

從英國經驗思考香港社區廣播

隨著政府公佈頒發數碼廣播牌照後，數碼電台發展勢不可擋，亦使社區電台變得趨之若鶩。筆者早前到英國考察，對當地社區電台作更深了解，希望借鏡當地經驗，思考香港推行社區電台的可能，以下將討論社區媒體的概念、特色，面對的考驗，及對香港的啟示。

社區媒體的源起理念及特色

「社區媒體」作為概念其實始於六、七十年代，因為當時手提攝錄機以及有線電視在西方剛興起，媒體普及文化在不同地理社區都嘗試推行屬於當區興趣及需要的電台。但「社區」這概念亦同時代表強調自我身份界定的過程，而必須有別於主流商業原則主導的興趣。更重要的，「社區」在抗衡主流的大眾化、單一化，向大財團傾斜而剝削小眾需要的同時，亦強調在地及多元化文化對推動民主，及通過各社群相互了解來建設社會和諧的重要性。故此，社區媒體是70年代興起的「另類/激進媒體」(Alternative Media)概念的副產品。

當時的「社區媒體」主要是另類報章/刊物。及至80年代末，社區電視/電台均已在西歐、美國等地興起，成為「由本地人士製作，而非專業廣播者製作」(註1)，意味著社區媒體半專業Vs專業，本土Vs廣泛的特色。90年代中期，互聯網科技發達，將社區媒體發展推至另一高峯。互聯網的全球性及即時性，令不少小眾群體都利用網站，為被邊緣化的社群爭取發聲使其充權。網站作為資訊發放及分享平台，亦成為小眾群體鞏固其集體身份及彰顯文



化多元化的空間。威廉斯(Raymond Williams)於1973年提到的「可知群體」(Knowable Communities)於不同政治文化環境可以有不同詮釋，但一般都挾著社會公義的理念，抗衡自由主義擴張下被邊緣化的「弱勢」群體，包括少數族裔、婦女、青年/長者、性小眾及貧窮人士(註2)。

社區電台經營上都有共通的特色：結構上，社區媒體強調簡單直線的管理架構，包括主管、經理，負責電台行政；旗下就是前線廣播人員，包括編輯、技術控制人員、主持節目的DJ。一些電台員工人數更少至4-5人。大部份接受政府贊助，或本地贊助，其次就是廣告商。社區電台要維持低成本經營，所租住的地方都是基層偏遠的商廈或民居。節目內容視乎電台定位，但都強調主流媒體忽略的本地民生議題，藉專題報導與當地官員及民眾進行互動。



英國社區電台的發展空間

英國的社區電台有超過10年歷史。90年代不少地下電台(無牌照佔用大氣電波)，如雨後春筍般成立，迫使英國政府在2004年開放大氣電波，頒佈「社區電台法」：電台需領取社區電台牌照，須符合現時的OFCOM所訂下的規則：(i)社區電台在內容及活動上須服務被疏忽照顧的群體，(ii)須提倡多元討論及意見表達；(iii)電台須為本地人士提供電台廣播技巧訓練及社區教育；(iv)提昇社群團結意識，促進社區人士相互了解；(v)須為非牟利，廣播以社區利益及福祉為先(註3)。

註1: Lewis, P & Jones, S. (2006), "From the margins to the cutting edge: Community media and empowerment". Cresskill, NJ: Hampton Press

註2: Raymond Williams 轉載於 Kevin Howley (2010), "Understanding Community Media". London Sage Publications, p.9

註3: OFCOM (UK) Report "Community Radio: Annual Report on the Sector 2009/10"

到2010年底為止，英國有181家社區電台，分佈於不同省/郡，其中最多社區電台的是英國東南部，有17家；倫敦有7家，而較多華人聚居及低收入人士的曼切斯特郡就有12家。內容方面，四成的社區電台以城鎮目標聽眾為主，其餘是少數族裔(14%)，青年人(11%)，宗教(7%)，以及殘障，性小眾的各佔1%。這些電台財政來源大部份來自政府轄下一項「社區電台基金」，而該基金於2010-11年名額為46萬英鎊(相等於552萬港元)。基金佔電台全年收入約三成半，其他收入包括本地贊助商及廣告，佔電台收入約兩成。

支出方面，除電台數名職員的薪金外，主要是租金及器材添置及保養。電台需要的空間較多，包括錄音室、電腦房、辦公室，以及集會議室、課室及社區活動室於一身的大房間。為減低成本，電台通常要租用區內舊屋，而因這些舊屋最初並非為錄音/廣播而建，故需斥資裝修/加建足夠隔音設備，及添置廣播器材等。有些電台較幸運，因有市政府的協助，使其能以非常廉價的租金租用區內的古蹟樓宇(Listed Building)，但這些大樓亦受古蹟條例規限，電台每每要徵詢政府批准才可動一草一木，而涉及外牆的改動，則一律禁止。

社區電台提供的節目內容方面，視乎其目標聽眾的需要，從較普及的音樂節目，到少數族裔電台提供的穆斯林宗教節目。有些社區電視則深入貧窮社區，藉專題報導探討區內有關民生、衛生問題，更即場找來市議員/官員與民眾對質。社區電台提供的節目時段，由一星



期3小時，到每天12小時的廣播都有，但全國則平均每星期播達80小時的節目。

英國的社區電台倚賴義工服務來補給其緊拙的人手。全國有近一萬名義工提供平均一星期213小時的服務。這些義工有些都是電台提供的訓練課程的學生，其中更作為前線節目主持人。

社區電台面臨的考驗

1. 財政問題

社區電台一般都能維持收入與支出平衡，據OFCOM於08-09的報告，電台平均營運成本為78,000英鎊(約94萬港元)。去年七月英國首相卡梅倫公佈新國家政策，推出「大社會」的概念，表面上提倡發展更多社區計劃，為不同社群充權；隨即卻大幅削減電台贊助。首先「社區電台基金」，連同市政府的撥款也停止，好些電台倚仗的資助面臨一筆勾銷，貧窮/偏遠的社區電台受影響尤為嚴重，有些將面臨停辦厄運。餘下的電台都需四出張羅本地公司贊助，或爭取更多廣告。這種對策，勢將電台更趨商業化，投向大眾口味來吸引廣泛聽眾及廣告商，證實市場導向新聞概念中「將觀眾賣向商家的說法」，直接影響較有爭議性的社區議題節目，違反其顛覆主流商業興趣、為弱勢社群發聲的原意。

2. 義工為主的問題

卡梅倫的「大社會」理論，主調為提倡社會上樂善好施的精神，鼓勵民眾參與義工行列，被批評為掩飾其大幅削減公共服務開支的藉口，但為一向依仗義工服務的社區電台來說，義工增加可能增加其經濟負擔，義工付出的勞動雖然可貴，但並非沒有成本，對義工的培訓，所耗用的水電，將使面臨資助削減的社區電台更為捉襟見肘。

3. 由危轉機 - 社區電台的經濟文化效益

不過，社區電台的經濟收益往往被低估。2009-2010年度，英國社區電台首四家收入最豐的電台，相等於66家收入最低的電台。當然電台的收入多寡，包含複雜原因，但意味着電

台如果營運得其所，可將其變為賺錢及增加區內就業機會的地方。OFCOM 2010年度報告發現，有特定聽眾群的電台，收入較投向廣泛興趣的電台豐厚，因其可吸引穩定的聽眾與其相關的廣告商。這些電台平均年度收入為 8 萬英鎊，較其他電台的 5.6 萬英鎊高。

4. 培訓本地人士，提高就業機會、廣播專才

社區電台在牌照規則下須為本地民眾提供廣播製作訓練。筆者走訪英國曼城其中最大的 RADIO REGEN，發現所提供的證書訓練班，數年間達 200 名學員之多。學員年齡由 15 至 60 歲，來自不同族裔及教育背景，學員利用電台資源實習，畢業後自然當上電台工作人員，但有些更晉身商營電台成為專才。訓練班由 BBC 資深記者/主持擔任導師，亦可加強公共廣播機構與社區合作。



對香港設立社區電台的啟示

英國社區電台的經驗，不能全然硬套於香港，但可從以下思考香港發展社區電台的可能。

1. 發展社區電台的迫切性

社區電台在外國發展良久，香港還在起步的階段，尤其一些現有的網絡電台多以公民抗命為主調，雖然標榜「社區」概念，但在發展社區地方興趣的，卻因成員多參與社會運動而減少投放這方面的時間，或因資源緊拙大大影響其發展空間。香港現時民怨高漲，社會分化日益嚴重，特區政府好應藉數碼廣播發展社區電台，為不同群體提供宣洩怨氣，及加強官民溝通的平台。

2. 大氣電波、網絡、抑或數碼？

有說，數碼廣播一日千里，社區電台勢不可擋，但即使以網絡電台的形式進行也需要設立營運的資金。香港政府好應考慮仿效英國設立社區電台基金，資助團體發展不同形式的社區電台。

開放大氣電波的爭論已久，所涉及的既是政治亦是地理問題。香港地少人多，以 5 米半圓周作社區電台廣播範圍值得仔細研究，而以族群/性別/青年/性小眾為題的社區電台更沒有地理限制。

特區政府亦可考慮在發牌制度附加條件，要求電台須為本區人士/社群成員提供訓練，藉此提昇社區意識，增加本土經濟發展的可能。

3. 加強公共廣播服務、學校、社區媒體的互動

社區電台的軟件，較硬件發展需時。香港現時政治民主意識土壤成熟，但要社區電台可持續性地成長，須將社區概念及意識深化來培養製作的專才，更重要的，是聽眾群(Audience building)的拓展。現時不少中小學均設有校園電台/電視台，學生既有社區廣播的技術，更須具備社區意識的滋養，包括專為弱勢社群發聲，及提倡文化多元化興趣及需要的價值觀。學校更應鼓勵學生發揮創意，製作切合社區需要的報導及戲劇。

另外，作為公共廣播服務機構的香港電台，亦可在短期內舉辦培訓課程，或與現行社區媒體或有志人士協作，提供資源的支援。甚至合製節目，分享地區資訊，推動小眾/多元溝通，並鼓勵本土/小眾人士自發製作節目，設平台讓其一展所長，達致為他們爭取的果效。這才能令香港發揮國際都會應有的「和而不同」，建基於多元化的社會和諧。

梁旭明
香港嶺南大學文化研究系
助理教授