

傳播科技大事紀

變遷中的迷惘：形式與意義的拉鋸

楊佳純 李蓉欣

楊佳純就讀國立交通大學傳播與科技學系三年級，crystal770613@yahoo.com.tw。

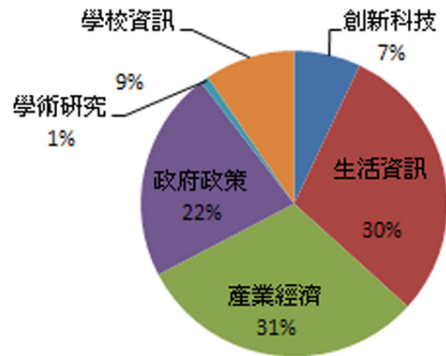
李蓉欣就讀國立交通大學傳播與科技學系三年級，a126418@yahoo.com.tw。

「傳播科技越趨發展，媒介資源取用越方便。」可視為每年傳播科技大事紀的最佳寫照。然而，視科技發展的進步為進步，以正面說辭來概括傳播科技發展的現況，這樣的說法似乎有管窺蠡測之慮。正視傳播科技發展背後的現況，不難發現，在產製端方面，存在著「追求外在形式，架空內在意義」的窘境，而在閱聽人端，則面臨「如何正確運用傳播科技」的困境。

為巨觀地了解 2008 年 5 月 1 日至 2009 年 4 月 30 日，「傳播科技」發生了哪些大事？有什麼令人驚艷的突破與發展？於是著手檢索聯合報、中國時報與自由時報現有新聞資料庫^[1]，下表為三報資料統計結果：

創 新 科 技	生 活 資 訊	產 業 經 濟	政 府 政 策	學 術 研 究	學 校 資 訊	合 計
71	300	309	225	9	96	1010

資料來源：聯合報、中國時報、自由時報



資料統整：李蓉欣

藉由上表獲悉，媒體對於「傳播」的相關報導，多半以生活資訊和產業經濟有關，由此可見，「傳播」與人們的生活休戚相關、密不可分。因此，傳播科技的長足進步，理當會對大量的閱聽人造成舉足輕重的影響。然而，如此這般的發展，是否真的能夠讓閱聽人成為最大的受惠者？科技的進步真的能為閱聽人帶來全面性的進步嗎？此為傳播科技火速發展的時代下，最需要被正視的「迷思」。

2009 年 3 月 17 日，創報至今已有 146 年歷史的西雅圖郵訊報，在發行最後一份實體報紙後，隨即轉型成為網路電子報，西雅圖郵訊報是美國第一家放棄實體形式而轉向電子形式的大報^[2]。2009 年 03 月 20 日，日本富士通公司推行了全世界首本彩色螢幕電子書^[3]。2009 年 03 月 31 日，NCC 大力推行有線電視數位化，並且希望業者能夠透過無償借用數位機上盒給消費者，以助於推動有線電視數位化^[4]。

上述三則有關傳媒發展的新聞，皆清楚地傳達出「傳播媒體的形式因為科

技的發展而產生了巨變」，不管是政府的政策或是產業界的發展方向，皆將我們的生活導入一個全面網路化，電子化與數位化的時代。這樣的目標看似完好，但也湧現出一些值得我們憂深思遠的問題。

一、傳媒呈現的內容與科技脫節

傳播媒體所呈現出的內容是否隨著科技的發展而有所精進？抑或是處於停滯不前的狀態？針對近年來報章雜誌的發展現況來談，許多實體報紙與雜誌皆跨足電子報與電子雜誌的形式，但是其實體形式與電子形式所展現的內容近乎完全一致，只是將紙本上的內容複製貼上。換言之，媒體傳播的形式改變，但其呈現出的內容卻如出一轍。除了報章雜誌媒體之外，電視媒體此種景況更為嚴重，數位電視開播至今，一直無法達到預期的普及成效，其中最大的問題即為數位電視節目內容不但沒有正向的發展，反而還為了節省製作成本，重播數年前的節目內容，早在 2007 年 5 月 15 日，NCC 就已審查五家無線電視台試播的數位頻道營運計畫，發現 15 個數位頻道節目與類比頻道節目重播率高達五至八成，因此 NCC 要求電視台提高購片與自製節目^[5]。事隔數年，情況仍然未見改善。數位電視不僅存在著內容如出一轍的問題，更嚴重的情況則是其重播的內容完全缺乏時效性，全都是使用多年前的電視節目來堵塞時段，藉此削減其製作成本。綜觀上述，傳媒所呈現的內容並沒有跟隨著科技的發展而有所改革，反而落入無限循環的窠臼中。盲目的追求媒體形式上的進步，卻忽略內容意義的重要性。此種窘境可謂網路化、電子化與數位化過程中，急需正視與解決的難題。

二、追求形式所致的空洞化

2009 年 3 月 31 日，環保署呼籲民眾，以鮮花素果、徒手祭拜的方式代替傳統的燒香、燒紙錢的儀式，或是使用「以功代金」和網路祭拜的替代方案^[6]。「拜拜」這個民俗信仰的儀式，對台灣人而言，是祈求平安、安撫心靈與尋求解惑的重要習俗。而「拜拜」的儀式其實早已超越民俗信仰的範疇，進而成為台灣人民生活的一部分，除了藉由這個儀式來祈求祖先或神明的保佑，拜拜也發展出另一個層面的文化意義。清明節的拜拜祭祖儀式，通常也是家族聚會的重要日子，將來若是民俗信仰的拜拜儀式落實全面網路化，則會減少家族的聚會或

研究結果顯示數位媒體提高大學生社交生活的品質。大學生利用即時數位通訊科技維繫其社交關係^[7]。1973年，社會學家 Mark Granovetter 提到強連結與弱連結的概念，他發現大多數的資訊交換都不是在互動密集的「強連結」中產生，而是發生在熟識度不高的「弱連結」當中。並提出在社會中存在一種「弱連結的優勢現象」，指的是新資訊的流動較可能在弱連結之間發生。此原則在數位科技快速發展的時代同樣適用。手機簡訊、MSN、部落格和電子郵件等數位媒體是現今大學生主要的溝通社交媒介，大學生利用這些傳播科技來維繫其人際關係與社交網絡。然而，研究發現「不同數位通訊工具，支持不同關係網絡」。MSN、手機、簡訊等強連結網絡，使用者多半期望從中獲得情感上的支持；反觀電子郵件的弱連結網絡，其內容則是以一般資訊的交換與分享為主。由此可知，傳播科技一日千里的進展，雖然全面性的影響了傳媒的產製端與人們的生活型態，但是人類在使用這些新科技時，其中還是存在著潛在的「科技使用個性」。換言之，人們在各個階段的時空情境下，雖然運用迥然不同的科技通訊工具來進行溝通，但是深究其中皆能觀察出雷同的行為模式，此為科技與社會之間的互動始終存在辯證關係的一個重要例證。

誠如上述，傳播數位科技發展的浪潮，勢不可當、鋪天蓋地的席捲而來，其中伴隨著令人期待的新契機，但當中也暗藏了許多發人省思的問題。因而，如何在這波數位科技發展的洪流中出類拔萃、脫穎而出，最終全都仰賴使用者如何通時達變地運用「傳播科技」。