

第四章 影舞者的夢醒時分

寫了許多童詩的詩人楊喚，死於一九五四年，據說為了趕西門町的早場電影，在闖越平交道時被火車輾斃。這件陳年往事引起我的注意，是因為「電影趕場」這件事情在這裡如此被極致化，它同時也突顯出「西門町」作為一個電影街時，在台北市地理上的奇特性。在那個鐵路尚未地下化的時代，穿越平交道去看電影，似乎是每一個影迷的共同經驗。

電影開場通常是不等人的，它如同音樂前奏般地娓娓出現，通常是一個長得不能再長的長鏡頭，慢慢地讓你從原來的現實世界「轉移到」電影中，就像是失了神般。跳過開場戲，劇情一定看得懂，可是總會像少了什麼般地讓人憤恨難平。

對楊喚而言，那卻是看電影所尋求的「暫時脫離真實世界」與「永遠脫離」的差別。(許伯元，1998：80)



第一節 影舞者與他人的關係

影舞者去電影院看電影，在漆黑的具體空間裡，作著各式各樣的夢境，進到一個有別於日常生活的電影世界空間。然而，夢醒時分，走出作夢的場所戲院，來到紛鬧多元的西門町，與自己有著不同活動目的與興趣偏好的人群相遇，會產生什麼樣的關係呢？

1.1 青少年對影舞者的想像

Louis Wirth 談到，城市裡人口眾多「會導致空間區隔，依個體的品味和偏好」而分佈(Massey, Allen & Pile, 1999: 35)。西門町裡，專賣青少年商品的商場大樓、行人徒步區的服飾唱片等商家，到處可見青少年族群；小眾影迷則集中在真善美戲院、絕色影城、總統戲院等特定幾個看電影的場所裡，或前往觀影的途中。

在西門町裡，青少年和老人從外表容易辨識出來，不管有沒有互動，人們總是可以明顯地「看見」他們。然而熱愛非主流電影的影癡，則是一種對電影的內在偏好與喜愛癡狂，外形上既沒有明顯特徵，亦非西門町活動的廣大族群，而且有其特定的活動空間，和青少年的活動空間鮮少交集，所以青少年是「看不見」影癡的。雖遇而不見、沒有互動，卻有些有趣的想像。

高中生飯桶覺得，那些喜歡看影展電影的人「一定很有氣質、至少是二十五歲以上的人，不然不可能會喜歡、會看懂這種電影，可能工作需要才去看，例如影評人、採訪記者」。小白認為「那種電影是在講深奧大道理的，所以成熟的上班族才會看」。高職生阿源認為「愛看那種電影的人一定很有氣質，而且女生較多，她們一定很閒，否則怎麼有可能花一兩個小時去看一部那麼無聊的片子」。Rock 也覺得「教國文、美術或社會科的老師才會喜歡看」。大一學生婷婷覺得「應該只有上班族、記者、作家、畫家、影評人，以及那些文學系或戲劇系要寫報告的學生才會去看影展的片子」。國二的萱萱覺得「看影展的人是有藝術感的人，有修養、理解力強，但很奇怪，和一般人不一樣」。

高三的小琪則有不同看法，「有錢人和那些趕影展流行的人才會去看，用來向別人炫耀和討論，讓別人覺得他是個有深度、有知識、有藝術感、有氣質的人。」小琪對小眾影迷的感覺，其實是覺得他們所從事的是一種「炫耀性的消費」。對很多影癡而言，藝術電影是精神必需品，例如波波說自己是「屬於影展動物，這些藝術電影就是我的精神食糧」。懶貓也說「藝術電影是我的生活必需品，我的生活重心就是電影」。但對不喜歡藝術電影的人而言，影展只是「浪費時間金錢」的活動、穿戴氣質的文化活動。就像「鋼琴對鋼琴奏家而言是必需品，但對一個討厭音樂的人而言，那就只是件奢侈的傢俱」（J. Paroush，轉引自 Douglas & Isherwood 1979: 106）。Bourdieu 更說，一件藝術作品只對那些擁有文化能力的人，也就是擁有解碼能力的人，具有意義與興趣（1984: 2）。藝術電影就是這樣的作品，只有對擁有文化資本、對藝術電影有解碼能力的人，才有興趣與意義。

1.2 作夢者與世俗人間的相遇：影舞者的地方感

就在進入別人的情節時，我們的心絃被觸動，見主角的坎坷崎嶇，知道自己並不悲哀；或游到別人的開闊世界，記起這個世界開闊豐富，無需執著現在的是是非非…。當電影結束時，知道那只是電影——即使剛才你在戲院裡哭的唏哩嘩啦，或笑得歪七扭八，你還是回來了，回到你的生活來了。（王靜蓉，1997：26-8）

小眾影迷看完電影，走出戲院，回到現實世界，回到西門町的紛鬧與多元，所處的空間都是熱鬧的流行文化氛圍。只有坐在電影院裡看電影時的短暫時空，變成了異質空間，脫離日常性的夢境，成爲一種祕境。看影展或非主流電影前，進入廳院排隊時，小眾影迷望眼所及所見都是自己的同好，進入漆黑的電影廳院坐下來之後，也幾乎看不見他人，在漆黑的作夢場所裡，只存在著自己與夢境。看完電影走出戲院，進入熙熙攘攘的西門町裡，形形色色的人群，有其不同的成長文化背景，教育養成條件，不同的習癖與偏好，對世界有著不同的看法，也用不同的方式在西門町發生意義。

西門町的人群遇而不見這群影舞者，只能有諸多想像。而從夢境中醒來走入西門町現實世界的作夢者，則清楚地看見各種人群，他們有的對觀影之後突如其來的現實世界有著許多負面評價與不適應，只想逃離；有的則滿心好奇地觀賞著日常世界的各種奇觀景象。

長久以來，西門町一直是小眾影迷常常造訪觀看電影的地方，對西門町的地方感相當值得探究。「地方感」(sense of place) 指對一個地方的依戀與感受，個人或社區藉由身心經驗、記憶與意向，發展出對地方的深刻依附，並賦予濃厚的象徵意義 (王志弘講義)。小眾影迷對西門町的地方感，大都是負面批判的。

例如，波波說：「西門町人多，有些龍蛇雜處的感覺，到那兒看電影總害怕被偷」。Momo 覺得「西門町混亂、吵鬧且庸俗，我看完電影就會趕快離開那裡」。潘潘也覺得「青少年那一個族群就是這樣，愛吵鬧…所以我討厭假日來，因為人潮多到很恐怖的地步……通常一看完電影就走」。看完電影，彷彿一刻也不願意多待在西門町。

除了人多吵鬧之外，許多小眾影迷都覺得西門町是屬於青少年的活動地方，年紀大了去西門町會顯得格格不入。例如阿凱說：「這個地方是屬於青少年的地方，所以 30 歲以後去有點格格不入，但是很多影展在那裡辦，偏偏觀眾年齡層又有些差距」。曲教授也有同樣感受，她說：「在西門町總有些格格不入的感覺，走在裡頭，覺得自己年紀和身旁那些十五、六歲的青少年，相較起來顯得很奇怪，心裡覺得有些衝突的感覺，尤其有一次買票看一部同志影展的電影時，更覺得壓力好大」。擔任兒童節目編劇的小真也說：「我覺得西門町真的好吵，我都看完電影就離開，總覺得西門町好像是屬於特定族群的地方，是給高中生等青少年來的，每次來看電影都覺得自己好老喔！是上了年紀的人了」。



圖 4.1 西門町常有歌手的簽唱會，另外各個商家騎樓下也幾乎都掛上喇叭，大聲播放著熱門音樂，試圖吸引青少年前往購物，不過，西門町這些音樂卻成了小眾影迷厭惡的噪音來源。

有時候，小眾影迷有點像 Bourdieu 描述的貴族，他說貴族很拘謹，致力維持角色距離，無法接受橄欖球運動，因為貴族覺得橄欖球運動又摔又撞的，與貴族要維護的身體尊嚴相違背，也就是說貴族太矜持了（1984: 214-18）。同樣地，小眾影迷似乎覺得西門町的紛鬧人潮與空間，與其喜好藝術人文的菁英品味相違背了，於是無法接受這樣的空間與人群特性。

不過並非每位小眾影迷都一致性地排斥西門町，並非都那麼「不得已」才去西門町看電影，有些小眾影迷對西門町的地方感也相當正面。例如，Valley 說：

西門町感覺不錯，那是個各種文化並置的地方，有很老的老人去援交，有些人去 Cosplay，有些人吃小吃攤，有些人去高級餐廳，有些人去誠品買書，有些人去看好萊塢電影，有些人去看藝術電影。我覺得那是個各式風格錯置、並置的地方，很棒啊！我喜歡西門町。

我看完電影時都會像被掏空一樣，失神地走出來。在西門町突然覺得人很多，很多年輕人，會有落差，不過落差是到那裡都會有的落差，在東區、在任何地方的戲院都會有。在西門町以外的地方，像東區，看完電影被掏空，從戲院出來必須要努力適應電影院外面的真實環境，必須很努力很快調適到很理性、屬於成年人的世界裡。

可是在西門町，我不需要那麼努力調適。我可以繼續失神，眼睛呆滯無

神地走在那裡街道上，那裡沒車，西門町顏色很多、很強烈，那裡，人的裝扮、建築都很雜，很雜很雜，這麼雜的好處就是，我可以繼續這樣呆滯走著。那種時間感就像是「曠時」的攝影機拍攝出來的一樣，像王家衛的電影一樣，裡面主角在發呆，而旁邊車輛、人和光線就咻咻咻地過去，那是「曠時」攝影機拍攝出來的效果，看完電影走在西門町就像這種感覺。（筆者的強調）

Valley 觀影後得以繼續失神、呆滯，無須努力調適回成人現實世界，因為充滿差異、混雜的西門町，可以容忍各種另類的行徑。懶貓對西門町也懷有一份認同感，他說：

在西門町自在舒服，在那裡會有很多街頭藝人表演，很有特色的東西和很有特色的人。我會將自己當做屬於那個地方的人，有認同感。西門町等於是我的地盤，我常常去那裡看電影，一去就至少看三四場電影，也在那裡吃東西。

從高雄來台北工作的關小姐也覺得，「西門町是個很年輕化，也很熱鬧的一個地方，很不錯呀！可以看看奇裝異服、敢於秀自己的青少年們，因為這是自己已經錯過的了」。小真則覺得這些青少年「好年輕、好可愛、看起來悠悠哉哉的，他們空閒時間一定很多，不然怎麼會常來西門町」。

可知，有對西門町充滿負面地方感的小眾影迷，也有對西門町的多元空間持正面看法的小眾影迷，並未刻意區別自己與其他不同品味調性的人群與空間的差異，而是帶著欣賞的角度去看待這一個多元的景象文化與空間，因為認清自己也是構成西門町差異文化的一個族群，要尊重不同族群之間的差異。

同屬一個族群的小眾影迷，也非同質一整塊，而是有內部的差異，對西門町有不同的看法與地方感。小眾影迷的差異也表現在對影展的態度上。隨著西門町空間的逐漸轉變，物換星移，電影觀眾也有了重大轉變。中老年影癡與新一代年輕影癡，有了相當大的差異。金馬影展策辦人也是名影評人聞天祥說：

當時只有金馬影展，所有的文藝青年一定都會去看影展，那是必要的活動，因為在影展中可以看到許多另類、非主流的電影，而且耐力極佳，許多在國外放映時許多觀眾逃走的片子，在台灣放映時，所有觀眾都一直觀賞到最後，沒有人中途離開戲院，而且非常熱愛各部電影和導演。

然而九〇年代之後，一切都改變了。現在的觀眾很兇、脾氣暴躁、容易憤怒，無禮，沒有品味，存有老大心態，對電影沒有了包容與愛，不再有真正的熱情，例如電影放映完，舉辦導演與觀眾的對話座談，如果延誤到了下一場的放映，觀眾就會大聲斥罵，甚至口出惡言。或者覺得影展邀來參展的電影不好看，也會責罵片子選得不好。

現在每年大小影展相當多，提供了小眾影迷許多觀賞非主流電影的機會，而且由於網路的興起，表達影展看法的管道也變為更暢通，或許這和觀眾常常批評影展好壞有關，這些都是九〇年代之前所缺乏的電影資源與環境條件。因此，也顯現出影舞者的今昔差異。



圖 4.2 (左上) 一外國街頭藝人，正在西門町徒步區中扮演小丑演奏樂器。

圖 4.3 (右上) 兩位非裔街頭藝人，正在西門町徒步區廣場中表演街舞。

圖 4.4 (左下) 西門町徒步區一角的街頭藝人畫家，正在為民眾素描人像畫。

圖 4.5 (右下) 西門町中常可見到這位可愛的老伯伯逗趣的打扮，站立不動，讓路人觀看拍照。

1.3 西門町空間族群的疏隔

城市是我們和他人（異己）相遇的地方（Barthes, 1986: 537）。

西門町裡人群眾多而密集，是人們輕易遇見他人的地方，但有些人們似乎也刻意不要遇見他人，不要有互動。迷戀小眾電影的文化菁英份子，常常到西門町看電影，因為西門町提供了許多非主流電影的觀賞機會，許多影展常在西門町舉辦或放映。然而，大部分小眾影迷都是看完電影就趕忙離開，不願待在充滿青少年的西門町。

如前所述，小眾影迷對西門町的青少年族群的看法以及對西門町空間的感覺大都是相當負面的。至於對西門町另一個族群——老人，小眾影迷的看法則多半覺得老人是在「找援交對象，色咪咪地看人」，關小姐前面對青少年看法頗正面，對老人則相反。她說，「聽說會有老人在這裡找女生性交易，所以每次到西門町看到那些老人，總覺得不是很舒服」。Wanda 則覺得「這些老人都很奇怪，一般老人應該喜歡去公園或待在家裡，想不通為何喜歡來人多吵雜的地方，聽說是來找援交的」。巧的是，類似的印象在青少年族群當中也相當一致。例如，Rock 說，「聽我一位國中女同學說，她曾被手比著三的老人詢問：三千元要不要？」這些人對老人的偏見與刻板印象，都是「聽說」來的，來自想像與旁人的以訛傳訛，更來自媒體的錯誤再現與偏見報導。每每有關援交的社會事件，電視新聞媒體總是跑到西門町去採訪，記者報導時，以幾近偷拍的方式，刻意側拍老人，又側拍青少年，如電影蒙太奇手法一般，使得一般閱聽大眾容易將兩個畫面連結起來，解讀成記者預設意義的故事。



圖 4.6 下午時，常見老人成群坐在西門町徒步區的鐵椅上。

多數人對西門町老人懷有嚴重的偏見，所有西門町的老人常被以偏概全地等同於尋求援交的人，被嚴重污名化。西門町是個充滿異質性的地方，是個差異並置的地區，西門町的老人當然也不是同質、單一的，並非都是一整塊同質的族群。我所訪談的六十七歲林伯伯就是個超級影癡，他現在從事視覺設計及攝影工作，以前在西門町的樂器批發行工作，由於母親是電影院的放映師，小時候全家就住在電影院裡的宿舍，他說母親的胎教就是電影，所以林伯伯從小到老，每天都在西門町活動，而看電影就是他最主要的活動。就讀藝專時，同學還幫他取了個「電影皇帝」的封號，只要他認為好看的電影，同學就會去看。他當學生時，會在西門町訂作制服、買小東西，長大一點，也去過紅包場、歌舞廳。現在除了來西門町看電影，他不會再去逛那些商品店家了，因為他說「我心智成熟度提昇了，不再是年輕人了」。他也批評「那些青少年是盲目的一群，心智不成熟、膚淺，老是在買那些服飾商品等小東西，注意力都被無關緊要的事物給牽引了」。

徒步區裡，漢中街上「金宮大舞廳」正對面有一家「老劉牛肉麵」，店內顧客輕一色都是男性老人，老闆也是個老人，他說「外面年輕人愛打扮、愛漂亮，可是我的店沒有裝潢，年輕人不會來，只有老人會來」。筆者訪談時間為下午三點，並非用餐時間，店內只有少數兩位老人在吃麵，其餘老人有的在下棋，旁邊圍了一圈的觀棋者，有的在看報紙，有的在聊天，還有的只是坐著發呆、想事情。



圖 4.7（左圖）漢中街上老劉牛肉麵店的老闆劉伯伯，正在桿麵做麵條。

圖 4.8（右圖）為麵店內的老人，正在看報聊天。

82 歲的陳爺爺說，「我常來這家店玩¹，大家都是來這裡玩的，這裡很暖和，來的人有許多都是老榮民，來這裡至少都會待五個小時」。另一位不願透漏姓氏的 77 歲爺爺，也說「這些都是以前一同當兵的朋友，有些則不認識，合者聊，

¹ 「玩」是陳爺爺的用字，訪談他之前，他一個人坐在角落。

不合者各做各的，沒有關係」。牛肉麵老闆劉伯伯說：「這些老人就算來這兒不吃東西，也不能趕他們走，因為他們也都沒地方去」。這家不起眼的「老劉牛肉麵」，的確為這些老人們，在寒冬中，提供一個遮風且「暖和」的實體空間；老闆劉伯伯對他們同樣身為老人的同理心與慷慨溫情，也給他們一個溫暖的心理空間。

在台北市政府以青少年為主體而進行都市規劃改造的西門町，官方與業者都單一地強調青少年流行文化，遺忘了西門町的其他族群，尤其是老人的活動空間。「官方應更關注在西門町活動的其他族群，單一文化不應淪為框架空間的手段，文化宣稱不應成為都市粗糙地景的止痛藥」（張曉婷，2004，摘要）。老人族群在官方的西門町空間規劃中，似乎被遺忘、被排除在外了。

西門町空間各族群並存於西門町，但又彼此疏離隔閡。喜歡流行文化的青少年與喜歡非主流電影的文化菁英，其教育、職業背景及習癖偏好差異甚大，在西門町中各有其不同的活動場所，彼此間沒有互動，兩者活動的空間分布交疊甚小，很難找到交集。兩個族群來到西門町，只是「進入了不同但相關的節奏」，如果相遇，這樣的交疊也有如在擁擠的人行道上，「緊密的鄰接不會引起多大反映」，在人潮眾多擁擠的西門町裡，只有「各個群體對於他人的視而不見」（Massey, Allen & Pile, 1999: 49）。

《城市世界》（*City Worlds*）一書裡，討論到城市中的不同群體雖彼此交疊但疏離的情形，不同關係的並置空間甚至創造了冷漠排斥的可能性（49）。在差異並置的西門町空間裡亦然。幾米的《向左走，向右走》一書，2003年拍成了電影，故事中描寫到城市生活中，一人總是習慣向左走，一人向右走，始終不曾相遇，「就像大多數都市人一樣，一輩子也不會認識，卻一直生活在一起」（幾米：2001）。然而，在西門町裡，似乎不只是「向左走、向右走」般的不相遇而已，而且還帶了批判的眼光看待、想像周遭的「異己」。不同消費族群交疊而疏離，幾乎沒有互動，只有小眾電影癡對青少年的輕易遇見與負面評價，以及青少年對小眾電影癡的遇而不見與單方想像，然而共同的是兩者都對西門町的老人視而不見、負面想像與評斷。許多影癡和青少年對西門町的老人有負面的偏見，而老人對青少年也同樣有著負面評價。

夢醒時分，影舞者離開作夢場所，走入熱鬧的人群與空間；在夢境中對電影的熱情，在剎那間轉變成對週遭環境的冷漠與疏離，並帶著文化潔癖的心態，刻意和他人保持距離，以區隔出自己文化菁英的角色。其實，影舞者並非特殊族群，而是和一般人一樣，影舞者也是迷、消費者等多重身分，有其慾望與焦慮。

第二節 多重身分的影舞者

小眾影迷擁有多重身分，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，才站在市民角度，發出憤恨之詞。小眾影迷經常轉換種種多重身分，卻沒有自覺。

2.1 大家都是「迷」

「迷」(fans)，目前在台灣的流行語又採用音譯方式，稱為「粉絲」。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）。其實，迷是普遍的社會文化現象，並不侷限於流行文化而已。影迷和歌迷與哈日族一樣，大家都是迷，都在追求自己的需要，也都是在別人已經選擇安排過的項目裡，自以為「自由地」做選擇。流行文化是這樣，影展更是如此，由選片人選片規劃影展，再由電影觀眾在片單中選擇自己感興趣的電影觀看。

有小眾影迷強調自己電影愛好的獨特性，試圖將自己與一般的迷劃清界線，不認為自己是一般的迷或「粉絲」，而是對於電影有特殊偏好的愛好者。也有許多小眾影迷訪談者認為自己和歌迷一樣都是迷，但是大都強調自己是較為「理性」的迷。凱蓉說：「我們小眾影迷比較理性，因為只會將對電影的喜愛，放在心裡，看到好電影覺得很高興，將對導演的崇拜藏在心裡，以看電影支持喜歡的導演」。Valley 則說，「即使看到我很崇拜的導演，只會以積極參加導演座談會，專心聽他演講來表示我的支持喜愛，有機會時頂多向導演要簽名，絕不會作出擁抱導演，或者尖叫、親吻導演等非理性的舉動。

因此，他們認為自己和裴勇俊迷或貝克漢迷是不同的。Momo 就說自己是藝術電影「愛好者」，並非小眾影「迷」。對 Jenson 而言，愛好者 (aficionado) 和迷 (fan) 則是一樣的。她批判認為，不該將愛好者的慾望客體視為高級文化；而流行於中下階層，便宜且容易取得的，就稱之為迷 (1992：19)。梅子也極力撇清自己與歌迷的差異，她說：

我們影迷喜歡的是電影作品本身以及導演本身的創作能力，儘管導演私生活

不好，傳出任何醜聞、誹聞，都不影響他精采的電影創作作品，我們還是會很喜歡他的作品。偶像歌手就不一樣了，歌迷喜歡的是偶像本身，而不在於他的音樂好壞，偶像的魅力大過音樂的吸引力，歌手需要形象的塑造，一旦發生醜聞誹聞造成形象不佳，他的受歡迎程度就會下降。

然而，雖說自己是理性迷，小眾影迷卻有許多感性的表現與想法，呈現出另一個非理性迷的狀態，只不過型態和迷戀偶像的歌迷或哈日族不同。影癡懶貓說，「電影是我的第二生命，我打算一輩子不交女朋友、不結婚，因為我已經有女朋友了，就是電影，電影是我唯一的情人，談戀愛或結婚會耗去我看電影的時間，因此早已抱持終身不婚主義」。這也是對電影的一種癡狂方式，就像許多歌迷都希望以後和自己的偶像結婚一樣。對許多影迷而言，電影就是生活，生活的全部，如果生活中沒有了電影，生活便失了味；對許多歌迷而言，偶像就是全部，生活中沒有了偶像，生活將平淡無味。

如前所述，小眾影迷會收藏許多電影相關物件，也積極參加導演座談會，像是又癡又狂的遊牧民族，隨著季節而移動，跟著影展跑，哪裡有影展往那兒去，哪裡有藝術電影的放映，就往那兒朝聖去。除了光點台北，鴨子和 Momo 以看影展為主，沒有其他固定觀影的電影院，而是「影展在哪裡辦，就往哪兒去」。就像追星族、歌迷與哈日族一樣，會收集偶像明星唱片、照片、海報、二手衣飾等產品，參加明星簽唱會、演唱會，哪裡有偶像表演，就前往朝聖去。

小眾影迷喜愛電影，擁有藝術電影文化資本，但缺乏流行文化資本；青少年喜愛偶像和流行文化，擁有流行文化資本，但缺乏藝術電影文化資本。兩者只是場域不同。相同的是，在對自己所迷文本癡狂的同時，兩者對對方的場域幾乎一無所知。

2.2 維護權益的消費者

除了如前所述，許多影迷除了花錢看電影之外，也會花錢購買電影相關產品，儘管影迷不認為這些屬於商品。在對電影的熱情驅使之下，小眾影迷也當了花錢購買商品的消費者，花錢看電影，花錢買電影相關物件。

梅子說，「我在買 DVD 等東西的時候，都有比價的習慣，例如如果同樣價格，有一家買 DVD 送海報，我一定會買。」這時，小眾影迷和一般消費者貨比三家不吃虧的購物心態是一樣的。在第二章中曾經提到，在免費索取的情況下，小米習

慣拿三本影展節目手冊，一旦必須花錢購買手冊，儘管只需十元，小米也只願花錢買一本，這也是精打細算消費者的購物態度，也是 Bourdieu 所說制慾主義的品味表現。小眾影迷觀賞電影，是文化產品的鑑賞者，也瘋狂盡心地取網羅購買相關的電影商品來收藏，雖然小眾影迷一直不願承認他們所購買、收藏的電影物件為商品，事實上也是市場商品的消費者。他們並且致力維護自己的消費權益，有時又和一般消費者一般懷有貪小便宜的心態。

此外，如第三章所述，影展已經商品化了，就像商品的博覽會，和資訊展、婚紗展一樣，方便消費者在一段期間內，可以閱覽所有的商品，尤其是平時難得接觸的電影，並以較優惠的價格，挑選自己有興趣的片子觀看消費。所有的影舞者，這時都變成了經挑細選的精明消費者，努力排妥觀影時程計畫表，和朋友合買影展聯票，想以最低價格看最多的好電影，擔心購買到不好看的電影票，有些還會事先去聽影評人聞天祥的選片說明會，以免誤觸地雷，浪費了金錢與時間，卻耽誤去看另一場好電影的機會。影迷 Jonathan 就很喜歡聞天祥，他幾乎每一場選片講座都會去聆聽。在小眾電影特殊的行銷方式下，小眾影迷也努力作個稱職的消費者。

影展為了吸引更多的觀眾，常會請導演到戲院與觀眾對談，如果延誤到了下一場的放映，觀眾就會大聲斥罵，爭取自己準時觀影的權利與觀影品質，維護自己消費者的權益。凱蓉說：「如果電影不如影展手冊的影片內容描述那樣精采，我會不高興，覺得自己被電影節目手冊介紹欺騙了」，有些小眾影迷甚至會在網電影討論版批評謾罵，就是因為認為自己的消費權益受損，藉此表達不滿。因此，小眾影迷和多數人的身分一樣，是個十足的消費者。在另一方面，近來有越來越多大小影展的舉辦，也有越來越多觀眾，其實是以消費者角色參加影展活動，消費影展活動所建構出的藝術氛圍與文化想像。

2.3 偶然覺察的市民身份

台北的小眾影迷是最幸福的了，和其他地方相較，台北擁有最多電影資源，不像中南部影迷常常無法順利參加影展，不然就得忍受舟車勞頓，耗時耗力與耗費交通費，來台北看影展。不過，台北市的影迷早已習慣豐富的電影資源，並且似乎認為這是理所當然的，沒有人發聲為東部或中南部小眾影迷爭取電影資源與權利，只有中南東部小眾影迷在意這點。

然而，對台北的都市計畫或政策不如己意時，台北的影迷又顯得頗有自己的

想法、見解，這時卻又站在市民角度來看待許多問題，只有偶然短暫的時刻，影舞者才會察覺自己的市民身分。例如對台北市西門町的都市空間的規劃，他們就有許多疑惑、意見與不滿，例如：

為什麼要以青少年為主來規劃西門町？青少年有這麼重要嗎？為什麼就沒有特別規劃藝文區呢？（張銘祥）

西門町的電影主題公園到底什麼時候才要蓋好？那一大片空地已經圍起來很久了，圍籬上面寫著電影主題公園，可是過了好幾年，也都一直是圍起來的，也沒有動工，也不知何時要完工，何時才可以開始使用？也不知道電影主題公園是規劃成什麼樣的地方？都不知道啊！（小豐）

西門町沒有刻意營造規劃成一個電影特區，現在有吃的，什麼都有，很雜很髒。如果可以營造一個電影區，有很多特殊的電影海報店，還有很多電影相關產品商店，最好是那種其他地方都找不到的東西，都可以在這一區的電影商店找到，這樣只要想要找什麼電影的東西，就來西門町，那就會很棒，可惜並不是這樣。（堯伯）

影舞者對西門町空間從電影愛好者與空間使用者的角度去看待，發出微詞，其實小眾影迷是和青少年進行 Bourdieu 所指場域的「象徵鬥爭」，爭奪西門町空間的使用權與文化主導權。在官方與民間的商業力量下，西門町規劃成青少年流行文化空間，影舞者顯然鬥輸了，因此對西門町的空間規劃憤恨不平。

小眾影迷對舉辦影展也有許多抱怨與建議，例如懶貓說，「場地要找好一點的地方，我很討厭華納，秩序好亂，此外要多舉辦座談會，讓我們去參加，影展也要多繞道其他地方舉辦，不要老在台北舉辦而已。選片也要謹慎，不該觀眾導向。」小豐也有類似看法，「影展中那些票房比較好的電影，觀眾喜歡看的，其實都是比較偏商業性質的電影。」

2.4 難以歸鄉的小眾影迷

電影文化資源的嚴重南北差距，造成小眾影迷的難以歸鄉。電影工作者鴨子表示，這是許多影像工作者的痛。他感慨地說：

我是中南部來的。來台北後，才發現北部與南部差別有多大。看電影有很嚴

重的城鄉差距。幾乎所有的影展都集中在台北舉辦，電影書籍、影片放映等相關資源也都在此，因此幾乎所有的電影工作者都在台北，我即使想回家鄉，想拍一些本土在地的影片，也無法如願歸鄉。作電影這事有種自我的分裂，錯亂的分裂。因為在台北，離開自己的家鄉土地、家人，不能在此找創作的出口方法。但是，電影工作者的命運又是離不開台北，因為你不可能在一個沒有任何影展刺激的地方創作，不可能在一個沒有任何電影資源的地方工作，更不可能一個人獨力完成拍片，因為在家鄉根本找不到任何其他的影像工作者合作，大家幾乎都待在台北。

居住在台北以外地區的影迷，則常常忍受影展或者藝術電影放映在台北的不方便，例如在台大椰林 BBS 電影討論版裡，關於《寶萊塢生死戀》這部電影，Kunst 生氣地說：「全在台北上映，台中看不到，高雄看不到，花蓮也看不到，我也要北上看寶萊塢」，cleann 也憤怒地說：「這部電影只在台北上映，讓我非常非常之不爽，這樣我週末得舟車勞頓到台北趕一場方能償得宿願，真是太麻煩了。」

許多來自中南部北上求學或工作的小眾影迷，不願再和從前一樣，忍受中南東部家鄉電影文化資源缺乏的生活、沒有影展的生活，因此大家幾乎都忍痛不想再回家鄉。凱蓉就說，「如果回家鄉工作，就沒有影展可以看了。」因此待業中的凱蓉，繼續留在北部尋找工作，就為了影展、豐富的電影資源。只有香菇和梅子又是小眾影迷，又是電影工作者，頂著對高雄電影環境改善的使命，期望有朝一日還是能夠回到家鄉，進到目前缺乏電影專業工作人員的高雄電影圖書館服務，憑著對電影的熱情，發揮所學專長，以及在台北的電影工作經驗，徹底改造高雄貧乏的電影環境。

小眾影迷認為，長期觀賞非主流電影可以培養人文社會關懷，他們也關心國家政策；然而，事實上，卻只有在自身利益受到損害或忽略時，他們才意識到自己的公民身份，才去思考國家政策的疏漏不妥。提出台灣電影文化資源有嚴重城鄉差距問題的小眾影迷，清一色都來自電影資源匱乏的非台北地區，他們來台北求學或工作後，油然而生這樣的感慨，為了繼續享受這資源，只得成了難以歸鄉的小眾影迷。而原本就居住台北的小眾影迷，卻隻字未提城鄉差距的問題，他們視台北豐富的電影文化資源為理所當然，不曾思考過、也不了解電影文化資源總是重北輕鄉的嚴重問題。

第五章 曲終人未散

這真是一個怪異的世界，一場怪異的電影，一段奇幻人生，就像……你在夜晚失眠狀態下卻恍若作了一個清醒的夢……像是一個真實的夢境，無可解析、難以闡釋……逗留徘徊期間讓你更尋迷惑又迷人之處，想解開夢囈般的台詞？窮思感悟百轉千迴。(周啓行，2002：92-94)

影舞者周啓行看了一場夢，一場大衛林區 (David Lynch) 於 2001 年編織的電影《穆賀蘭大道》(Mulholland Drive)，讓人彷彿經歷一場「怪異」且「奇幻」的夢境。夢醒時分的影舞者，在真實與想像的空間之間躊躇徘徊，重複探尋夢境的迷人之處，費盡思量，嘗試解析闡釋，「解開夢囈般的台詞」。這位愛作夢的影舞者，是許多小眾影迷的典型寫照。

本論文著重小眾影迷的習癖和展演養成場域的探討，發現電影文化資本的積累是停留在一般電影觀眾或修鍊成小眾影迷的重要因素，而電影教育是電影文化資本積累的主要方式。然而，擁有豐富文化資本的小眾影迷屬於精英文化迷，和一般的通俗文化迷一樣，大家都是迷。在差異並置的城市中，在滿是好萊塢電影的環境裡，小眾影迷渴望觀賞多元且另類的電影，也期待多元文化的電影與城市空間。然而，相對於小眾影迷對非主流電影的熱情背後，卻是冷漠地看待實際的社會現實環境。此外，相對於論文中所舉例的《電影狂》紐約影癡，台灣小眾影迷的在地特性、生存條件與焦慮，也將在這章一一討論。

一、電影教育

如文中所述，小眾影迷的文化資本累積、對電影偏好的習癖養成，電影教育扮演重要角色。由於明白電影教育對觀眾的重要性，蔡明亮成爲台灣少數致力於電影行銷以及教導觀眾的導演，期望台灣人觀賞甚至喜愛他探討台灣本土文化的電影。面對充斥著好萊塢電影觀眾的國內市場，蔡明亮嘗試以校園巡迴展的方式到各大學校園尋找影迷，教導觀眾，冀望日後電影上院線時，會有許多固定影迷。由此可知，電影教育在小眾電影中的重要角色，因此非主流電影、藝術電影或影

展等主要消費人口，大多為大專以上的高學歷文化菁英、知識份子。電影學者陳儒修教授²，就一直期望透過教育部中小學藝術教育法的實施，培養下一代認識欣賞非好萊塢電影的能力，提供不同的觀影環境與觀影方式，讓下一代明白「不是只有好萊塢的電影才叫做電影」，而是還有其他可能性。以電影發源國法國為例，包括法語、法國電影等法國文化是法國人的驕傲，這是法國人的全民共識。法國的電影教育從小開始，因為法國政府希望法國人從小習慣看電影、學習看電影，政府相信，人民長大後，也會習慣去戲院看電影。所以 1989 年，就有 63 所高中加考大學入學會考 A3 組別「電影與電視」；舉辦針對學生的「大家一起看電影」活動，也提供學校教師電影教學教材，期望學生熟悉各部電影名片，猶如熟悉文學名著一般。此外，法國有許多電影機構，具有豐富電影資源和良好電影環境（Virenque, 2001: 92）。

筆者大三去法國當交換學生時，印象深刻的是，法國所有商店在晚上七點即準時打烊，只剩電影院和餐廳等少數場所繼續營業。如果晚上想外出，就是上餐館好好享受三個小時的美食，或去電影院看電影；美食與電影，是法國人的重要文化，更是法國人的生活習慣。台灣則像個不夜城，娛樂消遣種類繁多，電影只是眾多選項之一，而電影又八成是好萊塢商業電影，一般人鮮少有機會接觸非主流電影。此外，法國的付費電視並不發達，依據 1999 年六月的統計數字，法國有線電視收視戶所佔的比率是 12.6%，衛星電視的市場佔有率為 15.8%³。台灣則幾乎家家都裝設有線電視，佔有率高達七成以上，電影頻道眾多，從戲院搶走了不少電影觀眾，然而對台灣電影工業卻沒有任何投資與回饋。

二、菁英迷與通俗文化迷

本研究既是研究小眾影迷，卻又不同於哈日族或流行音樂迷等通俗文化迷的研究，小眾影迷是一種菁英文化迷。不過，誠如 Herbert J. Gans 的觀點，精英文化與通俗文化兩者都是文化，也都反映了許多人的美學以及其他方面的需求，任何人都有權利接觸自己偏好的文化，無論是精英文化或通俗文化（1999: xi），兩者文化無所謂高級或所謂低俗之分。

電影通常被歸於通俗文化，然而，在本研究中，小眾影迷卻不斷地強調自己不同於一般電影觀眾。一般電影觀眾偏好主流商業的好萊塢電影，而小眾影迷卻喜愛另類電影；這些非主流藝術電影多來自美國以外的其他各國，和純粹提供娛

² 資料出處：（文化批判論壇：「台灣電影環境與政策」，文化研究月報。2002/6/15。）

³ 資料出處：（法國大眾傳播）<http://www.fi-taipei.org/chinese/media/fmediac.html> 2005/4/20 取用

樂的主流好萊塢電影不同。小眾影迷透過電影教育，在各個場域修煉文化資本，培養電影釋讀能力，在這個層次上，小眾影迷屬於菁英文化迷，有特殊的生活風格與習癖偏好。小眾影迷之所以成為小眾影迷、精英文化迷，是修練而成，並非天生。無論小眾影迷自身如何強調和通俗文化迷的差異，其實，大家都是迷，只是佔有不同的場域和文化資本，將熱情與瘋狂投注在不同場域與不同文本之上。例如，歌迷貫注的文本是偶像歌手及流行音樂，而小眾影迷貫注的文本是非主流電影等只為一小撮觀眾所喜愛的小眾電影。

精英文化與通俗文化兩者不斷地重劃界線。其實小眾電影也有其市場機制，仍舊服膺於資本主義的市場邏輯與操作，只是被賦予「藝術電影」的標籤和想像，藉以召喚喜歡「藝術」、強調品味「與眾不同」或「另類」偏好的文化精英，以此分眾的行銷手段來拓展票房收入。

三、多元的電影文化與城市空間

自九〇年代開始，好萊塢充斥了映演市場，消費者看到的、接觸的，幾乎都是好萊塢影片、好萊塢文化，台灣觀眾與片商喜愛好萊塢電影的瘋狂程度，使得台灣站上好萊塢海外市場票房的第六名。甚至，台灣為了加入 WTO，竟然在談判桌上，將一切權利籌碼全然拱手讓人，大大犧牲了台灣電影工業與文化，主動將舊有電影法第 11 條與第 40 條取消。原本根據前者，政府得以要求戲院映演固定的天數或比例的國片；根據後者，當外國影片引進台灣時，政府得以依法抽稅。儘管這兩條在過去電影法成立以來從未實施過，但是在 WTO 的談判中，即便對方並未提出要求廢除，我方談判代表居然將這兩條「主動」廢除了⁴。接著，好萊塢電影排山倒海而來，幾乎侵佔了所有的電影市場，卻無需繳稅⁵，面對好萊塢電影的優勢，台灣電影毫無招架能力。無怪乎蔡明亮會感慨，「所有美國的東西在台灣社會都會很流行，像是好萊塢的電影」（Rehm, 1999: 99）。外片佔了台灣電影市場九成以上，尤其又以好萊塢為大宗，一般人想到電影，只想到美國主流電影，大卡司大製作的好萊塢商業電影。除非有特殊管道與門路，得以接觸非主流小眾電影，否則一般觀眾只得在眾多好萊塢電影當中挑選觀看，無法多元化地觀賞電影。

⁴ 資料出處：（文化批判論壇：「台灣電影環境與政策」，文化研究月報。2002/6/15。）

⁵ 有鑒於世界各國對片商都課稅，新聞局協調財政部，將取消現行對外國電影的免稅優惠。為了建立賦稅公平原則，將從 2005 年 8 月 1 日開始，將進口片商和國片片商併入所得納稅的對象。對片商課稅是否確實實施，以及實施後，是否有助於國內電影市場與生態的改善，或將造成何種影響，值得持續注意。

爲了拓展電影的多元化，亦即維持文化的多樣性，法國爲首提出的「文化例外」(L'Exception Culturelle) 說，即是達到文化多樣性的重要概念。歐洲「文化例外」說的努力可作爲借鏡，於 1993 年貿易暨關稅總協定烏拉圭回合中提出。歐盟 25 國（尤其以法國、西班牙、愛爾蘭提倡最力）電影家協會代表 1999 年 11 月 20 日通過了保衛「文化例外論」的文件⁶。這是基於文化多樣性的堅持，文化至上的基本主張，試圖透過維護文化的多樣性來避免世界的千篇一律化、標準化、避免世界文化美國化，更反對美國的文化霸權、文化帝國主義。這樣的訴求尤其要致力保存歐洲的民族性與文化獨特性。例如法國製片認爲他們和工業化的好萊塢不同的兩大特色爲：法國地方主題與有品質的電影(cinema of quality)。「文化例外」是要將所有視聽產品都視爲文化產品，必須排除在 GATT 自由國際貿易之外。而且歐盟各國可以用限制手段阻止他國視聽產品的入侵（尤其是美國影片）。法國政府對電影電視採取了一系列相當縝密且用心的保護措施與鼓勵政策，也致力於人民的電影教育，使民眾有能力、有機會廣泛接觸好萊塢以外的多元電影文化，這些都相當值得台灣效法。

除了多元的電影文化與品味，城市空間也是充滿多元文化和異質性的所在，多元文化才使得城市具有活生感。然而，有許多影舞者，一方面期待更美好的觀影環境，吸收新穎前衛的影視觀點，觀看更多另類的好電影；同時在另一方面，卻對周遭社會環境表現低調與冷漠。低調地前去西門町觀影作夢，觀影後也低調地緩緩離開戲院，走入差異並置、喧鬧的西門町，頓時感覺與充滿流行文化的西門町格格不入，甚至厭惡鄙視這個有違自己習癖與品味的地區，於是選擇盡速逃離。這些文化精英小眾影迷，像是帶有「文化潔癖」一般，對周遭青少年文化避之唯恐不及，不願沾染絲毫通俗文化的氣味，呈現一種極端矛盾的情感與態度。

四、台灣影舞者的在地特性

本論文第二章一開始便描述了《電影狂》紀錄片中幾個紐約影癡的故事，紐約影癡中年人、老年人等各年齡層都有。然而，在本研究中，受訪的台灣影舞者較年輕，大多爲學生或脫離學校場域不久的年輕影迷。爲何存在這樣的差異呢？

美國好萊塢電影工業發展由來已久，甚至成爲全球的強勢文化與電影市場的獨霸；在這樣的電影優勢環境下，各種藝文資源豐富的首都紐約，長期下來自然培養聚集了數量龐大的影癡，愛好各種電影的影舞者。台灣電影工業發展起步

⁶ 資料出處：法國在台協會，《「文化多樣性」之戰》。

http://www.fi-taipei.org/horizon/france/art_culture/art_culture_20c.php 2003/12/01 取用

晚，所謂的藝文電影「台灣新電影」自一九八二年發端至今也不過廿年。一九五〇年代政府開放出國留學，六〇年代之後留學才蔚為風潮。接著，一九七八年開辦的電影圖書館（國家電影資料館前身）大量引進歐美日電影大師的作品和「藝術電影」，在文化圈形成一股新興審美風潮。漸有許多電影愛好者到國外留學研讀電影，而後歸國散佈在各大學院校教授電影課程，電影養成場域的形成，至今不過二、三十年，因此台灣的小眾影迷「迷齡」較短，年紀較輕，數量也較少。

由於台灣國家主權與國際地位的困境，舉凡能夠提高台灣國際能見度的任何活動，都受到官方高度重視，並予以神聖化、崇高化。例如，台灣在國際上得獎的「藝術」電影便在這樣的思維下，被過度神聖化，被解讀成外交成就。此外，影展與藝術電影的神聖性與菁英文化的特性被誇張強調，使得許多人沉溺這樣的神聖化氛圍中。其實所謂「藝術」與「商業」電影的劃分，也只不過是一種分眾策略的商業行銷手段，仍舊服膺資本主義邏輯，追求票房利益。

影展就是包裝行銷「藝術」電影最高明的手段。影展的選片過程就是一個劃界的機制，電影種類的詮釋權握在策展單位與選片人手中，他們擁有劃界的權力，影片經過他們的挑選劃定，一般人便理所當然地想像影展電影就是「藝術」電影，這其實是種迷思（myth）。任何電影只要在國際影展得獎過，或在台灣的大型影展放映過，之後其影展光環隨即被操作為商業宣傳時的最佳利器，來為其品質背書。事實上，電影就是電影，沒有所謂的「藝術」電影或「商業」電影。這樣的劃分，除了作為片商與影展單位的分眾行銷手段之外，小眾影迷也藉由這樣的劃分建構與他人的差異，並滿足將自己晉身為文化菁英階級的想像。此外，各縣市政府也常以文化活動作為政績展現的手段，例如影展舉辦即是其一，前台北市長陳水扁為首的台北電影節開始，接著各縣市首長起而效尤，趕忙展現政績，民眾也忙著參與。

其實，和許多文化活動一樣，大家打著參與文化活動的名目，以嘉年華式的節奏，到不同地點吃吃喝喝，其實只是個十足的消費者，各鄉市鎮辦理的文化節季活動也都大同小異，以城市「文化」之名行商業推銷之實，參與民眾也樂於以「文化」之名行消費之實。似乎一切只要冠上「文化」或「藝術」之名，就具有神聖與藝術光環。在學國的「文化」風潮下，台灣出現越來越多的隱性影迷，實質上以消費者的角色進入「藝術電影」的國度，只有影展舉辦的時候才出現，消費藝術電影的神聖氛圍與文化象徵符號。不過，本論文並未深入研究這群影展消費者與捍衛「為藝術而藝術」的影舞者之間，是否有所衝突或劃定疆界問題，尤其強調「藝術」與「商業」區隔的影舞者，如何看待這群影展消費者，這些或許留待後續研究者繼續深究。

回顧本論文的研究過程，深入訪談部分進行非常順利，不若其他社會文化研究者的田野觀察或訪談所遇到的困難；小眾影迷受訪者都非常高興接受訪談，尤其是在網路上徵求而來的自願受訪者，表示很開心有人願意將他們這一個小眾族群的故事寫成論文，甚至頻頻向我道謝。常常一位訪談者，一談就至少三四個小時，甚至六七個小時；他們說很興奮能夠這樣盡興地聊電影，聊自己的最愛，因為平時缺乏這樣暢談電影的機會。小眾影迷的配合與熱心參與使得我的訪談相當順利。他們雖然低調卻滿腔熱情，這或許是小眾影迷的另一項特色。

台灣社會福利不佳，壓力大、工時長與沉重的生活負擔，往往使得影迷無法繼續迷戀電影。在工作和興趣之間的衝突，是許多影迷的困擾與焦慮。趕場看電影、跑影展，似乎成了時間彈性的學生專利，畢業後踏入職場甚至家庭的影迷，只能抽空看幾場電影點綴，逐漸褪去影迷的角色，甚至完全遺棄，感嘆自己分身乏術的困境。尤其許多三十歲以上的影迷總會感嘆地說，「迷戀電影？那是以前學生時代的事了，現在要為五斗米折腰，哪有時間看電影」。於是，台灣越來越少「迷齡」較長的影舞者，年齡上層的影迷逐漸萎縮，而各個養成場域和文化代理人又不斷地製造出更年輕的影舞者，等他們年紀稍長，進入職場，又逐漸退出影舞者一族。如此不斷循環著，影舞者的生命週期似乎都只停留在年輕階段。

此外，台灣各方面的發展長期以來一直都重北輕南，也衍申出了電影資源的重北輕鄉問題，北部地區以外的影迷，往往必須舟車勞頓到台北趕影展、看電影；從外地到台北工作求學的小眾影迷，為了電影資源，也常面臨留下與歸鄉之間的兩難，這是小眾影迷的另一項困擾。

夢醒時分，年輕的影舞者若非在家獨自酌電影，就是泡在戲院裡，再不然就是背著行囊趕往下一場電影的途中，在眾多戲院群聚的西門町，在影展接踵而至的台北城。而你（妳），你（妳）在哪裡？