



華劇的美學與政治

楊芳枝

主講

黃怡禎

紀錄整理

活動時間：2016/5/31 12:30~16:30

活動地點：國立高雄師範大學性別教育研究所 1407 教室

主講人：楊芳枝 國立成功大學臺灣文學系教授

主辦單位：國立高雄師範大學性別教育研究所

紀錄整理：黃怡禎 國立高雄師範大學 性別教育博士學位學程三年級學生

緣起

國立高雄師範大學性別教育研究所「女性主義與多元文化家庭」課程之授課老師游美惠教授為了增加學生對於大眾傳播媒體如何再現「性別與家庭」的認識，邀請成功大學臺灣文學系楊芳枝教授，與大家分享她對於華劇研究與發現，以下簡介楊芳枝教授的演講內容。

什麼是華劇？

「華劇」一詞是 2011 年由三立電

視臺總經理張榮華所創，是一個新的文類。華劇與以往大家所熟悉的臺灣本土劇與偶像劇，不論是在劇本生產、劇情風格，或語言的使用上都有些許差異。例如，華劇與偶像劇雖然都在臺灣進行製作，但華劇是在華語市場的概念下，為了進入中國市場而打造產生。因此，華劇相當重視中華文化的精神，並將其融入於劇情中，例如：三代同堂、孝順長輩、婆媳關係等家庭價值，時常於劇



情之中展現。

若將華劇和偶像劇作一比較，臺灣的偶像劇最初則是以日本的劇本進行拍攝，後來才有以臺灣的劇本進行製作的偶像劇，偶像劇的特點是採用面貌俊美的演員，劇情以愛情戲為主軸，並以年輕人為主要收視對象，且受到日本戲劇影響較深，偶像劇的戲劇集數較少，一般集數約 15 至 30 集；華劇則拍攝較多集數，約為 60 集至 80 集，偶像劇與華劇有著許多差異，而最主要的差異是來自於它們對觀眾的想像，以及選擇的主題與立場的不一樣。

在進入主題之前，講者楊芳枝教授先分享她為何想要探討華劇這種文類，因為她認為當我們看見一件事物時，必須思考事物背後由光影互動所產生的影像。因此，當我們看到「華劇」這個文類，我們必須看見其背後的權力關係，探究華劇如何產生、華劇生產的可能條件及背後形塑的因素。此外，她認為人們在看見一件事物時，不只是去理解它，人們的身體也會帶著自己去感知它。而且，我們所看見的事物形塑了我們的感知。

由於美學有其歷史性，是由歷史慢慢的共同形塑出的形式，美學這個形式可以決定我們如何去經驗我們的感知，美學也形塑了人們的感知。例如，電視戲劇就是一種美學，是我們很習以為常的美學形式，在不知不覺中形塑我們的感知，形塑了我們的主體性。人們的感知經由這些美學形式所創造，不同的美學形式持續影響著我們的感知，形塑了我們的感知，形塑我們的主體建構，也藉此把我們放到一個社群裡，放置在一個固定的位置上。例如，我們看到黑人會感到害怕，這是因為那些我們習以為常的電影影像一直把黑人形塑成會傷人的犯罪者或壞人，使得我們對黑人感到害怕，走在街上看見黑人會想要遠離。而且，美學也形塑了我們的感知分布，讓我們認為不同的人應該放置在不同的位置上，比如黑人是低階的，黃種人比黑人還高級一點，白人是最高等級的。因此，美學不只是影像，它更影響與建構了我們的感知，而這些感知讓我們可以在社群中找到一個屬於自己的位置。

美學由那些習以為常、陳腔濫調或老生常談的影像所形塑，那些影像一而



再、再而三的出現在我們的眼前，形成了我們所認為的「真實」。這些所謂的習以為常的影像是集體的影像，由集體的經驗、傳統知識所創作出來的影像。那些我們已經習以為常的影像跳脫了所謂的真或假的概念，屬於我們集體記憶的一部分，在我們的影像中一直出現，一直在建構我們的真實生活。也因為美學形塑了人們的感知，建構了人們的感知，形塑了人們的主體性，也形塑了人們認為的真實，所以，美學背後的權力運作更是不容人們小覷，而題目中的「政治」，指的就是要去解構美學中的權力運作。

華劇生產的條件及其形塑因素

一、華語市場成為主流

講者認為華語市場變成主流，是華劇生產的重要條件之一。華語市場成為主流，背後有三個因素：包括「中國的崛起與全球化」、「科技的轉變」以及「臺灣民主化與族群抗爭」。

(一) 中國的崛起與全球化

中國的崛起與全球化，使得大家都想要賺取中國人的錢，而延伸出大中華

的論述，這個所謂的「大中華」，包含經濟、文化與政治三個層面。在經濟方面，生產出「大中華經濟圈」、「中華共同市場」的概念，把華人所處的地域都整合起來，地域包含中國、香港、澳門、新加坡、臺灣等，形成大中華經濟圈，促使華人世界的經濟交流。在文化方面，大中華經濟圈想要涵蓋的不只是經濟，還包含文化面向在其中。例如，宣揚因為我們都是中國人，大家都是同文同種、說著同樣的語言，以此促進經濟互動與交流，達到賺進大筆鈔票的目的。也就是說，藉由文化層面的整合，使得商人們較好做生意。再加上，語言相同的便利性，文化在其中扮演有助於經濟的因素。政治上，中國則是想要藉由經濟與文化的整合，以達到將臺灣統一的目的；臺灣的政黨官要與商人則想藉由與中國的整合，以達到反臺獨的目的，進而賺取中國大陸的錢。

(二) 科技的轉變

由於科技的轉變，臺灣的電視由早期的無線三個電視臺，轉變為有線的無數個頻道，且因為中國衛星發射成功，成立了香港衛視中文臺。衛星電視臺的



Angle

發明促使華人電視地球村的發生，只要電視臺一直播放著華語節目，華語市場就會漸漸形成，人們對於華劇的需求也會漸漸形成。雖然在中國大陸，講北京語的人只有 50%，但戲劇節目可以跨越語言的差異與政治障礙，進而佔據人們的生活，提供娛樂與歡笑。因此，香港衛視中文臺創造了華語市場，而臺灣在當時的華語市場中則是佔有著相當重要的地位，創造了許多的戲劇節目及娛樂節目，是華語市場重要的生產基地。

(三) 臺灣民主化與族群抗爭

臺灣的早期只有無線的三臺電視，且電視與文化生產都掌握在外省菁英手裡。在臺灣民主化的過程中，最早生產的是鄉土劇，但臺語鄉土劇的大受歡迎，卻引來外省菁英的不悅、批評與打壓，對鄉土劇進行族群鬥爭，運用全球化的論述來批評鄉土劇是賣不了錢的爛劇，進而提出我們應該要更國際化的論述，才能進軍中國，進而主張應該要生產華劇而非鄉土劇，著重於華語市場的開發與耕耘。

因此，在中國的崛起及全球化論述、科技的改變，以及臺灣的民族化與

族群抗爭之下，使得華語市場成為主流，成為大家都想要爭相取得經濟利益的戰場。

二、「華流」興起的政治經濟因素

(一) 華流的產生

「華流」是由日本人創造的字詞，當時是因為日本人看了「流星花園」而創造了華流一詞。日本人喜歡流星花園的純真劇情，喜歡它的不精緻，以及不被現代化汙染的美學呈現，勾起了日本人的懷舊與嚮往純真之情，引發他們對年輕時鄉村浪漫愛情的想像，因而受到日本人喜愛。講者認為日本創造華流是因為帝國主義的凝視。之後，三立電視臺於 2013 年也開始使用「華流」一詞，用以推展與創造華流，並藉此與韓流競爭。

(二) 鞏固華流的政治經濟因素

因為臺灣的電視民主化促使了電視臺私有化，再加上電視工業中缺乏轉型正義，使得中資與港資的大舉進入臺灣媒體，掌握了電視文化的生產。中資與港資所投資的媒體，當然願意投資華語市場。而且，這些媒體持續建構著「臺灣一定要靠中國才能活下去」的論述，



藉由創造「臺灣若沒有中國就活不下去」的「感知」與「真實」，好讓臺灣經濟能夠受到中國經濟的整合與操控。

有些媒體人與政策制定者認為臺灣的優勢是因為臺灣擁有具有臺灣特色的中華文化，他們提倡中華文化的復甦，是因為中華文化可以賺錢，具有產業優勢。因此，提倡中華文化的復甦是為了成為可以賺錢的工具。為了能跟中國市場更加靠攏，臺灣所創造的「華流」也是一個以中國為主的中華文化，生產有關文化創意與華流的出產品，避開臺灣與中國之間的政治敏感，所有出產品皆不觸及政治，只談論文化上的共識，不談是否有九二共識。為了賺取更多的經濟利益，汲汲營營於追求與滿足中國市場的需求，藉由與中國人擁有同樣的語言與文化，創造經濟利益，甚至是與中國人共同創作，以獲取華流商機，與市場上的韓流競爭。也因為如此，華劇與華語市場成為主流，中華文化又變成了經濟上的賣點。

另外，有些媒體人與政策制定者會運用臺灣的多元文化來進行行銷，他們認為臺灣雖然受到日本、荷蘭與西班牙

的殖民影響，但臺灣仍有著中華文化的DNA，這是臺灣多元文化的特色與光環。但講者想要強調這個臺灣具有多元文化的光環，其實是殖民、剝削、戰爭、屠殺的過程，但這些在我們的媒體上卻都不曾被談論，只談經濟上的多元文化。而且，這些資本家或文創者只想把臺灣的多元文化與中華文化當成經濟的競爭力，這就是所謂的經濟的國族主義，他們只想藉此推廣臺灣，以賺取經濟利益，與韓國人競爭。

張榮華是打造華劇與華流的領導人，他認為臺灣特色是臺灣的生活型態，他創造華流也仿造韓流，認為華流就是販賣臺灣的生活型態。而且，他認為若要把三立電視臺推向主流市場，讓三立電視臺的戲劇能夠賣到華語市場，就要創造華流，創造擁有「華」的高級性的戲劇，因而極力於生產去掉臺灣性的華劇。在這裡，我們可看見華劇的產生也是在臺灣的族群階序下的產物。因為臺灣性是低下的、低階的，必須要把臺灣性去除掉，而華就是進步的、主流的、優雅的。換而言之，華劇是臺灣族群抗爭、族群階序政治裡的產物，而美



學則是藉由影像複製建立真實，例如，把中華性放在上層，臺灣性擺在下層。

華劇的小清新與健康寫實

華劇與本土劇、臺劇不同的地方在於，華劇著重在展示家庭的愛與浪漫愛，展現溫暖與溫馨的感覺，戲劇中傳達正面與正向概念、清新的風格，很適合全家觀賞，像這樣健康寫實且重視生活小事的戲劇是臺灣的國族美學。健康寫實的概念是指，追尋政府的政策是健康，寫實則是指談家庭、鄰居等但不談政治。健康寫實的電影主要是好人一定要勝利，每個人要有多點的寬恕與寬容，讓每個人都可以去做好事。

健康寫實是廣播電視法（以下簡稱廣電法）的概念，廣電法規定電視節目的目的在於提倡中華文化與家庭倫理，一個戲劇的黑暗內容不能超過四分之一，壞人不能勝利，不能談臺灣的族群糾紛，上流階層的人一定要都是好人，低下階層的人不能夠擁有正義感、必須是壞人，劇情不能反家庭倫理，對於軍隊與政府不能有負面的描繪，一般人不能有超能力，其中隱含著外省與本省的

族群化建構。健康寫實遵循政府的政策，臺語的電影變得不可為，講臺語的人變成只能當丑角或是低階人物。

當時，因為廣電法的健康寫實政策而產生小清新風格的電影。換句話說，小清新是受到國族政治所影響而產生的國族美學。現在則是因為小清新給予了中國白領階級一種懷舊的感覺，藉由帝國主義的凝視，小清新變成了國族美學的政策。資本家們與文創者們想像中國市場喜歡怎樣的影像，進而創作出滿足中國市場需求的產品，打造出能夠讓中國人喜愛的華劇。

以華劇「真愛找麻煩」為例

「真愛找麻煩」中的「指腹為婚」、「愛情天注定」、「孝順長輩」、「婚後才能發生性行為」、「三代同堂」，劇情中強調女人的貞節很重要，以及要聽阿嬤的話等，這些都有著中華文化的傳統要素在其中。這個劇中也有許多傳統的性別秩序之展現，例如，女主角對事業很有野心，幾經挫折後回歸家庭生小孩，男主角的姊姊則是離婚後又為了小孩而復合，似乎每個女性都必須為了小



孩的福祉回歸家庭。

而且，華劇中的女主角的媽媽通常都講著臺灣國語，通常都是很愛小孩但粗俗與大辣辣的，將女主角的媽媽設定為閩南女人，特色是樂觀、思想單純、刻苦耐勞、愛小孩、賢慧且以家庭為主等。男主角的家庭則往往是有錢人家，職業通常是教授、律師、企業主，且是外省人。男主角的媽媽通常都是公主、外省人，對文化藝術很有興趣，戲劇運用這些陳腔濫調的影像中建構了我們對外省人與本省人的感知，將外省人形塑出有文化、會賺錢的形象，卻將本省人變得很粗俗、野蠻、落後等，形塑出很笨、很沒有文化的形象，臺灣人在其中被族群化了。因此，在華語市場中，臺灣人在華劇中不斷的被族群化，華劇將臺灣建構為不一樣的族群，在其中鞏固傳統的性別秩序，運用這樣的族群化與性別化來賺取金錢。

心得與省思

透過楊芳枝教授的演講，筆者得以窺見華劇的美學背後的政治與經濟的權力關係，也才知道華劇重視與推展中華

文化的緣由。也透過這場演講，我才知道媒體持續建構著「臺灣一定要靠中國才能活下去」的論述，創造「臺灣若沒有中國就活不下去」的「感知」與「真實」，好讓臺灣經濟能夠受到中國經濟的整合與操控，是因為這些媒體投資者為中國人，有其背後的政治因素。

藉由對於華劇的美學與政治的探討，我們可以知道：受到中資媒體與港資媒體在國族意識形態上的操作與影響，商人因為追求與滿足中國市場的需求，汲汲營營的將中華文化變成了主流，矮化了臺灣的族群階序，也從中鞏固了傳統的性別秩序。

然而，我們每天所接觸的大眾媒體常言：「戲劇歸戲劇，政治歸政治」，讓人們無法覺知這些戲劇其實默默的在影響著我們的感知，不知不覺中以為這些被建構的「真實」就是「真實」。因此，正如楊芳枝教授所言，了解華劇的美學及其背後的政治，我們才能覺知這些美學如何影響了我們的感知，形塑了我們的主體建構，也形成了我們所認為的「真實」。♥