

在一切皆涨唯独制作费不涨的情况下，要如何做出优秀的电视节目，以及又该如何留住优秀且有经验的人才，是本地独立电视制作者长期以来要面对却无从解决的问题。

2013年的新加坡电视照理说应该很热闹。因为1963年电视在本地试播，至今正好50年。

在这半世纪里，新加坡电视媒体历经了“马来西亚广播电视台新加坡台”（1963-1965）、“新加坡广播电视台”（1965-1980）、“新加坡广播局”（1980-1994）、“新加坡国际传媒机构”（1994-1999）、“新加坡传媒机构”（1999至今）等不同的阶段。

各个阶段的“堂号”虽然不同，但在某个程度上也随着时代的脚步而与时并进，该私营化时私营化，该改组时就改组。在这些“堂号”的背后，人们始终看到政府巨大的身影。在这个身影的笼罩下，“新传媒电视”成了新加坡电视媒体的代名词。或许因为这原故，当我们本该热闹滚滚地欢庆新加坡电视启播50周年时，却始终热闹不起来。

在“新传媒”以外，似乎没多少人理会这一年的重要性。实际上，任何在“新传媒”以外进行的庆祝活动，恐怕都显得有些名不正言不顺。以至于截至目前为止，这个50周年不像是具有历史标志意义的媒体盛事，倒像是一家机构的例行庆祝仪式。

“新传媒电视”毫无疑问是本地电视媒体的大户，但它绝对不是独门独户的电视业者。它的垄断地位早在1991年当“星和视界”的前身“新加坡有线电视”出现时，就已经被打破了。

再加上新电信于2007年推出网络电视MioTV，本地观众现在至少可以透过三个平台来选择他们所要看的电视节目。只是长期以来人们习惯将“新传媒”视为无线（免付费）电视，而“星和”和Mio TV为有线、网络（付费）电视，加上前者生产并播映了大量的本地电视节目，后者则以提供国外频道和节目为主，所以在情感上许多国人依然对“新传媒”另眼相待。

除了这三个电视的本土大户



在新加坡电视迈入知命之年之际，不妨集思广益共同思考，这个媒体应如何制作能引起国人共鸣的电视节目。（档案照片）

符诗专
学人视角

新加坡电视的知命之年



外，还有多家国际卫星电视频道在新加坡设立区域总部。

这些国际频道中，有的只是单纯地透过我们的卫星设备，把电视节目讯号发射到亚洲各地，有的则更进一步，招募本区域（尤其是本地）的独立电视制作公司，为它们生产针对亚洲市场的电视节目。

知名频道如“探索频道”（Discovery Channel）、“国家地理频道”（National Geographic Channel），以及“历史频道”（History Channel）等，就曾在媒体发展局（简称媒发局）或“经济发展局”（简称经发局）的支持下，委托本地的制作公司，生产了不少优秀的作品，让国人得以在这些国际频道上，看到由本地电视人参与制作的节目。

新加坡的电视生态中另一个不可忽略的部分，便是30余家独立电视制作公司。在新加坡的媒体环境下，它们是依附在“新传媒”和几个以纪录或纪实节目为主的国际频道底下求生存的节目生产者。

新加坡的制作公司起步得很晚，于上世纪80年代中期开始萌芽，发展至2003年这些制作公司才组织起来成立“新加坡独立电视制作公司协会”（AIPRO），为自己争取相关的权益。

这些制作公司的业务70%以上是为媒发局的“公共服务广播”（Public Service Broadcast, PSB）制作电视节目（简称公视节目）。由于新加坡并没有公共电视台或频道，因此公视节目就散见于“新传媒”的各个频道之中。

媒发局也因此透过“新传媒”来委托制作公司，每年生产一定数额的公视节目。换言之，独立电视制作公司是间接地在国家的支持下得以生存。可是由于代理委托节目制作的单位本身也涉及公视节目的制作，因此业内人士始终怀疑“新传媒”是否公允地把该委托给制作公司的公视节目时数给委托出去。

除此之外，业者对过去十余年来本地电视节目制作费停滞不涨的现象也满肚子苦水。在一切皆涨唯独制作费不涨的情况下，要如何做出优秀的电视节目，以及又该如何留住优秀且有经验的人才，是本地独立电视制作者长期以来要面对却无从解决的问题。

在新加坡电视迈入知命之年的当下，或许该做不是自我感觉良好地去歌颂过去50年来的各个里程碑，而是应集思广益共同思考，该如何让这个媒体事业能够更合理、更有竞争力、更贴近社会需要的方式去运转，去制作能够引起国人共鸣的电视节目。

（作者现任新跃大学新跃中华学术中心副主任）