

【马克思主义与思想政治教育】

DOI: 10.15986/j.1008-7192.2016.01.001

国外马克思主义传播学批判理论的新进展

周延云¹, 李仙娥²

(1. 西安交通大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710048;

2. 西安建筑科技大学 思想政治理论教学研究院, 陕西 西安 710055)

摘要: 2012年, 英国电子期刊《传播、资本主义与批判》全面介绍了题为“马克思回来了: 马克思理论和研究对当今传播学批判研究的重要性”的学术成果, 并断言新马克思主义时代到来了。首先, 介绍马克思主义传媒研究的主题内容; 其次, 梳理特里·伊格尔顿关于在传媒领域存在的对马克思和马克思主义偏见的十种表现以及所进行的有力反驳。并从马克思与媒体、商品和资本积累; 马克思与意识形态批判; 马克思与媒体使用; 马克思与另类媒体或社会主义媒体和社会斗争等四个方面对其研究成果进行分析。西方传媒学者对马克思著作浓厚的研究兴趣、对资本主义传媒和资本主义社会的忧虑以及对另一种可能性的社会发展愿望的考量, 对于我们坚定“两个必然”以及进一步探索马克思主义理论对中国传媒研究的指导性作用都具有十分重大的现实意义和理论启迪。

关键词: 新马克思主义时代; 传媒; 传媒马克思; 传播学; 批判研究

中图分类号: G 124

文献标志码: A

文章编号: 1008-7192(2016)01-0001-08

2015年11月28—30日, 在福建省福州市召开的第十届全国“国外马克思主义论坛”上, 全国当代国外马克思主义研究会副会长、中国人民大学段忠桥教授为当今中国的国外马克思主义研究提出了三个建议: “限定研究对象”、“聚焦重大问题”、“关注中国现实”。而当今信息时代的“重大问题”依然是资本主义和社会主义、资本和劳动的关系问题, 具体表现为意大利自治主义马克思主义所描述的“帝国”与“大众”的关系问题。前者体现了资本在全球扩张所建构的帝国主权; 后者是存在于帝国之内但却反帝国的“大众”。“大众”是信息经济条件下无产阶级新的构成体。而以ICT技术为基础的当代传媒在“帝国”的全球扩张过程中起着重大的作用, 对这一重大问题的回应也成为当代西方马克思主义关注的新课题。

2012年5月2—4日, “第四届信息通讯技术与社会”大会在瑞典乌普萨拉大学召开。这次会议的主要议题是“21世纪信息社会的批判、民主和哲学: 面向社交媒体批判理论”。这个以数字媒体和信息研究为兴趣的专家团队所倡导的年会, 在最大规模

的第四届会议上产生了一个极为重要的现象: 诸多马克思主义批判性媒体与互联网研究的作品诞生了, 学者们对马克思理论及研究的兴趣复苏^[1]。之后, 英国《传播、资本主义与批判》期刊(Communication, Capitalism & Critique, 简称3C)在2012年第十卷第二期上全面介绍了题为“马克思回来了——马克思理论和研究对当今传播学批判研究的重要性”的学术成果。作为该刊编辑以及英国威斯敏斯特大学传媒学教授的克里斯蒂安·福克斯(Christian Fuchs), 对所有研究成果进行了多维分类阐述, 剖析了西方学界流行的十大反对马克思主义的偏见在传媒领域中是否存在并对此进行了反驳, 他断言: 新的马克思主义时代到来了。

一、新的马克思主义时代到来了吗?

2008年世界金融危机之后, 马克思的理论再领时代风骚。这一断言至少是德国出版商和书店的裁决——马克思的研究作品成为书架上的走俏商品。作为出版马克思和恩格斯作品的柏林出版社迪茨公司首脑Jorn Schutrumpf宣称, 自2005年以来,

收稿日期: 2015-10-20

基金项目: 2015年教育部人文社科专项任务项目“中国特色社会主义理论体系研究”(15JD710019)

作者简介: 周延云(1964-), 女, 西安交通大学马克思主义学院副教授, 硕士生导师, 博士, 研究方向为国外马克思主义前沿问题; 李仙娥(1966-), 女, 西安建筑科技大学思政学院教授, 硕士生导师, 博士, 研究方向为马克思主义政治经济学。E-mail: ed032zyy@xjtu.edu.cn

其销售额从一个极低的水平而增至两倍,且从夏季开始飙升。坎特布雷大主教 Rowan Williams 提出了一个关于马克思的得体的评价,“在很久以前,马克思发现了一条道路,在这条道路上,肆无忌惮的资本主义成为一个神话,它本身代言着一种无生命力的现实、权力和组织机构。”乃至教皇都赞美他对资本主义“卓越的分析能力”。布隆伯格商业周刊 2011 年 8 月 28 日的一篇题为“给卡尔·马克思一个拯救世界经济的机会”文章谈到:作为一个国家的政策制定者,在努力研究金融恐慌、游行示威及其他折磨世人的社会疾病时,应该好好地学习一个很久以前就已经逝去的经济学家卡尔·马克思的作品。他们越快认识到我们正面临着一个伴随资本主义一生的危机,就会越好地用理论武装自己而设法逃离危机。2009 年 2 月 2 日的《时代周刊》封面刊载了一个马克思对危机的询问,“面对危机,马克思会思考什么?”在封面故事里,马克思是以资本主义的救世主而出场的。当我们思考如何拯救资本主义的方案时,对其制度的批判是有意义的^{[2]127}。

综上,随着资本主义新的全球危机的出现,对卡尔·马克思的研究霍然浪涌般的兴趣是当今资本主义存在阶级冲突和危机的一个表征。我们应该不会忘记,马克思不仅仅是才华横溢的资本主义的分析大师,同时也是他所处的那个时代的关于资本主义最强烈的批判者。“总之,共产党人到处都支持一切反对现存的社会制度和政治制度的革命运动。在所有这些运动中,他们都强调所有制问题是运动的基本问题,不管这个问题的发展程度怎样。最后,共产党人到处都努力争取全世界民主政党之间的团结和协调。共产党人不屑于隐瞒自己的观点和意图”^[3]。

福克斯以“马克思”、“马克思主义”、“马克思主义者”为检索词统计了 1968—2011 年之间被 SSCI 检索的文章的数目,其结果表明,自从 2008 年以后,研究马克思的文章数目呈急剧上升的趋势,在 2008—2011 (每年 247.5)期间,所出版的关于马克思主义的文章其年均产量与 1988—2007 (每年 125)、1988—1997 (每年 172)相比已经明显增加了。这些经验数据是对社会科学中马克思和马克思主义兴趣复燃的一个实证性标志,而且极有可能是新的资本主义危机作用的结果。问题是我们能否和如何能使得这种兴趣在制度变迁的过程中持续并现

实化^{[2]128-129}。

由于贫富收入差距的不断拉大、普遍不稳定的劳动力市场以及新的全球资本主义危机,新自由主义不再被视为人人皆知的常识。随着不断升级的阶级冲突,资本主义的阴暗面已被全球公认。伊格尔顿(2011)指出,从来没有一个思想家像马克思那样被人曲解,马克思研究的核心问题与公众的成见是相背离的。自 2008 年全球金融危机起,对马克思作品的一个相当大的学术兴趣已经扎根。此外,齐泽克(Žižek, 2010)认为,最近的全球经济危机引致了人们对马克思主义政治经济学批判的一个新的兴趣^[4]。

福克斯(2012)认为,共产主义不是遥远未来的一种社会状态,它相当于一个可供选择的愿望,而这一愿望表现在反对资源、所有权、财富、文化、食物、住房、社会保障、自我决策、平等、参与、卫生保健等方面的贫困的斗争,反对一个助长牺牲多数人利益的全球分层制度的社会。共产主义存在于人们抵制资本主义和创造自主空间的任何地方。

“共产主义对我们来说不是一种应当确立的状况,不是现实应当与之相适应的理想。我们所称为共产主义的是那种消灭现存状况的现实的运动”。共产主义是无产阶级的革命,是那些不拥有自己的经济、政治、文化、自然、他们自身及其身体、他们的思想和知识、技术等等的无产阶级的革命。共产主义需要把自身现实化为一种运动的空间。这些空间的当代名称不是 Facebook、YouTube 及 Twitter,而是塔里尔广场、宪法广场、祖科蒂公园等。当代斗争的时代背景是被资本主义大规模殖民化的世界。我们的确需要一个不同的世界,但这一美好的世界能否被创造则具有不确定性,并且是由斗争的结果所决定的^{[2]129}。

二、传媒领域中的马克思

资本主义的全球金融危机、经济增长的大衰退以及由此产生的反对一切贫困的斗争是当代传媒研究的时代背景;如前所述,在题为“21 世纪信息社会的‘批判、民主和哲学’——面向社交媒体批判理论”的第四届信息通讯技术与社会关系的学术会议上,诸多学者运用马克思主义批判理论研究媒体与互联网。于是,三 C^①特刊把自己的研究目标确定为:对于分析当代资本主义的传播和知识马克

思理论的重要性何在。其具体化为如下主题^{[2]129-130}。

1. 三C特刊的主题

(1) 什么是马克思主义的媒体与传播研究？

我们今天为什么需要它？马克思主义媒体与传播理论的主要假设、遗产、任务、方法和范畴是什么？以及它们如何与马克思的理论相关？什么是不同类型的马克思主义传媒研究，如何不同？其共同点又是什么？

(2) 马克思理论在不同研究领域中的作用如何？在传媒研究领域的作用和方法是什么？特别是自1960年代以来，马克思理论对媒体与传播研究的作用、地位及重要性是如何历史性地演化的？

(3) 除了马克思作为一个理论家和社会活动家的工作，在其整个职业生涯中马克思还是一名执业记者。那么，关于当今的新闻实践和理论、新闻教育及另类传媒，我们能够从马克思的新闻工作中学到些什么？

(4) 在新自由主义时代，什么已经成为结构性条件约束和质疑引领马克思启发式传媒研究以及大学教育的完成？

(5) 资本主义危机时代，从马克思视角分析传媒在社会中的作用重要性何在？

(6) 马克思主义的阶级、阶级斗争、剩余价值、剥削、商品或商品化、异化、全球化、劳动、资本主义、军国主义和战争、意识形态或意识形态批判、拜物教和共产主义范畴如何能最恰当地运用于分析、改变和批判当代资本主义媒体、知识生产和传播的作用？

(7) 传媒和信息处理在马克思的研究中如何？

(8) 马克思分析媒体、传播、知识、知识劳动和技术之间的共性与差异是什么？

(9) 作为马克思启发式传播研究的认识论与方法论工具的辩证哲学和辩证分析其作用何在？

(10) 什么是马克思关于媒体、传播、信息、知识生产、文化的重要假设，这些远见如何能运用于今天资本主义的批判性分析之中？

(11) 对于理解社交媒体马克思理论的重要性如何？

(12) 当今，马克思的什么著作能够最恰当地运用于理论化媒体与传播？为什么？如何做？

(13) 特里·伊格尔顿(2011)认为，反对马克思的十个最普遍的偏见是错误的。这些偏见在当今

传媒研究中存在吗？这种偏见的后果是什么？如何能够充分地质疑这些偏见？对于新的资本主义危机这些反对马克思的偏见具有连续性或非连续性吗？

一个马克思的传播理论应该“说明传播和文化如何是物质性的实践、劳动和语言是如何相互建构的、传播和文化如何是同一社会行为以及社会建设内涵的辨证实例”^{[2]130}？同时，如果我们把这些研究工作置于一个理解权力和反抗的更大框架中就会直接把传播置于至今仍活着并且非常重要的马克思主义的传统潮流之中^{[5]144}。马克思的传播理论认为传播与资本主义相关，“特别是资本主义的前途分析，包括生产力和生产关系、商品化和剩余价值的生产、社会阶级的分化以及斗争、矛盾和抵抗运动”^{[5]94}。马克思主义的媒体和传播研究不仅现在是重要的，而且长久以来一直很重要，究其原因在于传播往往总是已经嵌入阶级社会的不平等结构之中。随着新自由主义的兴起，马克思主义的传播理论已遭受挫折，因为排斥和歧视马克思主义学者并且以后现代主义取代马克思主义已成为共识。所以马克思总是重要的，但是，正在成长着的马克思主义者以及正践行着的马克思主义总是困难的。部分原因在于马克思主义的研究缺乏一个坚实的制度根基。福克斯认为，当今我们所能看到的是人们对马克思著作的一个不断上升的兴趣。但问题是我们能否把这种兴趣引至挑战主流媒体的机构管理特征、强化批判性传播机构的制度变革并使其成为一种可能性^{[2]130}。

2. 福克斯眼中的马克思与传媒

福克斯认为，马克思应该被视为批判性传播研究的奠基人之一^[6]。他反对麦克卢汉和鲍德里亚声称的马克思在对资本主义的分析中没有涉及媒体与传播。他认为，马克思的作品可以用于解释当今诸多社会现象，例如，全球传播、知识劳动、媒体和全球化、媒体和社会斗争、另类媒体、媒体资本积累、媒体垄断和媒体资本集中、信息辩证法、媒体和战争等。马克思提供了一个与当今批判性传媒研究相联系的重要的传媒理论的基本原理^[7]。

福克斯对媒体在资本主义生产中的作用提出了一个系统性的定位，而这一定位的研究起点则是马克思主义的商品异化和资本积累的循环。他认为，所有这些在《资本论》二卷中均有描述^[8]。进而，福克斯提出了一个马克思关于资本主义传媒和剥

削的理论模型,并对此进行了细致的讨论。在资本积累的循环中,媒体的作用主要表现在以下几个方面^{[2][130-131]}。

(1) 商品生产领域中媒体的作用。具体表现为:媒体行业的媒体技术理性化;媒体部门整合与资本集中;在媒体内容生产中媒体资本的具体作用;企业组织内部沟通媒体的一般作用。

(2) 商品流通领域种媒体的作用。具体表现为:作为媒体基础设施的资本积累手段的传输技术;促进商品销售的广告信息携带者的媒体;减少资本流通和周转时间的媒体的一般作用;媒体在世界贸易全球化中的作用;作为交通和通讯工具的资本的空间集聚。

(3) 媒体和意识形态(思想的传播和接受)。具体表现为:作为意识形态载体和传播工具的媒体。福克斯(2009)认为,马克思恩格斯已经预言,媒体为强化意识形态、宣传资本主义统治的合法性提供了技术支持。

(4) 另类媒体的作用。具体包括:另类媒体的生产、流通和接受;作为阶级斗争和批评性信息传播手段的另类媒体的选择性生产、分配和解释等功能。

另类媒体是一个挑战资本主义传媒行业的领域。它体现了创造挑战资本主义批判性内容的另类组织和生产方式。福克斯(2009)认为,马克思恩格斯谈及了对媒体及其内容做别样运用、解释和生产的可能性。马克思称另类新闻为“政府的监督者,不知疲倦地公开指责当权者。”在内容上往往以一种改革和激进的方式进行争论,为饱受压迫的人们自告奋勇地代言是新闻的职责。在《共产党宣言》中,马克思恩格斯还谈到了另类媒体的另一作用,那就是促进无产阶级斗争中的人们的沟通与团结。

三C特刊的文章依据资本主义媒体在如下四个维度分类中所起作用而排序的。

(1) 媒体和商品:资本积累、媒体技术业、媒体内容行业/文化业,数字媒体业、媒体和金融、媒体和全球化、受众商品化、媒体集中、媒体融合等。

(2) 媒体和意识形态:媒体操纵、媒体过滤器、广告、公共关系、商品市场、文化帝国主义等。

(3) 媒体接受和使用:意识形态接受、批判性接受、批判性媒体使用等。

(4) 另类媒体:另类媒体生产领域、另类公

共领域、媒体与社会抗争等。

发表在特刊上的近30篇文章表明,马克思的理论对于应对我们生活于其中的世界及其未来的可能、应该的斗争、资本主义媒体的作用以及在斗争中对它的反对与建设方案是至关重要的。我们欣慰地看到大量学者充分利用马克思的著作研究当今媒体与传播问题。马克思的理论总是重要的,但这种重要性在近几年的媒体与传播研究中往往不被认可。曲解和误解马克思的现象是相当普遍的,部分原因在于对他著作的误读或完全忽视。

特里·伊格尔顿(2011)讨论了十种关于马克思和马克思主义的偏见,他对此进行了驳斥,并说明为什么马克思是正确的,而这些偏见反倒是错误的。福克斯总览特刊的学术论文,从传媒视角审视了十大偏见,并阐明这些偏见在传媒领域中同样是错误的。当今,运用马克思和马克思主义的媒体与传播研究理论进行学术研究是重要的,同时也是一项迫切的任务。

3. 十大偏见在在传媒领域中的表现及反驳

问题一:马克思主义的时效性问题

偏见一:马克思主义过时了,不再适合后工业社会了。

反驳:马克思主义是与时俱进的,为了充分且批判性地理解社会传播,我们需要马克思主义。

问题二:马克思主义和资本主义的局限性

偏见二:马克思主义具有局限性。马克思主义理论上听起来是好的,但实际上只会导致恐怖、暴力和大规模的谋杀,社会主义和社会主义媒体的可行性是虚幻的。

反驳:资本主义具有局限性。资本主义在理论上和实践中都是不可行的,资本主义到处充斥着极度的不平等、全球战争和环境污染等问题,社会主义的可行性和社会主义媒体的可行性产生于资本主义的危机之中。

问题三:马克思主义宿命论与辩证论问题

偏见三:马克思主义等于宿命论。马克思认为历史规律具有确定性,资本主义的灭亡是必然的,同时也意味着资本主义媒体灭亡的必然性。

反驳:马克思主义具有辩证性和复杂性。马克思和黑格尔的辩证法告诉我们社会历史和媒体形成于结构性条件和开放式斗争,是结构和机构的辩证统一。

问题四：马克思主义的空想和资本主义的缺陷

偏见四：马克思主义塑造了人类善良天真的本性，忽视了人类自私、贪婪和竞争的本性。传播媒体行业必须建立在利润和竞争的基础上，否则将不能正常运转。

反驳：资本主义的罪恶。在新自由主义时期，个人主义、利己主义、利润最大化和竞争已被尝试与验证，这改变了媒体格局从而使其更为不平等。

问题五：马克思主义还原论和复杂性问题的

偏见五：马克思和马克思主义把所有的文化和政治现象还原为经济问题。他们没有真正地理解媒体与传播的非经济因素。

反驳：马克思主义的复杂性。当代发展表明，资本主义经济并不是决定论，而是一个引起资本主义所有现象包括所有媒体现象的特殊的制度，这一制度包括阶级方面并且和阶级辩证地相联系。尽管阶级不足以解释当今社会的所有现象，但也是必不可少的。

问题六：马克思主义人文与反人文的问题

偏见六：马克思反人文主义。马克思对宗教和道德不感兴趣，不注重意识，他给反人文主义的斯大林和其他人铺平了道路，马克思没有媒体道德操守。

反驳：马克思是人文主义者。马克思是一个深刻的人文主义者，共产主义是他的实践的人文主义，阶级斗争是他的实践伦理，他的理论具有深刻的道德规范意识。媒体的政治经济学批判必须包括媒体的伦理批判。

问题七：对阶级存在与否的讨论

偏见七：阶级已经不复存在。马克思主义者对阶级的痴迷是过时的。当今社会，知识的扩展已经扫除了任何阶级障碍。

反驳：阶级存在并且非常重要。当今社会是一个多阶级的社会，知识工作是一个包括内在阶级关系和分层模式的阶级结构空间。

问题八：马克思主义民主与否的讨论

偏见八：马克思主义者是反民主的。马克思主义者崇尚暴力革命，反对不和平的改革和民主，他们不接受媒体对于民主的重要作用。

反驳：社会主义等于民主！资本主义的发家史是一部充满暴力、战争、无视人权的血腥史。在媒体领域，资本主义的历史就是为了达到反民主的目标，马克思主义就是对和平、民主和民主媒体的追

求。马克思在他自己的作品和实践中争取言论自由、民主的作品和民主的媒体，终结审查制度。

问题九：马克思主义专制的讨论

偏见九：马克思主义是专制的。马克思的逻辑就是国家和政党的逻辑，并由此导致了独裁、控制和监视。

反驳：资本主义是专制的。资本主义通过经济和意识形态产生了可怕的能够控制、监视和操纵媒体的经济制裁。马克思主义逻辑是为一个成熟的人类社会创造条件，在这个社会里，人们可以有多种追求，甚至每个人都可以成为一名记者。

问题十：当今社会运动是否具有阶级性

偏见十：非阶级化的新社会运动。新社会运动脱离了阶级和马克思主义，另类媒体的斗争与新社会运动有关，而并非阶级斗争。

反驳：以阶级斗争为基础的新社会运动。导致当前危机的新运动以及为争取民主全球化的当前运动都是由不平等和对阶级的深度关注引致的，当前的斗争是充分利用各种另类媒体的阶级斗争。

4. 学者观点概述

(1) 马克思与媒体、商品和资本积累。

马蒂亚斯·艾克曼 (Mattias Ekman) 探讨了传媒研究中马克思原始积累理论的重要性。首先，他列举出《资本论》一卷中和传媒研究相关的内容；并借助于哈维的剥夺性积累概念发展了马克思的观点。其次，他把剥夺性积累概念运用于传媒领域。新闻媒体的内容、新闻的流动和新闻媒体系统在与反对资本主义、私有化和金融部门的社会流动中得以讨论。同时，马克思的理论被用于考察 web2.0 和 ICT 发展中传播如何能够提升剥夺性资本积累的进程，即剥夺 web2.0 用户的工作并增强企业对互联网用户的监管。总之，他通过分析资本积累如何与当今资本扩大再生产相联系表明，马克思的理论有助于几个方面的批判性传媒研究。

伊万·费舍尔 (Eran Fishe) 分析了脸谱 (Facebook) 受众商品化中异化和剥削的作用。费舍尔认为脸谱作为生产和传播手段，既是一种技术又是一种媒介。社交媒体脸谱会导致剥削的剧增和异化的减缓；而商业性大众媒体则会低剥削和高异化。

理查德·霍尔 (Richard Hall) 讨论了数字技术领域中的创新如何影响大学。作者强调，在新自由

主义理念的资本主义社会中,大学已经成为剩余价值和阶级斗争的重要场所。这一分析的背景是,当前资本主义危机初期大学商品化的加剧。在高校,新兴技术正在日益嵌入、个性化和普及,并推进了高校的商品化和拜物教。

文森特·M (Vincent Manzerolle) 和阿特勒·米科拉·K (Atle Mikkola Kjosen) 分析了由于数字化而致的资本积累的周期性变化。作者认为个性化和普遍联系是影响到资本如何运作循环的当代传播资本主义的两个重要的方面。他指出,对资本主义和资本主义传播的批判性分析应该基于马克思主义的资本积累,而且,数字传播导致了资本循环的加速、简化了信用。他们认为,资本循环是一个传播过程。

乔治·P (George Pleios) 关注信息社会马克思主义传播理论如何概念化。他强调,对于马克思而言,资本主义传播存在一个商品方面和意识形态的品质问题,并且传播是生产力。传播不简单是上层建筑的一个部分,而且融入阶级关系和经济基础之中。他研究了这一现象与自由放任资本主义、垄断资本主义和现象学资本主义的关系,休闲与劳动的融合将会进一步消除经济基础和上层建筑以及生产与传播的界限。

耶尔内伊·P (Jernej Prodnik) 讨论了批判性传媒研究中商品的作用。他给出了一个马克思如何讨论商品概念的概览,并指出,在所有马克思的著作中这一分类的重要性。相关的概念例如,商品拜物教和所有事物的商品化都进行了讨论。

安德列亚斯·W (Andreas Wittel) 提出了一个聚焦于劳动、价值、所有权和斗争的马克思主义政治经济学的数字媒体。作者介绍了作为分布式媒体的数字媒体概念。他认为,数字时代的信息生产方式已经成变得更易理解或接近,而资产阶级控制信息分配方式。他讨论了在线自由劳动,关于知识和数字媒体时代劳动的可测量性进行了辩论,对始于文献共享的所有权提出挑战,并且为数字共享而斗争。

(2) 马克思和意识形态批判。

巴勃罗·卡斯塔尼奥 (Pablo Castagno) 提出了一种理解阿根廷政治制度的发展以及在不同发展阶段媒体和媒体政治作用的马克思主义框架。作者描述了法西斯政府军队如何实施后来被梅内姆政府强化了的新自由主义;并展示了多年来政治发

展如何影响阿根廷的媒体作用。例如,法西斯的媒体控制、梅内姆统治下的新自由主义媒体私有化等。

伊尔凡·埃尔多安 (Irfan Erdogan) 分析了在马克思著作中传播的作用以及传播研究中的马克思的作用。他对马克思和马克思主义在传播期刊中的作用进行了实证研究。他发现马克思主义的思想已经被蓄意地忽视和边缘化。一个事实是,当主流研究趋于温和地忽视马克思的时候,其他研究传统如文化研究则倾向于攻击马克思,混肴视听。埃尔多安对马克思著作严谨地研究表明,马克思把传播视为人类生活(资本主义社会具有阶级斗争特征的生活)的批判手段。

福克斯对因特网批判研究做了一个概览,并提出了这一研究领域的基本概念。他认为在“批判”赛博文化研究和因特网政治经济批判理论或因特网批判理论之间存在一个意识形态的差异性及阶级斗争。他讨论了因特网批判研究中 11 个马克思主义的概念,包括:马克思辩证法,资本主义,商品化,剩余价值/剥削/异化/阶级,全球化,意识形态,阶级斗争,共享,公共领域,共产主义,美学。

杰拉尔德·苏斯曼 (Gerald Sussman) 讨论了在当今资本主义媒体经济中意识形态和宣传的作用。他认为意识形态和宣传已经成为核心生产力,我们生活于一个宣传的社会之中。作者描述了新自由主义政治制度下意识形态以及部分经济以产消费者 (prosumer) 的无偿劳动为基础的变化。剥削和主动消费者的盯梢造就了今日马克思主义重要的价值理论。数字媒体环境也使得反对资本主义的集体活动成为可能。

(3) 马克思和媒体使用。

布瑞恩 A·布朗 (Brian A. Brown) 和安娜·泉哈泽 (Anabel Quan-Haase) 的贡献在于:解决了研究社交媒体主动消费者的数字劳动和数字劳动条件的方法论需求问题。所建议的工人调查 2.0 方法论是一个基于马克思主义的调查问卷和意大利自治主义马克思主义的合作研究方法。作者把工人调查 2.0 方法运用于 Flickr (雅虎旗下图片分享网站) 的案例研究,并指出工人调查 2.0 中 producers (生产者与使用者;生产者与用户)、社区等的重要性。

凯塔琳娜·G·尼格伦 (Katarina Giritli Nygren) 和凯塔琳娜·L·伊德隆德 (Katarina L Gidlund) 分析了数字文化中异化的作用。他们使用了福柯的田

园权力和马克思的异化概念。为了描述数字技术的田园权力作者引出了福柯。它是一种创造数字技术允许个性化幻觉的力量形式。马克思的异化概念被运用于数字技术领域。今天，传统的异化形式将会被消费者文化、像脸谱的个体化自我表达以及一个商品化的因特网相关联的数字异化陪伴着。

(4) 马克思与另类媒体或社会主义媒体与社会斗争。

李·阿茨 (Lee Artz) 分析了 21 世纪委内瑞拉的社会主义如何展开、以及传播在社会主义中的作用。在公众辩论中，公众有机会去讨论和影响政府的所有议案，并在全国各地建立了社会公共机构。作者认为，委内瑞拉是一个拥有社会主义政府的资本主义国家。他分析了委内瑞拉媒体的政治经济：80% 多的媒体具有商业特征。社区媒体和公共服务媒体则相反。作者表明，委内瑞拉和委内瑞拉媒体正处于转型期，且有巨大的社会主义潜力。

彼得·卢德斯 (Peter Ludes) 讨论了马克思的无阶级社会概念的重要性。基于马克思对这一术语运用的综述，他得出了 20 世纪资本主义发展的结论。他认为，另类媒体的建立要求始于此时此地的网络工程。卢德斯提出，马克思无阶级社会概念的现代化要与诺伯·埃利亚斯 (Norbert Elias) 的研究相结合。当我们思考如何建立另类媒体的时候，这将特别地要求考虑传播的作用以及文明进程和去文明进程。

文森特·莫斯克 (Vincent Mosco) 辩论到：资本主义危机导致了人们对马克思兴趣的复燃。因此，所有对他的研究和特别的关注在于如何能有助于照亮批判性传媒研究、知识劳动和媒体实践等这一盲点是至关重要的。文森特指出信息和传播手段讨论的重要性，以及作为当代传播学生、学者、新闻学与知识劳动者一个相当重要的马克思新闻实践的政治诉求。

威廉·P (Wilhelm Peekhaus) 分析了学术期刊出版的政治经济。他论证了免费学术劳动的剥削、垄断和资本集中趋势以及高价刊物如何与本行业的图书预算状况的下降相结合。他把资本主义的学术出版解释为一种原始积累，并指出开放存取出版业能够成为一种可行的选择。然而，当今的开放存取会有一种确定性的限制，只能通过一个反资本主义的对资本主义学术出版特征质疑的开放存取运动来克服这一限制。

帕德马贾·肖 (Padmaja Shaw) 分析了马克思著作对于当代印度政治出版业的作用。作者讨论了马克思关于新闻出版原著的三个方面的重要性：言论自由与审查制度、作为贸易自由的组成部分的出版及资产阶级民主媒体的作用。他强调，一方面，印度出版业左翼呼声有一个广泛地传播；另一方面，审查和镇压反叛的 Red Corridor 地区左派和左派新闻学的统治。通过反思马克思的新闻政策以更好地应对这种情况，制度化的舍弃将会是有益的。

三、时代的诉求与未来的期许

互联网和信息传播通讯技术正在全面地沁入我们的生活以及社会的经济、政治和文化领域的各个方面。资本主义的全球化以及基于当代信息技术的数字资本主义、全球信息资本主义、或新媒体资本主义是一般资本主义的当代表现形式。网络化数字生产力和生产关系的对立构成了当今资本主义社会的基本矛盾。昔日商品拜物教的价值观以“因特网崇拜”或“数字决定论”取而代之。资本主义在赛博空间中榨取剩余价值的剥削方式 web2.0 呈现出新的特征。借助于网络的“电子斗争结构”是被剥削阶级争取自身权益的新的斗争形式。网络生产力所蕴含着的诸多的数字可能性让人们自然而然地与共产主义相联系。2008 年的世界金融危机以及随后的经济增长大衰退，使得人们不由自主地想起无产阶级的革命导师、资本主义的伟大分析师、倾其 40 年心血研究资本主义发展规律和为全人类（特别是无产阶级）的解放而斗争的科学社会主义的创始人马克思博士。这种思念不是对故人的思念，而是其精神的不朽价值在激烈的社会现实撞击下的实实在在的体现。全球博弈状态的两制社会在经济、政治、文化（特别是意识形态）领域的现实状况呼唤一种科学理论的解惑与引领。这种现实诉求的外在表现在本文开篇已做了一定程度的阐述。

正如今福克斯 (2012) 所言，现在恰是马克思主义社会科学、马克思主义传媒研究以及马克思主义互联网研究的极佳时期；我们不能等待了！只要这个世界上存在着不公正，任何时间都是马克思主义研究的适当时间。只不过危急时刻凸显了马克思主义研究的迫切性而已。

三 C 特刊的学术研究表明，对于当今的批判性媒体与传播研究马克思主义理论的重要性。当然，

媒体与传播研究不应该仅仅以批判为特征,而且我们需要马克思主义理论和马克思主义的传媒研究。三C的主题关注、所刊论文质量的上乘以及其他相关的马克思主义传播研究活动的巨大热情,特别是在年轻的学者和博士生们之中涌动着的学术研究激情表明马克思回来了。对马克思著作浓厚的研究兴趣同时亦表明对资本主义传媒和资本主义社会的忧虑,以其他社会发展愿望的考虑。对另一个美好世界的期许与可能性的思考是科学而必要的。

最后,我们希望本文能为中国的国外马克思主义研究,在其超越哲学、转向政治经济学等学科的方向引导上起到一个抛砖引玉的作用。

参 考 文 献

- [1] FUCHS C. New Marxian Times! Reflections on the 4th ICTs and society conference "critique, democracy and philosophy in 21st century information society. Towards critical theories of social media"[J]. Triple C,2012,10 (1):

114-121.

- [2] FUCHS C, VINCENT M. Introduction: Marx is back:the importance of Marxist theory and research for critical communication studies research today[J]. Triple C,2012, 10(2).
 [3] 马克思.恩格斯. 马克思恩格斯选集:第一卷[M]. 北京:人民出版社,1995: 307.
 [4] Žižek, Slavoj. Living in the end times[M]. London:Verso, 2010:12.
 [5] VINCENT M. The political economy of communication [M]. 2th ed. London: Sage,2009.
 [6] FUCHS C. Some theoretical foundation of critical media studies: reflections on karl marx and the media[J]. International Journal of Communication,2009 (3):369.
 [7] FUCHS C. Grounding critical communication studies: an inquiry into the communication theory of Karl Marx[J]. Journal of Communication Inquiry,2012,34(1),15-41.
 [8] 马克思.恩格斯. 马克思恩格斯选集:第一卷[M]. 北京:人民出版社,2012:301-435.

New Development of the Critical Theory in Foreign Marxism Communication

ZHOU Yan-yun¹, LI Xian-e²

(1.Marx School,Xi'an Jiao Tong University,Xi'an 710068, China;

2.School of Politics and Ideology,Xi'an Univ. of Arch. & Tech.,Xi'an 710055,China)

Abstract: With an overall presentation of the academic achievements under the title of "Marx is back: the importance of Marxist theory and Research for the critical communication studies today" in 2012, the British online journal, Triple C, asserts that the era of new Marxism has come. This paper introduces the theme of the Marxist communication studies, and then discusses Terry Eagleton's comments and refutes about the biases against Marx and Marxism existing in mass media. It also analyzes Terry Eagleton's achievements in the research from the following aspects such as Marx and media, commodity and capital accumulation, Marx and the critique of ideology, Marx and the alternative media, the socialist media and social conflicts, etc. Given that the western media scholars have a strong interest to the study of Marx's works, worried about the capitalist media and capitalist society and longing for another possibility of the social development, it is of practical significance for us to fortify our conviction of "two inevitabilities" and further explore the guidance of Marxist theory to China's communication studies.

Key words: new era of Marxism; the media; media Marx; communication; critical studies

【编辑 程广平 高婉炯】

注释:

- ① Triple C: Communication, Capitalism & Critique, 即三C, 一个关于全球可持续发展的信息社会的开放存取期刊。开放存取期刊 (Open access journal, OAJ) 在20世纪90年代末兴起, 它是因特网上的在线出版物, 免费提供给用户使用, 用户只需支付上网的费用, 而不必支付其他费用。瑞典隆德大学的开放存取期刊列表(Directory of Open Access Journal, DOAJ)对开放存取期刊所下的定义是: 我们把开放存取期刊定义为这样一种期刊, 它采用集资的模式, 不向作者或其机构收取使用费。