

從大眾日夢到分眾休閒：
臺北都市消費轉型下的電影院
From Mass Daydreaming to Diverse Leisure
Experiences：
The Movie Theaters under Urban
Consumption Transformation in Taipei

王志弘 Chih-Hung Wang

國立臺灣大學建築與城鄉研究所教授

Professor, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University

通訊作者(Corresponding author)

高郁婷 Yu-Ting Kao

國立臺灣大學建築與城鄉研究所博士候選人

Ph.D Candidate, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University

本文資料取自科技部計劃 (MOST 106-2410-H-002-166)，感謝康舒雅協助蒐集本文資料。本文修改前曾發表於2018年12月2日，臺灣社會學會年會，交通大學。感謝本刊評審提供的修改意見，令本文論證更清晰。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

摘要

本文考察臺北市電影院的地理分布及與周邊紋理關係，呈現電影院從儀式性大眾日夢場所，到複合型分眾休閒去處的轉變。作者使用二手資料分析、現場觀察及訪談，回溯戰後迄今臺北市電影院演變，並繪製地圖。研究發現，電影院時空配置的變化，乃源於新市區崛起、電影業沒落與分眾化、都市休閒經驗及視覺性的轉變。主流戲院連鎖化經營、城郊電影院轉為二輪戲院，以及小眾藝文戲院在保存及文創脈絡下浮現，彰顯了電影院在消費地景中的新定位。不同於單一映演廳戲院通過地標建築展演著現代性，並成為周邊商業地景焦點，晚近依附於百貨商場、購物中心及文創園區的多廳和小眾電影院，則是廣闊消費空間中的附屬功能。雖然電影院在移動式視覺中介環境中略顯過氣，但仍保有通往他方之奇幻視覺裝置的誘人特質，是值得重視的地方營造觸媒。

關鍵字：消費地理、日常生活、分眾社會、視覺裝置、視覺中介環境

Abstract

This paper examines the geographical distribution of the cinemas in Taipei, as well as the textures developed around them. Firstly as sites for rituals of mass daydreaming, the cinemas gradually become destinations providing complex leisure activities appealing to differentiated audience. The evolution of the cinemas in Taipei since the post-war period is reviewed and mapped from secondhand data analysis, on-field observation and interviews. It is found that the spatio-temporal changes of the distribution of the cinemas are due to the rise of new city centers, the decline of cinema industries and hence an increasingly differentiated audience, as well as the transformed experiences of urban leisure and visibility. In the meanwhile, mainstream cinemas were gradually franchised, while cinemas at the city outskirts re-established themselves as second-run theaters and the fad for historical preservation and cultural and creative industries led to the emergence of art houses. Such changes show that the position of cinemas in the consumption landscape has been recalibrated. The earlier cinemas accommodating only one single screen often performed modernity through their landmark buildings, and were the focus of the local commercial landscape. Yet, the recent cinemas are usually integrated into part of the department store, shopping mall, and cultural park, and often hold multiple screens or are art houses appealing to a small niche market. The current cinemas are therefore supplementary to the wider space of consumption rather than its focus. While cinemas may appear somewhat outdated given our contemporary environment largely mediated through mobile visual devices, they are still tempting in their ability to transport us to elsewhere with its fantastic visual apparatus, and can be valuable catalyst for place building.

Keywords: consumption geographies, everyday life, divided society, visual apparatus, vision-mediated environment

壹、前言：都市消費主義與視覺體制下的電影院

在眾人隨身攜帶影音娛樂媒體的當代城市中，前往電影院¹看電影似乎已沾染著懷舊色彩。電影作為大眾首要娛樂的時代，在電視及後繼的錄放影機、網際網路、手機出現後，已逐漸淡去。電影仍在，但電影散置於電影院以外的眾多視聽媒介(電視、電腦、手機)與場合(客廳、圖書館、藝文空間)播映，不再只是幽暗廳堂裡，眾人群聚銀幕前的聚精會神觀賞。電影瀰漫於整座城市，到處都是映演場所。Laure Mulvey (1989)著名的建構窺視癖式情慾主體及戀物式情慾客體的電影視覺性(Visuality)或視覺體制(scopic regime)論題，似乎已退位給多功能、瀰漫式視聽裝置的分神主體狀態了。

就電影院建築空間而論，十九世紀末到廿世紀中葉，電影產業大幅擴展之際興起的富麗堂皇電影院(有些就稱為cinema palace)，仿效其劇院和音樂廳先驅，連同巨大銀幕的影像敘事，共築娛樂經驗的奇觀。不過，不同於傳承精緻文化的傳統劇院和音樂廳，電影的技術複製特質促使電影院成為民主化的休閒場所(Benjamin, 1968)，是展演科技的現代空間。極盛時期的市區大型電影院，挾著獨棟的高聳裝飾性現代建築，搭配精緻明亮內裝，以及璀璨霓虹燈和廣告看板的典型立面，構成城鎮的地標，也是零售商業帶的核心，周邊延伸著其他休閒服務設施。

相對的，當前的電影院以更為多樣的面貌出現在城鎮中，一如電影萌芽階段，寓居於傳統戲院、劇場、咖啡館和露天場地等多樣場址。以臺北市為例，除了大型單廳電影院，晚近的常見配置有百貨公司和購物中心內的電影院，複合式經營的多廳影城，以及歷史建築再利用的小型放映廳。這些差異化的電影空間，也意味了不一樣的觀影經驗和視覺部署。它們處於不同的商業地景紋理中，支持著不同的休閒消費方式。例如，前往華山文創園區或松菸文創園區的小型放映廳看電影，迥異於到西門町擁有龐大映演空間的國賓戲院觀影。位於結合百貨商場、餐廳與飯店的臺北轉運站的京站威秀連鎖戲院，也與改成二輪影院、置身老舊綜合商業大樓的景美來來佳佳戲院大異其趣。

易言之，廿世紀前葉，電影院逐漸成為大眾日夢 (daydreaming) 的儀式化凝神觀影場所。相對的，對於在當前數位化瀰散觀視體制中久經世故的觀眾而言，電影院或許已經褪去儀式迷障，或者說，儀式性觀影只是多種電影觀看模式之一。電影映演場所是與眾多其他影音空間及娛樂地方串接在一起的節點，甚至是複合式遊憩歷程中，可有可無的一站。然而，電影的日夢或幻想效果依然鮮活，在日漸因為跨越邊界而致領域性模糊的城市生活中，以幽暗空間來確保感官專注於銀幕的電影放映，似乎仍發揮著城市「夢工廠」的功能，也是體現都市公共性的實質空間。新的都市消費主義或生活風格，以及數位科技中介下的觀視體制，構成我們理解電影院功能轉化的重要參照。但本文特別關心，城市消費地景的構成如何因為電影院轉型分化而有所變遷，並透露都市生活紋理與節奏的變化。

具體而言，本文探討臺北市電影院的區位地理分布、映演時間節奏、建築形式，以及與周邊紋理的關係，藉此呈現電影院從儀式性大眾日夢場所，到複合型分眾休閒去處的轉變。作者運用二手文獻資料、現場觀察及訪談，回溯戰後迄今臺北市電影院的變化，並繪製電影院分布圖。後文首先回顧電影院文獻，凸顯其空間與地方面向。接著，本文呈現臺北市電影院的類型、時空配置，以及觀影經驗變化。為了細緻化討論，作者提出四個案例來說明主流戲院連鎖化、城郊電影院轉變為二輪戲院，以及小眾藝文戲院在保存和文創脈絡下的浮現等趨勢，體現電影院在消費地景中的不同定位。雖然電影院在廣闊的移動式視覺中介環境中看似古舊，仍保有通往他方之幽暗奇幻視覺裝置的誘惑特質，並在科技支持下保有觀影的儀式氛圍，也是值得重視的地方營造觸媒。

1 電影院指專門放映電影的場所，但日常用語或正式名稱也常使用戲院一詞。早期以戲劇表演為主的戲院也用於放映電影，而專映電影之電影院的配置格局，也適用於電影放映以外的表演與活動。本文同時使用以下名詞：電影院、影院、戲院、影城。

貳、文獻回顧：作為空間與地方的電影院

電影研究是個龐大的學術場域，但相較於電影文本、技術、產業、票房、明星、觀眾、影展等議題的豐沛研究，電影院空間較少成為獨立研究主題，而是納為電影史敘事的某個面向，或是電影文本分析的一項元素。例如，張一璋(2008)探討電影中的電影院場景，如何是現代都市生活的象徵性場所，也因暗房效果而有曖昧情慾、虛實交替及秘密間諜行動等意涵。在都市研究與消費地理學的脈絡下，相較於電影文本中的城市形象、電影產業的城市群聚，以及觀影經驗的都市關聯等，電影院本身也比較乏人問津。

若轉移到史學界，電影院卻因為歷經滄桑變化而顯得迷人，成為歷史書寫對象，包括電影院建築形式、映演產業，以及相關的城鎮商業變遷。例如，Herzog(1981)描繪美國電影院如何從傳統戲劇場所演變而來，先是依託於既有劇院、雜耍戲院、巡迴演出、馬戲團，直到相對簡陋的五分錢戲院(Nickelodeon)出現後，才有了專門的固定映演場所，並發展成豪華電影院(majestic theater)。Gray(1996)回顧英國百年來的電影院建築風格和配置，呈現了從古典劇院樣式到折衷風格，再到裝飾藝術(Art Deco)風格現代建築的轉變。針對單一城市，Welling(2007)細緻描述了休士頓的電影院從五分錢戲院、市區豪華戲院、郊區街坊戲院(neighborhood theater)、黑人戲院、寬銀幕和環場音效技術、汽車電影院、多廳電影院、大型綜合影城、午夜場與另類戲院的演變系譜。類似研究還有紐約(Kein, 2008)、明尼亞波利 - 聖保羅雙子城(Besse, 1997)，以及美國南方城市(Jones, 2003)，都敘說著電影院萌芽、興衰，以迄結合購物餐飲的大型影城復振的故事。

在臺灣，葉龍彥的系列著作(1995, 1997, 1998, 2001, 2003, 2004)填補了電影研究的戲院空缺，描述電影映演場所自日本殖民以降的演變，特別探討了西門町電影街區隨著電影產業而變的興衰。石婉舜(2012)則討論了日殖時期重要電影人高松豐次郎與臺灣現代電影院萌發的關係。幾本碩士論文也從類似觀點出發，探討產業發展下作為映演場所的電影院，其類型、經營方式和區位選擇的變化，以多廳影城最引人關注，例如林聖偉(2004)針對臺南市、何金億(2011)針對臺中市，以及李衡昕(2013)對於全臺灣電影映演業的研究。

相較於這類映演產業分析，也有嘗試從空間和地方角度討論電影院者。例如，賴品蓉(2016)將日治時期臺南市現代戲院作為新興休閒空間的誕生及地理區位，連結上一連串空間重組(拆除城牆、市區改正及運河完工等)及相應的人口分布與商業街區轉變，顯示戲院是現代都市規劃與發展的一環。但她指出，個別戲院的興建、位置、經

營方式及觀眾空間體驗，仍各有差異。例如1911年的大舞臺，乃第一間臺人集資興建且經營的戲院，展現了臺灣在劇場方面的主體性；1928年的宮古座則涉及市營劇場的公共議題；不同階級、性別和身分的觀眾，也對戲院空間有著不盡相同的文化想像和情感認同。

林秀澧(2002)將電影院視為特殊的空間類型，探討這種娛樂場所如何通過建築形式而成為城鄉消費櫥窗，展現公共表情，構成文明休閒空間。他參照Henri Lefebvre的空間生產 (production of space) 視角，主張殖民時期戲院的裝飾藝術風格透露出殖民者優勢。爾後，大型廣告看板覆蓋了戲院立面，代替建築樣貌而成為電影院主要識別標誌。電視崛起後，加速市區電影院小廳化、複合化及影城式經營，電影院融入百貨商場大樓而失去鮮明形象。林秀澧主張，1997年外資開設於信義計畫區的華納威秀影城(今信義威秀)，雖將電影院空間形象拉抬至國際化境地，卻有體現文化帝國主義的隱憂。另一方面，許多城郊和鄉鎮戲院關閉或拆除，導致集體記憶場所遺失；但也有老電影院以修復或歷史書寫方式再現的回返。綜言之，林秀澧以空間文化形式的建構、拆解與重構，統攝了電影院的空間生產歷程。

許雲凱(2002)也從空間生產、空間與社會互構，以及全球地方感等概念出發，探討信義計畫區華納威秀影城開發的政商關係、空間形象營造、消費者空間體驗，以及公共空間私有化問題。另一方面，針對電影院的公共性，在中國脈絡中，王沛(2006)以成都東方世紀電影廣場為例，主張這個新穎的多廳複合影城中的休憩空間，既拓展延伸了公共性，又因為舒適設備而令人沉浸於自我觀影經驗中，缺乏人際交流，遑論有哈伯瑪斯所說的公共領域之批判性溝通功能。因此，「觀看電影與其說是一種公共生活方式，不如說是一種脫離公共性的媒介接觸行為」(王沛，2006: 48)，新式影城體現了「公共性擴張」和「解公共化」之間的張力。

相對於關注空間生產及文化形式的政治經濟批判，邱坤良(1999)針對宜蘭南方澳大戲院的自傳式書寫則強調地方精神，對公共性和集體生活的記憶也有了不同詮釋，顯示鄉鎮傳統戲院和都市多廳影城的巨大差異。建於日治末期，四百個座位的木造三層樓南方澳大戲院(1971年拆除)，在邱坤良筆下擁有串起漁港人際網絡的濃厚地方感：

戲院是許多人夜晚最重要的社交場所，「看戲啦！」也如「吃飽未？」成為生活中常聽到的寒暄語。……這座戲院不僅是全南方澳的娛樂中心，也是政治、教育與文化中心，點閱召集、消費練習、戶口校正、里民大會、歌唱比賽、政見發表會、學校遊藝會全在此舉行(邱坤良，1999: 28-29)。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

邱坤良在這個作為全方位生活中心的南方澳大戲院，有了許多人生第一次經驗，戲院成為記憶與認同的凝結焦點。江寶釵(2015)主張，邱坤良描寫以戲院為核心的童年生活和漁村風貌，既展現了人類主體和地方互構的密切關係，也透顯了地方自主精神或所謂的「地方精靈」(local spirit)。

無論將電影院視為特定社會脈絡下的空間生產，或擁有現象學式的地方精神，都凸顯了電影院並非孤立的存在，而是消費地景和社會關係的一環，與城鎮發展息息相關。就此而論，Athique & Hill (2010) 針對印度多廳影城發展的研究，便緊扣著都市土地開發、中產階級崛起、階級區隔，以及都市休閒經濟的發展。在印度這個電影仍是大眾主要娛樂的國度，多廳影城的興建展現了新時代的價值。相對於不同階級混雜(但分離座位) 的老舊電影院，多廳影城有造就具全球化面貌的新中產階級消費者，以及新都市環境的雙重企圖，涉及文化正當性和公共空間近用權的漫長鬥爭。作為支持新城市形象、文化實踐及空間政治的休閒基礎設施，多廳影城伴隨著印度的經濟自由化、都市再發展，以及媒體爆炸趨勢，成為城市休閒文化與經濟的重心 (Athique & Hill, 2010)。

另外一些研究探討了電影院的其他面向，包括奈及利亞的五旬節運動(類似靈恩運動的基督新教傳播)如何挪用戲院空間作為禮拜場域，卻引起涉及戲院的不同使用群體及意象之間的緊張，也就是試圖將原本的世俗空間予以神聖化，並排除習慣進出戲院的原使用者而產生的張力(Adeboye, 2012)。或者，為了改善觀賞視角不被遮擋而設計的運動場式電影院，卻因為坡度較陡而將身障者(輪椅族) 座椅設在最前面，導致欣賞角度很差，引發歧視身障者的爭論 (Ellsworth, 2004)。或者，廿世紀初期中國電影院觀影行為禮儀規範的宣導(新生活運動)，如何納入新國族的創建計畫，成為邁向文明、抵禦殖民主義和種族偏見(華人落後無禮) 的場域 (Xiao, 2006)。相對的，非洲殖民地的廉價電影院則是非洲黑人的新興社交及認同塑造場所，體現於觀影過程中的持續交談，最後導致白人的道德懷疑、政治憂慮及控制企圖 (Burns, 2006)。總之，電影院不僅是休閒場所，還是各種政治計畫、經濟運作、文化想像及社會關係的交錯與促生地，既是城鎮社會生活的場域和產物，也是推動城鎮日常節奏的動能。

前述的電影院研究顯示電影院作為商業性公共空間，以及建立現代視覺性(觀看之道)的技術裝置和社會場域，有著複雜的社會 - 空間關係和動態。相較於既有研究討論電影院空間本身的建築形式、經營、使用方式及地方意義，本文則嘗試探討隨著臺北都市轉型和消費地景變遷，不同類型電影院與其周邊紋理關係的轉化。換言之，我們將電影院的空間生產和地方創造，延伸到其所在商業地景脈絡，藉此觀察電影院在都市消費轉型中，作為特殊空間性的定位與作用，如何捲入重組城市紋理的裂解和縫合動態中。

參、戰後臺北市電影院的轉變

一、電影院的類型分化：從單棟單廳到高層多廳，從大眾到分眾

在臺灣，電影院乃隨同日本殖民現代性建置而來。² 1895年日本領有臺灣，同一年盧米埃(Lumier)兄弟在法國巴黎大咖啡館首度公開以其發明的電影機(cinematography)放映影片。1896年，日人在臺北租屋設立「東京亭」，提供說唱藝術和雜耍表演，此後各種小型戲院紛紛出現，提供演藝活動和集會場地。1900年以後，部分場所開始放映電影，成為混合戲院(葉龍彥，1998: 40-3)。高松豐次郎是臺灣電影事業推展的重要人物，於1900年代多次來台灣巡迴放映電影。由於當時電影院仍罕見，放映場所可能是寄席(日式說書場)、戲院，或銀行、學校、醫院、俱樂部等邀請單位提供的空間，甚至在廟埕等空地搭起白幕就能放映(石婉舜，2012: 40)。

除了放映電影，高松也拍攝電影，並於1908年以後在臺灣主要城鎮設立了多處戲院，包括專門放映電影的戲院(石婉舜，2012: 47-8)。1911年7月，臺北出現了第一間專門放映電影的電影院「芳乃亭」。1913年，業者建造「新芳乃亭」，原芳乃亭則頂讓成為「新高館」，也專門放映電影。於是1914年起，臺北擁有兩間常設電影院(活動寫真館)(葉龍彥，1998: 80-1)。日治末期，臺北市已有九間專門放映電影的戲院，以及三間混合戲院。³ 其他主要城市也有電影院設立，電影成為傳統戲劇以外的時尚娛樂。

簡言之，看電影是從看戲演變而來，這是中介民眾感官生活的場域演替。從觀眾須親臨表演者所在現場的戲劇，到產自海外的影像構成觀賞內容、但仍需辨士在旁演譯的默片，以迄1930年代以後觀賞有聲電影時，表演者於現場缺席的影像播放，戲院擔任著轉化媒介，創造出個體可以逸離此時此地而投入電影文本體驗的場域。然而，觀影者也同時成為現代娛樂產業塑造的大眾一員，尤其當電影工業製造的影像及其映演型態逐漸普及，異質的地方主體也因為日常視覺經驗的重塑而成了現代帝國的眾民。電影兼具大眾商業性質和科技中介的奇魅經驗，促使開業資本家不吝將座落於熱鬧商街的戲院，築以堂皇外觀，昭示此俗世消費的超越特質。無論是在首善之都臺北，還是其他鄉鎮，戲院和電影館都是現身熱鬧市區的單棟建築，有著醒目入口與風格形式(例如：淡水戲館的中國風門樓與屋頂，以及擁有拱門騎樓和巨大半圓形立面

2 「臺灣老戲院文史地圖(1895-1945)」網站(<http://map.net.tw/theater/>)彙整日治時期的戲院，包括各年代全島及主要都市的戲院分佈圖。該網站源於清華大學臺灣文學研究所石婉舜教授主持之科技部專題計畫「臺灣早期戲院普及研究(1895-1945) I、II」(NSC102-2410-H-007-066、MOST103-2410-H-007-073)，由中央研究院人社中心地理資訊科學研究專題中心予以數位化。

3 電影院有：大世界館、台灣劇場、芳乃館、新世界館、芳明館、城南映畫劇場、太平館、第三世界館、國際館。混合戲院有：第一劇場、永樂座、雙蓮座等(葉龍彥，1998: 344-5)。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

的芳乃亭)。這個時期的戲院也有鮮明的族群與品味階序之分。臺人與日人習慣前往的戲院不同，臺人知識份子希冀的文雅觀影態度，也迥異於庶民喧嚷吵雜的看戲習慣。

戰後國民黨政府接管日人經營的戲院，令戲院的族群區異效果儘管仍在(約略以臺語片、國語片和洋片來區分)，也反映於戲院設備優劣(林秀澧，2002: 53)，但品味階序區分已經淡化。1960年代中期至1970年代，經濟發展導致電影院成為投機事業而數量驟增，成為更普及且庸俗化的庶民娛樂選項。這強化了西門町作為電影院群集的重鎮地位，也在1960至1970年代令電影院蔓延到臺北市郊區及臺北縣各地。此時，電影院有如菜市場及更早的廟宇，是城鎮消費地景的樞紐。儘管仍是獨棟建築，許多驟然出現的電影院其實是廉價的改建物，經常僅以表層構造方式添加裝飾藝術風格立面，後來則以巨大電影廣告看板遮蔽了帶有裝飾風格的現代主義電影院建築，成為既穩定又不斷更替的視覺奇觀，拼組著電影院的感官消費魅力(林秀澧，2002: 85-8)。

1960年代晚期以後，百貨公司、商場及商業演藝空間已然合為一體。1968年開幕的臺北市西門町今日百貨，內有演出京劇、歌仔戲、布袋戲、話劇、綜藝歌舞表演和特技的演藝廳，將日治時期的戲院予以立體化、高層化。隨後，百貨公司結合電影院也成為趨勢，1960年代西門町已有今日、金馬、鳳凰三家戲院和百貨公司結合。1979年開幕的獅子林新光商業大樓，內設金獅、銀獅、寶獅、雙獅四間戲院(今新光影城)；1980年開幕的中興百貨則設有金像獎戲院(黃仁，1997)。

1980年代以後，電影院面臨視聽消費轉型，在電視、錄放影機及其他娛樂形式衝擊下，前往戲院觀影不再獨占庶民的休閒選擇。這個局勢促使戲院紛紛改變求生，包括映演藝術電影或電影節影片以滿足小眾影迷⁴，更有部分電影院放映三級片或色情片，甚或改為牛肉場來吸引觀眾，卻不敵色情錄影帶和更晚近的網際網路色情圖文。最值得注意的是多廳化經營方式⁵，這包括將原有單一大廳空間改建為雙廳或多廳，根據票房來調配影片和放映場數以增加消費者選擇、分散風險，致使電影院間數減少，廳數卻大幅增加(林秀澧，2002: 100)。這些多廳戲院後來紛紛打著「影城」名號，並結合餐飲業、改善設施以爭取顧客(盧非易，1998)。

4 以觀賞所謂的藝術電影、前衛電影或非主流電影為主的小眾影迷一直存在。但過去只有每年一度的金馬影展才能在正式大型戲院觀賞這類電影。1990年代後期，西門町的真善美戲院及絕色影城，開始以放映非主流電影，並自行辦理影展，顯示了戲院關注到小眾影迷市場的存在。1999年開始的台北電影節，2002年國際紀錄片雙年展，以及主題日益眾多的小型影展，如女性影展等，也展現了影片內容的多樣性，以及城市分眾觀影市場的形成(參見林雨澄，2005)。

1990年代以降，自願「沉淪」的戲院在臺北市政府掃除「不良風俗」及「有礙市容」場所，迎合中產市民生活品質期待的舉措中，終究沒落。許多城郊及市區電影院仍因票房不佳及土地開發利益而停業拆建，少數電影院轉型二輪戲院以維持營運。順利變身為多廳影城或加入連鎖的戲院，則融入了更時興、也更有利可圖的多樣化消費場所，例如高層商業大樓，以及配合新開發區建設、強調精緻高級感的百貨公司特區；前者代表如西門町新世界大樓，後者如信義區華納威秀(圖1)或大直的美麗華影城。此外，有個新趨勢是歷史建築或閒置空間再利用下的小型映演廳，例如光點臺北、光點華山及誠品電影院；也有不少複合型藝文空間兼映電影配合講座，形成文創經濟中的獨特電影氛圍。

5 小廳和多廳戲院可以溯至1975年有兩個廳的真善美戲院，是台灣小廳戲院始祖(葉龍彥，1997；黃仁，1997)。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei



圖1 信義威秀與信義商圈紋理關係示意圖

資料來源：作者繪製

「前往戲院看電影」從大眾首要娛樂轉而隱入眾多消費選項中的趨勢，於焉確立。這正是「分眾」的第一層次：都市娛樂型態變得多樣化，電視、錄影機、電腦、手機等多元化影音消費浪潮陸續襲來，不再有獨厚電影院的消費大眾。電影院映演不再擁有獨佔優勢後，其商品「區異化」的壓力更為顯著，這就構成了分眾的第二層次：戲院必須營造特殊的觀影體驗，使得同一部電影在不同戲院觀看有不同意義，或是能夠對應特定觀影族群的需求。

簡言之，影視消費的分化既是新科技與消費社會共構的趨勢，也是資本主義逐利動力驅策下的商品多樣化結果。電影院從獨佔的大眾消費場所，轉化為眾多影音消費管道之一，本身也被迫更精準地爭取特定分眾以汲取市場利基。電影院本身的分化與消費者群體品味習癖的分化，兩者相互鞏固而塑造出當前臺北市的電影院消費地景。目前，電影院的分眾化可以區分為以下主要類型：(1)大型多廳影城的首輪放映，其中有部分更以高檔視聽兼餐飲享受或感官特效為招徠；(2)以廉價為號召的二輪電影院，吸引不少學生與退休人士；(3)放映藝術電影或非主流電影的小眾戲院，包括西門町真善美戲院和喜客滿絕色影城(後者自行辦理絕色影展提供小眾電影選擇)，以及光點台北、光點華山、誠品電影院等，閒置空間再利用或文創園區脈絡下的電影院。

二、電影院的時空配置：市區與郊區的消長，映演場次的延展

戲院和電影館最初就集中在日人和臺人的消費商圈，即西門町和大稻埕一帶，戰後的電影院也延續這樣的區位分布(1950年至2015年間，每隔20年的臺北市電影院分布狀態，參見附錄)。1960年代中期起，電影院開始往其他地區擴散，如當時仍屬市郊的南港、信義及文山地區。圖2顯示每隔五年的數量變化，可見1960至1970年與1975至1985年間，有兩波快速成長期，電影院遍布舊市區、市郊和新生活圈。1980年代中期以後，電影院數量逐漸衰退，但單一影院或影城的最高廳數，在1990年以後顯著增加。臺北市區各主要生活圈雖然仍有電影院存在，但除了始終維持電影院聚集地的舊市區，其他地方的戲院數量在競爭下已大幅減少。不過，東區儘管不像西門町一帶電影院群聚，作為代表的信義威秀影城，自2000至2010年間，一直以17個廳位居臺北市電影院廳數之冠，直至2015年才讓位給南港「喜樂時代影城」的25廳。簡言之，在新開發區建立的新興電影院，是以廳數構築提供多元消費選項的「影城」，西門町一帶則以整個地區擁有多家電影院的群聚效應，來抗衡單一影城的多廳優勢。

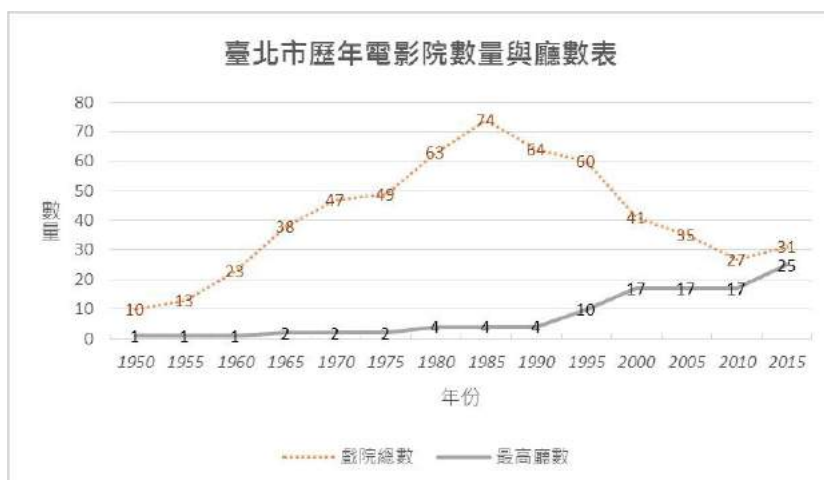


圖2 臺北市歷年電影院數量與廳數表

資料來源：作者整理(自1950年起，每隔五年選擇固定日期之中央日報或中國時報的電影廣告版，記錄有刊載節目廣告的戲院資訊，並計算電影院數量及廳數。最高廳數是指單一影院或影城所擁有之最高廳數)

2005至2015年之間，電影院的連鎖集團化趨勢更為明顯，經營者出資買下其他電影院，追隨華納威秀商業模式(例如國賓擁有老字號的西門町國賓大戲院，以及微風和長春國賓)，可由舊戲院名稱冠上其他戲院名稱窺知(如東南亞戲院更名為東南亞秀泰影城)。可見業者傾向以整個臺北市區為版圖，依照地區特性吸引不同消費者，商業邏輯迥異於早期僅考量地方市場的小型自營戲院。此外，2010至2015年間新增的四間戲院當中，有兩間分別是光點華山與松菸誠品電影院，皆以放映藝術和小眾電影，舉辦相關活動聞名。這兩間立足於工業襲產再利用之文創特區的小眾電影院，疊加在

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

具有高度正當性的文化經濟地理上，成為觀影活動在品味階序光譜中塑造高端位置的助力，也確認了看電影逐漸細緻化的分眾趨勢：光點華山於2012年甫開幕，即成為金馬影展的放映場所。

電影院地理分布的轉變，透露了都市擴張、影音消費版圖變化，以及分眾品味的細分。觀影時間改變，則進一步顯示電影市場與都市生活型態變遷的關係。電影院放映時間(表1)從最初的中午開始、晚上九點左右結束，逐漸轉變成最早場早上十點，最晚場一度延到清晨四點，觀影消費時段區間明顯拉長。不過，即使是人潮洶湧的周末，中午以前的場次觀眾通常較少，因此拉長放映時段反映的不見得是消費人口增加，而是凸顯電影不再獨占休閒消費後，戲院傾向於擴增放映時段，以對應不同觀影人口需求。此外，相較於早期各戲院放映時段的類似，1990年代以後，則出現不同戲院早晚場次時間的差別，藉以迎合差異化的觀眾特質。例如滿山戲院早晚場放映時段皆延長，呼應附近自早至晚皆有消費人潮的區位條件(有早市和夜市，且臨近信義區上班族生活圈)；至於光點華山在一般周末放映時段的縮減，反映藝術電影人口的小眾及其特殊區位。

表1 臺北市戲院歷年最早場與最晚場時間

年份	新生		大世界		國賓		滿山		東南亞		信義威秀		光點臺北	
	最早場	最晚場	最早場	最晚場	最早場	最晚場	最早場	最晚場	最早場	最晚場	最早場	最晚場	最早場	最晚場
1950			1240	2040	1230	2140								
1960	1240	1640	1030	2110	1240	2050								
1970	1040	2110	1040	2100	1030	2110	1020	2130						
1980	1040	2100	1230	2100	1030	2110	1100	2130	1010	2110				
1990			1030	2300	1020	2320	1100	2330	1020	2310				
2000					1030	2300	1100	2240	1000	0140	1050	0230		
2005					1020	0100	1020	2315	1000	2350	0825	0340	1130	2200
2010					1030	0100	0940	2300	1000	0200	0900	0400	1100	2100
2015					1020	0020	0945	2255	1010	2330	0855	0345	1300	1730

資料來源：本研究整理(挑選開業時間較久的戲院，自1950年起，每隔十年選擇固定日期之中央日報或中國時報電影廣告版，紀錄其最早與最晚場時間)。

三、觀影經驗的變與不變：儀式化日夢與複合式休閒的交錯鑲嵌

戲院從看戲的地方變成觀影場所，從時尚的大眾娛樂進一步普及化、庸俗化，繼而在求生存過程中演變成分眾休閒去處。隨著戲院從獨棟的醒目建築，變成隱匿於複合式百貨和商業大樓的眾多觀影廳，它最初提供的超脫此刻當下白日妄想之功，似乎已然被新興的視覺媒體稀釋：集體外出的觀影經驗，變成以家庭為單元的電視機觀賞；隨後，個人化的可攜式裝置（手機、平板電腦）甚至取代了電視機。不過，即使觀眾已是世故熟練的觀影者，可以自由地於集體或個人的視覺機器之間往返，電影院創造的空間仍持續提供窄小螢幕無法滿足的獨特觀影體驗。如今，電影院或許不再是日治時期，朝聖現代消費風格的殿堂，但看電影已成為有一定品質又價格親民的消費。一張票200至300元（非都會區戲院及二輪戲院，可能100元就看上一整天），就可以進入重新裝潢、明亮或帶點奇幻風格的大廳，入座沉浸於有一定水準的巨大銀幕和高級聲響環境中。

不論過往或現在，電影院通過沉浸式的觀視經驗而將個體自日常生活抽離的作用依舊，只是這個作用愈來愈仰賴戲院以外的其他環節共同完成。日治與戰後初期，手繪海報、廣告板與傳單，以及發送傳單和巡映的人員⁶，是民眾認識戲院、認識電影，進而被吸引前往觀影的主要管道。如今，電視、網站、網路社群媒體、大眾交通運輸廣告，以及建物牆面及影廳銀幕上不斷播放的預告片、演員專訪、宣傳活動轉播和影評，才是消費者接觸電影的渠道。如果往昔的觀眾在看到戲院廣告畫板、決定購票，並走入戲院建築的那一刻，才展開看電影的儀式，當前的觀眾則是在自己的手機、電腦、電視、捷運廣告等地方，就已經展開了日夢之旅，走入影廳入席不過是最後一個步驟。但這最後環節的重要性，也成為電影院即使減少卻不會消失，甚至令人口較少的新開發區如南港，仍舊出現豪華影城的原因。刺激性的感官體驗已經散置於各種消費形式和生活面向，但電影院通過誇大的視覺和聲音科技提供可負擔的非日常環境，仍是完滿庶民日夢的重要場域，無法被新影音媒介全然取代。

尤其當電影院因為品味區異而逐漸構連上鑑賞活動，中外懷舊老片、前衛藝術片、和獨立製作的小眾電影等，替戲院的日夢儀式延展出既前瞻又回顧的時間軸。電影院逐漸代表了過往某種走在尖端的時代風華，彼時前衛，此刻消磨，卻是當代電影評論家、愛好者和從業者期待共享的專業圈記憶。這屬於小眾的緬懷遐想，看似封閉，卻仍舊通過評論，與複合於各種休閒消費的一般觀影活動交互影響。在當代臺北，電影院空間既中介了不同族群的非日常寄託，又為這些異質族群凝結起共同的文本和敘事記憶——去電影院，我們會大概知道當期的熱門片，也可能見證這些片子的觀影族群。觀影前後，觀眾往往會將自己的事前期待和事後感想，聯繫上諸多網路預告、評分和評論。某些引起關注的好萊塢鉅片（如《星際大戰》系列或漫威宇宙電影，

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

特別是《復仇者聯盟》系列)，或成為一時話題的台片（《海角七號》、《那些年，我們一起追的女孩》等），仍會掀起大眾的儀式化觀影熱潮，但現在皆已鑲嵌在以網際網路為主要媒介（電視次之）的大眾宣傳與分眾評論網絡中，而不僅是實體空間中的排隊盛況，或口耳相傳的口碑與情感抒發。

電影日夢儀式從早期至今皆然，但施行的機制逐漸散置到戲院以外，鑲嵌於其他消費活動的各式視聽裝置構成的環境中。不過，這不表示看電影搭配其他休閒消費，是1970年代以後電影優勢逐漸消退時才有的現象。日治時期，臺灣民眾進戲院看片時隨意交談、放映結束後逗留不去，遺留許多看電影時用剩的瓜子殼、龍眼殼、香蕉皮和甘蔗滓，似是常態（林秀澧，2002: 38）。戰後，尤其在市郊、鄉村或非市區戲院，年節時分，戲院幾乎成為當地的大客廳。一堆不見得有購票的大人和小孩，擠在影廳內踮腳觀看，人頭攢動，熱鬧非凡。戲院自行販售的爆米花、零嘴，和戲院旁小販兜售的食物，香氣縈繞。看戲搭配吃食，品評打趣，本就構成了戲院文化，而戲院自始就被視作集各種感官體驗於一處的場所。反而在這種多面向功能開始由其他消費活動陸續取代後，經營者為了營利考量，才開始強調所謂看電影的道德禮儀：手機和相關聲響設備須關靜音、不得攝錄影、不該吃有濃厚味道的食物等。

1999年，開創臺灣電影院經營型態新階段的華納威秀影城，因為禁止消費者攜帶外食而遭投訴，引發戲院的強制之舉是否合理的討論。儘管消基會宣稱，禁帶外食有違消保法平等互惠原則（黃瑜琪，1999），臺北市新聞局也在2010年公告要求業者撤除全面禁帶外食規定，但此命令的法理正當性仍有爭議⁷。2010年後，臺北市戲院因禁帶外食規定而與民眾衝突的報導，仍時有所聞，上榜者則從威秀系統擴散，變成國賓長春和美麗華（陳靖宜，2016），皆是因應複合消費而集團化發展的連鎖影城。總之，電影院提供的儀式化日夢和多樣休閒活動，本就彼此交錯鑲嵌，構成消費者多方參與現代城市生活的管道。只不過，隨著日夢機器的散置增長，部分戲院必須有意識地拆解這多重層次，將其重新拼組（小吃販賣部、附設餐廳、周邊商品等），有時令重構後的商品與周圍消費地景連結，有時又要將其區隔分離。

6 尤其日治時代電影初引入時，有賴巡映人員至臺灣各地向民眾推廣這新興娛樂。巡映隊須帶著放映機、影片、白布幕、樂隊成員和辨士到處跑江湖。在沒有戲院的鄉下，巡映隊會借用廟埕或地主的院子來放映（葉龍彥，2001: 42-3）。

7 2013年11月臺北市觀光傳播局依照新聞局命令，對禁止攜帶外食的美麗華影城開罰，為全臺首例，但隨即被判定開罰之舉違憲：「法官指出，「禁帶外食」維護看電影環境的公益性，大於「影城業者不得禁止消費者攜帶外食」以避免消費者買較貴食物的公益性；台北市有多家電影院，消費者可隨喜好選擇電影院，影城業者沒有壟斷和寡占，沒有逼消費者非買戲院內較貴的食物不可，「禁帶外食」規定是企業選擇的經營方式，屬於職業執行自由範圍」（劉峻谷、陳惠惠，2013）。

肆、個案研究：都市紋理的裂解與縫合

戲院價位親民，卻又提供超越性的日夢體驗。隨著休閒選項多樣化和視聽媒介的無所不在，電影院必須建構自身獨特性、找到利基，將異質大眾打散後重新集結為一個新的集體，並且保有經驗共同文本和敘事記憶的功能。這種既屬於大眾、又細緻區劃群眾的分眾效果，在都市尤其顯著，呼應了異質個體匯集一處而達致臨界數量 (critical mass) 的都會性格。因此，臺北市電影院空間的變化，一定程度上反映了都會生活型態的變遷。這種變遷呈現出個體與其所處城市地景之間關係的拆解和重構，以及電影院本身與持續變化的消費紋理之間關係的轉化。後文將通過四個案例來探討。

一、國賓戲院：西門町龍頭的傳統大廳奇觀

西門町成都路上的國賓大戲院原址鄰近日治時期的芳乃館，是最早開始專門放映電影的戲院之一 (葉龍彥，2001: 40-1)。戰後產權兩次易主，於1965年改建成樓高七層的國賓戲院，成為西門町重要地標(圖3)。儘管國賓如今是與威秀系統並立的國內代表性連鎖戲院，它最初的名聲並未超越同在西門町，與它約莫同一時期開幕的樂聲、豪華與日新戲院，以及對街作為西門町門戶的大世界戲院(蘇詠智，2001)。不過，1970年代起，國賓的經營者決定投資改良音響系統，領先其他戲院引入美國開發的「杜比音響」，強調獨立聲道創造的聲音環境效果，營造身歷其境感受。

對照當時許多開設戲院的經營者皆抱持投機心態，另有主業，國賓願意投資設備而成功區別了自身，獲得片商青睞，進而取得強片，吸引大批觀眾，為往後戲院提供的觀影科技，奠定了新的競爭水平，也確立國賓一級戲院的身分。此後，國賓頻頻搶在其他戲院之前改善放映設備、提升觀影環境，並在1990年代的多廳化潮流下，堅守有別於其他戲院的單一千餘座席大廳。1993年《侏羅紀公園》放映時，國賓創造國內影史上單家戲院片票房最高紀錄。1997年，續集《侏羅紀公園：失落的世界》在國賓首映，湧入人潮幾乎癱瘓成都路交通，外國片商統計國賓戲院是當年「全世界單廳票房收入最高的戲院」(蘇詠智，2001)，國賓於是從全臺第一躍身為世界第一。同樣在1997年，東區華納威秀影城也獲准成立，隔年開幕，備受矚目，也吸引大批觀眾。但國賓作為老字號戲院，仍舊通過提升觀影經驗、保持商品特殊性而端出成績，確立了它在往後連鎖化競爭中的優勢。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

儘管如此，僅依賴單一戲院顯然無法與資本越來越集中的新式影城抗衡。2001年，國賓影城股份有限公司成立，開始了它連鎖化、多廳化與合資經營的道路，先在復興南路微風集團下的購物中心設置影城，接著在2005年，撐了40年的單廳國賓大戲院終於向多廳妥協，在原本的千餘人大廳外，增加兩個小廳。2010年，國賓與人合資，將原本的學者影城和長春戲院重新塑造成「國賓影城@臺北長春廣場」，設有15廳。總之，國賓大戲院為了維持作為商標的「全國最大映廳」，未效法鄰近戲院分隔成多廳。再者，西門町商圈群聚的電影院和青少年消費地景，多少鞏固了消費人潮，因此即使國賓決定增加廳數，也是採增廳而非分廳方式(蘇詠智，2005)。不過，在保留成都路戲院傳統大廳的同時，國賓必須另外擴點，以複合式影城來平衡營利。如今，國賓在臺北市有三處據點，在新北市中和、新莊與林口，以及桃園、臺南、高雄、屏東，乃至於金門皆有影城，設置於百貨商場和購物中心內，或是自成一棟的主題式影城(如臺南國賓廣場)。

這也表示，西門町國賓的單一大廳其實象徵作用居多，國賓經營體系的維持仍必須順應越來越分眾的消費者。例如，成都路國賓巨幕廳之所以保留，是為了回應特定的老戲迷(蘇詠智，2005)。不過，2015年國賓為了提升舒適度，減少了巨幕廳席位，顯示這個特殊客群在強調個人可以在集體空間中享受觀影品質的當代需求下，重要性已略為下降。或者說，戲院還必須照顧其他觀眾群：國賓在所屬戲院引入配合影片劇情，可以前後左右搖動的「D-BOX動感座椅」，增設個人獨享沙發席位的「金鑽貴賓廳」(多設置於臺北以外影城據點)；國賓長春除了放映商業片，也以放映藝術片聞名等，皆是在多廳化之外吸引特定客群的策略。

建立有別於一般影廳的高級小廳，或播放小眾影片，也可見於六福旅遊集團旗下「臺北威斯汀六福皇宮」附設的「五星級」大千電影院，主打15組共30個座位的精緻雙人沙發與置腳椅，還有飯店等級輕食。一人票價400元至600元不等，可享受院線片，也可看藝術片。另外，威秀系統自2016年9月取得「英國國家劇院現場」播映權後，推出英國各劇院演出戲劇的現場錄製電影，一張票價600元至800元，主要鎖定劇場迷，讓他們不必飛越歐亞大陸，就能欣賞在劇場中具指標意味的英國劇院實況。國賓在這樣的分眾趨勢中從善如流，西門町巨幕廳則作為多元觀眾口味中的一支而存續下來。

8 官網稱造價4000萬元。



圖3 國賓大戲院與西門町紋理關係示意圖

資料來源：作者繪製

二、東南亞秀泰戲院：學生戲院的多廳化與連鎖化

東南亞戲院位於公館商圈，由退役軍人合資成立於1965年。戰後公館一帶仍多農田。日人所建新店線鐵路行經現在的汀州路，汀州路三段與羅斯福路四段196巷交會處，即為昔日公館車站。1965年戲院開幕前夕，新店鐵路與車站廢止，但公館因剛好位於市區南邊景美、木柵、新店、坪林等地，與西邊中和、永和進入臺北市區的路線交會處，公車站牌一路排開、人潮絡繹不絕，是重要交通轉運點。再者，此處鄰近臺灣大學與後來陸續設立的臺灣師範大學分部、銘傳小學和國立臺灣科技大學(原臺灣工業技術學院)，又有1953年設立的水源市場，以及與戲院相生相隨的街市攤販，令東南亞戲院成為廣納各年齡層學生、市集消費者、觀光客，甚至轉車或通勤上班人士皆會前往的戲院。1990年代末，捷運通車與戲院連鎖化趨勢奠定後，據附近受訪店家所言，人潮消退不少，夜市攤販密集度不如以往。但地點絕佳的東南亞戲院仍撐了下來，除了放映電影，一樓也出租給店家做生意。2015年，戲院經營者與秀泰影城集團合作，東南亞戲院於是變身為「東南亞秀泰影城」(圖4)。

東南亞戲院與當地商圈的崛起密不可分。東南亞戲院起初主要放映二輪西片，是臺北市二輪戲院龍頭。由於票價低，適合學生消費，加上周圍街市販售多樣美食，東南亞戲院成為當時大學生校園生活的回憶。例如男女朋友約會時，觀賞熱門西片，搭

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

配劇情本事⁹ 記下肉麻臺詞，培養氣質、增進感情。東南亞戲院的地利之便和便宜票價，令它映演盛況有時不輸首輪戲院（李秀美，2003），1970至1980年代為其經營高峰。隨著人潮而來的商機，也促使周圍住家紛紛經營店面，從東南亞戲院延伸到後來的大學口（今新生南路和羅斯福路交會處），公館商圈於焉成形。

例如，如今在汀州路的「維綸麵館」最初僅是一家麵攤，因為相中東南亞戲院的潛力商機，在戲院開業同年於對面設攤，如今已擁有店面，看著來來往往的消費者從最初的軍人¹⁰，逐漸變成公教人員和學生居多（涂心怡，2017）。戲院旁巷子的臭豆腐店（以前也賣過冰），在戲院開張之前幾年就已設攤，後來頂下店面，老闆娘受訪時說：「我們就是靠電影院活下去的。」1970到80年代，店家生意了得：「根本沒時間數錢！我們都是塑膠袋錢一裝、刷這樣丟上去，五毛錢一碗冰，我們那時候一天賣了一萬多塊錢。」開店作息也配合戲院開場和散場時間。老闆娘表示，當時電影院連早場人也很多，店家大約凌晨五、六點就來準備。生意之好與店家之投入，從老闆娘生動的回憶可窺知一二：

我們都會記電影院開場、散場時間，那時候人最多，都忙不過來〔…〕我那時候懷孕，才不像現在的人，去安胎、看醫生、照超音波，沒這些！那天晚上電影院晚上九點多的電影，結果我這裡客人多到凌晨12點、1點都還沒散。我一直忍著肚子痛，結束才趕快去生。

一如當時其他戲院，東南亞也僅有一廳，九百餘席，若遇上名片，外面總是大排長龍，甚至要提早一至兩個小時來買票，方不致向隅。這些景象在邁入1990年代的過程中逐漸改變。1986年，戲院因應潮流而分廳，先是分割上下層而成為兩廳，1993年再將下層影廳一分為二，並在1996年封院重建，轉型為首輪戲院（李秀美，2003）。然而，捷運開通後，商圈中心往北移，人潮減少，一間已經營20多年的飲料攤說：「很多人本來在擺攤的，現在也不在了，都死了」，「以前滿滿的都是攤子，現在你看（指不遠方一個收攤的老伯）才八點多，人就要收了。」儘管如此，因戲院而發展出來的商圈奠定了豐厚店底和人潮，2015年易手戲院經營權時，秀泰接管的也僅是「電影院」。業主表示，東南亞戲院「學生多，客源穩定，但商場本來就經營得不錯，所以不打算連商場一起租」（蔡明娟，2015）。加入秀泰連鎖體系的東南亞秀泰影城，期待「透過品牌形象、專業設備、最佳服務等經營策略〔…〕以時尚、簡單精緻風格設計，導入頂級放映設備、舒適的商務艙座椅，於公館商圈打造五星級精品影城」（秀泰影城，n.d.）。雖說如此，改裝後的東南亞仍依託在其立基的學生商圈，有專門給學生的優惠方案，學生客群依然是主力。即使連鎖影城的普及令這座老戲院與地方商圈的關係不似以往風光，卻仍然緊密。

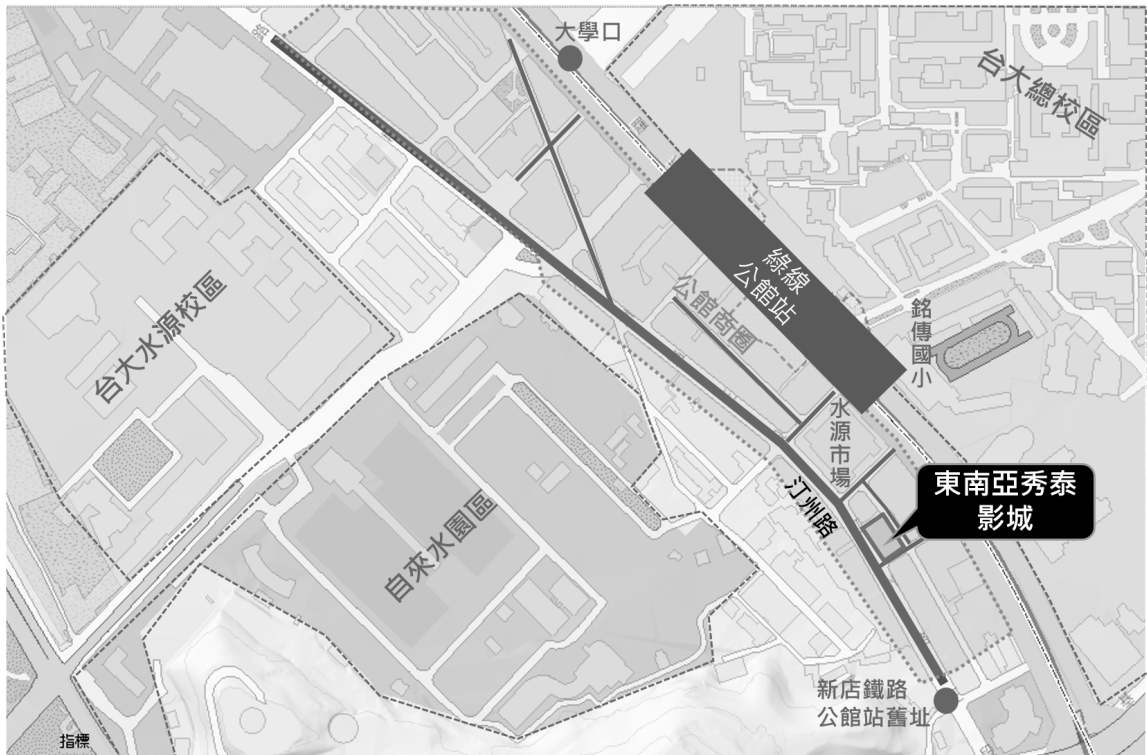


圖4 東南亞秀泰影城與公館商圈紋理關係示意圖

資料來源：作者繪製

9 西片電影尚未有字幕時，戲院往往會販售講解劇情的「本事」(有時則包含在票價內)。本事原為單色印刷，1990年初時，臺北總督與首都戲院在上映「魔鬼終結者2」時嘗試印製更精緻的彩色本事，但未形成風氣，製作本事的習慣自此淡出(蘇詠智，2016)。

10 原公館車站旁是外島服務處，前往離島之軍人需來此報到。1992年金門戰務解除，服務處走入歷史。

三、滙山戲院：二輪戲院一票到底的生存之路

位於信義商圈西側，緊鄰通化街夜市及文昌家具街的滙山戲院(圖5與圖6)，1970年代初成立時名為大興戲院，僅一廳，後來改名天寶戲院，隔成兩廳。1990年左右更名南山，改為四廳。1999年，幾經轉手易主而改名滙山戲院。經營者除耗資整修、購入進口聲響設備，也從首輪轉型成二輪戲院，嘗試找出生存之道，以不輸首輪戲院觀影品質、但便宜許多的票價突圍。滙山戲院的歷史體現了臺北市戲院的轉型求生史。

滙山戲院以二輪戲院重新營運後，瞄準的是消費力有限的學生、上班族、青少年和退休族群，希望「吸引到通化夜市逛街的民眾欣賞電影，有效承接華納威秀外世貿商圈周邊的消費客源」(林維娟，1999)。票價從最初100元可看兩部剛下檔院線強片，隨著物價上漲而調整到一張全票150或160元¹¹即可待上一整天，隨意觀看四廳的任何影片，可以帶外食，也可以出場後再進入，僅需在手上蓋章識別。許多觀眾會去旁邊的餐廳用餐後再進戲院繼續看電影，或到夜市買東西進戲院吃。此外，滙山選片多樣化，從商業強片到小眾電影皆可能入選，也是一項特色。

特殊的經營型態，包括不清場，一張票可以不拘影廳和片型看上一整天，可以攜帶外食(儘管戲院也設有簡易小賣部)，氣氛隨意的觀影和廳外等候休息空間(圖7)，加上友善、會向人問候的戲院老員工，令滙山戲院不只可以看電影，也有社交功能。戲院經理表示，曾有60幾歲的媽媽來這裡辦同學會，「一群人包計程車過來，看一整天的電影，餓了就出去吃東西、或是在休息區那裡聊天什麼的，其實就是一整天都很放鬆。」曾經有位老人家，沒結婚，自己一個人住內湖，每個禮拜都到滙山戲院報到，「就是去找我們聊天、有人認識[...]待在這裡安心，常常一待就待很晚。」戲院人員特別關照他，幫他叫計程車回家，甚至擔心他日漸不良於行而聯絡社工來關照。2018年6月，仁愛國小主動找上滙山戲院，表示申請到一個文化部計畫，將去戲院看電影納入校外教學，希望合作：

我問他們為什麼不找威秀比較方便，他們說，就是想要找地區型的戲院來推廣，就跟我們一起合作。像這種二輪片戲院，現在很少了嘛。臺北市也只剩三家，先前三重那間也收掉，所以就是看能不能幫助我們再繼續存活下去[...]一般學校也很少全班同學一起看電影當校外教學的嘛。所以，這個感受對同學來說，是很強烈的感受。很好玩耶，看他們看完電影還在那裡討論、心得分享，會聽到很多有趣的內容(訪問滙山戲院經理)。

滄山戲院留存了以往曾普遍存在、如今逐漸消失的地方戲院與觀眾之間的深刻關係。但今日盛行的影城系統難以提供的彈性、具人情味個人互動，則令滄山這類二輪戲院成為「懷舊」感的代表，吸引特定觀眾群。仁愛國小的倡議也奠定於此——校方認定這種戲院處在消逝邊緣。滄山除了是連結當地商圈與民眾的地方型戲院，也為臺北都會區的民眾提供一處懷舊感與人情味的場域。在這裡，消費對象不只是電影，還有未被商業邏輯全然包覆的日常人際交集，以及相對緩慢的節奏。滄山戲院的地方感反而令它成為遍布臺北各地觀眾可能想一探究竟、體驗嘗鮮，或已然熟門熟路的觀影大客廳。



圖5 滄山戲院與通化街商圈紋理關係示意圖
資料來源：作者繪製

11 平日票價150元，周末票價160元。兒童票價各降20元，敬老票110元，晚上9:40以後購票，只收100元。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei



圖6 南山戲院外觀
資料來源：康舒雅攝



圖7 南山戲院內部
資料來源：康舒雅攝

四、光點華山：文創場域中的文青節點

光點華山電影館位在華山文創園區(圖8)，文化部為產權所有者，但由臺灣電影文化協會¹²承接營運。2006年，當時的文建會計畫在華山建立專門的藝術電影院，但如何將歷史建物修復改建成適合如此定位的空間歷經波折，最終於2010年定案動工，兩年完成。因此儘管電影文化協會很早就簽定營運標，但華山光點直至2012年11月才開幕。協會執行長很滿意最終設計結果，認為整建後的空間有「電影感」：歷史建築的長面為入口面，有半露天穿廊，兩側可供展示各式影像創作，平常放的經常是電影海報。通往影廳的入口沿整個穿廊長面配置，有11道玻璃門，可按需求決定開放程度。光點華山共有兩廳，分別是133和175席，參考「國際影展」標準去考慮銀幕、放映設備、聲響設備和座椅布料與間距等規格(林亮姘，2012)。影廳旁，不妨礙人群流通，但仍做出空間區劃的另一邊是文創商品與咖啡店。兩區之間擺放著影片相關文宣和DVD，也可以放置影像廣告。這棟建築的二樓規劃了一個多功能會議室，方便舉辦記者會、講座等活動，所謂「全國首座國家級藝術電影館」於焉誕生(光點華山，n.d.)。

協會執行長陳柏任認為，看電影「並不是電影放映那一刻才開始，而是你踏進電影院，看到海報，買票，看完出來，休息，喝咖啡，逛文創商店，放空……在這裡，你可以找到電影相關的書籍，或以電影為元素設計的商品，這些全都是看電影的過程及儀式」(林亮姘，2012)。華山光點的空間配置達成了這樣的儀式過程，在電影界人士擁護和官方支持下，確立某些小眾電影的品味將獲得公家資源挹注(在文化部出資改建的場地放映)，相較於在營利導向的私人戲院映演的商業片，具有更高的文化階序。華山光點陸續成為金馬影展和臺北電影節的放映場地，強化了這處電影館的品味區隔功能。儘管如此，2012年開館至今，這座「國家級」電影館真正擔任金馬影展放映場所，僅有2012、2013和2015年三次。早期長春戲院頻繁擔任放映場地，近年金馬影展則有集中在西門町戲院舉辦的趨勢，尤其是在新光影城。影展近年採套票制，戲迷每次購買總要先看好影片播放場地、時間，規劃跑場看片的順序。將影展放映集中於電影院群聚的西門町，既可以使用較大的放映廳，也方便觀眾跑場，加以鄰近捷運站，有諸多便利。相對的，光點華山儘管地處市中心，周圍卻無其他電影院而相對孤立，加上席位、廳數、銀幕大小等限制，條件不如西門町。

12 成立於2002年，侯孝賢領軍創立。台灣電影協會在2002年從台北市府手中承接營運台北光點，放映藝術片和經典電影；10年後則再有光典華山。

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei

事實上，儀式性空間必然要創造適當的疏離感，這是設計光點華山的初衷，不算違背。比起擁有戲院傳統、從早熱鬧到晚的西門町，後來特意建造的藝術電影館，依附在整個華山文創園區的節奏裡。但華山文創園區店家多為負責營運的「臺灣文創」公司底下的承租者，除餐廳外，平日多於傍晚7點打烊，周末也僅開放至9點。入夜以後，除非有展覽或活動表演，否則園區並不熱鬧，甚至頗為冷清，多少反映在光點華山早晚場的時間變化(表1)。這個在特殊園區空間中烘托而成的觀影殿堂，也因此拉出了它與一般民眾的距離。

2018年6、7月舉辦臺北電影節時，筆者觀察光點華山的觀影群眾，並隨機訪談，發覺觀眾遍布各年齡層和職業。例如有位來自新竹的高中生表示自己首次參加影展，已經規劃好要看的片，特地北上兩天一夜，一切行程皆圍繞影展放映時段。也有幾對中年夫婦是臺北市民，表示已經習慣每年來看電影節的電影，算是例行休閒活動。也有路過的民眾好奇走進櫃臺詢問購買票卷，算是過路客。

至少在文創園區正熱絡、匯集各路市民和觀光客的周末午後，光點臺北也一併生機蓬勃，顯示這處電影館深受文創園區消費節奏，與非日常電影活動的牽絆。它創造的觀影空間具專業高度，又被風格化的消費地景圍繞，劃出了與主流商業片的距離，因而成為特定消費群體標榜品味的場域，正如華山1914園區常被冠以文青、潮等風格化想像。不過，電影的平民本質(看似高貴、但總不會太貴的票價)，以及近年文創園區逐漸成為一般民眾休閒去處，多少沖淡了文創園區的區異特質。不過，光點華山本身仍因其偏向放映小眾電影的特色，與其他小眾影院般，保有了文青符碼。這處受到電影專業者和小眾影迷喜愛，但對於一般戲迷而言似乎少了點熟悉感的場所，體現為它周末白天及活動舉辦時熱鬧、平日門可羅雀的情況。當然，或許是時間還不夠久長，或是市場胃納有限，小眾影迷對於此處的依戀之情尚未發酵。

13 不過，2018年11月的場次，早場最早是10:40，最晚場是21:40。

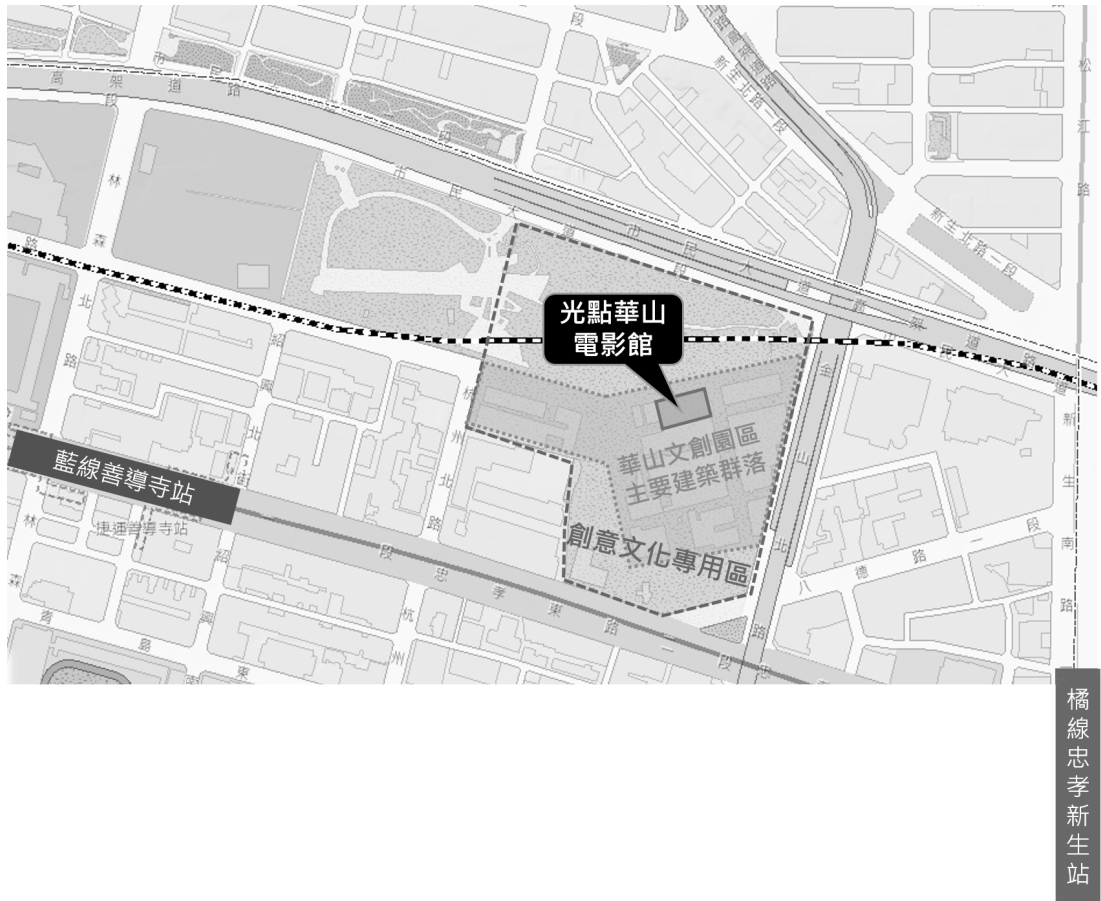


圖8 光點華山與文創園區紋理關係示意圖

資料來源：作者繪製

伍、結論

前往戲院看電影作為市民消費生活的重要選項，已有超過百年歷史。因此，我們可以循著電影院的建築樣式、地方特質、區位分布及觀視經驗，追索都市消費地景的轉變歷程。歷史轉化與時間縱深，足以令某些老戲院成為懷舊對象，一如這些地方曾經承載的電影故事、音樂、演員和奇想。不過，電影院雖然不再壟斷現代影音觀視體制，但伴隨著電視、錄影機、電腦及手機的陸續現身，電影院仍是瀰漫四處的新影音流動網絡中的重要節點，也仍保有在黑暗廳堂的群體觀影的儀式化風味。再者，隨著商圈興衰和都市實質環境的變遷，電影院本身的形式也有所轉化。

本文勾勒了臺北市電影院於日治時期大稻埕及西門町一帶主要商業街區的發跡與群聚，以及往城郊及東區蔓延，隨後又在郊區銷聲匿跡的分布動態。這個地理分布動態伴隨了建築樣式和空間形式的變遷：從意欲成為市街地標的奇觀式(傳統中國風格、日式風格、裝飾主義現代建築等)單棟建築與大型放映廳，轉變為棲身於百貨公司或購物中心內部、連鎖經營的多廳式影城；或者，電影院本身便是一個複合性娛樂空間。不過，我們也需要注意，不同歷史時期累積下來的多樣戲院形式，正同時並存於都市消費地景中。前文嘗試以四個案例凸顯的，正是這種大眾娛樂和分眾品味、高檔享受和低廉休閒，以及舊式戲院和新式影城交雜共存的影音消費地方。

再者，這些不同類型和區位的電影院乃鑲嵌在各自的都市紋理與立地條件中。國賓戲院挾著超大型映演廳，成為西門町傳統電影院群聚的象徵，但也仰賴西門町的電影院群聚和整個商業街區的人潮，來保有抗衡新開發市區多廳影城的力量。東南亞戲院雖然轉型為連鎖化的東南亞秀泰影城，依舊仰賴大學校園與重要轉運站的平價商圈特質，方能穩固立足。滄山戲院不敵東側信義計畫區的百貨公司群落和信義威秀的時尚鋒芒，卻以鄰近街巷夜市(臨江/通化夜市)的區位，加上二輪戲院的低廉消費而屹立不搖。最後，在文創園區的新風格消費氛圍中，光點華山(及松菸文創園區的誠品電影院)躋身文化消費階序的高峰，照顧了藝術小眾口味。

無論是坐落於哪一種街區紋理或商圈型態，不論是披上低調的面貌，或張揚著鮮麗的廳堂，這些隨著都市消費轉型而差異化的電影地方，在燈光黯淡後，都是誘人進入奇幻視覺機器的想像空間，是抽離都市日常喧囂的非凡視聽旅程。隨身攜帶的影音通訊兼娛樂裝置，搭配無所不在的電波而構築起包裹個體的訊息網絡，卻經常因為置身多工且分神的多重都市節奏中，其視聽型態乃斷斷續續而難以成夢。相較之下，歷經歲月洗禮的電影院依然以其幽暗空間的配置，驅使我們屏氣凝神，投注於日夢世界。或許，當代城市影音地景和觀視體制中，這種分神渙散和聚精會神的對比，正透露了都市消費地景的內蘊張力：隨時隨地可以任意取用多重的數位化休閒娛樂場景，不容易產生安穩的地方情感連結；多少需要事先籌畫行程、甚至慎重以赴的電影院日夢之旅，在帶領觀者脫離日常生活脈絡之際，卻正鑲嵌於特殊地方紋理中。

最後，電影院從大眾日夢地方到分眾休閒場所的轉折，以及都市視聽消費方式從集體觀視裝置到個人化影音網絡的變革，或許呈現的不只是城市消費地理轉型，也是都市本身存在樣態的轉變。我們的消費活動和心態已然是置身於不同以往的城市而展開，但也正是在持續的消費中，我們成就了不一樣的都市。

參考文獻

一、中文文獻

- 王沛 (2006)。從公共性嬗變看現代影院發展特徵——以成都影院為例。《電影評介》，16，47-48。
- 石婉舜 (2012)。高松豐次郎與台灣現代劇場的揭幕。《戲劇研究》，10，35-68。
- 光點華山 (n.d.)。關於我們。光點華山網站，
<http://www.spot-hs.org.tw/introduction/aboutus.html>。(2018年11月11日)。
- 江寶釵 (2015)。論邱坤良《南方澳大戲院興亡史》中地方精靈的記憶與再現。《戲劇學刊》，22，7-24。
- 何金億 (2011)。臺灣電影映演系統考察 - 以臺中地區為例。朝陽科技大學傳播藝術系畢業專題論文，未出版，臺中市。
- 李秀美 (2003)。與商圈共榮的公館老戲院。《臺北畫刊》，429，64-66。
- 李衡昕 (2013)。電影院開賣啦——臺灣電影映演業之產業研究。國防大學新聞系碩士論文，未出版，臺北市。
- 秀泰影城 (n.d.)。東南亞秀泰影城，秀泰影城網站，<https://www.showtimes.com.tw/corporations/8>。(2018年11月11日)。
- 林秀澧 (2002)。臺灣戲院變遷 - 觀影空間文化形式探討。國立成功大學建築學系碩士論文，未出版，臺南市。
- 林雨澄 (2005)。影舞者的夢醒時分：小眾影迷習癖與場域之分析。國立交通大學語言與文化研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 林亮姣 (2012)。光點進駐華山，釀一座電影館：訪臺灣電影文化協會執行長陳伯任，財團法人國家電影中心網站，www.funscreen.com.tw/headline.asp?H_No=437。(2018年11月11日)。
- 林聖偉 (2004)。臺南市電影院商業空間之研究。臺南師範學院社會科教育學系碩士論文，未出版，臺南市。
- 林維娟 (1999，10月23日)。電影院卯勁搶商機。《經濟日報》，25版。
- 邱坤良 (1999)。南方澳大戲院興亡史。臺北縣：新新聞。
- 涂心怡 (2017) 臺北畫刊106年8月第595期——跟隨潮流與時並進 臺大公館商圈 人文與美食聚集之地，臺北市政府觀光傳播局網站，
<https://www.travel.taipei/zh-tw/featured/details/11357>。(2018年11月11日)。

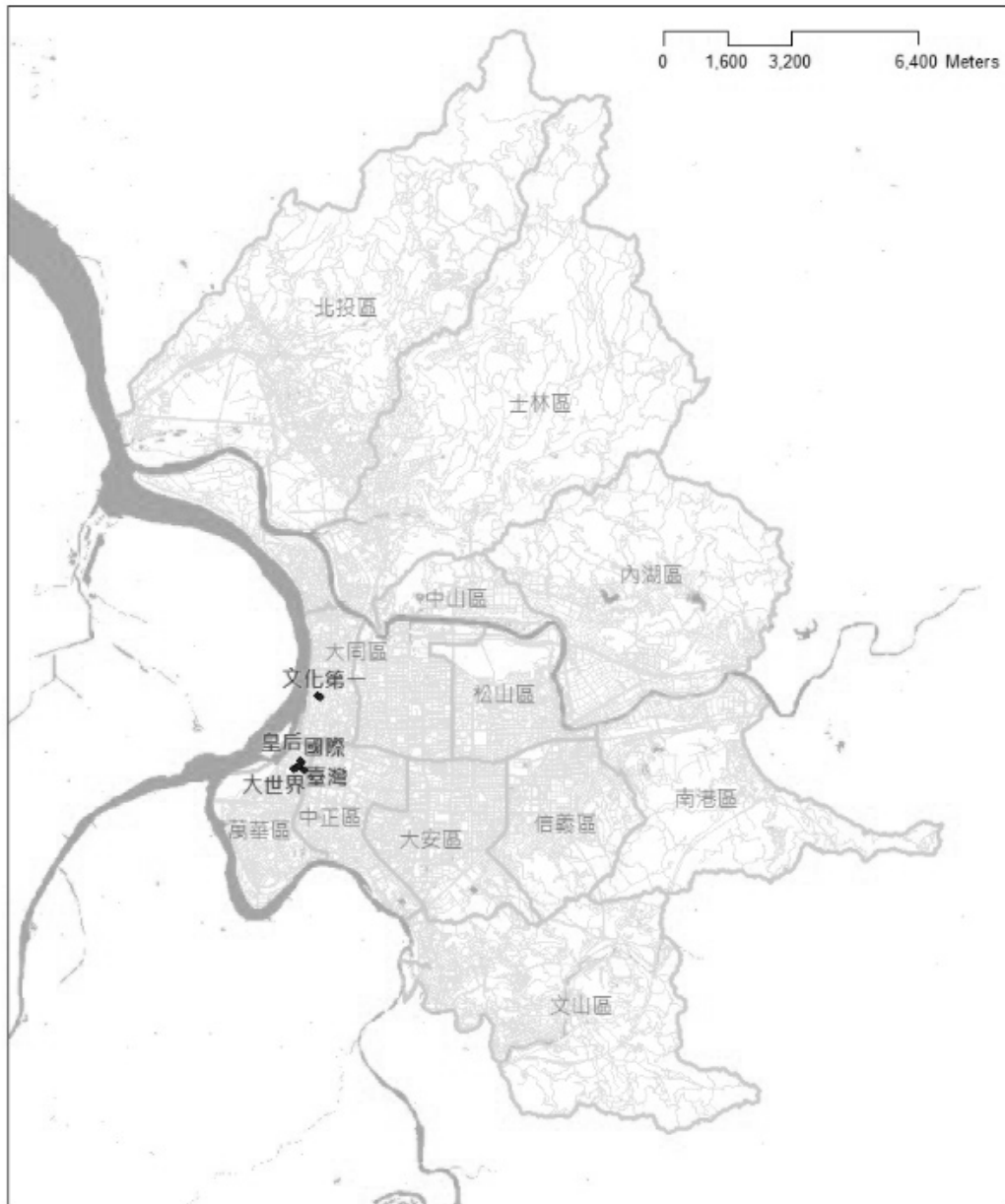
- 張一璋 (2008)。電影中的都市電影院：語境、敘事與風格。《唐山師範學院學報》，30(4)，108-111。
- 許雲凱 (2002)。華納威秀影城生產過程之政治經濟分析。國立政治大學新聞學研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 陳靖宜 (2016，5月27日)。稽查電影院 7家消防不合格。《聯合報》，B2版。
- 黃仁 (1997)。臺灣電影院業的滄桑，載於中華民國電影年鑑編輯委員會(主編)，**中華民國八十六年電影年鑑** (頁57-65)。臺北市：電影資料館。
- 黃瑜琪 (1999，6月11日)。華納威秀規定，消費者有怨言。《聯合晚報》，10版。
- 葉龍彥 (1995)。光復初期臺灣電影史。臺北市：國家電影資料館。
- 葉龍彥 (1997)。臺北西門町電影史，1896-1997。臺北市：文建會。
- 葉龍彥 (1998)。日治時期臺灣電影史。臺北市：玉山社。
- 葉龍彥 (2001)。臺灣戲院發展史。新竹市：新竹市立影像博物館。
- 葉龍彥 (2003)。八十年代臺灣電影史。新竹市：新竹市立影像博物館。
- 葉龍彥 (2004)。臺灣老戲院。臺北縣：遠足文化。
- 劉永皓 (2010)。慢慢地走在黑暗電影院的裡面：分析蔡明亮《不散》中的異質空間與電影的行徑路途。《思與言》，48(1)，55-101。
- 劉峻谷、陳惠惠 (2013，10月25日)。影城禁帶外食 北市開罰「違憲」。《聯合報》，A26版。
- 蔡明娟 (2015)。55年公館東南亞戲院byebye！秀泰影城接手，TVBS NEWS，<https://news.tvbs.com.tw/life/605080>，(2018年11月11日)。
- 盧非易 (1998)。臺灣電影：政治、經濟、美學 (1949-1994)。臺北市：遠流。
- 賴品蓉 (2016)。日治時期臺南市戲院的出現及其文化意義。國立清華大學臺灣文學研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 蘇詠智 (2001，3月5日)。國賓立足臺灣大放光芒：走過慘澹歲月，不斷更新設備，終成全世界單廳票房收入最高戲院。《星報》，13版。
- 蘇詠智 (2005，6月15日)。40年來第一遭...國賓戲院，增設2小廳。《星報》，8版。
- 蘇詠智 (2016，3月26日)。消失的現代電影院。《聯合報》，S1版。

二、英文文獻

- Adeboye, O. (2012). A church in a cinema hall: Pentecostal appropriation of the public space in Nigeria. *Journal of Religion in Africa*, 42, 145-171.
- Athique, A. & Hill, D. (2010). *The Multiplex in India: A Cultural Economy of Urban Leisure*. London: Routledge.
- Benjamin, W. (1968). The work of art in the age of mechanical reproduction. In H. Arendt (Ed.), *Illuminations* (pp. 217-251). New York: Schocken Books.
- Besse, K. J. (1997). *Show Houses: Twin Cities Style*. Minneapolis, MN: Victoria Publications.
- Burns, J. (2006). The African bioscope-Movie house culture in British colonial Africa. *Afrique & Histoire*, 5, 65-80.
- Ellsworth, F. H. (2004). The worst seats in the house: Stadium-style movie theaters and the Americans with Disabilities Act. *The University of Chicago Law Review*, 71(3), 1109-1139.
- Gray, R. (1996). *Cinemas in Britain: One Hundred Years of Cinema Architecture*. London: Lund Humphries.
- Herzog, C. (1981). The movie palace and the theatrical sources of its architectural style. *Cinema Journal*, 20(2), 15-37.
- Jones, J. (2003). *The Southern Movie Palace: Rise, Fall, and Resurrection*. Gainesville, FL: The University Press of Florida.
- Kein, M.O. (2008). *Our Movie Houses: A History of Film & Cinematic Innovation in Central New York*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Mulvey, L. (1989). *Visual and Other Pleasures*. London: Macmillan.
- Welling, D. (2007). *Cinema Houston: From Nickelodeon to Megaplex*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Xiao, Z. (2006). Movie house etiquette reform in early-twentieth-century China. *Modern China*, 32(4), 513-536.

附錄 歷年臺北市戲院分佈圖

資料來源：自行繪製（自1950年起，選擇固定日期之中央日報或中國時報電影廣告版，紀錄有刊載節目廣告的戲院地址資訊，並以ArcGIS繪製地圖）

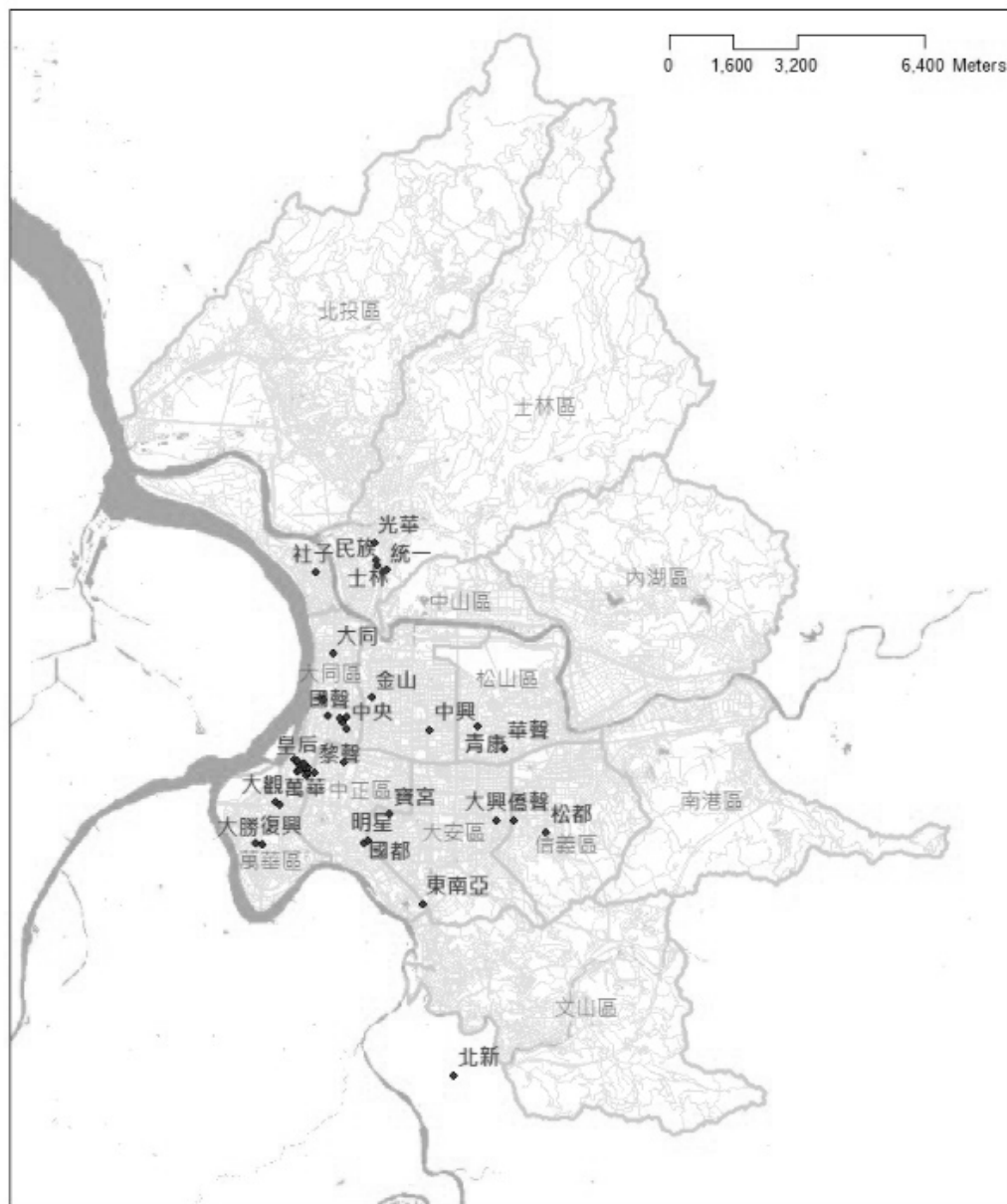


1950

臺北市戲院分佈圖

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei



1970

臺北市戲院分佈圖

從大眾日夢到分眾休閒：臺北都市消費轉型下的電影院

From Mass Daydreaming to Diverse Leisure Experiences: The Movie Theaters under Urban Consumption Transformation in Taipei



2010

臺北市戲院分佈圖



2015

臺北市戲院分佈圖

