

專輯研究論文

跨地域性與「無地域空間」：全球化語境中的華語商業電影¹

孫紹誼

摘要

本文以吉登斯、湯林森和阿帕杜萊等關於全球化問題的思考為關照，考察了近年來漸成氣候的「華語大片」現象。文章認為，與韓國電影、日本動畫相似，「華語大片」的跨境生產、發行和消費主要通過作者所稱的「無地域空間」生產達成。所謂「無地域空間」，指的是某些超越文化和地域特質、或被抽去原地域或文化因素的空間符號和某些具有空間超越性的「普世」議題。在空間之前冠以「無」的修飾詞，並非指其子虛烏有，不能被感知、觸摸或體驗，而是意在顯示此類空間的無名性、去地域性、普世性。此類空間的突出特徵乃是其「可移植性」，既在某種程度上形成對原空間滑動和隱喻的指涉，又能夠超越與原空間的含混指說關係、經「移植」後被異地域文化所消費。

關鍵詞：全球化、華語商業電影、無地域空間

孫紹誼，上海大學研究員，上海大學中外傳媒政策研究中心副主任，南加州大學訪問教授。研究興趣包括電影、新媒體、文化研究。

電郵：shaoyis@gmail.com

Translocality and “Non-Locality”: Globalization and Chinese Blockbusters

Shaoyi SUN

Abstract

Reviewing theories of globalization proposed by Anthony Giddens, John Tomlinson, and Arjun Appadurai, this article argues that, similar to the rise of Korean cinema and the global fascination with Japanese anime, the logic behind the cross-border production, distribution, and consumption of the so-called “Chinese blockbuster” follows what the author calls “the production of non-locality”. The term “non-locality” refers to those spatial signs that are not closely bound by specific culture and locality or have exhausted their original meanings bound by locality and culture. It also points to those “universal” themes or concerns that could possibly travel beyond national boundary. “Non-locality” does not mean something that is non-existent, intangible or invisible. Rather, it refers to a locality that could be described as nameless, de-localized, and universalized. The characteristic of this “de-localized” locality lies in its “transportability”. To a certain degree, it still keeps its slippery and metaphorical relation with its origin, but more importantly, it is able to be “transported” to another culture and ready to be consumed.

Keywords: globalization, Chinese blockbusters, non-locality

二十世紀九十年代以來，隨著世界經濟一體化進程的加速，全球化問題重新浮出表面，成為跨國界、跨文化、跨族群爭論的焦點之一，也成為學府和研究機構的「顯學」之一。之所以用「重新」二字，意在說明「全球化」並非一種新的現象；如果我們不拘泥於用詞的話，關於「全球化」的討論也並非始於今天。資本主義發展的歷史本身就是一部全球擴張的歷史。政治、經濟的殖民性擴張也伴隨著文化版圖的擴張。就電影而論，雖然盧米埃爾兄弟影片的跨國傳播為中國等許多國家民族電影工業的興起貢獻巨大，但不可否認的是，它也未嘗不可以被看成是資本主義全球擴張的一部分，是十九世紀世界版圖重構在文化上的具體表現之一。另一方面，晚清以降中國知識分子之間熱鬧非凡的「中學為體、西學為用」、「拿來主義」、「全盤西化」的爭論似乎也能在今天關於全球化問題的討論中找到或顯或隱的影子。

當然，二十世紀末重新浮出的全球化問題由於語境的變化而發生了一定的變異。對英國社會學家安東尼·吉登斯(Anthony Giddens, 1990)來說，全球化是現代性內在的特質，是傳統社會向現代社會轉型的必然結果。「全球化」是「在場」與「缺席」的交合並存，是「距離化了的」社會事件、社會關係的當地化和情境化。而另一位英國學者約翰·湯林森(John Tomlinson, 1999)則基本承繼了吉登斯的主要觀點，認為全球化以「複雜的相關性」為特徵，是定義現代生活的急速發展和日益縝密的交互關係和相互依賴的網絡；內在於「複雜相關性」之中的乃是「全球空間的相鄰」和大衛·哈維(David Harvey)所稱的「時空的壓縮」。國際旅行的便利、衛星電視、互聯網、跨國體育賽事轉播、國際政治與跨國公司活動的日益頻繁、衛生健康與環保問題的跨國性、技術與勞動移民的跨國流動以及以數字技術發展而出現的各種跨國傳播手段等，都是「全球空間相鄰性」的具體表現。具體到文化層面，全球化並不會導致文化的普遍同一，而只可能是文化融合與差異的並存。以互聯網為例，儘管網絡技術的發展極大地改變了人們傳統的時空觀念，在某種程度上導致了全球「同一城市」(Unicity)的出現，但它同樣為過去散布在世界各個角落的鮮為人知的文化和利益團體吸引公眾注意力提供了機緣。在湯林森看來，本土經驗和本土文化試圖在全球化時代被理解，就必須提升到「單一世界」的層面；「本土實踐和生活方式日益

需要放置在全球影響的語境下加以檢視和估價」；這一對人類存在共同因素的強調會促使湯林森所提出的「良性普世主義」(good universalism)的形成。

全球化理論的另一代表人物、社會理論學家阿帕杜萊 (Arjun Appadurai, 1996: 52) 在其影響深遠的著作《泛現代性：全球化的文化面向》中，借鑒法國理論家列斐弗爾 (Henri Lefebvre) 「空間的生產」(the production of space) 觀念，提出了他所稱的「地域的生產」(the production of locality) 理論。在他看來，媒體技術的發展和各種民族散居社群 (Diaspora) 的形成解構了傳統民族國家和地域觀念，賦予原來具有明晰疆界、相對固定的地域和民族國家以前所未有的「流動性」。在此情形下，關於當代全球化現象的理解必須超越過去受限於民族國家或固定地域的思維定勢，轉而以「去地域化」(deterritorialized) 或「跨地域性」(translocalities) 的視野透視當代文化的轉型與契合。與此相應，民族志學家過去所堅持的地域性根基也應被「跨地域性」所取代，因為「跨地域性」直接影響和作用於「親歷的、本土的經驗」。在「去地域化」和「跨地域性」語境中，想像變成了一種具有生產能力的社會力量，成為自我認識、身份定位、意識形態和觀念建構的重要因素。也就是說，想像不再僅僅以抽象形態作用於人的思維，而且更成為具體實踐的一環，具有了理論意義上的可觸摸性。²

本文以吉登斯、湯林森和阿帕杜萊等關於全球化問題的思考為關照，考察了近年來漸成氣候的「華語大片」現象。文章認為，「華語大片」的跨境生產、發行以及傳播和消費主要通過作者所稱的「無地域空間」生產 (the production of non-locality) 達成。³ 所謂「無地域空間」，指的是某些超越文化和地域特質 (translocal)、或被抽去原地域或文化因素的 (de-localized) 空間符號和人性母題，它至少包含兩層意思，第一層涉及可觸可感的物質、生活空間，在電影中表現為無顯在地域特徵的具體場景和影像空間的營造；第二層則涉及經由各種話語和想像所建構的主題空間，在電影中一般呈現為對某些人類「普世」(universal) 議題的關懷。在空間之前冠以「無」的修飾詞，並非指其子虛烏有，不能被感知、觸摸或體驗，而是意在顯示此類空間的無名性、去地域性、普世性。此類空間的突出特徵乃是其「可移植性」，既在某種程度

上形成對原空間滑動和隱喻的指涉，又能夠超越與原空間的含混指說關係、經「移植」後被異地域文化所消費。之所以用「無地域空間」而不用「跨地域空間」(translocality)來指稱這一現象，是因為在作者看來，「跨地域空間」的命題仍然存在著「本地」和「異地」二分區割的嫌疑，它首先設定了一個本源體，然後才通過「跨」(trans-)境實踐傳播或影響異文化領域；而「無地域空間」則或能超越以上二分區割，有助於在全球背景下理解各種文化現象之間日益頻繁與緊密的流動、消費和交互指涉。同樣，「無地域空間」與「去地域空間」既有聯繫亦有區別，後者在作者看來更強調對既有存在的動作性去除，而前者則凸現某種既成的狀態，是對業已存在的現象的描述與分析。

「無地域空間」的生產與資本的全球擴張

空間觀念在後現代文化和社會批判理論中的重要位置已被很多學者所強調，在此不必贅述。從列斐弗爾(Lefebvre, 1992)到愛德華·索亞(Edward Soja, 1996)、從福科(1986)到杰姆遜(Jameson, 1991)，空間或成為其理論關注的焦點，或被用做其理論鋪展的起點。正是由於這些理論家的思辨性闡發，使我們對空間的認識日趨複雜與成熟。空間不再是一種獨立於主體之外、僅僅供主體躬身其間的無生命存在，而更是一種彙聚了「主體性與客體性、抽象與具象、真實與想像、可知與不可知、重複與差異、精神與肉體、意識與無意識」的複雜體。⁴在列斐弗爾(Lefebvre, 1992)看來，戰後資本主義秩序得以維持、存活、乃至進一步強化，端賴他所提出的「空間的生產」：高速公路網的縱橫交錯、大型購物中心的普及、郊區化社區的大量複製和生產、整齊劃一的空間布局，以及因此而產生的一整套規則等，所有這一切都為資本主義體系的強固提供了關鍵保障。

「無地域空間」的生產與資本主義的發展密不可分。西方資本主義的全球擴張與殖民從空間意義上說也就是對非西方國家空間「他性」的改寫與同一化。上世紀二、三十年代，現代主義風格的摩天大樓不僅塑造了紐約、芝加哥等西方城市的性格，而且也改寫了上海、東京等東方都市的城際線，突顯了不同歷史、文化國度空間的無名性和去地

域特質。如果說「無地域空間」的生產是現代性某一面向的話，那麼，晚期資本主義發展和經濟全球化速率的加劇則使「無地域空間」演變為無所不在、遍布世界每一角落的存在，構成後現代性的重要組成部分。今天，如果我們以某一城市為始發地環遊世界，跨越歷史積澱所形成的民族國家疆界和語言邊界，我們也許會有這樣的體驗，即看似遙遠、過去僅僅是地理學名詞的彼城市似乎並不陌生，恍惚中很容易被體認為記憶中某座熟悉的城市：同樣繁忙靚麗的國際機場，同樣縱橫交錯的高速公路網，同樣閃爍炫目的玻璃幕牆大樓，同樣方便迅捷的地鐵網，也同樣張揚誇飾的巨幅廣告牌。麥當勞、星巴克、肯德基、迪斯尼、購物中心等不僅改寫了世界不同文化、不同國家內普通人的日常生活，而且也在空間意義上重新定義了熟悉與陌生、地域與去地域化。

再以香港資本在內地的擴張為例。在全球資本重繪中國地域空間的角力中，香港資本無疑佔據了無可替代的重要位置。這不僅因為港資歷年以排頭兵姿態潤滑了中國內地經濟發展的引擎，而且也因為香港資本背後與內地糾纏交錯的政治、文化與歷史關係。唯其如此，香港資本對中國大陸地域空間的重寫、亦即「無地域空間」的生產，不僅表現為在內地城市建造了眾多令消費者徜徉其間而不知身處何地的「香港廣場」和港式購物中心以及餐飲娛樂中心，而且也表現為貌似依循本地空間邏輯、實際卻掏空其內裏的「無地域空間」的生產。這一空間生產邏輯可以從香港瑞安集團的「新天地」系列窺見一斑。上海「新天地」成功轉型為中外遊客必至的上海新地標，依賴的乃是地域空間(locality)與「無地域空間」(non-locality)之間的互動邏輯。一方面，「新天地」這片六萬多平方米的石庫門建築空間被相對完整地保留了下來，原石庫門建築的外形、磚牆、屋瓦和風格得到了尊重；但另一方面，附著於石庫門建築空間的上海人近現代日常生活卻被掏空，填充其間的是典型形態的「無地域空間」或「跨地域空間」：連鎖餐館、品牌酒吧、時尚休閒場所和購物中心。最具諷刺意味的是，原來與石庫門建築空間密不可分的上海人日常生活卻被資本的力量剝離出來，成為「屋裏廂」(上海話「家裏」的意思)博物館供展示觀賞的對象。這種將日常生活和地域文化「博物館化」的背後，正是資本重繪後現代地域版圖、

改造地域空間的力量。在這一改寫過程中，空間真正演變為一種漂浮的能指和可供任意附著和闡釋的符號。無怪乎雄心勃勃的瑞安集團，已經或正準備克隆上海「新天地」的成功模式，將這一曲折複雜化了的「無地域空間」生產搬運移植到杭州西湖天地、重慶「新天地」、武漢「新天地」、成都「新天地」項目中，大規模改寫內地都市空間的內核。

韓國、日本「大片」的跨境傳播與消費

華語「大片」的興起固然與中國大陸的開放和兩岸三地文化之間日益頻繁的互動整合密切相關，但二十世紀八、九十年代以來韓國新電影和以動畫為主導構成的日本電影在區域和全球範圍所取得的突破也不能不是重要的外在誘因。韓、日電影人得以在民族電影的固有領域、即國際電影節和藝術電影院線之外另辟跨境商業影院展示渠道的成就，無疑助益了華語「大片」意識的形成，並一定程度緩解了中國大陸電影人因九十年代中期向好萊塢大片有限開放市場而生發的焦慮感。

韓國新電影對華語特別是中國大陸電影的最大啓示也許並不在於林權澤對「韓國性」的重新思考與再定義，也不在於金基德、李滄東等人的影片在國際電影節和藝術影片市場屢受青睞（因為大陸第五代、台灣新電影和香港新浪潮自1980年代中期始已蔚成氣候，廣為國際電影社群所矚目），而在於韓國電影自1986年《電影法》第六次修正版廢止進口片配額、引入國產片銀幕配額制度後，經過數年國產電影市場份額和產量下滑的危機，最終得以在本國跨國公司和風險投資資金以及國家電影促進政策的輔佐下，重新佔據過半市場份額、在市場有限開放的背景中成功展開與好萊塢商業影片競爭的積極態勢，使華語特別是中國大陸電影人體味到了與「狼」快樂共舞的可能性。

與許多國家一樣，韓國電影市場也呈現為美國影片與國產影片兩相抗衡的態勢，二者之和超過全部市場的95%（韓國電影委員會KOFIC數據，2005年）。自進口配額制廢止、好萊塢影片公司得以在韓國建立直接發行渠道以來，韓國國產電影市場份額逐步縮減，而美國影片的市場份額則一度擴展到了70%至80%。面對這一情勢，韓國政府在積極策動全球化（「世界化」）進程的前提下，出台了一系列旨在振興國產

電影的舉措，包括以《電影促進法》替代《電影法》(1996年；其中最重要的是引入分級制度，以此取代頗多詬病的審查制度)、設立重點為推動亞洲電影區域整合與交流的釜山國際電影節(1996年)和資助國產電影創作的「電影促進基金」、組建韓國電影委員會(1999年)以及通過《文化產業促進法》(1999年)等。⁵同時，韓國政府還積極鼓勵本國跨國公司介入電影創作與電影市場，使韓國新電影從一開始就迥異於過分注重藝術探索和作者電影、忽略電影商業效益和電影工業機制培育的台灣新電影。韓國跨國公司和風險基金介入電影市場的效用不僅表現為國產影片製作水準的大幅提升，而且也催育了韓國式大電影或娛樂公司如CJ娛樂、Cinema Service和Showbox的出現與成熟。

韓國新電影對商業性的強調是韓國版「大片」現象出現的重要因素。韓國大片固然體現了一定程度的民族性，突出表現為對民族集體記憶和創傷(殖民經驗、南北分裂以及美國控制陰影下的韓國式民族主義和愛國主義)的探究，但在運作模式、語法邏輯和敘述風格及策略方面，卻體現為對好萊塢商業電影的直接挪用和借鏡。無論是票房壓倒《泰坦尼克號》風頭的《生死諜變》(*Shiri*, 1999年)還是直接表現南北戰爭的《太極旗飄揚》(*Brotherhood*, 2004年)，韓國大片完全擺脫了藝術影片的創作套路，轉而向好萊塢大片的創作思路靠攏。從生產機制看，韓國大片在跨國公司資金和風險基金的參與下，引入了強調投資回報的製片人負責制以及「計劃式電影」、即重視前期預算和市場營銷方案的運作模式。從敘事結構、影像風格和鏡頭語言看，韓國大片基本承襲了以好萊塢影片為主成就的商業片元素，如敘述懸念和高潮的設置、正反打鏡頭為主營造的「縫合」(*suturing*)效應、特寫和移動攝影以及升降鏡頭的廣泛運用、「不易覺察的剪輯」(*invisible editing*)所確保的敘述流暢性等。《太極旗飄揚》、《漢江怪物》(*The Host*, 2006年)、《龍之戰》(*D-War*, 2007年)等影片更為全球觀眾營造了不遜於好萊塢大片世界的影像奇觀。

韓國新電影的商業性還表現為對類型電影程式的承襲。儘管很多影片表現了一定程度的程式改寫或類型雜糅，但黑幫、恐怖、怪物、災難、驚悚、心理懸疑以及黑色電影的甚多基本元素卻反覆出現，為這些影片的跨界消費和異文化接受做了鋪墊。1960年代出生、九十年

代開始執導影片的韓國電影人大多遠離了林權澤等前輩電影人對傳統「韓國性」的關注與重構，轉而以跨地域、跨國界、跨文化的某些人性母題（復仇、亂倫、記憶、心理創傷等）與現代世界和現代電影發生關係。與其說這些影片的風格與母題源自對韓國當代社會的折射觀照，倒不如說它們的靈感更多來自世界、特別是美國經典影片。朴贊郁（Park Chan-wook）的《老男孩》（*Old Boy*, 2003年）雖然間有指稱具體時空的片段（如「老男孩」禁閉室裏的電視畫面），但封閉的囚禁室、破敗的廊道、詭異的壽司吧、空蕩的教室與操場、科幻風格的大樓內景，再加上復仇與亂倫、記憶與失憶的母題，以及血腥暴力場景的營造，卻令影片超越了具體時空的限制，使其成為可供輕易「搬運」與「移植」的跨文化文本。換言之，《老男孩》的故事可以發生在全球任何一個欲望都市，也可以發生在現代性的任一節點。影片一方面令韓國電影具備了全球消費的潛質，但另一方面也催生了關於韓國電影逐漸喪失主體性和民族性的焦慮（Shin & Stringer, 2005）。

日本動畫電影1980年代末、90年代的全球流動與消費更將影像的「跨地域性」和「跨文化性」推到了極致，改寫了歐美觀眾在迪斯尼文化熏陶下形成的「動畫」觀（Japanimation、anime成為英語世界的專門詞彙）。當迪斯尼世界仍然被童話、仙女、獅熊、玩具、神童所佔據的時候，日本動畫電影已經進入了敘述更加繁複、主題更富玄思意味、人物更具跨文化性、空間與背景設計更形未來風格的成人世界。在《日本動畫：從〈Akira〉到〈幽靈公主〉》一書中，美國學者蘇珊·奈皮爾（Susan J. Napier, 2001）總結認為，日本動畫所呈現的三種形態，即末世形態（apocalyptic）、節日狂歡形態（festival）和輓歌形態（elegiac），涉及了當代世界人類共同面臨的諸多問題，包括技術與人類社會、性別身份和性別僭越、歷史與記憶、敵托邦式（dystopian）的未來想像等。正是通過對這些全球性問題的思考，使日本動畫不僅超越了迪斯尼產品所構建的童稚世界，而且超越了民族國家疆界的限域，在「全球一本土」律動作用下的跨文化「動畫空間」混生出一種「無國家」（stateless）的文化：

正如差不多每一個非日本觀眾馬上會注意到的，日本動畫中的人物常常不具有日本人的特徵，他們構成了或許可以被稱為去文化

特性的動畫風格。與其說日本動畫必然突顯了日本的文化身份，到不如說其敘述至少構成了對日本身份特性的詰難，這一點甚至在其含有強烈的文化特性時亦是如此。……與一般真人飾演的影片通常必須在預先存在的語境中表現業已存在的客體、本質上更具表述性的空間不同，動畫空間具有不受語境限制的潛質，它可以完全出自動畫創作者或藝術家的頭腦想像。因此，動畫乃是構建跨國家、無國家文化的最佳力量 (Napier, 2001: 24)。

日本動畫的跨國家性或無國家性可以從《Akira》(1988年)和《攻殼機動隊》(*Ghost in the Shell*, 1995年)中窺見一斑。⁶《Akira》關於未來世界的想像明顯具有日本視點。作為世界上唯一遭受過核子災難的國度，影片開始時定義時空的「2019年第三次世界大戰後的新東京」字幕以及緩緩籠罩摩天樓群的黑色蘑菇雲、大爆炸後殘留的黑色坑洞，都直接喚起人們關於長崎與廣島的灰暗記憶伏層。但影片很快超越了地理的限域，轉而通過對都市(東京在影片中不過是一個符號)的數度毀滅加入到了後現代關於敵托邦世界(dystopia)的全球想像中。《Akira》的動畫空間無論是在構圖還是在氛圍營造、精神氣質上都與1980年代初雷德利·斯科特(Ridley Scott)的黑色科幻影片《銀翼殺手》(*Blade Runner*)一脈相承，而二者又與弗列茲·朗的經典名片《大都會》(*Metropolis*, 1926年)發生傳承關係。《攻殼機動隊》的「動畫空間」更超越了地理和國家的邊界，在現實與未來的混雜中創造了一個由環環相聯的網絡所支配、半機械人(cyborg)與普通人共存的全新世界。在這個世界裏，我們仍能找到現實空間與地域的影子，如逼真得近乎照相的香港城市景觀等，但這些空間與地域只不過是無國籍、無血緣生世的機械人悠遊其間的場所，它們早已從具體性和所指性中剝離。影片混雜了在東方佛學、日本神道、西方基督教等影響下的關於技術與人類文明、性別和性別僭越、靈魂與身體、起源與生存的跨文化思考。與此相應，機械人草稚索子(Kusanagi)也呈現了性別、人種和文化身份的混雜。在抒情而徐緩的節奏中，草稚索子頗具哲學意味的幻想和獨白突顯了人類試圖擺脫自身局限、但卻永遠無法獲得終極自由的亘古困境。或許也正因為《攻殼機動隊》對世紀之交人類基本關懷的探

討，才使影片超越了地域和類型的限制，得以被不同文化、年齡和國家的人們所激賞，成為日本動畫跨國影迷社群中的經典，並因好萊塢影片《黑客帝國》(*Matrix*，港譯《廿二世紀殺人網絡》)系列對其的傳承而演變為跨文化、跨邊界影像流動與消費的例範。

華語商業電影與「無地域空間」的生產

如果說各種版本的「新天地」是資本在經濟層面參與「無地域空間」生產的典型表現的話，那麼，新世紀伊始逐漸形成氣候的華語商業「大片」對地域和文化景觀的搬運、挪用、改寫和呈述則讓我們看到了「無地域空間」生產在文化上的表現。這些被「移植」(transported)的空間似乎與觀眾熟稔的某些場景存在隱約的聯繫，喚醒其記憶深處某些揮之不去的伏層，但這一暗指關係卻又被移植後的語境所模糊，使原空間與「移植」空間、挪用與被挪用之間的界限不再清晰可辨。

周星馳的《功夫》與內地空間的關係至少表現在兩個層面：未予特指的街景和影片的中心場景「豬籠城寨」。一方面，老上海街道、建築、商鋪、店招、廣告和路人服飾等似乎指涉特定的時間和空間，但另一方面，影片又無意向觀眾明示具體的時空，而是將時空虛空化，抽離了原時空所蘊含的豐富歷史和文化意義。換言之，《功夫》在時空處理上所採取的策略頗令人聯想到湯林森和阿帕杜萊所稱的「去地域化」或「跨地域性」。被挪用和移植到影片《功夫》中的上海街景，一方面似乎確認了香港與內地之間的文化與歷史關係，在表層意義上拉近了「後97」香港與內地的文化距離，但另一方面卻以去除地域內涵的策略與全球影像受眾發生關係，成為全球影像流通與消費市場上的熱點之一。這一策略也令我們想起2006年在歐美電影市場廣受好評的西班牙影片《潘神的迷宮》(*Pan's Labyrinth*，由墨西哥電影人Guillermo del Toro執導，港譯《魔間迷宮》)。影片以一戰後西班牙佛朗哥政權的獨裁統治為背景，但具體可感的歷史時空卻被女孩奧菲莉婭(Ofelia)哥特式的童話王國所置換。奇幻世界中的精靈、牧神、公主和嗜血怪獸逐漸虛化了現實世界中殘暴的軍官/父親和抗擊獨裁統治的游擊隊員形象；虛與實、歷史與魔幻之間的界限也隨之消泯。

《功夫》中的「豬籠城寨」則更典型地體現了「無地域空間」生產中的「搬運」性和移植性。已經有一些論者注意到了「豬籠城寨」和中國戲劇、電影中「七十二家房客」空間的互文關係。⁷ 根據《上海文化藝術志》(李太成主編, 2001)的描述, 歷史上最最早的《七十二家房客》系由多本上海獨角戲整理而成, 脫胎自《閘北逃難》(江笑笑)、《二房東》(劉春山)、《上海景》(陸希希、陸奇奇)等滑稽戲。1930年代末, 在上海大世界、天韻樓、新世界等遊樂場討生活的滑稽戲演員朱翔飛將其編演成獨角戲小段。1959年, 原本《七十二家房客》由楊華生、張樵儂、笑嘻嘻、沈一樂等發展成大戲, 由上海大公滑稽劇團演出。該戲寫上海解放前夕, 一幢破舊的石庫門房子裏擁擠地居住著老裁縫、燙衣匠、大餅師傅、香烟小販、街頭藝人、小皮匠、牙醫生、舞女等, 而出租石庫門房子的二房東則是個「白相人嫂嫂」, 千方百計地榨取房客, 並和姘夫流氓炳根勾結警察369威逼房客。1960年代初, 該部以上海下層市民生活空間為背景的滑稽戲被移植搬運到廣州, 成為粵語戲的一部分。1963年, 珠江電影製片廠和香港鴻圖影業公司根據粵劇《七十二家房客》改編成同名粵語影片(王偉一執導); 十年後, 香港導演楚原再次將其搬上銀幕。

關於「豬籠城寨」和「七十二家房客」的譜系考察, 無非是想證明這樣一點, 即「豬籠城寨」空間的建立, 已經經過了多重移植和搬運, 而附著於原空間之上的生活質素已被掏空, 成為可供任意轉運和他移的「無地域空間」。在這裏, 擁擠狹窄石庫門空間內有血有肉的老上海下層市民的日常生活不再重要, 重要的乃是空間環境的符號性, 正是符號所指的不確定和抽象流動性使「豬籠城寨」這樣原本帶有強烈地域色彩的空間轉化為能夠被全球影像受眾所消費的「無地域空間」。儘管熟稔周星馳成長經歷的觀眾或可從城寨布局中窺見其童年生活的影子, 香港本土觀眾甚至能與之產生特殊的情感共鳴, 但異文化觀眾群稍加聯想, 即可在「豬籠城寨」與當代社會普遍存在的貧民窟之間建立或隱或顯的聯繫, 而小混混向曠世英雄的轉型更是貧民窟文化中經久流傳的都市神話。這一點在王家衛的「後97」影片《花樣年華》中也多有表現, 只不過「豬籠城寨」在《花樣年華》中被更具非空間性的服裝、語言、氛圍和斑駁的牆招所置換罷了。影片畫內畫外不時飄來的吳儂軟

語、張曼玉幾乎一景一換的旗袍秀、斑駁弄牆上泛黃的廣告紙、以及狹窄弄堂裏的小商鋪，似乎都與人們關於老上海的記憶或想像暗合，但這一暗合的背後卻是「無地域空間」生產的邏輯：一方面，影片中瀰漫老上海氣息的空間本來就是刻意的移植，一種剝離了原空間內裏的「搬運」；另一方面，正是符號能指與所指的剝離與游離使王家衛所營造的影像空間具有了某種似是而非、既非香港亦非上海、既非東方亦非西方的懸疑含混特質。換言之，一如香港資本所催生或將要克隆的上海「新天地」、杭州西湖天地、重慶「新天地」、武漢「新天地」、《功夫》和《花樣年華》等「後97」香港電影所構建的也是一片與內地文化看似契合、實質上卻貌合神離的影像「新天地」，它們以「無地域空間」的生產邏輯改造著中國大陸民眾對自身地域和文化的既有認識。

以中國大陸為主生產的華語商業影片，也呈現出資本改造地域與人文景觀的態勢。從主題看，繁複而情境化的歷史被簡約化（往往以片頭或片尾的簡短解說詞呈現），轉而以復仇、謀殺、亂倫、情欲與背叛等跨文化母題呈現。唐朝衰亡後的複雜權力鬥爭在馮小剛的《夜宴》中只不過是某種漫不經意的腳註，影片真正關心的是宮廷內部中國版《哈姆雷特》戲的演繹。從類型看，無論是張藝謀的《英雄》、《十面埋伏》、《滿城盡帶黃金甲》還是《夜宴》和陳凱歌的《無極》，中國大陸的華語商業影片都不約而同地顯現了對功夫片的執迷，而該類型經上世紀李小龍和香港電影的努力，早已成為全球影像消費體系中熟稔的跨地域、跨文化符號。從影像空間看，這些影片不拘泥於電影空間的完整性，轉而依從視覺奇觀原則引入了竹林、大漠、秀水、雪域之間的隨意切換和移植，以及極具裝飾性的宮廷內景。從演員陣容看，跨境之間的組合，特別是港台男星與大陸女星之間的組合，複製了李安《臥虎藏龍》的成功模式。從敘事語言看，與韓國大片相似，正反打鏡頭為主營造的「縫合」效應、特寫和移動攝影以及升降鏡頭的廣泛運用、「不易覺察的剪輯」等也成為中國大陸華語商業影片的主導語法。所有這一切，實際上都體現了資本改寫華語商業電影圖譜的邏輯：巨額的生產成本和營銷成本不可能僅依賴仍在成長中的內地電影市場收回，甚至華語電影市場之和也不足以保證影片必然盈利；只有加入到影像流動的全

球體系中，華語商業電影才可能生存與發展。換言之，世紀之交，華語商業影片所面對的觀眾群已超越了華語文化圈，也超越了二十世紀八、九十年代兩岸三地藝術或探索影片所開拓的非華語電影社群(包括各類國際電影節、大學校園和藝術院線)，轉而延伸至非華語文化圈的主流觀眾，亦即約佔65%強的12至39歲區間的觀影群體。⁸在此情勢下，華語商業電影的語法邏輯和敘述策略也發生了相應的變化，其顯著特徵乃是本文開端所引用和強調的「去地域性」和「無地域性」，它們從某一面向印證了湯林森(1999)關於本土經驗和本土文化試圖在全球化時代被理解，就必須提升到「單一世界」層面的相關論述。

結語：電影權力版圖的重構

二十世紀八十年代末、九十年代初以來遍及全球的數字革命引領了一個互聯網、移動介質、互動屏幕以及其它傳播方式幾乎無所不在的嶄新時期。在這一全球經濟、文化和媒體日趨「融合」的語境中，媒體與傳播研究也進入了一個從未有過的不確定時期。過去曾相對穩定的媒體生產者與消費者、主流商業媒體與草根媒體以及不同媒體平台之間的界限正變得日益模糊不清。在國際傳播研究領域，隨著各種新傳播方式的出現，過去為眾多傳播學者所熟知的「文化帝國主義」理論，即關於某一「核心」體(某強勢民族國家或跨國公司、全球中心城市等)以文化產品單向流動的方式對一系列「邊緣」國家施行支配性影響的觀點，也受到了挑戰。對一些國際傳媒研究學者來說(Golding & Harris, 1997)，線性、單向式的支配性影響已經逐漸離我們遠去，取而代之的很可能是一個嶄新的交互聯繫時期，一個因數字技術而出現的多面向、多方向的文化流動網。與此相應，「核心體」與「邊緣體」之間所面臨的問題也日漸相似。一方面，媒體融合(media convergence)、所有制(ownership)、競爭(competition)、多樣性(diversity)、知識產權、媒體准入(access to media)、公民參與(civic participation)等問題相繼成為發達國家在變化的數字技術環境中討論媒體發展與媒體政策時的焦點；另一方面，全球化速率的加快(其中媒體既是促成者、亦是收受者)也使發展中國家更深更廣地捲入到變化的世界格局中，令其常

常必須面對與發達國家媒體發展相似的話題，但同時也對其自身內部的既有權力結構構成挑戰。

具體反映在電影創作和研究領域，隨著韓國、日本和華語電影勢力的成長和跨國流動的日益強化，「民族電影」命題亦越來越顯現出固有的局限性。長期以來，關於「民族電影」的理論一直與二戰以來反殖民和民族獨立運動糾纏在一起。正如擺脫了殖民主義的弱小國家迫切需要與前殖民宗主國脫離關係一樣，民族電影觀念的提出也體現了創制一種迥然不同於西方（好萊塢）電影的勃勃雄心。在「民族電影」的「光環」下，電影學者們孜孜找尋著足以凸現「中國民族性」、「日本民族性」、「越南民族性」的影像語言和文化符號，以此建立異質於好萊塢的「他者」和抵抗性。小津的長鏡頭和靜止攝影被視為「典型的」日本性，而《黃土地》的構圖和攝影則被看成是中國繪畫風格在電影中的典型表現。⁹

新世紀以來，隨著總體國力的迅速增強，中國在國際權力格局中的地位也發生了顯著的變化。作為全球第四大經濟體，中國已是西方強國在規則制定、利益分配中不得不考慮在內的重要因素。所謂「利益相關者」的提法，儘管仍殘留著冷戰思維的印記，但也在很大程度上反映了某些超級列強對中國重要性的認知和無奈情勢下的接納。近年來中國對世界事務的積極參與和主動姿態，都似乎顯示出中國正從「被說的主體」向「說話的主體」轉型。與此相應，中國過去在處理國際事務和國際權力關係中經常顯現的「受害者情結」（或可稱為「鴉片戰爭情結」）也日漸淡化。

世界權力版圖的微妙變化為我們重新思考中國電影與好萊塢的關係提供了契機。在民族生存處在危機時刻、在中國版圖上仍存在西方租界的1930年代，中國電影人對西方/好萊塢的文化霸權以及屢屢發生的「辱華片」事件的敏感與聲討因應了時局的召喚，是時勢的必然與必須。¹⁰ 然而，在二十一世紀的今天，我們說話與討論問題的語境已發生了深刻的質的變化。中國經濟的脈動已足以使全球經濟為之起舞，而中國在國際政治權力角逐中也早已不是底氣不足的弱者。在這種情勢下，我們關於世界文化/電影關係的思考是否也應該有所調整與突破？簡單地從「支配/抵抗」或「施害者/受害者」角度看待好萊塢與中

國、華語電影的關係是否在表面堅持了民族性、但實質上卻反映了文化自信心的匱乏？

儘管華語商業電影在歷史複雜性、文化「純粹」性和美學「民族」性方面因資本與消費邏輯的作用而呈現了或顯或隱的妥協，在「去地域性」、「無地域性」原則的導引下顯現了全球化時代文化表述同一性的某些面向，但從另一方面看，華語商業電影的興起亦不妨被視為是一種對既有電影權力版圖的改寫。華語商業電影的跨國、全球性製作模式以及敘事、影像風格等方面的「世界性」進一步挑戰了或多或少被本質化了的「民族電影」觀念，也為我們超越在「支配/抵抗」兩元模式框架下思考「民族電影」與西方電影(好萊塢)之間的關係提供了可能。儘管世界電影版圖中非均衡的權力關係仍未發生質的變化，但這並不意味著該非均衡關係可以通過對「民族性」、「地域性」或「民族風貌」、「民族風格」的張揚加以改寫。相反，改變這一權力不平衡關係的落腳點應該也必須擺在對「普世性」、包括具有「普世」意義的話題與風格的追求上。雖然「普世性」在後結構主義、女性主義、文化研究理論的洗禮下已成為頗具嫌疑的議題，但它仍可被策略地運用於討論非好萊塢電影與好萊塢電影的關係上。從根本上說，「普世」策略的運用在於消解好萊塢影片的「普世」神話，改畫世界電影權力的版圖。

參考文獻

- 天始(1933)。〈辱華片〉。《現代電影》，第1卷，第4號(7月)。
- 李太成主編(2001)。《上海文化藝術志》(頁152)。上海：上海社會科學院出版社。
- 紀一新(Robert Chi, 2005)。〈功夫：華語電影與全球化的考古學〉(*Kung Fu Hustle: An archaeology of Chinese cinema and globalization*，為未發表論文)。上海大學、北京大學(編)，《全球化語境中的中國電影與亞洲電影》論文集，2005年。
- 美國電影協會(MPAA)(2008)。《2006年美國電影觀眾研究》(*2006 US movie attendance study*)。上網日期：2008年1月29日，取自：<http://www.mpa.org>。
- 孫紹誼(2006)。〈權力格局中的「普世性」策略：好萊塢與作為「利益相關者」的中國電影〉。《電影藝術》，第5期，頁47-51。

- 孫紹誼(2007)。〈「無地域空間」與懷舊政治：「後九七」香港電影的上海想像〉。《文藝研究》，第11期，頁32-38。
- 陳炳洪(1933)。〈三張關於中國而不來中國之影片〉。《現代電影》，第1卷，第1號(3月1日)。
- 愛德華·索亞(2005)。《第三空間：去往洛杉磯和其他真實和想像地方的旅程》(陸揚等譯)中文版譯序(頁13)。上海：上海教育出版社。
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions in globalization*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Foucault, M. (1986). Of other spaces. *Diacritics*, 16 (Spring), 22-27.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Golding, P. & Harris, P. (Eds.) (1997). *Beyond cultural imperialism: Globalization, communication and the new international order*. London: Sage.
- Jameson, F (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Lefebvre, H. (1992). *The production of space*. Oxford, UK: Blackwell.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing contemporary Japanese animation* (p. 24). New York: Palgrave for St. Martin's Griffin.
- Paquet, D. (2005). The Korean Film Industry: 1992 to the Present. In C.-Y. Shin and J. Stringer (Eds.), *New Korean Cinema* (pp. 32-50). New York: New York University Press.
- Shin, C.-Y. & J. Stringer (Eds.), (2005). *New Korean cinema* (pp. 32-50). New York: New York University Press.
- Soja, E. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Oxford, UK: Blackwell.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Cambridge, England: Polity Press.

註釋

1. 本文根據作者已發表的論文〈權力格局中的「普世性」策略：好萊塢與作為「利益相關者」的中國電影〉(載《電影藝術》，2006年，第5期，頁47-51)和〈「無地域空間」與懷舊政治：「後九七」香港電影的上海想像〉(載《文藝研究》，2007年，第11期，頁32-38)寫成。作者感謝香港中文大學「華語商業電影的跨境形態」訪問學者計劃，特別是陳韜文、馬傑偉教授的邀請，使作者得暇修改、完善文章中提出的觀點；也感謝交流計劃中諸多學者的商榷意見，特別是香港浸會大學葉月瑜教授的精湛點評。
2. 所謂「去地域化」，一方面是指文化產品的全球消費打破了特定地域和文化

消費者原來所享有的與該地域和文化所形成的自然關係(如好萊塢電影在中國的傳播)，另一方面也要求文化產品在製作和傳播的過程中不拘泥於原文化原地域限制，力求以「當地化」、「情境化」的姿態滿足不同文化或國度消費者對產品的不同需求(如好萊塢的中國化)。湯林森(Tomlinson, 1999)在《文化與全球化》(*Globalization and culture*)一書中對此也多有涉及。

3. 在文化理論中，地域(locality)、地點(place)與空間(space)既有聯繫，又有區別。地域和地點一般指較為具體、且具有其特殊性的地理存在，而空間則指較為抽象、並含有價值與意義的社會建構。很多學者認為，全球現代性乃至後現代性趨勢的加劇，正重新定義和組合著我們關於地域和地點的認識；甚至有學者認為，全球化過程實際上意味著具體地域、地點的消失，取而代之的乃是普世化、普遍化的全球「空間」。本文將「地域」與「空間」並提，一方面是照顧到中文行文習慣，另一方面也意在凸顯具體地域被全球「空間」取代的轉型過程。
4. 愛德華·索亞(2005)。《第三空間：去往洛杉磯和其他真實和想像地方的旅程》(陸揚等譯)中文版譯序(頁13)。上海：上海教育出版社。
5. Paquet, D. (2005). The Korean film industry: 1992 to the Present. In C.-Y. Shin and J. Stringer (Eds., 2005), *New Korean cinema* (pp. 32–50). New York: New York University Press.
6. 實際上，早在1950、60年代，日活公司(Nikatsu Corporation)就攝製了大量以無名城鎮為背景的动作片，它們因地域模糊、故事和角色西化、疏遠日本傳統價值觀等被統稱為「無國籍動作片」，或稱「日活無邊界動作片」(Nikatsu Borderless Action genre)類型。作者感謝香港浸會大學葉月瑜教授的啟發。
7. 如美國學者紀一新(Robert Chi, 2005)未發表的論文〈功夫：華語電影與全球化的考古學〉(*Kung Fu Hustle: An archaeology of Chinese cinema and globalization*)。見上海大學、北京大學編(2005)。《全球化語境中的中國電影與亞洲電影》論文集。
8. 此處統計以美國電影市場為例。數據見美國電影協會(MPAA)《2006年美國電影觀眾研究》(2006 US movie attendance study)。上網日期：2008年1月29日，取自：<http://www.mpa.org>。
9. 關於對這些論斷的質疑，參見拙文(2006)〈權力格局中的「普世性」策略：好萊塢與作為「利益相關者」的中國電影〉。《電影藝術》，第5期，頁47–51。
10. 關於「辱華片」的討論，較早的文字發表在1933年的《現代電影》雜誌上。

參見陳炳洪(1933)：〈三張關於中國而不來中國之影片〉，載《現代電影》，第1卷，第1號(3月1日)；天始(1933)：〈辱華片〉，載《現代電影》，第1卷，第4號(7月)。兩文提及的「辱華片」包括：《戰地訪員》(*War Correspondent*)、《黃龍的怒吼》(*Roar of the Dragon*)、《上海快車》(*Shanghai Express*)、《閩將軍之苦茗》(*Bitter Tea of General Yen*)、《子女》(*Son-Daughter*)。