

觀看與被觀看：台灣真人秀的慾望 監控、螢幕機體與偽裝後現代*

簡妙如**

《摘要》

近年來在國內外引起注意的真人實境節目，在台灣的本土版本中，則呈現出另類的觀看真實與真實被觀看的樂趣。在影像特效、各式敘事想像與眾多耀眼明星所組成的繽紛媒體時代，為何人們反而要觀看起這類強調臨場真實、畫面粗糙、不講究美感與藝術性的真人秀電視？而這類以「觀看真實」為核心的節目形式，又蘊含什麼樣的媒體科技、真實、慾望與主體的相互形塑關係？在全球化的真人實境節目脈絡下，本研究以曾在台灣引發爭議的偷窺真人秀節目，【TV 搜查線】（2001-2004，華視）為分析文本。本文指出這個本地真人秀節目，既展現出某種全球化的慾望與監控相互形塑的觀看文化，也展現出更由電視媒體與身體所共構的觀看關係。並且，在台灣特有的「作假真人秀」節目形式下，真實成為一種關於「偽裝」的後現代文化展現。

關鍵詞：真人實境節目、假真人秀、媒體科技、TV 搜查線

* 本文為國科會專題研究計劃《觀看與被觀看：台灣真人秀節目之媒體心理技術研究》（NSC 93-2412-H-194-015）部分研究成果。本論文初稿曾發表於「2005 文化研究學會年會」（桃園：中壢）。作者感謝兩位匿名評審的寶貴意見，文化研究年會中的評論人林思平老師，也感謝曾與我討論、對本文貢獻想法的朋友們。

** 作者簡妙如現為國立中正大學傳播學系助理教授，e-mail: telmjj@ccu.edu.tw。

「繼【我要活下去】，美國電視台進一步要剝光人性與情慾真面目，新播出的【誘惑島】、【盲目約會】讓觀眾看得驚心動魄…」

(廖和敏，2001年2月9日)

「時下號稱『真人真事』的電視綜藝節目，到底有多少真實性？…一名年輕男子在甲台哭訴，希望妹妹別當鋼琴女郎；到了B台另一真人真事節目，卻跟發生外遇的老婆扭打…」

(何軒憶、葉君遠、葉宜欣，2003年11月30日)

壹、「真實」的觀看與被觀看

在影像特效、各式敘事想像與眾多耀眼明星所組成的繽紛媒體時代，為何人們反而要觀看起上述報導中這類內容寫實、畫面粗糙、人物平凡，甚至有作假演出之虞的「真人秀」電視？

千禧年前後，歐美國家出現了一股特別強調「真實」的電視節目熱潮，被稱為 Reality TV。比如1999年出現於荷蘭，以節目形式銷售至歐、美、亞、非各洲等二十多個國家的【老大哥】(Big Brother)，美國MTV台的【真實世界】(Real World)，美、英皆有的【我要活下去】(Survivor)、【誘惑島】(Temptation Island)，及現今仍在台灣播出的【超級名模生死鬥】(America's Next Top Model) …等。這類節目多公開徵求一般民眾參與，讓一群年輕男女齊居一室與外界隔絕，再以滿佈屋內的攝影機24小時拍攝並剪輯播出；或是讓一群人在荒野中進行生存競賽，讓真實情侶接受第三者美色誘惑的考驗…。無論遊戲規則如何變化，這些節目的特點都在於強調真人真事、沒有劇本，並讓觀眾在鏡頭前看到各種真實人性與真實臨場狀況的發生。因此，也常被稱為「偷窺電視」(voyeur TV) (Calvert, 2000 / 林惠琪、陳雅汝譯，2003)、「監控式電視」(surveillance-based TV) (Andrejevic, 2002; Pecora, 2002)，或被納入更廣泛的「事實娛樂節目」(factual entertainment) 類型 (Hill, 2002, 2005)。國內多譯為「真實電視」、「真人實境節目」，或媒體報導中較為口語的「真人秀」。

而在2003至2004年期間，台灣也曾出現過一陣被稱「吵架節目」的真人秀熱潮(見附錄一)。這些節目以真人真事為號召，強調由民眾自願報名參與、沒有劇

本的呈現真實事件。比如由製作單位以偷拍、側錄方式，在真實生活場景中協助發掘真相（如【TV 搜查線】、【愛的郵差】），或是由攝影機在電視台攝影棚內現場，紀錄民眾調解家務事的真實過程（如【最後的晚餐】、【幸福委員會】、【天堂與地獄】、【辣妹向前衝】…）。甚至在 2006 年，這類吵架真人秀又曾捲土重來，也引發不少關注（如【分手擂台】、【八號偵查庭】等節目）。與上述國外的真人秀相同，這類節目都拿「一般民眾 / 平凡人」而非「名人」，大做文章。將人們私生活、各種尺度開放的情愛關係、肢體衝突，以及人性的真相與醜態搬進電視，同時滿足觀眾的偷窺慾以及參與者的表現慾。

本文以為，不論國內外的真人秀熱潮，這類節目都造就了一種新興的、對於「真實」的觀看慾望及觀看關係。不管是測試人性或發掘真相，真人秀開啓了一種比戲劇寫實、比新聞報導更具娛樂性的真實追求。尤其是以「監控」的方式，來見證人性與臨場真實。而由於節目特色在於讓過往坐在電視前的觀眾，進入電視成為被觀看的主角，真人秀在創造監控、見證真實的形式之餘，同樣也形塑了一種新的「觀看與被觀看」的關係：觀眾看著與自己相似的「普通人」受到注目，被其鏡頭前未經排演、修飾的表現所吸引，投入對這些「真人真事」的品頭論足之中。

當然，在這類節目裡所呈現的窺人隱私，以及將煽情的情慾與人性衝突赤裸呈現，皆已引來社會輿論的道德批判聲浪（廖和敏，2001 年 2 月 9 日；蘇詠智，2001 年 10 月 7 日；林倖妃、朱梅芳，2003 年 12 月 5 日）；同時就其所強調的「真人真事」本身，也經常被指責節目作假、漏洞百出（何軒憶，2003 年 5 月 17 日；何軒憶、葉君遠、葉宜欣，2003 年 11 月 30 日）。

在社會一片批判、指責之餘，本文主張一種媒體科技文化的觀察角度，檢視真人秀對於「真實」的觀看與被觀看關係的打造。媒體科技文化的觀察，主要關注真人秀節目形式中的媒體科技因素對觀看內容、觀看主體以及觀看關係的形塑。這些媒體科技因素，指的一方面是在真人秀節目中被大量應用的小型攝影機、隱藏式麥克風以及各種偷拍、跟拍以直擊真實的各種科技手法（Calvert, 2000 / 林惠琪、陳雅汝譯，2003），同時也包括現今可與電視更密切連結的網路、手機等跨媒體平台的運作（Andrejevic, 2002; Jones, 2003）。另一方面，媒體科技也指的是今日的媒體滲透環境，所造就的閱聽人觀看心理與觀看文化（Abercrombie & Longhurst, 1998; Bird, 2003）。本文認為從媒體科技與真人秀節目表現手法的關係來檢視，我們可以進一步地理解這麼具有爭議性的真人秀節目的崛起，很可能並不僅只有道德淪喪、追求商業利益或後現代擬象等意涵。反而，在科技與人們觀看慾望的相互形塑

下，真人秀突顯了今日更值得注意、也更為具體的感官科技、心理及媒體運作形式（簡妙如，2008）。

貳、由偷窺、後現代到媒體科技文化

針對晚近的真人秀電視熱潮，國外已集結不少學術專書（Friedman, 2002; Andrejevic, 2004; Holmes & Jermyn, 2004; Murray & Ouellette, 2004; Biressi & Nunn, 2005; Hill, 2005, 2007; Escoffery, 2006; Heller, 2007; Ouellette & Hay, 2008）。而國內的真人秀研究在近幾年也已開始出現，包括對類型的探討，以及針對特定節目的閱聽人研究（謝豫琦，2005, 2006）。然而面對真人秀的崛起，不論是社會輿論或是學術界，相關論述可分為三種主要論點：道德批判論，後現代擬象論，以及媒體科技文化論。

一、道德批判論

道德批判論關心的是真人秀節目對隱私的偷窺與侵犯、對參與民眾的操弄與剝削，以及節目對社會風氣可能帶來的不良影響（如助長暴力、色情等）。比如在歐美，真人秀所引起的公共爭論，多以道德恐慌論述出現（Biltreyst, 2004），人們覺得電視台是在剝削邊緣族群（Dovey, 2000: 117），或者直接批評這類節目是「垃圾電視」（Bondebjerg, 2002: 186）。美國學者 Calvert（2000 / 林惠嫻、陳雅汝譯，2003: 95）便以《偷窺狂國家》這本書，直指近年來各類真人秀節目的核心特色就是助長偷窺。真人秀節目逐漸將觀眾變成偷窺狂，也將報名參與節目的民眾變成自願的曝露狂；民眾對私密癖好的興趣取代了對真實的談論，讓整個社會不再是「公民國度」，而是「偷窺狂國家」。

而台灣在 2003 年的真人秀熱潮，同樣也在社會引發批判聲浪。針對【TV 搜查線】等包含偷拍及曝露民眾家務事的真人秀節目，媒體輿論多批判其為「侵犯他人隱私」、「引領大眾一起偷窺」、「偏離真實」的錯誤示範；同時學者也批評這些真人秀節目撈過界，不應認為自己有解決民眾私領域家事的能力（吳知賢，2002；郭宏恬，2004）。可以說，真人秀的出現，首先被關切的便是其道德及倫理上的爭議。

二、後現代擬象論

而後現代擬象論，則是以後現代主義的文化分析，指出真人秀對虛擬／真實的界線泯除、對現代社會的顛覆與批判意涵。比如從節目的類型意義來看，真人秀結合紀錄片、肥皂劇、遊戲節目及八卦小報的混雜元素（Hill, 2002; Jones, 2003），不僅造成定義上的難題（謝豫琦，2005），更模糊了紀錄片與娛樂性節目、真實與虛構間的界線。Corner（2002）便認為，真人秀開啓「後紀錄片文化」的到來，過去紀錄片被賦予的紀實及社會批判意義，被翻轉為用來取樂，甚至作出更多樣的節目變形，既豐富也顛覆了我們對紀錄片的使用與認知（Roscoe, 2004）。可以說，真人秀所使用與宣稱的紀錄手法，只是對紀錄片的一種擬仿，是在人為建構中，呈現出關於真實的擬像（simulation）。

此外，荷蘭學者 van Zoonen 分析【老大哥】的源起，也指出該節目所具有的後現代對現代性的批判意涵。真人秀不僅是顛覆了公共／私人領域的界線，讓人們可以在公領域中談論被排除的私人生活、性別、甚至弱勢族群；並且真人秀特定的人性測試規則，則更是後現代社會對已逝的秩序、人與人間的親密與信任的追念，這也是一種對「真誠性」（authenticity）的懷舊（van Zoonen, 2001）。而真人秀打破名人與民眾界線的節目形式，也讓民眾因為能將私生活、將自己帶入媒體公共領域，因而獲得一種社會認可與自我肯定。該研究者便指出，對被主流電視文化排除的社會邊緣人、底層民眾而言，參與真人秀節目並不意味著剝削，反而電視的光環為他們帶來更多自我增權的可能（Priest, 1996; McGrath, 2004）。

三、媒體科技文化論

然而，在道德批判或是後現代文化詮釋之餘，不少學者更為注意真人秀節目中相當關鍵的媒體科技因素，以及由此衍生的文化現象，本文將其稱為媒體科技文化論。這類論點，不由道德批判或後現代文化的角度解釋真人秀的出現，反而研究者認為這股觀看真人實境的媒體文化趨勢，展現了當代媒體科技對於真實、主體性以及媒體觀看文化的重新構造意義（Fetveit, 1999; Jimroglou, 1999; Pecora, 2002; Andrejevic, 2002, 2004）。

首先，在科技與真實的關係上，真人秀節目形塑了一種以影像監控為根基的真實觀看形式（Fetveit, 1999; Wong, 2001; Pecora, 2002; Andrejevic, 2002, 2004）。這類節目大量運用小型手提攝影機、小型麥克風及其它電子監視設備，強調在科技的

協助下，讓觀眾看到發生在攝影機前、沒有事先排練的真實生活片段，以及在鏡頭前無所遁形的人性、行為與情感（Calvert, 2000 / 林惠嫻、陳雅汝譯，2003: 10-12；Dovey, 2000）。因此 Corner（2002）便指陳，【老大哥】這類節目根本是「在一完全人為的安排中，操作對真實的宣稱」，是對真實的表演。

在這種由科技監控來「看見」真實的形式中，呈現了人們在數位科技時代的矛盾心態：既不信任影像科技對真實的再現，卻又更依賴科技來協助見證、監控真實（Fetveit, 1999; Pecora, 2002）。因而觀眾在看真人秀時，絕大部分是在判斷節目參與者是在鏡頭前作表演，還是真誠地作自己（Hill, 2005:67）。藉著將攝影機包裝成「客觀的觀察者」，成為這種節目類型所宜稱的真實標準（Hill, 2005: 61）。而真人秀節目的監控科技，實則操作著有如現場新聞報導相同的真實美學（唐士哲，2002），以能讓觀眾看到臨場真實的發生（Hill, 2005:53）。

其次，從科技與主體的關係來看，真人秀節目鼓吹了一種「讓自己被觀看」的電視民主化（democratization of TV）幻象（Kilborn, 1998; Andrejevic, 2002; Jones, 2003）。Andrejevic（2002）指出，運用有如「線上經濟 / 網路經濟」（online economy）監控消費者需求的作法，真人秀節目也監控到了民眾想上電視的慾望。真人秀總是以真實民眾的參與為號召，比如以「下次，你也可以作節目主角」的語言召喚著觀眾，讓過往在電視機前被動觀看的民眾，有機會進入電視節目成為主角。這同時滿足了觀眾的偷窺慾，也挑起一般民眾也想成為名人的表演慾。此外，藉由跨媒體平台的科技整合，如網路觀看、觀眾票選等管道，真人秀也展現互動經濟的形式（Andrejevic, 2002）。以【老大哥】來看，由於觀眾能決定淘汰哪個參與者，因而電視機前的觀眾，便享有對節目內容的操控及參與感（Jones, 2003）。

於是，真人秀節目製造了全新的觀眾主體。作為觀眾，真人秀是一種「為自己而看 / 自己演自己看」（see for themselves）的節目類型（Hill, 2005:53）。而作為節目的演出者，真人秀節目則使參與者臣服於事先知道的監控，並以「我並沒有什麼好隱藏的」，「接受監視反而是一種誠實的表現、是自我的表達」等想法，將參與者馴化為願意被觀看與被監控的主體（Andrejevic, 2002, 2004）。

最後，從科技與觀看文化來看，真人秀本身更是以「媒體事件」的形式，一步步建構閱聽人與節目的觀看關係（Roscoe, 2001; Couldry, 2002; Scannel, 2002）。媒體事件指的是，原本不具重要性、並非日常慣例的事件，在媒體操作下，成為廣被人們知道、參與並在媒體中展演的特定事件；而在真人秀節目中，成為媒體事件，反而是此種節目類型重要的表現手法與建構觀看關係的核心。比如 Hill（2002）便

指出，真人秀節目在整體真實娛樂市場並不是最受歡迎的，反而它是作為生命週期可能很短暫的媒體事件而受到矚目。在她的研究中，觀眾觀看的理由不外乎「它是個新節目」、「你可以票選」，但也許最令人驚訝的理由是，「所有其它人都在看，而且在談論它」、「所有人都在評論那些競爭的人，以及他們在鏡頭前的反應」（Hill, 2002）。而 Biltereyst（2004）更認為，與其說真人秀是在製造道德恐慌，還不如說真人秀正是以操作道德恐慌的擬象，賦予真人秀作為媒體「事件」的地位，而使社會大眾不得不捲入對此類節目奇觀的注意之中。

此外，真人秀節目在操作媒體事件上，讓觀眾參與也是重要關鍵。透過多重互動平台，比如拍攝的真實地點、網站、電話投票…等，【老大哥】等節目建立了能使觀眾成為「迷」的基礎，觀眾被邀請進入這些討論論壇，作為文本生產者而非消費者（Roscoe, 2001）。甚至，真人秀節目的敘事情節與進行方式，便是不斷地在邀請觀眾參與，因而 Tincknell 和 Raghuram（2004）便指出，與其說真人秀節目創造了許多「主動的閱聽人」，還不如說這是由其文本形式所建構而出的「互動的閱聽人」。

因而以 Couldry（2002）的整理來看，【老大哥】等節目具有多層次的媒體事件意涵。這包括：一、節目內容成為具有「現場／臨場感」（liveness）的事件；二、電視媒體的產製權威造成一般民眾與電視名人的位階差序，這才使得民眾上電視更具有新鮮感與吸引力；三、真人秀節目總是突顯出一種作為「真實的虛構劇」（true fictions）或是「偽裝的真實劇」（fake truths）的曖昧性，既作為節目，也作為事件。於是，觀眾不是得進入節目建構的遊戲中，猜測參與者的真假與否，就是在節目外對整體節目的真假作評斷。

換言之，真人秀的媒體科技文化形式，更在於運用「電視媒體」在社會中所具有的地位。除了創造可監控臨場真實的景觀、讓觀眾更想從電視中看到自己之外，更製造具有臨場感、具有話題性的媒體事件，以使當代已更為各式訊息所包圍的擴散閱聽人（diffused audience）（Abercrombie & Longhurst, 1998），能與節目內容有更緊密的觀看關係，形成其獨特的媒體觀看文化。

四、研究問題及方法

由上述的討論來看，本文認為從媒體科技文化的角度，適可整合地理解在道德批判論與後現代擬象論中，真人秀特有的倫理與真實論題。人們都對它覺得有疑慮，但卻不知不覺的進入它的媒體事件中，創造真人秀節目的收視與討論熱潮。這

其中，關於真人秀的影像監控、民眾參與，以及媒體事件等特質，都與真人秀節目對新興媒體科技以及媒體文化的操作密切相關。我們似乎可以進一步追問，那麼在台灣的真人秀中，¹ 也有如此的媒體科技因素與操作特質嗎？台灣真人秀節目所要觀看的真實為何？台灣真人秀節目如何創造觀眾的參與？台灣真人秀節目又有什麼樣的媒體事件？這些都是本文以媒體科技文化的角度出發，希望以本地的節目作為分析文本，進一步了解的問題。本文也希望由本土真人秀的分析中，了解台灣電視節目與媒體科技、觀看心理的關係，並藉此提出對本地媒體文化的觀察。

在文本選擇上，本研究選取在 2003 年台灣真人秀風潮中播出時間最久的節目【TV 搜查線】（華視，2001-2004）為分析文本。【TV 搜查線】是由國內頗為老牌的映畫製作公司所製作，² 最早是出現於華視周末綜藝節目【TV 三賤客】中的一個單元，從 2001 年開始製播至 2004 年 11 月才結束。在 2004 年 3 月，更轉型為每週一到週四播出的帶狀獨立節目。即使在 2003 年這類節目頻受爭議，但【TV 搜查線】仍因收視率太好，而使製作單位及電視台甘冒各方指責批判，都不願喊停（葉宜欣，2003 年 10 月 24 日）。因此以【TV 搜查線】為例，除了針對該節目的文本形式、相關報導及觀眾回應進行分析外，本研究也進行兩項訪談，並自 2004 年 6 月至 11 月，側錄到 31 集共 930 分鐘的節目內容，作為基本分析資料。

參、慾望監控

真人秀節目的特質之一，便是一種以「監控」為根基的觀看與被觀看關係。然

¹ 這裡所指稱的「台灣真人秀」，指的是在本文研究期間特別針對的 2003 年至 2004 年之間，台灣本地產製較具真人秀特質、也曾風行一時的「吵架真人秀」。然而在本文初稿寫就之後的 2006 年後半期以來，台灣的本土真人秀節目才開始有較為多樣的類型。比如明顯模仿國外真人秀的模特兒選秀或競賽節目，如【漾動大使爭霸戰】、【千萬要成功】。或是歌唱選秀、才藝選秀節目，如【成名一瞬間】、【校園歌喉戰】，以及捲土重來的真人吵架節目，如【分手擂台】等等。甚至在 2007 年之後才崛起的，較具真實性的歌唱選秀節目，如【超級星光大道】、【超級偶像】等節目，則都尚未在本文的討論範圍中。

² 可參考該公司網頁 <http://tvking.com.tw/modules/about/>，該節目主要是由主持人接受民眾委託，協助情侶、夫妻或父母，調查其另一半是否感情出軌、或調查子女是否暗地作出不當行為。節目宣稱「揭發種種令人意想不到的真實情節內幕」、「突擊現代人令人錯愕的真實面貌」，讓觀眾看到最真實的「親情、愛情與友情中令人匪夷所思的糾葛故事」，播出後頗收到歡迎。

而我們需進一步問，要監控什麼？而在台灣真人秀節目中，是否也有如此的真實監控？有何特質？與媒體科技文化又有何關係？

一、監控慾望 vs. 想被監控

首先，很明顯地，運用監控是一種「對慾望的監控」。真人秀的監控，多標榜的是觀看「人性的真相」。而人性原本就是不可見的，因而節目便費心地佈置監控的生活情境，設計遊戲規則，以使這些原本不可見的人性，比如貪婪、私心、愛慾…等人性的真實慾望，在特定情境中「被看見 / 成爲可見」。更重要的是，能在電視上被看見。

其次，真人秀中的科技監控，更翻轉爲一種「想被監控的慾望」。原本令人懼怕的、由上而下的監控，在此卻被顛覆爲「較溫柔的」馴化手段（人們自願上節目）（Andrejevic, 2002），「被監控」成爲被慾望的新商品，而其包裝便是「名人的民主化」。

這種「想看」與「想被看」監控心理變遷，便反映了如 Pecora（2002）所言，爲晚近監控科技的地位轉變。我們愈來愈內化地認爲，更多在街角、銀行、商店所裝設的監視器，對我們是有好處的；我們甚至想主動裝設可以保護自己權益的監視器。在真人秀中，監控科技關鍵的地位轉變，就在於將監控的權力，作表面上的下放：監控與被監控的雙方都成爲一般民眾，觀看與被觀看者，詭異地同時享受了權力釋放的快感。

二、【TV 搜查線】的慾望監控

那麼在台灣，真人秀節目中的監控又是如何運作的？以 2003 年的本土真人秀節目風潮來看，攝影機的紀錄、監控與臨場感，同樣是這些節目最主要的操作邏輯。【愛的郵差】、【TV 搜查線】是出外景跟拍、偷拍，而【最後的晚餐】、【幸福委員會】則邀報名者於棚內現場調解。本土真人秀監控的內容，集中於監控真實人際關係中的私密慾望。這些節目之所以能義正辭嚴地監控隱私、調解家務事，更是由操作各種傳統及刻板印象化的道德觀出發。

（一）節目內的慾望監控

以【TV 搜查線】爲例，我們可列舉 2004 年 7 月 5 日至 8 日，以及 2004 年 8 月 23 日至 26 日等兩個週共八集的節目內容，檢視其委託主題及所具有的刻板印象。我們可以發現，該節目充斥著對兩性關係、二次婚姻、外籍新娘、明星夢、網

路交友、暑期打工…等等八卦、社會新聞中常見議題的刻板印象，並以夾雜著性、暴力與犯罪的奇觀，來製造節目的感官刺激（見表一）。

表一：【TV 搜查線】節目內容與刻板印象示例

| 播出日期 | 委託主題 | 刻板印象 |
|----------|------------------------------------|--------------|
| ‘04/7/5 | 〈女友擔心男友為圓星夢試鏡被騙犧牲色相〉 | 星途陷阱多 |
| ‘04/7/6 | 〈機車行技師阿順懷疑印已外籍老婆小英在外面討客兄〉 | 異國婚姻、家暴 |
| ‘04/7/7 | 〈林媽媽擔心自己小女兒在 pub 上班的行爲〉 | 暑期打工、pub 陷阱多 |
| ‘04/7/8 | 〈畢伯伯擔心女兒被花心網友所騙〉 | 網路交友陷阱 |
| ‘04/8/23 | 〈洪伯伯想看改嫁的前妻及女兒的生活，發現女兒受繼父凌虐〉 | 二次婚姻、繼父是惡狼 |
| ‘04/8/24 | 〈男友阿齊近日冷淡，調查發現劈腿四女〉 | 花心男友 |
| ‘04/8/25 | 〈單親黃媽媽委託尋找離家出走大女兒，發現被男友利用，也對妹妹有心結〉 | 單親家庭、姐妹爭母愛 |
| ‘04/8/26 | 〈女友覺得男友變冷淡，調查發現四角關係〉 | 畸戀、多角關係 |

資料來源：本研究整理。

此外，由本研究所蒐集的 31 集文本來看，該節目在人物關係、委託主題以及呈現的感官畫面類型上，也可看到這種對既有人際關係的道德監控傾向（見表二）。

以表二來看，作為節目主角的委託者與被調查者關係，都集中於親密而熟識的人際網絡。最多的類型就是「情侶」（51.6%），再來是「親子」（25.8%）。而這些私領域的真實情感與家務事，也是 2003 年本土真人秀風潮中最常呈現的真人真事：較強調以既有的真實人際關係為起點，去發掘背離這些關係道德標準的真相。因此在調查主題上，最多的便是「情感忠誠」（懷疑對方變心、劈腿…），佔 51.6%，而「脫軌行爲」（像結交壞朋友、從事不當工作，如援交、作撞球辣妹…等）佔 32.3%。「關心現況」（只是單純想知道前妻或前男友 / 女友的現況）與其

他³，則只合佔 16.1%。可以說，佔據八成以上的節目內容，都是在討論及重申（reiterate）關於傳統社會人際關係與行為的道德界線。

表二：【TV 搜查線】的人物、主題及感官畫面類型

類型：%

| 人物關係 | | 調查主題 | | 感官畫面* | |
|-------|-----------|------|-----------|----------|-----------|
| 情侶 | 51.6 (16) | 情感忠誠 | 51.6 (16) | 吵架、肢體衝突 | 77.4 (24) |
| 親子 | 25.8 (8) | 脫軌行為 | 32.3 (10) | 裸露、親密行為 | 38.7 (12) |
| 夫妻 | 12.9 (4) | 關心現況 | 12.9 (4) | 不良行為示範 | 16.1 (5) |
| 朋友及其它 | 6.5 (2) | 其它 | 3.2 (1) | 無肢體衝突的落淚 | 9.7 (3) |
| 兄弟姐妹 | 3.2 (1) | | | 無 | 6.5 (2) |
| 共計 | 100.0(31) | | 100.0(31) | | 100.0(31) |

註：()內為播出集數

*只要該集有出現某類感官畫面就計算一次，因此有許多集出現不只一類感官畫面。

而由於監控的是人性慾望中較有道德爭議的行為，這類節目也更易產生各種充滿感官刺激的畫面，成為製造節目高潮的橋段：同時可目擊真實、窺人隱私，並又佔據正義的位置。在 31 集節目中，【TV 搜查線】每集出現的感官畫面類型以「吵架、肢體衝突」最多，31 集中有 24 集都有這種感官畫面（77.4%），其次便是「裸露、親密行為」（38.7%）。甚至有幾集是「不良行為示範」（比如當事人在情緒激動下作勢要跳樓、跳河自殺…等），只有非常少數的幾集，沒有激動衝突也沒有身體性刺激的畫面，純粹只是較為悲傷的落淚或黯然離去而結束（見表二）。我們可以發現，在重申親情、愛情及友情的道德觀念表象下，監控新科技真正想捕捉的，其實更是具可看性與吸引力的性與衝突畫面。監控科技將「不被接受的」、「令人錯愕」的脫序行為，在鏡頭前揭露，也順便伸張「影像正義」（Calvert, 2000 / 林惠嫻、陳雅汝譯，2003: 87）。因而這種慾望監控的形式，在表面上的大方展示底下，其實包裹著更為保守的道德觀：譴責背叛者、強化特定族群與工作的刻板印象（如外籍新娘、繼父、pub 工作、網路交友）。⁴

³ 有一集是一位媽媽委託主持人勸說其離家兒子回家，但情節進行卻是要主持人與其兒子比賽籃球，是較為非典型的節目內容。

⁴ 對比國外的真人秀節目內容，也有學者指出這些新興節目底下的保守性格。Cavender（2004）研究美國的【美國追緝令】（American's most wanted）、【我要活下去】

(二) 節目外的慾望監控

除了隱藏攝影機等監控科技外，我們不能忽視另一個位於節目之外的監控科技：收視率。真人秀節目的製作單位總不斷地以收視率的判準，在監控著觀眾的慾望。比如【TV 搜查線】在 2003 年面臨一片社會撻伐時，其製作人就曾表示，該節目若播出「偷窺、裸露等畫面，收視率就飆高」，但收到新聞局警告函後淨化內容，反而「創造了有史以來最低收視率」（葉宜欣，2003 年 10 月 24 日）。

換言之，台灣真人秀的慾望監控有兩個層面的意義。一方面，真人秀在節目內使用偷拍手法，監控被調查者的隱私慾望與道德行為；但另一方面，製作單位則又是以收視率來監控觀眾的收看慾望。這與 Andrejevic (2002) 所言，真人秀運用有如「線上經濟」監控消費者需求的作法相似，「收視率」對國內電視台而言，已成為其內化的媒體科技。一位在曾任職【TV 搜查線】執行製作的小 P (化名) 便表示：「我們會有每一分鐘的收視率…」，只要是收視率高的情節安排與表現模式（她稱之為「遊戲玩法」），就會被固定下來（本研究訪談，2004 年 12 月 9 日）。也就是說，真人秀節目所蘊含的媒體科技因素的監控，其實是層層地由節目內延伸至節目外。在節目內，真人秀透過跟拍、偷拍等形式，讓觀眾投入對他人家務事及道德生活的監控與偷窺快感中；但在節目之外，電視台也透過開機的連結與收視率調查工具的應用，無止盡地在監控著觀眾，形成「收視＝觀眾喜好」的迷思。

於是，從「偷窺、裸露等畫面，收視率就飆高」的想法中，我們或可大膽地猜測，觀眾其實不是出於喜愛、欣賞節目內容而停留在電視機前，而是一種不由自主的感官視覺與身體的停留。正如師承麥克魯漢的加拿大學者 de Kerckhove (1995: 8-13) 所言，今日人們是用身體 (body)、而非心智 (mind) 在回應著多頻道的電視訊號；電視令人應接不暇的剪輯傳送節奏與種種影像語言技巧，使得幾乎是「電視在看我們」，而非「我們在看電視」。換言之，收視率監控到的僅是觀眾的視覺停留，是一種感官身體的反應，而非心智上的評價。這一點，反而才是今日電視媒體科技文化最重要的特點之一。真人秀節目或其他愈來愈以感官內容吸引觀眾收視

(Survivor)，發現這些真人實境節目所推動的「社群價值」(the value of community)，其實是相當傳統的個人主義與競爭形式，將世界用很簡化的「他群 / 我群」的方式區分，以能製造對立與衝突作為賣點。Palmer (2004) 也認為，英國的許多真人秀，不斷地在中介與正當化其對於階級 (class) 的特定意識形態。因此，無論中外的真人秀節目，在以監控為基礎的真實觀看底下，監控慾望、監控人性的道德保守性，仍是相當顯著。

的節目，創造的並非是主動詮釋內文、出於喜愛節目內容的閱聽人，反而是與節目感官刺激互動而被迫停留的身體。⁵

肆、螢幕機體

由上述的討論，我們可進一步檢視真人秀的媒體科技形式所召喚的觀看關係：種種與身體感官反應緊密結合的觀看狀態。英國學者 Livingstone (1999) 在談到新媒體的研究議題時就指出，新媒體科技的主要結果之一就是閱聽人的轉變。過去電視觀眾問的是「發生了什麼事」？現在網路世界的參與者與共同創造者則是問「我在哪裡」？在媒體形式愈加多元及個人化的時代，對於閱聽經驗的了解，在在需要新的理論與問題架構。本文以為，不論是「為自己而看 / 自己演自己看」，或是自願被監控，以被監控、被看來作為自我表達，真人秀以「平凡人 / 觀眾」參與的基本形式，以及強調真人真事與臨場真實的特質，弔詭地形塑出一種特定的觀看狀態。

一、無法區分自我與他人

在 Abercrombie 與 Longhurst (1998) 的「景觀 / 展演」閱聽人新典範論中，曾指出當代閱聽人最重要的特質，便是處於一種「景觀－自我陶醉－景觀」(spectacle-narcissism-spectacle) 循環狀態。媒體不斷將世界創造為景觀，吸引了閱聽人的觀看，而這些景觀也為人們的自我陶醉(幻想自己的形象、建構自我認同)提供素材，人們的行為愈來愈表現得是在被看、是在表演，就愈使得自己也成為景觀的一環。就像真人秀節目操作的觀看心理，觀眾在看著節目中的平民參與者所面對的各種情境與狀況，總是會有「看看別人，想想自己」的反應，或很自然地去想像「如果我是他的話，我會怎麼做」的心理 (Hill, 2002; Jones, 2003; Andrejevic, 2004)。Abercrombie 與 Longhurst (1998: 133) 認為，媒體在這裡，就像是一堵高高的鏡子，映照的是無止盡的反身性表演 (reflexive performance)，不論是表演者或觀眾，都無法自外於彼此：在把別人看作是表演者時，連帶地也把自己視為表演者，這是種無法區分自我與他人的反身性觀看。

⁵ 將收視率的監控也視為真人秀節目的「科技形式」之一，也在於避免一種「科技決定論」式的、被本質化的科技因素。反而，本文所指出的媒體科技文化觀點，正是要強調真人秀節目的科技文化形式，經常是收視率考量，也就是市場考量下的產物。

這種無法區分自我與他人的反身性觀看，本文認為正可突顯出真人秀對於觀眾「怎麼看電視」的打造。在過去，加拿大學者 McLuhan (1964) 便曾強調科技對於人類身體內外的延伸效應。早先的機械時代，是將人們的身體外爆、延伸到無遠弗屆的空間中，比如交通工具的發明與使用；然而在電子媒體崛起的年代，這種延伸卻是反向地在人類的感官身體中內爆。一般我們將這種內爆理解為「媒體科技是人類感官的延伸」，重點像是在媒體科技的創造與發明，但 McLuhan 的原意，其實更強調，媒體科技如何持續地、內在於我們的身體感知中，改變了人類的感官比重與感官樣式。Haraway (1991) 著名的賽伯人 (cyborg) 論點，則不以「延伸」作為比喻，而是進一步地打破媒體科技與人類的界線，以「賽伯人」來指稱一種當代的新人類。賽伯人就是結合科技與肉身的新興主體，既是物質化的產物（結合新興電腦與網路科技），也是一種想像的彰顯（展現了對既有社會主體的脫逸與反叛）。

從 McLuhan 到 Haraway，若除去前者經常被批評的、將科技予以本質化看待的論點，我們可以看到真人秀節目，由慾望與監控科技的形式所逐漸打造出的新觀看關係：結合對於他人隱私與真實的觀看慾望，觀眾總是時時由反身性的、也是自我陶醉的觀看聯想，來回應著真人秀強調真人真事的敘事手法，建構一定的觀眾與節目文本的觀看關係。挪用「賽伯人」的用詞，本文以為，真人秀所創造出的這種特定的觀看主體與觀看狀態，我們或可稱其為「螢幕機體」(screen organism, screenborg)：我們的身體與不斷觸接的媒體刺激物，混雜生成「螢幕有機體」的新主體性，愈來愈是回應著各式各樣螢幕鏡頭而存在、感知及行為。⁶而螢幕機體的科技，則是已然內化於閱聽人身心的電視景觀觀看方式：我們總是用像看電視一樣的眼光看待別人，也如此看待自己。真人秀的文本形式，即是不斷對觀眾推動這種無法區分自我與他人的觀看關係、將觀眾的視線建構為「景觀—自我陶醉」的循環。這種吸引觀眾的手法，彰顯了當代人們全面與電視螢幕共生的感官經驗。正如 Baudrillard 在〈傳播的超脫〉一文中所指出的，在擬象時代我們被無數訊息所穿越

⁶ 在筆者的另一篇文章中，則以「技術閱聽人」(the skilled audience) 稱之（簡妙如，2008）。螢幕機體的概念，可說是技術閱聽人的前身想法。螢幕機體強調真人秀的感官敘事形式，所召喚與創造的觀眾「觀看」狀態，是現在進行式中的觀看主體。而技術閱聽人，則是對螢幕機體的進一步概念化，用來指稱當代已愈為媒體科技所形塑、也更能駕馭科技技能的當代閱聽人新主體性（簡妙如，2008: 19-22）。「技術閱聽人」更強調的是，當前閱聽人浸淫於媒體科技的日常普遍性。

的身體，每個人都愈來愈像是螢幕終端機（Baudrillard, 1983 / 呂健忠譯，1998）。

二、【TV 搜查線】如何打造螢幕機體

以【TV 搜查線】的敘事手法來看，我們可以找出真人秀打造螢幕機體觀看狀態的主要方式。參考 Ekström（2000）曾提出的三種新聞傳播的敘事模式：資訊（information）、說故事（storytelling）及創造吸引力（attractions），本文認為結合「見證真實」與「戲劇性娛樂」特質的真人秀節目，在【TV 搜查線】中也有三類主要的敘事手法：故事敘事、奇觀敘事、宣稱真實敘事（簡妙如，2005）。故事敘事，是指以發展故事情節為進展的敘事主軸，包含了基本的人物角色、關係及情節過程，是與戲劇有著相同元素的敘事手法。奇觀敘事，則是以創造吸引力為主的敘事表現，包括旁白的引導、主持人的參與，以及各種畫面特效、字幕及音樂的使用。而宣稱真實的敘事，則是在營造該節目作為真人真事、臨場捕捉真實的合理證據，包括委託者的身分說明、交待監控的時間進展、日夜交替的自然變化，以及打造偷拍技術的合理性（比如遠距的、有些看不清楚的畫面，或出現遠距離的談話時，交待如何收音）等（見表三）。

表三：【TV 搜查線】敘事手法

| 敘事手法 | 目的 | 表現形式與意義 |
|-------------------------------|-----------|--|
| 故事敘事 (storytelling) | 以發展故事情節為主 | a.具有故事主角；b.有情節過程；c.有故事結局。 |
| 奇觀敘事 (spectacle narration) | 以創造吸引力為主 | a.以旁白描述出奇觀，將觀眾導入懸疑奇觀的旁觀者位置；b.突顯事件的異於常規；c.發展使觀眾情緒有所投入的感官美學與表達形式。 |
| 宣稱真實敘事 (claiming the real) | 以宣稱真實為主 | a.標示為普通民眾的節目報名者；b.標示自然時間及真實場所（棚內、棚外監控）；c.以監控器材作為證明，標示觀察者與被觀察者的位置；d.發現當事人無法預料的結果。 |

資料來源：本研究整理。

在【TV 搜查線】中，我們可以發現，除了故事敘事中的聳動情節外，奇觀敘事及宣稱真實敘事，都更具體地在將觀眾打造為與電視感官共生的螢幕機體。以奇觀敘事來說，最重要的故事外角色就是「隱身不見的旁白」、「現身的主持人」以

及「螢幕感官特效」。

首先，隱身的旁白，從節目一開始，就不斷地使用誇張的口氣及談話方式，試圖引領觀眾進入故事。旁白的作用，就在於將事件變成奇觀。比如「黑影不是別人，是小英，怎麼比廖添丁還厲害！…已婚的小英不會跨海賣淫吧！？」（‘04/7/6），或是「本來以為是他老公阿水『負心』，沒想到是小伶與別的男人尋『開心』，這個發現真令人『傷心』」（‘04/7/19），「這個男的還真厲害，這種帶出場的也行啊！跟辣妹要去哪？馬上跟上觀察」（‘04/7/20），以及「每個人都選擇你要的生活權力，選擇你所愛，愛你所選，TV 搜查線下回見」（‘04/7/19）…等等。旁白不斷扮演引發好奇、對當事人及情節發出評論、引導監控慾望、對最後結果作出總結論的角色。

可以說，「隱身的旁白」自始至終都在引發觀眾的好奇、凸顯事件的不合理處，以留住觀眾想要揭曉答案的慾望。而旁白的隱匿性，使得觀眾在螢幕外具有安全偷窺的條件，而且，將觀眾置入的同時，他們既是偷窺者，亦享有全知者身分的權力感。觀眾的主體性與電視機內的旁白，在觀看的那一刻，便結合成一種共享感官感受的螢幕機體。

其次，主持人在螢幕內的現身，更是替代觀眾，親身參與事件，並演出旁觀者會有的一切反應。比如看到委託人的男友真的跟前女友見面，便氣憤地說「他們根本藕斷絲連」（‘04/8/9）、教訓委託人的女兒不懂知恩圖報（‘04/8/10），或衝上去制止要打老婆的憤怒丈夫（‘04/7/6）…等等。在 2003 年這波本土真人秀節目中，主持人質疑被調查者的行為，並站在委託人的角度，發出具同理心的懷疑，或當發覺到出軌真相時，也以道德維護者的角色發出必要的驚嘆甚至指責。可以說，這類台灣吵架真人秀中的主持人角色，仍源於本土綜藝節目相當倚重主持人的慣例（楊芳枝，2002），在主持節目的同時，也是在表演。但，與一般綜藝節目不同的是，這類真人秀的主持人，他們的表演不是直接娛樂觀眾，反而只是扮演協助的角色，以讓觀眾能進入適當的觀看位置。【TV 搜查線】的主持人總刻意地扮演有如電視機前觀眾的角色，不能有全知者的說話語氣，反而要努力地演出「臨場」反應的樣子。可以說，主持人其實是在將螢幕前的觀眾帶入節目裡，並扮演觀眾，成為延伸至電視裡的感官身體，將觀眾的觀看內化為主持人的觀看而表演出來；同樣，也在節目進行中，與觀眾緊密地結合為螢幕機體。

再者，節目在製造奇觀上，大量運用「螢幕感官特效」，更是具體地將不可見的當事者心情與旁觀者（也就是觀眾）的反應，共同連結於螢幕上，變為可見的畫

面語言。這些感官特效，包括在字幕上提供資訊，也常用停格與畫面反黑，放入引導觀眾思考的反白字句，如「一夜情?!」、「網路援交?」；或在發生肢體衝突時，打上「危險動作請勿模仿」，增加觀眾對此奇觀的注意。在特效畫面上，則常以黑白畫面代表歷史說明、或代表當事人傷痛的心情，且大量使用分割畫面來交待複雜的人物關係，以慢動作或馬賽克處理發生衝突扭打時的畫面…等。可以說，這些感官效果，都不斷地在為故事敘事，增加更多可看性與視覺停留，讓觀眾並非悠閒地品味節目的內容，而是無時無刻處於受到引導的思考脈絡中，不由自主地順應節目猜測著一個接一個出現的懸疑，期待最後的真相。這種電腦後製特效的運用，一方面展現台灣深受日本綜藝節目表現手法所影響；另一方面，這種以感官表現手法吸引觀眾注意的敘事，在今日新聞的敘事手法中也愈來愈被重視（Ekström, 2000；王泰俐，2004）。

最後，真人秀節目最重要特色，則是必須宣稱與證明其真實性。這包括：（一）標示節目報名者為普通民眾；（二）標示自然時間及真實場所（棚內、棚外監控）；（三）以監控器材作為證明，標示觀察者與被觀察者的位置；（四）發現當事人無法預料的結果。因而，在接受委託後的調查與跟拍而得的畫面，都須在當事人不知情狀況下，遠距離拍攝與收音。⁷ 因此種種偷拍情景中的真實時序標示、天色變化、空間，以及因為當事人因不知情而會有的反應，都必須一一符合觀眾對於「真人真事」、「臨場真實」的期待。更重要的是，隨時加入「請一組工作人員繼續追蹤」、「派工作人員先行去裝攝影機」、「派工作人員偷偷靠近收音」…等說明，以表示全程都是真實的，被拍者也是不知情的。換言之，這種「宣稱真實敘事」，一方面在製造事件的臨場真實性，另一方面，也時時刻刻在引導與回應著觀眾對真實的想像，讓觀眾的眼光、心理與節目的進行不僅是同步的、也是無法區分的。

⁷ 基本上這種偷拍畫面，跟 2005 年台灣爆發的「腳尾飯事件」中的畫面，非常相像。「腳尾飯事件」發生於 2005 年 6 月，曾是新聞記者，時任台北市議員、也是東森電視台節目【社會追緝令】主持人的王育誠，以錄影帶所拍攝下的疑似殯儀業者不當處理（再販賣）「腳尾飯」的畫面，在議會中提出質詢。該影片在新聞台播出後，引起社會譁然，但在警方調查下，王之助理才承認這是他們「自編、自導、自演」的「模擬劇」。在這種「模擬」的真實事件中，那些貌似「偷拍」的畫面形式，已弔詭地成為某種當代影像宣稱為「真實」的敘事手法。而此現象的另一面，則是：當代已愈受到媒體感官形式，尤其是事實文類的敘事手法所滲透的觀眾感官心理。

伍、偽裝後現代

最後，以媒體科技文化論的角度來看，除了慾望監控、形塑螢幕機體、成為媒體事件外，也是真人秀另一重要的操作形式。以國外真人秀所引發的媒體事件來看，包括道德批判、開創觀眾的票選參與、炒作見證臨場感與平民名人的出現……等，都創造了媒體的持續關注與話題，但操作參與者與節目真假的曖昧性，更是真人秀媒體事件相當重要的一環（Couldry, 2002）。而檢視台灣的本土真人秀，除了也因內容的道德爭議成為媒體事件外，也不斷地被報導有作假之嫌，這更是相當重要的次級文本。台灣真人秀之所以成為媒體話題，弔詭之處在於：這是一種觀眾與電視節目發展出的「官兵抓強盜」遊戲；即，「質疑造假」而非節目內容的道德與否，才更是台灣真人秀媒體事件的在地特色。

一、追求「偽裝的」後現代文化

當真人秀節目剛推出時，電視台主管與製作人頻頻宣示節目的真實性，直言「如果有造假，歡迎觀眾主動來檢舉」（葉君遠，2003年2月16日）。但由於演出內容經常上演家務事裡的全武行，媒體及民眾不免質疑：「為何有人要上去自曝家醜」？這些人到底從哪裡來的？【愛的郵差】製作人沈玉琳便直說：「給錢就好了，我們以500-5000的車馬費，爭取當事人的播出同意」（吳禮強，2003年2月15日）、「如果無法溝通，只好在當事人臉上打上馬賽克，以不露出樣貌的方式照常播出」，並稱「為了真實呈現人性，節目中的主角，都是製作單位從一些社會福利機構、家扶中心找來的資料」（葉君遠，2003年2月16日）。

但接下來，不少眼尖的觀眾，便開始不斷地發現出現在不同真人秀節目中的「真民眾」，其實是同一個人（何軒憶，2003年5月17日；何軒憶、葉君遠、葉宜欣，2003年11月30日；吳禮強，2003年2月15日；李九妹，2003年9月17日）。在【TV 搜查線】的網路留言中，網友一一舉出造假的證據與事例；而影劇記者，也陸續追查這些顯現造假的蛛絲馬跡：

在3月22號的【TV 搜查線】裏是18歲的高中生，而且最後還鬧的家庭破碎，到了4月12號的【我猜】居然變成了20歲的泳裝美女！…一點也看不出來就在一個月家庭破碎的感覺，哈哈哈哈哈……

（2003年3月22日，網路留言）

TV 搜查線現在的每一集的節目通通都是假的。如何看？教你們一招，節目中只要有搭計程車的畫面，仔細看上車時和下車時的車號根本不一樣（有時甚至連車型也不一樣），欺騙我們忠實的觀眾…

（2003 年 8 月 26 日，網路留言）

有讀者指出，在【幸福委員會】裡「演出」和女主角小瑜一起拍 AV 的小展，早一個多月前，就曾經出現在民視【辣妹向前衝】節目，當時他的角色是一個跳鋼管舞的負心漢。記者循線到小展，發現他從事的是高空彈跳工作，上電視是經由友人介紹。…

（吳禮強，2003 年 9 月 4 日）

面對網友及媒體的作假質疑，製作單位也不斷得出面辯駁。有趣的是，此時製作單位反倒像不斷說謊的「背叛者」，努力地自圓其說以掩飾其欺騙行為，並且將節目的「真實」標準不斷下修：從真人真事，到「故事為真但模擬演出」，甚至下修至連他們自己也是不知情的受害者。比如曾在【愛的郵差】參與演出的一名女性臨時演員妞妞，在參加另個節目時透露【愛的郵差】造假，製作人便回應：「那段鋼管女郎的演出故事，是妞妞自己提供的，就算不是發生在她身上的故事，也是她周遭朋友的故事」（李九妹，2003 年 9 月 17 日）。而在網友多方舉證指出節目造假後，【TV 搜查線】則是改口說該節目是「擬真演出」，並反控網友的指證才是「造假」，甚至還繼續邀請觀眾報名。⁸ 甚至有製作人將造假責任，推給幫製作單位找人演出的經紀公司：

備受指責節目做假的超視【天堂與地獄】，製作人常立欣坦承「我們是有透過經紀公司尋找適合的人選上節目，但如果有人假扮夫妻、情侶或是婆媳上節目，那是經紀公司欺騙了我們」

⁸ 【TV 搜查線】製作公司在網路的回應留言如下：「各位親愛的觀眾：謝謝大家的支持與建言…。本節目爲了保護當事人，所以目前是採「真人實事」擬真演出，對於外界不當的傳聞，我們也感到相當困擾…。在此要嚴重警告這些濫用言論自由的網友，請勿再假冒本單位留言，或逕自做出真正「作假」的不實報導，【TV 搜查線】將保留一切法律追訴權，請君子自重。另外，想報名搜查的朋友，可以來電(02)2634-9292 轉綜藝部詢問即可，類似問題將不再回覆，敬請見諒。TV 搜查線製作單位」（2004 年 7 月 17 日，網路留言；底線爲本文所加）

(陳世昌, 2003年6月1日)

可以說,不論是觀眾的網站留言,或是再經過媒體報導,台灣真人秀的媒體事件,反而成爲從民眾到記者,都加入「質疑偽裝」與「追查偽裝造假證據」的行列。民眾與媒體自力救濟地成爲「搜查者」,非常後現代地,將原本真人秀節目所演出的「調查真相」戲碼,翻轉爲由真實的觀眾與記者投身來執行,成爲台灣真人秀獨特的媒體事件。原本主打「真實」的節目類型,在全民舉證下反成爲「造假」節目的代名詞,不斷上演著製作單位如何見招拆招、繼續爲其「偽裝爲真」的行徑與分裂性格,提出一套套說法的情節。那麼,這種台灣本土真人秀的獨特文化,可以如何理解呢?

如果說,歐美真人秀的後現代性,呈現出真實與虛擬、紀錄與娛樂界線的崩解與混淆,目的是爲了在虛擬的電視中,重拾令人懷念的、早被放逐的「真實」,並且在人爲操控下,建構出能見證真實的環境與遊戲規則。那麼,台灣真人秀的後現代特質,似乎並不直接建構可見證真實的環境,而是將明眼人皆可辨識的「作假/偽裝」,一步步地向自我及大眾催眠爲「真實」。

換言之,台灣真人秀的後現代性,與其說是對「真實」的懷舊,反而是對「偽裝/後現代擬象文化」的追求。台灣真人秀節目的崛起,並不那麼地是在追求現代社會早已失落的真實,反而較像是在八卦社會新聞的耳濡目染之下,希望那些後現代擬象中的脫軌情事、奇觀家務,真的就有人出來現身說法,那些媒體裡才會編出來的光怪陸離,都抱持著一種真有其人、真有其事的假想期盼。換言之,並非追求現代社會的「真」,而是追求一種媒體擬象形式裡的「假」,⁹這才更能捕捉台灣真人秀節目中的在地媒體科技文化經驗與主體心理慾望的變遷;我們或可暫時將其稱爲是一則本地的、關於「偽裝/造假」的後現代文化。

二、不可見的「偽裝」產製流程

關於台灣真人秀節目的作假,並非只是媒體上各說各話的羅生門擬象,反而是證據確實的作假。除了報章雜誌都已報導過的造假證據外(陳世昌,2003年6月1日;李九妹,2003年9月17日;葉宜欣,2003年9月19日),根據本研究訪談的幕後工作人員,以及真正參與過造假演出的民眾(當時實際身分爲研究生,S君),都更能顯示台灣真人秀節目的「偽裝」產製流程。這個產製流程,包括辛苦

⁹ 關於此處的論點,亦可見簡妙如(2008: 34)。

尋找臨時演員來演出「真人」的真人秀節目製作助理，包括林立於台北約 20 多家的臨演公司（臨時演員經紀公司），一直隱身幕後，源源不絕地提供上電視「偽裝為真人」的臨時演員，更包括一群處於「既非演員、又非真正報名民眾」灰色地帶的臨時演員，在抱持著好玩、打工或一點點明星夢的心態下，從事「偽裝／代工」真人秀中「真人」的工作。但這一切很少會被正面承認，甚至很少被社會大眾所看到。然而弔詭的是，這個產製「偽裝」真人秀的裝配線，似乎才是我們在真人秀裡裡外外（包括真人秀裡的故事情節，與外面的媒體報導與辯護說詞），可以較為確認的唯一真實。

本研究訪問的 S 君，以拍攝一整天 3500 元的代價，在朋友介紹下去演出【愛的郵差】2003 年 3 月某一集的男主角角色。按照演出劇情，男主角不僅已婚，而且是夾在太太與媽媽之間左右為難的男子。訪問期間為國小實習老師的 S 君，對自己的演出經驗，感到頗為有趣：

多半的劇情是製作單位給的，但是在開拍的時候就是臨場發揮。…劇情是說媽媽不甘心被送到安養院所以請製作單位幫忙，但是我老婆不答應，並從中破壞，而我這樣不肖子，原本是站在太太那邊的…當然為了節目的效果，一定要和主持人發生衝突…；但是這時我太太回來了，就發生了衝突了，很精彩的，我一直被打…（笑）…，後來是一段很感人的畫面，我跪下來道歉，希望我媽跟我回去，媽媽當然說好囉！〔問：而且有流淚嗎？〕，是啊，我發覺我還滿會演的耶…

（本研究訪談，2005）

當然，除了臨演，真人秀的「偽裝」產製，也有賴這類節目幕後看不見的（invisible）工作人員。以本研究所訪談的【TV 搜查線】執行製作來看，他們的薪水很低，工作時間非常長，而其負責的工作，就是「找臨演」與真正的拍攝過程：

能把明天要拍的演員準備齊…就已經用掉我們一整天的時間，如果當天開天窗…有時就真的下海演…不然…就是電話狂打請經紀公司找人來。〔問：會不會不小心找到別的節目也用過的臨演？〕會啊，如果剛好被導演、製作人知道，我們又被挨罵了！…

工作感想喔，我覺得很累，當然找人跟拍的那天真的很累，又要承受當天的各種狀況。因為我們拍的那些呀…像在街道的景…都是沒有經過申請，

一拍完就走人，所以各種狀況都有。〔問：比如呢？〕太多了，也有人去報警，以為吵架是真的，也為了趕戲…出車禍…還有一次…主持人跟演員發生狀況，不演了…狀況百出…

可以說，台灣真人秀節目中真正的真實性，竟是實實在在地 / 只能做不能說地在作假。但為何台灣真人秀節目不來真的、也不直截了當地說是重演（reenact），而是要在真實與重演的區別中，再「偽裝」出特有的類戲劇、類真人秀節目型態呢？本文以為，這正是因為，台灣的真人秀節目，真正追求的並非真人真事，反而是追求一種八卦媒體洗禮下的「虛擬真實」，操作的是新聞報導中常見的道德恐慌擬象。真人秀製作單位一直在作假、偽裝真實與模擬真實的反覆中，形成本地真人秀節目的另類後現代意涵：一種關於「偽裝」的後現代，以「代工 / 模擬 / 偽裝真實」，而形成的真人秀產製邏輯。

陸、結語

由對慾望的監控以及對收視慾望的監控，到以敘事手法建構閱聽人作為螢幕機體的收視者，不分中外，真人秀都凸顯了今日的電視媒體運用媒體感官科技的操作邏輯。而這些操作的意涵，不僅僅是媒體內容的道德與否，或是媒體時代的後現代文化意義，更是媒體科技因素如何在電視台的商業考量下（收視率與使用臨演節省成本），形塑了真人秀節目新興的觀看慾望、觀看主體以及觀看關係。

如此的論點，正如麥克魯漢所言，「媒體內容僅是小偷用來引開注意力的一塊肉而已」。換言之，正是當代的媒體科技心理的形式，而非媒體的內容本身，才形塑了今日更值得注意的電子媒體文化及主體感官心理的轉變（McLuhan, 1964）。而 Baudrillard（1983 / 呂健忠譯，1998）所指出的傳播的淫穢（obscenity）也是在說明如此的意義：今日真正的淫穢，是媒體無所不用其極地，將訊息與感官形式送至我們眼前、身體，而不是表面上內容本身的淫穢。

因而，本文並不僅以道德批判、或後現代擬象的意涵來理解真人秀。反而是將這二者，都置於當代媒體科技、主體與慾望的變異脈絡中，拆解這兩類意涵的物質化基礎、歷程，以及其與在地社會脈絡、媒體產製過程的相互形塑關係。本文以為，如此將有助於瞭解當代媒體經濟的新形式，¹⁰ 包括科技的應用、對閱聽人心理

¹⁰ 換言之，本文雖特別強調媒體科技的因素，但卻不是一種科技決定論。反而，這裡的媒

的模擬，以及創造閱聽人參與的形式等等。當晚近的「真實」在電視娛樂節目中，已成為愈來愈可被操弄、販賣甚至改造的商品時，那麼，相較於其道德或類型爭議，真人實境電視恐怕還是理解當代媒體科技、媒體經濟學與社會真實如何相互滲透的重要場域。

參考書目

- 王泰俐（2004）。〈電視新聞節目「感官主義」之初探研究〉，《新聞學研究》，81: 1-41。
- 呂健忠譯（1998）。〈傳播的超脫〉，《反美學》，頁 193-212。台北：立緒。（原書 Baudrillard, J. [1983], *The ecstasy of communication*. In H. Foster (Dd.) *The Anti-Aesthetic*. Port Townsend, WA: Bay Press.）
- 何軒憶（2003 年 5 月 17 日）。〈真人秀造假？胡瓜爆料，小董也鬆口〉，《聯合報》，頁 D3。
- 何軒憶、葉君遠、葉宜欣（2003 年 11 月 30 日）。〈噫？綜藝真人真事，換台又是她：臨時演員一身多用，清一色「貌不驚人」，打罵哭喊劇情離譜，觀眾別太信以為真〉，《聯合報》，頁 A5。
- 吳知賢（2002）。〈台灣綜藝節目內容的探討〉，《財團法人國家政策基金會—國政分析》。上網日期：2004 年 12 月 22 日，取自 <http://www.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/091/EC-B-091-046.htm>
- 吳禮強（2003 年 9 月 4 日）。〈幸福原來是假造的？才播一集就被檢舉，男優小展老實說：確實有演出大綱〉，《民生報》，頁 C2。
- 吳禮強（2003 年 2 月 15 日）。〈綜藝真實演出代價多少？愛的郵差車馬費五百到五千，最後的晚餐一萬五，綜藝大集合一千五起跳〉，《民生報》，頁 C8。
- 李九妹（2003 年 9 月 17 日）。〈妞妞爆料，愛的郵差造假〉，《自由時報》，第

體科技，之於真人秀的敘事手法以及觀眾的觀看方式，都更是在電視台的市場／收視考量下的產物。因此，這反而較接近 Raymond Williams（1974）對於電視科技形式的社會文化與經濟因素的解讀。但本文所指出的媒體科技文化的相關論述，大多已跳開只重科技因素，或只強調社會經濟因素的對立觀點，反而較為關注二者相互形塑下的科技文化現象。

32 版。

林倖妃、朱梅芳（2003 年 12 月 5 日）。〈麥擱吵啊，幸福委員會停播：閱聽人監督媒體聯盟指「誤導兩性觀念」公開抵制，並推薦「生活智慧王」等五個優良電視節目〉，《中國時報》，頁 A10。

林惠嫻、陳雅汝譯（2003）。《偷窺狂國家：媒體、隱私權及現代文化中的偷窺現象》，台北：商周。（原書 Calvert, C. [2000]. *Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture*. Boulder, CO: Westview Press.）

唐士哲（2002）。〈「現場直播」的美學觀：一個有關電視形式的個案探討〉，《中華傳播學刊》，2:111-143。

郭宏恬（2004）。〈台灣綜藝節目現象談—訪問政大廣電系關尚仁副教授〉，《媒體識讀教育月刊》，33。上網日期：2004 年 12 月 22 日，取自 <http://www.tvcr.org.tw/life/media/media33.htm>

陳世昌（2003 年 6 月 1 日）。〈家醜外揚真人季，不打不好看？怕場面太冷，製作單位大字報提示該怎麼做，對罵、哭鬧、打耳光不能少〉，《中國時報》，頁 D20。

楊芳枝（2002）。〈Variety shows: Exploring the genre of the “most local show” in Taiwan〉，《東華人文學報》，4: 295-330。

葉君遠（2003 年 2 月 16 日）。〈真人真事難免全武行，小董、季芹愛的郵差保險千萬〉，《自由時報》，第 22 版。

葉宜欣（2003 年 10 月 24 日）。〈搜查線＝金雞蛋，華視不想喊卡〉，《聯合報》，頁 D2。

葉宜欣（2003 年 9 月 19 日）。〈腳本網上見，愛的郵差作戲？網友直指節目造假，製作單位提出反駁〉，《聯合報》，頁 D2。

廖和敏（2001 年 2 月 9 日）。〈自己扮自己，真人演真事：沒有劇本的電視劇，演員觀眾都抓狂〉，《聯合報》，第 29 版。

謝豫琦（2005）。〈紀錄片？真人秀？新文類的可能？定義的難題：擬仿時代的真人實境節目〉，《文化研究月報》，44。上網日期：2007 年 9 月 15 日，取自 http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/44/journal_park341.htm

謝豫琦（2006）。〈真人實境節目的閱聽人解讀策略—以日本節目《戀愛巴士》之台灣閱聽人為例〉。國立政治大學新聞學系碩士論文。

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: 1-64。
- 簡妙如（2005）。〈真人秀節目心理技術初探〉，《大眾傳播與文化研討會論文集》。台中：靜宜大學大眾傳播學系。
- 蘇詠智（2001年10月17日）。〈視覺真人秀，老美看上癮：我要活下去，Copy再Copy〉，《星報》，第10版。
- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Andrejevic, M. (2002). The Kinder, gentler gaze of Big Brother: Reality TV in the era of digital capitalism. *New Media and Society*, 4(2), 251-270.
- Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The Work of Being Watched*. NY & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
- Biltreyest, D. (2004). Reality TV, troublesome pictures and panics: reappraising the public controversy around reality TV in Europe. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality Television* (pp. 91-110). London: Routledge.
- Biressi, A., & Nunn, H. (2005). *Reality TV: Realism and Revelation*. London & NY: Wallflower Press.
- Bird, S. E. (2003). *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World* (pp. 1-20). NY & London: Routledge.
- Bondebjerg, I. (2002). The mediation of everyday life: Genre, discourse and spectacle in reality TV. In A. Jersley (Ed.) *Realism and 'Reality' in Film and Media*, (pp. 159-192). Copenhagen: Museum Tusulanum Press.
- Cavender, G. (2004). In search of community on Reality TV: American's Most Wanted and Survivor. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.) *Understanding Reality Television* (pp. 154-172). London: Routledge.
- Corner, J. (2002). Performing the Real: Documentary diversions. *Television & New Media*, 3(3), 255-269.
- Couldry, N. (2002). Playing for celebrity: Big brother as ritual event. *Television & New Media*, 3(3), 283-293.
- de Kerckhove, D. (1995). *The Skin of Culture: Investigating the New Electronic Reality*. Toronto: Somerville House Publishing.
- Dovey, J. (2000). *Freakshow: First person media and factual television*. London: Pluto.
- Ekström, M. (2000). Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication. *Media, Culture & Society*, 22, 465-492.
- Escoffery, D. S. (Ed.) (2006). *How real is Reality TV? Essays on representation and*

- truth*. Jefferson and London: McFarland.
- Fetveit, A. (1999). Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture? *Media, Culture and Society*, 21(6), 787-804.
- Friedman, J. (Ed.) (2002). *Reality squared: Televisual discourse on the real*. NJ & London: Rutgers University Press.
- Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. NY: Routledge.
- Heller, D. (ed.) (2007). *Makeover television: Realities remodelled*. London & NY: I.B. Tauris.
- Hill, A. (2002). Big Brother: The real audience. *Television & New Media*, 3(3), 323-340.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audience and popular television*. London: Routledge.
- Hill, A. (2007). *Restyling factual TV: Audiences and news, documentary and reality genres*. London: Routledge.
- Holmes, S. & Jermyn, D. (Eds.) (2004). *Understanding Reality Television*. London & NY: Routledge.
- Jimroglou, K. M. (1999). A camera with a view: JenniCAM, visual representation, and cyborg subjectivity. *Information, Communication & Society*, 2(4), 439-453.
- Jones, J. M. (2003). Show Your Real Face: A Fan Study of the UK Big Brother Transmissions (2000, 2001, 2002). Investigating the Boundaries between Notions of Consumers and Producers of Factual Television. *New Media and Society*, 5(3), 400-421.
- Kilborn, R. (1998). Shaping the real: Democratization and commodification in UK-Factual Broadcasting. *European Journal of Communication*, 13(2), 201-218.
- Livingstone, S. (1999). New media, new audiences? *New Media & Society*, 1(1), 59-66.
- McGrath, J. E. (2004). *Loving Big Brother: Performance, Privacy and Surveillance Space*. London: Routledge.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: the Extensions of Man*. NY: Signet.
- Murray, S. & Ouellette, L. (Eds.) (2004). *Reality TV: Remaking Television Culture*. NY & London: New York University Press.
- Palmer, G. (2004). 'The New You': Class and transformation in lifestyle television. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.). *Understanding Reality Television* (pp. 173-190). London: Routledge.
- Ouellette, L. & Hay, J. (2008). *Better living through Reality TV: Television and post-welfare citizenship*. MA: Blackwell.

- Pecora, Vincent P. (2002). The culture of surveillance. *Qualitative Sociology*, 25(3), 345-358.
- Roscoe, J. (2001). Big brother Australia: Performing the 'real' twenty-four-seven. *International Journal of Cultural Studies*, 4(4), 473-488.
- Roscoe, J. (2004). Television: friend or foe Australian documentary? *Media, Cultural & Society*, 26(2), 288-295.
- Scannell, P. (2002). Big Brother as a television event. *Television & New Media*, 3(3), 271-282.
- Tincknell, E. & Raghuram, P. (2004). Big brother: Reconfiguring the 'active' audience of cultural studies? In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding Reality Television* (pp. 252-269). London: Routledge.
- van Zoonen, L. (2001). Desire and resistance: Big Brother and the recognition of everyday life. *Media, Culture and Society*, 23(1), 669-677.
- Wong, J. (2001). Here's looking at you: Reality TV, Big Brother, and Foucault. *Canadian Journal of Communication*, 26(4), 489-501.

訪談資料

1. 【TV 搜查線】執行製作小 P（已離職，任職該工作資歷五個月），訪問日期：2004 年 12 月 9 日、2005 年 4 月 20 日。
2. 【愛的郵差】臨演 S 君，訪問日期：2005 年 10 月 20 日。

附錄一：2003 年台灣風行之真人秀節目

| 節目名稱 | 電視台 | 播出時間 | 節目內容概述 |
|-----------------------|-----------|---|--|
| 愛的郵差 | 台視 | 每週二 晚間 21:30 | 「愛的郵差」以觀眾投書作為每次出動的依據。節目中由兩位主持人裝扮成「愛的郵差」特殊造型，駕駛「愛的郵差」專車，用 DV 攝影機為委託人記錄下他想傳達給對方的訊息。隨後，「愛的郵差」全省走透透，上山下海，穿梭於大街小巷不辭辛勞的將記錄下的畫面送至對方眼前。希望藉此傳遞愛的動作排解誤會，並能找回人們心中的愛。 |
| TV 搜查線 | 華視 | 每週六 晚間 8-10 點 | 由兩位主持人組成 TV 搜查小組，針對各界人士、男男女女所委託的棘手問題，進行調查。節目強調搜查小組小心求證，嚴謹考據。搜查過程，揭發種種令人意想不到的真實情節內幕；涵蓋親情、愛情與友情中令人匪夷所思的糾葛故事，突擊現代人令人錯愕的真實面貌。節目的自我宣傳為：「企劃突破傳統，探討現今時代的社會百態，過程精采、動魄，挑戰您的智慧，刺激您的感官，鎖定 TV 搜查線看他們如何解救危機」。 |
| 辣妹向前衝 (後更名為：歡樂向前衝) | 民視 | 每週六 晚間 10 點 | 辣妹向前衝：類戲劇挖掘社會真實面勸人改過的故事。 歡樂向前衝：推出的是嶄新的藝人成功回故鄉的故事，期許帶給社會更多正面的力量。 |
| 天堂與地獄 | 超視 | 每週一 晚間 9 點 | 鎖定的目標群屬年輕一代，在節目製作上偏向衝突點的製造，話題辛辣。 |
| 最後的晚餐 | 東森 綜合台 | 每周一晚間 10:00 | 節目內容分為：開胃菜、甜點、開胃菜、主菜。男女之間的關係，是不倫之戀？畸形戀？姐弟戀？分手、移情別戀等等內容，請當事人上節目說明，以情侶失和、分手鬧上節目居多。被圈內人戲稱為「吵架節目」或「家暴節目」 |
| 幸福委員會 | 東森 綜合台 | 每週二 晚間 10 點 (重播時間： 每周三午間 13:00) | 專門調解民眾生活糾紛，缺乏專家對主題深入探討，及提供正確模式示範，節目中運用一群「熟面孔」的民眾來做仲裁，不具適當的代表性，往往造成更大的爭議。被圈內人戲稱為「吵架節目」或「家暴節目」 |

Watch and be Watched: Desire for Surveillance, Screenborging and Postmodern Fakery In Taiwan's Local Reality TV

Miao-Ju Jian*

ABSTRACT

The global rise of the Reality TV genre has generated a new localized viewing pleasure. People, from all over, are now enjoying not only watching but also being watched on Reality TV. In the fantastic age of media convergence, why does the audience like to watch real but sometimes banal people and images portrayed in reality shows? How do media technology, reality, desire and subject interaction dance together in order to shape one another on the formatting stage of reality shows? The case study of Taiwan's local reality TV, *TV Spy* (2001-2004, CTV), is a hidden camera based program. It also has what one could call a 'gotcha' format. This paper explores the intertwined nature of the observer being observed relationship in reality shows. This article suggests that global reality TV has created a viewer's desire for surveillance. The format of reality TV generates a more involved audience. The name screenborg has been coined to this effect. It is a co-construction of screen effects and the reactive body of viewers. Furthermore, the special case of Taiwan's local reality show also represents a postmodern visual culture of fakery, adroitly created by an invisible

* Miao-Ju Jian is Assistant Professor at the Department of Communication in National Chung Cheng University, Chia-yi, Taiwan. e-mail: telmjj@ccu.edu.tw.

• 廣播與電視 • 第二十八期 民97年6月

production line in Taiwan's local TV industry.

Keywords: Reality TV, Taiwan's local reality show, media technology, *TV Spy*