

新闻出版优秀博士论文文库

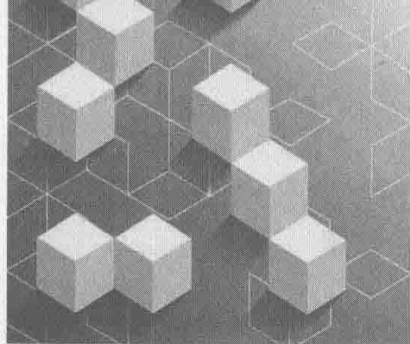
消费时代的 电视真人秀研究 ——基于表演学视角

*Research on Reality TV Show in Consumption Era:
according to the Perspective of Performance Study*

李绍元 / 著



中国书籍出版社
China Book Press



新闻出版优秀博士论文文库

消费时代的 电视真人秀研究 ——基于表演学视角

*Research on Reality TV Show in Consumption Era:
according to the Perspective of Performance Study*

李绍元 / 著



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

消费时代的电视真人秀研究：基于表演学视角/李绍元著. —北京：
中国书籍出版社，2016.9

ISBN 978 - 7 - 5068 - 5801 - 4

I. ①消… II. ①李… III. ①文娱活动 - 电视节目 - 研究 - 中国
IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 213859 号

消费时代的电视真人秀研究——基于表演学视角

李绍元 著

责任编辑 陈守卫

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 方 波

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编：100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp.com.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 廊坊市三友印务装订有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数 208 千字

印 张 17.25

版 次 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5068 - 5801 - 4

定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究

“新闻出版优秀博士论文文库”

专家委员会

主 任	魏玉山					
副 主 任	黄晓新	范 军	张 立	董毅敏	王 平	
执行主任	王 平					
委 员	王 平	王 飏	刘向鸿	刘建华	刘颖丽	
	李晓晔	张 立	张羽玲	张晓斌	范 军	
	赵 冰	郝振省	徐升国	黄逸秋	魏玉山	

序

李绍元的博士论文《消费时代的电视真人秀研究——基于表演学视角》，终于要出版了，作为他的指导老师，我对“出版”有着同样的渴求。“专著”是个体情感与生命历程的“见证者”，对于研究者而言，出版一本专著，意味着对某一议题的“收煞”。消费文化一直是我的研究领域，但对电视真人秀问题，我并无深入研究。而电视真人秀与消费文化的关系非常密切，期待本书能够在“跨界”研究方面有新的突破。

电视真人秀是纪实类节目和虚构类节目的综合体，在内容上兼有真（真实）与秀（虚构）的成分，带有表演的意味。表演是人类的基本生活方式和存在方式之一，是作为生命存在者的人，以自身角色为基点，面向他者呈现自我、反观自我的过程。其实，表演本身是一个中性行为，不仅存在于戏剧舞台和电影电视场域，而且是人类日常生活的展示。电视真人秀就是普通参与者以电视为舞台，以行动展示为手段，在规定情境及角色期待下，面向观众的自我呈现。从这个意义上说，电视真人秀是一种表演，它既是一种艺术表演，也是一种社会表演，还是一种媒介表演。

目前，学术界从新闻学、传播学、政治学和社会学等学科角度对电视真人秀进行了广泛研究，但是很少从表演学视角出发，对电视真人秀进行全面深入的探讨。本书以消费社会为时代背景，以表演学为学科视角，对电视真人秀进行了系统深入的研究，并且提出

了一些新的观点。譬如，电视真人秀表演是一个自我呈现的过程，也是一个自我反观的过程，自我反观是主我对客我的审视与反思，旨在达到层层递进的三大目标，即实现自我确认、寻求自我认同、追求自我实现；电视真人秀表演需要实现“最高任务”，坚持内心体验，否则就会发生表演“跑题”、表演“匠艺”等“表演崩溃”现象；电视真人秀表演是在社会关系中进行的，必须遵守社会规范，如果违反表演规范，就会导致“后台困境”、表演“失礼”和“伤及无辜”等后果；电视真人秀表演偶尔伴随着自我迷失的现象，可能出现道德迷乱的反规范行为，并引来表演艺术的审美迷思；电视真人秀表演是物欲症传播的帮凶，是拜金主义的传播载体，蕴含着资本的逻辑，可能导致电视消费的趋低性，走向电视消费的弱智化。这些观点，我基本上都表示认同。

绍元在硕士阶段学习伦理学，尽管他进入新闻传播学领域的时间较晚，但是其博士阶段的学术研究并没让我操心太多。他性格开朗、为人诚实、低调谦和、勤奋好学，深得师友称道。在电视真人秀研究方面，他有过细致梳理和独立思考，在校期间已发表多篇科研论文。值得一提的是，绍元博士毕业后进入报社，又转入政府机关工作，未能留在高校继续学术研究，这无论对于他本人的治学理想，还是对博士选题研究而言，都有一点遗憾。不过，正如美国诗人弗罗斯特所说：“我们永远是站在三岔路口选一条路走，不可能走回头路，不可能回到原点。既然不可能回到原点，那就不存在后悔的事。差别只是每条路的风景都不一样。”人生充满着各种际遇，博士阶段的努力。是为新的航程增强动力。希望绍元博士始终不忘初心，不论在哪个岗位上，都能继续扮演好相应的角色，坚守底线，力求“不迁怒，不贰过”，在人生舞台上不断反观自我，努力超越自我。

蒋建国

2016年9月于广州

中文摘要

在我国，电视真人秀萌芽于 20 世纪 90 年代，兴起于 21 世纪初。电视真人秀的兴起绝非偶然，不仅与消费文化的勃兴及娱乐文化的鼎盛紧密相连，而且与电视媒体的市场化和受众体验的心理变迁息息相关。

从词源上看，表演本身是一个中性行为，不仅存在于戏剧舞台和电影电视场域，而且是人类日常生活中的普适现象和行为。电视真人秀就是普通参与者以电视为舞台，以行动展示为手段，在规定情境及角色期待下，面向观众的自我呈现。从这个意义上说，电视真人秀是一种表演，它既是一种艺术表演，也是一种社会表演，还是一种媒介表演。在电视真人秀表演中，节目选手、主持、评委甚至观众都是演员，电视媒体是舞台，社会规范则是脚本。

电视真人秀表演是真实自我与想象自我的统一体，这种表演始终围绕表演的“最高任务”进行，服从于并服务于表演的“最高任务”。真人秀节目请“托”现象违背了表演的“最高任务”，所以导致表演“跑题”。真人秀表演既需要显现，也需要隐藏。在表演中，显现与隐藏要保持一个适当的平衡，显现一旦超过了必要的尺度，就会发展为自我迷失，包括表演者的第一自我迷失、真实自我迷失，以及观众自我迷失。电视真人秀表演的自我迷失，既与节目参与者的性格和价值观有关，也与表演中介化和观众在场相关。电视真

人秀表演既是一个自我呈现的过程，也是一个自我反观的过程。自我反观是主我对客我的审视与反思，旨在达到层层递进的三大目标，即实现自我确认、寻求自我认同、追求自我实现；其中自我确认是起点，自我认同是中继，自我实现是旨归。

电视真人秀表演是在社会关系中进行的，社会规范是表演剧班的行为期待，是表演自由发挥的基本底线。作为一种社会表演，电视真人秀不仅要遵循节目本身的游戏规则，而且要遵循表演的技术规范、法制规范和道德规范。在现实中，电视真人秀表演偶尔会有“反规范”的行为，以致发生诸如“后台困境”“表演失礼”和“伤及无辜”等“表演崩溃”现象。真人秀表演的道德失范，可能在一定程度上引发道德信仰危机。

不论是作为电视节目，还是作为媒介表演，真人秀都是一门艺术。审美是电视真人秀艺术的灵魂。然而，电视媒体的技术特性、真人秀节目的同质化，以及真人秀过量的感官刺激，可能引发节目表演的审美疲劳。这种审美疲劳是电视真人秀节目受众基于欲望的未满足而产生的一种心理疲劳。克服真人秀表演的审美疲劳，必须追求节目创新，实行本土化改造，提高节目审美情趣。电视真人秀表演有时会有“示丑”的现象，观众也存在审丑的心理。在真人秀表演中，审丑的目的在于以丑衬美、化丑为美。因此，真人秀审丑要坚持距离原则，把握审丑尺度。在真人秀表演中，选手求胜求名的心理、独特的审美观念、电视媒体的合谋，以及观众的猎奇心理，共同衍生了表演中性化。中性化是对传统美的反叛和个性美的追求，意味着男性美和女性美的中和，以及性别美的错位。

从一定意义上说，真人秀表演是物欲症传播的帮凶，是拜金主义的传播载体。在消费时代，电视真人秀表演蕴含着资本的逻辑，通过营销实行商业化运作。电视真人秀表演本身是一种精神消费，这种精神消费往往以“故事会”的形式呈现，并且作为符号消费的

文本，引领着消费的潮流。在消费时代，真人秀表演可能导致电视消费的趋低性，走向电视消费的弱智化。其实，真人秀表演既是一种身体展演，也是一种身体消费。身体是电视真人秀最美的消费品，节目通过展示身体奇观打造着身体消费的盛宴，观众在窥视身体表演时享受着身体消费的快乐，“演员”在崇拜身体的过程中引领着时尚消费的潮流。

在消费时代，电视真人秀表演偶尔伴随着自我迷失的现象，出现道德迷乱的反规范行为，并引来表演艺术的审美迷思。面对这些表演乱象，需要从传媒社会责任的视角进行深入的反观和理性的反思，以推进电视真人秀表演的健康发展。

关键词：电视真人秀 消费时代 表演 自我反观 社会规范 审美迷思

Abstract

In China, the reality TV show has budded in the 1990s, and it has arisen in the early 21st century. The appearance of reality TV show is not an accident, which is related with not only consumption culture and entertainment culture, but also the marketization of TV media and the psychological change of audience's experience.

According to etymology, Performance is a neutral behavior in itself, which not only exists in the theater and film and television field, but also becomes a universal phenomenon and behavior in human's daily life. The reality TV show is the self - presentation of ordinary participants toward audiences on the TV stage, who use television as stage, and take action according to specified situation and role requirement. In this sense, the reality TV show is a type of performance, which is not only a type of art performance on the stage, but also a kind of social performance and media performance toward the masses. In the performance of the reality TV show, the player, the host, the judge and the audience are all actors, the television media is a stage, and all of the social norms are the performance script.

The performance of reality TV show is the unity of the true - self and imaginary - self, which always performs according to the highest task, subordinated to the highest task and serving it. The phenomenon of "artifi-

cial” performance in reality TV show strays from the subject because it has violated the highest task. There is both appearing and hiding in the performance of reality TV. The performance must keep a proper balance between appearing and hiding. If appearing is more than the imperative scale, the performance will become self - lost including performer’ s first - self - lost and true - self - lost, and audience’ s self - lost. In the performance of reality TV show, self - lost is associated with not only the personality and values of program participants, with but also performance mediatization as well as the audience present. The performance of reality TV show is a process of self - presentation, as well as a process of self - reflecting. Self - reflecting is the survey that “I” reflect “me” . The self - reflecting aims to realize self - confirmation, and to seek self - identity, and to achieve self - realization. These objectives go forward one by one, which include the self - confirmation as the origin, the self - identity as the relay, and the self - realization as the purpose.

The performance of reality TV show carries through social relations. The social norms are expected in the performance drama as the underscore of free performance. As a kind of social performance, the performance of reality TV show must not only follow the game rules of the program, but also comply with the technical specification, legal norms and ethics criterion in the performance. In reality, there could be de - normative behaviors in the performance of reality TV show, which could lead to the performance disruptions such as “backstage dilemma” or performance “rude” or “damage innocent” and so on. To a certain extent, moral anomie in the performance of reality TV may cause the crisis of moral belief.

Reality TV show is an art as TV program or medium performance. Aesthetics is the soul of the reality TV art. However, the aesthetic fatigue

could be triggered by the technical characteristic of TV media, and the program homogeneity and excessive sensory stimulation of reality TV show. The aesthetic fatigue is a kind of psychological fatigue that the reality TV show's audience produce based on unfulfilled desire. To overcome the aesthetic fatigue of reality TV performance, we must innovate the program, implement localization reform, improve the aesthetic taste. There is sometimes the phenomenon of revealing ugliness in the performance of the reality TV show, and the audiences have the psychology of watching ugliness. In the performance of the reality TV show, watching ugliness aims to highlight beauty contrasted with ugliness, and change ugliness into the beauty. Therefore, in the performance of the reality TV show, watching ugliness must adhere to the principle of the distant, grasp the scale of watching ugliness. In the performance of the reality TV show, gender neutralization is derived from contestant's psychology to win, and unique aesthetic idea, and conspiracy with TV media, and audience's curiosity. Gender neutralization is the rebellion against traditional beauty, and the pursuit for personality beauty. Gender neutralization means moderation between man's beauty and woman's beauty, and mismatch of gender beauty.

In a sense, the reality TV performance is an accomplice of affluenza communication, and a communication carrier of money worship. In the consumption era, the reality TV performance contains a capital logic, which carries out commercial operation through the marketing. The reality TV performance is itself a kind of spirit consumption that often appears in the form of "stories" and leads the trend of consumption as the text of the symbol consumption. In the consumption era, the reality TV performance can lead TV consumption low and dumbing down. In fact, the reality TV

performance is not only a kind of body performance, but also a type of physical consumption. The body is the most beautiful goods in reality TV show. The program creates the feast of body consumption by revealing body splendors. The audience enjoys the pleasure from body consumption when they peek the body performance. The “actors” lead the tide of fashion consumption when they worship the body.

In the performance of reality TV show in the consumptionera, there is occasionally the phenomenon about self - lost, moral bewilderment from de - normative behavior, and aesthetic myth of performance art. In the face of these performance chaostic, we should reflect deep and rationally on the perspective of the media social responsibility, in order to promote the healthy development of the reality TV performance.

Key words: reality TV show; consumption era; performance; self - reflexivity; social norms; aesthetic myth

目 录

绪 论	1
第一章 电视真人秀的历史演变与表演特质	31
第一节 电视真人秀兴起的时代背景	31
第二节 电视真人秀的历史轨迹	45
第三节 电视真人秀的表演特质	59
第二章 电视真人秀表演的自我迷失与自我反观	69
第一节 电视真人秀的自我呈现	69
第二节 电视真人秀表演的自我迷失	90
第三节 电视真人秀表演的自我反观	108
第三章 电视真人秀表演的反规范性与道德审视	117
第一节 电视真人秀表演的规范向度	117
第二节 电视真人秀表演的“反规范性”	125
第三节 电视真人秀的表演失范与道德信仰缺失	143
第四章 电视真人秀表演的艺术性与审美迷思	153
第一节 电视真人秀表演的艺术特质	153

2 消费时代的电视真人秀研究——基于表演学视角

第二节	电视真人秀表演的审美疲劳	166
第三节	电视真人秀表演的示丑与审丑	173
第四节	真人秀表演的中性化与审美	185
第五章	电视真人秀表演的消费文化观照	196
第一节	电视真人秀表演与物质消费文化的泛滥	196
第二节	电视真人秀表演与精神消费文化的变异	205
第三节	电视真人秀表演与身体消费文化的扭曲	213
结 语	226
参考文献	233
在学期间发表论文清单	258
后 记	259

绪 论

一、文献综述

电视真人秀的兴起和发展,不仅开辟了电视节目竞争的新领域,而且为电视研究提供了新素材。目前,电视真人秀已经成为学术界的研究热点之一。

(一) 电视真人秀研究述评

从节目渊源与发展来看,电视真人秀(True man show)在国外又称为“真实电视”(Reality TV)、“真实秀”(Reality show)、“游戏秀”(Game show),偶尔也称为“真实肥皂剧”(Reality soap opera)、“创构式纪录片”(Constructed documentaries)等。

1. 电视真人秀的基本内涵

国内外学者试图从不同视角对真实电视进行界定。英国学者希尔(Hill)认为,真实电视与小报新闻、电视纪录片和大众娱乐业三类媒介产品相关。^①早在1994年,英国学者理查德·科尔伯尔尼

^① [英] 希尔著,赵彦华译. 流行真人秀:真实电视节目受众的定性与定量研究[M]. 北京:中国国际广播出版社,2008:16.