計分析，本論文將透過質性的深入研究訪談，嘗試對小眾影迷做較為細緻深入的研究。此外，小眾影迷不同於一般的電影閱聽人，而是和其他文化場域的「迷」較為相像；本論文的特殊性即在於以「迷」的角度來入手研究這群特殊的電影觀眾——「小眾影迷」。

2.2 迷研究

「迷」是什麼？在日常生活中，我們不時耳聞各種「迷」的蹤跡與故事。例如，2003 年棒球迷齊聚日本，為中華隊比賽加油；2003 金馬影展電影票才開賣幾天，多數電影場次就被影迷搶購一空的盛況；哈日族著迷於日本文化與商品的風潮；為了目睹偶像歌手的丰采，歌迷擠爆西門町；2004 年台北書展中，漫畫

⁴ 根據國內研究生活風格的學者劉維公的說法，他反對將 lifestyle 翻譯成生活型態，因為「該詞語使人誤解 lifestyle 只是外險的行動模式，而忽略了其更豐富的社會文化意涵」（劉維公，2001）。

⁵ 同 1。

迷排隊等候漫畫家簽名與盛大的同人誌活動等等。各種「迷」的故事與活動不勝枚舉。這些迷都有一個共通特點，就是對一個特定文本（人、事或物）投注比一般人超出許多的時間、金錢、心力與熱情，不畏艱難，因為投入的程度有別於一般人，表現為特殊的言行舉止，也因此特別容易被區別辨識出來。Lisa Lewis 在她所編輯關於迷文化的專書序論中，開宗明義便說，迷是「最顯而易見，也是最容易辨認的觀眾」（1992：1）。

國內對於「迷」的研究相當多，有著重理論的整理探索（簡妙如，1996），也有著重本土實例的研究（王幸慧，1998；鄭君仲，2001；宋丁儀，2002；林逸叡，2003）；以「主動積極的閱聽人」（the active audience）觀點所做的研究有增加的趨勢（王幸慧，1998：10）。簡妙如（1996）在她的《過度的閱聽人——「迷」之初探》中，將「迷」的相關概念理論作了清楚詳盡的整理、歸納與闡述。她整理出，許多學者都指出「迷」是過度的閱聽人（excessive audiences），「迷」是一種具有特定意義社會文化現象；「迷」的主要感受在於愉悅與意義的產製，與文化互動產生的愉悅，包括文本本身所觸發的「感官愉悅」，以及連結文本產生的「創造型愉悅」，意義所指的是「迷」對於其著迷的行動所賦予的意義。她整理引述了許多國外研究迷文化的學者理論和觀點，可說是國內最早歸納整理迷文化的論文。因此，後來國內迷文化的研究論文裡所引述的外國學者，也都和她的整理如出一轍。和國外許多學者相同，近來國內關於迷的經驗研究，大都將迷視為主動的消費者，強調迷的主動性與創造性，不再以 Theodor Adorno 的文化工業角度切入視之為被動的消費者。

一般的音樂歌迷研究，大多研究歌迷與偶像的關係，例如李佩真（1998）。鄭君仲（2001）作了 24 位五月天樂迷的深入訪談以及五月天音樂的文本分析。他認為流行音樂迷的特殊性，在於他們對某些流行音樂文本獨特的閱聽經驗、與某些流行音樂文本間的獨特互動方式，以及他們所展現的文化意涵。他由此角度觀察五月天樂迷，視之為一種特殊的閱聽人。然而，他的研究不夠深入。

宋丁儀（2002）透過對布袋戲迷的深度訪談，了解戲迷如何經由不同的消費模式，建構出對霹靂布袋戲的想像與主體性，探討霹靂迷如何欣賞與接收文本，如何創造與生產出次文本，如何透過參與社群組織、活動區辨他我。他強調生活經驗與閱聽經驗產生緊密關聯的重要性，並將閱聽人視為主體，檢視其於生活當中如何認識自我處境。宋丁儀的訪談，強調受訪者著迷的生活經驗，相當深入有趣，值得作為我研究小眾影迷的參考。

王幸慧（1998）本身即為日劇迷，更是中央情報局 BBS 站上的「雙胞胎版」版主，她便以此版為田野觀察的主要場域，也在此尋找網友作為深入訪談對象，

以局內人的身份進行參與觀察的研究，這點相當特殊。除了詳述日劇在台的發展，也鉅細靡遺地描述日劇迷如何在生活中實踐身為一個「日劇迷」，發揮日劇迷的生產性和影響力，因而讓日劇在台灣成為流行的文化現象以及「哈日族」的主要休閒活動。

「哈日族」都喜歡到西門町逛街購物，西門町被遲恆昌（2001）稱之為「哈日之城」，西門町的許多青少年都屬於「哈日族」。相對於「哈日族」的另一個西門町活動族群——小眾影迷，就是我的研究對象。不同於上述音樂、布袋戲、日劇等方面的迷，本論文所要研究的迷——喜愛藝術電影的小眾影迷，除了是另一種文本與場域的迷之外，還有幾項特色：本論文並非通俗文化迷之研究，而是「精英迷」的研究，同時關注迷的養成，以及迷的空間關連。

2.3 西門町空間文化

小眾影迷進入電影院的作夢場所，幽暗的電影院提供小眾影迷作夢的具體空間，電影院最密集的地方就是西門町。西門町是台北最著名的電影文化空間，這裡有許多電影院、藝術電影院，更有許多影展的舉辦、藝術電影的放映。西門町是小眾影迷的電影聖地。因此，要研究小眾影迷，也必定要研究小眾影迷的實質電影空間，除了戲院，更要加入西門町空間文化的研究。

西門町是指中華路以西的地方，從西門捷運站及六號出口廣場、整個行人徒步區，包括武昌街（電影街）、紅樓劇院等。西門町彷彿一座露天的巨型購物中心，有各種販賣青少年文化商品的店家，有許多電影院聚集，由於有行人徒步區的規劃，常能見到各種街頭藝人表演，這裡青少年聚集，徒步區中的廣場在週末也常有明歌星的簽唱會等造勢活動，甚至有官方針對青少年的宣導活動，熱鬧非凡。西門町在國家及資本的推動下，成為青少年流行文化的重要消費空間，凡是追求（日本）流行文化的青少年必到西門町逛街購物，西門町可說是哈日現象的「空間的實踐」（遲恆昌，2001：91）。

有關西門町的研究非常多，扣除與都市設計規劃、商業相關的研究，其餘的獻研究對於西門町裡的族群多從年齡政治切入，限於青少年或老人，對於電影觀眾的研究付之闕如。此外，也缺乏以文化消費類型來切入談西門町，沒有論及不同的文化消費族群、不同的觀影習癖的人，形成的社會文化條件，族群之間的社會互動關係。我的研究正是要補足這個部分。

惟一一本和電影相關的是葉龍彥（1997）的《台北西門町電影史：

1896-1997》，對於影片和戲院的史料有詳實的整理與分析，但缺乏對電影觀眾的深入研究。他的《紅樓尋星夢：西門町的故事》（1999），有豐富的彩色照片，對西門町的歷史有簡明的解說，針對西門町的人文風貌、休閒文化和生活型態提供一個概略描述，廣而不深，沒有焦點。連育正（2000）以小店空間設計切入，透過問卷調查方式，調查分析出青少年消費特性與對消費空間的好惡，色彩呈現影響最重大。但他純粹探討西門町裡商家的室內設計與青少年的好惡，沒有討論其他族群和社會文化層面。

陳懿欣（2000）探討西門町裡的都市生活及生活方式，包括了不同族群（老人與青少年）如何以身體體驗西門町的環境；她也作了老人歌舞廳（紅包場）的田野研究。但文中青少年文化部分，卻沒有提到近來的流行文化消費，更沒有探討影癡的電影文化，對於不同群體（老人與青少年）如何展現其差異或緊張關係，也沒有說清楚。我想研究的正是西門町裡不同的群體（青少年與影癡文化精英）之間的文化消費差異品味、社會互動關係與所象徵的文化意義。

潘瑾怡（2000）探討在西門町的空間文化發展與轉化的歷史轉變，以及國家地方力量如何介入與影響，產生的轉變，主要在談西門町的過去歷史、國家地方的力量，空間文化只著重在商業，電影方面則只有 1.5 頁，更沒有論及空間裡不同族群的關係互動。遲恆昌（2001）以（後）殖民城市與青少年哈日文化來談西門町的消費地景，從歷史的演變，看到西門町的都市變遷過程，清楚地提供了今日西門町青少年哈日文化的歷史脈絡與過程。他專注在西門町最大族群的青少年哈日流行文化研究，描繪了西門町如何成為青少年的「哈日之城」，而我將要補足另一個族群——小眾影迷的研究，討論西門町裡的電影迷與電影院，以及小眾影迷與青少年族群間的互動關係。

第三節 小眾影迷的生活風格：理論對話

本研究試圖分析小眾影迷的習癖、品味、文化資本及其展現的生活風格，並以夢的隱喻，將這群到漆黑戲院看電影的影舞者比喻為作夢者、釋夢者。對他們而言，參與影展以及觀影的過程如同儀式，甚至像朝聖。為了回答研究者關切的問題，本研究的理論架構，將從迷文化、生活風格與文化資本、習癖與場域、夢與儀式等幾方面來談，所挪用理論之間的關係，參見圖 1-1。

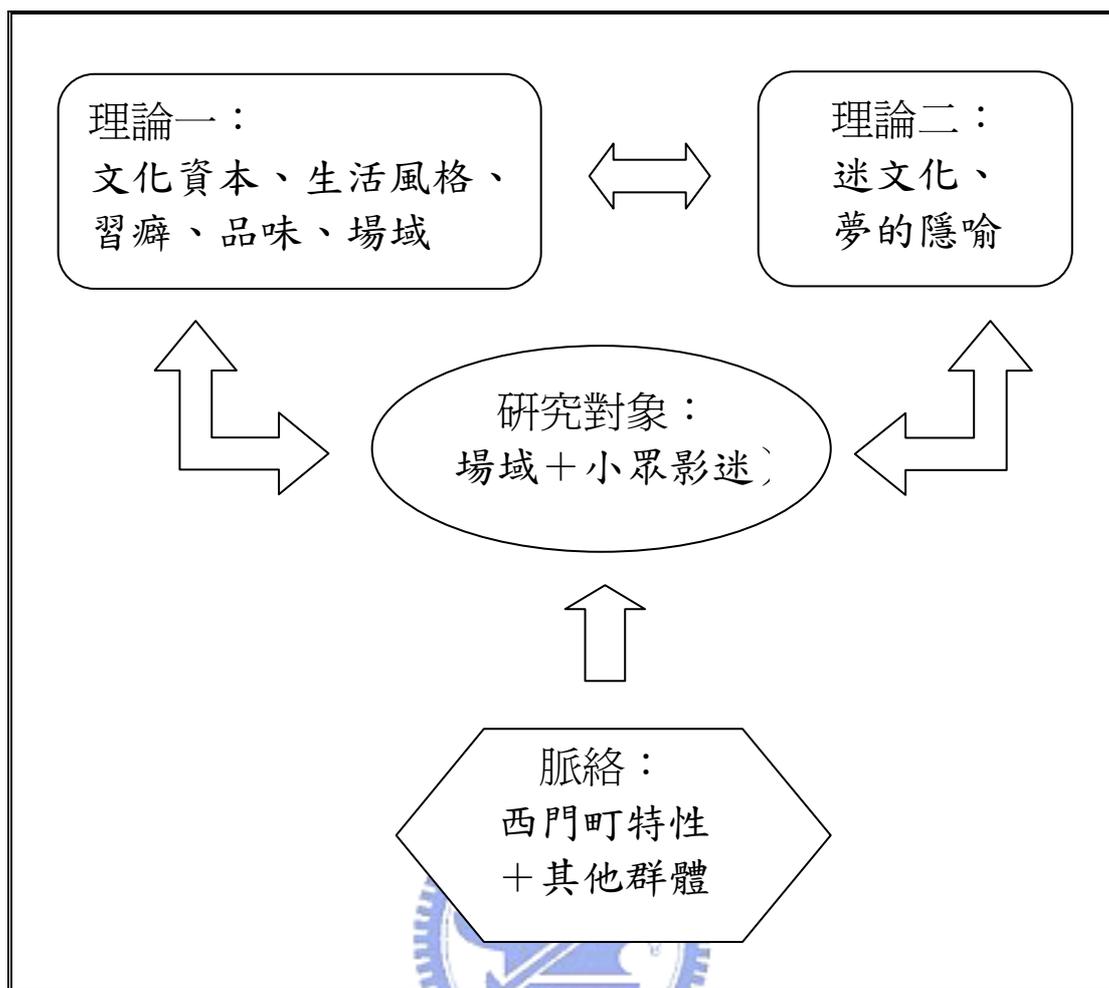


圖 1.1 論文理論架構圖。

3.1 迷文化

如前所述，「迷」對特定文本比一般人「更為認同與涉入」，這正是「過度」的本質，「過度的」(excessive)是許多學者描述「迷」所用的形容詞(簡妙如，1996：18)。例如 Nicholas Abercrombie 和 Brian Longhurst 就說，大多數人都認為，迷就是「對某種活動或明星的過度讚賞愛慕」(1998：122)。簡妙如認為，過度包括「外在行為的過度」和「內在反映的過度」，前者如「參與、追隨、忠實的熱愛者；密集投入想像的關係；狂熱興奮的群眾行為；生產迷的文本；組織迷的社群；生產迷的創作」，後者包括「情感上的熱愛、崇拜；意識形態上的認同；與其他人、其他文本產生區辨」。簡言之，「迷」就是一種「過度的閱聽人」(簡妙如，1996：18-27)。

Denis Mcquail (1994) 認為，「迷」是指「對特定的作者、導演或內容的類

型有興趣，或是被特定人格、文化或知識品味（cultural or intellectual taste）所吸引的閱聽人……其組成會隨時間而變化……若情況有了變化，則這些閱聽人可能會消散或以別的方式重組」（轉引自鄭君仲，2001：20）。同樣是小眾影迷，有人迷楚浮，有人迷溫德斯，有人則是塔可夫司基的迷，有人兼而迷之。影迷都有其著迷的特定導演或特定主題的電影，有人對族裔議題較感興趣，有人喜歡性別或後殖民議題。有些迷因為上班忙碌，時間的剝奪使其無法繼續當一個「迷」，有些迷則因為開始工作，有了收入，更有能力從事「迷」的活動。「迷」的現象隨著一個人的成長而不斷變化著。

在大學開設搖滾音樂課的 Lawrence Grossberg，本身是搖滾音樂迷，關於「迷」，他感到有些奇怪，他說，許多有關迷的看法，常都假設他們是等待長大的青少年，仍舊享受著他們無須承擔責任的著迷（1992：51）。實則不然，「迷」普遍存在於各個年齡層，男女老少皆包括，並不專屬於青少年。此外，過去對迷的研究，也常是負面的批判。Joli Jenson 感慨著，鮮少文獻將「迷」視為正常的日常生活文化或社會現象來探討，反而都將迷描述成「偏執的獨行俠」（obsessed loner），飽受孤立之苦，或者「狂亂的群眾成員」（frenzied crowd member），彷彿感染到傳染病一樣。許多時候，迷也被視為是非理性的、失控的、諸多外力的犧牲品（1992：13）。這些對迷的負面看法，通常是出自菁英主義的觀點。就像 Jenson 所質疑的，不該將迷視為「危險的他者」，將之與「像我們這些人」（教授、學生、社會評論家）區分開來（1992：9）。Jenson 進一步說，愛好者（aficionado）和迷（fan）是一樣的。她批判說，為何要將「愛好者」用來指「我們」，而將「迷」用來指「他們」呢？為何愛好者的慾望客體被視為高級文化，而流行於中下階層，便宜且容易取得的，就稱之為迷，如果是昂貴且稀有的事物，流行在富有、受過高等教育人士之間，卻美其名為偏好、興趣或專門知識（1992：19）？在她看來，所謂「愛好者」與「迷」，兩者是相同的。

John Fiske 在〈迷的文化經濟〉一開頭就說，「在工業社會裡，迷是流行文化的共通特色」（1992：30）。然而，事實上，迷並非專屬於流行文化，在所謂「精緻文化」中，同樣有對某一特定文本的瘋狂著迷者，都是一種普遍的社會文化現象，大家同樣都是迷，只是彼此場域不同，所迷的文本不同。Jenson（1992）就主張說，將迷的特點對比於高級文化或「學術愛好者」（“academic aficionado”）的特點是不妥的；她認為，許多學者對他們鍾愛的作家或理論家的情感，和迷對他們鍾愛的流行明星是同等的偏執（obsessive）（轉引自 Abercrombie & Longhurst, 1998: 123）。簡妙如對「迷」的研究立場也是如此，「不將『迷』專指庶民或精英的某一方，而是將其統視為生活中任何人皆有可能出現的社會文化現象」（1996：10）。甚至，對搖滾音樂迷 Grossberg 而言，每個人都會不斷地成為各種不同事物

的「迷」，因為人不可能生活在一個「任何事情都無關緊要」的世界裡（1992：63）。因此，「迷」可說是多數人的共同生活經驗和身分，只是所迷的文本、方式和程度不同。

Grossberg 認為，閱聽人與流行文本之間就是一個主動且具有生產性的關係（1992：52）。John Fiske 也認為，所有的流行閱聽人都投入了各種程度的符號生產力（semiotic productivity），生產著與他們的社會情境相關的意義與愉悅。此外，迷常將這種符號生產力轉換為某種形式的文本生產，而且可以在迷社群之間流傳（1992：30）。不過這樣的現象如前所述，並不專屬於流行文化，其他文化也適用。例如小眾影迷常會上 BBS 電影版，討論交流各式各樣的電影議題與資訊，或者撰寫影評雜記，這類影評文章常在電影雜誌、書籍、電子報、個人新聞台或網站見到。

Henry Jenkins 將「迷」（fandom）的運作模式，分為以下四個層次：

1. 迷採取一種特殊的收聽或觀看模式，這是特殊的社會文化社群的特色（1992：209）。

2. 迷組成一種特別的詮釋社群。迷的閱讀實踐要能夠高度適應於社會，因此迷所作的各種詮釋，就必須要能夠被組織學會理解，而不是只求自己看懂即可（1992：210）。

3. 迷組成一種特別的藝術世界。Jenkins 引用 Becker 的話說，「藝術世界生產作品，也給予美學價值。」他進一步解釋說，藝術世界指涉了美學典範和一般慣例的系統、專業訓練和建立名望的系統、藝術作品流通展覽或銷售的系統，以及評論和評價的系統（1992：211）。迷戀藝術電影的小眾影迷，當然也是屬於這個藝術世界裡。

4. 迷組成一種另類的社會群體。雖然素未謀面或極少面對面，但都有著同樣的認同，也分享著相同的興趣。迷的狀態所提供的是一個消費者群體，分享共同的文本，有了共同的關係（1992：213）。

針對小眾影迷的研究，本論文在理論立場上，並不贊同 Fiske 的觀點，即認為迷文化只是流行文化的特點，而是應將迷文化論點，推廣到流行文化以外的其他場域，包括小眾影迷。因為迷文化存在於各個場域之中，只要是對某個文本非常著迷，無論是流行文化或高級文化，無論受到哪個階層的喜愛瘋狂，就存在著迷文化。我的研究立場比較傾向於 Jenson 的論點，也就是認為「迷」是普遍而正常的日常生活文化與社會現象，而且沒有高低之分；筆者也認同 Grossberg 的想法，每個人都有可能是某種文本的迷，而且閱聽人與流行文本之間是一個主動

且具有生產性的關係；Jenkins 的論點以及他提出的迷運作模式的四個層次，也是本研究依循的架構。

3.2 生活風格、文化資本、習癖、品味與場域

John Fiske 曾提出三個迷 (fandom) 的主要特徵：區辨與秀異 (Discrimination and Distinction)、生產與參與 (Productivity and Participation)，以及資本的積累 (Capital Accumulation) (1992: 34-42)。這些特徵令人想起 Bourdieu 的論點。Fiske 贊成 Bourdieu 關於文化資本的說法，他說，後天的文化資本，是透過教育系統而產生的，也是由一組特定文本的評論賞析與知識所組成的，這些文本指的是文學、藝術、音樂等方面的經典，還有當今與日俱增的電影經典 (32)。因此，小眾影迷的文化資本也是後天透過教育系統而習得的。

我們可以說，當我們研究「迷」的時候，在某種程度上，就是在研究對某種人事物著迷的生活風格。國內研究生活風格的學者劉維公就認為，人們「將生活加以風格化，其實是在建構自己對生活世界中人事物的看法」(劉維公，2001: 10)。留德的劉維公，對德國研究生活風格的社會學者相當熟稔，於文中也整理歸納的很詳盡。他指出，生活風格研究熱潮，自一九八〇年代起出現於德國社會學界，以生活風格為對象的社會學者，期望以更貼近生活世界的分析觀點去掌握現代人的生活形式特色。德國社會學者，既重新發掘韋伯 (Max Weber) 與齊默爾 (Georg Simmel) 等古典社會學者關於生活風格的研究先驅，又融會貫通地闡釋當代法國學者 Pierre Bourdieu 在生活風格研究方面的經典作品《秀異》(Distinction) (1984)。

不同於 Bourdieu 的是，德國社會學者主張，生活風格不該被當成由階級或階層位置所決定的生活形式 (劉維公，12)。歸結德國學者的研究，劉維公指出，「生活風格可以說是人們具備意象傳達 (presenting image) 及美學體驗 (aesthetic experience) 的生活模式」(14)。生活中的各項活動都是「複雜象徵符號的承載者」，生活風格所呈現出來關於一個人的「意象」，與個人是有斷裂的，因為生活風格會被偽裝模仿，包裝成一個人的「門面」。相對於法國社會學家 Bourdieu 在《秀異》一書專注於生活風格對秀異的作用，德國社會學家叔策 (Gerhard Schulze) (1993) 在《美感社會：當代文化社會學》一書中，強調了生活風格中的美感經驗 (19)。

關於生活風格，Bourdieu 認為：

生活風格是行動者經過精緻的行動與認知圖示——亦即習性 (habitus) 所產生的，而非盲從隨機的行為表現；生活風格不僅是秀異的符號，發揮內聚(與自己相同品味的人)及外斥(與自己不同品味的人)的作用建立集體的身分認同，更是行動者再生產(或是挑戰)既存權力宰制關係——亦即進行象徵鬥爭 (symbolic struggle) ——的憑藉 (劉維公，2001：14-5)。

此外，在社會的場域中，每個成員都可以找到屬於自己的相關位置 (position)，而成員習慣性的思考與行為傾向 (disposition)，則是其與所在社會位置密切互動後的結果 (劉維公，14-5)。在這個社會空間裡，每個人都佔有一個社會位置。所謂「場域」(field)，指的是關係網絡、鬥爭位置，也就是個人投注文化資本、操演習癖的脈絡 (Brooker, 1998: 84)。

Patrice Bonnewitz (1997) 提到，依照 Bourdieu 的概念，不同形式的資本可以建構社會空間。這四種不同形式的資本分別為經濟資本、文化資本 (cultural capital)、社會資本和象徵資本。其中影響觀賞電影等文化活動最鉅的，就是文化資本。Bonnewitz 解釋說，「文化資本相當於知識能力資格總體，由學校系統生產或由家庭承傳而來」(Bonnewitz, 1997: 73)。

在社會場域的空間中，「不同位置彼此之間存在著『距離』，而『距離』由在這些位置上的行動者用生活言行 (practices) 表現出來時，即變成了是不同行動者彼此之間的『差異』。布爾迪厄是以此一觀點來看待生活風格與社會世界的關係。生活風格與品味是具有秀出差異的秀異符號」(劉維公，2001：15；Bourdieu, 1984：174)。而且人們對內部，也就是和自己有相同品味或生活風格的人，會建立歸屬感；而對外，亦即與自己品味不同的人，便會不斷去排斥否定，以此來秀出彼此的差異。所以說，與各種品味一樣，美學傾向偏好具有匯聚及區分功能 (Bourdieu, 1984: 56)。無怪乎有些偏愛「藝術電影」的小眾影迷，會不斷否定只看好萊塢電影的大眾的電影品味與風格。品味會分類，社會行動者透過品味區辨自己與他者 (Bourdieu, 6)。小眾影迷藉由不同的電影品味區分自己與商業電影愛好者或一般大眾，強調自己獨特的文化品味與文化層級，因為文化品味具有秀異功能。雖然 Bourdieu 發現品味往往成為階級的標誌 (2)，不過電影欣賞「品味」似乎和階級關係不大，和經濟資本的關係也較小，而和文化資本較有關聯。

Bourdieu 認為品味其實就是偏好的真實原則 (177)；一個人的習癖會大大影響對各項事物的偏好品味和生活風格。當習癖外化於行動與生活中時，它就轉換成一種「既看得見又含蓄的生活風格」(高宣揚，2002：432)。根據 Bourdieu 的論點，習癖和生活風格、消費活動方式、消費品味有著密切關係(高宣揚，432)；

它是個人在長時間社會化的過程中所獲得的，是後天學習養成的。因此，個性便是以習癖為基礎，影響其喜好、品味等 (Bonnewitz, 1997: 101)。此外，習癖不只是一種正在進行結構的結構 (a structuring structure)，更是一種已經結構化的結構 (a structured structure)，也就是內化了已結構化的一切 (Bourdieu, 1984: 170)。

3.3 夢的隱喻

看電影就像進入夢境，尤其到電影院看電影，漆黑的電影院又提供了電影觀眾一個作夢的場所，方便作夢者進入夢境之中。可以說，「作夢者和電影觀眾具有接近的血緣關係」(Flitterman-Lewis, 1992: 185)。

Flitterman-Lewis 也說，我們置於暗室，使觀看電影和作夢類似；「許多事物共同作用使觀眾產生他或她便是作螢幕上的影像、情境的夢」(1992: 196)。為了讓觀眾認為電影裡敘述的正是自己的故事，電影螢幕上的幻想必須顯示出並無來處的感覺，真正的作夢者如編劇或導演，則必須隱藏起來，讓故事看起來像是自己的故事，讓螢幕上的影像看起來像是自己的慾望，由觀眾自己在敘述，每個觀眾都可以在此恣意地想像 (1992: 198-201)。在戲院裡，每個人都在作夢；夢醒後，每個人都可以當個釋夢者，隨心所欲地發揮想像力，解讀著自己看到的夢境。因此，同樣的電影文本，卻可以有各種不同的解讀與分析。

Flitterman-Lewis 也提出，心理分析的理論，「藉著將電影與夢境相類比，找尋電影彼此之間和電影與作夢的關係。……它試圖發現當我們睡覺時，這種潛意識將影像故事銜接的夢中轉化過程」(1992: 185)。關於潛意識，佛洛伊德認為，無意識的東西因為無法通過稽查檢禁 (censorship)，無法出來到前意識或意識，必須以不同的樣貌輾轉出現，突破逃脫由阻抗所施加的稽查作用。他提出，從夢的顯意向隱意的轉變過程，是由於夢的凝縮作用 (condensation) 和置換作用 (displacement)。夢境的形式大多是採用這兩種機制。置換就是以另一事物替代原本的事物，以一個特定意念為另一個與之關係密切的意念所取代，由於置換之故，所再現出來的夢境內容與原本的事物相差甚遠；如果是使用介於兩者之間的一個共同元素進入夢境，置換作用就可以促成凝縮作用 (Freud, 2000b: 220-237)。

夢的凝縮作用所再現的夢境則與原物相近，猶如提煉一般，類似拉岡所說的隱喻，如同詩的語言或者藝術的語言，可以讓無意識通過稽查而呈現在意識層次。壓抑在無意識的想法情感，往往透過迂迴的方式，突破稽查而表達出來；壓

抑的情感，以一種替代性的觀念發展出來（Freud, 2000a：320-333）。例如病徵、白日夢、夢、幻想、遊戲以及藝術創作等等情感的表達方式，藝術電影的創作就是其中一種。像夢一般的藝術電影，以扭曲轉折的隱喻方式來表達，或者直接以另一個似乎毫不相干的元素取代原本的事物，某個元素的言語形式為另一個言語形式所替代（Freud, 2000b：237）。於是電影如夢，需要釋夢與高度聯想。

不只是各影展得獎的藝術電影，台灣的電影，尤其從新電影開始，也多以藝術電影形式呈現，猶如夢境一樣的電影，急待釋夢者解釋的電影，必須從表面呈現的事物去揣測所被取代的元素想法，想像電影真正要表現的主題。郭幼龍對新電影提出看法，「著重藝術創作、充滿自傳、童年記憶、鄉土背景、個人生活經驗及顛覆好萊塢電影語言的『新電影』，因為過於追求心理分析，沒有戲劇張力，缺乏衝突性，使得觀眾疏離而無法融入劇情」，而且「觀眾經常抱怨『太沉悶』或是『看不懂』…所以當新鮮感一過，觀眾又紛紛離去」（郭幼龍，1999：1）。一般觀眾離去了，然而這些電影，不只是台灣過去「新電影」、現在的台灣電影，也包括影展放映的各國藝術電影，仍舊持續讓小眾影迷癡狂喜愛，也樂於去為這些如抽象夢境般的電影作分析。我將藉助夢的概念作為隱喻，來探討這些藝術電影和小眾影迷。

綜合以上迷文化、電影與電影觀眾、生活風格與文化資本、習癖、品味與場域、夢的隱喻、西門町空間文化等幾個領域的概念，本研究論文嘗試提出以下幾個論點，作為組織後文分析的主軸：

1. 雖然小眾影迷常常強調自己的獨特與理性，其實和其他場域中的迷相同，如歌迷，同屬「迷文化」中的一項，對電影此一文本過度崇拜喜愛。不同的是，小眾影迷以低調的生活風格，低調地秀出與他者的差異，在心中堅持自己不同於一般迷的獨特性。
2. 小眾影迷並非天生具有鑑賞力，而是在各個電影相關的學習與觀賞場域中，累積文化資本，逐漸修練成為小眾影迷。他們對如夢似的電影，具有釋夢、解碼能力，也知曉通往夢境的秘技與門道。他們的習癖和美學品味也影響對空間的觀感。此外，小眾影迷嚮往電影（院）的異質空間，以及電影內外構成的想像與真實之間的第三空間。
3. 「藝術電影」與「商業電影」的劃分，只是片商一種分眾的行銷手段，民間的各種影展也都是打著藝術的旗號，作為商業行銷手法。愈堅持兩者對立劃分的小眾影迷，愈無法接受西門町的多元文化並置：看完電影，夢醒之後，走入真實世界西門町，越認為「藝術」獨尊的小眾影迷，越感到格格不入，矛盾地忘卻自己和他人相同的多重身份與樣貌——迷、消費者、公民身份等。

第四節 研究方法

除了針對小眾影迷（尤其是常到台北西門町看電影的藝術電影迷）以及西門町青少年的深入訪談、西門町的田野觀察之外，本研究還從事相關文獻與非正式訪談網路資料的文本分析。

深入訪談是我最重要的研究方法。深度訪談是質化研究中最常使用的資料收集方式。綜合 Langellier, Hall, Cook 與 Fonow 等幾位學者的看法，質化的深度訪談有幾項基本原則如下（轉引自鄭君仲，2001: 42）：

1. 重視日常生活的實際經驗。
2. 從受訪者的訪談內容中探索其意識（consciousness）與行動（action）的關連。
3. 將訪談視為一個互動的過程，是研究者與研究對象間的「互為主體性」（intersubjectivity）。
4. 研究者對自己的立場具有反身性（self-reflexivity）。

因此，透過對影迷的深入訪談，本研究嚐試了解影迷的日常生活經驗、迷上小眾電影的故事、心路歷程與品味偏好、對西門町的地方感。筆者本身也喜愛看電影，位於影迷光譜的淺色地帶，不過仍試圖以客觀局外人的立場來作此研究。

關於如何尋找訪談對象，剛開始，我直接到放映藝術電影為主的真善美戲院門口，等待電影放映結束，尋找訪談對象，但效果不彰，因為有些觀眾趕時間，沒有時間接受突如其來的訪談，而且一次只能尋找一位，訪談結束後又得守候在電影廳院門口，等待下一場電影結束。所以這個方法我不採用。由於大學裡的電影社團，通常是影迷入門開始接觸各類電影的組織，也常是影迷養成的特定管道，小眾影迷分佈密集度高。此外，台北藝術大學電影所研究生對電影的積極、執著與癡狂程度必定超越多數人。另外，台大椰林是一個極大的 BBS 站，裡頭的電影版更是許多喜愛電影的影迷必看的版，有許多影迷的電影討論與文章分享，甚至有些網友們還架設個人的新聞台，撰寫影評，除了將文章貼在 BBS 電影版上，也邀請各個愛好電影的網友上站觀賞。因此，我也直接在 BBS 上徵求自認為是小眾影迷的訪談者，與我作深入的訪談。

本研究的受訪者選取並未限定年齡，有趣的是，願意參與訪談的受訪者大多是二十多歲或三十多歲的人。因為對電影著迷的觀眾大多是閒暇時間較多的學生，或投入職場不久的年輕人，他們對電影的熱情，尚未因忙碌的工作或家庭婚姻而消弱，也較願意主動撥出時間，熱心參與漫長的訪談過程與經驗分享。

之前已針對部分自願當訪談者的台大椰林 BBS 電影版網友、真善美戲院的電影觀眾，作了一些問題的訪談如附錄。由於我將對影迷的研究空間，放在著名而具體的電影文化空間西門町，而青少年是西門町裡主要的活動族群，因此也直接到西門町尋找青少年作了簡單訪談，了解常去西門町逛街的青少年對小眾影迷的看法，不過他們多數未看過好萊塢以外的電影，對非主流電影只能想像，對喜愛藝術電影的隱性小眾影迷也只能想像。

不過，在第一階段的訪談後發現，這些對小眾影迷的訪談問題，只著重在其觀影習癖的養成與背景，以及對西門町的空間感受，並不足以深入了解影迷的電影故事與生活風格品味。因此之後再去訪談影迷時，便增加了「影迷」的生活經驗探討，他們如何變成小眾影迷，尤其是作為小眾影迷如何「迷」，深入了解其作為「影迷」的「影迷故事」，身為「小眾影迷」，其生活實踐與生活經驗為何，有什麼特別的迷的方式，自己迷的方式與程度，和其他小眾影迷有何不同。第二階段的訪談問題，則強調影迷的生活風格與實踐，以及對空間的觀感，如附錄。



第二章 影舞者的習癖與養成場域

我對事情非常講究，準備去看電影之前，一定會先洗澡，並確定穿好乾淨的內衣褲和衣服。因為我不想在看電影時感到不舒服，我希望看電影是個完美的經驗。另一件電影開始之前我會做的事情是，我會先去洗手間，即使快要遲到了。去洗手間洗眼鏡，這真的很可怕，我應該要去動個眼睛手術，因為我老覺得眼鏡看起來不太乾淨。……戲院裡很冷，可是你還是會去，我去洗手間時，如果可能，我也會穿上（帶來的）衛生衣和毛衣。（Bill, in 2003 “Cinemanía”）



圖 2.1 總覺得眼鏡不乾淨的電影狂 Bill.

我一天如果看少於五部的電影，會覺得若有所失。……白天我不能去上廁所，因為白天沒有時間上廁所，要跑來跑去。我總是一部電影又一部電影地趕場，常常跑出戲院，跳到捷運車上，就趕往下一部電影了。……我不想吃很多豆子、甜點或是那種都是蔬菜的餐點。不能吃太多蔬菜，因為會產生太多纖維素，那會改變如廁習慣。

我不參加婚禮，不參加喪禮，朋友住院我也不會去探病，假如我有電影要看。



我讓他們清楚了解，對我不要有這方面的期待。

這比偏執狂還要瘋狂，我不知道那叫什麼，因為沒有發明這個字，所以我叫我「電影狂」（Cinemanía）好了。

（Jack, in 2003 “Cinemanía”）

圖 2.2 重視飲食與如廁習慣的電影狂 Jack.

紐約是美國最大城市，也是美國的文化中心，有近 200 家劇場、近 200 家公立私立圖書館，以及近百家電影院。如此豐富的文化資源，自然培養了各種場域

的文化愛好者，包括電影閱聽人。上述的 Bill 以及 Jack 兩位，就是美國紐約過度的電影閱聽人的特殊例子，甚至有「電影狂」這樣的稱號。台北也擁有台灣最多的戲院和電影資源，因此，影舞者也都聚集在台北。這一章要呈現台灣，尤其是台北小眾影迷的身形、習癖、生活方式與風格。此外，也要探討影舞者的養成場域，他們並非天生即為小眾影迷，而是在一些特定場域中逐漸修練成形的。

第一節 過度的電影閱聽人

「迷」是一種「過度的閱聽人」(簡妙如, 1996: 18-27), 小眾影迷可以說是過度的電影閱聽人。對電影的熱情與瘋狂程度, 和一般觀眾相較, 是過度熱衷的, 可能是在內心情感上, 也可能表現在外在行為上。這一節裡便要探討小眾影迷對電影深入投注的執著, 並討論其習癖與品味美學主張。

1.1 酗影像·戀收藏



小眾影迷的最愛就是觀看電影, 而且絕不只侷限於台灣的少數好電影, 好電影不分國家, 只要能引起他們興趣的好電影, 就致力觀看, 一部接著一部, 一場接著一場。對電影的瘋狂喜愛, 不只表現在影像觀賞上, 也延伸到電影相關的物件上。小眾影迷不只酗影像, 也戀收藏。

1.1.1 酗影像

電影一看再看, 恣意酗電影, 是許多小眾影迷的習慣。Jenkins 所提出「迷」(fandom)的運作模式, 第一個層次就是, 「迷採取一種特殊的收聽或觀看模式, 這是特殊的社會文化社群的特色」(1992: 209)。「迷」的收視觀看是非常忠實的, 也常常重複地觀看同一部片。小眾影迷更是像是上了癮似地, 喜歡上一部片, 便不斷重複觀看, 每次都從不同的角度觀看, 期待每次都看到不一樣的東西, 或要重複經歷觀影的快感經驗, 或者為了與他人有更多的討論, 交換不同的意見, 而細細觀看一般人不易注意的細節, 以表示自己的迷身分。例如《老爸的單

程車票》⁶（The Barbarian Invasions）一片，懶貓至少在戲院看了五遍。因為他非常能同理劇中的角色和情節。他和父親的關係，正如劇中的父子兩人無法溝通的困境一般。第一次觀看，被整個劇情給吸引住了，觀看時不斷回想自己與父親的狀況，第二次第三次便從父親的角度、兒子的角度，第四次接著跳脫出來以旁觀者的角度再觀看，第五次觀影時再繼續體驗劇情中的父子關係。觀影之後，他都會和一同觀影的朋友分享自己的觀影心得，以及自己長期以來和父親的僵硬關係，並聽聽朋友對劇中父子關係的評論與感想。懶貓後來還買了這部電影 DVD，打算隨時可以觀看，甚至期望有一天可以播放給父親看。

《電影狂》中的 Harvey，每部電影幾乎都看了至少二十次，對每部電影都非常熟悉，甚至記得每一部電影精確的片長。而 Eric 收集了許多的錄影帶，一遍又一遍地在家酗電影，觀看時也可以隨同演員一同唱歌，一起說演台詞，上述種種，都是超級影癡酗電影的例子。



圖 2.3 Eric 收藏的電影錄影帶。



圖 2.4 Eric 邊看錄影帶，邊跟著演員唱歌。

酗電影者，除了重複看同一部片之外，更多時候，是觀看不同的電影。幾乎所有小眾影迷的選片依據，都是以導演和主題為主。凱蓉甚至說，「即使去看一部喜歡導演拍的爛電影，都比去看一部不喜歡的導演拍的好電影，要來的更令人期待」。有的小眾影迷觀看某些導演的所有電影，有些喜歡紀錄片，有些觀看某些主題的所有電影，有些則涵蓋數種，兼而有之。他們一部電影接著一部地觀看，一旦對電影上了癮，一旦開始酗電影，便深陷無法自拔，再也戒不掉了。懶貓甚至覺得，「電影是一種毒藥，碰不得，一碰就上癮了」。而 Valley 說，「我的狂喜很難從其他地方獲得，除了兩種來源，一為喀藥之後，另一為看完好電影之後，理解了電影中的知識性，那種醍醐灌頂的狂喜，真有如吸毒」。由此可以了解小眾影迷對電影的喜愛程度。

⁶ 2003 台北金馬影展譯成《野蠻的入侵》，2004 年 3 月在戲院上映時，改譯為《老爸的單程車票》。

挑電影類型來看電影，比較是為了休閒娛樂性質，為了打發時間。挑導演來看電影，就比較像朝聖，因為只有在影展時，有些導演的片才會被挑出來放映。（小豐）

台北舉辦的影展，大多都是以導演系列或主題為主，非常符合小眾影迷選片觀看的依據，每年的影展便使得各地影癡趨之若鶩，非影展期間，有些影迷也會去「秋海棠」、「誠品」等店或者在 Amazon 等網站上，買下許多喜歡的電影 DVD、VCD、錄影帶，或大師導演的作品收藏，無法在外觀賞大螢幕電影時，也能夠在家繼續酌電影，一看再看，細細品味。

1.1.2 戀收藏

除了能夠一看再看自己喜愛的電影，收藏電影 DVD、VCD、錄影帶之外，一些相關物件也是許多小眾影迷習慣保存收藏的，例如電影票根、電影海報、明信片、電影劇本、電影節目手冊、DM、本事、酷卡、電影特刊、電影原聲帶、電影書籍雜誌等，不勝枚舉。

小眾影迷為何收藏電影物件？小米是爲了「記憶」。懶貓也說，收藏電影票根是爲了「記憶生命，回想電影本身，並當作一種紀念。這些票根對我自己很有意義，是我生命的一部分」。小眾影迷收藏電影物件的理由，可歸類爲以下三種：

- （1）物的意義：物品紀錄了生命和自我成長，作爲一種回顧的憑依。
- （2）物的序列和完整性：收藏者收集成套物件本身所獲得的支配和滿足感。
- （3）物的稀有性和市場價值：擁有獨特的物件所獲得的成就感，以及因爲物件的特殊或稀少所帶來的市場價值。

在紀錄片《電影狂》裡，影癡 Jack 房間裡已經堆滿了數個書櫃的電影書籍，依然一口氣在書店訂購了十大箱的電影書籍雜誌。另外片中也訪問到一位紐約現代藝術博物館的工作人員 Tina Bonacore，她描述當時她在博物館的電影院擔任票務工作時，撕了影癡老太太 Roberta 電影票的一段特別經驗：

有一次，我看到 Roberta 滿身大汗，慌張地跑著闖進門，似乎一點也無法等

待進場。我向她要了電影票，她非常無禮，一點也不願意給我，我說，您不能進場，除非票給我。…後來我失去了耐心，把她的票拿過來，撕下一角還給她，然後說，「下一位」。…她就掐我脖子，試圖使我窒息。很顯然她並不知道自己在作什麼。她只是很生氣，彷彿我撕毀的是她的聖經或什麼一樣。我那時並不知道那張票的壓力有那麼大。我覺得她並不會認為我很邪惡，而是認為我毀了她的一生，我很可怕，怎麼可以那樣做。我後來才知道她保留了她這一輩子的每一張票根，從她年輕看電影時開始。(2003 “Cinemanía,” 筆者的強調)



圖 2.5 (左) Jack 坐在滿是電影書籍的房裡，用電腦整理他的觀影計畫表。



圖 2.6 (右) Jack 正在查看他向書店訂購的十箱電影書籍。

收藏一件單獨的物品是不夠的：「永遠要是一連串的物品，甚至是能計畫完滿達成的一個完整的系列。這就是為什麼不論擁有的是什麼樣的物品，擁有本身總是既令人滿意又令人失望：可以有一整個系列來延伸它，也因而使人感到憂慮」(Baudrillard, 1997: 95, 筆者的強調)。Roberta 老太太從她年輕看電影至今，珍藏了這輩子的每一張票根，這是她完整生命的一部分，紀錄了她的生命和自我成長歷程，也從中得到滿足與支配感。因此，當她那張票根被票務員撕毀時，也就毀壞了她長期以來收藏票根的完整性、毀了她的人生、剝奪她對票根的支配與滿足感，猶如她的生命受到威脅而產生強大焦慮，甚至本能且歇斯底里地攻擊對方。

紐約有視電影票根如命的老影癡 Roberta，台北也有視電影為第二生命的年輕影癡懶貓，珍藏保留了他所有的票根。懶貓認為：

電影票根的收藏是對電影的重要記憶與記錄，並紀念我所看過的電影，用來回想電影本身。…我現在把所有票根都放在一個超大的紙袋裡，很亂，都還

沒整理，我希望有一天，能夠將這些票根按照年度與日期整理好，一張一張依序貼在本子上，這樣要看比較方便。（筆著的強調）



圖 2.7（左）Roberta 不只收集電影票根，也喜歡收集電影特刊與節目手冊。



圖 2.8（右）Roberta 的房裡已堆滿各式各樣的電影相關收藏品。

和 Roberta 一樣，懶貓的完整票根，從他的第一場電影開始。張張票根都紀錄了他的成長、他的電影生活和興趣，成為他日後回憶的依據。



圖 2.9 懶貓將看過電影的電影票根全部收藏起來。 圖 2.10 懶貓生平所看第一部電影的票根。

許多影癡都有收集電影相關產品的癖好習慣。Jonathan 收藏了好幾百張的電影劇照明信片，小米則收藏所有看過電影的本事和節目手冊，她說：

每年影展的節目手冊，我一定拿三份，一份用來畫我要看的導演、電影和場次，會作各種記號，一份用來隨身攜帶，這兩份一定會變舊舊髒髒的，還有摺痕，所以第三份全新的就用來保存收藏。…可是去年金馬影展的手冊竟然要花錢買，雖只有十元，我還是只買了一本，不買三本。

當初主辦單位規劃要消費者花十元購買節目手冊，一方面提高節目手冊印刷品質，另一方面就是希望大家愛惜資源，不要因免費而浪費，由此看來，影展策劃單位達到了目的。

對於收集節目手冊，凱蓉有不同看法，她說：

要收藏畫過、做過記號的，又舊又有摺痕才有意義。有了記號，這樣我以後才知道我當初看了什麼片，對哪些電影有興趣。摺痕則代表我當初跑影展、勤勞研究閱讀節目手冊的痕跡，所以拿一本就夠了。…有了這一本節目手冊，以後就可以根據裡面的電影介紹，有機會再去看看影展時錯過沒有去看的電影。（筆者的強調）

凱蓉似乎比較合乎影展主辦單位資源不浪費的期望。關於收藏品，Jean Baudrillard 認為，「物品已在實用範圍之外，在特定的時刻裏成為一種別有意義的事物，和主體深深連繫，它因此不只是一個有抗拒性的物體，而是成為一個我可以在其中發號施令的心之城堡，一件以我為意義指向的事物、一件財產、一份激情」（1997: 95）。對影迷凱蓉而言，這些「做過記號」、「又舊又有摺痕」的影展節目手冊，紀錄了她在過去特定時刻，也就是某個影展期間的活動與記憶，以及當時「她」對電影的熱情，這物件對「她」個人別有意義，紀錄了她的生活，作為她日後回顧歷屆影展的憑藉。

小眾影迷的收藏，不必然是有形的電影物品。累積某一種電影的觀影經驗也是一種收藏方式。例如喜歡恐怖片的小豐，和喜歡科幻片的堯伯就屬於這種，要看遍「某種類型以及某些導演的全部電影」，也就是完整地收藏一整套、一系列的觀影經驗，堯伯說：

只要是我喜歡的電影類型都會去看，不管口碑好壞，都會去看，這已經變成一種收集癖……。此外，有一些我喜歡的導演，他們拍的所有電影我都會看，即使有些口碑不好，或真的拍的不好，我還是會去看，看看我喜歡的導演又拍出了什麼作品，有什麼新的東西在裡面。（筆者的強調）

電影的空間，吃東西破壞觀影經驗，因為食物的味道與聲音會毀壞打斷他們的觀影情緒，妨礙他們進入電影空間的想像；即使內急，一定會憋著直到看完影片片尾，完整結束片尾音樂與工作人員名單放映後，才肯離位。小眾影迷這些「儀式化」行爲，烘托出他們電影觀賞行爲的「神聖性」，而非存著娛樂心態，與觀賞商業片不同。

小眾影迷討厭有人在戲院裡走動，食物味道和塑膠袋聲音也都令他們抓狂。當然，他們也希望其他觀眾都遵守這樣的規矩習慣，若有違背，多數小眾影迷則感到相當憤怒，甚至斥責違反規矩的觀眾。他們最無法忍受有人在戲院裡交談或者手機聲響起，甚至竟然接通手機講話，例如 Momo 曾有數次斥責制止別人在戲院裡講手機或交談的經驗。因為觀影時的飲食和交談，會破壞小眾影迷觀影的神聖性。

小眾影迷的習癖與美學主張，大大影響其空間偏好。從小就在藝術家庭中長大的 Momo 說：



我從小就習慣安靜的環境，小時候，我們幾乎不看電視節目，每天晚飯後，一定是全家人聚在一起，彈鋼琴唱歌，我們全家人都會彈鋼琴，和我們同住的畫家阿姨，也定期在家中開畫會，邀集一些畫家朋友來家裡畫畫、吟詩、寫書法，我就在一旁幫忙磨墨，也向阿姨學過畫畫。…這些家庭因素也可能是影響我後來就讀了美術系的原因。

耳濡目染之下，Momo 也愛上這股文藝氣息。十足精英文化的成長背景，養成了她今日的習癖。Bourdieu 認為「知識與品味喜好傾向於構成具有明顯特色結連體，而且也明顯地關係到教育水準」(Bourdieu, 1997: 266)。所以喜歡文學、繪畫、藝術、古典音樂等文藝的人，彼此的相關性甚大。Momo 也是透過美術課程，培養了對電影的解碼能力。她說「美術系的訓練使我對電影的構圖、色彩、拍攝手法更為敏銳，也更能掌握。電影看多了，更有助於我的美術創作。」。Momo 的家庭與學校教育構成她的習癖與品味，影響她對空間的偏好與美學主張。她說：

我們家從小就很安靜，有音樂，常常可以自己安靜地做自己的事情，看書、畫畫，我很不喜歡人多、吵雜的環境，比較喜歡廣闊的空間。尤其很喜歡古蹟改建的藝文空間和戲院，因為具有歷史感，無須大，但要有神秘感，適合將心沉靜下來專心看電影，尤其藝術電影更需要這樣的空間氛圍，中山堂就

很不錯，是古蹟，前面廣場大，人又不多。除非你去看好萊塢電影，可能就不需要這樣的歷史空間氛圍。…藝術電影院附近也應該有咖啡廳，讓人家看完藝術電影，可以坐下來思考，或者和朋友討論。

「台北之家」以及「中山堂」的藝文空間就令 Momo 相當喜愛，符合她的美學品味。列為市定三級古蹟的「台北之家」，前身為美國大使館官邸，是台北市文化局策劃下的古蹟空間再利用的建築，右側還有由大使館車庫改建而成的「光點台北」電影主題館，目前委託由侯孝賢領軍的「台灣電影文化協會」經營，於 2002 年 11 月 10 日正式開館，「擁有八十八個座位的光點電影院，是精緻、小眾電影院的典範」（湯志堅，2002：15 版）。每天有六場常態性的影片播映，放映的電影都是「具另類及原創觀點的影片，提供有別於好萊塢的多元文化影片，希望觀眾能有另一種『新視覺、新經驗』的觀影選擇，進而讓觀眾發展出屬於自己的多元且獨立的觀影品味」（光點台北網站）。此外，還有各式電影活動，如導演面對面座談、師徒學苑電影教育、鴉片戰爭 DV 短片競賽，台北電影節，國民戲院各項影展等等，讓導演與觀眾有交流互動的機會，小眾影迷透過與導演的座談，增加對作品的了解；同時也藉此讓創作者透過影迷的觀點來檢視其作品（光點台北網站）。「台北之家」除了「光點台北」藝術電影院，還結合搭配以電影藝術為主題的誠品書店、「C25 度」咖啡廳、「第六大道」藝文沙龍等藝文空間。這些空間都是象徵藝文品味與文化資本的場域。因此，自開館之後，這個以電影文化為主題的藝文休閒空間，便成為小眾影迷常常造訪的聖地，吸引了許多要求高品味、高格調的文化精英。



圖 2.13 由美國大使館改建而成的台北之家。



圖 2.14 台北之家光點戲院放映廳的入口。



圖 2.15 中山堂前有寬廣的空地廣場。



圖 2.16 中山堂前的廣場常有藝文活動舉辦，表演者爲了晚上的活動，正在彩排。

「中山堂」即是清朝末期的「撫台衙」，布政使司的所在地；1935 年日據時代改稱「公會堂」；戰後 1945 年，國民政府來台接收，又改名爲「中山堂」，日本的受降儀式在此舉行。此後「中山堂」便成爲戒嚴時期國民大會集會的所在。一直都充滿官方氣息的「中山堂」，近來在閒置空間再利用的思維下，逐漸轉化成爲市民文化空間（陳芳明，2002：30-35）。於 1992 年列爲國家二級古蹟的「中山堂」，和「台北之家」類似，同樣都在台北市文化局的規劃之下，將原本閒置的古蹟再開發利用，成爲台北市的重要藝文空間。2002 年及 2004 年台北電影節都在中山堂舉辦。中山堂前的廣場與二樓的中山堂堡壘咖啡館（Fortress Café）明星廳，也時常有藝文課程的舉辦，例如第四季（93/11/1~ 94/01/31）推出的課程⁷就相當豐富：每周日有作家咖啡座，邀請各知名作家談論文學；每週六有紀錄片觀點講堂，先播放紀錄片，再由各個紀錄片導演或影像工作者主講，探討紀錄片中裡的相關議題與觀點；其他星期還各有中東肚皮舞、南管教學、京劇健身操等等課程教學。這些藝文課程期望「讓來自各角落市民成爲廣場社區的藝術居民」（《中國時報》，2004-10-28，C5）。此外，中山堂一樓廣場邊庭園上，還有由堡壘咖啡館附設的拱廊咖啡，常有許多人在此邊喝咖啡邊觀賞廣場各式演出，或在此用餐、聚會。」近來中山堂儼然成爲另一個文化修練場域，以及藝文休閒空間。

「台北之家」和「中山堂」兩者的四週皆有舒適的開放空間，建築本體都是古蹟，而且都附設咖啡廳，戲院皆以放映藝術電影或影展爲主，十足文化菁英的品味與調性，吸引的當然是具有文化資本的文化精英。這兩者都是政府公部門閒置空間再利用的文化事業，空間氛圍符合影舞者的品味偏好，不同於西門町空間

⁷ 資料取自中山堂堡壘咖啡館網站 <http://fortresscafe.chinatimes.com/>。2004/11/21 取用。

充滿各種量與可能性的空間，非純然藝文取向的異質空間，則顯然有違影舞者的美學主張。

以青少年為主要客群的西門町，充斥著流行文化，而非精英文化；充滿小吃攤販，而非精緻的咖啡廳坊；滿街都是各式流行文化商品和店家，而非精英文化的誠品書店；人潮擁擠、紛鬧且吵雜，空間壅塞，而非具有清靜舒適的開放空間。這樣的西門町當然有違小眾影迷的習癖，Momo 對西門町的空間感覺是非常負面的，她說：「西門町人多吵雜、擁擠，除非影展或電影在那裡，非去不可，不過看完就離開，不會在那裡逛」。許多小眾影迷也都有類似想法，例如營造業工程師堯伯，就對空間設計有一定的堅持偏好與習癖，覺得「西門町空間及戲院都相當髒亂，我比較喜歡去欣欣晶華影城，那裡寬敞乾淨多了，設計較好，比較高級，水準比較高，除非不得已，影展在西門町舉辦，或者要看的電影只有西門町的戲院有，才會去那裡看」。

他們對空間的偏好與空間感，來自小眾影迷的習癖；雖然內心對電影無比狂熱，他們卻偏愛在西門町邊緣空間低調地看電影。



第二節 低調的生活風格

雖然過度的電影閱聽人對電影的癡愛瘋狂，超過一般觀眾，不過這種癡狂並非大張旗鼓地表現出來，他們對電影的著迷、使命與完美要求，在生活風格並不易外顯出來，是低調的迷、隱性的迷。具有為藝術而藝術美學主張的影迷，常常懷有崇高的電影使命，對電影規格也要求完美。

2.1 電影使命

對電影具有熱情的小眾影迷，常常酗電影，也愛屋及烏地收藏電影相關物件。喜愛電影的他們，雖然觀賞電影仍以外片居多，當然也希望能夠多觀看探討自己文化的好電影，幾乎大家都對台灣電影工業的低靡不振感到焦慮與沮喪，投以無限的關注，觀看國片也比一般觀眾積極，而且懷有崇高使命與期待——以推廣台灣電影為使命，期望振興台灣電影工業。

影像工作者鴨子，對台灣電影工業就懷有這種使命，甚至有仇視好萊塢電影

的情結。他以好萊塢電影工業擊垮了台灣電影工業為由，不願觀看美國電影。他說，「我現在不太看好萊塢電影了，我對他們有仇恨情節，我知道電影是被他們搞垮的。」

幾乎每位小眾影迷都希望自己有許多時間看電影，無須考慮電影票價、困擾經濟的問題，這樣就能夠盡興地看最多的電影。鴨子就曾有好長一段時間，可以免費看電影，後來卻放棄了這樣的招待，只因為兼寫電影評論的他，也有種使命，不願商業力量介入他的影評。他說：

我幾乎不到院線看電影的。我看片幾乎不用花錢買票去看電影，如果要花錢，又是那種商業電影，我當然不可能去看院線，就去看二輪的。除非二輪會看不到，就會在首輪的時候去看。我會為了電影去辦會員卡，例如光點台北。我原本是作影評的，看電影不用錢，試映發佈給影評人或報紙媒體，無須購票，西門町有一兩家固定試映的地方，他們認得你就會讓你進去，不認識你時就要自我介紹，讓他們知道你在哪裡寫東西，大家都熟悉你了，就可以進去看。影展紀錄片我也都看試映片，大都是不用排隊、花錢買票。

可是有時候，當我寫出自己真實的感覺，批評電影時，主編就會要求我修改或是將批評的文句刪去，因為片商會不高興，因為負面影評是會影響票房的。可是那很令我生氣，後來我就不去看試片會，也不為他們寫影評了。

鴨子認為，影評是個人對電影真實的感覺與分析，用文字描述呈現，不該有商業因素的介入，寧可放棄免費看電影的機會，也不容許商業力量干涉他的影評。他對電影這一行，懷有很高的理想與使命。既然商業電影的影評常受到商業宣傳和票房的介入與干涉，撰寫藝術電影的影評時，他則寧可不領稿費，但求影評的忠實性。秉著對電影的熱情與使命，鴨子也身體力行，在電影界中，熱心義務幫忙。他說：

我常常幫小電影主義⁸撰寫沒有稿費的影評，只覺得要付點心力幫忙，為電影界做點事，而且因為是沒有稿費的，所以可以忠實寫出自己對電影的真實感覺與影評。……我甚至還跑去找張作冀，告訴他，願意義務幫他做些影像工作，我的確做了一段時間，甚至也幫忙去張貼他的電影宣傳海報。我已經

⁸ 「小電影主義」是一份免費的電影電子報，有許多知名影評人的深度影評、影展電影介紹、也羅列各種電影資訊，是小眾影迷獲得電影資訊的主要管道之一。

36 歲了，還是頂著家裡對長子的期望與壓力，義務幫忙做這些事。

幾乎每一位小眾影迷，都對國片的慘澹票房都深深感到心痛，都對台灣電影工業的委靡不振相當憂心，都有一套自己的分析與見解。堯伯認為，「台灣電影資金嚴重不足，而且票房只侷限於台灣少數地方的少數觀眾，票房當然慘敗。不像好萊塢的電影市場，是遍佈整個全世界的。」小豐則認為：

現在只剩當年的文藝青年在拍電影，而他們只想拍出好看優質的電影，拍出來的就比較像藝術片，幾乎台灣電影都是藝術電影，只有少數觀眾支持，票房當然不好。……所以不應該叫這些導演不要拍藝術電影，而是應該要有其他拍商業電影的導演出來拍商業電影。……什麼電影都要有，這樣才對。朱延平沒有進步，都是那樣子的，所以他拍的商業電影，後來當然也都沒有人要看。韓國電影就進步了好多，台灣怎麼都沒辦法做到？

幾乎每位訪談的小眾影迷，都對台灣電影產業現況與困境的話題很感興趣，也有許多不同的見解，頗有恨鐵不成鋼之無奈。對台灣電影產業流露出諸多憂心與惋惜的同時，也寄予厚望和期待。他們常常觀看國片、支持國片，也不斷想要呼籲台灣電影觀眾要支持台灣電影，這顯示出小眾影迷對台灣電影產業的關心與使命，這份關注與使命感頗令人感動。然而，弔詭的是，國片若要興旺、要為「大眾」所接受喜愛，就意味著台灣要和韓國一樣，改走好萊塢式的影像風格，這就偏離了小眾影迷偏好的「小眾」品味了。

梅子和香菇都是來台北求職的高雄人，當她們知道家鄉建立了一座電影圖書館，都相當開心，因為她們覺得：「高雄一直以來都是文化沙漠，想看的電影都在台北，高雄都沒有，現在有了電影圖書館，這可以說是沙漠中的文化小綠洲」。但是當她們興奮地去查探過後，卻都無奈地發現：

這個隸屬高雄市政府的電影圖書館，只是空有建築，電影軟體書籍資料相當貧乏；而且管理電影圖書館的工作人員，都是公務人員任命的，再加上一些負責發送 DM 或指引路線的義工阿公阿婆，全都不是電影專業人士，完全不懂電影，卻來管理電影圖書館，還辦理電影節，當然做不好。我好想回高雄電影圖書館工作，希望能夠真正改善高雄的電影資源環境，可是卻又進不去那個位置，無法去做那些工作。

梅子和香菇對高雄貧乏的電影環境，相當憂心，又具有崇高的使命感，希望有朝一日能夠回鄉一展理想報負，實踐改善高雄電影環境的使命。

小眾影迷對電影的使命，所展現出的習癖，是一種「對社會文化的關懷」，來自於他們長期觀看了許多特殊題材與議題的電影，例如關於族裔、女性、政治的電影，油然而生的人文關懷與文人責任。Momo 表示，「藝術電影反映出各種文化樣貌，深入探討種種社會文化議題，常看小眾電影訓練了我的獨立思考能力，知道更多的文化訊息、體驗別人的生活情境，了解世界並非自己原本想像的那樣，然後再回想台灣自己的處境」。小眾影迷在電影中接觸了平時不談論的議題，回想思考台灣的社會文化現象和政治處境等等。另外，看到了各國豐沛精湛的電影作品，驚艷感動之餘，想要多觀看了解探討台灣社會文化的電影，然而，台灣電影工業沒落，作品不多，於是小眾影迷便興起對振興台灣電影工業的使命感與知識份子的責任心，期望能夠改善電影環境，有助於台灣電影的創作。

2.2 對電影規格要求完美



抱持為藝術而藝術美學主張的小眾影迷，肩負對電影藝術的使命，也表現在對電影完美要求上，強烈挑剔而堅持，無論是對電影本身的好壞，或是電影放映的過程，都不容許有絲毫瑕疵。小眾影迷喜歡看影展，除了可在大螢幕觀賞之外，另一個重要原因是，通常發行的 DVD 或其他場合的放映，都是經過修剪的版本，因片長過長，或由於電影內容因素；而影展的電影必定完整呈現，不剪片，不破壞導演原來的作品。發行的電影產品也常被挑剔批評，尤其是電影 DVD，幾個電影討論版，尤其是 DVD 討論版，就常常看到對電影版本的各種細緻的挑剔批評，這些人真不愧是「要求完美、近乎苛求」的小眾影迷。媒體小舖電子報曾刊出一篇影迷張世倫的文章，文中提到：

以侯孝賢的《悲情城市》為例，年代公司草率發行，不但品質低劣，比例錯誤，更無外文字幕。相較此馬虎態度，全世界品質最好的《悲情城市》DVD，卻是日本人製作的版本。…台灣發行的正版《美麗蘿賽塔》(Rosetta) DVD，就硬把寬螢幕比例壓縮成 4:3，片中人景物通通變形，結果被國外影迷自組的 DVD 評介網站誤認為乃盜版產品，令人汗顏。(張世倫)

對 DVD 影片品質與螢幕比例，自認為非常挑剔的小豐，有同樣的感受：

我如果要買 DVD 或者錄影帶，我一定會注意影片有沒有橫向壓縮處理，是不是完整呈現的全螢幕，因為我很難忍受兩邊畫面被切掉的影片，因為我很在意電影原本的比例，那是導演原始的東西。可是聽說居然因為國內很多人已經習慣電視比例的畫面，不習慣電影上下有黑黑兩條空白的寬螢幕影片，所以片商常常將兩邊畫面切掉，那很討厭。例如我很討厭國內壓製的《迷情花園》，那畫面怎麼看都不滿意，我又特地花許多錢在國外的網路上訂購 DVD 回來。知道這事的人就覺得我很奇怪。

對此螢幕比例問題，小豐接著無奈地舉了個例子，也提供他努力在 DVD 上擷取下來的鏡頭畫面，作為說明舉證，他說：



講到銀幕比例不對的問題，我總喜歡舉徐克的青蛇當例子了，大概兩個多月前回家時剛好在緯來電影台看到青蛇的全銀幕版，有幾場戲真佩服我沒笑到岔氣。片頭的中文片名打在右側，所以只看得到中間的英文片名，乍看之下還以為台灣播的是國際版的青蛇。(如圖 2.17)

圖 2.17 全圖為原來寬螢幕畫面，中間用白虛線隔出的是電視放映的全銀幕格式，只見英文片名，右邊的中文片名則被切掉了。



電影後半段因為青蛇白蛇鬧翻，兩人/蛇各據銀幕一方，搞的許仙好生為難，不曉得該向左走還是向右走，但是銀幕兩邊被這麼一切，只看到許仙一個人在中間跟我家電視兩邊對話的爆笑場面。(如圖 2.18)

圖 2.18 全圖為原來寬螢幕畫面，中間用白虛線隔出的是電視放映的全銀幕格式，兩旁的青蛇白蛇被切掉，只見許仙一人對著電視機兩旁說話。



等到後來許仙走了，剩下青蛇白蛇兩方對峙時，更出現了徐克電影難得一見的「空鏡頭」。這真是諷刺，居然因為這樣的切割，讓徐克的電影竟然出現像一般藝術電影才會有的「空鏡頭」。(如圖 2.19)

圖 2.19 全圖為原來寬螢幕畫面，中間用白虛線隔出的是電視放映的全銀幕格式，兩旁的青蛇白蛇則被切掉，只剩諷刺的「空鏡頭」。

對電影品質的要求與挑剔，是小眾影迷的共同特性。像小豐這樣能夠找出瑕疵，並且用圖片證明之的例子，在電影及 DVD 相關的網站討論版上相當普遍，有些甚至可堪稱為專家或玩家。這些都需要對電影有相當大的熱情與耐心，以及明察秋毫的本領，方可致之。

不過這項電視版《青蛇》令小豐引以為詬病的重大瑕疵，只是低調地透過 E-mail 流傳在他的電影朋友之間。張世倫刊登在非主流的「媒體小舖電子報」上的批評，也只是在小眾影迷的圈內網站被討論著。類似討論這類 DVD 規格的專屬網站相當多，但同樣都是低調地進行討論與批評，沒有引起任何圈外的小漣漪。因為大多數的觀眾喜歡像傳統電視螢幕一般的 4:3 全螢幕，討厭上下有兩條黑黑扁扁的 16:9 寬螢幕，他們認為這樣反而螢幕像被切掉了。小眾影迷則相反，希望可以看到原來的完整畫面，堅持一定得要橫向壓縮的 16:9 寬螢幕，無法忍受不完整的 4:3 全螢幕。為了滿足大眾的習慣與口味，大多數發行的 DVD 還分為出租版及零售版，前者為全螢幕，供出租店滿足大眾習慣；後者有些則是寬螢幕，供影迷收藏觀賞。

這群隱性迷在討論版上討論相關的 DVD 電影規格問題，即使批評的沸沸揚揚，甚至還有影迷寫信向發行的「天王片商」⁹再三抗議影片的規格與螢幕被切除、不完整的問題，片商卻都以「導演就是這麼拍的」作為推託之詞。因為抗議的也只是小眾，發揮不了影響力，片商仍以大眾習慣作為發行的規格依據。因此，這群小眾影迷的低調風格，所做的批評與討論似乎無法引起效用，無奈也無能改變什麼。

⁹ 「天王片商」為電影 DVD 討論版上的習慣用語，意指很糟糕的片商。

2.3 隱性迷

我收藏電影相關的東西，像 DVD，海報，DM 等，是希望自己看了電影，尤其是看了一部好電影之後，永遠不會忘記這部電影。之後看到這些東西，就會想到那部電影，我自己在看到這些東西的時候，就覺得我是某某導演的迷，心裡知道，這些東西就是屬於我自己的風格。(Valley)

對電影無論如何瘋狂喜愛著迷，都只有小眾影迷自己心裡知道。並沒有那麼多場域，可以讓小眾影迷表現迷的一面，也鮮少主流媒體平台報導小眾影迷的電影活動，況且他們對電影的興趣偏好又是內隱、不易外顯的，在社會中，他們彷彿是失了聲的一群。許多明星來台，例如 2004 年 4·5 月間安室奈美惠來台，各大媒體不斷大幅報導、捕捉她的一顰一笑及所有動向，也報導大批歌迷擠在中正機場爭相目睹偶像、搶拍偶像丰采的畫面，甚至連國內各個明星的酒後駕車事件、政治人物子女的戀情等，各大媒體也都爭相大幅詳盡報導。然而，台北電影節或金馬影展等電影界的年度大事，以及其開幕片吸引成千小眾影迷排隊入場觀影的景象，卻引不起主流媒體的報導與拍攝。兩者相較起來，後者自然顯得隱性許多，彷彿這只是在小眾影迷圈內自以為是的大事，不值得媒體關注。

影展不是個常態性活動，一年之中也只有寥寥幾個大型影展。只有在這個時候，才會見到小眾影迷大批出現；有許多平時不常觀看小眾電影的潛藏影迷、隱性迷，也只有影展時才會出現。不過這些電影活動、影迷蹤跡，卻罕見於主流媒體的報導。再者，平時的小小影展，或是獨立於少數幾家戲院上映的非主流電影，更不會引起多少人的注意，只有小眾影迷默默靜靜地熱情參與，對小眾影迷而言，這些大小影展都是生活中的大事大波，但在社會中卻起不了多少小漣漪。又如，明星在西門町的簽唱會與宣傳活動，總是聚集了大批歌迷擠爆西門町，也引來各家媒體的新聞報導。然而，同樣在西門町中的活動，在真善美戲院或絕色影城的小小主題影展或非主流電影的獨家上映，甚至中山堂的台北電影節，幾乎都位於西門町的外圍角落，處於邊緣位置，小眾影迷就在低調的空間，低調地去看電影。

在另一方面，小眾影迷低調的生活風格，是一種既「既看得見又含蓄的生活風格」(高宣揚，2002：432)，也就是 Bourdieu 所稱制慾主義的品味 (ascetic disposition)。Bourdieu 發現，對於知識份子而言，去觀看「藝術」電影 ('art' cinemas) 之類的活動，總是依循著「以最低的經濟花費追求最高的文化收益」的原則，除了對作品本身的享受與滿足之外，拒絕任何的虛華消費 (1984: 269-70)。這些以

文化資本為生活風格的人，不認為生活享受一定得透過物質擁有或奢華消費，而是透過最簡單的方式、最低的成本，以達到最大的精神享受。例如，有影迷當節目手冊為免費供應時，通常拿三本，而需花費十元購買時，只買一本。

小眾影迷的消費活動，伴隨著影展舉辦節奏而起伏，對電影類型的品味偏好也受其習癖及文化資本而影響。如前所述，小眾影迷常常獨自酌電影，秘密戀收藏，靜靜守著自己的電影寶貝與意義，在外沒有明顯的生活風格；沒有機會讓別人知道自己的電影興趣與偏好，也不會刻意透露，對自己的電影興趣相當低調。就像 Jonathan 說：

我不會特地去告訴人家，我喜歡看小眾電影，所以別人並不知道我的這項興趣，以前讀研究所時，實驗室的人都不知道，因為比如我要趕去看影展時，我只會說『我有事先走了，Byebye』。不會說，『我要去看電影』或說『我要去看影展了』。現在上班辦公室的同事也都不知道我喜歡看電影。

不過，再低調、再含蓄的生活風格，如果在適當的時機，小眾影迷不經意或刻意的表達出一些行內的話語，也會透露些許訊息，讓旁人得以猜測到自己的特殊興趣、偏好與品味。例如，凱蓉說：



平時我不會看到別人，就抓著她，對她講電影的看法與評論。班上同學幾乎都是喜歡看好萊塢電影的，沒有人知道我喜歡看藝術電影，而且看過很多電影。大四時有一次上課老師突然討論到一部電影時，我很有興趣，就講了我的看法，那時大家都覺得好驚訝，他們那時才知道我對電影有一些獨特看法，能夠講出一些不一樣的、有深度的東西。

凱蓉平時在同學面前是隱性的迷，在特殊時刻，無意間表達出「不一樣的、有深度的東西」時，才暴露她小眾影迷的身分。懶貓說，他常在不同影展碰到熟悉面孔，雖彼此不認識，也未交談過，但彼此都知道對方是喜愛影展電影的小眾影迷。另外，他會購買並使用金馬影展的記事本，如果別人看到，便會知道他是熱愛影展的人，他也說，如果看到別人使用某個影展的紀念包包，同樣是小眾影迷的內行人都可以辨識出來，知道對方也是同好。和前一節當中談論小眾影迷「獨自酌影像」、「秘密戀收藏」一樣，他們平常低調深藏不露，特殊時候才一鳴驚人，因此，「同好」宛如一個半秘密的鬆散社群，靠某些線索和場合彼此相認。

表達行內話語、常去影展場合、使用影展紀念包包等等，是一種美學品味與生活風格的展現。不過劉維公指出，「生活風格可以說是人們具備意象傳達 (presenting image) 及美學體驗 (aesthetic experience) 的生活模式」(2001: 19)。生活中的各項活動都是「複雜象徵符號的承載者」，生活風格所呈現出來關於一個人的「意象」，與個人是有斷裂的，因為生活風格會被偽裝模仿，包裝成一個人的「門面」(劉維公, 14)。因此，有時候影舞者所呈現出來的生活風格，有可能經過染色，刻意想要呈現某種符號意義與生活品味。就像我們在捷運上，看到一位上班族提著裝著私人物品的「誠品書店」紙提袋，和另一位提著裝著個人用品的「A&D」塑膠提袋，兩人同樣使用提袋，卻是具有不同符號意義的提袋，旁人對兩位使用者也有了不同的想像。

除了少數機會可以表現在外的生活風格，除了少數機會可以發表呈現自己特殊興趣與品味的談話，小眾影迷大都低調地從事自己的電影興趣，依著自己對電影的品味偏好，主觀地選看自己喜歡的電影。雖然小眾影迷還是想以看藝術電影，來將自己與那些只看好萊塢電影的一般觀眾區別開來，然而，只是在心理上低調地以觀看電影的類型自行做區隔，而非透過明顯的生活風格來表達差異。因為以明顯的生活風格來表現差異並不容易，機會不多，呈現的是一種被動的低調，低調地在家獨自酌電影，秘密戀收藏。



2.4 獨自性與私密性

2.4.1 獨自性

影癡不喜歡社交，他們或許會聚在一起看電影，但絕不會為了尋歡作樂或認識彼此而聚在一起。(Eric, in 2003 “Cinemanian”)

對多數人而言，看電影是一件社交活動。例如，開始交往的男女常會相約去戲院看電影，因為看電影被視為一種普遍而公開的社交活動。「到電影院看電影反而成為一種象徵意義，成為青少年團體活動的一種社交空間，選擇一處可以逛街、看電影的地方消磨一整天」(沈憶茹, 1998: 128)；電影院成了「社交的場合」(陳毓奇, 2001: 41)。不過對許多小眾影迷而言，看電影一事是個人的興趣與生活，並非社交活動，和主流電影觀賞型態大相逕庭。小眾影迷常常一個人獨自去看電影，尤其是非主流電影或影展；對他們而言，一個人去看電影乃是稀鬆

平常之事。凱蓉表示：

能自在地一個人去看電影，才算是個真正的小眾影迷。很多人都是自己一個人去看藝術電影的。看電影是一個人的事，為什麼一定要找人一起去呢？尤其影展期間，每個人有興趣、想去看的電影，有空閒的場次，又不太可能一樣。

除了對電影的興趣不同，電影時間和場次難以和朋友配合之外，獨自去看電影還有另一項因素：凱蓉和 Jonathan 認為，大多數小眾影迷都不喜社交活動，都是不喜歡熱鬧交朋友的一群，而看電影正是可以獨自從事的活動，因此看電影特別適合不諳社交、不喜社交的人。凱蓉和 Jonathan 兩人都設有自己的電影新聞台，藉此也在網路上認識了一些電影同好，常常透過網路討論電影，交流分享彼此的電影札記，不過他們兩人都表示，並不會想要和這些同好相約見面聊天。凱蓉解釋說，「因為我們聊天就只是聊電影，在網路上討論電影或閱讀文章就好了，約出來要做什麼？約出來，那很奇怪。我們的共同點就是電影，除了對電影的興趣之外，沒有其他的了」。不過，凱蓉和 Jonathan 兩人卻是透過電影新聞台，閱讀彼此的札記、討論電影，認識彼此而且相約見面、聊電影，後來成了男女朋友。

關於小眾影迷獨自看電影的習慣上，堯伯解釋說：

這和一般好萊塢電影不一樣，好萊塢電影訴求清楚明確，因此大家觀看感覺都差不多。小眾電影的情感訴求不直接，大家的感覺都不一樣，所以看小眾電影，都是各看各的，即使在戲院看，也是像獨自看電影一樣。其實看電影，是在找尋屬於自己的感動。（強調為筆者所加）

小豐也有同感：「不管是許多人一起在戲院看，或一個人在家裡看，其實都是一個人自己在看電影」。Momo 更是視獨自看電影為理所當然，她說，「我喜歡一個人去看電影，當下一個人是很享受的，可以專心看片，看藝術電影就是一個人的事情，就像看一本書一樣，你不會和別人共看一本書」。

小眾影迷努力在電影觀賞中「找尋屬於自己的感動」，想要有與眾不同的見解，想要在內心有所感觸與撼動，方能確定這部電影對自己具有意義和價值，而不是與大眾所感略同的泛泛心得而已，否則便是浪費時間看了一部電影。這種堅

持要有與眾不同的見解，以及擁有自己感受與品味的心理，普遍存在於大多數的小眾影迷。影迷香菇就說，「我看電影之前，絕對不看影評，因為想看到和別人影評不一樣的東西」，她也希望自己對電影有與眾不同的見解、獨到的評論。也許是這樣強烈想要與眾不同的心態，擁有與眾不同的見解、與眾不同的品味，於是他們去看多數人甚少接觸的非主流電影，不願與大多數人看相同的電影，而去接觸藝術電影，因為那是一小撮人觀看的小眾電影，與眾不同，進而逐漸成為小眾影迷。電影行銷工作者梅子就說，「小眾影展的行銷方式，就是抓住行銷客層不願與別人一樣的心理，小眾影展就是這樣刻意塑造出來的」。

伍迪艾倫的《開羅紫玫瑰》，劇中女主角，每天都過著不順遂的生活，上班捱罵，老公又是個不了解她、不愛電影的大老粗。每天下班後，她只得獨自一個人到戲院看電影，寄情於電影情節中，一遍又一遍地重複看著同一部電影，看到電影裡的男主角都記得她了。演著演著，這個虛構的人物突然看著觀眾席真實的她，對她說話，甚至為了她，從虛構的空間螢幕中走了出來，來到真實世界，帶著她離開戲院，兩人墜入了情網，他再也不願回到只能照著劇本過生活的虛構電影世界中。而少了主角的電影，因為主角的出走，其他角色和故事無法繼續進行，便在電影中爭吵了起來，一籌莫展……。這部電影有趣地打破了電影院與電影之中真實空間與想像空間的疆界，兩種空間並置並存，並且得以輕鬆跨越，彷彿索亞（Soja）所稱的「第三空間」（Thirdspace）¹⁰。



圖 2.20(左)正在戲院上映的電影男主角，從螢幕中對一位女性觀眾說話，其他觀眾驚訝看著她。

圖 2.21(右)接著這位電影男主角，竟然從螢幕中跑出來，要找這位重複看這部電影的女性觀眾。

¹⁰ 第三章第一節將進一步探討小眾影迷的電影空間連結。

2.4.2 私密性

流行的商品，常是可以穿戴（帶）於身上的飾品或生活用品，容易外顯引人注目，物品的稀有性還可炫耀於同儕之間而引人欽羨，獲得成就感，或者彼此互通有無，共同分享收藏的商品。然而，小眾影迷所收藏的電影物件，不管是票根、DVD、海報、或電影手冊書籍等，都是影迷自己秘密放在家裡觀賞的產品，秘密收藏著，鮮少有機會刻意帶出去或向人提起，況且許多都是令週遭朋友感到陌生的導演與電影週邊產品，不同於流行文化商品能夠明顯展現個人風格。Valley 說：

我不認為收藏這些東西可以展現出個人風格，因為我都放在家裡，不會有人知道，如何向人炫耀？就算我興奮地拿出我最愛導演 Hall Hartley 的東西給別人看，例如他的 DVD、和他的電影劇本，那可是我跑遍全台北都找不到之後，後來千辛萬苦在外國網路上找到買來的，但是拿出來也沒有人知道他是誰，別人只會覺得我很奇怪。很多這類的東西都沒有機會拿出來秀給別人看。如果我拿個魔戒的寶特瓶使用，這比較多人擁有，別人也知道這是什麼。

凱蓉和 Valley 有相同感觸，她說：「即使講出，甚至秀出那些收藏品，別人也沒有任何反應或感覺，因為他們根本就不認識那些導演，也沒聽過那些片名，講出來或給對方看，彼此只會顯得尷尬而已」。不過，如果碰到「內行人」時就不一樣了，同樣是內行人必定能馬上辨識出來對方小眾影迷的身分，了解這些收藏品的價值和意義。

懶貓從不把電影週邊物件當作商品，他覺得那些私人珍藏物品是「對自己、對電影具有特殊重要意義的珍貴東西」。因為小眾影迷珍愛的電影收藏品，大多經過辛苦的尋找購買過程，具有特殊意義或價值，有時還可能是非常獨特的絕版品、稀有的限量收藏品。因此，小眾影迷不太願意主動出借或與他人分享自己的收藏品，深怕出借之後損壞或刮傷，甚至一去不返。這些小眾影迷得私家珍藏都秘密地保存在家中，僅供自己欣賞把玩。例如，有位朋友介紹筆者一位訪談者，當我打電話和他約訪談時，對方第一個反應就是，義正詞嚴地強調他所有的電影相關收藏品，絕不外借給任何人，只在家中自己秘密欣賞。

Baudrillard 認為，收藏品的獨特性，來自於被「我」擁有，意即收藏者得以在收藏品上認識到，自己是一個絕對獨特的存有（1997：101）。收藏和自我認同的關聯性密不可分。每位小眾影迷都期望自己是獨特的、獨一無二的人，這樣的

心態反應在他們的收藏上——希望自己藏有獨特、稀少、甚至獨一無二的收藏品。所以說，「我們所收藏的，永遠是我們自己」(101)。

幾乎每位小眾影迷都會獨自酗電影，因為喜愛酗電影，也延伸出喜愛收藏電影產品的癖好，而且秘密愛戀收藏，有了這些收藏品，又得以繼續獨自酗電影。小眾影迷對電影的喜愛程度，是相當瘋狂的，稱之為「過度的電影閱聽人」，一點也不為過。

相對於一般觀眾對電影的反應，這一節所描述小眾影迷的熱愛電影的程度、對影像要求完美、敏感與明察秋毫的能力等等，是有其養成背景的，他們的習癖和品味也是在各個場域中所養成的，接著下一節將要探討小眾影迷的養成場域。

第三節 養成場域：釋夢秘技的修練

小眾影迷並非天生為小眾影迷，而是在好幾個不同的場域中逐漸成形的，諸如學習場域、觀賞場域，以及電腦的虛擬場域等。大部分是兼具數種功能的，例如社團或 Sun Movie 電影台，同時是觀賞場域，也是重要的學習場域，兩種場域難以硬性劃分開來。每位小眾影迷的養成場域不盡相同，但他們都在各個場域中，逐漸接觸深入觀賞與學習，修練釋夢秘技，並發現許多電影論述將這些場域與電影粗略定義為小眾電影。最後，這些影迷便自我定位為小眾影迷，而影迷內部則有其光譜差異。

3.1 學校課程與社團

釋夢秘技是入門藝術電影、成為小眾影迷的必要技能。抽象的夢境，需要精神分析師解夢，才能讓作夢者了解其代表意義。充滿抽象符號的藝術電影與夢境，並非每位觀眾都能理解，要經過有解碼能力的釋夢者或影評者分析與詮釋，才能揭開電影當中抽象符號代表的意義。並非每位觀眾都擁有這項神秘技能，許多樂於作夢、釋夢的小眾影迷，才擁有這項秘技。不過釋夢秘技並非天賦才能，是後天學習得來的。

Bourdieu 認為能欣賞藝術電影的人，知道導演名字、風格，和教育資本有較大關係，和純粹到戲院看電影不同 (Bourdieu, 1984: 26)。小眾影迷和一般電影

觀眾不同，小眾影迷除了欣賞電影文本本身，還要深入了解分析文本及文本以外各種面向的電影研究，他們熟悉影片的導演與風格，這更是和教育資本相關；而一般電影觀眾，就是純粹看電影。學校、課程、社團、電影書籍、電影機構等，就是小眾影迷學習這些能力非常重要的場域。

有許多小眾影迷是大眾傳播、廣電、藝術、美術、外文、電影等系所出身的，其接觸非主流電影的學習場域，主要當然來自學校開設的電影相關課程，例如「電影理論」、「媒介美學」、「電影風格分析」、「電影與文學」等等。受訪的小眾影癡有許多都經過學習、上過電影相關課程，都有接觸非主流電影的機會和環境。Jessie擁有藝術學碩士學位，有自己的美學品味，喜愛風格獨特發人深省的電影。原本就喜歡看書的潘潘，由於參加讀書會而有機會接觸影展，後來在研究所又上了電影課程，彼此有加乘效果，她說：

我以前參加過一個讀書會，當初因為有讀書會成員很喜歡看藝術電影，那時剛好有金馬影展，便找我一起去看電影，去看了才知道原來有這樣的奇怪電影。…後來讀研究所，所內有開設文化研究課，也學了一些電影研究與理論的東西，更引起我對非主流電影的興趣，也想要看的更懂一點。尤其在高雄研究所畢業後，來到台北當小學老師，我覺得在台北有好多機會接觸藝術電影和影展，因此，只要有影展或藝術電影，我幾乎場場都去看，而且都一個人去，因為很難找到人像我這麼喜歡看藝術電影的，週六週日不用上班時，我一天可以看好多場，從早看到晚上，覺得很過癮。

社會系畢業的 Estella，積極地想要深入研究自己的興趣，積極到外系及校外機構修電影課，她說：「我本來就對電影有興趣，曾經到外文系修過幾門關於電影和文化研究的課程，學了些電影理論和電影語言的東西，也常去電影資料館與誠品講堂上過電影課，現在就是從事與電影相關的文字工作，常常撰寫影評等」。透過積極主動的課程學習，Estella 得以專職書寫電影評論。David Bordwell 說，「評論……倚賴認知的技巧，需要想像力和品味，並擁有特定機制肯定的問題解決能力」（1994: 18）。當中的「特定機制肯定的問題解決能力」，也就是能為電影組織與學術圈接受的評論語彙與方法，也就是 Jenkins 所謂「迷」這個特別的詮釋社群所能接受的語法與慣例（1992: 210）。小眾影迷或電影學者所寫的影評、所使用的電影語言，都是彼此可以理解的學術語言，因為許多人都受過相關的學術訓練或培養，寫著彼此可以溝通的語言，不過似乎就難讓非影迷圈的外人理解了。透過種種學習、觀賞場域的養成與修練，小眾影迷也加入了這個特別的詮釋社

群，諳於電影圈的特殊學術語言。這些當然需要文化資本的積累，而評論的認知技巧與品味，更是和文化資本息息相關。

除了學校開設的電影課程，其他多數小眾影迷則都是從電影社團入門的，入門之後的個人修行，如閱讀與觀影，也是重要功夫。學校的電影社團，是許多人開始接觸非主流電影的重要管道。一般電影社都會規劃有系統的電影課程與電影主題探討，多數都聘請知名的電影人作為社團指導老師，例如聞天祥就擔任了輔仁大學等數所大學的電影社指導教師。除了課程演講之外，社團也常常引介非主流電影，並進一步討論分析，這些都是很好的入門學習機會。此外，電影社也收藏了許多的非主流影片與電影書籍雜誌，提供社員自由免費借閱觀賞。藉此，社員可以有許多機會從電影本身學習看電影，從這裡啓蒙出發，電影看多了，電影評論聽多了，慢慢就累積深厚的電影文化資本。電影文化資本是多面向的，而後逐漸培養出自己對電影的偏好品味、自己的選片規則，以及對電影的想法與理解方式。

淡江大學畢業的小豐，就是眾多藉由電影社團這個場域，自己累積學習觀影文化資本的其中一個例子，他說：



高中時，電視報紙大幅報導費里尼導演過世的新聞，還提到一些他拍過的電影。我想說報導這麼大，他一定很厲害，可是那些片名我都沒聽過，想要看一看，後來去錄影帶店也都找不到，那時我住中南部，幾乎沒有任何影展，也幾乎都看不到他的電影。……上了大學，發現有電影社，翻了翻他們的社產片單，發現費里尼那些片子電影社竟然都有，而且還有很多不常見的電影。所以就這樣加入了。看了許多不一樣的電影，跟著社團跑了很多影展。後來當了社團的圖管，錄影機和所有的錄影帶、電影書籍都放在我這裡保管，就常常自己放來看，若有社員要看，也會放了陪他再看一次。

淡水太遠了，請不到社團指導老師，聞天祥來了幾次就辭掉了。後來只好找校內的老師掛名，所有的指導工作就落在我們這些幹部身上，每週的社團時間，除了放片之外，講片分析部分也都我們自己上場，所以那時候就作了好多的電影口頭報告，要分析那部電影，要介紹導演，還要針對各週設定的相關電影主題來講。就像大學或研究所做報告那樣，除了要重複看電影很多遍，更要自己去找很多資料書籍閱讀，有不懂得還和幹部彼此討論，所以也學到了很多。常常有幹部有事，也都找我上場代打，因此我多講了好多場，多作了好多份電影口頭報告。

在電影社除了看電影，更可接觸到許多與電影有關的知識與資訊，例如影展訊息的交流。凱蓉就是在社團學長那兒得知許多影展舉辦的訊息，喜愛非主流電影的凱蓉，當然因此就固定積極參加影展，觀賞了許多非主流電影。成大工設系畢業的阿凱，原本就喜歡電影，加入印象社（電影社）之後，接觸了許多非主流的電影，台南偶有影展，也都會去觀賞。

3.2 校外養成場域

除了電影課程與電影社團引介的學習之外，電影本身也是很重要的文本學習管道。去過外國學習電影的汪瑩等人認為，學習電影最主要的方式就是看電影，由於影展的舉辦，現在在國內就能夠看到許多可以學習的電影（黃仁，1985：99）。世新大學廣電所教授電影的文達庭教授也說過，「我沒有辦法教你們怎麼看電影，其實長期每天固定看兩部電影，就是最好的學習方式，電影文本是最好的老師」。即使未學過電影課程的人，只要常看電影，電影本身即能提供美學與品味的鑑賞，時間久了，自然培養出對電影的美學品味與個人觀點，也累積了觀賞電影的文化資本與解碼能力。而原本就有學習電影課程理論的人，再輔以長期大量觀看電影，對電影的美學鑑賞力與解碼能力自會更加敏銳豐富。小眾影迷的這些能力是學習累積而來的，並非天賦才能，也並非天生就具有藝術文化美學品味。

依照汪瑩和文達庭教授的說法，台灣老字號影展——金馬影展，可以說長久下來培養了一群小眾電影迷，即便有些完全不是電影人士，也不是學習電影的學生，看久了也能看出一些端倪。這些林林總總的小眾影迷，日後也成為支持其他大小影展的電影觀眾。

此外，Bourdieu 也認為「知識與品味喜好傾向於構成具有明顯特色結連體，而且也明顯地關係到教育水準」（1997：266）。Momo 就說：「我無法和股票人度過一個下午，因為話不投機，朋友一定要能和我聊電影、書籍文學、繪畫美術等這些我的興趣才行，我無法忍受太空泛的言談」。

鴨子也是個很典型的例子，從喜愛文學、美術、漫畫的文藝青年跨到電影藝術的研究，他說：

我高中開始接觸藝術電影，那時我是作校刊的。透過新浪潮，文星、人間雜誌，還有朱天文寫的小說，知道台灣有人在作電影，很特別的電影，對它就有一些嚮往和親切感。大學考上世新圖書資料系，沒有興趣就想轉系。我也

不喜歡電台和政治。因為參加過野百合學運，看到記者報導這運動的方式有問題，對新聞教育很不喜歡。我又不要有那麼多考試，聽說電影科可以考前五天再開始準備，平時又可以看電影。

我1991年就轉到電影科。慢慢發覺電影真的挺有意思的，和自己的過去興趣都有關係。我房間都掛新電影的海報，像《光陰的故事》等等，這些電影都在發生，都正在拍、正在上片，是正在發生的事情。我小時喜歡畫畫，看漫畫，都被父母禁止，後來發現動畫也和過去有關，許多小時後被禁止的事情都和電影有關，在這裡都可以作，美術、動畫…，發現電影這門真的很厲害，可包含我過去就很喜歡的文學、繪畫、漫畫。

由此可知，喜歡文學、繪畫、藝術、古典音樂等型態的人相關性甚大。能欣賞藝術電影的人之中，有許多人上過文學、電影或藝術等教育課程，對藝術電影的鑑賞力是學習而來的，而沒有這樣文化資本的人，鮮少會接觸、觀看藝術電影，更遑論鑑賞評論能力，可見教育與學習對電影欣賞的重要影響力。Bruce A. Austin就說：「根據數個對於藝術電影老顧客的研究，他們都是傾向於受過高等教育的人」(Austin, 1989: 82)。法國的統計數字也證實，觀賞「藝術實驗電影」的觀眾，70%受過大專以上的高等教育(彭怡平, 1999: 127)。由此可證明，藝術電影與教育、文化資本具有相當程度的關聯性。

從大學到研究所都唸電影系所的的鴨子，只看藝術電影，他說，「只要是我看的電影就是藝術電影」。他進一步解釋：

我對主流的東西不好奇。就像每個人都有理由不喜歡吃什麼。我比較喜歡表達情緒的東西，並受影響，我並沒有很大的動機在一部電影裡去看一個故事來持續看電影。主流電影講故事，藝術電影表達情緒。小眾電影是我接受不同訊息、表達方式技巧的來源。

因此喜歡觀看藝術片或喜歡好萊塢影片，其實是一種傾向、偏好、風格，是由於長期以來內在於思想和品味過程，以及表現於外的行動與品味活動使然，也就是慣習、習癖所致(habitus)(高宣揚, 2002: 432)。

「Sun Movie 春暉電影台」曾是許多小眾影迷相當喜愛的電影台，他們可由這個管道接觸許多非主流電影，是非常重要的觀賞場域之一。梅子就不斷稱讚說「Sun Movie 春暉電影台在台灣的小眾電影史上，佔有非常重要的地位」。它是

少數以引介非主流電影播放為主的電影台，常有主題式的小影展：例如同志主題，女性電影主題……等，可以讓影癡有系統地接觸同一主題的電影；也常規劃電影大師導演系列電影，讓觀眾能常常觀賞好幾部同一導演的作品，有助於了解導演風格，讓影癡能自行修練。此外，電影台還規劃影癡俱樂部單元，請著名影評人來節目中講解評論。電影台規劃這些專題性的影片，「帶領人們嘗試有『深度』的觀影，換言之，除了看電影的娛樂休閒之外，還附帶了知識性的統整」(朱苓尹，1997: 85)。因此「Sun Movie 春暉電影台」便成為當時小眾影迷在家修練的重要觀賞場域兼學習場域。不過開台不到五年，卻因為觀眾群只侷限於小眾影迷，收視率不佳，廣告收益太少，無法支持節目運作，於 2001 年 10 月 1 日停播。

如今，小眾影迷再提到「Sun Movie 春暉電影台」，都感到相當惋惜與懷念。因為國內的洋片台全都以好萊塢電影為大宗，少有歐洲片或其他國家電影的播放。雖然電影頻道眾多，然而看不出其間的差異性。於 2004 年元旦復台開播的「緯來洋片台」，除了播放好萊塢強檔電影之外，近來也播放得獎影集和歐洲電影，未來也將繼續搜羅口碑佳之影展佳片，包括歐亞各國佳片。是否能在春暉電影台之後，成為小眾影迷最愛的電影台，得以常常觀賞好萊塢以外的電影，相當值得觀察注意。

除了上述學校課程、電影社團、電影台之外，電影書籍也是重要媒介，此外圖書館的視聽中心，電影館藏非常豐富，而且免費使用，也成為重要的電影觀賞場域。例如張銘祥並未參加過電影社團，主要靠自己看電影，再自己找電影書籍來研究。他描述自己開始看非主流電影的歷程，說道：「大三時，在學校圖書館看了一部楚浮的《四百擊》，覺得自己對那個小男孩的經驗感同身受，覺得拍攝手法和鏡頭運用很特別，就去找書看，之後就電影越看越多，遠流電影館的書也看了好多，後來也常去看影展」。社團、電影書籍、影展等，這幾個電影學習與觀賞場域、媒介，常常一個扣著一個，一個牽動另一個，一直延伸出去，不斷地造就小眾影迷的產生。

此外，國家電影資料館、誠品講堂、電影沙龍等，常常舉辦電影相關課程。這些非主流電影的機構，也是許多小眾影迷重要的學習與觀賞場域。鴨子就為了可以免費看電影資料館的影片，而去電影資料館當工讀生。

又如，誠品講堂第 18 期（2003. 6/09~8/29）的電影課，就是聞天祥策劃主講的「歌舞、恐怖、科幻、喜劇、西部、武俠、偵探、愛情——八大類型電影與社會文化的微妙關係」，「探索觀點『電影』發現深度閱讀的趣味」。在課程簡介裡，他寫著：

時常給人感覺俗爛、公式化的類型電影，其影響力以及成就往往受到低估，其實它們不僅主導了電影市場，影響層面更涵蓋社會、文化、工業、政治與歷史。法國理論家巴讚曾說：「類型的傳統就是創意自由的基礎」。影評人出身的法國導演楚浮也說：「當一部電影達到一定程度的成功時，它就變成一個社會學上的事件」。大量生產的類型電影，其實是電影領域當中最曖昧也最複雜的一塊，它幽微地化為時代社會的鏡子，文化慾望的寄託，豐富的程度遠超乎想像。本期講座將透過琳瑯滿目的類型風貌，深入淺出地帶領大家認識這個看似熟悉，但其實存有許多誤解與趣味的電影世界。



圖 2.22 (左) 包含電影課程的第 18 期「誠品講堂」課程手冊。

圖 2.23 (右) 第一期「電影沙龍」課程手冊。

這個電影課程除了分析各類型電影的美學風格，也深入探討電影文本之外社會文化層面的議題。這類開設電影課程的學習場域，總是吸引不少影迷前往修練。

關於小眾影迷養成，最大規模的觀賞場域就是電影院，以及各種大小影展了。即使小眾影迷離開畢業學校，沒有了學校電影課程，沒有了電影社團，春暉電影台也沒有了，或許也因為工作，沒有閒暇閱讀電影書籍。然而電影院一直都是小眾影迷重要的觀賞場域，影展也仍是小眾影迷必定不會缺席的學習與觀賞場域，這兩者於第三章第二、三節將有較詳盡的討論。電影院與影展，無論對學生或上班族的小眾影迷而言，都是生活中不可或缺的重要觀賞場域。

影展之前和影展期間，通常會舉辦數場針對影展電影相關主題的演講或座談會，由知名電影學者或電影專業人士主講，對電影有興趣的小眾影迷常會前往聆

聽、學習。另外，影展前還有著名的選片說明會，通常由聞天祥主講，他是著名影評人，也是影展策辦人，許多小眾影迷都曾去聽過，這是影展前小眾影迷的重要活動之一。之前常去聽選片說明會的 Jonathan 說：

聞天祥可說是我的偶像，不管演講或寫書，他都能夠針對電影文本，由淺入深，用淺白的文字，精確地講出電影本身的好與不好，而不是像寫論文那樣用深奧的語言來說。…之前他辦的影展選片說明會都會去聽，不過聽多了，現在可以自己判斷了，可以不用藉由他的介紹去挑片了。

因此，可以說，聞天祥的影評書籍以及選片說明會、演說，也是小眾影迷重要的學習場域；聞天祥本人就是一個非常積極的文化仲介者。凱蓉也相當推崇聞天祥，她認為：

他帶領許多影迷進門，尤其在我們輔大電影社，每年學期初都舉辦新生影展，重新介紹講課，不斷帶新人入門，而且很有熱情，每次都興致蓬勃地說，每次都像是第一次講一樣地有熱忱。我真的覺得他在我們這一代影迷之中佔有很重要的地位。影展前的選片說明會，聞天祥總可以拉很多人去看某些片，聽了之後會覺得好像他介紹的每一部都應該去看，絕不能錯過，不去看好像一定會很後悔。可是後來漸漸會發現，他有時會把一部片講的很好看，可是去看了又覺得不怎麼樣，他的功力就是他可以拉很多人去看他介紹的電影。不過他是主辦人，好像也得肩負賣片的責任，所以也不太會去苛責他。

另一位影像工作者，也是影評人鴨子，也和聞天祥有同樣的熱情，他說：「如果我很喜歡一部片，也會大力宣傳，請大家去看，這樣片商就有可能因為這部片受歡迎，而將這部片的版權買下來，以後就還有可能在台灣看的到這部電影，不然大多數電影在影展完，就再也看不到了」。由此可知，影評人這一意見領袖的影響力有多大。小眾影迷圈因為有幾位透過寫書、演講、課程而出現的意見領袖和文化代理人，讓小眾影迷的養成有固定的模式、有類似的習癖，甚至是特定的品味。

3.3 網路與其他

網路的虛擬空間也是小眾影迷常常造訪的，這個場域的影響力也不容小覷。尤其年輕一代影迷網路使用較為頻繁，常常到各個電影討論版，在一個虛擬的網路空間，看著真實影迷所寫的电影評論與資訊，有些會參與討論，不過多數人僅止於觀看別人所撰寫討論的文章，並不參與討論或發表文章。除了 BBS 電影討論版，也有許多影迷自己開設電影新聞台，例如在台大椰林 BBS 上暱稱為 Film 的小眾影迷，以及凱蓉和 Jonathan，都是在網路上開設電影新聞台的台長。他們不定期撰寫自己的電影評論、電影札記，並和其他小眾影迷分享，透過網路，也閱讀了許多其他人的電影札記，並且交換心得討論。

還有小眾影迷，甚至在 Yahoo 組織網路電影家族，號召喜愛非主流電影的影迷加入，例如懶貓就當了「電影試片節網路委員會」的家族副家長。他表示，這是個以推廣影展電影為主的家族，家族的家長，能力強、對電影懷有許多理想，每天都上網提供並更新最新的電影、影展訊息，期待讓很多對電影有興趣的家族成員更了解藝術電影，或讓更多不常接觸電影的人加入家族。因此想將家族經營得有聲有色，也相當有組織，底下規劃有三個分支：網路委員會、評審委員會、評審鑑定會。另外發行兩份電影電子報、一個電影新聞台，並且定期發信給家族成員、舉辦活動、鼓勵大家上網寫影評和討論。尚未找到工作，靠家裡經濟援助的懶貓，甚至「和家長一起瘋狂地賠錢辦影展，和家長兩人規劃好片單，付錢租借場地，印製海報傳單，找來片子，就辦了影展，期望家族成員能夠有機會多接觸一些我們覺得好看的藝術電影」。他們的勇氣與熱情，頗令人動容。

然而，弔詭的是，卻因為兩人太有熱忱，期望過於殷切，「將電影家族經營得太過正式，許多人望之卻步，也嚇走很多人，大家誤以為一定要對藝術電影很懂、很會寫影評的人才能加入家族，才能在家族裡活動。」其實，過分強調藝術電影、太過精英文化取向的網站，本來就只屬於一小撮文化精英的小眾，這本是個小眾組織，只有少數有志一同的同好在此活躍。因此，這個電影家族的後續狀況不佳，懶貓表示：

我們一直賠錢辦影展，我自己沒有經濟能力，家族長也被現實面給嚇到了，後來他又考上了大學，忙碌的學生生活使他無心繼續經營家族，加上影展活動宣傳不佳，參與者總是固定幾個已成為好友的家族成員，無法達到推廣影展電影的目的。因此，這個電影家族目前處於半停擺狀態，幾近於荒廢。

家族成員和電影家族之間缺乏約束力和向心力，是網路場域不得已的缺失，也使得網路家族難以經營，諸多困難之下，家長於是放棄了虛擬空間裡的電影家族經營，轉而參加大學裡具有實體社交的電影組織——「電影社」，社員間能夠有實質的接觸、互動、分享，有別於網路虛擬空間裡的電影家族。

Moorhouse 認為，對一件事物的狂熱者是會隨著時間而有所改變的，在他的模式裡，不同程度的狂熱者是流動的，而非固定的（Abercrombie & Longhurst, 1998: 133）。「電影試片節網路委員會」的家長經營了電影家族一段時間，由於經濟壓力、時間壓力以及學業壓力等等，從狂熱的業餘愛好者，轉變成只是有興趣的大眾，也轉換了活動的場域。這個家族就此停歇了。懶貓將熱情轉移至另一個電影家族，一個更貼近他的理想的家族——「自制電影 CASE」¹¹，以獨立拍攝影片為主，像個小型的電影工作室，根據 Moorhouse 的分類模式，成員大多是業餘愛好者，也有少數是專業人士，有一位的作品甚至入圍北京的獨立影展。家族成員大約有二十人，每人繳交三百元，合資創作影片，不足則由有工作者再行補貼，每人各有所司，每週見面開會討論一次，並將開會紀錄貼到家族網站上。懶貓開心地說：「台灣的電影大環境不佳，但成員對電影創作的熱情不減，大家都期望能夠透過影像說故事，如果影片能夠成功拍出，將投稿國內的影展或電影節，希望別人能夠看到自己的創作」。這些滿懷夢想的業餘愛好者或許有一天將成為電影專業人士。懶貓 2001 年自大學畢業至今依舊未準備工作，靠父母經濟援助，他每日的生活、所思所見都圍繞著電影，去電影院或在家看電影、上數個電影家族或網站討論電影、看電影評論與資料等等，另外則是投身於這個 Abercrombie 所稱「小生產者」的「自制電影 CASE」電影家族拍攝工作，他可說是「全職的業餘愛好者」（full-time amateur）。

觀賞電影或學習電影，總是需要時間與金錢的投入。學生時間較多，也較彈性，在學校又有許多豐富的免費電影資源，有較多機會接觸電影，例如學校電影課程、片藏量豐富的電影社團，或者大學圖書館視聽中心。一旦畢業之後，離開校園、投入職場，甚至婚姻家庭，往往受限於時間，無法一如往昔方便地在各種場域觀賞電影、學習電影。再者，也少了許多免費學習電影的資源和機會。學生如果有充裕的資金，當然也得以參加學校以外各機構推出的付費電影課程或電影的觀賞，例如國家電影資料館、誠品講堂、電影沙龍等，以及各戲院、影展等觀賞場域。不過上班族卻只得抽出時間，付費參加電影課程或到戲院、影展觀賞電影，相較於學生，學習場域與觀賞場域等電影資源，明顯減少許多。另外，網路的電影討論版，則是在學習與觀賞場域修練之後，練習所學所知、寫作業的地方，

¹¹ 這個以拍片為主的電影家族，原本名稱應為「自製電影 CASE」，當初申請網路家族登記時輸入錯誤，因此將錯就錯，變成了「自制電影 CASE」。

不分職業身分，就像課程後的問題自由討論或不打分數的作業練習一般。

要自行修練觀賞電影，學生可以到大學的圖書館視聽中心，盡興而大量地免費觀賞電影；住在台北的上班族可能去國家電影資料館，那是電影片藏量最多最廣的地方，然而年費一千八百元是相當高的。法國電影圖書館每年由文化部編列 3000 萬法郎預算，約 1 億 5 千萬台幣，年證只要兩百法郎（約一千元台幣），學生一百法郎（約五百元台幣）（黃建業，1997：68-9）。和台灣的國家電影資料館相較，法國電影圖書館，館藏既豐富得多，年費也便宜得多了，能鼓勵更多人親近這個電影學習場域兼觀賞場域。



圖 2.24 國家電影資料館的第 26 期通訊，印有「電影中的母親／父親形象專輯（上）」的刊物中，詳盡列出此專輯的放映訊息及其他館內電影活動訊息。

國家電影資料館雖是對全民開放的電影機構，不過使用者和參與者大多是已經擁有較多文化資本的人，經由館內的各種資源與活動，再累積相關的文化資本。誠如 Bourdieu 所言，「要將促成文化資本去吸引更多文化資本的累積效應這樣的序列打破是很困難的」（1997: 267）。若要改變一般觀眾的觀影習癖，讓他們多接觸不同於好萊塢式的電影，當然需要國家電影文化政策的著力。

台北市政府文化政策白皮書「振興電影產業發展」的策略中，提及一項執行方案：「辦理台北電影節」，藉由「引進優良國際藝術電影，讓市民有機會接觸商業電影以外的藝術電影」（台北市文化局網站）。首屆台北電影節由 1999 年起開辦，不過以非主流電影為主的影展活動，仍只是服務了小眾文化菁英、知識分子，因為多數參加影展的人，都是原本就對影展電影有興趣、對藝術電影有解碼能力的文化精英，一般市民沒有接受過電影教育及觀影知能的養成，通常是不會參與的。因此，讓缺乏電影文化資本的民眾，多去欣賞非商業電影的目標，很難只藉

由舉辦影展活動而達到。

在台北市文化政策白皮書的前言裡，開宗明義便表明，「文化是一種含有教養、品味、智慧、心靈和創意的結合體」(強調為筆者所加)。一般大眾缺乏引介，並不會注意接觸到這些影展相關訊息及使用這些資源，也缺乏對這些非主流電影的解碼能力。絕色影城票務先生發現，主流好萊塢或商業電影票的購買者，各個年齡層都有，但是購買藝術電影票的人，「年齡層明顯往上拉高，而且眼中充滿智慧」。然而，「眼中充滿智慧」，不管是真的購票者較具智慧，亦或票務先生對藝術電影觀眾的想像，都暗示著藝術電影與文化資本、年紀的關聯。真善美戲院的票務人員黃小姐說，「藝術廳的人好像比較有教養，因為留在場內的垃圾總是比另一廳少多了」。這也是個相當值得玩味的說法。這裡的「智慧」、「教養」，和文化政策白皮書裡對「文化」的定義不謀而合。因此，台北市文化局的電影策略——舉辦以非主流電影為主的影展活動——仍只是服務了小眾文化菁英、知識分子，沒有達到其政策目標。最後，這些影展電影的支持者仍只侷限於小眾影迷——經由許多電影場域的接觸學習，練就了一身釋夢祕技的小眾影迷、了解儀式性秘密通道的小眾影迷。



第四節 自我定位與光譜差異

4.1 影舞者的自我定位

小眾影迷了解共同的電影學術語言，參與過同樣的影展，看過許多同樣的電影，熟悉同樣的導演，在電影網路討論版上，雖彼此不認識，透過共同的興趣、話題、經驗與認同，而成了一種另類的社會群體——小眾影迷。

經過種種場域的塑成，持續處於這些場域裡的藝術電影觀賞者，因為認同這些場域與論述，進而自我定位為小眾影迷。例如，Momo「聽說有一群人¹²不愛看好萊塢商業電影，我閱讀了一些電影論述文章¹³，知道有一些電影被稱為所謂的小眾藝術電影，而發現自己就是只愛看這些電影的人，才知道原來自己和這群

¹² 藝術電影、影展電影，從創作者的美學風格出發，「連結上了美學觀、價值觀與電與電影品味與之相近的一群評論者(影評人)以及消費者，形成了一個獨特的群體…稱之為『藝術電影團體』，他們主要接觸的電影產品是國內與國外的『藝術電影』也在市場上與一般主流的觀眾群有著某種程度的區隔。」這是魏玟對小眾電影迷所下的定義(魏玟，1994: 105)。

¹³ 參見註9。

人一樣，都是所謂的藝術電影觀眾、小眾影迷」，這時 Momo 便確立自己的定位，為小眾影迷。

這群小眾影迷對電影的著迷既低調又秘密，強調要有自己獨特的見解和感受，都是朋友口中「喜歡些『怪怪電影』的人」，而且他們都對他人給自己這樣的形容和印象，感到滿意，因為不同於一般大眾的電影品味，正滿足他們期望與眾不同的心理。同時，他們將自己迅速歸類為能夠理解並喜愛這些非主流電影的文化精英，而非只接觸主流電影的一般大眾。

而且多數小眾影迷都感到孤單，感慨身邊鮮少同好朋友可以一起去看電影、趕影展、聽演講，總是得自己一個人前往；然而，另一方面，影迷又偏好獨自去看電影，凱蓉甚至認為，「能自在一個人去看電影，才算是個真正的小眾影迷。」到了影展或影展講座等場合，在那兒遇見許多與自己興趣相同和類似習癖的人，知道自己並不孤單，因為大家幾乎都是形單影隻地前來，小眾影迷心裡有了某種程度的歸屬感，知道自己屬於這個小社群。

對藝術電影有共同的熱情和興趣，小眾影迷不約而同參與了相同的影展，看了影評人推薦的影展必看片，不約而同地參與了影展座談會和演講，同屬一個消費群體，是鬆散的小眾影迷社群，只有在特定的場合和時刻才會相遇與相認。Jenkins 對「迷」(fandom) 的運作模式中的第四個層次就提到：「迷組成一種另類的社會群體」。雖然他們素未謀面或極少見面，但有著同樣的認同與興趣。迷的狀態所提供的是一個消費者群體，因分享共同的文本，有了共同的關係(1992: 213)。彼此互不認識的小眾影迷，對藝術電影有著共同的熱情與興趣，分享了共同的電影文本，因此有了共同的關係，也透過類似的小眾電影場域，逐漸培養對藝術電影的偏好與品味，逐漸塑成了小眾影迷，於是小眾影迷認為自己就是這一個另類的社會群體，觀看同樣另類的非主流電影，為自己定了位。

4.2 影舞者的光譜差異

影舞者透過各個場域的論述，將自己定位為小眾影迷，不過這一群體內各個影舞者的背景、生活和癖好形形色色，並非是同質一塊的，他們喜愛藝術電影、對（小眾）電影的投入與執著程度也具有深淺差異。H. F. Moorhouse 根據對美國改裝汽車狂熱者 (hot-rod enthusiasts) 的研究，提出了幾種狂熱者組織模式，我將沿用他的模式，用以分類說明小眾影迷的光譜差異，如圖 2.25 所示：

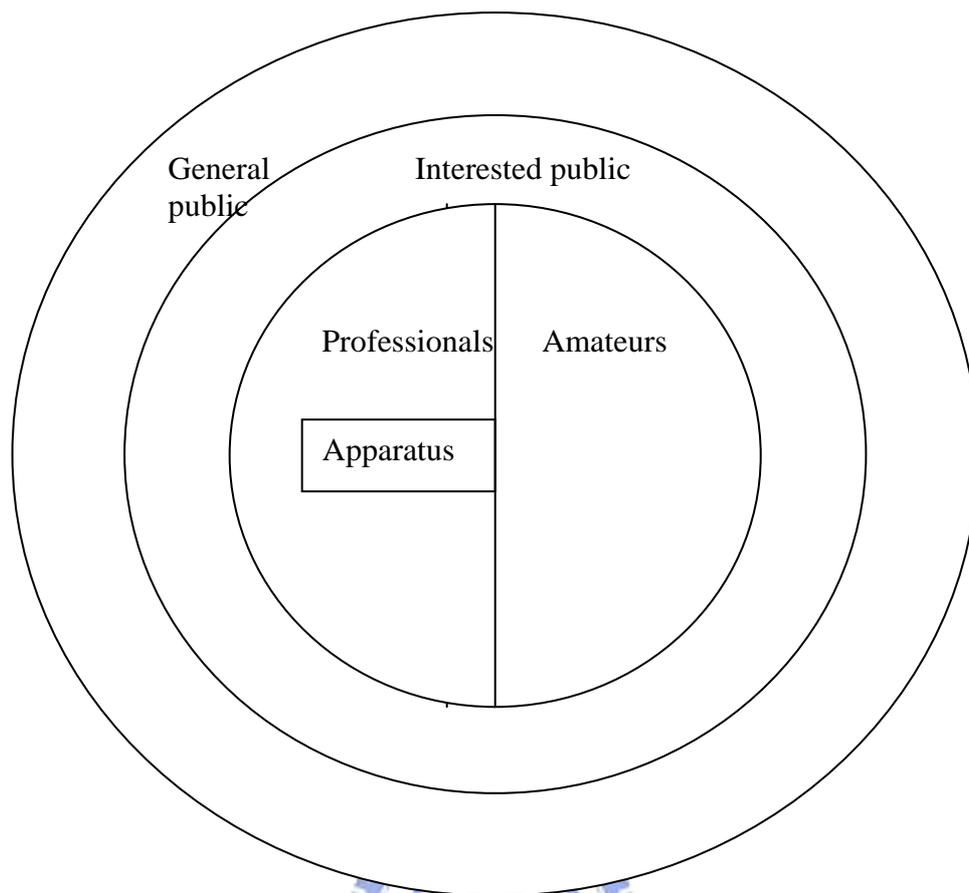


圖 2.25 Moorhouse 美國汽車改裝狂熱者組織的模式
(Abercrombie and Longhurst, 1998: 133)

對小眾電影的涉入程度、喜愛程度不一的小眾影迷，分為好幾層同心圓，由外圍至內圈分別為一般大眾，感興趣的大眾，以及由專業人士及業餘愛好者兩個群體組成的核心部分，分別說明如下：

(1) 專業人士 (Professionals)：

電影專業人士位於小眾影迷光譜的最深地帶。電影專業人士以電影工作維生，包括各類的電影愛好專家，除了導演、製片、影評人等之外，相關的電影行政人員、政府官員、片商等也同屬此類。除了興趣，他們連工作都在接觸電影，可說是涉入最深的影迷。影像工作者鴨子即是一例，他既不願到報社工作，也不願找其他固定時間的工作，因為那樣無法看電影，更不方便看影展。因為對電影的狂熱喜愛，不問酬勞，選擇繼續從事電影工作。他常為「小電影主義電子報」義務寫影評，不拿稿費，或擔任義工，自許該為電影界做些事。不過 Valley 則表示，「我平時已經常常要寫電影報告或者電影劇本了，BBS 或是那種沒有稿費的，

就免了。」不同的小眾影迷、不同的電影專業人士，理念也有差異。

另外，電影專業人士之中還包含一個社群機器（Apparatus），他們是社群裡的知識份子，也就是擁有控制電影愛好溝通管道的人（132）。

（2）業餘愛好者（Amateurs）：

同樣位於小眾影迷光譜最深地帶的業餘愛好者，對小眾電影非常狂熱喜愛，只是他們從事非電影相關工作。在《電影狂》紀錄片中 Bill, Jack, Roberta 等五位美國紐約瘋狂的小眾影迷，有哲學家，有退休老人，並非專業的電影人士，不過卻是不折不扣的電影偏執狂，我們看到其中有人喜愛藝術電影，到了即使靠領救濟金過活，也要看電影的地步。生活混亂不堪，不在乎人情世故或人際關係，只在乎是否看了好電影。

哪裡有影展，哪裡有藝術電影的放映，這些小眾影迷便如遊牧民族一般，隨著電影移動趕場，即使得工作，也會努力排出時間，期望能看到最多的藝術電影。例如潘潘便是如此，總是努力將不必工作的時間排滿電影場次，趕場看電影。有些瘋狂的小眾影迷非藝術電影不看，而且會覺得不去看這些電影，人生便失去意義。對他們而言，沒有電影，人生便是黑白的。他們爲了電影，不願爲了五斗米折腰，不願找個朝九晚五、無法自由安排空閒時間的「穩定工作」，例如爲了電影抱定不婚主義的懶貓，畢業至今仍靠父母經濟支援，但一定要看電影，每天上電影家族網站討論或參與電影家族的活動，或去看電影，他甚至常常賠錢舉辦迷你影展，只爲了宣揚他喜歡的好電影，讓更多人接觸好電影。

（3）感興趣的大眾（Interested public）：

在核心周圍的是感興趣的大眾，大多數上班族小眾影迷都屬於此種類型，位於光譜的中間地帶。當他們還是學生時，也曾是瘋狂且執著的小眾影迷。不過畢業上班之後，仍以工作生活爲優先考量，在工作之餘，有餘力有時間才去看電影。例如 Momo，在求學時對電影非常瘋狂積極觀賞，但畢業工作之後，仍以工作爲重，有空閒、有精力，才去看電影或看影展。大學時曾經爲了電影縮衣節食的小眾影迷堯伯，畢業工作後也不得不向現實妥協，受制於時間不足及上班疲累，對電影的投入程度大幅銳減了許多。此外，此類型還包括剛踏入小眾影迷修練一途的新手、對電影報導有興趣的大眾媒體，甚至只是電影象徵符號的消費者等等。

（4）一般大眾（General public）：

不排斥接觸藝術電影的一般電影觀眾，位於小眾影迷光譜的最淺地帶。他們偶而會看一看非主流電影，但不深入，也不狂熱，小眾電影只是眾多電影類型的選項之一。想看的時候去看，不看也能正常過生活，不會感到惋惜或若有所失。

有影展舉辦或小眾電影放映時，選一兩部電影觀看，便感到很滿足。

這幾種類型是流動的，小眾影迷會隨著時間，主動從一類轉變成另一類（133）。例如從一般大眾轉變成感興趣的大眾，從業餘愛好者轉變成電影專業人士，甚至從業餘愛好者變成感興趣的大眾。

另一方面，Nicholas Abercrombie 與 Brian Longhurst 提出觀眾連續體（audience continuum）的概念，如圖 2.14，也可以用來區分說明小眾影迷的內部差異：

Consumer --- Fan --- Cultist --- Enthusiast --- Petty Producer
（消費者）---（迷）---（熱愛者）---（狂熱者）---（小生產者）

圖 2.26 觀眾連續體（Abercrombie and Longhurst, 1998: 141）

根據圖 2.26 的觀眾連續體套用在電影觀眾上，可以了解電影觀眾一開始只是個消費者，後來變成迷，再變成熱愛者，然後是狂熱者，最後則是小生產者。在喜愛的對象方面，影迷喜歡導演、電影或演員，喜歡一段時間之後會偏愛幾個特定的導演、演員或特定的電影類型與電影主題，也就發展成電影熱愛者；接著便會積極參與各種電影活動，例如各大小影展及藝術電影的放映觀賞等等，成為狂熱者。在 Moorhouse 的模式中，消費者指的是一般電影大眾，小生產者就是那些從狂熱者發展成為專業人士的人（140-41）。

根據 Moorhouse 的模式概念，小眾影迷因涉入程度深淺而有不同的類型，根據 Abercrombie 和 Longhurst 的觀眾連續體論點，同樣是小眾影迷，但因為處於連續體中的不同階段，而有不同的行為表現。有些小眾影迷喜歡上 BBS 討論，或積極撰寫影評投稿電影刊物，有人只是看一看，或者甚少閱讀。有小眾影迷積極收藏了許多電影產品，有人則只看電影，珍藏少少幾樣，甚至不作任何收藏。有狂熱的影迷每個星期都要看上好幾部電影，每個影展都要趕場看到最多的場次，有些則只是偶而觀看小眾電影和影展。這些都顯示出，小眾影迷並非是同質一整塊的，他們對電影的喜愛程度、涉入程度也不盡相同，同樣是小眾影迷，在這之中是存在著光譜差異的。

John Fiske 提出三個迷（fandom）的主要特徵：區辨與秀異（Discrimination and Distinction）、生產與參與（Productivity and Participation），以及資本的積累

(Capital Accumulation) (1992: 34-42)。熱愛藝術電影、聞電影起舞的影舞者，完全符合這三個迷的特徵。第一項特徵將於下一章裡討論；小眾影迷撰寫影評札記、製作拍攝影片、積極參與影展等電影活動，這是第二項特徵；這些影舞者藉著在各個學習與觀賞場域的養成，慢慢積累了文化資本，養成成為小眾影迷的各項能力，這是第三項特徵。

由此可知，小眾影迷也是迷，和其他領域的迷一樣，有各種瘋狂的迷行動，對電影文本過度的熱衷喜愛，是過度的電影閱聽人。像 Jenkins 所說的，他們具有特殊的觀看模式 (1992: 209)，毫不厭倦的酌電影。不過和一般迷不同的是，這群不愛社交的小眾影迷傾向於獨自酌影像，認為電影是個人的活動，而且秘密愛戀自己的收藏品，不與人分享；也低調地從事著自己的電影興趣，生活風格較為隱性低調。因為他們畢竟是較為小眾的一群，難以大張旗鼓地宣揚自己的生活風格與興趣，也難以得到共鳴。

對 Bourdieu 而言，對藝術的品味與知能，並非天賦才能，而是「有其社會文化條件而促成的」，「是體制或非體制化的教育所造成的」，是學習而來的 (Bourdieu, 1997: 262)。小眾影迷並非天生便具有電影的鑑賞能力，而是在種種電影相關的學習場域與觀賞場域中，慢慢累積文化資本，培養了電影的鑑賞力，逐漸修練成為小眾影迷。小眾影迷在師父領進門之後，也傾向於獨自修練，各自成長。

除了這章第三節所述幾個小眾影迷的養成場域之外，還有個更重要的場域——電影，必須以空間的角度來探討，下一章將以空間角度來深入討論電影此一場域。