

# 台北，上海與中國小資

李政亮

北京大學比較文學與比較文化研究所訪問學者

## 一、城市意義的翻轉

夜裡霓虹燈閃爍的酒吧、家樂福之類的大賣場、高聳嶄新的建築、隨時準備被拆遷的低矮的簡陋建築、滿街的汽車、西裝筆挺的上班族、工地裡來自鄉村的工人...，構成了今日中國大陸『城市』景觀的一景。

從大陸的政治經濟發展脈絡來看，城市意義在不同現代化實踐當中被賦予不同意義。1949年中華人民共和國建國以來，毛澤東時代的城市觀因為當時簡陋的交通運輸以及城市高度集中沿海城市的軍事風險等考量之下，毛澤東選擇了一種嘗試克服沿海／內陸城市發展不均的發展模式<sup>1</sup>。在社會主義體制計畫經濟之下的城市，主要扮演生產的角色，而城市彼此之間在計畫經濟的指標之下成了有機的連帶；在此情形之下，所謂的城市意味著以工業生產為導向的功能性角色。這種城市與工業化連結的想像，最著名的一個例證，就是共產黨在1949年取得政權之後，著名建築設計師梁思成極力主張北京應保存古蹟、另建新城；然而，共產黨的領導帶他到天安門城樓上向南望時，告訴他如果由此望去，都是一片煙囪，那是多麼美好的景象<sup>2</sup>。除此之外，對政權正當性建立在反封建、反殖民等基礎上的共產黨來說，既有的城市如上海或北京正與封建社會、殖民等有所連結，關於城市的大眾文化與文學，於是被排除在1949年以來的文化視野<sup>3</sup>。

不同於毛澤東的工業化、內向型的城市發展策略；鄧小平時代則再定位了城市發展的策略，他透過城市化的方式帶動經濟成長，經濟特區就是就是顯著的例子<sup>4</sup>。儘管兩者的城市定義與發展策略有所不同，不過，現代化則是共同的目標。歷經1989年的天安門事件之後，鄧小平加大改革開放的幅度，一方面，透過改革開放重塑政權正當性，例如鄧小平在1992年年初的一篇重要講話〈在武昌、深圳、珠海、上海等地的談話要點〉當中，便指出『為什麼「六四」以後我們的

---

<sup>1</sup> Dali L. Yang, *Beyond Beijing: Liberalization and the regions in China*, London and New York, Routledge, 1997:16-17,36.

<sup>2</sup> 戴錦華，〈都市文學、文學批評與知識份子角色〉，收錄於戴錦華著，《猶在鏡中》，北京，知識出版社，1999：67。

<sup>3</sup> 戴錦華，1999：62—63。

<sup>4</sup> Ian G. Cook and Geoffrey Murray, *China's Third Revolution: Tensions in the Transition towards a Post-Communist China*, London: Curzon Press, 2001:149-150;Dali L. Yang:38.

國家能夠很穩定？就是因為我們搞了改革開放，促進了經濟發展，人民生活得到了改善。<sup>5</sup>』另一方面，也提出部分區域趕超式的發展，在同篇講話當中，鄧小平提到『廣東二十年趕上亞洲「四小龍」，不僅經濟要上去，社會秩序、社會風氣也要搞好，兩個文明建設都要超過他們，這才是有中國特色的社會主義。<sup>6</sup>』

與這篇講話相伴隨的，便是全面市場化的開展。對大陸政權來說，全面市場化意味著另一波現代化進程的嘗試，而在此進程當中，城市的定義開始被重新翻寫，各地方政府開始致力於吸引外資或台灣、香港資本進入，城市空間開始出現迅速變化。『城市』空間已非過去工業化概念之下，生產性角色的扮演，或者說，社會主義體制底下有機的一部分；相反地，現今的城市，地方政府可動用種種的政策工具來轉換自己心目中城市的空間形式，更重要的是，城市之間必須有效地進行區隔，藉以爭取更好的競爭條件。正是在這樣的情況之下，各種形式的城市競爭力報告不斷出爐、不同城市之間的競爭更成為媒體報導的主題，甚至中央電視台也進行年度城市的評選。現今大陸城市的發展，曾有雜誌稱給予『城市公司化』的批評<sup>7</sup>，而『城市公司化』的運作如同大陸城市問題研究專家所指出的，『城市正在變成消費品，把城市的政府應該把投資者、旅遊者、市民當作顧客和消費，把城市的基礎設施、城市的文化、城市的環境當作產品。<sup>8</sup>』

城市的意義在此過程當中，也帶來大陸文化風景的鉅變：從整體城鄉關係來看，城市成為享有較多資源與社會流動夢想的空間，也因此，成為承載大量城鄉移民之處、在這個城市意義的翻轉過程當中，城市也成為各種消費形式的空間、而隨著城市的崛起，城市中國時而取代了整體中國，例如 2008 年北京申辦奧運、2010 年上海的世界博覽會以及廣州申辦亞運、以城市為背景的電影也越來越多... 等。就本文來說，本文所關注的對象在於城市意義翻轉所形成的多重風景當中的一環—城市意義翻轉過程當中，也隨著大陸經濟的持續發展，城市流行文化機制建構了不同的階級身分例如小資；在小資的認同系譜當中，城市的想像構成了小資認同系譜當中的一條重要線索，其中，上海與台北正是小資們所投射的城市之一，為何上海與台北成為小資們心理投射的城市？本文一方面擬從流行文化生產機制的轉變出發，另一方面則從流行文化所建構的上海與台北形象進行分析。

## 二、生產『小資』

小資，放在大陸十三億人口的基數之下來看，儘管屬於極少數；不過，小資之所以成為一個值得關注的議題，其或許具有下列幾重意義：第一，全面市場化的城市流行文化工業體制，在城市意義翻轉的過程當中，一方面界定了城市的意

<sup>5</sup> 鄧小平，〈在武昌、深圳、珠海、上海等地的談話要點〉，《鄧小平文選第三卷》，北京，人民出版社，1993：371。

<sup>6</sup> 鄧小平：378。

<sup>7</sup> 《三聯生活週刊》，總第 232 期。

<sup>8</sup> 《三聯生活週刊》，總第 232 期：27。

涵與想像，另一方面，他們嘗試架構一個以消費為基礎的社會分層。第二，伴隨小資討論熱潮的，是劇烈社會變遷過程當中階級身分的界定與想像的熱潮。第三，關於階級身分的界定與想像，不僅流行文化機制扮演一個重要角色，在階級身分的界定過程當中，大陸官方也提出其分類架構；不過，有趣的是，官方的提法並未被廣泛使用，小資此一詞彙依舊被頻繁使用。如果就媒體類別來看，我們將發現這些關於階級身分的討論，最多集中在平面媒體與網絡，電子媒體的節目當中儘管有相似的內容，小資一詞並不會出現在其中。也就是，雖然小資被某些類別的媒體普遍使用，但是，小資在大陸社會卻有著尷尬的位置。

隨著全面市場化所牽引的激烈的社會變遷，儘管 80 年代精英知識份子的文化努力以及作家寫為此過程提供了合法化論據<sup>9</sup>；但在跨國與本地資本的介入之下，原本知識精英所佔有的文化舞台，在商業大潮之下，旋即為城市流行文化所取代；知識份子群體的重要雜誌《讀書》94 年的『人文精神論爭』當中，恰好諷刺性地見證這個劇烈轉變過程，取而代之的則是流行文化。取代知識份子發言的地位的，精確來說，正是布迪厄（Piere Bourdieu）《區隔》（Distinction）一書當中所說的『新型文化傳媒人』（new cultural intermediaries），這批新型文化傳媒人在市場取向的文化職業當中任職，或媒體、或時裝、或廣告，他們一方面透過種種媒介界定也生產了新的文化符號，同時更引領了消費者帶有品味認同的消費；另一方面則又正當化了他們所型塑的生活風格<sup>10</sup>。如同費雪史東（Mike Featherstone）所提醒的，關於新型文化傳媒人的討論，並不能忽略他們與商人、政客及管理者之間的相互關連<sup>11</sup>。正是新型文化傳媒人以及背後的商業運作機制在這個斷裂的年代當中取得了發言權。

放在本文的脈絡下來看，隨著經濟發展所牽引的社會變遷過程當中，儘管社會分化劇烈，既有的『兩個階級一個階層』已不足以充分形容後社會主義中國的社會階級現狀；然而新的階級修辭是什麼？塑造城市流行文化的文化工業體系精準地掌握住這個缺口。城市流行文化／消費主導的情形之下，新的階級修辭及其認同對象在以白領階層為對象的時尚雜誌當中開展，1988 年法國榭樺（Hachette Filipacchi）出版集團的《ELLE—世界時裝之苑》與 1993 年大陸本地的《時尚》雜誌的問世就是一個代表；這些時尚雜誌開始扮演指導消費的角色<sup>12</sup>。不過，這

<sup>9</sup> 戴錦華，〈想像的懷舊〉，收錄於戴錦華，《隱形書寫：90 年代中國文化研究》，南京，江蘇人民出版社，1999：120。

<sup>10</sup> Pierre Bourdieu, Richard Nice translated, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London, Routledge, 1994:366; Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodern*, London, Newbury Park and New Delhi, Sage Publications, 1998:35. 邁克·費雪史東著，劉精明譯，《消費文化與後現代主義》，南京，譯林出版社，2000：53。

<sup>11</sup> Mike Featherstone:35-36；邁克·費雪史東著，劉精明譯：53。

<sup>12</sup> 梅園霖，〈匿名的引導者：《時尚》雜誌的文化意涵〉，收錄於戴錦華編《書寫文化英雄：世紀之交的文化研究》，南京，江蘇人民出版社，2000：265—266；陳信元，〈全球化朝之下的國際版中文雜誌〉，

<http://www.fgu.edu.tw/~literary/wc-literature/drafts/Taiwan/chen-xin/chen-xin-01.htm>。

類時尚雜誌雖然擁有固定讀者，但是並未引起關於階級修辭的討論熱潮。

從時序上來看，塑造階級修辭的第一個行動者是媒體與出版業。伴隨市場化的腳步以及透過『二渠道』<sup>13</sup>所逐漸形成以市場為基礎所出版的暢銷書，大陸出版業也開始扮演引領流行的角色。1999 年廣西人民出版社所翻譯出版的《格調：社會等級與生活品味》一書，開啓了中國大陸關於階級修辭的討論熱潮；這本出版於 1983 年的作品，在中國大陸得到本土化的解讀與熱熱潮，其最要原因之一在於這本書中具體地指出了不同階層的不同生活品味。《格調》一書所掀起的熱潮並未中斷，該書在中國大陸暢銷之後，2000 年至 2002 年之間，大陸的平面媒體開始有系統地進行不同社會身分想像的建構，這些不同社會身分的名稱包括『中產階級』、『城市中間人群』、『小資』等，不同媒體不僅塑造不同的社會身分修辭，更進一步提出區隔這些不同社會身分的品味標準，這其中包括物質的（如收入等級），也包括文化品味的區隔。這些不同媒體的不同階級身分修辭，如下表所示：

媒體名稱	階級定位	內涵
三聯生活週刊	小資	<p><b>【專輯：小資的自摸與十三不靠】</b></p> <p>電影（王家衛、奇士勞斯基等）、書籍（村上春樹、卡爾維諾等）與音樂（電影配樂、爵士、New Age 等）三方面共同構成小資的文化品味（該週刊所羅列的作品中，除了電影《陽光燦爛的日子》為大陸本土作品之外，其餘皆為西方作品。）</p>
經濟觀察報	中產階級	<p><b>【商業是一種藝術（該報廣告部門的廣告）】</b></p> <p>〔您的消費者〕一個居住在中心城市的男性公民，他對經濟產業、商業、家電業、金融證券業、房地產業、信息服務業等行業有高度的關注度，他的年齡在 25-40 歲之間，受過良好的教育，對新生事務敏感，有國際化</p>

<sup>13</sup> 所謂的二渠道是指新華書店以外的發行管道，或者說國營資本以外的民營資本管道；許多發行商憑藉其對市場的敏感度，或透過向出版社購買書號的方式出版發行其所認為可能賣座的書籍，實際上，這些發行商也就成了出版商。關於二渠道的詳細討論，參見邵燕君，《傾斜的文學場：當代文學生產機制的市場化轉型》，南京，江蘇人民出版社，2003：112—190。

		的視角和對外域文化的包容力，過著一種壓力下的優雅生活。”
新週刊	中產階級	<p><b>【中產的六個標準】</b></p> <p>菜鳥級的中產需要家庭雙方收入 10000 元，熟練級中產維月入 20000 元，高手級中產是 40000 元左右。</p> <p>中產生活需要準來衡量。特別是在這個人們連『中產』還處於霧裡看花的黑暗期。『寫意空間』之簡約與人性、『和睦家』之關懷、『祈福新邸』之高貴舒適、『經濟觀察報』溫和閱讀、『T8 酒吧』之高貴夜生活、『Mon the Bund 西餐廳』之魅力餐飲。</p>
北京青年報	城市中間人群	<p><b>【尋找城市中間人群系列報導之四】</b></p> <p>城市中間人群主要從事職業： 需要較高科學知識的職業、高科技領域需要較高技術的職業、第三產業需要專業技能的職業、企業經營管理人員</p> <p>城市中間人群的收入： 年收入 3-5 萬元的創業城市中間人群、年收入 5-8 萬元的守業城市中間人群、年收入 8-12 萬元的有產成市中產階級</p> <p>城市中間人群的劃分： （1）創業中間人群：年齡約 30 歲左右，社會根基不牢固，但教育、素質與職業技能相當出色 （2）守業中間人群：年齡在 30-35 歲左右，事業已有所成，更需要的是社會地位</p> <p>有產中間人群：已有相當資產與</p>

		社會地位，部分已開始步入資產者的行列
--	--	--------------------

資料來源：郭大路，〈小資的自摸與十三不靠：論雕刻時光的拆掉〉，《三聯生活週刊》，總第 142 期，第 104，108-109 頁；2000.11.27，第 18 版；（未註作者名），〈尋找城市中間人群系列報導之四〉《北京青年報》，2000.11.27；李冬莉，《中產的六個標準》，《新週刊》，總第 118 期，84-89。

在前述媒體所建構的不同階級身分當中，儘管這些不同階級修辭或因消費與收入的不同而有不同的劃分方式；不過，其共同點則在於相同的生活空間—城市。儘管平面媒體的不同階級身分區隔當中，城市並未被突顯；然而，隨著平面媒體階級身分討論熱潮而來的，則是相關書籍的出版，這些書籍大致以小資命名，城市想像與小資的文化消費系譜在這些書籍當中得到更多的討論，其內涵如下表所示：

城市想像	1930 年代上海風情、北京、上海、廣州、雲南麗江、杭州等大陸城市；紐約、米蘭、巴黎、布拉格等西方城市等。
飲食	咖啡（強調不加糖主義咖啡）、星巴克（強調異國想像）、西化傾向的飲食照單全收，如法式、俄式到德國菜照單等
穿著	CHANEL、HERMES 等各式名牌。
閱讀	張愛玲、朱天心、朱天文、陳丹燕、朱德庸、幾米、村上春樹、卡爾維諾等。
視聽	王家衛、周星馳、日本偶像劇等。

整理自黃海波，《小資女人》，北京：華文出版社，2002：44-48、201-204，112-125、234-235；包曉光，《小資情調：一個逐漸成型的階層及其生活品味》，吉林，吉林攝影出版社，2002：66-84、97-114、186-208；勞樂主編，《親愛小資：關於一個不確定群落的 N 種不確定描述》，北京，新世界出版社，2003：13、61-94、124-126、172-173。

在以小資名義所出版的書籍當中，羅列出各種不同關於小資的認同系譜，儘管這些內涵各有重和或相異之處，不過，值得注意的是，在這些認同系譜的建構過程當中拉出了一條小資認同的國際視野。除此之外，小資的內涵並非一成不變，除了平面媒體對小資進行界定之外，網絡更成為討論界定小資身分的場域，網絡上延續平面媒體關於小資的討論，或可視為小資內涵的再生產過程。

不過，儘管平面媒體與網絡關於小資的討論極為熱烈，關於小資的討論卻也僅止於這些不同的媒體類別。事實上，就在平面媒體建構不同的階級修辭之際，2002 年中國社會科學院也於《當代中國社會階層分析》一書當中提出十大社會階層的提法，這份研究報告的重要性一方面在於時任大陸國家主席的江澤民日後關於社會分層的談話採取了這十大階層的提法<sup>14</sup>，另一方面，這份研究報告以階

<sup>14</sup> 關於『輿論導向』與不同的階級修辭之間的關聯參見李政亮，〈平面媒體的社會身分想像與

層取代過去大陸政權正當性一個重要的單元－階級<sup>15</sup>。弔詭的是，這個新的分類架構提出之際，雖然各種類別的媒體以極大的篇幅報導，然而，小資或是中產的階級修辭很快地又在平面媒體與網絡出現，並以更大的規模進入各種類別的平面媒體。

### 三、1930年代上海的生產

隨著城市意義翻轉與城市流行文化生產機制逐步建立所開展的現象之一是城市懷舊，當城市不在僅只於社會主義體制之下的生產者角色之際，出版商開始透過懷舊老照片找尋城市的過去，『老照片』、『老北京』、『老廣州』之類的名稱成爲這類舊照片圖文集的關鍵字。

不過，在這些城市懷舊現象當中，1930年代上海的形象卻獨樹一幟地成爲被討論最多的城市。這一方面來自於1990年中期以來的上海，透過空間的改造重新還原於1930年代的上海，也重新喚起西方與其他國家的30年代上海記憶。這個城市景觀的改造，是在官方的推動之下進行，從上海外灘到上海酒吧，充分展現官方與民間資本的共識。另一方面，1930年代上海的形象建構，更來自城市流行文化生產機制的不斷生產。1930年代上海形象建構，有幾重不同的建構機制，依照時序而論，香港電視劇與電影對於1930年代上海形象建構扮演一定的重要性，1980年代中期大陸的影視文化已初步成型，據統計，1985年已有3000萬台電視機<sup>16</sup>；而電視台所播放的以香港爲主的進口連續劇已達400集以上<sup>17</sup>。其中，在大陸引起轟動的《上海灘》就是一個描述1930年代上海的典型例證<sup>18</sup>。

步入90年代，流行文化生產機制更顯多重，90年代初期，香港電影工業開始透過合拍片的方式與大陸合作，關錦鵬的《紅玫瑰白玫瑰》、許鞍華的《阮玲玉》都是90年代初期描述1930年代上海的作品。與這些電影相隨的，則是張愛玲的出現，1980年代以來，張愛玲重新進入大陸文學史的敘事當中，然而，90年代中期以來所被認識的張愛玲，與其說是現代文學意義之下的張愛玲，不如說是城市流行文化意義之下的張愛玲<sup>19</sup>。一方面，張愛玲90年中期的去世重新引起人們對這位作家傳奇一生的回顧熱潮，另一方面，女性作家、上海、城市地景、

---

『輿論導向』的達成？>，《文化研究月報》，第27期，  
[http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/27/journal\\_park211.htm](http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/27/journal_park211.htm)。

<sup>15</sup> 關於這個問題的討論詳見陸學藝主編，《當代中國社會階層研究報告》，北京，社會科學文獻出版社，2002：4-7。

<sup>16</sup> 蘇雲，〈電影面臨挑戰〉，《電影藝術》，總第160期，1985：8。

<sup>17</sup> 胡健，〈萎縮：不容樂觀的電影市場〉，《電影藝術》，總第160期，1985：12-13。

<sup>18</sup> 曠晨、潘良編著，《我們的八十年代》，桂林，廣西人民出版社，2004：170-171。

<sup>19</sup> 關於大陸的文學界乃至流行文化生產機制對張愛玲的接受過程，詳見溫儒敏，〈近二十年來張愛玲在大陸的『接受史』〉，收錄於劉紹銘、梁秉鈞、許子東編，《再讀張愛玲》，山東，山東畫報出版社，2004：20-31。

消費則構成了之後 1930 年代上海的生產要素。

在這些書寫上海的作家當中，王安憶與陳丹燕或許是最重要的代表，其之所以具有代表性並不僅止於她們的作品前述涵括了 1930 年代上海的生產要素，更重要的在於一方面她們帶出了一個新的關於上海的城市歷史序事，另一方面，她們也將上海重新放進一個國際脈絡。王安憶的《長恨歌》從國共鬥爭時期的上海作為歷史書寫的起點直到 80 年代；陳丹燕上海系列的作品例如《上海的金枝玉葉》則是透過個人的故事書寫上海歷史。值得討論的是，1930 年代上海固然是上海歷史當中重要的一環<sup>20</sup>，然而，1949 年之後的上海卻也有其特殊的城市歷史，例如上海曾是毛澤東重新進行權力布局的重要基地；這幾個不同的上海，那一個才是其所想像的上海？在被稱為『小資教母』的陳丹燕就是其中的代表。在陳丹燕的上海系列作品當中，第一部的《上海的風花雪月》當中第一篇文章關於時鐘的老照片的圖說就揭開了一個新的歷史序事，『九十年代的巴黎大戲院原址...，從前前廳的小吃部裡的咖啡現在成了兩樓的整整一個大廳：時代咖啡館，從美國定制來的黃銅大鐘慢慢搖動，已經完全把 1949 年到 1992 年之間的五十年輕輕略去。<sup>21</sup>』這個時間的比喻不言可喻，《上海的風花雪月》初版於 1998 年，我們可以確定這個時間所指，正是社會主義政權建立到全面市場化時期，或者說被陳丹燕認為是封鎖退步的年代。在過去、現在與未來之間，陳丹燕進一步指出，『在二十世紀九十年代上海復舊潮流中，二十年代末戴西全家坐在大房子前的合影又出現在好幾種寫到老上海的書裡，也出現在一些為白領辦的銅板紙雜誌上，精美的印刷，連照片四周的泛黃都如實表現出來，一個作家感嘆地說，面對這張照片的上海人，不知道該說回到從前，還是說回到未來。<sup>22</sup>』去政治化、或者說去社會主義化的上海，才是陳丹燕心目中的上海。Fred Davis 對懷舊現象的社會學解釋是，對身分認同或建構、或維持、或再發現的積極過程，或透過歷史的重新書寫、對現代的反思、對未來的思索，找尋自我的認同<sup>23</sup>。而書中陳丹燕也提出一個溫情的夢想，『總之，大家都想把一個破壞的時代擦掉，回到那張合影中去。總之，大家也都以為，回到那裡，就是走進那張照片裡，自己也住在這樣的大房子裡，自己也穿著長長的旗袍，自己的侄子也因一身英童打扮，把小領帶結繫得又小又硬挺結實，自己的爹爹也掙大錢，在南京路上數一數二，自己也上燕京大學，夏天時候回來休假，與兄弟姊妹開著黑色的布克車上街兜風。<sup>24</sup>』這個昔日永遠美好（those good old days）的論述，參雜了現實與過去以及忘卻了

<sup>20</sup> 依大陸文化研究學者王曉明的看法，1930 年代的上海甚至可分為十里洋場、工人區與棚戶區等三個因階級所形成的不同空間，參見王曉明，〈懷舊遮蔽了真實的老上海〉，

<http://www.cul-studies.com/asp/list.asp?id=27&Nkey%20=%E4%B8%8A%E6%B5%B7&state='yes'>。

<sup>21</sup> 陳丹燕，《上海的風花雪月》，2001：3。

<sup>22</sup> 陳丹燕，〈利西路上的大房子〉，收錄於陳丹燕，《上海的金枝玉葉》，北京，作家出版社，2000：39。

<sup>23</sup> 轉引自 Natalia Chan Sui Hung, *Rewriting History: Hong Kong Nostalgia Cinema and Its Social Practice*, in Poshek Fu and David Desser eds, *The Cinema of Hong Kong*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000:264.

<sup>24</sup> 陳丹燕，《上海的金枝玉葉》：40。

昔日的上海其實處於不對等的國際政治權力關係也被消融，被消融在其實是重新架構一個消費城市的夢想與實踐當中。這個上海是屬於城市的，屬於小資的夢想的投射；在富貴子弟的昔日榮光、在今日現實的消費關係當中。

除此之外，兩位作家也重新將上海放進一個國際脈絡當中呈現。王安憶在《尋找上海》一書當中以個人的經驗指出，『倒是在不相干的時間和地點，不其然地，卻看見了它（筆者註：上海）的面目。那還是 1987 年，在香港，有一晚，在九龍的麗晶酒店閒坐，正對著香港島，香港島的燈光明亮地鑲嵌在漆黑的海天之間。這真是海上奇觀，是蠻荒之中的似錦繁華，是文明的傳奇。於是，陡然之間想起了上海...<sup>25</sup>』。而陳丹燕的《慢船開往中國》的小說當中，講述了一個到美國尋找家世的故事，一個昔日上海買辦家族的歷史，在美國教授的研究當中被完成；除此之外，陳丹燕更透過親身的旅遊經驗比較了上海與聖彼得堡、紐約乃至上海六七十多年前的參照城市巴黎進行比較。不過，城市的優越感卻也顯現在陳丹燕的《上海的風花雪月》當中，『上海和紐約一樣，是無論如何也弄不乾淨的城市，安徽民工把建築垃圾往馬路上亂倒，四川女孩吃完盒飯把大骨頭丟到花壇下面，從外地來的人只知道自己離開了家鄉為找自己想要的東西，這裡不是他們的家，他們不在乎這裡的一草一木，他們也從來不在乎。<sup>26</sup>』

放在大陸的脈絡下來看，對小資來說，其對 1930 年代的舊上海有多重的投射：如同陳丹燕所重新建構的 1930 年代舊上海，那是一個去政治化、無須正視不對等國際權力關係的上海、再例如再生產張愛玲的文化人在標誌著城市地景的電影院、舞廳等昔日消費空間當中，重新想像了一個城市、而這座城市更是包含了各型各色外國人的國際都會。

然而，這種想像是指向過去式的，儘管人們活在現實當下。

#### 四、台灣流行文化與小資

過去，台灣的流行文化便已進入大陸大學校園當中，80 年代的民歌、余光中、鄭愁予的現代詩、席慕蓉、三毛等作品都曾在當時的大學校園當中流行<sup>27</sup>。值得注意的是，台灣流行文化的引進大陸，一直存在文化時間差，如同觀察者所說的，『大陸的小資們一直在以這樣和那樣的理由對台灣文化界進行著「起死回生」的重新打撈，最典型的例子包括：朱天文、朱天心姊妹和她們的「三一學社」，白先勇、夏濟安、王文興和他們的《現代文學》作家群，賴聲川和他曾為台灣 80 年代「小劇場運動」奠定輝煌的表演工作坊，林懷民和他的雲門舞集....<sup>28</sup>』

<sup>25</sup> 陳丹燕，〈尋找上海〉，收錄於陳丹燕，《尋找上海》，上海，學林出版社，2001：22。

<sup>26</sup> 陳丹燕，《上海的風花雪月》：155。

<sup>27</sup> 捕風，〈懷舊·時差·抖動的大地〉，

[http://culture.163.com/partner/weekly/editor/030317/030317\\_71524.html](http://culture.163.com/partner/weekly/editor/030317/030317_71524.html)。

<sup>28</sup> 捕風，[http://culture.163.com/partner/weekly/editor/030317/030317\\_71524.html](http://culture.163.com/partner/weekly/editor/030317/030317_71524.html)。

除此之外，羅大佑更是台灣流行文化在大陸的重要指標。

值得討論的是，伴隨大陸城市文化流行機制的逐步建立，那些流行文化被大陸小資所接受？就文化生產機制而言，台灣內部在這二十多年當中，也曾經掀起三波不同的大陸熱；第一波是1987年台灣開放赴大陸探親、第二波則是90年初期傳統產業台商赴中國大陸投資，這一波到1993年達到最高潮；而第三波的中國大陸熱則是世紀之交的上海熱，不僅台商有產業類別的不同，從早期勞力密集為主、出口導向的中小企業台商到現今上海為主的高科技、金融業類別，第三波的中國熱更出現更有移民至上海居住者；在這三波不同的中國熱當中，第三波的中國熱似乎顯得更為特別，包括移民者與留學者大量增加，光以大上海地區，就號稱有數十萬台商<sup>29</sup>。第三波大陸熱與前兩波的不同除了產業類別的轉變之外，就大陸城市景觀的改變也有直接的影響，就本文來說，最重要的影響莫過於城市連鎖咖啡廳的大量出現，1999年統一集團所代理的星巴克咖啡咖啡廳開始以連鎖店的倍增方式進入上海等大城市<sup>30</sup>，而真鍋、上島同樣也在大陸城市扎根。

除此之外，值得注意的是，在第三波也就是或者稱為上海熱的西進熱潮當中，台商之外的另一個重要角色就是文化人，依據大陸國台辦的統計，每年約有三四千或長住或往返兩岸的文化人<sup>31</sup>。在這些文化人的穿針引線之下，大陸對台灣流行文化的接收時間差逐漸在消弭當中；所謂的穿針引線，其實正是文化生產模式的轉變。以出版業來說，過去二十多年來不乏彼此合作的方式，而其合作方式主要分為幾類：版權買賣、合作編譯、合作排印與合資企業（此類模式相較屬於少數案例）等方式<sup>32</sup>。然而，隨著大陸出版市場的崛起，以市場規模而論，十年前大陸圖書市場規模大約僅有近百億人民幣的規模，而千禧年之際，已躍升至376.8億元<sup>33</sup>。在龐大的市場利基之下，台灣出版商開始以更多的方式介入大陸圖書市場，在大陸不准外資進入出版公司的限制之下，常見的模式是買下出版社底下的子公司（例如廣告公司或印刷打字行），再以資金股份大過母公司的方式操控大局；而就雜誌而言，更有借殼上市的模式，也就是租借已停刊或是發行不佳的雜誌的刊號發行的例子<sup>34</sup>。這些新衍生的模式，也正是為何有大批的文化人

<sup>29</sup> 目前在大陸台灣人確切人數有多少？如同《財訊》月刊所指出，因為兩岸官方統計各行其事，目前所出現的數字多為大家各憑本事或依據經驗法則提出概略數據；說法之一是在上海定居（在當地停留超過三個月）的台灣人超過二十五萬人，散佈在長江三角洲的則有八、九萬人；參見《財訊》月刊第260期，<http://fn.yam.com/fninfo/php/article.php/45396/1>。如根據《遠見》雜誌以人次為統計，則是2002年從上海口岸進出口的台胞，已衝上58萬人次，如果加上大蘇杭，台商在上海進出達80萬人次；如再加上北京南下與廣州北上的，累計超過100萬人次；參見成章瑜，〈新上海人〉，《遠見》，2003年4月號，第102-103頁。

<sup>30</sup> 莫乃建，〈統一星巴克：五星級服務賣咖啡〉，<http://www.cheers.com.tw/content/016/016112.asp>。

<sup>31</sup>（未註作者名），〈台文化新勢力穿透兩岸圍牆〉，

<http://www.gmw.cn/03pindao/guancha/2002-07/2002-07-23/20020723-12.htm>。

<sup>32</sup> 韓淑真，〈兩岸出版業合作不是夢〉，

<http://www.chinabiz.org.tw/maz/InvCina/199703-037/199703-030.htm>。

<sup>33</sup> 蔡文婷，〈搶進未開放的大陸書市〉，<http://www.tangben.com/Wymanbi>。

<sup>34</sup> 蔡文婷，前揭文。

必須長居或往返兩岸之間的重要因素。

過去台灣出版社的西進未必都是成功的，在這些失敗經驗當中，台灣出版商逐漸建立起以作家品牌取代單純的版權交易的模式，在此情形之下，作家也如同歌星一般必須在大陸舉行簽名會之類的活動。在這些作家品牌當中，依照時序而論，隨著大陸從1996-1997年之間教育科研網（Cernet）在大學的架設以及1998年網絡基礎社在城市的逐步開展，網絡成爲城市時尚生活的一部分<sup>35</sup>；在此情形之下，台灣網絡作家痞子蔡的《第一次的親密接觸》在大陸引發熱潮，不僅書中一些特殊語彙成爲流行語，該書更被翻拍成電影。

痞子蔡之後的熱潮，主要則是王文華的《蛋白質女孩》與幾米的畫作《向左走，向右走》；值得注意的是，這兩位作家本身便有意識地透過行銷策略推銷他們的作品。就幾米來說，他的作品本身交給出版社，而周邊產品的開發則另有公司經營；而王文華則視作者本身爲品牌進行行銷<sup>36</sup>。城市，是幾米與王文華的共同主題，然而兩人卻有截然不同的表現。就幾米眼中的城市，就如同《向左走，向右走》一書封底所寫的：『迷宮般的城市，總有莫名的寂寞。你永遠不知道，你會錯過什麼。各種關於追尋的巧合與錯過，編織著城市叢林里的憂鬱和柔弱。』在他的畫作當中，沒有具體的城市名稱，只有城市共通的地景，例如捷運、地下道、公園等。相對之下，王文華的《蛋白質女孩》當中則處處充滿台北地景，捷運、7-11、誠品書店...等。這兩種不同的城市書寫，爲何被大陸小資所接受？

一篇批判幾米與一篇幾米迷在討論版上所寫的文字同樣指向城市，批判幾米的文字寫道，『幾米的流行很大程度上是都市化進程的加快，人變得庸俗，膚淺了，所以需要一些快餐文化大大發展。<sup>37</sup>』而自認小資的幾米迷的文字則指出，『我們自己又何嘗不是這樣，住在同樣的城市，走過同樣的街道，看同一場電影，但是我們也不會相遇。抽去那些冰冷冷的物質外殼，留下我們空盪盪的情感與靈魂在空中飄盪。<sup>38</sup>』幾米抽象的都會文本，讓城市人在自己的生活當中找到投射。相對之下，閱聽人對王文華的都會故事則又有另一種解讀，一位任職保險公司的讀者指出，『雖然《蛋白質女孩》故事發生在台北...看達利、喝星巴克咖啡、關住美國的金融市場、在網絡上認識不同的女子，並揣摩他們的心思，台北和上海的生活方式原來也有不少共通之處...它會如此風靡上海，可能是因爲這是發生在另一個城市裡的上海故事。<sup>39</sup>』城市文本中眾多具體的城市地景不但未造成閱

<sup>35</sup> 吳曉黎，〈都市新景觀：網絡表象分析〉，《視界》，第4輯，2001：121。

<sup>36</sup> 楊岑雯，〈幾米·王文華，如何暢銷到中國〉，  
[http://www.bnnext.com.tw/mag/2003\\_05\\_15/2003\\_05\\_15\\_978.html](http://www.bnnext.com.tw/mag/2003_05_15/2003_05_15_978.html)。

<sup>37</sup>（未註作者名），〈庸俗、瑣碎的幾米〉，<http://blog.csdn.net/pyp/archive/2004/08/12/73002.aspx>。

<sup>38</sup> 錐子，〈我們竟然如此憂傷〉，  
<http://bbs2.netease.com/culture/readthread.php?forumcode=6&postid=212039>。

<sup>39</sup>（未註作者名），〈台北的筆勾了上海的魂〉，《亞洲週刊》；轉引自  
<http://viewcn.com/TaiWanShiChuang/ShenDuBaoDao/TaiWanRenWu/GBK/133954.html>。

讀障礙，反而讓閱聽人建立起城市生活參照系。從這個角度來看，也就不難理解大陸小資對朱天文、朱天心姊妹作品的解讀。儘管朱天心的〈想我眷村的兄弟們〉或是〈古都〉在台灣文學界引起不同的爭議與解讀，然而，這些對大陸小資來說並不重要，小資所感興趣的是從品牌消費與異國想像的脈絡閱讀他們的作品。朱天心的小說〈我的朋友阿里薩〉裡的克里特島、特洛伊、Chivas Regal、NINA RICCI；〈第凡內早餐〉的FLORENTINE、CUBAN CAPIOL等鑽石品牌....；而朱天文描寫台北進入新消費時代的〈世紀末華麗〉，也有著異曲同工之妙。除此之外，隨著小資們的城市想像而來的，則是近兩年來台版旅遊叢書的在大陸出版。

## 五、結語

隨著大陸城市意義翻轉而來的，一方面是大陸本土的流行文化生產機制嘗試定義城市的意涵，小資或是1930年代的上海都是這個定義過程之下的產物；另一方面，在定義城市的過程當中，參照對象的找尋也構成重要的一環。

在小資的認同系譜當中，1930年代上海的想像當中，並不僅是昔日美好的城市想像，在這個想像當中，也包括了上海與其他國際城市之間的連結，也就是小資的城市想像有其國際脈絡。台北之所以成為小資認同系譜當中的一環，一方面在於西進的流行文化機制的轉變，另一方面，則是新一波的流行文化內涵包含了現實城市生活當中的想像。

也就是在大陸與台灣的流行文化機制轉變之下，1930年代上海與現實台北生活在小資的認同系譜當中相遇。