

從紅色經典到愛國主義商品： 大陸主旋律電視劇文本意義的變遷

張裕亮

(南華大學傳播管理系副教授)

摘要

大陸主旋律電視劇長期來扮演如同詩歌、歌劇、舞蹈等，具備視覺、口傳特質的傳媒，有效地發揮了召喚民眾認同社會主義「新中國」，以及闡釋黨國政策理念的功效。90年代起，在黨國當局與民間社會的利益共謀下，以商業元素製作的主旋律電視劇不斷推出，成為與商業電視劇共存的特殊現象。這些90年代主旋律電視則扮演了中共在改革開放後面臨意識形態真空，重新凝聚民眾認同黨國、甚且是中華民族的有力傳媒。

關鍵詞：大陸電視劇、主旋律、紅色經典、文化霸權、意識形態國家機器

壹、研究動機與目的

中國共產黨自1921年至1949年成立政權的28年間，與中國國民黨的鬥爭過程中，深知在農村展開動員工作，面對絕大多數文盲的農民群眾，必須充分應用視覺和口傳的媒體宣傳。為此，早在大眾傳播媒介技術廣為傳佈前，中國共產黨就已發展出一套非文字（non-literate）的動員群眾手段。

其中，畫報、漫畫、革命歌曲、農民舞蹈等來自蘇聯紅軍，至於牆報、木刻、民歌、民間戲曲則是來自中國本土的群眾文化。戲劇尤其重要，畢竟這是民間戲劇而非書本文字，能夠針對普羅大眾傳播大部分的文化模式與價值觀念^①。

註① Glen Peterson, "State Literacy Ideologies and the Transformation of Rural China," *The Australian Journal of Chinese Affairs*, no. 32 (July 1993), pp. 99-100; 洪長泰在新文化史與中國政治書中指出，中共在建立政權過程中，宣傳上巧妙運用圖像（如漫畫、木刻）以及口傳（如說書、歌曲）等非文字傳媒，取得重大成效，參見洪長泰，*新文化史與中國政治*（台北：一方出版社，2003年）。

另外，年畫這種長期來流行於中國廣大農村的媒介，其影響力也為中其熟稔。毛澤東於1949年11月召開的「文化部改造年畫工作會議」上就明白指出，年畫在1949年前的中國社會裡，被視為傳達「封建思想概念」的工具，因此有必要將年畫重新改造以教育人民群眾^②。

由於戲劇這種有別於書面文學作品的傳媒，無需依賴觀眾的識字能力，因此歷來都是人民大眾喜聞樂見的藝術形式^③。中國共產黨很早就清楚認識到這一特點，毛澤東的「在延安文藝座談會上的講話」中便指出，戲劇等民間傳統表演藝術形式，在共產主義宣傳教育運動中的重要性與必要性^④。

對戲劇此種傳媒在國共鬥爭過程發揮的巨大宣傳力量，中共顯然瞭然於胸。1958年5月1日，大陸第一座電視台北京電視台（即後來的中央電視台）開始首播，1個多月以後，大陸第一部電視劇《一口菜餅子》播出。這部主要是配合當時中共中央提出的「憶苦思甜」、「節約糧食」宣傳精神製作的電視劇，讓中共開始運用電視劇闡釋國家政策和理念^⑤。

從1958年至1966年文革爆發期間，全大陸各省市共生產了190多部直播電視劇。由於當時國家意識形態對直播電視劇有著特殊的歷史作用，這一時期的作品絕大多數作為國家政策的宣傳品。這些電視劇除了詮釋國家的意識形態、政策理念外，也歌頌社會主義中國的新面貌，以及著力塑造新時代的典型人物。其中，概念化的人物和語言較多，說教意味濃厚，充滿灌輸思想的痕跡，並將電視劇視為形象化的教科書來運作^⑥。這可以視為主旋律電視劇^⑦的雛型。

80年代開始，伴隨著改革開放的發展，大陸開始出現真正具有社會影響力的流行電視劇，電視劇逐漸從輿論宣傳工具向大眾傳媒形式轉化。對於許多觀眾和部分電視製作生產者來說，他們已經自覺或者不自覺地意識到，電視劇是一種可以寄託現實夢想和宣洩心理慾望的娛樂敘事形式^⑧，具備了流行文化的元素。

隨著大陸電視劇市場的不斷擴大，電視劇產量也急遽增加。2003年電視劇製作量

註② Maria Galikowski, *Art and Politics in China 1949-1984* (Hong Kong: The Chinese University Press, 1998), pp. 24-26.

註③ 林勇，文革後時代中國電影與全球文化（北京：文化藝術出版社，2005年），頁23。

註④ 毛澤東，「在延安文藝座談會上的講話」，毛澤東選集第3卷（北京：人民出版社，1991年），頁847-849。

註⑤ Hong Yin, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," in Stephanie Hemelryk Donald, Michael Keane and Hong Yin eds., *Media in China: Consumption, Content and Crisis* (London: Routledge, 2002), pp. 28-29.

註⑥ 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，華中師範大學文學院博士論文（2003年），頁9-12。

註⑦ 為了強化黨國對電視劇文化的調控，1987年大陸電影界首先提出「主旋律」口號，緊接著廣電部也在1989年召開的全國電視劇題材規劃會上，正式提出了「突出主旋律、堅持多樣化」的口號。大體上，主旋律電視劇的題材集中在加強中國共產黨過往取得的重大革命歷史貢獻、黨國塑造的「典型人物」、以愛國主義為主題的古典和近代歷史等。同時，主旋律電視劇從題材審批到製播，都經過國家嚴格的掌控，並在晚間黃金時段播出。

註⑧ Hong Yin, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," p. 31.

首次突破 1 萬集大關，為 10381 集，2004 年達到 505 部、12265 集，2005 年為 514 部、12447 集，2006 年為 500 部、13847 集，已成為世界上生產電視劇最多的國家。在電視劇製作投資總額上，2004 年約為 30 多億元，2005 年則超過 40 億元^⑨。

2005 年全大陸共有 314 家電視台，承載著 2900 多個電視頻道。電視觀眾共計 10 億多人，每天人均收看電視劇時間 52 分鐘，同時集中在晚間黃金時段（即 18 時至 23 時，特別是 20 時至 21 時）^⑩。

同時，電視劇製作機構從 2001 年的 400 多家，增加到 2005 年的 2700 多家^⑪。到 2004 年大陸電視劇的每月平均廣告花費超過 93 億元，電視劇的廣告投放額佔到電視台廣告投放總額的 58.82%。電視劇廣告已經成為電視台黃金時段廣告收入的主要來源。2005 年電視劇市場整體交易總額達到 52.90 億元，市場規模在 40 億元左右^⑫。這些現象都說明，電視劇已成為不折不扣的「商品」，更是當前大陸文化產業中市場化程度最高的行業。

伴隨 90 年代大陸傳媒商業化的發展，中共當局理解到電視劇以現代化的電視傳媒為載體，具有覆蓋面廣、反應迅速、接受便捷而不受時空限制等特點，影響力和感染力都超過其他傳媒^⑬。在此同時，中共官方逐步強化在宣傳思想工作上升揚主旋律的重要性。江澤民在 1994 年全國宣傳思想工作會議上，就強調弘揚主旋律必須大力倡導一切有利於發展愛國主義、集體主義、社會主義的思想和精神，使得當年的電視劇規劃會議上，廣播電影電視部就提出在電視劇製作上必須強化主旋律題材^⑭。在此種情況下，各電視台紛紛製播包括革命歷史劇、典型人物劇、以及根據中國古典文學改編歷史劇等主旋律電視劇。這些不同於改革前說教意味濃厚、具備通俗電視劇必備的流行文化意義，同時以商業元素拍攝的主旋律電視劇，成為 90 年代裡與商業電視劇共存的特殊現象。

值得注意的是，根據中國電視劇市場報告指出，不少主旋律電視劇在播出後，都造成收視的熱潮^⑮。而這也顯示了中共當局已理解到，通過主旋律電視劇此種流行文化收編群眾，是新歷史處境中新的必要統治技術。它可以說是通過市場，遂行了過往「從群眾中來到群眾中去」的群眾路線^⑯。

註⑨ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006（北京：中國傳媒大學出版社，2007 年），頁 73-74。

註⑩ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 132；央視—索福瑞媒介研究，中國電視劇市場報告 2003-2004（北京：華夏出版社，2004 年），頁 20-37。

註⑪ 「我國成為世界電視劇生產第一大國」，新華網，2006 年 6 月 1 日，<http://info.research.hc360.com/2006/06/01091419096.shtml>。

註⑫ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 100、132-133。

註⑬ 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，尹鴻自選集—媒介圖像、中國圖像（上海：復旦大學出版社，2004 年），頁 86。

註⑭ 陳虹，「90 年代中國電視劇研究」，頁 41-42。

註⑮ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 200-204、208-211。

註⑯ 羅曉南，「文化產業、意識形態與知識精英—兼論三種有關中國電視劇文化策略的論述」，東亞研究，第 36 卷第 2 期（2005 年 7 月），頁 17-20。

本文的發想動機就在於，大陸主旋律電視劇極易為民眾接受，進而流行傳佈，甚至發揮巨大的動員力量，除了是具備視覺、口傳的特質外，其文本究竟再現了何種意義，從而發揮了召喚群眾的功能？同時，在文本意義變遷的過程中，主旋律電視劇的性質完成了何種改變？

為此，本研究首先試圖理解從1958年首部電視劇《一口菜餅子》開播後，以迄80年代改革開放前，早期大陸主旋律電視劇的文本再現何種意義？本研究援引葛蘭西的「文化霸權」與阿圖塞的「意識形態國家機器」概念，論證對於經歷過「舊政權」統治經驗的大陸民眾來說，主旋律電視劇的文本究竟召喚了何種「舊社會」的「億苦」與「新社會」的「思甜」，又凝聚了何種對新政權的想像？

其次，1983年「四級辦電視」政策導致電視覆蓋的擴大，再加上電視機的普及，提高了民眾對電視劇的需求。這些80年代起開始被視為大眾娛樂的通俗電視劇，扮演了改革前主旋律電視劇轉型到90年代具備商品意義主旋律電視劇的重要角色。這些80年代轉型期的主旋律電視劇究竟再現了何種意義？如何從反思文革經驗的「傷痕電視劇」，逐步朝注重情節模式的通俗電視劇轉型？

第三，近年來有關90年代大陸主旋律電視劇研究頗多，卻罕見從理論面分析主旋律電視劇文本生產的政治經濟制度。為此，本研究試圖釐清此一文本生產的政治經濟制度運作情形。本研究援引原本作為分析資本主義制度下電視文本生產的電視文化強勢意識論，作為論證的研究途徑。

最後，本文也試圖論證經歷90年代大陸傳媒商業化的變革後，這些以商業元素製作的主旋律電視劇文本再現了何種意義？是否可視為中共當局在改革開放後面臨意識形態真空，重新凝聚民眾對黨國、甚至是中華民族認同的努力？

貳、電視文化理論與文獻回顧

長期以來，傳媒評論者都關注電視意識，認為電視制度是資本主義社會的一個基本建制，長期發揮著支撐、維持及再造強勢意識形態等功能。

電視研究的強勢意識論，可溯至義大利的馬克思主義思想家葛蘭西（A. Gramsci）提出的霸權理論。葛蘭西認為，霸權就是社會中某個社會團體或階級，成功地說服其他團體與階級接受前者的道德、政治與文化價值，並促使多數人民對掌權者的提議賦予一種明白的同意。葛蘭西也指出，支配階級在維持、捍衛、與發展它的理論或意識形態時，最明顯與最具行動力的部分就是出版，包括出版機構、政論報紙、各種期刊、乃至各種教區公告的刊物等，其中報紙又是最具有豐富能量者^①。

從葛蘭西的觀點來看，大眾媒介被視為擴散與增強支配霸權的一個工具，當然它

註① A. Gramsci, "(i) History of the Subaltern Classes; (ii) The Concept of 'Ideology'; (iii) Cultural Themes: Ideological Material," in Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner eds., *Media and Cultural Studies: Keywords* (Malden, Massachusetts: Blackwell, 2001), pp. 43-47.

們也可以被那些想要擴散反霸權觀念的人所使用。大眾媒介與流行文化皆從屬於霸權的生產、再生產與轉型，並經由市民社會的體制而運作，其涵蓋文化生產與消費的領域，包括教育、家庭、教會、大眾媒介、流行文化等。由於霸權是經由市民社會的體制在文化與意識形態上進行運作，而市民社會的特性是成熟的自由民主與資本主義的社會，所以傳播媒介在這種條件下成爲一種有利於型塑支配意識形態的工具^{註⑩}。

在此種情形下，葛蘭西的霸權理論被廣泛應用於媒介分析，大眾媒介是葛蘭西所說民間社會中一個主要的機構，它是一個意識形態鬥爭的場域，可以反映強勢意識，使意識發揮功能。同時，媒介維持霸權統治，並不在於意識形態的脅迫性灌輸，而是在於爭取文化領導地位^{註⑪}。

簡言之，葛蘭西的媒介理論指出，媒介不斷炮製一個強大的霸權領導意識，但同時也容許較為弱勢而多變的意識出現。此一理論有利於媒介分析，因為它認爲媒介意識形態可以生產和再造，同時它亦拋棄了古典馬克思主義中的媒介工具主義和經濟簡約主義^{註⑫}。

法國馬克思主義思想家阿圖塞（L. Althusser）與葛蘭西相同，均不認同古典馬克思主義的經濟決定論。阿圖塞意識形態觀念的整體架構，是根據馬克思的上層與下層結構（base and superstructure）所演變而來。他認爲，社會是一個總體，是由三個次級結構經濟、政治及意識形態等構成，而經濟只是在最後才有影響力。經濟提供了物質上的條件，但這些條件均會受到多方面的影響而變化。阿圖塞將政治和意識形態兩者歸諸於上層結構，並以兩個辭彙來界定上層結構：壓制性國家機器（repressive state apparatuses）和意識形態國家機器（ideological state apparatuses）。前者指軍隊、警察、法律等系統，後者則包含各種意識形態、宗教、道德、倫理、教育、傳播媒介、文化（包括文學、藝術、運動）等組織機構和價值體系^{註⑬}。

阿圖塞認爲意識形態的主要工作，便是再製社會的生產關係，其中的關鍵便是透過複製支配意識形態的支配性，從而使生產關係的再生產獲得保證。意識形態國家機器，便是確保支配意識形態能夠在社會各領域、以多種管道，去再製與維繫支配/從屬關係的持續存在。因此傳播媒介作爲一種意識形態國家機器，便成爲再現支配意識形態的管道^{註⑭}。

由於阿圖塞將意識形態定義爲「再現個體和他們真實生存情況間的想像關係」^{註⑮}，這使得人們將他們的想像，聯繫到現實環境中。阿圖塞對意識的定義，已被媒介結構

註⑩ 盧風蘭，〈現代媒介文化—批判的基礎〉（台北：三民書局，2006年），頁70-71。

註⑪ S. Hall, "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies," in M. Gurevitch et al., eds., *Media, Society and Culture* (London: Routledge, 1982), pp. 56-90.

註⑫ 馬傑偉，〈電視文化理論〉（台北：揚智文化，2000年），頁21。

註⑬ L. Althusser, "Ideology and Ideological State Apparatuses," *Lenin and Philosophy and other Essays* (London: New Left Books, 1971), p. 143.

註⑭ S. Hall, "Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-structuralist Debates," in R. K. Avery & D. Eason eds., *Critical Perspectives on Media and Society* (New York: The Guilford Press, 1991), p. 97.

註⑮ L. Althusser, "Ideology and Ideological State Apparatuses," *Lenin and Philosophy and other Essays*, p. 162.

主義者採納，並進一步將媒介視為社會再生產的主要意識形態機構，媒介文本是建構於強勢意識中，用以「召喚」(interpellate) 閱聽人，而閱聽人就成了強勢意識結構中的一員。在強勢意識中，閱聽人對文本的閱聽方式，是受「限制」的，閱聽人均會接受強勢意識所主導的意義。這概念很明顯認為意識有著強大的力量^{註④}。

大體上，葛蘭西的霸權概念和阿圖塞的意識形態國家機器概念，對在批判媒介理論中的強勢意識論有 3 大方面的影響：(1) 強勢階級對媒介的控制、方式及程度；(2) 媒介生產的基本結構；(3) 意識形態的社會功效。這些論點都在電視研究中出現，而且會刻意或間接地與強勢意識論牽上關係^{註⑤}。

傳播學者馬傑偉在綜合葛蘭西的霸權概念和阿圖塞的意識形態國家機器概念，以及評述多位電視研究學者的論點後，提出電視文化理論的強勢意識論的 3 個命題：

(1) 電視傳達強勢意識；(2) 強勢意識得以在電視文本中出現，可歸因於媒介與強勢階級的直接及間接聯繫；(3) 電視能有效地發揮意識形態的作用^{註⑥}。

馬傑偉認為，電視之所以能傳達強勢意識，主要是透過建構 (construction) 及省略 (omission) 而出現的。大體上，強勢階級的意義系統及理解框架，是建構於電視文本中，透過節目的輸出達到控制效果。例如，在娛樂節目中，主要角色都集中在強勢的種族、性別及階級；從屬階級就只被安排充當一些不重要的角色。至於在新聞及時事節目中，參考框架都有所偏差，新聞都會經過處理，一般都偏向專家及政府高官的主導式論述。另外，文本強勢也可經由「省略」的方式得以實現。最明顯的省略出現在新聞及時事節目中，媒介有時將報導集中於個人而非整體，或者把政策的要點從政治和經濟關係中抽離，單單集中描寫個人化的衝突^{註⑦}。

強勢意識得以在電視文本中出現，馬傑偉指出，可歸因於媒介與強勢階級的直接及間接聯繫。首先，是媒介與強勢階級的直接聯繫。電視媒介的擁有者，與政治及經濟利益均不能分割，媒介不斷傾向集團經營，目的就是為了管理資源的流通及保障有關的商業利益。其次，是媒介與強勢階級的間接聯繫。這又可包括 3 種方式：第一，間接與政府聯繫。為了管理媒介的運作，統治階級都會有一套媒介法規，如稅項、監察及牌照等，或者政府透過訊息發佈控制媒介的資訊來源。第二，市場影響。無論從何種意識定位，傳媒機構的基本原則就是要賺錢，而此一動機已足以影響媒介的意識結構。第三，文化聯繫。由於現今電視製作受到收視及時間的限制，自然較易製作出反映主流文化及意識的節目內容，製作人透過影音語言的傳遞，用最簡單的方法，在電視文本上配置最通用的意義結構及參考框架^{註⑧}。

最後，馬傑偉也指出，電視能有效地發揮意識形態的作用。強勢意識論在電視研究中的其中一項要點，是強調電視能有效地展現意識形態的威力。除了強勢意識之

註④ 馬傑偉，*電視文化理論*（台北：揚智文化，2000年），頁22-23。

註⑤ 馬傑偉，*電視文化理論*，頁23-24。

註⑥ 馬傑偉，*電視文化理論*，頁24-35。

註⑦ 同前註。

註⑧ 同前註。

外，電視也混合從屬階級的價值觀及意義系統，利用這種意識的混合，從屬階級就會較容易被吸納到強勢意識之中，從而維持強勢意識的領導地位²⁹。

叁、電視劇作為宣傳黨國意識形態的紅色經典

1942年5月23日，毛澤東在延安文藝座談會作總結性發言，是為有名的「在延安文藝座談會上的講話」，此文幾經修改，發表於次年10月19日的《解放日報》，這篇報告標誌著毛氏「黨文化」觀的正式形成。毛氏「黨文化」觀最核心的概念在於強調，文藝是政治鬥爭的工具，革命文藝的最高目標和最重要的任務，就是利用文藝的各種形式為黨的政治目標服務。具體而言，中共領導的文藝的基本方向是「工農兵方向」，文藝家只能，也必須以此方向作為自己的創作原則和創作內容。「創作自由」是資產階級的虛偽口號，革命的文藝家應心甘情願地做革命的「齒輪和螺絲釘」³⁰。一言以蔽之，毛式文藝思想的實質是將文藝視為圖解政治的宣傳工具，將文藝家看成是以贖罪之身（身為知識分子的原罪）為黨的中心工作服務的「戰士」³¹。

「在延安文藝座談會上的講話」指導下，不僅引發了一系列民眾性文藝實踐，例如群眾寫作運動、街頭詩運動、戲劇運動、秧歌運動，以及以「文化人」為骨幹的「西北戰地服務團」、「戰歌社」、「抗戰文化工作團」、「烽火劇團」，促成了大批刊物雜誌的誕生，例如文藝突擊、文藝戰線、大眾文藝、新詩歌、邊區文化，而且也留下許多經典意義的作品，例如《白毛女》、《窮人樂》、《高干大》、《王貴與李香香》、《李家莊的變遷》，以及相當完備的理論闡述³²。

延安文藝成為新興政治軍事力量不可或缺的一個環節，中共也就依靠這一逐漸體制化的權力機構，建立起新的話語領域和範式，規定制約了新的文化生產。延安文藝又是抗日民族戰爭總動員的一部分，通過激發強烈的民族意識和反帝精神，延安文藝同時也幫助普及了新的政治、文化綱領，從而為更大規模的社會變革提供了語言、形象和意義³³。

1949年中共建立政權後，延續著「在延安文藝座談會上的講話」的精神，文學藝術工作者創作的題材，主要集中歌頌在中國共產黨領導下的人民民主革命和社會主義建設。這些作品透過不斷被倡導和廣為傳播，不僅為人民大眾所熟悉，培育了他們獨特的文學藝術欣賞、接受趣味，更成為支配藝術家創作的重要目標。例如，詩歌《王貴與李香香》、《漳河水》，小說《小二黑結婚》、《三里灣》，歌劇《白毛女》、《江姐》、

註²⁹ 同前註。

註³⁰ 高華，紅太陽是怎樣升起的一延安整風運動的來龍去脈（香港：中文大學出版社，2000年），頁351-352。

註³¹ 高華，紅太陽是怎樣升起的一延安整風運動的來龍去脈，頁352-353。

註³² 唐小兵，再解讀一大眾文藝與意識形態（香港：牛津大學出版社，1993年），頁16。

註³³ 同前註。

《紅珊瑚》、《洪湖赤衛隊》，樣板戲《智取威虎山》、《沙家濱》、《杜鵑山》，芭蕾舞劇《紅色娘子軍》，組歌《長征》，舞蹈史詩《東方紅》等。這些作品形成了一以貫之的風格，並在持久的傳播中沈澱成為大眾的集體記憶³⁴。

中共官方就將這些具有民族風格、為工農兵喜聞樂見，並會引起較大迴響的革命歷史題材的作品，稱之為「紅色經典」。而這些「紅色經典」作品，在以往的許多歲月裡，以其強烈的情感色彩和充滿詩性的表達，起到「團結人民、打擊敵人」的功效，實現了文學藝術的功利目標。它使人民在藝術中看到了再現的革命英烈和中國革命建設的歷史，也使革命的文学藝術找到了適合表達這一內容的相應形式，因而成為重要的主流文化資源³⁵。

「紅色經典」作品除了詩歌、小說、歌劇、樣板戲、芭蕾舞劇、組歌、舞蹈史詩之外，伴隨著1958年北京電視台播出的大陸第一部電視劇《一口菜餅子》，由於電視劇與詩歌、歌劇等，同樣具備視覺、口傳，容易為大眾接受的傳媒特質，更從而豐富了「紅色經典」的內涵³⁶。

由於受到製作和技術條件等限制，當時大陸電視劇都是在現場搭置的實景中拍攝並同步直播，在很大程度上更像是舞台劇轉播。這一時期的電視劇，大多是對中共中央和中國政府當時政治經濟文化政策的宣傳性演繹。由於當時全大陸都在認真貫徹執行黨中央的節約糧食宣傳精神，因此《一口菜餅子》通過劇中人物的倒敘，回憶了在中華人民共和國建立以前，所謂「舊中國」人們缺衣少食的生活故事。顯而易見，這部電視劇當時是為了配合中共中央提出的「憶苦思甜」、「節約糧食」的宣傳精神而製作。此種「憶苦思甜」電視劇的模式，迅速地相繼成立的各地方台跟進採用。在北京電視台正式開播的第3天，1958年9月4日該台又推出一部電視劇《黨救活了他》，是根據發表在人民日報上的一篇報告文學改編³⁷。

從1958年至1966年時期，全大陸各省市共生產190多部直播電視劇。這一時期大陸電視劇的創作緊緊圍繞黨和國家的政策，配合宣傳不同時期的政治綱領、路線和方針³⁸。事實上，在80年代改革開放前，大陸電視劇一直以主旋律作品為主，幾乎佔據電視劇數量的全部。這些作品固然曾經充分發揮認知功能和教化功能，在完成「團結人民、教育人民、打擊敵人」的任務方面取得重大成就，然而單一的主題、單一的題材也限制了電視劇的發展，甚至在文革期間，削弱乃至取消其娛樂作用³⁹。

當時大陸電視財政制度是採行供給制模式，即傳媒營運所需的全部資金、設備以

註³⁴ 孟繁華，《眾神狂歡—世紀之交的中國文化現象》（北京：中央編譯出版社，2003年），頁55。

註³⁵ 同前註。

註³⁶ 中國國家廣播電視局在2004年發佈「關於紅色經典改編電視劇審查管理的通知」。這類電視劇指的是將會引起較大迴響的革命歷史題材文學名著，例如《林海雪原》、《紅色娘子軍》、《紅岩》、《紅日》、《紅旗譜》、《烈火金剛》等，改編為同名電視劇。參見：國家廣播電視總局電視劇司，中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告2005-2006，頁53、110。

註³⁷ 邵奇，「試論當代中國電視劇的傳播理念」，復旦大學新聞學院博士論文（2004年），頁8-9。

註³⁸ 邵奇，「試論當代中國電視劇的傳播理念」，頁9-11。

註³⁹ 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，頁10。

及從業人員的基本工資，完全由黨和政府承擔^{註40}。同時，電視台是實施製播合一制度，即電視節目的策劃、投資、製作、審查、播出各個環節，都由電視台自己操作完成，電視台既是節目的生產者，也是播出者^{註41}。至於電視節目的種類相當貧乏且粗糙，主要是播放新聞節目、電影以及戲劇轉播^{註42}。

在此種電視文本生產的政治經濟制度下，這些改革前的大陸主旋律電視劇，扮演宣傳黨國意識形態的「紅色經典」，其文本再現了以下意義：

一、強調「新」/「舊」社會兩重天，反映人們強烈感受到「舊社會」之苦、「新社會」之甜，使得「憶苦思甜」成為重要主題。《一口菜餅子》就是這類作品的代表。但由於當時極「左」思潮的影響，這類作品往往不能遵循現實主義的創作原則，憶苦思甜變成階級鬥爭的口號，概念化傾向嚴重，反面人物被極度丑化，「新社會」的成就被無限誇大^{註43}。

二、歌頌社會主義中國的新面貌，對社會上湧現的新人新事新生活進行大張旗鼓的書寫，對傳統守舊、落後的思想觀念進行諷刺的批駁，以幫助和教育落後和守舊人群，促使他們跟上新時代前進的步伐。這些主旋律電視劇從各行各業、社會的各個方面再現新人物新思想，例如《青春曲》講述一個農村姑娘在城裡中學畢業後，拒絕了人們的好意勸留，毅然返回農村建設自己家鄉；《戰鬥在頂天嶺上》則描述頂天嶺上的青年氣象員工克服千難險阻，愛崗敬業的精神；《辛大夫和陳醫生》反映醫療行業破除迷信，解放思想的故事；《老列兵站崗》再現將軍下連隊當兵的新事物；《新的一代》反映在校大學生參加首都十大建築設計中鍛鍊成長的故事；《生活的讚歌》則表現工業領域的技術革新活動^{註44}。

三、著力塑造典型環境下的典型人物，樹立新時代的英雄形象，例如《焦裕祿》、《雷鋒》、《小八路》等主旋律電視劇。作為當時最大型的電視報導劇，《焦裕祿》^{註45}是根據河南蘭考縣委書記焦裕祿的事跡改編；《雷鋒》則是根據解放軍戰士雷鋒的先進事跡創作的^{註46}。

事實上，這些在主旋律電視劇再現的典型人物，並非是現實生活中具體存在的，即便有些是標榜依照真人故事改編，卻也是依照統治當局建構社會主義政權道德的理想性去塑造的。以文化人類學者安德森（Benedict-Anderson）的術語，可稱之為「想像的族群」（imagined communities）^{註47}。由於電視劇具備通俗文化的視覺、聽覺符號，中共當局自然希望藉由主旋律電視劇在螢光幕上塑造的典型人物，進而建構「想像的族

註40 錢前，〈政治、市場與電視制度——中國電視制度變遷研究〉（鄭州：河南人民出版社，2002年），頁47。

註41 邢建毅、蔣淑媛，〈製播分離體制的確立對電視業的影響〉，南方電視學網，2006年10月22日，<http://www.66wen.com/05wx/xinwen/20061022/46511.html>。

註42 郭驥之，〈中國電視史〉（北京：文化藝術出版社，1997年），頁6。

註43 陳國欽、夏光富，〈電視節目形態論〉（北京：中國傳媒大學出版社，2006年），頁162。

註44 邵奇，〈試論當代中國電視劇的傳播理念〉，頁9-11。

註45 邵奇，〈試論當代中國電視劇的傳播理念〉，頁10。

註46 林奕華，〈「革命樣板戲」智取威虎山的再現與文化認同〉，《21世紀網路版》，第18期，2003年9月30日，<http://www.cukc.edu.hk/ics/21c>。

群」，目的是希望在廣大觀眾心目中樹立起值得學習的榜樣。

文革 10 年期間，大陸電視劇生產基本停頓，不僅數量稀少，而且都是直接的政治宣傳品。⁸⁰ 年代開始，伴隨著大陸電視業的進展，大陸電視劇生產的政治經濟制度，也逐步從過往的計畫經濟邁入轉型階段。

1983 年新成立的廣播電視部在第 11 次全國廣播電視工作會議中議決，鑑於「兩級辦」電視的政策已不再適應形勢需要，決定實施「四級辦電視、四級混合覆蓋」政策，今後凡是具備條件的省轄市、縣，也可以針對當地需要和可能，開辦廣播台和電視台⁸¹。政策實施後，各級政府在經濟利益的驅動下，紛紛投資建設電視台，導致電視台大幅成長。1985 年全大陸已經有 172 家市、縣電視台。電視機的數目則從 1979 年的 485 萬台，迅速成長到 1987 年的 1.2 億台，擁有電視機家庭佔全國總戶數 47.8%。1978 年大陸電視觀眾僅有 8000 萬人，到 1987 年已達到 6 億人，佔全國總人口 56%⁸²。

由於電視台覆蓋的擴大以及家庭電視機的普及，在客觀上為電視劇收視人口的成長提供了條件，也加速了大陸電視劇的進展。1979 年，當時的中央廣播事業局在第 1 次全國電視節目會議上，建議各地電視台凡有條件的都可以製作電視劇。1983 年，中央電視台成立中國電視劇製作中心。大陸電視劇的產量更從 1978 年的 8 部，成長到 1987 年 1500 部⁸³。

1980 年 2 月 5 日，中央電視台開始播出的 9 集《敵營十八年》，具有標誌性的意義。這是大陸第 1 部電視連續劇，也是第 1 部採用情節劇模式製作，最早產生廣泛影響的通俗連續劇。這部電視劇與其他重視政治批判、藝術風格的電視劇不同，不注重對人物個性的發掘，也不強調對政治思想的演繹，而是突出了情節性、戲劇性、驚險性、離奇性，具備了娛樂性作品的基本特徵⁸⁴。

當時，多數大陸民眾都剛剛體驗歷史的政治動盪和家庭、個人的苦難經歷，而且正在經歷從以階級鬥爭為綱的極左政治，向以經濟建設為中心的新時期轉折階段，所以一批敘述人們在文革中曲折命運的所謂「傷痕電視劇」或者「反思電視劇」，以及後來敘述中國改革開放進程中政治衝突的改革電視劇，最早受到民眾的關注⁸⁵。

例如，《蹉跎的歲月》講述文革期間知識青年在上山下鄉苦難歲月裡走過的坎坷之路，書寫他們從消沈到振作奮進的反思路程。《今夜有暴風雪》則反省特定歷史條件下的上山下鄉固然是一場失敗運動，但是不能抹煞當時知青們在北大荒及至各地邊疆創

註 80 Zhongdang Pan & Joseph Man Chan, "Building a Market-based Party Organ: Television and National Integration in China," in David French & Michael Richards eds., *Television in Contemporary Asia* (London: Sage Publications, 2000), p. 237.

註 81 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁 75。

註 82 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁 75-77。

註 83 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁 77-78。

註 84 Hong Yin, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," p. 31.

造的成績及革命英雄主義精神^{註⑤}。《尋找回來的世界》同樣是對文革期間經歷的反思，以及對人性、對生命關照的痛定思痛^{註⑥}。

現實題材電視劇《家教》講述一個家庭的成員們各自的婚姻糾葛，以及留美博士倪維宇封建家長式的家教，反映了人們對舊道德規範、生活模式的警悟和抗爭，以及這種警悟和抗爭具有的現代精神的躁動，表現當代中國人在改革中思維方式的演變^{註⑦}。

除了對文革進行反思批判的電視劇之外，數部根據中國古典文學名著改編的電視劇《紅樓夢》、《西遊記》等則開始從中國古典文化吸取精華，藉此消解西方文化的衝擊。1986年在中央電視台與香港亞洲電視台同時播出時，最高收視率達到70%，在大陸及香港掀起「紅樓夢熱」^{註⑧}。《紅樓夢》、《西遊記》造成的收視熱潮，也為90年代其他兩部古典名著《三國演義》、《水滸傳》的改編電視劇拉開序幕。而根據歷史題材改編的歷史劇《努爾哈赤》、《末代皇帝》、《唐明皇》、《莊妃軼事》等，則以曲折離奇的政治鬥爭、愛恨情仇的宮闈故事，提供觀眾對於當時中國政壇的折射隱喻與歷史想像。

革命歷史劇當時即被視為建設「有中國特色社會主義文化」的重要組成部分，例如，《夜幕下的哈爾濱》描述了1934年在日寇與偽滿統治下的哈爾濱，共產黨員王一民率領共產黨人與日寇、漢奸等敵偽組織殊死鬥爭的故事^{註⑨}。《向警予》再現了有中國婦女運動先驅者之稱，曾任中共第一任婦女部部長的向警予，領導中國最早的無級階級婦女運動，後遭國民黨逮捕處決的過程。《宋慶齡和她的姐妹》站在歷史的高度，反映了宋慶齡如何堅持個人政治信念，為信仰執著追求的崇高品格，也描述了她與父母、姐妹之間的骨肉親情^{註⑩}。而《巨人的握手》則再現了國共合作時期毛澤東的領導事跡，凸出了毛澤東的領袖魅力^{註⑪}。

肆、90年代迄今主旋律電視劇文本生產的政經制度

大體上，電視文化強勢意識論的政治經濟環境，是體現在資本主義制度。在此種

註⑤ 高鑫、吳秋雅，20世紀中國電視劇史論（北京：學苑出版社，2002年），頁36、173。

註⑥ 黃楊，「中國電視是否將成明日黃花」，東方新聞，2000年12月25日，<http://news.eastday.com/epublish/big5/paper10/20001225/class001000018/hwz275506.htm>。

註⑦ 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，頁15。

註⑧ 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁90。

註⑨ 「夜幕下的哈爾濱內容梗概」，新浪網，2007年6月5日，<http://news.sina.com/sinacn/205-000-000-000/2007-06-05/0925896.html>。

註⑩ 「宋慶齡和她的姐妹劇情概要」，火爆電視網，2007年8月25日，<http://www.tvhuo.com/program/movie/15588/8k>。

註⑪ 齊巖斌，「紀念毛澤東誕辰110周年特稿—擁護、感動、光影長存，傾心演繹毛澤東的特型演員們」，人民網，2003年12月26日，<http://www.people.com.cn/BIG5/yule/1083/2266424.html>。

情形下，要援引強勢意識論分析大陸主旋律電視劇文本意義的變遷，就必須了解改革開放後中國國家政治經濟模式的演變。

要決定一個國家是屬於哪一種經濟模式，可以採用不同的客觀準則，其中一項就是全國工業總產值。根據國有制和集體所有制在全國工業總產值所佔的比重，作為判斷一國政治經濟模式的發展，中國大體上經歷了以下歷程：1957 年至 1979 年，實施國家共產主義，即百分之百的國有制加上集體所有制。1980 年至 1986 年，實施國家社會主義，即國有制高於 50%，以及國有制加上集體所有制大於 95%。1987 年至 1994 年，實施市場社會主義，即國有制高於 50%，以及 95% 高於國有制加上集體所有制高於 75%。1994 年迄今，實施國家資本主義，即國有制低於 50%，以及 75% 高於國有制加上集體所有制高於 50%^{註 39}。

明顯的，中國在 90 年代中期即已進入國家資本主義的發展階段。一方面，國有工業在全國工業總產值的比重低於 50%，但國家仍然擁有從事主要行業（如電訊與石油化工等）的國有企業控制性股權；另一方面，國家也容許愈來愈多的外資及本土資本家擁有自己的企業。這些都是國家資本主義的特性^{註 40}。

事實上，如同東亞國家，中國國家政權在後毛澤東時期轉向資本主義的過程，持續扮演重要的角色。正如學者 Robison 與 Goodman 論證，很多東亞國家，無論是前資本主義、後殖民主義或者共產主義國家，都扮演孵化資本主義的角色。中國自然也無所例外。中國的中央集權、後革命的國家政權在改革前建構了工業化的架構，而同樣也是這個政權扮演了「資本主義革命的孵化者」^{註 41}。學者 Meiser 也指出，後毛澤東時期的中國是由國家主導的資本主義發展中，最近、最明顯的發展案例^{註 42}。

既然現階段的中國政治經濟發展模式，是採行國家資本主義，大陸主旋律電視劇自然也是在國家資本主義制度下運作，因此資本主義下的電視劇生產、消費和播映方式，開始出現在大陸電視劇產業體制上，但是社會主義國家機器的作用並沒有弱化，相反的它的主導整個電視劇產業體制，依然扮演舉足輕重的角色。

近年來，有關大陸主旋律電視劇研究頗多，例如，尹鴻的「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」、邵奇的「試論當代中國電視劇的傳播理念」、陳虹的「90 年代中國電視劇研究」、白小易的「碰撞與整合—論全球化語境下中國大陸電視劇創作的本土化」、鄭江波的「革命歷史題材影視創作的重大突破—試論電視劇長征的藝術特

註 39 梁文翰，「鄧小平理論與中國大陸社會主義發展的前景」，陳祖為、梁文翰主編，*政治理論在中國*（香港：牛津大學出版社，2001 年），頁 248~250。

註 40 同前註。

註 41 R. Robison & D. Goodman, "The New Rich in Asia: Economic Development, Social Status and Political Consciousness," in R. Robison & D. Goodman eds., *The New Rich in Asia: Mobiel Phones, McDonald's and Middle Class Revolution* (London: Routledge, 1996), pp. 1-16.

註 42 M. Meiser, *The Deng Xiaoping Era: an Inquiry into the Fate of Chinese Socialism, 1978-1994* (New York: Hill & Wang, 1996), pp. 337-338.

色」等^{註6}。

這些研究從歷史面、制度面切入，對大陸電視劇如何從計畫經濟體制下的宣傳工具，逐步演化為市場經濟、國家資本主義制度下的文化產業，作了詳盡的描述。研究指出，從 80 年代到 90 年代，大陸電視劇市場一方面是主旋律電視劇在繼續努力維護國家意識形態的權威，另一方面是具備流行文化元素的通俗電視劇，通過市場機制來形成文化產業格局。這些研究指出，大陸電視劇已形成從生產、交換到播映的一套完整的產業體制。

這些研究也試圖分析大陸電視劇呈現的形式與類型，例如革命歷史題材劇、愛國主義為主題的古代與近代歷史題材劇、根據中國古典文學改編的電視歷史劇、描述典型人物的電視劇，以及這些不同類型電視劇再現的意識形態意義。

但是，這些相關研究並未提出研究途徑，解釋究竟大陸主旋律電視劇是在何種政治經濟制度下，進行文本意義的生產。為此，本研究試圖以電視文化強勢意識論，論證大陸主旋律電視劇如何在國家資本主義制度下，進行文本意義的生產，分析的面向包括了大陸電視劇市場結構、製作流程與黨國政策。

一、大陸電視劇市場結構

電視文化理論的強勢意識論認為，強勢意識得以在電視文本中出現，可歸因於媒介與強勢階級的直接及間接聯繫，因此了解媒介生產的政經制度相當重要。由於大陸電視業長期來是由黨國擁有，包括電視劇在內的電視節目的策劃、投資、製作、審查與播出各個環節，完全是在黨國控制下完成，這就保證了黨國官方的強勢意識能夠在電視劇文本中出現。即便是在 90 年代後，大陸電視劇的投資資金與製作機構已經有業外資金及企業集團投入，但是在嚴格的把關流程下，中共官方仍然保證黨國強勢意識呈現在電視劇文本中。這也說明了強勢意識論強調的，媒介所處的政治經濟制度足以決定文本的意識形態。

大陸電視劇市場交易在 1993 年以前，主要是以節目自製交換的形式在各個電視台之間流通播出。1993 年開始出現以貼片廣告購買電視劇播出權的形式，標誌著電視劇市場正式啟動。此後，伴隨著 1993 年南巡後快速的經濟發展，電視劇市場化程度迅速提高，電視劇隨片廣告與分離廣告開始出現並盛行。1996 年，國家廣電部在北京舉辦了全國第一屆電視節目交易會，標誌著大陸電視節目正式進入市場。1997 年起，無線電視台與有線電視台的競爭催生了電視劇市場的活躍局面，電視台開始大量購買電視

註6 請參考尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁 71-103；邵奇，「試論當代中國電視劇的傳播理念」，頁 1-105；陳虹，「90 年代中國電視劇研究」，頁 1-123；白小易，「碰撞與整合——論全球化語境下中國大陸電視劇創作的本土化」，南京師範大學文藝學博士論文（2004 年），頁 1-73；鄭江波，「革命歷史題材影視創作的重大突破——試論電視劇長征的藝術特色」，華中師範大學碩士論文（2002 年），頁 1-48；恒沙，「現代化意志的歷史想像」，21 世紀網路版，第 16 期，2003 年 7 月 31 日，<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>；陶東風，「八九後中國電影電視走向」，21 世紀網路版，第 16 期，2003 年 7 月 31 日，<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>。

劇。之後，各地電視台結束了長久以來節目互換的舊有交換模式，取而代之的是電視台以廣告時間為貨幣形式，開始購買國產電視劇，這意味著大陸電視劇真正成為商品。

由於大陸電視劇生產是大陸電視業最早走向市場，依照產業經營模式運作，且最為成功的項目，從而吸引大量的商業資金以及各類民營影視公司的投入經營。在此種情況下，一個相對成熟，包括投資資金、製作機構、生產類型、交易發行、廣告經營的電視劇市場已經逐步成形，主要體現在以下特徵：

(1) 多元化的投資主體。目前大陸電視劇製作的資金來源，主要有製作方自有資金、電視台參與投資或預付購買金、業外資金。製作資金的 50% 至 60% 來自電視劇製作機構的自有資金，是當前製作資金的最主要來源。製作機構依靠自身的生產和經營回收成本並獲得效益，完成對再生產投入的資金積累。電視台的直接投資或預付購買金約佔投資總額的 20% 至 30%，不僅提供了資金，而且可以與製作方分擔部分風險。至於業外資金主要來自房地產業、汽車、傳統製造業等行業。這些行業資金投入電視劇製作，除了是看好此一市場，希望從新的領域獲得豐厚利潤，另外就是傳統產業進行產業升級和結構調整，需要將一部分資金轉移投入新業務。在電視劇製作投資總額上，2004 年約為 30 多億元，2005 年則超過 40 億元。

(2) 由於電視劇製作資金來源的多元化，使得主旋律電視劇的製作體制也出現變化。目前大陸電視劇製作機構包括廣電系統內部及外部。家數則從 2001 年的 400 多家，增加到 2005 年的 2700 多家。其中，廣電系統內部包括：1. 電視台內部電視劇製作機構，如中央電視台文藝節目中心影視部等；2. 廣電集團下屬電視劇製作機構，如北京電視藝術中心等；3. 電影製片廠及其下屬影視製作機構，如中國電影集團公司等。至於廣電系統外部則包括：1. 各類民營影視製作公司，如海潤影視製作公司等；2. 文化音像出版社，目前全大陸約有 300 家，如著名的由中國文聯主管、主辦的中國文聯音像出版社等；3. 各部委、軍隊電視劇製作機構，如公安部金盾影視文化中心等。另外，許多來自房地產、餐飲業、化妝品、藥業等企業與集團紛紛看好電視劇製作領域，開始建立影視投資公司進軍影視業。

(3) 由於投資資金與製作機構的多元化，大陸電視劇產量急遽增加，使得電視劇類型化相當明顯。2001 年獲得發行許可證的電視劇為 8877 集，2002 年為 9005 集，2003 年首次突破萬集，達到 10381 集，2004 年為 12000 多集，2005 年為 514 部、12447 集，到了 2006 年為 500 部、13847 集，已成為世界上生產電視劇最多的國家。

註 60 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 72；華華，電視劇的投資與營銷（北京：中國廣播電視出版社，2004 年），頁 13、55。

註 61 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 73-77。

註 62 「我國成為世界電視劇生產第一大國」，新華網，2006 年 6 月 1 日，<http://info.research.cc360.com/2006/06/01091419096.shtml>。

註 63 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 81-85；央視一索福瑞媒介研究，中國電視劇市場報告 2003-2004，頁 91-96。

同時，從歷年來申報的電視劇數量中，可以看出類型化的特徵已經相當明顯。大體上，可分為革命歷史劇、一般歷史劇、宮廷劇、武俠劇、都市劇、農村劇、軍旅劇、公安劇等^{註⑧}。

(4) 目前大陸電視劇的發行交易管道包括了自建管道、組織管道和其他新管道—網路管道。自建管道就是製作或發行公司一對一的人員銷售，也就是直接發行，是目前大陸電視劇市場最主要的交易管道。組織管道包括省市電視台節目交易網、2002年成立的中國廣播電影電視節目交易中心等。另外，由上海國際電視節、北京國際電視周、四川電視節、中國國際廣播影視博覽會並稱的大陸電視節目4大交易市場，也是大陸電視劇重要的組織管道。2005年電視劇市場整體交易總額達到52.90億元^{註⑨}。

(5) 由於電視劇能夠迅速提高收視率，因此目前各級電視台都不斷加大黃金時段的電視劇播出量，使得電視劇廣告成為電視台黃金時段廣告收入的主要來源。至2002年底，大陸有88%的省台和70%的省會台開辦了影視頻道。在全國所有的專業化頻道中，影視頻道的數量位居第1，佔總數的19%。至2004年，大陸電視劇廣告播出時間佔電視廣告播出總時長的38.2%，每月平均廣告花費超過93億元，電視劇的廣告投放額佔到電視台廣告投放總額的58.82%^{註⑩}。

二、大陸電視劇製作流程

依照葛蘭西、阿圖塞的觀點，統治階級在維持國家經濟、政治、文化上的優勢地位，除了使用壓制性的手段外，「文化霸權」與「意識形態國家機器」往往更可以發揮作用。對中共政權來說，主旋律電視劇就是扮演發揮「文化霸權」與「意識形態國家機器」的關鍵角色，長期扮演著召喚人民群眾集體記憶，發揮著支撐、維持及再造霸權領導意識，以及政權合法化的功能。

為了讓主旋律電視劇發揮支撐、維持及再造強勢意識，以及政權合法化的功能，中共主管部門對電視劇製作流程採取多層嚴密的把關措施。首先，建立電視劇製作許可證制度。從1986年6月1日開始，中國實行電視劇製作許可證制度，任何機構拍攝電視劇必須得到廣播電影電視政府部門頒發的電視劇拍攝許可證。許可證分為甲乙兩種，甲種是長期許可證，乙種是臨時許可證。一般獲得許可證的機構應該是能夠在政府和黨的有效控制下的國營機構。目前大陸大約有中國電視劇製作中心等120家擁有製作甲種許可證單位，以及中國唱片總公司等187家擁有製作乙種許可證單位^{註⑪}。

其次，上報電視劇題材。自2001年開始，所有領有甲乙許可證的製作機構在投資電視劇之前，一律實行題材報批，必須經過審查同意立項才能開拍。同時，實施省級和廣電總局兩級的題材規劃工作。省級廣電部門負責轄區內電視劇的題材規劃和審

註⑧ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 86-88。

註⑨ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 100、110-114。

註⑩ 國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁 131-133。

註⑪ 央視—索福瑞媒介研究，中國電視劇市場報告 2003-2004，頁 88。

核。廣電總局則衡量全國整體上報情況，再進行對某類題材的限制或控制^{註②}。

第三，實行發行播出審查制。大陸電視台都是政府主辦的官方電視台，中國不允許外資進入大陸電視台，也不允許建立商業電視台，所有電視劇的發行和播出，必須通過當地黨和政府宣傳部門審查才能播出。國家廣播電影電視總局（簡稱國家廣電總局）還為此設立電視劇4級審查制度，即所有省級電視台播出的劇集需提前1個月報省廣電局，之後由省廣電局報送省宣傳部，再由省宣傳部審核後報送國家廣電總局，最後由國家廣電總局報送中宣部文藝局，審批通過後再播出^{註③}。

最後，監督檢查電視劇播出。目前中國的國家廣電總局、中央電視台和一些省級以上電視台都有電視監看機構，可以通過監看已經播出的電視劇發現政治問題，並在必要的時候採取一定的行政手段來終止電視劇播出^{註④}。

三、大陸電視劇黨國政策

電視文化理論的強勢意識論認為，電視所以能傳達強勢意識，主要是透過建構（construction）及省略（omission）而出現的。大陸主旋律電視劇的製作就是透過廣電主管部門，規劃與審批電視劇題材，以及通過舉辦全國優秀電視劇評獎活動，有意識地建構與凸顯某種強勢意識，或者省略與刪除某種意識。在90年代的政治氛圍下，主旋律電視劇被刻意凸顯為具備商機的「愛國主義商品」。

大陸電視劇拍攝必須由具有電視劇拍攝許可證的單位，將題材上報中國電視藝術委員會審批，獲得批准以後的電視劇才具有合法身分。而規劃審查部門則根據當年的政治形勢，和上報電視劇的題材傾向來決定哪些電視劇可以投入拍攝^{註⑤}。

在國家廣電總局的領導下，全大陸各級電視台、各類社會文藝團體積極投入生產電視劇。一方面，通過各年度召開的電視劇題材規劃會議，宏觀調控電視劇創作，協調電視劇創作數量與質量、社會效益與經濟效益、思想內容與藝術形式、題材多樣化與突出重點等多重關係^{註⑥}。

例如，從1991年到1997年，黨和政府有關部門召開了幾十次相關工作會議和研討會議，多次重申電視劇的理論規範與輿論導向，表現了對電視劇的強勢調控和管理能力。在1992年舉行的全國電視劇題材規劃會議上，時任國家廣播電影電視部副部長的王楓代表部黨組，作了題為《認清形勢 科學規劃 強化管理 多出好劇》的報告，號召電視藝術家要遵照「在延安文藝座談會上的講話」的精神^{註⑦}。

註② 張華，〈電視劇的投資與營銷〉，頁31-32。

註③ Hong Yin, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," p. 36; 「黃金時段電視台須播歌功劇集」，傳媒透視，2007年2月，http://www.rthk.org.hk/mediadigest/20070215_76-121336hml。

註④ Hong Yin, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," p. 36.

註⑤ 尹鴻，〈意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實〉，頁97-98。

註⑥ 陳虹，〈90年代中國電視劇研究〉，頁40。

註⑦ 陳虹，〈90年代中國電視劇研究〉，頁40-41。

另一方面，基於對電視劇的重視，政府電視主管部門往往會根據「政治氣候」的變化，採取多項行政和導向手段，來保證中央與省級電視台在黃金時間，播出表達主旋律意識的國產電視劇，減少娛樂性古裝戲、武打戲等通俗電視劇的播出^{註⑩}。

例如，2004年4月下旬，國家廣電總局連續發佈「黃金時段不得播放渲染兇殺暴力的涉案題材電視劇的通知」、「關於認真對待紅色經典改編電視劇有關問題的通知」，明確規定對涉案題材影視劇及類似題材的紀實類節目，必須退出黃金時段，並且要求在當年申請立項的涉案劇中再壓縮40%；同時也規定改編紅色經典電視劇的原則，即英雄形象不准歪曲，反面人物不准變味，反對將反面人物人性化，原著情節不准亂改^{註⑪}。

再如，2006年國家廣電總局又要求地方衛星電視台，每年播出的古裝歷史劇不得超過3部，全國各級電視台所有頻道每天下午5時至晚上8時，均不得播放境外卡通片，特別是各卡通頻道、兒童頻道、青少年頻道在此時段必須播出國產卡通片。為了因應2007年底中共十七大的召開，國家廣電總局更下令從當年2月起至少8個月內，所有地方電視台的衛星電視頻道在黃金時段，一律要播出符合官方意識形態的主旋律電視劇。亦即描寫中共革命鬥爭史、領袖人物及民族精英人物傳記及道德倫理的劇集^{註⑫}。

同時，國家廣電總局通過舉辦「五個一工程獎」、「飛天獎」、「金鷹獎」等不同類型的全國優秀電視劇評獎活動^{註⑬}，來促進和引導電視劇創作，並通過多種形式的電視劇藝術座談會、研討會、作品交流會，不斷提高電視劇藝術水平。

伍、電視劇作為市場化衝擊下的愛國主義商品

1990年大陸第1部長篇室內電視劇《渴望》的出現，更標誌了通俗電視劇進入大陸電視劇主流。這部當時大陸最長的電視劇，在各地都引起巨大的迴響，多家電視台輪流播放，正處在文化消費匱乏時期的數億大陸觀眾觀看了這部電視劇。此後，《渴望》的製作模式成爲一種範本，緊接著出現大量的表現普通家庭傳奇故事的電視情節劇，例如《愛你沒商量》、《東邊日出西邊雨》、《皇城根》、《京都紀事》、《海馬歌舞

註⑩ 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁87。

註⑪ 林靜，「新世紀中國電視劇生態描述」，西南師範大學電影學碩士論文（2002年），頁9。

註⑫ 「黃金時段電視台須播歌功劇集」，前引文。

註⑬ 「五個一工程獎」，是中共中央宣傳部於1992年組織的，精神產品中5個方面精品佳作的評選，包括「一部好的戲劇作品、一部好的電視劇（片）作品、一部好的圖書（限社會科學方面）、一部好的理論文章（限社會科學方面）」；2005年起評選項目改爲「一部好的文藝圖書、一部好電影、一部好電視劇（片）或廣播劇、一部好戲劇和一首好歌曲」。「飛天獎」是由國家廣電總局於1980年主辦，並授權中國電視藝術委員會承辦，是電視劇類的「政府獎」，也是目前大陸最權威的電視劇評選獎項。「金鷹獎」於1983年，經中共中央宣傳部批准，由中國文學藝術界聯合會和中國電視藝術家協會，主辦的全國性電視藝術綜合獎，是唯一國家級以觀眾投票參與評獎。參見：國家廣電總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告2005-2006，頁66-69。

廳》等⁸⁰。

從 80 年代到 90 年代，大陸電視劇市場出現了大量具備商品意義的通俗電視劇。但在此同時，由於 1989 年的六四鎮壓，共產黨統治的合法性基礎遭到空前的挑戰，以及伴隨而來以美國為首西方國家對中國的圍堵。在此種內外局勢的交迫下，迫使中共當局發動「反西方和平演變」宣傳，嚴厲抨擊西方國家主流傳媒長期來對中國的偏見。對內，中共官方即運用媒介發起聲勢浩大的「愛國主義教育運動」，強化內部的愛國主義教育。

這就迫使中共當局試圖抓住民族主義的話語，改以愛國主義在傳媒上宣傳包裝。同時為之後作為愛國主義商品的主旋律電視劇重新受到重視，進而在 90 年代成為與通俗電視劇並存的現象，埋下伏筆。

由於炒作愛國主義商品，對大陸傳媒來說在政治上較為安全，同時又蘊藏巨大商機。因此在政治需要與商業誘因的相乘下，大陸傳媒在 90 年代期間大肆生產民族主義商品。1996 年至 2000 年間，大陸報刊雜誌發表了大批這類文章，出版商則紛紛推出鼓吹民族主義的暢銷書，例如中國可以說不、中國還是能說不、中國為什麼說不、中國何以說不、中美軍事衝突前前後後、中美較量大寫真、與美國對抗、傾聽中國：新冷戰與未來謀略、中國九次說不等⁸¹。

1997 年，大陸傳媒更為香港回歸製造民族主義的奇觀，並因此獲得巨大的市場利潤。2001 年中美海南撞機事件後，連官方的新華社和人民日報都試圖打政策的「擦邊球」，利用民族情緒獲取商業利益⁸²。這些主流大陸傳媒不僅掌控議題設定的主動權，為自身的利益充分塑造輿論，也獲得龐大的商機。在此種情形下，作為流行文化的電視劇自然也將觀眾的題材觸及主旋律內容，趕搭愛國主義商品的列車。

中共官方對愛國主義的定義，可從江澤民於 1990 年發表的「愛國主義和我國知識份子的使命」一文中看出：「我們所講的愛國主義，作為一種體現人民群眾對自己祖國深厚感情的崇高精神，是同促進歷史發展密切聯繫在一起的，是同維護國家獨立和廣大人民的根本利益密切聯繫在一起的。……在現階段，愛國主義主要表現為獻身於建設和保衛社會主義現代化事業，獻身於促進祖國統一的事業。鄧小平同志指出：『中國人民有自己的自尊心和自豪感，以熱愛祖國、貢獻全部力量建設社會主義祖國為最大光榮，以損害社會主義祖國利益、尊嚴和榮譽為最大恥辱。』這是我國現階段愛國主義特徵的精闢概括。」⁸³

由於政府要求電視劇工作者「不要僅僅認為自己只是個文藝工作者，應該認識到

註⁸⁰ 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁 81。

註⁸¹ 黃烜、李金銓，「90 年代中國民族主義的媒介建構」，李金銓，*超越西方霸權—傳媒與文化中國的現代性*（香港：牛津大學出版社，2004 年），頁 102-110。

註⁸² 李金銓，「中國媒介的全球性和民族性—話語、市場、科技以及意識形態」，李金銓，*超越西方霸權—傳媒與文化中國的現代性*，頁 293-294。

註⁸³ 江澤民，「愛國主義和我國知識份子的使命」，*人民日報*（海外版），1990 年 5 月 4 日，第 1 版。

首先是黨的新聞工作者，其次才是電視傳媒的文藝工作者」^{註68}，因此如何抓緊愛國主義的精神，就成為電視劇工作者在製作主旋律電視劇時，必須時刻掌握的分際。

這些從 90 年代迄今，作為「愛國主義商品」的主旋律電視劇，其文本再現了以下諸多意義：

一、加強革命教育

由於六四事件之後，中國共產黨統治的正當性面臨破產，迫使黨國當局重新檢視建黨以來，黨史上記載的每一件重大歷史事件，特別是那些改變關鍵歷史進程、走向的事件，並將其改編成為電視劇。也就是說中國近現代歷史上所有曾經對於中國共產黨的建設、發展，產生過重大影響的歷史人物，幾乎成為主旋律電視劇題材。

為了加強對重大革命歷史電視劇的管理和規劃，中共中央書記處於 1987 年批准成立重大革命歷史影視創作領導小組。1992 年和 1997 年，中共還召開兩次全國重大革命歷史題材影視創作工作會議。由於黨中央的直接領導和關注，重大革命歷史電視劇在 20 多年來取得重大成就。例如，《開國大典》、《大決戰》、《開天闢地》、《周恩來》、《中國命運的決戰》、《開國領袖毛澤東》、《西藏風雲》、《長征》、《延安頌》、《日出東方》、《新四軍》、《激情燃燒的歲月》等電視劇，都成為每年不可或缺的，同時也是大陸各類獎項的得主。

由於各部委、軍隊電視劇製作機構，如公安部金盾影視文化中心、八一電影製片廠電視劇部等，在主旋律電視劇製作上扮演重要的角色，使得軍旅題材電視劇同樣發揮了灌輸革命教育的戲劇功能。

目前軍旅題材電視劇在生產方式上，仍保留著傳統電視劇生產的特色，因而在經費、創作力量和時間上，都得到最佳的保證。這就是何以在市場化的背景下，軍旅題材電視劇仍然呈現以行業（即軍種、兵種）分類的狀況，例如表現海軍的《驅逐艦艦長》、《波濤洶湧》，表現空軍的《壯志凌雲》，表現後勤部隊的《光榮之旅》，表現裝甲兵的《鐵甲英豪》，表現導彈部隊的《導彈旅長》，表現軍校學員的《紅十字方隊》，表現陸軍的《突出重圍》，以及表現數字化合成部隊的《DA 師》等^{註69}。

軍旅題材電視劇《和平年代》探討在戰爭年代人民解放軍犧牲奉獻的優良傳統，以及在和平年代和市場經濟的條件下，如何繼承這些傳統。該劇著力塑造一位新一代軍人典型秦子雄，他以部隊為家、吃苦耐勞、甘於寂寞、拒絕各種名利誘惑，為人民解放軍的現代化建設默默奉獻青春^{註70}。

二、塑造典型人物

註68 「唱響主旋律、多出精品劇—吉炳軒同志在 2000 年電視劇題材規劃會上的講話要點」，中國電視，2007 年 7 月，http://202.114.65.40/journal/ckni_show.asp?fid=3950124。

註69 鄭江波，「革命歷史題材影視創作的重大突破—試論電視劇長征的藝術特色」，頁 8。

註70 白小易，「碰撞與整合—論全球化語境下中國大陸電視劇創作的本土化」，頁 63。

註71 同前註。

在中共歷史中，典型人物的塑造一向是中共傳媒宣傳的重點，也是社會主義政權標榜道德崇高的基礎。典型人物的題材，主要呈現在中共傳媒的「通訊」報導方式中，可概分為兩種類型。第一、這些典型人物都是某個行業的先進人物和模範，雖然他們有各自不同的活動領域和獨自的工作背景，但都集中體現了中共道德觀念中的共性，他們沒有個人的感情世界，共同口號是「我是黨的人」。第二、大通訊中的典型人物，都是中共的路線、方針、政策的最有力的體現者。他們代表著中共稱之為先進的生產關係，推動著歷史前進。在中共的宣傳工作中有一句名言：「榜樣的力量是無窮的。」這種大通訊一經媒體刊登或播發，中共宣傳部門立即組織宣傳攻勢來推動學習英雄人物浪潮^①。

這些由中共宣傳部門刻意塑造的典型人物，自然成為主旋律電視劇的最佳題材。例如，主旋律電視劇《長城向南延伸》再現了中國南極考察隊第一次遠征南極，歷經多種艱難困苦，終於取得建成長城站的感人事跡。《鐵人》再現中國60年代初石油大會戰歷史，展現鐵人式的石油工人群像。《有這樣一個民警》記載大同市模範交通民警郭和平的感人事跡。《百年憂患》再現一位忠誠黨的教育事業的老教育工作者。《焦裕祿》展現了黨的好幹部焦裕祿鞠躬盡瘁為人民服務的高尚情操^②。

主旋律電視劇《鐵市長》以原西安市老市長張鐵民事跡為原型，反映了黨同人民群眾的聯繫。《走出空白》再現了中央軍委命名的丈量世界屋脊的英雄測繪大隊的奉獻精神。《牛玉琴的樹》刻劃一位平凡農家女子的不平凡業績，展示牛玉琴用她弱小身軀與自然抗爭的人格魅力。《農民的兒子》反映全國農業勞動模範史來賀，帶領劉莊農民脫貧致富的歷程。《軍嫂》描述了軍隊家屬的奉獻精神。《孔繁森》塑造了一位全心全意為西藏人民服務奉獻的公僕^③。

主旋律電視劇《溝裡人》再現山西陵川錫溝溝的群眾幾年艱苦奮鬥，用自己雙手開出一條通向外面世界公路的事跡。《一個醫生的故事》樹立一位一心掛念患者的好醫生趙雪芳的榜樣，劇中趙雪芳自己身患癌症，仍然堅持到山區為百姓提供醫藥，服務上門^④。《省委書記》第一次在螢幕上塑造省委書記形象，他大膽使用有爭議的改革家馬揚，最終使大山市走出危機，再現了昔日的輝煌^⑤。

1998年，一部反映河南林縣民眾開渠引水的14集電視連續劇《難忘歲月—紅旗渠的故事》引起觀眾普遍的關注。這部作品通過劇中農民英雄孫二旺、縣委書記閻運德、公社書記孫大炮、技術員劉廣泰等極具個性色彩的典型人物，形象地表現民族「生存的勇氣和創造的樂趣」^⑥。

註① 何川，〈中共新聞制度剖析〉（台北：正中書局，1994年），頁150。

註② 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，頁43-44；周量，〈新世紀中國電視文藝研究〉（北京：北京師範大學出版社，2004年），頁113、216-217。

註③ 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，頁44-45。

註④ 邵奇，「試論當代中國電視劇的傳播理念」，頁67。

註⑤ 白小易，「碰撞與整合—論全球化語境下中國大陸電視劇創作的本土化」，頁59。

註⑥ 陳虹，「90年代中國電視劇研究」，頁51。

《人間正道》通過描述平川市擺脫貧窮落後走向富裕文明的改革進程，在屏幕上再現兩種人格的較量。一方面，是以吳明華為代表的共產黨人發揚優良傳統，敢於押上身家性命全心全意為人民辦實事的風格。另一方面，是以蕭道清為代表的靠文化大革命造就的思維方式與行為方式，不擇手段謀取私利的卑微人格。通過這兩種人格的較量，展示了變革時代的人間正道^{註56}。

這些主旋律電視劇再現的典型人物，凸顯出中共當局在面臨統治合法性基礎動搖時，試圖藉由螢光幕上這些「想像的族群」，建構社會主義政權道德的迫切感。中共明確地希望透過主旋律電視劇，再現這些典型人物任勞任怨、兢兢業業的政治信念、道德品質、價值觀念，試圖將他們塑造為當代大陸社會的政治和道德榜樣，以說服和引導大陸民眾認同現實權力和自我的社會位置。

三、凝聚國族想像

六四天安門鎮壓之後，中國面臨以美國為首西方國家的全面圍堵^{註57}。為了有效反制圍堵，中國發動「反西方和平演變」宣傳，嚴厲反擊西方國家主流傳媒長期來對中國的偏見，指其將報導的重點聚焦在中國人權、異議人士、西藏問題以及宗教自由上^{註58}，刻意的醜化中國形象。

在此同時，中共當局也加強內部的愛國主義教育，以強化反制西方國家圍堵時的論述。中共官方即運用媒介發起聲勢浩大的「愛國主義教育運動」，向青少年進行「國情教育」。黨中央最高理論刊物求是雜誌社論更直接指出：「愛國主義具有特殊的歷史性，在不同的歷史階段具有不同的內涵。今天，如果我們要成為一位愛國者，我們應該熱愛中國共產黨領導下的社會主義新中國。」^{註59}

對肩負宣傳愛國主義的主旋律電視劇來說，為了加強反西方和平演變宣傳，凝聚中國國族的想像，強化中華民族的認同，從中國近現代歷史事件、人物、中國古典文學、以及古代歷史典籍等挖掘題材，自然成為當務之急。

以愛國主義為主題的古典和近代歷史題材電視劇的增加，是主旋律電視劇的重要組成部分。無論是歷史人物題材，如《孔子》、《司馬遷》、《楊家將》、《林則徐》、《詹天佑》等，或者是歷史事件題材，如《北洋水師》、《太平天國》等。這些作品都以弘揚中國傳統文化、宣揚中國歷史、表達愛國主義精神為基本視角，用中國文化的歷時性輝煌來對抗西方文化的共時性威脅，用帝國主義對近代中國的侵略行徑，來暗示西方國家對現代中國的虎視眈眈，用愛國主義的歷史虛構來加強國家主義的現實意識。可以說，在歷史題材主旋律電視劇裡，歷史的書寫被巧妙地轉化為對現實政治意識形態建構的支撐^{註60}。

註56 仲星祥，「氣磅磅的改革史詩—電視劇人間正道觀後隨想」，《中國電視》（北京），第7期（1998年7月），頁26-27。

註57 黃煜、李金鈺，「90年代中國民族主義的媒介建構」，頁103。

註58 黃煜、李金鈺，「90年代中國民族主義的媒介建構」，頁102。

註59 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁89。

同時，根據中國古典文學改編的主旋律電視劇也大量增加。其中，四大古典名著《三國演義》、《水滸傳》、《紅樓夢》、《西遊記》改編為電視劇，被中共官方視為對廣大觀眾、特別是對青少年進行了普及中華民族傳統文化的教育。中共官方將這些電視劇視為中國古典文化精華，期望通過這些古典文化來消解西方文化和境外文化的衝擊，通過民族想像來支撐國家的政治凝聚力。所以，政府在資金、政策等方面，都給予電視劇名著改編巨大支持，而承擔電視劇拍攝的中國電視劇製作中心也將這些名著的改編，看作是弘揚中國傳統文化的任務。除了四大名著的改編以外，中國還拍攝了一系列根據中國古代歷史典籍和文學記載改變的歷史劇，如《官場現形記》、《封神榜》、《聊齋》、《東周列國誌》等¹⁰⁰。

四、隱喻借古寓今

90年代中期以後，歷史題材電視劇，特別是清朝題材電視劇的盛行，成為大陸電視劇市場相當矚目的現象。由於清朝歷史劇採用適應流行文化的敘事策略，再加上劇情對當前中共政局的隱喻與影射，提供了觀眾寬廣的想像空間，因此播出後大受歡迎。

例如，由中央電視台監製的《雍正王朝》，其編劇羅強就坦言，該劇主旨是緊扣國家主義這一主題，來解剖清朝封建王朝的運行軌跡，並試圖通過這種解剖，對中華民族的政治歷史進行一種結構性關懷。結果發現，雍正王朝運行過程中的一些經典情節，在人類社會的政治模式中，具有一種遠古通今的意義。該劇主演唐國強也指出，該劇與現今大陸官場有著驚人的相似之處，「雍正當年做的很多事情，我們今天依然在做，反腐倡廉、整頓吏治、清理國庫等，都是老百姓十分關心的問題」¹⁰¹。

也有評論家指出，《雍正王朝》對雍正形象的塑造，很難說沒有現實聯想和政治期望，如果沒有現實聯想和政治期望，如何特別突出雍正推動改革的魄力、改革之難和治國之難，如何讓今人照鏡子。……朋黨營私的官場文化、以權謀私的貪官文化，包含八旗優先的特權文化，無疑有太強的歷史沈澱留給現在¹⁰²。

再如，由中共中央紀委、監察部電教中心和太原電視台聯合出品的《一代廉吏于成龍》，在政治和投資方面就帶有很強的政府行爲。2001年1月，中共中央政治局常委、中央紀委書記尉健行在接見該劇部分演員時，分析了于成龍這一歷史人物，讚賞他清正廉潔、勤政爲民、剛正不阿的優良品質，強調該劇回顧歷史，是爲了以史爲鑑，古爲今用，更是黨風廉政建設和反腐敗工作的重要任務¹⁰³。

2006年3月中央電視台在黃金時段播出《施琅大將軍》電視劇。這齣長達37集

註100 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，頁90-92。

註101 李興亮，「世紀之交的清朝題材電視劇現象研究」，四川大學文學與新聞學院博士論文（2005年），頁81-83。

註102 丁望，假大空與雍正王朝（香港：當代名家出版社，2002年），頁48。

註103 「尉健行會見電視劇《一代廉吏于成龍》演職人員」，人民網，2001年1月9日，<http://www.people.com.cn/GB/shizheng/16/200110109/374564.html>。

的大歷史電視連續劇，依照中共官方媒體介紹，是講述「著名愛國將領施琅將軍成功統一國家的歷史過程，藝術地再現了施琅將軍為平定台灣，實現國家統一，貢獻畢生精力的英雄壯舉」。這部由中國國家廣播電視總局重點扶持的「重大歷史題材作品」，全劇從籌備到拍製歷時5年，投資2000多萬元人民幣，由中央電視台與福建省廣播影視集團等聯合攝製。導演與演員方面，主要由解放軍相關製片廠與演員擔任^{註58}。更令外界矚目的是，該劇由中共國台辦主任助理張銘清掛名總監製，新聞局長李維一擔任總策畫，解放軍福建軍區和國台辦全力協助拍攝^{註59}。

雖然當時中共涉台學者分析，大陸播映此部電視劇並不意味著官方對台政策將更加強硬，與陳水扁提出的「終統論」也沒有直接關係^{註60}。但是從《施琅大將軍》的部分「借古寓今」台詞，卻可以讓廣大觀眾從中獲得現階段中共對台政策的聯想。例如：「懇請皇上速派精兵，重壓福建以平定台灣。」、「希望你們以大義為重，天下一統是大勢，不要把和談的路子，給封死了！」、「從今日起，有敢分裂江山社稷，應和台灣自立乾坤者，此案為例。」、「如歸順，可寬待，可加封，但台灣必須收歸一統。」^{註61}明顯的，中共當局試圖藉由該劇讓更多民眾了解台灣與大陸密不可分的歷史聯繫，展現在必要時以非和平手段維護國家統一和領土完整的決心和信心。

陸、結 論

改革開放前，大陸電視劇在供給制的電視財政模式下，並未形成健全的產業體制，在生產、交換和播映方面均未達成熟階段，因此這些作為宣傳黨國意識形態的「紅色經典」，仍未具備「商品」特質。

這一時期的大陸電視劇，幾無例外都是主旋律電視劇，其文本主要集中體現了歌頌社會主義中國的新面貌，以及塑造新時代的典型人物等意義。但是在表現形式上，概念化的典型人物和語言較多，說教意味濃厚，充滿灌輸思想的痕跡，並將電視劇當作形象化的教科書來運作，直接服務於國家意識形態。在劇情題材上，則不斷召喚群眾對舊政權的「憶苦」，以及對新政權的「思甜」，進而激發群眾投身「新中國」建設的滿腔熱情，再現了民眾對「新社會」和「新生活」的滿足和珍惜，以及對新政權的高度期待與憧憬。

由於黨的文藝工作者，包括電視劇創作者都必須遵照「在延安文藝座談會上的講話」的精神創作，亦即文藝是作為政治鬥爭的工具，革命文藝的最高目標和最重

註58 「外報視角：央視高調播出施琅大將軍」，新浪網，2006年3月27日，<http://news.sina.com/cw/b/102-101-101-102/2006-03-27/0649763778.html>。

註59 仇佩芬，〈央視播施琅 強化武力統一論調〉，TVBS，2006年3月30日，http://tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=arieslu2006033022121。

註60 「外報視角：央視高調播出施琅大將軍」，新浪網，2006年3月27日，<http://news.sina.com/cw/b/102-101-101-102/2006-03-27/0649763778.html>。

註61 同註58。

任務，就是利用文藝的各種形式為黨的政治目標服務。在此種情形下，這些電視劇自然被視為國家傳媒體制生產的重要宣傳文本，長期來製造強大的霸權領導意識，複製支配階級的意識形態，同時也發揮召喚人民群眾集體記憶，支撐、維持及再造強勢意識，以及政權合法化的功能。因此，從葛蘭西與阿圖塞的觀點論之，這些早期大陸主旋律電視劇都發揮了「文化霸權」、「意識形態國家機器」的功能。

伴隨著六四事件後，中共政局「以穩定壓倒一切」的論調當道，以及1992年南巡後大陸電視劇產業的迅速發展，主旋律電視劇從中國近現代歷史事件、人物、中國古典文學、歷史典籍、以及當前各行業的先進人物找尋題材，在商業化元素的包裝下，以流行文化具備民衆喜聞樂見的嶄新面孔呈現，成為90年代迄今大陸電視劇的特殊現象。

同時，在90年代中期起中國即已進入國家資本主義階段的情況下，大陸電視劇是大陸電視業最早走向市場化，也是最成功的產業。由於有利可圖，大陸電視劇吸引大量的業外資金，以及各類民營影視公司、企業集團投入經營，從而形成了從投資資金、製作機構、生產類型、交易發行、廣告經營，相當完備的市場結構。2005年電視劇製作投資總額逾40億元、電視劇製作機構為2700多家、電視劇市場整體交易總額達52.90億元，2006年電視劇產量500部、13847集，2004年電視劇廣告播出時間佔電視廣告播出總時長的38.2%，每月平均廣告花費超過93億元，電視劇的廣告投放額佔到電視台廣告投放總額的58.82%。

另外，根據中國電視劇年度市場報告指出，2002年上星頻道播出電視劇單集最高收視率前15名，《天下糧倉》、《省委書記》、《導彈旅長》、《中原突围》這些主旋律電視劇，分別排名第2、7、11及12名。2002年大陸電視劇播出頻道前12名者，《激情燃燒的歲月》、《省委書記》兩部主旋律電視劇，分別在45個、28個播出頻道，位居第2、12名。《激情燃燒的歲月》從2001年9月在天津電視台一套節目首播至2005年底，連續5年在全大陸11個城市、61個頻道播出140次，播出5次以上頻道就有7個之多。而為了紀念抗戰勝利60周年，中央電視台於2005年9月13日推出抗戰大戲《亮劍》。該劇首播時，在11個城市的平均收視人數超過220萬人，排在11個城市首播電視劇排行榜第3名；第23集播出時，11個城市的累積收視人數更達到27.6萬人次。

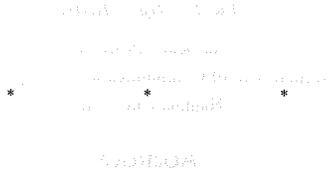
從大陸電視劇完備的市場結構以及收視率觀之，都說明主旋律電視劇，早已不是改革前不具「商品」特質，單純作為宣傳黨國政策的「紅色經典」，而是已經在大陸電視劇市場中佔有一席之地，頗受觀眾喜愛的「商品」。

這些改革後主旋律電視劇透過中央電視台、省級、市級及有線頻道，在黃金時段或者其他時段，對全大陸端坐在電視機前的數億觀眾，進行了「儀式性的召喚」。其文本意義，再現了加強革命教育、塑造典型人物、凝聚國族想像及隱喻借古寓今，也反

註釋 央視一索福瑞媒介研究，中國電視劇市場報告 2003-2004，頁35、53；國家廣播總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006，頁200-204、208-211。

映中共當局在改革開放後面臨意識形態破產，試圖藉此凝聚民眾對黨國、國族的認同，從而使得這些主旋律電視劇充滿了愛國主義的元素。

從電視文化強勢意識論觀之，90年代起大陸主旋律電視劇是在國家資本主義制度下生產，必須接受廣電主管當局的系列管理，例如電視劇製作許可證制度、播出前審查制、播出後檢查制，規劃與審批題材、舉辦評獎活動，使得即便大陸電視劇已開放國家資本以外資金投入，但是卻能保證產品符合官方宣傳口徑。同時，主旋律電視劇作為蘊藏利潤的「愛國主義商品」，更成為官方與民間投資「共謀」的交匯點，共同肩負起召喚廣大觀眾為愛國主義奉獻的使命。



(收件：96年7月24日，複審：96年8月20日，第1次修正：96年9月3日，第2次修正：96年10月15日，接受：96年10月15日)

此處為大量模糊不清的影印文字，內容難以辨識，可能為劇本內容或相關文件。

From Red Classic to Patriotic Commodity: Changes of the Mainstream Melody Dramas Texts in China

Yu-Liang Chang

Associate Professor

Department of Communication Management

Nanhua University

Abstract

Like poetry, operas and dances, the mainstream melody dramas in China have been used as a medium by the government to illuminate the party's policy and idea in attempt to evoke the people's identification with "New China" in terms of socialism. Since the 1990s, through the complicity of interest between the government and its people, mainstream melody dramas made in commercial attempt are being broadcasted continually, which results in a special situation, that is, seeing mainstream melody dramas and commercial programs coexist on televisions. Therefore, while the Chinese government is facing the need in forming a new ideology after the reform, these mainstream melody dramas become an indispensable method/medium in recongealing the people by calling upon their identification with the party or even the thought of being a Chinese.

Keywords: mainstream melody dramas; melody; red classic; cultural hegemony; ideological state apparatuses

參考文獻

- 「外報視角：央視高調播出施琅大將軍」，新浪網，2006年3月27日，<http://news.sina.com/ycwb/102-101-101-102/2006-03-27/0649763778.html>。
- 「宋慶齡和她的姐妹劇情概要」，火爆電視網，2007年8月25日，<http://www.tvhuo.com/program/movie/15588/8k>。
- 「我國成爲世界電視劇生產第一大國」，新華網，2006年6月1日，<http://info.research.hc360.com/2006/06/01091419096.shtml>。
- 「夜幕下的哈爾濱內容梗概」，新浪網，2007年6月5日 <http://news.sina.com/sinacn/205-000-000-000/2007-06-05/0925896.html>。
- 「唱響主旋律、多出精品劇—吉炳軒同志在2000年電視劇題材規劃會上的講話要點」，中國電視，2007年7月，http://202.114.65.40/journal/ckni_show.asp?fid=3950124。
- 「尉健行會見電視劇一代廉吏于成龍演職人員」，人民網，2001年1月9日，<http://www.people.com.cn/GB/shizheng/16/20010109/374564.html>。
- 「黃金時段電視台須播歌功劇集」，傳媒透視，2007年2月，http://www.rthk.org.hk/mediadigest/20070215_76-121336.html。
- 丁望，《假大空與雍正王朝》（香港：當代名家出版社，2002年）。
- 尹鴻，「意義、生產、消費：中國電視劇的歷史與現實」，尹鴻自選集—媒介圖像、中國圖像（上海：復旦大學出版社，2004年），頁71-103。
- 仇佩芬，「央視播施琅 強化武力統一論調」，TVBS，2006年3月30日，http://tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=arieslu20060330222121。
- 毛澤東，「在延安文藝座談會上的講話」，毛澤東選集第3卷（北京：人民出版社，1991年），頁847-849。
- 央視—索福瑞媒介研究，中國電視劇市場報告 2003-2004（北京：華夏出版社，2004年）。
- 白小易，「碰撞與整合—論全球化語境下中國大陸電視劇創作的本土化」，南京師範大學文藝學博士論文（2004年）。
- 仲呈祥，「氣勢磅礴的改革史詩—電視劇人間正道觀後隨想」，中國電視（北京），第7期（1998年7月），頁26-27。
- 江澤民，「愛國主義和我國知識份子的使命」，人民日報（海外版），1990年5月4日，第1版。
- 何川，中共新聞制度剖析（台北：正中書局，1994年）。
- 李金銓，「中國媒介的全球性和民族性—話語、市場、科技以及意識形態」，李金銓，超越西方霸權—傳媒與文化中國的現代性（香港：牛津大學出版社，2004年），頁293-294。
- 李興亮，「世紀之交的清朝題材電視劇現象研究」，四川大學文學與新聞學院博士論文

(2005年)。

郝建毅、蔣淑媛，「製播分離體制的確立對電視業的影響」，南方電視學刊網，2006年10月22日，<http://www.66wen.com/05wx/xinwen/xinwen/20061022/46511.html>。

周星，新世紀中國電視文藝研究（北京：北京師範大學出版社，2004年）。

孟繁華，眾神狂歡—世紀之交的中國文化現象（北京：中央編譯出版社，2003年）。

林勇，文革後時代中國電影與全球文化（北京：文化藝術出版社，2005年）。

林榮基，「革命樣版戲智取威虎山的再現與文化認同」，21世紀網路版，第18期，2003年9月30日，<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>。

林靜，「新世紀中國電視劇生態描述」，西南師範大學電影學碩士論文（2002年）。

邵奇，「試論當代中國電視劇的傳播理念」，復旦大學新聞學院博士論文（2004年）。

洪長泰，新文化史與中國政治（台北：一方出版社，2003年）。

恒沙，「現代化意志的歷史想像」，21世紀網路版，第16期，2003年7月31日，<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>。

唐小兵，再解讀—大眾文藝與意識形態（香港：牛津大學出版社，1993年）。

馬傑偉，電視文化理論（台北：揚智文化，2000年）。

高華，紅太陽是怎樣升起的一延安整風運動的來龍去脈（香港：中文大學出版社，2000年）。

高鑫、吳秋雅，20世紀中國電視劇史論（北京：學苑出版社，2002年）。

國家廣播總局電視劇司、中國傳媒大學，中國電視劇年度發展報告 2005-2006（北京：中國傳媒大學出版社，2007年）。

張華，電視劇的投資與營銷（北京：中國廣播電視出版社，2004年）。

梁文韜，「鄧小平理論與中國大陸社會主義發展的前景」，陳祖為、梁文韜主編，政治理論在中國（香港：牛津大學出版社，2001年），頁248-250。

郭鎮之，中國電視史（北京：文化藝術出版社，1997年）。

陳虹，「90年代中國電視劇研究」，華中師範大學文學院博士論文（2003年）。

陳國欽、夏光富，電視節目形態論（北京：中國傳媒大學出版社，2006年）。

陶東風，「八九後中國電影電視走向」，21世紀網路版，第16期，2003年7月31日，<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>。

黃楊，「中國電視是否將成明日黃花」，東方新聞，2000年12月25日，<http://news.eastday.com/epublish/big5/paper10/20001225/class001000018/hwz275506.htm>。

黃煜、李金銓，「90年代中國民族主義的媒介建構」，李金銓，超越西方霸權—傳媒與文化中國的現代性（香港：牛津大學出版社，2004年），頁102-110。

齊殿斌，「紀念毛澤東誕辰110周年特稿—緬懷、感動、光影長存，傾心演繹毛澤東的特型演員們」，人民網，2003年12月26日，<http://www.people.com.cn/BIG5/yule/1083/2266424.html>。

鄧江波，「革命歷史題材影視創作的重大突破—試論電視劇長征的藝術特色」，華中師

範大學碩士論文(2002年)。

盧嵐蘭,《現代媒介文化—批判的基礎》(台北:三民書局,2006年)。

錢蔚,《政治、市場與電視制度—中國電視制度變遷研究》(鄭州:河南人民出版社,2002年)。

羅曉南,「文化產業、意識形態與知識精英—兼論三種有關中國電視劇文化策略的論述」,《東亞研究》,第36卷第2期(2005年7月),頁17~20。

Althusser, L. "Ideology and Ideological State Apparatuses," *Lenin and Philosophy and other Essays* (London: New Left Books, 1971), p. 143, 162.

Galikowski, Maria, *Art and Politics in China 1949-1984* (Hong Kong: The Chinese University Press, 1998).

Gramsci, A., "(i) History of the subaltern classes; (ii) The concept of 'Ideology'; (iii) Cultural themes: Ideological material," in Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner eds., *Media and Cultural Studies: Keywords* (Malden, Massachusetts: Blackwell, 2001), pp. 43-47.

Hall, S., "The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies," in M. Gurevitch et al. eds., *Media, Society and Culture* (London: Routledge, 1982), pp. 56-90.

Hall, S., "Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates," in R. K. Avery & D. Eason eds., *Critical Perspectives on Media and Society* (New York: The Guilford Press, 1991), p. 97.

Meisner, M., *The Deng Xiaoping Era: an Inquiry into the Fate of Chinese Socialism, 1978-1994* (New York: Hill & Wang, 1996).

Pan, Zhongdang & Joseph Man Chan, "Building a Market-based Party Organ: Television and National Integration in China," in David French & Michael Richards eds., *Television in Contemporary Asia* (London: Sage Publications, 2000), pp. 233-263.

Peterson, Glen, "State Literacy Ideologies and the Transformation of Rural China," *The Australian Journal of Chinese Affairs*, no. 32 (July 1993), pp. 99-100.

Robison, R. & D. Goodman, "The New Rich in Asia: Economic Development, Social Status and Political Consciousness," in R. Robison & D. Goodman eds., *The New Rich in Asia: Mobial Phones, McDonald's and Middle Class Revolution* (London: Routledge, 1996), pp. 1-16.

Yin, Hong, "Meaning, Production, Consumption: the History and Reality of Television Drama in China," in Stephanie Hemelryk Donald, Michael Keane and Hong Yin eds., *Media in China: Consumption, Content and Crisis* (London: Routledge, 2002), pp. 28-36.