

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

质 量 反 馈: 010-62772015, 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^①,一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增长的利润。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

^① 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。¹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”²。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的特性,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。³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应用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拥有者清理盗版录像、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对于知识、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,而且不受人为了干涉的。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。⁴ 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。⁵ 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。⁶ 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。⁷

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”。⁸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。⁹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性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。