

中共政策的制度調適與主旋律電影流變

林正愷*

摘要

本研究以「實驗式政策風格」的概念，析論中共電影政策的制度變革中的過程與意義。本文認為中共透過持續變動和調適的過程，確保制度中政府的主體性角色，不斷在黨國意識形態鬥爭中取得勝利。90 年代後，大眾流行文化和新媒體的發展有助於中共合法性權力的重新詮釋，形成主旋律電影官方的政治利益與民間的商業利益合謀現象。本文亦指陳，面對極其複雜的經濟與社會轉型時，當前中共政權之所以能擁有維持秩序的韌性與能力，正是因為毛澤東時期的革命動員經驗的遺產所致。

關鍵詞：實驗式政策風格、制度調適、主旋律電影、意識形態

* 國立政治大學東亞所博士生；Email: princess74615@yahoo.com.tw

The Institutional Adaptation of the CCP's Policy and the Changes of Main Melody Movies

Ya-Yin Lin*

Abstract

This study uses the concept of “experimental policy style” to analyze the process and meaning in the institutional change of the CCP's film policy. This paper argues that the CCP continues to win the party-state ideological struggle through continuous change and adaptation to ensure the role of the state in the institutional arrangement. Since the 1990s, the development of popular culture and new media have contributed to the reinterpretation of the CCP's legitimacy, resulting in the collusion of official political interests and private commercial interests in main melody movies. The paper also argues that the resilience and ability of the current Communist regime to maintain order in the face of extremely complex economic and social transformations come from the legacy of the revolutionary mobilization experience of the Maoist era.

Keywords: Experimental Policy Style, Institutional Adaptation, Melody Movies, Ideology

* Ph.D. Student of Graduate Institute of East Asian Studies, National Chengchi University; Acting as the Corresponding Author, E-mail: princess74615@yahoo.com.tw

壹、前言

中共自 2001 年加入 WTO 後，該年電影產量 88 部，國內電影總票房 8.7 億元人民幣(以下幣制同)。截至 2021 年，影片總產量為 740 部，國內電影總票房 472.58 億元，其中國產電影票房為 399.27 億元，占總票房的 84.49%(中國電影數據信息網，2022；新華網，2022)。經過 20 年的發展，電影年產量成長 8.4 倍，電影票房總額成長達 54.3 倍。美國電影協會(Motion Picture Association of America, MPAA)2013 年 3 月報告顯示，中共自 2012 年成為全球電影第三大生產國，票房總額僅次北美，且逐步拉近與美國市場的差距。直至 2015 年 2 月，中國大陸實現 40.5 億元票房收入，首次超越美國成為世界最大電影市場(RFI, 2015)。極具開發的市場潛力被全世界的電影行業視為待開發的「鑽石礦」，對進入這個 14 億人口市場「採礦」充滿高度期待。

電影承擔著宣傳意識形態的功能，是政治宣傳和階級鬥爭的工具，特別對中共這類威權政體而言，開拓電影市場亦具超越經濟效益的政治意涵。回溯自 1949 年中共建政以來，電影製作播出最重要的任務是政治宣傳，被納入事業部門的管轄範疇，從製片廠、影院、放映隊所需資金、設備和從業人員費用全由政府供給，制定生產計劃、編列及核撥製片款項，並由政府實施統購統銷，向全國發行放映。直至 1994 年 8 月，廣播電影電視部下達《關於進一步深化電影行業機制改革的通知》，開放各製片廠可自行發行影片，邁出向市場化改革的第一步，後續電影政策配合市場需求不斷改變(周文翰，2005)。2001 年大陸加入 WTO，電影產業也面臨了打開市場，必須和進口電影競爭的問題。

中共調整制度的試驗過程，明顯呈現於歷年主管機構所下發的各種政策與法規當中(Guthrie, 2006)。回顧大陸電影產業改革的歷程，鑒於影視產業被共產黨視為意識形態的宣傳工具，從國營的「統購統銷」，到國、民營並行的「承包責任制」與「自負盈虧」，逐步發展「中外合拍」的拍攝模式，表明了中共電影產業改革中的一種持續試驗且複雜的制度創新(institutional innovation)過程，並透過訂定保護性的電影政策，如壟斷(monopoly)、配額(quota)與補助(subsidy)手段，以降低融入全球經濟下，進口大片(blockbuster)對國產電影市場與政治意識形態的衝擊。本文的發想動機即在於，一個控制意識形態的威權政體，如何在迅速且深刻的社會變革中維持共產黨統治。基此，本研究試圖透過檢視大陸電影政策的調適過程以及此政

策變革如何影響主旋律電影流變來回答這個問題。

許多學者在為中共治理能力尋找答案時，一般都集中在制度因素的作用上。學界普遍認為蘇聯解體後，中共改革開放以降，要在社會動盪加劇的情況下持續保持經濟進步，就需要拋棄過時的共產黨，轉而支持自由民主制度。然而，主張中共將和蘇共一樣崩潰的預測並未成真。中共歷經了 1989 年天安門事件、2008 年爆發的民族騷亂、1997 年亞洲金融危機、2003 年的 SARS、2019 年的 COVID-19，似乎隨著時間的推移變得更善於應對棘手的挑戰，包括從領導層繼任、經濟發展到社會治理，中共政權為何沒有如前蘇聯般崩潰，仍是學界不斷辯論的問題。Nathan(2003)認為，中共政權的韌性(resilience)歸因於對菁英繼承過程的制度化和對派系主義的遏制，並透過各種制度輸入(input institutions)如地方選舉、信訪部門、人民代表大會、行政訴訟、大眾媒體等，提升人民對政府的接受度，而不會從整體上構成對政府的威脅。Shambaugh(2008)也認同中共政權具強大的調適能力，並指出一系列的黨內改革以及影響國家、社會和經濟其他部門的改革都有助於提高黨的執政能力。Naughton 和 Yang(2004)則指出，中共保留了中央控制的一個核心要素—「人事管理制度」(nomenklatura system)，藉此強化國家治理。然而是什麼原因導致中共經驗與其他前共產國家之間的顯著差異？畢竟共產主義制度的一個決定性特徵是它們共同的制度結構：列寧主義的政黨、計劃經濟、中央集權的宣傳機構等。

本文認為強調中共制度的適應力，必須追溯自至毛澤東時期帶來的革命動員經驗。本研究將「實驗式政策風格」(experimental policy style)作為論述基礎，以彌補新制度主義觀點對中共政策調適解釋的不足。即將政策制定視為一個不斷變化、持續試驗和臨機調整的過程。這種策略反映了一種心態和方法，與許多其他主要國家的官僚主義和法律主義決策方法形成鮮明對比(Heilmann, 2018; Heilmann & Perry, 2011)。本文採用質性研究中的歷史分析法與個案研究法，以大陸電影產業的制度變遷對主旋律電影轉型的影響，試圖歸納出中共如何在改革開放後維持黨國意識宣傳工作，並作為對中共威權韌性理論觀點的實證性檢驗。

本文結構安排如下：第一部份為前言；第二部份是文獻檢閱，首先回顧大陸電影產業政策相關文獻，其次透過「實驗式政策制定」形塑出一套通則解釋，俾利在制度演變的研究基礎下進行理論對話，對案例進行分析。第三部份探討大陸電影政策的制度調適過程，特別聚焦於改革開放後如何降低衝擊。第四部份對本文的理論觀點進行演繹與檢證，討論入世後中共主旋律電影的流變。最後是結語。

貳、文獻回顧與理論框架探析

關於大陸政治經濟領域的研究中，大多強調中共政權對制度的主控性，卻沒有解釋黨國如何透過制度調適創造有利環境。亦有越來越多的文獻主張，政治權力互動中的贏家，對制度選擇的動能往往遠大於其他輸家。此觀點解釋著中共當局如何藉由策略聯盟(coalition)對現有制度進行捍衛或修補(Thelen, 2012)。易言之，鑒於行動者的選擇偏好、權力互動關係與動機結構對電影制度與主旋律電影演變的影響，我們需要一個更加動態的解釋框架。

一、中共電影政策與主旋律電影

回顧中共黨史對電影政策的影響，其重點並非著重於電影本身，而是電影產品背後所象徵的階級意識對抗。中共建政後為確保思想統一，即設置專門的電影管理機構「電影事業管理局」，由中宣部主導頒布相關政策規章，確保電影產業依照官方意識形態發展(吳迪，2006)。基此，電影事業管理局經常配合黨中央下達政治任務，如紀念重大歷史事件或國慶周年製作主旋律電影，弘揚官方意識形態，成為中共電影只考慮政治邏輯不考慮市場邏輯的經營管理模式。

大陸學者尹鴻(2001a、2001b)指出電影長期被作為政治意識形態載體來管理，受到體制結構限制，使中共電影缺乏觀念、型態、風格上的多樣性，也弱化在大眾文化市場的競爭力，間接突顯主旋律電影是否能達到教化效果的問題。尤其自2001年大陸電影市場正式對外開放後，中宣部、財政部、文化部陸續推出相關扶植政策，以因應對國產電影，特別是對具黨國意識宣傳功能的主旋律電影產生的影響。張裕亮(2007)和戴瑜慧(2019)都觀察到一個現象，認為主旋律電視劇、電影與流行音樂既體現官方意識形態，又獲得市場歡迎，有意識型態娛樂化的趨勢。林祐蘄(2014)指出隨著1990年代大陸傳媒商業化的發展，主旋律影劇逐漸迎合大眾的消費品味，使受眾潛移默化地服膺於官方意識形態之中。

劉立行(2008a)分別對國際協議下的制度改革背景下，分析大陸電影產業三大領域(製造、發行、映演)制度變革中的政府干預，指出「許可制」扮演改革過程中政治的制約角色。劉立行(2008b)進而以法規內容為依據，分別論述大陸電影產業的市場准入、政策干預、市場表現、發行系統設計與資金扶持等，將特殊的國產電影支援方式勾勒出一個清楚脈絡，彰顯出政府扶持之手的支持性策略，是市場穩定擴張的關鍵，確保主旋律電影的意識形態不受衝擊。因此，相關國家電影政策的出台，從試行到正式頒佈，可作為觀察中共電影制度的不斷試驗與調適的過程。

Chadha與Kavoori(2000)主張中共一方面對外准入引進外資擴大市場，一方面又以守門政策進行管理與扶植措施，以守門政策(*gatekeeping policies*)的自我裁量彈性保護國產電影，維護市場穩定，並確保意識形態不受西方文化衝擊。Landreth(2007)指出中共採取股權限制，對外商投資進行制度安排，並透過如好萊塢分帳大片的限額准入授權、合資經營電影院、中外合拍等方式投資中國電影企業等政策，是導致華納兄弟國際影院公司(WBIC)在中國歷經四年經營後，退出中國映演市場的原因。

二、實驗式政策制定的理論框架

關於中共電影制度調適與主旋律電影流變之間的關係，可以從中共改革開放後基於國家社會關係改變所做的威權鞏固來觀察。Nathan(2003)甚至認為中共已發展成一種具修復制度缺陷的生存韌性。也因此，許有學者陸續透過不同「帶有形容詞的威權主義」(*authoritarianism with adjectives*)來表述中共如何鞏固和存續，如碎裂式威權主義(*fragmented authoritarianism*)(Lieberthal, 1992)、能接受的威權主義(*accepting authoritarianism*)(Wright, 2010)，以及協議式威權主義(*consultative authoritarianism*)(Teets, 2013)等，不一而足，皆指出中共黨國體制似乎更有彈性、更具適應環境變遷的制度靈活性。

Heilmann(2018)亦提出中共政策制定實驗性的觀點。與蘇共和其他東歐的共產黨不同，中共在奪取政權之前，歷經將近30年極其艱苦的政治動員和革命戰爭。累積了適應各種挑戰的鬥爭經驗，形成一套「游擊式政策制定」的方法，監測政治軌跡隨時間的連續性和變動性。游擊戰被證明能在高度不可預測的軍事戰鬥環境中取得成功，克服看似不可能的困難，讓參加革命的中共政策制定者留下不可磨滅的印象。游擊式政策的概念描繪了中共在制定政策過程中經常改變決定以適應環境變化，並在執行過程中不斷調整。例如：一、經常試探現狀的極限，抓住每一個可能的機會使現狀對自己有利；二、牢記核心戰略目標，在選擇戰術和操作手段時盡可能靈活務實；三、借鑒各種可用的操作策略和組織方法，無論是傳統的、非傳統的，甚至是外國的經驗；四、隨時隨地尋找和利用機會增強政治實力，實現戰略目標。當然，此類政策風格也有根本性的缺陷：缺乏民主性與政治問責，行政自由裁量權過大，資源分配問題。除了根本上的不民主之外，最嚴重的缺陷可能在於片面追求戰略政策目標，而忽略在一段時間後才出現的負作用(Heilmann & Perry, 2011)。

Heilmann與Perry(2011)進一步將中共臨機應變(*improvisation*)的政策特徵與民

主政體的制度風格進行比較。認為前者著重於改變現狀和發揮主體能動性，屬於改革型(transformative)，後者則強調鞏固現有體制與強化法規，屬於保護型(protective)。表1將這兩種政策風格的理論模型(ideal type)進行綜合比較，可以看出改革型風格的優點在於採不固定且實驗性的制度安排，制度靈活度較高，可以適應較大的環境變動。缺點是不重視政治問責，給予政策制定者過大的裁量權。

表 1 改革型與保護型政策風格與調適能力

政策風格	改革型政策風格	保護型政策風格
政策目標	克服現狀	維護或逐步改進現狀
制度安排	不固定的	固定的
政策過程	1.能動性導向(「政治掛帥」;「推動和攫取」 2.決策者具相當大自由裁量權 3.實驗主義 4.以政策試驗管理不確定性 5.最大限度地公開隨機發現的新政策解決方案	1.結構導向(「嚴格的制度約束」;「預測和管理」) 2.決策者受正式規章約束 3.法治主義 4.以詳細法規控制不確定性 5.最小限度地公開隨機發現的新政策解決方案
調適能力	1.策略驅動(特殊的,週期性的變動) 2.可快速調適和跨越創新	1.市場驅動並以法治為基礎(預先固定的) 2.小幅度調整
政治問責/政策彈性程度	弱/政策彈性大	強/政策彈性小

資料來源：修改自 *Mao's Invisible Hand: The Political Foundations of Adaptive Governance in China* (p.23), by Heilmann, S., & Perry, E. J. eds., 2011, Cambridge, MA: Harvard University Asia Center.

時至今日，靈活調整的革命遺緒依然影響著中共決策。旨在以積極主動的方式處理不斷變化的、複雜的和不可預測的環境，儘管有其缺陷，在制度調適能力上仍然具有效力。「制度調適」概念的定義係綜合Nathan(2003)提出的「威權韌性」、Shambaugh(2008)「收縮與調適」，Heilmann與Perry(2011)「游擊式政策風格」等觀點，將「制度調適」的定義分為兩個層面：韌性和調適性，兩者交互影響。韌性指體制吸收衝擊和干擾的能力，並能同時保持應有的基本功能、結構、反饋。調適性指決策者在政策制定過程中的權力，權力越大代表制度調適性越大，制度調適性越大則體制韌性越大。

奠基於Heilmann與Perry的理論框架，本文提出「實驗式政策制定」，以此觀點審視中共電影制度變遷與主旋律電影流變的關係，是理解中共治理韌性與宣傳工

作相互關聯的重要議題。例如Brady(2008)以「行銷獨裁」(marketing dictatorship)來形容當前中共的文宣與思想工作，認為1989年以後，宣傳與意識形態的工作並無衰退，反而是越形重要並不斷與時俱進(Heilmann & Perry, 2011)。從大陸網民的聲音中發現了毛澤東民粹主義的復辟。在胡錦濤首次利用網路和網民互動時，看到的不是政治自由化的跡象，而是「網路時代對中共革命霸權的重新闡述」，特別是群眾路線的政治溝通模式。互聯網上的言論表達了對社會公正和社會主義復興的關注，重新燃起某些階層對毛澤東革命價值觀的潛在渴望。近期越來越多文獻探討中共宣傳系統的功能與變遷，認為中共更藉由巧妙的使用媒體工具提升掌控群眾的能力，進而增加其合法性與正當性(林祐新，2014；張裕亮，2007；Lynch, 1999；Shambaugh, 2007)。

綜論之，上述學者對於當前中共宣傳系統的角色與功能雖有不同的觀點，卻都呼應了實驗式政策機制的韌性與適應力。尤其自習近平上臺後加強了言論、意識形態與思想工作，對「中國夢」、「強國夢」、「強軍夢」等愛國主義、民族主義的黨國意識召喚，於2018年3月通過《中共中央深化黨和國家機構改革方案》，決定中宣部統一管理新聞、出版和電影工作，加掛「國家電影局」牌子(人民網，2018)。本文透過對電影政策的制度變化，有助於解釋中共如何兼顧政治與市場考量，甚至能與美國好萊塢大片較勁，鞏固意識形態陣地。

參、大陸電影政策的變遷與制度調適

從中共建政至1950年代完成社會主義改造後，因電影具有政治宣傳目的，形成國家壟斷的產銷體制，電影事業屬黨國所有，將電影的經濟效益放在次要地位。直到1993年中共電影體制全面改革前，將近40年間，電影由國營的中國電影發行放映公司集中管控，各國營電影製片廠每年依照國家的計畫指標產製影片，再由中國電影發行放映公司統一收購和向下發行(羅斌，1992)。1992年，中共召開「十四大」，確立社會主義市場經濟體制的發展道路，電影體制也迎來全面改革。1993年1月，廣電部下發《關於當前深化電影行業機制改革的若干意見》，改變過去計畫經濟下電影製片、發行、放映的「統購統銷」模式。各製片廠可直接與地方發行公司進行地區發行權、單片承包、票房分成、代理發行等多種交易形式，開放民營企業投資，甚至是與港資、外資合資拍片(周文翰，2005)。

中國大陸加入WTO後，正式邁入全球化的世界經濟軌道。大陸市場正式對外

開放，也意味著電影市場與黨國意識形態宣傳將面臨國際競爭的挑戰。2003年10月，廣電總局頒布《電影製片、發行、放映經營資格准入暫行規定》。正式打破過去只有國家指定的16家電影製片廠才有資格拍電影的行規，向民間資本開放電影製作和放映資格，規定明列了「非國有的製片公司，凡拍過兩部影片之後，即可申請長期的攝製電影機構許可證，一切優惠待遇與國有電影製片廠相同」(中國政府網，2003)。但也強調須與國有製片廠承擔同樣的義務，意指必須接受臨機賦予的政治性、宣傳性製播任務。另外，條文中並未包含外商投資企業，可見已在為入世後開放進口電影的衝擊做準備。依據廣電總局統計數據顯示2013至2016年，出品和發行的國產電影票房已佔比達60%，民營公司經過多年的資本運轉和重組，形成國家電影產業市場活力的代表，包括博納影業集團、華誼兄弟、光線影業幾個民營影視企業抓住歷史機遇，紛紛崛起，其票房業績一直高速增長(尹鴻，2017)。相關重要的電影政策制度整理如表2、表3。

如同Heilmann(2018)所說，中共領導層並未採放任市場的態度，而是推動漸進式的制度改革、逐步試驗、調整，由國家帶頭進行戰略協調與資源支配，使民營影視在壯大的同時，必須向中央靠攏。另一方面，除保留中國電影、華夏電影、上海電影等極少數的國營電影企業，絕大多數體質不佳的國營電影製片廠，在不影響國家意識形態工作下，逐漸被市場淘汰，才能使國產電影足以和外國電影競爭。實驗式的試驗風格也反映在頒布的法規上，如同表1顯示的政策過程，先發布暫行規定、試行實施細則，後續再依實際問題及需求下發補充規定，直到通過試驗管理不確定性，再將「暫行」拿掉(參見表3)。例如2004年發布《電影企業經營資格准入暫行規定》，於2005年下發《補充規定》，以收編香港及澳門的電影產業，透過經貿與文化關係達到統戰目的(國家電影局，2005)。

不固定的制度安排，從頒布的相關電影法規來檢視也可以得到驗證。境外資本在改革開放後有相當長的一段時間不能合法進入大陸電影市場，2004年《電影企業經營資格准入暫行規定》首次允許外資進入電影生產領域，但該規定也明確對外資進入的權限進行界定，中外合資不少於500萬元人民幣，外資不得超過49%，另外在合拍片的報批程式中規定大陸演員需在影片中佔3分之1以上，且擔任要角(湖南省人民政府網，2020)。再者，2005年7月13日，中國文化部、廣電總局與MPA共同簽署《關於建立中美電影版權保護協作機制的備忘錄》，在加入WTO前以國際協議作為對外國特定投資疑慮的回應，降低市場准入的不確定性。相關訴諸文件的承

諾暨有：「開放進口片配額由10部增至20部，3年後增至50部，允許外資不超過49%的合資公司從事電影院建設與經營，開放外國電影企業在中國設立代表處，但不得成立分公司從事營利活動等」(劉立行，2008a)。簡言之，中共電影政策部門透過最大限度地公開隨機發現的新制度解決方案，在市場准入與掌控宣傳機器之間降低可能導致的政治風險。

表 2 民營、境內、境外資本參與電影製作相關政策規定

年份	電影製片政策制度	政策內容重點
1997	《故事電影片攝製許可證》	拍攝主體為中國大陸境內(不含港澳台)，省級以上或與之具備相應條件的電影製作單位始可攝製
1998	《故事電影片攝製許可證(修訂)》	在地級以上工商部門註冊的影視文化單位均可申請攝製，對單位經濟性質不再明確要求。
2000	《關於進一步深化電影並改革的若干意見》	國有製片廠採試行股份制，調整產權結構，可吸收民間與境外資本
2002	《電影管理條例》	電影製片單位可與境外電影製片者在中國境內或者境外合作攝製電影片。應先向國務院廣播電影電視行政部門提出立項申請，經審查符合規定的取得許可證
2003	《電影製片、發行、放映經營資格准入暫行規定》	鼓勵國有、非國有進行合資、合作成立製片公司。任何單位只要完成兩部單片申報影片，就可以申請成為正式的電影製片公司，具有和國有製片單位同等權利和承擔義務
2016	《電影產業促進法》	攝製電影應當將電影劇本梗概向國務院電影主管部門或各地方電影主管部門備案；其中，涉及重大題材或國家安全、外交、民族、宗教、軍事等方面題材，應將電影劇本報送審查。經國務院電影主管部門批准，可以與境外組織合作攝製電影；境外組織不得在境內獨立從事電影攝製活動；境外個人不得在境內從事電影攝製活動

資料來源：自行整理

表3 民營、境內、境外資本參與電影發行放映相關政策規定

年份	資本發行放映政策制度	政策內容重點
2000	《關於進一步深化電影並改革的若干意見》	股份制改造須由國有資本控股，可吸收境內資本參股(中影集團公司除外)
2002	《關於廣播影視集團融資的實施細則(試行)》	省內院現在國有資本控股前提下，可以吸收非公有資本參股
2003	《電影製片、發行、放映經營資格准入暫行規定》	鼓勵非國有影視文化單位成立專營國產影片公司，註冊資本不少於 500 萬元人民幣，外資在註冊資本中的比例不超過 49%
2004	《電影企業經營資格准入暫行規定》	鼓勵境內公司、企業及其他經濟組織或個人投資建設電影院
2005	《外商投資電影院暫行規定》的補充規定、《電影企業經營資格准入暫行規定》的補充規定、	允許香港、澳門服務提供者在內地以合資、合作或獨資建設電影院，經內地主管部門批准後，可以試點設立獨資公司發行國產電影

資料來源：自行整理

市場與政治的鑲嵌性影響了中共入世後制度變革的型態。在兼顧政權穩定與經濟效益的邏輯下，一方面開放市場，一方面透過各種壟斷、配額與補助政策，使市場體制結構變成「宜居的」(livable)，即不斷的試驗和調整，找出適合自己的模式，而不是全盤接收(Lindblom, 2001)。中共透過漸進式的體制變革來控制朝向資本主義的轉型，包括雙軌制的國企改革，複雜的產權轉型，公司的組織變革和新的公司形式，零碎的價格改革以及新的稅收與法律制度，同時國家繼續參與經濟。隨著改革開放，中國逐漸崛起，形成有別於西方的一套經濟和政治的發展模式，而出現「中國模式」一詞，或是中共主張的「中國特色社會主義經濟」，以計劃經濟、宏觀調控等國家干預市場的手段來保證經濟增長，這反映在其電影產業的變革與調適作為亦是如此(Guthrie, 2006)。

大陸電影產業入世後的承諾並不是僵固的。即便目前每年開放進口的好萊塢分帳大片(blockbuster)已逐步從20部提升到34部，採版權買斷的方式進口(俗稱「批片」)，然而在中共的制度安排下，雖實踐開放進口配額共50部的承諾，之中好萊塢電影配額不到三分之一，顯見美國好萊塢的強勢叩關，並沒有如預期般獲利(劉立行, 2008a；Chadha & Kavoori, 2000)。民營資本及其他各種資金進入大陸電影產

業，最大動因是市場需求。對於大型國有製片廠而言，與民營資本合作，一方面可以完成國家下達的製片門檻，另一方面可以為製片廠帶來經濟效益。由於領導層對合拍片的重視，國有製片廠以優惠的合拍條件爭取較民營製片廠更多的合拍機會，加上在發行權上的優勢，取得較佳的經濟效益(Landreth, 2007)。但對黨政機構來說，經濟效益也帶來了一定的政治成本。由於民營資本的逐利性，合拍片或是其他民營公司製拍的電影內容與共產黨強調的宣傳教育功能宗旨格格不入，出現當局對政治風險成本的考量。

「許可制」規範是另一種降低政治風險成本的限制手段。基於預判可能發生的外部因素(違反意識形態或影響政治利益)來限制經濟組織的行為(劉立行，2008b)。換言之，即便是已經開放市場，改革制度並簡化電影從製造機構到出品機構的准入程式，但目前製片單位仍須於每次拍攝電影前，依法申請單片的備案或審查。以2004年《中外合作攝製電影片管理規定》及2006年《電影劇本(梗概)備案、電影片管理規定》中設置的許可制為依歸，規範所有電影拍攝前都須備案，所有電影的進、出口，發行和放映等都須審查，所有合拍均應於事前申請許可證，所有合拍片參加境外影展都應備案(中華人民共和國商務部，2003)。2004年《印發〈關於加快電影產業發展的若干意見〉的通知》中更明確規定，凡涉及「重大革命和歷史題材影片、大型理論文獻紀錄片、主要情節和人物涉及特殊題材的影片、申請國家資助的重點影片、申請對外合拍的影片」必須將完整劇本送審，避免黨國意識形態所維繫的社會秩序崩塌(新浪網，2004)。例如2006年，大陸導演婁燁因拍攝的影片《頤和園》未獲得公映許可證便參加坎城影展，被罰五年內不得拍片，加上電影中的政治色彩備受當局關注，在大陸遭封禁。另一部電影《鬼子來了》，網民轉貼國家廣電總局認為該片「違背歷史、沒有嚴格按照電影局的意見修改劇本，突出展示和誇大了中國百姓愚昧、奴性的一面；另一方面，不僅沒有充分暴露日本軍國主義的侵略本質，反而突出渲染了日本侵略者耀武揚威的猖獗氣勢，由此導致影片的基本立意出現嚴重偏差」，因而未通過審查，無法上映(豆瓣電影，2011)。後續該片未經審查即私自參加影展，即使獲得第53屆坎城電影節評審團大獎，但仍被中共禁止公映，導演姜文被勒令五年內不准執導電影。

大陸現行電影審查制度，自實行以來就飽受非議。《電影管理條例》臚列了影片中應當禁止的10條內容，全都是原則性的框架，為審查機關留下很大的解釋空間，使審查機關的權力無限擴張。審查規則不確定性，使得巨額投資拍攝的影片可

能因無法通過審查而血本無歸。例如2014年導演姜文的電影《一步之遙》原定於12月8日舉行首映式，因為審查後的缺失仍在修改而臨時取消，引起軒然大波，該電影出品人馬珂透露，取消首映式損失超過千萬元(人民網，2014)。而許可制的設置，在本質上提升了利潤交換過程中的不確定因素。由於市場體制是帶有管制性的，在這個體制中，政府是最大買主、最大供應商，政府經常透過稅收增加財政收入及控制某些行業的生產，為電影企業提供經濟援助和優惠政策，維持主導甚至壟斷經營的局面(Lindblom, 2001)。質言之，中共電影政策制定者和管理者具相當大自由裁量權，雖被詬病卻也提供他們隨機應變的韌性與適應力，以保留政治主動性和政策修訂的空間。在這樣的結構限制下，基於利益考量，電影機構長期與黨國互賴，導致電影企業朝向實驗性與變動式的制度安排，和國家意識形態的宣傳主旋律相結合。

再者，基於電影內涵政治屬性、文化屬性與產業屬性，中共仍在電影的發行和放映端，保持嚴格的行政許可制和市場准入制。同時，為維護主流意識形態的穩定，當局成立「重大革命歷史題材影視創作領導小組」，專門從事主旋律電影創作，設立專項資金贊助，影片完成後，發行端和新聞媒體等行政部門推動走向市場，規定國片的「銀幕配額」，甚至動員幹部觀看(羅宏，2011)，在種種政策傾斜下，主旋律電影成為各電影企業創作電影的寵兒，在票房上創立佳績。各大國營電影機構亦承擔著各級黨政部門的主旋律任務，如中影集團是廣電總局、電影局推動電影產業發展的重要機構，與一般國企相比，除經濟因素，還要考量更多政治因素。從黨政機構對外資進入電影生產、發行領域仍抱持著謹慎的調控方式，對國外分帳影片發行實行壟斷，控制進口電影的數量和質量，以及審查機構許可制的雙重保障下，保護國產電影不受市場衝擊，又降低外國電影在政治上的風險成本，在多元文化和資本逐利的變動環境中，透過政策不斷收縮與調適，確保意識形態鬥爭的勝利。

儘管中共改革開放後獲得令人注目的經濟跨越，但過去的革命經驗並沒有被扔進歷史的灰燼中。Perry(2007)指出，無論中共的政治制度最終是否構成取得近一步經濟成就的障礙，其革命遺產的許多因素已經在改革開放後的成就中發揮作用。同樣地，這套實驗式的政策風格也影響著中共的文藝政策、電影產業發展的樣貌與特徵。從「統購統銷」模式，調整為各製片廠可直接與地方發行公司進行地區發行、單片承包、票房分成、代理發行等多種交易形式，進而開放民營企業投資，甚至是與港資、外資合資拍片。

肆、「主旋律」電影的流變與黨國意識宣傳

一、從延安文藝運動到「紅色經典」作品

1942年5月23日毛澤東於延安文藝座談會總結發言，成為著名的《在延安文藝座談會上的講話》。這篇談話標示著「黨文化意識」的雛型，強調文藝是政治鬥爭的工具，革命文藝的最高目標和最終任務，就是利用文藝的各種形式為黨的政治目標服務。即毛澤東將文藝視為政治動員的宣傳機器，將文藝工作者看作以贖罪之身(背負著知識份子的原罪)，必須成為替黨文化意識服務的「文藝戰士」(高華，2000)。

延安文藝實踐了大眾文藝，成為一場轟轟烈烈的文化革命運動。不僅引發了一系列群眾文藝運動，如群眾寫作運動、戲劇運動、街頭詩運動，組成「西北戰地服務團」、「抗戰文化工作團」、「烽火劇團」等，促成大批刊物(《文藝突擊》、《文藝戰線》、《大眾文藝》)，也留下經典的作品(《白毛女》、《窮人樂》、《李家莊的變遷》)。延安文藝是新興的政治軍事力量不可或缺的一環，同時也依靠這逐漸體制化的權力機構，建立新的論述(discourse)領域和範式(唐小兵，1993)。

中共於1949年建政後，延續《在延安文藝座談會上的講話》的精神，文藝創作題材集中於謳歌共產黨領導下的人民革命與社會主義建設。例如樣板戲《沙家濱》、《智取威武山》，舞蹈史詩《東方紅》，組曲《長征組歌》等，這些作品不斷被廣為宣傳，成為大眾的集體記憶(孟繁華，2003)。中共官方將這些具民族色彩，引起工農兵廣大迴響的革命歷史題材作品稱為「紅色經典」。這類「紅色經典」作品以強烈的情感訴求和詩歌般的敘事結構，起到「團結民眾，打擊敵人」的政治目標。

誕生於1958年的中國大陸第一部電視劇《一口菜餅子》，是為了配合中共中央「憶苦思甜」、「節約糧食」的宣傳精神而製作。受到影視製作技術的條件限制，當時的大陸電視劇都是在現場搭景拍攝並同步直播，更大程度像是舞臺劇轉播，因此也被稱作「紅舞臺」(李松，2013)。《一口菜餅子》透過劇中人物的倒敘，回憶中共建政以前人民生活困苦的景象，為中共領導下的「新中國」宣傳(黃會林，2001)。在北京開播後三天，該台又推出《黨救活了他》。事實上，在80年代改革開放前，大陸電視劇一直以主旋律影視作品為主，主題環繞著黨國政策，配合宣傳不同時期的主流意識和大政方針，雖然在團結和教育群眾方面取得勝利，但單一化、框架式的題材限制了影視文化的發展，甚至在文革時期，幾乎沒有任何娛樂功能(黃會林，2001)。

當時中共的影視制度採行供給制，營運的所有資金、設備及員工的工資，完全

由國家負責。在計畫經濟的體制下，這些「紅色經典」扮演著意識形態國家機器的角色，著力形塑新時代的英雄人物，歌頌社會主義中國的新面貌，「憶苦思甜」成為階級鬥爭的口號，反映人民感受到舊社會之苦，反思新社會之甜，「新中國」的成就不斷被放大(張裕亮，2007)。綜論之，在計畫經濟統籌規劃下，此階段的電影制度特徵是不求經濟回報，而是盡量滿足當時人民的精神寄託以及黨和政府的宣傳教育需求，盈虧由國家包攬。由於電影票價相當低廉，甚至免費觀看，主旋律電影的傳播範圍可以延伸至各個角落。

二、改革開放後市場衝擊下的愛國主義商品

從80到90年代，大陸電影市場出現大量具備商品意義的電影。例如《秋菊打官司》、《背靠背，臉對臉》、《站直了，別趴下》、《民警故事》、《一個都不能少》，將現實生活的態樣以幽默調侃的方式呈現。但國家主流意識仍引領著大陸電影的創作，在市場法則之外，主導的意識形態並沒有被削弱。從倡導主旋律，提倡多樣化到精神文明五個一工程，主流意識形態的電影抵禦著多元市場的衝擊(黃會林，2001)。由於1989年的六四天安門事件，中共統治的合法性基礎遭到空前挑戰，加上隨之而來西方國家的抵制與國際輿論壓力，內外交迫下，促使中共當局發動「反西方和平演變」的宣傳，抨擊西方世界對中國的偏見。中共抓住民族主義的論述，對內發起愛國主義教育運動，作為愛國主義商品的主旋律影劇受到重視(張裕亮，2007)。由於炒作愛國主義商品對影視公司來說是政治正確，又同時蘊藏商機，在政治需求與商業利益交相賊中「同謀」，使愛國主義商品成為90年代後大陸影視的主旋律。

隨著改革開放政策和加入世界貿易的格局中，當代大陸的社會文化，同時面臨重大的轉型和變化。鑒於改革型的靈活政策經驗，致使此階段的領導層必須融合商業形式，逐步向大眾流行文化靠攏，在意識形態建構方面，採取淡化階級衝突、強化普世價值的策略(潘樺、史雪雲，2011)。從江澤民提出的「三個代表」，胡錦濤提出的「和諧世界」，可以看出黨國意識形態與影視文化政策的接合。此時期的主旋律電影除了宣揚愛國主義，更強調對中共革命歷史的重新詮釋，爭奪合法權力的論述。例如2007年的賀歲片《集結號》，以1948年國共的徐蚌會戰為題材，內容表述出：「中國共產黨解放軍即使遭中國國民黨以先進強大的武器裝備殘忍進攻，在敵眾我寡的情況下，仍勇敢奮戰、無懼犧牲」。大陸學者認為，《集結號》挪用80年代革命歷史的荒誕化來批判歷史的策略，卻實現了對革命歷史故事的重新認同

和諒解(張慧瑜, 2010)。

又如2009年的大陸電影《建國大業》及2011年的《建黨偉業》。《建國大業》是為慶祝中華人民共和國建立60周年,以及慶祝中共政治協商會議召開60周年的獻禮片。該片從1948年毛澤東在城南莊發出「五一」口號開始,再呈現(represent)中共的多黨合作和政治協商制度從誕生到確立的過程。影像畫面刻意傳達出「中國國民黨背棄政協精神、蔑視多黨合作與『雙十協定』,選擇全面內戰、採取一黨獨裁的方式,因而導致民主黨派人士對國民黨的態度由支持到徹底失望」,使觀眾感知到「唯有中國共產黨,才能真正體現『民族認同、國家民主統一』這一中華民族共同體,中國人民才選擇了中國共產黨」(王瑩, 2012)。作為歷史的選擇,《建黨偉業》轉喻了中共的成立與其歷史的合法性是無庸置疑的。在大陸學者眼中,這部電影係為再呈現決定中華民族命運的關鍵時期,面對「國家統一與民族認同」這一重大歷史的轉捩點,社會各階層的選擇與行動證明「共產黨在人民群眾心目中歷史地位的必然性與合法性」(王瑩, 2012)。

三、從愛國主義商品到中國模式的好萊塢電影

習近平於2014年10月15日在北京召開文藝工作座談會並發表講話。他強調「文藝是時代前進的號角,在實現中華民族偉大復興的中國夢,文藝的作用不可替代」(人民網, 2014)。輿論將其與毛澤東《在延安文藝座談會上的講話》相提並論。毛澤東在會議上正式確立了「黨管文藝」的原則,強調文藝要宣揚馬列主義,要教育人民、團結人民,要服務最廣大的人民。習近平則說,「文藝要堅持為人民服務、為社會主義服務這個根本方向」(Xuecun, 2014)。身為後毛時代的第五代領導人,習近平強勢的作風時常被形容為毛時代復辟。在文藝工作上,也能看到毛的遺產再度被鼓勵,煽動民族情緒對抗以美國為首的西方世界,喚醒群眾的革命記憶,許多網民甚至懷念毛主席那段鬥爭年代,使市場力量服從於社會需求(Heilmann & Perry, 2011)。

近年來,資訊化與新媒體發展更加深了電影對大眾的影響力,也使中共的主旋律電影從對內號召愛國主義,延伸至對外召喚民族主義。「到電影院看電影」不再是唯一選項,網際網路能夠超越國家間的貿易壁壘,外國觀眾透過網路、電視收視中國電影的觀看人數甚至能超過票房人數,成為講好中國故事的最佳選擇。促使中國政府投入數百億美元資金支持中國娛樂業發展,希冀透過拍攝「主旋律電影」塑造中國形象(駱思典, 2012)。從中國電影市場結構變遷觀之,主旋律電影雖挾其政

治與資源優勢佔有一席之地，然而在面臨流行文化與好萊塢電影的衝擊，傳統歷史敘事型的主旋律電影無法進入主流電影消費市場，或是以俗稱「偷票房」的方式造假被詬病(BBC中文，2015)，導致「主旋律困境」。易言之，必須調整電影的敘事方式，才能獲取觀眾的目光，宣傳國族意識。

鑒於「中國崛起」已經到達「站起來、富起來、強起來」的第三階段，中共主旋律電影也跟著轉型。2015年《戰狼1》，2017年《戰狼2》、2018年《紅海行動》、2019年《流浪地球》等軍事題材主旋律電影接續上映，仿造好萊塢電影高科技、高成本、大場景的暴力衝突美學特性，強調具有視覺吸引力的影像和畫面，借助各種電影手法創造神話(Schlag & Geis, 2017)，帶來突破性的票房成績。成為習近平在關於文藝和電影工作論述中，實現中華民族偉大復興的代表作，被當局視作國產電影的典範來宣傳。隨著中國經濟、軍事、科技發展的崛起，中共已不再是國際舞臺上的普通角色，其一舉一動更受到國際關注，更引發強權爭霸的中美貿易戰。中共借鑒好萊塢電影對美國國家形象的建構與西方普世價值的傳播，近年來，投入大量資金支持媒體與娛樂事業，利用各地電影節打響電影知名度，主旋律電影更在官方支持下爭取曝光。

尤其習近平接班後，為中國文化產品的海外流通，提供具體的物質基礎與傳播平臺，包括併購海外媒體、擴大經營海外市場等。總結習近平於歷次文藝工作座談會上的重要講話精神：「中國電影素有運用宏大敘事銘記歷史、歌頌時代的光榮傳統。在新的時代條件下，如何把社會主義核心價值觀更好地融入電影創作，讓主旋律更嘹亮，正能量更強勁？從更高站位上準確把握中國電影事業在中華民族偉大復興中的獨特地位與作用，是我國電影事業發展的重大戰略課題。」他強調：「文藝事業是黨和人民的重要事業，文藝戰線是黨和人民的重要戰線。」實現中華民族偉大復興的中國夢，需要中華文化繁榮興盛；文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量，而這股力量就是愛國主義、民族主義(童剛，2017)。

另一方面，習近平提出：「一部好的電影作品應該是把社會效益放在首位，同時也應該是社會效益和經濟效益相統一的作品。文藝不能當市場的奴隸，不要沾滿銅臭氣。優秀的文藝作品，最好是既能在思想上、藝術上取得成功，又能在市場上受到歡迎(求是，2020)」。隨著資本市場的擴張、網絡的跨國無疆性以及中國政府的走出去政策，除了拓展國內市場凝聚內部力量，亦對區域和全球華人文化市場產生影響力。簡言之，就是必須同時服膺政治邏輯和市場邏輯的生產模式。由於習近

平的政治論述深刻影響電影文化的生產邏輯，在「中國夢」、「中華民族的偉大復興」和「講好中國故事」等政策推波下，軍事與科幻題材電影成為主旋律電影中最生動的詮釋，在與美國好萊塢為代表的進口電影較量中，煽動民眾愛國主義、英雄主義熱情和民族自豪感，獲得極佳的票房，並引起群眾在網路上的高度討論。

作為「中國夢」的構成部分，如何形塑現代化軍隊的「強軍夢」，在中國崛起的時代下成為新的問題。經典戰爭電影刻畫中共軍裝備落後卻能贏得勝利的表達方式，對現今電影主要消費群體及影評人的認知而言，已被指稱為過時的教條式宣傳。大陸學者認為，中共軍隊現代化的強軍夢在紅色經典電影的表達中無法被呈現，直到近年來電影科技不斷提升，學習美國好萊塢大片風格製拍主旋律電影（蔡衛、游飛主編，2008；李丹丹、李昕暉譯，2014）。推出3D版《智取威虎山》和《建軍大業》，以視覺化再現歷史經典，營造畫面奇觀吸引觀眾。另外，《戰狼》系列、《紅海行動》、《湄公河行動》、《流浪地球》這類軍事與科幻的電影，將美國好萊塢英雄轉化成中國式的愛國英雄對內動員人民的自豪感和安全感，對外形塑造責任感和壓迫感（李飛，2018；孫瑋、王軍峰，2019）。

劉豔清(2018)曾以量化方式探討主旋律好萊塢化的現象，透過票房分析和豆瓣評分，發現大陸觀眾偏好具友情和親情、暴力衝突與英雄主義相關主題電影。這樣的群眾取向也說明了黨國宣傳與大陸近期不斷上升的愛國主義意識有關。《戰狼》系列的冷鋒借用了《第一滴血》藍波的英雄形象，在好萊塢化的敘事中，再現「中國模式」的軍人責任與使命召喚，是服從國家、扶助婦孺、除暴安良，充滿俠氣柔情的中國英雄（人民網，2017）。而《紅海行動》和《流浪地球》則轉化為民族主義和集體主義的價值體系，從現代化的軍艦、坦克、無人機、太空站等視覺場景，展現強軍夢的現代化與專業化，作為中國崛起後，營造國際人道救援與強化人類命運共同體的正義形象，論述中國在世界格局中的普世價值與強權地位，以好萊塢視覺化敘事取代革命文藝中紅色經典的敘事方式，繼續為黨國宣傳。

綜上所述，即便是在加入WTO之後，中共仍以其靈活的政策調適，對國產電影市場進行各種多樣的管理與扶植措施。例如在《國產影片發行放映的考核獎勵辦法》中要求中國電影集團公司、華夏電影公司每年必須發行國產影片不低於35部，其中應包含政府推薦的影片至少10部（中國電影發行放映協會，2008）。而對於民營電影公司而言，由於國家具備較強的資源掌控與分配能力，包括政府對所支持電影的補助和獎勵，許可證的申請與審查機制等制度，造成電影公司無法不考慮的壓制

力量，而逐漸形成政治需求與商業需求互惠共生的主旋律電影發展模式。

伍、結語

誠如Nathan、Shambaugh、Heilmann和Perry等學者們的觀察，共產黨的統治在中國被證明是具調適性的，並不是得利於共產國家呆板的制度基礎，而是因為一種善於調適的政策風格，鼓勵重新定義發展重點，以及對國內外環境的大規模變化作出多樣化和靈活的反應。意識形態控制和群眾動員，是實驗式政策風格的兩個核心組成部分。在大躍進和文化大革命期間，這種民眾的熱情，或者說意識形態上的順應性，促進了政權對群眾運動的依賴，取代了官僚主義的方法。然而，儘管後毛時期在中共日常的決策和管理中，受意識形態啟發的群眾動員不再發揮同樣的核心作用，但塑造和操縱公眾輿論的宣傳努力從未停止，其策略方式已從動員群眾採取政治行動和個人犧牲轉變為促進被動服從和商業消費主義(*commercial consumerism*)。

改革開放前，大陸影劇在供給制的國家財政扶持下，尚未形成健全的產業體制，這一時期的影劇，幾乎無例外全是主旋律作品，說教意味濃厚，充滿思想塑造的痕跡，直接服務於國家意識形態。在文本意義上，不斷召喚群眾對舊政權的「憶苦」，對新政權「思甜」，進而動員民眾投身建設新中國的滿腔熱血，再呈現民眾對新政權和新社會的滿足與期待。隨著大陸開放市場，加入WTO，在政府的政策推動下，電影產業成功吸引大量外資，以及各類民營影視公司、企業集團投入經營。2013年中國大陸已成為全球電影第三大生產國，全球第二大電影市場，是全球成長最快速的電影市場，收視率連年攀升。在商業元素包裝下，以觀眾樂見的流行文化形式嶄新登場，成為90年代後大陸主旋律電影的特殊景觀。

研究發現有三項：首先，中共電影政策變革驗證了實驗式政策風格的理論框架。先發布暫行規定、試行實施細則，後續再依實際問題及需求下發補充規定，直到通過試驗後再將「暫行」拿掉。採取最大限度地公開隨機發現的新政策解決方案，以快速調適市場開放的衝擊。其次，審查制度下的許可證發行，成為降低風險的政治手段，卻也造成政策制定者和審查機構權力過大，充滿變動性和不確定性。第三，上述的政策過程和審查機制反過來影響了中共電影產業的發展方向，許多民間電影公司為降低審查風險，尤其是高製作成本的電影，必須融入官方意識形態，或至少不牴觸或批評，成為商業利益扞從於政治需求的「愛國主義商品」。

本文主要的貢獻在於，勾勒出中共電影政策調適與主旋律電影流變的靈活式風格圖像，系統性分析中共的宣傳機構如何順應時代的變化做出政策調適，繼續為思想教育服務。論證即便打開市場，電影製播仍舊必須接受廣電主管部門的系列監管，包括許可制規範，播出前的審查制或是播映後的檢查制；或是舉辦評獎活動等各式直接補貼、融資、配額等經濟介入策略，依然能夠保證流行文化商品符合官方宣傳口徑，和黨國意識形態契合。主旋律電影所蘊藏的巨大商機催生出愛國主義商品，成為官方政治與民間投資的利益同謀的交會點，共同擔負起灌輸國家意識形態的使命。然而礙於篇幅限制，本文著重於檢視大陸電影政策的調適過程以及此政策變革如何影響主旋律電影流變，關於大陸民眾對主旋律電影是否有被動接收，或票房操作等變數影響是本文的研究限制；基此，從受眾反饋的資訊探究電影政策調適後的主旋律電影宣傳效果，是本研究未來可以持續努力的方向。

參考文獻

一、中文部分

- BBC 中文(2015/8/30)。中共官方抗戰片《百團大戰》票房近億引爭議。取自 https://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2015/08/150830_wwii_pla_film(檢索日期：2022/6/10)
- RFI 中文(2015/4/3)。2 月票房收入 6.5 億美元中國首次擊敗美國奪世界第一。取自 <https://reurl.cc/Qjddap>(檢索日期：2022/6/2)
- 人民網(2014/10/15)。習近平在文藝工作座談會上講話。取自 <http://culture.people.com.cn/BIG5/n/2014/1015/c22219-25842812.html>(檢索日期：2022/6/9)
- 人民網(2014/12/9)。「一步之遙」取消首映式損失超千萬，能否如期上映？取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n/2014/1209/c40606-26172484.html>(檢索日期：2021/11/17)
- 人民網(2017/8/14)。外國媒體網友怎樣看「戰狼 2」？冷鋒就是「中國蘭博」。取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n1/2017/0814/c40606-29467536.html>(檢索日期時間：2022/7/10)
- 人民網(2018/3/21)。中共中央印發《深化黨和國家機構改革方案》。取自 <http://cpc.people.com.cn/BIG5/n1/2018/0321/c64387-29881214.html>(檢索日期：2022/7/4)
- 中國電影發行放映協會(2008/4/25)。關於印發《國產影片發行放映考核獎勵辦法》

- 的通知。取自 <http://www.chinafilm.org.cn/Item/Show.asp?m=1&d=8309>(檢索日期：2022/7/4)
- 中國電影數據信息網(2022/1/2)。市場分析。取自 <https://www.zgdypw.cn/sc/scfx/>(檢索日期：2022/7/2)
- 中華人民共和國商務部(2003/10/8)。中外合作攝製電影片管理規定。取自 <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/f/200311/20031100150642.html>(檢索日期：2022/7/4)
- 尹鴻(2001a)。世紀之交，90年代中國電影備忘錄。《當代電影》，1，23-32。
- 尹鴻(2001b)。中國電影的產業化轉型。《北京觀察》，9，49-53。
- 尹鴻(2017)。2016年中國電影產業備忘。《電影藝術》，2，33-42。
- 王瑩(2012)。民族認同的影像表達—以《建國大業》與《建黨偉業》為例。《甘肅聯合大學學報》，28(5)，56-58。
- 吳迪(2006)。《中國電影研究資料：1949-1979（上卷）（下卷）》。北京：文化藝術出版社。
- 李丹丹、李昕暉譯(2014)，Régis Dubois 著。《好萊塢：電影與意識形態》。北京：商務印書館。
- 李松(2013)。「樣板戲」的政治美學。臺北市：秀威資訊科技。
- 李飛(2018)。《紅海行動》：港式主旋律電影裡的好萊塢化強軍夢表達。《藝術評論》，2，85-92。
- 求是(2020/2/1)。中國電影：走在高品質發展的大路上。取自 http://www.qstheory.cn/dukan/qs/2020-02/01/c_1125497424.htm(檢索日期：2022/6/10)
- 豆瓣電影(2011/3/5)。廣播電影電視總局電影審查委員會的意見。取自 <https://movie.douban.com/subject/1291858/discussion/614375209/>(檢索日期：2022/6/17)
- 周文翰(2005/4/14)。中國電影體制改革進行時歷次改革詳細資訊。取自 <http://ent.sina.com.cn/m/c/2005-04-14/0830702290.html>(檢索日期：2022/7/4)
- 孟繁華(2003)。《眾神狂歡：世紀之交的中國文化現象》。北京：中央編譯出版社。
- 林祐蕓(2014)。胡錦濤時期「主旋律」影劇的文化政治分析。《遠景基金會季刊》，15(3)，151-185。
- 唐小兵(1993)。《再解讀：大眾文藝與意識形態》。香港：牛津大學出版社。
- 孫瑋、王軍峰(2019)。異域空間的展演：「新紅色電影」中的國族認同與國家形象。《東南傳播》，1，38-39。

- 高華(2000)。《紅太陽是怎樣升起的：延安整風運動的來龍去脈》。香港：中文大學出版社。
- 國家電影局(2005/3/7)。電影企業經營資格准入暫行規定的補充規定。取自 <http://www.chinafilm.gov.cn/chinafilm/contents/158/787.shtml>(檢索日期：2022/7/4)
- 張裕亮(2007)。從紅色經典到愛國主義商品：大陸主旋律電視劇文本意義的變遷。《中國大陸研究》，50(4)，1-29。
- 張慧瑜(2010)。與「革命」握手言和—主旋律的消失與主流大片的浮現。《文化縱橫》，6，100-106。
- 湖南省人民政府(2020/7/30)。電影企業經營資格准入暫行規定。取自 http://www.hunan.gov.cn/xxgk/wjk/zcfgk/202007/t20200730_30bbc721-e8f3-4360-bca7-183a8bd2e810.html(檢索日期：2022/7/4)
- 童剛(2017/09/15)。共築電影強國夢想—中國電影這5年。取自 <http://219.141.187.25/sapprft/contents/6581/349455.shtml>(檢索日期：2022/7/10)
- 黃會林(2001)。《中國影視美學：民族化特質辨析》。北京：北京師範大學出版社。
- 新浪網(2004/2/21)。廣電總局發佈加快電影產業發展的若干意見。取自 <http://tech.sina.com.cn/me/2004-02-21/1416295639.shtml>(檢索日期：2022/7/5)
- 新華網(2022/1/02)。2021年我國電影總票房達472.58億元。取自 http://www.news.cn/politics/2022-01/01/c_1128223652.htm(檢索日期：2022/07/02)
- 劉立行(2008a)，開放與守門的辯證：中國電影產業改革歷程之制度分析，《傳播與社會學刊》，6，121-141。
- 劉立行(2008b)，中國電影產業支持性策略之政策法規分析，《國家與社會》，4，133-156。
- 劉艷清(2018)，中國電影產業支持性策略之政策法規分析，《東南傳播》，9，63-66。
- 潘樺、史雪雲(2011)，從左翼電影意識形態話語的建構策略看主旋律影片的策略演變與回歸—兼談影片《建國大業》、《建黨偉業》，《現代傳播》，12，83-84。
- 蔡衛、遊飛主編(2008)。《美國電影藝術史》，北京：中國傳媒大學。
- 駱思典(2012/8/2)。電影外交：全球化背景下的電影與中國國家形象。取自 <http://www.charhar.org.cn/newsinfo.aspx?newsid=4825>(檢索日期：2022/7/10)
- 戴瑜慧(2019)。意識形態娛樂化：習近平新時代下的政治與流行文化雙重奏。《中華傳播學刊》，36，195-235。

羅宏(2011)。國家話語的影視劇表達—論重大革命歷史影視劇創作。《文藝爭鳴》，1，135-140。

羅斌主編(1992)。《國家事業單位分類管理導論》，北京：中國人事出版社。

二、英文部分

Brady, A. M. (2008). *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Chadha, K., & Kavoori, A. (2000). Media imperialism revisited: Some findings from the Asiancas, *Media, Culture & Society*, 22, 415–432.

Guthrie, D. (2006). China and Globalization: *The Social, Economic and Political Transformation of Chinese Society*. Routledge: Taylor & Francis Group.

Heilmann, S., & Perry, E. J. (2011). *Embracing uncertainty: Guerrilla policy style and adaptive governance in China*. In *Mao's Invisible Hand*(pp. 1-29). Brill.

Heilmann, S. (2018). *Red Swan: How Unorthodox Policy-Making Facilitated China's Rise*, HK: The Chinese University of Hong Kong.

Landreth, J. (2007). China Film Group digitizing 2,000 screens. http://www.hollywoodreporter.com/hr/content_display/international/news/e3i68c5e512780ada31ce1258bf8d187343?imw=Y.(檢索日期：2022/7/10)

Lindblom, Ch. (2001). *The Market System*. New Haven: Yale University Press.

Lynch, D. C. (1999). *After the Propaganda State: Media, Politics, and "Thought Work" in Reformed China*. Stanford: Stanford University Press.

Lieberthal, K. G. (1992). Introduction: The Fragmented Authoritarianism Model and Its Limitation. In Lieberthal, Kenneth, and David Lampton, eds., *Bureaucracy, Politics, and Decision-Making in Post-Mao China*. Berkeley: University of California Press.

Nathan, A. J. (2003). Authoritarian Resilience. *Journal of Democracy*, 14(1), 6–17.

Naughton, B. J., & Yang, D. L. (2004). *Holding China Together: Diversity and National Integration in the Post-Deng Era*. New York: Cambridge University Press.

North, D. C. (1981). *Structure and Change in Economic History*. New York: W. W. Norton & Company.

Perry, E. J. (2007). Studying Chinese Politics: Farewell to Revolution? *The China Journal*, 57, 1-22.

Schlag, G. & Geis, A. (2017). Visualizing violence: aesthetics and ethics in international

- politics. *Global Discourse*, 7, 193–200.
- Shambaugh, D. (2007). China's Propaganda System: Institutions, Processes and Efficacy. *The China Journal*, 57, 25-58.
- Shambaugh, D. (2008). *China's Communist Party: Atrophy and Adaptation*. Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press and Berkeley: University of California Press.
- Thelen, K. (2012). Varieties of Capitalism: Trajectories of Liberalization and the New Politics of Social Solidarity. *Annual Review of Political Science*, 15, 137-159.
- Teets, J. (2013). Let Many Civil Societies Bloom: The Rise of Consultative Authoritarianism in China. *The China Quarterly*, 212, 1-20.
- Wright, T. (2010). *Accepting Authoritarianism: State-Society Relations in China's Reform Era*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Xuecun, M. (2012). The Art of Xi Jinping. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2014/11/22/opinion/murong-xuecun-china-the-art-of-xi-jinping.html>.(檢索日期：2022/7/10)

收件日期：2021 年 09 月 07 日

一審日期：2021 年 10 月 01 日

二審日期：2021 年 11 月 24 日

三審日期：2022 年 04 月 19 日

採用日期：2022 年 08 月 03 日