

The Political Economy of Communication:
Rethinking and Renewal

FIRST EDITION

大眾傳播系列

Vincent Mosco◎著

馮建三◎譯
程宗明

傳播政治經濟學 ——再思考與再更新

32



五南圖書出版公司 印行

傳播政治經濟學

再思考與再更新

馮建三·程宗明 譯

五南圖書出版公司 印行

傳播政治經濟學

The Political Economy of Communication:
Rethinking and Renewal

原 作 者 / Vincent Mosco

譯 者 / 馮建三 · 程宗明

責 任 編 輯 / 陳 秋 華

出 版 者 / 五南圖書出版有限公司

登 記 號 : 局版台業字第0598號

地 址 : 台北市和平東路二段339號4樓

電 話 : 27055066 (代表號)

傳 真 : 27066100

劃 撥 : 0106895-3

網 址 // www.wunan.com.tw

電子郵件 : wunan@wunan.com.tw

發 行 人 / 楊 榮 川

中 部 門 市 / 五南文化廣場

地 址 : 台中市中山路2號

電 話 : (04)2260330

排 版 / 五南電腦排版有限公司

製 版 / 和鑫照相製版公司

印 刷 / 容大印刷事業有限公司

裝 訂 / 信成裝訂廠

中華民國 87 年 4 月初版一刷

ISBN 957-11-1544-4

基本定價 10.6 元

(如有缺頁或倒裝, 本公司負責換新)

THE POLITICAL ECONOMY OF COMMUNICATION

Rethinking and Renewal

Vincent Mosco

Copyright© Vincent Mosco 1996

Chinese translation copyright ©1998 by Wu Nan Book Company, Ltd.

Published by arrangement with SAGE Publications Ltd.

All Rights Reserved

原作者中文版序

若說政治經濟學有恆可守，若說有一概念，可將亞當·斯密與卡爾·馬克思等多元歧異之思想家，齊聚一堂，那麼，這個恆常的概念，可以說是社會變動無所不在。任何社會及其典章制度與價值觀念，無一不處於經常騷動的過程。就在我方當尋思，可為《傳播政治經濟學》漢文譯本說些什麼時，這股意念油然而浮現，因為，從本書完成以來，舉世各地，很有可能再沒有任何地區如同亞洲這般，歷經了如此生猛強烈的社會變動。

本書在一九九六年問世，當時筆者提及崛起的經濟新星，包括了中國及其他所謂的亞洲之虎，除了日本長久以來就是經濟強權，南韓、泰國、印尼、新加坡、馬來西亞、香港與臺灣，如今都已在列。由於在經濟上有可觀的進展，這些國家的模式，也就說明了資本主義發展取向的成功。我們在拉丁美洲或非洲尚難找到類似的成功故事，但這些亞洲國家卻在政府大舉介入的情況下，有其成功，雖然外界將她們的模式，說成是市場才是走向發展的正確道路。這個模式固然付出了可觀的社會成本，但本書仍籲請政治經濟學家承認其成就，是有可觀之處，並且，更重要的，本書籲請我們應將此成功，視為一種動力，敦促我們重新思考並更新政治經濟學。

但，須臾之間，變化如此巨大！勢隨物轉，聞之令人氣喪的震盪，波波相連，衝擊著世界各地的金融市場，亞洲奇蹟如今已成亞洲危機。各地分析手莫不愁容滿面，擔心這終將對世界貿易造成衝擊，類如國際貨幣基金會等全球機構，於是被迫進場救援，企圖挽救許多已在衰微的國家經濟，代價卻是這些國家必須拱手讓渡國家主權，並須採取嚴峻的財政政策。眼見昨日猛虎，今天空有咆哮，卻已被全球經濟的主宰，拔其爪牙。誠然，有人會說這起經濟衰退終將過去，屆時本區域的經濟榮景，當可再有期望；但是，即便真有如此時日，早先那些樂觀不可名狀之士，恐怕再

不能揮去這段記憶，這麼多銀行束手無策、這麼多企業行號倒閉破產、接二連三的政府遭到選民唾棄，被迫向國際資本的需索棄子投降，或是被迫對先前羽翼其權勢的同一批資本家，惡言相向。社會變動無所不在，這也就督促我們以更為細膩精緻的政治經濟學，探索、解釋社會變動的多重方向。

傳播政治經濟學所要特別檢視的對象是，在媒體中介之傳播的生產、分配與交換中，權力扮演了什麼角色。本書取經於政治經濟學理論的豐富歷史內涵，它將社會關係與社會現狀，放在更完整的脈絡裡，然後加以研究，考察其在歷史過程的演進，依據社會正義的標準加以評估，最後出以行動，冀望更為正義的、民主的世界，能夠透過行動而到來。政治經濟學家的研究旨趣，包括了強化傳播研究的理論根基，途徑則是要在此理論架構中，納進對於權力結構的運作之理解，以及理解這些權力結構，究竟如何將傳播過程，轉化為商品化的社會關係。這也就是說，我們特別要研究全球的政治經濟運作，它根本就是依賴傳播器物才得以成長，這也就是說，我們特別要研究跨國媒體公司，因為它們對於傳播體系的控制，日日加深。政治經濟學也要檢視，各個國家的企業財團、國家機器及超國家組織（比如，世界貿易組織）究竟如何構成這個全球政治經濟體，我們同時也要檢視中介於全球及在地強權的各國階級形構。

再者，特定人從控制傳播資源之中得到利益，而後產生的衝突，亦包括在研究旨趣之內。就此而言，政治經濟學見證、記錄了勞動者的介入干預，特別是見證了日愈精密的傳播勞動之國際分工所形成的局面，以及婦女及少數民族起而行動，企圖糾正全球傳播權力之不對等所激發的局面。到了晚近，這股研究流向已經擴展到了傳播領域的社會運動，擴展到了在日愈私有化的影視空間之下，公共領域的當前處境，擴展到了舉世傾向以人為消費者，而不是將人當作公民看待的處境。

對於實踐，對於研究成果與社會介入的統合，政治經濟學有其歷史承諾。這也就是為什麼政治經濟學對於執守於社會變動的學者，散發了無窮的吸引力。過去許多年來，這股信念也讓許多學者涉足於推動「新世界資

訊與傳播秩序」(New World Information and Communication Order)，也就是目前以麥克布萊德圓桌會(the MacBride Roundtable)作為主軸的運動。再者，傳播政治經濟學對於傳播產業勞動者的權益，對於公民有權在最完整範圍內使用傳播媒體的權益，支持之、信守之。

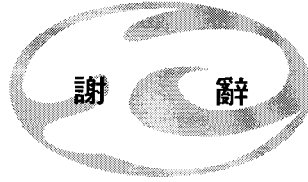
最近這些年來，政治經濟學的研究領域拓展到了性別／種族／氏族及文化研究等課題，這正顯示了政治經濟學對於全方位研究的歷史承諾。自有政治經濟學以來，社會階級一直就是政治經濟學圖譜的核心座標，政治經濟學者也體認階級、性別、種族與國民性的關聯，是必要的研究課題。同時，他們亦承諾於檢視政治經濟學與文化研究的領域，如何產生聯繫，尤其是要檢視政治經濟學所理解的權力，也就是著床於市場及機構制度的權力，如何與文化研究的關係產生聯繫，特別是要集中於研究文本意義的社會建構，以及在社會生活中運作的微觀權力關係。

政治經濟學的歷史使命，在於針對與時俱變，日愈為跨國傳播、娛樂與資訊公司強權所塑造的全球政治經濟情勢之多重面貌，展開學術研究與社會介入，但政治經濟學仍體認面對這些新挑戰，實屬必要。

加拿大·渥太華 Carleton 大學

一九九八年元月

Vicent Mosco



本書乃有關變動的政治經濟情勢之作，合當它的寫作緣由，起於當時的南斯拉夫 (Yugoslavia)，也就是現在的斯洛伐尼亞 (Slovenia)。一九九〇年八月，「國際大眾傳播研究協會」(International Association for Mass Communication Research) 雙年會在 Lake Bled 舉行，筆者與倫敦 Westminster 大學的 Colin Sparks 與 Sage 出版公司的 Stephen Barr 數次非正式晤談，因有本書撰寫的動機。對於兩位當時給予的支持，以及這段寫作期間的耐心，筆者在此致意。

若是沒有得到許多人的時間、諮詢與批評，本書無法寫就。首先，在一系列的正式訪問時，許多人慷慨地對著我的麥克風，侃侃談論傳播政治經濟學的發展與前景，我要申以謝忱。按照我的訪問順序，這些人士包括了晚近辭世、鼓舞了三個世代的傳播學者 Dallas Symthe；Oregon 大學的 Janet Wasko；加州大學 San Diego 校區名譽退休教授 Herbert Schiller；Leicester 大學大眾傳播研究中心前主任、國際大眾傳播研究協會前會長 James Halloran；Loughborough 大學的 Peter Golding 與 Graham Murdock；Illinois 大學傳播學院的 Thomas Guback；以及 Westminster 大學的 Nicholas Garnham。敬謝諸位的時間、以開放的胸懷您的自述生涯與生活，以及坦然說明您對傳播研究現狀的觀察。

此外，在本書寫作期間的不同階段，許多人也提出了頗有助益的建議、想法與批評。他們是 Jeanne Allen、Robert Babe、Jack Banks、Ronald Bettig、Oliver Boyd-Barrett、Peter Bruck、William Buxton、Andrew Calabrese、Levon Chorbajian、Andrew Clement、Wallace Clement、Thomas Cooper、Arthur Cordell、Gerald Coulter、James Curran、Susan Davis、Marjorie Ferguson、Oscar Gandy、George

Gerbner、Jill Hills、Sue Curry Jansen、John Lent、Eileen Mahoney、Michèle Martin、Robert McChesney、Stephen McDowell、Catherine McKercher、Eileen Meehan、James Miller、Anthony Oettinger、Manjunath Pendakur、Colleen Roach、Eileen Saunders、Dan Schiller、Sid Shniad、Fred Sperounis、Gerald Sussman 與 Dwane Winseck。

Carleton 大學的許多研究助理與研究生亦提供了卓越的協助與諮詢。他們是 Carla Brown、Anthony Ferrare、Lewis Kaye、Patricia Mazepa、Roger Perritt、Andrew Reddick、Vanda Rideout、Aurora Wallace，以及 Wendy Zatylny。Carleton 大學圖書館的 Nancy Peden 為我檢索追蹤許多參考資料，並交寄許多她猜想或對本書寫作有所裨益的材料。能夠得人為你找到你所需要的材料，並預期你所可能需要的資料，然後為你找齊，天下之樂事。

筆者亦對我的學生致謝，特別是筆者指導，而論文與政治經濟學有關的學生，以及選修政治經濟學課程的學生。您們的所思所見、批評與支持，助益非常之大。

本書得到加拿大社會科學與人文研究會的資助，筆者因此得以旅行訪問、購用研究材料，並得到一整年休假的寫作時間。筆者感謝 Carleton 大學研究學院辦公室，尤其是 Anne Burgess 的協助，使我得以申請到這筆資助，我也要感謝筆者獎助金承辦執事 Gail Mutton。Carleton 大學另以研究獎助金，資助筆者第二年的休假研究。我要感謝當時人文學院的主任 Janice Yalden，她的繼任主任 G. Stuart Adam，以及新聞暨傳播學研究所主任 Peter Johansen 的支持。

我的想法與研究策略得到了許多機構的慷慨支持，包括 Toronto 大學，該校的圖書館與資訊研究所的年度 Sharpe 講座，讓我首次得到機會，反省政治經濟學的奠基始祖，對於傳播與資訊研究的當代思路，可能會有什麼貢獻；Harvard 大學的資訊資源政策計畫，慷慨地提供住校學者的身分。此外，許多組織提供機會，讓我就此主題發表演講與主持座

談，包括加拿大資訊研究協會、加拿大圖書館協會、倫敦市立大學、George Washington 大學、Harvard 大學、Illinois 大學、Massachusetts 大學 Lowell 校區、Muehlenberg 學院、Northwestern 大學、Ottawa 大學、紐約市 Queen's 學院、加州大學 San Diego 校區，以及 Westminster 大學。

特別感謝國際大眾傳播研究協會，許多容貌各異的傳播學者，包括從事政治經濟學研究的學者，在此如魚得水。筆者有幸，曾經擔任這個協會政治經濟學研究小組的主席，本書在本協會多次會議中，得到與同儕緊密切磋的機會，獲益良多。

筆者謹向許多人致以深忱謝意，但本書的最後成果，責任由我一人承擔。



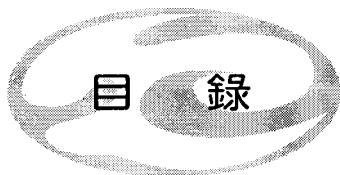
譯者說明

本書共七章，中文譯本由程宗明負責翻譯第三章，其餘部分以及譯附錄由馮建三負責。

譯事匪易，謬失之處，尚請指正。

馮建三·程宗明

一九九七、十二月



原作者中文版序

謝辭

譯者說明

1 導論 ————— 1

理論的理論：實存的、兼容並蓄的與批判的認識論 / 4

傳播政治經濟學：三個起點 / 16

變化中的全球政治經濟情勢 / 19

第一部 傳播政治經濟學的圖譜 27

2 政治經濟學是什麼？ ————— 35

政治經濟學的定義 / 39

最重要的一些特徵 / 45

古典典範 / 62

激進分子的批判 / 67

保守主義的批判 / 73

從政治經濟學到新古典經濟學 / 74

政治經濟學或異端經濟學的流派 / 83

新保守主義 83

制度經濟學 85

馬克思主義政治經濟學 88

女性主義政治經濟學 93

環境生態政治經濟學 97

經濟學與政治經濟學 /98

結 論 /106

3 傳播的政治經濟學 ————— 109

傳播 /111

傳播政治經濟學的發展 /114

北美洲 /126

英國與歐洲 /146

「第三世界」與傳播的政治經濟學 /175

本體與挑戰 /191

第二部 再思考與再更新傳播政治經濟學 195

認識論 /199

本體論 /201

理論母數 /202

4 商品化 ————— 205

傳播的商品形式 /213

內容的商品化 215

閱聽人商品 218

模控的商品：真正的商品化 222

模控的商品：延伸的商品化 226

勞動的商品化 232

私人與公共生活過程中不同於商品化過程的部分 /238

私人生活中的社會過程 240

公共生活中的社會過程 247

5 空間化 ————— 255

傳播與集中：空間是制度的延伸 /260

國家 /295

全球化 /302

民族主義・地方主義與社會主義 /304

⑥ **結構化** ————— 313

社會階級 /321

性 別 /340

種 族 /346

社會運動 /351

霸 權 /356

結 論 /360

Ⅶ **挑戰邊疆：文化研究與政策研究** ————— 363

引言：界線 /366

向邊界學習：文化研究 /372

向邊界學習：政策研究 /376

政治經濟學的回應 /381

結論：重返階級強權 /401

譯附錄：補記傳播政治經濟學與文化研究的對話文獻 ————— 405

參考書目 415

索 引 445



導 論

透過溝通、傳播，我們所能夠完成的，並不是實質爭議的解決，但有些時候，我們或許能夠因而得到格外銳利的意識。(Williams, 1976: 21)

政治經濟學是傳播研究的一個主要取向。過去五十年來，世界各地已經有許多機構的學者，均在這個旗幟下，著書立說。為數甚夥的期刊論文，已然為此領域的內涵與發展路徑的梗概，提供了重要的闡述^①。《傳播政治經濟學》這本書的目標，在於填補空隙，運用整本書的篇幅，綜合敘述這個取向的內容、它的成就、辯論，以及它與傳播研究的其他取向的關係。我先從歷史角度著手，將政治經濟學當作是社會分析的一種概括工具，既描述又加以總合性地批判；接著，我分析政治經濟學作為研究傳播現象的取向，評估它現有的成就，提出它應該有的新起點，並檢討政治經濟學與政策研究及文化研究的關係。

本書最重要的目的，是要總合各家之成，介紹他們對傳播政治經濟學的貢獻，但筆者不以此自滿，切望本書不只是標示這個領域的筋脈。除了檢視主要的論述以外，本書企圖重新思考傳播政治經濟學的核心要旨，賦予它們新的生命。最近，傳播陣營中已經有人從事了這些方面的工作（比如，Curran, 1990; Hardt, 1992; Mattelart and Mattelart, 1992）。筆者的重新思考與添加活力，起始點的認知，主要將在第二章與第三章詳細說明。它體認了政治經濟學在許多課題所取得的成就，但重點尤其放在政治經濟學對傳播領域的貢獻。經由這道功夫，默頓 (Merton, 1968) 與貝爾 (Bell, 1973) 所說的知識典

①最近的一些例子包括了 Gandy (1992)，Golding and Murdock (1991) 及 Wasko (1989)。另參見 'Colloquy' (1995)。