



(標題 misleading) 2)



內容頁

Contents

封面故事

20

誰綁架了你家電視？



22

華視電視台變「華南電視台」？
台視、中視浴火重生 老三台獨留華視憔悴！

林敬嚴

26

台灣電視面臨雙重危機
選錯公視董事和NCC委員 電視大災難！

林敬嚴

28

神仙也搞不定收視率調查！
末代新聞局長楊永明，兩個月能幹嘛？

林敬嚴

30

公視這本爛帳，要找誰算？
公視發展史背後的那些政治動物們

魏 玠

33

公視要在華人世界更有企圖心
BBC一年大賺2000億的創匯奇技

馮達三

36

燃起文化野火 還是繼續放煙火？
夢想家與公廣集團 龍應台的燙手山芋

李康謀

D01837688

公視要在華人世界更有企圖心

BBC一年大賺2000億的創匯奇技

馮達三

1

¹ 原建議標題「數位匯流 公視文化最有競爭力」平實但呆板，現標題則 misleading。

馮建三

新聞局近日敲鑼打鼓，聲稱要改革電視，方法是成立新的委員會，調查觀眾的收視行為，政府每年將贊助一千萬，最多為期五年。
這是真的嗎？新聞局想要改革電視？改良收視調查方式，就能改革電視？五千萬就想要讓兩岸三地競相比爛，但「抱歉，敬陪末座」的台灣電視起死回生，有這麼簡單便宜的事嗎？還有，稽核收視行為屬於監理電視的業務，不是早從 2006 年就已移交到了國家通訊傳播委員會，怎麼新聞局還在搶業績？
新聞局實在是高手，太會製造新聞了。新聞與真相有時接近，有時相距遙遠。新聞局製造的「收視」新聞，屬於後者，但前者才是為政之道。²

經濟學者早就告訴我們，「組織」作為第四生產要素，決定了「資本、人力與土地」三大要素的發揮餘地。眼見台灣電視節目爛到「出汁」，即將「收攤的」³新聞局應該趕緊亡羊補牢，在五月移交之前，為文化部綢繆，釐清與證成影視與廣電業務的首要願景與工作目標，就在創設有效的影音製播「組織」。

有了這樣的組織，總計十五種，外加第十六種「其他經中央主管機關指定」之產業而我國率世界之先，統稱為文化創意產業的龐大紛亂部門，等於就是有了領頭羊，各色文化人安身立命的機會，就會跟著增加，影音經濟的效率，一定水漲船高。這個組織就是必須具有一定規模的「公共廣播電視機構」。

這不是說笑話，例子很多，近鄰阿里郎的「韓流」，不但高麗棒子捧場，迄今收視率超過 20% 的電視劇，一年都在十部以上，海外同樣賺了不少錢，還作了很好的國民外交，因此「泰國人喜歡韓國，韓劇功不可沒」。南韓為什麼能夠有這個成績呢？重要原因就在南韓的公共廣電機構 KBS 規模龐大，年收入將近四百億！

不過，遠邦英國的 BBC 年收入兩千多億，是更好的例子，或說，提供了更豐富的材料，印證影音圖文匯流於數位的年代，公共服務文化若能從「廣播電視」拓展為所有「傳媒」，就會產生最高的經濟效率。

KBS 與 MBC 從 1980 年就壟斷了韓國的所有廣電製播，私人電台 SBS 在 1990 年代初期才進入市場，至今三者鼎足，公營佔有三分之二以上。BBC 完全不同，1955 年就必須面對 ITV 的商業壓力，現在更有衛星與有線電視合計 1500 萬訂戶分食英國 2 千餘萬戶的影音份額，但 BBC 不但屹立不搖，還因為通過網路（前年投入網路建設的經費將近台幣一百億）與手機、iPod、平板電腦…等各種設備，

² 這幾段本期另有較詳細報導，未刊出。

³ 這幾字編輯新增。

流通所有內容而不另取費，致使競爭力大增而遭忌，英國商家頻頻遊說政府，不要放任 BBC「與民爭利」！儼然 BBC 不播廣告，只服務聽眾與觀眾。

一反公營機構效率低的汙名，BBC 最慢在 2001 年就因效率高，致有動輒得咎的紀錄。當時，BBC 想增加四個數位頻道，經費自理、不求政府撥款。沒想到本土的 ITV 加上美國迪士尼、華納、新聞國際…等財團破天荒聯手，遊說文化部長駁回此議。他們擔心，品質毫不遜色、且無廣告干擾收視的 BBC 不向觀眾額外收費，勢必妨害他們的收費頻道之業績。最後，BBC 的擴張規模只能減半。2003 年，BBC 推出「數位教材計畫」，但教育材料出版商及數位軟體業者屢屢攻擊，致使這個節省英國家長成本，也廣受好評的線上學習系統，被迫先在 2007 年喊停，又在 2008 年關閉了事。

2005 年，數位收音機業者埋怨了，理由相同，大家都聽 BBC，他們的數位頻道怎麼辦。報紙在 2006 年也浮現「不平」之鳴，誰的記者人數比得上 BBC？不只是紙本銷售量滑落，接下來，公信力高、網頁可親、影音文字內容多樣的 BBC 是不是還要襲奪報紙的網路讀者？2007 年耶誕節，BBC 推出隨選視訊，節目播出七日內開放英國觀眾自由觀看，永久開放的內容也是有增無減。

2009 年 8 月底，BBC 遭傳媒大亨梅鐸攻擊，但一週後的民調顯示，雖然觀眾認為過去十年來，BBC 在競爭日趨激烈下，是比較媚俗平庸了，但愈來愈多人支持 BBC。77%受訪者覺得 BBC 讓他們自豪（2004 年該數字是 68%）；63%的人說 BBC「物超所值」（good value for money），5 年前是 59%；認為 BBC 值得信賴的人從 60%增加到 69%；支持執照費的人願意月付 19 點多英鎊，比現在額度多了 7 英鎊；79%的人認為 BBC 網路資源應該自由開放不另收費，16%說，BBC 要求付費也成。

2009 年，BBC、另三家無線電視，以及若干電信業者，聯合想要共建影音隨選平台。為了對付這個平台，平日互搶訂戶的衛星與有線業者偃旗息鼓，聯合施壓，要求政治力介入，拖延 BBC 平台的進度，這樣，二者的隨選系統得以在 2010 年 10 月上路，受到 BBC「牽累」的平台雖然先發，至此只能後至，最快要到今年夏季才能啟動。

有趣或說諷刺的是，評價 BBC 最具文化與經濟實力的證詞，來自菁英刊物《經濟學人》週刊。該刊主張 BBC 分階段私有化，並且歡呼英國政府要在五年間裁減政府支出 25%，但它的評論說，BBC「必須大幅砍預算..這是政治壓力所致，不是品質...BBC..在提升英國人生活品質的貢獻，在提升英國海外形象的貢獻，比起政府所提出的任何其他構想與作為，都要來得大。BBC 提供受眾繁複多端、變化有致的廣電內容組合，新聞、時事節目、紀錄片與藝文內容，其他國家都很

羨慕。」

相對地說，觀點雖然不特別進步、對委內瑞拉等國的報導也有失公允，但 BBC 的經濟與文化模式是成功的，原因多端，其中 BBC 在數位年代，服務全體受眾的用心，超越求利之念，允稱關鍵。BBC 願意將愈來愈多的圖文影音放入電子空間，促其自由流通，而不是濫用知識產權，致使具有公共財特性的這些內容遭到約束而難以盡情發揮。面對預算銳減，BBC 不是將更多的 BBC 節目商業化，反之，BBC 的執行長表示要將更多高品質節目與資訊全部自由地、無償地流通，BBC 要以圖書館為師、要以公立博物館為師，做為所有人的公共空間，如此，不但是彌補市場的不足，更是百尺竿頭，以創造「普通的、共用的文化」(common culture)為目標，「日後回首，或將察覺，如果這個新服務能夠成功，它對市場(價格機制)的干預，將要超過 BBC 任何其他行為，影響勢必深遠。」

台灣能師法 BBC，創建兼顧經濟與文化效益的公共廣電機構(傳媒)嗎？不能。沒有任何國家可以複製另一國家在特定歷史條件的產物。但是，換個方式提問，台灣需不需要有個穩定的文化機構，居間穿梭，既提供資源也作為平台，將所謂文化創意產業之各個雜蕪的環節，有效串連？答案是肯定的。環顧美歐亞印澳紐與阿拉伯世界，這樣的文化機構不會是慈善或商業集團，只能是政治力創設的公共服務傳媒，我們的公共廣電集團在朝野漠視的險境中，已經在 2007 年誕生，雖然五年已逝而進展全無，立足台灣而放眼華人世界、心繫文化而胸懷經濟的人，仍須卯足全力，呼籲與責成政治人物端正認知與政策，悲觀無力、自怨自艾、憂慮不恥、犬儒旁觀，都太奢侈。