

## 後冷戰時期文化的彈性資本積累： 從台灣通俗文化工作者瓊瑤的創作軌跡談起\*

程紹淳\*\*

---

投稿日期：2009年9月28日；通過日期：2010年2月10日。

\* 本論文係國科會研究計畫《大中華區域媒體市場的形成與台灣文化產業外移：以台灣通俗文化創作者瓊瑤的電視劇製作為例》（NSC 97-2410-H-343-029）的部份研究成果。筆者感謝匿名評審給予本文的建議與指正，政大廣電系陳儒修副教授提供筆者修改建議與書面資料，亦在此一併致謝。

\*\* 作者程紹淳為南華大學傳播系助理教授，e-mail: shaochun54@gmail.com。

## 《摘要》

海峽兩岸的通俗文化交流一直到 1980 年代後期冷戰結束後，才因台灣通俗文化商品進入中國大陸而開始，其中言情作家瓊瑤的影響力不容忽視。瓊瑤除了言情小說在兩岸暢銷數十年之外，更首開兩岸電視合拍戲劇，並與她故鄉中國湖南的電視產業發展緊密相連。她也適時將台灣的電視通俗文化引介至大陸，影響中國電視在產業商業化進程中的面貌，並運用其華人離散族裔的特殊身份，在兩岸的文化產業中從事彈性的資本積累。檢視瓊瑤的創作軌跡，不難看出她如何利用後冷戰時期的特殊時代脈絡以及文化產業的運作邏輯，以建立她跨足兩岸的通俗文化產業。

關鍵詞：作者地位、兩岸合拍劇、後冷戰時期、彈性資本積累、瓊瑤

## 壹、前言

……幾乎沒有其他人像瓊瑤這樣，貫穿中國大眾文化市場從無到有、從萌發到細分的全過程（馬青、林珊珊，2007年8月21日，第5頁倒數第10段）。

說起「瓊瑤」，任何一個華人應該都不會感到陌生，因為她是華人世界「無庸置疑的言情小說女王」（Lang, 2003: 76）。她曾經出版過60本小說雜文，其中50部中長篇小說被改編搬上過銀幕，不但被稱為「瓊瑤電影」，<sup>1</sup>也被視為參與締造過「台灣電影的黃金時代」的功臣（黃年、王維，2005）。隨著台灣電影事業沒落，瓊瑤又轉戰到小螢幕，她與她的夫婿，同時也是事業伙伴平鑫濤從1985年的【幾度夕陽紅】到2007年的【又見一簾幽夢】，一共製作了23齣由她自己作品改編而成的電視劇。1997年，瓊瑤的一部遊戲之作【還珠格格】，<sup>2</sup>紅遍全球化時代的華人的「媒體地景」（mediascape），被她視為自己創作中的最高峰（平鑫濤，2004）。但是一部【還珠格格】在影視工業的強大利潤驅使下，硬是被擴展成112集的三部曲，在2003年以在台港收視不佳的窘況下檔。瓊瑤並未就此退場，2007年，她再度以充滿異國風情的【又見一簾幽夢】稱霸中國電視劇市場。<sup>3</sup>而在華人社群中，「瓊瑤」兩個字，也成為橫跨戰後到1970年代的女性世代形容愛情的一種詞彙，一種對愛情的想像圖像。雖然瓊瑤歷經從處女作《窗外》時被視為「嚴肅文學」作家，到中、後期被台灣文學社群認定為庸俗的「通俗文學」代表（林芳玫，2006；Lang, 2003），但是即使在許多女性學者與「嚴肅作家」之中，閱讀觀賞瓊瑤的作品仍然被視為台灣女性

的集體成年儀式（林芳玫，2006），或是淨化個人情緒、昇華感情的方式（程筱軒，1986），甚至被認定是對於「最高境界的愛情」的一種信仰（龍應台，2008: 20）。所以我們可以發現，瓊瑤對於當年華人女性愛情觀的深刻影響，是穿透了「雅」／「俗」的文化界線，而深入了所有人（特別是女性）的生活世界。

在瓊瑤的創作軌跡（trajectory）中，除了由嚴肅作家被打落到通俗作家，橫跨寫作、電影和電視等多種不同媒體的特殊經驗之外，更引人注目的是，她的創作地點跨越了台灣海峽，以及她的創作在跨國華人社群中的流通。1989 年當台灣政府開放影視產業前往中國大陸取景後，瓊瑤立刻召集了台灣的電視製作人才，前進大陸拍攝電視劇集，不但開啓了所謂的「兩岸合拍劇」時代，引發台灣影視人才前往中國大陸發展的風潮，同時瓊瑤的電視劇製作再也沒有回過頭，<sup>4</sup>從 1997 年的【還珠格格】被台灣政府以「大陸演員超出比例」為由認定是大陸劇之後，瓊瑤便明確地選擇了由中國大陸為首的華人市場。直到 2007 年的【又見一簾幽夢】更是將故事背景從原來的台北完全移植到今日的海，使得這齣由湖南衛視製作的電視劇，無論從拍攝前的選角乃至後期的宣傳，一切都是以中國大陸為主，讓故事原創者瓊瑤成為【又見一簾幽夢】中最主要的台灣因素，也標誌著瓊瑤的文化創作已經完全從台灣出走。

瓊瑤的持續走紅中國大陸，令很多人百思不得其解。<sup>5</sup> 最常見的解釋是瓊瑤作品被引進大陸的時刻，正好適逢大陸文革結束、改革開放的初期，長期政治教化指導下停滯的文化生產，讓瓊瑤的言情小說迅速填補了中國大陸市場上通俗文化的空缺，使得瓊瑤的愛情小說與金庸的武俠小說和鄧麗君的歌聲一樣，立即風靡整個改革開放後的中國。這種解釋固然正確，但是我想用一種更個人化的方式，來說明瓊瑤作品在與中國第一次接觸時，對中國年輕讀者產生的心靈衝擊。我要引用一位曾為

瓊瑤生平作傳的大陸作家杜素娟的說法，來佐證這種通俗文化衝擊所造成的「痴迷與癡狂」：

我是出生於六十年代末七十年代初那代人中的一個。八十年代中期，瓊瑤的作品第一次出現在大陸上，所遇到的正是這一代人的青春。

時間過去了十多年，當這批年輕的讀者已經步入他們的而立之年，他們已經不再讀瓊瑤了。……但是，我認為真正把瓊瑤讀懂了的，真正瞭解瓊瑤的，還是十年前的那代人。因為，對他們而言，瓊瑤的作品，不是娛樂品，不是奢侈品……那是一種真正的精神需要，那是一個飢渴青春時代的需要。

我們的青春是在一個相對貧瘠的環境裡度過的。我們錯過了我們的父輩和我們兄長們所經歷的五彩歲月，但那個歲月留下的最後一抹灰色卻塗抹成我們與生俱來的顏色。沒有哪一代人，像我們的青春那樣，焦渴地需要絢麗的色彩、浪漫的篇章、傳奇的幻想以及對真善美的信仰……那是一種真摯的痴迷與癡狂。而這種痴迷和癡狂，後來，（在瓊瑤之後）沒有再發生過（杜素娟，2003：281-282）。

中國學者楊春時（2005）也認為，來自台灣的瓊瑤言情小說與香港金庸的武俠小說，從改革開放後的 1980 年代起，就風靡中國大陸，這是適時地填補了中國大陸在 1949 年後，長期對通俗文學的刻意壓抑。楊春時指出，從大量後起模仿之作的出現，「金庸熱」與「瓊瑤熱」都直接推動了中國大陸通俗文學的發展。他並且強調這股通俗文學風潮，滿足了正處在現代化發展歷程的中國廣大群眾消遣與娛樂的需要。無論是杜素娟的感性告白或是楊春時對通俗文學的看法，其實都和 Richard

Dyer 對通俗娛樂對於現代社會的意義的觀點相去不遠。Dyer 認為當代的通俗娛樂主要的功能就是替消費大眾建立一個「烏托邦」，這種烏托邦的精神，表現在娛樂的兩種特性上，一種是「逃避」，另一種則是「願望的滿足」（Dyer, 1981: 177）。而楊春時強調瓊瑤作品中所隱含的現代性，與其在中國大陸造成的流行風潮有關，這與學者 Iwabuchi（2002）探討何以日本的偶像劇（trendy drama）會席捲 1990 年代的台灣，無非是因為這些日本戲劇滿足了台灣年輕觀眾，對於日本「現代性」的嚮往的解釋，也有異曲同工之處。猶有甚者，是瓊瑤的作品（特別是她的電影改編作品）中，往往具像地呈現出台灣在 1970 年代時，由於「經濟奇蹟」為社會所帶來的工業化與現代化的轉變（齊隆壬，1992），這對於當時剛剛從教條式的馬列主義解放出來的大陸觀眾而言，無非是提供了一種更具體、更強烈的對「現代性的想像」。

當然，瓊瑤能走紅中國大陸至今，歷史的偶然性（historical contingency）的確居功闕偉，因為瓊瑤作品進入中國大陸市場的時機，恰如她的言情作品出現在台灣文學市場的時機一樣（林芳玫，2006），由於都佔了「開風氣之先」（trend-setting）的優勢，<sup>6</sup> 使得瓊瑤作為「言情教主」的「作者地位」從伊始便能輕易的鞏固確立，成爲一種文學商品中極易辨識的「品牌」（brand）。然而，如果放大視角，我們可以發現這個「歷史的偶然性」其實是由冷戰架構下緊張對峙的兩岸關係所肇生的。不過，當言情創作的風氣漸開，通俗文化市場中百家爭鳴的時候，瓊瑤如何在中國大陸建立新的社會網絡來進行文化生產，並且精心經營她的「作者地位」，行銷以她的名聲爲主要訴求的文化商品（name-based cultural products）（Ryan, 1992），才是使她時至今日依然在中國大陸激烈變動中通俗文化市場屹立不搖的關鍵所在。許多研究文化產業的學者，都曾提到目前的研究有忽視創作者而偏重其他文化生

產組織層面的現象（Hesmondhalgh, 2002／廖佩君譯，2006；Ryan, 1992），但象徵創作者不但是賦予文化商品意義的主要生產者，知名作者的個人魅力（charisma）更是文化產業擴大銷售量，增加與同業在文化市場上的區辨度，藉以提升產業競爭力的重要資產。所以本文採納Hesmondhalgh的「文化產業」研究取向，探討象徵創作者與文化產業之間的互動關係（Hesmondhalgh, 2002／廖佩君譯，2006: 76）。筆者將本文的焦點，放在瓊瑤這位「明星」級的象徵創作者上，以檢視她如何利用冷戰下獨特的時代脈絡，個人在通俗文化中的「象徵資本」（symbolic capital）（Bourdieu, 1993），以及與中國大陸新興的文化產業建立的社會網絡（social networks），從而將她個人的創作版圖，由台灣成功地轉移到中國大陸這個當今世上最廣大的媒體市場之過程。

## 貳、後冷戰、新區域主義與文化的彈性資本積累

瓊瑤能成為跨越兩岸長達 40 年的隔閡與敵對，開創「兩岸合拍劇」風潮的標誌性人物，與兩岸關係因為國際局勢的改變，由武裝對峙而趨於緩和的發展是緊密扣連的。兩岸長久的對立，與第二次大戰後美國在東亞乃至全球的權力佈局密切相關（陳光興，2006；Li, 1998）。美、蘇兩大強權在二次世界大戰後建構了一個二元對立的「冷戰」體系，並主導了此後數十年的國際秩序與權力分工。雖然一般人皆以 1991 年蘇聯解體，作為冷戰時期的終點，以及國際政治進入「後冷戰」時期的開端，但是「後冷戰」時期在世界各個區域其實各有不同的進程。譬如在歐洲，1989 年 11 月 9 日柏林圍牆的倒塌，就標誌了歐洲「後冷戰」時期的開始。至於東亞，表面上冷戰的結束似乎帶給東亞的改變微乎其微，由於中國與北韓堅持其賴以建國的社會主義路線，所造

成台海兩岸以及南、北韓政權的持續緊張，仍然可以視為「冷戰」時期的餘緒（Cossa, 1996）。但是中國自從 1978 年採取改革開放政策之後，台海兩岸就已藉由民間資金的流通，建立了跨越政治的社會網絡（Hsing, 1997; Smart & Smart, 1998）。而台灣政府在 1987 年底正式開放單向的「兩岸探親」之後，台海兩岸可以說實質上進入了「後冷戰」時期。期間雖然經過 1996 年因李登輝總統訪美，而引發的中共試射飛彈的台海危機，以及以台灣獨立作為政治訴求的民進黨，自 2000 年起八年執政引發的台海關係的緊張，但是兩岸民間投資與文化交流的進程，卻並未因此稍減。直至 2008 年台灣的政權輪替，重新執政的國民黨政府積極與中國大陸展開互動協商，包括兩岸直航的正式啟動，與推動「兩岸經濟合作架構協議」（ECFA）的經貿談判，雖然台海兩岸並未正式簽署類似南北韓政權間的正式停戰協定，但是觀諸中國大陸自 1992 年開始推動經貿改革路線所帶來的經濟崛起，雖然尚不能排除未來兩岸關係因為台灣政權的輪替，而導致雙邊官方關係倒退的可能性，但是兩岸經貿與民間交流這種「由下而上」（from below）的實質互動交流，將會更為頻繁與堅實，則是一種不難想像的景況（陳光興，2008）。

Bjorn Hettne（1994）曾經提出一組概念來分析二次戰後地緣政治的變遷，也就是「新／舊區域主義」（the old/new regionalism）。他指出這兩者間的區別主要表現在三個層面：（一）「舊的地域主義」主要是受到兩極對立的冷戰脈絡所框架，但是「新的地域主義」則是由多元的世界秩序所決定；（二）「舊區域主義」是由美蘇兩個強權「由上而下」被迫形成的，而「新區域主義」則是由各個組成國家的民間團體「由下而上」自主發起的；以及（三）「舊區域主義」是為了特定的政治目標所設計的，而「新區域主義」的成型與運作，則是一個包含了多



面向考量的過程 (pp. 1-2)。透過這組概念來分析兩岸關係在進入「後冷戰」進程的今昔演變，我們可以發現「新／舊區域主義」都曾經在其中發揮了主導的力量。國共兩岸長達四十年的對峙關係，固然是由美、蘇強權主導下「舊區域主義」運作的結果，但是在兩岸關係的解凍與交流上，卻是透過民間自發的資本、文化流通與產業分工先行，從這裡我們又可以看出「新區域主義」「由下而上」運作的軌跡。「新區域主義」其實可以視作一種在「全球化」風潮影響下「由下而上」(globalization from below)而出現的新型地緣政治：由「全球化」所創造出來的跨越民族國家界線的資本積累與產業分工，正好為「新區域主義」的成型吹響了號角。在 1980 年代普遍被討論的「大中華」(Greater China) 經濟圈論述，其實就是建立在這樣一種「新區域主義」的具體實踐上。也就是當台灣與香港極欲抓住由「全球化」所帶來的資本積累與產業分工的機會時，這些企業主迅速發現當時正開始推行改革開放的中國，提供了一個理想的產業基地。這種地緣政治上的演變，與 David Harvey (1990) 所提出，在全球化的後資本主義時代中，「後福特主義」(post-Fordism) 生產模式的「彈性的資本積累」(flexible accumulation)，已經取代原本的「福特主義」，成為主導全球經濟運作邏輯的變化，恰巧若合符節。而由瓊瑤引領風潮的「兩岸合拍劇」，正好可以視作一種在文化生產上橫跨兩岸的「彈性資本積累」。

所謂的「彈性資本積累」，是 Harvey (1990) 用來捕捉在後資本主義時代工業生產邏輯的概念。Harvey 指出在二次大戰後到 1970 年代，美國政府為了拯救蕭條的經濟，所以發起了一套「福特－凱因斯式」(Fordist-Keynesian) 的政治經濟調控政策，而得到了一段長達三十年的政經的穩定發展。不過，由於全球政治經濟結構的轉變，而使得

原先有效運作的資本積累機制，在 1960 年代末期漸漸失靈。Harvey 並指出「福特主義」所出現的失能癥結，就在於它無論是在資本金融的調度、勞工生產、乃至國家的政策制訂上，都出現了「僵化」（rigidity）的問題。而所謂的「彈性資本積累」就是要以「彈性」（flexibility）來化解「福特主義」生產體制所出現的種種「僵化」難題。什麼是「彈性積累」？Harvey 強調這是一種機動的勞動分工，隨時關注市場對產品、消費模式、行銷技巧乃至資金籌措與消費積極反應的新型態的生產體制。「彈性資本積累」同時也為小型企業在後資本主義時代廣開大門，因為它們投機性的生產模式，正好配合了全球化時代下對特殊市場（niche market）以及不斷變換中的文化品味的重視。

雖然 Lash 與 Urry（1994）認為即使在「福特主義」生產體系的全盛時期，文化產業早已在進行強調彈性的「後福特主義」生產運作，不過在談到電視產業時，他們還是提出了所謂的「彈性的限制」（limits of flexibility），質疑「彈性資本積累」可以成為主導電視產業運作的生產邏輯。他們的質疑分為三部分：人才的訓練、充裕的資金供應，與集中化的銷售機制。首先，Lash 與 Urry 認為電視，尤其是高素質的電視節目，是需要大量受過充分訓練且具有經驗的人才，才能製作出來的。而完備的訓練機制只有具有規模的制度化電視公司（institutional TV）才能提供。第二是一個健全的電視產業必須有穩固的資金來源，然而獨立製作公司的資金來源，永遠來自不確定的「下一個工作」。第三，他們認為電視或電影這樣具有「支付高製作成本」與「緩慢成本回收」特性的文化產業，是必須與一個「中央集權化的發行體制」（centralized distribution）共存共榮的（pp. 123-127）。不過，筆者要提醒讀者，Lash 與 Urry 所參酌的範本，是當今世上最完善的公營電視公司——英國國家廣播公司（BBC），使他們的批判極難套用在其他國家（尤其是

發展中國家)的電視產業上,也跟本文討論深受冷戰框架所影響的台灣電視產業發展經驗極為不同。

筆者在這裡引用「彈性積累」來討論兩岸合拍劇的運作邏輯,主要是因為台灣的電視產業,就像 Yeh 與 Davis (2002) 所研究的 1980 年代的香港電影產業一樣,是一個以許多小型的製作公司主導,而非是一個由大型中央控制與上下游製作垂直整合的好萊塢片場制的文化生產模式。製作人的工作是以個案性質為主,他們可以只有在有工作需要時,才去接觸設備、勞工與資本,而無需依賴一個不斷擴張並且具有嚴密組織的片場體制。他們認為這就是香港電影工業在「邵氏」與「嘉禾」片廠沒落後的運作特徵,亦即文化生產上的「彈性資本積累」。而這也是長期以來台灣電視產業的運作特性。

## 參、兩岸合拍劇：後冷戰時代文化的彈性積累

台灣進入電視時代,是以 1962 年台灣電視公司開播揭開序幕,接著中視與華視相繼於 1969 年與 1971 年成立。但是有關電視產業設置的政策辯論,卻可以追溯到國民黨政府撤遷來台之後不久的 1950 年代(林麗雲, 2006; 柯裕棻, 2008)。這些有關電視的政策辯論,是在美國主導的冷戰架構下所形成的,期間也受到與日本交換外交利益的考量。另外,根據林麗雲(2006)的研究,在台灣的威權統治下,台灣無線三台的資本結構是由政府決定的「官商合營」制,股份由政府分配給特定人士與團體,利用暴利來操控他們對政府的支持,自此注定無線三台,在冷戰期間一直是由國民黨政府掌控的國家意識型態機器。同時,在長期「官商合營」的扭曲體制下,三台與國民黨政府間逐漸發展出一種「保護主—侍從」(patron-client)關係。也就是說當時台灣電視媒

體的生態，三台是「必須在一種市場機制下的『有限的多元主義』中運作，大眾媒體必須同時滿足政治正當性和賺取利益的雙重目標」（Lee, 2000: 131）。就在這種「黨國寡佔」的體制下，三台因為官商合營的身份，不但可以規避民意機關的監督，又可以長期壟斷廣告收益，但卻並未替台灣的電視產業打下良好的生產基礎。因為三台的可觀利潤不是流向官方就是電視股東。據估計，直到 1990 年，「三台」所獲得的利潤，仍然冠居台灣所有的獨佔事業（Lee, 2000）。

因此導致台灣電視產業製作環境始終停留在惡劣的環境中（林麗雲，2006: 101）。此時三台也成為提供一些符合國民黨國意識型態，同時又與三台保持良好合作關係的之戲劇製作人，進行壟斷的文化生產機制：三台掌握的是播映平台，但是節目卻必須發包給獨立的外製單位，導致兩者間產生密不可分的共生關係（賴以瑄，2008: 45）。因為長年在「黨國寡佔」體制下，早已造成三台內部節目製作能力的空洞化，它們一方面壟斷鉅額廣告資金，另一方面則盡量壓低製作成本。就在利潤極大化的考量下，三台在 1972 年後即採取「外製外包」或「委製」的製作方式，將節目大量承包給獨立的製作公司或製作人生產（吳萬萊，1997；張時健，2005；蔡念中，1995）。這種情形在 1984 年《勞動基本保護法》通過後，三台更是變本加厲的裁撤本身的製作人力，以便進一步的減少雇用人員的支出（蔡念中，1995）。根據研究顯示，在 1993 年台灣通過《有線電視法》的前夕，台視與華視已經沒有自身雇用的製作人，而中視也只剩下六位編制內的製作人（蔡念中，1995: 29）。而諷刺的是，以台灣這樣一個人口只有兩千萬的小型規模的電視市場，在 1970 年代晚期，卻擁有超過一千家的獨立影視製作公司和廣告公司（Chan, 1996）。

就在這種特殊的冷戰架構框架的電視產業生態下，讓瓊瑤在 1985

年轉戰電視戲劇之後，靠著她與平鑫濤在台灣電影圈所累積的傲人成績，迅速成爲三台爭相招攬的電視製作人（平鑫濤，2004）。林芳玫（2006: 241）曾經指出，瓊瑤能夠成功地轉戰小螢幕，主要是因爲當時的三台可以提出高額的預算，並在宣傳上大力配合的結果；換言之，如果當時的三台不是因爲有冷戰而造成的「黨國寡佔」體制，而必須提早面對後冷戰時期所帶來產業變革的挑戰，瓊瑤的電視劇是不可能在當時的台灣動輒就拿下百分之四、五十的收視率。不過，在冷戰結構開始鬆動之後，兩岸關係出現轉機，1987年台灣開放探親後，在媒體一片「大陸熱」的推波助瀾之下，1989年又宣佈開放影視節目在大陸取景，正式啓動兩岸的影視交流（馮建三，2007）。雖然在開放初期，台灣政府對於大陸工作人員數額及參與程度有所設限，但是這樣的規定並未嚇阻台灣戲劇製作人前進中國大陸的腳步。台灣第一個前往中國拍攝全部大陸實景戲劇的製作人就是瓊瑤，在1989年9月她帶領了70名台灣戲劇製作的專業人員，大舉進駐中國大陸，拍攝了【六個夢】系列的前三部之後才返台。當【六個夢】的第一部【婉君】在1990年2月正式在華視播出後，囊括了近百分之四十的收視率，使得「大陸實景拍攝的電視劇」頓時成爲台灣電視市場上的搶手貨。不過，真正有實力（包括財力與製作能力）前進大陸的台灣製作人，卻寥寥可數。直到1992年台灣方面再度放寬參與攝製工作的中國大陸工作人員，讓中國大陸的電視人才可以參與編、導、演的創作，才讓所謂的「兩岸合拍劇」真正落實（平鑫濤，2004；Cheng, 2007），而當時也是中國大陸電視產業急起直追的發展時代。持平的說，「兩岸合拍劇」對於中國大陸的電視產業，無論在製作觀念與實際執行的層面都注入了不少的養分，提供了實質的刺激。時至今日，由於中國的電視產業挾帶著驚人的市場規模與強大的節目需求，已經成爲全球電視業者覬覦的新興市場，而「兩岸合

拍劇」已然成爲台灣電視製作人得以進入中國的電視產業、分食利潤大餅的最佳捷徑（趙佳美，2009 年 11 月 18 日）。今昔對比，目睹兩岸間電視產業此消彼長的劇烈變動，無異令人再次見證了資本主義商業化的強大動能。

在前述的分析中，我們可以看到從 1990 年代初期到今天，台灣電視工業跨海進軍大陸市場的，主要都是以中小企業型的獨立節目製作人作爲這波「合拍劇」的主力（田易蓮，2001；劉現成，2001）。而這正是之前冷戰時期的台灣電視產業的運作特徵的結果。由於隨著《有線電視法》通過，有線電視台如雨後春筍般的成立，導致無線三台的「黨國寡佔」體制宣告破滅，資金籌措的能力大不如前，自此三台只能負擔起播映權的購買，此時也讓「瓊瑤電視劇」成爲台灣戲劇節目中，以獨立製作人身份爭取到全世界播映版權的首例（平鑫濤，2004: 176-177）。由於三台無法繼續壟斷播映版權，又沒有自行製作大型節目的能力，此時可以說是確立了台灣電視產業由獨立製作人或公司主導的「彈性資累」生產特性。

## 肆、瓊瑤的「自傳傳奇」：「彈性身份」的操作展演

人類學者 Aihwa Ong 長期以來的研究焦點都鎖定在全球化帶來的華人跨國流動與資本積累上。她雖然贊同 Harvey 提出將後福特主義生產下的「彈性資本積累」作爲分析後資本主義的運作邏輯，但是她對於 Harvey 僅側重社會經濟結構面的分析，卻未能對人類能動性（human agency）以及行動者在後資本主義的規範性環境（normative milieu）中對於文化意義的創造與協商給予重視，而有所不滿（Ong, 1999: 3）。於是，她提出了「彈性公民身份」（flexible citizenship）來做爲理解現

今跨國主體的行動邏輯。所謂的「彈性公民身份」指的是：

促使主體以投機且流動的方式因應不斷變動的政經形勢的文化邏輯，包括資本積累、旅行、或錯置等等。在這場追求資本積累和社會威望的全球競爭中，主體追求但同時受制於種種容許他們以彈性、流動以及重新定位來因應市場、政府與文化制度的實踐（Ong, 1999: 6；轉引自黃宗儀，2007: 12）。

而黃宗儀（2007）也融合了 Harvey 的「彈性資本積累」與 Ong 的「彈性公民身份」的觀點，創造出「彈性身份」一詞，來指涉全球化下專業階級，在進行跨國移動與資本積累時，對於身份認同所進行的彈性想像與策略性的操弄展演。如果我們能把瓊瑤所具有的「彈性身份」，當作分析解讀瓊瑤如何在進行橫跨兩岸文化的「彈性資本積累」的前提，那麼就能分辨出她在身份認同上的曖昧，也許是刻意展演的結果。

雖然從早期剛踏入文壇開始，平鑫濤便為瓊瑤安排了在媒體曝光的特殊機會，但是作家瓊瑤本人卻是異常「低調」，她極少接受媒體專訪，<sup>7</sup>對於文學場域對她的批評爭議，她也甚少予以回應。可是瓊瑤也並非對外界的窺伺，全然一貫都是這樣的「低調」。如果仔細探究，我們可以發現瓊瑤與另一位與她寫作風格大不相同，卻同時享有盛名的女作家三毛，經常用自傳書寫的方式，來向她們的讀者與外在世界傳達訊息。Bordwell（1988）在研究日本導演小津安二郎時，曾向俄國文學評論家 Boris Tomashevsky 借用了「自傳傳奇」（autobiographical legend）的概念，來探討一個創作者，如何透過操控提供媒體有關自己生平的資訊，以及他／她對於自己創作的詮釋，一方面來引導外界對其作者地位的評價，同時也藉以創造或維持希望外界如何看待他們的特殊形象（p. 5）。由於這些自傳書寫極易成爲一個創作者自我宣傳的工具，使用上

自然必須審慎。但是一個筆者研究上所遭遇的實質難題是，自從林芳玫於 1994 年出版了《解讀瓊瑤愛情王國》後，已經有相當一段時間沒有出現有關瓊瑤的學術論著。從 1980 年代開始瓊瑤已經漸漸被視為一個娛樂圈的名人，所以有關她的報導大多都是由娛樂記者所執筆，加上瓊瑤低調面對媒體的習慣，讓筆者實在很難蒐集到有關瓊瑤認同問題的嚴肅分析。因此，筆者在檢視瓊瑤的身份認同這種私密性的問題時，便採取了一種對她的「自傳傳奇」批判性閱讀，作為一種分析的取徑。

儘管瓊瑤後期大量的書寫文字，都已經淪為為其影視創作量身打造的宣傳文案，但是她在 1989 年卻出版了兩部重要的自傳書寫，分別是描述一個多愁善感的少女陳喆，如何由一個在中國對日抗戰與國共內戰中輾轉逃生的平凡小女生，在隨國民政府抵達台灣之後，幾經青春的寂寞，愛情與親情的煎熬，最後轉變成為暢銷的言情作家瓊瑤的《我的故事》（1989a）；另一部則是描述她在國共內戰之後，被迫成為一個離散族裔（diaspora）對「祖國」——中國懷念情感的「返鄉紀實」書寫《剪不斷的鄉愁——瓊瑤大陸行》（1989b）。林芳玫（2006）曾簡短地討論過瓊瑤的《我的故事》。不過，對於《我的故事》中佔有一半的篇幅的「逃難」經驗的書寫，林芳玫強調的重點仍然在於它對於日後瓊瑤將「愛情」視為救贖的生命哲學（頁 272）。而我在此的分析重點，則將放在探討瓊瑤如何在這兩部自傳書寫中「自我揭露」，作為一個中國離散族裔的國族身份認同。

只要翻閱過《我的故事》（瓊瑤，1989a）第一部中，瓊瑤詳述她如何度過對日抗戰以及中國內戰的艱苦驚險逃難經驗的讀者，都不會懷疑瓊瑤強烈的「返鄉」意圖背後所帶有的真摯情感。所以當國民黨政府在 1987 年底開放兩岸探親之後，瓊瑤便立刻向平鑫濤提出回到中國探親的要求，並在 1988 年成行。瓊瑤在《剪不斷的鄉愁——瓊瑤大陸



行》一書中，這樣描寫她對中國大陸的鄉愁，她寫道：

我祖籍湖南，生在四川。童年，是個多災多難的時代，是個顛沛流離的時代，童年的足跡，曾跋涉過大陸的許多省分。如今，再整理我這份千頭萬緒的鄉愁時，竟不知那愁緒的頂端究竟在何處？是湖南？是四川？是長江？是黃河？是絲綢之路，還是故宮北海？沈吟中，這才明白，我的鄉愁不在大陸的任何一點上，而在大陸那整片的土地上！（瓊瑤，1989b: 10）

也因此，瓊瑤與平鑫濤這趟首度的「返鄉探親」之旅，行程中反而沒有安排他們回到各自的「原鄉」湖南與上海。在 40 天內，他們走訪的反而是一些充滿高度中國國族象徵意義的觀光景點：萬里長城、長江三峽、故宮天壇與雲南石林。在某種意義上來說，瓊瑤的這趟返鄉之行其實是對她心目中的一個「想像的原鄉」（imaginary homeland）（Rushdie, 1989）所進行的一趟朝聖之旅。

有學者指出，像是瓊瑤與平鑫濤這些佔台灣人口百分之十五的「外省人」，其實是一種「事實上的」（de facto）離散族裔（Williams, 2003）。何謂「離散族裔」？根據 Safran（1991）以猶太族群為範本，所提出對「離散族裔」的「理想型」（ideal type）定義，他認為「離散族裔」是一群來自「被流放的少數社群」，他們大多具有以下六種特色：（一）被迫從「中心」移至到「邊陲」或是異國；（二）他們對於「原鄉」保有一種集體的記憶、意象或是神話；（三）他們因為抱持著一種不會被完全接納的想法，而感到被現在所居住的社會部分地隔離或是邊緣化；（四）他們認為祖先的家鄉才是真正的「原鄉」，當條件許可時，他們終究會返回「原鄉」；（五）他們相信自己應該集體地致力於維持原鄉的完整、安全與繁榮；以及（六）他們的意識與集體性主要

是受到他們與「原鄉」間的關係所定義的 (pp. 83-84)。不過，Clifford (1994) 指出，要根據此一「理想型」定義來界定「離散族裔」，必須留意到「離散族裔」本身所具有的曖昧性與衝突性，因為它會隨著蘊含在自身歷史裡漲落不定的「離散意識」(diasporism)，以及現居社會與跨國關係中所面臨的各種可能性——對峙阻礙、敵意、開放與連結，而有不同的變化 (p. 306)。

要把隨著國民黨政府來台的外省族群理解成爲「離散族裔」，有一些根本性的問題必須加以釐清。首先是所謂的「族群意識」，尤其是在社會中應該居於弱勢的外來「離散族裔」，他們必須對於自己的歷史或文化起源，有一套與主流社群間「差異認知」的論述；其次是這些外來的「離散族裔」，必須意識到自己因爲自身文化／族群身份，而遭受到一種不公平的待遇，學者王甫昌 (2003) 強調這種「不平等認知」在形成族群身份認同中，佔有非常關鍵的因素：「『不公平認知』通常是『弱勢者』的意識……優勢者通常不太會認爲自己構成一個族群，也不會認爲自己得到的較好報酬與自己的(族群)身份有關」(頁 15)。由於外省人多是跟隨國民黨政權來台，而後國民黨政府在冷戰國際架構下，爲了強化鞏固在台灣統治與國際生存的合法性，以「反攻大陸」作爲政治目標；配合戒嚴與反共白色恐怖的實施，防堵其他政治異議團體生存的可能；而在文化層面上，則實施一整套具有強烈「中國民族主義」色彩的文化、教育與語言政策，同時打壓方言與日語的使用，無一不是在強調自己是正統的「中華文化的繼承人」。此時相對而言，跟隨國民政府來台的外省族群，不但不是政經文化上的弱勢者，反而是在這種由冷戰框架的政治局勢下的受害者。就如同在作家階段的瓊瑤，雖然她並不能被劃分爲直接受到國民黨國家機器所雇用的「官方作家」，但是她的「多產的商業作家」身份，其實也是間接受到國民黨文化政策的

庇佑（譬如對於創作語言與題材的限制）的結果（林芳玫，2006）。那麼，要如何來界定這些與國民黨政權是（直接或間接）利益共同體的外省人是所謂「『事實上』的離散族裔」呢？

王甫昌指出，外省人由於他們在移入台灣社會後，因為工作上的同質性（集中在軍公教部門）、經濟上對國民政府的依附、共有的政治意識型態，與逃難的集體經驗，衍生了他們與周遭大多數台灣本省人不同的「我群意識」。至於外省人真正產生了自己在台灣是「外來族群」的集體弱勢族群意識，是在 1990 年代以後，伴隨著台灣政治民主化與本土化進程而逐漸衍生出的產物。尤其是在 1990 年代後期的幾次重大選舉中，當時在野的民進黨爲了有效的政治動員，建構「台灣民族主義」的論述時，將國民黨政府定義爲「外來政權」，進而將國民黨政權與外省人扣連，並與民進黨和台灣（本省）人對立起來的「敵／我分明」政治論述，以及當時台灣的政治社會氛圍，都形塑了隨國民政府來台的外省人是台灣社會「外人」的歷史定位，由此身爲社會少數的「外省族群」，宛如過了午夜的灰姑娘，這才體認到自己在台灣社會中政治與文化上的相對剝奪感（王甫昌，2003: 147-151）。如果說蕭阿勤（Hsiau, A-chin）（2000: 178）所指出的「相對於世界上民族主義的發展而言，台灣民族主義（Taiwanese nationalism）是歷史『遲到者』（latecomer）」的說法，是一種可以被接受的歷史詮釋，那麼台灣外省人在 1990 年代後期所產生的「弱勢族群」意識，也可以算是一個歷史的「遲到者」。而這種台灣外省人的「族群想像」（ethnic imagination），可以說是建立在以下的歷史詮釋上，那就是國民黨政權是一個「全球冷戰新體制下的流亡政權」，而跟隨國民黨政權來台的外省人，則是上述體制下戰敗的『流亡子民』（陳光興，2006: 229）。

不過，把時間推回到 1980 年代末期，台海情勢隨著兩岸「由下而

上」的社會網絡的發展漸趨緩和，台灣政府宣佈開放當年隨著國民政府來台的外省族群得以重回大陸「返鄉探親」，無疑是讓這些來自中國大陸的第一代「外省族群」透過「返鄉」，來確定自己屬於「『事實上』離散族群」的身份認同。根據這樣的歷史詮釋，瓊瑤作為一個「『事實上』的離散族裔」的身份是可以確立的。但是在當時，由國民黨政權長期所形塑的「中國意識型態」仍然深植人心，以《聯合報》在 1989 與 1990 年進行的大型國族身份認同民調，結果顯示自認為是「中國人」的受訪者比例，分別佔有 52% 與 59%，遠高於自認為是「台灣人」的 16% 與 18%，即便扣除《聯合報》所謂「統派媒體」的機構效應，這項民調數字所顯示當時台灣人民的國家認同，仍然大幅傾向國民黨的「中國」官方意識型態。<sup>8</sup>所以在當時瓊瑤透過她的自傳書寫，所揭露出那種離散族裔對於「原鄉」的眷戀，無疑是符合當時大多數台灣社會大眾的國族想像。Chan (2004) 曾經指出，在全球化的脈絡下，所有的中國跨國主體，永遠都是在舞台上進行某種形式的認同演出 (p. 195)，他們會根據當時的環境，適時地展現合宜的身份認同。由此，我們不妨可以視瓊瑤在 1989 年所出版的兩本自傳書寫，以及她同年召集大批台灣影視工作者，開拔前往中國大陸攝製電視劇的行動，都是符合當時台灣社會政治氣氛的「身份認同」的實際展演。

但是如果說 Safran (1991) 對於「離散族裔」的探討，只展現出那種無法滿足「回歸原鄉」的消極情緒的話，那麼最近學界討論「離散族裔」時已出現了一種焦點的轉變，隨著全球化的開展，跨國的資本與人口的流通，已經變成常態。Laurence J. C. Ma (2003) 便指出，和過去那種注重「原鄉失落」負面情緒的研究相比，新的研究則聚焦在這些跨國移民所展現出來的多元文化，以及由其所帶動的資本跨國流通的積極特徵 (p. 6)。如果我們可以稱呼那些符合古典與消極定義的族群稱為

「舊離散族裔」的話，那麼這些擅於利用他們彈性的身份認同，而在現今這個全球化的時代中進行資本積累的新移民，便可以稱之為「新離散族裔」。Ong（1997, 1999）認為新舊離散族裔的差異，在於他們與其「原鄉」間關係的改變，現在這些「新離散族裔」是以「彈性」作為他們對待「原鄉」的一種策略。對「舊離散族裔」而言，「原鄉」代表的是一種文化認同；然而對那些「新離散族裔」而言，「原鄉」卻是一個因為「彈性的國族身份」而能更容易賺取利益的新興市場。

如果我們抱著這種對離散族裔不同的觀點，再回頭審視瓊瑤的《剪不斷的鄉愁——瓊瑤大陸行》，任何讀者都應該不會忘記書中一個不斷前來召喚瓊瑤「鄉愁」的同鄉，那就是被她形容有著「湖南騾子」精神的歐陽常林。這位當年湖南電視台的年輕記者，被派來對他口中的「湖南之光」進行專訪，歷經舟車往返的波折。最後大受感動的瓊瑤，終於在返台前接受了歐陽常林的獨家專訪。兩人也因為這次採訪任務，建立起「同鄉之誼」（瓊瑤，1989b）。1989年，瓊瑤再度前往中國大陸，並在歐陽常林的安排下，真正回到「原鄉」湖南，受到熱烈的歡迎。就在這時，由於台灣政府適時地解除了台灣影視產業到大陸取景的禁令，瓊瑤立刻想到中國大陸的豐富多變的景觀資源，可以成為她拍攝電視劇的場景，用台灣觀眾對中國大陸的新鮮感，來為她在台灣的電視劇製作注入新的動力。這時歐陽常林成為重要的中介角色，一方面媒介湖南電視台購買了瓊瑤的電視劇【幾度夕陽紅】的大陸版權，另一方面，歐陽也出掌了設在湖南電視台下的「湖南華夏電視國際合作公司」，專門負責與瓊瑤與其他台灣製作人的電視劇拍攝合作事宜（林美璵，1992年1月29日，1999年4月20日；馬青、林珊珊，2007年8月21日）。除了合作關係的中介，歐陽常林也扮演了為瓊瑤牽引出「新離散族裔」特性的重要角色。從這個角度來看，瓊瑤的「兩岸合拍劇」製作，其實正

是一種「新離散族裔」的「文化的彈性資本積累」。

當瓊瑤在兩岸關係進入「後冷戰」時期，因為當時台灣政府適時地鬆綁政策，讓她眼中的中國大陸除了是曾經朝思暮想的「原鄉」之外，也成爲一個影視製作的新興市場時，她就對中國展現了一種複雜的「新／舊離散族裔」的情結。就著作爲一個「舊離散族裔」的意義上來說，瓊瑤因爲「血緣的迷思」（*myth of consanguinity*）（Chow, 1993: 24），所以在合作的伙伴上一路堅守「湖南電視台」，即使湖南當時地屬偏僻的內陸，製作能力與條件都遠遠及不上當時北京和上海的競爭者，但是瓊瑤基於「人不親土親」的想法，她始終不爲所動。從 1989 年的【婉君】開始，直到 2007 年的【又見一簾幽夢】爲止，她與「湖南電視台」下屬的「湖南華夏影視傳播公司」一直維持著密切的合作關係，雙方一共合作了 16 齣電視戲劇（Cheng, 2007）。這不但替她在中國開展了一個從事影視創作的社會網絡，同時也成爲替她開啓另一塊更廣大的事業版圖的新策略。

不過在這種「鄉情」的感性因素之外，瓊瑤與「湖南電視台」的長期合作關係，卻也透露出精明的理性考量。對於想要登陸製作「合拍劇」的台灣影視工作者，瓊瑤曾坦白提出建言：「堅持一個可信的合作單位，是重要的原則，多找合作對象並無助益，因爲他們彼此間的競爭相當激烈……在他們爭相邀功下，以致於問題重重、拍攝受挫」（林美璿，1992 年 1 月 29 日）。在這些談話中，我們可以清楚意味到瓊瑤利用「我們／他們」來區分台灣的戲劇創作者與中國大陸合作伙伴間的差別。雖然就像許多「新離散族裔」一樣，瓊瑤善於利用中國大陸的資源，來爲她自己的文化商品在全球華人的媒體市場中，增添話題與賣點，但是這並沒有讓瓊瑤放棄她對台灣的認同。在面對觀眾時，瓊瑤依然認爲她還是台灣的創作者。這一點可以從 2003 年【還珠格格】完結

篇【天上人間】在台播映時，收視率遠遠落後三立的鄉土劇【台灣霹靂火】看出。由於雙方在交手前，已對電視劇的「品質」有過數回言詞交鋒，因此瓊瑤對於收視慘敗的事實無法接受。她在接受訪問時脫口而出：「台灣，已經不要我了！……我曾經是台灣培養出來最叫座的劇作家，如今，我還能說什麼？台灣進步的太快，我承認，我被淘汰了」（褚佩君，2003年7月18日）。而在面對2007年【又見一簾幽夢】在台灣播映，所獲得更令人尷尬的收視數字時，瓊瑤則是抱怨：「有種被親人打擊的感覺」（陳婉容，2007）。從這裡我們可以看出，即使現今創作事業的重心已經移往中國，瓊瑤仍然認為她是「台灣」的創作者。甚至她本人也不常離開台北，即使從1989年後，瓊瑤開始製作「兩岸合拍劇」，但是她並沒有像其他許多將中國大陸視為新的利基市場的電視製作人一般移居大陸。在她的心目中，台灣，甚至是平鑫濤為她打造的台北寓所「可園」，始終才是她真正的「家」。

面對瓊瑤的複雜矛盾的「身份認同」，也許採取 Stuart Hall（1999）所主張一種「流動」的「文化認同」觀點，可以得到比較妥切的解釋。他認為「文化認同」「既是一種『流變』（becoming）也是一種『存在』（being）。它從屬於未來，正如同它也從屬於過去」（p. 302）；他進一步強調在「文化認同」中，「變異會繼續伴隨著延續而存在」（p. 304）。我們在瓊瑤生涯的軌跡中，一方面看到她如何因為國共內戰而成為一個「離散族裔」，並且對她的「原鄉」帶有「剪不斷的鄉愁」；但是另一方面，我們也看到瓊瑤如何成為一個「新的離散族裔」，藉由文化生產的「彈性積累」，將她的「原鄉」轉化為創造商業利益的資源。與此同時，我們又可以看到瓊瑤將她生活了大半生的台灣，視作她安身立命的「家」的所在，甚至在創作不被大多數的觀眾接受時，受傷地說出：「台灣已經不要我了」或「被親人打擊」的感性控

訴。瓊瑤對中國大陸與台灣的認同，果然處處透露出在後冷戰時期台海兩地複雜交錯的關係，以及一個具有「彈性身份」的文化工作者，在不同時空背景下所進行的認同展演與運作。

## 伍、瓊瑤的作者地位（authorship）：奇魅意識型態的運作

瓊瑤的作品之所以會在台灣／華人社會中大受歡迎，根據林芳玫（2006）的分析，是因為她掌握了中國父體制下對親情的特殊重視，使得瓊瑤的創作一路由親情與愛情的尖銳對立，走到了親情與愛情的妥協融合。她敏銳地掌握到台灣社會兩性關係逐漸鬆綁的脈動，在不損及中華文化中家庭神聖性的前提下，創造出了一種可稱之為「情感式家庭主義」的感性革命（頁 122），讓瓊瑤打造出一系列讓華人普遍感到「文化親近性」的言情小說與影視文本。

不過與此同時，林芳玫（2006）也觀察到瓊瑤在 1970 年代的創作過程，已經成為台灣文化產業中跨越多種媒體而進行的一種「公式化的運作」，這也成為瓊瑤「作者地位」確立的轉捩點。在本文一開始，我曾提及瓊瑤的「作者地位」，是讓她縱橫華文「媒體地景」數十年至今仍不被淡忘的主因。瓊瑤從她的電影時期開始，便將她的「作者」形象推向極致，除了編、導、演都來自一個由她指定的固定班底之外，一切創作也都要服從瓊瑤的個人意志。根據瓊瑤（1989a）的說法，她之所以會投入電影製作，一開始是因為平鑫濤極力說服她對於作品跨越不同媒體的不安，建議她出售電影版權。但是真正讓瓊瑤興起自己拍片的念頭，根據平鑫濤（2004）的描述，是因為有一次瓊瑤看到自己的作品被別人改得面目全非，讓她「在電影院裡氣得發抖」（頁 145）。從此以



後，他們開始在電影版權合約上，規定導演與演員都必須徵求瓊瑤的同意。最後，他們終於親自投入電影拍攝的工作，也開始確立瓊瑤在通俗文化創作中的「作者地位」。

隨著台灣電影產業在 1980 年代開始瓦解，瓊瑤再度轉換媒體，投入電視劇製作。由於當時三台仍享有「黨國寡佔」官控民營的特殊生態，也繼續得以讓瓊瑤享有她在「瓊瑤電影」製作時，那種超越一切產業組織限制的「作者地位」。在瓊瑤與平鑫濤有關他們電視製作的寫作中，乃至絕大多數對瓊瑤電視劇製作的報導，都成功地將瓊瑤塑造成一個具有近乎病態「完美主義」，對整個產製過程，大至編寫劇本、演員選角，小到造型梳妝、燈光攝影，都嚴格把關的「作者」。瓊瑤除了登陸之初的【婉君】、【啞妻】與【三朵花】是由她親自督軍之外，其他的戲劇幾乎都是由她在台北發號施令，「遙控」媳婦何琇瓊在大陸拍攝現場坐陣指揮。透過了在文化生產過程中，她的家族性分工，使得瓊瑤可以掌控一切生產過程與產品的品質，讓她的電視劇製作成為富有高度可辨識性的一種文化商品。瓊瑤透過她的電視劇製作，所創造出來那種一絲不苟、力求完美的創作者形象，也與 Harvey (1990) 所強調，在後資本主義時代的彈性積累運作中創作者「形象」(image) 的重要性若合符節。Harvey 指出在後資本主義的激烈競爭下，正面的「形象」不但是「品質」、「信譽」與「聲望」的代名詞，更是爭取市場與利潤的重要工具 (p. 288)。

瓊瑤日後面對外界「瓊瑤電影」、「瓊瑤電視劇」的提法，不但不以為忤，甚且表現出顧盼自豪的態度。這種處處把自己和自己作品畫上等號的作法，也許最初是出自作者的完美主義，但是後來隨著文化產業的長期複製，這種「作者地位」迅速地便轉化成為一種 Foucault (1984) 所謂的「作者功能」(the author function)，也就是將「作

者」不斷的個人化 (individualization)，讓作者的名字成為賦予某些文本特定地位的工具。這種「作者地位」也就是 Bourdieu 所謂的一種「奇魅式的幻象」(charismatic illusion) (Bourdieu, 1996: 319)，是文化產業利用「奇魅的意識型態」(charismatic ideology)，將一個「明顯的生產者」(apparent producer) 轉化為「作者」的過程 (Bourdieu, 1993: 76)；換言之，也就是讓自己作品的差異可以輕易地與別人區辨出來，而成為一種在文化場域中鬥爭致勝的策略。顯然在文化生產場域已經形成一種「品牌」的瓊瑤，對如何運用自己的「作者地位」所創造的特殊「形象」轉化成為文化產業中的實質利益，早已是經驗豐富。

但是歸根就底，為何瓊瑤可以在華人的通俗創作場域中輕易地建立起她的「作者地位」？林芳玫 (2006) 認為瓊瑤與當年文化界名人平鑫濤的結合，是造成她能夠在台灣的文化市場中，一枝獨秀橫跨 30 年的主因。因為平鑫濤不但長年主掌當年台灣文學的重要據點《聯合報》副刊主編 (1963 至 1976 年)，並且也同時創辦了當時台灣發行量最大的文學雜誌《皇冠》(創刊於 1954 年)。瓊瑤因為受到平鑫濤的賞識與栽培，得以享有其他作者夢寐以求的創作發表管道。林芳玫認為瓊瑤與平鑫濤的合作模式，是一種「個體戶企業模式」(the entrepreneurial mode)，其特性在於：

創作者和一位具有商業及行政長才的人合作，一方面歡迎市場的擴大與利潤的追求，但另一方面創作者與企業家又維持良好私誼，兩者有充分的溝通與默契，使創作者的生產過程受到尊重 (林芳玫, 2006: 173)。

換言之，平鑫濤在瓊瑤創作生涯中，扮演的是類似一個 Ryan (1992) 所強調的「創意經理」(creative manager) 角色。根據 Ryan

的定義，一個專業化的「創意經理」必須具備「調和藝術家的感性與對商業的敏銳和組織的技巧」的特殊能力（p. 123）。再加上兩人間私密感情的聯帶，讓平鑫濤與瓊瑤這對事業與感情上的搭檔，成為近代台灣文化產業中極為特殊的成功案例。甚至瓊瑤在早期作家時期就能在海外華人圈享有盛名，也要拜平鑫濤發行的《皇冠》雜誌在東南亞和北美華人社群的暢銷風行之賜（Lang, 2003: 79）。如果瓊瑤沒有平鑫濤的協助，她可能就會成為 McRobbie（1998, 2002）所形容的「文化個體戶」（cultural entrepreneur），也就是說，瓊瑤如果要建立成功的「作者地位」，除了在創作的才華之外，她還必須具備高超的商業與企業行銷的知識與手腕，隨時必須面對來自大型文化工業的激烈競爭，才能在競爭激烈的文化產業中安身立命（Ellmeter, 2003）。不過平鑫濤（2004）的看法卻與一般人們的認知不同，他肯定瓊瑤對他出版事業的特殊貢獻，他甚至說：「如果《皇冠》沒有瓊瑤，《皇冠》很可能不是現在這樣的《皇冠》，但我深信：瓊瑤還是瓊瑤」（頁 205，原作者自己強調）。Lang（2003）也指出，自從《窗外》刊出後，瓊瑤的創作已經變成「界定《皇冠》雜誌的精神元素」（defining elements in the *Crown* ethos）（p. 78），因為數十年來瓊瑤的小說連載永遠都佔據著《皇冠》最顯著的版面，拉抬了這份雜誌的銷售量。所以，平鑫濤和瓊瑤的組合，可以說是華語文化產業中「個體戶企業模式」彼此互補互利的最佳例證。

只是隨著近年將電視劇的產製重心，轉移到中國大陸，瓊瑤在這個新興的文化市場上，需要另一位具有瞭解其運作的「商業與行政長才」人物，來取代平鑫濤過去在台灣文化產業中所扮演的「輔助者」角色，以擴展她的事業版圖。而此時她的湖南「同鄉」歐陽常林，就順勢填補了這個「創意經理」的空缺，成為瓊瑤事業上的新伙伴。

## 陸、瓊瑤與歐陽常林：跨地域文化生產社會網絡的形成與運作

歐陽常林由於在瓊瑤轉赴大陸拍攝電視劇後，能夠為湖南留住這塊金字招牌，使得「湖南電視台」在當時競爭激烈的省級電視台中，收益與氣勢都扶搖直上，連帶也替他這個居間謀合雙邊合作的關鍵人物，提供了開創事業前景的機會。在中國的商場文化中，「關係」或是「網絡資本」（network capital）（Yang, 1994）往往是決定成敗的關鍵因素。這種建立在友誼與專業接觸上的非正式人際網絡，對於來自台灣與香港的海外華人投資者來說，由於他們的經濟規模大多偏向小型，而性質上又以投機性的生產居多，所以擁有一個熟悉中國大陸商業運作的「關係」，替他們居間穿梭更顯重要。因為這個「關係」人際網絡不但可以替他們減低商業上的風險，同時可以引導他們熟悉中國當地的法令與政策（Hsing, 1997; Ong, 1999; Yang, 1994）。於瓊瑤來說，歐陽常林扮演的就是這個「關係」的角色，而後兩人經由正式合作所確立的事業伙伴關係，也可以視為瓊瑤在轉移事業版圖時，所建立的一個新的「社會網絡」（Smart & Smart, 1998）。

不過，歐陽常林顯然也將他與瓊瑤這位知名的文化創作者合作的經驗，化為他個人珍貴的社會資本（social capital）（Bourdieu, 1986）。當 1995 年湖南廣電局長魏文彬決定開設以通俗娛樂為導向的「湖南經濟電視台」，並且破天荒地採用了公開徵選的方式來決定台長人選時，歐陽常林憑藉著他與瓊瑤長期合作的過人經歷，從 77 位參選者中脫穎而出（林美璉，1999 年 4 月 20 日）。當次年「湖南經濟電視台」開播後，歐陽常林除了播出瓊瑤當紅的戲劇節目之外，同時刻意引進了模仿

台灣綜藝節目模式的【快樂大本營】與【玫瑰之約】等節目，迅速席捲湖南。當 1997 年「湖南衛視」開播後，這股模仿抄襲自台港的電視文化，更是風靡了全中國大陸（Liu & Chen, 2004）。雖然沒有明確的證據可證明，瓊瑤在這股中國大陸抄襲台港通俗電視文化的風潮中，扮演了多麼重要的橋樑角色，但是透過歐陽常林與瓊瑤的合作，使我們有足夠的理由相信，在某種程度上，透過瓊瑤這位來自台灣的文化創作者，對於歐陽常林接觸到台灣的電視節目型態與製作模式，進而在「湖南經濟電視台」開播初期，進行模仿與抄襲是可以理解的商業策略。雖然台灣的節目內容往往也是抄襲自日本的創意（Liu & Chen, 2004）不過台灣的電視產業顯然提供了一種文化「在地化」（localization）的功能，讓這些源自日本的電視節目型態，經過台灣針對華人文化所進行的調整，可以更快速地符合中國大陸觀眾的口味，而被中國大陸的文化產業套用（Keane, 2004; Liu & Chen, 2004）。這種始於剽竊與抄襲的電視文化，無疑推動了兩岸間通俗文化的交流。因此，當瓊瑤（2007 年 6 月 7 日）宣稱「台灣對內地文化交流的開放，是被我這樣帶動起來的」時，其說法具有極高的可信度。而瓊瑤將台灣的電視文化引進中國大陸的重要性，卻往往被相關領域的研究者所忽略（Chen, 2008; Curtin, 2005, 2007; Zhu, 2008）。<sup>9</sup>

當 Harding（1995: 32）在上世紀末審視所謂「文化的大中華」（cultural greater China）的發展時，特別強調香港與台灣製作通俗文化產品的能力。而當 Joseph M. Chan（1996）利用「中心」與「邊陲」的地理概念，來分析台、港、中這個「大中華媒體區域市場」的運作時，他更將當時的台灣與香港賦予通俗文化生產的「中心」地位。不過在這短短的十餘年間，我們親眼見證了中國逐漸由區域文化生產的「邊陲」，轉變成為文化生產的「中心」。這種邊陲與中心的變動除了與

經濟體制以及市場規模有關之外，中國市場經濟的轉型成功，全球化提供了中國與世界文化產業直接接觸、觀摩學習甚至是合作的機會，也是重要的因素。所以中國目前已不再像過往一樣，需要透過台灣與香港來吸取通俗文化製作的經驗與知識。湖南衛視就提供了一個好例子。隨著歐陽常林與湖南衛視的成功，今天大陸仿效電視通俗文化的取樣範本，早已超越了台灣，而直接向歐美、日本取經，像是湖南衛視於 2004 推出的【超級女聲】節目，就是直接模仿美國的歌唱競賽節目【美國偶像】（*American Idol*），硬是比台灣的歌唱選秀節目【超級星光大道】早問世了三年。甚至湖南衛視現在已邁向透過電視版權交易（TV format trade）後取得合法版權，再進行本土化的電視製作階段，擺脫過去非法抄襲的陋習。譬如，湖南衛視直接向哥倫比亞劇作家以及墨西哥的 Televisia 傳媒集團購買再製版權所拍攝的電視喜劇【醜女無敵】（*Betty La Fea*），就是這種新電視文化的代表（Madden, 2008）。現今中國與台灣的電視產業之間，過去那種由台灣單向對中國輸出的現象，似乎已被雙向的互動交流所取代。舉一個台灣電視產業學習中國大陸的例子，中國電視在 2007 年率先吹起了一股「邀請名人回答小學教材內容」的益智節目風潮，雖然並非原創，<sup>10</sup> 但是同類型的節目收視不惡，這種節目型態立即被台灣電視產業所抄襲，於台視推出【百萬小學堂】節目，果然也是收視告捷。

然而當我們追本溯源，探討大中華區域的通俗文化發展時，絕不可以將「瓊瑤因素」對當年湖南電視乃至整個中國大陸電視文化的影響加以忽略。無可否認地，瓊瑤及其所代表的台灣電視文化，的確曾是大陸電視在朝娛樂化發展時一個重要的學習來源。如今協助瓊瑤進入中國大陸電視產業的歐陽常林，已經升任「湖南廣電集團」的總經理與湖南電視台的台長，而「湖南廣電集團」在中國的電視產業中，也成為實力僅

次於中央電視台的省級電視台（劉會召、戴元初，2009）。由於歐陽常林跟瓊瑤的私誼以及後者在華人媒體市場上的高知名度，使得瓊瑤在中國大陸的電視戲劇的製作，其實也是另一種文化產業「個體戶企業模式」運作的延續。甚至現在瓊瑤還可以藉由「湖南衛視」在中國大陸的廣大影響力，替她的新戲進行強力的宣傳。像是湖南衛視替瓊瑤 2007 年的【又見一簾幽夢】所進行的「尋找紫菱」萬人海選活動，其實就是套用了「真人秀」的「心理技術」（簡妙如，2008），來為這齣戲劇宣傳造勢。不過值得注意的是，最後女主角由新人張嘉倪出線擔綱演出，表面上這是由評審與觀眾所做出的決定，但實質上卻是「湖南衛視」剝奪了瓊瑤以往在「選角」上的個人權威。日後瓊瑤如果再製作新戲，<sup>11</sup> 她所堅持的「作者地位」，是否會進一步在湖南衛視強力建立「品牌化」運作下，日益受到侵蝕，這將值得日後研究者的繼續觀察的一個議題。

## 柒、結論

瓊瑤，在華人的通俗文化生產中是個極為特殊的例子，她的影響力、其涵蓋不同媒體的創作歷程、她如何塑造並運用「作者地位」、乃至她橫跨不同時空的創作軌跡，除了香港武俠作家金庸之外，幾乎找不到其他創作者可以與之相提並論。由於她參與中國新興的文化產業，層面之廣、時間之久，都已是無人能及，所以大陸媒體戲稱這一個以瓊瑤為核心的戲劇製造產業為「瓊瑤產業」（尼克、林珊珊、陳婉蓉，2007 年 8 月 21 日）。其實瓊瑤對於中國新興的通俗文化生產「全程參與」的特性，放在台灣文化產業發展的脈絡中也一樣適用，那就是：從無到有，幾乎處處都能見到她的身影。

當然這篇論文無法涵蓋與仔細分析瓊瑤作為一個通俗文化創作者的所有面向。我把主要的焦點放在瓊瑤的創作軌跡上面，特別是她跨越台灣海峽兩岸的時空位移上。我認為瓊瑤所引發的「兩岸合拍劇」風潮，是一種台海兩岸後冷戰時代特殊環境下的一種「文化的彈性資本積累」，當然其中包括了華人彈性身份認同的展演操作，並觸及了瓊瑤如何利用她在中國大陸文化產業中新建立的社會網絡，讓她得以繼續依循她所熟悉的「個體戶企業模式」來主導創作，在橫跨兩岸近半世紀的文化生產中，建立起鮮明的個人「作者地位」。而這也是討論瓊瑤的意義所在：我們不要忘記來自台灣的瓊瑤，曾經把台灣的電視文化成功地引進中國大陸，並持續透過媒體對全球的華人發揮影響力，這股影響力雖然因時空脈絡的不同而有所差異，但是直到現在仍在持續進行中。

## 註釋

- 1 齊隆壬（1996）曾經指出，並非直接由瓊瑤原著改編，搬上銀幕的電影作品，才可以稱之為「瓊瑤電影」，只要具有類似的主题、敘事手法，乃至相同演員演出的愛情文藝片，都可以稱之為「瓊瑤電影」，因此「瓊瑤電影」在 1970 年代的台灣電影產業，已經具有了電影類型（genre）的意涵。
- 2 根據瓊瑤在湖南電視台的長期合作伙伴劉向群的說法，瓊瑤拍攝【還珠格格】，主要是參考了湖南電視台長歐陽常林的建議，因為當時瓊瑤以苦情為主的電視劇，在大陸的市場反應已出現瓶頸，因此歐陽建議瓊瑤不妨可以嘗試輕鬆、諧趣的題材。另根據瓊瑤戲劇的執行製作何秀瓊的說法，在拍攝【還】劇的同時，瓊瑤也在拍攝她【兩個天堂】系列的另一部作品【蒼天有淚】，不過顯然瓊瑤是把製作主力放在【蒼】上，無論演員的知名度與製作規模，【蒼】劇都勝過【還】劇（Cheng, 2007）。但是【還珠格格】在台灣播出後，接續在華人市場創造收視奇蹟，這個結果連瓊瑤本人都大出意外（瓊瑤，1999: 1143）。
- 3 【又見一簾幽夢】改編自瓊瑤 1995 年的電視劇【一簾幽夢】。此劇在湖南衛視的獨資下拍攝完成，於 2007 年 6 月 30 日在湖衛衛視首播，最後收視率高達 3%，創下全中國大陸衛視同時段收視率的第一名，同時也打破了湖南衛視近年來電視劇的



- 收視紀錄（馬青，林珊珊，2007年8月21日）。另外，根據最新出爐的《中國電視收視年鑑 2008》結果顯示，在 2007 年全中國省級衛星電視頻道播出的 715 齣電視劇中，【又見一簾幽夢】一舉擊敗其他的競爭者而獨占收視寶座（李紅玲，2008）。
- 4 瓊瑤自從 1989 年前往中國大陸拍戲之後，19 年中唯有 1995 年的【一簾幽夢】是將主場景設在台灣之現代戲劇，不過，這齣戲的場景也同時包含了法國與中國大陸。
  - 5 時至今日，似乎瓊瑤在中國所引發通俗文化熱潮依然未減。除了她的電視劇作依然廣受歡迎，根據 2009 年 4 月中國出版科學研究所公佈的《全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查報告 2008》顯示，瓊瑤仍然佔據中國讀者最喜愛作家的第三位，受歡迎的程度僅次於金庸和魯迅（《全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查報告 2008》，2009）。
  - 6 根據張文菁（2008）的研究，指出其實在瓊瑤創作的愛情文藝小說出現台灣文學市場之前，即已有金杏枝與禹其民等作家創作的言情作品流通於租書店通路，不過這些作品「可說是偏重情色」的讀物，但內容又令人覺得沈悶與灰暗」（頁 114）。而瓊瑤小說則「以去性化的描述手法和徹底的『愛情至上主義』拒絕了當時氾濫於租書店中的通俗愛情小說」（頁 122），成為台灣乃至華人社會中愛情文藝小說的正宗。
  - 7 瓊瑤在「作家時期」非常少接受媒體的訪問，就連「皇冠」雜誌，也甚少對瓊瑤這位主力作家進行訪問。即使在瓊瑤在對台灣通俗文化最具影響力的 1960 與 1970 年代，瓊瑤接受專訪的次數都寥寥可數。儘管近年來隨著她逐漸投注在電視戲劇事業上，被視為「戲劇製作人」，而與平面媒體的戲劇記者較為熟稔，也較常在平面媒體上曝光，但仍僅限於新戲上檔前的宣傳期，平常時期，在各種媒體上，依然鮮少見到有關瓊瑤的報導。
  - 8 同樣的結果也出現在陸委會於 1992、1993、1994 連續三年針對台灣地區民眾所進行的國家認同調查。其中 1992 年的調查結果顯示，有 44% 的受訪民眾認為自己是中國人，自認是台灣人的受訪者僅佔 16.7%。至於 1993 年的調查結果，也顯示有 48.5% 的受訪者自認是中國人，而自認是台灣人的受訪者依然維持在 16.7%。到了 1994 年的國家認同調查結果中，由「既是台灣人也是中國人」的受訪者，以 43.2% 的比率首度超越了認為自己是中國人的 24.2%，同時自認是台灣人的受訪民眾也激增至 29%。詳細的台灣民眾國家認同的民調結果，請參考陸委會的網站，網址是 <http://www.mac.gov.tw/public/Attachment/97710232321.htm>
  - 9 Michael Curtin（2005）在一篇討論「類型」與台灣製作的電視劇的文章中，曾經提及【還珠格格】風靡大中華區域市場的現象，不過他把重點集中在當時與湖南電視台合拍該劇的台灣「中國電視公司」總經理鄭淑敏的身上，對【還珠格格】的主要創作者瓊瑤卻隻字未提。
  - 10 這類型的益智節目包括有深圳衛視的【誰比誰聰明】、天津電視台少兒頻道的【你

- 能畢業嗎？】、陝西衛視的【不考不知道】等，已在大陸電視形成一種「小學生現象」。不過，這類節目的真正始祖是美國 Fox 電視網於 2007 年 2 月開播的“Are You Smarter Than a 5<sup>th</sup> Grader?”（王瑩、娜布琪，2008）。
- 11 根據湖南衛視發出的訊息，表示他們將和瓊瑤繼續合作，湖南衛視在 2009 年 9 月底宣佈將重新翻拍【還珠格格】，由瓊瑤擔任編劇，最快 2009 年底即將開鏡（新浪網，2009 年 9 月 23 日）。

## 參考書目

- 《全國國民閱讀與購買傾向抽樣調查報告 2008》（2009）。上網日期 2009 年 5 月 30 日，取自《新華網》：[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/politics/2009...4/23/content\\_11238792.html](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/politics/2009...4/23/content_11238792.html)
- 〈湖南衛視將翻拍《還珠格格》 鄭爽有望演小燕子〉（2009 年 9 月 23 日）。上網日期：2009 年 10 月 3 日，取自《新浪網》：<http://news.sina.com.tw/article/20090923/218082.html>
- 王瑩、娜布琪（2008）。〈中國益智類節目發展狀況及收視分析〉，王蘭柱（主編），《中國電視收視年鑑 2008》，頁 249-259。北京：中國傳媒出版社。
- 王甫昌（2003）。《當代台灣社會的族群想像》。台北：群學。
- 平鑫濤（2004）。《逆流而上》。台北：皇冠。
- 田易蓮（2001）。《兩岸電視劇由抗爭到交流的歷史社會分析》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 尼克、林珊珊、陳婉容（2007 年 8 月 21 日）。〈瓊阿姨 富阿姨〉，《南方人物週刊》，93。上網日期：2008 年 9 月 21 日，取自 <http://www.nanfangdaily.com.cn/rwzk/20070821/gj/200708310023.asp>
- 李紅玲（2008）。〈2007 年全國電視劇播出與收視分析〉，王蘭柱（編），《中國電視收視年鑑 2008》，頁 103-127。北京：中國傳媒出版社。
- 杜素娟（2003）。《烟雨愁人：瓊瑤傳》。南京：重慶文藝出版社。
- 林芳玫（2006）。《解讀瓊瑤愛情王國》。台北：台灣商務印書館。
- 林美璵（1999 年 4 月 20 日）。〈瓊瑤幫大忙 歐陽常林記者變台長〉。《中國時報》，28 版。
- 林美璵（1992 年 1 月 29 日）。〈瓊瑤捧紅了老鄉 湖南電視台〉。《中國時報》，17 版。
- 林麗雲（2006）。〈威權主義下台灣電視資本結構的形成〉，《中華傳播學刊》，9：71-112。

- 柯裕綦（2008）。〈電視的政治與論述：一九六〇年代台灣的電視設置過程〉，《台灣社會研究季刊》，69: 107-138。
- 吳萬萊（1997）。《台灣電視節目製作業之政治經濟分析》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 馬青、林珊珊（2007年8月21日）。〈幾度瓊瑤紅〉，《南方人物週刊》。上網日期：2008年9月21日，取自 <http://www.nanfangdaily.com.cn/rwzk/2007821/gj/200708310022.asp>
- 陳光興（2008）。〈兩岸「分斷體制」：回應白樂晴教授〉，《台灣社會研究季刊》，71: 221-228。
- 陳光興（2006）。《去帝國：亞洲作為方法》。台北：行人。
- 陳婉容（2007年8月21日）。〈瓊瑤台灣遇冷〉，《南方人物週刊》，93。上網日期：2008年9月21日，取自 <http://www.nanfangdaily.com.cn/rwzk/20070821/gj/200708310025.asp>
- 黃年、王維（2005）。《台灣電影百年史話：下冊》。台北：中華影評人協會。
- 黃宗儀（2007）。〈全球都會區域的彈性身份想像：以台北與上海為例〉，《文化研究》，4: 9-40。
- 程筱軒（1986）。〈瓊瑤的夢與真〉，《光華雜誌》，10: 24-31。
- 楊春時（2005）。〈金庸瓊瑤小說的傳播與大陸通俗文學的興起〉。上網日期：2007年4月18日，取自 <http://www.wentan.com/htm/info/Culture/2005-10/27/3167>
- 趙佳美（2009年11月18日）。〈兩岸合拍劇正風行 登黃金檔爭食戲劇大餅〉，《非凡新聞週刊》。上網日期：2009年12月15日，取自 [http://mag.udn.com/mag/newsstand/storypage.jsp?f\\_MAIN\\_ID=76&f\\_SUB\\_ID=4211&f\\_ART\\_ID=222208](http://mag.udn.com/mag/newsstand/storypage.jsp?f_MAIN_ID=76&f_SUB_ID=4211&f_ART_ID=222208)
- 張文菁（2008）。〈瓊瑤出現前後：論「愛情文藝小說」在台灣通俗文學中的地位〉。《兩岸三地當代大眾文化批評研討會論文集》，頁110-123。台北：中國文哲研究所，中央研究院。
- 張時健（2005）。〈台灣節目製作業商品化歷程分析〉，《中華傳播學刊》，7: 137-181。
- 馮建三（2007）。〈台灣傳媒及其政策變遷 20年：以中國為背景與想像〉，《思想》，7: 119-138。
- 褚佩君（2003年7月18日）。〈瓊瑤：台灣已經不要我了！〉，《民生報》，C2版。
- 廖珮君譯（2006）。《文化產業》。台北：韋伯。（原書 Hesmondhalgh, D. [2002]. *The cultural industries*. London: Sage.）
- 簡妙如（2008）。〈全球化的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術〉，《新聞學研究》，94: 1-60。
- 齊隆壬（1992）。〈瓊瑤小說中的性別與歷史〉，林耀德、孟樊（主編），《流行天下一當代台灣通俗文學論》，頁59-65。台北：時報。

- 齊隆壬 (1996) 〈七〇年代台灣瓊瑤電影的歷史再現〉, 劉現成 (編), 《中國電影: 歷史、文化與再現》, 頁 159-169。台北: 台北市中國電影史料研究會、中華民國視覺傳播藝術學會。
- 蔡念中 (1995)。《電視台外製外包制度研究報告》。台北: 電視文化研究委會。
- 劉現成 (2001)。《華人傳播產業分析》。台北: 亞太圖書。
- 劉會召、戴元初 (2009)。〈省級衛視競爭格局解析〉, 崔保國 (主編), 《2009 年: 中國傳媒產業發展報告》, 頁 235-243。北京: 社會科學文獻出版社。
- 賴以瑄 (2008)。《彈性的生產與認同: 鑲嵌在冷戰東亞與文化位階中的「合拍劇」》。台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 龍應台 (2008)。《目送》。台北: 天下文化。
- 瓊瑤 (2007 年 6 月 7 日)。〈致《長沙晚報》讀者的一封信〉。上網日期: 2008 年 9 月 21 日, 取自 <http://ent.qq.com/a/20070607/000294.htm>
- 瓊瑤 (1999)。《還珠格格第二部五之五紅塵作伴》。台北: 皇冠。
- 瓊瑤 (1989a)。《我的故事》。台北: 皇冠。
- 瓊瑤 (1989b)。《剪不斷的鄉愁——瓊瑤大陸行》。台北: 皇冠。
- Bordwell, D. (1988). *Ozu and the poetics of cinema*. Princeton, NJ: British Film Institute Publishing & Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1996). *The rules of art: Genesis and structure of the literary field*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. New York: Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Chan, J. M. (1996). Television in greater China: Structure, exports, and market formation. In J. Sinclair, E. Jacka & S. Cunningham (Eds.), *New patterns in global television: Peripheral vision* (pp. 127-161). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Chan, K. B. (2004). Interrogating identity, ethnicity and diaspora: Three case studies of the ethnic Chinese. In D. Joly (Ed.), *International migration in the new millenium: Global movement and settlement* (pp. 180-199). Burlington, VT: Ashgate.
- Chen, Y. H. (2008). Looking for Taiwan's competitive edge: The production and circulation of Taiwanese TV drama. In Y. Zhu, M. Keane & R. Bai (Eds.), *TV drama in China* (pp. 175-186). Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Cheng, S. (2007). *Popular culture production and exchange in the greater China regional media market: A case study of Taiwan symbol creator Chiungyao's Huanzhu Gege TV drama trilogy*. Unpublished doctoral dissertation, Athens, OH: Ohio University.
- Chow, R. (1993). *Writing diaspora: Tactics of intervention in contemporary cultural studies*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Clifford, J. (1994). Diasporas. *Cultural Anthropology*, 9(3), 302-338.

- Cossa, R. A. (1996). The PRC's national security objectives in the post-Cold War era and the role of the PLA. In B. Lin & J. T. Myers (Eds.), *Contemporary China in the post-Cold War era* (pp. 199-224). Columbia, SC: The University of South Carolina Press.
- Curtin, M. (2005). From Kung Fu to imperial court: Chinese historical drama. In G. R. Edgerton & B. G. Rose (Eds.), *Thinking outside the box: A contemporary television genre reader* (pp. 293-313). Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Dyer, R. (1981). Entertainment and utopia. In R. Altman (Ed.), *Genre: The musical: A reader* (pp. 175-189). London: Routledge & Kegan Paul.
- Foucault, M. (1984). What is an author? In P. Rabinow (Ed.), *The Foucault reader* (pp. 101-120). New York: Pantheon Books.
- Hall, S. (1999). Cultural identity and diaspora. In S. Vertovec & R. Cohen (Eds.), *Migration, diasporas and transnationalism* (pp. 299-314). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Harding, H. (1995). The concept of "greater China": Themes, variations and reservations. In D. Shambaugh (Ed.), *Greater China: The next superpower?* (pp. 8-34). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: An inquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Hettne, B. (1994). *The New regionalism: Implications for global development and international security*. Helsinki, Finland: World Institute for Development Economics Research.
- Hsiao, A. (2000). *Contemporary Taiwanese cultural nationalism*. New York: Routledge.
- Hsing, Y. T. (1997). Building guanxi across the straits: Taiwanese capital and local Chinese bureaucrats. In A. Ong & D. Nonimi (Eds.), *Ungrounded empires: The cultural politics of modern Chinese transnationalism* (pp. 143-164). London: Routledge.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Keane, M. (2004). A revolution in television and great leap forward for innovation? China in the global television format business. In A. Moran & M. Keane (Eds.), *Television across Asia: Television Industries, programme, formats and globalization* (pp. 88-104). London: Routledge Curzon.
- Lang, M. (2003). San Mao and Qiong Yao, a "popular" pair. *Modern Chinese Literature and Culture*, 15(2), 76-120.
- Lash, S., & Urry, J. (1994). *Economies of signs and space*. London: Sage.
- Lee, C. C. (2000). State, capital and media: The case of Taiwan. In J. Curran & M. Park (Eds.), *De-westerning media studies* (pp. 124-138). London: Routledge.
- Li, X. (1998). Introduction: Understanding U.S.-China-Taiwan relations at the turn of the century. In X. Li, X. Hu & Y. Zhong (Eds.), *Interpreting U.S.-China-Taiwan relations: China in the post-Cold War era* (pp. 1-19). Lanham, MD: University

- Press of America.
- Liu, Y., & Chen, Y. (2004). Cloning, adaption, import and originality: Taiwan in the global television formats business. In A. Moran & M. Keane (Eds.), *Television across Asia: Television Industries, programme, formats and globalization* (pp. 54-73). London: Routledge Curzon.
- Ma, L. J. C. (2003). Space, place, and transnationalism in the Chinese diaspora. In L. J. C. Ma & C. Cartier (Eds.), *The Chinese diaspora: Space, place, mobility, and identity* (pp. 1-49). New York: Rowan & Littlefield.
- Madden, N. (2008, April, 21). Unilever sponsors “Ugly Betty” in China. *Advertising Age*, 79(16), 12.
- McRobbie, A. (2002). From Holloway to Hollywood: Happiness at work in the new cultural economy? In P. du Gay & M. Pryke (Eds.), *Cultural economy: Cultural analysis and commercial life* (pp. 97-114). London: Sage.
- McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag trade or image industry?* London: Routledge.
- Ong, A. (1999). *Flexible citizenship: The cultural logics of transnationality*. London: Duke University Press.
- Ong, A. (1997). Chinese modernities: Narratives of national and capitalism. In A. Ong & D. Nonimi (Eds.), *Ungrounded empires: The cultural politics of modern Chinese transnationalism* (pp. 171-202). London: Routledge.
- Rushdie, S. (1989). *Imaginary homelands: Essays and criticism 1981-1989*. London: Granta Books.
- Ryan, B. (1992). *Making capital from culture: The corporate form of capitalist cultural production*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Safran, W. (1991). Diaspora in modern societies: Myths of homeland and return. *Diaspora*, 1(1), 83-99.
- Smart, A., & Smart, J. (1998). Transnational social networks and negotiated identities in interactions between Hong Kong and China. In M. Smith & L. E. Guarnizo (Eds.), *Transnationalism from below* (pp. 103-129). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Williams, J. F. (2003). Who are the Taiwanese? Taiwan in the Chinese diaspora. In L. J. C. Ma & C. Cartier (Eds.), *The Chinese diaspora: Space, place, mobility, and identity* (pp. 163-189). New York: Rowan & Littlefield.
- Yang, M. M. (1994). *Gifts, favors, and banquets: The art of social relationships in China*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Yeh, Y. Y., & Davis, D. W. (2002). Japan Hongsreen: Pan-Asian cinemas and flexible accumulation. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 22(1), 61-82.
- Zhu, Y. (2008). *Television in post-reform China: Serial dramas, Confucian leadership and the global television market*. London: Routledge.

Cultural Flexible Accumulation Across the Taiwan Strait in the Post-Cold War Period:  
The Creative Trajectory of Taiwan's Popular Cultural Writer Chiungyao

Shao-Chun Cheng\*

**ABSTRACT**

Only after 1980s when the Cold War period ended, the popular cultural production started exchanging across the Taiwan Strait. During the post-Cold War era, Chiungyao, a popular novelist, was an influential figure. She not only had already been an established romance writer as well as film maker and TV drama producer in Taiwan, but also became the first TV producer who emboldened other Taiwan TV producers by accomplishing a historical cross-strait TV co-production project. This ambitious move opened the door of cross-strait co-productions. Through these popular cultural exchanges, Chiungyao helped to introduce Taiwanese TV culture to China's unfledged TV industry. Chiungyao also utilized her Chinese diaspora identity to help her hometown Hunan TV industry growing into a robust player in today China's TV landscape. Chiungyao realized how to utilize resources in the cultural industry to build her unique "author position." This paper primarily argues that Chiungyao's creative trajectory deserves more serious

---

\* Shao-Chun Cheng is Assistant Professor at the Department of Communication, Nan Hua University, Chiayi, Taiwan.

analyses, thus we will be able to learn much more about the cultural flexible accumulation practices in the post-Cold War Taiwan and China.

**Keywords:** author position, Chiungyao, cross-strait co-production, flexible accumulation, post-Cold War era