

國立臺灣師範大學大眾傳播研究所 碩士論文

反陳腐性：【康熙來了】的類型、明星史與觀視身分

指導教授：蔡如音 博士

研究生：鍾智凱

中華民國一〇二年六月

*My deepest gratitude goes to my thesis advisor, Eva Tsai, and also my friends and family.*

## 摘要

類型這項概念應解讀成是一個爭取詮釋權的過程，透過將【康熙來了】（2004-，中天綜合台）安置在綜藝節目、談話性節目、綜藝談話性節目的系譜來觀看，論述在一個類型定義彼此相互混淆，卻又亟需釐清的過程裡流動。而該節目的興起歷史被小 S 與蔡康永這兩位台灣社會備受爭議的公眾人物／明星的明星史給脈絡化。

由於「亦莊亦諧」這項論述是「綜藝節目」這項類型與其他次類型之間所難以拿捏的文本特質，【康熙來了】說明類型無法將之獨立進行闡述，整體演藝圈／文化工業在「綜藝節目」所遭受的道德撻伐，也一同說明了該類型的產製在「搞笑」與「知性」的難以兼具。而這種希望創造雙贏局面的慾望是受到了道德的迫使。圍繞該節目的感覺結構同時以深度模式將「年輕世代」此一【康熙來了】幻想的觀視身分範疇建構成媒體批評中的陳腐客體，低估小 S 與蔡康永在笑聲中隱藏的反諷、諧擬、假仙等政治姿態。

關鍵詞：類型、觀視身分、小 S、綜藝節目、假仙、笑聲

# **Against banality: The genre, history of stars and spectatorship of *KangXi Lai Le***

## **Abstract**

The unsteadiness of genre should be conceptualized as a discursive process which involves the negotiation of interpretation power. By geneologically situating *KangXi Lai Le* (2004-, CtiTV) among the genres of variety show, talk show and variety-talk show to watch, the discourse circulates in a confusing and indistinctive process of genre's definition. The history of star of Dee Hsu and Kevin Tsai, the two debatable celebrities/public figures in the Taiwan, contextualize the emergence of this programme.

Since the genre of variety show and other sub-genres are inaccessible to the characteristics of 'holding the seriousness and facetiousness simultaneously', the moral reproaches against the production of 'variety show' in showbiz/culture industry have epitomized this unreachable claim. Morality gives the pressure on the embrace of fun and gravity. By exerting the 'depth mode', the structure of feeling that surrounds this programme constructs their imagined spectatorships, the young people, as a banal 'object' in the media criticism. It underestimates the politics and positions of irony, mimic and camp which are implicit in the laughters of Dee Hsu and Kevin Tsai.

Keywords: genre, spectatorship, Dee Hsu, variety show, camp, laughter

# 目次

導論.....	1
第一章 綜藝節目與類型變革過程.....	5
第二章 【康熙來了】做為類型與亦莊亦諧的論述.....	17
第三章 類型感定義與蔡康永、小 S 的文本特質 .....	31
第四章 觀視身分與類型的陳腐性.....	54
第五章 感覺結構與致命策略.....	72
結語.....	86
參考文獻.....	89

## 表目錄

表一：與【康熙來了】具有細微差異的幾個節目形成了「綜藝節目」的類型系譜	2
表二：綜藝節目內容之七大單元說明.....	19
表三：較女性主義更關注自我與消費的後女性主義的特質.....	45
表四：文本上存在的觀視身分 vs.活生生的觀視身分 .....	55
表五：明星／個體的關聯.....	56

## 圖目錄

圖一：2005年4月6日年吳宗憲上【真情指數】 .....	35
圖二、三：2004年1月15日年吳宗憲上【康熙來了】 .....	36
圖四、五：【兩代電力公司】節目形式以上、下議院兩派製造衝突.....	37
圖六：「走下婚姻的伸展台－王靜瑩」該集節目片頭的 VCR .....	38
圖七：自小 S 懷孕歸隊的節目新布景，每集能邀請較多來賓 .....	39
圖八、九：小 S 帶著舞蹈回應劉真言辭被誇張視覺化的 Telop .....	42
圖十：小 S 與孫芸芸略帶戲謔相互比較體態 .....	44
圖十一：小 S 情史一覽 .....	47
圖十二：王彩樺被節目全場氣氛牽連，講心酸史的情緒忽哭忽笑.....	52
圖十三：小 S 示範成熟貴婦應如何優雅下計程車 .....	58
圖十四：自稱“Fashion 界”的 fashion queen 的 Miss Lin.....	58
圖十五：除了牙套，小 S 拆卸了不成器的過去 .....	62
圖十六：以 B 咖之姿興起的第一代大嫂團.....	75
圖十七：「徐里長」以破台語唱「力麗家具」這首台語廣告曲.....	84
圖十八：小 S 一身時髦講破台語，衝突再衝突 .....	84

## 導論

談話性節目、綜藝節目、八卦節目等類型，小至節目單元、風格，大至主持人，常相互混淆。1993 年有線電視合法化以來，台灣開放多頻道環境，無數的頻道生產出無數的節目可觀看，眾多觀看節目的觀看身分 (spectatorship) 與眾多電視頻道上諸多的節目類型 (genre) 可交織出眾多特殊的脈絡：哪一群大學生喜歡看【康熙來了】，哪一群婆婆媽媽每天一定看【新聞挖挖哇】，哪一群中產階級必定收看談話性節目，諸如等等。時至 2013 年回頭檢視，才一時之間發現，電視節目屬於前述類型的節目播出了許多，草草了事的也不少，節目們的興起、模仿、競爭、抄襲，有的隱晦有的直接，但中天綜合台長壽的【康熙來了】，在其中突圍，做為台灣綜藝節目史上的一個經典，寫下領銜一種「綜藝談話性節目」類型的可能。

觀看綜藝節目的一個目的必然是娛樂，但娛樂此一詞彙是普遍存在社會，但定義卻並非具有高度共識的詞彙。與娛樂有關的一個面向是休閒 (Dyer, 1992/2002, p. 7)，而休閒時間指的正是一段不具義務性責任的時間，而所謂的義務性，可能是工作，也可能是工作之外的家庭事務，摒除這些，一個人按照自己意願與興趣去支配的，便是休閒 (Roberts, 1970, p. 6; qtd. In *ibid.*)。而這經常是娛樂的訴求。有趣的是，之於享受與渴望的娛樂慾望的，經常是把工作想成無聊、沉悶、沒意義的想法 (Dyer, 1992/2002, p. 7) ——這不是很多人對於綜藝節目的直接評論？娛樂的另一個相關面向則是烏托邦 (Utopia) 幻想，這也是出自一種對於現實生活的逃避，但是是用對於娛樂的滿足來落實 (*ibid.* p. 20)。

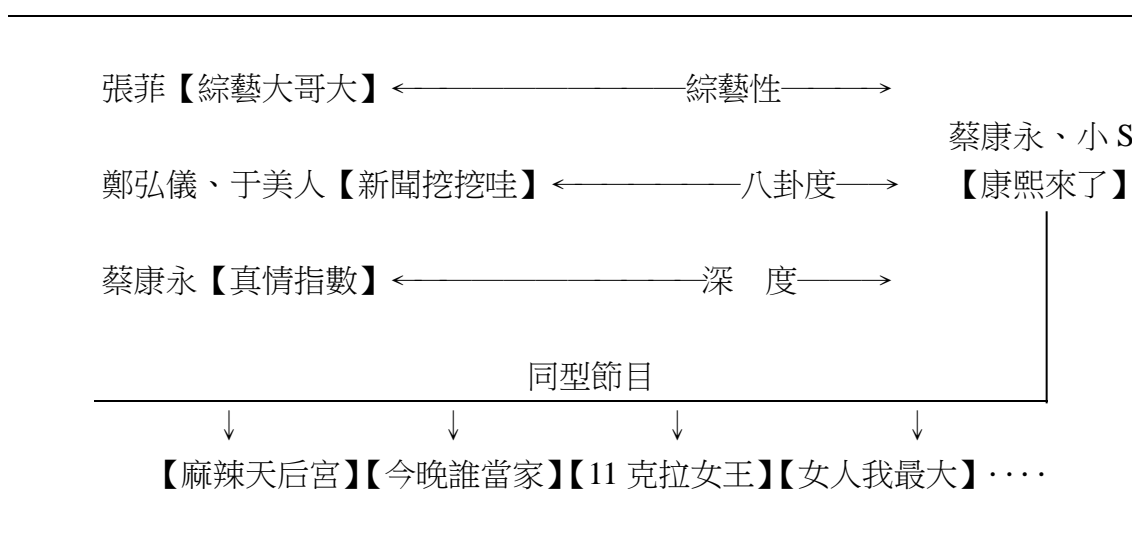
因此看綜藝節目在社會上呈現的整體聲譽是不大良好的。可是最好不要輕易將【康熙來了】看成是單純的綜藝節目，它應被視為談話性節目 (talk show) 與綜藝節目 (variety show) 衍生的綜藝談話性節目 (talk-variety show) 節目類型。其興起歷史適合從台灣明星／公共人物藝人組合，SOS (A Sisters of Shu；徐氏姊妹) 以及蔡康永身上來觀看。他們的型象既新潮又前衛的，既反叛又制約，既有粉絲又有公共爭議，但他們都在近幾年來呈現一路上升的明星地位。

但兩位明星怎麼願意跳入這淌渾水？2000 年前後，綜藝節目這個類型在臺灣受到嚴肅的看待。道德的批判圍繞了那些惡搞、整人、低級的綜藝節目及主持人，如吳宗憲、徐乃麟、胡瓜。他兩從 2004 年【康熙來了】開播，2005 年得獎後，這看來是一段【康熙來了】從醞釀、不安至漸趨穩定的過程，但演藝圈與文化工業也同樣在這段期間中亦步亦趨，湧現了一系列的類似節目，知名的像有【今晚誰當家】、【麻辣天后宮】、【國光幫幫忙】，而且均安排在晚間 9 點過後的時段。目光集這些節目於一身時，其動機往往並非出自一種新聞學所讚揚的多元，反倒是背後道德的聲音化身法蘭克福學派的文化工業批判，挑這些節目陳腐或品質低落的毛病，針砭這些大眾文化裡的烏合之眾。不過左派的觀點的批判力一旦



清楚集中在「節目品質」、「節目類型」的討論，就會傾向去遮蔽真正喜歡看這些節目的觀眾心中持有的政治。他們沒什麼特殊理由，可能是喜歡裡頭的明星，小 S 或蔡康永，也可能看膩以前的綜藝節目，他們不管節目有沒有靈光或品質，節目爛不爛不是重點，有不有趣比較要緊。

表一：與【康熙來了】具有細微差異的幾個節目形成了「綜藝節目」的類型系譜



類型理論在電影與電視的分析脈絡有所不同。過往文獻顯示，類型理論經常被用於分析電影。這是因為類型可將眾多的作品組成一個具有一致性的系統，透過這個系統，將可辨識出詮釋社群的樣貌。但電視的「流程」特性使得一個節目和下一個節目相互影響，節目又規律性地被廣告或預告所打斷。因此在進行電視的類型批評時，不應囿限在過於窄化的節目或類型，或許可從一個更大的層次著手，譬如：某一電視網晚間節目的組合，或是一個觀眾在特定的晚間時段，可能會去收看什麼樣的節目？這些節目可以集結成什麼樣的組合？（Feuer, 1987／李天鐸譯，1993，頁 151-152）

因此根據表一，【康熙來了】與各節目並置後，可藉由差異來建立自己的一套範疇，雖然各節目之間若要按照類型的特色來區分，會很難建立一個公允的精確標準，但此一類型系譜說明，各節目之間共享了一些類型上的特質（如廣泛來說的「綜藝節目」）。就形式與類型而言，【康熙來了】、【今晚誰當家】、【麻辣天后宮】、【國光幫幫忙】全都可歸為綜藝節目或談話性節目，但就節目主持人的明星身分與明星史而言，【康熙來了】在 2004 開播以來，一直到獲得金鐘獎的肯定，他的操作是一種介於中間、各自挪用的混種類型——談話性綜藝節目。蔡康永的明星史說明，他主持的節目類型像【真情指數】，就走溫情深度路線，【兩代電力公司】的話題屢屢驚動社會；SOS 中的小 S 一出道就不可收拾，被封為新新人類，她頻頻在【娛樂百分百】大放厥詞。在電視節目美學與批評的範疇，蔡康永與小 S 這對組拍檔，使「搞笑與知性兼具」這類詞彙，還有「亦莊亦諧」的論述逐漸

興起。

【康熙來了】絕非空前絕後，它先前還有許多受歡迎的綜藝節目與談話性節目。它做為一種類型，援引了綜藝節目的特質。類型就代表觀眾，類型的元素、公式、排組、樣態，構成一套又一套觀眾對於節目的期待與假設。類型更解釋對觀眾而言何謂合宜、何謂怪異。綜藝節目這項類型的變革，最早上溯至 1960 年代的歌廳與 1980 年代當紅的秀場，它們均就民眾對於娛樂的需求應運而生，爾後在秀場積累了名聲的幾個要角如張菲、胡瓜、張小燕等，均在 1990 年代至 2000 年間透過各自的綜藝節目建立起勢力，於此同時，「綜藝家族」也在 90 年代中後期興起，以秀場中的風雲人物為中心，大牌主持人不只是藝人更是老闆，各據不同的綜藝節目交錯出權力的網絡。但 2000 年以來，大牌主持人開始在收視率的數字上顯示他們不再是票房保證，他們從秀場過度到電視圈，慢慢變老，反倒是大牌主持人身旁一直曝光的二線主持人，如吳宗憲搭檔的 SOS、阿雅、阿寶，開始嶄露頭角。電視工業將腦筋動到他們身上，是出自成本的考量，原本這些二線主持人的功用是要顯現出大牌主持人的聰慧與幽默，但當大牌主持人年歲增長，從旁陪襯的二線主持人則開始吸引年輕閱聽眾的目光，並使節目多樣化。這也表示，只要試想年輕人想看的是 SOS 或張菲，便理解明星如何影響類型。

類型的穩定化過程因而往往充滿權力的爭取。【康熙來了】或【娛樂百分百】的走紅象徵了【綜藝大哥大】的空間受到擠壓，類型獲得首肯與或類型論述、命名的興起，是權衡的最終結果，譬如強調「寓教娛樂」(wholesome recreation) 的金鐘獎，是影視娛樂製作產品的指標獎項，金鐘獎在頒獎過程中往往仔細檢視一年來電視節目整體的表現，節目的質量是關心重點，主持人的公共印象也必定考慮，閱聽大眾的觀感更心照不宣，過於煽色腥或過於制式保守，均是金鐘獎不偏好的路線，當【康熙來了】與【綜藝大哥大】雙雙入圍最佳綜藝節目獎項時，他正好是一個表面上關心獎落誰家，背地裡形成意義體系的場域。

【康熙來了】的走紅也宣示了一種演藝圈節目生產的文化邏輯，它開始悄悄被穩定複製。然而同型節目雖日益增加，可發揮的主題卻也隨之減少，能訪問的人也有限。演藝圈在 2007 年起興起 B 咖、通告藝人一說，他們上遍各大通告，聊私事、八卦、購物、感情、秘密。是【康熙來了】這種類型的節目存在在先，提供了 B 咖結構性途徑，還是 B 咖早就屢見不鮮，亦或觀眾愛聽 B 咖聊天而使談話性節目接著開，並不是個有結果的提問，但可確定的是，B 咖也屬於一種節目格式，他是節目的常客，固定班底，是談話性節目與綜藝節目的節目類型必備的設定，因此這兩種節目興起過程中節目來賓是如何被需要是一問題意識，此外眾多 B 咖其實還是圍繞著 A 咖這個靈魂人物，也就是節目主持人。

這個在類型上介於綜藝節目與談話性節目之間的節目，蔡康永的正經話可能不會講超過一分鐘，一方面因為小 S 急於將場子弄得搞笑，另外也因為他們兩都不喜歡走溫馨正經風格，不過播出將近 10 年的光景，本身原本所摒棄的元素，剩下來的獨特性也慢慢陳腐化，並迫切需要觀察它的危險。陳腐一詞可分作兩種用法，一是指電視節目與日常生活結合後的獨特美學與類型化(Hosokawa, 2010)，

二則是指一種陳腔濫調的狀態，它僅重複、無差異、了無新意，而且被視為有害無益(Morris, 1990)。後者所指的陳腐是台灣的傳統「綜藝節目」，也就是約在 1998 年開始掀起的社會爭議的針砭對象，綜藝節目在其中經常被描繪成一種「陳腐」的類型，類型的公式化不僅透露文化工業的考量(為了穩定化與安全化收視族群)，批評家與左派人士更極力揭穿類型不過是一套重複操縱的陳腐把戲，如開黃腔、整人、惡搞與低俗。

但【康熙來了】畢竟與上述傳統的綜藝節目類型有所不同，它無法加以從這樣一個類型的素材庫(repertoire)中創造出耳目一新的類型，同時類型所附帶的文化論述也將一併過度到【康熙來了】的評價上。而且除了綜藝節目，它還向談話性節目取徑，等於又得考量該類型既有的聲譽與論述，如此一來，一邊是搞笑，一邊是知性，要如何從類型已然成形的格局中做到亦莊亦諧，便成為閱聽人與文化工業心中的難題。

大致上，第一章〈綜藝節目與類型變革過程〉從類型的變動性、不穩定性著手，視綜藝節目類型為一過程，演藝圈從【群星會】到歌廳、秀場等這些文化活動的推演，說明綜藝節目這種類型節目是發跡於此，而該類型的概念之後更在 2000 年之後的金鐘獎獎項不斷受到道德所驅使而翻修。談話性節目、綜藝節目及其他相似類型的定義辦法則是第二章〈【康熙來了】做為類型與亦莊亦諧的論述〉的重點，因為類型經常彼此挪用故需採取水平式的閱讀，而【康熙來了】座落在這些類型中應視為一種綜藝談話性節目的混雜，最被津津樂道的「亦莊亦諧」說明兼顧不同類型的難能可貴。第三章〈類型感定義與蔡康永、小 S 的文本特質〉將類型的定義層次擴展到類型感(generic)以及類型的文化詮釋，從對話分析看張菲的「菲式幽默」與小 S 的「無厘頭」、蔡康永的「深度」是如何在一來一往的談話中建立起文本特質，並另外探討【康熙來了】此般對話秩序想營造的笑點及其意外衍生的政治性。

第四章〈觀視身分與類型的陳腐性〉的發想來自我本身的觀看位置以及小 S 與【康熙來了】這項媒介文本的觀視身分，將小 S 這個電視人物置放在自傳式／歷史性的解讀與回憶，以期還原伴隨日常生活的明星以及電視節目所生產的陳腐性。我與小 S 的電視化認同則對這樣的陳腐性毀譽參半，而第五章〈感覺結構與致命策略〉鋪陳的感覺結構則指出，此一認同對應的位置是被哲學批評主體建構為陳腐客體的年輕世代——草莓族、e 世代、消費社會等均是互換語彙，這個年輕世代感覺結構可理解的語言，是小 S 與蔡康永充滿姿態的笑。

## 第一章 綜藝節目與類型變革過程

綜藝節目所為人所詬病的方面，會被指出它千篇一律，它太老套，太了無新意等。但不置可否的是，不同的綜藝節目之間事實上仍有差異。綜藝節目的比較幾乎難以著手，譬如，談話性節目與綜藝節目名義上雖然具有不同的稱呼，但更多的部分是在節目氛圍與形式的重疊與共享，【康熙來了】做為一種類型，可確定的是有一大部分援引了綜藝節目的特質，譬如，類型做為一個變動的概念，其實在早期就顯示出【康熙來了】在今日受到歡迎的那些元素（如性暗示搞笑、節目中的跑龍套搭檔）。

本章將回顧綜藝節目這種類型的歷史。綜藝節目適合以類型來帶出其變動的歷史，說明所謂的類型並非一個一成不變的概念，它雖然具有可預測性，但卻經常是在一套邏輯中進行固定的運轉與翻修，因而使類型帶出的變化形成一種過程。

### 1. 類型的變動

類型<sup>1</sup>一詞源於法文，表示形式（type）或種類（kind）。如果恐怖電影被承認是一種類型，那麼「哥德式恐怖片」這樣一個詞彙，就是在該類型中涉及了特定慣例／結構的次類型（sub-genre），同理可之於喜劇／低俗喜劇（slapstick comedy）。相同類型的不同影視產品會在特定的時期之內形成一種循環（cycle）（Neale, 2004, p. 105）。

根據 Gledhill（1985, pp. 252-253; 2000, p. 222），類型理論在 1960 年代晚期至 1970 年代早期之間在學術圈興起，是希望能藉此嚴肅地與流行的好萊塢電影交涉，當時主流的電影作者論（auteurism）似乎將自己的分析對象視為高尚藝術（high art），進而假設了藝術與社會是兩相分離的範疇。但類型在定義上容易遭遇下列的困難：

…去分析一個像西部片這樣的類型，並列出其首要原素，假定了下列這個爭端為真：我們要先做的，必定是將屬於西部片的這個電影本身給孤立。但只有以「首要特質」為基礎，電影本身才能被獨立，此一首要特質只能在電影被獨立後才能從電影本身被發現。（Tudor, 1974a, p. 135, qtd. In Gledhill, 1985, p. 254）。

上述引文描述著經驗性層面的兩難。解套方法是回到電影本身優先於類型的關鍵訴求來對電影進行分類，或是依賴共通的文化集體意見（如：什麼組成了西部片）來進行分析。類型即文化常規，人們——暗示了閱聽眾這個角色的重要性（Neale, 2004, p. 115）——會集體去相信的，即為類型（Tudor, 1974a, pp. 135-139; qtd. In Neale, 2004, pp. 114-115）。除了這些理論上的討論外，類型一詞本身，其實與以

---

<sup>1</sup> 以下引述的類型理論文獻大多的討論對象是電影。

工業化、商業化、機械化運作的大眾文化與藝術（如好萊塢電影或通俗文學／小說）具有緊密關聯（Neale, 2004, p. 119）。<sup>2</sup>

最早被工業用來組織產製與電影行銷，或迎合閱聽人的觀賞、給他們創造期待的一種方式，便是類型（Gledhill, 1985, p. 252）。而類型能有多複雜，或者多不穩定？根據台灣電視資料庫的資料鑑核與分類之類型<sup>3</sup>，就綜藝節目而言，就可分為綜合娛樂、競賽益智遊戲流、行娛樂資訊、交友聯誼、喜鬧劇／脫口秀、軟性訪談、節慶特別節目（盧非易，2001，頁 7-8）。

類型並不只牽涉到節目類型本身，它更構成一組關乎觀眾對於節目的期待與假設的體系。觀眾對於這些體系在反應上將會「預測類型」以及何者看來是適宜的、何者將循著發生（Neale, 1990, p.46; Gledhill, 1985, p. 252）。

對於影片或文化產品，各種媒體的論述藉由類型，來達到定錨的作用（Neale, 1990, p.49）。這些行話、記者論述與措詞，對於不同管道中循環的類型，提供了一種歷史分析的可能，更是為了進行研究類型與類型之間的研究（Neale, 1990, p. 52）。

文化工業在製作節目時會採取差異、變化的策略，因為文化工業意識到閱聽人的品味對於文化產品懷有可預測性的防備，而 Gendron 認為，標準化與差異化是內在於文化產品的產製中（1986, qtd. In Yang, 2002, p. 298）。Yang（2002, p. 298）則提出，應將綜藝節目視為一種類型，因為文化工業採用了類型的概念，進而把新鮮／固有的成分提供給閱聽人。藉由類型概念所包括的穩定／變動，Yang（2002, p. 300）認為綜藝節目這種類型是由以下三個面向組成：（1）文本特質；（2）閱聽眾的參與；（3）業界操作（ibid.）。

類型在公共論述中（如新聞記者的論述）如何被培養？以西部片（the Western）為例，這種形容用法最早大約出現在 1912 年的電影雜誌上（Neale, 1990, pp. 52-53），類型在這種官方目錄（company catalog）的遞嬗，呈現天生的暫時性性質，類型是會變動的（Neale, 1990, pp. 55-56）。類型的特色並不只有相同與重複。類型應視為一過程（process）——或說是一命名的過程，而文化工業、閱聽人與批評家均參予了這個充滿著權力與鬥爭的過程（Yang, 2008, p. 279），像韓劇（Korean drama）在台灣被視為一種類型就是瓊瑤劇、鄉土劇、日本偶像劇三種類型的互文更替（intertextual relay）所致（Yang, 2008, p. 280, 286）。又如家庭喜劇（family comedy）這種類型是加以挪用、修正了舞台戲劇（theatre）（強調寫實主義）與雜耍表演（幽默多過寫實主義）這兩種類型而興起（Spigel, 1992, p. 142）。每一個新的類型均是從既存的類型素材（generic corpus）再額外加入新成分所組成<sup>4</sup>，並多少會擴張或僭越了該類型的素材庫（repertoire）（Neale, 1990, p. 56）。

<sup>2</sup> Derrida（1992, p. 230; qtd. In Neale, 2004, p. 121）認為 genre 無所不在，Neale 對此提醒 genre 的脈絡化可以有多種方式，如藉由明星或導演的名字，或藉西部、恐怖小說等名詞（2004, p. 122）。

<sup>3</sup> 係配合我國電視節目特質，並參照 *TV genres*（Rose, 1985）與下列書目（轉引自盧非易，2001，頁 3）所分類而成：*The complete directory to prime time network TV shows*（Brooks, 1988），*Encyclopedia of television*（Brown, 1992），*Genre*（Neale, 1992）。

<sup>4</sup> 因此恐怖電影這種類型中的怪物可以是超自然地（如 *Dracula*, 1930）或精神上地（如 *Psycho*,

要想列舉出一個類型的獨佔性定義或獨佔性性質，可說難以產生（Neale, 1990, p. 57）。

綜上所述，類型是一組由（1）文化工業（2）觀眾（公共論述）（3）文本這三部分所組成的論述過程（discursive processes）（Mittell, 2004, p. 178）。

## 2. 綜藝節目的興起

在以下針對節目類型演變軌跡的分析顯示，綜藝節目的前身是從秀場中大大小小的表演橋段與表演單元中興起，並且是由秀場中當紅明星所主持，綜藝節目在秀場逐漸衰落的過程中興起，不同綜藝節目之間的當紅與消長，連帶在演藝圈形成各有氣候的明星體系。而綜藝節目此一節目類型正在近來遭受挑戰。

### 1950 年代

在電視這個文化物件（柯裕棻，2008，頁 110）<sup>5</sup>出現前，廣播電台經常舉辦歌唱比賽，得到名次就可在廣播節目中演唱，或在電台舉辦的聯歡晚會中登台演出。1952 年，台灣本土作曲家楊三郎籌組黑貓歌舞團，以類似日本歌舞團的排場，舞蹈、戲劇交叉，穿梭於樂隊演奏與歌唱之間，首創以搭野台的方式巡迴全台。

### 1960 年代：歌廳

台灣最早沒有所謂的綜藝節目，電視台僅有新聞、教育節目、音樂節目這三種。1962 年，台灣第一家電視台（台視）在雙十節開播，推出由慎芝、關華石製作的現場歌唱節目【群星會】（前身為廣播節目【空中歌廳】）（Yang, 2002, p.302）。透過電視無遠弗屆的傳播，電視創造出上歌廳聽歌的消費慾望<sup>6</sup>。從【群星會】竄紅的歌星紛紛受邀到歌廳演唱，觀眾為了一睹歌星的廬山真面目，願意掏出更多的荷包進歌廳聽歌。在此一時期，只要歌廳掛上「群星會歌星演唱」，幾乎場場爆滿。電視的開播更大大增加了歌手的知名度，「明星」、「歌星」的稱呼也開始興起，歌廳更會打出「電視紅星」的宣傳廣告，大大吸引了以家庭主婦及未婚女子為主的新歌迷上歌廳聽歌，形成男男女女共處一室聽歌同歡的新現象（胡婉玲，2009；張夢瑞，2004）。

---

1960）（Neale, 1990, p.56）。

<sup>5</sup> 台視開播過程所牽涉的資金來源與電視節目內容均與日本有關，並權衡出一個「文化反日、經濟依日」的折衷方案（柯裕棻，2008，頁 131-132）。爾後十年興起的歌廳秀面對日本的態度也是如此，由於仍處戒嚴時期，歌廳時常遊走法律邊緣，演唱一些日語「禁歌」滿足觀眾（胡婉玲，2009）。另一方面在數十年後的發展上，90 年代晚期至 2000 年後綜藝節目的單元則包括模仿、玩遊戲、烹飪。其中共同之處便是大多是日本綜藝節目的抄襲版本，也同樣敏感，且遭受譴責（Yang, 2002, p. 306）。另可參見〈日本綜藝清倉 台灣綜藝接手〉（《獨家報導周刊》，2001.03.18）一文。

<sup>6</sup> 電視的問世正是為了娛樂。比方說，綜藝節目在西方與電視的興起具有關聯，電視進入家庭的過程不斷被吹捧其即時性與自發性，電視公司以現場的戲劇娛樂表演或雜耍表演做為黃金時段的主打節目，一再強調看電視就如同在戲院看表演般享受（Spigel, 1992, pp. 137-138），五○年代時更是有超過一半以上的節目均是綜藝節目（Spigel, 1992, p. 307）。



1966年至1977年間，台灣歌廳進入黃金時期，【群星會】也搭上台灣1970年代的經濟起飛，節目被挹注了更多的資金來妝點舞台、道具（Yang, 2002, p. 302）。台灣的本土藝人也透過電視歌唱節目紛紛崛起，但上電視的機會畢竟有限，歌星於是出現轉往秀場求取發展的風潮（胡婉玲，2009）。

### 1970年代至1980年代：餐廳秀

政府在1971年推行十大革新運動，一度禁止公務人員進入歌廳，後來經過一些本身就是歌迷的老國代、立委據理力爭，認為聽歌只是生活上的一種消遣，談不上奢靡，未久禁令解除，聽歌風氣更甚以往，成為大眾最愛的娛樂之一。

不過，隨著社會日趨浮華，風氣開放，「聽歌」一事逐漸顯得過於純粹，滿足不了消費者，歌廳業者於是加入五花八門的節目，如歌唱劇、喜鬧劇，加上主持人插科打諢的訪問，甚至有意無意加入一些黃色笑話，搏君一笑。長期下來，難免走火入魔，歌廳變成開黃腔的場所（張夢瑞，2004）。

1970年代後期社會風期開放，原本觀眾在歌廳裡只是單純聽歌的消費模式有了轉變，滿足口腹的餐廳結合大飽耳福的歌廳，西餐牛排配上新潮的民歌演唱，異軍突起，大受歡迎，原本只賣餐點的西餐廳發現邀請歌星，觀眾特別捧場，還可提高售價（胡婉玲，2009）。1981年，政策大轉彎，餐廳演唱的禁令解除了，一時間，如雨後春筍般的「餐廳秀」<sup>7</sup>席捲全台，獨領風騷（張夢瑞，2004）。

各餐廳安排的節目，大都是民歌手及未領歌星證的小牌歌手，節目費用相當低廉。開禁後，各家紛紛以高價邀請中大牌歌星或知名演員前來表演。此後，劉雪華、潘迎紫、金素梅、林以真、劉德凱、寇世勳、何家勁等都因此從螢光幕前躍進秀場。電影界的紅星也是秀場拉攏的目標，像林青霞、鍾楚紅、王祖賢、趙雅芝、馮寶寶這些著名演員，都在銀彈攻勢下——被網羅（張夢瑞，2004）<sup>8</sup>。

### 1980年代：秀場

1984年，歌廳改稱作秀場（紀璋，2011.07.04），在1980年代的中後期，秀場表演轉以「脫口秀」為主，主持人搶過主秀歌星風采，當時北中南最紅的代表人物，北張菲、中刑峰、南豬哥亮，都成了秀場吸票機（胡婉玲，2009）。

秀場因為檔期多，而表演藝人不足，歌星在舞台上的表演時間就從兩、三首歌曲，被要求撐場三、四十分鐘，也正是從此時期開始，歌廳秀表演的方式，逐漸由純粹的歌藝獻唱，摻入主持人取悅觀眾的即席訪談、短劇演出，甚至是鹹濕的麻辣脫口秀表演。時任秀場主持人的刑峰表示：

<sup>7</sup> 餐廳秀的興起，部分取決於價格比歌廳便宜。台北市的歌廳稅捐，係按照每張票價的百分之三十徵收，以當時一張八十元的票價計算，扣除百分之三十的稅捐，再扣掉付給歌星及工作人員的酬勞，票房好時尚可維持，如碰上不賣座，就要賠上老本（張夢瑞，2004）。

<sup>8</sup> 餐廳秀後來在1991年正式畫上句點。原因在於（1）藝人的本領其實有限，往往一套節目走天下，主持人更是年年都講同樣的笑話，十分乏味，看一次就綽綽有餘，沒有必要看第二遍（張夢瑞，2004）。（2）1985年起，「歌廳秀」、「西餐秀」的錄影帶（如豬哥亮歌廳秀）大量流向市場，這些原本要付出高昂票價才能看見的藝人表演，如今租捲錄影帶就可以在家裡欣賞，藝人的過度曝光等於吸引力的流失（張夢瑞，2004；紀璋，2011.07.04）。

…一天你一個西餐廳，歌星沒有那麼多，一個西餐廳從六點就要唱到晚上兩三點，會唱死人，哪裡唱的了那麼多，所以開始做一些脫口秀的東西，觀眾也不想一直從頭到尾聽歌（胡婉玲，2009）

而且秀場演出不受廣播電視法規範，主持人與歌星之間的訪談，話題葷素不忌，也就是「電視所沒有的」黃色笑話。

秀場的節目在此時開始豐富化，內容包括有長度長達 40 分鐘的「大戲」，內容走向有爆笑、悲情、或家庭，演戲會找八點檔當紅的男女主角，再請歌星搭配當裡面的配角。此種大劇因為需要彩排、又需要很多人員配合演出，因而後來衍生出一種「說來就來」的小短劇（胡婉玲，2009）。

秀場為了豐富化以往音樂性質表演，其他蔚為人知的招數（modality）包括短劇、名人訪談、魔術秀等。此一時期秀場的風潮更躍上了電視。1985 年至 1989 年最當紅的電視節目便是【黃金拍檔】，以五位秀場歌星的諷刺短劇最為知名，包括當今的【綜藝大哥大】即是從該節目累積明星地位（Yang, 2002, p. 302）。【黃金拍檔】此後更為綜藝節目這種類型樹立起兩種特色：（1）著眼於主持人；（2）不同橋段與單元的運用（Yang, 2002, p. 303）。

【黃金拍檔】的靈感是從日本節目取徑，也就是由志村健等人在 TBS 主持的《8 時全員集合》，這個節目長達 16 年，一樣由五位活寶共同主持，在日本曾創下 40% 收視率。台灣的本則為俞凱爾製作，主持群包括活躍秀場的倪敏然，餐廳秀北部第一主持人張菲，以及徐風、羅江、撿場（管中祥，2005.05.14）。以類型而言，【黃金拍檔】所包括的音樂表演、名人訪談、搞笑短劇等單元建立起綜藝節目的正典長達了有十年之久（Yang, 2002, p. 305）<sup>9</sup>。

### 1990 年代：綜藝家族<sup>10</sup>

90 年代後期，秀場頻傳被黑道人士把持，讓已往單純聽歌的娛樂場所成了龍蛇雜混的是非之地，觀眾看秀的興致因而降低，反觀主持人、歌星價碼個個看漲，經營者難逃虧損連連的厄運，餐廳秀繁華逐漸褪色（胡婉玲，2009）。

就電視節目而言，90 年代的綜藝節目興起了男主持人反串女角演出笑鬧短劇之風與反串模仿秀<sup>11</sup>，例如華視【笑星撞地球】的「菲媽」、【鑽石舞台】的「陽

<sup>9</sup> 【黃金拍檔】曾經遭到的批評，就如同當今綜藝節目的道德撻伐一般，不外乎是抄襲、無創意、教壞小孩、文化殖民，節目也因此多次引起新聞局的注意。1988 年 1 月，由於節目型態疲軟及製作團隊的內部紛爭，【黃金拍檔】正式結束（管中祥，2005.05.14）。

<sup>10</sup> 1990 年代以前並非沒有「家族」，資料顯示秀場的兵家派別呈現「北張菲」、「中刑峰」、「南豬哥亮」、「倪敏然總管」的內行話知識，主持人不僅是秀場的靈魂軸心，更也掌握了秀場節目順序與藝人名單的調控權，甚至是在主秀歌星上做選擇邀約（胡婉玲，2009）。

<sup>11</sup> 短劇中的反串與純粹的反串模仿秀仍有差異，反串模仿秀的藝人並不以搞笑為目的，而是配合著名女星的錄音帶或 MTV，性感美艷地追求彼此的相似，並在最後現出男性本尊，製造出懸疑與對比的效果（林延瑜，2007，頁 17）。相關專著可參見林宇玲（2002），該書援引巴特勒（Judith Butler）的性別踐履（performativity of gender）概念，研究【台灣紅不讓】的「變男變女變、變、變」單元在裝扮表演與性別文化之間的性別政治意涵。此外反串模仿秀也非綜藝節目首開先例，秀場就有「紅頂藝人」形成的特殊文化，該團體在 1994 年便成立，起用了十五名男性藝人，在舞台上反串女性，穿著絲襪、高跟鞋，戴著假髮，載歌載舞。「紅頂藝人」並不以模仿特



婆婆」，中視【紅白勝利】的「董月花」，都掀起了收視的高潮（林延瑜，2007，頁 17-18）<sup>12</sup>。

「綜藝家族」開始在 90 年代中後期興起，以秀場中的風雲人物為中心，各據不同的綜藝節目交錯出權力的網絡。除了精神上的凝聚，所謂的「家族」其實是經紀公司的一派用法（林富美，2004，頁 245-246），其多半為演藝圈重量級藝人經營，藝人只是老闆，利用他在演藝圈的人脈，帶動公司藝人的演出機會，旗下有經紀人負責帶藝人通告。像吳宗憲當紅時，「憲憲家族」的藝人就有康康、比莉、咻比嘟嘩、許傑輝、nono、謝麗金、郁芳；而小燕家族的藝人也有黃子佼、卜學亮、張清芳、范逸臣。

當時在 90 年代，演藝生涯已屆四十餘年的張小燕組成「大鵬」經紀公司<sup>13</sup>，黃子佼、卜學亮、張惠妹、阿妹妹、佩姬（徐紀琿，1998.06.01）。這類「家族」的並不是靠白紙黑字的經紀合約來定義，在 90 年代末期，直接與張小燕有師徒與合約關係的只有黃子佼、卜學亮與曾寶儀，這樣一個「小燕家族」的意涵是因為張小燕的帶領，在傳播圈所造成不容忽視的小燕勢力。而這些成員所主持的節目有高收視率、會相互幫助、拉抬，擁有堅固的青少年支持族群，甚至逐步邁向老少咸宜（張孝勅，1999.04.18）。

1999 年，出道二十年的吳宗憲在演藝圈以張菲、張小燕、胡瓜三分天下的情況下竄起，以【我猜我猜我猜猜猜】而主持身價大漲（徐紀琿，1999.12.28）。他打鐵趁熱，一併建立起「憲憲家族」，他旗下經紀部門除了繼咻比嘟嘩，更栽培康康為發片歌手，和女徒弟 Landy 合唱「屋頂」，捧許傑輝的場，用行動改變老一輩主持人藏一手的保守特性，提攜新人（張孝勅，1999.07.12）。

王偉忠也恰好在 1999 年簽下 SOS 姊妹的經紀約。因此，綜藝圈的經紀版圖有了「小燕家族」、「菲哥家族」、「真紅家族」、「子玄家族」、「艾迪生家族」、「胡瓜家族」與「偉忠幫」等，有的出自經紀公司的結合，有的則是大牌主持人與熟悉藝人的因循成習（張守一，1999.05.07）。

整體而言，家族的形成是圍繞著綜藝圈的大姊大、大哥大，他們是綜藝節目最重要的主持人，在台面上是目光焦點（Yang, 2002, p. 302），如今則將勢力往幕後與經紀的產製層面進行拓展。

## 2000 年以來至今

「家族」的地位是透過資源整合、媒體交叉合作來建立，小燕家族就同時經營唱片、經紀、頻道，達到資源串連，雖有變相壟斷市場之嫌，但在市場公平競爭原則下，也無法可管。而憲憲家族循小燕之路操作，康康曾譏諷「小燕、憲憲家族都有頻道，真宏家族沒有，真宏藝人只好在綜藝節目裡玩遊戲」，出道出所

---

定藝人為目的，而是刻意呈現或古典或現代的女性形象，搭配著傳統戲曲或現代歌舞，呈現較多元的表演內涵（林延瑜，2007，頁 17）。

<sup>12</sup> 有關三位反串角色的差異描繪，可參見林延瑜（2007，頁 85-89）。

<sup>13</sup> 先前，張小燕在 1988 年就已張小燕投資「開麗」唱片公司，與苗秀麗一同培植出小虎隊、紅孩兒、美少女、帥哥綜藝團等藝人（徐紀琿，1998.06.01）。

有「弱勢」家族或單打獨鬥藝人的心聲（徐紀瑋，2001.02.25）。

近十年顯示，台灣主持界的三大家族是小燕家族、憲憲家族、偉忠幫。大牌、一線的主持人包括張菲、張小燕、胡瓜和吳宗憲。他們各領風騷幾十年，而中生代女主持人陶晶瑩、利菁則是具有大將之風的後起之秀。

但對製作單位來說，天王天后和收視不匹配的高酬勞是長久以來的弊病。以張菲這位演藝圈最高價碼的大哥為例，其主持風格數十年如一日，讓人越看越昏沉，說話語速和節奏太慢，所問問題太長，再加上節目也很少有年輕人喜聞樂見的話題。另一位天王吳宗憲的身價和節目收視也不成正比，他多年堅持不降價，但手中兩個節目【你猜你猜你猜猜猜】與【亞洲天團爭霸戰】都因收視率太低而先後喊停。現在吳宗憲在大陸的主持費用也比起在台灣的身價多一倍，目前事業都在大陸。

大哥們的主持費歷來昂貴且輕易不降價，胡瓜、吳宗憲每小時 20 萬起跳，一集兩小時節目就拿走 40 萬~50 萬，張菲主持以及和【綜藝大哥大】約 48 萬，利菁、陶子每集也有十幾萬進賬，他們的主持費往往就是製作費的一半（馬婷，2012.10.26）。

然而在大牌主持人身旁，也一直曝光的是二線主持人（如吳宗憲與 SOS、阿雅、阿寶）。原本這些二線主持人的功用是要顯現出大牌主持人的聰慧與幽默，但當大牌主持人年歲增長，從旁陪襯的二線主持人則開始吸引年輕閱聽眾的目光，並使節目多樣化（Yang, 2002, p. 304）。以重要大牌主持人為重的趨勢，因為經濟衰退以及缺乏人才，開始面臨挑戰。電視台的因應策略即是聘用新生代面孔主持人，打人海戰術（如【無敵星期六】、【少年兵團】）（Yang, 2002, p. 305）。這種層次的主持人，以物美價廉出名，寧可便宜一點多接幾個節目，薄利多銷。比如歐弟一集酬勞在 7 萬間，節目卻開出亮眼收視。小鐘、小禎等錄一集也不超過 5 萬，電視台為了大幅降低製作成本，找二線主持節目，祇要收視率能維持在一般的水平，就很划算了（馬婷，2012.10.26）。

### 3. 類型定義的暫時性（temporalities）

以下設限在 2000 年至 2005 年演藝圈的變化，這段期間的觀察顯示，2004 年開播的【康熙來了】從醞釀、不安至獲金鐘獎，是一段漸趨穩定的過程。這五年演藝圈的環境，說明了綜藝節目這種類型如何出現了批評的聲浪，回應這種批評的不只有文化工業，更包括金鐘獎這個鼓勵媒體影視產品的道德他者，許多獎項的更替翻修與給獎爭議，恰好帶出了類型受到顛覆、更新的過程。

台灣的綜藝節目因為模仿、抄襲、惡搞，自 1998 年以來便遭受閱聽人、文化批評家、女性主義者、演藝圈人士的批評（Yang, 2002, p. 318）。其中一位受圍繞的便是吳宗憲。曾同時手上主持六個綜藝節目、擁有自己的 ET Jacky 有線電視頻道、「阿爾發音樂」唱片公司、「惡魔島」餐廳的吳宗憲，他常掛在嘴上的口頭禪是「豬頭」，就跟“butthead”，“jackass”一樣，並不具有什麼真正的意涵。吳宗憲掀起的現象是惡搞與噁心：說帶有性暗示的雙關語給女藝人聽、逼人將手放進恐

佈箱、喝醬油等。但吳宗憲卻成功吸引了年輕世代（Tkacik, 2001）。

吳宗憲可說是 2000 年見報率最高的藝人。媒體觀察者甚至不得不提出「吳宗憲現象」這一術語（邱家宜，2000）。知名政論雜誌《新新聞》除曾選他為封面人物外，並將他冠上「新狂人」封號。吳宗憲惹出的爭議包括：主持特色被認為格調低俗和黃腔汨濫，並遭資深主播李艷秋等人公開加以抵制；與藝人陳孝萱、製作人詹仁雄的「宗孝仁愛」三角戀情，讓他最後在電視台長官陪同下召開記者會說明；與黑幫人物傳出糾紛；已婚生子的身分曝光，張葳葳在媒體「證婚」下確認髮妻地位；因遲到、戴墨鏡、嚼口香糖、未先看電影等態度引起來訪的法國女星蘇菲瑪索不悅等（吳素柔，2000.10.25）。弔詭的是，吳宗憲被罵被批，還是一樣紅，節目還是一樣多，開餐廳、辦網站、成立演藝家族也做得有聲有色。有人認為，台灣演藝圈一直有「像吳宗憲這樣的人」在走紅，如果不是他，仍會出現另一位「Local King」，這是電視惡性競爭下向下沉淪的結果（吳素柔，2000.10.25）<sup>14</sup>。

有線電視合法化前，綜藝節目被認為是闔家觀賞的節目。多頻道環境形成後，不像建構出跨國觀眾的 HBO，也不像訴求亞洲區域性普通話觀眾的連續劇，綜藝節目吸引的是本土觀眾，尤其是年輕人（Yang, 2005, p. 192）<sup>15</sup>。這個喜歡吳宗憲的世代，與日本電視節目的幼稚、鬧劇與蠢蛋元素，相互吻合。吳宗憲對於李艷秋的道德撻伐，採取不正面回應的策略，而以他一貫的俏皮來回答：「我不回應媒體，我回應台灣的民眾還有說國語的世界」（Tkacik, 2001）。

## 2000 年

但吳宗憲在【電視大國民】的搞笑與創意被 2000 年電視金鐘獎視為一種創意，並給予入圍肯定<sup>16</sup>。吳宗憲的名字讓兒童節目的評審委員指出，這種「不尊重婦女教壞小孩」的人也能入圍「綜藝節目主持人」<sup>17</sup>獎項？評綜藝節目主持人獎的評審委員只能回應：「我們評審的是他在節目中的表現，與他的私生活無關，

---

<sup>14</sup> 類似的論述邏輯在 1995 年 2 月「台北之音」電台開播以來在空中掀起社會道德爭議的「非常 DJ」就曾出現。該節目在深夜時段大聊諸如「自慰」、「召妓」、「捉姦」、「偷窺」、「大小老婆」、「歡場男女」、「情趣用品店」、「在車上最愛做的事」、「最爛最爛的一夜情」等話題（林安寧，1995.07.22），主持人的聲音表演性別政治以慵懶自戀的語調挑戰著許多文化禁忌（何春蕤，1995，頁 4-5），但批評家針對此一媒介文化則不大苟同圍繞主持人的神話與神奇，認為「要學懷，早就學壞了，哪需要黎明柔！」（蕭蔓，1996，頁 26）。

<sup>15</sup> 接觸 HBO 與觀看綜藝節目的閱聽眾往往是兩種不同的階級，且對於跨國文化倉品的近用能力也不相同（Yang, 2005, pp. 198-199）。

<sup>16</sup> 相關的獎項還有兒童節目獎、教科文節目獎生活資訊節目獎、談話節目獎。談話節目獎入圍的節目有【天天星期八】（民視）、【台灣文化論壇】（民視新聞台）、【行行有狀元】（佛光）、【真情指數】（TVBS）、【點燈】（中視）（台灣日報，2000.09.04）。

<sup>17</sup> 相關的獎項有新聞節目主持人獎、兒童節目主持人獎、教科文節目主持人獎。與吳宗憲同樣入圍綜藝節目主持人獎的還有【天天星期八】的吳淡如謝震武（民視）、【美人寫真集】的于美人（八大）、【娛樂新聞】的陶晶瑩（TVBS-G）、【超級星期天】張小燕等主持群（華視）；【電視大國民】的吳宗憲、陶晶瑩（中視）（台灣日報，2000.09.04）。

而且他在節目中的表現非常有創意，並無不妥的地方」（陳映如，2000.09.04）。在【電視大國民】的吳宗憲似乎也是因為共同主持的緣故，有沾陶晶瑩的光之嫌。反觀許多以開黃腔或極盡挖苦能事的知名綜藝節目主持人，陶晶瑩的主持風格則是走「健康幽默取向」，將受訪者當成無話不談的好友（吳素柔，2000.10.11）。當時陶晶瑩的聲勢已儼然有演藝圈一姐接班人之姿。她早年先以歌手身分出道，1991年主持【今夜來抓狂】，後來先後為【連環泡】、【全家樂】、【好彩頭】、【滾球大戰】、【頑皮家族】與【今夜女人香】等節目掌舵（張芳榮，2002.05.24）。

事實上該屆金鐘獎已經說明「綜藝節目」這一範疇的複雜性。入圍的五個節目中，【台灣最美麗的聲音】屬於透過美聲由主持人詮釋的歌唱類型；【我猜我猜我猜猜猜】則是走益智路線；【音樂愛情故事】主要訴求為 MTV；【超級星期天】則是張小燕式的主持風格，溫馨、搞笑與內容兼具；【戀愛講義】是以主持人帶領來賓和觀眾進行意見交換的社教型節目（林瑞益，2000.09.26）。

結果，2000年金鐘獎的「最佳綜藝節目」與「最佳綜藝節目主持人」均雙雙獎落【超級星期天】，該節目被認為「秉持寓教於樂精神」，「揚棄低俗、色情、暴力」，由張小燕帶領的主持團隊中，庾澄慶幽默風趣串場，黃子佼和卜學亮賣力演出，整體節目呈現「熱鬧溫馨、具教育意義」，「節目氣氛幽默感人，兼具娛樂性與知性」（李天保，2000.10.07）。

## 2001 年

2001年，俗擱有力的許效舜和澎恰恰連手出擊，他們以搞笑、無厘頭、反串風格走紅的【歡喜玉玲瓏】，凸顯了【超級星期天】收視率下滑的隱憂（獨家報導周刊，2001.06.03）。

在該年度的金鐘獎入圍名單上，增設了「娛樂諧趣節目獎」和「娛樂諧趣節目主持人獎」節目類獎。因此，綜藝節目（【太陽計劃-奮起吧！哈業族】、【台灣紅歌星】18、【勁歌金曲】、【超級星期天】、【搞笑 very much】入圍）與娛樂諧趣節目（【世界大不同】、【青春大王】、【奇怪奇怪真奇怪】、【哇別！靚廣告】、【無敵星期六】入圍）進行了區分。

在個人類獎項部分，綜藝節目主持人獎入圍的有余炳賢、高凌風、倪敏然的【搞笑 Very Much】；洪榮宏、江淑娜的【台灣紅歌星】；張小燕等人主持群的【超級星期天】；澎恰恰、許效舜的【歡喜玉玲瓏】；澎恰恰、許效舜、馬世莉的【黃金夜總會】。而娛樂諧趣節目主持人獎則有青春大王主持群的【青春大王】；陳美鳳的【美鳳有約】；陶晶瑩的【娛樂新聞】；無敵星期六主持群的【無敵星期六】；謝震武、曾寶儀的【愛的任務--挑戰不可能】（陳盈紡，2001.08.20）。最後，同屬小燕家族的張小燕與陶晶瑩，分別獲得了最佳綜藝節目主持人獎與最佳娛樂諧趣主持獎。

---

<sup>18</sup> 事實上這是個「音樂節目」。評審認為這種音樂性節目的製作成本雖然低，但兼顧了沒有消費能力的年長弱勢族群，極為溫馨（李天保，2001.09.20）。

## 2002 年

2002 年的金鐘獎中也將幾個獎項給刪去或整併，在相關獎項部分，節目類剩下娛樂綜藝節目獎，入圍的包括【大冒險家】、【世界大不同】（得獎）、【世界非常奇妙】、【超級星期天】、【愛的任務】。個人類部分則是歌唱音樂綜藝節目主持人，入圍的有白冰冰、陽帆的【雙囍臨門】、洪榮宏、劉福助的【台灣紅歌星】（得獎）、Johnny 的【西洋大樂兵】、庾澄慶哈林的【音樂大不同】、澎恰恰、許效舜的【歡喜玉玲龍】。另外還有娛樂綜藝節目主持人獎，入圍的有李明依的【開運鑑定團】、陶晶瑩的【男女大不同】、陳美鳳的【鳳中奇緣】、曾寶儀、謝震武的【愛的任務】、董至成的【世界大不同】（得獎）（林瑞益，2002.08.27）。

## 2003 年

張菲的復出作【綜藝大哥大】在 2003 年僅入圍一項娛樂綜藝節目獎，當年他的復出帶有重新定位市場的企圖（張芳榮，2003）：

…我不在的這幾年，國內演藝圈的確起了很大的變化，不是整人遊戲盛行，就是充斥著無病呻吟的插科打諢，觀眾想看個像樣的綜藝節目，即使轉遍遙控器也找不到，所以去年回來，我就在想，要做怎麼樣的節目，能兼顧商業價值與觀眾的需求…我決定讓節目回歸基本面，也就是用最原始，也是最有興趣的方式主持節目，一方面勾起老觀眾塵封已久的回憶，另一方面也藉以讓來不及見證我過去的新朋友，感受我獨特的『菲式幽默』。

張菲質疑，為何談話性節目會和一般綜藝節目放在一起做比較，他認為能稱之為「綜藝節目」的節目，本身就應俱備「歌舞」、「戲劇」等多項才藝單元，始能稱為「綜藝」（曾珮玟，2003.09.25），更不滿綜藝圈「三王一后」統統從金鐘獎裡缺席，建議要把「談話性」節目獨立出來（葉君遠，2003.10.01）：

…金鐘名單明顯打擊通俗商業節目，但金鐘獎的本身也是商業活動，如果金鐘獎沒有廣告，不必廣告收入，那還有話說，每年刻意針對主流節目，小燕姐、胡瓜都沒入圍，我覺得這是『從上而下的一種傲慢』…<sup>19</sup>

從字面上去解釋，娛樂「綜藝」節目獎，「綜藝」包含了歌唱、訪問、短劇甚至脫口秀、模仿秀等等元素。近年來，台灣綜藝節目開始走分眾路線，經常把其中一個受歡迎的元素獨立出來成為節目（所以有「歌唱音樂綜藝節目」獎項出列），但分眾節目愈來愈多，最後反而回來跟大型綜藝節目爭獎項時，卻令人有本末倒置，不知從何比較的感覺（葉君遠，2003.11.02）。

張菲的【綜藝大哥大】入圍的是娛樂綜藝節目獎（相關獎項還有歌唱音樂綜藝節目獎、文教資訊節目獎），同樣入圍的節目性質極為分裂，包括【2100 全民亂講】、【大冒險家】、【生活智慧王】、【兩代電力公司】。個人獎部分，入圍的有于美人的【于美人 FUN 電】、沈文程的【大冒險家】、郭子乾的【2100 全民亂講】、

---

<sup>19</sup> 魏玟（2003.09.26）認為綜藝節目的娛樂目標原本就可藉由各種方式達到，不必拘於一格，張菲的風格雖不致落入吳宗憲那種「自甘浸淫在所有品味和人性好惡的最下一層」等級，但如果腦子裡還是只有不斷重複以往【龍兄虎弟】的那套公式，也將離觀眾愈來愈遠。

張清芳的【封面人物】、蔡康永的【兩代電力公司】(吳素柔, 2003.09.24)。

但明顯的矛盾在於,商業電視是收視率導向,其聲稱節目是要「滿足觀眾需求」、是「符合市場需要」,那麼又為何汲汲於得到金鐘獎的肯定?金鐘獎要獎勵什麼類型的節目,其實是一種政策選擇,因為這反映國家在資源分配上的偏向,也就是說,國家要把有限資源投注在何種類型文化生產的鼓勵上,因為其他「非商業」、「非市場」導向節目,在整個影視生產的獎勵措施中鮮少受到關注(管中祥, 2004.04.08)。

這一年的風潮還不只如此,在綜藝節目主持人獎項部分(何軒憶, 2003.11.01):

…以娛樂綜藝節目主持人入圍名單而言,把于美人「于美人放電」和蔡康永「兩代電力公司」放在一起比「電」力尚且說得過去,但是再加上張清芳的「封面人物」、沈文程的「大冒險家」,還有郭子乾以模仿為主的「2100全民亂講」,不同的種類放在同一個天秤上做比較,如此「亂獎」,勝負未定就已有失公允。

## 2004 年

前一年對金鐘獎極為不滿的張菲,在今年以【綜藝大哥大】獲得了綜藝節目主持人獎。在綜藝及音樂歌唱節目獎項,評審的共識是,不要「蛋白質」:不要讓觀眾被節目弄得「笨蛋、白癡、神經質」。在這樣的共識之下,主要從教育與娛樂兩個方向來挑選。最後張菲的得獎,應是多數評委認同流俗價值。但有更多評委著重娛樂、老練及穩重。像以【黃金夜總會】得到歌唱音樂節目主持人獎的澎恰恰與江淑娜,就被評委認為他們的表現有真感情,有歷史性(粘嫦鈺等人, 2004.11.27)。

中天電視台內部作業疏忽,未能及時向新聞局完成報名角逐電視金鐘獎,【康熙來了】主持人蔡康永、小S於是喪失了角逐該年綜藝節目主持人獎項的資格(張文輝, 2004.09.16)。但該年度兩人攜手主持金鐘獎,笑料十足卻不失莊重,不像一個頒獎典禮的氣氛,他們輕鬆地閒話家常,即便現場轉播,全台矚目,像一場大型版的【康熙來了】。

## 2005 年

金鐘獎的獎項在爭議該如何細分的同時,卻也帶出了節目類型的不穩定。早在1999年,金鐘獎就發生分類不清情形,當時入圍「綜藝節目類」的,就同時包括傳統綜藝節目【超級星期天】和談話知性節目【非常男女】。而2000年,電視金鐘獎就增設「談話節目」、「生活資訊節目」二獎項。2001年,金鐘獎又將「屬性雷同」的教科文、生活資訊、談話性三種節目獎合併;並另外將非戲劇性節目則細分為綜藝、文教資訊、娛樂諧趣三大類。到了2003年,綜藝節目類又取消「娛樂諧趣類」獎項,改分採「歌唱音樂」和「娛樂綜藝」,至少讓純歌唱節目不必再與搞笑的綜藝節目一起競賽(黃尚志, 2005.10.13)。

該年度蔡康永、小 S 終於以【康熙來了】獲得最佳主持人獎。並在此後獲得一個重要的聲譽：「開創台灣談話性電視節目全新型態，引發同類型節目一窩瘋跟進，具有指標性意義」（黃尚智、陳世昌，2005.11.13）。該年的金鐘評審一面倒肯定，在評選「綜藝節目主持人」獎項時，【康熙來了】的蔡康永和小 S，並未和【綜藝大哥大】的張菲出現激烈廝殺。多位評審認為，蔡康永和小 S 的主持默契渾然天成，不輕浮，也不會太嚴肅，「蔡康永的人生歷練，搭配小 S 的臨場反應、插科打諢，互補完美。」（朱梅芳，2005.11.13）

該屆評審對於【綜藝大哥大】的看法是，綜藝節目內容不該只侷限於唱歌、跳舞，主持人偶爾脫稿演出，才能賦予節目生命力。張菲反譏：「…評審愛看『康熙』，請問他們父母愛看什麼？他們有尊重到長輩們的喜好嗎？脫稿能力我不敢跟小 S 比，但蔡康永脫稿能力不可能比我好！」（黃尚智，2005.11.14）。

整體而言，金鐘獎一再強調著「寓教娛樂」（wholesome recreation）<sup>20</sup>是獲獎的重要標準，過於煽色腥或過於制式的訪談節目，是使他們感到兩難的標準。類型的定義從每一年金鐘獎的評審過程中看來，總是暫時性的，因為它總是依照該年演藝圈／文化工業／閱聽人的意見在動態地進行「定義」。雖然改變是一定的，但它的好壞評斷如同論述（在 Foucault 式的解釋下），是有秩序地進行排除與揀選，而這其中的一個固定樣態便是，「綜藝節目」這樣一個類型受到蔡康永與小 S 兩人合作的出現之後，開始被考驗到嚴肅性的不足，以及過多的搞笑與幽默成分，曾在談話性節目類型有長期耕耘的蔡康永補足了這部分，不按牌理出牌的小 S 則是在娛樂性這一塊站穩腳步。因此「娛樂」與「嚴肅」均能兩全其美的要求與盼望，其實在類型定義的暫時性的論述中，表現出金鐘獎這個機構性產物面對文化工業（主持人如張菲）與閱聽人（如媒體觀察家／批評家）這兩者的權衡過程，對文化工業而言，辛辣的內容才可吸引觀眾，過度嚴肅只會令人感到乏味；但對閱聽人而言，過度的腥羶色避之唯恐不及，節目有規矩些才具有教育或正面的意義。周旋在這樣衝突的立場，【康熙來了】的獲獎，以及它的亦莊亦諧，顯得十分珍貴，而且它顯然體認到這樣的兩難以及權衡之必要。

---

<sup>20</sup> 日本 NHK 電視台所播出的長壽音樂綜藝節目 *Nodojiman*，並行於日本在二次大戰後的政治體制與社會思想從法西斯主義式的色彩轉變至推動民主的脈絡變化，也是以草根民族主義的方式推動這種健康、衛生的娛樂概念，使該節目與閱聽人拉近距離，彼此增加國家內部的聯繫與親密感（Hosokawa, 2010）。

## 第二章 【康熙來了】做為類型與亦莊亦諧的論述

電視節目的類型經常無法清楚界定何謂類型的界線。A 戲劇可能是警匪劇加肥皂劇再加上紀實劇；而 B 戲劇則不知該將其歸類至以警匪劇或醫院為主體的戲劇；夜間八點檔時段播出的喜劇，給人的認知卻是「夜間檔喜劇」(late-night comedy)。因此在解讀電視類型時需採取的策略是水平向 (horizontal) 的閱讀 (Feuer, 1987/李天鐸譯, 1993, 頁 152)，也就是電視類型的混淆情形已是司空見慣一事，需要進一步去推測類型彼此的挪用過程。

在時間順序上，綜藝節目在 1980 年代至 1990 年代開始在台灣走紅，談話性節目又自 2004 年【康熙來了】開播走紅後興起，這種節目類型的次類型包括八卦節目（如【馬妞報報】）、政論八卦節目（如【新聞挖挖哇】）、新聞談話節目（如【新聞夜總會】）。【康熙來了】不僅各自挪用了綜藝節目與談話性節目中，更引領一系列相似類型的節目播出。

「亦莊亦諧」的論述不斷出現在【康熙來了】的評價中，並引用莊重的蔡永康與詼諧的小 S 來描述這樣一個又含綜藝節目成分、兼具談話性節目深度的新興起的節目類型。

### 1. 類型術語

#### 談話性節目

談話性節目 (talk show) 常處於公共議題的中心，而且由於大多以普通人當來賓所組成，與凡事講求光鮮亮麗的電視節目形成一種對照 (Tolson, 2001a, p. 3)，造成了一種流動的景觀，在混雜的頻道中突圍 (Munson, 1993, p. 15, qtd. In Tolson, 2001b, p. 11)。談話性節目也經常因為將秘密暴露於公共的氛圍下，而模糊了私密與公開的界線，私密的語調被製碼為公開的表演後，將可如景觀一般地被公開消費 (Illouz & John, 2007, p. 87)。

談話性節目這項術語的起源相當廣泛，其特質包括談天 (chat) 或名人訪談，因此指涉著多種類型的節目 (Tolson, 2001a, p. 3)。總體而言，談話性節目不可或缺的元素包括：主持人、特別來賓、影棚觀眾、探討議題 (Haarman, 2001, p. 32)。其中，又以主持人的風格對於節目本身的影響尤為強烈，譬如西方就有大量針對歐普拉 (Oprah Winfrey) 來研究談話性節目的文獻 (Tolson, 2001a, p. 4)。

根據 Haarman (2001)，談話性節目至少可分為下列幾種類型：

- (1) 閱聽人討論的類型。由一般民眾組成的某種「團體」會在此種類型中分享經驗或擔任專家 (ibid., p. 35)。
- (2) 議題取向類型。這種類型通常以個人(主持人)的觀點去解析社會議題 (ibid.,



p. 43)。

談話性節目與廣電媒體的大眾傳播特質，以及電視高度內化家庭的普遍性緊密地結合著，因此具有三種特色（Tolson, 2001b, p. 28）：

- （1）此類型節目中的「談話」具有與日常生活中口頭互動相似的傾向；
- （2）談話是以「機構性」（institutional）作為把關進行產製；
- （3）談話是以假設了不在現場、共存於社會中的某一群偶遇閱聽人<sup>21</sup>

（overhearing audience）為目標。在關係中，談話性節目本身與閱聽人之間形成一種「平行社會」（para-social）關係，這是任何以人物為關注的電視節目類型所共同可能具有的潛在特質，將電視節目本身與閱聽眾觀眾調整成共處同一陣線，也進一步使得與名人、節目來賓等在所有談話性節目的類型中均有浮現親密性與熟悉感的傾向（Haarman, 2001, p. 33）。

而談話性節目引來的爭議則略可分為三種（Davis & Mares, 1998, pp. 69-70）：

- （1）對觀眾而言，談話性節目具有使現實變得反常的效果，且讓事物之間原本超乎尋常的關聯性變得是社會上稀鬆平常的問題。
- （2）藉由聚焦於激情的故事，以及將真實生活的悲劇轉換成娛樂，談話性節目麻木了觀眾的感官。
- （3）談話性節目使得觀眾將複雜的社會議題給瑣碎化。

像在日本，談話性節目的歷史是更為悠久的，自 80 年代開始有綜藝化的趨勢，觀眾不要求來賓們擁有一定專業知識，他們只是一般觀眾的代表，主要針對藝人的八卦、不倫或社會事件發表一些無建設性但具有娛樂效果的發言。這些來賓在日本是以英文的 *commentator*（評論員）來稱呼，而如果是綜藝性非常高的談話性節目，通常稱為來賓。這些來賓就類似於台灣的「名嘴」，他們發表自己的看法，增加節目的趣味性，但是適可而止，不會過度批評或是干預案情。而目前活躍在日本電視上的名嘴大多是記者、學者、評論家、律師、作家、政治家、導演，或是退休的警察、檢察官等。綜藝性高的談話節目則以藝人為主。大致來說，日本的談話性節目可分為政論型以及娛樂型。政論型節目以日本放送協會（NHK）最多該類型的節目，討論政治現況與相關的議題、辯論。娛樂型的節目以藝人及搞笑藝人來耍嘴皮子為主（曹姮，2012，頁 51-52）。

### 八卦節目

【馬妞報報】（2001-2002, ET JACKY）可說是台灣電視史上極為具指標性的爆料節目，主持人與來賓大量討論未經查証的名人隱私，引來不少警告及訴訟，甚至惹上黑道大哥的注意。但這種爆料風潮其來有自，管中祥（2002.05.23）認為，不管該節目是否會東山再起，也不管娛樂頻道有多少的類似節目，新聞及談話性節目早就把其精神大大彰顯了，像由鄭弘儀主持的【新聞挖挖挖】就

---

<sup>21</sup> 在 Hutchby（2006, p. 108）針對諮詢建議節目類型的分析中，專家回答問題的模式經常有顧及 call-in 進節目之外的偶遇閱聽人的跡象。

和【馬妞報報】沒啥太大不同，節目中均提供新聞分析或生活常識，但也將名人八卦與隱私視為商品。

### 政論八卦節目

鄭弘儀、于美人經典的【新聞挖挖哇】(2001-，超視)的節目走向融合了政論節目、八卦節目，不僅有情境短劇、笑話，每集更不忘以大量的道具、圖表來生動地帶動現場氣氛。對於政治八卦風格，鄭弘儀說，「一討論政策，收視率就往下掉。既然觀眾愛看，我們就多談政治八卦、情色緋聞。該節目可說是為兩人開創事業第二春的關鍵，鄭弘儀原是財經記者，原先也是李豔秋的談話性節目【顛覆新聞】的固定來賓，也是廣播主持人，于美人則是補教界名師，在演藝圈是以地下電台主持人起家，這兩位主持人因【新聞挖挖哇】打開知名度後，廣告代言均接不完(壹週刊，2002.01.24)。

### 綜藝節目

綜藝節目發源於兩種形式：雜耍劇(vaudiville)與廣播。整體而言，綜藝節目一般皆由喜劇、歌舞劇等固定的一套樣態所組成<sup>22</sup>(Scheurer, 1985, p. 308)。傳統對於綜藝節目的定義認為其中應具備歌唱、跳舞、短劇、遊戲，有主持人等型態(廖蒼松，1997，頁25)，近年來電視節目的發展更可區分出娛樂綜藝節目(提供輕鬆娛樂為主之綜藝類節目)與歌唱綜藝節目(提供歌唱、音樂為主之綜藝節目)(黃葳威，2009，頁28)。

關於綜藝節目這種類型所常出現的節目橋段，可參見表二之說明。

表二：綜藝節目內容之七大單元說明

單元類型	說明
競賽單元	含有各種比賽型式及性質之單元，包括體能、才藝及益智等
訪談單元	指主持人或來賓進行各種訪問之單元
模仿單元	由來賓或藝人模仿知名人物之單元
表演單元	由藝人展現各種才藝及唱歌、演戲功力之綜藝單元
資訊單元	有關各種食衣住行育樂各方面資訊介紹之單元
溫馨單元	內容以溫馨感人為訴求之單元
整人單元	以開玩笑為名，而有捉弄、欺騙、侵犯他人隱私行為之單元

資料來源：廣電基金(1999)，轉引自沈慧聲、陳怡如(2003，頁9)

### 綜藝談話性節目

早在1997年，台灣有線電視頻道上的談話性節目就已經為數眾多，以「談話性」這個詞彙來形容這些節目，只能勾勒出它們最基本的共通本質，節談話性

<sup>22</sup> 美國的經典綜藝節目為 *The Ed Sullivan Show* (Scheurer, 1985, p. 309)。

節目檯面上的靈魂是主持人 (Yang, 2002, p. 303)，許多勤於媒體經營的文壇作家紛紛躍上銀幕，加上原本一些口齒伶俐的綜藝節目主持人，成為主持群的兩大供應主力 (黃威融，1997，頁 79)。

以英美為例，談話性節目所指涉的已非純粹針對公共議題 (新聞性) 進行討論，而是帶有「資訊娛樂」(infotainment) 形式的脫口秀 (talk show)。這類談話性節目的類型又可區分為 (鍾起惠，1997，頁 32)：

(1)「主持人風格」(personality-type) 取向，其討論特色側重對立交談 (dyadic conversation)，例如美國有線電視新聞網 (CNN) 的 *Larry King Live* (1985-2010) 以及 TVBS 於民國八十三年開播由李濤所主持的【二一〇〇全民開講】；

(2)「議題風格」(issue-type) 的取向，其特色是較倚重參與者的討論 (主持人只是遊戲規則的仲裁者)。

而在台灣的脈絡中，談話型節目的內容也有兩種 (孫榮光，2009，頁 2)：

(1) 政治、新聞型談話性節目。此類型並不觸及私人領域或個人經驗，其類型特質、節目流程、參與的角色都以公共議題<sup>23</sup>為主。也以【二一〇〇全民開講】為代表；

(2) 綜藝型談話性節目 (talk-variety show) (Davis & Mares, 1998, p. 74)。在議題選擇上，此類型節目從公共議題 (新聞性) 的討論漸漸深入私人領域、個人經驗等，並具有娛樂效果。此類型尤其可以中天綜合台於九十三年一月所開播的【康熙來了】為代表。

談話性綜藝節目做為當代流行的一種電視節目類型，其場景配置

(mise-en-scene) 具有以下特質 (林玉梅，2008，頁 13-14)：

(1) 有固定的遊戲規則、節目流程和場景安排。譬如以標準時間、節奏和相同的場景安排來整合。

(2) 人物、來賓等角色，大多事先被安插好既定的參與位置，如主持人、來賓、show-in 觀眾等。show-in 觀眾<sup>24</sup>與現場觀眾或特別來賓是對坐的，主持人站在對立兩端的中間，隱含二元對立的價值觀，預設主流和邊緣的論述位置，人物角色也經過設定，專家和來賓的意見更加鞏固主流意識型態。

(3) 節目的敘事上採用音效及圖像式旁白、罐頭笑聲等，以刻意強化及凸顯敘事者的論述，並召喚大眾參與。

(4) 在話題內容方面，主題多以是性別和不良／不倫的關係為主，集中探討社會邊緣、越軌和禁忌等事件，場景安排方面。

### 【康熙來了】做為綜藝談話性節目

<sup>23</sup> 根據鍾起惠 (1997，頁 32-33)，這些藉媒體公共領域而營造出來的談話節目實屬一種「假公共空間」(pseudo-public-sphere)，其使得公民觀眾 (citizen-viewer) 的意涵被轉變為消費觀眾 (consumer-viewer)，只服膺於電視經營者的商業邏輯。

<sup>24</sup> show-in 觀眾通常是社會邊緣團體，將上電視節目視為反抗刻板印象的發聲管道，然而空間二元對立的安排，象徵著主流與邊緣意見的對立，也促使雙方談話多半是二元對立的極端看法，因此，參與者的角色已經被設定了 (林玉梅，2008，頁 14)。

【康熙來了】(2004-，中天綜合台)開啟了綜藝性談話節目的一股風潮。該節目是在台北製播的「談話玩樂節目」，節目名稱由兩位主持人的姓名中各取一字湊成主持人(【康熙來了】節目製作小組，2005，頁7)。小S徐熙娣與蔡康永以戲謔的手法，戲劇性的表演方式和來賓互動，蔚為風潮，更使各電視台競相開關類似談話性節目，較具代表性的包括【麻辣天后宮】(2005-，衛視中文台)、【今晚誰當家】(2007-，年代 MUCH 台)等節目相繼推出，都有不錯的收視(孫榮光，2009，頁3)。

陳旻宏(2005)認為，【康熙來了】的特質在於(1)跳脫藩籬，企圖製作一個挑戰談話性節目尺度的節目，讓主持人在效果和笑點上滿足觀眾需，以及(2)挖掘藝人私密，挑戰八卦尺度，違反正規訪談方式，將觀眾認為不該說出的話題搬上螢光幕，消除藝人的神秘感，滿足觀眾的好奇心。

藝人的才藝表演、現場演唱歌曲、演出短劇並非當前綜藝談話性節目的趨勢，較多的是藝人與主持人之間的一來一往，回憶私生活中的點點滴滴、談論自身的麻辣話題。這類的綜藝談話性節目給觀眾一種「貼近」大明星的感覺，除了上節目大談感情與私密生活的在線藝人，許多老一輩的藝人，未發片的歌手，以及過氣的藝人都成為了綜藝談話性節目的座上賓。綜藝談話性節目讓藝人從「才藝販賣」的角色，漸漸轉移成「隱私販賣」(mytube, 2008)。

但整體而言，綜藝節目、綜藝談話性節目的發展隨著時間逐漸出現混雜化過程(hybridization)，以下鋪陳相關節目類型在近十年來(2002-2012)所歷經幾個階段的轉變(陳旻宏，2005)：

(1)台灣電視綜藝界大約在2003年開始竭盡使用普羅大眾的才藝表演後，2004年則大量轉向噁心風，充斥遊走於尺度邊緣的內容，幾個節目多次遭到新聞局警告、罰鍰及勒令停播的命運。各個節目之間主持人的話題也備受關注，為了收視率，私人爭端也被大量搬上面製造話題。在此種製作單位快要玩不下去，觀眾也已經看不下去的情況下，經濟不景氣，需要大牌出馬主持的大型節目必然減少等等因素的影響下，反倒使得二線主持人冒出頭，這也是自2007年以來演藝圈充滿「B咖」的結構性因素。

(2)同型節目日益增加，可發揮的主題隨之減少，能訪問的人也有限。譬如，2009年由主播李四端主持的談話性節目【開窗說亮話】曾因「來賓名單挑選和話題重複性過高」，僅播出短短六個月就停播。【康熙來了】早在2006年就曾面臨主持人蔡康永倦怠的窘境，因當時節目已製播兩年多，大牌藝人都訪問的差不多了，有的藝人甚至還接受過高達三次的訪問。

(3)節目內容風格漸趨奇觀、窺視。2006年的下半年，【康熙來了】首創「女藝人卸妝」單元，製作單位請來平時打扮光鮮亮麗的女明星，要求她們換上家居服、以素顏示人。或邀請女藝人來賓展現身材，凸顯身體的商品化與女性的物化，明顯獨尊單一的性別形象價值(黃葳威，2009，頁79-82)。另外，謝震武與吳淡如主持的【今晚誰當家】以「大嫂團」聞名，由老公身為男明星的貌美人妻所組成的這些大嫂團成員，經常在節目上暢談閨房私事、分享性事等辛

辣話題，相當走紅。

## 2. 綜藝節目與綜藝談話節目相關文獻

陳怡潔（2010）針對【康熙來了】抽取四集在 2009 年在節目主題、來賓選擇上聚焦於性別，且在媒體上、網路上受到廣泛關注的節目，以批判論述分析（Critical Discourse Analysis, CDA）的概念觀察主持人與來賓互動之間的言談流露的權力關係。該研究認為，現在台灣的媒體文本內容似乎並未反映出社會文化在性別平權方面的進展，也沒有積極發揮促進性別平權的作用，發現【康熙來了】的節目文本中，雖然是一個由社會大眾眼中「新潮」、「前衛」的主持人所主持，一個是出櫃的男同志蔡康永，一個是以作風大膽聞名的小 S，但節目中常常呈現的還是傳統的性別刻板印象，包括（陳怡潔，2010，頁 75-77）：

- （1）以性別歧視來對待女性；
- （2）物化女性、視女性為男性附屬品的呈現；
- （3）複製了傳統男性刻板印象，將外表、行為較不符合傳統男性刻板印象的男性，貼上「娘」的標籤，以取笑他們的外表、行為作為娛樂效果。

林玉梅分析蔡康永的【兩代電力公司】及利菁【麻辣天后宮】兩談話性綜藝節目中有關同性戀議題的集數做為研究樣本，一共選取出三集節目樣本，結果發現商品化同性戀的跡象，並包裝著各種外顯與暗示的歧視在節目中（2008，頁 45-46）。林玉梅（2008）認為，談話性綜藝節目製作同性戀議題，是相當值得讚揚的一件事，因為它們提供了社會大眾認識邊緣團體的機會，也提供了邊緣團體發聲的舞台，但是因為節目製作的長度及深度，往往造成邊緣團體被消遣、被嘲笑、被商品化的情況，而失去了原先良好的初衷（頁 90-91）。研究發現，同性戀被大量商品化，其原本可以提升能見度的空間被壓縮，所有的談話性綜藝節目都以類似的方式商品化同性戀、都以同質性的同性戀族群為主角（林玉梅，2008，頁 91）。

楊芳枝（Yang, 2002）則由文化生產的結構化問題，採取葛蘭西（Gramsci）的爭霸理論觀點切入台灣綜藝節目與媒體工業遭遇的挑戰與回應，將製作成本下降與節目品質的低落，歸結至尤為影響綜藝節目的商業掛帥資本主義邏輯，並揭露一些綜藝節目聽取社會回應進而改造、宣稱的「健康導向」，其實僅屬聊備一格，根本只是種兼顧成本（以人海戰術置換高酬勞的一線主持人）與敷衍社會回應的共謀手段。

Shattuc（1996）則從美國 1990 年代的四個大量討論女性議題的全國性日間談話節目（Donahue、The Oprah Winfrey Show、Geraldo、Sally Jessy Raphael）為出發點，使我們發現美國的談話性結果可以被連結至美國小報新聞文體的悠久歷史，談話性節目將小報的特色重新包裝為商業化的產品，以瞄準這類節目的主要收視群：女性。

Stevens & Hosokawa（2001）發現，在日本，名人這個身分從 1960 年代到

1990年代的音樂綜藝節目中發生了變化：公共與私人之間的界線慢慢減退，明星不再充滿魅力、完全單向，觀眾變得開始積極參與對於明星表演的詮釋，並且生產出與明星之間的虛構關係，在發生變化的過程中，音樂綜藝節目本身傾向支持變化。作者批判，製作人創造出以談話為主的節目格式是為了讓歌手有更多的空間能去展現、販賣自己的個性，因為日本當前的藝人、樂團、活動、當紅人士驚人地過多，而閱聽人為了要像個慧眼獨具的消費者，也就需要更多的資訊，藉著談話（talk）這種方式，粉絲能夠在藝人之間找出差異，他們對於音樂的消費因而有條不紊而從容——再次將明星視為被買賣的商品來馴化（p. 243）<sup>25</sup>。

### 多頻道環境與惡性競爭

就政治經濟層面而言，台灣在1987年廢除戒嚴令，接著在1988年鬆綁新聞禁令、1993年開放有線電視市場，台灣的媒體景觀自此走向自由化（Liu & Chen, 2004, p. 55）。但根據劉幼琍與陳一香（Liu & Chen, 2004），台灣的電視環境處於媒體自由化結果的多頻道脈絡卻浮現衝突性：在東亞國家中，高達八成以上的有線電視訂戶、享有超過80個以上的綜合型與專業型電視頻道，但節目類型與內容卻備受批評缺乏創新或時常模仿，譬如晚間八點至十點是許多有限電視頻道開闢政論節目的集中時段，但卻不意味多元化，節目之間時常話題大同小異，來賓甚至在同一天在不同的節目亮相（pp. 54-55）。

在1960年代與1970年代，台灣的新聞節目與猜謎秀受著美國電視的影響，綜藝節目則具有日本的影子（ibid., p. 56）。自從有線電視頻道緯來日本台最紅的綜藝節目【上岡異言堂】開啟以話題帶人物的新綜藝模式之後，三台、有線電視一窩蜂跟進，製作類似節目（陳德愉，1997，頁75）。不論是綜藝、偶像劇、甚至是卡通，只要是日本出品的節目，一向在台灣都能獲得極佳的收視率，緯來日本台節目部副理張芙心表示，像「火焰大挑戰」與「上岡異言堂」這類的節目，再再顯示出日本綜藝節目的製作嚴謹與內容新穎（林南谷，1999，頁42；44）。

而在過去二十年，台灣本土的製作人採取從日本綜藝節目中擷取靈感的策略，改編成適合在地的口味，譬如知名綜藝節目【超級星期天】（1994-1996，台視；1996-2003，華視）中的單元「超級比一比」就是從日本綜藝節目改編而來；而另一個長壽的節目【百戰百勝】（1988-1998，華視）也同樣是改編自日本TBS（Tokyo Broadcasting System）的節目（Liu & Chen, 2004, p. 62, 64），或是直接模仿目前業界受歡迎的節目（Yang, 2002, p. 312）。

此外，台灣的綜藝節目在製作上若沒有銷售至海外（通常是中國）的考量或把握，製作人或電視台寧可選擇進口節目以縮小製作規模，因為成本低於製作節目（Liu & Chen, 2004, p. 57; Yang, 2002, p. 310），而且對於產業而言，收看

---

<sup>25</sup> 相較之下，流行音樂是一個能讓觀眾得以接觸到名人的工具，也是一種技術，而且是一種在歷史上逐漸被從屬化的一個工具。

國外輸入節目頻道如 Discovery、國家地理頻道、CNN、HBO 的觀眾也往往具有較高的社經地位 (Yang, 2002, p. 310)。

### 道德撻伐：情色、暴力與低俗

不論是談話節目、綜藝節目或談話性綜藝節目，都觸碰到媒體作為一個公共領域 (public sphere) (Habermas, 1968／曹衛東等譯，2001) 的包袱。台灣的綜藝節目因為模仿、抄襲、惡搞，自 1998 年以來便遭受閱聽人、文化批評家、女性主義者、演藝圈人士的批評 (Yang, 2002, p. 318)。這些綜藝節目惹出的爭議包括：色情氾濫、暴力充斥、抄襲跟風 (沈慧聲、陳怡如，2003，頁 9-11)。譬如吳宗憲的綜藝節目便被指控對青少年有害，引發社會上一陣道德恐慌 (Yang, 2005, p. 184)。

綜藝節目由於市場競爭劇烈，節目製作走向偏鋒，內容多以刺激感官為主，以致狀況百出、責難不斷，電視綜藝節目似乎與電視社會問題畫上等號，變成插科打諢、整人胡鬧、集打歌與情色於一體的大集合 (關尚仁，1999，頁 35)。這類綜藝節目展示出的負面功能包括了開黃腔、言辭性騷擾、不雅動作、以整人或嚇人為樂、用鏡頭強調女性器官、物化女性或強調女性負面刻板印象、抄襲，各台內容風格大同小異 (ibid., 頁 36)。

有線電視合法化後所形成的多頻道環境造成更為劇烈的競爭，綜藝節目原來以歌舞、才藝、舞藝、容貌、外表，再加上主持人舞文弄武、說唱逗笑為主要元素的綜藝節目，為了收視率，開始加油添醋，以情色元素的描寫作為主軸，使得秀場文化延伸至公共領域，充斥變性秀、艷舞秀、模仿秀、養眼秀、肉場秀、偷窺秀、虐人秀 (吳翠珍，1999，頁 38-39)，節目主持人與來賓的互動充斥黃色笑話、性騷擾、整人遊戲 (林芳玫，1999，頁 37)。

有關綜藝節目的道德爭議，容易落入保守 vs. 開放、嚴肅 vs. 輕鬆、菁英 vs. 通俗的二元對立，彷彿批評綜藝節目的都是不食人間煙火的衛道人士<sup>26</sup>。在一些學者看來，一味地以道德／文化的批評來衡量綜藝節目，終究未能產生真正的效力，一來：

…如果婦女團體聲討電視媒體的時候，只是套用「物化女性」的簡化公式，批評綜藝節目太過俗爛，要求更加嚴肅的緊縮情慾空間和言論，這樣的做法事實上只會更加封鎖性少數展現自我的管道，更加「淨化」公眾討論，也因此更加「汙名化」那些肯定自我的性別異類 (何春蕙，2004，頁 229)<sup>27</sup>。二來，女性主義批評家 Spivak 指出，「抽象」的口號與「實際」的作為之間並不具有太大的分野，「…實踐，若未把自身假定為多少有些權力的理論將無法發生」 (1990: 2, qtd. In Yang, 2002, p. 324)，在整個閱聽人－演藝工業的互動中，姑且不論閱聽人對於品質敗壞的綜藝節目的建議或看法，收視率系統的數字所說明

<sup>26</sup> 此一說法出自林芳玫 (1999，頁 37)，但她持相反主張，認為「綜藝節目許多看似開放的做法，反而呈現出閉塞與反民主的心態」。

<sup>27</sup> 然而在主張性自主、性解放的同時，對於不同閱聽人在商業文化的近用能力所引發的階級分野也不應忽略 (Yang, 2005, p. 197)。

的閱聽人喜好，似乎還是不證自明。何謂好的／壞的節目？這是不是根據一種「虛假偽善、脫離現實的道德標準」？只要在公共領域，社會老是希望能維持住一定程度的保守與理想，而檯面下也似乎有更多見不得人的現實（卡維波，2001.08.13）。

### 成本低廉的產製政治

製作電視經費的問題一向攸關如何定奪節目的主持陣容。台灣的綜藝節目製作生態有喜歡採用大牌主持人的傾向，因為藝人行銷有一套「文化價值的階層體系」(hierarchy of culture value)，這套階層體系由宣傳業者所建構，根據文化產品的重要性予以排序，且將較大牌的明星放在重要的位置(林富美，2006，頁 239)，但這也導致節目製作層面與人事卡司這兩造在經費上的不平均，提升節目品質的目標也因此受到聘用大牌主持人的擠壓 (Yang, 2002, p. 312)。

以早期叫好也叫座的【超級星期天】為例，製作費雖高達二百六十萬元，但光是主持費一集起碼就要七、八十萬，小燕姐的主持費用就佔三、四十萬(柴智屏，2000，頁 19)。<sup>28</sup>

根據鍾起惠 (1997，頁 33)，談話性節目之所以大量被推出，並非電視經營者重視公共領域的價值，而是經濟利益的驅使。換言之，製作這類節目的成本較低，對於電視台而言，一天 24 小時的節目檔期必須填滿，至於用何種節目型態填滿，就牽涉到預算以及營收的考量。談話性節目相對於戲劇、新聞，它的優勢在於前製時間短、製作費用低，是節目存檔不足時，用來「充時間」的最佳選擇。但是，這種「救火隊」的節目屬性，缺點則在於節目的生命週期短，播出一次之後，幾乎沒有重播的價值。幾週前播出的談話性節目，尤其是搭著新聞熱潮而製作的節目，即使重播也無法讓人提起收看的欲望。新聞、戲劇節目，相較於談話性節目，重播價值則較高，甚至重播時的收視率，都還能吸引廣告商投入廣告預算，而成為電視台的營收 (立報，2012.07.17)。

談話性節目的製作成本相對低廉，因此推出一個高收視率的談話性節目，即能為電視經營者賺到大量鈔票，也由於節目具有數量龐大的消費觀眾 (consumer-viewer) 以及公共領域的色彩，進而使節目在公共議題與政治面的影響力將擴大。是以對電視媒體而言，製作此類型的談話性節目將可獲致最大的邊際效應 (鍾起惠，1997，頁 32)。

台灣演藝圈的生態反映出製作綜藝節目的成本極為吃緊，光就製作經費而言，【上岡異言堂】每一集將近台幣兩百萬，反觀三台黃金檔的綜藝節目，以當年「龍兄虎弟」而言，也僅八十萬左右，更遑論一集三十萬就算極佳的有線頻道。而在日本，一個每天播出的帶狀節目，一周七集總共是七個 team 在執行。在台灣則是一個 team 做七集 (陳德愉，1997，頁 75-76)。

衛視中文台的節目製作何雅章更坦言，「...談話主題節目的製作費用，比起

---

<sup>28</sup> 以【康熙來了】的主持人價碼而言，小 S 與蔡康永已與一線主持人不相上下，一集酬勞約在 5 萬元，躋身「張菲級」的天王待遇 (陳世昌，2005.03.24)。



那種大型綜藝節目真的是少得太多了！而且，只要建立一種固定類型，以後只要換不同的題目，節目就可以一直做下去」（*ibid.* 頁 76）。

如前所述，綜藝談話性節目因為時效性較強，往後若是再重播容易失去新聞價值，因為討論事件已經失去熱潮。如同窄化了電視節目的販售管道，因為綜藝談話性節目上大談的私事、八卦，往往需要熟悉台灣本土流行文化的群眾才可理解，銷售至海外、華人以外的市場將十分困難。比起具有吸引慣用華語文閱聽人（Mandarin-speaking audience）潛能的偶像劇、連續劇，或是大抵獲得全球共識的西方流行文化，台灣的綜藝談話節目尋求的目標閱聽人明顯圈限於本土（Yang, 2005, p. 192）<sup>29</sup>。

### 3. 亦莊亦諧的權衡

蔡康永與小 S 在【康熙來了】的表現經常在媒體論述中被描繪成是一對「亦莊亦諧」的組合。這樣一個修辭，需要被讀作是對於傳統低俗綜藝節目的拒斥，以及一般談話性節目徒然探討社會議題的修正，還有在【娛樂百分百】過度失控主持方式的收斂。因此這最終呈現的「亦莊亦諧」，是在類型的素材庫裡的微幅修正，蔡康永與小 S 在談話性節目與綜藝節目兩種類型中做的改變又細微卻又重大。但是他們所為人感受到的莊嚴，卻也不是正經八百聊國家大事（他們如何詆毀則成了詼諧之處），他們所極力尋覓的，是如何創造出另類的嚴肅性與社會關注，以及新的反抗方式。

#### （不）正經的蔡康永

蔡康永在電視圈是以主持談話性節目起家。這樣的文化資本使他在主持節目時展現做出新嘗試的企圖。他具有的「正經」性被如此描繪：「...從方念華到李四端這樣的新聞人才；從【連環泡】（1986-1994，中視）到【全民最大黨】（現【全民大新聞】）（2004-，中天娛樂台）的靈魂人物王偉忠；從【真情指數】（1998-2005，TVBS）、【兩代電力公司】（2003-2006？，TVBS-G）到【康熙來了】的蔡康永...」，郭力昕（2004.06.19）認為，對【康熙來了】而言，蔡康永是其中的靈魂人物，是有潛力創造出「優質而大眾的節目」的媒體人才。有蔡康永在，使小 S 安心不少。小 S 不避諱，其實自己很怕一個人上台，還要記一堆資料，又怕說錯話，不過有蔡康永這位搭檔，自己只要在旁邊當「花瓶」就好了。蔡康永、小 S 的組合，形成「亦莊亦諧」的風格，小 S 在節目中扮演搗蛋配角，蔡康永則急忙拉正節目的常態走向（陳世昌，2004.04.27）。小 S 擅長搞笑、無厘頭，如果要搞溫馨，她自覺不能勝任，像她曾經替陶晶瑩代班主持【超級星光

<sup>29</sup> 透過網路的下載、資訊流動與盜版轉載，【康熙來了】在大陸地區並未正式播出卻意外走紅，廣州極有影響力的「南方都市報」所辦「華語傳媒大獎」甚至頒獎給蔡康永與小 S 兩人，兩人也靠該節目在大陸累積明星地位（葉君遠，2007.04.19）。雖然【康熙來了】在大陸地區蔚為風行，但大陸地區的閱聽人僅能透過網路收看，而且其他台灣眾多綜藝談話性節目的聲譽鮮少能與【康熙來了】媲美。

大道】，但因節目風格與她主持路線不符，參賽者難過時她沒法推一把、鋪陳氣氛，僅主持數集便請辭（王雨晴，2008.11.13）。

在媒體論述中，【康熙來了】正式取得叫好又叫座的聲譽，是在 2004 年金鐘獎的入圍名單，由於開播一年多即入圍，在各電視台多如過江之鯽的訪談節目中出線，主持人蔡康永、小 S 這種「作家配諧星組合」組合，被視為成功原因，他倆之間相互建立起互補性、趣味感，樹立搭檔，像小 S 以消遣自己來帶動氣氛，突破訪談節目只能賺人熱淚的窠臼；而曾主持 TVBS【真情指數】、【兩代電力公司】的蔡康永，儘管節目市場較為小眾化，但形象端莊穩重，具有中產白領階級的收視群（陳世昌、黃尚智，2004.11.26）。

【康熙來了】創始製作人詹仁雄認為，該節目成功的前三個原因是：「主持人、主持人、主持人」。根據詹仁雄，製作【康熙來了】的開始，是採取逆向思考，先決定主持人、再考慮節目內容或型態。他認為蔡康永思路清楚的、能帶給受訪者親切放心之感。再搞怪地搭配小 S 徐熙娣，結果蔡康永表示自己很喜歡徐熙娣，覺得兩個人都夠怪，而且是那種怪到可以當朋友的樣子。康熙來了的節目型態是訪問藝人、名人，但與其他同型定位訪問節目的不同之處，正在於節目對於資料蒐集整理所下的功夫，以及在訪問中所夾藏的八卦、隱私等敏感又刺激的問題（林淑燕，2004.12.22）。

【康熙來了】還具有將政治人物日常生活化的效果。民眾對於政治人物的好奇心，節目心知肚明，於是以訪談的問題慢慢拆解政治人物嚴肅的外殼，譬如問道：一天的行程是什麼？早上幾點起床？早餐吃什麼？等生活趣事。早在 2004 開播不久時，就找來連戰一家人受訪，小 S 在節目中問連戰，穿什麼樣的內褲？是平口還是緊身褲？這些無厘頭的問題帶來不少高潮，那集創下 1.23 的平均收視，讓節目在開播短短 2 個月內就創下新高紀錄。後來節目還找了蔡啟芳、洪秀柱、沈富雄、蘇貞昌、李永萍等人，一直到現在，不論藝人或政治人物，收視每集都達到 1 以上的平均收視（洪秀瑛，2005.06.03）。

蔡康永認為，「電視就是一個很簡單的東西，賞心悅目人家就是願意看。看名人在電視上出現，也是觀眾在建立自己跟社會的關係，原來這個人我認識，知道誰誰誰原來也跟我看同樣的電視劇、誰誰誰原來也喜歡打麻將」，【康熙來了】不管採訪誰，他都必須說「人話」，不要場合話，也不要來講公關稿，最好不溫良、不恭謹、不禮讓，明星、名人、政治家到頭來都只是人（袁蕾、張健，2005.07.21）。

### 離經叛道與性開放態度

大部分的閱聽眾對於 SOS 的主持風格反應很兩極，年輕人認為她們有話直說，也有人認為她們「說話不負責任」。像在【娛樂百分百】（八大綜合台，1997-）中的「仙女下凡來點名」單元，她們姊妹倆手比蓮花指，身體轉圈圈，回答觀眾傳真問題，答完了，再轉一圈說「仙女下凡解答完了，或是在現場直播中冷不防嚷著很想大便...等。老一輩的、年紀大的成人可能一臉茫然，但同坐在客

廳的小孩應該正卻忙著記下大 S 傳授如何美白、小 S 如何提臀瘦身（朱梅芳，2002.05.11）。正因為她們口無遮攔的作風，常常話一出口才驚覺不妥，常得對觀眾補充：「剛才是開玩笑的，不要再抗議了」。她們曾公然在節目中說「布袋戲不好看」，惹火戲迷，引發口水戰，逼得經紀人王偉忠出面道歉再道歉；或小 S 批評「很多留妹妹頭的女藝人都是裝可愛，包括羅璧玲」。這番話讓羅璧玲氣不過：「我是因為額頭太高才留妹妹頭，否則跟妳一樣醜！」（李安君，2004.04.11）這段主持【娛樂百分百】的演藝生涯從 1997 年 3 月開始，一直到交出主持棒給羅志祥與小鬼，達九年之久（陳世昌，2006.09.01）。

小 S 這種口無遮攔的個性經常得罪不少人，甚至引發網友掀起連署拒看【康熙來了】，並呼籲蔡康永不要被小 S 拖累，降低水準。蔡康永笑說：「小 S 敢衝敢撞，樂子就是這麼出現，如果為了討好一些人，威脅她的直率，那就不要做了，我和小 S 都很懶惰，不做節目的話，我們反而很快樂...，有她有我，才叫『康熙』，少了一個人，都不行的。」（李安君，2004.04.11）

黃宗慧（2004.09.06）主張，【康熙來了】的走紅傳達出年輕族群所具有的「惡搞」（Kuso）文化，尤其在性別政治層面相當明顯。不過，群眾對於【康熙來了】的擁戴，說明了惡搞文化是「笨蛋化」的青少年次文化，還是顛覆主流僵固價值觀的反文化？一方面，小 S 的主持尺度在【康熙來了】呈現開放的女性性慾，她曾觸摸男藝人腹肌以感受紮實度，並讚有「波浪感」（王雨晴，2009.07.02）；或是在節目上見到合胃口的男偶像便公然「獸性大發貼上他身、輕撫他臉，最後惡虎撲狼似的將他撲倒沙發上」（葉君遠，2009.06.04），並不時以性為話題對受訪來賓開黃腔，或者以誇張的肢體語言吃來賓的豆腐。

無法確定的是，小 S 是否真懷有一份刻意想顛覆主流意識形態的心，但姑且不管這種好色演出是否出自節目效果的需要，小 S 的性態度倒是誤打誤撞地逆轉了過去女性來賓在綜藝節目中被男主持人吃豆腐、開黃腔時，只能故作嬌羞或尷尬應對的窘境。

過往綜藝節目中，男主持人總是會對女性來賓開黃腔，但同時其實也正顯露了自己的身體屬性（physicality），而如果從旁陪襯的二線女主持人若是回嘴反擊，照樣也從性的角度大談男性身體的話，男性在公共領域公然形成的小圈圈（locker room）就會被逆轉，像在【戀愛講義】大談男性身體的陶晶瑩（陶子）就是一例，她透過加入這種小圈圈來提供性解放的可能（Yang, 2005, p. 201）。

但小 S 不僅在性層次開放，在道德層次的標準也與常人不同。在【娛樂百分百】敢當眾挖鼻孔，敢嚷著「我要放屁」，敢在節目上直接帶動跳「徐老師」到【康熙來了】，但在【康熙來了】主持生涯中，她卻呈現從搞笑到矜持，一路走向「性感女人」的變遷過程，她每集上節目的服裝均展露著她的美腿、俏臀、細腰、豐胸（李安君，2004.03.24）。因此，小 S 所惡搞的範圍並不包括符合父權式定義的女性身體美感，像她認為女性隨年齡增長或扮演母職就會減少女性魅力、女性總是會耍心機來競爭男性青睞...等價值觀，均沒有產生如女性開放

情慾一般的顛覆效果。不過她的搭檔蔡康永（2009.07.17）則反駁：

…有人評論我的搭檔小 S，對外形出色的男明星「見獵心喜」的表演方式。我當時有期望做性別研究的學者，尤其是女生，會出面幫她說幾句話，結果我沒看到，我挺失望的。台灣男主持人對美女「見獵心喜」的言行層出不窮，小 S 這位女主持人卻不可以對美男「見獵心喜」？

蔡康永過去曾是影評人、GQ 雜誌總編輯、當紅節目主持人，一篇《三少四壯集》專欄文章為他的銀幕人格做出如下寫照（李性綦，2006.01.06）：

…一般談話性節目不痛不癢請一些所謂專家排排坐，講些跟他們的現實生活根本無關的話語。但是【兩代電力公司】，請來的是活生生庶民、滿身都是刺的憤怒青少年、是視忠貞於無物的劈腿族、是跟男人拿錢不手軟的援交妹，呵，比起這些大喇喇發言的年輕人，我這種特別來賓就有點尷尬了。不過蔡康永厲害的地方是永遠能夠掌握住那個「快要吵架了」，「卻又不情願地和解了」的驚險；煞是好玩。

…願意說真話的公眾人物，實在太少。這也是【康熙來了】會引起一陣熱潮的原因吧。什麼階級、禮貌、規矩，通通都甩一邊去，觀眾樂得看公眾人物露出不知所措的真實模樣。

蔡康永過往電視節目所積累起來的公共印象，被媒體喻為「感性」又「勁爆」，「感性」，因他能在【真情指數】中發揮既犀利又不失溫情的採訪功力、讓政治人物動情落淚；也可以連續被選為金馬獎頒獎典禮主持人，掌控巨星雲集的大場面；更膽敢在【兩代電力公司】節目中跟長輩討論大麻合法化、與年輕人談壯陽（陳薇后，2003.0.05）。

#### 4. 近期變化：轉型、綜藝化

【康熙來了】在 2006 年出現「轉型」，製作單位強化「企畫」的功能，節目設計上，主持人發揮空間也相對減弱，小 S 會說，「現在主持比較輕鬆，沒有二對一訪談那麼累人」（王雨晴，2006.12.19），但收視口碑卻在標準之下，甚至傳出為節目收視不好、人氣下滑、節目要停播（陳世昌，2006.10.28），而 2006 年金鐘獎雖入圍，卻也被評審認為兩人表現不如過往（朱梅芳，2006.12.21）。到 2008 年為止，【康熙來了】的節目走向，歷經的轉變可蓋括為過去的大明星單一訪談走向主題性的娛樂議題探討（王雨晴，2008.06.16）。

2009 年，【康熙來了】開始出現明顯變遷，節目帶起爆料風潮，談「演藝圈不能說的祕密」，請爆料者將當事人姓名寫在小本子上，給主持人小 S 看。並連帶開起模仿爆料風潮，包括像年代【王牌鑑定團】影射「集郵女星」；【今晚誰當家】請來賓將答案寫在紙上傳閱，最後再放入碎紙機...這種不指名道姓的爆料方式，被影射人反感，觀眾也罵翻天。【康熙來了】製作人詹仁雄下令節目停錄此單元，認為「這本來就不是【康熙來了】該做的事！」（王雨晴，2009.03.11）這種做法雖然顯示出演藝圈爆料文化在消費、道人長短之餘的不負責任，窺探

慾卻也激發觀眾化身偵探，急忙重新排組藝人的八卦花邊，力求讀出節目中不能說的秘密（宋志民、洪秀瑛，2009.03.13）。

對於節目「太八卦」、「沉淪墮落」的批評，蔡康永承認，節目確實八卦：「現在到了一種娛樂沒八卦就不成立的狀態，我們從不覺得八卦是個問題，不八卦的節目就一定比較好嗎？」蔡康永過去所主持的【真情指數】的質感，是建立在訪問偉大人物，如今他只想做自己，【康熙來了】一路摸索成長，變為如今的樣貌，蔡康永與小 S 從不因別人覺得怎麼想就改變主持風格，話題玩膩了，他們就添加新元素，八不八卦並不是最要緊的（王雨晴，2009.09.12）。

### 第三章 類型感定義與蔡康永、小 S 的文本特質

本章以電視節目的文本特質 (textuality) 來詮釋類型層面的定義 (generic definition)。這麼做尤其在意類型的「文化」定義為何。以下將描述幾個綜藝節目既定的形式 (由張菲做為正典著手)，再討論小 S 與蔡康永如何介入綜藝節目與談性節目，最後開發出新的類型。類型之所以要尋找「文化的」詮釋是因為類型至少可能由場景 (如西部片) / 動作 (如 crime shows) / 觀眾反應 (如喜劇) / 敘事形式 (如懸疑片) 來加以定義，類型只會多重文本的互文關係中浮現，才會出現一個共通的範疇。讓這些文本產生互動的正是閱聽眾與文化工業的實踐與文化作為 (cultural activity)，也因此不能將類型僅評估成一個文本上的元素 (Mittell, 2004, p. 173)。

談話 (talk) 的特質其實對於綜藝節目來說非常重要。上談話性節目的來賓必定帶有目的，可能是宣傳新戲，那麼反過來說，一部戲如果沒有一些來自談話性節目 (此處採較為寬鬆的定義，包括脫口秀、綜藝節目等) 的臉孔，也將失去話題性。

張菲是演藝資歷甚久的主持人，他的明星演藝生涯從秀場時期便開始累積，一直沿用至今，而且具有聲望。張菲所主持的可說是正統的綜藝節目，他就是一種典範。但張菲這樣一種菲式幽默，卻遭到了小 S 與蔡康永的反抗，他們不要溫馨，不要制式，又不走深度路線，更不搞純粹搞笑那一套。蔡康永是主持人，但卻又一直設身處地從來賓的角度想，他想避免當一個主持人，但他又曉得主持人是必要的。

如何以明星來說明「傳統的綜藝節目」(張菲) 是「談話性綜藝節目」(小 S 與蔡康永) 得以產生差異的一個文化範疇與類型化過程？【康熙來了】的興起，其類型被定義為介於綜藝節目與談話性節目之間，甚至讓「談話性綜藝節目」類型這樣一個混用的術語能夠穩定化，需要探討下列三位明星：

- (1) 張菲由秀場時期至主持【黃金拍檔】時期所建立的菲式幽默；
- (2) 早前小 S 在主持【娛樂百分百】數年以來，一直到【康熙來了】，那份由觀眾所熟悉的脫稿演出與無厘頭邏輯。
- (3) 蔡康永的【兩代電力公司】在時間上是早於【康熙來了】，但他的明星地位可說是由此節目開始累積，稀奇古怪的社會話題既叫好 (引發社會轟動) 又叫座 (多次入圍金鐘獎)。他的轉型要追溯到更早以前，也就是在 TVBS 走賺人熱淚路線的【真情指數】。這也是【康熙來了】潛藏一份深度的來源。

#### 1. 文本特質 I：張菲

1994 年 8 月 20 日的【龍兄虎弟】的「音樂教室」單元剛好有 SOS 姊妹擔任來賓，以下這段話可看出張菲的主持風格。特別注重他的談話是因為這是發生在廣電媒體環境中的談話，而不是一般日常生活的談話，是經過了制度性形式

(institutional form) 的中介後才被理解 (Hutchby, 2006, p. 18)。這些談話被謄寫成文字時將特別注重談話中句子的順序 (sequence)，這是因為言談分析關注措詞是如何在一來一往的互動順序中產生，將可知悉一個說話者本身對於另一個說話者的行動 (Austin, 1962) 的認識 (Hutchby, 2006, p. 21)。因而誰先說話，誰被搶話、插話的那一方，或是談話中的停頓等，均將納入討論。：

逐字稿 (一)<sup>30</sup>

張=張菲 S=大 S S=小 S SOS=大小 S 眾=錄影棚內觀眾

- 張： 兩個人到前面=>到前面，兩個人到前面<  
S： [我們倆聯手笑他，哈哈...  
眾： XXXXXXXXXXXXX  
S： 摸頭髮
- 5 張： hhhhh  
眾： hhhhh  
張： 幾歲啊？  
S： 16  
S： 18
- 10 張： 18  
S： 我是妹妹  
S： 我是姐姐  
S： 我姓徐  
S： 我也姓徐
- 15 S： 我叫熙娣  
S： 我熙媛  
張： 你們以後就叫我蜥蜴好了  
眾： hhhhh  
SOS： 笑容
- 20 張： 還以為自己的名字很好聽  
張： 我說=啊=年紀這麼小(.)=就想要(.)=啊(.)這個=當明星是嗎  
S： 有一點  
張： 你呢  
S： 一點有
- 25 張： 點頭  
張： 我有兩點  
眾： hhhhh

<sup>30</sup> 由於對話分析的訴求是能完整還原對話的情境，因此相關的逐字稿常規 (convention) 請見附件。

- 張： 驗收一下驗收一下，幹這一行不是這麼簡單的，不是說這個膽子大  
敢講話就能出人頭地，有很多人(.)唱了很久了(.)也是沒沒無  
30 聞
- S： 老師你怎麼這樣說人家（轉頭指其他藝人）
- 張： hhhhh
- 張： 好 來
- SOS： 演唱「占領年輕」

張菲與 SOS 早期的這一段對話，雖然 SOS 還是不改搞怪本色，譬如小 S 剛出場時誇張地摸了自己的頭髮，意在炫耀年輕姿色，或像 23 行小 S 無厘頭的回答，但整體節目的文本特質由在張菲維繫，有許多的言談明顯是針對一個集體的受話對象，也就是觀眾（不論是攝影棚內的或是不在現場的電視機前的），但反觀 SOS，她們的言談則不具有這種特徵。一般標準的綜藝節目主持風格常見的就是男主持人總是有意無意的吃女來賓豆腐，像 25 行靠著語言諧音的偏差，張菲不受 S 搞怪回答影響，反倒回過頭來虧她一番。而開黃腔便是綜藝節目的一種類型感定義，透過開黃腔達成的笑話其實貶低了某種社會價值，或是攻擊了某種社會範疇與階級，轉而以一種「同盟」的形式慶祝別種價值（Douglas, 1975, p. 104）。而這很顯然反映在台灣 2000 年代針對綜藝節目吹起腥羶風的社會抱怨上（黃宗慧，2001，頁 205）。

另一個傳統綜藝節目的類型感定義，可見於張菲與大 S 一共三人對話沒有遭到什麼彼此的阻礙，他們之間很遵守談話性節目一往一來（turn-taking）的常規，經常是說了一件事、回了一段話之後，除了主持人有回覆，現場攝影棚內觀眾的笑聲及臉部表情也都包含在整個綜藝節目的運作中。

不過從 SOS 的訪談可看出，她們的對答已經有想要顛覆綜藝節目類型的跡象。這段訪談在 1994 年台視播出，但為了要檢視什麼組成了類型層面的定義，可將類型其實看作論述的一種功能、一種傅柯式定義——「論述形構將從分離的微觀場合建立起來，而非從集中或單一的權力場域浮現」——的論述實踐（discursive practice）（Mittell, 2004, pp. 173-174）。在實際操作類型分析的層面看來，官方文獻、媒體報導或評論、專業性刊物、法規、觀眾的作為、文本本身、媒體再現等，均參予了類型層面的定義、階層（Mittell, 2004, p. 174）。所以其他媒體是如何描寫 SOS 這樣一種角色帶來的衝擊？：

...18 歲的熙媛和 16 歲的熙娣，都就讀華岡藝校二年級，姐姐在校成績中上、妹妹則是全班前五名，半年前，她們利用課餘時間，出版了一張「佔領年輕」專輯，憑著她們特有的「新新人類」直率談吐和肢體語言，在演藝圈造成轟動（劉子鳳，1994.11.29）。

...年紀雖輕，「徐氏姊妹」可是一點也不怯場，常拿著麥克風，話匣子一開就停不了，姊妹兩輪流接力，讓主持人苦無機會插嘴，也讓人對她們善於表現



自己，留下深刻的印象（梁岱琦，1994.8.1）。

張菲與SOS在綜藝節目的這段談話被拿來與以上引文的種種修辭一同分析時，除了明星形象在不同媒介的互文性之外，特別注重的是同樣的時空性，現在的描述或報導較看不出明星的歷史性（Dyer, 2004[1986], p. 3），當時的1994年如果SOS在新／舊的範疇上顯然被定義為「新」的那一方，也同時凸顯了張菲在綜藝節目領域既存的勢力與文本性（textuality）。而SOS攪亂了對話秩序的文本性正好就是一種類型感定義。

## 2. 蔡康永的「深度」

蔡康永在1990年獲得美國加州大學洛杉磯分校電影電視研究所編導製作碩士學位，之後返回臺灣參加電影製片以及編劇、影評等工作，開始進入廣播影視圈。他曾任臺北之音電臺總監，並主持廣播節目「蔡康永台北秀」、「台北黑眼圈」、擔任男性時尚雜誌《GQ》中文版總編輯，後受張小燕提攜，於1996年開始主持第一個節目【翻書觸電王】，這帶有一種「文化人」跨足「電視人」的味道，「左手玩藝文，右手搞娛樂」（吳永佳，2010，頁52）。其後，主持名人訪談節目類型【真情指數】，走的是溫情深度路線；另外【兩代電力公司】則屢屢大談驚動社會的話題。「他才子兼頑童的形象，加上不按牌理出牌，嘻笑怒罵中夾帶批判的文風，頓時讓蔡康永三個字成了『另類』、『顛覆』的代名詞」（盧智芳，2004a，頁48）。

不過雖說走的是所謂的「深度」路線，但在〈完全不必擔心問題沒深度〉一文中，蔡康永建議，與人談話時，有時似乎要一直保持談話的熱度是很難的，但其實完全不用擔心問話有沒有深度，只要一律問「大白話」即可（蔡康永，2010，頁87）：

最棒的問句，最可能激發對方繼續說下去的問句，多半是這些：「為什麼？」「怎麼會？」「真的喔？」「我都不知道耶？」「那怎麼辦？」「後來呢？」「原來是這樣！」

不信你試試。話題再怎麼高深，這些問句都夠用的。

蔡康永以他在演藝圈的經驗指出，有時候在電視上看到某些主持人用比較「高深」的字眼對來賓進行訪問，但到頭來他認為並沒有比較好（ibid. 頁88）。

甫於1998主持【真情指數】，便在2000年受金鐘獎「談話節目獎」提名，並獲獎，之後再2002、2003年也都沒缺席入圍名單。蔡康永接著在2003年的新節目【兩代電力公司】又受金鐘獎青睞，獲得「娛樂綜藝節目獎」獎項以及入圍「娛樂綜藝節目主持人獎」獎項。「他既主流，又邊緣，難以歸類」，被譬喻像是「普魯斯特沒去寫小說，跑出來主持節目了」（盧智芳，2004a，頁45）。

【真情指數】之所以受歡迎，是因為「它好看，因為蔡康永問的問題不落俗套，本來冷冰冰的達官貴人到了他面前，就變成活生生的『人』」（盧智芳，2004a，頁48）。像【真情指數】這樣的名人訪談節目類型，傾向去製造出一些成功、得志的壯麗景觀，如同Lowenthal（1961, p. 113; 126-7）1940年代研究傳記中

的故事的觀察，那些被描寫的英雄被視為可模仿的成功案例，成為一種「教習榜樣」(educational models)，而傳記中的成功神話則是由「艱苦」與「突破」兩種元素所組成，成功被描寫成意外且荒謬的事件，就好似尋覓成功的學習版圖並不存在、極度難尋一般。<sup>31</sup>但蔡康永顯然不想走這一套，他認為「...我對成功或正派其實沒有那麼大的興趣。我不喜歡我有一個節目一直在鼓吹成功，很不幸的，真情指數被定位成這樣的節目，我只能訪問成功者」(盧智芳，2004b，頁 52)。



圖一：2005 年 4 月 6 日年吳宗憲上【真情指數】

資料來源：陳麗芬 (2005.04.06)

### 【康熙來了】的形式變化

【康熙來了】與【真情指數】的訪談形式其實有一定的接近性，這點必須要回到【康熙來了】在開播最開始時的播出模式。圖二、三是 2004 年 1 月剛開播時，吳宗憲上【康熙來了】的畫面，這一集的播出可看出主持人與來賓被設定為一問一答的形式，但實際互動的空間比【真情指數】寬闊，而且所搭配的配樂一個是知性文藝，一個走輕快俏皮，整體談話的氛圍的嚴肅性是【真情指數】較高，這也表示蔡康永與小 S 是比較輕鬆的在與來賓聊天，而且不時有如照片、牌子等小道具出現，來增加節目畫面的活潑感。

<sup>31</sup> Lowenthal 的另一個論點發現消費與娛樂領域的英雄逐年比政治或社會領域的英雄在數量上攀升了許多，這暗示新出籠的這些英雄均屬於有閒又有錢的領域，他們不太道德地不去引導社會，而只娛樂大眾進入如幻象一般的愉悅世界。這其實也就是工作倫理與享樂主義兩種標準的爭論 (Illouz, 2003b, p. 94, 97)。



圖二、三：2004年1月15日吳宗憲上【康熙來了】  
資料來源：王偉忠、詹仁雄、劉德蕙（2004.01.15）

就形式而言，【兩代電力公司】邀請的是許多的「素人」（或稱路人），請來「上議院」與「下議院」這種來賓團，分別代表不同意見。譬如在「該不該奉養父母」一集中，「上議院」是由「七位遵守中國傳統孝道」的代表所組成，而「下議院」則是六位認為「奉養父母不該是自己責任」所組成。每集並再另外邀幾位演藝圈的明星來賓，參雜不同的立場。這上、下議院兩派人馬的立場是故意要對立衝突的，來回幾番相互詰問之下，交互的對話形式如同廣播使用的 call-in 表達，但在電視上是新鮮的，尤其與其他以藝人為主的節目而言，這群代表大眾平民的素人更顯獨特（Ellis, 2000, p. 107）。但這個節目的主持人的主體卻是不斷在大眾與明星之間來回，而並不會選擇一個明顯的立場去鼓吹或大力支持。一位擔任諮商心理師的網友曾指出，蔡康永在節目上經常與來賓運用同理心，他並不會把自己設定成談話性節目常出現的「專家」<sup>32</sup>。

<sup>32</sup> 詳見〈從蔡康永的「真情指數談同理心」〉一文，取自 <http://blog.udn.com/counselorNo1/3159680>



圖四、五：【兩代電力公司】節目形式以上、下議院兩派製造衝突  
資料來源：劉復亭、溫懷智（2004.05.22）

【兩代電力公司】的旁白語帶緊張刺激地告訴觀眾，節目充滿「人性與道德的論證」，蔡康永則稍有心不在焉說（劉復亭、溫懷智，2004）：

兩代電力公司有時候會討論一些大人覺得大逆不道的事情，比方說做小孩的為什麼要孝順父母親，可是實際上你打開報紙看，不孝的子女到處都有，那最好就早一點把話講開省得大家後來麻煩。

也就是說【兩代電力公司】的節目類型是以議題為導向。但這並未延用至【康熙來了】。整體而言，從 2004 年開播以來，【康熙來了】本身走的是名人專訪路線，也就是節目的議題是專為一位或多位明星所設定，看頭就在於明星本身。這與之後轉為以話題為議題導向的型態有所不同。

康熙自 2004 年一開播時大致按照圖二與三的形式來進行主持人與來賓一對一的訪談，來賓大多是演藝名人，每一集會有一個主要題目，如「超級大師－李敖」（2004 年 1 月 5 日）、「今天不談政治－連戰家庭」（2004 年 3 月 3 日及 4



日)、「奶油一哥妻管嚴 楊帆」(2004年9月21日)。介紹這些名人前，通常會在節目最一開始播放一段 VCR 作為開場(如圖四)，並有旁白說明本集主題。此外有時也不乏對社會上的新鮮事進行討論，如「偷雞摸狗謀對謀－徵信社」(2004年3月18日)、「另類算命師」(2004年8月6日)、「奇怪的發明」(2004年3月26日)。



圖六：「走下婚姻的伸展台－王靜瑩」該集節目片頭的 VCR  
資料來源：王偉忠、吳承樺 (2005.09.27)

2006年5月，小S懷孕生子後請假歸隊主持節目，康熙製作團隊也啟用了全新的片頭與布景(小S自2005年10月請假期間，節目名稱為「康熙來了之康永當家」，蔡康永仍擔任主持人，但每一集會邀請來賓中的一位來與她搭檔主持)。而一對一邀請明星來進行的節目型式，從小S歸隊後開始慢慢轉變成以議題為導向，攝影棚也變大，邀請來的明星來賓一字排開，共同談論節目當集設定的議題(見圖七)。



圖七：自小 S 懷孕歸隊的節目新布景，每集能邀請較多來賓  
資料來源：王偉忠、詹仁雄（2007.01.12）

從 2004 年開播以來的【康熙來了】，截至 2007 年，大致底定了目前的節目型態，整體而言的形式變化為：由大明星單一訪談，走向主題性的娛樂議題探討，這也是一直沿用至今的形式（王雨晴，2008.06.16）。譬如，「藝能吵架王」（2007 年 1 月 12 日）邀請曹西平、大炳、小甜甜、李芳雯這四位被節目形容為「吵遍天下無敵手的藝人們」來聊自己的吵架事蹟。「明星不務正業衝副業」（2006 年 7 月 4 日）該集節目則邀請劉爾金（火鍋）、甄莉（麻辣鍋）、夏于喬（義大利餐廳）、黃湘怡（蛋糕）這幾位演藝圈當老闆開店的明星。或像「素顏藝人排行榜」（2006 年 9 月 11 日），蔡康永在該集節目說：「如果你覺得你不化妝就不能夠出門見人的話，今天康熙來了要幫你做心理建設，我們邀請了五位女明星來，她們會在節目裡面把妝卸掉，讓大家看一下她們本來的真面目」。這樣的主題導向並不是聊這幾位明星本身的人生故事，節目的主題便由這些明星來發揮。為什麼是哪幾位明星受邀上節目，就不太有辦法解釋，因為並非他們本身有什麼人生趣事或功績。在「KTV 必點經典歌曲」（2006 年 11 月 29 日）一集節目邀請張克帆、Ben、李嘉、羅美玲、張志成、戴愛玲，請他們輪流唱歌，並聊 KTV 文化，節目內容雖好笑（如請台語歌手李嘉唱 How do I live），但仔細一想會發現這群來賓為了上節目而上節目，他們是被娛樂議題給集結在一塊兒。

### 3. 文本特質 II：蔡康永、小 S

以下將分析蔡康永在【康熙來了】的談話。過往令人熟知的談話性節目中，舉例而言，有些節目的設置走的是「解決問題」路線，像請來一對夫妻談感情與相處的失和，妻子認為丈夫粗心、不設身處地為她著想，而主持人則就從一個局外人的角度、空間上被安置在畫面另一端的座位，來與這對夫妻討論、調解問題，同時，這對夫妻也在一個搭建起來朝向觀眾的臥房，面對彼此。這個經過電視中介後的場景挑釁了私密／公開、家／外、明星／觀眾的二元範疇，在第一個層次安全地劃分給觀眾一個窺淫的位置（Mulvey, 1975, p. 9），但電視節目形式創造出主持人（又尤其像蔡康永、小 S 這樣的話）這樣一個設身處地的局外人顯得再刻意不過，這整個將家務事給體現的調解過程，其實是一種蓄意搬上檯面，而非真心想「深入內幕」、「還原現場」，本身想挖苦、諷刺天下夫妻之間那種稀鬆平常的俗務（Illouz, 2003a, pp. 114-115）。

藉由訪問這些名不見經傳的來賓、夫妻、藝人，談話性節目無形中強調自我（self）在日常生活的掙扎中布滿了戰線，因而節目上的每一個發言身分都被製碼為對抗種種社會結構性困難的努力主體。但這樣一個身分卻會經過主持人、專家、現場其他來賓、影棚內的觀眾等身分的談話來一同參予節目所設定的議題。最常見的便是討論類似「這樣對嗎」的這種問題。談話性節目所要挑起的不



- 蔡： 李敖那一集妳[來了  
 李： 對啊]  
 蔡： 李敖那一集只有李敖啊  
 李： 沒有，有三個女生模特兒(.)就是(.)[穿=  
 15 蔡： 陪]坐的  
 李： =穿內衣，然後讓他挑一個  
 S： 所以當時是我們沒辦法叫出妳的名字的情況[嗎  
 李： 對  
 蔡： 李]妍瑾今  
 20 天來不是因為她們是我們的元老，而是因為她擔任過  
 我們一次的冠軍=  
 =就是那個=  
 =我說不出她冠軍的頭銜是什麼欸  
 S： 擠胸嗎  
 25 李： 對  
 S： 是擠胸嘛  
 李： [對  
 蔡： 這]是什麼冠軍，我們康熙超愛亂立名目的

這段對話有幾個特色如數呈現了康熙獨特的說話節奏、主持主張。首先，兩位主持人經常為了節目的緊湊度，通常不會讓來賓完整的說完一句話再去思考要回應些什麼，這因此經常發生受訪者的言辭呈現被打斷的情況。

另外，蔡康永在鋪陳李妍瑾的脈絡時，他刻意故意要把比較敏感的部分(見 18 至 23 行) 留給小 S 來講，這呼應了蔡康永在這個節目是一個基調，但他不走溫情溫馨，不忘辛辣、有趣、人性的一面，很合適地由不按牌理出牌的小 S 來接這句話。此外，從第 18 行開始，蔡康永說話的身分從「訪問者」移轉到具有制度性 (institutional) 的「主持人」(注意他的措詞使用了「我們」)(Tolson, 2006, p. 7)，前者構成了訪問一來一往的對話形式，後者則是制度性地讓節目運作的官方角色。這顯示蔡康永會適時地掌控大局，讓整個場面在擦出笑料之際仍保有一定的秩序。

小 S 在蔡康永身邊插科打諢，似乎不用做太多準備，其實小 S 心中對自己角色有清楚的認知。她一直都知道：她無法勝任主角，但可以扮演出色的配角。每次跟蔡康永上場主持，她都會先請蔡康永訂出訪談主軸，她再加配料(王曉晴, 2009, 頁 103)。這一種亦莊亦諧的文本特質還可由下面一個案例來說明：

逐字稿(三)

蔡=蔡康永 S=小 S 劉=劉真



- 蔡： 劉真出了這個教舞的書喔，  
徐熙娣(.)它叫做新手必學喔=  
=必學，不學就完蛋的喔，然後是<國標舞> (.) 聖經喔！  
是聖經
- 5 S： 這本書我是永遠不可能需要用到它的啊  
劉： 沒有那個小 S 我有出進階的=  
=我送你[進階的
- S： 少囉嗦！]  
我還需要你教嗎？=  
10 =我還需要嗎？



圖八、九：小 S 帶著舞蹈回應劉真言辭被誇張視覺化的 Telop  
資料來源：王偉忠、詹仁雄（2009.04.29）

值得注意的是小 S 言行舉止全部在電視螢幕上呈現被視覺化的狀態，除了動作被攝影機抓住，連說話都被上了誇張的字幕。Aaron Gerow (2010) 指出，

日本自 1990 年代起便過度地使用“Telop”（television opaque projector）這種將文字或影像疊印在節目身的技術，Telop 的運用常見於綜藝節目、wide show（討論時事與娛樂界的節目）、八卦節目中（p. 118）。Telop 的作用能提供節目名稱，主持人或主播的名字，時間與地點，故事的摘要，將話語重述一次（特別是難懂的時候）（ibid., p. 119），捕捉到觀眾的凝視，方便在頻道轉台動作之間輕鬆撇見目前節目的話題，得以不加費力地進入資訊流中（ibid., p. 121）。因此誇大化的字幕，實際上是一種敘事技術，在運用上牽涉到拉近觀眾在觀賞節目時遭遇到廣告的目光，代表一個內在凝視的發話，除了重複說一遍而造成愚鈍化觀眾的效果之外，也可藉由這種技術來表達意見或透露意識型態。因此小 S 突如其來的發怒、脫稿、耍狠、失控、脫序的片刻，便是【康熙來了】最想要呈現給與最積極建立給觀視身分的節目看頭。

在以上這段節目中，蔡康永明顯是故意要把話說給小 S 聽，把劉真這個又美麗又會跳國標舞，在地位上似乎有略勝小 S 的女明星給故意並置，小 S 對此也做出頗激烈的回應。但她回應的方式已經打破所謂綜藝節目的框架，沒有所謂一問一答的秩序，綜藝節目會出現訪談、表演的橋段在【康熙來了】已經沒有清楚的劃分，隨時都有可能上演脫稿，再配合視覺化字幕更凸顯小 S 公開鞏固自己是比劉真更美、更強的主持人。

#### 4. 從對話獲知類型感定義與其政治 I：明星地位與（後）女性主義

除了已知的綜藝節目、談話性節目這樣的類型分類外，類型感定義將有助尋找比較開放性的類型定義，而類型感定義事實上可以從對話中找到。以上幾個對話分析能夠顯示張菲與蔡康永、小 S 的文本特質的差異。回歸整體而言，或許仍是蔡康永一再被強調的，他又嚴肅又幽默，又是文人又是藝人，因而開創出新的類型感定義。但這樣類型感定義有什麼樣的政治性存在？以下將再討論幾個例子。

2004 年 5 月 3 日的【康熙來了】播出「完美真女人—孫芸芸」，該集節目在開場的 VCR 便表明要讓觀眾在今天節目中與孫芸芸這位集美麗、權力於一身，事業、家庭兩得意、進得了廚房也上得了廳堂的現代女性「沒有距離」。小 S 首先在稱謂的措辭上好奇，問道：你會不會在路上被路人以「那個”有錢人”孫芸芸」來稱呼，還是「常董夫人」（指微風廣場）。兩位主持人對於「有錢人」這個身分階級過的生活感興趣，事實上這很有機會以嚴肅或社會性的角度來討論，但他們反倒問「有無在百貨公司關門後自己試穿專櫃衣服」、「到家具部躺平在床上」、「敢不敢在忠孝東路邊走邊吃豬血糕」等相當天方夜譚的問題。



圖十：小 S 與孫芸芸略帶戲謔相互比較體態  
資料來源：王偉忠、詹仁雄、劉德蕙（2004.05.03）

另外他們也好奇孫芸芸如何扮演好為人妻的角色。蔡康永：「因為她很漂亮，她看起來不像一個媽媽」。於是在節目現場拿了嬰兒模型要讓孫芸芸「示範」她照顧嬰兒的真本事。該集最後，蔡康永邊笑著說孫芸芸「人生很完整又很幸福…對比於徐熙娣小姐，我為你感到操心」。會這麼說的原因是因為小 S 在這一集一直把自己當成是一個有別於孫芸芸的凡人，她自告奮勇，提議跟孫芸芸比身高、胸部、腿長，結果都略遜一籌；節目本身更刻意安排許多要凸顯孫芸芸尊貴身世的單元，如孫芸芸 12 歲就擁有第一個香奈兒包包，蔡康永反問小 S，得到的答案是——她根本沒有半個香奈兒包包。在另一個單元，節目放上三杯酒，要孫芸芸跟小 S 靠本身品酒功力猜價錢最高的一杯，結果孫芸芸不但準確猜中，品酒過程的儀態還被蔡康永拿來數落小 S 喝酒的樣子「怎麼一副想灌光」。

在節目尾聲：

逐字稿（四）

S=小 S 孫=孫芸芸 蔡=蔡康永 友=孫芸芸現場親友

- 1 S： 你會不會覺得，一切都那麼早都已經圓滿了，那會不會擔心接下來呢？  
孫： 就繼續維持啊  
S： 就繼續維持幸福的生活
- 5 孫： 恩  
蔡： 你從來都沒有失控尖叫過嗎  
孫： 好像沒有耶  
S： 因為妳感[覺

- 孫： 從來沒有耶（眼神看朋友）
- 10 S： 感覺EQ還蠻高的
- 蔡： 真的[嗎
- S： 她不]=她不是一個亂發脾氣[的人
- 友： 她不是一個亂發脾氣的人]
- 蔡： 他不會站在微風廣場的大廳中間大叫，說我受夠你們這些東西
- 15 S： 笑 你很想做這件事
- 蔡： 笑
- S： 所以她一直都是一個情緒非常穩定的人對不對
- ...
- 蔡： 孫芸芸今天來上節目(.)真的有點刀槍不入，就是她人生很完整又很
- 20 幸福，那對比於徐熙娣小姐，我當然為你感到(.)十分的操心，[就是
- S： 為
- 什麼]我人生很好啊？我有什麼值得你操心的
- 蔡： 真的嗎

這段對話的另一個特質便是它顯露了後女性主義（postfeminism；其特質請見下表）（Ferriss & Young, 2008, pp. 3-4）的氣息。當時不論是身家背景或文化涵養，徐熙娣與孫芸芸之間平民／貴族；平凡／不凡的文化範疇被攪和地十分徹底，這種經過電視曝光與中介的互動首先傳達出的一種意識形態是一種將自己當成活招牌（self-branding）、妝點自己（self-fashioning）的精神，而且又非常偏執於女性陰性特質，不要做一個好似男性的強人<sup>33</sup>。但康熙來了也並不是要真的鼓吹觀眾如何變得像孫芸芸一樣。「豪門」、「千金」、「貴婦」，是女性活在資本主義相當渴望的詞彙，對於【康熙來了】而言當然也是一個既存的事實，他們是有意要把嚴肅性與政治性削去了許多來嬉鬧地討論（Martin & Lewis, 2012, p. 71）。

表三：較女性主義更關注自我與消費的後女性主義的特質

女性主義	後女性主義
依賴政治行動，強調平等（equality），對抗批判父權（patriarchy）	個人的即政治的（The personal as political）
強調共同的選擇：女人不要小孩的權力，以及進入從前拒女人於門外的職業	重視個人的選擇：不論是家庭、職業、美容手術、指甲油顏色
摒棄——至少質疑陰性氣質（femininity）	重返陰性特質與性慾特質（sexuality）

<sup>33</sup> 值得注意的是數年後小S在康熙遭遇劉真、林志玲等「美女」形象鮮明的女明星所秉持的態度已經轉換得氣燄高漲，但先前顯然她整集是心有欽羨地與孫芸芸交涉。

懷疑與抵抗由媒體所驅策而起的流行文化與消費主義 (consumerism)

資料來源：摘自 *Chick flicks: Contemporary women at the movies* (pp. 3-4), by S. Ferriss and M. Young, 2008, New York: Routledge.

在第 19 行可看出，蔡康永在此段話當中仍然掌握了節目的主要導向，他藉由丟出話題給小 S，眼看話題就要變得過於嚴肅去仔細考量孫芸芸人生的成功秘訣或不凡之處，但只要回到小 S 身上，話題性就又變得輕鬆起來。但小 S 也並非單單只是在蔡康永身旁隨便亂搭腔，可注意先前已經提到蔡康永三不五時會故意說一句針對小 S 來聽的話，而該集節目一開始，蔡康永與小 S 便好奇，孫芸芸具有這麼多頭銜如貴婦、女強人、時尚名媛、美女、微風廣場常董夫人、豪門貴婦、微風廣場藝術總監…等，無一不是佔據高社會位階的頭銜，但也無一能全然詮釋孫芸芸的完美，那孫芸芸到底會被常人如何稱呼？

逐字稿 (五)

S = 小 S 孫 = 孫芸芸 蔡 = 蔡康永

S: 那會不會走在路上很多路人會說，欸她就是那個有錢人=有錢人孫芸芸

孫: 沒聽過耶=[笑

S: 沒有人用有錢人來稱呼妳[嗎

5 孫: 沒聽過啊

蔡: 徐]熙娣妳有在路上=笑=偷講過=那是個有錢人嗎

S: 都會說欸你看那個女的看起來就很有錢的樣子=就是一身貴氣

蔡: 喔

10 S: 對啊

蔡: 妳會講這種話=可是這個話當中聽起來有一點?

S: 我沒有要酸她的意思，只是覺得說她就是散發一股那種貴氣的樣子

蔡: (1)妳自己(.)有沒有散發貴氣過

S: 因為我本身明星光環太重[了

15 蔡: hhhh

S: 所]以走在路上大家都會說=欸那是當紅的偶像徐熙娣=他們比較不會用有不有錢來評論我

Dyer 認為，明星是各種社會範疇——階級、性別、人種、宗教、性向等等——的體現，所有人被分門別類至不同的社會範疇，並從中存活著，並產生意義



(2004[1986], p. 16)。小 S 在該集節目播出時，她尚未嫁做許雅鈞為人婦，未步入「豪門」，未蛻變成一個「貴婦」，未進駐「帝寶」（過往感情史請見圖十一）。因而上述這段話主要的走向是玩弄孫芸芸在文化位階較高的那一端與一般日常生活的平民接觸之中彼此造成的衝突——那時的小 S 象徵了一個普通的平民。蔡康永與小 S 除了對孫芸芸實際受到的待遇（也就是孫芸芸跟一般常人幾無差別，大家最常叫她的就是「孫芸芸」），對於孫芸芸這種集數種稱謂於一身的複雜身分，他們的對話顯示了自己揣測的幻想。

小 S 不劈腿的感情路				
製表 / 葉君遠				
男主角				
職業	藝人	藝人	程式設計師	金融業
時間	1996-2001年	2002年	2003-2004年	2004-2005年
過程	愛時轟轟烈烈，分手時也驚動演藝圈。	傳出短暫的火花，不過被周刊拍到後，男的避往美國，戀情無疾而終。	ABC，長相高大帥氣，但仍因個性諸多不合，ERIC 返美工作後戀情告終。	也是ABC，哥倫比亞大學建築設計系畢業的他，外型斯文有型，有品味，極為照顧小 S，以誠意贏得她身邊好友及徐媽媽的好感。

圖十一：小 S 情史一覽  
資料來源：葉君遠（2005.05.31）

然而節目主要掌控大局的蔡康永不忘控制話題的嚴肅性，故意在第 13 行開始把焦點移轉到小 S 身上。照理來說，他的提問是刻意想製造小 S 與孫芸芸之間在身分位階的落差，使小 S 感到尷尬，而小 S 的無地自容將會使觀眾得到愉悅。尷尬是一種社會性的反應，尷尬必須透過學習才能學會。譬如，嬰兒因為尚未社會化，所以若發生不符社會規範的行為時（譬如全身被脫光），將無法表現出機動不安的模樣（Billig, 2005 / 鄭郁欣譯，2009，頁 359-360）。蔡康永早已預料到小 S 會很不要臉地自吹自擂，所以這是一個旁觀者——也就是觀眾——來取笑正感到尷尬的當事人，並讓觀眾享受著小 S 的不自在的好機會。尷尬對於旁觀者很有趣（ibid. 頁 361），小 S 的策略聲明了自己與孫芸芸的社會位階並不適合相提並論，因為她是「女明星」，但是她並不是義正嚴詞地強辯，而是

與那些應該是在嘲笑自己的人一起嘲笑自己，力圖在發生尷尬後傳達出顛覆社會秩序的愉悅 (ibid. 頁 375, 381)，反轉了把蔡康永原先製造給她的難題。

透過以上幾個言談分析的逐字稿可發現，蔡康永與張菲的不同之處在於他比較有彈性的能夠將自己從「主持人」與「來賓的朋友」這兩種身分做切換，【康熙來了】會產生搞笑往往不是透過問題的回答答案，而是言談之間許多出奇不意的幻想所致。先前章節已經指出，蔡康永認為明星跟一般人一樣「都是人」，可就這一點而言看 Tolson 的一些觀點。Tolson 發現，根據 Dyer (1998[1979]) 與 Langer (1981) 的研究，電視明星比起電影明星的確比較強調著親和力及具人性的一面，而非奢靡華貴的好萊塢式明星魅力，但在幾個公眾名人在談話性節目講出了自己私下一面的言詞時，明星到底像什麼(人)的問題便隱隱在觀眾心中發酵。

Dyer 對明星的本真性認為，視明星如同他／她所顯露的說法可能有理；視明星並非如同他／她所顯露的，則會牽扯到進一步的建構、重新解讀。溢出本真性的真假的討論的是本真性的修辭 (rhetoric of authenticity) (Dyer, 1991, p. 137)。Tolson 關心這些修辭背後具有什麼假設。唯一可確定的是，它並非在假設平凡人本身的本質 (the essence of real person) 可真的被留存／獲取 (Tolson, 2006, p. 150)。蔡康永與小 S 真的那麼迫切地想要釐清孫芸芸的貴婦迷思？顯然她們對孫芸芸是具有一些定見的一簡單的說，孫芸芸也愛邊走邊吃，這麼美的孫芸芸身兼兩個孩子的媽媽，而且又有錢又不容易生氣，更讓人找不出她的缺點，又讓他們覺得是否真的如此。一個真的孫芸芸到節目最後被說明了，也被一一驗證 (前述那些粗俗的問題)，真的孫芸芸卻還是讓他們覺得很假。【康熙來了】選擇不走女性主義式的解釋來談孫芸芸又美麗又有權力的衝突性，而是搞笑輕鬆地淡化這些可能的挑釁。

小 S 與孫芸芸，前者不甘示弱想當貴婦，後者極力撇清自己跟平凡人幾無差別，兩人展現出一種這把貴婦和凡人融為一體的女性特質。這也正是明星的形象會被連結至不同意識形態的衝突性所在，而且具有將能夠衝突性給調停的魔力，譬如瑪麗蓮夢露便是性感與天真的結合體，有關她的天真與女性性慾特質的論述，是以自然狀態 (naturalness) 這個主題來構連 (Dyer, 2004[1986], p. 30; see Ch1 for details)。整體上她背後的意識形態與社會形構關乎美國 50 年代對道德與性慾的概念，戰後美國當時風行著幾個理念：佛洛伊德、金賽性學報告、James Dean, Marlon Brando, Elvis Presley 等反叛明星、面對電視競爭而鬆綁的電影審查 (Dyer, 1998[1979], p. 26, 31)。

反觀像小 S 與孫芸芸這樣的魅力，背後是什麼樣的意識形態在襯托？要回答這個問題，或許 90 年代這個被女性雜誌或建構成「最女人」的年代是個探索起點。此時女性消費能力大增，盛行的是個人主義式的獨立自主論述與消費主義論述的構連，媒體經常描寫愛自己、愛享樂、有自信的女性消費主體 (楊芳枝, 2004, 頁 475)。因此孫芸芸這樣一個女性就是一種最讓人渴望的生活型態，她美麗如雜誌扉頁的模特兒，強悍如職場上談判的男性，溫柔如中國三從四德中

的賢妻良母，這樣無懈可擊的孫芸芸，顯得當時未嫁入豪門不具身分地位象徵的小 S 只是個凡人。而上述這些對於孫芸芸的搞笑訪問，除了是一種小 S 無可避免的嫉妒，更在笑「上流社會」此一詞彙被動搖（如故意問孫芸芸是否吃豬血糕）。那麼這些笑出來的笑聲不正洩露一種愉悅、快感？而且在這些幻想中，他們安全地對於權力之間的差別展現出挑釁——諸多麻辣提問、可笑幻想，充其量都僅是虛構的，毋需背負實質的責任或生產具建設性的答辯。

## 5. 從對話獲知類型感定義與及其政治 II：亦不莊亦不諧的歡樂

明星能表達出平凡人做為一個人與一個個體的特定特性，但卻是以複雜而不直接的方式，一併構連了個體性（individuality）的希望與難度（Dyer, 2004[1986], p. 7）。個體性是存活在社會的開放性質中，每個個體的主體被假設成：可以自由購買、觀賞的消費者；在法律前擁有自由與責任；在政治上有權決定與投票…個體性不是沒有被質疑，但他卻是整個社會運作的必要虛構性。也同樣有血有肉的明星體現了個體性所具有的矛盾（ibid., p. 9）。明星與社會的一連串關聯為（ibid., p. 10-11）：

私人的：公共的  
個體的：社會的  
潛意識：意識

明星具有與左側的相關性，並藉此消除了個體性的矛盾，活出一個在公共之中的私人自我。然而在談話性節目裡，當一個嘻嘻哈哈的自我以私密的姿態想要給予一段感性的談話時，卻往往無法達到預期的抒情效果。

【康熙來了】常發生這種私人與公共範疇相互混用的表現。譬如，在「演藝圈 B 咖大集合」（王偉忠、詹仁雄、孫樂欣，2008）一集中，綜藝 B 咖王彩樺本來被問到進入演藝圈以來的辛酸血淚，她原先想道盡出道以來是如何吃過許多藝人都無法想像的苦頭，結果呈現的整體氛圍卻時而哀傷，又頻頻搞笑，十分錯亂：

逐字稿（六）

康 = 蔡康永    ? = 聲音無法辨識來賓    S = 小 S    彩 = 王彩樺    佩 = 李佩甄  
沈 = 沈玉琳    N = NoNo    眾 = 眾多來賓

康：      彩樺講了一個心酸的故事，她說(.)=她說就是=有些製作人會一直催妳，然後不讓你上廁所，然後把妳弄去(.)在棚裡等，結果根本主持人都還沒到這一類。

{哀傷音樂

5    ? :

欸=老師=對



S： 就是主持人愛上多久就上多久，然後妳會一直被催  
 康： 所以真的有製作人催妳嗎？

N： 很久以前對不對  
 10 彩： 恩  
 就是因為=因為那時候其實=妳=妳上節目其實妳(1)[  
 S： 現]在[是要哭嗎  
 沈： 憋尿請找她<sup>34</sup>  
 老公

15 康： 妳真的難過  
 S： 現在真的哭嗎？{搭配字幕}  
 你們節目好豐富喔<sup>35</sup>  
 康： hhhhhhhhhhhhhhhhh  
 眾： 劇情可以這樣急轉直下=急轉直下=悲歡離合都有啦=  
 20 我跟你講=喜怒哀[樂  
 康： 等]一下會有鬼嗎 hhhhhhhhhhhhhhhhh  
 馬： 她永遠沒辦法忘掉那天憋尿的尿騷味  
 S： 欸他們節目真的是情緒很豐富喔  
 康： 妳為什麼忽然想起來會這麼感傷  
 25 沈： 因為她以前還喝過金魚  
 眾： 啊=恩=吞過金魚  
 康： 又是你搞的對[不對  
 眾： 活的=活的吞下去=應該是你的節目吧]  
 沈： 在我的節目她已  
 30 經吞第四次了  
 康： 王彩樺我問妳  
 彩： 恩  
 康： 吞金魚比較痛苦還是憋尿比較痛苦  
 王： (2)我覺得兩種都很痛苦耶  
 35 康： 吞完金魚還憋尿  
 S： hhhhhhh  
 康： hhhhhh  
 彩： (.)因為以前剛出道的時候其實(.)因為我以前主持過牛肉場，然後  
 譬  
 40 如說我剛如果有人要=就是說製作人希望我跟哪個大哥一起主持，

<sup>34</sup> 指藝人佩甄的老公，為泌尿科醫師。

<sup>35</sup> 之所以說「你們節目」，是因為該集【康熙來了】是為數位 B 咖共同主持的【黃金 B 段班】做宣傳。

可是我是曾經被排擠的，就是很看不起我=她都主持牛肉場了=你還叫這個人=這麼沒水準什麼=這樣罵我=然後(.)我就很難[過，

- 康： 恩]
- 45 彩： 那到有一天我就是可以站在旁邊主持的時候，我就變成我很怕=我很怕人家催我
- 康： 對
- 彩： =一催=我寧可早到，我也不敢晚到，我可以早一點到都沒有關係，然後=人家=我很怕人家=我開始很緊張，然後變成如果人家只要說
- 50 =快一點啦！王彩樺！妳在幹什麼！這樣=所有人都在等妳
- 眾： 你就...出來
- 蔡： hhhhhhhhh
- 佩： 那真的要看泌尿科欸
- 蔡： hhhhhhhhh
- 55 彩： (笑→哭)我告訴你=
- 蔡： 不要幫你先生拉生意
- 眾： 拉生意
- 彩： 我從以前，我到現在都(.)膀胱發炎
- S： 蛤
- 60 彩： 真的都會尿尿
- 都是很痛的，因[為
- 康： 真的是因為那時候造成的嗎
- 彩： 對，因[為
- N： 不是因為金魚塞住啊]
- 65 沈： 而且妳說被卡住的事李佩甄笑成這樣子
- 佩： hhhhhh
- 康： 佩甄=妳在幹嘛
- ？： 有生意做了
- 70 沈： 妳怎麼講到膀胱就開心啊
- 佩： hhhhhhhh
- 他說金魚卡[住
- 眾： hhhhhhhhhhhhhhh
- 佩： 金魚哪會到尿道啊]
- 75 眾： 金魚會自己找=金魚要出來=金魚會自己找有水的地方=會找
- 沈： 生命[會找
- 康： 你們節目爛死了啦！
- S： Low掉了啦！=Local掉了

眾： hhhhhhhhhhhhh

80 彩： 你們在幹什麼=人家我現在這一段很感性=你一個[講到金魚=然後從=

康： hhhhhhhhhhhhh

彩： 什麼尿道出來

在以上的對話可看出，王彩樺一直苦於將節目的氛圍導向感傷、深情、富有同情心的狀態，但卻不斷受到其他來賓，甚至是小 S 與蔡康永的阻撓（譬如以笑聲或胡亂提問），她才剛醞釀出哭的情緒，就在第 17 行小 S 一句「你們節目好豐富喔」給完全打亂，因這一句，全場充斥笑聲。但雖然這導致了節目的走向不上不下，卻正是因為如此，才碰撞出一番無所適從的滑稽。

其他類似的例子還包括【熟女不滿族】，這類節目的來賓經常是演藝圈的 B 咖或 C 咖，或一些剛起步的女明星，在節目主題性（thematic）層次上，節目本身探討著一些社會隱憂如塑化劑、黑心食品、感情煩惱等，節目會請來專家給予一些建議與回應，這些耳提面命對這些全身打扮漂漂亮亮的美女們而言，聽來令他們十分緊張，也間接暗示女性在台灣社會是集體性地承擔了許多責任如丈夫、小孩、家庭、交友。但是這只說中了節目一半的精神，在形式（form）與表演（performance）層次而言，主持人（庹宗康、天心）以及藝人來賓、專家等人所構成的整個節目，並不是全心專注在揭發社會問題，經常是嚴肅性被在專家的談話中慢慢被烘托之餘，就唐突地遭到一個突如其來的玩笑話或天外飛來一筆（cue）給嘎然而止（Martin, 2013, p. 219）。



圖十二：王彩樺被節目全場氣氛牽連，講心酸史的情緒忽哭忽笑  
資料來源：王偉忠、詹仁雄、孫樂欣（2008.07.16）

而觀眾對於【熟女不滿族】或【康熙來了】的這種類型特色，其實具備反

思性的危機感，節目本身吸引人之處並不是它提供資訊的那一面，節目類型的特色彷彿「一群人搞成一團」，在相互打鬧的互動中嘻嘻哈哈地展現明星貼近日常生活的平凡面，這也讓相關的專業建議或諮詢變成是附帶的、聊備一格的（*ibid.*, pp. 217-218）。在這種互動對話下，綜藝談話性節目的那種嚴肅不起來的窘境、衝突感，反而間接造成了笑點。

## 第四章 觀視身分與類型的陳腐性

透過類型理論與「我」這個研究者做為具有歷史性的觀視身分——也就是定期規律且長期在收看明星的媒介文本，本章針對 24 歲的我在觀看小 S 的節目與明星史所發生許多與小 S 徐熙娣有關的有意義的經驗，以及小 S 進入演藝圈以來的經驗進行政治地閱讀。

本章的策略是去產生與回憶一些我自覺的「珍貴歷史」及其衍生而出的投資（譬如消費、上傳影片、推薦），而這是從媒介閱聽人許多的自我敘事去建立的，由於這類敘事並非不證自明、自己自足，形成主體性背後的論述與意識形態也需帶入，以便了解這種歷史是如何投過自己的敘述與公共的論述來進行權衡（Stacey, 1994, p. 63），並且拉進其他演藝圈明星做為觀視者對於小 S 發生的電視化認同，以豐富描繪「電視化認同」的情形。在實際的分析文本上，這其中有許多包括了許多報刊文章、雜誌專訪、電視節目片段或我個人與小 S 的軼事。Meaghan Morris（1990, pp. 14-15）曾以許多的軼事來展開對 Baudrillard 在 banality/fatality 這一組概念的討論，她認為軼事不只是在講故事（特別是以第一人稱展開的），軼事帶有套層結構（*mise en abyme*）的概念，是種具有寓意的闡述世界方式。

### 1. “Isabelle” & “Miss Lin”

由於本章牽涉到觀看經驗，首先必須釐清觀視者（spectator）與閱聽眾（audience）的差別。我們會說一個個上電影院買票的個體是一個「觀眾」，在此種脈絡下的觀眾，其所對應的是媒介做為一種社會或經濟的機構（institution）。而在觀眾與影視文本意義製造的伴隨物的過程與愉悅發生交涉時，在這樣一個片刻成為觀視者。觀視者是一個在產生意義的過程被組成起來的一個主體，而且為影視節目的文本所召喚，但觀視者不單只是傳播訊息的接收者或文本的解碼者（Kuhn, 1984, p. 23）。要完備地被視作一個影視文本的觀視身分，需要的文化資本包括對於情節、角色的熟悉度，還有對於該影視文本所屬類型的認識——對本論文也就是綜藝節目與談話性節目（Kuhn, 1984, p. 26）。因此值得提問：蔡康永與小 S 覺得什麼人會喜歡看他們的節目？之所以不是問究竟「什麼人」在看小 S 與蔡康永，反而是問他們自己本身的感受，是因為本章比較在意文本與觀視者之間的互動，還有文本本身建構出的觀視身分——而不是讓觀視者的反應替代掉正文<sup>36</sup>。

觀視身分的研究具有兩種進路——而且是不相容的，可見表四。第一種是在文本層次被製造出的觀視身分，這是電影研究精神分析派的作法，注重無意識的運作，而第二種則是將觀視身分視為文本，這是文化研究的作法，譬如對

<sup>36</sup> 不過顧及脈絡上的易讀性與理解，以下仍有時會使用閱聽眾來指涉，但觀視者的概念已先在此說明差異之處。

讀者對媒介文本的回應進行徵狀視的解讀，並尋找背後的論述性推動力量（Stacey, 1993, p. 267, 269）。

表四：文本上存在的觀視身分 vs.活生生的觀視身分

電影研究	文化研究
定位觀視身分	解讀閱聽人
文本分析	民族誌手法
意義從產製而來	意義從消費而來
被動觀看	主動觀看
無意識的	有意識的
悲觀	樂觀

資料來源：摘自 *Star gazing: Hollywood cinema and female spectatorship* (p. 24), by J. Stacey, 1994, New York: Routledge.

本章另一分析主軸是小 S 的自傳式閱讀，從我國小開始，小 S 從最早出道發唱片、主持【我猜、我猜、我猜猜猜】以來，一直到後來的【娛樂百分百】、【康熙來了】，她與演藝圈、與社會的拉扯互動則是另一個重要的參考點。

因此觀視身分的研究過程中，研究者與被研究者經常是重疊的。Angela McRobbie (1991) 曾抱持女性主義研究者的自覺，針對研究上的客體—主體架構<sup>37</sup>，反思許多兩難的問題，如研究者可能會擺出有恩於被研究者的架子，而且兩者間同時還可能是以不平等的權力關係在相處。但女性主義並不是一個讓所有問題的解釋的導向具有預測性的通關密碼，她建議研究者把自傳 (autobiographies) 與經驗 (experience) 鑲嵌在問題中，進而持續在被研究者身上產生感受 (McRobbie, 1991, p. 70)。

本章還要探討是電視化認同 (televisual identification) 的問題，這是一個借用自 Jackie Stacey 的詞彙——也就是伴隨電影脈絡或電影明星所發生的電影化認同 (cinematic identification)<sup>38</sup>。這樣一種觀眾對於明星所投射的認同，經常製造出自我與他者 (或理想、想像的他者) 的架構，從中產生權衡並在這種虛幻化的情境中帶出新的可能性 (Stacey, 2006, p. 254) (「…我想把髮型吹整得像

<sup>37</sup> 更大的脈絡是 1980 年代時，為了尋求新的主張與觀點，帶有男性菁英色彩的社會學正受到女性主義的挑戰 (McRobbie, 1991, p. 76)。

<sup>38</sup> 相對於 Stacey 的用法，我不進一步將電視化認同從電視的 (televisual) 或是電視以外的 (extra-televisual) 範疇去討論——前者是銀幕上發生的一切，也就是受到影像的裝置 (apparatus) 引發的，後者有關明星的生活或電影的文化背景等 (Kaplan, 1983 / 曾偉禎等譯, 1997, 頁 43-44)，因為重點比較不是觀視身分 / 觀視者的細節脈絡，而是明星本身做為媒介文本與觀視身分之間的認同作用，不讓觀視身分的正文替換掉正文，以看出閱聽人形形色色的觀看方式以及文本如何化作閱聽人日常生活的仲介 (agent) (Brunsdon, 1989, pp. 121-123)。



她／他一樣好看」；「…她／他是我心目中欣賞的理想典範」；「…我似乎變得越來越像她／他」。此種複雜的認同不同於經常將性別差異的意義給固置在父權秩序的精神分析女性主義電影批評（Stacey, 2006, p. 258）。

「電視化」一詞描述了比電影化一詞更廣泛複雜的電視人物（television personalities）。面對電視人物這樣一種範疇，大略有三種類型（Bennett, 2010, p. 18）：

（1）嫻熟電視化技術（televisually skilled performer）：若要成名與造成流行，所有的電視人物均需持有此一技術，此一技術有時意味著不具有任何外表上的技術（如歐普拉做為一個成功的談話節目主持人），綜藝或是輕鬆娛樂類型節目的主持人與此種技術有關（Bennett, 2010, pp. 21-22）。

（2）專精於特殊的專業（vocationally skilled performer）：此一技術涉及到某種特定領域中的專業人士，如烹飪、園藝、動物專家、歷史老師等，重要的是要將這些技術部署成吸引觀眾目光的電視化技術（televisual skill）形式（Bennett, 2010, p. 21）。

（3）素人路線（vernacular skilled performer）：既非存在於高尚文化（如藝術）或商業（如電視）等系統中的共通、平凡、日常實踐的文化產製（Burgess, 2006a, qtd. In Bennett, 2010, p. 20），擁有此種技術的電視人物不一定是名人或被視為電視人物，但他們的社會高度爭議性給電視人物系統的意義與結構造成了衝擊，如 *Big Brother* 參賽者 Jade Goody（1981-2009）（Bennett, 2010, p. 21）。

表五交代了明星與個人（觀眾）的關係，小至觀看表演的當下，大至在生活細節中均依依不捨。小 S 顯然是被歸類至第一種擅長電視氣氛與場面掌控的電視人物。實際上的情況是我的措詞與語氣以及人生態度都非常認同小 S。不過與其要說我有多像小 S 或認同小 S，倒不如可以談一個很像小 S 的人，她就是「hold 住姐」（本名謝依霖）。

先看看「Hold 住」一詞的「hold」。「Hold 指「維持」、「挺住」的意思。按照《牛津英語雙解字典》，Hold 可解釋為 keep (a person) in a place or condition（讓人保持某種位置或狀態）、或 grip so as to control（抓緊、掌控）、以及 not to give away（堅守不放棄）等。而「Hold 住姊」這個稱號，是形容她在主持活動或表演時，能夠「掌控住」、或是「鎮住」場面（朱錦華，2011.09.26）。

表五：明星／個體的關聯

		影響的範圍	
		特定脈絡	擴散
明星／個體 發生認同的 範圍	強	自我認同	投射
	弱	情緒的吸引	模仿（針對身體以及簡單的行為特質）

資料來源：摘自 Andrew Tudor (1974), qtd. In *Stars* (p. 17), by R. Dyer, 1998[1979], London: BFI.

事實上沒有一個單一的回應／表現／做法能夠將之等同於「認同」一詞彙，認同實際上是一連串觀視者與其認為的明星理想形象之間的關聯，比精神分析概念化的認同要來得複雜，而這些取代了媒介正文的觀視身分正文，將被分析的是「有意識的回憶」（而非無意識的過程），不過仍保留了幻想（fantasy）（Stacey, 2006, pp. 260-261）。

先前關於孫芸芸的章節曾經提到「貴氣」一詞的文化政治，而小 S 在 2004 年的【娛樂百分百】節目中的「Buy 金女速成班」單元，演出一場她個人的幻想，小 S 一邊表演獨立女性、有錢女性應該如何，一邊將認同朝向西方，以非常籠統的方式說著英文與法文，時尚、女性特質、錢、權力，在一場短短的表演被脈絡化。譬如：從法國留學回來的女人，聲音會比較低沉，因為抽了很多雪茄，喝了很多紅酒…而且是 92 年分的——這兒的年份只是修辭，可以是 78 年分或 50 年分。小 S 笑著說，管他的，反正喝紅酒的人不就隨便掛個年份，就自己覺得聽起來很厲害？那麼，如此一位從法國回來的女人，又應該叫什麼名字呢？小 S 於是冷靜地以裝出來的異國腔調說道：「你們可以叫我“Isabelle”」（祝志傑，2004.01.02）。

Hold 住姐初次在螢光幕前露面，是上【大學生了沒】（王偉忠、詹仁雄，2011.08.09），該集主題為「不負責諧星大賽」，以“Miss Lin”這樣一個名字來做稱號，在節目上以「Miss Lin 的時尚教室」作為表演名稱，想告訴大家“what is fashion”，因為她是從法國巴黎的“Fashion bonjour university”畢業回台的（顯然也屬於修辭）。她的整段表演充斥誇張化的時尚衣著與裝扮風格，一臉濃妝豔抹，既非舞台裝也不適合日常生活，反倒有些諷刺「時尚」的高貴與高姿態，譬如她直接以奇異筆畫腿取代「網襪」、「吊帶襪」這項配件，或示範如何優雅地刷悠遊卡上公車捷運，而且能夠在人擠人被撞之後仍一派氣定神閒、照舊時尚（「…一個 move 回來」），十足假仙。

這段表演一出，引發熱烈迴響，無論是媒體與網友均在這位 1990 年出生的 Hold 住姐身上窺見小 S 的影子。觀視者對於明星所發生的認同經常會以模仿（imitating）或複製（copying）來呈現，模仿通常是暫時性的對於明星的特定行為進行再製，但複製的這種認同形式則改變了觀視者的外表，明星至此反而有些被邊緣化，觀視者本身所創造出的能動性蓋過了明星的認同（Stacey, 2006, p. 279）。這位 Miss Lin 明顯是認同小 S 的觀視者，語氣、措辭、姿態、風格，無一不有小 S 的影子。譬如她們均大量在語言中參雜「英文」，不說時尚，而說“fashion”，不說可能，而說“maybe”，其他還包括“party”、“independent”、“excuse me”、“sorry”、“thank you very much”、“Don't worry”、“taxi”、“Ok”、“follow me”等等。這些英文看來不過是日常生活用語，大概有許多人平常說話



就有穿插，但從 Miss Lin 與小 S 口中所說出的是一種裝腔作勢，她們反而從中倒轉了中英夾雜此種習癖的崇洋媚外心態，以反諷置換之，以假仙推翻之，以笑聲挑釁之。



圖十三：小 S 示範成熟貴婦應如何優雅下計程車  
資料來源：祝志傑（2004.01.02）



圖十四：自稱“Fashion 界”的 fashion queen 的 Miss Lin  
資料來源：王偉忠、詹仁雄、陳彥銘（2011.08.31）

在另一個 hold 住姐上【康熙來了】的片段（王偉忠、詹仁雄、陳彥銘，2011.08.31），蔡康永在介紹她時，故意問，「徐老師」——小 S 以前在【娛樂百分百】的經典角色——是不是一個已經過時的東西？Miss Lin 則回答：算是一個小時候的記憶。蔡康永與小 S 認為，“Miss Lin”這樣一個角色是不是在模仿小 S？但卻被回覆：「這是我自己創造出來的角色」。看完了她的表演，小 S 在節目上問：「絕對不願意是在崇拜我嗎」？雖然 Miss Lin 接下來嘴上說沒有，但

認同本來就是同時根據差異與相似兩種機制來運作（Stacey, 2006, p. 280），她反而也是用自嘲的方式說，我是時尚圈的，對於綜藝圈比較不熟（王偉忠、詹仁雄、陳彥銘，2011.08.31）。

## 2. 回憶小 S<sup>39</sup>

回憶的進行也同時意味了一場生命歷程／自傳的建構。然而受到對於自傳的文化批評的提醒（Lowenthal, 1961），為了避免一種過度景觀化的傾向，我的電視化認同的回憶、小 S 個人的回憶、媒介文本對小 S 所描繪的回憶，將被交叉採用，以導向一種比較「安全」的自傳式解讀——避免崇拜／渲染／神話化後的小 S，當然，也考量能保留更進一步的推論空間，也就是在這樣一種電視化認同裡產生的問題意識：陳腐性。

### *變與不變：麻雀變鳳凰*

SOS 姊妹最為人印象深刻的便是她們是一種新新人類，而且她們凡事相當自我，以自己為中心，但正也憑著這一股年輕的囂張，才足以衝撞出社會大眾對她們的愛與恨。小 S 就讀華岡藝校高一時，姐姐大 S 徐熙媛是國光藝校高一生，有一天，徐媽媽開車載她們回家，在新生高架橋上，大 S 與媽媽出現激烈爭執，大 S 想和小 S 一起讀華岡藝校，要求轉學，徐媽媽卻認為藝校性質一樣，不答應，沒想到，坐在前座的大 S 竟然打開車門跳車，獨自在高架橋上行走。「這個人的人生好敢！」坐在車後座的小 S，一方面雖擔心姐姐受傷，二方面卻佩服姊姊的勇氣。這正是姊妹自覺「做自己」的開始（萬年生，2012，頁 146-147）。

在 16 歲時，SOS 被唱片公司相中，出版首張專輯《占領年輕》，但當時台灣唱片圈流行講話安靜、風格溫馨、乖乖女型的歌手，「但我們兩個就是覺得沒辦法變成那樣的人」，她們當時拍 MV 不會好好拍、挖鼻屎、講一些自己想說的話，盡可能展現自我。這種不走傳統的路線儘管爭取到做自己，卻因和主流價值觀衝撞，被社會冠上「奇怪歌手」稱號。報上經常有觀眾投書罵 SOS 沒禮貌、沒水準（萬年生，2012，頁 147）。

但她們的歌手身分市場迴響不大，甚至打算收山退出演藝圈，在台北市的頂好名店城租店面賣衣服。但沒想到十九歲時，另一機會主動上門，原來是她

---

<sup>39</sup> 此處具有以女性書寫了介入女性主義式自傳批評的機會。因為長久以來自傳這種類型被視為是偉大的（男）人的成功軌跡，是成就的紀錄，著重於教育學養與職涯成就，比較不關切私人事務（Illouz & John, 2007, pp. 88-90），更可透過自傳來了解時代精神（Misch, 1950[1907], qtd. In p.88）。女性執筆的「女性自傳」的主要特色在於女性將私密事務翻轉成「公開」狀態（公開一詞有二層意涵，一是單純處於群眾目光、受注視的狀態，二則牽涉集體規範的運用，包括是否能適宜地執行國家事務，解決社會衝突，為社會盡心力）。以歐普拉為例，她的自傳正因為不斷把自身兒時的私密慘痛經驗描寫為精神狀態的障礙，而成功與坊間的（男）偉人傳記產生區隔，不過，歐普拉的策略卻又並非老王賣瓜地自誇，她反倒是將自己鋪陳為一個所有受盡折磨的平凡女性的集體性淬鍊版本，此一特質更「消滅了被物化的明星地位人造印象」（Illouz & John, 2007, p. 92）。自傳所對應的時代精神請見第五章。

們電視上不按牌理出牌的跳躍思考方式，竟獲知名電視節目製作人王偉忠青睞，邀請她們轉進主持娛樂新聞節目《娛樂百分百》，小 S 回憶：「我想說根本不會主持呀，可是也是因為那個年紀不怕，就想說好吧、試試看吧」（萬年生，2012，頁 148）。

1997 年 5 月 5 日，《娛樂百分百》開播，蔡榮祖是節目第一代主持人，10 月 13 日改由何篤霖主持，隔(1998)年 3 月 16 日 SOS 姊妹才正式入主該節目，小 S 在節目一開播便搞笑地說（祝志傑，1998.03.16）：

小 S：我好怕自己等一下講錯話，在這邊還是要跟篤霖哥謝謝，這麼放心把主持棒交給我們...

大 S：篤霖哥，我們會加油的！

小 S：我們一定會盡量表現得，很爛！

許多人羨慕小 S 說話直率，她卻趕忙解釋，千萬不能把節目上的談話帶到生活中，那是兩回事，她坦言，小 S 是她設計給觀眾的形象，自己私底下其實就是個「無聊的人」。螢光幕前的小 S，風格辛辣敢言，幕後的她，則是一般的媽媽、太太、女兒，「我分得非常開」（萬年生，2012，頁 148）。

在高中時我便買了小 S 的《小 S 牙套日記》，當時覺得小 S 竟然出了一本書，而且還是講跟牙套有關的，如果我買下，就更酷。但事後借給其他同學至今未還，我就又在寫這篇文章之前，再買一次。小 S（連同大 S）一共出版過《SOS 超猛青春》（SOS，1997）、《東京拼裝大地圖》（SOS，1998）、《小 S 牙套日記》（徐熙娣，2002）、《小 S 之懷孕日記》（徐熙娣，2006）、《心機母女》（小 S，2009）（四格漫畫）這幾本書。所有這些書籍的一個共通的感覺結構——甚至是小 S 在節目上所說的任何一段敘事所呈現的氛圍——就如同下面這段小 S 不瞞觀眾的心態，她有她不同於以往他人老派招數的堅持（Mai，2010）：

...我不想走溫情路線，因為溫情已經滿人間了，我希望塑造一種比較有趣的媽媽形象，就連出書，畫的也全是我和女兒比美、搶食物的好笑情節，但那大多只是我想像出來的，一直講自己多愛女兒，那有誰要看？

「溫情」在這段小 S 的私密口白裡，恐怕是一種最難以捉摸的概念。這兒小 S 說的應該是指一種「場面感」的營造，比方說綜藝節目為什麼一定要有開場白？難道不能一開始就直接趴在地上來進行節目？或者，為什麼上訪談節目的明星一定要哭？聊他們私底下的八卦應該會更有趣得多。而關於女兒的部分，小 S 更知道觀眾最感興趣的便是明星私底下的一面，小 S 的女兒也是屬於小 S 的一部分，如果書裡面「溫情地」充滿有關小 S 為人母與女兒之間的愛的描述的話，就變得與坊間一般的婦幼雜誌的內文沒什麼兩樣。

這一節的書寫至目前為止，我引用了從小 S 出道以來對她進行回憶的幾篇文章，還有包括我個人對她所建立的認識，以及小 S 自己對自己的回憶。所以這兒有三種回憶，對於明星的回憶經常是「美好」的，這是一份悵然若失的回憶，帶有鄉愁與失去，但卻是一種特定的愉悅，那種「不像以前一樣」的感受經常是

觀眾回憶明星時所散發的鄉愁式慾望<sup>40</sup> (Stacey, 1994, pp. 66-67)。小 S 的三種回憶的確是不一樣的，雖有她始終如一的部分，如瘋狂、叛逆或做自己，但那種所謂的「不一樣」卻是非常急切地想要拋開，而且強烈不願意回顧。在小 S 的三種回憶中，對過往很少眷戀。這意味她喜歡「改變後」的自己，無論是心境上 (psychic)、外貌上 (physical)。她更直接在節目上說，我以前也是很瘋，但真不知道自己是怎麼搞的，「十年後再回頭看真的很想死」(王偉忠、詹仁雄、陳彥銘，2011.08.31)。

譬如，《小 S 牙套日記》這本書嚴格說起來，是描述小 S 從 1998 年 5 月戴牙套到 2001 年 1 月拆牙套的這段時間中發生的人生經歷與趣事，當然還包括她個人其他與牙套無關的瑣事(如家裡的狗、開車經驗、出國遊記、穿洞與刺青、與男友分手...等)。這本叫《小 S 牙套日記》的傳記，其實不是如書名所呈現的，讓人預告想是在討論小 S 戴牙套的細節與甘苦，以及她多慶幸有這一個人生中的劇變：

...戴上牙套之後好像發生了特別多的事情，我的人生就在這三年中，產生了很大的變化，不管是好事壞，我都走到了現在，在接來的人生中，不知道會是什麼樣子，反正我得正式的跟牙套和過去說聲再見了... (徐熙娣，2002，頁 166)

這樣一個改頭換面 (makeover) 的自傳敘事，其時間定位並不是準確地設定在她真正戴上牙套的那一天，而是更宏大地娓娓道來小 S 本身是如何從一個 B 咖的次級(之於大 S 的層級)透過戴牙套、變美而找到她的定位，才是她追求人生攸關容貌等議題的奮鬥動力。她從小就受到比較美的大 S 在旁映襯：

...還記得以前念國中的時候，她常常突然很認真的問我：你是不是羨慕我那麼漂亮？我也很嚴肅的回答她：沒有啊！...然後她又會繼續追問：你是不是很想當我？我說：不會啊！她就會很肯定說：你想當我！(徐熙娣，2002，頁 36)

她在 2001 年 1 月 10 號當天在【娛樂百分百】向全國觀眾見證拆下牙套的一個「新的小 S」(祝志傑，2001.01.10)，

阿雅：哇，好美，長大了...真的很好看，你是誰啊，我不認識你...你可以擺脫那個諧星路線了

小 S：有稱得上美艷女星了嗎...怎麼會這樣，我是誰啊

---

<sup>40</sup> 在 *Star gazing* 的研究脈絡中，1980 年代的女人之所以被鄉愁式的慾望挑起了失落的感受，還有回憶 1940 年代與 1950 年代的好萊塢頂明星，正是因為理想的女性特質在父權社會是無法獲得的。





圖十五：除了牙套，小 S 拆卸了不成器的過去  
資料來源：祝志傑（2001.01.10）

### 變與不變：語言災難

在另一本 SOS 的著作《SOS 東京拼裝大地圖》（1998）中，SOS 表示寫這本旅遊指南書的動機是她們本身很推崇日本的進步以及在東京所感受到消費、物質的迷人，從一些細節如廁所馬桶有墊衛生紙、街上年輕人打扮時髦，就可看出日本想法的先進，但她們也曉得，有許多人認為日本的過往（內在）很糟糕：

大 S：「...太嚴肅的話題了，不是我們小孩子該談的，那你對釣魚台的想法呢？」

小 S：「釣你個頭咧！我只想去那邊 Shopping！」（SOS，1998，頁 2-3）

在這兒大 S 是以一種跳 tone 的錯亂思考來把釣魚台這項議題拿來討論，小 S 的回答也顯示她是站在年輕人（相對於大人的小孩子）市代的立場，與釣魚台畫出一條界線。她們十足彰顯年輕人個人主義的為所欲為與面對政治的任性，但更無奈地被鎖上公眾人物的主體來發言<sup>41</sup>。

大小 S 在【娛樂百分百】主持過程中時不時出現針對社會時事的失控喊話，並同樣遭遇輿論的撻伐，如：批評電影難看，叫觀眾租錄影帶就好，被電影公司警告；說布袋戲難看，有布袋戲迷威脅說要追殺他們；大 S 在節目中說曾經因為躁鬱症病發而幻想殺媽媽，被觀眾和記者批評應該退出演藝圈。但她們也認為正是因為這些事情才使他們成長許多，也更曉得身為一個公眾人物說話必須要非常小心，太誠實絕對沒有什麼好處（徐熙娣，2002，頁 63）。

自傳這種文類所散發出的私密感，一旦與台面上明星的談吐與態度照容，易讓人困惑明星的真假。這樣一個攸關明星是否為真的的特質，根據 Christine

<sup>41</sup> 類似的困境就像張惠妹。2004 年 6 月，她被迫取消在杭州原本備受期待的演唱會，受到愛國主義所煽動的抗議，其政治傾向被大作文章，因而無奈表示，自己僅是盡量表演的藝人，無力加入「大人」的世界。阿妹吐出的字字句句不僅背負公眾（如台商）的經驗，更在流行（popular）、公共（public）、政治（political）中表達出一種幽微（Tsai, 2007, pp. 138-139, 151）。

Geraghty (1990, pp. 184-185), 明星的確具有真/假的雙元特質, 包括 (1) 虛構的表演與 (2) 真實的生活。這種成對特質還可推衍為公共/私人、平凡/非凡。舞台上的小 S, 驚世駭俗, 但是回歸生活, 她卻又是個不折不扣的賢妻良母。哪一面, 才是真實的小 S (葉雅竹, 2010, 頁 65) ? :

...其實這兩個樣子都是我, 只是會出現在不同的時間地點而已。螢光幕前的我, 是瘋狂的小 S, 可是在卸妝之後, 我只是個很平凡的母親、很膽小的妻子、很安靜的徐熙娣。

小 S 想表示她私密的一面真的很平凡, 不同於電視上誇張表演的藝人形象, 這首先予人的印象是難以置信, 但此處小 S 同時也透露出一種無奈。當然這是出自身為公眾人物的一種理所當然的困境。小 S 在 2004 年開始很喜歡在【娛樂百分百】唱張魁的「小丑」。她時常在唱這首歌之前以誇張的表演形式說, 這首歌最能代表她自己的心情, 並在唱完後假裝拭淚, 說「藝人賺錢真的...」(祝志傑, 2006.09.16)。當藝人與扮藝人, 這兩種說法如果變得沒什麼不同——藝人的台前台後形象如果是模糊的, 那麼小 S 帶給大家歡樂的形象, 是不是持續運轉的而無休止? 一直搞笑的小 S 會不會有累了的一天?

我的電視化認同發生在追隨與喜歡舞台上那個小 S 的人生態度與搞笑哲學, 人生不應該太過嚴肅, 應該要輕鬆面對, 還有年輕人的一種「態度」。比方說前面一段引文顯示小 S 只想到日本逛街購物, 但不了解釣魚台事件可並不代表不關心社會、不具有想法。但是我在認同小 S 的過程中也碰到了問題, 因為認同這位被部分人所質疑責備的女明星小 S 的時代背景正好是綜藝節目這項類型不被看好、名聲不佳的時候。

### 3. 電視明星與類型

歷時性的自傳式閱讀帶出的視角, 可從中看出小 S 培養了一種與觀眾的日常生活包袱在一塊的親密感, 適合把小 S 置於「電視明星」這項有別於電影明星的範疇。小 S 的主持生涯, 在【娛樂百分百】有長達 8、9 年的時間,【康熙來了】也逼近 10 年, 當她在一個這樣一個眾所皆知的節目類型發揮時, 如娛樂新聞或綜藝節目、談話節目, 除了節目提供的新聞與資訊等內容, 觀眾更多是在意著主持人, 也就是小 S 或蔡康永, 焦點是脫稿、搞笑、抓狂, 這些元素造成了類型感層次的差異, 是節目對觀眾製造的新鮮感, 而且還是一種習以為常的新鮮感, 親密地迎合觀眾的期待。

綜藝節目的成功與否往往仰賴節目中明星的魅力, 它象徵明星從千篇一律制式化的類型中, 仍能散發出鋒芒。巴特 (Barthes, 1972, p.57) 曾形容嘉寶的臉是一種理念, 而赫本的臉則是一種事件。嘉寶的美是空靈的, 赫本雖然也是美, 但比較具有親近性。這也形容了明星的魅力具有層次, 明星可以又親密又遙遠。但位在綜藝節目的「明星」顯然是屬於電視領域的, 因為「電影明星」已受到妥善的理論化, 他們常是電影研究與女性主義的分析對象, Langer (1997, p. 165) 在電視機的明星與大銀幕的電影明星這兩者中辨識出明星的層次, 他認為

電影明星的確存在，但少有人認為「電視明星」是單獨存在，在術語上，電視適合以「人物」(personalities)這個詞彙來稱謂，以替換掉用在電影的「明星」(star)。相對於電影明星，電視人物就是「那些或多或少專門屬於電視、由電視所創造出的個體們」(ibid.)<sup>42</sup>。

電影明星與電視人物的定義為：

(1) 電影在全黑的戲院中進行放映，觀眾在其中沒有主動性地，他們全盤接收，早期好萊塢電影盛行的時候，電影也是社會娛樂的重要來源。屬於電影的「明星系統」(star system)是在壯觀、難以企及、想像的領域進行操作，電影的世界會因此被呈現得比世界更偉大，並藉由強調卓越(exceptional)去創造出與觀眾之間的距離：

(2) 相對而言，電視有一套人物系統(personality system)，此一系統的培養幾乎是獨屬於生活的一部分，它相當直接，強調親密性與即時性，在觀眾看來，與電視人物的接觸長久下來，會有規律性與可預測性。

「電影明星」與「電視明星」兩者的差異就在於後者所具有的親密性與即時性，因為電視隨時可關掉、轉台，具有與日常生活起伏相互交融的潛力，與電影娛樂功能夾藏的休閒、愜意不同(Langer, 1997, pp. 167-168)。

換做是他人，可能不會比明星在類型中釋出的魅力來得迷人。但明星也是因為依靠了類型的重複性，而慢慢建立起一種秩序。若說嘉寶的美是一種柏拉圖式的美，那麼嘉寶便象徵了明星在電影中的媒介物(vehicle)作用。當明星被當作媒介物來作用時，將傳遞出一再相似的主題性(Britton, 1991, p. 205)，譬如，明星的一些招牌特色如瑪莉蓮夢露(Marilyn Monroe)的愚笨金髮美女印象，嘉寶(Greta Garbo)的憂鬱氣質等，就間接形成了一種如類型一般的表現手法(vehicle)(Dyer, 1998[1979], p. 64)。

說明星具有某種招牌印象，就不能忘了電視節目當然也具有某種既定印象。兩者因此相互牽扯，但誰較重要，就顯得論點紛陳。Britton(1991, p. 198)認為，前一段的討論，悄悄將「表現手法」等同於「類型」。在他看來，類型其實凌駕於(重要於)這些表現手法，尤其明星這種職業難以脫離類型，像以1939年分別由三位明星(Hepburn, Garbo and Dietrich)所演出的三部不同類型的電影(*Philadelphia Story*[喜劇], *Ninotchka*[浪漫喜劇], *Destry Rides Again*[西部片])為例，這三部電影均在敘事層面上幫助形塑了明星(Britton, 1991, pp. 203-204)。此外，在明星的電影中，由明星所製造的矛盾往往至少是潛伏在特定的類型中，比方Clint Eastwood的人格相當獨特，但他不能沒有西部片英雄這個概念而產生重大的討論(Britton, 1991, p. 202)。而父親／女兒這種關係之於赫本的重要性，就跟這種關係少見於嘉寶的作品一樣，而年輕妻子／年長丈夫的關係之於嘉寶的顯著性，就跟這種關係不關乎赫本的一樣(Britton, 1991, p. 206)。

<sup>42</sup> 就西方傳播科技的發展脈絡而言，電視的此種親密性得以養成，係與娛樂的技術——將歡樂帶到家庭的電視——在1920年代至1950年代間內化至家庭的現象有關(Marshall, 1997, p. 119)。透過親密性與例行地在電視銀幕的露面，其實電視人物也正是促進資本主義與廣告(Marshall, 1997, p. 121)或意識型態(Langer, 1997, p. 168)滲透給閱聽人的最佳工具。

另一種認為類型要先於明星的討論，出現在 20 世紀初期（1909-1902）興起了寫真人物的論述，當時「電影明星」一詞的意義，實際上說明了明星是依附（隸屬）在數部電影之間的互文性，對於明星的慾望或興趣是建立在他／她在電影中的描繪（deCordova, 1991, p. 25）。

#### 4. 小 S 是一種陳腐的類型

前一節的文獻糾纏在「明星」與「類型」何者為重，在本節將構連電視節目、類型、日常生活、陳腐性，並顯示明星即類型，陳腐、重複表演的明星形成了一種獨特的類型。

電視做為日常生活的一項要角，能使不凡（extraordinary）變得平凡（ordinary），空前絕後的大事與景觀都透過電視來馴化（domesticated）。而任何文化產品的陳腐性卻正是重複（repetition）的美學效果（Hosokawa, 2010, p. 51）。當一個美學物件的顯著特點開始變得司空見慣、理所當然之時，陳腐性將會出現（Hosokawa, 1987; qtd. In Hosokawa, 2010, p. 51）。而在這種陳腐化過程正處危機關頭的是時段排程（programming）、連續性（seriality）、類型規則——這使得一切均高度地可預測（Hosokawa, 2010, p. 51）。

所謂的可預測性與再複製（replication）並不相同，前者牽涉觀眾的接收，後者則只是照本宣科。例如，在快速變化的日本電視生態中，存在著一個異常長壽的音樂節目，*NHK Nodojiman*（NHK のど自慢），該節目從 1946 年播放至今，其陳腐化過程成功地將民主（democracy）給自然化，透過上節目，一種地方性（endemic）讓日本散居各地的公民連結了起來，每逢播出的周日，家家戶戶透過電視，以國家的層次動員更寬廣的社群（Hosokawa, 2010, p. 67）。

又如美國，從 1948 年至 1971 年的每個禮拜天晚上，*The Ed Sullivan Show* 都在電視上定時地提供歡樂，主持人的粗野與極富特色的口條，連同節目中的馬戲團秀、芭蕾舞表演與動物雜耍等，均將熟悉／壯觀與陳腐／奇特等具衝突性的特色給完全揉合。該節目引領觀眾看一場壯觀的秀，但節目是一種類型，其公式可以透過時間的培養來被指認，因而使這個排場浩大的綜藝節目又同時是親近人的（Attallah, 1991, p. 91）。

類型理論沿用至流行文化研究時，與文學理論所認識的類型不同，在工業化的環境如好萊塢、台灣演藝圈，市場的規則與壓力，將使在市場上成功的樣態、元素、公式等「類型感」（generic）需要重複運用（Neale, 2004, p. 119; Neale, 1990, p. 63）。各類電視節目曾出不窮，它們呈現的意義不盡相同，唯形式仍維持一定輪廓，它更具有情感經濟（emotional economy）（Ellis, 2000, p. 103）。綜藝節目也應視為一種類型，因為文化工業採用了類型的概念，進而把新鮮／固有的成分提供給閱聽人（Yang, 2002, p. 298）。

小 S 就是一種類型。由一個明星或導演的名字所引發的期待，與由恐怖片、西部片所引發的期待，兩者均具有類型感（Neale, 2004, p. 119, 122）。在此可嘗試從前者與後者的類型或期待，辨識出差異。若著眼於（1）「在類型層次顯著



的」(generically marked) 與 (2)「以類型層次塑造的」(generically modelled) 這兩個詞彙的差異性，可發現前者仰賴觀眾對影視作品的類型感認同 (generic identification)、接收 (reception) 與觀眾知識的特定形式，而後者則指出影視作品遵照既存的類型傳統、常規、配方 (Neale, 2004, p. 124)。

小 S 使得【娛樂百分百】與【康熙來了】這種例行且與日常生活緊密結合的綜藝／談話性節目類型具有特殊的顯著性。而這種顯著性是特殊收視群眾可感知的，他們具備特定的觀眾知識，譬如以 *Dallas* 這種連戲劇類型為例，Ien Ang 指出肥皂劇具有悲劇感覺結構 (tragic structure of feeling)，這裡所謂的悲劇並非古希臘神話的悲劇，而是半自覺地去意識到日常生活的悲劇面向，而這種結構必須要受到敏感度夠的，也就是足以投射情節劇想像 (melodramatic imagination) 的觀眾，才可生效，具備這種能力的觀眾將會在情節劇的面向對 *Dallas* 進行評價。而此一情節劇想像事實上係一精神策略，它將克服日常生活物質的無意義，以及其他在其中的例行性事務，象徵著對於陳腐日常生活的拒絕或無力。悲劇結構所感到悲傷的並非是戰爭、集中營、饑荒，而是那些總是不被承認為悲劇的事物 (Ang, 1982/1985, pp. 78-80)。也就是說，【娛樂百分百】與【康熙來了】的笑點沒辦法放諸四海，只有特定觀眾看了才會懂，才會笑，才有認同。

小 S 面臨類型上的陳腐，是她告別【娛樂百分百】的原因之一。2006 年 9 月 15 日，小豬與小鬼兩位階班主持人，在【娛樂百分百】舉辦「小 S 歡送會」，為小 S 在該節目三千多集以來最後一次的主持紀念，小 S 被問道為何要離開時 (祝志傑，2006.09.15)：

...你知道做一件事情做久了，已經差不多八九年了吧，你就覺得好像差不多該放手了耶，就你再死主持這個節目，大家可能都覺得差不多了吧...我覺得真的差不多了...

【娛樂百分百】在創意上的運用顯見於許多知名的單元。單元對於綜藝節目這種類型具有的意義，最早可上溯至【黃金拍檔】這個中視在 1980 年代極為走紅的節目，該節目為綜藝節目這種類型樹立起兩種特色：(1) 著眼於主持人；(2) 不同橋段與單元的運用 (Yang, 2002, p. 303)。如果單元是一個明顯的特色，【娛樂百分百】顯然應以「娛樂新聞節目」的類型角度來閱讀。這種定義之所以成立，在於類型具有重複與相同的特性：一定都播報娛樂新聞、有主播、不同於傳統新聞走輕鬆娛樂路線...等。但類型也具有過程 (process) 的特色，定義類型的還包括差異、變化、更替 (Neale, 1990, p. 56)。【娛樂百分百】與其他同期娛樂新聞的不同之處 (如高怡平、陶晶瑩)，正在於兩姊妹以離經叛道、無厘頭、閒聊的方式所凸顯的迥異主持氛圍。

【娛樂百分百】有許多知名單元，像 2002 年 3 月 26 日，主打瘦身操的「徐老師」單元正式問世，之後受歡迎到出教學瘦身書 (徐熙娣，2002a)，還受邀至金曲獎表演。此單元特色是小 S 只要一戴上粉紅色髮帶，腔調、神情、動作便彷彿起乩，渾然變成另一個人，以這個「徐老師」的身分劍拔弩張地擴張瘦身、

體態、容貌的完美。

2002年11月11日，「徐里長」單元問世，此一單元我非常喜愛，小S化身為徐里長，以不輪轉的台語不斷講台語，遇到不會說的字便夾雜英文表達，她將假髮吹出半屏山瀏海，戴透明膠框眼鏡，呈現出某種典型操台語的女性形象，這只更加強了語言的衝擊效果。簡言之，這徐里長與徐老師的單元都是莫名其妙跑出來的。真要說起來，是來自大小S先前的一個「仙女下凡來解答」單元，專門解答觀眾傳真進來想問SOS的問題，而有時小S有時會以破台語來回答，而被發現效／笑果。

小S表示，一開始有許多人會表示對於他們的裝扮（如小牧童、土流氓、胖子、八兩金）以及上述這些單元的新鮮效果感到好笑，但到後來真的呈現江郎才盡，沒有IDEA的窘境，壓力反倒很大（祝志傑，2006.09.15）。

小S做為一種陳腐的類型，在觀看【康熙來了】時更加明顯，由於我已是熟悉【娛樂百分百】主持風格的閱聽眾，對於康熙略帶知性卻強調搞笑有趣的訪談與單元，是十分對味的。

然而，長期觀看【娛樂百分百】與【康熙來了】下來，節目類型的可預測性不光只是我熟悉，像PTT這種網路討論版上也不斷針對同樣是小S主持的【康熙來了】製造笑果的疲態做出細微的討論。康熙做得越是久或長壽，越令人擔心是否未來走不下去？小S不斷帶給我們快樂，她如果在文化工業中顯示具有陳腐(banal)的類型感，與表示命運、危險、必定如此的fatal一詞具有關聯(Morris, 1990)。fatal/banal這一組詞彙的討論，可以澳洲一個關於種族的媒體研究為例討論。在fatal的部分，就再現(representation)而言，McKee發現同樣是黑人，但美國的黑人除了野蠻，還具有有趣的再現，但澳洲土著卻又經常在媒體論述、電影中被賦予靈性，好比「非物質性意義的中心」，超越了banal。但在banal的部分，他發現在澳洲的遊戲節目上，透過例行性的參賽與上節目，逐漸形成一種可預測性，原本是fatal的原住民在當代澳洲竟給人一種陳腐(banal)的印象，變得與不是原住民的參賽者幾無差異(McKee, 1997, p. 193-195; 197, 199-200)。以【康熙來了】為例，其一貫的單元如卸妝、換裝、美食分享、各式票選，也好像是固定幾個月就會出現的樣態。陳腐(banal)就在這種隱憂中過度，而出現一種命中注定(fatality)的悲哀感覺，象徵著類型感因為運轉疲備而造成閱聽人感官的危機。

## 5. 娛樂的政治

### *感到不安的笑*

我在六(2006)年前接觸到Youtube這個平台，並上傳一部SOS過去在【娛樂百分百】變裝秀單元的剪輯（見<http://www.youtube.com/watch?v=zDfvJH6YgeY>）。這部影片是我觀賞其他使用者上傳的相關影片，自己選出一段最令人自己感到印象深刻的片段，剪輯並上

傳。大 S 在影片中扮演老背少，不斷跟自己身上的老頭娃娃上演搞笑的獨角戲，而小 S 則是扮演蚌殼精。這部影片獲得的迴響意外的高，因為我原先上傳的目的僅是方便分享給好朋友，這段影片中的戲劇張力與視覺效果，用說的無法傳神表達。有時想看搞笑影片時也很方便。

*Youtube* 平台上有無數關於 SOS 的影片。目前的大宗主要是【康熙來了】，在日常生活中的閒暇時段，如果我手上正有可以一心二用的活動，我會輸入「康熙」做為關鍵字，隨便點選一個節目的連結，也發現網路上有很多熱心粉絲同我，自己將康熙或娛樂百分百特別好笑的部分給剪輯成精華片段上傳。好笑的經典片段百看不膩。但節目不可能每分秒都非常好笑，2004 年以來，康熙播出至今已經長達 9 年，這意味著康熙在網路上是由無數零碎的節目片段來組成一個面貌，有 1-2 分鐘的精華片段，也有完整 50 分鐘一集的節目，或是某一個被切割的節目片段...。我觀看康熙的心情好比網路上的遊閒者 (flâneur)，愉快地被資訊與符號包圍 (Lindgren, 2007)。然而同時卻也經常陷入觀看的慾望中，想看遍所有的康熙，搜尋康熙變成一種重複的強制衝動或 Fort-da 遊戲，每看完都只剩空虛，自虐式地持續進行觀看、搜尋、結束、空虛的過程。

這當中最要緊的是，現在所看到的某一集康熙「好不好笑」。Ien Ang (1982/1985, pp. 89-90, 92) 在對於 *Dallas* 這部連續劇的研究中詳細閱讀了觀眾應雜誌廣告稍來的信函，有觀眾以如「沒價值的垃圾」、「胡扯」、「可怕」等這類強烈字眼來形容對 *Dallas* 的反感，除了這些情緒性表達，更時常訴諸如「刻板女性」、「美好得令人不安」等偏向理性的闡述。但她強調喜歡 *Dallas* 照樣可以察覺到這些人口中的不妥，因此這同時是給持相反意見的人的合法化手段。不過在這兒我想討論的是第三種面對 *Dallas* 的態度：戲謔與反諷。這種態度曉得 *Dallas* 的不佳，但仍在觀看後獲得愉悅，將原本很正經的情節劇給反轉成被嘲笑的喜劇，並同時創造出一個清醒理智的距離 (Ang, 1982/1985, pp. 96-99)。

在老背少那一個【娛樂百分百】的節目片段，大 S 不斷針對自己身上的老背少玩偶的老頭，編造有違社會常規的情節，如「跣老頭背千金」、「老頭子穿絲襪」與老頭子上演武打戲 (祝志傑, 2001.02.07)。小 S 面對大 S 一連串笑點就顯得黔驢技窮：

小 S：妳真的很愛玩老背少欸。

大 S：妳要不要玩玩看？

小 S：可是戲都被你搶光了，我演的是蚌殼精耶。

大 S：其實蚌殼精沒有什麼好演的啊，就開開合合罷了。

小 S：(開開合和了幾下) ...嗨...我是蚌殼精.....不好意思我先走了！

在此處小 S 是好笑的，但她所靠的不是講笑話、玩整人遊戲、出洋相、扮醜<sup>43</sup>、

<sup>43</sup> 當我們看到藝人扮醜 (像如花被套絲襪) 時，通常會感到好笑，這種令人發笑的情況，用 Baudelaire 的話來說，是一種充滿著怪誕風格 (grotesque) 的「絕對的好笑」(absolute comic)，如猴子，或外國人眼中的中國怪獸。相對於絕對好笑，是「有意的好笑」(significant comic)。有意義的好笑是可以預測的，或說那是一種模仿，但絕對的好笑可說是一種想像力的產物，靠的是判斷與直覺 (Baudelaire, 1995, p. 157, 164)。與此互通的一個論點是假仙 (camp)，Sontag



抓狂、演戲，小 S 其實不是要取悅觀眾，雖然看似在節目營造笑點高潮的層次上是種冷場，她是已經自我解構，創造出另一種瓦解了節目型式的幽默，與觀眾一起在節目一地已然零散的秩序，體驗到所謂的好笑。

做為一個接受批判理論與文化研究訓練的學生，觀看像康熙這類的綜藝談話性節目，要使人覺得好笑，常經過了許多曲折的心理機制。像一段不能安心享樂的閱聽人內省。好比〈廉價的眼淚〉一文（柯裕棻，2003，頁 130-131）上演的獨白：

…看電視會哭的事實於我而言仍頗有羞慚，因為我研究的正是電視，我理當深知媒體操弄觀眾情緒的伎倆，對於商業媒體上所有的內容，我應該持有懷疑而且理性的態度，不應如此輕易被公式化的劇情收買，拱手付出立即而廉價的眼淚。

…在我還不知道自己為何如此易受商業文化感動之前，我除了與自我的病徵共存並學著享受自己的病徵之外，別無他法。

受到情感動容的眼淚或笑聲，享有一樣的困擾，也就是商業文化、大眾文化、罐頭文化，粗濫得可以，應該維持理性，不苟言笑。這攸關品味，也暴露文化位階的權力與距離。另一個討論看待娛樂的態度的案例，來自 Bird 從她過往在媒體文化課程的教學經驗中發現關於學生態度變化的一些軼事。十年前，起先學生對於影像的數位操控（digital manipulation）這項議題的看法，會認為這是股招惹倫理道德的麻煩趨勢，在近幾年許多年輕學生認為這沒什麼大不了，他們早知道影像經過刪減與竄修，要不要歸結何者為真，完全是端看閱聽人自己（Bird, 2003, pp.174-175）。Bird 的關心是出自於如何看待「享受娛樂」，尤其現代人是身為資訊與新聞的文化角色活在社會。現代人是否能不只扮演文化愉悅的消費者，更同時儼然是個文化公民（Bird, 2003, pp.174-175）？

美國從 1980 年代末期至 1990 年代的電視新聞發生的變化是影像運用的加劇，以及戲劇化效果成為新聞節目的慣用手法，而這造成人情趣味等等新聞對於新聞本身的個人化（personalization），同時這種新聞會逐漸與更大的社會脈絡拖離，以競爭激烈的美國電子媒體為例，能夠深入觀眾的情緒變成唯一的目標，像嚴肅如國際新聞的瑣碎報導也開始增加，另外像 *Jerry Springer Show*<sup>44</sup> 這種聊「我與三對兄弟上床」或「打扮像芭比的男人」的日間談話性節目的收視率極高（Bird, 2003, p. 176, 179-180），但事實上談話性節目上越有這種聲音出現，可能會造成更少的資訊，談話性節目的來賓並因而被邊緣化成純然為了娛樂的垃圾（trash）（Grindstaff, 2002, qtd, In Bird, 2003, p. 182）。

在被問道觀看特定電視節目的原因時，大概除了一般的新聞時事節目，鮮少有人不會湧上一股想要用力伸張、保衛的情緒，而這所牽扯出的論述事實上

---

曾呼籲天真的假仙與蓄意的假仙必須做出區分，知道自己「要搞得像假仙」的假仙通常比較不令人滿意（Sontag, 2001/1966, p. 282）。

<sup>44</sup> 台灣類似的節目便是【分手播台】，該類真人實境秀節目如何在台灣模糊了公共／私人、真實／虛假、高尚／低俗等範疇的相關分析，可參見簡妙如（2008a, 2008b）。

在電視節目的道德議題打轉 (Alasuutari, 1992, p. 561)。閱聽人到底能否理直氣壯地觀看綜藝節目？在臺灣方面，2000 年以來對於綜藝節目的爭議，描繪出兩種對立的閱聽人，一方面，高度道德化的批評指出由吳宗憲主持的這類綜藝節目的開黃腔現象將有害小孩，李艷秋等人更大聲疾呼勿殘害下一世代。另一方面，於此相對的是何春蕤等人的性開放論述，其視前者的此種道德論述，應解讀出其真正在乎的是階級偏差。閱聽人在這兩個互不相容的爭議中被形塑為 (1) 被動的兒童／青少年或電視呆瓜，以及 (2) 主動且具有對抗性偏差可能的 (男性) 青少年。就認識論的版圖看來，前者在公共論述中被合法化為攸關綜藝節目的道德恐慌，是一種意識形態錯置的手段，並以性別平權的修辭逼迫國家層次的監督。後者則是在特定知識份子的勢力範圍中創造出新的、被解放的消費主體 (Yang, 2005, pp. 185-186)。

觀看【娛樂百分百】、【康熙來了】這類帶有綜藝節目色彩的娛樂新聞、談話性節目，自然不會安心地覺得好笑，而是隨時感受到這類節目的千篇一律與製作水準，甚至也是以道德的角度自省：看「這種」節目有什麼好笑的呢？然而，好笑的可能是在於小 S 吃男藝人豆腐，冷不防又虧來賓，也可能是蔡康永與小 S 一齊取笑某位藝人，或是小 S 將戲劇性效果融入表演（如將劉真、林志玲視為眼中釘）。更有的時候是發現康熙具有的陳腐。如將打歌來賓上節目的目的轉移，改聊八卦窺探隱私，這就表示，大體上，他們永遠不會走溫馨、感性、正規的路線，他們也不同於一般以表演、訪談、黃色笑話組成的綜藝節目。某部分來說，康熙或娛樂百分百的好笑之處，是我對於 SOS 的驚訝，她們怎麼能這樣輕鬆自在在電視上大聊一堆廢話，蔡康永與小 S 怎麼能兩兩對坐正經地聊八卦，卻也心有戚戚認為他們十分能代表時下七年級、八年級年輕人的口味。觀看康熙或娛樂百分百就像我與朋友的日常生活對話，有別於早期電視綜藝節目的戲劇性 (theatricality) 效果 (Spigel, 1992, p. 138)，我願意向朋友表達我對康熙的喜愛，雖然【康熙來了】當然屬於一種流行文化，但我寧願不推薦某位歌手的創作專輯或作家的文學作品——因為我相信節目本身是一個最能揭露「平凡人」（以蔡康永的話說，任何一個大明星跟我們一樣，都是人）的文化政治與主張的場域。

小 S 與觀視者之間的電視化認同產生了許多模仿與複製的行為，譬如態度、語氣或習癖，我尤其認同的是小 S 她做為一種年輕人與平凡人的範疇，在前幾節的自傳式閱讀中，小 S 的改頭換面不只是外貌，還包括精神上的超越，譬如像從口無遮攔到懂得拿捏分寸，從惹是生非到察言觀色。雖然 Miss Lin 對於小 S 的電視化認同帶出了新的可能性（也就是反諷時尚），但我在觀看過程卻察覺到了電視明星做為一種陳腐性類型的不安，這樣的不安牽涉到反身性的問題，不僅從觀視身分而言，就研究者而言也是如此，喜歡小 S 與蔡康永，看【娛樂百分百】與【康熙來了】，無法很坦然，受到了道德的干預。

就我個人的這樣一份不安，還有置放「我」在書寫中的運用（「…我覺得」、「…我認為」、「…我想」、「…我將要」），要如何將這種自我的經驗轉化成理論性的

運用 (theoretical uses of the experiential) (Probyn, 1993, p. 14) ? 文化研究方法論中的文化主義與結構主義在看待「經驗」時可採取兩種不相容的出發點：也就是文化主義與結構主義。文化主義認為經驗是一種基礎，是生活的領域，意識與狀況在其中交錯影響彼此；結構主義則認為任何人都是透過文化的範疇、分類、框架去體驗與生活，但這些範疇並不是來自於經驗，經驗只不過是這些範疇的效果 (Hall, 1980, p. 66)。結構與個人經驗的因果關係——答案是透過詮釋的——因而不是下一章的問題，而是想交代此種出自個人的不安道德感背後所圍繞的感覺結構，以及對應的積極性。這一章討論至此的伏筆是我把小 S 安置在一種年輕人範疇的認同作用。

## 第五章 感覺結構與致命策略

一個令人感到好笑的事物，或笑話，對於社會的狀況是具有表達力的，所以不管是笑話或是讓人感到好笑的事物，是處在什麼社會狀態下被接收與允許的，便需接續追問 (Douglas, 1975, p. 98)。顯然「年輕世代」／「年輕人」是一項對蔡康永、小 S 的笑聲買帳的範疇，但是並非採取社會學式的定義 (如「青少年」)，「年輕世代」／「年輕人」是以論述的形式存在，並被召喚。「年輕世代」也是【康熙來了】這項媒介文本本身所建構、想像的觀視身分，像蔡康永曾經說：「我跟 S 雖然都是大人，但會以年輕人眼睛去看世界」。年輕人是收視率的數字來顯示他們喜歡嘻嘻哈哈地看康熙，快樂地過日子 (王雨晴, 2009.11.25)。SOS 甫主持【我猜我猜我猜猜猜】時，也被比喻成「新世代」青春偶像 (許若薇, 1996.10.04)，之後主持【娛樂百分百】更被喻為新新類人的「始祖」 (王筱瑞, 2000.07.13)。

先前已經討論過長壽電視節目的陳腐化的危險，但從道德上的正面或負面來討論將會相當飄渺，因此接下來要轉移至小 S 運用【康熙來了】這項例行播映帶狀節目的管道，遞送歡笑與歡樂鑲嵌至日常生活性 (everydayness) (Ellis, 2000, p. 145) 之中，成功迎合了年輕世代特有感覺結構 (structure of feeling) ——一種指涉社會狀況的形式——才能領會的笑點。所謂感覺結構不是追溯社會形構 (social form) 的起源，也不是正式的世界觀或意識形態，而是由某個同時代的人們所共同了解的連結與元素導引而來，也是人們在生活的所積極感受到的事物；它所具有的結構是一組具有特定內在關連關係的模態，是知覺意識和人際關係之間環環相扣的情感元素。感覺結構中的感覺 (feeling) 與思想 (thought) 並非對立而是不可分的 (Williams, 1977, pp. 132-133)。以下從許多年輕世代的相關詞彙如草莓族、速食愛情、七年級、後 80、90 年代、新新類人、年輕小孩來進行資料蒐集，並探究這樣一個年輕世代如果真的是喜愛【康熙來了】那一群人，背後是主張什麼樣的政治。

### 1. 從消費社會到草莓族的感覺結構

#### 新新類人

以下一篇新聞認為，8 歲至 20 歲的這種超年輕新世代，是一種「當迷」 (Dumbing) 世代 (曹秀雲, 2004.08.20)。而什麼又是「當迷 Dumbing」世代？答案是「看似笨、卻又不笨」八歲至廿歲超年輕新世代，其意思是這個新崛起的「當迷世代」生活消費行為看似笨、卻又不笨；很懶散，卻又認真；不負責任卻又負責，充滿弔詭。這個當迷世代的行為舉止、思考邏輯與中古、LKK 世代、甚至主流探討的 Y 世代大大不同，其溝通與用語也同樣搞怪、迷思。像【康熙來了】主持人小 S 和蔡康永經常使用聽似無厘頭或很讓人 KUSO、有「大便」



感覺的對話，其實是最貼近當迷世代的語言。若要和當迷世代做朋友，恐怕得用一種對長輩姿態嗤之以鼻的身段，更能博得認同。

奧美廣告想像工程師陳倩如提出了幾點對於青少年當迷現象的描繪（邱莉玲，2004.08.20）：

1. 波特利(pottering)人生：以殺時間為目的。
2. Kuso：惡搞有理、認真有罪，用認真態度對待胡扯事情。
3. 無名氏萬歲。
4. 九位一體變色龍。
5. 冷它一下(Chill out)文化：若要療傷止痛，何妨相濡以沫，不斷試探著人跟人交流的最高極致。

這其中特別可關注的是惡搞(kuso)文化。對於將惡搞文化歸納至【康熙來了】的想法，黃宗慧（2004.09.06）提醒，如果小S吃男性來賓豆腐、自吹自擂自己的身材，是藉由惡搞而帶出她性政治的意義，只是不得不注意的是：

…小S「自我肯定」的支撐基礎，其實來自於最不惡搞、最主流的一套對於女性身體的美感標準；而她言談中所流露的對於男性性能力的迷思、對女性隨年齡增長或扮演母職就會減少女性魅力的定見、認為女性總是會耍心機來競爭男性青睞等價值觀，也都是服膺於主流的性別刻板印象。

如果存在著一個被歸類為熱衷於惡搞文化的世代，那這個惡搞文化又帶來什麼線索？答案是它與草莓族有關。台灣在過去十年來興起關於草莓族的論述。它卻在權力的層次上對於描述年輕世代具有一定的效力，且獲得首肯。草莓族經常運用惡搞文化來表達自身的政治。外表甜美的草莓，在溫室中生長，養尊處由，父母供他們吃好穿好，衣食無虞，但容易一戳即爛，被用來形容年輕世代在光鮮外表下的不堪一擊。

### 草莓族

草莓族沒辦法不靠電腦與網路來生存，大量使用電子產品的他們還被稱為e世代，但也可稱作Y世代——沿用X世代<sup>45</sup>的序位（與缺點），而且比X世代更難以理解，更變本加厲的糟糕（柯裕棻，2003，頁161-162）。

草莓族這群年輕世代已經遠離了台灣早些年最慘烈的政治與社會運動，他們的出生環境不具有政治認同的困擾，位居此一時空所平行產生的是台灣的消費社會。台灣的家庭支出在娛樂文化部份在七〇年代中期至一九八〇年是至今最為快速的時段。政治上的反對運動，在同時開始取得社會空間，黨外雜誌與地下刊物的崛起，其實暗示了民間消費力興起的支撐，也就是說台灣的民主運動得以發展，消費社會的逐漸形成是為重要的歷史條件（陳光興，2001，頁5）。這兒所謂的消費社會不是消費者社會（cosumerist society），也不是Baudrillard所認為的消費社會是生產體系的擴大，消費社會其實影響了民間既有的生活型

---

<sup>45</sup> X世代在1990年代因為思考方式無厘頭，無以名之，故以X稱之。這一代專好消費、搞怪、反美、刺青，充滿社會憤怒與不安（柯裕棻，2003，頁161）

態（陳光興，2001，頁 3-4），物質與享樂，消費與愉悅<sup>46</sup>，諸如等等。

草莓族不上不下，西方的文化霸權，與中國的政治協商或日本的文化帝國主義，這些都與草莓族無干，他們在國族認同上沒有特別憤怒之處或所欲依循的一套模式，反倒對於政治有全盤否定的無力，而被誤會為獨尊享樂的唯我論族群（Shah, 2009, pp.27-28）。

透過主持【康熙來了】，小 S 的確成為了年輕族群市代「最鍾愛的女主持人」（陳世昌、王雨晴，2006.06.01）。看看【康熙來了】討論的主題，是不是也有一種年輕人快樂活在消費社會的景觀？：

「完美真女人—孫芸芸」（2004 年 5 月 3 日）

「五花八門主持人—野台節目、情色節目、購物節目」（2004 年 5 月 21 日）

「真實世界的神仙夫妻—孫興&林美照」（2004 年 8 月 27 日）

「新品種美型男—立威廉、明道」（2004 年 10 月 22 日）

「很美麗的女丑角—黃嘉千、張本瑜、楊淇」（2005 年 5 月 17 日）

「貧窮指數比一比」（2005 年 10 月 20 日）

「戲劇女星來卸妝」（2006 年 11 月 28 日）

「史上最好笑的笑話」（2007 年 1 月 15 日）

「夜店明星私密公開」（2007 年 3 月 6 日）

事實上在最一開始，【康熙來了】所規劃出的觀視身分本來就是接近年輕族群，屬於小眾、中產階級（陳芳旒，n.d.），「頑童蔡康永、搞怪天后小 S」在這樣一個節目中希望「探討另類年輕人的想法作為」（陳世昌，2003.12.17）。

## 2. 談話性節目／綜藝節目的感覺結構

感覺結構就是某一段時期的文化，是通泛概化的一種結果（Williams, 1961, 64）。以上描繪年輕人感覺結構的這些時期的文化，又是什麼樣貌？進入 2000 年以來，媒體呈現的是「小本經營」型態。在人少、產量高、競爭又激烈的情況下，使得電視台充分發揮了台灣傳統的中小企業精神。只能看短線，欠缺時間與能力做長期規劃，也欠缺資源做更深入的議題。並且一窩蜂，當某一種題材受歡迎時，大家就撿現成，一起加入炒作，「直到把那個題材炒死、炒爛為止」。同時，在這個經濟規模不夠大的市場內過度競爭，生存成為第一要務。為了吸引觀眾，只好找最辛辣、最能吸引目光的題材（楊瑪莉，2002，頁 117-119）。

2004 年，【康熙來了】邀請畢業於「國光藝校」的庹宗康、屈中恆、孫鵬等人上節目，結果，笑料特多，大受歡迎，後來在 2005 年正式以【國光幫幫忙】（2005-，三立都會台）之名開設節目。後來三位主持人還接下洗髮精、沐浴乳、洗面乳的電視廣告。（李安君，2005.07.09）。可以說，【國光幫幫忙】的主持群正是以【康熙來了】作為溫床，取得 B 咖明星地位。

<sup>46</sup> 享樂與關注自我的修辭與台灣女人在八 0 年代開始的變遷是同樣適用的。女人在此時因應資本主義對服務業的需求而走出家庭，開始擁有工作，而媒體具備這層意識，服務這樣一群有消費能力的人的興起（楊芳枝，2004，頁 474）。

在 2005 年，台灣有許多綜藝節目明顯向中天【康熙來了】取徑，形成一股「談話性節目風潮」，包括中視【愛上九點半】(2005-2006)、三立【國光幫幫忙】、衛視【女狼俱樂部】(2005-2007)、東風【桃色蛋白質】(2005-2007)、TVBS-G【志永智勇電力學校】(2005-2006)等均屬追隨案例。媒體人、製作人溫懷智、詹仁雄均認為，礙於國內製作費不足的大環境限制，談話性節目依舊屬於電視節目主流，這類節目永遠都會流行，討論題材也永遠不會枯竭。侯文燕則認為，談話性節目成了綜藝主流的原因，主要在於這類製作起來最為快速方便，收視率也很穩定(黃尚智，2006.01.21)。但像【女郎俱樂部】，面臨眾多同型的談話性節目競爭的瓶頸，播出的衛視中文台在 2006 年選擇喊停(葉君遠，2007.03.22)。這類同型節目每集邀來賓談不同話題，帶狀節目每周藝人消耗量大，所以通告藝人、來賓在較知名、重要如中天【康熙來了】、三立【國光幫幫忙】都上過多輪後，都會想辦法轉型改版，如做卸妝、情侶檔內容來延續節目生命。

2008 年 6 月，【康熙來了】收視即將破千集，這一路回顧，可發現該節目替許多藝人事業創造第二春，包括前述的【國光幫幫忙】；主持【王牌大賤諜】的梁赫群與黃國倫；該節目收視保證小甜甜也將與小鐘推出新節目【B 咖比較紅】，身價由黑轉紅，小甜甜甚至透露，自己上節目 18 次以來，由討厭至喜歡，逐漸扭轉了觀眾對她的看法，也間接獲得其他演出機會(王雨晴，2008.06.11)。2008 年 7 月，小甜甜、沈玉琳、小鐘、Nono、小馬、黃鐙輝、李佩甄、宋新妮、王彩樺、韋汝等 10 個「B 咖」甚至共同開設名為【黃金 B 段班】的節目(王雨晴，2008.07.21)。



圖十六：以 B 咖之姿興起的第一代大嫂團 (左起陳維齡、Vicky、林秀琴、洪百榕、金友莊)

資料來源：林妤函(2011，頁 4)

「B 咖」風潮在 2008 年持續在演藝圈在 2008 年發燒，相關的 B 咖藝人成為了各大談話性節目的固定班底，根據節目的議題變化來「聊」，甚至直接有節目以 B 咖為名，本身就讓 B 咖主持起節目(即【黃金 B 段班】)。但是這種 B 咖

藝人風潮帶來的卻未必是正面的社會觀看，像年代電視【今晚誰當家】中的「大嫂團」（見圖 13）即被如此描述（葉君遠，2008.07.11）：

…電視圈冒出一群「大嫂團」，在沒演藝作品、通告酬勞低的條件下，光靠聊老公、卸妝扮醜，她們就能上遍各綜藝節目…

…大嫂團能言善道，「大方」程度令人咋舌，陳維齡多次在節目中暢談和宋逸民如何做愛增加情趣，曾不慎撞壞家裡門板，又到汽車旅館玩角色扮演，差點在游泳裡淹死…

在當時，大大小小的談話性節目就有 20 個，「大嫂團」開始流行，就是這些談話性節目除了主持人外，還需要一些「婆婆媽媽」來從旁撐場，除了當節目班底外，更可在在旁七嘴八舌、增加效果。這當中最先開始的是金友莊（高凌風前妻）、陳維齡（演員宋逸民妻），後來陸續加入林秀琴（球員陳致遠妻）、曾雅蘭（藝人侯昌民妻）、洪百榕（演員宋達民妻）和 Vicky（演員屈中恆妻）。「大嫂團」的陣容愈來愈龐大，後來加入的還包括熊家婕（演員李璦妻）、婷婷（演員邵昕前妻）、Ivy（藝人陳國華妻）、Julie（藝人陽帆妻）。年代【今晚誰當家】幾乎每集都找大嫂到場，其他三立【國光幫幫忙】、中天【康熙來了】到三立【王牌大賤諜】都看得到這些大嫂團<sup>47</sup>。

製播歷史上，【康熙來了】的形式有慢慢地進行調整，從 2004 年開播以來，節目本身走的是名人專訪路線，也就是在討論的議題上是專為一位（或多位）來量身打造，看頭就在於明星本身。但 2006 年 5 月，小 S 懷孕生子後請假歸隊主持節目，康熙製作團隊在此時啟用了全新的片頭與布景。節目也同時把邀請明星來進行的深度趣味訪談，轉變成邀請多位明星來賓來共同談論節目當集設定的議題。

就這個節目形式轉變的時間點上，【康熙來了】成為一個重要的消息來源，節目播什麼，媒體也緊迫報導，網友也連番討論，友台更隨時監看。這樣一個循環機制讓【康熙來了】在媒介高度滲透的社會中占有了比例，在以下幾個媒體事件中，藝人、名人、明星的大小事均經過【康熙來了】的中介後被窺探與發散，再加上媒體的報導，使得整個社會都被強制觀看【康熙來了】，都追著節目裡的藝人跑：

### 康熙卸妝比賽 女藝人真敢！周采詩「素顏」 嚇壞小 S 小禎熊貓眼 想放

<sup>47</sup> 這類以大嫂團為軸心的娛樂談話節目內容，經常會出現「家務事」這類的修辭。實際節目上的細節，譬如包括（林好函，2011，頁 VI）：

宋逸民贈送名錶給陳維齡、王婉霏餵劉畊宏吃蝦、曾雅蘭所剝的完整蝦子、傅天穎的平底鞋、媛媛買的名牌包、陳維齡怒打宋逸民、邵昕的疑似曖昧對象、Julie 檢查陽帆的煙灰缸、況明潔所拍賣的領帶夾、王彩樺所拍賣的手機、王世均最喜歡的衣著、未符合王世均的妻子規範的衣著、曾雅蘭惹惱侯昌明的衣著、熊家婕拍攝性感婚紗、屈中恆幫王婉霏挑選的性感服裝、屈中恆幫 Vicky 調整服裝尺度、狄鶯展現孫鵬無法接受的性感、Julie 隱瞞陽帆的性感裝扮、王彩樺的性感戰袍、曾雅蘭用來報復侯昌明性感洋裝。



### **棄通告費走人<sup>48</sup>**

(陳世昌, 2006.10.12, 中國時報 D1 版)

「康熙來了」調整節目內容, 最近推出一系列女藝人「卸妝比賽」, 她們先以化妝後完美造型出現, 再一位一位到後台卸妝, 連睫毛膏、假睫毛都得卸下, 讓大家見識自己最真實的一面。

### **上「康熙來了」難招架辛辣話題 ELVA 怕卸妝 更勝聊情傷**

(汪宜儒, 2006.12.07, 中國時報 D8 版)

等了 2 年多才等到發片的蕭亞軒, 昨天將復出後的首個綜藝通告給了中天「康熙來了」, 卻被主持人蔡康永與小 S 猛問與前男友王姓小開的情事, 讓蕭亞軒整場錄影都坐立難安, 不時邊搔頭、邊露出不知所措的表情。

### **金城武太帥 林志玲看呆心動**

(周嘉瑩, 2008.07.10, 聯合報 D2 版)

導演吳宇森和林志玲一同上中天「康熙來了」宣傳「赤壁」, 小 S 竟對戲裡戲外迷倒眾生的林志玲吃味大叫:「小喬有這麼高嗎? 這樣會給男主角壓力。」林志玲再展高 EQ, 直說「還好啦, 大部分都坐著。」小 S 忍不住向一旁的吳宇森撒嬌, 「討厭啦導演, 你幹嘛找她演不找我」讓吳宇森尷尬笑說:「因為妳太像我女兒了!」

### **「康熙」未爆彈 批踢踢按圖索驥 Makiyo 爆料不指名 網友大解碼 楊丞琳放冷箭? 稱不回應天馬行空的想像**

(宋志民、洪秀瑛, 2009.03.13, 中國時報 D2 版)

中天《康熙來了》5 日播出「演藝圈未爆彈」, Makiyo 指兩女藝人紅了, 一個不認人, 一個放冷箭。而阿 Ben 也爆, 曾無故被男演員毆打、男偶像不背台詞等內幕。雖未公開指名, 但靠著各爆料者提點, 台大批踢踢網友展開大解碼, 楊丞琳、彭于晏等紅牌, 一一入列!

### **狄鶯：娶曾雅蘭 最沒福氣 批她靠講侯昌明壞話出名**

(朱梅芳, 2010.10.12, 中國時報 D1 版)

中天《康熙來了》日前邀十位大老婆, 票選「上輩子娶了誰是福氣」? 狄鶯曾在節目批李進良愛上節目不是專業醫師, 當天則批侯昌明老婆曾雅蘭「靠講老公壞話出名」, 「為了要紅不擇手段, 妳講的話, 造成觀眾覺得侯昌明無能。」

### **被選為最不想看的藝人馬國賢當場變臉**

(葉君遠, 2011.04.27, 聯合報, C3 版)

---

<sup>48</sup> 字體為粗體表示新聞標題, 未標示為新聞內文。

「康熙來了」昨進行「通告藝人調查局」單元，製作單位用心訪問 50 位藝人並錄影存證，加上千位路人及萬名網友投票，讓參與的 10 名通告咖全場如洗三溫暖，為了求勝，甚至在現場寫下人身攻擊字眼，例如瑤瑤評個性柔弱的許建國像「清朝太監」，許建國罵瑤瑤「聒噪像八爪章魚」，馬國賢被嫌「不帥都在擺爛」，大家把平時藏在心中的對白全展現在鏡頭前，錄影狀況慘烈。

### 岳母嫌醜又摳門 黃國倫沒面子

（葉君遠，2012.03.05，聯合報，C2 版）

「康熙來了」日前找黃國倫、陳國華和李岳母上通告，結果黃國倫岳母最不給面子，說他目中無人，還嫌棄外型，最後更說他過年紅包包太少，讓黃大師哭笑不得。

如此的新聞集錦一字排開閱讀下來，各個藝人的名字眼花撩亂，疊映成流竄著符號的演藝圈，在其中的電視人物（television personalities）徒有名字，辨識度卻不見得高，一切僅是純粹的物件（object），沒有實質的歷史，只能在符號的系統中憑藉本身與其他符號的差異來受指認，卻又充滿了指涉（references）：不論是明星、歌手、演員、主持人、作家、音樂人、通告藝人、資深藝人、A 咖、B 咖、素人、網友、藝人朋友、親戚，諸如此類——這些術語全都是抽象的，卻都通通具有差異，電視人物們湊在一塊兒，化作為一種由抽象來構成的指涉模式（Baudrillard, 1988, p. 23）。

這一連串從 2006 年以來至 2012 年的跨時性報導具有共通的互文性（intertextuality），以致於「單一的文本因為互文性而變成文本的排列組合，並從文本之間彼此擷取許多表達方式，文本被文本所纏繞且中立抵銷」（Kristeva, 1980, p. 36）。首先顯見的是，新聞的內容均仰賴【康熙來了】做為重要的消息來源，視該節目為演藝圈的朝聖指標，是一個「必上的節目」。因為節目本身的話題麻辣，兩位主持人問話犀利，話題性十足，屢屢掀起社會廣泛討論。【康熙來了】與新聞媒體互利，藝人上節目只要聊的話題夠精采，便會受報導，觀眾接收到新聞報導，再準時收看節目。

這類以「談話」為主的綜藝節目，會由主持人專訪某位來賓，或是將多位來賓聚集在一起，討論當集節目提出的話題（胡乃文，2012.03.16）。如【康熙來了】的第一集便邀請作家李敖進行專訪；【國光幫幫忙】早期則有〈誰說分手就不能當朋友〉、〈跟婚姻妥協的男人〉等兩性議題，並請一到兩位藝人談論該主題。然而如前所述，【康熙來了】早在 2006 年便開始調整節目方向，早已不走單純訪談路線，現今的談話性節目，多半早已不只是照著字面上的「談話」來進行節目：美食推薦、女星素顏、才藝表演、二手拍賣等五花八門的題目比比皆是。這些單元的來賓的更替相當頻繁，久了自然成為觀眾心目中的熟面孔，同時新進藝人也層出不窮，這種以上這些節目與單元的藝人為「專職」的，被稱

作「通告藝人。」

通告藝人看起來從不開新聞，但手上工作卻接不完，收入比許多大牌還高。譬如王彩樺，她跑遍談話、綜藝、遊戲性節目，什麼內容都能聊，甚至被高凌風、康康拿來在金曲獎上當笑話梗來用，她說：「高大哥很客氣，要拿我當笑點，事前有打電話來知會，我告訴他，請盡量糟蹋、蹂躪我，只要有效果，我都配合。王彩樺的通告費每集約 1 萬 2 千元，比起一線大哥主持人如張菲、吳宗憲動輒 6 至 8 萬元的高額價碼（葉君遠，2008.07.22；葉君遠，2008.08.04），就顯得效果好且價碼公道，她在一片節目製作費縮減狀況下游走四方，每月超過 50 個通告，光月收入就超過 60 萬元（葉君遠，2008.07.20）<sup>49</sup>。

另外，宣傳期藝人的通告費一次 1350 元，婆婆媽媽團、大嫂團如高凌風的妻子金友莊、宋達民和宋逸民的妻子、棒球明星陳志遠的老婆、莎莎的媽媽、侯昌明老婆等人都是常客，行情高低則由個人效果及老公、子女的「檔次」、「咖別」而定（葉君遠，2008.03.23）。

在公共論述與媒體批評中，「通告藝人」的名聲是負面的，常被視諷刺只要上節目耍嘴皮、爆別人八卦或自己閨房秘辛，乃至誇張捏造各種異於常人的經歷，賺錢速度就是一般市井小民的好幾倍（吳禮強，2012.02.08）。2012 的「Makiyo 事件」更使得社會省思，台灣演藝圈長期以廉價的製作，邀請通告藝人以辛辣話題或大爆個人與朋友隱私來拉抬收視率，致使並無特殊才華的藝人只因敢言、胡言或者曝露身材，就得以游走各大談話性節目，賺取通告費的「通告咖」模式（中國時報，2012.02.12）。因此，這類通告藝人與談話性節目的通告形成各取所需的網絡，出售自己的隱私、談話節目逐漸趨向同質，議題也不斷重複，有漸趨低俗之勢（mytube，2008）。

除了了解綜藝節目本身依賴通告藝人這樣走紅的文化邏輯之外，過剩的媒體資訊也是另一個浮現的道德議題：演藝圈的瑣碎事務、吃喝玩樂、八卦、緋聞、炒作…等。相關的媒體批評主要譴責【康熙來了】是一種「亂源」（蔡菁怡，2012.02.11）。譬如，在 2012 年年初，發生了藝人 Makiyo 酒醉毆打計程車司機事件，除了 Makiyo 本身的所作所為以外，竟有批評的聲浪是指向 Makiyo 常上的談話性節目，構連（articulate）了【康熙來了】做為這類談話性節目的指標與通告藝人的亂源本營，這種銜接形式能夠在特定時空中將兩種或更多的特別元素給統一起來（du Gay，1997，p. 3）：

Makiyo 酒醉風波，她曾出席多次的綜藝節目，讓「康熙來了」瞬間成為眾矢之的，資深藝人巫啟賢還砲轟蔡康永「未盡社會責任」，還不忘提醒蔡「賺錢要賺得有道！」（呂盈潔，2012.02.10）

談話性節目被指控放任 Makiyo 等人這樣的通告咖在節目上談喝酒、上夜店的荒唐糗事，像利菁的【麻辣天后宮】、【康熙來了】與庾宗康等人的【國光幫幫忙】皆常聊這些話題，「國光」甚至多次還直接找男藝人到節目中開威士忌小酌，聊男人心事，錄影的男藝人微醺後，開心的大聲吆喝、說話（葉君遠，2012.03.03）。

<sup>49</sup> 王彩樺的 B 咖聲譽的相關分析，可參見鍾智凱（2012）。



中華演藝總工會理事長康凱也認為，這些談話性節目造成的問題要檢討，將會開始柔性勸導藝人，「不要上節目談什麼私生活，節目再不自制，我們將向製作單位或電視台抗議，甚至開公聽會制裁」（蔡菁怡，2012.02.11）。

### 3. 陳腐的媒體批評主體

就後結構主義與 Baudrillard 的觀點而言，目前已經過度到與現代社會決裂的後現代社會，以擬象（simulation）、內爆（implosion）、超真實（hyperreality）為主要命題的後現代社會的來臨，意味了現代社會理論的結束。如此的轉變，也連帶移轉了主體－客體辯證關係的觀點。

在現代社會中，主體具有哲學性，被認為應該去再現與控制客體，能察覺現實的本質、能有理鞏固知識並加以應用，以控制與主宰客體（也就是其他的本質、人、概念等），一切事物在現代社會被認為僅是經濟的（在 Marx 的定義下）附帶現象；但布希亞式的批評則動搖了這份特權，他認為現代社會總是運用深度模式（depth）來將一切去神祕化（Kellner, 1994, p. 9, 11）。而這種「深度」詮釋的傾向帶有一種「壓抑假設」（repressive hypothesis）的暗示，「相信有一個傳統終將回歸，有一個真理終將被揭露，有一個現實終將被發掘」，希望導向屬於意識形態批評的深層詮釋（張小虹，2002，頁 214）。但在此不是要引用 Baudrillard 的觀點去批評批評【康熙來了】的人，反之，Baudrillard 可以顯示出，有一種陳腐的媒體批評，經常具有 Baudrillard 的成分。

例如可就以下這篇針對 Makiyo 與日籍友人友寄隆輝及另外兩位藝人「湘瑩」和「丫子」痛毆計程車司機一案的批評，觀察其批評主體（中國時報，2012.02.12）：

...這樁不幸事件的確帶給社會許多省思。包括台灣演藝圈長期以廉價的製作，邀請通告藝人以辛辣話題或大爆個人與朋友隱私來拉抬收視率，致使並無特殊才華的藝人只因敢言、胡言或者曝露身材，就得以游走各大談話性節目，賺取通告費；甚至因此提高知名度，取得代言機會，有令人豔羨的收入現象，引起很多人不滿。

...外界難以接受 Makiyo 這種耍耍嘴皮、露露身材，就可以有大把鈔票輕鬆入袋的「通告咖」模式；因為上一次通告賺的比上班族一個月薪水還多，外界酸之為「憑什麼姐」。

...台灣的電視圈提供了這樣的環境，觀眾手上的遙控器對這種表演按了個讚，才使得 Makiyo 等類型的通告藝人前仆後繼。引發眾怒的 Makiyo 事件是否能夠促使影視界與觀眾針對台灣電視的製作心態與收視習慣，進行較為深刻的反省，恐怕還有待觀察。

從微觀至鉅觀，視 Makiyo 事件為一電視圈惡習縮影，拉進台灣演藝圈生態的結構性面向如經費、收視率導向、炒作短線、八卦、腥羶色等因素，為以上這

段媒體批評哲學主體用於制約客體的資源。

首先，可比較看看相似的批評，這種情況發生在 Ang (1982/1985, p. 88) 對於 *Dallas* 觀眾回函的研究，原先忠實粉絲回應中流露的悲劇感覺結構，在另外一批不喜愛 *Dallas* 的觀眾身上竟然完全消失，取而代之的是批評、不屑、挖苦、諷刺——這是一種大眾文化意識形態的顯露。台灣指向小 S 或【康熙來了】的批評，則往往頻繁地要想以結構性的觀點，將「談話性節目」歸納為一種容易預測、千篇一律、大同小異的類型，他們經常引述「名嘴亂象」、「八卦滿天飛」或「媒體亂源」等修辭，樹立起長考 (contemplation) / 散漫 (distraction)、學究 (academic) / 通俗 (popular) 的差異 (Morris, 1990, p. 24)，這類批評相當有虛無主義的色彩，詆毀「談話性節目」，形成了一種大眾文化的意識形態，一種「壞客體」(‘bad object’) (Ang, 1982/1985, p. 92, 94)：

被麻醉且遭迷惑的媒體滲透意識，連同景觀與影像，處於如此迷魅的狀態，依靠穩定界線、固定結構、共享一致意見的意義本身這項概念，在這種狀態中分解了。在此一令人警覺與新來的後現代狀態，指涉物、在背後的事物、在外界的事物，連同深度、本質與真實，全部消失，而隨著這種消失，所有潛在對立的可能性也絕跡了。如同擬象的增長，後現代狀態開始僅指涉**本身**：在無所不在的電視與意識的螢幕上，許多鏡子的一場嘉年華反映了從其他鏡子投射而來的影像…「大眾」與「沉默多數」困在擬象的無所不在，浸淫在沒有主旨或意義的媒體訊息，還有階級消失、政治死亡的大眾時代，而消除異化、解放與革命的大夢也消失了 (Kellner, 1994, pp. 9-10, 粗體為後來加上)。

但這樣的悲觀論點卻忽略，客體其實是可以被解讀成失控且獲得完全的勝利 (ibid., p. 15)，

主體這個現代哲學的寵兒最後在布希亞的形上學方案與客體勝利中被打敗了...客體因而是主體的致命所在 (fatality)。主體在在陳腐策略 (banal strategies) 中相信本身總是比客體還要聰明，然而客體在致命策略 (fatal strategies) 中總是被認為比主體要更狡猾、憤世嫉俗與高明 (Kellner, 1994, p. 16)。

Meaghan Morris 用致命的吸引力 (fatal charm) 與陳腐的誘惑 (banal seduction) 這樣一組詞彙來形容布希亞的致命策略理論 (Morris, 1990, p. 19)。布希亞則是以佚事來說明這組關係的寓意：一個男人嘗試去誘惑一個女人。女人在這個故事問男人：「我身上哪個部分，你覺得最性感？」男人回答：「妳的眼睛」。隔天，男人收到了一個信封，其中不是信，而是一雙血淋淋的眼睛。Baudrillard 對此佚事分析，這個女人所表現的明顯與直接，盜取了誘惑者的位置。女人像男人設法去陷她於羅網一般地，反變成了致命的誘惑者。這個故事的雙關語是：女人失去眼睛，男人則失去了臉（撇見女人的雙眼時，他無法不想起那雙取代了一封信的血淋淋雙眼）。這意味，一個陳腐的理論總假設主體是比主體更有力，但一個致命的理論卻曉得，一個客體總是比主體要來得更糟糕 (Morris, 1990, p.

20)。

因此，一個被主體認為是客體的客體，其實具有比主體更有毀滅性的潛力，這在本章運用上所期待的是一種另類的文化政治與顛覆性。

#### 4. 致命策略的積極性

在 Baudrillard 對於 Banal/fatal 的討論中，陳腐性 (banality) 與媒體的負面層次明顯有關，也就是過度的再現，極度的可見性，超載的資訊【康熙來了】與【娛樂百分百】就像一個隨時待命提供我娛樂的親密夥伴，但我同時也擔心康熙如此日復一日的話題是否形成一種意義的過剩，影像的徹底淫穢 (Morris, 1990, p. 19)，無止盡的娛樂消費，帶有後現代用了就丟、沒看可惜、不看倒也沒差的蒼涼。

但是致命策略強調，它就是要追循一個行動或軌跡到極限，並嘗試去逾越其限度。因此，它建議就盡情的去觀看。致命策略認為，這樣能超過所能想見的一切現度，並且能從而產生「不同的新東西」(Best & Kellner, 1991/朱元鴻等譯, 1994, 頁 166)。譬如，理論上大眾是位居過剩資訊的接收端，但大眾不盡然是悲觀的。Baudrillard 其實抱持正面的態度看待，其中的毀滅性力量是大眾的無意志性 (will-less-ness) 與被動性，大眾好比一個黑洞，帶著任何無意義或荒誕可笑的目的，盡情消費，吞沒 (engulf) 一切的意義 (Baudrillard, 1983, p. 9, 46; qtd. In Modleski, 1986, pp. 47-48)。

當媒體的介入與資訊的過剩使得意義消失，一切成為表象時，如果置身其中卻以陳腐的策略因應，那麼將無法對世界充斥擬仿資訊的這個趨勢產生任何的作用 (黃宗慧, 2007, 頁 91)。所以要如何以 Baudrillard 的客體致命策略來看待觀看【康熙來了】的大眾文化意識形態？假使我們願意拋開批評的主體，而任由客體擺布的話，或許反而可發現【康熙來了】其實也具有積極性。比方說自 2000 年以來，綜藝節目的陳腐性也已經明確被指出：搞笑、整人 (徐紀琿, 2001.01.18)、特技、恐怖箱、炒菜、尋人、高空彈跳 (徐紀琿, 2001.08.29)。婦女新知基金會在 2000 年 8 月舉辦「體檢電視綜藝節目」座談會，譴責綜藝節目充斥著性文化和性別歧視，尤其部份男主持人 (如吳宗憲) 所謂的幽默和專長，是發洩男性的集體慾望和意淫 (陳孝凡, 2000.08.20)。不過，

一位旁聽的學生特別為吳宗憲「喊冤」，認為成年人批評吳「教壞囡仔」，其實吳講的很多笑話都是學青少年的，他之所以受到青少年歡迎，其實是因為願意接收青少年資源。

在 Freud 看來，講笑話的目的並非單純詼諧，它大略可歸納成兩種目的，一是用作攻擊、諷刺或者防禦的敵意詼諧 (hostile joke)，二則是用來顯示性慾的淫穢詼諧 (obscene joke) (Freud, 1905/彭舜、楊韶剛譯, 2000, 頁 139)。但就這位學生的說法看來，吳宗憲的黃色笑話其實是反映民意。諸如指涉性愛的笑話或者猥褻的語言，其實反而有助發洩社會 (男性) 底層被壓抑的慾望。所謂的猥褻語 (smut)，是一種通過言語有意識地突出性事實或性關係。猥褻語通常



這樣針對：他對別人有性刺激，聽了這些猥褻語後，他就能意識到說話人的性興奮，其反應可能是羞澀亦或難堪。聽了猥褻語就發笑的人，與性攻擊性行為的旁觀者極為類似（Freud, 1905／彭舜、楊韶剛譯，2000，頁 139-140）。不過，問題在於這樣子的積極性是建立在重複保守的社會價值，譬如物化女性或父權對女性的性歧視，無視基本的兩性尊重（黃宗慧，2001，頁 229）。

【康熙來了】的積極性或許正在它的陳腐性。當陳腐性（banality）轉化成毀滅性（fatality）時，譬如，小 S 過往主持的【娛樂百分百】就被認為（卡維波，2004，頁 217）：

已經成為青少年建構次文化的一個媒介，[SOS 姊妹]在節目中不斷地重新界定主持人的『規矩言行』，是台灣電視史上最非正式化（informalization）的表演，挑戰著統電視主持的文明化規範。

小 S 自 1998 年至 2006 年主持【娛樂百分百】，並自 2004 年開始主持【康熙來了】至現在 2012 年。小 S 主持的是台灣電視史上的長壽節目，她個人主持風格的脫稿演出、賣弄風騷、戲劇性、好惡分明，使她具有類型感（generic），她本身做為明星／名人／藝人，已成為了一個陳腐的類型。【康熙來了】經常被認為是一個「整天在電視上嘻嘻哈哈」的節目。但這樣一個讓人笑不停、還有蔡康永、徐熙娣兩位主持人三不五時便在發笑的節目，與過往綜藝節目中的笑聲、笑話、笑點可說完全不同，如同本文的幾個對話分析的案例顯示，蔡康永與小 S 經常笑的是社會價值的錯亂衝突，或道德樊籬的塌陷失序，這相當讓他們感到愉快。而他們的笑，其實是某種政治姿態的展演。比方說，看到人摔著或在人行道跌了個踉蹌，容易使人忍不住發笑。這是因為發笑者在潛意識裡具有一種「看！我可沒被路上石子絆倒」、「我走得好筆直」、「不會蠢到摔跤」的驕傲（Baudelaire, 1995, p. 152）。在【康熙來了】，藝人分享糗事或出洋相而使全場哄堂大笑，是稀鬆平常的事。要讓蔡康永與小 S 覺得好笑並不容易，而他們的笑聲也絕不隨隨便便給予，反而是自有一套對事情的哲學。像蔡康永與小 S 就認為：

…活著很快樂，我們不想把活著搞成很嚴重的事情。…熙娣喜歡的大象，康永喜歡的長頸鹿，都沒有很嚴重的活著，牠們吃吃睡睡、追著伴侶亂跑，有時被嚇到就亂七八糟的命，被逮到就認了，大概就是這樣。人類也只是動物而言，人類也應該「大概就是這樣」的活著。所以康熙就來了（【康熙來了】節目製作小組，2005，頁 8）。

因此這樣一種面對社會的輕鬆態度，其實具有高度的政治性。他們的笑聲或笑話，不是要去訴諸語聽眾之間的共謀（collusion）或共識捷徑（short-cut to consensus），他們說笑話的方式反而是與聽眾撞擊（collision）、去刺激新的思考（Paton, 1988, 212, 215-216；轉引自黃宗慧，2001，頁 229）。像小 S 對於「台」這件事就早有一套獨道看法，並且無形中為「台」增加了更多開放性的定義。她談到台總是惹人發笑，早在 2002 年 11 月的【娛樂百分百】，小 S 就操台語杜撰「徐里長」這樣一個角色表演，諧擬某種女性草根政治人物的形象。不過小 S

之所以選擇「台」這項議題來搞笑，並不是想挑起諸如「省籍」等議題，並不想老生常談「『台客』原來是所謂『外省掛』對『本省人』的蔑稱，尤其是對於本省人『品味』或『美學』的歧視」（楊長鎮，2005.08.21）。



圖十七：「徐里長」以破台語唱「力麗家具」這首台語廣告曲  
資料來源：祝志傑（2006.09.15）

起先，台客這項議題是呈現著「正名」與「汙名」的辯證。「正名派」的包括伍佰等人，他在 2005 年 8 月台客搖滾演唱會提出「台客文藝復興」口號，旨在充滿驕傲地將原先俗、聳、沒水準的「台」給反轉成台灣在地自我認同的浪漫肯定。而「汙名派」則是如台灣北社、台灣教師協會等本土政治團體的強力呼籲，認為「台」的提出乃在歷史傷口灑鹽，忽略台客一詞夾帶的省籍與階級歧視（張小虹，2006，頁 89）。



圖十八：小 S 一身時髦講破台語，衝突再衝突  
資料來源：[http://ppt.cc/s\(kA](http://ppt.cc/s(kA)

不過台客的這些敏感面向都並非小 S 所要挑起的。另一個例子發生在 2011 年，該年度小 S 代言「明星三缺一」線上麻將，廠商為她量身打造了一支廣告，廣告裡的小 S 依然美麗明艷，但美麗的女明星在演藝圈並非新鮮事，小 S 這回還是引發了熱烈討論，因為她延續徐里長的路術，硬是用她自己的一口破台語來講廣告台詞。事實上原本這支廣告的台詞是國語，但小 S 在拍攝休息時拿腳本練習台語，被廣告商聽見，反倒感覺效果奇佳，但其實在拍攝時，攝影師還以為她講韓文（王雨晴，2011.01.22）。這台語到底破到什麼程度？基本上，若沒上字幕，可說是無法聽懂的。而也有許多年輕族群在網路上熱烈討論，認為這支廣告實在太好笑。這也形同一種年輕世代感覺結構的相通語言（same language），而這樣一種語言只會有一個特定世代內流通、理解，小 S 這支廣告若是給相較年輕世代老的一代來觀看，恐怕無法苟同這種破台語，不過也正是有這樣的差異，才間接被佐證為不同世代感覺結構的證據（Williams, 1961, p. 64）。

有沒有一種認同，在以上台客的正名或汙名這兩種詮釋中，是不選邊站的？有沒有一不想愛台灣也不想挑起省籍情結的可能？顯然小 S 故意扮演的這個穿起大件鮮黃宣傳服的「徐里長」，還有她一身勁裝在明星三缺一廣告中聽來四不像的語言，一邊操著破台語，一邊純粹藉由戲弄台的元素所造成的模仿失敗，來收得愉悅的效果，撇除政治化的路線。這種諧擬版本的台顯然召喚的是政治涉入感甚低的年輕族群，只要這鮮活的台客印象卻是清楚可被指認的，台就能有不帶政治存在的可能，不搞正名也絕非汙名，模仿台純粹是為了取得模仿過程中的偏差所造成的滑稽感覺。

Baudrillard 的那種對於媒體影像過剩的悲觀批評，事實上隱藏一種菁英主義——研究客體的菁英主義，它們永遠且主動地難以捉摸（Morris, 1990, p. 25）。也就是說研究客體的積極性不應該被誇張上綱。不過，以哲學批評主體所建立的充斥綜藝節目感覺結構與草莓族／新新人類感覺結構，兩者所生產出的論述與大眾文化意識形態，都傾向低估年輕世代這樣一種觀視身分的範疇所具有的客體毀滅性。

## 結語

論文題目反陳腐性（against banality）認為，將【康熙來了】視為一種陳腐的綜藝娛樂節目類型的，反倒才是一種陳腐的媒體，這種被堆砌出的陳腐性，有潛力可以放縱地從中取得愉悅以及更進一步的毀滅性。陳腐性與毀滅性這兩者是一線之隔，不僅是要反抗陳腐性，更也在反轉（reverse）陳腐性。

因此明星與社會經常處於彼此對抗與反對的連動狀態。支持、喜歡、在乎明星的可不是只有粉絲，持反對態度或是從骨子裡憎恨明星的，反而才說話更大聲。那爭論的焦點，還有社會所喋喋不休爭論的真與假問題的過程裡，往往不僅止於是否揭曉了是真是假。實際上，在評論真與假的同時，公共論述經常是以動員了道德的情緒來加以評判。綜藝節目與談話性節目不就被認為是一種「亂源」？那些媒體批評的修辭如八卦、腥羶色、灑狗血、無聊、抄襲等，從十幾二十年前的【黃金拍檔】一直到現在播出中的【康熙來了】，都是仍舊沿用的面孔。這並非責備語文造詣，而是說明綜藝節目與談話性節目做為一種類型所處的一種感覺結構。

當這些感覺結構被描述出，卻也只是片面的事實。如同 Dyer 認為的，明星與名人之所以具備吸引社會與大眾的能耐，正在於明星引發了想讓人窺探舞台幕後的慾望。況且明星本真性的討論也已顯示，明星天生便具有矛盾性質。明星的真面目、私底下的明星是如何，容易使人又質疑又好奇，而明星如果越想表現那一份的「真」，卻常常又讓人覺得有種假以亂真、真真假假之感（最明顯的例子便是「真人」實境秀這種節目類型及其感到「真的很假」的反應）。看看那些八卦文化、腥羶色的新聞、名人醜聞、緋聞，構成了衛道人士眼中一幅幅十足亂象的光景。不過明星卻又一次次藉以維持充沛的魅力，觀眾也在一篇篇的新聞報導與雜誌專題中渴望著明星。這證實，不管是綜藝節目或談話性節目也好，明星皆為當中靈魂人物。

就明星史的角度而言，蔡康永與小 S 本身做為電視人物的主持風格與人格特色經常被描述成亦莊亦諧，譬如「頑童」蔡康永與「搞怪」小 S，如此的語彙也經常被沿用至【康熙來了】的修辭，這是明星與類型兩種分析範疇的相互作用，明星自己選擇了最適合他們本身的表達形式。

為何綜藝節目需要與談話性節目做出區分？【康熙來了】做為一種「綜藝談話性」類型的節目有必要大驚小怪嗎？原因正在於道德的觀感與評價皆具有落差。綜藝節目從吳宗憲等人開始，背負了很差的道德聲譽，而蔡康永所主持的談話性節目，其訪談的元素讓這種類型具有正面的意義。於是乎大眾在康熙來了從 2004 年開播至 2007 年間（形式逐漸產生變化），能夠兼容並蓄地看待這種走輕鬆搞笑路線的談話性節目，金鐘獎的幾次入圍與得獎也說明該節目的確在類型的角度上突破了綜藝節目（搞笑、整人）與談話訪談性節目（深情、淚水）的窠臼。



所以笑聲的政治是什麼樣的政治？其實，就是面對複雜或嚴肅的社會議題採取一笑置之的態度——譬如，小 S 問道，高貴的孫芸芸竟然也會吃豬血糕，但她為什麼自己問完之後要笑？顯然便是小 S 意識到，孫芸芸這種交叉了數個二元對立（高／社會位階；陰柔／粗魯的女性特質；美／醜）的人物，到頭來也還是啃起一支幾十塊錢的平民食物。因此這樣的笑聲是在笑權力落差的瓦解，更在笑孫芸芸的裝模作樣，還有孫芸芸這番裝模作樣在電視上被解構之後的尷尬。

分析電視上的對話與笑聲能採用對話分析去看綜藝節目表現手法。對話分析的原則是環境中話語的一來一往均須如實呈現，搶話與插話，或是笑聲、掌聲，均是留心的重點，這剛好非常適用於吵雜的綜藝談話性節目——「一團人搞在一起」般地七嘴八舌——這種類型。可是正是這群藝人凌亂繁雜的可以，話題葷腥不忌的徹底，才正好形成了一種類型。然而類型卻又關乎文本特質、文化工業、閱聽眾，類型一旦潛移默化成為一種可重複、可按表操課、可炮製的文化常規，它將為文化工業帶來定心的作用，因為好的且受歡迎的類型意味著閱聽眾的買單，聰明地利用類型便成為一件利多之事。不過類型的文本特質卻又在閱聽眾的接收層面上形成另一個爭議中的論述場域。最被集中攻擊的便是類型逐漸陳腐化的過程，綜藝談話性節目老套地日復一日在電視螢光幕前播送，聊吃、喝、玩、睡。

可是這樣子被認為很糟糕的一個類型，還是很「好笑」。因此我在觀看的過程中自覺這是一個不安的笑聲。所以最後一章從笑點出發討論好笑與不好笑這件事是如何牽涉到一種類型上的觀感，因為綜藝節目與談話性節目還有綜藝談話性節目的文本特質必須分開來談。而也正是在這樣一的切割動作中，發現到不同世代（不同觀視身分）具有不同的感覺結構，過往文獻曾經指出，電視節目不是任何觀眾都能「看懂」的，必須是具備特殊知識的觀眾才能夠理解，才會哭笑動容，觀視身分在這樣一個問題意識才被質疑，清楚的是，【康熙來了】的收視群正是年輕族群，只是這一番話往往更多在意指著一種不務正業、盡情享樂、嘻嘻哈哈的敗壞。

因而如果誠如 Williams 所說的，不同世代之間具有的互通語言經常是無法讓所屬世代以外的人理解的話，康熙來了所遭受的撻伐，恐怕也情有可原。只是在接受這樣的道德評價時，康熙來了具有的正面性經常被遮蔽，它顯得極為瑣碎而缺乏營養。當然，台灣的演藝圈與文化工業處在那些結構性因素，如短線、炒作、成本低廉、預算吃緊等被點出之後，絕對也被期望在根本處能有一番改革。只是這種批評一再的出現，也具有問題，因為它太有一次到位的烏托邦色彩存在，而認為所有的複雜再現系統能夠由一個環節來連動性地扭轉。這也是需要以觀視身分的角度去研究觀看一事的原因——觀視身分不僅注重觀眾的解讀，更關乎文本的那一端本身所建構出的觀視身分，拋開理論的夾槓來說，其實就是生產端心目中所呈現、想像、斷定的閱聽眾。前述的文獻曾經指出，觀眾也是整個演藝圈沉淪的「共犯」，因為若是沒有觀眾收看，節目無法運作，

但收視率以數字說明觀眾喜好重口味，偏愛麻辣話題，報紙社會版盡是殺人放火，電視綜藝節目則都是罵人或笑人，而這就是綜藝節目與談話性節目所建構的觀視身分。那麼問題便在於這些觀視身分具有的道德聲譽並不高，因此當其經常面對到道德聲譽形成的壓迫與階序力量，可它卻非常真實，不是 Baudrillard 諷刺的真實，而是相對於陳腐媒體批評希望的清淨媒體環境的真實。

最後，一再強調【康熙來了】具有另類政治與顛覆性，這看在某些衛道人士的眼裡，恐怕一派胡言，但如前些章節分析的，他們雖整天在節目上與一群藝人嘻嘻哈哈，但他們往往是有意味的笑、有姿態的在笑。用 Sontag 在〈假仙筆記〉（'Notes on camp'）最後第 58 個筆記的話來說，【康熙來了】是好的，因為它糟透了（It's good because it's awful）（Sontag, 2001/1966, p. 292）。這便是蔡康永與小 S 心中最終的聲明<sup>50</sup>。

---

<sup>50</sup> 假仙可說是一種難以形容的感受力（sensibility），簡言之，它是一種品味（taste），但卻是一種道德的溶解劑，能夠調和道德的憤怒，提倡嬉鬧，像那種會寫出「我所看過的十大爛片」電影批評的人，就具有假仙品味（Sontag, 2001/1966, p. 275, 278, 290）。蔡康永與小 S 具有假仙的品味，原因在於他們想要把嚴肅性給罷免，但是他們具有一種與所謂的「嚴肅」要更為複雜的關聯，對他們而言，輕佻瑣碎的事物何嘗與嚴肅無關，反過來說，很多嚴肅的事物可能跟輕佻瑣碎的事物才真正有關（ibid. p. 288），而以他們所開創的一個綜藝談話性節目的類型看來，嚴肅與輕佻是並重的，但若問道如何評判何謂嚴肅輕佻，他們大概只會尷尬地一笑！

## 參考文獻

- SOS (1997)。《SOS 超猛青春》。台北：皇冠。
- SOS (1998)。《SOS 東京拼裝大地圖》。台北：平裝本。
- Mai, E. (2010)。〈小 S 徐熙娣：惡女良妻〉，《ELLE 她雜誌》，No. 222。
- mytube (2008)〈談話性綜藝節目〉。上網日期：2012 年 7 月 6 日。取自 <http://blog.yam.com/mytube/article/16531080>
- 〈〈玉玲瓏〉發燒，復古風狂掃，〈超級星期天〉直墜谷底〉(2001.06.03)。《獨家報導周刊》。
- 〈日本綜藝清倉 台灣綜藝接手〉(2001.03.18)。《獨家報導周刊》。
- 〈名嘴汨濫只是媒體慘況的前奏〉(2012.07.17)，《立報》。
- 〈電視金鐘獎入圍名單〉(2000.09.04)。《台灣日報》，15 版。
- 〈Makiyo 事件 暴露電視圈惡習〉(2012.02.12)，《中國時報》，A17 版。
- 【康熙來了】節目製作小組(2005)。《康熙來了》，台北：平裝本。
- 小 S (2009)。《心機母女》。台北：平裝本
- 王雨晴 (2006.12.19)。〈綜藝節目競爭激烈 主持人各擅勝場〉，《中國時報》，D3 版。
- 王雨晴 (2008.06.11)。〈《大賤諜》打敗《大小愛吃》 《B 咖》小甜甜 放話為小 S 復仇〉，《中國時報》，D1 版。
- 王雨晴 (2008.06.16)。〈王偉忠：康永小 S 「不像樣」 才子 vs.無厘頭美眉 反讓節目更好玩〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴 (2008.06.16)。〈王偉忠：康永小 S 「不像樣」 才子 vs.無厘頭美眉 反讓節目更好玩〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴 (2008.06.16)。〈綠葉陳漢典 最愛挨小 S 罵 為節目扮李小龍 反被星爺當怪人〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴 (2008.07.21)。〈「B 段班」搶攻綜藝 A 咖賀詞比酸〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴 (2008.11.13)。〈小 S 請辭《星光》 蔡康永同進退 建議找吳宗憲阿雅 沈春華幫忙代班〉，《中國時報》，D4 版。
- 王雨晴 (2009.03.11)。〈《康熙》禁挖「不能說的祕密」 姓名寫本子 影射某藝人 詹仁雄下令停錄〉，《中國時報》，D4 版。
- 王雨晴 (2009.07.02)。〈草蜢金曲秀 被陳珊妮冷表情嚇到 藍正龍陳喬恩臭臉 小 S 猛虧〉，《中國時報》，D2 版。
- 王雨晴 (2009.09.12)。〈有志一同 蔡康永挑戰傳統 不想訪問大人物 看飆未來有共鳴 主持不怕被說八卦〉，《中國時報》，D3 版。
- 王雨晴 (2009.11.25)。〈10 點綜藝 No.1 巫啟賢把妹 撇小 S 選王若琳 《康

- 熙》大勝《誰當家》 收視多一百萬人次》，《中國時報》，D2 版。
- 王雨晴（2011.01.22）。〈小 S 破台語像韓文 金主就愛這調調 開年添廣告 吸金約 2 千萬〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴（2011.01.22）。〈小 S 破台語像韓文 金主就愛這調調 開年添廣告 吸金約 2 千萬〉，《中國時報》，D6 版。
- 王雨晴（2012.05.30）。〈小 S 返《康熙》收視有線綜藝 No.1 微博粉絲破 2000 萬 華人明星第 2 名〉，《中國時報》，D5 版。
- 王偉忠、吳承樺（製作人）（2005 年 9 月 27 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄（製作人）（2007 年 1 月 12 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄（製作人）（2009 年 4 月 29 日）。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄（製作人）（2011 年 8 月 9 日）。大學生了沒。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄、孫樂欣（製作人）（2008 年 7 月 16 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄、陳彥銘（製作人）（2011 年 8 月 31 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄、劉德蕙（製作人）（2004 年 1 月 15 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王偉忠、詹仁雄、劉德蕙（製作人）（2004 年 5 月 3 日）。康熙來了。台北：中天電視股份有限公司。
- 王筱瑞（2000.07.13）。〈姊妹花 向姐妹淘叫陣〉，《聯合晚報》，10 版。
- 王曉晴（2009）。〈只要不搞砸人生，什麼我都能接受 順勢改變 徐熙娣〉，《Cheers 雜誌》，No. 100。
- 卡維波（2001.08.13）。〈後院偷拍 戳破偽善面目〉，《中國時報》，15 版。
- 卡維波（2004）。〈公共電視與公關電視〉，甯應斌（編），《身體政治與媒體批判》，頁 213-226。中壢市：中央大學性／別研究室。
- 朱元鴻等譯（1994）。《後現代理論：批判的質疑》。台北市：巨流。（原書 Best, S. & Kellner, D. [1991]. *Postmodern theory: Critical interrogations*. New York: The Guilford Press.）
- 朱梅芳（2002.05.11）。〈另類 ASOS，百戰百勝衣點靈；每周送衣給觀眾，口直心快成特色，主持娛樂百分百，收視率所向無敵〉，《中時晚報》，星話麻辣燙。
- 朱梅芳（2004.12.30）。〈OL 最哈「韓」劇青少年喜歡「康熙」和兩代〉，《中國時報》，D2 版。
- 朱梅芳（2005.11.13）。〈綜藝、歌唱音樂節目 清音樂無敵手 康熙搭配完美討喜〉，

- 《中國時報》，D2 版。
- 朱梅芳 (2006.12.21)。〈「國光幫」惹麻煩 「大哥大」1 票險勝 「乃城」默契佳 「康熙」表現不如過往〉，《中國時報》，D6 版。
- 朱梅芳 (2010.10.12)。〈狄鶯：娶曾雅蘭 最沒福氣 批她靠講侯昌明壞話出名〉，《中國時報》，D1 版。
- 朱錦華 (2011.09.26)。〈你 Hold 得住嗎？〉，《聯合報》，R16 版。
- 何春蕤 (1995)。〈秦晴、陳文茜、黎明柔——聲音表演的性別政治〉，黎明柔(著)，《非常話題·我爸跳起來》，頁 2-5。台北：商周文化。
- 何春蕤 (2004)。〈綜藝節目是性剝削嗎？——反對媒體分級制度〉，甯應斌(編)，《身體政治與媒體批判》，頁 227-233。中壢市：中央大學性／別研究室。
- 何軒憶 (2003.11.01)。〈金鐘亂「獎」！拿榴槤比九層塔〉，《聯合報》，D4 版。
- 吳永佳 (2010)。〈你怎麼說話，決定你是誰〉，《Cheers 雜誌》，No. 118。
- 吳素柔 (2000.10.11)。〈陶晶瑩主持記者會一把罩 問的問題比記者勁爆〉，《中央通訊社》。
- 吳素柔 (2000.10.25)。〈影劇圈多事之秋 演藝風氣有待各界向上提升〉，《中央通訊社》。
- 吳素柔 (2003.09.24)。〈電視金鐘獎公佈入圍名單〉，《中央通訊社》。
- 吳翠珍 (1999)。〈兒童牛肉場〉，《廣電人》，no. 51。
- 吳禮強 (2012.02.08)。〈以前看會不會 現在拚敢不敢 通告藝人浮濫 成娛樂圈亂源〉，《中國時報》，A3 版。
- 呂盈潔 (2012.02.10)。〈Ma 鬧事波及蔡康永 陶子緩頰兩碼事〉，《聯合報》，C2 版。
- 宋小海、李應平 (2007.06.05)。〈龍應台 vs. 林懷民 台灣的文化力在哪裡？〉，《中國時報》，E7 版。
- 宋志民、洪秀瑛 (2009.03.13)。〈「康熙」未爆彈 批踢踢按圖索驥 Makiyo 爆料不指名 網友大解碼 楊丞琳放冷箭？稱不回應天馬行空的想像〉，《中國時報》，D2 版。
- 宋志民、洪秀瑛 (2009.03.13)。〈「康熙」未爆彈 批踢踢按圖索驥 Makiyo 爆料不指名 網友大解碼 楊丞琳放冷箭？稱不回應天馬行空的想像〉，《中國時報》，D2 版。
- 李天保 (2000.10.07)。〈金鐘獎綜藝戲劇新聞熱門獎項 得獎者實至名歸〉，《中央通訊社》。
- 李天保 (2001.09.29)。〈電視金鐘重要獎項獲獎者評審認真實至名歸〉，《中央通訊社》。
- 李天鐸譯 (1993)。〈類型研究與電視〉，R. C. Allen (編)，《電視與當代批評理論》，頁 131-153。台北市：遠流。(原文 Feuer, J. (1987). Genre study and television. In R. C. Allen (Ed.), *Channels of discourse: Television and contemporary criticism* (pp. 113-133). London: Methuen.)

- 李安君 (2004.03.24)。〈網友都說：小 S 真性感 她改走豔星路線 再跳「徐老師」？ 她會害羞〉，《中國時報》，D6 版。
- 李安君 (2004.04.11)。〈大小 S 大膽 媽媽捏冷汗 她們挺藍 媽媽找保鏢 她們批布袋戲 王偉忠猛哈腰〉，《中時晚報》，6 版。
- 李安君 (2005.07.09)。〈「國光幫幫忙」紅翻天 廣告、戲劇都上門 庹宗康、屈中恆、孫鵬 脫光光撈錢〉，《中國時報》，D2 版。
- 李性蓁 (2006.01.06)。〈電力蔡康永〉，《中國時報》，E7 版。
- 汪宜儒 (2006.12.07)。〈上「康熙來了」難招架辛辣話題 ELVA 怕卸妝 更勝聊情傷〉，《中國時報》，D8 版。
- 沈國屏 (1997)。〈張菲：我是非常有文化的人 大家應該視我為國寶〉，《新新聞》，No. 518, 519 (合刊)。
- 周嘉瑩 (2008.07.10)。〈金城武太帥 林志玲看呆心動〉，《聯合報》，D2 版。
- 林玉梅 (2007)。《台灣同性戀商品化現象初探—以《兩代電力公司》及《麻辣天后宮》為例》，輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 林宇玲 (2002)。《電視綜藝節目的性別反串文化》。台北：華之鳳科技。
- 林安寧 (1995.07.22)。〈非常話題 非常聳動 節目中她問：你會捉姦嗎？〉，《中國時報》，21 版。
- 林妤函 (2011)。《女性當家？—談話性節目《今晚誰當家》中的大老婆意識與當代儒家式的「家庭」展演》，臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 林延瑜 (2007)。《倚坐歌仔戲窗口思索舞台上顛鸞倒鳳的成因》，政治大學新聞研究所碩士論文。
- 林芳玫 (1999)。〈惡質綜藝節目把台灣變成虐待狂與被虐待狂國度〉，《廣電人》，No. 49。
- 林南谷 (1999)。〈日本節目擄獲民眾芳心〉，《廣電人》，No. 51。
- 林淑燕 (2004.12.22)。〈逆向思考 帶來無限想像空間〉，《工商時報》，31 版。
- 林富美 (2006)。《台灣新聞工作者與藝人：解析市場經濟下的文化勞動》。台北市：秀威資訊科技。
- 林富美 (2006)。《台灣新聞工作者與藝人：解析市場經濟下的文化勞動》。台北市：秀威資訊科技。
- 林瑞益 (2000.09.26)。〈金鐘獎系列—綜藝節目獎口味多元化評審取捨難〉，《台灣日報》，15 版。
- 林瑞益 (2002.08.27)。〈91 年電視金鐘獎入圍名單〉，《台灣日報》，23 版。
- 邱家宜 (2000)。〈當吳宗憲現象變成新新聞現象〉，《目擊者》，Vol. 19。
- 邱莉玲 (2004.08.20)。〈消費族群顯像 當迷世代的笨化與衝突(上) 青少年酷文化報告以及廣告行銷上的運用〉，《工商時報》，31 版。
- 柯裕棻 (2003)。《青春無法歸類》。台北市：大塊文化。
- 柯裕棻 (2008)。〈電視的政治與論述：一九六〇年代台灣的電視設置過程〉，《台灣社會研究季刊》，69: 107-138。



- 洪秀瑛(2005.06.03)。  
〈那裡買衣？幾點起床？早餐吃什麼... 不談政治 話家常〉，  
《中國時報》，02 版。
- 紀璋(2011.07.04)。  
〈秀場三十年看盡人間滄桑〉，《蘋果日報》，A15 版。
- 胡乃文(2012.03.07)。  
〈談話節目蓬勃 影響層面廣〉，《喀報》。
- 胡乃文(2012.03.16)。  
〈談話性節目 本質在哪裡〉，《喀報》。
- 胡婉玲(製作人)(2009 年 8 月 30 日)。  
台灣演義。台北：民視電視股份有限公司。
- 孫榮光(2009)。  
《電視綜藝性談話節目的客家再現：以《康熙來了》、《國光幫幫忙》、《大小愛吃》、《冰火五重天》為例》(行政院客家委員會補助大學校院發展客家學術機構研究計畫)。
- 徐紀琿(1988.06.01)。  
〈黃子佼、陶晶瑩、卜學亮全靠她一手拉拔 張小燕淨說忠言為徒護短 樂當老母雞〉，《中國時報》，28 版。
- 徐紀琿(1999.12.28)。  
〈電視綜藝 四分天下：張菲重整旗鼓、吳宗憲穩住江山 就看明年〉，《中國時報》，26 版。
- 徐紀琿(2001.01.18)。  
〈祖武配阿雅 SOS 搭哈林：老葉配嫩枝 綜藝主持新鮮事〉，《中國時報》，26 版。
- 徐紀琿(2001.02.25)。  
〈何處是藝人的家〉，《中國時報》，26 版。
- 徐紀琿(2001.08.29)。  
〈是找人還是愚人？綜藝節目一窩蜂 誰把觀眾當豬頭〉，  
《中國時報》，28 版。
- 徐熙娣(2002)。  
《小 S 牙套日記》。台北：平裝本。
- 徐熙娣(2002a)。  
《徐老師一分鐘瘦身操》。台北：巧伯特。
- 徐熙娣(2006)。  
《小 S 之懷孕日記》。台北：時周。
- 柴智屏(2000)。  
〈綜藝節目的創意與製作〉，《廣電人》，No. 62。
- 祝志傑(製作人)(1998 年 3 月 16 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 祝志傑(製作人)(2001 年 1 月 10 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 祝志傑(製作人)(2001 年 2 月 7 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 祝志傑(製作人)(2004 年 1 月 2 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 祝志傑(製作人)(2006 年 9 月 15 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 祝志傑(製作人)(2006 年 9 月 16 日)。  
娛樂百分百。台北：八大電視股份有限公司。
- 袁蕾、張健(2005.07.21)。  
〈真情下台 搞怪當道 電視媒體：娛樂到“底”？〉，《南方周末》。
- 馬婷(2012.10.26)。  
〈台灣綜藝圈“三王一后”時代終結 便宜好用的新人逐漸上



- 位》，《信息時報》，C3 版。
- 張小虹（2002）。《在百貨公司遇見狼》，台北市：聯合文學。
- 張小虹（2006）。〈我們都似台灣人〉，《中外文學》，35(6): 85-134。
- 張文輝（2004.09.16）。〈中天爆烏龍 金鐘獎 ”康熙”不來了〉，《聯合報》，D1 版。
- 張守一（1999.05.07）。〈王偉忠組幫派當老大?：綜藝界「家族」愈來愈多 排擠現象浮出檯面〉，《中國時報》，26 版。
- 張孝勳（1999.04.18）。〈小燕家族〉，《中時晚報》。
- 張孝勳（1999.07.12）。〈藝人單兵作戰的時代已經過去了!〉，《中晚時報》。
- 張芳榮（2002.05.24）。〈陶晶瑩 性愛告白：交男友最在意那話兒長短 鼓勵婚前先試試 Size 合不合〉，《獨家報導周刊》。
- 張芳榮（2003.02.07）。〈大哥大出招 張菲周日開新節目封殺張小燕〉，《獨家報導周刊》，二月號。
- 張夢瑞（2004）。〈錦歌繁弦夢一場——「秀場文化」話滄桑〉，《光華雜誌》，Vol. 29, No. 2，本土文化專欄。
- 曹秀雲（2004.08.20）。〈怪巧丫 一肚子「大便」 八歲至廿歲當迷兒 看似笨又不笨 懶散卻認真〉，《中國時報》，A7 版。
- 曹烜（2012）。〈守倫理知分寸 日本名嘴不亂講〉，《全球中央雜誌》，no. 45。
- 曹衛東等譯（2001）。《公共領域的結構轉型》。臺北市：聯經。（原書 Habermas, J. [1989]. *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* [Thomas Burger in association with Frederick Lawrence, Trans.]. Cambridge: the MIT P.）
- 梁岱琦（1994.8.1）。〈不當'花瓶' 想當'水桶' 徐氏姊妹 展露作詞才華〉，《聯合晚報》，9 版。
- 粘嫦鈺等人（2000.09.04）。〈今年評審有共識：不要蛋白質〉，《聯合報》，D2 版。
- 許若薇（1996.10.04）。〈歌壇新世代青春偶像 SOS 徐氏姊妹，確定月底將主持中視新綜〉，《中時晚報》。
- 郭力昕（2004.06.19）。〈敢於相信台灣、想像未來〉，《中國時報》，A4 版。
- 陳世昌（2003.12.17）。〈小 S 配蔡康永 全家都說讚!〉，《中國時報》，D2 版。
- 陳世昌（2004.04.08）。〈康康評比綜藝天王 張菲是高等貨 吳宗憲最搞笑〉，《中國時報》，D8 版。
- 陳世昌（2004.04.27）。〈蔡康永撐腰 花瓶小 S 直說好賺〉，《中國時報》，D1 版。
- 陳世昌（2005.01.29）。〈康熙今年肯定不會跳槽〉，《中國時報》，D6 版。
- 陳世昌（2005.03.24）。〈中天付千萬酬勞 續訂小 S 一年〉，《中國時報》，D2 版。
- 陳世昌（2006.09.01）。〈小 S 含淚告別「娛百」〉，《中國時報》，D2 版。
- 陳世昌（2006.10.12）。〈康熙卸妝比賽 女藝人真敢! 周采詩「素顏」 嚇壞小 S 小禎熊貓眼 想放棄通告費走人〉，《中國時報》，D1 版。

- 陳世昌 (2006.10.28)。〈入圍金鐘獎主持人 小S、蔡康永一吐怨氣 得獎充滿期待 等著和林志玲競豔〉，《中國時報》，D2 版。
- 陳世昌、王雨晴 (2006.06.01)。〈各台一姊 皆具「后」望 誰是張小燕接班人？答案是...〉，《中國時報》，D4 版。
- 陳世昌、黃尚智 (2004.11.26)。〈綜藝二王一后初聚首 名嘴加入 都是強對手〉，《中國時報》，D4 版。
- 陳光興 (2001)。《消失的國界？全球化，民族國家與文化形式——全球化與消費社會的形成：南韓與台灣的比較研究 (2/2)》。(國科會專題研究計畫成果報告，：NSC89-2412-H-007-009-K9)。新竹：清華大學外國語文學系。
- 陳孝凡 (2000.08.20)。〈專家學者體檢電視綜藝節目 胡淑雯：充斥性別歧視 林照真：消費者是共犯結構〉，《中國時報》，26 版。
- 陳怡潔 (2010)。《台灣綜藝節目的性別呈現與媒體規範——以康熙來了為例》，政治大學新聞學系碩士論文。
- 陳旻宏 (2005)。〈台灣綜藝談話性節目之娛樂探討~以「康熙來了」為例〉，《網路社會學通訊期刊》，No. 49。
- 陳芳旒 (n.d.)。〈帶出台灣談話節目新趨勢〉。取自《經理人月刊》，網址 <http://www.managertoday.com.tw/?p=813>
- 陳映如 (2000.09.04)。〈有線電視台出頭公視包辦近三分之一入圍獎項吳宗憲上榜惹爭議〉，《台灣日報》，15 版。
- 陳盈紡 (2001.08.20)。〈九十年電視金鐘獎入圍名單〉，《台灣日報》，21 版。
- 陳德愉 (1997)。〈上電視公開隱私成新流行 綜藝節目又出現抄襲風〉，《新新聞》，No. 520。
- 陳薇后 (2003.01.05)。〈葷素不忌「雜食性」媒體人——蔡康永〉，《經濟日報》，23 版。
- 陳麗芬 (執行製作人) (2005 年 4 月 6 日)。真情指數。台北：聯意製作股份有限公司。
- 彭舜、楊韶剛譯 (2000)。《詼諧與潛意識的關係》，臺北市：知書房。(原書 Freud, S. [1905]. *Der Witz und seine Beziehung zum unbewussten.*)
- 曾珮玟 (2003.09.25)。〈綜藝大哥大痛批金鐘 吳宗憲責評審忘了小市民 張菲指綜藝與談話性節目亂混一通〉，《台灣日報》，23 版。
- 曾偉禎等譯 (1997)。《女性與電影：攝影機前後的女性》。台北市：遠流。(原書 Kaplan, E. A. (1983). *Women anf films: Both sides of camera.* New York: Routledge.)
- 黃宗慧 (2001)。〈性、笑話、潛意識：從精神分析的觀點看淫穢笑話的愉悅／踰越性〉，《中外文學》，30(3): 205-232。
- 黃宗慧 (2004.09.06)。〈惡搞文化來了？〉，《中國時報》，A15 版。
- 黃宗慧 (2007)。〈愛美有理、奢華無罪？從台灣社會的皮草時尚風談自戀、誘

- 惑與享受》，《臺灣社會研究季刊》，65: 67-116。
- 黃尚智（2005.10.13）。〈獎項分不清 綜藝人也苦〉，《中國日報》，A5 版。
- 黃尚智（2005.11.14）。〈金鐘爆爭議 張菲轟評審、蔡康永 不滿大哥大被批老掉牙、指蔡未出席 欠缺競賽精神〉，《中國時報》，D6 版。
- 黃尚智（2006.01.21）。〈預測 2006 最「尤」綜藝 4 製作人鐵口直斷〉，《中國時報》，D7 版。
- 黃尚智、陳世昌（2005.11.13）。〈康熙中了！小 S 喜極而泣 菲哥難破魔咒 當場翻白眼〉，《中國時報》，D2 版。
- 黃威融（1997）。〈小心！電視遙控器上的每個按鈕都在引爆商戰〉，《新新聞》，No. 520。
- 黃葳威（2009）。《我國電視節目內容之性別議題表現案例分析》（國家通訊傳播委員會 98 年度委託研究報告，GRB 之系統編號：PG9808-0194）。
- 楊芳枝（2004）。〈美麗壞女人：流行女性主義的歷史建構政治〉，謝臥龍（編），《知識型構中性別與權力的思想與辯證》，頁 455-485。台北市：唐山。
- 楊長鎮（2005.08.21）。〈從 Negro 到土台客〉，《中國時報》，A15 版。
- 楊瑪利（2002）。〈弱智媒體：大家一起來誤國？〉，《天下雜誌》，No. 251。
- 萬年生（2012）。〈你仍有夢想，卻害怕去實現？ 主持天后小 S：永遠要有 16 歲不顧一切的勇氣〉，《商業週刊》，No. 1273, April。
- 葉君遠（2003.10.01）。〈菲哥批金鐘評審：從上而下的傲慢〉，《聯合報》，D2 版。
- 葉君遠（2003.11.02）。〈格局太小 小心被邊緣化〉，《聯合報》，D2 版。
- 葉君遠（2005.05.31）。〈小 S 抱球步紅毯？訂婚、結婚下月完成 懷孕沒？她說是今年最大目標〉，《聯合報》，D1 版。
- 葉君遠（2007.03.22）。〈製作現瓶頸 「女狼俱樂部」收攤 戈偉如、苗可麗驚訝：怎會這樣？〉，《中國時報》，D6 版。
- 葉君遠（2007.04.19）。〈網路爆紅揚名大陸「康熙」立足台灣 對岸大獎送上門〉，《中國時報》，D2 版。
- 葉君遠（2008.03.23）。〈宣傳期的藝人通告費低，一次 1350 元〉，D6 版。
- 葉君遠（2008.07.20）。〈任人蹂躪惦惦賺 王彩樺 月跑 50 通告 吞蟲扮醜 年撈 700 萬〉，D6 版。
- 葉君遠（2008.07.22）。〈她說的與事實有出入 張菲願與羅霈穎對質十年仇 點頭當通告藝人 喊價 8~12 萬〉，D3 版。
- 葉君遠（2008.08.04）。〈吳宗憲跑通告賺外快 6 萬元起跳〉，D1 版。
- 葉君遠（2009.06.04）。〈小 S 撲上趙又廷 趙樹海說教滅慾火〉，《中國時報》，D5 版。
- 葉君遠（2011.04.27）。〈被選為最不想看的藝人馬國賢當場變臉〉，《聯合報》，C3 版。
- 葉君遠（2012.03.03）。〈談話節目避談喝酒、夜店 民怨沸騰「麻辣天后宮」、「康

- 熙來了」、「國光幫幫忙」… 沒節目敢再觸碰荒唐醉事》，《聯合報》，C2 版。
- 葉君遠（2012.03.05）。〈岳母嫌醜又摳門 黃國倫沒面子〉，《聯合報》，C2 版。
- 葉雅竹（2010）。〈30 代：幸福二次方——小 S 徐熙娣〉，《with 與妳時尚國際中文版》，No. 73。
- 廖蒼松（1997）。〈綜藝節目類研討記錄（金鐘獎薪傳研討會特別企劃）〉，《廣電人》，No. 30。
- 管中祥（2002.05.23）。〈「馬妞報報」精神長存〉，《立報》。
- 管中祥（2004.04.08）。〈誰需要金鐘獎〉，《台灣立報》，2 版。
- 管中祥（2005.05.14）。〈祖師爺光彩謝幕，綜藝節目能否好走？〉，《媒體小舖電子報》。取自 <http://enews.url.com.tw/enews/33210#sec1>
- 劉子鳳（1994.11.29）。〈徐氏姊妹 課業 SOS〉，《聯合晚報》，11 版。
- 劉復亭、溫懷智（監製）（2004 年 5 月 22 日）。兩代電力公司。台北：聯意製作股份有限公司。
- 蔡康永（2009.07.17）。〈我還是會用「娘」字〉，《中國時報》，A24 版。
- 蔡康永（2010）。《蔡康永的說話之道》。台北市：如何。
- 蔡菁怡（2012.02.11）。〈網友轟康熙 王偉忠：沒事可愛 出事變可恨〉，《聯合報》，C2 版。
- 鄭郁欣譯（2009）。《笑聲與嘲弄：幽默的社會批判》。台北：韋伯文化。（原書 Billig, M. [2005]. *Laughter and ridicule: Towards a social critique of humour*. London: Sage.）
- 盧非易（2001）。《台灣電視節目資料庫之建構與節目類型變遷初探（2/2）》。（國科會專題研究計畫成果報告，NSC 89-2412-H-004-033, NSC 90-2412-H-004-004）。臺北：政治大學廣播電視學系。
- 盧智芳（2004a）。〈反著看他，就對了〉，《Cheers 雜誌》，No. 42。
- 盧智芳（2004b）。〈蔡康永談蔡康永〉，《Cheers 雜誌》，No. 42。
- 蕭蔓（1996）。〈序：要學壞，哪需要黎明柔！〉，黎明柔（著），《非常話題 2：做愛做的事》，頁 24-26。台北：商周文化。
- 鍾起惠（1997）。〈談話性新聞節目分析〉，《廣電人》，No. 30。
- 鍾智凱（2012 年 7 月）。〈Bobee/Bo peep Bo peep?：台灣 B 咖藝人的文化與／或親密政治〉，「2012 中華傳播學會年會」，台中市：靜宜大學。
- 簡妙如（2008a）。〈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: 1-60。
- 簡妙如（2008b）。〈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〉，《廣播與電視》，28: 95-124。
- 魏均（2003.09.26）。〈跟吳宗憲保持距離〉，《台灣立報》，2 版。
- 關尚仁（1999）。〈看優質綜藝 休閒有品質〉，《廣電人》，No. 51。
- Alasuutari, P. (1992). 'I'm ashamed to admit it but I have watched Dallas': The

- moral hierarchy of television programs. *Media, Culture & Society*, 14(4), 561-582.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination* (D. Couling, Trans.). London; New York: Methuen. (Original work published 1982)
- Attallah, P. (1991). Of homes and machines: TV, technology, and fun in America, 1944-1984. *Continuum*, 4(2): 58-97.
- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Oxford: Clarendon Press. (J. O. Urmson and M. Sbisà [Eds.]
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. (A. Lavers, Trans.) London: Jonathan Cape.
- Baudelaire, C. (1995) *The painter of modern life and other essays*. London: Phaidon Press. (Trans. J. Mayne)
- Baudrillard, J. (1988). The system of objects. In M. Poster (Ed.), *Jean Baudrillard: Selected writings* (pp. 10-28). Stanford, Calif.: Stanford U.
- Beck, U & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: Sage.
- Bennett, J. (2010). *Television personalities: Stardom and the small screen*. London: Routledge.
- Bird, S. E. (2003). *The audience in everyday life: Living in a media world*. New York: Routledge.
- Britton, A. (1991). Stars and genre. In C. Gledhill (Ed.), *Stardom: Industry of desire* (pp. 198-106). New York: Routledge.
- Brunsdon, C. (1989). Text and audience. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner & E.-M. Warth (Eds.), *Remote control: Television, audiences, and cultural power* (pp. 116-129). London; New York: Routledge.
- Davis, S. & Mares, M.-L. (1998). Effects of talk show viewing on adolescents. *Journal of Communication*, 48(3): 69-86.
- deCordova, R. (1991). The emergence of the star system in America. In C. Gledhill (Ed.), *Stardom: Industry of desire* (pp. 17-29). New York: Routledge.
- Douglas, M. (1975). *Implicit meanings: Essays in Anthropology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- du Gay, P. (1997). Introduction. In P. du Gay, S. Hall, L. Janes, H. Mackay & K. Negus. *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman* (pp. 1-6). London; Thousand Oaks: Sage, in association with The Open U.
- Dyer, R. (1991). *A star is born* and the construction of authenticity . In C. Gledhill (Ed.), *Stardom: Industry of desire* (pp. 132-140). New York: Routledge.
- Dyer, R. (1998 [1979]). *Stars*. (New edn.) London: BFI.
- Dyer, R. (2002 [1992]). *Only entertainment*. (2<sup>nd</sup> edn.) New York: Routledge.
- Dyer, R. (2004 [1986]). *Heavenly bodies: Film stars and society*. London:

- Routledge.
- Ellis, J. (2000). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. London; New York: I.B. Tauris.
- Ferriss, S. & Young, M. (2008). Introduction: chick flicks and chick culture. In S. Ferriss & M. Young (Eds.), *Chick flicks: Contemporary women at the movies*. (pp. 1-25). New York: Routledge.
- Geraghty, C. (2000) Re-examining stardom: Questions of texts, bodies and performance. In C. Gledhill & L. Williams (Eds.), *Reinventing film studies* (pp.183-201). London: Arnold; New York: Co-published in the United States of America by Oxford UP.
- Gerow, A. (2010). Kind participation: Postmodern consumption and capital with Japan's telop TV. In M. Yoshimoto, E. Tsai, and J. B. Choi (Eds.), *Television, Japan, and globalization* (pp. 117-150). Ann Arbor, MI: Center for Japanese Studies, The U of Michigan.
- Gledhill, C. (1985). History of genre criticism. In P. Cook (Ed.), *The Cinema book* (pp. 252-259). London: British Film Institute.
- Gledhill, C. (2000). Rethinking genre. In C. Gledhill & L. Williams (Eds.), *Reinventing film studies* (pp.221-243). London: Arnold ; N. Y.: Co-published in the United States of America by Oxford UP.
- Haarman, L. (2008). 'Performing talk'. In A. Tolson (Ed.), *Television talk shows: Discourse, performance, spectacle* (pp. 31-64). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Hall, S. (1990). Cultural studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society*, 2(1), 57-72.
- Hosokawa, S. (2010). The uses of routine: NHK's amateur singing contest in historical perspective. In M. Yoshimoto, E. Tsai, and J.B. Choi (Eds.), *Television, Japan, and globalization* (pp. 51-72). Ann Arbor, MI: Center for Japanese Studies, The U of Michigan.
- Hutchby, I. (2006). *Media talk: Conversation analysis and the study of broadcasting*. Maidenhead, UK: Open UP.
- Illouz, E. & John, N. (2007). 'Oprah Winfrey and women's autobiography: A televisual performance of the therapeutic self'. In J. Harris & E. Watson (Eds.), *The Oprah phenomenon* (pp. 87-99). Lexington: UP of Kentucky.
- Illouz, E. (2003a). Reinventing the liberal self: Talk shows as moral discourse. In R. H. Brown (Ed.), *The politics of selfhood: Bodies and identities in global capitalism* (pp. 109-146). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Illouz, E. (2003b). Redeeming consumption: On Lowenthal's "The triumph of the mass idols". In E. Katz et al. [Eds.], *Canonic texts in media research: Are there*



- any? should there be? how about these?* (pp. 90-102). Malden, MA, USA: Blackwell Publishers.
- Kellner, D. (1994). Introduction: Jean Baudrillard in the fin-de-millennium. In D. Kellner (Ed.), *Baudrillard: A critical reader* (pp. 1-23). Oxford; Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Kristeva, J. (1980). *Desire in language: A semiotic approach to literature and art*. Trans. Thomas Gora, Alice Jardine, and Leon S. Roudiez. New York: Columbia UP.
- Kuhn, A. (1984). Women's genres. *Screen*, 25(1): 18-29.
- Langer, J. (1997). Television's personality system. In T. O'Sullivan & Y. Jewkes (Eds.), *The media studies reader* (pp. 164-171). London; N. Y.: Arnold.
- Lindgren, S. (2007). From flâneur to web surfer: Videoblogging, photo sharing and Walter Benjamin @ the Web 2.0. *Transformations*, 15, [http://www.transformationsjournal.org/journal/issue\\_15/article\\_10.shtml](http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_15/article_10.shtml)
- Liu, Y.-L. & Chen Y.-H. (2004). Cloning, adaptation, import and originality: Taiwan in the global television format business. In A. Moran & M. Keane (Eds.), *Television across Asia: Television industries, programme formats and globalisation* (pp. 54-73). London: Routledge Curzon.
- Lowenthal, L. (1961). *Literature, popular culture, and society*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hal.
- Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and power: Fame in contemporary culture*. Minneapolis: U of Minnesota P.
- Martin, F. & Lewis, T. (2012). Lifestyling women: Emergent femininities on Singapore and Taiwan TV. In Y. Kim (Ed.), *Women and the media in Asia: The precarious self* (pp. 53-76). Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Martin, F. (2013). 'A tangle of people messing around together': Taiwanese variety television and the mediation of women's affective labour. *Cultural Studies*, 27(2): 207-224.
- McKee, A. (1997). 'The aboriginal version of Ken Done...'. banal aboriginal identities in Australia. *Cultural Studies*, 11(2), 191-206.
- McRobbie, A. (1991). *Feminism and youth culture: From 'Jackie' to 'Just Seventeen'*. London: Macmillan.
- Mittell, J. (2004). A cultural approach to television genre theory. In R. C. Allen & A. Hill (Eds.), *The television studies reader* (pp.171-181). London; New York: Routledge
- Modleski, T. (1986). Femininity as mas(s)querade: A feminist approach to mass culture. In C. MacCabe (Ed.), *High theory/low culture: Analysing popular television and film* (pp. 37-52). New York: St. Martin's P.

- Morris, M. (1990). Banality in cultural studies. In P. Mellencamp (Ed.), *Logics of television: Essays in cultural criticism* (pp. 14- 43). Bloomington: Indiana UP; London: BFI Books.
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3): 6-18.
- Neale, S. (1990). Questions of genre. *Screen*, 31(1):45-66.
- Neale, S. (2004). Definitions of genre. In P. Simpson, A. Utterson & K. J. Shepherdson (Eds.), *Film theory: Critical concepts in media and cultural studies* (Vol. II), (pp. 105-129). London; New York: Routledge.
- Probyn, E. (1993). *Sexing the self: Gendered positions in cultural studies*. London; New York: Routledge.
- Scheurer, T. (1985), The variety show. In B. G. Rose (Ed.), *TV genres: A handbook and reference guide* (pp.307-327). Santa Barbara, CA: Greenwood.
- Shah, N. (2009). Now Streaming on your nearest screen: Contextualizing new digital cinema through Kuso. *Journal of Chinese Cinema*, 3(1): 15-31.
- Shattuc, J. M. (1996). *The talking cure: TV talk shows and women*. New York; London: Routledge.
- Sontag, S. (2001 [1966]). *Against interpretation, and other essays*. New York: Picador U.S.A.
- Spigel, L. (1992). *Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America*. Chicago: U of Chicago P.
- Stacey, J. (1993). Textual obsessions: Methodology, history and researching female spectatorship. *Screen*, 34(3): 260-274.
- Stacey, J. (1994). *Star gazing: Hollywood cinema and female spectatorship*. London; New York: Routledge
- Stacey, J. (2006). Feminine fascinations: A question of identification? In P. D. Marshall (Ed.), *The celebrity culture reader* (pp. 252-285). New York; London: Routledge.
- Stevens, C. S.& Hosokawa S. (2001). 'So close and yet so far: Humanizing celebrity in Japanese music variety shows, 1960s-1990s'. In Brian Moeran (Ed.) *Asian media productions* (pp. 223-246). Richmond, Surrey: Curzon.
- Tkacik, M. (2001.05.14). Jacky Wu. *Time*. (Asia Edition). Vol. 157, No. 19.
- Tolson, A. (2006). *Media talk: Spoken discourse on TV and radio*. Edinburgh: Edinburgh UP.
- Tolson, A. (2008a). Introduction: The talk show phenomenon. In A. Tolson (Ed.), *Television talk shows: Discourse, performance, spectacle* (pp. 1-5). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Tolson, A. (2008b). Talking about talk: The academic debates. In A. Tolson (Ed.), *Television talk shows: Discourse, performance, spectacle* (pp. 7-30). Mahwah,

- N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Tsai, E. (2007). Caught in the terrains: An inter-referential inquiry of trans-border stardom and fandom. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(1): 135-134.
- Williams, R. (1961). *The long revolution*. London: Chatto & Windus.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford: Oxford UP.
- Yang, F.-C. (2002). Variety shows: Exploring the genre of the 'most local show' in Taiwan. *Dong Hwa Journal of Humanistic Studies*, 4: 295-330.
- Yang, F.-C. (2005). From variety shows to body-sculpting commercials: Figures of audience and the sexualization of women/girls. In J. N. Erni & S. K. Chua (Eds.), *Asian media studies: Politics of subjectivities* (pp. 183- 206). Malden, MA: Blackwell.
- Yang, F.-C. I. (2008). The genrification of "Korean Drama" in Taiwan. *China Information*, 22(2): 277-304.

## 附件（一）

### 逐字稿的常規

( )	括弧內表示文中不清楚的部分
<b>語氣</b>	非語言行為或帶有動作的描述
(1.5)	括弧內代表暫停的秒數
(.)	括弧內代表暫停短於半秒
=	馬上接著說的言辭，或分開來說、但語意承接上一段話的一段句子
[...]	言辭發生重複的部分
<>	<>內表示速度上比整句話其他部分明顯較慢
><	><內表示速度上比整句話其他部分明顯較快
語—氣	一個字的語氣明顯被分開來說
<b>語氣</b>	一個字的音量有提高
語氣——	一個字的語氣被拉長來說
。	結束語調.
，	稍微停頓或間歇
？	疑問語調
！	激動語調
xxx	鼓掌
hhh	笑聲
~~~~~	以台語講

來源：修改自 Tolson（2006, p. 23）