

專輯論文

歷史觀看的政治：中國大陸閱聽人對當代中國電視歷史劇的解讀

郭大為

摘要

本文旨在對當代中國大陸歷史題材電視劇對於中國大陸閱聽人的「意義」和「價值」作社會文化分析。作者於2007年10月初到2008年3月底在北京和長沙開展了10組焦點小組訪問研究。作者通過對於訪問資料的分析發現，受訪對象通過「真實與虛構」以及「經典」兩個概念框架介入當代中國的歷史劇文本。作者指出，雖然當代中國電視歷史劇的文本建構和傳播過程中充滿了國家意志的干預和監控，閱聽人則因着自己同國家意志的親疏遠近來處理同這些「歷史戲劇」之間的關係。

關鍵詞：當代中國電視歷史劇、中國大陸閱聽人、閱聽人研究、文化勝任能力、經典

郭大為，英國倫敦大學皇家霍洛威學院媒體藝術系講師。研究興趣：媒體閱聽人，電視類型，國際廣電比較研究。電郵：george.guo@rhul.ac.uk

論文投稿日期：2012年4月2日。論文接受日期：2013年8月9日。

Special Issue Article

The Politics of Watching History: Chinese Audiences' Responses to Historical Drama on Contemporary Chinese Television

George Dawei GUO

Abstract

Since the mid-1990s, a wave of dramatic serials featuring the legendary figures of China's bygone dynasties has emerged on Chinese primetime television. The commercialization of mass media and the rise of media consumerism in China since the early 1990s have fostered the emergence of these historical dramas. Set during the dynasty era, these television serials have been at the forefront in articulating political and legal principles based on the Confucian-influenced traditional Chinese culture. Although media scholars have interpreted the popularity of these historical dramas as a revival of Confucianism, virtually no empirical research has been done to explore how Chinese audiences relate their viewing experiences to the revival of Confucianism according to their own social and cultural conditions. This article presents a qualitative audience study of how the historical dramas are understood and socially and culturally valued in contemporary China, considering personal, social, historical, and cultural issues that relate to viewers' engagement with this television genre. Between late September 2007 and early April 2008, the author carried out his fieldwork audience research in two urban

George Dawei GUO (Lecturer). The Department of Media Arts, Royal Holloway, University of London. Research interests: media audiences, television genre and comparative international broadcasting studies.

Chinese settings: Beijing and Changsha. Ten focus groups were conducted involving more than 50 respondents from young adult and middle-aged audience groups. The author identifies two text-based interpretive frameworks—fact/fiction and “classic-ness”—that were adopted by the respondents across all the focus groups in their understanding and evaluation of the historical programs. In conclusion, the author argues that the relationship between the historical drama genre and its audiences represents imaginative conflicts and ideological clashes in the treatment of the state as a totalitarian entity in China’s television culture sphere.

Keywords: contemporary Chinese television historical drama, Mainland Chinese audiences, audience research, cultural competences, classic-ness

Citation of this article: Guo, G. D. (2014). The politics of watching history: Chinese audiences' responses to historical drama on contemporary Chinese television. *Communication & Society*, 27, 149–177.

自1990年代中後期以來，「電視歷史劇熱」成為了中國大陸電視屏幕上的一個越來越受到各界關注的文化現象。按照大陸不少文化學者的看法，這股「歷史劇風」大概發端於1991年的電視劇《封神榜》和1992年的《戲說乾隆》以及1994年的《戲說乾隆》(續集)，而1995年的《宰相劉羅鍋》更是形成了一次空前的收視颶風(戴錦華，1999；李勝利和肖驚鴻，2006)。隨着市場經濟在中國社會的不斷深入以及通俗文化思潮的逐漸興起，「電視歷史劇」成為了當代中國電視產業中一系列既炙手可熱又倍受爭議的文化產品。所謂「正說」和「戲說」成為了文藝評論人士對於這些電視歷史題材電視劇的慣常描述。舉例來說，以《雍正王朝》(1997年)，《康熙王朝》(2000年)和《乾隆王朝》(2002年)為代表的清宮戲常被稱為「歷史正劇」，而以《戲說乾隆》(1992年)，《宰相劉羅鍋》(1995年)和《康熙微服私訪記》(2006年一)為代表的古裝歷史劇則被稱作「戲說劇」。同時，改編自中國古典歷史著作的古裝題材電視劇，譬如，《三國演義》和《水滸傳》等等也常常被文藝評論人士納入到「歷史劇」的廣義界定之中。由此可見，當代中國的電視歷史劇是一種具有複雜文化意涵的電視現象。

伴隨着這股「電視歷史劇風」的開端、發展，高潮以及變遷，「電視歷史劇」在大陸的媒體研究，文藝評論，甚至歷史學界內部也引發了一次次的爭論。這場爭論中的議題是非常多元的，其中涉及對歷史事件和人物的再現和評價，大眾傳媒對於傳播歷史知識的責任以及當代中國電視文化的本質特徵等等。在中國大陸的媒體研究學界，關於「當代歷史題材電視劇」的專題研究大概開始於1990年代末，而且是由文學和美學領域的學者首開先河(尹鴻，2004；李勝利、肖驚鴻，2006；王昕，2008)。這些學者的研究論述大多集中於「電視歷史劇」的文本美學特徵。但是，中國大陸傳播學界卻很少有人從歐美媒體傳播研究學界常常提到的「閱聽人研究」(Audience Research)或者「收訊分析」(Reception Analysis)角度對這些電視歷史劇進行實證研究。¹學術傳統和學科發展受制於複雜的社會，歷史和政治條件，因此過度討論中國大陸與歐美媒體研究學界差異性的意義本身並不大。重要的是，筆者認為，中國大陸傳播學界可以經由歐美理論和研究路徑來開啟對於媒體文化新的思考，為本土新聞傳播學研究注入新的活力，同時也嘗試尋找本土的

學術實踐同歐美學術的結合點以及對話空間。正是帶着這樣的學術訴求，筆者把當代中國電視歷史劇的閱聽人作為研究課題，期望通過實證研究去討論當代中國的電視閱聽人是如何介入這些電視歷史戲劇的，或者說，當代中國電視歷史劇對於閱聽人的「意義」和「價值」究竟在哪裏。

關於當代中國電視歷史劇的爭論

在本文的開篇，筆者已經通過舉例的方式提出了「當代電視歷史劇」這個名稱所容納的範疇，即1990年中期以來由中國大陸的電視製作機構生產和播出的以中國古代歷史為題材的電視連續劇。需要指出的是，所謂「當代中國的電視歷史劇」是一種非常之籠統和非學術的說法。實際上，電視的製作和播出機構、電視市場研究人員、文化評論人士，歷史學者以及媒體研究學者對於「當代電視歷史劇」都有各自的理解和闡釋。

首先從電視製作和播出機構的角度來說。自從「文革」之後，歷史題材的電視連續劇就在中國的電視屏幕上不斷出現。八十年代的電視歷史劇（或者，按照當時的稱法為「古典題材電視劇」）全部由中央電視台或者各省市級電視台的電視劇製作部門拍攝製作。雖然當時已經出現了類似香港拍攝的《霍元甲》和大陸拍攝的《濟公》這樣頗具娛樂性的歷史題材電視劇，但是，正如學者指出，縱觀八十年代在中國大陸電視台播出的比較有影響力的歷史電視劇，「不管是原創的還是改編，多持一種比較嚴肅的創作態度。」（李勝利、肖驚鴻，2006：23）而進入九十年代之後，歷史題材電視劇的風貌發生了很大的改觀。毫無疑問，這種改觀是由於整個中國社會的變革和電視傳播市場化改革帶來的。電視傳播市場化改革直接導致了電視節目風格的多元化和專業化。對於歷史題材的電視劇來說，所謂的「正說」，「戲說」或者「新歷史主義」這樣的創作原則和風格已經被電視製作人廣泛接受。儘管很多的電視劇製作人員還會經常使用例如「古裝戲」，「民國戲」或者「年代戲」這樣的專業名詞來描述歷史題材電視劇，但是，基本上「正說」和「戲說」是他們認同的兩大主要風格。²需要指出的是，中國大陸的黨國機

器對於「電視歷史劇」的製作和播出仍然起着主導性的監督作用。中宣部和廣電總局常通過行政條文干預和監審特定的歷史人物或者事件在電視劇中的再現和詮釋方式。

其次是電視市場研究人員。隨着衛星電視的廣泛普及和電視收視市場的形成，電視劇播出和收視市場調查在中國大陸不斷發展。「電視歷史劇」的多樣化對於電視市場調查人員提出了一定程度的挑戰；究竟用怎樣具體名稱來對這些歷史題材的電視劇分門別類與其說是一種邏輯歸類，不如說是一種市場和政策思維綜合導致的現實處理。根據《中國電視劇年度發展報告(2005-2006)》(劉燕南等，2007)，電視劇一共被分為了現實、歷史、古裝、戲曲、喜劇，合拍劇和引進劇這七類，其中歷史劇包括重大歷史、一般歷史，革命歷史和其它歷史四個次類別，而古裝劇包括武俠、傳奇、宮廷，神話和古典故事改編五個次類別。值得提出的是，這裏的「歷史劇」和「古裝劇」所包含的九個次類別之間是交叉重合的，特別是所謂「宮廷劇」是個非常模糊的次類別，它既可以是重大歷史題材，也可以是一般歷史題材。不過，筆者認為這個關於「歷史劇和古裝劇」的類別劃分中有兩點非常重要，第一是關於「古代歷史」和「革命歷史」，第二是關於「歷史」和「神話」。革命題材電視劇的湧現是當代中國社會很特殊的文化現象，這裏面包含了來自民族情感，戰爭記憶和國家意識形態等複雜的社會政治原因。而九十年代中期以來重新興起的這些「古代歷史劇」除了傳遞國家意識形態之外，還特別包含了關於「傳統」與「現代」，「中國」與「西方」這樣的文化主題。當然，最為重要的是，兩者其實都在集中表現和闡釋「歷史」與「現實」的複雜關聯。另外，關於「歷史」和「神話」。雖然「歷史」和「神話」是一個複雜的歷史哲學命題，但是在這個具體的分類之中，道理是相對比較直接的，就是說，取材自歷史的事實或者跟歷史事實有關聯的就是屬於「歷史類」，而完全是屬於虛構和編造的神鬼傳說就是屬於「神話類」。筆者不想就這個問題作深入論述，但是筆者覺得所謂的「歷史類」和「神話類」的最大的區別在於「真實」和「虛構」(或者「部分真實」和「完全虛構」)的關係——這同時也是當代中國的「電視歷史劇」所不可迴避的一個重要問題。

另外是來自文藝評論，歷史學者和媒體研究界的定義和闡釋。

九十年代中期以來，文藝評論界對於「電視歷史劇」的討論一直都是非常熱烈的。這些文化評論所涉及的議題包羅萬象，從歷史劇所折射出來的社會現實與政治風向，到歷史劇的演員選擇、服裝道具，到大陸的電視歷史劇同日韓古裝戲的比較，甚至包括電視歷史劇中的人物風貌與日常生活的人際關係等等。歷史學界對於「電視歷史劇」的批判則多半圍繞歷史劇對於歷史事實的表現上面。他們對於有些比較嚴肅的歷史劇為了吸引電視閱聽人而改變歷史事實表示不滿。有的學者認為，歷史題材電視劇的製作人應該「注意細節的真實和可信，進而更高地追求藝術的美感。」(李山，2005：5)另外，海內外的媒體研究學者對於當代中國電視歷史劇的興起也有很多很有意義的研究和論述。就國內來說，最值得一提的應該算是2000年到2003年之間曾慶瑞和尹鴻兩位學者關於「中國電視劇的社會角色和文化策略」的一番爭論。他們兩位把爭論的焦點放在了當代中國的「大眾文化」上面。簡單來說，曾慶瑞(2002a)認為電視劇在西方誕生時具有的現代大眾文化品格，在中國已經發生異變，呈現為主流文化、精英文化，通俗文化和大眾文化多元共存而又相互對峙，相互較量的景觀；面對文化全球化的挑戰，中國電視劇要堅持「民族性」和開放的姿態，要追求思想精深、藝術精湛、製作精良和老百姓喜聞樂見的完美統一，堅決反對和防止西方文化霸權的滲透，從而保護自己的「文化主權」。所以，他曾經用「亂說」一詞來指稱原先被人們視為「戲說」的《戲說乾隆》和《還珠格格》一類既戲說又不嚴肅的作品(出處同上)。而尹鴻則站在他所提出的「政治經濟學」和「文化全球化」的角度來評價當代中國的電視文化。他認為，「古典小說的改編和歷史題材電視劇的拍攝不僅在政府，市場，知識分子之間找到了結合點，而且也在中國大陸與海外華人、大陸文化與全球中華文化之間找到了結合點。」(尹鴻，2004：91-92)他還認為，很多戲說類歷史劇的歷史「被虛擬化為假定的陌生舞台，上演的完全是一種宣泄性的遊戲」，同時，很多歷史題材的電視劇「事實上也為知識分子提供了一定的表述空間和修辭策略。」(尹鴻，2004：92)此外，旅美華人學者朱影(Zhu, 2008)則把這些歷史劇定義為一種「國家文化話語」。她指出，當代電視歷史劇的興起，特別是類似於《漢武大帝》這些重大歷史題材電視劇的流行應該歸因於當代中國帶有儒家思想的政治文化的崛起。

由此看來，當代中國的歷史題材電視劇是一個文化和社會意義非常豐富的電視現象。一方面，不同的社會力量對它有各自不同的定義和詮釋，並且不斷地突出每一種次類別之間的差異和矛盾，同時，各方也在爭論和妥協之間曖昧地保留了「電視歷史劇」這個籠統概念的合法性。基於上述分析，筆者認為，「類型問題」、「史料改編」、「歷史劇的戲劇品質」以及「歷史劇與社會的關係」這些議題成為了各方都關注的焦點。因為這些議題的「意義」並非只是文學化或者審美化的，而是具有非常值得研究的社會價值，故這些議題也成為了筆者閱聽人研究的主要問題線索。

研究方法

筆者在本文開篇已經提出，筆者研究的基本「問題意識」在於當代中國的電視歷史劇對於閱聽人的「意義」和「價值」。中國大陸的媒體研究，文藝評論，甚至歷史學界內部已經對「電視歷史劇」有長期的爭論。這些爭論涉及對歷史事件和人物的再現和評價，大眾傳媒對於傳播歷史知識的責任以及當代中國電視文化的政治意識形態等等。不過，筆者認為，這些議題大多都是源自對電視文本和政策的「假設」和「評論」，並非實證性的閱聽人研究。

根據芬蘭學者 Pertti Alasuutari (1999) 的總結，當代歐美文化研究中的閱聽人研究經歷了三個階段，即從 Stuart Hall 的「編碼/解碼模式」(1980) 為代表的收訊分析，到以美國學者 James Lull (1980) 和英國學者 David Morley (1986) 為代表的民族誌閱聽人研究，到八十年代末經歐美媒體與文化學者反思提出的帶有「建構主義視角」(a constructionist view) 的社會學閱聽人研究。在「編碼/解碼模式」的閱聽人研究中，研究者認為，研究對象因着性別，階層和種族的不同而對媒體訊息有「正面式」(positive)，「反面式」(negative) 和「協商式」(negotiated) 的解讀。同時，十幾年以來，「民族誌研究」(ethnography) 在媒體和文化研究風行開來 (Radway, 1987; Morley, 1992; Hermes, 1995; Gillespie, 1995)。這種傳統的人類學研究方法在媒體研究中的普遍使用一方面是由於「文化研究」的發展，特別是由於美國人類學家 Clifford Greetz (1973) 提出的文化闡

釋的「深描」(thick description)，另一方面則是因為「日常生活」(everyday life) 這個概念從1960年以後逐漸成為西方的社會和傳播研究領域的重要概念。民族誌研究的目的是在於通過長期的觀察來分析日常生活中「意義」的建構過程。近年以來，民族誌研究方法在媒體研究中的頻繁使用也遭到了西方學界內部的不斷質疑。很多學者認為，這種從人類學借來的方法不但沒有被準確使用，反而流變成為一種本質主義的思維方式而缺乏解釋力(Morley, 2007)。而關於所謂帶有「建構主義視角」的閱聽人研究，Alasuutari認為主要有三點特徵。第一，更加重視閱聽人在文化實踐過程中的「自我反身性」(self-reflexivity) 行為。第二，閱聽人研究從「閱聽人心理學」轉型為「閱聽人社會學」，即將閱聽人介入特定媒體形式和內容的「一系列框架和話語」作為單獨的研究對象，而並非只是「了解閱聽人個人化收訊活動的渠道」而已(Alasuutari, 1999: 13)。第三，因着當代社會人的「生命狀態」同媒體文化密不可分的關係，閱聽人研究最終的目的是要回歸到對「傳媒文化」的解釋。Alasuutari (1999) 在論及當代閱聽人在文化實踐過程中的「自我反身性」行為時指出，當代傳播學者要更新對於閱聽人的「自我反身性」和通常意義上的「文化關切」(cultural concerns) 之間的關係。他發現，「新近的文化和媒體研究逐漸開始反思我們對於當代社會的大眾傳播和公眾文化所植入的文化關切，並跟這些文化關切保持距離。」(Alasuutari, 1999: 9) 他補充說，研究者在開展處於分析意義上的「批判」活動時不可以被文化外衣包裹的某些「關切」誤導或者蒙蔽。受到Alasuutari的方法論啟發，筆者認為，研究當代中國電視歷史劇對於閱聽人的所謂之「意義」和「價值」不應該過於誇大某種現存的社會輿論或者文化假設，而是需要通過實地研究去發現和提煉閱聽人介入戲劇文本的「概念框架」和「話語方式」。

另外，自1990年代中期以來，隨着傳媒消費主義在全球的蔓延和新傳播科技的進一步發展，「粉絲/粉都」或者「迷」研究(fandom studies) 在歐美傳播研究中已經佔有重要的位置(Jenkins, 1992, 2006; Jenkins and Tulloch, 1995; Hills, 2002)。這些研究把「迷」現象看成一種特別的，儀式化的文化意義建構過程，是一種個體或者群體的文化認同現象。通過「迷」研究，研究者可以發現文本愉悅與文化認同和想象之間的內在關係。歐美的「迷」研究風潮也逐漸影響到了中國大陸的傳播學術界(張

嬌，2007)。³近年，不少歐美學者指出，在日常生活中，更多的媒體消費者其實並非狂熱者，他們僅僅是以「接觸」的方式沉浸在錯綜複雜的文本世界之中(Couldry, 2000; Gray, 2003)。譬如，美國的傳媒研究學者Jonathan Gray(2003)把「非迷」和「反迷」稱為相對於「迷」存在的「新閱聽人」。他認為，這些「新閱聽人」以不同的觀看實踐活動方式存在，跟文本有不同的接近性，因此產生了不同的文本特質和文化互動。筆者認為，Gray提出的這種修正式「迷」研究思路是值得借鑒的。

筆者選擇了用焦點小組方法(focus group)來開展研究。具體說來，筆者閱聽人研究的招募標準有三。第一，筆者為了同「迷研究」作區分，在焦點小組中招募「經常或者偶爾」看歷史題材電視劇，但並非「特別愛好」的電視閱聽人。第二，根據前面筆者所提到的「建構主義視角」閱聽人研究的考量，筆者在選擇閱聽人的時候在兼顧性別和階層的同時，還特別加入了「世代」這個標準。在筆者的研究中，筆者選擇了兩個年齡階段的閱聽人：青年(18歲到39歲)和中年(40歲到55歲)。選擇這兩個年齡段的閱聽人一方面是因為這兩個年齡段的閱聽人從不同的歷史時間點感受並且介入了中國大陸的電視改革和流行文化消費主義的興起。另一方面他們算是社會活動最為頻繁，社會關係最為活躍的兩個群體。他們的電視消費方式最大程度受到他們社會交往的影響。第三，筆者選擇了在北京和長沙兩個城市來開展比較研究。國內有不少學者認為，中國各地的地方文化不同形成了各地閱聽人不同的審美偏好(秦俊香，2006)。因為沒有任何實證研究得出證明，筆者對這種觀點持有保留看法。筆者個人選擇兩個社會空間的原因主要是考慮到兩地的收視環境和社會政經狀況的不同。總的來說，北京作為首都，社會生活節奏很快，長沙屬於內陸省會城市，社會生活節奏較之稍慢。正是依照這些選擇標準，筆者於2007年10月中到2008年3月底在北京和長沙一共開展了10組男女混合的焦點小組研究，其中包括兩個用來試點但是不能當作正式數據使用的焦點小組(pilot focus group)。從具體的招募過程來說，焦點小組筆者採用的是「滾雪球」(snow-balling)的方式，就是通過「朋友介紹朋友」的方式去招募，以便找到社會階層和受教育程度類似的受訪對象。除了外人推薦之外，受

訪對象還需要本人確認是否「經常或者偶爾」看歷史題材電視劇。具體受訪對象的情況可以參見附錄表一提供的信息。

為保證受訪對象能圍繞「歷史劇」的話題展開討論，筆者準備了選自電視劇中的三段十分鐘左右長度的視頻在焦點小組討論中播放。第一段是電視劇《秦始皇》(中央電視台，2001年)中「荊軻刺秦王」一場。第二段是電視劇《漢武大帝》(中央電視台，2005年)第十一集「竇太后再次向漢景帝提出立梁王為儲君」一場前後。第三段是電視劇《鐵齒銅牙紀曉嵐(第一部)》(北京亞環影音，2000年)第一集的開場戲「和紳和紀曉嵐給皇太后祝壽」。筆者選擇播放這三個歷史劇片斷的原因有兩點。第一，這三部電視劇分別涵蓋了「正劇」和「戲說劇」兩種類型以及「正劇」的不同風格。《秦始皇》屬於通常意義上所指的「正劇」，而且具有強烈的與史書記載吻合的現實主義風格。《漢武大帝》也被文藝評論公認為「正劇」，但是戲劇衝突表現比《秦始皇》激烈，明星演員陣容強大。《鐵齒銅牙紀曉嵐》則是一部藉由乾隆時期歷史人物諷刺當下社會現實的古裝情景喜劇。第二，這三個歷史劇片斷分別屬於三部電視劇中很具代表性的場景。「荊軻刺秦王」是家喻戶曉的中國歷史故事，已在多部影視劇中被改編表現，適合作為討論「歷史史實」和「戲劇表現」關係的材料。《漢武大帝》中「立儲君」一場戲集中體現了竇太后(歸亞蕾飾)和漢景帝(焦晃飾)母子之間的權力糾葛和倫理矛盾。《紀曉嵐》中的「祝壽」一場則表現了和紳和紀曉嵐的招牌式過招。這三個電視劇片斷可以為受訪對象提供討論由頭，以便引申到相關的話題。

在研究中，每組焦點小組大概持續兩個小時左右。討論正式開始前，筆者還請受訪者填寫簡單的「受訪者調查表」提供個人信息和電視觀賞習慣。焦點小組圍繞以下四個研究問題開展：

問題一：您如何定義「電視歷史劇」？

問題二：您如何處理為您播放的電視劇片斷中「歷史」和「戲劇」的關係？

問題三：您對於「中國電視歷史劇」的品質有何評價？

問題四：您如何將電視歷史劇中的內容同當代社會生活相聯系？

發現與分析

經過對所有焦點小組訪談資料的分析，比較和提煉，筆者發現，「真實與虛構」和「經典」這兩個主題(theme)可以被視為受訪對象介入「電視歷史劇」的「一級概念框架」。「真實和虛構」這一主題在受訪對象回答並討論筆者提出的第一個和第二個問題的過程中浮現出來。在回答筆者的第三個和第四個問題時，絕大多數的受訪對象則不約而同地使用「經典」這個說法來批判地評價「當代中國電視歷史劇」的價值和社會意義。筆者將在下文中展開具體分析。

I. 真實/虛構與「文化勝任能力」

當被問及如何定義「電視歷史劇」，受訪對象給出了一系列不同的答案。這些答案包括「清宮戲」(根據故事場景)，「反貪汙電視劇」(根據主題)，「古裝喜劇」(根據戲劇效果)和「解密劇」(根據敘述形式)等等。而當繼續談到「歷史真實」和「戲劇表現」之間的關係時，大部分受訪對象的第一反應同下面這位來自長沙的受訪對象很相似：

我覺得兩者關係很明確啊。譬如說，《漢武大帝》就是真的歷史劇嘛，因為它是根據歷史史實拍的，而《鐵齒銅牙紀曉嵐》不過是場景設置在清朝的當代諷刺劇而已

(男性，28歲，自由廣告製作人)

在這裏，一方面，受訪對象根據「歷史劇」的內容和形式從不同的角度有不同的定義，另一方面，他們也都意識到「事實/虛構」這個框架對於定義「歷史劇」的重要性。但是，在對焦點小組的分析中，筆者發現，要認識「事實/虛構」這一框架之於閱聽人對「歷史劇」認知的關係，我們需要考慮不同閱聽人介入「歷史劇」的「文化勝任能力」問題。

英國文化研究學者David Morley (1992)在反思他1980年的「全國」節目閱聽人研究(The Nationwide audience)時重估了Hall的「編碼/解碼模式」。他認為應該將他當時在研究中調用的理論框架從「編碼/解碼」模式轉譯為「類型理論」模式。Morley指出，「類型理論」在處理文本和閱聽人的關係上更具靈活性，因為研究者可以更好地分析「類型化的形

式」同閱聽人「文化勝任能力」(cultural competences)之間的互動。Morley這裏的「文化勝任能力」一概念援引自Bourdieu(1984)。根據Bourdieu的論述,「一件藝術作品的意義和趣味性只對具有相關文化勝任能力的人才能成立。文化勝任能力是一種符碼。符碼是用來編碼的。」(Bourdieu, 1984: 2) Morley還引述英國社會學者Cohen和Robbins(1978)關於功夫電影和青年文化的研究補充到,一個文化類型的流行程度取決於「這個類型同某個社會群體的文化勝任能力的表現形式的吻合程度。」(同上: 128)。「文化勝任能力」一概念充分體現了Bourdieu在「文化品位」論述中的「主體客體化」的觀念。閱聽人對於特定「文化類型」的理解取決於「文化勝任能力」的分配。這個分配過程本身也是一個由一系列結構性因素參與的「社會建構」(social formation)過程。回到筆者的研究本身,筆者發現,受訪對象在提出「真實與虛構」這個概念框架的同時也彰顯了兩類理解「電視歷史劇」的重要「文化勝任能力」。

第一類「文化勝任能力」是閱聽人預先對於某部電視歷史劇表現的「歷史主題」所具有的知識狀態。以下四位受訪對象對於「歷史劇」的定義充分體現了這一點:

例一:

我不曉得《漢武大帝》和《秦始皇》是不是完全根據史書記載來拍的,但是我還是會把它們定義為「歷史劇」,因為它們的主要情節至少符合我們熟知的歷史事實。

(男性, 28歲, 區政府公務員)

例二:

在我看來,大部分的所謂「歷史正劇」只是改編或者演繹的歷史劇而已,因為其中大部分的歷史事實都已經被改動或者重寫了。譬如,《秦始皇》裏面〈荊軻刺秦王〉這場戲裏面很多細節被刪減了。因為我對於這個歷史故事太熟悉了,所以馬上就可以意識到哪些細節沒有了。

(女性, 40歲, 國有企業中層管理人員)

例三：

我覺得，「歷史劇」好比是一個知識光譜。光譜一頭是純粹的民間野史，另一頭是純粹的官方歷史記載。怎樣定義一出歷史劇取決於你怎樣去在這個光譜中找位置。

(女性，25歲，大專老師)

例四：

我覺得《戲說乾隆》和《鐵齒銅牙紀曉嵐》也可以說是一種非官方的清宮戲，或者可以定義為「有歷史典故的古裝戲」。比如說《戲說乾隆》裏的〈乾隆下江南〉就不是虛構的。而且，據說乾隆下江南的真正目的是去找女人的，因為他後宮裏面的妃子都長太醜了「笑」

(男性，35歲，無業股民)

從這四個例子看來，受訪對象對於「歷史知識」的認知和價值判斷很大程度上影響了他們對於「真實與虛構」這一框架的討論方式。這種歷史知識的「多模態性」保證了「歷史劇」這個話語在當代中國社會的合法性。第一位受訪對象代表了一種對待「真實與虛構」爭論最常見的態度。這位區政府公務員通過宏大敘事來界定「歷史事實」。他對於特定歷史劇的「歷史感知」來自於歷史事件的主要情節而並非歷史史實的細節。同第一位受訪對象不同，第二位受訪對象則對於播放片斷中歷史史實的細節提出質疑。她除了對於〈荊軻刺秦王〉這一歷史典故熟悉之外，還對於歷史劇的史實呈現存在普遍的批判式觀賞態度。正因如此，她認為「正劇」不過是「改編或者演繹的歷史」而已。基於這位受訪對象，筆者要指出，只有同這位女性受訪人一樣具有相當程度的歷史知識積累和文化自信的閱聽人才會在訪問中表達出強烈的批判立場。第三和第四個例子所代表的閱聽人跳脫出了「歷史再現」層面而直指「歷史劇」作為「歷史知識」的價值，但是兩位受訪對象存在明顯不同的介入方式。第三位大專女老師試圖將「野史」同「官史」切割開來，並且默認「官史」作為「歷史再現」的最高事實標準的存在價值。第四位受訪對象則挑戰了這種保守的「歷史知識」認知方式。他認為，古裝劇作為通俗歷史知識可以為閱聽人補充一種另類的歷史觀念。另外，他從男性的

視角出發對於〈乾隆下江南〉做了戲謔式的詮釋。這位受訪對象通過《戲說乾隆》的文本體現了一種對於乾隆皇帝歷史故事的實用主義解讀方式。他強調了乾隆歷史故事的現實意義，而不是作為「官方歷史知識」的高深或者神秘。

第二類「文化勝任能力」是閱聽人對於特定歷史劇文本的「意識形態運作」的認知度。不少歷史劇的研究學者將所謂「正劇」對於歷史史實的表現方式描述為「歷史的戲劇化」（李勝利和肖驚鴻，2006）。他們解釋，歷史的戲劇化即通過對特定歷史事件和人物的選擇性戲劇表現傳達意識形態的訊息，從而對閱聽人產生意識形態效果。針對文本的意識形態性假設和閱聽人研究的關係，Morley曾對閱聽人研究者提出建議。他（1992：66）指出，文本的意識形態問題「不應該被理解成一系列意識形態內容，而應該是特定的意識形態運作，即某個意識形態信息怎樣選擇，構建並且組織它的「指代場域」（field of reference）。」同時，他還提出，一個文本是由多個意識形態訊息構成，儘管總是有特定的某一個訊息佔有支配地位。他還受到Stephen Neale（1977）對於「宣傳」的論述的影響認為，「一個文本特定的意識形態運作是通過閱聽人特定的主體位置實現的。」（同上）受到Morley提出的「意識形態指代場域」的啟發，筆者發現了受訪對象在通過「真實與虛構」這個概念框架給「歷史劇」下定義時所涉及的四個主要「指代場域」。下面是四位受訪者分別從不同的「場域」就電視劇《秦始皇》所作的評論：

例一：

我認為，《秦始皇》就是一個歷史教育片。片中的歷史史實呈現方式跟我高中歷史課本裏面的一樣無聊，沒有甚麼新東西！

（女性，24歲，國有工廠一般技術員）

例二：

對我來說，很多類似《秦始皇》這樣的歷史劇不過是拍攝水平一般的電視歷史教學片而已。你可以感覺到編導想教你很多東西。可是很多內容很含糊，編導還希望你揣摩。我實在是很討厭去揣摩那些意義。

（女性，25歲，新東方英文學校老師）

例三：

《秦始皇》是一部典型的中國式的歷史劇。內容都是積極正面的內容，關於對國家的忠誠之類的。〈荊軻刺秦王〉裏的荊軻不就是當時燕國奉太子丹之命刺殺秦王的民族英雄嘛！

(女性，44歲，醫院護士)

例四：

歷史劇不是僅僅在講過去的事情。《秦始皇》告訴我們的是現在應該怎麼做人做事。溫故而知新，可以為師矣。《秦始皇》說到底傳承的是文化。

(男性，55歲，國有公司中層管理人)

第一位受訪人將「歷史劇」同中國大陸的高中歷史教育聯繫起來。在她看來，儘管有「正說」和「戲說」之分，中國大陸歷史劇對於重要歷史事實主流敘事風格同歷史教科書大同小異。「無聊」一詞表明了她對於由大眾傳媒和教育機構共同構建的主流歷史敘述的厭倦。第二位受訪者則將矛頭指向「歷史劇」所代表的中國大陸電視劇的傳播訴求。「拍攝水平一般」，「想教你很多東西」和「很多內容很含糊」這些評論表現了受訪者對於電視劇宣傳色彩的負面情緒。同第一位受訪者側重歷史教育不同，第二位受訪者的批判目標集中在電視傳播風格上。相比前兩位受訪對象，第三和第四位中年受訪對象繞開「歷史劇」的內容和風格層面直接指明其傳遞的意識形態的意義。需要指出來的是，在筆者的全部受訪對象中，中年閱聽人比年輕閱聽人總體上來講對於「歷史劇」的意識形態傳播持更為正面或者中立的態度。譬如，第三位受訪對象在正面解讀〈荊軻刺秦王〉一場戲的同時也接受了戲劇文本所蘊含的愛國主義意識形態。第四位受訪對象則將對於《秦始皇》的意識形態解讀從政治場域延伸到文化場域。這位中年男性國有公司中層管理人將「歷史劇」視為儒家政治文化在當代中國社會傳播的載體，因此在焦點小組討論中將其定義為一種「文化的傳承」。總結來說，這四位受訪者分別

從歷史教育，電視傳播風格，愛國主義和文化認同的維度評價了「歷史劇」中「真實與虛構」這一框架所構建的意義。歷史劇的「意識形態運作」就是通過閱聽人在這些「指代場域」的一系列認知活動中得以實現的。

總結說來，正是因為具備了這兩種「文化勝任能力」，受訪對象才可以從「真實與虛構」概念框架出發來「界定」他們所認知的「歷史劇」，並且處理戲劇文本中「歷史部分」和「戲劇部分」的關係。同時，在關於「真實與虛構」的閱聽人討論中，筆者發現，從事教育工作和國有單位中高層管理的閱聽人總體上比從事自由職業和私營或者國有單位一般工作的閱聽人對「真實與虛構」問題更為介意。筆者分析，只有具有相當程度社會地位和教育水準的閱聽人才會如此有意識的和主動的進入到「真實與虛構」這個話語框架中來。在下面關於「經典」的討論中，由受訪對象所處社會地位帶來的差異性體現得更為明顯。

II. 「經典」之爭

當談到歷史劇的「品質」時，受訪對象通常在兩個層面上展開討論。第一個層面涉及歷史劇的文本特徵，包括場景設計，演員表演，畫面拍攝和配樂等等。這些文本特徵是受訪對象討論中國大陸電視生產自1990年代初市場化以來的視聽效果變化的起點。第二個層面則將焦點移至歷史劇文本特徵背後所蘊藏的政治和社會意涵。在對全部的焦點小組訪問數據分析基礎上，筆者發現，「經典」作為另一個重要的「概念框架」貫穿於受訪對象對於歷史劇「品質」在上述兩個層面上的討論。筆者認為，這個概念框架可以視為受訪對象藉由歷史劇的「品質」問題展開文化參與和社會想象的核心主題。以下筆者將先分別列舉青年和中年焦點小組訪談中各一段具有代表性的討論記錄，然後藉由這兩段討論展開分析。

第五組：青年（長沙）

（在播放完全部三個史片之後）

楊：你沒有把過去十年中國電視上最經典的歷史劇放給我們看呢！

訪問人：哦？那是哪一部呢？

楊：大家猜猜看！

魏：我也不是很清楚楊小姐指的是哪一部歷史劇，但是我覺得剛

才我們看的這三個都是比較新近片子。其實有些更早以前的也是很不錯啊。

楊：我說的那部真的是過去十年最經典的！而且每到寒暑假就會重播！

苗：是不是《紅樓夢》？

魏：是不是《戲說乾隆》？

楊：你們都說錯了！是《還珠格格》嘛！

魏：拜托！《還珠格格》也沒有重播十年吧！

楊：一定有！《還珠格格》絕對可以說是經典歷史古裝劇！就連相聲演員奇志和大兵都說，他們現在是清史專家，因為他們看《還珠格格》太多次了，哈哈。

魏：可是不能因為它重播了很多次，就說它是「經典」吧！？

楊：當然不只是因為它重播了很多次。《還珠格格》剛出來的時候真的非常紅，跟之前的古裝劇完全不同。

何：那從這個意義上講，我覺得《漢武大帝》也是很「經典」的。因為跟之前的歷史正劇比起來，這部戲除了展現了漢軍同匈奴人的戰爭場面，還將漢景帝，竇太后和梁王這些人的權力鬥爭表現出來了，情節設計很扣人心弦！

楊：哦！你對於權力鬥爭的部分一定很感興趣啦，因為你是公務員嘛！呵呵。

魏：我覺得楊小姐說的有道理。這些歷史劇應該對何先生你更有用，因為你需要處理跟同事和領導的關係。呵呵。你在政府部門工作，就要學會玩政治。

何：也不是啦。權力鬥爭是人性的表現啊。你看這些歷史劇並不需要直接跟政治聯繫起來吧。看電視劇首先是看人，不是嗎？

苗：我覺得何講的也有道理。反正我看《漢武大帝》首先是看情節，雖然我知道有人一定是看裏面的人際關係。對我來說，看電視劇純粹是為了娛樂！

……

第三組：中年（北京）

訪問人：剛才大家在討論中一直在用「經典」這個詞。有人說，《漢

《武大帝》是近年來的經典歷史劇。還有人說，《還珠格格》也是一種經典。那麼，您對「經典」如何理解？

冷：「經典」這個概念在中國的確已經變化了，而且還在繼續變。譬如說，1986年版的《紅樓夢》過去可以說是一種「經典」，但是按現在的標準就不算了。

郭：對啊！時代已經變了！

冷：依我看，今天任何題材都有可能成為「經典」，不只是「歷史劇」或者「革命劇」。只要某個電視劇的題材可以吸引普通觀眾，調動大家的情感，它就有可能成為「經典」。

吳：不管是不是甚麼「經典」，現在的電視劇要是關注普通人的生活才有人看！

郭：同意！我是不管甚麼經典不經典。好看的電視劇一定是要接近你的生活的。我覺得《鐵齒銅牙紀曉嵐》就不錯！

趙：我覺得現在所謂的「經典」都是商業化的經典。現在的電視觀眾越來越自我和娛樂化。八十年代的電視劇雖然總體比較嚴肅，但是那個時候拍片的人比較單純，觀眾也比較簡單。現在的人都太物質了。沒辦法，這就是這個時代的精神！

冷：商業化是趨勢嘛！不管甚麼電視劇，它都要有賣點才行！

……

在分析這兩段閱聽人討論之前，筆者覺得有必要對於「經典電視劇」這一概念在當代中國大陸電視劇領域的意涵稍作解釋。從一般意義上說，所謂「經典」是指通過相當長一段時間而獲得正典地位的文藝作品。在過去二十年中國大陸的主流文藝話語中，「經典電視劇」主要包括兩種題材類型。第一是經典的文學名著改編。筆者在本文稍前提到的「古典文學名著」（如《紅樓夢》）和「神話故事」（如《聊齋誌異》）都屬於這個類型。近年來，許多古典文學名著被不斷翻拍以適應電視消費主義風氣下的閱聽人需要。很多傳媒文化研究者認為這一類經典文學作品改編扮演著重要的傳承和散播傳統中華文化的角色（曾慶瑞，2002）。第二類是所謂的「紅色經典電視劇」。「紅色經典」一詞於1990年代末開始出現在中國大陸媒體上。它特指的是對毛時代共產主義革命文藝作品（譬如，樣板戲）的改編（劉康，2003）。原版革命文藝作品

的目的在於通過營造一種革命文化來塑造社會主義新人。不同於原版作品，「紅色經典」通過浪漫化的敘述方式消解了共產主義意識形態，創造了一種後革命時代的懷舊和文化記憶。2003年由深圳市委宣傳部監製的電視劇《林海雪原》是一個重要的「紅色經典」例子。該片在原著的基礎上加重了主人公的愛情戲份和正反派人物的倫理糾葛。由此可見，雖然這些「經典電視劇」仍然承載有弘揚民族主義和集體主義的意識形態職責，但是電視消費主義已經為「經典」這個話語提供了多元化和個人化的闡釋空間。筆者在研究中發現，閱聽人的世代，所處的文化空間，性別以及社會位置差異通過這些多元化和個人化的闡釋方式使得「經典」這一話語得以轉型。下面筆者將回到對於上述兩段焦點小組討論的分析。

III. 世代，文化空間，性別和社會位置

首先，兩組閱聽人因為「世代」的差異對於何謂「經典」呈現出不同的認知。在長沙青年組中，25歲的大學教師楊小姐出乎筆者預料地指出筆者在選擇具有代表性的歷史劇片斷時的紕漏。她將1997年版的《還珠格格》推崇為「過去十年中國電視上最經典的歷史劇」。在主流的「經典電視劇」話語體系中，楊將《還珠格格》評價為「經典」無疑是另類的。換言之，楊挑戰了主流的關於「經典電視劇」的電視類型知識體系。相比之前的古裝電視劇，《還珠格格》的確以融合浪漫愛情，武打和喜劇諸元素創造了一種新的古裝劇風格。特別是由趙薇飾演的「小燕子」活潑、可愛和行俠仗義的個性突破了古裝劇中女性柔美，嫵媚和哀怨的一貫形象。在筆者看來，楊對於「經典」這一概念的挪用是自1980年代末中國大陸電視產業商業化以來電視消費主義上升的結果。包括楊在內的青年受訪人大都伴隨着電視商業化的進程成長，所以習慣了通過接受新的「歷史劇」次類別來更新對於所謂「經典」的理解。很多的中年受訪人則對於「經典電視劇」持有比較保守的看法。比如在上面的北京中年組中的國有公司中層管理人冷先生(55歲)和國有企業司機趙先生(48歲)從各自的角度表達出了這種態度。冷認為《還珠格格》是娛樂劇。趙則流露出某種「社會主義的懷舊」情緒(Rofel, 1999)。他從某種程度上肯定了1980年代電視劇製作的「嚴肅」和「單純」，以此來批判當

下閱聽人的「自我」和「娛樂化」以及社會的「物質化傾向」。筆者在下面分析到受訪對象的「社會位置」差異時還將回到趙這個觀點上來。

第二，閱聽人所處的「傳媒文化空間」對於他們建構不同的流行文化知體系也有很大的影響。隨着中國衛星電視市場和整體電視產業的商業化發展，中國大陸帶有地域特色的「電視商業文化」已經形成。同時，這種地域性的電視商業文化運作還同中央電視台形成很大程度上的市場競爭關係。譬如，「湖南電視現象」是中國大陸過去二十年電視產業化發展的重要案例。長沙青年組中提到的《還珠格格》就是由湖南經濟電視台同台灣電視製作部門合作製作並在全國發行。它是湖南娛樂電視文化自1990年代中期以來在大陸興起的標誌性事件之一。湖南商業電視的發展也帶動了湖南本土的娛樂經濟。長沙組當中楊小姐提到的「奇志和大兵」就是一對從1990年代中期開始在湖南本土走紅的電視相聲演員。再者，由於很長時間以來中國大陸的廣電總局缺乏對於電視劇重播的有效管制，包括《還珠格格》在內的流行電視劇常年在中國的衛星電視和地方有線頻道重複播出。這更加速了電視娛樂化在大陸的地方和全國範圍的發展。筆者認為，楊小姐對於《還珠格格》的「經典認知」正是在這種電視商業化機制下形成的。相比之下，北京的受訪對象則經常提到北京作為首都的政治文化對於北京本土電視環境的影響。譬如，北京中年組中的42歲私營公司文秘郭女士就在討論中指出由於「北京衛視太政治化」，缺乏娛樂內容，所以她會經常選擇觀看湖南衛視的綜藝節目和電視劇。總結來說，中國大陸的「地域傳媒文化空間」是隨着中國電視的市場化改革產生的，同時也受制於中國政府嚴格的電視審查和監管體制。中國各地域電視閱聽人的「審美偏好」和帶有地域文化特色的「電視民粹主義」就是在這種獨立和被控制之中得以形成。

第三，閱聽人的「性別」因素對於「經典」這一話語在當代電視文化轉型中的影響則主要體現在中年群體之中。筆者在中年受訪對象中發現，中年男性相較中年女性對於「經典」這一話語的批判更具有決斷力，而中年女性常常表現出一種「疏離」狀態。這一點在上面呈現的北京中年組討論中很容易看出來。冷和趙兩位男士對於「經典」之說法表現出很大程度的「熟悉」，所以他們很自然就可以對其進行「批判」。冷認為「經典」意義在改變，而趙則認為「商業化的經典」是社會日益物欲化的

體現。與兩位中年男士不同，兩位女性受訪人對於「經典」的批判則比較委婉。他們沒有直接對於何謂「經典」作評論，而是選擇了一種更為「個人化」的方式來表達意見。吳強調了當今的電視劇要「關注普通人的生活」，而郭則認為「好看的電視劇一定是要接近你的生活」。筆者認為，中年閱聽人同「經典」這一話語的「親疏關係」跟這一話語最初形成的社會政治文化條件密不可分。中國電視劇自1980年代以來形成的「主流意涵」基本沿襲了社會主義革命和馬克思主義文藝觀的色彩。不管是經典文學名著改編還是「紅色經典」，其最重要的文化功能就是向社會大眾傳遞國家主義和集體主義的思想。而這種「主流話語」基本是在由男權主導的表意系統中運作的。按照戴錦華(1999)的觀點，女性主義在現代中國還沒有真正登上過歷史舞台。雖然如此，隨着電視消費文化的興起，大部分的中年女性閱聽人對於大陸電視內容中的「政治動員」就會採取一種「冷漠」或者「實用主義」的姿態。而在筆者訪問的中年男性閱聽人中雖然廣泛存在對於「經典」話語的批判，但是對於這一話語形成和延續的「合法性」問題則沒有提及。另外，由於世代差異的關係，這種政治文化性別認同的轉變在青年女性閱聽人中也不太存在。

第四，同關於「真實與虛構」的討論一樣，閱聽人所處的社會位置對於他們對於「經典」的「話語方式」和「價值判斷」有決定性的作用。當論及「經典」問題，不同社會位置的閱聽人呈現出明顯的觀念差異。上面列舉的北京中年組中的兩位男士就是很好的例子。冷對於在電視商業化條件下「經典」意義的變化表示了一種正面接受的態度。他認為，某個電視劇只要「吸引普通觀眾」，「有賣點」，就具有成為「經典」的特質。趙則對於這種「商業化的經典」持有負面批判的態度。他在言談之中肯定了蘊藏在1980年代電視生產和消費中的「嚴肅性」和「道德感」，而斥責了以贏利為目標的當代電視生產。在其他的中年組當中，筆者也發現了類似的價值判斷差異。總體上說來，擁有社會和政治資本越多的閱聽人對於電視文化生產商業化的現狀越抱持樂觀的態度。可是，儘管在中年閱聽人中存在着因為「社會位置」不同而產生的對於「經典」的認知性差異性，但是他們通常不會直接在討論中將其提出作為議題來點評甚至批判。在筆者看來，這是因為中年閱聽人一般對於各自

的社會和經濟生活情形比較保守，所以不會在公共討論中很快進入到對於「社會地位」的點評上。

相較中年閱聽人，青年閱聽人對於「經典」這個話語的「合法性」和「再生產」與閱聽人所處的「社會位置」之間的關係有比較直接的批判。回到上面摘引的長沙青年組閱聽人的討論，在區政府擔任公務員的何先生認為《漢武大帝》應該是近年來歷史劇的「經典之作」。他特別指出濃厚的情節劇色彩是《漢武大帝》相比之前其他「歷史正劇」的獨特之處。在這裏，筆者要補充的是，電視劇的製作者和大陸許多文藝評論人士也都宣稱，《漢武大帝》是一部高揚愛國主義和英雄主義的史詩性作品（李山，2005）。他們強調，全劇以新古典主義情節劇風格，觸及了中國古代社會政治經濟文化的方方面面，特別講述了漢武帝將儒家思想確立為正統的歷史。而筆者從該劇中選擇的〈竇太后再次向景帝提出立梁王為儲君〉一場戲則集中體現了竇太后與漢景帝母子之間的權力糾葛和倫理矛盾。就何的理解，《漢武大帝》通過這種情節劇風格藉古諷今，實質批判了當代中國社會的權力腐敗問題。可是，其他兩位同組的閱聽人卻對何先生的正面解讀提出了挑戰。楊小姐和自由職業者魏先生則認為《漢武大帝》其實變相宣傳了一種「官場文化」。所以，他們覺得，劇中所呈現的政治權力鬥爭對於作為政府公務員的何先生來說是「有用的」。對他們而言，類似《漢武大帝》這樣的「歷史正劇」為在政府體制內工作的閱聽人的「政治生活」提供了以供借鑒的文化資源。可是，何並不贊同楊和魏如此政治化的解讀。他建議從人本主義的角度來理解所謂的「政治權力鬥爭」，並將電視劇的戲劇表現同實際政治區分開來。小組當中的另一位大學老師苗小姐則站在較為中立的立場參與了這場關於「經典」的爭論。對她而言，獲得娛樂是超越政治闡釋的最終目的。

結語

通過這篇研究論文，筆者試圖探尋中國大陸電視閱聽人是如何解讀當代中國電視屏幕上所興起的歷史題材電視劇的。筆者發現，雖然

當代中國電視歷史劇的文本建構和傳播過程中充滿了國家意志的干預和監控，閱聽人則因着自己同國家意志的親疏遠近來處理同這些「歷史戲劇」之間的關係。受訪閱聽人彼此之間對於所謂「正說歷史劇」的解讀差異需要特別指出。筆者所接觸到的在國有公司或者企業擔任中高層管理工作的受訪者往往對於「正說劇」表現出更為嚴肅的解讀態度。他們對於「正說劇」中承載的有關中國國家/民族認同的象征性內容常採取正面解讀。而那些受訪的自由職業者，私營企業從業者以及國有機構的底位階人員在焦點小組討論中對於「正說劇」則常表現出冷感或者反感。他們常把「正劇」之「正」解讀為中國大陸黨國機器「意識形態宣傳」的產物。這種出於不同社會地位的「文化批判」在受訪對象談到歷史劇的「品質」問題時可以找到更多的證據。這篇研究論文呈現了處於不同社會和政治條件下的閱聽人對於當代中國歷史題材電視劇的解讀之爭。這些解讀的差異性反映了不同的閱聽人對於歷史劇作為一種文化意識形態傳播載體的不同態度。那些對於所謂「正劇」的「反面解讀」也可以理解為受訪對象對於歷史劇中所表現的政治意識形態持有某種程度的懷疑甚至不信任。

總結說來，當代中國的電視歷史劇為處於重大社會變化當中的中國大陸閱聽人提供了戲劇化表述中國古代歷史以及傳統文化的電視平台。電視閱聽人在這個平台上得以接觸到以儒家文化傳統和精神遺產為主的文化資源，同時反思這些歷史劇所體現的當代中國的政治意識形態。沿襲美籍華人學者杜維明(Tu, 1991)在他1991年所寫的著名文章〈文化中國：邊緣作為中心〉中的觀點，筆者認為，歷史題材電視劇可以看成是中國大陸現代國族文化認同建構過程中所出現的一種通俗文化類型。正如所謂「文化中國」的認同建構仍是未完成的，歷史題材電視劇和中國大陸閱聽人的關係仍處於不斷變化當中。關於這個話題的進一步研究值得期待。

註釋

- 1 國內學者從「接受美學」(秦俊香, 2006)和「電視收視率」(劉燕南, 孟穎, 1999; 劉燕南, 2007)的角度還是有很好的論述。

- 2 這種論述是基於筆者對相關歷史題材電視劇製作人員的採訪，主要兩位是湖南廣播電視集團電視劇製作中心製作人傅樂先生（訪問時間2007年12月）和北京亞環影音製作有限公司監製丑述成先生（訪問時間2008年3月）。
- 3 中國大陸有資深傳播研究學者建議，「粉絲/粉都研究」或者「迷研究」這樣的學術名詞應該被改為「追星族研究」在大陸學術界使用。這樣做的原因是為了同大陸社會1990年代初以來對於「追星族現象」的討論保持延續性。

參考文獻

中文部分 (Chinese section)

- 王昕(2008)。《在歷史與藝術之間：中國歷史題材電視劇文化詩學研究》。北京：中國傳媒大學出版社。
- Wang Xin (2008). *Zai lishi yu yishu zhijian: Zhongguo lishi tical dianshiju wenhua shixue yanjiu*. Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.
- 尹鴻(2004)。《尹鴻自選集：媒介圖景，中國影像》。上海：復旦大學出版社。
- Yin Hong (2004). *Yin Hong zixuan ji: Meijie tujing, zhongguo yingxiang*. Shanghai: Fudan daxue chubanshe.
- 李山(2005)。《六大歷史劇批判》。北京：中國工人出版社。
- Li Shan (2005). *Liuda lishiju pipan*. Beijing: Zhongguo gongren chubanshe.
- 李勝利，肖驚鴻(2006)。《歷史題材電視劇研究》。北京：中國傳媒大學出版社。
- Li Shengli & Xiao Jinghong (2006). *Lishi tical dianshiju yanjiu*. Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.
- 秦俊香(2006)。《影視接受心理》。北京：中國傳媒大學出版社。
- Qin Junxiang (2006). *Yingshi jieshou xinli*. Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.
- 張嬀(2007)。〈迷研究理論初探〉。《國際新聞界》，第5期，頁43–46。
- Zhang Qiang (2007). *Mi yanjiu lilun chutan. Guoji xinwenjie*, 5, pp. 43–46.
- 曾慶瑞(2002a)。〈藝術事業、文化產業與大眾文化的混沌和迷失——略論中國電視劇的社會角色和文化策略並與尹鴻先生商榷「上」〉。《現代傳播》，第115期，頁8–15。
- Zeng Qingrui (2002a). *Yishu shiye, wenhua chanye yu dazhong wenhua de hundun he mishi — luelun zhongguo dianshiju de shehui jiaose he wenhua celue bing yu Yin Hong xiansheng shangque (shang)*. *Xiandai chuanbo*, 115, pp. 8–15.

- 曾慶瑞(2002b)。〈藝術事業、文化產業與大眾文化的混沌和迷失——略論中國電視劇的社會角色和文化策略並與尹鴻先生商榷「下」〉。《現代傳播》，第116期，頁13-18。
- Zeng Qingrui (2002b). Yishu shiye, wenhua chanye yu dazhong wenhua de hundun he mishi — luelun zhongguo dianshiju de shehui jiaose he wenhua celue bing yu Yin Hong xiansheng shangque (xia). *Xiandai chuanbo*, 116, pp. 13-18.
- 劉康(2003)。〈在全球化時代「再造紅色經典」〉。《中國比較文學》，第51期，頁38-52。
- Liu Kang (2003). Zai quanqiu hua shidai “zaizao hongse jingdian”. *Zhongguo bijiao wenxue*, 51, pp. 38-52.
- 劉燕南，孟穎(1999)。〈電視傳播者眼中的收視率〉。《中國廣播電視學刊》，第12期，頁18-21。
- Liu Yannan & Meng Ying (1999). Dianshi chuanbozhe yanzhong de shoushilu. *Zhongguo guangbo dianshi xuekan*, 12, pp. 18-21.
- 劉燕南等(2007)。〈中國電視劇播出和收視市場〉。自《中國電視劇年度發展報告(2005-2006)》。北京：中國傳媒大學出版社，頁165-232。
- Liu Yannan deng (2007). Zhongguo dianshiju bochu he shoushi shichang. In *Zhongguo dianshiju niandu fazhan baogao (2005-2006)* (pp. 165-232.). Beijing: Zhongguo chuanmei daxue chubanshe.
- 戴錦華(1999)。《斜塔瞭望：中國電影文化(1978-1998)》。台北：遠流。
- Dai Jinhua. (1999). *Xieta liaowang: Zhongguo dianying wenhua (1978-1998)*. Taipei: Yuanliu.

英文部分(English section)

- Alasuutari, P. (1999). Introduction: three phases of reception studies. In P. Alasuutari (Ed.), *Rethinking the media audience: The new agenda* (pp. 1-21). London: Sage.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. London: Routledge.
- Cohen, P. and Robbins, D. (1978). *Knuckle sandwich: Growing up in the working-class city*. Harmondsworth: Penguin.
- Couldry, N. (2000). *Inside culture: Re-imagining the method of cultural studies*. London: Sage.
- Gillespie, M. (1995). *Television, ethnicity and cultural change*. London: Routledge.
- Gray, J. (2003). New audiences, new textualities: Anti-fans and non-fans. *International Journal of Cultural Studies*, 6(1), 64-81.

- Greetz, C. (1973). *Interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In D. Hobson & S. Hall (Eds.), *Culture, media, language* (pp.128–138). London: Unwin Hyman.
- Hermes, J. (1995). *Reading women's magazines: An analysis of everyday media use*. Cambridge: Polity.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. London: Routledge.
- Jenkins, H & Tulloch, J. (1995). *Science fiction audiences: Watching "Star Trek" and "Doctor Who"*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers and gamers: Essays on participatory culture*. New York: New York University Press.
- Lull, J. (1980a). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6, 197–209.
- Lull, J. (1980b). Family communication patterns and the social uses of television. *Communication Research*, 7(3): 319–334.
- Morley, D. (1980). *The nationwide audience: Structure and decoding*. London: BFI.
- Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. (1992). *Television, audiences and cultural studies*. London: Routledge.
- Morley, D. (2007). *Media, modernity and technology: The geography of the new*. London: Routledge.
- Neale, S. (1977). Propaganda. *Screen*, 18(3): 9–40.
- Radway, J. A. (1987). *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. London: Verso.
- Rofel, L. (1999). *Other modernities: Gendered yearnings in China after socialism*. LA: University of California Press.
- Tu, W. M. (1991). Cultural China: The periphery as the centre. *Daedalus*, 120(2): 1–32.
- Zhu, Y. (2008a). Yongzheng Dynasty and totalitarian nostalgia. In Y. Zhu, M. Keane and R. Y. Bai (Eds.), *TV drama in China* (pp. 21–32). Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Zhu, Y. (2008b). *Television in post-reform China: Serial dramas, confucian leadership and the global television market*. London: Routledge.

附錄

表一 焦點小組信息(兩組試點研究除外)

第一組：青年(北京)	第二組：中年(北京)
地點：北京通州區某茶館 時長：1小時30分鐘 日期：2007年11月25日	日期：2007年11月25日 地點：中國傳媒大學 時長：兩小時
受訪人： 常，男，國有工廠機械工程師，24歲 方，男，國有工廠電器工程師，35歲 李，男，私營公司會計，25歲 林，女，私營公司會計，24歲	受訪人： 熊，男，國有企業一般行政人員，25歲 李，男，國有企業會計，24歲 翁，女，新東方英文學校老師，25歲 于，女，新東方英文學校老師，27歲 王，女，中青旅導遊，23歲
第三組：中年(北京)	第四組：中年(北京)
日期：2008年2月16日 地點：北京豐台區某寫字樓 時長：1小時30分鐘	日期：2007年12月2日 地點：北京朝陽區某茶館 時長：兩小時
受訪人： 冷，男，國有公司中層管理人，55歲 趙，男，國有企業司機，48歲 吳，女，國有公司中層職員，43歲 郭，女，私營公司文祕，42歲	受訪人： 吳，男，區政府一般公務員，47歲 劉，男，國有工廠工人，50歲 翟，男，銀行會計，48歲 張，女，百貨公司中層職員，47歲 王，女，私營公司會計，50歲 黃，女，醫院護士，51歲
第五組：青年(長沙)	第六組：青年(長沙)
日期：2008年3月1日 地點：長沙東塘某茶館 時長：兩小時	日期：2008年2月24日 地點：筆者某朋友長沙家中 時長：兩小時
受訪人： 魏，男，自由廣告製作人，28歲 何，男，區政府公務員，28歲 苗，女，大學老師，26歲 方，女，銀行一般職員，24歲 楊，女，大專老師，25歲	受訪人： 譚，男，無業股民，35歲 陳，男，國有企業初級工程師，24歲 劉，男，國有企業初級工程師，24歲 章，女，大學四年級學生，22歲 袁，女，國有工廠一般技術員，24歲 洪，女，國有企業一般行政人員，37歲

第七組：中年(長沙)	第八組：中年(長沙)
日期：2008年3月2日 地點：筆者某朋友長沙家中 時長：兩小時	日期：2008年3月9日 地點：長沙某寫字樓 時長：1小時20分鐘
受訪人： 蔡，男，大學老師，44歲 彭，男，中學老師，45歲 吳，男，小學老師，40歲 雷，女，醫院護士，44歲 李，女，私營公司高管，40歲 向，女，國有企業中層管理人員，40歲	受訪人： 劉，男，大學老師，50歲 李，男，個體商人，45歲 匡，男，國有企業工程師，53歲 管，女，大學一般行政人員，43歲 彭，女，國有企業中層行政人員，52歲

本文引用格式

郭大為 (2014)。〈歷史觀看的政治：中國大陸閱聽人對當代中國電視歷史劇的解讀〉。《傳播與社會學刊》，第27期，頁149-177。

鳴謝

本研究改編自作者2012年2月在英國西敏寺大學 (University of Westminster) 傳播與媒體研究所完成的博士論文。該研究獲得西敏寺大學中國傳媒中心 (China Media Centre) 免學費博士研究計劃支持。作者同時感謝2012年1月，香港中文大學新聞與傳播學院舉辦之《傳播與社會學刊》5周年國際學術會議「媒體2.0 X 社會21：新聞與閱聽人再界定」期間，所有對本研究提出建議的學者。