

專輯論文

本地與同代：上海的城市屏幕文化

裴開瑞 (Chris BERRY)

摘要

過去十多年以來，尺寸各異的電動影像屏幕大量出現在世界各地的公共空間。基本上，同樣的屏幕技術可以運用到任何一個地方。那麼，不同地方採用此技術時，是否有獨特的本地模式？還是千城一面？本文探討上海的城市屏幕文化，作者認為本地特性會通過多種方式呈現。首先，屏幕所在的地點及功能不同，應用的模式也會因地而異，比如裝置於交通中心上海火車南站的屏幕，其首要功能便是通過空間來疏導人流；上海科技館的屏幕則用於構造遊客對展覽的體驗；而五角場商業中心的屏幕不僅用於播放商品廣告，還作為「魅惑之光影景觀」(lightscape of enchantment)，以吸引遊客。在每一個案，場地所獨有的環境以及經常造訪的群體共同創造了本地特性。其次，在上海，大量的電報紙條式走字屏幕與文本屏幕星羅棋布，分佈在通向商店、住宅小區甚至是公車站的入口處，然而在倫敦或開羅，這樣的屏幕則較為罕見。電子屏幕的普及與源遠流長的漢字文化有關，當時的人使用漢字以標示外與內之間、幾乎不能辨識的空間。這種做法可以追溯到封建時代，而中共建政以來，新興的黑板文化也於此流行。這種文

裴開瑞，英國倫敦大學金史密斯學院媒體與傳播系教授。研究興趣：亞洲屏幕文化、中國電影。電郵：chrisberry82@hotmail.com

化可算是繼承一個系譜，但是改用電子文本屏幕也是中國市場經濟興起後，文化改革的一大部分，而這種轉變也和嚮往向上的文化相關。總的來說，本文提出本地特性的兩種形式，與其說是將西方或大都會的一套搬過來，而呈現了全球在地化的演變(glocal adaptation)，不如說是在這個急遽全球化的時代，同代人共同於各地共同發展採用新媒體的模式。

關鍵詞：屏幕、上海、公共文化、全球化、走字

Special Issue Article

Shanghai's Public Screen Culture: Local and Coeval

Chris BERRY

Abstract

Electronic moving image screens of varying sizes have proliferated in public space all over the world during the past decade and more. The same technology is potentially available to be installed anywhere. So, are there any local patterns to the uptake of this technology, or are they just part of the generic city? This essay explores public screen culture in Shanghai to argue that local specificity does manifest itself in a variety of ways. First, different patterns emerge according to the type of place in which the screens are installed and the singularity of the site itself. For example, the primary function of screens in transport hubs such as the Shanghai South Railway Station is to direct flows of people through the space; screens in the Shanghai Science and Technology Museum mediate the visitor's experience of the exhibits; and in the Wujiaochang retail hub they not only advertise products and stores but also act as part of a "lightscape" of enchantment that helps to attract visitors. In each case, the individual circumstances of the site and those who frequent it create further local specificity. Second, Shanghai is also marked by very heavy usage of tickertape-style "walking word" (走字) screens and other text-based electronicscreens at the entrances to shops, residential quarters (小区), and even

Chris BERRY (Professor). Department of Media & Communications, Goldsmiths, University of London, UK. Research interests: Asian screen cultures, with a particular emphasis on Chinese cinema.

buses. Such screens are relatively rare in London or Cairo. This prevalence can be related to a much longer culture of using characters (字) as a way of marking liminal spaces between inside and outside. Such practices go back to the dynastic era but, in the People's Republic, they also include the more recent blackboard culture. While these antecedents create a genealogy, the changeover to electronic text-based screens is also part of a larger cultural transformation with the emergence of the market economy in the People's Republic and an associated aspirational culture. Taken as a whole, the essay concludes by arguing that these two types of local specificity open up the question of whether they manifest not so much "glocal" adaptation of an established Western or metropolitan usage but rather coeval development of the usage of new media under conditions of rapid global uptake.

Keywords: screens, Shanghai, public culture, globalization, walking words

Citation of this article: Berry, C. (2012). Shanghai's Public Screen Culture: Local and Coeval. *Communication & Society*, 21, 25–50.

引言

在過去，活動影像屏幕都用於室內，不管是戲院屏幕或電視屏幕。¹但是十多年來，尺寸、形態各異的電子活動影像屏幕走向戶外，遍佈於世界各地城市的公共空間。上至從四面八方覆蓋了整座辦公大樓和商業中心的巨型LED屏幕，下至ATM（自動櫃員機）的顯示屏，以及車站和銀行或其他對公眾開放的休息室和大堂，這些屏幕變得尋常可見。這些公共屏幕於當代城市生活的公共空間，扮演甚麼角色？許多研究公共屏幕的學者對某些新穎的屏幕與其特別的應用深感興趣，如紀念碑般尺寸的屏幕、不是附屬而是和建築物融為一體的屏幕、或用以引發公共議論、用於進行藝術表演的屏幕等。然而公共屏幕的日常性(everydayness)卻被忽略。也許因為屏幕是如此的理所當然，所以除非是極其巨大或是播放着預想不到的內容，否則很難為人注意。但它們實際是如何被應用於日常生活之中呢？全世界的用法都一樣嗎？就如都市生活其他方面都出現的後現代同質化(postmodern homogenization)？

本文以上海為例，挑戰認為日常城市屏幕文化以及公共空間的應用都是世界雷同(generic)的看法。文章聚焦於日常本地特性的兩個層次。首先，活動影像屏幕將戲院的魔幻帶到公共空間，製造一種「世俗魅惑」(secular enchantment)。然而，這種世俗魅惑會隨着屏幕所在的公共空間之不同功能而改變。也就是說，在這種情況下，本地性(localness)不是指「上海性」或是「中國性」，而是指不同公共空間的社會功能，比如安裝於交通中心上海火車南站之屏幕，其首要功能便是透過空間來疏導人流(flows)；上海科技館的屏幕則用於構造遊客對展覽的體驗；而五角場商業中心的屏幕不僅用於播放商品廣告，還作為「魅惑之光影景觀」(lightscape of enchantment)，以吸引遊客。在每一個案，場地所獨有的環境以及經常造訪的群體共同創造了本地特性。

第二，與亞洲之外的城市對比，文本屏幕在上海異常盛行。這些屏幕通常都是顯示着紅色漢字的黑色LED屏幕，有兩種主要的形式：一為字符水平移動（通常是自左向右）的電報紙條式(tickertape-style)屏幕，中文稱之為「走字屏幕」；另一為一連串不同的文本，像幻燈片一

樣反覆播放的屏幕。於此，筆者所着眼的是具有上海特色，或是有東南亞色彩的屏幕。文本屏幕的風行，應該被視作一種源遠流長而又具有本土特式的傳統——在這種傳統中，人們將書寫應用於公共空間，尤其是應用於各式各樣的出入口之間的空間。這意味着一種概念上的傳承：在中國，甚麼才算是公共空間？

綜合來看，這兩種形式的本地特性表明，在後現代全球化的背景下，日常城市屏幕文化和公共空間也許並非如一般認為的那樣普遍一致。此外，人們看到的本地化應用，也並非某種西方或大都會標準的「全球本地化」改造(global adaptation)，而是在全球新型媒體技術蓬勃發展的情況下，成為同代發展(coeval development)的一部分。

日常性與世俗魅惑

在研究公共屏幕的文獻資料中，日常性(everydayness)依然遭到忽視。這一點可以在重要的《城市屏幕的觀眾》(Urban Screens Reader)文集中看到——第一本用英語寫成、探討該話題的書。(McQuire, 2009)儘管書中某篇文章提到，公共屏幕確實是看為展示媒介(display media)的一種傳承，後者可以追溯到最早的公告板及更早以前(Huhtamo, 2009)，但至少七篇文章考查的卻是這些媒介罕用於公共藝術領域的現象(Schuijren & McQuire, 2009; Nevárez, 2009; Beiguelman, 2009; Lancel & Maat, 2009; Bounegru, 2009; Eppink & Arnold, 2009; Dekker, 2009)。其他文章所關注的，是為了特殊事件或在公共空間作公共廣播的大型屏幕，旨在推動公民文化、城市再生和參與性的公民身份(participatory citizenship)(Arcagni, 2009; Soh Yeong Roh & Papastergiadis, 2009; Yue, 2009)。顯著的例子包括澳洲墨爾本聯邦廣場的屏幕(Brennan, Martin & McQuire, 2009)和BBC的公共空間廣播計劃(Public Space Broadcasting Project)，後者在英國一些城市總共裝置了九面大型屏幕(Gibbons & McQuire, 2009)。這一切都是希望「公共領域」(public sphere)可以促成理性討論和選擇的追求(Habermas, 1989)。然而，每一天漫步城市，我們見到的公共屏幕卻很少用於藝術項目與廣播。大多數情況下，公共屏幕都很單調乏味。本文討論的正是這些被忽略、或被視為

理所當然的公共空間之中的屏幕，無論是公有的還是僅向公眾開放的。²原則上說，世界上任何地方都可以購買和應用相同的屏幕技術。全球化、數碼化以及科技飛速發展，城市環境因而轉型，著名的建築學家兼哈佛教授Rem Koolhaas認為城市生活和虛擬空間大幅交接，所剩下來的東西，就是「雷同城市」(Generic Cities) (Koolhaas, 1995)。Koolhaas的確有所發現，尤其是注意到諸多活動都向虛擬空間轉移。但是這真的意味着新媒體的應用使得所有城市趨向雷同嗎？為了研究這一問題，筆者與同事Janet Harbord、Rachel Moore以及Amal Khalaf參加了一個規模更大的計劃。如果本文出現「我們」這字眼，指的便是這支研究隊伍，同時還包括上海當地的研究助手吳丹和住在上海的攝影師于文灝。計劃調查了開羅、上海和倫敦市裏的日常性和公共屏幕——這三座城市可說是非、亞、歐三洲最大的城市。完整的比較結果還有待發表，但正如筆者欲在本文呈現，公共空間中的屏幕確有本地化的具體應用。

我們的研究方法初期探索階段是漫步城市。遵循於境遇主義者(Situationist derive's)的隨性漫遊和意料之外的遭遇(McDonagh, 1996)，我們很快發現了三件事。首先，屏幕雖然日常可見，卻不是到處都有。它們並非「無所不在的媒體」。儘管巨型屏幕在特殊場合會吸引我們的注意，但是日常生活早已與屏幕混在一起。屏幕成了我們公車站體驗、購買某種物件體驗的一部分，也是日常穿行世界體驗的一部分。屏幕技術或被零散地應用於建築物(如銀行自動櫃員機)，或張揚地推銷與其他場地之間的聯繫(如播放度假勝地廣告的屏幕)。然而，在城市的很多地方，卻幾乎完全看不到固定活動影像屏幕(fixed moving image screens)。總的來說，無論是對城市再生的渴望，還是對消費主義的主張，或是對知識和自我提升的追求，屏幕幾乎都與嚮往向上的文化(aspirational culture)有關。然而，在各式向上追求中，不同的公共屏幕也有特定的規格、形態和用途。

其次，不同的環境下會呈現特定的社會應用模式。這些模式既有普遍而全面的功能，又跟場地的獨特性結合。例如，在交通中心的屏幕，主要用途便是傳遞信息和引導人流。但是特定的建築、規例、經濟和文化等會影響這些主導功能在特定的機場、火車站和公車站如何

呈現。考慮到這一點，我們選擇了三種應用模式：在交通中心引導人流；在博物館等公共展覽空間構造訪客的體驗；在零售和娛樂中心以「光影景觀」吸引消費者。

雖然零售和娛樂中心屏幕的魅力最為顯著，但這也只是所有屏幕案例的其中一部分。提供信息的活動屏幕——即使其內容只是瑣碎的站點和班次的更新——也能在車站和機場吸引人們稍縱即逝的注意。而在博物館中，相較於普通的展覽品，裝配有活動影像屏幕的展品似乎更快更多地吸引觀眾。即使這可能已經為人注意，但是這種吸引力確實是沿襲了電影的活動屏幕。

Francesco Casetti 在討論屏幕從戲院發展到廣佈於城市地域這個「再定位」(re-location)過程時指出，屏幕本身也經歷了轉型(Casetti, 2008)。屏幕的規模變化各異，音響通常(不是完全)缺席，而屏幕也漸漸地成為一系列快速更新的事物(諸如新聞、天氣、廣告、電影等)的宣傳介面。這個被 Bolter 和 Grusin 稱之為再調節(remediation)的過程，為媒體的形式與內容之融合提供了一種解讀，而戲院則是受到了活動影像屏幕再調節的媒體(Bolter & Grusin, 1999)。

然而，公共空間中的活動屏幕卻鮮具有故事片的那種敘事特點，它們也沒有戲院裏那種要求聚精會神觀看影片的黑暗和安靜的展覽環境。那麼甚麼才是這些屏幕與以往的媒體所共有的「電影性」(cinematic quality)? 在後數碼時代，當影片的獨特性消失，電影的定義變得人言人殊之時，Sean Cubitt 回到了 Lumière 兄弟那著名的電影《離開工廠》(d'Usine, 1895)，探討他命名為「生動性」(le vif)的典型電影特質。這是由靜變動的「魔幻轉變」(Cubitt, 2004)。電影首次出現時，這種轉變使人驚艷。雖然後來它迅速地變得普通，但是作為「生動性」的場地此一特性並沒有完全消失。推而廣之，當廣告和告示的活動影像被引入公共空間時，哪怕其內容再無聊、科技再理所當然，生動性的魔力依然滲透。

正如 Cubitt 的「魔幻轉變」所言，生動性具有一種魅惑的元素。而認為「世界的魅惑幻滅」(the disenchantment of the world)是現代性的特點，甚至先決條件的觀點，實與韋伯(Max Webber)有關。他認為對科學和理性的接受意味着神話從宗教到魔術的全面消失(Weber, 1988)。

研究魅惑與現代性的人之間存在諸多差異和分歧。在許多人看來，魅惑意味着人性之解放，但對包括韋伯在內的另一部分人而言，魅惑則將世界從意義之中剝離，是一種深度異化體驗(profoundly alienating experience)。許多馬克思主義者和韋伯一樣對現存的現代性持負面態度，但他們認為魅惑的程度還未夠深。韋伯總體上對現代性的看法是悲觀的，他們則滿懷希望地相信，革命將會驅散魅惑之殘餘。

然而，絕大部分研究魅惑的人認為，現代性與魅惑之間存在着一種根本性的對抗。正如Michal Saler所指，過去十幾年來，正是這一衝突發生了變化，也因此改變了日常生活中魅惑的地位。無論是作為前現代的殘留物，還是作為現代性之下的執迷，魅惑都不再與現代性衝突。對於某些人而言，這意味着在現代性之中為宗教和超自然保存一席之地之嘗試，或者解釋為建立「現代宗教」(modern religion)。而在其他人看來，這指的就是Salser說的「幻滅之魅惑」(disenchanted enchantment) (Salser, 2006)。在公共屏幕的環境之中，幻滅或者世俗的魅惑，便以各種各樣的形式融合日常生活，理所當然地應用。

社會功能與場地特性

公共屏幕的形式與應用紛繁各異，那麼本地特性又體現在哪裏呢？正如上文所指，基本方法之一就是把不同的社會應用模式與每一個場地的特點結合起來。我們挑選了位於上海的交通中心、零售和娛樂區域，以及公共展覽空間。而本文這一部分談及的就是這些場地裏屏幕的應用方式，再對比我們在倫敦以及開羅所研究的不同場地，進而進一步解釋場地特點。

上海科技館內的訪客體驗

Michael Saler解釋，存在「幻滅之魅惑」的一個主要領域是對科學的讚嘆論述。Saler指出，藉着科學，那些看上去頗為奇幻的特效先引發了觀眾的興趣，接着以神秘與理性互相辯證。Michelle Pierson同樣也分析了人們對於科學「幻象」(phantasmagoria)的興趣，認為現代人對

影院特效的興致，是前者的延伸。這些特效本身產生了世俗魅惑，以一種近乎拜物教的方式在雜誌和網站上竭力呈現(Pierson, 2002)。科學的世俗魅惑，既神秘而又理性，有助於解釋我們在上海科技館內所見人們如何投入。上海科技館裏的屏幕製造了這種奇妙的科學體驗。

從2008到2011年，我們數次造訪上海科技館及其他本文所討論的場地。該館於2001年開放，面積達68,000平方米，為鋼鐵和玻璃所覆蓋的弧形建築物，十分壯觀，因而有了裝修精緻的專門地鐵站。³從上海科技館的建築外觀上看，未必能立刻感受到親臨館內的有趣體驗。但是一走進裏面，我們便意識到屏幕在這裏扮演着舉足輕重的角色。人們可以使用這些屏幕購買門票，館內設有的IMAX 3D巨幕影院、IMAX球幕影院、IWERKS 4D影院和太空數碼影院四個影院。儘管如此，大廳四周還是略顯冷清。

我們對這個博物館的體驗是，館內14個展區帶給你完全不同的印象。人多的時候，在諸如「智慧之光」和「機械人世界」這種最熱門的展區裏，外太空那種冰冷空曠的氣氛會被一大堆在各個展廳邊跑邊激動地叫的小孩一掃而空。隨行的家屬則很少會那麼激動。這些展覽促進了參觀者與展品、參觀者與參觀者之間的高層次互動。例如，「智慧之光」這個受歡迎的新展廳(應該是在09年10月至10年3月之間搭建的)就體現了專注(concentration)的力量。兩名參觀者分別戴上一個頭帶，接着相對而坐，然後在高度集中的狀態下試着朝向對手移動一顆金屬球。兩個人的專注度會通過頭帶顯示出來，並且以圖形的方式顯示在展品上方的屏幕裏。他們的親朋好友會為其加油打氣，並且在挑戰者以及屏幕之間輪流注視。還有展品需要參觀者去騎、拉動、攀爬等等。屏幕與這些展品相結合，讓參觀者在上述過程中體現經驗(embodied experience)。這樣的設計在科技博物館內甚為普遍。在觀眾與屏幕直接互動的地方，最常見的設備是點選式(point-and-click)電腦滑鼠。

上海科技館研究設計院的副院長忻歌在接受訪問時告訴我們，他們想方設法盡量讓每一樣展品都具有互動性。她解釋，他們遵照科學原則，摒棄了舊的展區規劃，走向主題化。他們也下意識借鑒迪士尼樂園這些主題公園的做法，為遊客創造一種刺激的體驗。僅僅拉動拉

桿是否令遊客產生智力或教學互動，忻歌對此也有疑慮，但她也承認，這一種互動毋庸置疑廣受歡迎。⁴

如果說訪客體驗大致決定了上海科技館這種公共機構內屏幕的部署，那麼與我們在倫敦所選的公共展覽空間——倫敦科學博物館——對比，更見場地特性如何突顯本地性。有些差異是一目了然的：倫敦科學博物館使用觸摸顯示屏來調節觀眾與電腦屏幕之間的互動，而上海科技館使用的則是滾球式滑鼠，幾乎完全看不到屏幕的身影。在倫敦，較少有展品設計是直接互動的，而且倫敦科學博物館的主要內容是放在玻璃櫃裏閃閃發光的展品，這類型的展品在上海要少得多。藉由倫敦科學博物館裏的觸屏，參觀者能夠瀏覽館內檔案，繼而獲得更多資訊、觀看新聞影片和採訪等等。這一點，在上海幾乎看不到。

差異的主要原因可能是因為在倫敦科學博物館，人們不需門票就能入內參觀。觀眾可以通過屏幕來查閱某一展品的檔案，完全沒有時間限制，而且就算他們改天再來繼續參觀博物館，也無須擔心要支付費用。上海科技館展覽教育處的張大謹告訴我們，遊客調查發現，40%的遊客最看重趣味性和娛樂性。他認為遊客在買票之後，與其在某一展區逗留，他們更想盡可能多獲體驗，而非關注一些他們覺得在中國版YouTube可找到的資訊。⁵此外，比起上海科技館裏主導的團體型體驗，倫敦科學博物館裏的觸摸式屏幕似乎也更適合個人化的體驗。

上海火車南站的人流管理

我們在上海所選的交通中心是新建的上海火車南站，該站於2006年開放使用。在這個車站裏，屏幕的形式主要有兩種，其首要功能都是直觀且系統地管理乘客。第一種屏幕是黑色面板，顯示彩色中文，主要是紅色，也有綠色和橙色。⁶列車班次、月台、出發時間、候車室地點等等不斷更新的信息持續在這些屏幕上顯示，形式或是幻燈片式的切換，或是文字的水平移動——又稱之為「走字」，而像「正在檢票」這樣的信息則會不斷閃爍。

第二種屏幕由一家名為兆訊傳媒的公司管理，專門為全國火車站

電視廣告聯播網播放視訊節目，內容兼顧簡短的娛樂(通常是旅遊景點的介紹，如香港迪士尼樂園)和商業廣告。屏幕下方會有一道藍色橫槓，新聞和天氣信息以白色「走字」的方式穿過屏幕。雖然人們通常都會掃一眼這些屏幕，但很少會有人持續觀看。這種播放視訊節目的屏幕的設計並非讓人專注地看，因為附近的座位根本就沒有為觀看屏幕而設計。供頭等乘客使用的候車室是車站上層外圍的一部分，這裏的屏幕比許多座位還要高，因此如果一個乘客想觀看，就得挑一個好座位。面積更為寬廣的普通候車區則位於車站上層的中間部分。這裏的每個區都是根據不同的火車來劃分的，因此便形成了一個中央通道，類似於機場的候機室。顯示信息的屏幕就在通往月台的通道盡頭處，而播放視訊的屏幕則在靠近中央通道的盡頭。在這兩種屏幕中間，座位成排開去，因而乘客可以輕易地看上一眼，只是他們必須扭着身體才能看得久一些。

在這種情況下，我們可以說這兩種屏幕的首要功能都是對乘客人流的管理。視訊屏幕的首要目的並非要求周圍乘客聚精會神地觀看，而是僅僅告訴乘客他們可以坐在這裏等。這兩種屏幕主要是導引乘客的移動。第一種屏幕引導着乘客的去向，而第二種屏幕則讓乘客等待，直到他們受第一種屏幕引導移向別處(也有可能是繼續等待)。

把屏幕用於乘客管理的做法在所有城市都具有本地性。然而，特定場地的特點決定了本地特性的另一個層次，通過上海火車南站和倫敦聖潘克拉斯國際火車站(St. Pancras International)之間的對比可以很容易地看出這一點。上海火車南站是由鋼鐵和玻璃構成的圓形建築，與聖潘克拉斯以磚頭和混凝土建造而成的舊式火車站有着顯著的不同。它和那些通常有着長形外觀的火車站也大不相同，後者的特點是在月台和延伸向外的通道對面會有一個入口——聖潘克拉斯國際火車站(還在重建和整修中)以及開放於1987年的上海火車站都是這種模式。相反，上海火車南站更容易讓人想起機場客運大樓，飛機通常都會呈橢圓形或圓形結構排列。

上海火車南站的目標是借鑒航空旅行的經驗，把鐵路旅行重新塑造得更加現代化，甚至是未來化，它內部的圓形結構也表明，用途對場地具有主導作用。誠然，這是一座讓人驚嘆的建築。乘坐電梯從黑

暗的深處上升到車站最頂層那寬敞明亮的空間，旅客們勢必會想：「火車在哪兒？」（它們實際上都被藏到地底）如果說建築本身非常規而又類似機場的特點使人感到驚艷，那麼列車的高速也異曲同工——中國擁有全世界最快的鐵路交通，而且還將變得更快。⁷電子屏幕同樣也是這個火車站的主要特點。在這裏，屏幕活動之神秘與交通活動之刺激相互結合，也許是為了創造出紛雜繁複的刺激感——一個建立在真實交通而非影院虛擬交通的前提之上、代表世俗魅惑與追求的地帶。

聖潘克拉斯國際火車站同樣也向航空業借鑒經驗，設計了登記櫃檯，為旅客提供搭乘歐洲之星的服務，同時還運用了現代化新技術，藉由活動屏幕來顯示其對未來化的追求。然而，與這一些志向遠大元素相搭配的，卻是一棟以自身的歷史作為特點與價值的老建築。因此，聖潘克拉斯國際火車站的設計師不得不去考量原有的建築，以一種比上海火車南站更為特別的模式來安裝屏幕。在該火車站，這兩種屏幕的使用既高度一致又存在顯著差異，這一點似乎正呼應了另一種場地特性：圓形建築可能容易讓旅客迷路。上海鐵路南站的高級候車室上方的屋頂由一圈樑柱支撐着，每一根樑柱都做了編號。火車站的員工可以通過這些編號來引導迷路的旅客。⁸只是信息屏幕和視訊屏幕的內容明顯不同，而且在這一棟對稱的建築物內部，這兩種屏幕被大量裝置在對應的位置上，這兩點對於協助旅客認清方向同樣十分重要。例如，在圍繞中央通道分佈的每一個候車室裏，屏幕的佈置是完全一致的。無論乘客搭乘的是哪一座電梯，無論他們從哪一個入口進入候車區，他們都會發現，每一個入口處的屏幕都一模一樣。

最後，在場地特性的問題上，兩個火車站之間最大的差別也許是零售單位。中國的鐵路系統是公營機構，盈虧影響小，完全沒有英國私有化經營的複雜性和爭議性，也不具有英國交通體系那種公私合營的特點。聖潘克拉斯國際火車站跟機場一樣，乘客在抵達月台之前不得不要受到一堆商店和餐廳的夾擊，但在上海火車南站，商店和餐廳的數量有規劃限制，所以乘客並不會受到阻礙甚至分心。在上海火車南站，最吸引乘客注意的都是屏幕，而非商店，而且在整個建築上部那巨大開放式空間裏，乘客的體驗也會受到屏幕極其系統化部署的調節。與此相反，聖潘克拉斯國際火車站內部找不到一個可以觀察整個

候車廳的視點，同時也沒有系統化、一致化的電子屏幕部署構建我們對車站空間的理解。反而是在參差不齊的商店、餐廳標誌、展示窗等等地方才看得到屏幕。這樣一來，聖潘克拉斯的內部就像是零售和娛樂中心才有的迷幻光影景觀——後者也是本文下一部分討論焦點。

五角場的消費魅力

我們在上海所選擇的零售和娛樂中心位於楊浦北區，有五條馬路交匯於此。它的中文名叫做「五角場」，英文則通常譯為Pentagon Plaza (仲松，2009)。⁹在1930年代早期，也就是日據時期開始之前，五角場周圍原本規劃為租界之外的上海市政府新中心 (MacPherson, 1990)。如今，五角場被指定為上海的「副中心」，成為服務兩百多萬人的零售娛樂中心 (仲松，2009)。這些人大部分都來自楊浦區，一個擁有124萬居民的地區。¹⁰雖然同濟大學和復旦大學就在附近，但是楊浦區更廣為人知的是它之前是一個貧困的工廠區，在掙扎之中求重生 (Zhang, 2009)。¹¹

為了重生，必須振興五角場以及周圍街區。座落於五角場南邊的東方商廈就是當時新建的第一棟建築。為了填補南區的空白，還在東方商廈旁邊建了一棟酒店，而在筆者於2011年年初到上海的時候，另外一棟宏偉的商業大廈也才剛在東南角修建完畢。同時還有於2010年開始使用的上海軌道交通10號線的一個站、東北角的萬達廣場、各式各樣的店鋪和餐廳組成的建築群、電影城、西北角的百聯又一城購物中心——環繞着中心廣場而構建的單棟建築，裏頭同樣也有一座多院影城。

五角場裏的屏幕形式多樣，上至東方商廈和百聯又一城外牆的巨型屏幕，下至沿路柱子上的廣告屏幕，既有商店過道上方的小型屏幕，上頭有紅色漢字以走字方式穿過，也有慈善捐款箱上的電視屏幕，放在通向各大百貨公司的通道上。然而在上海火車南站，除了四周的燈光外，活動影像屏幕幾乎是唯一的有效發光體，在五角場，我們很難把屏幕從其他光源上分離出來。

事實上，五角場的活動影像屏幕都被安裝在一個大而且還持續變

換的立體光影景觀上。這一個光影景觀囊括了熟悉的廣告用燈箱、跨過五角場十字路口的柱子上的彩色照明帶，以及季節性更新的特效燈光，像是在2009年的國慶節時，筆者在地下廣場——行人下來這裏以穿過交叉路口——看到的紅燈籠。這個光影景觀當然也包括一系列炫目的霓虹燈，從東方商廈牆身周圍的七彩霓虹燈，到萬達廣場裏最高建築物的牆身上持續下降的霓虹瀑布。到了夜裏，百聯又一城購物中心的白牆就會變成投影屏幕，萬達廣場頂部的光束打在上面，變成抽象的彩色燈飾和廣告。最後，同樣重要的還有五角場的核心部分——巨型彩蛋。

據城市景觀的設計者仲松表示，原本的設想是更具未來感的UFO型結構，但當地人更為切實地把它稱為「蛋」。仲松和他的同事在2003年被任命為五角場分中心的設計師，當時他們遇到的主要困難是如何處理五條路交匯處上方那交錯分叉的天橋。這一個令人嘆為觀止的巨蛋便是他們想出來的解決方案（仲松，2009）。¹²巨蛋由一個大型鋼鐵框架組成，將天橋包裹起來。晚上七點開始，巨蛋便開始上演燈光表演。開始先是一些閃爍的白光，很快便換成跳動着的斑斕圖案。東方商廈和百聯又一城兩個購物中心的巨幅廣告屏幕在上方閃耀，而在萬達廣場裏離巨蛋最近的巴黎春天百貨外頭，人行道上聚滿了附近的舞者，他們在晚餐過後帶着音箱來到這裏熱舞。

如果說在上海鐵路南站裏，對人流的管理決定了屏幕的部署，那麼在五角場，起決定作用的則是消費主義誘惑之一的世俗魅惑，以及消費本身無盡的快意。在五角場，燈光運動那歷史悠久的魅力在寂靜的夜晚成了保證，一份透過消費從而實現自我變革(personal transformation)的保證。廣告持續不斷地向人承諾，通過購物和消費可以得到一種奇妙的結果——心醉神迷的快感，遠遠超過一個人因買了一瓶飲料所期望獲得的快樂。五角場最大的一面光影屏幕安置在百聯又一城購物中心的外牆上，亮度格外高。它就像一座在夜裏吸引着當地居民的燈塔，而人們可以在數公里之外、通向五角場的道路上看見這個屏幕。

在魅惑的框架下，屏幕和其他一系列誘惑密不可分。在我們所研

究的其他城市裏，這一種組合對於零售娛樂中心而言頗為常見。場地特性依舊會以各種方式自我呈現。如果比較五角場和開羅的城市之星購物中心(City Stars Mall)——在我們的研究期間，後者被普遍認為是最為時髦的場地——我們會發現，五角場處於道路交匯處，有着各種各樣的建築、車道和步行區，而城市之星有的則是三棟彼此相連的建築，皆為同一家公司所經營。因此，五角場的屏幕是多樣的(heterogenous)，令人眼花繚亂；而在城市之星，屏幕則成了一組組平板電視監控器，在天花板上四處懸吊着，放着一模一樣、重複的廣告和佈告。當疲憊但衣着光鮮的開羅精英人士造訪時，這些屏幕的潔淨無瑕將成為城市之星對他們的吸引。

關於五角場，Frank Dikötter在一本關於民國時期物質現代性的書中寫道：「上至高聳的圓形屋頂和復折屋頂，下至人行道和地下室，『百貨公司一致地建造得光彩奪目』；關於上海的南京路部分，他則寫道：『照明彷彿成了電力之神奇一部分。』(Dikötter, 2007: 137-8)如果說旅客來到民國中國城市時會為華麗的光影景觀折服，那麼在光影景觀方面，上海五角場名副其實要比倫敦和開羅的零售娛樂中心來得出色。這一些思考促使他推斷：『對於一個會在傳統節日和重要社交場合使用竹竿串起燈籠進行盛大展示的國家而言，無數的電燈泡勢必被看做吉祥且典雅的象徵。』(Dikötter, 2007: 140)這一點引伸一個疑問：本地性是否並非以不同的社會功能或特定場地的特性而存在，而是依據文化的沿襲存在？

走字與文化系譜

中國人對「熱鬧」有特殊喜愛，而屏幕在上海的光影景觀中得到廣泛應用，推測這兩者之間存在聯繫是完全合理的。也有證據顯示，其他文化的人群也同樣受到電光(electric light)應用的吸引(Whissel, 2008; Schivelbusch, 1995)。¹³總的來說，世俗魅惑作為城市屏幕文化的一部分，形式會受到特定社會功能和場地特性二者的本地性影響，但是文化特性的本地性卻不似前兩者明顯。

不過，本文最後一部分勾勒出較具中國文化特性的聯繫。如果對比開羅、上海和倫敦，很明顯的是，在每一個城市裏，公共屏幕的一些應用是相對具體的。在上海，展示文本材料的屏幕尤為常見，並且通常被放在入口處或其他狹小空間裏。上海火車南站裏的文本信息屏幕便是一例。在整個上海，這種類型的屏幕主要顏色都是紅色，其他的也有綠色、黃色或橙色。所展示的文本則有兩種主要形式——文字在屏幕上呈電報紙條式水平移動，另一為圖片像幻燈片般切換顯示。前者在中國也稱為「走字屏幕」。

剛開始調查時，我們並沒有注意到這些屏幕的盛行。這一份忽視本身便表明，就算一個人會下意識地去關注那些日常事物，日常事物之理所當然性還是具有強大的力量。但隨着調查從上海市中心轉移到了松江市遠郊，我們在地鐵九號線的終點發現了一個地方，在那裏就只有文本屏幕。¹⁴當天，在我們回到了上海市中心並在耀華路地鐵站附近地區調查之後，對於文本屏幕作為分佈最廣的基礎屏幕形式的印象加深了。為了數月之後上海世博會如期舉行，地鐵七、八兩線的交匯區的建設工程進行得如火如荼。然而，耀華路地鐵站的周遭地區頗為普通，並非主要的道路交叉口，少有百貨公司和公共設施，比如大型車站和博物館。我們在這裏所看到的屏幕也全都是文本屏幕。

正如上文所指出的，出入口間的狹小空間是這些屏幕最常見的裝置點，包括公眾有權進入的建築入口、居民區入口，以及車站入口。在耀華路周遭地區，我們甚至在新建公廁的入口上方發現走字屏幕，指明男廁和女廁。在商用空間裏，像是普通商店或銀行甚至郵局，走字屏幕的作用都是詳述最新業務以吸引顧客。然而，在本次2010上海世博會中，許多宣傳資料的特點是採用了屏幕。這表明，文本屏幕本身既能夠進行商業推廣，同時也能宣傳公共服務。其他的屏幕顯示則是問候內容、資訊，以及如何處理所在場地突發狀況的建議。例如，在松江的調查期間，我們在位於北翠路的錦桂苑小區北處入口發現了一面屏幕。該屏幕以幻燈片形式放映着相關資訊以及建議，包括每天天氣預報，以及諸如警告該區竊賊、禁止吸毒和醉駕的世博會口號。

長城是中國的特色(Waldron, 1990)，¹⁵利用牆身以及內外部之間的

界限是今日中國城市空間的一個主要特點。城市和牆在中文裏都是同一個字：「城」。黃友琴和 SETHA M. LOW 在研究中國私人住宅的論文中指出，「設有大門和圍牆的社區一直存在於中國的城市裏。中國的傳統住宅……以封閉的形式建造而成……建於社會主義時期的大部分住宅其形式則是單位大院 (work-unit compounds)，該形式通常都建有圍牆和大門，並配有保安。」(Huang & Low, 2008) 在一種賦予內外界限以重要意義的文化，置於入口的文本屏幕之模式及其應用似乎是為了強化原有的文化模式。

毫無疑問，這種在入口處有文字作告示的做法絕不新鮮。眾所周知，過農曆新年時，在家門口貼吉祥揮春是一種習俗。這種傳統有着一千多年的歷史，但是一直到十四世紀，做法才得到了規範化和正式化 (Hsieh & Chou, 1981)。在鄉鎮公共空間的界限點上，經常可以看到牌坊或牌樓沿街伸展開去，或者就立在各式宅院的入口，這種裝飾拱門有的現在還在。牌樓的面板中間通常寫有題詞，其中大部分都只是前方建築物或是牌樓本身的名字。其他的銘文，尤其是那些獻給模範仁人義士的紀念拱門文字，則是推崇孝道、積德行善等社會所尊崇的思想觀念的道德訓誡 (韓昌凱, 2008; Elvin, 1984)。¹⁶

再過來，便是新中國成立之後發展起來的「黑板報紙文化」(blackboard newspaper culture)。這種媒介被看做是發佈和流通當地新聞，同時供不買或不關注報紙的普通人閱讀新聞的一種有效途徑。自1950年代以來，關於如何製作醒目的黑板報的手冊紛紛出版，並且圖文並茂。¹⁷ 這些手冊的插圖表明，在毛澤東時代，工作單位或居住區入口的黑板上的內容通常是生產量和即將召開的會議，或關於公共衛生和政治運動的有關信息，板報就是以這些內容迎接訪客、工人和住戶。

如今，這些黑板通常都被幻燈片般切換內容的文本屏幕取代。不過我們依然可以找到原物，儘管這個時候，它的內容並不具有那麼明顯的政治性。在我們做調查時，許多板報上都有着世博會吉祥物「海寶」的粉筆畫。在楊浦區(五角場所在)的一處通向傳統上海里弄居民區的入口，我們找到了這種粉筆畫，圖案旁還寫有一個公告，建議居民在世博期間盡量為外來人員指引方向，但也不要不懂裝懂。¹⁸

在公共空間(出和入口)中使用文字標出界限的做法歷史悠久，而

這歷史有助解釋近幾年來在全上海（以及整個中國）文本屏幕地位快速上升的原因，當然，屏幕價格大幅下降也是其中一個原因。在這個問題上，也許我們可以根據Bolter和Grusin的理論，把上海當地這些彼此相異的公共屏幕視為對早期媒體形態的一種修正(Bolter & Grusin, 1999)。須指出的是，這並非僅僅是舊酒新瓶。更確切地說，把這些修正看成一種系譜(genealogy)會更易理解。用傅柯(Foucault)的理論來解釋，這種系譜強調偶然性(contingency)和分裂(disjuncture)，而非歷史的線性發展(Foucault, 1977)。黑板報的轉變不只是帶動更新的科技變革，同時也是推崇革命思想、揚棄孔子思想的做法——牌樓所傳遞出的信息便屬後者。

如今電子文本屏幕的內容反映了近20年來中國的城市市場化的發展。明顯地，商業廣告的出現催化了屏幕的出現；相對於毛澤東年代，商業廣告基本不存在，就算我們觀察住宅小區入口的文本屏幕，我們也看到中國市場化的轉變。首先，根據門衛告訴我們，這些文本屏幕並非由中國黨政體系的基層單位、即居委會負責安裝控制。人們在日益商業化的居民區裏買房子，組成業主委員會，安裝一面電子屏幕變成了渴求改善和增加財產的向上文化的一部分。屏幕不再是過去那種壟斷了公共文化的教化型文化(pedagogical culture)，而是這種由民間而上的文化將會主導屏幕傳遞出的信息。最後，我們應該知道屏幕的使用費通常由廣告公司支付，廣告商會在屏幕裏或是屏幕本身的外框上進行廣告宣傳，屏幕也變成了新型市場經濟的一部分。

結論

關於上海城市屏幕文化本地性的討論，我們應該得出甚麼結論？首先，我們不應妄下定論指出現代城市都是大致「雷同」。公共空間中固定活動屏幕並不是千篇一律，它們有各種形式的差異。其一，儘管我們視屏幕的存在理所當然，但實際上它們並非無所不在。其二，屏幕的種類、尺寸、安裝的位置，以及所展示的內容，這些都會依據本地和特定的需要而有所變化。在此，正如本文借上海的例子所討論，本地特性是由社會功能和場地特性二者的類別所決定的。其次，屏幕

與已有的本地化特定做法之間的互動也造就了屏幕地位的提高。

這便引出了筆者關於本地特性的第二個、同時也是最後一個觀點。人們對於全球化的本質有激烈的討論，本地特性則一直都是這個討論的一部分。在全球化文化被普遍認為具有一種同質化傾向(或者也有人說是美國化)的情況下，有人認為新的混雜性(hybridities)產生了新的本地形式，因而全球化是多樣的(heterogenizing) (Appadurai, 1996)。在這些頗具影響力的概念中，與這一份本地特性的理解息息相關的則是「全球本地化」(glocalization)。在商界，這個用語和日本的跨國企業致力於適應本地環境有關(既日語的dochakuka)。Roland Robertson推廣了這個用語，使之成為一種理解本地性如何改造全球化力量的途徑(Robertson, 1995)。

以全球在地化的框架看上海城市屏幕文化的本地性是否適當？我認為並不足夠。在當前全球化的環境下，上海城市屏幕文化顯示媒體技術一種新的本地性。全球在地化的想法假設一個全球性的標準(通常是西方的)，於本地改良或適應。例如，著名例子是麥當勞在印度不採用牛肉，並設計其他產品，以滿足當地的口味變化。在這種情況下，全球化時代繼續了帝國式都市為中心、其他則是邊緣的模式。

然而，在上海城市屏幕文化的案例之中，是否存在一種全球化標準，而上海的本地文化則是該標準的一種變體？我認為不大可能。我們必須考慮到新技術同時(simultaneous)而又相異的挪用和裝置，它們取決於當地的需求，並且與當地原有的模式相適應。換句話說，在這種情況下，對於全球化標準而言，本地性也許並非是一種阻力，亦非改制，而是同時代發展(coeval development)模式的一部分。產生這種同時代發展的條件是某些新型媒體技術在世界範圍內流通得太快，以至於無暇考慮西方標準和當地追隨者，Johannes Fabien的著名論斷認為，西方文化自我陶醉，是因為沒能看到其他文化與之同時發展但卻相異的現實，反貶低其他，視之如過去那樣落後(Fabian, 1983)。我們嘗試論證一種公共屏幕應用和光影景觀的東亞區域模式，而不是一種全球化或西方標準。日本的城市開啟了這種模式，但是，要證明時間上的差異很難。事實上，在北美以及歐洲的城市，精心設計的屏幕裝置在數量和應用都要少得多，因此，我們或可顛覆常規，聲稱上海及

東亞地區的城市為城市屏幕文化設立標準，而其他城市卻「落於其後」。不過，更有意義的討論應該是，在當今強調流通速度和國際市場的環境下，現代人以一種本地化及同代化的方式運用新媒體技術，似乎比僅僅由全球本地化的演變和變體帶來更高層次的多樣性？

註釋

1. 本研究獲Leverhulme Trust及上海復旦大學新聞傳播與媒介化社會研究國家哲學社會科學創新基地資助，對此本人深表感激。本人謹此多謝研究助理Wu Dan、Yu Wenhao、Wu Changchang、Lu Xinyu和Ma Ling，及上海其他機構的工作人員的協助。
2. 何謂「公共空間」的定義複雜，值得分開考慮。在本研究的應用較廣義，包括公有空間和公眾出入的空間。
3. 上網日期：2011年3月9日，取自http://www.sstm.org.cn/kjg_Web/html/kjg_english/About_Introduction/List/list_0.htm。
4. Chris Berry & Wu Dan. (2010, October 22). Interview with Xin Ge.
5. Chris Berry & Wu Dan. (2010, September 18). Interview with Zhang Dajin.
6. 例如，「現在登機」會閃爍綠色或橙色。然而，我們無法確定站內的信息屏幕有一套系統使用綠色和橙色，也找不到任何人能夠向我們解釋。
7. China's High-Speed Train Sets New Speed Record. (2010, September 28). *China Daily*. Retrieved March 6, 2011, from http://www.chinadaily.com.cn/china/2010-09/28/content_11361177.htm.
8. 當我們於2009年10月20日參觀該站，一名員工告訴我們，根據她的記憶，車站啟用時，這些數字還沒有，是其後為解決問題而編上的。但是，Chris Berry和吳丹於2010年3月25日訪問華東建築設計研究院副總經理及總建築師鄭剛教授，他是上海南部火車站項目的總負責人，他糾正這一點，並解釋說，數字的設計從一開始就是不可分割的一部分。
9. 除了眾多的旅遊材料採用這個英文名字，上海楊浦區的維基百科條目追溯此名於1929年建設一個農民市場時已有(http://en.wikipedia.org/wiki/Yangpu_District)。然而，它沒有提供任何來源。仲松的公司獲委任設計車站的景觀，他在自己的一篇文章也使用這個翻譯。
10. 人口數字是上海市政府有關楊浦的網頁上取得的。上網日期：2011年3月8日，取自<http://www.shanghai.gov.cn/shanghai/node2314/node2318/node2376/node2391/index.html>。

11. See Tingwei Zhang's discussion of Yangpu (Zhang, 2009).
12. 有關整個五路交叉口的重建和建設的細節，請參看龍正興(2010)，《綜合性市政工程施工組織設計》，上海同濟大學出版社。
13. Schivelbusch 強調光線和魅惑之間的連接是現代性進程的一部分，我想強調「魔幻」的電燈引發世俗的魅惑。然而，他有關西方大量投資於展示光芒的文獻支持我的觀點，在探討本地文化特性時要審慎處理。
14. 這些屏幕漫遊的研究於2010年3月25日進行。
15. Arthur Waldron 展示中國的長城如何和中國混為一談，這原是西方人的用法，但現在已為許多中國的民族主義者和愛國主義者採納。
16. 韓昌凱提供了牌樓的詳細介紹。雖然他沒有一個特定的章節分析牌樓上的題字，整本書的大量插圖有很多例子。據 Mark Elvin 所言，清朝資助建造的牌坊，助長貞潔寡婦的崇拜。
17. 例如，周五級，1952；周艷、姜波，2002。今天，大量的建議也可在網上找到，例如，範文搜，2008。
18. 原文：「為別人指路時，應熱情周到地向對方指引和解釋。不要歧視外地人。不可指錯路。自己不清楚或不確定時應致歉。」

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 仲松(2009)。〈上海五角場環島下沉式廣場景觀設計〉。《風景園林》，第3期，頁113-115。
- Zhong song (2009). Shanghai wujiaochang huandao xiachenshi guangchang jingguan sheji. *Fengjing yuqinlin*, Di 3 qi, pp. 113-115.
- 周五級《怎樣辦好黑板報》(上海：北新書局，1952)；
- Zhou wu ji (1952) *Zenyang banhao heibanbao*. (shanghai: Beixin shuju)
- 周艷、姜波《出好黑板報》(上海：上海書畫出版社，2002)。
- Zhou yan, Jiang bo (2002). *Chuhao heibanbao*. (Shanghai: Shanghai shuhua chubanshe).
- 範文搜〈怎樣辦好黑板報〉(2008年1月17日)，上網日期：2011年3月16日，取自 <http://www.fwsou.com/wenmizhishi/banbaosheji/2008-01-17/26773.shtml>。
- Fan wensou (17th Jan., 2008) *Zenyang banhao heibanbao*, shangwang riji: Retrieved 16th March, 2011, from <http://www.fwsou.com/wenmizhishi/banbaosheji/2008-01-17/26773.shtml>.

韓昌凱(2008)。《中華牌樓》。北京：中國建築工業出版社。

Han Changkai (2008). *Zhonghua pailou*. (Beijing: Zhongguo jianzhu gongye chubanshe).

英文部分 (English Section)

Appadurai A. (1996). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (pp. 27–47). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Arcagni S. (2009). Urban Screens in Turin and Milan: Design, Public Art and Urban Regeneration. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 151–156) Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Bolter J.D. & Grusin R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

Boulter J. D. & Grusin R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MA: MIT Press.

Bounegru L. (2009). Interactive Media Artworks for Public Space: The Potential of Art to Influence Consciousness and Behaviour in Relation to Public Spaces. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 199–216) Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Brennan K., Martin M. & McQuire S. (2009). Sustaining Public Space: An Interview with Kate Brennan. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 121–134) Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Casetti F. (2008) The Last Supper in Piazza Scala. *Cinéma & Cie*, no.11 (2008), 7–14.

Cubitt S. (2004). *The Cinema Effect* (pp. 19–21). Cambridge: MIT Press.

Dekker A. (2009). City Views from the Artist's Perspective: The Impact of Technology on the Experience of the City. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 221–232) Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Dikötter F. (2007). *Things Modern: Material Culture and Everyday Life in China* (pp. 137–138). London: Hurst & Company.

Elvin M. (1984). Female Virtue and the State in China. *Past and Present*, 104, 134–5.

Eppink J. & Arnold A. (2009). Electric Signs: An Interview with Jason Eppink, the Pixelator. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 217–220) Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Fabian J. (1983). *Time and the Other: How Anthropology Makes Its Object* New York: Columbia University Press.

Foucault M. (1977). Nietzsche, Genealogy, History. In *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews* (pp. 139–164). Ithaca: Cornell University Press.

Gibbons M. & McQuire S. (2009). Public Space Broadcasting: An Interview with

- Mike Gibbons. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 135–144) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Habermas J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Thomas Burger, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press.
- Hsieh J. & Chou Y. H. (1981). Public Aspirations in the New Year Couplets: A Comparative Study between the People's Republic and Taiwan. *Asian Folklore Studies*, 40(2), 125.
- Huang Y. Q. & Low S. M. (2008). Is Gating Always Exclusionary? A Comparative Analysis of Gated Communities in American and Chinese Cities. In John R. Logan(Ed.), *Urban China in Transition* (p.183). Oxford: Blackwell.
- Huhtamo E. (2009). Messages on the Wall: An Archaeology of Public Media Displays. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 15–28) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Koolhaas. (1995). The Generic City. In Rem Koolhaas, Bruce Mau, Jennifer Sigler, & Hans Werlemann (Eds.), *S, M, L, XL* (p. 1250). New York: Monacelli.
- Lancel K. & Maat H. (2009). StalkShow. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 191–198) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- MacPherson K.L. (1990). Designing China's Urban Future: The Greater Shanghai Plan, 1927–1939. *Planning Perspectives*, 5, 48–52.
- McDonagh T. (1996). The Dérive and Situationist Paris. In Libero Andreotti & Xavier Costa (Eds.), *Situationists, Art, Politics, Urbanism* (pp. 54–66). Barcelona: ACTAR.
- McQuire, S. Martin M. & Niederer S. (Eds). (2009). *Urban Screen Reader*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Nevarez J. (2009). Spectacular Mega-public Space: Art and the Social in Times Square. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 179–190) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Pierson M. (2002). *Special Effects: Still in Search of Wonder*. New York: Columbia University Press.
- Robertson R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. In Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson (Eds.), *Global Modernities* (25–44). London: Sage.
- Salter M. (2006). Modernity and Enchantment: A Historiographic Review. *The American Historical Review*, 111(3), 692–716.
- Shivelbusch W. (1995). *Disenchanted Night: The Industrialization of Light in the Nineteenth Century*. Berkeley: University of California Press.
- Schuijren J. & McQuire S. (2009). Putting Art into Urban Space: An Interview with Jan Schuijren. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 145–144) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Soh Y. R. & Papastergiadis N. (2009). Large Screen and the Making of Civic

- Spaces: An Interview with Soh Yeong Roh. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 157–162) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Waldron A. (1990). *The Great Wall of China: From History to Myth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weber M. (1988). Science as a Vocation. In *Max Weber's "Science as a Vocation"*, edited by Peter Lassman P. & Velody I. with Martins H., Michael John (Trans.) (pp. 3–31). London: Routledge.
- Whissel K. (2008). Electric Modernity and the Cinema at the Pan-American Exposition: City of Living Light. In *Picturing American Modernity: Traffic, Technology and the Silent Cinema* (pp. 117–160). Durham: Duke University Press.
- Yue A. (2009). Urban Screens, Spatial Regeneration and Cultural Citizenship: The Embodied Interaction of Cultural Participation. In McQuire S. et. al. (Eds), *Urban Screen Reader*. (pp. 261–278) Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Zhang T. (2009). Striving to Be a Global City from Below: The Restructuring of Shanghai's Urban Districts. In *Shanghai Rising: State Power and Local Transformations in a Global Megacity* by Xiangming Chen. (pp. 176–186). Minneapolis: University of Minnesota Press (2009).

本文引用格式

裴開瑞(2012)。<〈本地與同代：上海的城市屏幕文化〉。《傳播與社會學刊》，第21期，頁25–50。

