

城市天空與城市文化：澳門天際線的空間意義

李展鵬*

前言

這幾年，隨著澳門的旅遊博彩事業高速發展，一幢幢巨型又豪華的賭場酒店登陸澳門，一時間改變了澳門的天際線(Skyline)。這條由賭博形成的新天際線，已經大大地改變了澳門的城市景觀。然而，在看得見的景觀以外，天際線跟城市文化有甚麼關係？天際線埋藏了甚麼權力的隱喻？天際線跟城市人的心理與行為又有何關係？本文嘗試以澳門為例，結合城市空間與形象的理論，討論天際線的意義。

一、天際線是一個城市的簡圖：從麥當勞的“M”到金門大橋

一個城市的天際線——也就是其高樓大廈建築群形成的風景——除了讓旅人駐足拍照，還有甚麼別的意義？最近，澳門為甚麼有人堅決反對在東望洋斜巷興建高樓大廈？為甚麼有人發起運動保護燈塔周邊的景觀？

在九一一事件以前，世人會從以世貿中心為首的高樓群一眼認出紐約，世人會從高聳的巴黎鐵塔馬上感覺到巴黎風情，而維多利亞港的風光則長期被視為香港的一張臉；如果一個城市可比作一件商品，那麼，城市的天際線就像商品的商標——例如麥當勞的那個“M”、Starbucks的綠色圓圈、迪士尼的米奇老鼠。研究城市空間與符號的學者Anselem Strauss早於六十年代就提出城市人依靠符號來理解城市，

* Sussec 大學博士研究生。

而天際線及某些特定建築就成為人們感知一個城市的重要符號：優美的金門大橋代表了三藩市（即舊金山），而由紐約南端的砲台公園起始的天際線則等同於紐約市。¹ Strauss認為，城市是複雜的、難以了解的，因此它需要符號來把它簡化，而城市形象就總是提供一張簡圖、一個總體的圖像，使複雜的城市看起來容易理解。城市人在真實地感受城市生活之餘，也需要藉由簡化的符號來象徵性地、虛擬性地了解城市的意義與價值。Strauss在六十年代提出的相關理論，還未有談及近十年來高速發展的旅遊業；事實上，當一個旅客要試圖了解一個城市，天際線的地位就更是重要，很多人會因為維多利亞港夜景而想到香港一遊，也有人因為金門大橋的風光而對三藩市特別感興趣。

所以，身為澳門人，我們下一個問題大概就是：這兩年來澳門的大型賭場酒店一幢接一幢的竣工，整個城市的天際線可說是日新月異，這些“商標”除了改變澳門的景觀，還隱藏甚麼意涵？

二、天際線小史：從教堂到工廠，從高樓到高塔

嘗試回顧過去數百年的城市發展史，當可發現一個城市的天際線帶出了多少有關政治經濟文化的訊息。法國學者列菲弗爾(Henri Lefebvre)是研究城市空間的政治經濟學派的創始人，他指出空間是權力的產物：“空間是政治的。……。它是社會的產物，空間的生產類似於任何種類的商品生產。”²左派空間學者哈維(David Harvey)延續了列菲弗爾的討論，嘗試從權力的角度分析建築的意義³，他認為建築不只是代表著某個時代，而是特定社群爭奪政治社會文化霸權的產物。

我姑且把它稱之為“天際線驗證法”：想了解一個時代，只要拿出一張當時的城市照片或圖畫，我們便可以在三秒鐘內從它的天際線看

1. Strauss, A, (1961) *Images of the American City*, Chicago, University of Chicago Press, p.9

2. 蔡禾主編：《城市社會學：理論與視野》，廣州：中山大學出版社，2002年，第169頁。

3. 孫清山譯：《都市社會學》，臺北：五南出版社，2004年，第138頁。

出當時的政經局勢與權力分佈。工業革命以前的歐洲，一個城鎮的最高建築物一定是教堂，那是歐洲文化的表徵，也代表了歷時十個世紀的政教合一的中世紀時期。因此，時至今日，一些歐洲國家仍有法例規定在教堂附近的若干平方米範圍內不能有高於教堂頂部的樓宇。後來，當歐洲進入工業革命時代，一個城市的天際線馬上被高聳的工廠及其煙囪佔據，那代表的是工業的興起、農業的退位讓賢。

到了近一百年，世界各地的城市紛紛興建摩天大樓：代表作有美國的帝國大廈與世貿中心，這種商業大廈標示了資本主義的高度發展與建築科技的發達。近數十年，除了不少國家依然前仆後繼爭建“世界第一高樓”以外，高塔也成為另一種雄據天際線的建築：八十年代的東京地標是東京鐵塔，東方明珠塔至今是上海的重要標誌，澳門的旅遊塔亦大大改變了西灣區的風貌。高塔一般有兩大用途，一是作電視訊號輸出，二是作觀光景點，這代表了資本主義社會的轉型——從最早的製造業主導，變成今天的傳播業（尤其是電子傳媒）與旅遊服務業主導。

三、澳門建築群的權力地圖：天際線的改變與權力的轉移

由此觀之，一個城市的建築群往往有微妙的象徵意義，它告訴我們當時的經濟型態、文化環境、科技發展，甚至是政治局面，簡言之，就是誰（又或是甚麼行業）在這個城市掌握了權力。用這個角度看澳門的天際線變化，便甚為有趣。從氹仔看澳門半島，廿年前最顯眼的是葡京酒店及主教山教堂，前者是賭場旗艦店，是澳門的經濟命脈，後者是偌大的天主教堂，是葡國國教的象徵。兩座建築遙遙相對，似是河水不犯井水，卻也有對峙的意味。九十年代初，中國銀行大廈以全澳第一高樓的姿勢落戶，確立了在賭場及澳葡政府以外的另一種政治經濟勢力，也預示了九九回歸的權力交接。到了今天，幾間大型賭場酒店相繼進駐，它們像巨獸一樣比高比大，一方面翻天覆地的改變了天際線，另一方面則暗示了賭權開放後的經濟形勢。

高樓跟權力的關係，在今天澳門這個“空間的戰場”中是清晰可見的。從永利酒店的位置，我們會發現永利很懂得“空間戰術”：它不只

佔據了從氹仔看澳門的風景線，如果從新馬路末端的十六號碼頭看過去，永利酒店揚起的曲線更牢牢的把葡京整個罩住，再加上大大的“勝利”(WYNN)字樣，那股氣勢彷彿要把葡京吞下去似的。英皇酒店又如何？那一區有不少爛尾樓，為甚麼偏偏選上那一塊地？只要你從荷蘭園大馬路的中央圖書館前往南灣的方向一看，你便會立即明白：遠遠看去，英皇佔據了一大片天空，而它的招牌更是非常醒目。荷蘭園與新馬路都是重要的交通幹道與商業中心，自然成為兵家必爭之地，但有趣的是永利及英皇佔據的不是這兩條路的舖位，而是天空的空間；這是商業的競爭，也是權力的競賽、空間的爭奪。就如一個商品會選最顯眼的位置登廣告，而一幢象徵某種權力的建築也自然選擇最有利的地方，甚至最好連整個城市的天際線都因它而改變，最好是無孔不入地讓城市中每個角落的人看到——就如新葡京。這種情況，就像香港的維多利亞港風景：那裡有代表某種政治經濟勢力的高樓(如中國銀行大廈及匯豐銀行大廈等)，也有不少大型廣告版(如手機品牌或餐飲企業)各據一方，他們都想在這片重要的城市空間佔有一席之地。

四、城市空間的符號互動：“認知地圖”與城市形象

除了“打廣告”以外，澳門天際線的改變還有更深層的文化心理作用，因為，空間與城市形象的建構最終會影響人的思考與行為。例如哥特式建築的高聳造型，以及其內部狹長的空間、昏暗的燈光、不透光的彩繪玻璃，既營造出與俗世隔絕的氣氛，也使人有一種必須對它(建築物 / 神 / 宗教領袖)仰望的氣勢。哥特式建築，促使人去敬畏那個宗教政權。台灣建築學者畢恆達亦分析過教堂及廣場等公共空間的設計的心理學基礎：“西方縱深很長的教堂，讓進去膜拜的信徒，在直線行進的過程中，不斷培養尊崇、震懾的情緒，進而達到虔誠信奉的效果。從天安門廣場經過午門到達紫禁城的太和殿這條軸線，與其說是長，倒不如說是通往天的高度。”⁴

4. 畢恆達：《空間就是權力》，臺北：心靈工坊，2001年。

空間影響了人的心理後，下一步就是影響人的行為：中學時，我有個朋友去了美國一趟，我在她的照片中發現了很有趣的事情：她去迪士尼樂園時穿的是有點像晚裝的連身裙，至於她在紐約的鬧市中留影，穿的則是時尚的牛仔裝。雖然只是中學生，但她很清楚甚麼地方有甚麼個性，因此她以不同服飾配搭，我甚至可以想像她在迪士尼的古堡跟在紐約市中心講話的姿態都不一樣。

由是觀之，空間不只有關視覺，還有關於心理，甚至關於行為。城市形象研究中有關個人心理的部分，起始於心理學的“認知地圖”(Cognitive Maps)的概念。提出此一概念的心理學者凱文利奇(Lynch, K.)說，一旦一個城市場所被賦予意義之後，就會在人們腦中形成圖像，這種圖像就像地圖一樣，指引城市人去認知一個城市。⁵有了心理學的基礎後，城市社會學中的“符號互動論”(Symbolic Interaction)學派就開始討論從城市形象與城市生活之間的關係，學者指出一些視覺符號如何影響城市人的心理與行為，塑造了城市人的生活。

符號互動論的重要學者洛夫蘭(Lofland L.)指出城市形象在城市社會現象中有兩個主要功能：其一是它引導著城市人對城市生活的了解，其二是它還會形塑著城市生活。⁶舉個最簡單的例子，一個人看了美國電視劇《色慾都市》(Sex and the City)之後，他接收了一套符號系統，這首先影響著他對紐約這城市的了解，而後影響他日後去紐約時的行為。又例如三藩市的地標是金門大橋，因此這城市的形象總是比較悠閒的，而紐約的標誌是曼克頓的密集建築群，因此它的形象總是比較繁忙的；這種空間符號帶來的文化想像影響了遊客，也影響了當地市民，最後成為一種生活模式、思考方式。

因此，當一座座的巨型賭場酒店拔地而起，遊客對澳門的觀感改變之餘，澳門人的自我形象也會因此不同；當金光閃閃的賭場外觀已是家常便飯，我們的價值觀也會潛移默化的改變；當澳門在媒體上出現的形象總離不開一幢幢造型奇特的大型賭場，澳門人對自己的看法

5. Lynch, K., (1960), *The Image of the City*, Cambridge, MA, MIT Press.

6. 蔡禾主編：《城市社會學：理論與視野》，廣州：中山大學出版社，2002年，第112頁。

也會有微妙的變化。久而久之，我們創造了空間，空間又反過來形塑我們的生活，來給我們的生活賦予意義。在學術研究方面，城市社會學既是關注這個問題，環境心理學也對此作出不少研究。這些學說提醒我們，今天改變澳門人的，除了荷官的薪水、大批的旅客、物價的上升這些實質的東西，還有看來很抽象的城市空間。因此，對於氣勢凌人的新葡京，我們要討論的已經不只是它美觀不美觀的問題，也不只是它會否成為澳門新地標的問題，甚至不只是城市規劃的問題，而是：這樣的令人無法避視的建築物，究竟如何改變了我們的思考與行為？如何形塑我們的價值觀與自我形象？

結語

城市天際線對城市人的影響是多面向的：它是對外的，也是對內的；它有宏觀的一面，也有微觀的一面。它是澳門人面對國際社會的一張臉，對於商人是否投資、旅客是否來澳玩樂，都有一定影響，這是它的外向性；它是澳門人認識自己的重要指標，定義著甚麼是澳門、甚麼是澳門人，到最後化為我們的思考模式，這是它的內向性。它有著宏觀的意義，因為它標示的是澳門的政權變化與經濟結構；它又悄悄地走進我們生活的最微小角落，它影響我們對美感的看法、對金錢的態度，甚至改變我們走路的速度。澳門的天際線對旅客而言，也許只是驚鴻一瞥，但作為澳門人，我們卻不應漠視這片與我們朝夕共對的空間。最近有關松山燈塔的討論，意味著已有市民在意澳門的天際線，這是個引發思考的好開端。我們應該好好聆聽天際線說話，重新思考今天的澳門、今天的澳門人。