

---

# 知識神話及其文化合法性：《百萬富翁》 個案分析

蕭小穗

---

## 摘要

《百萬富翁》知識問答遊戲在2001年的香港，如同在其他地區和國家一樣，締造了一個收視的奇跡，這與其看作一個金錢神話，不如看作一個知識神話。本文的目的是探討這一神話建構的有效性和文化合法性。有關神話建構之有效性和合法性的討論不僅可以幫助解讀該類節目的一個深層訊息(知識神話)，更可以揭示一個被忽略了的重要問題，即傳媒建構的合法性問題。這一個案分析有助於深入認識傳媒建構與文化傳統的關係。

關鍵詞：知識神話、神話建構、文化合法性、知識問答遊戲、《百萬富翁》

---

蕭小穗，美國俄亥俄州州立大學傳播與修辭學博士，任教香港浸會大學傳播學系，主要研究興趣包括西學傳播、中國修辭和傳播理論等。

電郵：s82299@hkbu.edu.hk

## **The Myth of Knowledge and Its Cultural Legitimacy: The Case of “Who Wants to Be a Millionaire”**

XIAO Xiaosui

---

### **Abstract**

In 2001, the popular quiz show “Who wants to be a millionaire” set off a sustained craze in Hong Kong, as it had done in many other places of the world. Instead of marveling at the working of one million incentive, we should see the show as a success in creating a new myth of knowledge. This article aims to examine the effectiveness and the cultural legitimacy of this mythical construction. The examination cannot only help to decode a profound message of this kind of TV programme (i.e., the myth of knowledge), but also contribute to understanding the significant but ignored issue concerning the cultural legitimacy of media construction. This case study provides insight about the intricate relationship between media construction and cultural tradition.

**Keywords:** The myth of knowledge, myth construction, cultural legitimacy, quiz show, “Who Wants to Be a Millionaire”

《百萬富翁》，原名“Who Wants to Be a Millionaire”，原先只是一個遊戲概念，被英國導演David Briggs寫在廢紙上；後來被英國獨立電視台(ITV)採用，製作成知識問答遊戲節目(《星島日報》，2001年5月8日)。沒想到在1998年首播後，三年間走街串巷，跨洋過海，在全球七十多個國家屢創收視神話。香港亞洲電視台於2001年初重金購入節目的版權和電腦程式，重新製作成香港粵語版《百萬富翁》。節目於5月6日啟播，收視率即節節攀升，短短三個月間，不但打破該台有史以來的最高收視紀錄，而且超越了強勁對手無線電視台的黃金檔節目。同年七月中，恰逢無線電視台播放香港小姐競選總決賽，兩台擺出「知識」與「美貌」對決的火爆格局，結果理智戰勝情感，60%的觀眾追捧《百萬富翁》，只有40%選擇「香港小姐」。

《百萬富翁》在香港締造了一個奇跡，就其性質而論，它不只是一個收視和數字的奇跡。對這一奇跡，本地傳媒有種種解釋。以節目播放初段的報導和評論為例，有說是節目觸動了一般人想當富翁的欲念(《星島日報》，2001年5月8日)；有說遊戲比其他博彩活動有更大贏面，因而更具吸引力(《新報》，2001年5月10日)；有說這一「正經」的問答遊戲突破了當前電視節目胡鬧搞笑的「反鬥主流」(《明報》，2001年5月8日)；有說節目「寓學習於遊戲之中，可以鼓勵市民大眾惡補各種知識」(《新報》，2001年5月10日)；也有的歸因於「靚仔」主持陳啟泰的個人魅力，說遊戲是這位「外形好、經驗足、而且有學識」的主持的「獨腳騷」(《文匯報》，2001年5月6日)。

儘管眾說紛紜，大家都認同一點：一百萬是一難以抵禦的誘惑。但本文認為，《百萬富翁》與其說是一個金錢神話，不如說是一個知識神話。神話作為「一系列廣為接受的概念」，是在特定的文化中歷史性地建構起來的(O'Sullivan, 1994, p. 192)。像「書中自有黃金屋」，這一物質意味濃郁的知識神話在中國由來已久，但《百萬富翁》將它推向極致。《百萬富翁》本身就可以說是這一知識神話的「神話」，它允許人們用直接而又戲劇性的方式獲得快錢。說它直接，是因為它省卻了無謂的細節，讓知識和金錢作直接交易，使人們在數分鐘至十數分鐘內閃電致富，獲得平時可能要數年或數十年功夫才能獲得的財富。說它戲劇性，是因為它緊張刺激，知識者必須扮演英雄的角色，成功挑戰各種難題，才能最終贏取獎金。

雖然如此，這一神話的「神話」又看似非常自然、真實地鋪陳在你面前。挑戰者就在跟前，可能是最平常不過的人，憑藉自己的真才實學回答問題。而獎金也是真的，一張簽有電視台掌櫃大名的支票就當著你的面交給挑戰者，這比「真實」更加真實，沒有拖欠，沒有空頭承諾，不是做戲。《百萬富翁》最神奇、最有創意、最振奮人心的一幕也就在於此，知識的直接兌現，竟然可以如此乾脆利落、理所當然！

但對本文來說，更值得關注的是這一神話建構的文化合法性：它被當代文化接受和承認的理據是甚麼？既然知識的力量被如此神化，我們為甚麼要接受它？或者更根本的問題是，我們為甚麼要接受《百萬富翁》為一個有意義、有價值的知識問答遊戲，而不是一個無聊的金錢遊戲？如果節目製作者真要製作出一個「正經」的知識問答節目，就不能不為它尋求某種文化的合法性。那麼，製作人到底用甚麼來合法化這一「神奇」的知識力量和價值？就憑那一百萬的巨額獎金？其實電視台老闆闊綽出手的一百萬不能說明甚麼，它只是商業投資的一部分；從文化的角度看，這一百萬沒有特別的意義，對知識神話的建構沒有直接的幫助。在遊戲上，無論遊戲者如何如饑似渴地爭奪這一百萬，都不能為知識增加丁點兒的價值。事實上，是遊戲刻意打造的知識英雄和他們歎為觀止的準確答問，才賦予知識神奇的力量和價值。

本文主要探討兩個問題：(1) 知識問答節目如何有效地運用電視遊戲的多種手段來打造一齣知識好戲，並由此建構起一個強有力的知識神話？(2) 它如何合法化這一神話建構？一個是神話建構的有效性問題，一個是神話建構的合法性問題。合法性在此指特定神話(例如一個速效或簡易版的知識致富的神話)在某文化中立足，並為該文化所接受和承認的依據；有效性則指建構這一神話所用之手段(例如《百萬富翁》遊戲)的功效。合法性屬價值理性，關係到好不好、應不應該等價值問題；而有效性屬工具理性，涉及手段是否可行、快捷、方便、經濟、和達到預期效果等問題。在本案研究中，有效性主要涉及《百萬富翁》是否有力、合理、和戲劇性地突出知識兌現金錢之能力的問題。

在目前的知識問答遊戲節目研究中，這兩個彼此相連的問題尚乏人問津。本文相信，有關神話建構之有效性和合法性的討論不但有助於解讀這類節目的一個深層訊息(知識神話)，更可以揭示一個被忽略了的重

要問題，即傳媒建構的合法性問題，從這一問題出發，我們可以來重新考察傳媒建構與傳統文化的關係。

在香港，《百萬富翁》第一期播放到2001年12月31日為止，歷時七個月。本研究重讀了後半期即8月8日到除夕的105集遊戲，並對其中的35集作出非常仔細的製碼分析，以此作為本文討論的主要依據。<sup>1</sup> 這35集是用每隔兩集抽取一集（即3、6、9、12……）的簡單方法選取出來的。製碼由作者和一位助手分別進行，最後由作者協調兩者的分歧，必要時由作者重新製碼以解決較大的分歧。製碼主要著眼於每道問答题目的性質、類別，挑戰者答問時的語言和行為表現，主持的提示、評述，以及鏡頭、燈光、背景音樂等技術手段的運用等等。本研究以節目分析為主，未能結合受眾的實際效果分析，是本研究的一個局限。

以下將回顧近年來有關知識問答遊戲的研究文獻，然後探討香港版《百萬富翁》的知識神話建構。首先將簡單介紹和討論《百萬富翁》遊戲的規則和神話建構手法；再分別考察遊戲精心設置的問答题目和挑戰者緊張刺激的答問過程，以便發現這些幕後和幕前的努力如何趨向於神化知識的力量和價值；最後從「公正遊戲」的角度深入討論這一神話建構的文化合法性。

## 知識遊戲節目研究

早在二十年前，知識問答遊戲就在千家萬戶的黃金時段大放異彩，成為最受歡迎的國際性電視節目形式 (Stark, 1997)。後來的《百萬富翁》更上一層樓，風靡七十多個國家，至今沒有一個電視節目能望其項背。但在傳播和傳媒學者的研究議程中，這類節目只是屈居一個僻靜的邊緣位置，若非一批傳媒和文化研究學者 (例如Tolloch, 1976; Mills & Rice, 1982; Lewis, 1984; Fiske, 1987, 1989; DeLong, 1991; Stark, 1997; Holmes, 2005; Hoerschelmann, 2006) 不斷呼喚學界和社會的注意，我們還不知道這裏有一塊尚待開發的豐沃的研究園地。

然而在這些學者的眼中，這類熱火的知識遊戲節目卻很不怎麼樣。研究數據 (Gunter & McAleer, 1997) 顯示這類電視遊戲能促進學習，例如一群8至16歲的中小學生能夠比較清晰地回憶他們所看過的知識問答

遊戲的內容。但學者對這類「知識」傳授很不以為然，認為參賽者只是靠死記硬背 (Tulloch, 1977)；知識已經貶值到只是記憶一些零碎事實 (Himmelstein, 1984)；用Whannel的話說，「這種類型的測驗調動的不是人特有的理解和分析能力，而是像松鼠儲藏松果一般積累和儲存資訊的本能」(1990, p. 104)。

也有學者相信遊戲發送了錯誤的訊息，讓人覺得擁有小小知識、大大運氣就可以當上百萬富翁；或者錯以為祖宗教誨不足為訓，人無須辛勤工作，只要作出一個聰明的決定，例如參加《百萬富翁》遊戲和購買彩券，就可以一夜成名，飛黃騰達 (Warshauer, 2002)。此外，遊戲還向平民百姓顯耀各種奢侈商品，鼓吹瘋狂消費 (Fiske, 1987; Whannel, 1990; Mason, 1994; Brown, 2003)。當然也有些學者的看法比較正面，他們認為遊戲宏揚了西方人的競賽精神：重視參與，推崇個人成就，和注重實實在在的物質回報 (DeLong, 1991; Warshauer, 2002)。

一些學者 (Cooper-Chen, 1994; Stark, 1997; Hetsroni, 2001a, 2001b, 2004, 2005) 考察諸如《幸運輪》(“Wheel of Fortune”) 和《百萬富翁》等美英節目的全球化影響，他們特別關心的是，不同民族在觀看這些節目時，是否真的在觀看同一個節目？結果顯示，儘管各地的節目形式如出一轍，其內容已根據當地人的興趣和知識狀況作出了較大的調整。例如 Hetsroni (2004) 比較分析了美國、俄國、波蘭、挪威、芬蘭、以色列、沙地阿拉伯等七個國家的《百萬富翁》節目，發現文化相距較遠的國家，其問答題目的差距也較大，美國與以色列的問答題目相差的程度就大於同是北歐的挪威和芬蘭的問答題目的差距。另外，較大民族的《百萬富翁》，相比起較小民族的《百萬富翁》來說，涉及更多的國際性知識問題和更少的地區性知識問題。西方國家的《百萬富翁》比較注重娛樂，而非西方國家的《百萬富翁》則比較著重語言和歷史等方面的題目。但在所有被考察的國家中，課堂知識 (academic knowledge) 的平均價位均高於日常知識 (everyday knowledge)。

在華人地區，儘管有香港《百萬富翁》和相鄰節目如台灣《超級大富豪》、大陸《開心辭典》等的火爆收視，傳媒和文化研究學者的反應卻異常地冷淡。比較來說，大陸學者的回應還算有點氣氛，發表了一些文章，但也只是從管理者的角度提出個人的看法和建議，不算是深入研究

(例如鄭世明，2006；馬梅，2005；李效文，2002；王娟、段曉燕，2002；李琦，2002)。

本研究可以順著前人已經開拓的路子繼續走下去，譬如比較香港版本和英美原版的《百萬富翁》，又或者檢驗西方學者的觀點，看是否適用於本土。但本研究選擇探討一個被忽略了的問題，即知識神話建構的有效性和合法性問題——這一研究關注的不是《百萬富翁》傳播知識和文化價值的功能，而是使這一傳播得以有效和合法進行的文化依據。

## 《百萬富翁》的遊戲規則和神話建構手法

本研究涉及兩個層次的合法性問題，一是手段的合法性問題，二是目的的合法性問題。從手段的角度看，無論《百萬富翁》採用何種神話化手段，該手段都必須看起來有助於真實反映挑戰者的知識能力，否則就不會被接受為一個可靠和正當的知識問答遊戲。

《百萬富翁》看來較好地解決了這個二難問題。事實上，《百萬富翁》比許多知識問答遊戲都更注重遊戲者實際的知識能力。遊戲是這樣進行的：先是一個「快而準」的預賽，由十名(或十對)挑戰者在賽場外圍搶答一道選擇題；再由最先搶答成功的挑戰者單獨挑戰百萬大獎；到挑戰者失利下台時，遊戲再進行下一輪預賽，選出新的挑戰者。挑戰百萬大獎的挑戰者將面臨越來越難、但獎金也越來越吸引的15道選擇題。獎金和問題的難度分配如下：

問題	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
獎金	一千	二千	三千	四千	八千	一萬	二萬	三萬	四萬	六萬	八萬	十五萬	二十五萬	五十萬	一百萬
難度	2	3	3	4	4	5	5	6	7	8	9	9	10	10	10

遊戲特別規定第五題和第十題為獎金保險線。挑戰者要拿取獎金，至少須答中五道問題，否則一無所有，這樣可以保證挑戰者不會因為一

兩次僥倖成功而得到獎金。但闖過第五題關口後，挑戰者即使答錯後面的問題，也可以穩拿8,000元；闖過第十題關口，則保證有60,000元獎金。而要贏取百萬大獎，挑戰者必須答中所有十五道問題。這期間，挑戰者可以隨時放棄回答下一道問題，取走已經贏得的累積獎金（未能通過第一道保險線者除外）；但也可以借助錦囊過關。一次失利可能是偶然的，為此，遊戲授予挑戰者三個錦囊，給他們三次機會證實自己的能力。三個錦囊分別是：(1)「50/50」，由電腦自動去除兩個錯誤答案，挑戰者只需要在剩下的兩個答案中挑選正確答案；(2)「打電話」，即打電話詢問親友；(3)「現場觀眾」，請現場觀眾幫忙選擇答案。

從遊戲的角度看，這樣一個知識問答遊戲也許正經了些、嚴肅了些、甚至冷酷了些；但勝在直接、實在、容易操作。與香港人熟悉的美國《幸運輪》遊戲相比，它沒有轉輪盤、猜字母等華而不實的無聊動作。與稍後的《最弱一環》（“The Weakest Link”，即後來鄭裕玲在無線電視台主持的《一筆Out消》）相比，它更無須施展各種傾軋排擠弱者的招式。<sup>2</sup>總之，相比起過去五花八門、故弄玄虛的知識問答遊戲，《百萬富翁》更像是一個知識問答遊戲。

作為一個火辣的電視遊戲節目，《百萬富翁》當然還擁有製作一個緊張刺激的電視遊戲所需要的技術和非技術手段。本文一個重要論點是：《百萬富翁》有效地運用了電視遊戲的多種手段來展示知識的力量，尤其是採用了某種戲劇和英雄敘事的形式——它因此不是簡單的知識問答和金錢交易。為了有力地展現知識的力量，《百萬富翁》設置了一套有挑戰性的問答題目，採用了節奏明快、緊張刺激的問答形式，還設計了頗有舞台感覺的舞台佈景；與此同時，還採用了完全公開、透明的現場轉播形式，和運用了各種高科技的視音表達方法。在隨後的兩個部分，本文會比較仔細地考察這些手段的有效性。<sup>3</sup>

在此要特別指出的是，完全公開、透明的現場轉播，對《百萬富翁》來說，不只是一個有效性手段，更是一個合法性手段。它可以確保遊戲在沒有作弊和不正当提示的情況下進行（起碼看起來如此），因而使知識問答的結果比較可信。其實，像鏡頭切換、近距離對焦、聚光燈、隨時段轉換的主題音樂、模擬挑戰者心跳的鼓點聲、8,000元以後每道問題開始時高調切入的間奏、和問題答中後的歡樂旋律等無時不在影響觀眾的

感官，甚至改變他們對知識的觀感；但因為這些鏡頭、燈光、音響等處理得好像只是「客觀再現」知識的力量，而不是在神化它，因而變得正當和合法。

## 寓難於易的問答題目

在《百萬富翁》遊戲中，知識神話得以實現的一個重要關鍵在於知識問題的設置。可以說，《百萬富翁》的問答題目是為展示和神化知識的力量而特別設定的。

為了在電視上公開和直接展示這一力量，節目必須保證其問題具有一定的難度和挑戰性；但與此同時，為了鼓勵大眾熱烈參與，其問題又必須照顧到普羅大眾的接受能力；考慮到電視節目須有明快的節奏，《百萬富翁》的知識問題也不宜太複雜。

### 問答題目的分佈

要有甚麼樣的知識問題，才能讓廣大電視觀眾覺得既難又易呢？本研究特別分析了《百萬富翁》的問答題目。經統計，在35輯遊戲節目中出現的問答題目共1,391道，主要分佈在「日常生活」、「傳媒文化」、「文體活動」、「人文知識」、「自然科學」和「社會政治」等六個領域。再細分下去，共分出29個類別，每個類別的問題數量和比重列表如後頁。

從表上看出，數量在50以上的問題類別有12個，分別是「日常用語」、「飲食文化」、「生理健康」、「明星/名人」、「電視/電影」、「卡通/漫畫」、「旅遊」、「體育運動」、「文學藝術」、「動物/植物」、「數理化學」和「國際知識」，它們佔去所有問題的63%。

《百萬富翁》顯然是偏重這樣一個知識組合。表面看來，這一組合是偶然的，在每次問答遊戲中，製作者似乎只是把各類知識問題隨機地拼砌到一起；但仔細分析，便發現一個微妙的聯繫：問題儘管天南海北，卻都不同程度地偏向大眾生活，尤其是偏向大眾傳媒所呈現的大眾生活。例如頭10輯的「飲食文化」題目問及「神戶牛柳」、「奶油津白」、「冬蔭功」（泰國菜）、「涮羊肉」、「回鍋肉」、「鹹豬手」、「馬介休」（葡國菜）等菜

領域	問答題目類別	數量	比例
日常生活	日常用語	<b>140</b>	<b>10.0%</b>
	飲食文化	<b>66</b>	<b>4.7%</b>
	生理健康	<b>55</b>	<b>4.0%</b>
	公共設施 (交通、醫院、圖書館等)	43	3.1%
	生活區域 (地點、地名等)	23	1.7%
	生活用品	19	1.4%
	總數	346	24.9%
傳媒文化	明星名人	<b>99</b>	<b>7.1%</b>
	電視電影	<b>79</b>	<b>5.7%</b>
	卡通漫畫	<b>57</b>	<b>4.1%</b>
	流行歌曲	34	2.5%
	流行小說	24	1.7%
	新媒體	13	0.9%
	總數	306	22.0%
文體活動	旅遊 (名勝、古跡等)	<b>67</b>	<b>4.7%</b>
	體育運動	<b>64</b>	<b>4.6%</b>
	慶典禮俗	34	2.5%
	有獎遊戲 (賽馬、六合彩等)	28	2.0%
	康樂遊戲 (象棋、撲克、麻將等)	7	0.6%
	總數	200	14.4%
人文知識	文學藝術	<b>81</b>	<b>5.7%</b>
	歷史事件	43	3.1%
	典故童話	42	3.1%
	宗教哲理	27	2.0%
	總數	193	13.9%
自然科學	動物植物	<b>74</b>	<b>5.3%</b>
	數理化學	50	3.5%
	天文地理	27	2.0%
	總數	151	10.8%
社會政治	國際知識 (各國資源、人口、首都、領袖、 國旗特徵等)	<b>50</b>	<b>3.5%</b>
	政府機構	24	1.7%
	法律政策	23	1.7%
	金融貿易	16	1.2%
	中國知識	16	1.2%
	總數	129	9.3%
	其他		66
總數		1391	100%

式的出處和材料，嚴格來說，它們不是香港一般家庭的日常食物，倒是電視節目上介紹過的「大眾菜式」。其他「生理健康」類、「旅遊」類、「體育運動」類和「國際知識」類的問題也有向廣告、新聞等傳媒節目靠攏的趨向。人們縱使不講究飲食，不注重健康保養，不喜歡旅遊，不愛好體育運動，也可以從電視和其他大眾傳媒中獲得相關的資訊和知識。

文學藝術、動植物、數理化等原是傳統精英教育的重點科目，在此的重要性卻明顯不及大眾化的知識類別。即使如此，許多文學藝術類和動植物學類的問答題目仍與傳媒有若即若離的關係。以中國經典文學題為例，很多問題涉及經典名句（例「先天下之憂而憂，後天下之樂而樂」，6/1；「語不驚人誓不休」，21/5；「山重水複疑無路，柳暗花明又一村」，30/5，63/1；「有朋自遠方來，不亦樂乎」<sup>4</sup>、名詩（例杜甫「兵車行」，66/4；陶淵明「歸園田居」，78/2；李白「下江陵」；白居易「長恨歌」、和名著。所涉及的名著包括《三國演義》（3/5，15/2，42/3，54/1，72/4，102/2）、《紅樓夢》（12/3，27/4，60/2，96/4）、《水滸傳》（42/2，48/3）、《西遊記》（69/3）、《金瓶梅》（84/1）等，這些名著早已成為電視劇、電影、通俗小說、甚至後來的電腦遊戲的重要題材，所以挑戰者的知識到底是來自傳媒還是來自其原始閱讀，已說不清楚了。一位挑戰者就坦白地說，他在回答「陸遜」是《三國演義》中哪一國人時，頭腦裏想著的是一部電腦遊戲（42/3）。

「數理化學」看來是唯一可以不依賴傳媒的知識類別，但這方面的問答題目大多比較淺顯，大部分數理化題只是複習中小學的課堂知識，例如「正方形的內角總和是多少度」（6/3），「【3、4、8、9】哪一個不是合成數」，「光速每秒可走多少公里」（12/3），「水由哪兩種元素組成」（6/1）。應用性質的問答題目也多切合一般人的日常生活，例如「一件貨品賣420元，八折後是多少元」（78/2），「大部分溫度計的運作是應用哪一種原理」（答案：熱脹冷縮，24/4），「所謂『煤氣中毒』其實是中哪種毒氣之毒」（一氧化碳，54/4），「正常情況下，哪一種物質有助於火勢燃燒的作用」（汽油，57/1）。與此同時，節目也安排了一些「偏題」，例如「次氯酸鈉是用來製造哪一種物品」（漂白水，30/2），「哪一種液體不導電」（糖水，51/2），「水泥漿的化學性質是怎樣的」（鹼性，93/3）等等，但就是這些偏題也與大眾生活保持一定的聯繫。

正是這雙重的聯繫——即與大眾生活和大眾傳媒的聯繫，使《百萬富翁》的知識問答遊戲有了鮮明的大眾色彩和大眾可理解性 (accessibility)。另外，節目採用直截了當、不拐彎抹角的提問方式，加上使用容易操作的多選題形式——答案是既定的，從A、B、C、D四個答案中選出，節目因而能夠配合一般電視問答遊戲的明快節拍。

### 問題的難度

但如此一來，《百萬富翁》又如何可以顯示其知識問答的難度？為了顯示知識挑戰者排難解困的英雄本色，遊戲必須確保其問題有一定的難度和挑戰性，而且問題越往上去，難度越高。事實上，要全部回答《百萬富翁》的十五道問題，確有相當的難度，這難度表現在幾個地方。首先，儘管有傳媒穿針引線，其問答題目的排列組合畢竟是隨機和無規則的，偏偏問題跨越的範圍極為廣泛，從日常生活到社會政治，從人文知識到自然科學；電視等傳媒雖然已提供大部分的資訊和知識，但實際上幫助有限，即使是傳媒節目的愛好者，也不會毫無選擇地愛好每一個節目。更根本的問題是，這種隨機和無規則的排列組合違反了知識建構循序漸進的原則。《百萬富翁》由此製造了一個真正的難題，即知識的有機有序排列與問題的無機無序排列不配套，這是任何一位挑戰者 (尤其是傳統學人) 都無法躲避的難題，它決定了所有挑戰者最終要將自己交付命運之手。

另一個難點出自《百萬富翁》有意安排的偏題。偏題不一定高深，往往只是偏離了最一般的日常經驗。例如水泥漿是甚麼，這在香港路人皆知，但不是很多人能說出其化學性質。又例如糖水，更是香港人最家常不過的飲物，但人們鮮有機會體驗其導電性能。一般在8,000元即第一道保險線之後，問題便逐漸走偏，難度明顯加大，故可以把第一道保險線以後的知識問答看作遊戲的第二階段。

《百萬富翁》的知識問題，和所有知識有獎遊戲的問題一樣，都標上了價錢。為了展示知識的物質價值，這是必要的，但由此也人為地製造出新的難題。知識問題明碼實價之後，學理的解讀與價值的解讀、質的解讀與量的解讀便不可避免地渾攪在一起，尤其是當範圍縮小到只有兩

個選擇時，這選擇A和B的分別，便量化為小至數千，大至數萬甚至數十萬的巨大差額。對一些挑戰者來說，這是一個巨大的物質動力；但對更多的尤其是信心不足的挑戰者來說，卻是一個沉重的心理壓力。很多時候，真正的難題出自挑戰者患得患失的心理負擔，它拖了挑戰者的後腿，使挑戰者無法作出純學理的判斷。從節目製作人的角度看，存在這樣一種心理負擔是件好事，節目因而可以綜合考察挑戰者的認知、判斷能力和心理素質，理性的知識問答遊戲也因而可以加入人性的表演。

與以往許多知識問答遊戲一樣，《百萬富翁》主要測試挑戰者的背記能力，其問題可供分析的地方不多，像「法國國旗上的藍色代表哪種人民權利」、「保齡球運動術語『火雞』是甚麼意思」這類問題，挑戰者會就會，不會就不會。但多數背記性質的問題仍提供了一個分析的空間，在問題之後的四個選擇之間，讓挑戰者作「深度表演」，挑戰者可以依據某個常識來比較分析這四個選擇，從而間接推出一個最合乎情理或只是看起來最有可能的答案。例如「萬惡淫為首，百善以甚麼為先」(9/2)，挑戰者可以選擇的答案是德、義、仁、孝，挑戰者就算從未聽說過這句話，也可依據中國倫理重孝的特點，輕易選出正確答案。

但這種分析的結果是不確定的，因為是背記性質的問題，問題與答案之間沒有必然的關係，所以邏輯思維很多時候用不上。譬如「法國國旗上的藍色代表哪種人民權利」(45/2)，在法國人的眼中，藍色代表自由，兩者的結合不能不說是一種獨特的文化和歷史機緣。又譬如「台北哪個地方以前有『雞籠』之稱」(54/2)，正確的選擇是「基隆」，原來答案就出自兩者相同的國語發音。又譬如「哪個國家的國旗沒有十字圖案」(36/1)，答案是摩納哥，但摩納哥國旗上沒有的東西多了，只是因為與挪威、希臘、瑞士等國排在一起，摩納哥是唯一的伊斯蘭國家，才與這道問題的答案扯上關係。這種不確定的關係是挑戰者最後要克服的難關。

由於這一不確定性，挑戰者不需要作按部就班的常理分析，他/她只需要一個合理的聯繫、聯想或思考的角度。無人能夠確切知道，在眾多可能的聯繫中，這一合理聯繫是如何突然閃現出來的。知識在這種分析中更多地表現為一種靈覺，或者說是一種「思想急轉彎」的能力。有意思的是，在問答遊戲中最後決定命運的竟是這靈機的乍現。

## 快而準的問答

設下重重難關之後，知識終於可以出來宣稱它的實力和百萬身價。《百萬富翁》的挑戰者先在「快而準」的知識問答中成功出線，再在熱烈掌聲和進行曲般的激昂旋律中閃亮登場，可就在挑戰者意氣風發，要大展平生所學之際，等待他/她的問題卻是：「你想拿走多少錢？」「你打算如何使用這些錢？」問題如此直截了當、開門見山，漂亮和高尚的參賽理由反成了多餘的虛情假意，多數挑戰者也就老實不客氣地說出自己心目中要得到的數目。就這樣，知識和金錢迅速敲定了一筆交易，挑戰者要做的只是完成或超額完成這筆交易。

對「如何使用這些錢」的回應，是節目中最能閃耀出知識之物質光芒的環節，知識在此化作一個讓人怦然心動的購物清單，它展現出香港人的各種夢想。也不是所有的挑戰者都只是看到即時的物質享受，有五位挑戰者願意捐出部分獎金做善事，兩位打算儲存部分獎金，四位年青人表示要把錢交由父母處理。但除他們外，絕大多數的挑戰者都一心想著馬上花掉這筆額外的收入。從他們琳琅滿目的購物單看出，最多人要的是世界漫遊、樓房、名貴跑車、鑽石戒指、名牌手錶等。此外，也有人要遊艇、影音器材、51寸大電視、超級電腦等等。看來知識帶給人的不只是享受，還是非一般的豪華享受。在大筆獎金面前，甚麼都好說，一位參加夫妻情侶檔比賽的女士張口要三卡的鑽石戒指，其男朋友也十分豪氣：「不要緊啦，有一百萬的話，隨她買啦」(第69集賽前訪問)。

按照節目的安排，挑戰者必須採用戲劇和英雄的方式來贏取預期的獎金，節目製作者為這一英雄式的交易佈置了一個特別的場景：出線的挑戰者(通常是一人，最多兩人)被請入賽場中央最光亮的位置，他/她與主持對視而坐，身後數米半徑內空無一物，挑戰者被孤零零地分隔出來，孤軍作戰，既要感受英雄的孤獨，更要承受四周投來的目光。這其實就是一個精緻的單打獨鬥的擂台，台上的挑戰者要過五關斬六將，才能最後摘取他/她要的東西。

在這樣一個「擂台」上，最直接了當地顯示挑戰者學識的是其博聞強記的能力。在開局階段，80%以上的挑戰者都可以憑藉過往的閱歷和記憶，從容應接四面八方擲來的問題。<sup>5</sup>但通過第一道保險線(8,000元)後，

答題節奏便明顯慢下來，挑戰者開始遇上他/她記不住或手頭上沒有現成答案的難題。遊戲由此進入知識神話建構的第二階段，成為第二階段知識力量之標誌的不再是快而準的記憶，而是某種合理判斷能力和某種心理素質的結合。

在此階段，挑戰者都或多或少地遭遇某些複雜的二難或多難困局。顯示他們內心激烈的爭拗，並展現他們在智識和物欲之間患得患失的複雜情感，是《百萬富翁》節目中最扣人心弦的一幕，節目製作者為此特別製造了一些戲劇效果，鏡頭一般聚焦在神色凝重的挑戰者身上，周圍是讓人窒息的沉寂，只聽到「嘖嘖、嘖嘖、嘖嘖」的鼓點聲，像是人緊張的心跳。與這一凝重氣氛不協調的是，此時挑戰者可能只是在比較一些簡單的事物，譬如比較蝴蝶、蜜蜂、飛蛾、蜻蜓等作為巴西吉祥物的可能性(如63/2)；儘管如此，這凝重的氣氛和特別的戲劇效果是值得的，因為它關係到至少兩千大至數十萬獎金的巨額出入。

這時候，挑戰者理應迅速判斷、比較各種答案的可能性，然後作出正確或起碼是合理的決定，但遺憾的是，不少挑戰者有太多患得患失的顧慮，以至於無法在清心寡欲的心境下作出純學理的判斷。結果出現一個奇特的景象：在本應是理性和邏輯的冷靜思索中穿插了太多外來的噪音和雜音。不少挑戰者在思考的某個節骨眼上嘎然止步，質疑這一思考是否值得；而主持不但附和這一功利的考量，而且例必在挑戰者作出決定之前，告知這一決定所可能承受的代價，不管主持的用意如何，他在加重挑戰者的心理負擔。

在金錢的重負下，挑戰者產生了某種「知覺失調」是不奇怪的。一些挑戰者突然喪失了正常的判斷能力，在簡單的問題上不知所措(例如3/5，99/3)。一些挑戰者看到大把鈔票，便傾向於高估問題的難度，例如「英國男子組合“Five”共有多少名成員」，答案是「5」，卻被當作是「圈套」(66/4)。有一個8,000元的問題：「驢屬於哪一種動物：貓、鹿、角馬、還是馬？」挑戰者在「角馬」和「馬」之間舉棋不定，感覺是「馬」，但又恐怕沒那麼簡單。主持看出挑戰者的心思，提示「要先想想這題值多少錢，就知道它的難度在哪裏」，暗指這問題的難度不高(102/5)。但即便是主持提議的思維方法，也還是要先看錢。一些挑戰者判斷重心錯置，答非所問，語無倫次。例如一對母女搭檔，挑戰40,000元的問題：「保齡球運動術語『火

雞』是甚麼意思？」得知答錯的損失是三萬二千元之後，母女間的討論便迅速跑題，她們關心的不再是「火雞」的象徵意義，而是如何處理這隻「昂貴的火雞」(78/2)。

好在有錦囊，挑戰者的困局大都因為外援的加入而輕易解圍。但錦囊也因而助長了依賴的心理，不少挑戰者一旦發現沒有十分把握，便淺嘗輒止，轉而求助於錦囊，或決定拿錢(若錦囊用完的話)。在本次研究中，挑戰者使用錦囊的次數達373次，其中至少有50次是不必要的，它們要處理的問題相當簡單，挑戰者就算沒有專門知識，也可憑題義或常識輕易推出答案，例如這樣的問題：「清朝時已婚而未有孩子的婦女在中秋節會有甚麼習俗」(求子，求美，求財，求丈夫專一。39/2<sup>6</sup>)；「世界上哪一個國家擁有最多60歲以上的長者」(日本，中國，印度，美國。45/1)；「香港愛護動物協會的會徽中有哪兩種動物」(海豚—鯨魚，白兔—白老鼠，貓—狗，熊貓—白鴿。57/2)；「『君子之交淡如水』的下一句是甚麼」(少年易志學難成，小人結怨濃如酒，小人之交甘如醴，防人之心不可無。60/1)；「中國古人稱夫婿為『丈夫』，【這稱號】源自哪方面的要求」(財富，樣貌，學識，身高。66/2)。對於這一類明顯的問題，不少挑戰者已經看出答案了，卻因為主持一個無心或有意的疑問而打退堂鼓，改用錦囊過關(例3/3，51/1，60/3)；或只是因為沒有信心，而要借用錦囊來證實自己的推斷(例24/5，30/6，36/2，45/1)。

那些習慣依賴他人的挑戰者和過份害怕損失的挑戰者的結局是一樣的，就是儘快耗盡手上的錦囊，這些人一旦幸運地贏到了一定數額的獎金，下一步便可能拿取支票離場。如果錦囊對於一些人來說只是撈取快錢的工具，而對另一些人來說卻是非到山窮水盡不會採用的解救方法的話，那麼它起碼在理論上保證了某種人能夠堅持到最後。數據證實，在20,000元問題之前已用去所有錦囊的挑戰者(共15人)，沒有一位能拿取超過40,000元的獎金；而在30,000元問題前用去所有錦囊的挑戰者(22人)，也無人能超越60,000元的保險線。那些堅持到最後的挑戰者，作為這一知識問答遊戲的優勝者，起碼是優勝在合理的判斷。這一合理判斷的能力給予了挑戰者神勇的英雄特質，他/她因此沒有輕易放棄，對自己有足夠的信心，可以有效地抵禦外來的誘惑，並能在追名求利的俗流中保持一定的超然物外的態度。

在本次分析中，共有14個（或組）優勝者成功地回答了至少12道問題，獎金達到15萬以上。<sup>7</sup> 經統計，他們總共回答了188道問題，其中，憑記憶和常識輕易答中的問題有118道，借錦囊過關的問題27道，剩下43道真金白銀的難題，分佈在各人的「百萬」大道中最重要或比較重要的關口上。絕大多數的優勝者最終都滯留在某道難題上，而無法染指百萬獎金，但起碼他們都曾有過破解至少一道難題的記錄。

仔細分析這些記錄，發現這些優勝者除了博聞強記之外，還都具有特別的判斷能力，簡言之，他們都善於從某個合理的角度直接、迅速「切入」，近距離地把握和窺視問題的玄機。很多時候，挑戰者能夠成功「切入」，全憑他/她的看似正確和合理的看法（例：51/1，60/3，63/3，66/2，69/2）。例如這樣一個問題（60/3）：「母馬除了餵剛出生的小馬吃母乳外，還會餵他們吃甚麼？」可供選擇的答案包括「乾草」、「果子」、「番薯」和「母馬的大便」。乍一看，「母馬的大便」是最荒誕的選擇，但在挑戰者看來，小馬的額外食物必須是母馬最方便提供的東西，從這一角度看，「母馬的大便」反成了首選。其實這一角度並非唯一合理的角度，從甚麼最方便小馬消化的角度入手，也可推出同樣的結論，但它畢竟為挑戰者的正確選擇，提供了一個方便的理由。又例如這樣的問題（66/2），「香港開埠之前，『筲箕灣』的原名是哪一個？」可以選擇的名字有「餓人灣」、「大壽灣」、「東邊灣」和「牛角灣」。挑戰者的看法是「通常名字難聽才會改」，她於是正確地挑出「餓人灣」這個難聽的名字。但要承認，這一看法的「正確性」和「合理性」僅限於這一特別的例子，假若四個名字都難聽，又或者有比「餓人灣」更難聽的名字，這一看法便不是一個正確和合理的指引。

有時候，優勝的挑戰者只是因為提出了一個適當的問題，便立即解開了一個看似毫無頭緒的難題（例：60/3，63/2，66/2，69/2，78/2）。例如（69/2）「『草仔粿』是哪個中國傳統節日的食品？」「清明」、「重陽」、「七夕」、「元宵」等似乎都是可能的答案，但在挑戰者看來，真實的答案取決於哪個時節的草仔最嫩最好。很明顯，只有清明時節的草仔最嫩最好。又例如（78/2）「『精衛填海』中的精衛是女娃化成的甚麼動物？」答案有「烏龜」、「青蛙」、「鳥」或「猴子」。挑戰者沒有聽過這一典故，卻憑著「女子最想成為甚麼」這樣一個簡單問題，迅速敲定了正確的答案（「鳥」）。如同

上述看似正確和合理的看法一樣，所謂適當的問題在此也只是為挑戰者作答提供了一個合適的切入點，挑戰者還應該有其他甚至可能是更合適的切入點。以本案研究中唯一的百萬獎金得主陳漢翔為例 (63/2)，他在衝擊最後的百萬大關時，遇到這樣的問題：「中國名勝『蝴蝶泉』位於哪個地區？」陳要在「廣東」、「四川」、「雲南」和「新疆」之間作出選擇。主持曾讓他推測蝴蝶泉是否最多蝴蝶，陳說未必，「可能只是形狀像蝴蝶。」此後，陳便轉向探索「哪裏最多泉水」，而不是「哪裏最多蝴蝶」，最後因為判斷雲南山多泉多，陳選擇了「雲南」。這一選擇可以說是一個幸運的巧合，因為多泉不等於就有蝴蝶泉，雖然從另一方面說，多泉的地區擁有「蝴蝶泉」的機率比較大。但假若陳從「哪裏最多蝴蝶」的角度切入，基於「山」、「泉」、「蝴蝶」之間可聯想的關係，也可以推出同樣答案。

由此可見，這一所謂正確、合理或適當的切入，並非挑戰者判斷和推論時必然要走出的一步，它與正確答案並無必然的關係，它其實反映這批知識優勝者「洞悉」的能力多於嚴謹的學識。可能正是這一偶然性，給了這一能力神奇的色彩，經過這些優勝者的詮釋之後，知識變成了睿智的觸覺，或靈機的閃現，它瞬間開啟挑戰者的靈竅，照亮眼前的道路，讓謎團昭然若揭。

## 「公正的遊戲」

可以說在強光照射和鏡頭聚焦下，知識英雄的某些能力和神采被戲劇性地放大了。在此，複雜的認知過程被簡單化和戲劇化為一個短兵相接的行動，這恰恰突顯出知識英雄快而準的解析和透視能力，這是一種不斷製造驚喜的能力，儘管天南海北各種問題突如其來，他/她總能在分秒間一一點出正確答案。加之知識問答有即時和可觀的物質回報，知識英雄儼然像有了信手拈來的「點金」能力。《百萬富翁》由此有效地建構起一個知識的神話。

現在的問題是：這一神話建構的文化合法性何在？前面已經提示，合法性屬價值理性，涉及好不好、應不應該等價值問題，因此要探討神話建構的文化合法性，我們還須加入價值的考量。

與傳統的知識英雄相比，這《百萬富翁》擂台上的英雄或許多了一層

鍍金的光澤，卻不免少了一份深厚的內涵。很簡單，這裏不需要有堅厚扎實的知識功力，不需要有洞察生活和世界的深遠見識，也不需要承擔「社會的良心」。所有這些在《百萬富翁》遊戲中全無用武之地。<sup>8</sup> 很明顯，這裏所說的「知識」與傳統深厚的知識概念相比已有很大落差。在傳統知識精英的眼中，它或許只算是凡夫俗子生活經驗的簡單混合——既沒有豐厚的文化底蘊，也缺乏內在的有機聯繫。

18世紀的德國哲學家費希特(J. G. Fichte)在《論學者的本質》中宣稱，一切日常可見、可觸摸的事物都是表面的，它們的本質「存在於一切現象的深處」，他稱之為「世界的神聖理念」。普羅大眾只是生活在膚淺和實用性的事物之中，所以不能認識世界上的神聖理念，而學者文人出世，是為大眾指明這些神聖理念(引自Carlyle, 1983, pp. 189-190)。傳統的知識精英不一定都認同費希特的「神聖理念」，但會同意一點：知識有一神聖的使命，就是揭示「存在於一切現象的深處」的實在。而《百萬富翁》看來與這一神聖使命無關。

對傳統的形上學者來說，《百萬富翁》大部分的答案只是指出了現象的真實，而不是本質的真實。例如「人體主要由氧、氫、氮和碳組合而成」(21/3)，這或許說出了人體的某個奧秘，卻沒有解答真正的問題：為甚麼人體要由這些元素組成？宋明時代的理學家會追問：這一化學組合的「理」是甚麼？經院哲學家會問：造物主為甚麼要用這些材料造人？

對後現代知識論者來說，近代嶄露頭角的科學知識不可能通過其操作的合理性和有效性來證明自身的合法性，科學者不能說「因為這是科學實驗或計算的結果，所以是正當的」；甚至不能說「因為它是真的，所以是正當的」。照這樣看，我們也不能說「因為知識力量的呈現是客觀的、真實的，所以是好的」，手段合法不等於就是目的合法。因此，科學知識本身還必須訴諸更高層次的敘事形式，即利奧塔(Jean-François Lyotard)所說的「宏大敘事」(Grand Narrative)，來獲取自身的合法性和正當性，例如利用「美好未來」的偉大神話和許諾來確立自己的合法地位(1984)。

《百萬富翁》並沒有顯示出這些深沉和終極的關注，但為甚麼這樣一個簡單、零散的知識問答節目在今天可以堂而皇之地充當起知識的判官和知識價值的打造者？前面說了，《百萬富翁》神化或誇大了這種「淺薄」

知識的力量和價值，但問題仍然存在，人們為甚麼可以接受它？看來我們還需要深入探討這一神話建構的文化合法性。

對後現代主義學者利奧塔(1984)來說，這問題已經解決了，知識的合法化問題已經過去，知識神話的合法化問題自然也不復存在。這是因為人們不再信任啟蒙運動以來的宏大敘事，科學知識無法從諸如「人類自由解放」、「理性精神實現」等宏大主題的敘事中獲得自身的合法性，於是要加強自身操作的合理性和實效性。這意味著判斷知識的依據不再是它好不好，真不真實；而是它有甚麼用，它能否做到最小輸入，最大輸出。

不管「宏大敘事失去魅力」的說法是否合理，利奧塔的確說出了當代知識狀況變化的一些趨勢，如知識的實用化、資訊化和商業化趨勢。隨著電腦技術的廣泛應用，知識要適合新的輸入輸出渠道，必須與電腦語言相容，因此越來越多地採用方便輸送、存儲和提取的資訊形式。與此同時，知識也日益融入商業的大舞台，成為形形色色的訊息商品，與政治議案、暢銷小說、流行歌曲、體育運動、時裝等一起競逐公眾的注意力。可以說，這一知識環境和觀念的變化為《百萬富翁》知識問答遊戲提供了某個合理存在的依據。也正是這一變化，使《百萬富翁》得以從實用化、資訊化和商業化的方向上來建構有力的知識神話，知識或資訊能夠當場變換金錢，就是這一實用化、資訊化和商業化趨勢的最好證明。

但本文仍然相信文化的合法性問題沒有完全解決，在《百萬富翁》節目的深處，還應該有種道義在支持著這一知識問答遊戲和正當化著人們的收視行為，為此，我們需要回到當代文化的某些宏大敘事中去。還應該感謝利奧塔，他在《公正遊戲》(Just gaming, 1985)一書中看到當代社會和政治的一個核心問題，即公正問題。據他所說，由於宏大敘事不再行使整體維繫的作用，大一統的知識領域已不復存在，不同知識和社會領域各自發展出自己的語言規則，社會群體之間的紛爭因而不可避免。任何意圖單方面解決紛爭的做法都是不公正的，因為會強迫其中一方，例如在訴訟中，接受另一方或外部強加的語言規則。在普遍性準則不再適用的政治生態下，公正意味著不同的語言遊戲可以各行其是，各得其所。

利奧塔所說的「公正」很可能是個永遠無法實現的理論假設，但他對

公正的關注和呼籲，顯示出近代一些宏大敘事的主題仍魅力依然。「公正」早就是柏拉圖對話的重要主題，利奧塔回到這一「永恆」主題上來談論知識多元化發展的可能性和合法性，是可以理解的。參與編輯五十四卷《西方世界的偉大著作》叢書和第十五版《大英百科全書》的美國學者莫蒂默·艾德勒 (Motimer, 1984, pp. 136–137) 發現，「公正」不只是一個至關重要的主題，而且在當代社會中「具有至高無上的價值……，沒有哪個社會可以過份地公正，沒有哪個人會因為過於公正行事而對自己或同伴來說不是好事。」這一觀察也適用於今日特別看重民主法制的香港。和利奧塔一樣，艾德勒也相信真正的公正應照顧到每個人和每個社群的自然需求和權利 (pp. 174–205)。如此看來，近代以來有關自由、平等、公正的美麗神話和宏大敘事沒有過時。當然，從利奧塔、艾德勒等人的論述看出，這些神話和宏大敘事的內涵已大為開放，開始包容不同領域和社群的認知。<sup>9</sup>

利奧塔、艾德勒等人的公正觀反映了當代人對一個多元化的社會政治環境的憧憬。我們不妨就在這樣一個「保障不同社群之天然權益」的意義上來談論公正。事實上，這一廣泛意義上的公正早已成為當代傳媒實踐的基本原則和重要賣點。在今天，要找到一塊言論相對公正和多元化的公共領域的話，恐怕就屬民主社會的大眾傳媒了。儘管傳媒的公正性一向為世人和學者詬病，但起碼來說，它樂於玩這一「公正」的遊戲，它正是憑藉這一遊戲來獲取民主社會的認可的。

如果說香港的電視媒介早已在過去的新聞、評論、廣告、訪談等節目中默默遵循著「公正的知識遊戲規則」的話，那麼《百萬富翁》則可能是第一次公開和清楚地顯示了一個純粹的知識遊戲節目是如何可以比較公正地進行的。節目沒有自立一套標準答案，而是沿用各個知識領域的標準答案，或是接受它們的既定看法，從這點上說，它承認各個知識領域的語言遊戲規則。當然嚴格來說，這種公正是不完善的，答案有主流和非主流之分，但《百萬富翁》只允許一個標準答案——無論它是正宗的答案 (如「百善以孝為先」，9/2)，還是世俗的答案 (如「香港人俗稱澳門為『馬交』」)，而排斥其他的答案和說法，從這點上說，它違背了利奧塔所說的公正原則。

但值得欣賞的是，《百萬富翁》在問答题目的設置上有一套反知識壟

斷的有效做法。最有效的做法是多元化設置和無規則排列問答題目，這樣做排除了某個領域的學識獨佔鰲頭的可能性，《百萬富翁》在知識建構上之所失，正好是公正遊戲上之所得。結果是，學位和尊貴的職業、職銜等在遊戲中不再成為知識的必然保證。雖然挑戰者中有大學講師、大學研究員、研究生、中學教師、醫生、見習律師、工程師、設計師、雜誌編輯、高級財務助理、電腦系統主任、公務員等，這些人在遊戲中的表現也還算可以，平均回答9.8道問題，比其他挑戰者平均回答8.5道問題的成績略勝一籌，但這微弱的成績優勢遠遜於社會的期待。

從題目的數量看，《百萬富翁》明顯地偏重於傳媒文化和普羅大眾的知識結構，亞洲電視台監製沈四海解釋說：「我們要的是『常識分子』，而不是『知識份子』，只要多留意身邊的事物，便會答到節目中的問題」(轉引自宗匠，2003，頁164)。電視台的這一「偏私」顯然有助於打破傳統知識精英的壟斷。另外在題目的高低排序上，遊戲並沒有給予精英文化一個特別優越的位置。不錯，遊戲頭五道問題都是非常簡單淺顯、老少鹹宜的常識問題，從這點看，課堂知識(如自然科學知識)的確在遊戲中佔有較高的位置。但與跨文化研究學者Hetsroni (2004, 2005) 的發現不同，這方面的問答題目不足五分之一；大多數處於遊戲高位的問題，如前所說，只是在範圍上比低位問題更偏遠了，而不是在程度上更深入了。就是本研究中難得一遇的50萬獎金題(如「哪種昆蟲是巴西的吉祥物？」63/2)和100萬獎金題(如「中國名勝『蝴蝶泉』位於哪個地方？」63/2)，也不見得有多深奧。

即使是中國文化的神聖理念和教義，在遊戲中也只能與大眾日常知識平起平坐。例如儒家的孝道思想，曾有過兩千多年的豐富論述和深厚意涵，現在只剩下乾癟的一句話，「百善以孝為先」，作為一項普通的人文資訊被電腦隨機地抽取出來。孔子在世，應感歎他的說教只值1,000元，在《百萬富翁》價目表上敬陪末座。由此看來，誰是百萬富翁，其實對《百萬富翁》來說並不重要，重要的是誰也無法壟斷知識。

但話說回來，如果對《百萬富翁》作更深入細緻的分析的話，便會發現傳統意識仍在暗盤影響著遊戲的操作，例如宰製的思想仍會透過知識問題的選擇和表述有意無意地流露出來，在節目主持和挑戰者之間仍存在某種「制度性的談話」。<sup>10</sup> 指出這一隱蔽的不公正是本人下一篇文章的

任務。鑒此，本文認為，我們與其將公正看作是《百萬富翁》遊戲的不二法則，不如看作是一種合法化手段，即合法化或正當化其問答遊戲和神話建構的策略性手段。

由上述分析看出，《百萬富翁》在問答題目的設置上採取了不少姿態以示「公正」，《百萬富翁》成了「公正的遊戲」，它不再是知識與金錢的簡單交易，知識也不單純是財富，它成了通向公正的途徑。遊戲因而具有了特別的意義和吸引力，《百萬富翁》的金字招牌或許會嚇退一些自命清高的衛道士，但無人會漠視這樣一種正義的呼喚：知識是公正的，在知識面前人人平等。

難怪「重在參與」成了遊戲最響亮的口號，被遊戲者反覆使用。事實上，「重在參與」這句話只是對平時沒有機會參與知識遊戲的平民百姓來說才有意義，重在參與，是重在平民百姓的參與，是他們的參與，最終賦予了知識神聖的意義，也最終給了這一知識問答遊戲一個合法存在的依據。既然是重在參與，獎金便沒有多大意義，連英雄也變得不重要了。《百萬富翁》塑造了另外一種英雄，他們或許不是遊戲的佼佼者，但從他們走上這一知識舞台那一刻開始，他們就是一個勇於挑戰世俗觀念的英雄，儘管這一挑戰本身也很有金錢的誘惑力。

## 參考文獻

- 王娟、段曉燕(2002年6月)。〈賦知識予博彩，在開心中益智——從《開心辭典》看益智節目發展走向〉。《聲屏世界》，第6期，頁26-28。
- 《文匯報》(2001年5月6日)。〈「百萬富翁」出擊前的熱身〉，第B5版。
- 李效文(2002)。〈從《幸運輪》到《開心辭典》——論電視有獎娛樂性節目的意識導向策略〉。《貴州大學學報，藝術版》，第3期，頁61-64。
- 李琦(2002年11月)。〈益智節目，智在何處——從《幸運輪》和《開心辭典》看益智節目傳受關係的處理〉。《當代傳播》，第6期，頁78-80。
- 宗匠(2003)。《電視娛樂節目：理念、設計與製作》。北京：中國廣播電視出版社。
- 《明報》(2001年5月8日)。〈正經問答遊戲能否突破反鬥主流？〉，第C8版。
- 《星島日報》(2001年5月8日)。〈百萬富翁〉，第D4版。
- 馬梅(2005年3月)。〈打動人心，方能永恆——《開心辭典》的成功之道解析〉。《中國電視》，第3期，頁47-50。

- 唐世鼎、黎斌(編) (2005)。《世界電視節目薈萃》。北京：中國傳媒大學出版社。
- 陶東風(編) (2004)。《知識份子與社會轉型》。開封：河南大學出版社。
- 許紀霖(編) (2005)。《20世紀中國知識份子史論》。北京：新星出版社。
- 《新報》(2001年5月10日)。〈亞視新攻勢〉，第C9版。
- 鄭世明(2006年3月)。〈消費語境下電視遊戲娛樂節目探微〉。《現代傳播》，第2期，頁84-87。
- Bauman, Z. (1995). *Life in fragments: Essays in postmodern morality*. London: Blackwell Publishers Ltd. 參閱中譯本，齊格蒙·鮑曼(2002)。《生活在碎片之中——論後現代道德》(鬱建興、周俊、周瑩譯)。上海：學林。
- Brown, N. (2003, March). *What do we learn from television quizzes?* Retrieved July 19, 2006, from <http://www.aber.ac.uk/media/Students/nib0001.doc>.
- Carlyle, T. (1983). *On heroes, hero-worship and the heroic in history*. New York: Chelsea House. (An edited reprint of the 1908 Everyman's Library edition by J. M. Dent & Sons Ltd. Original work published 1841). 參閱中譯本，湯瑪斯·卡萊爾(2005)：《論英雄、英雄崇拜和歷史上的英雄業績》(周祖達譯)。北京：商務印書館。
- Cooper-Chen, A. (1994). *Games in the global village: A 50 nation study of entertainment television*. Bowling-Green, OH: Bowling Green State University Popular Culture Press.
- DeLong, T. (1991). *Quiz craze: America's infatuation with the radio and television game show*. Westport, CT: Praeger.
- Fiske, J. (1987). Quizzical pleasures. In *Television culture* (pp. 265-280). London: Routledge.
- Fiske, J. (1989). Everyday quizzes, everyday life. In *Reading the popular* (pp. 133-148). London: Routledge.
- Gunter, B., & McAleer, J. (1997). *Children and television* (2nd ed.). London: Routledge.
- Hetsroni, A. (2001a). Millionaires around the world: Analysis of quiz shows in Poland, Israel and America. *European Journal of Communication Research*, 26, 247-266.
- Hetsroni, A. (2001b). What do you really need to know to be a millionaire — The question of knowledge in quiz shows from America and Israel. *Communication Research Reports*, 18, 418-428.
- Hetsroni, A. (2004). The Millionaire project: A cross-cultural analysis of quiz shows from the United States, Russia, Poland, Norway, Finland, Israel, and Saudi Arabia. *Mass Communication & Society*, 7, 133-156.
- Hetsroni, A. (2005). The quiz show as a cultural mirror: Who Wants to be a Millionaire in the English-speaking world. *Atlantic Journal of Communication*, 13, 97-112.
- Himmelstein, H. (1984). *Television myth and the American mind*. New York: Praeger.

- Hoerschelmann, O. (2006). *Rules of the game: Quiz show and American culture*. New York: SUNY Press.
- Holmes, S. (2005). Not the final answer: Critical approaches to the quiz show and Who Wants to Be a Millionaire. *European Journal of Cultural Studies*, 8, 483–503.
- Lewis, B. (1984). TV games: People as performers. In L. Masterman (Ed.), *Television mythologies: People as performers* (pp. 42–46). London: Comedia.
- Lyotard, J. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (G. Bennington & B. Massumi, Trans.). Minneapolis: University of Minnesota Press. (Originally published in French 1979)
- Lyotard, J., & Thebaud, J. (1985). *Just gaming* (W. Godzich, Trans.). Minneapolis: University of Minnesota Press. (Originally published in French 1979)
- Mason, V. (1994, March). *What do we learn from television quizzes?* Retrieved July 19, 2006, from <http://www.aber.ac.uk/media/Students/vzm9301.html>.
- Mills, A., & Rice, P. (1982). Quizzing the popular. *Screen Education*, 41 (Winter/Spring), 15–25.
- Molotch, H., & Boden, D. (1985). Talk social structure: Discourse, domination and the Watergate Hearings. *American Sociological Review*, 50, 273–288.
- Mortimer, J. A. (1984). *Six great ideas: Truth, goodness, beauty, liberty, equality, justice: Ideas we judge by, ideas we act on*. New York: Collier Books. 參閱中譯本，莫蒂默·艾德勒(2005)。《6大觀念》(陳德中譯)。重慶：重慶出版社。
- O’Sullivan, T. et al. (1994). *Key concepts in communication and cultural studies* (2nd ed.). London: Routledge. 參閱中譯本，約翰·費斯克等(2004)。《關鍵概念：傳播與文化研究辭典》(第二版)(李彬譯)。北京：新華出版社。
- Perelman, C. (1963). *The idea of justice and the problem of argument* (John Petrie, Trans.). New York: The Humanities Press.
- Stark, S. D. (1997). How “Wheel of Fortune” won the Cold War. In *Glued to the set: The 60 television shows and events that made us who we are today* (pp. 395–402). New York: Delta.
- Tolloch, J. (1977). Gradgrind’s heirs: The quiz and presentation of “knowledge” by British television. In *Screen Education*, 41(Summer), 3–13.
- Whannel, G. (1990). Winner takes all: Competition. In A. Goodwin & G. Whannel (Eds.), *Understanding television* (pp. 103–114). London: Routledge. 參閱中譯本，安德魯·古德溫、加里·惠內爾(2001)：《電視的真相》(魏禮慶、王麗麗譯，頁81–96)。北京：中央編譯出版社。
- Warshauer, M. (2002). *Who wants to be a millionaire: Changing conceptions of the American dream*. American Studies Today Online. Retrieved July 20, 2006, from <http://www.americansc.org.uk/Online/index#2003>.

## 註釋

1. 本研究向亞洲電視台租借了載有這後半期105集遊戲的光碟。而前半期包括5月6日至8月7日的遊戲，因有版權限制而無法外借。

2. 有關《幸運輪》和《最弱一環》的遊戲規則，可參閱唐世鼎、黎斌 (2005，頁 184–185，192)。
3. 本文考察的重心是「問答題目」和「問答形式」。技術方面只是從大處著眼，並沒有作非常仔細的編碼，這是本研究的一個遺憾。
4. 本文採用 X/X 的索引方法，例如 6/1 表示第六集中第一位挑戰者，21/5 表示第 21 集中第五位挑戰者。
5. 這些挑戰者回答頭五道問題時，沒有使用或至多使用一個錦囊。
6. 括弧中的斜體字表示正確答案。
7. 其中三個 (組) 優勝者挑戰最後一道問題時失利，實際獎金只有六萬。另有五個 (組) 參賽者也成功地回答了 12 道或更多的問題。但他們是明星或名人，作為嘉賓參加問答遊戲，遊戲有表演和娛樂成分，故成績不計算在內。
8. 有關過去知識英雄之特質和道德使命的經典論述，見 Carlyle (1983, pp. 187–237)。有關這方面的當代論述，可參閱 Bauman (1995, pp. 223–243)，許紀霖 (2005)，陶東風 (2004)。
9. 要深入理解西方概念 justice (公正、正義、公義等) 的豐富涵義，可閱讀 Perelman (1963)。Perelman 發現 justice 是個非常混淆的概念，他歸納出六項有代表性的公正原則，然後找出它們共同擁有的要素，再重新表達成一個抽象的公正法則：「同一個基本類別的成員必須享有平等的待遇」(“A principle of action in accordance with which beings of one and the same essential category must be treated in the same way”) (pp. 12–16)。
10. 有關這一「制度性談話」的一個著名例子，請閱 Molotch & Boden (1985)。

## 鳴謝

作者特別感謝浸會大學科研基金會對本研究的支持和資助。王冬霞女士參與製碼，仔細認真，功不可沒。