

当代马克思主义视野下的传播与社会论坛：电视的公共性与重庆卫视改革

对重庆卫视的“一不二减三增”改革，上一期本刊发表讨论文章后，引起了很大反响。对于重庆卫视改革的讨论是一个值得并需要理性研究的新闻传播理论重大课题。本期再发两篇讨论文章，欢迎新闻界的同仁学者来稿参与讨论，发表见解，以期引起更深入的理论探讨，推动我国新闻体制改革。

复旦大学当代马克思主义新闻传媒研究中心

公共广播电视的钱、人与问责： 多重模式，兼论中国传媒改革（下）

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

问责公广：信息透明、受众参与、公信力与收视率(质)

PSB以什么方式对社会负责？本文提议评估PBS的四项表现：(1) 信息透明度；(2) 受众参与；(3) 公信力，包括记者形象；(4) 市场表现，包括收视占有率，以及收视质评价。除对比各类PSB在前举四面向的表现，公私广电的比较亦当纳入，分作三个层次，(1) 洲与洲：美国与欧洲，前者私有为主，后者PSB仍然重要；(2) 国与国：英德法义四个欧洲人口都在6千万以上国家的对比，英国只取执照费，另三国PSB兼取部分广告，财政有别，表现或有差异；(3) 一国(英国)与一地(香港)的PSB与私有电视。

如果“问责”PSB的四个维度，以及PSB之间、PSB与私人传媒的三个“比较”层次，都能交叉讨论，自属最佳。惟数据无法齐备，只就能够掌握的部分，揭露与讨论如后。

任何PSB必定提供的服务，就是PSB本身持有的营运信息，无不全盘在年鉴或年度报告公布。到了互联网年代，则又无偿通过网络对外提供，外界藉此可以知悉、监督与评估其营运绩效。PSB的愿景、成就与缺失常以文字交待，涉及财务则以多种统计图文数字表述，举凡不同层级员工的薪资结构，以及各类节目的产出时数与制作成本，都能完整且通体透明。相形之下，私人公司常以商业机密为由，鲜少主动对外发布，即便股票上市的公司，其报表的记载程度及项目，无法望PSB的项背；如香港TVB年度报告只有收支大项，并无细节。规模愈大的PSB愈有能力提供制

【作者简介】 冯建三（1959—）男，台湾人，台湾政治大学新闻系教授。

作年鉴所需的资源；各国PSB的详细程度并不相同，部分原因就在其规模的差异。日、韩PSB晚近都开始提供本国语言以外的年鉴，特别是韩国，韩语外，另有中日英文三种，即便其翔实程度无法、也不可能如同母语版本，却对外人了解本国，会有帮助，从而PSB藉此也能增益本国形象。制作定期的年鉴与不定期的文件，如今已经是PSB的常态工作项目，惟如同政府信息以公开为原则，保密为例外，PSB同样有些资料，不一定对外公布，如BBC就其新闻报导是否公正的内部调查档，^[1]坚持不公开，兴讼亦不能使BBC改变其认知。

PSB如同私人企业，无不宣称要倾听与响应受众的意见。二者差异在于私人企业从消费者的角度定位受众，是一种消费式参与(prosumer)，PSB则必须信守对于受众之公民身份的承诺，虽然这个承诺的实践，仍然有其上限。一是如同现代社会的民主政治，代议为主，直接民主或公投为辅，全职兴办传媒是主，受众以公民身份，业余地参与主流传媒（比如，公民记者）的传播过程是辅。二是律师与医生等专业，因垄断相关知识，遂能主导消费者的意识与行为，^[2]传播与其不同，不可能、也不应该垄断对讯息的编采与解释，因此就有必要在较大范畴，与受众有更合适的互动方式。此时，对于受众参与的涵育范畴，仍会因为任何职业都会有的矜持、自尊、权力意识与工作流程的实际需要，受到约束或牵制。三是倾听受众意见，或邀请受众参与，同样得耗用PSB的资源，如BBC在全国有16个受众咨议委员会(Audience Council)，所用经费在2008/09年是153.9万，2009/10年是132万英镑。^[3]英国的C4则从创台以来，在其晚间黄金时段的新闻旗舰后，一周四天，每日提供5分钟，安排特定观众陈述意见，C4宣称这是该台的特色，是其“挑战偏见”的机制之一。^[4]韩国KBS似乎另有不同的设计，虽非KBS主动提倡，而是来自观众的争取。韩国2000年施行的综合《广电法》第69条规定“韩国放送协会(KBS)应该…播放直接由观众制作的、观众参与型节目”。韩国人士为此成立“观众参与联盟”与KBS协商，决定一周由相关社团申请制作25分钟节目，每周六下午1点10分起，在KBS主频播放。节目播出需由8人委员会审议(2人是KBS的观众委员，另选独立制片人、律师、学者、广电专家各1人，民间社团推荐2人)。这个节目在2002年5月首播，1集约从广电基金得到7500美元资助。其间曾生争议，如工会制作的《我们要工作》纪录片原已得到播出许可，财团施压后，KBS不予播出，群情哗然，许多市民社团、韩国总工会及“韩国传媒活跃份子联盟网络”联手大举抗议。未几，KBS观众委员会跟进，强力抨击KBS，终使该片得以放送。^[5]

私有广电产业与PSB的最大对比，来自美国与欧洲，通过前两段叙述，不难推论，在信息透明与受众参与面向，欧洲必然优于美国，这是体制使然。除此之外，

两地广电对于欧美民主的意义，显有差异。卡瑞(James Curran)等人执行跨国研究，先对芬兰、丹麦、英国与美国的主要电视频道与报纸，展开抽样(2007年2至4月，取四周)分析，并设计28个难易不同的问题，由四国共一千位民众填答(美国限于注册选民，另三国填答者需18岁以上)。他们发现，美国人不但对于国

表1 德国、法国、意大利与英国公营电视频道经济效益比较，1994+

	执照费 欧元(1)	平均国民所得倍 数(意大利=1) (2)	执照费占总 收入 比率 (3)	加权执照费 欧元(英国 =1) ++	收视率 占市场 份额
德国	99	1.439957	.678*	101.4 /1.164	33.3%
法国	94	1.314274	.605**	118.2 /1.357	42.%
意大利	84	1.000000	.589	142.6 /1.637	34.7%
英国	76#	1.011395	.863	87.1 /1.000	43.0%

资料来源：Council of Europe (1995) Cinema, Television, Video and New Media in Europe: statistical yearbook, 1994-95, pp.150-1, compiled by European Audio-visual Observatory; Commission of the European Communities (EC)(1996) Public Policy Issues Arising from Telecommunications and Audiovisual Convergence, comprising (1)main report; (2)summary report; (3)appendices, Brussel: DG XIII, EC

际公共事务所知最少，对于国际软性新闻，所知比例亦最低，比如只有50%美国受访者知道2008奥运将在北京举行，另三国介于68~77%。作者又发现，因教育、所得、性别、年龄所造成的公共知识落差，美国远大于另三国；在这些欧洲国家，即便教育程度与所得偏低、即便是少数族裔、即便是年龄高或女性，其公共知识水平比起美国相同背景的群体，明显高出许多。相关的一个重要现象是，美国三大电视网在晚间黄金时段(七至十一点)安排娱乐节目，欧洲三国的电视则在相同时段则安排4至5次每日新闻或专题。该文四位作者小心翼翼地讨论，有一重要结论：“欧洲电视在其公共服务传统下，更能将公共知识带给弱势群体…社会包容(social inclusion)的成效较佳”，重要原因是PSB常被检视，要求服务所有人，否则其执照费或政府拨款将受威胁，商业电视为了利润，就会迎向社会条件较优的人群。^[6]

假使公民身份的滋润与民主涵养是我们希望传媒服务的目标，那么，欧洲PSB胜于美国商业广电。再看同属欧洲、财政来源有别的PSB，以下两个表格的数据，提供参照，从中可以推论若干值得认知的观点。

+ 执照费占总收入的比率资料是1993年；++ (1)除以(2)及(3)的高数；# 英国电视执照费约有30%为收音机使用，1994年电视执照费是109欧元，乘以70%是76.3；* 执照费占德国PSB一台ARD收入是75.4%，占二台ZDF是60.2%，此为二者平均；**F2是50.9%，F3是70.0%，此为二者的平均。

表2 英国 BBC两个频道与ITV/Channel 4经济效益的比较，1994

	收入(亿欧元)*	收视率份额
BBC 两个电视频道(执照费为主)	16.88	44.0**
TV + Channel 4(广告)	29.06	49.8

资料来源：ITC Annual Report and Account,p.104；〈表1〉EC (1996).

* 1994年 0.651 英镑兑换 1 欧元；**与〈表1〉有1%差距，应是统计来源不同所致。

先说明〈表1〉的计算方式。首先，除了执照费以外，四个国家的公营电视都另外拥有不等比例的其它收入，其中英国执照费收入比例最高(86.3%)，其余来自BBC在商业市场上销售节目的所得，法国的 F2、F3，意大利的三个 RAI 频道，以及德国的ARD、ZDF，除了执照费，都播放部份广告，或从政府预算取得若干补助。由于各国所得不同，执照费及其它收入均必须换算，才能确定四个国家每一家户实质支付的执照费。经过这道计算程序，英国 BBC 每年从每户取得87.1 欧元，并供应观众43.0%收视时间，德、法、意的公共电视分别从其观众取得相当于英国1.164、1.357 及 1.637 倍的收入，但只供应其观众 33.3%、42.0% 及 34.7% 的收视时间。

再看〈表2〉，BBC 两频道与英国播放广告的另一频道之比较，二者提供的收视时间是有差距，BBC是44.0%，ITV 与 Channel 4合计是49.8%，后者收视份额是BBC的1.13倍，但所得是1.72倍，即便扣除英国政府对后者课征的特别税(5.85亿欧元)，它们的收入仍然是 BBC 的1.38倍。

因此，从〈表1〉及〈表2〉的比较，我们应该可以说，英国BBC比德法义的公营电视，更为有效地使用观众的经费，若在英国内部比较，BBC亦优于ITV/Channel 4。事实上，英国历届政府最为敌视BBC的撒切尔首相为了先发制人，曾在1980年代延聘伦敦会计顾问公司检查BBC的经费运用是否恰当，目的是要搜集证据以便指控BBC浪费观众的执照费。未料检查结果出乎保守党政府的期望，这家公司的结论是，BBC提供这些服务所花的钱，“很有价值”，^[7]这是BBC效率不俗的另一佐证。

这个效率在新传媒年代，似乎增强而不是减弱。2001年，BBC提议，在经费自理、无须政府额外拨款或增加执照费的前提下，BBC愿意在原有服务项目外，增加四个数字电视频道，让英国观众自由观赏。没想到英国私人电视公司ITV，加上美国迪斯尼、华纳、新闻国际…等集团破天

荒联手，游说英国文化部长驳回此议，原因就在质量毫不逊色、且无广告干扰收视的BBC频道，不向观众额外收费，这样一来，谁来看这些商业频道呢？最后BBC的扩张规模只能减半。^[8]2003年，筹备多时，BBC的“数字教材计划”总算开张，但教育材料出版商及数字软件业者屡屡攻击，致使这个节省英国家长成本，也广受好评的在线学习系统，被迫先在2007年喊停，又在2008年关闭了事。^[9]

到了2005年，数字收音机业者埋怨了，理由相同，大家都听BBC，他们的数字频道怎么办？^[10]在互联网结合影音图文于一身的年代，2006年居然报纸都感受到了威胁，谁的记者人数比得上BBC？现在还不只是纸本销售量滑落，接下来，公信力高、网页可亲、影音文字内容多样的BBC是不是还要袭夺报纸的网络读者？这是问题。^[11]英国内阁办公室在2007年元月宣布，由于民众对BBC…等等「超级网站」的接受度与使用度日益提高，951个政府网站将先减少为551个，最终将只保留26个，毕竟政府必须樽节开支与方便民众。^[12]确实，至2009年底，英国成人有98%每周都用BBC网站，一个月造访人次达2千万，依照人口比例，相当于脸书（facebook）在美国的水平。^[13]2007年圣诞节，BBC推出随选视讯，节目播出七日内开放英国观众自由观看，永久开放的内容也是有增无减，2010年春，一个月有1.2亿次点播该服务（包括电视与收音机节目）。^[14]2009年，BBC、另三家无线电视，以及若干电信业者，联合想要共建影音随选平台。为了对付BBC等影音及平台业者的联合行为，平日竞争激烈的英国直播卫星与有线两大平台，就此协议而暂时偃旗息鼓，有线与卫星两大业者携手合作，他们劝导政治力介入、迟滞BBC参与的这个平台之进度。最后，两大传输平台的随选系统在2010年10月先上路，受到BBC“牵累”，BBC参与的平台虽然先发，至此只能后至，最快要到2012年才能启动。^[15]

若是只看传统服务，亦即电视收视市场的份额，那么，BBC在2009年的收视率是32.1%，ITV与C4各是23.5%与10.5%，Five是5.5%，总计这五家英国法定PSB的30余个频道市占率是71.6%，节目投资是30.05亿英镑，私有且法律不责成其公共服务的BSkyB，投入20.86亿英镑，提供50多个频道，但仅得收视率7.4%。^[16]如果只以主流价值标准（收视率）衡量，显然受法律约束而必须PSB的机构或企业，效率远高于纯私有的公司，虽然BSkyB的1千余万收视家户的收入高，因此其较低的收视率搭配无线PSB无偿在其平台播放，仍然拥有丰厚的利润。

市场占有率高，这是“数量”的优势，“质量”又将如何？日本的NHK收视份额在东京只有20%，却有相当高的公信力，灾难（如2011年3月的大地震与核灾）发生时，收视率随即增加至50%，原因在其形象较佳，最受信赖。^[17]香港中文大学1997至2010年的多次调查都显示，香港所有（含平面）传媒的公信力，以“香港电台”最高；^[18]1998年以来，香港电台、所有私营商业电视及学界与广告界合作的电视节目欣赏指数调查，历年评选也都是港台成绩最好，2010年得分最高的20个当中，13个是港台，若取10个最高者，则6个是港台。^[19]

日港之外，下文先检视BBC的“机构形象”及“公信力”，其次再进入“品质”的讨论；形象、公信力与节目质量三者密切相关。〈表3〉显示英法德三国的广电表现，在三个国家民众的心目中，并不相同。我们

表3 报纸、收音机与电视在英法德三国的可信度(%)，1996-97

应该可以说，（1）德国人最信任他们的媒体，从报纸到收音机与电视，均在70%以上；（2）法国人最不信任他们的媒体，得到最大信任的收音机也只有59%；（3）英国人对于不同媒体的信赖度，差距明显，85%的人信任电视，收音机亦达79%，但

	英国	法国	德国	英国	法国	德国	英国	法国	德国
	报纸的报导			收音机的报导			电视的报导		
完全或大致符合真相	48	47	70	79	59	80	85	49	74
完全不符合真相	44	48	30	12	33	20	13	49	25
不知道是否符合真相	8	5	0	9	8	0	2	1	1

资料来源:法国 the *Telerama* 杂志及罗马天主教日报 *La Croix* 委托 Sofres 公司在1996年12月及1997年1月，于英国、法国、德国、意大利与西班牙各以问卷调查1000人。整理自 *Guardian* 1997.1.29:4。

报纸只得48%。对于广电有较佳评价，持续至今，虽然随其市场竞争的强化，似有降低。如2003与2007四年间的调查显示，相当信任BBC记者的比例，从80%降至61%(ITV降得更多些，从80%减少到了52%)，若将英国的报纸所受信任的水平分作三层，则上层报是63%与41%、中层报36%与20%，下层报是14%与7%。^[20]2010年，有关使用者对于平面、电子与网络传媒之政治新闻信任度的调查，BBC(在线与广电)独占鳌头，达50.3%，第二名的天空新闻(Sky News)只有6.5%，ITV第三(5.3%)，报纸最高的泰晤士报是3.3%。^[21]这个结果与8年前(2002年的调查)的排序，大致相同，显见其稳定性。^[22]

如何解释这三个观察？何以德法对传媒的评价较为一致，英国则有很大变异？是人的素质或市场结构的因素所造成？即便这是因为德国人轻信传媒，法国人习惯于怀疑传媒所致，但民族性或文化角度，难以解释英国人对于广电及报纸的歧异评价。如果人的面向不能作为理解(表1)至(表3)的依据，就得从市场结构的角度，分析这个差异。这就是先前已曾表明，相比于欧陆三国，英国广电市场在1990年代初，竞争程度在公共政策规范下，相对没有那么激烈，表现尚称持平，所以得到英国民众较高的信任。英国报纸则竞争压力大，商业手法经常纵容，甚至鼓励耸动的报导与呈现方式，读者固然多，评价却低，如同瘾君子吞云吐雾，但对烟草危害身体，估计并不是心不知肚不明，只是长远的健康愿望，不敌一时的舒适欲求。

最后，跨国评估广电节目的质量，难度可能高些，虽然曾有学者认为，英国节目的质量举世第一。^[23]另有统计，累积至1984年，英国的广播电视节目获得26个“意大利奖”，比法、西德、日本与美国加起来还要多。^[24]有关美英法义荷瑞典与西德电视的跨国研究则说，英国电视的财政基础并非完美无瑕，但已是最可取的方式，提供最大范围与最佳质量的电视节目。^[25]有趣或说讽刺的是，评价BBC最具“公信力”的证词，来自于菁英刊物《经济学人》周刊。该刊主张BBC分阶段私有化，并且欢呼英国新政府要在2011-15年间，裁减政府支出25%，但它的评论说，BBC“必须大幅砍预算。这是政治压力所致，不是质量…BBC在提升英国人生活质量的贡献，在提升英国海外形象的贡献，比起政府所提出的任何其它构想与作为，都要来得大。BBC提供受众繁多、变化有致的广电内容组合，新闻、时事节目、纪录片与艺文内容，其它国家都很羡慕。”^[26]

紧随这个评论，《经济学人》却说，“但BBC太大…对竞争者没有好处。”^[27]言下之意就是支持英政府以政治力量介入市场营运，缩减BBC规模。这真是不公平，违反《经济学人》等主流经济学所信奉的消费者主权信念，也违反市场的自由竞争说法。既然BBC服务受众大致良善，出于受众选择，何以“对竞争者没有好处”是值得政府关心之事？BBC假使真是大到不灵活欠缺效率了，不就会在市场竞争下遭致淘汰吗？何劳外力介入，强制其缩小？何况，BSkyB不是更大吗？至2009年6月底的该一年度，它的收入53.59亿英镑，1年后已是59.12亿，^[28]BBC至2010年3月底的一年，执照费收入35.19亿(用于电视只有23.5亿)，即便加上商业收入也只是42.68亿，^[29]谁大谁小一目了然吗？何况，就在商业力量抨击BBC坐拥执照费，不受广告萎缩的影响时，偏偏忘却收取订户费的BSkyB，亦复如是，而BBC并无自由向金融机构融资贷款以强化自己竞争力的空间，但BSkyB等等商业机构，深谙此道、热衷于斯。更何况展未来，BBC从2010至2016年，执照费都不会增加，都是145.5英镑，BSkyB的年订费2007-08年是427英镑，2009-10达508英镑，以后更会有能力调涨，但BBC等于六年实质收入减少16%，因为BBC必须额外承担原本由公务预算支付的项目(3.4亿英镑)，包括(1)海外广播服务，(2)韦尔斯第四频道，(3)政府委托的监听业务；2013年起，BBC一年还得投入(4)1.5亿英镑，引宽带入乡村，(5)2500万英镑，制作地方电视与在线内容，以及(6)负责建置全国数字收音机网。^[30]

BBC诞生以来，外界的批评与压力，从不停歇。BBC被隐喻为软性的、柔性的喉舌，是建制的最佳维护者，“英国不需要克格勃(KGB)，我们有BBC”。^[31]与此对立，BBC被指为颠覆者，是“文化马克思主义”在英国的代言人。^[32]

经济的批评是另一番风情，1980年代的攻击，指作为一种公共机构的BBC欠缺效率，彼时已经难以服人，再至这个世纪，适应市场竞争的BBC，经济表现竟至可能是太过成功，“压迫”私

人传媒无穷无尽寻求商业及牟利的机会，致使商家屡屡动员国家压制BBC的市场行为，继而再让国家课BBC以额外重担。

长此以往，BBC是不是即将在商业压力之海，载浮载沉，即便没有灭顶，也再难从容领航？这个严肃的提问不止攸关英国，PSB作为一种体制的生命力，是不是还能否极泰来、更上层楼，不至于只是维系于BBC，但BBC的成败得失对于世界各地PSB，必有重要意义，应无疑问。

未来之事，不能尽知，检讨BBC迄今的发展何以还算可圈可点，则有必要。BBC的相对成功，原因多端，其中，国家相对有效地节制，乃至导引广电市场的运作，减少其市场失灵的程度，可能最是居功厥伟。一方面BBC不取广告作为财源，因此在市场经济中，尚能兼理传媒“内容”的“外部性”，增加正社会效益、减少负社会效益节目的制播。他方面，在数字年代，服务全体受众的用心，超越求利之念，BBC愿意将愈来愈多的图文影音放入互联网，促其自由流通，而不是滥用知识产权(intellectual property right, IPR)，致使“公共物品”的特性遭到约束而难以尽情发挥。^[33]利用多重平台，从手机、无线、有线、互联网至卫星，促其节目广泛与自由流通，正是BBC成功、受到欢迎与肯定的重要原因。盱衡各国PSB的数字与在线服务，BBC的执行绩效，确实最称优秀。^[34]面对预算锐减，BBC不是将更多的BBC节目商品化，反之，BBC的DG表示要将更多高质量节目与信息全部自由地、无偿地流通，BBC要以图书馆为师、要以公立博物馆为师，做为所有人的公共空间，如此，不但是弥补市场的不足，更是百尺竿头，以创造“普通的、共享的文化”(common culture)为目标，“日后回首，或将察觉，如果这个新服务能够成功，它对市场(价格机制)的干预，将要超过BBC任何其它行为，影响势必深远。”^[35]

中国传媒改革

本文从PSB的诞生谈起，主轴在于介绍与讨论不同模式的PSB，就其财政来源、人员组织形式，以及问责方式，尽其所以地耙梳，无非是希望从中因革损益，继而借镜引伸，建构理想的PSB模式，作为传媒改革的参考。

中国传媒历经30多年的变化，从完全政府拨款到逐步退出而由广告递补。在广电方面，广电总局发展研究中心的论文指出，2007年政府财政(用于硬件、传输系统的建设，远多于用在广电节目的制作，且)投入只有“13.3%…(未来)还会降低…商业经营越来越成为广播电视机构的价值取向…越来越暴露由市场导向与公共利益导向的冲突和矛盾”。^[36]改革是个动态的辩证过程，原本具有正面作用的市场与广告机制，业已走到了对立面，成为改革的绊脚石而不再是推手。正是这个背景，关于公共广电作为一个必然的改革选项，是以浮现学人及政治人的眼界。

中国学界第一篇介绍“公共广播电视”的文字，最晚在1994年已经刊登，是大约5百字的编译，^[37]学者自行撰述，略有他山之石以攻错的第一篇长文，再要隔了3年才出现，^[38]但稳定获得关注又要8年。亦即在2005年之后，篇名出现“公共广播电视”或“公共电视”的文章，开始每年都超过10篇。^[39]2007年更有一书，径自命名《公共电视》，^[40]作者指出：

学者提出，公共电视必须…改变对政府的经济依赖如何…改变…？只有自谋生路，走市场化路线。然而中国的事实已经证明，一旦非营利性组织卷入市场其性质裂变在所难免最终…陷入两难…媒体大王默多克多次声明…‘任何人提供了公众希望并以可能支付的价格获得的服务，都是在提供公共服务。’其实这与公共服务…的精神背道而驰…商业电视是煽动观众的消费情绪和购买欲望…公共电视要利用法律…加强…独立性规范与政府的关系政府拥有拨付资金这把杀手锏，但是公共电视…代表进步的民意，政府在运用不利于公共电视的行政手段时也不得不要有所顾忌…

公共电视不是商业电视，并无疑问。可以深入思辩的是，如前文提及，“商业”的英文‘commercial’，另有一内涵，即“电视广告”，因此欧洲(含英国)的无线电视(通常迄今都还是各国的主流频道)依法都必须遵守高于卫星、有线或网络电视的节目质量要求，这样一来，

公有PSB之外，另有前文引述与讨论多回的“播放广告的公共服务广电”(commercial public service broadcasting, CPSB)一词。

在欧洲，CPSB已经因为广告竞争日趋激烈，屡现疲惫而不一定还能维持，在中国又将如何？无法乐观，特别是视频电视的金钱竞争，2008年平均版权费一集2000元人民币，至2011年6月，最高额度赫然已经狂飙到了60万的抢金！^[41]

面对商业竞争激烈至此的地步，中国还有机会建立公共广播电视吗？又分作两个层次。首先，中国播放广告的广播电视能够是CPSB吗？其次，若能建立，则广告之外，显然也必须另有收入来源，这些经费来源是哪些，其规模又要有多大？

有经济学家认为，CPSB并无不可，因此，“直接着手建立公共传媒，也可以采取‘事业单位企业化经营’的模式，通过现代企业制度的模拟，由政府控股或全资所有的传媒企业，或企业化经营的事业单位实现内容产品的供给（无须由国家财政供给）”。^[42]对此，同样是经济学家的意见，判断不同，“事业单位企业管理的模式…在理论…存在难以克服的悖论”。^[43]哪一种判断更为可信？其实，这可能不是理论问题。毕竟，过去一百年来，西方学界关于“市场社会主义”的五阶段论辩，^[44]换成微观层次的中国话语，就是对于前述命题(事业单位能否企业经营、播放广告能否，以及在多深层次仍然可以是CPSB)的正反看法。中国能否建立PSB或CPSB，属于哪种模式，与其说是理论问题，不如说是实践的问题，是政治意志是否愿意对于传媒的财政制度，作一创造性转化的问题。

在《动力与困窘：中国广播体制改革研究》^[45]这本用心深刻的书，作者虽然引述新自由主义者健将的修辞，但与其说作者尾随政府最小化的意识形态而起舞，不如说作者只是对政府失灵、言论管制的过当及经济寻租，提出批评，是以，他说“经济人”的理性选择与自利动机，“不是教导个人‘应该’如何选择，而是改变选择结构”；据此，作者对事业单位追求的社会责任与企业经营所要达成的经济效益之思辩，就是对这个课题的进一步澄清：

这种社会责任和经济效益的统一究竟是在一个国家或社会的范围内实现，在传媒行业范围内实现，还是在广播行业内部实现，或是在某具体广播机构或实体的日常运行层面上实现？如果真正想回答这些问题，人们必须脱离空谈概念和原则，深入到现行广播体制、运行机制、社会功能目标设定和经济制度安排等一系列结构性和框架性问题之中…中国广播长期坚持的“为人民服务”、服务社会公众的社会主义价值，在新时期的改革中似乎不应该轻易抛弃，而应该通过公共服务的途径和机构继续保持和发扬…

究竟是只对单一机构要求，或是对整个行业，乃至于社会整体提出PSB的要求，层次显有不同。中国学人当中，是有人刻意(或说，无意间复制了本文先前已经反驳的流行意识，)认定PSB必然效率低下、没有市场竞争力，因此虽然可以有公视，却理当只定位在“宣传与教育”。^[46]但也有不能同意的人，他们表示，公视必须是大多数中国人最关切的现象和问题，成为主流民意的集中体验…成为中国形象最真实、最全面、最有代表性的展示平台…(并且)在全球化、高科技化(表现为数字化)、市场化的世界潮流中，公共服务的使命和功能不仅没有被消灭，反而显得更加必要和迫切了。比如，在碎片化的现代社会中，不同社群需要人人皆可参与且免费进入的公共平台，以实现民主的交流与和谐的理想。又比如，在娱乐化、通俗化的国内外商业电视市场中，需要保存民族文化传统，丰富当代文化生活。^[47]

但无论是将PSB当作摆饰，或是希望其成为主流，都还没探讨这个PSB的财政，要从哪些来源取得，规模要有多大？目前的提法包括“该用税收来保证”、“该有公共经费”。^[48]进一步的建言则说中国目前的PSB采机构“内部交叉补贴”会出现补助多寡取决于主事者的意志，难以确保，并且不同地区财政能力差异大，PSB难以均等化，改善之道因此是“纳入国家公共财政预算”，设立“广电公共服务基金”，征收广电市场公共服务税并接受商业捐助。^[49]再多一些来源，则提及烟草…等特许行业的税捐。^[50]此外是“电波频率收费…广告收入转移支付…(收取)视听费”，^[51]但也有人认为，“不宜…征收视听费”。^[52]虽然如此，摊派入户的吸引力不减，

“根据国情按户一年50元人民币，农民、残疾人、低保户、老年人比例减少或豁免1年就有150亿…超过央视2003年75亿的总收入…”。^[53]

除了最后这个建言，将中国PSB的规模定为当年央视收入的2倍，其余主张PSB的意见，并没有细说PSB经费额度。其次，这些建言对于经费来源的分析，只是列举，还没有将其体系化，亦即政府拨款(来自税收)与视听费，以及二者与消费税(使用电波，或烟草…等特定产品之)之间，彼此关系为何？何者轻、何者重，各自比例为何？哪些项目该列而漏列？关于PSB的建设，若不讨论这些重要问题，就有规模大小都可，经费来源公正与否皆可接受的缺憾。

首先，“建立公共服务广播，其规模如何设计不容易回答…”。^[54]一方面这是事实，毕竟主流的实证经济学者认可公共物品的供应必须由政府介入，但对于这是由政府自己或委请他人提供，提供多少，实证学者又说，答案欠缺“客观”依据，而“往往(必须)透过政治程序来解决”。这样一来，主流经济学者居然有了马克思式的意见及委婉表达：“到目前为止的一切社会的历史都是阶级斗争的历史…而一切阶级斗争都是政治斗争”。PSB规模愈大，就是广电传媒的商品化程度低，等于阻绝了资本积累在这个领域的进展，个中谁得谁失，不言而喻。另一方面，是有产业经济学的研究指出，^[55]若要充分平衡商业媒体体系的缺陷，就有必要将非商业的投入量占有45-59%的市场份额。^[56]若以单一机构的市场份额为准(比如，BBC在英国)，至少得25%~30%。^[57]以上这些估算，仅指单一传媒(经常是“广电”)市场，未曾以全部传媒(从现在的报章杂志、广电、有线卫星电信互联网等各种平台与手机)作为计算基准，假使列入，是不是会因传媒倍增，致使基金所需要额度也跟随比例上升呢？

会增加，但可能相当有限，不会跃升，这是因为数字化以后，相同内容如果没有人为的法律限制，就可以运用科技，将其特性发挥地淋漓尽致：(一个节目)使用(收看)的人再多、流通的平台或管道再多，同时或分阶段流通，都不会增加这个节目的制作成本。事实上，本文前一小节已经指出，BBC在数字年代的竞争力，得以不减反增的一个重要原因，就在BBC善事运用数字融合之利，不求利而求服务，将愈来愈多的影音内容放入各种平台，任其国民自由使用。IPR的辩证同样如同商业机制，一度可能具有的正面力量，如今在很多时候，可能是对于文化创造的扼杀，阻碍或萎缩多样性，不是提振、推进或丰富，这就是“早先的那些安排也许曾经是最有效率的，或也许是当时生产体系所绝对必须的。然而，在新出现的这些科技条件下，早先的那些安排可能就折损了、破坏了，而不是改进了新科技条件所能生产并提供的财货、资源或功能，社会政策应该以此作为分析对象。”^[58]这个21世纪的观点，活似马克思1859年在《政治经济学批判序言》话语的当代版本，只有一点差异。马克思的修辞是，“社会的物质生产力发展到一定阶段，便同它们一直在其中活动的现存生产关系或财产关系…发生矛盾。于是这些关系便由生产力的发展形式变成生产力的桎梏。那时社会革命的时代就来到了。”马克思没有提及公共政策，但既然放弃了决定论、既然革命未必可取或可行，则如前一引述所说，“社会政策”必须进场分析，提供更符合时代需要的引领。

依照现行的IPR制度，原本是公共物品的影音图文在政府立法创设财产权后，不再能够自由流通，而其产权人也通过“数字权利管理”(digital rights management, DRM)手段，刻意制造这些公共物品的流通障碍，并对未经其授权而径自复制或使用者，施以处罚或求偿。假使更动法律设计，恢复所有内容的公共物品本尊，并让所有人都能自通过互联网下载、复制与使用，那么“交易成本”必然大幅降低，创作人通过另一种补偿系统，可以得到更公平的保障。根据专精知识产权的法学家暨社会学家之计算，现制强调IPR与DRM，保障财团，对于整体创作人，并不有利。公元2000年，扣除通过广电频道的收听或收看的花费，美国每户家庭购买、租借或定制影音产品的经费，平均是470美元。如果通过互联网自由流通与下载，厂商是会损失，但创作人整体通过另一套使用者付费的方式，会得到更为合理的补偿。依据宽带普及率、新制取代现制的比例，以及付费方式(加征所得税、课征影音硬件税捐、对互联网服务提供商征税导致的转嫁…等等)的差别，各家户为此摊付的额度不等，可能是27、64.33、202或254美元，无论是哪一种

数字，都远低于现制。^[59]显然，新制度对消费者有利，表现为更低的金钱支付。对艺文创作者有利，表现为收入可以确保，艺术自由与经济独立性更大。对于整体社会，更是福音：不再需要巨额法律诉讼与繁琐稽查的支出，社会交易成本大幅降低，侵权之说不再而纠纷减少，现制视为违法的现象依据新制都可以光明正大进行；律师经济收入会减少，但知法犯法的例子可望减至最低，法律重拾尊严。

依此推论，假使中国的PSB规模够大，并且如前所指，占有市场25~59%或更高的份额，由其出资所制作的内容也能仿效这个原则办理，如此，不但PSB是非常有效率地运用资源，更可以因为有了这个实践的经验，进一步另生突破的效果。先前，桎梏人心、迫使人“犯罪”却又对于许多创作人员不能提供最佳保障的智慧财产权，至此已经成为意识形态，不再具有任何道德优越性。改变节目(内容)制作的财政基础以后，不只是经济效率大幅改善，更是对于政治与文化认知，带来深远的良性启发。甚至，若是放诸海外自由流通，对于中国的世界形象与软实力之增进，应该也是大有帮助；届时，如果尚须注意者，就在中国可以设法与他邦合作，确保这个自由流通影音产品于世的安排，不至于成为倾销，不会阻碍任何地方在地产品的制播机会。

前述来自于美国情境的设计，其影音制作基金来自两大类。一是税收，一是硬件及电信、互联网业的消费税。相比于美国学人所提，有关中国PSB财源的许多具体建言，公务预算、广电业者广告提成、消费税等等都已进入考虑，唯独没有提及传媒硬件厂商。硬件本身少有功能，若无内容居间流通；若无硬件给予展现，内容无处容身，价值也就无从显现。软硬两相依附的事实，有其财政意义。早在1970年，影响法律与经济学界甚深的产权专家德姆塞茨就曾指认，“节目一旦广播…至少有两组私人团体，愿意支付广播的成本…一是广告厂商，他们的利益在于让将自己的讯息，传送至家家户户…二是收音机与电视机接收器的生产商，即便没有广告厂商支付，他们也能知道，广播受人欢迎的流行节目，于他们有利，因为这样他们就可以贩卖机座。”^[60]多年过去了，影音传播的技术进展已经进入数字年代，道理没有改变。由于影音内容一经制作完成，就可以通过不同平台在大小有别的各种载具，无穷无尽地显现，永远不虞耗竭。因此，许多国家在公务预算、收视费、广告之外，已将内容制作经费的来源，延伸到了电信业者、网络服务提供商，以及更多的终端接收设备厂商，收音机、电视机、录放机、计算机、手机…通通纳入，也对当年还不存在或不普及的储存设备如空白影盘片、硬盘、随身碟…等课征内容捐。除了英国，几乎所有欧洲国家都从中取得部分财源，支持影音等文化创作。^[61]在美国，除了前引学者早在2004年详细引证并在其规划中，列入硬件及电信业的收入，1967年卡内基委员会在为美国公视构思财源时，即曾建议收取所有电视机销售额5%，其后亦见论者间歇重新提出，^[62]到了2008年金融风暴后，这个构想更在美国引领一阵风潮，^[63]虽未落实，却已经有人夸张地说，“新马克思主义者刻正影响奥巴马的传媒政策”。^[64]

假使传播硬件与软件(内容)业者的部分提拨，再加上公务预算，已经足够让PSB的规模平衡商业电视，那么，再从消费者课征收视费或其它消费税，就显得比较不必要，或说，对其课征之数，理当少于课征自业者的份额，特别是下列三个情况若是一并列进考虑，或许就会认定，再对消费者取财，正当性与公正性可能减低。一是使用人必须定期斥资购买传媒硬件，也必须支付电费，总加起来，这笔费用很可能超过广告投放额度。二是政府预算来自于国民在生产与消费两端所缴纳的税款，因此政府支出其实可以计入消费者的投入。三是对业界课征的硬件设施税捐，假使业界不肯减其利润以作支付，就会以增加营业税的方式，转嫁前述税捐给消费者。

创建PSB的经费来源，除了公务预算，取自传播软硬件业者的“利润”多一分，由使用者从其“劳动”所得的支出就少一分，谁多谁少，就是政治角力所决定；稍前谈及公共物品的规模要有多大、从哪些来源筹措时，业已提及这是“政治程序的决定”，至此，这个结论遂有活生生的内涵。既然PSB财源有此构成，则其成品的流通，同样可以共享。一个可能的作法如后。中国PSB系统拥有若干时间的优先使用权，但不一定需要拥有贩卖这些内容的权利。其次是不属于PSB者，可以在PSB使用期间的同时或稍后，拥有不排他的使用权，并有权将这些节目编辑组合

后，另作销售，至于非PSB业者的无线、有线、卫星、影音频道、IPTV、…及其它各类出资入基金者，是不是还要依据某些原则，规范各自权利行使的分别与先后，可以另作更详细的规划。最后，业者享有前述权利一段期间之后，一般人(消费者)也可以通过任何方式，在不涉及牟利的前提下，自由使用这些内容(此时，业界仍可在市场中销售)。

结语

PSB诞生以来，面貌不一、体质各异。只取政府预算的澳洲ABC、单取执照费的NHK是PSB。公有的英国C4或韩国70%公有的MBC，以及英国私有的ITV，也是PSB，但三者全取广告做为收入，因此亦可称作是C(播放广告的)PSB。公有但只取部分广告(通常不超过30%)作为财源的德国ARD、意大利RAI、西班牙RTVE、法国FT、加拿大的CBC…等等，介于PSB与CPSB的中间。

通过公共政策，强制各频道或公司在特定市场结构下，交叉补贴，CPSB遂有生存空间，特别是如同英国的C4与ITV之关系。但若市场结构改变，如1999年起，C4与ITV的C、也就是商业竞争的压力渐增，PSB的成分减色，最后可能是CPSB难以为继。反之，法国与西班牙从2009年起，将以3年为期，将其CPSB的C拔除，回归PSB。英国的BBC则试图力挽狂澜，想要联合公有及私有的CPSB，共同恢复广电市场结构的稳定，藉此制衡英伦第一大传媒，私有的跨国企业“新闻集团”(News Corporation)。^[65]

在人力运用组与织形态方面，无论是PSB或CPSB，除英国的C4是例外，最早都是接近100%的垂直整合，英国及其余国家的PSB在1990年代、韩国在2000年代以后，开始变化，因政治要求与市场竞争的压力，节目开始外包。PSB工会响应这个压力，转而要求兼职或短期契约员工数量，不能超过特定比例。是以，PSB员工迄今最低是5千余人，较高则是BBC的2万多。由于员额及财政相对充分，BBC遂能在数字融合的时代，善用影音图文具备的公共物品特征，从公共服务“广电”成为，蜕变为最成功的、全方位的公共服务“传媒”。虽然吊诡地，BBC功高震“商”，英国传媒资本多次联袂劝说英国政府，压制BBC；另一方面，BBC在市场竞争中脱颖而出，最终是否将会改变或损及公共服务的性质，已是问题。

中国改革30余载，传媒以其产权形态尚未私有、跨行政区及跨传媒经营还未全面，以其内容表意及人事任免常遭不当行政干预，致使合理的政治介入成绩，应有，却常难受肯定。于是，所谓传媒市场化不足的话语，往往成为传媒改革的论述框架，限制了改革方向与内涵的讨论之深广幅度。殊不知，传媒“内容”“本来”就难以利用市场价格机制，影音图文具有公共物品与外部性两大特性，主流经济学亦不得不坦承，传媒内容的制播若是委诸市场，致使内容成为商品，致使受众变成商品的程度愈高，传媒市场的失灵程度就会跟随上升。资本主义国度对于市场、对于利润归私、对于牟利竞争的信任，已至迷信的地步，即便如此，他们仍然对于广电服务提供较大规模的补助、亦使广电产权维持相当数量公有，于是PSB或CPSB得到生存空间，广电市场的失灵程度为此减轻。

改革不易，传媒改革更难。传媒提供公共论坛，检视其它领域的改革，频次多于传媒提供资源与空间，讨论本身的改革。就此说来，重庆卫视在2011年3月启动的财政变化，若能带动中国广电乃至所有传媒的改革讨论，若能将传媒改革议题化，贡献已在其中。究竟传媒的社会效益与经济效益，“公共文化服务体系建设”与“文化产业振兴规划”，孰轻孰重，有无机会及能以什么方式完成辩证的统一，或是各自能够得到多少比例的认同与落实，以及，是谁的社会与谁的经济效益更能得到彰显，在传媒改革议题化后，应该会有澄清与集思广益的时候。本文介绍与讨论PSB在资本主义社会的历史变化与当前处境，这些讨论对于理当是社会主义国家的中国之传媒改革，是不是能有参考价值，万众瞩目。

注释:

- [1] 2004年BBC新闻总监Richard Sambrook因以阿双方均指BBC相关报导不客观不公正, 因委请资深广电记者Malcolm Balen提出调查报告。2007年, 亲以人士要求BBC公布该报告, BBC则称, 根据英国信息公开法, BBC所持文书, 若与新闻业或艺文标准之衡量有关, BBC有权决定是否对外公告。几经来往, 上诉法庭在2010. 10. 23支持BBC, 终结本案。Daily Mail指控BBC用了20万英镑诉讼费, 滥用了执照费, 但该指控并无充分证据。以上参见http://en.wikipedia.org/wiki/The_Balen_Report
- [2] Johnson, Terence J. (1972) *Professions and Power*, London: Macmillan.
- [3] The BBC Trust's Review and Assessment 2009/10, I-43, note 6.
- [4] 指一周五次的“第四频道新闻”(Channel 4 News), 周一至四晚间0700-0755播出, 观众时间紧随其后, 该时段收视率为9.2%, 仅次于BBC1(14.4%)与ITV1(13.5%), 周五至周日不设观众时间。Channel Annual Report, 2010, pp.18-20, p.42.
- [5] 整理自 <https://lists.riseup.net/www/arc/inter-act>
- [6] Curran, James, Shanto Iyengar, Anker Brink Lund and Inka Salovaara-Moring (2009) 'Media System, Public Knowledge and Democracy', *European Journal of Communication*, 24(1: 5-26), 引述数字出自pp.17-8, 19, 21.
- [7] Davis, Howard and Carl Levy (1992) 'The regulation and deregulation of television: a British/West European Comparison', *Economy and Society*, 21 (4:452-482), 引词出自p.467.
- [8] *Guardian*, 2001. 7. 6.
- [9] Harvey, Sylvia (2010) 'No Jam tomorrow? State aid rules and the legitimacy of public service media: the closure of the BBC's digital curriculum project ('Jam')', 发表在注29提及的会议。
- [10] *Economist*, 2005. 7. 16.
- [11] *Financial Times*, 2006. 6. 13.
- [12] “英大刀阔斧整顿政府网站 500个公共服务网站走入历史”(2007/1/17) <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=4674>
- [13] *Economist*, 2010. 3. 6:62-3
- [14] *Economist* (2010) 'Changing the channel: a special report on television', May 1st.
- [15] 指YouView(主要由the BBC, BT, TalkTalk, ITV, Channel 4, Channel 5 and Arqiva.联合), *Guardian* (2011/3/24)。
- [16] Ofcom (2010) *Communications Market Report*, p.114-5, 128-9, 137-8.
- [17] <http://www.aibd.org.my/node/244>
- [18] 多为苏炳机与陈韬文主持的调查, 见http://www.liberalstudies.tv/pdf/ls_hongkong_05_credibility.pdf, http://rthk.hk/mediadigest/20110113_76_122704.html
- [19] 彭嘉丽(2011)“2010电视节目欣赏指数”, 《传媒透视》3月, 页5-7。
- [20] *Economist*, 2007. 5. 5:55. 信任是一事, BBC亦常遭批评, 见http://en.wikipedia.org/wiki/Criticism_of_the_BBC. BBC称呼英美领袖是“美国总统布什”、“英国首相布莱尔”, 但提及委内瑞拉总统则说“争议的左翼总统查韦斯”, 玻利维亚总统则是“激进的社会主义者”, 显然宣泄了BBC的国际偏见, 转引自<http://www.zmag.org/sustainers/content/2006-05/20edwards.cfm>. 其它批评见后文。
- [21] 'PG poll: BBC is the most trusted source of political news' (2010-3-31) <http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?storycode=45249>
- [22] 当时是BBC(91%), ITV(89%), C4(80%), Five(59%), 1991开播的Skynews是37%。转引自Hargreaves Heap, Shaun (2005) 'Television in a digital age: what role for public service broadcasting', *Economic Policy*, 20(41:112-57).
- [23] Paulu, B. (1981) *Television and Radio in the United Kingdom*, London: Macmillan.
- [24] Collins, R., N. Garnham & G. Locksley (1988) *The Economics of Television: the UK case*, London: Sage, p.1.
- [25] Blumler, J.G., M. Brynyn & T.J. Nossiter (1986) 'Broadcasting finance and programme quality', *European Journal of Communication*, 1:343-64.
- [26] *Economist*, 2011. 6. 4:68-9.
- [27] 同上.
- [28] http://en.wikipedia.org/wiki/British_Sky_Broadcasting
- [29] *Annual Report and Accounts 2009-10:2-99, 2-100.*
- [30] *Guardian*, 2010. 10. 20; *Economist*, 2010. 10. 16:35.
- [31] 英国资深、曾被说成疯狂左派之一的工党国会议员班·东(Tony Benn)在1994年接受英国激进导演肯·罗区(Ken Loach)访谈的用语, 引自Nineham, Chris (1995) 'Is the media all powerful?', *International Socialism* (Summer) No. 67.
- [32] Gibson, Owen(2007) "Dacre attacks BBC 'cultural Marxism'", the *Guardian*, 23 January. 保罗·戴可(Paul Dacre)是英国保守的、民族风浓厚的《每日镜报》(Daily Mail)之总编辑。
- [33] 关于传媒具有外部性与公共物品的特征, 因此必然需要公共政策介入规范的最深入阐述, 见《传媒、市场与民主》(E. Baker, 2002/冯建三译2008), 上海: 世纪出版公司; 关于经济学者以传媒为例, 最反对这两个概念的说法及其批评, 见冯建三(2007)“科斯的传媒论述: 与激进的反政府论对话”, 《台湾社会研究季刊》, 12月, 68:361-92, 亦收为前书译者跋文。
- [34] Brevini, Benedetta (2010) 'Towards PSB 2.0? Applying the PSB ethos to online media in Europe: a comparative study of PSBs' internet policies in Spain, Italy and Britain', *European Journal of Communication* 25(4:348-365); Humphreys, Peter (2010) 'Public Policies for Public Service Media: the UK and the German Cases (with warnings/lessons from the USA)', 发表于(注29)所提的会议。
- [35] *Economist*, 2010. 3. 6: 62-3.
- [36] 杨明品(2009)“中国广播电视公共服务建设实践与发展模式”, 收于李景源、陈威(主编)章建刚、尹昌龙、张晓明、陈新亮(编2009)《中国公共文化服务发展报告》, 社会科学文献出版社, 页123-34, 数字引自页129。2009年的财政补助是245.18亿元, 占全国广播电视总收入13.23%, 引自http://www.sarftc.cn/templates/T_content/index.aspx?nodeid=65&page=ContentPage&contentid=374
- [37] 汤民国(1994)“公共广播电视的使命”, 《电视研究》8月, 页45。
- [38] 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。
- [39] 数据计算至2010年, 随数据库搜集范围增加, 篇数或许仍会变化, 计算说明与统计结果请见 <http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/19942010ptvarticlesinchina.doc>
- [40] 石长顺、张建红(2007)《公共电视》, 页33-4, 武汉大学出版社。

- [41] “热播剧遭视频网站疯抢 网络版权价格大涨一倍”，《第一财经日报》2009.7.3；“视频网站抢大剧 1集砸270万(台币)”，《联合报》2011.6.13。
- [42] 肖赞军(2006)“传媒业内容产品的产品属性及其政策含义一兼与张辉锋博士商榷”，《国际新闻界》第5期：58-62。
- [43] 邓向阳(2006)《媒介经济学》，页157，长沙：湖南大学。
- [44] Roemer, John(1994/冯建三译2005)《论市场社会主义》，台北：联经。或余文烈(2008)《市场社会主义：历史、理论与模式》，北京：经济日报出版社。
- [45] 邓忻忻(2006)《动力与困窘：中国广播体制改革研究》，北京：中国经济出版社，下文的引句，依序出自页290-1, 310, 390-1。
- [46] 吴克宇(2004)《电视媒介经济学》，引字出自页209，余见页39, 46, 142，北京：华夏。
- [47] 郭镇之等(编着2009)《第一媒介：全球化背景下的中国电视》，页18-9, 327清华大学出版社。
- [48] 同前注。
- [49] 同注111页132-3。
- [50] 同注115页267-8。
- [51] 同注120页397-401。
- [52] 同注115页267-8。
- [53] 冯广超(2005)“产业化后呼唤中国电视的公共化”，《传媒透视》，4月：8-10。
- [54] 同注120页401
- [55] 英国牛津大学产业经济学家格雷厄姆(Andrew Graham)与高盛投资银行首席经济学家戴维斯(Gavyn Davis)，后者日后出任BBC理事长，但因工党对BBC不公允，在2003年与BBC执行长一起辞职抗议。
- [56] Andrew Graham & Gavyn Davis (1992), ‘The Public Funding of Broadcasting’, in *Paying for Broadcasting*, pp. 167-221 (Tim Condon et al., ed., Routledge) (数据引自pp.218-19)。
- [57] Andrew Graham & Gavyn Davies (1997/刘忠博、丘忠融译2007)《多媒体时代下的广电事业、社会与政策》(数字引自第13章最末页)，可下载自<http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/grahamdavies19972007.doc>
- [58] Benkler, Yochai (2004) ‘Sharing nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production’, p.331 *Yale Law Journal*, November:273-358.
- [59] Fisher, William W (2004/李旭译2008)《说话算数—技术、法律以及娱乐的未来》，上海：三联，页181-236特别是页196, 202, 216, 228; 221-4。
- [60] Demsetz, Harold (1970/1988) ‘The private Production of public goods’, in *Journal of Law and Economics* 13:293-306, 重印于.Cowen, Tyler and Eric Crampton (ed) (2002) *Market Failure or Success: the new debate*, pp.111-26, Cheltenham: Edward Elgar, 前引文出自p.126
- [61] House of Lords, Select Committee on Communications (2010) *The British film and television industries: decline or opportunity?*, January, pp.64-6(特别是第265-7段)。
- [62] 其中较为全面的分析，见Baker, Edwin (1994) *Advertising and Democratic Press*, pp.111-5, Princeton UP.
- [63] Thierer, Adam & Berin Szoka (2010) ‘The Wrong Way to Reinvent Media, Part 1: Taxes on Consumer Electronics, Mobile Phones & Broadband’, http://www.pff.org/issues-pubs/pops/2010/pop17.1-the_wrong_way_to_reinvent_media.pdf, 美国联邦交易委员会在2009年12月及2010年6月，两度召开工作坊或听证会，检讨传媒经济及其变革，席间，麦克切斯尼(Robert McChesney)教授等人提出筹措公共服务传媒基金之议，包括对硬件及电信业课征税收。这里引述的文章是“进步与自由基金会”(the Progress & Freedom Foundation, PFF) 批评麦氏等人建言的系列文章之第一篇，PFF已在2010年10月关闭，见<http://www.pff.org/closing.html>。
- [64] ‘The Neomarxist who is helping to influence Obama’s media policy’, 2011.6.11 读取自<http://dailycaller.com/2010/06/11/the-neomarxist-who-is-helping-to-influence-obamas-media-policy/>
- [65] ‘BBC’s Mark Thompson: Sky needs to pull its weight’, *Guardian*, August 27, 2010.