

传播与中国译丛

媒介与历史系列

— 主编·黄旦 —

NETWORK NATION


Inventing American Telecommunications

网络国家

作为制度遗业的电信

[美] 理查德·R. 约翰 (Richard R. John) / 著

金庚星 孙 葵 张 田 陈鑫盛 / 译

 中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络国家:作为制度遗业的电信/(美)理查德·R. 约翰(Richard R. John)著;金庚星等译.--北京:中国传媒大学出版社,2022.6

(传播与中国译丛,媒介与历史系列)

ISBN 978-7-5657-3021-4

I. ①网… II. ①理… ②金… III. ①电信—邮电经济—经济史—美国 IV. ①F637.129

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第098893号

Copyright©2010 by the President and Fellows of Harvard College

本书简体中文版专有出版权由 Harvard University Press 授予中国传媒大学出版社。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。

著作权合同登记号 图字:01-2021-4808

网络国家:作为制度遗业的电信

WANGLUO GUOJIA:ZUOWEI ZHIDU YIYE DE DIANXIN

丛书主编 黄旦

著者 [美]理查德·R. 约翰(Richard R. John)

译者 金庚星 孙 藜 张 田 陈鑫盛

责任编辑 于水莲

封面设计 拓美设计

责任印制 李志鹏

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 787mm×1092mm 1/16

印 张 28.5

字 数 607千字

版 次 2022年6月第1版

印 次 2022年6月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-3021-4/F·3021

定 价 128.00元

本社法律顾问:北京嘉润律师事务所 郭建平

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

献给南希

她让这一切充满意义

理解媒介的威力

——媒介与历史

在李伯元的《文明小史》中有这样一则故事：晚清科考政策发生变化，除了诗文，还新增时务、掌故、天算、舆地等内容。为适应此种变革，吴江乡间有贾家三子，受人指点，开始接触上海报纸以补新知。“兄弟三个是见所未见，既可晓得外面的事故，又可借此消遣，一天到夜，足足有两三个时辰用在报上。”眼界开了，行动也就开始，他们拿出私房钱托人在洋货店买回来一盏火油洋灯，一亮如同白昼，油灯那点摇曳之火，就显得可怜无比。自此三人更加留心看报，凡见有外洋新到器具，即托人购买，不管是否合用。仅此仍不解渴，他们反而更加向往去上海见见世面，因为从报纸上看到那里还有自来水、电气灯等种种稀罕之物，自又非火油洋灯所能比。谋划再三，兄弟三人遂瞒着母亲，私下租了一条船，半夜时分偷偷上船奔向上海。

倘若这是一段史实，依照现有的研究思路，我们会关注什么呢？或许是当时的吴江乡下，已经可以看到多少报纸，都是些什么报，它们是通过什么渠道进入的；又或许是当地读者都是哪些人，主要读什么，产生了什么作用；也有可能据此考证当时有哪些洋货进入吴江这样的地方，它们是如何流入的，购买洋货的都是什么样的家庭；当然，也可以从这样的例证中，分析报纸对于上海向周边的辐射起到了什么样的作用；等等。这样的一些研究都从各自不同层面触及了报纸及其影响，其价值不言而喻。然而，所有这些研究相加，仍未让人觉得已经击中这个故事本身。比如为什么是读报让人“晓得外面的事故”？为什么报纸可以是购买洋货的指导（如果是电视购物，肯定是另一番模样）？报纸上的“上海”怎么就理所当然等同于实际的上海？报纸这种诱导的力量来自哪里？总而言之，没有报纸，这一切就不会发生，那么，报纸是什么呢？

很遗憾，我们的研究中的确没有人追究报纸是什么，而是把报纸当作一个不证自

明的物品。这不仅把报纸常识化了,而且也难以切实把握研究者所习以重视的报纸内容和作用(比如与书籍有何不同)。此种所谓的报纸历史研究,也就名不副实,实际上是没有“报纸”的报纸研究。历史学家达恩顿就表达过类似的意思,他说,研究者们总是希望通过考查印刷的世界,能打开一扇透视总体法国大革命的新窗口,但他们从来没有打算了解,这种主要传播工具是如何贡献于现代第一次伟大革命的。“历史学家一般把印刷文字当成什么东西发生的记录,而不是发生的因素”,是报刊帮助塑造了其记录的事件。没有印刷报刊,就不可能攻克巴士底狱,而且也不可能推翻旧的君主专制。^①

报刊与历史研究中所存在的这种现象,绝不是历史研究独家的问題,也不仅仅是报纸的问题。无论是社科还是人文领域,都普遍存在“媒介盲”的状况。他们在关于媒介的构成、历史及影响的研究方面,路径固然不一,但在关注其内容、角色和传播的知识及其构成,轻视乃至忽视媒介本身方面,则是大同小异。^②梅罗维茨对此就十分不解,“虽然对媒介内容的研究有重要的社会意义,但是令人惊讶的是,人们很少对媒介提出其他类型的问题。实际上,许多对媒介影响的研究都忽略了对媒介自身的研究”。这就产生了一个有趣的现象,“关于电视内容和控制的研究方式与研究报纸、戏剧、电影和小说的内容与控制方式完全相同,它们本身被当作了中性的传送系统”,在其间没有任何意义,尽管在实际的操作和表现中,电视、报纸和戏剧、电影之间的差别是如此之大。将其与关于工业革命影响的研究一作比较,二者就显示出巨大差距。没有哪一个人会宣称他的研究中“唯一重要的东西是新机器生产出的物品”,相反,进入工业革命研究者视野的是,工业革命作为一种新的生产方式对诸多可变因素的影响,比如城乡生活的平衡、劳动的分工、家庭结构、社会的凝聚程度、时空观念、阶级的构成,以及社会变化的速度等。^③这很有启发性,要是我们也转变视野,将媒介(报纸)看成一种改变时空和社会关系的新的传播方式本身,而不是像以往那样,将其当作一个装水空瓶,我们的研究,比如关于前面提到的吴江贾家兄弟的故事,还会只是围着其内容打转吗?

报刊是一种媒介,没有人会提出异议;但为什么一定是媒介,媒介到底是什么,想必没有多少人能够回答。如何理解媒介,总是与以什么样的方式看待它密切相关。当把媒介看成负载内容的一块白板、一个透明的“玻璃缸”时,除了紧盯“媒介内容”这一

① DARNTON R. Introduction[M]//DARNTON R, ROCHE D. Revolution in print: the press in France, 1775-1800. Berkeley and Los Angeles: CA, University of California Press, 1989: xiii-xv.

② 米歇尔·汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:2.

③ 梅罗维茨.消失的地域:电子媒介对社会行为的影响[M].肖志军,译.北京:清华大学出版社,2002:12.

片“滋味鲜美的肉”，^①将“新机器生产出来的物品”——媒介传送的内容——当作唯一重要的东西，就不可能还会想到其他东西。且不说这种“工具论”的媒介观已经受到越来越多的质疑，就算与我们今天自身的媒介体验（比如使用手机），也是完全不相吻合的。由此及彼，当能刺激反思现有媒介与历史研究中的媒介观。借此，重新理解媒介，是媒介与历史研究必须面对的问题。重新理解则必以改变想象为前提，想得到未必做得到，想不到就根本没有做的可能。用麦克卢汉的话说，就是要“以恰当的方式理解媒介的威力”^②。从媒介是什么入手，重新建立一个考察媒介的视角，对于讨论媒介与历史，显得尤为重要。

二

由于媒介是一个外来词，对于其本来的含义，认真探索过的人好像不多。英文的 media，源自拉丁文 medium，意指“中间”。尽管雷蒙·威廉斯在其《关键词》中，依照时间的变迁梳理出其三种意涵，但同时也指出，“中介机构”或“中间物”，是一个比较古旧且运用普遍的意涵。^③ 德布雷说，“媒介”不是指媒体或介质，而是指媒介行为，是介于符号生产与事件生产之间的中间体。^④ 齐林斯基理解的“媒介”，则是想把被分割开来的东西加以结合的那种尝试提供行动的空间。^⑤ 这些理解看来都是与这样的词源有关。

“媒介”一词在英文中有单复数之分，也就是“medium”和“media”，事情的复杂性由此而起。一般认为，复数是单数的自然集合，偏偏在“媒介”中，二者不能完全重叠。作为复数的“media”，自 19 世纪中叶以来得到大量采用，但其被广泛运用，则与广播和报纸的兴起有关。^⑥ 出于这样的背景，“media”常常意指“大众媒介”（mass media）。这与“medium”有较大差别，“medium”主要强调媒介的物质特性，兼有“元素”“环境”或“位于中间位置的载体”之义，^⑦ 简单地说，它指的是一个媒介物，是具有独特性、决定性的物质，重点是其技术意涵，这一点甚至比言说的内容和书写的事物更为重要。正因如此，作为“media”的印刷与广播，是否与“medium”的意思相同，就产生了疑问。因

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,2000:46.

② 麦克卢汉.五种感官系统的内窥[M]//麦克卢汉.指向未来的麦克卢汉媒介论集.何道宽,译.北京:机械工业出版社,2016:34.

③ 威廉斯.关键词:社会与文化的词汇[M].刘建基,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2005:299-300.

④ 德布雷.媒介学宣言[M].黄春柳,译.南京:南京大学出版社,2016:17.

⑤ 齐林斯基.媒体考古学——探索视听技术的深层时间[M].荣震华,译.北京:商务印书馆,2006:8.

⑥ 威廉斯.关键词:社会与文化的词汇[M].刘建基,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2005:299.

⑦ 彼得斯.奇云[M].邓建国,译.上海:复旦大学出版社,2020:54.

为它们突出的不是其“物质性”，而是社会的面向，受制于其他目的。^①直白地说，在一些人眼里，“media”已不是原来那个侧重于自然媒介物的“medium”的聚集，而是一个社会机构，虽然二者都有处于中间位置之义。

我国在20世纪80年代引进的传播学，源自美国的大众传播研究，“大众媒介”的说法也一并被引进，并由此影响了人文和社科领域的研究，史学也不例外。研究者们口中眼中的“媒介”，实是指大众媒介，亦即“media”。所谓的报刊史、电视史、广播史，显然就是出于这样的认定，并由此延展到其他诸如电影、书籍、电报、电话等方面的。如此一来，媒介似乎无须厘定，因为它已经是明摆在那里的一一个个实物——人人都看得到的东西，只要将这些物品作为研究对象，就是在从事媒介研究了。

就每个具体研究而言，以这样的对象来命名似乎没有什么大的问题，而且在媒介与历史研究领域，也一直如此。然而若稍作追究，就会发现没那么简单。报纸、广播、电视差别很大，其制作、传递、呈现和接收都不一样，为什么一概被称为媒介？其依据是什么？不仅如此，它们中的每一个都包含着许多研究的层面和路数。文章一开头提到的贾家兄弟的故事，就完全可以被纳入社会史、经济史、中西交流史、上海城市史研究的脉络，而不必非是报刊史，尽管是因报刊而起的。从印刷史的角度，报刊可以是一种印刷技术，是印刷被采纳、运用和改革演化的历史，与通常意义上的报刊史毫不相干，比如苏精的《铸以代刻》。电视研究就更为复杂了，文学、艺术学、图像学、文化批判、音像技术学在其中都有大展拳脚的空间：它们或者关注文本和制度，或者注重其表演，或者将拍摄技巧作为重点。近几年兴起的视觉文化研究，在艺术史和图像研究的脉络下，以视觉性为核心视角，更是不仅把艺术、图像、广告、肥皂剧等统统纳入研究的范围，而且还把观看行为、观看过程、观看方式等一网打尽。^②那么，它们是否都是媒介研究，或者其中哪些研究是媒介研究，哪些不是？什么东西可以被称为“媒介”？什么样的研究可以被认定为媒介或者报刊研究？这里面是有一个统一标准，还是约定俗成，或者就是随研究者的个人兴趣来命名？其特殊性究竟是什么？当我们一提到媒介，本能的反应就是手中摊开的报纸、与家人一起围坐观看的电视机、飘扬着悦耳声音的收音机和黑暗中人影晃动的银幕时，其实就已经失落了“medium”或者“media”所含有的“中间”含义，亦即在学术上理解媒介本该具有的“恰当的方式”。所以，记住下面这句话就显得十分关键：理解媒介，不仅指（或主要指）“理解单个的媒介形式——电、汽车、打字机、布帛——而是要从媒介这个角度来考虑问题”^③。

① 威廉斯.关键词:社会与文化的词汇[M].刘建基,译.北京:生活·读书·新知三联书店,2005:300.

② 唐宏峰.视觉性、现代性与媒介考古——两种视觉文化研究界别与“视觉现代性”研究[M]//杰,等.现代性的视觉政体.郑州:河南大学出版社,2020:9.

③ 米歇尔,汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:3-4.

三

“媒介角度”这四个字,就意味着媒介不仅仅是一个物品、一个对象,更是一个考察社会、人乃至世界的站点。这个“角度”或者视角,就是媒介的“居中”或“中间位置”,用米歇尔和汉森的话说,乃为“调节”,“调节”是所有媒介共有的“媒介性”(mediality)。^①报纸、广播、电视之所以是“媒介”,就在于它们共同的“媒介性”——处在中间位置的“调节机构”,用更为切近的表达,即其“交转性”。

这样就比较清楚了,我们熟知的“媒介”(media)中包含“medium”,但又不仅仅是“medium”的堆集。它包含不同的“medium”——媒介物,即单个媒介独有的物质或符号元素的特性,此时,或许可以说它是“medium”的复数形式;然而,它又抽绎并蕴含着所有单个媒介(medium)都不可或缺的“媒介性”——“调节”,这一处在“中间位置”所必然发生的机制和作用。这样的两层含义,就构成了这样一个集体单数名词“media”。^②由此我想到《说文解字》关于“媒”的释义:“媒”即“谋也,谋合二姓者也”,指的也正是这样一种居中转圜。这就难怪,德布雷把媒介看成促发两者发生关系的第三者。媒介的重要性就是“搭桥”,也就是说,要让不同因素之间相互交叉,相互受孕。媒介不只是“处于中间位置的”,它还要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,产生出一个特殊整体。媒介是有“媒”有“介”的,是媒—介的互应和互动,是一种“交转”。在它的触发和协调下,各种关系因连接而相互转化,因转化而形成新的形态或面向。媒介由此成为“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”。^④媒介不是工具,工具只着眼于效率和效益,媒介则具有开拓现实的作用,开启了我们与世界的关系以及各种不同可能性^⑤。没有媒介,就如没有桥梁。桥梁不只是连接,更是交接引领我们通达彼岸,在通达过程中周边的景色和诸种关系得以汇聚和展开。因此,凡有媒介,就有发生,就有事件,就有变动,就有新的进展。吴江贾家三子夜奔上海,恰为此做了一个见证。

犹如物质性依托于具体的物质及其形态,由于单个媒介的技术特性不同,也就带来了媒介性——交转性的方式及其模式呈现的千差万别:“在口语文化的社会里,许多

① 米歇尔,汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:2.

② 米歇尔,汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:4.

③ 德布雷.媒介学宣言[M].黄春柳,译.南京:南京大学出版社,2016:124-125.

④ 海德格尔.在通向语言的途中:修订译本[M].孙周兴,译.北京:商务印书馆,2005:190,255.

⑤ 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,2008:6.

人在同时说话;相反,在书面文化的世界里,一次一个人说话至少是在人们的期待之中。”^①媒介事件——电视的直播,则使得全球成为一个竞赛场或大剧院,造就了新的场景,甚至奠定了尼尔·波兹曼所忧心忡忡的“娱乐至死”和“童年的消逝”。复制技术使艺术失去了灵韵,却也使得大众在其展示的观看中,有了接触本来只能顶礼膜拜的艺术品之机会。^②舆论,是报刊史研究中最常用的术语,但恐怕没有太多的研究者知道,在印刷报纸产生后,才有了现代政治学和社会学意义上的“舆论”。报纸就像一个“公共交谈”的平台,一支笔启动了上百万条舌头,分散的地方的意见被集中、被融合,从而造就了一个庞大、抽象和独立的报纸意见共同体,并被命名为“舆论”。没有报纸,人们的交谈就不会对任何人的头脑产生影响。因此,“舆论”以及所谓的民族主义(想象的共同体)、国际主义,都与报纸的此种“公共交谈”^③——交接周转的协调有关。依此而进,报刊和舆论的研究,就不应是以内容为内容、以文本证效果,而应切入报纸的“交转性”之作为,关注“公共交谈”的运作和方式,并从这样的逻辑中揭示内容和文本的形成及其带来的后果。以此来反观报刊与历史,比如众所周知的《时务报》与“戊戌变法”、《苏报》与“排满革命”、《新青年》与“新文化运动”、《民报》与《新民丛报》的辩论等,恐怕就会有新的领悟,发现新的风景。

由于媒介物特性不一,我们的研究就是要从其共同的“媒介性”中,揭示出不同媒介特性所导致的不同的“调节”或“交转”状况和结果。同时,媒介与媒介之间并非绝缘的,它们之间同样互为交接、交集,会发生遭遇、碰撞、转接、竞争、分离,可谓剪不断理还乱:报纸、讲演、标语传单的相互促进,办报、办会、书信和人际交往的互为条件,学堂、出版社和报馆的互通互惠等,形成了一个自有特点的“媒介圈”。^④流转的逻辑就是媒介的逻辑,你抓住我,我也抓住你,与媒介关联的行为都是一个组合事物,^⑤是一种特定的塑形。媒介就好似一“活生生的力量旋涡”^⑥,搅和着与之相关的一切东西,然后又不断地吐出来,翻然就是一新的阵势。戴乃迪(Alexander Des Forge)在从晚清到民国早期的“上海叙事”中,就发现了类似的现象,连载小说与其他的媒介生产及其产品,诸如旅游指南、报纸、杂志、图画集、广播、电影、照相、幻灯等交错纠缠,交集成了一个跨文本、跨体裁、跨媒介而且不断扩张的视觉和文本场域,共同指向上海的特征和意义,以不同的方式,扩展了人们的多种感知和体验,从而为“什么是上海”,提供

① 麦克卢汉.余韵无穷的麦克卢汉[M].何道宽,译.北京:机械工业出版社,2016:19,15.

② 本雅明.机械复制时代的艺术品[M].王才勇,译.南京:江苏人民出版社,2006:57.

③ 塔尔德.传播与社会影响[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2005:229-248.

④ 德布雷.媒介学宣言[M].黄春柳,译.南京:南京大学出版社,2016:45.

⑤ 布克哈特.在电磁流中:作者和电磁书写[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,2008:30.

⑥ 麦克卢汉.麦克卢汉序言[M]//英尼斯.帝国与传播.何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003.

了不同的入口、框架和样板。所以，他特地借用德布雷的概念，将之称为“媒介域”（mediasphere），并由此构成整个分析的基础，^①以揭示媒介之间文化生产的互生互补之复杂关系和样貌。就是这样的媒介生态，生成了当时的“上海”和关于上海的认识，是一个“媒介域上海”（mediasphere Shanghai）。与此相比，吴江贾家三子的感知来源，还是显得有些单一和平面。戴乃迪的尝试和探索，为媒介与历史的研究打开了新的想象——关心文本但又不拘泥于内容的爬梳、整理和确认。只有到了这样的時候，即当媒介能够被视为单数——它不是单个媒介形式的叠加，而在事实上大于单个媒介形式的叠加之时，媒介研究之“媒介”，才具有了一定的自主性，媒介研究才可以开掘出自己的空间。^②因而，从内容转向媒介，从不同媒介转向媒介性，就能够赋予媒介与历史研究一副新的眼镜，也就是麦克卢汉说的，有了“一个恰当的方式”。

四

依循这样的思路，媒介就是一个概念，一个考察媒介与历史的理论视窗；媒介与历史研究就不能也不会仅仅定格于某个媒介的演变史，不同媒介前后承继的进化史（这正是媒介考古学所要解构的），媒介的社会使用史、功能史，更不是以媒介内容来补充和证明某些历史上的人和事，而是将媒介作为社会构成的一个基础性条件和要素，作为一种“人的延伸”，研究它的产生、运转和变化，是如何影响人和社会的历史及其文化的。

展开来看，其实整个人类的存在及其历史，都立足于并且依托于“媒介域”。且想，我们是有了光才能看，有了声音才能听，语言符号让我们交往，货币则大大促进了交易。这些不同的媒介，都为我们打开了一个区分的区间，为我们在感觉、认知和行为中指定了一个确定的“格式塔”，都给予了我们不同的政治、科学、经济、艺术的操作空间和一定范围的文化真实性。^③没有这些媒介，也就没有人，没有社会现实；同理，不同的媒介具有不同的偏向，自然也就产生了不同的社会、文化乃至认识论。^④这也正是英尼斯说的，“一种新媒介的长处，就是一种新文明的诞生”^⑤。《巴黎圣母院》中的一段描写，为此做了生动的写照：沉默的克洛德副主教伴随一声长叹，左手指向圣母院，

① FORGE A D. Mediasphere Shanghai: the aesthetics of cultural production[M]. Honolulu: University of Hawaii Press, 2007.

② 米歇尔·汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:3.

③ 塞尔.实在的传媒与传媒的实在[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,2008:215,218.

④ 波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.桂林:广西师范大学出版社,2004.

⑤ 英尼斯.传播的偏向[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003:28.

右手指着那本放在桌上的打开了的书,目光忧郁地在书上停留片刻之后便转向教堂,说:“唉!这一个将要把那一个消灭掉。大的可以被小的打败,建筑物也能被书摧毁!”紧接着,雨果做了如下评论:“这是僧侣们面对新的代理者印刷术所产生的恐惧,这是站在古登堡伟大的印刷品跟前的圣殿上的人们所产生的眩晕和恐慌。”这不正反映出媒介变更造成社会和文化动荡所引发的焦虑和不安吗?印刷机成为“攻城槌,把教堂和城堡夷为平地”。^① 雨果所感受到的,应该是媒介与历史研究的着重点,也是最能展示其研究价值的地方,倘若我们能将“媒介”作为一个角度的话。

于此,关于什么是媒介,什么不是媒介;关于媒介究竟是工具,还是“中介”,就不是自然天成的,更不是本体意义上的划定,恰恰决定于研究者自身的视野,决定于是以什么样的角度切入媒介与历史的研究中。关于此,克莱默尔颇有见地。她说:“器具视角和传媒视角之间的区别、作为工具的技术和作为传媒的技术之间的区别,不能被误解为本体论的区别,好像我们用它可以对技术人造物世界进行分类,要么分为工具组一类,要么分为传媒组一类。”实际上,这是两种都在发挥作用的视角,尽管其重要性不一样。如果把媒介看成一种技术工具,那就是出于一种精神工艺学的眼光,媒介的作用就是增强和替代人类身体、感觉、活动和思维器官,它是提升劳动效率的器具;反之,如果把技术理解为媒介,它就是一种我们用来生产人工世界的装置,开启了我们新的经验和实践的方式,没有这个装置,这个世界对我们来说是不可通达的。^② 那么,这一点不是很清楚了吗?过往的媒介与历史研究基本上就是固着于“精神工艺学”来观照媒介(比如报纸、广播等),由此所照射出的媒介,自然就是一种“器具”,是办报者为达到某一目的的工具。相反,倒是一些研究技术而不自称为媒介研究的研究,却恰恰可能是基于媒介的角度,为我们展示了技术对于世界的改变和创生。

在我看来,沃尔夫冈·希费尔布施的《铁道之旅:19世纪时间与空间的工业化》,就是这样一部代表之作。铁路的建造和延伸,使时间和空间再造;作者从火车速度、旅途景观、车厢设置和分隔、旅途感受、车站选址与城市建筑,乃至铁路引发的精神病理等各个方面,全方位展示出铁路既是一条道路,又是一种再造环境的作用力;它是一种交通和运输工具,人和地方又是随着它的开动而发生变化,呈现出前所未有的新面貌。如果媒介总是通过其物质特性的运用过程,“与人类感官及人的理解率相结合,总是在对给定时间、空间中的人类经验进行调节”,实现人、环境和技术的互构的话^③,希费尔布施的“铁道”,正好充分反映出这一点。另外一个不能不提的例子,是连玲玲的《打造

① 伊尼斯.传播的偏向[M].何道宽,译.北京:中国人民大学出版社,2003:44.

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,2008:1,7-8,76.

③ 米歇尔,汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:5.

消费天堂：百货公司与近代上海城市文化》。在以往固定的认知中，没有人认为“百货公司”是媒介，也不可能将之归入媒介与历史的研究脉络之中，可就在这本书中，作者公开表明她是以麦克卢汉的媒介理论作为研究架构的。以这样的眼光看过去，百货公司就是一个交往中轴，围绕着它的芸芸众生和物品，共同组成并编织出现代的消费主义场景和关系。于是，百货公司成为近代上海不同人种、人群和阶层的交会之所，构成琳琅满目的商品和不同消费行为的展示之窗，潜藏着明里暗里的物质权力和符号权力之竞争，混合了购物和娱乐的融合氛围。在作者的描述中，百货公司犹如一个巨大的轮盘，卷入人流物流，输出新式商品和消费模式；串接着周边的道路，又对周边的空间施加着自己的影响。作者正是从媒介及其调节的视角（尽管在我看来，其运用还不够圆润），揭示出百货公司在物、人、环境的互动互构中，构成了上海现代性的独特面向。

由此可见，从媒介的实体（实物）移开，确立起媒介的角度，不仅使媒介有了自己的理论根据，同时也可以大大扩展学术研究的想象力。当什么是媒介、什么不是媒介，不再是一种对对象的判定，而是与研究者的视野——如何看待媒介——息息相关时，媒介与历史的研究自也能从对象史的束缚中挣脱而出，将目光投向更为广阔的天地。

通过这样的新视野，媒介与历史的研究，就有了自己的特殊性，有了自己的特定面貌和精气神，更重要的是，其所具有的意义和价值也将被重新厘定。因为如同盖伦所言，由于人天生就不自足，必得依赖于外在的条件，技术就因此成为人类自身本质的最重要的构成部分，甚至像人本身一样形成了一种人造的性质。^① 甚至按照唐·伊德的说法，从来就没有一个脱离技术的“原本”的人，人必定是与技术相伴相生、共同进化的，没有技术的生存只是一种抽象的可能性，除非是封闭起来，被置于一个孤立的、被保护的牢固的乐园之中，就好像被圈养的保护动物一样。^② 以此而言，媒介，体现人与技术关系的“交织交转”，就是人类生存的根本关系，是人类进化和演变过程中时刻存在的普遍状况。这样一种技术和人的“接合”，不是谁进入谁，谁决定了谁，而是互相不能脱嵌；技术和人可以在具体而特定的实践中被制造、被维持、被转变、被毁灭，但就是不能脱离或分离^③。媒介就是人的境况。所以，“媒介”实质上指向并指明了人类的一种本体论境况——依赖媒介的建构性外化行为和发明创造。在这样的意义上，作为角度的“媒介”，成为一个对人类生命形式进行最深层次考古发掘的透镜。我们是透过媒介，窥探到人类的生存；媒介与历史研究的定位，就是对人的根本关系的研究，是对“调

① 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.

② 伊德.技术与生活世界[M].韩连庆，译.北京：北京大学出版社，2012：14.

③ 斯蒂瓦尔·德勒兹：关键概念[M].田延，译.重庆：重庆大学出版社，2018：138-143.

节”在人类历史上所起到的不可简化的作用的研究。^① 德布雷说,“从源头看,媒介学的起源应该是人类学”^②,我们也完全可以仿照说,媒介史也就是人类史。当“媒介”成为一个角度时,媒介的威力就得以尽情绽放。这样的媒介和历史研究,也将起到特殊的作用,占据自己独有的位置:可以跨越各种学科,贯穿打通各种专门史,从而“在人类历史中占有更为中心的地位”^③。从此,媒介的研究,就不再是哪个学科的专利,也没有任何一个学科可以排除媒介。媒介及其威力,成为所有学科在研究中不能不考量的重要维度和要素。

译丛以“媒介与历史”为名,就是来自以上这些想法,也是以这样的思路,考虑入选的书目。由此,本译丛的面目就可能异于一般的理解,它所收纳其中的书目,不再以是否研究通常所认为的媒介——报纸、刊物、广播、电视之类为唯一标准,而是着重于是否体现出“媒介”的角度或者思维。只要能够以某种“恰当的方式”,揭示出“媒介的威力”,且其质量和水平得到公认,就有可能成为译丛的首选。即便是那些以传统媒介为对象的研究,当然也希望具备这样的特色。的确,其中的某些书,或许作者在研究中并没有这样明晰的媒介意识,甚至本来也没有这样的打算,但全书的展开恰恰为我们提供了这样的景象,使我们完全可以从“媒介”的角度去阅读和理解,并从中获得启发和收益。这也意味着,这些书被归入媒介与历史的范畴是否合适,除了书的研究视角和内容、选编者的眼光,同样也还有读者的一面。书有不同的写法,也有不同的读法;怎样阅读一本书,与这本书的内容相关,但未必是决定性的。称“作者已死”,似乎过于激进;理解溢出文本,却早就是公认的状况。既然如此,编选者在谨慎处之的同时,也恳切希望读者能了解并认可译丛编选的思路,以便我们共同努力,使译丛能够取得预期的效果。

当前,数字媒介的变革,让我们充分领略到媒介的威力,媒介及其现象也因此受到各方高度关注。在这个千载难逢的紧要关头,重新理解媒介,突破学科界线,打开媒介与历史研究的新想象,无论对于我国的学术研究、学科创新,还是对于中国历史、现状的认识及其未来的展望,都具有重要的意义。“媒介与历史”译丛的推出,就是希望借他山之石,在这方面起到一些微薄的作用。愿望虽如此,结果却难料,只有忐忑不安地等待读者和各位同道的评判。

黄 旦

① 米歇尔·汉森.媒介研究批评术语集[M].肖腊梅,胡晓华,译.南京:南京大学出版社,2019:2,4-5.

② 德布雷.媒介学宣言[M].黄春柳,译.南京:南京大学出版社,2016:15.

③ 罗兰.序言[M]//董璐,译.克劳利,海尔.传播的历史:技术、文化和社会.董璐,何道宽,王树国,译.北京:北京大学出版社,2011:2.

中译本序

互联网的兴起是对全球政治、技术和文化皆意义深远的事件，改变了包括中国在内的世界主要国家。这一里程碑式的事实促使人们开始探索它的起源。在探索过程中，历史学家们很自然地将注意力转向了第一批电子通信网络——电报和电话。^①

20世纪90年代中期，互联网的商业化带来了互联网公司(dot.com)的繁荣，并在新千年伊始达至顶峰。这一波繁荣的产物是几家主导全球经济的互联网巨头的诞生，包括亚马逊(1995年)、谷歌(1998年)、腾讯(1999年)、阿里巴巴(1999年)和脸书(2004年)。正是在这一互联网时代拉开帷幕之时，我启动了本书的研究，并于2010年出版了这本《网络国家》。当时很多人从技术与经济的角度来解释互联网公司的繁荣，我对此持怀疑态度。与许多历史学家同行，以及几乎所有为数字创业公司投资或工作过的人不同，我对此种夸大技术和经济的解释表示怀疑，并决定去澄清传播史中的一个早先常被神话化的篇章。

《网络国家》描述了第一批电子通信网络是如何诞生的，并解释了为什么这些网络如此重要。与目前许多关于通信网络的著作不同，《网络国家》试图传达的并不是所谓的技术律令和经济力量的势不可挡。相反，这本书展示了技术和经济是如何由政府机构和公民理想所塑造的。

《网络国家》中译本的出版，不仅让我有机会对英文原版问世以来的反响做出一些回应，同时也使我有机会思考，对于中国读者，尤其是对于历史学、社会学、新闻与通信政策，或媒介史的学生来说，这本书的价值到底是什么。

第一批电子通信网络诞生于1840年，终止于1920年。这个时间段不仅在美国，而且在中国都是一个充满巨变的时期。

我们先来想想中国发生的变化。1840年标志着鸦片战争的开始，一场耻辱的军

^① 感谢苏俊斌、邓建国、常江和金庚星为这篇序言贡献的建议和意见。这篇序言借用了2019年秋天我接受的一次采访中的几句话。这次采访可以通过以下引用找到：Historiography in mass communication, 2019, 5: 63-74.

事失败加速了这个国家几个最大的口岸城市在政治上屈从于欧洲帝国主义列强。1911年，清朝覆灭，接下来的一年“中华民国”宣告成立了。1920年，中国的领导人们面临着第一次世界大战结束后的国内动乱，接下来的1921年，中国共产党诞生了。

于美国而言，1840年和1920年这两个时间点同样至关重要。无独有偶，每一个时间点都分别标志着美国媒介史上的一起重大事件。1840年，由画家转行为发明家的塞缪尔·F. B. 莫尔斯(Samuel F. B. Morse)获得了他的第一项电报专利；1920年，第一家商业无线电广播电台诞生。

电报和电话是美国的电子通信网络诞生时期最重要的两种通信媒介。电报(Electric Telegraph)以一种较古老的介质为模型，但又有所不同。今天我们称这种古老的介质为光通信(optical telegraph)，旨在避免与它的电子表亲——电报混淆。光通信最初被简单地称为远程通信，它在18世纪90年代的法国和瑞典几乎同时被发明了出来，这个时间点比用电作为远程通信的驱动力还早了几十年。光通信是一种视线媒介(line-of-sight medium)，它通常在相距不超过20英里的中继塔间传送编码信息。信息以火焰信标、闪光灯或一系列事先安排好的信号形式被发出。至于我们更熟悉的电报——一种今天虽已被取代，但一直存续于整个20世纪的媒介——直到19世纪30年代才出现。

电话表面看来更为人所熟知，苹果和安卓手机在日常生活中已无处不在。即便如此，值得一提的是，今天的手持移动设备与电话诞生之初的形态有很大差异。电话在其诞生之时只是一种纯粹的声音媒介，通过有线网络连接两个人，有时超过两个人。今天无处不在的媒介——无线电话，在那个时候还是未知的。当时的每一通电话呼叫都需要一个物理意义上的电子回路来完成。

我写作《网络国家》的主要目标是描述电报和电话如何逐步发展，并解释其原因。每种网络都历经了三个阶段——商业化(commercialization)、大众化(popularization)和自然化(naturalization)^①，尽管三个阶段的顺序各自有所不同。网络演化的先后顺序一定程度上受到技术律令和经济力量的影响。但更重要的是政府机构和公民理想的相互作用。电报在拥护共和政体的政治经济环境中完成了商业化，其中电报发明者塞缪尔·F. B. 莫尔斯希望将他的专利权卖给国会，这样新媒介就可以由联邦政府拥有与经营了。在1848年颁布的《纽约电报法》和1866年颁布的《国家电报法案》的激励下，西联电报公司通过设计一种与反垄断政治经济的特殊要求相吻合的商业策略，成为占主导地位的电报网络供应商。在这种反垄断政治经济环境中，立法者捍卫市场新进入者拥有与现有市场主体进行竞争的平等权利。

^① 理查德·R. 约翰教授用 naturalization 来描述电信网络的“去政治化”和“理所当然化”。译者在探索一个足够匹配的中文表述过程中曾产生过“归化”“自在化”“自主化”的想法，最终直译为“自然化”得益于和孙黎、黄从严的讨论，并且感谢台湾政治大学传播学院冯建三教授的意见。

“垄断”这个词对中国读者来说似乎不太寻常,它是指在任何一项事业中,某个在位者占据着支配地位。19世纪40年代的美人认为垄断是危险的,主要是因为当时人们觉得垄断源自政府授予的特权。到了19世纪80年代,人们才习惯于将西联这类公司看成“自然垄断”,因为人们开始认识到,西联这类公司所获得的市场主导地位不仅源自政治授权,而且来自技术和经济。

相比之下,电话是在进步主义的政治经济环境中完成其商业化的,这种情况与塞缪尔·F. B. 莫尔斯的经营活动所处的共和制政治经济环境,以及促进西联崛起的反垄断政治经济环境都大为不同。在进步主义的政治经济环境中,立法者授予某些市场参与主体高度限制性的、实际上往往是排他性的市政特许经营权,这种市政特许经营权既限定了网络供应商可收取的费率上限,也规定了网络供应商必须要提供的服务水准。但市政特许经营权排除了新进入的市场主体的平等权利。立法者不再致力于根除特权,而是将特权视为理所当然,同时努力最大限度地提升公共事业,并将浪费减至最低程度。

1900年以后,在进步主义的政治经济环境中美国电话电报公司(即今天的AT&T)成为占主导地位的网络供应商。这家网络供应商旗下包括一家设备制造商、一个长途电话网络,最重要的是它还拥有一系列区域运营公司,其中芝加哥和纽约的运营公司规模最大也最赚钱。这家网络供应商也就是大众所熟知的贝尔,贝尔的公关人员则自誉为“贝尔系统”。1910年,贝尔收购了西联电报公司。1913年,法院成功重组了贝尔并迫使其剥离了西联公司。1984年以前,贝尔一直是美国最大的电话网络供应商,直到法院再一次重组了贝尔公司,迫使自我夸耀的那个“贝尔系统”解体了。

如果用一句话来概括我的论点,那就是:政治渗透于人工物中。为什么电子通信网络在其诞生之时会进化成后来的那个样子?解释这一问题最有力的因素就是政治—经济游戏规则。网络运营商们在制定商业战略时,不仅关注政治经济,而且关注网络用户。面向特定客户的商业化与面向全体人民的大众化并非一回事。或许值得强调的是,这些网络运营商们不是政府行政人员,而是企业经理人,这种情况只在一战期间出现过短暂例外。当然,美国在这方面的历史经验与欧洲、中国和日本也大相径庭。

《网络国家》描绘了一起划时代的媒介创新:电子通信网络的大众化(popularization)等同于面向全民的大众服务,这在历史上尚属首例。这个电子通信网络,就像一个由一系列电话运营公司把这个国家最大的几个城市,以及成千上万个乡镇和大片农村腹地连接起来,构成的群岛。最初,这个网络仅面向特定客户提供高成本的专业服务。到了1900年左右,这个网络在城市、乡镇和农村腹地被重新构想为一种用于短程(主要是市内和本地)通信的低成本的大众服务。这些运营公司中最具创新性的几家位于这个国家最大的城市(如芝加哥和纽约市),并隶属于贝尔公司。

当贝尔控制了全国最大城市的电话通信时，非贝尔的或独立的电话运营公司也在这个国家的大部分地区蓬勃发展。1907年以前，这些独立电话运营公司通常以较低的成本提供更基础的电话服务，并与贝尔在许多市场上展开了激烈竞争。1907年的经济恐慌加剧了市场泡沫，独立电话公司在这一年遭受了重创。1909年贝尔收购了西联的大量金融股份后，贝尔总裁西奥多·N. 维尔(Theodore N. Vail)迅速采取行动，将电报和电话整合成了一张电子通信网络，这张整合后的网络将低成本的短程电话服务与低成本的长途电报服务融合在了一起。为了指称这个电话—电报混合体，维尔特地构想出一个比喻——“普遍服务”(universal service)。1913年，这个电话—电报混合体被法院宣判为非法组合。

在美国，“普遍服务”后来的历史遮蔽了它的早期起源：“普遍服务”这个比喻最初尽管包含了在城市、乡镇及其紧邻的内陆腹地提供低成本短途电话服务的想法，但并不指代低成本的长途电话服务。这一时期的绝大多数电话都是面向本地的：1900年，从芝加哥打出的电话平均距离仅有3.4英里。

“网络国家”这个词组也是一个隐喻。也就是说，这个词组旨在突显政府机构和公民理想对电报和电话网络演变的影响程度。此外，它还提请人们注意将这些网络与民族国家认同联系起来的文化力量。这种认同长期以来一直令人着迷，但这种认同实际上是一种误解。比如，想想1915年第一条横贯(北美)大陆的电话线路完工时，媒介史学家对其所赋予的言过其实的意义。同时，“网络国家”并不意味着联邦政府是唯一甚至是最重要的监管场域。电报网络首先受到联邦一级的监管，然后受到州一级的监管。电话网络首先在联邦和市一级进行监管，然后在市政、州和联邦三个层级进行监管。

顺便再补充一句，美国人直到20世纪30年代才开始使用“电信”一词：我将其置于我的书名中，是出于方便的考虑。实际上，有人可能会说，1913年的法院裁决导致贝尔剥离了其新收购的电报网络，这项裁决不仅标志着“普遍服务”的终结，也标志着“电信”作为电话—电报混合体的愿景在美国的终结。“电信”一词所寄托的上述愿景是由一名法国邮政官员阐述出来的，正是这名法国邮政官员于1904年发明了“电信”这个新词。

《网络国家》可被解读为一部资本主义开始迈入所谓管理资本主义(managerial capitalism)这一特殊阶段的历史著作。管理资本主义是一个与众不同的经济发展阶段。我的导师，历史学家小阿尔弗雷德·D. 钱德勒(Alfred D. Chandler, Jr.)对这个