

传播与中国译丛——媒介道说系列——黄旦 孙玮 主编

维利里奥论媒介

〔英〕约翰·阿米蒂奇 (John Armitage) 著 刘子旭 译

*Virilio and
the Media*

中国传媒大学出版社



如果说保罗·维利里奥（Paul Virilio）是理解21世纪这一数字化未来的关键指引，那么约翰·阿米蒂奇（John Amitage）在《维利里奥论媒介》一书中的精彩描述则探索了维利里奥思想世界的精髓，包括其中的美学思想、新媒体批判、政治理论、电影分析以及技术方面的创造性骚动。在阿米蒂奇的书中，维利里奥的著作呈现为一种栩栩如生、挥之不去的提醒，它告诉我们随着文化、社会、政治在新媒体语言中的消失，我们失去了什么，又得到了什么。

——亚瑟·克罗克尔（Arthur Kroker）加拿大维多利亚大学

在我们同时代密不透风的隧道中，保罗·维利里奥是一个告密者，他指出，新的传播媒介通过速度、事故、无处不在的军事化以及真实界维度的丧失重塑了世界。在阐明维利里奥媒介批判的丰富性和紧迫性方面，阿米蒂奇占据着独特的位置。

——肖恩·库比特（Sean Cubitt）南安普顿大学

约翰·阿米蒂奇证明了自己是英语世界中解读维利里奥整体著作的领军人物，他聚焦于维利里奥对那些带来结构性转变的各类媒介技术的开拓性理解，建立起清晰而令人信服的论证轨迹，并就维利里奥的思想中蕴含的策略性和伦理性价值进行了有力的论证。

——斯科特·麦奎尔（Scott McQuire）墨尔本大学

在《消失美学》《战争与电影》《视觉机器》等著作中，保罗·维利里奥从根本上改变了我们思考当代媒介理论的方式，他对感知、物流、新媒体、技术以及城市之间的关联的研究构成了他的超现代哲学中最有力度的文本。

《维利里奥论媒介》介绍了维利里奥在媒介领域从极惯性和事故到事件景观、恐慌城市和电视的工具性影像循环等方面的重要思想，约翰·阿米蒂奇将维利里奥在媒介方面的重要著作置于其理论背景中加以考察，并概述了它们对于新近媒介理论的巨大影响。以此，阿米蒂奇使得维利里奥的著作变得容易理解，并帮助读者准备好对维利里奥的著作进行自己的批判性评价。在结尾部分，《维利里奥论媒介》提供了带有注释的、便于读者阅读的《深入阅读指南》，以及关于维利里奥的重要概念的非技术性词汇表。

维利里奥的著作对于每一位关注当代媒介理论的人而言都是必不可少的，《维利里奥论媒介》为维利里奥日益拓展的技术艺术批判提供了全面的、最新的介绍。



中国传媒大学出版社
微店二维码



中国传媒大学出版社
二维码

ISBN 978-7-5657-2615-6



9 787565 172615 6 >

定价：55.00元

传播与中国译丛——媒介道说系列——黄旦 孙玮 主编

维利里奥论媒介

〔英〕约翰·阿米蒂奇 (John Armitage) 著 刘子旭 译



*Virilio and
the Media*

中国传媒大学出版社
·北京·

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

维利里奥论媒介/(英)约翰·阿米蒂奇(John Armitage)著;刘子旭译.
—北京:中国传媒大学出版社,2019.11
(传播与中国译丛/黄旦,孙玮主编.媒介道说系列)
书名原文:Virilio and the Media
ISBN 978-7-5657-2615-6

I. ①维… II. ①约… ②刘… III. ①传播媒介—研究 IV. G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第216275号

Copyright © John Armitage 2012

ISBN-13:978-0-7456-4228-4

ISBN-13:978-0-7456-4229-1(pb)

本书英文版于2012年由Polity Press出版。

本书简体中文版专有出版权由Polity Press授予中国传媒大学出版社,在全球销售。未

经出版者书面许可,不得以任何形式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记 图字:01-2019-6144

维利里奥论媒介

WEILILIAO LUN MEIJIE

主 编 黄 旦 孙 玮
著 者 [英]约翰·阿米蒂奇(John Armitage)
译 者 刘子旭
校 译 黄文杰
策划编辑 张毓强
特约策划 李唯梁
责任编辑 曾白凌
特约编辑 李俊可
封面设计 运平设计
责任印制 阳金洲

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 880mm×1230mm 1/32
印 张 7.75
字 数 167千字
版 次 2019年11月第1版
印 次 2019年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2615-6/G·2615 定 价 55.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

作者简介



约翰·阿米蒂奇 (John Armitage), 英国南安普顿大学温彻斯特艺术学院传媒艺术学教授、《文化政治》杂志主编, 主要著作有 *Virilio for Architects* (2015)、*Virilio and Media* (2012) 等。


译者简介




刘子旭, 美国马萨诸塞大学阿姆斯特分校传播系博士, 现就职于中国社会科学院马克思主义研究院, 助理研究员、英文季刊《国际思想评论》(*International Critical Thought*) 编辑部副主任。主要研究方向为传播政治经济学、受众与媒介效应、文化与意识形态等。著有 *I Watch Therefore I Am: The Political Economy of Chinese Television Advertising*, 译著《狂热主义: 观念及其应用》, 并在《学术研究》、《思想理论教育导刊》、*Frontiers of Literary Studies in China* 等期刊发表过研究论文。

主编简介



黄旦，复旦大学新闻学院教授，教育部人文社科重点研究基地“复旦大学信息与传播研究中心”主任，国务院学位委员会第六、第七届新闻传播学学科评议组召集人。主要研究领域：中外新闻传播思想、中国媒介史、媒介理论。 



孙玮，复旦大学新闻学院教授，教育部人文社科重点研究基地“复旦大学信息与传播研究中心”副主任。主要研究领域：城市传播、媒介技术哲学、媒介文化研究。 

责任编辑 曾白凌
特约编辑 李俊可
封面设计 运平设计

辨音闻道识媒介

黄 旦

从一个故事说起。

以《闲情偶寄》立名于中国文学史的李渔，写有一部小说，名《十二楼》。内中有《夏宜楼》一卷，说的是一瞿姓相公，“亏得一件东西替他做了眼目”，“微光一隙仅如丝，能使瞳人生翅”，偷窥到居于夏宜楼的詹姓小姐之美貌，心生莫名爱意。于是他灵机一动，将远望高探而得的楼内女方动静，借助媒人之口，一一说与詹小姐听，以示天生有缘，唬得这位小姐毛骨悚然。门禁之内的夏宜楼，男女有别，旁人不能随便进出，其动静连自家人都未必尽知，偏一个外人竟一清二楚。詹小姐百思不得其解，疑非得神助不能，遂“把个肉身男子”就当成了“蜕骨神仙”。“这等看起来，竟是个真仙无疑了！丢了仙人不嫁，还嫁谁来！”詹小姐也不是没有担心，“神

仙”是否有“真形实像”，“不要等我许亲之后他又飞上天去，叫人没处寻他”。到了新婚夜，詹小姐初近新郎，战战兢兢，“还是一团畏敬之意，说他是个神仙，不敢十分褻狎”，至半夜却发现其“欲心太重，道气全无”，根本就是凡夫俗子一个。她狐疑中追究缘由，“件件查问到底”，才知此桩美事功德，全得力于一个“法宝”——千里镜。瞿相公偶尔从市场购得此物，在高山寺租得一间僧房，遍扫各处房屋。之前种种，正是这双“千里眼”居高临下所功。让人想不到的是，知道真相后的詹家小姐，惊诧之余，并未显上当受骗之恼怒，反正色道：“这些情节虽是人谋，也原有几分天意，不要十分说假了。”第二天恭恭敬敬就把这件“法宝”供在了夏宜楼，做了家堂香火，夫妻二人不时礼拜。

在我看来，这就是一个媒介道说的故事。

媒介，是英文 media 的汉语译词。英文的 media，源自拉丁文 medium，意指中间。medium 一词大致有三种意涵：第一，比较古旧且运用普遍的意涵，指的是“中介机构”或“中间物”。这个意涵源于一个特别的物理或哲学的观念：一种感官（或一种思想）要去体验（或表现）必须有一个中间物。第二，着重落在技术层面，例如将声音、视觉、印刷视为不同媒介（media）。第三，专指资本主义。在这层意涵里，报纸或广播事业被视为另外事物（如广

告)的一个媒介。^① 也有学者为此勾勒出一条变化的线索:古典拉丁文 *medium* 指的是某种中间的实体或状态,但在古典之后的拉丁文以及 12 世纪之后的不列颠资料中,媒介则指从事某事的方式。一方面,媒介可以视为一种偶然性的存在,它使得现实世界中的诸多现象相互关联,或将现实世界与可能性世界相互关联。另一方面,从现代意义上来看,媒介是一类特殊资源。直到 1960 年,媒介才成为一个术语,描述实现跨时空社会交往的不同技术与机构,并因此受到特定学术领域的关注和研究。^② 中国的古汉语,只有“媒”字,并无“媒介”一词。按《说文解字》中的解释,“媒即谋也,谋合二姓者也”。“谋合二姓”,不仅“媒”(谋)的位置居间,而且是介入——撮合二姓的第三者。由此可见,media 或“媒”,就其本义及其谱系,主要意为居中(中介机构或中间物)位置及交接转化(从事某事的方式),重点是中介行为。^③ 按我的说法,媒介是有“媒”有“介”,是连接、触发与转变的不断运作,是媒—介的互动和呼应。通俗地讲,就是一场“交易”^④。故凡是媒介,必是从关系着眼,否则就是技术或物件。媒介

① 威廉斯.关键词:文化与社会的词汇[M].刘建基,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2005:299-300.

② 延森.媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M].刘君,译.上海:复旦大学出版社,2012:59-60.

③ 德布雷.媒介学引论[M].刘文玲,译.北京:中国传媒大学出版社,2014:10.

④ 德布雷.媒介学引论[M].刘文玲,译.北京:中国传媒大学出版社,2014:76.

学就是研究关系方面的东西而不是物体。^①之所以习惯于将某种技术和机构(比如报纸)命名为媒介,在于预先已设定其为“实现跨时空社会交往”。

夏宜楼“有绿槐遮蔽,垂柳相遭,自清早以至黄昏,不漏一丝日色”,如此幽密荫深之所,却被“微光一隙仅如丝”的千里镜穿破,从而引出这一实体空间,与高山寺的瞿生照面。高山寓意宽广、挺拔和敞亮,乃为“夏”之意象;夏宜楼,则是三面环水柔软清凉,为避暑之胜,故有“宜”之谓。一阳一阴,偏因“千里镜”相遇而碰撞交汇融合,孕育出新的关系和生活。千里姻缘一镜牵,夏“宜”楼化成了宜“夏”楼。千里镜就是千里“媒”!“传媒与工具和机器不同,工具和机器是我们用来提升劳动效率的器具,而技术的传媒却是一种我们用来生产人工世界的装置,它开启了我们的新的经验和实践的方式,而没有这个装置,这个世界对我们来说是不可通达的。”^②千里镜是如此,贵州的中国“天眼”——FAST望远镜也是如此,无人不知的报纸、广播、电视等,均因此而成其为“媒介”。

媒介以它特有的方式解蔽现实并将之带到我们面前,这是一种中介了的现实。“想独上高楼读一遍《罗马

① 德布雷.媒介学引论[M].刘文玲,译.北京:中国传媒大学出版社,2014:73.

② 克莱默尔.传媒、计算机和实在性之间有何关系?[M]//克莱默尔.传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒.孙和平,译.北京:中国社会科学出版社,2008:7-8.

衰亡史》，忽有罗马灭亡星出现在报上”（卞之琳，《距离的组织》），从而导致场景重新组合和分化交叉，引入一种并不依赖于固定地点的新场景，新的角色行为模式就在新的社会场景中诞生。^① 媒介抵达之处，既是世界所在之“界”，同时也是“新世界”敞开之时。“计算机界所说的实时、媒体界所说的‘现场’等效应都深刻地——同时也可能在根本上——改变了事件化的原义，改变了时间和空间的存在”^②，由此也就改变了人的存在。人体在感知比率变化中既延伸又自我截除，在一伸一缩中调适与外界的关系尺度。^③ “媒介就是认识论”，“任何认识论都是某个媒介发展阶段的认识论”^④。所谓“媒介环境”，所谓“媒介环境学”，或者梅罗维茨认定的“新场景”，应该是在这样的意义上来理解的。这是超越了自然、社会和人，同时又使之重新联结并组合的第三种环境。^⑤ 夏宜楼的故事，已经让我们充分领略到这一点。自从“千里镜”登堂入室，它的内外格局和关系结构就已千疮百孔，不再是原

① 梅罗维茨.消失的地域:电子媒介对媒介行为的影响[M].肖志军,译.北京:清华大学出版社,2002.

② 斯蒂格勒.技术与时间:爱比米修斯的过失[M].裴程,译.南京:译林出版社,2012:18.

③ 麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000.

④ 波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.桂林:广西师范大学出版社,2004:30.

⑤ 斯蒂格勒.技术与时间:爱比米修斯的过失[M].裴程,译.南京:译林出版社,2012:90.

来的夏宜楼，哪怕看上去景色依旧。新婚之夜的詹小姐，面对瞿生的全盘托出，不能不信又不愿完全接受。所谓的“不要十分说假了”，实则是不能十分说假罢了。幻想的破灭，也就是现实的毁灭。顺着既有真真假假（真实与虚拟）的逻辑，是唯一的出路。这正说明夏宜楼回不到从前也不可能再回到从前。“千里镜”被奉为“法宝”，“做了家堂香火”，活生生地演绎了“媒介道说”中的“道成肉身”。此后的夏宜楼不能不在“法宝”的不时礼拜中存在，并讲述其以往和未来。或许在库尔德利看来，这不过是人通过媒介做什么或是在做什么与媒介相关的事，^①然而，人的此种“做”必是与媒介的设定及其刺激、推动断不开的。“通过媒介做什么”和“做什么与媒介相关的事”，首要的必是与“什么媒介”有关。看报纸和看电视就不是一回事，否则戴扬和卡茨也就用不着专拿电视来演说“媒介事件”^②。媒介“并不简单地传递信息，它发展了一种作用力，这种作用力决定了我们的思维、感知、经验、记忆和交往的模式”^③。

① 库尔德利.媒介、社会与世界[M].何道宽,译.上海:复旦大学出版社,2014:41.

② 戴扬,卡茨.媒介事件[M].麻争旗,译.北京:北京广播学院出版社,2000.

③ 克莱默尔.传媒、计算机和实在性之间有何关系? [M]//克莱默尔.传媒、计算机、实在性——真实性表象和新传媒.孙和平,译.北京:中国社会科学出版社,2008:5.

“媒介的魔力在人们接触媒介的瞬间就会产生”^①，这“魔力”即是媒介作为一种“装置将诸要素聚集在一起的某种生成”，是诸要素“安排、组织、装配在一起的”创生过程。^② 媒介不仅仅只是“处于中间位置的”，它对通过中间项的两者起作用。它要在不可逆转的过程中创造出一个模型，超越所有的企图。^③ 瞿生的隔空远扫，媒人的巧舌如簧，口信和诗文的情意脉脉，詹小姐的懵懂好奇，夏宜楼的特定空间，詹父的势利专横，詹家在朝为官的儿子，其他的求婚者，等等，一千人事全因“千里镜”的介入而现形，环连成网，各自激发，“每一种元素都有助于界定其他元素，每一种元素都为信息在系统中流动做出贡献”^④，构成了特殊的传播事件——这段奇异之婚姻并重构了夏宜楼。“生成”不是融合、不是共存，而是一种转化，各自在媒一介中成其所是，形成一种全新的生态。媒介也在这种“活生生的力量漩涡”^⑤中，敞开和绽放自身。李渔的“夏宜楼”实就是“千里镜”化的世界。试想，若不是“千里镜”而是电话（据研究，19世纪晚期美国电话使用的增加，

① 麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽,译.北京:商务印书馆,2000:42.

② 德勒兹:关键概念:第2版[M].田延,译.重庆:重庆大学出版社,2018:91.

③ 德布雷.媒介学引论[M].刘文玲,译.北京:中国传媒大学出版社,2014:125.

④ 海勒.我们何以成为后人类:文学、信息科学和控制论中的虚拟身体[M].刘宇清,译.北京:北京大学出版社,2017:34.

⑤ 麦克卢汉.麦克卢汉序言[M]//哈罗德·伊尼斯.帝国与传播.何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003.

由于交流和声音接触的便利,的确促进了情爱事情的发生^①),其所引发的“魔力”就不同,至少天上掉不下这位瞿哥哥。夏宜楼的整个过程、所有关系及其情节戏码都得推倒重来。所以,媒介——就是媒—介的召唤和应答——就是媒介道说:“让我们通向那个由于与我们相关而伸向我们的东西”,“让我们进入与我们相关或传唤我们的东西”。媒介“就是在如此这般允诺着的道说中显示自身本质”^②。本译丛定名为“媒介道说”,就是得自如是的启示。

《约翰福音》的“太初有道”,亦可称“太初有言”。故“道”即“道说”(logos),又译为“逻各斯”,在西方文化思想中有着重要影响。称“logos”为“道说”,就为表明前者作为一个语言符号自身的内在力量与功能。^③ 据研究者,“logos”——道说,与老子的“道”类似,是话语,也是道理之理或道本身,^④由此与中国文化和思维方式有了几分亲近。海德格尔把“道说”视为语言本质,是语言的语言。“道说”是把作为语言的语言带向语言,使人通达语言之大道。“道说”即语言本质显身,人们是“在说话(作为顺

① MARVIN, C. When old technologies were new [M]. NY: Oxford University Press, 1988.

② 海德格尔. 在通向语言的途中[M]. 孙周兴, 译. 北京: 商务印书馆, 2005: 190、255.

③ 芮欣. 道说: 从逻各斯到倾空[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013: 11.

④ 陈嘉映. 海德格尔哲学概论[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1995: 298.

从语言的听)中”，“跟随被听的道说来道说”的，所以是“语言说话”^①。

如果把海德格尔的“道说”与人的存在关系之特殊意义(语言是存在之区域,存在之圣殿,存在之家^②,所以技术就成为“座架”)暂且放在一边,仅从他开启语言“本源”或“本质”的“道说”之思,或者以“道说”作为“道理之理”,亦即“作为一个语言符号自身的内在力量与功能”之意,译丛名为“媒介道说”,就是想破解传播学中将媒介仅仅视为器具、工具的固有思维。“器具是被有用性和需用性规定的,所以,器具就把它由之据以形成的质料纳入了自己的有用性中”^③,最终留下的是用处、是效应,媒介却消失不见。由此我们希望读者从一个新的、立足媒介自身内在力量的——海德格尔所提示的“一件东西从何而来,通过什么它成为一件东西,这件东西是什么,它如何是”^④这一存在“本源”亦即“道说”的角度出发,来阅读这套译丛。有新视角,才会发见新亮光。读书是如此,研究亦是如此。

① 海德格尔.在通向语言的途中[M].孙周兴,译.北京:商务印书馆,2005:239,254.

② 海德格尔.诗人何为?[M]//孙周兴.海德格尔存在哲学.北京:九州出版社,2004:152-216.

③ 海德格尔.艺术作品的本源[M]//熊伟.存在主义哲学资料选辑.北京:商务印书馆,1997:428.

④ 海德格尔.艺术作品的本源[M]//熊伟.存在主义哲学资料选辑.北京:商务印书馆,1997:402.

“媒介道说”并不主张什么媒介中心主义，也不赞成把人视为中心，此二者本就同根孪生一体两面彼此强化，尽管看上去像是针尖对麦芒。此种非此即彼，注定听不到媒介道说之“大音”。如果一定说有中心，“媒介道说”的中心就是人与媒介的共存以及相互介入和运作这一根本，并由此切近媒介并道说媒介。基特勒将人类传播媒介历史切割为两段：文字媒介阶段和技术媒介阶段。前者以语言编码为基础，后者则完全按照现代数学编码公式而运作。^① 目今所谓的“后人类”，所谓的“虚拟真实”，不正源自数字编码媒介的变迁吗？媒介关乎人的习性、生活方式和自我构成，并与人共时并进。“不同的文明依赖的传播媒介各有不同。”^② 媒介造就人，一代媒介自成一代人。英尼斯的《传播的偏向》、波斯特的《信息方式》、卡斯特的《网络社会的崛起》等，都已经从不同层面为我们做了见证。据调查，虚拟现实技术已经影响了目前人们对于现实生活的看法，有人曾在问卷中直截了当地回答：“现实并不是我最好的窗口。”^③ 以此看，美国芝加哥学派早期代表人物库利是颇有见地的。他认为，人类的本性来自两条生命传递线：一是生物种性；一是语言、交流和教育。只可惜他始终抱定这是两条“明显分开的河道”，

① 基特勒.传播媒介史绪论[J].文化研究,2013(13):235-254.

② 伊尼斯.帝国与传播[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003:8.

③ 海勒.我们何以成为后人类:文学、信息科学和控制论中的虚拟身体[M].刘宇清,译.北京:北京大学出版社,2017:36.

也就找不到其交汇之处，最终落在了生物有机体对社会的适应上^①也是不得不然。

既属“人类本性”，人与媒介的相接相嵌就非后天强加，而是与生俱来。人，按照盖伦的说法，天生就不是自足的生物，只能依赖于预先构成的自然条件。因此，技术成为人类自身本质的最重要的部分，正像人本身一样形成了一种人造的性质。^②用斯蒂格勒的表述，人因“原始性的缺陷”，故必以技术的弥补而诞生和存在：技术就是人的代具。代具并非人体的简单延伸，它构成“人类”的身体；代具也不是人的一种“手段”或“方法”，而是人的目的。人是以技术的“外移的过程”，运用生命以外的方式来寻求生命的。人与物（工具）的共时共生，标志着在有机体和它的环境之间出现了一种新型的关系，一种新的物质类型：即一种有机体（有机化的个人）同环境（一般意义上的、有机的和无机的物质）的关系，是由一种有机化而又无机的物质为中介来实现，而且二者互为激发：当“什么”在被“谁”发明的同时，也发明了“谁”。^③这同样是唐·伊德所坚持的。他以为，人从伊甸园下到尘世，就是

① 库利.人类本性与社会秩序[M].包凡一,王源,译.北京:华夏出版社,1999:5.

② 盖伦.技术时代的人类心灵:工业社会的社会心理问题[M].何兆武,何冰,译.上海:上海世纪出版集团,2008:4.

③ 斯蒂格勒.技术与时间:爱比米修斯的过失[M].裴程,译.南京:译林出版社,2012:19、126、166、20、193.