



未名社科·传播政治经济学译丛



Theorizing Communication

A History

# 传播理论史

回归劳动

〔美〕丹·席勒 (Dan Schiller) 著

冯建三 罗世宏 译

王维佳 校译



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

Theorizing Communication  
A History

# 传播理论史

回归劳动

〔美〕丹·席勒（Dan Schiller）著

冯建三 罗世宏 译

王维佳 校译



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2007-6075

图书在版编目(CIP)数据

传播理论史:回归劳动/(美)席勒(Schiller, D.)著;冯建三,罗世宏译.  
—北京:北京大学出版社,2012.9  
(未名社科·传播政治经济学译丛)  
ISBN 978-7-301-16675-8

I. ①传… II. ①席… ②冯… ③罗… III. ①传播学-历史-世界  
IV. ①G206-091

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第224986号

© 1996 by Dan Schiller

**Theorizing Communication: A History** was originally published in English in 1997. This translation is published by arrangement with Oxford University Press and is for sale in the Mainland of The People's Republic of China only.

《传播理论史:回归劳动》英文版出版于1997年。本书简体中文版权由牛津大学出版社授予北京大学出版社。本书仅限于在中国大陆销售。

书 名: 传播理论史:回归劳动

著作责任者:[美]丹·席勒 著 冯建三 罗世宏 译

责任编辑:黄怀京 周丽锦

标准书号:ISBN 978-7-301-16675-8/G·3503

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

网 址:<http://www.pup.cn> 电子信箱:ss@pup.pku.edu.cn

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016

出版部 62754962

印刷者:北京世知印务有限公司

经销者:新华书店

965mm×1300mm 16开本 21印张 331千字

2012年9月第1版 2012年9月第1次印刷

定 价:40.00元

---

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn



未名社科·传播政治经济学译丛

学术顾问：文森特·莫斯科（Vincent Mosco）

丹·席勒（Dan Schiller）

译丛主编：赵月枝 曹晋

## 译丛总序

---

文森特·莫斯科 (Vincent Mosco)

丹·席勒 (Dan Schiller)

作为这套传播政治经济学译丛的学术顾问,我们非常珍惜通过译丛的出版与中国读者进行知识与思想交流的机会。在此,我们要阐明,我们对传播政治经济学情有独钟。而让中国读者更易于接触到传播政治经济学研究传统中一些开创性的著作,也能鼓励更多中国学者以独特的方式创造性地改进及扩展传播政治经济学的研究领域,并开拓出具有“中国特色”的传播政治经济学研究。这种想象及期待或许并非遥不可及。事实上,中国学者已经在这方面做出了实质性的贡献。

这次能有机会扩充传播政治经济学的中文文献,要归功于北京大学出版社,还要归功于赵月枝和曹晋两位教授,她们在开拓出版译著所必需的公共知识空间及提供物质资源方面发挥了必不可少的作用。对此,我们深表感谢。与此同时,我们还要感谢你们——我们的读者,我们真诚地邀请您和我们一起为丰富及发展传播政治经济学而共同努力。

## 什么是政治经济学?

政治经济学主要研究社会关系,特别是权力关系,正是这些权力关系之间的相互作用共同构建了包括传播资源在内的各种资源的生产、分配及消费。这一定义表述有一定的实用价值,因为它使我们关注传播业是如何运作的。比如说,传播产品如何从一系列生产者如电影制片厂,转移到批发商、零售商及消费者手中,随后,消费者的购买、租赁及注意力等信息又反馈到生产环节,从而形成新的生产过程。但是,比起这套标准的商学院课程表述,政治经济学更深刻。这是因为,如果用最普遍且最具有概括力的定义来表述,政治经济学就是研究社会生活中的控制和生存。控制特指在不断变化的环境中个体及团体成员的内部组织,而生存则意味着他们通过何种途径来创造社会再生产所需的物质。控制过程大体是政治性的,因为它们形成了一个社群内各种关系的社会性组织;生存过程则主要是经济性的,因为它们涉及生产和再生产过程是如何发生的。我们需要将这两方面共同置于具体的历史条件下来理解。

既然要在历史背景下思考控制和生存,政治经济学就始终将社会变迁与历史转型作为首要研究目标。对于亚当·斯密(Adam Smith)、大卫·李嘉图(David Ricardo)和约翰·斯图亚特·穆勒(John Stuart Mill)等18和19世纪早期的政治经济学家来说,这意味着全面认识资本主义革命,即由以农业劳动为主要基础的社会向商业、制造业转变,直到工业社会的巨变及其所引发的社会动荡。对于卡尔·马克思(Karl Marx)来说,这意味着考察资本主义的内在动力机制和审视资本主义与其他形式的政治经济组织之间的关系,其目的是理解最终使资本主义转向社会主义的社会变迁过程。

19世纪末,正统经济学开始凝聚力量,反对政治经济学,它忽视历史和社会变化的动态过程,将政治经济学转化为经济学,使其能像物理学一样对自身领域的现象和问题提出概括性的静态解释。正统经济学能够精确说明购买者和销售者如何合力在市场上制定价格,但是,它无意展现那些价格确定背后更广泛的社会及经济变化过程。当代的政治经济学家恪守与正统经济学相抗衡的各种非正统立场,仍然秉持古典政治经济学立足社会变迁和转型的研究传统,关注着当前诸如工业经济向服务或信息经济转变的这些

领域。目前,对大众媒介、信息及传播技术的研究在政治经济学领域占据着重要地位,因为这些研究领域所涵盖的产业是构成当今政治经济的主要力量。

政治经济学的另一特点是其审视社会整体的旨趣,即它对构成社会关系整体的经济、政治、社会及文化等各方面的关注。基于亚当·斯密所处的年代,他对社会生活的理解没有局限于如今学科之间清晰的学术界限。随着马克思、制度经济学、保守主义和新马克思主义理论家的相继出现,政治经济学始终如一地通过解释政治和经济之间的相互影响及二者与更广泛的社会及象征领域活动之间的关系,坚持了政治和经济间的整体性。政治经济学者想探究的问题是:权力和财富是如何联系在一起的?它们是如何构建并形成我们当前的大众媒介、信息、文化和娱乐体系的?

政治经济学坚持道德哲学,热衷于研究建立社会行为的价值及指导人们努力改变社会行为的道德原则。对亚当·斯密而言,正如他在《道德情操论》(*Theory of Moral Sentiments*)中所言——他对此书的喜爱胜于更著名的《国富论》(*Wealth of Nations*)——道德哲学意味着理解诸如私利、物质主义、个人自由这些推动商业资本主义崛起的价值观念。而对卡尔·马克思来说,道德哲学意味着两种力量之间持续的斗争:一方面是实现人类劳动中个体和社会价值的驱动力,另一方面是将人类劳动简化为适于销售的商品的推动力。当代政治经济学在道德哲学上主张将民主推及社会生活的所有方面,即除了政治上保证人们的参政权之外,还须将民主延伸至经济、社会及文化领域,要求实现收入的平等、普及教育,让公众参与各种形式的文化生产,并确保他们有权力自由表达和传播个人观点和意见。

承袭上述各方面的民主要求,政治经济学的另一个核心特征在于其社会实践性,即思想与行为的一致性。特别需要明确指出的一点是,与传统的倾向于将研究领域与社会干预相分离的学术立场相反,但与古代对当权者提出劝告和建议的实践传统一脉相承,政治经济学者们坚持视学术生活为社会变革的一种形式,视社会干预为知识的一种形式。在如何进行社会干预方面,政治经济学家有根本分歧。托马斯·马尔萨斯(Thomas Malthus)认为打开下水道允许未经处理的污水溢满街道是进行人口控制的一种方式,而马克思却号召劳工通过革命实现自身的价值。尽管如此,政治经济学者一致认为,割裂研究与实践之间的关联是人为造成的,必须打破这种格局。



政治经济学的学术取向容纳了很多不同学派的思想,这确保了观点的多样性及内部争辩的活跃性。可以说,如何回应以亚当·斯密及其追随者为代表的古典政治经济学成了政治经济学最基本的思想分界线,由此形成了两种不同的研究路径。一方面是当前作为一门学科的经济学,它将个人作为分析的主要单位并视市场为社会的主要结构,二者通过个体在市场上对需求的表达得以结合。随着时间的推移,这种研究路径将政治经济学对历史、社会整体性、道德哲学及实践(即改变世界所需的思想与行动的一致性)的关注撇在一边,将政治经济学转变成一门基于用数学语言描述市场行为的经验研究基础之上的经济科学。在人们广义上理解的新古典经济学,或者简单来说在当下居主导地位的经济学视角中,劳动被简化为一个与土地、资本一样的生产要素,其价值只是体现在其生产力或它在提高终端产品市场价值的能力上。

另一种回应以亚当·斯密为代表的古典政治经济学形成的研究路径反对上述主流经济学的研究取向,他们坚持关注历史变迁、社会整体性、道德哲学及实践性。有很多不同学派的学者推动了这一政治经济学的演进与发展:保守主义者试图取代市场个人主义;空想社会主义者赞同社会干预但主张将社区的地位置于市场之前;马克思主义者则使不同社会阶级之间的劳动及斗争回归政治经济学研究的中心议题。基于这些视角的观点陈述,形成了当下广泛而复杂的政治经济学理论表述。

尽管主流经济学在学术及政治谱系中处于中间及中间偏右的位置,但是,以约瑟夫·斯蒂格勒(George J. Stigler)、詹姆斯·布坎南(James M. Buchanan)、罗纳德·科斯(Ronald Coase)这三位诺贝尔经济学奖得主为代表的新保守主义政治经济学却与传统经济学的观点有所不同,因为他们主张将新古典经济学的范畴推及社会生活的所有方面以扩展个人自由。制度经济学在政治谱系中占据中间稍稍偏左的位置,认为受制度及技术限制而形成的市场有利于那些规模和权力较大的公司和政府对其进行控制。阐述这方面观点的例子是约翰·肯尼思·加尔布雷斯(John Kenneth Galbraith)的著作,他的主要观点来自于托尔斯坦·凡勃伦(Thorstein Veblen)的思想。制度学者创建的分析框架被用来研究大型传媒企业如何能够控制大众媒介产品的生产和销售,从而限制了媒介内容的多样性。这些分析尤其关注这些媒介集团是如何将挑战迎合商业主义的观点排除在生产与销售之外的。新马



克思主义政治经济学的各种流派包括后福特主义、世界体系理论、劳动过程理论以及参与全球化问题争论的各派,它们继续将社会阶级置于问题分析的中心,主要致力于解释资本主义、劳动的自动化和去技术化,以及国际劳动分工的变化这三者之间的关系。最后,社会运动也促成了它们各自的政治经济学分支的产生。这方面的代表主要有:女权主义政治经济学,关注父权制在社会中根深蒂固的存在和对家庭劳动的忽视;生态政治经济学,聚焦社会行为与有机生态之间的关联;还有一种政治经济学把社会运动分析和意大利自主马克思主义者的理论传统熔于一炉(Mosco, forthcoming)。

## 传播政治经济学

传播政治经济学在北美的出现与三个复杂的历史发展背景相关:其一,多元化的传播产业在发达资本主义国家尤其是美国的迅速扩张;其二,这一产业随后的跨国发展,并因此在强劲的去殖民化社会背景下引发了其他国家对此一发展趋势的政治回应;其三,信息和传播在全球整个资本主义积累过程中发挥的日趋核心的关键作用。

在美国,传播产业的发展不仅包括新闻及电视,也包括以电影、音乐、广播、电话为基础的新型大企业。这些传播产业典型的所有权及控制形式是怎样的?现代传播机构是如何组织的?它们的社会功能和机构目标是什么?它们的雇佣机制和劳工的劳动实践是怎样的?如何决定生产此种形式而非彼种形式的传播产品和服务?传播资源在全社会中是如何分布的,且如何解释这些接近和使用传播资源的形态?传播中的控制体系如何重新调整国家和社会中的制度性决策并与之紧密关联?当前的传播机制是支持政治自由、文化发展及经济福利抑或不支持?当代传播在威权国家的兴起过程中扮演着怎样的意识形态角色?随着达拉斯·斯麦兹(Dallas Smythe)这样的学者在20世纪中期开始探讨上述重要问题,他们成为传播政治经济学研究的先驱。

还有一些亟待探讨的问题很快也浮出水面,随之构成了反思及争论的第二个历史机遇。与二战后早期去殖民化历史过程同时发生的历史现实是:以美国为基地的传播工业实现了跨国发展,并因此引发了其他国家对此一发展趋势强有力的政治回应。

20世纪六七十年代,亚洲、非洲、拉丁美洲宣称要争取民族自主性的国家倡导成立了不结盟运动,由此推进了建立世界信息传播新秩序的斗争,这为传播政治经济学提供了政治目标和富有活力的新研究议题,即传播在以美国为主导的战后全球资本主义重组过程中扮演着什么角色?在对已经取得独立的国家进行新形式的控制过程中,传播和文化是如何被牵涉其中的?应采取何种措施重新纠正国际信息流向不平等的现状?

为了回答以上问题,北美的政治经济学家如赫伯特·席勒(Herbert I. Schiller)等与来自欧洲及世界南部地区的传播学者相呼应,对主流理论提出了强有力的批评。起源于西方尤其是美国的现代化理论及发展主义理论试图使传播成为解释发展的一种视角,以契合占主导地位的学术和政治利益。发展主义理论认为,媒介是一种资源,应当与城市化、教育及其他社会力量一起共同相互促进第三世界国家经济、社会及文化的现代化,因此,媒介的成长可以被视为衡量发展的一个指标。汲取了国际新马克思主义政治经济思潮的若干养分,其中包括世界体系理论和依附理论,政治经济学家开始挑战发展主义模式的基本理论前提,指出该理论是技术决定论,忽视了第一世界和第三世界之间的权力关系,也忽略了第一世界和第三世界各自内部及相互间存在的多层社会阶级关系(Pendakur 2003; Zhao 1998)。

政治经济学家详细阐述了取代现代化理论的文化帝国主义理论,证实存在一系列作为跨国公司和国家权力马前卒的结构和实践。具体而言,将美国制作的电影和电视节目倾销到刚独立且贫穷的国家,不仅削弱了这些国家本土化生产新闻和娱乐节目的能力,而且还形成了文化和信息从中心流向边缘的单向传输路径,当这些国家引进商业媒介体系后,消费主义文化的培育代替了其他的优先发展目标,即使人们普遍享有充足的食物、医疗保健、教育和其他生活必需品。此外,消费主义本身也产生了破坏生态及文化的负面效应。在发展被美国精英和跨国公司所掌控的超国家的传播新技术,尤其是人造卫星的计划过程中,这些刚独立且贫穷的国家的主权遭到系统性践踏。而通过电脑传播系统实现的跨边界数据传输则更进一步使大公司的利益凌驾于国家主权之上。由于传播秩序的分布有利于西方国家,因此,全世界公众看到的是被扭曲的贫穷国家和人民的形象。在美国的外国留学生在教育过程中接受的是一种既定的美国式的假设,即私人所有且受广告资助的媒介应当主导所有形式的公共传播。图绘跨国传播企业的发

展、权力以及与美国政府间亲密的关系,是传播政治经济学一个重要且持久的研究焦点。此外,资源再分配及去军事化也是其研究关注的重要方面。

由于文化帝国主义论说有强大的解释力,而且日渐成为国际辩论中用以分析问题的标准,它们不久便引发了反弹。这些反弹既表现在政治经济上,也表现在意识形态上。在罗纳德·里根(Ronald Reagan)任总统期间,美国在财政上停止资助联合国教科文组织,因为该组织处于有关建立国际传播新秩序问题争论的中心。从20世纪80年代早期开始,现代化理论家试图通过重新聚焦电信及电脑新技术来修正他们原先提出的发展模式,宣称这些领域为原来的模式提供了新的认识。当大学研究人员极力宣称,信息和传播技术将消除全球贫困、不平等以及被支配的现状之时,也是他们的研究得到如世界银行等多国机构资助之际。

对此,世界不同地区的政治经济学家再次进行了回应,他们关注的焦点是信息和传播技术在全球劳动分工重新整合中的重要作用,这构成了传播思想史中的第三个关键时刻。起初,研究人员认为劳动分工主要表现在地理上,无技术含量的劳动集中在世界上最贫穷的国家,半技术和较复杂的组装劳动分布在半边缘的社会,而研究、发展及战略计划局限于第一世界国家的公司总部,而这正是大宗利润流入的区域。最新研究表明,阶级分化超越了地理界限,就不断发展的国际劳动分工而言,核心问题在于跨国公司的灵活性和适应性不断增长,它们掌控着能超越传统时空限制的新技术(McKercher and Mosco 2007; Pellow and Park 2002; Schiller 1999; Sussman and Lent 1998)。

事实上,劳动分工的转变(我们应该补充一个方面,即劳动过程的转变)隶属于另一个涉及范围更广的转型,即传播和信息在整个全球资本投资及利润生产过程中起着越来越核心的作用(Schiller 2007)。传播和信息在经济方面日益增长的重要性引发了新一轮的争论和知识的修订。在早期研究的基础上,传播政治经济学开始研究传播机构,主要是商业和国家政策部门与更广阔的资本主义经济体系间的整合,证明新的信息和传播系统在推进自由化、商业化和私有化的新保守主义议程中扮演着重要的角色。

## 《未名社科·传播政治经济学译丛》

传播政治经济学在反法西斯主义的严酷政治中孕育而生,在争取国际信息新秩序的斗争中扩展了分析触角,在系统地关照数字资本主义的现实更新和完善了自身的理论框架。我们选择的启动本翻译系列的几部著作体现了传播政治经济学的上述三个构成侧面。

达拉斯·斯麦兹在美国伊利诺伊大学讲授了第一门传播政治经济学课程,并在加拿大的里加纳大学和西蒙·弗雷泽大学继续推进这一研究传统。他的生活和学术历程始于20世纪中期的反法西斯主义年代,历经二战后争取国际信息新秩序的斗争后,一直延续至20世纪90年代我们所身处的信息资本主义时代。在研究取向上,他一直恪守政治经济学长期关注整体性的传统,关注传播在社会(资本主义社会及社会主义社会)再生产中的角色,并借用政治经济学的研究方法分析了美国、加拿大、智利、南斯拉夫及中国的传播问题。此次有机会将他的杰作《依附之路》(*Dependency Road*)译成中文,实在是一项具有划时代意义的工作。

另有两本被挑选翻译的著作分别是我们两人的个人专著。《数字化崇拜》(*Digital Sublime*)一书从批判的角度分析了后工业主义理论的兴起和这一理论迷思在围绕信息和传播重建起来的政治经济中的作用。而该书最有力的分析也许是,这一理论迷思如何掩盖了一个特定的社会历史事件,即纽约世贸中心的兴建这一原初数字资本主义光明前景的象征最后成为“9·11”事件中最主要的攻击对象。《传播理论化》(*Theorizing Communication*)是一本主要对美国和英国的传播思想史进行系统追溯的研究著作,它在视域更广阔的分析框架中勾勒了政治经济学的发展轮廓,通过对不同时期传播理论发展的梳理,该书强调了劳工和传播之间的复杂关联。

在《制造共识》(*Manufacturing Consent*)一书中,爱德华·赫尔曼(Edward S. Herman)和诺曼·乔姆斯基(Noam Chomsky)详细阐述了影响力甚广的“宣传模式”理论,即控制和资助媒介的利益团体——主要是政府机构、广告商、企业和国家的新闻来源——如何制造日常新闻。通过在国际新闻领域里大量详细而广泛的个案分析,两位文著颇丰的学者展现了“宣传模式”理论的分析力量所在。

乌苏拉·胡斯(Ursula Huws)的著作《高科技无产阶级的形成》(*Making of a Cybertariat*)关注当下世界的劳工问题。必须强调指出的一点是,对政治经济学领域的很多作者而言,资本最主要的含义不在于金钱或者说是一种投资的能力,而是一种社会关系——工资劳工和资本之间形成的阶级关系。在快速重建全球市场体系的变化大潮之中,这种阶级关系如何发生了改变?对胡斯来说,要回答这个问题不仅需要关注社会阶级,还要关注社会性别关系。她的这本新著为传播政治经济学树立了一个新的学术标杆。

这五本著作应该有助于引领中国读者了解推动传播政治经济学发展的核心观点和主张。我们期待有一天,对传播政治经济学研究传统做出贡献的英美学者会大声疾呼,要将与他们学术思想产生共鸣的中文著作译成英文。

罗慧 赵月枝 译

## 参 考 书 目

- McKercher, C. and Mosco, V. (eds.) (2007). *Knowledge Workers in the Information Society*. Lanham, MD: Lexington.
- Mosco, V. (forthcoming). *The Political Economy of Communication: Enduring Issues, New Connections*. Second revised edition. London: Sage.
- Pellow, D. N. and Park, L. S. (2002). *The Silicon Valley of Dreams*. New York: New York University Press.
- Pendakur, M. (2003). *Indian Popular Cinema: Industry, ideology, and consciousness*. Cresskill, N. J.: Ablex.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: networking the global market system*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Schiller, D. (2007). *How to Think about Information*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sussman, G. and Lent, J. A. (eds.) (1998). *Global Productions: Labor in the making of the "Information Society"*. Newbury Park, CA: Sage.
- Zhao, Y. (1998). *Media, Market, and Democracy in China: Between the party line and the bottom line*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

# 目 录

---

|                      |         |
|----------------------|---------|
| ● 序                  | 1       |
| ● 第一章 19 世纪末的美国传播与劳动 | 15      |
| ● 第二章 怪异的支配方式        | 57      |
| ● 第三章 开启文化之路         | 115     |
| ● 第四章 理论的收缩          | 166     |
| ● 第五章 迈向一个统一的概念架构    | 219     |
| ● 注释                 | 232     |
| ● 跋 传播、文化与劳动         | 冯建三 304 |
| ● 附录 传播政治经济学与文化研究的会师 | 318     |

## 序

---

时至今日,传播已经横扫一切、无与伦比,触角几乎不受阻遏。现在人们已经广泛地认识到,传播研究不能画地为牢,不能只是局限在自己所关切的传媒范畴内,不能局限于研究儿童或青年人的社会化,也不能局限于对购物或投票决策的研究。传播研究也不再只是关注现代国家究竟如何运用传播,以取得意识形态的正当性。传播研究更应该从事的,是要提炼多种论点,说明及解释社会文化究竟采取哪些形式,又被哪些因素决定等问题。总而言之,传播研究的潜能,聚合于传播所赖以进展的当今社会,直接地并从多重角度,分析与批判当今社会。

传播研究的面貌并不是一向如此,而是历经了相当大的转变。这本书要追踪前述传播研究面貌的来时路,笔者的努力有其来历。当然,早就有前辈从事过阐释传播研究思路发展轨迹的工作,他们的成果相当有用——我们立刻就想到了哈特(Hanno Hart)的《传播批判研究》(*Critical Communication Studies*)<sup>①</sup>,以及切特罗姆(Dan Czitrom)的《美国大众传播思潮》(*Media and the American Mind*)<sup>②</sup>。笔者不敏,希望再为这类著作添砖加瓦,主要有两点理由。第一,这类学有专精的文献具有良好的学术品质,为先前著作所不及,它们很快就让我们对于过往的历史,有了不一样的想法;确实如此,通过这些著作,我们很快就能察觉,我们对于全面的历史记载的思考,应该重新来过。第二,笔者相信,铺展历史图谱、厘清我们的知识传承可以帮助我

---

① 本书有何道宽译本(北京大学出版社2008年版)。——译者注。如无特殊说明,本书页下注释均为译者注。

② 本书有陈世敏译本(台北:远流出版公司1996年版)。



们再以新的视角,观照当前最为主要的议题与课题。

传播的特性如何将批判的探索纳入其结构,并据此而成为一种具有决定性的社会力量?显然,这涉及相当繁复的过程,我的目标就是要厘清在此过程中,特定课题的选定、概念的分化,以及分析的综合三者之间的关系。随着后文的展开,我们将可看到过去一个世纪以来,许多论述以各异其趣的角度,认识到传播是社会权力(social power)这一观点。有此认识之后,接下来,我们的工作就是要针对这股四处蔓延,又不受成规束缚的知识发展路径与范畴,有所评估。但是,在评估时,我们又根据哪些理论原则,导引我们的评估呢?

提出这个问题,可能就让人坐立不安。在很长一段时间里,传播这个领域耽溺于狭隘的工具提问;毫无疑问,这遮蔽了传播研究在理论上与其他领域的相互联系。“我们怎样才能发展更为可靠的民意调查方法?”“怎样才能测量电视暴力的水平?”“怎样才能进行更为有效的政治竞选或市场营销?”诸如此类的提问,太过现实,仅存当下,并且,这些被反复提出的问题,其目标又经常流于遭人操纵的下场。那么,试问,这些问题还能被列入人的求知历史吗?又有哪一种足以冠上知识研究的称号,却又整日辗转于诸如此类的提问?传播课程的自满,还展现在默顿(Robert K. Merton)谦冲为怀却又自得的“中层理论”中。<sup>1</sup>若说传播之学一方面自满于中层理论,另一方面却又要宣称自己的传承来自于蕴含重要意义的社会理论,未免启人疑窦。毕竟,这样一来,我们岂非是要再次述说,传播这个领域的发展,仅是在褊狭斗室中匍匐前进?

传播研究成为建制内的学术机构,还只是20世纪中叶以后的发展——究竟我们应该如何看待、安置传播研究与19世纪主导学科的关系,同样也并非那么清楚:哲学、历史与政治经济学都是当时鼓舞人心的知识范畴。我们戮力以赴的目标,就在于使有关传播的正规思考接榫于一系列的经典问题,其中包括社会生活的本质及其表现形式、经济价值及其剩余的起源,以及人的思想与行动的目标及性质。连结这两端的工作,大多还有待完成。那么,至今已经完成的历史记录显现的是些什么?

通过本书我将论称,这份历史记录足以显示,传播研究并“没有”忽略或放弃社会理论的广袤天地,但是,传播研究在关键时刻的确有所误置。许多理论化内涵确实塑造与导引了传播的正规思考,但这些理论大抵未曾明言,

大抵潜伏旁侧；具有讽刺意味的是，这些理论内涵之所以被忽视，不仅是由于社会理论对传播研究的长年漠视，也源于传播研究自身的失职。<sup>2</sup>我们面临的挑战因此有二：一是我们要抢救传播探索赖以进行的理论基础工程，二是我们要给传播探索的历史逻辑赋予意义。但是，我们得再次发问：应根据哪些原则而进行这些工作？

诚如戈尔丁与默多克 (Golding and Murdock) 多年以前所说<sup>3</sup>，我们所遵循的原则可以是尽量阐述有关社会与社会关系的各种概念，不但如此，我们还可以努力让这些概念更见明晰，毕竟这些社会与社会关系的概念早就在传播领域之内起伏辗转；若能如此，我们将有很大收获。随着本书后面章节的展开，读者将会明了，以上现代社会理论的两个核心主轴，同时也在我们探索传播问题的过程中扮演了重要角色。这样说来，一方面马丁·杰伊 (Martin Jay) 在另一种语境之下所提出的建言<sup>4</sup>，我们大可接受，也就是我们必须耙梳并找出传播领域当中先后出现了哪些社会全体或整体 (social whole or totality) 的概念，通过这层功夫，我们就能定位潜伏的第一个主轴，追踪它在传播的理论认同及发展过程中的轨迹。另一方面，我们必须同时试图了解在传播与社会的关系中，存在哪些我们所认定的连结。假使以笔者写就本书的旨趣为准，达成这个目标的最佳途径，在于坚定地联系与探索，有关传播的正规思考怎样持续定位自己与“劳动” (labor) 的关联。笔者承认以上这些目的，多有内涵不清之处，因此，我们不会不加注一些说明，就径直往前论述。

请容许我从社会整体 (social totality) 这个概念开始。我们这么提问：先后相随的各个学派，通过哪些图示 (schemas) 而思考传播过程与广如苍穹的社会领域之间的关系？

这些正规的图示有三种；在一个世纪以来的传播研究中，各个图示各有奉行者。第一种，有些人想要将传播过程或功能放入一个早已存在的社会整体中；如此一来，这个整体观就是一种机械式的修正，通过引入某种新的成分而调整。关于这种图示，我们经常听到的说法有二。其一，我们经常听到有人说，这种或那种传播科技带来迥然有别的新变化；其次，我们还经常听到有人说，大众传媒具有独特意义，它是控制当代社会的代理人。不过，我们应该可以看出，以上这些说法其实还透露了第二种倾向，也就是此刻的传播扮演了全盘取代的角色：在这个时候，人们用传播来全面地取代或代理