

解构神话： 传播政治经济学学科合法性问题辨析

胡翼青 杨 馨

(南京大学 新闻传播学院, 江苏 南京 210046)

摘要: 文森特·莫斯可将制度主义、北美权力研究、英国批判社会学、文化帝国主义、文化产业批判等多种研究路径整合到同一个框架下,通过厘清传播政治经济学与文化研究的外部边界,将传播政治经济学建构为一门独立的“学科”,但该“学科”既没有一致的逻辑基础,也没有明确的边界和外部构型,其实质是一种“神话”的建构。莫斯可建构该“神话”的原因在于应对美国国内对左翼学者的边缘化,并争取实现学科话语的主流化。然而莫斯可的学科建构一方面不能得到主流传播学界的认可,另一方面又约束了传播政治经济学的创造力,使其沦为一种保守主义的“技术决定论”。因此对传播政治经济学而言,学科化并不是当下最重要的问题,最重要的问题仍然是从传播这个视角切入,政治经济学可以帮助我们看到何种独特的景观。去学科化与直面快速变化的实践可能是传播政治经济学研究的唯一出路所在。

关键词: 传播政治经济学; 合法性; 学科; 神话

中图分类号: G206.7 文献标识码: A 文章编号: 1006-0448(2016)04-0081-09

DOI:10.13764/j.cnki.ncds.2016.04.011

20 世纪 80 年代以来,文森特·莫斯可在传播政治经济学学科建制方面的贡献引人注目,其贡献不亚于施拉姆之于美国实证主义传播学科建制。在《传播政治经济学》一书中,莫斯可将“传播政治经济学”定义为“关于社会关系,尤其是权力关系研究的学科,它们互相构成资源的生产、分配、消费,包括传播资源的生产、分配和消费”^{[1][P3]}。这是一门研究“社会生活中控制(control)与存在(survival)”的学科。“控制”意味着“一个社会如何组织其自身组织,管理其事务,以及如何适应或不适应所有社会都会面临的必然挑战”,而存在指的是“人们如何生产其所需以便再生产其自身以及社会”^{[1][P31]}。表面上看,这是一幅宏大的学科蓝图,它似乎可以统摄所有以权力关系为批判对象的传播研究路径,诸多关于传媒与政治经济权力研究的零星批判理论有了栖身之所。在这里,“控制”与“存在”这对政治过程与经济意义上的概念几乎可以覆盖人类社会中的所有

进程。

接着,莫斯可又建构了传播政治经济学的发展史。他将传播政治经济学的理论源头追溯到“学科奠基人”达拉斯·斯迈兹(Dallas Smythe)和赫伯特·席勒(Herbert I. Schiller),并试图说明在英国(以格拉斯哥媒介研究小组与莱斯特学派为代表)与法国(主要是马特拉和米耶热)也有一批志趣相投的研究者在从事和发展着同样的学术旨趣。他特别提到,1979 年,斯迈兹的学生古拜克(Thomas Guback)在伊利诺伊大学香槟分校主持召开了一次学术会议,与会成员有斯迈兹本人、斯迈兹或古拜克的学生瓦斯科(Janet Wasko)、米汉(Eileen Meehan)、彭达库(Manjunath Pendakur)、甘地(Oscar Gandy Jr.)、莫斯可等人。这次会议标志着“北美政治经济学与行动主义的传播研究路径”^{[1][P113-114]}正式形成。

据此,莫斯可认为,传播政治经济学已经成为了——一门真正的学科。然而,问题接踵而至:传播政治经

收稿日期:2016-05-10

基金项目:国家社科基金后期资助项目“北美传播政治经济学研究”(13FXW005)。

作者简介:胡翼青(1975-),男,广西博白人,教授,博士生导师,社会学博士,从事传播思想史研究;杨馨(1992-),云南玉溪人,2015 级传播专业学硕士研究生,从事传播思想史研究。

济学真的可以像莫斯可所期待的那样成为一门独立的学科吗?莫斯可所罗列的那些学者真的都有同样的研究旨趣吗?它真的可以统摄欧美那些以权力关系为批判对象的传播研究路径并形成相应学科的认同吗?如果并非如此,莫斯可的学科建构意义何在?如果莫斯可的学科建构存在着这样那样的问题,那么传播政治经济学应当如何体现其存在的合法性?

一 多元无序:传播政治经济学的知识地图

暂且不谈莫斯可对传播政治经济学理论框架的设计,本文先从学术史的角度入手,看看莫斯可所说的这些学者是否能构成一个知识脉络清晰的学术共同体。

达拉斯·斯迈兹和赫伯特·席勒当然是北美传播政治经济学研究的代表人物,这是没有疑问的。但这两位学者是否是北美传播政治经济学的开端,所代表的研究取向是否同一路径都大可存疑。

其实,斯迈兹还远不是北美传播政治经济学的源头,也许我们不需要回溯到凡勃伦(Thorstein B. Veblen),但恐怕不能忽略伊尼斯(Harold A. Innis)。伊尼斯被后世尊奉为“媒介环境学派”的奠基人,他在政治经济学方面的研究却经常被忽略。伊尼斯出身于经济学芝加哥学派,师从凡勃伦,是制度经济学的传人,与此同时他也受到过马克思主义政治经济学的影响。他将传播视为人类社会中的制度,并用一种动态的视角在更大的社会背景中研究传播行为和传播制度。

伊尼斯关于加拿大太平洋铁路、皮货贸易、鲑鱼捕捞、造纸业的研究与其传播研究在逻辑上一脉相承,他所谓的“媒介”不仅指传播媒介,而且是一个更加广泛和抽象的“中介”概念,影响美国与加拿大两国政治、经济、外交关系的皮货、鲑鱼等商品也属于“媒介”的范畴。其次,伊尼斯笔下“时间偏向”与“空间偏向”的媒介都不是指某一种孤立的媒介技术,而是一套与宏观的政治、经济、社会、文化制度相互交织嵌入的传播制度系统——伊尼斯的“政治经济学”思想可以被归纳为“传播即制度”。不仅如此,伊尼斯还深刻地洞察了媒介制度系统造成的后果,即传播者通常也是社会的知识垄断者。也正因为如此,伊尼斯对书面语取代口语的社会变迁与媒介变迁并不抱有积极的态度,对美国媒体强烈的空间偏向及其对加拿大的文化殖民更是持强烈的批判态度,而后者不自觉地与他所接触的马克思主义政

治经济学潜移默化的影响有关。这些有洞见的思想构成了北美传播政治学的两个方向:制度批判与权力批判。

斯迈兹和席勒可能受到伊尼斯的某些观点的影响,但总体而言,他们与伊尼斯对媒介的理解是不同的。斯迈兹和席勒眼中的媒介,是统治阶级意识形态控制的工具而并非是一种形而上的制度。而且,虽然斯迈兹和席勒曾共事于伊利诺伊大学,彼此也了解对方的研究,但他们关注的侧重点也完全不同:斯迈兹更关心大众传媒如何将受众转化为商品出售给广告商从而将全社会纳入到资本剥削剩余价值的进程中去;而席勒则更关心联合控制美国社会的政治、经济、传播间的复杂权力关系,他称这些权力关系为“军事工业传播复合体”^{[2] (P33)},并批判了美国鼓吹的“信息自由流动”背后的“文化帝国主义”。席勒的批判集中在美国的传播技术和产业对第三世界国家的文化入侵,以及国内统治精英利用市场法则和政治控制操纵媒介和信息,从而创造虚假现实并操纵人类思想。这足以说明,在北美传播政治经济学的开端,就不存在什么明晰的系谱和统一的鼻祖。

在欧洲,情况显得更加复杂。被莫斯可看作是“传播政治学者”的多数英国学者并不认同“传播政治经济学者”的定位,也没有形成紧密的学术共同体,他们更愿意称自己为“批判的媒介社会学者”。英国“批判社会学”路径有两个理论源头。其一是经常被忽视的格拉斯哥大学媒体研究小组,埃尔德里奇(John Eldridge)、费洛(Greg Philo)等学者关注媒体本身的阶级性,新闻生产背后运作的权力原则^[3]、媒体内部的新闻生产框架和“媒体文化”对新闻生产过程的控制,以及主动受众在日常生活中的抵抗性收视行为^[3]。其二是哈洛伦(James Halloran)领导下的莱斯特大学大众传播研究中心及该研究中心的默多克(Graham Murdock)、戈尔丁(Peter Golding)等学者对20世纪80年代盛行于英国的“新修正主义”思潮的反思,其批判矛头直指“结构主义转向”的文化研究学派^{[4] (P137)},致力于反思文本多义性和受众自主性的局限,强调政治经济权力对媒介内容生产的控制。

这两个理论源头奠定了英国“批判社会学”研究的基调——宏观层面强调媒介的阶级属性,重视大众传媒的意识形态生产功能和其作为“文化工业”的组成部分所扮演的宰制性角色,微观层面关注媒介生产过程中阶级关系与劳动异化,强调媒介

生产者与消费者、管理者与普通从业人员之间的权力关系和冲突。

莫斯可认为是欧洲传播政治经济学研究奠基人的英国批判学者们并不认可莫斯可的“权力研究”框架,莱斯特大学的传播学者的知识背景和专业训练基本上来自社会学:哈洛伦并不承认莫斯可加之于他的“英国传播政治经济学”标签,而是将其“研究路径置于批判的社会学和社会心理学的路径中”^{[1] (P115)}。在他的影响下,研究所多数成员都采用社会学或社会心理学的视角来研究特定的社会问题,只有“很少的资助用于政治经济学研究”。因此,戈尔丁认为“从来就没有一个叫做政治经济学的‘莱斯特学派’”,因为“那些看来是一种制度化的研究项目,遵循一种遍及政治经济学的普遍模式,实际上是一群个人努力的成果”^{[1] (P116)}。

比英国“批判社会学”研究路径更加“特立独行”的是法国学者阿芒·马特拉的“文化帝国主义”研究路径。马特拉将传播视为一种“流”(flux),信息内容的生产、流动、挪用以及社会的组织和治理方式都交织于传播流之中。他把传播“流”划分为技术维度、象征维度、政治经济维度,并围绕着这三重维度发展出一套“阶级斗争—文化帝国主义—传播世界化”理论体系。马特拉的“阶级斗争”理论突破了帝国主义技术统治意识形态批判和经典马克思主义阶级斗争理论,将阶级分析延伸到了符号文化与制度规训的层面。同时他的理论还吸纳了沃勒斯坦的世界体系理论和“地缘政治”理论,以“传播的世界化”对抗传播“全球化”中存在的“中心—过渡—边缘”格局^{[5] (P34-35)},以“文化多元化”对抗同质化的受众中可能存在的“民主专制主义”风险。另一位重要的法国传播政治经济学者米耶热(Bernard Miège)则指出了当代资本主义文化生产的多样性和复杂性,认为文化实践是一个充满性和模糊性的地带,存在着各种不同的模式,并没有什么不可抗拒的宰制性力量和整齐划一的后果。所以没有文化产业,只有文化产业。在这里,米耶热似乎受到了文化研究思想的影响,尽管他们的主张并不完全一致。两位不得不提的法国学者,同样存在着宏观、微观两种范式的分离。

从不同国家、区域的所谓“传播政治经济学者”的观点中不难看出:制度与权力、宏观与微观、对内与对外、宰制与反抗等维度已经将传播政治经济学撕扯成了知识的碎片。其实对政治经济学较为了解的学者对此不应当感到意外,因为传播政治经济学

的两大支柱性理论:马克思主义政治经济学和制度经济学本身就代表着两种研究范式;除此以外,古典政治经济学也并非没有思想子嗣。政治经济学本身就有多种理论视角,受政治经济学影响的传媒学者颇多,但他们理论的路数可能是完全不一样的。

传播政治经济学并不是一个真正的学术共同体或无形学院,甚至在一国范围内都不存在这样的共同体。如果说这是一个学术共同体,那只是言说者的修辞而已。马丁·巴尔默曾提出确定“学派”的简单标准:一位到数位有人格魅力的创立者和学术带头人,有一群(约10~40人)追随者,有一套相似的理念、学术信仰和约定的学术规范,在某一方面推动了学科的发展^{[6] (P16)}。而传播政治经济学内部没有形成一套被所有人认可和信奉的研究范式甚至是一种相对统一的研究路径,因而很难被称为一个严格意义上的“学派”。所以,从研究者的知识地图来看,传播政治经济学的学科化似乎只是一个美好的想象。然而问题还不仅仅是这些。

二 安“内”攘“外”:莫斯可的理论整合与学科建构

尽管伊尼斯的制度主义路径、北美权力研究路径、英国批判社会学路径、马特拉的文化帝国主义路径、米耶热的文化产业路径之间如此迥异,但莫斯可仍然试图通过“商品化、空间化、结构化”^{[1] (P162)}三个进程将这四种源流导向同一理论框架。此外,他也想通过与相近研究尤其是文化研究的区隔,来确定传播政治经济学的边界。

所谓“商品化”的过程,指的是“使用价值转化为交换价值的过程”^{[1] (P165)},即传播的社会逻辑被市场的逻辑所取代的进程。依据这一逻辑,麦克切斯尼(Robert W. McChesney)等人关于传播创造剩余价值的论述,斯迈兹等人强调大众媒介经济性质的理论,加纳姆关于受众异化的理论都可以被纳入商品化的进程。而米耶热等人关于传播新技术的讨论、大量管理学、组织行为学和关于官僚结构与科层化的理论则“扩展了商品化进程”。

“空间化”指的是资本重构人、商品、信息与空间的关系,从而克服社会生活中空间和时间限制的过程。这一“权力几何体”(power-geometry)包含传播权力的集中,政府角色的商业化、自由化、私有化、国际化,以及传播技术突破地理空间限制所带来的全球化,和随之而来的全球媒介劳动分工和全球传播资源分配的极化。“空间化”几乎可以涵盖所

有涉及媒介所有权整合、政府权力控制、跨国资本流动以及传播的全球化的理论。

“结构化”的实质是“将权力置于研究的中心”，即在权力研究的框架下用动态研究的视野来考察阶级关系与阶级斗争、种族与社会性别、社会运动与社会变革、霸权等现象^{[1] (P239-244)}。因此，“结构化”几乎可以包揽赫尔曼(Edward Herman)与乔姆斯基(Norm Chomsky)、梵·迪克(Teun A. Van Dijk)、詹森(Sue C. Janson)、米汉、彭达库、甘地、麦克彻(Catherine McKerche)、哈拉维(Donna Haraway)等人的全部理论。

然而，莫斯可这一看似完满而无所不包的理论体系被整合起来的依据是理论之间的相似性，而非严谨的逻辑联结。作为理论框架的“权力”概念内涵模糊而外延空泛，因为在不同的社会语境中，此权力往往并非彼权力，经济意义上的权力与政治意义上的权力、象征的权力与制度的权力全都不是一回事。商品化、空间化、结构化三者之间更是三个完全不同的范畴，它们把传播政治经济学的研究一分为三。甚至，传播政治经济学对什么是它的研究对象都是困惑的。什么是传播，什么是传媒，这在不同的传播政治经济学者那里有着完全不同的范围。在米耶热那里被看作是文化产业的传播，在席勒那里则是资本主义意识形态扩张。米耶热对传播业的定义已经完全解构了传播政治经济学存在的意义，因为如果传播政治经济学是面对一类产业而存在的，那为什么不能有美食政治经济学、房产政治经济学等各种产业政治经济学，传播业到底独特在哪里，它凭什么为政治经济学研究作出独立的贡献。而席勒的观念也并不清晰，因为资本主义意识形态扩张已经远不是传播批判的问题，它已经远远超出了传播的范畴而接近于社会形态批判。

因此，没有统一的研究对象和研究范畴，没有理论框架，没有核心概念，“传播政治经济学”的理论体系几乎不能在逻辑上自洽。如果按这个框架来整合传播政治经济学，等于承认传播政治经济学只是一堆知识的碎片。由此可见，传播政治经济学的学科内在逻辑的设计，在莫斯可这里显得并不成功。

那么退一步讲，莫斯可是否可以通过与相近研究的区隔，来赋予传播政治经济学的合法性呢？答案同样是否定的。

自斯迈兹以降，“传播政治经济学”就试图通过与文化研究“划清界线”来确立其边界，莫斯可也因循了这一传统。尽管都处于西方马克思主义的理论

谱系中，传播政治经济学更关注“大众传播业在社会中发挥的作用和社会权力体系对大众传播业发展的影响”^{[7] (P49-53)}，而文化研究则被认为是批判机械的经济决定论，坚持文本的多义性和受众的自主性^{[4] (P143-144)}。二者的亲缘关系使得它们曾在发展的早期短暂地结盟，共同对抗“由行为主义提出的本质主义挑战”^{[7] (P49-53)}。

而在20世纪70年代文化研究经历了“结构主义转向”之后，二者间的关系转向了对立。在这一时期爆发了著名的“盲点辩论”中，斯迈兹指出西方马克思主义在媒介研究方面忽视了大众传播体系在政治、经济、社会制度方面的重要性^{[8] (P6-33)}，批判矛头直指文化研究。英国的“批判社会学者”尽管不同意斯迈兹的“经济简化论”观点，但也对文化研究中的“文本多义性”和“受众自主性”持怀疑态度，转而强调大众传播体系作为经济基础和上层建筑的双重性质^{[9] (P34-47)}。

而在进入80年代之后，“传播政治经济学”与文化研究开始谋求沟通与对话，莫斯可承认文化研究的批判实证主义，坚持日常生活的研究取向，对社会阶级、社会性别、种族和民族、身份的关注对传播政治经济学有重要的启发意义^{[1] (P302)}。但又努力在传播政治经济学的框架建构中努力厘清两者的差异。有趣的是，随着晚近莫斯可对符号学尤其是巴特的神话理论的高度青睐，莫斯可对大数据、云等新近出现的传播现象，基本采取的是一种结构主义的批判态度，他的作品更像是文化研究而非传播政治经济学。其他的一些知名传播政治经济学家，如米耶热、加汉姆甚至默多克，已经在世纪之交的新媒体时代彻底转向了文化研究。有学者将其表述为传播政治经济学研究的新范式，在笔者看来，还不如说是文化研究与传播政治经济学的一体化。

传播政治经济学与文化研究从共处到对抗，再到谋求借鉴与对话的过程不仅是理论建构的需求，也是由两个学术共同体的利益决定的。传播政治经济学与文化研究“划清界线”意在为其学术共同体争取资源与利益，而它将边界开放给文化研究则是为了对抗右翼的经验研究传统，“保卫公民的权利和义务所需要的符号资源”^{[1] (P277)}。

这种一体化对于学术研究而言其实没有什么不好，但对于雄心勃勃建构传播政治经济学学科边界的努力并不是什么好消息。准确地说，莫斯可自身及一批当代传播政治经济学的研究实践，使传播政治经济学的边界越来越模糊与不确定，使“传播政

治经济学”的学科建制化走向南辕北辙。在外部学科建制的层面上成立的传播政治经济“学科”的努力注定无法成功。

就此,我们几乎可以断言,传播政治经济学根本就不具备成为学科的基本条件,它只是批判研究的一个有机组成部分,甚至都不能被称为一种统一的研究视角或研究范式。

三 神话的背后:传播政治经济学的“政治”诉求

事实上,传播政治经济学的理想状态是采取一种“知识化”的立场^{[10] [P21-23]},保持其作为一个“研究领域”的边界开放性。然而,莫斯科却非要推进学科建制化。这背后的原因到底是什么?尽管在《传播政治经济学》中,莫斯科将“传播政治经济学”的诞生描述为一个自然而然的过程——传媒技术变革、资本积累方式弹性转变、媒介消费增长、政府权力在传播领域的扩张、全球劳动分工极化等现象使得学界对主流经济理论和传播理论的替代性路径产生需求。但这真是要将传播政治经济学打造成学科的全部理由吗?让我们回到那个激荡的年代,检视传播政治经济学的建制化之路。

1979年伊利诺伊大学香槟分校召开的学术会议被莫斯科赋予了重要的意义——它“第一次聚集了包括斯迈兹及其学生古拜克与彭达库,还有古拜克的学生们在内的三代传播政治经济学者”,“表明政治经济学学者网络的形成迈开了重要的一步”^{[1] [P114]}。该会议体现出了北美的左翼学者对于建立一个统一的学术共同体的迫切期待,与会学者们“对发展政治经济学的路径充满兴趣”,并在会后“持续为传播政治经济学作出贡献”^{[1] [P114]}。与此形成鲜明对比的是英国的左派学者对学科建制的漠然态度,他们不仅否认“传播政治经济学”的标签,甚至也没有尝试在一国之内实现“学科”的整合,而是将各种研究的议题视为一个相对比较开放的领域来进行知识的交流与融合。

这种态度的差异来自于左翼学者在北美与英国的不同处境——英国有着源远流长的左翼研究传统,即使在撒切尔主义兴盛时期,英国学界整体氛围仍然较为宽松;而在北美地区,战后“美苏争霸”格局逐渐形成,“冷战”局势愈演愈烈,尤其是麦卡锡主义的盛行使得美国左翼学者面临着政治高压和学术界的自我审查。因此,美国左翼学者希望建构一个学术共同体,应对政治迫害和学术界的排挤。

斯迈兹与赫伯特·席勒在美国传播学界的处境正是战后美国左翼学者生存境况的写照。在斯迈兹担任美国政府农业部、劳工部政策分析员的时期,他曾参与支援西班牙的反法西斯斗争,为此成为了美国众议院非美活动委员会密切关注的“政治敏感人物”,并受到联邦调查局的秘密调查。在联邦通讯委员会(FCC)任职期间,他参与编纂的《对常规广播电视的经济学研究》和《广播电视持照者的公共服务责任》又因其批判性立场而被FCC束之高阁^{[11] [P58-63]}。1948年,施拉姆(Wilbur Schramm)仰慕斯迈兹的才华,邀请他到伊利诺伊大学任教,开设“传播经济学”课程。但由于学术立场、研究取向和政治立场的分歧,斯迈兹与施拉姆渐行渐远,并最终于1963年落魄离开伊利诺伊大学,回到家乡加拿大,并先后在萨斯喀彻温大学与西门菲沙大学任教直到去世。

接替斯迈兹教职的赫伯特·席勒也受到了不公正的对待,他的著作《大众传播与美帝国》找不到出版商,是由一名印刷工“按原始的手工方法制作的”^{[12] [P65-69]}。伊利诺伊大学保守势力的排斥迫使席勒转到加利福尼亚大学圣地亚哥分校(UCSD)任教,但席勒在UCSD的地位仍然非常边缘,他的工资多年未能得到提高,也几乎没有得到过任何的研究赞助或者学术经费。同时期还有相当一部分左翼学者面临着同样的处境,他们需要一个机构或一个学术共同体来支持彼此的学术研究。

而1979年的学术会议正是这批左翼学者尝试走向建制化的重要一步,会后,与会的部分学者结成了“民主传播联盟”(UDC),还出版了《民主公报》期刊以支持“传播政治经济学”的研究。此外,1957年成立的“国际媒介与传播研究协会”(IAMCR)也逐渐发展成为传播政治经济学研究的“大本营”,它采取批判的研究立场和研究路径,设立“纪念斯迈兹、席勒和霍尔的基金”支持青年学者,尤其是女性学者、少数族裔学者和来自欠发达地区的学者从事“批判的传播学研究”^[13],由此将一批游离于主流传播学派之外的左翼学者团结在“政治经济学”的框架之下,并为他们提供了进入传播研究领域的渠道。不仅促进了传播政治经济学的建制化,也促使该学术共同体成员实现自我合法化。

到了莫斯科的时代,传播政治经济学已然在美国知识界立稳了脚跟,莫斯科等学者自然也不再满足于在美国传播研究的边缘游荡,而开始尝试谋求传播政治“学科”的主流化。在2000年赫伯特·席

勒去世之后,莫斯可为其撰写了一篇纪念性文章,在文中他以略显“幽怨”的口吻谈到了北美左翼知识界对传播研究缺乏兴趣,他将“传播政治经济学”称为传播研究的“盲点”,美国知识界(尤其是高校)醉心于追逐企业和政府经费,传播学者只有遵循行为主义、功能主义、实证主义的研究路径才能在学术界赢得一席之地^{[14] (P27-30)}。莫斯可为此而不平,他希望提高传播政治经济在学术界的地位。

艾琳·米汉与莫斯可惺惺相惜,她不满于传播政治经济学经济还原论倾向,指出同为“牛虻”的传播政治经济学与文化研究应该抛弃“意识形态成见”,建立一个统一的“批判学派”,合力对抗“右翼”传播学研究,为“批判”的传播学研究共同体争取更多利益^{[15] (P86-94)}。在米汉的论述中,对文化研究学派拥有的伯明翰大学文化研究中心这一“据点”和该学派在英国享有的学术声望的艳羡之情随处可见。

此时,北美的传播政治经济学者开始尝试联合世界各地的批判学者,在美国以外建立院系和机构,创办全球性期刊,并借助国际组织的力量发挥社会影响力。除了将英国的“批判社会学者”之外,他们也尝试与来自世界其他国家的学者,如来自芬兰的诺登斯特伦(Kaarle Nordenstreng),来自印度的彭达库、甘地,以及来自中国的赵月枝建立联系。

此外,传播政治经济学者们也致力于拓展自己研究的阵地:加拿大学者曼塞尔(Robin Mansell)在伦敦政治经济学院建立了制度政治经济学研究基地;在斯帕克斯(Colin Sparks)的领导下,威斯敏斯特大学建立了一个关注国际传播制度,尤其是中国和中东的传播体系的全球研究项目^{[1] (P137)}。在期刊方面,美国普渡大学的卡马利普尔在2002年创办的在线刊物《全球媒介刊物》在世界范围内有11个不同语言的版本,此外,北美的学者也向《媒介·文化·社会》(Media Culture Society)、《欧洲传播学刊》(European Journal of Communication)等海外刊物投稿。此举目的在于推动其学术共同体的外部建制完整化和严格化,并向世界范围“开枝散叶”,终极的目的在于取“主流”传播研究而代之。

然而,传播政治经济学外部建制的诉求并没有真正得到传播学界的认可,它在传播学的知识谱系中仍然偏于批判学派的边缘一隅。斯迈兹与席勒曾遭遇的边缘待遇仍然在学界反复上演着,作为一种非应用性的研究路径,传播政治经济学很难得到企业、政府的经费和赞助,也很难进入主流的研究场域

中。在这方面,与传播政治经济学“亦敌亦友”的文化研究的遭遇称得上是前车之鉴。

2002年6月,文化研究重镇伯明翰大学当代文化研究中心(CCCS)被校方关闭,原因是该中心无法承受校方对于文化研究中心这一“招牌”赋予的期待和“庞大的社会科学学院要求社会学系的压力”——校方“需要‘主流’社会学,而文化研究可能被分流到现代语言学去”^[16]。而更深层的原因是CCCS在学校“研究评估考核”中得分过低,尽管当时文化研究与社会学系的负责人韦伯斯特(Frank Webster)认为这次评估并不公平,因为部分参与评估的专家不了解该领域而又拥有过大的决定权。同时CCCS的“旧部”霍尔(Stuart Hall)和格罗斯伯格(Lawrence Grossberg)等人在《卫报》上联署抗议校方的决定,也无法挽回局面。

CCCS的尴尬处境和遭遇实质上是学界刻板的学科划分对“开放性知识领域”的无情嘲讽,文化研究与社会学的结合产生了大量具有重要价值的研究成果,但在英国高等教育基金委员会和伯明翰校方的眼中,社会学与“现代语言学”之间泾渭分明的边界比CCCS的学术遗产更具价值。此外,文化研究的激进立场和非应用性特征也难以满足主流意识形态对于“知识”的需求。文化研究的经历暗示着传播政治经济学的命运:从传播研究边缘诞生,以跨学科甚至反学科为研究起点,最后却只能被体制收编或淘汰,而重新落入刻板的学科化窠臼。

所以,与其说莫斯可已经看到了传播政治经济学成为学科的可能性,还不如说他看到了成为学科的必要性和紧迫性。从学术层面看,学科“首先是一个以具有正当资格的研究者为中心的研究社群”并“为了利于相互交流和对他们的研究工作设立一定程度的权威标准”^{[17] (P13)}。然而,任何建立学科的行为都少不了来自社会存在层面的考量,即维护学术共同体存在的合法性和利益,学科不仅奠定了该知识领域的合法性,还保证了局内人在学科领域中的利益与话语权不受局外人的侵犯。学科的建立意味着在大学内设立院系、授予教授职位、成立国家学者机构、图书馆以该学科作为书籍分类的系统以及最重要的资源的进入与研究者的再生产等。而莫斯可及边缘化的传播政治经济学,缺乏的恰恰是被人承认的独立学科地位。所以对于莫斯可而言,建立学科极其紧迫。由于这种紧迫感,莫斯可创造出了一整套筛选人员和组织理论体系的标准。正如巴特菲尔德在《历史的辉格解释》中所说的那样“辉格

式历史并不是名副其实的概说,因为它实际上基于一种隐蔽的筛选原则。接受了这一原则和这一方法,就使我们屈从于某种关于整个历史故事的编纂体系”^{[18] (P18)}。莫斯可用建立学科的巨大责任感作为选择标准,写就了传播政治经济学的一部辉格史。

然而,学科“并非依赖教条而立,其权威性也并非源自一人或一派,而是基于普遍接受的方法和真理”^{[17] (P13)}。没有扎实的学理基础,甚至没有独特的研究对象与清晰的核心概念,却希望获得独立学科的地位,这种努力无论如何不可能获得成功。具体到传播政治经济学,可以看到,由于不存在完整的知识体系,莫斯可对传播政治经济学的学科设计完全是“因人设岗”的结果,而他所撰写的并不高明的辉格史则建构了一个拙劣的关于传播政治经济学学科史的神话。

如果我们更进一步解剖莫斯可这只“麻雀”,就会发现他的学术气质是非常可疑的——将传播政治经济学学科化的努力,以及对学科神话的塑造本身就是有违批判理论精神的。批判思想从来就是非学科化的,不仅批判思想本身就跨学科为特征,学科建制本身也是各种批判学派批判的对象,“学科”作为一种体制内的规训方式,通常被看作是对学术的一种社会控制方式,本身就需要被反思与批判。这种反思与批判基本上可以说是批判学派学者的共识,从法兰克福学派到福柯从未改变。用学科建制的逻辑去经营一类批判学说,不仅可以看出莫斯可对批判思想的内在逻辑并无深刻的领悟,而且也暴露了莫斯可身上结构功能主义和实用主义的精神内核。所以,哪怕是在莫斯可圈定的“传播政治经济学”的阵营里,估计也有相当多的研究者并不赞成莫斯可的学科化努力。

而另一方面,这正折射出了非应用性的批判理论及批判知识分子在当代知识结构中的困境——没有人或机构愿意为批判性研究买单。“批判”只能是当代学者的“业余爱好”,当他们尝试将批判理论结构为一种理论体系或者学科时,就将面临着被主流的知识体系收编或者淘汰的宿命。事实上,主流传播学从来没有打算承认这个所谓的学科,只要前者的学科合法性没有被动摇,莫斯可就只能在学科化的问题上自娱自乐。

四 回归“劳动”:危机中的传播政治经济学及其出路

莫斯可所书写的传播政治经济学辉格史与他建

构的学科神话,正如施拉姆为传播学所写的那些辉格史一样,行动本身无可厚非,却遗留下了一系列没有被解决的问题,其中最为关键的问题就是——传播政治经济学这一堆知识碎片何去何从。在一个知识开放的时代,学科化肯定不是传播政治经济学的未来。学科化意味着学科边界的关闭,研究领域关闭其边界以维持封闭性有利于本学术共同体获得更多资源,而保持边界的开放性则有助于维护理论创新能力。对于缺乏核心理论基础的传播政治经济学而言,关闭学科边界必将使理论体系实现再生产的能力受到重创。

按照黄典林的说法,传播政治经济学的传统范式“基于十分明确的反新自由主义意识形态立场,以全球化的视野,从政治经济的制度逻辑出发,对全球及地方传播产业的政治经济结构构成进行图绘,并以此为基础展开对全球文化霸权和特定民族国家(主要是西方国家)内部资本权力宰制传播资源、破坏民主和公共性原则的批判”^{[19] (P536)}。但同时他也认为,这种遵从普世性结论的范式过于僵化,需要结合具体传播实践进行差异化的分析与建构。因此,如果传播政治经济学继续沿着“传统路径”发展,未来的危机是不言而喻的。

事实上,在传播政治经济学的早期,达拉斯·斯迈兹与赫伯特·席勒就一直关注传播方式存在的历史语境,批判传播媒体自治和非政治性的神话,强调大众传播体系是社会制度的产物,其背后运作的逻辑是资源的分配和社会意识、价值观和政策的再生产。不过,这种观点中也隐含着一种高度保守主义和缺乏理论繁殖力的“传播决定论”幽灵——这种研究路径的问题在于,它将一种社会的整体批判,直接表征于传播媒介,于是传播媒介变成了社会控制的主体。所以我们很容易在席勒、乔姆斯基等人的著作里读出不容质疑和辩驳的魔弹论意味。且不说这种媒介中心主义结论的荒诞性,仅就这一逻辑的进一步推演,导致的结果一定是僵化的。更为严峻的问题是,只要用莫斯可“商品化、空间化、结构化”这三化去结构自己的分析框架,任何国家的传播体系最终都可以得到相似的陈词滥调:任何市场经济国家的传播政策都一定是资本与国家权力之间的合谋;任何非市场经济国家的传播政策一定是资本作恶,政府背黑锅。到最后,这种研究就不再是理论发现,而是政治站队或表态,表明研究者是时髦的左派知识分子——理论退场的地方,剩下的只会是彻底的意识形态。

莫斯可将第一代传播政治经济学范式学科化的结果,必然导致这一领域理论繁殖力日渐枯竭。于是,为了维持传播政治经济学的“发展”,研究者只能将目光投向技术发展,似乎只有技术进步才能不断为传播政治经济学提供新的研究领域。斯迈兹与席勒的后学们无奈地将其研究“从旧媒体转向新媒体”^{[1] (P153)},其实质就是将早已建构完毕的旧理论“复制粘贴”到新的媒介中。资本的一切恶,都因为传播技术的发展而得以彰显,这种论断充斥着今天传播政治经济学的研究。通过用旧理论占领新领域的方法,传播政治经济学发展出了一种新的“技术决定论”形式:以技术的发展作为理论建构的参照系,“技术进步”决定其理论建构走向。继丹·席勒对数字资本主义和信息拜物教进行了批判以后,莫斯可本人对大数据和赛博空间的神话也率先进行了批判。然而,这些批判并没有任何新鲜的内容,只是原有批判框架的一种延伸。尤其是莫斯可最近的两部作品《数字化崇拜》与《在云端》,不仅关切视角相似,连篇章结构都非常相近。令人不安的是,这名要给传播政治经济学建立山头的学术组织者,竟然采用了神话理论与话语分析的方法来批判资本与权力向赛博空间的入侵,在很大程度上用文化批判代替了社会批判。也许伟大的学者总是生活在自相矛盾和自我否定之中吧,然而这样一来,他的研究已经否定了传播政治经济学安身立命的研究起点。

所以,传播政治经济学与其忙着建构学科的神话,还不如自问一下自己存在的合法性究竟是什么。其实,对传媒环境中宏大政治权力与商业权力的批判,并不是传播政治经济学存在的合法性基础,这种资本与权力的勾结换成所有行业都一样,比如金融业。对于传播政治经济学而言,其最独到的发现,是传播业中的劳动,这种劳动及其剥削方式与其他行业的迥然不同,而在达拉斯·斯迈兹那里,这种被称为“受众商品论”的独特劳动与剥削方式便已经被发现。传播政治经济学之所以为独特的学问,而餐饮政治经济学却成不了独特的学问,正是在于一个关键的事实:传播体系将受众及其闲暇时间全部纳入到了资本剥削的范畴,自此完成了资本对劳动时间以外的所有时间的占有。受众的信息消费、娱乐甚至日常生活全都成为生产剩余价值的工业流水线,大众传播体系将全民全时意义上的剥削发展为一种现代社会的逻辑,而且在鼓动消费的过程中,现代传播体系大大提高了资本运作的效率。可以毫不夸张地说,这才是资本主义发展的第二个阶段。而

没有现代传播技术和传播体系的嵌入,人类社会无法顺利进入这一阶段。而互联网+的观念以及互联网的种种技术手段,如大数据、线上直播、网红等又将这种资本运作方式推动到登峰造极的地步,甚至深入到生活的每一点缝隙。就这一点而言,关注文化现象本身并拒绝还原的文化研究的分析和批判几乎无能为力,而这恰恰是传播政治经济学不可替代的优势所在。

因此,丹·席勒的感觉是对的,他试图从劳动的角度构造一部传播的理论史。“‘传播’若要在语言、意识形态与意义的展示平台上占有一席之地,就必须要让‘劳动’与传播产生一种互动关系,劳动必须在状似遥远的活力与行动之范畴中。就是说,先要有‘劳动’的存在,‘传播’才能自由地为人类巨大而面向广泛的符号互动潜力,划清畛域。”^{[20] (P73)}然而令人失望的是,丹·席勒的兴趣永远都是那么功能主义,他将劳动分成脑力劳动与体力劳动,一下就将批判的锋芒转向了虚无;他希望通过取消“劳心”与“劳力”的二元对立来将“传播”还原为劳动,但他论述到最后也没有最终提出打破二元对立的解决之道,“二元对立”在他那里成了一个永远打不倒的稻草人,而“传播”抑或是“交流”最终仍然游离于劳动的批判框架之外。丹·席勒可能需要反思的是他的父辈开创这个研究领域的初心到底是什么,也许这样才能真正回归“劳动”。

所以,对于传播政治经济学而言,是不是个学科并不重要——甚至它自封为学科也不会有人承认——最重要的问题仍然是从传播这个视角切入,政治经济学可以帮助我们看到何种独特的景观。如前所述,目前的传播政治经济学既不能保证其理论基础的自治,也不能保证其学科建制的合法,甚至连一个严格意义上的“学派”都算不上。传播政治经济学能否打破现有的知识结构,向着知识化而非学科化的方向发展,在一个统一的“历史社会科学”范畴内找到自己的位置,仍然是一个问题。因此,去学科化与直面快速变化的实践可能是传播政治经济学研究的唯一出路所在。

参考文献:

- [1]文森特·莫斯可.传播政治经济学[M].胡春阳,等译.上海:上海译文出版社,2013.
- [2]赫伯特·席勒.大众传播与美帝国[M].刘晓红,译.上海:上海译文出版社,2013.
- [3]唐晓燕.格拉斯哥学派媒介批评理论研究[D].华东师范

- 大学硕士学位论文,2009.
- [4]詹姆斯·卡伦.媒体与权力[M].史安斌,董关鹏,译.北京:清华大学出版社,2006.
- [5]朱振明.传播世界观的思想者——阿芒·马特拉传播思想研究[M].上海:上海交通大学出版社,2011.
- [6]胡翼青.再度发言:论社会学芝加哥学派传播思想[M].北京:中国大百科全书出版社,2007.
- [7]刘晓红.共处·对抗·借鉴——传播政治经济学与文化研究关系的演变[J].新闻与传播研究,2005(3).
- [8]达拉斯·史麦塞.传播:西方马克思主义的盲点[J].冯建三,译.(台湾)岛屿边缘,1992(4).
- [9]默多克·加纳姆.关于西方马克思主义的盲点:答复达拉斯·史麦塞[J].冯建三,译.(台湾)岛屿边缘,1992(4).
- [10]胡翼青.传播学科的奠定:1992—1949[M].北京:中国大百科全书出版社,2012.
- [11]郭镇之.传播政治经济学理论泰斗达拉斯·史麦兹[J].国际新闻界,2001(3).
- [12]郭镇之.席勒——传播政治经济学的批判领袖[J].国际新闻界,2002(1).
- [13]“国际媒介与传播研究协会”官方网站[EB/OL].<http://iamcr.org/objectives>.
- [14]Mosco V. Herbert Schiller[J]. Television & New Media, 2011(1).
- [15]Meehan E R. Between Political Economy and Cultural Studies: Towards a Refinement of American Critical Communication Research[J]. Journal of Communication Inquiry, 1986, 10(3).
- [16]陈磊.走向大众文化:伯明翰学派的文化研究[D].南京:南京大学硕士论文,2013.
- [17]华勒斯坦.学科·知识·权力[M].刘健芝,等编译.北京:生活·读书·新知三联书店,1999.
- [18]赫伯特·巴特菲尔德.历史的辉格解释[M].张岳明,刘北成,译.北京:商务印书馆,2012.
- [19]黄典林.激进传统与产业逻辑:论传播政治经济学批判的两种路径[G].第九届中国青年传播学者论坛论文集.合肥,2016-07.
- [20]丹·席勒.传播理论史:回归劳动[M].冯建三,等译.北京:北京大学出版社,2012.

Destruction of Myth: an Analysis to the Legitimacy of “Political Economy of Communication”

HU Yi - qing ,YANG Xin

(School of Journalism and Communication ,Nanjing University ,Nanjing 210046 ,China)

Abstract: Vincent Mosco constructed the “Political Economy of Communication” as an independent “discipline” by integrating the research path of institutionalism ,North American power research ,British critical sociological research ,and the “Cultural Imperialism” to a united frame and by clarifying the boundary between the political economy and the cultural studies. But the “discipline” lacks of not only the consistent logical basis ,but also the clear outer structure. In consequence the substance of political economy of communication is myth. The Mosco’s purpose is defending the oppression by American Government and pushing the discipline into mainstream of communication research. However ,Mosco’s construction on the one hand couldn’t be acknowledged by mainstream communication research ,on the other hand it restrains the political economy of communication’s creativity and makes itself a conservative “technicism”. So for the political economy of communication ,the most important issue is not “disciplinization” and the most important issue is what landscape we can discover through the political economy of communication’s perspective. The only way for the political economy of communication is “non - disciplinization” and facing the rapidly changing reality.

Key words: the political economy of communication; legitimacy; discipline; myth

(责任编辑 书华)