

公共广播电视的钱、人与问责： 多重模式，兼论中国传媒改革（上）

冯建三

（台湾政治大学 新闻系，台湾）

【摘要】本文考察欧洲、北美、亚洲及澳洲的公共广播电视，指其在各国诞生的条件与性质，虽很重要，惟后天三大面向的演变，更称关键。一是财政收入的来源及多寡，二是经营团队的产生方式，以及员工数量。第三，公共广电是公共文化服务体系的核心，既已通过政策规划而取得营运资源，则必须通过特定机制（指市场表现良窳、受众参与及信息公开程度），以求对公民与社会负责。最后，依据这些析辨，作者主张，在公有产权的基础下，承袭但又创新的财政与内容流通模式，可以是改革中国传媒的优先选项。

【关键词】公共广播电视；财政来源组织规模；问责；中国传媒改革

【中图分类号】G229 **【文献标识码】**A

前言

“中国模式”不会只有一种论述，不会只有一种实践。同理，公共广播电视(public service broadcasting, PSB)的模式也有许多种，各自烙印其历史条件的胎记，面对当代资本压力，各国PSB的奋进成果，亦见差别。

有些在商业影音环境中，被迫增加私人的赞助，如美国。与此相反，另有逆流而上，将原本是PSB部分财源的广告，从其收入剔除，为此而短缺之数，另从财政拨款与商业税捐挹注，如法国与西班牙。有些蓄势待发，先由民间社团酝酿鼓动，要求其政府创新组织与开征多样财源，巩固、支持与扩大PSB的能见度与影响力，平衡商业势力，方向之一是结合高教…等等非营利资源与机构，如美国。另外，同样或说可能更值得注意的是，已经有公广机构，如英国的BBC，力能以其人之道还诸其人之身，却又因为其市场竞争力强大，因“成功”而遭忌，政治力在意识形态作祟，以及资本游说的压力与召唤下，出面阻挠PSB扩充。

“不是 BBC就不可能是公共电视吗？”，答案是明显的。何况，BBC本身也历经变化，并不静止，BBC以外，PSB模式林立、五花八门，本文的任务就在厘清与阐述，先说同，后述异，目的在于从中演绎理论的凭借、实践的取径，作为改革中国传媒的参考。

中国各层级的广播与电视机构，与世界各国(地区)的PSB，至少有两个共同点。

首先，财产权都不是私人所有，1980、90年代以来的私有化浪潮，没有席卷公广领域，法国第一台之外，^[1]各国(地区)公广机构不但维持公有地位，其频道数量亦在扩张，包括香港特首在2009年9月宣布，香港电台未来数年内即将升级，收音机之外，另要自拥数个电视频道，不再如同现制，只是责成私人商业台播放其节目。^[2]其次，不断改革，随技术条件的变化，公广机构产制与采购的内容，不仅只是利用地表特高频无线电波传输，而是业已利用卫星与超高频电波，

【作者简介】冯建三（1959-）男，台湾人，台湾政治大学新闻系教授。

并进入了有线、电信系统与互联网，这就使得传统的PSB不得不与时俱进，成为公共服务“传媒”（public service media, PSM），融合影音图文于一炉，^[3]虽然各国PSB进入这个新阶段的速度与表现，必有差异。

有共相，就有殊相。除了产权公有不变与服务范围的不断革新，各国PSB的内涵颇见差异。PSB在各国诞生的条件与性质，是很重要，惟后天演变，更称关键。下文择要简述PSB出现的历史背景后，随即进入主体，分梳PSB的三个面向。一是财政收入的来源。二是人员构成，包括两类人，一是经营团队，再就是基层员工。PSB员工的多寡与组织形式，经常又是PSB财政大小的直接反映。三是PSB通过哪些机制（市场表现、受众参与及信息公开），以示对其真正主人，也就是本国公民与社会负责；反过来说，社会如何向PSB“问责”，如何要求PSB对公民负责。最后，依据对各国PSB的共相与殊相的析辨，本文主张，在公有产权的基础下，承袭但又创新的财政与内容流通模式，可以是改革中国传媒的优先选项。

诞生背景

反对公共广电的众多论述当中，相当常见的理由之一，就在反复强调，该制度成为当年的世界主流，是因频道稀有，如今技术发达，频道过多而不再稀少，既然如此，公共体制就当退位。^[4]事实上，这个说法并没有正视史实，若能正本清源，予以还原，就会发现，无论是欧洲或美国，电波资源稀有都不是最重要，更称不上是政府高度管制这个新兴传媒的唯一理由。更不用说，不但早年已有经济分析，指陈广电的公共性与外部性，都是PSB问世的重要原因，迄今，更有精湛的专业解剖，指出在多频道的年代，公共服务广电制度不但并非明日黄花，反倒更见需要。^[5]

英国广电协会(BBC)最早是私有，1922年由电器商联合组成，1927年元旦改为国营，主要原因有三。先是民族与统治阶级的“文化”考虑，担心商业低俗，品味扰人。^[6]其次是市场经济竞争的残酷性，导致第一次欧战，“社会”力量遂有反省，进而反制。^[7]最后是“经济”因素，消费电子器材厂商无力供应制播节目的资源，公权力直接向纳税人抽取收视费，对硬件厂商无害，反倒有利于快速筹措生产广播内容的经费。^[8]

美国的体制虽然不同，但仍保留二成电波作为非商业用途，商用波段不是如同土地按价出售，而是依据“公共信托”模式分配，申请人必须满足“公共利益、便利或需要”的条件。同样，电波稀有与否并非重点，1920年代国会就此辩论时，议员清楚指认，电波是公共对象，电波承载的内容足以产生庞大的政治、文化…作用，^[9]亦即广播具有明显的“社会效益”，不容任何人完全占有其利。

只是，信托与公益，只能在小范围约束私有的商业电子传媒。美国公共电视的诞生，还要等到1960年代。当时，民权运动风起云涌，权利意识延伸进入传媒，除了抨击利润归私的传媒，美国人成群结社，纷纷要求政府创设公视。1967年末，总统约翰逊(Linden Johnson)很快收割社运的果实，跳上推动公视的列车，要求国会快速通过法案。就在美国民众尚且沉醉于公视降临时，约翰逊迅速提名陆军名人、曾任“通用动力”(General Dynamics)公司总裁的培士(Frank Pace)作为公视首任执行长。培士表示，他将研究如何利用公共电视，作为控制暴动之用：现在，一度热情拥抱公共电视的支持者，不免纳闷“这下子公视岂不要被约翰逊拥抱至死？”^[10]

创建公共电子传媒的动力，出于政治，不是电波多寡的技术原因，同样显现在亚洲，只是更戏剧化。1979年韩国总统遇刺身亡、次年光州事件，随即有大众传媒重新组合的政策，一举将所有私人广电国有化，^[11]残酷的历史际遇竟然意外地成为日后韩流的先河。2006年，反对泰国首相他信(Thaksin Shinawatra)政府的示威活动长期盘据曼谷大街，军方介入后，他信外逃，军方成立临时政府，没收他信拥有的电视公司。几经折冲，军政府顺应社会业已倡议一段时间的要求，亦即将该商营频道转变为公共电视。虽然不乏国会议员质疑，传播学者、社会行动人士及媒改社

团的意见亦告分歧，有人认为军政府不可信赖而反对，但也有人主张顺水推舟并无不可。正反勿论，2008年元月，亚洲最新的公共电视台诞生于激烈的社会与政治冲突声中。^[12]

财政来源：政府拨款、执照费与广告

如同诞生背景有别，各国公视的收入来源及其规模，亦见差异。节目产制经费从何处取得，对于传媒内容的质量良窳、多样程度与保守改良或激进的性格，固然不是一对一的决定或影响方式，却不可能不生短期的牵制，也不会不对公视之长期性格与内部文化，发生长远的约制及塑造之能。如果彻底依赖商业收入，并且必须自行承揽广告、进入市场竞争的传媒，即便产权国有或公有，其表现究竟与私有商业传媒会有多少差异，恐有疑问。反之，纵使必须从事市场竞争、争取合适的收视份额，但只要其产权公有，且收入不取广告而是另由政府安排，全额拨款或取执照费，则其表现与“私有且营利导向”^[13]的传媒，必有差异，甚至可以大相径庭。

综观各国公视的财政模式，除泰国公视的年度营运所需取自烟草税捐，^[14]可称“创举”以外，各国公视对国内(不含对海外)提供服务时，其经费除了其节目的贩卖所得，大致来自政府预算、观众收视费(执照费)与广告三种来源，大约分作五种组合，如后：

- (1) 单取政府拨款：澳洲等；
- (2) 单取执照费：日本(NHK)、英国(BBC)、瑞典、挪威、芬兰、丹麦…等；
- (3) 政府拨款，加上广告(含商业赞助)：荷兰、瑞士、美国…等；
- (4) 执照费，加上广告(含商业赞助)：德国、奥地利、韩国…等；
- (5) 政府拨款、执照费，加上广告：法国、西班牙、葡萄牙、意大利…等地中海国家。^[15]

传媒若从政府拨款或执照费取得唯一财源，理论上都可以说其服务对象只有一种，就是受众(纳税人)，毕竟政府本身不创造财富，其拨款仍然取自人民缴纳的税收，以及国营或公营企业创生的收入。执照费不需政府编列预算，可以增加政府财政运用的自由度，但执照费不能保证公视财源独立，其增减依旧受制于政治力。其次，执照费是消费税，具有累退性质(regressive)，收入多与收入少的人缴纳相同额度，对低收入户，相对不公；再者，执照费征收过程，扣除逃避征收及稽征成本后，100元执照费最后大约只有90元归由公视使用，效率不彰。^[16]因此，英国这个征收执照费历史最悠久的国度，历来都有两种声音，要求废除执照税，一种是反对PSB在先，自然就对执照费及其它任何政府提供的经费，一并反对。惟另一种反对的人，不但支持PSB，并且要求扩大PSB，他们曾经要求废除执照费，是基于公正与效率考虑。^[17]

传媒若是从广告取得财源，服务对象就有两种，一种是受众，一种是广告客户，必然致使传媒不能完全忠诚于受众。即便是主流经济学者如科斯(Ronald Coase)，对此亦有深刻理解。不但理解，科思曾经为解开广告商与受众的利益冲突，主张美国政府理当核可，而不是阻止有线系统开办付费电视的业务。^[18]美国各地公视加盟台取自工商等非政府部门的赞助比率，1975年是5.8%，1987年是15.1%，到了2006年高涨至60.4%(另有17.3%与22.2%来自联邦，州及地方政府)。^[19]假使2010年这个项目的公部门支出水平没有降低、比例不变，那么，美国中央与地方政府提供的公视经费，大约折合美国人日均收入的0.065，还不到澳洲(政府拨款)的十分之一(0.7日)，也远低于韩、日及欧洲国家的执照费额度。由于执照费仍需政府同意，不妨列为“间接的政府拨款”。准此，则下列国家支持PSB的经费额度，在韩国是0.43日工作所得(另有广告挹注)；日本的计算基准有二，受众若只看无线电视，执照费折合1.51工作日所得，加看卫星频道则是2.59日；若以BBC列举的12个欧洲国家之执照费为准，平均是2.07日，奥地利2.82日最高，德、英是2.27与2.18日，法国最低1.38日(惟奥、德公广另有广告收入，而法国还有广告收入与政府预算)。^[20]

美欧对照，可知欧美的公视虽然同样兼取广告与政府拨款，但欧洲拨款至今仍然超过广告甚多，如2009年的荷兰政府，拨款其公视7.38亿欧元，将近是其广告额1.9亿的4倍。^[21]美国则

相反,政府预算低疲,相形之下,广告或商业赞助的份量益发凸显。此消彼长,致使美国公视服务受众的能力,无法提升而只能减少,并且滑落幅度的比例,要比公预算减少的速度,还要更快,因为“企业的捐赠通常直接用于特定节目的制作与包装,政府…经费则有较大部分用在基本开销…于是工商界反倒变成了公视节目制作过程中,最具影响力的单位。”^[22]个中最讽刺的例子发生在1970年代。当时石油公司为了排解社会大众因为石油危机而群起责难,大笔捐款各地公视以求移转视听,其致金的规模几乎到达可以操控的地步,人们因此戏称公视是“石油电视公司”(Petroleum Broadcasting System, PBS也可以是公视的英文缩写)。^[23]

广告作为美欧电视的财政来源,意义不同,关键原因有二,以英国为例,说明如后。一是英伦的广电结构(公视为主,私人电视为辅),美国则相反。第二个原因是,在英国,同属依赖广告收入的两家电视台,彼此具有“交叉补贴”关系,继续将近20年;其中三分之二时间(1982-1992)“完全”交叉补贴,另有6年(1993-1998)减半为之。美国欠缺这个公共政策,政府成为资本的俘虏,眼睁睁电视台获利丰厚(从1960年的19.2%毛利,到1970年的30-50%),^[24]却未能从中抽取盈余,挹注美国的公视。

英国虽有举世最早的公视BBC,却也是欧洲国家最早引入私人电视的国度。1955年,英人创设私有的“独立电视公司”(Independent Television, ITV),前二年亏损,此后,每年的毛利至少都有资本额的1.3倍。1965年起,除公司税,ITV另须遵守累进原则,缴纳“特别税”(levy),其课征基准不是“利润”,是广告“收入”,1975至1985年间,ITV平均税后利润是3.167%,ITV藉此“向全民表达,我们提交一定成数的利润,是因为我们得到特权,使用稀有的全国性商品”。^[25]另一组数据显示,1974至1984年,ITV毛利9.18368亿英镑、特别税4.67311亿、一般公司税2.41374亿,纯利因此是2.09683亿。^[26]通过一般及特别税的课征,英国政府宣告电视的性质与其它产业,迥然有别,BBC不营利之外,ITV的利润作为私人与公共分配的额度比例,是1对3.38。

虽有市场,但竞争仍受节制,纵取利润,已在交叉补助的前提下,不能尽入私人口袋。私有电视的利润部分收归国库10多年后,英国在1982年底开办第四频道(Channel 4, C4),承袭这个财政设计。新的公有频道C4不再征收执照费,政府也不编列预算,而是由ITV全额补助,具体作法是C4播放广告,但C4只负责提出节目规划与所需经费,ITV必须予以满足,C4也不经营广告业务,而是由ITV统合承揽。1982至1992年间,除给付前述税捐给国库,ITV移转16.076亿英镑至C4,ITV统揽C4广告经营得15.858亿,因此ITV等于是全额交叉补助C4之外,另对C4有净补助0.218亿英镑。^[27]通过这个财政规划,C4遂有脍炙人口、叫好叫座的表现,如重视文化的知名杂志说,“本刊不常报导电视,但C4在1982年一片沈静的广电世界紧急降落以来,对于英国文化的冲击允称可观”,^[28]海外人士艳羡之余,总认为C4难能可贵,肩负“社会责任与经济成功”这两个经常会有冲突的性质(目标),“第四频道是公共服务广播,市场取向但特色独具”。^[29]

只是,商业竞争的动能不曾止息,ITV与C4相安无事,各尽所能的架构,在政坛的保守力量夹持新科技所发动的攻击下,开始变化。英国的1990年广电法要求,1993年起,C4必须自行出售广告时间,若广告所得少于全国电视广告总额的14%,差额部分仍由ITV补贴,若超过14%,则超过之半数给予ITV。政治人物激励C4自己贩卖广告,C4经理人得到了诱因,力图保有更多的广告收入,藉此才能挪取其中的部分,作为薪资的提成。果然,其后没有任何一年C4的广告没有超过14%,C4自此反向补贴ITV。1996年的新广电法没有改变ITV与C4的财政关系,双方仍然维持有限的竞争。然而,C4并不检讨10多年来的财政设计对其培育有功,C4无意维护孕育其特色的体制,C4尝到经济甜头后,反而想要开更多的疆辟更多的土,它加入政治游说,希望突破14%的限制,最后,工党政府全面放宽,ITV与C4从1999年起,转而从有限的广告竞争,移转至全面的竞争。累计1993至1998年间,C4逆向补助ITV金额是4.125亿英镑。^[30]

完全竞争之后,C4的收视率相较以往并无逊色,2009年C4主频道仍有7.5%,加上C4旗下的5个家族频道,合计收视份额是11.5%。不过,此时C4的节目构成,业已产生巨大变化。我们

取五种节目,使其分作“知性”(时事、新闻与纪录片)与“娱乐性”(娱乐、猜谜等游戏及体育球赛)两大类,比对历年节目的份量,有两个发现,格外值得一提。一是C4与ITV财政关系的转变,清楚反映在两类节目的增减,1993年,也就是C4自己出售广告第一年,知性节目比ITV代售的最后一年(1992)少了379小时,娱乐节目多406小时;C4完全占有自己所售的广告收入之第一年(1999),知性节目比1998年(C4需将总广告额14%的超收部分,半数回流ITV)再少88小时,娱乐则多379小时。其次,知性节目大致逐年下降,幅度惊人,尤其是纪录片,2009年仅存143小时,只有1992年的38.2%。^[31]对于这个转变,观众并不认可,根据主管传播业务的“传播署”(Office of Communication, Ofcom)所做的调查,30%英国观众认为,在2009年仍然占有71.6%收视份额的四大^[32]公共服务广电集团的30多个频道,应该提供更多英国自制的写实取向节目,只有5%说可以减少,希望增加新闻的人(12%)是减少的人(约4%)之3倍。^[33]

显然,C4进入完全竞争年代,虽然还能立足,但其原本清楚的创台定位,也就是挑战既存从而开创新的品味与观点,不再清晰,而是走向模糊。原本足以让C4自豪的传统(海纳品味、尊重少数、制作节目讨论社会主义在西方的前途…等等),遭致侵蚀,商业竞争提高了擦枪走火的机率,如《名人老大哥》曾出现种族歧视的场面,备受争议,招惹政治人物干涉。其次是特定(两档真人实境)节目占C4收入与利润份额太高(15%),^[34]经营的风险跃升,如今已经是竞争者的ITV摆出姿态,步步进逼,诱使C4炒高价格后扬长而去,徒留C4承担后果。C4近年出现多次财政困窘,部分根源在此,却往往殃及近邻,如2007年英国文化部长宣布,将提供额外资金协助C4,但来源不是国库,是BBC执照费。^[35]

北欧四国以外的欧洲国家自有电视以来,除执照费作为财政基础,几乎都有电视从广告取得部分收入。但是,即是便播放广告,它们仍得在高度规范下的市场结构运作,表现得(相对于美国之)可圈可点。个中的关键就在于欧洲电视市场的广告竞争,仅属局部或说是一种协调式的竞争,而不是割喉竞争。竞争所得不由赢者通吃,而是必须遵循公共政策的导引,或是在一个频道之内,或是在一个集团旗下的各个频道,进行交叉补贴;或是在不同集团之间,抽取依法必然胜出的赢家之所得,挹注因为政策要求而不可能,也无意获利的频道或集团。在欧洲多数国家,这些依赖广告制播的节目与频道,相对于不依赖广告(包括不自己兜售广告的)节目与频道,长期处于的直接,或间接之交叉补助,因此在相当长远的的时间里,就有“播放广告的公共服务广电”(commercial public service broadcasting, CPSB)这个概念与实践,反观美国,1982年联邦传播委员会主福勒(Mark Fowler)发表论文,后广得征引,内中却有一个重要论点,未见任何美国学者转述,唯一的引用来自英国学者。这个论点出现在福勒论文的最后五分之一,他详细阐述电视市场化后,必见失灵,因此可以从商业电波使用者取得资金,挹注公共服务节目的制播。这个符合“播放广告的公共服务广电”的议论,获得欧洲学者的反响,但在母国却无人应和,适巧反映了美欧广电体制的一个重要差异。^[36]

然而,诚如Ofcom官方报告都已认知,如果商业竞争加剧而不是减缓,如果公营广电机构的规模没有通过组织调整或其它因素而扩充,那么,在2012年以后,英国两家私有的无线电视(ITV与Five)的公共服务义务就会因为超过其执照的价值而无利可图,致使CPSB难以维持。^[37]要之,“昭然若揭的是,当前播放广告的公共服务广电,再也无法赓续”。^[38]迄今,英国政府并没有因为Ofcom的分析,提出因应的短期措施,遑论长程政策,甚至,2010年春,保守党与自由党联合政府掌政后,倒是以金融风暴为由,要在五年内削减各级各部门公务支出25%,BBC执照费虽然没有删减,但任务加重,^[39]等于经费遭砍16%左右。一洋之隔的法国,却有新气象,即便外界认为,推动变革的总统萨科齐(Nicolas Sarkozy)动机可疑,但萨科齐改革的正当性修辞,赫然以英国为师:“要解放法国公视,使其不再依附于广告,创造法国风格的BBC”。^[40]2008年萨科齐当选后不久,组成委员会,1年后提出报告,并在2009年初完成立法,分阶段要在2012年将所有广告逐出公视,公视为此而出现的经费缺口,另从商业电视台广告收入与电信商营业收入,提拨足额以作挹注。法国的邻邦西班牙在社会党于2004年执政后,其党魁萨帕特罗(José L. R.

Zapatero) 随即开启公视的改革, [41]至2009年春也推进到了PSB的财务领域, 萨帕特罗的方案与法国接近, 也已经付诸实施。南欧两国的电视新政, 形同是一种中兴, 活化英国曾经践履17年的历史经验。不但维新, 法国与西班牙另有创新, 两国认为, 既然从手机至互联网等器材或传输平台, 无一不使用公视内容, 那么, 针对电信商, 开征税捐并移转作为公视之用, 道理俱在。这么看来, 这两个地中海国家的政策, 就又具有时代的新意, 响应了数字融合的呼唤。[42]法国及西班牙的推陈出新, 重点不是其动机是否纯正, 更重要的是这个改革方向, 究竟是会持续与扩大、停留在两国, 或是遭致本国与欧盟反对力量的围攻而退缩。

公广人：组织规模及垂直整合

PSB的员额及组织形式, 因其财政收入的多寡而见差异。管理PSB组织的经营团队之产生方式, 则随各国历史、政治文化与社会结构的不同而有差别, 先看产生经营者的方式。

在英语世界, 任何关注传媒制度比较的人, 必得阅读哈林与曼西尼的《比较传媒系统: 三种传媒与政治的模式》[43]。他们根据传媒市场(特别是大众报业)发展的强弱、政治与传媒的对比类型、新闻专业与国家介入传媒系统的水平与性质, 将北美与西欧18个国家的传媒列入考察。据此, 他提出三种命名, 英美加与爱尔兰等英语系国家是“自由主义模式”、北欧与欧陆等国是“民主统合模式”, 而地中海南欧诸国则是“极化多元模式”。

他们通过PSB治理与经营团队的产生方式(分作四种), 阐述“政治与传媒的对比类型”。首先是“政府模式”, 如1964年以前, 法国PSB直属信息部, 其后大致是执政党可以决定执行长(director-general, DG)及其它经营团队人选, 随时间推移, 这个随政权升降而更动DG的现象有些变化, 但国会多数党大致还是能够影响与任命DG。法国之外, 西班牙、葡萄牙与希腊亦都如此。第二种是英美加及若干欧洲国家的“专业模式”, 当权者的干预程度低于前者。1958-1979年间, 法国广电部长更换 20人次以上、“国会多数每一改变, 新影视法相应而生”, 这是“选胜者派遣人士的(分赃)系统”。因此, 至1980年代末, 据说身处其境的法国广电人, 最“羡慕的模式之一就是英国”。[44]三是“国会或比例代表”模式, 德语系国家及意大利属之。意大利的PSB有三个频道, 分别由基督民主党、其它世俗党派, 以及(前)共产党决定经营人选。最后是前者的变形, “市民或统合”模式, 控制PSB的团队由多种社会与政治群体组成, 包括政党, 但工会、公会、宗教与氏族团体也都能分享权柄, 如荷兰、欧陆(如德国)的某些小区电台等。

通过哈林与曼西尼的区辨, 读者丰富了认知, 得悉PSB的独立自主性, 形式尽管繁复, 但无法不从政治系统取得授权。对于哈林两人的宏观讨论, 只需再作两点微观的补充。

一是PSB的自主形式仍在变化。随着南欧国家立法赋予PSB“法理独立”, 其“事实独立”的空间, 业已得到更多的拓展契机, 它与英美等“专业模式”的落差, 可能已在缩小, 这是汉瑞梯详细研究36个国家的PSB所得到的结论。[45]其中西班牙格外值得一书, 在所有促使政府更透明与负责的各项工作中, 首相“萨巴德洛引进的最重要变化, 或许就在公广集团RTVE经改造后, 当道政权不再能够支配。RTVE的最高经营团队至此需由国会三分之二同意后, 才能任命, DG则由董事会径自选任。从任何角度评判, RTVE的自主与独立, 业已确认…实质上, 公信力足够的评论者有了运作空间, 批评政府再也不必然来自私人企业, RTVE有了诱因证明自己的自主。形象上…共和民主不再等同于当道政党的专政…”[46]这里, 另有值得一记的是, PSB是否拥有员工董事, 似乎与哈林与曼西尼的分类, 没有明显关系, 如丹麦、芬兰有之而瑞典与挪威并无, 法国虽设但德国与英国未有, 丹、芬、法之外, 印度与韩国MBC是另2个设有员工董事的PSB, 统计30个可得资料的PSB机构, 仅有以上5家设有员工董事。[47]

二是无论PSB经营团队的产生经由哪一种模式, 都不可能得到百分之百的“事实独立”, 表现在两个层次。一是政治系统与经营团队之间, 虽然前者授权, 后者接受委任, 惟冲突仍然在所难免。一个突出的例子是英国, 其经营团队的党派色彩一般说来比较不明显, 日常经营也多维持

“一臂之隔”。^[48]但1980年代以来，传统上出任BBC董事的人选，不再是各党派都能同意的“大老与好人”(the Great and the Good)，执政党任用自己人的倾向已告增强，^[49]又撒切尔夫人(M. Thatcher)首相最称夸张。她在选任BBC理事的时候，不免先问，“这家伙是我们自己的人吗？”^[50]工党的布莱尔(T. Blair)政府任命的董事长与DG分别是戴维斯(Gavyn Davies)与戴克(Greg Dyke)，戴维斯夫人是当时财政大臣、后为首相的布朗(G. Brown)办公室的机要秘书，戴克是工党长期支持者与献金人，虽然两人获得任命的原因，分别是出身经济学的戴维斯，多年来都以专业分析，主张BBC必须扩大规模；至于戴克，则在电视业界的专业经营声誉与成绩，历来称善。其次，经营团队与一般员工的日常共事，难免另起勃溪。这些摩擦与龃龉暴露后，会以什么方式落幕或歹戏拖棚，取决于社会及政治权力的集中与分散程度，也受制于监督传媒运作的社会力量。其中，PSB机构的集体组织(工会)无疑是不能忽视的因素，以下再就工会略作讨论。

不同论者曾经指认，宣称法国公共影音节目制作机构的工会激进有力，曾使其1978-1984的节目成本上涨2倍(通货膨胀率是84%)；^[51]也有人指控，RTVE负债累累，但“工会力量强大，不放过广电人已取得的一分一寸之权利”，因此仍可坐领高薪。^[52]实质是否如此，不得而知，惟这些工会确实承载负面形象。相对于此，可能给予比较正面观感的是加拿大PSB，其工会在2005年罢工两个月后，迫使管理人同意，将外包(临时约聘人员)的工作量，从30%左右比例，压回9.5%，而任何员工只要约聘超过四年即可转为正式职工。^[53]毕竟，外包人力若是过多，就会形成两层(以上)的工作体制，危及工作条件之后，除了节目产出的质量遭致不良的影响，同工不同酬的比例愈高，愈是不能符合PSB理当表征的平等理念。中国广播公司在国民党要将其党产私有化，卖给特定人之时，其员工曾经积极串连，希望透过党政协商，将中广公共化，失败收场。^[54]在韩国，无论是1980年代军人总统卢泰愚、21世纪初民选总统卢武铉或李明博，都曾因为任命KBS或MBC这两家PSB的DG人选不当，遭到工会杯葛，显见政体性质、总统政治信念的左右差异，并未决定工会性格。^[55]2003年，BBC因报导官方侵略伊拉克，交恶当道，董事长戴维斯与总经理戴克双双辞职，抗议政府的调查报告对BBC不公允；就此例而言，BBC工会对于BBC经营者，英国民众对于BBC的支持，远远大于他们对于(新)工党政府的信任。^[56]

最后，哈林两人对于PSB经营团队的选任机制之分疏，必须与他们对于亚历山大(Jeffrey C. Alexander)的“传媒分化论”的反思，合并考察。亚历山大认为，愈是现代社会的社会，传媒与新闻事业就愈加重要，现代传媒愈来愈独立自主于国家、宗教与政治团体。哈林与曼西尼则说，亚历山大之见不是全豹，他们认为，哈贝马斯(Jurgen Habermas)与布尔迪厄(Pierre Bourdieu)都明确指认，受制于商业化的趋势，传媒其实更是表征“一个去分化的过程”(a process of de-differentiation)。传媒与政治系统，是有更多的分化，二者的关系，业已脱离王权或威权专制年代的从属或紧密连结，但在经济面向，传媒与商业日趋密切而不是分离，私人东主、广告商或其它个别利益，包括政府也会出资购买传媒资源，都在阻止传媒(人员及内容)的自主(与分化)，即便传媒人抗拒(或久之而不抗拒)，信息娱乐不分、广告与内容不分的幅度，都在增加，挫折了传媒人希望专业自主的努力。商业化曾经促成传媒专业化，但滋润专业化的力量并非只有商业化，何况，历史有其辩证过程，如今，商业化伤害专业化之处，远多于促成与提携。“如果日趋商业化的传媒对于社会生活也是日趋重要，那么，传媒就会是这个去分化大过程的重要施为者(agent)。一清二楚，这是布尔迪厄的论点。”^[57]“传媒商业化与中立的专业表现没有必然的关系”，专业化反而‘可能’与市场结构有关，因此，美国地方报纸的垄断地位使其报导比较中立，而英国小报、澳洲与德国报纸的激烈竞争，或美国收音机脱口秀因广播市场竞争强化，致使出现“意见好卖”(opinion sells)而并不中立的现象。^[58]

商业化确实不等同于市场化，精确一些地说，商业化的归宿，是如同脱缰野马难以驾驭，或是仍然可能驯化为良性与多样竞争之驹，受制于下列因度：不同的市场结构、不同的竞争幅度、竞争金钱利益还是竞争其它标的(如观点、表现形式、城乡、年龄、阶级、职业、性别…等等)，以及，最关键者，公共政策的有无及其性质。美国电视的市场结构，很长一段时期属于寡占而业

者坐拥高额利润，但公共政策空有信托之名，致使联传会主席慨叹美利坚电视直如荒原；英国与美国同属哈林所称之“自由主义模式”，却在广电产权与市场结构的公共政策规范，差异巨大，英国曾有C4与ITV的财务交叉补贴关系，成效良好，屡得创新与多样的礼赞，已如前述。

ITV与C4愿受规训的原因，就在英国的公共政策，包括创设BBC这个强大的PSB机构作为其后续政策的工具，有了BBC作为主导电视市场的力量，ITV与C4等于先有BBC牵引其市场行为，后再接受政策的规约。电视市场结构能否在宏观调节下，维持或提振传播专业表现的条件，一个简易且重要的指标是PSB机构的规模：同一PSB机构的员额若能达到最低水平，该PSB制作节目的资源就等于是同步增加，从而提供比较合理与稳定的工作条件，有利于制播经验的积累与传承，在传输平台可获得确保的前提下，展现为组织形式就是“垂直整合”，生产并同时传输节目。

PSB要有多少员额才算最低水平？人与钱的规模，是一体的两面。依据2010年或最近可得资料，澳洲(人口2200万)是5442人，^[59]加拿大(3500万)约8千多人，^[60]韩国(5000万)是5212人。^[61]日本(1.3亿)的NHK是1.0582万人(执照费收入是6926亿日元，^[62]折合约51.73亿英镑，另有商业收入可折算为8.28亿英镑，合计60.01亿)，附属公司5千人左右；^[63]英国(6100万)的BBC(执照费是35.19亿，加入商业等其它收入，总计42.6亿英镑)是1.7238万人(似不包括英国外交部拨款的“BBC收音机海外广播部”约1900人)，附属公司2700人。^[64]德国(8100万)PSB第一台(ARD)是2.3万人(63亿欧元)、法国(6500万)France Télévisions是1.14万人(28.53亿欧元)，意大利RAI是1.17万人(32.11亿欧元)。^[65]

这些PSB的员额介于5千至2万之间，迄今仍然是各国规模最大的影音文化生产(与传输)机构，虽然相比于PSB诞生时，它们完全垄断各国的影音生产，已经不可同日而语。

为了要在最大范围之内，“生产”多元(不等同于多量)的影视文化品位并负创新、实验之责，PSB必须设计适格的科层组织形式。一方面，善用“规模经济”的特性，透过组织的扩张而降低制作节目的成本，并祈求能够将顺此而省约的资金，转而再投入于开发他种类型的影视品味，以求得到“范畴经济”的效益。另一方面，PSB如同任何私人机构，也会出现组织若是无边膨胀，将可能重蹈“彼得定律”因人设事的陷阱，亡失了照顾“公共”利益的原则而沦落为自身科层利益的辩护。相应于各国的人口及经济力，5千至2万员工的组织规模，是不是合适的水平，无法轻易回答，它总是取决于支持PSB的论述与实质力量(包括工会)，能否战胜总是企图将新科技纳为己用的商业与资本积累之动能。

在英国，1980年代以前，BBC与ITV的本国节目几乎都是自制，是典型的垂直整合机构。1980年代的商业力量奋起进击，10多年后，也就是1990年代，作用开始显现。最早是2家直播卫星电视在1990年11月合并为BSkyB，1993年起，保守党通过法令，强制BBC与ITV将至少25%工作量外包，从而缩小其人力，达到打击英国集体组织的最后堡垒“电视工会”的政治目标；^[66]1993年ITV与C4也从不竞争进入有限竞争，再到1999年的彻底竞争，其间，第五家无线电视(Five)则在1997年取得执照，竞逐广告。面对大变局，ITV原本由英国14个分区业者取得各自的制播执照，历经合并至2004年，14家成为1家，其间，员工在1986至1990年间已经减少7千人，至2009年，员工总数只存4026人，节目自制率下跌至30.82%。^[67]相形之下，BBC“好些”。1979年，BBC是2个电视、4个收音机全国频道，及伦敦在内的11个广电节目制作中心，当时，全职员工2.5283万人，兼职1350人，总数达2.6633万人。^[68]至2009/10年，BBC员工人数少了7千多，自制节目比例是65%，^[69]但服务范围与项目大举扩充，脍炙人口的互联网(含影音互动)服务是全新的服务，制作中心9个、另设20多个较小的地区或地方工作室，境内电视与收音机频道8与10个，独资海外商业电视频道7个，另有合资商业国内频道10个(当然，节目制作量的增加，远低于频道数的扩充)。^[70]

在欧洲这个PSB发源地，欧洲联盟(European Union)在历经1980、90年代经济新自由主义的、扁平化的、瘦身的喧嚣与实作后，它在1989年制订具有跨境法规拘束力的《电视无疆界指令》(Television Without Frontier Directive)，1997与2007年，前令两度修改，并易名为《影音视听

传媒服务指令》(Audiovisual Media Services Directive), 三者均设条文, 要求EU会员国PSB必须至少提供10%给“独立制片人(商)”承揽。2006年数据显示, EU电视节目来自欧洲自制的比例, 平均达三分之二, 其中, 由EU独立片商完成36%。^[71]由此反推, 欧盟的PSB内制, 也就是垂直整合影音生产的能力, 依旧可观。PSB虽有不少节目委外制作, 但这些接受委托的、名称光鲜的“独立”制片人的工作条件并不理想, 这个部门的发展规律是, “独立自主”的意识形态扮演了诱人的角色, 而侧身其间的人至少分作两层, 上层是能够流动的企业人, 其余绝大多数的其它人则受制于无形的科层, 毫无自主可言。^[72]

通过这些扼要考察, 我们可以说, 经济效率、承担创新风险, 提供稳健工作条件等三项需要, 是催生影音垂直整合机构的重要原因。在欧日韩澳加等社会, 这个需要沉淀为公营PSB机构的创设、持续与更新; 或说, PSB通常是拥有大量制作节目的单位, 在其必然获得电波频谱使用权的前提下, PSB自然就是既能制作又有播放渠道的垂直整合机构了。在美国、香港等欠缺大型PSB的地方, 这个逻辑由私人完成。在美国是时代-华纳…等等大型影音组织。举个例子, 具有独立公司地位, 因此员工人数可以获知的“哥伦比亚广播公司”(CBS Corporation), 其2010年的全职与兼职员工是2.538万人; 未单列的“美国广播公司”(American Broadcasting Company), 其母公司沃特·迪斯尼(the Walt Disney Company)员工数是14.9万人。^[73]香港(700余万人口)的“无线电视公司”(TVB), 在2010年的营收是46.75亿港元^[74](折合约4.15亿英镑), ^[75]仅有BBC十分之一, 但员工4125人超过BBC的五分之一。那么, 公部门或私部门推动的影音垂直整合制播, 何者更为符合社会需要? 何者更能对社会负责? 这就是本文下一小节所要探讨的问题。

注释:

- [1] 第一台遭私有化的原因, 一是当时(1987年)法国左右共治, 社会党与共产党211与32席次, 少于右派联盟265席次下。二是总统密特朗“最近”才“信仰社会主义”, 信念不深, 手段则灵活, 常藉此化解纷争。见Sassoon, Donald (1996/姜辉、于海青、庞晓明译2007)《欧洲社会主义百年史》, 页613, 640-1, 社会科学文献出版社。
- [2] http://www.rthk.org.hk/about/orgchat/Annual%20Plan2010-11_English.pdf
- [3] Iosifidis, Petros (ed.) (2010) *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*, Palgrave Macmillan.
- [4] 如Beesley, M. E. (1996, ed.) *Markets and the Media: competition, regulation and the interests of consumers*, London: Institute of Economic Affairs.
- [5] 最佳论述可能是牛津大学Balliol学院经济系教授Andrew Graham与高盛(Goldman Sachs)投资银行首席国际经济学家Gavyn Davies的著作(1997) *Broadcasting, Society and Policy in the Multimedia Age*, Luton University Press(中译见刘忠博、丘忠融, 2007, 《多媒体时代下的广电事业、社会与政策》)。
- [6] Williams, Raymond (1974/冯建三译1992)《电视: 科技与文化形式》, 台北: 远流, 页48-50。
- [7] Curran, James and Jean Seaton(5版) (1997/魏灼、刘昌德译2001)《有权有责: 英国报业与广电史》, 台北: 鼎文书局。作者称, 关于BBC的诞生, 通说都“忽略了在广播之外的政治社会变迁”, 页193-205, 特别是页199。
- [8] Garnham, Nicholas (1979) 'Contribution to a political economy of mass-communication', *Media, Culture, and Society*, 1:123-46, p. 143的(4)之讨论。
- [9] Moss, David A. and Michael R. Fein (2003) *Radio Regulation Revisited: Coase, the FCC, and the Public Interest Journal of Policy History*, 15(4):389-416).
- [10] Barnouw, Erik (1975) *Tube of Plenty: the evolution of American television*, pp. 398-9, NY: Oxford UP. 关于美国公视的诞生, 较详细中文描述, 可见郭镇之(1997)“美国公共广播电视的起源”, 《新闻与传播研究》第4期, 页82-90。
- [11] 任鹤淳(2004)“韩国文化产业实况与发展政策”, 《当代韩国》, 秋季: 35-38。
- [12] 洪贞玲(2010)“出淤泥之莲: 泰国公共电视的起源与进展”, 《新闻学研究》102: 295-325; 刘康定(2010)“泰国公共电视发展与制度分析”, 台湾大学新闻研究所硕士论文。
- [13] 私有传媒不一定营利, 如英国的《卫报》(the Guardian)、台北的《国语日报》。陈平2005年入主阳光卫视, 曾有豪语, “公共电视不一定是由政府来做, 这是有能力达成的人应当的权利和义务!”, 见陈韦臻(2011)“撇开收视率, 媒体能怎么着? 一专访阳光卫视媒体董事长陈平”, 《破周报》4月14日。私有但不营利的传媒以宗教取向为主, 但宗教传播营利用的例子已经愈来愈多。(Economist, 2005. 12. 3: 56-7) 另见Moore, R. Laurence (1994) *Selling God: American religion in the marketplace of culture*, Open University Press; Buddle, Michael (1997) *The (Magic) Kingdom of Christianity and Global Culture Industries*, Westview Press; Steinberg, Shirley R. and Kinchelo, Joe L. (2009) *Christotainment: selling Jesus through popular culture*, Westview Press.
- [14] 年度上限是20亿泰币, 约4.5亿人民币; 创台经费另由泰国政府提供。见注12。
- [15] 韩国、日本与意大利的海外广播与电视, 英国的海外广播(不含电视), 均取部分政府预算, 亦由原公广组织KBS, NHK, BBC与RAI负责, 美国虽有海外广播(与电视), 但另立组织, 未纳入原公广机构。
- [16] 2009-10年间, BBC执照费稽征成本是1.264亿英镑(与BBC商业部门回流BBC的额度1.51亿已很接近), 占执照费收入35.19亿的3.592%, 另有5.2%用户逃漏执照费, 比例似乎已是历年最低 (BBC Annual Report and Accounts 2009/10:2-99, 2-100; the BBC

- Executive's Review and Assessment, 2009/10:2-87; BBC Worldwide Annual Review 2009/10:8-9)。漏缴执照费最高约10%(1992-93), 2000/01也是5.2%(BBC Annual Report and Accounts 2000/2001:30)。
- [17] Lambert, Stephen (1982) Channel Four: television with a difference? p.57, London: BFI. 执照费在英国已成传统, 捍卫的意见参考Murdock, Graham(1994) 'Money talks: broadcasting finance and public culture', in Stuart Hood (ed), Behind the Screens: the structure of British television in the nineties, pp.155-183, London: Pluto.
- [18] Coase, Ronald H(1965) 'Evaluation of public policy relating to radio and television broadcasting: social and economic issues', *Land Economics*, 41:161-167.
- [19] 2006年联邦拨款3.96亿美元给美国“公共广电协会”(Corporation for Public Broadcasting), 约3亿用于电视(其余是收音机、行政支出…等); 2008~2011联邦政府的拨款额是3.9、4.0、4.2与4.3亿美元。以上数字转引自Carey, John(1989) 'Public broadcasting and federal policy', in Newberg, P.R. (ed.), New Directions in Telecommunications Policy, pp. 192 - 221, 引自p.209, London: Duke UP; CPB Annual Report 2006:40; http://en.wikipedia.org/wiki/Corporation_for_Public_Broadcasting; <http://www.cpb.org/annualreports/2009/images/stories/docs/CPB2009financialsFINAL.pdf>, p.5
- [20] 计算过程繁复, 请见<http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/15countriespbspercapitaincome.doc>
- [21] http://en.wikipedia.org/wiki/Netherlands_Public_Broadcasting
- [22] Aufderheide, Patricia (1991) 'A funny thing is happening to TV's public forum', *Columbia Journalism Review*, November/December: 60-63, 引自p.62.
- [23] Kellner, Douglas (1990) Television and the Crisis of Democracy, p.202, Boulder: West View.
- [24] Minow, Newton N. (1961) 'The "Vast Wasteland"', (本文是作者以FCC主席身份向美国电视公会讲演词) in The Political Economy of the Media (II), Golding, Peter and Graham Murdock (eds), 1997, pp.301-12, Edward Elgar; Herman, Edward S. (1993) 'The externalities effects of commercial and public broadcasting', pp.84-115, 引自pp.95-6 in Beyond National Sovereignty: international communication in the 1990s, Nordenstreng, Kaarle and Herbert I. Schiller (eds), NJ: Ablex.
- [25] Paulau, Burton 1981, *Television and Radio in the United Kingdom*, p.116, London: Macmillan.
- [26] 1984/85 HC 400 House of Commons. Twenty-ninth report from the Committee of Public Accounts. Session 1984-85; Independent Broadcasting Authority: additional payments by programme contractors. Home Office. Independent Broadcasting Authority最后一页(p.30/p.16)Table II.
- [27] 限于篇幅, 这里无法交待这些整理自十多份报告的数据。连同C4诞生的背景及涉及的“趣闻”, 作者已另文写作中。
- [28] 'Channelling The Past', Sight and Sound, 2007.12, 2008.1读取自<http://www.bfi.org.uk/sightandsound/feature/49412>
- [29] [Fišer, Suzana Žilič (2010) 'The social responsibility and economic success of public service broadcasting Channel 4: Distinctiveness with market orientation', presented at the 5th Biannual RIPE (Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise), University of Westminster, London, September 8~11.
- [30] 同注27。
- [31] Channel 4 Report & Financial Statement, 1992:18; 1993:16; 1999:40; 2009:138.
- [32] 指依靠执照费的BBC, 依赖广告的ITV, C4与Five, Ofcom (2010) *Communications Market Report*, pp.114-5, 128-9, 137-8.
- [33] *Economist* (2009.1.24: 62)。
- [34] 《老大哥》两节目让C4进广告8800万英镑, 利润6800万, 惟C4否认这些数字, Brown, Maggie (2007) A Licence to be Different: the story of Channel 4, Pp.1-9, London: BFI.
- [35] 'Jowell challenges Channel 4 to justify £14m of public funding', Independent, 2007.6.21; 该议在文化部长更替后, 取消('Channel 4 switchover cash shelved', 2008.11.26, 读取自<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/7750501.stm>)。
- [36] Brown, Duncan H. (1994) 'The academy's response to the call for a marketplace approach to broadcast regulation', *Critical Studies in Mass Communication*, 11: 257-73
- [37] Ofcom对公共服务广电的第一阶段报告, 转引自James Curran and Jean Seaton (2010, 10th) Power Without Responsibility: press, broadcasting and internet in Britain, pp.380-1, Routledge.
- [38] Ofcom's Second Public Service Broadcasting Review: Putting Viewers First (2009), p.1.
- [39] 如Sweeney, Mark (2011) 'Jeremy Hunt unveils plan for new national television channel', *Guardian*, January 19.
- [40] Kuhn, Raymond (2010) 'France: Presidential Assault on the Public Service', pp.158-70, 引自p.162,
- [41] Martí, José Luis and Philip Pettit (2010) *A Political Philosophy in Public Life: Civic Republicanism in Zapatero's Spain*, pp.87-8, Princeton University Press.
- [42] Levy, David (2010) 'PSB policymaking in comparative perspective: The BBC Charter Review process and the French Commission pour la nouvelle télévision publique'; Medina, Mercedes & Teresa Ojer (2010) The new model of the Spanish public service media, 两篇均发表在注29提及的会议。
- [43] Hallin, Daniel C. and Mancini, Paolo(2004), *Comparing media systems: three models of media and politics*, pp.21, 30-2, Cambridge University Press.
- [44] Cayrol, Roland (1991) 'Problems of structure, finance and program quality in the French audio-visual system', in Blumler, Jay G. and T. J. Nossiter (eds), *Broadcasting Finance in Transition*, Oxford University Press. pp. 188-213 (引自p. 189, 206), 以及Noam, Eli(1991) *Television in Europe*, p.97, Oxford University Press.
- [45] Hanretty, Chris (2010) 'Explaining the de facto independence of public service broadcasters', *British Journal of Political Science*, 40(1:75 - 89)..
- [46] 同注41。
- [47] 胡智锋、王健(2008)《北京市现代广播电视公共服务体系与标准建设》研究报告(北京市广播电视局委托中国传媒大学横向重大课题), 杨乘虎等17人参与, 页240-3。谢谢黄学建提供这份报告。
- [48] 同注6。
- [49] Sparks, Colin (1995) 'The survival of the state in British Broadcasting', *Journal of Communication*, 45(4:140 - 59).
- [50] 同注7, 页369。
- [51] Noam 同注44, p.97.
- [52] Fernandez, Raquel (1997) 'Communication workers in Spain: the reward of appearance', *Communication Review*, 2(3:381-93), p.386.

- [53] *Economist*, 2005. 10. 1:37; 《加国广播公司劳资纠纷现转机》中央社2005-10-3。
- [54] “员工串联 争取中广公共化”，《自由时报》，2006-2-9; A4。
- [55] Im, Yung-Ho(1998) ‘The media, civil society, and new social movements in Korea, 1985-93’, in *Asian Cultural Studies*, Kuan-hsin Chen (ed), London: Routledge, pp. 330-51; *Economist*, 2003. 4. 19:28 ; 2008. 8. 2:32; 2009. 4. 4:32。
- [56] 比较中间偏左的 *Guardian* 与 *Daily Mirror*，偏右的 *Daily Telegraph* 与 *Daily Mail* 在2004年1月30日的报导。
- [57] 同注43, pp. 285-6, 288, 291。
- [58] 同前注。再者，福克斯电视新闻网在美国取得商业成功，2010年营收15亿美元而毛利8亿，超过其两个主要竞争对手CNN与MSNBC之合，“意见好卖”的现象是否延伸到了电视，值得观察，见Standage, Tom (2011) ‘The News Industry: bulletins from the future’, *Economist*, p. 14, July 9th special report。
- [59] 至2010年6月底, ABC Annual Report 2009-2010, p. 192。
- [60] CBC Annual Report 2009-2010似未列员工数，但只2009年开始的志愿退休方案，目标是至2011年底裁员8百人，注(48)所引材料指CBC在2005年的员工数是9千，但前引年鉴(p. 67) 指CBC在2006收入是16. 71亿加币(汇率与美元大约相当)，2010略多(17. 1亿)，因可推论2010左右雇员数仍超过8千。
- [61] KBS Annual Report 2009:3, 50, 并称未来5年要裁员15%，KBS在2006年的员工是5287人(Annual Report, 2007:38)。
- [62] 汇率计算以2010. 6. 25为准: http://www.exchangerates.org.uk/GBP-JPY-25_06_2010-exchange-rate-history.html
- [63] <http://www.nhk.or.jp/faq-corner/01nhk/05/01-05-05.htm>(2010年资料，男9143人，女1439人)，谢谢本田亲史先生告知，本田先生又查出，2004年NHK商业收入是执照费的16%，2010年比例不知，因此援用该比例。
- [64] The BBC Executive’s Review and Assessment 2009/10, p. 63, 98。
- [65] [http://en.wikipedia.org/wiki/ARD_\(broadcaster\)](http://en.wikipedia.org/wiki/ARD_(broadcaster)); http://en.wikipedia.org/wiki/France_T%C3%A9l%C3%A9visions;
<http://en.wikipedia.org/wiki/RAI>
- [66] Crisell, Andrew (2002) *An Introductory History of British Broadcasting*, p. 235, Routledge
- [67] *ITV Plc Report and Accounts*, 2009:19, 27, 36。
- [68] *BBC Handbook* 1980, p. 66。
- [69] Nicoli, Nicholas (2010) ‘The disempowerment of in-house production at the BBC: An analysis of the WOCC’，发表在注29提及的会议。
- [70] 7个海外独资频道是 BBC America, BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle, CBeebies, BBC HD 及UKTV (Australia)，参考 <http://www.bbcworldwide.com/>。
- [71] ‘New Figures Show: Almost two thirds of EU television time is “Made in Europe”’ (July 25/2008, EU发布) 读取自 <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/1207&format=PDF&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
- [72] Lee, David (2011) ‘Networks, cultural capital and creative labour in the British independent television industry’，*Media Culture Society* 33(4:549 - 565)。
- [73] <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/813828/000104746911001419/a2202111z10-k.htm> (页I-23, 另见http://en.wikipedia.org/wiki/CBS_Corporation); the Walt Disney Company Fiscal Year 2010 Annual Financial Report And Shareholder Letter, p. 20. 谢谢张时健提供数据。
- [74] TVB周年年度报告2010, 页1, 169。
- [75] 以2010-6-5为准, 1英镑兑换11. 2766港元 http://www.exchangerates.org.uk/GBP-HKD-05_06_2010-exchange-rate-history.html

.....

(上接第13页)

- [27] Murdock, Graham, “Building the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet,” in Per Jauert and Gregory F Lowe (eds.), *Cultural Dilemmas of Public Service Broadcasting* (Gotebourg: NORDICOM Gotegorg University, 2005), 213-230。
- [28] Murdock, Graham, “Political Economies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods,” in Janet Wasko, Graham Murdock and Helena Sousa (eds.), *The Handbook of Political Economy of Communication* (Malden, MA: Blackwell, 2011), pp. 13-40。
- [29] Schiller, Dan, “Power Under Pressure: Digital Capitalism in Crisis,” 《当代马克思主义视野下的传播与社会变迁国际学术研讨会论文集》，复旦大学，2011年5月13-14, 14-33。
- [30] Schiller, Dan, *Theorizing Communication: A History* (New York: Oxford University Press, 1996)。
- [31] Taylor, Kate, “Part 4: France’s nightly public television is free of ads, but not of problems,” *The Toronto Star*, September 24, 2010, <http://www.thestar.com/printarticle/866799>。
- [32] Williams, Raymond, “Working Class Culture,” *Universities and Left Review* 1(2): (Summer 1957)。
- [33] Williams, Raymond, *Communications*, revised edition (London: Chatto and Windus, 1966)。
- [34] Yu, Hong, “Reading the Twelfth-Five Year Plan: China’s Communication-Driven Mode of Economic Restructuring,” *International Journal of Communication* 5(2011): 1045-1057, <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/1150/586>。
- [35] Zhao, Yuezhi, “Communication, the Nexus of Class and Nation, and Global Divides: Reflections on China’s Post-Revolutionary Experiences”, *Nordicom Review*, Jubilee Issue (Vol. 30, June 2009), 91-104。
- [36] Zhao, Yuezhi, “Sustaining and Contesting Revolutionary Legacies in Media and Ideology”, in Sebastian Heilmann and Elizabeth Perry (eds.), *Chairman’s Invisible Hand: China’s Party-State Resilience in Historical Perspective* (Cambridge: Harvard University Press, 2011)。
- [37] Zhao, Yuezhi, *Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict* (Lanham: Rowman & Littlefield, 2008)。
- [38] Zhao, Yuezhi, *Media, Market and Democracy in China* (Urbana: University of Illinois Press, 1998)。
- [39] Zizek, Slavoj, “How to Begin from the Beginning,” *New Left Review* 57, 43-55。