

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

## 1960 年代「電視機」的文化意涵：科技生產、國民教育、 與現代生活 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型  
計畫編號：NSC 95-2412-H-004-019-  
執行期間：95 年 08 月 01 日至 96 年 07 月 31 日  
執行單位：國立政治大學新聞學系

計畫主持人：柯裕棻

計畫參與人員：此計畫無參與人員：無、無

處理方式：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2 年後可公開查詢

中華民國 96 年 10 月 29 日

## 一 前言

一般認為台灣的電視事業發展以一九六二年十月十日由台灣電視公司（台視）開播之日為始。亦有認為教育電視實驗廣播電台於一九六二年二月十四日之開播為台灣電視事業之始（中華民國電視年鑑，1976：6）。的確，就電視節目的生產者與提供者角度看來，電視事業與市場確實是由此二機構成形並展開。多年來傳播學界已經基於此認識之上完成不少以電視產業的政策分析以及政治經濟學導向的研究，這些研究將電視台設立後的內部政策、資金結構、和當時的國家政策做了非常詳盡的分析與紀錄（蘇蘅，1992；馮建三，1995；程宗明，2002；蔡琰，2002；張時健，2005；林麗雲，2005）。目前台灣的傳播史研究多著重於建制化過程的政策討論，多數研究都是以電視台成立的內部結構問題為主，這些研究的關切是電視台體制的弊病所導致的問題與可能的修正方向，或有以比較研究為取徑，或有以體制批判為主旨，這幾乎已經是所有台灣的傳播史研究的主要題旨。

本研究從物質文化的問題著手探究電視的角色，即「這個社會如何想像、討論、並安置電視？」也就是說，本研究將電視理解為一個具有文化意義的機械，而不只是一具由電子板和映像管拼湊而成的科技中介物；不將它視為內容的媒介，而將它視為一個物質性的內容(texts in a material form)；不將它視為資本的產值，而將它視為產生資本的關鍵物。這是一個「視電視為文化物件」的文化研究，試圖將電視置於它出現在這個社會的時間點上，探究它生產、製造、散佈、型塑的可能條件，嘗試了解它所引發的爭議、它所依循的權力關係以及它所誘發的社會想像。

作為一個高度受到國家機器關切的科技產業與文化事業之承載物，電視鑲嵌進入台灣社會的過程除了黨國的資本與政治權力的複雜運作之外，電視也可能強化某些既存的意識形態。當時的文化型構也一樣被動員起來吸納、定義並安置電視的位置——在社會的位置，在文化的位置，在家庭裡的位置。在本研究不僅將這個過程理解為科技產品與社會條件交互型塑的過程，也將之視為一種社會對話的過程。

這樣一個以某特定物件為主題的研究涉及一定程度的歷史視野、事件描述、和時代意義的召喚，希望在拼湊的同時，能夠指認、理解、詮釋過去和當下的差異性或一致性。如此希望能夠開啓一種論述過去的可能，也能夠對此刻重新創造的記憶言說有所反省。當然，這個研究本身自然也參與了當下對於傳播史的論述型構，這些論述除了制度缺陷的體制問題檢討之外，也包含眾多的政治經濟研究所提出的反省。也正是在這樣的認識基礎上，經由交錯的參照和反省，本研究試圖重新審視某些事實，試著梳理始終不曾缺席的全球結構性力量、由強勢國家所主導的現代計畫、當時控制台灣的威權體制的政治運作、被稱之為「冷戰時代」的論述條件，從而希望更明確標誌出當下現況的何所來，何所指。換言之，本研究除了檢視造成現狀的諸多條件之外，也探索了被摒棄、被排除、沒有完成的其他可能性——那些在建制化之後被遺忘的失敗條件(the historical possibilities that failed to come through)。

因此，雖然台灣的電視台設立於一九六二年，本論文探討的時代最早迴溯至一九五四年，是韓戰停火協定(一九五三年七月廿七日)後的一年，也是「中美共同防禦協定」簽署的一年。因韓戰故，東亞國家的軍事與經濟關係進入另一種以反共為主的冷戰關係，這個新的國際軍事關係和反共意識形態不斷發酵，於越戰期間達至最高峰，並持續至一九八〇年代中晚期，支配了東亞的政治經濟結構長達卅年之久，甚至於如今南北韓和台灣海峽問題的癥結依舊與這段時期的歷史有關。韓戰後，美軍在東亞防禦系統的部署主要是針對共產中國而建立反共圍堵防線，舉凡在地緣

政治上被納入這一道反共防線的國家都必須與美國的軍事經濟力量配合。電視媒介在二次戰後即被視為是如同廣播一樣強力的宣傳、社會整合與控制的科技形式，自然也是兵家必爭之器。<sup>1</sup>

電視台在東亞國家的設立與當時的冷戰結構有極其密切的關係，雖然一九五〇年代台灣尚無電視，但是諸多籌備電視的說法和計畫已經在東亞各國進行，台灣也深深牽涉其中，只是台灣的電視台籌設延宕至六〇年代方著手進行。

從東亞各國電視籌備的經驗看來，電視台之籌劃非當時一國一地之力可成，而是在美國或是其他外資外力的挹注下方有所為。從這樣的歷史脈絡中觀照台灣的電視產業發展，至少可以確立幾個關鍵的理解：

首先是，不論是在物質的生產基礎上或是文化的意識形態上，「冷戰」是超越國家疆界的集體經驗，二次戰後各國的產經與文化研究均不能忽視冷戰這一巨觀條件；

其次是「區域化」與「全球化」概念需確實置於特定歷史脈絡中理解，亦即，在研究媒體產業的跨國特性時，也必須將這兩種概念歷史化；

第三，討論冷戰時期台灣電視媒體發展的社會條件至少應將國族主義、去殖民化政策、工業經濟發展與消費社會之形成等因素納入考量。台灣的電視產業雖然看似屬於國家機器的內部系統，但是媒體產業的研究不能獨立於其他外在牽制條件之外討論，權力的行使和決策研究也無法將政府或政黨視為一封閉系統來談。一般對於台灣成立電視台的想法多傾向於將國民黨的政治運作視為一無庸置疑的整體，然而在爬梳史料之後我們可以發現，權力運作的機制不能也不應被本質化看作是有完整意志的整體，其內的紛爭齟齬可謂相當複雜，而當時雖然處於威權政治時期，政治菁英之間的鬥爭和意識形態的糾葛也令人對於當時社會理解的想像和闡述更具體。

## 二 文獻

電視的普及始於二次大戰之後，對於戰後電視機的社會普及過程，美國、英國和日本等率先發展電視產業的國家均有知名的研究。這些研究均認為，二次戰後因為國際間的政治情勢加上由國家主導的現代化經濟策略，發展出以電視機連結現代家庭生活作為國族主義想像核心的社會論述。但是，由於各國歷史狀況和社會條件各有不同，這些研究對於電視機普及的成因以及各國電視機發展論述的解釋基調亦略有差異，茲列舉如下。

英國方面以 Raymond Williams 和 Roger Silverstone 的研究最為著稱。Williams 對電視科技的研究著重於電視所造成的社會文化形式的改變(Williams, 1992)。他不認為科技是社會型態的決定力量，而應該將科技視為複雜社會形構的結果。他並以英國的電視節目內容以及流程編排為例，分

<sup>1</sup> 關於二次戰後將電視做為有力的宣傳媒介等相關政治經濟歷史研究，可參見戰後美國參與德國電視廣播重建發展的例子。二次戰前，德國是世界上第一個發展電視工業的國家，柏林的 *Funkturm* (radio tower) 於一九三五年三月開始，每日兩小時固定播放電視節目，一九三六年的柏林奧林匹克運動會也已經有電視轉播。二次戰後德國為美國與蘇聯佔領，二強對於德國的廣播電視應如何發展與管理的討論，歐美學界均有大量研究，這些研究指出，二強均視電視波頻為必爭之宣傳武器。 *Historical Journal of Film, Radio and Television* 於 1990 年曾有一期特刊專門處理此議題，可參見當期 Uricchio, William. 'Introduction to the history of German television,' *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10:2, 115-122, 以及 Hempel, Manfred. 'German Television pioneers and the conflict between Public Programming and Wonder Weapons', *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10:2, 123-162. 另有關於國際電訊聯盟(International Telecommunications Union, ITU) 於二次戰後幾次會議中，美國、蘇聯和聯合國協商過程的研究亦指出相似觀點，參見 Schwoch, James. (2001). 'Cold War Telecommunications Strategy and the Question of German Television', *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 21:2, 109-121.

析觀眾整晚坐在家中觀看線性流程的電視節目可能造成的個人文化經驗，以及社會逐漸以家庭作為生活重心的趨勢。Williams 提出「流動的藏私」(或譯「流動的私化」mobile privatization)概念，即指這種同時可以滿足流動也滿足家庭作為生活中心的現代社會的文化現象。在一九五〇年代初期的英國社會，人們花費在使居家更為隱私化的金額顯著提高，居住的家庭在空間距離上也愈來愈遠離政治樞紐與經濟上的生產中心，因此這種流動藏私乃係英國戰後小家庭興起所形成的新的溝通型態(Williams, 1992:39-43)。Williams 的這個觀察點出了電視廣播對於家庭與外在的公共空間的接連關係：一種由中央向各家庭單位傳輸的模式，在這種模式中，傳輸與接收的技術條件先於內容出現，內容只是科技的副產品，而非憑空獨立而成(Williams, 1992:43)。

而Roger Silverstone(1994)則致力於電視與日常生活之關係的研究，他將電視相關的各層面做了詳盡的分析，不但處理了電視機的社會意涵，也釐清了電視節目內容、電視觀眾、和居家性等研究概念。他特別提及英國郊區電視化的論述應有三個歷史的視野可以觀察：一為電視之存在強化了郊區發展並使郊區發展成為可能；二是電視在節目的主流迷思中提供郊區的美夢(或噩夢)的物化影像；三為電視是一組機制也是一個媒介，在型式與內容上，電視是一個混雜的機制，它創造並展示迷思，「化解了貧脊空乏郊區生活中現代性的曖昧」(Silverstone, 1994:56)。Silverstone 提出以能動性(agency)、現代性(modernity)以及居家性(domesticity)為研究電視文化的三個軸線。他認為電視機的馴化(domesticate)<sup>2</sup>過程必須在居家性的脈絡中理解，將電視機理解為家庭媒介時，也需澄清家(home)、家庭(family)、家戶(household)三種觀念在電視論述中的區隔，將「居家性」問題化，視之為「公共與私人之間常變關係的歷史產物」(Silverstone, 1994:25-40)。

在美國的研究也是以家庭價值的論述生產為主軸，其中 Lynn Spigel 為此研究之前驅之一，她的電視機社會意涵研究可以說是五〇年代的電視文化史，其中特別著重於分析二次戰後之「家庭」概念型塑與都市規劃中的「郊區」(suburb)發展。在一九四八年到一九五五年之間，美國政府為了開發郊區，鼓勵郊區家庭裝設電視機，逐步打造了郊區生活的空間特色：一種在空間上孤立而隔絕，卻又因電視普及而彷彿能知天下事的郊區家庭生活模式。隨著郊區的拓展，電視機也迅速地進入了美國的家庭生活(Spigel, 1992a)。Lynn Spigel(1992b)並研究電視機與戰後的居家性(domesticity)和愛國主義(patriotism)的關聯。她認為，就空間意義上來說，電視櫃(TV hearth)在這一波戰後家庭重建運動中取代了壁爐(hearth)，成為新的家庭象徵，一家人聚在電視前看電視的景象代表了解甲歸田後重回家園的愛與溫暖，電視使人忘卻戰爭的痛苦，家庭價值被建構為國家價值的新核心，而電視便成為建構國家的愛、溫暖和價值的最基礎元件。同時，Spigel 的研究也特別側重二次戰後電視機進入美國家庭之後重塑了家庭空間的過程，以及電視如何進一步影響家庭內的性別互動關係。總而言之，因為電視機進入家庭，「家」的想像和定義在戰後有了新的社會意義，這個意義既是私密的，也是國族的。

日本學者吉見俊哉(Yoshimi Shunya)曾就日本戰後的科技國族主義(techno-nationalism)做研究，他指出，日本的電器生產與消費和日本戰後國族主義興起有密不可分的關係。日本在戰後的廿年間，因經濟和電子業的迅速發展，逐漸建立起電子國家(electronic nation)的論述(Yoshimi, 1999: p149)。從一九五〇年代末開始，這個論述將日本的國族主義和以美國主義為基礎的科技主義融合在一起，藉由一種對照的方式建構出日本的文化本質：美國個人主義 vs 日本集體主義；

<sup>2</sup> 臺灣亦見將domesticity直接譯為馴化一辭，但如此翻譯則偏離該書論點。Silverstone對電視的論述細密，輾轉迂迴於家居和馴化的雙面意涵之間，參見該書結論之 174-177 頁。

美國的先進發明 vs 日本的精準應用，並從而發展為一九七〇年代日本成為科技國族的自信。除了促進電器產品的大量生產之外，吉見認為，這種國族主義也從日常生活中的面向展開，一方面將美國的生活風格塑造為慾望的標的，標榜家庭活動理性化電氣化，從而進行生活的改善或改造。另一方面，電視成為日本的全國性媒體，成為日常生活的象徵物件，將家庭記憶和國家歷史緊密地連結在一起，特別是五〇年代群眾聚集街頭看電視播放的相撲比賽，以及六〇年代的電視走入家庭後晚餐黃金時段的節目，使得電視成為顯著的社會現象，它型塑記憶、建構了全國的生活作息，是戰後的日本成為民族國家的中心媒介。(Yoshimi, 2003: p484)。

在一九五〇年代末的日本，洗衣機、電冰箱、黑白電視被譽為是進步的三神器，一九六〇年代末的三神器則是車、冷氣、彩色電視 (Yoshimi, 1999: p154-155)。吉見分析了當年的家電廣告，指出家庭空間與國家形象圍繞三神器做出了明白的性別區隔：以消費和使用為主的電器廣告強調家庭主婦形象與美式生活，以日本國家形象為主的廣告則強調工程師作為生產的主體 (Yoshimi, 1999: p165; Yoshimi, 2003: p475)。日本電器產品與家庭／國家的關聯想像一直持續到一九七〇年代中期之後才由另一種超越空間界線的抽象身體形象取代。

上述這些研究均認為，二次戰後在歐美以及日本等地的消費社會的出現與「家國」情感的穩定維繫有關，而這些「家國」情感的建立又是由電視機這種超越空間限制的媒介完成。二次戰後，電視機在各社會普及的過程與這些社會的「發展」步驟若合符節，電視實體／內容的生產與消費成為現代化生活的重要指標，電視機本身既是現代性想像的慾望對象物，也是承載並型塑此一文化想像的工具。電視在極短的時間內於已開發國家普及化，進入日常生活場域，改變家庭互動模式，使地方與空間關係脫節，使生活作息改變，轉化了訊息的傳遞方式，並以即時的視覺性強勢影響了當時的社會文化構成 (Silverstone, 1992)。「大眾」的形貌首度以立即可見的方式現身，社會因電視即時再現重要事件而迅速生產並凝聚共識。<sup>3</sup>

### 三 研究內容說明

在台灣而言，表面上也看似如此。「電視」確實是一九六〇年代生產的重點、現代化的必備要件、農村電氣化的具體象徵，也是社會富裕的指標。電視進入家庭空間的過程在台灣社會而言一樣也不脫「國」與「家」的論述面向。「國」的面向而言，意指社會因著電視的引入而整體地進入了現代化的進步生活之想像；「家」的面向則特別顯現在理想家庭與成員角色的塑造。此二點並非憑空出現在台灣的電視與生活型態的想像之中，也非台灣社會自創之連結模式，而是與當時凌駕一切的國家發展論述和國際局勢有關。在台灣的社会而言，由於黨國力量的強勢主導，「國」的操作相對決定了電視在「家」領域之內的條件，例如，電視與社會發展的關係學習係轉接自日本的工業發展型態；而電視與政治宣傳、進步生活、兒童教養、國民教育的想像則是轉接自歐美國家對於電視的各種既成論述，重新賦予意義而成。

在台灣的国际政治脈絡而言，「電視時代來臨」這樣的宣稱除了是一種結合科技與軍事競爭的進步論之外，同時也隱含著冷戰時期國土疆域的安全管制的雙刃：一方面，電視的出現強化了由上而下的國民文化教育；另一方面，為方便管轄和檢查，早在台灣電視台成立之前，一九五九年

<sup>3</sup> 在電視滲透歐美社會約十年之後產生了諸多視覺媒介傳播文化現象，加拿大學者麥克魯漢 (McLuhan, 1964) 提出電氣時代的「媒體延伸說」並宣佈地球村的到來，以及美國學者 Gerbner 研究長達十年而提出的涵化理論 (1967-1976)，均是不同的研究典範企圖為這樣的媒介所帶來的巨幅社會文化改變勾勒形貌，並提出問題和解決方案。

交通部即已制定「電視廣播接收機登記規則」，其中第二條、第三條與第七條規定，購買電視機按規定需同時購買執照，執照費為銀元四十元，機件不得任意變更(總統府公報第一〇〇七號，民國四十八年三月三十一日交通部令)。

由於台灣電視事業的發展始終處於一種政治作戰機器的理解架構下，除了在政治策略上電視的內容成爲國家意識形態的傳散媒介之外，電視機的機件也必須善加管理。國民政府一方面對中國大陸進行心戰廣播，另一方面也明令電視機的收訊機組須經過拆除檢驗，一九六三年依「動員戡亂時期無線電收音機及電視接收機管制辦法」言明爲「取締收聽軍用通信或匪俄廣播，以確保地方治安，配合動員需要」制定，其辦法之第三條、第七條規定，所有電視接收機之頻率範圍，以二一〇兆週以下，一七四兆週以上爲限；由國外進口之電視接收機需拆除一七四兆週以下之頻路(總統府公報第一五〇一號，民國五十二年十二月廿七日行政院令，動員時期無線電收音機及電視接收機管制辦法)。

因此，如同上述英、美、日等國的研究揭示，藉由電視機這個端點，「國」與「家」建立了前所未有的緊密關係。從私領域的「家」而言，這意味著私領域和公領域的界分有了新的協商和理解方式；從「國」的角度而言，這意味著國家能夠以更直接而有效的方式將政令教化傳導到最末端的點上，不需要經過層層的組織工作。除此之外，在台灣這樣一個處於反共冷戰前線的後進發展社會裡，作爲現代社會休閒生活象徵的電視機，也成爲強調經濟建設富足安康的成果之一，以凸顯相對於海峽對岸共產中國的貧困與肅殺。換言之，電視機的機體形式在電視事業發展初期是全面地服膺於國家的教養(pedagogical)與管制之下，成爲一台充滿政治意義的文化機械——既提供民生娛樂，也從事政治宣傳心理作戰。也因此，相對於歐美日等國對於電視機與消費社會、家庭安居化的解釋，在冷戰前線的後進社會裡，電視機的角色與這些先進國家的研究解釋大相逕庭。東亞威權政府控制下的諸國之電視機不只是一台溫馨的消費機器，它是黨國的政治外交與經濟資本的籌碼(林麗雲，2006)，它也是集所有社會危機意識於一身的、用以維繫社會成員於「居安思危的戰備狀態」的戰爭機器。換言之，如果歐美社會的電視機是使社會忘卻二次大戰的機器，在東亞它則是延續戰爭意識與戰備狀態的機器之一。

事實上，在一九六二年台視開播之日，台灣的電子業尚無獨立製造電視接收機的技術，幾乎全部設備都是由日本引進。台灣在工業化初期階段，日本是最主要的技術援助來源，特別是，一九六〇年代初期，電視技術供應者一概是日本製造商(瞿宛文、安士敦，2003：31)。<sup>4</sup>當時這些中日合作生產的電視機並不出口，而是內銷，既然內銷就必須遵守國產零件比例須逐年遞增的規定，因此技術不僅是轉移到台灣合資廠商，也轉移給了台灣的零件供應商，當然這也造成台灣電子廠商對日本零組件的高度依賴。不論是聲寶公司、東元電機或是大同公司，都是藉由與日本建立成功的合資企業，從而學習生產技術。<sup>5</sup>根據瞿宛文與安士敦的研究，日本資本對台灣工業化過程的影響甚鉅，即使是一九七〇年代台灣開始出口彩色電視機，這些彩視也是與日本廠商簽訂

<sup>4</sup> 二次戰後台灣工商業界之所以能夠取得國際代工的機會，其關鍵原因在於他們在戰前殖民時期和日本大製造商的個人聯繫。(瞿宛文、安士敦，2003：23)。

<sup>5</sup> 然而，根據聲寶公司陳茂榜的訪談，這個技術學習的過程十分曲折。台視獨家進口的電視機組件只是「日本將機器在日本做好，運到台灣加裝個木箱」。即使後來聲寶與日方夏普取得技術合作，剛開始本地廠商僅能製作其外殼組裝，「除了裝木箱之外，不過是多做了一個喇叭和一塊底盤的鐵板」，沒有製造的實際能力，後來才向日方進口必要的零組件，自行整台裝配(史蒂華，1991：30)。因此，儘管當時經濟部規定必須使用國產自製零件比例，這個規定的理想和實際執行的狀況顯然是經過很長的摸索才達成。

OEM合同而生產的。從一九五二年到一九七九年之間，本地電子廠商和外國技術供應商共簽訂337件技術授權合同，其中高達236件是與日本廠商簽訂的。直到一九七〇年代台灣仍有高達59.8%的資本財從日本進口(瞿宛文、安士敦，2003：32-33)。

因此，儘管在民族主義上，國府的經濟和文化政策與「日本」一直有強烈的拉鋸，國府最後還是與日本合作創辦電視台，而日本產的電視機和其他家電用品也持續在現實的生活消費中遍存。台視成立後獨家販售的，是由日方進口的一萬五千架電視機、一九六三年洪健全的台灣松下電氣首先打破台視獨占的局面，與日本技術合作設廠生產國際牌電視，隨後一九六四年有興榮、歌林、東興<sup>6</sup>、三洋電機、臺富等電視廠商相繼成立，均與日本技術合作或合資(中華民國電視年鑑：1976：187)。一九六四年十月，工業指標企業大同公司亦開始與日本東芝電氣技術合作生產大同電視機，儘管大同公司與東芝技術交流頻繁，大同時常派員赴東芝受訓，在大同電視的市場宣傳上完全不見東芝技術合作的字樣，而且更進一步轉變為「愛用國貨」的宣傳，大同更強調它與「市場上幾款日本色彩濃厚的產品」不同(林挺生，1964)。總而言之，日本品牌或與日本技術合作的電視機幾乎是獨佔了早期的台灣電視機市場。

在此一個相當矛盾的現象已浮現：在文化上，國府亟欲去除日本在台灣的殖民遺緒，因此曾明文禁止公共場所、學校、報紙刊物與廣播之日語。然而，在生產技術上，由於當時日本已是世界上電視機的第二生產大國，台灣發展電視工業與日本合作，在科技層面上，也就是物質生產上，非常依賴日本公司的技術合作，本地的電視機製造商原本在二次大戰前就已經與日本商社建立多年的合作關係，電視公司也有日方部份資本；但是在電視內容和文化上，日文卻是一個禁忌，儘管當時日本電影尚可以合法進口上映<sup>7</sup>，但是電視上卻完全不准出現日文，甚至曾發生因誤播日文而造成負責官員受懲的事件。這個「文化政策上反日，發展技術上依日」的矛盾從來沒有解開，從一九五〇年代末中國大陸日本雙方互動頻繁、一九六二年日本自民黨二訪中國，同年中國大陸與日本簽訂中日綜合貿易備忘錄之後，台灣當局和日本的政治緊張關係就一直存在，且在一九七二年斷交之後急劇降至冰點。也就是說，民間社會的親日氛圍和經濟的依日事實是一個在政治上不能承認也不能明說的狀況。<sup>8</sup>台灣社會的種種文化矛盾也因此而起，這些文化政治與工業生產的衝突問題在日後不斷出現，台灣後來甚至常年出現日文被禁，但日本產品始終暢銷的狀況。這樣的主流文化言論和實際物質生產與消費狀況的認知分裂一直存在，直到一九八四年日片正式解禁為止。

#### 四 結論：電視文化論述的開端

綜上所述，由於日本殖民者在戰敗之後並非徹底的撤離，其殖民的遺緒和結構性影響仍然遍存，儘管文化政策和外交政策上，國府都曾因不同的理由將日本文化禁除，但是日本在韓戰後由美國主導的東亞冷戰結構中，繼續影響台灣的經濟與政治。<sup>9</sup>從一九五四年至一九六二年之間電

<sup>6</sup> 一九六四年後與東正堂合併為聲寶電器，見注釋十二。

<sup>7</sup> 日片在台灣的管制時寬時嚴，一九六三年日片遭禁，一九六五年開放，一九七四年再禁，一九八四又放。

<sup>8</sup> 即使在一九七二年中日斷交後，時任行政院長孫運璿亦曾向工商界擔保，政府絕不會與日本斷絕一切往來(史蒂華，1991：37)。

<sup>9</sup> Bruce Cumings (1999) 認為，東亞各國戰後都以「威權官僚式工業化政權」(Bureaucratic authoritarian industrializing regime)推動經濟，而美國在戰後的冷戰架構中極力維護這個模式。轉引自瞿宛文，2007。

視產業設置的紛爭看來，造成這樣複雜的產業糾結其後隱藏的諸因是：台灣被日本殖民的文化經濟經驗、二次大戰時國府的抗日記憶、與共產中國的外交和軍事競爭、以及國民黨的反共情結。

就是在這樣一個殖民記憶和冷戰關係交錯的社會條件下，政策和產業均受此結構關係牽制影響，電視進入台灣的過程，正是這樣一個非常激烈的對話過程。由此可見，關於台灣的現代性以及後殖民文化型構討論，乃至於戰後黨國主導的經濟發展策略，均無法脫離殖民及冷戰結構的大條件。相對於歐美日等國的消費社會型態電視發展，這個媒介在台灣的發展並不適用這些國家的學者所提出的解釋方式。

在這個長達數年的社會對話過程中，台灣社會關於電視的論述慢慢成型。雖然臺灣的電視論述表面上一直與美國生活風格想像有所關聯，與日本在一九五〇年代打造的科技國族主義的論述途徑相似，但是當時的台灣電視與國家的關係是控制工具的關係，也是思想教化的關係，且因為生產技術上極依賴日本，因此電視生產在台灣沒有像日本一樣成為電子國家本質論的條件。生產上電視機雖是六〇與七〇年代現代化的重點產業，文化上它一直保持在「馴化」的角色，此一「馴化」並非僅是英美學者所言的「家居性」，另外還包含了國家對現代科技的馴化、以及國家對社會民心的教化意圖。更由於台灣電視產業官商共謀的結構，使得電視機的社會角色在接下來的三十年間始終不脫此一「馴化」、「教化」的功能。

## 參考書目

- 中華民國電視學會編，《中華民國電視年鑑》。台北：中華民國電視學會，1976。
- 行政院主計處，《中華民國統計提要》。台北：行政院主計處，1976。
- \_\_\_\_，《中華民國統計年鑑》。台北：行政院主計處，2005。
- 總統府公報第一〇〇七號，民國四十八年三月三十一日交通部令
- 總統府公報第一五〇一號，民國五十二年十二月廿七日行政院令
- 王振寰，1992，〈廣播電視的控制權〉，鄭瑞城等合著，《解構廣電媒體》。台北：澄社。
- 史蒂華，1991，〈一部家電發展史〉，陳盛泐、陳盛泉主編，《挑戰：陳茂榜先生奮鬥史》。台北：聲寶股份有限公司、新力股份有限公司。20-47。
- 林挺生，1964。《大同月刊》，四十六卷第九期。1964 9 1。
- 林麗雲，2003。〈坐而言，起而行：「無盟」的實踐〉，《台灣社會研究季刊》，50，145-169。
- \_\_\_\_，2004。《台灣傳播研究史：學院內的傳播學知識生產》。台北：巨流
- \_\_\_\_，2005。〈威權主義國家與電視：台灣與南韓之比較〉。《新聞學研究》，第八十五期，1-29。2005年10月。
- \_\_\_\_，2006。〈威權主義下台灣電視資本的形成〉。《中華傳播學刊》，第九期，71-111。
- 張時健，2005。《台灣節目製作業的商品化歷程分析：一個批判政治經濟學的考察》。政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 程宗明，2002。〈電視政策對制度形塑的回顧與前瞻：四十年的荒原，曠野中的呼聲〉，政治大學傳播學院編，《台灣電視四十年回顧與前瞻研討會專題論文集》，303-350。台北：政治大學傳播學院。

- 馮建三，1994。〈「開放」電視頻道的政治經濟學〉，《台灣社會研究季刊》，16，79-118。
- 蔡琰，2002。〈裸根百合：台灣電視劇風雲〉，政治大學傳播學院編，《台灣電視四十年回顧與前瞻研討會專題論文集》，193-252。台北：政治大學傳播學院。
- 瞿宛文、安士敦(Alice H. Amsden)，2003。《超越後進發展：台灣的產業升級策略》，台北：聯經出版。
- 瞿宛文，2007。〈戰後台灣經濟成長原因之回顧：論殖民統治之影響與其他〉，《台灣社會研究季刊》，65，1-33。
- 蘇蘅，1992。〈語言(國／方)政策型態〉，《解構廣電媒體》。217-278。台北：澄社。
- Cummings, Bruce, (1999). *Parallax Visions: Making Sense of American-East Asian Relations at the End of the Century*. Durham: Duke University Press.
- Hempel, Manfred. (1990). 'German Television pioneers and the conflict between Public Programming and Wonder Weapons' *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10:2, 123-162.
- Kang, Myung Koo, Misook Baek, and Yisook Choi (2007). 'The first Korean television broadcasting HLKZ-TV', paper presented at the annual Spring conference of Korean Society for Journalism and Communication Studies, May 11th, 2007.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Schowoch, James. (2001). 'Cold War Telecommunications Strategy and the Question of German Television', *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 21:2, 109-121.
- \_\_\_\_\_, James. (2002). 'Crypto-Convergence, Media, and the Cold War: the Early Globalization of Television Networks in the 1950s.' conference paper presented in Media at Transition Conference, MIT, May 2002.
- Silverstone, Roger. (1994). *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Spigel, Lynn. (1992a). *Private Screening: Television and the Female Consumer*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- \_\_\_\_\_, Lynn. (1992b), *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Yoshimi, Shunya. (1999). 'Made in Japan': the cultural politics of 'home electrification' in postwar Japan. *Media Culture & Society*. Vol. 21:149-171.
- \_\_\_\_\_, Shunya. (2003). Television and Nationalism: Historical Change in the domestic TV formation of postwar Japan. *European Journal of Cultural Studies*. 6(4):459-487.
- Uricchio, William, (1990). 'Introduction to the history of German television,' *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10:2, 115-122。
- Williams, Raymond 著，馮建三譯，1992，《電視：科技與文化形式》。台北：遠流出版。