

## MASTER'S THESIS

### 金錢、市場與意義: 中國「宅門」電視劇的意識形態分析 王楨

*Date of Award:*  
2008

[Link to publication](#)

#### **General rights**

Copyright and intellectual property rights for the publications made accessible in HKBU Scholars are retained by the authors and/or other copyright owners. In addition to the restrictions prescribed by the Copyright Ordinance of Hong Kong, all users and readers must also observe the following terms of use:

- Users may download and print one copy of any publication from HKBU Scholars for the purpose of private study or research
- Users cannot further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- To share publications in HKBU Scholars with others, users are welcome to freely distribute the permanent URL assigned to the publication

**MONEY, MARKET, MEANING:  
AN IDEOLOGICAL ANALYSIS OF  
THE CHINESE *ZHAIMEN* DRAMA**

金錢、市場與意義：中國「宅門」電視劇的意識形態分析

**WANG ZHEN**

**M. Phil. Thesis**

**HONG KONG BAPTIST UNIVERSITY**

**2008**

金錢、市場與意義：中國「宅門」電視劇的意識形態分析  
**Money, Market, Meaning: An Ideological Analysis of the  
Chinese *Zhaimen* Drama**

王 楨

哲學碩士學位課程

主導老師：葉月瑜博士

香港浸會大學

二零零八年八月

## 提 要

本論文選取 2001 年以來在中國廣受歡迎的「宅門」電視劇作為研究對象，力圖將其文本表徵置於政經、文化及社會語境中展開意識形態分析，突出「金錢」、「市場」和「意義」在媒介生產與消費過程中的互動串連，並從中探究當代中國的政治、經濟與文化張力。通過對《大宅門》和《喬家大院》兩部收視甚佳的「宅門」劇進行個案分析，本研究認為，「宅門」劇把傳統的「家族本位」文化和新近的「市場經濟」觀念揉合在一起，使其成為劇中展現的資本積累與競爭活動的合理性和合法化的基礎和前提；並利用家國一體的民族主義觀念為其提供正當化的依據，來歸訓和收編（民族）資本家，亦實現其向歷史尋求解決執政合法性危機的嘗試，最終完成對意識形態的重塑。於是，通過營造歸復傳統和儒家的懷舊情緒及建構修正史觀的精英話語，佔據主流媒體黃金時段的「宅門」劇成為中共踐行「從市場流行文化中爭取認同與支持」的新的群眾路線的方式之一，並借此散佈「由市場及資本主導、突出中華文明之民族性、強調為公為民之社會性」的替代性的、且深具彈性的意識形態，以在官方機構、精英群體和大眾社會之內維持、鞏固其霸權。基於此，政治權力控制與資本市場驅動在電視產業領域形成了複雜交叉、互惠共榮的利益同盟。

## ABSTRACT

This thesis focuses on the *Zhaimen* drama that saw its popularity in mainland China in early 2001. The analysis employs a tripartite concept – ‘money’, ‘market’, and ‘meaning’ to contextualize the phenomenal successes of these primetime television dramas and to explore the political, economic, and cultural tensions in contemporary China. Through cases studies of two *Zhaimen* dramas: *The Grand Mansion Gate (Da Zhaimen)* and *Qiao’s Grand Courtyard (Qiaojia Dayuan)*, this thesis presents that, the traditional familism and the market economy are integrated to justify capital accumulation and competition and to legitimize a new form of nationalism to secure the political legitimacy of China Communist Party (CCP) rule. Further, these *Zhaimen* dramas reflect popular sentiments toward Chinese traditions and Confucianism and the elite discourse of revisionist historiography, and they may be regarded as one of the tools of CCP’s new ‘mass line (*qunzhong luxian*)’ to gain the identities and supports from the popular culture. Also based on this new strategy, a substitute ideology – dominated by the capital and market, articulates the nationalism of Chinese culture, and highlights the public sociality – arises to sustain and intensify CCP’s hegemony over official bureaucracies, elite groups, and the mass society. Therefore, the political power intrigues with the market impulse to form an intricate and reciprocal alliance in contemporary Chinese television production.

# 目 錄

聲明.....	i
中文提要.....	ii
英文提要.....	iii
謝辭.....	iv
目錄.....	v
圖表目錄.....	viii
第一章 導論.....	1
一、研究緣起.....	1
二、研究對象：何為「宅門」劇？.....	4
1、作為「子類型」的「宅門」劇.....	4
2、2001-2007年播出的宅門劇名單（不完全）.....	5
3、關於《大宅門》.....	6
4、關於《喬家大院》.....	12
三、研究背景：2001年以來的中國電視劇.....	16
1、生產製作：民營企業和社會資本始成中堅.....	17
2、交易發行：首播、獨播與預購策略.....	20
3、市場規模：電視劇佔有最大播出及收視份額.....	23
4、宅門劇：電視劇的類型化及其意識形態言說.....	25
四、研究意義及問題.....	29

五、論文章節.....	31
第二章 文獻綜述及研究方法論.....	33
一、電視劇「本體」的研究進路.....	33
二、「中國製造」電視劇的研究取向.....	36
三、電視劇研究在中國.....	42
1、「批判」的缺席：電視劇研究的文藝、審美與史論傳統.....	42
2、西方「文化」理論的介入：電視劇的意識形態功用之論爭.....	44
3、「宅門」劇的研究現狀.....	48
四、研究方法論.....	49
1、文化工業、媒介機構和文化生產.....	49
2、意識形態理論.....	52
3、研究方法：意識形態文本分析.....	59
第三章 資本邏輯下的傳統回歸：《大宅門》.....	63
一、家族傳統：資本積累的合理化基礎.....	65
1、宅門文化.....	66
2、叛逆的「白日夢」.....	69
二、家族利益：資本競爭的合法化前提.....	72
1、商戰.....	72
2、權錢交易.....	74
三、家國一體：資本財富的正當化保障.....	77

四、重寫歷史：資本主導的觀念化修正.....	83
1、近代中國經濟的修正史觀.....	84
2、被「收編」的資本家.....	86
五、小結：「資本」邏輯下的「叛逆」與「規訓」.....	89
第四章 市場改造下的儒家復興：《喬家大院》.....	92
一、喬家大院：儒家象徵秩序的家族空間.....	94
二、義利並舉：儒家商業倫理的道德教化.....	97
1、誠信.....	98
2、天下.....	100
三、生財有道：儒家自戀情結的市場尷尬.....	104
1、銀子.....	105
2、官商.....	108
四、晉商現象：儒家歷史重塑的吊詭悖論.....	111
五、小結：「市場」改造下的「儒道」與「仁義」.....	117
第五章 結論：遊走於權力、資本與市場之間.....	121
徵引書目.....	127
履歷.....	145