

# 北美传播政治经济学知识谱系与理论发展

陈世华

**摘要：**在传播政治经济学的诸多传统中，北美流派有着鲜明的特色，其对政治经济权力和现有传播实践和理论的批判，使它成为了主流传播研究中的异类，在经验研究占统治地位的北美一直处于边缘地位。这也导致了该学术流派的相对集中和紧凑，他们之间的学术传承也大多是父子、师生、同事、夫妻，或者一个系所内，并互相合作，体现了一个较为单纯的谱系和解释传播的路径。

**关键词：**北美传播政治经济学；知识谱系；繁衍；拓展

**作者简介：**陈世华，男，博士生。（华中科技大学 新闻与信息传播学院，湖北 武汉，430074）

**中图分类号：**G206

**文献标识码：**A

**文章编码：**1008-6552 (2010) 02-0033-07

政治经济学作为传播研究中的一个重要路径，为传播研究增添了新的活力。其对现存政治经济权力和传播体制的批判使它成为传播研究中的异类。在传播政治经济学的诸多传统中，北美流派有着鲜明的特色，与欧洲传统、第三世界传统都有显著的区别。<sup>①</sup>在经验研究占统治地位的北美，传播政治经济学一直处于边缘地位。不像经验/行政传播研究在北美大学和研究机构中广泛的落脚点，北美传播政治经济学研究者相对集中和紧凑，他们之间的学术传承也大多是父子、师生、同事、夫妻，或者一个系所内，并互相合作，体现了一个较为单纯的谱系，体现了鲜明的学术传承和理论意旨的一致性，展现了一个传播研究分支领域的身份。本文通过对北美传播政治经济学理论发展的图绘，希望勾勒出其作为一个研究领域源流、演变和拓展的知识谱系，加深对其路径和视野的理解。

## 一、思想渊源

北美传播政治经济学的形成和发展受到了近现代各种思潮的影响，作为传播研究和政治经济学的交叉学科，其思想主要有以下几个来源。

政治经济学的分析路径。传播政治经济学作为对社会（权力）关系与传播产品的生产、流通、消费的相互构建的研究，<sup>[1](25)</sup>其思想最初来源于亚当·斯密和大卫·李嘉图的古典政治经济学，后来受到二十世纪维布伦（Thorstein Veblen）、布拉第（Robert Brady）为代表的制度经济学派的影响。布拉第的反法西斯经济和文化分析实践，<sup>[2]</sup>《每月评论》派政治经济学家对资本主义危机的判断，凯恩斯对国家干预的探讨，拉斯基（Harold Laski）和熊彼特（Joseph Schumpeter）对市场非中立和资本主义经济周期的认识都影响了北美传播政治经济学者对媒介市场和国家规制的论断。

马克思主义和西方马克思主义的批判旨趣。马克思对资本主义所持的怀疑和批判态度是北美传播政治经济学者从一而终的理论姿态。马克思对商品、劳动、剩余价值的分析，直接被传播政治经济学者运用于对资本主义传播工业性质的剖析。法兰克福学派对文化修辞的批判，宰制、意识形态、霸权

① 在斯麦兹发表《传播：西方马克思主义的盲点》后，曾引起了一场北美传播政治经济学与英国传播政治经济学和文化研究之间的“盲点辩论”，成为传播研究史上重要的“思想史事件”。

等概念,则被传播政治经济学者运用于对现代资本主义文化工业的分析。而哈贝马斯对公共领域的分析和批判,吉登斯的建构理论和对社会复杂性的认识都给予传播政治经济学以理论动力。

加拿大多伦多学派的技术批判。以因尼斯、麦克卢汉为代表的多伦多学派对技术在历史发展和传播过程中作用的分析,直接开启了传播政治经济学的技术批判。因尼斯对传播和技术的历史学、社会学分析,以及媒介技术偏向的论断,影响了传播政治经济学对技术的认识;麦克卢汉的“媒介即信息”和媒介“冷热”论,影响了北美传播政治经济学对媒介存在和运行方式的思考;波茨曼(Neil Postman)对新技术的局限性和人道的关怀开启了传播政治经济学对个人权利的关注。

北美传播学经验研究。李普曼的舆论学的研究,以及刻板印象和“制造共识”的论述,主流传播研究者的传播效果研究,都被政治经济学者所继承。杜威等教育家对建立非盈利和非商业媒介的呼吁,以及哈钦斯委员会媒介责任的呼声则与传播政治经济学者坚持传播工业的公共责任和公共控制一脉相承。米尔斯(C. Wright Mills)对美国文化重商主义的喧嚣和去政治化走向,以及权力精英的保守趋势的分析,都启发了传播政治经济学者对传播和文化工业的批判。

信息社会理论。贝尔(Daniel Bell)对后工业信息社会的分析,吉尔德(George Gilder)、尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte)对因特网前途的预测,影响了传播政治经济学学者对信息、信息技术和信息社会的认识。

传播政治经济学在发生、发展的过程中受到了各种社会运动和社会思潮的影响,同时对不断变化的历史语境作出回应和反思。战后的反法西斯理论,五十年代的反共浪潮,六七十年代的反战学生运动,公民权,黑人权力运动和女权主义运动,都激发了他们对社会运动与媒介关系的考察。70年代反帝民族解放运动对世界经济文化不平等的挑战,促使他们积极参与世界信息和传播新秩序的理论探索和现实实践。80年代,英美新自由主义思潮和经济政策以及由此引发的媒介并购浪潮,进一步引起了传播政治经济学者对媒介垄断和寡占的批判。90年代后,民用因特网的兴起和媒介融合、聚合的发展,以及美国传播工业的解除管制都加剧了他们对公共领域和公共利益的担忧。

## 二、奠基:斯麦兹和席勒

斯麦兹和席勒是北美传播政治经济学的奠基者,对这个领域作出了开拓性的贡献。

斯麦兹早年在美国学生运动和左派大本营加州大学伯克利分校受过系统的经济学教育,深受马克思主义思潮和当时制度经济学代表人物布拉第的影响。1947年到刚刚成立的伊利诺伊大学传播研究所任教,并开设了世界上第一门传播政治经济学课程,标志着传播政治经济学诞生。五六十年代,由于其左翼的批判取向,深受麦卡锡主义的影响。1963年,由于古巴导弹危机回到加拿大,10年后,任西蒙·弗雷泽(Simon Fraser)大学传播系教授直至去世。

斯麦兹早期的研究主要是分析和批判美国电子广播结构与政策。他质疑美国电视所呈现的现状,关注电视对人的消极影响,坚决反对由市场力量决定传播资源的分配,强调广播频谱是公共财产,应该置于公共利益的控制之下。<sup>[3](85)</sup>1960年代,他转向务实的咨询研究,从学术和思想领域转向世界事件,集中于和平、核武器、政治决策与传播的关系,并围绕公共广播,付费电视和电话垄断进行调研,主张建立国际卫星传播的规制组织,协调卫星传播资源的分配和使用。

受众商品论是斯麦兹重要的理论贡献,他继承马克思商品化社会的概念提出了“受众商品论”(Audience As Commodity),批判了传播商品是信息、消息、图像、娱乐、教育的传统观念,指出大众传播的商品是受众(Audiences)和阅读(Readships)。<sup>[4]</sup>媒介提供优良的电视节目,只是吸引顾客登门造访的“免费午餐”,用来刺激受众的胃口,从而吸引他们参与到自己节目、版面中,并将受众出售给广告商。

回到加拿大之后，斯麦兹更多地以一个冷静的旁观者看待美国传播工业在全球的扩张，尤其关注加拿大传播工业对美国的依附，提出了媒介依附理论。他指出加拿大报纸刊物、书籍和电影工业都是美国市场的附庸，其背后的原因是加拿大经济对美国垄断资本主义的依附。他批判了技术和信息自由流通的神话，认为这只是垄断资本主义的宣传术语，美国使用技术和意识形态的霸权力量通过联合国等国际组织加深了其他国家的依附。<sup>[5](217)</sup>

作为一个启蒙学者，斯麦兹不断跨越了经济学、传播学和社会科学的界限，推动了对技术、制度、人类需要和公共政策的系统研究。他坚持将学术、知识、政策与实践联合起来，树立了将学术分析、政策研究和行为参与结合为一体的典范。他所涉猎的广博主题，为后来者开创了一条宽阔的道路。

席勒以更加激进的态度将传播政治经济学发扬光大。席勒早年在大萧条时期进入高中和大学，对当时阶级分层和阶级斗争有着深刻体验。后在二战中服役，战后在德国的美国军政府工作，这使他有时间去考察美国宰制下的国家政治经济转型。后任教于伊利诺伊大学，与斯麦兹共事，并在斯麦兹离开后，接替了他的教职。1970年席勒任教于加州大学圣地亚哥分校，创建了传播系，直至去世。

与斯麦兹对美国电子传播产业微观的分析不同，席勒的研究更多是从宏观上把握战后美国传播工业在世界范围内的扩展，提出了媒介帝国主义理论。他指出战后美国利用过国内的“军事工业传播教育复合体”维持美国现有的制度，抵制变革。同时，将美国式的传播制度推销到世界各地，传播美国的价值观和世界观，席勒将这种单向的传播过程称之为文化帝国主义，认为传播产业已经成为了美国文化帝国主义的一种工具。他质疑信息技术作为信息自由传播的基础，认为技术是一种社会建构，只会加深美国传播霸权对第三世界国家的文化入侵，他批判了信息自由流通的神话，认为这个口号只是美国传播工业进行海外扩展的借口，背后的动因是美国资本主义经济在全球寻找市场。<sup>[6](146)</sup>在更为激进的《思想管理者》中，他认为美国媒体管理者生产、加工、提炼和主管着图像和信息的流通，决定了人们的信仰、态度和行为。统治精英利用市场法则和直接的政治控制，通过操纵信息有意创造一个虚假的现实，对人类思想进行操纵，大众传播成为一种征服工具。<sup>[7](2)</sup>

晚年席勒发展了文化帝国主义的概念，集中批判信息时代的欺骗性和悖论，认为技术本身就是一个强有力的传播形式，传播技术的发展通常伴随着企业制度、商业安排、金融网络、经济活动、技术结构和进程，传播技术的革新就是宰制的加剧。

席勒从来没有将自己与大历史背景分离，他先后体验了大萧条、世界大战、冷战、新殖民主义和反帝国主义的斗争。他从来没有迎合行政者的偏好，这导致了他在大学里被边缘化。席勒是一个在国际范围内不知疲倦的记者，政治积极分子和公共知识分子，影响了一批后代学者。<sup>[8](preface)</sup>

### 三、繁 衍

斯麦兹和席勒的开拓性工作影响并吸引了一批学者走上政治经济学的路径，同时，他们培养的一批学者，也继承了他们的衣钵，使传播政治经济学得以繁衍、延伸和深化。历史语境的变迁，信息和传播工业的发展，使第二代的学者不能再像第一代学者那样关注传播产业的方方面面，他们更多地是选择从不同的维度对传播产业进行分析，传播政治经济学衍生为许多分支。

#### 1. 电影政治经济学

二战刺激了美国电影工业的发展，也沉重打击了欧洲的电影工业市场。战后，电影业作为最有利可图的媒介形式在美国迅速发展，并很快向世界扩张，好莱坞走向世界的过程中不仅仅受到经济利益的驱使，也有政治和文化的动机。政治经济学者对电影工业的批判分析形成了电影政治经济学，代表人物有斯麦兹的学生古贝克（Thomas Guback），斯麦兹的学生蓬达库（Manjunath Pendakur），古贝克的学生瓦斯科（Janet Wasko）等。

电影政治经济学专注于电影和好莱坞工业的分析,注重分析电影的商品化过程和美国金融机构在电影工业发展中的角色,认为金融机构通过贷款、集资、咨询等服务,制约和形成电影工业和电影公司的结构和行为。他们批判美国电影工业目前的结构和政策,指出电影利润是好莱坞电影主要的驱动力和指导原则,迪士尼工业实际上是在制造虚假繁荣的幻象(manufacture of fantasy)。

电影政治经济学还从国际视野探索美国电影业在战后的发展历程,揭示美国电影资本在世界电影市场的角色。他们认为电影不仅是一个商业商品,而且是一个传播工具,呈现了美国的意识形态和价值观,并提醒开放政策是危险的,影响了其他国家电影工业政策和结构,以及电影的生产、内容和营销,伤害电影工业的自治和发展。他们关注新科技对好莱坞的影响和日益增长的国际声像工业的整合,并注重考察不同文化语境,如加拿大、印度电影的发展生产、发行、放映和新技术的影响,主张政府应该制定保护性的政策,建立一个独立于美国的电影工业,维护国内市场和本国文化。

## 2. 新闻(媒介)的政治经济学

与斯麦兹、席勒对整个媒介产业和电子传播工业粗线条的分析不同,新闻政治经济学采取质化研究,并结合自身经验分析新闻媒介背后的政治经济权力控制,主要有甘斯(Herbert Gans),吉特林(Todd Gitlin),巴格迪基恩(Ben Bagdikian),赫尔曼(Edward Herman)和乔姆斯基(Noam Chomsky),麦克切斯尼(Robert McChesney)等人。

新闻政治经济学关注新闻运作的复杂过程和官僚控制系统,以及媒介与社会力量在政治斗争中的相互建构,认为美国的大众媒体是一个强大的意识形态机构,承担着宣传功能,形成和限定公众的态度和情绪,进行“共识制造”。<sup>[10]</sup>他们批判新闻界独立的神话,认为新闻媒体是权力的代理。新闻媒介受到外部政治经济压力,通过隐晦的框架处理符号,组织话语,接受意识形态过滤,进行新闻的日常管理,服务于政治和经济精英的需要。他们解构客观性原则和职业主义概念,认为客观性导致平淡无味成为新闻运作标准,社会敏感的材料被压制,媒介内容被不断修剪,去符合盈利的逻辑,导致节目和文化的同质化,公众对客观性原则的信任只是让统治者的统治更加简单,并帮助维持统治阶级的意识形态。<sup>[10](327)</sup>

新闻政治经济学尤其反对80年代后的新自由主义思潮和新自由主义媒介政策,他们指责里根政府的右翼倾向和对市场的盲目乐观,批判迅速发展的媒介聚合潮流加剧了信息中心化控制的问题,他们指出媒体—民主之间的悖论,论证媒体远不是民主和自由的基石,而变成了美国,甚至全世界反民主的重要力量,集团媒体巨头越富有,越强大,参与民主的前景就越渺茫。<sup>[11](2)</sup>他们反对美国的解除管制政策,认为媒介聚合和解除管制保护了强大投资者、管理者和广告商,导致公共讨论和公共服务的迅速衰退和消失,加剧了垄断和寡占。

政治经济学并非只破不立,他们也积极建言,呼吁形成一个美国左派,对媒介系统进行结构性改革,他们呼吁将媒介改革放入政治议程,通过广泛的讨论,将传播的控制交给公民,建立非盈利和非商业的公共媒介,反映大多数人们的意愿和诉求,加强商业广播的规制,维护公共利益。

新闻政治经济学始终关注美国大众传播工业的问题和危机,分析媒介政策制定过程,媒介与民主的关系,集团媒体与公共领域的冲突等,表现始终如一的激进姿态。

## 3. 信息政治经济学

在奠基人斯麦兹和席勒的视野中,信息、信息技术和信息社会是传播政治经济学无法回避的主题。在他们之后,有一批学者则将专注于信息政治经济学的研究,并发扬光大。代表人物有甘地(Osca Gandy)、赫伯特·席勒之子丹·席勒等。

信息政治经济学的研究跨越了多个主题,包括信息本质、隐私权、媒介框架、教育补贴等。他们关注信息系统的结构和信息商品化的过程,分析信息科技和文化领域的转型,以及信息生产、传输、消

费的政治经济权力控制，认为信息本身是被社会机构和它所在的关系网络所界定和建构的，是跨越所有经济领域的生产要素，增加了资本主义的积累。<sup>[12](23)</sup>他们关注知识和信息公共物品转化成私人财产的趋势，指出资本主义社会信息市场面临着短缺和过剩，信息源采取信息赞助，<sup>[13](8)</sup>通过直接和间接信息补贴，对价格进行操纵，熟练地操纵了大众媒介或其他信息渠道。信息被统治阶级利用着去实现控制目标，人们的隐私权和自治受到伤害，公众理解水平下降。信息技术不会将我们带入一个个人自由的时代，带来的却是一个宰制和不平等的延伸，扩大了知识和信息沟。

#### 4. 因特网政治经济学

20世纪下半叶计算机网络的发展对传媒产业产生了重大的冲击。政治经济学关注因特网作为媒介的意义，尤其是作为民主工具的意涵。与他们对信息技术、信息社会的批判和悲观论断一样，他们对因特网的分析秉承了他们一贯的怀疑和批判风格。代表人物有丹·席勒、麦克切斯尼等人。

因特网政治经济学认为因特网的产生和发展与自由市场力量没有任何关系，而与冷战的军事工业复合体有着紧密联系，是一个不断的政治选择。因特网主要服务于集团使用者，而非个人，因特网帮助了数字资本主义扩展中资本的流通和再分配。他们尤其反对因特网的私有化，对因特网影响公共服务忧心忡忡，担心随着商业化过程的席卷，高等学习工业网络化和图书馆的电子化激烈伤害了因特网的科学和教育功能，他们批判了因特网能解放我们，让我们自由的论调，认为因特网只是集团商业媒体的一套新装。<sup>[14](122)</sup>因特网市场存在着微软的垄断，浏览器的垄断和路由器的垄断，并没有开启传播市场中的竞争，因特网只会加深社会的僵化、不平等、威权和宰制。

### 四、拓展

北美传播政治经济学在发展过程中也不断受到社会运动和社会思潮的影响，公民政治、种族权力、反战学生运动、消费主义、女性主义等都被传播政治经济学援引吸纳。传播政治经济学日益关注阶级、性别、种族与媒介在社会结构化过程中的互相建构，关注社会运动和霸权的关系，传播的政策制定和隐私保护，并重新审视、反思传播政治经济学学术本身。

#### 1. 种族与传播政治经济学

美国公民权和黑人权力运动启发了传播政治经济学者关于传播活动与种族关系的研究。政治经济学者认为媒介对现实世界的看法，表达了白人中产阶级对黑人和黄种人下层阶级的感受，但并不知道黑人的感受和体验，反之亦然。大众媒介很大程度上受到了资本主义市场逻辑的影响，导致了种族和民族的刻板成见在大众媒介中被生产、流通和维持，并抵制改变，影响了权力的分配和社会结构，他们认为种族是国际劳动分工形成的一个中心力量，主张借用行为科学、政治经济学和当代文化研究的解释路数，理解种族在社会阶级结构中的位置，强调对影响生产、流通和接受过程中的因素进行考察，理解种族与传播，以及其他社会机构的关系，进而改变传播与种族的关系。

#### 2. 女性主义与传播政治经济学

女性主义运动和思潮对全球政治经济的批判和全球父权制的挑战，动摇了自古以来被认为是理所当然的男性统治的社会实践和信仰。传播政治经济学者也将政治经济学与女性主义结合，研究全球劳动分工的背景下，女性工作者在信息和传播工业中面临的双重压力，关注传播中的家庭和性别，女性与媒介的关系等。代表人物主要是米汉（Eileen Meehan）。她主要从女性主义和政治经济学的视野考察电视和电影背后的权力和控制，审视性别、权力和媒体纠结联系的方式，认为媒介结构、机构和运作建立在性别特权和经济地位基础上，关注性别和金钱的特权对媒介的渗透，关注传播工业中女性的工作机会、工作模式、政策讨论和法律制定，涉及了父权制等级制度和资本主义本身。

#### 3. 民族志与传播政治经济学（ethnography）

北美传播政治经济学中,也有学者主张将传播政治经济学与民族志结合,用田野调查等人类学方法,研究某一特定文化族群的传播行为,主要是彭达库。他认为传播政治经济学者关注宰制、依附和跨国关系,而没有关注国家内不同的文化群体对信息的接受和理解。他对印度的一个小乡村的变化进行民族志式的个案研究,分析了商业电视的引入以及大的制度变迁如何影响农村生活,同时引起人们认知地图中的微观变化。他主张将民族志研究融入到传播政治经济学研究中,关注不同的种族和文化在资本主义全球化过程中所受到的传播技术的冲击,所作出的反应和改变,以及控制和对抗问题。他希望民族志与政治经济学结合,以抽象和具体的形式去解释社会现象,对社会变革作出贡献。

#### 4. 北美传播政治经济学的反思

北美传播政治经济学不断将本学科与主流的经验/行政研究进行对比,反思和改进自身的认识论和方法论。传播政治经济学挑战传播研究对科学主义(scientism)和控制实验的依赖,否认严格的逻辑和观察作为唯一可行的研究方法,主张学者自我反省,关注传播理论的前提和偏见,强调将劳动概念融入传播研究,关注传播工业中体力劳动和脑力劳动之间的分工和对抗的趋势,关注结构、过程、社会阶级和社会实践。主张传播研究应该与历史紧密联系,进行替代性和独立媒介的历史研究,研究社会运动与媒体的关系,分析劳动、社会主义、女性主义、移民或非裔媒介。主张将媒介和传播融入民主理论中,考察媒介结构和政策制定关系,并对媒介市场进行批判;并采取全球的视野,考察传播与全球资本主义演变的关系。

莫斯可以商品化、空间化和结构化三个切入点对政治经济学进行了系统的梳理,认为传播政治经济学应该基于社会统一性的分析,研究社会生活的控制和生存,优先考虑理解社会变迁和历史转型,避免传播本质主义,寻求媒介的去中心化。<sup>[15](71)</sup>他建议传播政治经济学应该借鉴两个接壤的路径和学科:文化研究和政策研究,学习文化研究的哲学路径,面向主体性和更广的包容性,关注普通人,不回避劳动和劳动过程的研究。同时学习政策研究的公共选择理论和多元论,将传统的经济学运用到政治科学结合产出一个政策科学。

#### 5. 北美传播政治经济学者论中国媒介

作为与主流传播经济学的背反和寻求传播体制的替代性方式的传播政治经济学,一直关注中国媒介制度这个西方传播学者眼中的异类。斯麦兹就曾于1973年到过中国,并对中国的媒介制度和媒介政策有诸多赞许,同时他也提醒中国在采用外国传播技术时需谨慎,西方的电视、广播和传播研究都带有意识形态色彩,中国应该利用技术服务于自身的利益。近年来传播政治经济学者日益关注中国信息和传播工业,认为中国媒介和信息工业正在经历转型,正在逐步地重新融入跨国化的资本主义中,可能会为全球生产过剩的危机提供一个解救的途径。

加拿大华人传播学者赵月枝是专注于中国传播产业的政治经济学分析,并将传播政治经济学带入中国的启蒙性学者。她关注中国党派新闻业的结构和特征,市场力量对媒介机构和实践的影响,中国特色的媒介商业化历程和新闻改革路径,以及伴随的腐败和堕落。尤其关注意识形态力量和市场力量对中国媒介行业的双重影响,以及媒介在中国民主化历程中的角色。近年来她关注中国媒介市场中日益国际化的资本主义对媒介和传播工业的影响,以及全球化、跨国资本和民族主义的影响。她也关注中国在信息社会中工业工人与知识工人的劳动分工和劳动的商品化,分析工人与传播机构、技术和知识工人的关系,政治、经济、文化精英对传播的方式的垄断,以及传播领域的斗争,呼吁中国工人通过传播渠道组织起来,进行表达和斗争,增强他们在社会决策中的作用。

## 五、小 结

曾经被传播研究先驱们抛弃的批判研究,经由传播政治经济学者的努力,得以发扬光大,成为传播

研究中的重要视野和路径。他们的研究拒绝承认现实是合理的、最自然和最优的概念，总是去追问各种反对强权者的问题。他们开始于一套价值观和运行假设，进行马克思所说的“对现有东西的无情的批判”，他们“不害怕自己的结论，也不害怕与现有权力的冲突”。<sup>[16](41)</sup>这也导致了传播政治经济学与传播领域内的其他流派和路径有很大的分歧。尤其是在行政/经验范式占统治地位的北美，批判学者和主流传播学者之间的关系是冷漠的。对批判学者来说，经验研究对现状的非批判的假设是一个对思想责任的彻底逃避。而政治经济学路径则被认为是主观的，非实际的，拒绝其他研究路径，经济决定论，反市场的共产主义，只破不立的破坏者。批判的学术在学术领域和更广阔的社会中处于微弱的地位，如履薄冰。随着大众政治运动的逐渐消失和新自由主义的兴起，批判学术的统一性逐渐衰落，最终破碎消失。后结构主义和后现代主义的兴起，学术界忙于高理论（high theory），而对资本主义、社会主义，或者社会变迁的兴趣逐渐消失。

但是，随着新的信息和传播技术（ICT）的发展，新的主题不断出现，传播生产、话语与接受体验的变化，阶级权力与性别、种族的复杂关系，传播工业内部和跨行业的结构变迁，劳动和劳动过程的私有化、斗争和联合，国家和公共传播的关系更加复杂，这都为传播政治经济学提供了新的机遇。

## 参考文献：

- [1] Vincent Mosco. *The Political Economy Of Communication: Rethinking And Renewal* [M]. London: Sage. 1996.
- [2] Dan Schiller. *The Legacy of Robert A. Brady: Antifascist Origins of the Political Economy of Communication* [J]. *Journal of Media Economics*, 1994, 12(2).
- [3] Dallas Smythe. *Counterclockwise: Perspectives on Communication* [M]. Boulder: Westview Press. 1993.
- [4] Dallas Smythe, *Communications: Blindspot of Western Marxism* [J]. *Canadian Journal of Political and Society Theory*, 1 (3): 1 - 28.
- [5] Dallas Smythe, *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada* [M]. Norwood: Ablex Publishing, 1981.
- [6] Herbert Schiller, *Mass Communication and America Empire* [M]. New York: A. M. Kelley, 1969.
- [7] Herbert Schiller, *The Mind Managers* [M]. Boston: Beacon Press, 1972.
- [8] Richard Maxwell, Herbert Schiller [M]. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003.
- [9] Edward Herman & Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* [M]. New York: Pantheon Books, 1988.
- [10] Todd Gitlin, *Inside Prime Time* [M]. Berkeley: University of California Press.
- [11] Robert McChesney, *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* [M]. Urbana: University of Illinois Press, 1999.
- [12] Dan Schiller, *How to think about information* [M]. Urbana: University of Illinois Press, 2007.
- [13] Oscar Gandy, *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy* [M]. Norwood: Ablex Publishers, 1982.
- [14] Robert McChesney, *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* [M]. Urbana: University of Illinois Press, 1999.
- [15] Vincent Mosco, *The Political Economy Of Communication: Rethinking And Renewal* [M]. London: Sage, 1996.
- [16] Robert McChesney, *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media* [M]. New York: New Press, 2007.