



李立 著

奇观社会的文化密码

——电视真人秀的游戏规则研究

Qiguan Shehui de Wenhua Mima
— *Dianshi Zhenrenxiu de Youxi Guize Yanjiu*



Sichuan University Press
四川大学出版社



Qiguan Shehui de Wenhua Mima
— *Dianshi Zhenrenxiu de Youxi Guize Yanjiu*

奇观社会的文化密码

——电视真人秀的游戏规则研究

李立 著



Sichuan University Press
四川大学出版社

责任编辑:张 晶
责任校对:夏 宇
封面设计:米茄设计工作室
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

奇观社会的文化密码:电视真人秀的游戏规则研究 /
李立著. —成都:四川大学出版社, 2012. 4

(文学视阈)

ISBN 978-7-5614-5753-5

I. ①奇… II. ①李… III. ①文娱活动—电视节目制作—规则—研究 IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 066642 号

书名 奇观社会的文化密码 ——电视真人秀的游戏规则研究

著 者	李 立
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-5753-5
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	9.75
字 数	251 千字
版 次	2012 年 12 月第 1 版
印 次	2012 年 12 月第 1 次印刷
定 价	28.00 元

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址: <http://www.scup.cn>

版权所有◆侵权必究

目 录

绪 论	(1)
一、从游戏规则到媒体奇观文化：研究对象和研究 路径	(1)
二、真人秀：奇观社会中媒体奇观的典型样本	(7)
三、游戏规则：媒体奇观文化的密码	(14)
四、研究现状及文献综述	(18)
五、研究思路及重点、难点分析	(26)
第一章 真人秀：真幻交融的媒体奇观	(34)
第一节 奇观社会理论和媒体奇观理论	(35)
一、德堡的奇观社会理论	(35)
二、凯尔纳的媒体奇观理论	(38)
第二节 真人秀的诞生、发展与泛化	(43)
一、真人秀电视节目的史前史	(43)
二、一种全新节目形态的诞生和成功	(46)
三、真人秀天下	(51)
四、真人秀在中国	(58)
第三节 真人秀电视节目家族	(65)
一、多样化的公式菜单和类型组合	(66)
二、真人秀节目家族	(67)
第四节 真人秀作为媒体奇观是一种社会文化隐喻	(69)



一、诸多媒体奇观中的真人秀	(70)
二、作为社会文化喻体的真人秀	(78)
第二章 游戏规则：真人秀的源代码	(83)
第一节 元游戏与游戏	(83)
一、元游戏：游戏的人类性	(84)
二、什么是游戏	(89)
三、游戏规则是游戏的灵魂	(95)
四、游戏、真人秀和游戏规则	(96)
第二节 行为科学视野下的规则	(98)
一、何谓规则	(99)
二、个体行动理论中的规则	(102)
三、组织理论中的规则	(104)
四、人类社会理论中的规则	(106)
第三节 游戏规则在真人秀中的中心性	(108)
一、游戏规则与竞赛游戏	(111)
二、游戏规则与节目文本	(114)
三、游戏规则与媒介文化	(117)
第四节 真人秀游戏规则的结构、层次与类型	(121)
一、游戏规则的层次	(121)
二、游戏规则的结构	(124)
三、游戏规则的类型	(125)
第三章 奇观逻辑与游戏规则功能	(129)
第一节 游戏规则、真人秀和媒体奇观文化的关系	(129)
一、真人秀的构造	(130)
二、真人秀游戏规则的构造	(132)
三、媒体奇观文化的构造	(134)
第二节 奇观逻辑	(136)

一、经由媒体技术观看的逻辑	(136)
二、寓于冲突的戏剧化逻辑	(139)
三、混杂和融合的逻辑	(140)
第三节 游戏规则功能	(142)
一、游戏活动的平台	(143)
二、节目元素的纽带	(144)
三、奇观文化的密码	(145)
第四章 平台：作为多方力量进行博弈的场域	(149)
第一节 真人秀的游戏性：互动与博弈	(149)
一、作为节目的游戏	(150)
二、作为游戏的节目	(152)
第二节 镜头内游戏参与者的博弈	(155)
一、置身于控制实验中的行为主体	(156)
二、游戏中的成功者	(164)
三、游戏中的落败者	(171)
第三节 游戏设计者与游戏规则	(176)
一、作为游戏的立法者和评判者	(177)
二、作为媒介环境的博弈者	(183)
第四节 观看者、监管者、评价者与游戏规则	(187)
一、观看者的行为与心理	(187)
二、观看者对游戏的参与和影响	(196)
三、监管者和评价者	(200)
第五章 枢纽：作为各种节目元素的聚合之地	(205)
第一节 真人秀的电视性：它在节目谱系中的位置	(206)
一、新型的“超节目”	(206)
二、真人秀的电视性	(210)
三、为真人秀在电视节目谱系中定位	(215)



第二节 媒介环境和媒体技术对游戏规则的作用	(221)
一、制约作用	(222)
二、协助作用	(224)
第三节 游戏规则对真人秀媒介手段和节目元素的作用	(230)
一、调动和激发作用	(230)
二、综合和统领作用	(233)
第六章 密码：制造并表征着奇观文化	(238)
第一节 真人秀的文化性：媒介文化发展的必然	(238)
一、媒介产品的文化维度	(241)
二、游戏活动的文化维度	(243)
三、游戏规则的文化维度	(245)
第二节 视觉文化、娱乐文化与游戏规则	(247)
一、视觉文化与真人秀的游戏规则	(247)
二、娱乐文化与真人秀的游戏规则	(250)
第三节 消费文化、体验文化与游戏规则	(253)
一、消费文化与真人秀的游戏规则	(254)
二、体验文化与真人秀的游戏规则	(258)
第四节 全球化、本土化与游戏规则	(260)
一、全球化与真人秀的游戏规则	(261)
二、本土化与真人秀的游戏规则	(265)
结 语 游戏规则变量和不断建构着的当代传媒文化	(273)
一、社会文化症候和游戏规则评价	(274)
二、媒介发展趋势和游戏规则策划	(279)
三、人性伦理状况和游戏规则修订	(281)
主要参考文献	(291)
后 记	(301)

绪 论

对学术研究之程式的一种认识是，研究者从某一或某些富有分析研究价值的可见的、可识别的和可把握的对象入手，运用一系列经过反复验证且被学术共同体认为是合理和有效的方法与程序，去揭示与阐释那些内含的、隐蔽的、不可见的对象及其意义，从而获得新的具有一定创造性的认知和知识。

据此，本研究的简洁研究图式是，通过运用符号学、传播学、社会理论、文化研究等方法 and 资源，对真人秀这种“元游戏”的多层次游戏规则进行分析和解读，阐释和揭示以真人秀为典型代表的当代媒体奇观文化的特征和意涵，从而获得对当代社会文化的一种认识。

一、从游戏规则到媒体奇观文化：研究对象和研究路径

认识与理解当代社会文化特征与内涵的途径有很多，本研究之所以选择从游戏规则入手进行分析和研究是因为，首先规则（rules）本身是重要而有分析研究价值的对象。

学者们认为，在有记载的历史中，对规则以及它们在人类社会中的地位的思考非常普遍。规则不仅居于社会与文化关系的核心地位，并且渗透于人类生活的方方面面，它们是文明的基础以及人类组织的基本特征。

规则以及基于规则的行动是所有我们已知人类社会的主要



特征。人类行为以规则为基础组织起来，这些规则组合、创建并维持了社会系统^①。詹姆斯·罗尔（James Lull）认为，规则能将意识形态与多种形式的权威联系在一起，它还具有建构我们理解的象征性表征以及我们经常碰到的社会模式的意义的作用。因此，规则以及违反各种各样的规则必然是文化的事件^②。这也在一定程度上使我们可以理解为什么“规则在一些学术领域如人类学、语言学、社会学、政治学和传播学中作为一种中心的理论概念”^③，理解为什么作为规则集合的制度以及作为基于规则和基于身份之行为的观念是在政治学、社会学、经济学以及人类学中所有“制度主义者”有关行动观念的基础^④。

规则其实是具有多个语义层次的基本概念，它可以在许多层面并按照不同功能予以解释。在较高的层次上，规则可以被宽泛地理解成“一切社会与文化在不同程度上得以制度化、引导化与管制化的方式”，这时有关规则的讨论与研究就被当做一条有用的途径，以深入传播研究方面的许多核心争论与问题^⑤。从一个更个体化的视角看，规则由调节个体行为以及个体之间互动行为明确或隐含的标准、规章和预期所构成^⑥。

后一种对规则的理解其实是被称为调节性规则的规则两大基本类别之一，可以包含在前一个对规则的理解之中。与调节

① [美] 詹姆斯·马奇、马丁·舒尔茨、周雪光：《规则的动态演变——成文组织规则的变化》，童根兴译，上海人民出版社，2005年，第7页。

② [美] 詹姆斯·罗尔：《媒介、传播、文化——一个全球性的途径》，董洪川译，商务印书馆，2005年，第86页、第97页。

③ 同上，第84页。

④ [美] 詹姆斯·马奇、马丁·舒尔茨、周雪光：《规则的动态演变——成文组织规则的变化》，童根兴译，上海人民出版社，2005年，第8页。

⑤ [美] 约翰·费斯克等：《关键概念——传播与文化研究辞典》（第二版），李彬译注，新华出版社，2004年，第247页。

⑥ [美] 詹姆斯·马奇、马丁·舒尔茨、周雪光：《规则的动态演变——成文组织规则的变化》，童根兴译，上海人民出版社，2005年，第5页。

性规则相对应的是制定权规则。根据詹姆斯·罗尔对前贤思想的归纳，规则首先是一个有制定权意义的语词，它意味着规则通过对世界的“预先解释”，为人类的思想和行为的可能进程提出建议——以一定的方式对社会现实进行构建、解释和规定。描述性规则（常常是含蓄的）告诉我们存在什么，程度如何，处于一种什么关系中。与制定权规则相比，调节性规则通常更正式、更明确，调节性规则在有组织的、规定的（建构的）社会现实中规范了社会行为，这是通过具体的方式引导和约束人类行为来实现的。制定权规则和调节性规则将秩序系统强加于所有形式的社会交往之中^①，对规则的研究有助于将文化的、社会的和个体行为的现状、由来和意义进行分析判断和解读。

其次，在多数情况下，我们对规则的理解和讨论常常是被纳入游戏的范畴内来进行的。游戏伴随着人类社会发展的整个历史进程，是人类文化中最为本质的部分。规则是游戏最重要、最核心和最基本的构成部分，游戏因其规则结构而成为可能。一旦失去规则，游戏就土崩瓦解。在很大程度上，规则决定着游戏，或者说，规则定义了游戏。基于游戏规则与游戏之间这种关系，可以说，对游戏规则的研究就是一种重要的和本质的对游戏的理解、认识和研究。

游戏同样是有多个语义层次的概念。从很宽泛的意义上，我们可以将某一有边界的社会互动与传播视为一种游戏，它还可以被理解为主体在规则的帮助和制约下有目的地在某种相互的依赖环境中策略性的行动与互动。对游戏更具体的描述是，拥有主题、情节、角色、动作、规则等要素的，动用一定

^① [美] 詹姆斯·罗尔：《媒介、传播、文化——一个全球性的途径》，董洪川译，商务印书馆，2005年，第84页。



知识和语言，借助各种器物，通过身体运动和心智活动模仿并探索周围世界而获得快乐体验的社会性活动。在狭义的游戏 中，游戏规则部分地能将底层规则、隐性规则、制定权规则明晰化为调节性规则和显性规则，从而有助于我们通过它们去认识和研究其背后所蕴含的问题、现象、价值和意义。即使是对游戏中隐性层面规则的讨论，也都用来在“真实生活”情景或社会性遭遇内容之间加以类比。“游戏被有意玩去的时候，不过是从象征层面对基本社会过程的一种定形。”^①

于是在游戏规则、游戏和现实社会之间，就有了这样一种关系：游戏在很大程度上由游戏规则决定或定义，而游戏与现实世界之间又有着对应、象征、类比或者隐喻的关系。那么，从游戏规则出发去探讨现实社会的文化特征，就有顺理成章的逻辑链条。

循着上述路径探究当代社会的文化特征时，应该从它最有代表性和典型意义的游戏着手。在一个以媒体文化联结经济、政治、文化和日常生活领域的轴心势力的时代，电视真人秀可以满足这样的要求和期待。一方面真人秀本身可以看做是规则得以实施的游戏。它是由一组游戏构成的产物。这组游戏在一种包罗万象的系统之中联结在一起，而这一大系统本身可以被作为一种“元游戏”（meta-game）来理解^②，另一方面，真人秀是当下这个奇观社会中媒体奇观的典型样本。

在尚未完结的新世纪第一个十年中，电视真人秀节目异军突起并席卷全球，屡屡创出收视奇迹。短短几年内，其影响遍及社会经济文化生活的诸多领域，以至频频被以“旋风”、“神

① A. Brittan: *Meanings and Situations*, London, Routledge & Kegan Paul, 1973, pp. 130 - 131.

② [法] 埃哈尔·费埃德伯格：《权利与规则——组织行动的动力》，张月等译，上海人民出版社，2005 年，第 238 页。

话”、“奇观”等概念加以称呼、修饰或形容，成为当仁不让的令人瞩目的世界性流行文化现象缔造者。

可以说，在世界电视史上，很少有被视为全新的一种节目类型在发展迅速且影响深远方面能与电视真人秀匹敌。在新的技术背景和媒介生态的支撑下，电视真人秀节目顺应社会时代的微妙需求和可能变化，以电视媒体为核心组织力量，突破传统电视节目的技术和观念限制，聚合各类媒体，囊括不同题材，运用尽可能丰富的表现手法，吸引形形色色的参与者和观看者，成为一种显赫的“超节目”。美国 E 娱乐电视有限公司的联合创始人、总裁和首席执行官拉瑞·纳莫（Larry Namer）谈到真人秀对全球电视产业的影响时说，真人秀节目已经风靡世界，几乎在每个国家，它都成为最具竞争优势的收视率争夺者。真人秀电视节目带来的社会影响力前所未有^①。

从电视文本和社会经济文化现象的对应关系与交互作用的视角看，电视真人秀的社会影响的确已大大溢出一般电视节目的狭义范畴，具有广泛而深远的奇观效应。同其他流行文化现象一样，真人秀电视节目这种“超节目”所形成和造就的文化现象，具有学者高宣扬所指出的流行文化具有的普遍性（universality）、一般性（generality）和渗透性（pervasiveness）^②。高宣扬还指出，在当代社会中，商业、媒体、技术、权力和意识形态是紧密结合在一起的，而流行文化则成为以上各种因素相结合的中介^③。可见，真人秀电视节目这种强势流行文化的典型代表，更确切地说，奇观社会中的媒体奇观必然成为商业、媒体、技术、权力和意识形态的扭结和

① 谢耘耕、陈虹：《真人秀节目：理论、形态和创新》“序言”，复旦大学出版社，2007年，第1页。

② 高宣扬：《流行文化社会学》，中国人民大学出版社，2006年，第1页。

③ 同上，第302页。



博弈之域。

按照道格拉斯·凯尔纳（Douglas Kellner）的理论，媒体文化是联结人类经济、政治、文化和日常生活领域的轴心势力，而其中最能体现当代社会基本价值观、引导个人适应现代生活方式并将当代社会中的冲突和解决方式戏剧化的媒体奇观就更进一步组织和推动了当代经济生活、政治冲突、社会交往、文化和日常生活。在当今世界，奇观文化飞速发展并迅速扩散和渗透到社会和文化的各个领域^①。电视真人秀是当代电视文化和奇观文化领域最具典型性的媒体奇观，也因此可以成为解读以媒体奇观文化为表征的奇观社会之文化特征的一个适合的对象。

正如我们希望借助电视真人秀这种媒体奇观去理解和探究奇观社会的文化特征一样，我们分析和研究电视真人秀之为媒体奇观，也需要找到一个阿基米德点。电视真人秀有一个重要的构成性特征，那就是几乎所有真人秀节目的节目内核都是一个或隐或显的竞赛游戏。在游戏中，参与者与自我、与其他参与者以及与自然环境进行着博弈和竞争，而所有这些博弈和竞争，均是在一系列主要是人为制定的言明或未言明的规则统驭和推动下进行的；同时，节目本身成为一个游戏，除了创建、组合和维持作为节目内核的博弈竞争游戏，还在更宽泛的层面上，以嵌入奇观社会中的媒体奇观之身份，在“真”、“人”、“秀”等层面以及它们的交互层运作和创设着各种规则。这些规则决定了节目的面貌，从而也在很大程度上决定了真人秀这种典型的媒体奇观所构建的奇观文化的风貌。可以说，它们成为真人秀电视节目的源代码，也成为媒体奇观文化的密码。

① [美] 道格拉斯·凯尔纳：《媒体奇观——当代美国社会文化透视·前言》，史安斌译，清华大学出版社，2003年。

本研究选择从运作于电视真人秀这种“超节目”由内而外的核心竞赛游戏事件层与节目技术文本层的游戏规则入手，辐射至由电视真人秀节目所创造的媒体奇观的文化层，从人的行为心理和媒介运作以及社会文化等角度探讨媒体奇观文化的征候。具体说来，本研究以对真人秀中游戏规则的解读作为切入点，通过研究游戏规则调动和激发了哪些因素从而对媒介、人以及社会产生影响，同时反过来受到媒介、人和社会的哪些制约与决定，去认识游戏规则与文化的同构和创生关系，并力图为在实践和操作的意义上总结电视真人秀节目游戏规则的策划、制定、修改和创制提供启发和帮助。

二、真人秀：奇观社会中媒体奇观的典型样本

奇观社会这一概念所指称的，是围绕着形象、商品和戏剧性事件而组织起来的媒体和消费社会。奇观社会的最大特点是世界的图像化呈现。人们处于符号消费时代，媒介在这样的时代与社会中居于核心和枢纽地位，它将人与现实的实在关系化约为镜像式的虚拟关系。在奇观社会里，有众多多元化和异质的奇观现象，其中最为本质性的当属媒体奇观。媒体奇观是一个由娱乐、信息和消费组成的新的符号世界。在这个世界中，媒体策划和媒体操控等手段在当代社会文化中发挥着日益重要的作用。也正是在这样的世界里，真人秀作为媒体奇观的典型样本成为奇观社会的隐喻。

（一）什么是真人秀

真人秀（Reality TV），也称“真实电视”，是一种在长期保持类型稳定的电视业中后来居上的崭新的节目类型。国外对其有多种称谓，如“Game Show”（游戏秀）、“Reality TV”（真实电视）、“Truman Show”（真人秀）、“Reality Soap Opera”（真实肥皂剧）、“Constructed Documentaries”（创构式纪录片）、



“Reality Show”（真实节目）等。这种命名的多样性在一定程度上反映出真人秀电视节目在题材、风格和形态上的多样性，也反映出其概念和模式处于迅速延伸的状态中。国内对此类节目多数沿用“真人秀”这一叫法，也有称“真实节目”、“真实电视”的，但影响都不如“真人秀”。需要指出的是，国内也有人认为，真人秀和真实电视是相近但不同的两种类别。从大的类别上来讲，“真人秀”属于游戏节目，而“真实电视”则应该归入纪录类电视节目^①。

关于“真人秀”节目的概念，最宽泛的定义是——非演员表演的节目。但按这个定义，相当部分的大众文娱节目都可以归入真人秀节目。很多研究者试图为真人秀电视节目给出更精准的定义。如，“所谓真人秀节目，就是指由普通人而非扮演者，在规定情境中按照指定的游戏规则展现完整的表演过程，展示自我个性，并被记录或者制作播出的节目”^②；“‘真人秀’作为一种电视节目，是对自愿参与者在规定情境中，为了预先给定的目的，按照特定的规则所进行的竞争行为的一个较长周期过程的记录和加工。在播出形态上，是以‘连续/系列’节目的方式出现”^③。国内影视文化研究领域最有影响的学者之一、清华大学的尹鸿曾对“真人秀”的概念作了两种阐释：一，真人秀泛指对普通人在虚拟情景与预设规则中真实生活的录制与播出，它将戏剧的虚拟和纪录片的纪实紧密结合在一起，并由真实性和虚拟性两个层面的内涵构成；二，真人秀是由节目制作者指定游戏规则、由普通人参与并录制播出的电视

① 王朋进：《“真实电视”节目的经营之道》，载《传媒观察》2005年第2期。

② 谢耘耕、陈虹：《真人秀节目：理论、形态和创新》，复旦大学出版社，2007年，第1页。

③ 田昊：《叙事的视野：电视真人秀发展研究》，南京师范大学文学院电影学硕士学位论文，2006年3月，第8页。

游戏节目^①。这些定义无不从不同侧面揭示出真人秀电视节目的重要特征和基本属性，但也或多或少存在不足，它们或者不能明确界定真人秀作为电视节目的属性，或者不易把真人秀和一般参与性电视游戏节目区别开来。

在当前国内可以查找到的定义中，影响最大、被广泛接受的，是尹鸿等在《娱乐旋风——认识电视真人秀》中对真人秀下的定义：“电视真人秀作为一种电视节目，是对自愿参与者在规定情境中，为了预先给定的目的，按照特定的规则所进行的竞赛行为的真实记录和艺术加工。”^②

从形式逻辑的角度讲，要给一个事物下定义，其公式为：概念 = 概念所归的属 + 种差。根据这种思路，结合其在世界范围内发生、发展和变化的实际状况，我们来看看电视真人秀节目。

真人秀节目是用摄像机、麦克风等电视手段记录下来的一组视听材料，用于电视台播出，它不同于广播节目，不同于报纸报道，因此它的属是电视节目；

节目中，被挑选出来的普通人也好，明星也好，均以普通人身份参与节目游戏。这些游戏参与者在节目游戏中自愿自主做出行动，其行为具有自发自主的特点，其过程具有未知未定和开放的特点。这使其不同于具有先定性和封闭性的表演类电视节目，它的属缩小为纪实类电视节目；

但真人秀节目中又都有制定好的规则、限定性的情境和特定的目标，于是它又不同于其他纪实节目，有着人为的和虚构的一面，那么真人秀节目的属进一步缩小到虚构与纪实结合的

① 梁智勇：《真人秀节目研究》，载童兵主编《中国新闻传播学研究最新报告（2006）》，复旦大学出版社，2007年，第173页。

② 尹鸿、冉儒学、陆虹：《娱乐旋风——认识电视真人秀》，中国广播电视出版社，2006年，第6页。



电视竞赛游戏类节目；

但真人秀节目和一般小型的电视竞赛游戏类节目又有所不同，它的目的不仅是为了展示竞赛游戏过程，记录其结果，还在于展示人们的个性，以及他们在日常状态下难以暴露在公众面前的生活、言行和心理。这使它不再混同于其他普通的小型竞赛游戏类电视节目。

至此，它的属不能再缩小，它的特有属性就显现出来了：

由以普通人身份自愿参与节目游戏的游戏者，在给定的情境中，为了一个明确之目的，按照预先基本制定好的游戏规则在游戏中做出自己的行动，这些行动能展示他们的个性和在日常生活状态下难以暴露或表现在公众面前的生活、言行及心理，且构成一个完整的过程，并被电视媒体将这一过程进行完整记录加工而形成的电视节目，就是真人秀。

（二）真人秀是典型媒体奇观

媒体奇观是奇观社会的核心表征和重要组织力量，其本质是一种媒体文化现象。真人秀不仅是一种媒体奇观，而且在当代媒体奇观中最具代表性和典型性。

真人秀是在媒体高度饱和（media-saturated）的社会中诞生的。在这个社会中，媒体尤其是电视媒体，一方面把社会中的种种充满矛盾和冲突的“景象”、“景观”纳入自己的镜头，一方面通过策划和制造各种“媒介活动”、“媒介事件”去“无中生有”地制造出很多充满矛盾和冲突的“景象”、“景观”，并且使它们成为一个个令人瞠目结舌的“奇观”。

在众多豪华场面、体育比赛、政治事件等媒体奇观中，真人秀的代表性和典型性是十分突出的。它在内容和形式以及传播上具备后现代文化的混杂性和综合性，结合真实与虚构，融合记录性和戏剧性，将参与和观看有机结合，集合与制造种种矛盾冲突，馈赠给人们一个个视听大餐。真人秀节目数量多，