



從科技流變論述電視與社會的對話

陳清河

政治大學廣電系副教授

電視事業的發展之所以異於傳統傳播媒介推衍之緣由，乃電視必然是以科技為內容產製的根基。亦即，電視內容的產製必須將其平台建構於內容及科技之上，藉由財力（Money）、物力（Material/Machine）和人力（Manpower）的輸入，形成對家庭生活、新聞產製、社會文化、產業經濟和政策法規等面向的輸出，此乃電視科技工業的基礎、產業的樣態以及商業的活動，所形構之整體電視媒介風貌與社會流變的對話空間。

翻開台灣電視科技史，不難發現台灣的廣電環境因為政經結構的改變而不斷處於變動當中，亦可形容台灣的電視生態是「十年有一小變化，三十年則有一大變化」，此種說法或許隨著科技的衍化速度，其論調須要重新被檢視。然而不可否認的是，歷史的演進皆有其一定脈絡可循，人類追求科技的變化常基於年代而有自我期

許的規劃，諸如八〇年代的數位化與千禧年匯流化期程的規劃，更不是無中生有，其交織出來的科技網絡也是從事傳播研究者所不容忽視的。

科技的進展對電視事業最直接的影響，乃在產製方式、流程及品質的改變。就過去四十年而言，台灣電視經歷了黑白到彩色、現場到錄影、棚內到棚外、人工到電腦、手動到自動、單聲到多聲、類比到數位、延遲到即時、單頻到多頻等重大變革，這一連串的變革使得電視產製模式也隨之展現新的樣貌：節目生產流程更為精確，影音品質更為精緻，呈現模式更為多元，創意表現更為寬廣。在在顯示科技可創造更多可能性，令人體會「人類因有想像而偉大」的思維。

電視產業在九〇年代數位化概念被提出之後，正式邁入了另一個技術革命階段，隨之而來的數位壓縮與寬頻通路便是



造成電訊產業相互匯流的原動力。這使得原本互不相關的產業得以整合成一個水平相關的層級式產業。諸如以往皆採分業方式經營的電信公司、網路服務業者、廣播電視網路、有線電視網路，以及直播衛星等網路傳輸業者，可以進行互跨服務的競合關係。此一現象在台灣電視工業邁入四十年的階段更充分顯現。

回顧四十年來電視科技在台灣的出現與進展，較直接的反應乃電視在科技的變動中使得人類種種經驗一再被改寫。科技的不斷推陳出新，對電視的產製、傳輸和消費三個層面都帶來莫大影響。就產製面來說，隨著各式器材設備的演進，電腦化、數位化的普及應用，以及成本的降低，使得獨立製片公司的前景大有可為，政策與法令實應解除過多人為的限制，如此才能確保「科技所帶給人們的自由福祉」。就傳輸上來說，新科技的出現使得原本被認為是稀有資源的電波頻道，在線纜與衛星通訊技術發達的情況下，管制意義已不復存在，分眾的時代來臨，人類已從大眾文化的供給轉為要求窄播服務。就消費的層面來說，電視科技為閱聽人帶來更多自由選擇的機會，雙向的訊息傳輸使得媒體市場的運作，更為趨近「消費者主權」的實現。

Williams (1973) 曾提出科技的社會形塑觀點 (the social shaping of technology)，其

觀點主要在探索如何避免將科技獨立於社會之外的弊端。Williams 認為「科技決定論」主張科技的變遷決定社會走向的說法，不應忽略科技本身也是一種社會產物。他以電視為例說明電視科技成為媒體，乃是因為人類心中有所期望才會發展出來。因此，科技不只是社會變化的表徵，而是人類心中期望的核心反應。如果社會需求夠強烈，一項適當的科技就會產生 (馮建三，民 81)。此一論調更強化任何媒介的產生必然與社會有相互依存的關聯性，也表露了科技的發展仍維繫於社會結構元素的取向。

科技的發展對於電視工業有決定性的影響。科技愈進步民眾的需求愈能夠被滿足，進而刺激民眾對影視產品的消費，當然，人類也可能會因為科技的進步，更難以滿足感官與生活情境的需求，形成一種壓力與困惑，永無止境的提升科技的層次。不過，當消費形成市場的普及，科技的影響力就被強化，迫使政府必須制訂相關政策法規作出回應，而政府的對策又將回過頭來導引科技的進展方向。從歷史的演變過程中可以得到印證，此乃在新科技形成中循環不已的過程，此一過程對電視媒介而言，使得政治、經濟、教育及文化的範疇無一能置身事外，成為人類再建構歷史偶然性思考的原由。

然而，從社會的多面向元素加以觀



察，縱使科技常為民眾需求帶來延伸性，科技的變化也不全然站在人類的角度。當電視節目產製者或使用者的腳步產生落差時，科技所衍生的福祉便可能將其遠遠拋之在後。科技匯流和數位落差正是媒介科技推動者所必須面對的兩難問題。科技對於人類生活究竟是「革新」還是「革命」？在這個電視科技日行千里的時代，或許應該停下腳步再次思索，追求電視科技的同時，應拋開科技必然性的思維，回歸社會

對大眾媒體的依賴。從台灣電視四十年發展的脈絡觀之，電視科技的演變實與人類生活條件的改變有密切相關。未來電視科技應採跨平台整合的方向，結合多媒體、影音處理和傳輸技術，創造更多的可能性，去滿足閱聽大眾對科技多元的想像空間；或是採取如何善待自我的角度，使電視科技在滿足人類征服感官目的之同時，亦能思考其科技形成的手段，是否也踐踏了人類的尊嚴。

期刊徵稿 II

《傳播文化》

本期刊旨在提供國內外學者一個發表研究成果與學術討論之園地，以促進我國傳播學的發展。

出版所：輔仁大學大眾傳播學研究所

本期專題：集體記憶、歷史、與媒體

其他：一般論文、學生論文、書評與回應

<http://140.136.88.99/mass/frame.htm>

《中華傳播學刊》

將於 2002 年六月出版創刊號，初期預計每年出版兩期，於六月與十二月出刊。其定位如下：為中華傳播學會的學術期刊，以人文的、文化的、思辨的精神，鼓勵多元視野的傳播學術研究。

出版所：中華傳播學會

第一期專題（2002 年 6 月）：傳播學中的眾聲喧嘩

第二期專題（2002 年 12 月）：傳播、認同、與民主化

第三期專題（2003 年 6 月）：傳播學的歷史意識

第四期專題（2003 年 12 月）：個人、社會、與傳播科技

http://ccs.nccu.edu.tw/chtml/ccsnews/askp_ccs1227.htm