

國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文

後海角時代下台灣觀眾的「國片」
想像與消費實踐

指導教授：蔡如音博士

研究生：蔡惠婷

中華民國一〇四年一月

謝辭

總算有一天，能同理頒獎典禮上得獎者的哽咽、一片空白、成串的感謝名單，還有各種脫稿演出。

從小我就是一被催促吃早餐就會鬧肚子痛的人，謝謝指導老師 Eva 給我最自在的空間寫作，並幫助我從一團混亂的文字和想法中挖掘任何可能。我始終記得一年多前看完老師寄來的文章後，糊里糊塗地就順著當下的情緒寫下觀後感，而老師的回應又是如何驅趕我那微小的煩惱。您的閱讀和談話方式，還有多變的髮型跟熱鬧的研究室，一直讓我相當景仰。謝謝兩位口委—幫我更精確地掌握文章價值觀的李明聰老師，還有大力分享觀察經驗和實用見解的蕭宏祺老師，因為你們，我才能看見更多自己邏輯和能力上的未竟之處。還有十位論文受訪者，謝謝你們精彩的故事和資訊，才能讓我這個渺小的研究生，擁有一本看上去還不錯的作品。

我想起 2012 年和高中同學跑去環島，那時我們是如何大吐研究所苦水，而前一年我們才都那麼興奮地成為研究所新生。如今我們都畢業了，和環島一樣，多麼一件看似平常，可能很多人想過要嘗試但未完成，所以做到了還是有那麼點值得驕傲的事。在這條路上遇到的每個人，是我研究生活中最值得一談的篇章。102 級的酒肉／論文／運動好朋友，謝謝你們接受總是在各種事情上做自己的我，我突然有點想念和你們討論各種議題的日子；大傳所的老師、室友、修課夥伴、每個曾在學習、對話、文字和感受上有所交集的人，我相信你們就是《牧羊少年奇幻之旅》中，幫助我追求每一份渴求的宇宙。很抱歉總是愛放火燒自己屁股的我，都到了這一刻依然匆忙地無法細想和你們各自相處過的時間和空間。

最靠近我的人們，謝謝你們承受我彥扭的個性和鬼打牆的情緒。爸媽和弟妹，我從來沒有告訴你們，會開始這篇文章，是因為每個我們一起看電影的日子構成的生活圖像。或許這裡頭看不見你們的名字，但你們一樣參與了我的論文。林泓蘆，我最好的聽眾和宅急便，還老是被拖著去踩不知道會不會爆的電影雷。我還記得有一次抓著你看文章，最後為了你的提問大崩潰。你總是這麼有耐心地等我發洩完畢，然後把晚餐送到累趴的我面前。有你在的日子，我可以安心地實驗各種懶洋洋的生活方式。

曾經在一段卡關的日子裡，2014 年 3 月，台灣正好面臨近年最大價值衝撞。我來回在觀察、書寫和思考之間，有那麼一個時間點我總算加足能量，直到完成論文的這一刻，我才明白自己永遠不夠好。幸好我還喜歡看電影，也會繼續努力為這個時代、身邊的人和自已留下什麼。

2015.02.25

後海角時代下台灣觀眾的「國片」想像與消費實踐

摘要

近年來，國片在票房和出品數量上皆有顯著成長，但台灣電影市場長期為好萊塢電影獨占，故國片觀眾仍屬少數。重要的是，「國片」一詞指涉對象為何值得討論。受冷戰時期兩岸政治局勢影響，過往界定國片的法規標準保有解釋空間，學術研究中常用的國家電影（national cinema）概念亦不見得適用於台灣。《海角七號》的成功，不僅讓國片自 2008 年起重回觀眾消費選擇之列，也逐漸開啟觀眾對「國片」的另一種想像。

本研究採取觀眾的視角，第一部分深入描寫三種國片觀眾的觀影脈絡、品味養成，以及看國片的社會性意義。過往收看好萊塢電影和大師經典的經驗，成為觀眾品評國片的基礎。相較於更普遍的大眾，本研究受訪者屬於「電影愛好者」，因為喜愛電影、擁有多元的觀影經驗，雖然他們對於電影社交功能與多樣性的期待難以透過國片滿足，但這群電影愛好者也較勇於嘗試各種國片題材。他們不屬於「國片迷」或「國片觀眾」，卻是國片的基本客群。

第二部分則先定義何謂「國片」，接著探討觀眾在國片消費背後的心理因素。本研究受訪者認為，以「台灣電影」為名，更能精確指出導演為台灣人、在台灣取景，且故事背景與台灣有關的作品。儘管華語電影同時存在於市場上，但台灣電影特有的「熟悉感」，讓他們一方面對台片展現更大的包容力，一方面也在金馬獎與中國電影競爭時，透露對台灣電影未來的焦慮。

關鍵字：國片、觀眾、消費實踐

目錄

壹、問題意識發展.....	1
一、「海角奇蹟」之後.....	1
二、誰在看「國片」？台灣觀影文化及觀眾速寫.....	3
三、看「國片」還是看「好片」？觀眾對台灣電影的想像.....	5
貳、文獻回顧.....	7
一、台灣電影簡史.....	7
(一) 1945~1982.....	7
(二) 1982~2000.....	9
(三) 2000~2007.....	10
二、如果「國片」並不存在... ..	11
(一) 在台灣，「國片」是什麼？.....	12
(二) 思考「台灣性」.....	14
三、觀眾研究.....	15
(一) 作為「消費者」以外的身分：電影觀眾、影癡、影迷研究.....	15
(二) 觀眾的消費、文化及社會實踐.....	19
四、小結.....	21
參、研究問題與方法.....	23
一、研究問題.....	23
二、研究者位置.....	23
三、研究方法.....	25
肆、國片觀眾養成及消費實踐.....	29
一、細說從頭：我為何看國片？.....	29
(一) 「覺得有種使命感要支持國片」：清流.....	29
(二) 「啊我就商業片出身的嘛！」：宋伯.....	32
(三) 「看電影也是啊，不需要特意強調這是台灣電影」：欣嘉、小高... ..	35
二、分析：身為一名「國片觀眾」.....	37

(一) 一個人看電影，很難嗎？談國片的社會性意義	38
(二) 我不文青，只是個「一般觀眾」：定位「國片觀眾」及其品味	43
1. 蒐藏「觀賞電影的感動」	46
2. 從類型到導演：建立在好萊塢電影或非國片上的品味	48
伍、我所想像的「國片」	53
一、「國片」即「台灣電影」？	53
二、既熟悉又陌生的「在地」	56
(一) 誰才是「國語」？台灣電影中的語言爭議	58
(二) 這不就是我嗎？故事和角色認同	63
三、「愛之深，責之切」的消費心理	65
四、面對「他者」中國	68
陸、研究結論與建議	75
一、結論	75
二、研究限制與建議	77
參考書目	78
附錄一：訪談大綱	85
附錄二：國產電影片本國電影片及外國電影片之認定基準	86
附錄三：受訪者清單	87

表目錄

表一：2006 年至 2012 年大台北地區台灣電影票房突破千萬數量.....	2
表二：2007 年至 2012 年各國電影在台發行總數	2
表三：2006 年至 2012 年大台北地區外片和華語片票房.....	4
表四：2008 年至 2014 年全台票房破億國片.....	26
表五：2008 年至 2014 年金馬獎觀眾票選獎入圍暨得獎名單.....	72

壹、 問題意識發展

一、 「海角奇蹟」之後

於 2008 年暑假尾聲上映的《海角七號》靠著通俗的故事、網路口碑累積，在沒有大場面、大明星的情況下成功攫取觀眾和媒體的目光，最終達成 5.3 億的票房成績，甚至打破許多好萊塢大片的紀錄，在 2009 年成為當時僅次於《鐵達尼號》台灣影史最賣座的華語片（財團法人國家電影資料館，2009；項貽斐，2008 年 9 月 12 日）。

緊接在《海角七號》上映的台灣電影也多少因此受到關注並受惠。例如早於《海角七號》的《九降風》雖有近千萬的成果，對台灣電影長期低迷的國內票房而言，已經算是不錯的成績，但相較於後續的《囧男孩》及《一八九五》，兩者的票房都超越原本預估的數字，大約比《九降風》多出三到四倍（財團法人國家電影資料館，2009）。2011 年，在台上映的國產片共 37 部，約為該年度的華語電影的一半，但 7 億多的票房佔全部華語片百分之 87.6（財團法人國家電影資料館，2011），雖然是近五年偏高的例子，然而對照 2004 年最賣座的《十七歲的天空》僅 500 萬的票房，可以說相當可觀（行政院新聞局，2005）。

除了對國內電影票房造成影響以外，《海角七號》也重新引起投資人和影人對投入台灣電影的興趣，不僅維持一定的產量，電影製作成本也提升不少。近五年來，台灣電影每年上映約 30 部，其中幾部票房破億的「賣座國片」，如《艋舺》、《賽德克·巴萊》、《陣頭》等製作成本均超過 3000 萬，並陸續有外商、非電影產業等各方資金加入。如製片人李烈就曾提到《總舖師》的籌資過程有台灣的餐飲業南僑集團、美商華納兄弟公司等七家企業，順利募得 7000 萬資金（邱莉玲，2013 年 6 月 1 日；陳景淵、薛翔之、項貽斐，2013 年 7 月 29 日），最終亦獲得相當好的投資報酬率。

在媒體論域裡，因《海角七號》帶動的「國片熱」，讓「看國片」、「挺國片」突然成為顯學。許多影人提到國片因為台灣觀眾重新回頭支持、願意走入戲院觀賞台灣電影而處於復甦的階段，影視工作者、演藝人員也以實際消費、友情客串等方式力挺台灣電影（特勤組、楊景婷，2011 年 12 月 10 日；項貽斐，2013 年 6 月 27 日），而工商集團、社會團體則紛紛包場集體看國產片（張為竣、曾桂香，2013 年 9 月 15 日）。《賽德克·巴萊》上映時，還曾經引起「不看賽德克就不愛

台灣」的討論（陳怡靜，2011年9月13日），讓「看國片」有如一波全民運動。

然而，這股「國片熱」或許不如上述所呈現的美好。參考表一和表二即可得知，儘管近幾年都有票房破億的國產片出現，但賣座電影卻相當有限（王雅蘭、項貽斐、蘇詠智、陳于嬋，2013年12月31日）。2011年暑假，在多部台灣電影強碰的情形下，《那些年，我們一起追的女孩》成為票房最佳者，但導演九把刀在社群媒體的貼文，引起一波「挺國片」還是「挺好片」的爭論（林志勳、張士達，2011年8月24日）。九把刀在文中表示，雖然他「拍的是國片」，但他說自己「沒有說過支持國片」，因為真正喜歡電影的人，「支持好片才是正常的心態」。關於該挺「國片」還是「好片」，朱俞（2011）作為一般觀眾的受訪者認為近年來能破億的國片兼具強烈的本土題材和商業元素，換言之，觀眾挺國片，但必須是打破沉悶、看不下去等既定印象，「具有商業包裝的國片」。

表一：2006年至2012年大台北地區台灣電影票房突破千萬數量

年份	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
數量	1	2	4	2	4	9	9	8

資料來源：台灣電影年鑑（行政院新聞局，2007、2008；財團法人國家電影資料館 2009、2010、2011、2012、2013）、開眼電影網（無日期），本研究整理。

表二：2007年至2012年各國電影在台發行總數

年份	美國	台灣	香港	中國	其餘非華語國家
2007	135	21	12	5	162
2008	136	29	18	10	170
2009	120	28	21	12	180
2010	121	40	25	10	205
2011	156	37	26	11	243
2012	117	42	26	11	201

資料來源：台灣電影年鑑（行政院新聞局，2008；財團法人國家電影資料館 2010、2011、2013），本研究整理。

「商業包裝的國片」也正暗示了國片往往缺乏商業包裝，難以吸引觀眾進場，因此也就無從給予國片評價或累積口碑。這樣的言論不僅可以連結 90 年代末期

缺乏台灣商業電影低迷不振、而藝術電影在國際上發光發熱的印象，其實也反映電影的產業性質，更帶出一直以來擔心台灣電影市場太小，以至於成本無法回收的焦慮。「國際化」因而成為台灣電影當前熱門的論述，這也呼應了 2010 年 ECFA 開放台灣電影進入中國不受外片配額限制以後，許多電影人對於登陸躍躍欲試的現況。

但除了期待台灣電影出口後獲得票房收益，或是進一步檢討國內電影工業、政策、人才等產官學界以外，有部分文章亦開始探討「國片熱」背後的觀眾圖像。如果看台灣電影的觀眾並不如想像中的多，那麼是誰在看台灣電影？又為何而看呢？若在台灣電影之外，今日台灣觀眾在電影院的消費對象主要為好萊塢電影，則台灣電影觀眾的消費和觀影經驗有什麼不同於純好萊塢電影觀眾的樣態？在下個小節裡，研究者將先速寫台灣觀眾的電影消費型態和觀影文化。

二、 誰在看「國片」？台灣觀影文化及觀眾速寫

項貽斐（2014 年 12 月 27 日）形容 2014 年是國片的「關卡年」，雖然台灣創作者正試圖開發不同類型電影，票房帳面上亦和去年相去不遠，但整體而言，質量均未見明顯的提升，真正回收成本的，也只有二度以九把刀為號召的《等一個人咖啡》，包含當年最暢銷的《KANO》在內，其餘台灣電影仍在生存線下掙扎。

台灣觀眾看國片嗎？游上民（2008）研究台灣觀眾在影城的觀影經驗後，認為台灣的電影消費文化是美國化的。就近年台灣年度賣座前十名的數據來看，華語片台北市票房最高的是《賽德克·巴萊》、《那些年，我們一起追的女孩》等片上映的 2011 年，7 億多的成績占全年國內票房百分之二十三，是近幾年最好的成果；反之，該年外語片票房將近 30 億，為華語電影的四倍，其中近九成軍為美國電影（財團法人電影資料館，2011）。相較之下，南韓與法國這兩個被認為電影工業健全，且未被好萊塢電影和外語片強勢壓過的國家，南韓 2013 年前十大賣座電影中，國產片就有九部，在全年總票房之中近百分之六十屬於韓國電影，過去研究亦顯示韓國電影在國內的票房比例自 2001 年起都在百分之五十上下；而法國雖然不比南韓，但自 2001 年起平均仍超過三成（林玉鵬，2005；Centre National du Cinéma et de l'image Animée；Pierce Conran, 2014.1.2）。由此可知，台灣電影在國內市場還有相當多的發展空間，只是目前觀眾仍以收看外語片為主，

而外語片裡又以美國為首的好萊塢電影為票房收入最大宗。

表三：2006 年至 2012 年大台北地區外片和華語片票房

年份	外片票房	華語片票房
2006	2,519,702,967	225,442,800
2007	2,418,609,028	291,564,518
2008	1,955,102,846	526,425,158
2009	2,827,650,129	207,887,726
2010	2,421,568,428	386,820,874
2011	2,954,938,893	816,416,833
2012	2,974,658,135	579,774,112

資料來源：台灣電影年鑑（行政院新聞局，2008；財團法人國家電影資料館 2011、2013），本研究整理。

再者，深入了解消費者的年齡，電影觀眾以 30 歲以下的年輕人為主，也就是 1980 年中後期後出生者，觀影動機通常基於娛樂休閒、社交。只是年輕觀眾因為預算有限，每個月在電影的花費大多在 400 元以內，平均一個月看不到兩部電影（鄒可薇，2011），也就會轉向從相對便宜的管道，如電視台、網路免費下載、DVD 等取得影片。因此，相較於其他年齡層的人，年輕觀眾向來是台灣電影在宣傳時主要的客群。

然而，現有的文章多從「消費者」的角度整體性地了解觀影動機、目的等電影消費行為，以量化的方式歸納出整體消費者圖像，較少從質化的研究取徑解釋觀眾的觀影經驗，這將忽略觀眾個別的觀影品味及養成脈絡。尤其自 1980 年代後期開始，錄影帶普及、台灣有線電視合法化、MTV 崛起，各種新的觀影型態和科技發展皆一度影響電影產業的生存（陳毓奇，2001），甚至今日各大視頻、網路下載等非法通路，讓觀眾有多種接觸國片的方式，不必然要進電影院消費才能看電影。

當論及電影院以外的收看方式時，就不得不提在台灣觀眾的成長過程中，香港電影、早期的中港合製片是我們更常接觸到的「國片」。受到冷戰期間兩岸政治環境影響，港產國語電影在當時被政策劃入國產片，1970 年代適逢台語電影品質不佳、電視日漸普及等因素造成的台產電影市場低潮；反之，香港在海外市場營銷的基礎之上，結合完善的明星制、片廠制、院線經營策略、電視電影互補

和獨立製作人的專業經營，大量銷售港產國語片進入台灣，讓 70 年代成為台港兩地電影產業此消彼長的關鍵時期（盧非易，1998），日後更成功打造成龍等功夫明星，以及後來的古惑仔黑道片、賭神系列、周星馳喜劇。這些香港電影至今仍在台灣幾個有線電視國片台大量播出，不僅培養許多港片愛好者，觀眾甚至熟記電影經典台詞和橋段，不時可在網路上看到截圖和台詞留言，成為台灣觀眾對「國片」共同記憶的一部份。

現代的電影院環境受好萊塢電影影響甚深，觀眾傾向進電影院看到的是具有娛樂效果、感官享受的好萊塢主流商業電影，也讓努力鞏固和持續開拓市場成為台灣電影長久以來的課題。然而，當我們已知中港台，甚至整個華語影視圈的交流有其複雜的歷史淵源時，再思考「國片」對台灣觀眾的意義，成為研究者必須先面對的問題。

三、 看「國片」還是看「好片」？觀眾對「國片」的想像

2014 年的金馬獎再次讓觀眾面臨 2012 年的「窘境」：除了年度台灣電影工作者和終身成就獎得主，正式獎項內僅有兩座給予台灣影人。2012 年立委嚷嚷著金馬獎乾脆停辦的聲音猶言在耳（曾韋禎，2012 年 11 月 25 日）。儘管在這兩年內，導演、評審紛紛挺身反駁政治性言論，接受台灣電影不足、肯定金馬獎別於華人世界其他電影獎的藝術性和專業性（鄭景雯，2012 年 11 月 26 日；闕志儒，2014 年 11 月 23 日；陳亭均，2014 年 11 月 26 日），但過去面對明星及電影製作體系相對成熟的香港，到今日以國家之力扶持商業電影的中國，過往台灣電影在海內外能獲得的肯定多屬藝術上的成就，新的挑戰也隨著金馬獎從寬認定、大幅開放華語電影同台競逐而來。2013 年陳哲藝以新導演之姿，帶新加坡電影《爸媽不在家》拿下最大獎，也帶給觀眾對於「小品」不同的省思（聞天祥，2013 年 11 月 24 日）。

在全球化和區域化市場的背景，電影和其他國內產業一樣，以文化商品之姿背負行銷海外的期待，其中，跨國合製的模式成為台灣得以尋求的另一個方向。2001 年李安的《臥虎藏龍》成功開啟東亞電影合製另一個階段，相較於過去以明星合作為主的型態，這種「新亞洲電影」以電影製作前期為基礎，更系統性、全面性地規劃製作過程中各個環節，如 Applause Pictures 等公司推行的東亞合製計畫陸續成形（魏鈞，2010），志在打入全球市場，形成另一股與好萊塢抗衡的

勢力。雖然這種產業實踐是現在進行式，且因大中華經濟圈簽署的 EFCA、CEPA 等經濟合作協議，使區域分工和目標市場有更聚焦於中國的傾向。面對中國，台灣電影一則走上泛中國的合製路線，但卻無法獲得台灣觀眾的肯定；一則以更在地化的元素區別出與台灣非主流電影及合製片截然不同的類型。無論採取哪種路徑，台灣電影面臨了顧及海內外市場的兩難。

然而，跨國華語電影（transnational Chinese cinema）的創作團隊和資金往往涵蓋中、港、台及海外華人等地區，Zhang（2004；轉引自 Lu, 2012）提到後冷戰時期彈性的資本積累和跨國勞動分工，使電影產業普遍參與跨國化、全球化的生產和流通過程，過往在定義國家電影（national cinema）時，語言和國家的地理疆域時常是決定性的物質基礎，上述跨國化的現象，以及區域間的歧異性和歷史發展等背景因素讓定義「國片」變得困難，要在何種架構下論述「國片」也有各種說法。如同 Berry & Farquhar（2006）所言，民族國家的形成是歷史的偶然，是起源於後啟蒙時代歐洲的共同體形式，現在，研究國家電影的重要性，便在於挑戰先驗、恆常的「中國性」(Chineseness)概念(Zhang, 2004; 轉引自 Lu, 2012)。本研究採取不同於政治經濟和文本分析的取徑，即欲透過觀眾的消費實踐，了解在全球化和區域化市場的背景，觀眾如何形塑其「國片」想像？

貳、文獻回顧

電影不僅是文本創作，也是商業機制（經濟）與國家政策（政治）下的產物，更需要從台灣特有的歷史背景及國際地位理解。第二章開始，我們先鉅觀地爬梳台灣電影各個時期的歷史脈絡，將電影視作需要龐大人力和資金的文化產業，除了掌握客觀的物質條件，了解影響台灣觀眾一直以來觀看的電影類型的政治經濟基礎以外，也才能檢視台灣電影的跨國性，幫助研究者回答後續「什麼是國片」的相關問題。

一、 台灣電影簡史

（一） 1945~1982

為了解戰後台灣電影工業環境如何受國民黨政府整體政策及國際政治環境影響，研究者首先以二戰結束的 1945 年至公認進入新電影時期的 1982 年為第一區間。1950 年代以前，台灣的電影工業環境除了繼承日本統治時期即有的映演空間以外，整體生產條件相當薄弱，雖然國民黨接手日本統治時期的片廠資源，但隨國民黨遷來的片廠以設備為主，且多為政府所屬機構。只是國民黨政府無心發展將電影工業成文化事業，而僅將之視為娛樂產業，因此在整體發展均以「反共」為目的的統治之下主要生產符合政治目的的宣教電影，原本來自上海的國片片源也因政治分裂而中斷。因此，彼時雖有相當規模的映演空間，但國產片、上海和香港進口的國語、粵語和廈語電影屬少數，其餘多為美國片所填補。這不僅是因應戰後國內生產環境與人才的缺乏，也是以經濟利益換取政治支持的手段（盧非易，1998）。

韓戰爆發以後，台灣旋即成為冷戰期間自由與共產兩大意識形態對立中屬於親美自由主義的一員，使台灣的流行文化長久以來受美國潛移默化，對好萊塢電影進口不設限的結果即導致好萊塢電影對台灣市場的長期壟斷；反之，中國雖有地理和文化上的接近性，卻因政治立場不同而幾無互動。倒是在中國之外，為配合國民黨政府最高的中心思維－反共－和戰後蕭條的電影生產環境，台灣與其他海外華人地區，如香港，形成密切的電影工業合作關係。

儘管此時面臨港產國語片、日片及好萊塢電影的威脅，台產電影同樣在 1960 年代端出相當傲人的成績。1960 年代隨著外在政治環境趨於冷靜，政府開始思考對內的整體建設，國內經濟才得以快速發展，讓台灣進入工業化時代，到 1970

年代前期這段期間，台灣電影業如同起飛的國內經濟一般進入黃金時期。國民所得因出口導向政策增加，加上義務教育成功培養新的國語片觀眾，種種社會經濟的變遷均提供台灣電影市場發展一個良好的基礎。這段期間逢電視剛推出不久，但電影仍是大眾休閒娛樂消費的主要選擇，不少電影著作或創下票房紀錄，或在台灣影史上別具意義。例如香港邵氏影業的彩色黃梅調《梁山伯與祝英台》在台連演五個多月大賣，打破當時影史紀錄，隨後中影即推出健康寫實主義的彩色電影《蚵女》、《養鴨人家》等與之對抗，不僅象徵台灣電影製作技術的提升，同時也培育不少日後電影創作者，兩者的成就均促成國語片市場的繁榮。另一方面，台語電影即便曾經衰落，但有了第一波高峰期奠下的市場基礎，很快的便為了滿足外片配額管制的市場空缺再起，1962年單一年內的產量即高達120部，相當驚人（左桂芳，2005；梁良，2005；盧非易，1998：111）。

由於電影屬高成本、高風險商品，因此國片向來相當仰賴海外市場銷售。在海外地區，國產片不分國台語都成功外銷香港、東南亞等地，例如改編瓊瑤著作為主的文藝愛情片，因為能滿足逃避現實壓力的社會心理因素，引發了一股搶拍風潮，也打造不少紅極一時的明星。

也因為過去電影係台灣重要休閒娛樂，但台灣的製作條件不佳，國產電影又多為政宣片，單靠國產片及一地人力無法滿足台灣內部的映演需求。在所有海外地區當中，受到冷戰影響，香港可說是中國和台灣彼此皆極力爭取的一員，因此早在1960年代期間，香港和台灣電影圈有著相當頻繁的互動。例如國民黨政府除了輔導、獎勵國產國語電影以外，為了拉攏香港右派自由影人，還特別釋出許多利於香港影業的政策，以獎勵香港人來台合製、設廠等；反之，不少知名的台灣演員和人才亦順勢赴港發展（左桂芳，2005；梁良，2005）。上述種種跡象不但顯示了1950~1970年代前期之間台灣電影業的榮景，以及電影工業固有的跨國性格，也能一窺戒嚴時期政府的戰鬥藝文政策如何將港片納為「國片」的一環。

進入1970年代，台灣和香港分別以瓊瑤的文藝愛情電影和武俠類型見長，也正是在這個時候，蘊含避世精神的武俠片培養了大批觀眾族群，精於類型電影製作的港方才能以持續功夫動作片獲得台灣觀眾的青睞。然而到了後期，台產國語和台語商業電影雙雙崩盤。究其原因，其一在於一窩蜂跟拍武打、愛情、政宣等固有的特定類型片，無法跟隨當時社會心理狀態求新求變，消耗前一階段建立的國片市場。另一個原因來自於新科技的發展，諸如電視逐漸普及於各個家戶之中，取代電影作為影視休閒主要消費管道的角色，以及後來錄影帶大量非法拷貝、

流通，造成電影業損失大量營收。此時的香港電影仿效好萊塢的片廠制、明星制均已發展成熟，獨立製片業也興起，故能快速填補台灣市場中國語商業電影的空缺（盧非易，1998），並自此壟斷市場近二十年。台灣電影在國內的輝煌時期自此告一段落，甚至可以說愈往後期愈走下坡。

（二） 1982~2000

第二時期以公認開啟台灣新電影時代的《兒子的大玩偶》上映的年份為開端。新電影崛起之前，台灣的政治結構已漸漸改變，政府對電影內容的管制也隨之鬆動，卻只是延續並大量生產前一時期的黑社會寫實片和嬉鬧片，粗製濫造的結果即是消耗觀眾對國片的期待，很快就由香港電影和錄影帶取代市場空缺。因此，即便當時政府曾以輔導政策試圖挽救國片，仍抵擋不了台灣電影產量逐年下滑的頹勢。或許就是因為國產商業電影混亂的情勢，新電影的文人寫實風格才得以凸顯。1982年起，中影在小野、吳念真、陶德辰等人的企畫下嘗試推出幾部新導演的作品，《光陰的故事》和《小畢的故事》同樣屬於這批企畫中的創作，但卻是在《兒子的大玩偶》遇到「削蘋果事件」—國民黨文工會施壓中影修剪電影中描寫台灣社會過於黑暗的部分—之後，才確認了「新電影」的名號（盧非易，1998）。

研究者在此先不論「台灣新電影」的真實性，但新電影在1980年代上映的電影中其實屬於少數，其原本的企劃意圖在於區隔過去電影創作者，是描述不同世代創作手法差異的用語；到了1980年代後期，卻漸漸被塑造成唯一代表台灣國產電影的「正統」形象（張世倫，2001），且至今在學術圈中形成屬於新電影的論域。1980年代後期到1990年代初期之間，伴隨海外的中國電影熱，新電影在部分影人的推波助瀾下逐漸走向國際影展路線，於1989年《悲情城市》獲威尼斯影展金獅獎時達到巔峰，而政府透過輔導金補助參展、製作「具藝術價值」的參展片，則是確認了新電影代表台灣國際的正典地位；反之在國內，新電影一派與片商勢力互相爭奪政府資源，又未能建立國內的藝術電影市場，久之便與本土電影工業和評鑑機制疏離了（張世倫，2003）。

在新電影之外，台產商業電影製作陷入嚴重低潮，許多台灣發行商和戲院出走海外投資和購片，因而在1990年前後出現許多「台資港產」、「台資、港製、中國取景」的合製電影，如李連杰演出的《黃飛鴻》系列。鍾寶賢（2004）和梁良（2005）均提到台灣熱錢在此時期大量湧入香港，在電影未完成之前就高價收

購片花和在台發行權，香港電影工作者一度人人身兼多部製作中的劇組人員，但很快地就因為出現大量浮濫作品、製作不及開天窗、演員片酬飆高等混亂的情況，最後在台灣片商主動提議之下，由港台雙方分派代表達成協議中止亂象。

造成上述的現象可能有幾個原因：首先，1980年代末期台幣升值、股市上漲，使得投資或購買外片比國片有利，1986年以前外片受到配額管制，但香港因為冷戰因素被視為國片，與台產電影享有同等經營優惠，且港方同意販售版權至海外，使台灣發行商樂於引進較有競爭力的港片（鍾寶賢，2004；盧非易，1998）。另一個原因在於1989年政府開放至中國取景，中國演員參與其中的電影亦得以在台上映，使香港製片公司一時成為台灣影人進入中國的跳板（鍾寶賢，2004）。總之，這都顯示出1990年代後兩岸華語區電影圈的互動已全然浮上檯面，且為追求低成本、高報酬而走上國際分工之路。

此時除了港片，就屬好萊塢電影瓜分國內電影市場最多。雖然好萊塢片因台美政治關係而影響台灣電影政策和觀影文化甚遠，但直到1986年開放外片配額後，外片才一舉衝破百分之五十的市佔率（盧非易，1998），透過當中佔多數的好萊塢電影也愈來愈強勢。日後台灣政府在美方的施壓下，逐步開放外片拷貝數，最終於2002年加入WTO後，為配合其自由市場精神的運作，完全取消外片拷貝數和外片映演廳數的限制（劉立行、陳嘉彰，2001）。隨著香港影業在1990年代末期進入衰退，國片年產量創下新低，以好萊塢電影為主的外片在1996至2007年間在台灣票房皆超過九成（行政院新聞局，2008、2007、2006、2005），可說是台灣觀眾進電影院主要的消費對象。

（三） 2000~2007

以2000年為一基準，主要是著眼於李安的《臥虎藏龍》在奧斯卡獎及西方市場獲得肯定。即便《臥虎藏龍》只是眾多合製模式下的其中一種，但其意義在於證明了跨華語地區合製片在全球市場成功的可能性，並帶動後續泛亞電影跨國合製的熱潮，即魏玠（2010）所稱的「新亞洲電影」：超越單純的演員跨國拍片、海外取景或互相投資，轉變成從前期拍片計畫到後期影片行銷，各個製作環節均緊密而複雜地結合，對市場和計畫皆展現更明確而強大的企圖。台灣雖然未被排除於這股華語電影大製作的潮流之外，但多為具有跨國實力的明星級演員或電影工作者以單打獨鬥的形式參與。

李安的成就及後續在台灣「李安熱」，或許正是市場規模較小、電影工業

不健全的台灣渴望影視產品國際化的體現及出路，尤其這個階段全球化的語境正熱烈，對缺乏資源投入的本土電影工業和創作者而言，試圖與以好萊塢為主控核心的全球電影市場體系接軌，各自發展出別於過往的生存策略（魏玀，2004），似乎才能為台灣電影保留一線生機。魏玀列舉三種台灣電影邁向球化的模式，其一如前述以蔡明亮、楊德昌為代表，以國際生產和消費為主的藝術電影；再者，即是以李安為代表，獨自進入好萊塢的運作體系之下；最後則是向陳國富的《雙瞳》，雖採本土製作，但以好萊塢形式發行銷售，與好萊塢形成承包的關係。

這些創作確實獲得不錯的成果，然而，它們都只是個別電影工作者或拍片企劃接受外國資金支持的個案，在與國內市場或工業環境疏離的情況下，單獨作品的成功並不能對台灣電影業造成結構性的改變。再者，這些得以接受國際資金支持、採取跨國合製路線的電影工作者往往具有較充裕的象徵資本和社會資本，階級化的國際消費市場讓其他缺乏資本的導演必須自立自強，採取「手工業路線」籌措拍片資源，轉換在其他場域累積的資本成經濟資本，像是從中級國際影展中獲得的象徵資本、在電視界和廣告圈拍攝累積的社會資本，透過各種管道積極尋求完成作品機會的可能（古淑薰，2004）。

另一個反映此時期整體台灣電影產業缺少資源與國片市場低迷的例子，可從檢視輔導金帶來的效益和後續引發問題證明。一直以來，台灣政府未能落實在發行和映演環節上確保台灣電影的競爭力，也缺少將電影視為文化產業，對此進行全面性規劃的政策。1989年起政府設立輔導金補助拍片，其動機即是看上電影國際宣傳效益高，故獎勵影人拍攝具備參與國際影展層次、具文化性和觀賞性的優秀影片（行政院新聞局，1991；轉引自張世倫，2001），成為此時期台灣電影製作上重要的資金來源。

雖然當時在國際影展爭光的作品確實多為輔導金的補助對象，但該政策並未對國內電影產業的結構性問題產生影響，原因之一在於國片欠缺其他資金來源，長久下來導致製片方依賴輔導金，也無助於建構起國內「藝術電影」市場（張世倫，2001）。再者，補助金給予尚須考量到實際的拍片經驗和票房魅力，創意工作位階化對於缺少象徵資本的新進導演而言不盡公平，也難以透過補助政策挖掘新生代導演。

二、 如果「國片」並不存在…

上個小節回顧台灣電影史時，研究者將電影視為一種產業(film as industry)，從產業的角度探討「國片」時係從經濟性的詞彙定義，其發展圍繞著國內電影產業的發展進行討論；此外，也帶到了作者風格濃厚的新電影從 1990 年代起代表台灣在影展上競逐國際地位的過去。在第二小節裡，本研究試圖先爬梳和 national cinema 有關的文獻，思考在台灣用 national cinema 指涉「國片」可能面臨的困難；接著，研究者將回顧台灣性的概念，作為探討電影文本中在地元素的借鏡，並帶出第三小節觀眾研究的討論。

(一) 在台灣，「國片」是什麼？

研究者在爬梳文獻時，試圖先從 national cinema 的角度思考「國片」的意義。national cinema 興起的原因主要來自於好萊塢電影工業的威脅。第一次世界大戰之後，好萊塢逐漸主宰全球電影市場，其他國家為了與之對抗，即便難以完全擺脫好萊塢在文化或經濟上的影響，但各國仍設法訂定管制政策以維護自身的經濟利益，如螢幕配額政策即是一例 (Moran, 1996)。這樣的法律行動除了發生在電影的發源地歐洲以外，在意識上也近似於 1950 年代起拉丁美洲和非洲等地興起的民族主義電影。有別於片廠出身、學徒制的電影工作者，民族主義電影由受過高等教育的知識份子主導電影製作，其拍攝手法、敘事公式、戲劇效果皆捨棄商業電影的操作，試圖創造自身的電影語言，其意圖在於對抗帝國主義、好萊塢霸權的商業電影模式 (Yip, 2004 / 黃宛瑜譯，2011)。

在概念意義上，national cinema 並非一個全新的研究 (劉立行，2009)，卻有許多不同的方式可以討論。從 Higson (1989) 和 Moran (1996) 的文章裡，我們可以歸納出幾個思考國家電影的概念：第一，從經濟的角度切入，將國家電影的概念和「國內電影產業」連結，即追問誰來執行或擁有電影的生產、映演和發行權利？又是在那些地方？第二，從文本的角度，了解電影呈現了什麼國家性格？或是共享了何種世界觀？對於國家的探討有多深入？第三，從消費或映演的角度，討論觀眾看什麼電影；最後則是批判取徑，這個取徑傾向認為國家電影為非訴求一般大眾的藝術電影 (quality art cinema)。我們可以看到國家電影的概念有多種理解的方式，顯然在當今好萊塢電影為全球電影工業的主導者之際，已經難以像過去那樣輕易地為國家電影定義，甚至可以大膽地說，無論是否為國家電影，在文化和經濟層面上或多或少都受到好萊塢的影響，試圖藉由模仿、轉變好萊塢電影工業運作的公式 (Moran, 1996)，重新塑造自己國家電影的招牌。

然而，national cinema 即為我們在台灣所稱的「國片」嗎？Lu（2012）曾統整四個研究華語電影（Chinese-language cinema）的典範，其中，Chinese-language cinema 自九零年代起逐漸取代「中國電影」，以避開兩岸三地無法突破的國家困境，但背後涉及的中國性問題，讓不同地區的學者仍是各擁意識形態，如台灣即慣用「國片」區隔「大陸片」和「港片」。

然而，如同上段台灣電影史的回顧，國片在不同時期的指涉對象並非恆常不變，幾個重要的時期及作品包含：二戰結束後，撤退到島嶼台灣、代表正統中國的國民黨生產的政宣片；1960年代和共產角力、包含港台兩地自由影人作品在內的國語電影；1980年代起在國際影展享有知名度的台灣新電影；最後為進入全球化時代，採取各種跨國合製模式、由台灣影人主導的作品。就台灣現行法規而言，〈國產電影片本國電影片及外國電影片之認定基準〉分別從資金來源、導演、演員、製作或拍攝地點等界定國產電影、本國電影或外國電影。香港、澳門和中國大陸的電影雖然在此被排除在外國電影片以外，但也未說明是否屬於國產電影片或本國電影片。顯然面對文化和語言均屬泛華語及泛華人生活圈的中國和港澳，主管機關在標準認定上預留了曖昧的解釋空間。電影法規的矛盾及困窘，正反映了戰後以來台灣和中港或角力、或聯盟的政治現實。

「國片」一詞更明確的由來，或可上溯金馬獎成立法源帶來的問題。1962年，係政府依據〈五十一年獎勵國語影片辦法〉，借用台語影展《金馬獎》之名獎勵國語片，獎項名稱以金門和馬祖為名，並審查影片的主題意識，即有鼓勵電影承載政治教化責任的意味在（黃建業，2005）。在申請條件上，只要影片擁有准演執照，以國語為發音或配音，內容能配合國策或具深厚倫理教育意義，申請者為國內製片公司或曾參加當地自由公會即具備獲獎資格，其中的「自由公會」條件顯然係為親台灣的香港右派影人所設。然1983年《兒子的大玩偶》因多採閩南語發音，引發了參賽資格爭議。最後新聞局決議放行，1985年便修改〈獎勵優良國語影片實施要點〉，將「國語影片」一詞改稱「國片」，以擴大參賽資格涵蓋範圍（台北金馬影展，無日期）。

由此可知，「國片」的稱呼有其歷史根源可循。事實上，national cinema 也有「國家電影」、「國族電影」或「民族電影」等不同翻譯，如果欲以 Anderson 想像共同體的概念談論“nation”，就必須注意這並非放諸四海皆準的標準，而是在特定的歷史和地理脈絡中形成（Berry, 2009; Berry & Farquhar (2006)）。因此，Berry（2009）認為，用標準的國家電影模式解釋台灣電影並不適合，因為以「國

家」為討論基礎時，將揭露形塑電影論域和產業實存在各式各樣的觀點與爭議。台灣複雜的質頻、移民史和政治現況，使我們必須拋棄國家電影研究中對民族國家的假設，改採探討「國家」和「電影」關係的分析架構，才能理解其中複雜的動態。

（二） 思考「台灣性」

近年有關台灣性（Taiwaneseness）的學術論述，以邱貴芬的文章最為常見。邱貴芬（2003a，2003b，2005）認為台灣性並非一成不變，也不具單一的樣貌，而是必須依其位處的脈絡將之視為相對的概念來解釋，擺在全球化的潮流下，「台灣性」的問題就必須從常見對立於「全球」的「在地性」的方向思考。因此，台灣性可以是特定空間中庶民文化和鄉土意象的展現，以及跨國資本主義之下吸引觀光客注意的市場化策略；在台灣文學中的後殖民論述裡，台灣性則是展現反壓迫的精神，並區隔與殖民者之間的文化差異。

邱貴芬對台灣性的討論基本上是放在全球化的背景中，或有助於避開台灣中心主義的批評，然而，後殖民論述中的台灣性雖然強調台灣文化的主體性獨立於中國之外，台灣內在的中國文化因素仍難以完全抹除，中國對當代台灣而言猶如「他者」般地存在。再者，當我們將與中國的「差異」當成台灣性主張的基礎時，尚須面臨本質主義和台灣內部競逐論述建構主導權等問題—什麼代表「真正的」台灣？又是誰在主張和生產相關概念？因此，該重視的是以什麼脈絡呈現怎樣的台灣性，其呈現的策略為何，以及造成什麼效應。尤其當台灣性是一個多元文化論述的產物時，那麼解構在台灣性之內的權力關係和矛盾也有必要（邱貴芬，2005：132-138）。

如果台灣性是一個沒有固定本質的文化體現，那麼將由誰來執行這個建構過程？莊佳穎（2006）認為，過往「台灣人」鮮少被納入建構國族認同的過程，而是由國家機器推動國家敘事和公共敘事，「台灣人」像是一個不證自明，但卻模糊的群眾概念。然而，當傳統由上而下的敘事所建構的國族認同與一般人民的日常生活實踐出現矛盾時，由下而上的國家認同將在這個斷裂中產生。莊佳穎以認同敘事為分析架構，將台灣性坐落在消費社會中，由台灣人透過消費實踐區隔出有別於中國人的生活型態，感受自身與中國的差異，強調文化的日常性和實踐。

莊佳穎（2006）的台灣性展現在中國與台灣之間生活風格的差異，進而發展出本土國族意識。在經歷 1970 年代鄉土文學論戰、台灣外交困境和 2000 年首次

政黨輪替後，與「台灣」有關的概念因本土意識崛起並大量被用在執政者創造的政治場域，使「台灣性」容易讓人聯想到較為基進的國家主體意識主張，但這並不表示台灣性就等同於國家意識，或僅能以硬性地從政黨立場討論之。陳偉婷（2009）以「台灣感」取代「台灣性」，詮釋台灣人對非國家層次的台灣在地生活和文化的特殊情感，企圖跳脫在台談論國家和政治議題時常面臨的困境，思考投入台灣 319 鄉旅行的台灣人如何以旅行的方式實踐他們對於台灣這塊土地的情感。國內旅行不只是休閒，在近年文創政策、媒體、地方產業鼓吹下更形塑出軟性的土地認同；但對她和旅人們而言，「在台灣旅行」更基於認識成長環境的義務和企圖，在這個過程中，每個旅人和土地建立起各異的情感及關係，如從無到有養成自己對台灣的認同，或希望以嬉戲的態度改變「台灣」議題向來嚴肅而難以討論的情況。

雖然上述三人將台灣性置於不同的脈絡中，但都討論到人民在台灣性實踐過程中的作用。相較於菁英式的觀點將一般人民當成文化中的被動者，或將人民的文化視為階層下的次等，文化可以是人民在生活中創造的。然庶民文化的能動性不該過度強調，而忽略外在結構和文化當中的權力角力；同樣地，文化作為一種爭霸的場域，不僅有其本身的政治，外在政治環境也會影響文化的成像，對需要大規模資源支持又未建立起商業營運模式的本土電影工業而言更是如此。政治場域的作與不作為，仍是在台灣探討「國片」時不可忽視的背景脈絡。

三、 觀眾研究

（一） 作為「消費者」以外的身分：電影觀眾、影癡、影迷研究

在蒐集文獻的過程中，研究者幾乎找不到直接將台灣電影觀眾當成研究對象的文章。目前電影研究的取徑大致可依照對電影的定義分成兩大類，首先是將電影視為工業（film as industry），研究電影外在的政治經濟等物質環境，以及包含製作、發行、映演、行銷等產業面；其二將電影視為藝術（film as art），援引其他社會科學理論探討電影文本呈現的意識型態和意義。相較於上述兩者，從觀眾的角度討論電影的文獻較少，其中又以探討類型電影和特定導演的影迷（如鄭岳翔，2013、蔡昌哲，2007）較常見。因此，在這個小節裡，我先整理幾個電影觀眾研究曾採取的研究取徑，歸納出現有文獻成果中的電影觀眾特質與本研究尋找的台灣電影觀眾的關聯性，隨後針對「台灣電影觀眾」作為一個研究課題進行反

思。

Abercrombie 和 Longhurst (1998) 曾依觀眾對文本的涉入程度由淺到深劃分出五種類型：消費者 (consumer)、迷 (fan)、熱愛者 (cultist)、狂熱者 (enthusiast)、小生產者 (petty producer)，而目前國內最常見的電影觀眾研究大多就在探討消費者去電影院的消費動機和行為。研究者在第一章裡試圖描繪台灣電影院的消費者輪廓：15 到 30 歲的年輕族群、平均一個月看不到一部電影，即便進電影院也以看好萊塢片為主、看電影的動機通常基於休閒娛樂或社交 (鄒可薇，2011；蔡旻峻，2011)。但「消費者」對電影的喜愛不及其他觀眾群，看電影對他們而言雖然可能是主要的休閒娛樂，卻是可有可無、能替代的。

透過上述的研究，我們可以發現電影院因為有票房作為一部電影「是否好看」顯而易見的參考依據，故「進電影院看電影的人」能成為電影觀眾研究中最常見的取樣對象。然而，電影院相較於其他觀影管道固然有其指標性參考價值，但今日的多廳電影院、複合式影城讓電影院具備「消費空間」的意義 (游上民，2008)，使觀眾在研究中以「消費者」的面貌出現時，除了表示對電影涉入較淺以外，也隱含了這個研究取徑的選擇只能顧及電影消費的經濟面向。這樣的研究方法固然有研究上的實際考量，即克服「觀眾的歧異性太大」的問題，並提供讀者全面性—或所謂的更具「代表性」—的電影消費觀察，但對觀眾而言，「電影消費」究竟意味著什麼，以及在看電影之外的文化與社會實踐，這些意義應當是因人而異的，需要以社會學的角度來探討。

影癡 (cinephila) 則是一個比較極端的例子，用來形容「過度喜愛」電影的觀影者。二戰結束到 1960 年代末期的法國是影癡的時代，1950 年代期間，電影俱樂部、影評雜誌開始興起，如《電影筆記》(Cahiers du cinema) 即是以電影評論聞名、代表影癡文化的雜誌 (Desser, 2006; de Baecque & Fremaux, 1995；轉引自 Keathley, 2005)。相較於「消費者」，影癡不只更愛看電影，看的電影數量多且類型廣，對電影專業知識的涉獵亦遠超過他們。此外，影癡的個體感更強烈，雖然他們有自己的分享社群，但每個影癡都有各自的觀影習慣和養成脈絡，所以不像一般人看電影大多結伴同行，而是可以獨自行動。

這樣一來，影癡和其他熱愛電影的觀眾群，像是後文將討論的「迷」有何不同？事實上，影癡的特殊性在於他們追求電影作為一種藝術的「靈光」(aura)，強調觀影經驗的重要性，而非僅是電影的實體。同時，影癡渴望的還有書寫電影、

談論電影和尋找某個讓一切為電影癡狂的行為值得的片刻 (Desser, 2006)。他們喜歡在黑暗的空間裡看電影，將電影當成一種獨特藝術形式而非只是娛樂，期待在某個被電影「打中」的時刻，讓一切繞著電影打轉，以完成他們的觀影儀式 (Desser, 2006; de Baecque & Fremaux, 1995；轉引自 Keathley, 2005)。

然而，這樣由特殊的觀影姿態和行動建構起的文化被認為是菁英式的，與大眾文化裡在多廳影城中觀賞「商業電影」的「消費者」明顯處於光譜的兩端。如果影癡的精神是一種「看電影的方式」的象徵，則他們透過創作致敬、書寫評論等行動將某些電影塑造成正典就富有策略性，這些行為也使他們成為文本和其他讀者的文化中介者 (Desser, 2006)。對應到現代的真實生活中，影癡作為文化中介者的身分與「影評人」的角色頗為類似。「後新電影時期」因為部落格的出現，有一群能有效掌握網路生態和閱讀習慣的新影迷竄起，他們不見得受過專業電影學術訓練，但基於自身對電影的興趣，透過持續接觸電影和參與電影社團建立個人的電影品味，最後以大眾媒體投稿、寫部落格等方式累積個人文化和社會資本，不僅讓「影評人」一詞的符號意涵跳脫原本「觀眾影評／作者影評」二分勢力，發展出新的「影迷典範」影評人，更改變了傳統上影評人具備的身分資本價值，遊走於「部落格寫手」和「影評人」身分之間。而獨立和小型片商看中有閱讀影評習慣的讀者與目標觀眾重疊，讓網路崛起的新生代年輕影評人成為在試片時重要的行銷管道 (林昱, 2013)。近幾年台灣電影積極擁抱觀眾，然而，一般觀眾是否已全然對國片的放心仍是未知數，因此，這群願意身先士卒，進電影院看國片的影癡們，極可能是研究者在尋找的國片觀眾「基本盤」。

對電影的涉入及愛好程度介於消費者和影癡之間的則是迷 (fans)。簡妙如 (1996, 轉引自吳廷勻, 2006) 整理出迷是過度閱聽人 (excessive audience)，是具有特定意義的社會文化現象。在電影觀眾研究論文中，迷群通常是高知識份子、文化菁英，故時常和藝術電影、藝術電影院、影展連接上。張哲豪 (2010) 的文章以金馬影展的影迷為研究對象，作者將影迷們參與影展的過程，從搶票畫位、排隊進場、觀影和參加活動，最後回歸現實生活的過程比喻成類宗教的儀式，因為觀眾為影展狂熱，並透過每年例行地影展場合創造共同感。吳廷勻 (2006) 和林雨澄 (2005) 則均以 Bourdieu 為立論基礎，兩位作者提到藝術影迷在形成時，場域是很重要的，消費場域包含影展、經營藝術電影為主的電影院等，透過這些映演和消費活動，有些藝術電影就能建立正典地位。然而在消費場域之外，藝術影迷需要透過部落格、BBS 等虛擬線上社群、家庭、學校、累積個人資本，才能以「圈內人」的身分和用語與其他藝術影迷互動。由藝術影迷研究建構出的

這套文化消費、品味與生活風格的觀眾圖像和論述，因為著重影迷養成的過程及在藝術電影以外的社會和文化實踐，頗值得研究者參考。

在許多迷研究裡，都會提到迷群具有特殊品味，有趣的是，相較於影癡的文化菁英形象，迷的「品味」衍伸出的行動往往是負面的。迷被視為一群心理病態的人，是散發對迷戀對象過度的熱愛、不理性、無法自拔的，而「愛好者」（*aficionados*）則是理智、冷靜、可以約束自我之人；迷嚮往的是大眾流行文化，而「愛好者」喜歡的是菁英文化。文化的階層化進一步落實在雙方的實踐上—迷追著偶像跑、愛好者鑽研（可被社會所接受的）個人興趣，再生產並確認迷是危險的「他者」，而「我」只是愛好者的安全形象（Jensen, 1992）。Jensen 認為，每個人都有自己願意投入熱情、付諸行動的事物，只是因為喜愛的客體不同，造成社會對迷群的負面刻板印象。

儘管在藝術影迷和影癡的相關文獻中，我們還是難以看見直接和台灣電影觀眾相關的討論，不過林雨澄（2005）的文章裡依稀透露出潛在的觀眾群。有幾位受訪者提到他們雖然主要觀賞外語片，不過也渴望看到探討自己文化的電影，對台灣電影工業感到焦慮、沮喪的同時，仍對台灣電影有高度期待。因此，這群小眾藝術影迷會呼籲大家看台灣電影，甚至懷有推廣台灣電影的使命感。不論藝術電影的真實性為何，台灣電影在前述國內電影工業衰弱、好萊塢獨霸票房，以及官方主導的論述的影響下，僅能以藝術電影作為最能代表台灣主體性的正典，無怪乎多數觀眾對藝術電影「看不懂」、「沉悶」的印象會轉嫁到台灣電影身上，僅能透過對電影類型涉獵更廣泛、包容性強、有較多觀影經驗的小眾藝術影迷維繫 2000 年前後台灣電影的生存，而這群人也成為台灣電影在尋找觀眾時主要的宣傳目標。

綜合上述與電影觀眾相關的研究，研究者歸納出幾個和欲關注的國片觀眾有關的特質。消費者的研究取徑裡顯示無論基於何種動機看電影，30 歲以下的年輕人就是主要的電影消費族群；而對電影高度執著的影癡，其透過文化菁英批判式的觀點與實踐建立的文化中介者身分和個人品味，也有助於本研究從中發掘對台灣電影有持續接觸以及文化實踐的專業觀眾；至於藝術影迷因為對電影類型涉獵的多樣性和包容性，使他們成為台灣電影消費的潛在客群。

結合第二節關於台灣性和觀眾研究的討論後，研究者在此提出兩個問題：首先，「台灣電影觀眾」為何難以成為研究主體？郭幼龍（1999）曾提及過去在電

影觀眾消費的量化研究中，香港電影和台灣電影通常合稱為「國片」，未將台灣電影獨立當成研究對象。這樣的現象恰巧呼應了研究者的問題意識發想，即「國片」在台灣恐怕是個未經思考的慣用詞彙，卻不曾對國片的實質意涵進行討論。「國」的概念自有其辯證空間和論述權的競逐，對歷史背景複雜和國際政治地位曖昧的台灣而言更是如此。

過去在討論國家認同時，時常以 Anderson 想像共同體的概念為出發點，莊佳穎（2012：89-90）提及這將造成兩個問題，其一為忽略當代消費社會脈絡中其他可能參與國族想像建構的文化形式（cultural form）與實踐（practices）；再者，國家認同重在歷史、政治經濟背景和社會文化脈絡中文化形式的建構、解構與重構，導致國族認同形構過程中，人民雖然作為真正的行動主體，在學術研究中卻只是一群被概化的群體。因此要研究國家認同，將觀眾的消費者實踐、生產者實踐和文本本身共同納入研究中是必須的。

其次，迷因為具有過度（excess）使用文本的特質，雖然比起其他涉入程度的觀眾更有主動性，不受結構限制，但也容易被貼上不理性、狂熱崇拜的標籤，加上現有的迷研究如果多從「藝術電影」、特定類型和導演的作品著手，則迷群仍可能被認為是僅屬於小眾電影的觀眾。反之，如果以最多數的大眾為對象，則難逃文化工業裡認為大眾缺乏思考能力，屬於被操控者的批判。上述的焦慮和矛盾在過去以跨國流行文化為主題的論文裡多少曾提及（如陳姿伶，2008；江佩蓉，2004），「○劇觀眾」、「○劇迷」、「崇尚○○國文化」被媒體和外界畫上等號，不僅忽略了迷／觀眾／閱聽人／消費者的能動性和個體差異，研究者與被研究者本身也不盡然認同這種想當然爾的推理。

而我認為，在台灣電影迫切尋求觀眾的今日，同時思考「藝術電影」以外的作品的觀眾有其必要，因為對多數人而言，我們接觸較多的仍然是這些在主流商業機制裡流通的「大眾／流行電影」，但這並不表示觀眾收看、消費這些「大眾／流行電影」是未經思考的決定，和無法透過消費創造進一步的可能。因此，研究者在下個段落將討論電影觀眾的具體實踐，意在「大眾電影」的觀眾放入一個超越被動和主動的視野進行了解。

（二） 觀眾的消費、文化及社會實踐

隨著觀眾的能動性愈來愈受文化研究關注，原本被忽視、被認為在文化工業的消費體系中處於被動地位的觀眾成為有個人知覺的主體，是具有自主意識地在

實現個人行為，並影響社會文化—當然，文化與個人之間並非單向因果關係，而是相互影響。透過「實踐」(practice)的理論視野，或許更能站在觀眾的立場思考他們如何將「看電影」視為一種實踐，形成某種社會文化，進而勾勒出當代的「國片」樣貌。

Turner (1988, 林文淇譯, 1997) 認為電影不只是電影創作者，也是觀眾的社會實踐，因為電影的生產、消費與觀賞後隨之而來的愉悅、意義，都是文化的作用，在解讀電影文本的過程中，觀眾得以理解自身的文化發生什麼事。電影研究最初受美學和文學影響，著重在討論電影的藝術性，直到七零年代加入心理學、語言學等其他領域，才轉向探討電影的社會實踐，並檢視觀眾觀影行為(蕭宏祺，2011；Turner, 1988／林文淇譯，1997)。Srinivas (2009) 雖然以關注特定明星的粉絲為主，但他認為粉絲活動仍有其政治性，粉絲身為某種形式的影癡，其行動是對電影文本喜愛而生的共同回應，與影癡的差別即在於粉絲活動會進而形成集體的企圖，並具備可見的政治—社會結果。上述觀點均說明了電影不只是文本創作，當具有個人知覺的觀眾產生具自主性的行動後，便產生某種群體文化，使電影研究必須進一步關注電影院這個空間、進電影院的觀影行動，以及由這些社會現象、個人、產業、媒體論述共同建構的電影文化。

有些文章則探討了觀眾的文化實踐。以藝術電影迷為例，他們通常在消費藝術電影之外，也會進一步參加實體的影人座談、文化單位電影課程、學校電影社團等，或加入虛擬的線上電影社群討論。此外，藝術影迷也喜歡收藏影片和電影周邊商品，以便於重複觀看經典和喜愛的電影。這些行動不僅幫助他們和其他藝術電影迷交流互動，更建立起專屬於個別影迷的電影知識版圖，以及個人的文化及社會資本(吳廷勻，2006；林雨澄，2005)。陳偉婷(2009)提到在近年文創和地方產業的背景下，電影《練習曲》、《海角七號》促成集體流行，讓許多人仿效騎車環島，或到電影取景地旅行。又如以文學作品和歷史事件為基礎的《一八九五》，觀眾交織電影元素至個人生命經驗後產生一連串的文化創製，包含在網路上書寫觀影心得、重塑個人對台灣歷史的瞭解並與他人討論，這些實踐便創造了觀眾各自的文化意義及純屬於菁英式的歷史想像。即便觀眾的生活背景和觀看方式有所差異，但電影文本和文本反映的真實世界加總後即為觀眾共有某個集體記憶，或形成想像社群的中介(莊佳穎，2012)。

Srinivas (2009) 的研究提供粉絲的社會實踐一個更明確的基進性。Srinivas 以 1980 年代後的南印度電影工業為背景，在特定的地理和時空脈絡下，電影觀

眾甚至具有政治實踐的能力。由於南印度底層民眾對於主權的危機感，他們的行動跳脫傳統認為政治操弄觀眾本質，如種姓、族群、社經地位，和明星借用迷過度使用文本的特質挪轉到其他事業領域的邏輯，超越性地看待底層觀眾對於電影產業和明星事業生涯的影響力。Srinivas（同上引：28-29）認為迷是某種形式的影癡，後者的特點在於其因為喜愛電影做出的反映透過影評、電影理論和一般觀眾共享流動，但迷更能造成電影文化在社會－政治面向的影響。

儘管 Srinivas 的觀察對象有其獨特的在地脈絡，但電影院作為公共領域對粉絲活動仍有其的重要性，因為粉絲在電影院的行動是為將個人對電影的喜愛公共化。粉絲對觀影的預期同媒體進而形成電影文化，透過他們的實踐，如要求電影文本修改成符合他們期待的結局，形成「權利」(entitlement) 的概念。粉絲的存在就來自於權力賦予，一旦現代化的電影院和影城內的觀眾對觀影的期待超越上述的觀眾本質差異，產生集體感後，購票、觀影、發表心得等集體行動就象徵了他們的期待具體化成最基本的民主權。

四、 小結

本章一開始研究者首先採取政治經濟學的角度，將電影視為產業進行歷史性的脈絡爬梳。台灣電影受到國際和兩岸關係的影響，在產業定位上受官方政治立場左右，成為與中國在政治角力和意識型態上運作的對象，也因為電影製作需要大量資本的特質，使台灣電影向來具有跨國性。八零年代面臨本土商業電影的崩盤和外片大舉上映，異軍突起的新電影無論就評論風格、類型和流通機制上，均承襲來自歐洲的作者論以國際性藝術電影體系為主要場域。新電影的成就讓其於台灣電影的學術論域中成為重要的一環；同時，台灣電影和觀眾的隔閡加深了，國內電影產業也未因此而重新起飛。到 2000 年後，電影工作者發展出各種單打獨鬥的方式與國際接軌，雖然曾經搭上中國化的「新亞洲電影」熱潮和李安等知名國際級導演，但多屬個案。

藝術電影論述的起源與藉由本土電影工業對抗好萊塢有關，不難想像為何會將「藝術電影」和「國片」連結－好萊塢提供了觀眾進電影院期待看到的電影的標準。但電影的產業特質，說明了從國家電影 (national cinema) 的取徑研究台灣電影的困難。在台灣，有關「國家」的爭論未曾停止，電影雖然是文化的一環，但台灣電影產業長期仰賴政策扶植，使電影同時為國家意識形態鬥爭的場域，並

隨著不同的價值產生各種論述。由於本土商業電影近三十年的衰退，使得「支持國片」在 2008 年後尤為「顯學」，在當代全球化的市場下，更像是號召觀眾進電影院消費的文化商品。這樣的文化消費以及由媒體、文化中介者、官方主導的論述反映的國家主體意識藉由強調本土文化，區隔出以好萊塢為主的商業外國電影和東亞、兩岸合製電影，卻缺乏將電影文化消費過程中重要的參與者－觀眾。

過往觀眾既非電影研究的重點，也不是建構國族認同的行動者。在菁英觀的流行文化裡，流行文化是次級的商業文化，且這群使用者是受文化工業操控的大眾（Storey, 2001: 7-16；轉引自劉平君，2007）。1980 年代左右，有些研究開始以影癡和迷為對象主張閱聽人的能動性，這群喜愛電影、從中獲得愉悅感並展現出「過度」特質的觀眾，建立起一套特別的文化消費方式和生活風格，但有關文化消費階層化和外在結構影響等反思仍持續著。這群影癡和迷代表的可能只是某群所謂的「藝術電影」觀眾，他們雖然比較常看台灣電影，展現的消費與文化實踐卻讓「國片」的學術討論難以脫離屬於小眾、難懂、藝術片等形容詞。

Srinivas (2009) 將泰魯固 (Telugu) 電影歸為類型化的大眾電影 (mass film)，檢視其影迷在電影院等公共空間對南印度超級明星赤拉尼維 (Chiranjeevi) 及其作品展演的粉絲現象如何形塑電影文化，並影響至政治和社會層面，促使我思考賦權予所謂商業國片追求的一般觀眾的可能性。唯在流行文化爭霸的場域裡，權力是無所不在的，在追問電影文化場域中的權力樣貌與來源的之時，瞭解觀眾形塑的電影文化政治仍屬必要。

參、研究問題與方法

一、 研究問題

根據問題意識的發展，本研究列出三個研究問題如下：

- (一) 如果以美國為首的好萊塢文化主宰了近年的台灣電影消費文化，則誰在看國片？台灣觀眾又為何看國片？
- (二) 在泛亞區域市場裡，台灣觀眾如何在消費實踐中想像「國片」？這些實踐行動的背後又有什麼意涵？

二、 研究者位置

本研究起於個人的成長經驗。因為從小就在假日跟著父母在電影院看電影，「進電影院」對我而言是家庭共有的休閒時間。不過，印象中，在電影院看的多為好萊塢類型電影，尤其是動作片和歷史片—這恐怕與消費決策權主要在父親手上有關；相較之下，我很難回憶起國中之前在電影院看華語電影的經驗，少數看華語電影的時候，我們會租錄影帶回家，如果要到電影院，幾乎就是看成龍、李連杰等人的功夫武打片。對當時身為小孩的我而言，語言和演員是我分辨外國與本國電影的線索，因此成龍和李連杰的電影就是我小時候對「國片」的概念。有線電視開放以後，至今仍不斷在有線電視台播出的港產商業電影，成為另一種我過去接觸的「國片」，包含結合武打和搞笑形式的「無厘頭片」和「賭博片」。這類型的電影以周星馳為代表，再者就是古惑仔「黑道片」。這些港產電影因為有國語配音，自然被我歸類到「國片」裡面。若要貼近現在國產電影為資金、主創者和演員主要為本國籍的定義，過去我所接觸的電影中，唯一可視為國產電影的是軍教片。至於 1990 年—也就是我出生的年代以後，學術領域裡佔有主流論述地位的新電影，並非我和家人會在電影院和錄影帶出租店消費的對象。

開始有經濟能力且有意識地接觸「台灣的電影」是 2007 年升大學前後。2008 年以前，少數會吸引我和家人進戲院的華語電影是 2001 年《臥虎藏龍》之後的東亞合製武俠、歷史電影。泛亞合製片不僅是我日後重新思考「國片」意涵的起始點，也逐漸成為我參照何謂「台灣電影」的標準。這些高預算、由東亞各國大

明星演出、故事背景不在台灣的作品，我既不會稱之為「國片」，也不會視其為「台灣電影」。這裡，可以發現對我而言，「國」的概念等同於「台灣」。然而，泛亞電影挪用的文化元素，卻是我自小認知中屬於我的文化歷史。於是我面臨了個人定義「國片」時的困難。這個困擾看似不重要，卻可以對應到在我成長的過程中，隨著政治民主化、政黨輪替、兩岸交流日益頻繁而來的國家定位問題，只是我是透過電影感受到的。

近年我詢問朋友對「國片」的看法時，通常得到類似以下的回答：對《海角七號》之前的國片印象就是沉悶、藝術電影，《海角》之後則多炒作鄉土草根元素的喜劇，倒是鮮少有人觸及到關於國家的層次。或許如同陳偉婷(2009)所言，台灣人逐漸以對我們生長的土地—「台灣」—自然而然的情感，擱置甚至取代了難以進行的「國家」討論，於此同時，「國片」在 2008 年進入觀眾的世界，並開啟某種對「國片」及「台灣」新的想像。

在回顧研究者個人觀影史後，本研究先以年齡定位受訪者位置。根據文獻顯示，電影消費者多為 30 歲以下，因此本研究設定的訪談對象年齡層以 20 到 30 歲的觀眾為主。如果台灣主要的電影消費對象仍以好萊塢電影為主，而國片僅是好萊塢以外的眾多選擇之一，則這個年齡層的觀眾大多已經歷，或正在經歷大學時代，正是最有機會在好萊塢電影的基礎上，開啟個人多元興趣、養成個人品味的時期；反之，他們對於資訊和話題的掌握程度高，在發展非主流觀影觸角之餘，也不會偏廢在商業市場上具有話題性國片。

作為對台灣電影文化有進一步實踐的觀眾，他們認定自己是喜歡看電影的，意即相對於一般消費者純粹視電影為消遣、休閒，他們對電影涉入程度較深。Abercrombie & Longhurst(1998)根據閱聽眾關注客體、程度、媒體使用特質和組織性等差異，提出觀眾連續體(audience continuum)的概念畫出一條閱聽眾光譜：消費者(Consumer)、迷(Fan)、熱愛者(Cult)、狂熱者(Enthusiast)和小生產者(Petty Producer)。Abercrombie & Longhurst 認為，迷在於媒體使用相對大量的脈絡中展現喜愛節目或明星的行為，但他們尚未建立起和其他團體的網絡，只能透過大眾生產的文本機制或日常觀察接觸他們。相較之下，熱愛者對於特定明星、節目和類型的追求更明確，並表現出某種精緻的品味，他們對迷文本消費涉入程度強烈，組織也更具體。由於閱聽眾坐落的位置並非固定不變，而是持續發展中的過程，因此，本研究界定受訪對象為超越消費者、不及熱愛者，遊走於迷範圍的觀眾。

考量到前述國片與藝術電影論述緊密的關係，加上過去已有研究分析藝術或小眾電影觀眾，為避免討論再次以文化精英的眼光批判台灣電影在商業市場的表現，或陷入電影研究中商業和藝術二分的迴圈裡。因此，本研究直接以「大眾電影」為尋找研究對象時考量的標準之一，盡可能接觸更多樣類型的觀眾。詳細的抽樣機制，將繼續在第三小節中說明。

三、 研究方法

本研究欲進行觀眾消費實踐之研究，主要以深度訪談法蒐集資料，在書寫上搭配部分田野觀察心得，並和學術文獻及媒體報導進行對話，以期更貼近過去在大眾傳媒及學術研究中相對模糊的觀眾樣貌和思維。文化的意義往往建立在場域中的行動者互動與其身處的文化環境之中，Bogdewic(1992:48;轉引自胡幼慧，2008)認為，當研究需要了解事件本身的背景脈絡時，就能以參與觀察的方式蒐集資料。然而，當代電影消費因為家庭影音設備和網路資源取得的門檻降低，而有個人化的傾向，也難以找到真正可以歸為「國片觀眾」的一群人，想藉由參與某一群體的觀影活動並進行觀察實有困難。因此，在參與觀察方面，研究者進入的田野主要為電影院。以電影院作為主要田野，原因除了該空間形塑觀眾心目中的電影文化甚深，也考量到票房為電影是否獲得觀眾注意，進而能引起話題的重要指標。而電影院作為公共空間，亦是形成大眾觀影文化和提供文化實踐空間的據地之一。

網路則是研究者次要的田野。我觀察的對象包含 PTT 的 Movie 板和 Ourmovies 板，以及幾個重要的台灣電影製作、發行公司、電影作品、電影從業者粉絲團。PTT 目前為台灣最大的 BBS，註冊會員數超過 150 萬人，同時上線人數在晚上尖峰時段近 15 萬人。由於台灣沒有和電影有關且使用者人數多的網路論壇，因此就初步瞭解觀眾對電影作品評價、議題風向而言，PTT Movie 板相當便於研究者快速掌握。另一方面，透過粉絲團，研究者除了參加開放給觀眾的行銷宣傳活動，如首映會、映後座談、感謝抽獎活動以外，也以此為標準之一，篩選適合的受訪者。

在深度訪談方面，本研究不將訪談當作獲得既存事實的方式，而是將訪談視為交換觀點的行動，藉此，研究者與受訪者在對話過程中建構意義(Mishler, 1986; 轉引自胡幼慧，2008)。為顧及受訪者的背景的多元性及獲取資料的深度，研究

者以立意抽樣的方式進行樣本選取，管道包含自身人際網路、PTT Ourmovies、Movie、Theater 及 Indie-film 等板，除了張貼徵求受訪者的文章以外，也會主動寄信詢問板上較活躍的使用者是否恰好符合下列條件並能接受訪談。我列出的幾個篩選標準如下：

(一) 曾在電影院看過以下任五部（以上）國片

自《海角七號》上映以後，國片的商業表現再度受到期待，票房是否「破億」更成為媒體時常關注的焦點—這代表該片具一定程度的話題性，電影語言也較貼近大眾，有助於研究者不至於收到太過非主流電影導向的受訪者。因此，我以 2008 到 2014 年間在台灣上映，且全台總票房¹超過一億的國片為標準，試圖透過賣座的當代台灣電影，拉近國片和觀眾之間的鴻溝（Gopalan, 2003；轉引自 Srinivas, 2009），盡可能在大眾電影和藝術電影的光譜上找到遊走其間的觀眾。符合此標準的國片如表四共 16 部，平均每年有兩到三部。由於過去統計顯示，台灣人每年平均進電影院不到兩次，故本研究已看過表四當中五部片以上的觀眾為本研究鎖定的對象，即希望受訪者每年至少看過一部國片。

表四：2008 年至 2014 年全台票房破億國片

正式上映日期	片名
2014/08/15 2014/08/08~08/14 ²	等一個人咖啡
2014/02/27 2014/09/25 ³	KANO
2014/01/30	大稻埕
2013/11/01	看見台灣
2013/08/16 2013/08/08	總舖師
2013/02/01	大尾鱸鰻
2012/08/17	犀利人妻最終回：幸福男·不難

¹ 因目前台灣僅能統計出大台北地區票房數據，故本研究選用歷年台灣電影年鑑所列之大台北票房，將該數字乘上兩倍的結果視為全台總票房。考量到近年其他縣市陸續開設大型連鎖影城，已經難以單純以此為規則估算總票房（台灣電影年鑑，2013），研究者同時參考自由時報、中國時報、蘋果日報、聯合報及開演電影網等報導使用的數據，盡可能增加估計值的可信度。

² 此為口碑場時間。本表中曾推出口碑場的電影包含《等一個人咖啡》、《總舖師》、《陣頭》、《那些年，我們一起追的女孩》及《海角七號》。

³ 此為二次上映日期。

2012/02/10	愛
2012/01/20	陣頭
2012/01/13~01/15	
2012/01/13	痞子英雄首部曲：全面開戰
2011/09/30	賽德克·巴萊（下）：彩虹橋
2011/09/09	賽德克·巴萊（上）：太陽旗
2011/08/19	那些年，我們一起追的女孩
2011/08/12~08/18	
2011/01/28	雞排英雄
2010/02/05	艋舺
2008/08/22	海角七號
2008/08/06	

資料來源：台灣電影年鑑（財團法人國家電影資料館，2009、2011、2012、2013）、中華民國剪輯協會（無日期），本研究整理。

（二） 曾有過以下任一觀影相關經驗的觀眾

1. 曾在電影院二刷⁴（含以上）國片
2. 曾觀賞或嘗試參加口碑場、首映場或特映場國片
3. 曾看包場國片
4. 曾為國片撰寫映後心得
5. 曾參加有關國片的映前或映後活動
6. 自認曾因為看了某部國片而去做某件事，例如：環島、拍攝場景朝聖

上述條件主要來自於研究者在 PTT 及傳統媒體報導中觀察到的幾個國片消費現象，希望藉此找到曾對國片表現出積極消費行動的觀眾。藉由他們特別的觀影經驗，有助於研究者勾勒出當代國片消費文化。

研究者並未設定受訪者的年齡上限，而是以有文化實踐經驗為依據選擇受訪者進行半結構式的深度訪談。不過，16 到 35 歲之間的青年是進電影院消費的主流，因而為本研究主要的受訪者年齡分布。最終，我一共針對十位受訪者進行面

⁴ 「N 刷」為 PTT 電影板用語，指進電影院重複看同一部電影。因為今日電影院多有配合特定信用卡優惠，因此以刷卡的「刷」代指「付錢消費」，而 N 則視重複進電影院的次數代換數字。

對面的深度訪談，除了列出受訪者的個人資料以外，我也簡單陳述他們各自的觀影經驗。詳細的受訪者名單可參考文後附錄三。

2014年二月，研究者曾主動邀請 PTT Movie 板上幾個活躍的帳號，卻幾乎石沉大海。這或許和我當時直接在信件中列出問題，導致雙方在尚未建立訪談共識前，對方就先對回答申論式的問題感到困難。為提高蒐集資料的成功機率，並順便熟悉訪談技巧，這樣的經驗讓我重新規畫訪綱及重啟行動時，選擇先從人際網絡著手。因此，八月起的第一批受訪者大多是認識的友人，或經友人介紹。

大約在論文書寫到一半之後，我再次透過 PTT 尋找受訪者，以補充手邊尚缺乏的觀眾類型。這次我也試圖尋找有電影院打工經驗者，希望能與受訪者談論之前訪談得知及觀察到的電影院生態。我試圖以輕鬆且口語化的文字自我介紹及說明研究目的，最後列出篩選條件，以配合網路文化及減輕受訪者的戒心。相較於去年主動發出邀請信給自認適合的潛在受訪者卻幾乎石沉大海，這次以公告的方式尋人，很快便吸引七個人來信，不過在數次訊息來往後，僅剩下兩人保持聯繫。

實際進行訪談時，研究者採用半開放式的訪綱，首先請受訪者談談「從什麼時候開始看電影」。這個問題能適當地引導受訪者回溯個人觀影史，以及受訪者的電影消費型態，幫助研究者更了解受訪者的個人經驗，以利後續進行資料分析時和社會脈絡連結。我也會在對方講述完畢後，適時和對方分享自身經歷，藉此稍微舒緩彼此因「學術研究」帶來的緊張和正式感。隨後則視受訪者的回應決定問題的走向，主要有三大項：(1) 受訪者過去至今成為電影觀眾的養成環境；(2) 受訪者的國片消費實踐，如：不同的收看管道、觀影夥伴、選片依據、曾參與的其他和國片有關的活動等；(3) 受訪者如何定位身為「國片觀眾」的自己。接著，在第二部分的問題裡，研究者將視前一階段的談話內容，請觀眾抒發對各別電影作品的感想及回憶觀影情境，並結合文獻及新聞報導內容，以了解：(1) 觀眾如何定義「國片」；(2) 觀眾如何感知「國片」中的「台灣」。詳細的訪談大綱可見正文後附錄。

肆、國片觀眾養成及消費實踐

一、細說從頭：我為何看國片？

近年來，觀眾透過消費的方式，以實際購票進電影院的行動被媒體稱為「挺國片」，並將行動連結到「愛台灣」。事實上，每個觀眾都有其獨特的養成背景及觀影實踐，無法一概而論。在本小節裡，研究者就所接觸到的幾位觀眾，結合對他們觀影實踐的觀察，平衡不同年齡、性別、職業、學歷等條件後，完整呈現個別受訪者為何看國片的經驗談。

(一) 「覺得有種使命感要支持國片」：清流

在還沒和清流接觸前，我是先透過清流在被暱稱為「額板」的 PttEarnMoney 板所發的文章猜測他是個怎樣的觀眾。清流在「額板」有滿滿兩百多篇的發文記錄，當中包含了僅限板主才能使用的公告。這都是他作為額板資深使用者的象徵。「額板」是一個提供 PTT 使用者賺取虛擬 P 幣的空間，發文者於內文說明發錢規則或提出問題後，由其他網友以推文的方式「搶答」。在清流的文裡，雖不乏以生活及時事為題目的內容，但絕大多數是像上文這樣：「猜猜今天看什麼電影？」

這是清流和朋友交流電影的方式，和一般我們認知以寫影評、參與社群討論等方式大相逕庭。觀察推文後，我發現 PttEarnMoney 暗藏不少資深板友，彼此間可能也有一定的熟識程度，了解其他使用者的生活習慣或興趣喜好，所以才能很快掌握到可能的方向，回答《活路：妒忌私家偵探社》、《餘生》等近期上映，但不甚賣座的國片。「我有不太熟的網友大叔好像會固定進戲院看國片」，培說。她是我在高雄市電影館同期的實習夥伴。其實在一開始，我是預設培接受我的深訪並成為觀察對象，但當我進一步詢問她是否能再推薦我其他適合的受訪者時，她很快就想到清流，也就是她口中的「大叔」。生於 1975 年、今年 39 歲的他對我們兩個而言，確實至少是「哥」字輩的存在，而這樣的年齡原本並不在我預想的「國片支持者」範圍內，畢竟在他們 15~30 歲的階段，也就是對電影消費較具自主性的年齡，正好陸續經歷了台灣新電影崛起、大幅開放外片進口以及國片年產量最低潮的時期，所以我假設他們正是會抱怨國片很爛、很無聊的那群觀眾。

然而，在我所列的清單裡，清流不但只有《犀利人妻最終回：幸福男·不難》和《大尾鱸鰻》沒在電影院看過，最令我和培驚訝的是，見面那天一坐下，清流

便拿出一張清單，上面記載了所有他在電影院看過的國片、上映時間、導演和主要演員，類型則橫跨賀歲、喜劇、愛情、劇情、懸疑，既有多數人熟悉的幾部商業大片，也有不少默默上映，馬上又黯然下檔的台灣電影。因為有保留票根的習慣，「列清單」對他來講並不困難；但要進一步寫出導演和演員的名單，我想他仍在訪談之前作了一定的準備。

講到進電影院看國片，清流幾乎是「無役不與」。其實他的「觀影年齡」說長不長。因為時間拉得太遠，所以清流回溯和家人進電影院的印象不深，就是「逢年過節就會去看」。反倒是他以第四台為開場，說道：「小時候看第四台算嗎？就那種小時候成龍的國片也算嗎？」雖然民國 83 年〈有線電視法〉才通過，但早在民國六十多年，民間業者已經自行投入有線電視市場（鍾起惠，1995）。清流說，家裡加裝有線電視以後，他也自然而然跟著家人看電視台播映的電影。

有趣的是，清流以高中和舅舅進電影院看《牯嶺街少年殺人事件》為記憶點，講到因為它「讓我脫離了那個什麼喜劇片啊，那個什麼成龍的英雄電影啊，或卡通片啊的一個——不能講脫離啦，就我第一次進電影院看所謂嚴肅一點的片子」。不過，要談論後來有印象付錢看的電影，他很快就跳到了《鐵達尼號》。

真正開始大量追逐台灣電影，在清單裡可以看到是以《海角七號》為起始點，就連好幾部在 2008 年以前小有成績的國片，如《九降風》、《刺青》，他也沒有看過。在上映中期才進電影院的他，形容看完《海角七號》之後，支持國片的心「才整個大爆發」：

大概就是那個時候，覺得有種使命感要支持國片（笑），因為之前國片有一個低氣壓太久了，所以那時候覺得經濟方面還付…電影票錢還付得起，所以就覺得實質上地支持一下國片這樣，因為除了在 2008 這個時候，根本就國片好像是一個空窗期的空白一樣，講到電影只會想到好萊塢片（清流，2014）。

相較於大部分的受訪者單純以看電影為娛樂消遣，或者大量收看各國、各類型的電影，當我問清流在《海角七號》之前是否會進電影院看電影時，他說「幾乎沒有，對，應該連進電影院都很少」；反之，談到在電影院看西片的經驗，清流也說即便是前幾年，他也「不會在電影院看」，反而會透過其他管道，如 MOD、第四台，「有機會看就看」。對比多數觀眾，無論是否在觀影前做足功課，進電影院首選就是看好萊塢電影的消費習慣，清流是真正抱持「支持國片」心態而進電

影院的人，因為連他本人也不否認自己會放低對國片的標準，也就是 PTT 鄉民戲稱「國片六十分起跳」的那種觀眾。

不過，他對國片的支持行動，也差不多就僅止於進戲院消費。身為資訊業的上班族，他無法像學生一樣有太多參加映前或映後活動的選擇，一切就是「看緣分」；他也不如其他受訪者，會在自己的部落格、Facebook、PTT 等網路社群書寫觀影心得，因為覺得「隨便都要寫個兩、三頁，那太累」，還直呼「我怎麼寫得出來！」。令我意外的是，身為一名 PTT 的資深使用者，清流也幾乎不曾在電影板推文。

此外，電影「社交」色彩在他的觀影實踐中是相當淡薄的。身為已婚者，清流多數時間仍然都是自己看電影，沒有子女的他，連老婆也很難得和他一起上電影院：

我會帶我老婆去看，都是覺得她可能會覺得不錯的那個片子，或是比較有話題性的，好像變成一種很世俗化的那種選擇，對啊。比較起來，我自己一個…我自己會去看電影，可能比較沒有那麼世俗（笑）（清流，2014）。

我並未問明什麼是他所指的「世俗」選擇，但在討論有限的「二刷」經驗時，他提到《寶米恰恰》就是自己看完以後覺得不錯，推薦給老婆後，又被拉著去看的電影。也就是說，相對於其他受訪者，清流屬於被動推薦友人看電影的人，也不會有有意無意建立自己「國片支持者」的形象。在額板貼「發錢文」、看完電影後，再以「回文」（重新發表文章並引用原文）的方式簡單分享個人看法，並重新出題讓網友回答，就是他主動與朋友互動的方式。

在培提到自己會跑影展和看二輪電影後，我發現國片的觀眾某部分和影展觀眾是重疊的，有趣的是，清流認為自己「沒有跑影展的習慣」，所以一直認為自己「是一種普通觀眾，不是那種進階的觀眾」：

（我：可是一般的觀眾不會…（指清單））

清流：真的嗎？可是我知道這裡面有一些是某些影展的開幕片啊、閉幕片啊，可是即使是這樣，我還是覺得我是一般觀眾（笑）。

清流這麼定位自己。確實，在我遇到的受訪者裡，相對於純看好萊塢電影者，

或多或少都有參與影展的經驗，但極少像他一樣是不分類型、主流或非主流、不信仰明星地收看。因此，後來我向其他受訪者亮出他留給我的電影清單時，每個人都對於這樣一位不跑影展、幾乎囊括所有國片，以及真正將「支持國片」心理實踐在消費層面上的觀眾感到不可思議。或許對其他受訪者和我而言，他更像是「非一般的觀眾」。

（二） 「啊我就商業片出身的嘛！」：宋伯

著手訪談沒多久以後，我就碰到清流的例子。因為實在太過特別，就連寫作也從他開始下筆。然而，國片的觀眾非得這樣「奇奇怪怪」的嗎？套用清流的形容詞，有沒有形象不是這麼「進階」、更貼近你我身邊就有的觀眾？

宋伯是一個例子。他不是我最初想專注書寫的對象：24 歲、大學財金系畢業，曾在國貿公司上班，在我聯繫他的那段時間裡，是他轉換跑道、尋找影像製作工作的第三個月。在訪談的過程中，他舉的例子主要是好萊塢電影。宋伯常在 Facebook 發的訊息，雖然也包含國片，但更多是各式各樣的好萊塢電影資訊、幕後製作花絮和影音連結。因此，宋伯原本被歸到「無論自己是否有意識到，都不屬於國片觀眾」一類。

然而，宋伯個人的觀影史，也正是生於 1980 年代觀眾的小小縮影：在我們開始進電影院時，就是由好萊塢電影獨佔國內市場、香港電影分一杯羹、完全不見台灣電影上院線的時期。我問宋伯他有印象開始看的國片是什麼？「喔，想一想…《海角七號》啊，就是一定是《海角七號》對不對？」他說；再談論到《海角七號》前後相對有名氣、但他也沒看過的幾部電影，例如《九降風》、《練習曲》後，他就直呼：「啊我就商業片出身的嘛！」從小和家人慣看好萊塢電影的他，已經相當習慣好萊塢的敘事手法和類型，因此他認為好看的電影首要條件就是有「節奏感」：

因為就是劇情片很多 tempo 都沒有，就是沒有那個快慢的節奏，然後就…應該說節奏有點慢這樣子，比如說那個有很多傳記片啊，像《鐵娘子》那個有沒有？《鐵娘子》我是在軍中看的，一開始蠻無聊的你知道嗎？可是演到大概半個小時之後，欸，就是有吸引住你，然後就很想要看（宋伯，2014）。

儘管他認為自己不是只看「爽片」的觀眾，但基本上，他所舉的例子大多是

曾在商業院線上映的電影。因此，雖然他並沒有正面提到看國片的原因，但談論到清單上的電影時，他反映了對台灣商業片的好奇心：

宋伯：就我覺得比較想要看商業片是因為台灣的商業片真的很少、太少了。

（我：你說台灣自己拍的商業片？）

宋伯：對啊，像《痞子英雄》我也有看，《痞子英雄》看一遍吧，一遍而已，但是看第二遍我是覺得就是一樣。因為後來我有看它那幕後花絮，就是那個吊鋼索那個弄的片子，我有覺得它已經是不錯的商業片，我覺得。我要等它今年（註：2014年）10月的第二集。

其實，撇除具有學生製片經驗的受訪者，宋伯是極少數對於電影製作技術小有了解的人。在技術層面上，一般觀眾最容易注意到的恐怕只有播映模式，如IMAX、35釐米、4K等分類，但宋伯卻能大談自己對於電影後製及拍攝手法的想法。這一切都要歸功於他最喜歡的電影：《魔戒》。宋伯說，因為看了《魔戒》第一集覺得很好看，就接著追了後續兩集跟前傳《哈比人》系列。他自己唯一蒐集的DVD就是《魔戒》，而且還強調是「精裝版」，並且曾花上六個小時一次看完DVD收錄的拍攝花絮。

對《魔戒》的喜好不但開啟他對電影技術的興趣，也常常成為它比較台灣商業大片的標準，以歷史為主題、耗資七億並分成上下兩集的《賽德克·巴萊》因此讓他特別失望，還說「那時候要不是人家拖我去看，我其實當下不太想看」：

宋伯：我覺得《賽德克巴萊》我就覺得還好，就這麼…史詩級…對啊。應該是那時候廣告詞還有說什麼跟《魔戒》來比喔，還什麼…反正就台灣的史詩大片（翻白眼）。

（我：你是不是想的是《魔戒》那種？）

宋伯：我覺得它預告有那個場景，有，有那種感覺，有，但是實際上沒有。

他說，史詩級的電影應該「至少要有一個大場，至少啦，那一定的啊…然後再來就是好歹要有多線吧，線要多，至少要兩、三條支線這樣」。雖然聽宋伯後續的形容，《賽德克·巴萊》不夠好的原因還有故事流暢性，但對他來講，「電影院主要看的就是大場景跟那個音效，就是那個爽度問題」。強調電影的科技化和娛樂化，這也是多數觀眾為何選擇在電影院看好萊塢電影的原因(游上民, 2008)。

因此，當我接著問宋伯是否曾經覺得「這部國片我一定要去電影院看」？毫無意外地，還真的沒有，太過「小品」的國片，或者同檔期有比較吸引他的好萊塢電影時，他就會改用租 DVD 的方式觀賞。

在這樣的情況下，宋伯進電影院看國片就分成兩種情形：其一為看了預告片以後，引發他對故事題材的興趣；另一個原因，則是在朋友的邀約下一起前去。除了看特效和技術以外，宋伯曾經因為朋友揪團去電影院而「多刷」同一部電影。他在談論鈕承澤的《愛》時有感而發，自嘲：「嘿，不知道要揪誰，揪我就對了，也不會有什麼問題，我很安全！」身為一名單身男子，要找怎樣的人共看愛情喜劇？又該如何開口？無論怎麼做都顯得尷尬，於是當時他就在同學的邀請下看了四次《愛》，除了因為陪伴朋友以外，當然，也為了開場戲一鏡到底的設計。

這樣大刺刺的男性觀眾，其實也曾因為受到劇情的感動，一再帶朋友進電影院支持國片。宋伯自稱他三度進電影院看《KANO》是準備去看「到底這個船（的CG）是爛到什麼程度」，但正如他所說的，還是要電影本身好看才會推薦別人，甚至在別人的邀請下重複觀賞。事實上，身為一名壘球員，他對劇中比賽的場面特別有感觸，尤其嘉農野手們在甲子園決賽現場，面對主力投手 Akira 受傷，大喊要他放心和對方打擊者正面對決，最後仍然輸球的橋段，讓他聯想到某一次系隊比賽也發生過類似的事情，讓我們在聊到《KANO》的時候，他還大叫「有感！有感！絕對有感！」。

不過，當我試圖將談話引導到更感性的層面，問他是因為棒球才看《KANO》的嗎？他的回答，反而讓我想起 12 月初時，我在夢時代喜滿客樓層的公用桌椅休息時，好幾次看到觀眾和路人駐足在專播《哈比人：五軍之戰》的預告看板前。與我同桌、坐在旁邊的女孩向她的同伴說：「我一定會來看這部片！」：

不太算是因為棒球，是怎麼講啊，是覺得它（預告）打蠻大的，然後又是棒球電影。因為棒球電影也不只它一部啊，其他都很難看，就是都來亂的啊，然後就感覺它預告看起來就還不錯啦，然後就是（口碑）有做起來，就是不像其他的…什麼彭恰恰的…就來亂的，其他就沒有做起來。啊它的（口碑）就做起來的時候，我就覺得，嗯，可以看一下（宋伯，2014）。

宋伯的反應，一來指向了一種近年台灣電影—甚至好萊塢電影—在吸引觀眾時非常慣用的方式：將精華剪入預告中，先吸引觀眾消費。作為一種體驗式消費，

唯有在觀賞電影之後才能評價優劣（朱俞，2011），這也是為何常常會有觀眾看完電影後覺得「受騙上當」。再者，抱持觀望態度直到口碑建立才決定進場，這也是國片面臨的問題，因此，如《等一個人咖啡》正式上映的前一週，就積極推出口碑場，並製造「限量」的感覺—每間電影院限映一場，以飢餓行銷的方式刺激觀眾購票。

整體而言，宋伯在涉入程度上是「電影愛好者」，並且在 Stebbins（1992；轉引自 Abercrombie & Longhurst, 1998）提出的職業路徑中，持續從業餘向專家邁進：他後來曾參加中廣電視製作公會的影視幕後專業人才培訓班，並且進入遊戲公司工作；至於在電影品味上，他是由好萊塢電影養成，相對於其他受訪者貼近一般消費者的「大眾品味」。

（三） 「看電影是啊，不需要特意強調這是台灣電影」：欣嘉、小高

欣嘉，23 歲，現在在藝文雜誌兼任採訪編輯工作，同時正在準備台北藝術大學電影系碩士班的考試，非本科系的她，認為最能踏進電影產業的方式就是成為一名編劇。會以她為一種類型的觀眾，是因為我所感受到的她，構築在 Facebook 上一篇篇和獨立電影、文化、音樂有關的訊息，本人的氣質也非常「文藝少女」。小高，34 歲，服務於台灣高鐵，是我在 PTT 交易高雄電影節票券時認識的網友。「Hi，我是昨天買票的人，昨天有去看《七武士》嗎？覺得如何呢？這部經典一直很想看~~」，小高說，這是我第一次在買賣後收到對方無關交易內容，而是詢問節目觀後感的訊息，於是開啟了我們分享電影心得的話題。

我將他們歸類到影展型觀眾，主要原因來自他們都曾在台灣三大影展看過不少電影—即使他們覺得看影展不是什麼特別的事，也經常一個人去所謂的「藝術電影院」，如國賓長春、光點華山、高雄市電影館等處消費。他們的消費對象，更包含來自不同國家、語系、各種類型的電影。

這種消費型態的養成，通常始於大學階段。小高就說，因為自己對於本科系提不起興趣，於是就開始借圖書館的錄影帶和跑影展：

大概專二、專三開始吧，因為我是讀台北工專，然後我是五專升二技啦，都是同一間這樣，可是那時候我就很不喜歡工科，所以我常常就是翹課，就是我不會去專注自己的學業。然後那時候我就很喜歡去圖書館看那個錄影帶，圖書館有很多電影錄影帶可以讓你免費視聽觀

賞，然後我就看就覺得很有趣，就覺得是一個打發時間很好的方式，然後我就一直看錄影帶，看一看…後來就知道說有影展這種東西，然後就去跑影展。所以也沒有什麼特殊契機，因為討厭學業吧（兩人笑）（小高，2014）。

欣嘉則是某次心情不好的情況下，自己跑去看了「看起來好像就是還不錯」的日片《惡女羅曼死》：

我第一次自己看電影是大三，我永遠記得我人生第一次自己看電影是《惡女羅曼死》，你知道這部片嗎？就是蜷川實花拍了一個非常限制級的一部電影。然後在那之前我看電影也就是跟爸爸去看戰爭片，然後跟同學去看《哈利波特》那種。後來就發現，欸，自己一個人去看電影還蠻好玩，然後就愈看就口味會愈來愈廣這樣子（欣嘉，2014）。

但談到為什麼看國片，兩人都未點出特別的原因。欣嘉說，自己看電影並不會在乎是不是台灣電影、中國電影或華語電影，選片應該是一件沒有包袱的事；小高也認為，只要題材吸引他，他就願意嘗試。因此，對他們而言，看國片並不是一件特別有意識，或必須意識到的消費，而是在好萊塢電影之外的眾多選擇之一——好萊塢電影是要「和朋友一起看的」，國片則是可以自己進電影院也無妨。

另外一個讓我將他們歸為影展型觀眾的原因，在於他們關注電影的方式比較趨向作者電影，在談論電影文本時也更加深入。例如在中國導演裡面，欣嘉就注意到賈樟柯的作品。2014年《天注定》因未抽到配額以影展方式上映時，她就在華山和《三峽好人》一起看過。她說，《天注定》是一部值得推薦台灣人看的電影，因為這和台灣對中國最大的想像之一有很大的不同：

我不知道為什麼會有那麼多人對中國有那麼多就是很美好的想像，我覺得那種想像就是已經到達就是以前大概二、三十年前大家對美國那種想像，就是好像有一個美國夢，然後我就覺得為什麼？就其實沒有想像中的那麼美好啊，但是就很多人會覺得說，好像到那裡然後就會有一個很美好的開始。也不是說不好，但就是我覺得大家把她太美好、理想化，就是我覺得對她（註：指中國）的看法太單一了，所以那時候看《天注定》其實會很希望就是推薦給大家看這樣子（欣嘉，2014）。

小高則是自己說了：「比起一般觀眾來講，我會更關注比較創作類型的電影，

甚至包括像一些新生代導演的短片。」我轉讓給他的電影票，正是台灣新銳創作者的短片集錦。談到創作和導演風格，除了好萊塢導演大衛芬奇以外，在華語電影界，他關注的對象也都是大師級人物。像他就非常喜歡王家衛在《一代宗師》裡運用的美感，因此在注意到 2015 年《一代宗師》要推出 3D 版後，小高雖然也吐槽片名設計用了「土豪金」，但看他的自述，應該還是會毫不猶豫地再看一次，甚至蒐藏 DVD。

乍看之下，影展型觀眾的特徵似乎導向一個小結，即他們對台灣電影是沒有感情、可有可無的。事實上，他們對電影創作類型、形式、來源國家的包容力，以及對創作者的關注，也都展現在台灣電影上。當我問欣嘉是否有期待的國片時，她就講到張榮吉的《共犯》，不只因為《逆光飛翔》，也因為她認為該片的前身《天黑》「比《逆光飛翔》更厲害，因為它前面其實用很多紀錄片的東西，然後就蠻好奇的，因為《共犯》又是一個跟這種東西完全不一樣的東西。」就台灣電影目前多依賴口碑發酵的現況來看，影展型觀眾無論是身先士卒，在首週就先行進電影院看國片，或者是該片上映後維持不好不壞的評價，仍然會進場「給國片機會」，都屬於會進場消費的一群。也就是說，對於台灣電影，影展型觀眾其實蘊含更多的期待；反之，對於不喜歡的電影，他們也會直接了當地批評。小高就曾這麼說過《變羊記》：

我有在電視台看過它播《變羊記》，就很尷尬啊，拍得很糟。其實它的題材我還蠻有興趣的，可是它拍得真的太尷尬，一點也不懸疑或驚悚，只有最後面那個女主角的妹妹有點像中邪，那個地方表演得很好，然後全片都非常不可以！（小高，2014）

無論是好評或負評，影展型觀眾都體現了他們對電影更高的涉入程度—當然，他們的品味也較個人化；多元的觀影經驗，也讓他們更有挖掘別於大眾型國片優點的能力。2014 年金馬獎那天，看到陳湘琪得獎的瞬間我立刻叫了出來，匆匆在 Facebook 上發了短短兩字「已哭」，而欣嘉很快地回覆：「我也是。」回過頭來，我發現小高先前希望影后獎留台灣的念頭也成真了。同樣偏向影展型觀眾，我們接受了這一年台片的失意，卻也同意好的台灣電影其實一直都在。

二、 分析：身為一個「國片觀眾」…

(一) 一個人看電影，很難嗎？談國片的社會性意義

這次說電影之外，也來講講看電影。

會這麼想是因為初九（廣義的年假）看了《大稻埕》，總歸一句的話就是導演野心太大又太小。他意圖把歷史元素放到賀歲類型裡（想要拉抬「深度」？），很好的意圖卻只能呈現導演眼中的台灣，弄得兩頭空也白費了這個題材和實力演員的可看性。

但這次我在文本之外驗證了所謂的豬式魅力，這也是為何就算《雞排英雄》跟《大尾鱸鰻》被罵到臭頭後仍讓《大稻埕》稱霸賀歲檔的原因之一。那天看電影幾個阿伯阿桑坐在我後方幾排（電影消費族群基本上以 30 歲以下的人為主），開演沒多久後，其中兩個阿伯還是很大聲地在講手機且維持頗久的時間。好不容易以為兩人都掛電話了，阿伯一號還是陸續接了兩三通電話，中氣十足地要約朋友在中央公園站六點見面。除此之外，阿伯還跑去廁所兩次，一路行動緩慢但走得直挺挺。後來應該是六點到了，阿伯在上完廁所後隨便找的前排位子隔空呼喊他的朋友們，一行人看完豬哥亮回到現代就離開了（阿桑邊走邊講「啊那欸還沒演完？」）。聽起來非常荒謬，但該區雖然瀟灑毛毛躁躁的氣氛，卻沒有任何觀眾制止（對比去年金馬影展去長春，開演後還在找位子的人就被大聲「教訓」了）。原本覺得很惱怒的我，後來想想覺得是蠻難得又有趣的經驗。不僅見識了賀歲片這個華人社會獨有的「類型」電影別於其他類型片的觀影文化，也想到二十年前還沒有禁帶外食、缺少分級概念、電影院「禮儀」沒有養成、看電影要唱國歌的時候。這些不過是不久前，卻都快要被忘記了的事，好像跟我爸說他們以前都看 007 跟成龍過年，都在腦袋裡很難定義卻清晰的地方標記著。

ps. 聽說豬哥亮明年要拍中國的賀歲片，真是無敵難想像啊（研究者觀影筆記，2014.02.12）

陳毓奇（2000）將看電影當成一整個社會過程，分析了看電影之外的觀眾行動，像是選擇到什麼電影院、帶什麼小吃、透過什麼管道觀賞、同行夥伴等等。看電影既是娛樂，也是很重要的社交選擇。Jones（2011）提到，看電影對觀眾的社會性意義，可能大於電影文本本身，且不曾隨著觀影環境革新而有所差異。

電影的社交功能常常顯現在一件事情上，即看電影之前未做足完整的功課，而是一群人到電影院前才開始決定要看什麼。在欣嘉的分享以及研究者個人觀察中，都不乏這樣的發現：

我有一個朋友之前跟她男朋友約會，然後就是情人節吧，他們沒有訂票，然後他們走到華納，結果所有片全部賣完了，我覺得超扯，**所·有·片**（強調），沒有任何一部有位子，他們因為這樣所以才放棄，她也跟我說，她們跟那個賣票的人說，隨便給我一部片，隨便什麼都可以（欣嘉，2014）。

欣嘉認為，自己看電影完全不構成她是否要進電影院的障礙。「自己一個人去看電影還蠻好玩的」，她說，或許因為她覺得特定約朋友同進電影院是件麻煩的事，加上後來自己對電影題材的興趣愈來愈廣，後來也為了工作寫稿需求，演變到現在幾乎「每個禮拜都會看」。

進電影院看電影的意義何在？Hanich（2014）認為，這是由每個在場的觀眾基於同一個意圖—專注於現場唯一的客體—方能成立的集體性活動，即使觀眾各自有和電影文本對話的心理運作過程，但這個空間裡流動的情感仍是集體的，也讓透過電影院觀影的經驗不同於其他個人化的放映設備。在印度，看電影變成一種特殊的在地景觀，觀眾並非靜靜地待在椅子上欣賞，而是隨著電影叫喊、歌唱或舞動身體（陳啟健，2011；Srinivas, 2009）。觀眾進電影院看國片追求的不單是文本中描繪的集體記憶，也是專屬於此時此地（here and now）的共同經驗。這讓上電影院在家庭影音普及化的同時，對觀眾而言仍是特別的「儀式」。亞閒在回溯看電影的經驗時，就從小時候她和家人就常一起租 DVD 回家開始講起：

從什麼時候開始看電影？大概四歲吧（我大驚）。…就是每一個禮拜都硬要去挑一部這樣起來看。因為我覺得我還很小的時候，我們家就在看電影，對，然後而且是早在我上小學之前，根本就是在幼稚園的時候，對啊，然後家裡就會就是看爸媽的口味租電影回家，就不只是卡通，像《剪刀手愛德華》那種就也照看（亞閒，2014）。

儘管亞閒因此保有看電影的習慣，但她認為過去看電影純粹因為這是「消遣最好的方式」，而進電影院對她而言是「一筆開銷」，所以以前比較傾向透過租 DVD 或下載的方式觀賞。事實上，小時候被爸媽禁止看連續劇（尤其是國台語劇）、自認一直在當「好學生」的亞閒，過去很習慣沒什麼娛樂生活，因為「我

會覺得這一切就是課餘，就是可能不必要的東西，就不會向下去發展」；然而，她發現，無論是電影、唱歌這樣很大眾化的休閒，或是她稱之為「藝術」活動的看展覽，都是在和其他人交流時很重要的話題：

亞閒：我沒有遇過大家就是在聊一個很文青的事情，然後我在外面，可是我可能會覺得今天就是一個空空的，要跟你對話的時候，然後我也沒有話跟你聊這樣。就是一個很普遍、很普遍的話題，我都沒有。

（我：你覺得你自己很貧乏？）

亞閒：對對對，就是這樣，可是我不是因為這種被排擠的原因，我才想要進去這個圈子，我只是想要增加一點 general sense，可以增進（我：大眾文化）對對對。其實專業文化也 OK，可是你不要開口閉口都跟人家聊五月天這種（笑）。

「話題」不僅是亞閒的考量，也是其他受訪者在和朋友進電影院時其中一項選片依據，並且解釋了為何《海角七號》成為許多新一代觀眾看台灣電影的起點。

《海角七號》不但在 2000 年後慘澹的國片票房成績上異軍突起，成為近年台灣最賣座的華語電影，後續的研究及媒體報導裡，不少均以《海角七號》為分析對象，認為它是重新驅使業界投資國片的動力，並幫助台灣電影重新找回觀眾。即使是影展型觀眾，欣嘉也提到自己看《海角七號》的原因，是因為當時身為高中生的她想要「跟話題」：

國片如果又分成就是比較商業那種的話，應該是很早，大概高中就會看一些很商業的—《海角七號》那時候是高中吧？可是那時候其實看國片的原因就很單純，就只是因為新聞每天在報，大家都在講，然後好像那我們就約一下吧，這樣。然後比較藝術一點，像蔡明亮，老實說，我都是大學以後才看（欣嘉，2014）。

聯合報資深影劇記者項貽斐（財團法人國家電影資料館，2009）以「海角七號」為關鍵字，統計出該年自《海角七號》上映開始到年底，四大報當中報導數最少的是《蘋果日報》近 200 篇，而最多的則是《聯合報》700 多篇。儘管《海角七號》的成功有各種社會文化成因，但媒體很快在網路上嗅到《海角七號》的魅力，在上映第二週便開始大幅刊登相關消息，足見媒體在塑造大眾流行文化上產生的影響力。

在欣嘉的經驗裡，不僅可以得知本研究觀眾養成個人觀影片味的起點為大學

期間，另一個重點在於：她將國片分為「比較商業」和「比較藝術」的兩種，而後者以蔡明亮為例。事實上，「進電影院看電影」這個過程本身雖然具有社會性意義，但「一個人」或「一群人」的形式，又和欲收看的電影類型形成相互決定的情形。欣嘉表示，如果是自己一個人，完全不會有對劇情毫無概念，就跑去消費的經驗；反倒是和朋友聚會時，就會變成大家到了電影院前，再從備選名單中挑一部時間可以配合、眾人也都能接受的電影。通常在這樣的情況下，被選中的都是當下比較熱門的院線片，因為即使對該部電影不甚了解，但仍然可以乘「話題性」之便，獲得大家的同意或妥協。確實，若以好萊塢電影為國片的對照組，「揪團看電影」的結果以前者較容易出線，不過像《愛》、《KANO》跟《海角七號》等在假期、節日⁵當下具有話題性的國片也會成為眾人之選。相較之下，台灣觀眾對國片的接受度仍較有限。嘉柔在電影院工作時，公司曾推出國片套票，基於工作義務她必須告訴觀眾這個資訊，因此，她曾經被消費者拒絕，對方的理由就是「不看國片」。唯棟也曾提到，以前在電影院打工時，遇到必須一一向消費者介紹電影時，他會盡可能提出每部電影值得看的地方，「可是年輕人他們通常都會選擇好萊塢的片」。

好萊塢電影代表了一種同質化的全球性品味嗎？我們先擱置這個問題，待下個段落再詳細申論，然而，它確實讓 1980 年代出生的觀眾習於其代表的電影文化及敘事風格。就類型（genre）而言，它提供一種分析電影的架構，其概念源自於文學研究中的分類方式。它的成形則與好萊塢片廠制度息息相關。相較於作者論的分析架構，類型分析認知到電影和觀眾之間具有密切的關係，視類型為電影工業和觀眾之間交流後，產生製作慣例和敘事公式的產物，並形成一個具有回饋力的循環系統（Schatz, 1999／李亞梅譯，1999）。雖然類型不純粹建立在文本元素上，而是建築在媒體實踐、物質基礎共構的文化產物，且隨著時間不斷再定義（Altman, 1999; 轉引自 Kong, 2007），不過整體而言，我們歸納電影類型的標準，仍以好萊塢建立起的體系為參考依據。

因此，電影版的《犀利人妻》屬於愛情片，而愛情片就必須和伴侶約會時看。看過《犀利人妻》電影的受訪者，包含阿輝和阿傑，都是女友一起在電影院收看，這也影響了觀眾對於觀影經驗的評價。阿傑就講到，《犀利人妻》屬於「評價過高」的電影：

⁵ 《愛》於 2012 年 2 月 10 日上映，類型上剛好可配合情人節；《KANO》和《海角七號》則是過年和暑假尾聲，不但搭上長期檔期的尾班車，而且《KANO》第一次上映不久就是二二八連假，《海角七號》也遇到一次颱風假，對視看電影為休閒的多數觀眾而言，或多或少有加成作用。

進電影院看還不錯，可是在實際上你真的再看一次的時候，你會覺得其實蠻難看的啊，其實沒有很好看…因為女朋友在，就是你會覺得那種感覺…好，anyway（笑）（阿傑，2014）。

電影院黑暗的空間，讓觀眾的眼光得以專注於大螢幕上。儘管對電影文本的詮釋及隨之而來喜怒哀樂感受是個人化的，但觀影當下的時空環境仍是觀眾共同擁有的，形成了一種親近感。暫且不管電影故事的性質，套句阿輝的說法：一男一女去看電影這件事情，太被跟談戀愛連結在一起，在前女友成為「前女友」之前，他不曾自己一個人，或和其他異性一同看過電影。「看電影」這件事在他的經驗裡，就像是一個限於男女朋友之間的約會行程：

會吧，應該第一個很直截地會這麼想。感覺因為它是筆消費，然後又是一個…是說你會跟一群人去看電影，好像也無所謂吧其實？我覺得是台灣的那所謂的觀影的那個感覺沒有建立起來吧，其實看電影好像不是一個那麼平常、日常的事情。吃飯你會覺得有女朋友的人，你也會覺得他也可能跟一般朋友吃飯吧；可是看電影的話，如果說今天你有男朋友，或有女朋友了，然後你跟別人去看電影的時候，你就覺得…就可能問號會比較多一點這樣吧（阿輝，2014）。

那時候大概距離阿輝和前女友分手後半年多，因為看電影，所以他講到我很迴避觸碰、他也極少提起的前女友。相較於女性，男性在觀影作為一種社交活動上，似乎在選擇類型、決定同行夥伴，甚至情緒反應等面向上，都因性別而有較多包袱。阿輝曾經向我提過《藍色大門》裡，因為男主角張士豪喜歡的女生（孟克柔）原來也喜歡同性的橋段和過去自己的經驗重疊，導致他每看必哭，但因為大學期間和同學同住，所以他都會自己默默跑到頂樓。對他而言，要看哭戲，有時候自己進電影院可能好過找朋友一起。「哭我是控制不住，」他說「可能我現在狀態也適合一個人去看吧，可以好好哭一下」，那時我們聊到暑假上映的《生命中的美好缺憾》。

另外一點有趣的是，因為電影的社交功能太過鮮明，反而「獨自進電影院看電影」變成一件會特別記憶起，甚至值得「驕傲」的事。本研究的受訪觀眾大多有單獨進戲院的經驗，有些人的次數甚至大於和親友相約。為什麼一個人看電影？欣嘉說：「像有些就是一上就會覺得約也很麻煩啊，然後到時候約不到它就下片了，那就乾脆自己去看算了（笑）。」像她和小高、培、小徽，這樣會被稱為「影

展型」的觀眾，在他們的經驗裡，看國片就像跑影展或看非好萊塢電影一樣，都是可以一個人進行的事：

跟朋友因為買一送一吧，就跟朋友；可是如果是一些我有興趣的國片，或者是一些影展片，那種的我就會自己進戲院看（小高，2014）。

我自己去看的話都是跑影展，還有二輪片（培，2014）。

林雨澄（2005）在小眾電影觀眾的研究裡，提到小眾影迷喜歡獨自看電影的幾個原因，除了因為偏好和朋友不同、映演時間難以配合以外，也是想透過專屬於自己的感動，建立與眾不同的見解，最後一個原因，則是小眾影迷本身就比較不喜社交。

但國片觀眾是孤獨的嗎？由於研究者在選擇受訪者時，即避免傾向藝術電影的觀眾，因此，如前面所申論的，社交取向的電影活動在本研究受訪者的經驗中仍是成立的，即受訪者都有為了和朋友相聚選擇一起看商業電影的經驗，也就無法斷言看國片是一個人的事。至於會開始一個人看電影的契機因人而異，有像清流是不分片型，幾乎都是自己去電影院的觀眾；嘉柔則是在電影院打工之後，因為員工有免費看電影的福利，才會「有空就去看」，久而久之，當電影成為自己的興趣，且類型愈看愈多元、數量愈龐大以後，自己看電影也就不足為奇了。比較多的是像欣嘉這樣，在偶然的情況下才開啟這個機緣：

我第一次自己看的國片是《甜秘密》，然後後來好像就很多啊，後來後面就自己看很多。就好像其實對很多人來講，就是一個人看電影是一件很不可思議的事情，我的朋友圈裡面是沒有，但是我同事就其實就是蠻常的。我現在還可以自己看演唱會（欣嘉，2014）。

雖然受訪者和研究者都認為一個人看電影並不難，不過多少都曾有过被他人得知這樣的行徑後，驚呼「你居然可以自己看電影」的經歷。或許正因為如此，在回溯觀影經驗時，「開始自己進電影院」可以是一個特殊的回憶，甚至能構成一個指標：標示自己從此成為電影愛好者。而身為這樣的觀眾，也容易被貼上「文青」的標籤。

（二） 我不文青，只是個「一般觀眾」：定位「國片觀眾」及品味

這幾天有空就會去電影院晃晃，東南亞、百老匯跟絕色都有，有星期

五、六、日，也有平常日的晚上。唯一國片《行動代號》根本一片慘淡，看了這幾天只有一個人買票（未攜伴），大家都在《變形金剛》（不是說很爛！？）、《明日邊界》跟《馴龍高手》（好啦我也看了，後兩部還可以），而且不只是高中生、大學生一團一團人地進去，爸媽也帶著孩子來了（研究者筆記，2014.07.19）。

儘管研究者很少在聊天過程中關注這方面的討論，也並未在訪綱中列出相關問題，然而，小微、小高跟清流都談到關於「藝術片觀眾」、「文青」、「一般觀眾」等觀眾類別化—甚至階層化—的概念。身為表演工作者，小微在職業上已經是非常藝術取向的一群了，但他說曾經在金馬影展散場後，才發現自己連鎖平價時尚品牌的漫畫聯名 T-shirt 穿著其實有點「宅」，而且他的另外一項興趣—打電動，也讓他自認個人形象離文青其實還有點距離。

小微對文青的形象建立在外在打扮，但他也很難形容有哪些特質，只說「看了就知道」。「文青」對應到的全名究竟為何？羅悅全（2010）上溯文藝青年的概念至五四運動時期。1919 年之後，「文藝青年」一詞大量出現在文學刊物中，左傾文人高聲呼籲他們必須加入當代社會改革之列。爾後隨著國民黨戰敗撤退，文藝青年被收編至救國團，成為黨國戰鬥文藝政策下的一環。然而，今日台灣的「文藝青年」，形象更近於當代消費社會中的秀異並累積文化和經濟資本者，用以形容藉由外在特徵強調個人風格，但去政治、去歷史且自溺之人。對比過去文藝青年和知識連結、衝撞體制的形象，現代「文青」顯示了當代青年對現實社會的冷感與茫然，他們追求獨特，同時又嚐試在文化活動中尋找和自己擁有相似價值與實踐行動的群體（黃凱翎，2011）。

「沒有人會自認是文青啦！」（黃凱翎，2011）如前面所提及的，清流自認是一般觀眾—即使會蒐集票根、進電影院看遍所有評價不會太差的國片，還有，他幾乎都一個人看電影，但就因為他不像另外幾位受訪者會參加影展，所以他認為自己是「普通觀眾」；反之，會看影展片的就是「進階觀眾」。小高則和我說，他第一次點進我的 Facebook 時，就覺得我是「文藝少女」，因為除了電影以外，我也會發表、轉貼社會議題、音樂、文學的相關資訊；反之，他對藝文活動的涉獵雖然也包含小說和舞台劇，但周遭朋友（包含研究者在內）對他的印象就僅止於電影：

難免都會有人這樣講，說你都看一些…就會覺得說你是文青，看藝術

電影—其實一點也不藝術啊，對啊，沒有很藝術啊。我最常看的就是電影。大家知道我最多的也就是電影，他們會覺得說，喔，這個人很喜歡看電影，這個人他就是看電影，對，他就是會參加金馬影展那個人。因為他們一聽到這個活動，就會覺得說，欸！你要去當評審！你要去當評審！怎麼會！我就說沒有那麼誇張好不好！它那個活動名稱太正式了啦（小高，2014）。

小高指的是金馬獎「觀眾票選最佳影片獎」的活動。今年是他第三次參加活動。他的朋友，如同清流一樣，將「非一般觀眾」的標準建立在是否有在影展看電影的經驗上—儘管影展仍會播放未來有機會在商業電影院上映的電影。這種印象類推，和影展長期以來是非好萊塢電影流通管道有關。劉蔚然認為，國片和外語藝術電影的市場並不盡然重疊（毛雅芬，2008年5月7日），但90年代末期到2000年初期之間，楊德昌、侯孝賢等新電影一派的導演作品，確實在政府的支持下躍上國際影展舞台，無怪乎一直以來習於收看好萊塢電影、接受好萊塢敘事和類型元素的一般大眾，將影展觀眾視為「非一般觀眾」或「文青」。這個涉及觀影族群的類別化的過程，不單是一般大眾作用於影展觀眾，在我的受訪者中，屬於影展觀眾者也會反過來評論觀眾普遍的觀影品味：

其實不只是國片，觀眾不是只說看好萊塢，觀眾是很多時候連一些好萊塢的文藝片他也不看，觀眾看的口味其實很單一，就是英雄片，然後Marvel系列…大場面、爆破（欣嘉，2014）。

這並非單指國片與好萊塢電影之間的分野，「是片型的問題，就是觀眾只能接受某一類型的片型、某一類型的敘事方式」。自1986年外片進口配額及2001年外國電影拷貝數等規定取消後，政策法規上對外國電影的限制已幾近完全開放；此外，片商和連鎖影城把持映演通路，也影響了台灣電影的生存空間。就生產面來看，如同前面提及的，類型電影與好萊塢片廠制度息息相關，李達義認為，類型是經過縝密商業考量的產物，不僅需要有一定的工業基礎，也透過圖像、衝突和二元對立三個層次掌握觀眾的眼光（財團法人國家電影資料館，2009）。

國片的映演和生產條件強化了觀眾的類別化，我的受訪者們也成為觀眾光譜不同於一般大眾的一群。儘管本研究並未聚焦非主流影片的觀眾，以期找出趨向大眾電影的觀眾，然而，研究者所接觸的觀眾背景仍多少涉及人文社會或影視傳播範疇。其中包含中文系畢業，目前就讀傳播所的研究生培，就我所知，她喜歡

的導演有柯恩兄弟、昆汀塔倫提諾，反而在她的消費實踐中，國片還是屬於少數；小徽以前雖然是資訊工程師，但因為從小就對表演很有興趣，於是轉行當演員，也慢慢喜歡上看電影；作為受訪者當中唯一一位私立科大的畢業生，本科系的唯棟在學生時期就有拍片的經驗。換言之，就算研究者以在主流商業院線票房破億的國片作為抽樣標準之一，但無論是完全陌生、循線而來的，或者研究者透過人際網絡尋找的受訪者，這群願意消費國片，而且量上多於一般大眾的人，對於（否則又怎會接受訪問？）。

如果擺在 Abercrombie & Longhurst(1998)觀眾連續體的光譜上，這群受訪者是迷。延續 Abercrombie & Longhurst 的觀點，他們認為熱愛者（Cult）反而較近於其他研究裡對於迷特質的描述。在本研究裡，這群觀眾比較像“fan”：大量使用文本，有些也追求特定的明星－無論是導演、演員或電影從業人員，但不屬於任何迷組織。重要的是，他們表現了個人觀賞電影的品味，並且延伸到電影觀賞之外的實踐行動。

1. 蒐藏「觀賞電影的感動」

作為一群有「獨特品味」的國片觀眾，他們喜歡「蒐藏」與「紀錄」。這裡的蒐藏不單是指實體物品的蒐藏，還包含蒐藏「觀賞電影的感覺」。例如小高和唯棟，他們都是不寫影評，而採用「紀錄」的做法將看過的電影海報蒐集起來，再上傳到個人的 Facebook 相簿並留下簡單幾句觀後感。而對於最勤於筆耕的小徽來講，文字是用來記錄自己看電影的心情，而不重在和別人分享：

就是寫在 Facebook 網路上面啊，可是也沒有到影評程度，就是大家看完電影不是都會說好不好看，就是哪裡好看、哪裡不好，就是大概這樣子吧。我其實寫這些東西不見得是看國片才會寫，像我前陣子金馬影展的時候幾乎每部都有寫，就還蠻累的。其實就看那部片給了你什麼，就是你如果收到很多東西的話，就會寫得特別長，你沒有規定說一定要寫的很多或很少，然後有一定要講它很好或是講它不好，反正就是我看到什麼就寫什麼，然後我不會去想說客不客觀什麼的，那就是我自己想要去寫出來的東西。像這陣子，這陣子我看了《太平輪》就寫得沒有這麼長，而且都在罵它，就是那個製作瑕疵什麼的，就是反正看最後你感覺到什麼，而且也不一定說一部片子你很喜歡就會寫特別多，像《星際效應》我就寫很少，可是就是那些東西已經不用寫

給別人看了，就是自己留著，自己有收到那份感動就好，就是放在心裡（小徽，2014）。

在第三章開列的觀影實踐中，「曾為國片撰寫映後心得」是最多受訪者反映他們曾經從事的實踐活動。事實上，在書寫篩選條件時，研究者最終選擇避開「影評」，而是以「映後心得」說明在觀賞電影後的文字書寫活動，就是為了避免退卻潛在的受訪者。影評的權威性，建立於過去媒體篇幅有限的時代裡，它讓佔有媒體論述優勢的影評人得以文化菁英的形象現身，科技物質條件的缺乏，也讓影評人在觀影時效上具有優勢，他的文字就能成為觀眾的指標。進入數位時代以後，因為人人都可以創作影評，「影評人」作為一個象徵身份的價值衰退了（林昱，2013）。林昱認為，目前在台灣較常見，也較常以「影評人」身分活動的，多為不見得受過專業電影學術訓練，或擁有新聞界寫作經驗的人，他們改以自行研究或參加社團討論建立個人觀點與評論，對電影知識則更多來自廣泛的人文社會學門及大眾媒體。從這種背景崛起的，稱為「影迷典範影評人」。

然而，即使破除了影評的迷思，受訪者還是給予評論別於其他文型的份量。小高比較了影評和感想的差異，認為差別在於文章是否純粹為情感上的抒發，以及是否以分析式的筆法論及電影全面性的表現：

評論你針對的是電影元素中所有組成的元素去做的分析，還有一些評斷文字；那感想其實比較像是你自己對這個電影自己內心的情感上的感受：你喜不喜歡，或者是你覺得這個故事感人或不感人，或者是有沒有帶給你什麼內心的感受這些東西。評論你就會去看到這個電影它拍得好不好啊，演員的表現好不好啊，劇本對於這個主題的詮釋或者是編寫上其實有甚麼問題啊，就會看到這個東西。不但如此，你必須具備一些對電影的背景知識，而且你必須也看一定程度以上的電影，你要去比較，你要去知道說這個電影的劇本哪裡出了問題。如果你沒有看過夠多經典電影，或者是類型電影，你不會知道這個電影哪裡出了問題（小高，2014）。

在所有擁有書寫經驗的受訪者當中，沒有人認為自己寫的文字已經達到影評的程度，至多就是觀後感或「心得文」的等級。因此，在書寫上，他們實踐的是自己作為電影愛好者，也就是影癡的身份。相較於專業或業餘影評人具備文化中介（cultural intermediary）者的身份，透過書寫獲得個人象徵資本，並以此交換

經濟資本，影癡追求的重點不是實體電影，而是擁有看電影、受到電影啟發的體驗，這當中也包含了關於電影的評論和對話（Desser, 2006）。本研究受訪者身為觀眾，在書寫和觀賞國片的過程中獲得了貼近藝文活動的形象，但他們並未以此交換經濟資本，只是透過這樣的行動滿足個人紀錄的需求。

因此，也有受訪者試圖打破影評的權威性，一方面強調重點就不在於文字純屬心得文或達影評程度，端看文章的內容決定其優劣。培就說自己「不太喜歡以什麼「評」去講這些東西」，因為只要「它言之有物，我就會想看」。另一方面，對於本研究裡已建立起個人觀影片味的觀眾而言，評論的好壞也不完全左右他們對電影的評價及進場與否。像唯棟這樣勇於嘗試各種國片的觀眾，甚至覺得「你都花錢了，就只好來學點東西吧，或是至少去挖掘它值得的地方吧，沒錯，就是從中去學習它不好的地方」。曾在電影院打工、擅於和他人介紹電影的唯棟，在他紀錄觀影軌跡的電影海報相簿中，也包含了她個人對電影的星等評價，久而久之，這也成為身邊朋友進電影院的參考。

然而，Sontage 認為，活躍於 1960 到 1970 年代中期的影癡們，將隨著產業導向的電影數量愈來愈多、超越藝術電影而死亡（Desser, 2006）。本研究裡的觀眾不盡然是和藝術電影緊緊相連的影癡，而且都有收看好萊塢電影，以及流通於全球市場的華語電影的經歷。研究者發現，好萊塢和華語電影並未養成這群觀眾過於單調的電影消費圖像，反而讓他們擁有不同於一般消費者的電影鑑賞力。

2. 從類型到導演：建立在好萊塢電影或非國片上的品味

前一個小節裡，研究者曾引用宋伯對《賽德克·巴萊》的感想，他以《魔戒》作為比較基準，認為同樣打出史詩片的名號，《賽德克·巴萊》的成果難以跟好萊塢電影比擬。宋伯的例子正說明好萊塢電影滿足了觀眾對於電影在技術、消費以及休閒體驗的渴望。消費好萊塢電影的經驗，不但讓台灣觀眾熟悉包藏在好萊塢體系中，以美式文化為中心的價值，更讓觀眾將好萊塢電影視為國片參照的對象之一（游上民，2008）。

例如亞閒，在她表示願意成為受訪者時，其實讓研究者頗感驚訝，因為在我的印象裡，她是英文好、也熟悉美式文化的那種學生。她在講到小時候和家人看電影的經驗時，就提到爸媽完全不願意收看或租借華語電影的事：

要是還留在電視機前面的話，就是都會轉到電影台，就不會是其他什

麼綜藝節目，就都是轉電影台全家看電影。可是那時候真的都是看西片啦，可能看到那個中國或港片的話，我爸媽就會叫我轉走。所以就是真的對港片然後華片就是那個接受度不高（亞閒，2014）。

亞閒是所有受訪者裡最接近「一般消費者」的，她說，自己以前不常進電影院，但把看電影當消遣的她，片源「就是下載啊，學長、學弟啊（笑），或者是男朋友啊，或者是租片行這樣子」。直到後來爸媽看了《海角七號》以後，她和家人才開始加入國片消費行列。談到國片，她曾經比較自己最喜歡的電影《愛是您，愛是我》和鈕承澤的《愛》：

我看到《愛》我不行欸，我覺得《愛》非常難看，因為我最喜歡的一部電影就是這種方式：《愛是您·愛是我》，英國的，就是 *Love Actually*... 我本來個人就很喜歡這種架構，就是很驚訝發現大家原來這麼近這樣，就是每一個人都是這樣子。然後我就是一開始我看到那個《愛》這一部一開始設定的時候，我會有這種感覺，可是最後結局或者是中到後的時候，我就無法。它最後結局的時候，我會覺得「就這樣就結局了！」這種感覺（亞閒，2014）。

和宋伯一樣，自小看慣好萊塢電影的亞閒，同樣以其為基準，從類型的角度比較台灣電影的表現。在電影史上，類型電影與古典好萊塢的片廠制度息息相關。當時基於經濟因素，片廠一方面在製作環節上標準化；另一方面極力吸引觀眾，將觀眾對電影文本反應良好的部分慣例化（Schatz, 1999；李亞梅譯，1999）。排除技術上的因素，雖然兩人並沒有特別喜歡的電影類型，也並未深入比較類型元素，但國片單是劇情就無法讓他們滿意。李達義（財團法人國家電影資料館，2009）認為，類型有其故事元素，例如衝突、二元對立的世界觀，這都是經過精密的商業及人文計算而來的。因此，一直以來沒有落實真正片廠制度的台灣，不曾建立起完整的電影商業體制，導致國片無法以類型電影觸及更多觀眾，在商業市場上一舉突破。愛情片或可就此修正，需要強力技術支持的史詩電影恐怕還有更多努力空間。

值得注意的是，類型不單純建立在文本元素上，而是更貼近由媒體實踐、物質基礎所構成的文化產物，且隨著時間不斷再定義（Altman, 1999；轉引自 Kong, 2007）。因此，類型電影雖然根源於好萊塢體系，但不同地區依然有發展在地類型電影的可能性。如果就票房表現探討國片類型化的可能，則以溫馨、感動為電

影基調、本土人物及故事為素材的賀歲喜劇是最接近類型的國片。

然而，近五年台灣的賀歲喜劇雖然獲得商業利潤，但多數的受訪者並未給予太多好評，至多是持平的態度。例如講到《大稻埕》，題材上，這部電影選擇以台灣史為題，並集合具有票房號召力的演員，應該很能感動觀眾，像阿輝就覺得《大稻埕》「沒那麼糟」，但呈現出來的結果卻令人感到可惜。阿輝認為，這部電影雖然有好的題材跟構想，但導演「試圖什麼都想沾一點邊」，故事處理也「不夠細緻」，觀眾因此無法買帳似乎也是可預期的。

作為最接近類型的賀歲喜劇，觀眾的觀感也僅只於此，足見國片就質量上而言，尚不足以撐起電影愛好者對於類型電影的想像。而受訪者當中唯一表示有偏好類型的小高，就對片單中幾部賣座的賀歲喜劇故事題材完全沒有興趣，甚至覺得「《雞排英雄》或《大尾鱸鰻》這種賀歲搞笑片，我覺得我寧願去看一些小清新的，我也不想看」；反倒是他最有興趣的犯罪懸疑片，卻因為近年台灣在該類型的表現上乏善可陳，僅能透過好萊塢、香港或韓國電影滿足。透過他對其中幾部韓片的形容，就可以感受小高對於犯罪類型片的投入，以及韓片在掌握類型元素的成功之處：

像那時候因為我看了《殺人回憶》，太經典了，就覺得拍得非～常得好！還有《老男孩》，經典，那個很經典。因為那部片讓他在國際揚名啊，就是朴贊郁啊，《老男孩》真的很好看。其實韓國拍那個犯罪電影他們處理得很精采—《追擊者》，《追擊者》也非常好看。他們就很能夠掌握類型的元素給觀眾很多壓迫感，拍得很到位。所以其實雖然這些電影不見得說有什麼大道理，或者是深刻的意涵在裡面，可是你看了之後，你就會覺得很緊張、很害怕，感受性很強。像《殺人回憶》最後那個 DNA 判定出來的時候，（我：嗯嗯嗯）一整個也是很激動啊，怎麼可能！告訴我這驗錯了！重驗！（小高，2014）。

另一種國片以外的消費實踐，則涉及了電影界的大師，也就是循作者電影的系譜看電影。「作者電影」的概念由楚浮在法國電影評論雜誌《電影筆記》中被提出，它確立了電影的藝術地位，並將電影視為作者個人意識型態的表達（張世倫，2001）。張世倫認為，在所謂的「藝術電影」範疇內，盛行作者論的原因之一，在於作者成為個別作品的品牌，有利於從缺乏細部分類的「藝術電影」中凸顯。以小高為例，除了他最喜歡的好萊塢導演大衛芬奇以外，他也會注意具個人

創作風格華語導演。在談到看蔡明亮的《郊遊》時，研究者曾說這是一部「要跳進去有點困難」的電影，小高一聽，馬上就說蔡明亮的作品「可以這樣看」：

蛤～你第一部不能挑戰《郊遊》，很辛苦。可是《郊遊》我自己是覺得它畫面蠻有張力的，而且蔡明亮一直都很會運用空間啊，他對空間的掌握感一直都是很強很強很強。蔡明亮你還是從他早期的《愛情萬歲》、《青少年哪吒》什麼的，雖然說有一點點灰暗，可是至少比較容易進去那個故事。或像《不散》啊，《不散》也是備受好評（小高，2014）。

循作者系譜看電影的，以影展型觀眾較為明顯。在我和欣嘉接觸的經驗裡，她也常常以作者為例說明自己看電影的喜好，例如前面提到的賈樟柯，或者同屬於中國獨立製片的創作者婁燁；在我講到自己喜歡的短片－陳芯宜的《豬》一時，她也能夠很快地建議我觀賞同一名導演的其他作品：《流浪神狗人》，這部片剛好有她喜歡的電影作品導演－樓一安的《廢物》－參與編劇。

或許正是因為台灣向來以導演為電影製作核心，近幾年才開始嘗試製片導向，後海角時代裡也有一些獲得票房或藝術評鑑機制肯定的台灣導演。暫且不提已具高知名度的魏德聖，這裡我以張榮吉為例。在《共犯》上映之前，欣嘉和培都表示對這部電影頗為期待，不只因為導演的前一部劇情長片《逆光飛翔》在票房和金馬獎上都有所斬獲，也因為《共犯》「是一個跟《逆光飛翔》完全不一樣的東西」。對於渴望類型多樣化的電影愛好者們而言，這會是一部值得期待的作品。

然而，國片依賴輔導金為最大資源挹注，缺乏健全投資環境的結果，就是台灣導演大多欠缺足夠質量的劇情長片作品讓觀眾從中尋找經典及明確的拍攝風格。因此，身為電影愛好者，受訪者們會向外尋找其他稱得上大師級的導演，華語界包含侯孝賢、王家衛、楊德昌等人，他們不僅具有明星般的地位足以吸引影迷朝聖，也讓觀眾們以其為觀賞其他台灣電影時比較的標準。例如阿傑提到大學看了侯孝賢的《悲情城市》後，對這部涉及二二八歷史的作品印象深刻，因此在談論鈕承澤的《軍中樂園》時，就認為該片「有侯孝賢的影子」。

在此，研究者先總結這個段落關於「國片觀眾」及其品味的討論。無論觀眾的心態是基於不想被歸為異己（迷），或自認無法「高攀」文藝青年的形象，這群受訪者都不傾向界定自己為更上一層的电影觀眾，頂多認為自己是「喜歡看電影的人」。不過，他們同時也否認自己屬於「國片觀眾」，而比較像是「願意給國片機會」的人。觀影作為一件個人化的生活實踐，「國片觀眾」並不以一個群體

的形式存在，而是散落在各處。不過，若基於他們的個人化的品味，說這群看國片的觀眾是「非一般觀眾」或歸類到「文青」之列，那將會忽略觀眾們遊走在好萊塢和華語、華語和國片、藝術和商業等不同軸線上的流動性。

再者，台灣電影不夠成熟的工業遇上他們多元的觀影經驗，終究無法滿足觀眾對電影的期待，以至於他們的實踐行動和品味有一大部份係建築在好萊塢電影、華語電影，甚至延伸到外語電影之上。本小節分別從類型和導演兩個電影研究常見的分析架構談論起，研究者以為，觀眾們對類型的認識主要來自好萊塢電影，而追尋導演者則華語和外語皆有之。這些觀影經驗固然養成起他們的看電影的品味，成為他們品評國片的養分，但他們也並未因此不再收看台灣電影，反而如同下一章將提到的，仍對國片懷有一定的情感。透過大量而多元的觀影經驗，這群觀眾建立了自己鑑賞電影的方式和對電影產業的了解，因而敢於嘗試包含國片在內不同於好萊塢的電影。這並非成就他們文化菁英的地位，反而讓他們對電影題材、技法、敘事和導演風格產生更大的包容力，以及對台灣電影及電影產業更鮮明的想像。

伍、我所想像的「國片」

本研究不直接定義何謂「國片」，而是將「國片」本身問題化。在第二章裡，研究者已經先爬梳國片的歷史，藉此了解國片一詞的發展及其中有關「國」的曖昧，接下來，我將透過觀眾的感知呈現在台灣談論「國」的困難及複雜性。研究者嘗試進行的，即是透過當代台灣年輕觀眾的「國片」消費實踐，了解他們想像的「國片」及實踐背後的意涵。

一、「國片」即「台灣電影」？

欣嘉：我爸要怎麼形容…他是一個民族主義蠻重的人，所以他會覺得像他選《賽德克·巴萊》好了，或《KANO》，他會覺得這就是一個很有台灣味的東西，然後他就會很想看，他覺得是一種台灣精神的東西，都是他自己主動跟我說很想看，然後我才跑去看。

（我：你爸是外省人嗎？）

欣嘉：不是，他是…台灣人。

在「國片」之外，又出現了另一個泛指「來自台灣的作品」的名稱—台灣電影。但書寫台灣電影並非易事，Berry(2009)指出，單是決定要使用”Taiwan cinema”或”Taiwanese cinema”就令人困擾，因為”Taiwan”可以純粹指地理實體，但”Taiwanese”還有「本省閩南人」—一個別於外省人、原住民及客家人的存在—的意思。當時和欣嘉的這段對話，就讓我發現她對於該如何稱呼到父親的身分而稍有遲疑。她並未選擇我們從小學習的四大族群中的「本省人」名稱，而是直接以「台灣人」稱之，因為她認為相較於父母出生的四、五零年代，三十歲以下的人其實已經不太有本省或外省的意識了，「頂多就問你是台北人還高雄人」：

「台灣」這個概念我覺得已經變得很明確，就不需要…像我爸他們，我有時候會覺得說，他們會想要那麼區分什麼外省、本省什麼，是因為他們沒有辦法明確地界定出台灣整個那個概念，但我覺得台灣年輕一點的人已經沒有這個問題了（欣嘉，2014）。

儘管中華民國政府具實質管轄權的地區—主要為台灣、澎湖、金門及馬祖—是否獨立構成一個國家仍有不同見解，但台灣人的政治認同確實隨著兩岸的政治實情而逐步改變。根據政治大學自1992年起每年進行的「臺灣民眾臺灣人/中國人認同趨勢分佈」調查顯示，過往大多數民眾認同自己是中國也是台灣人，認同

自己是中國人的也大於自認是台灣人的；經歷 96 年首次總民選之後，97 年後自我認同為台灣人比例大幅攀升，而自認為中國人的百分比則逐年下降；直到 2008 年以後，認同自己是臺灣人者已超越雙重認同，在 2014 年更一舉突破六成（國立政治大學選舉研究中心，2014）。

過往由官方自上而下加諸在電影工業中的國族主義，因為電影取材及觀影經驗的多樣化，已經不再對觀眾具有強而有力的作用。但我們能因此說「國片」就等同於「台灣電影」，或後者已經全然取代前者了嗎？在此，研究者先以阿輝的分類方式做個開端。他承襲過去對「台灣電影新浪潮」的印象，將新浪潮一派的導演作品歸類到「台灣電影」；反之，活躍於差不多時期的軍教片稱為「國片」：

阿輝：像侯孝賢的電影，我蠻直截地就會認為用「台灣電影」來說它是很自然的。…然後軍教片，你說它是台灣電影，好像也是 OK 啊，可是在情感上，我就會覺得它·就·是·「國·片」。

（我：我覺得奇妙就是你剛剛舉的這兩個例子，因為在時代上它們是接近的。）

阿輝：因為「台灣電影新浪潮」這個感覺從楊德昌下來，我覺得好像蠻容易聽到的，所以好像很自然對我而言，它就是台灣電影、台灣電影、…台灣電影新浪潮、…因為它就是講述這塊土地上發生了什麼事情，講述這塊土地上的人。侯孝賢的《童年往事》講他在眷村裡的故事，它就是一個在台灣這塊土地上的事情。啊可是你像軍教片也是發生在台灣這塊土地上的事啊，可是它是一個整體背後價值觀如此不同啦，我不知道怎麼去說。

從稱呼為「國片」到「台灣電影」，阿輝的分類方式，及他對於新電影的偏好，說明了觀眾對於各別名稱背後象徵價值的認可。新電影在台灣電影史的成就，在於其拋棄 1970 年代末期商業電影逃避式的虛構故事，轉向關注當下台灣庶民生活的真實面貌。自傳式的《童年往事》以侯孝賢的家族故事為背景，雖然這是和許多當代年輕人迥異的眷村生活，但劇中人物同樣是在台灣生活—而且這群平凡的外省移民既不容於本省人，也遠離權力核心存在（Yip, 2004 / 黃宛瑜譯，2011）。身為成長於 1980 年代以後的觀眾，我們相形自然地接受了台灣一詞，但並非以斷裂式的形式出現，完全拋棄 1980 年代以前的政治意識形態。如同上述的政治認同趨勢分佈，這是一個持續演進和發展的過程。

陳偉婷（2009）在探討「台灣感」時，將台灣人對台灣的感受認為是對所生活的土地的感情。相較於二十年前在談論「台灣」時多從國家政治的角度思考，並且往往被認定立場是基進的，隨著政治民主化和教育改革本土化，整體社會風氣已趨向自由化，與過去戒嚴時期大相逕庭。對於台灣，青年世代的人們也更具有認同和歸屬感。惟這樣的情緒難以表達，也不必然要建構複雜的國家論述，反倒像是與生俱來就存在的情感。

觀眾對「台灣」的情感及「台灣意識」，甚至在看完電影後進一步落實到其他行動上：

亞閒：我會想要去認識台灣，然後也會想要去認識台灣的歷史。什麼片子呢？嗯…我就不曉得那個《不老騎士》到底是在我們環島前還環島後？可是我就會覺得我會被台灣的電影影響到，我會比較想要走訪這個…就是坐火車啊，或什麼之類的，就是看一下我們的土地這樣。

（我：你覺得你是一個崇洋媚外的人嗎？曾經？）

亞閒：曾經超·級；現在去過之後會覺得有什麼高級這樣。

曾有在歐洲當半年交換學生的亞閒這麼說，異地經驗讓她對於「台灣」有更正向的感覺。這樣的情緒落實在現代觀眾的身上，是「國片」或「台灣電影」就變得不重要—或者說「國片」的「國」就理所當然地等於「台灣」，沒有必要刻意界定或強調：

看電影也是啊，就是不需要特意強調這是「台灣電影」，反正它就是國片啊，沒有什麼好台灣電影不台灣，就是國片。像我爸以前就會說，這是香港片，然後這不是國片，就是不需要一直強調（欣嘉，2014）。

套用欣嘉的看法，新一代的台灣觀眾是更「沒有包袱」的—沒有傳統台灣政治套用的意識形態，也不太會區分「我者」與「他者」，要稱自己看的是「國片」或「台灣電影」都沒關係。向來被指責對於政治—這裡尤指在台灣的統獨與政黨議題—相對冷感的年輕世代，不如說他們已經內化政治於日常生活中，選擇以「遊戲」的狀態面對嚴肅的政治議題（郭力昕，2014年5月1日）。

看電影在此成為觀眾能以輕鬆態度認識台灣的管道。但觀眾所認可的台灣為何？研究者以為，Wang（2012）的文章說明了觀眾想像中的台灣電影文化應有的面貌。該文作者分別檢視了《海角七號》的文本內容（文化）及生產環境（經

濟)。首先，在經濟層面，作者認為《海角七號》突出的票房紀錄為解嚴後擱置國家主權議題，轉向追求經濟發展的台灣創造了一幅「國片在全球流行文化中勝利」的圖像，促使電影工作者、評論者與學界要求政府投入國內電影產業；就文本內容而言，《海角七號》將坐落在南台灣、背景迥異的主角群，與過往日本殖民時期下無疾而終的台日戀曲結合，為後殖民時代的台灣再造新的混雜認同，而這股包容島內不同族群，並呼應全球主流的多元文化主義的認同力量既在地又國際，形成了新的台灣性。Wang 認為，《海角七號》創造的台灣性能夠商品化，讓當代的國家議題變得「軟性」而能消費。

這樣的策略，被持續用於《海角七號》之後的台灣電影裡。觀眾一方面想要在電影中「看見」臺灣，票房的結果顯示了鮮明的在地元素最能引起大眾的共鳴；另一方面，觀眾也注意到了台灣電影要在受好萊塢壟斷的國內市場回收成本是困難的，因此也期待台片能外銷海外市場。然而，台灣電影中的「在地」是否造成台灣電影外銷上的障礙？在第二小節裡，我想先談談觀眾眼中的「在地」。

二、 既熟悉又陌生的「在地」

那個就是看我自己拿捏啦，要是看是覺得…怎麼講，導演啊，或是演員啊，或是團隊啊，那個它給我的感覺，它是怎麼講…是台灣的還中國的。我覺得如果它可以讓我覺得有國片的感覺的話，我就會去看。當然現在合拍片那種愈來愈多了啦，可能也沒有辦法那個一刀兩斷要去切得很開，這就看感覺（清流，2014）。

儘管「感覺像國片」主要只影響像清流這類型的觀眾，不構成其他受訪者消費選擇時重要的決策因素，但有熟悉感的電影，確實容易引起觀眾的共鳴，也會讓觀眾更認同其屬於「國片」，促使他們更願意進電影院。

然而，身為唯一一位「進電影院只看國片」的受訪者，清流判斷「國片」的依據竟是純粹「看感覺」。要細究他的「感覺」所指為何，他本人雖然有幾個參考的依據，但也認為很難透過量化的方式說出個所以然：

培：演員和場景主要是台灣人或講華語的吧？

清流：基本上是這樣沒錯，但是偶爾也會例外…好像《寶島雙雄》，那

部我那時候就把它歸類在不是國片，所以我就沒有去看。因為你要我一個一個講出一個具體的說怎麼樣才叫國片的話，國片其實在現在這個時代來講愈來愈難那個準確表達出來，我覺得。所以呢，這是怎麼講，看感覺。我覺得場景在哪可能佔了比較大的，然後再來可能才是演員跟導演，對。像可能《痞子英雄》嘛，《痞子英雄》現在也很多找黃渤啊，找那些人啊來演，但是在即使新上映的這個《痞子英雄》，在我的理解內，我還是覺得它可以算在我的國片裡面。那至於《小時代》那種就算了，哈哈。那如果要把這個定義寬鬆一點地講的話，我覺得至少要有大部分的場景要在台灣，然後至少男主角、女主角其中一定要有一個台灣，然後或者導演是台灣人，這三個裡面我覺得至少要有兩個吧—怎麼這樣量化起來覺得好像怪怪的（培笑）。

有趣的是，在清流舉的例子當中，無論就類型、合作模式，甚至角色設定上，《寶島雙雄》和《痞子英雄首部曲：全面開戰》都有相似之處：一樣都是加入喜劇元素的動作片；兩位主角分別來自中國和台灣（房祖名算是半個台灣人），個性上一人躁進、另一人散漫；同樣都是台灣導演執導，兩岸出資，銷售市場兼顧兩地，但以中國為主要市場的《寶島雙雄》票房在兩岸均遠不及《痞子英雄》。挾著電視版成功的基礎，《痞子英雄首部曲：全面開戰》在缺少幾位電視版要角—「痞子」周渝民和女主角陳意涵、張鈞甯—的情況下仍然保有基本盤。導演蔡岳勳延續電視版捷運劫車、港邊餐廳爆破等大製作場面，在電影版裡上演港邊槍戰、飛機墜毀橋段，《痞子英雄》呈現出既現代又氣派的「海港城」，而這正是觀眾熟悉但不曾見過的高雄。

由於經歷了大量電影作品的洗禮，多數的受訪者們可以輕易地講出「國片」跟中、港電影的差異，所以即便是大量在台灣取景、由台灣演員主演的華語電影，受訪者們依舊明確地表示那並非台灣電影的調性。研究者發現，以商業市場為導向的華語合製片並非本研究受訪者關注的對象，而且這樣的情況在前一章區分的三種觀眾身上都能看見。如 2013 年相當賣座的《被偷走的那五年》，宋伯就因為看了這部作品，而對合製電影卻步，欣嘉更是直說自己對合製片是「會看，但是我不喜歡」，因為受國家介入甚深的中國電影讓她覺得「很商業」。

隨著愈來愈多共掛中、港、台三地為出品國的作品產生，也就說明了要找到資金、拍攝人力、場景、後製全權由台灣負責的「國產」電影已經愈來愈難。我是在訪問的中段才開始和受訪者們討論定義國片的問題，在此之前，少有人質疑

或對此提出疑問。我採取的方法是先問受訪者所認為的「國片」是什麼，通常受訪者會因此停頓、思考，然後丟出類似「這很難定義」的回答；接著，我會再進一步提出幾個票房較佳的電影實例，像鈕承澤的《愛》、香港導演黃真真的《被偷走的那五年》、蔡岳勳的《痞子英雄》等，供受訪者參考：

欣嘉：因為像你說，像《愛》，或是《被偷走的那五年》，這種很難歸類，對。我那時候一直說《被偷走的那五年》，因為大家一直說它是國片，我就一直覺得很怪，因為它導演又不是台灣，然後覺得叫它台灣…叫國片很怪。

（我：可是它除了女主角跟導演以外，幾乎都是台灣的。）

欣嘉：對啊，可是它整個調調就是都不是台灣調調。我就覺得很怪。

欣嘉以導演為主要參考，而清流則優先看場景和演員，這都是可以在〈國產電影片本國電影片及外國電影片之認定基準〉找到的標準。然而，面對像趙德胤、何蔚庭這類歸化台灣籍的導演時，觀眾仍然會感到疑惑。以趙德胤為例，他的作品多數不在台灣取景，同樣關注創作取向電影的小高比較兩部趙德胤的作品後，認為「《海上皇宮》可以說是台灣短片，這個沒有問題，因為在台灣（拍攝）；可是《冰毒》為什麼要叫台灣電影？」趙德胤認為，《冰毒》講述的全球化世界下地方面臨的危機，但對台灣觀眾而言，無論在故事、演員、口白，甚至極度寫實的拍攝手法上，《冰毒》都採用了觀眾不熟悉的元素；反之，《台北星期天》因為描述在台移工的生活，設定上仍坐落在現代台灣，受訪者都沒有太多討論。

跳脫法規上的標準，我想討論的是欣嘉在這裡講的「調調」，和清流提出的「熟悉感」。這兩者都說明了看電影是感受性的活動。相較同屬華人文化的中國或香港，觀眾更容易在台灣電影中從任一層面找到和自己的歸屬，也就更容易對台片「有感」。

（一） 誰才是「國語」？台灣電影中的語言爭議

怎樣讓觀眾在電影中找到認同感？最常見的手法是參雜可見的在地元素，如近年大量使用閩南語的幾部賀歲喜劇片。2013年春節賀歲電影《大尾鱸鰻》的預告中，豬哥亮大喊「冰的啦」卻被誤認成台語的「翻桌啦」開啟劇情，便樹立了本片以各種國語、台語，甚至英語之間的雙關和諧音創作效果的基調。導演邱瓌寬認為，電影忠實呈現了基層小人物的心聲和語言，反映台灣社會從農業時代至今的轉變，更吸引了平常不看電影的老年人進戲院（黃識軒、黃嘉平，2013

年 2 月 9 日；張士達，2013 年 2 月 2 日，2013 年 3 月 2 日）。曾在火車站附近連鎖影城打工的唯棟，就表示《大尾鱸鰻》上映期間是他打工時最忙碌的一段日子，不只電影開演四個小時前買票已經太晚，預售票也銷得很快，即便剩下的位子都是視野不太好的前三排座位，《大尾鱸鰻》在過年期間依然場場爆滿。

在探討國家電影時，Anderson（1991/ 吳叡人譯，1999）「想像的共同體」的概念時常被用來作為討論基礎。Anderson 認為，語言是生成和散布民族主義的要素之一，有助於統一國家，並建立國家內部的普遍性。由於語言的根源難以考證，它是每個人無可選擇的選擇，因而容易感召個人對群體先天的情感和使命。它不僅是政府用以塑造國家認同的工具之一，也是辨認文化差異最顯著的特徵。Lu&Yeh（2005）將華語電影中語言對民族國家、認同形塑的功能分出三種形式：

- (1) 與國家領土連結一致，且很有可能服務國家利益，或者反過來有批判的用途；
- (2) 在國家的層次之下增強地區主義的感覺，構連與民族國家之間的矛盾關係；
- (3) 在國家的層次之外創造去疆界的流動認同。說什麼語言就成為受訪者欣嘉在判斷電影作品是否屬於國片時最初的判斷基準：

小時候國片只要是講國語的，然後黃種人就應該算是國片，就小時候不懂的時候，我啦。因為電影台就覺得我們都叫它國片台啊，所以它只要是講國語的就應該是國片。是長大以後才知道說，其實可能它應該是香港導演拍的、大陸導演拍的，然後資金啊什麼的（欣嘉，2014）。

台灣電視台以國語為香港電影配音，即為國民黨政府在台灣戒嚴時期語言政策的產物。1945 年以前，屬於日本殖民地的台灣曾以日語作為官方行政語言，排斥台語在公共場合使用，此一政策便是日本政府意圖將台灣人培育成皇民（Yip, 2004 / 黃婉瑜譯，2011）。進入到 1949 年以後，國民黨政府同樣以語言為工具，試圖同化台灣內部差異。早在 1910 年代，國民黨便在中國推行語言統一運動，視北京的「官話」為國語，成為全國唯一的官方語言，並逐步推行到教育體系內，也讓 30 年代以後的上海成為國語電影中心，而方言電影如粵語電影，就以香港重心（鍾寶賢，2004）。之後為了重新在受日本殖民後的台灣人和 1949 年後來台的外省人之間，打造屬於中華民國的共同意識、伺機反共，國民黨政府採行「國語政策」，將普通話，或稱北京話，也就是今日我們所稱的國話指定為官方語言，這樣一來不僅便於宣傳教化，更有利於創造對國家統一的認同。此時的國語在民間不如台語普及，有如取代日語地位的外來殖民者用語，卻能在官方政策指定下享有在公共領域和媒體中的優勢地位，相形之下限縮了民間常用的閩南語和其他

方言的生存空間 (Yip, 2004 / 黃婉瑜譯, 2011)。

國家的語言政策影響了觀眾對國片的想像。有趣的是，在政府有意識地發展國語政策下，外國電影也配上國語發音，而香港電影有別於好萊塢西方明星，因演員無外貌上可供辨識的差異，便自然而然被觀眾視為「國片」，加上後來香港電影先行改革成功，也種下日後台灣國語電影映演空間長久受港產國語電影佔據的根源 (Yip, 2004 / 黃婉瑜譯, 2011; 盧非易, 1998)。清流在回憶小時候看「國片」的經驗時，便常常提到成龍的作品。那時候「國片全部都配音，連外國人都會講中文。像成龍電影裡面，可能會有一、兩個演那種外國角色啊，然後美國講很標準的中文這樣子。」這樣的情況，就讓觀眾不容易意識到正在收看的是否為「出自台灣」的「國片」。

1960年代起，政府開始積極介入台灣電影工業以自產電影，卻造成當時分量超過國語電影的台語電影在國語政策下慢慢被邊緣化，終至沒落。盧非易(1998)提到當時雖然多數的法規以「國產片」一詞稱呼台產電影，但主管單位幾乎以國語電影為政策上獲得支援與好處的標準，無形中鼓勵了國語電影，也間接壓抑了台語電影的生產。政府尊崇國語、排斥台語的立場，成立金馬獎的緣由或可以做為一例。

即便今日不再有檯面上的國共對峙，台灣也早已解嚴許久，但缺乏外來語言和族群刺激，仍未挑戰普通話在台灣等同於「國語」，也是國家最主要官方語言的地位。2014年台灣推舉奧斯卡外語片競賽代表時，即傳出有評審認為《KANO》在片中大量使用日語對白，因而無法代表台灣爭取奧斯卡入圍，最終由《冰毒》出線 (許世穎, 2014年9月10日)。這當中是否有政治正確的考量無從得知，但小高也認為，若要從語言的層面思考，他無法理解讓《冰毒》代表台灣出賽的原因：

那難道《冰毒》就講國語嗎？難道《冰毒》就講國語嗎？對啊～不是嗎？因為我看那些片子它有提到的，我覺得《暑假作業》也可以吧？對啊，你不用選《KANO》啊，你可以選《暑假作業》啊，(張作驥)不是也參展過嗎 (小高, 2014)？

無論是《冰毒》或《KANO》的例子，都是為了更貼近電影故事中的時空背景，而選擇以非國語呈現。小高的反應一方面也是基於他對《冰毒》期待過高，但看完以後覺得不及導演其他作品，另一方面，口白採用靠雲南地區緬甸語的《冰

毒》，不僅對緬甸而言是方言，對台灣人更是陌生。惟《冰毒》的故事背景必須透過緬甸語逼近真實樣貌，讓身為台灣人的女主角吳可熙為了出演該角色，在新北最多緬裔人聚集的地方蹲點半年多，透過和當地居民練習的機會揣摩口語表達。

方言不單為了呈現本真文化，也涉及了語言位階的問題，以及全球化時代下地方和全球的張力。Chan (2008) 探討新加坡電影欲爭取奧斯卡外語片入圍的爭議，藉此反思在後殖民時代裡，新國使用英文持續製造文化認同上的矛盾。以英語為官方語言一方面是新加坡國際化的象徵，也利於不同族群溝通。惟新加坡政府自 1970 年代起規定方言不准出現在官方所有的媒體，日後非官方的新式英語 (Singlish) 出現在電影時，便是透過非官方語言凸顯「差異」，並將電影喜劇化、自然化。

Chan (2008) 認為，方言是否起作用，仍仰賴觀眾的反應而定。這也和近三年來台灣賀歲喜劇電影引起的討論不謀而合。以評價極端的《大尾鱸鰻》為例，唯棟就肯定了它的價值，因為「至少看的當下大家開心」，該片不但吸引到眾多不進電影院的長輩，成為年度最暢銷的國片，顯示以方言為召喚觀眾進場的元素確實成功了一無論那其實是多麼老掉牙、無厘頭甚至低俗的效果，而且早就出現在生活裡的任何地方：外帶飲料杯膠膜、綜藝節目或新聞話題。然而，《大尾鱸鰻》以誇張的方式大玩語言諧音，也招致台灣電影被低俗化的批評：

我覺得《總舖師》這個電影要想的話有很多東西可以想，而且它的笑料是真正的好笑，而不是俗不可耐吼。《大尾鱸鰻》那個什麼…喔我…「我叫小賀」，或者是喔蝦咪…蝦咪「檸檬紅茶」什麼，那種國小等級的笑話其實沒有那麼好笑欸；但是《總舖師》的那個笑料它是真的在抖包袱的，你看第一次你會笑，你第二次還是會笑，但你第二次笑的點跟第一次不太一樣，我覺得它的那個笑是真的很好玩(阿輝, 2014)。

對台語熟悉的阿輝在敘述《總舖師》和《大尾鱸鰻》時，好幾次引用電影中的台詞說明。他試圖強調的是存在於國語和台語、文字與口語文化間的位階關係，扭轉台語即低俗的印象。儘管如此，包含《大尾鱸鰻》在內的賀歲喜劇，仍成功地挪用台灣觀眾能理解的文化特徵，再創造新的集體觀影記憶，並成為每年賀歲檔期的台灣電影中最賣座的類型。

但同樣是「可見」的在地元素，在談論《賽德克·巴萊》時，受訪者們就有

不同的想法。例如對阿傑而言，《賽德克·巴萊》採用的故事素材、語言，都成功地對身為漢人的他塑造陌生的感覺：

《賽德克》它是在講一個故事沒錯，可是它沒有辦法讓我們融進去那個故事裡面，很像在看他國歷史的感覺…我覺得說那個不是我的背景，就是原住民的部分，雖然說他是台灣的一部份，可是可能因為我們從小教育的關係，所以對我們這些漢人來說，可能他還是屬於比較隔閡的。那種感覺就是…不知道這樣講好不好，就是會覺得說漢人跟原住民好像是有點不太一樣，不是說漢人比較好或不好，我的意思是他們好像是不一樣的族群，然後他們的歷史—特別是他在講跟日本的那一段的時候，可能因為我們兩個是斷裂的，他沒有扣合起來…我覺得一般情況下沒那麼明顯，可是我在看電影的時候特別明顯。就像我看白色恐怖、我看二二八那時候的像《悲情城市》，OK，感同身受；可是在看到《賽德克》的時候，我反而是疏離的（阿傑，2014）。

《賽德克·巴萊》全片以賽德克語發音，在演員方面，導演亦大膽選用素人擔綱莫那·魯道，為的就是避免由線上明星扮演主角時，觀眾無法擺脫既定印象的可能。導演表示，2000年前後初創《賽德克·巴萊》的劇本時，他對原住民還是抱持著普遍的刻板印象，隨著社會上原住民意識的展現，才讓他感受到考證文化和歷史的壓力（曾芷筠，2011年6月2日）。

同樣身為漢人，我曾經問唯棟如何看《賽德克·巴萊》，他說當中呈現的原住民文化雖然和印象中的不同，但我們至少知道這段歷史。反之，有泰雅族血統的阿輝，就對這部電影有特別的感覺，還特地跑去看《賽德克·巴萊》在高雄的戶外特映：

我覺得第一個，我對《賽德克·巴萊》很有興趣嘛；然後第二個，它在高雄播這件事。它如果是在高雄的戲院播，那這不是什麼，因為戲院沒有所謂什麼高雄的戲院嘛—和春可能是高雄的戲院，威秀那種不是高雄的戲院，那是大型連鎖的戲院。在巨蛋播那真的是在高雄看電影，因為這個巨蛋是高雄的巨蛋。我可能對《賽德克·巴萊》很有興趣，一開始就不是那麼單純欸，我自己有一點點泰雅族的血統，（我：真的假的！）真的、真的，我爸跟我說的啊。我覺得《賽德克·巴萊》它是一個台灣意識很明顯的電影，所以有沒有在高雄看這部電影對我

來說意義很大（阿輝，2014）。

正如阿輝說的：「我們應該要想辦法讓《賽德克·巴萊》這個符號變成全台灣，而不是只侷限在原住民那樣的東西。我們既然都是一個共同體的話，《賽德克·巴萊》的「真正的人」，我覺得這也是台灣現在在追求的東西。」《賽德克·巴萊》最後選擇不評斷歷史，以信仰的角度切入兩個民族為價值和生存而戰，呈現了一個更普世的故事（曾芷筠，2011年6月2日）。具普世價值讓抽出在地元素的《賽德克·巴萊》成為可以被挪用作為「台灣」的象徵。

（二） 這不就是我嗎？故事和角色認同

此外，具有在地性的角色設定及故事背景，也會為讓電影看起來像「國片」。以發行商二十世紀福斯 2011 年推出的《雞排英雄》為例，該片以夜市、小人物奮鬥的故事凸顯「台味」，試圖在電影進入中國之前，抓緊台灣觀眾的胃口（鄒念祖，2011年2月21日）。或許因為近幾年土地徵收議題從大埔事件開始發酵，亞閒就說，《雞排英雄》裡搶土地、夜市眾攤商以小蝦米之姿搏倒大財團的故事讓她覺得感動，連帶地也影響她對飾演男主角的「藍正龍就是有正面的印象。看他演好人，我就覺得是個好人」，而又去看了《阿嬤的夢中情人》。

不過，以故事建立「國片感」未必要透過草根小人物或傳統民俗，也可以藉由劇情呈現的時空背景與台灣觀眾的生活或記憶連結。以《那些年，我們一起追的女孩》為例，不少受訪者都表示喜歡電影對學生生活的描寫。小高便說，《那些年》和《等一個人咖啡》雖然都好看，但對於後者的故事他並沒有太喜歡，甚至笑說：「這只有國中生、高中生才會感動吧？」反之，《那些年》做足每個人都曾經歷的時代細節，再加上選角和主題曲成功，故事類型也討喜，結果就是出乎意料地好看。同學以成績區別好壞、留校拚升學、忤逆師長被體罰的橋段，都是必須座落在台灣時空背景下的學習制度才能汲取的故事元素：

啊因為那部是小說改編的啊，對不對？光是那本小說就多少人看了，而且那是一個契機，一個運氣，因為亞洲的學生都是那樣子，都有那樣的回憶，就是學生大家都是穿制服，然後坐在考試，然後就是會有成績好、成績壞的，就是那升學的回憶啊，連韓國都有。我覺得只要打得進韓國，應該亞洲都很吃香。就是這是共鳴的問題啊，就是雖然是小品。因為亞洲的學生都是有聯考制度啊，大家都是一樣啊。…如果大陸有上的話，我跟你講，一定也是紅，也是紅翻了。反而歐洲人

搞不好比較不懂，對啊，「蛤？聯考？」（宋伯，2014）。

從大學開始就有 PTT 帳號，到現在受三一八學運影響後每天上 PTT、注意幾位 PTT 名人的亞閒，不但對《鄉民的正義》以動畫呈現 PTT 虛擬世界文化的手法感到「超威、很酷」，更重要的是，亞閒不是太常進電影院的觀眾，較常透過 DVD 或網路下載電影，因此她還強調「我還特地去電影院看欸！」對她而言，自認是鄉民的身分讓她對電影產生共鳴，更進一步促使她到電影院消費。

觀眾在電影中找到連結，歸功於電影成功塑造了生活化的感受。小微認為，《明天記得愛上我》就是一部生活化的作品：

除了石頭那一塊以外，我覺得任賢齊跟范曉萱他們兩個人的故事線是很生活化的故事，就是你一般人就是去上班嘛，可是上班不是那麼單純的只是上班，因為你生活過程當中，雖然大家都覺得自己的生活很無聊，一天到晚上班下班，可是你的生活裡面一定會有一些波瀾，就像任賢齊遇到那個香港女孩一樣。其實你的生活裡面會有這些東西，可是你就是淡淡的讓它過了，就像任賢齊最後選擇繼續留在家裡，雖然它結局裡面沒有講出來到底是怎樣，可是有些事情就是你以為它很平凡，可是其實你如果直接把它拿出來看的話，你會發現這其實對別人來講這是一個還蠻不平凡的故事。反而是像《總舖師》這樣的片感覺好像應該要很生活化，可是它一點都不生活化，就是它不是會真的發生在你生活裡面的事情（小微，2014）。

在討論電影生活化之前，我和小微在聊對角色的認同與喜愛。小微認為，觀眾在看電影希望得到認同和慰藉。台灣電影雖然可以用觀眾熟悉的場景和故事吸引觀眾，但往往角色塑造不足，以至於未能成功打動觀眾。然而，小微也舉盧貝松的《露西》為例，認為《露西》片中破舊、陰暗的台北引來討論，或許某種程度上反映了觀眾想要在電影中看到的是一個光鮮的自己。

台灣電影中呈現「多樣化的在地」，或與台片長期面對好萊塢電影，甚至逐漸收編香港和台灣勞動力、資源以壯大自己的中國電影有關。也就是說，在資本主義造成的全球化和區域化電影市場裡，作為大眾娛樂的台灣電影試圖將文化特殊性商品化，藉此為國內電影產業的生存找尋出口（Wang, 2012），而觀眾感受到這股來勢洶洶的全球勢力，即便嘴上不說自己是「挺台灣電影」，但對於國家產業的焦慮，已經實踐在消費層面上。

三、 愛之深、責之切的消費心理

大概在八月初的時候，我興沖沖地加入了由 PTT 電影板使用者組成的 line 群。當時是這麼想像的：應該可以即時掌握到各種電影資訊、應該可以找到適合的受訪者、應該有什麼實體的活動可以跟上…好吧，現在我覺得 line 群有時候還蠻煩的。撇開個人不喜歡用 line，每天一堆訊息閃啊閃讓我一度想退出以外，主要原因是國片的討論非常少，即便有也很快就結束，當然今年國片是雷聲大雨點小沒錯，但印象中連《等一個人咖啡》也沒什麼討論。OK，裡面的成員對電影很了解，甚至有就在電影產業裡工作的人，但對國片跟國片產業好像呈現一種不期不待的氛圍（2014.10.12，研究者筆記）。

林雨澄（2005）在研究小眾電影迷的習癖時，發現他們是當時一國片低迷的時期一仍會收看與期待台灣電影的觀眾。喜歡電影的他們對於台灣電影懷有使命感，不只願意自己花錢看台灣電影，也會呼籲他人加入支持的行列，甚至因此仇恨好萊塢電影。最後，作者以「恨鐵不成鋼」形容小眾影迷看待台灣電影工業的心態。

從本研究受訪者言談間，我也發現了類似的情形。形容自己曾經很崇洋媚外的亞閒，小時候看電影的經驗，就是飯後全家坐在電視機前面轉到西片台，或者租英文 DVD 回家。她說，可能因為爸媽覺得看華語電影是一件「很 low」的事，所以無論從什麼管道，她過去幾乎不曾收看台灣或香港的華語電影。因此，亞閒現在看台灣電影的行為，如同前面談到《鄉民的正義》時她強調的，在她看來是特別的，因為：

我覺得沒有錢要怎麼去拍好電影，可能就是一種這種心態吧。然後我會對台灣電影的包容度比較高（亞閒，2014）。

小徽和小高也說，如果是「國片」，自己會更願意排出進電影院的時間：

國片不構成我一定要進去電影院看它的理由，我還是要看它的題材什麼的有沒有興趣，我才會想說要不要去看，雖然它是國片這點會就是讓我更積極地想去看它。像我想要去看《控制》可是後來沒有去，那

它是國片我有可能會特別安排一個時間就專程去看它，雖然看完以後喜不喜歡甚麼都還不一定（小徽，2014）。

如果像是一些好萊塢強片啊，暑假檔那些啊，只要預告片 OK，我就會想進戲院；國片比較特別，就是只要預告片不要太差（笑），然後又有朋友想看，我都會進戲院，就算是支持這樣子（小高，2014）。

魏鈞（1999）形容好萊塢電影進入台灣是一段電影殖民史，尤其在台灣開放外片配額及螢幕配額之後，好萊塢電影在每年台灣市場都享有超過百分之八十的市佔率，即便在國產電影票房比例相當高的韓國與法國，好萊塢電影依舊佔有近半的票房。以好萊塢為中心、由資本主義主導的世界形成一個全球電影市場體系，其他地方電影工業紛紛被納入其中，並共同以全球為規模一再結構化電影的生產和消費階層系統（魏鈞，2004）。好萊塢電影為台灣創造了一個以其為參照對象的觀影體驗環境，其中又以電影院受美國化影響最深。不以政治經濟學為思考途徑，這仍是觀眾自由選擇接受高度娛樂化的國際集團的結果（游上民，2008）。

好萊塢電影成為台灣電影的對照組，以前一章宋伯談論《賽德克·巴萊》的例子最為鮮明。身為資深《魔戒》迷，對宋伯而言，以「史詩級」為廣告的《賽德克·巴萊》因為缺乏流暢的多線故事和大場景，所以讓他覺得相形失望。電影屬於體驗型消費，作為高度娛樂、尖端科技及流行象徵共同產物的好萊塢電影能帶給觀眾的滿足感（游上民，2008），往往大於以相對有限的資源打造出來的台灣電影，因而招來台灣電影欠缺格局的批評。這樣的情形並不僅止於以高概念操作的好萊塢作品，亞閒在批評《愛》時，也以《愛是您·愛是我》作為比較對象：

我看到《愛》我不行欸，我覺得《愛》非常難看。因為我最喜歡的一部電影就是這種方式：《愛是您·愛是我》，英國的，它就是這種方式，就是很多個故事，然後很多個人物，然後最後是串在一起的這樣。我沒有辦法接受就是它的故事是串起來變成這樣（亞閒，2014）。

「因為不喜歡，所以批評」，這樣的邏輯看似理所當然，然而 Gopalan（2003，p.3；轉引自 Srinivas, 2009）認為，影癡批判性參與電影的行徑，是為了滿意地解釋生產環境的變化，這種存在於螢幕和影癡型觀眾之間矛盾的關係，其實是基於對電影又愛又恨的心情。如同亞閒說的，「我對《愛》的期待太高了」，基於對台灣電影再興起的期待，或者對台灣這片土地的特殊情感，讓他們不僅願意以進電影院消費的方式一再給予台灣電影機會，也願意針對同一部電影重複觀賞。唯

棟形容他看了《行動代號：孫中山》的經驗，一開始是因為喜歡易智言的電視劇《危險心靈》：

像《行動代號》也是，我蠻期待的，因為是易智言，我很喜歡他的《危險心靈》，也是在講學生，然後就覺得，嗯，他又要探討學生了，所以他可能會發現當下的學生問題。因為像之前他《危險心靈》在講升學考試，可是《行動代號》是在講貧窮的孩子，然後可能它想要走一些輕鬆幽默的感覺，因為它是偷銅像，可是看預告片會讓人家覺得很有趣，可是到了它整部戲的過程就是他去偷銅像，然後結果他偷了，這樣子而已，沒有再交代個前因或後果（唯棟，2014）。

雖然唯棟對《行動代號：孫中山》沒有共鳴，但他還是願意一再進電影院。對他而言，進電影院看國片是重要的：

如果我有時間、有空閒，我一定會去看。因為可能是學傳播，我都可以花時間去看其他外來片，為什麼不給國片一個機會？我現在已經不太常看台灣的電視劇了，所以會想知道台灣現在的導演功力啊，或是演員的表演，或是像現在電影發展到什麼程度，就是未來有一天又碰電影…你知道…（我：又回去拍片？）對。所以就是所有國片我都會很想真的是進戲院去看。如果你之後租來看，你會覺得不好看把它關掉或放棄；你自己花錢去看，就會覺得你都花錢了，就只好來學點東西吧，或是至少去挖掘它值得的地方吧，就是從中去學習它不好的地方，想盡辦法說如果我來拍這個片，能不能哪個東西我可以把它變成…它這個場面很好，可以把它記下來，或是它這個場景都不對啊，為什麼？就會想說以後一定不要再犯。或是也可以去觀察他們的行銷啊（唯棟，2014）。

曾經在學生時期拍過短片當畢業製作的他現在從事公關工作，但周遭仍有同學繼續待在電影產業裡。相較於其他受訪者，唯棟更清楚在台灣從業的辛苦，對他而言，拍電影像是一個不知道能不能實現的夢想，因此，每當有人問他對某部國片的評價時，他都會不厭其煩地解釋：

我不會強迫別人一定要去看，就很多同事都問我說，欸，你去看那個國片好看嗎？我就會跟他分享說哪邊好看、哪邊不好看，然後我會最後還是總結一句話：「它真的有好看的地方。」就讓他們知道國片其實

很多進步的地方（唯棟，2014）。

就算是不被看好的台灣電影，或是像其他受訪者覺得笑過就算了、低俗的《大尾鱸鰻》，唯棟也會盡量為該片找出精彩之處，推薦給有興趣的朋友，甚至再一次和朋友進電影院，《行動代號：孫中山》三刷的經驗就是這樣來的。

當我再次重看自己在論文書寫期間的筆記時，才發現在 line 上面的那群電影愛好者和自己想像以及接觸過的這群台灣電影觀眾不太一樣。看電影的經驗多，雖然構成觀眾各自的觀影片味—而且通常是較高標準的。有些人因此對台灣電影失望或不抱期待，有些則像本研究的受訪者一樣，仍然懷抱支持的態度一再嘗試：

我自己感覺是這樣，好萊塢他們已經發展得很成熟了，對他們而言，要交出一個八十分的成績單相對容易；那對我們而言，要交出一個七十分的東西，付出的心力可能比他們要繳八十分的成績是還要難的。啊如果用這個想法來想，來去作為支持這部片，啊洋片它也不缺我這個錢啊。我覺得日後你對這部片的評價怎麼樣，這個是另外一回事啊，你進去的標準比較低，不代表你對它的要求就要比較低，你看完它很爛，你還是可以罵它啊。…像我之前也有想過說，欸，國外也有看到什麼《驚聲尖笑》，或者是什麼搞笑片，那我幹嘛那麼討厭《那些年》？對啊。反正就是爛嘛，爛片哪裡都有。…就是會覺得說他們這個產業裡面，有這麼多認真的人努力沒有被看到，反而是…他也沒有不認真，只是交出來的東西真的有差距（阿輝，2014）。

在此我就以阿輝想法做個小結，因為他的想法點出作為一名觀眾在看台灣電影時，好萊塢不只在文本內容成為對照組，在產業發展上也是比較的對象。觀眾消費，也不代表他們是盲目的，觀眾鼓勵的是電影從業者的努力，但對於表現不佳、不合自己預期的作品，也會不客氣地表達自己的失望。

四、 面對「他者」中國

故事大膽，人物多卻不失重，各個都有鮮明的個性。《推拿》講述一間盲人按摩中心推拿師們的感情世界。第一次看婁燁電影的我極度入戲，

電影院黑暗的空間逼著你——一個明眼人——一直視盲人們赤裸但最原始的情和愛。導演透過擬仿盲人感知的環境——特寫、手持攝影晃動的畫面、各種細碎卻持續重複的日常音——刺激著觀者，這不只是排除盲人在外的「主流社會」——既渴求又敬而遠之的明眼人世界，也讓觀眾精神緊繃，幾近隨著男主角之一爆炸。好幾次我叫了出來，和身邊的陌生女孩都默默戴起外套的帽子，再用袖口搗著嘴。

我可以想像觀眾會喜歡《推拿》。等待最後《黃金時刻》開放進場的隊伍中，排在後方的兩個女生正在討論要投給誰。聽起來她們都頗喜歡這部電影，但當 A 問 B 會不會投給《推拿》時，B 說：「國仇家恨。」（笑）（結果 A 立刻說：「你放心，婁燁很常被中國封殺 XDDDD」）
（2014.11.09，研究者觀影筆記）

前面提到挾帶資本力量成為文化霸主的好萊塢，在歷史上是不少國家電影及電影改革運動崛起的原因，1930 年代歐洲電影政策和 1960 年代的拉丁美洲第三電影運動皆屬之（Yip, 2004 / 黃宛瑜譯，2011；Moran, 1996）。事實上，面對好萊塢的競爭，在李安的《臥虎藏龍》問世以後，新一代泛亞地區跨國合作的產物也陸續成形。泛亞電影的特色在於區域內的各國能藉由分享人才、跨國投資的方式減低依靠單一市場獲利的風險，這是一項具企圖心的計畫，不只希望能觸及亞洲各地的觀眾，其鎖定的目標市場還包含具有成熟電影工業體系的好萊塢（魏鈞，2010；戴樂為、葉月瑜，2011）。

泛亞電影發展到後來，因為中國日漸市場化的趨勢，吸引了人才和資金投入，中國開始投入製作商業大片，也讓「泛亞」市場在近年轉變成「泛中國」市場（Yeh, 2010）。中國市場龐大的基數大開兩岸合製電影趨勢，加上兩岸經濟合作架構協議（ECFA）將台灣電影排除在中國進口外國電影的年度配額之外，台灣人因語言和文化親近性有利於進入中國市場，讓許多電影人躍躍欲試（康育萍，2013）。在魏鈞（2006：131）列出的台灣電影合製模式裡提到，由台灣創作者或電影公司尋求合中國在人力、資金、拍攝場景上的合作，並將目標市場擺在兩岸華人市場的運作模式，再加入香港電影人，基本上就是當代華語合製電影最常見的運作型態。

然而，即便觀眾願意嘗試，但像欣嘉就認為，合製片呈現的感覺並不是她喜歡的：

我會看，但是我不喜歡。就是怎麼說…我覺得中國片因為整個政治的關係吧，它們其實有很多是官方的壓力，所以我覺得它們就是很商業啊。我覺得中國可貴的東西應該是他們獨立製片，就是像是賈樟柯、婁燁這類的導演的東西；但是像是合製片，就算你是香港很棒的導演，或是台灣很棒的導演去，但是你很多東西你不能拍，然後禁止很多東西，怎麼可能拍出好的東西（欣嘉，2014）？

前段提到泛亞製作的特色之一，是為求分散風險，盡力爭取不同國家的觀眾收看。但本研究的觀眾群對合製片是「無感」的。如同欣嘉提到的，基於商業和政治因素，由中國主導，吸收華語區人才並投入大量資源製作的商業大片，在台灣的票房往往不如預期。反倒是中國的獨立製片較能吸引欣嘉這種影展型觀眾，因為他們認為這是能夠真正呈現當代中國社會歧異性的作品。所以，在我們聊到願意推薦給別人的電影時，除了台灣的《女朋友·男朋友》和《廢物》以外，《天注定》也是她認為值得台灣觀眾一看的華語電影。

台灣對於中國始終存在一股複雜的情緒。解嚴以後，來自中國的政治壓力，連帶影響了台灣政府的統治正當性，使政府擱置政治爭議，選擇將重心擺在經濟發展（Wang, 2012）。然而，中國龐大的購買力，以及由政府主導的各項發展，讓實質走在市場化路上的中國形成強大的磁吸效應。在電影產業上，中國同時面臨外部解除管制的壓力，以及快速攀升的國內消費力，最後中國選擇讓大眾市場競爭。區域和跨國架構中的市場化，也讓中國推行市場的行為成為其鞏固亞太政治的一環（Yeh, 2010）。台灣一方面透過和中國簽訂自由貿易協定，紓解經濟地位在全球及亞太地區被邊緣化的焦慮；另一方面，卻也對中國的對台政治立場不放心。政治「反中」和經濟「傾中」的形成的張力讓台灣看似踟躕不前。

這股對中國的情結並非顯見的，在看電影這件事情上，只隱約在某些事件中透露。其中最明顯的就是金馬獎。作為目前華語電影競賽最有名望的場域，金馬獎及其獎項變化向來是反映華語電影局勢最佳的觀察舞台。在台灣電影產量最低迷的 1990 年代初期，不少入圍和得獎者均來自香港影界；於此同時，金馬獎亦逐步開放對中國電影的限制，允許「大陸編導演比例不超過二分之一」的電影在台上映並參加金馬競賽。直到 1996 年，金馬獎正式定位為不限出品國、資金結構或演員國籍的華語電影均可參賽，首度被納入範圍中的中國電影，即由《陽光燦爛的日子》奪得最佳劇情片（台北金馬影展，無日期）。自此，金馬獎憑藉著評選的公正性，逐漸建立起全球最高華語電影榮譽的品牌。1997 年，金馬獎曾

增設「評審團大獎」及「評審團特別獎」以獎勵台灣電影與電影工作者；到了 2002 更名為「年度最佳台灣電影」與「年度最佳台灣電影工作者」，鼓勵處於最低迷時期的台灣影壇意味更加濃厚；直到 2011 年因應合拍趨勢，取消「年度台灣傑出電影」（台北金馬影展，無日期）。金馬獎項名稱的變化一方面展現了台灣電影復甦後，適足以重新和香港及中國電影一拚的氣勢，然頒獎的結果卻也讓人看到國片在區域化市場中爭取觀眾和專業認同的困境。

中國電影的加入競爭為金馬獎提升了可看性，然而，在 2012 及 2014 年，因為排除年度台灣電影工作者和會外賽的所有獎項裡，僅兩座給予台灣影人引起譁然。憑藉著作者電影走過 2000 年低潮的台灣電影，輿論難以接受身為外來者的中國電影橫掃主辦國的事實，甚至批評金馬獎已經中國化，有如金雞獎和百花獎。中國和香港電影在金馬獎上獲得大幅肯定的情況，說明了台片近年雖然重新在商業市場上找回觀眾，卻難以兼顧作為藝術殿堂的金馬獎認可；反之，中國電影不分主流商業電影或獨立製片，都未獲得太多票房利潤，但依然憑藉著幾位創作導向的導演與吸收香港電影人才，逐年在金馬獎上有所收穫。換言之，象徵「經濟中國」的商業大片和泛中國合製片在台灣市場幾乎是失利的，而象徵「人文中國」的獨立製片則受到台灣評鑑機制的鼓勵，並且讓觀眾認可。

這樣的情況固然再次帶起電影的藝術和商業之爭，但或許正是因為競爭者是中國，所以才會引起後續討論。值得一提的是，觀眾雖然肯定了中國獨立創作者，卻也顯現對中國（電影）的焦慮。小高曾經在頒獎典禮前找我一同預測 2014 年的得獎名單，當時他就同時表現出對台灣電影奪獎非常大的期待和擔心。我們都看了最佳電影入圍的五部作品，也都同意幾部中國的參賽作品非常優秀，但他說：「身為主辦國，還是希望能有大獎留在台灣。」作為一個電影愛好者，豐富的觀影經驗自然讓觀眾有品評電影的標準。即便對電影的好惡是個人化的，但至少判斷故事的流暢合理與否、演員表現、導演對作品的掌握等，多少都可以透過觀賞當下的感受，或過去給獎的方向猜測。觀眾們相對認同金馬獎以藝術為依歸的標準，如同導演陳玉勳對 2014 年金馬獎爭議有感而發的言論所寫，台灣觀眾能擁有「接受台灣電影技不如人」的氣度，不只是尊重評審專業的表現，更顯示了金馬影展本身就是台灣的驕傲。但也正是每年愈來愈多的檢討文字，讓研究者認為對於金馬是否獎留台灣，台灣觀眾是在意的。

在我自己參加了金馬獎的活動以後，我也找到了一個的切入點：觀眾票選最佳影片獎。設立於 1992 年的觀眾票選最佳影片獎，2014 年的投票方式為：由不

限資格的一般民眾報名組成「觀眾評審團」，於活動日至指定影城觀賞所有該年度入圍的最佳劇情片後，從中圈選屬意者。這個獎項雖然屬於非正式競賽，但因為直接和觀眾面對面，無疑是最能反映觀眾喜好的獎項。

表五：2008 年至 2014 年金馬獎觀眾票選獎入圍暨得獎名單

年度	觀眾票選最佳影片得主	同年入圍影片
2008	海角七號	囧男孩 集結號 一半海水 一半火焰 投名狀
2009	不能沒有你	鬥牛 瘋狂的賽車 臉 如夢
2010	當愛來的時候	父後七日 十月圍城 透析 第四張畫
2011	賽德克·巴萊	讓子彈飛 桃姐 到阜陽六百里 鋼的琴
2012	女朋友·男朋友	神探亨特張 浮城謎事 奪命金 消失的子彈
2013	一代宗師	爸媽不在家 天注定 郊遊 毒戰
2014	KANO	一個勺子 白日焰火 黃金時代

		推拿
--	--	----

資料來源：台北金馬影展（無日期），本研究整理。

表五顯示，除了《一代宗師》以外，2008年以後的得主均為台灣電影。包含上述引用的現場觀察，後來在和朋友聊天時，我才發現對方當天也猶豫了好一陣子，最後投給《KANO》。她說：「看到我們臺灣這樣被夾殺，不捨得啊！」在金馬影展的場合裡，能匯聚觀眾的以影展型為多，已經在商業院線受到矚目的作品也不見得能在影展的場合再和非主流電影爭鋒，因而讓獎項可能導向「觀眾看了覺得驚豔」的作品，所以李安以《色·戒》入圍的2007年，觀眾票選最佳影片最後由中國電影《落葉歸根》獲得；2010年，與《當愛來的時候》同台競逐的，還包括表現令人眼睛一亮的台片《父後七日》和2009年華語片在台票房第二高的《十月圍城》。受限於配額制，台灣觀眾大多對中國電影相形陌生，不難想見觀賞《推拿》、《一個勺子》等中國作品的當下的驚喜感。

然而，即使是一群沒有包袱的影展觀眾，也不難體認到金馬獎是台灣少數能和中國公平較勁的平台。在這充滿儀式性意義的場合裡，觀眾能認可專業人士選擇中國電影的決定，但心向台灣電影引發的掙扎，也讓這個非正式獎項呈現出另一番局面。

《KANO》是我在大螢幕看同部電影第二次的初體驗。這段時間遇到好多喜歡《KANO》的受訪者，不只是因為後半段的比賽劇情有日式漫畫的熱血，我認為《KANO》最迷人之處，在於它非常有生命力。除了練球和比賽投、打、傳、接等媲美體育台 nice play 重播的動作畫面以外，還有不少球員和當時的台灣人們穿梭、奔跑於田裡或田邊小路的鏡頭。大片翠綠的稻田不單滿足視覺美感，豐饒的農作（包含木瓜、香蕉）其實也在告訴觀眾：雖然對日治時期這段歷史每個人有不同的詮釋角度，然而，也是台灣先天的條件，才能生育出如此豐饒的物產哪！嘉南大圳竣工的橋段，在呈現史實之餘，也將電影帶向第一波情緒高點（覺得再寫下去乾脆獨立成篇 XD）。多虧 Aki，我重新審視了自己對《KANO》感受，在有心理準備的情況下，眼淚還是隨著引入稻田的灌溉水源汨汨流下，同時也聽到好多抽面紙、吸鼻涕的聲音。

從《一個勺子》、《KANO》到《推拿》，只有幾秒就要抉擇的投票時刻

讓人難以冷靜思考。理智告訴我，節奏感不見破綻、從頭到尾緊揪著觀者情緒的《推拿》最令我驚艷；但《KANO》會突圍是可以預想的，而且不可思議的是，我第一次在重複觀賞的當下，才深深為一部電影感動。

不知道是理智還情感作祟，我還是把票給了《KANO》(´▽`)/
(2014.11.09，研究者觀影筆記)

陸、研究結論與建議

一、 結論

本文將「國片」問題化，以觀眾研究的取徑，探討在《海角七號》的熱潮過後觀眾如何想像國片，並試圖透過觀眾的國片消費實踐，勾勒一幅後海角時代的台灣電影觀眾圖像及消費實踐意涵。研究者主要以深度訪談搭配部分田野觀察經驗，最後根據研究問題做出以下幾個方向的結論。

首先，本研究將觀眾粗畫成三種類型。現實中，並非完全沒有以「國片觀眾」的身分在進行消費實踐的人，但可以說少之又少，作為「國片觀眾」的人是散落在各處的，不以一個群體存在。研究者依照觀眾的觀影脈絡及消費實踐，劃出三種國片觀眾的類型：(1) 進電影院就是為了支持國片的「熱情觀眾」：研究者以清流為例，這種觀眾雖然看電影，但這稱不上是他們興趣，因為他們不只《海角七號》出現以前幾乎不看台灣電影，甚至也很少在電影院消費好萊塢電影或其他外語片。觀賞《海角七號》的經驗開啟了他們進電影院消費國片的意願；(2) 由好萊塢電影餵養長大，看電影為了社交、娛樂和話題的「一般型觀眾」：這裡提到的案例是宋伯，與其說他們看的是國片，他們真正投入的是商業導向的電影，看國片的原因其實就像選擇好萊塢電影一樣，有話題、對題材有興趣，或者受口碑影響，如果能夠和朋友一起，他們就願意「多刷」進電影院；(3) 不在意是否為國片，但其實最有包容力的「影展型觀眾」：例如小高和欣嘉，他們的消費路徑比較像藝術電影或小眾電影研究中的觀眾，因此，重點就不在看國片。然而，較不積極看好萊塢電影的他們，其實將國片名列可以選擇的消費對象當中，算是不等待口碑發酵、也會追逐導演作品的基本盤。

在第四章的後半部，本研究帶出看電影的社會性議題，以此將受訪者定位在屬於「電影愛好者」的位置。身為一名「會看國片的觀眾」，電影既有社交的意義在，也可以是一個人休閒思考的對象，端看電影的類型而定。但「看國片」之外，延伸出去的實踐行動，包含蒐集票根、寫評論、分享電影資訊等各種展示／蒐藏個人觀影經驗的實踐，讓他們成為朋友眼中的「非一般觀眾」—儘管受訪者大多不這麼定位自己，而是認同自己是電影愛好者的身份。因此，在研究者看來，他們還是不這麼「一般」的，因為受訪者對於看電影特別有自己的想法，並且從中建立起個人化的品味。而他們的品味來源，和長期壟斷台灣映演市場的好萊塢電影有關。好萊塢電影主要提供了觀眾以類型為分析架構時，評判台灣電影在商

業市場好壞的根據。至於關注導演的觀眾，大師級的華語導演也是他們用來比較國片的對象。整體而言，從觀眾的品味來看，現階段的台灣電影無法滿足他們各自的喜好。

從第五章開始，研究者將「國片」問題化，並交叉書寫文獻、個人觀影經驗和訪談內容。整體而言，受訪者均同意以「台灣電影」為名，可泛指導演為台灣人、在台灣取景，且故事背景與台灣有關的作品。對新一代的觀眾而言，對「台灣」的情感是與生俱來的。儘管重點不在於如何稱呼，但以「台灣電影」為名更能精確地指向具備上述特質的作品。《海角七號》不僅重啟觀眾和台灣電影雙方對話的可能，讓國片成為消費的選擇，它促成電影背後的國族議題浮上檯面—無論是文本或經濟層面。透過「國片」傳達與建構官方統一的國族主義已不再適用於今日，取而代之的是已然萌芽，但尚待成型的民粹式的國族意識。

這些由觀眾提出的台灣電影特質，看似導向以本土元素為號召的電影，事實上，更精確地來講，觀眾對於「台灣」的認定是構築在「熟悉感」之上。方言、草根人物只是其中一種建構熟悉感的手段，這固然能夠盡量吸引不同年齡及背景的人進電影院，然而，看過這些電影的受訪者表示，他們有感的是電影中的勵志橋段，而無關本土與否；反之，太過惡搞在地元素，甚至將之低俗化的手法，會讓觀眾覺得反感。倒是讓故事背景及角色呼應到個人生命經驗的作品，就算不刻意挪用地元素，也構成了另外一種「熟悉感」。這樣的作品往往超乎預期地好看，甚至讓觀者在觀影過程中掉淚，顯示出作品成功引起觀眾的認同。有了「熟悉感」為討論基礎，讓觀眾在面對電影產業全球化下的幾種實務時，也以此為區辨方式。首先，泛中國合製的電影明顯操作商業元素並鎖定華人市場，並未獲得太多觀眾的喜愛，即便選擇來台取景或由台灣明星出演，也不見得能引起觀眾的好奇心。另外則是入籍台灣的海外裔導演，他們的作品太難和「台灣」連結，甚至直接就拉到其他國家進行拍攝，即便〈國產電影片本國電影片及外國電影片之認定基準〉視其為「國產電影」，但多數受訪者在談論時仍有疑慮，認為難以從他們的作品中指認台灣。

研究者以為，觀眾試圖從消費面改善國片市場的表現，一方面顯現台灣映演空間被好萊塢壟斷的事實。另一方面，這股焦慮也展現在近年金馬獎引起的後續討論裡，但卻變得相對曖昧：觀眾一則肯定金馬獎以藝術性為依歸的給獎方式，另一方面又擔心台片被中港電影夾殺。在「純」香港電影日漸式微的今日，近幾年中國在金馬獎大放異彩，反而讓中國成為台灣觀眾未能明言的參照對象。研究

者認為，台灣觀眾的國片消費體現了一種愛之深、責之切的心理，就算台灣電影呈現的結果往往不如預期，觀眾還是認為「沒有錢怎麼拍出好電影」，願意以相對包容的心態看待作品成果，或一再給與台片機會。

二、研究限制與建議

在篩選受訪者時，研究者以近年票房破億的十六部電影依據，主要是希望找出不要太過導向藝術電影的觀眾，也並非意指千萬、百萬成績的台灣電影不重要，因此並未將討論和觀察對象侷限在這十六部電影上。這固然幫助研究者或得一些出乎意料的觀點，相對地也體會到書寫時難以聚焦的困境。未來若繼續發展相關研究，可嘗試以類型或明星為對象探討相關作品的觀眾。

再者，相較於大眾都接受的好萊塢電影，或者其他外語電影可能存在著明確的目標客群，作為一個群體的「國片觀眾」似乎是不存在的，反倒是在我和受訪者們對話的過程中，我們都注意到至今仍有「不看國片」的人，或許從反向切入探討不看國片的心理因素，可以在研究發現上給予台灣電影行銷宣傳面向更實質的建議。

柒、參考書目

- 毛雅芬（2008年5月7日）。〈她給台灣不一樣的電影：原子映象負責人劉蔚然專訪〉。放映週報第156期，取自
http://www.funscreen.com.tw/headline.asp?H_No=193
- 王雅蘭、項貽斐、蘇詠智、陳于嬋（2013年12月31日）。〈電影 大銀幕票房集中 創意要衝出頭〉，《聯合報》，C4版。
- 古淑薰（2004）。《台灣電影生產場域分析，1998-2003》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 左桂芳（2005）。〈台港電影的互動（一）：1945-1967〉，黃建業（主編），《跨世紀台灣電影實錄 1898-2000（上）》，頁20-23。台北：行政院文化建設委員會、財團法人國家電影資料館。
- 朱俞（2011）。《從文化認同檢視年輕族群對國片的消費行為》。世新大學公共關係暨廣告學系碩士論文。
- 江佩蓉（2004）。《想像的文化圖景：韓流與哈韓族在台灣》。政治大學新聞學系碩士論文。
- 行政院新聞局（2005）。《2005年台灣電影年鑑》。台北：行政院新聞局。
- 行政院新聞局（2006）。《2006年台灣電影年鑑》。台北：行政院新聞局。
- 行政院新聞局（2007）。《2007年台灣電影年鑑》。台北：行政院新聞局。
- 行政院新聞局（2008）。《2008年台灣電影年鑑》。台北：行政院新聞局。
- 吳廷勻（2006）。《藝術電影迷與台灣電影消費階層化現象之研究：以布迪厄（Bourdieu）文化社會學為研究取徑》。淡江大學大眾傳播學系碩士論文。
- 吳叡人譯（1999）。《想像的共同體：民族主義的起源與散布》，台北：時報。（原書 Anderson, B. [1999]. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism.*）
- 李亞梅譯（1999）。《好萊塢類型電影》，台北：遠流（原書 Schatz, T. [1981]. *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and the Studio System.*）
- 林文淇譯（1997）。《電影的社會實踐》，台北：遠流。（原書 Turner, G. [1988]. *Film as social practice.*）
- 林玉鵬（2005）。《全球化時代下的民族國家電影：文化公民權視野的分析》。淡江大學大眾傳播學系碩士論文。
- 林志勳、張士達（2011年8月24日）。〈九把刀挺好片不挺國片〉，《中時電子報》。取自
<http://showbiz.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Showbiz/showbiz-news-cnt/0>,

5020,100103+112011082400020,00.html

- 林雨澄 (2005)。《影舞者的夢醒時分：小眾影迷習癖與場域之分析》。交通大學語言與文化研究所碩士論文。
- 林昱 (2013)。《台灣影評活動的文化政治與經濟：從「新電影」到「後一新電影」》。政治大學廣播電視學系碩士論文。
- 林珮萱 (2013 年 7 月 1 日)。〈悶經濟時代「在地」一枝獨秀〉，《遠見》，325。
- 邱莉玲 (2013 年 6 月 1 日)。〈總舖師 搶攻暑假票房〉，《工商時報電子報》。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20130601000220-260210>
- 邱貴芬 (2003a)。〈尋找「台灣性」：全球化時代鄉土想像的基進政治意義〉，《中外文學》，32(4): 45-65。
- 邱貴芬 (2003b)。《後殖民及其外》。台北：城邦。
- 邱貴芬 (2005)。〈「亞洲性」、「台灣性」與全球化時代「台灣」的展演空間〉，中興大學外國語文學系(編)，《國科會外文門 86-90 年度研究成果論文集》，頁 469-495。台中：國科會。
- 政治大學選舉研究中心 (2014)。〈臺灣民眾臺灣人/中國人認同趨勢分佈 (1992 年 06 月~2014 年 12 月)〉。取自 <http://esc.nccu.edu.tw/app/news.php?Sn=166>
- 胡幼慧 (2008)。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。台北：巨流。
- 特勤組、楊景婷 (2011 年 12 月 10 日)。〈徐若瑄素顏挺國片 喬裝大嬸得意變路人〉，《蘋果日報》，C4 版。
- 財團法人國家電影資料館 (2009)。《2009 年台灣電影年鑑》。台北：財團法人國家電影資料館。
- 財團法人國家電影資料館 (2011)。《2011 年台灣電影年鑑》。台北：財團法人國家電影資料館。
- 財團法人國家電影資料館 (2012)。《2012 年台灣電影年鑑》。台北：財團法人國家電影資料館。
- 財團法人國家電影資料館 (2013)。《2012 年台灣電影年鑑》。台北：財團法人國家電影資料館。
- 財團法人國家電影資料館 (無日期)，〈電影大事記 2000~2009〉。取自財團法人國家電影資料館 <http://www.ctfa.org.tw/history/index.php?id=1101>
- 康育萍 (2013)。《集體北上一中港合製電影中的文化勞動分工：以 CEPA 為界》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 張士達 (2013 年 2 月 2 日)。〈達人看電影 大尾鱸鰻：髒話的另一種可能〉，《中國時報》。取自

- <http://showbiz.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Showbiz/showbiz-news-cnt/0,5020,110511+112013020200010,00.html>
- 張士達 (2013 年 3 月 2 日)。〈《大尾鱸鰻》做錯了什麼〉，《中國時報》。取自 <http://showbiz.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Showbiz/showbiz-news-cnt/0,5020,110511+112013030200010,00.html>
- 張世倫 (2001)。《台灣「新電影」論述形構之歷史分析》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 張世倫 (2003)。〈新電影・影展與「後」新電影〉，《當代》，78: 98-107。
- 張為竣、曾桂香 (2013 年 9 月 15 日)。〈影壇熟齡風熱映《中年導演尋夢記》〉，《聯合晚報》，A4 版。
- 張哲豪 (2010)。《影迷的盛宴：台北金馬影展觀眾的儀式性參與》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 梁良 (2005)。〈台港電影的互動 (二)：1968-1997〉，黃建業 (主編)，《跨世紀台灣電影實錄 1898-2000 (上)》，頁 24-26。台北：行政院文化建設委員會、財團法人國家電影資料館。
- 莊佳穎 (2006)。〈國族主義的再寫－崛起於每日實踐生活現場的台灣 (人) 國族主義？〉，《台灣國際研究季刊》，2(4): 169-201。
- 莊佳穎 (2012)。〈再／誤現 1895：電影《一八九五》的產製與消費〉，《台灣學誌》，5: 85-110。
- 許世穎 (2014 年 9 月 10 日)。〈《冰毒》拚奧斯卡外語片入圍〉，《中國時報》。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20140910000770-260112>
- 郭力昕 (2014 年 5 月 1 日) 聆聽與對話－青年世代重啟民主教育。獨立評論@天下 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/213/article/1436>
- 郭幼龍 (1999)。〈民眾對台灣電影的評價與電影消費行為之關係研究〉，《新聞學研究》，60: 39-92。
- 陳怡靜 (2011 年 9 月 13 日)。〈不看賽片不愛台？網友拒看抵制怪氛圍〉，《自由時報電子報》。取自 <http://www.libertytimes.com.tw/2011/new/sep/13/today-fo3.htm>
- 陳亭均 (2014 年 11 月 26 日)。〈忘了鞏俐！金馬 51 早勾起台灣電影的初衷〉，《中國時報》。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20141126000737-260112>
- 陳姿伶 (2008)。《台灣年輕男性韓劇閱聽人的收視經驗》。臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

- 陳偉婷 (2009)。《旅行「台灣」－319 鄉與台灣感的建構與想像》。臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳啟健 (2011)。〈當代寶萊塢觀影文化〉，《電影欣賞》，174: 29-32。
- 陳景淵、薛翔之、項貽斐 (2013 年 7 月 29 日)。〈賣座賺很大 企業前進國片〉，《聯合報》，A6 版。
- 陳毓奇 (2001)。《代代相傳看電影－「看電影」的社會學研究》。臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 曾芷筠 (2011 年 6 月 2 日) 用叛逆完成不可能的任務：魏德聖、羅美玲談《賽德克·巴萊》，放映週報
http://www.funscreen.com.tw/headline.asp?H_No=353
- 曾韋禎 (2012 年 11 月 25 日)。〈鼓勵台灣電影 立委：應停辦金馬獎〉，《自由時報》。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/focus/paper/633288>
- 游上民 (2008)。《「上電影院＝看好萊塢電影？」：美國化下台灣觀眾的電影想像》。臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 項貽斐 (2008 年 9 月 12 日)。〈海角七號熱 新電影再起飛〉，《聯合報》，A1 版。
- 項貽斐 (2013 年 6 月 27 日)。〈挺國片 軋一腳 這夏導演好忙〉，《聯合報》，C1 版。
- 項貽斐 (2014 年 12 月 27 日)。〈國片關卡年／KANO、軍中樂園 都賣不回本〉，《聯合報》。取自 <http://udn.com/news/story/7262/604903>
- 黃宛瑜譯 (2011)。《想望台灣：文化想像中的小說、電影和國家》，台北：紅螞蟻。(原書：葉蓁 Yip, June [2004]. *Envisioning Taiwan: Fiction, cinema, and the nation in the cultural imaginary*. Durham, NC: Duke University Press.)
- 黃建業 (主編) (2005)。《跨世紀台灣電影實錄 1898-2000 (上)》。台北：行政院文化建設委員會、財團法人國家電影資料館。
- 黃凱翎 (2011)。《初探兩千年後「英倫搖滾」在台灣的歷史與市場》。臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 黃識軒、黃嘉平 (2013 年 2 月 9 日)。〈豬哥亮雙關語「開始有人插」〉，《中國時報》。取自
<http://showbiz.chinatimes.com/showbiz/110511/112013020900008.html>
- 鄒可薇 (2011)。《大學生對台灣電影的評價與電影相關消費行為之關係研究-以銘傳大學傳播學院學生為例》。銘傳大學傳播管理學系碩士論文。
- 鄒念祖 (2011 年 2 月 21 日)。〈關懷咱在地 台片掀高潮〉，《自由時報》，D1 版。
- 聞天祥 (2013 年 11 月 24 日)。〈影聞其詳／爸媽不在家 金馬 50 有感〉，《聯合

- 晚報》。取自 <http://stars.udn.com/newstars/collect/CollectPage.do?cid=12589>
- 劉平君 (2007)。〈流行文化的解構觀〉，《新聞學研究》，90: 141-177。
- 劉立行、陳嘉彰 (2001)。〈面對 WTO 政府應謀求電影工業救亡之道〉，《國家政策論壇月刊》，1(8)，取自 <http://old.npf.org.tw/monthly/00108/theme-177.htm>
- 蔡旻峻 (2011)。《台灣電影觀眾的觀賞動機與消費行為研究》。中山大學劇場藝術學系碩士論文。
- 蔡昌哲 (2007)。《愛上史提芬周一迷的詮釋與媒體消費》。佛光大學傳播學系碩士論文。
- 鄭岳翔 (2013)。《新世代影癡觀影經驗超級英雄電影為例》。東吳大學社會學系碩士論文。
- 鄭景雯 (2012 年 11 月 26 日)。〈侯孝賢：別因政治目的批評金馬〉，《中央社》，取自 <http://www.cna.com.tw/News/aSaM/201211260189-1.aspx>
- 盧非易 (1998)。《台灣電影：政治、經濟、美學 (1949-1994)》。台北：遠流。
- 蕭宏祺 (2011)。〈進入超級影城：與商城相依偎的華麗地景〉，《電影欣賞》，174: 7-13。
- 戴樂為、葉月瑜 (2011)。《東亞電影驚奇—中港日韓》。台北：書林。
- 鍾起惠 (1995)。〈從新傳播科技本土化衍生歷程看研究論述的知識生產意涵：以錄放影機、有線電視與衛星電視為例〉，《廣播與電視》，第二卷第二期，頁 75-109。
- 鍾寶賢 (2004)。《香港影視業百年》。香港：三聯。
- 關志儒 (2014 年 11 月 23 日)。〈金馬台電影遺珠多 導演不悲觀〉，《聯合晚報》。取自 <http://udn.com/NEWS/ENTERTAINMENT/ENTS1/9084494.shtml>
- 魏鈞 (1999)。〈好萊塢過台灣：一段電影殖民史的開端〉，《當代》，139: 24-43。
- 魏鈞 (2004)。〈從在地走向全球：台灣電影全球化的歷程與類型初探〉，《台灣社會研究》，56: 65-92。
- 魏鈞 (2006)。〈合製文化：反思全球化下的國際電影合製〉，《新聞學研究》，89: 127-164。
- 魏鈞 (2010)。〈新亞洲電影的打造與拆解〉，《新聞學研究》，104: 161-194。
- 羅悅全 (2010 年 9 月)。〈文藝青年〉，《典藏今藝術》，216，114-115。
- 中華民國剪輯協會 <http://www.eforu.com.tw/www/home/home.htm>
- 台北金馬影展 <http://www.goldenhorse.org.tw/ui/index.php>
- 開眼電影網 <http://www.atmovies.com.tw/home/>

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. UK: SAGE.
- Berry, C. J. (2009). Re-writing cinema: Markets, languages, cultures in Taiwan. In F. L. Shih, S. Thompson & P. F. Tremlett, (Eds.), *Re-writing culture in Taiwan* (pp. 140-153). London, UK: Routledge.
- Berry, C. J., & Farquhar, M. A. (2006). Introduction: Cinema and the national. In C. J. Berry & M. A. Farquhar, (Eds.), *China on screen: Cinema and nation* (pp. 1-16). New York, NY: Columbia University Press.
- Chan, F. (2008). When is a foreign-language film not a foreign-language film? When it has too much English in it: The case of a Singapore film and the Oscars. *Inter-Asia Cultural Studies*, 9(1): 97-105.
- Desser, D. (2006). Hong Kong Film and the New Cinephilia. In M. Morris, S. L. Li & S. C. K. Chan (Eds.), *Hong Kong connections: Transnational imagination in action cinema* (pp. 205-221). Durham, NC: Duke University Press.
- Hanich, H. (2014). Watching a film with others: towards a theory of collective spectatorship. *Screen*, 55(3): 338-359.
- Higson, A. (1989). The concept of national cinema. *Screen*, 30(4), 36-47.
- Jensen, J. (1992). Fandom as pathology : the consequences of characterization. In Lisa A. Lewis (ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. (pp.9-29). London: Routledge.
- Jones, J. (2011). When the Movies Started, We All Got Along: Generation Y Remembers Movie Night. *Media International Australia*, 139, 96-102.
- Keathley, Christian. (2005). Introduction. *Cinephilia and History, or the Wind in the Trees*, 1-10. IN: Indiana University Press..
- Kong, S. (2007). Genre Film, Media Corporations, and the Commercialisation of the Chinese Film Industry: The Case of “New Year Comedies”. *Asian Studies Review*, 31(3), 227-242.
- Lu, S. H. (2012). Notes on four major paradigms in Chinese-language film studies. *Journal of Chinese Cinemas*, 6(1), 15-25.
- Lu, S. H., & Yeh, E. Y. Y. (2005). Introduction: Mapping the field of Chinese-language cinema. In S. H. Lu & E. Y. Y. Yeh (Eds.), *Chinese-Language Film: Historiography, Poetics* (pp. 1-24). Honolulu, HI: University of Hawaii Press, 2005. 1-24.

- Moran, Albert. (1996). Terms for a Reader: Film, Hollywood, National Cinema, Cultural Identity and Film Policy. *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*. In Moran, Albert. (Ed.) *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*. (pp.1- 19). Routledge: London, UK.
- Srinivas, S. V. (2009). *Megastar*. New Delhi, India: Oxford university press.
- Theater admissions in France in 2013*. (2014). Retrieved from Centre National du Cinéma et de l'image Animée: <http://www.cnc.fr/web/en/year-2013>
- Wang, C. S. (2012). Memories of the future: Remaking Taiwanese-ness in *Cape No. 7*. *Journal of Chinese Cinemas*, 6(2): 135-151.
- Yeh, E. Y.-y. (2010). The Deferral of Pan-Asian: A Critical Appraisal of Film Marketization in China In Michael Curtin and Hemant Shah (eds.), *Re-Orienting Global Communication: Indian and Chinese Media Beyond Borders*.(pp. 183-200). US: University of Illinois Press.

附錄一：訪談大綱

一、個人背景

1. 你的暱稱、職業及年齡？

二、觀影史

1. 你從什麼時候開始看電影？為什麼會開始看電影？每個月會看多少電影？
有哪些看電影的管道？自己看或和朋友一起看？
2. 請你分享自己看港片／中國片／華語片的經驗。
3. 請你分享自己開始看國片的情況。有什麼讓你印象深刻的看國片經驗嗎？
4. 你會自己吸收和國片有關的資訊知識嗎？會從什麼管道（部落客、影評、雜誌、書籍…）？

三、國片想像

1. 請你推薦一到兩部自己喜歡的國片／導演／明星。（有沒有上面沒有提到，但你也喜歡的國片？）
2. 你在選片時有什麼考量（導演、明星、類型…）嗎？為什麼？
3. 你覺得什麼是國片／台灣電影？相較於其他國家或語系的電影，你覺得國片有什麼特色？（同樣是這個導演／明星／類型的作品，為什麼不會想看_____？）
4. 你覺得國片的強項／弱項是什麼？

四、消費實踐

1. 請你分享上述國片經驗裡自己符合的，是在什麼情況下發生的？
2. 你喜歡看國片嗎？為什麼？
3. 你覺得（進電影院）看不看國片重要嗎？
4. 你覺得看國片對自己有什麼影響？

附錄二：國產電影片本國電影片及外國電影片之認定基準

壹、稱國產電影片者，指由依電影法設立之電影片製作業列名參與製作，並符合下列各款情形之一之電影片。但條約或協定另有規定者，從其規定：

- 一、主要演員（主角及配角）二分之一以上具有中華民國國民身分證明者。
- 二、導演具有中華民國身分證明、主要演員（主角及配角）四分之一以上具有中華民國國民身分證明，且未具有中華民國國民身分證明之主要演員（主角及配角）屬相同國籍者，未逾主要演員（主角及配角）二分之一者。
- 三、在國內取景、拍攝達全片三分之一以上、主要演員（主角及配角）三分之一以上具有中華民國國民身分證明，且該電影片未具有中華民國國民身分證明之主要演員（主角及配角）屬相同國籍者，未逾主要演員（主角及配角）二分之一者。
- 四、全片在國內完成後製作（指錄音、剪輯、特效、音效、沖印及其他後製工作）、主要演員（主角及配角）三分之一以上具有中華民國國民身分證明，且該電影片未具有中華民國國民身分證明之主要演員（主角及配角）屬相同國籍者，未逾主要演員（主角及配角）二分之一者。但國內無相關後製作設備或技術者，不在此限。
- 五、動畫電影片在國內製作費用達製作費用總額二分之一以上或參加該電影片製作之人員二分之一以上具有中華民國國民身分證明者。

貳、稱本國電影片者，指由前點電影片製作業列名參與製作，其中我國電影片製作業參與製作之投資額應為最大或與其他聯合製作國家或地區投資比例相同，並符合下列各款情形之電影片：

- 一、無前點各款情形。
- 二、該電影片未具有中華民國國民身分證明之主要演員（主角及配角）屬相同國籍者，未逾主要演員（主角及配角）二分之一者。
- 三、稱外國電影片者，指國產電影片、本國電影片及香港、澳門、大陸地區電影片以外之電影片。
- 四、國產電影片、本國電影片及外國電影片由中央主管機關審查並認定之。

附錄三：受訪者清單

暱稱／年齡／性別／職業	訪談時間／接觸管道	觀影經驗
阿輝（25，男，文字工作者）	2014/08/09，人際網絡	對新電影時期的作品和影人較有興趣；有原住民血統，特別看了《賽德克·巴萊》的首映。
宋伯（24，男，待業中）	2014/08/12，人際網絡	對商業電影和影像後製特別有興趣；會因為朋友邀約而進電影院重複看同一部片。
欣嘉（23，女，採訪編輯）	2014/08/14，人際網絡	曾到外校旁聽知名影評人開設的敘事課程；有固定進電影院的習慣。
培（25，女，學生）	2014/08/15，人際網絡	有特別喜歡的外國導演；比較少看國片，唯一一次二刷是使用買《海角七號》原聲帶附贈的電影票。
清流（39，男，資訊業）	2014/08/15，受訪者介紹	從《海角七號》開始，只要是國片幾乎都進電影院支持，反之外片只透過電影院以外的管道觀賞；有蒐集票根的習慣。
亞閒（25，女，學生）	2014/08/20，人際網絡	以前不看華語片，也很少進電影院，為了跟上話題慢慢願意

		消費電影，並因《海角七號》開始支持國片。和研究者一起看過《那些年，我們一起追的女孩》。
小高（34，男，交通運輸業）	2014/11/09，PTT Drama-Ticket 板	有特別喜歡的外國導演和電影類型；會蒐集 DVD；會用網路相簿紀錄並簡評看過的電影；基於信用卡優惠，偏好和朋友一起看電影。
阿傑（24，男，學生）	2014/11/27，人際網絡	通常是受朋友邀約才會看電影；偶爾會寫觀影心得。
唯棟（24，男，遊戲業公關）	2014/12/03，PTT Theater 板	大學就讀本科系；曾在連鎖影城打工，會用網路相簿和手機記事本紀錄和評等看過的電影。
小微（28，男，演員）	2014/12/23，PTT indie-film 板	因為對表演有興趣轉行當演員；會蒐集 DVD 和撰寫觀後心得。
小郭（25，女，餐飲業）	數次文字對談，朋友介紹	曾在電影院打工。
嘉柔（21，女，學生）	數次文字對談 ⁶ ，朋友介紹	曾在電影院打工，並因員工福利開始接觸國片。

資料來源：本研究整理。

⁶ 因兩位研究者不便配合對方時間、地點，但內文仍有幾處引用兩人線上談話的內容，故同樣將嘉柔及小郭列於受訪者名單當中。