

第一章 緒論

第一節 研究背景與研究動機



一、前言

自從錄影機 (videocassette recorder) 與電視結合，成為可將電視節目錄下並時間平移觀賞 (timeshift viewing) 的科技後 (Cubitt, 1990)，便扭轉了閱聽眾受到電視節目流程限制的情況。此外，隨著錄影帶發行的的重要性增加，電影產業的結構也因此出現改變，如英國 1980 年代中期電影工業的衰退與美國 1990 年家庭錄影市場獲利超過電影票房 (Armes, 1988; Straubhaar & LaRose, 1996; 涂瑞華譯)，都顯示錄影帶觀賞已成為傳統電影院以外主要的電影觀賞方式，錄影機也成為家中獲得娛樂的一種科技。

然而，由於新科技的發展趨向媒介規格數位化，使原屬不同產業的界線變得模糊，資訊科技發展的力量甚而影響主導了類比格式家電的發展。在電視全面數位化普及之前，播放媒體錄影帶 VHS 的類比格式已經先數位化為 VCD 與 DVD 載體，也由於電腦數位的格式相容，因此目前家中影音科技使用處於不同科技如電視、電腦相互配合共用的情況。

新科技的發展下，傳統類比影視媒體邁向內容數位化以及寬頻傳輸環境發展，不論是家電產業大力推動數位電視或電信業寬頻上網的呼籲，看似是一種市場行銷下的產物，但事實上數位科技的使用早就悄悄在影視產品上汰換錄影帶得以實現，已融入我們的日常生活當中，並藉由使用數位科技在每日生活中實踐。

二、研究動機

台灣近幾年來，不論是在傳統出租店或連鎖出租店裡，錄影帶確實成爲一種「被淘汰的產品」而逐漸縮小它的範圍，更甚者以低價售出，呈現了租「錄影帶」其實更確切的說，變成租「數位影音光碟」。在 1980 年代後席捲全球各地成爲家電新寵的錄影機，在台灣如今已快速地從影帶轉變爲光碟的形式。

由於科技的發展，類比式儲存型態的錄影帶逐漸爲數位式的 VCD（Video CD）與 DVD（Digital Versatile Disk 或 Digital Video Disk）所取代。直到 DVD 的生產成本低於 VHS，對電影製片廠來說爲節省成本，下游的出租產業必然走向推廣 DVD 一途（吳國卿，1996）。類比式載體的錄影帶在數位化的潮流下默默被淘汰，取而代之的是複製成本低廉的 VCD 與強調畫質音效甚至具互動功能的 DVD。錄影帶出租業愈趨向採用 VCD、DVD 後，除了出租外亦有銷售光碟、盜版片、網路上流通分享的影音檔...等多種管道，數位化格式隱然衍生出多種分散的片源。之後寬頻亦可能造成模式改變，一旦寬頻傳輸品質穩定，且片商與業者能協商出規則，載具的必要性便大爲減低，未來甚至可能無需像錄影帶或光碟這樣的實體載具。

然而，由於錄影科技本身去中心的特質，使閱聽人從電視台或電影院的播放中心獲得解放，能夠個別自主地使用。數位科技不但使原有媒介界線模糊，閱聽人反而可能發展出迥然不同的科技使用方式。由於影音內容數位化與電腦科技的普及使用，閱聽人運用廉價的光碟即可自行複製，甚至形成商業租售機制以外的收藏與分享網絡，同時也象徵了更難以收編的去中心、零散的個人，可能運用「非主流」科技作爲施展戰術（tactics）（de Certeau, 1984），來對抗推動「主流」科技爲策略（strategies）的商業機構。

第二節 研究目的與研究問題

本研究主軸以影音載體—錄影帶、VCD 或 DVD 的科技發展沿革為起點，就台灣錄影科技的發展歷史來看，在商品形式的改變下，不變的是始終圍繞在科技複製的問題，從錄影帶出租業發展初期漠視著作權下導致 B 拷¹的盛行，到現在閱聽人運用電腦科技所進行的燒錄下載使用，成為主動的科技使用者，儘管複製的目的不同，卻都影響到受著作權保護的電影產業。其中改變的是出租業經營的型態，從社區意味濃厚的傳統錄影帶店，變成都市型態的連鎖出租店；原本以出租為主的市場，因影片銷售興起與自行複製的變化，使影片流通中心不再只限於出租店，若之後寬頻與數位電視發展順利，錄影帶或影音出租業也許會隨寬頻普及而萎縮消失。

在類比時代無形中過去、迎接數位化媒介時代的此刻，本研究的目的是在於我們有必要瞭解同時是科技使用者的閱聽人於數種媒介科技間的使用狀況，因為閱聽人的觀賞與使用型態反映出科技在社會生活中的意義與文化，儘管新的科技形式迫使閱聽人汰舊換新設備，但閱聽人亦可能藉此化為主動而有不同的生活實踐。其次，透過目前影視產品的觀賞與使用行為描述，可試圖捕捉分裂的（fragmentary）閱聽人在生活中運用影視科技的脈絡圖像。

研究主要出發中心是從不同科技載體特性與錄影帶轉變為光碟，所處不同的社會文化環境與意義作為背景，來看目前載具格式轉變使用下是否延續或改變某些既有社會文化需求與運用。因為並非市場單方面推行新科技，社會大眾就需採納，其適應的過程實顯現出特定的文化背景與社會需求。

¹ B 拷是錄影帶出租店向發片商簽約取得版權帶後，再行翻錄供出租的錄影帶（范寶厚，1991）。B 拷行為長期以來為簽約發片商所默許，因為未明訂於契約中，故在法律上仍是盜錄行為。

探討問題主要有兩大部分。首先，試圖描繪出閱聽人或科技使用者的圖像——即目前家中錄影帶與 VCD 或 DVD 的使用脈絡。研究著重於了解影音產品與其相關科技在日常生活的使用情況為主，不考慮解讀或家庭內的觀看情境。對於電視使用模式(作息)的了解，是爲了獲知影音產品觀賞如何座落於電視使用當中。因爲錄影帶或光碟觀賞常透過電視來觀賞，牽涉家中的家電科技產品數量與成員的協商使用。本研究把電視、錄放影機 (VHS、VCD 或 DVD 影音光碟機)、電腦作爲一個整體使用網絡，因數位化使電腦資訊產業與電視家電的融合越來越明顯，對於閱聽人而言媒介可能是以網絡的方式互補採用。而這些互補使用可能牽涉不同媒介的特質或協商使用。

其次，從文化角度來看科技消費的日常生活實踐意義，並探究其複製或改變的社會意涵。先從微觀而言，聚焦於延續錄影科技既有的文化來看目前現象的意義，並對於數位科技挪用(appropriation)的燒錄行爲加以厚描 (thick description)，探尋在新科技實踐下的能動力 (agency)。然後結合至鉅觀來看，內容數位化的格式，反而可能使閱聽人在載體形式更替下，獲得多種內容來源，甚至化爲主動的複製者，長期間接地影響影視產業的因應運作。因此，本研究的研究問題主要有二：

- 一、在文化與市場互動的背景下，了解目前閱聽人透過電視或電腦觀賞、錄影機與數位影音播放機等科技的使用與適應爲何？生活中如何消費使用這些相關科技？
- 二、以文化角度來看目前 VCD 或 DVD 使用所反映出的社會意涵，其中延續哪些錄影帶時期的文化或有新的轉變？科技使用者如何透過數位科技於日常生活中進行燒錄複製的實踐？反映出何種能動力？

本研究採用民族誌取向的方式進行資料的收集與分析。對於閱聽人於錄影帶或光碟的使用、消費科技情況及其挪用實踐，基本上以有觀賞影音產品觀賞習慣的個人，或是有燒錄影音產品習慣者為對象，不論以電視或電腦觀賞、影片來源為原版或燒錄皆可。因研究需要完整脈絡才可顯現隱身於日常生活的實踐與其動力，故採深度訪談法以了解閱聽人的使用情況。

第三節 研究概念架構

以下為本研究主要概念的架構與研究問題的對應：

背景：著作權的限制、媒介環境（有線電視開放、網路寬頻興起）

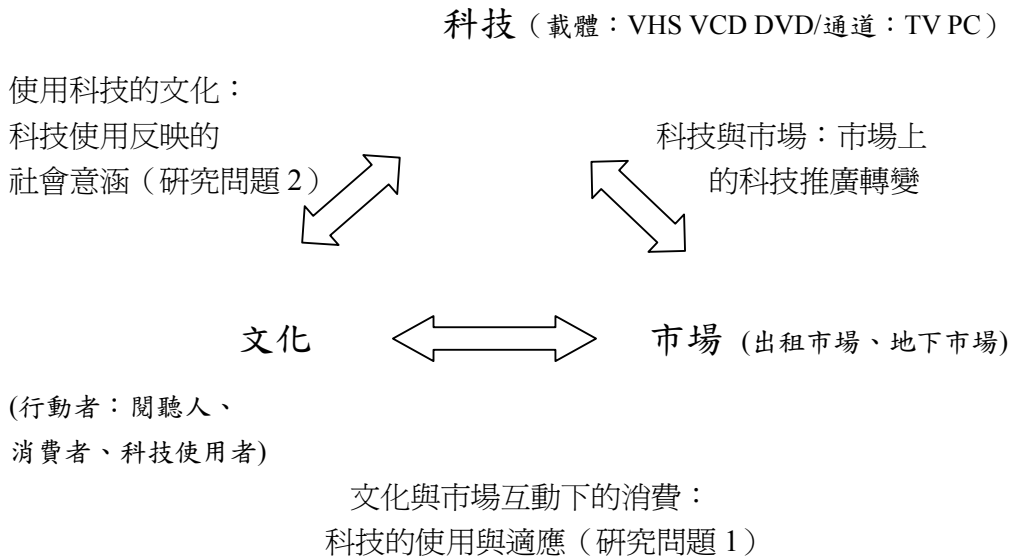


圖 1-1 研究概念架構圖

本研究對於影音科技消費與文化的討論，圍繞在科技、市場與文化三大部分作為討論的主軸，雙向箭頭的力量表示兩兩是互動影響的，但力量大小隨科技與媒介環境的變遷而有所消長。科技對於市場影響的力量較大，但市場對科技亦有影響，反應在選擇科技特質的研發上。但是科技的採用並非單純市場決定，亦需

考量文化的因素，也就是閱聽人如何使用科技，文化實踐的力量進而衍生出如燒錄等地下市場。而文化對於市場的影響力量時強時弱，在錄影帶時期由於影片以出租為主，市場較能決定錄影帶消費的文化現象；但到了 VCD、DVD 數位光碟時期，科技複製的力量使閱聽人的力量大為影響市場採行的策略，促使商業市場以提升科技的方式對抗閱聽人的自行複製。然而，文化中的閱聽人並非在真空下變遷，於特定社會文化下形塑了科技的使用方式，從錄影帶到光碟時期有其延續與轉變。因而整體呈現了科技、文化及市場不斷變動循環、互動的過程。