

第一章 绪论

“他们无法表述自己，他们必须被别人表述。”

这句话出自 1852 年马克思所撰写的文章《路易·波拿巴的雾月十八日》。文中除却对法国“二月革命”到路易·波拿巴政变的科学分析和高度评价，还重点讲述了无产阶级被压迫的苦难与被解放的荣光。而这句话，则是对无产阶级长期以来缄默而凝滞的话语与形象的一声叹息。

而论及沉默、被书写却毫无反抗之力的群体，在人类漫长的文明史中，女性，也是一样。千百余年根深蒂固的父权制社会，奠定了夫妻、君臣、父子等一系列阳盛阴衰的二元社会结构和文化逻辑，也将女性的表述和被表述的声音，扼杀在了沉默无语、词不达意或者言不由衷之中。

对女性形象的书写，在我国浩瀚的叙事史上，曾经数以千年也只能被称作徒有其表。她们是史书中的点缀与装饰，是词赋中的托物和隐喻。学界较为公认的对女性的真正书写，始自“五四”时期：时代风云中，她们的形象是对父系秩序最好的控诉证物。自彼时起，百年之间，对女性的书写模式经历了“五四”话语、革命/解放话语以及 20 世纪

八九十年代的寻根 / 伤痕话语等多重变迁后，在后新时期，有了新的可能。随着中国社会改革开放经济转型，电视媒介在这一转型期中崛起为中国大众接受的“第一媒介”，而电视剧，作为电视媒介内容的中流砥柱之一，则成了大众消费故事的“第一载体”（尹鸿，2008）。社会转型也为女性在电视媒介中的塑造提供了更多元的维度、更丰富的内涵，无论是在中国女性本身的角色意识、生存状态、自我设计上，还是在社会观念对女性价值的构建上，都有所体现（陆晔，1997）。

于是，在中国叙事文化空前的大众化、世俗化和消费化后，女性和女性的形象在这场社会结构的分化和社会秩序的重组中，有了新的讲述空间和方式，也勾勒出了新的性别想象图景。

一、电视剧：当代中国第一叙事艺术

约翰·菲斯克（2005：5）曾说，电视是一种文化，是使社会结构在一个不断生产和再生产的过程中得以维系的社会动力的重要组成部分，而意义、大众娱乐和传播就是这一社会结构最基本的组成部分。从这样的视角观之，电视剧，无疑是电视这一文化组成的重要且典型的一环；尤其对我国而言，电视剧与新闻节目、综艺节目组成了支撑电视节目内容生产和播出的“三驾马车”，对电视的收视率和收视份额、文化塑造和价值导向都有着举足轻重的作用。

1930年英国广播公司BBC播出了世界上第一部完备的电视剧——由意大利剧作家皮兰德罗撰写的《花言巧语的人》（*The Man with the Flower in the Mouth*），自此开始的近一百年中，在全世界范围内，电视剧为不同国家和地区的人们提供了一种日常生活中不可或缺的文化消费

方式,不仅是人们组织和思考自身与社会的精神世界、情感方式的一种媒介,还成为观念和价值等话语交流的公共空间,甚至取代了其他的叙事文化形式,成为最为重要的构建人与社会的想象关系的符号系统(曲春景等,2005:1)。

中国的第一部电视剧《一口菜饼子》诞生于1958年的北京电视台(中央电视台前身),讲述了一个忆苦思甜、牺牲奉献的母爱故事,但本质上仍是服务于当时的政治和舆论需要所创作的。从大众媒介与大众文化的标准定义来看,1958—1978年,中国电视尚算不得大众媒介,中国电视剧亦算不上大众文化的承载者。中国电视剧真正成为一个创作上逐渐成熟和传播上影响广泛的叙事文本类型,始自20世纪70年代末80年代初。尤其是进入80年代,随着社会文化的解放、四级办电视的兴起,以及经济增长所带来的电视机的普及,中国的电视和电视剧才真正实现了大众媒介级别的传播覆盖。而从20世纪90年代开始,随着中国电视剧市场化的程度越来越高,电视剧的生产创作更是进入了空前的成长和繁荣期。中国电视剧的生产规模达到每年万集以上,作品数量和观众人数使电视剧成为进入消费时代的中国最重要的文化娱乐方式。而其对当代中国社会的价值观念、文化潮流的巨大影响,使国家主管部门也对电视剧的制作、发行和传播有了更加明细而强化的管理。

2016年,我国全年生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目共计334部14912集^①,中国电视剧产业,目前持续占据着世界电视剧生产量第一、播出量第一、观众数第一的位置。

电视剧的生产依旧强势,但电视剧播出的渠道却在互联网和数字技术兴起后更加多元,除却传统的通过电视频道播出的方式,互联网等新

^① 数据来源:国家广电总局办公厅,2016年第四季度暨全年全国国产电视剧生产完成情况,
http://www.sarft.gov.cn/art/2017/3/30/art_114_32855.html。

媒体也已经成为电视剧播放的重要舞台。随着网络视频行业的快速发展，电视剧进入了电视、网络双平台的两栖时代，电视剧、网络剧之间的界限开始模糊。中国目前的电视剧，无论生产、创作、传播抑或观看，都与互联网密不可分。

近年来，我国电视机的开机率逐年走低，电视作为一种媒介渠道的地位也随之下降。据 CSM 媒介研究的数据，2016 年，中国电视市场的观众收视量与上年相比有所下降，观众人均每日收视时长降到了自 2003 年以来最低的 152.4 分钟。从总体观众的收视量上看，电视观众的流失已成不可扭转的态势（杜宇宸，2013）。观众规模在逐年萎缩，平均到达率也逐年下降。然而在这种总体收视走低的格局中，电视剧仍然是收视贡献的生力军，无论是播出比重还是收视比重都稳居第一。

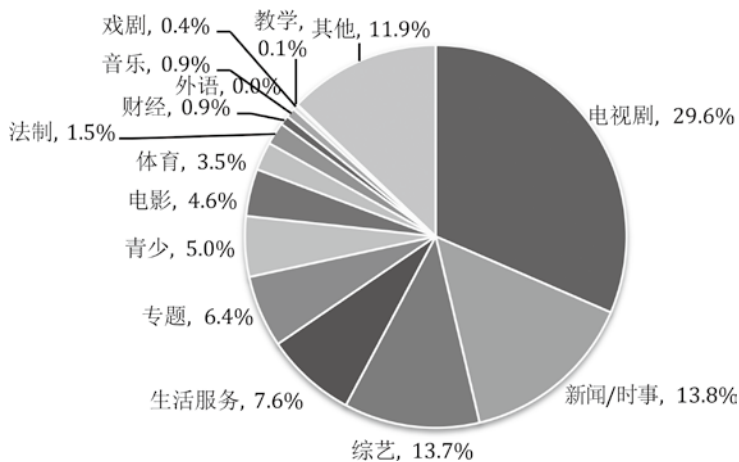


图 1.1 2016 年各类节目收视比重（所有调查城市）^①

^① 数据来源：封翔，2016 年电视收视市场回顾，收视中国 Rating China，<http://www.csm.com.cn/Content/2017/04-26/1522583409.html>。

据北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司公布的“2017 年中国电视覆盖及收视状况调查结果”显示,电视剧依然是 2017 年最受电视观众喜爱的节目类型,喜爱比例达到 74.2%,居各类节目之首^①。

而在网络平台上,根据中国互联网信息中心(CNNIC)2017 年 8 月发布的《第 40 次中国互联网络发展状况调查统计报告》的数据,截至 2017 年 6 月底,中国网民数量已达 7.51 亿,互联网普及率为 54.3%。2017 年,中国网络视频用户达 5.65 亿,其中手机视频用户规模达到 5.25 亿。(CNNIC,2017)

在网络视频的消费中,电视剧占据了较大的份额,因此导致视频网站之间用各种方法生产、引进和竞争电视剧资源。视频网站曾一度掀起“购剧热潮”,不管是海外热播剧集,抑或国内优秀电视剧,都在各大视频网站之间引发抢购大战。然而,高昂的购买费用,再加上相关政策的影响,最终催生了网络视频自制市场的高速发展。从被称为网络电视剧的“自制元年”的 2014 年起,各大视频网站大力自主生产网络剧,尤其在悬疑、搞笑、校园等传统电视剧文化较少展现的类型的剧集生产中,涌现出了一批叫好又叫座的作品。但双平台对电视剧资源的竞争,依旧激烈。

媒介形态在创新和改变,受众的媒介使用习惯也在随之适应和改变,但是电视剧作为一种重要的媒介文化内容和故事消费形态,依然地位强势而稳固,依然扮演着“第一叙事”载体的角色。

二、家庭伦理剧:家庭叙事的艺术传统与女性形象的时代舞台

电视剧这样一种以叙事为核心的大众文化样态,在当下中国的社会文

^① 数据来源: https://news.uc.cn/a_16445325138788762938/。

化影响力度超越其他叙事艺术，有学者称其为以“主流故事平台”的身份肩负起了“公共话语空间”的职能。而正是基于这一颇具中国特色的历史承载和文化身份，中国电视剧的美学品格的提升流变与时代语境的整体变迁之间一直有着千丝万缕的内在联系（张育华等，2008）。在中国，电影和文学都还有颇多自我表达的个人因素存在于创作之中，然而电视剧则较少呈现个性，更多关注共性，一直可谓时代景象的镜子：或直接投影或间接影射，或白描或夸张地，进行着对社会故事、社会问题的想象性构建与想象性解决。就这一意义而言，中国的电视剧一方面是对社会政治、经济、文化变迁的一种影像记录；另一方面，也适应着主流价值构建的意识形态需要，扮演着社会价值导向的角色（吴秋雅，2008）。

发展到今天的中国电视剧，从最开始的审美单一到如今的风格多样，电视剧生产的市场化导致了电视剧创作的类型化。然而目前对类型电视剧的标准莫衷一是，加上一些电视剧本身就题材混合、界限模糊、类型化程度不足，所以中国电视剧只有大致的分类，而没有形成全面覆盖或绝对标准的业界或者学界共识。即便如此，从题材划分来看，有几种电视剧却因其相对分明的主题选择、相对突出的艺术风格、相对稳定的情节模式、相对成熟的制作品质以及极具规模的生产数量，已经形成较有中国特色的类型化电视剧，如主旋律题材电视剧、历史题材电视剧、家庭伦理电视剧等。

而某种意义上，无论是哪一种类型的电视剧，家庭的悲欢离合基本上都会构成重要的叙事动力。

比如主旋律如红色革命历史题材电视剧，往往承担着解读正统政治历史、引导主流价值观念等作用；但在近年来，这一主流意识形态的作品，更多地通过将小人物的家庭叙事和国家的宏大叙事结合起来，进行书写和表现。其旧有的仪式感、宏大感被更加微观和碎片的小人物传记

和小人物家族叙事所取代，而个人故事又和国家命运交织起来，在家国同构逻辑之间，传达的仍然是对主流文化的认同和巩固。

又比如历史题材电视剧，曾经的历史正剧如《康熙王朝》《大明王朝 1566》等，虽都有“以史为镜”的历史材料作为电视剧的底色，但都不可避免地加入了家庭叙事的元素，帝王在九五之尊之外，亦是儿子、丈夫和父亲等世俗家庭角色。而随着电视剧市场化和流行文化的后现代化，历史渐渐大量成为和历史真相与社会问题皆无关系的消费品，成为“大众消费中时间的商品化”（Lu，2007：144）。历史作为消费对象被无尽改编，本质上更像是搭在历史舞台之上出演的现代剧。历史剧中的人物的历史维度都不再重要甚至被彻底舍弃，反而是其身作为夫妻、恋人、子女、朋友等世俗角色（主要仍是家庭或者准家庭维度上）的身份往往彻底地决定了故事走向，而家庭角色或准家庭角色的聚散离合、喜怒哀乐成为更主要的叙事动力。

从上述两例可以看出，我国电视剧传统的核心叙事常常难以脱离家庭故事。而最主要的家庭故事，当然还是由家庭伦理剧来讲述和呈现。家庭伦理电视剧是以家庭为主要叙事场景，以家庭成员之间、家属之间的关系和情感纠葛为主要表现内容，以揭示相关人物在家庭生活中表现出的道德境界、文化价值观念为审美旨归的电视剧作品（吕乐平，2007：1）。当代家庭伦理题材的电视剧，是在对时代文化的记录、呈现和建构中，以当代生活为主要表现对象的剧种，因其现实主义的风格，在人物塑造上提倡以“普通人”为主人公，在情节选择上偏向老百姓的生活戏，因此受到了观众的青睐。表面上看，这些故事的场景过于生活化、充满着家长里短，似乎与社会的重大问题关联不大；但实际上，社会变革和社会转型的最本质和最真实的东西，正是反映在这些最平凡而日常的生活点滴之中（陈友军等，2013）。家庭伦理剧对社会变迁、时代潮

流的密切关注和映射，对生活和大众的贴近，使之不仅是电视市场上最重要的剧集类型之一，也是精神文明建设“五个一工程”奖、“飞天奖”、“金鹰奖”等电视界重要奖项的获奖常客。

家庭伦理剧也可进行更细致的划分，如更注重代际关系和血缘关系呈现的亲情剧，或者更注重探讨当代婚姻和男女问题的婚恋剧。较之其他剧种，家庭伦理剧有着其他题材电视剧不可比拟的与现实社会的对接与对话能力，故一直在观众中广受拥戴。

表 1.1 2007—2011 年晚间主要题材电视剧的播出比重 (18:00—24:00,80 城市) %^①

题材	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
反特 / 谍战	3.6	5.1	9.6	10.1	12.9
都市生活	11.0	11.1	11.3	13.0	12.7
近代传奇	6.7	8.7	11.6	12.9	11.8
社会伦理	10.3	10.8	13.8	14.1	11.0
军事斗争	4.3	3.4	5.3	6.5	8.7
言情	17.3	14.2	8.3	8.2	7.2
警匪	6	6.8	5.6	4.2	4
戏说演绎	4.7	3.1	3.1	3.2	4
神怪玄幻	2.8	1.9	2.3	3	3

从表 1.1 的数据可见，在这种分类下，与家庭伦理相关的都市生活、社会伦理和言情题材，在我国的电视剧消费市场上一属于播出主力。这其中固然有政策与市场的相关影响，但也与观众对其的接受密不可分。

而这并不是本书将研究对象锁定为家庭伦理剧的全部理由。本书对其的关注，还因为中国当代的家庭伦理剧，从文化研究的视角来看，具有典型适宜女性主义视角研究的价值。

① 数据来源：CSM 媒介研究，<http://www.csm.com.cn/index.php/knowledge/showArticle/ktid/1/kaid/743>。

首先，家庭伦理剧对女性尤其是两性关系的书写尤为看重。从社会历史渊源来看，女性和家就有着莫大的关系。在中国传统的男权社会，或者称为父权制社会中，家庭的角色不仅仅是社会分工结合或者是繁衍社会成员的单位，更是一种对女性的统治单位，对女性发挥着父权社会国家机器的功能；家庭规定女性的行为准则，在家庭中的地位也就标定了女性的本质和地位（孟悦等，2004：5）。在西方历史中也一样，女性往往被期待为“家中天使”（The Angel in the House）（Gilbert et al., 2000：22），即便到了19世纪，启蒙运动与工业革命都已过去百年，西方主流文化也坚持着旧有观念，认为理想中的妇女的家庭应该远离现实社会中的竞争（郭俊等，2003），妇女在她的家门口以内是秩序的核心、痛苦的安慰和美的镜子（拉金斯，1999：84）。由此观之，无论中西，女性的解放和自由，一直和女性与家庭的关系紧密相连，因此在对女性的形象刻画中，也一直离不开对女性与家庭之间关系的书写。

其次，中国家庭伦理剧的创作者中女性从业人员尤其是女性编剧人数众多。甚至有研究者直接认为，女性由于本身的观察、思维能力较为细腻，因此更适合分析婚恋问题，故女编剧盛行已经成为婚恋题材的中国家庭伦理剧的特色之一（崔娜，2005），如《不要和陌生人说话》《天堂鸟》《孝子》等的编剧薛晓路，《金婚》《金婚风雨情》《假如生活欺骗了你》等的编剧王宛平，《双面胶》《蜗居》《王贵与安娜》等的编剧六六，《牵手》《中国式离婚》《新结婚时代》等的编剧王海鸰，《双城生活》《我的美丽人生》《媳妇的美好时代》《保姆》等的编剧王丽萍等。众多热播且具有社会影响力的家庭伦理电视剧出自女性编剧之手，而不像历史题材等电视剧多是以男性编剧独占鳌头。家庭伦理剧的创作，是电视剧创作中与女性最为密不可分的类型之一。

表 1.2 中国家庭伦理剧重要女编剧及其作品一览

编剧名	主要家庭伦理剧作品
薛晓路	《不要和陌生人说话》(2002)、《天堂鸟》(2003)、《你在微笑我却哭了》(2004)、《孝子》(2006)等。
王宛平	《天在上》(2003)、《我的泪珠儿》(2005)、《真情年代》(2005)、《金婚》(2007)、《金婚风雨情》(2009)、《假如生活欺骗了你》(2012)等。
六六	《双面胶》(2007)、《双面胶 2》(2007)、《蜗居》(2009)、《王贵与安娜》(2009)等。
王海鸰	《牵手》(1998)、《不嫁则已》(2002)、《中国式离婚》(2004)、《新结婚时代》(2006)、《相伴》(2009)、《新恋爱时代》(2013)等。
王丽萍	《婆婆媳妇小姑》(1996)、《夫妻冤家》(1998)、《2000 年我们结婚》(1999)、《我要结婚》(2000)、《女人不麻烦》(2001)、《错爱一生》(2005)、《媳妇的美好时代》(2009)、《双城生活》(2011)、《媳妇的美好宣言》(2012)、《生活启示录》(2014)等。
彭三源	《今生是亲人》(1999)、《都市丽人行》(2001)、《半路夫妻》(2004)、《亲兄热弟》(2005)、《靠近你,温暖我》(2006)、《人到四十》(2012)等。
陈彤	《说好不分手》(2010)、《你是我爱人》(2011)、《妯娌的三国时代》(2012)、《一仆二主》(2014)等。
臧希/臧里	《浪漫的事》(2003)、《玫瑰刺》(2009)等。
顾伟丽	《亲情树》(2002)、《香樟树》(2004)、《美女也愁嫁》(2006)、《爸妈不容易》(2007)、《相思树》(2008)、《人到中年》(2009)等。
王静茹	《千娇百媚》(1999)、《真情岁月》(2003)、《大声呼唤你回来》(2008)、《新女婿时代》(2012)、《我的闺蜜婆婆》(2012)、《老公的春天》(2007)等。
赵晨阳	《十月怀胎》(2005)、《说谎的爱人》(2009)、《AA 制生活》(2012)、《老米家的婚事》(2012)等。
陈彦	《深度诱惑》(2004)、《宽恕》(2007)、《养父》(2009)、《婚巢》(2010)、《老有所依》(2012)等。
李潇	《夫妻时差》(2005)、《麻辣婆媳》(2006)、《老伴》(2007)、《当婆婆遇上妈》(2010)、《大男当婚》(2012)、《我爱男闺蜜》(2014)等。
高璇	《我的青春谁做主》(2009)、《婚姻保卫战》(2010)、《哎呀妈妈》(2012)等。
万方	《空镜子》(2001)、《空房子》(2004)、《你是苹果我是梨》(2005)、《空巷子》(2007)等。

最后，女性在电视剧观众尤其是家庭伦理电视剧观众之中比例很高。在我国电视剧收视观众占比 54.2% 的女性观众，平均每天收看电视剧 56 分钟，男性为 46 分钟^①；电视剧的收视上，男女颇为悬殊。因此，有人甚至直接把电视剧称为“女性剧”，因为电视剧的女性特征明显（张宁等，2013：66）。而在电视剧的诸种类型中，家庭伦理剧的女性观众比例是相对最高的。

因此，家庭伦理剧从文本、传者、受众等多个维度，都有非常强烈的女性元素，加之电视剧，尤其是家庭伦理题材电视剧在当代中国的大众叙事文化中的典型性与重要性，家庭伦理剧中的女性形象，便成了一个女性主义研究的上佳样本。有学者说，女性的地位是衡量一个民族文明程度的最好尺度（倍倍尔，1995）。而检验一个社会的女性解放的程度，可以从时代的大众文化入手，因为文化镜像往往和社会现实互为因果。社会文化可以看作符号互动的过程，人对自我、对社会的认知，往往通过符号和话语的交流制造和习得（李银河，2004：5）。那么大众媒介产品作为当代重要的符号交流，家庭伦理剧又作为其中格外受到女性关注的类别，它制造着怎样的形象符号和性别话语，又隐含着怎样的文化意味和社会寓意，便是一个值得探索的问题。

三、中国家庭伦理剧的研究现状

按照理论分野，目前对中国家庭伦理电视剧的研究大致可以分为以下几类。

^① 数据来源：张海潮，白芳芹，潘超编著：《剧领天下：中外电视剧产业发展报告（2012—2013）》，8 页，北京，中国民主法制出版社，2013。

（一）媒介研究视野内的家庭伦理电视剧研究

媒介研究视野内的家庭伦理电视剧，是将电视剧作为一种大众媒介传播的文化内容，故其研究大多基于电视剧作为一种文化产品的定位而展开，关注的是家庭伦理电视剧作为一种电视产品亚类的生产和传播。在这一类研究中，基本上的研究时间起点都为 1990 年《渴望》的开播，所以对家庭伦理电视剧的跨度就限定在最近 20 余年。这 20 余年中，家庭伦理电视剧是怎么从筌路蓝缕走上类型化之路则是一个关注重点。研究者关注从电视剧编写到受众接受再到电视剧制作方的诉求等生产、传播的不同环节，因为这些都是导致家庭伦理电视剧乃至整体电视剧的类型化的必然原因（吴琼，2012）。在形成类型电视剧之后，也有人观察到，家庭伦理电视剧作为一种在中国相对成熟的电视剧，经历了滥觞期和发展期，目前逐渐显示出和其他类型融合的趋势，以打破固有的家庭伦理电视剧的套路（杨爱君等，2010）。

在媒介研究视野内，与相对泛滥的类型研究相比，对媒介的生产、机构以及受众的研究都还相对不足。

（二）文化研究视野内的家庭伦理电视剧研究

文化研究一直关注阶级、性别、种族等问题。文化研究视野内的家庭伦理电视剧，着重的是对电视剧呈现出的家庭中的伦理关系和权力关系的分析。马克思主义、女权主义、结构主义符号学和后结构主义，以及后现代和后殖民主义，作为文化研究的四大理论支柱（朱立元，2005：431），则在对中国家庭伦理电视剧的研究中多有应用。

对家庭伦理电视剧中的女性形象已是一大重点。不管是婆婆、媳妇，

还是母亲和女儿，其角色塑造和价值取向都被研究较多。基本上，研究者还是认为家庭伦理电视剧中的女性形象虽是当代作品，但价值观仍然非常保守，带有较为强烈的守旧思想和男权特征。比如婆婆，作为一个家庭伦理剧中的常见形象，对其的塑造便可见一斑。虽然处在时代变迁中的婆媳关系往往代表了传统女性和现代女性的两套价值观，其摩擦不可避免，但是在电视剧中的这一摩擦，往往还带有男性隐形的在场。研究者认为，不同家庭伦理剧的婆媳塑造基本上大同小异，都关注婆婆如何训导、教化媳妇按照夫家的规则举止言行，本质上都是传统的“三从四德”和温良恭俭。所以研究者认为婆婆这一形象往往代表的是男性的主张，她对媳妇的改造模式也是依照男性理想中的女性而来。母亲形象也概莫能外。母亲的形象更是在电视剧中被深度类型化，这样一种包含着牺牲、奉献、无私等道德品质的性别意识形态，体现了男权对女性角色的一种理想化想象和期待。母亲形象成为一个构建女性性别特征的“本质主义”的符号（何金梅，2009）。还有一类特殊的女性形象也被关注到，那就是第三者。在近年的家庭伦理剧里，男性和女性第三者形象皆有，但是女性的第三者设计比例明显更大。这其中，包含着从传统的“狐狸精”形象开始的对女性的潜在建构（景秀明，2008），也暗合了男性潜藏的理想女性形象和男女关系欲望，具有某种镜像意义（贺艳，2008b）。

而父子关系也是一个研究重点。在传统家庭伦理里，“子”之于“父”，其实也有近似“妻”之于“夫”的那种“阴”之于“阳”的关系。夫权、父权、君权，在中国都是等价同构的。有研究者认为，在当代电视剧中的父子关系，表面向上有着父亲权威的失落和儿子的自我放逐式的反叛，但是不曾构成对父子之伦的真正威胁，父亲在道德上的形象优势仍然存在（贺艳，2008a）。

这一类研究目前就单文本或数个少量文本展开分析的居多，中观和

宏观层面的分析或是共时性与历时性的建构都尚有所不足。

（三）叙事学视野内的家庭伦理电视剧研究

对于家庭伦理电视剧的叙事研究，是这一研究对象下相对成熟和丰富的一个领域。学界目前在家庭伦理电视剧的叙事研究上，达成了一些相对的共识。

首先，家庭伦理电视剧的叙事被称为一种日常生活叙事，它不以反常的冲击性吸引观众，而是以日常经验、家庭故事的绵延讲述作为主体（尹鸿等，2004）。在这一叙事特点下，人物的日常化存在状态得到了大量的表现，角色的圆整性得到了更多叙事主体的注意，生活的质感在文本中大大加强，平民百姓占据着越来越多的叙事空间，这一切构成了新的叙事语境，拉近了叙事文本与一般受众的距离（吕乐平，2007：119）。

其次，在日常性和生活性叙事风格的前提下，家庭伦理电视剧的叙事结构也有着对应的特点，这主要体现在多线叙事结构的安排上。家庭剧在叙事结构上呈现出双线乃至多线的叙事结构，起承转合等诸多方面都充分含有传统叙事的参差错落（戴清，2007）。这种多线索叙事结构也就使得家庭伦理电视剧的人物设置往往众多，且人物往往依靠家庭内的关系或者家庭与家庭之间的关系构成某种更加复杂的网状结构。

再次，日常叙事还使冲突这一叙事动力基本上也属于“生活流冲突”，生活中的大小摩擦成为叙事动力，叙事冲突多日常性，少奇观化。基本上，最典型的家庭伦理电视剧冲突，都是悲欢离合的日常人际冲突。

此外，我国家庭伦理剧的一些特色叙事，如苦情叙事等，也被研究者有所注意和涉及。

（四）其他角度的家庭伦理电视剧研究

对于家庭伦理电视剧的研究，还有历时性的电视剧史研究、共时性的跨文化对比研究以及个案研究等。

家庭伦理电视剧的历时性研究既在别的研究话题（如电视史）中有所涉及，也有相对专门的文章。但是总体来说，对家庭伦理电视剧的历史研究目前还比较粗放，如将之分为发生时期（1979—1989年）和发展时期（1990年至今）的二分法（吕乐平，2007：2-8），或者20世纪80年代初至1992年的成型期、1993年至1999年的成长期、2000年至今的兴盛期的三分法（胡丹，2006）。对于电视剧最繁盛的后新时期，大部分的研究都直接以1990年《渴望》的播出作为起点，而将此后的20余年当作一个整体研究。因此，家庭伦理电视剧的历史研究目前还不够细致。

家庭伦理电视剧的共时性跨文化对比研究主要是跟美国、日本、韩国等电视剧生产大国的比较。而这其中，日韩与中国的对比研究尤其突出，特别是韩国的家庭剧。这一方面是由于韩国电视剧应该属于目前中国电视台播出的进口电视剧中最具影响力的；另一方面，也是因为韩国和日本受到中国的儒家文化影响较为深远，同属儒家文化圈而拥有近似的家庭观念与家庭伦理，这也在一定程度上导致了中日韩三国的家庭电视剧的艺术风格和内容呈现有较多可比之处。目前的研究结论中大多偏向肯定日韩的电视剧创作经验，尤其是如何将传统的儒家文化与现代的西方观念结合（李胜利，2008），日韩的电视剧提供了一种路径参照。

国外对中国家庭伦理剧的研究，也多属于这种共时性跨文化视角，一般较多地关注了全球化背景下中国电视剧中的跨国文化、政治等主题，

比如关注全球化语境下中国家庭伦理电视剧的文化内涵中的国家身份认同 (Lu, 2000), 还有更具体的, 比如探讨《渴望》在结构上受到美洲电视节目的影响,《编辑部的故事》的角色设置多有对美国情景喜剧的学习和模仿等 (Zhu, 2005)。

此外, 关于家庭伦理电视剧的研究中还有着新历史主义、个案分析等其他研究路径。

四、叙事文本中女性形象的研究现状

(一) 文学批评与女性形象研究

女性主义是理论学界较少的行先于言的学说, 要谈女性主义理论, 则要从女性主义运动讲起。

两个多世纪以来, 女性主义有三次影响较大的运动浪潮。有学者这样简要地概述女性主义运动的目标: 女性主义运动是向传统劳动分工方式的挑战 (李银河, 2004: 29)。早期的女性主义和女性主义者被统称为第一次女性主义浪潮, 第一次女性主义浪潮的抗争结果, 是为西方女性争取到了选举权、受教育权和就业权利。而对中国而言, 当时也有一些女性解放运动与西方的这一浪潮相呼应, 如女学的兴办、共爱会等女性组织的兴起等, 虽未取得和西方同等的运动成果, 例如民国政府在女性的选举权和被选举权问题上一再搪塞推诿; 但阻力之下, 也迈出了我国女性解放的坚实的第一步。第二次女性主义运动的高潮则是在“二战”之后, 集中于 20 世纪六七十年代, 在女性已经拥有了选举权、受教育

权和就业权之后，旨在批判各个领域里的性别主义和性别歧视。而女性主义理论的研究成形，便是与第二次女性主义运动密切相关。

西方的女性文学批评最初具有影响力的两位领军人物当属弗吉尼亚·伍尔夫（Virginia Woolf）和西蒙·德·波伏娃（Simone de Beauvoir）。前者在《自己的一间屋》等一系列著作中，坚定地相信女性文学传统的可能，并从女性文学谈到了更深远的女性在历史中所拥有的社会地位、经济地位、教育条件等广义的文化语境，在此基础上，伍尔夫最早提出了“双性同体”的思想——“在我们每一个人当中都有两种力量在统辖着，一种是男性的，一种是女性的”，“正常而又舒适的存在状态，就是在这两者共同和谐地生活、从精神上进行合作之时”，“柯勒律治说，伟大的脑子都是雌雄同体的”（伍尔夫，2001：578）。波伏娃则以1949年出版的著作《第二性》奠定了在女性主义研究中的地位。该书提出了一个重要的观点，即“一个人之为女人，与其说是‘天生’的，不如说是‘形成’的。没有任何生理上、心理上或经济上的定命，能决断女性在社会中的地位，而是人类文化之整体，产生出这居间于男性与无形中的所谓‘女性’”（波伏娃，1986：23）。这引发了对于女性的探讨，女性究竟是“自然的”还是“社会的”？由此，社会性别（Gender）被提出，并且成为女性主义理论其中的一个核心概念，在探索女性为何受到压迫，不平等性别关系是如何形成的，以及怎样促进女性的思想解放等方面，发挥了重要作用（刘霓，2001）。

而自发端之后，女性主义文学批评大概可以分为两大主要派别，即英美派和法国派。不同派别在不同时期的理论和主张有所变化，但英美派女性主义文学批评有一点一以贯之，那就是发掘女性自身的文学传统，建立女性文学史，并在此基础上强调女性作家之间的关系，来对抗和摆脱强势的男性中心的文学传统对女性的压抑和遏制（朱立元，2005：350）。而法国女性主义文学批评则更具有解构主义的特色，虽仍然重视

女性的写作文本和使用语言，但本质上对“女性文学传统”等命题持怀疑态度，甚至认为寻找所谓“女性文学传统”的过程，在某种意义上也是巩固男权文学强势地位的过程。此外，在西方女性主义文学批评话语中，黑人和女同性恋的女性主义文学批评也不可忽视，它们提供了新的视角，作出了独特的贡献。

就我国而言，对女性的书写在几千年的历史中虽一直或明或暗存在，然而具有女性意识的叙事乃至女性进行自觉的文学创作，应该从近代开始算起。两千年的父与子的权力循环的话语体系中，极端一点来说，女性只是存在，而并未活过。在父权秩序统领的社会中，有妻子、有女儿、有妇人、有婢妾，而没有女性。但，从秋瑾的时代起，中国出现了一批批真正代表新社会力量的女性社会活动家、女演讲家、女宣传者、女革命家和女战士（孟悦等，2004：25）。到了“五四”时期，更是崛起了新文学的三代女性作家，其创作始自“五四”，影响绵延至解放后，共同构成了中国现代文学史上的“女性文学”（游有基，1994）。

由此发源的女性叙事文学，在革命话语的时期相对沉寂，如有研究者这样评价“十七年文学”：在一个所谓没有性别差异的年代的文学中，可以看到性别原来以另一种话语方式出现，并紧密地与当时的政治运作和意识形态缝合着。主导的男性叙事话语只是把“女性的”变成“男性的”，貌似“无性别”的社会，文化氛围压抑着的只是“女性”而不是性别本身，而突出的或剩下来的“男性”又受到背后的集“党”“父”之名于一身的更高的权威所支撑，成为唯一认可的性别标签（陈顺馨，1995：22）。

然后在“文革”结束的新时期，女性作家和女性叙事再一次“浮出历史地表”，张洁、张抗抗、王安忆、铁凝、池莉等一系列女性作家涌现，

新时期的女性话语和女性叙事依然与主流的男性话语产生着合谋也保持着张力。

而我国对女性文学的研究则要远远落后于创作。20 世纪二三十年代有人提出了妇女文学等提法,而并未展开讨论。真正进入学界视野的“妇女文学”研究是从 80 年代的外国文学翻译和介绍工作开始的。1983 年,吴黛英的文章《新时期“女性文学”漫谈》发表,在标题内直接使用“女性文学”这一表述,不少人认为,这标志着“女性文学”作为一个概念术语,正式进入了新时期文学评论界(降红艳,2002)。而我国的女性文学研究始自相关理论的翻译和介绍,其发展初期就难免是以西方女性文学研究为参考和基础,以西方理论批判中国现实。到了 80 年代中后期,女性文学批评逐渐进入了自觉阶段。受西方影响的女性意识的观念得到重视,女性是否意识到自我在男权社会中遭受到不公平或者压迫,被视作是否觉醒的标准,这一女性意识的强调,给女性文学批评提供了新的理论基点(刘钊,2004)。由此,一系列的女性文学批评著作诞生,如孙绍先的《女性主义文学》(1987),陈素琰的《文学广角的女性视野》(1988),王绛的《女性与阅读期待》(1991),陈顺馨《中国当代文学的叙事与性别》(1995),刘慧英《走出男权传统的藩篱——文学中的男权意识的批判》(1995),林丹娅的《当代中国女性文学史论》(2003),孟悦、戴锦华合著的《浮出历史地表——现代妇女文学研究》(2004),戴锦华的《涉渡之舟:新时期中国女性写作与女性文化》(2007)等。

(二) 大众媒介研究与女性形象研究

就西方的女性主义研究而言,直到 20 世纪 70 年代,其研究都还往往集中在人文科学范畴内,而不是在社会科学领域。而对大众媒介的女

性视角切入，是从文化研究领域开始的。随着“社会性别”成为女性主义之中的一个关键词，“社会性别”作为一种社会文化的属性也被强调。大众文化是关于意义和价值在一个社会之中被建构与勾连的情境与形式。这些文化的形成过程，从大众媒介的意义生产与接受而言，具有制度的形式；而从人与人之间、各种文化和其他群体之内的符号互动来看，这些过程也是在日常生活中产生的。即使不是唯一的，社会性别也不可避免地成为文化构成的关键要素（van Zoonen，2007：8）。

大众媒介主宰的流行文化，如肥皂剧、家庭剧、言情小说等在西方的女性主义研究中崭露头角，甚至后来成为女性主义批评的中心议题。研究者们关注的议题广泛，从传媒行业女性员工的聘用制度到大众媒介中的女性形象，皆有所研究洞察。20世纪70年代，许多的美国电视台遭受女性团体抗议，因为电视台的节目要么对女性议题忽略，要么在再现女性上有着社会性别歧视。她们认为媒介，尤其是电视，应该展现更加积极、自由的妇女角色模式（Cantor，1988）。

总的来说，在西方大众媒介研究中的女性主义主题主要可以分为以下几大类：

首先是刻板印象（stereotype）研究。这一方面的研究最早由塔奇曼（Tuchman）提出完整的理论框架，她认为电视对妇女进行了象征性歼灭（symbolically annihilates），男人主导着各种电视节目的生产和编码，女性只有在肥皂剧当中才是主角，而肥皂剧中的女性塑造，却暗示女性，除开妻子和母亲之外的身份，其他都不重要。在这些刻画中，电视通过把妇女塑造成无能、次等和对男人毕恭毕敬的形象来象征性地贬低妇女（van Zoonen，2007：22）。这一类的研究往往运用量化的内容分析和社会实验的方法，目前已经取得了丰富的研究成果。对刻板印象研究的批评主要针对其对媒介内容的过度重视，而忽视了受众的能动性。

其次是色情 (pornography) 研究。在研究初期, 色情研究并没有像刻板印象那般受到研究者的重视; 70 年代, 以特尔玛·麦科马克 (Thelma McCormack) 对媒介研究成果的评价开始, 她发现很多研究具有男性观点, 聚焦色情媒介的消费功能, 而遗忘了其对女性的贬低。自此开始, 不少女性主义者认为, 包含色情内容的文化产品, 实际上是把女性物化为令男人愉悦的客体, 而且这一过程往往带有暴力和权力的性化, 从而建构起了通过权力与暴力寻求愉悦的父权性欲形式 (van Zoonen, 2007: 25)。甚至还有更激进的女性主义者如安德烈亚·德沃金 (Andrea Dworkin), 认为色情是女人蔑视女性的终极形式。色情不等于自由地描述裸体和性爱, 色情也绝不是简单的性幻想的呈现, 大众文化的色情消费中, 包含的实质仍然是男性对女性的掌握和把控 (van Zoonen, 2007: 26)。

再次是意识形态 (ideology) 研究。女性主义者中对意识形态研究较多的是较为激进的学派, 他们结合经典马克思主义对资本主义与女性压迫的批评、拉康的心理分析对阳具崇拜等鞭辟入里的洞察, 以及西方马克思主义学派如阿尔都塞的意识形态理论与葛兰西的文化霸权理论, 论证媒体是如何在当代社会成为霸权中介并构建了性别霸权。心理分析、结构主义和符号学较多地被用在了意识形态研究之中。

除此之外, 更多的文化研究范式、传播学范式也在渗透着女性主义, 媒体的仪式化、社会化、扭曲化等议题也都从女性主义角度产生着研究成果。

我国的大众媒介研究视野下的女性形象研究, 很多原始理论和范式都借鉴自西方的研究成果。目前我国的研究者最关注的是三类媒介类型中的女性形象:

(1) 广告中的女性形象。大部分研究者都认为, 广告中的性别歧视倾向十分明显, 具体表现在强化传统的性别角色分工、强化女性的文

化客体、将女性商业化作为盈利手段、宣扬青春和色情等方面（刘达临等，1998）。广告中的女性形象往往具有“性暗示”，能激发男性潜在的“性幻想”，广告策略往往是向男士们暗示：广告中的性感女郎即将是您使用产品的回报（丁小斌等，2002）。也有研究者是从功能学派的角度，对广告中的女性形象的消费持积极态度。他们认为广告中的女性总体形象正面美好，并且与社会习俗风尚、经济发展相适应，很大程度上代表了当今中国女性的整体面貌（杨瑶，2007：6）。

（2）主流话语中的女性形象。这一类研究关注“女性”这一相对边缘的性别，在大众媒介最核心的话语中的建构。如有对《人民日报》中女性形象的梳理，有对主旋律电影、革命历史题材电视剧中女性形象的探讨，甚至还有对人民教育出版社的语文教科书中女性形象的前后对比研究。这一类研究目前的结论没有太多令人意外之处：主流话语中对女性的表述较为谨慎，没有明显的性别歧视（姚鹭鹭，2007：38），但表达空间尚显狭小，传播者的性别意识和文本的女性视角有待增强（杜晓娜，2011：24）。

（3）目标受众以女性为主的大众媒介产品中的女性形象。这当中，几份女性报刊被研究的频度较高，如《家庭》《女友》《中国妇女》《瑞丽》《中国妇女报》《都市女报》等。这些女性报刊中的女性形象往往以正面为主，新时代女性的形象和传统女性的塑造被同样重视和受到积极反馈，呈现了一定的文化多元（赵文娟，2012：34-41）。但有时也过分强调男女平等以至于忽略了女性生理特征，使之成为没有性别特征的符号型人物（遇莹，2010：32）。除开报刊，就属电视媒介的女性节目被研究较多，栏目如《天下女人》《非诚勿扰》的关注者较多，剧集如情感剧、后宫剧的研究者甚众。研究者认为电视女性栏目所表现和塑造的女性形象大抵有这样的倾向：现代女性形象、中产阶层倾向、

角色冲突的矛盾形象和文化产品的广告形象等（苏杉，2006：4），相对多元化，但未颠覆男性霸权；而影视剧大抵也是较为多元，却未能摆脱一些模式化的塑造。

五、本书的研究问题与研究方法

（一）研究问题

中国叙事文化空前的大众化和消费化，在新的社会、文化、艺术、经济的语境下，使中国电视剧尤其是家庭伦理电视剧成为对女性书写的一个典型样本。家庭伦理剧的主要观众是女性受众，而主要故事亦往往围绕夫妻、婆媳、婚姻、代际等与女性休戚相关的话题展开；再加之家庭伦理剧的编剧中女性比重甚高，因此家庭伦理剧在传者、文本、受众等多方面的构成元素上有着非常强烈的女性气质，即西方研究者所称的“女性制作、为女性制作、关于女性”（by women, for women and about women）（Mulhern，1985：1）。

本书的研究将关注中国家庭伦理电视剧这一影响连续且深远的电视剧类型中的女性形象，重点聚焦《渴望》播出以来这20余年间的家庭伦理电视剧，这些电视剧在本书中亦被称作当代家庭伦理电视剧。“当代”这一时间概念在历史学、文学等不同的学科中划定的界限有所不同，本书所讨论的当代电视剧系指90年代开端的市场化、消费化和大众化的电视剧。本书将以在飞天奖、金鹰奖等电视界重要奖项中有所斩获的剧集以及在社会上热播热议的剧集为核心，试图为以下问题寻找答案：

第一，整体而论，家庭伦理剧中的女性形象，结合我国叙事文本中女性形象的历史看来，有怎样的历时性变化，形成了怎样的共时性结构？

第二，作为一个以女性故事为主题、以女性形象为核心的电视剧类型，在对于女性的塑造以及对性别关系的呈现中，家庭伦理剧是否有新的重点和模式，如果有，新的重点和模式又是什么？

第三，在这样一个“女性制作、为女性制作、关于女性”的“女性剧”中，与女性形象密不可分甚至成为对照的男性形象有怎样的塑造变化，其对于女性形象的塑造有何意义？

第四，这些形象和书写的变化，背后的文化意涵为何，女性主体性、女性意识等命题的建构在这些大众文化叙事中是否有所突破、有所完成，女性形象的书写对社会问题与矛盾又有着怎样的想象性解决，而上述种种又揭示了女性叙事及女性解放在新语境下面对着怎样的困境、承担着怎样的意义？

这些都将是本书试图梳理与回答的问题。

（二）研究方法 with 理论

本书的研究将以女性主义文化研究为主要切入口，并参考符号学、叙事学、结构主义、社会学等多元理论视角。文化研究特别是其中的女性主义，在探讨女性作为一种社会性别如何被构建、女性主体性的有无、女性意识的真伪方面，将会对本书有着重要作用；符号学可以帮助本书分析女性形象从符号维度上经历了怎样的能指和所指的变化，且不同的符号与意义的意指过程是如何完成的；叙事学的切入重点是家庭伦理剧的叙事角度、叙事结构与言语行为、叙事与元叙事等问题；而结构主义强调二元对立的关系，虽然电视剧往往是网状结构，但在具体冲突呈现

中往往有二元对立的表现形式，如男女、婆媳、城乡、南北等；社会学则可以提供现实语境的研究和参照。

（1）符号学。用艾伦·赛特（Ellen Seiter）的话来说，当代电视批评的词汇大都源自符号学和结构主义。符号学所研究的是任何可以进行交流的东西，如词语、图像、交通路牌、花卉、音乐、医学症状等。符号学研究这些“符号”是怎样与外界交流的，并研究驾驭这些符号的法则（赛特，2008：27）。符号学的核心理念能指、所指及其建立联系的意指过程，都将为本书提供有力的研究工具。女性形象这一能指本身及其背后的意义所指，经历了怎样的历时性发展，并且在当下以家庭伦理剧为例的大众文化中形成了怎样的新语境下的共时性意指，是本书的研究重点之一。

（2）叙事学。叙事学产生于20世纪60年代中期结构主义发展势头强劲的法国。与传统文学批评方式形成对照的是，叙事学将注意力从文本的外部转向文本的内部，注重叙事作品内部结构的建构规律、形式技巧。叙事学主要研究文本的三大方面：叙述方式（文本表达的形式）、叙事结构（文本内容的形式）和叙事学的阅读（文本形式与意义的关系）（胡亚敏，2004）。对于本研究而言，叙事学将配合文本分析，厘清中国家庭伦理电视剧的故事结构和重要情节。

（3）结构主义。结构主义从学术渊源上承接自俄国形式主义学派和英美的新批评学派，结构主义的一大研究特点将对本书有突出影响，即对二元对立的重视。对女性的书写而言，大众叙事的家庭伦理剧往往是在二元关系中完成的。而这种二元关系，将成为本书的一个重点。

（4）文化研究。和叙事学形成互补和对应的，是文化研究的视角。叙事学缘起自形式主义，注重文本本身的形式和结构，而文化研究正好关注的是与之互补的部分。文化研究提供了“生产”的概念，促使一些

人把目光投向文本背后的生产机制以及各种复杂的权力关系（王晓明，2003）。正如约翰·菲斯克所说，文化研究中的“文化”一词，核心既不在美学，也不在人文，而在于政治。通过文化研究，能够将家庭伦理剧这一研究对象放置进更大的文化背景和社会背景中，能够给予我们文本的艺术和美学以外的，和中国社会变迁更相关的信息。

（5）社会学。家庭作为一个传统的社会学概念，在社会学上也被颇多研究，对本书而言，社会学的家庭研究将为本书提供文本分析时的研究对象选择和研究框架搭建。比如，社会变迁下比较关注的家庭的建立、家庭人口与结构、家庭功能、家庭关系、家庭问题（刘宝驹，2006）等要素，都会为研究的文本分析提供传统叙事研究以外的参考框架。另外，社会学对于家庭伦理电视剧产生的时代背景的研究，不管是历时性还是共时性研究，都能够提供一些比较视野和结论佐证。

（三）本书框架

第一章为“绪论”。这一章对本书研究的缘起、背景、对象、方法等进行详细阐释。

第二章为“中国历史文化文本中的女性形象”。这一章将重点整理在电视剧作为主要大众叙事载体前，不同时期主要的叙事载体——文学和电影中的女性形象，按照时间进行总结，大致分为“五四”以前、“五四”至新中国成立、新中国成立至“文革”结束、新时期与“后新时期”。这一历时性的梳理将为观照家庭伦理剧中的女性形象提供有力的纵向坐标和比对。

第三章为“不破不立：男女二元等级对立叙事的消解”。这一章将

重点梳理中国家庭伦理电视剧这一叙事文化中的男性形象的变迁，对家庭伦理电视剧中的父亲、丈夫等传统意义上主宰女性命运的“上帝”般的男性形象塑造中的退位、让权、雌化、弱化等现象进行归纳和分析。在此基础上，结合社会语境，提出中国家庭伦理电视剧女性叙事的新空间与可能性。

第四章为“姐妹情谊：现代‘女书’的镜像与空洞”。这一章将梳理中国家庭伦理电视剧中女性情谊（sisterhood）的叙事发展和文化意涵，并从角色之间的互动分析，延伸到女性角色与女性观众之间的互动探讨。

第五章为“婆媳矛盾：规训与引导的时代变奏”。这一章将梳理家庭伦理剧中近年来日益浓墨重彩书写的婆媳叙事的发展，试图对这一典型叙事模式进行类型化的总结，并尝试探讨这一女性题材的内核文化逻辑以及反映的社会文化变迁。

第六章为“婚外恋与第三者：男性欲望与女性战场”。这一章将关注家庭伦理剧在女性叙事发展上的一个突出形象，即第三者，不仅将关注其形成的文化意涵与符号意义，更将关注叙事上是如何安置与评价婚外恋多角关系的诸角色的。

第七章为“结论：社会变迁与性别呈现”。对前面数章的内容进行总结，归纳家庭伦理电视剧中女性形象的特点，并归纳男权意识在叙事策略中的固守和变化（如“免名”等形式），再结合当前社会文化，分析这一叙事在更广泛的大众文化中的影响，以及在这样的性别想象图景中，女性主体性、女性意识等命题的建构是否完成。