

新概念出版论丛 曹晋 主编

# 版权文化——知识产权的政治经济学

(美) 罗纳德·V. 贝蒂格 著 沈国麟 韩绍伟 译

清华大学出版社

“新闻传播与媒介化社会研究国家哲学社会科学创新基地数字传播和新闻出版专业建设”项目和上海市教委2007届曙光计划项目“中国图书出版的集团化研究”系列成果之一  
复旦大学国际出版研究中心系列读本之一

新概念出版论丛 曹晋 主编

# 版权文化——知识产权的政治经济学

(美) 罗纳德·V. 贝蒂格 著 沈国麟 韩绍伟 译

清华大学出版社  
北京

Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property by Ronald V. Bettig  
Copyright © 1996 by Westview Press, a member of the Perseus Books Group  
Simplified Chinese translation copyright(2009) by Tsinghua University Press  
Published by arrangement with Westview Press, a member of the Perseus Books Group  
ALL RIGHTS RESERVED

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2008-1932 号

版权所有,侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

版权文化: 知识产权的政治经济学/(美)贝蒂格(Bettig, R. V.)著; 沈国麟, 韩绍伟译. —北京: 清华大学出版社, 2009. 1

(新概念出版论丛/曹晋主编)

书名原文: Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property  
ISBN 978-7-302-19122-3

I. 版… II. ①贝… ②沈… ③韩… III. 著作权法—研究 IV. D913.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 200373 号

责任编辑: 纪海虹

封面设计: 傅瑞学

责任校对: 王凤芝

责任印制: 孟凡玉

出版发行: 清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈: 010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者: 北京市世界知识印刷厂

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 173×235 印 张: 17 字 数: 288 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版 印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 35.00 元

---

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系  
调换。联系电话: (010)62770177 转 3103 产品编号: 027065-01

# 总 序

曹 晋

迈入 21 世纪,巨无霸式的媒介集团的“全球扩张”已经盛况空前,传播产业的商业化、私有化、集中化和解除管制(deregulation)不是被削弱了,而是更加剧烈,出版、广播、电信、信息服务日益交融,最现代化的企业管理手段包括生产、营销、金融以及会计等流程与技术已渗透到媒介的各个面向<sup>①</sup>,一个新形式的等级组织结构正在通过传播产业的渗透而在全世界范围内建立起来,媒介组织的赢利目标与资本主义、发达国家的文化特权更加紧密地结合在一起。西方传播和文化在快速变化的经济中占据了核心地位,日新月异的传播新科技的迷思掩盖了垄断资本主义的快速扩张以及制度、意识在地理空间的延伸,部分发展中国家正以国家政策主导的方式迎合、接受、消化西方传播产业的海外扩展,这就驱使本土媒介传播产业认同以降低成本的信息技术从总体上来提高生产力,并以集团化改革来达到产权高度集中,降低劳动成本,缩减媒介从业员工的福利,最大化地追求企业可持续发展的利润。这种有效的整合从整体上深刻地改变了文化产品的特点,文化产业急剧增长,利润可观,文化产品逐渐与工业产品融为一体。

中国在全球市场经济一体化进程中难以置身事外,文化产品的生产也逐渐与西方经济生产模式的市场方式和组织结构接轨,出版事业正是在这样的制度情境中向着被预期产生社会效益和经济效益以及利润的出版产业转型。有鉴于此,本论丛抛砖引玉,希望就此促进中国传播学界对传播政治经济学论述范畴内的本土出版学理论之反思与创新。

罗纳德·V. 贝蒂格(Ronald V. Bettig)教授的奠基之作——《版权文化——知识产权的政治经济学》(*Copyrighting Culture—The Political Economy of Intellectual Property*, 1996, 中文版由沈国麟、韩绍伟、罗真、李笑楠联合翻译)一书运用传播政治经济学的批判性学术分析,主张版权不再是保护知识产品创造者利益和积极性

---

<sup>①</sup> 曹晋 赵月枝. 传播政治经济学英文读本(*The Political Economy of Communication: A Reader*). 上海: 复旦大学出版社, 2007

的有效工具,它诞生的主要目的是为资本家攫取更多的利润保驾护航。作者以近现代知识产权制度的孕育、发展和形成作为批判的纵向坐标,以对当代西方社会信息和文化控制的批判为横向坐标,在“历史”与“现实”的交汇点上,深刻质疑了现有的版权法在对版权拥有者权利的保护以及对知识创造的积极性的激发方面所起到的正面作用,洞察到了版权贸易的商品经济力量是如何服务于资本主义的全球扩张,提出了与人们所认知的知识产权功能相左的观点,并且对如何阻止知识产权的资本扩张加以探讨。

由两位澳大利亚学者主编的《亚洲知识产权与传播》(*Intellectual Property Rights and Communications in Asia: Conflicting Traditions*, 2006, 中文版由高蕊翻译,其中陈丹初译序言、第一章和第十四章)是由十五篇独立论文合集而成的关于亚洲知识产权的论著。在亚洲,无论是已经成形的还是正在兴起的文化产业,都必须在一个知识封锁盛行的环境中重新认识“创造”和“创新”的含义。亚洲各国政府正在试图寻找一种适当的知识产权政策,一方面能够遵循国际标准,另一方面也能够确保国家利益不受损害。然而,它们这种力求保持平衡的努力却收效甚微,因为有太多来自西方外部的压力要求它们开放市场,以便形成一个对于西方资本家完全“平等”的竞技场。主编和论文作者一致认为涉及知识产权和传播的问题首先是本地问题,并且需要本地化的解决方案。中国读者应该了解东西方并不是纯粹自然地理的二元划分,其间充满不公正的等级权利关系,知识产权就是具体实施不平等关系的结构性法律工具。

《新媒体垄断》(*New Media Monopoly*, 2004, 中文版由邓建国、杨保达、吕强龙、李笑楠联合翻译)的作者以新闻业资深记者的敏锐观察和犀利批判论述了美国传播产业产权的高度集中与经营的绝对垄断,以及这样的媒体发展所导致的络绎不绝而来的权力腐败如何削弱民主政治与社会公正的根基,并压制了人们非商业性的公共生活。

本论丛除了从反思与批判的视角审视国际出版产业的产权集中、垄断经营、知识产权与各种法律原则捍卫的海外扩张等问题,以及中国出版产业的转型与社会影响讨论;论丛还兼顾出版专业硕士课程建设的需要,特别引荐两本关于出版实务的图书,目的是介绍科技带动的最新出版模式——按需出版和按需印刷,以及关于西方出版产业综述性概括的著作,便于学生了解出版产业的全貌和新趋势。

莫里斯·罗森塔尔(Morris Rosenthal)所著《图书出版中的按需印刷:针对出版商与自主出版者的图书印刷和营销新途径》(*Print-on-Demand Book Publishing:*

*A New Approach To Printing And Marketing Books For Publishers And Self-Publishing Authors*, 2004, 中文版由陶晓鹏翻译) 阐明了数字出版领域最新流行的按需出版与按需印刷, 这是计算机技术和网络技术的发展带来的图书出版和营销的新途径, 也是出版产业受益于传播新科技的未来发展方向。

《图书出版产业》(*The Book Publishing Industry* 第二版, 中文版由周丽锦和褚悦闻联合翻译) 是美国福德汉姆大学(Fordham University) 商学院阿尔伯特·格雷柯(Albert N. Greco) 教授所著。本书以一个新的视角对图书出版业进行了细致的梳理, 包括编辑、产品生产和市场营销等各个环节; 研究了出版业中每天都在发生的复杂情况; 介绍了不断变化的出版技术和众多的行业案例。

与清华大学出版社胡苏薇副总编辑 2006 年初春的因缘际遇造就了我们的合作, 她的前瞻性慧眼确保了本套论丛在高校出版社企业化转制改革的历程中得以顺利生产。若干译者在酷暑季节勤奋伏案, 准时递交译稿, 保证了出版进程。同时, 因为时间与翻译者的知识结构的限制以及笔者审校的疏漏, 难免还存在错误, 敬请读者谅解。

## 致 谢

像这样一个项目,没有一些人的帮助是不可能完成的。首先我要感谢赫伯特·席勒(Herbert Schiller)和托马斯·古贝克(Thomas Guback)的指导、引领和激励。贝尔登·菲尔兹(Belden Fields)、约翰·尼龙(John Nerone)和维拉德·罗兰(Willard Rowland)都是优秀的导师,对我恩重如山,笔者难以回报他们的情谊。丹·席勒(Dan Schiller)和珍妮特·瓦斯科(Janet Wasko)在促进本书出版的过程中扮演了指导性角色。在我的同事中,凯希·弗里斯(Kathy Frith)、利萨·亨德森(Lisa Henderson)、贝特·J.考夫曼(Bette J. Kauffman)、玛丽·曼德(Mary Mander)和昂格哈拉德·瓦尔迪维亚(Angharad Valdivia)提供了有价值的鼓励和支持。我感谢安娜·加纳(Ana Garner),她编辑了《传播学探索》(*Journal of Communications Inquiry*)第14卷第2期(艾奥瓦大学新闻与大众传播学院1990年出版),那里面有一篇我的文章,本书第七章部分内容脱胎于这篇文章。我同样要感谢萨里·托马斯(Sari Thomas),他是《大众传播的批判研究》(*Critical Studies in Mass Communication*)第9卷第2期的编辑(演讲传播协会1992年出版),本书第二章的前一部分脱胎于其中的一篇文章。我要真诚地感谢Westview Press的戈登·马斯曼(Gordon Massman)和康尼·欧林(Connie Oehring),因为他们持续不断地支持这一项目,还要感谢乔恩·泰勒·霍华德(Jon Taylor Howard),他编辑了此书。我从我们的研究助理金光国(Kwangmi Ko Kim)、乌里尔·格伦菲尔德(Uriel Grunfeld)、克纳特·斯凡登(Knut Svendsen)和安格洛·罗克萨斯(Angelo Roxas)那里都得到了有价值的帮助。特别要感谢我的同事和朋友简妮·霍尔(Jeanne Hall),她阅读了数份本书的草稿,并且对其内容和风格贡献良多,我的进取也源自于她对这个项目的热情。

罗纳德·V.贝蒂格

宾夕法尼亚州大学园

# 目 录

第一章 知识产权的政治经济学导言 .....	1
一、主题概述 .....	2
二、关于理论和方法的注解 .....	6
注释 .....	8
第二章 有关版权的历史和哲学的批判性视角 .....	9
一、理论路径 .....	10
二、史前时期的知识产权 .....	12
三、版权的起源 .....	15
四、美国版权法的起源和发展 .....	23
注释 .....	27
第三章 “谁拥有信息?”文化和信息的所有权及控制权 .....	32
一、激进的传播政治经济学 .....	33
二、文化工业的所有权及控制权 .....	34
三、对资产阶级的再发现 .....	41
四、媒体和版权的所有权及控制权 .....	47
五、结论 .....	66
注释 .....	66
第四章 知识产权的(政治)经济学 .....	75
一、知识产权的经济学 .....	76
二、电影娱乐的经济学 .....	88
三、对版权效率的争论 .....	98
四、结论 .....	103
注释 .....	104



第五章 资本主义、国家与知识产权：有线转播强制许可的个案研究 .....	110
一、资本主义国家理论 .....	111
二、有线电视个案的历史背景 .....	115
三、改革版权法的努力 .....	118
四、“共识协议”与联邦通讯委员会的 1972 年有线电视规定 .....	128
五、版权法与资本逻辑 .....	132
六、结论 .....	137
注释 .....	138
第六章 知识产权法：录像机与版权控制 .....	144
一、批判法学研究和版权法 .....	146
二、Betamax 案例 .....	151
三、“家庭录制”法案 .....	159
四、最高法院对家庭录制权利的决议 .....	167
五、“修补”市场 .....	170
注释 .....	172
第七章 传播和文化的再度殖民化：国际知识产权法的扩张领域 .....	179
一、资产阶级的国际化 .....	180
二、传播和文化的跨国化 .....	181
三、资本和知识产权的逻辑 .....	185
四、阶级的理论立场 .....	187
五、加拿大有线电视转播版权 .....	190
六、好莱坞的国际反盗版运动 .....	198
七、多边主义：美国加入《伯尔尼公约》和《关贸总协定》改革 .....	209
八、结论 .....	214
注释 .....	215
第八章 知识产权与抵抗政治 .....	222
一、对版权法的抵抗 .....	223
二、结论 .....	231
注释 .....	231
参考文献 .....	233
中英文术语对照表 .....	254
译后记 .....	256

## 表格目录

表 3.1	1983 年美国财富的集中度 .....	44
表 3.2	美国财富的集中度(住宅净资产最小化) .....	44
表 3.3	超级富人: 媒体之外的最初财富 .....	52
表 3.4	超级富人: 在媒体上获得的最初财富 .....	55
表 3.5	家族分享媒体财富 .....	58
表 3.6	1992 年收入最高的 20 位主管名单 .....	60
表 3.7	1991 年酬金最高的 25 位主管名单 .....	61
表 3.8	1991 年赚 100 万美元以上的上市媒体公司 CEO .....	62
表 7.1	在东南亚 4 个国家和地区由知识产权盗版所致损失估计 .....	207

## 第一章

# 知识产权的政治经济学导言

传播的政治经济学理论已经为我们理解大众传播和社会做出了重要的贡献。丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)指出当代媒介事务和技术的重要性增强的三个显著趋势:媒介体系越来越集中于少数跨国巨头之手;“信息经济”的扩张和技术的融合;公众对于传播系统的控制越来越弱。<sup>1</sup>传播政治经济学聚焦于制度结构与实践,它可以用来解释这些趋势背后的动力以及对未来走向的暗示。

传播政治经济学无疑属于更广阔的文化与传播研究的批判路径,这种批判路径在20世纪60年代挑战了“主导范式”或者“传统的共识”<sup>2</sup>。在北美,一些研究者如达拉斯·斯麦兹(Dallas Smythe)、赫伯特·席勒(Herbert Schiller)和托马斯·古贝克(Thomas Guback)试图弥合我们理解传播过程和系统的缺口,这样的缺口是由于主流传播学者的忽视所致。处于主导地位的传播研究通常关注媒体的内容、受众的使用与满足以及传播的效果,而忽略了媒体的所有权和控制权。

然而,20世纪60年代的社会运动促使关于意识形态、权力和支配的问题成为学术研究的前沿。对于政治经济学家而言,这牵涉到对传播产业的所有权和控制、传播系统和整个商业体系之间的关系,以及传播系统与政府包括军队之间联系的分析。政治经济学的主体研究揭示出资本的逻辑如何导致了所有权的集中,使得最富有的资产阶级成员控制了传播系统,这个阶级的主体因此赚取利润,并进一步增加其财富。政治经济学家着重指出:对传播系统所有权的控制同样增强了这个阶级的意识形态权力。更重要的是,占主导地位的阶级,利用它优势的资源和传播系统,能在政治体系中获得霸权。因此,政府的传播政策一般而言偏向于财产权利,而不是对于传播渠道的接近权。

## 一、主题概述

本书的目的是把传播政治经济学的主要视野拓展到探索相对薄弱的知识产权领域,特别是版权领域。例如,在第三章中,传统的研究传播路径所有权和控制的传播政治经济学已经向前跨了一步,通过对版权机制的控制进行研究,从而检视对内容所有权的控制。其中揭示了版权如何成为财富的工具,在资本的增值循环中被用来创造更多的财富。版权还可以成为市场权力扩张的基础。媒体资本家泰德·特纳(Ted Turner)和鲁伯特·默多克(Rupert Murdoch)的案例说明了他们如何利用媒体所有者对于电影娱乐产品的权利把他们的事业扩张到新的商业领域。在这些案例中,媒介市场的垄断加强了版权垄断的趋势。最终,传媒经营方式的集中与信息集中已是既成事实:横在“观点自由市场”进口处的高门槛导致了信息文化产

品只能局限于狭窄的范围。

政治经济学家突出了资本的逻辑,认为它是决定传播系统结构和形式的主要因素。相反,研究信息的经济学家却试图解释信息市场的结构是如何被信息和文化产品的特质所决定的。这些商品有被经济学家称为“公共产品”的特质,意味着这样的产品不能只被某个特定的消费者使用。这样的特性也使得信息文化产品很难拒绝那些没有掏钱的顾客。这样的特性也导致了信息文化产品与其他物质性的商品相比,再生产的成本相对较低。这两种情况导致信息与文化产品很难在市场中牟利。例如,录像带为电影娱乐产业开辟了新的市场,但这个新的市场从一开始就是失败的,因为录像复制技术使得一个人可以从母带很容易而且很便宜地制作许多拷贝。

信息和文化产品的提供者采用了很多机制来应对他们销售的产品特性,包括版权、专利、商标、广告、强制执照、包装、加密,价格歧视等等。这些在第四章中会详细研究。奥斯卡·甘迪(Oscar Gandy)总结说,信息和文化市场远远没有完善,而且一般需要国家干涉才能避免市场失灵。<sup>3</sup>商品的逻辑决定性地影响了市场的结构。但是,政治经济学家坚持认为商品的逻辑应该被安置于更广阔的资本逻辑的语境中。虽然信息与文化产品交换的市场由于自身的逻辑采用了各种各样的形式,但是它们的目的都是为了资本的增值。相应地,这些市场与其他经济部门一样越来越走向集中。

虽然政治经济学家为知识产权的研究提供了总体框架,但这个话题的丰富性使得政治经济学的分析界限在批判的范式里得到延伸。例如,本书第二章探索和解释了版权的历史,研究方法融合了政治经济学的历史唯物主义视角和哈罗德·英尼斯(Harold Innis)引领的对传播历史进行研究的系统。这一章的核心问题是对决定性因素的看法。从传统意义上来说,历史唯物主义的方法包含了概括影响产品模式的决定性因素,比如政治、法律、文化、意识形态等等具有某种特殊的形式和功能的上层建筑。同样地,研究传播系统的历史学家也试图指出传播的特殊模式是如何决定着社会组织结构以及人类认知行为的。

第二章研究版权历史的分析框架提炼了追溯知识产权起源决定性因素的看法。版权出现于这样的历史阶段:资本主义的没落和印刷媒介的诞生。这样的历史也表明了国家在确认、协调和保护知识产权方面扮演的关键性角色。政治经济学的视角又一次被证明有效,因为它特别关注传播系统的形式和结构背后的政治力量。

知识产权具有经济和法律的两重特性。对知识以及艺术作品的所有权需要被法律认可才有效。在第五章中,探讨了美国有线电视版权的历史,特别关注政策制定的机制。这一章凭借有关资本主义国家的激进理论和新马克思主义的理论来解释国家干涉知识产权的结果。第五章、第六章所探讨的中心问题是新传播技术对于电影娱乐业版权系统的影响。在本书的两个案例中,新传播技术,如有线电视和录像机,在一系列版权法出台并执行前就被引入市场。同样在第五章中,探讨了电影娱乐产业、广播商和有线运营商如何在国家机器的范围中发生冲突,而这样的范围是超越于广播电视信号通过有线再发送的版权机制的结构与形式之上的。因此,国家成了解决特殊市场失败事件的场所。阶级内部抗争的结果再一次揭示了资本逻辑的运作方式。虽然有线电视技术为分解电影娱乐市场以及削弱好莱坞电影娱乐巨头的市场力量带来了希望,但是它完全被整合于现有的市场结构中去了。这样的模式在录像机上得到重现。

第六章利用批判法学研究来阐释一个案例:电影娱乐产业在面对由录像技术而引发的违规使用问题时,是如何对版权施加控制的。电影娱乐产业中的电视制片商把录像机当作对他们已经建立的发行系统的威胁。录像机使得家庭录像者有能力自己决定他们什么时候看想要看的节目,自己决定一些时间表,而这样的时间表以前都控制在广播公司手里。电视节目的制作者也害怕从广告商那里失去收入,因为家庭录像者可以删除或者快进跳过商业广告。这种显而易见的威胁使得电影娱乐业通过司法或者立法寻求保护。但是,当尘埃落定后,录像机如同之前的电视和有线电视一样,也变成了电影娱乐产业巨头的另一个辅助市场。

资本的扩张性逻辑驱使知识产权的领域在全球范围内扩展。版权的拥有者们发现在国际市场中导致市场失败的趋势和国内市场非常相似。例如,电影娱乐版权的拥有者们在国外市场中利用有线电视和录像技术的能力基于管制他们的版权机制。第七章研究了美国电影娱乐产业和美国政府在把知识产权法扩展到新的技术领域中所做的共同努力。有线电视和录像机在两个案例研究中被用来探讨技术、传播市场和国家之间的关系。

第一个例子调查了美国版权拥有者和美国政府官员是如何共同努力推动加拿大政府修改加国版权法的,以要求有线运营商付钱购买有线电视再次传输的广播电视信号中的节目。美国的电影娱乐业通过《北美自由贸易协定》(*the North American Free Trade Agreement*, NAFTA)使得加拿大版权法作了必要的、有效的改变。《北美自由贸易协定》成为美国对外政策制订者扩大知识产权拥有者自身

利益的工具。实际上,《北美自由贸易协定》中的条约为任何国际协定提供了最严格的知识产权保护。

加拿大和墨西哥都签订了《北美自由贸易协定》,目的是要进入广大而且富裕的美国市场。第七章中的第二个案例研究证明了进入美国市场是何等重要。这个案例研究关注了美国版权所有者清理盗版录像、音乐带、软件、商标以及其他知识产权形式的努力。这个案例聚焦好莱坞国际反盗版录像带运动。当主要的电影娱乐公司寻求拓展其在海外的家庭录像市场时,他们发现盗版的录像带导致了公司在市场上的巨大失败。录像带的盗版者利用了电影产业再生产的低成本。因为他们不需要为初始制作费用买单,他们能够利用“合法”租售来降低市场价格。相应地,好莱坞对美国政府施加压力,再由美国政府向外国政府施压“更新”他们的版权法,从而制止对美国产权的违规使用。国外的进口商进入美国市场是以贸易伙伴保护美国的知识产权为条件的,这就是贸易的杠杆作用,它的目标在很大程度上已经实现了。同样地,贸易的权利也已经与人权保护、劳工待遇以及减少毒品交易挂钩。

第七章中的证据揭示了一个模式,即在一个国外市场消除盗版总是发生在美国家庭录像发行商进入这个市场之后,最终这个发行商占领了整个市场。主要的美国公司发行的故事片往往占据了一个个市场中录像带租售前十名的榜单。这些电影经常又是市场票房收入的冠军。总的说来,好莱坞通过控制全世界的电视屏幕成功控制了全世界的电影院屏幕。

传播技术的全球应用和知识产权领域的全球拓展是一个过程,这个过程使美国、欧洲和日本的经济受益。知识产权保护被写进《关贸总协定》(*the General Agreement on Tariffs and Trade*, GATT)显示了基于富裕国家的跨国公司対知识、艺术创造力的控制得以加强。知识产权拓展的结果总是如此:知识和艺术的公共产品不断封闭。更重要的是,知识和文化被私人利用而且遵从市场化的逻辑。政治经济学家不断地记录下这个过程对于民主的负面影响。

即使强调资本的逻辑使之看上去不可避免,知识和艺术公共产品的封闭也并非必然,而且也不是不可避免的。在第八章中,我探讨了几条道路,可以使个人和组织面对或者抗拒知识产权扩张的逻辑。特别要指出的是,本书把个人主动抗争创造他们历史的一部分分离了出来。政治经济学分析的重点是揭示现有的结构和实践是如何被具体化的,使得它们看上去像不可避免的、必需的,而且不受人干涉的。人们批判这些结构和实践所支持的一些主张,就一个社会应该使人类的潜

能得到最大化的发挥而言,这些主张强调了“什么存在着”,忽略了“应该是什么”。

## 二、关于理论和方法的注解

结构决定性和人类能动性的关系是政治经济学的中心议题。实际上,把这种关系概念化是这种路径的理论和方法的核心。如同指出的那样,传播政治经济学的理论和其他传播及文化的批判研究一起,在面对主导范式的挑战中站稳了脚跟。因此,政治经济学家对主流研究的“抽象的经验主义”持批判态度。但是,他们也从经验上寻找支持他们论断的证据。与此同时,他们对纯解释性的路径也持批判态度,认为这种路径会导致理想主义。

政治经济学家通过研究经验的世界而采用了一个正式的框架。人们根据深深植根于政治经济学理论的框架而引导研究和收集数据。这与那些经验研究所采用的过程并没有太大的区别。但是,如同格雷厄姆·默多克(Graham Murdock)所认为的,正是这种“使研究材料概念化和引导解释”的方法,使政治经济学的路径与其他路径区分开来。<sup>4</sup> 政治经济学家从理论和抽象的领域再次回到了特殊和经验的领域。在经验层面收集到的证据被看作是深层次的结构动力在表面的一种显现。

把结构与实践联系起来,包含了解释行为,这种行为是一个容易被认可的过程,而并非伪装在“数据自己会说话”的声明背后。例如,这种研究的许多数据来自于商业贸易报刊的版面。这些来源提供了许多我们所知发生在商业实践领域的事情。但是,还需要对这些被商业记者所描述的话题和事件的结构原因作出解释。政治经济学的框架提供了一张历史和语境的地图。于是,两个媒体公司的合并声明并不是一个孤立的事件,而是一个资本趋向集中更加严重的证据。政治经济学家并不关心这样的交易如何影响了股价,他们关心的是这种交易对员工雇佣、市场结构和民主的影响。这种分析与基础结构联系在一起,其结构决定了商业实践层次方面的普遍发展。

这又把我们带回到了结构与人类能动性之间的关系上。政治经济学家拒用了与结构主义相联系的决定因素的严格定义。在历史舞台上,人不只是简单照本宣科的演员。因此,没有一个社会理论可以对人类的未来作出保证正确的预言。但是,承认人类历史的随机性是一回事,拒绝决定因素的概念是另外一回事。安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)修改过的结构与人类能动性之间关系的概念被证明用来研究大众传播是有效的。<sup>5</sup> 吉登斯强调了经济和社会结构是由人的积极主动性创造的,而经济和社会结构均限制并且赋予了人类主观能动性。<sup>6</sup> 更重要的是,这



些结构并不是自我存在的，而必须在日常生活的实践中被再创造。<sup>7</sup>

吉登斯发展了他的结构理论用来“解释行为是如何创造结构的，反过来行为又是如何被结构所创造的”。<sup>8</sup>相应地，政治经济学家的任务是将经济和社会结构概念化，然后梳理出它们影响日常生活实践的方式。<sup>9</sup>日常生活的程序导致了这些更宏观的社会结构的再生产、修改和转变。很明显，这个过程被阶级、性别、种族和道德斗争的动力所影响。这些斗争被总体的财富分配、政治权威和知识所塑造。这些资源的不平等分配，特别是对资本的控制导致了主导结构再生产的一般趋势，尽管人类有意识地、积极能动地修正或者挑战它们。

政治经济学家从来没有忘记人类是自己历史的创造者。即使经典的作家也理解他们的目的不是单单描述已经存在的政治经济的系统，而且还要看到这个系统是如何达到各种规范原则的标准的。对马克思来说，资本主义的政治经济系统并没有为人类潜能的充分发挥提供能动性的结构。一个能够发挥人类潜能的社会只能通过对既存生产模式的革命性转变才能形成。同样地，评估相对于结构原则的既存的知识产权系统是可行的。版权系统所基于的中心前提是知识作品的创造者需要创造的动机。使用被版权保护的作品偿付的金钱可以被当作知识和艺术创造的动力，特别是被当作艺术家、作家和知识作品的创造者用来谋生的收入来源。如果版权系统确是这样运作的话，那么就社会产品而言，它是功能性的，因为它激励了知识创造。

这本书中的证据表明版权体系并没有如理想中那样运作。第一，在版权的基本前提形成之时，知识产品的生产，主要是书籍，是简单得多的过程，主要就是一个作者和出版商就如何利用文字作品而讨价还价。当前，大多数艺术和知识创造活动是一个由许多成员参与的“被雇用作品”(works for hire)的生产过程。版权的拥有者对那些拥有机器和资本去生产和发行知识作品的资本家越来越依赖。

第二，知识产权的单一特征和它促进信息和观念流动的结构目标之间一直存在着一种张力。版权限制那些愿意并且能够支付一个作品的人使用作品。这种排他性可以导致与版权系统的创造者预想相反的结果，可能加深信息富有者和信息贫乏者之间的鸿沟。传播系统的垄断结构能使鸿沟越来越宽。新的传播技术与这个垄断结构的结合减少了知识和艺术创造活动多样化的可能性。总的说来，促进更多的人参与传播系统的可能性降低了。这些问题根植于传播的政治经济结构中。

## 注释

1. Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction* (3rd ed.), London: Sage, 1994, p. 83.
2. Anthony Giddens, "The Orthodox Consensus and the Emerging Synthesis," in B. Dervin et al. (eds.), *Rethinking Communication, Volume 1: Paradigm Issues*, Newbury Park, CA: Sage, 1989, pp. 53–65.
3. Oscar Gandy, "The Political Economy Approach: A Critical Challenge," *Journal of Media Economics*, 5:2, 1992, pp. 23–42.
4. Graham Murdock, "Critical Inquiry and Audience Activity," in B. Dervin et al. (eds.), *Rethinking Communication, Volume 2: Paradigm Exemplars*, Newbury Park, CA: Sage, 1989, pp. 226–249, p. 227.
5. Compare Murdock with Patrick Parsons, "Defining Cable Television: Structuration and Public Policy," *Journal of Communication*, 39:2, 1989, pp. 10–26.
6. Anthony Giddens, *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press, 1984, pp. 25–28.
7. Anthony Giddens, *Central Problems in Social Theory*, Berkeley: University of California Press, 1979; Anthony Giddens, "Action, Subjectivity, and the Constitution of Meaning," *Social Research*, 53:3, 1986, pp. 529–545.
8. Anthony Giddens, *New Rules of Sociological Method*, London: Hutchinson, 1976, p. 161.
9. Murdock, "Critical Inquiry," p. 228.

## 第二章

# 有关版权的历史和哲学的批判性视角

对知识产权的批判研究,包括相对而言未被探讨过的版权历史,仍然是一个先驱性的工作。版权的传统历史虽然描述了版权的产生和演变,但缺乏有关它的出现和功能的真正解释。<sup>1</sup> 这些历史也是目的论的;它把知识产权概念的“演变”当作人类自然进程的一个反映。在这一章中,版权历史基于一个分析性的框架,在叙述知识产权概念的发展中,强调了生产和传播的模式及关系是关键的解释性变量。相应地,版权的历史表明了资本主义的崛起、商品关系在知识和艺术领域的延伸、印刷媒介的出现之间存在着重要的联系。

这一章的第一部分探寻了知识产权在古代和中世纪的痕迹,第二部分把资本主义的兴起、印刷媒介的发展和版权的出现联系在一起分析,这种联系通常被传统的历史所忽视。版权在英国和美国的演变是第三部分的关注焦点。以前的历史研究探讨了约翰·洛克(John Locke)和知识产权概念之间的联系,第三部分对这一探讨作了重要的修订和扩展。莱曼·帕特森(Lyman Patterson)认为对版权的历史分析“扫除了障碍:某些观念、利己主义和解决当前问题的迫切,当分析出现在整体的当前语境中,就存在着这些障碍”。<sup>2</sup> 第三部分还进行了版权的最早观念和当前版权实践、所有权的类型及对知识和艺术创造进行控制的比较。

## 一、理论路径

历史分析是传播政治经济学不可或缺的一部分。马克思把他的辩证分析置于历史唯物主义中,并把经济、政治、法律和社会的分析放在生产方式和生产关系的宏大语境之中。传统上来说,这样的分析分辨了人类社会的不同阶段——亚细亚时代、远古时代、封建时代和资本主义时代等,根据人类如何谋生来区分社会类型。而之后的传播文化历史学家,如英尼斯<sup>3</sup>,关注人们如何沟通,并且用人类传播的模式和关系替代了生产方式和生产关系,以分辨传播是如何塑造社会组织和使人类认知结构化的。

对历史唯物主义的一种批评是聚焦在它的历史分期的方案(periodization scheme)上。例如,杰克·古蒂(Jack Goody)认为把我们的注意力转移到传播技术和体系上来会使“多重决定的阶段理论”(overdetermined stage theory)产生历史问题。<sup>4</sup> 为了阐明观点,他显示了“资本主义的贸易和银行业”可以追溯到中东的早期文明。在那里,人们把书写当作管理皇宫和庙宇的经济事务的一种技术。<sup>5</sup> 他认为书写使得资本主义的某种初生特征在资本主义生产方式产生之前就诞生了。古蒂不当地指责了历史唯物主义把每种生产方式当作每个历史阶段的全部而忽视了在

同一阶段有多种生产方式并存的现象。实际上,马克思的历史理论,如同在《政治经济学批判导言》(*A Contribution to the Critique of Political Economy*)和《德意志意识形态》(*The German Ideology*)中指出的那样<sup>6</sup>,恰恰包含着这种共存,因为它与新的经济体系带来的主导生产方式并不矛盾,而且是后者不可或缺的一部分。英尼斯关于传播模式的演变有一个相似的观点:知识的垄断产生了矛盾,促使人们发展新的去中心化的传播模式。于是,变化来自于任何体系中的内在冲突——经济的或者传播的。当然,后结构主义的观点引导我们强调实实在在的人类要为这些变化的发生提供历史能动性。

这又把我们引到了对历史唯物主义的另一种批评上。这种批评针对的是历史唯物主义的的目的论特质,或者它的前提:历史是根据一些潜在的计划而展开的。为了反驳这一路径,批评者指出“事实上已经存在”的社会主义社会已经跳过了资本主义阶段。一个重构过的马克思主义理论并不把生产方式的进化当作是一个绝对线性的或者不可避免的过程。历史发展过程虽然还是被认为是进化的,但是它会有很多死胡同,也会倒退,在不同的地区间不均衡的发展,从一个地区扩散到另一个地区,并且在其他地区并不是单线演进。<sup>7</sup>总的说来,当今的马克思主义者把经济发展的阶段作为历史分析的组织原则,但是他们不再认为自己手中握着通向未来的钥匙。

古蒂的例子中也含有对传统马克思主义的第三种批评。马克思主义政治经济学家们通常被批评为经济简化论者,特别是他们对任何事情作“单一的经济决定论”解释。<sup>8</sup>同样地,英尼斯、马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)、沃尔特·翁(Walter Ong)和其他人由于把传播当作变化的中心焦点而被贴上“技术决定论者”的标签。传统的马克思主义以及历史文化研究的早期作品可以被批评为忽略了经济基础和上层建筑或者技术和社会之间的辩证互动。这样的批评成为对马克思主义的重构,即考虑经济结构(生产关系和生产力)和社会结构(观念和制度)之间的互动或者技术和社会之间的互动。<sup>9</sup>

但是,这些路径并不完全把决定因素作为研究的组织原则,而是拒绝了认为决定因素只是在一个方向或者每一个场合起作用的观点。当辨认意识形态和文化的功效时,他们复兴了辩证分析法。另外,决定因素的概念在雷蒙德·威廉姆斯(Raymond Williams)所建议的思路中被修改,从严格的一对一的原因结果关系变成了一个包含“一系列限制”和“运用压力”的过程。<sup>10</sup>然而,在传播历史和政治经济学中,注意力特别放在技术和经济在这些场合和领域中是如何被决定的。在对知

识产权起源的历史叙述中,资本主义和印刷媒介被强调为决定力量。

## 二、史前时期的知识产权

如同爱德华·普洛曼(Edward Ploman)和L. 克拉克·汉密尔顿(L. Clark Hamilton)指出的那样,版权的现代概念的某些方面在古希腊时期、古犹太法的塔姆迪克原则(Talmudic principles)以及罗马帝国的出版系统中就存在了。<sup>11</sup>古希腊的口头诗,包括荷马史诗,被那些在今天已不知名的诗人传诵。<sup>12</sup>知识产权产生的前提不仅植根于口头文化的特征中,而且植根于艺术和文化作品的组织里。在传播实践这一层面上,由于人们记忆力有限,口头文化对于精确文本和记录的传播帮助不大,<sup>13</sup>因此记录下作品原创权的要求也受到限制。更重要的是,个人创造力并非在第一时间被确认,因为古希腊的口头诗人认为他们的作品是“集体的成就,是一群人、一个协会或者一个小组共同努力不可分割的一个过程”,而不是个人的努力和个人所拥有的。<sup>14</sup>阿诺德·豪瑟(Arnold Hauser)认为在公元前6世纪的雅典,当个体自我出现在所有的文化生活领域中时,知识产权就出现了并且生根发芽。这可以由有关文字和艺术创作的第一份有记录的个人声明中得出,并且这也被豪瑟归因于商业和城市社会的发展。从这个因素来说,传播历史学家还要加上读写和高度进化的古希腊字母,这些因素使得作者可以发现和探索,并且相互理解。然而,书籍很少,并没有证据表明在希腊古典时期有类似版权的东西存在,只有关于个体创造性的新概念。

希伯来犹太法典的口头记录者被要求辨别出对公民和宗教法典主体的新原则有贡献的人。维克多·海森(Victor Hazen)认为报告一件事情的任务“以说的人的名字命名”使得古犹太法典可以与现代“普遍的版权”联系起来。<sup>15</sup>虽然,这样的实践意味着对作者权利的“自然”认可,但我们对于口头文化的理解表明这样的实践还可能是一种保存学术历史记录的努力。也许比保存更重要的是,在学术中的引用包含着对口头或书面内容的权威性的确认。总的来说,这样的实践植根于对口头记录准确性和权威性的考虑胜过知识产权的观念(如海森指出的那样)。古犹太法典至多提供了一些与一个作者的道德权利相似的东西,无论它是否被这样认为。

在书面的罗马法典中没有对版权的确认,即使有证据表明一些作者与书商签了“出版”合同。<sup>16</sup>普洛曼和汉密尔顿认为在罗马时代的文学作品中存在着一种可行的交易,使得版权产生的条件成熟。<sup>17</sup>L. D. 雷诺德(L. D. Reynolds)和N. G. 威尔

森(N. G. Wilson)说在公元3世纪中叶之前“书籍的世界已经成为罗马文明世界不可分割的一部分”,写作已经被“休闲阶级牢牢地占据”。<sup>18</sup>但是,这并不意味着作家和诗人像现在的一些人那样靠销售作品谋生和挣得版税,因为那个时候文学上报酬的主要形式还是赞助体系。<sup>19</sup>当然,那时许多手稿的生产是靠复制、校订和修正来完成的。从这个方面来说,“大部分读者依靠从朋友那里借书,然而让自己的奴隶或者书商的机构为自己作一份复本”。<sup>20</sup>更重要的是,一个人只能把自己的作品给予或者卖给一个拥有羊皮纸和奴隶的书商,于是那个书商就拥有了作品的复本,除非一个作家或者诗人非常富有可以出版自己的书。最后,我们并不清楚上面有关引用的出版协议究竟是否基于作者的权利,因为罗马法典并没有论述到这一点,或者并没有提到非物质产品中的知识产权问题。<sup>21</sup>

没有版权的社会还包括古印度,在那里历史是属于全体人民而不是个体,而且所有伟大的哲学或者文学作品都是匿名的。在这样的口头文化中,“谁说了什么”没有“什么被提到”那么重要。<sup>22</sup>同样地,在巴厘岛最近的口头文化中,艺术产权作为一种个人财产的概念并不存在。巴厘人把文化生产看作是一个匿名的、团体导向的、共同参与的过程,他们愿意把艺术看作是“集体思想的表达”。<sup>23</sup>所以,艺术知识不能被特殊的知识阶层集中掌握在手里。<sup>24</sup>直到1991年,中华人民共和国才有了版权系统,这反映了在此之前知识产权的概念在亚洲的东南部并不存在的事实。

普洛曼和汉密尔顿坚持认为不同的文化态度、社会组织 and 法律概念可以解释为什么版权出现在欧洲而不是亚洲。<sup>25</sup>对于这一论断,我们还可以把传播方式考虑进去。虽然中国人在公元前3000年就发明了书写系统,并且把纸介绍给了世界,但是在中国,书写最初被用来为帝国服务而不是为了文学或者宗教的目的。<sup>26</sup>另外,义符文字系统限制了书写的流畅<sup>27</sup>,当然也限制了文字作品的读者数量和手稿的市场。

把目光转到欧洲中世纪时期,我们再一次发现著作产权的缺乏取决于以下几个因素:一般的生产关系,文学生产的特殊组织,传播的主导方式以及文化在社会中的角色。从研究文学创作的特殊组织开始,我们了解了罗马天主教会把艺术和文化知识的生产、保存和传播集中在一个修道士系统里面来进行。教会,特别是在早期的中世纪,通过控制原稿和它的再生产、控制教育,最终控制文学从而垄断了知识。当本笃会(Benedictine)修道士采用了借阅和交换手稿的方法时,他们很快发现了他们图书馆的价值。看到原稿的机会可以用来换取土地、城堡、金钱以及其他特权。乔治·普特南(George Putnam)把这种需要付钱才能有权复制原稿的行

为称作欧洲的第一个版权,虽然这“与原创者在文学生产中的权利毫无关系”。<sup>28</sup>

中世纪欧洲同样盛行的是口头文化,这样导致了传播的主导方式对于著作产权概念的形成并无帮助。相应地,“中世纪的听众更尊重形式而不是著作权”。<sup>29</sup>另外,对于民谣歌手和吟游诗人来说也很难防范复制者或者模仿者以保护自己的作品。中世纪的诗歌所基于的历史事件属于一个文学公有物,每个人都可以从那里获取养料。<sup>30</sup>口头表演本身也并不能以任何形式保存或者拥有。对于一个口头诗人来说,创作发生在表演的过程中,每一次唱歌和讲故事都是不一样的。<sup>31</sup>因此,没有“原创”,只有一些公式、自发和遗忘的混合物,“极富创造力的艺术家创造传统”。<sup>32</sup>由于表演者个性和创造力的不同、传承时语境的差异以及人类记忆力的有限性,口头表演极富变化。伊丽莎白·艾森斯坦(Elizabeth Eisenstein)认为中世纪的抄写文化“与知识产权的概念背道而驰”,因为这样的传播方式缺乏权力,这样的权力对保存个人对于艺术、文学和发明的贡献非常必要。<sup>33</sup>

相反,豪瑟认为“艺术家是天才”的观念一直要到“基督教文化”瓦解后才出现。<sup>34</sup>在他看来,“中世纪时代文化一统”在一个宏大的社会系统中剥夺了艺术结构性的自主。艺术创造力,在中世纪的观点来看,使艺术家承担了体现神的意志的任务,使“人们看得见事物外部的、超自然的秩序”。<sup>35</sup>由于缺乏结构性的自主,文化表达的各种形式都从以上(体现神的意志)的使命中设定自己的意义和目的,然而任何创造性工作的价值是建立在是否忠于“真理”上的。<sup>36</sup>修道会的编年史和教会音乐并不具有现代意义的知识产权,因为那些修道士,如同那些复制者、学者和作家一样,应用和再创造文学作品时,从不考虑作原创者的注解。著作权被修道院认为是一种道德实体,用来记录和保存上帝的话语。

当我们直接转向中世纪主导的生产关系时,我们再一次发现与文学财产概念相冲突的因素。中世纪社会的总体结构表明,人们把自己看作是一个团队的一部分而不是一个个的个人。<sup>37</sup>既然每个人只是上帝决定的生活中的一站而已,很少人认为他们自己可以通过名声或者财富找到自己的出路(虽然口头童话让他们可以想象如此)。<sup>38</sup>在这些基础之上,E. K. 亨特(E. K. Hunt)认为基于基督教家长伦理的封建意识形态,注定是反资本主义的。<sup>39</sup>因此,“贪婪、自私以及改善自己物质条件和社会地位的欲望”在“中世纪时代是被谴责和斥责的”。<sup>40</sup>这可以从保持价格公正和禁止高利贷的准则中看出。<sup>41</sup>这些行为的结果很清楚是压制了社会活力并且保护了欧洲封建制度中的阶级关系。亨特得出结论说,资本主义只有摒弃基督教的家长伦理才能生根发芽。



总的说来,艾森斯坦强调了传播方式是理解中世纪文学产权概念的关键性因素,而豪瑟强调的关键性因素是艺术创造的结构性地位。但是,这两种论点都掩盖了基于创造和消费集体形式之上的生产关系。把生产和传播的方式、关系结合起来分析为把知识产权起源与印刷媒介出现和资本主义兴起联系起来提供了唯物主义的基础。

### 三、版权的起源

索菲亚·梅纳奇(Sophia Menache)认为欧洲文化人士的兴趣和需要,包括牧师和贵族,使欧洲的传播系统在中世纪中叶(1000—1400)发展起来了。在这个系统中,通信和书籍成了这个新兴系统中的两个重要的传播手段。12世纪出现了长期的手稿之间的交易,最初出现在巴黎,后来又在欧洲其他大学城镇中出现,表明了教会对知识的垄断开始瓦解。在“世俗时代”(Secular Age),逐渐发展的城市中心慢慢出现了以大学为中心而组织起来的书籍交易,这种交易主要建立在宗教作品和经典作品的再生产之上。<sup>42</sup>文本的复制还是用手抄,但是这一系统被“出版商”“理性化”了,他们代表那些寻找特殊题目的购买者的利益组织文本的再生产,从而收取费用。第一批的出版商在大学严格的管制下工作,大学的权威们检查文本的正确性、控制价格并且要求把书借给那些想要复制或者想要专门为自己制作一份复本的人。<sup>43</sup>因此,既然这个系统禁止排他性,所以那些拥有或者生产文本以获取报酬变得不可能。<sup>44</sup>

随着资本主义萌芽的出现以及贵族从教会逐渐地独立自主,一个成长中的阅读人群让出版商从大学行业协会的控制中逐渐获得自由。新兴阶级的文化需要促使书籍的生产服务于实用的目的,如法律、政治、科学和“文学作品、启发性的道德论述、浪漫故事和翻译作品”。<sup>45</sup>最初,出版商要为过时的作品和中世纪经典的拉丁文翻译作出调整;后来他们开始寻找原创作品以使得他们的机制保持运作。所以,文学的结构自治,被豪瑟与基督教文化的瓦解联系起来,并在这样的背景下发展起来:成长的资产阶级和世俗贵族需要他们自己的文化食粮,如同出版商们需要寻找新的市场一样。

如上所述,印刷术的助产婆是出版商,他们把积累的资本投资在印刷技术和手稿上,在资本主义的生产线上组织书籍贸易——这便是书籍贸易转变的基础。如艾森斯坦说的那样,基于手稿的生产系统制造的印刷机从来不会为资本主义书籍贸易生产过剩的书籍。<sup>46</sup>实际上,印刷媒介是资本家利用的最早的发明之一。约翰

内斯·古登堡(Johann Gutenberg)在资本家商人约翰内斯·福斯特(Johann Fust)的协助下发明了印刷机。当古登堡偿还不了借款时,福斯特停止了设备。这种对古登堡知识创造性的占有象征着资本主义系统的黎明。

### 1. 威尼斯的版权

当寻找资本主义的起源时,马克思主义历史学家和政治经济学家通常以13世纪至14世纪的意大利共和国为起点。威尼斯,是中世纪时期小型地中海经济中的重要城邦。<sup>47</sup>在那个时候,威尼斯是一个经济、银行、金融和纺织生产的中心。在1500年以前,和威尼斯作贸易“直接影响了所有的地中海地区和整个西欧”。<sup>48</sup>资本主义兴起必需的内因和外因在这个意大利共和国中一起出现。从内部来讲,资本通过新技术的应用和对有偿劳动力的剥削而积累,从而导致了生产过剩需要进行外部贸易。更重要的是,在这个繁荣的大都会中富裕的商人阶级有效地控制了国家。<sup>49</sup>威尼斯也被认为是意大利,实际上是整个欧洲中首个使印刷和出版事务变得重要的城市。<sup>50</sup>

1469年,当约翰·施贝耶(John of Speyer)带着印刷机来到威尼斯的时候,威尼斯市政府给了他5年的印刷特权。通过扩大特权,这个城市的政府鼓励新工业技术和刺激地方工业和商业的发展。16世纪初,同样管制印刷和出版贸易的法律在许多欧洲国家都变得普遍起来。像这样国家给予的排他性特权,第一次在15世纪的威尼斯出现,“是后来版权系统的先驱和基础”。<sup>51</sup>

早期政府对于工业的管制采用专利垄断的形式,这种形式意味着在某一产业部门拥有一种特权,或者可以生产某种形式的商品。政府在书籍贸易中特许一种专利,如同政府给予约翰·施贝耶那样,保护了印刷商复制某一特定的题目或者一些文学作品的权力,目的是为了鼓励他们投资这个“昂贵而且具有投机性的行业”。<sup>52</sup>政府把这样的特权给予那些精心挑选过的企业家以换取他们政治上的忠诚,这样也是一种支持新兴产业的方法。他们也可以很方便地控制谁来印刷以及印刷什么。艾森斯坦总结说,给予印刷商以特权迫使政府开始定义什么属于公共范畴,以及文学创造力的哪些领域可以被占用从而服务私人 and 创造利润。<sup>53</sup>这把我们引到了知识产权和资本主义的实质性联系上。

支持人类创造性活动领域扩张的专利法和版权法可以被商品化。版权,特别反映了最新印刷技术的发展,这些新技术使得文学作品在一个实实在在的媒介——书籍中被“固定”下来,书籍可以被前所未有的大量地生产,然后在市场上出售。当政府决定给谁印刷权的时候,“文学‘公共体’成为‘封闭运动’的对象”。<sup>54</sup>知

识产权法帮助了对知识创造活动进行私人占用的行为,这些创造活动经常建立在社会层面上建构起来的知识和文化基础上,就如同财权法从一般意义上来说服务于实物财产商品化的基础,特别是公共土地。同时,大部分由国家来执行和推动的版权法和专利法,使发明、艺术和文学的所有权集中合法化了,而这些所有权基本上集中在不断扩张的资产阶级手里。在文学领域,版权第一次主要以出版商垄断个别主题和作品的经济权利出现。

乍一看,国家在建立和加强知识产权的过程中所扮演的角色对资本主义印刷工业是非常重要的。但是,事实并非总是如此。鼓励书籍出版产业的特权,无论是帝国的还是地方的,出现在16世纪的德国。<sup>55</sup>这些特权主要与出版古典和中世纪文本的出版商和印刷商的财产利益相关。即使德国早期的印刷工业拥有这些官方的特权,但是在那个国家权力分崩离析的时代,出版商们认为达成一个排除干涉的协议以保护他们的经济投资防止侵权和竞争非常有必要。这个在法兰克福和莱比锡的书籍事务中就可以看到。我们在荷兰同样发现了文学产权管制的演变,在那里出版商们享受的主要保护还没被正式接受或者还没有达成正式的协议。<sup>56</sup>当国家出版产业变得越来越国际化时,这些协议瓦解并且被国家和国际的版权体系所代替。被美国版权体系引作灵感来源的大英帝国版权法,其演变从一开始就包含了私人合作和国家干涉。

## 2. 英国的版权历史

印刷技术在1476年第一次来到英格兰,在那个时候一个叫威廉姆·卡克斯顿(William Caxton)的成功资本家在西敏斯特修道院地区设立了一个印刷机。<sup>57</sup>早期的政府管制包括吸引印刷商和书商到英格兰来,鼓励书籍交易。对书籍交易的进一步管制包括给印刷企业颁发执照、印刷某些题材书籍的版权以及书籍审查。在1557年,菲利浦和玛丽给合并后的英国出版业工会(Stationers Company)颁发了特许证,赋予他们在英格兰对于印刷和出版持续150年的绝对垄断。只有出版业工会的成员才可以拿到政府的执照经营一个印刷厂,这样一来,印刷商、装订商和销售商的数目被限制了。例如,1586年的星室法院(Star Chamber)把主要印刷商的数量限制在25个。政府颁发这些执照以换取出版业工会对其成员的政策限制(例如,不能印刷煽动性内容和异端邪说)以及对盗版采取措施。另外,印刷专利权给出版业公会成员独占某些特定主题和类别的书籍权利,以换取他们对王室的忠诚。版权法自然而然地出现使审查制度一直伴随着垄断商业行为。

英国出版业工会设有一个登记处,下属成员,那些印刷商和出版商在那里登记

出版书目,以享有独有的权利来复制它们。出版业工会会员们可以在登记处的保护下互相转让版权。只有出版业工会成员可以登记目录和维护版权,而且他们只登记那些在其他成员(或者政府官员)认为在宗教和政治上安全的书目。

虽然英国法律保护出版业工会成员的经济权利,但没有什么条文保护作者对于自己作品的权利。更重要的是,既然只有拿到许可证的印刷商和书商才能合法地复制,作者在出版自己作品的时候、在讨价还价的过程中处于一种劣势。结果是,文学商品化过程中产生的经济效益都流向了印刷商、出版商和销售商,而不是作者本人。<sup>58</sup>当印刷商和出版商对古典和中世纪时代的公共作品题材占用得差不多的时候,他们开始寻找新的“原创”作品来使印刷厂运作以满足扩大的阅读人群的需要,这个时候著作权的重要性才开始显现。

在从印刷时代初期到18世纪中叶,赞助还是支持作者的主要形式。但是在17世纪下半叶的时候,出版商开始为出版和复制作者的作品而付钱。我们从1667年弥尔顿的《失乐园》(*Paradise Lost*)的出版可以看出。对于这个作品,弥尔顿留下了有史以来第一个有记录的协议,在这个协议中,出版商为了一个原创的作品而付“复制费”,虽然这只为弥尔顿在1674年去世前挣得了10英镑。他的遗孀,继承了他的版权,出售了他所有的其他权利,换回了8英镑。普洛曼和汉密尔顿总结说,这样的支付方式更多是建立在经济基础而不是法律或者道德基础上的。<sup>59</sup>出版商愿意付钱给那些最具“原创性”的作者,因为这些作品在市场有更高的经济价值。艾森斯坦也把书籍印刷的许多特征,如标题页、目录页和索引页归因于印刷商和销售商的商业动机。

看上去毫无疑问,作者应该出卖自己的手稿以获得利益,在那个时代的流行态度是作者专门为出版而写作。在整个17世纪,写作被认为是那些受过教育的、在经济上独立的人们的消遣行为,但是经过两个世纪的印刷时代后,对于作者的补偿体系完全地转变过来了。哥德史密斯(Goldsmith)为印刷时代下断语说:“写作在这场致命的革命中竟然变成了机械的贸易。”<sup>60</sup>在17世纪末,著作权已经明显成为一些作者的谋生之道。丹尼尔·迪福(Daniel Defoe),一个受人尊敬的英国作家,在1725年写道:“写作……已经成为英国商业的一个相当可观的分支。书商是生产或者雇佣的主宰。作家、作者、复制者以及其他用钢笔和墨水的工作都是所谓生产主人雇佣的工人。”<sup>61</sup>迪福观察到写作越来越成为个人追求身份认同和金钱回报的行为,市场竞争越来越可以决定谁可以创造更鲜活的艺术和文学作品。在这里自由主义理论和版权有着重要的联系:当文学和艺术作品被渐渐商品化的时候,

“所有权的个人主义开始塑造作者对于他们自己作品的态度”。<sup>62</sup>

### 3. 约翰·洛克(John Locke)扮演的角色

作者和出版商摒弃关于自然权利的流行观点,他们寻找版权概念和实践的定义。关于知识产权的两个重要文本把作者在文学创作中的权利发展归功于约翰·洛克,他在1690年出版了他的《论文官政府的两篇论文》(*Two Treatises of Civil Government*)。<sup>63</sup>相应地,普洛曼和汉密尔顿认为约翰·洛克“在作者中假定了一个知识产权的理论”。<sup>64</sup>最后他们得出结论:“约翰·洛克把知识产权从一个法律上的权利转变成一个自然给定的权利,这意味着在实践过程中权利从出版商转向了作者。”<sup>65</sup>国会技术评估办公室关于知识产权的报告再次重申:“在1690年,约翰·洛克在他的《论文官政府的两篇论文》中认为,作者在他的作品中有自然权利,因为他用自己的劳动创造了作品。”<sup>66</sup>但是,这样的论点在洛克的两篇论文中并不存在。实际上,人们还在争论洛克是否把他关于财产的劳动理论(这些理论应用于那些生产实物的过程)应用到知识和艺术创造的劳动中。

如C. B. 麦克弗森(C. B. Macpherson)所说<sup>67</sup>,洛克把他的论点建立在托马斯·霍布斯(Thomas Hobbes)提出的占有性个人主义的基础上<sup>68</sup>,但是洛克保留了一些传统道德法的因素使得他比霍布斯更易被新兴资产阶级所接受。17世纪的个人主义把个体的男人视为他自己和他能力的主要拥有者,他并没有亏欠社会什么。洛克有个前提:在自然状态下,“地球和所有的低等生物对所有的人来说都是平等的”。然后,他发展了他的劳动理论使对自然公共财产的私人占用正当化。<sup>69</sup>既然每一个男性个体是他自己个人的拥有者,那么“他身体的劳动和他双手的工作,我们可以说,就理当是他自己的。只要一个人使任何东西脱离大自然所供给的和所留下的状态,他就已经在这件东西上加入了劳动,并加入了他自己所拥有的某种东西,从而使这件东西成为他的财产”。<sup>70</sup>

与私有财产连在一起的是把别人排除在外不让别人使用的权利。很清楚,洛克所指的财产形式是“地球的果实、生存在地球上的动物以及地球本身”。<sup>71</sup>但是洛克并没有很清晰地把私人财产扩展到创造性的、艺术性的文学创作领域。实际上,在一篇有关的文章中洛克提到了“发明和艺术”,在他论述到对土地和自然的占用过程中,允许一个人增加他私人财产的拥有物时,但是却没有提及对这些“发明和艺术”的私人拥有权。<sup>72</sup>

因此,洛克在阐述他关于财产的劳动理论时脑子里有知识创造的概念,这点是值得怀疑的;这在这个理论被论述的中心文本中并没有被特别指出。当我们转向

洛克的传记时,我们发现他曾经是夏弗茨伯里伯爵三世的政治作家,并以此为生,他也从他的财产、政府委员会以及他出租或出售他作品的出版权中获得收益。很清楚的是洛克并没有靠出版他的书籍而过活,所以他也许没有觉得有必要专门讨论作者的权利。另外,《论文官政府的两篇论文》是匿名出版的,表明洛克并没有认为著作权比政治上的权宜之计更重要。理查德·阿什克拉夫特(Richard Ashcraft)发现洛克匿名出版文章是为了避免牵连私人朋友和盟友。<sup>73</sup>

把洛克自己的出版行为放在一边,我们可以看他的政治记录以寻找有关著作权是自然权利的意识 and 清晰论述。洛克直接参与了有关印刷执照的立法过程。当1662年的出版管制法案于1692年在国会中被更新时,“洛克在它所引发的讨论中表现出积极的兴趣”。<sup>74</sup>更新法案的反对者,特别是那些独立的书商和印刷商,攻击该法案为垄断特权提供了方便。约翰·费瑟(John Feather)认为:英国出版业工会里的一小圈子版权拥有者,在17世纪中叶已经控制了英国的出版产业,他们手握许多有价值的复本,这些复本都是从16世纪90年代开始或是继承或是购买而得来的。<sup>75</sup>这一小圈子以典型的垄断风格来运作,买下了所有复制书籍的权利,互相密谋以限制竞争,对书标以垄断价格(比那些在竞争性市场上的价格高)。洛克所谓的垄断问题主要是这小圈子人生产的书的质量如此低劣,但是他们定的价格却如此之高。

对于英国出版业工会的攻击伴随着对与贵族权力联系在一起的垄断特权的攻击。如阿什克拉夫特所指出的那样,洛克谴责寡头银行家和土地贵族储藏钱财和土地以致损害了王国。1692年,在1662年执照法案更新后,洛克在写给爱德华·克拉克(Edward Clark)的信中,把“无知和懒惰的出版业工会成员的公司”的垄断加入到了毫无生产力的资本拥有者的行列中。<sup>76</sup>在这封信中,他列举了“该法案的不合适处”,主要是对书籍进口的限制以及出版商只要在英国出版业工会的书中登记标题就可以声明拥有“古拉丁文作者”的出版特权。洛克想要定义文学公共领域,他认为任何人都可以出版或者进口“任何拉丁文书籍,只要作者活在1000年以前”。<sup>77</sup>这样出版商就会相互竞争推出最好的古拉丁文的文本以至于提高了“对学者的压力”。<sup>78</sup>洛克没有抱怨与书籍审查联系在一起的执照系统,以及这样的系统损害了出版自由。

当1694年执照法案再一次被更新时,洛克寄了一份备忘录给克拉克,克拉克是下议院的成员,还是监督印刷新立法委员会的成员,在这份备忘录中洛克抨击了出版垄断并加进了有关出版自由的内容。<sup>79</sup>在18点备忘中,只有1点质疑了审查的

原则,有 13 点攻击了法案作为书籍垄断贸易的基础,其余的则批评法案在压制煽动性出版物方面是毫无效率的。在备忘录里,洛克通过精确地描述私人文学领域来定义公众,认为任何一个当代作者的作品在 50 年或者 70 年后可以被其他人印刷。他仿佛认为作者应该理所当然地在某段时间内受到保护,但是他的理由却是保存文学而不是一个作者自然的权利。他担心的是垄断性图书工业对于执照永久地占有使得“许多书籍都遭遗失”。<sup>80</sup>他再一次呼吁把“西塞罗、恺撒和李维”的作品放在公共领域,如同在荷兰,书籍“便宜”而且“质量上乘”,因为“所有的印刷商努力竞争超过别人”。<sup>81</sup>

当下议院投票废除法案,而上议院投票赞成更新该法案时,下议院呈送给上议院一个文件中引用了洛克的 18 点理由以反对更新。<sup>82</sup>弗雷德里克·席尔伯特(Frederick Siebert)声称在采纳洛克文章的过程中,下议院认可了他的理由,强调了该法案所导致的商业上的限制。<sup>83</sup>莫里斯·克兰斯顿(Maurice Cranston)在这里指出了—个颇具讽刺意味的地方:“自由出版来到英国仅仅是减低了商业上的垄断。”他把洛克对“自由,以贸易的名义”的呼吁与弥尔顿为“自由,以自由的名义”的呼吁作比较,再一次发现颇具讽刺意味的是前者成功了而后者失败了。<sup>84</sup>

洛克,仿佛从来没有很清楚地勾勒出一个理论来论证作者对自己作品的自然权利,因为这样的声明照理应该在上面的文本中被提及的。他或是认为这种权利是理所当然的,或是没有看到他关于财产的劳动理论和知识艺术创造之间有什么关联。相反,弥尔顿比他早 50 多年就发现非常有必要清楚地声明一个作品的“复本”中的自然私有权利,但这往往指的是印刷商和书商的,而不是作者的。<sup>85</sup>就在弥尔顿攻击 1643 年出台的名为《重申出版中的混乱的法案》(*An Act for Redressing Disorders in Printing*)的执照条令之前,他在《论出版自由》(*Areopagitica*)中声明他不会提及那一部分“保护每个人的复本”的法律,虽然他建议这个部分可以被废除。<sup>86</sup>

布鲁斯·伯格比(Bruce Bugbee)、帕特森和普特南对传统版权历史的研究认为在 17 世纪末以前,英国的版权基本原则包括一个作者在普遍法下对他的复本拥有永久的权利。即使有这样一种权利存在,我们也并不清楚在那个时候,是否只有拥有执照的印刷商才可以合法地制作复本,并且在“讨价还价中占据有利位置以付给作者他认为合适的价格”。<sup>87</sup>相应地,伯格比认为关于手稿的权利不是“真正意义上的版权”,他的意思是这种权利“排他性地控制了手稿的复制”。<sup>88</sup>

#### 4. 第一部现代版权法

在 1694 年执照法终止时,有观点认为作者或者发明家在其艺术和知识劳动中

的自然财产权对以版权为基础的垄断是有利的，它寻求对有价值的文学财产保持其完全的控制。对于资本家来说，这个理论最有用的地方就是：虽然男性个体是他自己的拥有者，这个他无法区分，但是他可以把他的能力和劳动区分开来，因为“从资本主义的意义上来说，财产并不只是一项享受和使用的权利，还是处理、交换以及区分的权利”。<sup>89</sup>随着执照法的失效，出版垄断巨头们开始认为既然作者由于自己的创造性劳动对他们自己的作品中拥有自然权利，那么如果把这种权利转变成复制作品的权利，就给了出版者以永久的执照。

垄断巨头们采纳了两种务实的策略来应付政府批准的特权的消逝。一个市场反应是设置一个批发商的发行系统，把批发商和主要的出版商、版权拥有者联系在一起。另一个是法律上的策略；垄断巨头现在是通过公民行动来继续声明自己拥有永久的版权。这样的发行系统只提供部分保护，“当贸易中的少数成员去大法官法庭控诉这些侵犯他们权利的人时，法庭的反应非常慢，费用又很高，而且不会对这些人抱以同情”。<sup>90</sup>结果是，出版产业的成员们继续他们的努力更新法律保护，一遍又一遍地呼吁下议院推动新的立法。

请愿者们——包括拥有版权的出版商、一些手握有价值的版权的印刷商和与垄断相联系的批发商，但是没有作者或者翻译者——为他们拥有的复本寻求法律保护，并且最终在1710年通过的版权法，或者安妮女王法案中（被称为一项鼓励学习并且保护那些复本拥有者权利的法案）得到保护。版权历史一般视安妮女王法案为第一部现代版权法。它给予那些在英国出版业工会登记处登记过的现有书目（在法律生效之前）以21年的保护；给予在法律生效后的登记书目以14年的保护，还可以延长14年。在那以后，作品是否可以进入公共领域、永久的权利是否能在普通法中被保存下来，都还不是很清楚。普洛曼和汉密尔顿这样总结这个法案：“这个法案考虑了复制的权利。保护是为了对抗印刷作品的盗用。法案并没有触及作者创造性或者道义上的权利，它保护的是财产权。”<sup>91</sup>对帕特森来说，法案基本上“是一个管制贸易的法案”，目的在于管理图书工业和防止垄断。<sup>92</sup>从某种程度上来说，是专利者们的策略起了反作用，给予作者权利注册自己的版权削弱了英国出版业工会成员的特权。法案以一种不直接的方式在普通法中肯定了作者关于版权的自然权利，但就是它的存在使得英格兰的普通法版权走到了末日。<sup>93</sup>

在安妮女王法案通过后，两个重要的诉讼案使人们发现了两个关于版权的自相矛盾的主张，无论是基于法律还是基于自然权利。在第一个案子米拉起诉泰勒（1769）中，主要的版权拥有者仍然想要维护他们的垄断。上议院认可了普通法授



予作者的自然权利并且得出结论说,《安妮女王法案》为一个作品的出版提供了特殊的保护。<sup>94</sup>这个决定把版权的概念修正为作者的一种权利,而且还支持了出版商关于版权的永久权利;所以它保护了垄断。在第二个案子唐纳德森起诉贝克特(1774)中,上议院再一次认可了普遍法授予作者的自然权利,但是却做出决定让《安妮女王法案》用法定权利代替自然权利。<sup>95</sup>结果是,在英美传统中,版权是由法律来管辖的,一旦一个作品被出版,版权就受到法律的制约。费瑟相信唐纳德森案背后的意图是再一次打破版权者的长期垄断,这种垄断仍然被前英国出版业工会的内部圈子所控制。<sup>96</sup>这个决定有这样的效果,但同时又促使出版商成为图书工业的主导人物。

#### 四、美国版权法的起源和发展

美国版权法在理论和实践上都直接秉承英国传统。这可以从美国表述法律的语言、获得版权的机制,以及美国法庭在定义版权时所做的法律决定中看到。

1672年,马萨诸塞海湾殖民地的一般法庭授予了第一个记录在案的版权,这是对一个富裕的书商约翰·乌舍(John Usher)的请求作的回应。<sup>97</sup>乌舍想要出版《一般法与马萨诸塞殖民地的自由》(*The General Laws and Liberties of the Massachusetts Colony*)的修订本,为了保护他的投资,乌舍寻求法律上的保护以防止其他人没有得到他的允许就擅自印刷复本或者是未经他的允许就销售这个修订本。这个“私有”版权是殖民地时期前100年中唯一记录在案的版权。

帕特森指出“国家一成立,版权就成为广泛立法中的主题”。<sup>98</sup>他发现这种情况使“缺席的作者阶级”游说以推动有关立法。他还把这种立法行为归因于“那个时代领导者智力上的品质”和“知识上热衷表现年轻的合众国”。<sup>99</sup>帕特森远远没有解释到点子上。实际上,美国早期制订版权法的过程典型地表现了国家作为维护资本和精英的工具性角色。<sup>100</sup>伯格比描述了在18世纪80年代初,一群“文学绅士”如何发动一场运动保护著作产权的。

1782年,托马斯·潘恩(Thomas Paine)在一封写给修道院院长雷诺尔德的信中,为版权运动定下了修辞语调。在这封信中,他强调了保护主义和文学全国性的发展之间的联系:“应该适当地指出,在所有保护文学的国度里,(文学如果不被保护就不可能繁荣),一个作者的作品是他的合法财产;如果不是这样的话,要么把文学从国家中驱除出去,要么把它扼杀在摇篮之中。”<sup>101</sup>潘恩的《常识》(*Common Sense*),当然是美国的第一本“畅销书”,使他成为版权的受益者。他号召人们注意

“文学在美国的状态”，预言立法总有一天会考虑到这一主题；直到那个时候，写作还是“为革命无私的服务”，因为“没有人想着利润”。但是，他继续说，“如果和平给予研究以实践和机会，国家会剥夺其自身的荣耀、文字的服务以及科学的进步，除非有充足的立法避免对著作产权的剥夺。”<sup>102</sup>

这样的论调被诺亚·韦伯斯特(Noah Webster)重新提起，他是同时代另一个重要的文学人物。为了保护他英语课本的版权，韦伯斯特推动康涅狄格和纽约州立法保护著作产权，并发动了一场游说运动。虽然是为他们自己的作品寻求特别的保护，韦伯斯特和其他建国之初的美国文人把他们的论点上升到了国家利益以及国家文学发展的高度。康涅狄格的立法机关针对这一诉求通过了第一个州版权法案(1783年1月)。然后，这“一小群但是重要的对文字感兴趣的人”<sup>103</sup>把注意力转向了大陆议会，敦促大陆议会于1783年3月通过一项决议建议每个州保护“作者和出版商关于新书的版权”。<sup>104</sup>

13个州中的12个，除了特拉华州，在1783年到1786年之间通过了版权法。这些法案均是以安妮女王法案的语言为基础的。如普洛曼和汉密尔顿所说，这些法案的目标从重要性上来说依次为：第一，保护作者的权利；第二，促进学习和研究；第三，为图书贸易提供秩序；第四，防止垄断。<sup>105</sup>这些州版权法案的导言反映了这些目标。他们还假定了关于创造、利润和社会福利之间“内在”的联系。例如，康涅狄格州1783年的“鼓励文学和天才的法案”要求，“每个作者必须能够被保证得到在出售其作品时有可能产生的利润，这样能够鼓励正在学习的人们和天才们出版他们的作品；这也许会为国家带来荣誉，并且为整个人类服务”。<sup>106</sup>同样地，1783年通过的马萨诸塞州法案决定为了鼓励“在艺术和科学的各个领域有学问的和创造性的人们……对自然进行巨大的和有益的利用”，“必须对他们研究的果实和勤奋进行法律上的保护”。<sup>107</sup>在这里，假定的基石是人们由于智力上的和艺术上的创造而得到经济上的回报。这种知识产权的哲学使经济理性主义具体化为人们的自然特性。然而从我们的历史分析中可以看到，纵观人类历史，并没有知识产权的概念。但是，人类仍然创造技术和文化产品。

早期的立法者把他们的版权法建立在洛克的自然权利理论上。马萨诸塞州法律所给予的版权保护表明，这种法律上对“所有人类的自然权利之一”的保护是不言自明的。因为当它进入文学行为的时候，“没有东西比一个人的脑力劳动生产出来的东西更属于他自己”。<sup>108</sup>不是所有州的版权法都属于自然法。1784年宾夕法尼亚州通过的法律致力于中断那些没有经过“作者或者所有者”的同意，而擅自印

刷、重新印刷、出版书籍，以致对版权者和他们的家庭“造成了巨大伤害”的行为。<sup>109</sup>南卡罗莱纳州和弗吉尼亚州把版权保护延伸到了书商和印刷商那里，他们为了重新印刷那些书籍而“购买了或者已经得到了书籍的复本”。<sup>110</sup>

在这些法案中可以发现两种对版权的限制。第一个是对保护期限的限制，在不同的州里，期限从14年到21年不等，一些州还允许作者或者他们的继承人或者指定的人申请再延长14年。另外，有5个州：马萨诸塞、南卡罗莱纳、北卡罗莱纳、佐治亚和纽约州，对于版权垄断有个“公正价格”的限制。这些词句表明，如果版权拥有者、作者或者印刷商为任何书籍在基于劳动、费用和风险的成木之上设置了一个不合理的价格，那么法庭可以重新设置一个合理的价格。同样地，如果一个版权拥有者试图减少一个作品的补给量，法庭可以把出版商的执照颁给另外一批人（例如，一个愿意付钱的申请者）。这个对版权垄断的“限制”表明，排他性的权利可以适得其反并且阻碍作品的出版。

所有的这些法律都需要版权在地方法庭的注册，作为保护和提出诉讼的基础。盗版者被惩罚而丧失或者销毁所有的相关复本，还要被罚款，数额以每页来计算。尽管这些法案以自然权利的原则和修辞表述为基础，但是这些法案还是在法定的一段时间内保护作者或者出版商的权利不被盗版所侵害。通常，出版商提供资本把书籍推向市场，必须受到版权保护。结果，早期美国模式的版权，类似英国出版业工会的版权，成为出版商的经济权利。在出版之后作者授予展示、公共阅读、翻译、修改或者引申的权利是不被认可的。

#### 联邦主义和美国版权法

互相独立的州版权法案无法成功地执行，因为每个州都有自己给当地作者和出版商注册版权的登记处。很明显，需要一个全国性的版权系统来加强版权法案的执行以及支持全国性的图书交易。随着各个州之间相互贸易的增长，新的国家需要管制商业的标准法，包括知识产权。出于这种考虑，詹姆斯·麦迪逊（James Madison）在《联邦党人文集》（*Federalist*）中写道：“每个州并不能独立地、有效地”保护版权和专利，因此需要国会行动。<sup>111</sup>伯格比把麦迪逊的行为追溯到诺亚·韦伯斯特的影响<sup>112</sup>，麦迪逊的行为导致美国宪法容纳了版权和专利的条款（第一条，第八款，第八句）：“国会应该有权力促进科学和实用技艺的进步，给予作者和发明者在一段有限的时间内对自己的写作和发现拥有排他性的权利。”

这一语句脱胎于一系列建设国家的计划——一个由詹姆斯·麦迪逊来推动，另一个则由查尔斯·平克尼（Charles Pinckney）来推动。这些计划将授权国会“当

公共商品有需要的时候给予合并的特许权”；“创建一个大学”；“给予有用的发明以专利权”；“建立公共机构和奖励、豁免制度以发展农业、商业、贸易和制造业”。<sup>113</sup> 这些计划反映了在资本主义的语境中联邦政府的支持美国全国性经济的发展中所扮演的角色。奖励和垄断机制与早年欧洲政府给予的专利权有相同的功能，版权出现是为了支持新兴工业的发展。虽然伯格比低估了虽然小但很有影响力的制造商和“战时出生的资本家”阶层所扮演的角色（他们维护这些规定以寻找稳定的投资机会），<sup>114</sup> 但是我们可以再一次认识到资本的潜在结构逻辑。版权和专利保护反映了这个阶级更宏大的政治议题，喜欢把对知识产权更强和更加集中的保护视为普遍的主权。

麦迪逊以他对专利垄断的欧洲历史的了解而对排他性的特权非常敏感。在1788年10月17日写给托马斯·杰弗逊(Thomas Jefferson)的一封信中，他表达了他的希望：新的国家可以避免那些以商人为基础的垄断所带来的沉闷后果。但他把这个垄断认为是“政府中最大的公害之一”，但又“太有价值而无法抛弃”，因为它“鼓励了文学作品和创造性的发明”。<sup>115</sup> 他发现了知识产权法中的基本矛盾，即，主张只要版权在有限的时间内被作者所拥有，美国知识产权体系中公共和个人的利益就应该是对等的。在这篇文章中，麦迪逊的论调听上去非常像杰弗逊，后者赞成对土地资产进行广泛的分配，或者托马斯·潘恩，他倾向于一个由工匠和手艺人组成的共和国。<sup>116</sup> 两个人都把自己特殊的选区当作有权益的和民主的实体政治的重要基准。

麦迪逊相信，“当权力在少数人手里，他们自然而然会为了自己的偏见和腐败而损害大多数人的利益”，这是当他回顾英国的垄断商人系统和国家授予特权的时候看到的。<sup>117</sup> 但当麦迪逊和他的那些宪法制订者们朝前看的时候，他们看到了一个潜在的更加麻烦的未来：一种没有财产的多数人的专横，为此，“少数人会被不必要的牺牲掉”（这就是剥夺他们的财产）。<sup>118</sup> 因此，当考虑到版权或者专利的时候，麦迪逊表达了愿望，想要“在所有的情况下为公众保留摒弃这种特权的权利”，但“要给予权利就要付出一定的代价”。<sup>119</sup> 麦迪逊内心认识到，知识产权的集中可以对本来要鼓励的创造性造成损害，但他也认识到这对于一个建立在私有财产之上的经济制度来说是一个必要的基础。

国会在1789年通过宪法授权后，于1790年5月31日通过了第一个联邦版权法案。遵从英国的先例，该法案只有对法律中规定的原创项目提供保护，给予美国作者，或者他的继承人，或者他指定的人，对作品的“唯一的权利以及印刷、重新印

刷、出版和出售的自由”。从一开始它就清楚地表明它的意图并不是禁止在海外首次写作、印刷或者出版的作品在美国出版和销售。普洛曼和汉密尔顿认为这样的防盗版条款可被视为“一个发展中的国家在开发发展成熟的国家的文化产品时保护自己的初生文化”。<sup>120</sup>

但是,还有一点未弄清楚的是法案通过后作者的普通法版权被取而代之了。在19世纪初,在发明和知识创造行为中的自然权利概念失去了它的潜在意义。美国最高法院在《魏顿诉彼得案》(*Wheaton v. Peter*, 1834)中论及了这种张力。这个案子在未来的150年为美国的版权保护设定了期限。魏顿决议从唐纳德森诉贝克特一案中借鉴很多,总的来说魏顿决议认为,版权是国会规定的一个法定权利,是通过遵从登记、通告和抵押等一系列的仪式受到“保护”的。<sup>121</sup>法庭因此拒绝了一个发明者或作者拥有对专利和版权的永久权利的概念,还有在出版后作者的某些法定权利也得到保留的观念。作出这些决定时,法院把版权诉讼作为保护版权拥有者排他性的权利,这种保护是在从努力和冒险中获利与保证公众接触文学创作行为之间的对抗中产生的。

法庭作出结论,认为版权是有一定期限的法定权利,反对适合于一个自然的、永久权利的无限制垄断观念。因此,一旦法定保护期限到期,已经出版的、有版权的作品就进入到了公共领域。一个作者保留普通法的版权,不过仅限于当这个作品还未被出版时。这个事实再一次凸现了资本在把一件作品推向公众时所扮演的中心角色,这是出版商控制并且从作者的版权中获得大部分利润的一个过程。从1802年的金属雕版印刷到1980年计算机软件的出现,在每次艺术和文学创造活动的新形式或新媒介出现、表达被推动时,版权法就得到扩展,这种模式也随之被依次复制。这样的结果使版权的所有权越来越集中,在资产阶级的手中,文化和文学手工艺品被赋予了最大的交换价值,这在下一章中将会阐述。

## 注释

1. Bruce Bugbee, *The Genesis of American Patent and Copyright Law*, Washington, DC: Public Affairs Press, 1967; Lyman Patterson, *Copyright in Historical Perspective*, Nashville, TN: Vanderbilt University Press, 1968; George Putnam, “Literary Property: An Historical Sketch,” in G. Putnam (ed.), *The Question of Copyright*, New York: Knickerbocker, 1896, pp. 351–411; Royce F. Whaley, *Copyright*, London: Longman, 1971.

2. Patterson, p. 223.

3. Harold Innis, *Empire and Communication*, New York: Oxford University Press, 1950; Harold Innis, *The Bias of Communication*, Toronto: University of Toronto Press, 1951.

4. Jack Goody, *The Logic of Writing and the Organization of Society*, Cambridge: Cambridge University Press, 1986, p. 179.
5. Goody, p. 179.
6. Karl Marx, *Preface to a Contribution to the Critique of Political Economy*, London: Lawrence and Wishart, 1971; Karl Marx and Frederick Engels, *The German Ideology*, New York: International Publishers, 1970.
7. Howard Sherman, *Foundations of Radical Political Economy*, Armonk, NY: M. E. Sharpe, 1987, p. 69.
8. Bob Jessop, "Mode of Production," in J. Eatwell, M. Milgate, and P. Newman (eds.), *The New Palgrave: Marxian Economics*, London: Macmillan, 1990, pp. 289–296, p. 295.
9. Brian Winston, *Misunderstanding Media*, Cambridge: Harvard University Press, 1986.
10. Raymond Williams, *Marxism and Literature*, Oxford: Oxford University Press, 1977, p. 87.
11. Edward Ploman and L. Clark Hamilton, *Copyright: Intellectual Property in the Information Age*, London: Routledge and Kegan Paul, 1980.
12. Rosalind Thomas, *Oral Tradition and Written Records in Classical Athens*, Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
13. Walter Ong, *Interfaces of the Word*, Ithaca: Cornell University Press, 1977.
14. Arnold Hauser, *The Social History of Art*, New York: Alfred A. Knopf, 1952, p. 87.
15. Victor Hazen, "The Origins of Copyright in Ancient Jewish Law," *Bulletin of the Copyright Society of the U.S.A.*, 18:1, 1970, pp. 23–28, p. 25.
16. Ploman and Hamilton, p. 7; Putnam, pp. 355–356.
17. Ploman and Hamilton, p. 7.
18. L. D. Reynolds and N. G. Wilson, *Scribes and Scholars*, Oxford: Clarendon, p. 19.
19. Reynolds and Wilson, p. 24; Oswald Dilke, *Roman Books and Their Impact*, Leeds: Elmets, p. 14.
20. Reynolds and Wilson, p. 23.
21. P. Wittenberg, *The Law of Literary Property*, Cleveland: World Publishing, 1957, p. 15.
22. Robert Oliver, *Communication and Culture in Ancient India and China*, Syracuse, NY: Syracuse University Press, 1971, p. 21.
23. M. Covarrubias, *Island of Bali*, New York: Alfred A. Knopf, 1937, p. 164.
24. Covarrubias, pp. 160–166.
25. Ploman and Hamilton, pp. 141–142.
26. Goody, p. 91.
27. Goody, p. 96.
28. George Putnam, *Books and Their Makers During the Middle Ages*, New York: Hillary House, 1962, p. 484.
29. M. Kline, *Rabelais and the Age of Printing*, Geneva: Librairie Droz, 1963, p. 5.
30. James Burke, *The Day the Universe Changed*, Boston: Little, Brown, 1985, p. 97.
31. A. Lord, *The Singer of Tales*, Cambridge: Harvard University Press, 1960, p. 5.
32. Lord, p. 13.
33. Elizabeth Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, Cambridge: Cambridge University Press, 1979, p. 229.
34. Hauser, p. 327.
35. Hauser, p. 327.
36. Hauser, p. 328.
37. Sophia Menache, *The Vox Dei*, Cambridge: Oxford University Press, 1990, p. 9.

38. Robert Darnton, *The Great Cat Massacre and Other Episodes in French Cultural History*, New York: Basic Books, 1984.
39. E. K. Hunt, *Property and Prophets* (6th ed.), New York: Harper and Row, 1990, pp. 8–10.
40. Hunt, p. 9.
41. Hunt, p. 10.
42. Michel Thomas, “Introduction,” in L. Febvre and H. Martin, *The Coming of the Book*, London: Verso, 1984, pp. 15–27.
43. M. Thomas, p. 21.
44. Lucien Febvre and Henri-Jean Martin, *The Coming of the Book*, London: Verso, 1984, pp. 159–160.
45. M. Thomas, p. 22.
46. Eisenstein, p. 49.
47. Immanuel Wallerstein, *The Capitalist World-Economy*, Cambridge: Cambridge University Press, 1979, p. 42.
48. Michel Beaud, *A History of Capitalism, 1500–1980*, New York: Monthly Review Press, 1983, p. 23.
49. Wallerstein, p. 42.
50. Putnam, 1962, pp. 404–405.
51. Putnam, 1962, p. 486.
52. Putnam, 1962, p. 487.
53. Eisenstein, p. 120.
54. Eisenstein, pp. 120–121.
55. Putnam, 1962, p. 412.
56. Bugbee, p. 49.
57. For histories of British printing, see John Feather, *A History of British Printing*, London: Croom Helm, 1988; Frank Mumby, *Publishing and Bookselling* (5th ed.), London: Jonathan Cape, 1974; Marjorie Plant, *The English Book Trade* (3rd ed.), London: George Allen and Unwin, 1974.
58. Feather, p. 25.
59. Ploman and Hamilton, pp. 11–12.
60. Cited in Raymond Williams, *The Long Revolution*, New York: Columbia University Press, 1961, p. 162.
61. Williams, 1961, pp. 161–162.
62. Eisenstein, p. 121.
63. Ploman and Hamilton, 1980; U.S. Congress, Office of Technology Assessment, *Intellectual Property Rights in an Age of Electronics and Information*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1986 (hereinafter OTA Report).
64. Ploman and Hamilton, p. 13.
65. Ploman and Hamilton, p. 17.
66. OTA Report, p. 36.
67. C. B. Macpherson, *The Political Theory of Possessive Individualism: Hobbes to Locke*, Oxford: Oxford University Press, 1962.
68. Thomas Hobbes, *Leviathan, or the Matter, Forme, and Power of a Commonwealth Ecclesiastical and Civil*, New York: Collier Books, 1962.
69. John Locke, *Two Treatises of Civil Government*, New York: Hafner, 1947, p. 134.

70. Locke, p. 134.
71. Locke, p. 136.
72. Locke, p. 143.
73. Richard Ashcraft, *Revolutionary Politics and Locke's Two Treatises of Civil Government*, Princeton: Princeton University Press, 1986, p. 600.
74. Maurice Cranston, *John Locke: A Biography*, London: Longman, 1957, p. 368.
75. Feather, p. 41.
76. John Locke, *The Correspondence of John Locke*, E. S. DeBeer (ed.), Oxford: Oxford University Press, 1979, p. 615.
77. Locke, 1979, p. 615.
78. Locke, 1979, p. 615.
79. Cranston, pp. 386–387.
80. Peter King, *The Life and Letters of John Locke*, London: Bell and Daldy, 1864, p. 205.
81. P. King, p. 205.
82. Cranston, p. 387.
83. Frederick Siebert, *Freedom of the Press in England*, Urbana: University of Illinois Press, 1952, p. 261.
84. Cranston, p. 387.
85. H. Ranson, *The First Copyright Statute: An Essay on an Act for the Encouragement of Learning, 1710*, Austin: University of Texas Press, 1956.
86. John Milton, *Areopagitica and of Education*, New York: Appleton-Century-Crofts, 1951, p. 5.
87. Bugbee, p. 51.
88. Bugbee, p. 51.
89. Macpherson, p. 215.
90. Feather, p. 73.
91. Ploman and Hamilton, p. 13.
92. Patterson, p. 14.
93. Putnam, 1962, p. 472.
94. *Millar v. Taylor*, 4 Burr. 2303, Eng. Rep. 201 (1769).
95. *Donaldson v. Beckett*, 4 Burr. 2408, 98 Eng. Rep. 257 (1774).
96. Feather, p. 83.
97. U.S. Library of Congress, Copyright Office, *Copyright Enactments*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1963, p. 140; Bugbee, p. 65.
98. Patterson, p. 180.
99. Patterson, p. 180.
100. See G. W. Domhoff, *Who Rules America Now?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1983; Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society*, New York: Basic Books, 1969.
101. Cited in Bugbee, p. 104.
102. Cited in Bugbee, p. 105.
103. Bugbee, p. 112.
104. U.S. Library of Congress, 1963, p. 1.
105. Ploman and Hamilton, p. 15.
106. U.S. Library of Congress, 1963, p. 1.
107. U.S. Library of Congress, 1963, p. 4.
108. U.S. Library of Congress, 1963, p. 4.



109. U.S. Library of Congress, 1963, p. 10.
110. U.S. Library of Congress, 1963, pp. 12, 14.
111. Alexander Hamilton, John Jay, and James Madison, *The Federalist*, New York: New American Library, 1961, pp. 271–272.
112. Bugbee, p. 125.
113. Cited in Bugbee, p. 126.
114. Bugbee, p. 128.
115. James Madison, *Letters and Other Writings of James Madison*, New York: R. Worthington, 1884, p. 427.
116. Eric Foner, *Tom Paine and Revolutionary America*, London: Oxford University Press, 1976.
117. Madison, p. 427.
118. Madison, p. 427.
119. Madison, p. 427.
120. Ploman and Hamilton, p. 16.
121. *Wheaton v. Peters*, 8 Pet. 591 (1834).

## 第三章

# “谁拥有信息？”文化和信息的所有权及控制权

这一章开始展现探究电影娱乐产业、新传播技术和知识产权之间关系的理论框架。这个框架结合了激进的政治经济学、信息经济学、马克思主义、资本主义国家的激进理论以及批判法学研究。激进的传播政治经济学理论和研究可以被分成三个基本范畴：(1)传播产业的经济结构；(2)资本逻辑对于文化和信息的生产、发行和消费的影响；(3)资本主义传播系统内部的矛盾和阻力。<sup>1</sup>这一章主要研究第一个范畴，分析传播产业的结构。更加确切地说，这里把焦点放在电影娱乐产业的结构上以及谁拥有和控制了传播产业、它的核心资产和知识产权。

第四章随后研究了资本的逻辑和这个工业产品的特质如何影响到传播系统的结构和表现的。第五章和第六章通过介绍政治和法学的理论而概括出了理论框架，这些理论与分析国家和法律在组织和管制信息和文化市场方面的角色密切相关。批判理论的多学科组合引导出一个整体框架，这个框架用于分析电影娱乐产业结构与表现、国家面对这个产业时所扮演的角色及传播技术和电影娱乐版权系统之间特殊的关系。这个研究的目的是帮助我们更好地理解资本主义、国家和传播媒介之间的关系。

## 一、激进的传播政治经济学

关于激进的传播政治经济学的根源可以追溯到黑格尔和马克思的历史辩证法，马克思的激进政治经济学，鲁道夫·希法亭(Rudolf Hilferding)、罗莎·卢森堡(Rosa Luxemburg)、保罗·巴兰(Paul Baran)和保罗·斯维希(Paul Sweezy)以及列宁和尼古拉·布哈林(Nikolai Bukharin)对帝国主义的分析。<sup>2</sup>这些对于资本主义的批判为我们提供了对于资本积累逻辑和这种经济生活的组织形式中内在矛盾的基本认识。罗伯特·海爾布龙纳(Robert Heilbroner)把资本主义的逻辑定义为“以资本的形式从社会的生产性行为中获取财富”。<sup>3</sup>在早期的生产方式中，财富主要用于奢侈的消费，而与那个时候相区别的资本主义特征，表现为财富被主要用于再投资以获取更多的财富。这使得扩张成了资本主义的内在的基本趋势。资本从不停息，它“只是短暂地栖息在物质上”。<sup>4</sup>因此，在整个世界的资本主义版图里展现出来的这种趋势，从来没有停止过搜寻新的领土和市场去征服和剥削。许多年以前，卢森堡预示当前的资本主义阶段而总结道：资本主义“到达地球的每个角落去寻找有生产力的职业以实现其剩余价值”。<sup>5</sup>

资本的扩张性逻辑渗透进了大范围的人类劳动和行为，包括知识和艺术创造。所以，当它进入了信息和文化的领域，资本的逻辑推动了对所有知识和艺术创造的

具体形式加以无休止地利用,只要创造行为可以在一个具体的形式中得以表现,就称之为知识产权,推向市场。在大卫·哈维(David Harvey)的总结中说:“由于资本主义是扩张性的和帝国主义性的,在越来越多的领域,文化生活在金钱关系和资本积累的逻辑中得以运行。”<sup>6</sup>

法兰克福学派的成员在他们的作品中把文化工业化当作一个重要主题。<sup>7</sup> 这些理论家和其他的马克思主义者还把目光聚焦在了资本主义媒介系统的意识形态特征上。<sup>8</sup> 对这些问题的探索始于这样的研究:如何在经验上辨别与概括出资本主义传播媒介的所有权和控制权的形式。政治经济学家坚持认为这种分析是理解传播媒介产品必要的出发点。<sup>9</sup> 他们对所有权的资本结构的影响特别感兴趣,还包括对信息和文化的控制,这种控制是基于媒介产品的意识形态特质以及基于媒体市场的进入和多样性之上的。

## 二、文化工业的所有权及控制权

苏特·加利(Sut Jhally),借鉴了汉斯·恩泽斯伯格(Hans Enzensberger),把研究与统治阶级意识形态相联系的所有权形式和控制的<sup>10</sup>政治经济学研究叫做“意识产业”(consciousness-industry)路径。<sup>10</sup> 这种分析的理论灵感来源于马克思和恩格斯的《德意志意识形态》中的一篇著名文章,那篇文章表明了既然统治阶级“拥有任意使用物质生产和精神生产的方法”,“在每个时代,统治阶级的观念就是占统治地位的观念”。<sup>11</sup> 马克思和恩格斯认为每一个统治阶级拥有“意识”。相应地,组成主导阶级的个体“像思想家,像观念的生产者那样统治”以及“管制他们那个时代观念的生产和分配”。<sup>12</sup>

马克思和恩格斯认为这是理所当然的——在资本主义内部,占统治地位的资产阶级拥有和控制传播手段,因此能够管理信息和文化的生产及分配。他们认为主导阶级通过这样的控制,在文化和意识形态领域内的制造意义的斗争中拥有特权。他们特别强调这一阶级如何能够把自己的特殊利益变为全社会的共同利益。当前的分析延伸了这一理念,突出了媒体在经济和意识形态的生产、资本主义社会关系再生产中所扮演的重要角色。

这本书的焦点不是意识产业的意识形态功能,而是信息和文化的占用和商品化。这一路径受益于尼古拉斯·加汉姆(Nicolas Garnham)的建议,他认为政治经济学家应该“从‘大众传媒是国家意识形态工具’这一概念上转移注意力”,也就是把注意力转向把它们看作“首先是个经济实体既作为通过商品生产和交换而创造

剩余价值的直接角色，又作为在其他的商品生产部门创造剩余价值的间接角色”。<sup>13</sup> 尽管马克思和恩格斯把统治阶级/统治意识形态关系当作是理所当然的，但在经过经验学术研究将这一个世纪的反驳资产阶级的存在后，资产阶级控制经济并且拥有阶级意识后，人们再也不认为这是想当然的。结果，传播政治经济学家被迫去演示阶级分析的理论效用。

传播的阶级分析揭示了由一个资产阶级开始大规模地拥有和控制传播手段以及对表现为书籍、电影剧本、歌曲、电影、唱片、符号、图像、绘画、摄影的艺术和文学行为拥有权利——伯纳德·艾德曼(Bernard Edelman)称之为“知识的初始资料(intellectual primary material)”。<sup>14</sup> 正因为资产阶级拥有传播的手段，它能够榨取媒体信息实际创造者的艺术和知识劳动。从宽泛意义上来说，实际的创造者为了得到“出版”，必须把他们对于自己作品的所有权转让给那些拥有传播手段的人。资本家们通过拥有传播手段以及对拥有版权的媒体产品独占性的权利，他们决定什么时候什么地方分发艺术或者文学作品以获得最高的投资回报。<sup>15</sup> 因此，文化手工艺品和信息商品由于资本的扩张而变成了投资工具，就像房地产、债券、股票、执照、特许经营权、珍贵金属等等一样。更重要的是，生产性财产或者投资工具产生的资本通过对于知识产权和传播手段的投资而得到扩张。

对知识初始资料的控制，特别是电视节目和电影的版权，使得好莱坞能够掌握新的有线技术和视频技术。这些新技术更加促进了所有权和传播信息产业控制的集中，并且提高了进入这些部门的门槛，而不是削弱娱乐电影产业的寡头结构。结果是，由于我们在讨论知识的所有权和控制权，我们不可避免地走向马克思和恩格斯指称的意识形态效果。

用爱德华·赫尔曼(Edward Herman)的术语来说，媒体所有权和控制权的集中导致了多样性的“边缘化”和“无意义”。<sup>16</sup> 更重要的是，商品化过程自身制约着传播系统的产出。例如，古柏克认为在资本主义中，电影是被当作商品一样生产和销售的，“从来不考虑媒介的引导能力、它被用作社会转型的能力以及解决社会问题的潜力”。<sup>17</sup> 政治经济学家由此考虑经济对于传播现象的决定性效果。

### 1. 媒体所有权的集中

美国经济被一些主导公司所控制——这个国家最大的 1 200 家公司组成了二元经济结构的核心。在 1980 年，核心企业占总体销售的一半、占非金融资产的 65% 和总体企业利润的 70%。<sup>18</sup> 这样的财富和权力区分了核心和边缘，边缘由成百万个中小型公司组成，在市场上没有什么力量。二元经济出现在 19 世纪末和

20 世纪初,因为竞争影响了一种经济持续不断的集中趋势。

首先,资本的扩张逻辑和资本的集中化也许看上去是一个矛盾的趋势,但是再想象一下就会看到它们其实是一个互补的过程。从一方面来说,资本家们在寻找利润的过程中不断渗透到新的地区、市场和人类行为的领域。从另一方面来说,资本家们寻找减少竞争的方法以此来降低竞争导致的成本和风险。以此,即使竞争构成了资本主义经济变化的主要且源源不断的动力,资本主义最主要的趋势还是不断集中。

丹尼尔·福斯菲尔德(Daniel Fusfeld)认为:减少竞争和降低风险构成了自由资本主义的主要特征,资本家们寻找方法增加他们在市场中对于生产、分配和销售的控制以及增加他们经济和政治的权力。<sup>19</sup>这或许意味着通过兼并去除竞争。这种经济的整合类型构成了在 19 世纪末 20 世纪初美国经济第一波整合的特征。或者它意味着把生产方、分配方和销售方以垂直的方式整合起来保证廉价和及时的供应,同时保证商品或者服务的市场——这是在 20 世纪 20 年代中期到 30 年代早期这段时间内主要的合并趋势。就在这个时期中,好莱坞出现了“制片厂系统”(studio system)——一个由三个主要的公司控制电影生产、发行和放映的系统。也在这个时期,其他的媒体部门变得越来越集中,包括广播<sup>20</sup>、音乐录音和出版<sup>21</sup>、报纸、杂志和图书出版行业。<sup>22</sup>

资本家们在二战后转向垄断并且直到 1970 年左右还采用这种策略,目的是尽管在有经济周期的情况下,也可以使他们的资产多样化以及获得稳定的收入和利润。在这种趋势下,主要的公司从他们的核心经营扩张到了其他相关和不相关的领域。合并的其他好处包括了更易得到投资资本,每个商业部门的市场权力由于交叉补贴而得到加强,从而政治权力得到扩张。海湾+西方公司(Gulf+Western Inc.)代表了这种合并形式的极致,当 20 世纪 60 年代中期,它从原来的核心汽车业务扩张到超过 100 家,领域包括雪茄生产、喷气发动机和导弹、交通灯、核动力工厂、钢铁和锌生产以及妇女贴身内衣、保险和金融服务、赛马和运动队、电影电视的生产(派拉蒙电影和德斯鲁生产)以及图书(西蒙 & 舒斯特)等的公司。

当前始于 1970 年的合并浪潮,是一个重组核心和相关商业部门的过程,这个过程伴随着独占市场的企业冲破国界在其他国家建立商业联盟的努力。我们再一次可以看到传播公司的这种趋势。例如,海湾+西方公司在 20 世纪 80 年代卖掉了与传播无关的商业部门,成为派拉蒙传播有限公司,一个完全多样化的媒体娱乐公司。它的商业经营包含了电影、电视的生产和发行(派拉蒙电影和派拉蒙电视),

遍布 12 个国家的电影院、广播电视(拥有 TVX 广播电视公司 83% 的股票),与 MCA 公司共同拥有美国网络(USA network),MSG 有线电视网络,音乐出版(Famous Music),图书出版(西蒙 & 舒斯特/普兰蒂斯豪),麦迪逊广场花园体育馆,纽约流浪者曲棍球队,纽约尼克斯篮球队和国王娱乐主题公园。1994 年,维亚康姆公司买下了派拉蒙,创造了一个更加庞大、整合的媒体巨头;商业边缘部门,如运动队,被卖掉以降低负债。其他电影娱乐业的媒体巨头也同样如此多元化经营,包括时代华纳、新闻集团和迪斯尼公司。在 1989 年,索尼公司买下了哥伦比亚电影娱乐公司,在 1991 年,松下电子工业公司买下了环球电影的母公司 MCA,在两个案例中收购方都是在努力完善他们的硬件设施和获得打赢技术战争的机会。

传播学者、分析家和管理者都同意 6 至 10 个垂直整合的传播公司会在全球市场上生产、拥有和发行大部分文化和信息。<sup>23</sup> 在美国,传播产业已经相当集中。如同学者本·巴格迪肯(Ben Bagdikian)——一个对“媒体垄断”深具预见性的学者所说的那样,这种集中在 20 世纪 80 年代升级。在 80 年代初,他通过各种方法的计算发现大约 50 家企业控制了超过半数的报纸、杂志、图书出版、电视和电影工业。<sup>24</sup> 他最新的计算表明到 20 世纪 90 年代初,美国整个媒介产品都被控制在 25 家主要媒介公司的手里。<sup>25</sup> 在 1989 年早期,时代公司的主席和首席执行官理查德·蒙罗(J. Richard Munro)在与华纳传播公司合并之前就预言道:“在 20 世纪 90 年代中期以前,媒体和娱乐产业将由少数几个全球巨头所组成”,时代将成为其中的一分子。这些公司需要垂直整合,足够强大,以致在全世界范围内生产、推销和发行,以及能够通过尽可能广阔的发行网络来分期偿还全球商业所需要的花费。<sup>26</sup>

## 2. 电影娱乐产业的经济结构

电影娱乐产业的垄断由来已久,反映了美国的二元经济结构。从垄断的电影专利公司(Motion Picture Patents Company,1908—1915)到 20 世纪 90 年代早期的几个核心的从事生产、发行和放映的公司,它们占去了这个产业的一大半收入 and 市场份额,而其他数不清的小公司只能挣扎在边缘地带。古柏克估计在 80 年代中期,有超过 10 000 家公司涉足电影娱乐业务,但从收入和利润、占总体产业资产的比例以及他们雇用的职员人数来看,只有一小部分公司主宰了这个产业。<sup>27</sup>

这个产业真正的权力在于发行部门,通常只有 6 部或者 7 部电影在电影院的发行收入就占了总体发行收入的 80% 至 90% 之多。<sup>28</sup> 在 1991 年,前 6 名的发行公司(索尼电影、华纳兄弟、迪斯尼、派拉蒙、20 世纪福克斯公司和 MCA/环球)占了总体国内票房收入中发行者份额的 82.2%。Orion 电影公司占了 8.5%,其他处在

边缘地带的发行者占了剩余的 9.3%。<sup>29</sup> 在 1992 年,3 个最大的发行公司:时代华纳、迪斯尼和索尼,占了影院总体票房收入的 60%。再加上紧随其后的后面 3 位:福克斯(14%)、MCA(12%)和派拉蒙(10%),因此,前 6 位的发行公司占了 1992 年整体票房的 96%。<sup>30</sup> 虽然电影院市场在总体的电影娱乐市场中的份额在下降(25%~30%),但它仍然是电影在辅助市场(录像带、付费有线和电视)中商业价值的陈列橱。<sup>31</sup>

放映部分也被分为核心—边缘的结构。古柏克估计最大的 5 个国内院线——联合艺术家传播(United Artists Communication)、AMC 娱乐(AMC Entertainment)、通用影院(General Cinema)、多厅影院剧场公司(Cineplex Odeon Corp.)和卡麦克电影院(Carmike Cinema)在 80 年代中期拥有 28% 的室内放映屏幕。<sup>32</sup> 他还显示了这 5 家公司的收入比例比它们拥有屏幕的比例更多,因为在小城镇中的低收入影院并不在产业链中。Standard & Poor 调查公司的数据显示在 1992 年将近 45% 的美国电影屏幕由 10 家最大的影院公司来运作。<sup>33</sup> 娱乐电影产业在垂直线条上的重新整合是放映部门一个值得关注的趋势。MCA/环球旗下的 Cineplex Odeon、派拉蒙旗下的 Mann Theaters 和索尼旗下的 Loews Theaters 成为美国电影放映市场的主角,他们在 1993 年把全国 2 200 个屏幕中的 9% 给了发行者。<sup>34</sup> 时代华纳在日本、西班牙、葡萄牙、意大利、澳大利亚、德国、丹麦和俄罗斯寻找合作伙伴以开展多银幕放映联合业务。MCA 和派拉蒙同样在欧洲和加拿大有院线。

这本书的基本假设是,在电影娱乐产业的一个部分拥有市场主导份额就可以进入其他部分并且获得成功。对电影娱乐版权的控制——对电影和电视节目的权利——为核心公司在运用新技术的竞争中提供了重要的优势。当录像带和有线电视在 80 年代中期进入美国家庭的时候,MGM/UA 公司 4 459 部电影的主要价值为 7.33 亿美元,MCA/环球 2 000 部电影的价值为 3.67 亿美元,哥伦比亚公司 1 800 部电影的价值为 3.3 亿美元,华纳兄弟公司 1 800 部的电影价值为 3.3 亿美元,20 世纪福克斯公司 1 000 部电影的价值为 1.83 亿美元,派拉蒙 720 部电影的价值为 1.32 亿美元,奥里昂 600 部电影的价值为 1.1 亿美元,迪斯尼 169 部电影的价值为 5 亿美元。<sup>35</sup> 这些核心公司把他们的影片库当作银行信用的间接保障,或者他们把运用影片库的权利分割开来以提高新产品的收入和扩大经营。他们拥有大规模配置电影和录像硬件的软件。因此,同样的电影主宰着有线电视和家庭录像市场也就不奇怪了。

在付费有线市场,时代华纳(旗下的 HBO 在 1992 年有 1 740 万订户、Cinemax



拥有 620 万订户)毫无疑问是电影网络供应商的领袖。它基于这两个付费频道的订户总量是第二位的维亚康姆(旗下的 Showtime 在 1992 年拥有 760 万订户、The Movie Channel 拥有 270 万订户)的两倍之多。排在付费电视第三位的是迪斯尼频道,在 1992 年拥有 710 万订户。<sup>36</sup>

录像带市场在 20 世纪 90 年代初占电影娱乐产业全球总收入的 35% 到 45% 左右,<sup>37</sup> 这个市场被以好莱坞为基地的电影巨头们把持着,这些巨头同样占据着影院市场。在 1992 年,迪斯尼的 Buena Vista 录像带发行部门占据了北美(美国和加拿大)整个录像带销售收入的 21.3%。<sup>38</sup> 迪斯尼之后是华纳家庭录像(18.1%)、福克斯录像(14.1%)、哥伦比亚三星家庭录像(9.7%)、派拉蒙(7.3%)和 MCA/环球家庭录像(6.6%),这 6 个活跃的电影娱乐公司巨头加起来占北美录像带市场收入的 77%。<sup>39</sup>

电影娱乐产业的另一个重要部门是电视节目的生产。电视市场一度被视为电影生产和发行的威胁,现在这个市场已经是电影娱乐产业不可分割的一部分。电影娱乐公司为电视网和电视台提供电影、电视剧和其他节目。这些公司仅仅通过把电影卖给电视所赚取的利润就占全球收入的 10% 到 20%。<sup>40</sup> 在 90 年代早期,主要生产商提供的黄金时间电视剧的时间长度就占到电视网总时间的 75%,在 1970 年只有 39%。<sup>41</sup> 这个增长可以归因于联邦通讯委员会(Federal Communications Commission) 1970 年通过的“财政利益和辛迪加规则”(Financial Interest and Syndication Rules),这个规则限制了电视网自己生产黄金时间娱乐节目的时间。<sup>42</sup> 这反映了从一个寡头——电视网对部门的控制,转向另一个寡头——主要的电影娱乐公司。电视节目辛迪加同样也被 7 个主要的工作室所控制,它们的收入占到美国辛迪加市场 43 亿美元收入的 2/3 以及国际辛迪加市场收入的 80%。<sup>43</sup>

### 3. 知识产权作为策略性的合作资产

电影娱乐的核心公司实际上是媒体垄断巨头。默多克注意到这给了他们在一系列媒介市场上以重要的筹码,最终导致了“对文化生产范围和方向前所未有的控制”。<sup>44</sup> 对知识产权的控制扩大了他们对文化生产的控制。随着全球化的加强、传播媒介的私有化和商品化,这些权利的价值暴涨。一个股票管理公司的主席认为投资传播产业最丰厚的回报不是来自于遍布于系统的公司而是来自于那些提供软件的人。如迪斯尼,“提供无休无止娱乐的丰富的影片库,可以重构和配置于新媒体”,或者时代华纳,60% 的收入来自于拥有版权的媒体。<sup>45</sup> 因为同样的理由,《华尔街日报》(Wall Street Journal)的投资专栏作家把在 1990 年代初期“购买”派拉蒙

推荐的东西当作是“满足媒体和传播业不断增长需求的最佳途径之一”，认为公司“由于奖励性的资产而变得肥胖，需要更好的管理”。<sup>46</sup>

实际上，处在顶端的核心公司的电影娱乐，特别是经典电影，现在被录像带和有线电视市场挖掘出来，因为他们是公司最“肯定的事物”能为投资带来回报。市场成本非常低，存储成本只是生产新的电影和电视节目的一小部分。例如，1989年制作和销售纪念《乱世佳人》(*Gone with the Wind*)50周年电影版本的成本只有35万美元，但在票房上却赢得了250万美元外加22万个录像带拷贝，赚得了450万美元。<sup>47</sup>

爱琳·米汉(Eileen Meehan)对蝙蝠侠的研究表明了一个被赋予版权的人物是如何被传播巨头利用，以开发多种类型媒体和赢得观众的。<sup>48</sup>华纳传播通过购买DC Comics而获得了蝙蝠侠这个人物的版权。除了蝙蝠侠动画书的新版外，时代华纳制作了一系列电影、音乐带、音乐录影带、电影小说以及授权生产了一大批蝙蝠侠的产品——从谷类食品到被褥——为了加强电影的宣传和从这个人物身上榨取更多的收入。

软件—硬件的配合促使索尼公司在1989年花了50亿美元从可口可乐公司那里购买了哥伦比亚影像公司；同样的理由致使它花了20亿美元购买了CBS唱片公司，这如同安东尼·史密斯(Anthony Smith)说的那样，是两面性的：垂直的整合和多样化。<sup>49</sup>如同松下-MCA合并，索尼的垂直整合把它的电子产品的硬件部分和娱乐部分的软件产品——唱片、电影和电视节目连接起来。索尼进入软件是因为它吸取了Betamax VCR<sup>①</sup>失败的教训，这个教训告诉它要想赢得电子消费产品战就必须控制软件。<sup>50</sup>现在索尼正通过资本化来控制软件从而更新其硬件，包括8毫米摄像机和录像机；迷你唱片机，一种小盒的录音播放机；小盒的视频播放机；以及高清晰度电视机。下一步是把硬件和软件结合，进入与计算机有关的软件业。对这一步来说，控制版权和运用被赋予版权的材料变得非常重要了。

索尼控制哥伦比亚电影和CBS唱片强调了知识产权是如何作为一种原生材料被结合进传播系统的。通过这种融合，索尼获得电视产业最大的拥有2600个电视节目的资料库，包括竞赛节目(超过1万集的“财富轮盘”、“危险”、“约会游戏”和“铜锣秀”)和电视剧(超过26000集)、一个拥有3000部电影的影片库、35000首歌曲的版权以及最大的音乐唱片目录之一。<sup>51</sup>虽然传播硬件的销售导致了市场饱

① 独立盒式视频录像机，译者注。

和,文化软件仍然能够被重新包装继续销售;由于知识产权的特性,文化软件取之不尽,用之不竭。对知识产权的所有权帮助核心企业扩张了其寡头式的控制,同时也自然而然地使得资产阶级能够更长久地存在下去,因为是这个阶级的成员拥有和控制了传播工具和信息的流动。

### 三、对资产阶级的再发现

在被马克思和恩格斯称之为统治阶级的“思想家们”所秉持的众多观点中,有一个观点认为美国社会基本上是无阶级的,在结构上是多元主义的;生产方式的所有权是分散的;通过管理上的革命,公司业务被一群管理者而不是资产阶级所控制。马克思很早就指出资本的所有权和对资本控制因为有限公司和股票市场的兴起发生了结构上的变化。他把这一过程描述为从私人个体的资本向集体和社会资本转变。<sup>52</sup>不断增长的资本成本需要建立并且运作大规模的工业企业,这使得个人资本的集中成为必要。但是他预言了资本将会集中在少数的巨型公司和他们的所有者手中,而不是资本拥有者的多样化。

德国社会民主党人爱德华·伯恩斯坦(Eduard Bernstein),在1899年的写作中忽视了经济集中的重要性,代之以把注意力集中在公共股份公司,他在自己国家中看到了加强对经济生活的民主控制的方法。虽然他没有提供有关股票拥有者经验性的数据,但他声称有“股东军”对“社会经济生活施加有影响力的权力”。<sup>53</sup>实际上,在商业集中之前股东就已经代替了“产业统帅”指挥德国经济了。随着股东的多样化、消费者合作、在政治领域内的民主条件以及殖民地王国的建立,伯恩斯坦相信德国从资本主义和平渐进地转变为社会主义是可能的。

10年后,希法亭(Hilferding)指出在先进的资本主义经济中,公共股份公司的发展实际上已经导致了所有权的分散和资本控制在最多的股东手里。虽然资产的所有者越来越分散,但对公司的控制越来越集中在少数几个股东手里,他们只控制公司1/4到1/3的股票。结果,少数大股东获得了许多小股东所拥有资本的控制权。他们同时还可以通过控制董事会和任命首席执行官来有效地掌握公司。更重要的是,这些大股东是大工业家和投资银行家,他们组成被希法亭称为“金融资本”的霸权联合体。金融资本家,寻求他们大范围资本的保护,鼓励通过合并和购买促使公司集中以降低商业风险,提高受担保的市场份额以及稳定投资回报。

阿道夫·伯利(Adolf Berle)和加德纳·明斯(Gardiner Means)在1932年出版的一项研究表明美国经济被200个主要的公司所主导,经济权力渐渐集中于少数

几个公司运行官手里。<sup>54</sup>管理在公司中占了统治地位,因为公司股票的拥有者非常分散,没有个人或者股东团体可以对现代企业进行控制。结果,首席执行官和高层管理者,组成了一个“管理阶级”,代表股东军的利益掌控着美国最大的公司,这些股东军中没有一个人能够施加所有者的权力。伯利和明斯表达了对这一情形的关注,担心管理者会在股票所有者的分歧中追求他们自己的利益。所以,他们认为现代企业的领导层必须转变成“完全中立的技术官僚”,为社会而不是为他们自己和股东服务。<sup>55</sup>在20世纪50年代晚期,伯利总结说这些担心是不必要的,情况表明公司核心管理者的权力有一系列的制度性限制,包括政治多元主义和寡头竞争、利润的需求、“公共意见”、“合作意识”和政治干涉。<sup>56</sup>

在《意识形态的终结》(*The End of Ideology*)一书中,丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)重复同样的论调,即拒绝运用阶级分析来研究美国的政治经济,特别是研究从“家族资本主义”到“现代美国资本主义”的转变。在“家族资本主义”系统中,对一个公司的所有权和控制权是统一的,在“现代美国资本主义”系统中,“新管理者”是资本的控制者。<sup>57</sup>这些视角最重要的论调就是在职业管理者而不是资本家掌管商业资本主义的条件下,资本主义已经变得越来越民主,商业越来越注重社会责任。

“管理控制假说”(managerial control hypothesis)和“媒体的社会责任论”(social responsibility theory of the press)几乎在同一时间被提出,它们之间有一个显著的关联。它们都把经济权力的集中化认为是一个先决条件。因此,社会责任理论家们希望如同产业的控制权给了产业的管理者一样,媒体巨头们最终要让步给职业化的管理者和那些更加强调媒体社会责任的大众传播者们。社会责任论断定媒体要实现民主社会对他们提出的标准化目标,出版商们必须采纳“道德行为的密码”和把“公共利益”放在优先考虑的位置上。<sup>58</sup>如同罗亚·阿卡凡马杰德(Roya AkavanMajid)和加里·沃尔夫(Gary Wolf)指出的那样,社会责任理论家们把集中化的、私有化的媒体结构认为是先决条件,结果使得社会责任对于大众传播者来说是一种美德而不是必要的。<sup>59</sup>这个其实就是承认了自由主义媒体理论的失败,自由主义媒体理论假设竞争性的资本主义会支持一个意见“自由”的市场。赫伯特·阿特休尔(Herbert Altschull)甚至认为“‘社会责任’代表着知识化妆品,被用来掩盖那些想要控制自己环境的人的原始权力”。<sup>60</sup>

结果,在20世纪中叶,资本家、企业主、美国大众传媒系统的寡头基础已经是政治讨论中的一个禁区,是一个合法化的主体。罗伯特·麦克切斯尼(Robert McChesney)认为一旦国会通过了1934年的通讯法案(the Communications Act of

1934),就实质上终止了关于广播电视是公共化还是私有化的辩论。<sup>61</sup>同时,对知识和艺术创造行为的私人独占和它越来越集中于寡头公司手中的含义也是禁止讨论的,这些寡头公司不仅控制了传播产业而且如同大卫·诺贝尔(David Noble)指出的,也控制了研究和发展。<sup>62</sup>

激进的政治经济学寻求重新开展关于媒体所有权和控制权的讨论并且使之成为公共辩论的合法话题。默多克是最早开启对所有权和控制权辩论的学者之一,他探索了资本家所有权和控制大众传媒的意识形态效果。<sup>63</sup>在本章中,我转移了对信息和文化产品所有权的注意力,目的是为了发现谁从知识产权的延伸和保护中获利最多。我对授予个人知识产权的两个基本的哲学假设提出疑问:第一,这些权利通过金钱上的奖励鼓励了艺术和知识创作的生产和传播;第二,它们促进的作品的传播有益于社会整体。在这里相反的观点是知识产权系统导致了人类知识和艺术创作奖励的不平等分配,特别是伤害了实际的创作者,它主要还是有益于资产阶级而不是社会整体。

### 1. 对财富和收入的控制

把对传播工具和信息的所有权和控制权的讨论重新放到政治议程中需要对无阶级和管理控制假说的迷思做出回应。回应无阶级论的迷思,不可能找出经验性的案例说有一个美国的资产阶级拥有和控制了这个国家积累起来的大部分财富。这种财富以一种实实在在的形式出现,如土地、建筑、生产和传播的工具、初始材料、供销售的商品、艺术作品、稀有金属和珠宝以及农产品和动物,还以一种无形的资产出现,如金钱、金融工具、特权、专利权、版权、商标和善意。

最近有一些最好的证据来自于国会联合经济委员会(the Joint Economic Committee of Congress)民主党成员的研究,他们考察了谁掌握着美国的财富。这项研究提供了非常有力的证据表明美国的财富集中在少数相关的家庭手中。<sup>64</sup>基于1983年统计数据的研究报告发现美国家庭总共拥有106 000亿美元的资产,主要表现为房地产、公司股票和商业资产。最富有的10%的美国家庭拥有总资产的72%,在这些家庭中最富有的0.5%的家庭(40万户)拥有35%的资产。如果以资产种类来分的话,美国最富有的10%的家庭拥有将近一半的房地产,89%的公司股票和90%的债券。最富有的0.5%的家庭拥有15%的房地产,46.5%的公司股票和资产(见表3.1)。当研究者去除了个人住宅的净资产,意味着撇开大部分人拥有的财产形式后发现,“超级富人”(占美国家庭的0.5%)拥有所有资产的45%,处于最顶端的10%的美国家庭拥有总资产的83%(见表3.2)。另外的证据来自美

国联邦储备所的研究,研究表明在里根-布什货币主义政策下,占美国家庭总数1%的最富有家庭所拥有的资产从1983年的31%增长到了1989年的37%。<sup>65</sup>超级富有的家庭所拥有的资产从1983年的24%增长到1989年的29%。这一数据表明财富在往上走,而不是往下漏。调查样本表明1%的美国家庭拥有公共股票的49%、62%的商业资产和45%的非居住性房地产。对莫里斯·塞特林(Maurice Zeitlin)来说,这些数据表明资产阶级并没有从社会阶级图景中消失。实际上,他发现资产阶级的成分突出地稳定,他指出在1860年占美国总人口1%的最富有的人拥有所有财富的24%,一个世纪后的1969年,这一数字为24.9%。<sup>66</sup>

表 3.1 1983 年美国财富的集中度

占美国家庭的百分比	拥有资产的百分比	拥有房地产的百分比	拥有公司股票百分比	拥有债券的百分比
0.5%(超级富有)	35	15	46.5	43
0.5%(比较富有)	7	4	13.5	8
9%(富有)	30	30	29	39
前10%	72	49	89	90
剩余90% (包括每个人)	28	51	11	10

资料来源:美国国会联合经济委员会:《美国财富的集中度:财富在美国家庭中的分配趋势》,1986年7月。

表 3.2 美国财富的集中度(住宅净资产最小化)

占美国家庭的百分比	总资产	占美国家庭的百分比	总资产
超级富有	45	富有	30
非常富有	8	其他人	17

资料来源:美国国会联合经济委员会:《美国财富的集中度:财富在美国家庭中的分配趋势》,1986年7月。

财富的不平等分配是与收入的不平等分配不可避免地联系在一起。收入最高的家庭大多从他们的股份、资本所得、租金、版税和利息中获得收入(例如,1980年美国的税收返还表明在1979年,年收入在100万美元以上的家庭的收入中有77%是资产收入)。<sup>67</sup>国会预算办公室也报告说,最顶端的1%的美国家庭年收入占有所有家庭年收入的比例从1977年的7%上升到1989年的12%。最富有的1%的美国家庭从里根经济政策中获益;60万年收入超过31万美元的家庭的收入增长在1977年到1989年之间占总体税后增长的60%,税前增长的75%。<sup>68</sup>同时,在1977年后税收负担对于低收入家庭来说是增加了而对于高收入家庭来说是降低了。<sup>69</sup>

收入的不平等从种族和性别两方面来看也是增加的。从白人与黑人和西班牙

裔之间的差别以及男人和女人之间的差别来看,收入的差距在增大。联邦储备所报告说在1983年和1989年之间,单亲家庭、非白人和西班牙裔的资产迅速地贬值。<sup>70</sup>D. 斯坦利·艾特曾(D. Stanley Eitzen)和马克辛·津恩(Maxine Zinn)认为美国资本主义内部的结构变迁加重了阶级、性别和种族之间的不平等。<sup>71</sup>萨缪尔·鲍尔斯(Samuel Bowles)和理查德·爱德华兹(Richard Edwards)总结说,当我们用规范标准,即谁负担很重、谁受惠于这个经济制度来考量时,财富和收入上的差距表明美国资本主义的不平等。<sup>72</sup>

基于显示一小部分人控制社会所有生产出来的财富的证据之上,激进主义者和马克思主义者一致同意说,美国确实存在着建立在社会上层阶级基础上的统治阶级,而且主要是资本家或者商业阶级。这个阶级的边界和用什么样的术语来描述它,是马克思主义者和激进主义者激烈辩论的主题。激进的政治经济学家鲍尔斯和爱德华兹把资本家统治阶级限定为美国2%的最富有家庭:“那些占有生产中的资本商品以及控制别人劳动的人;他们利用他们的资本商品来获取利润或者其他报酬(如利息和租金)。”<sup>73</sup>

霍华德·舍曼(Howard Sherman)和E. K. 亨特,同样是激进的政治经济学家,指出这最富有的2%的人口是资产阶级,1%的人口是精英、有权力的资本家。<sup>74</sup>他们把最大公司的执行官也包括进这个类别。同样地,斯威西认为国家的统治阶级就是核心大资本家。<sup>75</sup>在统治阶级的边缘地带便是更小的资产拥有者、政府高层官员和商业管理者(他们不是大资本家)、专业人员。对赛特林来说,最顶端的1%组成了美国公司的真正的所有者和控制者。<sup>76</sup>他注意到他们的存在和行为还没有被很多人注意到,这使得无阶级论的迷思得以持续,管理革命假说得以合法化。

## 2. 社会粘合和意识形态的统一

对于激进的社会学家G. 威廉·多姆霍夫(G. William Domhoff)来说,最顶端的0.5%的美国家庭,拥有美国近一半的财富,组成了一个社会上层阶级。<sup>77</sup>除了这个阶级的经济财富和收入外,这个上层阶级“社会性地粘合在一起并且与其他人划清界限”,共同享有“与众不同的生活方式”。<sup>78</sup>上层社会内部(或者社会精英)互动和互通婚姻并且常常通过无数次小范围面对面的交流维持其社会粘合。培养这种社会粘合的地点是私立学校、社会俱乐部、公司董事会、封闭的地点、精英媒体的页面和年会等。这些接触使得上层阶级协调政策得以可能。

多姆霍夫在社会心理学研究的基础上认为上层阶级的成员“渴望在公共关心的议题上达成一致”。<sup>79</sup>那些强调阶级身份碎片化和反粘合化,特别是统治阶级内

部不和的文化主义者和后结构主义者做出相反的论调。例如,斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)批评了政治经济学路径“太过粗糙和简约主义”,他要求他的追随者放弃他们关于“意识形态的阶级起源的阴谋论”,代之以“各种构连理论(theory of articulations)”和“针对意义的抗争”。<sup>80</sup>更重要的是,他认为“把权力的位置永久地归因于任何人”是不可能的,那样建立了一种霸权需要每个人去做特殊的工作。<sup>81</sup>当前的政治经济学者避免了这种简约主义,揭示出什么样的机制才使得主导阶级能够联合起来和定义直接的政治辩论,以至于他们的特殊利益能够被定义成全社会的利益。

这并不是说统治意识形态或者主导阶级的“世界性观念”“总是已经在那里了”,而是他们有特殊的能力可以“结构化他们自己的团结”,并且生产“他们自己的意义”。统治阶级的成员们比其他阶级更擅长于利用自己重要的资源、数不清的接触机会以及他们维持即存社会关系的共同利益来克服任何的分歧。相应地,多姆霍夫从资本主义经济阶级那区分出了上层社会阶级。即使商业和金融是社会上层阶级的当务之急,也意味着它是“以资本主义为基础”,并非社会上层阶级的所有成员都是资本家;他们也可能是律师、投资银行家、政策专家、大学教授和政治家,<sup>82</sup>这些人与商业领域的人士一起组成了“权力精英”。在维护上层阶级的主要财富和社会权力的过程中,权力精英的成员们最终成为资产阶级的领导人,多姆霍夫称这个阶级是以产业和地区来划分的。权力精英因此帮助统一了资产阶级的利益。这本书的中心意图是准确地描述和分析权力精英是如何把知识产权的法律扩张到新技术和新版图中的。

多姆霍夫还进一步认为由于控制大部分的公共股票,上层阶级的商业领袖在公司的上层管理和这个国家最大公司管理层的代表过多了。高级经理、股东和股东代表(如投资顾问、律师或者银行官员)占据了绝大多数的董事会席位并且互相联结在一起。上层阶级的商业领袖因此成了共同社区内部圈子的主力。<sup>83</sup>就如同我们在第五章中所看到的,这些联结渗透到了国家体制。由于上层的经理们经常涉及制定知识产权政策法律的事务,他们成为资本的代理来维护和扩张知识初始材料拥有者的财产权利。

虽然我们不应该过分强调资产阶级内部的分歧,但依据产业和部门的区分确实导致了阶级之间的冲突。<sup>84</sup>例如,尼克斯·普兰查斯(Nicos Poulantzas)把资产阶级分成土地的、商业的、工业的和金融的部分。<sup>85</sup>但是使普兰查斯感兴趣的是资产阶级如何能够克服它的碎片化。他认为在一定时间内资本积累的特殊条件下,任



何部门的联合都能够通过国家建立起“霸权联合体”来维护自身利益的统一和在意识形态上合法化自己的霸权。在普兰查斯的结构主义理论中,资本主义发展的程度和形式最终决定了资产阶级成为主导的阶级。当然,人类积极的主观性必须推动霸权联合体的形成。

从20世纪70年代早期以来,资产阶级逐渐强大的基于知识、文化和高科技的一部分,开始转向资本主义的新篇章——后福特主义或者“技术资本主义”<sup>86</sup>。在这种资本主义之下的核心是对信息、知识和文化产品拥有知识产权。通过权力精英,资本家开始推动建立一个新的霸权联合体,由资产阶级中那些涉及生产、发行和销售知识产权的部分组成。由于知识产权被核心资产阶级所掌握,用来统一整个阶级的利益,而不是削弱或者碎片化资本。这一转变深深植根于资本逻辑,这一逻辑促进了结构转变的必要性,结构转变也是对日益下降的利润以及美国全球经济霸权的反应。

#### 四、媒体和版权的所有权及控制权

传播政治经济学家证明了主要媒体公司和他们的主要资产:版权,被资产阶级所拥有和控制。例如,赫尔曼和诺姆·乔姆斯基(Noam Chomsky)考察了从声望、资源和范围而言,在媒体行业中堪称最大的24家公司后发现,在1986年其中的2/3的被创建公司的家族牢牢控制,这些家族还拥有大量股票。<sup>87</sup>对于赫尔曼和乔姆斯基而言,这些证据强有力地驳斥了管理控制假说。他们总结说由于这些家族和个人在整个社会机构中处于富裕和战略性的位置,他们拥有一个“在现实情况中的特殊赌注”<sup>88</sup>,并且在制定公司的政策目标和选择高层管理者中实施权力。

赫尔曼和乔姆斯基采用了一种意识产业的路径,探讨了涉及新闻生产和发行的媒体公司的所有权,目的是辨别这些“过滤”的工作如何塑造了美国媒体关于美国对外政策的报道。与本书更加相关的是,古柏克考察了1984年和1985年美国电影娱乐公司的所有权和控制权。<sup>89</sup>他的研究在媒体方面最系统地检验了管理革命假说。尽管他发现股票拥有者是非常分散的,任何公司的股东拥有的平均股份都不到1%,但是他更进一步发现电影生产、发行、放映和付费电视公司的利益都是控制在经理、董事会成员、金融机构或者其他企业手里。银行和其他金融机构提供贷款时会考虑电影娱乐产业的信誉,在负债资本的利用上附加了各种各样的条件。但是,古柏克认为资产拥有者和资本借贷者相互之间并不冲突,而是更倾向于组成一个“利益的共同体”,在银行家的协助下共同管理以取得财政的好成绩。<sup>90</sup>古

柏克总结说只有少数个人和小团体拥有和控制了电影产业。他们“分享一个阶级的利益,这个利益塑造了他们对于社会资源的姿态:社会资源如何被使用,被谁使用,为了什么目的,维护什么利益”。<sup>91</sup>

### 1. 超级富人中的媒体所有权

在美国,所有传播的工具和信息很大程度上被超级富人所拥有和控制。只要浏览一下《福布斯》(*Forbes*)杂志每年关于美国 400 个最富有的个人和家庭就可以看出媒体和信息企业的拥有者或者曾经的拥有者占到总人数的大约 25% 之多。<sup>92</sup> 1992 年《福布斯》所列的 64 个北美亿万富翁中有 38 个拥有或者部分拥有媒体所有权。<sup>93</sup> 在《福布斯》400 强中我们发现几个最富有的资本家持有电影娱乐产业的股份。以下的调查聚焦在这些媒体拥有者身上,以此来说明版权在资本积累中的角色。

约翰·克鲁格(John Kluge)是世界上最富有的几个人之一(《福布斯》估计他在 1992 年拥有 55 亿美元资产,《财富》估计他有 81 亿美元),他在 1984 年清算了他的 Metromedia 公司的资产(包括电台和电视台)为 46.5 亿美元。克鲁格用了一小部分钱买下了 Orion 电影公司 70% 的股票,在那个时候制作了《沉默的羔羊》(*Silence of the Lambs*)、《与狼共舞》(*Dances with Wolves*)和《铁甲威龙》(*Robocop*)的 Orion 电影公司还是一个欣欣向荣的独立电影制作公司,直到它 1991 年申请破产。在 1992 年末,克鲁格认为 Orion 电影公司主席的职位也是联邦破产重组计划的一部分。在这个计划中,现金流来自于 Orion 的主要资产:拥有 750 部电影的资料库,用来偿还债务人;2.7 亿美元偿还给银行;7 000 万美元还给索尼旗下的哥伦比亚电影公司。Orion 卖了原先日本广播公司拥有的 200 部电影的版权,以及与麦当劳达成协议,通过麦当劳快餐店销售 Orion 的三部电影,包括《与狼共舞》,立即获得了 4 500 万美元。<sup>94</sup> 由于它价值不菲的资料库,Orion 甚至还有机会回到自己制作发行商“小型巨头”的“光辉岁月”。没有这些资产,最独立的电影娱乐公司都无法从破产中恢复过来。同时,电影娱乐业的核心寡头们也因为拥有重要的知识产权资产在不景气的时候还能维持自己的核心地位。

另外一个例子,萨姆纳·M. 雷石东(Sumner M. Redstone),以 32.5 亿美元的资产经常位列福布斯 400 强的前 10 位。他在 1954 年接管了其父免下车电影院业务,并把它整合进了全国娱乐公司(National Amusements Inc.),同时他还拥有在美国和英国的 750 块银幕。他在 1980 年通过投资 20 世纪福克斯公司、哥伦比亚电影公司和 MGM/UA 家庭录像公司而扩张了自己的财富。在 1987 年,他恶意收

购了维亚康姆,从而立即获得了维亚康姆 76% 的股票。维亚康姆是个媒体巨头,拥有 Showtime、电影频道、MTV、Nickelodeon、有线电视系统和电台电视台。电视节目、故事片和录像带的版权在维亚康姆分得很清楚,在 MTV 和 VH-1 上播放的音乐录影带的权利归录音公司拥有,故事片的权利归电视娱乐公司的付费电影网络拥有,Showtime 和电影频道拥有老电视剧的权利,这些电视剧在 Nickelodeon 网络中播放。

由于美国联邦政府对黄金时段电视节目市场的干预,维亚康姆在 1972 年从 CBS 中脱离出来。联邦通讯委员会禁止电视网联合拥有这些电视节目,意在打破电视节目制作/发行/放映市场的垂直整合。维亚康姆进入媒体市场并且成功扩张为一个庞大的媒体巨头。在 1994 年,雷石东获得了派拉蒙 50.1% 的股票而扩张了他的媒体帝国,这一交易价值为 100 亿美元。

另一个媒体企业家沃尔特·安娜伯格(Walter H. Annenberg),拥有大约 16 亿美元的资产。他把其三角出版公司旗下的《电视指南》(TV Guide)以 32 亿美元的价格卖给了默多克以兑现他的媒体投资。《电视指南》帮安娜伯格赚的那部分钱不是来自于电影娱乐业内部,而是仰赖电影娱乐业赚来的。

鲁伯特·默多克利用对特殊媒体部门的控制来孕育其他商业路线和扩张他的媒体投资。默多克,当代媒体大佬,在 1991 年他的财富还只是 11 亿美元,位列福布斯排行榜的 45 位,而到了 1992 年,他的资产竟然上升到 26 亿美元,位列第 10 位。这是一个关于媒体合并和购买的成功例子。默多克大约 26 亿美元的资产来自于他新闻集团 35% 的股票。新闻集团是一家跨国媒体和娱乐帝国,拥有美国、欧洲和远东的报纸、杂志(包括《电视指南》,美国最大的周刊),一个国际图书出版公司(Harper Collins),电影娱乐制造发行公司(20 世纪福克斯),众多电视台和美国第四大电视网(福克斯电视公司),还拥有欧洲 6 个频道的卫星电视服务 48% 的股份以及英国天空广播电视公司。<sup>95</sup>

以美国为基地的福克斯电视网在 1986 年获得落地权,通过新闻集团拥有的 6 个最大的独立电视台直接到达美国 1/4 的家庭。<sup>96</sup>更重要的是,许多电视网黄金时段的电视剧都是由福克斯电视制作公司制作或者协助生产的,它的新闻部分能够进入海外的天空新闻频道——英国天空卫星电视服务旗下的 24 小时新闻频道。新闻集团为了使数字多媒体资本化,在 1992 年早期宣布将组成一个新的部分:新闻电子数据(News Electronic Data),由它来出版《伦敦时报》(London Times)和《电视指南》,人们用个人电脑就可以阅读这两份出版物。<sup>97</sup>

默多克拥有新闻集团 1/3 以上的股票,仍旧控制着一个媒体集团,再一次为管理革命家说和社会责任论提供了一个反面例子,那些社会责任者们坚持认为媒体管理者和媒体从业人员相对独立于媒体拥有者。相应地,在所有权和控制权方面,这一例子可以支持关于意识产业的政治经济学说。实际上,当福克斯公司从 1984 年到 1992 年之间任职的主席和首席执行官巴里·迪勒(Barry Diller)辞职时(据报道是想从媒体所有者那里获得自治)<sup>98</sup>,默多克介入并且直接监管了新闻集团的电影和电视业务。为了使自己的这一行为合法化,默多克强调了他在这一产业中的经验,声称自从新闻集团 7 年前拥有福克斯以来他“参与了每一个决定”,这一情形又违背了管理革命假说。<sup>99</sup>

对于这些富裕的个人和家庭来说,媒体公司和知识产权投资只不过是另一个扩张资本的途径。在那些从其他产业获取财富的人中间,有一个叫罗伯特·巴斯(Robert Bass)的人,在投资媒体中获得了重要的利益,他把从石油中赚到的钱分散到股票中,不时在迪斯尼、塔夫特广播电视公司、时代出版公司、贝尔与豪威尔(Bell & Howell)、有线电视系统、罗伯特兄弟(Robert's brothers)、西德与李(Sid and Lee)中拥有股票。他拥有迪斯尼 18.5% 的股票(价值超过 20 亿美元),对媒体和娱乐巨头实施了有效的控制。<sup>100</sup>沃尔特的侄子,罗伊,也是福布斯 400 个名单中的人物,同样也是另外一个大股东,拥有公司将近 2% 的股票。自从 1984 年以来,他一直担任迪斯尼公司董事会的副主席,领导动画部门。另一些迪斯尼的继承人们也同样拥有重要的股份,包括沙龙·迪斯尼·隆德(Sharon Disney Lund)、沃尔特的女儿,他们拥有公司 1.6% 的股份而且在董事会名单当中。

在下面的案例研究中,迪斯尼是一个重要的例子,因为它是保卫自己版权作品最起劲的公司之一。它与环球电影公司一同起诉了索尼公司非法盗用 Betamax 录像带。自从那时起,在所有的电影娱乐公司中,迪斯尼学会了利用新技术通过租售事先录好的录像带而创造最大的利润。相应地,它成为录像带侵权战的主角。迪斯尼经常起诉或者威胁起诉那些未经授权利用它版权作品和商标形象的人,经常运用它的知识产权去审查表达的自由。由于迪斯尼的行为,财产权利往往先于传播权利。

萨缪尔·勒弗雷克(Samuel J. LeFrak)拥有相同的观点,他把从房地产中获得的财富投资到石油和天然气、娱乐、音乐录音和版权上去。那些超级富人对待文化的态度就是文化只不过是另外一个投资点,而不是文化本身的价值。勒弗雷克的话很好地反映了这一点:“音乐就像房地产,只不过你不用每两年把它粉刷一

遍。”<sup>101</sup> 马文·戴维斯(Marvin Davis, 他 1992 年的资产估计有 14 亿美元)用他在石油和房地产上的一些钱在 1981 年与马克·里奇(Marc Rich)一起买下了 20 世纪福克斯公司,后者是做商品贸易的,资产在 8 亿~9 亿美元之间。戴维斯后来买下了里奇的股份,并且在 1985 年把这个电影制作/发行公司卖给了默多克。投资商科克·科考里恩(Kirk Kerkorian),在航空业和酒店赌博业赚取了数 10 亿美元,在 1969 年通过对 MGM 恶意收购而介入电影产业,他在 1981 年买下了联合艺术家(United Artists),并且合并了两家公司,在 1986 年组建了 MGM/UA。后来在 1986 年,他把 MGM/UA 又卖给了泰德·特纳的特纳广播电视系统公司(Turner Broadcasting System Inc.),得到了 15 亿美元,然后再用这 15 亿美元购回了公司的大部分资产,留给特纳一些 MGM 资料库中老影片的放映及制作录像带的权利。

在 1990 年,科考里恩把他在 MGM/UA 中 76% 的股份卖给了吉安卡洛·帕雷蒂(Giancarlo Parretti)的帕斯传播公司(Pathe Communications Corporation),获得了 13 亿美元。这一交易清楚地表明知识产权只是被用来当作资本增值的工具。通过这次交易,特纳广播电视系统公司拥有 1000 部联合艺术家的电影在美国电视网播放的权利,还有 1986 年到 1988 年之间 MGM/UA 发行的所有电影和 1989 年发行的部分电影,以及 1989 年发行的 300 部电影在“TNT South”拉丁美洲电影网络播放的权利。联合传播公司法国分公司(United Communication S. A. of France)获得了大部分 MGM/UA 的电影资料库法语电视网播放的权利。特纳公司还花了 1.25 亿美元买下了录像带权利。通过分割以及出售权利,再加上向里昂信贷集团(Crédit Lyonnais)借贷了 5.6 亿美元,帕雷蒂成功地把交易额提到了 13 亿美元。

这个交易在谁拥有什么样的权利问题上面临着争执的危险,反映了无形的知识产权所带来的独特问题。特纳公司声明帕雷蒂把它录像带的权利卖给了时代华纳,但 MGM 资料库中詹姆斯·邦德(James Bond)的电影除外,这些电影被总部在瑞士的丹加科公司(Danjaq Inc.)所拥有,这家公司拥有生产邦德系列电影和电视剧的排他性权利。当 1991 年这个交易在谈判的时候,时代华纳拥有 17% 股份的特纳广播电视系统在电视上播放 MGM-帕斯授权的电视电影,这样的情况显示了交叉勾连的媒体所有权和控制权是如何形成的。<sup>102</sup>

由于帕雷蒂无法偿还贷款,在 1992 年 5 月公司随即进行取消抵押品赎回权的销售后,对 MGM-帕斯的控制权落到了最大的债权人——国有的法兰西银行里昂

信贷集团手里。尽管出现了财政问题，MGM 基于电影资料库上的重要资产还是能为其出价购买 Orion 电影公司。MGM-帕斯并不成功地提供了一个重建计划帮助那个公司从破产中恢复过来，并且使它再一次成为制作-发行商。MGM-帕斯也与意大利 Rizzoli Corriere della Sera 集团的附属机构、法国的 Canal Plus S. A. 的下属公司 Le Studio Canel Plus 以及日本的先锋电子公司的下属机构一起合资，把曾经制作出《第一滴血》(Rambo)、《终结者》(Terminator) 和《终结者 2》(Terminator 2: Judgment Day) 的 Carolco 电影公司从破产中拯救出来。<sup>103</sup> 在 1993 年初，里昂信贷集团雇用了好莱坞最有权力的代理公司 Creative Artists Agency(CAA) 的主席——迈克尔·奥维茨(Michael Ovitz)来管理它的娱乐部门。竞争者们抱怨说在 CAA——天才的提供者和电影制作者 MGM 之间垂直的整合，形成了一种不公平的竞争优势。

那些把非媒体行业赚取的财富投资于媒体和娱乐公司的人被列在表 3.3 里。这里列出的证据表明这些资本家们有多元化的利益促使他们联合起来维护私有的财产权利而不是互相独立地列在各个产业部门的首位，这些人构成了资本主义的主要部分。这些资本家同时拥有目的和手段阻止他们面对资本规则的挑战。

表 3.3 超级富人：媒体之外的最初财富

1991 年资产估值	姓名	第一桶金	媒体投资
4.8	沃伦·巴菲特(Warren E. Buffett)	股票	Cap Cities/ABC,《华盛顿邮报》
4.5	杰和罗伯特·普里茨科(Jay A. and Robert A. Pritzker)	金融、制作业	Savoy 电影娱乐
3.1	罗纳德·佩莱曼(Ronald O. Perelman)	投资	Marvel Comics, 新世界娱乐
2.0	西德和李·贝斯(Sid and Lee Bass)	石油	迪斯尼 18.5% 的股票
1.5	萨缪尔·海曼(Samuel J. Heyman)	化工、建筑材料	广播电视
1.5	莱昂纳德·斯特恩(Leonard N. Stern)	宠物供给、房地产	出版
1.4	萨缪尔·勒弗拉克(Samuel J. LeFrak)	房地产	音乐出版
1.3	马尔文·戴维斯(Marvin Davis)	石油、房地产	20 世纪福克斯
1.0	杰克·肯特·库克(Jack Kent Cook)	房地产、投资、体育	《洛杉矶每日新闻》、有线电视
1.0	科克·科考里安(Kirk Kerkorian)	酒店、赌场	MGM/联合艺术家

续表

1991 年资产估值	姓名	第一桶金	媒体投资
0.93	奥维利·罗林斯(Orville W. Rollins)	汽车代理、瓶装水、广播	罗林斯传播
1.7	唐纳德·霍尔(Donald J. Hall)及其姐妹	贺曼卡	媒体集团
1.1	卡尔·林德纳(Carl H. Lindner Jr.)及其家族	保险、银行	塔夫特广播电视公司
1.15	泰德·费尔德(Ted Field)和马歇尔·费尔德五世(Marshall Field V)	百货商店、继承财产	报纸、有线电视、百科全书、Muzak, 电影制作
0.56	乔治·林德曼(George L. Lindemann)	化妆品、药业	有线电视
0.55	俄斯金·英格拉姆(Erskine B. Ingram)	石油、游艇	图书、录像、软件发行
0.55	理查德·梅龙·斯凯夫(Richard Mellon Scaife)	继承财产	斯凯夫报业
0.545	约翰·路易斯(John J. Louis)	继承财产	联合传播
0.45	罗伯特·路立(Robert A. Lurie)	房地产、继承	百老汇和电影制作
0.355	戴维·切斯(David T. Chase)	房地产	电视、电台
0.35	苏珊·汤普森·巴菲特(Susan Thompson Buffett)	婚姻	Cap Cities/ABC,《华盛顿邮报》
0.29	H. 韦恩·惠曾加(H. Wayne Huizenga)	废品回收	Blockbuster 娱乐

单位: 10 亿美元

资料来源:《福布斯 400 强》,《福布斯》(1991 年 10 月 21 日),第 150~171 页;《1991 年的亿万富翁》,《财富》(1991 年 9 月 9 日),第 59~113 页。

另一些超级富人中的成员,由于他们的核心资产以媒体和传播业为基础而受到这项研究的关注。从这份名单中扶摇直上的是泰德·特纳,前面在论述 MGM/UA 和 Kerkorian 交易的时候提到他的资产估计有 19 亿美元。除了拥有对 MGM 资料库中 3 000 部电影在他的有线电视网中播映的权利外,特纳电视网(Turner Network Television, TNT)、特纳的媒体和娱乐帝国包括了有线新闻网(CNN)、标题新闻网(Headline News network)以及两个体育资产;亚特兰大勇敢者棒球队和亚特兰大老鹰篮球队。在 1991 年,他买下了伟大美国传播公司(Great American Communications Co.)的下属公司: Hanna-Barbera 制作公司,这一交易带给他可以在新的卡通电视网上播放 3 000 部半小时卡通影片的权利。1992 年,特纳广播电视系统进入了新兴的多媒体行业,并且创造出新的部门用于设计制作在 CNN 基础上的互动式新闻纪录片,以及建立在 Hanna-Barbera 电影资料库人物基础上的

互动游戏。当 1976 年特纳开始在全国范围内通过卫星发送他 UHF-TV 和 WTBS 的广播电视信号的时候,他在塑造有线电视市场结构方面扮演了重要的角色。

一个与有线版权联系在一起亿万富翁奥古斯特·梅耶构成了另一个可研究的案例,梅耶在 1992 年去世前是福布斯前 400 榜单的常客。他作为中西部电视公司(Midwest Television, Inc.)的老板,发起了通过有线系统远距离传送广播电视信号的立法讨论。在这次行动中,他想办法阻止圣迭戈有线系统从洛杉矶运送广播电视信号,因为这样会为圣迭戈市场带来竞争,他的电视台就在那里。<sup>104</sup>

卢·沃瑟曼(Lew Wasserman),MCA/环球的主席,直到他 1995 年退休之前还是美国最富有的人之一,是家庭录像带案例研究中的主要人物。沃瑟曼和迪斯尼高官们一起,对索尼公司提起诉讼,想方设法控制录像带的引进与运用。电影娱乐公司们并没有意识到新技术的利润潜力,他们害怕运用这一装备来录制电视节目会削弱他们拥有版权的电视节目的价值。最终,美国最高法院在 Betamax 一案中决定录制电视节目是对版权作品的一个公平的运用。<sup>105</sup> 现在购买和租用录像带构成了以好莱坞为基地的电影娱乐产业收入的重要组成部分。

沃瑟曼通过拥有和控制一个明星代理公司建立起自己的财富。古柏克发现联合电影公司被沃瑟曼所控制,他在 20 世纪 80 年代中期持有 MCA7.3% 的股票,而且作为好几个拥有股份的基金的托管人控制着另外的 12.6% 的股票。<sup>106</sup> 在 1990 年,他把他在 MCA/环球所控制的部分股份卖出了 3.27 亿美元,以此来购买松下公司的股票,但他仍然是 MCA/环球公司的董事会主席和 CEO。另外的案例也能够证明所有权和管理权之间非常强的联系,MCA 主席西尼·希恩伯格(Sidney Sheinberg)用他 130 万股 MCA 的股票换来了 1.5 亿元的松下股票。戴维·格芬(David Geffen),MCA 下属格芬唱片的主席,因为他 1 000 万股 MCA 的股票收到 7.1 亿美元的现金。托马斯·珀莱克(Thomas Pollack),环球电影的主席,把他 MCA 的股票卖出了 3 000 万美元,但仍然是这家电影公司的主席。总的说来,松下,这个 1990 年世界上第二大的电器公司<sup>107</sup>,通过价值 6.1 亿美元的交易而获得了 MCA97% 的股票,从而控制了 MCA。它获得了唱片、图书出版和电影娱乐资产,为其日益增长的消费者电子产品提供软件。

虽然沃瑟曼和他一手提拔的当了 19 年主席的西尼·希恩伯格,还是 MCA/环球的高层官员,但控制权已经转到了母公司手里。这在松下拒绝其下属单位参与到购买以英国为基地的维京唱片以扩大其全球的音乐唱片的时候就很明显了。<sup>108</sup> 就在松下接手 MCA 后的短短几个月后,松下就任命了其 3 个官员到 MCA 的最高



管理决策实体——管理委员会中。另外,它还扩张了 MCA 的董事会,在 11 个董事会成员外还另加了 1 个松下的代表。<sup>109</sup>在 1994 年的 10 月,沃瑟曼和希恩伯格公开承认他们缺乏自主权,并且正在试图重购公司 51% 的股票以重新获得 MCA 的控制权。<sup>110</sup>松下的主席松下正治(Masdaharu Matsushita)——创建者松下幸之助收养的儿子,拒绝了这一提议。日本和美国企业管理文化的冲突,还表现为硬件与软件无法协调合作,这促使松下在 1995 年把 MCA80% 的股票卖给了 Seagram 公司。这一交易的结果是 MCA 的所有权和控制权转到了布朗夫曼(Bronfman)家族手里。据《福布斯》杂志估计,在 1991 年,爱德加·布朗夫曼(Edgar Bronfman Sr.)的资产大约为 23 亿美元。Seagram 的主席小爱德加·布朗夫曼,立即对 MCA 实施了管理控制。

在超级富人中有几个人的核心业务是媒体和娱乐行业(见表 3.4)。《福布斯》杂志在 400 强中有一些区分的类别,以辨别那些分享了祖先财富的最富有家庭。几个重要的媒体资产出现在这一名单上,包括一些在 10 亿美元水平上的,如同在表 3.5 中所表现出的那样。虽然这些媒体资产股票的实际所有者也许分散在不同的家庭成员中,但是通常由信托公司来代替整个家族减轻赋税、控制股份和行使股东的投票权。<sup>111</sup>多姆霍夫通过家族事务、控股公司以及握有重要股份的投票权,辨别了家族所有权的持续形式,得出结论说相当数量的大公司继续被创建者所控制。<sup>112</sup>1987 年《福布斯》400 强的引语中说 40% 的人主要或者完全是通过继承而获得他们的财富的。<sup>113</sup>这项对美国最富有家庭和个人的分析表明,超级富人在媒体公司和版权中持有重要的股份。实际上,在《财富》杂志 1992 年亿万富翁的调查中发现媒体所有权在世界上是“通向超级富有的最肯定的道路之一”。<sup>114</sup>

表 3.4 超级富人:在媒体上获得的最初财富

1991 年资产估计	姓名	公司	拥有的媒体
7.0	钮豪斯兄弟(Newhouse brothers)	Advance 出版公司	Conde Naste、兰德公司、报纸连锁、有线电视
5.5	约翰·克鲁格(John W. Kluge)	Metromedia	Orion 电影公司、Lin 广播电视
4.4	赫斯特家族(Hearst family)	赫斯特公司	报纸,消费者和贸易杂志,电视和广播,图书
4.2	考克斯姐妹(Cox sisters)	考克斯公司	报纸、有线、广播电视
3.25	萨姆纳·雷石东	国家娱乐,维亚康姆	连锁剧院、电视台、有线系统、有线网

续表

1991 年资产估计	姓名	公司	拥有的媒体
1.5	麦考家族(McCaw family)	McCaw 手机	手机公司
1.4	泰德·特纳	特纳广播电视	有线网络、电影资料库
1.25	威廉·齐夫(William B. Ziff)	Ziff Comus.	《PC 杂志》、《PC 周刊》、 《PC/电脑》
1.15	劳伦斯和普莱斯顿·蒂奇 (Lawrence and Preston Tisch)	Loews 公司	拥有 CBS25% 的股票
1.1	鲁伯特·默多克	新闻集团	电影/电视制作发行、报纸、杂志、广播电视
1.1	爱德华·盖洛德(Edward L. Gaylord)	俄克拉何马出版公司	报纸、电视、广播和有线
0.95	唐纳德·雷诺兹(Donald W. Reynolds)	Donrey 媒体集团	日报和周报, 电视, 有线和排行榜
0.88	戴维·格芬	格芬唱片, 被 MCA 购买	表演权利
0.655	安德鲁·佩伦奇欧(Andrew J. Perenchio)	Cofounder Embassy 电影(1985 年被售出)	电视和电影权利
0.64	海伦·科普利(Helen K. Copley)	Copley 媒体	日报和周报, 有线电视
0.6	富兰克·巴顿 (Frank Batten Sr.)	Landmark 传播	日报和周报, 电视和电台, 天气预报
0.515	罗伊·帕克(Roy H. Park)	Park 传播	电视和广播台, 报纸
0.5	帕特里克·麦格文(Patrick J. McGovern)	国际数据集团	出版和信息服务
0.5	阿莫斯·霍斯特特(Amos B. Hostetter, Jr.)	Continental Cablevision	有线系统
0.5	罗伯特·霍华德(Robert S. Howard)	霍华德出版	报纸
0.48	简·库克(Jane B. Cook)	道琼斯公司	报纸、通讯社、电台和电视节目
0.47	罗伊·迪斯尼	沃尔特·迪斯尼公司	主题公园、版权和迪斯尼频道
0.46	理查德·史密斯(Richard A. Smith)	通用影院	电影院
0.45	鲍勃·麦格尼斯(Bob J. Magness)	TCI 公司, 联合艺术家娱乐	有线电视、电影院

续表

1991 年资产估计	姓名	公司	拥有的媒体
0.45	奥维塔·科尔普·霍比及其家族(Oveta Culp Hobby)	Cowles 广播电视	电视和广播台 (TV and radio stations)
0.44	查尔斯·多兰(Charles F. Dolan)	有线电视系统公司, 天空有线	有线电视、DBS
0.4	哈里、玛丽、和简·霍尔斯·哈迪(Harry H. and Mary Jane Hoiles Hardie)	自由报纸	报纸、电视
0.4	马克·古德森(Mark Goodson)		电视节目、报纸
0.4	乔·L. 阿里布利顿(Joe L. Allbritton)		电视台、报纸
0.36	丁·S. 莱舍(Dean S. Leshner)		报纸
0.35	威廉·S. 莫里斯(William S. Morris III)	莫里斯传播	报纸、排行榜
0.35	卢·沃瑟曼	MCA 公司	电影、音乐唱片、图书出版
0.32	罗伯特·A. 耐非(Robert A. Naify)	TCI 公司, 联合艺术家娱乐	有线电视, 剧院
0.31	罗伯特·古奇昂(Robert Guccione)	Penthouse 国际	杂志
0.3	马康·A. 伯格(Malcom A. Borg)	Macromedia 公司	报纸、电视台
0.3	斯坦利·S. 赫伯德(Stanley S. Hubbard)		电视台、广播电台、有线电视节目、DBS
0.3	简·奥特利(Gene Autry)		广播电台
0.3	罗伯特·E. 佩特森(Robert E. Petersen)	Petersen 出版	杂志、电影院
0.3	迈克尔·R. 福尔曼(Michael R. Forman)		电影院
0.295	阿尔伦·斯佩林(Aaron Spelling)		电视节目
0.29	拉塞尔·所罗蒙(Russell Solomon)	Tower 唱片	音乐录音、零售

单位: 10 亿美元

资料来源:《福布斯 400 强》,《福布斯》(1991 年 10 月 21 日),第 150~271 页,《1991 年的亿万富翁》,《财富》(1991 年 9 月 9 日),第 59~113 页。

表 3.5 家族分享媒体财富

1991 年资产估价	家族名称	媒体资产
1.5	班克罗夫特(Bancroft)	道琼斯公司(Ottaway 报系、《华尔街日报》、Barrons 和道琼斯报价机)
0.35	宾汉姆(Bingham)	报纸
0.4	布利特(Bullitt)	广播和电视台,有线电视
1.3	钱德勒(Chandler)	时代镜报公司(报纸、杂志、广播电视、有线电视)
0.525	考尔斯(加德纳)(Cowles)(Gardner)	Cowles 媒体、《纽约时报》公司的股票
0.75	德扬(de Young)	先驱出版(报纸、杂志、广播电视、有线电视)
1.0	唐纳利(Donnelly)	Dun & Bradstreet,美国最大的商业印刷商
0.36	格雷厄姆(Graham)	《华盛顿邮报》公司(报纸、《新闻周刊》、电视、手机)
0.645	乔丹(Jordan)	Affiliated 出版,McCaw 出版
0.5	金(King)	金世界制作(拥有对“财富转盘”、“危险!”、“奥普拉”等节目的辛迪加权利)
0.5	麦克科拉奇(McClatchy)	报纸
0.47	麦格劳(McGraw)	McGraw-Hill(杂志和图书出版)
0.57	普利策(Pulitzer)	普利策出版(报纸,电视和广播,卫星网络)
0.5	塞蒙斯(Sammons)	有线电视
1.4	斯克里斯普斯(E. W.)(Scripps)	Scripps Howard(联合媒体辛迪加,报纸,电视和广播,有线)
0.9	斯克里斯普斯(J. E.)(Scripps)	晚间新闻联合体(1976 年售出)、Booth 报业(1985 年卖给了甘耐特)
0.5	苏兹伯格(Sulzberger)	《纽约时报》公司(报纸、杂志和广播电视)
0.455	泰勒(Taylor)	McCaw 手机公司(售出)、Affiliated 出版公司的股票
0.5	沃尔非(Wolfe)	《哥伦布派送》、《俄亥俄杂志》、电视和广播

单位:10 亿美元

资料来源:《福布斯 400 强:巨大的家族财富》,《福布斯》(1991 年 10 月 21 日),第 274~296 页。

## 2. 谁控制资本? 遭遇管理革命

回答谁拥有可增值资本的问题时,仍然需要回答谁控制它。尽管长时间的研究证实或者证伪管理革命假说,但是关于控制的问题不应该吸引我们所有的注意力。把力气花费在驳斥该假说上只是证明学术议程是如何反映霸权利益的。不管一个企业是由一个家族来管理,还是由大股东或者由管理者来经营,资本的逻辑迫使所有的资本家追求同样的基本目标,就是维护财产权利,寻求新的市场,减少竞

争以降低风险使得利润最大化。由这个事实来看, 贝斯·明茨(Beth Mintz)认为: “所有权和控制权分离的行为含义被高估了。”<sup>115</sup>

然而, 既然学术本身就是一个斗争的场所, 有必要挑战霸权主义理论和视角, 因为当他们被检验和应用的时候没有什么真正的效果。更重要的是, 理论并不单单建立在常规性的假设上, 而且还含有政治目的。因此, 管理革命理论的赞成者认为董事会拥有股票使得资本民主化了, 组成了一个在伯利的术语中叫做“人民的资本主义”, 所有权和控制权的分离带来了商业行为的社会责任, 使得改变体制没有必要。但如果这一论点的对立面可以被证明是正确的话, 则有必要改变这个体系以获得经济民主和生产以及消费的社会责任。

控制知识资产的企业管理者在运用和获得它的过程中显现出社会责任感来(如果管理革命假说可以以这样的形式展现出来的话)。这一责任感会以很多方式扩大化。例如, 知识资产的管理者也许可以对知识产权控制得松一点, 认可更多人类创造的历史和社会特质, 和其他竞争者自由地分享这一资产, 或者对实际上的创造者以有力的道义上的支持。在版权文化的领域里, 对资产有责任的管理包含了鼓励互相利用文本的文化创造行为, 例如在音乐和录像制作中采样, 允许更自由地接触有版权的作品。有版权的科学技术产品的管理者也许会想办法通过技术复制和强制执照体系允许更廉价和更自由地接触版权产品, 特别是在贫困地区和国家。在专利知识的领域里, 社会责任也许意味着把专利的种子和机器更广泛和更便宜地传播到世界上贫困的国家和人们。但是, 对管理控制假说有效性的疑问使人们怀疑这些行为的含义。

许多证据表明: (1) 美国经济中大公司的主管很大一部分来自于上层阶级的家庭; (2) 高层主管在他们管理的公司中握有股票; (3) 那些并不是出生于上层阶级的主管们已经被吸纳进这个阶级了。<sup>116</sup> 在资本主义系统里的个人股份加强了他们作为资本主义企业管理者的结构性地位, 他们必须创造利润以生存下去。从股票所有权出发, 我们发现虽然高层管理者的股份也许在企业中并不占有决定性的控制权, 但是这些股份对个人来说构成了他们金融资产的重要部分。<sup>117</sup> 在 1992 年, 一般的大公司为管理者保留了 6.5% 的股票, 1980 年代这个数字为 4.5%, 这是运用股票和“一次性授予”来雇用和留住高层管理人士的一个结果。<sup>118</sup> 一份在 1991 年进行的对于主管实行补偿的会议调查显示大部分公司给予 CEO 们股票。<sup>119</sup> 在受雇公司的股票所有权职能使得上层管理人士关注利润。认识到这一点后, 伊斯特·科达公司制定出一项政策要求高层管理投资最高达四倍于他们年薪的金钱在公司

的股票上。<sup>120</sup>

国家顶级公司管理者们的年收入使得他们进入到超级富人的排行榜中。《商业周刊》(*Business Week*)和《华尔街日报》提供了1992年对于最有价值的上市公司的1000个首席执行官年薪和短期奖金的调查。<sup>121</sup>表3.6列出了收入前20位的名单,如果聪明地把这些收入投资各种不同的资本项目,就是增长了这些主管在资本主义系统里面剥削私有财产权利的那一部分股份。当长期奖金和股票计划被加入到年收入中,CEO们是资产阶级中的一员就变得非常明显了。对一系列收入的调查,包括付给最大上市公司的长期补偿金也被加进他们1991年的总收入了(见表3.7)。

表 3.6 1992 年收入最高的 20 位主管名单

主 管	公 司	1992 年工资加上短期 奖金(单位:百万美元)*
伯纳德·L. 斯瓦茨(Bernard L. Schwartz)	Loral	5.8
查尔斯·P. 拉萨鲁斯(Charles P. Lazarus)	Toys 'R'Us	5.5
迈克尔·埃斯纳(Michael Eisner)	迪斯尼	5.4
理查德·B. 费舍尔(Richard B. Fisher)	摩根·斯坦利	5.3
帕特里克·H. 托马斯(Patrick H. Thomas)	First Financial Management	3.8
唐纳德·B. 马龙(Donald B. Marron)	PaineWebber 集团	3.6
詹姆斯·伍德(James Wood)	Great Atlantic & Pacific Tea	3.6
戴维·A. 布兰顿(David A. Brandon)	Valassis 传播	3.6
P. 罗伊·瓦杰罗斯(P. Roy Vagelos)	Merck	3.3
约翰·F. 韦尔奇(John F. Welch)	通用电气	3.2
路易斯·V. 格斯特纳(Louis V. Gerstner)	RJR Nabisco Holdings	3.2
罗伯托·C. 高伊遂塔(Roberto C. Goizueta)	可口可乐	3.1
琳达·J. 沃琪纳(Linda J. Wachner)	Warnaco Group	3.1
桑福德·I. 威尔(Sanford I. Weill)	Primerica	3.1
查尔斯·R. 斯郭伯(Charles R. Schwab)	Schwab	3.0
德怀恩·O. 安德里斯(Dwayne O. Andreas)	Archer Daniels Midland	2.8
兰德·V. 阿拉斯考格(Rand V. Araskog)	ITT	2.8
杰拉德·M. 莱文(Gerald M. Levin)	时代华纳	2.8
查尔斯·B. 王(Charles B. Wang)	Computer Associates Intl.	2.8
马丁·戴维斯(Martin Davis)	派拉蒙传播	2.8

\* 精确到小数点后一位

资料来源:《企业精英》,《商业周刊》(1992年10月12日),第119~146页;《老板的薪金》,《华尔街日报》(1992年4月22日),第R9~R11页。

表 3.7 1991 年酬金最高的 25 位主管名单

主 管	公 司	收入加上长期奖金 (单位: 百万美元)*
安东尼·奥莱利 (Anthony O'Reily)	H. J. Heinz	74.8
莱恩·C. 赫斯奇 (Leon C. Hirsch)	U. S. Surgical	22.5
理查德·K. 伊莫 (Richard K. Eamer)	National Medical	16.9
桑福德·I. 威尔 (Sanford I. Weill)	Primerica	16.7
哈密什·麦克斯韦尔 (Hamish Maxwell)	菲利普·莫里斯	15.8
威廉·P. 斯特里茨 (William P. Stiritz)	Ralston Purina	13.8
理查德·L. 盖尔布 (Richard L. Gelb)	Bristol-Meyers Squibb	12.2
理查德·A. 斯科雷耶 (William A. Schreyer)	美林	11.4
W. E. 拉莫斯 (W. E. LaMothe)	Kellogg	9.8
劳伦斯·G. 劳尔 (Lawrence G. Rawl)	Exxon	9.2
理查德·B. 费舍尔 (Richard B. Fisher)	摩根·斯坦利	7.6
查尔斯·M. 哈珀 (Charles M. Harper)	ConAgra	7.2
奥古斯特·A. 布奇三世 (August A. Busch III)	Anheuser-Busch	6.7
戴维·A. 琼斯 (David A. Jones)	Humana	6.4
罗伯特·西奇科 (Robert Cizik)	Cooper Industries	6.3
理查德·D. 伍德 (Richard D. Wood)	Lilly (Eli)	6.1
詹姆斯·B. 威廉 (James B. Williams)	SunTrust	6.0
奥林·B. 史密斯 (Orin B. Smith)	Englehard	5.8
约翰·R. 斯塔福德 (John R. Stafford)	American Home Products	5.6
丹尼尔·E. 基尔 (Daniel E. Gill)	Bausch & Lomb	5.5
迈克尔·埃斯纳 (Michael Eisner)	迪斯尼	5.4
阿兰·C. 格林伯格 (Alan C. Greenberg)	Bear Stearns	5.3
乔治·D. 肯尼迪 (George D. Kennedy)	Imcera	5.2
约翰·F. 韦尔奇 (John F. Welch)	通用电气	5.1
马丁·戴维斯 (Martin Davis)	派拉蒙传播	5.0

\* 精确到小数点后一位

资料来源:《老板的薪金》,《华尔街日报》(1992年4月22日),第R9~R11页。

凯文·菲利普斯 (Kevin Phillips) 认为 CEO 补偿金大幅增长是在 20 世纪 80 年代,允许许多个人可以跃入千万富翁的资产阶级行列,而且大公司管理者和创业资本家之间的界限也变得模糊了。<sup>122</sup> 这项调查目的意义在于列表中的少量的传播业的执行官。在表 3.6 中,20 个获得最高收入的 CEO 中有 7 个直接握有公司的股票或者经营和传播事业。另外值得注意的是那些最大的药业企业 (Eli Lilly & Co., Bristol-Squibb Meyer, Bausch & Lomb, Merck, American Home Products, Glaxo) 和农业企业 (Archer Daniels Midland, ConAgra) 的 CEO 们,他们公司的财

富和权力主要建立在专利知识上。一些并不在榜单中的媒体公司的 CEO 们,在 1991 年薪酬加上短期、长期的补偿金至少赚 100 万美元,如表 3.8 中所列出的那样。两项研究表明 1991 年娱乐和信息公司的主管们所获得的报酬在所有的产业中是最高的。<sup>123</sup>

表 3.8 1991 年赚 100 万美元以上的上市媒体公司 CEO

主 管	公 司	年薪加上奖金 (单位:百万美元)
约翰·C. 马龙(John C. Malone)	Tele-Communications	19.0
迈克尔·伊斯纳(Michael Eisner)	迪斯尼	5.4
马丁·戴维斯(Martin Davis)	派拉蒙	5.0
乔治·V. 格隆(George V. Grune)	《读者文摘》	4.3
丹尼尔·B. 伯克(Daniel B. Burke)	Capital Cities/ABC	3.7
斯蒂文·J. 罗斯(Steven J. Ross)	时代华纳	3.4
迈克尔·金(Michael King)	King World	2.8
查尔斯·W. 莫里茨(Charles W. Moritz)	Dun & Bradstreet	2.2
约翰·J. 科里(John J. Curley)	甘乃特	2.1
查尔斯·T. 布伦百克(Charles T. Brumback)	Tribune	2.0
富兰克·J. 白昂迪(Frank J. Biondi Jr.)	维亚康姆	1.7
罗伯特·J. 塔尔(Robert J. Tarr)	General Cinema	1.6
罗伯特·F. 厄布鲁(Robert F. Erburu)	《时代镜报》	1.5
劳伦斯·A. 蒂奇(Laurence A. Tisch)	CBS	1.4
约瑟夫·L. 迪昂(Joseph L. Dionne)	McGraw-Hill	1.3
詹姆斯·K. 巴顿(James K. Batten)	Knight-Ridder	1.2
阿瑟·奥克斯·苏兹伯格(Arthur Ochs Sulzberger)	《纽约时报》	1.1

资料来源:《老板的薪金》,《华尔街日报》(1992 年 4 月 22 日),第 R9~R11 页;《企业精英》,《商业周刊》(1992 年 10 月 12 日),第 119~146 页;《800 强企业付给他们老板什么》,《福布斯》(1992 年 5 月 25 日)。

看一看迪斯尼帝国的所有权和控制权形式就可以加强菲利普关于 20 世纪 80 年代资本家和高层管理者之间的界限模糊的论点。自从在 1984 年受巴斯兄弟之邀担任迪斯尼的 CEO 和董事会主席以来,迈克尔·伊斯纳总是在收入和奖金最多的主管行列之中。在 1988 年,伊斯纳拿到了 750 万美元的年薪,股票为他带来了 3 260 万美元,在那一年总共获得 4 010 万美元的收入,占据《商业周刊》调查的头把交椅。<sup>124</sup> 在 1989 年,他的薪酬和奖金总共有 958.936 万美元,<sup>125</sup> 而在 1990 年,他总共获得了 1 123.3 万美元。<sup>126</sup> 在 1991 年,伊斯纳还持有迪斯尼 1.65% 的股票 (35.346 7 万股) 或者他还有机会购买另外的 180 万股份。



弗兰克·G. 威尔斯(Frank G. Wells),迪斯尼已故的主席和首席运营官,也一直排在高报酬主管的前列。在《商业周刊》1988年主管年薪、奖金和股份调查中,他以超过3200万美元排在伊斯纳之后。<sup>127</sup>1990年《商业周刊》的榜单把他列为1989年美国酬劳最高的非CEO,年薪480万美元再加上股票为他带来的4600万美元,加在一起那一年他赚了将近5100万美元。<sup>128</sup>也是在1989年,加利·威尔逊,迪斯尼的副总管和首席财政官在那个时候从股票中获得了4750万美元的收益,再加上50万的年薪以及150万美元的现钞奖金。<sup>129</sup>

伊斯纳和威尔斯在1992年末的股票购买行为进一步地体现出富人在里根-布什时代税收政策的好处,他们害怕在克林顿时期提高对富人阶层的税收。伊斯纳和威尔斯走在前面,在1984年以当时的市场价购买了迪斯尼的股票(经过两次1拆4的拆分后,当时的市场价为每股3.6美元)。他们然后立即以40美元的价格卖出了大部分的股票。伊斯纳从他542.5万股中卖出了345万股,获得了1.975亿美元,威尔斯卖出了164万股,挣得了6000万美元。<sup>130</sup>两个人都持有迪斯尼大量的股份,伊斯纳拥有300万股份,根据1989年的合同他还有权购买另外800万股;威尔斯还可以购买另外的300万份股票。

其他涉足电影娱乐业的媒体巨头高层主管也在主管报酬的图标中排在了很高的位置。史蒂文·罗斯(Steven J. Ross),直到他1992年去世还是时代华纳的联合CEO和主席,在1989年赚了大约3400万美元,在1990年年薪加上分红挣了大约7800万美元。<sup>131</sup>罗斯,1989年时代和华纳传播合并背后的重要推动人物,通过卖掉他华纳创建时的股份而获益1.96亿美元。一个职业的补偿金分析师格拉夫·克里斯托尔(Graef Crystal),把目标对准罗斯和他的联合CEO:尼古拉斯·J.尼古拉斯(Nicholas J. Nicholas),从企业的盈利表现和他们的年薪对比来看,认为他们是1990年获得过高薪水的两个人。<sup>132</sup>在1989年到1991年间,马丁·戴维斯:派拉蒙传播(以前是Gulf+Western)的主席,那个时候他的投资回报率在0.6%左右,工资和奖金加起来挣了大约2300万美元。<sup>133</sup>在1989年,MCA/环球的主席:西尼·希恩伯格,和他的执行主席:托马斯·珀莱克,位列收入最高的非CEO中的前10名(大约分别为800万美元和600万美元)。<sup>134</sup>

在前十几年中,CEO们收入梦幻般的增长并不是适用于“每个人”。霍利·斯科拉(Holly Sklar)强调说,一个美国CEO在1988年平均收入是一个教师的72倍,一个工人的93倍。<sup>135</sup>1960年,CEO们的年收入大约是教师或者工人的50倍。自从那个时候以来,差距变得越来越大。<sup>136</sup>高层管理者和工人之间的收入

差距表明了美国经济内的基本不平等。在美国,这样的差距比欧洲和日本还大。克里斯托尔估计美国的 CEO 们一年挣的钱是雇员收入平均数的 160 倍。在日本,这个差距只有 16 倍。<sup>137</sup> 一个联合国主持的对 21 个最发达的工业国家的调查发现只有澳大利亚的收入差距比美国更大。<sup>138</sup>

更重要的是,企业高层管理人员主要由白人男性组成。《财富》杂志曾经对 1 000 个最大的美国工业和服务公司中的 799 个公司作过一个调查,发现在 1990 年,只有 0.5% 的收入最高的高层管理人员是女性。<sup>139</sup> 据《财富》杂志调查,在 255 个主要企业中,只有 5% 的高层管理人员是女性。1991 年《财富》杂志的另外一个调查分析了国内最大的 201 个公司的年报,证实了只有 4.8% 的高层人士是女性,1986 年,这个数字是 2.9%。<sup>140</sup> 女性主义大多数基金(Feminist Majority Foundation)调查了国内最大公司的高层管理人员性别构成,发现在副主席以上的人员中,只有 3.5% 是女性。<sup>141</sup> 《商业周刊》的 1 000 个“企业精英”名单在 1990 年第一次加进了 WPL Holdings 的爱罗尔·戴维斯(Erroll Davis Jr.),这份榜单中只有两个是女性。<sup>142</sup> 这些数据再一次表明资本主义是如何不公平分配经济的收益和包袱的,以致在性别和种族的基础上剥削人们。

还有证据指出美国最大公司的高层官员被积极地雇用为社会上层阶级的一员,只要他们符合要求:富有、白人、男性。多姆霍夫认为他们被吸收进上层阶级,以致他们“可以分享上层阶级的价值观,粘合上层阶级和企业社区的关系”。<sup>143</sup> 企业的价值观在精英大学和商学院的教育体系中就开始得到培养。相应地,《商业周刊》把企业精英的典型成员描述为上过耶鲁、普林斯顿或者哈佛,在那里他是橄榄球队的成员而且“他遇见了许多像他一样的同学,以后这些人都会成为 CEO”。<sup>144</sup> 多姆霍夫总结说:“就他们的财富,他们的社会交际和他们的价值观而言,当成功的管理者在企业层级里扶摇直上的时候,他们就成为上层阶级的一员。”<sup>145</sup> 拉夫·米利班德(Ralph Miliband)认为管理者和所有者之间的冲突,就像是资产阶级内部不同部分之间的冲突,“还保留在一个特殊的意识形态谱系里,在经济和政治生活的关键议题上并没有失去政治共识”。<sup>146</sup> 肯定的是,知识产权的圣洁性在这样的意识形态谱系里没落了。

赛特林重申说企业管理者们不可避免地要使企业利润最大化,不单单是为他们自己获得丰厚的回报,而且还要保住他们的工作。<sup>147</sup> 追求利润的压力还来自于越来越多的投资者(信托基金、共同基金、政府和公司的养老基金等)和公司董事会的外部监管。<sup>148</sup> 这反映在 20 世纪 90 年代几个主要美国公司的董事会主席和 CEO 身

上,包括通用汽车的罗伯特·斯坦佩尔(Robert C. Stempel)、American Express 公司的詹姆斯·罗宾逊(James D. Robinson)、IBM 公司的约翰·阿卡斯(John F. Akers)。<sup>149</sup> 金融机构投资者越来越喜欢把管理者的报酬和公司业绩联系在一起。他们开始寻找独立的、外部的监管者进入董事会和成为委员会的主要成员。<sup>150</sup> 他们的主要影响在于防止大量抛售股票使得管理者获取大量短期利润,因为金融机构投资者持有股票的平均年数为 2 年。<sup>151</sup> 相应地,CEO 们必须立即创造利润。有数据表明目前新的 CEO 由于没有在第一年创造高额的利润而下台的数量超过 5 年前(1992 年每 100 个人中有 8 个,1987 年每 100 个人中只有 1 个)。<sup>152</sup> 这些变化使得管理者们和一些研究商业的学者开始怀疑管理革命假说。<sup>153</sup>

财富所有权,特别是可增值资本所有权的集中:企业社区里过多上层阶级人士以及主管们社会化为上层阶级人士——这些发现使得多姆霍夫得出结论说:“上层阶级是一个把基础建立在大公司的所有权和控制权之上的商业阶级。”<sup>154</sup> 他把这些发现作为上层阶级已经重组为包含高层管理人士和企业主要所有者的“联合富人”的证据。这些所有者、高层主管和主要股东组成了一个董事会的小圈子,互相联结控制着 90% 美国最大的公司和银行。<sup>155</sup> 这些联结的中心“开关”是商业银行,促成了资产阶级利益的统一,也为公司的领导提供了一个“稠密和灵活的传播网络”。<sup>156</sup> 因此,通常有竞争力和独立的企业同“制造经济巨人表亲的关系网”联系在一起。<sup>157</sup>

对媒体产业董事会成员的调查表明他们在与银行和其他金融机构、媒体公司和核心企业之间的关系网中陷得太深了。<sup>158</sup> 对电影娱乐公司董事会成员互相联结的考察反映了这种联结的模式。在 1993 年,派拉蒙的董事会成员与 NYNEX 公司、Pennzoil、Lazard Freres & Co.、瑞士银行、Philip Morris 公司和联邦国家借贷协会都有关联。<sup>159</sup> 当从属于可口可乐公司的时候,哥伦比亚电影公司通过 Anne Cox 委员会与 Cox 媒体帝国联系在一起,还与 Security Pacific National Bank、Dow 化学公司、American Express、太阳信托银行、佐治亚信托公司以及其他投资公司都有联系。<sup>160</sup> 在与时代合并之前,华纳传播的高级理事成员包括 Chris-Craft Industries、所罗门兄弟和一些法律和投资公司。<sup>161</sup> 在 1992 年,迪斯尼的董事会和旧金山联邦储备银行、美洲银行、太平洋多样生活保险公司、加利福尼亚银行、西北航空公司和洛杉矶齿轮公司都有联系。迪斯尼还与石油和天然气开采、法律和房地产发展公司有联系。<sup>162</sup> 这些网络延伸和扩展了现存经济体系中资产阶级所持的股份。同时,这些共同的利益高度集中于互相关联的大企业手中,使得美国的资本主义更加步调一致而不是更具竞争性。

## 五、结 论

如调查中所看到的那样,信息和文化产业的所有权和控制权、知识产权和媒介再现、传播的所有权和控制权构成了增值资本有价值的一部分,而可增值的资本都掌握在资产阶级手中。但是,保卫和扩展知识产权的任务非常复杂。信息和文化产品的特殊性使它们与有形的财产区分开来,并且需要特殊的机制来保证对知识产权的私人占用和剥削。有必要确认国家在认定、延伸和保护知识产权过程中的角色。在下面两章中将着重探讨这些主题。

### 注释

1. This breakdown of the political economy of communications is used by Jeffrey Halley, "Culture in Late Capitalism," in S. McNall (ed.), *Political Economy: A Critique of American Society*, Glenview, IL: Scott, Foresman, 1981, pp. 137-155. A slightly more elaborate categorization scheme for "critical communications research" is developed by Vincent Mosco, *The Pay-Per Society: Computers and Communication in the Information Age*, Norwood, NJ: Ablex, 1989, pp. 41-66.

2. Georg Hegel, *The Philosophy of History*, New York: Dover, 1956; Rudolf Hilferding, *Finance Capital*, London: Routledge, 1981; Rosa Luxemburg, *The Accumulation of Capital*, New York: Monthly Review Press, 1964; Paul Sweezy, *The Theory of Capitalist Development*, New York: Oxford University Press, 1942; Paul Baran and Paul Sweezy, *Monopoly Capital*, New York: Monthly Review Press, 1966; V. I. Lenin, *Imperialism*, New York: International Publishers, 1939; Nikolai Bukharin, *Imperialism and the World Economy*, New York: International Publishers, 1929.

3. Robert Heilbroner, *The Nature and Logic of Capitalism*, New York: W. W. Norton, 1985, p. 33.

4. Heilbroner, p. 35.

5. Luxemburg, p. 358.

6. David Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Basil Blackwell, 1989, p. 344.

7. See Douglas Kellner, *Critical Theory: Marxism and Modernity*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1989.

8. See, for example, Hans Magnus Enzensberger, *The Consciousness Industry*, New York: Seabury Press, 1974, or Peter Golding and Graham Murdock, "Ideology and the Mass Media: The Question of Determination," in M. Barrett et al. (eds.), London: Croon Helm, 1979, pp. 198-225.

9. Murdock argued for a shift from economics as a determinant in the last instance, as first proposed by Marx and stressed by Louis Althusser ("Contradiction and Overdetermination: Notes for an Investigation," *For Marx*, London: Verso Editions/NLB, 1986, pp. 87-128), to the determining role of economics in the first instance as the starting point of communications research (see Graham Murdock, "Critical Inquiry and Audience Activity," in B. Dervin et al. [eds.], *Rethinking Communication, Volume 2: Paradigm Exemplars*, Newbury Park, CA: Sage, 1989, pp. 226-249).

10. Sut Jhally, "The Political Economy of Culture," in I. Angus and S. Jhally (eds.), *Cultural Politics in Contemporary America*, New York: Routledge, 1989, pp. 65–81.
11. Karl Marx and Frederick Engels, *The German Ideology*, New York: International Publishers, 1970, p. 64.
12. Marx and Engels, p. 64.
13. Nicolas Garnham, "Contribution to a Political Economy of Mass Communication," in *Capitalism and Communication*, Newbury Park, CA: Sage, 1990, p. 30.
14. Bernard Edelman, *Ownership of the Image: Elements for a Marxist Theory of Law*, Boston: Routledge and Kegan Paul, 1979.
15. Stephan Morawski, "Introduction," in L. Baxendall (ed.), *Marx and Engels on Literature and Art*, St. Louis, MO: Telos, 1973, pp. 3–47.
16. Edward Herman, "Diversity of News: 'Marginalizing' the Opposition," *Journal of Communication*, 35:3, 1985, pp. 135–146.
17. Thomas Guback, "Theatrical Film," in Benjamin M. Compaine et al. (eds.), *Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry*, White Plains, NJ: Knowledge Industries, 1979, pp. 179–249, p. 190.
18. Samuel Bowles and Richard Edwards, *Understanding Capitalism: Competition, Command, and Change in the U.S. Economy*, New York: Harper and Row, 1985, p. 201.
19. Daniel Fusfeld, *Economics: Principles of Political Economy* (3rd ed.), Glenview, IL: Scott, Foresman, 1988.
20. Erik Barnouw, *A History of Broadcasting in the United States, Volume 1: To 1933: A Tower in Babel*, New York: Oxford University Press, 1966; Robert McChesney, "The Battle for the U.S. Airwaves, 1928–1935," *Journal of Communication*, 40:3, 1990, pp. 29–57; Robert McChesney, "An Almost Incredible Absurdity for a Democracy," *Journal of Communication Inquiry*, 15:1, 1991, pp. 89–114.
21. Simon Frith, "The Industrialization of Popular Music," in J. Lull (ed.), *Popular Music and Society* (2nd ed.), Newbury Park, CA: Sage, 1992, pp. 49–74.
22. Ben Bagdikian, *The Media Monopoly* (4th ed.), Boston: Beacon, 1992; Benjamin Compaine, "Newspapers" and "Magazines," and J. Kendrick Noble Jr., "Books," in Compaine et al., *Who Owns the Media?* pp. 11–53, 127–178, and 251–291; Janice Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
23. Bagdikian, 1992; Herbert Schiller, *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York: Oxford University Press, 1990; Anthony Smith, *The Age of Behemoths: The Globalization of Mass Media Firms*, New York: Priority Press, 1991; Jeremy Tunstall and Michael Palmer, *Media Moguls*, London: Routledge, 1991.
24. Ben Bagdikian, *The Media Monopoly*, Boston: Beacon, 1983.
25. Bagdikian, 1992, p. ix.
26. Edwin McDowell, "Time Inc.'s Grand Plan Leaves Room for Books," *New York Times*, January 30, 1989, p. D10.
27. Thomas Guback, "Ownership and Control of the Motion Picture Industry," *Journal of Film and Video*, 38:1, 1986, pp. 7–20.
28. David Waterman, "Rerecorded Home Video and the Distribution of Theatrical Feature Films," in Eli Noam (ed.), *Video Media Competition*, New York: Columbia University, 1985, pp. 221–243, p. 229.

29. Data cited from *Variety* in Laura Landro, "Sony's Holiday Films Surprise Skeptics," *Wall Street Journal*, January 15, 1992, pp. B1, B6.
30. Data cited from *Daily Variety* (January 1993) in Thomas R. King, "Three Hollywood Studios Wage Close Fight for Box-Office Crown," *Wall Street Journal*, January 4, 1993, pp. B1, B8.
31. A. D. Murphy, "'Majors' Global Rentals Totaled \$3.27 Bil in '91," *Variety*, June 15, 1992, pp. 1, 5.
32. Thomas Guback, "The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s," *Journal of Communication*, 37:2, 1987, pp. 60-77, p. 74.
33. Tom Graves, "Leisure-Time: Current Analysis," *Standard & Poor's Industry Surveys*, November 11, 1993, pp. L1-L68, p. L24.
34. Graves, p. L24.
35. Suzanne M. Donahue, *American Film Distribution*, Ann Arbor: UMI Research Press, 1987, p. 192.
36. Mark Robichaux, "Premium Cable Channels Gain Viewers with Original Programs, Package Deals," *Wall Street Journal*, March 24, 1993, pp. B1, B10. The closest pay-TV channel on the periphery is the Encore Channel, with 3.8 million subscribers in 1992, which is partly owned by the Liberty Media Corp.
37. Graves, p. L21.
38. Marc Berman, "Rentals Reap Bulk of 1991 Vid Harvest," *Variety*, January 6, 1992, pp. 22, 104.
39. Berman, pp. 22, 104.
40. Graves, p. L21.
41. "The Stale Rules That Stifle TV," *New York Times*, November 30, 1990, p. A32; Elizabeth Jensen, "Networks Gain in Syndication Dispute, but Many See Rerun of Battles Ahead," *Wall Street Journal*, November 9, 1992, pp. B1, B6.
42. Federal Communications Commission, *Competition and Responsibility in Network Television Broadcasting: Report and Order*, 1970, 23 FCC 2d 384.
43. Jensen, p. B6.
44. Graham Murdock, "Large Corporations and the Control of the Communications Industries," in M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, and J. Woolacott (eds.), *Culture, Society, and the Media*, New York: Methuen, 1982, pp. 118-150, p. 120.
45. Mark Robichaux and Craig Torres, "Heard on the Street: Playing Cable-TV Stocks May Be Trickier Than It Looks," *Wall Street Journal*, February 4, 1993, pp. C1, C2.
46. Johnnie L. Roberts, "Paramount 31/2-Point Stock Jump Spotlights Brighter Outlook, Investors and Analysts Say," *Wall Street Journal*, January 22, 1993, p. C2.
47. Larry Rohter, "New Profits (and Prestige) from Old Films," *New York Times*, April 25, 1991, pp. C15, C16.
48. Eileen Meehan, "Holy Commodity Fetish, Batman! The Political Economy of Commercial Intertext," in R. Pearson and W. Uricchio (eds.), *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a Superhero and His Media*, New York: Routledge, 1991, pp. 47-65.
49. Smith, p. 36.
50. The success of VHS was the result of JVC's decision to license the format to other manufacturers of VCRs. Once the majority of the VCRs in people's homes were VHS, the filmed entertainment industry came out with more products in that format. Additionally, as owners of video rental establishments sought to maximize diversity of titles and cut back on duplicate inventory, they increasingly went with the dominant format. This further exacerbated the decline of Betamax, even though some would argue that it was the superior format.

51. Geraldine Fabrikant, "Deal Is Expected for Sony to Buy Columbia Pictures," *New York Times*, September 26, 1989, pp. A1, D8; Laura Landro, "Sony Unit Set to Enter Cable Programming," *Wall Street Journal*, May 4, 1992, pp. B1, B8. Thomas Schatz, "Boss Men: Executive Decisions," *Film Comment*, January 1990, pp. 28–31; Bagdikian, 1992, p. 4.
52. See chapter 27 of Karl Marx, *Capital III*, New York: International Publishers, 1967.
53. Eduard Bernstein, *Evolutionary Socialism*, New York: Schocken Books, 1961, p. 54.
54. Adolf Berle Jr. and Gardiner Means, *The Modern Corporation and Private Property*, New York: Macmillan, 1932.
55. Berle and Means, p. 356.
56. Adolf Berle, *Power Without Property*, New York: Harcourt Brace, 1959, pp. 87–93.
57. Daniel Bell, *The End of Ideology* (rev. ed.), New York: Free Press, 1962.
58. Frederick S. Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm, *Four Theories of the Press*, Urbana: University of Illinois Press, 1956.
59. Roya Akavan-Majid and Gary Wolf, "American Mass Media and the Myth of Libertarianism: Toward an 'Elite Power Group' Theory," *Critical Studies in Mass Communication*, 8:2, 1991, pp. 139–151. While taking a capitalist media system as a given, social responsibility theorists did argue that public or government intervention was necessary when the market failed to deliver vital communications services.
60. Herbert Altschull, *Agents of Power: The Role of the News Media in Human Affairs*, New York: Longman, 1984, p. 5.
61. Robert W. McChesney, "Off Limits: An Inquiry into the Lack of Debate over the Ownership, Structure, and Control of the Mass Media in U.S. Political Life," *Communication*, 13:1 1992, pp. 1–19.
62. David Noble, *America by Design: Science, Technology, and the Rise of Corporate Capitalism*, New York: Knopf Publishing, 1977. See particularly chapter 6, "The Corporation as Inventor," pp. 84–109.
63. Murdock, 1982.
64. U.S. Congress, Democratic Staff of the Joint Economic Committee, *The Concentration of Wealth in the United States: Trends in the Distribution of Wealth Among American Families*, Washington, DC: Joint Economic Committee, July 1986, pp. 23, 29.
65. U.S. Federal Reserve, *Survey of Consumer Finances*, April 1992. Data cited in Sylvia Nasar, "Fed Gives Evidence of 80's Gains by Richest," *New York Times*, April 21, 1992, pp. A1, A17.
66. Maurice Zeitlin, *The Large Corporation and Contemporary Classes*, Oxford: Polity Press, 1989, p. 146.
67. Zeitlin, 1989, p. 147.
68. U.S. Congress, Congressional Budget Office, *Measuring the Distribution of Income Gains*, CBO Staff Memorandum, Washington, DC: Congressional Budget Office, March 1992, p. 3. Data also cited in Sylvia Nasar, "However You Slice the Data the Richest Did Get Richer," *New York Times*, May 11, 1992, pp. D1, D5.
69. U.S. Congress, Congressional Budget Office, *The Changing Distribution of Federal Taxes: 1975–1990*, Washington, DC: U.S. Congress, 1987.
70. U.S. Federal Reserve, "Changes in Family Finances from 1983 to 1989: Evidence from the Survey of Consumer Finances," *Federal Reserve Bulletin*, January 1992, pp. 1–18.
71. D. Stanley Eitzen and Maxine Baca Zinn, "Structural Transformation and Systems of Inequality," in D. Stanley Eitzen and Maxine Baca Zinn (eds.), *The Reshaping of America: Social Consequences of the Changing Economy*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1989, pp. 131–143.

72. Bowles and Edwards, p. 22.
73. Bowles and Edwards, p. 80.
74. E. K. Hunt and Howard J. Sherman, *Economics: An Introduction to Traditional and Radical Views* (4th ed.), New York: Harper and Row, 1981, p. 249.
75. Paul M. Sweezy, *The Present as History: Essays and Reviews on Capitalism and Socialism*, New York: Monthly Review Press, 1953, pp. 128–129.
76. Zeitlin, 1989.
77. G. William Domhoff, “State and Ruling Class in Corporate America,” *Insurgent Sociologist*, 4:3, 1974, pp. 3–14; *The Powers That Be*, New York: Vintage Books, 1979; *Who Rules America Now?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1983.
78. Domhoff, 1983, p. 13.
79. Domhoff, 1983, p. 50.
80. Stuart Hall, “Ideology and Communication Theory,” *Rethinking Communication, Volume 1: Paradigm Issues*, B. Dervin et al. (eds.), Newbury Park, CA: Sage, 1989, pp. 40–52.
81. Hall, 1989, pp. 51–52.
82. G. William Domhoff, *The Power Elite and the State: How Policy Is Made in America*, New York: Aldine de Gruyter, 1990, p. 39.
83. Domhoff, 1983, pp. 67–76.
84. Maurice Zeitlin, “On Classes, Class Conflict, and the State: An Introductory Note,” in M. Zeitlin (ed.), *Classes, Class Conflict, and the State*, Cambridge, MA: Winthrop, 1980, pp. 1–37.
85. Nicos Poulantzas, *Political Power and Social Classes*, London: New Left Books, 1975, p. 296.
86. Kellner, pp. 176–203.
87. Edward Herman and Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon, 1988, pp. 7–10.
88. Herman and Chomsky, p. 8.
89. Thomas Guback, “Ownership and Control in the Motion Picture Industry,” *Journal of Film and Video*, 38:1, 1986, pp. 7–20.
90. Guback, 1986, p. 17.
91. Guback, 1986, p. 17.
92. “The Forbes Four Hundred: The Richest People in America,” *Forbes*, October 21, 1991, pp. 145–272; “The Forbes Four Hundred: Great Family Fortunes,” *Forbes*, October 21, 1991, pp. 274–296; “The Forbes Four Hundred: The Richest People in America,” *Forbes*, October 19, 1992, pp. 90–208; “The Forbes Four Hundred: Great Family Fortunes,” *Forbes*, October 19, 1992, pp. 218–243.
93. Stephanie Losee, “The Billionaires,” *Fortune*, September 7, 1992, pp. 86–88.
94. Johnnie L. Roberts, “Orion Struggles to Return to Its Hollywood Glory Days,” *Wall Street Journal*, January 26, 1993, p. B4.
95. In order to retain control of the company, Murdoch expanded his media holdings by borrowing money rather than issuing stock and diluting his stock holdings. Consequently, News Corp. has a huge debt load that ran as high as \$8.7 billion in 1990 and still stood at \$7.2 billion in 1992. The high debt load forced Murdoch to sell off some of News Corp.’s noncore assets as well as some very core properties, namely eight magazines (*New York, Premiere, New Woman, Seventeen, European Travel and Life, Soap Opera*



*Weekly, Soap Opera Digest, and Automobile*) and the racetrack newspaper, the *Daily Racing Form*.

96. News Corporation Limited, *Annual Report*, 1986, p. 16.

97. Patrick M. Reilly, "Murdoch to Digitize His Publications for Hand-Held PCs," *Wall Street Journal*, March 12, 1992, p. B7.

98. Laura Landro and Thomas R. King, "Diller Steps Down at Fox and Murdoch Takes the Reins," *Wall Street Journal*, February 25, 1992, pp. B1, B7. As a result of Diller's resignation, management's stake in TCF has been dissipated. At that time Diller held News Corp. stock that he acquired in the sale of TCF to Murdoch by Marvin Davis. At this time Diller also acquired a 5 percent interest in the profits of Fox, Inc., of which he served as chairman and CEO. Before resigning in 1992, Diller had earned at least \$70 million in compensation through stock, salary, and profit participation ("In Hollywood, a Nouveau Royalty Made by Mergers," *New York Times*, March 1, 1992, p. F5). His total worth was estimated at \$100 million in 1992; he has begun to reinvest that wealth in the media, first of all in the Home Shopping Channel, which he planned to develop into a leader in the emerging interactive television business.

99. Laura Landro and Johnnie L. Roberts, "Murdoch Plays Role of Hollywood Mogul," *Wall Street Journal*, February 26, 1992, pp. B1, B3. Upon taking over Diller's role as chief executive, Murdoch announced he had no plans to be involved in "creative decisions." Joe Roth, president of TCF, maintained that Murdoch did not delve into "the editorial side" of filmmaking but was reading film scripts and approving budgets (see Bernard Weinraub, "Rupert Murdoch, in Hollywood, Learns the Value of 'No,'" *New York Times*, July 21, 1992, pp. C11, C15). The distinction Roth draws is problematic since financial decisions are actually the initial creative moment when it comes to making movies within a capitalist system. Murdoch also supposedly sent cautionary messages concerning the levels of explicit sex and violence in TCF films (Richard Turner, "Roth Will Leave Twentieth Century Fox to Produce Movies at Walt Disney," *Wall Street Journal*, November 3, 1992, p. B6). Murdoch's vision for Fox Broadcasting's news programming is also being felt, where he advocates reporting that is quick-paced, visually oriented, and packaged into memorable thirty-second stories. Murdoch has been active in planning and programming the Fox network since it began (Bill Carter, "Rivals Say the Heat Is Off; Top Fox Executives Bristle," *New York Times*, March 2, 1992, p. D8).

100. Walt Disney Company, *Notice of Annual Meeting of Stockholders and Proxy Statement*, 1992, Burbank, CA.

101. "Forbes 400," 1991, p. 164.

102. Ted Turner, the chair of Turner Broadcasting System, also has given up some control over his company as a result of the need to lower debt. Besides the stake held by Time Warner, now about 22 percent, another major shareholder is Tele-Communications Inc. (TCI), the largest multisystem cable operator in the United States. Time Warner and TCI stopped Turner from pursuing purchase of one of the major U.S. television networks (CBS, ABC, NBC) and from bidding on Orion Pictures ("Turner Rejects Rumor on Deal," *New York Times*, March 4, 1992, p. D6.).

103. Richard Turner, "Carolco Submits Restructuring Plan Involving MGM," *Wall Street Journal*, December 28, 1992, p. B4.

104. Midwest Television continues to be family controlled, with son Chris running the three television and four radio stations.

105. *Universal City Studios, Inc. v. Sony Corporation of America, Inc.*, 480 F. Supp 429 (C.D. Cal. 1979); *Sony Corporation of America, Inc. v. Universal City Studios, Inc.*, 659 F.2d 963 (9th Cir. 1981); *Sony Corporation of America, Inc. v. Universal City Studios, Inc.* 464 U.S. 417 (1984).

106. Guback, 1986, p. 12.

107. Christopher Murray, "Here's the Electronic Business International 100," *Electronic Business*, December, 1992, pp. 83–85.

108. Geraldine Fabrikant, "The Osaka Decision," *New York Times*, May 3, 1992, pp. F1, F6. During negotiations for Matsushita's takeover of MCA, officials of the former iterated that they had no intention of trying to influence the subjects or content of the latter's creative output. Although there was some suggestion that changes in the script for "Mr. Baseball," a film about a U.S. baseball player playing in Japan, were the result of self-censorship on the part of Universal Pictures producers, the claim is hard to prove and easy to deny (see Steven R. Weisman, "Film Changes After Japanese Buy Studio," *New York Times*, November 20, 1991, pp. A1, C21).

109. Yumiko Ono and Richard Turner, "Matsushita Names Officials to MCA's Highest Committee," *Wall Street Journal*, January 21, 1991, p. B2.

110. Andrew Pollack, "At MCA's Japanese Parent, No Signs Yet of Letting Go," *New York Times*, October 14, 1994, pp. D1, D16; Geraldine Fabrikant, "Matsushita's Chief May Meet on MCA," *New York Times*, November 17, 1994, p. D5.

111. See, for example, the case of the cable-system merger between the Times Mirror Company and Cox Cable. The Chandler family trust, holder of preferred shares of Times Mirror stock, controls shareholder votes despite a minority ownership of overall stock. This would have allowed the trust to make out better in the merger deal than common stock holders, who protested the terms of the deal (Floyd Norris, "At Times Mirror, 2 Roads Diverge," *New York Times*, June 7, 1994, pp. D1, D8).

112. Domhoff, 1983, pp. 60–65.

113. Eric Schuckler, Ralph King Jr., and Dolores A. Lataniotis, "The 400 Richest People in America," *Forbes*, October 26, 1987, pp. 106–110, p. 110.

114. Losee, p. 88.

115. Beth Mintz, "United States of America," in T. Bottomore and R. Brym (eds.), *The Capitalist Class: An International Study*, New York: New York University Press, 1989.

116. C. Wright Mills, *The Power Elite*, New York: Oxford University Press, 1956; Don Villarejo, "Stock Ownership and the Control of the Corporation," *New University Thought* 2, 1961, pp. 33–77; G. William Domhoff, *Who Rules America?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1967, and *The Higher Circles*, New York: Random House, 1970; Edward Herman, *Corporate Control, Corporate Power*, New York: Cambridge University Press, 1981; Domhoff, 1983.

117. Michael Useem, *The Inner Circle*, New York: Oxford University Press, 1984, p. 30.

118. Figures cited from William M. Mercer Inc., a New York business consulting firm, in "Executive Stockpile," *Wall Street Journal*, August 13, 1992, p. A1.

119. Elizabeth Arreglado, "Compensation Survey," New York: Conference Board, December 1992.

120. Joan E. Rigdon, "Kodak to Require Stock Ownership by Top Managers," *Wall Street Journal*, January 14, 1993, p. A6.

121. "The Corporate Elite," *Business Week*, October 12, 1992, pp. 119–146; "The Boss's Pay," *Wall Street Journal*, April 22, 1992, pp. R9-R11.
122. Kevin Phillips, *The Politics of Rich and Poor: Wealth and the American Electorate in the Reagan Aftermath*, New York: Random House, 1990, p. 178.
123. Steve Kichen and Eric Hardy, "Corporate America's Most Powerful People," *Forbes*, May 25, 1992, p. 174; Arreglado.
124. John A. Byrne, Ronald Grover, and Todd Vogel, "Is the Boss Getting Paid Too Much?" *Business Week*, May 1, 1989, pp. 46–52.
125. Walt Disney Company, *Notice of Annual Meeting of Stockholders and Proxy Statement*, 1990, p. 9.
126. Walt Disney Company, *Notice of Annual Meeting of Stockholders and Proxy Statement*, 1991, p. 9.
127. Byrne, Grover, and Vogel, p. 47.
128. John Byrne, Ronald Grover, and Robert D. Hof, "Pay Stubs of the Rich and Corporate," *Business Week*, May 7, 1990, pp. 56–64.
129. Walt Disney Company, *Notice of Annual Meeting of Stockholders and Proxy Statement*, 1990, pp. 9, 11.
130. Steve Lohr, "Avoiding the Clinton Taxman," *New York Times*, December 2, 1992, pp. D1, D5; James Bates and Jube Shiver Jr., "Disney's Chief Makes Out Big from Stock Options," *Philadelphia Inquirer*, December 3, 1992, pp. D9-D10; David J. Jefferson, "Disney Officials Get \$185 Million from Stock Sale," *Wall Street Journal*, December 2, 1992, p. A3.
131. Byrne, Grover, and Hof; Steve Kichen and Eric Hardy, "Turnover at the Top," *Forbes*, May 27, 1991, pp. 214–218.
132. Alison Leigh Cowan, "The Gadfly C.E.O.'s Want to Swat," *New York Times*, February 2, 1992, pp. F1, F6.
133. John Byrne, "What, Me Overpaid? CEOs Fight Back," *Business Week*, May 4, 1992, pp. 142–148.
134. Byrne, Grover, and Hof.
135. Holly Sklar, "Who's Who: The Truly Greedy," *Z Magazine*, July/August 1990, pp. 56–57.
136. Byrne, Grover, and Vogel.
137. Graef Crystal, *In Search of Excess: The Over-Compensation of American Executives*, New York: Norton, 1993.
138. United Nations Development Programme, *Human Development Report*, New York: Oxford University Press, 1992.
139. Jaclyn Fierman, "Why Women Still Don't Hit the Top," *Fortune*, July 30, 1990, pp. 40–62.
140. Anne B. Fisher, "When Will Women Get to the Top?" *Fortune*, September 21, 1992, pp. 44–56.
141. Feminist Majority Foundation, *Empowering Women in Business*, Arlington, VA: Feminist Majority Foundation, 1991, p. 1.
142. "The Corporate Elite," *Business Week*, October 19, 1990, pp. 55–274.
143. Domhoff, 1983, p. 73.
144. Robert Mims and Ephraim Lewis, "A Portrait of the Boss," *Business Week*, October 19, 1990, pp. 8–14.
145. Domhoff, 1983, p. 76.
146. Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society*, New York: Basic Books, 1969, p. 46.

147. Zeitlin, 1989, p. 160.
148. Kevin Salwen, "Institutions Are Poised to Increase Clout in Boardroom," *Wall Street Journal*, September 21, 1992, pp. B1, B7.
149. Steve Lohr, "Pulling Down the Corporate Clubhouse," *New York Times*, April 12, 1992, pp. F1, F5; Allen R. Myerson, "A Corporate Storm Blows in at American Express," *New York Times*, December 7, 1992, pp. A1, D3.
150. Mutual fund brokers controlled 9.1 percent of all stock in investors' hands in 1991, and government and corporate pension funds held another 25 percent (Randall Smith, "Mutual Funds Have Become Dominant Buyers of Stock," *Wall Street Journal*, May 22, 1992, pp. C1, C2). In total, by 1992 all institutional investors combined controlled 53 percent of all U.S. stock outstanding (Alison Leigh Cowan, "The High-Energy Boardroom," *New York Times*, October 28, 1992, pp. D1–D2; Kevin Salwen and Joann Lublin, "Activist Holders: Giant Investors Flex Their Muscles More at U.S. Corporations," *Wall Street Journal*, April 27, 1992, pp. A1, A5).
151. Salwen and Lublin, p. A5.
152. Joann S. Lublin, "More Chief Executives Learn Entrance to Office Is a Rapidly Revolving Door," *Wall Street Journal*, October 7, 1992, pp. B1, B3.
153. Lohr, April 12, 1992, pp. F1, F5.
154. Domhoff, 1983, p. 77.
155. Domhoff, 1983, p. 71.
156. Domhoff, 1983, p. 77.
157. Fusfeld, p. 416.
158. Peter Dreier and Steven Weinberg, "The Ties That Bind: Interlocking Directorates," *Columbia Journalism Review*, November 1979, pp. 51–68; Peter Dreier, "The Position of the Press in the U.S. Power Structure," *Social Problems*, 29:3, February 1982, pp. 298–310; Doug Henwood, "Corporate Profile: The New York Times," *Extra!* Mar/Apr 1989, pp. 8–9; "NBC: The GE Broadcasting Co.," *Extra!* May/June 1989, pp. 8–9; "CBS: Tiffany Goes to K-Mart," *Extra!* Oct/Nov 1989, pp. 8–10; "The *Washington Post*: The Establishment's Paper," *Extra!* Jan/Feb 1990, pp. 9–11; "Cap Cities/ABC: No. 2, and Trying Harder," *Extra!* Mar/Apr 1990; U.S. Senate, Committee on Governmental Affairs, Subcommittee on Reports, Accounting, and Management, *Interlocking Directorates Among Major U.S. Corporations, Parts 1 and 2*, Staff Study, 95th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1978; U.S. Senate, Committee on Governmental Affairs, *Structure of Corporate Concentration*, Staff Study, 96th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1981.
159. Kathryn Harris, "Paramount's Board Setting Up Bidding Format," *Los Angeles Times*, December 14, 1993, p. D1.
160. Coca-Cola Company, *Annual Report*, 1987, p. 53.
161. Warner Communications, Inc., *Annual Report*, 1987, p. 56.
162. Walt Disney Company, *Annual Meeting of Stockholders and Proxy Statement*, 1992.

## 第四章

# 知识产权的(政治)经济学

作为一种显著的商品,知识产权得到经济学家们的关注和研究,尤其在信息经济学方面。这一章将讨论信息经济学领域的一些主要观念,尤其是和知识产权密切相关的一些议题,其中有:

- 信息作为公共商品的本质
- 排除不付费的信息消费群的问题
- 首次制造信息的耗资和再制造以及发布信息的耗资之间的关系
- 信息市场的价格歧视
- 信息以及娱乐产品的非损耗性
- 信息以及文化商品制造和发行的规模和范围经济学

本章以讨论新古典主义经济学家和激进的政治经济学家关于区分“效率”概念的争论而得出结论。

## 一、知识产权的经济学

托马斯·杰斐逊早期就辨认出观点、信息和物质商品的本质区别。他说:“观点,它的特征是没有人对它占有得少一点,因为每个人都占有它的全部。他接受了一个我的观点,他自己的得到并没有减少我拥有的观点;就像他借了我的火而点亮自己的蜡烛,他得到了光但并没有熄灭我的光。”<sup>1</sup> 杰斐逊描述的是当代经济学家所称的“公共商品”,这类商品允许所有潜在消费者的联合在一起、互相并不竞争地消费。就像杰斐逊说的“光”,一个人对广播和灯塔的信号的使用并不会阻止其他人在当下或未来的使用。公共商品与之相关的明显特征是它们的非排斥性本质,也就是说,一旦一个公共商品出现,要排除不付费的消费者对它的使用是不可能或者花费巨大的。经济学家认为,当理性消费者有机会不付钱而接触这些公共商品的时候,会搭个“顺风车”。

斯坦利·贝森(Stanley Besen)对知识或艺术创造的无形表达,比如歌曲、电脑程序、小说,或科学文章,和它们的物化形态——录音带、照片记录、电脑磁盘、书或杂志做出了很重要的区分。<sup>2</sup> 只有前者是公共商品——它们的消费是非竞争的,而且当它们被制造出来、可被消费者使用时,才不可能排除个人对它们的使用。那些植根于物质形式的艺术和知识的表达,就像录像带和书,是私有产品,其在所有权和使用权上可以是排他的。就广播电视而言,这种排他性因为传递信息形式的不可把握性,仍存在着问题。

鉴于文化和信息商品的特殊本质,以信息为基础的商品和服务市场缺乏效率,

易于失败,从经济学角度来看,“这种情况下市场运作不会导致帕雷托最优(pareto-optimality)\* 或者财富的公平分配”。<sup>3</sup> 所以,知识产权市场的问题,可以用 W. 科蒂斯·普利斯特(W. Curtiss Priest)的语词来表达,是一个“不可占用性”,产权拥有者“因为排他性的问题很难接受整个市场对其信息制造的补偿”<sup>4</sup>。贝森反驳道,如果知识产权的拥有者不能够排除不付费的用户,它们的税收会减少,它们创造新的知识产权的愿望和能力也会降低;作为理性的资本家,他们会在别的地方投资。<sup>5</sup> 这场争论到了最后就是以低于社会最佳效率的状态,越来越少的书、电影、信息系统等被制造出来。<sup>6</sup>

所以必须建立其他的机构来处理这个问题,因为把知识产权商品直接销售给顾客通常是有问题的。加汉姆列举了 5 种知识产权拥有者可以用来处理信息和文化商品独特性的策略:版权;对直接销售给消费者的那个点进行控制(比如,售票处);通过操控时间造成产品内在的退化;捆绑(比如,把创作、包装和销售转包给广告商而不是直接把文化信息商品销售给顾客);国家赞助。<sup>7</sup> 这一章接下来的部分将关注那些在发行电影和其他电影娱乐项目的时候运用的排他性机制。

这些机构的发展代表电影娱乐产业把各种传播技术整合进市场结构的私人努力(例如,电视、有线电视、录像带和卫星)。然而,在每个例子中,各种政府定义和授予的版权和“相邻”权利都是私有机制建立的保障。所以,版权法通过各种产业部门和传播硬件来管制传播和信息的流通。复制、发行和表演的权利允许所有权要求的转让,因此也促使了文化和信息商品交换价值的实现。本书探讨的正是这个过程的关键点,当表现和发行知识及艺术创作的新技术被引进,反过来又产生了各种纷争,到底谁能够收获使用知识和文化产品的利益——实际创作者、版权所有人还是消费者?

### 1. 电影院放映内在的排他性

从传统来看,要排除不付费看电影的人是个简单的问题。在活动电影放映机的时代(西洋镜机器在 1893 年到 1896 年之间被广泛应用),看电影最早被限制在每个放映设备只能供一个顾客使用。<sup>8</sup> 古柏克已经注意到这种放映方式的低效率,

---

\* 帕累托最优和帕累托改进,是博弈论中的重要概念,并且在经济学、工程学和社会科学中有着广泛的应用。意大利经济学家维弗雷多·帕累托在他关于经济效率和收入分配的研究中使用了这个概念。帕累托最优是指资源分配的一种状态,在不使任何人境况变坏的情况下,不可能再使某些人的处境变好。帕累托改进(Pareto improvement),是指一种变化,在没有使任何人境况变坏的情况下,使得至少一个人变得更好。一方面,帕累托最优是指没有进行帕累托改进余地的状态;另一方面,帕累托改进是达到帕累托最优的路径和方法。帕累托最优是公平与效率的“理想王国”。——译者注

这种低效率是就每一次放映的收入和分期偿还制作费的速率而言的。<sup>9</sup>1896年,大屏幕的放映机被引进,在费用方面提供了更有效的系统。把电影投射到一个银质的屏幕上,这样就有更多的观众可以一起观看,从而增加了每次放映的收入。歌舞杂耍的剧院已经聚集了这样的观众。所以,歌舞杂耍节目的制造商把电影整合进来,因为它是一种新奇的和省力的技术。最终,电影娱乐取代了现场娱乐,变成了文化产品和消费的主导方式。

直到1906年,电影都采用歌舞杂耍式的放映手段。它为电影产业提供了一个市场模型:纵向和横向的整合;全国发行系统,这个系统可以控制订票和地区影院巡回的交换;以及针对中产阶级观众的策略。<sup>10</sup>在1905年前,随着自动电唱机和电影交易的出现,剧院里放映的电影变成了大量生产和大量发行的文化产品。电影制作者发现叙事结构大都倾向于“使产品秩序化和稳定”,这个例子表明了工业化的文化的逻辑如何影响了文化商品的形式。<sup>11</sup>

在图书出版的早期历史中,这种新媒体建立在已经积累起来的知识创造性上,采用了古典、小说、戏剧和其他流行文学的形式。对原创作品的作者没有任何补偿,因为版权并不考虑这些权利。<sup>12</sup>这只是这个产业版权系统发展过程中的一个事件,在这里技术和结构上的变化总比立法和法律发展快一步。国会在1912年修订了1909年的版权法,特别包含了“故事片的电影”和“非故事片的电影”,而且还扩展到授予它们放映的权力。<sup>13</sup>简而言之,版权法变得更加宽泛以适应产业的结构和生产模式。

原来消费者接触电影的唯一方式就是去电影院买票看电影。在这样的零售层面,去电影院就像买一本书;进入电影院就是一个直接购买消费产品权利的系统。但是,不像图书的消费者,电影的消费者仅仅只能享用一次消费。在电影院里被消费的电影也不像图书,不能被消费者有形地“保存”,或者以口头和书写以外的形式与他人分享。因此,电影在影院里放映仍然是在电影院的转门口把那些没有付钱者排除在外之后,保持其公共商品性质的有效方法。在这个层面上,排他性更多履行的不是版权法,而是传播技术(电影、投影仪和屏幕)和有形资产(土地、建筑和家具等)的一种功能。

版权仍然是讨论占用问题的基础,因为它为电影产业不同的部门——制作、发行和放映之间的合同提供了基础。版权通过民事诉讼和控诉犯罪来防止对印刷品的非授权复制和对电影作品未经授权的放映。就这一点来说,这个产业对于版权系统有功能上的需要。它允许对那些未经授权就使用版权作品的行为采取法律行动,从而加强了排他性的权利。它从特殊财产的使用上来讲也方便了不同产业部



门之间权利的转让,它对那些试图非授权地使用那些财产的人进行惩罚。只要电影娱乐产业可以监督电影剧本的使用和拿到对使用他们产品的补偿,版权系统就运行得更加有效。但这变得愈加困难,因为新的技术使得电影娱乐的渠道扩大了。

## 2. 广播电视:排他性的问题

当电视在1950年代第一次作为大众媒介出现的时候,那些主要的电影制作者不太情愿把他们的产品卖给广播电视,主要是害怕失去他们的观众。电影娱乐产业的所有者们想把电影排除在电视之外,以此迫使消费者走进电影院去看电影。很明显,相比电视系统而言,电影院为排斥不付费者的问题提供了一个更好的答案。

直接通过广播电视向消费者推销节目有其内在的问题。结果,在广播电视发展的早期,这种媒介公共商品的性质产生了某种不确定性,即如何使消费者付钱享受节目同时又排斥那些不付费的人。广播电视工作者发展了各种各样的机制以发送信息和娱乐给消费者来获得报酬。最先,收音机的生产者和百货商店为消费者免费提供节目作为一种促销收音机的方法。但是,随着收音机的销售达到市场饱和,收音机一次性的销售很明显不能覆盖做节目的成本了,在那个时候,收音节目包括有版权的音乐录音和音乐喜剧表演等。因为这个原因,加拿大和英国在许可证体制下就每一个无线电接收机接收和购买收音节目进行了控制。在这样的体系下,收音机拥有者因为拥有接受装置而付年税,从而支持了公共广播电视产品。<sup>14</sup>

美国广告商支持的广播系统把听众商品化了,随即出现了如何就收音节目向消费者收费的问题。在这种系统下,听众的时间和注意力是广播的私有财产。广播电视工作者因为拥有传播的手段和持有使用政府分配的频率的许可证而把听众商品化。反过来,他们购买了使用版权作品的权利,再把它们传播出去,以创造一个听众群卖给广告商。

走在前面并且主导广播网的几家美国广播公司(CBS、NBC和从NBC那里分离出来的ABC)在建立电视网的时候扮演了中心角色。对广播台的所有者来说,广告商、拥有音乐版权的录音公司、全国性的网络、广告商支持的广播模式已经证明了它的有效性和盈利性。文化“产业化”的逻辑决定了电视对于版权化的电影娱乐节目来说是一个重要的输出口,即使电影产业的所有者一开始拒绝了这一点。在20世纪50年代中期以前,小部分的制造者开始从他们的影片库里拿出一些影片来允许放映,很快主要的好莱坞电影厂也跟着这样做了。

在1961年,NBC从版权拥有者20世纪福克斯公司购买了在每周的黄金时间(NBC的“星期六电影夜晚”)放映一系列电影的权利。在60年代中期以前,广告

商和电视网欣喜地发现电影可以比其他的节目吸引更多的观众。结果,出售电视放映权利获得收入成为资助电影制作的一个组成部分。直到 70 年代中期,电影院和广播电视为电影娱乐提供了主要的输出口。

### 3. “有效的”电影娱乐传输系统

在处理排他性问题上,广播电视仍然不能说是有效的,依靠消费者付费来作为收入,毕竟与票房的直接收入不同。电影和电视娱乐的制作者和发行者认为从家庭观看电影和视频娱乐中会获得更高的回报。相应地,他们相信消费者愿意或者被说服付更多的钱。随即,他们制定了目标要把他们的产品从广告商支持转到消费者支持的模式上来。<sup>15</sup> 订购电视节目的各种形式有:“基本”的有线电视、付费有线电视、按次付费、微波和卫星电视,这可以为电影和视频娱乐从每个消费者身上得到更多的收入。排除不付费者的技术越好,从每个观众上得到的收入就越多。例如,一个电影按依次收费来放映会从每个家庭收取 3~4 美元的收入,相比付费电影频道而言,收入就多。付费频道每个月会放映 16~20 部电影,而每个家庭只需付 10 美元的费用。

一些有关“事件”的节目,如主要的拳击比赛、奥林匹克运动会和摇滚音乐会可以从每户家庭中获得更多的收入。1989 年,27 万的付费用户、每户付 22.5 美元观看了电视转播的滚石音乐会。1991 年 4 月,伊万达·霍利菲尔德(Evander Holyfield)同乔治·福尔曼(George Foreman)的重量级拳击赛,吸引了 140 万家庭观看,每户付费 35.95 美元。NBC 和有线电视公司(Cablevision Systems Corp.)花了 20 亿美元来保障权利、制作和促销各种各样的按次付费礼包,让观众收看 1992 年在巴塞罗那举办的奥运会。尽管 NBC 在这次活动中损失了一些钱,但 NBC 的总裁托马斯·罗杰斯(Thomas Rogers)说这次的操作是为了一个大目标,让这种按次付费的项目变得更容易,并且改变将来转播和销售体育节目的方式。<sup>16</sup> 关于这次讨论,罗杰斯把按次付费的项目描绘成一个“拥有无限座位的剧院”。<sup>17</sup> 然而这种按次付费的产业却有可能导致太多人坐在同一个座位上。这种观看方式似乎常用来使客人得到娱乐,它减少了从每个观看者那里获得的潜在收入。正因为如此,汤姆·内维尔(Tom Neville),Showtime Event Television 主管研究的副总裁承认,这个产业中长期的成长策略应该是鼓励人们以更小的群体一起观看活动,也就是说,促进电影和影像节目的私有消费。<sup>18</sup>

尽管付费电视频道,像 HBO 和迪斯尼频道,提高了在电视上依照每次播放获得收入的效率,但他们仍然代表了一种捆绑的形式,这是另一种常见的处理排他性

问题的市场机制。<sup>19</sup>在付费有线电视和其他订阅系统中,电影是以每个频道来捆绑和销售的,这通过限制给付费用户的传输信号从根本上控制了观看电影的通路。编码和解码系统被用来防止未经授权的使用。版权法为制止那些试图盗用的人提供了基础,未经授权的盗用将受到罚款或者监禁的威胁。1984年的有线电视法案规定,一个故意盗用有线电视信号的人可以被罚款最多1 000美元或监禁达6个月。<sup>20</sup>任何盗用有线电视服务以作商业用途的人可以被罚款高达50 000美元或者监禁长达2年。<sup>21</sup>

和收费电视频道,像HBO和Showtime相反的是,按次付费的有线和无线电视代表了直接的、非捆绑的和没有赞助的电影以及其他娱乐节目的传送方式。戴维·沃特曼(David Waterman)认为,按次付费的方式允许高端客户个人选择电影的自我选择方式就像电影院的旋转门一样。<sup>22</sup>这些市场系统基于每个节目、每个消费者使得排他性成为可能。这样,传输系统中的每个节目都需要付费才能收看。对市场机制变化的预见是建立在按次付费这种方式上的,贝森预言,广告商对电视的支持会相应地变得不那么重要。<sup>23</sup>

电影娱乐产业对按次付费模式的兴趣可以追溯到20世纪80年代早期。1983年,环球电影公司第一次执行了合同,这个合同是有关按次付费收看某场电影《班战斯的海盗》(*The Pirates of Penzance*)的电影院放映。哥伦比亚电影公司——可口可乐的下属公司,有一个80年代中期的“成长策略”,用来把订阅系统的效率最大化。<sup>24</sup>为了鼓励按次付费这种模式的成长,哥伦比亚电影公司在1985年以按次付费模式发布的电影,打破了以前所有以这种方式销售电影的盈利纪录。

对按次付费模式的转向表明,新的传播技术并没有应顾客对新的传送机制的需求而发展,而是对版权所有者的愿望做出的回应。因此,文森特·莫斯科(Vincent Mosco)把我们这个“时代的本质”描绘成“每次付费的社会”,其中的“驱动力是共同修正”。在这个社会里,我们越来越多地“打一次电话付一次,按次付费,每一比特付一次,每一屏信息付一次,等等”。<sup>25</sup>

对那些缺乏经济手段和技术路径的人来说,他们长期关注从广告商支持的电视到信息娱乐节目按次付费的可行性的变化结果。<sup>26</sup>考虑到信息和文化商品的逻辑,从播出到付费和制作成录像带,这个过程中节目制作的损耗程度很大。正如前面所关注的一样,体育节目的制作者越来越多地把主要的体育节目变成付费电视、按次付费或者有线传播的“强力电视台”。例如,一部分温布尔顿网球公开赛和美国网球公开赛的节目只有在HBO才能看到;NBA的初轮季后赛的前几轮就不能

通过特纳广播电视系统的有线电视频道、TNT 和 WTBS 里收看。其他主要的联盟比赛也只能通过区域的有线体育网收看。ESPN1989 年和棒球大联盟的交易大大提高了每一赛季通过有线电视收看体育比赛的数目。<sup>27</sup>Showtime(维亚康姆有限公司的付费电视频道)的主席预言,超霸杯最终会采用按次付费的模式。<sup>28</sup>许多运动队已经开始了按次付费的运作,他们当中有圣迭戈牧师队、明尼苏达双胞胎队、辛辛提那红队、圣路易斯州立大学队的橄榄球项目和波特兰先驱队。

此外,许多电影和录像娱乐节目也不会给无线电视播放(包括全国网和本地的),例如,这些电视网或者强力电视台的首映“播放”和特别“为有线电视制作的电影”,这些电影往往是没有被电视网挑中或者是中小型的、独立的、电视网附属的传播机构负担不起和不感兴趣的电影。电视网、它们的附属以及独立电视台知道,如果电影可以通过有线电视和无线电视收看一段时间,那么这些电影的收视率就会更低。一些专门为有线电视制作的有趣的电影、专门的或者系列节目也可能因为语言、裸露镜头或者它们描述的另类的的生活方式而永远不会出现在无线电视上,主要是因为广播电视工作者惧怕疏远了广告商要求的部分顾客群。

新传播技术的费用和路径是导致信息富有和贫乏之间拉开更大差距的主要因素。有线电视到 1993 年已经覆盖了 95% 的美国家庭,但只有 62% 的住户订购了。<sup>29</sup>到 1993 年中期,订购基本有线电视的费用每月平均 21 美元,而住户没有订购有线电视的主要原因就是费用问题。<sup>30</sup>美国商业部门预计,有线电视订户在世纪之交会突破 70%。<sup>31</sup>1993 年,就那些可以确定地址的有线电视用户而言,按次付费的容量只有 2 000 万名订购用户。<sup>32</sup>互动电视的转换机顶盒价格在 600 美元到 1 000 美元之间。为了接收休斯传播公司(Hughes Communications Inc.)的 150 个频道,直接的传播卫星服务就需要 700 美元。

广播电视要付钱播放节目,以弥补信息和娱乐产品的损耗,这样也会对“免费”电视<sup>33</sup>质量构成威胁——这样的话经常在新传播技术的发展政策中被提起,正如在有线转播版权(见第五章)和家庭录像权(见第六章)这两个例子中一样。在前者的例子中,无线电视在 1960 年代中期使联邦通讯委员会相信他们的行业有不公平的劣势,他们使用版权节目时要付版税而有线电视运营商却不用。后来,无线电视一方认为,付费电视和有线电视最终会将有质量的节目和主要的体育活动从无线电视中吸走。这次成功的辩护导致联邦通讯委员会公布了一系列规则来防止这些问题的发生。

同样地,作为对家庭用录像机录制广播电视节目的回应,版权所有者认为广播

电视市场的价值会减低,因为广告商开始考虑到广告被录制节目的家庭在录像时“擦去”或者在重放时“覆盖”,这样就减少了观看广播节目中商业信息的观众数量。电影娱乐业官员预测,因此而导致的广告收入的减少,广播电视的质量也会下降。这个预言意味着有打击投资的危险。资本主义的媒体拥有者暗示如果他们不能得到他们认为足够的,对使用它们产权的补偿费用,他们将把钱投资到别处。

这些例子使得矛盾更加明显化了,这个矛盾是通过新技术寻求更高的效率和这些技术造成的对知识产权失去控制之间的矛盾。例如,录像设备直接分流了电影娱乐和其他视频节目对顾客的销售并且通过用私有商品(比如录有节目的录像带)重新捆绑它们的方式克服了排他性的问题。和捆绑式的传送系统,像无线或者付费频道相比,录像带就收取每一个观看者的费用以获得收入而言更有效。同时,录像机减少了电影娱乐版权所有人通常对它们产权的控制。消费者现在可以录制无线或者有线电视上的电影和其他节目,它们可以购买或者拷贝并且随时使用。录像机也促进了在全世界前所未有的大规模的电影娱乐的盗版(见第七章)。最终,租借录制好的录像带代表了一个全新的行业,电影娱乐的版权所有人对其只有间接的控制。因为最早的销售法则包含在联邦版权条规中,<sup>34</sup>电影娱乐版权所有人只能从把制作好的录像带卖给录像租借者那里收取报酬,不能再从后面的租借中得到收入。

1991年好莱坞制片厂通过销售录像带给录像租借行业赚取了估计2亿美元,1992年也差不多是这个数。<sup>35</sup>如果能从每一次录像带的租借中获利,他们从录像带这条通路获得的受益可以更大。所以电影娱乐制作和发行公司从录像租借系统中获得收入是合乎逻辑的。一个非常成功的策略是直接把录像带销售给顾客,这样在1992年,录像发行业赚得了大约2.5亿美元。<sup>36</sup>迪斯尼公司通过销售具有古典的和当代戏剧风格的电影的策略领导了从录像租借到录像销售的转变。1992年,迪斯尼占有美国所有录像直销行业40%的份额。<sup>37</sup>《美女与野兽》(*Beauty and Beast*)的零售价格是24.99美元,而批发价格是大约13.50美元。每盒录像带的制作成本是2美元,市场销售成本2美元,迪斯尼预计销售2000万盒,就从这部电影可以赚到估计2.7亿美元。<sup>38</sup>这比这部电影在美国的票房所赚的1.45亿美元和在全球其他地区的票房所赚得的2亿美元还要多。<sup>39</sup>据估计,迪斯尼通过家庭录像所赚的利润超过1992年整个财政年的3/4,多达5.082亿美元。<sup>40</sup>迪斯尼在录像直销市场上的成功展示了录像市场的发展能力,并且超越了好莱坞巨头们销售给录像出租商的收入。对迪斯尼而言,录像销售的成功也表明保护录像带版权的重要性,因为

录像带盗版对公司的利润有着巨大的影响。

电影娱乐业通过传送它的商品而赚取效益的其他策略将继续发展按次付费的模式。1988年电影制片厂每部电影以按次付费的方式已经可以赚到大约25万美元,当年的总收益达到3600万美元。<sup>41</sup>1992年,Showtime Event Television估计电影以按次付费的方式播放可以赚得1.4亿美元,当年的总收入一共是3.29亿美元,其余的钱主要来自拳击赛(8600万美元)和摔跤赛(6800万美元)。<sup>42</sup>保罗·卡甘联合公司(Paul Kagan Associates Inc.)估计1992年按次付费的收入总额达到3.377亿美元,其中1.082亿(28.6%)来自主流电影的播放,7600万(20.1%)来自成人电影节目,这使得电影娱乐节目在所有按次付费节目的收入中达到了近一半。<sup>43</sup>

在按次付费模式的收入中,成人电影成为最稳定的类别,在同一个有线系统中达到电影收入的四成。<sup>44</sup>电影和录像中的色情驱动了录像机在全世界范围内的突破,因为它使得人们可以在私底下或者家里而不是在电影院观看这类节目。但按次付费的模式提供了更大的匿名空间,因为录像带还需购买,通过邮寄或者去成人书店购买,或者去录像带出租商那里租借、购买。这在小城镇或者道德保守的地区是一个尤其重要的因素。

电影娱乐业正在试图占领按次付费的市场,就像他们曾经占领有线电视和录像市场一样。20世纪福克斯是第一个在1992年直接进入按次付费市场的电影公司,它和TCI一起买入Request Television,通过卫星来把按次付费的频道传送给有线电视供应商。Request Television计划到1994年提供30~50个按次付费的频道。Request Television和“观众的选择”(Viewer's Choice)具有类似的服务,两家公司都被有策略地用来主导按次付费的市场,并且和主要的多系统有线电视商连接了起来。这两家公司都和主要的电影娱乐公司签署了合同,尽管这些协议的形式常有变动。华纳兄弟付费电视和这两家公司签署协议,把按次付费网络的承载空间和电影票房收入联在一起,这意味着如果华纳兄弟在任何一年占到所有票房收入的20%,那按次付费网络就把它们节目安排的20%的容量给该电影公司。<sup>45</sup>在这个系统下,按次付费电影系统将会变成电影娱乐的另外一条出路,被同样的核心公司控制,就像有线电视传送系统和录像节目一样。

为了达到更有效的传送系统而迈出的下一步被称为“点播录像”。现有的按次付费播放电影的系统还是捆绑式的。原形是时代华纳在纽约皇后区拥有的150个频道的有线电视系统,包括55个频道昼夜不停地传送17个按次付费的电影。电影每半个小时开始,看一部花费3.95美元。有线电视商决定每个频道播放的电影

和播放时间。在这种系统下,观众不能像在录像机上看录像一样控制电影的播放。点播录像系统可以让观众根据自己的选择从一个存储数据的中央数据库中点播电影。在电视设备上的控制机顶盒可以允许观众保存和回放电影。消费者选择的商品是由储存在数据库中的电影和观众对这些电影的了解所决定的。

主要的信息和媒体公司在 1990 年代早期热切地开始了各式各样的录像点播系统的测试,因为对信息和通讯公司而言,录像点播系统、互动电视和多媒体系统就是他们的未来。Killen&Associate 公司,多媒体信息商品的供应商,在 1993 年签署了一份报告,预测到 2000 年互动电视市场仅消费者电子产品和电脑供应设备的价值就将达到 2 000 亿美元。<sup>46</sup> TCI,美国最大的多元系统运营商(MSO),向实际的“点播录像”系统迈出了重要的一步,在 1992 年 12 月宣布将引进数字压缩技术,使数字数据可以从中央运行站通过卫星传送到有线电视系统。这种压缩的数据将允许该系统传送多达 500 个频道到 TCI 1 100 万之多的客户那里,当然顾客们需要由一个机顶转换器来收看数不清的频道。这仍然只是个虚拟的点播系统,因为 TCI 还需要策划 500 个频道。

1993 年,时代华纳朝着录像点播系统迈出了更重大的一步。当时美国西部电话公司花 25 亿美元购买了时代华纳娱乐 25% 的股份,时代华纳娱乐是由运营该公司有线电视系统的时代华纳、华纳兄弟和 HBO / Cinemax 所控制。另外,两家日本公司也持有时代华纳娱乐的 11.5% 的股权,这两家公司中一家是贸易公司,叫 C. Itochu Corp.,另外一家是东芝电器公司。时代华纳提供软件和有线电视的基础设施,而美国西部电话公司则提供能控制电影娱乐中的大量数据的存储、传送和转换的专业技能。这样,这个联盟就把数据、存储系统和录像点播所需的恢复技术联系在一起了。

另外一个电话公司,西南贝尔在录像点播的发展上走了类似的路线。1993 年,西南贝尔成为第一个买入有线电视业务的电话公司,从 Hauser 通讯公司购买了两个有线电视系统,该通讯公司位于马里兰州的蒙哥马利郡和弗吉尼亚州的阿灵顿郡(两者加起来一共有 50 万用户)。该公司随即发表声明它卖了其在英国有线电视系统中 25% 的股份给考克斯有线通讯(Cox Cable Communications)。考克斯把重点放在把该公司的有线系统升级至光纤系统,这样就有可能把特别的广告传送到不同的社区并且也提供录像点播的服务。该公司也转向这个行业中软件开发的一块,在有线网络、探索频道、娱乐网络都持有股份,制作了像“搜星”(Star Search)、“富贵人士的生活方式”(Lifestyles of the Rich and Famous)这样的节目。

它还购买了一个辛迪加公司——Rysher 娱乐,这家公司正在制作几个新的系列节目。同时考克斯还拥有 U. K. Gold,一个可以利用英国无线广播公司和泰晤士电视资源的英国电视网络 35% 的股份。<sup>47</sup> 在 1994 年中期,考克斯宣布购买《时代镜报》的有线电视系统,明显地扩大了它多种系统的运行。

在这场报业公司和电话公司之间争夺谁将控制电子信息系统的战争中,考克斯发出了想跨越彼此界限的信号,1993 年考克斯开始和另一家电话公司贝尔南方(Bellsouth)联手通过住户、商业电话和电脑提供分类广告和黄页信息。<sup>48</sup> 另一个地区电话公司,贝尔亚特兰大(Bell Atlantic)在 1992 年后期宣布计划,通过它的电话线传送互动有线电视节目给新泽西莫里斯地区的 8 000 个客户。

另一个在 1993 年中期宣布的著名联盟涉及 AT&T 和维亚康姆,这预示信息和娱乐业的界限会更加模糊。这些公司在维亚康姆先进的、双向的有线电视系统(该系统已经在加州的 Castro 山谷中运行)中开始测试互动节目的服务。AT&T 给这个组合带来了它的全数字化网络录像服务器技术,这种技术通过压缩数据和根据用户对产品的需求采用不同的速度传送信息或电影,实现了同步传送游戏、点播录像、家庭购物和互动广告。维亚康姆则利用它的软件来为这个系统提供节目。有了这个系统,观众可以从 MTV 的前 5 位播放列表中选择视频,这样就有机会让观众去买这个录像片断的完整版视频或者收录这首歌的 CD,接下来也有机会让观众去买演唱这首歌的组合在该地区下一场演唱会的票。<sup>49</sup> 至于电影,AT&T 官员描述到这个系统让观众在家就可以“24 小时享用录像带租借店的全部内容”。<sup>50</sup>

在 1990 年代的前期和中期,这样的同盟在数量上急剧扩增,在多个方向上都涉及了互动多媒体进程中的各个方面。联盟涉及了核心的信息和通讯公司,寻求在新技术的领域扩展它们的力量和影响。因为特定的技术装置和标准打开了一些专门的市场,所以有些新的竞争者加入,但这个领域还是很明显地倾向于那些核心的公司。实际上,这个行业再次出现合作多于竞争的局面。下面是一个在 1990 年代早期公布的合资公司的部分名单:

- IBM 和罗杰斯传播公司,在多伦多做了 18 个月的测试,用有线电视线让商务人士互相发送图像、进行视频会议、用同样的电子数据表工作;
- AT&T、美国西部公司和 TCI 做了一个在科罗拉多州的里特尔顿(Littleton)点播录像的测试;
- 电视答案公司(TV Answer Inc.)和惠普公司把承载数据的电波在几个主要的城市传给电视装置;



- 苹果和东芝公司计划发展一个多媒体产品,可以集文本、绘图、视频和声音为一体,供娱乐、教育和信息服务使用;
- 第一城市的计划,一个有 11 个大电脑和电话公司组成的多媒体联盟,包括苹果、Tandem 公司、美国西部、贝尔传播研究(Bell Communications Research)、康宁公司、Eastman Kodak、IBM、北美菲利普、西南贝尔。他们在 1994 年致力于发展和传送互动多媒体技术给 10 万户家庭;
- 一个由 3DO 公司、时代华纳、松下组成的联盟,要生产“互动多人游戏”的机顶控制器,可以让使用者玩游戏、看电影、听音乐、电子购物和编辑家庭录像带等等;
- 英特尔、微软公司和通用器械公司的联盟要开发一个类似的机顶装置;
- Kaleida Labs 公司(IBM 和苹果联合的软件公司)、摩托罗拉公司和科技一亚特兰大公司组成的联盟,要开发通过有线电视网络传送互动和多媒体服务给住户的软件和硬件;
- 由 NBC、尼尔森媒体研究、TCI 和 Cablevision 系统公司组成的,被称为互动网络的联盟,提供互动电视节目和服务;
- IBM 和 NBC 联合公司提供“新闻点播”。

鉴于技术设备和标准的发展,时代华纳和 TCI,美国最大的两个有线运营商宣布成立一个合资公司来建立有线电视互动多媒体系统行业的标准。该标准建立在“开放的结构”的基础上,允许不同的硬件和软件系统互相沟通。这两大公司拥有 6 000 万有线电视用户中的 1 700 万户,提供了足够的购买容量来决定这些系统中各个部分的标准,尤其是置顶转换器,转换器内容的构造,以及电脑控制的通过网络来操作电影、数据和声音的开关。<sup>51</sup>

信息和文化商品的逻辑,以及资本的逻辑驱动了这些发展。这种结构性的推动力表明,关于新技术的必要性和必然性,在资产阶级的霸权核心中已达成共识。核心公司控制新技术的引进和扩大,决不会让他们的垄断地位受到威胁。资本所有者被投资另一个苹果电脑、微软或者 TCI 以及那些使得他们的所有者有可能跻身超级富豪行列的成功故事所吸引。约翰·亨德里克(John Hendricks),探索频道的创始人和“你的选择”电视点播系统的发展者,提出 1975 年没有可能阻止有线电视的发展,现在更不可能阻止电视点播的发展之路。<sup>52</sup>

因为这些原因,互动的多媒体系统是另一个供给创造需求的例子,完全不像资本市场系统里需求决定供给的理想模型。确实,消费者仍旧怀疑这些系统,也不愿

意加入到这场大肆宣传的活动中来。1992年秋天,国会通过了联邦法案,再次管制有线电视的价格,以回应选民对不断上升的有线电视账单的抱怨。<sup>53</sup>在1993年洛佩尔调查公司(Roper Organization)的调查中,只有44%的用户认为有线电视的服务对他们所付的费用来说是很值的。还有33%的人对高质量的付费有线电视频道表达了同样的感受。<sup>54</sup>一份1992年早期由家庭意见公司(Family Opinion Inc.)为Conference Board公司策划的调查要求6500户家庭给50种常用的商品和服务评分,分为好、中、差三档。新鲜家禽和录像带租借名列第一和第二,但是按次付费电视“超越”了医院收费,成为名单上的最后一名。<sup>55</sup>由于这个原因,Veronis、Suhler& Associate、一家纽约的投资银行和美国商业部共同得出结论:按次付费电视不会对家庭录像租借业产生直接的影响。<sup>56</sup>美国最大的录像租借、零售商Blockbuster娱乐公司却为录像带租借市场最终的缩减做好了准备。他们现在主要力量集中在国外市场的录像租借和零售业,那些地方电视点播还有很长的路要走。同时,他们还进军美国和英国的音乐零售业,买入了Spelling娱乐集团(一个电视和电影制作公司)48.2%的股份,并且加入了维亚康姆一派拉蒙联盟。

对于电影娱乐版权的拥有者而言,新媒体意味着可以用来当作他们循环和再循环使用知识产权的一个非常有价值的辅助出路。如果说有线电视和录像机提供了任何可以预测将来发展的向导——那就是我们这本书试图做的——新的传媒技术将最终进入被主导的核心公司所控制的市场体系中。有了数字化的存储、传送和录制设备,完美地翻录电影和电视将变得可能。电影娱乐业的下一个挑战是如何在不恶化盗版使用的同时利用这些新技术来获利。因此,对电影娱乐公司来说,和正在发展这些新技术的各种联盟发展伙伴关系势在必行。这是为了保证他们有加密、解码或者说自身建构机制的技术来防止盗版使用或者复制版权材料。由于电影娱乐和信息商品的成本在持续上升,希望寻求可以不要为成本上涨埋单、搭个“顺风车”的欲望也在滋长,对首批生产制作这些商品的厂家而言更是如此。

## 二、电影娱乐的经济学

经济学家注意到信息和文化商品的另一个特征是大多数商品的成本耗费在最初版本的生产中,而再生产的成本是相对较小的。这导致了普利斯特所说的“投资一再生产的高成本”,也就是,再生产单个商品后所分摊的信息制作成本。<sup>57</sup>例如,制作另外一个相当于原版长度的电影复本可能需要1300美元,这只是一部电影制作总成本的一小部分,主要的制片厂在1992年制作一部电影的价钱平均要

2 880 万美元。<sup>58</sup>再生产成本相对较低是因为制作原版的原材料(制作电影的一套东西和设备)和劳动力(演员、导演、技师)在翻制另外一批商品的时候就不需要了。

因此,让信息、电影娱乐不同于其他有形产品的是 A. 阿伦·施密德(A. Allan Schmid)所称的“一种给其他人使用或另作它用的边际成本几乎接近于零的情况( $MC=0$ )”。<sup>59</sup>这里我们关注的是这个商品另外的消费者——广播电视商、有线电视网络运营商、电影院老板或者是个别的观众——给生产、发行,或者放映某个特别的电影或节目所增加的成本。例如,增添一个电视观众并不会给制作节目增加成本,只会给某个特别节目的发行增加一点点成本,但观众增加提高了广告收入,就意味着增加了这个作品放映的收入。同样的,电影院放映一部电影多加一个消费者(直到剧场满员)也不会增加这场放映的成本。这个例子很像航空运输,多增加一个乘客所增加的成本微不足道(直到满员)。相反的是,对一个私人产品的消费,像汽车的使用是排他性的,所以生产和发行额外一个这样的商品来满足额外的一个顾客是需要固定的花费的。

电影可以和私人有形的商品进行捆绑。比如,当电影存放在录像带里的時候。为另一个客户服务就需要收集、录制和发行另一盒录像带,但电影本身不需要重新制作。信息商品的本质,也就是需要固定的高制作成本和相对较低的再生产和发行成本,这是需要保护版权的首要原因。版权是为了阻止盗版商不用给最初的商品制作支付高额成本就可以翻制和发行信息商品,这样一来,盗版商就降低了第一个“出版商”制定的价格。版权保护了所有者独有的授权翻录的权力,这样才可以恢复固定的售价和获利。

在信息商品的例子中,当任何一类买家(去影院看电影的人)付出的钱足够覆盖最初的成本,那么卖给其余买家(电视播放者、录像带租借者、国外的发行者等等)就可以盈利。因此,版权所有者为他们的产品寻找其余的销售出路,不管是找更多的电影院、新媒体、新地域的市场,这样都是合乎逻辑的,尤其是会有可观利润的热门电影。然而,版权所有者扩大市场的能力受到播放技术、发行技术和管理这些技术的版权法的限制。任何一个传播技术还需要相应的市场机制给版权商品授权。电影娱乐业在市场上用新的技术,使得他们更多地榨取了商品每一次使用所产生的收入。

### 1. 新媒体市场在差别定价中扮演的角色

根据经济分析,即使在排他性存在的情况下,知识产权市场一直以来还是运行低效的另一个原因是知识产权的拥有者不能够进行准确的差别定价。差别定价这

种区分反映了用来区别观众群的信息价值的多样性。<sup>60</sup>对普利斯特而言,“信息的非货币特性”是由其无形和难以测量的信息价值所导致的。他把有价值的信息定义为,通过增加某人对多种可能性选择的了解来提高其选择效率,从而提高最后获得良好结果的可能性的东西。但由于信息的形式太多样,可能发生的结果也很多,对个人或群体来说,决定任何信息的确定价值是很困难的。而且这还因为某些搭顺风车人的存在而变得更加复杂,这些人只要有可能就不为他们使用的有价值信息付钱。

普利斯特的定义太理性了,他假设人们选择电影是根据这部电影的信息对他们将来的决策所能产生的价值而决定的。<sup>61</sup>麦奎尔注意到,娱乐就是被用来娱乐的,它直接的价值通常就是一个对现实的逃避,而不用考虑其将来的用处。<sup>62</sup>到底去看哪部电影是由之前对某些媒介的经验所决定的,即个人所喜欢的明星、导演、影片风格之类的经验,并且可以根据人口的特质,比如年龄、教育和收入,从某种程度上来预测其对电影的选择。知识产权的拥有者试图通过消费者需求的多样化来从价格上区分他们。财产拥有者希望产生最高的净收入,即总的来说消费者愿意付钱观看,或者拥有,一部本来是以电影或者录像方式出现的个人作品。

在电影娱乐市场,这样的差别定价植根于由好莱坞主要的制作公司直接和间接运营电影院的体系。道格拉斯·高米利(Douglas Gomery)认为五大主要的电影制作和发行公司——华纳兄弟、派拉蒙、20世纪福克斯、MGM和RKO发展了这一体系,用来降低风险和持续他们的控制。<sup>63</sup>差别定价制度体现了“五巨头”三个最主要的目的:它减少了他们彻底控制这个产业所需要拥有的电影院的数量;允许完全和不间断地利用他们的电影院;保持低的交易成本。<sup>64</sup>沃特曼建议,朝电视发展而远离间接运营的电影院系统是电影院票房高价格效率的一种平衡,对电子媒介所允许的仍就比较低的发行成本而言。<sup>65</sup>现在有了按次付费的方式和录像带,这种价格效率就转移到以电视为主的电子媒体上来了。

差别定价仍然是现在电影发行业程序中的一个本质的特征。市场循环本身因为版权变得可能,版权在美国的法律中被授予了排他性的权利,对再生产、改编、发行、表演和放映的排他性权利。电影市场的分割化显示了版权是无限可分的和灵活的,以适用于技术的发展。一般而言,电影发行过程的起点是电影院,它仍旧在决定电影在后续市场中的价值方面扮演了重要角色。接着轮到家庭录像和按次付费的有线电视、只有电视可以接收的系统(TVRO)或者卫星系统;再接下去是付费电视系统(HBO/Cinemax、Showtime/电影频道)和任何订购的电视服务(电波或者卫星);然后是网络电视,回到付费电视,最后到辛迪加到独立的电视台、电台

(WTBS、WGN、WOR 等)和有线电视网络(美国有线电视网、家庭频道、艺术和娱乐频道等)。

到 1991 年,电影院之后的市场占到了美国电影娱乐发行商总收入的 60%。<sup>66</sup> 注意,效率较低的发行方式(比如广播电视)出现在发行过程的末端,证实了这个市场的价值降低与更直接的传送和付费方式有关。这再一次显示,有线电视(付费电视)和无线电视就什么样的节目在什么时间播放而言,区别越来越大。它还体现了自那个年代以来版权转让如何变得越来越复杂,在那个年代,对电影娱乐版权所有者的来说,电影院和广播电视是唯一的输出口。

不仅是典型的电影院电影的发行程序变得越来越复杂,它还变成了一个电影娱乐业的部门和公司竞争的地方。比如,TCI 在 1993 年 5 月宣布给 Carolco 电影公司投资 9 000 万美元,作为交换,该电影公司最多有 4 部新电影在 TCI 的按次付费网络上放映 3 次。这些电影比电影院放映早一个星期在按次付费的网络中播放。TCI 选中 Carolco 是因为它制作大场面电影的大手笔,像《终结者 2: 末日审判》(*Terminator 2: Judgment Day*)、《全面回忆》(*Total Recall*)和《本能》(*Basic Instinct*)。这个交易一宣布就招致了电影院经营者、录像制品商和每一个主要的电影制作公司的抗议。MGM 从 1994 年开始投资了 6 000 万美元给 Carolco 公司购买其全球发行权(见第三章),并且宣布不会把 Carolco 电影的发行权在电影院上映之前给按次付费节目。华纳兄弟、福克斯、派拉蒙、迪斯尼、Tri-Star, MCA/环球和 Orion 响应 MGM,他们一致认为,电影应该先在大屏幕上放映。<sup>67</sup>

美国电影院所有者协会(The National Association of Theater Owners, NATO)给电影行业发了一封公开信,声称该协会全力保护完整的电影在“大银幕”上的发行。对大银幕的损害,比如像近期宣布的 TCI-Carolco 交易是对整个电影娱乐行业利益的一种敌意。<sup>68</sup> 一些电影院线说他们不会放映先提供给按次付费的电影,这包括太平洋电影院(时代华纳的主要合伙人)、Loews 电影院(归索尼-哥伦比亚所有)和 Cineplex Odeon 公司(归松下所有)。电影公司对这个交易的反抗是为了保持电影院的票房、最有效的排他系统和可以发现最高品质客户的渠道,他们把这些因素放在电影的首要位置上。还有,他们的垄断地位被另一个行业部门的强大公司 TCI 和本行业的外围公司 Carolco 所危害。对 Carolco 而言,挑战主流市场可能会损失很小,但收获却可能很大。

录像带的销售商也对这个宣告很淡漠,因为这意味着按次付费的节目在主要电影放映的序列中将排在他们前面。至于说到有效传送的逻辑,把按次付费的模

式排在录像带放映的前面可能不是电影娱乐制造商和发行商所共同关注的,他们关注的是人们把按次付费播放的电影录下来而不去买录制好的录像带。确实,录像带的销售商和电影公司的执行者都表示了对电影盗版的关注,尽管 TCI 承诺说会对这些电影进行编码。<sup>69</sup> 电影的录像复本会威胁到电影的上座和录像带的销售和租借。这个行业的经验,尤其对有线电视传送系统的经验是,只要有足够的钱和时间,富有创造力的创业者能够生产出解码系统来消解任何不相关的版权保护系统。这个例子再次指出更大的收益效率和新技术引起的丧失对知识产权的控制之间的矛盾。

## 2. 信息和文化商品的非损耗性

电影和电视节目的发行顺序从重新播放电影资料库里的电影和电视节目的顺序中就可以看出。版权所有人从长期的法律保护中获益,这种法律保护使得他们可以通过现有的和新的媒体来循环利用他们的产品和继续赚取版税。这导致本地电视台、大电视台和有有线电视网播放“经典的”和“彩色的”电影。公共电视台定期地播放“经典”电影;特纳的强力电视台 WTBS 播放了“彩色经典片”;美国经典电影(American Movie Classics)是一个每天 24 小时播放老电影的有线电视网;Encore 付费电视频道播放从 20 世纪 60 年代到 80 年代的电影。此外,主要的电影公司还发行了“经典的”和更老的卖座电影及电视节目的录像带(后者的例子有 CBS 的影片资料库中有《星际旅行》(Star Trek)的收藏版本,只有订购才能看到)。这种使电影娱乐循环利用的能力体现了经济学家为信息定义的另一个特征——它的非损耗性。

信息被消费的时候不会被耗尽,不像其他的原材料,如石油和煤。这意味着版权所有人出版发行他们的作品不仅要和其他新的出版物竞争,还要和所有积累下来的过去创造的和出版的类似产品和媒体进行竞争。这并不意味着旧的商品必须以同等的力量去竞争,因为市场的力量逐渐集中在新的出版物上,大多数电影和录像的发行收入都是在进入市场的头几个星期或者几个月中获得的。从这个意义上看,信息和文化商品也需要一些像“内在淘汰”的东西,这是另一个针对信息市场不完美性的市场策略。市场的力量主要针对把注意力拉到最新的出版发行上,并且创造一种一定要马上看的效果。消费者越相信这一点,他就愿意为观看和购买付越高的价格。

然而,某些流行电影或者电视节目在市场中重新发行的时候,可能会有内在的动力使它们具有投资的吸引力。因为它们的生产成本是分期付款的,它们进入市

场可以更便宜一点,这样为用来填补频道容量的媒体资本建立了一个降低风险的机制。比如,泰德·特纳为了获得 MGM 电影资料库的播放和录制的权力,于 1986 年购买了 MGM/UA 娱乐公司。他的公司还拥有许多 RKO 和华纳兄弟早期电影的版权。特纳公司在强力电视台 WTBS 上播放这些电影,在 1991 年拥有 5 500 万的用户,这些电影也是另一个特纳有线电视网 TNT 节目的主要来源,在 1990 年,该网络为 5 000 万户家庭提供服务。<sup>70</sup> 特纳的公司利用电影资料库创立了 TNT 拉丁美洲电视台,在 1993 年就获得了 100 万的订户。它还结合了电影和卡通片的资料库而创立了 TNT 欧洲电视台。

许多 MGM 的电影都被录制成了录像带,例如约翰·韦恩(John Wayne)的四部经典和弗雷德·阿斯泰尔(Fred Astaire)—琴迷·罗吉丝(Ginger Rogers)的四部录像在 WTBS 上以邮寄订购的方式作广告销售。资料库包括《乱世佳人》(*Gone with the Wind*)、《卡萨布兰卡》(*Casablanca*)、《2001: 太空漫游》(*2001: A Space Odyssey*)、《Oz 国历险记》(*The Wizard of Oz*)和《雨中曲》(*Singin' in the Rain*)等。媒体资本家泰德·特纳认识到不管是活着的,还是已经去世了的明星可以不断创造剩余价值。在得到资料库以后,特纳说:“我们可以让斯潘塞·特蕾西(Spencer Tracy)和吉米·凯格尼(Jimmy Cagney)在坟墓里为我们工作。”<sup>71</sup>

另外一个关于信息和文化商品不可磨灭价值的例子是迪斯尼的动画片放映,不只是录像带的销售还有电影院的放映。例如,迪斯尼在 1988 年夏天重新在电影院放映了《小鹿斑比》(*Bambi*)。这部影片在 1942 年放映的时候赚了 200 万美元,在数次放映后,单就票房就赚取了超过 1 亿美元,这表明了一些有版权的电影娱乐作品在长时期内的盈利潜力。在这个例子中,迪斯尼对其版权的严格管理也说明了版权的效力以及电影院作为一个系统走向了封闭。这同样也说明了法律授予的长时期版权保护的重要性。通过把《小鹿斑比》牢牢地锁在保险库里,迪斯尼可以要求在 1988 年的重新放映时,放映者在票房上定价很高,并且使剧院取消其他的音乐会、拒绝儿童免费入场等规定。西尔斯、麦当劳和迪斯尼认识到“沃尔特·迪斯尼经典”《小鹿斑比》已经存在的市场价值,他们又把录像带的销售联系在一起。报纸广告在电影院列表中宣传了影片,鼓励消费者去西尔斯“看令人兴奋的斑比玩具和服装”,“去麦当劳吃一顿有斑比、森帕和朋友的斑比快乐餐”,以及去参观佛罗里达的迪斯尼乐园。<sup>72</sup> 对迪斯尼来说,这样合作也是一种让别人参与进来从而降低广告成本的做法。如同米汉指出的那样,这种销售做法不只是从执照费中增加了收入,而且增加了影片的热度。<sup>73</sup> 这种越来越高的热度也使得电影成为一个“必须

要看”的文化现象,而且反过来增加了进影院看电影的消费者的数量。

1991年《101斑点狗》(101 Dalmatians)的重新放映进一步证实了迪斯尼动画片资料库长期的价值,这部影片变成了史上最成功的重新发行的动画片,在票房上赚了超过6000万美元。迪斯尼花了500万美元制作了1800张影片的新照片并且帮影片打广告。在和放映者分享票房收入后,迪斯尼可能从这部影片中挣得了2000万美元。<sup>74</sup>但是,1992年放映《匹诺曹》(Pinocchio)只赚了一小部分利润,这也说明一部电影有可能过度曝光了。《匹诺曹》是迪斯尼第一部完成整个循环放映的经典动画片:1984年在电影院放映;1985年发行家庭录像带;1986年在迪斯尼频道放映,然后在电影院放映。迪斯尼的官员承认有可能迪斯尼频道放映了9次,使得很多订户自己大量地复制了,他们说这部电影没有足够的时间来“喘气”,他们要把电影放在保险库里很长时间,然后再拿出来在电影院放映。<sup>75</sup>但是当这部电影重新以录像带的形式发行的时候,它在1993年成为销量最高的录像带,有1020万部录像带送到了零购者手中。在1993年的夏天,迪斯尼计划第7次在电影院放映它第一个经典动画片《白雪公主和七个小矮人》(Snow White and the Seven Dwarves),但迪斯尼官员说,这部动画片永远不会发行录像带。1年多以后,迪斯尼就发行了《白雪公主》的录像带。威廉·布莱恩(William Bryan)重新计算了一些经典影片首映以来的总收入,并且考虑了通货膨胀、人口增长和个人收入增加等因素。他估计《白雪公主》是史上赚钱第二多的影片,赚了62亿美元,仅次于《乱世佳人》(赚了67亿美元)。从这种计算来看,迪斯尼的经典动画片占据了布莱恩排行榜前6位中的5席。<sup>76</sup>

电影娱乐版权拥有者在一个大范围的附属市场中开发他们财产的能力意味着人们期望他们在产品发展上投资更多。<sup>77</sup>同样地,电影娱乐中的投资者会被那些有长期生命力的产品所吸引。迪斯尼看上去已经发现了在它的动画片中制作这种类型产品的公式,重新制作它的老的经典电影,如《小美人鱼》(The Little Mermaid)、《美女与野兽》(Beauty and the Beast)、《阿拉丁》(Aladdin)和《狮子王》(The Lion King)。迪斯尼运用公众熟知的童话故事而降低了生产成本。

### 3. 规模经济和范围经济

如同我们看到的那样,重新制作和发行信息和文化产品的边际成本趋向于零(与重新制作和发行的成本相比,原始成本是非常高的)。相应地,媒体资本家可以从制作和发行这种商品的经济规模中获益。这意味着对大部分的信息和娱乐版权拥有者来说,如果他们能够采取有效的排他性途径,他们就有动力去发展付费顾客



的数量。运作规模上的扩大带来了商品单位成本的降低,因此他们都追求规模经济。但是,在追求规模经济的过程中,产业集中看来是不可避免的,而且当触及到生产和发行的信息和文化商品的多样性和范围时,它还有重要的含义。

经济学家通常认为对付产业集中的对策是通过不断的“突破”和产品个性或者反垄断政策来恢复竞争。这本书的一个中心议题是:技术突破和产品革新,即使从边缘地带产生的,最终也被整合到核心中来了。反垄断政策,如同古柏克说的那样,市场集中主要被经济学家和政策制定者所主导,这种主导方式又是根据垄断资本主义和竞争性资本主义之间狭隘的分歧而形成的。<sup>78</sup>更重要的是,最近几年电影娱乐产业在垂直方向的重新整合表明,没有政府的警惕,资本主义内部走向集中的趋势就会实现。例如,院线所有权通常集中在几个电影制片厂里,这样的结果就是越来越少的电影在同一时间内在越来越多的电影院里上映。那些在全国范围内上映的影片是有巨额的预算和巨星参与,通常是由那些主要的制片厂制作的。结果这些影片在影院中取代了那些小成本、独立的,或者外国的电影。

即使那些主要的制片厂只生产美国电影总数一半多不到的电影,他们仍然可以因为在发行上达到了规模经济而拥有权力来决定美国以及全球的观众想要看什么样的电影。1992年,独立制片人只发行了前100位(从票房收入来说)中十分之一都不到的电影。<sup>79</sup>从1986年到1993年之间放映的300部电影中,只有8部电影的发行商不属于7大主要电影公司和Orion电影公司。<sup>80</sup>每年有许多剧本被撰写、设想被提出、电影被生产,这些数量超过最后被发行的电影数量。但这些东西很少被发行商所眷顾到,除非得到主要电影公司的注意。如果主要的电影公司没有兴趣资助或者发行一部“有风险”的电影,那么这部电影的制作就变得困难,发行就更困难了。戴维·马梅特(David Mamet)的电影《拜金一族》(*Glengarry Glen Ross*),尽管拥有阿尔·帕西诺(Al Pacino)和杰克·莱蒙(Jack Lemmon)等大明星,还是需要来自有线和录像带公司、一个德国电视台、一个澳大利亚电影院线、几个银行和电影的独立发行商、新线电影院(New Line Cinema)的承诺才能制作完成。<sup>81</sup>

主要的制作—发行商制作他们自己的电影、资助和发行“独立的”产品,并且买下那些完成制作的电影的发行权。他们可以对他们资助的电影施加各种层面的控制。通常主要的发行商拥有他们发行电影的版权。只有詹姆斯·卡梅隆(James Cameron)是制片商兼导演(制作和导演过《终结者》(*Terminator*)、《终结者2》),他可以保留他电影的版权,虽然他还是需要主要的发行商来支持他制作和发行电影。在1992年,卡梅隆和20世纪福克斯公司签了一个5年价值5亿美元的协议,规定

他制作 12 部电影,其中 4 部要由他来导演。<sup>82</sup>在这个交易中,福克斯得到美国国内的发行权,包括电影院、录像带和电视频道。这个协议表明这个产业的权力还是掌握在那些主要的电影公司手里,他们可以通过资助和发行电影来得到权利。从这个意义上来说,屈指可数的主要电影公司握有最有价值的电影娱乐版权和电影的相关权利,这些电影往往是大成本制作、拥有大明星和巨大的市场推动力。这些权利的所有权是主要的电影公司对电影娱乐进行寡头控制的基础。也有证据表明对电影娱乐版权和发行权的寡头控制使得至少有一个公司可以制定垄断性的价格。在 20 世纪 80 年代,MGM/UA 许可电视网和有线电视网播发它的电影时,要价比其他的电影娱乐公司高出 1/3 到 1/2,这迫使特纳广播电视购买 MGM 的电影资料库,为的是降低许可费用。<sup>83</sup>特纳公司在 1986 年花了 11 亿美元<sup>84</sup>购买的 3 650 部 MGM 和联合艺术家(United Artist)的电影后,现在特纳旗下任何一家媒体要播放这些影片时就不用付许可费了。

经济学家发现信息和文化产品的另一个相关特征同样孕育了经济上的集中——范围经济。当同样的公司制作不同的产品可以降低成本时,范围经济就出现了,因为公司可以从同样的原始材料和中间产品中取材。<sup>85</sup>联合生产能够降低成本。米汉对时代华纳是如何利用蝙蝠侠形象的描述再一次提供了一个很好的媒体公司如何利用范围经济的案例。在这个案例中,一个时代华纳拥有版权的人物形象成了一个工具,用来帮助附属公司生产和销售消费产品(连环画、小说、玩具、游戏、服装、音乐录音带、MTV、录像带等等)和提供服务(影院放映、付费有线电视、按次计费 and 电视网)。时代华纳巨头特别想要把范围经济资本化,使得旗下每一个不同的公司能够享有这种范围经济,并且在一个公司保护伞下带来了更多的媒体发行渠道。知识产权法管制和保护了这些派生产品,这些产品的使用权被一个叫时代华纳的公司私人化占有。

一个简单的作品孕育出了一系列其他版权作品和产品——这种互相协作的行为扩大了经济集中的影响,使得一个产品扩展到不同的产业中去。因此,文化产业的集中,也增加了少数几个公司的产品在市场中所占有的文化空间。在这里,我们再一次注意到了华纳兄弟在 1989 年放映的《蝙蝠侠》电影。这部电影促进了一种“时尚”,占据了我们的文化空间,从报纸专栏评论到孩子的午餐盒、服装、亚麻布品和玩具。整个产业得到了复兴,每一个部门都运作起来了。一部电影就使得我们的注意力如此的集中,这反映了巨大的政治和文化权力。

#### 4. 电影娱乐业务的风险

即使拥有多样化的市场机制、对派生运用的限制,以及从经济层面上来讲高度

的集中化,私人拥有版权的无效率(从版权拥有者的角度来说)是不可避免的,不确定性和信息生产中的风险是内生的。<sup>86</sup>这是因为在被出版和发行的信息和文化产品中只有部分能在市场上成功,而且将来能否继续成功还是个未知数。例如,美国每年发行的平均 350 部电影中,只有 10 部左右才能成为票房的主力军。投资的风险越大,成功与否的不确定性就越大,失败所遭受的损失也就越大,而这个损失并不是做生意必须承担的。既然一些小企业并不能管理这种风险和不确定性,他们将会从这业务中被排挤出去或者呆在边缘地带。从这个方面来讲,则信息和文化产品内在的风险性使得产业更加集中。

克里斯多弗·本斯(Christopher Burns)和帕特里奇亚·马丁(Patricia Martin)估计,一般拥有畅销产品的主要发行商一年发行的电影少于 25 部,其中只有 5 部可以抵消他们在国内影院票房市场的成本,<sup>87</sup>另有 2 部可以抵消他们在国内外附属市场中的成本。蒂诺·巴里奥(Tino Balio)总结说,一年中超过半数的电影亏钱。<sup>88</sup>本斯和马丁说,由于发行者和电影制作者、放映者都达成了协议保证发行者可以赚钱,“发行者总是有希望能赚钱”<sup>89</sup>。所以,制作者面临着亏损的可能。巴里奥发现在制作者和发行者之间的协议中,后者一般拿掉影片所创造利润的 50%,并且收取占总收入 30%~40%的发行费,以支付在全球推销一部电影的费用。<sup>90</sup>阿特·布奇瓦尔德(Art Buchwald)对派拉蒙电影提出诉讼,因为后者偷窃了他名为《做一天国王》(*King for a Day*)的剧本中的创意,用在了艾迪·墨菲(Eddie Murphy)的《来到美国》(*Coming to America*)中,这个诉讼也为我们提供了一个视角,看看核心企业是如何利用创意叙述以把风险转嫁给市场中弱小的竞争者的。<sup>91</sup>

目前电影产业在繁荣—衰落的循环中正处于衰落时期,独立制作者发现他们自己被压榨得最厉害,很明显产业被主要的制作商—发行商所控制。例如,在 1988 年中期,衰落始于 De Laurentiis 娱乐集团的破产,导致了华纳传播把 Lorimar Telepictures 公司全部买下,这又引起了 Cannon 集团濒临破产,这又加重了新世界娱乐公司的金融问题,该公司在 1987 年 10 月上市。每个公司对电影所拥有的权利被卖掉或者交易以防止破产。Cannon 集团把超过 2 000 个片头、28 部电视连续剧和 Pathe 新闻片历史档案卖给了 Weintraub 娱乐集团,获得了 9 000 万美元的现金和价值 430 万美元的股票。<sup>92</sup>De Laurentiis 把拥有 320 部电影的资料库卖给了英国金融家迈克尔·斯蒂文斯(Michael Stevens),以偿还贷款。<sup>93</sup>新世界把它拥有的 150 部电影的资料库当作抵押品做成捆绑式交易以减轻它的债务。新世界的联合主席评论债券持有者对交易作出反应是因为“他们理解电影资料库作为抵押品

的价值”。<sup>94</sup> 电影娱乐被如此利用说明了它在资本主义社会里面的商品功能,而且还体现了版权在这些交易中扮演着关键性的重要角色。

用版权保护原创作者或者独立制作者并不能解决供不应求的麻烦。虽然美国版权法保护了“没有出版”的作品,但只有那些被引入市场的作品才用交换价值和产生的收入抵消成本。就像所有的独立公司一样,Cannon 和 De Laurentiis 能够承担制作费用,但是他们没钱在市场中与主导者竞争,因为销售和发行的费用节节攀升。<sup>95</sup> 对于这些公司来说,版权对增加他们的产出、保障他们的收入并没有起到像理论中所说的那种帮助作用。严格的版权法、有效的执行和更加有效的市场体系可以增加投资者对知识产权市场的信心和动力。但是目前市场准入存在着高壁垒,版权法和相关机制没有增加独立制作者进入发行网络的机会,也没有为公众提供多样化的信息和文化产品。相反,由于版权在相当程度上只允许少数公司积聚电影娱乐的权利,它增加了市场集中和抑制了对信息和文化商品的享用。

### 三、对版权效率的争论

就经济的规模和范围而言,以版权为基础对派生运用的控制、生产信息和文化产品的内在的不确定性和风险都加强了集中的趋势,在这种条件下,很明显就接触和享用信息和文化产品的社会效率而言,实际上受到私人的知识产权的威胁。社会效率成长于知识和艺术创造的社会特质。贝森在考虑保护版权作品的派生用途时阐述了经济学家建构的效率等式:

知识的创造是一个积累的过程。一个作者,或者一个科学家,或者一个发明家,因为站在前人的肩膀上而变得更有创造力。如果一个人不能从其他人的作品中得到启发,创造知识产权的过程会变得毫无效率。但是,如果对最早的创造者的回报越来越少,则创造的过程就会减慢。问题是如何平衡允许把基础建立在以前知识上的需要以及鼓励原创的需要。<sup>96</sup>

等式的前半段要求接触和享用知识和文化产品,并且假设通过提高创造性的输出会创造社会效率。等式的另外一半则需要保护和控制接触与享用知识和文化产品,目的是为了保障版权拥有者的所得,而版权拥有者可能是、也可能不是实际的创造者。然而,对报酬的保障为投资者的资本提供了最低限度的安全,虽然它并不一定为实际创造者提供动力。创造的动力可能被视为人类自然的爱好或者它来自于贡献社会的渴望。它可以建立在诸如“热爱学习”、“对他人有益”、“工作道德”等等文化价值的基础上。<sup>97</sup>

当信息经济学家谈论需要在创造和信息接触之间寻找一个平衡点的时候，他们不可避免地把经济回报当作刺激创造的重要部分。想要达到的逻辑上的平衡，在贝森的公式中，是“为一个点提供保护，这个点就是（在前人基础之上）创造更多知识的价值等同于限制之下知识创造有用性的价值”。<sup>98</sup> 同样地，技术评估办公室（Office of Technology Assessment）的报告声称问题在于需要“准确地决定在哪一点上私人享用使得享用者和制作者（例如版权拥有者）的共同利益得到最大化”。<sup>99</sup> 对贝森来说，知识产权法对于达到平衡至关重要，因为私人效率并不一定达到社会效率。而且，如同信息经济显示的那样，这对于知识和创造行为的市场尤其如此。

经济学家阵营内部的批判者估量这个企图平衡的努力后，发现版权未必是成就社会或者私人效率的最佳途径。例如，丹尼斯·托马斯（Denis Thomas）质疑对现存保护系统的限制是否已经消失了，“当前的限制是否是制作艺术作品的动力”。<sup>100</sup> 如果这些问题不能被回答，那么可能还有必要从公众有“权利更广泛地、更加低廉地、更有利地享受艺术”的角度来重新审视版权。<sup>101</sup>

经济学视角内部的批判分析有一段非常长的历史。托马斯·麦考利（Thomas Macaulay）是一个英国的法律历史学家，1841年他在国会发表的关于版权法案的演讲中认为，“版权是种垄断，产生的是垄断特质的声音。通常垄断的结果是使得文章越来越少，越来越昂贵，质量也越来越差。”<sup>102</sup> 路易斯·马利特爵士（Sir Louis Mallet）在1876年对皇家版权委员会递交的少数报告中也提出了同样的批评：“以人为的因素对供给提出限制，会因为要获得财富使得资源越来越少……考虑到这一点……出版作品中的版权必须被考虑在内。”<sup>103</sup>

另外的被经常引用的关于版权的经济学批判由阿诺德·普朗特（Arnold Plant）提出的。他质疑了版权导致的垄断是否真的导致新思想和新作品的涌现以致抵消了知识产权商品的高价格的原因。人为的高价格会导致对思想和作品低效率的运用。贝森总结普朗特的观点说：“除非创新可以更多地抵消减少运用的低效率，否则版权和专利体系并不能被证明是合理的。”<sup>104</sup> 对普朗特而言，图书版权的拥护者的观点已使得几个世纪以来“作者、出版商和印刷商对版权立法的刺激有条件的反应”。<sup>105</sup> 托马斯同样质疑这种联系：“版权保护的延长期限是否进入（艺术家或者作者）的计算，或者根本没有？这是否是个诱导，使得一个人放弃生计转而以写作、画画、作曲或者设计来谋生？”<sup>106</sup>

史蒂文·布莱耶（Stephen Breyer）继普朗特的分析之后，继续对版权提出了经济学上的批评。<sup>107</sup> 他开始强调版权在任何特别的部门表现都不一样，必须被分开来

分析。在他对图书贸易的分析中,布莱耶发现鉴于效率的标准对于版权的观点是薄弱的。他认为即使没有版权的存在,图书的第一个出版商依旧享有重要的优势,因为他领先第二个出版同样题目的人很多时间。在布莱耶看来,图书版权可以被另外一个系统所取代,这个系统基于优先秩序或者由第一个出版者对于多余复本的股票持有来维持,目的是阻止新加入者。

本杰明·卡普兰(Benjamin Kaplan)对在版权保护和出版物派生用途之间取得平衡做出了历史性的分析。<sup>108</sup>在他三个演讲的第二个中,他强调了作者可以有从其他作品中借用的自由——他们的情节、人物、场景、主题和其他——在版权以法律的形式建立起来之前。他把伊丽莎白时代文学创作的繁荣归因于占用和衍生的自由。但是,在卡普兰看来,那个时候以来版权保护法范围的扩大约束或者禁止了对出版作品的自由派生,这种派生是以改编、删节、翻译、戏剧化为形式的,实际上遏制了创造力。创造力在有更多形式的派生的电子信息后现代中,加剧了排他性和接触之间的紧张。

虽然接受经济学的批评也许是合理的,但是很少有经济学家或者版权的支持者愿意呼吁废除版权。他们的支持并不是基于版权证明了它本身效率的事实,而是基于“如果保护被撤销后的一种不确定性”。<sup>109</sup>贝森用他的基本结论证实了这一观点:“即使知识产权的私有市场不能有效地运作,但是没有一项其他选择是没有缺陷的。”<sup>110</sup>

因此,经济学家承认知识产权市场不管在私人还是社会范围内都是无效率的,知识产权法做得最好的是试图在版权拥有者和公共使用者之间内在的矛盾利益中寻找平衡。所有当前的分析家都同意新的传播技术正在严重地和不断地恶化这种平衡。新技术可以很容易地把内容和第一次出现的形式分隔开来,“不买杂志也可以复制文章,复制一个电视节目时把广告去掉,可以下载整个数据库”。<sup>111</sup>现存的中心问题是:谁可以从新技术的产品中获益,那就是,“谁来付固定成本,谁来付边际成本,或者,如果收入超过了总体的成本,那么在众多输入者、在制作者和消费者中谁来分享多余的部分?”<sup>112</sup>这些议题要在市场中决定,通过劳工协商,也在法庭和国会中调节。但是,那些有市场权力的人已经在分配新技术带来的回报方面证明了自己的成功。

所有上面被引证的经济学家都同意,由于知识产权市场的无效率,因此一些政府形式的干预是有必要的,“目的是完善市场的运作”。<sup>113</sup>他们建议的政策从最小化的干预到政府积极参与到信息市场中;从只提供法律的定义和知识产权(公民的

和罪犯的)的保护到政府直接给予知识和艺术产品创造者以直接的津贴和政府自己来生产和传播信息。<sup>114</sup>

### 1. 从经济学到政治经济学

如同我们所看到的那样,当前古典的经济学家已对信息经济提供了一套复杂的、系统的分析。这种分析的缺点在于它强调了效率的特殊定义。既然信息市场运作毫无效率而且行将失败,那么这些经济学家提出的针对市场的分析和建议最多只能对那些从知识和艺术创造行为中获益的人起到调节作用。这些有关财产分配和再分配的决定并没有质疑私有财产制度本身。经济学家因此从价值判断出发认为私有财产对于在信息市场中提高经济效率来说是必须的。他们的根本任务是确定和比较不同财产制度的效率,而这种制度是基于个人如何在制度中表现的。此外,这些预测还基于一些普遍的声明上,例如“经济人在市场和财产法最终的限制之下最大程度地追逐他们自己的物质利益”。<sup>115</sup>其前提忽略了那些为了其他原因生产知识和艺术商品的人。

“科学”分析的主观性变得显著,当经济学家在政策过程中被不同的利益集团所雇佣来预测各种政策选择的结果时,得出各种自相矛盾的预测。即使如此,被雇佣的经济学家的不同分析只与政策可以计算的成本与收益有关。但是,经济学分析的实证特质和经验特质使得经济学家在政策制定过程中比那些依靠直觉、哲学和历史分析而作出预测的人更有说服力。

在他们对市场的分析中,经济学家们把某些交易或者某些交易的因素排除在外,这些被罗伯特·贝伯(Robert Babe)和康拉德·温(Conrad Winn)称之为“资产性价值”或者“生活中没有也不能被国家的力量所限制的那一部分价值。慈善、爱、同情是态度或者行为的表现,它们不能被法律所强制但也是有价值的”。<sup>116</sup>在信息经济学的领域,同样的非市场的特征也被认为是生产价值的,这种价值在实际的成本和一个“字节”的信息单位(正面的外在形式)之上。这些影响我们日常生活所有方面的信息特质包括:生产智慧、减少冲突、鼓励可以分享的关系、促进民主、娱乐、促进就业和生产力等等的能力,总体来说就是提高人类幸福的水平。<sup>117</sup>

尽管这些被普遍认知的信息的非市场特征使得衡量信息的价值变得问题百出,但是经济学中的趋势是寻找一些方法来衡量非市场价值,这种衡量是建立在效率的标准之上的。普利斯特认为人类幸福和信息是如此关联的:“人类的幸福是个人和团队获得预期结果的产品。因此,信息本质上是和人类幸福联系在一起的,它内在促进了成就的获得。”<sup>118</sup>它贡献了知识并且帮助我们理解了个人和团体可

能的选择和成果。从这个前提来说,普利斯特再一次把我们带到了版权法概念和实践的内在中心矛盾中去。他总结说,有关信息的财产权利和人类幸福在主要方面是“相互矛盾”的。<sup>119</sup>他然后把信息和自由联系在一起。在他的定义中,“自由就是在选择上缺乏约束”<sup>120</sup>,信息可以对自由作出贡献是因为它为一个个人或者团体增强了选择的范围。结果是,对普利斯特来说,信息的私有财产权利与自由是有矛盾的,如果信息被限制接触和使用,当然它也可能支持自由,如果它鼓励创造性的增长(这是另一个有问题的前提,如上所述)。

对信息经济的分析不断地揭露现有的市场权力和经济集中增长的趋势,但是研究从来没有把它作为很清晰的焦点。这是因为经济学家太狭隘地集中于竞争而毫无批判地接受了这样的假设:在市场中有普遍的平等。激进的政治经济学拒绝了这一论断,并且把市场中的权力作为研究的中心焦点。

## 2. 电影娱乐产业的政治经济学

有关传播各个方面的政治经济学分析始于把研究的对象放在资本主义的语境中,或者运用鲍尔斯和爱德华兹的概念,在“积累的社会结构”的语境中。<sup>121</sup>因此,这是一个制度性的分析,考虑了在经济、政治、文化和意识形态领域的制度内部和之间的关系以及个体资本家或者企业创造和再投资利润的积累。它与传统的经济学家一样,注重竞争的分析——对经济水平方向的分析——在这种情况下,关系是建立在自愿交换之上的,选择扮演着主导性的角色。<sup>122</sup>

但是经济关系同样与权力有关,政治经济学超越传统经济学的一点是它考察了垂直方向:“权力、强势、等级和成为一个下属或者上级”构成的市场关系。<sup>123</sup>最后,政治经济学在经济学分析中加进了一个时间的维度。它注重经济体系历史性演进的方式,例如,它视资本主义是通过各种阶段而演变而来的。这与传统经济学的路径不同,在传统经济学中,时间被压缩了,只对市场和参与者进行一个快照式的考察。

政治经济学也没有声称“客观”或者价值无涉,因为没有社会理论可以作出这样的声明。“经济学不可避免地涉及价值。”<sup>124</sup>政治经济学经常性的论断之一,与传统经济学有点像,就是市场和经济应该有效地运作,“一定数量的生产输入,必定要生产出最大数量的商品和服务输出”。<sup>125</sup>与传统经济学不同的是,它考虑了商品和服务在有效性等式中的有用性。这把广告和军事生产的大部分形式排除在了效率计算之外。它同样把所有的输入都放进对生产的考虑之中,不管是支付的或是没有支付的,包括我们的自然环境、工人的努力和健康以及家庭劳动力。

政治经济学在经济分析中加进了两个附加的价值,它们是公平(社会生产的负



担和效益在何种程度上被平等地分担与分享)和民主(公民在何种程度上享有机会影响主要的决策,从而影响社会、公民权利和个人自由)。在鲍尔斯和爱德华兹分析了资本主义政治经济学之后,他们总结道,这个体制违背了所有的三个原则:资本主义并不有效,因为失业的成本、对自然资源无效的利用和对工人时间和努力的浪费,所有这些都是这个系统内生的;资本主义并不公平,因为在体制产生之初就是不平等的,对于平等的工作并没有平等的报酬;资本主义并不民主,因为全体公民并不控制经济。影响人们生活的主要决定都是由为数不多的企业主和管理者作出的。这些个人的领导权力并不是由公众所赋予的,而是因为他们拥有经济生产所必需的资本。<sup>126</sup>

在产业层面也可以找到对政治经济标准的违背现象。在电影制作中,所有者通过控制电影娱乐的制作和发行的渠道来获取利润,这使得他们榨取剩余价值。在制作、发行和放映系统中的工人对他们受雇的企业的策略丝毫没有影响。在为被雇佣而工作的原则下,工人创造一部电影的努力形成了雇佣者的版权。电影娱乐的制作者面对产品的购买者时并不平等,就像在产业的寡头结构中揭示的那样。这种关系是一种剥削。消费者在市场中并没有受到平等的对待,如同产业的寡头结构促使了消费者承担垄断的价格。在利用电影这种媒介的时候有很多无效率的事情,由于市场标准决定了如何被生产的。就对我们社会为文化创造行为所作的预算抽税而言,质问花1亿美元或者更多在制作、发行和销售主要的故事片上是合法的。如果资源,如制作电影的培训和技术可以更广泛地被分配,更多的电影场景将会被看见。

## 四、结 论

经济学家在谈论知识产权的集中时喜欢把它与接触和使用联系起来。政治经济学家在讨论关于集中的另外几个层面。他们不仅仅关注为电影娱乐(或者任何知识或艺术产品)创造一个“自由和有效率”的市场,而且他们还有更多复杂的考虑。电影娱乐产业的结构至关重要,“因为作为一个传播的手段,电影展现出来的画面和思想影响着我们和我们的文化”。<sup>127</sup>它全球范围的影响意味着它对于文化生活的影响几乎能被这个星球上的每个人所感觉得到。

这并不单单是经济学的问题,意识形态和文化也同样被考虑在内。经济集中在塑造艺术形式中是非常重要的。在基本层面上,电影娱乐是在资本积累的社会结构中被制作的,目的是为了盈利。版权是资助、产生和私人化占有创造行为的机

制。相应地,这个产业仍然被资产阶级所拥有和控制,这是集中的最终形式。结果是,像传播政治经济学家不断指出的那样,资产阶级和其结盟阶级对于这个世界的观点和叙述被广为传播和不断宣传。<sup>128</sup>同时,那些可以挑战主导者的声音和人群由于缺乏经济权力和资源,而不能使他们的声音被人们所倾听。或者他们发现他们的运动和消息被霸权式的媒介生产实践所扭曲了。一个被公认的影响是,为了商业上的成功而产生的需要是为了生成必需的收入以抵消成本和创造利润。这反过来使得在大众传媒上可选择的范围越来越小,因为市场排除了其他东西,只剩下在商业上很成功的产品。

“统治阶级观点”的普遍性、霸权式的媒体实践和缺乏其他选择和批判性观点,这一切维持了阶级的不平等性和社会关系的非民主性。国家和法律在这种主导中扮演了重要角色,后面的章节会把注意力转到这些制度上来。

## 注释

1. Thomas Jefferson, *The Portable Thomas Jefferson*, New York: Penguin Books, 1985, p. 530.

2. Stanley M. Besen, *New Technologies and Intellectual Property: An Economic Analysis*, Santa Monica, CA: Rand, 1987, p. 1.

3. W. Curtiss Priest, "The Character of Information: Characteristics and Properties of Information Related to Issues Concerning Intellectual Property," Washington, DC: Office of Technology Assessment, February 1985, p. 17.

4. Priest, p. 20.

5. Besen, p. 7.

6. Priest, p. 20.

7. Nicholas Garnham, *Capitalism and Communication*, Newbury Park, CA: Sage, 1990, p. 40.

8. Robert Sklar, *Movie-Made America: A Cultural History of American Movies*, New York: Vintage Books, 1975, p. 11.

9. Thomas Guback, "The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s," *Journal of Communication*, 37:2, 1987, pp. 60-77.

10. Robert C. Allen, "The Movies in Vaudeville: Historical Context of the Movies as Popular Entertainment," in Tino Balio (ed.), *The American Film Industry*, Madison: University of Wisconsin Press, 1985, pp. 57-82.

11. Tino Balio, "Part I: A Novelty Spawns Small Businesses, 1894-1908," in Balio (ed.), pp. 3-25, p. 20.

12. The 1909 Copyright Act applied to books; periodicals, including newspapers; lectures, sermons, addresses prepared for oral delivery; dramatic or dramatico-musical compositions; musical compositions; maps; works of art; models or designs for works of art; reproductions of works of art; drawings or plastic works of a scientific or technical character; photographs; prints and pictorial illustrations. 60th Congress, Sess. II, Chapter 320, Sec. 5(a)-(k). The act also granted the copyright owner the right to authorize translation,

mechanical reproduction, and performance of the work. The question of whether an author's permission was required in transforming a novel or a play into a film was not addressed until 1932, in *MGM v. Bijou Theatre Company*, 59 F.2d (1st Cir. 1932).

13. 62nd Congress, 2nd Sess., Chapter 356, Sec. 5(l),(m).

14. Both nations' public broadcast systems now must also compete with advertiser-supported television media. Traditionally, they have depended heavily on tax revenues, as licensing income regularly fails to produce sufficient funds for program production.

15. David J. Londoner, "The Changing Economics of Entertainment," in Balio (ed.), pp.603-630, p. 622.

16. Mark Robichaux, "NBC Faces Loss from Olympics Pay-TV Plan," *Wall Street Journal*, June 15, 1992, pp. B1, B2.

17. Robichaux, p. B2.

18. Matt Stump, "Defending PPV," *Cable World*, November 30, 1992, pp. 31A-32A, p. 32A.

19. A standard form of bundling is to tie an information product to a private good to enhance the ability of excluding nonpayers (for example, the computer program sold with an operator's manual, a computer magazine subscription, and future updated versions of the program).

20. The Cable Communications Policy Act of 1984, Pub.L. 98-549, 98 Stat. 2770 (October 1984), Sec. 633(a)(1), (b)(1).

21. Public Law 98-549, Sec. 633(a)(1), (b)(2).

22. David Waterman, "Prerecorded Home Video and the Distribution of Theatrical Feature Films," in Eli Noam (ed.), *Video Media Competition*, New York: Columbia University Press, 1985, pp. 221-243, p. 233.

23. Besen, p. 17.

24. Coca-Cola Company, *1985 Annual Report*, p. 21.

25. Vincent Mosco, *The Pay-Per Society: Computers and Communication in the Information Age*, Norwood, NJ: Ablex, 1989, p. 27.

26. See Graham Murdock, "The 'Privatization' of British Communications," in V. Mosco and J. Wasko (eds.), *Critical Communications Review 2*, Norwood, NJ: Ablex, 1984, pp.265-290. Murdock believed that public broadcasting, particularly for low-income groups, would be increasingly affected by pay services. He feared that "the poor may well be disenfranchised twice over; once by their inability to pay for the new services, and once again by the reduced diversity of mainstream programming brought about by the combination of increased competition and mounting political pressures" to deliver mass audiences in order to justify costs (p. 282).

27. N. R. Kleinfeld, "ESPN's Baseball-Rights Purchase: A Game-Saving Catch," *New York Times*, January 23, 1989, p. D8.

28. John Helyar, "Pay-Per-View Aims for Boxing Knockout," *Wall Street Journal*, January 24, 1992, pp. B1, B4.

29. "Will New Regulations Mean New Subscribers?" *Public Pulse*, April 1993, p. 4.

30. *Public Pulse*, p. 4.

31. "Commerce Growth Prediction," *Television Digest*, May 10, 1993, p. 11.

32. Stump, p. 31A.

33. Of course the suggestion that broadcast television is free is false. In fact, the user pays for the costs of advertising through higher product prices, for both the manufacturer's recovery of advertising expenditures and the artificially high prices that result from advertising-based oligopolies. See Ben Bagdikian, *Media Monopoly* (4th ed.), Boston: Beacon,

1992, especially chapter 8, "The High Costs of Free Lunches," pp. 134–151. The cable industry, in an effort to counter broadcasters' claims that they provide "free TV," estimated that television advertising costs are passed on to consumers at an average of about \$298 per TV household (Jay Arnold, "Cable Execs Say 'Free TV' Ads May Mislead Viewers," *Centre Daily Times* [State College, PA], January 26, 1990, p. B5 [from the Associated Press wire service]).

34. 17 U.S.C. Sec. 109.

35. Marc Berman, "Rentals Reap Bulk of 1991 Vid Harvest," *Variety*, January 6, 1992, pp. 22, 104; 1992 figure cited from Paul Kagan Associates in Richard Turner, "Disney Leads Shift from Rentals to Sales in Videocassettes," *Wall Street Journal*, December 24, 1992, pp.1, 30.

36. Turner, December 24, 1992, p. 30.

37. Walt Disney Company, *Annual Report*, 1992, p. 28.

38. Turner, December 24, 1992, p. 1.

39. Walt Disney Company, *Annual Report*, 1992, pp. 21, 23.

40. Turner, December 24, 1992, p. 1.

41. Andrew L. Yarrow, "Pay-Per-View Television Is Ready for Takeoff," *New York Times*, November 14, 1988, p. D9.

42. Stump, p. 31A.

43. Matt Stump, "Hit Movies All the Time," *Cable World*, May 31, 1993, pp. 1A, 23A, p.1A.

44. Matt Stump, "Adult PPV Programming," *Cable World*, November 30, 1992, p. 9A.

45. Matt Stump, "Warner Trying to Tie Its PPV Shelf Space to Box Office Revs," *Cable World*, May 31, 1993, pp. 1A, 21A, 23A.

46. "Killen & Associates, Inc. \$200 Billion Interactive TV Market Predicted for Consumer Electronics and Computer Suppliers by Year 2000," *Business Wire*, March 9, 1993.

47. Daniel Pearl, "Cox Envisions Global Pipeline for TV and Phone Signals," *Wall Street Journal*, March 3, 1993, p. B4.

48. Michael J. McCarthy, "Cox and BellSouth Discuss Venture in Electronic Ads," *Wall Street Journal*, June 7, 1993, p. B2.

49. Barry Layne, "Viacom Interacts with AT&T; Companies Confirm Plans to Test the Future in Northern California," *Hollywood Reporter*, June 3, 1993, pp. 4, 20.

50. Cindy Skrzycki, "AT&T Plans Trial Venture in Video," *Washington Post*, June 2, 1993, pp. F1, F4.

51. Mark Robichaux and Johnnie L. Roberts, "Time Warner, TCI Start Venture to Set Cable Standards," *Wall Street Journal*, June 4, 1993, p. B10.

52. Bill Carter, "Television: Scroll Through an Electronic List, and Pick the Program You Want to Watch at This Very Moment," *New York Times*, March 8, 1993, p. D7.

53. Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992, Pub.L. 102-385, 106 Stat. 1460 (October 5, 1992).

54. *Public Pulse*, p. 4.

55. "Pay-Per-View TV Is Given Low Marks by Consumers," *Wall Street Journal*, February 16, 1993, p. B6.

56. Peter M. Nichols, "Home Video: Does Pay Per View Pay?" *New York Times*, July 2, 1992, p. C16; "Home Video Market Will Grow 5% in 1993, Commerce Dept. Predicts," *Video Week*, May 10, 1993, p. 4.

57. Priest, pp. 13–14.

58. David J. Jefferson, "Movie-Making Cost Record \$28.8 Million in '92, Valenti Tells U.S. Theater Owners," *Wall Street Journal*, March 10, 1993, p. B6.
59. A. Allan Schmid, "A Conceptual Framework for Organizing Observations on Intellectual Property Stakeholders," Washington, DC: Office of Technology Assessment, February 1985, p. 4.
60. Differentiated pricing exists for other products and services. For example, automobiles are designed and produced to fit a variety of price ranges for different sets of buyers, and passenger airlines charge differentiated prices based on class of service and time frame within which the ticket is purchased.
61. Priest recognized this when noting at the outset that "music, movies and similar products that create synthesized experiences are part informational, part motivational and part consumptive" (p. 6).
62. Denis McQuail, "With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research," *Critical Studies in Mass Communication*, 1:2, 1984, pp. 177-193.
63. Douglas Gomery, *The Hollywood Studio System*, New York: St. Martin's, 1986, pp. 15-18.
64. Gomery, pp. 17-18.
65. Waterman, p. 231.
66. Anne Gregor, "Entertaining Numbers: A Statistical Look at the Global-Entertainment Industry," *Wall Street Journal*, March 26, 1993, p. R16 (citing data from Veronis Suhler & Associates; Paul Kagan Associates; Wilkofsky Gruen Associates).
67. Susan Ayscough, "Studios Join in Chorus of Disapproval on PPV," *Variety*, May 24, 1993, pp. 5, 18.
68. "MGM Balks at TCI-Carolco Pay-Per-View Deal," United Press International, May 7, 1993 (from LEXIS/NEXIS).
69. Peter M. Nichols, "Home Video: Like Art Imitating Life, Some Theatrical Releases May Follow Pay-Per-View," *New York Times*, May 6, 1993, p. C16.
70. Geraldine Fabrikant, "Some Promising Signs for Turner's Empire," *New York Times*, January 23, 1989, p. D1; *Television and Cable Factbook*, Washington, DC: Warren Publishing, 1994, pp. G84, G85.
71. Stratford P. Sherman, "Ted Turner: Back from the Brink," *Fortune*, July 7, 1986, pp. 25-31, p. 28.
72. Newspaper ad for Country Fair Cinemas' showing of *Bambi* taken from the *Champaign-Urbana News Gazette* (Champaign, IL), July 15, 1988, p. A-12.
73. Eileen Meehan, "Holy Commodity Fetish, Batman! The Political Economy of a Commercial Intertext," in *The Many Lives of Batman: Critical Approaches to a Superhero and His Media*, R. E. Pearson and W. Uricchio (eds.), New York: Routledge, 1991, pp. 47-65.
74. Richard W. Stevenson, "30-Year-Old Film Is a Surprise Hit in Its 4th Re-Release," *New York Times*, August 5, 1991, pp. C9, C14.
75. Richard Turner, "Disney's 'Pinocchio' Re-Release Faces Struggle to Match Ticket Sales of 1984," *Wall Street Journal*, July 28, 1992, p. B3.
76. William Bryan, cited in "Cartoons Strike Back," *TV Entertainment Monthly*, March 1989, p. 5.
77. Besen, p. 23.
78. Thomas Guback, "Theatrical Film," in B. Compaine et al., *Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry*, White Plains, NJ: Knowledge Industries, 1979, pp. 179-249.

79. "Top Rental Films for 1992," *Variety*, January 11, 1993, p. 22.
80. Tom Graves, "Leisure-Time: Current Analysis," *Standard & Poor's Industry Surveys*, November 1993, pp. L1-L68, p. L23.
81. Bernard Weinraub, "The 'Glengarry' Math: Add Money and Stars, Then Subtract Ego," *New York Times*, October 12, 1992, pp. C11, C20.
82. Bernard Weinraub, "Fox Locks in Cameron with a 5-Year Deal Worth \$500 Million," *New York Times*, April 22, 1992, p. C15; Thomas R. King, "'Terminator' Director Signed to Pact by Fox," *Wall Street Journal*, April 23, 1992, p. B5.
83. Fabrikant, January 23, 1989, p. D9.
84. Sherman, p. 29.
85. Priest, p. 27.
86. Priest, p. 29-30.
87. Christopher Burns and Patricia Martin, "The Economics of Information," Washington, DC: Office of Technology Assessment, April 1985, p. II-19.
88. Tino Balio, "Part IV: Retrenchment, Reappraisal, and Reorganization, 1948-," in Balio (ed.), pp. 401-447, p. 422.
89. Burns and Martin, p. II-19.
90. Balio, "Part IV," p. 422.
91. Richard W. Stevenson, "Tinsel Magic: 'Hit' Loses Millions," *New York Times*, April 13, 1990, pp. D1, D2.
92. Kathleen A. Hughes, "Cannon Sells Much of Its Film Library to Weinraub for Less Than Expected," *Wall Street Journal*, May 4, 1987, p. 18.
93. Roy J. Harris Jr., "De Laurentiis Entertainment Sets Film Accord," *Wall Street Journal*, March 16, 1988, p. 36.
94. Geraldine Fabrikant, "Talking Deals: New Lease on Life for New World," *New York Times*, September 29, 1988, p. D2.
95. Geraldine Fabrikant, "Blitz Hits Small-Studio Pix," *New York Times*, July 12, 1992, p. F7.
96. Besen, p. 44.
97. Priest, p. 60.
98. Besen, p. 45.
99. U.S. Congress, Office of Technology Assessment, *Intellectual Property Rights in an Age of Electronics and Information*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, April 1986 (hereinafter OTA Report), p. 204.
100. Denis Thomas, *Copyright and the Creative Artist*, London: Institute of Economic Affairs, 1967, p. 46.
101. Thomas, p. 46.
102. Quoted in Arnold Plant, "The Economic Aspects of Copyright in Books," *Economica*, 1:1-4, May 1934, pp. 167-195, pp. 170-171.
103. Quoted in Plant, pp. 193-194.
104. Besen, p. 11.
105. Plant, p. 167.
106. Thomas, p. 21.
107. Stephen Breyer, "The Uneasy Case for Copyright: A Study of Copyright in Books, Photocopies, and Computer Programs," *Harvard Law Review*, 84:2, 1970, pp. 281-351.
108. Benjamin Kaplan, *An Unhurried View of Copyright*, New York: Columbia University Press, 1967.
109. Breyer, p. 322.

110. Besen, p. 60.
111. Burns and Martin, p. I-7.
112. Schmid, p. 18.
113. Schmid, p. 51.
114. OTA Report, p. 169.
115. Robert E. Babe and Conrad Winn, *Broadcasting Policy and Copyright Law*, Ottawa: Department of Communications, Government of Canada, 1981, p. 28.
116. Babe and Winn, p. 19.
117. Priest, p. 39.
118. Priest, p. 41 (*italics in original text*).
119. Priest, p. 42.
120. Priest, p. 45.
121. Samuel Bowles and Richard Edwards, *Understanding Capitalism: Competition, Command, and Change in the U.S. Economy*, New York: Harper and Row Publishers, 1985, p. 94.
122. Bowles and Edwards, p. 17.
123. Bowles and Edwards, p. 17.
124. Bowles and Edwards, p. 21.
125. Bowles and Edwards, p. 21.
126. Bowles and Edwards, pp. 375–381.
127. Guback, 1982, p. 250.
128. Graham Murdock and Peter Golding, “Capitalism, Communications, and Class Relations,” in J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott (eds.), *Mass Communications and Society*, London: Edward Arnold, 1977, pp. 12–43, p. 15.



## 第五章

# 资本主义、国家与知识产权： 有线转播强制许可的个案研究



这一章我将要分析有线电视是如何被纳入到电影娱乐的版权体系中的,具体关注点为电视有线转播版权机制的起源与发展。有线转播这一个案标志着电影娱乐的版权体系第一次遭到了挑战,在此之前这一体系只包括在线影院播放和电视广播。尽管是电视为电影提供了第一个非影院的放送渠道,但广播在使用受版权保护的节目(主要是录制的音乐)时所开创的先例令下面这一点几乎无可置疑:电视播放者也必须获得授权才可以“上演”(播放)电影娱乐节目。奇怪的是,在有线电视系统同步转播这一个案中,有关版权的责任似乎并不那么一目了然,经过了10年多一点(大致从1965年至1976年)的时间有线电视的版权问题才最终得以解决。

## 一、资本主义国家理论

这一个案研究使用的是从关于国家和法律的激进理论、马克思主义理论中获得的理论工具,这些路径将国家对经济的干预视为当代资本主义的一个根本特征。与传播政治经济学相似,马克思主义的国家理论和激进的国家理论可以划分为三个不同的领域:(1)资产阶级与国家之间的关系;(2)资本逻辑与国家政策之间的关系;(3)阶级抗争与国家。<sup>1</sup>

正如在前面的章节中所论证的,从书籍出版到电脑软件的整个版权的历史与发展过程都可以反映出,那些可以制造与发行有形的创造性产品的人在不断地将知识性与艺术性的创造力量维护起来。这一占有行为被资本主义国家以专利、商标、版权的形式合法化并帮助其推行。因此,国家对于理解知识产权制度有着决定性的影响。

在本个案研究中,我试图在国家理论的三个一般领域之间建立关联,以求对国家干预经济领域的行为做出更为全面的分析。其中,第一个领域论及的是资产阶级与国家之间的关系,也常常被表述为“工具主义”(instrumental)的路径,因为它试图展现统治阶级是如何能够将国家作为统治工具的。米利班德等马克思主义者和多姆霍夫等权力—结构(power-structure)分析者已经试图去确定构成统治阶级或权力精英的社会网络中个人与制度的关联,并且还试图去表明国家是如何被牵涉进这一体系中的。<sup>2</sup> 工具主义倾向于强调意识层面的人类能动性。当工具主义试图解释占统治地位的资产阶级的成员是如何通过在私人(市场)与公共(政府与非政府)机构中的权力运作来自觉维护与发展他们的利益时,它差不多一直停留在表面现象的层面。<sup>3</sup> 这里的焦点集中于统治阶级的构成,其对企业部门(包括媒体公司)的控制,对美国政府的影响,以及政策制定过程中其与国家官员的关系。

资本主义国家理论的第二个一般领域将注意力投向了资本逻辑与国家政策之间的关系。在这一理论领域中有几个不同的分支,包括普兰查斯的结构主义,<sup>4</sup> 马丁·卡诺伊(Martin Carnoy)所谓的“资本逻辑理论”,以及鲍伯·杰索普(Bob Jessop)所谓的“国家起源主义者理论”。<sup>5</sup> 这些路径的基本假设为:资本主义生产方式的固有矛盾导致了接连不断的经济危机,当代资本主义国家便是为应对这一状况而兴起的。他们强调的是无意识的结构性的决定因素,这些因素构成并塑造了资本主义经济系统与政府机构内的人类行为,而且,他们还试图透过表面现象去解释国家为什么干预经济事务,解释强化了阶级统治与不平等的客观结构为什么会如此运作。相应地,结构主义导向的理论家们则从分析资本积累过程和其导致危机的倾向开始着手。国家在应对市场失灵的过程中获得了其形式与功能。发生系统性危机的倾向要求国家不断参与仲裁经济事务,以求通过重组生产、分配与消费的过程来产生应对危机的反趋势。戈兰·瑟伯恩(Goran Therborn)认为,国家的角色就是扮演“理想的集体资本家”,通过对“垄断竞争的差别管理”来推进看得见的资本总体利益。<sup>6</sup>

结构主义比工具主义需要更高层次的抽象,因为它试图将特定的“实在的具体”(real concrete)理论化。在毛泽东看来,这需要通过从具体到一般的分析来产生关于“本质、整体与事物的内在联系”的一般知识。<sup>7</sup> 这是一个更大尝试的一部分,这一尝试是为了避开经验主义,通过阐释性的理论化(interpretive theorizing)更加理解“实在的具体”。对结构主义来说有着特殊重要性的是,资本的逻辑是如何决定政府机构内的资产阶级动机与行动的。

资本逻辑方法的批评者发现持这种方法的人在取向上过于功能主义与本质主义了,尤其是他们假设“在最终的分析中资本利益总是会得以实现”。<sup>8</sup> 例如,吉登斯批评结构主义没能充分地解释,既然政府官员自己基本上都不属于资产阶级,那么他们又为什么要强化资本的逻辑。<sup>9</sup> 一方面,政府里面绝大部分工作人员自然都不属于资产阶级;另一方面,那些居于政府最高层和决策层的政府官员基本上确实属于被多姆霍夫称作“权力精英”的阶层。权力—结构分析者已经清楚地说明了资产阶级与上层政府官员之间的关联。

多元主义者假设,社会中存在着无数有组织的利益集团,其中也包括代表资方与劳方的利益集团,并且这些集团或利益在本质上同等的条件下展开竞争,以避免任何一方取得永久性的权力或优势地位。尽管多元主义者可能会承认在资本主义社会中确实存在着一个上层阶级,但他们不会承认这一阶级会以某种方式支配公

众舆论、政策规划与政策制定,也不会承认上层阶级有能力占据绝对的支配地位。从这一观点来看,上层阶级只是另一个为了获得自己那份蛋糕而参与竞争的“利益集团”。

多姆霍夫与米利班德都起而反驳多元主义者对各种利益集团之间是在进行平等竞争的假设,他们凭经验证明,统治阶级借助先利用政府外的机构,再利用政府内的机构的手段从而在事实上主导着公共舆论、政策规划与政策制定。米利班德认为,“企业在政府体系之外享有很大的优势……在须承受与劳方和其他利益集团相比大得多的压力的条件下,它们也能够追求自己的目标。”<sup>10</sup>这也就是统治阶级主导政策制定过程的一个方面。

企业占据着特权地位,而非仅为在社会中参与竞争的“利益集团”的角色,这已经被一些多元主义者承认了。查尔斯·林德布洛姆(Charles Lindblom)承认社会政策制定过程中企业部门占据了日益主导的地位,他的这一观点可以被视作对其所在阵营的反叛。<sup>11</sup>同样,西奥多·洛威(Theodore Lowi)也承认,“特殊利益集团”(special-interest groups)已经通过达到使政府丧失合法性的结果主导了政策的制定。<sup>12</sup>讽刺的是,罗纳德·里根总统的私有化委员会的报告将私有化运动视作对过度的“利益集团”政治做出的重要反应。<sup>13</sup>言外之意,私有化事实上正是公司支配政策制定的表现,因为资产阶级正在通过私有化控制人类社会活动的更多领域,以使它们商品化。在多姆霍夫的定义中,支配(domination)意味着“一个阶级或集团具有为社会体系内其他阶级或集团设定运作条件的能力”,也就是美国的统治阶级通过控制资本使用所获得的一种能力。<sup>14</sup>林德布洛姆承认,这确实是企业在政策制定中特权地位的基础,他甚至指出应当对多元主义者的思想进行重新思考。

结构主义者导向的路径确实为政府官员为什么会倾向于维护并发展作为整体的资产阶级的利益提供了充分的解释。瑟伯恩认为,政府里的官员和工作人员组成了“政府管理的技术官僚政治”(state managerial technocracy),由于对作为政府运转收入来源的资本积累过程的结构性的依赖,这一技术官僚政治倾向于扮演资本的保护者与促进者的角色。在结构层面,为了获得维系运转的方法,政府依赖于私人资本主义企业的成功运营。这是因为政府不能控制资本,也不能控制资本增值的过程,这些仍然是由个体资本家控制的。在主观层面,国家对经济领域的干预是政府官员试图“管理”经济的手段,他们以此来保住其工作与地位,但却恰恰因为政府对私营部门的结构性的依赖从而使他们采用了保护与促进资本长期利益的方式。然而,既然国家不直接控制资本,因此它也只能间接地干预经济,并且这种干预是

典型的“反应性”(reactive)的,正如本书中的个案研究所证明的那样。

尽管如此,吉登斯的批评仍然是正确的,他批评结构主义者的方法将个人贬低为结构决定因素的接受者而忽视了人类的主体意识。作为替代,他假定了一种结构化理论(a theory of structuration),这一理论使马克思所提出的结构性决定因素与人的能动性之间的辩证关系重新被挖掘出来。这一理论立场指向的是资本主义国家理论的第三个一般领域,卡诺伊称其为“阶级斗争理论”(class struggle theory),杰索普将其称为“阶级理论立场”(class theoretical position)。这一理论立场强调的是国家对经济的干预所具有的功能失调、矛盾与偶然性的本质。这一领域的理论将国家视作阶级之间与阶级内部斗争发生的场所。相应地,这些路径都质疑一个统一的统治阶级与类似法律的资本逻辑的存在。相反,他们认为,资产阶级或其一部分必须在国家内和通过国家来尽力维持其支配地位,并对来自下面的挑战进行抵抗。

然而,阶级斗争理论家确实也承认“作为策略行为发生场所的国家中固有偏见”的存在,这一偏见会偏向“某些势力而不是其他势力,某些利益而不是其他利益,某些范围而非其他范围,(以及)某些联合而非其他联合”的策略。<sup>15</sup> 阶级斗争理论将国家视为意识形态机器(ideological apparatus)的一部分,它通过遮掩的手法来使现存阶级关系合法化。莫斯可认为,通过重要势力与国家结构的互动,国家成了“暗地里维系阶级权力的手段”,而这恰恰是因为国家对资本具有的结构性偏向。<sup>16</sup> 尽管资本主义经济体系通过将经济领域里的个人塑造成市场中的竞争者从而使他们彼此孤立,但是意识形态机器——包括教育系统、媒体系统、法律系统以及政治系统等等——则通过冒充追求社会整体利益而非阶级利益的场所而将这些竞争者重新凝聚为“人民与国家”。而且,国家在协商与妥协的过程中以调停者的面貌出现,而这掩盖了在接近国家权力与在国家内施加影响方面存在的不平等。

这一章对有线电视的研究基本上是一个阶级内斗争的个案。讨论展现了各种阶级派别或者工业联盟是如何将政府机构内外的人们组织起来,以求通过国家行为来促进其利益实现的。国家成为了有线电视、电影娱乐业以及广播产业为了获得对一个新兴知识产权市场的控制而进行斗争的场所。杰索普引入“霸权规划”(hegemonic project)的概念描述了一个过程,在这一过程中掌握霸权的阶级集团通过动员政府官员与“市民社会”中的相关力量支持试图对其有利的政策来推进其长期利益。<sup>17</sup> 他认为,“霸权规划”如果可以与流行的或者新兴的“增殖策略”(accumulation strategy)或“管制模式”建立联系就更可能获得成功,在这里他指的

是资本主义经济体系之内运作的生产、分配与消费循环的特有形式。有线电视版权的例子可以作为一个范本,它使我们可以将工具主义者、结构主义者与阶级抗争的立场结合起来去解释有线电视强制许可的起源与发展。

有线电视转播是否为可保护的知识产权的问题,涉及从这种电影娱乐节目发行新手段中所获收益应如何在参与的行业之中分配。这是每当有新的传播技术得到发展与应用时必须处理的基本问题。这一章的目标是:(1)提供对新的传播技术与现存法律结构之间基本冲突的一般性理解;(2)分析上层阶级与国家(政府与法律)在版权问题中的具体角色;(3)将知识产权冲突的一般性质进行理论化,包括国家在美国资本主义体系结构中的角色。

## 二、有线电视个案的历史背景

有线电视在 20 世纪 40 年代晚期作为“社区天线电视”(community antenna television)<sup>18</sup>(CATV)出现,当时是为了帮助社区成员或位处多山地区的偏僻社区更好地接收地方性的电视广播。尽管这些社区的观众位于电视台的覆盖范围之内,但他们仅仅用屋顶天线仍然不能接收到当地的信号。有线电视系统通过设置在山顶上的大型天线来接收广播信号,然后再通过电缆将信号同步转发给家庭用户。第一个合作性质的 CATV 系统在俄勒冈建立(1949),第一个商业性质的有线电视系统在宾夕法尼亚州建立(1950)。到了 1952 年,已有 70 个有线电视系统为 14 000 位用户提供服务。<sup>19</sup>

联邦通讯委员会(FCC)1952 年发布的第六号报告与通令(*Sixth Report and Order*)使得超高频(very high frequency, VHF)电视广播频道分布不均衡,这进一步刺激了有线电视的发展。<sup>20</sup>杰瑞米·滕斯托尔(Jeremy Tunstall)描述道,这一分配方案使 1960 年美国的家庭用户收到的超高频电视频道的平均数量为 4 个,但是其中 2/3 的用户只能收到全国广播公司(NBC)与哥伦比亚广播公司(CBS)的电视频道。<sup>21</sup>联邦通讯委员会尝试通过发展极高频(ultrahigh frequency, UHF)广播电视台的手段来鼓励增加可选的电视频道。美国国会通过立法要求所有制造的电视机都必须装有极高频调节器,该决策支持了这一努力。<sup>22</sup>运营有线电视网络的私营承包商试图通过用微波从远距离的市场引入电视广播信号的方式补救这种情形。

当有线电视仅仅是改善地方的信号接收状况,或是引入那些接收不到的二三级广播网络的信号时,三大广播电视网以及它们的地方分网最开始几乎没有抱怨。

根据雷纳德·罗斯(Leonard Ross)所说,广播电视台接受了这一业务是因为“接收三大广播网的信号已经被非常明确地承认是一项公民权利,(关于远距离网络信号的引进)呼吁是有益的”。<sup>23</sup>后来,这一建立在微波与同轴电缆结合基础上的新传播系统开始渐渐破坏电影娱乐产业的版权体系,尤其是在电视广播台权利方面的版权体系,因为它对原本相当有序的体制造成了威胁,而电影娱乐业的版权所有者正是凭借这一体制向广播电视台授予节目的地方播放许可的。

电视节目权利体系受到的挑战出现在1961年,当时一个总部位于圣迭戈的有线电视公司(西南有线电视公司)(Southwestern Cable Co.)开始将洛杉矶的4个超高频独立频道——KTLA(第5频道)、KHJ(第9频道)、KTTV(第11频道)、KCET(第13频道)——的信号引入圣迭戈城,尽管圣迭戈从1952年起就已经开始从超高频地方附属台(ABC附属台、第6频道、墨西哥广播)接受三大广播网的服务。如此一来,尽管已有了全套的电视广播台,圣迭戈仍然表示出他们情愿付费来获得由远距离信号引入(distant signal importation, DSI)所提供的更多收视选择,尤其是那些来自大城市市场的收视选择。这种状况似乎也表明了,小市场中的广播电视台,尤其是独立的极高频广播电视台或新建的极高频广播网附属台(特别是美国广播公司的附属台)面临着来自大市场引入广播信号的严重竞争威胁。

西南有线的举动也向法律提出了难题,最终导致美国最高法院做出了一个里程碑式的判决,在这一判决中最高法院承认联邦通讯委员会拥有对有线电视产业的管制权。<sup>24</sup>在1992年去世前,始终位居美国富豪400强之列的奥格斯特·梅耶(August C. Meyer)所拥有的中西部电视台(Midwest Television),首先对有线电视运营者免费使用广播信号的状况提出了异议。中西部电视台掌控着圣迭戈一家超高频电视台的广播许可权,其以此类信号引入使得地方广播市场碎片化为理由,试图限制西南有线电视对远距离信号的传输。中西部电视台声称受众的碎片化反过来会迫使他们削减或终止服务,从而导致当地电视台的广告收入减少。正是这种担心随着有线电视系统的繁荣而在广播业迅速扩散开来。广播电视公司以宣称有线电视系统涉嫌“不正当竞争”为起点做出反应,寻求联邦通讯委员会的帮助。版权拥有者也加入了反对的行列,他们宣称有线电视系统未经授权便引入远距离信号的做法侵害了他们的版权,并试图通过司法途径对这一问题加以解决。

到1962年,已有800套有线电视系统为85万位用户提供服务。<sup>25</sup>联邦通讯委员会的官员很快就清楚地看到,有线电视,尤其是远距离信号引入系统,很可能会

破坏他们试图使极高频广播有序发展的计划,同时也可能破坏他们想要看到一个有竞争力的美国广播公司电视网的愿望。电视网和广播电视台强调了这一担忧,它们认为,远距离信号引入不仅会使它们的地方受众碎片化,而且尤其会损害可行的独立极高频广播系统的发展。这一论点在联邦通讯委员会听来十分具有说服力,尽管在当时那么早的时候,这一点并未从经验方面通过经济计量预测得到证明。广播电视台和电影娱乐的版权拥有者也声称,远距离信号引入扰乱了传统出售节目的排他性体制(这一体制中的广播电视台基于某数量的节目与特定的年数购买电影、电视剧与个人节目的独家地域播放权)。

联邦通讯委员会的回应反映出它对广电业的依赖。这一关系经常被当作经典案例引用,在这一关系中政府机构被产业“俘获”(captured),这是由于政府机构依赖产业的健康发展、专业技术以及信息——更确切地说,甚至就是依赖产业的存在——来证明自己的存在及管理功能是合理的。因此,联邦通讯委员会便采取了行动去保护广播电视业免受有线电视带来的所谓不正当竞争的冲击。事实上,从1959年起联邦通讯委员会就已经慢慢地确立了对有线电视的权力。<sup>26</sup> 联邦通讯委员会声明了对有线电视运营者用来接收与传输节目的微波和连接设备的管理权力,1965年,它便利用这一已有权利不正当地获得了对有线电视的管理权力。<sup>27</sup>

1965年的规定要求有线电视系统租用国际电话电报公司(AT&T)的微波设备为所有的地方广播电视台传输节目,即人们所知的“必须传输”规定(must-carry rules),并且避免用远距离信号引入相同节目来复制当地节目,即人们所知的“电视网非复制”(network nonduplication)规则与“联合排他权”(syndicated exclusivity)。1966年,联邦通讯委员会将其管制范围扩展到所有的有线电视系统(基于其维护有秩序广播系统的角色获得了完全的权威),并且认为信号引入不符合公共利益,在没有召开听证会的情况下,便采取措施禁止远距离信号引入进入排名前100名的电视市场(它们差不多占有全部电视用户的87%到89%)。<sup>28</sup> 最高法院在由中西部电视台发起的美国诉西南有线广播公司的案子中支持了联邦通讯委员会对有线电视的管辖权。<sup>29</sup>

本质上,对远距离信号引入的限制是联邦通讯委员会对广播电视台业的抱怨做出的反应,广电业抱怨有线电视的经营者因转输广播电视信号无须付版税,从而拥有不正当的竞争优势。但是对广播电视台来说,侵害版权的问题只是为了抨击其所认为的不正当竞争而寻找的一个借口,因为广播电视台只拥有少许被实际播出的受版权保护的节目。联邦通讯委员会的规定试图消除所谓的不正当竞争,维系

原有的排他性体制,排他性体制是电视节目市场的基础。他们没有为了这一目的而将版权责任强加于有线电视运营者,他们也没有权力这样做,而是采取了限制有线电视经营的方式。从效果来看,1966年的规定冻结了有线电视在主要市场的发展,并将其限制在人烟稀少的乡村地区和小型社区。在此规定公布之后的三年时间里,联邦通讯委员会几乎没有自动放弃他们的权力。但广播电视台依然继续着争辩,因为联邦通讯委员会的方案没有处理版权问题,仅仅部分地保护了广播电视台的利益,因此广播电视台认为这些规定并不足以维系地方独播权,而且更重要的是,竞争依然是“不公平”的,因为广播电视台仍然需要为节目付费,而有线电视运营者则无须这样做。

同时,电影娱乐的版权所有者也抱怨,在任何有线系统可以免费使用当地信号或者未经授权便引入远方信号的地方,他们所独享的版权控制权都在受到持续的侵害。尽管联合专有权的规定为具体条件下的具体节目提供了保护,但它们仍不足以制止这种对版权的普遍侵害。电影娱乐的版权所有者声称,远距离信号引入将节目送进尚未获得授权许可的市场,这损害了他们所拥有的版权的价值。他们的理由是,随着节目或电影的播放次数在一个地区的增加,为获得节目或电影的播放许可而付的价钱就会在整体上下降。

在电影娱乐产业看来,有线电视的远距离信号引入对他们版权造成的损害是双重的。第一,由于排他性不再能够保证,版权所有者从广播电视台那里获得的节目许可价格下降了。第二,由于电影娱乐的版权所有者无法使用联邦版权法来阻止有线转播,因此他们也无法从有线电视运营者那里获得他们认为是明显出于商业目的节目播放应付的版税。在第一种情况下,损害是来自现存市场中的收入减少;在第二种情况下,损害则是潜在收益的消失。除了游说联邦通讯委员会之外,电影娱乐产业、电视网以及主要的广播电视台试图直接通过参与立法进程的方式弥补这些受到损害的情况,他们利用的是多姆霍夫称之为特殊—利益(special-interest)的过程以及诉讼的方法。政策规划组织同样在政策规划的过程中在政府机构内外提供了一般性的帮助。

### 三、改革版权法的努力

电影娱乐产业与有线电视运营者之间的产业斗争反映出来的是版权所有者与新传播技术应用者之间更大的冲突。版权所有者多年来都在极力劝说国会修订过时的1909年版权法案(Copyright Act of 1909)。国会于1955年启动了修订过程,



授权美国版权办公室(U. S. Copyright Office)对版权问题进行研究。版权办公室在1961年发布了报告,要求对1909年法案进行一次彻底的修订以顺应新技术带来的改变。<sup>30</sup>修订法规的议案被提交到第88届国会的众议院(1964)与第89届国会的参众两院(1965)。<sup>31</sup>美国电影协会(Motion Picture Association of America, MPAA)在版权法案修订问题上的总体立场自然是这样的:

新的法规必须考虑到,将来不会再是连续向大约10 000个获得在线影院播放许可的人发行几百个35毫米的电影拷贝,也不再是向成千个非影院播放点发行16毫米的拷贝,相反,发行商也许会发送电子录影带、电缆、影碟或其他可以播放电影的装置。<sup>32</sup>

可见,如果修订法案承认电影娱乐产业拥有对所有由新传播技术带来的对版权作品新利用方式的控制权,那么他们将会支持法案修订。

1965年,联合艺术家公司的总裁亚瑟·B.克里姆(Arthur B. Krim)代表主要电视生产发行商在众议院的小组委员会陈词,支持修订美国版权法。<sup>33</sup>他提到,他所代表的14家公司生产的受版权保护的素材占1965年播放内容的75%,再加上另外14家公司,比例就近乎100%了。同时,他还代表这一群体声明,强烈反对任何对有线电视运营者的版权责任的免除(当时流传着这种说法):“我们认为社区无线电视的经营者应当为他们在盈利性业务中使用我们受版权保护的产品的特权支付应有的补偿。在基本的美国版权法规中为商用社区天线系统提供特殊豁免是没有正当理由的。”<sup>34</sup>

提出的议案中没有一个是考虑过要给予有线电视运营者完全的豁免,但有线电视运营者要求在修订中包括豁免一项。在一个政府与私企部门之间典型的“旋转门”案例中,前联邦通讯委员会委员弗雷德里克·W.福特(Frederick W. Ford)代表国家社区电视协会(National Community Television Association, NCTA,由620个社区无线电视系统组成,它们占有1965年全部用户的60%)<sup>35</sup>。他认为,有线电视的功能与家庭收看者的天线、公寓大楼上的总天线以及为住宅各部分服务的天线是完全相同的,因此,有线电视没有“播出”那些受版权保护的作品,而是仅仅对其进行了合法的二次使用。就这一点福特论辩道:“国会已经认定,版权所有者一旦授权对其作品进行散播,他们对散播的控制就应当停止了,只有公众可以无须受到任何版权限制地接触已散播的作品,才可以更好地服务公众利益。”<sup>36</sup>

福特将这一要求建立在1909年法案的第27款确立的“首次销售原则”(first-sale doctrine)的基础上,在这一款里,国会确定出版商不能阻止个人书籍的再次售

卖。他进一步补充道,有线电视带来的观众数量增长最终会通过增加的广告收益使版权所有人受益。版权所有人也认识到这一可能,他们没有试图阻止有线电视的发展(考虑到有线电视的直接竞争威胁,广播电视台更有可能怀有这种企图);他们只是希望有线电视运营者成为听话的客户,可以为转播中使用的受版权保护的作品付款。

有线电视产业也争论道,自己缺乏对广播节目内容的控制,这使得寻求许可的过程在技术上成为不可能。作为广播电视台安排好的节目的被动接收者,有线电视运营者只能使用由电视台播放的内容。突然的节目变化总会使有线电视运营者成为版权的潜在侵害者,因为他们不可能保证提前做好彻底的清查预防。有线电视代表要求广播电视台或者版权所有人提出一个切实可行的体系,使版权清查成为可能并能防止这类无意侵害的发生。他们还进一步渲染这一问题,强调如果转播被版权法保护,那么数百套有线系统将不得不为数百小时的节目获得许可。电影娱乐产业回应道,获得许可已成为广播电视台的惯例,而且事实上节目版权已经集中到了几个拥有者手中,这也减少了有线电视运营者需要应付的供应商数量。看到版权所有人在这里论证集中是一件好事相当具有讽刺性。然而有线电视产业担心,因为这种集中,电影娱乐的版权所有人会利用他们占优势的集体力量与其对版权的垄断来对相对弱小的有线电视产业开出垄断价格。<sup>37</sup>

广播电视台要求修订后的版权法将有线转播权考虑进去,并与联邦通讯委员会已经提供的管制保护一起施行。在这个问题上他们的代表为最大服务电视广播者联盟有限公司(Association of Maximum Service Telecasters, Inc., MST),这是一个由 160 个商业与“教育性的”超高频与极高频广播电视台组成的组织。<sup>38</sup>最大服务电视广播者联盟有限公司主要关注的是广播电视台是否有能力维系其对得到授权的电视节目与电影拥有地区独播权的体制,尤其是在面对远距离信号引入的情况下。广播电视台感到,联邦通讯委员会的非复制规定在维系排他性体系的能力上是有限的,特别是这些规定只适用于节目在当地播放的前后 15 天之内。因此,他们支持有线电视承担起一般性的版权责任,并且要求当独播协定被破坏时,他们拥有对造成侵害的有线电视运营者采取反抗行动的权力。从本质上看,广播电视台想要的是对再次转播广播信号进行授权的权力,也就是广播自身的版权。有了这一权力他们就可以阻止远距离信号被引入他们的市场,也可以阻止他们的信号被输出到远方的广播市场。他们持续为推进实现广播自身的版权而努力,但是国会不会在这一点上通融,因为从理论上讲电波是属于公众的。

作为对有线电视业要求为有线电视提供一个切实可行的版权提案的回应，哥伦比亚广播公司向国会提议，广播电视台作为版权清查的信息来源为有线电视提供服务。<sup>39</sup>这反过来要求版权所有者赋予广播电视台进行授权的权力，而这是版权所有者所不愿意做的，因为这还意味着他们将丧失对他们拥有版权的节目的控制权。在哥伦比亚广播公司看来，这一体制将会解决在管理有线电视版权管理中的机制难题。有线电视运营者则怀疑，作为他们的主要竞争对手，广播电视台提出这一计划是不真诚的，他们实际上是想要用这种控制权将他们踢出局。

### 1. 强制许可提议

在国会努力进行版权修订之时，关于版权责任问题的争讼依然处于悬而未决的状态。1966年5月23日，纽约南部地区的美国地方法院在联合艺术家电视有限公司诉双周公司案中裁定，有线电视对广播电视信号的转输构成了一种“共同播出”(multiple performance)，因此侵害了电影娱乐版权。<sup>40</sup>这一裁定对有线电视运营者来说是一个严重的打击，因为他们在案子中正是基于有线转输而不是播出这一理由来要求法律承认版权责任的豁免。于是，当有线电视产业的代表在1966年回到第89届国会面前陈词时，他们提交了最终导致冲突解决办法出台的提案。

国家社区电视协会(NCTA)会长福特承认，根据地方法院的裁决，现在有线电视系统对由转播广播电视台原始播出的节目造成的版权侵害负有责任。<sup>41</sup>除此之外，福特证明了最后导致S. 1006法案出台的版权修订议案也试图将完全的版权责任加诸有线转输。所以在这种情况下，有线电视运营者便以强制许可(compulsory license)的形式对版权所有者和广播电视台做出了妥协。有线电视运营者发现突然要开始为保卫自身的存在而战，妥协看来是必要的了。

更具体地讲，他们向国会要求对包括在“必须传输”的广播信号中的节目享有版权责任豁免，因为联邦通讯委员会要求他们不管版权怎样必须传输这些信号。有线电视运营者声称他们愿意从版权所有者那里寻求对那些包括在引入信号中的节目的许可。但是，他们也要求为远距离信号引入一般广播电视“公共设施不足”的地区，也就是那些“没有自己的公共设施，或者没有足够数量的电视信号的地区”提供强制许可。<sup>42</sup>他们认为，在少于三个电视网附属台和一个独立台的情况下，通过立法推进远距离信号引入才能最好地服务“公众利益”。于是在这种情形下，他们要求国会给予他们强制许可，并且通过法律确定“合理”的版税收费价格。他们盘算着比起占据垄断地位的版权所有者，国会会制定一个更有利的税率。最后，他们也做好了在广播电视服务已经足够的市场中为获得版权许可进行白刃战的

准备。

雷纳德·罗斯认为,有线电视的强制许可第一次出现在公众讨论的视野中是在1966年的参议院听证会上,而不是在1971年3月的联邦通讯委员会的小组讨论上。<sup>43</sup>这种情况的出现是因为有线电视运营者感觉到了管制、司法、立法方面转而反对他们的势头。在上述参议院小组委员会举行的关于专利、版权以及商标的听证会上,广播电视台与版权所有人明确地拒绝做出任何妥协。全国广播电视者协会(National Association of Broadcasters, NAB)将强制许可的想法视为对其成员维系许可独享的可行体系的严重威胁。它再次要求拥有对CATV转播当地广播电视进行授权的权力,并且要求联邦通讯委员会坚持对远距离信号引入的禁令。全国广播电视者协会重申,即便是在那些被认为是“服务不足”的地区,有线电视也是极高频广播电视台的威胁,而国家社区电视协会正是要在那些地区获得强制许可。<sup>44</sup>

版权所有人断然反对任何关于强制许可的想法。他们的观点是,“参议院强迫版权所有人出售其所有权却不给他们使定价达到市场水平的机会,这是不合常理的。”<sup>45</sup> 律师路易斯·耐瑟(Louis Nizer)代表美国电影协会和电影与电视制作者协会(the Association of Motion Picture and Television Producers)发言,他再次强调有线电视系统应付30个左右的电视与电影发行商是没有问题的。<sup>46</sup> 同时,他主张有线电视系统应正视一个竞争激烈的节目发行市场,这样可以防止价格垄断。时任司法部反托拉斯局(Department of Justice Antitrust Division)首席助理检察官的埃德文·M. 吉莫曼(Edwin M. Zimmerman)强调了这一主张的矛盾性。他指出,“版权的所有权和控制权已经高度集中于电视网、电影制片厂与其他电视制造商手中”,有了这一垄断力量,“电视网或者其他大版权所有人也许会拒绝允许节目转播,从而试图将有线电视的市场留给他们自己”。<sup>47</sup> 由于担心出现这种“反竞争”结果,司法部要求参议院小组委员会推迟作出将完全的版权责任加诸有线电视系统的立法决定。司法部还不准备接受版权所有人关于将他们的版权独有权延伸到新技术领域是自然的和不可避免的主张。在司法部看来,对信息与文化的接近权也许要求限制版权所有人完全控制对他们作品的派生利用。

查尔顿·赫斯顿(Charlton Heston)作为美国影视演员工会(Screen Actors Guild, SAG)的会长参加了S. 1006法案的听证会,此次听证会开创了工会参与的传统,随后许多关于新技术与电影娱乐产业的版权立法的听证会也纷纷效仿。<sup>48</sup> 在他的陈词中,赫斯顿站出来支持将版权责任加诸有线电视,理由是这样尤其会使

16 000 名平均年薪收入低于 3 000 美元的美国影视演员工会成员受益。赫斯顿称,通过工会合同,演员们的创造性活动最终会随着细水长流的版税收入得到报偿。赫斯顿的证词反映了这样一种情形,雇主试图扩展其对建立在社会性创造力基础上的私人占有权的努力得到了雇员的支持,因为他们的薪水是与版税挂钩的。在这一过程中,劳资双方的对立关系被掩盖起来,而个人与社会之间的对立关系却被强调了(换言之,就是对社会构建的集体智慧的私人占有)。实际上,赫斯顿确实十分清楚地指出了前一种对立,但是很明显,他并没指出其根基在于资本主义:

整个体制的核心自然是电影所有者在版权法下享受的保护。我们感到遗憾的是,版权法没有将其保护延伸至演员以及与之相似的创造性艺术家。所以,无论我们享有何种派生权利,实际上都是派生性地获得的。并且,电影公司和电视网被剥夺了它们在现行版权法下所享有的资产保护的任何一部分,美国影视演员工会的成员都会遭到收入上的损失。<sup>49</sup>

美国影视演员工会支持将完全的版权责任加诸有线传输。它已经接过了接下来对谁会从新的派生用处中获益进行论争的工作;例如,它在 20 世纪 80 年代早期便支持对非广播的家庭录像的版税机制进行立法,这将在第六章进行讨论。<sup>50</sup>

## 2. 最高法院对双周公司的裁决

美国上诉法院支持了下级地方法院在双周案中的裁决,<sup>51</sup>当时,看起来有线电视运营者坐下来与版权所有者就有线电视版权责任的条款进行协商是不可避免的了。可令人吃惊的是,美国最高法院以 5 : 1 的结果得出了与下级法院相反的裁决。<sup>52</sup>在地方法院看来,最高法院的决定所依据的是双周公司是否“播出”了联合艺术家的受版权保护的作品。联合艺术家公司声称,通过接收与传输包含有其受版权保护的作品的广播,双周公司侵害了 1909 年版权法案第 1 条第(c)、(d)款中规定的它所享有的排他性权利,依据条款联合艺术家公司拥有“为了盈利……公开播放”非戏剧的文艺作品以及“公开……播放”戏剧作品的权力。双周公司进行辩护的理由则是,有线转播并不是公开播放行为。二者相互冲突的声明源自这一事实:版权法案被颁布时没有考虑到依靠当时尚未存在的技术进行节目“播放”的可能,这也是可以理解的。

最高法院在巴克诉朱尔—拉沙不动产公司(Buck v. Jewell-LaSalle Realty Company)一案(1931)中已经考虑过无线电广播的传输以及什么构成“播放”这个一般性问题。<sup>53</sup>在这一案件中,一个宾馆的所有者通过电线从中央无线电设施那里

将无线电广播传输到宾馆的个人房间中,而此举没有得到广播中所播音乐作品的版权所有者的授权。依据“共同播放”这一原则,最高法院认为这种对受版权保护的作品的的使用是一种侵权行为。在双周案中,版权所有(联合艺术家公司)争论道,有线电视向用户转播电视广播的行为与朱尔—沙拉案的情况是相似的。但最高法院拒绝将此案作为先例,并且在一个被描述为“对有线电视系统做了惊人的天真分析”<sup>54</sup>的裁决中认为,根据1909年法案中的意义解释,有线电视对广播的传输不构成“播放”行为。

在做出裁定的过程中,法院提出了有线电视是“广播者”(broadcaster)还是“观众”(viewer)的问题,认为前者是一个积极的行动者(选择、生产、宣传节目),而后者为“被动的受益者”。法院得出结论,“将有线电视放在这一框架下考虑……它是属于观众一边的。本质上看,有线电视系统仅仅是使观众们可以更好地接收到广播电视台的信号;它只是提供了设置好了的天线,将其与观众家里的电视机有效连接了起来。”<sup>55</sup>在法院看来,一个观众的天线系统与有线电视运营者的唯一区别为“在有线电视的例子中……不是用户而是企业来安装与拥有天线系统”。<sup>56</sup>可是,一旦认识到了这一差别,法院就理应意识到了它所犯的错误。十分明显,有线系统经营者从受版权保护的电影娱乐作品的使用中获取了利润。如果法院想要与知识产权的逻辑保持一致的话,有线电视运营者这种对受版权保护作品的商业利用就需要将其收益的一部分交给这些作品的拥有者。但是,正如做出了批评的法律研究已经正确地认识到的,诉讼的结果充满了这样的矛盾与不一致。法院可以选择以朱尔—拉沙一案的判决为标准,在这一案件中利用广播中音乐作品的行为性质本质上是与有线转播类似的;或者法院也可以将新技术的现实纳入到考虑之中,对“播放”这一概念的内涵进行更新。但这两样法院哪一样也没有做,相反,它依从了有线电视运营者的推理——它们像观众而非广播电视台,因此并没有播放受版权保护的作品。

法院显然也认识到了在这一案件中至关重要的问题并不仅仅是对“播放”本质的阐释,尽管施密德认为,法院以对这个问题的回答为基础做出决定是“忘记了 $MC=0$ (边际效益为零)这一背景”。<sup>57</sup>他解释道:“关于定义的争论实际上是对不同新媒体对内容的新型利用(转变)方式所创造的价值应当归谁所有的问题进行的政策争论,而且这种新的使用不会使内容制作的初始成本有任何增加。”<sup>58</sup>于是政策问题进而变成版权所有者的权利应当在何种程度上得以“在收回固定成本的基础上进行延伸,以将由转化产品所创造的总价值里的更大一部分包括进来”?<sup>59</sup>就像

司法部反托拉斯局的官员一样,法院的多数派并未将延伸版权从而将新技术纳入进来视作必要的或不可避免的。

这一案例突出了国家在决定私人财产权的限制中所扮演的重要角色。这种限制已在知识产权法中确立下来(公平使用、持有期限、强制许可等等)以达到促进公众对智力与艺术创造力的接近权的政策目标。电影娱乐版权所有者的代表性回应是,如果考虑到创造作品这种行为中所固有的风险,他们就有权利从任何后继使用中获得报偿。十分明显,在政府机构体制内工作的人们并不总是同意这一观点,于是便如同在双周案中一样做出了矛盾的决定。

不过,法庭成员也意识到了这一案件的深层意义,尤其是对于版权所有、有线电视运营者和消费者,以及从更广泛的意义上对于有线电视的未来发展更是意义重大。正如法官阿比·福塔斯(Abe Fortas)在其异议中指出的,对这一案件的裁决可能使有线电视真正成为一种独立的传播手段,或者可能使这一想法流产。考虑到这一案件对于有线电视未来的重要性,法院做出裁决时极其严密,它拒绝将与版权、通讯与反托拉斯政策相关的种种互不相容的问题因素都照顾到,它认为这些问题应当交由国会来解决。维持现状的裁决(即不将版权责任加诸有线电视)看起来就像是法院在试图强迫国会采用综合性的方式将问题解决掉。当福塔斯在其异议中警告这种等待立法的做法存在危险时,他再次在无意中亮出了法院多数派的底牌:“重要的经济价值正处在危险中,想当然地认为国会会采取当机立断、无所不包、追本溯源的行动是危险的。”<sup>60</sup>

不过双周案的裁决在范围上也存在局限。这一裁决只适用于当地广播信号的重播,而不适用于远距离信号引入。联邦通讯委员会和国会将这一问题暂时搁置下来,他们都不急于改变它们自联邦通讯委员会的第二号报告与通令(Second Report and Order)以来所处的境况。联邦通讯委员会继续要求对远距离信号引入权力的自动放弃,但几乎没人这样做,因此,就继续维持了对有线电视发展的冻结。国会的版权修订进程也半途中止,结果导致了参议院司法委员会的版权专门小组(Senate Judiciary Committee's copyright panel)与参议院商务委员会的通讯小组委员会(Senate Commerce Committee's communications subcommittee)之间的对峙状态,其中前者为有线电视支持方的有力代表,后者则代表了支持广播电视台的群体。因为担心受到反托拉斯制裁“以及更重要的,每一方都想要试一下自己在政治圈里的运气”,<sup>61</sup>试图通过产业部门之间的协商来解决问题的努力也无果而终。行政部门也在这时加入了争论,同样加入争论的还有政府机构之外的政策集团,他

们都试图打破由于立法、司法以及行政机构的矛盾行为和产业部门的不甘妥协导致的僵持局面。

### 3. 政策—规划(Policy-Planning)网络的干预

依据国家阶级斗争理论,打破僵局需要建立一个霸权的权力联合体,以使资本的长远利益得以占据优势。从资本总体的角度来看,当时当地的首要长远利益即为,在面对新传播技术时维持知识产权的完整性。显而易见,最高法院对双周案件的判决允许不经版权所有者的授权或不对其进行补偿便可对受版权保护的节目进行盈利性利用,从而威胁了这一完整性。考虑到通讯政策,资本总体还有另外一个长远利益,也就是要将保护占主导地位的公司(例如,AT&T、CBS、NBC)的垄断地位,破除管制障碍。实际上,主要的政策—规划集团不久便开始鼓吹对电视和有线电视进行去管制(deregulation),以削弱电视网的势力。这是一个更大努力的一部分,这一努力是要促使通讯产业内进行更多(寡头垄断下的)(oligopolistic)竞争,以促进美国资本进入所谓的信息时代所必需的产品与服务的发展。从工具主义者的观点来看,这一霸权的权力结集的建立需要植根于公司共同体与政策—规划网络的优势力量的积极参与,这样可以做到超越广播电视台、版权所有者与有线电视运营者的个别有局限性的利益,正是这些利益导致了僵局的产生。

门罗·普莱斯(Monroe Price)估测,截止到1974年政府与基金会投向有线电视研究的经费可能已经超过了500万美元。<sup>62</sup>首份政府资助的报告来自1968年关于电信政策的罗斯托任务组(Rostow Task Force on Telecommunications Policy)。接下来便是斯隆委员会(Sloan Foundation Commission)关于有线通讯的报告,这是对此个案十分重要的一份报告。这项研究在1970年6月有线电视版权问题依然陷在泥潭动弹不得时由阿尔弗雷德·P.斯隆基金会委托进行,并提供了50万美元的资助。委员会对有线电视成为市中心区(inner cities)混乱状况的“解药”(fix)的潜力有着特殊的兴趣,这反映了20世纪60年代的社会政治背景。这个委员会提供了基金会与权力精英在政策—规划过程中所扮演角色的重要实例,这可由其成员与被委托完成的报告显示出来。<sup>63</sup>

这一报告本身亦是一个有趣的文化材料,报告中包括一个提出要通过利用技术增强通信来治疗社会弊病的“蓝天”(blue-sky)提案。其中预先宣告了有线电视拥有许多可被利用的潜能,比如应用在政治进程中、提供健康服务、控制麻醉药品的非治疗使用(这些都是市中心区的严重问题),以及,就委员会而言态度更为谨慎的一些应用,如低造价点对点的电视转播,从任何一个州的图书馆中传送任何图



书,以及做饭、洗窗和照看婴儿。<sup>64</sup>其中委员会关于政策实施(精英主义的一个功能)事无巨细的综合性视角与其欠缺对技术历史,尤其是传播技术历史的考虑,都是有代表性的。然而,这一报告成功地在有线电视的可行性与人民和国家的普遍利益之间画上了等号。

委员会建议容许有线电视运营者与广播电视台(包括极高频)在市场上决出胜负,从而认可了付费有线电视的发展与成长,允许去除有线电视利用被播放节目受到的限制与条件。这些政策建议主要是在试图为电视节目的获取与转播创造一个开放的市场。在委员会看来,这样做将会使远距离信号引入问题变得无关紧要。这一看法的基础是,版权所有之所以赞成排他性并不是因为他们认为这样会使他们的收益最大化,而是为了不要“让放弃对买主有利对自己无害的行为的做法激怒那些占有垄断地位的买主从而采取报复行为”<sup>65</sup>。因此为了安抚广播电视台,委员会建议由有线电视运营者向版权所有支付一定的版权费用,并向广播电视台支付包装费用。或者,有线电视运营者可以在二级市场上购买节目,并在自己系统内的频道内进行重新包装。

强制许可在哈佛法学院的雷纳德·罗斯提交的一份报告中得到了合法性的承认。这一政策选择持续地赢得合法性,因为有线电视产业不断声称,2500多个有线电视系统为了获得使用受版权保护的电影娱乐节目的权利而需要的谈判和订约会带来很高的交易费用,这会使有线转播变成一项无利可图的事业。<sup>66</sup>因此,强制许可作为一种用来降低高额交易费用的方法被提出。<sup>67</sup>考虑到实力强大的广播电视产业不会放弃其排他性体制,且版权所有也不会去强迫其这样做,强制许可的选择便显得比斯隆委员会大刀阔斧地压制排他性的提议更为现实可行。

下面是对当时僵持不下(1970年左右)的产业部门三方各自所持立场的一个总结。尽管由于双周案中做出的判决,有线电视运营者为转播地方广播电视应付的版权责任得以免除,但有线电视的发展依然因为联邦通讯委员会对远距离信号引入的限制而受到抑制,因为有线电视从远方市场(尤其是洛杉矶、芝加哥和纽约)中引进信号到大部分其他市场的潜在能力被联邦通讯委员会的规定所束缚。电视网希望看到有线电视只是在公共设施不足的地区作为“替代”(filling in)电视网和教育台的补充性设施出现。联邦通讯委员会也通过规定来维护广播电视产业的联合排他性体制。广播电视台已使联邦通讯委员会相信,没有独播权,他们的地方观众数量将会缩减,甚至威胁到他们的生存。他们不断地抱怨有线电视运营者带来的“不公平”竞争,因为他们无须为使用电视节目支付版税。

版权所有人则继续强烈要求实行完全的版权责任,但却尤其固执地坚持要求有线电视不得进入前 50 名的市场,这是他们大部分版权许可收益的来源。他们还坚持反对给予有线电视强制许可,在他们看来这意味着对私有财产控制权的丧失。他们同样害怕,如果他们无法保证广播电视台享有排他权,他们将不得不降低许可权的要价。然而与此同时,因为他们尚未能从有线电视经营者那里获得任何的报偿,因此强制许可的确看起来比一无所获要强,尽管这一点他们从未公开承认过。

正如前面提到的,有线电视运营者已经做好了接受强制许可的准备,他们希望以此来换取联邦通讯委员会放宽对远距离信号引入的限制。法院尚未就远距离信号引入的版权责任问题做出裁决,这一问题在电子提词机公司(Teleprompter Corp.)诉哥伦比亚广播公司案中被搁置,<sup>68</sup>然而等待法院裁决显然又太冒险了。法院做出不利于有线电视运营者判决的威胁一直存在,而一旦法院做出了这样的判决他们将需要支付之前欠下的巨大数额的版税。因此,版权冲突的解决对有线电视运营者最为有利,同时版权所有人如果可以从对其产品的使用中获得稳定的报偿,他们也是获益的。广播电视台是现状的最大获益者,他们对有线电视产业的反对程度也是强弱不一,因为在 1971 年有一半的有线电视系统属于通信公司,30%属于广播电视台(12%属于报业公司与其他出版发行商,5%属于电话公司)。<sup>69</sup>不管怎样,冲突的解决对于推进版权修订过程都是至关重要的。

显而易见,版权修订对于许多其他信息与文化产业来说也十分重要,来自于这些崛起中集团(出版发行商、电脑公司以及信息服务产业)的压力也使政府官员极力想要打破僵局。这一问题因此最终进入了包括理查德·尼克松(Richard Nixon)总统在内的身处最高层行政部门官员的视线。于是行政部门开始采取行动来促使和解方案的形成。

#### 四、“共识协议”与联邦通讯委员会的 1972 年有线电视规定

行政层面试图解决有线电视版权问题的努力始于联邦通讯委员会主席迪安·伯奇(Dean Burch,前共和党全国委员会主席)发布的“意向书”(Letter of Intent),这份意向书向国会报告了联邦通讯委员会对 1966 年有线电视条例的修改提议,其目的即是为各利益方之间达成和解扫除障碍。<sup>70</sup>伯奇称这次修改终会推动国会通过版权修订。为此目的,他与克莱·T.怀特海(Clay T. Whitehead)——新成立的电信政策办公室(Office of Telecommunications Policy,OTP)的主任,一起参与了有线电视运营商、广播电视台与版权所有人在白宫进行的一系列谈判。经过这些

谈判，“共识协议”最终浮出水面，1971年11月国家公用电视协会(NCTA)、全国广播电视者协会(NAB)、版权所有协会(Committee of Copyright Owners)三方共同签署了这一协议。<sup>71</sup>

共识协议使版权所有者与广播电视台在排名前50位的电视市场(包括全部家庭用户的75%)中的排他性体制得以维系,但同时也依据后继50名电视市场中的节目类型将此排他权的期限限制在了一年到两年。如此,维系排他性体制最大限度地符合了广播电视台与版权产业的利益,其中对排名前50位的市场中的播放进行的广泛限制尤为明显地体现了这一点,因为排名前50位的电视市场是节目供应商大部分收益的来源,也是新建的极高频广播电视台高度集中的地方。联邦通讯委员会保留排他性规定的目的是“为当地电视台建立观众忠诚”。<sup>72</sup>但是这一举措使排名前50位的市场中的有线电视系统无法提供比清楚接收当地信号再增加多少的服务,这不足以使有线电视对订户产生足够的吸引力以促进其在这些市场中的发展。在后继50名市场中,有线电视系统则通常可以额外提供比无线电波中多得多的信号选择,因此有线电视在这些市场中的发展受到了推动。

对远距离信号引入的限制与排他性规定一起,继续保护着广播电视台,使它们免遭尚未支付过版税的有线电视经营者的“竞争优势”挑战。因此,共识协议虽然也允许有线电视进行有限扩张,但仍然严重地偏向广播电视业一方的利益。国家公用电视协会在参加1973年版权修订听证会的参议院专利、版权与商标小组委员会面前陈词时披露,他们是因为受到威胁才接受了尼克松政府与电信政策办公室的协议。他们仅有的选择要么是联邦通讯委员会的继续“冻结”,要么“可能是同样不怎么有吸引力的无穷无尽而又成果寥寥的立法听证会”。<sup>73</sup>尼克松政府在其执政之初持有这样的看法:有线电视应当作为广播电视的补充,而非竞争者。

共识协议的确给予了有线电视产业想要的强制许可。协议使版权所有者与广播电视台做出了表态,支持有线电视版权问题立法并且寻求法案的早日通过。此协议还令版权所有者与有线电视运营商坐下来,为拿出一个适用于强制许可的费用预算进行商讨,它将被写入新的版权法规里。如果不能私下达成这样一个协议,那么便将启用立法进行强制性的裁定。后来证明这一点成为了版权修订过程中的下一个症结。有线电视运营商提出的数字是全年收入总额的1%~5%,并且委托经济学家证明再高的话便会损害其盈利能力。<sup>74</sup>版权所有者提议的数字为平均16%,他们同样也雇用了经济学者表明这个数字是合理的,而且是有线电视运营商可以承受的。<sup>75</sup>

尽管已经达成了共识协议,也有了各方支持尽早通过版权修订的承诺,然而有线电视版权的问题还是再一次被拖延了。管理层出台的关于有线电视的报告以及最高法院在电子提词机公司一案中的裁决,使得解决这一问题的趋势在1974年转而开始有利于有线电视运营商。

### 1. 负责有线传输的内阁委员会的报告

负责有线传输的内阁委员会(the Cabinet Committee on Cable Communications)在1974年1月通过电信政策办公室向总统出示了其报告。尼克松于1971年组建了这个委员会来“应对有线传输,以避免这一技术革新可能带来的社会、经济与管理的不稳定”。<sup>76</sup>引文暗示,当时尼克松明显偏向于广播电视业。然而,1974年发布的报告调子则将矛头指向了广播电视业,以及联邦通讯委员会的管制赋予其的垄断特权,这一报告更加倾向于资本世界中正在上升且占据了霸权地位的群体——大多数信息提供者与使用者——的特定利益。这一报告拒绝采用联邦通讯委员会的观点,在联邦通讯委员会看来,有线电视仅仅是广播电视业的扩展,因而广播电视业的利益是最要紧的,相反,报告中说有线电视“拥有成为重要且全新的传播媒介的潜力,且向所有人开放,为所有人使用”。<sup>77</sup>考虑到有线电视可以在正在崛起的“后工业”社会中扮演重要角色,报告着重强调了国家在这一问题上采取行动的紧迫性。<sup>78</sup>报告还强调了有线电视与几大主要国有产业的联系,包括电子信息处理,电话,电视与无线广播,电影与音乐产业,以及通讯卫星。<sup>79</sup>

报告搬出了关于民主决策与信息接近权的传统说辞,指出了抑制政府权力的过度使用以及私人经济力量的过度集中的必要性。然而,这一说辞之下实则暗藏着“去管制化”的目的,也就是将有关传输的制定政策与做出决策的权力,从不合理地拥有权责的公共事务领域转移到非官方的资本领域。20世纪60年代的社会动荡导致民众暴乱到了难以容忍的程度,并造就了后来代表上层阶层与公司共同体的国家机构。罗伯特·霍洛维茨(Robert Horowitz)认为,“正是管制的增强而非其他因素引发了商界的政治反攻”。<sup>80</sup>

因此,尼克松与福特政府开始试图扭转许多已经取得的成果。维拉德·罗兰德(Willard Rowland)精确地将传播业去管制化趋势的开始定于此时。<sup>81</sup>仅仅在大众传播一个领域,反改革(counterreform)的表现便包括:中止了由哥伦比亚广播公司诉民主党全国委员会案中确定的公正原则导致的公众开始拥有接近电子媒体的权利的进程;<sup>82</sup>取消了在联邦通讯委员会诉中西电视公司(Midwest Video Corp.)案中确定的对有线电视的强制接近权;<sup>83</sup>公众质疑播放许可权的权利总体

上被削弱；对被视作“不道德”与“淫秽”的播放内容的管制有所增强。<sup>84</sup>

与这种反改革主义相伴随的还有试图打破根深蒂固的通讯公司垄断特权的努力，这些公司主要包括国际电话电报公司(AT&T)、IBM以及广播电视网。关于国际电话电报公司，丹尼尔·席勒(Daniel Schiller)已经证明，“去管制化”打算迫使这一公共垄断企业将其重心从向美国家庭提供有声电话(voice-telephone)服务转向满足大型企业的电子传输需求。<sup>85</sup>在他看来，公司共同体中的核心群体意识到需要将一些竞争引入通讯产业，从而维持或增强美国在转向以信息为基础的全球化经济过程中的霸权地位。内阁委员会报告中的表述较早地反映了这一观点，尤其是其中关于有线电视与广播的部分。报告建议，禁止电话公司在其提供公共传输服务的地区内经营有线电视系统，但是并不彻底禁止其拥有对有线电视的所有权。

其他的精英政策声明还可以在下面的文献中找到：关于经济发展研究与政策委员会的委员会报告，<sup>86</sup>以及由负责公共政策研究的美国企业协会(the American Enterprise Institute for Public Policy Research)出版的，杰拉德·福特(Gerald Ford)的关于管理改革的国家委员会复审小组(Domestic Council Review Group on Regulatory Reform)的研究报告<sup>87</sup>。国家委员会关于有线电视去管制化的研究报告之一采取了下面的立场：

1. 有线电视没有对公众造成直接威胁：在可预见的将来，它不会将无线广播打击出局。相反，它其实可能会为其订户提供比目前多得多的娱乐选择。

2. 有线电视确实对广播电视台造成了经济威胁，但只是因为它威胁到了其垄断地位。更多的竞争将会使电视行业利润降低，因而会使电视许可的价值随之降低。但是这些影响都不足以导致广播电视台的数量大规模减少。<sup>88</sup>

内阁委员会的50页文本中仅有两节论述有线电视版权的问题。因此，当该报告于1974年初发布时，看起来这一问题除细节之外已经得到了根本解决。报告建议有线电视经营者使用受版权保护的节目时要付费(像其他媒介一样)，并且应对转播广播节目付完全的版权责任。报告总结道，“考虑到由目前的管理政策引发的合理期待，有线电视运营商应当得到由法律赋予的无须讨论、没有限制的许可，用于他们自己对广播信号的转播。”<sup>89</sup>如此，解决有线电视版权问题的政策选择已经从根本上在政策制定的过程中得以确定，然而国会还没有行动。在这一政策的细节问题上的分歧继续阻碍着立法进程。于是，有了来自最高法院的最后一推。

## 2. 最高法院在电子提词机公司一案中的裁决

电子提词机公司的诉讼再一次反映出围绕着新传播技术与版权的种种不明之

处。在这一案件中联邦地方法院以双周案中的裁决为依据,驳回了哥伦比亚广播公司的诉讼请求,哥伦比亚广播公司声称,有线电视运营商电子提词机公司引入其附属电视台的信号并将其转播给其订户的做法侵害了其版权。<sup>90</sup>联邦上诉法院却又做出了与此相反的裁决。<sup>91</sup>上诉法院对本案件与双周案做出了区分,认为双周案的裁决只适用于当地广播信号,而不适用于远距离信号引入这种情况。有线电视运营商在双周案中的确扮演了“观众”的角色,因为他们像家庭观众一样仅仅用天线与电缆来提高当地广播信号的接收质量。然而,在远距离信号引入这种情况中,有线电视运营商则通过微波传输将广播信号传输给了新的观众。根据上诉法院对1909年版权法案的理解,将信号引入原本它不能被接收的市场中这一要件构成了播放行为。因此,电子提词机公司损害了哥伦比亚广播公司拥有的版权。在这一点上,最高法院又做出了相反的裁决(6:3),认为广播电视台与观众之间的距离与判断转播的功能角色到底是播放者还是观众无关,有线转播实施的是观众角色的功能。<sup>92</sup>

1974年法院的裁决,尼克松政府对广播电视台日益增加的敌意,以及日渐高涨的去管制化的情绪使版权所有者和广播电视台不得不采取了妥协的立场。尽管有线电视运营商在电子提词机公司一案中获胜,他们也无望摆脱联邦通讯委员会的管制,他们仍会被排除在排名前50位的电视市场之外,除非他们确实支付版税。同时,政策规划报告也都坚持有线电视运营商为他们使用的节目内容付费。最终,为了与知识产权法规的逻辑保持一致,政府不得不要求新传播技术的采用者从他们所使用的作品的版权所有人那里获得授权,并且支付酬金。结果,1976年的版权法案第一次包括了影印,计算机与信息系统,磁带录音,以及有线电视系统。<sup>93</sup>

虽然可以说后来的强制许可表现了政策结果的矛盾性与偶然性,因为它使权利协商又从市场转到了政府的权限范围内,但也可以反驳说,此法规也只不过是版权的逻辑决定罢了。有线电视的版权认可并且扩展了电影娱乐版权所有者的权限,并使他们可以在新的媒介领域取得市场主导地位。这正是本书中的个案研究多次证明了的模式。

## 五、版权法与资本逻辑

版权所有者们很高兴最终拿到了有线电视经营者为使用自己的资产所支付的补偿。1987年,他们根据强制许可的规定从有线电视运营商那里收取了1.4亿美元。<sup>94</sup>然而,版权所有者们还是抱怨版权价格比他们能从市场中得到的要低,尽管

有线电视系统支付的强制性费用被编入了索引后显示一直有周期性的上调。1988年,国家电信与信息局(National Telecommunications and Information Administration, NTIA)在一份关于电视节目发行与有线电视的报告中,要求撤销强制许可的规定。<sup>95</sup>报告发现,有线电视运营商向版权所有者支付的费用不到他们收入总额的2%,因此再也无法证明这样的优惠待遇是正当的。报告建议,有线电视运营商应当与节目供应商签订基于市场的合约。1990年初,联邦通讯委员会一致同意向国会提议,它将废止强制许可,这是一项有利于消费者、广播电视台以及有线电视节目服务的举措。<sup>96</sup>

同时,有线电视系统也日益集中在有线多系统运营商(multisystem operators, MSOs)手中,这便大大削弱了下面这一论据的力量,即强制许可对于将交易费用保持在可控制的水平上来说是有必需的。国家电信与信息局报告说,1987年12月排名前10位的多系统运营商掌控着全部订户的60%。<sup>97</sup>它发现,最大的多系统运营商——电视通信公司(Tele-Communications Inc., TCI)在1987年拥有1090万订户,占有23%的市场<sup>98</sup>。它在1988年计划拥有的股份包括:美国经典电影公司(American Movie Classics, 50%)、黑人娱乐电视台(Black Entertainment Television, 14%)、发现频道(Discovery Channel, 49%)、今晚黄金时间(Prime Time Tonight, 35%)、QVC电视网(QVC Network Inc., 27%)、想象娱乐(Think Entertainment, 38%)、特纳广播公司(Turner Broadcasting System Inc., 22%)。<sup>99</sup>合并后的时代-华纳公司(Time-Warner merger)将排名第2位与第6位的有线系统运营商合并在一起,从而使这一集团在1989年总共拥有了550万基本订户,这个数字到1993年中期上升到了680万。<sup>100</sup>1995年初,时代-华纳宣布计划将第6大有线多系统运营商——有线电视系统公司(Cablevision Systems)收在旗下,这将使公司的订户总数达到1150万。<sup>101</sup>

如此一来,版权的转让便只需要在两大寡头之间进行谈判:有线多系统运营商与电影娱乐产业。如果节目供应商与有线电视运营商之间发生越来越多的垂直整合,权利转让便可以在同一个公司机构内进行。时代华纳合并本身的逻辑之一就是为降低类似的交易费用。相应地,夫妻店式的有线电视系统(mom-and-pop cable systems)的消失同样传达出这样的信号:为了从版权所有者那里获得版权而需要支付的交易费用再也不会过高了。伴随着大型有线多系统运营商通过股权或通过排外性的合约渐渐控制了节目编排,他们也已经有能力挫败来自其他替代性的传输系统供应商的竞争,比如卫星或微波传输,从而可以保持他们在地方上的垄

断地位。

20世纪80年代后期发生的情况改变促使版权所有开始更加努力地推动撤销强制许可。<sup>102</sup>广播电视台以强制许可构成了对有线电视的“不公正补贴”为由,也支持将其撤销。另外他们重新提出,要求通过某种“转播许可”机制赋予广播信号自身以版权。不过,在1985年和1987年法院发现联邦通讯委员会的“必须传输”规定——要求有线电视公司传输地方的广播信号——违反宪法之后,它们又表示,愿意将把“必须传输”写入法律作为交换条件,来保留强制许可这一体制。<sup>103</sup>广播电视台开始担心,没有这样的立法,有线电视运营商将会排挤掉地方广播电视台,因为二者为了获得广告而彼此竞争。<sup>104</sup>

如此,寻求促进有线电视的发展而削弱广播电视台的垄断力量的政策使有线电视产业成长为了无线广播的强大威胁。这一结果再一次证明了政府在经济领域内的反应性角色。资本主义内部相互对立的倾向引发了永无止境的累积危机,对此政府只能通过最低程度地干预市场做出反应。尽管政府官员做出了最大努力,但如果考虑到资本主义固有的集中倾向,一个竞争性的市场仍然只能是一种妄想。

由一个占主导地位的媒介领域——广播——转向已经浮现的有线电视垄断的情况使政府官员开始对有线电视的去管制进行重新考虑,部分因为广播电视台在20世纪80年代后期保有的影响力仍然足以影响政策议程,部分还因为公众强烈抗议有线电视产业的垄断行为。替代性的节目传输系统的开发者也要求采取措施。有线电视的发展力量很大程度上可以追溯到1984年有线电视通讯政策法案(the Cable Communications Policy Act of 1984),该法案实际上自从1987年生效时起便去除了市政府及国家对有线电视收费的管制。<sup>105</sup>价格去管制更是给有线电视运营商提价开了绿灯。美国审计总局(General Accounting Office,GAO)所做的一次研究报告显示,在1986年11月30日至1989年12月31日之间,有线电视的平均基本收费价格增长了43%,从每位订户收取11.14美元增长到每位15.95美元,差不多是同期消费者物价指数(CPI)增长速度的3倍。<sup>106</sup>根据审计总局的数据,到1991年,有线电视收费价格在价格去管制后的5年内增长了56%。<sup>107</sup>订户也抱怨,尽管转播与维护的费用飙升,但是服务却很差。

到1990年,来自广播电视台、卫星与微波公司以及消费者的日益增大的压力已经促使联邦通讯委员会采取了两次行动,国会也提出了14项关于重新管制有线电视的法案。为了将有线电视的收费与服务重新置于管制之下,国会又用了两年的时间通过了1992年有线电视消费者保护与竞争法案(Cable Television



Consumer Protection and Competition Act of 1992)。<sup>108</sup> 顾名思义,这次立法的目的是使订购费用与服务收费回落,手段是要求实行“公平”定价方针,并且要求垂直整合的多系统运营商将节目编排权通过许可给予其他替代性的传输系统,以将竞争引入节目传输市场。直到 20 世纪 90 年代中期,有线电视的订户几乎没有看到他们的账单有任何变化,替代性的传输系统也仍然位处边缘。

这个法律并没有像某些联邦行政机构所建议和电影娱乐业所要求的那样撤销有线电视的强制许可。但是,它确实给予了地方广播电视台要求有线电视运营商传输他们的信号时要先获得他们的转播许可的权力,从而将版权赋予了广播信号。依照版权的逻辑,法律允许广播电视台对其广播信号的第一次使用提出收费要求。在国会就这一条款进行辩论时,有线电视运营商争辩道,这一规定将为其增加 10 亿美元的节目编排费用,而他们自然会把这项增加的成本转嫁给订户。为了缓和这一可能的严重性,法案允许地方电视台将放弃向有线电视运营商收取转播许可费用作为交换条件,来换取促销、广告时间或者优先选择频道定位的机会。实质上,国会通过使必须传输规则变成“自愿”的方式去除了法院对这一规则的限制。

电影娱乐业强烈反对转播许可这一条款,他们提出的论据是这一条款使广播电视台从他们拥有版权的节目中获得了经济收益。广播电视台反驳道,他们获得的报偿只是其为了适应播放安排而对节目进行包装所带来的附加价值。此外,他们已经在获得节目许可时为节目支付了费用,就像有线电视运营商通过强制许可机制所做的一样。因此,电影娱乐业提出削减转播费用的要求是希望同一个节目可以收取两次费用,而这个在一个苹果上咬两口的企图被挫败了。最终,转播许可条款加强了中坚的广播电视台,也强化了有线电视产业的垄断力量。最大的有线电视公司宣布他们完全拒绝支付任何转播许可费用。这一宣布促使参议员丹尼尔·K. 井上(Daniel K. Inouye,夏威夷州代表)向司法部和联邦贸易委员会写了一封信,要求他们调查法案通过之后有线电视运营商“战术及语意上的一致”(tactical and semantic uniformity)和“相似的策略”(parallel strategies)。<sup>109</sup>

最大的有线电视运营商没有支付转播费用,相反,他们与四大电视网中的三个签署了合约,多系统运营商凭此合约同意扶持这些电视网新建的有线频道。这些交易也表明了主要媒体集团之间日益发展的循环利用与协作行为。福克斯电视台新建了 FX 频道专门播放 20 世纪 70 年代到 80 年代早期的电视网辛迪加节目,美国广播公司/大都会(ABC/Capital Cities)从娱乐体育节目网(ESPN)中又分离出了第二娱乐体育节目网(ESPN2),全国广播公司(NBC)计划建立三个新的电视网:

美国谈话,节目编排全部为脱口秀;体育频道,是其与自由媒体公司(Liberty Media Corp.)以及有线电视系统公司合资的频道;拉丁美洲西班牙语新闻节目服务(Latin American Spanish-language news service)。据称,最大的两家有线电视运营商——电视通信公司与时代华纳集团,挫败了哥伦比亚广播公司建立新闻频道的企图,因为他们在特纳系统的有线新闻网(CNN)和头条新闻部(Headline News services)中拥有股份。<sup>110</sup>具有讽刺性的是,正是哥伦比亚广播公司的首席执行官劳伦斯·蒂施(Laurence Tisch)被认为是转播许可条款通过背后的主要推动力量。<sup>111</sup>结果,大部分有线电视网直接或间接地被核心广播电视台、多系统运营商以及电影娱乐制作商所控制。

权力一结构的分析,尤其是因为其集中关注游说与选举过程,可以充分地解释为什么在受到有线电视运营商以及好莱坞反对的情况下国会仍然通过了1992年有线电视法案(1992 Cable Act)。尽管有线电视产业对广播电视台的经济及政治力量造成了影响,但后者仍然依靠其游说团体——全国广播电视者协会——在华盛顿留有相当可观的影响力。更为重要的是,广播电视台仍然因为其在选举过程中扮演关键角色从而发挥着显著的政治作用。显而易见,转播许可条款是给地方电视台的一个很有价值的礼物,它们控制着通过电波接近公众的渠道,这一点是国会无法忽视的。选举策略还促使国会通过了法案中“消费者保护”的部分,以此作为对有线电视订户抱怨的回应。因此,当总统乔治·布什否决这一法案时,国会推翻了这一否决,这是其35次行使否决权后第一次遭到否决。

依据阶级理论,1992年有线电视法案反映了消费者改革群体,尤其是美国消费者联合会(Consumer Federation of America),出于抑制过度垄断的目的而对政府机构进行的干预。然而,这一干预还没有资格构成“阶级抗争”,因为它依然完全处于资本逻辑的范围内。简言之,1992年有线电视法案是对资本集中带来的市场失灵的暂时性解决。布什政府抵制该法案的行动更加集中地体现了资本总体的长期利益。其立场是放开电信市场引入更多“竞争”,主要是向电话公司放开。尽管政府的这一企图没有实现,但结构性的力量仍然继续推动电信部门向着更高层次的整合与集中发展。因此,正是国家的资本逻辑分析拥有可以理解与预测有线电视发展的最强解释力。

事态在电信部门中的继续发展表明,产业的、技术的和惯性的力量使政府官员无力制定“协调一致”的政策。有线电视公司正在进入电话产业部门,电话公司开始提供电视服务,软件供应商也在越来越多地整合进这两个部门。同时,禁止有线

电视与电话公司进入对方业务的管制壁垒已经受到了质疑,且正在渐渐失去效力。

对一些大公司来讲,撤销管制的进程仍然不够快,他们已经通过“投资打击”(investment strikes)的做法表达了他们对政府官员与机构的不满。1994年初,贝尔大西洋—电视通信公司(Bell Atlantic-TCI)宣布他们计划实施的合并取消,西南贝尔与考克斯公司(Southwestern Bell and Cox Enterprises)取消了对有线电视的合作投资,国际电话电报公司与麦考手提通信公司(McCaw Cellular Communications)对其计划进行的合并叫了暂停(这次交易最终还是实施了)。南贝尔公司副总裁马可·L.费德勒(Marc L. Fiedler)评论这些失败的交易时确认了政府管制与投资打击之间的联系,他说:“管制措施有很大的不确定性,面对这些不确定很难进行大的资金投入。”<sup>112</sup>然而,小规模合并与并购始终方兴未艾,所有的产业高层都一致认为融合是迫在眉睫的事情。国会在1994年仲夏制定法律,放宽了对电话公司进入其他行业的市场准入的限制,以此试图使信息高速公路的发展道路尽量平稳。如第二章所显示的那样,核心通讯公司的资本所有者极有可能取得对这条高速公路和公路交通的控制。

## 六、结 论

这一个案研究关注的是电影娱乐的版权所有者遭遇的第一次挑战。它显示出在版权法这一单独的领域中,围绕新通讯技术引入的种种模糊不明之处。相似的模糊不明在各种经济、政治与社会体系中都存在着,其带来的紧张与冲突塑造着技术采用与发展的方式。新通讯技术与知识产权体系之间发生的冲突是一个很有价值的研究领域,可以揭示出资本主义的结构是如何被再生产出来的,以及国家与法律在此过程中所扮演的角色。新技术带来的紧张本身也展现了阶级之间以及阶级内部的抗争。

在有线电视这一个案中需要解决的中心问题是:谁应当从这种新的节目发行手段采用中获利?因而,有线电视在其发展过程中的身份并不是一种带来了替代性传输或节目制作方式的系统。有线电视企业仅仅是将自己插入了现有的电影娱乐节目的传输系统中,而且因帮助广播电视更有效地到达其受众而获利颇丰。他们不得不与广播电视业的霸权,以及版权所有者提出的为商业使用支付补偿的要求相抗争。并没有命令要求政府机构维护电视广播的霸权地位,尽管这一力量在一段时期里确实使该产业在面对有线电视的挑战时得以保持自己的地位。然而,资本总体更大的利益着实要求资产阶级的霸权力量派系进行重组。结果,广播电视台与国际

电话电报公司在面对来自资产阶级的更大的结构性需要时,失去了其基于管制的垄断力量。这也证明了管理机构有相对的自主。当联邦通讯委员会推进资本总体的更大利益时,它可以松开由广播电视台加诸其上的“被俘”(captive)的束缚。

知识产权的原则与性质在实质上是基于资本主义制度的。在这里政府机构的选择甚至更为有限。尽管政策制定、立法、司法过程有着相互冲突的性质,但还是由资本主义制度施加的压力与限制决定了最后的结果,也就是有线电视运营商对转播受版权保护的电影娱乐节目负有责任。至于责任最终采取的形式则是个人、机构与产业之间需要协商与斗争的问题。这一个案研究展现了新通讯技术的采用与发展可以带有偶然性,但仍然被经济结构所决定。在关系到私有财产权利的时候尤其如此,因为这是资本主义定义的基本要素。

## 注释

1. Martin Carnoy, *The State and Political Theory*, Princeton: Princeton University Press, 1984, p. 210.

2. Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society*, New York: Basic Books, 1969; G. W. Domhoff, *Who Rules America Now?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1983; and, *The Power Elite and the State: How Policy Is Made in America*, New York: Aldine de Gruyter, 1990.

3. The descriptions of instrumentalism and structuralism are adapted from Vincent Mosco, *Pushbutton Fantasies: Critical Perspectives on Videotex and Information Technology*, Norwood, NJ: Ablex, 1982.

4. Nicos Poulantzas, *Classes in Contemporary Socialism*, London: New Left Books, 1975; *Political Power and Social Classes*, London: New Left Books, 1975; *State, Power, and Socialism*, London: New Left Books, 1978.

5. Bob Jessop, *The Capitalist State*, New York: New York University Press, 1982; *State Theory: Putting the Capitalist State in Its Place*, University Park, PA: Pennsylvania State University Press, 1990.

6. Goran Therborn, *What Does the Ruling Class Do When It Rules?* London: Verso, 1980, p. 89.

7. Mao Tse-Tung, "On Practice: On the Relation Between Knowledge and Practice," in A. Mandel (ed.), *Four Essays on Philosophy*, Peking: Foreign Language Press, 1966, pp. 1-20, p. 5.

8. Jessop, 1990, p. 37.

9. Anthony Giddens, *Power, Property, and the State: A Contemporary Critique of Historical Materialism*, Berkeley: University of California Press, 1981.

10. Miliband, p. 146.

11. Charles Lindblom, *Politics and Markets: The World's Political Economic Systems*, New York: Basic Books, 1977.

12. Theodore Lowi, *The End of Liberalism: Ideology, Policy, and the Crisis of Public Authority*, New York: Norton, 1969.

13. President's Commission on Privatization, *Privatization: Toward More Effective Government*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1988, p. 233.
14. Domhoff, 1983, p. 150.
15. Jessop, 1990, p. 10.
16. Vincent Mosco, *The Pay-Per Society: Computers and Communication in the Information Age*, Norwood, NJ: Ablex, 1989, p. 102.
17. Jessop, 1990.
18. Parsons revealed that cable operators deliberately used the label "community antenna television" as a rhetorical device in the struggle to avoid copyright liability for broadcast retransmissions. See Patrick Parsons, "Defining Cable Television: Structuration and Public Policy," *Journal of Communication*, 39:2, 1989, pp. 10–26.
19. The Cabinet Committee on Cable Communications, *Cable: Report to the President*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1974, p. 10.
20. Federal Communications Commission, *Sixth Report and Order*, 41 FCC 148 (1952).
21. Jeremy Tunstall, *Communications Deregulation: The Unleashing of America's Communications Industries*, Oxford, UK: Blackwell, 1986, pp. 121, 125.
22. *All-Channels Receiver Act*, U.S. Code 1982, Title 47, sections 303, 330, July 10, 1962.
23. Leonard Ross, *The Copyright Question in CATV*, New York: Sloan Commission on Cable Communications, April 1971, p. 2.
24. *United States v. Southwestern Cable Co.*, 392 U.S. 157 (1968).
25. Cabinet Committee on Cable Communications, p. 10.
26. Federal Communications Commission, *In re Inquiry into the Impact of Community Antenna Systems, Television Translators, Television "Satellite" Stations, and Television "Repeaters" on the Orderly Development of Television Broadcasting*, 26 FCC 403 (1959).
27. Federal Communications Commission, *First Report and Order on Microwave-Served Community Antenna Television*, 38 FCC 683 (1965).
28. Federal Communications Commission, *Second Report and Order on Community Antenna Television*, 2 FCC 2d 725 (1966).
29. *United States v. Southwestern Cable Co.*, 392 U.S. 157 (1968).
30. U.S. Register of Copyrights, *Report on the General Revision of the U.S. Copyright Law*, 87th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. House Judiciary Committee Print, 1961.
31. U.S. House, Judiciary Committee, Subcommittee No. 3, *Copyright Law Revision*, Hearings on H.R. 4347, 5680, 6831, 6835, May 26–September 2, 1965, 89th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1965; U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *Copyright Law Revision—CATV*, Hearings on S. 1006, August 2–25, 1966, 89th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1966.
32. U.S. House, *Copyright Law Revision*, Motion Picture Association of America, "Memorandum by the Copyright Committee of the Motion Picture Association of America, Inc., on H.R. 4347," pp. 987–1046, p. 1002.
33. Krim represented Allied Artists Television Corp.; Danny Thomas Enterprises, Inc.; Desilu Productions, Inc.; Embassy Pictures Corp.; Independent Television Corp.; Metro-Goldwyn-Mayer, Inc.; Wolper Productions; Screen Gems, Inc.; Seven Arts Productions, Inc.; Twentieth Century Fox Television, Inc.; United Artists Television, Inc.; Universal Pictures, Inc.; Walt Disney Productions, Inc.; and Warner Bros. Pictures, Inc. (U.S. House, *Copyright Law Revision*, Testimony of Arthur B. Krim, President, United Artists Corp., pp. 1332–1353).

34. U.S. House, *Copyright Law Revision*, p. 1334.
35. U.S. House, *Copyright Law Revision*, Statement of Frederick W. Ford, National Community Television Association, Inc., pp. 1241–1255. Just a year earlier Ford spoke as FCC Commissioner to the NCTA at its annual convention in Philadelphia, sounding the death knell for local broadcasters in the face of the CATV challenge. See text of speech, “Television: Divided or United—Some Problems in Television Growth,” in U.S. House, *Copyright Law Revision*, pp. 1341–1349.
36. U.S. House, *Copyright Law Revision*, p. 1247.
37. Although most cable operations were “mom-and-pop” affairs, some of the major communications interests, including broadcasters, were entering into the business. Among these were: Western Union Telegraph Co. (owner of 12 percent of Teleprompter Corp.’s stock), RKO General (a wholly owned subsidiary of General Tire and Rubber), Cox Broadcasting, Storer Broadcasting, Westinghouse, General Electric, Time, Inc., Meredith-Avco Corp., and numerous others in the investment, publishing, broadcasting, and allied communications and electronics field. See U.S. House, *Copyright Law Revision*, Letter from Lawrence S. Lesser to Herbert Fuchs, Counsel (July 21, 1965), pp. 1375–1377.
38. U.S. House, *Copyright Law Revision*, Statement of Ernest W. Jenness, Association of Maximum Service Telecasters, Inc., pp. 1223–1231.
39. U.S. House, *Copyright Law Revision*, Letter from Columbia Broadcasting System, Inc. to Hon. Edwin E. Willis, Chair of Subcommittee No. 3, pp. 1892–1893.
40. *United Artists Television, Inc. v. Fortnightly Corp.*, 255 F. Supp. 177 (S.D.N.Y.), *aff’d*, 377 F.2d 872 (2d Cir. 1967).
41. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, Statement of Frederick Ford, National Community Television Association, Inc., pp. 84–89.
42. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, p. 87.
43. Ross, p. 16.
44. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, Statement of Douglas A. Anello, General Counsel of the National Association of Broadcasters, pp. 109–113.
45. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, Statement of Arthur B. Krim, President, United Artists, pp. 167–191, p. 187.
46. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, Statement of Louis Nizer, General Counsel, Motion Picture Association of America, pp. 191–195.
47. U.S. House, *Copyright Law Revision*, Statement of Edwin M. Zimmerman, Acting Assistant Attorney General, pp. 211–215, p. 212.
48. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, Statement of Charlton Heston, President, Screen Actors Guild, pp. 205–210.
49. U.S. Senate, *Copyright Law Revision—CATV*, p. 206.
50. U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Civil Liberties, and the Administration of Justice, *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1*, Hearings on H.R. 4783, H.R. 4794, H.R. 4808, H.R. 5250, H.R. 5488, and H.R. 5705, April 12–14, June 24, August 11, September 22, 23, 1982, 97th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1983, Statement of Clint Eastwood, pp. 115–116.
51. *Fortnightly Corp. v. United Artists Television, Inc.*, 377 F.2d 872 (2d Cir. 1967).
52. *Fortnightly Corp. v. United Artists Television, Inc.*, 392 U.S. 390 (1968).
53. *Buck v. Jewell-LaSalle Realty Co.*, 283 U.S. 191 (1931).
54. Susan C. Greene, “The Cable Provisions of the Revised Copyright Act,” *Catholic University Law Review*, 27:2, 1978, pp. 263–303, p. 270.

55. 392 U.S. 390, 399.
56. 392 U.S. 390, 400.
57. A. Allan Schmid, "A Conceptual Framework for Organizing Observations on Intellectual Property Stakeholders," Washington, DC: Office of Technology Assessment, February 1985, p. 23.
58. Schmid, p. 23.
59. Schmid, p. 20.
60. 392 U.S. 390, 404.
61. Ross, pp. 7–8.
62. Monroe E. Price, "The Illusions of Cable Television," *Journal of Communication*, 24:3, 1974, pp. 71–76, p. 73.
63. Sloan Commission on Cable Communications, *On the Cable: The Television of Abundance*, New York: McGraw Hill, 1971. The members of the Sloan Commission on Cable Communications included members or representatives of the "power elite" as defined by Domhoff: Edward S. Mason, Chairman, Dean Emeritus, Graduate School of Public Administration, Harvard University; Ivan Allen Jr., former Mayor of Atlanta; John F. Collins, former Mayor of Boston; Lloyd C. Elam, President, Meharry Medical College; Kermit Gordon, President, Brookings Institution; William Gorhan, President, Urban Institute; Morton L. Janklow, Attorney with Janklow and Traum, New York; Carl Kaysen, Director, Institute for Advanced Study, Princeton, New Jersey; Edward H. Levi, President, University of Chicago; Emanuel R. Piore, Vice President and Chief Scientist, IBM Corporation; Henry S. Rowen, President, Rand Corporation; Frederick Seitz, President, Rockefeller University; Franklin A. Thomas, President, Bedford-Stuyvesant Restoration Corporation; Patricia M. Wald, Attorney with the Center for Law and Social Policy, Washington, DC; Jerome B. Wiesner, President, Massachusetts Institute of Technology; James Q. Wilson, Professor of Government, Harvard University (Appendix F, pp. 251–252).
64. Sloan Commission, pp. 4, 9.
65. Sloan Commission, p. 14.
66. The transaction costs of information are "the additional costs incurred by the producer in appropriating the value of information" (W. Curtiss Priest, "The Character of Information: Characteristics and Properties of Information Related to Issues Concerning Intellectual Property," Washington, DC: Office of Technology Assessment, 1985, p. 36).
67. Wendy Gordon, "Fair Use as Market Failure: A Structural and Economic Analysis of the Betamax Case and Its Predecessors," *Columbia Law Review*, 82:7, 1982, pp. 1600–1657.
68. *Teleprompter Corp. v. CBS, Inc.*, 415 U.S. 394 (1974).
69. Sloan Commission, p. 32.
70. Federal Communications Commission, *Commission Proposals for Regulation of Cable Television*, 31 FCC 115 (1971) ("Letter of Intent" to Congress).
71. Federal Communications Commission, *Cable Television Report and Order*, 36 FCC 2d 143 (1972) (Appendix D, pp. 285–286).
72. Federal Communications Commission, 1972, p. 185.
73. U.S. Senate, Judiciary Committee, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *Copyright Law Revision*, Hearings on S. 1361, July 31 and August 1, 1973, 93rd Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1973, Letter from David H. Foster, NCTA, to Sen. John McClellan, August 1, 1973, pp. 639–640.

74. U.S. Senate, *Copyright Law Revision*, Hearings on S. 1361, Bridger M. Mitchell and Robert H. Smiley, "Cable Television Under the 1972 FCC Rules and the Impact of Alternative Copyright Fee Proposals: An Economic Analysis," pp. 426-485.

75. U.S. Senate, *Copyright Law Revision*, Hearings on S. 1361, Robert W. Crandall and Lionel L. Fray, "The Profitability of Cable Television Systems and Effects of Copyright Fee Payments," pp. 317-376.

76. The Cabinet Committee on Cable Communications, p. 3. Committee members included: Robert H. Finch; Leonard Garment; Herbert G. Klein; Peter G. Peterson (Secretary of Commerce); Elliot L. Richardson (Secretary of Health, Education, and Welfare); George Romney (Secretary of Housing and Urban Development); Clay T. Whitehead.

77. Cabinet Committee on Cable Communications, p. 13.

78. Cabinet Committee on Cable Communications, p. 13.

79. Cabinet Committee on Cable Communications, p. 14.

80. Robert Horowitz, *The Irony of Regulatory Reform: The Regulation of American Telecommunications*, New York: Oxford University Press, 1989, p. 82.

81. Willard Rowland, "The Further Process of Reification: Continuing Trends in Communication Legislation and Policymaking," *Journal of Communication*, 34:2, 1982, pp. 114-136.

82. *Columbia Broadcasting System, Inc. v. Democratic National Committee*, 412 U.S. 94 (1973).

83. *Federal Communications Commission v. Midwest Video Corp.*, 440 U.S. 689 (1979).

84. *Federal Communications Commission v. Pacifica Foundation*, 438 U.S. 726 (1973).

85. Daniel Schiller, *Telematics and Government*, Norwood, NJ: Ablex, 1982.

86. Committee for Economic Development, Research and Policy Committee, *Broadcasting and Cable: Policies for Diversity and Change*, New York: Committee for Economic Development, 1975.

87. American Enterprise Institute, *Deregulation of Cable Television: Ford Administration Papers on Regulatory Reform*, Paul MacAvoy (ed.), Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1977.

88. American Enterprise Institute, *Deregulation of Cable Television*, S. M. Besen, B. M. Mitchell, R. G. Noll, B. M. Owen, R. E. Park, and J. N. Rosse, "Economic Policy Research on Cable Television: Assessing the Costs and Benefits of Cable Deregulation," pp. 45-87, p. 54. Those familiar with communications policymaking will recognize the high profile of these economists in the policy-planning process. Since the mid-1970s, they have produced and presented much of the economic reasoning fed into the policy-planning process in support of deregulation.

89. Cabinet Committee on Cable Communications, p. 39.

90. *Columbia Broadcasting System, Inc. v. Teleprompter Corp.*, 355 F. Supp. 618 (S.D.N.Y. 1972).

91. *Columbia Broadcasting System, Inc. v. Teleprompter Corp.*, 476 F.2d 338 (2d Cir. 1973).

92. *Teleprompter Corp. v. CBS, Inc.*, 415 U.S. 408 (1974).

93. The compulsory license for cable appears in section 111 of the 1976 Act. Cable systems are exempt from copyright liability but must, in turn, pay royalties determined by statute to the Copyright Royalty Tribunal (CRT) (also established in the Act in section



801). Under section 111(d)(2)(B), fees are based on the gross receipts of a cable system for those nonnetwork distant signals it retransmits as part of its basic tier. Under section 111(d)(4)(5), programming carried on local or network broadcast signals is largely exempt from copyright liability. The fees collected by the CRT are distributed among copyright owners in filmed entertainment, broadcasting, music, and sports.

94. Data from Copyright Royalty Tribunal cited in U.S. Department of Commerce, National Telecommunications and Information Administration, *NTIA Telecom 2000: Charting the Course for a New Century*, 1988, p. 554.

95. U.S. Department of Commerce, National Telecommunications and Information Administration, *Video Program Distribution and Cable Television: Current Policy Issues and Recommendations*, Washington, DC: U.S. Department of Commerce, June 1988.

96. Federal Communications Commission, *In the Matter of Compulsory License for Cable Retransmission*, 4 FCC Rcd 6711 (1989).

97. *Video Program Distribution*, Attachment 2, p. 6.

98. *Video Program Distribution*, Attachment 2, p. 6.

99. Tele-Communications Inc., *Annual Report*, 1988.

100. Tom Graves, "Leisure-Time: Current Analysis," *Standard & Poor's Industry Surveys*, November 11, 1993, pp. L1-L68, p. L3.

101. Geraldine Fabrikant, "Time Warner Agrees to Acquire Cablevision," *New York Times*, February 8, 1995, pp. D1, D18.

102. Dennis Wharton, "Cable Takes Some Lumps on Capitol Hill; Solons Warn Regulation Is Coming," *Variety*, November 22, 1989, p. 88.

103. *Quincy Cable Television v. Federal Communications Commission*, 768 F.2d 1434 (D.C. Cir. 1985); *Century Communications Corp. v. Federal Communications Commission*, 835 F.2d 292 (D.C. Cir. 1987).

104. Cable operators were taking in an estimated \$600 million for local advertising by 1990 (Richard Huff, "Cable: As Program 'Gatekeeper' in Half of U.S., Cable Systems Emerge as Growing Force in TV," *Variety*, October 11, 1989, p. 103).

105. *The Cable Communications Policy Act of 1984*, Pub.L. 98-549, 98 Stat. 2770 (October 1984).

106. U.S. General Accounting Office, *Telecommunications: 1990 Survey of Cable Television Rates and Services*, Gaithersburg, MD: U.S. General Accounting Office, June 1990.

107. U.S. General Accounting Office, *Telecommunications: 1991 Survey of Cable Television Rates and Services*, Gaithersburg, MD: U.S. General Accounting Office, July 1991.

108. *Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992*, Pub.L. 102-385, 106 Stat. 1460 (October 1992).

109. Mark Robichaux, "Senator Urges Antitrust Probe of Cable," *Wall Street Journal*, August 10, 1993, pp. B1, B6.

110. Bill Carter, "CBS Fails to Get Pay from Cable," *New York Times*, September 28, 1993, pp. D1, D5.

111. James P. Mooney, "Watch Cable TV Rates Rise," *New York Times*, September 18, 1992, p. A35.

112. Edmund L. Andrews, "Ruts in Data Highway," *New York Times*, April 7, 1994, pp. D1, D6.

## 第六章

### 知识产权法：录像机与版权控制

从1975年的后半年开始,向家庭用户出售录像机构成了对电影娱乐界版权体系的另一个冲击。这项新科技第一次使顾客能够购买或租借电影,录制或建立家庭电视电影收藏库,以供方便时观看。虽然用户可随时享受影音媒介,但录像机的出现再一次意味着版权持有者正丧失部分对版权产品的掌控。随着新技术,如影印机、录音机、电脑的出现,人们可以使用录像机大规模再次生产和使用版权作品,且通常未对版权持有者做出相应补偿。

除极少数情况外,版权是基于所有者对其产品的完全掌控之上,这保护了版权作品在知识产权领域的交换价值。传统意义上,版权所有者有权选择何时何地开发产品价值,以期获取投资收益。而复制技术则大大削弱了这种绝对掌控力,随着越来越多的人可以无偿享用版权商品,版权交换价值大大降低。相应的,版权持有者也在市场上寻求相关机制,诉诸法律系统或者立法机构,以期也能通过新技术使用来使他们的版权财产盈利。

在本章中,我考察了电影娱乐业版权所有者们在法庭和国会上对录像产品的出现和快速发展所做出的回应。关注的焦点主要集中在家用录像机录制的电视节目,以及播放租借的和购买的由主要好莱坞影业公司出品的电影娱乐产品。主要公司现已掌握了这项新技术,在市场上屡屡受挫的电影公司也已经逐渐转变,寻求在法律和立法范围内开发录像制品的价值。因此,正如第五章讨论的有线电视案例,科技一方面挑战着电影娱乐业的版权体系,一方面也融入了这个产业的发行体系。此外,那些已经引领科技挑战(有线电视运营商和录像带制造厂)的产业已在传播系统中日益举足轻重,盈利颇丰。特别是他们还与软件运营商整合(比如,索尼和哥伦比亚电影公司,松下和环球电影公司,东芝和时代华纳,飞利浦集团和格瑞梅西影业)。

在本章中,我将焦点集中在录像制品上,从而论证批判法学研究在分析新传播科技与法律关系中的作用。我将具体聚焦在 Betamax<sup>①</sup> 一案上,此案中沃尔特·迪斯尼公司和环球城市制片公司状告索尼公司通过允许用户使用录像机录制电视节目而侵犯其版权。<sup>1</sup> 主要的好莱坞电视制作商并不只满足法律行动,他们还积极寻求通过国会制定一系列“家庭录制法案”(Home Recording Acts)来解决录像机威胁。在有线电视案例中,国会是基于法院的决议作出回应。除了司法部和美国版权局(U. S. Copyright Office),政府和行政机构在此案中的作用微乎其微。

---

① 见第三章,译者注

但本章中列举的案例不仅阐明了阶级之间的矛盾(资产阶级内部的不同派别),更解释了版权所有与公共使用者的冲突。<sup>2</sup>但是,如同有线电视的案例一样,公共使用者在本案处理中也参与甚少。不同资本在阶级内部争斗。为了使自己的目的合法,都花言巧语称自己代表了公众利益、言论自由和接近权。同其他每个新诞生的传播技术一样,录像机的推行者用近乎乌托邦式的言语盛赞它。但是录像机并没有显著扩展民主式的传播形式,反而如同它传播科技的先行者一样,沦为资本加强媒介控制的工具。

### 一、批判法学研究和版权法

马克思主义和批判法学研究都可以被分为相同的三个领域,也就是政治经济学(见第三章)和资本主义国家理论(capitalist state theory)(见第五章)向我们展示的那样。研究资本主义社会法律作用的有效方法之一就是识别法官的阶级背景和社会地位开始,并分析他们与权力结构的关联,以及大致意识形态取向。这也是驳斥现代法律思想的起源形式主义和客观主义的关键一步。米利班德在质疑西方法律体系是否“独立”于经济和政治领域时,指出:“法官们决不,也不可能不受外来的各种影响,主要包括阶级出身、教育背景、阶级地位和职业取向,而这些因素对他们世界观的形成与对他们处理他人案件时的影响同样多。”<sup>3</sup>由此,他指出法律精英,同其他国家精英一样,大多来自社会阶层的中上层。比如,1987年,美联社进行了一次对联法官收入的调查,发现极少数法官仅靠工资过活(年薪在8.95万至11.5万美元)。大部分人持有六位数的地产、有价证券和股票。<sup>4</sup>

如同企业管理者和其他高层政府官员一样,那些出身底层的司法人员当上法官时显然已跨入有权有势的精英层。大卫·凯利斯(David Kairys)驳斥法律是决定性的结构主义的观点,强调法官也是普通人,“同我们一样,他们形成价值观,根据自己的经历、社会交往、政治取向、个人观点、希望、恐惧和其他多种因素来权衡优先级。”<sup>5</sup>詹姆士·拉德纳(James Lardner)认为,主持Betamax一案的联邦地区法官沃伦·福格森(Warren Ferguson)的个人观点强烈地影响了他对此案的判罚,从而驳回了环球影业和迪斯尼关于版权侵犯的起诉。<sup>6</sup>他的书面决议很大程度上依赖于最高法院的辩护裁决。

由林登·约翰逊(Lyndon Johnson)引荐,福格森初为法官时是个严格遵循法律与秩序之人。但在其子越战阵亡后,他对政府干预人民生活的做法越来越持怀疑态度。在整个审理过程中,他积极批判电影娱乐公司和政府通过版权机制来控制

制人们收看电视的内容和时间。福格森法官经常交互询问证人,包括迪斯尼主席唐·B.泰特姆(Donn B. Tatum),并很早就在审理中表现出其对政府参与决定录像设备的用途的不满。他还要求原告举证受危害程度,并严格界定危害为所谓的侵权用户造成的实际损失。由此,他拒绝接受原告的代表——广告商提出的权利请求。他们试图证明家庭录制节目减少了广告时间的价值,因此也降低了电影娱乐业版权所有者的节目收费。

要深入研究这个主观和表层上的法庭决策,需要考虑法律专家的制度化过程。米利班德强调通常大部分法官的专业法律背景塑造出来的个人“具有强烈的保守主义的思想意识形态”。<sup>7</sup> 巴格迪肯指出截至1980年,保守派基金会已经为整个联邦司法系统中1/5的人负担了去迈阿密的全部费用,让他们进修米尔顿·弗里德曼(Milton Friedman)的有关放任自由主义原则的课程。<sup>8</sup>

凯利斯也特别强调法官都有同样的法学院和商业法律机构工作的共同背景。这些意识形态上的影响被带入法庭决定的制定过程中,而其结果并不完全随机。凯利斯反对后结构主义国家和法学理论关于政策和法律偶然性的论断,他认为法制在其分类、方法和解决社会政治冲突中都表现出一定的模式和统一性。<sup>9</sup>

与对政府中的国家公务人员一样,保守主义在司法程序中的最为核心和统一的影响,在于普遍认同资本主义社会中经济、社会和政治秩序。就算最富改良精神的法官在进行裁决时也不能破坏或质疑最根本的社会秩序。诚然,如米利班德所指,法官在发生社会危机时会视自己有义务加强或重塑这一秩序。<sup>10</sup> 正如智利萨尔瓦多·阿连德·戈森斯(Salvador Allende Gossens)在任总统时,法院不断否决“人民团结”阵线的立法权,试图重塑与社会主义理想较为调和的资产阶级社会秩序。同样的,难以想象美国的法官会根据一个普鲁东式的概念“知识产权是偷盗”来判定一个版权侵犯案。<sup>11</sup>

米利班德还指出在资本主义国家里,法官“逐渐形成对于激进异议的不良印象,并且反对意见越激进,就对其更加敌视”。<sup>12</sup> 米利班德还指出在处理那些挑战国家权威的不同意见的案件中,司法判断“趋向于被用来支持而不是压制政府和立法机构曾经抑制、制伏或镇压异议和活动的行为”。<sup>13</sup> 这不是将法庭调和国内矛盾减到最少,而是强调司法体系中主导趋势是镇压对社会秩序的激进挑衅。米利班德总结到:

法律在司法上的运用和对政府、立法机构压制行为的司法接纳不是简单地“中立”地免除了司法功能;而是构成了一个相当重要的政治性法案,它给

予政府和立法机构一个额外也更加珍贵的立法权。<sup>14</sup>

这种普遍对异议的偏见根植于司法系统一贯表现出的对“特权、财富和资本”的偏爱。<sup>15</sup>这又指向第二个法律的批判性视角，考虑资本和资本主义法律系统的关系。在某些诉讼中，法官们达成决议时遵守的正式规则是有一定偏见的，并被用来保护资本主义经济体系。比如，在后文提到的 Betamax 一案中，在正当使用规则处理家庭录影问题时显露出用来决定正当使用的四步检验 (four-part test) 偏向于保护版权所有者的经济权益，而打压无偿使用版权产品的权利。因此，不仅法官个人在思想上偏袒保护个人财产权利，而且他们所有遵循的正式规定也要求他们如此。批判法学研究强调在这所有情况下，法律与政治、经济、文化、价值观或者法官个人的意识形态既不可分割，也不超越于它们；它“只是另外一种形态的政治”。<sup>16</sup>

支配主流法律和操作的法律形式主义学说将法律视为一组可以理解的“非个人的意图、政治和原则”，它形成“一个没有缝隙的条例体系”从而产生法律推理和后继的裁决。<sup>17</sup>这些裁决产生于“客观”的听证之后，听证中证据由特定的程序提出，而“真理”最终在这些程序后浮出水面。结合客观主义，法律被认为是一种与政治无关的领域，是国家权威的实践。制定决策的过程本身被认为应该保证法律高于政治。而它的特性包括“对宪法的司法裨益；法律分析的类似科学的客观性；法官和律师的技术专业性”。<sup>18</sup>对任何一个法律问题施以此过程，“任何一个理性公正的法官都可以做出‘正确’的抉择”。<sup>19</sup>

批判法学研究驳斥这一“理想模型”化的法律，它强调了在使用法律原则时，呈现在任何案例中广泛的选择和结果中的矛盾。在观念上，在这一永恒的“理想模型”主张中，法官通过中立地运用法律和先例，他们可以免去政治意识企图和主宰裁决的影响。这使得法律系统处在被压抑的地位，而自由放任经济主义是决策的基础。法律和经济学派使得市场具体化，并且最大化选择法律和政治制定的标准——罗贝多·温格 (Roberto Unger) 称这一过程是“分析仪器……因某一种经验主义或者标准化视野而犯错”。<sup>20</sup>这一标准化的视野被用来巩固资本积聚的过程，也同时在概念上因“对资源分配效率性的解析理念”而模糊。<sup>21</sup>

法庭处理的经济案件明晰地显示出司法领域对资本的结构性的倾斜。为证明这一观点，爱德曼提供了一个有趣的案例。19世纪时，法国法官拒绝保护照片的版权，认为照相过程中摄影师并未付出创造性劳动，且被拍摄“真实世界”属于公共领域，因此不可以界定为私有财产。<sup>22</sup>然而，法庭却在摄影进阶为电影摄制时修改了这一判决，因为有如此重要的一个经济部门提出要求国家保护其财产权。

结构主义倾向分析资本逻辑的方法是寻求解释法律如何在意识上合法化阶级压迫,而这又是通过强调公共领域政治与私人领域经济的分化来实现的。法律显得越来越中立、客观,具备准科学性,司法程序相应的也“为社会和权力关系提供更广泛的合法性,支撑法庭反映的、公布的和强化的意识形态”。<sup>23</sup>随着政治领域明显的民主议程(如,普选权和言论与集会自由等)被用来合法化阶级统治,法律客观主义和形式主义也在法律体系中发挥同样的作用。温格认为法律的最大力量在于“它强化、反映、建构、合法化处在支配地位的社会和权力关系,不需要通过外力干预,并且依靠着相信自己具有中立地位和法律推理这种迷思般才能的社会成员来运行”。<sup>24</sup>相应的,法律成为获取统治团体或者阶级对于现存的经济和社会秩序同意或默许的载体,同时它也对合法化资产阶级成为阶级霸权至关重要。追随路易斯·阿尔都塞(Louis Althusser)的学说,爱德曼认为法律形式塑造个人,法律是意识形态机器,而不仅仅是国家机器。除了意识形态,法律还可以被视为反映了人与自身存在的假象图示。

艾萨克·巴布斯(Isaac Balbus)提出疑问,为什么公民知道法律主要功能是保持其统治还支持法律?<sup>25</sup>他通过在马克思提出的商品拜物教(commodity fetishism)和法律膜拜论(legal fetishism),建立相应的关系而寻找答案。在把法律奉若神明的过程中,“法律秩序不像由自治的主体承担的理智选择,其本身更像一个自治的主体,而它的实现要求每个个体必须之前保持自身客观性”。<sup>26</sup>这样,个体人遗忘了法律是社会的创造,是由人类的活动集合构成的,并且否定自身废除这样建构起来的具有统治性结构的可能性。

当法律被像神明那样崇拜起来,并真正的人性化(比如,加入了人的特性),法律就变为“相对自治”。但是,“相对自治”的基础是社会行动者具体化了法律;统治和被统治阶级都可以自治。在这些行动者参与的资本主义体系中,法律并不是相对自治的。秉承普兰查斯的学说,<sup>27</sup>巴布斯总结道,这种社会行动者,包括资产阶级产生的法律相对自治,对“通过再生产而奠定资本主义的主要条件,和其满足资产阶级利益的能力”而言必不可少。<sup>28</sup>

与普兰查斯一样,巴布斯迅速承认国家在经济中日益重要的作用在于打破经济和司法政治的分裂状态。这预示着:

对法律地位以及在社会和政治控制中越来越少的形式主义,越来越多的工具主义和技术专家统治模式的削弱;作为一般政治等价物,法律逐渐屈服于一系列相关的特殊科技,而它们本质上带有利益取向和具体的社会出身。<sup>29</sup>

因此,在垄断资本主义条件下——与法律相对享有更多自治权的自由竞争资本主义相反——法律越来越成为明显的阶级统治工具,并且成为被统治阶级反抗的领域。法律,与国家一样,因为经济力量广泛渗入而成为一个阶级斗争的领域。而批判法学研究关注的中心就是统治阶级在器物层面上或结构层面上或多或少利用法律系统营私舞弊。批判方法研究法律的第三个领域就是强化法律是上述斗争发生的场所。

温格把法律视为重塑人类存在的机会。这个理论产生于,不同社会活动的领域都可以被重新与其他系统通过持续不断的集体的经济、政治、文化和社会实验活动连接起来的观念。这就要求人们理解“社会是打造和想象出来的,而不是从意愿和想象中自发派生出的自生过程”。<sup>30</sup>相应的,社会成员也总是可以违反意识和建构中已生成的规则,而站在自己立场上制定较为不疏离和独裁的规则。温格建议这个过程成为日益扩大的改革和激进革命(彻底改造社会的大众革命,他称之为“革命性改革”)的中间地带。在法律领域,革命性实践利用在社会系统内部的矛盾寻求“界定集体利益、集体身份和可能性猜想的其他途径”。<sup>31</sup>

温格所继承的批判法学研究是继承了后现代主义和后结构主义的强调人类历史随机性和不确定性的传统。这些研究方法起先都驳斥资本主义内部逻辑认为自身是社会结构总体的观念。而这些方法中对人的赞扬也导致否定任何决定社会生活结构的想法。强烈否定功能主义和马克思主义的同时,这些方法认为“社会生活中没有什么[规律]是采纳一套统治性法规的必然结果”。<sup>32</sup>使用资本主义理念,这样看来不具备任何分析或解释性的能力和意图。不同领域之间的区别并不明显(比如,经济和法律);而他们“只是同一器官组织交叉分割的切片”。<sup>33</sup>同工具主义和结构主义一样,为此必须分析性地使这些结构具体化。而这“毫无意义,因为我们经历的‘社会真实’也只是我们自己不断建构的产物”。<sup>34</sup>

相应的,采纳后结构主义的观点会影响方法论:人们不会再倾向于接受“科学”和“实证”的解释来理解世界如何运行,如阐释历史上国家、社会和经济间相互关系的宏大理论;<sup>35</sup>人们反而会试图粉碎这些理论。罗伯特·戈登(Robert Gordon)建议采取福柯(Foucault)<sup>36</sup>的研究取向,去探寻“最微观的、最有规律的、最普遍的人际日常交往中的”支配关系。<sup>37</sup>

虽然关注日常生活必须也十分有效,因为我们能在其中最直接感受到支配关系。但它并不完整,在政治上无效,因为后结构主义者否认的社会结构确实存在,也确实向下延伸,无处不在。资本主义、种族主义和帝国主义四处渗透,塑造着人



际间、组织间、国家内、国家间各级的行为。因此,微观层次并不能单独对抗支配性结构。比如,资本的逻辑产生信息和文化政策,保护私人占有和享用知识产权和艺术创造的体系,而此体系相应地也决定着此活动的形式和内容。这种逻辑所造成的影响在于它使得参与知识和艺术产品生产和使用的过程保持一贯的不民主性。

后结构主义方法变成了片面的、非辩证性的、聚焦人为决定因素的唯意志论。它又退而形成多元论,强调偶然性和不确定性。但它没有认识到,如同权力结构研究指出的那样,统治阶层依靠其经济、政治和意识形态力量可以决定政策制定和法律裁决的结果。诚然,国家和法律的具体形式和功能确实因经济体系形成的结构性社会动力各不相同。所以,在每一个历史时期都可以鉴别社会物质关系和法律国家系统的稳定的一致性。<sup>38</sup>

只要不考虑后结构主义的极端情况,阶级的理论位置依然有用。当然,国家和司法体系的特殊形式既不是明确规定的,也不是必然的,因为人类确实需要在阶级斗争的语境中,构建并且重新构建这些体系。同样,有必要回溯到霸权计划的概念,从而提醒我们霸权从未彻底,并且必须由统治阶级或组织不断翻新,尽管要面对下层无休止的挑战。而电影娱乐业版权持有者如何应对录像机带来的对版权侵犯将在下面重点作为案例进行讨论。

## 二、Betamax 案例

1975 年秋天,索尼公司推出了第一代批量生产的家庭录像机 Betamax。索尼的广告代理恒美广告公司(Doyle Dane and Bernbach, DD&B)向 MCA/环球集团的主席西德尼·希恩伯格递交了广告计划来推广这一新科技产品。广告宣称他们的产品可以使观众不错过同时播放的两个节目。例如《神探科伦坡》(*Columbo*)和《侦探科杰克》(*Kojak*),它们都是环球公司旗下两个互相竞争的电视台同时播放的节目。观众可以欣赏其中一个,再通过 Betamax 录下另一个随后欣赏。恒美广告公司天真地认为环球公司会欣喜不已,因为观众可以收看这两个节目。但是,1976 年的一场诉讼使恒美广告公司变得理智起来。这一年秋天,环球集团和迪斯尼联手在联邦地区法院,状告索尼集团侵权,同时被起诉的还有索尼北美公司、恒美广告公司、一些 Betamax 的零售商,以及一个家用录像机用户威廉姆·格里菲斯(William Griffiths)。<sup>39</sup>

虽然对格里菲斯的起诉较为“友好”,但环球集团和迪斯尼称他必须为复制未经他们授权的影像作品而负责,而他正是使用了 Betamax。起诉不是冲着格里菲

斯而来,而是针对索尼公司及其广告代理恒美广告公司,以及 Betamax 的零售商。他们必须为侵权负责,因为被告在知道他们的产品极有可能帮助其他人去侵犯第三方的著作权的情况下,仍然推广市场销售。原告的诉求包括与收益相当的经济损失补偿以及在美国境内禁止 Betamax 的制造和销售。

环球集团诉讼的动机(并且要求迪斯尼介入)可以分为两个层面。第一,环球集团拥有一种影碟播放器的大部分专利;第二,面对新科技的挑战,保护旗下版权。第一种动机是基于公司短期利益,为了发展和推销一种新家用产品。而 Betamax 与其录像播放器正面交锋,并具有(无可比拟的压倒性)优势,它不但可以播放影像,还可以录影。

第二个动机是纯粹出于对著作权的保护。这一新科技的出现,打破了娱乐影视节目原有的那一套从市场到销售的垄断产业链。当上百万的美国家庭都拥有录像带,进而录制收藏大量的本来受著作权法保护的影像节目时,环球集团总裁希恩伯格意识到,长期这样的行为会使知识产权这一概念受到严重的威胁。尽管当时这一侵权行为并没有给环球集团带来立竿见影的损失或威胁,但总裁希恩伯格还是决定这样的由科技挑战带来的侵权行为必须停止或加以规范(不考虑对于 Disco Vision 短期利润的担忧)。希恩伯格对于录像带产业带来的威胁的认知,是他高瞻远瞩的商业头脑和整体把握资本能力的具体表现。他告诉拉德纳,没有其他娱乐电影公司的高层或者老板像他一样对 Betamax 问题表现出一样的关注。希恩伯格认为这个问题将在他们的产业内持续存在,大多数高层不会关心十年后的问题,而只关心能否去马球比赛休息室。<sup>40</sup>

相应的,在新技术日新月异发展的情况下长期保护和加强知识产权的必要性促成了这一诉讼。当然,正如我们马上会看到的那样,不是所有的关于录像带的新技术都会牵涉到知识产权体系。不过,版权系统的基本逻辑促使版权拥有者向所有新产品用户寻求一定形式的利益补偿,而这也决定了版权人对补偿的诉求是一贯的。

尽管在具体细节上有些纠结,但有线电视案例展现出的矛盾为电影娱乐业质疑录像机提供了基础。环球集团恳请迪斯尼加入他们的诉讼,是因为后者一直致力于对于盗用他们旗下受著作权保护的产品的维权行为。在当时,对于迪斯尼集团来说,似乎除了政府对 Betamax 在美国境内的制造销售的禁止令外,没有其他更好的方法解决这一问题。这一禁止令对于保护迪斯尼的经典电影和电视节目发行系统显得尤为重要,它们也正是大众非常喜欢继而愿意录下收藏的影片节目。在

庭审中第一个作证的是迪斯尼的主席唐·泰特姆。他认为录像机对他的公司造成了实在的威胁,比如迪斯尼拒绝让俄亥俄州哥伦布市 QUBE 有线电视系统在这一地区播放它们的节目,包括《欢乐满人间》(*Mary Poppins*)和《森林王子》(*The Jungle Book*),因为每 1 000 个收视订阅者中就有 12 台录像机。<sup>41</sup>不过,泰特姆的证词并没有支持原告的诉讼请求。首先,Betamax 系统并没有挑战受众从有线电视录制节目的方式。第二,泰特姆没有说明迪斯尼的著作权因此受到了直接经济上的损失。他只能建议可能,因为迪斯尼不得不拒绝向有线电视出售节目而放弃的经济收益。

本案法官福格森,在这场长达 3 年的官司的最后表示,在家庭范围里录制节目是对受版权保护节目的合理使用。因为“家庭范围里录制的节目,仅仅用于个人和家庭范围内的传播,而节目本身是由作者自愿出售给广播电视公共播出,继而是免费的”。<sup>42</sup>法官在这一判决中强调了复制是人的本性,并且指出录像带的使用使得电视节目能被更多的民众接触到,而这一行为与版权法中的精神并不违背。因为版权中一个被强调的原则就是接近权,它体现在正当使用上。正当使用原则,来源于历史上版权法立法时的一个原则,即在未经授权或补偿作者的情况下,民众可以通过某些方式使用被保护的作品。传统上,学术研究、教育、编汇新闻、诙谐的改编诗文都可以被允许,只要是以非盈利和教育为目的,这是为了防止因为拥有版权而过分独占某些资源而设置的规则。福格森法官将非盈利这个概念延伸到了家庭和个人使用的领域,认定在家庭范围里复制受版权保护的节目是正当使用。这一裁决表明了索尼公司对于侵权的指控不需负任何责任。另外,福格森法官认为因为索尼公司对购买 Betamax 的用户没有直接监督行为,它也不需要承担任何责任。

从法律分析家的角度来看,福格森法官的决定是基于怎么样处理“补偿”原则的,他本该对原告较为偏袒,并且“秉承司法系统根深蒂固的阻挡科技进步的传统,而不是直接依照先例和成文法进行判罚”。<sup>43</sup>尽管如此,过往的法律判定案例并不明确——对于类似的复制技术而提起的诉讼并不存在。最高法院曾经只遇到一次有关复制技术的案子“Williams & Wilkins Co. 诉合众国”。<sup>44</sup>因此,本案打破了法律形式主义,而福格森法官的裁决反映了个人性格、意识形态以及对于实际情况的考虑。

### 1. The Williams & Wilkins 案例

施乐公司(Xerox)在 1960 年推出了办公室使用的复印机,这一技术相比之前的碳纸和油印机的方法,要进步很多。直到 20 世纪 70 年代中期,美国联邦贸易委

员会(Federal Trade Commission)着手解决反垄断诉讼案要求施乐公司给予其竞争对手制造办公室用复印机的许可证之前,施乐公司一直在这一行业里取得垄断地位。日益增长的对复印机使用的需求,预示了今后人们面临的问题:公众如何广泛而经济地使用一些拥有专利的产品,包括卡带录音机、录像机、家用卫星电视以及家用电脑。

Williams & Wilkins 的案例包括了之前一家医学杂志期刊对于两家非盈利的联邦机构的起诉,它们起诉了国家卫生研究院(National Institutes of Health, NIH)和国家医学图书馆(National Library of Medicine, NLM),因为这两家机构向他们自己的研究人员提供从多本科学杂志上复印下来的文章。这个诉讼的重要性在于它的对象不是之前的公司法人,而转而诉讼了公共机构,尽管这种复印行为在公司中大量存在。所以,Williams & Wilkins 指责公共盗用版权产品来保护其版权。这一案件通过使公共机构成为“寄生”组织而模糊了一个事实,即大量的科研信息都是由公共资金赞助的。

不过,索赔法院(Court of Claims)以两个原因而支持国家卫生研究院和国家医学图书馆的复印是种合理使用。第一,原告缺乏证据证明被告的复印行为已经或将对原告造成伤害;第二,支持原告的理由可能会使医学研究成果的意义受到亵渎,“对科学和医学研究产生危害风险”是不合适的。<sup>45</sup>因为这一裁决早于1976年版权法的修订,法庭没有按照修订后的版权法的107条进行“四步”测试,以决定国家卫生研究院和国家医学图书馆的行为是否合理。但法庭试着采纳过往案件的方法来进行裁决,法庭确实强调了:

1. 国家卫生研究院和国家医学图书馆是纯粹的为医学的进步和传播而服务的非盈利机构,所以他们复印活动的目的并非盈利,而是为了传播推广医学知识。
2. 索要期刊复印文本的科研人员和从业者完全出于他们的私人科研使用目的。
3. 两方的最终目的——图书馆和学者——都是为了科学进步的需要。

法庭总结道:“没有企图滥用早期科学作者的成果进行违法行为,而是为了大众能更加便利地接触到这些材料,进行学习和研究。”<sup>46</sup>法庭的观点是,复印的数量看起来并没有“过分或者多的不成比例”。看起来这一决定是基于哲学原则,但实际上是基于一个很实际的原则:版权持有人怎样收取适当的版权费以及怎么控制复印机的合法使用,并体现在法庭向国会提交的要求帮助文件中。

从法庭向国会提交的一份看起来常规性的有关版权的法律陈述来看,法庭恳请国会根据当今的实际情况,考虑出台一份关于版权的更细致的法规指导意见,供法庭参考执行:

事实上现在国会遇到一个大麻烦:决定可以被复印的著作的范围,是否出台强制性的复印执照,复印者是否向知识产权拥有者支付费用,怎么收取此类费用,以及一些特例情况比如科研及教学是否应该排除在这一规则之外……这些选择将包括的经济的、社会的考量最好还是由立法机关来进行考虑和筛选。可能的权宜方法也应该是由务实的立法机构制定,而不是由法庭或者现状决定。<sup>47</sup>

这一说法暗示着,法庭不应该制定政策,这样关于法律高于政策的迷思就能得以继续。

尽管诉讼引出的问题十分有限使得法官很难确认或制定一条政策,法庭和立法机构之间的互相影响最终还是会决定法规。所以在这样的情况下,法庭很快对他们的判决做出了补充说明;这个判决的适用很窄,不适用于以下情况:“不同的系统或者其他机构和企业的复制行为;在非医学的其他领域,或者对于非杂志期刊的复制以及其他的一些关键的因素。”<sup>48</sup>它遵循了“法律经典的简约原则,宁可判小,不可广为适用。”<sup>49</sup>不过,此判决没有对其他案子造成广泛的影响,因为它迫使国会在1976年特别出台了合法使用受知识产权保护作品的特别法案。正如最高法院关于提词机诉哥伦比亚广播公司的案子,它们免除了有线电视运营商关于版权的义务,对于Williams & Wilkins一案的裁决似乎违背了版权的基本精神。但是,最终这两个判决推动了保护知识产权完整的立法,这是因为这两个案子都是新技术革新对著作权精神的挑战。

对于Williams & Wilkins一案判决造成的争议,主法官罗伯特·E.科文(Robert E. Cowen)写道,因为取证的困难,让版权拥有者用已有案例证明他们的损失是不合理的。在他看来,此案例形成了如下的准则:“不需提供受到的损失的证据,若预期损失成立,则对合理使用的辩护就不攻自破。”<sup>50</sup>这样一来,科文觉得“伤害”的第二条定义——即新传播手段造成的潜在的经济损失,只需提及即可。之后,法官哈里·布莱克曼(Harry Blackmun)在索尼诉环球集团案以及Williams & Wilkins案例中提出了一种新的观点,图书馆复印行为使订阅量减少,形成潜在的经济损失。值得注意的是,这一指控将经济利益凌驾于社会责任之上,无论是否精确损失,计算在理论上变得更加具体。这样一来,知识产权造成的信息垄断减少

了人们对于知识和文化作品的接触,进而伤害了大众的利益。科文的想法揭示了法律本身在经济利益和社会道德下的扭曲,版权是倾向保护经济权利而不是公共使用的道义。

尽管最高法院在 1974 年对 Williams & Wilkins 案例进行了重审,然而最后表决的结果是 4 比 4,<sup>51</sup> 这样一来就维持了原先法院的判决。这一势均力敌的表决结果使得原先法院的审理结果不能成为今后审理类似案件的参照,对于 Betamax 一案也不例外,因为 Betamax 一案把案件领域扩大到了家庭录像上。另外,两法庭所要裁决的合理用途大为不同。为了理解这其中的不同,我们需要简单的梳理一下合理使用原则。

受版权保护的权利有:

- 复制作品的权利
- 发行作品的权利
- 制作作品的派生作品的权利(例如翻译件或改编成戏剧剧本)
- 在公众场合展览演示作品的权利

这些版权拥有者权利出现在 1976 年制定的《版权保护法案》106 条里,随后的 107 条到 118 条对这一条的权利作出了限制和补充。

版权所有者的权利从未完全排他。比如,自从 1709 年英国颁布第一部现代意义上的版权法,版权的时间限制就存在了。在过了受法律保护时效性之后,曾经受版权保护的作品的版权属于大众。这一规定只是众多确保大众能接触到文学和艺术作品的措施之一。一个例外就是一种强制性的放映许可证,它确保了媒体向大众传播受版权保护的作品时,须向作品的版权拥有者支付一定的补偿费用。这一强制的许可证用于自动电唱机,复制已出版的唱片,向大众传播非戏剧音乐,出版的插画、雕塑作品以及有线电视传播的广播和电视节目。这一强制许可证的使用范围只存在于消费者与版权拥有者之间的交易额昂贵到不可成交时。

合理使用原则是保护版权拥有者排他性权利的另一个例外。尽管版权拥有者具有垄断地位,但已经建立的“理性原则”允许人们接近和使用版权作品。国会在 1976 年通过的版权法第 107 条中确立了此原则。107 条这样写道:“在以批评、评论、新闻报道、教学(包括在教室范围里的使用的多份复印件)、学术以及以科研为目的时,对版权作品的复制(其他形式的复制在 106 节中有具体叙述),不视为对受版权保护作品的版权侵害。”国会拒绝给予法庭更多的关于合理使用的指导规则,而是希望今后对于有关的案件都能分别对待。国会意识到了法律条文的条条框框

对于科技的日新月异显得毫无作用。

107 条里的“合理使用原则”正是我们过去所定义的“生产性”：版权作品产生了更多的知识和信息。Williams & Wilkins 一案中科学及医学的进步显然属于“生产性”的范围，应免于版权侵犯。在家庭里录制电视节目是一种合理使用的行为，却不符合这一传统的标准。家庭里节目的录制，实际上牵涉到一个把播放的节目移到了一个更适合家庭观看时间的问题，而录制的节目大部分是娱乐性的。福格森法官关于“合理使用原则”的引申，超出了传统意义上的边界，而他关于对版权持有者受损的定义（将估算的利益损失计为伤害）都成为了版权人申诉的考量。

## 2. 上诉法庭对 Betamax 案的裁定

美国上诉法庭驳回原法庭的判决，认为家庭录制的电视节目是侵权行为，并支持原告的几乎所有其他诉求。由三位法官组成的上诉法官特别小组在 1981 年 10 月成立，他们认为任何节目的录制，哪怕是私人行为并且不以盈利为目的，都将被视为侵权行为。<sup>52</sup> 他们确信：“合理使用原则不能核准家庭录像带的复制”，<sup>53</sup> 因为这是一种不同于以教育、新闻学术以及科研为目的的“复制”使用情况。相反的，法庭认为家庭录制的行为是一种“纯粹”的获利行为。这一论断是在运用了 107 条里的“四步”合理使用测试后得出的结论。

“四步”测试所考虑的第一个因素就是复制品使用的目的和特点是否属于商业用途或者用于非盈利的教育。法庭没有觉得家庭录像带的复制符合这一因素。法庭称：“事实上家庭内侵权行为的发生不是一个摆脱责任的正当理由。”<sup>54</sup> 法庭也没有认为“第一修正案”支持了这一行为或者“第一修正案”在本质上取代了版权法。法庭坚定地将版权视为一种经济的权利，并补充道：“‘第一修正案’不能特别更改已经被法律所认可的知识产权法所保护的权利。”<sup>55</sup>

第二个考虑的因素就是被复制的作品本身的性质。在上诉法庭的意见中，“如果一个作品可以认为是娱乐性质的，那么复制它的行为很难被理解为一种合理使用的行为。”<sup>56</sup> 所以，顺着第一个因素的思考逻辑，法庭认为大多数家庭和个人都是以纯粹的娱乐为目的，即与合理使用原则相违背。不过，法庭表现出对新闻类和公共事件节目的偏见，疏忽了重要一点，即娱乐节目本身也是信息，也为大众提供了许多基本的文化素材，我们也会从中得出对事物的看法以及获得很多知识。归根结底，许多新闻和信息类节目本身也表现出了“娱乐性”，特别是在有广告赞助时。民众录制节目时，要对节目的属性进行分类，例如新闻类、信息类或娱乐类，尽管这些类型的总体构成了一个完整而真实的社会。因此，上诉法庭忽略了最高法院关

于 Burstyn 诉 Wilson 一案的审理,此案将第一修正案保护范围扩展到电影。<sup>57</sup>最高法院宣称电影“是一种传递想法意见的重要媒介”,并且它们的重要性不会因为他们的目的同时包括“传播信息性和娱乐性”而降低。<sup>58</sup>

第三个因素考虑了整体上被复制部分的数量以及是否是原文件的至关重要的部分。法庭认为结果支持了原告的申诉,而反对合理使用原则。法庭引用了地区法院的决定,法庭声称通常家庭会将整个节目都复制下来。<sup>59</sup>法庭又一次强调了版权也是经济权利中的一种,“版权是财产利益,在多数场合下,在未经版权人同意的情况下‘盗用’复制的作品是不容许的”。<sup>60</sup>法庭还假定整篇使用版权作品“通常意义上违反了合理使用原则”。<sup>61</sup>

最后一个因素,即对产品潜在市场的影响或者受版权保护的作品的价值,地区法院并不支持环球影业公司,因为他们不能提供足够的证据来证明他们的实际经济损失。对之前地区法庭审判 Williams & Wilkins 一案的裁决持异议者们认为“让原告举证是一个很大的负担”,上诉法庭也这么认为,他们觉得只要原告能证明复制的行为会对他们造成经济上的损害的一个趋势就可以了。<sup>62</sup>法庭若要判定家庭录影侵权,起诉上诉人必须提供证据证明在市场上销售其产品必须与盗版进行竞争,以致预期销售下降。上诉小组得出结论家庭用户明显因控制版权商品的接近权而获得经济利益。相应的,“版权法也应要求版权所有者获得从此市场获利的权利。”<sup>63</sup>

基于对地方法庭裁决的研究,以及版权法中合理使用原则的执行,上诉法庭认为地方法庭未能“正确”使用和理解版权法。批判法学研究指出,不能作出上述断言,因为并没有“正确”或“错误”的决策。除了“四步检验”可以在某种程度上指导司法过程得到“正确”裁决,不同的因素可被赋予不同诠释,正如最高法院在本案中表现的一样。

同样,当国会制定某一条例或者声明时,也不能洞察国会的“真实”意图。上诉法庭并没有发现国会有意图总体豁免家庭使用者对版权法的侵犯。事实上,国会在私人家庭录像的问题上并没有做出任何倾向性选择。所以,可以说国会既没有明确禁止这种使用,也没有明确同意。上诉法庭确实在参议院报告中找到下述文字:“当彼此割离的危害甚小的个案多次发生,就对版权造成侵害,必须被禁止。”<sup>64</sup>禁止私人使用家庭录像的行为必须证明其确实构成侵害。若其被认定为是正当使用,将不构成侵权。但问题是,国会在此案中的意图模糊不清。

上诉法庭的裁决具有重要意义,原因有下。首先,它放大了资本主义经济系统



中版权法背后的哲学。从法庭的角度来看,版权是受政府保护的财产权。某些私人使用版权作品而未付经济补偿的行为被认定为不合法的,就算它不是被用作商业用途。上诉法庭认为这是电视节目播出后录播再看的行为。全美国的“版权主义者”都为这一“重回‘基本的’且重申‘传统的’合理使用的想法”的决策而欢欣鼓舞。<sup>65</sup>研究版权法的学者、出版商、电脑软件开发商、音像公司以及电影娱乐业对此决议也大为开心,尽管仍有严重问题未能解决:装置了这些软件的硬件该如何处置以及如何执法规范硬件的使用。上诉法庭可以很简单地驳回并退回下级法庭,因为其无须改变这种(税收)减轻情况。无论如何,要想在全国境内找到一种简单地解决此问题的办法都不大可能;大幅增长的录像机用户(也就是潜在的侵权者)使得这种情况变得日益复杂。

上诉法庭决议的第二点重要作用在于它促使了立法前沿立即采取行动。一夜之间,购买 Betamax 就被判定违法,且国会自然地召开其选区听证会。西方社会里成千上万的录影者只要录制电视广播节目就应对侵犯版权负责。政治漫画家和专栏作家乐此不疲画了很多漫画,生动地描绘了“录像警察”(video police)身穿德国党卫军服,搜捕家庭录像者,缴获录像带和 Betamax 设备。显然,国会成员也听取了主要电子业说客的陈词,担心此裁决会影响这一传播新技术的市场销量。

### 三、“家庭录制”法案

索尼公司向最高法院提起上诉后,国会就成为活动的主要场所。为解决家庭录像问题,共有两项议案在国会提交。其中一项仅仅针对大规模侵权行为,明确地要求免除版权责任中所有私人的、非商业录像行为。这类型中典型的法案是由田纳西州共和党议员约翰·邓肯(John Duncan)在1981年地区法院裁决 Betamax 一案<sup>66</sup>后立即提出的 H. R. 4783 议案,此议案旨在修订美国法典第 17 条,从而免除用家庭录像机录制版权作品的侵权责任。在此议案中,家庭录影不构成侵权如果(1)录影不涉及任何直接或者间接商业销售;(2)录像只在家庭中使用。这种立法由录像机和录音带制造商和进口商(美国和日本公司的合作组织)提出,他们通过游说组织家庭录制法案联盟(the Home Recording Rights Coalition, HRRC)和电子业联盟(the Electronic Industries Association, EIA)来支持这一法案。<sup>67</sup>而消费电子工业是为了回应法庭裁决,支持上诉,才成立了家庭录制法案联盟。

电影娱乐业发展和提出了另一种主要代表其利益的立法,并有选择性地针对国会中一些代表游说。这项议案由版权持有者和其他靠版权获利的组织及个人所支

持,他们自称为美国版权保护联盟(Coalition to Preserve the American Copyright)。<sup>68</sup>来自加州的自由民主党人。唐·爱德华(Don Edwards),在1982年初提出了家庭录影法案版权著作版,而在他的家乡电影产业正是支柱产业。<sup>69</sup>查尔斯·马萨(Charles Mathias)议员,因其是参议院中版权法权威并拥护知识产权法而被游说,他遂在1983年初在参议院抛出类似议案。<sup>70</sup>同样来自加州的自由民主党人,议员艾伦·克兰斯顿(Alan Cranston)发起了参议院的家庭录制法案。议案 H. R. 5705 在导言中界定了美国版权矛盾作用的二重性:“这一体系使得知识产权的创造者和消费者都获益——为创造者提供公正补偿,激励他们创作,为消费者提供丰富的,源源不断的大量可供选择的作品。”该议案继续假设,若要激励更多知识和艺术创造,“版权所有人必须得到公正的补偿以支持其创作事业和使用其财产”。它进一步界定使用录音机和录像机家庭录制音乐、录音、电影和其他影音产品违反了版权法第106(1)部分。宣布此举为侵权行为后,该议案继续禁止“个人录制家庭使用的音像录影制品”。但是,这种禁止行为却与为录音机和录像带进口商和制造商制定的强制性许可相关,他们可从此议案提出的侵权行为中获利。

于是,马萨-爱德华(Mathias-Edwards)提议废除将家庭录像与由版税仲裁机构(Copyright Royalty Tribunal, CRT)推行的一项强制许可和专利使用费联系在一起。录像机和录像带的强制许可提案首先是由索尼美国公司的主席哈维·施恩(Harvey Schein)在1976年官司开始后在一次午餐中向MCA/环球集团的主席西德尼·希恩伯格提出的。当时,施恩建议电影娱乐公司和索尼公司共同建立一个委员会向国会建议附加机器和录像带专利使用费。<sup>71</sup>但是,施恩转而诉诸法庭,在家庭录制法提案出台、禁止家庭录像后,他别无选择。这正揭示了立法大多诞生于商业公司中——在会议室、午餐桌上、政策制定网中——然后它被提交国会审议。而录像机和录像带的强制许可确实有此种形式的起源。

正如我们在有线电视一案中看到的,强制许可通常由国会制定用来处理大规模且普遍传播的版权产品。但处理、鉴定和执行的费用相当高,以致保护版权方法无法实行,因为每个个体侵权只占总体侵权行为的一小部分。所以,单个侵权造成的损害不值得取证评估损失。强制许可保障了知识产权的完整性,因其视使用即为侵权,而在收取专利使用费后即广泛免除了使用者的侵权行为。

版权拥有者并不赞成此种安排,因为这将版权合同从市场中移出,交到了政府和私人管理机构的手中。若他们可以再次选择,他们会选择后一种方案。比如美国作曲家、作家与出版商协会(American Society of Composers, Authors and

Publishers, ASCAP)在处理个人侵权造成的损失微乎其微的问题时,通过集合式强制措施,从而产生规模经济。在私人的家庭场合进行的录影录音行为具有特殊性,很难实行强制措施,因为发生在家中无法确认也无从计算。在裁决这两项提交到国会议案的听证会上,版权注册局(Register of Copyrights)局长戴维·雷德(David Ladd)指出了问题,提出了最佳解决方案:“在版权作品与复制行为之间设立‘票房’;由此,间接的手段——比如,计算原料、机器和录影带数量——成为了测算复制行为的唯一‘标尺’。”<sup>72</sup>

施恩的关于征收录音器材税的想法其实早已在联邦德国实行。德国版权法(第53[5])条款里规定,根据器械和音乐收藏协会(music collecting societies)协商制定的比率收取录音制品税。奥地利也于1980年采纳了同样的体系(第42[5]条款),只不过税加在空白带上而不是硬件上。所得税款通过不同的渠道返还给版权所有和其他文化生产团体。当此提议出现在美国国会时,支持版税的版权所有者的证人认为这两个体系可作为工作模型。但是,没有哪一项被运用到录像机和空白录音带上。

议员马萨劝说美国电影协会主席杰克·弗伦提(Jack Valenti)在本次立法中不要制定具体的版税,而把这个权利交给版税仲裁机构。电影娱乐业的版权所有人对有线电视强制许可制(cable compulsory license)下制定的版税大为不满。但是,如同在有线电视一案中一样,版权持有者除了接受法定费率外别无他法。瓦伦蒂在国会听证时提议的税率为每个机器征收50美元,而每张磁带、录像带1~2美元。而当时,录像机打折后大约700美元,空白带为12美元。若此费率成立,当录像机和空白带价格下降时,费率就会在价格中占很大比重。版税立法的议案将赋予版税仲裁机构决定录影设备和空白带版税的权力,而这些费用由制造商和进口商承担。版税仲裁机构收取版税,并按照收视率和节目安排抽样分配。因为无法确定家庭使用者到底录制了何种节目,这种做法显然有其诟病,因为收视率评级体系本身就不严密,且收视率高的节目并不一定会被家庭录制。

瓦伦蒂首先在立法听证会上为此提案作证。<sup>73</sup>他请听众注意电影业的经济结构和状况,突出电影制作是“高风险”行业,包括越来越增长的广告费、宣传费、复制生产和发行费用。80%的电影不能在影院展播中收回投资,60%的电影不能够收回全部投资。<sup>74</sup>瓦伦蒂声称这些因素凸显了除影院销售外的附属市场的重要性。他认为家庭录影对于附属市场构成了多种威胁:

◎ 录影成品的销售。因为人们再不会花60~80美元购买电影录像带,在成

本为 8 元的空白带上就可以录制 2~3 部电影。

- 付费电视和有线电视市场。因为人们会在订购伙伴(subscriber friends)之间交换录像带而不再自行订购电视节目。
- 广播电视网和电视市场组织。录像带使用者可以清除或者快进广告节目,而减少了广播电视的广告收入,也就降低了电影娱乐业公司可能制定的许可费。
- 特别是广播电视网。因为人们转而观看无广告的录像带,黄金档收视率会随之下降。
- 电影院租用收入,因为人们选择在家中观看录像带而不去电影院。

在回溯过去因有线电视崛起而产生的争论中,瓦伦蒂预期附属市场的损失将在“免费”电视市场越发恶化,因为这个市场里的年长者和贫穷者无力负担有线电视和录像机。只有上述所有市场都实行严格的版权保护,影业才能生存。

为了赢得国会的同情,支持赞成版权法的势力(包括天才和手艺人协会和联盟, talent and craft guilds and unions),瓦伦蒂还渲染了电影娱乐业工人边缘化的生活状态。他是为“成千上万有团体有组织的、美国电影业的中坚力量”而呼吁。<sup>75</sup>瓦伦蒂暗示征收录像机和空白带版税是为了工人们谋利益,而不是为了电影公司老板。讲到电影业的员工时,他声称:“这些人的经济保障完全依赖于电影业的健康发展。一旦与电影制作者签下合约,这些人将从其版权税机制中获益。”<sup>76</sup>

天才和手艺人协会和联盟也派出代表支持版权税,但同时也承认他们仅能从版权所有者手中得到的收益如涓涓细流。作为一名成功而富有的演员、制片人和导演,克林特·伊斯特伍德(Clint Eastwood)也出席了国会听证会,为演员们说话。<sup>77</sup>查尔登·赫斯顿(Charlton Heston)和贝弗利·希尔斯(Beverly Sills)也出席了议会听证。而诸如赫斯顿(他也参加了有线电视一案)和伊斯特伍德却为“贫穷挨饿的演员”辩护,其讽刺性不言自明。国际戏院职员联盟(International Alliance of Theatrical Stage Employees, IATSE)的副主席,吉里·阿伦(Gene Allen)简单地描述了本行业员工无力的处境(其实也是所有资本主义体系下工人的境遇):“除非生产商有利可图,我们的员工便无事可做。”<sup>78</sup>与有线电视案一样,真正对版权具有革命性的挑战却都不是源自于工人和公共使用者。这也就是说,起先并没有任何讨论和举措能让工人重新调整自己被疏离的工作处境,也没有任何讨论和举措使公共使用者拒绝私人占有而重建知识公共领地(intellectual commons)。

支持征收版权税的势力其实是建立在一些值得怀疑的基础前提之上的。其中

一个是,一旦没有经济动力,艺术与知识创造就会自动停滞,社会发展也随之戛然而止。但是比起经济动机,人类创作文学和艺术的激情才是最重要的因素。在资本主义社会中,可能就会出现这种情况,劳动未能出卖就无法生活。在这种语境下,实际创造艺术和知识只是为了最后得到经济报酬,就算通常情况下数额微乎其微(报酬主要来自工资而不是版权)。为了经济动力而投身艺术和知识领域这一说法值得怀疑,因为这些领域的失业率异常高。对于那些因经济利益投资这些艺术活动的资本家来说,一旦投资没有潜在回报他们就终止投资,这种说法也不甚恰当。就算没有经济动力,人类依然会“生产”艺术和文学,但是资本家不会投资此创作过程。

### 1. 家庭录制法案的影响之争

支持版税和支持录影的两派的利益争论焦点集中在“录制后观看”(time-shifting)与“建资料库”两个问题上。瓦伦蒂的许多预测都是围绕录像机用户会录制节目,建立“资料库”这一前提进行的。如果人们收藏了电视节目和电影,他们就不会再去收看广播电视。美国电影协会委托调查并递交给国会的报告显示,录像机用户拥有的录像带数量远远多于他们录制后观看所需,所以得出结论他们确实在建立资料库。<sup>79</sup>

支持录影政策的说客认为录像机最大的优点在于过后观看的功能——录制电视节目后在更加方便的时候观看。他们委托的调查研究基本都支持这一关于录影带功能的结论。显而易见,录制后观看确实增加了电视观众控制电视节目时间安排的权利。前美国联邦通讯委员会主席查尔斯·费里斯(Charles Ferris),为家庭录制法案联盟作证,预言录像机会促使电视节目多元化,因为观众可以录制晚间的电视节目在适宜时间观看,晚间节目可以增添许多内容。事实上,辩论双方都围绕“多元化”辩论,支持录影的一方预期录影增加电视节目多样性,而支持版税一方认为家庭录影增多,电视多元性下降。美国的娱乐和传播政策制定的历史中充满了这样的言论,而各个产业也确实一而再,再而三地失信“多元化”发展的承诺。正如传播政治经济学指出的那样,媒体产业发展多元化的失败根植于他们的运营体系,特别是他们强调大众的这一市场结构。

家庭录制法案联盟进一步争论,版权持有者提出的版税制度给他们提供了重复补偿,就如有线电视一案。版权持有者已经获得了收益,才会许可电视电影行业向受众免费播放他们的作品(但这并不是忽视消费者为填平广告产品和服务费和电视机所负担的开销)。家庭录制法案联盟认为如果受众可以免费收看节目,那么

也可以免费录像,只是留在晚些观看。若要再收取版权费,只会让版权所有者大发横财,获得双倍的补偿。从而,家庭录制法案联盟声称,若版权所有者需要控制他们的产品,就不要将其提供给广播或者付费电视。<sup>80</sup>

马萨-爱德华提议还有两点需要稍加关注:其一是家庭录音行为也同样适用此提议;其二是废止首次销售条款(First Sale Doctrine)。电影娱乐业的版权持有者与音乐发行商和制作商形成了天然的同盟。从20世纪70年代后期开始,音乐唱片产业不断控诉家庭音乐录音严重,导致其收入减少。与电影娱乐业版权者无法举证家庭录影的实际损失不同,音乐产业可以证明唱片和卡带收入在经历了一个大幅平稳增长后在1978年后下降到一个较为平稳的水平。音乐出版商和制作商将其归咎为同时期盒式卡带录音机大规模生产的停滞,以及广播后录音行为或借唱片复制的行为。美国唱片业协会(Recording Industry Association of America, RIAA)的一位代表在国会小组委员会的听证中估计家庭录音造成了该行业100万美元的销售损失。<sup>81</sup>

美国唱片业协会和美国电影协会称家庭录音行为大大减少了热卖作品的收益,并且使电影娱乐界和音乐制作人无法将此收益投入原本就具有挑战和收益微薄的创作中。他们称畅销作品的收益至关重要,因其保证了创作和艺术形式的多样性,能够满足“少数”受众的兴趣(有特殊兴趣、品味、生活方式等的受众)。本质上来说,这些资方代表威胁“投资罢工”,除非国家保证并且扩大他们的版权垄断地位。他们要求对录音设备的生产厂家和进口商执行强制征收,用此笔收入支撑发展多样性和知识艺术创作。这种威胁强调了传媒资本家对信息生产和文化的控制力,但其对无价值受众的影响甚微。传媒资本家的掌控是基于知识和艺术产品的所有权,而少数受众不受其影响却是因为此机制以获利为本质的本质。

支持录影行为的说客质疑美国唱片业协会关于家庭录影恶化商业市场的言论。他们认为这只是20世纪70年代末至80年代初总体经济衰退的一个因素,比如大牌明星作品缺乏影响力、受众人口构成的改变(因为大批青少年的出现)和唱片价格上浮。诸如此类的言论和反对声十分常见,存在于围绕着这些议案的激烈争论游说中,存在于纯理论猜测到关于家庭录音的实证民意调查,存在于电影业和音像市场经济顾问的计量经济学分析中。<sup>82</sup>

## 2. 追求特殊利益

经济学家和民意调查者在此案中的作用非比寻常,与有线电视一案中特殊利益集团的作用情况大为不同。当时,在有线电视版权被提到国会讨论时,只有业界

代表和律师到场。这表明经验主义社会研究科学在政治和政策制定过程中逐渐成为重要组成部分。因此,现任美国联邦储备署主席艾伦·格林斯潘(Alan Greenspan),代表唱片业出席了关于家庭录制法案的议会听证会。<sup>83</sup>另外,两位著名律师也向议院提供了法律论文。哈佛大学的宪法教授劳伦斯·H. 特莱伯(Laurence H. Tribe)为美国电影协会提供了题为《宪法版权补偿》(*Constitutional Law on Copyright Compensation*)的文章;加州大学洛杉矶分校法学院的著名教授梅尔维尔·尼莫(Melville B. Nimmer)也提交了题为《关于版权著作家庭录影的法律地位》(*The Legal Status of Home Audio Recording of Copyrighted Works*)的报告。<sup>84</sup>尼莫拒绝与任何产业或者联盟合作,但是他的结论强烈支持了征收版权税的一方。特莱伯争论道,免除家庭录像的侵权责任违反了第五修正案,该修正案防止未经正当理由或未支付赔偿任意使用私人财产的行为。

知名法律界学者参与到立法过程中再一次佐证了批判法学研究对法律高于政治这一论断的驳斥。随着法律界学者被聘为“雇佣枪手”(hired guns)从而影响政策制定,立法和司法领域的界限越来越不分明。正如经济学家依靠其经济计量学的权威可信度作出预期和判断一样,法律专家却依靠形式主义,靠法律先例和国会意图来支撑其研究发现。令人注意的是,私人利益为了支持一方观点,十分乐意请经济学家和律师做保障。

马萨-爱德华提议第二个特点是其试图通过“廉价商品市场”修订案来缩小首次销售条款的试用范围。第五章提到,首次销售条款来源于1909年制定的版权法(第109[a]条款)。该条款假设任何购买了版权作品者有权出售或者处理掉该财产,而不需通过版权所有者同意。此条款允许租赁成品录影带,而不需经过版权所有者同意或提供补偿。到1981年底,所有主要电影制作经销商都进入了家庭录影带市场,也发现租赁市场严重损害了他们出售成品录影带的利润。由20世纪福克斯公司首先向国会提出的廉价商品市场修正案(家庭录制法案第六部分),旨在改变租赁、销售、出借唱片和成品录影带市场,而使其必须通过版权所有者授权。电影业制作发行商认为这同样也是其知识产权财产的另一商业用途,理所应当得到补偿。

关于家庭录制法案的听证会直到1983年底才召开,最高法院对Betamax案件的裁定也成为所有听证会程中猜测的核心问题(法庭最近同意受理索尼公司的上诉)。<sup>85</sup>诉讼当事人意在“保护美国版权法系统”,这促使国会从头至尾关注此立法提议,因为最高法院无法解决所有牵涉到的问题(音频录制条款、录制有线电视和

付费电视节目、禁止复制成品录像带,以及对首次销售条款的修订)。同时,支持錄影行为和支待征收版稅的利益集团都穿梭于能影响意见形成的各种活动网中,参加小组讨论,在国会艺术小组(Congressional Arts Caucus)、全国司法部长联盟(National Association of Attorneys General)和国际电视业协会(International Television Association)会议前露面,在美国有线新闻网拉里·金(Larry King)的电视节目和哥伦比亚广播公司的“早间新闻”(Morning News)中出鏡。<sup>86</sup>大批前政府官员——从内阁成员、总统助手到退休众议员——都参与了这整个过程,也得利颇丰。<sup>87</sup>

美国律师协会(American Bar Association)的版权委员会(The Copyright Committee)投票支持缩小首次销售条款范围,但搁置向家庭录像征收版稅的决定。<sup>88</sup>但是因为此案中商业集团的利益无法达成一致,也因为冲突双方势均力敌,国会拒绝执行此立法。除了必须满足一部分权力集团,国会还面临来自越来越多的公众录像机拥有者和使用者的愤怒抗议(到1983年底,生产商已销售超过400万台录像机)。<sup>89</sup>与有线电视一案类似,国会举棋不定陷入停滞,再一次让最高法院作出下一步至关重要的行动。

对于版权所有者来说,他们还是取得了一项小小胜利,使得他们能逃离混乱。参议院和众议院根据家庭录制法案,举行了大大小小的听证会,讨论有关音频和视频租赁的版权事宜。<sup>90</sup>听证会催生了一项关于录音带租赁的法案,规定一切未得到版权所有人授权的租赁行为都被视为侵权。国会之所以只限定录音带租赁而不是录像带租赁,原因之一便是录像带出租商店分布已十分广泛并且顾客众多。相比之下,唱片和录音带租赁商店就少得多了。立法阻力既小,限定它们的发展便容易得多了。由是,国会废止了录音唱片和磁带的首次销售条款,取而代之的是1984年生效的唱片租赁修正案。<sup>91</sup>

此唱片租赁修正案的意图是要限制音乐唱片租赁行为的发展。众议院在对此法律的报告中总结道,“商业唱片租赁和复制间的关系可能导致的后果是,版权法案中所赋予版权人复制和发行的权力将遭到直接且负面的影响。”<sup>92</sup>由此,此法律禁止一切形式的无授权唱片租赁行为。参议院的报告中提供了这项法律的合理性根据,再一次立足于对“多样化”的诉求。<sup>93</sup>报告总结道,唱片租赁最终损害的是顾客。顾客这种租赁行为将使营业税数额减少,反过来将产生两大不利后果:其一,对买唱片的人(“那些以版权法为荣的人”)来说,唱片价格会更高;其二,它将会使唱片业不得不“节省开支”、“降低风险”,并且会“更加不愿在不知名的歌手和作曲



家身上冒险,或者花费精力去实验不同音乐形式”。<sup>94</sup>这些将直接影响到音乐行业的创作力。首次销售条款、唱片租赁和公众手中无以计数的录音设备剥夺了版权人的发行权,这个法案的深层目的便是要把这些发行权还给音乐作品的版权人。

CD和数码录音系统的出现让此立法变得特别紧要,这是因为那些数码设备的录音质量足以比肩“专业唱片”。然而,众议院的报告中指出,考虑到其他录音技术和事件,这项特别的法律“并不存在先例价值”。<sup>95</sup>

#### 四、最高法院对家庭录制权利的决议

鉴于 Betamax 案件的重要性,面对索尼的上诉,最高法院听取了两次辩论。1984年1月,最高法院以5比4的选票推翻了上诉法庭的决议。最高法院认为,录像机售之于公众,并不造成侵权,并且家庭录制商业电视的版权节目以便他时观看的行为,也属正当用途。<sup>96</sup>约翰·保罗·斯蒂文斯(John Paul Stevens)法官认为地区法庭的决定很有说服力,还经常对其进行引用。<sup>97</sup>在充分理解第一修正案关于版权法概念范围的基础上,法庭认定,对于非商业的家庭录制行为,是“在电视节目受众日益广泛的情形下,为公众利益服务的,其利益‘符合第一修正案中,利用公众电波提供最广泛信息媒介的政策’(地区法院举例道)”。<sup>98</sup>最高法院意识到,“媒介并不只是一种方便,正如原告所说的那样。媒介不仅仅简单为不便捷所限,而且还限制于工作的基本需要。制作更好的节目也被激烈的竞争所限制。”<sup>99</sup>那些为公众播放的“免费”节目,还有那些非商业的、私人性质的家庭录像机录制和使用,都使地区法院相信,这是一种正当用途。最高法院同意这种观点,并且支持说,索尼公司并不对侵权负法律责任。

最高法院认定了许多包括 Betamax 的非侵权使用途径,比如家庭录影制作。最高法院还强调,一项禁止 Betamax 销售的法令,将会剥夺录像机使用者录制非版权资料或授权资料的权利。上面提到的授权资料所有者包括宗教、教育和体育类节目制作人,他们一开始就对地方法庭声明,他们并不反对那些用于私人和非商业目的的家庭录制行为。法院多数认为,“录制器材的销售,像其他商品一样,在广泛用于合法的、非有害的目的时,或者在其无法构成实质侵权的使用之时,并不构成侵权。”<sup>100</sup>最高法院特别引用了弗莱德·罗杰斯(Fred Rogers),《罗杰斯先生的邻居》(*Mister Rogers' Neighborhood*)作者的证词,罗杰斯认为录像机为家庭提供了一个非常好的功能,能够使他们在方便的时间里录制和观看儿童节目。<sup>101</sup>关于侵权的使用行为,最高法院并不能判定索尼公司负有法律责任,这是因为他们和录像机

购买者仅在销售之时有所接触。<sup>102</sup>索尼不能对 Betamax 的侵权行为负责,是因为它并不能控制购买者如何使用 Betamax。

为了定性私人家庭录制电视节目的行为正当与否,最高法院进行了一个“四步正当使用测试”,并且发现那些录制行为对潜在市场和被测试的版权物品所造成的经济危害几乎为零。上诉法庭之所以认为家庭录制行为并不在正当使用之列,是由于此种使用行为并无社会功效(例如非教育方面或者学术方面)。最高法院并不理会此种区别,反之,把重点转移到了第一个方面,即是否具备商业性质。由此便涉及地区法院所提到的关于正当用途的扩展概念,其中某些非商业用途将不被追究。法院多数的意见认为,正当用途并不需要用是否以教育目的来界定。最重要的是此用途具不具备商业性质。这个判定仍然是 Betamax 案件最重要的观点之一。

最高法院否决正当使用测试的第二点和第三点,并且意识到“版权作品的本质”就是“播出的具有版权的音频和视频作品”。时间变通的行为仅仅使观者能够“免费”看到先前就能看到的全部内容。这样一来,观者录制整个节目的行为就“影响不到对于其用途正当性的判定了”。<sup>103</sup>关于版权作品形式上的区别,即到底是信息的形式还是娱乐的形式,最高法院予以了回避。上诉法院认定,大多数在录像机上录制的节目都属娱乐性质,和促进教育和研究无关,所以不属正当用途。它还认为,复制整个作品的行为,在传统的对于正当用途的判定中,一般都是被禁止的。为了判定家庭录制行为的正当性,最高法院必须对习惯法里的正当用途作大量延伸界定。

考虑到第四点(复制行为对潜在市场和版权作品价值的影响),最高法院认为,被认为有害的证据应该由版权所有人来举证,然而他们并没有证明家庭录制行为对于潜在市场和版权作品价值造成任何影响。因此,最高法院的多数法官认定,在未影响到“作者的创作动机”的情况下,没有必要对此种用途加以禁止。<sup>104</sup>斯蒂文斯法官援引信息获得媒介的授权为例,坚持认为:“对此类非商业用途加以禁止,只会将各种创意拒之门外,却得不到任何反补贴的优惠。”<sup>105</sup>这样一来,法院多数认为,以商业为目的对版权作品的使用可能导致经济危害,以致不能成为一种正当用途。“但如果用于非商业目的,(经济危害的)可能性必须要得到证明。”<sup>106</sup>

环球公司和迪斯尼承认,如今它们版权价值所遭遇的现实危害还无从体现。它们之所以认为会有潜在的经济危害,是因为它们认为其对版权产品的控制力正在丧失,对各种辅助市场的价格歧视干预正被削弱。福格森法官是第一个反对瓦

伦蒂的潜在危害预言的人，最高法院的多数法官也同意这种看法。福格森法官指出，这些争论都基于“对观众观看方式和级别的猜测……这是一种带有敌意的猜测，计算得极不准确”。<sup>107</sup>这样一来，版权所有人证明不了实际或者潜在的经济危害，以致不利于判定侵权，而有利于判定其使用是正当的。

布莱克曼法官的否定论调首要基于第四点——经济危害的问题。对于它来说，潜在经济危害不言自明。录像机的所有者和使用者确实在这些机器身上找到了商业价值。这就使它们能随意地在更为方便的时候录制节目，并且在方便的时候拿来观看。这就是他们为什么首先要买这些磁带和录制设备了。布莱克曼总结道，毫无疑问，录像机的使用者“很愿意付给版权人某种版税。制片公司说它们被剥夺了开发这个巨大市场的能力，这无疑是正确的”。<sup>108</sup>人们购买使用录像机所产生的利益只能由制造商和进口商来分享。布莱克曼相信，版权所有人应当从这种新型使用税中分得一杯羹。版权人仅仅向他说明，“版权价值会通过一部分由新市场带来的价值补偿来得到提升，就使他相信，录像机的使用势必造成经济上的危害”。<sup>109</sup>

期刊出版商在 Williams & Wilkins 一案中作了相同的论调。他们觉得，其版权作品被复制，他们失去了一部分应得的补偿，而研究者们显然已经发现了这些复制品的利用价值，它们不必去订阅这些期刊，就可以获得这些文章。这样，出版商就失去了那些潜在的订阅者。在布莱克曼的研究中，这足以证明那潜在的经济危害，并且丝毫不属于正当用途的范畴。

在对第一点的考虑中，布莱克曼重申了和上诉法庭相同的论点。上诉法庭裁定，家庭录制是一个“本质的”用途，而不是一个有社会功效的用途，所以，它并不在正当用途之列。家庭录制并不属于那种“被社会所鼓励的”行为，所以正当用途一说无法为其袒护，相比之下，复印期刊文章反而是为了医药和科学的进步。从法律目的角度说，布莱克曼总结道，“法令和立法史都不会豁免为了私人或个人用途而进行的复制行为。”<sup>110</sup>

最高法院对 Betamax 一案裁决完毕，版权所有人试图对录像机和空白录像带征税的努力暂告一段落。此案例说明，资产阶级中不同派对此问题的看法不可能取得一致。另外，录像机已经向人们证明了其税收价值：通过销售那些预先录制的录像带，无论是卖给租赁商店还是直接卖给个人，所带来的收入可以给电影娱乐产业带来不少的税收。Betamax 案件的结果在版权逻辑上来说显然是对的，但它却和法律优先毫无关系，也和其对电影娱乐业税收的影响毫无关联。就本案例来说，足以总结出，对于这种以时间调配为目的的家庭录制行为，电影娱乐业决定

继续容忍下去,并且将在政治上做出不懈努力,以期抵制首次销售条款,并且制定法规,规定录像机制造商加装反录制装置,以减少对预先录制录像带的彻头彻尾的复制行为。<sup>111</sup>在立法和技术策略之外,通过把新技术引入市场体制,电影娱乐产业成功加强了对录像机的控制,这样便又一次阻止了针对版权系统的挑战。

## 五、“修补”市场

Betamax 事件之后,尽管看起来影视娱乐产业面临挫折,最高法院的决定对于版权价值的影响微乎其微。更进一步说,这个案例对随后的版权立法几乎没起到任何作用,如果有,也只在版权价值上有影响。最终,当录像机走入家庭生活后,很明显,人们更多地用它们来看租借的影片而不是同步录放。根据一份 A. C. 尼尔森咨询公司(A. C. Nielsen)于 1991 年的调查报告,录像机持有者每周只花一个半小时的时间观看他们录下的影像,只相当于他们通常观看电视节目时间的 3%。<sup>112</sup>同时,主流好莱坞工作室发现,尽管有首次销售条款和其他盗版形式的限制,录像机仍是一种重要的收入来源。

1993 年初,77% 的美国电视用户拥有录像机。随着录像机用户人数的增加,影视娱乐产业将其重心从影碟租赁转向直接向公众销售影碟拷贝(在业内称为“全程销售”)。1990 年起,向消费者出售影碟的利润超过了影碟租赁的利润。1992 年,好莱坞大片从全程销售中赚取了 25 亿美元,而影碟租赁获利 20 亿美元。<sup>113</sup>在第三章中提到,以迪斯尼、华纳兄弟、20 世纪福克斯、哥伦比亚、派拉蒙和环球影业公司为主的六大主流电影制作公司占据了北美市场 77% 的影片销售份额。<sup>114</sup>美国商务部估计,1993 年美国家庭影碟销售商将从影碟销售与租赁上获利 120 亿~180 亿美元。<sup>115</sup>

在家庭影碟租赁销售上占据领先的是 Blockbuster 录像公司,截至 1993 年底,其在全美共有 4 000 家分店。<sup>116</sup>由于具有销售份额上的绝对优势,其如何选择提供给消费者影碟变得很重要。这在 Blockbuster 建立的电影审查上体现出来。Blockbuster 拒绝销售伍迪·艾伦(Woody Allen)的《影与雾》(*Shadows and Fog*),当时伍迪·艾伦正卷入一场与米亚·法罗(Mia Farrow)的子女监护权的争夺中,广受公众关注。Blockbuster 保守地否认拒绝销售的决定是由于道德原因,而坚称是出于市场考虑。<sup>117</sup>巴格迪甘指出,通常这种辩解是因为某种问题媒体产品与经销机构持有者的个人政治观点相左而被排斥在消费市场之外的一种掩饰。<sup>118</sup>Blockbuster 同时也拒绝经营被美国电影协会分级评定达到 NC-17 的电影。有批评指出此分级为独立或外国电影制作者制定了更严格的标准且带有偏见;对性和

宗教的标准比暴力苛刻；对于黑人题材或演员的要求更高而被认为种族歧视。<sup>119</sup>在这里我们再一次看到了垄断力量对于限制媒体市场范围与尺度的影响。

“全程销售”(sell-through)的发展体现了主流影视分销商在区别对待给租赁商和直接销售给客户的拷贝时所用的策略。发给租赁商的拷贝定价一般高于100美元(批发价为70美元),而面向“全程销售”市场的版本的建议零售价要低20美元。电影的制作与分销商一般赚得影碟销售价格的55%。<sup>120</sup>这个定价策略反映了电影娱乐产业为遵守首次销售条款所做的努力,而不是将其视为对租赁收入的阻碍。通过提高给影片租赁市场先期版本的价格,行业可以在某种程度上控制录影带的发行“窗口”。另一个策略是先期发行一个高价版本之后重新发行用于“全程销售”的低价版本。Orion公司在制作《沉默的羔羊》(*Silence of the Lambs*)时先向零售商发行了99.98美元的预售版之后降价到19.98美元给消费者。<sup>121</sup>这个策略属于针对高价值顾客群体制定差别定价,因而被企业长期使用。结合第四章迪斯尼公司的例子,可以看到,为控制从影院到家庭影碟的相关市场,迪斯尼在剧院人为制造了其经典动画电影的短缺。特纳家庭娱乐公司(Turner Home Entertainment)在重新上映《卡萨布兰卡》(*Casablanca*)后的几个月发布了其50周年特别版。<sup>122</sup>

另一项促进“全程销售”发展的策略包含引入一系列的影片相关产品。通过市场中引入其他公司和产业,提升影碟档次,电影娱乐产业可以降低成本并在诸如超市等场所提高知名度。例如,普通版的《北非谍影》标价24.98美元,但消费者凭借Taster's Choice coffee的收据可以享受5元的折扣。<sup>123</sup>特纳家庭娱乐公司为其60周年版《金刚》(*King Kong*)寻找了4个赞助商:达美航空(Delta Airlines)、纽约希尔顿(New York Hilton)、纽约市(the City of New York)和环球电子公司(Universal Electronics)。所有赞助商都在家庭影碟中置入广告,其赞助用来降低《金刚》的发行费用。<sup>124</sup>在家庭影碟中放置广告在如今的电影娱乐产业日益普遍,广告商在寻求开拓新的媒介。一些著名的商品与影片结合的点子包括《钩子船长》(*Hook*)与森泉(Ocean Spray)和布瑞克香波(Breck shampoo);《反斗智多星》(*Wayne's World*)与雀巢公司的黄油手指糖(Nestle's Butterfinger candy bar);《油炸绿番茄》(*Fried Green Tomatoes*)与影片中出现的玫琳凯化妆品(Mary Kay cosmetics)。<sup>125</sup>Orion公司尝试通过快餐渠道销售影碟,其与麦当劳合作在1992年感恩节到圣诞节期间以低于8美元销售《与狼共舞》(*Dances With Wolves*)。这决定是在其成功以99.98美元的价格销售了60万拷贝给租赁商之后做出的。<sup>126</sup>次年,电影面向公众和降价商店发行了零售版,售价14.98美元。

为了更好地销售热卖的影碟,销售商选择的影片范围缩小了。一个零售商承认,为了能多购买一些热门专辑的拷贝,他(对影片)的选择明显变窄了。<sup>127</sup>类似的,那些无名导演和演员的影碟的销量要落后于相对叫座或其他特殊形式的电影。<sup>128</sup>链式影碟零售商的增加对媒体格局的影响和从书籍<sup>129</sup>到报纸<sup>130</sup>到音乐<sup>131</sup>的其他零售媒体形式的影响并无二致。电影娱乐影碟的生产、分发与销售必然由少数几家公司控制着。总之,录像机如同有线电视一样,已经成为庞大媒体“食物链”中的一环。它究竟如何在国际水平上运作将是下一章的讨论重点。

## 注释

1. *Universal City Studios, Inc. v. Sony Corporation of America*, 480 F. Supp. 429 (C.D. Cal. 1979); *Sony Corporation of America, Inc. v. Universal City Studios, Inc.*, 659 F.2d 963 (9th Cir. 1981); *Sony Corporation of America, Inc. v. Universal City Studios, Inc.*, 464 U.S. 417 (1984).

2. “Public of users” is a term to describe the private use of reproductive technologies to copy and make use of copyrighted material, for example, home taping and playback of broadcasts (television and radio), reproduction of prerecorded phonograph recordings and videocassettes, photocopying of published printed works, copying of computer software, etc. This is use of copyrighted works for private, noncommercial purposes, including scholarly and educational uses permitted under the fair use doctrine.

3. Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society*, New York: Basic Books, 1969, p. 138.

4. The Associated Press, “Survey of Judges’ Income,” *Christian Science Monitor*, June 6, 1989, p. 8; The Associated Press, “Most Judges Earn More Off Bench, Study Says,” *Chicago Tribune*, June 5, 1989, p. 4.

5. David Kairys, “Introduction,” in D. Kairys (ed.), *Politics and Law*, New York: Pantheon Books, 1982, pp. 1–7, p. 5.

6. James Lardner, “Annals of Law: The Betamax Case—1,2,” *New Yorker*, April 6, 1987, pp. 45 ff., and April 13, 1987, pp. 60 ff.

7. Miliband, p. 138.

8. Ben Bagdikian, *The Media Monopoly* (4th ed.), Boston: Beacon, 1992, p. 50.

9. Kairys, “Introduction,” p. 5.

10. Miliband, pp. 141–142.

11. Pierre Joseph Proudhon, *What Is Property? An Inquiry into the Principle of Right and Government*, New York: Dover Publications, 1970, pp. 393–397.

12. Miliband, p. 142.

13. Miliband, p. 142.

14. Miliband, p. 143.

15. Miliband, p. 143.

16. David Kairys, “Legal Reasoning,” in D. Kairys (ed.), *Politics and Law*, New York: Pantheon Books, 1982, pp. 11–17, p. 17.

17. Roberto Unger, *The Critical Legal Studies Movement*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1986, p. 1.

18. Kairys, "Introduction," p. 1.
19. Kairys, "Introduction," p. 2.
20. Unger, p. 12.
21. Unger, p. 12.
22. Bernard Edelman, *Ownership of the Image: Elements for a Marxist Theory of Law*, Boston: Routledge and Kegan Paul, 1979.
23. Unger, p. 4.
24. Unger, p. 5.
25. Isaac D. Balbus, "Commodity Form and Legal Form: An Essay on the 'Relative Autonomy' of the Law," *Law and Society Review*, 11:3, 1977, pp. 571–588.
26. Balbus, p. 583.
27. Nicos Poulantzas, "The Problem of the Capitalist State," in R. Blackburn (ed.), *Ideology in Social Science*, New York: Vintage Books, 1973, pp. 238–262.
28. Balbus, p. 585 (italics in original text).
29. Balbus, p. 586 (italics in original text). Balbus does note that the trend is by no means complete nor entirely uncontradictory.
30. Unger, p. 108.
31. Unger, p. 111.
32. Robert W. Gordon, "Critical Legal Histories," *Stanford Law Review*, 36:1–2, 1984, pp. 57–125, p. 125 (italics in original text).
33. Gordon, 1984, p. 124.
34. Robert W. Gordon, "New Developments in Legal Theory," in D. Kairys (ed.), *Politics and Law*, New York: Pantheon Books, 1982, pp. 281–293, p. 287.
35. Gordon, 1982, p. 290.
36. Michel Foucault, *Discipline and Punishment: The Birth of the Prison* (trans. Alan Sheridan), New York: Pantheon Books, 1977.
37. Gordon, 1982, p. 290.
38. Allan Hutchinson and Patrick J. Monahan, "Law, Politics, and the Critical Legal Scholars: The Unfolding Drama of American Legal Thought," *Stanford Law Review*, 36:1–2, 1984, pp. 199–245, p. 225–226.
39. 480 F. Supp. 429 (C.D. Cal. 1979).
40. Lardner (Part 1), p. 50.
41. Lardner (Part 1), p. 57.
42. 480 F. Supp. 429, 450.
43. H. J. Hipsh, "The Betamax Case and the Breakdown of the Traditional Concept of Fair Use," *Communications and the Law*, 2:4, 1980, pp. 39–48, p. 40.
44. *Williams & Wilkins Co. v. United States*, 487 F.2d 1345 (U.S. Ct. of Claims, 1973), *aff'd per curiam*, 420 U.S. 376 (1975).
45. 487 F.2d 1345, 1354.
46. 487 F.2d 1345, 1354.
47. 487 F.2d 1345, 1360.
48. 487 F.2d 1345, 1362.
49. 487 F.2d 1345, 1362.
50. 487 F.2d 1345, 1368.
51. Blackmun did not participate in the decision due to conflict of interest.
52. 659 F.2d 963 (C.D. Cal 1979).

53. 659 F.2d 963, 971.
54. 659 F.2d 963, 971.
55. 659 F.2d 963, 972.
56. 659 F.2d 963, 972.
57. *Burstyn v. Wilson*, 343 U.S. 495 (1952).
58. 343 U.S. 495, 501–502.
59. 659 F.2d 963, 973.
60. 659 F.2d 963, 973.
61. 659 F.2d 963, 973.
62. 659 F.2d 963, 974.
63. 659 F.2d 963, 974.
64. 659 F.2d 963, 977.
65. Lardner (Part 1), p. 69.
66. U.S. House, H.R. 4783, 97th Cong., 1st Sess., October 20, 1981.
67. The members of the HRRC included RCA (which held the largest distributor share of the U.S. VCR market), General Electric, 3M, Dupont, Sony Corp. of America, Matsushita, JC Penny, Sears and Roebuck, and the trade organizations Electronic Industries Association, American Retail Federation, and the National Retail Merchants Association.
68. Among supporters of the bill were the MPAA, made up of:
  - Columbia Pictures Industries, Inc.
  - Walt Disney Productions
  - Embassy Communications
  - Filmways Pictures
  - Metro-Goldwyn-Mayer Film Co.
  - Paramount Pictures
  - Twentieth Century Fox Film Corporation
  - United Artists Corporation
  - Universal Pictures, a division of Universal City Studios
  - Warner Bros. Inc.;
 the Board of the Alliance of Motion Picture and Television Producers:
  - Universal City Studios, Inc.
  - Warner Bros. Inc.
  - Twentieth Century Fox Film Corp.
  - Columbia Pictures Industries, Inc.
  - Paramount Pictures Corp.
  - Walt Disney Productions
  - Aaron Spelling Productions
  - Mary Tyler Moore Enterprises, Inc.
  - Leonard Goldberg Co.
  - Tandem/Embassy Communications Co.
  - Metro-Goldwyn-Mayer/United Artists;
 and the Coalition to Preserve the American Copyright:
  - Children's Television Workshop
  - Volunteer Lawyers for the Arts
  - National Association of Theater Owners



Screen Actors Guild  
Association of Talent Agents  
National Cable TV Association  
International Alliance of Theatrical Stage Employees and Moving Picture  
Operators  
Producers Guild of America, Inc.  
CBS, Inc.  
Authors League  
Writers Guild of America  
Training Media Distributors Association  
Directors Guild of America  
Actors Equity Association  
AFTRA  
National Association of Broadcasters.

69. U.S. House, H.R. 5705, 97th Cong., 1st Sess., March 3, 1982.

70. U.S. Senate, S. 31, S. 32, S. 33, 98th Cong., 1st Sess., January 26, 1983.

71. Lardner (Part 1), p. 51.

72. U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Civil Liberties, and the Administration of Justice, *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1 and Part 2*, Hearings on H.R. 4783, H.R. 4794, H.R. 4808, H.R. 5250, H.R. 5488, and H.R. 5705, 97th Cong., 1st. Sess and 2nd Sess., April 12, 13, 14, June 24, August 11, September 22 and 23, 1982, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1983, Statement of David Ladd, Register of Copyrights and Assistant Librarian of Congress for Copyright Services, pp. 617–675, p. 633.

73. *Home Recording and Copyrights—Part 1*, Statement of Jack Valenti, President, MPAA, pp. 4–66. Valenti had served as MPAA president since 1966 after having served as a presidential assistant to Lyndon B. Johnson. Lardner reports that the motion picture companies found him so valuable that by 1981 they were paying him nearly \$500,000 per year.

74. *Home Recording and Copyrights—Part 1*, Statement of Jack Valenti, President, MPAA, pp. 4–16, pp. 7–8.

75. *Home Recording and Copyrights—Part 1*, Prepared Statement of Jack Valenti, President, MPAA, pp. 17–66, p. 38.

76. *Home Recording and Copyrights—Part 1*, p. 38.

77. *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1*, Statement of Clint Eastwood, pp. 115–116.

78. *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1*, Statement of Gene Allen, Vice President, IATSE, p. 139.

79. *Home Recording and Copyrights—Part 1*, “An Assessment of the Impact to Consumers from a Royalty Fee on Videocassette Recorders and Blank Tapes,” pp. 1145–1209.

80. Although the Betamax case did not apply to home taping from cable and pay-cable television, the comprehensive proroyalty bills did.

81. *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1*, Statement of Stanley M. Gortikov, President, Recording Industry Association of America, pp. 311–381, p. 319.

82. The two-part published volumes of the 1982 House hearings (*Home Recording and Copyrights—Part 1* and *Part 2*) included the following studies: Media Statistics Incorporated, “1981 VCR Report,” prepared for the Coalition to Preserve the American Copyright (Summary), pp. 27–28, and “Analysis of Third (1981) Media Statistics Survey of Video Recorder Owners’ Recording and Playback Behavior,” pp. 1141–1144; Warner Communications Inc., “A Consumer Survey: Home Taping,” 1980, pp. 382–433; William R. Hamilton and Staff, “A Survey of Households with Tape Playback Equipment,” prepared for Copyright Royalty Tribunal, September 1979, pp. 434–452; CBS Record Market Research, “Blank Tape Buyers: Their Attitudes and Impact on Pre-Recorded Music,” Fall 1980, pp. 453–470; The Roper Organization, Inc., “A Study on Tape Recording Practices Among the General Public,” conducted for the National Music Publishers Association and the Recording Industry of America, June 1979, pp. 471–480; RCA, Inc., “RCA Video Disc Player Owner Survey,” April 1982, pp. 851–867; Market Facts, Inc., “Video Price Elasticity Study: Rental Versus Purchase,” prepared for Twentieth Century Fox Video, September 1982, pp. 868–888; 3M Corporation, “Precorded Videocassette Market Study—1982,” pp. 889–902; Yankelovich, Skelly, and White, Inc., “Why Americans Tape: A Survey of Home Audio Taping in the United States,” September 1982, pp. 927–1032; Robert N. Nathan Associates, Inc., “An Assessment of the Impact to Consumers from a Royalty Fee on Videocassette Recorders and Blank Tapes,” prepared for the MPAA, April 5, 1982, pp. 1145–1209. A significant portion of the printed hearings is thus not testimony but “scientific” surveys that back one claim or another.

83. U.S. Senate, Committee on the Judiciary, *Copyright Infringements (Audio and Video Recorders)*, Hearings on S. 1758, November 30, 1981, and April 21, 1982, 97th Cong., 1st Sess., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1982, Testimony of Alan Greenspan, pp. 917 ff.

84. U.S. Senate, *Copyright Infringements (Audio and Video Recorders)*; Melville B. Nimmer, “Legal Status of Home Audio Recording of Copyrighted Works,” prepared for the Recording Industry Association and National Music Publishers Association, 1982, pp. 878–910; Laurence H. Tribe, “Memorandum of Constitutional Law on Copyright Compensation Issues Raised by the Proposed Congressional Reversal of the Ninth Circuit’s Betamax Ruling,” December 5, 1981, pp. 78–154.

85. U.S. Senate, *Copyright Infringements (Audio and Video Recorders)*; U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *Audio and Video Rental*, April 29, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1983; U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *Video and Audio Home Taping*, Hearings on S. 31 and S. 175, October 25, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1984.

86. Lardner (Part 2), p. 69.

87. Lardner (Part 2), p. 70; Howie Kuntz, “Chariots for Hire,” *Washington Post*, July 4, 1982, p. B1.

88. “ABA’s Copyright Hedge,” *TV Digest*, August 8, 1983, p. 16.

89. Electronic Industries Association, *Consumer Electronics Annual Review—1985*, Washington, DC: Electronic Industries Association, p. 25.

90. U.S. Senate, *Audio and Video Rental*; U.S. Senate, *Video and Audio Home Taping*; U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Civil Liberties, and

the Administration of Justice, *Audio and Video First Sale Doctrine*, Hearings on H.R. 1027 and H.R. 1029, October 6 and 27 and December 13, 1983, February 23 and April 12, 1984, 98th Cong., 1st Sess. and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1985.

91. *Record Rental Amendment Act of 1984*, Pub.L. 98-450, 98 Stat. 1727 (October 4, 1984).

92. U.S. House, Committee on the Judiciary, *Record Rental Amendment of 1984*, House Report 98-987, August 31, 1984, 98th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1984.

93. U.S. Senate, Committee on the Judiciary, *The Record Rental Amendment of 1983*, Senate Report 98-162, June 23, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1983.

94. U.S. Senate, Senate Report 98-162, p. 3.

95. U.S. House, House Report 98-987, p. 2.

96. 464 U.S. 417 (1984).

97. The majority included Justices Stevens, Burger, Brennan, White, and O'Connor. Justice Blackmun wrote the dissent and was joined by Justices Marshall, Powell, and Rehnquist.

98. 464 U.S. 417, 432.

99. 464 U.S. 417, 432.

100. 464 U.S. 417, 452.

101. 464 U.S. 417, 451.

102. 464 U.S. 417, 444.

103. 464 U.S. 417, 455-456.

104. 464 U.S. 417, 456.

105. 464 U.S. 417, 457.

106. 464 U.S. 417, 457.

107. 480 F. Supp. 469.

108. 464 U.S. 417, 491-492.

109. 464 U.S. 417, 504.

110. 464 U.S. 417, 471.

111. See U.S. Senate, Committee on the Judiciary, *Home Video Recording*, Hearing on Providing Information on the Issue of Home Video Recording, September 23, 1986, 99th Cong., 2d Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1986.

112. Joann S. Lublin, "VCR Advances May Increase Zapping," *Wall Street Journal*, January 4, 1991, pp. B1, B4.

113. Richard Turner, "Disney Leads Shift from Rentals to Sales in Videocassettes," *Wall Street Journal*, December 24, 1992, pp. 1, 30. Data cited from Paul Kagan Associates, Carmel, CA, p. 30.

114. Marc Berman, "Rentals Reap Bulk of 1991 Vid Harvest," *Variety*, January 6, 1992, pp. 22, 104.

115. U.S. Department of Commerce, *U.S. Industrial Outlook 1994*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1994, pp. 31-34.

116. "Blockbuster Doubts on Deal," *New York Times*, May 25, 1994, p. D3.

117. "Blockbuster Denies Boycott," *New York Times*, December 2, 1992, p. D5.

118. Bagdikian, p. 36.

119. Bernard Weinraub, "Film Ratings Under Attack from More than One Angle," *New York Times*, September 6, 1994, pp. C13, C14.
120. Geraldine Fabrikant, "Video Sales Gaining on Rentals," *New York Times*, October 17, 1989, pp. D1, D25.
121. Peter M. Nichols, "Home Video: Studios Pursue New Marketing Strategies," *New York Times*, May 21, 1992, p. C22.
122. Nichols, May 21, 1992, p. C22.
123. Nichols, May 21, 1992, p. C22.
124. Peter M. Nichols, "Home Video: Hollywood Is Lowering Prices," *New York Times*, July 16, 1992, p. C24.
125. Nichols, July 16, 1992, p. C24.
126. Peter M. Nichols, "Home Video," *New York Times*, October 22, 1992, p. C26.
127. Peter M. Nichols, "Home Video: The Cost of Hits," *New York Times*, June 18, 1992, p. C18.
128. Lewis Beale, "Short Shrift at the Video Store," *Philadelphia Enquirer*, March 19, 1992, pp. D1, D9.
129. Stan Luxenburg, *Books in Chains: Chain Bookstores and Marketplace Censorship*, New York: National Writers Union, 1991.
130. See especially Bagdikian, chapter 4, "From Mythology to Theology," and chapter 5, "Dear Mr. President . . ."
131. Jeffrey Ressler, "You Can't Always Get What You Want," *Rolling Stone*, 638, September 3, 1992, pp. 13-14.

## 第七章

# 传播和文化的再度殖民化：国际知识产权法的扩张领域

本章我们将对知识产权法的分析层面从国家提升到国际,并继续聚焦于有线电视和录像。随着这些新传播技术在全世界的发展,在对产权的控制方面,版权所有者面临的问题与美国市场上浮现的问题相似。本章展示了两个案例研究,它们考察了新的传播技术如何引发了对美国知识产权的挑战,以及产权所有者如何对之作出反应。

第一个案例考察了美国电影娱乐公司和加拿大有线电视运营商之间关于有线电视版权问题的争论。这个案例中的核心冲突与我们在第五章中讨论的美国版权所有者和有线电视运营商之间的冲突相似。美国版权所有者的问题是使加拿大有线电视运营商为在转播的广播电视节目中使用电影娱乐而承担版权责任,且建立一种体制以管理由这种使用而产生的版税分配。

第二个案例研究好莱坞反国际市场录像盗版的斗争。在这个案例中,电影娱乐版权所有者的任务是不面对那些未经授权而使用其知识产权的人对其版权的挑战。在这里,版权所有者的任务是迫使外国政府承认未经授权复制、预录录像是非法的,从而强化了电影娱乐版权所有者的知识产权。

由于这些知识产权争端具有国际性,电影娱乐业发现自己正与美国政府一起制定外交政策。因此,前面章节中展示的用以分析媒介的政治经济、资本主义国家和法律的综合框架也适合于这些案例。为了体现连续性,我们可以将国际知识产权的政治经济归入前面章节中使用过的三个基本类别中。第一个类别考虑到被资产阶级用以提高其国际外交政策目标的制度、网络和组织。尽管在理论上和经验上还没有得到发展,这种方法却审视了全球资产阶级的固化及其用以保护和扩张全球资本主义经济的机制。因此,下面对这种方法的陈述粗略勾画了可能的质询路线。

## 一、资产阶级的国际化

克斯·凡·德·皮尔(Kees van der Pijl)认为,国际资产阶级有意识的部署是伴随日益加剧的全球性的革命威胁(以布尔什维克革命为代表)和20世纪生产的国际化而出现。<sup>1</sup>资产阶级的核心是世界上最大的实业公司和银行。在一项对联合董事的网络分析中,M.弗雷玛(M. Fennema)发现,在世界最大的跨国银行和企业(TNCs)中存在着一个互相联动的密集系统。<sup>2</sup>研究提示,确实存在着一个国际权力精英阶层,这些精英阶层通过私有产业和财务渠道活动。这种公司连锁的系统是互兼董事职位的国际并行物,权力结构分析家们在调查国家权力结构时揭示了

这种现象。因此,克斯·凡·德·皮尔将这种国际企业归为“资本主义国际化的主要手段”。<sup>3</sup>

认为制定全球政策的网络和组织与在国家层面起作用的网络和组织相类似也是可能的。例如,克斯·凡·德·皮尔认为,由戴维·洛克非勒(David Rockefeller)和兹比格涅夫·布热津斯基(Zbigniew Brzezinski)于20世纪70年代发起的“三边”委员会,代表了在组织国际政策制定方面以及面临世界上大量国家发生大众社会运动时重建资产阶级国际联盟方面的前所未有的努力。阿曼德·马特拉特(Armand Mattelart)追踪了这些结构性危机的全球反对力量的出现,在20世纪70年代中期,这些危机冲击了西方资本主义社会。<sup>4</sup>他引用了一个对“三边”委员会的报告,这个报告预期“可预见的对经济增长的潜在限制”,也预期了“可预见的对政治民主无限扩张的潜在限制”。<sup>5</sup>这个时期正是第三世界不结盟国家对跨国资本进行挑战最具威胁性的时期。<sup>6</sup>国际资本力图对大众社会运动做出有组织的反应,这也与国内层面的政治具有相似性。与之相近的是,艾德尔曼认为,新近组织的商业圆桌会议和重新活跃起来的美国商会此时出现是在回应以美国大众社会运动为代表的挑战,因为他们在保护那些影响企业利润率的政策时是具有效力的。<sup>7</sup>

20世纪80年代最重要的制定国际经济政策的显然是国际货币基金组织(IMF)和世界银行。通过利用其在实施国际财政贷款时的影响,这些组织将一个经济和社会政策的蓝图强加给全世界的债务国,迫使其遵循。国际金融资本的基本目标已经是使货币主义成为民族-国家层面上的对必需品的经济政策,这些经济政策包括市场自由化、出口导向的生产以及国有企业的大量私有化。同时,世界银行和国际货币基金组织推行的紧缩计划对一个国家中最贫穷的那部分人来说是釜底抽薪,破坏了社会福利状态。因此,由于20世纪60年代和70年代的大众社会运动所取得的成果被颠覆掉了,贫富差距明显扩大。而且,国内资本的国际主义部分被日渐整合到全球资本主义经济之中,导致他们越来越多地用国际资本主义利益作为依据,而越来越少地用其国内人民的利益作为依据。自由贸易协议、世界贸易组织、关贸总协定的接任者及日益军事化的联合国,扮演了一支被用作“新世界秩序”的支柱的全球政治力量,而在“新世界秩序”中,资本的统治至高无上。

## 二、传播和文化的跨国化

传播和文化的跨国化不是一个新现象,事实上,它可追溯到印刷媒介的最早时期。<sup>8</sup>然而,以前从没有这样的现象:如此少的公司控制了全球如此多的信息和文

化输出。第三章中描述的以美国为基础的传播公司中的合并、收购和合资企业的相同模式,如今已经发生在国际层面。回溯到无线广播<sup>9</sup>和电影<sup>10</sup>的最早日子,美国传播公司涉足国外市场的历史悠长、记载完好。至于后来的媒介,罗伯特·斯科拉(Robert Sklar)对大量文献进行了回顾,得出结论:在两次世界大战之间,在大多数国家,75%~90%的上映电影来自美国。<sup>11</sup>赫伯特·席勒(Herbert Schiller)描述了第二次世界大战后,在“信息自由流”学说的帮助下,传播领域的美国全球企业数目是如何上升的。<sup>12</sup>古柏克揭示了第二次世界大战后美国电影娱乐产业如何在美国政府的积极支持下重新掌控了欧洲市场。<sup>13</sup>

更近一些的趋势不仅涉及美国的海外风险资本,也日益涉及欧洲和日本资本家进行的信息和文化产业的收购和融资。这种模式在电影娱乐领域是显而易见的。正如第三章提到的那样,好莱坞两家巨头——哥伦比亚和环球——拥有与日本电子企业相关的所有权。另一家电子企业——拥有米高梅和几家其他唱片公司的荷兰飞利浦,1991年收买了两家独立电影公司:宣传电影公司(Propaganda Films)(制作过《真理或者挑战》)和工作标题电影公司(Working Title Films)(制作过《我美丽的洗衣店》),然后于1992年建立了自己的电影娱乐发行公司——格瑞梅西影业。早些时候,飞利浦已经通过在法国的泛欧公司(Pan Européene)占有35%的股份和在安德鲁·洛伊·韦伯(Andrew Lloyd Webber)的真有用公司(Really Useful)占有30%的股份而扩大了其在电影娱乐业的利益。这桩交易不仅使宝丽金能得到作曲者的剧院产品、电影产品和电视产品,也使宝丽金能够得到作曲者的音乐版权。<sup>14</sup>1992年,环球宣布了同宝丽金电影娱乐公司(飞利浦的分支机构)签订的一项合同,前者发行宝丽金在加拿大和美国的分公司生产的电影。

从这个合同开始,MGM/联合艺术家就被掌握在法国里昂信贷银行的手中。然而,在限制外国银行拥有美国公司的美国法律之下,该银行被迫从电影娱乐公司中撤出。1991年电影娱乐制片商罗杰·柯曼(Roger Corman)对MGM-Pathe提出的破产申请揭示了涉及主要电影娱乐公司的所有权和运营的广大的金融连接网络。与柯曼的协和一新视野公司(Concorde-New Horizon's Corp.)一起,MGM的债权人名单上包括纽约的Kristan & Co.,澳大利亚布里斯班的世纪保险有限公司,贝弗利山庄的利维-加德纳-莱文制作公司(Levy-Gardner-Laven Productions),洛杉矶的戏剧和电视电影特别支付基金(Theatrical and Television Motion Picture Special Payments Fund),旧金山的比尔·拉里斯广告和公共关系公司(Bill Lanese Advertising and Public Relations)。<sup>15</sup>尽管MGM/联合艺术家已经卖出了许多最有



价值的电影，它所保留的那些电影，尤其是联合艺术家的资料库，使该公司在债权人要求进行清算的情况下得以避开了清算。

好莱坞另一家被外来跨国公司控制的巨头是 20 世纪福克斯。尽管鲁伯特·默多克为了使自己能够拥有电视台而加入美国国籍成为了美国公民，但这个公司还是被掌握在其澳大利亚的新闻集团手中。默多克继续扩张其对多种媒介形式的国际掌控。1993 年，新闻集团通过支付现金及将新闻集团 2.7% 的股份出售给星空传媒(Star TV)的创始人和记黄浦有限公司(Hutchison Whampoa Ltd.)和香港亿万富翁李嘉诚家族而控制了亚洲卫星电视业务星空传媒 63.6% 的股份。这桩交易显示了媒介资本的融合过程并非绝对要涉及“三边”国家的。默多克开发亚洲市场的计划与一项合资企业的协议声明相一致，这项道琼斯公司和 TCI 之间的协议为该地区规划了一个卫星商业新闻频道。同时，特纳广播系统、时代华纳、Capital Cities/ABC 和香港主要电视网络 TVB，也宣布了卫星节目业务计划。TVB 作为世界最大的中文电视节目库的所有者，其参与凸显了拥有和控制知识产权对全世界媒介资本家的重要性。<sup>16</sup>

时代华纳的财政全球化旨在努力减轻在时代和华纳合并过程中产生的巨大债务负担。这迫使公司将其故事片、付费电视、有线电视运营的 12.5%、10 亿美元的股票出售给日本东芝公司和伊藤忠商事株式会社(Itochu)。早些时候，华纳兄弟和一些欧洲电影娱乐公司之间建立了合伙企业，他们筹集资金制作并发行了大约 20 部电影。这项协议将华纳兄弟与摄政国际影业(Regency International Pictures, 一家荷兰公司)、Canal Plus(一家法国付费电视公司)、Scriba & Deyhle(一家德国电影电视公司)带到了一起。<sup>17</sup> 华纳兄弟的总裁特里·西梅儿(Terry Semel)将这项协议描述为：“其他人的模范”和“代表时代华纳全球化哲学自然扩张的联盟，这个哲学基于这样一种理解：只有通过巨头的联盟且出现在全世界最重要市场上，才能获得长期的竞争性成功。”<sup>18</sup>

在日本资本注入不久，时代华纳寻求与一个加拿大-欧洲财团建造一个 10 亿美元的合伙企业。虽然这项联合并不圆满，但这项协议提供的报告使人们洞见了国际资本家精英之间日益亲密的关系。这份合同的会谈涉及时代华纳与加拿大蒙特利尔能源公司的主席保尔·迪斯麦里斯爵士(Paul Desmarais Sr.)和 Bruxelles Lambert S. A. 集团(一个布鲁塞尔控股公司)主席阿尔伯特·弗雷尔(Albert Frere)。这项协议本已将时代华纳与欧洲最大的民用电视广播公司及大量其他欧洲媒介公司连接起来。<sup>19</sup>《华尔街时报》一篇关于谈判的报道揭示，能源公司董事会

包括 RJR Nabisco 的 F. 罗斯·强生(F. Ross Johnson),公司的“国际监督理事会”包括美国联邦储备系统的前任主席保尔·A. 沃尔克(Paul A. Volker)、沙特阿拉伯前石油大臣阿梅德·扎克·雅玛尼(Ahmed Zaki Yamani)。<sup>20</sup>这篇报道提供了惊人的证据,证明了由公司和政府官员组成的全球权力精英的存在,这与在国家层面上发现的那些权力精英非常相似。

虽然时代华纳寻求一位欧洲伙伴的努力未果,欧洲电影娱乐公司已经在好莱坞的电影娱乐公司进行了大量投资,以便为新的广播电视和有线电视运营商提供节目保证。1991年,西尔维奥·贝卢斯科尼(Silvio Berlusconi)的菲力维斯特(Fininvest)——一家集结了通信、金融和不动产利润的意大利巨头,宣布与 Cecchi Gori 集团(一家意大利的电影制作和发行公司)合资,投资 1.1 亿美元生产 6 部好莱坞“主流”电影。<sup>21</sup>在与华纳兄弟的交易(前面已经提到)之外,Canal Plus 与梅尔·布鲁克斯制片公司(Mel Brooks Productions)签订了一项合同,共同生产 2 部电影,并且于 1990 年购买了卡罗尔科制片公司(Carolco Productions)5%的股份。跟随着市场逻辑,Canal Plus 意图在成为利润分成者的同时降低在美国从事电影娱乐业的执照费用。1990年,该公司为 160 部美国电影的使用权付了 1.3 亿美元。该公司发现,它不仅可以通过合作生产而削减这项费用,而且还可以通过版权共有者的身份获得收入。<sup>22</sup>

不要忘了贝塔斯曼这个世界第二大的媒介公司。已经确认,该公司 1993 年在好莱坞大肆收购,希望在电影上投资大约 2 亿美元,但却发现媒介公司的价格将会上涨。<sup>23</sup>贝塔斯曼的主要业务是音乐唱片和出版,但它发现,要保持其在全球媒介兼并中的战略地位,它就必须扩展其在电影娱乐和电视中的份额。<sup>24</sup>最后,该公司与加拿大传播联盟公司和 CTV 网络合作,为哥伦比亚广播公司生产浪漫喜剧电影,哥伦比亚广播公司在周日下午播出这些电视电影,从而与国家橄榄球联盟的节目抗衡。<sup>25</sup>

谈论好莱坞巨头金融全球化的考虑,焦点就要转到迪斯尼。在将外部投资者带入电影融资过程方面,迪斯尼是最努力的。通过这种途径,迪斯尼降低了票房失败会带来巨大损失的这种风险,而且通过这种创造性的财务实践成功地实现了利润,或者至少打了个平手,虽然不得不与外来投资者分享收入。1990 年创建的火绒太平洋伙伴(Touchwood Pacific Partners)在一年内为迪斯尼提供了 6 亿美元,足够制作大约 30 部电影。这种有限的伙伴关系涉及一系列银行,包括富士银行有限公司、日本长期信贷银行有限公司、花旗银行、制造商汉诺威(Manufacturers

Hanover),以及日本最大的投资公司京华山一证券(Yamaichi Securities)。

日本人在迪斯尼的投资只是更大洪流中的一部分。据估计,从20世纪80年代末到1991年,日本风险资本家蜂拥而至好莱坞,总共投资了7.5亿~12.5亿美元,这还不包括购买哥伦比亚和MCA的费用。<sup>26</sup>另一个估计是,从1989年初到1990年末,将索尼购买哥伦比亚和哥伦比亚广播公司唱片公司及松下购买MCA计算在内,日本人在好莱坞总共投资了130亿美元。<sup>27</sup>据一位投资律师的说法,日本风险资本家逐渐认识到“影片资料库可能是与印象派画家的艺术作品一样好的投资”。<sup>28</sup>1992年,迪斯尼转而通过在欧洲债券市场投放一项7年期的、4亿美元的项目来开发欧洲资本市场,这个项目使投资者可以直接在13部电影的融资中进行投资。然而,要使投资者获得最多13.5%的债券收入,这13部电影就必须在7年间取得8亿美元的收入,否则投资者就只能得到3%的债券收入。<sup>29</sup>

在理解本章中的案例研究方面,电影娱乐业融资的国际化有巨大的意义。该领域的全球风险不可避免地使国内资本家在知识产权确认和保护方面进行联合。因此,以知识产权为基础的产业寻求在海外市场对其权利进行保护时,他们可以与海外资本家一起为共同的目的而结成联盟。因此,在关贸总协定谈判的乌拉圭回合,知识产权保护被提到首当其冲的讨论日程也就不足为奇了。除了少数第三世界国家关心因使用专利和版权而不得不向美国、欧洲、日本的国际银行和企业支付高昂的版税之外,全球商业群体在很大程度上同意将知识产权置于关贸总协定的管辖之下。

### 三、资本和知识产权的逻辑

国际政治经济学关注的第二个总的领域是资本扩张的逻辑。这个分析层面源于对全球权力精英网络和金融联动进行更抽象的考察——考察全球资本主义的结构特征。从“资本理论的”位置生发的方法,关注解释并记录资本对原未开发的人类活动领域和地理范围的日益渗透。他们也试图确定资本主义向资本集中和资本积累危机发展的内在趋势。此外,这些方法也探索了民族-国家在资本国家化过程中所起的推动作用,以及民族-国家在全球资本主义系统发生危机时提出应对措施的努力。

为了检验、解释与知识产权相关的问题,我们可以将对国际资本主义进行的结构性分析(范围)缩窄些。由于资本的扩张逻辑,现有的和正在形成的人类艺术和知识的创造性形式,正逐渐并整合到全球市场体系中,这是自然而然的事情。本章

的案例研究集中在传送和呈现电影娱乐的两种新形式——有线电视和录像,以及有线电视和录像这些新媒体如何被整合进现存的市场体系。这些新媒体不仅为开发人类的创造性活动提供了新的机会,也为在新的地理区域进行知识产权交易提供了机会。

总之,有线电视和录像机为好莱坞主导的电影娱乐产业提供了扩张的途径。于是资本扩张逻辑存在于这样一种需要之前:扩大知识产权法以囊括新技术和新版图,而知识产权法将被置于这些新版图中。在这个过程中,我们可以看到,在支持艺术创造和知识生产的私有财产权方面,知识产权法所扮演的功能性角色。

跨国资本被资本逻辑驱动,而资本逻辑则产生了知识产权的必要性。这个逻辑反映了一个更实际的层面,跨国公司和财团就是在这个层面上运作的。巴格迪肯指出了使得知识产权日益重要的“三驾马车”:专利、商标和版权。<sup>30</sup>消费品生产商在美国、欧洲和日本的市场已经饱和,他们开始向这些市场之外的地方扩张,因此在那些原来不承认和(或)实施这些权利的国家,也出现了保护专利和商标的需要。在这些向海外扩张的跨国公司中,有加工食品、软饮料、烟草产品和药品的生产商,这些生产商也使跨国广告伙伴成为必要。<sup>31</sup>自然而然的,跨国广告公司需要展示其广告的媒体。因此,全球的“三驾马车”不可避免地政府对政府施加压力以促使其对广告商开放媒体,使地方媒介公司扩张动机日益增长,并对跨国媒介进入市场发出邀请。这就在国内层面加剧了媒介商业化和私有化进程,在国际层面加剧了媒介的集中进程。

随着可得媒体的增加,“稀缺”媒体节目的价值在上升,这使得版权保护更为重要。国家政府所承受的要保护版权的压力更大了,这种压力来自于两方面:当地垄断性的媒介产业和跨国媒介公司。在美国国内运作的跨国媒介集团希望美国政府能从外部向外国政府施加压力。由于在资本主义国家承认并保护私有财产权是必须的,因此全世界的政府都已经或正准备采用知识产权法,并监督其实施。

在知识产权法的具体领域,建立在全球法律基础上的经济体系的决定性作用是显而易见的,这种决定性作用就像资本逻辑理论家们所认为的那样。因此,国际和国家层面的知识产权制度源自于知识的公共领域的圈地过程。电影娱乐业在加拿大寻求有线电视版权的努力和在全世界根除盗版录像的努力,其基本的结果是可以预见的。这并不是说知识产权法的具体形式可以被精确地确定,也不是说没有发生抵制这种强迫的斗争。事实上,这种斗争是明显的,而且这种斗争将我们引向政治经济学研究的第三个关键领域——阶级斗争。

#### 四、阶级的理论立场

在国际层面进行的分析使我们聚焦斗争和反抗的数个层面。然而,在关于有线电视版权和录像盗版的冲突中,阶级内的和国家内的斗争占据了最主要的位置。美国电影娱乐公司力图保护那些被加拿大有线电视运营商使用的播放信号的版权,这种努力所导致的斗争主要是阶级内的斗争。关于采取什么样的短期和长期战略以迫使加拿大顺从于美国,美国国内的版权所有者与沿加拿大边界营运的美国的广播公司之间是互不调和的。美国的边界广播公司(而非版权所有者)最先开始为报复加拿大的文化政策而向加拿大的有线电视运营商追究版权责任。由于冲突的升级,广播公司和版权所有者之间出现了关于战略的分歧,虽然他们的原则仍然是一致的。在加拿大,在有线电视运营商和加拿大的广播公司之间也出现了阶级内的冲突,反映出10年前美国相同产业部门之间的冲突。对有线电视运营商使用广播公司的广播信号,加拿大的广播公司认为这是一种“不公平的”竞争优势,他们支持强制许可证的立法。美国政府和加拿大政府之间的分歧不在于知识产权的原则,而在于授予知识产权的方法。

美国政府介入以支持好莱坞反录像盗版之战,这场战争为反对国外市场上侵犯知识产权(行为)的资本主义联合阵线打了头阵。美国大的经济部门坚持要从知识产权法的扩张及知识产权法在国际上的实施来获得利益。就是工会也参与到这种努力之中,支持雇员们在国会听证会上证明非法复制有版权的作品所造成的危害。国内的阶级内斗争指责美国在全球扩大版权保护的运动导致了盗版行为。有一段时间,第三世界国家指责国际知识产权系统是全球经济结构的支柱,这种经济结构使第三世界国家的媒介产品和科技依赖于进口。费尔南多·卡多索(Fernando Cardoso)是研究关于“依附途径”(dependency approach)问题的主要学者,他指出了边陲国家和半边陲国家经济依赖性的一种新出现的形式。在这些国家,通过专利和版权的执照和版税的形式,以及偿还国家债务利息的形式,剩余价值日渐被抽取。<sup>32</sup>为了抵抗这种依附,一些第三世界国家拒绝承认外国人的知识产权,这已经成为了他们的政策。另外一些第三世界国家从道德方面指出,新科技、文化产品、文学作品等是人类的共同产品,应当免费供所有人、所有国家,尤其是发展中国家使用。<sup>33</sup>然而,对国际知识产权体制基于道德原则的抵制在很大程度上已经消退了。

在20世纪80年代早期,国际上对美国的知识产权进行盗版、伪造和其他未经

授权的使用,成为美国贸易政策最关注的问题。美国全球经济霸权的未来可以通过生产、产权和基于商品和服务的知识产权市场来预测,一旦这一点变得明显,发生在世界范围内的对美国知识产权的侵权就会引起公司和国家精英的注意。因此,国家提高电影娱乐业版权收益的努力只是一种更大努力的一部分,这种更大的努力就是制定国际法律基础以支持以知识产权为基础的产业。

通过提供文件证明美国公司因被盗版而遭受的损失,以及证明对此采取行动的合理性,制定政策的机构支持了上述努力。美国企业研究所(American Enterprise Institute)、国家规划协会(National Planning Association)、美国经济咨商局(Conference Board)为制造关于优先权和行动的舆论而提交了一份关于知识产权和服务贸易的报告。<sup>34</sup>美国国际贸易委员会(U. S. International Trade Commission, ITC)撰写的一份在1988年不再是机密的报告估算了美国知识产权产业的损失,这个估算来自一次对该产业中431家最大公司的调查。ITC承认上述产业损失也许被夸大了,但仍然得出结论:在全世界,由于知识产权保护不完全,这些公司1986年损失了238亿美元;被调查的公司中104家1986年总共损失了31亿美元的许可收入(据称,这些损失中的三分之二发生在电影娱乐业和音乐唱片业,大约占其在全世界销售额的14.3%);1986年由知识产权侵权而对美国商业带来的损失总共有430~610亿美元。<sup>35</sup>据美国版权登记官拉尔夫·欧曼称,到1991年,知识产权的输出占了美国出口总量的25%,如果不是存在对美国知识产权侵权的话,这个比例会更高。<sup>36</sup>

为根除海外市场上的盗版行为,美国政府采取了三项策略:对盗版行为猖獗的国家使用双边贸易的杠杆作用;选择那些将知识产权保护纳入自己框架的国家作为自由贸易伙伴;包括美国进入伯尔尼公约、与关贸总协定在服务和知识产权部门合作等在内的多边努力。美国取得的最大的成功是针对第三世界国家的双边反盗版运动。在代表以知识产权为基础的产业利益的游说下,议会对那些没有保护美国知识产权的国家用1983年的加勒比海盆地计划(Caribbean Basin Initiative, CBI)和1984年的普遍优惠制(Generalized System of Preferences Renewal Act, GSP)修正法案施行贸易报复。<sup>37</sup>在这些立法下,一个国家是否能加入加勒比海盆地计划和普遍优惠制,就得视其对美国知识产权的保护而定。由于美国与第三世界国家之间经济实力的巨大差距,这些双边的版权贸易协议实际上是非常不对等的。

美国的知识产权拥有者将对其权利的侵权称为“贸易壁垒”。电影娱乐业总是

抱怨这些壁垒限制了美国电影和电视娱乐向全世界的“自由流动”。但是,事实上,新传播技术已经使得这些节目流动得过于自由。现在很明显,信息和娱乐“自由流动”并不意味着“免费”。实际上,自由流动已经成为一种修饰性的发明物,用以证明美国政府和跨国公司探查海外市场对美国资本开放的努力的合理性。

美国政府支持美国电影娱乐业的反盗版战,我们可以将这种支持与美国政府在帮助美国资本开拓海外市场这个过程中所起到的更大作用相联系。为了给这场反盗版之战提供更多“情报”,美国版权局号召美国大使们系统地收集、提供外国情报,这些情报包括外国本土开展版权、专利、商标等的水平,出版、发行、表演受保护作品的基础。大使们还提供关注知识产权政策的合适的外国政府机构的名单。运用美国的“外国顾问”为外国政府和私营部门的官员们提供版权培训计划也是反盗版战的一部分。一直以来,这种战略思想就是使当地官员获得处理版权法律问题的“专门技能”。外国专家们还要执行远东和太平洋地区正在通过的那些新的版权立法。在这点上,美国的顾问们正在训练外国的律师、警察、海关官员们处理版权保护的执行层面的问题。

基于加勒比海盆地计划和普遍优惠制特权的双边贸易杠杆作用的成功记录推动了以加强既有的工具和为美国贸易谈判者提供新工具为目标的类似立法。这些立法的原型是1986年森·皮特·威尔逊(Sen. Pete Wilson)提出的《国际知识产权保护和市场准入法案》(*International Intellectual Property Protection and Market Access Act of 1986*, S. 2435)。威尔逊已经认识到为好莱坞利益代言的政治价值。威尔逊对版权保护的支持在1986年春提出的那条立法中达到了顶峰,在那个立法中陈述了美国版权产业遇到的范围广泛的一系列国际问题(威尔逊是共和党员,因此,在1988年的州长改选竞选中,他得到了“民主党占多数的好莱坞”的强烈支持,得以连任加利福尼亚州长)。<sup>38</sup>

国会威尔逊的提案纳入了1988年的《奥尼巴斯法案》(*Omnibus Trade Act of 1988*),这个法案包含了一系列规定,以保护美国在海外市场上的知识产权,以及使以知识产权为基础的美国产品和服务进入海外市场。<sup>39</sup>在这项立法中的杠杆作用又是以进入美国市场为基础的。这个法案要求外国政府充分有效地执行美国知识产权并开放自己的市场,以此作为进入美国进口市场的条件。

这项贸易法还要求美国贸易代表办公室(U. S. Trade Representative, USTR)列出有对美国知识产权业“不平等的贸易实践”的“优先国家”(priority foreign countries),这些不平等的贸易实践既不是对知识产权保护不足,也不是对美国知

识产权为基础的产业设置贸易壁垒。这个优先国家名单是根据美国贸易代表关于对外贸易问题的年度报告列出的,而这份年度报告又是 1984 年《贸易和关税法案》303 项所要求的。美国贸易代表办公室应参与和这些国家的谈判,并用 2 年时间达成协议。如果没有达成协议,总统就要采取从终止贸易协议到终止进口国享受的贸易利益等形式的报复行动。

通过 1988 年《奥尼巴斯法案》,国会为美国贸易谈判代表提供了“胡萝卜”和“大棒”,用以推进反盗版运动。根据美国版权登记官拉尔夫·欧曼,国会根据以下判断而行动:

知识产权的国际保护对美国的国际竞争力是至关重要的……没有对美国知识产权充足而有效的保护以及没有公平的通路,会严重阻止依赖于知识产权保护的美国公民在海外的出口和运营。<sup>40</sup>

美国版权利益和世界其余国家之间的国际斗争推动了目标国家的国内斗争。那些涉及侵权行为的产业,如盗版录音、录像带,与其国内更高级的出口导向的产业部门发生了冲突。后者承认,其在全球资本主义经济中的运作能力有赖于在其国内承认并保护知识产权。按照资本的长期逻辑,外国政府同意美国以知识产权为基础的产业和国内资产阶级的高级产业部门所提出的要求,颁布了知识产权法并力图实施之。此外,美国和外国政府之间的分歧和冲突发生在战略方面,而非原则方面。因此,全球知识产权制度的基础建设就大体完成了。下面的两个案例研究表明了这种建设是如何完成的。本章结束时大体勾画出了在过去的 10 年国际知识产权系统里发生的主要进展。

## 五、加拿大有线电视转播版权

在 20 世纪 80 年代后期,美国电影娱乐业估计,由于加拿大有线电视运营商拒付版税,就每年给美国带来 2 500 万至 1 亿美元的损失。<sup>41</sup>为了终止这些损失,电影娱乐业和其他媒介产业同与之联盟的特殊利益集团以及各种美国政府官员(尤其是立法和行政机构中的)一起,寻求改变加拿大版权法,以使有线电视转播成为版权所有者的专有权利。加拿大有线电视运营商因转播美国电视广播而被美国版权所有人起诉盗版,也就是说,为了盈利而非法使用美国版权所有者的版权。此外,这些产业声称盗版行为剥夺了版权所有人授权他人“合法”使用其作品的权利(例如,授权给加拿大电视台)。这些产业和政府官员坚持不懈的努力最终有了回报:1989 年 1 月,美国-加拿大自由贸易协议以及新的加拿大广播法案(法案 C-136)得



到执行。由于这些行动,加拿大有线电视运营商要为广播转播担负责任,并且被整合到一个与美国现有系统相似的一个强制许可证系统。

在强制许可证通过之前,加拿大法律将有线电视系统同时转播广播电视定为私人使用而非“公开表演”,并指出,这些服务只是广播的扩展,所有必要的权利转移完全发生于节目版权所有者与广播公司之间。这样,加拿大法律与美国1976年美国版权法之前的有线电视版权政策相似。事实上,直到1978年,当新的美国版权法开始实施时,美国有线电视公司仍然同时转播广播而不向广播节目的版权所有者支付版税。然而,当美国法律改变后,以及美国与加拿大法律之间的不同扩大后,电影娱乐业就能将目光投向其在西半球最大的“外国”市场。美国和加拿大之间关于有线电视转播版权责任的冲突,只是美国在世界范围内开展的关于盗版的更大战争中的一部分。

### 1. 版权冲突的国际化

加拿大接受电子播送的美国生产的信息和娱乐节目要追溯到无线电时代的早期。大量的加拿大人集中于美加边境居住,容易接收到美国的广播电视。随着电视的发展,加拿大人只要用简单的屋顶天线就能接收美国节目。美国电视在加拿大很受欢迎,而且加拿大人认为他们有权接收边境那边的美国广播电视。

加拿大有线电视产业通过向订户传送美国电视广播而扩张。巴贝引用了两个导致加拿大有线电视服务增长的主要因素,这使这种增长成为乡村和城市的一个重要现象:

首先,在离美国边境很近的中心,高楼大厦迅速建起,这使加拿大人不能像以前那样很好地接收美国台的信号:有线电视就成为解决这个问题的一个技术方案。

其次,有线电视系统离美国边境太远,不能用传统方法捕获(美国的)无线信号,他们开始建造离边境更近的远距离“头端”(天线装置),以便通过微波中继站向其社区传送信号。<sup>42</sup>

随着加拿大变成世界上光缆(铺设)程度最高的国家之一,它的有线电视系统迅速发展。到1988年早期,68%(560万)加拿大家庭是有线电视用户。<sup>43</sup>

加拿大根据对《加拿大版权法》(*Canadian Copyright Act, R. S. C. 1970, C. C. -30*)和《加拿大广播法》(*Canadian Broadcasting Act, R. S. C. 1970, c. B-11*)的司法解释来免除有线电视转播的版权责任,这两个法案将无线频谱视为公共财产。根据后一部法案,广播公司不能声称自己拥有其运营使用的频率的所有权;因此

在广播领域不能声称拥有版权。加拿大旗舰有限公司(Admiral Ltd.)诉转播公司(Rediffusion Inc.)等的案子(1954)<sup>44</sup>为有线电视免付版权费用提供了司法理由。加拿大法院认为,广播是一种“表演”,但不是“公开表演”,因为私人的、家庭的观众不能构成“公众”。像本书第五章提到的那样,美国最高法院关于诉联合艺术家电视公司(1968)<sup>45</sup>及电子提词机公司诉哥伦比亚广播系统公司(1974)<sup>46</sup>案件的裁定,相似地免除了有线电视转播广播时的版税,虽然其理由稍有不同。

这些早期的司法裁决反映了将新传播技术导入版权法体系内时所遇到的模糊不清。然而,在美国和加拿大版权冲突浮出水面时,国际知识产权法已经规定有线电视转播是一种商业使用,版权所有者应当因此获得酬劳。作为伯尔尼公约的成员,加拿大无法坚持有线电视可以不遵守版权而继续在国际知识产权体系内保持其名誉。

《伯尔尼保护文学和艺术作品公约》(*Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Property*, 1971年巴黎文本)承认作者拥有专有权利,可以授权“由原广播机构以外的另一机构通过有线传播或转播的方式向公众传播广播的作品(第十一条之二)”。国际劳工组织(International Labour Office, ILO)、联合国教科文组织(UNESCO)秘书处、世界知识产权组织(World Intellectual Property Organization, WIPO)国际署在一项文件中支持在有线电视播送节目问题上的这项原则。关于有线电视转播广播电视的原则指出:“作者或者其他版权所有者享有专有权利,可以授权有线电视播送其受版权保护的作品。”<sup>47</sup>即使有线电视对广播电视的发送是同时发生的且是免费的,也可以行使这种专有权利。

国际劳工组织的文件强调,有线电视转播是对版权作品的一种特殊的、个别的使用,因为与最初的广播相比,这种服务是面向不同公众的——“不同于(虽然可能有部分重叠)那些广播所能传送到的,或者试图传送到的公众,或者是那些只能接收低质量或花费更高代价才能接收的公众。”<sup>48</sup>这些国际上的政策制定组织的一致意见是:如果广播确实完全有效地到达其目标公众,那么有线电视转播就没有存在的必要了。由于有线电视可以被看作广播所包含的版权节目的一种独特的、个别的使用,节目所有者的授权就是必需的。这就为电影娱乐业的版权所有者们提供了选择,可以直接许可有线电视运营商,或者授权广播公司代表他们许可有线电视运营商。原则上这种方式是与版权相一致的,但在实践中却非常复杂,就像有线电视版权案所展示的那样。当市场竞争激烈的时候,版权所有者和有线电视运营商的绝对数目导致了交易费用的高昂。由于这个原因,美国国会为有线电视转播

建立了一种强制执照系统,以减少版权所有者和有线电视商之间的交易费用。当市场竞争性相对激烈的时候,强制执照系统就很有意义。美国版权政策制定者督促加拿大的版权政策制定者采取美国式的系统。

## 2. 版权外交政策机构

1983年,国会通过立法提案和举行听证会发布了第一个针对加拿大有线电视运营商侵权行为的保留条款。在参议院,司法委员会的专利、版权和商标小组委员会,就加拿大有线电视版权问题举行了听证会。<sup>49</sup>在众议院,帕特里克·利雅(Patrick Leahy)议员提出了S. 736,即国际版权公平法案,以使美国和加拿大在有线电视转播版权实践中建立一种“互惠的体制”。这项提案直接针对加拿大,且试图拒向加拿大版权所有人支付美国版税法庭(U. S. Copyright Royalty Tribunal, CRT)所收缴的美国有线电视运营商使用加拿大节目所应付的版税。其实际的结果将会是切断流向加拿大节目制作公司——主要是加拿大广播公司的CRT版税。在CRT分配的最初三年,加拿大版权所有人收到的版税为172 670美元(1979)、198 550美元(1980)、236 179美元(1981)。<sup>50</sup>

这条法案的起源要回溯到美国和加拿大之间所谓的“边境广播之争”,这场争论的原因是加拿大的另一项文化政策,它涉及跨境广告。1976年对加拿大所得税法(Canadian Income Tax Act)19.1项的修正(作为法案C-58引用)取消了对那些在美国边境广播公司购买节目时间以向加拿大人传播信息的加拿大广告商的税务扣减。法案C-58的意图是激励加拿大广告商将广告费用投向加拿大。因此,加拿大广告商如果不在加拿大的广播公司做广告,就不再能从所得税中扣除其广告费用。加拿大政府希望通过为国内的广播公司提供资助,而使其能投资于或购买更多的加拿大节目产品。

从最开始,美国边境广播公司及与之联盟的美国政策制定者们就认为加拿大的税法是“服务贸易的壁垒”。他们一直在寻求“镜像立法”(mirror legislation)以对应加拿大的C-58法案,该立法要取消在加拿大广播电视公司购买广告的广告商的税务扣减。边境广播公司对C-58法案争端的卷入使广播公司开始了议员游说活动,这些游说活动在之后的有线电视转播版权争端中启动。利雅的S. 736实际上是作为一项镜像立法:它力图拒付美国运营商应向加拿大版权所有人支付的版税,因为加拿大有线电视运营商不向美国版权所有人支付版税。具有讽刺性的是,边境广播公司提出了这项法案,而边境广播公司由于加拿大有线电视运营商不支付补偿地转播他们的节目而受到的影响最小,因为加拿大有线电视系统只从边境

广播公司的版权节目中挑出很小的一部分用来转播。因此,对边境广播公司,最重要的问题不是未得到补偿地使用带来的收入损失,而是加拿大有线电视运营商因为不必支付版税而占据的不公平的竞争优势。出于同样的原因,加拿大广播公司协会(Canadian Association of Broadcasters, CAB)也坚持加拿大有线电视运营商应当为其使用的节目付费。因此,加拿大有线电视运营商发现自己面对的对手是美国和加拿大的版权所有者、美国和加拿大的广播公司及美国政府。希望保护幼小的有线电视产业的加拿大政府在解决这个问题方面行动迟缓。然而,版权逻辑为版权所有者和广播公司提供了支持他们的潜在的结构性压力。

然而,美国电影协会(这项立法的主要受益者)和里根政府都反对 S. 736,因为它违反了国际知识产权系统所基于的“国民待遇”的基本原则。国民待遇是国际版权保护的一个基本方面,因为主要的国际版权协议——《伯尔尼公约》和《世界版权公约》(Universal Copyright Convention, UCC)——都不是自我执行的。版权保护最终依赖于国家的立法和实施。国际协议意味着要给予外国版权所有者与本国版权所有者相同的权利和保护。国际协议背后的哲学是对所有版权所有者——不论是外国的还是本国的——的权利的尊重,将在全球水平创建一个版权所有者之间的相互利益关系。在全世界版权保护程度不断提高的过程中,那些在国外得到良好保护的版权所有者将会向本国政府施加压力,以加强他们自己和国外版权所有者在本国国内受到的保护。

利雅的 S. 736 违反了这项原则,因为它建议对美国 and 加拿大的版权所有者们施以不同的对待。它因为拒向这些节目制作者支付版税而歧视了那些作品被美国有线电视公司使用的加拿大节目制作者。在加拿大情况则不同。因为加拿大法律没有规定有线电视转播的责任,所以转播版权作品不必付酬,不论这些版权是加拿大人所有,还是其他人所有。加拿大版权政策没有违反国际协议的原则,因为它对国内外的有线电视运营商是相同对待的。对美国版权登记局,以及其他在 S. 736 听证会上做证的外国政策制订者们,美国通过这项法案将会在总体上严重破坏资本在全球的利益,并且搅乱建立在《世界版权公约》基础上的国民待遇原则。美国是版权作品的最大出口者,它从国民待遇原则中受益最多,因此,如果这项原则被日渐破坏,它遭受的损失也最大。

美国国会考虑了其他一些提议以迫使加拿大让有线电视接纳版权。一个提案将这个问题与解决有关美国进口加拿大可视图文硬件争端的方案联系起来,提议取消美国购买加拿大设备的营业税扣减或课税扣除。另一项提案是试图阻止外国

人拥有美国有线电视系统。后一项措施本质上是针对加拿大媒介企业家的，强迫他们出于保护自己进入美国市场通路的考虑而加入并强化那些支持给美国版权产业更优惠待遇的加拿大国内权力集团。总体上，加拿大的媒介资本家们开始认识到，当他们进入国外市场时，知识产权的保护对他们来说是必要的，这使他们重新评估国内的版权惯例。认识到这一点，美国版权局反对贸易报复，预言加拿大的政策制定者们最终会改变其有线电视转播政策。

参议员彼特·威尔逊(Pete Wilson)1986年提出的贸易立法，提供了解决美国和其他国家之间存在的大量与知识产权相关的争端的机制。1986年，威尔逊在关于知识产权的参议院听证会上为自己的提案做证词的时候，他特别指出了加拿大惯例的“不公平”。一个值得引用的评论是，许多美国政策制定者对加拿大文化关怀所持的屈尊态度。威尔逊陈述到：

我发现更具讽刺意味的是，加拿大提到“文化主权”这个荒谬的概念以强行剥夺美国的印刷利益并阻止其他美国商业在其境内运作时，它为加拿大观众的利益而豁免了对我们电视表演的盗窃行为。底线似乎是只要能够达到免费的目的，加拿大人不在意对美国文化的侵犯。<sup>51</sup>

在这次听证会上，美国电影协会的主席杰克·范伦提(Jack Valenti)也特别提到了加拿大文化政策，其结论是“‘文化主权’(cultural sovereignty)已经变成了掩藏对贸易和投资进行最阴险的限制的烟幕”。<sup>52</sup>范伦提进一步宣称，“在传播我们自己的产品的时候，我们有权在财政上进行控制和参与，这是在国际版权标准下得到广泛认可的权利。”不能在保护“文化认同”的幌子下否认这种权利。<sup>53</sup>他再三重复，在现存的转播法下，“加拿大公司实质上对[美国]公司的节目进行了盗版”，但加拿大拒绝讨论这个问题，因为他们认为这个问题是“文化”问题而不是贸易问题。

然而，针对加拿大的报复行为是有问题的，因为它起源于为避免在双边贸易讨论中发生联动和争端扩大可能而进行的努力。但是，正是这些美国国会采取的应对两国之间贸易争端的措施迅速推动了加拿大政府和主要企业部门提出了自由贸易协议。日益增多的报复威胁对加拿大资本家来说是一种征兆，从中可以看出美国政府会如何对损害美国经济霸权的行为做出反应。对被驱逐出美国市场的担忧(美国占加拿大出口市场的80%)，使得加拿大资产阶级寻找一种保证其长期进入美国市场的机制。加拿大资本家们对自由贸易协议的强烈愿望使美国政府有机会解决一系列贸易争端，有线电视版权冲突就是其中之一。

美国版权政策制定机构向加拿大政府施加压力,敦促其采取行动采用有线电视版权系统。关于这个问题的一系列行动反映了美国政府在这件事上所起的重要作用。它同样也揭示了私营部门在外交政策制定过程中的密切涉入。在国会进行的努力是行政机构行动的补充。例如,国务院和美国版权局使加拿大版权官员就这个问题进行了高水准的商讨,美国的广播公司、电影制片商和作者也在此次商讨之列。美国电影协会与加拿大通讯部长进行了磋商。美国商务部的通信和信息副部长(同时为国家无线通讯和信息管理部的成员),也前往蒙特利尔与加拿大官员商谈。

当好莱坞在华盛顿最大的说客罗纳德·里根(Ronald Reagan)总统亲自同加拿大总理布莱恩·马尔罗尼(Brian Mulroney)谈到这个问题时,转播问题就成为美国对外贸易最前沿的问题了。里根在1985年3月美-加魁北克峰会上得到马尔罗尼的保证,保证加拿大将尽力调和美国在这个问题上的利益,并“合作以保护知识产权……禁止滥用版权和专利法”。<sup>54</sup>在这次会议上,马尔罗尼与里根还宣布了通过自由贸易协议获得更安全的双边贸易关系的目标。

里根的个人努力是美国政府最高层对知识产权贸易问题加强关注的信号。类似的信号还通过以下途径传递出来:总统公布的《贸易行动计划》(*Trade Action Plan*, 1985年9月),这个计划强调“加强对知识产权国际保护的重要性”<sup>55</sup>、1986年国情咨文中的另一段类似声明,以及商务大臣麦尔科姆·巴尔德里奇(Malcomb Baldrige)、美国贸易代表克莱顿·耶特(Clayton Yeutter)、司法部长艾德文·米瑟(Edwin Meese)在1986年4月7日宣布的“关于保护美国在海外的知识产权的行政声明”<sup>56</sup>。紧接着这个宣言,行政部门于1986年5月5日向国会提交了一项叫做“1986年国际产权促进法案”的提案。总统的贸易斗争工作组(Trade Strike Force)制定出管理计划;这是1985年9月创建的机构间任务工作组,由商务大臣领导,负责揭露不公平的贸易实践并提出采取何种行动以对抗之。<sup>57</sup>

导致知识产权管理计划的其他因素包括总统的贸易谈判顾问委员会(由来自商业、劳工、“公众利益部门”的代表以及学术成员组成)和美国贸易代表办公室的产业功能顾问委员会成员(美国贸易代表办公室的成员代表了各种各样在对外贸易中依赖于知识产权保护的公司)。这两个委员会对改革政策负有特别的责任。知识产权业也通过各种各样的机构,如国际反仿冒联盟(International Anti-Counterfeit Coalition)、知识产权委员会(Intellectual Property Committee)、知识产权所有者联合会(Intellectual Property Owners Association)、国际知识产权联盟

(International Intellectual Property Alliance, IIPA)等来代表自己。<sup>58</sup>这种产业和政府之间的紧密合作对产权贸易政策制定来说是典型性的。政府在获取贸易壁垒和“不平等”贸易实践信息方面依赖于产业,政府的议程实质上是基于私营部门的动机的。

美国和加拿大政府在承受了将近一年的要解决有线电视版权问题的压力后,美国的电影娱乐版权所有者发现,回应他们要求的是美-加自由贸易区。自由贸易区 2006 条款要求加拿大政府为有线电视转播制定法定版权,并制定管理收集和销售版权的机制。<sup>59</sup>为应对自由贸易区而建立的加拿大新版权委员会,在 1990 年 10 月裁决,加拿大有线电视运营商必须在 1991 年年底之前向电影娱乐版权所有者支付 1 亿加元的版税。这笔钱的 85% 直接付给了美国的版权所有者。虽然加拿大政府坚持认为“文化政策”不应归于条款之内,但强制许可问题反映了其对美国要求的接近。这个协议达成后,美国电视网络攻击加拿大政府对加拿大广播公司给予补贴以促进不公平竞争——这种补贴后来被政府削减掉,表面上来看是一种削减费用的措施。

美-加自由贸易区是全球贸易集团巩固的更大趋势的一部分。将欧洲国家整合进单一的贸易系统中(那时还悬而未决),在世界范围内引起了类似的努力。墨西哥加入美-加自由贸易区后,成立了北美自由贸易协议(North American Free Trade Agreement, NAFTA)。这个自由贸易区,用乔治·布什的话来说,是从“安克雷奇港到火地岛”。美国政府希望通过自由贸易区消除遍布美洲的一系列服务和知识产权“贸易壁垒”,如外国公司的直接投资限制,对化学、药品、合金和农业产品专利保护的缺乏,以及版权保护的不足和无效。

对于北美自由贸易区的预见,墨西哥政府采取了一系列措施以缓和墨西哥和美国之间的知识产权张力。在 20 世纪 90 年代早期,墨西哥国会通过了一项专利法,这项专利法涵盖了所有的产业程序和产品,将保护期从 14 年延长到 20 年。在其他国家申请专利的发明现在也可认为是墨西哥专利。这项新的法律规定了商标的 10 年可更新期。1991 年 8 月生效的对版权法的修改加强了对计算机程序版权的保护,规定 50 年之内不得对计算机程序进行未经授权的复制,并加重了对侵权行为的惩罚和制裁。

1994 年 1 月生效的北美自由贸易区解决了美国和墨西哥之间存在的知识产权争端,将国际知识产权保护提升到一个新的水平。例如,其版权规定给了录音制品至少 50 年的保护期,规定版权所有者有权授权他人租用录音和计算机程序并获

得版税。北美自由贸易区将计算机程序视为文学作品,将数据库视为编辑物,给这些作品的版权所有者授予和传统文学作品相同的保护。最后,北美自由贸易区规定了在国内和边境有效执行知识产权的条款。因此,如果墨西哥或加拿大没有保护美国版权所有者的权利的话,美国版权所有者可以向管理这个协议的贸易委员会提出投诉,并有权报复。

北美自由贸易区得到了来自这三个国家的大资本家们的巨大支持。对墨西哥来说,这个协议标志着追求国家主义经济政策的努力的结束,也标志着最富有的墨西哥资本家融入了国际资本主义经济。从墨西哥革命开始直到 20 世纪 80 年代,墨西哥的资产阶级在资本积累战略和政策方面主要持一种国际主义的观点。北美自由贸易区标志着墨西哥资本向外的方向改变,也标志着将美国资本家视为“自然的阶级联盟”(natural class allies)这样一种新的阶级认同。<sup>60</sup>这些联盟中有美国公司团体的核心组织。促成北美自由贸易区的政策制订机构包括美国商会、商业圆桌会议、商业理事会、国家制造商协会、几个有影响的智囊团,甚至 10 家最大的环境团体中的 6 家。推动北美自由贸易区的主要美国公司包括三家最大的汽车公司、金佰利、IBM、美国快运、高盛和柯达,这代表了制造、服务和金融资本的联合。对这些跨国公司,自由贸易区是正在出现的后福特主义、积累的弹性体制得以建立的必不可少的支柱。对以知识产权为基础的产业,它们提供了将知识产权法推向新版图的途径,这些新版图已经成熟,可以进行市场渗透了。

## 六、好莱坞的国际反盗版运动

在 20 世纪 70 年代晚期索尼推出了家庭录像机后,将故事片长度的电影和电视节目未经授权地复制于录像带并进行销售以取得商业收入,这对美国电影娱乐业来说是一个问题。直到 1983 年末,全球拥有录像机的电视用户家庭达到 8%,全世界卖出了 4 000 万台录像机。<sup>61</sup>虽然拥有录像机比例最高的国家最一开始是发达的工业化国家,但到 90 年代末,录像机逐渐变为全球的大众化媒介。美国的电影娱乐业关注出现于 1983 年左右的录像盗版问题,认识到这种媒介将会普及。当该产业开始进入海外录像市场时,他们发现,无论当地有没有录像机这个硬件,那里都存在着一个占支配地位的预录录像的盗版市场。

录像机最先导致了未经授权的对电影和电视节目的大量复制和销售。在录像机出现之前,对电影盗版的主要形式是未经授权地复制 35 毫米和 16 毫米的胶片,以及未经授权地放映这些拷贝。影院电影放映或电视广播的公开性质,使得监视



未经授权的表演相对容易,并且也更容易阻止这些版权侵权行为的发生(也就是说,当侵权行为是一种“公开”行为的时候,更有可能被版权所有者发现)。录像机增加了复制电影和电视节目的有用性,降低了大量复制它们的费用和复杂性;并且使观看盗版拷贝的行为“私人化”。在许多情况下,复制行为秘密地发生于家中,虽然并非所有类型的家庭复制(如录制过后观看电视广播)都被视为盗版。

美国电影协会估计,在80年代后期,在世界范围内,由录像盗版带来的损失每年有大约10亿美元。到1994年,美国电影出口协会(MPEAA)估计其成员公司(也就是好莱坞主要电影娱乐公司)由于未经授权的复制电影胶片和录像以及未经授权地使用有线电视和卫星信号而损失了20亿美元。<sup>62</sup>当然,要证实这些数字是不可能的,这些数字来源于销售收入所映射出的损失,且有可能被夸大了。然而,这些呼声加强了这些产业号召反对盗版的紧迫性,尤其是正在出现的美国贸易逆差更为此紧迫性提供了依据。

因此,美国的电影娱乐业找到美国政府帮助他们发动反录像盗版的战争。赢得这场战争意味着美国主要发行商能够进入并稳定地占据外国家庭录像市场,同时也意味着将家庭录像市场带入现存的由这些公司主导的故事片和电视节目的国际发行渠道。对美国政府来说,帮助电影娱乐业获得国外的家庭录像市场意味着为一场更为巨大的反对知识产权侵权的战争占据滩头阵地。许多新的国家未能加入多边知识产权公约——《伯尔尼公约》和《世界版权公约》,加重了这个问题的严重性。那些没有加入国际系统的第三世界国家使得知识产权所有者在全球所能得到的受保护水平总地说来减低了,那些原来参加了国际体系但没有为知识产权所有者提供保护的国家也是如此,用产业和外交政策制定官员的话来说,这些国家没有“充分有效”地保护知识产权。

在很长一段时间,不承认或不执行知识产权是许多第三世界国家深思熟虑的政策——这些国家力图避免文化受到外国的垄断控制,或者防止国家十分需要的外汇外流。例如,巴西电影委员会(Brazilian Cinema Council,以CONCINE知名)发布了一项方案,要求视频播放公司备有的节目中巴西电影占据25%。哥伦比亚向当地发行商与国外签定的购买家庭录像的合同征收最高20%的税。显然,也正是在这些国家,电影娱乐和其他形式的知识产权的盗版行为最为猖獗。

美国知识产权所有者已经使政府相信,对知识产权缺乏保护的严重性足以使美国有理由对那些没有承认并尊重其产权的国家进行贸易制裁。基于贸易杠杆作用的双边谈判已经成为根除录像盗版努力的主要战略,这已经取得了明显的成功,

尤其是在东南亚。美国政府在知识产权问题上对第三世界国家态度特别强硬,力图迫使那些非版权公约成员的国家加入公约,并且迫使版权公约的成员国遵守条约责任。美国的最终目标是提高国际知识产权系统的有效性和广泛性,以便创建或扩张那些不仅美国家庭录像发行商可利用,其他传播和大众媒介跨国集团也可利用的市场。

### 1. 录像盗版的形式

盗版发生于版权被侵时,也就是未经版权所有者授权或给予版权所有者报酬,因私人的、商业的收入为目的复制或展出(播出)、销售版权作品时。因此,录像盗版有多种形式,例如:

- 复制电影胶片、影碟或电影或其他音像作品的录像版,且用这些拷贝大量复制录像拷贝。
- 对广播、有线电视或卫星转播的电视节目和电影进行录制且大量制作录像拷贝。
- 发行未经授权的录像拷贝,无论这些拷贝是如何制作出来的。
- 销售或出租大量复制的未经授权的录像带。
- 引进者向没有签署使用权转让协定的地方引入授权的或者盗版的录像版本(即所谓的“水货”)。
- 未经授权在咖啡馆、酒吧、旅馆、录像厅和汽车公开播放录像节目。

虽然好莱坞进行了反盗版战,但在那些有录像的地方,这些盗版形式还是一直存在。

盗版在第三世界国家和东欧最常见。盗版只对那些国际上票房大片或一流电视节目进行复制及发行,因而保证了销售量。盗版不支付版税,而且通常使用更便宜的原材料制造、包装录像,因此比授权拷贝价格低得多。美国电影娱乐业占据了全球电影市场的主要份额而且制作最大的大片,因此其版权最常遭到侵犯。然而,盗版对任何出口文化节目的国家来说都是一个问题,因为它削减了合法市场。美国电影公司领导着这场反盗版战。他们强调,所谓的合法的家庭录像市场会使所有参与这场反盗版战的人都受益,这使他们能够征募其他的民族文化产业、政府和国际组织参与反盗版战。当前的国际家庭录像市场的发展表明,“合法”市场意味着将市场交给国际电影娱乐供应商并且扩大其对全球大众媒介市场的控制。

上面所列的所有这些盗版形式在西欧也存在,虽然与盗版技术最初可用时的

情况相比,现在的规模较那时为小,这要归功于美国和欧洲版权所有者和政府根除盗版的共同努力。因此,这些家庭录像市场大部分已经“合法化”且集中化了。早在1985年,美国最大的电影发行商控制了欧洲市场录像发行收入的65%~70%,而美国的独立发行商占据了另外的15%。<sup>63</sup>到20世纪80年代末,美国巨头强化了其对欧洲录像出租和销售市场的占有。在英国,1987年4家最大的唱片公司占据了租借市场65%的份额,这4家公司是:华纳(21.6%)、哥伦比亚广播公司/福克斯(18.5%)、CIC Video(为MGM/UA、环球和派拉蒙代理家庭录像发行,占12.7%)、美国无线电公司/哥伦比亚公司(11.6%)。租借市场上美国制作或发行的电影占了将近90%。1987年,英国制作、发行的片子在租借市场最受欢迎的50部片子中仅有4部,而且制作“B”和“C”类电影的独立制作商发现自己日渐被边缘化。<sup>64</sup>到1989年,好莱坞产品的主导地位更强了,在英国出租市场最热门的25部片子中只有2部不是好莱坞生产的。<sup>65</sup>在1992年,CIC占据了英国录像租借这个9.1亿美元市场20%的份额,从而主导了这个市场;华纳和迪斯尼分享了5.94亿美元销售市场的大约50%的份额。<sup>66</sup>到1992年,在英国,录像盗版不再是一个主要问题。

关于欧洲大陆家庭录像市场的报告与关于英国产业结构的报告相似。1989年,德国租借市场最热门的20部片子全部来自美国——14部来自主要发行商,6部来自美国的独立发行商。<sup>67</sup>到1992年,德国生产并发行的录像仅仅占了这个8.77亿美元的租借和销售市场收入的3%。<sup>68</sup>与全球模式一样,欧洲的盗版出现于比较贫穷的地区和国家。在德国,大多数录像盗版发生于比较贫穷的东部,在那里,私制录像以大约17美元的价格在露天市场上出售,这个价格仅仅是137美元这个平均零售价的零头。<sup>69</sup>

美国贸易代表办公室1994年关于对外贸易壁垒的报告称,盗版在意大利是一个“严重的问题”。<sup>70</sup>美国电影发行商声称意大利录像市场上40%的录像是盗版的拷贝,这使美国发行商每年损失2.24亿美元。对这个数据意大利版权官员存在不同意见,他们反驳说盗版仅仅占了合法市场的15%。<sup>71</sup>然而,美国发行商已经牢牢掌控了意大利的租借和销售市场。到1987年,发行商销售给代理商的最热门的10部预录录像中有7部来自美国的主要公司。<sup>72</sup>1989年,直接卖给意大利消费者的10部最热门的录像中有9部是迪斯尼生产的。<sup>73</sup>这家公司于1991年控制了50%的销售市场,<sup>74</sup>但1993年其份额降到34%,虽然它仍然囊括了最热销的5种。<sup>75</sup>Blockbuster公司1994年7月进入这个市场的行动受到了CIC的塞尔吉奥·西蒙内利(Sergio Simonelli)的欢迎,认为这是一件“伟大的事件,也是市场的自然演进”。<sup>76</sup>

来自法国和西班牙的报告再一次证实,美国主要发行商的产品主导了租借市场,而且“A”种片子日渐占据了录像店的货架,而“B”和“C”种片子日益被挤出。<sup>77</sup>在西班牙,1990年4家美国主要录像发行商——美国无线电公司/哥伦比亚公司、哥伦比亚广播公司/福克斯、CIC(派拉蒙和环球电影公司)、华纳——占据了70%的发行收入。<sup>78</sup>次年,美国发行商获得了该产业收入的78%。<sup>79</sup>美国贸易代表办公室报告称,由于公共和私营部门按西班牙新知识产权体制采取行动,1993年录像盗版急剧下降。<sup>80</sup>

对美国的录像发行商来说,好莱坞从录像盗版那里夺取欧洲家庭录像市场的能力是一个成功的故事。在80年代早期,欧洲各国流通的录像带50%~70%是盗版的。<sup>81</sup>已经证明,成功的套路是将版权所有者对版权保护的积极寻求、针对盗版的严格法律和严厉惩处以及更有效地执行这些法律等结合起来。欧洲的电影电视制作产业认识到家庭录像市场存在的潜在风险,与美国电影业一起敦促其政府加强版权立法和执行立法的力度。例如,在法国,发起反音像盗版战协会(I'Association de Lutte Contre le Piratage Audiovisuelle, ALPA)的成员包括法国戏剧和家庭录像发行专业协会、空中付费电视网络(Canel Plus)、地方的国家电影中心和美国电影出口协会。ALPA的调查努力和对版权侵权的严厉惩罚在法国根除了录像盗版行为。在西班牙,得到美国电影出口协会强大支持的反盗版联盟每年花费70万美元用于反盗版行动。美国电影出口协会和意大利以版权为基础的协会和产业于1988年1月组成了一个叫做反音像盗版联盟的新组织,这个组织调查并支持对盗版者的检举,并且开展反盗版公众教育运动。

一直以来,知识产权所有者发现在西欧国家版权保护程度较高。这些国家是许多国际知识产权公约的创始成员国。因此,对任何新的传播媒介进行版权保护在这些国家是理应之事。英国、法国、意大利也是世界上输出文化业产品的少数国家中的几个。这些国家的电影电视业也力图开拓全球家庭录像市场。而且,欧洲和美国媒介领域金融资本的融合直接使欧洲和美国的电影娱乐公司形成联盟,使西欧媒介资本家清楚地看到有效的国际知识产权体制和处于“合法”的家庭录像市场中的利害关系。

获得西欧家庭录像市场之后,美国产业和政府官员转而向东,现在他们在设想东欧国家的巨大增长潜力。他们遇到的两个问题是缺乏版权法以及在图书方面执行这些法律效率低下。东欧与东亚和中东一起,是三个盗版行为最猖獗的区域之一。当匈牙利、波兰和俄罗斯开始转向市场体系时,美国贸易代表办公室就把它们

当作了知识产权改革的主要目标。匈牙利迫于美国贸易代表办公室的压力于1993年中与美国签定了一项双边贸易协定,这项协定加强了对知识产权的保护和执行。一年之后,波兰制定了一项版权法,对侵犯版权者课以重罚并判处长期牢狱之刑。迪斯尼的官员们对这些行动尤其高兴,他们期望着在波兰由产品许可获得的收入从1993年的1500万美元上升到1996年的5000万美元,使波兰成为其在东欧的最大市场。<sup>82</sup>

显然,美国电影娱乐公司最大的潜在市场是俄罗斯。1988年,苏维埃政府迈出了安抚美国产业和政府官员的第一步,同意对美国电影发行商的版权和商标进行保护。迪斯尼对此作出反应,为其电影发行准备好必备条件,他们为包括米老鼠和唐老鸭在内的数个人物登记了商标。<sup>83</sup>然而,对美国知识产权的执行并非马上可见的,面对百分之百的盗版程度,美国电影娱乐业开始自己掌控这些事情,他们采用了二战后在西欧检验过的战术。1991年夏,美国电影协会颁布了一项禁止向苏联发行电影的禁令,并且宣称其成员将不再向莫斯科电影节——差不多三十年来国际故事片巡演的固定站点——提供影片胶片。<sup>84</sup>1992年,美国政府以授予俄罗斯贸易最惠国地位来支持电影娱乐业,其部分条件是俄罗斯在该年底前引进新的版权立法。

俄罗斯加入《伯尔尼公约》的长期贸易政策目标与美国知识产权所有者的利益发生了融合,这个目标也是俄罗斯议会制定新的版权立法的一个原因。这发生于国内版权持有者和执照持有人为巩固其市场地位而施加压力后。例如,美罗地亚这个国有唱片公司已经看到,当该公司10万多经典唱片未经授权而被复制并载运出口时,其出口机会明显减少。<sup>85</sup>微软公司使用各种诱惑使俄罗斯软件盗版者成为得到授权的分销商,且在之后组织了一个软件制造商联合会,这个联合会由15个西方国家公司和40个俄罗斯制造商组成,他们游说俄罗斯议会为国家经济利益而保护版权。1993年7月,最高苏维埃批准了一项法律,批准俄罗斯加入《巴黎保护工业财产公约》和《世界版权公约》。国内知识产权所有者加入这场反盗版运动后,东欧各国也开始了这样的运动,匈牙利、罗马尼亚、波兰、保加利亚、捷克共和国等都出现了本国组织。在盗版最猖獗的另外两个地区——中东和亚洲,也采用了这种反盗版战略联合。

## 2. 中东的盗版行为

美国的版权所有人认识到,中东地区的盗版行为在很大程度上是由于美国和中东国家之间缺乏版权关系。这些国家中许多国家只是在最近才取得政治上的独

立,还没有加入国际知识产权公约。有一段时间,许多后殖民政府,包括中东的后殖民政府,还保留着从先前殖民者那里继承来的不合适的、过时的版权系统。对版权所有者来说,新传播技术的引进加剧了局势的敏锐性。20世纪70年代早期的石油繁荣为波斯湾国家带来了可观的收入,这些收入的一部分被用于购买通信硬件。按照录像机/电视机的家庭拥有率,科威特和沙特阿拉伯位于世界上录像机普及率最高的国家之列。以电视为基础的技术在沙特阿拉伯和其他传统的阿拉伯国家发展广泛,原因是政府的严格限制导致电影院缺乏。在所有阿拉伯国家中,只有埃及拥有较大的国内电影生产业。

缺乏国内大众媒介产业、外国作品没有版权,使得中东地区呈现出这样一种市场状况:美国版权局将之描绘为“偷窃知识产权的国际集市”。<sup>86</sup>像世界其他地方一样,中东地区唾手可得的盗版录像中大量的是西方的电影和电视节目。其他盗版录像包括阿拉伯生产的电视和电影,大多数来自埃及。<sup>87</sup>国际知识产权联盟将沙特阿拉伯放入其1989年4月的12个“问题”国家之中,这里的问题是盗版带来的损失和市场准入壁垒。<sup>88</sup>国际知识产权联盟估计,1989年沙特阿拉伯的电影盗版导致美国发行商损失了7500万美元。美国电影娱乐业的说法称1988年仅在埃及就共损失了1.25亿美元。<sup>89</sup>

美国电影娱乐业急切地想要进入中东家庭录像市场,但他们首先要面对盗版问题。中东国家既是盗版录像带的主要进口者(从远东),也是全世界非法制造盗版录像带的主要地方。这里有世界上最先进的复制设备,非法拷贝出口到整个非洲和整个欧洲。因此,中东政府无视未经授权的版权作品的引进是有原因的,因为它们减少了外汇外流;他们无视其境内的未授权版权运作也是有原因的,因为这为他们赚取了出口收入。因此,虽然美国和欧洲的电影娱乐公司瞄准中东,将中东当成地区性的反盗版战场,但进展仍然很慢。

在20世纪80年代中期,美国政府开始向海湾合作委员会(Gulf Cooperation Council,包括:沙特阿拉伯、科威特、阿联酋、巴林、卡塔尔和阿曼)成员国施压,迫使他们采用版权法。例如,美国驻利雅得的大使安排并参加了数次美国电影娱乐业代表和沙特阿拉伯官员的会议。由于美国的压力,沙特阿拉伯于1989年颁布了一项专利和版权法;阿联酋于1992年颁布了版权、商标和专利法;巴林的埃米尔于1993年发布了其国家第一部版权法;科威特和阿曼1993年开始起草法律。这些成功的部分原因是美国和海湾合作委员会地域政治利益的重合。许多知识产权前沿行动都发生于美国因海湾战争而扩张其在该地区的军事存在之后。虽然法律

已经制定了,但美国的版权所有者仍然抱怨这些法律没有得到执行。由于这些抱怨,根据1988年贸易法案的“特别301”条款,沙特阿拉伯被放入美国贸易代表办公室1993年的“盗版监视名单”。

在海湾合作委员会之外,美国瞄准了另外两个关键的中东国家:埃及和土耳其。埃及也因为版权保护不充分而被放入美国贸易代表办公室1993年的监视名单。1988年埃及人民大会开始考虑版权改革立法,并且于1992年6月通过了对其1954年版权法的修正,但到1994年新的条款也还没有得到完全执行。美国家庭录像发行商声称到1994年他们每年的损失大约是3700万美元。<sup>90</sup>他们用广播电视或有线电视节目制作盗版的拷贝,或者用从欧洲或美国购买或租界的录像制作非法拷贝。有时候,埃及的录像俱乐部会出租那些还正在电影院上映的电影;他们也在美国通过摄影棚胶片制作拷贝,或者用8毫米摄像机在剧院录制。<sup>91</sup>在美国版权业的敦促下,美国贸易代表办公室使用普遍优惠制评估发起了与土耳其就版权事务的讨论,威胁土耳其,除非美国版权得到尊重,否则美国将收回对土耳其的贸易特别待遇。

为占据中东家庭录像市场“合法”发行商的位置,电影娱乐业也使用了市场战略。这些努力包括:提供比盗作品画面质量高得多的录像制品,在预录录像带上提供配音声道或阿拉伯字幕,在离美国首映最近的时候发行预录录像带。同样,在亚洲市场上,也联合了政府和以市场为基础的战略来反盗版。

### 3. 亚洲的录像盗版行为

当美国的电影娱乐版权所有者转向亚洲市场时,他们发现亚洲市场的盗版行为与中东相似。在大多数国家,盗版的根本原因是相似的:没有知识产权法,对书面上的知识产权法执法不严,很少参加国际或双边知识产权协议,录制技术发展迅速——消费者和产业所用的录制技术都如此。而且,这些地区大多数本土电影电视制作业都很弱小、不发达,这使得它们适合进口产品。录像盗版经常得到政府的默许,因为政府知道由此带来的外汇价值。出现了一些为保护本国利益而进行的抵制。例如,菲律宾的示威者通过集会和抗议来反对反盗版运动,声称政府压制盗版只会促进国外利益。<sup>92</sup>

当然,公众对视频软件的需求激发了盗版。知识产权这个概念对许多远东社会来说都是陌生的。传统上,亚洲作者和艺术家将对其作品的复制当作一种荣誉。因此,正是这种传统,使得要使亚洲录像消费者认为购买或租借盗版节目是一种犯罪行为非常困难。在那些广播电视由国家控制的、拍电影需要配额或者电影院播

放电影需要国家审批的国家,对预录录像带的需求甚至更高。这些因素使得亚洲成为对进口和本土录像进行盗版的沃土。在亚洲生产的盗版产品在非洲、西欧和拉丁美洲等地方都可以买到。

1984年,电影娱乐业开始重视远东和太平洋地区的录像盗版问题。引起最直接关注的国家是新加坡、中国台湾、韩国,因为他们正成为新的工业化国家和地区(newly industrializing countries, NICs)。据估计,1984年美国版权产业由于这些国家和地区的盗版而遭到的损失分别为3.58亿、1.86亿和1.46亿美元。<sup>93</sup>不久之后,印度尼西亚、马来西亚、泰国和菲律宾被列入盗版最严重的10个国家和地区之中(与印度、巴西和墨西哥一起)。国际知识产权联盟估计,1984年美国版权业在这10个国家和地区共损失了13亿美元。<sup>94</sup>

参照以往的亚洲盗版经验,美国版权业利用1973年国际唱片业协会(International Federation of Phonographic Industries, IFPI)发起的中国香港反盗版运动进行反唱片和音带盗版,以此作为解决在其他东南亚和太平洋地区国家的盗版问题的范本。在这个案例中,美国电影协会电影安全办公室和国际唱片业协会的一个地方总部为反盗版前沿的地方行动提供了催化剂。版权业与当地政府和执法机构(警察、海关和税务机构)一起成功地实施了对版权侵权的犯罪惩治,打击了复制工厂,加强了明显减少了盗版行为的出口法。弗兰克·G. 韦尔斯(Frank G. Wells)在联合议会委员会上的证词中说道,迪斯尼在中国香港有自己的调查人员,由于这些调查人员的工作,每年有大约60件侵权案被提出。<sup>95</sup>同时,电影娱乐业开始采取措施以减少盗版行为,这些措施包括选择当地的录像分销商与他们建立“合法的”关系,降低预录录像带的价格以缩小盗版和正版录像带之间的价差。

然而,已经证明,对处理这个地区现存的大量盗版行为来说,在盗版市场和立法方面的努力是不够的。于是,整个版权产业再次向美国政府寻求帮助。在向国会要求帮助的陈情中,IFPI和大西洋唱片公司(华纳通信的子公司)主席勒苏伊·俄特冈(Nesuhi Ertegun)提出,除非得到美国政府的“积极支持”,否则就不能挫败亚洲的盗版行为。<sup>96</sup>

到1986年,美国私营部门和政府的运作使得亚洲政府承受了很大的压力。1986年夏天,美国贸易代表办公室特别运用了普遍优惠制评估向许多外国政府施压,敦促他们针对版权问题采取行动。同时,美国贸易代表办公室还必须在国会内进行斗争,以继续保持那些用以进行反盗版运动的手段。堪萨斯州的共和党参议



员鲍勃·多尔(Bob Dole)提出一项议案,要求将新的工业化国家和地区——中国台湾、中国香港、韩国——从符合普遍优惠制最惠条件国的名单中“毕业”(被移除),因为这3个国家和地区与美国之间贸易逆差日益扩大(分别为131亿、62亿、48亿美元)。<sup>97</sup>在众议院关于这项提案的听证会上,里根政府强烈反对移除,引证说,政府已经在通过普遍优惠制使中国台湾、韩国,特别是新加坡,在版权立法行动方面取得了成功。<sup>98</sup>美国唱片业协会的主席、国际知识产权联盟的代言人斯坦利·乔迪可夫(Stanley Gortikov)也作证,美国唱片业协会这个组织本身也“充分利用了《普遍优惠制更新法案》所提供的手段”并取得了成功。<sup>99</sup>国际知识产权联盟估计,从1984年到1988年,在新加坡、印度尼西亚、中国台湾和马来西亚,其成员由于盗版遭受的损失急剧下降,如表7.1所示。

表 7.1 在东南亚 4 个国家和地区由知识产权盗版所致损失估计 百万美元

	1984 年	1988 年
新加坡	358	10
印度尼西亚	206	45
中国台湾	186	90
马来西亚	73	32

资料来源:国际知识产权联盟,1989年。

知识产权业与里根政府一起,成功地阻止了将新的工业化国家和地区从普遍优惠制最惠国的名单中移除的努力。信息娱乐版权部门的长期利益战胜了多尔提出的缩小短期贸易逆差的措施。从整个资本的角度来看,更重要的是在这些在世界资本主义体系中作用日益重要的国家中加强了对知识产权的保护。据此,许多亚洲国家首次采用了知识产权系统,其他一些国家则加强了既有的保护措施,而且执行知识产权法已经成为政府首先要做的事。

印度和中国这两个美国娱乐业亚洲大陆最大的潜在市场几乎被征服。1989年,国际知识产权联盟将这两个国家列入“问题国家”的报告,引证说国际知识产权联盟成员每年在中国损失4.18亿美元,在印度损失1.23亿美元。<sup>100</sup>在印度,美国电影娱乐业不仅遇到了盗版,也遇到了受政府政策大力保护的本土电影业。例如,印度进口法限制美国公司发行电影,不让其进入家庭录像市场,为电影和录像进口设置配额。<sup>101</sup>最初的研究表明,录像机主要用于在录像厅、咖啡馆、录像聚会和公共汽车上观看盗版故事片——主要是印度生产的片子。<sup>102</sup>

1991年,美国贸易代表办公室根据1988年贸易法案的“特别301”条款将印度列入“优先指定国家”,并且由于印度对美国知识产权的猖獗盗版和大范围的服务贸易“壁垒”而启动了301部分的调查。这项行动敦促印度政府在版权和电影录像进口管理方面作出重大改变。版权法的修正规定了录像的租借权;规定对卫星、有线电视或其他同时转播途径传播的作品的保护;规定在决定对盗版的处罚程度方面司法干预更少。印度政府还采取措施提高执行力度。在电影进口和发行管理方面的变化更大。现在,外国电影公司可以往印度出口电影并在印度发行电影。电影和录像的进口配额提高了,可以出口的胶片数量限制也改善了。电影不再必须经过电影评估小组以获得批准,为外国电影配音本国语言的限制也取消了。针对这些新的立法,CIC录像公司开始大力进入印度,发行了《山姆和黛里拉》(*Samson and Delilah*)、《战俘营17》(*Stalag 17*)、《女人香》(*Scent of a Woman*)和《贝弗丽山警察》(*Beverly Hills Cop*)等电影,向录像库销售。<sup>103</sup>

印度对知识产权法的修改催生了许多新的市场入口、合资企业和联盟,涉及许多美国、欧洲、日本的跨国公司,其中大多数在某种程度上依赖于这些法律。1994年5月,印度政府在《纽约时报》上用一整页广告列出这些新的市场进入者的名单。<sup>104</sup>这些新进入者中有凯洛格、麦当劳、宝丽莱、AT&T、通用电气、IBM、可口可乐、吉列、百事、默克、雀巢、宝洁、高露洁棕榄、联合利华、飞利浦、葛兰素和本田,它们都利用了新的外国投资规定,这个规定允许外资在与印度的合资企业中占51%股份。美国的贸易政策机构在中国也采用了相似的战术,并取得了相似的成果。

中国政府于1991年颁布了该国第一部版权法。在中美关系正常化之后,美国贸易官员就向中国政府施加知识产权立法的压力,这种努力在20世纪80年代后期进一步升级。<sup>105</sup>虽然中国承诺制定新的版权法,美国贸易代表办公室仍然认为中国是一个主要的盗版地,将中国放入“优先指定国家”,并且于1991年4月对其启动了一项301部分的调查,调查其知识产权实际情况。当中国未能对美国的抱怨作出反应时,美国贸易代表第一次因中国侵犯知识产权而采取措施对中国实施贸易制裁。中美之间签署了一项“互谅协议”,在这项协议中,中国承诺加强对美国知识产权的保护,这才使一场两国之间的全方位贸易战得以避免。中国承诺使自己的版权法符合全球标准以便加入《伯尔尼公约》和《日内瓦录音制品公约》并加强对专利权的保护。

签署这项备忘录后不久,迪斯尼宣布将再次进入中国消费品、出版和电视节目

市场,而1989年迪斯尼曾退出了中国市场。<sup>106</sup>随后,中国对其知识产权法进行了若干修改,并加入了主要的版权公约。然而,由于对新法律的执行缺乏力度,美国贸易官员又对中国进行了审查。美国贸易代表办公室指控,录像、磁带、压缩碟、激光碟、计算机游戏、计算机软件和手册、书刊等使美国商业损失了8亿美元销售额。<sup>107</sup>1994年7月,美国贸易代表办公室重新启动了对中国版权实践的调查,给政府6个月的时间加强版权保护。美国贸易代表办公室行动后5天,中国立法机构批准了对侵犯版权者进行关押和严厉罚款的条款,以此作为对美国要求的原则的反应。然而,由于中国对新法律缺乏执行,美国继续向中国施加压力,1995年早期又一次采取了贸易报复措施。很明显,中国政府正稳步向适合全球标准的知识产权体系制度迈进。如果中国最终加入世界贸易组织,政府必须表示其遵循新的全球贸易规则的决心。<sup>108</sup>

中国和印度的例子表明了亚洲国家是怎样屈服于美国的贸易杠杆作用的。然而,并非贸易杠杆作用单独推动了知识产权领域的扩张。美国资产阶级的经济利益与外国政府和国外资本的国际主义部门的利益有发生聚合的趋势。一般认为,比起从盗版产品出口所获得的短期利益来说,加入世界知识产权体系获得的长期利益更大。韩国、中国台湾、新加坡等新的工业化国家和地区,希望建立合适于支持高科技出口经济和知识产权产品经济的国家或地区法律基础设施。印度和中国寻求更好地融入全球经济,因此也不得不开放国内市场,并且采用有益于商业环境的法律基础设施。这些国家或地区已经总结出,为了吸引国际投资、有能力加入正在出现的全球市场,他们必须遵守游戏规则。而且,随着国际“两极”地理政治体系的崩溃,世界上每个国家现在都参与了提供“最有利的投资环境”的全球竞争。

## 七、多边主义:美国加入《伯尔尼公约》和《关贸总协定》改革

1989年美国自己首先成为《伯尔尼公约》成员之一时,美国贸易官员无法坚持外国政府应当加入《伯尔尼公约》。在对自身版权登记程序和图书出版贸易政策进行改变之前,美国没法加入该公约。原来的版权登记程序,如要求在美国国会图书馆存放两本作品样本,就违反了《伯尔尼公约》。1976年的法案简化了登记程序,从而基本上解决了这个问题。阻碍美国加入《伯尔尼公约》的余留症结是“生产条款”(17 U. S. C. 601 部分),这是一项保护主义政策,几乎100年来一直要求:若要取得美国法律下的版权保护的话,其初次出版地就要么是美国,要么是加拿大。虽

然美国还不是《伯尔尼公约》的成员,美国版权所有者还是通过在属于《世界版权公约》和《伯尔尼公约》的国家(如加拿大)同时出版而得到了《伯尔尼公约》提供的更高水平的保护。多数美国版权所有者认识到,如果美国加入了《伯尔尼公约》,他们会得到更多保护。他们费了许多时间来战胜另一个传播部门——印刷业(常常不是版权所有者)的既得利益,印刷部门是生产条款的主要受益者和最大的支持者。

国会同意于1986年7月1日废止这项有一个世纪历史的保护主义措施,因为这是美国加入《伯尔尼公约》的主要障碍。同样,人们也发现它有悖于关贸总协定。书籍印刷业代表了正在衰退的以生产为基础的资本霸权集团,这个集团曾经可以通过国家(也就是保护主义的版权法)有效地促进自己的利益,但却遭到了来自更大的、突然出现的以版权业(包括书籍出版)为代表的资本部门的挑战。由于版权产业这个更大的部分作为一个整体在资本内建立了其经济霸权,所以越来越有可能调整国家机构(如废除生产条款并使美国加入《伯尔尼公约》),以促进这个产业的自身利益。

1985年5月和1986年4月参议院举行了关于美国加入《伯尔尼公约》的听证会。<sup>109</sup>通过这些听证会,来自美国电影协会、美国出版商协会、计算机与商业设备制造商会(CBEMA)、美国信息产业(其代表莫顿·戴维·格登伯格(Morton David Goldberg)同时也在美国国务院的美国加入《伯尔尼公约》特别小组工作)、美国国际商业顾问委员会及哥伦比亚广播公司的知识产权业代表,呼吁废止生产条款并加入《伯尔尼公约》。美国专利和商标的代理专员代表商业和贸易内阁会议陈词,支持加入《伯尔尼公约》,因为世界知识产权组织(WIPO)“不像联合国教科文组织(UNESCO)那样政治化,发展中国家在世界知识产权组织中的影响不像在联合国教科文组织中的那样大”。<sup>110</sup>这次,美国发现自己由于从联合国教科文组织中退出而被排斥在制定政策的组织之外,也就是《世界版权公约》的管理机构之外。加入《伯尔尼公约》将使美国能在制定国际版权政策方面起作用。

然而,一些版权所有者因《伯尔尼公约》的精神权利条款(第六条之二)而反对美国加入《伯尔尼公约》。该精神权利条款规定了声明作品作者身份的一般权利和反对损害作者荣誉和名誉行为(扭曲、损毁或其他更改)的具体权利。美国电影娱乐业很久以来就一直因精神权利条款而反对美国加入《伯尔尼公约》。产业所有者和行政人员认为,这些条款将妨碍电影娱乐生产公司的正常业务,阻碍其向作者购买电影剧本且保留任意修改剧本的权利。编剧和导演也将精神权利与合法努力结

合起来,以阻止将黑白故事片彩色化。<sup>111</sup>然而,电影娱乐业面对传播新科技保护电影娱乐版权的需要很快盖过了对精神权利的关注。当电影娱乐产品主要以35毫米和16毫米电影发行的时候,由于可以对之进行严格的控制并对其使用进行签约管理,所以他们并没有因美国非《伯尔尼公约》成员国而遭受损失。美国电影协会的副主席诺曼·沃尔特曼(Norman Alterman)作证道,卫星、有线电视、录像等新科技使美国现在有必要加入《伯尔尼公约》。<sup>112</sup>

里根总统将《伯尔尼公约》交参议院讨论,1986年6月得到通过。<sup>113</sup>1987年的附加行动使书籍出版商们产生了关于精神权利条款的分歧。由时代公司和麦格劳-希尔领导的、以前版权登记官戴维·雷德(David Ladd)为代表的保护美国版权传统联盟(Preserve the American Copyright Tradition, PACT)反对美国加入《伯尔尼公约》,因为这必将导致精神权利官司日益增多,并且,尤其是以诽谤案的判决为参照处理名誉损害的话,将花费出版商巨额费用。<sup>114</sup>其他出版商与版权产业的多数代表一起,针对美国版权惯例保护联盟组成了《伯尔尼公约》国家委员会。这件事清楚地反映了资本霸权集团的利益。亲伯尔尼势力强调美国加入条约在支持美国在世界范围内反盗版并提高版权保护和执行水平方面的代表性作用。因此,国会批准了关于对美国版权法进行必要的修改以加入《伯尔尼公约》的立法。

1988年10月20日,在只有5个成员出席的情况下,参议院通过了这项条约。通常情况下,一项条约要获得通过,需要得到2/3的多数投票。为取得这些投票,参议员罗伯特·伯德(Robert Byrd)使用了一项叫做“分界线”的特别装置,参议院成员站在这里表示“同意”或“不同意”,以使条约获得通过。<sup>115</sup>随着5个参议员的起立,<sup>116</sup>美国参议院投票决定于1989年3月成为《伯尔尼公约》的完全成员。然而,在修正案中,国会宣称美国法院不应当执行精神权利条款,这项方案再次给予经济权利以特权,使之位于知识和艺术作品实际创造者的权利之前。<sup>117</sup>

#### 关贸总协定的修改

美国在全球扩张其知识产权范围多边战略的主要支柱涉及对《关贸总协定》进行修改。1986年9月92个国家发起了乌拉圭回合谈判,谈判问题集中于加强并延伸管理国际贸易体系的规则。最初,关贸总协定仅仅适用于制成品——这是20世纪大部分时间里由美国主导的部门。随着美国制造业竞争力的减退,服务和知识产权贸易的重要性日益增高。因此,美国的外交政策制定者们力主将服务和知识产权放入关贸总协定。<sup>118</sup>他们试图建立最低保护标准,并试图建立一种解决争端的

机制,这种机制是《伯尔尼公约》和《世界版权公约》都缺乏的。

最大的跨国公司的公司官僚也在将服务和知识产权置于关贸总协定的过程中起到了推动作用。当美国主导的知识产权委员会与日本经济团体联盟、欧洲工业和雇主联合会同盟一起提交了一份报告,要求其政府就关贸总协定的一项复杂多边协议(这项协议将阻止对知识产权的剽窃和非法复制)进行磋商时,一件引人注目的事情发生了。<sup>119</sup>这是一件历史性的事件,世界企业界第一次联合表达了对关贸总协定采取这种行动的需要。在整个乌拉圭回合谈判中,企业和政府精英的参与表明了这种修改对大资本的重要性。例如,1988年蒙特利尔临时会议上,美国贸易代表克莱顿·K.耶特(此人在成为美国最高贸易官之前曾领导芝加哥证券交易所)带领一个150人代表团参加了会议,这个代表团成员包括2名内阁要员(商业和农业)、参议院和众议院农业委员会的主席、其他立法者和所谓的私营部门顾问。<sup>120</sup>

在蒙特利尔会议上,国际斗争的略图出现于北方富国和南方穷国之间及内部。农业补贴成为争论的主要领域,在其他国家中,法国、德国、日本声称有权保护本国农业,从而将对食品进口的依赖性降到最低。1990年12月会谈时,欧洲农场主在布鲁塞尔集会,捍卫自己的谋生之计。此外,澳大利亚、阿根廷、巴西等农业出口国要求取消农业补贴。

印度和巴西谴责了这种将知识产权放入关贸总协定并树立高保护标准的努力,他们担心这些经济壁垒将阻止用以消除饥饿和疾病的高科技的传播。<sup>121</sup>第三世界代表提出将知识产权带入关贸总协定不合适,这会加剧全球贸易体系的紧张度。他们表示相信世界知识产权组织和联合国教科文组织足以处理知识产权事务。当然,这里只是论坛,在这里,南北政治变得非常紧张,第三世界国家作为大多数可以进行一些抨击。关贸总协定的设计是要将政治最小化而强调经济和法律原则。这些原则绝不是中立的,也并没有提供一个平坦的游戏场地。其形式中的偏见和《关贸总协定》中的内容使主导经济力量受惠。

乌拉圭回合中也发生了文化斗争。法国领导的欧共体拒绝在协定中加入电影娱乐补助和配额(的规定)。美国电影娱乐业试图将关贸总协定作为一种手段,以获取由销售音像设备和磁带带来的更大的税收份额。许多欧洲国家通过收取家庭录制产品的版税和将这些产品分销至国内电影娱乐公司来培养国内产品。例如,在法国,1992年对电影票和音像带征收的税收就达到3.5亿美元。<sup>122</sup>这些税收中的大部分又回到了法国的电影娱乐业。美国电影娱乐业对此感到“不公平”,因为

这些税收中的很大一部分是美国的产品创造的。欧共体还拒绝就电影电视配额问题谈判,声称有权保护显然是欧洲的电视节目市场。

关于农业补贴和知识产权的斗争经过妥协得以解决。在经济上处于不利地位的南方国家以同意新的知识产权体制为代价而换取了对农业补贴的大幅度削减。知识产权问题被置于《知识产权贸易相关方面协议》(*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*)之中,这个协议包括《仿冒品贸易》(*Trade in Counterfeit Goods*, TRIPS 协议)。其中的版权条款要求新的世界贸易组织成员遵守《伯尔尼公约》,包括同意将数据库和计算机程序作为文学作品置于《伯尔尼公约》之下进行保护。他们也同意计算机程序和录音制品的版权所有者有权授权或禁止其财产的出租。录音制品得到的保护期是 50 年,版权受保护的持续时间大体上应当与《伯尔尼公约》一致。条款关于执行的部分对违法行为进行强制惩罚,以作为对版权盗版行为的威慑。<sup>123</sup>关于执行的条款与关贸总协定不同。其目的是补全《伯尔尼公约》和《世界版权公约》中这类条款的缺失。修订后的《伯尔尼公约》中排除了“精神权利”条款,这表明了其主要的功能是保护知识产权所有者的权利。

美国政府知识产权业的顾问们发现《仿冒品贸易》的数据库条款是令人满意的,但对于在向新知识产权规则转变过程中允许“发展中国家”有 5~10 年的宽限期这一点,他们则进行了批评。他们认为,这使得盗版在近期仍将继续。<sup>124</sup>他们建议美国贸易代表办公室通过双边贸易战略来坚持根除知识产权侵权行为的努力。已经证明,宽限期是先进工业化国家的胜利。《仿冒品贸易》基本上没有阻碍工业化国家应用知识产权法以鼓励技术和经济发展,就像查科拉法齐·拉格海文(Chakravarthi Raghavan)指出的那样,这是一个被包括美国在内的国家应用了数个世纪的政治经济战略。<sup>125</sup>20 年前先进的工业化国家承诺通过改革国际知识产权体系来帮助促进第三世界国家发展,而《仿冒品贸易》是对这个承诺的完全颠覆。

欧共体为农业补贴给出了理由,但拒绝改变电影娱乐的税收和配额,这使美国很恼火。然而,对关贸总协定进行更大范围的修改的重要性超过了美国电影娱乐业的部门利益。显然,资本整体的长期利益最终战胜了短期的产业利润。虽然欧共体的某些政府官员,如法国前文化部长杰克·朗(Jack Lang),将其对美国的抵抗视为“艺术和艺术家对文化商业化的胜利”。由来自最大的服务业公司的最高官员组成的美国服务产业部门顾问委员会建议,美国应使用其贸易杠杆工具以打开

外国电影娱乐市场,并且在2000年开始的下一轮关贸总协定谈判中推动对“视听”产业的“自由化”。<sup>126</sup>

虽然存在妥协,但关贸总协定承诺的关税削减和全球贸易体系的更加开放对美国最有利。确实,在历史上,全球经济霸权已经成为自由贸易的最强大的鼓吹者——19世纪是英国,而20世纪是美国。前面的案例研究已经表明了“自由贸易”规则的建立如何使最强大的经济实体得以巩固和扩展其市场。例如,新的关贸总协定体制将不会改变美国和欧共体之间戏剧故事片的贸易平衡,这种平衡状态是美国差不多占有了欧共体票房收入的80%,而欧共体仅仅获得了美国国内票房收入的2%。这种不一致的原因不是政府贸易管理,而是市场供应垄断者的市场力量。

## 八、结 论

本章中的证据表明了由产业和政府官员组成的美国权力精英在提高美国资本总体长期利益中所起到的作用。同时,这些证据也提示,一个涉及国际金融资本家,跨国集团所有者、管理者和代表,以及政府高官的类似的权利精英网络已经成为全球经济体系的有生力量。很明显,国内和国际资本之间的冲突导致了一些具体的斗争。然而,资本更深层的决定性逻辑使这种平衡倒向了有利于后者的方向。知识产权范围的扩张由资本这种更深层的扩张逻辑所驱动。本章所描述的进展是国际知识产权体系最近的演变阶段。

知识产权制度出现于资本主义的黎明,19世纪,知识产权所有者建立了管理全球知识和艺术作品贸易的组织。然而,20世纪末知识产权贸易的深度和范围带来了国际知识产权体系进行大力改革的需要。改革后的体系应能够支持正在出现的积累的弹性体制,这种体制正在国际层面形成。依赖于版权、专利和商标的产业需要一种可以跨越国家边界以利用有利的资本和劳动力市场的法律基础。这还可以使他们进入国外市场时其投资得到明确的保护。

拉格海文预言,对工业化国家,新的国际知识产权体系在很大程度上被用来保护其跨国公司的垄断食利者的收入。然而,它同时也将第三世界国家排斥在通往知识的通道之外,妨碍了其创造能力和技术变革,阻碍了其竞争力的真正进步。<sup>127</sup>本章的证据提示,管理知识产权的新规则将极大地促进人类知识和艺术创造的全球商品化进程。特别是文化行为将继续整合进全球市场体系中,主要因为其交换价值而被生产、销售。这种商品化将导致版权更加集中在全球文化产业的手中。



这些产业的利益导向使其生产、分销同质化的文化产品。因此,其市场权利使得民族的、地区的、种族的和群体的自治被腐蚀,破坏了文化表达的民族参与,加剧了人和民族之间的不平等。抵制这些趋势的斗争是第八章的焦点。

## 注释

1. Kees van der Pijl, "The International Level," in T. Bottomore and R. J. Brym (eds.), *The Capitalist Class: An International Study*, New York: New York University Press, 1989, pp. 237–266, p. 237.
2. M. Fennema, *International Networks of Banks and Industry*, The Hague: Nijhoff, 1982.
3. Van der Pijl, p. 259.
4. Armand Mattelart, "Introduction: For a Class and Group Analysis of Popular Communication Practices," in A. Mattelart and S. Siegelau (eds.), *Communication and Class Struggle, Volume 2: Liberation, Socialism*, New York: International General, 1983, pp. 17–67.
5. M. Crozier, S. Huntington, and J. Watanuki, *The Crisis of Democracy: Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission*, New York: New York University Press, 1975. Cited in Mattelart, p. 60.
6. Herbert Schiller, *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York: Oxford University Press, 1989, pp. 141–143; and *Mass Communications and American Empire* (2nd ed.), Boulder: Westview Press, 1992, pp. 23–24.
7. Thomas B. Edsall, *The New Politics of Inequality*, New York: W. W. Norton, 1985, pp. 107–125.
8. Elizabeth Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
9. James Schwoch, *The American Radio Industry and Its Latin American Activities, 1900–1939*, Urbana: University of Illinois Press, 1990.
10. Thomas Guback, "Hollywood's International Market," in T. Balio (ed.), *The American Film Industry*, Madison: University of Wisconsin Press, 1985, pp. 463–486.
11. Robert Sklar, *Film: An International History of the Medium*, New York: H. N. Abrams, 1993, pp. 94–95.
12. Herbert Schiller, *Communication and Cultural Domination*, White Plains, NY: M. E. Sharpe, 1976, pp. 24–33; Schiller, 1992, pp. 123–151.
13. Thomas Guback, *The International Film Industry, Western Europe, and America Since 1945*, Bloomington: Indiana University Press, 1969.
14. Meg Cox, "Polygram Plans Outlay on Movies of \$200 Million," *Wall Street Journal*, September 25, 1991, p. B6.
15. Kathleen A. Hughes, "Creditors File for Liquidation of MGM-Pathe," *Wall Street Journal*, April 1, 1991, p. B5.
16. Marcus W. Brauchli and S. Karene Witcher, "News Corp. Purchases Majority Stake in Star TV of Asia for \$525 Million," *Wall Street Journal*, July 27, 1993, p. B5; Philip Shenon, "Star TV Extends Murdoch's Reach," *New York Times*, August 23, 1993, pp. D1, D6.
17. Richard W. Stevenson, "Warner to Make 20 Films with European Companies," *New York Times*, January 15, 1991, p. D7.
18. Stevenson, p. D-7.

19. Johnnie L. Roberts, "Time Warner Attempt to Find Partner in Europe Remains Far from Fruition," *Wall Street Journal*, July 30, 1992, p. A3.
20. Roberts, p. A3.
21. "Berlusconi of Italy to Invest \$110 Million in Six Hollywood Films," *Wall Street Journal*, March 7, 1991, p. C16.
22. Alan Riding, "French TV Seeks a Slice of the Hollywood Pie," *New York Times*, March 19, 1991, pp. C11, C14.
23. Cacilie Rohwedder and Audrey Choi, "Bertelsman Goes Shopping for a Film Studio," *Wall Street Journal*, August 10, 1993, pp. B1, B6.
24. Don Jeffrey, "Challenges Await Zelnick at BMG; Hiring New Head for RCA Label a Priority," *Billboard*, September 24, 1994, p. 6.
25. Bill Carter, "CBS Gives Romance a Chance," *New York Times*, September 26, 1994, pp. D1, D6.
26. Yumiko Ono, "Hollywood Is Losing Some Glitter for Tinsel-Weary Japan Investors," *Wall Street Journal*, July 10, 1991, p. A6.
27. Alan Citron, "Japan's Thirst for Hollywood Unquenched," *Los Angeles Times*, December 10, 1990, pp. A1, A20.
28. Citron, p. A20.
29. Shoba Purushothaman, "Walt Disney Sets a Eurobond Issue Tied to Film Results," *Wall Street Journal*, October 12, 1992, p. C17.
30. Ben Bagdikian, *The Media Monopoly* (4th ed.), Boston: Beacon, 1992, p. 246.
31. For a history and case study of this process, see Kwangmi Ko Kim, "The Globalization of the Korean Advertising Industry: History of Early Penetration of TNAAs and Their Impacts on Korean Society," Ph.D. Dissertation, University Park: The Pennsylvania State University, 1994.
32. Fernando Henrique Cardoso, "Dependency and Development in Latin America," in H. Alavi and T. Shanin (eds.), *Introduction to the Sociology of "Developing Countries,"* London: MacMillan, 1982, pp. 112-127, p. 121.
33. World Intellectual Property Organization, *WIPO Worldwide Forum on the Piracy of Broadcasts and the Printed Word*, Geneva: World Intellectual Property Organization, 1983, "Statement" of Tom Tavares-Finson, Representative from Jamaica, pp. 78-81; Fidel Castro, "Communism Will Be Abundance Without Egoism: On Intellectual Property," in M. Kenner and J. Petras (eds.), *Fidel Castro Speaks*, New York: Grove Press, 1969, pp. 237-246.
34. See, for example, these studies from the American Enterprise Institute on the future U.S. global economic role: Sven W. Arendt and Lawrence Bouton, *The United States in World Trade*, 1987; Robert P. Benko, *Protecting Intellectual Property Rights*, 1987; and Jonathan D. Aronson and Peter F. Cowhey, *Trade in Services: A Case for Open Markets*, 1984, all works Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research. See also Ronald E. Berenbeim, *Safeguarding Intellectual Property*, New York: The Conference Board, 1989; and Helena Stalson, *Intellectual Property Rights and U.S. Competitiveness in Trade*, Washington, DC: National Planning Association, 1987.
35. U.S. International Trade Commission, *Foreign Protection of Intellectual Property Rights and the Effect on U.S. Industry and Trade*, Washington, DC: U.S. International Trade Commission, 1988.
36. Ralph Oman, "Report from the Copyright Office to the ABA Annual Meeting," *PTC Newsletter*, 10:1, 1991, pp. 22-35, p. 22.

37. Caribbean Basin Economic Recovery Act of 1983, Pub.L. 98-67, 97 Stat. 369 (August 5, 1983); Trade and Tariff Act of 1984, Title V: Generalized System of Preferences Renewal Act, Pub.L. 98-573, 98 Stat. 2948 (October 30, 1984).
38. Frank Clifford, "Race for Senate Shifting Out of Low Gear," *Los Angeles Times*, June 9, 1988, p. 3.
39. Trade and Competitiveness Act of 1988, Pub.L. 100-418, 102 Stat. 1107 (August 23, 1988).
40. U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice, *Intellectual Property, Domestic Productivity, and Trade*, Hearings, July 25, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1989, Statement of Ralph Oman, Register of Copyrights, pp. 62-82, p. 66.
41. U.S. Trade Representative, *National Trade Estimates 1986*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1986, p. 53.
42. Robert E. Babe and Conrad Winn, *Broadcasting Policy and Copyright Law*, Ottawa: Department of Communications, Government of Canada, 1981, pp. 123-124.
43. "Canadian TV Facts and Figures," *Variety*, April 27, 1988, p. 242.
44. *Canadian Admiral Corporation v. Rediffusion, Inc.*, Ex C.R. 362 (1954).
45. *Fortnightly Corp. v. United Artists Television, Inc.*, 392 U.S. 390 (1968).
46. *Teleprompter Corp. v. CBS, Inc.*, 415 U.S. 394 (1974).
47. International Labour Office (ILO), Secretariat of Unesco, and the International Bureau of the WIPO, *Annotated Principles of Protection of Authors, Performers, Producers of Phonograms, and Broadcasting Organizations in Connection with the Distribution of Programs by Cable*, in *International Satellite and Cable Television*, Los Angeles, CA: U.C.L.A. Communications Law Program, 1985, reprinted at pp. 341 ff., p. 351 (italics in original text).
48. ILO et al., p. 344.
49. U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *International Copyright/Communication Policies*, Hearings, November 16, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1983.
50. U.S. Senate, *International Copyright*, p. 127.
51. U.S. Senate, Committee on Finance, Subcommittee on International Trade, *Intellectual Property Rights*, Hearings of S. 1860 and S. 1869, May 14, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1986, Statement of Sen. Pete Wilson, pp. 26 ff., p. 28.
52. U.S. Senate, *Intellectual Property Rights*, Statement of Jack Valenti, President, MPAA, pp. 133-142, p. 141.
53. U.S. Senate, *Intellectual Property Rights*, p. 138.
54. U.S. Trade Representative, *Trade Estimates 1985*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1985, p. 48.
55. U.S. Senate, *Intellectual Property Rights*, Statement of Harvey E. Bale Jr., Assistant U.S. Trade Representative for Trade Policy, pp. 86-96, p. 87.
56. U.S. Senate, *Intellectual Property Rights*, Administration Statement on the Protection of U.S. Intellectual Property Rights Abroad, April 7, 1986, pp. 96-100.
57. U.S. Senate, *Intellectual Property Rights*, Prepared Statement of James Moore, Deputy Assistant Secretary for International Economy Policy, International Trade Administration, Department of Commerce, pp. 101-123, p. 109.

58. Copyright owners formed the International Intellectual Property Alliance in 1984 to lobby for the inclusion of intellectual property provisions in the GSP. Its members included:
- the Recording Industry Association of America
  - the Motion Picture Association of America
  - the American Film Marketing Association (the trade association of independent motion picture and television producers)
  - the National Music Publishers Association
  - the American Association of Publishers
  - the Computer Software and Services Industry Association and
  - the Computer and Business Equipment Manufacturers Association.
59. U.S.-Canada Free Trade Agreement, Ottawa: Department of External Affairs, 1987.
60. Matt Witt, "Don't Trade on Me," *Dollars & Sense*, April 1991, pp. 18-21, p. 20.
61. *Video Data Book* (4th ed.), Washington, DC: Television Digest, 1986, p. 78.
62. Rex Weiner, "Video Pirates Find Rough Seas Abroad," *Variety*, May 9, 1994, p. 86.
63. *Video Marketing Newsletter*, May 5, 1986, p. 2 (citing data from RCA Corp.).
64. "UK Homevideo Posted Record Numbers in '87: Outlook Even Brighter for the Current Year," *Variety*, May 4, 1988, p. 245.
65. Don Groves, "Distribs Cheer as U.K. Audiences Soak Up Hollywood Products," *Variety*, January 24, 1990, p. 94.
66. Geoff Watson, "Sell-Through Salvation," *Variety*, November 16, 1992, pp. 57, 62.
67. "German Video on Rocks; Yanks Prevent Disaster," *Variety*, February 21, 1990, p. 266.
68. Rebecca Lieb, "German Vidbiz Sales Up, Rentals Down," *Variety*, November 16, 1992, pp. 57, 60.
69. Lieb, p. 60.
70. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1994*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1994, p. 88.
71. Jennifer Clark, "Maturing Italy Grows, but the Boom Is Over," *Variety*, November 16, 1992, p. 60.
72. Mark Thomas, "Italian Homevideo Trade Valued at \$200,000,000, Piracy Down," *Variety*, May 4, 1988, pp. 505, 515.
73. Hank Werba, "Roger, the Rabbit Who Changed the Face of Italian Homevideo," *Variety*, February 21, 1990, p. 294.
74. Clark, p. 60.
75. Anna Matranga, "Italy's Unrest Impacts Homevid Market," *Variety*, August 29, 1994, p. 38.
76. Matranga, p. 38.
77. Peter Besas, "Spanish VCR Penetration 21 Percent, 'Community Video' Haunts Market," *Variety*, May 4, 1988, p. 506; Bruce Alderman, "Sell-Through Is Where Action Is in French HV," *Variety*, May 4, 1988, p. 506.
78. "Spain's TV Explosion Could Mean a Gloomy Year for Homevid Biz," *Variety*, February 21, 1990, p. 167.
79. Linda Moore, "Growing Pains in Spain," *Variety*, November 16, 1992, p. 62.
80. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1994*, p. 241.
81. U.S. Copyright Office, *To Secure Intellectual Property Rights in World Commerce*, Report to the U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, and to the U.S. House, Committee on Foreign Affairs,

Subcommittee on Western Hemisphere Affairs, September 21, 1984, Washington, DC: U.S. Copyright Office, 1984, p. 99.

82. Matthew Brzezinski, "New Polish Law Takes Aim at Copyright Piracy," *New York Times*, June 14, 1994, p. D6.

83. Andrea Adelson, "Entertainment Industry Adds Anti-Piracy Tricks," *New York Times*, November 11, 1988, p. D8.

84. Will Tusher, "MPAA Bans the Sale of U.S. Pictures to USSR," *Variety*, June 10, 1991, p. 8.

85. Celstine Bohlen, "In Russia's Free Market, Cultural Piracy Thrives," *New York Times*, July 2, 1993, p. A4.

86. U.S. Copyright Office, p. 84.

87. Douglas Boyd, "VCRs in Developing Countries: The Arab Case," *Media Development*, 32:1, 1988, pp. 5-7.

88. International Intellectual Property Alliance, *Trade Losses Due to Piracy and Other Market Access Restrictions Affecting the U.S. Copyright Industries*, Washington, DC: International Intellectual Property Alliance, 1989.

89. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1989*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1989, p. 55.

90. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1994*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1994, p. 68.

91. William E. Schmidt, "Cairo's Rule on Tape and Video: Copy It and Sell It," *New York Times*, August 18, 1991, pp. 1, 12.

92. Marietta Giron, "Filipino Video Piracy Virtually 100 Percent," *Variety*, October 22, 1986, p. 443.

93. International Intellectual Property Alliance, p. vi.

94. International Intellectual Property Alliance, p. ii.

95. U.S. Congress, Joint Economic Committee, Subcommittee on Trade, Productivity, and Economic Growth, *International Piracy Involving Intellectual Property*, Hearing, March 31, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1987, Prepared Statement of Frank G. Wells, President, Walt Disney Co., pp. 83-93, p. 89.

96. U.S. Congress, *International Piracy*, Testimony of Nesuhi Ertegun, President, International Federation of Phonogram and Videogram Producers, pp. 74-76.

97. U.S. Senate, Committee on Finance, Subcommittee on International Trade, *Generalized System of Preferences*, Hearing on S. 1867 and Title VI of S. 1860, June 17, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1986, pp. 6-7.

98. U.S. House, Committee on Energy and Commerce, Subcommittee on Oversight and Investigations, *Unfair Foreign Trade Practices*, Hearings on Intellectual Property Rights, February 18, 1987, 100th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1987, Statement of Michael B. Smith, Deputy U.S. Trade Representative, pp. 8-13, p. 8.

99. U.S. Senate, *Generalized System of Preferences*, Statement of Stanley Gortikov, President, Recording Industry of America, pp. 81-96.

100. International Intellectual Property Alliance, p. ix.

101. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1992*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1992, pp. 119-120.

102. Binod C. Agrawal, "Video—A New Diversion for India's Rich," *Media Development*, 32:1, 1985, pp. 14-17; and "India," in M. Alvarado, *Video World-Wide: An International Study*, London: John Libby, 1988, pp. 83-101.

103. Don Groves, "Video Vendors View a Feast in the East," *Variety*, June 27, 1994, p. 1.
104. "India: Foreign and U.S. Investment Is Soaring [Advertisement]," *New York Times*, May 19, 1994, pp. D10–D12.
105. See U.S. Trade Representative, *1991 Trade Policy Agenda and 1990 Annual Report*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1991, p. 57; and *1992 Trade Policy Agenda and 1991 Annual Report*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1992, pp. 42–44.
106. Michael Duckworth, "Disney Plans to Re-Enter China Market as Beijing Promises Copyright Reforms," *Wall Street Journal*, March 24, 1992, p. C19.
107. U.S. Trade Representative, *Foreign Trade Barriers 1994*, p. 51.
108. The Clinton administration delayed the USTR's investigation for three months in order to delink it from broader discussions on China's most-favored-nation (MFN) status and its human rights practices. The administration renewed China's MFN status after intense lobbying on the part of big business and despite broad opposition from human rights groups, who claimed that profits were being promoted ahead of human rights. What is telling about U.S. foreign policy vis-à-vis China is that property rights violations prompted real steps toward trade retaliation, whereas human rights violations do not merit the same when U.S. economic interests are at stake.
109. U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *U.S. Adherence to the Berne Convention*, Hearings, May 16, 1985, and April 15, 1986, 99th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1987.
110. U.S. Senate, *U.S. Adherence to the Berne Convention*, Testimony of Donald J. Quigg, Acting Commissioner for Patents and Trademarks, p. 116.
111. Herbert Mitgang, "Old Copyright Treaty: New Shield for U.S. Artists," *New York Times*, March 10, 1989, p. B7.
112. U.S. Senate, *U.S. Adherence to the Berne Convention*, Letter from Norman Alterman Re: Implementing Legislation to Permit Berne Adherence, Vice President, MPAA, p. 230.
113. U.S. Senate, *Message from the President of the United States Transmitting the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works . . .*, Treaty Doc. 99-27, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, June 1986.
114. Howard Fields, "New Coalition of 47 Joins Battle over Berne," *Publishers Weekly*, September 25, 1987, p. 10; "Berne Hearings: Witnesses Argue Question of Joining or Not," *Publishers Weekly*, October 9, 1987, p. 29; and "10 Publishers Say Adherence Would Not Affect Moral Rights Issue," *Publishers Weekly*, October 16, 1987, p. 13.
115. "Resolution of Ratification of the Berne Convention," *Congressional Record*, 134:150, October 20, 1988, p. S16939.
116. Robert Byrd (D-W.Va.), Paul Simon (D-Ill.), Robert Dole (R-Kans.), Jesse Helms (R-N.C.), and David Prior (D-Ark.).
117. See S. 1301, A bill to Amend Title 17, U.S.C. to implement the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, as revised July 24, 1971, and for other purposes, 100th Cong., 2nd Sess.
118. Sydney Golt, *The GATT Negotiations, 1986–1990: Origins, Issues, Prospects*, London: British–North American Committee, 1988.
119. Kenneth Winikoff, "New Protections Urged for GATT," *Hollywood Reporter*, June 17, 1988, p. 7.

120. Clyde H. Farnsworth, "Farm Aid Is Top Issue at Trade Talks," *New York Times*, December 5, 1988, p. D1.
121. Clyde H. Farnsworth, "Brazil and India Fight Copyright Rules," *New York Times*, December 7, 1988, p. D2.
122. Keith Bradsher, "Relying on the Irresistible Force of GATT's Appeal," *New York Times*, December 13, 1993, pp. D1, D5.
123. U.S. Advisory Committee on Trade Policy and Negotiations, *The Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Washington, DC: U.S. Trade Representative, 1994, p. 69.
124. U.S. Industry Functional Advisory Committee on Intellectual Property Trade Policy Matters (ISAC/IFAC), in Industry Sector and Functional Advisory Committees, *The Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Washington, DC: U.S. Trade Representative, 1994.
125. Chakravarthi Raghavan, *Recolonization: The GATT, the Uruguay Round, and the Third World*, London: Zed, 1990.
126. ISAC/IFAC, *The Uruguay Round*, Washington, DC: U.S. Trade Representative, 1994, p. 26.
127. Raghavan, p. 114.

## 第八章

# 知识产权与抵抗政治



批判的传播政治经济学属于批判理论这个更广阔的领域。许多研究者从马克思那里得到启示,试图对资本主义进行系统连贯的批评。这种批评是无情的、“残忍”的,但也并非没有标准原则。<sup>1</sup> 人们用经济效率、平等、公平这些尺度对资本主义进行权衡,发现在所有这些尺度上资本主义都存在不足。借漫画家JA·里德(JA Reid)所采用的形式,最终的分析勾画出马克思主义悲观者的图像,这些马克思主义悲观者坚持将杯子看成是“半空”的。<sup>2</sup> 当然,前面章节中提到的证据——其焦点在于权力精英结构和资本逻辑——显示一些强有力的结构性力量正在塑造全球经济环境,知识和艺术作品就是在这种经济环境下创造出来的。与资本起源相伴而生的历史的、总体的看法显示,知识产权法紧随着资本扩张逻辑步伐之后。虽然遇到了许多抗争,私有知识产权仍然继续扩张其领域。

任何对现存政治经济结构进行批评的目的都应当是这样的:其论证令人信服,且必须带来某些改变以产生“好的社会”——在这样的社会里,效率、公平和平等等标准原则离“现实”更近。对建立这样的社会并没有一个蓝图,但人类创造这样社会的潜力却一定是确实存在的,大量反抗对“知识的公共领域”进行持续围剿的斗争和行动就是其证据。本章是结论性的章节,在此我采用了里德的“马克思主义乐观主义者”的观点——这种观点将杯子看成“半满”的,将对知识产权制度内部或者外部反对这种制度的各种政治反抗形式进行简单分类。

## 一、对版权法的抵抗

在个体的和组织的分析水平找到多种抵抗形式是可能的。一位作者在其广为流传的、地下传播的小册子的版权页上写道:“本书是有版权的,但如果你想为无钱购买本书的朋友复印一册,那也可以。”(当然,大多数作者将版权转给其出版商后,无权进行这样的授权。)这种分享精神也存在于唱片界。例如,感恩而死乐队(The Grateful Dead)允许一些支付了额外费用的歌迷在特定的座位区域对音乐会进行录音。虽然这种做法导致了大量的“私卖”录音制品,但乐队却几乎处于身价最高的演艺人员名单之顶。莱德·泽普林乐队(Led Zeppelin)允许德瑞德·泽普林乐队(Dread Zeppelin)这个模仿他们的乐队使用自己乐队名字的变异名,而且允许这个乐队演唱莱德·泽普林乐队的歌曲时只支付较低的版税费用。<sup>3</sup> 在海湾战争中,威利·尼尔森(Willie Nelson)将一首原创的歌与马克·吐温(Mark Twain)所写的一个战争祈祷读物混合起来后发表,发表时没有附带版权声明,以鼓励个人、组织和广播公司复制并传播之。

独立制片人托尼·布巴(Tony Buba)进行了一次富有创造性的抗议,他在其专题片《曲头钉码头上的闪电:一只锈碗的幻想》(*Lightning over Braddock: A Rustbowl Fantasy*)中嘲弄了版权系统。在这部片子中,一群工人在酒吧里听一位手风琴师的表演,这位手风琴师表演着《东西战争》(*Jumpin' Jack Flash*)的曲子。突然,风琴声消失了,布巴在画外音中让观众们按自己的想法继续唱,他解释说,在电影中使用这首歌需要花15 000美元,他认为从道德上来说这是不公正的。布巴沉思道:“当我来到天堂时,不是圣彼德(St. Peter),而是萨科(Sacco)和范泽提(Vanzetti)在门口,那会怎样?如果他们说:‘你花15 000美元买了一首歌而不将这些钱花在政治组织活动上?’那么我就进不了天堂了。”<sup>4</sup>布巴其实不必为他的第一部虚构故事片《禁止宠物》(*No Pets*)的音乐而诉诸于这种嘲弄,皮兹堡节奏和蓝调音乐家比利·普莱斯(Billy Price)和他的唱片公司(Overpriced Records)授权布巴在其电影中使用许多他们的歌和表演,他们只有一个非正式的协议,那就是如果电影或音带带来了“巨额的利润”,比利·普莱斯和他的唱片公司也要分享。<sup>5</sup>

许多音乐家已经将某些音乐作品的表演版税和出版版税捐赠给了行动主义者人群。其他艺术家和音乐家则用版权来防止其作品被用于产品促销或其他他们不同意的用途。例如,马特·格罗林(Matt Groening)和福克斯电视公司——巴特·辛普森(Bart Simpson)这个角色的创造者和所有者,各自提出了针对一份右翼学生报纸的诉讼,这份报纸使用这个角色刊登了一幅反映同性恋恐惧的宣传画。<sup>6</sup>之后,马龙·瑞格斯(Marlon Riggs)控告帕特里克·布坎南(Patrick Buchanan)侵权,后者将前者的电影《饶舌》(*Tongues Untied*)的片段用于竞选广告。<sup>7</sup>卡洛斯·桑塔那(Carlos Santana)通过控制公开权和表演权来防止其乐队“桑塔那”的音乐被用于啤酒广告,他反对借用音乐销售啤酒。<sup>8</sup>出于同样的原因,詹姆斯·布朗(James Brown)对美国摩尔森酿酒公司(Molson Breweries)和其广告公司提出了诉讼,控告他们将自己的唱片《我感觉很好》(*I Feel Good*)用于电视广告从而侵犯了自己的隐私权、公开权及联邦商标权。<sup>9</sup>

说唱、舞蹈、hip-hop音乐家们录制的数字音乐样本将这种关于知识的公共领域范围的争论带到了前台。最初,这个流派的音乐家们免费使用以前录制的音乐片段。当音乐出版商意识到这个市场的潜力时,他们开始控告音乐家们侵权使用样本音乐。由于还没有关于样本问题的权威性的司法裁决,音乐家们逐渐发展出一种非正式的系统,在这个系统中,使用样本音乐的版税费用是一首首地商谈的。例如,华纳兄弟就要求其旗下的唱片艺术家与出版商和样本音乐版权拥有者廓清

版权问题。

那些录音制品被作为样本的音乐家对此的反应各不相同。范·海伦(Van Halen)和华纳-夏波尔(Warner-Chappell)音乐公司诉 2 Live Crew 组合因未经授权使用范·海伦的吉他即兴重复段《说的不是爱》(*Ain't Talkin' 'Bout Love*)侵犯了其版权并进行了不公平竞争,要求对方为此赔偿 30 万美元。对之相反的是,为支持表达自由,布鲁斯·斯普林斯汀(Bruce Springsteen)授权 2 Live Crew 组合为其《美国禁映》(*Banned in the U. S. A.*)专集中的曲子《生于美国》(*Born in the U. S. A.*)填新词。Parliament-Funkadelic 的领导者乔治·克林顿(George Clinton)估计,其作品中大约有 500 首说唱乐被挪用过,其中大约 25% 应付版税。<sup>10</sup>克林顿及其所在产业确实根据音乐的长度和范围来将样本音乐进行了区分,他们认为如果使用的样本不超过 2 或 3 秒钟,或者不超过 4 小节,那么这种使用是合理的。J. D. 康斯汀(J. D. Considine)认为,使用样本的方式才是最重要的,要看作品是被改编为其他新作品还是只是重复原来的音乐。录音制品样本从产生那一刻起,就“模糊了引用和剽窃之间的界限”。<sup>11</sup>

认为音乐家对音乐样本持有版权的人将这种实践的起源追溯到非洲-美洲口头文化。凯斯·米勒(Keith Miller)认为,黑人口语传统,尤其是民俗讲坛风俗,就有相当大量的东西是从公共文学和文化中“借”来的。他引用了马丁·路德·金作为例子,其写作、演讲和布道作品中间杂了大量引用来的材料。现存的作品被看作私有财产,而不是可以从中取材用以创作新作品的“公共财富”。<sup>12</sup>然而,非常明显,由于公共财富被私有化了,一定形式的借用和取样就因受到禁止而变得非常昂贵,或者变成了侵权行为。在这种情况下,版权所起的作用是阻止知识和文化创造的输出,而不是鼓励这种输出。这种结果不仅存在于音乐产业中,也存在于范围相当大的其他音像录制媒介中。

抵制版权的另一个领域是计算机“黑客”。黑客伦理是以计算机程序和信息共享为基础的。这种伦理是由大约 20 年前的这样一种认识演变而来的:编写程序是一种积累的过程,这种积累过程涉及不断地修改他人作品。<sup>13</sup>这种伦理现在仍在小圈子里通过“分享软件”网络盛行,但是,由于对计算机软件版权和数据处理专利的拥有和控制显示了微软、苹果和英特尔之类的公司是如何占据了计算机产业巨大市场份额的,这种伦理已经日渐衰落了。这种集中减慢了发明,导致了计算机系统之间的互不兼容。在发起消除软件和程序专利和版权的努力方面,一些小计算机软件公司的企业主走得太远。<sup>14</sup>有些黑客采取了更为直接的行动,例如,为了得

到因特网上 IBM 公司的 OS/2 软件、微软公司的视窗 95 以及其他程序的拷贝,有些人闯入了佛罗里达州立大学的计算机系统。<sup>15</sup>

黑客承认在生产知识和信息过程中人类累积性劳动的作用。这将他们与那些未经授权使用版权作品的人(如制作个人音带或录像带拷贝的家庭录制者,或录像带盗版者,其行为受到经济利益的驱动)区别开来。

### 1. 围绕版权的产业斗争

在对产业水平进行分析时,我们发现许多发生在资本家和实际创造者之间的、关于私人占有人类集体创造物的斗争的例子。当电影娱乐库的所有者开始发行其电影的录像版的时候,劳资之争爆发了。佩吉·李(Peggy Lee)控告沃尔特·迪斯尼的案例树立了先例。李控告迪斯尼分销《小姐与流氓》(*Lady and the Tramp*)的录像,而这部电影中未经授权使用了她的声音。由于她保留了除合同注明的权利——剧院发行和对其声音进行“录制”——以外的所有权利,所以要使用她的声音就必须得到授权。法庭判对方因违反合同、不公平积聚财富、未经授权使用李的声音而赔付李 380 万美元。<sup>16</sup>此后不久,玛丽·科斯塔(Mary Costa)因为《睡美人》配音而在与迪斯尼公司的庭外调解中得到 200 万美元。<sup>17</sup>现在的表演合同都有一条标准条款,规定将表演者的权利转让给版权所有,这些权利包括剧院发行、广播及“任何其他现在已知或以后出现的方式”的权利。

在杂志发行者和自由撰稿人之间,以及出版商和作者之间,爆发了另一种劳资之间关于版权的斗争,这些争斗是关于新电子媒介(如 CD-ROM、数据库和在线服务)所产生的利润如何分配的。出版商已经拟出了这样的合同:出版商可以在所有新媒介上使用作者作品,常常不用另外付费。一些合同包含了这样的条款:出版商保留在任何媒介上发表这些作品的权利,“不论这些媒介是现有的还是将来出现的……无论何时何地”。<sup>18</sup>全国作家联盟(National Writers Union)用一个保护作者电子版权的标准合同对此进行了反抗。11 位自由撰稿人向纽约联邦方法庭提出诉讼,控告 6 家出版公司未经授权在电子数据库中使用其作品。<sup>19</sup>

行业水平的版权斗争常常出现于劳动合同争端中。1988 年美国作家协会(Writers Guild of America, WGA)反对电影和电视制片商联盟(Alliance of Motion Picture and Television Producers, AMPTP)的罢工就纠结于对电视编剧的创作控制和后续付费上。两个争端都与对版权的控制有关。美国作家协会从电影娱乐制片商那里取得了关于创作控制的让步,包括 90 分钟或更长的电影剧本原作者有进行第一次改编的机会;重获那些工作室已经购买但实际上还没有写出的剧

本的更简便的程序；建立一个全行业的投诉委员会以评估有关创造性参与和电影工作人员表的投诉。美国作家协会在一项决定付给电视编剧的国外后续付费比率的新规则上作了妥协。编剧们希望分享电影娱乐业在国外媒介市场上获得的日益增长的收入。总而言之，当资本通过新技术或在新领域进行扩张时，实际上的创造者必然力争分得一杯羹。

版权所有者和实际创造者之间在行业水平的斗争绝不是一种对知识产权制度的革命性的反应。不如说，它反映了劳资之间关于劳动剥削程度讨价还价的过程。在知识产权领域，仍然用洛克式的术语来描述这种斗争，那就是个体对其创造物拥有权力。这种情况是建立于在纯自然状态下进行创造的个体艺术家这个概念上的。显然，知识和艺术作品不是以这种方式创造出来的。首先，在目前这个历史阶段上人们所能思考和创造的东西是以所有人类贡献为基础的。后现代艺术最革命性的时刻是对它提出的人类经验互文性(intertextuality)的认可。个体天赋、自发的和先验的等概念被神秘化，它使占有性的个人主义得以不朽。其次，没有多少形式的知识和艺术创造是一个个体创造者所为。就像生产有形物品一样，知识和艺术创造也经常需要团队合作。

托马斯·库克(Thomas Cook)认为，传统的马克思主义保留了独占性的个人主义这个前提，“文明人总是处于一种对其生产物拥有权利这样一种自然状态”。<sup>20</sup>因此，它“实际上试图隐藏所有关于社会性创造价值的暗示，以防止一种更广泛、更深刻的关于社会公正的伦理充分发展，并为社会主义者的学说输入必要的个人主义元素，这些个人主义元素更多地基于个人的贪婪，而非真实的需要和用途”。<sup>21</sup>实际上，马克思和恩格斯确实用拉菲尔(Raphael)这个例子批评了关于自发的、个体的艺术天才的迷思，他们认为拉菲尔“与其他艺术家一样，取决于前人创造的艺术方面的技术进步、其所在地的社会组织和劳动分工，最后是与其所在地有交流的所有国家的劳动分工”。<sup>22</sup>

与之相似，雷蒙·威廉斯(Raymond Williams)也认为艺术和艺术家是由社会决定的。他写道：“由于个体的成长是与习得的有重要社会意义的模式相关的，因此那种关于自发创造的假设——创造性的个体活动是完全自由的——是一种误解，一种幼稚的认识。”<sup>23</sup>威廉姆斯反对那种浪漫的观点，这种观点认为艺术专属于“艺术家”(作家、电影导演)，只有通过艺术，外部的现实才能得到反映与描绘。他认为，所有人类都参与了创造“现实”，是劳动的分工导致了“艺术家”与其他人的区分。正像马克思和恩格斯指出的那样，“天才排外性地集中于特殊个体，而这种集

中压制了与之紧密相连的广大群众,这是劳动分工的结果”。<sup>24</sup>此外,这种分工延伸到创造性的过程中,导致了“某些艺术家从属于某些确定的艺术,[因此]他就成为了专门的画家、雕刻家,等等。正是其活动的名称充分地表明了其专业发展的局限性以及其对这种劳动分工的依赖性”。<sup>25</sup>因此,马克思和恩格斯认为,推翻资本主义将打破其精细而严格的劳动分工。他们设想了“一种共产主义社会”,在这种社会里,“没有画家,至多有在从事其他工作时进行绘画的人”。<sup>26</sup>

批判取向的传播学者修正了这种理想,将之转变为一种标准化的前提:在世界范围内,所有人都有传播的权利。媒介行动主义者正在将这种原则用于实践。文化民主联盟(Alliance for Cultural Democracy,一个媒介行动主义者的组织)在其《人类文化权利宣言草案》(*Draft for a Declaration of Cultural Human Rights*)中最为雄辩地阐述了这种标准化的前提:

所有人——无论是群体、共同体还是个体——都拥有参与自己文化创造的权力……这种表达文化的创造应当是向所有社会成员开放的社会过程。这种过程不能被其他文化或主导文化在社会、经济、教育方面删减。这意味着任何精英都不能垄断文化的生产、分配和传播。<sup>27</sup>

版权所有权已经成为一种用以建立并保持对文化表达的生产、分配和传播的垄断的途径。皮尔·约瑟夫·普鲁东(Pierre Joseph Proudhon)发现,社会和知识产权之间的内在张力是必然存在的:“正如不动产和个人财产必然处于与社会的敌对状态一样,关于版权,社会和个人利益之间也存在永恒的冲突。”<sup>28</sup>马克思和恩格斯认为,除非将“历史性继承的文化”“从统治阶级的垄断转变为整个社会的公共财产”,否则这种张力就无法消除。<sup>29</sup>

独占性的个人主义和社会利益之间的张力,当被提升到法律一制度水平进行分析时,尤其是试图寻找对“精神权利”这个概念的理解时,就变得更为复杂了。当前依照法律和规则进行的定义,精神权利指知识和艺术作品的实际创造者被认定为“作者”的权利,以及防止版权所有者滥改作品而破坏作品完整性和作者名誉的权利。在资本主义中,版权已经演化为一种版权所有者的法定权利。在18和19世纪英国和美国法律中,版权被剥去了其“自然权利”这个根本。欧洲大陆版权法保留了自然权利的精神,但最终将它们局限于经济权利。随着美国加入《伯尔尼公约》(包括一条精神权利的条款),精神权利与法定权利变成一件关乎立法争端的事情。《伯尔尼公约》精神权利条款声明:

独立于作者的经济权利,甚至在转让了上述权利后,作者有权声明对其作

品的作者身份,有权拒绝会对其荣誉或名誉造成偏见的对上述作品的任何扭曲、毁损和其他更改,或者贬损行为。

引发了美国关于精神权利争论的问题是录像和广播发行而对故事片长度的戏剧电影进行的彩色化和压缩。电影娱乐业所有者已经表达了对美国加入《伯尔尼公约》的关心,他们担心创作天才(主要是编剧和导演)会使用精神权利条款禁止对其作品进行修改。国会使这些所有者们相信,现有的美国法律“足以”保护精神权利,加入《伯尔尼公约》不会导致允许“作者”扰乱目前的生产和发行惯例的新立法。

然而,在美国版权法和《伯尔尼公约》原则之间存在分歧,而美国要加入条约,国会就必须就精神权利这个问题发言以消除这种分歧。众议员和参议院都就精神权利这个问题举行了听证会,提议立法以给予视觉艺术家们——画家、雕刻家、摄影家以精神权利的保护。<sup>30</sup> 编剧和导演要求关于视觉艺术家权力的立法也适用于编剧和导演,以便能对其作品完整性进行某些控制。电影娱乐版权所有者反对上述要求,他们声称作者和导演会滥用这些权利,以扰乱电影娱乐发行的可能途径。他们认为,编剧和导演会利用这些权利阻止将电影彩色化、将电影框架压缩以便于播出时增加广告空间,或者甚至阻止为插入商业广告而对电影进行编接。实际的创作者可能行使其精神权利而拒绝这些修改,通过限制作品的市场而降低了版权作品的价值,或者会为因授权将其作品用于多种媒介发行而放弃的精神权利索取补偿。对版权所有者来说,这两者都导致了经济损失。

很明显,国会不大可能干预电影娱乐业的经济结构,也不能为该产业内的工作者创造一种能影响收入分配的新权利。然而,国会在1990年确实通过了一项艺术家视觉权利法案,这项法案修改了美国版权法,以保护那些创作单本或限定版画报、绘画或雕刻作品的艺术家们的权利。<sup>31</sup> 据此,美国法律通过授予视觉艺术家(主要是画家和雕刻家)阻止他人对其作品的蓄意扭曲、毁损或破坏的权利而保护他们。然而,这些权利还是在独占性的个人主义框架内,它们保护艺术家使其作品免于被不当地占有,而不是被占有。在传播工具私有的资本主义中,一般来说,艺术家和作者为使其作品能够生产、发行和展览,就必须放弃其权利。精神权利只是在生产、发行和展览如何进行这个问题上给了他们一些发言权。

## 2. 关于知识产权的国际冲突

《伯尔尼公约》中关于精神权利的条款没有被整合进新关贸总协定管理知识产权的规则中,这说明这项条款在资本主义中是存在疑问的。虽然它有其局限性,但其没有出现于协议中这个事实突出批评家们的谴责:新的关贸总协定是用以制

定诸如“效率”(新古典主义的术语)之类的经济原则和逻辑的,人们用效益这种方法裁决贸易争端。一般来说,关贸总协定的管理机构世界贸易组织在贸易争端听证会上并不考虑精神方面的要求。关贸总协定认定,美国禁止从墨西哥进口用对海豚生命造成威胁的网捕获的金枪鱼——这个行为违反了全球贸易规则。从这个裁决中可以预见以后会作出什么样的裁决。在这样的案例中,标准化的原则——环境保护——屈从于效率原则。大范围的标准化原则,包括政治和文化自治、国家安全和主权、个人的诚实及传统生活方式的保持,都面临着这种征服。<sup>32</sup>

对自由贸易进行批评的批评家还质疑这种学说的另一个关键支撑——“相对优势”的概念。相对优势原则假定,当每个国家专门生产那些充分利用本地资源的产品时,全球贸易系统中的效率最大。因此,中东富油国应当开采并输出石油,而中美洲农田丰富的国家应当输出农产品。自由贸易学说的批评者认为,全球化的经济中,资本和信息流是没有边界的,信息可以取代多种资源,在这种情况下,相对优势的概念逐渐变得可疑了。另外,从“优势”(即有利的投资环境)方面来说,国家宏观经济政策可能比国家的先天资源更有影响。

最后,相对优势的概念被用到文化产业上时就显得荒谬了。在这种逻辑下,好莱坞在世界电影市场上的主导地位是上天赠与美国人民的出众天赋的反映。其他社会的人们应当放弃电影娱乐产品的生产,将之留给有相对优势的社会。显然,这种立场侵犯了人们参与其自己文化创造的基本人权。它也忽略了美国电影娱乐业如何取得其全球超级地位这个问题——通过垄断市场供应,并且得到了美国政府的大量帮助。

考虑到在自由贸易颂歌下资本全球化程度提高,很有必要在国际水平,同时也在地方和国家水平进行普遍的斗争。自由贸易协议是为跨国资本的利益制定的,很少有人不同意这种意见。这些协议的目的是在全球范围内将人权和劳动者的权利全面减少到最低水平,以便对劳动者进行最大限度的剥削。布内歇尔和蒂姆·卡斯特罗(Tim Costello)将这个过程称为“向下看齐”,这种“向下看齐”使国家和世界地区陷于“朝向底部的竞争”。<sup>33</sup>他们认为,这种向下看齐的过程正在引起全世界人们逆转这种向下过程的共同兴趣。这种共同兴趣可能是一种联合斗争的基础,这种联合斗争的目的是提高那些已经降到最低了的标准,以减弱其对其他人的向下拉动。在对自由贸易和结构性调整的斗争中,已经出现了新的反对形式。根据布内歇尔和卡斯特的看法,为提高人权和劳动者权利,必须在这些运动中利用各种手段:“共同的行为规范、国际劳工和环境权利运动、国际贸易协议的社会章程和草根经济行动。”<sup>34</sup>



## 二、结 论

全球新社会运动取得成功有赖于对“公共利益”的持续关注。20世纪60年代和70年代的“新社会运动”忽视了公共利益,导致了后现代主义者所颂扬的一致性的破裂。确实,对一致性和“区别”的颂扬上升为一种姿态模式,在这种模式下,被边缘化部分的代言人力图表明“我比你受到的压迫更重”。这种破裂导致了挫败,因为它妨碍了反对主要压迫和剥削形式的联合斗争,而这种斗争对重大的社会变革是必需的。这种破裂也引发了共同抉择。已经证明,资本主义系统有一种弹性,可以吸纳某些大众抵抗力量的要求,从而避免系统危机。例如,在美国,很多行动主义者试图融入这个系统并取得舒适的中上阶层社会地位,因此反对种族主义和性别主义的斗争没有多少动力,这样说也许并不为过。与之相似的是,在第三世界国家,中上社会阶层扮演着保守的角色,使那里的财富和权力分配过程中巨大的不平等得以持续。全球的团结斗争必须强调这一点:如果人类基本权利没有得到明显提高,真正的自由、民主和正义就不可能实现。这是大众反抗力量应当为之奋斗的共同目标。

### 注释

1. Marx's concept of "ruthless criticism" was revived by William S. Solomon and Robert W. McChesney as the organizing concept for their edited collection on the history of communication in the United States. See *Ruthless Criticism: New Perspectives in U.S. Communication History*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.

2. JA Reid, "Rough Cuts," *In These Times*, February 6, 1991, p. 20.

3. Jeffrey Ressler, "The Songs Remain . . . Insane," *Rolling Stone*, November 15, 1990, p.34.

4. Pat Aufderheide, "From Rustville to Tinseltown," *In These Times*, September 13, 1989, pp. 24, 22.

5. Tony Buba, Interview with Author, January 18, 1995; M. Heather Hartley, Coproducer, Interview with Author, April 26, 1996.

6. Miles Seligman and Cymbre Simpson, "Behind Right-Wing Campus Newspapers," *Extra!* September 1991, p. 9.

7. John Zeh, "Far Right Calls Bush Closet Gay Supporter," *Guardian* (New York), March 11, 1992, p. 7.

8. Susan Heller Anderson, "Intellectual Property," *New York Times*, October 17, 1990, p.B5.

9. Joanne Lipman, "Godfather of Soul Sues over Molson Spot," *Wall Street Journal*, April 30, 1992, p. B8.

10. Jeffrey Ressler, "Sampling Amok?" *Rolling Stone*, June 14, 1990, pp. 103, 105.

11. J. D. Considine, "Larcenous Art?" *Rolling Stone*, June 14, 1990, p. 107-108.

12. Keith D. Miller, *Voice of Deliverance: The Language of Martin Luther King Jr. and Its Sources*, New York: Free Press, 1992.

13. Stewart Brand, "Keep Designing: How the Information Economy Is Being Created and Shaped by the Hacker Ethic," *Whole Earth Review*, May 1985, pp. 44–55.
14. G. Pascal Zachary, "Free for All: Richard Stallman Is Consumed by the Fight to End Copyrighting of Software," *Wall Street Journal*, May 20, 1991, pp. R23, R24.
15. Michael Meyer and Anne Underwood, "Crimes of the 'Net,'" *Newsweek*, November 14, 1994, pp. 46–47.
16. Amy Stevens, "Peggy Lee Gets Damage Award in Disney Suit," *Wall Street Journal*, March 21, 1991, pp. B1, B7.
17. "Disney Settles With Singer in 'Sleeping Beauty' Claim," *Wall Street Journal*, June 3, 1991, p. B5.
18. Deirdre Carmody, "Writers Fight for Electronic Rights," *New York Times*, November 7, 1994, p. B20.
19. Carmody, p. B20.
20. Thomas I. Cook, "Introduction," in J. Locke, *Two Treatises of Civil Government*, New York: Hafner Press, 1947, pp. vii–xxix, p. xxxvii.
21. Cook, p. xxxvii.
22. Karl Marx and Frederick Engels, *The German Ideology*, New York: International Publishers, 1970, p. 108.
23. Raymond Williams, *The Long Revolution*, New York: Columbia University Press, 1961, p. 237.
24. Marx and Engels, p. 109.
25. Marx and Engels, p. 109.
26. Karl Marx and Frederick Engels, *Literature and Art*, New York: International Publishers, 1947, p. 76.
27. Alliance for Cultural Democracy, "A Draft for a Declaration of Cultural Human Rights," Minneapolis, MN: Alliance for Cultural Democracy, 1988.
28. Pierre Joseph Proudhon, *What Is Property? An Inquiry into the Principle of Right and Government*, New York: Dover Publications, 1970, p. 395.
29. Marx and Engels, 1947, p. 73.
30. U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice, *Visual Artists Rights Act of 1989*, Hearing on H.R. 2690, October 18, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1990; U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice, *Moral Rights and the Motion Picture Industry*, Hearing, January 9, 1990, 101st Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1991; U.S. Senate, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, *Moral Rights in Our Copyright Laws*, Hearings of S. 1198 and S. 1253, June 20, September 20, and October 24, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1990.
31. Judicial Improvements Act of 1990, Title VI: The Visual Artists Rights Act of 1990, Pub.L. 101-650, 104 Stat. 5089, December 1, 1990.
32. Gunnar Sjostedt and Bengt Sundelius, "International Trade Theory and the Crisis of Knowledge," in G. Sjostedt and B. Sundelius (eds.), *Free Trade—Managed Trade? Perspectives on a Realistic International Trade Order*, Boulder: Westview Press, 1986, pp. 1–39.
33. Jeremy Brecher and Tim Costello, "Taking on the Multinationals: The Lilliput Strategy," *Nation*, December 19, 1994, pp. 757–760.
34. Brecher and Costello, p. 758.

## 参 考 文 献

### BOOKS, CHAPTERS, JOURNAL ARTICLES, AND REPORTS

- Agrawal, Binod C. (1985). "Video—A New Diversion for India's Rich," *Media Development*, 32:1, pp. 14–17.
- \_\_\_\_\_. (1988). "India," in M. Alvarado, *Video World-Wide: An International Study*, pp. 83–101, London: John Libby.
- Akavan-Majid, Roya, and Wolf, Gary. (1991). "American Mass Media and the Myth of Libertarianism: Toward an 'Elite Power Group' Theory," *Critical Studies in Mass Communication*, 8:2, pp. 139–151.
- Allen, Robert C. (1985). "The Movies in Vaudeville: Historical Context of the Movies as Popular Entertainment," in Tino Balio (ed.), *The American Film Industry*, pp. 57–82, Madison: University of Wisconsin Press.
- Alliance for Cultural Democracy. (1988). "A Draft for a Declaration of Cultural Human Rights," Minneapolis, MN: Alliance for Cultural Democracy.
- Althuschull, Herbert. (1984). *Agents of Power: The Role of the News Media in Human Affairs*, New York: Longman.
- Althusser, Louis. (1986). *For Marx*, London: Verso Editions/NLB.
- American Enterprise Institute. (1977). *Deregulation of Cable Television: Ford Administration Papers on Regulatory Reform*, P. MacAvoy (ed.), Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Arendt, Sven W., and Bouton, Lawrence. (1987). *The United States in World Trade*, Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Aronson, Jonathan D., and Cowhey, Peter F. (1984). *Trade in Services: A Case for Open Markets*, Washington, DC: American Enterprise Institute for Policy Research.
- Arreglado, Elizabeth. (December 1992). "Compensation Survey," New York: The Conference Board.
- Ashcraft, Richard. (1986). *Revolutionary Politics and Locke's Two Treatises of Civil Government*, Princeton: Princeton University Press.
- Babe, Robert E., and Winn, Conrad. (1981). *Broadcasting Policy and Copyright Law*, Ottawa: Department of Communications, Government of Canada.
- Bagdikian, Ben. (1983). *The Media Monopoly*, Boston: Beacon.
- \_\_\_\_\_. (1992). *The Media Monopoly* (4th ed.), Boston: Beacon.
- Balbus, Isaac D. (1977). "Commodity Form and Legal Form: An Essay on the 'Relative Autonomy' of the Law," *Law and Society Review*, 11:3, pp. 571–588.
- Balio, Tino. (1985). "Part 1: A Novelty Spawns Small Businesses, 1894–1908," and "Part 4: Retrenchment, Reappraisal, and Reorganization, 1948–," in T. Balio (ed.), *The American Film Industry*, pp. 3–25, 401–447, Madison: University of Wisconsin Press.
- Baran, Paul, and Sweezy, Paul. (1966). *Monopoly Capital*, New York: Monthly Review Press.

- Barnouw, Erik. (1966). *A History of Broadcasting in the United States, Volume 1. To 1933: A Tower in Babel*, New York: Oxford University Press.
- Beaud, Michel. (1983). *A History of Capitalism, 1500–1980*, New York: Monthly Review Press.
- Bell, Daniel. *The End of Ideology* (rev. ed.), New York: Free Press, 1962.
- Benko, Robert P. (1987). *Protecting Intellectual Property Rights*, Washington, DC: American Enterprise Institute for Policy Research.
- Berenbeim, Ronald E. (1989). *Safeguarding Intellectual Property*, New York: The Conference Board.
- Berle, Adolf Jr. (1959). *Power Without Property*, New York: Harcourt Brace.
- Berle, Adolf Jr., and Means, Gardiner. (1933). *The Modern Corporation and Private Property*, New York: Macmillan.
- Bernstein, Eduard. (1961). *Revolutionary Socialism*, New York: Schocken Books.
- Besen, Stanley M. (1987). *New Technologies and Intellectual Property: An Economic Analysis*, Santa Monica, CA: Rand.
- Bowles, Samuel, and Edwards, Richard. (1985). *Understanding Capitalism: Competition, Command, and Change in the U.S. Economy*, New York: Harper and Row.
- Boyd, Douglas. (1988). "VCRs in Developing Countries: The Arab Case," *Media Development*, 32:1, pp. 5–7.
- Breyer, Stephen. (1970). "The Uneasy Case for Copyright: A Study of Copyright in Books, Photocopies, and Computer Programs," *Harvard Law Review*, 84:2, pp. 281–351.
- Bugbee, Bruce. (1967). *The Genesis of American Patent and Copyright Law*. Washington, DC: Public Affairs Press.
- Bukarin, Nikolai. (1929). *Imperialism and the World Economy*, New York: International Publishers.
- Burke, James. (1985). *The Day the Universe Changed*, Boston: Little and Brown.
- Burns, Christopher, and Martin, Patricia. (April 1985). "The Economics of Information," Washington, DC: Office of Technology Assessment.
- Cardoso, Fernando Henrique. (1982). "Dependency and Development in Latin America," in H. Alavi and T. Shanin (eds.), *Introduction to the Sociology of "Developing Countries"*, pp. 112–127, London: MacMillan.
- Carnoy, Martin. (1984). *The State and Political Theory*, Princeton: Princeton University Press.
- Castro, Fidel. (1969). "Communism Will Be Abundance Without Egoism: On Intellectual Property," in M. Kenner and J. Petras (eds.), *Fidel Castro Speaks*, pp. 237–246, New York: Grove Press.
- Committee for Economic Development, Research and Policy Committee. (1975). *Broadcasting and Cable: Policies for Diversity and Change*, New York: Committee for Economic Development.
- Compaine, Benjamin. (1979). "Newspapers," and "Magazines," in B. Compaine, C. Sterling, T. Guback, and J. Noble (eds.), *Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry*, pp. 11–53 and 127–178, White Plains, NY: Knowledge Industries.
- Cook, Thomas I. (1947). "Introduction," in J. Locke, *Two Treatises of Civil Government*, New York: Hafner Press, pp. vii–xxix.
- Covarrubias, M. (1937). *Island of Bali*, New York: Alfred A. Knopf.

- Cranston, Maurice. (1957). *John Locke: A Biography*, London: Longman.
- Crozier, M., Huntington, S., and Watanuki, J. (1975). *The Crisis of Democracy: Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission*, New York: New York University Press.
- Crystal, Graef. (1993). *In Search of Excess: The Over-Compensation of American Executives*, New York: Norton.
- Darnton, Robert. (1984). *The Great Cat Massacre and Other Episodes in French Cultural History*, New York: Basic Books.
- Dilke, Oswald. (1977). *Roman Books and Their Impact*, Leeds, Eng.: Elmete.
- Domhoff, G. William. (1967). *Who Rules America?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_. (1970). *The Higher Circles*, New York: Random House.
- \_\_\_\_\_. (1974). "State and Ruling Class in Corporate America," *Insurgent Sociologist*, 4:3, pp. 3–16.
- \_\_\_\_\_. (1979). *The Powers That Be*, New York: Vintage Books.
- \_\_\_\_\_. (1983). *Who Rules America Now?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (1990). *The Power Elite and the State: How Policy Is Made in America*, New York: Aldine de Gruyter.
- Donahue, Suzanne M. (1987). *American Film Distribution*, Ann Arbor: UMI Research Press.
- Dreier, Peter. (1982). "The Position of the Press in the U.S. Power Structure," *Social Problems*, 29:3, pp. 298–310.
- Dreier, Peter, and Weinberg, Steven. (November 1979). "The Ties That Bind: Interlocking Directorates," *Columbia Journalism Review*, 18, pp. 51–68.
- Edelman, Bernard. (1979). *Ownership of the Image: Elements for a Marxist Theory of Law*, Boston: Routledge and Kegan Paul.
- Edsall, Thomas B. (1985). *The New Politics of Inequality*, New York: W. W. Norton.
- Eisenstein, Elizabeth. (1979). *The Printing Press as an Agent of Change*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Eitzen, D. Stanley, and Zinn, Maxine Baca. (1989). "Structural Transformation and Systems of Inequality," in D. S. Eitzen and M. Baca Zinn (eds.), *The Reshaping of America: Social Consequences of the Changing Economy*, pp. 131–143, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Enzensberger, Hans Magnus. (1974). *The Consciousness Industry*, New York: Seabury Press.
- Feather, John. (1988). *A History of British Printing*, London: Croon Helm.
- Febvre, Lucien, and Martin, Henri-Jean. (1984). *The Coming of the Book*, London: Verso.
- Feminist Majority Foundation. (1991). *Empowering Women in Business*, Arlington, VA: Feminist Majority Foundation.
- Fennema, M. (1982). *International Networks of Banks and Industry*, The Hague: Nijhoff.
- Foner, Eric. (1976). *Tom Paine and Revolutionary America*, London: Oxford University Press.
- Foucault, Michel. (1977). *Discipline and Punishment: The Birth of the Prison* (Alan Sheridan, trans.), New York: Pantheon Books.
- Frith, Simon. (1992). "The Industrialization of Popular Music," in J. Lull (ed.), *Popular Music and Society* (2nd ed.), pp. 49–74, Newbury Park, CA: Sage.
- Fusfeld, Daniel. (1988). *Economics: Principles of Political Economy* (3rd ed.), Glenview, IL: Scott, Foresman.

- Gandy, Oscar. (1992). "The Political Economy Approach: A Critical Challenge," *Journal of Media Economics*, 5:2, pp. 23–42.
- Garnham, Nicolas. (1990). *Capitalism and Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Giddens, Anthony (1976). *New Rules of Sociological Method*, London: Hutchinson.
- \_\_\_\_\_. (1979). *Central Problems in Social Theory*, Berkeley, CA: University of California Press.
- \_\_\_\_\_. (1981). *Power, Property, and the State: A Contemporary Critique of Historical Materialism*, Berkeley: University of California Press.
- \_\_\_\_\_. (1984). *The Constitution of Society: Outline of a Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press.
- \_\_\_\_\_. (1986). "Action, Subjectivity, and the Constitution of Meaning," *Social Research*, 53:3, pp. 529–545.
- \_\_\_\_\_. (1989). "The Orthodox Consensus and the Emerging Synthesis," in B. Dervin et al. (eds.), *Rethinking Communication, Volume 1: Paradigm Issues*, pp. 53–65, Newbury Park, CA: Sage.
- Golding, Peter, and Murdock, Graham. (1979). "Ideology and the Mass Media: The Question of Determination," in M. Barrett et al. (eds.), *Ideology and Cultural Production*, pp. 198–225, London: Croon Helm.
- Golt, Sydney. (1988). *The GATT Negotiations, 1986–1990: Origins, Issues, Prospects*, London: British–North American Committee.
- Gomery, Douglas. (1986). *The Hollywood Studio System*, New York: St. Martin's.
- Goody, Jack. (1986). *The Logic of Writing and the Organization of Society*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gordon, Robert W. (1982). "New Developments in Legal Theory," in David Kairys (ed.), *Politics and Law*, pp. 281–293, New York: Pantheon Books.
- \_\_\_\_\_. (1984). "Critical Legal Histories," *Stanford Law Review*, 36:1–2, pp. 57–125.
- Gordon, Wendy. (1982). "Fair Use as Market Failure: A Structural and Economic Analysis of the Betamax Case and Its Predecessors," *Columbia Law Review*, 82:7, pp. 1600–1657.
- Greene, Susan C. (1978). "The Cable Provisions of the Revised Copyright Act," *Catholic University Law Review*, 27:2, pp. 263–303.
- Guback, Thomas. (1969). *The International Film Industry, Western Europe, and America Since 1945*, Bloomington: Indiana University Press.
- \_\_\_\_\_. (1979). "Theatrical Film," in B. Compaine et al. (eds.), *Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry*, pp. 179–249, White Plains, NJ: Knowledge Industries.
- \_\_\_\_\_. (1985). "Hollywood's International Market," in T. Balio (ed.), *The American Film Industry*, pp. 463–486, Madison: University of Wisconsin Press.
- \_\_\_\_\_. (1986). "Ownership and Control in the Motion Picture Industry," *Journal of Film and Video*, 38:1, pp. 7–20.
- \_\_\_\_\_. (1987). "The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s," *Journal of Communication*, 37:2, pp. 60–77.
- Hall, Stuart. (1989). "Ideology and Communication Theory," in B. Dervin et al. (eds.), *Rethinking Communication, Volume 1: Paradigm Issues*, pp. 40–52, Newbury Park, CA: Sage.
- Halley, Jeffrey. (1981). "Culture in Late Capitalism," in Scott McNall (ed.), *Political Economy: A Critique of American Society*, pp. 137–155, Glenview, IL: Scott, Foresman.

- Hamilton, Alexander, Jay, John, and Madison, James. (1961). *The Federalist*, New York: New American Library.
- Harvey, David. (1989). *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Basil Blackwell.
- Hauser, Arnold. (1952). *The Social History of Art*, New York: Alfred A. Knopf.
- Hazen, Victor. (1970). "The Origins of Copyright in Ancient Jewish Law," *Bulletin of the Copyright Society of the U.S.A.*, 18:1, pp. 23–28.
- Hegel, Georg. (1956). *The Philosophy of History*, New York: Dover.
- Heilbroner, Robert. (1985). *The Nature and Logic of Capitalism*, New York: W. W. Norton.
- Herman, Edward. (1981). *Corporate Control, Corporate Power*, New York: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_. (1985). "Diversity of News: 'Marginalizing' the Opposition," *Journal of Communication*, 35:3, pp. 135–146.
- Herman, Edward, and Chomsky, Noam. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon.
- Hilferding, Rudolf. (1981). *Finance Capital*, London: Routledge.
- Hipsh, Harlene J. (1980). "The Betamax Case and the Breakdown of the Traditional Concept of Fair Use," *Communications and the Law*, 2:4, pp. 39–48.
- Hobbes, Thomas. (1962). *Leviathan, or the Matter, Forme, and Power of a Commonwealth Ecclesiastical and Civil*, New York: Collier Books.
- Horowitz, Robert. (1989). *The Irony of Regulatory Reform: The Regulation of American Telecommunications*, New York: Oxford University Press.
- Hunt, E. K. (1990). *Property and Prophets* (6th ed.), New York: Harper and Row.
- Hunt, E. K., and Sherman, Howard J. (1981). *Economics: An Introduction to Traditional and Radical Views* (4th ed.), New York: Harper and Row.
- Hutchinson, Allan, and Monahan, Patrick J. (1984). "Law, Politics, and the Critical Legal Scholars: The Unfolding Drama of American Legal Thought," *Stanford Law Review*, 36:1–2, pp. 199–245.
- Innis, Harold. (1950). *Empire and Communication*, New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_. (1951). *The Bias of Communication*, Toronto: University of Toronto Press.
- International Intellectual Property Alliance. (1989). *Trade Losses Due to Piracy and Other Market Access Restrictions Affecting the U.S. Copyright Industries*, Washington, DC: International Intellectual Property Alliance.
- International Satellite and Cable Television. (1985). Los Angeles, CA: UCLA Communications Law Program.
- Jefferson, Thomas. (1985). *The Portable Thomas Jefferson*, New York: Penguin Books.
- Jessop, Bob. (1982). *The Capitalist State*, New York: New York University Press.
- \_\_\_\_\_. (1990). "Mode of Production," in J. Eatwell, M. Milgate, and P. Newman (eds.), *The New Palgrave: Marxian Economics*, pp. 289–296, London: Macmillan.
- \_\_\_\_\_. (1990). *State Theory: Putting the Capitalist State in Its Place*, University Park, PA: Pennsylvania State University Press.
- Jhally, Sut. (1989). "The Political Economy of Culture," in I. Angus and S. Jhally (eds.), *Cultural Politics in Contemporary America*, pp. 65–81, New York: Routledge.
- Kairys, David. (1982). "Introduction," in D. Kairys (ed.), *Politics and Law*, pp. 1–7, New York: Pantheon Books.
- \_\_\_\_\_. (1982). "Legal Reasoning," in D. Kairys (ed.), *Politics and Law*, pp. 11–17, New York: Pantheon Books.

- Kaplan, Benjamin. (1967). *An Unhurried View of Copyright*, New York: Columbia University Press.
- Kellner, Douglas. (1989). *Critical Theory: Marxism and Modernity*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- King, Peter. (1864). *The Life and Letters of John Locke*, London: Bell and Daldy.
- Kline, M. (1963). *Rabelais and the Age of Printing*, Geneva: Librairie Droz.
- Ko Kim, Kwangmi. (1994). "The Globalization of the Korean Advertising Industry: History of Early Penetration of TNAAs and Their Impacts on Korean Society," Ph.D. Dissertation, University Park, PA: The Pennsylvania State University.
- Lenin, V. I. (1939). *Imperialism*, New York: International Publishers.
- Lindblom, Charles. (1977). *Politics and Markets: The World's Political Economic Systems*, New York: Basic Books.
- Locke, John. (1947). *Two Treatises of Civil Government*, New York: Hafner.
- \_\_\_\_\_. (1979). *The Correspondence of John Locke*, E. S. DeBeer (ed.), Oxford: Oxford University Press.
- Londoner, David J. (1985). "The Changing Economics of Entertainment," in T. Balio (ed.), *The American Film Industry*, pp. 603–630, Madison: University of Wisconsin Press.
- Lord, A. (1960). *The Singer of Tales*, Cambridge: Harvard University Press.
- Lowi, Theodore. (1969). *The End of Liberalism: Ideology, Policy, and the Crisis of Public Authority*, New York: Norton.
- Luxemburg, Rosa. (1964). *The Accumulation of Capital*, New York: Monthly Review Press.
- Luxenburg, Stan. (1991). *Books in Chains: Chain Bookstores and Marketplace Censorship*, New York: National Writers Union.
- Macpherson, C. B. (1962). *The Political Theory of Possessive Individualism: Hobbes to Locke*, Oxford: Oxford University Press.
- Madison, James. (1884). *Letters and Other Writings of James Madison*, New York: R. Worthington.
- Mao Tse-Tung. (1966). "On Practice: On the Relation Between Knowledge and Practice," in A. Mandel (ed.), *Four Essays on Philosophy*, pp. 1–20, Peking: Foreign Language Press.
- Marx, Karl. (1967). *Capital 3*, New York: International Publishers.
- \_\_\_\_\_. (1971). *Preface to a Contribution to the Critique of Political Economy*, London: Lawrence and Wishart.
- Marx, Karl, and Engels, Fredrick. (1947). *Literature and Art*, New York: International Publishers.
- \_\_\_\_\_. (1970). *The German Ideology*, New York: International Publishers.
- Mattelart, Armand. (1983). "Introduction: For a Class and Group Analysis of Popular Communication Practices," in A. Mattelart and S. Siegelau (eds.), *Communication and Class Struggle, Volume 2: Liberation, Socialism*, pp. 17–67, New York: International General.
- McChesney, Robert. (1990). "The Battle for the U.S. Airwaves, 1928–1935," *Journal of Communication*, 40:4, pp. 29–57.
- \_\_\_\_\_. (1991). "An Almost Incredible Absurdity for a Democracy," *Journal of Communication Inquiry*, 15:1, pp. 89–114.
- \_\_\_\_\_. (1992). "Off Limits: An Inquiry into the Lack of Debate over the Ownership, Structure, and Control of the Mass Media in U.S. Political Life," *Communication*, 13:1, 1992, pp. 1–19.



- McQuail, Denis. (1984). "With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research," *Critical Studies in Mass Communication*, 1:2, pp. 177–193.
- \_\_\_\_\_. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction* (3rd ed.), London: Sage.
- Meehan, Eileen. (1991). "Holy Commodity Fetish, Batman! The Political Economy of a Commercial Intertext," in R. E. Pearson and W. Uricchio (eds.), *The Many Lives of Batman: Critical Approaches to a Superhero and His Media*, pp. 47–65, New York: Routledge.
- Menache, Sophia. (1990). *The Vox Dei*, Cambridge: Oxford University Press.
- Miliband, Ralph. (1969). *The State in Capitalist Society*, New York: Basic Books.
- Miller, Keith D. (1992). *Voice of Deliverance: The Language of Martin Luther King Jr. and Its Sources*, New York: Free Press.
- Mills, C. Wright. (1956). *The Power Elite*, New York: Oxford University Press.
- Milton, John. (1951). *Areopagitica and Of Education*, New York: Appleton-Century-Crofts.
- Mintz, Beth. (1989). "United States of America," in T. Bottomore and R. Brym (eds.), *The Capitalist Class: An International Study*, pp. 207–236, New York: New York University Press.
- Morawski, Stephan. (1973). "Introduction," in L. Baxendall (ed.), *Marx and Engels on Literature and Art*, pp. 3–47, St. Louis, MO: Telos.
- Mosco, Vicent. (1982). *Pushbutton Fantasies: Critical Perspectives on Videotex and Information Technology*, Norwood, NJ: Ablex.
- \_\_\_\_\_. (1989). *The Pay-Per Society: Computers and Communication in the Information Age*, Norwood, NJ: Ablex.
- Mumby, Frank. (1974). *Publishing and Bookselling* (5th ed.), London: Jonathan Cape.
- Murdock, Graham. (1982). "Large Corporations and the Control of the Communications Industries," in M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, and J. Woolacott (eds.), *Culture, Society, and the Media*, pp. 118–150, New York: Methuen.
- \_\_\_\_\_. (1984). "The 'Privatization' of British Communications," in V. Mosco and J. Wasko (eds.), *Critical Communications Review*, 2, pp. 265–290, Norwood, NJ: Ablex.
- \_\_\_\_\_. (1989). "Critical Inquiry and Audience Acitivity," in B. Dervin et al. (eds.), *Rethinking Communication, Volume 2: Paradigm Exemplars*, pp. 226–249, Newbury Park, CA: Sage.
- Murdock, Graham, and Golding, Peter. (1977). "Capitalism, Communications, and Class Relations," in J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott (eds.), *Mass Communications and Society*, pp. 12–43, London: Edward Arnold.
- Noble, David. (1977). *America by Design: Science, Technology, and the Rise of Corporate Capitalism*, New York: Knopf Publishing.
- Noble, J. Kendrick Jr. (1979). "Books," in B. Compaine, C. Sterling, T. Guback, and J. Noble (eds.), *Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry*, pp. 251–291, White Plains, NY: Knowledge Industries.
- Oliver, Robert. (1971). *Communication and Culture in Ancient India and China*, Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Ong, Walter. (1977). *Interfaces of the Word*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Parsons, Patrick. (1989). "Defining Cable Television: Structuration and Public Policy," *Journal of Communication*, 39:2, pp. 10–26.
- Patterson, Lyman. (1968). *Copyright in Historical Perspective*, Nashville, TN: Vanderbilt University Press.

- Phillips, Kevin. (1990). *The Politics of Rich and Poor: Wealth and the American Electorate in the Reagan Aftermath*, New York: Random House.
- Plant, Arnold. (1934). "The Economic Aspects of Copyright in Books," *Economica*, 1:1-4, pp. 167-195.
- Plant, Marjorie. (1974). *The English Book Trade* (3rd ed.), London: George Allen and Unwin.
- Ploman, Edward W., and Hamilton, L. Clark. (1980). *Copyright: Intellectual Property in the Information Age*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Poulantzas, Nicos. (1973). "The Problem of the Capitalist State," in R. Blackburn (ed.), *Ideology in Social Science*, pp. 238-262, New York: Vintage Books.
- \_\_\_\_\_. (1975). *Classes in Contemporary Socialism*, London: New Left Books.
- \_\_\_\_\_. (1975). *Political Power and Social Classes*, London: New Left Books.
- \_\_\_\_\_. (1978). *State, Power, and Socialism*, London: New Left Books.
- Price, Monroe E. (1974). "The Illusions of Cable Television," *Journal of Communication*, 24:3, pp. 71-76.
- Priest, W. Curtis. (February 1985). "The Character of Information: Characteristics and Properties of Information Related to Issues Concerning Intellectual Property," Washington, DC: Office of Technology Assessment.
- Proudhon, Pierre Joseph. (1970). *What Is Property? An Inquiry into the Principle of Right and Government*, New York: Dover Publications.
- Putnam, George. (1896). "Literary Property: An Historical Sketch," in G. Putnam (ed.), *The Question of Copyright*, pp. 351-411, New York: Knickerbocker.
- \_\_\_\_\_. (1962). *Books and Their Makers During the Middle Ages*, New York: Hillary House.
- Radway, Janice. (1984). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Raghavan, Chakravarthi. (1990). *Recolonization: The GATT, the Uruguay Round, and the Third World*, London: Zed.
- Ranson, H. (1956). *The First Copyright Statute: An Essay on an Act for the Encouragement of Learning, 1710*, Austin: University of Texas Press.
- Reynolds, L. D., and Wilson, N. G. (1991). *Scribes and Scholars*, Oxford: Clarendon.
- Ross, Leonard. (1971). *The Copyright Question in CATV*, New York: Sloan Commission on Cable Communications.
- Rowland, Willard Jr. (1982). "The Further Process of Reification: Continuing Trends in Communication Legislation and Policymaking," *Journal of Communication*, 34:2, pp. 114-136.
- Schiller, Daniel. (1982). *Telematics and Government*, Norwood NJ: Ablex.
- Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*, White Plains, NY: M. E. Sharpe.
- \_\_\_\_\_. (1989). *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Mass Communications and American Empire* (2nd ed.), Boulder: Westview Press.
- Schmid, A. Allan. (February 1985). "A Conceptual Framework for Organizing Observations on Intellectual Property Stakeholders," Washington, DC: Office of Technology Assessment.
- Schwoch, James. (1990). *The American Radio Industry and Its Latin American Activities, 1900-1939*, Urbana: University of Illinois Press.

- Sherman, Howard. (1987). *Foundations of Radical Political Economy*, Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Siebert, Frederick. (1952). *Freedom of the Press in England*, Urbana: University of Illinois Press.
- Siebert, Frederick, Peterson, Theodore, and Schramm, Wilbur. (1956). *Four Theories of the Press*, Urbana: University of Illinois Press.
- Sjostedt, Gunnar, and Sundelius, Bengt. (1986). "International Trade Theory and the Crisis of Knowledge," in G. Sjostedt and B. Sundelius (eds.), *Free Trade—Managed Trade? Perspectives on a Realistic International Trade Order*, pp. 1–39, Boulder: Westview Press, 1986.
- Sklar, Robert. (1975). *Movie-Made America: A Cultural History of American Movies*, New York: Vintage Books.
- \_\_\_\_\_. (1993). *Film: An International History of the Medium*, New York: H. N. Abrams.
- Sloan Commission on Cable Communications. (1971). *On the Cable: The Television of Abundance*, New York: McGraw-Hill.
- Smith, Anthony. (1991). *The Age of Behemoths: The Globalization of Mass Media Firms*, New York: Priority Press.
- Solomon, William S., and McChesney, Robert W. (1993). *Ruthless Criticism: New Perspectives in U.S. Communication History*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Stalson, Helena. (1987). *Intellectual Property Rights and U.S. Competitiveness in Trade*, Washington, DC: National Planning Association.
- Sweezy, Paul M. (1942). *The Theory of Capitalist Development*, New York: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_. (1953). *The Present as History: Essays and Reviews on Capitalism and Socialism*, New York: Monthly Review Press.
- Television and Cable Factbook*. (1994). Washington, DC: Warren Publishing.
- Therborn, Goran. (1980). *What Does the Ruling Class Do When It Rules?* London: Verso.
- Thomas, Denis. (1967). *Copyright and the Creative Artist*. London: Institute of Economic Affairs.
- Thomas, Michel. (1984). "Introduction," in L. Febvre and H. Martin, *The Coming of the Book*, pp. 15–27, London: Verso.
- Thomas, Rosalind. (1989). *Oral Tradition and Written Records in Classical Athens*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Tunstall, Jeremy. (1986). *Communications Deregulation: The Unleashing of America's Communications Industries*, Oxford: Blackwell.
- Tunstall, Jeremy, and Palmer, Michael. (1991). *Media Moguls*, London: Routledge.
- Unger, Roberto. (1986). *The Critical Legal Studies Movement*, Cambridge: Harvard University Press.
- United Nations, United Nations Development Programme. (1992). *Human Development Report*, New York: Oxford University Press.
- Useem, Michael. (1984). *The Inner Circle*, New York: Oxford University Press.
- Van der Pijl, Kees. (1989). "The International Level," in T. Bottomore and R. Brym (eds.), *The Capitalist Class: An International Study*, pp. 237–266, New York: New York University Press.
- Villarejo, Don. (1961). "Stock Ownership and the Control of the Corporation," *New University Thought*, 2, pp. 33–77.

- Wallerstein, Immanuel. (1979). *The Capitalist World-Economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Waterman, David. (1985). "Prerecorded Home Video and the Distribution of Theatrical Feature Films," in Eli Noam (ed.), *Video Media Competition*, pp. 221–243, New York: Columbia University.
- Whale, Royce F. (1971). *Copyright*, London: Longman.
- Williams, Raymond. (1961). *The Long Revolution*, New York: Columbia University Press.
- \_\_\_\_\_. (1977). *Marxism and Literature*, Oxford: Oxford University Press.
- Winston, Brian. (1986). *Misunderstanding Media*, Cambridge: Harvard University Press.
- Wittenberg, P. (1957). *The Law of Literary Property*, Cleveland: World Publishing.
- World Intellectual Property Organization. (1983). *WIPO Worldwide Forum on the Piracy of Broadcasts and the Printed Word*, Geneva: World Intellectual Property Organization.
- Zeitlin, Maurice. (1980). *Classes, Class Conflict, and the State*, Cambridge, MA: Winthrop.
- \_\_\_\_\_. (1989). *The Large Corporation and Contemporary Classes*, Cambridge: Polity Press.

#### POPULAR AND TRADE PRESS

- "ABA's Copyright Hedge." (8 August 1983). *TV Digest*, p. 16.
- Adelson, Andrea. (11 November 1988). "Entertainment Industry Adds Anti-Piracy Tricks," *New York Times*, p. D8.
- Alderman, Bruce. (4 May 1988). "Sell-Through Is Where Action Is in French HV," *Variety*, p. 506.
- Anderson, Susan Heller. (17 October 1990). "Intellectual Property," *New York Times*, p. B5.
- Andrews, Edmund L. (7 April 1994). "Ruts in Data Highway," *New York Times*, pp. D1, D6.
- Arnold, Jay. (26 January 1990). "Cable Execs Say 'Free TV' Ads May Mislead Viewers," *Centre Daily Times* (State College, PA), p. B5 (from the Associated Press wire service).
- The Associated Press. (5 June 1989). "Most Judges Earn More Off Bench, Study Says," *Chicago Tribune*, p. 4.
- \_\_\_\_\_. (6 June 1989). "Survey of Judges' Income," *Christian Science Monitor*, p. 8.
- Aufderheide, Pat. (13 September 1989). "From Rustville to Tinseltown," *In These Times*, pp. 24, 22.
- Ayscough, Susan. (24 May 1993). "Studios Join in Chorus of Disapproval on PPV," *Variety*, pp. 5, 18.
- Bates, James, and Shiver, Jube Jr. (3 December 1992). "Disney's Chief Makes Out Big from Stock Options," *Philadelphia Inquirer*, pp. D9–D10.
- Beale, Lewis. (19 March 1992). "Short Shrift at the Video Store," *Philadelphia Enquirer*, pp. D1, D9.
- "Berlusconi of Italy to Invest \$110 Million in Six Hollywood Films." (7 March 1991). *Wall Street Journal*, p. C16.
- Berman, Marc. (6 January 1992). "Rentals Reap Bulk of 1991 Vid Harvest," *Variety*, pp. 22, 104.
- Besas, Peter. (4 May 1988). "Spanish VCR Penetration 21 Percent, 'Community Video' Haunts Market," *Variety*, p. 506.
- "The Billionaires 1991." (9 September 1991). *Fortune*, pp. 59–113.
- "The Billionaires." (7 September 1992). *Fortune*, pp. 98–138.
- "Blockbuster Denies Boycott." (2 December 1992). *New York Times*, p. D5.

- “Blockbuster Doubts on Deal.” (25 May 1994). *New York Times*, p. D3.
- Bohlen, Celstine. (2 July 1993). “In Russia’s Free Market, Cultural Piracy Thrives,” *New York Times*, p. A4.
- “The Boss’s Pay.” (22 April 1992). *Wall Street Journal*, pp. R9–R11.
- Bradsher, Keith. (13 December 1993). “Relying on the Irresistible Force of GATT’s Appeal,” *New York Times*, pp. D1, D5.
- Brand, Stewart. (May 1985). “Keep Designing: How the Information Economy Is Being Created and Shaped by the Hacker Ethic,” *Whole Earth Review*, pp. 44–55.
- Brauchli, Marcus W., and Witcher, S. Karene. (27 July 1993). “News Corp. Purchases Majority Stake in Star TV of Asia for \$525 Million,” *Wall Street Journal*, p. B5.
- Brecher, Jeremy, and Costello, Tim. (19 December 1994). “Taking on the Multinationals: The Lilliput Strategy,” *Nation*, pp. 757–760.
- Brzezinski, Matthew. (14 June 1994). “New Polish Law Takes Aim at Copyright Piracy,” *New York Times*, p. D6.
- Byrne, John. (4 May 1992). “‘What, Me Overpaid?’ CEOs Fight Back,” *Business Week*, pp. 142–148.
- Byrne, John, Grover, Ronald, and Hof, Robert D. (7 May 1990). “Pay Stubs of the Rich and Corporate,” *Business Week*, pp. 56–64.
- Byrne, John A., Grover, Ronald, and Vogel, Todd. (1 May 1989). “Is the Boss Getting Paid Too Much?” *Business Week*, pp. 46–52.
- “Canadian TV Facts and Figures.” (27 April 1988). *Variety*, p. 242.
- Carmody, Deirdre. (7 November 1994). “Writers Fight for Electronic Rights,” *New York Times*, p. B20.
- Carter, Bill. (2 March 1992). “Rivals Say the Heat Is Off; Top Fox Executives Bristle,” *New York Times*, p. D8.
- \_\_\_\_\_. (8 March 1993). “Television: Scroll Through an Electronic List, and Pick the Program You Want to Watch at This Very Moment,” *New York Times*, p. D7.
- \_\_\_\_\_. (28 September 1993). “CBS Fails to Get Pay from Cable,” *New York Times*, pp. D1, D5.
- \_\_\_\_\_. (26 September 1994). “CBS Gives Romance a Chance,” *New York Times*, pp. D1, D6.
- “Cartoons Strike Back.” (March 1989). *TV Entertainment Monthly*, p. 5.
- Citron, Alan. (10 December 1990). “Japan’s Thirst for Hollywood Unquenched,” *Los Angeles Times*, pp. A1, A20.
- Clark, Jennifer. (16 November 1992). “Maturing Italy Grows, but the Boom Is Over,” *Variety*, p. 60.
- Clifford, Frank. (9 June 1993). “Race for Senate Shifting Out of Low Gear,” *Los Angeles Times*, p. 3.
- “Commerce Growth Prediction.” (10 May 1993). *Television Digest*, p. 11.
- Considine, J. D. (14 June 1990). “Larcenous Art?” *Rolling Stone*, pp. 107–108.
- “The Corporate Elite.” (19 October 1990). *Business Week*, October 19, 1990, pp. 55–274.
- “The Corporate Elite.” (12 October 1992). *Business Week*, pp. 119–146.
- Cowan, Alison Leigh. (2 February 1992). “The Gadfly C.E.O.’s Want to Swat,” *New York Times*, pp. F1, F6.
- \_\_\_\_\_. (28 October 1992). “The High-Energy Boardroom,” *New York Times*, pp. D1–D2.
- Cox, Meg. (25 September 1991). “Polygram Plans Outlay on Movies of \$200 Million,” *Wall Street Journal*, p. B6.

- “Disney Settles with Singer in ‘Sleeping Beauty’ Claim.” (3 June 1991). *Wall Street Journal*, p. B5.
- Duckworth, Michael. (24 March 1992). “Disney Plans to Re-Enter China Market as Beijing Promises Copyright Reforms,” *Wall Street Journal*, p. C19.
- Electronic Industries Association. (1985). *Consumer Electronics Annual Review—1985*, Washington, DC: Electronic Industries Association.
- “Executive Stockpile.” (13 August 1992). *Wall Street Journal*, p. A1.
- Fabrikant, Geraldine. (29 September 1988). “Talking Deals: New Lease on Life for New World,” *New York Times*, p. D2.
- \_\_\_\_\_. (23 January 1989). “Some Promising Signs for Turner’s Empire,” *New York Times*, p. D1.
- \_\_\_\_\_. (26 September 1989). “Deal Is Expected for Sony to Buy Columbia Pictures,” *New York Times*, pp. A1, D8.
- \_\_\_\_\_. (17 October 1989). “Video Sales Gaining on Rentals,” *New York Times*, pp. D1, D25.
- \_\_\_\_\_. (12 July 1992). “Blitz Hits Small-Studio Pix,” *New York Times*, p. F7.
- \_\_\_\_\_. (17 November 1994). “Matsushita’s Chief May Meet on MCA,” *New York Times*, p. D5.
- \_\_\_\_\_. (8 February 1995). “Time Warner Agrees to Acquire Cablevision,” *New York Times*, pp. D1, D18.
- Farnsworth, Clyde H. (5 December 1988). “Farm Aid Is Top Issue at Trade Talks,” *New York Times*, p. D1.
- \_\_\_\_\_. (7 December 1988). “Brazil and India Fight Copyright Rules,” *New York Times*, p. D2.
- Fields, Howard. (25 September 1987). “New Coalition of 47 Joins Battle over Berne,” *Publishers Weekly*, p. 10.
- \_\_\_\_\_. (9 October 1987). “Berne Hearings: Witnesses Argue Question of Joining or Not,” *Publishers Weekly*, p. 29.
- \_\_\_\_\_. (16 October 1987). “10 Publishers Say Adherence Would Not Affect Moral Rights Issue,” *Publishers Weekly*, p. 13.
- Fierman, Jaclyn. (30 July 1990). “Why Women Still Don’t Hit the Top,” *Fortune*, pp. 40–62.
- Fisher, Anne B. (21 September 1992). “When Will Women Get to the Top?” *Fortune*, pp. 44–56.
- “The Forbes Four Hundred: Great Family Fortunes.” (21 October 1991). *Forbes*, pp. 274–296.
- “The Forbes Four Hundred: Great Family Fortunes.” (19 October 1992). *Forbes*, pp. 218–243.
- “The Forbes Four Hundred: The Richest People in America.” (21 October 1991). *Forbes*, pp. 145–272.
- “The Forbes Four Hundred: The Richest People in America.” (19 October 1992). *Forbes*, pp. 90–208.
- “German Video on Rocks; Yanks Prevent Disaster.” (21 February 1990). *Variety*, p. 266.
- Giron, Marietta. (22 October 1986). “Filipino Video Piracy Virtually 100 Percent,” *Variety*, p. 443.
- Graves, Tom. (11 November 1993). “Leisure-Time: Current Analysis,” *Standard & Poor’s Industry Surveys*, pp. L1–L68.

- Gregor, Anne. (26 March 1993). "Entertaining Numbers: A Statistical Look at the Global-Entertainment Industry," *Wall Street Journal*, p. R16.
- Groves, Don. (24 January 1990). "Distributors Cheer as U.K. Audiences Soak Up Hollywood Products," *Variety*, p. 94.
- \_\_\_\_\_. (27 June 1994). "Video Vendors View a Feast in the East," *Variety*, p. 1.
- Harris, Kathryn. (14 December 1993). "Paramount's Board Setting Up Bidding Format," *Los Angeles Times*, p. D1.
- Harris, Roy J. Jr. (16 March 1988). "DeLaurentiis Entertainment Sets Film Accord," *Wall Street Journal*, p. 36.
- Helyar, John. (24 January 1991). "Pay-Per-View Aims for Boxing Knockout," *Wall Street Journal*, pp. B1, B4.
- Henwood, Doug. (1989 March/April). "Corporate Profile: The New York Times," *Extra!* pp. 8-9.
- \_\_\_\_\_. (1989 May/June). "NBC: The GE Broadcasting Co.," *Extra!* pp. 8-9.
- \_\_\_\_\_. (1989 October/November). "CBS: Tiffany Goes to K-Mart," *Extra!* pp. 8-11.
- \_\_\_\_\_. (1990 January/February). "The *Washington Post*: The Establishment's Paper," *Extra!* pp. 9-11.
- \_\_\_\_\_. (1990 March/April). "Cap Cities/ABC: No. 2, and Trying Harder," *Extra!* pp. 8-9.
- "Home Video Market Will Grow 5 Percent in 1993, Commerce Dept. Predicts." (10 May 1993). *Video Week*, p. 4.
- Huff, Richard. (11 October 1989). "Cable: As Program 'Gatekeeper' in Half of U.S., Cable Systems Emerge as Growing Force in TV," *Variety*, p. 103.
- Hughes, Kathleen A. (4 May 1987). "Cannon Sells Much of Its Film Library to Weintraub for Less Than Expected," *Wall Street Journal*, p. 18.
- \_\_\_\_\_. (1 April 1991). "Creditors File for Liquidation of MGM-Pathe," *Wall Street Journal*, p. B5.
- "In Hollywood, a Nouveau Royalty Made by Mergers." (1 March 1992). *New York Times*, p. F5.
- "India: Foreign and U.S. Investment Is Soaring (Advertisement)." (19 May 1994). *New York Times*, pp. D10-D12.
- Jefferson, David J. (2 December 1992). "Disney Officials Get \$185 Million from Stock Sale," *Wall Street Journal*, p. A3.
- \_\_\_\_\_. (10 March 1993). "Movie-Making Cost Record \$28.8 Million in '92, Valenti Tells U.S. Theater Owners," *Wall Street Journal*, p. B6.
- Jeffrey, Don. (24 September 1994). "Challenges Await Zelnick at BMG; Hiring New Head for RCA Label a Priority," *Billboard*, p. 6.
- Jensen, Elizabeth. (9 November 1992). "Networks Gain in Syndication Dispute, but Many See Rerun of Battles Ahead," *Wall Street Journal*, pp. B1, B6.
- Kichen, Steve, and Hardy, Eric. (27 May 1991). "Turnover at the Top," *Forbes*, pp. 214-218.
- \_\_\_\_\_. (25 May 1992). "Corporate America's Most Powerful People," *Forbes*, p. 174.
- "Killen & Associates, Inc. \$200 Billion Interactive TV Market Predicted for Consumer Electronics and Computer Suppliers by Year 2000." (9 March 1993). *Business Wire*.
- King, Thomas R. (23 April 1992). "'Terminator' Director Signed to Pact by Fox," *Wall Street Journal*, p. B5.
- \_\_\_\_\_. (4 January 1993). "Three Hollywood Studios Wage Close Fight for Box-Office Crown," *Wall Street Journal*, pp. B1, B8.

- Kleinfield, N. R. (23 January 1989). "ESPN's Baseball-Rights Purchase: A Game-Saving Catch," *New York Times*, p. D8.
- Kuntz, Howie. (4 July 1982). "Chariots for Hire," *Washington Post*, p. B1.
- Landro, Laura. (15 January 1992). "Sony's Holiday Films Surprise Skeptics," *Wall Street Journal*, pp. B1, B6.
- \_\_\_\_\_. (4 May 1992). "Sony Unit Set to Enter Cable Programming," *Wall Street Journal*, pp. B1, B8.
- Landro, Laura, and King, Thomas R. (25 February 1992). "Diller Steps Down at Fox and Murdoch Takes the Reins," *Wall Street Journal*, pp. B1, B7.
- Landro, Laura, and Roberts, Johnnie L. (26 February 1992). "Murdoch Plays Role of Hollywood Mogul," *Wall Street Journal*, pp. B1, B3.
- Lardner, James. (6 and 13 April 1987). "Annals of Law: The Betamax Case—I, II," *New Yorker*, pp. 45 ff., pp. 60 ff.
- Layne, Barry. (3 June 1993). "Viacom Interacts with AT&T; Companies Confirm Plans to Test the Future in Northern California," *Hollywood Reporter*, pp. 4, 20.
- Lieb, Rebecca. (16 November 1992). "German Vidbiz Sales Up, Rentals Down," *Variety*, pp. 57 and 60.
- Lipman, Joanne. (30 April 1992). "Godfather of Soul Sues over Molson Spot," *Wall Street Journal*, p. B8.
- Lohr, Steve. (12 April 1992). "Pulling Down the Corporate Clubhouse," *New York Times*, pp. F1, F5.
- \_\_\_\_\_. (2 December 1992). "Avoiding the Clinton Taxman," *New York Times*, pp. D1, D5.
- Losee, Stephanie. (7 October 1992). "The Billionaires," *Fortune*, pp. 86–88.
- Lublin, Joann S. (4 January 1991). "VCR Advances May Increase Zapping," *Wall Street Journal*, pp. B1, B4.
- \_\_\_\_\_. (7 October 1992). "More Chief Executives Learn Entrance to Office Is a Rapidly Revolving Door," *Wall Street Journal*, B1, B3.
- Matranga, Anna. (29 August 1994). "Italy's Unrest Impacts Homevid Market," *Variety*, p. 38.
- McCarthy, Michael J. (7 June 1993). "Cox and BellSouth Discuss Venture in Electronic Ads," *Wall Street Journal*, p. B2.
- McDowell, Edwin. (30 January 1989). "Time Inc.'s Grand Plan Leaves Room for Books," *New York Times*, p. D10.
- Meyer, Michael, and Underwood, Anne. (14 November 1994). "Crimes of the 'Net,'" *Newsweek*, pp. 46–47.
- "MGM Balks at TCI-Carolco Pay-Per-View Deal." (7 May 1993). United Press International.
- Mims, Robert, and Lewis, Ephraim. (19 October 1990). "A Portrait of the Boss," *Business Week*, pp. 8–14.
- Mitgang, Herbert. (10 March 1989). "Old Copyright Treaty: New Shield for U.S. Artists," *New York Times*, p. B7.
- Mooney, James P. (18 September 1992). "Watch Cable TV Rates Rise," *New York Times*, p. A35.
- Moore, Linda. (16 November 1992). "Growing Pains in Spain," *Variety*, p. 62.
- Murphy, A. D. (15 June 1992). "'Majors' Global Rentals Totaled \$3.27 Bil in '91," *Variety*, pp. 1, 5.



- Murray, Christofer. (1992 December). "Here's the Electronic Business International 100," *Electronic Business*, pp. 83-85.
- Myerson, Allen R. (7 December 1992). "A Corporate Storm Blows in at American Express," *New York Times*, pp. A1, D3.
- Nasar, Sylvia. (21 April 1992). "Fed Gives Evidence of 80's Gains by Richest," *New York Times*, pp. A1, A17.
- \_\_\_\_\_. (11 May 1992). "However You Slice the Data the Richest Did Get Richer," *New York Times*, pp. D1, D5.
- Nichols, Peter M. (21 May 1992). "Home Video: Studios Pursue New Marketing Strategies," *New York Times*, p. C22.
- \_\_\_\_\_. (18 June 1992). "Home Video: The Cost of Hits," *New York Times*, p. C18.
- \_\_\_\_\_. (16 July 1992). "Home Video: Hollywood Is Lowering Prices," *New York Times*, p. C24.
- \_\_\_\_\_. (22 October 1992). "Home Video," *New York Times*, p. C26.
- \_\_\_\_\_. (6 May 1993). "Home Video: Like Art Imitating Life, Some Theatrical Releases May Follow Pay-Per-View," *New York Times*, p. C16.
- Norris, Floyd. (7 June 1994). "At Times Mirror, 2 Roads Diverge," *New York Times*, pp. D1, D8.
- Oman, Ralph. (1991). "Report from the Copyright Office to the ABA Annual Meeting," *PTC Newsletter*, 10:1, pp. 22-35.
- Ono, Yumiko. (10 July 1991). "Hollywood Is Losing Some Glitter for Tinsel-Wearry Japan Investors," *Wall Street Journal*, p. A6.
- Ono, Yumiko, and Turner, Richard. (21 January 1991). "Matsushita Names Officials to MCA's Highest Committee," *Wall Street Journal*, January 21, 1991, p. B2.
- "Pay-Per-View TV Is Given Low Marks by Consumers." (16 February 1993). *Wall Street Journal*, p. B6.
- Pearl, Daniel. (3 March 1993). "Cox Envisions Global Pipeline for TV and Phone Signals," *Wall Street Journal*, p. B4.
- Pollack, Andrew. (14 October 1994). "At MCA's Japanese Parent, No Signs Yet of Letting Go," *New York Times*, pp. D1, D16.
- Purushothoman, Shoba. (12 October 1992). "Walt Disney Sets a Eurobond Issue Tied to Film Results," *Wall Street Journal*, p. C17.
- Reid, JA. (6 February 1991). "Rough Cuts," *In These Times*, p. 20.
- Reilly, Patrick M. (12 March 1991). "Murdoch to Digitize His Publications for Hand-Held PCs," *Wall Street Journal*, p. B7.
- Ressner, Jeffrey. (14 June 1990). "Sampling Amok?" *Rolling Stone*, pp. 103, 105.
- \_\_\_\_\_. (15 November 1990). "The Songs Remain . . . Insane," *Rolling Stone*, p. 34.
- \_\_\_\_\_. (3 September 1992). "You Can't Always Get What You Want," *Rolling Stone*, pp. 13-14.
- Riding, Alan. (19 March 1991). "French TV Seeks a Slice of the Hollywood Pie," *New York Times*, pp. C11, C14.
- Rigdon, Joan E. (14 January 1993). "Kodak to Require Stock Ownership by Top Managers," *Wall Street Journal*, p. A6.
- Roberts, Johnnie L. (30 July 1992). "Time Warner Attempt to Find Partner in Europe Remains Far from Fruition," *Wall Street Journal*, p. A3.

- \_\_\_\_\_. (22 January 1993). "Paramount's 31/2-Point Stock Jump Spotlights Brighter Outlook, Investors and Analysts Say," *Wall Street Journal*, p. C2.
- \_\_\_\_\_. (26 January 1993). "Orion Struggles to Return to Its Hollywood Glory Days," *Wall Street Journal*, p. B4.
- Robichaux, Mark. (15 June 1992). "NBC Faces Loss from Olympics Pay-TV Plan," *Wall Street Journal*, pp. B1, B2.
- \_\_\_\_\_. (24 March 1993). "Premium Cable Channels Gain Viewers with Original Programs, Package Deals," *Wall Street Journal*, pp. B1, B10.
- \_\_\_\_\_. (10 August 1993). "Senator Urges Antitrust Probe of Cable," *Wall Street Journal*, pp. B1, B6.
- Robichaux, Mark, and Roberts, Johnnie L. (4 June 1993). "Time Warner, TCI Start Venture to Set Cable Standards," *Wall Street Journal*, p. B10.
- Robichaux, Mark, and Torres, Craig. (4 February 1993). "Heard on the Street: Playing Cable-TV Stocks May Be Trickier Than It Looks," *Wall Street Journal*, pp. C1, C2.
- Rohter, Larry. (25 April 1991). "New Profits (and Prestige) from Old Films," *New York Times*, pp. C15, C16.
- Rohwedder, Caciie, and Choi, Audrey. (10 August 1993). "Bertelsman Goes Shopping for a Film Studio," *Wall Street Journal*, pp. B1, B6.
- Rothman, Matt. (4 June 1993). "TVN, EDS Ink Package to Market PPV," *Daily Variety*, p. 6.
- Salwen, Kevin. (21 September 1992). "Institutions Are Poised to Increase Clout in Boardroom," *Wall Street Journal*, pp. B1, B7.
- Salwen, Kevin, and Lublin, Joann. (27 April 1992). "Activist Holders: Giant Investors Flex Their Muscles More at U.S. Corporations," *Wall Street Journal*, pp. A1, A5.
- Schatz, Thomas. (January 1990). "Boss Men: Executive Decisions," *Film Comment*, pp. 28-31.
- Schmidt, William E. (18 August 1991). "Cairo's Rule on Tape and Video: Copy It and Sell It," *New York Times*, pp. 1, 12.
- Schuckler, Eric, King, Ralph Jr., and Lataniotis, Dolores. (26 October 1987). "The 400 Richest People in America," *Forbes*, pp. 106-110.
- Seligman, Miles, and Simpson, Cymbre. (September 1991). "Behind Right-Wing Campus Newspapers," *Extra!* p. 9.
- Shenon, Philip. (23 August 1993). "Star TV Extends Murdoch's Reach," *New York Times*, pp. D1, D6.
- Sherman, Stratford P. (7 July 1986). "Ted Turner: Back from the Brink," *Fortune*, pp. 25-31.
- Sklar, Holly. (1990 July/August). "Who's Who: The Truly Greedy," *Z Magazine*, pp. 56-57.
- Skrzycki, Cindy. (2 June 1993). "AT&T Plans Trial Venture in Video," *Washington Post*, pp. F1, F4.
- Smith, Randall. (22 May 1992). "Mutual Funds Have Become Dominant Buyers of Stock," *Wall Street Journal*, pp. C1, C2.
- "Spain's TV Explosion Could Mean a Gloomy Year for Homevid Biz." (21 February 1990). *Variety*, p. 167.
- "The Stale Rules That Stifle TV." (30 November 1990). *New York Times*, p. A32.
- Stevens, Amy. (21 March 1991). "Peggy Lee Gets Damage Award in Disney Suit," *Wall Street Journal*, pp. B1, B7.
- Stevenson, Richard W. (13 April 1990). "Tinsel Magic: 'Hit' Loses Millions," *New York Times*, pp. D1, D2.

- \_\_\_\_\_. (1 January 1991). "Warner to Make 20 Films with European Companies," *New York Times*, p. D7.
- \_\_\_\_\_. (5 August 1991). "30-Year-Old Film Is a Surprise Hit in Its 4th Re-Release," *New York Times*, pp. C9, C14.
- Stump, Matt. (30 November 1992). "Adult PPV Programming," *Cable World*, p. 9A.
- \_\_\_\_\_. (30 November 1992). "Defending PPV," *Cable World*, pp. 31A-32A.
- \_\_\_\_\_. (31 May 1993). "Hit Movies All the Time," *Cable World*, pp. 1A, 23A.
- \_\_\_\_\_. (31 May 1993). "Warner Trying to Tie Its PPV Shelf Space to Box Office Revs," *Cable World*, pp. 1A, 21A, 23A.
- Thomas, Mark. (4 May 1988). "Italian Homevideo Trade Valued at \$200,000,000, Piracy Down," *Variety*, pp. 505, 515.
- "Top Rental Films for 1992." (11 January 1993). *Variety*, p. 22.
- "Turner Rejects Rumor on Deal." (4 March 1992). *New York Times*, p. D6.
- Turner, Richard. (28 July 1992). "Disney's 'Pinocchio' Re-Release Faces Struggle to Match Ticket Sales of 1984," *Wall Street Journal*, p. B3.
- \_\_\_\_\_. (3 November 1992). "Roth Will Leave Twentieth Century Fox to Produce Movies at Walt Disney," *Wall Street Journal*, p. B6.
- \_\_\_\_\_. (24 December 1992). "Disney Leads Shift from Rentals to Sales in Videocassettes," *Wall Street Journal*, pp. 1, 30.
- \_\_\_\_\_. (28 December 1992). "Carolco Submits Restructuring Plan Involving MGM," *Wall Street Journal*, p. B4.
- Tusher, Will. "MPAA Bans the Sale of U.S. Pictures to USSR," *Variety*, p. 8.
- "UK Homevideo Posted Record Numbers in '87: Outlook Even Brighter for the Current Year." (4 May 1988). *Variety*, p. 245.
- Video Data Book* (4th ed.). (1986). Washington, DC: Television Digest.
- Watson, Geoff. (16 November 1992). "Sell-Through Salvation," *Variety*, pp. 57, 62.
- Weiner, Rex. (9 May 1994). "Video Pirates Find Rough Seas Abroad," *Variety*, p. 86.
- Weinraub, Bernard. (22 April 1992). "Fox Locks in Cameron with a 5-Year Deal Worth \$500 Million," *New York Times*, p. C15.
- \_\_\_\_\_. (21 July 1992). "Rupert Murdoch, in Hollywood, Learns the Value of 'No,'" *New York Times*, pp. C11, C15.
- \_\_\_\_\_. (12 October 1992). "The 'Glengarry' Math: Add Money and Stars, Then Subtract Ego," *New York Times*, pp. C11, C20.
- \_\_\_\_\_. (6 September 1994). "Film Ratings Under Attack from More Than One Angle," *New York Times*, pp. C13, C14.
- Weisman, Steven R. (20 November 1991). "Film Changes After Japanese Buy Studio," *New York Times*, pp. A1, C21.
- Werba, Hank. (21 February 1990). "Roger, the Rabbit Who Changed the Face of Italian Homevideo," *Variety*, p. 294.
- Wharton, Dennis. (22 November 1989). "Cable Takes Some Lumps on Capitol Hill; Solons Warn Regulation is Coming," *Variety*, p. 88.
- "What 800 Companies Paid Their Bosses." (25 May 1992). *Forbes*, pp. 182-231.
- "Will New Regulations Mean New Subscribers?" (April 1993). *Public Pulse*, p. 4.
- Winikoff, Kenneth. (17 June 1988). "New Protections Urged for GATT," *Hollywood Reporter*, p. 7.
- Witt, Matt. (April 1991). "Don't Trade on Me," *Dollars and Sense*, pp. 18-21.
- Yarrow, Andrew L. (14 November 1988). "Pay-Per-View Television Is Ready for Takeoff," *New York Times*, p. D9.

- Zachary, G. Pascal. (20 May 1991). "Free for All: Richard Stallman Is Consumed by the Fight to End Copyrighting of Software," *Wall Street Journal*, pp. R23, R24.
- Zeh, John. (11 March 1992). "Far Right Calls Bush Closet Gay Supporter," *Guardian* (New York), p. 7.

#### GOVERNMENT DOCUMENTS

- The Cabinet Committee on Cable Communications. (1974). *Cable: Report to the President*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- Canada-U.S. Free Trade Agreement. (1987). Ottawa: Department of External Affairs.
- Federal Communications Commission. (1952). *Sixth Report and Order*, 41 FCC 148.
- \_\_\_\_\_. (1959). *In re Inquiry into the Impact of Community Antenna Systems, Television Translators, Television "Satellite" Stations, and Television "Repeaters" on the Orderly Development of Television Broadcasting*, 26 FCC 403.
- \_\_\_\_\_. (1965). *First Report and Order on Microwave-Served Community Antenna Television*, 38 FCC 683.
- \_\_\_\_\_. (1966). *Second Report and Order on Community Antenna Television*, 2 FCC 2d 725.
- \_\_\_\_\_. (1970). *Competition and Responsibility in Network Television Broadcasting: Report and Order*, 23 FCC 2d 384.
- \_\_\_\_\_. (1971). *Commission Proposals for Regulation of Cable Television*, 31 FCC 115.
- \_\_\_\_\_. (1972). *Cable Television Report and Order*, 36 FCC 2d 143.
- \_\_\_\_\_. (1989). *In the Matter of Compulsory License for Cable Retransmission*, 4 FCC Rcd 6711.
- President's Commission on Privatization (1988). *Privatization: Toward More Effective Government*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- U.S. Advisory Committee on Trade Policy and Negotiations. (1994). *The Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Washington, DC: U.S. Trade Representative.
- U.S. Congress. Congressional Budget Office. (1987). *The Changing Distributions of Federal Taxes, 1975-1990*, Washington, DC: U.S. Congress.
- \_\_\_\_\_. Congressional Budget Office. (March 1992). *Measuring the Distribution of Income Gains*, CBO Staff Memorandum, Washington, DC: Congressional Budget Office.
- \_\_\_\_\_. Democratic Staff of the Joint Economic Committee. (July 1986). *The Concentration of Wealth in the United States: Trends in the Distribution of Wealth Among American Families*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Joint Economic Committee. Subcommittee on Trade, Productivity, and Economic Growth. (1987). *International Piracy Involving Intellectual Property*, Hearing, March 31, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Office of Technology Assessment. (1986). *Intellectual Property Rights in an Age of Electronics and Information*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- U.S. Copyright Office. (1984). *To Secure Intellectual Property Rights in World Commerce*, Report to the U.S. House, Committee on the Judiciary, Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks, and to the U.S. House, Committee on Foreign Affairs, Subcommittee on Western Hemisphere Affairs, September 21, 1984, Washington, DC: U.S. Copyright Office.
- U.S. Department of Commerce. (1994). *U.S. Industrial Outlook 1994*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

- \_\_\_\_\_. National Telecommunications and Information Administration. (1988). *NTIA Telecom 2000: Charting the Course for a New Century*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. National Telecommunications and Information Administration. (1988). *Video Program Distribution and Cable Television: Current Policy Issues and Recommendations*, Washington, DC: Department of Commerce.
- U.S. General Accounting Office. (June 1990). *Telecommunications: 1990 Survey of Cable Television Rates and Services*, Gaithersburg, MD: U.S. General Accounting Office.
- \_\_\_\_\_. (July 1991). *Telecommunications: 1991 Survey of Cable Television Rates and Services*, Gaithersburg, MD: U.S. General Accounting Office.
- U.S. Federal Reserve. (January 1992). "Changes in Family Finances from 1983 to 1989: Evidence from the Survey of Consumer Finances," *Federal Reserve Bulletin*, pp. 1–18.
- \_\_\_\_\_. (April 1992). *Survey of Consumer Finances*, Washington, DC: Federal Reserve Board.
- U.S. House. Committee on Energy and Commerce. Subcommittee on Oversight and Investigations. (1987). *Unfair Foreign Trade Practices*, Hearings on "Intellectual Property Rights," February 18, 1987, 100th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. (1984). *Record Rental Amendment of 1984*, House Report 98-987, August 31, 1984, 98th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Courts, Civil Liberties, and the Administration of Justice. (1983). *Home Recording of Copyrighted Works—Part 1 and Part 2*, Hearings on H.R. 4783, H.R. 4794, H.R. 4808, H.R. 5250, H.R. 5488, and H.R. 5705, April 12-14, June 24, August 11, September 22–23, 1982, 97th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Courts, Civil Liberties, and the Administration of Justice. (1985). *Audio and Video First Sale Doctrine*, Hearings on H.R. 1027 and H.R. 1029, October 6 and 27 and December 13, 1983, February 23 and April 12, 1984, 98th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice. (1989). *Intellectual Property, Domestic Productivity, and Trade*, Hearings, July 25, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice. (1990). *Visual Artists Rights Act of 1989*, Hearings on H.R. 2690, October 18, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Courts, Intellectual Property, and the Administration of Justice. (1991). *Moral Rights and the Motion Picture Industry*, Hearing, January 9, 1990, 101st Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Judiciary Committee. Subcommittee No. 3. (1965). *Copyright Law Revision*, Hearings on H.R. 4347, 5680, 6831, 6835, May 26–September 2, 1965, 89th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

- U.S. Industry Sector and Functional Advisory Committees. (1994). *The Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*, Washington, DC: U.S. Trade Representative.
- U.S. International Trade Commission. (1988). *Foreign Protection of Intellectual Property Rights and the Effect on U.S. Industry and Trade*, Washington, DC: U.S. International Trade Commission.
- U.S. Library of Congress. Copyright Office. (1963). *Copyright Enactments*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- U. S. Register of Copyrights. (1961). *Report on the General Revision of the U.S. Copyright Law*, 87th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- U.S. Senate. (June 1986). *Message from the President of the United States Transmitting the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works . . .*, Treaty Doc. 99-27, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on Finance. Subcommittee on International Trade. (1986). *Generalized System of Preferences*, Hearing on S. 1867 and Title VI of S. 1860, June 17, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on Finance. Subcommittee on International Trade. (1986). *Intellectual Property Rights*, Hearings of S. 1860 and S. 1869, May 14, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on Governmental Affairs. (1981). *Structure of Corporate Concentration*, Staff Study, 96th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on Governmental Affairs. Subcommittee on Reports, Accounting, and Management. (1978). *Interlocking Directorates Among Major U.S. Corporations, Parts 1 and 2*, Staff Study, 95th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. (1982). *Copyright Infringements (Audio and Video Recorders)*, Hearings on S. 1758, November 30, 1981, and April 21, 1982, 97th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. (1983). *The Record Rental Amendment of 1983*, Senate Report 98-162, June 23, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. (1986). *Home Video Recording*, Hearing on Providing Information on the Issue of Home Video Recording, September 23, 1986, 99th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1966). *Copyright Law Revision—CATV*, Hearings on S. 1006, August 2-25, 1966, 89th Cong., 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1973). *Copyright Law Revision*, Hearings on S. 1361, July 31 and August 1, 1973, 93rd Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1983). *Audio and Video Rental*, Hearings, April 29, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1983). *International Copyright/Communication Policies*, Hearings,

- November 16, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1984). *Video and Audio Home Taping*, Hearings on S. 31 and S. 175, October 25, 1983, 98th Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1987). *U.S. Adherence to the Berne Convention*, Hearings, May 16, 1985, and April 15, 1986, 99th Cong., 1st and 2nd Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. Committee on the Judiciary. Subcommittee on Patents, Copyrights, and Trademarks. (1990). *Moral Rights in Our Copyright Laws*, Hearings of S. 1198 and S. 1253, June 20, September 20 and October 24, 1989, 101st Cong., 1st Sess., Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- U.S. Trade Representative. (1985). *Trade Estimates 1985*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1986). *National Trade Estimates 1986*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1989). *Foreign Trade Barriers 1989*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1991). *1991 Trade Policy Agenda and 1990 Annual Report*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1992). *Foreign Trade Barriers 1992*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1992). *1992 Trade Policy Agenda and 1991 Annual Report*, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- \_\_\_\_\_. (1994). *Foreign Trade Barriers 1994*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

## 中英文术语对照表

Abstract empiricism 抽象的经验主义	Exclusivity 排他性
accumulation strategy 增殖策略	Fair use doctrine 正当使用原则
Appropriability 私人占用	Film entertainment industry 电影娱乐产业
Autonomy 自治	First-sale doctrine 首次销售原则
Capital 资本	Functionalism 功能主义
Capitalist state theory 资本主义国家理论	Formalism 形式主义
Class struggle theory 阶级斗争理论	Four-part test 四步检验
Class theoretical position 阶级理论立场	Generalized System of Preferences 普遍优惠制
Compulsory license 强制许可	Human agency 人类能动性
Commodity fetishism 商品拜物教	Hegemony 霸权
Commodify 商品化	Hegemonic bloc 霸权结集
Common law 普通法	Hegemonic power bloc 霸权的权力结集
Consciousness industry 意识产业	Hegemonic project 霸权机制
Copyright 版权	Historical materialism 历史唯物主义
countertendencies 反趋势	Ideology 意识形态
Critical Legal Study 批判法学研究	Ideological apparatus 意识形态机器
cultural sovereignty 文化主权	Information economy 信息经济
Dependency approach 依附途径	Institutional socialization 制度性社会化
Deregulation 去管制	Intellectual primary material 知识原始资料
Deterministic structuralist 决定性的结构主义者	Intellectual property 知识财产
Dialectical analysis 辩证分析	Intellectual property right 知识产权
Distant signal importation 远距离信号引入	Interpretive theorizing 阐释性的理论化
Distribution 发行	Intertextuality 互文性
Domination 支配	Investment strikes 投资打击
Dual economic structure 二元经济结构	Laissez-faire doctrine 放任自由主义原则
Economies of scale 规模经济	Laissez-faire economism 自由放任经济主义
Economies of scope 范围经济	Legal fetishism 法律崇拜
Economics of information 信息经济学	Library 资料库
Efficiency 效率	
Essentialist 本质主义者	



Managerial control hypothesis	管理控制假说	经济学	
Market failure	市场失灵	Possessive individualism	占有性个人主义
Media mogul	媒体巨头	Postmodernism	后现代主义
Mirror legislation	镜像立法	Poststructuralism	后结构主义
Mode of production	生产方式	Poststructuralist state and legal theorists	后结构主义国家和法学理论
Monopoly	垄断	Priority foreign countries	优先指定国家
Motion picture	电影	Public of users	公共使用者
Must-carry rule	“必须传输”规定	Public good	公共商品
Multiple performance	共同播出	Public stock corporation	公共股份公司
Natural class allies	自然的阶级联盟	Service-trade barrier	服务贸易的壁垒
Natural rights	自然权利	Social cohesion	社会粘合
Network nonduplication	电视网非复制	State derivationist theory	国家起源主义者理论
Nondepletability	非损耗性	State managerial technocracy	政府管理的技术官僚政治
Objectivism	客观主义	Statutory right	法定权利
Oligopolistic	寡头垄断的	Structuralism	结构主义
Overdetermined stage theory	多重决定的阶段理论	Structural determination	结构决定性
Ownership	所有权	Technical determinist	技术决定论者
pay-cable television	付费有线电视	Ultra high frequency	极高频
Pay-per-view	按次付费	Very high frequency	超高频
Periodization scheme	历史阶段模式	Voluntaristic	唯意志论
Pluralist	多元主义者	Videocassette recorder	录像机
Policy-Planning	政策-规划		
Political economy	政治经济学		
Political economy of communication	传播政治		

## 译 后 记

马克思对资本主义社会进行了无情的批判。在继承马克思批判精神这一点上,贝蒂格的《版权文化》成就卓越。作者以版权为切入点,从电影娱乐产业的生产方式、产权结构、政治经济关系以及资本的全球扩张等角度证明了版权已经成为资本扩张的基本点,尤其是伴随电影娱乐业垄断巨头的不断扩张,版权成为西方媒介商在全球市场无止境地追求利润的重要工具。

英尼斯对于传播模式的演变有一个观点:知识的垄断产生了矛盾,促使人们发展新的去中心化的传播模式。贝蒂格在本书中对这个观点做了补充:自从印刷术诞生以来,新的传播模式的发展是伴随着资本主义生产关系的发展而来的。版权也是如此。在版权诞生之前,人类同样有知识创造活动,“然而从我们的历史分析中我们可以看到,纵观人类历史,并没有知识产权的概念。但是,人类仍然创造技术和文化产品。”(《版权文化》,第二章)版权和知识产权的概念要等到十六七世纪资本主义生产关系逐步确立其位置,知识文化创造可以被复制、生产,用来换取利润,关于版权的问题才慢慢浮现出来。换句话说,版权带有明显的资本主义特征。“版权系统所基于的中心前提是知识作品的创造者需要创造的动机。使用被版权保护的作品偿付的金钱可以被当作知识和艺术创造的动力,特别是被当作艺术家、作家和知识作品的创造者用来谋生的收入来源”(《版权文化》,第一章),但是作者在书中却论证了,本来应该激励知识创造的版权,却最终使得那些知识生产的垄断企业获取了大部分的利益。

这些媒体巨头们依靠其强大的资本力量推动国家机器把版权合法化,并且推动政府为他们在全球市场上的扩张而服务。版权和知识产权由于资本主义跨国公司在全球市场上的扩张而成为一个全球性的概念。贝蒂格还在《版权文化》中论证了好莱坞的电影巨头们是如何推动联邦政府向外国施加压力,维护其在全球的版权利益,从而使得自己的利润最大化,从而揭示出版权背后的政治经济关系。“美国的电影娱乐业找到美国政府帮助他们发动反录像盗版的战争。”(《版权文化》,第七章)正如作者所言,“版权所有权已经成为一种用以建立并保持对文化表达的生产、分配和传播的垄断的途径。”(《版权文化》,第八章)每一次新技术的发明和创造似乎打破了原有的垄断格局,但是由于资本主义的生产结构,新技术马上就被整合

进了垄断体系,并且为资本扩张增加了渠道。

对于中国的读者而言,《版权文化》帮助我们 from 资本主义生产关系的角度理解了目前版权在这个世界上的起源、发展和影响。版权是个舶来品,而且是资本主义兴起后才产生的。作者向我们揭示了世界各地打击盗版的背后,都有电影娱乐业巨头的推动。明白版权是资本主义垄断扩张的工具,并不是要抵制版权在我们国家的生成、发展和合法化,而是认清版权在整个资本全球化中所扮演的角色,我们既不一味排斥,也不一味盲从,而是在融入世界经济体系的过程中更加清晰地维护自己的利益。正如作者在第八章中称自己为马克思主义的乐观者一样,我们同样坚信:中国也一定会为全球资本主义版权体系的公平分配贡献自己的一份力量。

一共有4位译者参与了本书的翻译工作。其中沈国麟翻译了第一至第四章,并且负责统筹和校对工作;罗真翻译第五章;李笑楠翻译第六章;韩绍伟翻译了第七和第八章。感谢曹晋老师对西方传播政治经济学不遗余力地介绍和精心修改翻译文稿,感谢清华大学出版社编辑的努力,才使得这本著作的中文版能够面世。

译者

## 版权文化——知识产权的政治经济学

本书从传播政治经济学的视角深入论述版权贸易的商品经济力量如何服务于资本主义的全球扩张，认为版权不再是保护知识产品创造者利益和积极性的有效工具，而是作为捍卫西方资本进入国外市场投资的法律依据，其主要目的是为资本家攫取更多的利润保驾护航。作者指出知识产权制度出现于资本主义的黎明时刻，到19世纪，知识产权所有者建立了管理全球知识和艺术作品贸易的组织。20世纪末知识产权贸易的深度和范围带来了对国际知识产权体系的全面渗透和覆盖。西方资本家仰赖于版权、专利和商标的知识产权保护可以进行跨越国家边界的，有利于版权拥有者的资本积累和劳动力市场开发。这些观点无疑为中国读者了解版权的实际作为和在知识传播中扮演的角色功能带来了新的反思。

ISBN 978-7-302-19122-3



9 787302 191223 >

定价：35.00元

[General Information]

书名=版权文化：知识产权的政治经济学

SS号=12201347