



未名社科·传播政治经济学译丛



The Digital Sublime

Myth, Power,
and Cyberspace

数字化崇拜

迷思、权力与赛博空间

[加]文森特·莫斯科 著
黄典林 译 曹进 校



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

The Digital Sublime
Myth, Power,
and Cyberspace

数字化崇拜

迷思、权力与赛博空间

〔加〕文森特·莫斯科 著
黄典林 译 曹 进 校



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记 图字01-2007-3943

图书在版编目(CIP)数据

数字化崇拜：迷思、权力与赛博空间/(加)莫斯可著；黄典林译。—北京：北京大学出版社，2010.1

(未名社科·传播政治经济学译丛)

ISBN 978-7-301-16311-5

I. 数… II. ①莫…②黄… III. 传播学—研究 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 222782 号

The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace, by Vincent Mosco

© 2004 Massachusetts Institute of Technology

ISBN: 0-262-13439-X

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, the MIT Press.

书 名：数字化崇拜：迷思、权力与赛博空间

著作责任者：〔加〕文森特·莫斯可(Vincent Mosco) 著 黄典林 译 曹进 校

责任编辑：张盈盈 仪玫兰

封面设计：春天书装

标准书号：ISBN 978-7-301-16311-5/G·2750

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 出版部 62754962

编辑部 62753121

印 刷 者：三河市欣欣印刷有限公司

经 销 者：新华书店

650 毫米×980 毫米 16 开本 14.25 印张 241 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

定 价：26.00 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

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,因此,政治经济学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能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至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·斯密及其追隨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正统经济学的研究取向，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家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·加尔布雷思(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和销售之外的。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融于一炉(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这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报,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此紧密关联?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,他们成为了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这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科教文组织,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中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。而本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了“9·11”事件中最主要的攻击对象。《传播理论化》(*Theori-*

zing 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,它在视野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,本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(Noaam 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。

厄休拉·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 conscious-*

- ness. 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.

数字迷思的传播想象(代译序)

陈卫星

迷思是一个人类学的概念,源于人类学家列维·施特劳斯的田野考察。把迷思概念与信息传播相互连接,则始于法国结构主义大师罗兰·巴特。他把大众传播过程中内涵意义的运作称为神话,就是把人类学中的迷思概念重新移植到对被信息传播技术不断推进的日常生活现实的变动当中。人们由此推导出信息传播会引导人们形成一些固定化的信仰、观念。换言之,传播媒介是在运用神话制造新意义。由此在受众或用户层面上形成的神话和常规塑造着受众或用户对传媒的知觉方式,而作为媒介迷思载体的媒介文本同时能够描述现实、形成社会关系和建构社会身份,是产生可能的意识形态意义的多元节点。

人类社会经过 18—19 世纪的经济发展和政治革命后,20 世纪则在某种程度上成为生产力革命的实验田,科技创新和社会想象相互平行,正如革命导师列宁那句名言:“共产主义就是苏维埃加电气化”(列宁,1995 年:第 364 页)。但在 20 世纪的最后十年,把历史进程进行时空一体化推进的技术发明无疑是互联网的诞生,因为这为人类提供了一个新的时空形式,莫斯克教授的话题就从这里开始。

《数字化崇拜》一书是从数字迷思的可疑性出发。在人类传播史上,文字的出现意味着批评性质的传播模式,诸如理性精神、怀疑态度和逻辑思维等等。而把批评和反批评的信息传播同时组合在一个或无数个具有交流性质的时空维度中,是电脑传播的表现特征,技术性能上升为文明迷思。“根据这些迷思,电脑传播的力量将使得我们经历人类经验中划时代的转变,这种转变将超越时间(历史的终结)、空间(地理的终结)和权力

(政治的终结)。迷思很容易被作为不合逻辑的虚构而加以摒弃,这样对它们的理解就变得很简单:揭露谎言,使人们看到被迷思遮蔽的真相,从而消除它们迷惑思想和操纵行为的力量”(Vincent Mosco, 2004:2)。电脑传播似乎要彻底颠覆人类有史以来所感知的物质世界的形式结构,这无疑是一种巨大的想象。

但是,为什么电脑传播会成为迷思?莫斯可提出的理由是“迷思是那些能够激活个体和社会的叙事,能够为人们提供途径,使他们得以超越平凡的日常生活;它们能够提供通向另一种现实的入口,这种现实以崇高的许诺为特征”(Ibid:3)。的确,迷思往往提供对事物的新透视,从而为人们的超验性提供新的物质基础。这不仅仅是源于一种技术推广的社会活力,更是因为技术功效被转化为集体信仰,成为被追捧的社会神话。

一、技术神话源于对社会关系的拓展

在现当代的传播学发展中,人们对信息传播技术的演变,有几种价值取向:或者是把它当作文明演变的发动机,从而坚信技术决定论引导人类;或者是着眼于研究信息技术更新和特定时期的知识扩散的关系,从而考察技术变量和社会存量(变量)的关系参数;或者是琢磨新媒体出现的动力机制,从而预测新媒体的应用前景和效益评估。显然,莫斯可所要讨论的神话,属于第一种取向。“根据迷思,信息时代超越了政治,是因为它使得每个人都可以得到极大丰富的权力。政治的定义特征、对稀有权力资源的争夺,都被消除了。这样,迷思通过对历史的否定创造了一个新的历史、新的时代”(Ibid:35)。自从维纳在二战以后提出控制论以来,借用新信息传播技术的发明来论证科学技术对社会历史的颠覆几乎是一种惯性。

问题在于,根据法国学者布鲁诺·拉图尔的观点,人们长期以来习惯用两分法来看待世界,即人类和自然的交集形成两个集合,科学管理自然,政治管理社会。但是面对越来越和人类主体产生关系的科学发现和技术更新,这种两分法越来越难以理解涉及人类和自然“杂交”状态的增殖。其实,在人类社会的演进过程中,不停地反复这种状态:一个始终存在的自然界越来越不孤立,因为始终同时存在着一个由利益、可以预见的赌注和稳定性质构成的社会,以及一个作为参照的独立话语(Bruno Latour, 1991:21)。这种把历史学和社会学的关照同时纳入对文化、媒介和技术的学术考察,说明科学的发展本身同时凝聚了三个要素,即自然(即



对包括技术在内的物质力量的理性整合)、政治(对自私的社会行动者和力量的策略性掌控)和文本(即用来解释世界,从而在语言上构成对世界的修辞策略)。

“我们从来都没有成为现代的”,拉图尔的技术社会学命题提供了针对科技迷思的价值批评。即便基于社会现实的某种趋势,科技迷思却难以传递形而上学式的真理。因此,如何从主体间性的角度去把握科学陈述本身所揭示出来的包括社会施动者和社会环境所呈现出来的社会关系和历史逻辑,就成为左翼批判的理论出发点:“从本质上而言,迷思能够排除政治,能够将话语去政治化,但它们也能够打开通向修复政治和深化政治理解的大门(Vincent Mosco, 2004:16)。”莫斯可是北美传播政治经济学流派的代表人物,主张把政治经济学定义为对社会关系,尤其是权力关系的研究,从而把大众传播过程的分析聚焦在传播资源的生产、分配和交换的环节。他的论述不仅仅是对迷思观念的知识考察,更有着鲜明的评论视角:“从文化或者迷思性的角度看,赛博空间也许会被看做是历史、地理和政治的终结。但是从政治经济学的角度看,赛博空间则是数字化和商品化相互建构的结果”(Ibid:157)。

自从20世纪80年代以来,以自由竞争为导向,美国的企业重组政策引导建构信息传播的宏观技术系统的自由竞争,在市场扩张的同时形成了一种新的意识形态——技术全球主义(technoglobalisme)。“这种波及全球的特殊视角有助于遮蔽复杂且真实的赌注:世界意义上的互动和交易的新形式”(Armand Mattelart, 2000:351)。在法国传播学家马特拉看来,这种技术乌托邦的赞助来自于冷战后的经济地理学而不是冷战后的地缘政治,亦不是社会学家或政治学家的语义学思辨,而是股票交易商的实用主义。“真正的推动力源于金融领域的全球化,国际经济当中唯一一个愿意在真实时间中愿意把自身的活动和信息传播网络进行普遍联通的部门”(Ibid:353)。在传播全球化的征服过程中,电脑传播与金融资本的结合不仅在修饰着数字资本主义的形象,也在衍生新的意识形态神话。

如果说20世纪60年代初贝尔提出的“意识形态的终结”是一种神话,那么,20世纪90年代初期福山提出的“历史的终结”不过是一种意识形态神话的新包装。对于这一点,莫斯可的批评是毫不犹豫的。在他看来,福山的缺陷在于“没有考虑到自由民主的理念与权力集中的商业巨头对世界政治经济日益增长的控制之间存在着潜在的深刻冲突。重要的经济、政治、社会和文化决策都是由全球性的公司网络来做出的,其中许多公司在财富和权力方面让世界上多数国家相形见绌。这样一个世界损害

了自由主义的自由和民主中所包含的平等参与”(Mosco, 2004:59—60)。跨国传媒集团对发达国家尤其是发展中国家的信息支配或渗透成为传播政治经济学的批评指向。

莫斯可的分析思路是借用信息传播史的史学文本来进行反思的。在当今的西方左翼学者中,对启蒙思想的反思向来注重考察技术和政治的关系,其基本原则是反对工具理性。因为,技术引发的神话,最终总要得到某种平衡,这种反向的动力源于具有政治性质的文化实践和社会实践。这就是说,信息传播技术不能被简单地还原为一种工具,技术的性能本身被带入社会语境后,就有可能参与社会建构。这样,技术应用的可能性就不仅仅限于国家权力的政治需求和商业公司的市场扩张,不同形式的社会力量组合亦可能把新信息传播技术作为探讨社会问题的一种方式,一种呈现主流媒体所不接受的信息的方式,西方国家不断兴起的新社会运动和另类媒体的结合,就是社会与技术博弈的征兆。

莫斯可从传播史的文化起点出发,解释赛博空间的神话含义,梳理网络神话与历史神话的关系,并置于信息传播技术神话的知识考古学范畴之中,分析这种神话背后的政治动力、经济动力和文化动力,一步步把文化研究性质的路径依赖还原为政治经济分析的话语通道,最终确立传播学批判学派当今的学术选择,即在商业背景下出现的信息奇观不仅是文化政治的批评目标,亦透露出背后的美国文化和政治轨迹中永恒的神话愿望,即通过不断制造新的神话来延续自身的神话。

值得注意的是,从罗斯福的广播谈话到肯尼迪的电视演说,信息传播技术在 20 世纪的不断更新使得任何政治或社会性质的权力关系不得不依赖传播的网络来建构并展开,如今天美国的政治传播把奥巴马的政治博客作为竞选赌注的关键。赛博空间所蕴涵的政治意义不仅在于把传统的政治竞选简化为鼠标的点击,也通过网络论坛的方式来产生舆论压力或者聚集人望。如果说赛博空间的兴起会产生“政治终结”的幻觉,本质原因在于把政治传播的流程从纵向转换为横向成为可能,那么传统性质的权力关系的纽带便因此而改变。这无疑是在求证一个传播学发展史上被反复争论的命题,即新媒体始终是在信息源的多样化方面打开缺口,从而成为“民主的技术”。但是,这种技术可能性即使在西方发达国家也不能担保社会进程中的技术决定论。正如英国学者斯蒂芬·拉克斯所指出的:“媒体传播研究成功地证明,政治信息的传递方式和政治讨论的方式,是按照权力的意志设定的。民主遇到的问题从来就不存在于信息或政治讨论的质量和数量”(冈特利特,2004年:第281页)。

二、传播乌托邦的路径依赖

神话学理论今天被大量移植到传播学的研究过程中。因为大众媒介的深层法则是不断维持自己的注意力，而现代人最常规的一个问题就是维持对任何问题的注意力和兴趣的时间在不断缩短。媒介必须不断推出新的神话文本，不管是人物、叙事、结构、观念、时尚、潮流、商品还是别的什么东西，这是作为日常生活的意识形态构成的一部分。意识形态曾经是一种信仰和概念模式，它瞄准向个人或集体解释一种复杂的社会现象以便疏导或简化他们的选择。或许我们可以说过去的意识形态多半从主体意向出发，可能凝固性更强一些，而今天的意识形态则更着眼于一种对象化的表达，已经简化为职业意识和操作手段，比如说传播不仅仅是在传播内容，同时亦成为内容评判的唯一标准。这种新形式的意识形态我们都可把它们统归于传播意识形态之下。

传播意识形态源于控制论的初衷。作为第二次世界大战的经历者，控制论创始人维纳认为野蛮意识形态不断地指定一个人类的敌人，如属于某个种族、阶级或某种社会身份的成员。而从控制论出发，敌人不再是人，而是一个恶魔般的实体，非秩序，组织短缺和信息窒息。维纳的世界观是围绕着信息来组织世界，从而确立反对一切人类社会组织中组织化的暴力的合法性(Philippe Breton and Serge proulx, 2002: 314)。维纳认为，“社会中存在所有反对稳态的因素，传播手段的控制是最重要的、最有效的”。因为涉及的传播手段包括印刷媒体、电信媒体和文化教育领域，但是，这里面存在着严重的问题：“我们到处有传播手段的三重限制，按照利益的标准淘汰信息；事实上是让这些手段掌握在人数非常有限的少数富人阶级手中，自然表达了这个阶级的舆论；最后，作为通向个人权力和政治权力的主渠道，它们吸引所有那些有抱负以寻求一种这样的权力的人。这个系统应该比所有其他系统更有助于社会稳定，并直接被掌握在那些为这类权力游戏和金钱最操心的人手中”(马特拉，2001年：第143页)。维纳虽然是一个科学家，但他显然是试图把科学理性和社会理性结合起来，希望信息的自由表达，希望传播的公平公正，更强调信息传播的社会责任。所以，在传播学上把维纳看做乌托邦的创始人，第一个提出信息传播技术的神话模型。

作为二战的幸存者，维纳的传播乌托邦有着鲜明的人道主义色彩。面对信息传播技术的未来，他的期待有三个乌托邦指标：第一，透明，就是