

第一部分 遍地社区

“当你到达那里，那里不再有异乡。”

——格特鲁德·斯坦

美国人伸出手去，彼此接触。一种新的文明找到了把人们结合在一起的新途径——它越来越少地凭藉教义或信仰、凭藉传统或地域，而越来越多地凭藉共同的努力和共同的经验、凭藉与日常生活有关的组织、凭藉人们认识自身的方式。如今，美国人之结合在一起，与其说靠希望，不如说靠企术，靠他们制出的和买到的东西，以及靠他们如何认识每一种事物。他们给自己所企求和所拥有的事物（甚至给他们自己）起了新的名称，凭着这些名称，他们结合在一起了。这些无所不在的社区不断流动变迁，超越了时间，超越了空间，任何人都可能卷入其中，而且不需花费气力，有时甚至浑然不觉。人的划分，不再依据地域或祖籍，而是依据一些姑不论是什么样的目标和观念。美国人此际所生活的地方，不仅是开拓了一半的山势透迤、河流纵横以及矿产丰饶的大陆，而且还是一个包罗万有的新大陆。人们告诉他们，这便是他们安身立命的社会，他们自己也认为这样。

第一章 开拓者

“多数时候，我们是在春晨般清新的一片广袤大地上的孤独探险者，我们自由自在，充满着勇者的激情。”

——查尔斯·古德奈特

“那些挣钱的人是使我们民族受惠的人。”

——P.T.巴纳姆

“法外之民，必须忠诚。”

——鲍勃·迪伦

在紧接南北战争之后的那些年里，北美大陆还只是部分经过勘察，这正是开拓者大好风光的日子。他们四下闯荡，寻找他人从未想到过竟会存在的东西，这些开拓者白手起家，在沙漠里觅来肉食，自岩石中钻出石油，从而把光朗带给千百万人。他们在一些看似不毛之地发现了新的资源，同时他们也找到了新的手段，从那些力图有所发明或发现的人们身上挣钱。在旧世界，律师一向是维护传统的中坚力量，至此也成了一门开拓性的职业，从他人的希望中、从建设事业推动者和移民的成败中捞取好处。甚至联邦主义本身也成了有利可图的商品，为律师、旅馆老板和酒吧伙计们带来生意，并导致奇迹般的新城镇的诞生。美国人的伦理道德，甚至他们抵制邪恶的崇高意念，也都变为一种资源，创造了新的企业，使那些以满足私欲为业的人大发横财。整个北美大陆，——在沙漠里、在地面下、在岩石中、在城市中心——出人意表的新机会层出不穷。

— “ 地面上的黄金 ”

美国人肯定会成为世界上最大的食肉民族。在旧世界，牛肉本是大富大贵人家桌上的珍馐美味，其他人仅是在节假日里才偶一得尝。但靠了美国开拓者在半蛮荒的西部地区所作的不懈努力，美国百姓却得享贵族的口福。

西部的大片荒漠之地，加上不可食用的草料和难以上市的野兽，正好为那些追逐新财富的人们提供了既难以捉摸而又颇具诱惑力的机会。西部的牧场主们和牛仔们并没有错过这一机会。他们的机运全在利用了看来无用的无主荒地。十九世纪七十年代，富藏黄金的达科他地区一位向导加利福尼亚·乔声称：“地面下有的是黄金，但地面上的黄金更多。”西部人经过相当一段时间才发现这种地面上的黄金。但他们一旦发现了它，就掀起了一股追逐新黄金的热潮，这股热潮终于使西部的面貌大力改观，并形成了美国人的饮食特征，还创造了一些非常独特的美国体制和民间英雄——其中就有那些牛仔们。

谁也搞不清事情是怎样开始的。据传说，那是在南北战争结束前不久，一列满载的政府运牛车在穿过怀俄明地区东北部平原时遇到了暴风雪，不得已丢弃在当地。第二年春天，火车司机回来查看车上的货物。出乎他的意料，他看到的不是白骨累累，而是他的牛群竟然活着，而且膘肥体壮。它们是如何活下来的呢？

答案就在懵懵懂懂的美国人脚下践踏过的无穷资源上，这些美国人急急忙忙穿过“美国大沙漠”，有时候，他们要去的地方到头来却是一片贫瘠之地。在美国的东部地区，适于用作饲料的牧草是一种人工栽培的植物。由于雨量充沛，牧草生长茂盛，割下来后经过储存，牧草便会“干化”，成为营养丰富的越冬“饲料”。但在广阔西部的干旱放牧地上，那种遍地皆是的是蓝节牧草常常因为干旱而枯萎。在这里养牛似乎风险很大，甚至完全没有希望。

谁能想到这象在神话故事里那样，会有一种不需要雨水的牧草，并且不知怎样一来就能供牛群度过整个冬天。神奇的西部野草就是这样。它们有令人惊奇的适应性，因而优于东部牧场主们所栽种的牧草。这些牧草有几种名称，或叫野牛草，或叫格兰马草，或叫牧豆草，它们不仅不受干旱的影响，实际上，夏秋两季的雨量稀少反而成全了它们。它们不象东部人工栽种的牧草那样多汁，可是草茎短而硬。而且，它们不需要在牲口棚里“干化”，一长出便已干熟。如此一来，它们在整个冬天都可保持着自然的甜味和营养。散在户外的牛群自己觅食，依靠这种天赐的干草迅速上膘。年复一年，牛群还帮助栽植新的牧草，因为它们把草籽深深地踏入土壤之中，并接受冬季融雪和春季阵雨的浇灌。夏日的热风把草吹干，就象人工栽植的牧草在牲口棚里经过储存干化一样。

冬天，积雪在牛群温暖的鼻息下融化，扩大了夏天因缺水而缩小的放牧区。即使冰雪复盖了格兰马草，西部放牧区的低矮灌木仍为牛群提供了“嫩饲料”。白鼠尾草（有时也称为美洲忧若）同其它鼠尾草一样，都有其非凡的特性，经历过寒霜之后，它的营养价值反而提高。

西部牛群也同样有其惊人的特质。得克萨斯长角牛的辉煌经历源自西班牙。它们的原种由西班牙的探险家和传教士带入北美，养来食用或角斗。到十八世纪，已有数以千计头牛从传教团走失，游荡在外，野生野长。十九世

纪三十年代，美国移民大量涌入当时还是墨西哥一个省的得克萨斯，他们发现为数众多的野牛，身上没有任何表明所有权的烙印或其它标记。要搞到一群得克萨斯长角牛，需要的只是猎人的技巧。得克萨斯人忘记了这些野牛带有西班牙的血统，以为它们就是当地的野生动物——“比鹿还要野”的野生动物。

墨西哥战争之后，那位学识渊博的随军科学家威廉·埃默里少校于一八五六年勘定了得克萨斯的南部边界，他报道说：“猎取野马和野牛是拉雷多和格朗德河谷一带其它城镇居民的一项日常营生。”但这类围猎并非儿戏。一位经验丰富的猎人说：“人们说得克萨斯的野牛驯服纯系误传，对徒步者来说，它们比最暴烈的野牛还要凶险五十倍以上。”得克萨斯独立后，人们在当地大部分地区牧养了这种牛；也正是它们促使牛仔应运而生。

很少有哪一种野生动物象得克萨斯长角牛那样，对文明人的生活产生了如此巨大的影响。我们不无怀疑地读到过野牛如何左右平原印第安人的生活，而得克萨斯长角牛对无数西部美国人则有着同样的魔力。其后果之一，诚如弗兰克·多比所说，就在于“马背上的美国人并非戴头盔的士兵，而是着长靴的牛仔。”他们独具一格，自豪，自信，言行粗鲁。得克萨斯长角牛使牛仔跨上马背，日夜与马鞍为伍，并定下了他们生活的节奏。而蛮荒西部的粗犷气息，在很大程度上来自得克萨斯长角牛的野性。

有这样一个说法：“在得克萨斯，牛为人而活着；而在其它所有地方，人则为牛而活着。”旧世界的农民一向溺爱他们的牛，遇上恶劣的天气，他们会把牛拉到屋里，同全家睡在一起。东部的良种“短角牛”，按牛仔们的说法，也被文明宠坏了。“把它们从牛棚里放出来，散到放牧地上去，它们会不知所措，就象公爵夫人流落到荒岛上一样。”而长角牛则保持了野生动物独立生存的能力，使西部牧人可不必花费太大的精力去照料它们。它们的角长而尖锐，并非只用来摆摆样子，那些母牛知道如何使用牛角，同袭击小牛的野狼及其它野兽搏斗。长角牛喜好饮水，善于发现水源。它们可单独或小群牧养，不象游牧群一样需要大量水源。当几只母牛同它们的牛崽出行时，它们甚至有其自己独特的防护办法。两只母牛留下警戒野狼的袭击，其它母牛则四出饮水，回来后再用奶汁滋养它们的小牛。

野生动物的嗅觉使长角母牛能够自己照顾自己。它灵敏的鼻子可以帮它死里逃生。有经验的牛仔驱赶牛群，遇到急需水源时，会让领头的公牛充当向导。据讲，长角牛可以在十五英里以外嗅到阵雨。人们纷纷传说，牛仔如何听任牛群带路，经过四十英里的跋涉，终于找到了偏僻清冷的湖水或隐秘的溪流。

长角牛觅食的本领已成了传奇故事。同一般的说法相反，它的偶蹄实际上使它无法扒下草上的冰雪，但它自有窍门，可以在冬天找到其它食物。它吃草的本领非同寻常，有一则姑妄言之的传闻，讲人们看到一张附着骨头的干牛皮挂在树上。据说，牛的主人解释道：“我的牛啊，尽是个贪吃的家伙。今年春上，那头老牛象松鼠一样爬到榆树上去吃榆芽儿，结果不小心吊死了。”就实际所见，得克萨斯种的牛确实会抬起前蹄，扒在三角叶杨的树干上，大嚼细嫩的枝叶，它们还会用弯角把千手兰修长的花瓣抵落下来。它们可以吞食仙人球果为生。在没有草的地方，它们会象鹿一样吃树木的嫩芽。据说，它们有山羊般柔软的脖颈，嘴可以细嚼，胃可以消化仙人掌和懈树的荆棘；而且，它们对即将来临的暴风雪有着气压计一般的敏感。

注定要使那么多人发财的得克萨斯种长角牛得天独厚，仅“靠清风丽日”便生育繁衍。无人耕占、无遮无拦的广阔西部，使它们成为一笔丰厚的财富。在格朗德河谷以北绵延几千英里的大片土地上，灌木丛生，水源缺乏，在这里，长角牛所需要的不是几十几百英亩土地，而是成千上万英亩土地。它们需要整个得克萨斯。

牧场主们的财富就是在公地上繁育成长的牲畜。有时候，牧场主们把这片土地称为“天赋之乡”，他们不愿承认自己的客居身分。就象铁路修筑者一样，他们认为自己是政府治理下的当然受益人。不过，铁路业人士在通行权之外只得到了特定的几块土地，而牧场主们则声称他们对整个未派用场的西部拥有一种剩余权利。他们四出放牧，视整个西部为自家的田园。“天然牧草”为他们的生活和生计奠定了基础。一八八一年，詹姆斯·布里斯宾将军在《牛运当头——在大草原上如何致富》一书中写道：《东部的农场主们已经放弃养牛，他们无法与大草原上的牛竞争，他们的牧地每英亩要花费五十、七十乃至一百美元，还要打晒干草用作越冬饲料，而西部的放牧地根本没有市场价值，整个冬天，牛群自由自在地游荡——地面上的牧草自然地干化，牛群甚至在一、二、三月分照样上膘。”布里斯宾想不通，在西部，致富只是举手之劳，“人们为什么偏要留在有人满之患的东部。”

此时，牧牛业似乎正对开拓者的胃口，西部开发故事中的英雄们意气风发，以打天下为己任，在健壮的体魄中蕴藏着坚强的性格——这是尚武的美国人心中第一个偶像。在这些英雄的身上，迭现了戴维·克罗克特和霍雷肖·阿尔杰两种人物的影子，他们如果没有闪避印第安人箭镞的矫健身手，没有连日奔驰的耐力，没有超群的好勇斗狠的蛮劲，是不可能发迹的。

当时，象约翰·韦斯利·艾利夫一样多才多艺的人，必然是一位牧牛人、一位拓荒者、一位城市奠基人。一八三一年，艾利夫生于俄亥俄州一个兴旺发达的农庄，后来，他就读于俄亥俄韦斯利安学院。这是一所新兴学院，那时，美国大量创办这类充满乐观精神的小型教育机构，创办者寄望于城市的兴起会给他们带来福祉。一八五六年，他父亲答应给他七千五百美元，条件是要他在一个合适的俄亥俄农场上定居下来。年轻的艾利夫谢绝了，据说，他只要了五百美元，用来在西部创业。他的第一步，是于一八五七年四月与一些朋友汇集在堪萨斯准州东部的一个会合点，在那里，他帮助设计了一个新的城镇，称之为俄亥俄城。人们从堪萨斯城拖来木材，修起了第一座建筑——一家典型的两层楼酒店。艾利夫靠大众认股筹措资金，兴建了第一家杂货店，随后又得到了一些农地。那些日子，堪萨斯仍因反奴隶制斗争的创伤而流血。拥护蓄奴和反对蓄奴的双方都急于防止行将建立的堪萨斯州落入对方手中，而暗杀便成了双方频频使用的手段。

一八五八年秋季，科罗拉多发现黄金的消息传到了堪萨斯。一八五九年初，艾利夫卖掉了他在堪萨斯的财产，置了一队牛车和一些给养，随着人流涌向派克斯峰。到那里之后，他和两个伙伴一起在樱桃沟开了一家杂货店。到五月时，在通往丹佛的草原上已经排下了一万一千辆大篷车，沿派克斯峰一侧的南普拉特河络绎而来，在山间崎岖的旅途中，篷车的主人一路甩下他们的家当。许多人卖掉了他们的牛或把牛暂时托付给新建的“牧牛场”。一八五九年四月二十三日在《落基山新闻报》上有一则广告写道：“牧牛场！我们的牧场位于樱桃沟山口三英里以下的普拉特河河岸，在那里，建有宽大

而坚固的·畜栏’，每晚替人看顾牲畜。每月每头牲畜收费一美元。”这些牧场主把他们的牛群牧放在平原上，经过上一个冬天，他们已经得知，牛群觅食当地的牧草，可以自己安然过冬，艾利夫和他的伙伴买下了成群结伙来丹佛的人们的筋疲力尽的载重牛，靠平原上的天然牧草喂肥了它们，转手又把牛肉高价卖给采金营地、肉店和下决心继续西行的其它篷车队。

一八六一年，科罗拉多准州成立，艾利夫把他的业务向北扩展到已经日益繁荣起来的丹佛城附近。在那里，沿南普拉特河的北岸，他搞起了一宗大生意，专门调养移民们巴不得处理掉的拖垮了的牛，然后卖掉。艾利夫的一个朋友回忆说：“许许多多的牛长期在沙石密布的道路上行走，以至蹄子疼痛难忍，只好卖给或换给牧场主，或交给他们照料。随着交通日益频繁，牛越来越多，牧场也同样越来越多，买卖这些‘拐牛’成了牧场主的一宗大生意；因为用不了多长时间，丰美的牧草就可以使一头这样的牛恢复过来，一旦它能胜任工作，就可用来换进别的走拐了的牛，也可以卖掉，也可以投入劳役。”其后，艾利夫和其他一些人又买进公牛和母牛，自己也开始了有了牧群。

如果你懂得放牧，又能拢来一批牛仔，那么，你就可以在花费不大的情况下，获得可观的利润。放牧区域的使用是无须付出费用的，而牧草又终年生长。畜栏的修造也可以就地取材，用砖坯或小河边寻来的木篙，不花分文。每月只破费三十至四十美元雇几个牛仔，这就是所需要的全部劳力了。而牛肉则按活牛的毛重计价出售。饱食当地放牧区牧草的牛群，在几个月内，体重会增加四分之一。

搞牧场当然也有风险：每年冬天，一些牧场主总要损失多达三分之一的牲畜。但管理得当自会减少风险，艾利夫就是这样成功地把冬季损失控制在百分之五以下。印第安人也是一个实际的、经常存在的威胁因素。一八六一年，艾利夫开始有了自己的牧群，他很幸运，邻居一位皮货商成了他的情报来源，这位皮货商娶了奥格拉族斯威夫特·伯德酋长的两个孪生女儿，靠了这层亲戚关系，他便能在印第安人进犯前便向艾利夫通风报信。一八六二年，当印第安人在怀俄明地区的袭掠益发频繁时，邮政总长下令放弃了那里的邮路，移至南普拉特河一线，如此一来，艾利夫也就有更多的生意。

艾利夫从印第安人的威胁中得到的好处，并非仅此一端。他供应肉食给驻守在边远哨所的联邦军队，使他们能同印第安人打仗，由此也发了一笔小财，后来，该地区平定下来，当地印第安人被限制在保留地里，他继续卖牛肉给联邦军队，以供养印第安人，生意依然做得不错。

铁路延伸到西部后，西部的牛群一下子就打进了整个东部市场。而牛肉运销也促使铁路穿过西部。在南北战争结束时，联合太平洋铁路的总工程师格伦维尔·道奇将军决定绕开丹佛和伯绍德关口，而让铁路穿越怀俄明南部，于是夏延就成了一个迅速兴旺起来的城镇。到一八六七年十一月，科罗拉多准州朱尔斯堡的大部分居民靠平板车迁到了夏延。眼光独到的艾利夫果断地签署了一份份合同，向联合太平洋铁路的修建队和保卫他们不受印第安人侵扰的军队提供数以千计的牛只。

艾利夫从何处去搞到这数千头牛，又如何把它们运交出去呢？他需要另一类西部开拓者的帮助。对西部牧牛业来说，牧场主就是开辟道路的人，他们象铁路修造者之于东部大工业一样不可或缺。那时，北美一些地区仍然荒

无人烟，没有遮拦，他抓住这个独特的机会，让活牛自己踏上旅程，自行完成运输。此举收益十分丰厚，在得克萨斯用三至四美元买下的一头公牛，到了北部可以卖到三十五至四十美元。

能够驱赶牛群长途跋涉的人是不难赚到大钱的。查尔斯·古德奈特就是这样一种人，而艾利夫则给了他机会。古德奈特一八三六年生于伊利诺伊，一八四五年以来，一直住在得克萨斯；南北战争结束后，他开始赶牛运往北部。一八六八年，古德奈特应承赶运价值四万美元的得克萨斯牛到艾利夫在夏延附近的营地。两地之间本无道路，自然也没有铁路来运输牛群，古德奈特和他的伙伴奥利弗·洛文自行开辟了一条新的小道。“古德奈特—洛文小道”始于达拉斯附近得克萨斯的中北部，穿过佩科斯谷地，向北跨越新墨西哥和科罗拉多的东部，止于怀俄明南部联合太平洋铁路线上。古德奈特交付了牛群，艾利夫便将之高价售出：一些卖给了当地的屠宰场，一些卖给了铁路员工，其余的装上新建的联合太平洋铁路的货车，运往遥远的芝加哥，卖给了那边的商人。

三千头牛，跨越八千英里路程，首次把这样一大批牲畜由得克萨斯运往怀俄明，所需要的技术绝不亚于船长指挥一艘远洋客轮在变幻莫测的天气中横跨大西洋。当然，牛群是自己走路的，但推动它们走路，却要靠组织妥善的驱赶。

牛仔们为长达一英里的牛群编好队型，他们要防止牛群扎堆儿挤成一团，又要避免牛群稀稀拉拉地散成一条线。两名最有经验的牛仔走在排头（称为“前导”），按照头领安排下的路线引导牛群。三名稳重的牛仔则殿后，负责“照料弱牛——那些拖腿货；因为牛群的行进速度取决于它们，殿后的牛仔需要注意让壮牛走在前面和旁边，不致妨碍了弱牛，这叫作‘压住阵角’”，其余的人分布在两侧“巡回游动”，以保持牛群的队型紧凑和同等宽度。牛仔们轮番从头换到尾，又从尾换到头（越接近前面，工作越轻），以分摊人员和坐骑的负担。一路上，牛蹄的囊沓声震耳欲聋，联络得靠手势，而那些手势大都是从大草原印第安人那里借鉴来的。

掌握牛群的速度需要老练。“纵阵或快或慢，取决于两侧牛仔距中线（道路中央）的距离。因此，如果在两处水源之间有一段长途跋涉，两侧的人就要靠拢中线。在一般情况下，牛群横宽五十到六十英尺，而休息前路程的长短则决定这一宽度，使纵阵变窄叫做‘挤一挤’，十英尺是最低的限度，超过这一限度，就会出现豁缝，而牛群也会小跑起来以图填补这一豁缝。这时，前导便要在头里阻止它们，因为不能让它们窜来跑去。调教一两个月后，牛群就会开始温驯一些，而为了使牛群温驯，也须要走得紧凑些。”供牛仔替换骑行的备用马匹则由一名看马人照管，他把这些马匹拢在一起，走在牛群前面。牛仔们吃饭则靠一辆伙食车，上面装着粮食和炊具，由厨子驾车，提前赶到下一个宿营地，一旦牧群到达，饭菜就已经准备好了。

每到夜里，担任警戒的人四下巡逻时，都会哼着歌曲或者吹着口哨。老资格的牛仔安迪·亚当斯解释说，“这样，酣睡中的牛群会知道，为它们守夜的是朋友，而不是敌人。”听熟了小夜曲的牛不会轻易炸群。人们把这类曲子称作牛仔的“圣歌”，因为曲调大都来自记忆中儿时的教堂礼拜乐曲；但歌词讲的却是著名赛马中可歌可颂的事迹、赞许或叱骂牛群、重复从咖啡罐上看来的广告词句，或者干脆就是夹缠不清地骂天骂地。

除了印第安人之外，最大的祸患就在于牛只突如其来地炸群。没有什么

事情比在夜间炸群更可怕的了，三千头牛刚刚还安静地以各种姿态躺着休息，会突然间立起身来变成势如奔雷的一群。它们横冲直撞，一路向前闯去，此时此刻，牛仔只有把性命托付给坐骑，同伙伴们一道冒险围堵。他们逼着牛群围着圈转，不断向中心靠拢，试图把圈子挤压得越来越小，让牛密匝匝地拥为一团，直到尘埃落定，牛群安静下来。如果牛仔们不能使牛群围成圈子，就一切都完了；牛群会象火花一样星散而去，消失在夜幕中。即使最为强悍的牛仔们也承认，炸群的牛使他们预尝到地狱里的滋味。古德奈特回忆说：“大群溃散的牛发出惊人的热量，而牛角和牛蹄撞击后散发的气味也几乎令人窒息。有时在冷天里，处在走动中牛群的下风，会感到一种令人极不舒服的燥热；为了防止这种热流导致牛只的减重和脱力，有经验的赶牛人在牛群移动时总要保持它们的合理分布。牲畜的体热似乎传导电流，牛身潮湿时更是如此；一场暴风雨后，我曾见过驱赶牛群的牛仔们面孔焦裂，就象受了炉火的炙烤一般。”夜间，牛仔们往往发现自己仿佛盲人骑瞎马，看不清草原犬鼠的洞穴、流水冲出的沟渠以及悬崖峭壁，而这些，即使在白天也害人不浅。

有时，在小道上跋涉几个星期后，人会象牛群一样神经过敏，此刻，就需要有一位强人来防止出乱子。据古德奈特讲，头领和牛群的主人“要对手下人的生命安全负责，不仅要尽量防止印第安人的侵袭，还要防止在各种情况下的自相残杀。”在踏上旅途之前，古德奈特照例会“草拟一份协定，说明每个人应当做些什么。其中主要一条规定是杀害同伴者将受到众人的审判，如果被定罪，便当场绞死。”顺利地驱运牛群需要冷静克制，有条不紊，因此，古德奈特一类的赶牛人都禁止在旅途上酗酒、赌博乃至咒骂臭骂，查尔斯。古德奈特由于大批大批地向北方运牛而名利双收。一八六七年，他同爱尔兰人约翰·乔治·阿戴尔一道，建立了JA牧场，很快便拥有十万头牛和一百多万英亩土地。他创立了第一个牧场主协会，以对付得克萨斯盗牛贼。他并研制出用于驱赶和牧放牛群的新器具——不会翻转的新式马橙、新的喂料槽、安全横鞍等。为了改良得克萨斯长角牛，他又一道饲养东部赫勒福德牛和短角牛，并用美洲野牛同这些牛杂交，繁殖出一代新品种，称为“卡特洛牛”。

古德奈特同他的第一个妻子厮守了五十五年，在她死后，他又以九十一岁高龄再婚，并生了一个孩子。他死于一九二九年，时年九十三岁。而他最喜爱的，还是赶牛人和牲口贩的生涯。他曾经说：“在小道上的那些岁月是我一生中最快乐的日子。当然，那时有许许多多艰难险阻，要人拼出他的全部耐力和勇气；可是一旦功成名就之后，就再没有那种快乐的日子了。”

伴随西部牧牛业而出现的牧牛区城镇，就象牛仔们本身一样富于美国色彩。兴建一座牧牛区城镇，需要有想象力，亦即相信事物可以一改其本来面目。约瑟夫·麦科伊就有这种丰富的想象力。在《西部和西南部牧牛业简史》一书（一八七四年）中，麦科伊描述了自己有声有色的一生，他的一生，散发着牛群的气息，也反映着人们对西部不无夸张的希望。麦科伊生于伊利诺伊中部，父亲是弗吉尼亚的农场主，母亲是肯塔基人，他于一八六七年来到得克萨斯，年纪正轻，“渴望做一些对人对己都有好处的事情”。就象古德奈特等人一样，得克萨斯牛的庞大数目以及把牛群运往北方的巨额利润，给他留下了深刻印象，于是他便想找出一种办法来赶牛上市。他所想到的倒不

是开辟一条新的赶牛小道，而是建立一个新的目的地。为什么不在北部一条铁路线上兴建一个牛栈，“让南部的赶牛贩和北部的主顾平起平坐地聚在一起，不受盗匪或惯贼的骚扰。”在这里，赶牛贩随时可以拒绝不合理的出价，因为他大可以把牲畜运往东边。麦科伊认为，如此这般地集结成千上万头牛必将唤醒一些毫无生气的堪萨斯小镇，使之日趋繁荣昌盛。

这并非一个别出心裁的想法。一八六六年，大胆的得克萨斯人就曾驱赶牛群北上密苏里太平洋铁路线上密苏里的锡达利亚，当年几乎有二十五万头得克萨斯牛来到那里。那个年月，赶牛穿越堪萨斯东南部或密苏里西南部得要有些胆量。因为得克萨斯的赶牛贩发现当地一些横蛮的定居者封锁了他们的去路，这些定居者厌恶外来牛群践踏他们的庄稼，又怕自己的牛受到病毒 的感染。还有，盗贼也会乘夜晚惊散牛群，又假心假意装出帮找的样子，随后，每送回一头就索价五美元。此外，由于牛群得不到精心照料，幸存上市的牛只往往形销骨立，没有很大赚头。

约瑟夫·麦科伊回忆道：“人生没有哪几种行业如同贩牛一样，大笔财富的得失系于一线。实际上，赶牛贩就象小孩子一般软弱，走错一步或者稍有差池，便会失掉整个牛群，而这却是他在世界上的全部财产。对于这一点，体会最深的莫过于那些每年出没在得克萨斯到密苏里州锡达利亚赶牛小道上的歹徒们了。如果赶牛贩备有现款，又可以与匪首面谈，自然不难保证牛群的安全通行。但这要花上一大笔钱，而很少赶牛贩会甘心情愿花大钱去买通人家承认他们的合法权利，况且许多人又没有这个钱。”就在一八六六年，有一千尚未度过二十周岁生日的年轻人詹姆斯·多尔蒂，从得克萨斯赶着他的一千多头牛，想到圣路易斯的市场上去赚上一笔。麦科伊在他的回忆录中，叙述了此人的遭遇：

进入密苏里州，他开心极了，乐滋滋地设想着美妙的前景，盘算着顺利得来的财富，但行之不远，就遇上了一伙狂呼乱叫、组织严整的武装匪徒，勒令他停下来。在他有限的阅历中，还从未见过这样一伙自封为守护神的两足动物。他们穿着粗劣不堪的土布裤子，猎上装里面是劣质的短亚麻布衬衫，脚上蹬一双简陋的家制牛皮靴，身上背着阔大的斧子和粗刨，令人触目惊心。所有人都带一顶古色古香的炖熊皮帽，而且显然都是家制的。帽子下面，可以看到一张张酷似猩猩的面孔，显然不通人性，只有一种不可遏制的嗜欲——就象渴欲未曾精馏的最烈性威士忌。他们告诉年轻的多尔蒂“牛群不准再前进一步。废话少说。”多尔蒂开始轻声地同他们论理，但这就象在对鳄鱼布道。他们发现这个赶牛贩不过是个年轻人，大概没有多少生活经验，立刻就围上了他，这时一些匪徒就殴打他的同伴，并恣意凌辱他，与此同时，五六个凶神恶煞般的家伙则上来把他揪下马鞍，缴了他的枪，又用他自己的拴马索把他绑在树上，然后用山核桃木枝狠命地抽打他。

趁此功夫，其他的匪徒便惊散了牛群。

类此的祸患，启发了麦科伊要在西部更偏远处的铁路线上设立牛栈——使赶牛贩不必经由阿肯色和密苏里的移民定居区便可以把得克萨斯牛群运往目的地。他开始活动，试图吸引堪萨斯太平洋铁路和圣菲铁路沿线市镇上生意人和铁路职员们的兴趣。堪萨斯太平洋铁路的总裁对他报以怀疑的一笑，并讲明他们不会在这桩事业中冒险花上一块美元。随后，他又与通往圣路易斯的衔接路线——密苏里太平洋铁路的总裁接触，那位总裁接见了 他，但那种屈尊俯就、目中无人的态度，使麦科伊（据他自己讲）“在离开其办公室

时，不免有些儿纳闷，那和华创造了这样一位大人物，而且忍痛留他在尘世上，却没让他去治理宇宙，又所为何来。”但努力不懈的麦科伊终于同汉尼巴尔及圣约瑟夫铁路（从堪萨斯城至芝加哥）公司达成协议，得到了运费率的报价。随后，他决定在堪萨斯太平洋铁路一线挑选一个最为稳便的小镇，兴修牲畜围栏和其它设施，用以临时圈养大批牛群。这必然会吸引来自得克萨斯的赶牛贩，从而迫使铁路承认运牛也可以赚大钱。

他把计划提交给江克欣城、所罗门城和萨莱纳的头面人物，据他自己讲，所有这些都把他看作“散播灾祸和瘟疫的妖魔”。但他没有气馁。“一八六七年时，阿比林还是个死气沉沉的小地方，只有十余座圆木棚子，狭小、低矮、简陋不堪，其中十之七八用黄泥复顶，实际上，镇上只有一所用木瓦板盖顶的房舍。人们就在两间小屋子、其实也就是木头棚子里办理镇上的公务，当然，必不可少的酒吧也设在圆木棚子里。”酒吧老板是镇上唯一的显赫角色，并以他养的大群宠物草原犬鼠而闻名附近的乡村，他把这些犬鼠卖给过往行人当作珍奇玩物带到东部。据麦科伊讲，他自己之所以选中阿比林，“乃是因为这里居民稀少，水源丰富，牧草肥美，几乎处处都适于圈养牛群。而且，这里也是可以兴建完善牛栈的最靠东部的地点。”

在六十天之内，麦科伊就把阿比林村改造成为一个设备齐全的畜牛重镇，有一处可以容纳三千头牛的围场，两台大型的费尔班克斯磅秤，一个牲口棚，一间办公室，当然还有“一座漂亮的三层楼酒店”。麦科伊随即派出宣传员前往堪萨斯南部和印第安领地，“指示他们搜寻一切能够找到的流离浪荡的牛群（实际上所有牛群都在流离浪荡，因为赶牛贩们全都没有落脚的地方），并告诉赶牛贩们阿比林这个地方。”麦科伊的宣传员跃马扬鞭，从江克欣城出发，向西南方向驰骋两百英里，在现今的威奇塔城处渡过阿肯色河，然后直下印第安领地；从那里又掉头向东，直到发现牛群的踪迹。“追上牛群后，他们便向牛群的主人宣布那个引人入胜的消息，那就是：有一处舒适、安全的所在可以收留牛群，在那里，他们可以把牛卖掉或顺顺利利地将之运往其它市场。对赶牛贩来说，这可真是一个喜讯，因为怕出乱子，怕遇强暴，种种忧虑就象梦魇一般，使他们日夜不得安宁。而现在他们听到的一切，简直美妙得令人难以置信；难道除了巧取豪夺之外，真会有人向得克萨斯的赶牛贩提供其它形式的接待吗？”

于是，得克萨斯的牛群纷纷转向阿比林。一八六七年九月五日，从阿比林（在两个月前这里还只是一个小小的草原村落）发出了第一批货物——二十车皮的牛——之时，伊利诺伊的牧场主们就聚集在专门为此搭起的帐篷里大设酒宴相庆，歌声笑语，不绝于耳。到同年十二月底，已有三万五千头牛经由阿比林运出；几年之内，这一数字达到了一千万。麦科伊切切实实做了些“造福子孙后代”的事情，心理上感到十分满足；除此之外，他还得到许多实惠。麦科伊最初挑中阿比林时，曾为全镇整个四百八十英亩的地皮花了二千四百美元。堪萨斯太平洋铁路公司的经理们则答应，每运一车皮的牛，便把所得运费的八分之一付给麦科伊。到第二年年底，麦科伊名下已拥有堪萨斯太平洋铁路积欠的二十万美元。至此，铁路公司就拒绝履行合同，他们说，他们从来没有把这笔买卖当成一回事！不过，这并没有打击麦科伊的劲头。他当了阿比林的市长，而且，作为一个建设事业推动者，他还为一八九一年的人口调查草拟了一份乐观的关于畜牧业的报告，给西部他那块地方带来了大量投资。

在美国崛起的新兴社会当中，阿比林只是欣欣向荣的新社会中的一个例子。一些城镇，象道奇城，就自夸为“牧牛城镇之皇后”、“最棒的美国小城”，并终于以其牧歌、传奇故事、电影和电视而闻名四方。可是，这一类型的城镇还有许多：在内布拉斯加准州，有许凯勒、卡尼堡、北普拉特、奥加拉拉和西德尼；在怀俄明准州，有派因布拉夫、格林河、罗克沟、拉腊米、希尔斯代尔和夏延；在蒙大拿准州，有迈尔斯城、格伦代夫和赫勒纳。其中一些注定要衰落下去，成为被人遗弃的新废圩。也有一些终于兴旺起来，但却与创建人的设想无关。在十九世纪七十和八十年代；这些城镇的美妙机运还没有到来。

二 开放性牧区的种种仪式

牛群和放牧区，正是天造地设，吸引开拓者去竞争，同时也使他们聚拢在一起。靠养牛为生，你不可能离群索居。人们只是把所谓，‘孤独的牛仔’浪漫化了，只道他们以马为伴，浪迹天涯，逍遥自在。但在西部，一位独往独来的牛仔要想一帆风顺地发达起来，决非一件容易的事，就象让哪个移民孤身一人横跨大西洋，或者让哪个西部开拓者孑然一身穿越北美大陆一样。独特的地貌使人们不知不觉地彼此依赖，并且创设了种种崭新的社会仪式，以区分他们的财产和划定各人名份下的权利。

在牛群踏出的小道上，不久前还在南北战争战火弥漫的东部战场上互相厮杀的美国人又重聚在一起。安迪·亚当斯在他《牛仔手记》一书中写道：“这位南方叛兵是一个妙人，一个好伙伴，这是他第六次踏上赶牛小道。”这两个牛仔来往了一年之后，方才得知在“最近的那次不愉快事件”中，他们原来分属对立双方，而“南方叛兵”也就成了一个讨人喜欢的绰号。北方佬和南方佬发现，在阿比林这样一个小天地里，要想事业兴旺，就需要相互尊重。一八七四年，在东部，南北战争后重建时期的地方主义情绪仍然相当严重；然而根据约瑟夫·麦科伊的报道，涉及成千上万美元的交易单凭口头一句话便可敲定，并且得到严格的信守。“确实，如果做不到这一点，他们往往会陷入极度的困境，难以进行商业往来，也难以驱赶他们的牲口穿州过府……西部的牛只贸易绝非微不足道的小事，它开拓了一个新的时代，使北方佬和得克萨斯人在商业交易中互相接触，感情日益融洽。如今，这两块地方人们心中的情感已与六年前大不相同，平和多了。”在西部，由于人们不受既定法律的约束，也就摆脱了较为开化的东部的政治困扰。

逃避旧日法网的流亡者在西部找到了归宿，但即使在这里，他们也不可能摆脱周围社会群体而独立生存。牧场主向北方驱运牛群——从得克萨斯抵达阿比林或道奇城的铁路线上——这一过程使牛仔们处在一种准军事体制之下。首领在“栖息地点”稍有不慎或步哨稀里糊涂打起瞌睡来，都可能给牛群带来灾祸，甚至导致全班人马丢掉性命。人们必须消除嫌隙，捺住性子，遵循赶牛小道上的严格规矩，否则，便会被抛弃或吊死或孤零零地给轰到一处荒凉的地方。

在牛仔们各项有组织的活动中，向北方驱运牛群显然属于历时最长、管理最为严密的一项，但这并非绝无仅有的现象。另一种组织严密的活动——牛仔们的定期聚会，则把每年的生活节奏固定了下来。倘非普遍信任他们自己的秘语和标志，并愿意遵从种种仪式，则西部的牧牛业便根本没有存在的可能。而这些事物又都出自美国西部的独特条件，出自一种崭新的财产所有权形式——捕捉野牛，靠无主的土地上的野草放牧。

法律既然鞭长莫及，牧场主们便按照某种制度在他们之间划分放牧区，这种制度是非正式的，也是没有法律效力的，只由牧场主们自行实施。在牧场主的全盛时期，即南北战争之后的二十余年里，每个牧场主都在他认定属于自己的那一部分放牧区中繁育他的畜群。最理想的是，放牧区始自河床，渐行渐远，最后止于山脊，山的那面，便是另一位牧场主的放牧区。所谓放牧区的开放性，是指没有藩篱把放牧区一一分隔开来，因为严格从法律意义讲，放牧区属于所有的人。大草原上的这些“牧场”不是以英亩计算，而是

以平方英里计算。每个牧场主部尽可能把他的牛群圈在他按土地先占权而占据的放牧区中，为此，他会指派一批牛仔在他和邻近放牧区的地界上“走马巡行”。这些巡界者两人一组驻守在偏僻的“边界营地”中，分头巡逻牧场的边界，把主人的牛群撵回放牧区的中心，同时让邻人的牛群朝着另一个方向游荡。然而，在没有遮拦的广阔放牧区上，牛群时时会混到一处。因此在驱运牛群上市之前，就必需设法把它们区分开来。

出于开放性牧区的这类需要，从而产生了“赶拢畜群”的活动。人们在这个时候划分他们的财产，同时，它也成了牧场主清点增益、庆贺收获的节日。当然，划分财产和庆贺收获这两件事孰轻孰重，因时间和地点而有所不同。早年，在干燥的西南部，放牧区遥相阻隔，牧场主通常以河床为界，圈出他们自行占下的土地，当时赶拢育群的活动主要便是为了庆贺收获。而且活动过程也比较简单。由两三个邻近的牧场主商定好时间和地点，便把周围所有的牛群驱赶到一个共同的聚集点去。这类赶拢畜群的活动很费力气，而且必需在坎坷的路上策骑许多英里，但它却无需悉心组织，因为这毕竟只涉及几个牧场主而已。

“赶畜大会”就是另一回事了，在大草原自由放牧的年月里，赶畜大会算得上当地社会一项盛大的仪式。十几位牧场主听任他们的畜群在开放性的牧区混合在一起，然后再拣选开来。在此情况下，春季的赶畜大会就需要一番组织功夫，州或准州的畜牧协会通常都把放牧区划为小区，由各小区召开自己的赶畜大会。赶畜大会的繁杂工作统由与会牧场主指派的人员分头负担，每个牧场都会视其牧群的规模而派出相当数量的牛仔。这些牛仔们凑到一起后，便得听从大会的头目或主事分派工作，此人通常由小区的牛仔们选出，这些小区，宽可达四十英里，长可达百余英里。牛仔们分为一个个小队，在小队头目的统领下分散到村野上去，一路把他们撞见的牛群驱往集会地，这样，聚拢来的牛群可多达数千头。此时，在一些狭小的山谷中，从各处赶来的牛仔便开始大显身手，他们把母牛和小牛从牧群中“分隔”出来，给每个小牛打上它跟随的母牛的烙印。对带有外人印记的牛也会慎加区分，以便牛仔“把它们撵走”——引它们向主人的牧区的方向徜徉而去。

驱赶母牛和小牛翻越山谷，穿行乡野，甚至在人还没有累倒之前，马匹已经拖垮了，为此，每个牛仔都要带上八到十匹马。春天的气息会使马匹发情，而荒山峻野又会令它们受惊，因此参加赶畜大会的牛仔，长途策骑之时必须要能够稳坐在颠扑不定的马背上。他必须懂得如何去对付数百头牛或者落了单的牛；必须能够驾驭烈马而同时舞动绳索去制服欢蹦乱跳的小牛。就象长枪比武成了中世纪骑士们的游戏一样，赶畜大会中的种种技巧也成了牧场主的游戏。

赶畜大会第一个名字为“rodeo”，源出西班牙文的“rodear”，意为“围拢”；牛仔们的目的在于包围并聚拢放牧区上所有的牛群。只在很久之后，开放性的牧区消失殆尽了，“赶拢畜群”的技巧才转成专为演练而演练，而“rodeo”也转而成为专门取悦观众的牛仔骑术表演。从此，这种集会只是为了炫耀，让城里人观赏在开放性牧区全盛时期只有牛仔们自己才能看到的力量、风采和技巧。

春季赶畜大会是人们庆贺收获的一种仪式，也是牧场主显示所有权的一种仪式。而打火印的工作——给每一头新到的小牛烙上主人的标记——则把大会推向高潮。牛群全部赶拢到一处后，骑在马上牛仔便熟练地把一头母

牛和它的小牛从牧群中“分隔”出来。然后，他用绳索摔倒小牛，拖到炉火边，交给准备就绪的打印者。炉火里摆了许多烧得泛出白光的打印烙铁，分别带有参与这个赶畜大会的某个牧场的标记。打印者瞥一眼小牛尾随的母牛身上的印记，便从火中抽出相应的烙铁。烧焦的牛皮发出了滋滋的声响，在小牛吼叫声中，亦即宣告某人的牧群又增加了一头牲畜。一位“记数员”手持铅笔，记下在这次赶畜大会上烙印主人得到的牛的数目，而牧场主就据此估算出他们的利润。

春季有“小牛盛会”，秋季则另有一番热闹景象，通称为“牛肉盛会”。此时，人们所要忙的是选出育肥的壮牛，驱运到车站上，以便变卖成现钱。七月或八月，同样是牧场主们的收获季节。不过，人们在忆起赶畜大会的盛况时，想到的总是明媚的春色，喧叫的牛群，欢跳的牧犬等等。

一些把牛仔理想化了的人发现，在赶畜大会上，牛仔们的公正原则得到了最高的体现。一个牧场主的生涯，始于赶畜大会，又终于赶畜大会。这种大会的规矩说明大会所特别关注的是使每个人都能得到他应得的一份。如果哪一头母牛身上的烙印杂乱不堪，搞不清它的主人是谁，它的小牛就不会给打上任何人的标记。于是，小牛便归整个协会所有，用以支付共同的开销。如果一头小牛打错了烙印，就会牵来另一头小牛“抵数”，打回疏漏了的烙印有时，母牛带有远方牧场主的烙印，人们便会把它“撵走”，引它回到自己的牧场上去。整个仪式的目的在于使每个人合法而正式地拥有其新增的牲畜，并关照周知，同时把它们与开放性牧区上放养的混杂牧群明确地区分开来。

牧场主们在这片土地上到处放牧，如果土地原本不属于任何人，则他们如何去证实生养于斯的牛群的归属呢？几经困惑之后，他们终于确定了一套新的烙印标志，烙在每一头牲畜的皮肉上。有了这些临时创作的所有权凭证，他们才感到放心。由于人们和他们的牛群流徙不定，远离法庭和律师，文书契据的作用是不大的。谁愿意携带它们呢？又能把它们妥善地收藏在何处呢？

因此，最好让牛只成为它们自身的所有权凭证。如此一来，任何人只要拿出牛来，就可以证实其所有权。

老练的牧场主一眼便可以辨认母牛身上杂乱的烙印，其精确程度，丝毫不弱于伦敦大法官法庭律师依据法律来咬文嚼字的功夫。这种牛只烙印的学问，表明各行各业无不有其玄妙深奥而极其神圣的标志。这是牛仔们的图像学。当然，每个人都可以认出代表他自己的烙印和标记；不过，要想判定一头带有许多烙印的牲畜的所有权，那就得需要学问、经验和技巧了。

一头小牛大都是在它生平参加的第一次赶畜大会上，被人用带了图形的炽热烙铁在皮上打印的。不过，在其它时候，还有别的办法来打烙印。例如，“草写烙铁”干脆就是用一根直火钳，象铅笔一样草写出任何合意的标记，这在当时就称为“草写烙印”。另一种“模压烙铁”则象一块铅字印模，上有特定的“盖印”，一下便可冲压在牛皮上。烙印大小不一，但通常高于二英寸，宽于四英寸，而高宽均不得超过七英寸。自然，烙印会随牲畜一道长大，因此，小牛身上的烙印如果只有三英寸高，几年之后便可能达到十二英寸。牧场主们都知道，烙印过大，又打在错误的部位，就会降低皮张的价值，所以，他们的标记只烧烙在牛的臀部、肩部或颈部。

牧场主大部凭自己的想象力别出心裁地选定他的烙印图案，只要不与其

他人登记的图案重复就行了。最初，在烙印的选定上，只有非正式的协议：但到了十九世纪八十年代，各个州和准州纷纷颁行了烙印登记册。这些登记册展示了烙印图案和牲畜身上的烙印部位，还列明了其它附带标记（诸如“耳戳”，剪缺左耳或右耳，或双耳；或者在牛颈部下垂的皮肉处刻下痕记等等）。主人尽可以把他脑海里闪现出来的任何字母、图形或乱七八糟的符号拼凑在一起，不过，既然烙印是牧场的标志，他就得长年累月地使用下去。起初，牧场主可能只用他自己或妻子儿女或牧场名字的首字母，但登记在册的烙印越来越多，于是便出现了许多有趣、怪异和莫名其妙的组合。例如有一位牧场主采用了“TM”的印记，他解释说，这意味着他的牧场离一家酒吧有“二十英里”（Twenty Miles）。

但怪也不能怪得出了格儿，不管什么烙印，都必须使盗贼难以窜改。例如，字母“C”就很容易改成字母“O”或数字“0”；字母“l”就可以改成其它十几个字母，或看去象是数字“1”而可在后面加上别的数目字。各种图案设计，诸如把字母重迭，给字母框上方框，或在首尾两端横划上短线，都可以使人难以做手脚。

盗牛贼则使出种种招数来更改烙印。如果盗牛贼设法得以在赶畜大会上受雇为打印工，他便会瞒过众人在一些小牛身上打上“空头烙印”。而所谓“空头烙印”就是没有登记过的烙印，盗牛贼造它出来，因为它不属于任何人。盗牛贼亲手操纵着打印烙铁，将之浅浅地印在牛的皮肉上，很快便会消失；事后，在他方便时，再打上自己登记在册的烙印，把小牛据为己有。更便当些，还有“皮毛烙印”——即不论什么烙印只管浅浅地印上，以后等待时机盗牛贼再在上面盖下自己的烙印。

烙印大都晦涩深奥，因而朗读烙印便成为一种高度技巧的本事。由于任何牧场主可以自行决定他的名字的发音，同样道理，他也可以决定他的烙印各个部分的读法。不过，在这方面也有一些公认的成规。根据这些成规，“A2”读作“大A2”。“Lazy”是指倒过来或横过来写的字母，如此一来，在“Lazy M Bar”中，M就应竖起来写，并有一条横线划在烙印下面。围绕某个字母的一段曲线称为“四分之一圈”。用一条竖线平分的环形称为“扣子”。用曲线划出的“W”字样称为“草体W”。字母或数字（例如“7”）两侧如有两道外延的曲线，就读作“飞7”。还有大量的特别同汇，比如“痛打”、“揍傻瓜”、“猪圈”等等，让生人听起来，就象是一些俚语。但对已经入门的牧场主来说，它们却有着确切的专门含意。“牧场切口不难理解，”一个牛仔就曾说过，“你只要事先弄清别人的意思，此后，别管他嘴上说些什么。”

烙印也象盾形纹章，笼罩着神秘的气息，成了民间传说中有声有色的话题。就拿名重一时的金氏牧场的主要烙印——“草体W”来说吧。没人确切知道理查德·金上尉打从什么时候起开始把这个烙印打在他的牲畜的皮肉之上，或许最初是在一八六七年。到一八六九年，他在得克萨斯的努埃塞斯县把这一烙印正式登记在册。在行话中，它的特定称呼是“草体W”，但一些人更喜欢当地墨西哥人沿用的富有诗意的西班牙语名称，管它叫“小蛇”。这种蠕动的爬行动物的形象（意味着“不要碰我！”）对盗贼和歹人多少起了一些阻吓作用。一种更为实际的说法讲到，一八六二年，金上尉买下了某个威廉·曼恩的畜群，同时得到了他的三个烙印，其中就有一个“草体M”。为了使“草体M”非他莫属，他干脆把“M”颠倒过来，成了“草体W”。而且这个烙印有许多优点：它写起来能一气呵成，没有重叠的笔画（重叠笔画

的烙印会烧得过深，易招螺旋蛆，愈合后可能出现一片模糊）；它特别易于用“草写烙铁”书写（如果手头上没有“模压烙铁”的话）；而扭动的图形又使人难以更改。同时，它简单明快，引人注目。

诠释土地契据需要熟谙行话，诠释牛身上纷杂的烙印同样需要如此。烙印不仅标明牛的主人，也可能标明某一桩交易，而见多识广的牛仔更可以从所有的记号讲清这头牛的全部来历。当然。说明牛的第一个主人的第一个烙印，是在小牛初次参加赶畜大会时打上去的。但人们往往难以搞清哪是第一个烙印。而牛身上还会带有“发售烙印”或“反印”，此乃原主烙印的一种变体，意在表明原主已同意把牛出售。随后，自然就是新主人的烙印。在驱运过程中的牲畜可能还带有“旅途烙印”，在上路前打好，用以区别途中碰到的其它畜群。在得克萨斯，按照法律规定，牛的颈部还有特别的“县印”（得克萨斯每个县都有不同的县印），使盗贼难以下手。因为如此一来，除非盗贼设法换上登记第一个烙印的那个县中的某个烙印，否则，他就必须为每一头盗来的牛换两个烙印。

老练的牛仔凭借烙印登记册，不需向任何人询问任何问题，就可以知道牛的许多事情。他可以讲出牛只出生在得克萨斯的哪个县，换过哪些主人，主人姓甚名谁，住在何方，他还可以知道牲畜是靠脚力驱往北方还是经由铁路运来。西部有一句口头禅，说“这畜生没什么了不起，可是还真大有看头。”

那些身上根本没东西可看的牲畜，则在西部招来许多麻烦。它们通常称为“马弗里克”。典故出自得克萨斯一位牧场主塞缪尔·马弗里克（1803-1870），不知出于什么缘故，他从来不给小牛打烙印。有人说他懒，根本不走这门心思；也有人说他就是想造成一种印象，似乎没有烙印的牲畜都是他的。不管什么原因，总之，“马弗里克”一词广泛流传开来，专门用以称呼那些既没有烙印、又没有母牛伴随的小牛。牛只贸易在得克萨斯发轫之初，这类小牛当然属于发现了它们、又最先打上自己烙印的人。但后来，按照习俗，牧场主只能给闯到自己放牧区来的“马弗里克”打上烙印。而制造此类无主小牛所用的诱惑手段实在难以抗拒，没人知道“马弗里克制造者”究竟搞出了多少头失去母牛的小牛崽。在偏远的放牧区，任何牛仔，只要自觉心里并无不安，又有一支六响枪，杀掉母牛，即刻便可把任何人的小牛据为己有。

赶畜大会这种公开仪式，就意在帮助牛仔抵制此类诱惑。打烙印时，通常有好几个牧场的人在场。较之更改壮畜的烙印，在无主小牛的烙印上作手脚，或许成事的机会反要少些。说到美国西部的新技巧，很少有人能象“印匠”（或称“涂抹烙印者”）那样，把本领练到出神入化的地步。与关起门来炮制假画或假古董的人不同，“印匠”的行当规模很大。虽然一次露馅儿便可招来杀身之祸，而每次作伪获利又不多，但一名“印匠”只要手脚利索，技术熟练，短期内就可以蓄起一支牧群，并且，他的伪造本领很快就会被人们赏识，四处传播。

在牧牛业中，相当于撬杠或其它盗窃用具的利器是“草写烙铁”，简单的一根火钳，就可用来随意划出任何图案。搞到后来，它使得人们全部疑神疑鬼，以致十九世纪七十年代在得克萨斯和其它一些州实际上都禁止使用“草写烙铁”。其实，“草写烙铁”本来就笨重，不便随身携带，因此，精明的盗牛贼自有更方便的工具。只要随便找一块金属烧热，即使仅是一片破烂的马蹄铁，都可以用来抹去原有的烙印，换上一个新的。讲到方便的作伪工具，

轻巧而又便于隐藏的，只需一段打包线或电报线就行了。卷绕起来，可把它们塞到口袋里，同时又能弯曲成许多不同形状的烙印，而且这类金属线很细，完全可以天衣无缝地贴到愈合后的烙印创口上，搞它个面目全非。

老练的烙印伪造者不仅清楚认得自己的伪造烙印，而且知道是在什么时候“给它们改头换面”，以及用的是什么办法。在赶畜大会后的几天里，牲畜还带着新鲜的创口，在烙印上加一两条线是不易察党的。办法是弄张潮湿的毛毯或鹿皮蒙在牛身上，然后透过它们打上自己的烙印，如此留下的标记与以前留下的合法烙印便十分协调匹配。由于“印匠”的技艺如此精湛，以致人们只看活畜的外表，等闲无法识破他们的把戏。一些州确实要求或饬令屠夫出示宰杀后的牛的皮张。如果皮张上看不到正当卖主的合法烙印，那屠夫可能就有麻烦了。

牧场主和牛仔之普遍尊崇烙印，一如人们之尊崇图腾、检验印记和家族纹饰。牧场大都沿用牛只烙印的名字；而牛仔之表明身分也会同牧场的烙印联系在一起，比如说“我是圆栅 G 的人。”

三 私人对公地的争夺战

虽然“牧区法则”——诸如赶言大会的规律、烙印的学问等等——都有其引人入胜的精妙之处，但在某些基本问题上，其答案仍是含混得令人费解的。由于土地养活了牲畜，因此所有牧场主的财富最终都来自土地。但土地归谁所有？或谁有权利在这片土地上牧放牛群呢？在旧世界，靠多少个世纪以来的习俗惯例，靠年代久远的文书契据，靠长期以来的公众默认，这些问题都已不复存在；但是在美国西部，一切都仍是悬而未决的。牧场主在西部之所以扰攘不堪，起因不在于人们拒绝恪守十诫或拒绝遵从简单的正义原则。新的问题不在于人心奸诈，而在于情况含混。

来自社会业已定型的地方的一些人不知底细，一味嘲笑幼稚的美国人把世间芸芸众生全都划为好人与坏蛋两种。东海岸一带的美国人倾向于接受这一讥讽。但实际上没有比这更荒唐的了。西部开拓者道德观念的独特之处不在于把好人与坏蛋截然分开。恰恰相反，传统道德观才倾向于如此决绝，而西部开拓者的道德观却象混沌初开的新大陆一般，处在难以捉摸的状态之中。

这种难以捉摸的状态有如一团瘴气，笼罩着牧场主割据的西部道德规范和法律规章。它喻示了美国不断出现的道德和法律问题。它是由西部的种种机会所造成的，是由新的资源和前所未有的财产所有权形式所造成的。在那些年月里发生的许多凶暴争斗，在别的地方都被说成“法律”与“无法无天”之间的冲突，其实满不是那么回事。在争斗发生的地方，对与错似乎人人有份。而就在这种难以捉摸的状态中，产生了西部新版本的“南北战争”。

一八九二年，在怀俄明州爆发的所谓“约翰逊县战争”，再明显不过地显示了含混局面所掀起的波澜。西部牧牛业者和后来侵入的牧羊业者之间尽人皆知的宿怨，实际上就是人们对两种不同牲畜的需求所引起的冲突。当年西欧的圈地运动中，也曾有过类似的情况，但约翰逊县战争却是另一回事。在这里，我们看到了西部道德规范模糊不清的全貌，看到合法与非法、诚实与奸诈的新混合体。这场独特的争斗，根源在于大草原上牛群激增，而在一八八三年达到了高峰。詹姆斯·布里斯宾所著《牛运当头——在大草原上如何致富》一书连同许多其它书籍，以及数不清的流言和传说，引来了英格兰和苏格兰数百万英镑的资金和美国东部成千上万的移民。“移民只要来到西部，在哪里定居是无关紧要的，”布里斯宾指出，“不管在哪里，他很快就会发现，这比留在东部要好得多。”不消几年的功夫，放牧区内已经是牛碰牛、人挤人了。英国各养牛公司的利润很快便高达它们投资的三分之一。而外国投机家总是设想在西部的天然放牧区内牛群永远不会嫌多。但当地的牧场主们对此却有更清楚的看法。

由于惧怕过度放牧，会使草场荒芜，同时，又不相信那许许多多没有登记自家烙印的小牧场主会尊重他人的烙印，于是，已经站住脚的牧场主们便自动组织起来。他们的协会当然旨在保护带有各自烙印的牛群，但也是为了维护大牧场主对开放性牧区（公地）中某些土地的控制权，虽然他们对这些土地并没有任何法定权利，但却声称自己拥有所有权。到一八八五年夏季，牛价开始下跌。围筑栅栏的费用也增加了，协会的会费又重，而那些只顾眼前利益的外国投资家仍在蜂拥而来，使得牧区不胜其扰。除此之外，还有步

步进逼的牧羊业者，他们的羊群啃光了青草；再加上寸土必争的农场主，他们要驱逐放牧的牛群才能维持生计。

两个多灾多难的冬天，把牧牛业者的厄运推到了顶点。一八八五至八六年的严寒已经预示了不祥，而一八八六至八七年更出现前所未有的暴风雪，带来了一场浩劫。放牧区被历来最厚的雪层覆盖着，狂风呼啸，饿得奄奄待毙的牛群拥挤在栅栏边，跌跌撞撞地陷入颠狂状态。就在此时，国会通过了一项法令，授权总统清理非法圈占的公地；于是，格罗弗·克利夫兰总统的一纸公告便使本已难挨的局面越发糟糕了。总统命令把所有牛群撤离印第安人保留地，为此，他派出了菲利普·亨利·谢里登将军率领联邦部队去监督撤离工作。政府官员还拆除了夏延到阿拉珀霍一带公地上的私人栅栏：这样，在又一个严冬来临之初，已经拥挤不堪的牧区里又增加了二十多万头牛。而在与东部的良种驯化牛杂交之后，“改良”了的得克萨斯长角牛长了肉，但却失去了纯种长角牛吃苦耐劳、擅于自我存活的习性。于是，大雪顿使放牧区变成了屠宰场。转年春天，放牧区内但见牛尸遍地。为了帮助牲畜度过难关，人们剥下了树皮当饲料，在此后的许多年里柳树的枯枝败叶仍能使人回忆起那一年冬天的拼死挣扎。

怀俄明的牧场主们，尽管阅历丰富，但面对牛价的下跌，加上在这块他们以为可以独揽的上地新移民日益加厉的敌意，一时不知所措，简直不知道到哪里去求告。他们的主要依靠是怀俄明牧主协会。这是美国社会团体先于政府成立的又一个典型例子。该牧主协会成立于一八七三年，当时，只有十名成员，总共拥有大约两千头牛。但不过十余年的时间，这个协会就扩展到了邻近的科罗拉多州和内布拉斯加州以及蒙大拿准州和达科他准州，共有四百多个成员，拥有两百万头牛。在面积将近整个西欧那样大的美国西部辽阔土地上，由于不存在有效的政府管理机构，这个协会便制订和实施它自己的法律——关于烙印、赶言大会和牛群驱运的种种条例。遇到无主的小牛，便打上这个协会的烙印，然后拍卖掉，得款则用于资助协会的开销。每年二月十五日到春季赶言大会之间那段时间，则禁止给任何流散荒原的牛只烙印。这个协会在大的集市和铁路枢纽部驻有监督员，以寻查被人偷走的带有协会会员注册烙印的牛。这些牛只一经查获，便物归原主；如果距离大远，他们便把牛卖掉，再把收入如数奉还失主。这个协会的法规因此也就成为这个牧区的法规。

在英国，习惯法的基本特点在于土地与所有其它东西之间的区分，也即“不动产”（土地和附属于土地或具有土地特征的其它形式的财产）与“动产”（个人财物）之间的区分，对于英国这个历史悠长、居民拥挤、社会稳定的国家来说，这一区分看来是合适的；因为在那里，问题的关键在于土地所有权，而土地所有权又早已精确地规定下来，相沿至今。在英国习惯法产生的年代，中世纪封建主义既是一种治理制度，也是一种土地所有权制度。拥有一块土地，就意味着拥有一份治理权。但美国辽阔西部的大部分土地实际上并没有主人，也没有治理者。你不可能凭着看见牛在谁的土地上，就说出牛的主人是谁；因为土地属于所有的人。你也不能凭着看见牛在谁的监管下，就说出牛的主人是谁；因为在人迹罕到的放牧区，牛只成群结队地游荡，根本没有人照料。

在美国西部，旧日的划分标准是不适用的。而借用习惯法的术语把牛只称为“动产”也不够确切。那里的牛群是活动的财产，是自行活动的财产，

可以自己照料自己，并在本来没有道路的荒野上踏出路来。这种形式的财产特别适合流动不定的美国人。牛群不断移动，寻找稀少的格兰马草叶，以此保存生命；它们不断移动，穿越荒无人烟的土地，走向铁路，走向集市，为其主人赚大钱。

怀俄明牧主协会本身就生动地体现了美国特有的那种含混性。它使大牧场主非法占有的放牧区带上了合法的色彩，而使小牧场主和拓荒的农场主合法占有的土地带上了非法的色彩。该协会的成员固然是最先到达那块地方，但他们却把后来的人看作仇人，只会瞎凑热闹，为非作歹和制造混乱。从严格的法律意义来说，先到的人对放牧区的权利决不优于其他任何人，但他们引用的却是西部移民的土规矩，结果是，先入者为主，享有至高无上的权利。牛群的主人不断增加，只此一点，就使各种烙印夹缠不清，无法同别人的烙印区别开来。到一八九一年底，仅在怀俄明一地，便有五千个不同的烙印，而且数目有增无己。在蒙大拿，一八八九年已有六千个烙印登记在案，到一八九二年，则几乎翻了一番。

对任何迅速扩展的小牧群的主人，都需要留意。人人知道，滥用打印烙印铁乃是攫取牛群的捷径。俗语有道：“打印快手牲畜多。”一些大牧场主或他们雇用的伙计，确实是通过这种方式来建立庞大牧群的。他们熟请这个行当的各种花样，对旧日的一切记忆犹新，人们都不太相信他们。而他们的协会，虽然自愿自地发号施令，却也不想对诚实的小牧场主与偷过不多几头牛的盗牛贼之间作出认真的区分。为了安全起见，只要对方是陌生人，而他的牛群又带着难以辨认的烙印，便加以怀疑。烙印登记簿和各个牧场主协会，如果不能帮助老实人证实他们的财产，使盗贼无法以假乱真，那么又有什么用处呢？经历了一八八六至八七年大风雪的沉重打击，怀俄明牧主协会便一蹶不振，遂于一八八八年把它的大部分权力移交给怀俄明准州议会设立的畜牧事业督导局。但情况表明这个督导局也不能胜任牧主协会撒手不管的工作。

到一八九一年春季，怀俄明牧区陷入了一片无人管理状态。牧主协会固已变得软弱无能，而新的怀俄明州（一八九一年七月十月加入联邦）的州政府又没有足够力量去整饬地方。盗牛贼和无主小牛的制造者遍地皆是，那些殷实的牧场主的庞大牧群此际则成了平民主义者新一轮宣传炮火的轰击目标。一八九一年七月二十五日的夏延《每日导报》写道：“一些一年以前还是品格端正、无可指摘的人，如今竟公然出手在公共放牧区进行掠夺……所有他们的邻居和熟人都亲眼看到这种情况，却往往不仅视若无睹，而且还加以喝采……一些较大的牲口行曾作出多方努力，把作奸犯科者送交法院。在一些案件中，大陪审团竟拒绝起诉；而在另外一些案件中，小陪审团虽然面对提交给法庭的确凿证据却裁决被告无罪。”盗中贼大肆偷牛，农场主则大开杀戒射杀牛只。法律规定农场主要用栅栏圈起他的土地，把牛挡在外面，但许多农场主却不肯花钱建栅栏，宁可坐等牛群踏上他的土地，然后放上一、两枪，就有了一冬的牛肉下饭。虽然大牧场主坚持说，天意注定他们的家园并非“一块弹丸之地”；但联邦土地法却仍然把每个新移民可以拥有的土地限制在一百六十英亩之内，要想搞有利于农耕的灌溉，这个面积实在太小了。

至此，出于防卫的目的，牧主协会和它的为数众多的会员于是组织了一场反击。在一八九一年秋季，他们开具了一份清单，列出了盗牛贼所用的种

种烙印，并在集市上采取措施，制止出售带着这些烙印的牛。他们没收了所有这些牛只卖掉，所得款项则用于公益。一八九一年十一月，在怀俄明州中北部的约翰逊县，两名涉嫌盗牛贼中了埋伏，被当场击毙。当地舆论认定这是两家大牲口行于的罪行，从此约翰逊县战争便拉开了战幕。

一八九二年春，小牧场主公然漠视怀俄明牧主协会和它的代理机构——畜牧事业委员会的存在，宣称他们要比该会订下的日期早一个月举办赶畜大会。按照约翰逊县的惯例，这实在是一种胆大妄为的举动，亦即表明那些人有意要给他们选中的随便哪一头牛打上自己的烙印。大牧场主则认定机不可失。如果他们不能趁机恢复人们对放牧区法则的尊重，那么只好等着完蛋。他们决定给约翰逊县的人们一点厉害，以资警诫；据他们讲，约翰逊县的人只可划分为两种类型：“副业偷牛的牧场主和副业放牧的盗牛贼。”只有重重地给点厉害他们看看，这些不法之徒才会吓得服贴起来，顺从放牧区的法则。该协会的总部——夏延俱乐部，乃是这些大亨们最喜爱的一个聚集之地；他们当中，有来寻求刺激、谋取暴利的英国贵族，有出身波士顿、费城和纽约名门望族的东部冒险家，有精力旺盛、白手起家的西部牧牛业大工，甚至还有几个饱学之士。例如欧文·威斯特一八八二年自哈佛大学毕业后，就来到这里，为《林·麦克莱恩》和《弗吉尼亚人》两本书和其它关于牧牛之乡的故事收集素材。

怀俄明牧主协会靠一千美元一份的捐款，筹措了一笔战争基金，据传有十万美元之数。他们秘密地组织了一支五十人左右的武装，其中二十六人是由汤姆·史密斯招募来的，他以前曾任牧牛业侦探，曾因在怀俄明的工作而被指控犯了谋杀罪，后来又在得克萨斯当上了治安官。他对从老远得克萨斯的帕里斯和拉马尔县招募来的人员，许诺每天付给五美元，并包下日常开销。此外，还给每人保了一份三千美元的意外险，每杀人一名则另有五十美元的额外赏钱。这些招募来的人员中，有一些人曾经作过联邦法院的副法官，对执法事宜应该略通一二。人们告诉他们，此行是为打击怀俄明州约翰逊县的歹徒。这里面最惹人注意的一位名叫D布鲁克斯的人，后来以“得克萨斯小子”的绰号名噪一时；而在这一伙人当中，只有他一个由于参加约翰逊县战争种下的祸因而伏法。因为一年后，这位“得克萨斯小子”在阿肯色的史密斯堡被判处绞刑，不是冲着在怀俄明的屠杀，而是冲着他杀了自己年轻的妻子，当时只为妻子抱怨他不该去侵犯人家。在绞刑架下，他申辩说，要是他知道约翰逊县的人到底是些什么人，他怎么也会到怀俄明去。

回头且说怀俄明牧主协会的雇佣兵，在丹佛集结在一辆专列火车上，车上还载有鞍马、大篷车和露营装备。火车抵达夏延时，客车车厢的窗帘紧闭，整个行动都保持秘密。邻近的一个联邦贸易站则给他们供应毛毯和其它装备。火车在一八九二年四月六日清晨到达铁路线的终点卡斯琅。他们下车之后，便与怀俄明牧主协会的会员和该会在当地招募的人员会合在一起，其中包括芝加哥《先驱报》的一个记者，还有一个准备为他们裹伤，或者更有可能是为他们的敌人裹伤的外科医师。接着，他们就翻身上马，直奔约翰逊县的县城——布法罗小镇而去，这里是四方闻名的盗牛贼的避风港。一鼻孔出气的怀俄明州州长则担保州的国民警卫队不会出面干预。在离开卡斯琅之前，这批行动缜密的进犯者还割断了通向北方的电报线，免得走漏风声，惊动那边的人们。

在前往布法罗的途中，他们杀了两个人，这两人躲在一所偏僻的小屋里，

被认为是盗牛贼，其中一人出门打水，中了埋伏，当场丧生。随后，他们放火焚毁小屋，又枪杀了另一个拔腿逃命的人。这点零活耽误了一点时间，使约翰逊县的居民警觉起来。四月十日，当他们逼近布法罗镇时，出乎意料之外，他们发现去路已被约翰逊县居民的武装队伍封锁了。他们没有去攻打布法罗镇，扫荡贼窟，反倒望风而走，撤到距离布法罗十二英里的哈里斯医生的 TA 牧场，在坚固的牧场建筑里躲避，头一个夜晚，他们就是在这里度过的。

二百余人的布法罗镇居民武装队伍，此时却开始攻打 TA 牧场，这一行动证实了入侵者心底的忧虑——那些不法之徒果然占领了怀俄明。如今，他们这些“执法”的入侵者竟成了瓮中之鳖。但牧场的房屋形同坚固的堡垒，可以用来暂避一阵，特别是因为攻方没有大炮，而邻近的麦金尼要塞的指挥官又拒绝借给。于是，这支居民武装队伍就利用缴获的四轮大车，把它改装成移动式胸墙，并称之为“冲锋车”，试图用来接近壁垒森严的牧场房屋，以便利用手中的大量炸药。就在“冲锋车”节节进逼的紧要关头，开来了三个连的联邦骑兵。这是因为怀俄明州代理州长是牧主协会的好朋友，他请求本杰明·哈里森总统派出麦金尼要塞的这些军队，前来约翰逊县“恢复法律和秩序”。说得明白些，这就是说怀俄明的大牧场主需要联邦军队出面干预，免得他们被愤怒的当地居民私刑处死。陷在包围圈里的入侵者于是喜孜孜地向联邦军队的指挥官缴械投降，后者把他们带到了夏延，并安全地收容在 D.A. 拉塞尔要塞。

有四十六人投降了。其中，半数左右是外来的得克萨斯枪手；其余都是怀俄明州有头有面的公民，包括一名牧主协会的前主席、一名畜牧事业督导专员、一名州水利局专员、一名联邦法院的副法官、至少一名哈佛大学毕业生，以及其他差不多的体面人物。而美国总统派出联邦军队去干这样的一桩善举，用意只为拯救西部某些声名显赫的公民，免得他们落到当地法官的手中。

这批入侵者从未受到认真的审判。最后，军方把他们移交给了约翰逊县当局，但达成了一项谅解，商定不在约翰逊县审判他们。

与此同时，哈里森总统在怀俄明牧主协会的敦促下，发表了一项特别公告，要求怀俄明州所有公民停止干扰美国的法院和法律。有人曾经目睹入侵者在前往布法罗的途中杀害两条人命，但这些证人却被联邦法院法官下令逮捕，罪名是向印第安人出售威士忌，从此再也不见踪影。当约翰逊县看来确实没钱支付对那四十亲人旷日持久的审讯时，夏延地方法院便令入侵者各自具结，随后就开释了他们。一场厮杀烟消云散，约翰逊县战争只撒下了三具尸体——入侵者在抵达目的地之前枪杀的两人和那个“得克萨斯小子”，而后者之所以被处决，却是由于与战争没有直接关系的谋杀罪。

这场战争，就象许多其它战争一样，交战双方两败俱伤。大牧场主没能在放牧区重建他们那种法律和秩序，也没能驱逐小牧场主或自耕农。打上任何一位入侵者烙印的牛只，现在比以往更缺乏安全，常常莫名其妙地被偷被杀，不怕有人来索取赔偿。另一方面，约翰逊县的居民以及那些小牧场主和小农场主，也没有真正得胜。与入侵者和大的牧牛业主关系密切的州共和党人组织，失势不过两年便重新上台。此外，为公布那次入侵事件真相以使大牧场主名声扫地而作的努力也落空了。一八九四年，阿萨·希恩·默塞尔（《西北牧畜杂志》富有胆色的创办人）根据大量材料写成和发表了一篇报道，并印成专刊，题为《草原蠢贼或牧场主一八九二年对怀俄明的入侵：我们这个

时代的绝大丑闻》，但这篇报道随即遭到法院的查禁，专刊全部都被没收，付之一炬。只有其中几份奇迹般地幸免于难，但该书的印版已经被人销毁。而默塞尔则以邮寄猥亵物品的罪名受到控告，被迫关闭了他的出版社。怀俄明牧主协会的人甚至弄走了国会图书馆收藏的版权本。在很长时间里，如实谈述牧场主们对约翰逊县的入侵成了一件冒风险的事情。整整半个世纪过后，才有杰克·谢弗的小说《原野游龙》（一九四九年）和根据小说改编的电影，敢于旧事重提，而在此之前或以后，委实很少见过执法人员与不法分子如此彻底地搅在一起。即使隔了这么长时间，仍然很难把他们分个清楚。

四 不法的地方行政司法长官和诚实的亡命徒

开拓者的道德观造就了一种坏人不坏和好人并不好的局面。地方行政司法长官和联邦法院法官竟被盗牛贼和牧牛业大王所买通，而亡命之徒和自警团的成员却宣誓要“严格执法”。开拓者的忠诚体现在他乐于凭着单枪匹马，替朋友报仇雪恨，守护他们的牛群，或保障他们的财产。在那个时代，人们既有患难与共的好友、搭档和“伙伴”，又有不共戴天的死敌。分清是敌是友或一见面便认出一条好汉子，比弄清“法律”是否站在你这一边可要容易得多。

火器在民间的广泛流行以及人们对快速拔枪本领的高度评价，使得一枪命中目标成了是否具有男子汉气概的标志。早在殖民时期，为了应付荒野中的不时之需和对付印第安人的威胁，美国人家家户户都备有武器。联邦宪法就明确规定人民备带武器的权利不得受到侵犯。

从前在西部流行的六响枪，乃是人们所知的最早快速连发武器，这种枪便于携带，任何受过开枪训练的人，都可以仰仗它来“执法”。经过改良的六响枪，是为了适应得克萨斯牧牛人在林木不生的大草原上的特殊需要。面对科曼奇族印第安人的威胁，十九世纪初从美国各地来到得克萨斯的移民，发现自己的处境十分不利。他们与印第安人的冲突通常是在马背上展开的。而往往在得克萨斯人重装弹药之际，身手不凡的科曼奇人已经策骑三百码远，并能射出二十支箭。即使得克萨斯人作出最大努力，在步枪之外再带上两支大口径单发手枪，但放过三枪之后，他也得停下来装填弹药。总之，步枪在马背上施展不开的。

一八三一年，十六岁的康涅狄格海员塞缪尔·科尔特在前往新加坡的远航途中，用木头削出了第一支模型左轮手枪，当时，他脑海里根本不知道得克萨斯拓荒者的需要为何物。两年后，科尔特向设在华盛顿的专利局递交了左轮手枪的说明书。科尔特所设公司采用可互换部件的新技术，制出了他的左轮手枪：但美国政府却拒绝购买这些左轮手枪，而在东部，私人买主也寥寥无几。

但是，这种新的六响枪对新的得克萨斯共和国却有十分强烈的吸引力。由于那里需求如此之大，以致科尔特把他成批生产的左轮手枪命名为“得克萨斯”型。得克萨斯骑警队的队长塞缪尔·沃克更亲自前往纽约，与科尔特商讨这种手枪的改进问题。其后科尔特产制的这种手枪新型号，沉重得足以在贴身近战时当作棍棒使用，而且装填弹药也更加方便，于是便命名为“沃克”型。而“六响枪”这个称呼则似乎出自得克萨斯骑警们的口中。骑警队的官员们声称：“老练的边疆居民似乎只有靠这种武器，才能打赢擅长其独特格斗方式的印第安人……六响枪使得得克萨斯骑警队的名字成了边地印第安人的剋星，让他们闻风丧胆。”首次使用六响枪大概是一八四二年在佩德纳莱斯一次对印第安人的马上战斗中，当时，约十五名得克萨斯骑警队的队员打败了七十名左右的科曼奇族印第安人。

不过，由于东部对这种手枪的需求实在太少，科尔特的工厂还是一八四二年倒闭了。美国军队仍然没有认识到这种武器的价值。一八四五年，爆发了与墨西哥的战争，得克萨斯骑警队最初使用他们自己的六响枪，随后更急切要求美国政府补充供应这种武器。于是，科尔特恢复了生产，而他当时

手中甚至连一支用作模型的六响枪都没有。以雄辩闻名的大草原历史学家沃尔特·普雷斯科特。韦布说：“他造出了一种好枪，打通了从他家门口到得克萨斯骑警队和大草原的道路，而世界现时正在这条路上铺着黄金。”墨西哥战争之后，六响枪的声名大振，成了美国西部和西南部特有的武器。

对十九世纪六十年代后期和接着的七十年代聚拢在西部的许多牧场主和牛仔来说，南北战争使他们进一步熟悉了各种武器。在那个世纪最残酷的战争中，他们已经习惯于面对死亡，也闻惯了死尸的气味。“野鸟”希科克不寻常的生涯，充分表明了西部开拓者是如何应付所有这些经历和机会的。

詹姆斯·巴特勒·希科克从小喜欢打猎，在伊利诺伊北部，享有最佳射手的美名。一八五五年，他刚十八岁，参加了堪萨斯拥护自由州的武装，投入血腥战斗。他先当了一段时间城镇警察，转而又在“圣菲小道”上当公共马车的驭手，有机会大显他的打斗身手。有一次，他曾用长猎刀手刃一只黑熊，一八六一年，他在“俄勒冈小道”上赶车，便同声名狼藉的麦坎勒匪帮交手，凭本事通行无阻。在南北战争中，他为联邦一方刺探情报，干了大量冒险行径，多次侥幸逃生，与此同时，他不断显示了他的射击本领。在密苏里州斯普林菲尔德的共和广场上，他光天化日之下枪杀了一名旧友，因为那人是联邦一方的密探，却同时与邦联一方勾结。战后，他当上堪萨斯州赖利堡周围一片广阔地区的联邦法院副法官，以寻查被窃财物和捕杀歹徒而闻名一时。后来，他更当上了联邦法院法官，管辖包括阿比林在内的堪萨斯州几个治安混乱的牧牛城镇。一些最为凶悍的亡命之徒拔起枪来都要比他慢上一筹；发展到后来，他在单次战斗中射杀的人数更大大超过当代任何一人。一八七二至七三年，他成了一名表演家，与“野牛比尔”威廉·科迪一道在全国巡回表演。三年之后，他故地重游，来到达科他准州的戴德伍德，被一个当地人击中后脑，死于非命，只为当天早些时候，那人与他打牌被他赢了一些钱。他死时只有三十九岁。当地法庭审讯了这宗谋杀案，但宣判凶手无罪释放。

“野鸟”希科克下葬在戴德伍德，人们都想拿一点这位英雄一世的杀手的遗物留作纪念，于是便一块接一块地慢慢拆去了他的墓碑和墓前的围栏。谁也搞不清在公开的私人战斗中，他到底杀了多少人；有人说多达八十五人，但肯定不会少于三十之数。他杀了这么些人，却没有招惹上一次官司，那怕是被控非预谋杀人的罪名也未试过。在他活跃的一生中，“野鸟”希科克多半时间是以维护法律的身份出现。虽然如此，那一次次的格杀人命事件，却多有暧昧之处，因为在一些让人生疑的案子中，他似乎总是杀人在先，查证在后。崇拜者以西部特有的方式称他为“人世间难得见到的最好的坏蛋”。乔治·阿姆斯特朗·卡斯特将军说：“不管站在地上还是骑在马背上，他都算得是我所见过的最为完美的血肉之躯，充满男子汉气概。他从不大叫大嚷，虚声恫吓；也从不为自己辩护，除非有人要求他这样做。他对边疆居民的影响是无可衡量的；他的话被人奉为法律。‘野鸟’希科克绝非一个惹是生非的人，然而，除了他自己，没人能够说清他曾卷入过多少次事端。”如果为一点小事或者半通不通的原因便要轻取他人的性命可以算作坏人的标志，那么希科克显然是个坏人。可是，如果为了维护法律和正义不惜以死相拼可以算作好人的标志，则希科克无疑又是一个好人。

“亡命之徒”通常用来称呼西部的坏人，执法机构一般不会去罗致他

们。但是在牧牛人的世界里，很少有哪一个恶名远播的“坏蛋”不曾在某一段时间里担任过执法者，为旁人所谓的法律和秩序卖命。在普遍赞叹那些动辄拔枪相向的亡命徒的“男子汉气概”之余，还有一种恼人的疑惑心理，那就是这些亡命之徒本身竟然站在正义的一边（甚至往往比他的对头还有过之）。一八八八年，西奥多·罗斯福在一次西部之行后写道：“那些‘坏人’，或者叫做职业‘打手’或‘杀手’，都属于另一类人（不同于普通罪犯、盗马贼或剪径匪徒），冷眼观察他们为人处世之道，颇有一些人可谓襟怀坦诚。在边疆社会，大多数杀人害命的事情都是他们干下的；然而应当看到，那些被杀者往往罪有应得。”一些人认为，亡命之徒搞的这一套，不过是古时候以决斗来判定是非曲直的做法在当代美国的翻版。亲眼目睹过这种事情的埃默森·霍夫说道：“这是一个人对付另一个人的未经授权的权利。事情并不诉诸法律——在这里法律也派不上用场。一念甫生，立即付诸行动，胳膊随即平伸出去，顿时火舌喷吐，仿佛旧日拔剑出鞘一样。对手倒了下去，手里攥着他的武器，只慢了那么一刹那。法律宣布杀人者无罪，事属‘正当自卫’。而他的伙伴也会说，‘这是一场公平交易’；虽然从此以后，他们也会留个心眼，慢慢对他保持一个距离。”

莫非这是美国人听任法律和正义站在“捷足先登者”一边的又一个例子？旧日南方严守传统的社会那种严峻僵硬的不成文法，就此以另一种面目来统治西部的开放性牧区。但是，南方人可以指望“好”人按照传统行事，而且很少有人敢于怀疑他们；可是西部却没有此类“好”人。在西部，不成文的习惯法却表现为一种各取所需的法律，这种法律根本含糊不清，也完全是不可预料的。在这一片遍布新财富——黄金、白银和牛群——的土地上，还是那些说不上好也说不上坏的稀奇古怪的美国坏蛋活得多姿多采。虽然“理想的亡命之徒”不是单为钱财便害人性命，但是在早期，大多数亡命之徒都曾于过“非法”谋取财产的勾当，或者至少都与此有瓜葛。

在牧牛区，几乎所有声名显赫的亡命之徒，一生的经历都有不少令人难以捉摸之处，显示出当时开拓者道德观的一片混乱。要想剖析他们，不妨看看他们之中最著名的一位——“比利小子”的一生。“比利小子”的真实姓名是威廉·邦尼，一八五九年生于纽约市，从小随家来到西部。他父亲死时，他们还在堪萨斯过活；后来他母亲搬到科罗拉多，随后又搬到了新墨西哥。地方行政司法长官帕特·加勒特（他旧日的朋友和搭档，后来又成为刺杀他的凶手和他的传记作者）曾这样形容他年轻时的性格：

鲁莽、强悍、大大咧咧、性格豪爽而又胸怀坦荡，很有些男子汉的气概。他在不论老少的各色人等中间都很有缘，特别受到年迈体衰的老人和无依无靠的少年所喜爱和景仰。他是他们的斗士、保卫者、施主和扶助者，他同妇女、特别是老年妇女搭话时，总要把帽子摘下来拿在手里；碰到她们装束和外表带有贫穷的迹象，比利出手帮忙或回答问题时，他那一向快活的面孔上那副急切、同情、歉疚的神情，实在感人肺腑。只要比利走过，小孩在跨越明沟时总会得到他拎一把，或在背负重物时，总会得到他上来帮忙……比利很爱他的母亲。他对她的热爱和尊崇超过了世间任何事物。

据说，比利十二岁时就刺死过一个羞辱他母亲的家伙。

比利于下第一件大事时，年方十六岁；当时，他和一个伙伴试图劝说保

留地中三个温和的阿帕切族印第安人向他们提供马匹。（据加勒特转述）比利本人是这样讲的：

那是桩土拨鼠干的勾当。面前有十二匹漂亮的矮种马、四五副马鞍、一大堆毛毯、五驮毛皮。还有三个茹毛饮血的生番，美滋滋地守着这堆宝贝，拒绝救助两个生未自由，可眼下又累又饿的美国白人。这批货色理应倒倒手了——没有别的选择。一个活的印第安人在小道上，只用两个钟头就可以收拾一百名美国士兵：要是个死的印第安人呢，那就完全是另一码事了。既然如此，我们就拿定了主意。三分钟之后，地上躺着三个“印第安死鬼”，再也无法过问任何事情了，而我们则带上小马和行李溜之大吉。谈不上干仗。我从来没有捅过那么软古囊囊的东西。

在老墨西哥和新墨西哥地区的几次冒险中，比利很快就欠下了十儿子人命。一八七七年，他来到佩科斯谷地，靠了所有这些杀人越货的资历找到了一份差事。当时，新墨西哥南部正酝酿一场争斗，这就是后来的林肯县战争，它成了历次牧牛人战争中最惨烈的一次。一如后来怀俄明州的约翰逊县战争，交战双方都忙不迭地雇用枪手，并动用了“执法”人员的力量。不过，这次争端不在大牧场主和小牧场主之间。实际上，双方可谓大同小异，势均力敌，都是富有的牧牛人，只不过分为两派罢了。他们各自出尽办法去争取合同，以独占对政府贸易站和印第安人事务办理机构的物资供应权。两派都指责对方行为不端，偷盗别人的牛群。从这个角度看来，似乎双方都是对的。很快，那一带的牧牛人几乎全部卷了进来，不属于这派就属于那派。一八七七年冬末，“比利小子”来到 J.H. 滕斯托尔在林肯县费利克斯河畔的牧场上帮工。当时，双方争执已经发展到白热化的地步，引出了一场错综复杂的诉讼；事情的起因是以劳伦斯·墨菲为首的对立派，打发一名副地方行政司法长官带了一帮人闯到滕斯托尔的牧场上来抓牛。墨菲控制着铁路货车，掌握着地方的财政大权。一八七八年二月十八日，墨菲手下的人当着滕斯托尔的工头和“比利小子”的面，杀害了滕斯托尔。林肯县的积怨终于演成了一场公开的战斗。

这使“比利小子”从此有了一个百折不挠的目标——惩治杀害他朋友滕斯托尔的凶手。反墨菲一派的领袖麦克斯温指定滕斯托尔的工头宣誓担任“特别代表”。此人又召集“比利小子”和其他十几人伺机复仇。比利指挥了随后的几次交锋。他带领六个伙伴设下埋伏，杀死了林肯县的行政司法长官和他副手，这两人都是墨菲一派的党徒。接着，比利和麦克斯温手下其他一些人开始随意私自执法。他们凭着地方治安官签发的一张授权他们寻找被盗马匹的搜查证，闯去杀害了另一个墨菲的人。一八七八年七月，事件发展到了最高潮，联邦军队在受墨菲一派操纵的林肯县新任行政司法长官的鼓动下，派遣一连骑兵捉拿麦克斯温和他手下的人。麦克斯温等人拒不投降，墨菲的人便放火焚烧了麦克斯温的房屋，只有两人乘夜幕逃了出来。林肯县战争一发不可收拾，直到卢·华莱士将军（南北战争中的英雄，后来写了《本·赫尔》一书），带着哈里森总统的“特别授权”，当年八月出任新墨西哥准州州长。他促成了新墨西哥南部的停火，但他无力依法一一清算过去一年来的累累罪行。有人讲，当时唯一可以称之为公平的做法只能是把林肯县全部人口全部送上绞架。在多次起诉之后，有关案子部渐次束之高阁。这充分说明，官方法律面对一个由开拓者道德观统治下的社会，完全无能为力。

在林肯县战争中，死掉了六十多人，只有“比利小子”一人因杀人而受到审讯。华莱士州长正式召开会议，让比利前来出席，当着证人的面，要求比利放下武器，出庭受审，并许诺即使宣判他有罪，州长也将给予赦免。有些人怀疑这位将军的诚意，担心比利让人当作替罪羊处理。而比利本人也拒绝出庭受审，据说他当时回答：“眼下在这里的法庭上，我讨不到一个公道。我的牵扯太深了。”

于是“比利小子”揭开了他亡命生涯中的新篇章。职业枪手的生活充满了刺激，使他沉迷其中，无法安心做个每天忙于整修栅栏和驱赶牲畜的牛仔。他同十几个旧日的伙伴啸聚乡间，偷盗牛群，袭杀夙敌，搜寻他怀疑要来讨还血债的新仇家。胆色过人的帕特·加勒特当选林肯县行政司法长官后，抓获了“比利小子”，并设法证实了他当年杀害地方行政司法长官布雷迪的罪名。但还没来得及把他绞死，他就搏杀了守卫，再次越狱而逃。两个月后，加勒特才发现“比利小子”的踪迹，在他走进一位朋友的家门时，趁着黑夜打死了他。

加勒特给西奥多·罗斯福留下了深刻印象，所以任命他担任埃尔帕索的海关税务官，但这位总统后来发觉他说谎，从此冷淡了他。加勒特后来被他自己的佃户枪杀。凶手声称出于自卫，尽管加勒特伤在后脑，死时持枪的手又带着手套，但陪审团仍然裁定凶手无罪。很久之后，附近牧场上的人仍然记得，当地一位富有的牧场主特地举办了烧烤野宴来庆贺杀害加勒特的凶手无罪。

好的坏人和坏的好人——诸如不法的地方行政司法长官和诚实的亡命徒——细数下去很难有个尽头。那会包罗各种非善非恶、亦善亦恶的人物。其中，必须列入亨利·普卢默一类矿区小镇的开拓者，对普卢默，人们有时称他为“绅士亡命徒”，他当过司法人员，却领着一帮强盗拦路打劫，后来，又乔装改扮，混入为追捕他而组成的自警团一伙。就在他走上绞刑架只待一死时，任命他当联邦法院法官的公文竟发了下来，当然，在那些城镇中，很少有人会象布恩·赫尔姆一样丧尽天良，完全不要一点法律遮掩。一次在丛林中，饿极了的他竟然割下同伴的肉来充饥。

这些确确凿凿的人物，动机混乱，矛盾重重，他们的内心难以捉摸，反映了美国大地上各种难以捉摸的可能性。与此同时，却冒出了一个性格较为简单的人，此人在很大程度上是电讯业和新近兴旺起来、专门捕捉耸人听闻消息的报纸的产物。他便是“冒牌的亡命之徒——文不值的‘长毛’”，牛仔历史学家埃默森·霍夫称他为“硬充的坏蛋……纯粹是西部人制造出来以供东部人开心的……现实、清醒而头脑冷静的西部人始终瞧不上那些西部迷，他们本来不是真坏，可总想让人看着‘挺坏’。”这类人可谓二十世纪的“杂货铺牛仔”，除了一身牛仔行头别无一技之长。而真正受开拓者道德观制约的人则充满了清新的自由感，这种人在荒大野地里仍然忘不掉社会对他的苛刻要求。相形之下，冒牌的西部坏蛋，只不过是已经把形成体制的社会中的罪恶带到西部。

牛仔、盗牛贼和牧牛业大王——西部的地方行政司法长官和亡命之徒——全属无主土地和开放性牧区的产物。奇特的新机会和各种诱惑风靡了他们。一度靠无主野牛为生的人看不出无主牛群有什么古怪。而开放性牧区的消失、带刺铁丝网的围栏、西部土地的买卖和租赁的兴起，不但结束了许多机会和诱惑，也混没了牧牛人全盛时期的独特风貌。或许，在山野之中，还

有类似的人和事存在，但在新矿产涌现的天地中，以及随后在城市里，可再也没有不法的地方行政司法长官和诚实的亡命之徒徘徊在牧牛人的周围了。这些人已经烟消云散、不复存在，也带走了他们含混的伦理和法律，然而，开拓者的道德观念却必将留存下来。

五 竞相开采石油

恰似西部开拓者发现地面上的新富源那样，一种深藏于地下的新型黄金又被发现了。但是尽管牧牛人的世界丰富了美国的民间传奇与民歌，但石油的开发却并没有造就几位民间英雄。然而，石油的发现，新开采法的发明，以采集、运输直到供应市场等一系列组织工作，所有这一切足可与牧牛业的辉煌成就相媲美。

在美国，以天然石油用作药物早有一段悠长的历史。塞内卡族印第安人在小溪和池塘的水面上发现了这种漂浮的黑色物质，他们将毛毯置于水面，把它吸附上来，然后再拧入容器。十八世纪末期，这种物质成了同印第安人的一个贸易项目。一七八三年，本杰明·林肯将军拥护独立的军队穿越宾夕法尼亚西部，路遇一处泉水，经过他的准许，士兵们采集了漂浮水面的石油，浴洗他们的关节。“这使他们精神焕发，许多人患有风湿病，也马上不再怨苦叫疼了。士兵们畅饮泉水，其效用等于一剂轻度的泻药。”

那时，食盐多为井盐，人们从井里汲取盐水，蒸发后制成食盐上市出售。十九世纪三十年代后期，在一些有用的盐水井中，出现了一种黑色的油状物质，盐井只得报废。当时，肯塔基几个有魄力的企业家接管了一口“废弃的”盐井，创办了“美国药用油公司”，生产瓶装“美国油”，誉为包治百病的灵丹妙药。他们售出了成千上万瓶这样的药品。十九世纪四十年代，精力旺盛的塞缪尔·基尔，一位制盐商的儿子，接手掌管他父亲在宾夕法尼亚西部的盐井，同样遇到了黑色油状物质，他为之愁肠百结，并考虑关闭他的盐井。就在此时，他的妻子染上了病，医生嘱咐她服用“美国油”，基尔注意到他买来的这种瓶装液体很象毁了他盐井的那种东西。一八四六年，当他的盐井里大量涌出石油时，他就改行搞起药用油来。

基尔印发附有本人签名的宣传单，鼓吹石油的奇效，上面写道：“石油或岩石里冒出来的油。一种天然妙药！采自宾州阿勒格尼县一口盐井。深入地表四百英尺！”按他的说法，石油对风湿病、哮喘、疟疾、牙痛、鸡眼、神经痛、痔疮、泌尿系统失调、消化不良和肝病等都具有“惊人疗效”。他的一份广告传单印刷得就象国家银行发行的纸币，上面印了“400”这个数字以广招徕（表示这种神奇的矿物是从地表四百英尺以下开采出来的），附以S.M.基尔的签名，还署有日期“公元一八四八年汲取盐水时发现此物，公元一八四九年获知其神奇的药用价值”。他派出推销员坐上大篷车四处周游，车身贴满了美人画片，画片上的女郎一副救苦救难的模样，正在侍候倒在棕榈树下要死要活的病人；而这些巡回推销者的“卖药宣传”也确实给单调枯燥的乡间带来一点情趣。到一八五八年，他已经卖出了将近二十五万瓶神奇石油，每瓶半品脱，要价一美元。但高昂的广告和经销费用，加上石油流量日增（大大超出了任何可能的临床用量），促使基尔要为他的产品找些别的出路。但它们又能用来做什么呢？

美国城市的扩展，千百家新工厂的建立以及一八五一年之前几十年间铁路的延伸，必然日益迫切地需要更好的照明。但多少年来，美国家庭的照明很少有什么改进。从殖民时期以来，一般家庭就一直用牛脂蜡烛照亮，或者用古罗马式的烛灯——找一个碟子倒上点鱼脂油或其它动植物油并搓一根布条当作灯芯。有人也用猪油，但下面必须烘上木炭，使它柔软易燃。一七一

二年，人们发现了抹香鲸的栖聚处，从此找到了一种优质灯油，而鲸脂做出的蜡烛也最好不过，只是这些都太贵了。一八三一年，纽约的艾赛亚·詹宁斯为一种称作“苡烯”的新物质取得了专利，这种经过再蒸馏的松节油精特别适于照明。虽然苡烯可以大放光明，但它同样很贵，气味也不好闻，而且还有发生爆炸的危险。

一八三一年至一八五一年，看来美国廉价照明的唯一希望在于广泛使用瓦斯。十九世纪四十年代，美国瓦斯制造商采用了经过改进的英国技术，利用煤来生产照明瓦斯。但向消费者输送瓦斯的费用却还是十分昂贵，以至于那个世纪中期，瓦斯照明依然只能用于城市地区，而且仅只公共建筑或大户人家才有此便利。

一八五四年，一位加拿大医生亚伯拉罕·格斯纳为另一项工艺取得了专利。他运用这项工艺，蒸馏在新不伦瑞克和新斯科舍发现的沥青状矿物，生产照明瓦斯和他所谓的“煤油”〔原文 Kerosene，字首的“Keros”即希腊文的“蜡”字，字尾的“ene”取自它象 camp-hene”（苡烯）〕。煤油虽然比苡烯便宜，但气味也不佳，格斯纳始终没能靠它发财。可是格斯纳却重新唤起了人们从美国一些矿产品中提取照明用油的希望。

与此同时，一八五二年在波士顿，一些有进取心的制药商为寻求更好的润滑剂，开始从煤焦油中提取“煤馏油”。他们发现这种油不仅是一种润滑剂，还叮用来点灯，又没有难闻的气味。一八五九年，煤馏油在“煤油”的商名下进入了美国家庭。当时，猪油和鲸油都涨了价，而苡烯则因为容易爆炸而名声不好。人们获知，在煤馏油的生产中，可以用石油来代替煤炭。迄至一八五九年底，已经售出了两百万盏煤馏油灯，但美国人仍远未达到“一室一灯”的理想境界。煤馏油的原料仍然很缺乏，而利用动植物油或煤来生产照明油则成本又奇高。

一八五四年仲夏，一位达特默思学院一八四五年的毕业生乔治·比斯尔重游母校，碰巧看到一位医生留给一位教授的一瓶石油，取自宾夕法尼亚西部泰特斯维尔的一处油泉。那东西勾起了他的好奇心，当然，他读过的基尔鼓吹天然石油疗效的小册子也起了一些启发作用。比斯尔甚至还没有想清楚该用这种产品做些什么，就已经考虑如何开发那些油泉了。他找了一个伙伴，在纽约市成立了“宾夕法尼亚石油公司”（这是美国第一家从地下开采石油的公司），乐观地把公司的资本额定为五十万美元，又花五万美元买下了一百英亩他们认定的油田，还取得了另外一万二千英亩土地的采油权。而采集石油则沿用当时仅有的几种办法——灌装油泉的白流油，收集小河的漂浮油，打洞开沟以扩大已经发现的石油流量。

很快，收集浮油的成本便超出了该公司从销售药用油所得到的利润。于是，该公司就聘请专家来帮忙。那鲁大学的小本杰明·西利曼教授受托进行一系列实验，以查明宾夕法尼亚石油公司的石油究竟还能拿来做什么用。一八五五年，西利曼向投资者提交了一份报告、美国最早的受委托而写的工业调研报告之一，收费五百二十六美元零八美分），结论是乐观的。他指出，石油具有优良的润滑特性，“化学作用与液态照明瓦斯相同。”“利用（从石油中提取的）这种液体点灯，亮度不弱于人们见过的任何其它物质……并且石油用起来十分经济；而光线的均一程度更高于苡烯，点燃十二个小时都不会感觉暗淡，也没有油烟。”

然而，西利曼的话只限于一种数量不多的产品——自然冒出地面的石油。当时还根本谈不上为了寻找石油而向地层深处打钻，然后把石油泵出地面。如果有谁如此考虑过，一定会被人看作是异想天开的痴心梦想，根本吸引不了投资。我们不知道是谁第一个想到“钻取”石油。或许是比斯尔，他很可能是受到基尔的小册子的启发，那上面曾大谈“公元一八四八年……在汲取盐水时”，发现了地表“400”英尺以下蕴藏的这种灵丹妙药。或许是纽黑文的银行家詹姆斯·汤森，他接替西利曼担任宾夕法尼亚石油公司的总裁。“石油确实是从地下冒出来的，但是，象泵水一样从地下泵石油？”他的一位朋友对他大喊道，“荒唐！你简直疯了！”在一八五八年，多数美国人都作出这样的反应。

不管他们对采集石油的问题作何看法，宾夕法尼亚石油公司的投资者们终于还是决定采取步骤，巩固他们对石油汨汨而流的泰特斯维尔油田的合法产权，并进一步研究还能用什么其它办法去开采这种东西。出于至今仍很费解的原因，一八五七年，他们聘用了一个流离浪荡的人物，名叫埃德温·德雷克，此人既非律师又非成功的实业家，只不过担任过铁路列车员，当时住在纽黑文一家旅馆里。德雷克曾先后在往来布法罗和底特律之间的汽船上和密歇根州蒂肯西的一家旅馆里供职，后来，又在纽黑文和纽约的绸布店里做过事。他只有小学文化程度，没受过任何技术培训，也没有采矿的知识。德雷克应聘的主要资格看来就是当过铁路雇员，仍然保有一张铁路通勤证，这使他可以免费前往泰特斯维尔。

一八五七年十二月，德雷克来到泰特斯维尔，（据他自己说）他看到的实情是“人口只有一百二十五名左右，没有教堂，旅馆仅只两家。”在清理了公司与当地居民的法律事务后，他视察了现场。那里，当地人们称为“野马搽剂”的著名的药用油从地面源源不断地渗出，徐徐流入一口水塘。他亲眼目睹采集石油的艰苦劳作过程，人们把毛毯铺在塘面上，随后又把吸附在毛毯上的油液拧到容器里。按照后来德雷克自己的说法，就在当时当地，他忽然灵机一触。“一个念头闪现在脑海里，他相信，在地表下的土层或岩石里，必定有一处油田或油泉……于是，他决意挖一口井。”“我同布鲁尔医生一起来到现场，不出十分钟，我就打定了主意，要象钻取盐水那样大量钻取石油。我还认定，此事非我莫属。”当地的人们普遍认为“石油蕴藏在邻近的小山中，并从煤层沥出——因此钻取石油只会白费力气，而集聚石油的唯一办法是开挖明沟，接上一只大桶。”德雷克曾请教过那些搞科学的人，甚至连他们也这样看。但德雷克想不明白，如果石油来自山中，为什么会跑到小河下面去，“它要比水轻得多，总不会自然而然地往下沉吧。”

既然没有足够的权威理论能证明开挖油井之不可行，德雷克便凭着他的预感自行其是。他这时已经迷上了“钻取”石油的新奇念头。其实他当时并不清楚，即使钻出大量石油，用来润滑或照明是否就一定就优于其它物质，他也不清楚如何去推销这些石油或者推销给谁。但眼前明摆着一种新物质，很可能使人发大财。为什么不尝试大量采集它呢？德雷克成了他自己新办的塞内卡石油公司的总裁，并从宾夕法尼亚石油公司租下了土地。每生产一加仑石油，他得到十二美分。由于在租约中，并没有“钻井”取油的内容，因此，看来当时德雷克并没有公开他那个着迷的想法。

在此期间，德雷克视察了邻近的盐井，去看人家是如何钻井的，还想趁机罗致一个经验丰富的钻井人材，亦即一个确实懂得如何钻井掏盐的人。由

于当时人们普遍认定只有疯子才会去钻探石油，所以他很难雇到掏盐的好手。第一个同他签合同的钻盐井工根本就没上工，后来，那人解释说，他认为德雷克肯定是疯了，而“要想摆脱他，最简单的办法莫过于签一个合同，装出一副打算来于的样子。”

最后，德雷克终于找到了威廉·史密斯（比利大叔），他不仅长于钻盐井（曾为塞缪尔·基尔的父亲掏过盐），同时也还是一个熟练的铁匠，懂得如何制作钻井工具。一八五九年六月，“比利大叔”在他两个儿子的帮助下，开始钻井。那时候钻盐井，一般先要挖一个洞，四壁环以“木垛”，直到基岩层，随后再在岩层上打入铁管。“比利大叔”就照这样子给德雷克打井，但还没等他挖到基岩层，地下水已经淹没了土洞。于是，他又试着采用革命性的新方法，从地面开始，把一根铁管一路打下去。在三十二英尺深的地方，他碰到了基岩，他仍然继续深钻下去，每天只能钻进三英尺。一八五九年八月二十七日那个星期六，“比利大叔”打的洞已经达到了六十九英尺半的深度，（按照德雷克的一贯要求）钻井停了下来，大家去过安息日。第二天，“比利大叔”到井前察看，出乎他的意料之外，井里充满了油状物质。“怎么回事？”德雷克问道。“比利大叔”回答：“你时来运转了！”

虽然井里的油状物质很快为德雷克恢复了名誉，人们不再把他看成疯子，但要想凭这口井发财却不是一件容易的事情。油井不能自喷，需要用泵；而德雷克又没有计划好存油的地方，他们只好使用威士忌酒桶、洗衣盆以及随手抓到的不管什么东西。十月里有一天，“比利大叔”拿了一盏灯往井下观望，不慎引起大火，烧光了全部设备。但是，德雷克还是修复了钻塔和泵；而且他很快又成了四面八方涌来想发大财者利用的工具和攻击的靶子。最后，他终于离开石油之乡，来到华尔街，当上了石油股票经纪人，赔得个一干二净。为使这位油井的“发明者”不致于穷极潦倒，宾夕法尼亚州议会通过给他一笔一千五百美元的年金；一八八一年，正当人们大发石油财的年月，德雷克默默无闻地逝世了。

德雷克和其他开拓者所掀起的石油热，使另一类新兴城镇应运而生。宾夕法尼亚州地图的西北角很快便布满了许多象石油市、奥莱奥波利斯、石油中心……等等名字。这类城镇都靠石油、石油所显示的前景、石油所带来的希望而兴起，有些甚至就切切实实地建立在大油矿的矿脉之上。在各个石油城镇，各种附属的服务行业也蓬勃兴起，人们制造油桶、油井钻架和油泵，租赁油田，为成千上万的探油者提供衣、食、住、行的必需品和那些乌七八糟的淫秽去处，在一片忙乱之中，石油城镇欣欣向荣地发展了起来。

那些探油者忙碌钻营、来而复去，他们流星般短促的生涯，可以通过一个名为皮托尔的短命小镇表露无遗。一八六四年春，一个走运的“探油人”使用一根棒木枝做的“魔杖”戳来戳去，声称皮托尔沟两侧农田下面蕴藏着丰富的石油。一八六五年一月七日，当地第一口油井打成，每日涌出二百五十桶石油。一时之间，数以千计发财心切的人蜂拥而来，他们之中，有刚从南北战争的战场上复员的士兵，有拿着大把美钞想花出去的投资者，也有流浪者、冒险家和漂泊江湖的游民，他们全部麇集皮托尔。第二口油井出油后，人们简直如痴如醉地发了狂。到六月底，皮托尔的四口油井每日产油两千多桶，占宾夕法尼亚石油总产量的三分之一。六个月前，这里还是一处寂寂无闻的偏僻农场，现在却成了乱哄哄的商业中心。三千个车老板赶着大篷车，在油井与河船和其它运输点之间，往来运送大桶石油。一口油井的股权，每

十六分之一是一个标准单位，通常可以卖到几千美元。连那个“皮托尔沟石油劳工联合会”也买下了油井的股权，又以每十美元一小股卖给那些手头钱财不多的人。早年间，西部“钻石诈骗案”的骗子曾在矿山的周围撒满买来的钻石碎屑，企图以这种手段蒙混愚昧无知的人；现在又有一些钻油井的人重施故技，在夜间偷偷地往他们的井里大桶倾倒石油，然后在第二天早晨招徕买主，企图玩弄一番简单的“手脚”来把干井推销出去，以避免损失。

大批新近探明的油井都散布在宾夕法尼亚的西北角上，每天涌出百千加仑石油。在哪里储存那么多石油呢？又如何把它们运往市场呢？探寻石油和开采石油是少数大胆开拓者的事业，他们肯于牺牲时间和金钱并敢于面对别人的嘲笑。但跨越辽阔的美国国土运送它却需要整个社会作出有组织的努力。石油，就象牛群一样，自有其办法把人们聚拢在一起。

这方面最显著的例子之一是“河道提升”工程，人们通过这种方法，动员社会力量来改造流经乡间油田的清浅河流，使之能够航行。早些年时，许多高产油井都群集在石油沟附近，但在大部分日子里，这些河沟水势枯涸，令驳船无法载运桶装石油上市。因此石油商不得不使用马车来装运，长途跋涉拖到铁路上。可是水路运输是如此近便，而且费用又如此低廉，这遂促使附近雄心勃勃的石油商创下了一种独特的合作方式，大家合力开通河道。

河道提升工程需要长时间的准备、密切的配合、精确的时间安排和熟练的航行技术。一八六三年一月二十四日，石油沟河道提升工程的主管人是这样叙述此番场面的：

河道提升工程是为了使船只、木排和原木的航道畅通而临时提高河沟的水面。有时，提高了的水面可以载起装有五百桶油、甚至在少数情况下装有七百桶油的船只。在一次提升河水的行动中，通常有一百五十到二百五十只船参加。一次行动需用一到两个小时，人们让河沟干流上七到十七个水坝里的蓄水一泻而出，汇聚在一起，形成一道滚滚的洪流，于是七千到三万桶油便乘势运出，直抵大河。

为此，就需要上游的石油商联合起来，预筑许多水坝，积蓄河水，以便在事先筹划的这个激动人心的时刻使用。这一准备工作得要几个星期的时间。水坝必须用特殊的方式构筑，以便需要时能迅速拆除它们的拱座。

临近放水之际，工程进入高潮。接着，就在一个特定的时刻，从上游开始，水坝相继打开，河水汇流，沸沸扬扬，其势之猛，可以便从上游到下游的整个河面暴涨几分钟之久。而沿河的船工早就盼望着这一时刻的到来。他们准备好船只，装妥了油桶，急切地等待“顺水行舟，直下盼望已久的河口良港。差不多快要放水时，船工们即站立船头，他们一切都准备就绪，只待解缆开船。最初的迹象是一阵扑面的清风，眨眼功夫，便见湍流涌动，奔突而来。”这需要敏锐的判断力，才能把握住此一关键时刻，不致过早离岸，潮头没来便搁浅在河滩上；同时，还要有一副好身手，才能保持航向，穿越河道的狭窄处，避开一路上无数的桥墩。老练的船工可以飞快地把他的货物运抵石油市的码头，一旦打点完毕，立刻驶入阿勒格尼河，直奔匹兹堡投入市场。

这时石油城镇的景象一如牛群由得克萨斯驱赶到牛市所在城镇后的情景。河道提升工程的那位主管人说道：

河道提升工程完毕后的那一晚上，镇上热闹极了。发货人忙着付钱给船工，河沟一带的居民忙着贮存生活必需品，买进卖出，一片忙乱。到处都是油迹斑斑的人。旅馆挤满了那些给世界带来光明的油仔。石油成了唯一的话题，空气中也弥漫着石油的芳香。

石油带来了奇妙的新机运，而使这种种机运变为现实的则是开拓者当中一位大名鼎鼎的人物。此人名叫约翰·洛克菲勒。由于后来他成了美国城市汽车工业传奇中的一个重要角色，以至有时人们忘记了早在煤油灯时代，煤油本身仍是一件新奇事物的时候，他便已建功立业，集名声、财富和权力于一身。就象拓荒的牧牛人和大胆的赶牛贩，又象约翰·韦斯利·艾利夫、查尔斯·古德奈特和约瑟夫·麦科伊等人，洛克菲勒设法集聚起他的新商品，经过长途运输，投放到世界各地的市场上去。

当德雷克在宾夕法尼亚西部荒原上的泰斯特维尔交上好运时，约翰·洛克菲勒仍是俄亥俄州克利夫兰一个二十岁的年轻人，两地相距不过一百英里之遥。在他那个年纪，他已经干得相当出色，那一年，洛克菲勒和他的伙伴靠经营谷物、肉类和其它西部产品，差不多赚了五十万美元毛利。他们作好了准备，只盼着南北战争能够带来大笔生意。

一八五九年秋季，各色各样的传闻飞向克利夫兰，据说有人在宾夕法尼亚打出了一种新井，每天生产三百多加仑的油，那种油每加仑可卖五十美分。这个消息掀起了一次小规模淘金热，人们纷纷涌向宾夕法尼亚油田，洛克菲勒认识的一些克利夫兰生意人也忙不迭地赶了去。一夜之间财运亨通的奇闻不断传来——靠石油暴发的农民，走运的石油租约投机商，以及乡下铁匠在一口废盐井里“捣下”一根钻杆，每天便开采得二十五桶石油（每桶三十一到四十二加仑），使他那个村子转眼成了繁荣的小镇。还有些骇人听闻的消息，譬如用来“爆破”废井的硝化甘油突然莫名其妙地爆炸啦，油井失火无法扑救啦，更搅得人心不得安定。不过，到了一八六一年十一月，那种新的黑色矿物已经作为药品上市。石油从油田喷涌出来，存也没个地方存，漫溢的石油流入阿勒格尼河，令河水一片乌黑。油价暴跌不止。

洛克菲勒本人可能也曾去过油田看了一番。但即使在克利夫兰，他也会看到，石油成全厂多少人，也就毁了多少人。成千成千桶的石油运进城市；但人们仍然搞不清，如何使它进入家庭以实现有心人“一室一灯”的愿望。要使岩石里冒出来的油成为一种稳定的商品，又该如何呢？

洛克菲勒在新兴的西部的一片竞争喧嚣声中找到了他的机会。这时，城市之间互相争夺贸易、争夺铁路和争夺居民。新兴的铁路之间则互相争夺城市的交通运输和急切地招揽可供运输的新产品。近至一八一四年，克利夫兰还不过是一个小村庄；一八二七年，俄亥俄与伊利运河第一段工程完工，随着客货运的畅通，克利夫兰也日益繁荣起来。一八三六年，克利夫兰成为一个城市；一八五四年，又兼并了它的对手——俄亥俄城。南北战争期间，新成立的大西洋暨大西方铁路公司在克利夫兰与油田之间铺轨，并使之与伊利铁路衔接，成为那一带最大的铁路承运者。沿克利夫兰一线，新建了许多炼油厂，把原油加工成为可供销售的机器润滑油和点灯的煤油。一八六三年，洛克菲勒成了一家炼油厂的股东，一八六五年（他二十六岁时），又花七万五千二百美元买下了该炼油厂的全部股权。到那年年底，他的炼油厂总共收入了一百二十万美元（每日生产能力为五百零五桶），比当地任何一家炼油

厂的产值都要高上一倍还多。

一八六七至六八年的生产过剩和经济萧条导致了石油价格下跌，许多小型炼油厂纷纷倒闭，但洛克菲勒却安然度过了难关。当时，为了兜揽幸存下来的公司的生意，各铁路公司之间的竞争更趋激烈。没有明文规定的运费率，铁路对所有主顾都有“特殊的”运费率。洛克菲勒精于挑动铁路公司彼此之间的明争暗斗而从中坐收渔利。他建立了自己的制桶厂制造油桶，买进了森林来供应木材，生产自己的化学品以供炼油之需，并购置了船舶和铁路车厢来运输他自己的产品，与此同时，他还精心掂量每一分钱的开销，他又为副产品找到了新的市场。同时他更利用自己巨大的装运能力（通过纽约中央湖滨水系每天可望装运六十车皮精炼油）来确保最低运费。

但种种无法预料的新因素所造成的油价波动，却导致了洛克菲勒所谓的“破坏性竞争”。于是他搞出了一个巨大的联合体来控制市场，称之为俄亥俄标准石油公司。到一八七二年，他的公司每天可提炼一万桶煤油，在同行业中首屈一指。随后，他又投入了输油管业，从长远来看，要想完成他的垄断，这一步是必不可少的。在他极力主张之下，他手下一位化学家设计了一项工序来精炼俄亥俄州廉价的含硫石油，于是他便开辟了一个全新的供应来源。到一八九一年，他又扩大他的销售业务，使用油罐车队把“标准”煤油运到消费者门前。随着他的组织不断扩展，在世界各地简陋的木屋茅舍中，都可以看到家庭主妇们把他那种五加仑装的空油桶拿来派各种用场。“中国煤油灯用油”就是标准石油公司一种产品。

洛克菲勒善于讨价还价和紧逼竞争对手，却弱于洞察舆情。因此，面对舆论界的以大量事实材料为依据的抨击，例如一八八一年《大西洋月刊》上登载的亨利·德马雷斯特·劳埃德所撰“一家大垄断公司的内幕”一文，以及关于托拉斯问题的立法机关听证会，他自认深感意外。不过，就是这些文章和听证会为了一八九一年的《谢尔曼反托拉斯法》奠定了基础。但当一八九二年俄亥俄州最高法院下令解散标准石油托拉斯时，洛克菲勒的律师们对这项挑战却应付裕如，他们新近发明的“控股公司”这一套保证了洛克菲勒稳坐钓鱼台。

标准石油联合体是十九世纪组织形式上的一项巨大成就。在标准石油垄断的全盛期，石油产品的价格实际上是逐渐下跌了，然而，如果没有标准石油公司，价格是不是会更大幅度下跌呢？洛克菲勒冷酷无情的战术——威胁恫吓、把竞争者逼入“死角”、随时准备使出高压手段、雇用间谍（有人甚至提到谋杀）——更成了那个世纪改良主义者一再抨击的事。

洛克菲勒是一种与众不同的美国人。他所开采的是一种来路不明、蕴藏量又难以估计的神秘的新矿物。他在西部混沌沌沌的局面中积聚起了自己的财富。在洛克菲勒身上，最不平常、最具新世界特色之处，并不在于他勇敢地跨越了日常礼法和众所皆知的商业道德的界限。他的行事方法无论从道德或法律上来说都是含糊矛盾的，在这方面，他已经留下了明显而诱人的印记，而且超过了美国历史上的先例。洛克菲勒雇用了他那个时代最好的律师，亦即最有法律观念的人，为他制订出最模棱两可的策略。托拉斯——充分体现他冷酷无情特点的恶名昭彰的工具——原意是“信托”，本是英国法律最古老的发明之一，早在几个世纪之前，便在英国大法院的道德实验室中孕育成形，后又为衡平法院所用，它的格言始终跟人们的良知相联着。至于托拉斯后来成为沾污公众良知的一种工具，则不过是造福西部又祸害西部的那种混

饨状态的另一个征象罢了；而正是这种馄饨状态，使新兴的西部既表现了它的卑俗，又显示了它的崇高。

约翰·洛克菲勒是美国的塞西尔·罗得兹，不过美国的统治范围仅限于国门之内，罗得兹对他在非洲殖民地的所作所为之心安理得，乃来自他对“盎格鲁—撒克逊”民族的一片忠诚；而洛克菲勒对其国内竞争对手的冷漠无情却来自浸礼教徒的虔诚。可是在英国，不知为什么，维多利亚时代的道德戒规仍然一清二楚地存留着。难道非洲不是“土人”之乡吗？既然如此，白人的责任又是什么呢？

由于美国的统治范围限于一个不断扩展的国度内部，因此美国人便设法把殖民地的馄饨状态与广泛流传的本国信仰方式结合起来。开拓者的道德观——不法的地方行政司法长官和诚实的亡命之徒的道德——具有清新而强烈的感召力。就象其它开创性的美国潮流一样，它轻而易举地便从西部蔓延到东部。长期以来，历史学家总是大谈“西进运动”，令我们目眩口呆。其实，美国的文明同样也是“东进运动”的产物。这一运动由西部指向业已建立了稳定秩序的东部，其间所传播的各种观点与捉摸不定的事物，足以在很大程度上阐释美国给予世界的影响。

洛克菲勒，这位从不给弱小竞争者留下退路的冷酷慈善家，不知怎么一来便以世间穷苦人的救星自居。在“野鸟”詹姆斯·巴特勒·希科克和“比利小子”威廉·邦尼的时代，他是体现道德与法律上的含糊矛盾状态的突出代表。作为那个时代最富有的阔佬，他又是当时最令人瞩目的禁欲主义者之一。从标准石油公司退休后，洛克菲勒（他曾于前此十年捐赠基金创建芝加哥大学）设立了洛克菲勒医学研究所（一九〇一年）；旋即又设立了普通教育委员会（一九〇二年），该会扑灭了南方的钩虫病，并协助改进了美国的医学教育，他还设立了洛克菲勒基金会（一九一三年），以“促进全人类的福祉”，通过该基金会，扫荡了拉丁美洲的黄热病，并在中国建立了医学教育。当他在世时，洛克菲勒的各项捐款已经超过五亿美元。

六 集开拓者特征于一身的人：律师

世界上较发达和欠发达地区之间所存在的种种关系，为律师提供了用武之地。只要有大都市，有立法和行政组织的中心，有资本、知识和技能可供人们攫取远方土地上的权力和利润，总有各色各样收入不俗的差事需要律师施展本领。早在殖民时期，美国律师就已激增，这在一定程度上是由于新型殖民地企业的需要，由于同英国本土政府之间前所未有的、日益扩展的关系。十九世纪末和二十世纪初在伦敦和巴黎，处处可以看到抱负不凡的殖民地年轻人，从非洲、亚洲和澳大利亚涌到这里来学习法律，为他们回去后谋取财富和权力作准备。当独立和反殖运动风起云涌之际，也就是这些在宗主国关系问题上受过法律训练的律师，纷纷成了各个新兴国家的制宪者、政府奠基人和政治领袖。

十九世纪期间，美国西部也同大西洋沿岸各大都市形成了一种关系，这种关系在很多方面犹如澳大利亚这类英国殖民地同伦敦大部会的关系一样。在蒙大拿、怀俄明、科罗拉多以及牛群遍野和矿产丰富的西部其它各州，同样需要从相距几千英里之遥的东部大都市吸取投资。这就为那些锐意进取的律师开辟了道路，使他们有机会担负起身为促进者、组织者和情报搜集者的新责任。

在旧世界的老人帝国，一部分锐意进取和具有专业知识的都市律师外流到了新兴国家，从而使本国的人才不免流失。而在美国，欣欣向荣的富饶大陆上的联邦制度却把这些雄心勃勃的人才保留在国内，并听由他们随着不断变化的机会自由发展。

南北战争后的那个世纪，发展中的西部在商界和政界方面有很多大有前途的新差事给年轻人去干，只要他们有律师资格或者有勇气自称为律师便行。东部的投资者大部聘用西部小城镇的当地律师，向他们请教在那里养牛、开矿、修铁路的获利前景。一个年轻律师手中掌握了这笔东部资本，便可以干出一番名堂，在西部发财致富。他也可以促使小镇变为城市，从而使自己也富裕起来，或者，至少也可以拉到不少选票。

沃尔科特兄弟（新英格兰移民的后裔）就是个鲜明的例子。爱德华·奥利弗·沃尔科特是马萨诸塞州西部某小镇一位公理会牧师的儿子，十六岁时便在南北战争中入伍当兵。后来，他进入耶鲁学院，一八七五年在哈佛法学院取得法学学士学位，离校后即前往科罗拉多的布莱克霍克村，投奔在那里定居的哥哥亨利。他先是教了一阵书，旋即迁居到丹佛以西克利尔克里县的县政府所在地乔治城谋求发展。在那里，他开始开业当律师，并成了深通采矿法奥秘的行家里手，这样的人对东部有意投资的人士来说是很重要的。不到一年功夫（一八七六年，也即科罗拉多建州那年），他当选为地方检察官和镇检察官；他作为公诉人的所做所为，引起了人们的注意，从而于两年之后，获选入了科罗拉多州参议院，一八七九年沃尔科特迁居到丹佛之后，日渐成为共和党政坛中一个强有力的人物，他并设法于一八八九年获选进入联邦参议院（同时仍在州议会留任）；一八九五年他再度当选为联邦参议院议员。此时，沃尔科特公司亦已被指定为丹佛及里奥格兰德铁路公司以及其它一些大企业的法律顾问。沃尔科特本人作为银本位集团的早期鼓吹者，也在全国政坛上崭露头角。与此同时，他的哥哥亨利也在科罗拉多冶炼和采矿公

司以及科罗拉多燃料和铁矿公司发了大财，并当上了科罗拉多电话公司的总裁。

随着科罗拉多日趋繁荣，对于距离这个希望之乡达两千英里之遥的谨慎的东部投资者来说，沃尔科特兄弟的咨询意见与合作配合就显得越来越重要了。东部许多投资者都请他们定期报告“政界和商界的闲言碎语”，纽约公平人寿保险公司的总裁亨利·海德就是其中之一。一八九五年，亨利·沃尔科特报告说：“我从来没有象现在这样对这个城市充满着信心。来到丹佛安身的人都挺对路儿，在周围半径几千英里的范围内，我们根本就没有竞争对手。”很快，海德就把保险公司的资金投放到丹佛，帮助建造两座最早的摩天大楼。但沃尔科特兄弟并非总是这样乐观的。他们精明地提醒海德不要购买丹佛第一国民银行，因为他们从内部得知，该行经理部门“过分信任客户提交的财务报告书”；不出几年功夫，他们所担心的事果然应验了。

由于远方需要可靠的金融情报，遂出现了另一类美国机构，把情报当作它所出产的商品。一八三七年的金融大恐慌之后，纽约一家丝绸批发行一位锐意进取的信贷经理人看出，纽约许多批发商都需要掌握那些要买他们货物的乡下百货店店主的可靠信贷情报。他觉得这些批发商有可能付一笔预订费来定期获取这类情报。这位出生于新英格兰一个加尔文教派家庭的人就是刘易斯·塔潘。到一八四九年，他主持开办的信贷评估公司——塔潘商行已经赚了大笔的钱，塔潘功成身退，全心全意地投入了废奴主义活动，声名大震。就在此时，一个从俄亥俄州小镇上白手起家的二十四岁年轻人 R.G. 邓恩，来到纽约，加入了塔潘商行。年轻的邓恩凭着他的组织才能，把商行扩大成为全国性企业，到一八五九年，商行改称 R.G. 邓恩公司，他成了公司的独资经营人。

一八六一年，南北战争爆发时，邓恩已在全国各地（包括南部在内）设立了办事处。战争结束后，他的公司对准那些日益发展成为全国性的企业的需要，向它们提供关于远方客户的可靠情报，于是生意滔滔，盛极一时。邓恩雇用各个小镇的年轻律师前往西部，秘密调查当地的商业状况。在搜集有关借贷信用的情报时，不管是对怀俄明州索思帕斯城矿工狂欢酒吧的东主，还是对丹佛最大一家百货商店的所有人，他都给予同样的重视。邓恩为其客户执行的长期计划，包括对各个地区深入的信贷分析：一八七二年是印第安准州（后来的俄克拉何马州），一八七三年是加利福尼亚的南部和中部。

在整个美国大陆组织起一个调查员的网络，而这些调查员既要能提供小镇上的信用情况，又不致于掩饰他朋友的财务状况，这不是一件容易做到的事。例如在一份典型报告中，对某位年轻的律师兼实业家的评价是：“年龄三十二岁，满不错的律师，但一度名声欠佳，目前有卷入债务诉讼的危险。”对另一位则写道：“举止正派，虽然收支相抵，但相信其本人并无很高的偿付能力。”邓恩的办事处是第一批使用打字机的机构，而在其它方面，邓恩同样率先使用新技术，一八九三年，他有了自己的新式印刷厂，并刊行《邓恩评论》，这是一份关于商业状况的周报。随着美国实业扩展到世界各地，邓恩在欧洲、澳大利亚和非洲都开设了办事处。他死于一九〇〇年，但他的公司继续存在。进入二十世纪后，在一九三三年，它与约翰·布雷兹特里特（一位富有创业精神的辛辛那提律师兼实业家）于一八四九年创办的公司合并，成为著名的邓恩暨布雷兹特里特公司。

东部的实业家要把生意伸入他们一知半解的西部，就声要有一些懂得如何去应付蒙大拿、怀俄明和犹他等地区的法律和民情的法律顾问和支持者。铁路建造商也在西部沿线聘用“当地法律顾问”。科罗拉多州特卢赖德地方有一位小镇律师，便受托掌管波士顿富有的刊弗莫尔家族的采矿权益。另外一些人则专为芝加哥、纽约或费城的阔人出谋划策。西部的偏远和地理上的模糊给欺诈行为和矿区骗局大开方便之门，但也为诚实的年轻人提供了机会，使他们可取得有财有势的东部工业家的信任（有时还得到资本）。这是一个组织家的时代，组织家们想出种种新鲜办法，把许多小单位拢在一起，形成有利可图的大的联合体，而自己也从中发达起来。在这个不断扩展的国家中，律师善于了解事情如何便做得，如何便做不得，如果他精明强干，锐意进取，他的专业知识便是他的资本。

由于铁路涉及大量跟财产有关的问题，诸如土地法、公共特许权、运输业和土地征用法，因此铁路建造商尤其需要律师。加以铁路系统日益扩大，一条线连通另一条线，进入新的管辖范围，跨越新的州或准州；而律师作为组织家，躬逢其盛，正是大显身手的好机会。

这中间有一位出类拔萃的人，名叫詹姆斯·弗雷德里克·乔伊，他于一八三七年来到底特律，即密歇根获准加入联邦的那一年。他从达特默思学院和新近创办的哈佛法学院毕业，一切准备就绪，只待抓住眼下的机会。这时新的密歇根州刚刚核准了一笔五百万美元的贷款，用于修造穿越本州的三条铁路，但还没有取得多大进展，便碰上了一八三七年的金融大恐慌。乔伊说服了该州的政治家们把这几条铁路卖给私人投资者；随后，他又劝使纽约和波士顿的一些实业家拿出二百万美元来买下密歇根中央铁路。一八五一年，他同伊利诺伊中央铁路公司商定利用它们的轨道，帮助把铁路向西推进到芝加哥；在此过程中，他在斯普林菲尔德得到了一个名叫亚伯拉罕·林肯的年轻律师的襄助。接着，他从芝加哥继续西进。一八五四年，他促成通过了伊利诺伊州的开放性法案，把四家小铁路公司合并成为芝加哥—伯灵顿—昆西铁路公司，单从这个名称便可以看出乔伊已把铁路线向西延伸到了艾奥瓦州境内。他又抓住一八五七年金融大恐慌的时机，以低价买进了另一条铁路，而这条铁路刚刚得到三十五万英亩的联邦授地。一八七三年，乔伊策划的铁路线伸展到了内布拉斯加中部的卡尼，在那里与一路向西延伸到太平洋岸的联合太平洋铁路汇合。乔伊于是南下转向墨西哥湾，修造了一条又一条小铁路线，沿途不断取得州的特许状和联邦授地。他还创办了运河公司来配合他的铁路线。而且，他也成了建造桥梁的先驱。他的那条位于芝加哥与堪萨斯城之间的伯灵顿铁路的薄弱环节，就在于缺少一道桥梁横跨密西西比河。一八六八年，他在昆西组成了一家公司，专门建造桥梁；而且，不顾人们的反对，在这个项目上花了一百五十万美元。第二年，伯灵顿铁路在这个地区的生意额便翻了一番。接着，他开始在堪萨斯城建造密苏里河上的第一座永久性桥梁。乔伊从伯灵顿铁路公司总裁的职务上退休后，另一位律师接替了他的位置，此人发迹于密歇根中央铁路，原为该铁路的当地代理人。

塞缪尔·多德是律师组织家中的最杰出人材之一。他生长在离第一处油田不远的宾夕法尼亚西部一个小镇上，这使他有幸有机会幸运地脱颖而出。一八五九年埃德温·德雷克发现石油的那一年，多德刚从杰斐逊学院取得学位进入律师界，在他的家乡富兰克林当了两年见习律师。由于看到日益兴盛的石油业需要法律上的创新，他便捷足先登成了公司法的专家；而当时，别的小

镇律师对此专业只不过刚有所闻。多德正是发展了原来“信托”事业的人。他把英国衡平法中的这套习用手段改造成了洛克菲勒手中的企业联合体——托拉斯。其后，在托拉斯遭到抨击时，作为洛克菲勒的密友和标准石油公司的首席顾问，他又发明了“控股公司”。

美国人需要新的办法来勘探和开发北美大陆，在人们到处碰运气的情况下，产生了大量的新技术、新机器和各式各样的新玩意儿。尽管发明者本人可能是个子然一身，不通世故的天才式人物，但他身边往往会有人看到从中发财的机会。而旁边这些精于算计的人往往就是律师。在南北战争之后的那个世纪，很少有哪一项重大发明不曾引起法律上的争执。而许多争执的起因都在于专利，如此一来，专利法的问题便不可避免地涉及合同契约、公司法、税收以及五花八门的习惯法的权利和义务问题，致使种种技术细节夹缠在一起。凡此种种，加上“州际贸易”问题，管辖权的纠纷以及《宪法》中的其它玄妙之处，因而越发纠缠不清。

在美国这些戏剧性的专利争执中，参与其事的角色虽次次不同，但情节却往往如出一辙。总是有那么几个人，差不多就在同一个时候发明了一种新机器或新技术。每个人都想独占或者由他的专利特许人垄断全部生产利益。当此之际，一大批实业家也登场了，每人都买进了彼此争执不休的“创始”发明人的一部分合法权益。随后，每一个“改进者”又必定宣称，只有经他改进的那一套东西才真正管用。于是，人们便闹上了法庭，经年累月地争持不下；但不管哪一位发明人或实业家胜了这场官司，最后的赢家总是律师。他们不仅赚了大笔聘金，而且对当事公司的权利和弱点了解得一清二楚，往往借机控制了这些公司。他们起初只是个舵工，最后却成了船长。

这种戏周而复始，演个没完，要不是因为那些花哨的角色，狂妄的贪图，巨大的利害关系，希奇古怪的后果，那种司空见惯的事件准会使人感到乏味。即如在缝纫机和收割机的发明上，也有过一番风波，前者是小伊莱亚斯·豪与艾萨克·梅里特·辛格等人之间的争执；后者则是赛勒斯·麦考密克与奥贝德·赫西等人之间的争执，先后聘用了威廉·西沃德、埃德温·斯坦顿、朱达·本杰明、罗斯科·康克林以及亚伯拉罕·林肯等等法律高手打官司。而围绕着带刺铁丝和电话（亚历山大·格雷厄姆·贝尔与伊莱沙·格雷、托马斯·阿尔瓦·爱迪生、埃米尔·伯利纳等人之间的争执）以及留声机，也曾多次缠讼于法庭，官司打得不可开交。一旦许多发明人同时搞出一件东西，而那些出色的律师又感到值得他们费一番功夫去组织争执的各方时，那么，可以说这项发明确实成熟了。因此，一项新技术对改变美国人生活的重要性究竟如何，大体上可以根据它能引起多少律师为它分神费力来衡量。所以，美国在南北战争之后的那个世纪里，虽然没有出现几部垂之久远的法典，也没有产生很多光前耀后的法官，却造就了一大批名声响亮的富有律师，那就一点也不足为奇了。

在这类官司中，论时间之拖延和过程之激烈，没有一次赶得上那场汽车官司了。争斗中的那位核心人物，圆熟地把技术诀窍与法律手段结合在一起，左右了汽车工业创始时期的生产，但他的名字却始终不曾家喻户晓。此人名叫乔治·鲍德温·塞尔顿，喜好机械工程，具有发明家专心致志的禀性。他父亲是纽约州罗切斯特一位事业发达和意志坚强的律师，曾作过该州上诉法院的法官和副州长；而老塞尔顿却决意让自己的儿子成为一名律师。年轻的

塞尔顿在联邦陆军短期服役后，进入了耶鲁大学学习古典文学，又上过谢菲尔德科技学院；后来，他遵从父亲的旨意，来到他父亲的法律事务所见习。据塞尔顿自己讲，他偶然听到了父亲与一位当事人谈论自行驱动无轨车辆的可能性问题，而这场谈话就决定了他的一生前程。

一八七一年，他取得了律师资格：几年后，他以专利律师的身分开设了自己的事务所。乔治·伊斯曼是他的当事人，就在他的罗切斯特事务所里，他为伊斯曼起草了照相于版上明胶涂膜工艺的专利申请，这项工艺为赛璐珞照相胶片和电影的发展铺平了道路。同时，在业余时间，塞尔顿就在地下室的工场里鼓捣他的种种发明。结果，他搞出了一种给车轮安装实心橡胶胎的装置，又为制造桶箍的新机器取得了专利，还设计了一种打字机。但是，他的心思主要却放在自行驱动无轨车辆上。十九世纪七十年代初期，已有一些“道路机车”问世，那就是在轮子上装上锅炉。虽然它们重达三吨，却可以在路上跑来跑去，帮助做些农活。塞尔顿在罗切斯特一位模型师的协助下，试图造出一种轻型发动机。到一八七三年，他还只有二十六岁，便已认定为了达到这项目的，需要一种全新的动力来源。据他对一位朋友说，他打算在“公路交通上掀起一场革命，而且……他的发明将在工业史上占有一席之地，就象蒸汽机、火车头、轧棉机和电报一样。”

塞尔顿于是开始试验内燃机。十九世纪七十年代，欧洲已在使用最早期的内燃机，它是一种固定装置，靠连结城市煤气系统的管道输送燃料。一八七六年，塞尔顿和他的搭挡到费城去参加美国建国百周年纪念博览会，展出他们已取得专利的桶箍刮削和精整机；他借机研究了那里陈列的一大批发动机。就塞尔顿心中的目标来说，最有价值的是一位居住在波士顿的英国人研制的布雷顿双程循环发动机。这种发动机与其它靠管道输送煤气来运转的机器不同，它使用原油。但这种机器同样笨重得很，机身重一千一百六十磅，只能产生一点四马力的功率（约计八百二十八磅半得一马力）。塞尔顿便想重新设计这种发动机，以减轻机身重量，使之成为轻便公路车辆的动力来源。一八七八年，他造出了一种发动机，重三百七十磅，可以产生两马力的功率（仅一百八十五磅便得一马力）。

从此，塞尔顿就不再挖空心思去改进他的动力装置，转而谋求在法律上最大限度保护他的预想权益，以便靠今后所有的自行驱动无轨车辆捞上一把。一八七九年，塞尔顿没有按照法律要求向美国专利局提交发动机的操作模型，他所提交的模型，仅只“大致上体现了（发动机的）一般特征”，其它的就全凭咀巴去描述。这是一个算计周到的策略，因为虽然享有法律保护的期限是从首次申请专利之日算起（以塞尔顿这次申请而言，应为一八七九年五月八日），而专利控制权十七年的期限却要从授予专利之日算起。因此，塞尔顿便尽可能提早申请专利，但却精明地尽量推迟接受专利的日期。同时，他还利用发明者修改申请书的自由，不断在最初设计中塞入后来才引起他注意的任何一点改进。

如此一来，塞尔顿巧妙地避免了一场风险，不必马上落实他的构思，制成蓝图或操作模型，而是把它一直拖到汽车制造看来有利可图之日。最后，到了一八九五年十一月五日，即塞尔顿提交专利申请之后十六年，美国专利局才向他颁发了关于“道路机车”的第五四九一六 专利权证。如此长时间的拖延，使塞尔顿收取专利使用费的权利延长到了金融界愿意投资制造“道路机车”的时期。但这样一来，正如研究塞尔顿各项专利的历史学家威廉·格

林利夫所说：“一个本应成为可敬的汽车业先驱的人物，却在众人心目中成了伺机而动的贪心汉。”

但塞尔顿并没有空等一场。一八九九年，在保留对每台机器收取专利使用费的情况下，他把专利权卖给了一批金融家。第二年，他又打赢了一场涉及侵犯塞尔顿专利的官司。由于这一场官司，一九一三年，十家主要的汽车制造商联合起来成立了特许汽车制造商协会，并买进了塞尔顿专利的使用权，而付给他的专利使用费为每部售出汽车零售价格的百分之一点二五。在好几年里，塞尔顿对美国制造的几乎每一部汽车都收取专利使用费。

对塞尔顿的挑战并非来自实业家，因为只要能够分享利润，他们看来都愿意向他进贡。挑战来自另一位发明家，他缺乏律师的专门知识，却裹着早期道德家的坚实铠甲。当时，亨利·福特曾向塞尔顿专利的所有人申请一项制造汽车的普通特许证。但他们拒绝了，其中的一个理由在于：福特只是别人所生产的汽车部件的“组装者”，根本算不得是个“制造商”，因此没有资格取得只有胜任的制造商才能取得的特许证。福特信奉平民主义，一向仇视垄断，于是不管三七二十一，还是动手去造他的汽车；据他说，“这是他自己的智力产品，谁也休想从他特别的车子上‘捞’到点什么。”他已经构思出一种车型，便宜得足以可以销出几百万辆。

一九一三年，塞尔顿提出控告福特侵犯专利的诉讼。美国联邦上诉法院费了八年时间才解决了这场争端。在美国历史上或许是耗资最巨的这场法律争讼中，沃尔特·查德威克·诺伊斯法官的划时代判决导致了法理上的惊人转折。法庭判决，塞尔顿的专利权依然有效；但诺伊斯法官解释说，福特并没有侵犯这项专利！他的解释充分表明他在此案中对汽车工程的深刻领悟。他认为，塞尔顿的专利只适用于布雷顿双程循环发动机型号的汽车，而福特的汽车（以及当时制造的几乎所有其它汽车）则使用了完全不同的奥托四程循环发动机，塞尔顿终于自食其果。法官的判决表明塞尔顿如何能在法律上赢分，但却实际上输掉这场官司。

一九一一年法庭裁决下达时，塞尔顿的专利权只剩下几个月的有效期。他的专利使用费随即停止了。于是塞尔顿本人转而去制造汽车，但却一无所成。一九二二年，塞尔顿七十七岁，他的临终遗言仍说：“从道义上讲，胜利是属于我的。”

在众人中，偏偏亨利·福特认定一切专利都是不道德的。确实，福特喜欢重复行之有效的东西，他认为“天底下很少新东西。”一九一八年，他在竞选联邦参议员时宣称，他要争取废除所有专利法。“它们不能……刺激发明——那是一种被驳倒了理论。但它们却确实剥削了消费者，并给工业造成了沉重的负担。”一九二一年，他又说，“我在各国取得了三百或四百项专利，而我必须说，在我们的汽车上可没有一点新东西。”

旷日持久的官司本身对双方律师来说都是一场胜利。本来塞尔顿应得的专利费照计总数达五百八十万美元，但扣除了生产、管理、销售和法律咨询等方面的各种费用和佣金，真正经由各公司或合伙契约落到塞尔顿腰包里的数额只有二十万美元左右。在控告福特的这场官司的头三年里，由亲塞尔顿的特许汽车制造商协会所支付的律师费就达二十二万五千美元；接下来的五年，差不多又是这个数目。而福特则付给了他的律师二十五万美元。顺带而来的是，由于在许多年里这桩诉讼一直是报纸上的头版新闻，当事人的律师们都受到宣扬而名噪一时，从而也给其中一些律师的政治生涯奠定了根基。

在南北战争后的那个世纪里，美国律师取得了一种新的权力。虽然支付给律师的酬金从来不能用以衡量他们的影响力；但在二十世纪，律师收入的增加确实惊人。一九二九年，商务部公布统计数字的第一年，列出美国人花在法律服务上的钱约为六亿八千九百万美元。一九六八年，这一数字已经达到五十二亿美元。每年个人开支的法律费用总要达到同期个人宗教和福利活动费用总额的三分之二。马丁·迈耶在其著名的关于律师的调查研究中写道：“说来或许难以令人置信，但确实没人说得清这笔钱用来做了些什么。”

在美国，律师的机会越来越多，无怪他们的数目也增长到了空前的地步。为了提供能够抓住这种机会的合格人才，又有一类美国机构——法学院——应运而生。任何其它现代国家都没有与之相似的建制。在英国，甚至跨入二十世纪后，律师的培养仍然只有两种途径：或者经由伦敦相沿至今的贵族化小型公会，或者借助贵族化大学中本科的“法理学”课程（学生们往往选修法理学，据说这门课程比较容易）。而在美国，甚至早在殖民时期，公会垄断已有崩溃的迹象。十九世纪中叶，随着人们拓居西部、设置新州、开凿运河、修筑铁路和建立现代工业，美国法律专业便出现了种种独特的机遇，大量法学院应运而生。这些法学院获得大量捐助，专门培养研究生作律师。

一八三三年，据估计，美国攻读校内法学课程（无论哪一种）的学生共有一百五十人左右。美国法律教育之肇始于新英格兰，实不足为怪，因为那里的进取精神盛行，并且靠近英国而资料丰富，同时又有哈佛学院及其许多开明的赞助人，所有这些都为法律教育开辟了途径。一八一六年，哈佛大学任命了第一位法学教授之后，在十九世纪的前几十年里，哈佛法学院逐渐孕育成形。到一八六一年，美国已有二十一所大学法学院，其中有十二所的学制仅为一年。一八七六年，哈佛法学院把学制延长到三年，就读学生必须具有大学学位或曾在哈佛学习三年，自此，有关法学院的新的规范遂告确立。一八八一年，美国的法学院增至五十一所；一九零一年增至一百零二所；一九三八年增至一百九十所。这些学院的入学人数不断增加，到了一九七一年以后，每年颁发的法律学位已超出了一万八千个。

一八七一年以后，在美国全国范围内，法律教育发生了巨大的变革。由首席大法官勒缪尔·肖在马萨诸塞州以及其他人在别的地方加以完善并贯彻运用的普通法思想体系，基本上是一种判例法；此时，为了适应即将来临的铁路时代新的需要，也灵活地修改了它的古老传统和深奥术语。在此之前，那些操法律职业而名闻全国的律师，诸如鲁弗斯·乔特、罗伯特·海恩、丹尼尔·韦伯斯特和朱达·本杰明等人，他们都善于辞令，熟谙宪法问题，并擅长辩护合同和土地法一类传统项目。至于詹姆斯·肯特、约瑟夫·斯托里和内森·戴恩诸人，则以法律奠基人的身分著称，他们的法律论文阐明并澄清了各项法律原则。

南北战争之后，对那些希望在美国法律界出人头地而抱负不凡的青年人来说，困难不在于把握重大的法律基本原则，而在于留心细节。关注事物新的细微差别、具备交涉和操纵能力。眼下，法律与其说是一个有待人们发现的蕴含种种原则的宝库，不如说是有待人们引用的一系列文件。要想在课堂上探明这些用途，必须使法律课堂成为现实情况的实验室。只有这样，学生才有可能看到如何实际应用各种法律手段，以及去达到什么目的。

法律教育的一项新措施是设置哈佛法学院院长一职，这标志着美国对法

律的运用采取了新的积极态度。这位院长名叫克里斯托弗·哥伦布·兰德尔，一八七一年由哈佛大学新校长查尔斯·埃利奥特选任，埃利奥特原是一名化学家，他很同意在法律方面采取新型的实验教学。兰德尔的改革——“判例教学法”——其实十分简单。按照以往的要求，学生必须阅读阐述法律“一般原则”的论文，而现在则要接触适用这些原则的实际案例。新的法律实验室读本——《案例汇编》取代了传统的法律论文。兰德尔自己的《契约法判例选编》（一八七一年）即是其中的第一本。案例汇编汇集了现实中运用法律原则的案例，引导学生注意事实细节和案件发生时的全部社会背景；其目的不仅在于使法律系学生熟悉法律原则，而且，按兰德尔的说法，还要使他们“把握这些原则，俾可在日益错综复杂的人类事务中始终熟练而自信地运用它们。”到一九一一年，美国大多数法学院都已采用这种判例教学法；而本着同一种习惯法传统的英国法律院校，却仍然使用旧式教材。美国此举不但赋予律师培训以新的学术地位，同时也促使法律系学生迅速掌握广泛而实用的有关法律实况的知识。法律，一度属于形而上学，如今已成了一门社会科学。

美国有句谚语说：“再穷的市镇也能养活两个律师。”在南北战争后的那个世纪中，美国文明为种种新机遇开辟了道路，而律师则最得风气之先。立法机关倍增到一九五九年，除联邦国会外，还有一百个州级立法机构），各种制订规章的机构同时激增，联邦、各州和各城市的法院林立，这些都给美国的律师提供了种种机会、用武之地和报酬。到一九七一年，美国已有大约一万名法官和三十多万名律师。

七 利用联邦制度下的特产品：离婚与赌博

联邦制度本身孕育着巨大的生财机运。一种新的竞争性的美国行业诞生了，那就是立法业；其新奇之处，一如牧牛业和石油业，前者曾在公地上繁荣昌盛，而后者则指向岩层深处，从那里涌出的黑色矿物点亮了中国的油灯，又使克利夫兰和纽约的实业家发财致富。

这些难以逆料的机运的万千气象，以内华达州表现得最为突出。内华达是合众国中的一个大大州（面积比缅因州、新泽西州、佛蒙特州、康涅狄格州、马萨诸塞州、马里兰州、特拉华州、西弗吉尼亚州、新罕布什尔州和罗德岛州加起来还要大上二千五百平方公里）；而在其历史上的多数时间里，它的人口却要少于任何一州。迟至一九四一年，美国人口普查表明内华达州只有十一万零二百四十七人；一九七一年，它仍是除阿拉斯加州以外人口密度最低的一个州。内华达州没有天然疆界，只有蜿蜒百余英里的科罗拉多河流经最东南角，纵长二十英里的塔霍湖座落在西南角。它象一个任意划出的巨大几何图块，没有什么地理上的道理可言。

内华达面积广阔，究其原因，应当从地下说起。后来成为内华达州的这块地方，原先于一八四八年从墨西哥手中取得，两年之后，成为由摩门教控制的新设犹他准州的一部分。一八五九年，在犹他准州最西端的弗吉尼亚城发现了蕴藏丰富的康斯托克银矿；当时，由于新近涌来的采矿者不信任摩门教掌握的州政府，便向国会提出请愿，遂于一八六一年单独设立了内华达准州。而这个准州有许多居民其后又不愿意内华达升格为州，因为他们认为这会导致增税。可是亚伯拉罕·林肯总统却需要得到一个新州的支持，以在参议院增加两票和在众议院增加一票。林肯急切希望国会通过宪法第十三条修正案，他直截了当地说，这个问题关系到“要么增加三票，要么增加新的军队。”而且，在即将来临的一八六四年总统选举中，新设一个内华达州还将在选举团中增加三票（几乎肯定会支持林肯）。一八六四年十月三十一日，在大选日的前一个星期，林肯签署了设置内华达州的法案。内华达人一向说话委婉，在十九世纪后期，他们给本州命名为“斗出来的一州”。

事实上，内华达州既非为自由而战的结果，也非迁就传统或顺乎自然的结果，它乃是政治和银矿的产物。在康斯托克银矿全盛期的大约二十年间，内华达州繁荣了起来。但这场繁荣却与大众无缘。在加利福尼亚，来碰运气的人如果幸运，在溪流中发现黄金，那么，他只需一个淘金盘加上一把力气便可以发迹。相形之下，在内华达，银矿砂却深埋在沙漠腹地的大山之中。要想从岩石中掘出矿砂，并运至可以加工提纯的地方，则必须投入巨额资本和昂贵的重型设备。从一开始，就需要巨大的提升机、泵、捣矿锤和钻机等等。

康斯托克银矿这番轰轰烈烈的场面，根本就与那些矿区执法故事、那些蓬头垢面四下撞运气的人、那些强霸矿区产权者不沾边。囊空如洗的探矿者，徒有一身力气，面对内华达的银矿砂，却可望而不可即；而大占便宜的只是那些大部分来自旧金山的金融家和实业家，这些人腰缠万贯，有组织、有步骤地采掘了内华达的矿山。在一八五九年之后的二十年间，大约有价值五亿美元的黄金和白银开采出来。从其发现之日起到十九世纪八十年代中期，康斯托克银矿每年在美国采银总额中占了一半左右。

随后，康斯托克矿就象颗替星一样，消失得无影无踪。在内华达州的托诺帕和别的地方又发现了其它金矿和银矿，但它们根本比不上康斯托克。旧金山的金融家和实业家带上他们从内华达赚得的钱溜回加利福尼亚去了。一八八一年至一九一三年之间，其它山地各州的人口增加了三倍，但内华达的人口却从六万五千降到了四万五千。人们讲到内华达，只把它看成是由犹他的奥格登到加利福尼亚去的必经之路。当时曾有些人作出努力，想发展该州的农业和牧牛业。还有就是南太平洋铁路，为了急于吸引移民，也刊行了一种鼓舞人心的小册子——《新内华达：灌溉和机运的时代》，但很少有人信服。东部的新闻记者开始称内华达为“选民少到变得有名无实的选举区”。他们并提出质问，一个加入了联邦的地区，如果已经没有象样的人口，是否还应保持其州的地位。

但在这个问题上，他们简直暴露了自己对西部的了解是何等贫乏。内华达银矿时代的结束，其实标志着一个新内华达的开端。人口越少，每个人享有“自主权”的权益也就越大。二十世纪初年，内华达的政治正如吉尔曼·奥斯特兰德所说，带有一种“市镇会议”的性质。利用这点有利之处，内华达州人充分显示他们如何凭着自己的主动性和独创性把州的地位本身转化成一种新的资源。

在联邦制之下，一个地域小或人口少的州运用其“自主权”，行使大得不成比例的权力，这并非什么新鲜之事。即如马里兰州便曾留在美国邦联之外一直到一七八一年，以迫使弗吉尼亚州向全国放弃它对广阔西北部地区的要求。又如罗得岛州拒不参加一七八七年的制宪会议，以指望它的强硬立场会加强它讨价还价的力量。但在二十世纪，小州却又另有一种好处，那不仅仅是在本国各种会议上有大得不成比例的发言权而已。不过这种新出现的好处却需要流动的人口，还有赖于迅捷、廉价的交通运输。

内华达州议会首次试图压倒其它有自主权的州是在一九一三年。那年，它通过了新的企业公司法，实业家受到吸引，势必会在内华达州开办公司，因为按照该州十分松懈的新规例，将不对公司征收年度税，对公司股票的发行或日常经营也没有令人烦厌的监督。但其它各州也迅速采取措施，提供类似的好处。有一些州，诸如加利福尼亚，还立法禁止任何公司在本州境内出售股票，除非它们能够满足本州的严格规定，以此来逼使其竞争对手处于非法地位。

内华达州又在法律领域里一个不那么枯燥的范畴——离婚——当中找到了它的第一个真正的机会，并可望在这类立法竞争中得到好处。古往今来，人们都在离婚这个领域中争论不休；而内华达州的法律富于冒险和创新精神，藉着本州特有的种种有利条件，自然不愁得不到好处。

婚姻、离异和独身问题从来（早在亨利八世之前很久）便是不同法律主张之间争长论短的领域。耶稣曾说：“既然如此，夫妻不再是两个人，乃是一体的了。所以神配合的，人不可以分开。”（《马太福音》，第十九章第六节。）罗马天主教会把婚姻列为七件圣礼之一。就象耶稣基督与他的教会之间永恒的神秘结合一样，男人和女人之间的有效婚姻永世不可解体。因此，天主教会实际上根本不承认离婚。而所谓“离婚”，其实是指结婚因不合法而被宣告无效，理论上只适用于无结婚能力的情况（例如不能人道或原先已存在一段法定的婚姻），而由于这些情况，拟议的婚姻本来就不能成立。至

于宗教法学家所谓的“从睡床和餐桌上脱离”，则仅指法庭判决的分居，并不带来再婚的特权。新教主张改革的理由之一，就是天主教会处理婚姻问题时滥用权力。按照马丁·路德的说法，婚姻并非圣礼，而是“一件世俗和外在于的事情，关系到妻子和儿女，房屋和家庭，还关系到政府治下的其它事务，所有这些，一向完全受理性的支配。”因此，结婚和离婚的规则“应由律师处理并服从于世俗治理方式”。

新英格兰的清教徒郑重看待马丁·路德所作的区分，他们不仅规定应由地方官吏来主持结婚仪式，而且在一六四七年还实际上禁止在婚礼中布道。他们对可能使婚姻成为圣礼的罗马天主教礼仪心存戒惧。十七世纪末，马萨诸塞殖民地议会允许除地方治安官外另有牧师来主持结婚仪式，并以此而感到心安理得。在殖民时期，新英格兰各殖民地都制订了它们自己的离婚法。南部各殖民地则遵奉英国法律，但这使它们陷于除此之外别无它途可循的境地，因为它们没有宗教法庭。在中部各殖民地，皇家派驻的官吏压制了它们为通过离婚法而作的努力。按照现代美国标准，尽管当时离婚的理由订得仍很苛刻，但较之在英国已经宽厚多了。十八世纪后期，特别是在十八世纪七十年代，为了加强对各殖民地的控制，英国政府（例如在一七七三年十一月二十四日给英国各殖民地总督的指令中）更否决了各殖民地有关婚姻的法律，因其允许“在神圣婚姻中结合为一体的个人离异”。这想必也是各种零星星的不满因素之一。这些因素合在一起激发了受尽委屈的美国丈夫和妻子们为独立而战。

美国赢得独立之后，各州可以根据各自的离婚法自由行事了。而时代精神、自由热情以及对各种形式专制的仇视，又鼓荡起某些地区废除黑奴的运动；同时，也激发了其他人试图消除家庭专制，以解脱人们的痛苦。按照一七八八年一位小册子作者的说法，那些人“结合在一起，往往互相都觉得受罪……有的丈夫惧内，可怜巴巴的；也有的妻子被虐待、受凌辱和遭人轻贱……他们不仅象囚犯一样遭到禁制，而且到死不得翻身。”

在独立革命至南北战争期间，大多数州都放宽了它们的离婚法。一般说来，大西北地区新近建成的各州较为开放，而沿海各州则限制较严，其中又以纽约州和南卡罗来纳州为甚。而几乎在每一个州，这方面的动向都在于调整和统一离婚程序。到一八六七年，在当时的三十七个州中，已有三十三个废止了由立法机关规定离婚。这是朝着离婚事宜民主化迈出的重要一步，因为州议会所订的“私人法例”一向都是有财有势者谋取特殊待遇的手段。但州立法机构仍有许多形式式的条例，因为在联邦制度下，结婚和离婚仍然属于各州的职权范围。

从一开始，联邦制度便造成了“迁居”离婚的做法。一个结了婚的人，如果感到本州的法律不方便，便会临时迁往另一个州，以保证离婚能够办成。南北战争以前，东部的怨偶会向西跑到俄亥俄、印第安纳和伊利诺伊等州寻求婚姻自由。一八五八年《印第安纳每日新闻报》报道说：“我们这里挤满了互不匹配的丈夫和妻子，他们或受人虐待，或虐待别人，或横蛮暴戾，或淫荡放肆，就象一屋子的臭水堵塞了下水道。”霍勒斯·格里利对此非常反感，他提到，有一个颇有名望的纽约人来到印第安纳、到午饭时分，办妥了离婚，“当天晚上，他便娶了专程赶来的情妇，那女人就下榻在同一家旅馆里。两人很快就启程回家，到那时，印第安纳州对他们已是毫无用处。到家后，他把新妇介绍给大惊失色的前妻，并告诉她家里已经没有她的位置，她

必须收拾东西赶快离开。她只好离开了。”一八七三年，印第安纳州议会颁布了一道严格的新法律，清除了本州办理的迁居离婚业务。但芝加哥仍是一个声名狼藉的离婚中心，而这一行业，就象其它行业一样，随着人口的流动日益转向西部。据传说，在爱达荷州，采矿者们会根据伙伴的请求，专门召开会议来郑重其事地解除他的婚姻关系。

西部各州自有种种诱人之处，比如，它们对可以接受的离婚理由就规定得非常宽松。一些州甚至制定了一项“统括”条款，规定只要法庭认为适当，任何要求离婚的理由都能成立。在这场办理迁居离婚业务的竞争中，具有同样重要意义的是西部各州对于居住期的要求都含糊不清，乃至根本就不作任何规定。西部各州的居民，几乎人人都刚来不久，要想还有些选民的话，就必须把新来的人都看作合法居民。新兴城市的建设事业推动者为了急于招徕人口，用不了多长时间就把移民算为正式“居民”。一些准州和州只要求人们居住一个短时期便可获得投票权，它们发现这个要求也可适用于其它目标。

一八八一年之前，达科他准州的居住期要求规定为三个月，吸引了东部想要离婚的人。一八八九年，北达科他和南达科他同时作为州加入联邦，依然保留了这项与人方便的居住期要求，从而为办理离婚业务的兴旺奠定了基础。旅馆老板、酒吧掌柜和商人，自然还有律师，都因这些大把花钱的来客而生意兴隆，而这些人之来到这里，都为了走捷径，以解除苦痛，再结良缘。一位当地律师夸耀说：“南达科他州的恶名对我们没有害处。它替我们在外界作了宣传，给这里带来大量金钱，不仅用来支付离婚诉讼费用，还用来投资。”在这个大有可为的新兴行业上，苏福尔斯和扬克顿两个城市掀起了一场激烈的竞争。苏福尔斯不仅建立了两所高等学府，沾光的还有一位三十三岁的法官，他“正当男人满腔热诚、感情丰富和见不得女人遭受折磨的年纪，所以在这位艾肯法官审理的所有案子中，只要女性为原告，那么，总会得到最深切的同情，而她们的利益也会得到最仔细的关照。”而扬克顿城，虽然只有一所高等学府，但却有一家新旅馆同苏福尔斯扯平，这家旅馆印了一本精美的小册子作宣传，“在纽约、波士顿和费城的社交界广为散发。”

南北达科他两州本身也在为办理离婚业务竞争。一八九三年一月一日，苏福尔斯圣公会的主教在他的新年布道中，悲叹离婚后迅速另觅新欢的“连续多婚”的做法，并开始在州的首府鼓吹南达科他州应制订更严格的离婚法。据说，北达科他州法戈地方的一个旅馆老板也加入了他的运动，心里希望一旦南达科他州的法律严格起来，北达科他州的办理离婚业务便会从中得到好处。但几年之后，南北达科他两州都把居住期要求提高到一年，因而双方在这方面也没有什么竞争可言了。

先是放宽离婚法，接着是发生种种丑闻，然后便掀起保守的改革运动，于是收紧有关法律，从而断送了办理离婚业务；这种模式在整个西部一再重复。二十世纪初期，除南北达科他两州外，其它西部的一些准州和州（包括俄克拉何马、怀俄明、得克萨斯、内布拉斯加、爱达荷和内华达）也都把制造离婚看作它们一项重要的地方行业。

这些地方的离婚法之偏于宽松，只不过是联邦制度下对纽约州和南卡罗来纳州离婚法之过严所作的自然补充。纽约州的“道德观念”成全了内华达的离婚制造所。纽约州要保持其伪君子的风范原非难事（故而要想改变那里的法律颇不容易），因为富有的纽约人总可以跑到雷诺去了结他们的心愿。

在内华达州，离婚实际上成了一种主要的经济动力。在一部离婚史中，如果载明该处比任何其它地方有更多丑陋勾当和风流韵事，那么，它也会同样生动地展示建设西部的人们那种奋发有为的竞争精神。

直到二十世纪初，在内华达州得到批准的离婚案数字仍然不多。因为那里的女性居民比较少，而且内华达州那时还没有建立起它在办理迁居离婚业务方面的相对优势。第一件著名的内华达离婚案发生在一九〇一年，当时，一位名叫拉塞尔伯爵的英国贵族，在住满了规定的六个月后，顺利办妥了离婚，随即娶了另一个女人，带回英国。在英国，他的元配夫人声称内华达离婚无效，并以通奸的理由诉请在英国离婚。而拉塞尔伯爵也因重婚受到起诉，由他在上议院的贵族同僚审理此案，裁定他有罪，结果把他囚禁在伦敦塔中。如果说，这则关于内华达州离婚业务的活广告仍有些含糊，那么它至少向公众表明，那里的规定居住期很短暂而且离婚法也相当松弛。

为内华达离婚业务树立声名的第一次“顺利”的宣传出现在一九〇六年，报纸用头版头条新闻大力宣扬了不幸的劳拉·科利的故事，她的丈夫与人通奸，其后由于在内华达办妥离婚案才得以从他那里解脱出来。案中的男主角威廉·科利是一个靠个人奋斗成功的钢铁制造业主，最初在宾夕法尼亚州的布雷多克作劳工，历尽艰辛，在三十七岁时当上了美国钢铁公司的总裁。同事们形容他“在商业中冷面无情”。但公务之余，他却是个风流种子。为了追求风致动人的歌剧演唱家梅布尔·吉尔曼，他不惜抛弃了妻子和家庭。于是，与他早年结缡的妻子，一个贫穷矿工的女儿，便跑到雷诺城同他办理离婚。离婚后不到九个月，科利便续娶了吉尔曼小姐。报界对此事愤愤不平，对科利发出一片谴责声，但却称颂内华达州的法律保护了受到伤害的无辜者。

内华达州办理离婚业务蒸蒸日上；尽管并非总是给受到伤害的无辜者带来好处。内华达的律师在东部报纸上大登广告，声称该州六个月的居住期规定在全国为时最短。他们还历数内华达州种种十分容易得到确认的离婚理由，鼓吹本州与人方便和不要求确证事实的特点，并提请读者注意，内华达州没有妨碍立即再婚的禁令。至少有一名律师便因此类广告而被内华达州最高法院暂时吊销了执照。但离婚业务的确大有发展，给内华达州带来了巨大的金钱收益。到一九一〇年（当时内华达州办理的离婚案已达到每年三百宗），人们熟悉的改革周期又周而复始了。在教士和随后的进步党人的压力下，该州议会在一九一三年把法定居住期由六个月提高到一年。但律师、商人、酒吧掌柜、旅馆老板以及其他人士立即表达了他们的不满。签署了离婚改革法案的共和党州长在一九一四年竞选连任时失利，而其他支持这一法案的议员也纷纷落选。州议会在随后的两年任期内（于一九一五年）撤销了该改革法案，并恢复了六个月的居住期规定，办理离婚的业务重新活跃起来；电影皇后玛丽·璧克馥轰动一时的到访也给它助了一臂之力，她到内华达州乃是为了同她的第一个丈夫办理离婚，好与道格拉斯·范朋克缔结良缘。

内华达州仍有竞争对手，因此，州议会始终保持警觉。一九二七年，法国和墨西哥的威胁日甚一计，而且，谣传怀俄明州要把法定居住期减为三个月，在这些情况下，内华达州议会便颁布了一道法律，规定办理离婚只需三个月的居住期。随后，在一九三一年，风闻爱达荷州和阿肯色州也准备实行三个月的法定居住期，内华达州议会又连忙把它的法定居住期减到六个星

期。

“淘金日子复兴有望，有心人士莫失良机”，《内华达州日报》的通栏大标题这样写道。正如历史学家纳尔逊·布莱克所指出的，离婚业已日益与旅游业搅在一起了。起先，那些打算离婚的人只是为了得到所希望的法律结果，才到内华达州住下来，顺便花钱寻欢作乐；后来，人们为了寻欢作乐跑来，却顺便发现这里离婚很方便。对欢天喜地的旅游者和郁郁不乐的离婚人所为何来，已经很难作出区分。反正，他们都在内华达州挥霍钱财。二十世纪二十年代初，六个月的居住期要求仍然有效时，内华达州每年大约批准一千宗离婚；随着法定居住期减为三个月，一九二八年达到了两千五百宗；一九三一年新的居住六个星期的法律实行后，更激增到五千二百六十宗。在经济大萧条期间最不景气的那几年，内华达州的离婚市场一度也象其它奢侈品市场一样冷落下来。但第二次世界大战的繁荣年月又给它带来了新的高潮：一九四三年，在内华达州办理的离婚案有一万一千宗；三年之后，更达二万零五百宗。二十世纪五十年代，这一数字则下降到每年约一万宗。

内华达州还放宽了它的婚姻法。一九四一年，加利福尼亚州规定了结婚要验血和等待三天的程序，但内华达州仍然（按照吉尔曼·奥斯特兰德的说法）“二十四小时日夜办理结婚事宜”。这就吸引了一大批心急如焚的有情人。

旅游业也激发了生气勃勃的新的竞争精神。雷诺城的发展，就是专门为了满足闹离婚的人的需求，在几十年里，它几乎囊括了全部离婚业务。一九三一年，在内华达州办理的五千二百六十宗离婚案中，有四千七百四十五宗是在雷诺城获准的。但新兴城市仍然层出不穷。拉斯维加斯直到一九四一年还算不得一个城镇，但在短短二十年间，就已经出现了无数高悬霓虹灯的夜总会，还有大批迷人的“歌舞女郎”、喜剧演员和身价不凡的影剧明星。“光是离婚还不够开心”，很快，洛杉矶和别处那些闹离婚的人就信服：到拉斯维加斯来解脱束缚才更加有乐趣。离婚业和娱乐业互为促进。到二十世纪五十年代后期，在拉斯维加斯获准的离婚案已占了全州的将近半数。在内华达州，一九五一年之后的二十年里，每年每千居住人口的离婚率大约等于全国平均数字的十倍，结婚率大约等于二十倍。内华达州的离婚率是其任何强硬对手（佛罗里达、俄克拉何马、得克萨斯、亚利桑那、爱达荷、怀俄明和阿拉斯加等州）的五倍；而结婚率则是其强硬对手（南卡罗来纳州）的十倍。

离婚不是联邦制度下唯一的副产行业。赌博也算一项。象内华达这样一个人口稀少的州，要想在这方面渔利，是同样具备优越条件的。一些历史学家说过，内华达的全部历史就是一场漫长的赌博。说得明白一点，原因就在于联邦制度的运作和内华达以外各州在法律上过于拘谨。基于传统，从英国传入的习惯法禁例，除了赛马之外，把开设公开赌场列为应予起诉的妨害公共治安罪。例如，一八八七年在纽约州，根据特定的法律条例可以在赛马中下赌注。但二十世纪初期，由于“场外接受赛马赌注者”（有文字记载的这一美国创用语最早出现在一九一九年）的兴起和其它弊端，一些州便封闭了赛马场。随后，在二十年代末期和三十年代初期，制定了合法化的赛马赌博派彩办法（一九三三年出现的完全电气化的赌金计算器方便了这一办法的实行），并使用自动售票机出售赌券，又使赛马场赌博重新风行一时。但其它赌博的合法化仍然受到严格限制；赛马场之外的赌博一般是被禁止的，而公

开赌场也仍属非法。各州普遍明令取缔各种赌具，管制或禁止赛马或拳击之类的场外下赌注处、吃角子老虎机或抽彩盘。由于拳击造成了赌博机会，致使一些州竟取缔了这种运动，而另一些州则将其置于一个公共委员会的严密控制之下。

一九三一年，经济大萧条冲击内华达州，离婚业务市场萎缩了，而且这里的人们还普遍担心其它各州会放宽离婚法。内华达人感到，仅仅把办理离婚所需的居住期缩减到六个星期恐怕还不足以确保其经济复苏。于是，内华达州议会在一九三一年又把赌博合法化，以作为一种促使经济复苏的措施。但在赌博尚为非法的年代里便已形成的私赌传统，一时却很难克服。赌博在尚属非法的年代里向来是一种小心翼翼的私下活动，本来就没有既定的推广和宣传方式，可以为新近合法化的赌场招徕生意。不过，内华达州的新法律却为一类崭新的开拓者打开了方便之门。

雷蒙德·史密斯就是这方面的先驱者。史密斯并非职业赌徒，本来没有这方面的经验，在经济大萧条时期，他带着两个儿子，从加利福尼亚来到雷诺城谋生。凭着以往充当马戏场拉客员的经验，他运用自己天生的组织才能使赌博成了一项流行的公众娱乐。非法赌场要想生存下去必须偷偷地经营；而史密斯看出，合法赌博的成败则要取决于广告宣传。他在雷诺的弗吉尼亚大街上开了一家小赌场，从开张之日起，就展开了一场宣传活动，在全国各地的公路上树起了无数块广告牌。他使“哈罗德娱乐场”。（以他的儿子哈罗德的名字命名，省略所有格符号也是其特有标志的一部分）闻名全国。他说服了全美国那些谨小慎微、生性多疑的中产阶级男女，请他们尽可以相信哈罗德娱乐场，就象相信其它在全国大作广告的商品和服务行业一样。

吉尔曼·奥斯特兰德欣然记述了雷蒙德·史密斯的事业成就，说他成功地使赌博大众化，“正如亨利·福特使汽车最终大众化一样”。在史密斯之前，赌博娱乐场的发达都靠“豪赌”（密西西比河游船上和美国民间传说中的豪华消遣），职业赌棍往往一掷千金。一张牌摸出或一粒骰子掷下便可能决定赌场的得失损益。但雷蒙德·史密斯改变了这一切。他压低赌注，以便吸引更多的顾客，使之成为赌博业的“伍尔沃思廉价商店”。哈罗德娱乐场同老赌场的区别，一如五分、十分廉价商品店之于高档商品店。

为了吸引在经济大萧条中倒运的顾客，史密斯又开设了用角子下注的轮盘赌；还有其它花样，例如耗子轮盘赌，就用一只活老鼠衔起赢家的号码。他还设置了成排的吃角子老虎机，引诱那些甚至不懂玩扑克或掷骰子规则的人们掏出口袋中的五分、十分和两角五分的零币。（二十年后，吃角子老虎机在美国得了个“独臂大盗”的绰号。）为使妇女也能感到自在，并把她们吸引到赌桌上来，他又从速成离婚法庭已办或将办离婚的当事人中，雇用了一批女人来充当庄家或假赌客。这些和颜悦色的女庄家都受到指示按照赌场的既定规矩行事，因此她们绝不会玩得比赌客还精明。她们的一部分工作便是建议未有经验的赌客如何下注。史密斯甚至找专人来照看孩子，这样，母亲们到哈罗德娱乐场来玩时，就可以不必把孩子丢在汽车旅馆里了。

按照地方建设事业推进者的惯例，雷蒙德·史密斯也成了著名的地方慈善事业家。他为主顾们建立了西部美国文物博物馆，并为内华达大学的穷学生提供奖学金。一些人不理会史密斯叫他们量力而赌的告诫，结果输得光光的，在这种情况下，史密斯还会借点钱出来打发他们回家。

哈罗德娱乐场订下了规矩，其他人便照搬如仪。内华达州的娱乐场日益

发达；随后，哈拉娱乐场（名字取自它的东主威廉·哈拉，因为与哈罗德娱乐场的名字相近倒也沾光不少）和许多其它赌场也相继兴旺起来。

内华达的赌业以一门边缘行业而繁荣发达起来——它恰好处在合法与非法的边缘，而从地理上说也处在其它州的边缘。内华达州的赌业胜地全都远离本州中心。西面的雷诺城距离加利福尼亚州的边界只有十余英里。东南角的拉斯维加斯则邻近加利福尼亚、亚利桑那和犹他三州；而塔霍湖实际上是划分内华达州与加利福尼亚州的西南边界。拉斯维加斯的城址一九三三年由铁路公司响得，一向是建筑邻近的胡佛水坝的大本营；到这时则已准备妥当，迎来了一九三一年内华达州新法律带来的赌业繁荣。与雷诺相比，它好就好在驱车来往方便，距洛杉矶、圣迭戈和加利福尼亚南部其它迅速发展的大城市都很近便。第二次世界大战后，拉斯维加斯实行标新立异。如果说雷诺好象廉价商店一般为赌客提供了注码低的各式赌博，那么拉斯维加斯就好象赌业中的大百货公司了。就在拉斯维加斯城外的“狭长地带”，豪华的赌博和娱乐区纷纷冒起，这个狭长地带本来是一条街，座落在一处新的未合并入城区的土地上，随地方建设事业推动者之意而命名为“人间天堂”。十年之间，那里出现了星罗棋布、闪闪生辉的豪华酒店—汽车旅馆—夜总会—赌场的组合，而且挖空心思地设法取一个充满浪漫气息的名字，诸如：大漠酒店、撒哈拉、水上舞台、皇家内华达、里维埃拉、红磨坊、星尘、马提尼克岛、热带风、维加斯山、卡萨布兰卡、圣苏西等等，其中甚至较为简朴者，也要值上五百万美元。这里离好莱坞只有二百五十英里，它们争相拉拢名流前来浪掷钱财。到一九五五年，据估计每年要花上两千万美元在拉斯维加斯周围为赌桌上的财神提供免费娱乐。

随后，在二十世纪五十年代，又出现了由威廉·哈拉开创的塔霍湖城。威廉·哈拉来自雷诺，他买下了内华达州紧邻加利福尼亚的那一块风光宝地。座落在那里的赌场对加利福尼亚北部的赌客尤其富有吸引力。哈拉发现，从旧金山到他的赌场要开车五个小时，这使赌客们准于专程来此玩上一场：于是，他便规划自己的接客汽车专线。为此他求助于斯坦福研究所提供意见，斯坦福研究所收取了一万六千美元的咨询费之后，向他提交了份“关于拟订接客汽车班次的各种因素的调查报告”，并就哈拉的潜在顾客情况作出了有价值的估察。据该研究所推测，他的顾客极有可能是“上了年纪的，职业地位不高，单身一人，租房居住，没有汽车……属于人口中独特的一群。”因此哈拉便针对旧金山周围小城镇的这类顾客大作广告。他想尽办法，方便他们到达赌场，保证他们玩得痛快，从而引诱他们大把花钱。其他人也群起仿效哈拉，如此一来，塔霍湖城便发展成为雷诺和拉斯维加斯的有力竞争对手。

第二次世界大战后，内华达州不仅成了赌博活动的麋集地，而且成了其它州不法分子的逋逃渊藪。一九四六年，控制了艾尔卡彭赛马信息网在当地使用权的江湖骗子“疯子”西格尔，花费了七百万美元在拉斯维加斯那个狭长地带建成了火烈鸟大酒店。但不到一年，西格尔便给黑社会中的对头谋杀死了；从此，各路歹徒便开始为控制内华达州的赌业而混战不休。参议员埃斯蒂斯·凯弗维尔就有组织的犯罪问题举行的听证会，揭露了黑社会控制内华达州这一有利可图的新兴行业的活动。于是，向赌场发放执照的法律收紧了，但内华达州的法律却不能挡住歹徒进来。

那些刑满释放犯，为了逃避法律和声名狼藉之累，纷纷涌入内华达州。

这是联邦制度下的又一项附带结果：与此同时，内华达州内日益增加的人口也带来了一系列新的问题。在塔霍湖边的州界上，新建的两家赌场估计每天要排放出五十万加仑的污水。最初，内华达州的入试图把废水经过处理后，喷洒在树上，但余流泻入塔霍湖中，使纯净的湖水变成了暗绿色，水藻繁殖，游泳也游不成了。其后，人们发现，用管道把经过处理的污水直接排入塔霍湖中更方便，也更经济。而随着污染了的湖水流出州界，邻近的加利福尼亚州便得警告人们“不要在此水流中取水饮用、钓鱼、游泳或徒涉。”内华达州在联邦制度下走运，加利福尼亚州人却跟着倒霉。

在遥远的首都华盛顿，人烟稀少的内华达州又得到了联邦制度下另一个明显的好处。来自内华达州的参议员们在国家的立法审议中发挥了大得不成比例的作用，因为在参议院本身的组织格局下，象内华达这样的州不仅享有平等，还享有更多的东西。“小”州的参议员更有把握在本州再度当选，因此，往往可以有效地实现他们在参议院的目标。由于他们只代表不多几个主要经济集团的利益，他们也就处于更有利的地位，可以拿投票来作交易，以确保满足其选民的愿望，而且与本州的人口相比而言，他们通常要比其他参议员掌握更大的处理联邦资助的权力。一八八九年之后在内华达州，现任参议员很少在再度竞选中失利。根据参议院论资排辈制度，内华达州的参议员往往能在一些重要的委员会中拥有主导性乃至决定性的发言权。内华达州的参议员帕特·麦卡伦凭其资历，当上了参议院司法委员会主席；另一位内华达州的参议员基·皮特曼则当上了外交委员会主席。从人口最少的这个州选出的代表，悄悄地改变了代议制的力量均势。美国人固然有可能纷纷流向城市：但《宪法》仍在为新兴的西部提供各种新的途径，帮助它取得财富、权力和巨大的发言权。

八 把犯罪勾当转为服务行业

沃尔特·李普曼在一九三一年评论道：“美国人想做的事情大多，而这些事情又是他们想要制止的，由此便导致了高犯罪率。”这段话对南北战争之后美国任何一个时代都可能适用，但他却是针对赫伯特·胡佛总统的全国法纪委员会的报告而言的。该委员会受命调查整个联邦系统的执法情况，特别是调查宪法第十八条修正案的执行情况，该修正案禁止酿造、出售和运送作为饮料的致醉酒类。以前任司法部长乔治·威克沙姆为首的这个委员会，经过十几个月的努力，花费了联邦五十万美元，于一九三一年一月十九日提出了它的报告。而该委员会关于禁酒法的结论，更引起了公众极大兴趣。

无论威克沙姆报告如何推动了改善治安和惩治程序，它都算得上是全国混乱状态一幅惟妙惟肖的自画像。该委员会（以十票对一票）反对废除宪法第十八条修正案。但它又指出，公众的敌视态度和私酒贸易的高额利润使得禁酒法难以实行。该委员会的成员纷纷发表了各自的报告，俾使自己心安理得，而每份报告都各有一套含糊其词的说法。旧金山《纪事报》称之为“公众意识的绝妙画像”。胡佛总统说他同意这个委员会的意见，这促使海伍德·布龙指出，总统“显然有意在反酒吧同盟和共和党两者间调和折衷，但却保留了两者最糟糕的特点。”富兰克林·亚当斯在纽约《世界报》上发表的一首诗对此作了最好的总结，这首诗题为“威克沙姆报告”：

禁酒法可谓一场空忙。
我们喜欢它。
想禁却又禁不出名堂。
我们喜欢它。
你看那贪脏的饱了私囊，
你看那犯禁的漏了法网，
这场禁酒真个没戏唱，
留下些丑陋伎俩，邪恶勾当。
又怎样，我们总得拥护它。

不过，这倒也并非第一次。美国人总会想出办法，既可从制止邪恶中得到满足，又可藉机捞取实惠。

美国人对赌博的热衷劲头，只有他们热衷看到赌博被明令禁止的那股劲头堪与比拟。他们都欣赏埃尔伯特·哈伯德的俏皮格言：“赌赛马赢钱的人总是那些在赌马时手中握着一把扫帚和一柄铲子的人。”不过在美国人的整个生活中，都带有几分赌博的性质，使人们很难区分哪是计算周到的精明人，哪是心存侥幸的投机家。而后者的走运，全在于他们敢于冒险一试——赌尚未探明的荒地的肥力，赌一知半解的新矿物的销路，赌尚未建成的铁路和人丁不旺的城市的发展前景。

阔绰的赌业商在这里一如在欧洲一样知名。例如，派头十足的“小伙子”坎菲尔德兴建了一家赌场，饰以艺术品，其水平仅次于纽约的德尔莫尼柯大餐厅；在他的资助下，萨拉多加成了“美国的蒙特卡洛”，他死时家财万贯，并且是一位受人尊重的慈善家。但赌博之所以成为一种美国企业，还在于美

国有其独特的机会，让人们有条件把非法活动组织成为全国性的大生意。此种情况之成为可能实有赖于一些因素：在联邦制度下，各州的法规混乱不一，而每个州的管辖权只限于本州内：中央政府的权力受到很大限制。不得利用对“州际贸易”的控制权和征税权来替代全国性的刑法：新居民从国外源源流入美国，他们精力旺盛，雄心勃勃，信仰的宗教多种多样，对当地习俗一无所知又漠不关心；按照美国的传统，人人都有成功的机会，只是种种合法与体面的机会似乎已经让先来者捷足先登；在一个不断变化的社会中，人口流徙不定，而社会地位却可以靠金钱买到；地域广阔，通讯和交通技术快捷灵便，并有许多地方可供藏身；等等。而笼罩在这一切之上的，便是民族的传统、机会和对组织工作的需求，正如沃尔特·李普曼所指出的，道德主义的和不现实的法律又促使下层社会自行制订有效的防护手段。结果，在二十世纪，便出现了任何现代国家前所未见的极为鼎盛的非法行业。

早在内华达州居民决定修改法律以便合法地从普遍的嗜赌欲望中获取暴利之前，其它地方的开拓者就已把赌博组织成为一门财源旺盛的行业。他们也曾想方设法招引全国的赌客。

芝加哥这个全国性的铁路修筑业和肉类加工业的中心，势必也会成为新兴赌业的中心。注定在第一次世界大战之前成为全国赌业巨头的蒙特·坦内斯，就是在芝加哥逐步起家的。坦内斯表面上是个房地产商和一家现金出纳机公司的老板，全靠他的组织才能而飞黄腾达。到一九二四年，他已经拥有好几间酒吧，并在北克拉克街一百二十三号开设一家烟草商店，还掌握一群竞赛马匹，在赌业中名气响亮，人称芝加哥“北头之王”。警方几乎每星期都要对他的各个地盘突击搜查一次，但这些地方很快又会重张旗鼓。坦内斯不时宣称要抽身退隐，一家报纸称之为“反复唱给警方听的哀歌”。一九二七年，赌业“辛迪加”。Syndicate，刚刚开始按此意义使用的一个美国创用词）之间由于六起爆炸案而触发了一场火并。坦内斯对芝加哥《美国人晚报》说：“我是个显眼的人。有人悬赏要干掉我。我比西班牙国王阿方索更可能被人行刺。”到这场混战结束时，坦内斯成了全国赌业大王。

坦内斯把联号商店的想法运用到他的非法赌博场所中来，仅在芝加哥一地的酒吧和弹子房里，他很快就开设了三十个赛马博彩投注处。他在赛马赌博圈中的领导地位全凭他有组织地控制了电报服务业，从而每天都可收到全国各地赛马场的比赛结果。赛马信息服务网对开设场外博彩投注处的人来说是必不可少的。因为这使他可以得知赛马场内直到最后一刻的赔率，好从容受注，也便于人们迅速、准确地结清赌帐。但内斯每日支付给辛辛那提市的佩恩电报局三百美元，以独家控制其在芝加哥的服务。随后，他又利用放火、爆炸，有时甚至利用警方本身来促使其他赌徒到他那里下注。后来，坦内斯冒着极大的个人风险，设立了一个全国性的“通用新闻社”，来收集赛马场上“更为可靠”的赛马情报。他并指出，他的竞争对手企图以散布关于赛马胜出者的“假情报”来搞垮他的业务。在芝加哥三位最有影响力的市参议员——欣基，丁克·肯纳、“热火炉”吉米·奎因和巴尼·格罗根——的支持下，他又成功地阻止了对他的一次调查。为了安抚革新派，芝加哥的警察局长约翰·麦克韦尼发动了一场声势浩大的治安运动，大力取缔“引诱儿童为赢得糖果而赌零币”的吃角子老虎机，并扫荡赌烟酒的掷骰子赌博。与此同时，州际贸易委员会又决定传送赛马结果为合法。

据说，一九二三年，仅在芝加哥一地，坦内斯每年便从他的二百个赛马

博彩“投注处”净赚三十六万四千美元，虽然在革新治安运动和虚张声势的搜查之后，警方会不时宣称他们关闭了他的生意，但坦内斯却不断抗辩说，他不过是一个清白无辜的体育信息发布人，而他自己也从未被捕过。最后，大约在一九二八年，坦内斯被迫退出了赌业，这倒并非警方的功劳，而是慑于芝加哥新近崛起的卡彭黑帮的气焰。

坦内斯只是非法活动的开拓者的一个典型，这类人靠引诱美国人去做一些事情发达起来，而这些事情却是美国人希望法律明文禁止的。一九一一年，国会通过了《曼恩法案》（即《禁止贩卖妇女为娼法例》），不准越过州界运送妇女卖淫。一九一三年，最高法院裁定这一法例合乎宪法精神，理由是禁止卖淫应属联邦对“州际贸易”的管制范围。但五年之后，在一九一八年，最高法院在《哈默诉达金哈特》一案中却又裁定，联邦无权在州际贸易方面管制重工制造的产品。

在此期间，大吉姆·科洛西莫却把芝加哥的卖淫行当组织了起来，生意越做越大，并且名利双收。他在一九二一年被同行竞争对手暗杀后，那场盛大的葬礼又证实了公众对此人和他的事业的推崇。乔治·芒德莱因大主教拒绝按天主教仪式给他下葬；但一名神父则巧妙地解释道：“不能只因某人当了黑社会的歹徒或私酒贩子，教会便拒绝按宗教仪式为他下葬，具体问题必须具体考虑。”当日有五千人参加了他的葬礼，据芝加哥《论坛报》的说法，“送葬行列仿佛跟在凯撒的灵车后面行进……向这位十余年来人们公认的芝加哥黑社会霸主表示他们的忠诚。”榜上有名的名誉扶棺者包括三位法官、八位市参议员、一位州的助理检察官、两位联邦国会议员以及芝加哥歌剧院的一些著名艺人，此外还有赌客和科洛西莫在卖淫行业中的当前和以往的合伙人。

当然，就非法行业而言，巨大的机运来自禁酒法。一九一七年十二月十八日，国会通过了一项宪法修正案并提交各州批准，禁止“在合众国及其管辖下的所有领土内酿造、出售或运送作为饮料的致醉酒类，禁止此等酒类输入或输出合众国及其管辖下的全部领土。”一九一九年一月二十九日，该修正案经由规定数目的州批准为宪法第十八条修正案，一年后生效。只有康涅狄格和罗得岛两州没有批准。为实施这项宪法修正案，国会又通过了来自明尼苏达州乡间的国会议员安德鲁·沃尔斯特德拟订的一项法案（一九一九年十月二十八日）。这项《沃尔斯特德法案》限定任何酒精含量超过百分之零点五的饮料均为“致醉酒类”，并授权由财政部税务局执行这项法案。为使这项法案尽善尽美，沃尔斯特德很快又提出了另一项法案，禁止向病人出售药方上开出的啤酒。

至于主要是什么力量推动宪法第十八条修正案的通过，历史学家意见纷坛，各执一词。四十六个批准该修正案的州议会的表决结果显示，州参议院中大约百分之八十五的议员和州众议院中大约百分之七十八的议员赞同通过该法。到一九一七年，甚至在这一宪法修正案提出之前，已有二十三个州在本州范围内实施了某种形式的禁酒，有十三个州更是滴酒不准沾。在解释为什么要通过全国禁酒法时，我们须列举以下原因：长期以来酒吧老是误人误事，战时需要把酿酒的谷物节省下来当粮食，人们对精于酿造和蒸馏酒类的德裔美国人抱有沙文主义情绪，以及在大批男人参军之际反酒吧同盟出奇的巨大政治影响力，等等。而最重要的一个因素乃是“确保世界民主运动”所

煽起的道德狂热。但不管出于什么原因，对全国禁酒的后果，人们的看法却很少分歧。那就是：它开创了美国历史上、也许是整个现代史上最大的犯罪良机。

“禁止”（Prohibition）这一普通名词在美国法律中本来可以指很多方面的限制，但是在这个时候则专门用于禁止酒类饮料。二十世纪下半期仍然存在的“禁酒党”，有时还被称为美国“第三”党中历史最悠久者，因此，它的象征意义已经远远超出了其创立者们本来的意图。联邦法律中，从没有哪一项法律，甚至包括《逃奴追缉法》，曾触发了如此广泛的非法活动，或在总统政纲中占据如此重要的地位。因为以往从没有哪一项联邦政府的立法触动到如此众多的美国人的个人习惯，或公然侵害到他们的日常习俗和嗜好。

禁酒法无力禁止它要在法律上禁止的东西，在此意义上，没有比美国语言史更能说明问题的了。没有哪项法律能够阻止美国人谈论他们最感兴趣的事情，而美国语言也显示了其惯常的丰富表现力。根据哈罗德·温特沃思和斯图尔特·伯格·弗莱克斯纳编纂的《美国俚语词典》（一九六一年），“醉酒”（drunk）一词有三百三十一一个俚语同义词，其数量之多，超过描述一种活动、状态、概念（包括性行为）的任何其它词汇。一些表达法，例如“醉了个半半拉拉”（halfseas over）或“醉得腻乎了”（oiled），可以一直上溯到殖民时期。还有一些出现于各类移民群体初来乍到的适应时期，按照温特沃思和弗莱克斯纳两位编辑的解释，当时“许多人因为初到异乡，遭受排斥，只好借酒浇愁。”但大多数关于“醉酒”的字眼却是在禁酒时期产生或流行起来的。

就在同一时期，一套全新的犯罪方面的词汇也进入了美国语言，这基本上也得力于禁酒法。例如，“黑帮”（gangster）一词在于九世纪末期开始使用，意带轻蔑，专指那些拉帮结派的行为不端的政客，后来，这一层意思废弃了，大约在一九二五年，转而用来称呼犯罪分子。“女郎”（moll）这个高雅的英文古字原指少女或情人，但这一层意思也废弃了，在禁酒时期转用来称呼黑帮分子的姘妇。“请人乘汽车去兜风”（to take someone for a ride）在那些年头则指美国一种新的犯罪手段——汽车绑票。

在其它方面，汽车对城市地区组织严密的日常犯罪活动也是必不可少的。黑社会帮派往往装备精良，远胜于执法机构，因为执法机构的预算有限，还要努力说服公众团体相信他们的要求合情合理。汽车给禁酒时朗作奸犯科的黑帮插上了“翅膀”，使他们能够甩脱警察，处置仇敌，并迅速地转移到那些追赶他们的警察的管区之外另一个地方。汽车也可使其使用者更富机动性，因此能够把他们的非法活动疏散到偏远乡村的小客栈里进行，或在较为方便时，就把赌窟、妓院或私酒窝集中设在芝加哥的锡塞罗一类郊区。很难想象，私酒贩子靠磨磨蹭蹭的马匹和大篷车或路线固定的铁道，如何能够大发其财。对他们来说，卡车是最理想不过了。而且还要再过一段时期，无线电广播才能真正为警方带来好处。芝加哥 WCN 电台最初设立警局广播时，声音便混入了民用波长，这就意味着配备齐全的黑帮可以和警察同时得到信息。直到一九三一年，警方才设置了专用无线电系统。

禁酒时期犯罪活动中的风云人物自然非艾尔·卡彭莫属。不过，他也只是衣钵相传的犯罪活动巨头中的一个——从坦内斯到科洛西莫，到科洛西莫

的继承人约翰·托里奥，再到卡彭本人。每人都沿袭并改进了前人的组织技巧。当卡彭于一九二二年走出纽约的贫民窟来到芝加哥时，黑帮已经形成了传统，有自己的一套帮规和效忠精神。卡彭的任务不是发明，而是发展、改善与组织。情况表明，在所有这些方面，他都是非常胜任的。

一九二五年，艾尔·卡彭接替了约翰·托里奥，后者自五年前科洛西莫被谋杀后，一直掌管着芝加哥有组织的犯罪活动。卡彭的组织与芝加哥的其它一些黑帮不同，社会学家约翰·兰德斯科以轻描淡写的诙谐语气描述道：“它并非一群逞着性子胡闹的小痞子。卡彭黑帮的组成，为的是对吃喝嫖赌等罪恶勾当进行商业管理。”在两年之内，卡彭便控制了这些罪恶场所，向芝加哥市民提供他们乐于付钱的非法服务和商品。卡彭不愿拿自己的资本去冒风险，而听任其他人开设私酒窝、妓院和赌场，他只是策划了一套坐收渔利的“保护”制度，靠此种敲诈手段从这些场所定期收钱，而他则保证这些场所不受警方的抄查，也不让他的手下人或其它黑帮去那里纵火、爆破、谋杀人命。为了强制实施这套保护制度，卡彭收罗、训练和组织起一支人马，这些人既有某种特长，又对他忠心耿耿。富有的顾客可以从他那里选购进口酒，因为他建立了一个全国性的组织，从加拿大、大西洋沿岸港口和古巴大搞走私活动。卡彭的制度需要执法人员给予有组织的合作。因此卡彭的手下人便同法官交好，从他们那里得到批准，携带左轮手枪；卡彭还操纵了锡塞罗地区的选举，那里是他在芝加哥郊外的大本营。芝加哥市长大比尔·汤普森也帮助卡彭奠定了他所有事业的基础。二十世纪二十年代末期，据说一些全国性的政治领袖还招聘卡彭的助手来管理联邦选举。

艾尔·卡彭沿袭前人的做法，小心地保持自身的“清白”，他要手下人去敲诈、绑票、谋杀，而同时又避免跟这些事情发生任何在法律上有线索可查的联系。但是关于卡彭的行当和他发迹的手段，却没有什麼秘密可言。到一九二九年，这个“握有大约两万多个反沃尔斯特德加油站（译按：意指私酒窝）的约翰·洛克菲勒”（这是一位传记作者对他的称呼），至少积蓄了两千万美元的家财，而他的权势之大，则更无法估量。卡彭本人一口咬定他不过是另一个开拓者，并努力抓住他的典型美国式机遇罢了。“我靠满足公众的需要赚钱。如果说我犯法，我的主顾们，那成百上千个芝加哥的大好人和我一样逃脱不了罪责。我们之间的区别不过是我卖出，他买进。人人管我叫诈骗犯，我把自己看作生意人。我卖酒，那是贩私货，但等我的主顾们在湖滨大道把它用银盘端上来，那就成了殷勤款待。”改革派认为用不着减少需求便可以制止烈酒的供应；但卡彭却晓得，时代的传统习惯造成了他的机会。一九二九年，他退隐到佛罗里达州；但到了一九三一年，他终于因逃付联邦所得税而被判有罪，进了牢房。他原被判处十一年徒刑，但在一九三九年因健康不佳而获释；并于一九四七年死在佛罗里达。

二十世纪美国有组织犯罪活动的勃兴，不过是新近归化的美国人探求机遇的冒险传奇中的又一段插曲，这些人不肯安于现代，抓住各种机会谋求扩大财富，争取有朝一日能够出人头地。细数把犯罪勾当作为服务行业组织起来的成功人物，可以发现其中新入籍的意大利移民多得惊人。坦内斯、科洛西莫、托里奥和卡彭都出生在意大利，从小来到美国。虽然二十世纪初，在旷日持久的国会调查会上和卷峨浩繁的移民履历报告书中，存在着强烈的反移民和反意大利人的偏见，但却没有什么确凿的证据足以表明，任何移民群

体性喜犯罪。意大利移民在二十世纪初期和中期的有组织犯罪活动纪录中占据突出地位，与其说这显示了意大利移民自身的素质，不如说显示了他们初到此地后面临的处境。他们是主要移民群中最后在美国登岸者。因此，正如社会学家丹尼尔·贝尔所指出的那样，他们发现那些较为平坦和较为体面的成功之路，都已被早期到达的人捷足先登了。

十九世纪末的大多数意大利移民都是农民出身，很少掌握什么技能，足以帮助他们在城市工业社会中安身立命。雅各布·里斯说，意大利人“起于最底层”。甚至在意大利教徒占有相当比例的天主教会中，他们也很少有机会身居要津。直到一九六一年，意大利裔美国人已经占了美国天主教徒的六分之一时，在一百名天主教会的主教中仍没有一个意大利裔美国人当主教，而二十一名大主教也同样与他们无缘。比意大利人早半个世纪大批来到美国的爱尔兰裔美国人，执掌着美国天主教的统治大权。

因此，一如贝尔所说，意大利人只能在夹缝中求生存，在尚未有人涉足的事业上以及不需要资本和专门训练的地方寻找他们的机会。他们当中有一些人在组织供应非法商品和服务方面取得了成功，适足以表明他们要决心从这里入手，谋求飞黄腾达的机会，而在旧世界的家乡，他们世世代代都不敢奢望有此可能。艾尔·卡彭的牢骚有其历史上的原因，他说：“嗨，我曾两三次试图做些合法营生，他们根本就不让我这样做。”

历史学家往往禁不住要在西西里人的黑手党与二十世纪美国城市中的黑帮之间作出简单类比，前者是一个秘密恐怖组织，最初建立的目的是为了为了保护贫苦农民，反抗凶暴地主的压迫。虽然由参议员埃斯蒂斯·凯弗维尔主持的参议院犯罪问题委员会在电视上广播的听证会，意在证实存在一个全国性和国际性的黑手党，但听证会的主要结果却是产生了一种新型电视节目，并为凯弗维尔参议员赢得了提名竞选副总统。

第二次世界大战后，黑手党更为活跃，名声更为响亮。例如，人们传说，在同盟国一九四三年七月进占西西里时，“幸运儿”卢西亚诺（据称是美国黑手党头子，当时正因六十二项强迫卖淫的罪状，被判处三十至五十年徒刑，在监狱服刑）曾策划西西里黑手党给予合作，帮助同盟国军队登陆。卢西亚诺原籍莱卡拉弗里迪，那个村庄正处在同盟国进军巴勒莫的路线上。一九四五年，海军情报人员在卢西亚诺假释问题听证会上作证时，曾拒绝证实这则传闻；但到一九四六年，卢西亚诺却获释出狱，并回到了意大利，住在巴勒莫一家旅馆的套房里，隔壁便是公认的西西里岛黑手党头子唐卡洛。他在新世界的非法活动能够使西西里黑手党得到多大好处，便谁也无从知道了。

西西里黑手党的经验也可能顺便传入了美国，正如一个世纪以前，爱尔兰移民曾经引进了他们反抗英国地主压迫的组织手法，以适应美国城市的新的政治形势。意大利一些特有的习尚，诸如：密切的家庭关系以及意大利某些地区居民之间强烈的部族感情，对于美国一些城市犯罪组织的成功也起了作用。卡彭手下的人，就靠部族忠诚感结合在一起，都愿意为他卖命，这使他与那些见钱眼开的黑帮相比，占了很大的优势。二十世纪二十年代末期，卡彭帮在芝加哥的一个强硬对手是奥巴尼恩帮，后者的头领除爱尔兰人奥巴尼恩外，还包括一个犹太人、一个意大利人、一个波兰人以及其他一些人。种族联合在政治斗争中可以增加票数和力量，但对于犯罪勾当的黑帮来说却是另一回事。黑帮更多地依赖对个人的忠诚，而不是公开的号召力；因之奥巴尼恩帮终于一败涂地。

美国的黑社会帮派人物，先前不久还是遭人蹂躏的农民，来到美国后，很快便改头换面成为富商和市长制造人。而这一切又迅速反映在多姿多采的美国开拓者冒险传奇之中。二十世纪的美国电影制片人，从城市中找到了忠诚、精干、雄心勃勃的黑帮和腐化、愚蠢、得过且过的警察，取代了以往西部故事中不法的地方行政司法长官和诚实的亡命之徒。

在一九三二年的总统竞选运动中，精明的总统候选人富兰克林·德拉诺·罗斯福不愿明确表态支持废除禁酒法，正好反映了美国人对是否放弃标榜道德的禁酒法仍然犹豫不决。但是，经济大萧条和失业以及需要在一个合法化的酿酒工业中创造就业机会，使得道德主义成了一件代价过高的奢侈品。一九三三年二月，国会通过一项决议，要求制订新的宪法修正案来废除禁酒法。不到一年功夫，批准宪法第二十一条修正案的州就达到了必要数目，而酒类饮料也就此合法化了。

即使在全国范围内废除禁酒法之后，一些州仍然保留了自己的禁酒法。甚至迟至一九五九年，俄克拉何马和密西西比两州还在禁止酒类饮料。美国历史上的一场活剧就发生在那年四月，当时，俄克拉何马州居民再次面临一次公民投票，以决定是否修改州宪法，使酒类合法化。在公民们即将前往投票站的最后一刻，私酒贩子（他们把俄克拉何马看成庇护其昔日繁荣的福地）和新教牧师还在徒劳地彻夜祈祷，反对废除禁酒法。直到一九六六年，密西西比州才通过一项在禁酒问题上的当地居民自决法，放弃了以禁止其公民嗜好为乐的做法，在这方面，密西西比是最后一个州。

废除禁酒法后，法律造成的最有指望的商业机会便与酒类绝缘了。十九世纪末期非法行业的致富之源——街头卖淫——也逐渐丧失其商业前景。电话既便利了对禁酒法的违抗活动，同时也引出了高价卖淫的“应召女郎”（call girl，这又是一个二十世纪中期进入语言的美国创用词），使她不象以往那样惹人注目，动辄被抓捕。与此同时，松弛的税收法又提供了报销门路，可以把她的服务归入“款待顾客”一类的商业开销。同时，不断变化的性道德已随着时代的演变而日益开放，加上医药上的新发明也减少了随意发生性关系的风险，如此一来，使得妓女这种性商品供应充足，到了难以推销的地步。正如亚历山大·伍尔科特所抱怨的，卖淫业就象演戏业一样，“让票友们给毁了”。

然而，非法赌博业的利润却与日俱增。到二十世纪六十年代末，有识之士便认定，这是一个数十亿美元计的行业，恐怕是有组织犯罪活动中最大的一个单独收入来源。一九六七年，据总统直属的执法委员会估计，非法赌博的每年收益约在七十亿到五百亿美元之间。

二十世纪中期，有组织的犯罪活动成功地由贩卖私酒转向贩卖毒品。在禁酒时代，私酒贩子的目的在于满足已经存在的需求；而有组织的犯罪活动转向贩毒后，却同时激起了需求。这就带来了美国历史上前所未见的新问题。

第二章 消费者共同体

“你可知道，时至今日主要的事情是——买东西。许多年以前，当一个人心情不舒畅，又不知怎么办的时候，他就上教堂去，或者去搞革命——总要做点什么。如今，你觉得心里别扭吗？也想不出是什么原因吗？有什么办法解脱呢？买东西去吧！”

——阿瑟·密勒的剧作《代价》中
所罗门的台词

“爸爸，要是月亮要做广告，怎么做呢？”

——卡尔·桑德伯格著，《人民是对的》

由于人们的消费方式和内容不同，因此形成了各种无形的新共同体，并一直维持下来。古代各种工匠的行会便是由于在制作各种东西——诸如滑膛枪、衣料、马蹄铁、大篷车、橱柜等——的过程中，同行者都有共同的秘诀、技巧和传统而形成的；现在这种关系已被更为广泛、更为公开的消费者之间的关系所取代了。人们都使用类似以至相同牌子的物品，这是前所未有的。而建立在技能基础上的伙伴关系也被以现金力基础的大众化现象所取代了。

在美国发生的各种变化中，最引人注目的是那些美国式新方法，它们把人们所占有和爱慕的物品变为社会联系的媒介。取和用这类行为有了新的含意。从人们穿戴的衣服鞋帽到吃的食物，几乎所有物品都成为新社会的象征和工具。现在消费品已比信仰更能使人们集结在一起。过去，几乎人们占有的每一件物品都是“一物一个样”；而现在，除去首饰和工艺品外，你要是有一件与众不同的东西，就会成为怪事，甚至引起别人的怀疑。一种设计和牌子完全雷同的物品广泛为人们所使用，这本身似乎就是其价值的保证。

于是许许多多消费者共同体就这样建立起来了。相互从未见过面、素不相识的人们，由于使用相似得连物品的主人都无法区分的物品而联系在一起。消费者共同体发展得非常迅速，与意识形态无关，形式大众化，并且是公开的、松散的而又变化很快。这些消费者共同体又产生出更多的消费者共同体。它们是人造的，能够适应形势，成立得快，消失得也快。这么多物品把这么多的人联结在一起，乃是空前未有的。

九 衣着大众化

十九世纪中叶，去美国旅行的欧洲人对美国人的新特点产生了深刻的印象。在此以前（即十八世纪）的旅行者便已注意到，很难从谈吐说话的习惯来区分美国的社会阶级；同时也注意到，即使在美国南方，主人和仆人讲话的口音也很相似，这与英国的情况迥然不同。而现在，他们又注意到，美国人的衣着相似得出奇。

在美国，想从一个人的衣着看出他是属于哪一个社会阶级要比英国难得多。早在十九世纪四十年代初，英国驻波士顿的领事托马斯·科莱奇·格拉顿就对美国人的平等很不以为然。他说，他发现当仆人的少女“深受美国衣着过分考究这种坏毛病的影响，她们走在大街上，人们很难把她们同她们的主人区分开来。”匈牙利的政治家弗朗西斯·普尔斯基一八五二年在美国旅行，就看不见旧世界那种衣着上的千差万别。在欧洲，“农村姑娘用色彩炫丽得带几分俗气的绸带结扎她们的长发，穿颜色鲜艳的紧身衣和打了许多褶的衬裙；匈牙利农民穿白色亚麻衬衫和庄重的羊皮服装；斯洛伐克人穿十分紧身的上衣，配有金光闪闪的钮扣；农场主穿高筒靴子和匈式大衣；老年妇女戴样式古老的黑花边富有民族色彩的帽子；只有年轻妇女才戴法国无边小圆软帽，穿摩登的时装。”他悲叹说，在纽约，“没有富有特色的服装来标志人们的不同社会等级，而在东欧，古老国家不同职业人们的服装和生活习惯会立刻给外国人留下深刻的印象。”难怪一八五三年至一八五四年，势利眼的英国商人W·E·巴克斯特用英国标准衡量，觉得普通美国工人穿得实在过分讲究，而对此大为恼火。他说：“你在火车车厢里，在汽船的甲板上，都可以见到身穿高级花呢服装和白背心的人们，仿佛是去参加一次舞会；你还可以看到普通工人穿着华丽发光的黑色衣服，而干的却是最脏的工作……农民是唯一穿粗布衣服的阶级……这里的老百姓应该懂得，衣着的选择应当实用而不是为了炫耀；破旧的花呢服装是最难看的；而穿的衣服同自己的收入和职业不相称乃是没有教养的表现。”

到了十九世纪末，美国人衣着的大众化在外国人看来就更令人惊讶了，因为这时候衣着成了形成共同体的工具，也是把移民引进新生活的手段。这些人的祖先习惯于穿农民的破旧服装，或习惯于带工匠的皮革围裙。可是，现在他们可以通过衣着的大众化来表明他们同别人没有多大差别，同别人一样好。正如欧洲一句古老谚语所说，“人靠衣来装。”而新世界新的衣着方式是有助于塑造新人的。

到了二十世纪，美国人大概是工业国中衣着最好的，也许还是衣着最均匀的民族。如果没有缝纫机，这一切的出现是很难设想的。

然而，缝纫机就象零配件互换通用系统一样，并非美国人首先设想出来的。早在一七七一年，英国的托马斯·圣就已经取得缝制皮革机器的专利。一八三一年，一位早有造缝纫机念头名叫巴特勒米·蒂莫尼埃的法国裁缝，就造出了一台效率良好的缝纫机，并取得了专利。当他的八十台缝纫机为法国陆军缝制军服时，巴黎的裁缝大感不安，觉得这威胁到他们的职业，于是他们便把这些缝纫机给砸了，并把蒂莫尼埃赶出了巴黎。

即使在美国，缝纫机发明家也很多，其中最早的大概要算沃尔特·亨特。此人是一位纯粹的发明家，一心扑在发明上，而对利用发明成果这件乏味的

工作却不胜其烦，结果，他的那分天才并未能使他名垂青史。他的创造发明不计其数，有亚麻纺纱机、磨刀机、捻线机、烧硬煤的火炉（有人说是他第一个发明的）、制钉机、扫冰机、早期脚踏车、左轮手枪、连射步枪、金属弹药筒、圆锥形子弹、蜡烛、扫街机、台灯、纸领子……等等。亨特有一位朋友，是制图员，经常为他的各项专利申请书绘图；据这位制图员说，亨特有一次迅速地设计出一种可以取得专利的安全别针，想用它换取金钱来偿还十五美元的债务。亨特只用三个小时就想出了方案，并用一截旧铁丝制成了样品，随后以四百美元的代价把专利权卖了出去。

早在十九世纪三十年代初，亨特在纽约市阿莫斯街他的工作间里，就已经制造出几台实际上可以用来缝纫的机器。当然，这几台机器还相当原始，只能缝直线，而且每缝几英寸还要把布料重新摆正，但是，它们却具有后来使其他人发大财的缝纫机的基本特点。亨特所提出的具有革命意义的新设想，乃是以一枚针头上有针眼的针穿上面线用震动的曲柄来带动，再用一个来回摆动的摆梭带动底线，形成两线交错的针脚。这是一个伟大的、富有想象力的创见，它把缝纫机发明家们从单纯地模仿女缝工的手的设想中解放出来。然而，亨特虽有这么好的主意，却没有利用这主意来赚钱的资金和组织才能。

亨特没有做到的，其他人却做到了。缝纫机是很赚钱的买卖，它使大批发明家、未来的发明家、律师、企业的创办人、推销员和商人等都发财致富。而在一八五〇年左右达到高潮的缝纫机争霸战中的两名大亨则是小伊莱亚斯·豪和艾萨克·梅里特·辛格。他们争夺的不单单是金钱，还有“缝纫机主要发明者”的荣誉。

伊莱亚斯·豪生于一八一九年，是马萨诸塞州一位农场主的儿子。他二十岁的时候，在波士顿一家科学仪器制造厂当临时机修工。当时，有一位顾客刻苦钻研，力图改进其针织机，这一情况引起了他的强烈兴趣。几年之后，为了养活妻子和三个孩子，他绞尽脑汁千方百计想通过某种途径来增加每周九美元的工资收入，于是便决定以缝纫机为生财之道。开始时，他曾多次失败，一八四四年，他不约而同地也想出这个主意，即用一枚有针眼的针带面线，一只摆梭带底线，原理同织布机差不多。一八四五年四月，他用这台机器缝住了一道日子。一八四六年，他获得了专利权。

为了说服公众，使人们相信他的机器确实顶用，豪把他的机器运到波士顿的昆西厅成衣工场，他本人就坐在这台机器面前，表示不论是谁拿来的任何缝纫活儿他都干。他表演了两个星期，使所有来访者都目瞪口呆，因为他的机器每分钟可缝二百五十针，相当于手缝的七倍。嗣后，他向五名缝纫速度最快的女缝工提出挑战，让她们同机器比赛。他请了一位有经验的裁缝当裁判，结果裁判宣布豪得胜，而且还指出“机器缝的活最匀整、最牢固”。

即使看了这些表演，人们还未信服到要去购买豪制造的缝纫机。有些人之反对使用缝纫机，乃是因为这种机器还不够完善，不能完全替代手工来缝制整套衣服；另外一些人反对则是担心用了缝纫机会使男女裁缝失业。而且大家都对缝纫机的价格望而生畏，当时每台机器价值三百美元。于是豪遂决定转而去英国市场试销。豪的兄弟阿马萨带着缝纫机到了伦敦，引起了一位精明的女装胸衣制造商的兴趣。他以低廉的价格购买了缝纫机在英国销售的权利，然后说服伊莱亚斯·豪来伦敦改造其缝纫机，使之适应制作女装胸衣的需要。豪苦干了八个月，完成了这项艰巨的任务，可是他的老板（此人确

实是狄更斯笔下描写的那种坏蛋)却把他解雇了。豪还经受了妻子亡故的巨大悲痛;(他穷困潦倒,连参加妻子葬礼的衣服都是借的!)与此同时,由于船在科德角失事,他又损失了自己的全部家当。一八四九年,豪回到纽约时已是身无分文。

在豪离开美国的期间,缝纫机已经成为人们所喜爱的珍品。一台缝纫机在纽约州西部进行了巡回展览,展览的广告说,“杨基缝纫机,使你大开眼界!”展览的门票每张十二点五美分。妇女们还把缝纫机缝合的样品带回家给她们的朋友看。一些与豪素不相识的人们在大量制造和销售缝纫机,这些缝纫机的许多使用特点同豪取得专利权的缝纫机是一样的。豪决心保护自己的合法权利,于是写信给英国要回了自己原来那台缝纫机,以及他业已典当了专利局的文件。

豪向那些侵犯了他的专利权的人发出警告,提出要他们付专利费来购买许可证。那些人全都表示同意,只有一个反对,但是这个人又把其他人组织起来;于是豪不得不去法院打官司。为此,豪就需要钱,他东奔西跑,最后从马萨诸塞州的一位律师那里借到了钱来打这场侵犯专利权的官司,而且还是用豪父亲的农场作为借款的抵押的。

一切准备就绪,十九世纪工业方面的一场决定性争讼就要展开。这场争讼可以说是很有典型意义的,因为后来同样的情况不断重现,涉及的都是同一类型人物:相互竞争的“最早的发明家”和从中渔利的律师。这种富有戏剧性的斗争导致了大批量生产的产品出现,从而终于形成了一个新的消费共同体。附带的是,缝纫机的发明家们在法庭上旷日持久而引人注目的斗争,实有助于充实那些大量发行的新报刊的版面;而在法庭上就缝纫机新的突出性能展开的公开辩论,也激起了广大消费者对缝纫机的兴趣。

豪的对头,艾萨克·梅里特·辛格也具有发明家的才干,但是他更目光敏锐,长于销售术,这就使他成为与豪完全不同类型的人物。辛格是一个水磨匠的儿子,在纽约州北部长大。他年轻时就获得了一种岩石钻孔机和一种雕刻机的专利;但他同时也是一名演员兼剧场经理。一八五一年,他有一次偶然见到一台缝纫机,就决心对它加以改进,使之具有更多种的功能。根据辛格本人的自述,他废寝忘食地苦干了十一个昼夜,终于制出了一台经过改进的样机。他立即开始制造和销售——并且更重要的是大力宣传推广——这种机器。辛格的缝纫机至少在一个方面超过了豪的缝纫机,那就是前者能够连续不断地缝纫。然而,辛格成功的主要原因还在于他具有宣传和组织的天才,以及他向数百万消费者推销缝纫机的决心和毅力。

辛格声称,豪实际上并不是缝纫机的发明家,所以,他拒绝向豪支付专利权费。辛格在法庭上力图证明,早在豪于一八四六年取得专利权之前十四年,沃尔特·亨特实际上已经造成一台能够进行缝纫的缝纫机;而豪的机器只不过是亨特机器的仿制品而已。辛格和他的律师们经过长时间的寻找,居然找到了沃尔特·亨特的住处,并且最终在一个阁楼上发现了亨特早年的缝纫机的某些部件。辛格与豪花费了大笔金钱,打了三年官司,在一八五四年,法院判决豪胜诉。法院认为,尽管亨特研制缝纫机的路子是对的,但他从未为他的发明取得过专利权,也从未造出过一台可以使用并供出售的缝纫机。“公众使用缝纫机所得到的全部好处,都应归功于豪先生。”豪从此时来运转:他从辛格那里得到了一万五千美元;而且,此后美国每造一台缝纫机,他可获取二十五美元的专利权费。

然而，好景不长。另外一些人在缝纫机上也有发明，迫使豪不得不妥协。为使自己的缝纫机能在市场竞争中继续畅销，他只好采用别人的专利来改进自己的机器。不久，另外有三家大的缝纫机制造商，每家都掌握某些重要部件的专利，也在法院相互告状起来。

由于上述这些纠纷，以及另外一些把六、七家大缝纫机制造商都牵连进去的涉及面更广的官司，结果在一八五六年出现了缝纫机制造业大联合。这方面专利权的各个所有者都将其在缝纫机主要部件上的专利集中到一起，形成一笔总的专利权费，再由各专利权所有者分享。在签字前，豪又坚持至少要有二十四家缝纫机制造商参加进来。豪本人可从每一台具有美国国内销售许可证的缝纫机上得到五美元，每台出口的缝纫机则可得一美元，这样他一共得到大约二百万美元。许多愿意支付这笔昂贵的专利权费的制造商都参加这场竞赛，竞相制造和销售缝纫机。

在一八七一年之前仅仅二十年，缝纫机还是一种珍奇物品，拿在集市上展出，看一看得付十二点五美分的门票钱：然而到了一八七一年，缝纫机的年产量竟一跃而达七十万台；其质量也不断提高。在十九世纪末之前，大约有八千项关于缝纫机及其附件的专利。美国的制造商把缝纫机运往世界各地，竞相争夺市场，从而为建立一个新的、世界性的消费社会作出了贡献。I.M.辛格公司宣称，到一八七九年时，每销售四台缝纫机当中就有三台是辛格公司制造的。一八八一年，辛格公司的一本小册子大言不惭地题为：《天才的报酬》，副题是《缝纫机的故事》；该小册子扬言：

航行于世界各大洋的轮船都载有辛格牌缝纫机；在文明人类足迹走过的每一条道路上，缝纫机——这位全球性姐妹大家庭不知疲倦的伙伴都向大家伸出援助之手。不论是德国健壮的主妇，还是日本纤弱的少女，她们都懂得缝纫机欢乐的音调；它的歌声清晰，响亮，不管是长着亚麻色头发的俄罗斯农村姑娘，还是黑眼睛的墨西哥小姐，都一听就能接受。不论是在白雪皑皑的加拿大，还是在一望无际的巴拉圭大草原，它的歌声都无需翻译就能理解；印度的大妈和芝加哥的女郎今夜缝出的都是一样的针脚：皮肤白皙的爱尔兰姑娘那双不知疲倦的双脚，和对外界了解不多的黄皮肤中国姑娘所踩动的都是同样的缝纫机踏板。就这样，美国的机器、美国的智慧、美国的金钱使全世界的妇女部成为相亲相爱的姐妹。

人们原来设想新发明的缝纫机会减轻繁重的劳动。一八六一年《高迪妇女读物》曾经欣喜万分地指出：“过去慈善机构未能做到的，过去宗教、诗人、演说家和理论家想做而没有做到的……现在都由——缝纫机做到了。”然而，并没有什么证据证明缝纫机使女缝工的生活轻松了许多，或使家庭妇女实际上花在缝纫上的时间减少了。一八六七年，詹姆斯·帕顿在《大西洋月刊》上写道：“试问有哪一位妇女能够说，缝纫机的出现使她在时间和精力上的负担比过去轻了？……一旦可爱的妇女发现她缝十个针脚只需过去缝一个针脚的时间，她就会发狂似地在每一件衣服上比过去多缝十倍的针脚。”

十九世纪六十年代，衣服款式发生了变化。正如木雕机器的改进使人们生产出更为华美的家具一样，这时，缝纫机也生产出精致的打褶的罩裙，而这亦是显示缝纫花样、精细加工的机会。同时，缝纫机许多配件的作用也发挥出来，诸如：翻边装置、平缝装置、滚边装置、缝褶装置、打裱装置、抽褶装置、蓬松装置、镶边装置、缩缝装置、抽丝透花刺绣装置，甚至还有擅

长“模仿肯辛顿手工缝纫的漂亮的机器刺绣”部件。

缝纫机带来的变化不仅是跟审美观或者人之常情有关。在美国，缝纫机更有助于改变衣着的社会含意：从来没有象现在那样有这么多人能够穿着他们合意的衣服，并且穿得象生活最优裕的男男女女一样。帕顿指出：“终日劳碌的劳动者可以穿得同百万富翁一样好，做工的姑娘也可以毫无顾忌地满足自己爱好打扮的妇女本性，他们之所以能这样做原因之一应归功于缝纫机。”

十九世纪后半叶，美国经历了一场衣着革命，其意义恐怕要比自现代纺织技术诞生以来的任何其它各次革命意义要深远。亚历山大·汉密尔顿在他一七九一年写的《关于制造业的报告》中说，五分之四的美国人所穿的衣服都是自己家里做的；只有富人才能清得起裁缝。最初，裁缝是在农村各地流动，由顾客提供衣料他们做，后来，他们终于在城市里安顿了下来。

成衣工业是十九世纪初叶才开始发展起来的。最初只有最便宜的衣服才能在商店里买到。例如，马萨诸塞州新贝德福德商店里卖的是海员穿的衣服，因为海员远航回来需要马上买衣服，或者是急着准备再出海航行。海员把这些从商店里买来的衣服放在他们的储物箱里面，这种衣服一般称为“水手衫裤”（“Slop chests”，这个词是借用挪威语里的一个字，系指水手穿的宽大的罩衫或肥大的马裤）。海员把买来的衣服称为“水手服”，而卖这种衣服的商店则叫“水手服店”。“水手服”后来成为成衣的同义词。南方的黑奴也需要廉价的成衣；此外，西部新兴城镇也需要成衣，因为新来的矿工没有家眷，无人替他们做衣服。

十八世纪，在欧洲各地都有一些更新下来供销售的旧衣服仓库。然而进入十九世纪很久后，几乎唯一供销售的成衣也只有旧衣服。在成衣工业大规模兴起之前，在用机器制造纺织品使其价格降低之前，富人定做的衣服穿旧了就卖给穷人穿，这是穷人成衣的主要来源。英国经济学家纳索·西尼尔在一八三六年写道：“在英国，穷人穿的衣服大部分是比他们地位高的人穿过的。”西尼尔并根据这一事实来提出一整套消费理论。

在当时，买卖旧衣服都不是什么丢人的事；就是在今天，穷国的乡村集市和城市的廉价商店里，旧衣服仍是一项主要买卖。在南北战争前的美国也是如此，旧衣服买卖乃是商业中的一项大生意，主要是面向南方和西部。大城市的报纸，诸如纽约《先驱报》，就刊登了许多销售旧衣服的广告。

黑人和海员的工作服很长时期一直是美国唯一大量制造的成衣品种。在市场出现的其它少量成衣，不过是承接定做衣服的裁缝的副业产品。由于美国南方和西部对成衣的需求迅速增长，为了满足这一需求。东海岸的成衣工场也就发展起来。

早在二十世纪到来之前，美国的衣着革命就已经在进行。这场革命有两层含意：一是服装的制造方式：（从家庭自制和裁缝制作，发展到工厂制作成衣。）二是人们的穿戴方式。（从显示人的社会阶级的衣着，即根据一个人的衣着就可以看出他从事的职业和所属的社会阶级，到衣着大众化，即大家都可以穿得一样好，这是历来从未有过的。）在西部采矿区，在开往西部的无盖货车的车厢里，或者是在海上长途旅行的轮船上，人们都无法携带讲究的服装，而有特殊技艺的人总是少数，好裁缝也是不多的。同时，富有的美国人又觉得很难穿得和富有的欧洲人一样时髦，在这种情况下，成衣工业

新技术应运而生，使得收入一般的美国人也能穿着好衣服。

到了十九世纪中叶，成衣工厂已用上了缝纫机。双线连锁缝纫取代了链式缝纫，后者的缺点是一旦在某一点上线一断，缝合之处就会散开。而现在，缝纫机缝的已同手缝的一样牢靠，随着缝纫机的不断改进和诸如锁钮孔机等配套机器的出现，使得缝纫机向多功能方向发展，足以承担绝大部分缝纫工作。而且新式的裁剪机又可以把十八层衣料叠在一起裁剪，这就为大量制作同一尺寸的衣服提供了有利条件。

这时，南北战争爆发，对男子服装的需求量猛增，达到前所未有的程度。一八六一年中，需要向成千上万士兵供应军服；到了一八六五年秋天，又需要向成千上万退伍军人供应便服。服装行业一下子变成很有吸引力的赚钱买卖。而对军服的需求又促进了标准化。因为政府向服装工厂提供军服的尺寸，实际上也就给了它们人们衣着最常见的尺寸。服装工厂有了这个信息，就发展出一门新的服装尺寸的科学，并开始生产普通尺寸的服装。自一八八一年至一八九一年这十年间，使用缝纫机的制造业的总产值增长了百分之七十五，超过十亿美元。这主要是由于成衣工业突然急剧发展的结果；其中也包括制鞋工业，鞋子这时已占缝纫机产品的百分之九十。

穿成衣厂出品的各色服装的人数以十万计地增长。早在一八三二年，美国就开始出现衬衫工厂；几乎同时，制作男子衬衫假领的工厂也兴建起来。不出几年，衬衫和假领就成为一门很兴旺的行业。自一八六一年至一八七一年这十年间，男子服装工厂的产值几乎翻了一番。在这以后的二十年里，服装业也仍然是处于领先地位的行业之一。到了一八八一年，已有将近一半的男子穿的服装是从商店买来的成衣。而到了二十世纪初期，成年男子和男孩子不穿商店现成购买的成衣者已经绝无仅有。此时，甚至连过去雇裁缝做衣服的富人也在较高级的商店里买衣服穿。一八九一年，商店销售的成衣价值高达十五亿美元左右；而美国大约有四分之三的毛料都是由成衣厂加工的。

亚历山大·汉密尔顿的统计数字被翻转过来。此时，根据最可靠的估计，美国十分之九的成年男子和男孩子所穿的都是从商店买来的成衣。商业界一位先驱威廉·布朗宁于一八九五年夸称：“早期由于‘水手服’的性质而对成衣形成的偏见已逐渐得到克服。那些自以为是，声言决不穿‘从货架上取下来的衣服’（人们过去对成衣的俗称）的人很快发现，上佳的成衣，无论是款式或质地，都不亚于裁缝手工制作的服装……成衣质量有了很大的提高。”美国字“hand-me-down”（在英国叫“reach-me-down”，指从货架上取下来的衣服）那时通用的意思是指低劣的衣服。而商店里出售的、质量好的新衣服就需要一个新的词汇了。于是，在二十世纪初，“Ready-to-Wear”（现成可穿的衣服）一词便开始取代“Ready-made”（现成做好的衣服）一词，强调的不是制作者而是穿衣服的人，这是重要的变化。

后来，不仅是套装和大衣，而且人们穿戴的所有物品——礼帽、便帽、衬衫、内衣、长袜和鞋子——也都开始普遍以现成货的形式出现了。直到十九世纪中叶，能够在商店买到的现成鞋还是“直鞋”——即没有左右脚之分的。后来，美国的制造商开始制作“弯曲鞋”，专门裁制，区分左右，适合左右脚的不同形态，并在一八五一年后的十年内开始大批量生产，而给制鞋业带来了一场“无声的革命”（这是一八六一年《人口普查报告》中的用语）。一八六二年，马萨诸塞州的一位工业家戈登·麦凯改进了把鞋底与鞋帮缝在一起的机器，及时满足了联邦政府当时对军鞋的大量需求。战争结束后，工

人阶级普遍买工厂制作的鞋来穿；而中产阶级和富裕之家购买适合他们品味的工厂制作的鞋来穿则是几十年之后的事了。

再者，十九世纪最后二十五年期间来到美国的移民的成分，也促进了成衣工业的发展，因为来自德国、俄国、波兰和意大利的许多移民都是裁缝，在二十世纪的头十年里移居美国的四十万犹太人，有一半以上是做针线活买卖的。同时，由于新式缝纫机使用简便，不需要什么技术，东部城市的许多移民的妻子儿女便都被吸引到服装工业中来了。

缝纫机带来的一项臭名昭著的副产品是“血汗工厂”（“Sweat-Shop”，是一八九二年左右首次引起人们注意的一个美国创用词），即那种雇用妇女和儿童做包工并且工资极低、工时很长的工厂。但是，在成衣行业里，由于经营单位小、机器便宜，从工人爬上去当老板却不象其它行业那么困难。一个国家新兴的服装工业可以成为推进民主的因素，这是当时许多人所没有预料到的。在十九世纪临近结束、二十世纪行将开始的时候，美国服装商的一位先驱吹嘘说：“人民大众穿的衣服不是裁缝做的，而是服装商制造的。如果说……衣着反映人们的身分地位的话，那么，美国在世界文明之国中的地位是很高的。我们不仅以低廉的价格向各个阶层的人民提供了大量的服装，而且服装款式新颖、质地优良，这对自由、民主国家人民的自尊是必不可少的。”

工厂制作的成衣使移民一到美国就立即美国化了。亚伯拉罕·卡恩写的意第绪语小说中的主人公戴维·莱文斯基一八八五年从俄国来到纽约，他的保证人急于想把他一下子美国化，便带他穿街走巷，从一个商店跑到另一个商店，给他买了一套衣服、一顶礼帽、内衣、手绢（他生平第一次有白手绢）、假领、皮鞋和一条领带。”他在我身上花了好多钱。我们从一条街跑到另一条街，他嘴里念念有词地说：“这样一来你就不会土里土气的了！”“这样你就象美国人了！”没有任何别的东西能象服装那样如此迅速而又毫无痛苦地把外国人变为本国人。

十 消费者之宫

从南北战争到二十世纪初这段时间里，在美国的主要城市和那些有希望成为大都会的新兴城市里，纷纷出现了高大雄伟的建筑——消费者之宫。纽约市的 A.T. 斯图尔特公司、洛德—泰勒公司、阿诺德·康斯特布尔公司 R.H. 梅西百货公司，费城的约翰·沃纳梅克公司，波士顿的乔丹·马什公司，芝加哥的菲尔德—莱特公司（后来改名为马歇尔·菲尔德公司）和百货商场等，就是其中之佼佼者。即使比较小的城市，也有自己很大的消费者之宫，如俄亥俄州哥伦布市的拉扎勒斯公司，以及底特律的赫德逊公司，等等。

被称为百货公司的那种颇有特色的商店是规模庞大的零售商店，一般都位于市中心，营业额很高，出售的商品种类很多，包括妇女和儿童的服装、家用器具、呢绒绸缎、各种家具等。百货公司的商品分门别类陈设，但大部分活动和一般性管理却是集中的。尽管百货公司不是美国人的发明，但它却在美罗星罗棋布，其兴旺程度超过了其它国家。在二十世纪到来之前，“百货公司”已经成了美国家喻户晓的一个美国创用词。

这些新的、宏伟的消费者之宫与昔日狭小、气氛亲切的老式店铺之间的对比，就象新的美国大旅馆同欧洲古老的小客栈的对比一样。百货公司如同大旅馆，象征着人们对日益增长的消费社会未来前途的信心。对于新兴城镇的居民来说，富丽堂皇的新型百货公司为他们逛商店、买东西这种行为——新兴美国的新兴社会性行为——蒙上了一层尊严、重要和炫耀的色彩。

亚历山大·特尼·斯图尔特十六岁时从北爱尔兰来到纽约市开始经营爱尔兰花边生意。仅仅过了十五年，即于一八四六年，他就在百老汇大道与钱伯斯街的拐角处建造了一座宏伟的建筑物，人们称之为“绸缎呢绒的大理石之宫”。这座宫殿也象其它早先建成的宫殿一样，不断地扩大又扩大，后来这家百货公司的门面沿着市政厅公园，有二百英尺宽，在百老汇大道上占着两条马路之间的全部地段。一八六二年，上述地段已经容纳不下斯图尔特公司，于是，该公司搬进另一座宫殿——这次是一座八层大楼，但不是用大理石建造的。这座建筑就是著名的“斯图尔特铸铁宫殿”，是当时世界上最大的零售商店。

新的百货公司与旧世界各国首都卖单一商品的豪华商店不同，它们象宫殿一样宏伟，但同时又对平民开放，欢迎大众光顾。铸铁为建造这种建筑提供了前所未有的有利条件，建筑物外表宏伟，里面顶棚高，室内宽敞，空间大，便于陈列各种样品。五层楼的 E.V. 霍沃特百货公司是一八五七年建造的，地点在纽约市百老汇大道和布鲁姆街的拐角处。丹尼尔·巴杰尔是用铸铁建造大楼的先驱，他建造的这座建筑物最令人激赏。威尼斯宫殿复杂的门面造型用铸铁是很容易仿制的。宫殿优美的圆柱、拱肩和窗户可以造在建筑物的周围，长度不受限制，而且这种建筑结构可以一层又一层地往上加。

詹姆斯·博加德斯是一位富有创造力的发明家，（他的成就包括金属壳的自动铅笔及其“总是尖的”铅芯、经过改进敲钟部件的坐钟、一种新的造邮票的机器，以及经过改进的制造铅颜料的磨子），当他把自己的天才转向发现铸铁的新用途时，百货公司建设上的需要激发了他的想象力。他兴奋地说，这些新的铸铁结构可以建造十英里高的建筑。博加德斯打算利用铸铁构架的种种特点：轻、容易加工、适应性强、建筑速度快，在此三十年前，类似的特点就曾使气球的框架具有特别的美国色彩。

新铸铁时代的顶峰是博加德斯在百老汇大道上第九街与第十街之间的地段，为 A.T. 斯图尔特百货公司建造的那座“铸铁宫殿”。这是当时最大的铸铁建筑，同时也是各种建筑物中最大者之一。它的外表是漆过的铸铁镶板，看起来象石头；而一再呈现的圆柱和栋梁的设计，更增加了该建筑的雄伟和豪华气派。每一层楼的地板都能承受其周围墙壁的重量，因而从结构上说，这样就能够造摩天大厦。它的底层墙壁很薄，使得大厅宽敞、开阔；而且铁柱很细，对每一层视野的遮拦很少。一眼望去，可以见到各种各样形状不同、五颜六色富有吸引力的商品；这些物品都是人们见所未见的，更谈不上购买了。在琳琅满目的商品之间，是令人眼花缭乱的人群，他们之中有顾客，也有逛商店的和看热闹的。富丽堂皇的底层中央是宽敞的楼梯，而楼顶则是一个大圆顶，白天光线从拱形玻璃圆顶射进来，使楼内光线充足。楼梯上下人来人往，大家都涌到这些高顶棚、堂皇华丽的消费者之宫，他们都是这些地区的绅士和淑女，人数很多，成千上万，乃至几十万之众。

传统的高雅而宽敞的楼梯又与现代化漂亮的升降机相互辉映。有了升降机，到百货公司大楼顶上几层就十分方便了。同时，升降机还使社会上互不相识的人们为了去同一目的地而突然挤在一个小空间里。升降机过去也曾有过，那是用来运货的：有的旅馆曾经试过用它来运载客人。而现在百货公司却使每人都有机会过一下乘升降机的瘾了。

升降机的主要问题是如何把速度与安全结合起来。老式运货的升降机的机厢是由另一个重物来与之平衡，该重物上下的高度和楼的高度相等，升降机上升时，重物就逐渐降到地面。这种升降机相当安全，但速度太慢。要加快速度，就要采用一种滑轮系统，然而这就会加快悬吊机厢缆索的磨损，从而增加了升降机下降时的危险。为了确保不出事故，伊莱沙·格雷夫斯·奥蒂斯发明了一种安全装置。奥蒂斯是新英格兰人，出生在佛蒙特州一个农场主家里，并在那里长大，成为一名富有灵感的工程师。他的办法是在升降机的两旁装上棘轮，同时，在机厢的两旁也安上与棘轮相应的齿。这些齿平时被缆索收在里面，升降机可以顺利运行，但是，如果缆索一旦松脱了，机厢两旁的齿便立刻弹出，使机厢安全地卡在升降井里。一八五四年，奥蒂斯在纽约市的“水晶宫博览会”上，亲自向公众表演了他的装置。他先把升降机升上去，随后戏剧性地把悬吊机厢的缆索砍断，机厢没有掉下去，而是卡在升降井里，他本人就在升降机厢里，安然无恙。

一八五七年，奥蒂斯首次安装供长期使用的安全升降机，这是在霍沃特百货公司。早在一八三三年，某些旅馆就试用过升降机。一八五九年，占老的第五大道旅馆安装了一部载客升降机。一八六五年，费城的斯特劳布里奇—克洛西尔百货公司使用升降机把顾客运上运下，这时，人家都可以免费享用这项新发明了。奥蒂斯于一八六一年取得了蒸汽动力升降机的专利权。一八八九年，为巴黎博览会而修建的艾菲尔铁塔建成时，便安装了三台水力升降机（其中一台是奥蒂斯制造的），可以在七分钟内把游人逐级接力运送到塔顶。后来新出现的电梯的速度就更快了。电梯第一次出现也是一八八九年，出现后不久就被 R.H. 梅西百货公司和约翰·沃纳梅克百货公司用来运载顾客了。

在这新的消费者世界里，玻璃又起了崭新的重要作用。在采用电灯之前，高大的建筑需要开大窗户来引进光线。然而，至少是在十九世纪中时以前，大块玻璃造起来非常困难，而且价格昂贵。“平板玻璃”（plate glass，这

这个词是一七二七年前后在英语中出现的)，是指表面光滑，形状规则，可以做镜子或用作大窗户的玻璃板。这种玻璃板是由粗糙的玻璃板经过细心磨制、抛光而成。当初粗糙的玻璃板是吹制而成的，但这种办法只能造出长不超过五十英寸、宽不超过三十英寸的玻璃板。后来，在十八世纪初叶，法国人采用了浇铸法来造玻璃板。一八三九年，英国人简化了浇铸法，以消除玻璃板的不规则形状。后来，技术更进一步提高，导致采用滚轧来连续制造平板玻璃，其长度可不限，而且象老玻璃板一样透明。

大块的玻璃板同重量很轻的铸铁框架结合起来，就改变了百货公司底层的面貌。临街窗户的作用不再是仅仅为使室内有光线和阳光，而是用来作生动广告。——形象化的说法叫做“橱窗”（showwindows），这是个美国创用词，大约是在十九世纪中叶开始出现，是指商店展出商品的窗子。商店、商店的货物以及各色商品本身都变成强有力的做广告的新方式。这时候，社会生产出来的各种各样的珍贵商品第一次公开摆出来供大家观看。而“逛商店橱窗”（Window-shopping）也成了老百姓一种新的、人人皆宜的消磨时光的办法。现在衡量一座建筑物的效果和一家零售商店地段的好坏，也是看有多少人走过橱窗。

有两个重要的办法把城市大批居民吸引到市中心去，这两个都不是什么新办法，但在南北战争后的美国却十分时兴。一个办法是让老百姓去百货公司更加方便；另一个办法是用最新的商品信息，激起人们去百货公司的愿望。

在美国，城市公共交通工具是到十九世纪后半叶才出现的；在此之前，一般市民买东西都是在步行所及的范围内进行，也就是说，大约两英里的半径范围之内。除去自己有车的富裕顾客和远方来客外，城市里的商人所要吸引的是能够从家里走到他商店来的顾客。这也何助于说明邻里关系的重要性，一个人的几乎全部活动，包括买和卖，全都是同和他住得很近以及双方都很了解的邻居一道进行的。邻里社会是能够步行走到的社会：有过路人，有在街道的一角偶尔相遇的人，有在人行道上相遇打个招呼的人，也有在门口聊天的人。

后来，市内的有轨电车促使上述情况发生了变化。最初的时候，如果你不愿走路，那只有乘公共马车（这是一种市内用的马车，载客很少，收费昂贵，而且不经常有，隆隆作响地在卵石路或土路上缓慢行进），或者是乘蒸汽驱动的火车。火车尽管速度快，但噪音大，机车排放烟和炉渣对街道也是个威胁，而且火车不适于经常停靠。城市里最早出现的、真正有效的公共交通工具是有轨马车，车道平整，坐在上面比较舒服，而且适宜于在任何一个街角停下来。我们对现在城市里的公共交通工具已经习以为常，因而忘记了廉价公共交通工具的出现如何根本改变了城市生活。

这一变化在许多地方是在大约同一个时候发生的。小萨姆·沃纳关于波士顿的故事讲得非常生动，也非常典型。一八五一年，波士顿人口稠密的城区，从市政厅算起，城市的半径大约只有两英里长。到了一八七二年，有了有轨马车，使城市的半径扩大了半英里。一八八七年，有轨马车又使城市的半径再往外推进了一英里半，加起来比一八五一年城市半径增加了一倍，同时，人口稠密的市区面积也相应扩大到一八五一年的四倍。十九世纪九十年代，有轨马车又被有轨电车所取代。这种电车的速度是马车的一倍，载容量是马车的三倍，公共交通服务的距离至少又向外推进了两英里；这样一来，

波士顿市就进一步扩大了，以市政厅为中心的城市半径达到了六英里。

城市郊区投资者和有轨电车建造商的利润以及积极性加速了这一进程。大波士顿的第一条有轨马车线路是一八五二年建的，马只拉一个车厢，从坎布里奇的哈佛广场起始，到萨默维尔的联邦广场为止。这条线路非常赚钱，其他投资者也纷纷跟着效法。这种生意其实十分简单易做，路基是现成的，早已由城市提供，此时只要铺上铁轨，把车厢放上轨道，然后买一、两匹马拉车就算大功告成了。那些已经在城市外围边缘地带购买土地的房地产创业者们都希望他们的土地能与市中心地区联结起来，正如早期新兴城镇的地方建设事业推动者希望铁路线铺设到他们那里一样。汽轮大王亨利·惠特尼在一八八七年就巩固了他在波士顿经营的线路；而类似惠特尼这样乐观的企业家为了吸引更多乘客，更规定车票标准价一律五美分，转车不要钱。

与此同时，有轨电车垄断公司的创业者们又强调有轨电车路线具有巨大的“道义影响”。他们指出，在人口稠密的市中心好几家挤住一套房间的工人，最终可以到郊区去买地建房，享受郊区有益身心健康的环境带来的乐趣。有轨电车路线的迅速发展引起人们竞相攫取地段控制权，并使城市政治卷入对垄断权的争夺。林肯·斯蒂芬斯把这些现象写成了《城市的耻辱》（一九〇四年出版）。然而，不管人们的动机如何，结果却是把更多的顾客吸引到城市的轨道里来。

有轨电车的线路诚然死板，上了车的人只能到有轨电车所去的地方。可是，几乎所有城市里的有轨电车都是把乘客送往市中心，因为那里有巨大的消费者之宫。

随着有轨电车所具有的那种把市民带到百货公司的向心力，还产生了一种吸引消费者的思想和欲望的新力量，此即集中在城市里大量发行的报纸。百货公司在报纸上做许多广告，实大有助于报业的发展，同时也帮助了报纸摆脱政党的资助，从而保持其独立性。这样，百货公司和其它做广告的大主顾也就间接地为美国新闻报道之在政治上不偏不倚作出了贡献，这同法国、意大利以及其它一些国家的报纸之由党派控制形成鲜明的对照。城市里的日报还有助于为规模宏大的消费者之宫广泛吸引顾客。十九世纪末，城市郊区的发展同有轨电车的出现是不可分割的；同样，百货公司的兴起同报纸广告的发展也是分不开的。百货公司的创业者也正是广告学及其艺术的前驱。

R.H. 梅西，象邮购业务先驱理查德·沃伦·西尔斯一样，是在广告成为商人正常业务一部分之前的一位有胆有识的广告客户。梅西用不断重复的方法，编一些蹩脚诗句来做广告，他用几百个五又二分之一的小号铅字（当时的报纸编辑只同意用这么大的铅字）排成梅西的标志五角星，或组合成更大的字。从一八五八年开始，他就敢于在报纸的昂贵版面上留下很大的空白：他经常做广告，而且同时在四、五家报纸上做广告，使那些与他竞争的较为保守的对手大为逊色。费城的约翰·沃纳梅克是另一位生气勃勃的领袖人物。一八七九年，他率先采用整版报纸做广告；在整整十年里，沃纳梅克定期在报上做整版的广告。其它百货公司也跟着效法，于是，全国各大城市的日报就大赚其钱。一九〇九年，沃纳梅克在纽约市的分公司开始每天在各晚报上做整版篇幅的广告，这就使晚报的广告行数压倒了日报。芝加哥也是如此，马歇尔·菲尔德成了在报上做广告的大客户。曼德尔兄弟公司同芝加哥《论坛报》签订合同，在一九〇二年全年内每周做六次整版的广告，一年花费十万美元，这成了当时一条轰动的新闻。

到了二十世纪初，百货公司成为全国各大城市日报的主要支柱。同时，随着报纸发行量的增加，报纸又成为百货公司的主要支柱，所起的广告作用越来越大，推动着几十万顾客去光顾。而城市里的报纸也成了传播思想的有轨电车；它们把新兴城市数以万计人们的思想和欲望装入“车厢”，运到城市的中心，迅速加入新出现的消费者共同体。

正如爱弥尔·左拉在法国所观察到的一样，百货公司“使奢侈品大众化了”。而人们早已遗忘当初让公众免费进入百货公司是一条多么革命的原则。在过去的市场和集市上，摊贩固然是把自己的货物摆出来给过往行人看。然而，摆出来供一般人看的商品都是常见的、满足日常需要的商品。任何过路人都是可以看一看水果和蔬菜、牛肋肉和猪肉、坛坛罐罐和厨房用品、一篮或一块便宜衣料。较昂贵的纺织品和家具却放在里屋，只有当买得起这些商品的认真的顾客光顾时才拿出来给他们看，在世界各地的大城市里，高级的商店总是在门上挂起代表商店的象征，吹嘘是只此一家、别无分店，或者摆出某一家贵族的家徽，表明已被指定为这家贵族供应商品，它们对偶尔路过的行人很少陈列或者根本就不陈列其商品。那些较廉价的商店也都是专售某一种商品，而且现成的存货往往不多，在十八世纪后半叶，“商店”（Shop）一词变成动词，于是人们就开始“去商店采购”（go shopping）——即去商店看一看能买些什么。尽管如此，一般老百姓一辈子仍然看不到多少他们买不起的珍奇货品。

百货公司使这一切全都改变了。现在，象潮水般的人群里有各种各样的人，他们可以自由自在地在陈列得很漂亮的不同种类、不同价值的商品之间走来走去。要看高价商品并不需要是“高级人士”。谁都可以进百货公司，都可以看一看、摸一摸高雅的家具。在这种新的消费者大众化的体制下，人们假定，任何人部可以成为买主。正如同生活水平是公开的、大家都知道的事实一样，买东西、“逛商店”也是公开的；这和财产状况不同，财产状况则是不公开的。在百货公司就象在旅馆里一样，私人不公开的活动与公开活动之间的界限已经模糊了。

现在，城市的购物者可以随便在大批商品之中走来走去，就象不久之后农民翻阅邮购商品目录册一样方便。建筑师则把商品作为自身的广告：为消费者或可能的消费者举办长期性的展览。过去，商品大多是零零散散地处于未加工状态，等待消费者提出要求或式样。可是，今天成品世界却成为“消费者”的世界。原料事先都加工好成为鞋子、衣服或家具，展览在全体过往人群的面前，让人看了动心。在这些激起人们购买欲望之宫里，这批新型的商家都希望尽可能向顾客提供他们想买的东西，并且促使他们想买过去脑子里从未想到过的东西。

另一方面，市场不知不觉变得更加共通化和更加大众化，而最有趣、又最不引人注目的变化之一则是新兴的大百货公司都实行明码实价的政策。老的做法——也是世界各地集市市场生活中的一种情趣——乃是卖主与各个买主之间的讨价还价，卖主根据买主的社会地位、他的需要、他想购买这一商品的心情是否急切来要价。有些商家在每一件商品上都注上成本价格（用秘密符号注），然后力图从顾客那里索取高于成本的最高价格来成交。拒绝讨价还价当时被视为是乡巴佬，不懂人情世故，而且这样一来当然就减少了生活中的乐趣。因此，买东西实际所付的价格往往因人而异，要看每位顾客讨

价还价的本领。

那些主张平均主义的教条主义者反对讨价还价的办法，这是不足为奇的。英国教友会的创造人乔治·福克斯早在一六五三年就极力劝告他的追随者不要讨价还价，并劝说商家对每一件商品都确定一个公平的价格，不论谁来买部一视同仁。这种主张也象教友会的其它某些原则一样，被认为是不合时宜的，但这样做对商家也有好处。福克斯本人解释说，那些对自己讨价还价能力没有信心的顾客就会感到放心，因为他们相信，“在这些商店（指教友会教徒开的商店）里，就是派孩子来也不会吃亏。”

实行明码实价政策的进展是缓慢的，但百货公司却很快就采用这种做法。巴黎的“廉价”百货公司早在一八五二年就率先采取了明码实价的政策。对于美国的大百货公司来说，采取这种政策是不可避免的。一八六二年，A.T.斯图尔特百货公司已有约两千职工，其中绝大多数是公司老板不知其人的、工资不高的售货员，而让他们去同每个顾客讨价还价乃是行不通的。这样，结果就得推行大众化，至少是在价格上平等化的做法。不分年龄、性别、贫富和讨价还价能力的大小，对谁都是一个价格！价格就标在那里，谁都看得见。由于商品公开陈列，原来买卖双方交往密切的小商店变为富丽堂皇的大厅，那里任何普通人都可以看到最好的商品，同样，价格也不再是个秘密了。

商品上标明了对大众有吸引力的价格，而且百货公司也向所有顾客普遍提供服务：诸如免费送货上门、自由退换、允许赊购等等。这些服务项目，就象“保证满意，不满意就退钱”，这是早期百货公司的一个口号）一样，不是售货员向顾客私下作出的允诺，而是公司向所有消费者宣布并广为宣传的“政策”的一部分。

从新的意义上说，此时每一宗买卖都变成了公开的行动。消费者同意购买一件商品时，这件商品不只是商店向他一个人推销的，而是在一般情况下通过广告向大众推销的。因而做广告便发展成为新时代商业关系的特点。至此，这已不再是买主和卖主的关系，而是顾客和使人变为顾客者的关系，也即是消费者与做广告者的关系：做广告的商人的吸引力很大程度上在于其规模大；而消费者是千千万万的群众，其力量则在于人多。人们此时要说服消费者不仅成为顾客，而且还要成为某个消费共同体的一员。当人们向某个消费者推销某种商品时，他们不仅是对此人推销，而是向所有类似的人推销；而做广告的商人和消费者都明白，这样的人是数以百万计的。

十一 顾客遍全国

就象百货公司把城市里成千上万的顾客吸引到它们的消费者之宫里来一样，其它一些新企业也从一个城市发展到另一个城市，建立起全国范围的消费者共同体。联号商店就是各地消费者共同体的先锋，在全国各地建立起了这种共同体。“联号商店”（chainstore）是一个美国创用词，二十世纪才在语言中被人们所接受，意指同一家老板开的一批类似的商店，这当然不是什么新主意，也不是美国人的发明。然而，在南北战争后那一百年里的美国，联号却成了一种强有力的新兴商业体制。

“一手交钱，一手交货”（Cash-and-Carry）也是美国人一句创用语，在二十世纪初才用开，成为联号商店的一句生意经。这是“不赊购、不送货”的正面说法，并成为广告宣传的一句口号，意在告诉所有可能成为顾客的人，本店讲究实际，顾客在此可以省些钱。说来奇怪，百货公司是由于向顾客提供一些过去传统上由街坊商店和友善可靠的店主提供的方便而生意兴隆的。它们一直发展赊购和分期付款业务，同时提供多种附带的服务项目，而新建的联号商店却把这些特点作为对立面，宣传自己公开标价、经济实惠的优点，以此推销其商品。

二十世纪中叶联号商店系统中第一家年营业额最大的商店是一八五九年创建的。乔治·吉尔曼和乔治·亨廷顿·哈特福德两人都来自缅因州，他们就在这一年在纽约市的维齐街开了一家小店，取名“大美茶叶公司”。他们不经过中间商，直接从中国和日本大量进口茶叶，所以能以令人瞩目的低价卖出茶叶，仅三十美分一磅，而其它商店则要卖一美元一磅。他们用著名的巴纳姆经营术的一套做法招徕顾客：幸运的中奖顾客可以得奖，出纳员的小屋形状象中国的宝塔，一楼大厅的中央放着一只绿色的鹦鹉，逢星期六还有乐队来演奏。他们又用八匹有灰黑花斑的马拉一辆红色大篷车招摇过市，如果有谁能猜出车和车上的人加起来一共有多重，就能得到两万美元。他们逐渐增加经营的其它杂货，诸如：调味作料、咖啡、肥皂、炼乳、发酵粉等日常用品。到了一八七六年，他们商店的数量已增加到六十七家。

他们具有堪与当年西部新兴城市创业者相媲美的情，并预见到公司的大发展，因而在一八六九年把公司取名为“大西洋和太平洋宏大茶叶公司”。这个联号公司的宏大目标或许是想通过联号把两大洋联结起来，就象“联合太平洋铁路”所完成的伟业一样，该铁路的修筑也是在同一年完工的。大西洋和太平洋公司所属的商店迅速增加，各地都有，它们那醒目的金、红两色店面已为全国各地人们所熟悉。到一九一二年，已有近五百家大西洋和太平洋公司的联号商店。这些商店的好处在于价格便宜，这是因为它们实行大批采购和取消中间商的做法，同时，它们还允许赊购，并免费送货上门。

大西洋和太平洋联号公司的巨大发展是一九一二年在公司创办人的儿子约翰·哈特福德的领导之下起步的。一九一二年至一九一五年之间，每三天就有一家大西洋和太平洋联号商店开张，以至全国属下联号商店总数达一千家之多。它的巨大发展的原则是“一手交钱，一手交货”，减少人员，办单人经营的“经济”商店。到一九二五年，该公司的联号商店才把肉类列入经营项目，但很快便成为单项销售额最大的商品。一九二九年，大西洋和太平洋联号公司的销售额超过了十亿美元：一九三一年，该公司属下联号商店有

一万五千七百零九家。一九三三年，大西洋和太平洋联号公司的业务占全国食品销售业务的百分之十一以上。嗣后，由于出现了开设规模较大的食品店的倾向，于是该公司属下的商店数目逐渐减少。到一九七一年，四千三百五十八家大西洋和太平洋联号商店的年销售额达到空前的纪录，将近五十五亿美元。

这些造成全国性消费共同体的大公司终于遭到当地商人、家乡利益维护者和鼓吹地方主义的人的猛烈反对，他们全都主张各地发展本地的消费共同体。老式店铺的店主既反对大城市里的百货公司，也反对乡村免费邮递，反对邮寄包裹，他们攻击邮购是“垄断”。他们说，“联号商店”带来的威胁是对整个美国生活方式的威胁。早在本世纪二十年代，当一些联号商店开始蓬勃发展的时候，小本经营的独立零售商就组织起来抵制。一九二二年，全国食品杂货零售商协会的年会就敦促制订限制各地联号商店数量的法律。为了维护地方小商店的利益，他们建议采取多种法律措施，诸如，同一个老板在开办一家商店后如果要在同一个州里再开设新店则须缴纳累进税，对联号商店购入的商品应征收特别税。

大多数州都在某个时候实施了某种形式的反对联号商店的税法。声势最为浩大的控制联号商店商业活动的行动是一九三六年的鲁宾逊—帕特曼法案（有时候人们也称之为联邦反价格差别法），这是罗斯福新政时期的一项措施，修订了过去的反托拉斯法。它是针对联号商店所谓“价格差别”的做法，据说这会破坏竞争，促进垄断。该法案尽管措词相当含糊，但已给了联邦贸易委员会重要的监督权力。联号商店也象其它一些大企业一样，犯了一些违法行为。但是，联号商店的潮流是阻挡不住的，它们形成了越来越大的消费共同体。反对联号商店的运动，就象反对乡村免费邮递和反对邮寄包裹的运动一样，都是维护落后事物的行动。该运动的发言人乃是为正在消亡的老式店铺、乡村邮局、一间屋的学校和热情友好的街坊小杂货铺讲话罢了。

那些指责联号商店造成悲惨结果的故事，确实反映出人们看到以邻里为基础的小消费共同体解体时的迷惘心情。本世纪二十年代末，印第安纳州众议会议长在致其选民的一封信中悲叹道：“联号商店正在破坏我们整个地方的幸福和繁荣的基础。它们破坏了我们家乡的市场，使商人陷于破产境地；它们对地方企业贡献很少，却吮吸着地方社会富裕人士的生命血液，而留下的不过是一帮到处流浪无着的人。”纽约州的参议员罗亚尔·科普兰则声称：“一旦联号商店进入一个城市的某个街区，就必然引起十家商店关门。在小城市和乡镇里，联号商店对当地社会也毫无建树。它们是一批寄生虫。我认为它们在破坏我们国家的基础。”

那些来自农村和小城镇的国会议员看到这在政治上可以大捞一把，于是就歇斯底里地大喊大叫起来。一九三一年，亚拉巴马州的参议员雨果·布莱克警告说：“疯狂追求生产、销售和分销效益的浪潮席卷我国各地，使得失业人数日益增加，并造成一种等级制度，这对任何政府来说都是危险的……联号食品杂货店、联号丝绸呢绒店、联号服装店，今天开业，明天合并——其规模与力量与日俱增……地方上的消费者和商人正在消失，而他们这些人作为有独立精神的经营者对当地事务的贡献也正在丧失。”

联号商店的回应也是多种多样的。人们指责它们缺乏老式商店对当地人民的忠诚，于是联号商店的老板就在地方上大做广告，奖励联号公司经理中能在当地起领导作用的人，以此来回答上述指责。一九三九年，就在鲁宾逊

一帕特曼法案的阴影威胁之下，该行业杂志《联号商店时代报》就宣布奖励当年的“当地社会创建者”，以此宣传联号商店的经理人员对家乡的贡献。他们指出：那位获奖的联号商店地方经理，曾以实际行动来支持公益金和红十字会，他还帮助过当地的学生，并给地方上的教堂捐款，又同当地的商人进行了合作。

然而，指责也好，答辩也好，都没有切中要害；联号商店其实是宣告并象征着一种新的消费共同体的出现。这种新的消费共同体当然不如老的商店忠厚，服务也更表面化。但是，它们却是无所不在的，在某种意义上，美国消费者不论是醒着还是睡着，无时无刻莫不受其影响。布莱克参议员惊呼“地方性的人”正在消失，这种说法是对的。人们不再局限于某个地方。由于美国人视人口流动为正常，那些新到某个城市或城市新建郊区的人，他们或许还不认识他们的邻居，但是他们看到大西洋和太平洋公司联号商店（在那里他们知道各项商品摆在什么地方）或者沃尔格林杂货店（那里他们熟悉的各种商标的货物应有尽有），就至少会在某种程度上感到是在家里一样。这些发展中的消费者共同体不正在给人们以小小的安慰，并取代着消亡中的邻里消费者共同体吗？

十二 货物自销

R.H.梅西一八八七年做广告说：“适合百万富翁的商品价格低到普罗大众都买得起。”明码实价固已促使市场大众化，而这种不会因人而异的新标价方法对消费者世界也产生了深远的影响。消费者口袋里有钱，就想买点什么。但是，他们却比过去更弄不清究竟“需要”什么，以及究竟什么对于他们的生活方式或生活中所处的地位是不可或缺的。

新型的商品开始出现，其特点不是由其质量或用途决定，而是由其价格决定。美国历史上最令人神往的行业之一，以及某些美国最有特色的体制，就在这种简单而新颖的观念上建立了起来。

把五分、十分商店”称为穷人的百货公司，这种说法只反映了问题的一个方面。百货公司是消费者之宫；而“五分、十分商店”，则是消费者的集市。这两个地方都能激起人们的购买欲望。百货公司把各种价格、样式、型号和质量的商品都陈列出来；五分、十分商店”则陈列出一大堆很吸引人而你只要花小额现金就能购买的商品。如果一种商品很吸引人，而且价格便宜，那么，只要顾客需要，他就会购买；但是，如果价格低到用几个硬币就能买到，那么顾客或许不论“需要”与否，只要一时兴起就会买下来。当人们才刚知道明码实价这码事，而讨价还价还是社会上一种乐趣的时候，提出以“五分、十分”的方针来销售商品，这确实需要有大胆想象力。如果订出的明码实价确实低廉，是否就因为这种明码实价而在某种程度上促使人们去购买呢？其实甚至在明码实价这一做法还没有确立为一种体制之前，就有一位聪明的商人在这个试验的基础上建起了一个帝国。

此人就是F.W.伍尔沃思。在赋予商品这种以价格为重的特质方面，伍尔沃思的贡献最大。他想出了五分商品和十分商品这一整套新的路子。伍尔沃思在青年时代，讨厌纽约州北部他父亲农场里单调艰苦的劳动，曾在邻近城镇的小面货店里找过差事干。然而，饶有意义的是，他并不懂售货的诀窍。在他刚开始工作时。由于他售货的本领是如此之差，以致老板把他每周的工资从十美元降到八美元五十分。然而，他对陈列商品却很有才干。他第一次取得成功是在纽约州沃特敦一家小的呢绒绸缎商店，他用些红色布头布置了一个十分吸引人的橱窗。他的老板听说另一个商人销售五分钱一块手绢生意很好，就决定搞一个“五分钱柜台”试一试，买进了一百美元各式各样的五分钱商品，如钩针、绊钩、上钟表发条的钥匙、别针、领扣、婴儿围咀、脸盆、尿布、顶针、肥皂、口琴等。伍尔沃思把这些商品布置在一条长桌子上，上面用一块牌子来标价。第一天，全部商品就销售一空。

这次经验对伍尔沃思启发很大。一八七九年，他单独开店（先在纽约州的尤蒂卡，随后在宾夕法尼亚州的兰开斯特），实验“五分、十分商店”的主意是否可行。他所遇到的第一个问题是如何找出适合这一价格的各种商品。在很长一段时期里，伍尔沃思以不断增开新的商店和扩大营业额来取得足够的五分、十分商品的花色品种。到了一八八六年，伍尔沃思已有七家店：一八九五年增加到二十八家，一九〇〇年则是五十九家，即便每一家店都规模不大，但由于数量多，形成联号，使他可以大规模地进货。他引入一些新货品，自己又创造了一些，并大量购进。他以这种方法使所有买主，即使是小城镇的买主，都能得到加入一个庞大的消费者共同体的实惠。

“按价生产”——生产预定售价的商品——反映一种新的思想方法。它表明购买者的被动性已发展到一个新的极端，这也许是把逛商店演变成为一种观赏活动的最后阶段，在这个明码实价的新世界里，伍尔沃思把早已被亚里士多德和中世纪伦理学家阐释过的传统观念——“公平价格”赋予现代的形式。从某种意义上看，难道不可说价格并非个人讨价还价的结果而是商品本身的一种特质吗？

伍尔沃思从一开始就大胆使用红色，他陈列了大量的红色首饰。一九〇一年，他规定所有他属下的商店都采用鲜红的门面（大概是学了大西洋和太平洋宏大茶叶公司的做法），用金字和金色的造型。

至于广告，伍尔沃思则不依靠报刊杂志，而是靠商品的艺术造型和商品本身的宣传特色，这一点是前此不久平板玻璃生产工艺得到进一步改进后才被广泛采用的。伍尔沃思在本世纪初曾对其商店的经理们说：“不，你们不需要通过叫卖来吸引顾客。这个方法对我们来说是大陈旧了。但是，你们却要让顾客不知不觉地被拉进你们的商店。你们要用漂亮的橱窗陈列把他们吸引进来。他们进来后，你们要让他们看到橱窗里的商品在柜台上应有尽有……请记住，我们的宣传广告是我们的橱窗陈列和柜台。”

带有价格标签的商品实际上是自行“销售”的。售货员的唯一任务是包装商品和找钱。这就是伍尔沃思能保持低成本、低价格的诀窍，因为他可以雇用低工资的年轻女孩子，而且效果很好。刚开始的时候，她们每周工资为一美元五十分。一八九二年，伍尔沃思写信给他的商店经理们说：“我们雇用的人员必须是廉价的，否则，我们就不能出售廉价的商品。当一名售货员干得很好，能够在别处挣更高的工资时，就放她走——因为销售我们的商品并不需要熟练的、有经验的女售货员……有一点必须肯定：我们目前销售这些商品，是支付不起高工资的，我们的售货员都应知道这一点。”约翰·沃纳梅克公司和马歇尔·菲尔德公司都不允许售货员主动接近顾客，伍尔沃思也跟着学他们的样子：他吹嘘说，他的经理们“把商店办成集市，人们可以走遍整个商店，也不会有人催他们买什么东西。”

伍尔沃思的商店迅速发展起来。一九〇一年，年销售额超过五百万美元；五年后，销售额又翻了三番。因为他的销售对象发展到中产阶级。嗣后，他甚至跨过大西洋，在英国开了联号商店。一九一三年，一向崇尚朴实无华、直接了当，认为他的五分和十分商品本身就是广告的F.W.伍尔沃思，建造了一座历史上最为壮观并起着广告作用的建筑。伍德罗·威尔逊总统在华盛顿按了电钮后，纽约市当时世界上最高的可以住人的建筑——伍尔沃思大厦就此灯火通明了。

“按价生产”仅是许多发明和做法中的一种，这些发明和做法使美国人更难以知道他们需要和想要得到的东西的范围。使商品价格低廉的每一步是否会在某种程度上把人们越弄越穷？因为这会拉大他们新滋长的欲望和能够满足欲望的能力之间的差距。

一九一六年，在大西洋和太平洋公司加速发展“经济”商店后不久，田纳西州孟菲斯市的克拉伦斯·桑德斯开了第一家新式食品杂货店，取了一个迷人的名字叫“皮格利·威格利”。“皮格利·威格利”的新颖特点是它占整整一层楼，顾客从旋转栅门进去，好象走进了迷宫，只能按照预定的路线在里面转来转去，在这个过程中他们会看到全部陈列出来的商品，最后走到

唯一的出口，那里又有一个旋转栅门，也是付款的地方。由于有了这样一种聪明的设计，顾客一旦进了商店如不按预定路线看完全部商品，就会迷路走不出去，这当然也包括看他原来不打算买的东西。这种强迫顾客看完商店全部商品的做法，美其名曰：“自取”。这种通俗的说法强调了无人售货这个特点。同时，这一创举的革命意义还在于：由于商品是“自销”，因而在买主和放在那里销售的各种商品之间建立了一种新关系。

在这种商店里，需要店员为商品服务而不是为顾客服务；而“顾客”与其说是具有具体采购目标的消费者，不如说是销售者陈列的商品和商店包装的不知不党的猎物。销售者不是用什么不道德的或非法的办法而是用新的艺术造型和销售技术来使购买者落入其“圈套”的。

这种做法带来的一个明显后果是包装的重要性增加，以及“凭一时冲动的购买率”上升。购买者被外界强加了一种新的自主权并陷入新的隔离状态，这是过去所没有的。购买者独自一人，没有售货员在旁边热情劝买，而他面前则是眼花缭乱一排排包装好的商品。如果他真的想购买博登公司的、或坎贝尔公司的、或德尔蒙特公司的、或莫顿盐业公司的消费品，那就是他“心甘情愿”的行动。但是，由于这个决定是外界迫使他作出的，他也就越来越说不清楚自己真的想要什么，以及是否确实是他自己作出购买的决定。事实上他决定买这个而没买那个，是否由于某种连他自己也不明白的、不可抗拒的、不择手段的、同时却又是科学的方法说服他这样做的呢？美国人就是这样被吸引去对某些牌子的商品表示信任（这种信任由于他照价付款而变得神圣而不可更改），与此同时，千百万其他美国人也通过同一种方式对这些商品表示信任。

数以千计的商店都采用“自取”的方法。有些商店获准在“皮格利·威格利”商号名下营业，有些则另发明了一套大同小异的方法。乍世纪二十年代在加利福尼亚州，汽车的普及又导致了“把汽车开进去”的露天营业式市场的出现。这种摩托化的自取方式，目的在于吸引更多地区的人们，并且也为了更加便利顾客开车购物。除了汽车的大量使用之外，加上家用冰箱的普及，更促使人们大批购物。一九二一年，美国仅销售了五千台家用冰箱；到了一九三一年，冰箱的销售量已超过了一百万台。一九五一年的人口普查显示：美国百分之九十的住户都有冰箱。第二次世界大战后，家用冷冻机。一九四一年这种机器还不大为人们所知）的出现，人们购买食品在家里冷藏的积极性更见提高。到了一九七二年，三分之一的美国家庭都有了冷冻机。

“自取”的主意得到进一步发展，有些聪明的商人想出了其它办法，在消费者和各种商品之间建立起更新的、更为直接的关系。一九三四年十月，沃尔格林公司在佛罗里达州的坦帕市开设了第一家有时称之为“超级杂货店”的商店。据这家公司介绍说：“这是一种革命性的新型杂货店。它不仅面积大，可增加好几条售货线，而且把商品从传统的展览橱窗中拿出来，放在敞开的货架上，顾客可以观看，可以触摸，可以选购。这种新型杂货店的成功，为老式的、街头拐角小杂货店敲响了丧钟。”最大的超级杂货店之一是沃尔格林公司在芝加哥的巨型杂货店，该店于一九四九年开张，设在斯泰特和麦迪逊两条街之间，两层楼面共有三万平方英尺。

查尔斯·沃尔格林发迹的故事和F.W.伍尔沃思或乔治·亨廷顿·哈特福陪的故事非常相似，他是现代化美国杂货店之父，这种杂货店是二十世纪最有美国特色的商店之一，外国来访者看了杂货店的内容和“药店”的牌号都

感到大惑不解，但它却使人了解美国新的消费社会。沃尔格林出生于伊利诺伊州一个瑞典移民的农场里，长大后最初是在一家小店铺里管帐。后来，他在伊利诺伊州迪克森一家制鞋工厂工作时，出了一次工伤事故，失去了一截手指头；给他治疗的医生劝他去药店当学徒。沃尔格林随后在芝加哥一家药店找到了工作，最后他更把这个店买了下来。后来，他生意越做越大，开的店逐步增多，并提供各种各样与医药无关的服务。他在店里的冷饮小卖部设午餐柜台，其后又制作以沃尔格林为商标的冰淇淋和糖果。沃尔格林的“药店”成了什么都卖的老式杂货铺的现代化形式，然而色却与其前身英国的或欧洲的药店毫无共同之处，而欧洲那种药店在大西洋彼岸依然存在。沃尔格林在一九一六年时有七家店，到了一九二七年，他已有一百多家店了。一九三九年沃尔格林逝世时，他在美国三十七个州二百个城市里共有大约五百家商店，雇用职工一万二千人。

“超级市场”（Supermarket）是美国创业者用来称呼一种新型商店的名字，这种商店在本世纪三十年代才较为普遍地建立起来。超级市场把“自取”方式、现金交易、货物种类广泛（至少包括食品、杂货、肉类、农产品和乳制品，和高销售额等几种特点结合了起来。大约在一九五一年，超级市场在生意上的概念是指年销售额在五十万美元以上的商店。似乎是为了表明美国语言有很大的灵活性，以及美国人不大迴避夸张的字眼，那些销售额较小的超级市场现在则称为“超级小型自动售货店”（Superette）。

最早试用超级市场这种售货体制的不是大的联号公司，而是一些独立的经营者，因为他们改变经营方式比较方便。大约在一九三七年，大西洋和太平洋公司开始把其小型“经济”商店（每店一人。只有最起码的固定装置和设备）逐步改变为超级市场，而超级市场巨大的营业额更是它们革新创造的又一个机会。例如，一九四一年，它们试用玻璃纸包装鲜肉，从而开创了食品销售的又一新时代。大西洋和太平洋公司分别在各地把它们三、四家小商店合并为一家超级市场。一九三一年时，该公司有一万六千家左右的小商店，到五十年代初，这些商店已合并为四千家左右的超级市场。其它大的食品联号公司也朝着同一方向发展，超级市场同杂货店一样，其发展远远超越了原先的营业范围，而随着新的商品推销技术的发展，这两种消费共同体已互相重迭交错。那些供消费者购买食品杂货、五金用品、家用吸尘器和梳洗用品的各种商店之间的相似之处，比以往任何时候都多。消费者所信得过的乃是他们素未谋面的商人的承诺、是他们所熟悉的包装式样，以及他们所信任的遍布全国的商标，而不是实际卖东西给他们的人，这是同过去不一样的。

十三 农民如何加入消费共同体

十九世纪后期，美国庞大的铁路网加上其它因素，把边远地区的农民及其家庭拉进了新的消费共同体。造成这一情况的是一种新的美国体制——邮购商店。“邮购”（mail order）一词是美国创用语，适用于零售商和商品目录，从二十世纪初开始得到普遍运用。南北战争结束时，根本不存在什么蒙哥马利—沃德百货公司或西尔斯百货公司的消费共同体，而仅仅五十年之后这些公司的顾客就剧增到好几百万人。到二十世纪中期，西尔斯—罗伯克公司一跃而为全国最大的日用商品销售商店。这是一场从一般店铺（那里常有六、七个当地空谈家聚集在一起高谈阔论）发展到邮购公司的运动。邮购公司上百万的顾客分散在全国各地，他们带着渴望的心情翻阅着五、六百页生动的广告，或等待邮包的到来；这几百万顾客相互间从来也不见面，但是出于某种原因，他们又是互相倚赖的。这生动地说明了美国如何从移民和创业昔聚居一处并相互直呼其名的社会，发展成为消费共同体遍布各地、素不相识的人购买同牌商品的国家。

美国的农民特别需要某种共同体，因为美国生活中的某些具体情况使它们不能同邻居住得很近。一八六二年的《宅地法案》规定占地定居者要住上五年才能完全获得产权。因此，美国农村生活具有同欧洲农村很不相同的特点，欧洲的农民大家住在一个村庄里，每天出外到各自的地里去耕作；而在美国，即使每个占有宅地的居民只有不到四分之一分区（一百六十英亩）的土地，而且实际上周围的土地也已为人所占，但是测量供出售的公地却沿用严格的长方形地块制，所以各农户之间的距离起码有半英里。实际上，定居者占地一般都多于一百六十英亩，还有些地段留作建学校之用，并且有大量空地被东部的投机者遗弃，这些都是造成美国农村邻里之间隔阂的原因。

由于各地气候、地形的差异，农民之间隔阂的程度也有所不同。大西北各州，如南北达科他和内布拉斯加州，大草原上孤寂的生活确使爱交际的人们难以忍受，《西北画报月刊》的编辑 E.K. 斯玛利善于观察，对大草原的生活有过亲身体验，他在一八九三年对这一情况作了分析：“原因很简单。这些人原来都在热闹的小村庄里生活，尽管家乡的生活很难苦，但是并不感到孤单。例如，从挪威海边来到美国定居的农民，他们在祖国时都居住在白墙红瓦的农舍里，村里有学校、有教堂，在蓝色的小海湾里停泊着渔船，绿色的高山下是白雪复盖的农田，而来到达科他大草原之后则住在孤零零的木屋里，这个变化是多么大啊！难怪有那么多斯堪的纳维亚人精神失常了。”而当地的气候和地形则更加深了这种孤独感。

如果说在这个世界的某个地区，人类天生的喜爱群居的本性得到顽强的表现，那个地区就是我国西北的大草原了。那里夏季炎热而短暂。冬季却寒冷而漫长，大自然中能引起人们遐想的东西极少……河水溪流穿上了冰雪的盔甲，人们听不到潺潺的流水声。一旦野鸭野鹅飞回南方，鸟类就此绝迹。除了呼啸的狂风外，死一样的沉寂笼罩着广漠的大地；寒风扫过大地，穿透每座房子的墙缝，而粉一般的白雪更从没有堵住的缝隙往里钻……场院四周是铁丝网。树木十分稀少，因为草原上树木生长得很慢，而且小树要成活也必须细心照料……

乡邻之间很少来往，一是因为农舍之间相隔得太远，二是因为人们之间缺乏共同语

言。他们过去的经历很不相同，无从谈起。来到新大陆时，他们相互都不认识，而他们的工作和生活方式也没能使他们接近起来；往往由于原来的国籍不同，他们之间就更加疏远了。到这里来的移民有瑞典人、挪威人、德国人、加拿大法语地区人，也许还有与众不同的芬兰人和冰岛人，就是美国人也来自各个不同的州……在草原上新建的各州里，许多农民和农家妇女得了精神病，这确实令人吃惊。

有些人（如斯玛利）建议，唯一的解决办法是放弃分散的农舍，把农民集中在村庄里居住。但是到十九世纪八十年代，美国的农村已经定型，不可能改变了。连接美国西部广大地区的铁路以其特有的方式出现了。在英国等地，建设铁路一般是为了把两个城市连接起来，以负起早已有人居住的地方的大量交通运输任务。而在十九世纪的美国，随着地方建设事业推动者的报刊、大学和新兴城镇的兴起，铁路也随之发展起来。美国的铁路往往是漫无目的地修建，通常是希望以此吸引人们来居住，将来铁路就为他们服务。如果美国铁路不是以这种时序倒错的方式建设的话，也许就不可能把居处分隔的农民吸引过来，使他们成为城市居民消费共同体的一分子。南北战争结束之后的岁月里，铁路以惊人的速度发展起来，遍及西部各地。一八六五年时，美国全国有三万五千零八十五英里的铁路，其中只有三千二百七十二英里位于密西西比河以西。到了一八九一年，全国铁路线总长已达十九万九千八百七十六英里；其中密西西比河以西的铁路线长达六万二千四百七十三英里，即为二十五年前全国铁路线总长的一倍多。但是西部仍然人口稀少；大片地区的每平方英里平均人口仍在二人以下，而西部几乎没有一个州的每平方英里平均人口数达到全国平均标准——每平方英里二十一点二人。到了一九一一年，美国铁路的总长度已是世界铁路总长的三分之一，而且人们仍在不断地修筑铁路。在一九一六年到一九六一年期间，几乎每年都要废弃一些铁路，废弃的要比建成的多，而且在这一期间，总的运行线路实际上也在下降；这一事实表明了早年人们热衷于扩张，且有过于乐观的精神。（当然，人们没有预见到汽车和卡车的竞争，更别说飞机的竞争了。）

修建铁路的确起了吸引人们的作用；火车运来人们需要的货物，并运走他们所生产的东西，于是铁路运输蓬勃发展起来。正如英国经济学家艾尔弗雷德·马歇尔于一九一九年所指出的，那时候在美国为任何商品打开销路都有无穷的机会。美国将成为“使大量形形色色东西标准化”之乡。他指出：“庞大铁路长途运输必然导致大宗货物托运的发展，因此，大企业即使很远也比近处的小企业有优越性。”马歇尔惊诧地看到“美国人对制成品的要求如此雷同，连美国生活中占主导地位的因素——种族的差异——也不能怎么抹杀这种共同性。尽管在感情上、生活方式上甚至职业上，斯堪的纳维亚人同意大利人大相迥异，美国当地人同波兰人也截然不同，但他们都是几乎同样商品的买主。除了因气候原因有所区别之外，他们买的衣服、家具以及工具都是相同的。”我们在这里已可看到，马歇尔所谓的城镇美国人的“消费共通性”的意义了。

芝加哥是全国铁路的枢纽，自然也是通向广大农村腹地的中心城市。其后，芝加哥成了全国最大的无店员企业的首府。这种企业的先驱是一个精力充沛的年轻移民艾伦·蒙哥马利·沃德。沃德一八四三年生于新泽西州的一个小镇，他随父母移居到密歇根州的奈尔斯，在那里上公立学校，十四岁辍

学到一家桶板厂工作，其后又转到砖场工作。他第一次学做生意是在圣约瑟夫附近一家老式店铺，直至一八六五年在芝加哥年轻的马歇尔·菲尔德的公司里找到了工作。其后他搬到圣路易斯，成为一家织物批发商的流动推销员；他在西部农村推销商品时，了解到农民从一般店铺买东西的弊病。沃德发现，假如他直接从制造商那里用现金购进大批货物，并以现金交易直接出售给农村的消费者，那就可降低零售价。这便是他邮购意念的起源。沃德回到芝加哥后便着手实现他的计划。一八七一年的芝加哥大火几乎烧光了他的积蓄，但是到一八七二年春季他又积攒了一千六百美元，同他合伙的人则出资八百美元。

沃德在一家马车行楼上一间十四英尺长、十二英尺宽的阁楼里开始了他的事业。他印发了一份仅只一页纸的价目单，列出销售商品项目并说明如何订购。两年之内，这份价目单发展成八页长的小册子，其后又扩大成为七十二页的商品目录册。沃德取消了中间商这一环节，向顾客提供的扇子、伞、书写纸、针、体视镜、刀具、衣箱、马具等以及其它数十种货物，都可以便宜百分之四十。他的商品目录册越变越厚，而且还增加了图画，既生动又吸引人，到十九世纪八十年代，几乎每项商品都有一幅木刻画说明。一八八三年，即沃德以二千四百美元起家后的十年，列入商品目录册的商品库存已值五十万美元。一八八四年他的商品目录册有二百四十页，所列商品几乎达一万项。

蒙哥马利·沃德的事业取决于顾客对从未见过面的销售者的信任。从一开始沃德就有一个优越条件，因为他是一个普及的农民组织——“农业扶助社”——即人们称之为“格兰奇社”的正式供应商。“格兰奇社”成立于一八六七年，其宗旨之一是反对“垄断”，取消中间商，以降低农民购买商品的价格。沃德的公司正好符合他们的宗旨。从一八七二年到整个十九世纪八十年代，沃德公司在其商品目录册封面上自称是“格兰奇社的创始供应商”，并给“格兰奇社”社员特惠。其他人买东西必须先付钱或一手交货一手交钱，而“格兰奇社”的职员订货，或订货单盖有“格兰奇社”的大印时，则可让他们在十天内付钱。商品目录册的第一张图是“格兰奇社社帽”；而早期的目录册上都印有“格兰奇社”社徽。“格兰奇社”职员的表扬信也经常出现在沃德公司的商品目录册里；而且“格兰奇社”的一些地方组织还派代表到芝加哥去实地视察沃德的仓库。

沃德公司竭尽全力在农民中建立友善的信任感，以吸引他们从远处不认识的人开设的仓库中购买自己未见过的商品。农民的习惯一向是从熟人那里购买他所需的东西，即从农村店铺老板那里购买，尽管这样也要看了又看才下决心购买。蒙哥马利·沃德则把自己的生意寄希望于农民采购习惯的革新。

换言之，这意味着建立一个新的由农民组织的消费共同体。不久，沃德公司又宣布，“格兰奇社”社员所享有的特惠，别的顾客一概均可享受。该公司还斩钉截铁地保证：所有货物“俱经检查”始行发货，对任何货物不满意可以退货，来回运费均由公司负责支付。这使犹豫不决的顾客大为放心，变得愿意向沃德公司订货了。西部各地“格兰奇社”的书记和社长署名的表扬信都印在该公司的商品目录册里。正如顾客必须信任从未见过面的销售商，该公司也必须对从未见过面的顾客有信任感——相信顾客的申诉是正当的，因此不经调查就立即退钱或换货。甚至当沃德公司的顾客数已增加到几十万人后，该公司仍不厌其烦地向每位顾客保证，公司是他的朋友。由此我们可

以了解为什么早期的商品目录册里印有公司创建人、高级主管甚至各部门采购员的照片：这些人都亲自签署邮购商品的保证单。顾客写信给公司说，他们很乐意同这些“面容和蔼”的人打交道。有些顾客还用沃德的名字作为自己新生婴儿的名字，甚至写信索取沃德的照片，觉得他的照片也许能使他的孩子聪明。

顾客来信都受到密切注意。诸如：一个男人请沃德先生为他的红发妻子挑一顶帽子，作为生日礼物。有一位顾客请沃德帮忙找夏季寄宿者。一九八年沃德收到一封信，询问菲尔德公司、沃纳梅克公司是否可靠，以及证明土地的产权需要办理那些手续，同时还要求沃德给他介绍一名好律师，一名诚实的女仆，以及一名婴儿供他收养。有的顾客问能否用农作物而不用现金支付；有的想把自己的旧家具或牲口卖给沃德。还有的顾客请沃德帮他们寻找离家出走的孩子，请他就如何管教不听话的孩子提出意见，还问沃德有什么办法能使丈夫回心转意。有的顾客写信给他，仅仅是为了减轻孤独感，或纯粹是因为没有通信的对象。

多数这类信件表明，远离城市的农民依赖沃德先生犹如殖民时期的南方人依赖伦敦（后来是巴尔的摩、新奥尔良或查尔斯顿）的代理商。在殖民时期，种植园主要求伦敦的代理商为他选购书籍或运送一个合适的妇女来做他的妻子，这种事是屡见不鲜的。而现在，沃德先生一年要收到好几百封信，男人要他物色老婆，甚至还有妇女要他物色丈夫，要是一位孤独的农民提出要娶“戴贵公司商品目录册第一百五十三页上那种帽子的姑娘”为妻，那也不足为怪。一位要求沃德先生为他物色对象的铁匠保证决不抽烟、玩牌、喝威士忌酒。华盛顿州一位顾客蛮有理由地写道：“既然个人所需要的一切东西在你们的广告里都有。所以我想我可以写信给你们，告诉你们我要一个老婆，看你们能否替我办到。”有的单身汉对要找的老婆没有明确的要求（“对民族没有特别要求”），或只是要理想对象的照片和价格；而有的单身汉则对自己要什么样的老婆有很明确的想法，例如：

请运来一个贤慧的妻子。她必须会管家，会操持各种家务。身高应为五英尺六英寸，体重一百五十磅，黑发，棕色眼睛，肤色深浅不论。

本人四十五岁，身高六英尺，人称美男子；一头黑发，蓝色眼睛。本人拥有不少牲畜和土地。我对单身汉生活已厌倦，希望生活得更好、更惬意些。

请来信答复你们是否能替我办到。

沃德公司并不把这类信当作神经不正常的人写的，而是巧妙地建议说通过通信来选择妻子并不好，还说“等你有了妻子，你发觉她需要一些衣服或家用物品时，我们一定大力为你俩效劳。”

也有些顾客有一段时间没有写信给沃德，就觉得应该向他解释一下原因：

我想你一定在纳闷为什么自秋季以来我们没有向你订过货。哎，原因是母牛踢伤了我的胳膊，而我妻子又病了，这都要医药费。不过，感谢上帝，现在医药费付清了，我们俩也已复元，还生了一个好看的男娃娃。请你们寄来一顶 29d8077 号长毛绒帽吧……

这位友好的顾客得到的答复同样是很亲切的；对他胳膊骨折表示遗憾，

对其夫人康复表示高兴，并对他们新添贵子表示祝贺，望他长大后成为高尚的人，同时回答已收到其购买帽子的订单，还问他是否注意到商品目录册里有防牛踢的器具。

沃德已经证明邮购设想是成功的。那时另外一位年轻人显然没有受沃德榜样的影响，并走上了一条与沃德很不同的道路；他也开始发展邮购生意，而他的邮购生意规模势必要比沃德的还大。年轻的理查德·沃伦·西尔斯既没有“格兰奇社”的名声可利用，自己又几乎毫无资本，但他却深懂得如何利用别人的资本，如何充分利用别人已建立起来的体制，尤其是铁路系统。西尔斯从小在明尼苏达州农村长大，很早就开始养家糊口，他学会了电报技术，这在当时是做火车站管理员的一个条件，于是他找到了管理明尼苏达与圣路易斯一线上明尼苏达州北红杉村火车和捷运站的工作。北红杉村只有三户人家，西尔斯的工作不需要他花很多时间，所以他便做起买卖来，把木柴、煤和木材卖给农民和印第安人。由于他可以得到优惠运价，所以他就能以低价出售这些货物吸引顾客；他还从农民那里购进肉和浆果，运到别的地方去赚钱。

一八八六年，芝加哥一家珠宝钟表公司运来一批怀表，但红杉瀑布区附近的收货人拒绝接受。车站管理员西尔斯却看到他的机会来了。当时，批发商以托销方式把货寄给零售商的做法很普遍；实际上，批发商为了抛出某种商品，有时没有订货通知也把货发出，或者故意发货给子虚乌有的收货人。然后，当车站管理员通知他们无法送货时，批发商就提出以“半价”卖给管理员，并解释说这样可以节省回程运费，而管理员卖出这批货则可以赚不少钱。按照这种做法，芝加哥那家钟表珠宝公司以十二美元一只的价格把这批发不出去的表卖给了西尔斯。这些表样式新颖，镀金，即所谓“金表”，且附有一个猎用表盒，零售价约为二十五美元。

西尔斯利用他在铁路上工作的方便条件，不直接付款购买这批怀表，而是以十四美元一块表的价格寄信通知沿铁路线的其他管理员，他提出一手交钱一手交货，可以验货。由于车站管理员都是有担保的，所以这样做不会冒多大风险。而沿线的车站管理员也就能以比当地钟表店低的价格出售这些人们喜爱的表，还能赚钱。就这样，西尔斯利用芝加哥一家钟表珠宝批发公司的货物，纯系偶然地开始了钟表生意，不久便生意日益兴隆。西尔斯自己仍是承袭老手法来扩大他的营业范围：把钟表发往某一虚构的姓名地址，然后向收到这个无人认领的包裹的走运的车站管理员提供赚钱的机会。

西尔斯在六个月之内赚了五千美元之后，便辞去了车站管理员的工作。一八八六年，他在明尼阿波利斯创办了K.W.西尔斯钟表公司。他以十美元一月的租金租了一间办公室，买了一张厨房用的桌子，用五十美分买了一张椅子，还买了一些记事本和文具。然后他在报纸上登广告，以寻找车站管理员之外的更大市场。一八八七年，他迁往芝加哥，当时芝加哥已是全国铁路网的枢纽。他在芝加哥得到了阿尔万·柯蒂斯·罗伯克的帮助。罗伯克同西尔斯年龄相仿，是个钟表匠，自己还开了一家印刷社。西尔斯很快显出了他对广告的眼光。他创造了巧妙的推销办法；其中有一个办法称作“入伙凑资计划”，按此计划凑集三十八人，每人每周付一美元集中在一起，每周通过抽签方式可有一人抽到一块表，到第三十八周末时，所有的人都可得到一块表。

西尔斯的市场主要仍是火车站管理员，而在那时全国已有二万名左右的

车站管理员了。当然他们都是极好的顾客，不仅因为他们都是有担保的，而且还因为他们通常都是品德良好、性格稳重的人。西尔斯牢靠的保证使他更容易从一般群众中吸引顾客。开始时，他的计划是薄利多销，迅速周转资金。由于他广告做得很多，吸引的顾客越来越多，所以才有可能实现这个计划。一八八九年西尔斯以七万美金的价格卖掉了建立不久的钟表公司。但是没过几个月，他又重新搞邮购业务，还是以做钟表生意为主，包括表链和珠宝首饰。他的生意就凭一本商品目录册建立起来，这本目录册内既有无法证实的吹嘘（“世上最佳商品”，“经久耐用”），也有严肃诚实的保证（“保你满意，不满意原银奉回”）。

在早期，特别是西尔斯仍十分依赖报纸广告时，由于他脑子灵活，又远离顾客，有时免不了要玩弄一下西部人惯用的哄骗手段。一八八九年他在几家农村周刊上登了一则广告：“惊人大平卖”，在这标题下画了一张沙发，两张椅子，全部是“精致光亮的金属架，式样美观，装璜漂亮，全都用华丽的长毛绒装软垫”，并声称这“只志在宣传”，在六十天内任何人汇寄九十五美分，便町收到这套家具，九十五美分包括“家具本身费用以及制箱、包装、广告费等等”。寄钱的顾客其实只收到一套规格与广告上所说的完全一样的洋娃娃用的家具；他们没有注意到广告第一行的小字“微型”。西尔斯聪明的广告手法已是家喻户晓。例如，有一则西尔斯广告称“缝纫机”平卖一美元一台——结果顾客到时只收到一枚针和线。

一八九三年，他的公司开始取名为西尔斯—罗伯克公司，它的营业范围已经扩大，包括成衣、家具、缝纫机、婴儿推车、乐器等商品，这些商品均列入一本厚达一百九十六页的目录册内。随着公司的发展，西尔斯仍力图保持其原有的亲切性。有一段时间，甚至在打字机已经相当普及之后，该公司发出的信件仍是用手书写的，这是为了照顾农村顾客的感情，因为他们有时收到“机器写的”信件，觉得是怠慢了他们。

西尔斯的生意不断发展，即使在一八九三至九四年的经济萧杀时期营业额也在增加，一九一七年的西尔斯商品目录册封面写道：“如果有人能证明美国任何五家同我们一样专向顾客出售一般商品的邮购公司，在一九一七年七月三十日之前的十二个月内总计营业额为五千三百一十八万八千九百零一美元（与西尔斯的营业额一样多），我们就向任何有名望的慈善机构捐献一万美元现款。”

城市的商人利用报纸广告吸引顾客来看他们的商品，而对邮购商人来说，商品目录册（也是他们的广告）则是展示他们商品的唯一办法。商品目录册既是邮购商人的橱窗，又是他的柜台、推销员。在过去，如此全靠广告来销售商品是难以想象的。在一八九一年之前的较早时期，西尔斯仍是通过某些期刊大做广告，这种期刊当时称为“邮购”杂志，在农村市场发行。这些广告通过传播西尔斯的名声，旨在扩大商品目录册的需求量：而地方上的商人为了生存则竭力反对“邮购托拉斯”，并对报界施加压力，使他们常常拒登西尔斯的广告。与此同时，《妇女家庭杂志》按理本应是宣传媒介，但竟也拒登西尔斯的广告，因为该杂志的主编赛勒斯·河蒂斯认为西尔斯“广告过分吹嘘，版面也不够庄重”。

在邮购生意中，靠的是商品目录册，而在大邮购公司发展的形式中，商品目录册是新生事物，是为新兴的消费共同体服务的一种推销性印刷品。它

带给人们的不仅仅是消息，因为它的目的是吸引并劝说人们购买。因此第一个目标是要使商品目录册能到达人们的手中。正如我们将在下一节看到，“农村免费邮递”是十分有用的。

西尔斯的一个很成功的计划是把商品目录册分成若干批，每批二十四本，寄给同意把它们分发出去的人。这些“发行员”把商品目录册分送到新的顾客手中后，西尔斯公司便对顾客购货情况作三十天的记录；而“发行员”则可根据他促销的成绩取得报酬。例如，若有人一次过订货总额达到一百美元，则分发商品目录册的那位发行员就可得到一辆自行车、一台缝纫机或一只炉子。

理查德·沃伦·西尔斯非常热衷于编商品目录册，许多年来他都是亲自编写几乎所有的目录册。他始终认为，西尔斯生意的基础在于尽可能广泛地发行这种目录册，使最有可能成为其顾客的人都能得到它，至于发行商品目录册是否要收钱，每年的方针不一样；而要收钱时，价格也不等，一八九三年是五美分，一九一一年是五十美分。但是东西买得多的顾客总能免费收到商品目录册，而且为了奖励他们对该公司的长年惠顾，他们有时还能收到装订精致的红布面和纸质较好的版本。

普通商品目录册发行量的增加是惊人的：一八九七年是三十一万八千册左右（这是发表数字的第一年），一九一四年春季版增至一百万册以上，跟着第二年的春季版则增至二百多万册，到一九一七年的秋季版更达到三百多万册。由于一年出版两次，春季版和秋季版，所以每年发行的商品目录册应相当于上述数字的一倍。普通商品目录册的发行量持续上升，到二十年代末，春、秋两季每季的发行量已达七百万册。一九二七年，西尔斯—罗伯克公司发出的通知书是一千万份，普通商品目录册一千五百万册，半年一次的大减价商品目录册及其它特刊二千三百万册，总计七千五百万份。

随着发行量的增大，商品目录册也日益增厚，变得更为丰富多采，以及便于查找。一八九四年西尔斯公司的商品目录册超过了五百页：一八九八年的商品目录册中更增加了详细的索引。一九一三年，西尔斯公司办起了自己的印刷厂，而其商品目录册的质量也从此逐年提高。西尔斯公司采用行型活字排版机，接着又采用四色套印，这就需要改进油墨，使其迅速变干而不致于弄污。该公司其后又不得不制造一种新的纸张，它既能用于彩色印刷，重量又很轻，以便低价邮寄。直至一九一五年，商品目录册一半以上的插图仍是木刻的；研究艺术史的学者们都认为，是邮购商品目录册保持了木刻艺术。

邮购商品目录册对其它的插图技术也作过探索。由于沃德公司和西尔斯公司都无法给顾客看到实际商品，而要想顾客购买，它们显然只能依靠商品目录册向顾客提供确切而且有诱惑力的商品图样。”它们的市场很大，又能控制商品目录册的发行量，这使它们有机会进行试验。例如，它们就曾“发现”，四页彩色图片推销的商品，相当于十二页黑白图片推销的同样商品量。

有些人把巨型的邮购商品目录册称为第一部典型的美国书籍。自殖民时期以来，美国人一向颇善于编历书、办报纸杂志和出版商品使用手册，不善于写论证性文章；而切合当时需要的、专题性的和一时一事的出版物却比系统性的大部头作品更能表达美国的生活。西尔斯—罗伯克公司的商品目录册是农村新兴的消费共同体的“圣经”。新的福音必将传播得更广，它将通过广告牌、广播、电视影象把声音和活生生的图象送到千家万户去。

有人说，许多农民翻阅西尔斯—罗伯克公司或沃德公司的大部头商品目录册比翻阅圣经的时间更多，这不纯属一句开玩笑的话。农民把圣经放在冷冰冰的客厅里；而关于邮购的小说和商品目录册，则正如小说《范妮其人》（一九一七年出版）的作者埃德娜·费伯所说，却放在温暖舒适的厨房里。农村的家庭是在厨房里吃饭的，厨房也是他们真正的起居之地，对于多数这类家庭来说，商品目录册也许最生动地表达了他们对生活的企求。虔诚的农村教徒毫不掩饰地把商品目录册叫做“农民的圣经”，这决非偶然。有一则流传甚广的传说：一位主日学校的教师问一个小男孩十诫出自何处，男孩毫不犹豫地答道出自西尔斯—罗伯克。

三个世纪以前，新英格兰的学童在学 ABC 的同时学到了救世之道，在学习本社会的信条时也学会了阅读；同样，农村的儿童现在是从其消费共同体的新圣经中学到知识的。在农村学校里，商品目录册是学童们练习阅读和拼写的教材。他们通过填订货单和统计订货项目总数来练习做算术，他们通过临摹商品目录册中的样品来练习画图，并通过研究邮购区的地图学习地理，在没有百科全书的学校里，沃德公司或西尔斯公司的商品目录册便成了方便的代用品，因为它图文并茂，还告诉你这些东西是用什么做成的，有何用途，使用寿命以至于价格等。许多家庭主妇手头没有多少儿童书籍，她们就用商品目录册中的图画来哄孩子。当新的商品目录册寄来时，老的目录册中的图画已深深地铭刻在孩子们的头脑里，女孩子们会把老目录册的纸撕下来做纸娃娃。过去请教徒的孩子们受的教育是要把圣经看作是世上万物发展规律的包罗万象的目录册，而现在美国农村儿童却把西尔斯公司和沃德公司的大部头书看作是物质世界包罗万象的目录册。

十四 农村城市化

在发明电话、无线电收音机、电视机之前的日子里，唯一能够联系偏僻农村地区的公共通讯系统是邮政，但是，对形成各种消费共同体必不可少的邮政系统在全国却发展得非常缓慢，也很不均衡。虽然早在一七八七年联邦宪法已授权国会“设立邮政局和修建邮政道路”，但是要到南北战争时期，现代邮政系统才初步成型。

最初，邮寄费用由收信人支付，邮费亦因距离远近而有区别。其后，到了一八二五年，联邦国会才允许当地邮政局长把信交给邮差送到收信人的家里，但是邮差却不是由政府发给工资，而是靠每个收信人付给他们的酬金生活。当然，这就意味着邮差决不会把信放在信箱里等人来取，而非得亲自把信交给收信人本人，否则就会得不到酬金。不愿意付酬金的人则可以告诉当地邮政局局长把他们的信留在邮局里。这种制度延续了整整四十年左右，直到南北战争时期情况才有所变化。

一八四七年，邮政部采纳了使用邮票的意见，邮票的使用当然简化了对邮政服务的付费办法，但是也引起了一些不愿预先付钱的人的不满。例如费城，当时人口已有十五万，人们仍自己到邮局去取邮件，由于每个人都到邮局找自己的邮件，造成一片混乱和拥挤，这也使得人们非万不得已都不愿使用邮政服务。而且，邮票的作用只在于把邮件送到某个邮局，而不是送到收信人的地址，所以，在这种麻烦的做法盛行的岁月里，无怪私办邮递业务和私办快信递送业务纷纷发展起来，只收一分钱就可把信送到市内任何地方。虽然他们的这些活动是半合法的，但他们的业务发展得很快，他们甚至还宣传说，波士顿和费城之间的邮件若是由他们送要比政府邮局快上半天。由于私人的竞争，政府邮局不仅业务大大缩小，甚至连现成的邮递业务都不能有效地处理。

最后，在一八六三年，国会才规定，把邮件从邮局送到收信人手中的邮差应由政府支付工资，递送邮件不再另行收费。但是这种投递服务开始仅限于城市，免费上门递送邮件成为城市生活的一个标志。直至一八八七年，还只有一万人以上的城镇才有资格建立免费递送邮件制度。一八九一年，美国的七千五百万人口中，能享受邮件免费递送上门的还不到二千万人：其余几乎四分之三的人口仍然只有自己到邮局去才能取到邮件。

然而，对农民来说，定期到村邮政所取邮件却是其生活节奏的一部分。村邮政所所长一般都在邮政所经营一家小店铺。农民进城取邮件，顺便也会买些必需品回去。在这个幅员辽阔、人口稀少、移民定居不久的国家里，邮政局长的作用从殖民时期起就特别重要。殖民时期的邮政局长（一般也就是“印务局长”，负责刷法律通告和法规的正式文本）往往还利用其控制通讯渠道的有利条件，为他们所办的报纸收集消息，现在，邮政所长兼小店铺老板同样利用其特殊地位来吸引顾客。而且，全国有成千上万个小商人都受益于旧的邮政系统，尤其是农村无投递邮件业务的制度，村镇上其他人也喜欢旧的那套邮政系统，因为农民进城等待不定期、无把握的邮件时，以及收到邮件后都无事可做，可以成为他们的顾客。有些道家甚至还把这作为要求免费向农村递送邮件的一种论据。一八九一年，七十岁的格兰杰女士抱怨道，如果建立了农村免费邮递制度，“我们的男人和男孩子们就不致于在等待邮

件时被吸引到弹子房和类似的地方去浪费时间和金钱了。”

城市试行免费递送邮件之后，农民也开始要求免费递送邮件。但是讲究节约的人觉得这种做法是不可容忍的。让联邦政府雇用一大帮人长途跋涉到农村，仅仅只是为了给一个农民偶然送一次信，而且收信人对信件内容也未必觉得重要，还有比这做法更荒唐可笑吗？”《农民》杂志要求，人们也要求……只出一分钱的邮费。我们可不希望看到农村的道路上挤满了工资菲薄的联邦雇员送一封邮资为二美分的信，而成本却是十美分。”直至一八八九九年精力充沛的费城商人约翰·沃纳梅克成为邮政总局局长后，农村免费邮递运动才进一步发展起来。沃纳梅克在一些地区进行试验之后，认为实行全国性农村免费邮递是可行的。一八九一年，“格兰奇社”全国总社宣布赞成农村免费邮递制后，跟着便有数十封请愿书要求国会议员支持在其农村选区实行这一制度。

要求农村免费邮递已成为苦恼的农民的一个战斗口号，不久，农村的政客们都争先恐后地要当“农村免费邮递之父”。在这个问题上，汤姆·沃森获得的政治资本最多。沃森是佐治亚州农村地区的所谓“农民复仇者”，他只当了一任国会议员，在任期内，他提出了关于提供农村免费邮递的第一个决议草案，并在一八九三年获得通过。但是，这场斗争仅仅是开始，当时的农村状况正如哈姆林·加兰在《公路干线》（一八九一年）和《中部疆界的儿子》（一九一七年）两书中尖刻地指出的：“我们托上帝的福，我们在堪萨斯倾家荡产。”只有在农村经过了毁灭性的经济萧条，出现“因付不起押金而自杀的中部地区农妇比死于肺结核和癌症的人加起来还要多”的情况，才使国会同意让农民享受一项城市居民早已享受的待遇。当时人们还不清楚农村免费邮递制究竟如何以及为什么会根本改善农民的处境，但那是一个形势恶劣的时代，新建的人民党威胁要发动“革命而不是反抗”。而农村免费邮递制则是激进主义主张中最站得住脚的一项。

一八九八年之前，农村免费邮递时有时无：直到那一年，邮政局才正式宣布要对向国会议员请愿的农民提供免费邮递服务，这是各政党争取更多支持者的大好机会，当然，它也促使农村免费邮递制迅速完善起来。在邮政机构内，农村邮政代办员、邮路检查员以及农村邮差的人数成倍增加，而在一年中，他们实际上开辟了九千条新的邮政线路。“农村邮政代办员”为开辟新的免费邮递线路提供情况，然后对所辟线路进行监督；他们此举也为政府官员、社会学家、改革家提供了大量关于农村现实生活的宝贵情况，这时，邮政总局局长在反对农民用猪油罐或肥皂箱做信箱，并对“垄断”的指责进行一阵抵制之后，终于同意采用人们熟悉的设计样式来做农村信箱，它迄今一直是农村生活的象征，农村免费邮递的卓有成效的组织体制是十九世纪后期行政管理的一大成就。到一九〇六年，主要邮递线路都已建立，农村邮政代办员也被纳入总的邮政体系中。

在美国历史上，这是一场记载最少而却最为重要的通讯革命。至此，美国有史以来第一次所有人部可以正常地通过廉价的公共通讯设施与外界联系。对于居住在农村的美国人（根据一九〇一年人口普查，农村人口占全国人口的一半以上）来说，这是一个至关重要的变化。这时，他可走出了自己所见所知的狭隘圈子，不断接触到更广泛的人和事物，而这些人 and 事物他以前只是读到过，但却从未耳闻目睹的。农村免费邮递制使农村的人们可以接

触大千世界。现在每个农户的台阶部有一条通向世界之路了，而其代价则是一些面对面接触的老式社会的解体。

农村免费邮递制的建立使邮政所纷纷合并，还取消了许多小的第四等邮政所，这些小的邮政所原来的服务对象是成千上百个农村居民点，规模虽小但在当地却是人人知道的。例如，在堪萨斯川的雷诺县，十年间就取消了十六个邮政所。而邮政所所在的小店铺也随之消失，村子里往往就没有留下什么东西了。在全国各地，农村免费邮递制导致了一个又一个的村庄被彻底遗弃。例如，在一九二一年左右，纽约州中部科特兰县的南半部有十五个左右很活跃的居民区，它们的名字都别具风味，象得克萨斯谷、已里洞穴、梅里尔溪、鹤鹑洞、牧羊犬之角等。这些居民区中至少有五个原来都有自己的邮政所、店铺和社交性组织。后来，到本世纪初，建立了农村免费邮递制之后，该地区所有的农村邮政线路都以马拉松县城为中心。在二十五年之内，该地区几乎所有其它的居民点都失去了自己的邮政所和店铺。到自己村了的教堂做祷告的人和参加“格兰奇社”的人也减少了，最后各村庄纷纷消失。马拉松县城成为那些再也没有碰面机会的人们邮寄和购物的中心。

一九一一年，邮政总局局长约翰·沃纳梅克鼓吹道：“报章杂志定期送达……不仅可以把许多男女青年留在家乡，使他们感到满足，而且还可鼓舞他们的雄心，使他们更有决心把古老的农庄搞好，赚更多的钱。”一九二二年，一位国会众议员指出，扩大农村免费邮递服务，将会“打破农村生活的隔阂状态和孤独感，还可制上农村人口不断流向城市的可悲趋势。我们这个伟大国家的农村人口向世界提供衣、食，我们必须为他们做更多的事。”这些积极鼓吹农村免费邮递的人们却忘记了一点，打破农村隔阂状态也意味着农民将受到城市的诱惑。处于隔阂状态的农民也许是不愉快的，但是打破了隔阂状态之后，农民就不成其为农民了。

一九一八年，西奥多·罗斯福总统任命了一个“农村生活委员会”，以便了解在改善农民生活条件方面可以做些什么，旨在“消除以家庭为主的农庄由于隔阂状态所造成的种种不便，同时又要保存其许多重大优点。”事实证明，要取得这种完美的平衡是不可能的。一些好心人为了使农村生活更加舒畅而作出了种种努力，诸如建立农村免费邮递制度，改进公路、增加报章杂志在农村的发行量等等，而正是这些做法最能吸引农民离开农村。“农村生活委员会”赞扬农村免费邮递制，并建议扩大其范围。有一段时间，返回农村运动势头增大。报纸、杂志都用很大篇幅刊登颂扬农村生活的文章和故事——这些文章往往都是富有浪漫主义思想的城里人写的，他们对城市生活厌烦了，并自以为可以在农村找到城里没有的东西。但是，“壮实的农民子弟”仍不断地大批涌向城市。

另一种旨在减少农民隔阂状态的新做法也为农民加入全国性消费社会铺平了道路。即使在农村免费邮递制建立起来之后，农民在农村里已能收到信件和印刷品，但是，他们必须跑到就近的铁路货运车站去取包裹，甚至重量极轻的包裹。我们还忘了提一下在包裹邮递机构设立前，要寄一个包裹是多么困难，一九一三年前，美国国内邮寄包裹每个不得超过四磅；如果你要寄十二磅东西，就得分装三包，而且不管路程远近，邮费一律是一美元九十二美分，邮寄包裹业务是很赚钱的，当时美国的邮寄包裹业务全都由私人运输公司承担，诸如亚当斯捷运公司、美国运通公司、美国捷运公司、韦尔斯—法戈捷运公司等，这些公司早在南北战争之前就有了。

邮政总局局长沃纳梅克曾经不断要求政府建立包裹邮递机构，但未能成功。一八九一年，他向总统汇报说：“事实上，只有四个单位强烈反对政府承担包裹邮递业务，这四家全是捷运公司。”这个问题在政治上一直具有爆炸性。在本世纪初，尽管为包裹邮递而奋斗的“包裹邮递之父”詹姆斯·考尔斯为此作了不懈的努力。同时平民党的政客们也作了努力，但是国会参众两院的议员们仍然戒心重重，甚至不敢同意《国会记录》刊登主张包裹邮递的任何文章，而《国会记录》刊登大量蠢事却是司空惯见的。反对派警告说，让政府去递送包裹“可能会根本改变我们对政府的概念”。

然而，农民游说活动最后还是占了上风。一九一三年元旦，包裹邮递终于开始实行，不到一个月，邮政总局局长就宣布它取得成功——“比国内任何其它新事物都更快地取得了巨大的成功。”在一年之内，包裹邮寄量达三亿包。说也奇怪，建立包裹邮递制度的主要论据是便利农民把农产品运往城市，而伍德罗·威尔逊总统收到的第一个包裹就是八磅新泽西苹果。不过，这种“从农庄到餐桌”运输并没有很大的发展，而得到发展的却是“从工厂到农庄”的运输业务，邮购公司向农民介绍了城市生活方式和城市物品，因此这项业务迅速发展起来，包裹邮递制建立后的第一年，西尔斯公司收到的邮购订单是前一年的五倍，而沃德公司邮购订单的增加也同样地惊人。

包裹邮递业务的发展导致了农村小商人的没落。人们采取各种措施来竭力挽救老式的乡村店铺，诸如开展广泛的“在家乡购物”运动、“反垄断”运动，并且在第一次世界大战期间还作了最后的努力，把在当地店铺购物作为检验人们是否“忠诚”的试金石，而把邮购商品的人视为“背叛”了家乡。但是没过多久，就象酒吧是城市的弊端一样，老式店铺成了已消失了的农村生活魅力的浪漫主义（也是不现实的）象征。

邮购业务的胜利以及新型的邮购资料，打开了人们的眼界，使他们接触到新的生活方式；这意味着大共同体战胜小共同体，广大的市场战胜集市，广告击败了推销员。总之，是无所不包的大共同体冲垮了人们看得见、近在身边和十分熟悉的小共同体。这种新的生活方式的确立，取决于美国农村地区老百姓对城市商人建立新的信任。当艾奥瓦州种玉米的农民把钱寄给住在芝加哥的西尔斯先生时，这不仅表示他信任这位远方的商人，而且通过这一行动，把自己同佐治亚州的果农、亚利桑那州的牧场主连结起来。

南北战争结束后的一个世纪，依靠大厚本邮购商品目录册的邮购企业发展成为一支意想不到的力量，它冲淡了各地、各时区和各季节之间的差别，融合了乡村和城市的生活方式。美国人开始把自己居住地的生活是否同其它地方一样好作为检验生活改善的标准。到了本世纪初，这个“其它地方”非常明确指的是城市。

农村免费邮递逐渐使乡村城市化，也改变了农民生活的节奏。当农民取得邮件的唯一办法是每星期到村邮政所去一次时，那么他订阅日报就毫无意义了，因为他收到的只是一大堆陈旧的消息。当时，农村当地发行的周刊才最符合他的需要。早在一九二二年，《编者和出版者》就指出：“自农村免费邮递制建立以来，各种日报的发行量空前增加。”有农村免费邮递服务的地区订阅日报最为踊跃。有些农民过去从来没有每天读到城里新闻的机会，现在一下子便订阅两份甚至三份日报。一九一一年，邮递到农村的报刊杂志达十亿份；到一九二九年，已增至近二十亿份。

乡村里某些新办的日报，象《商品信息报》（一八九五年后由威廉·艾伦·怀特主编）乃是由原来的乡村周刊改编而成的日报。但是，大部分农民第一次阅读到城市出版的日报，给他带来了来自更广阔的世界的新闻和广告。这个世界是冷酷无情的，对于那里所发生的事和涉及的人，农民既不认识也永远不会认识。而农民过去要亲自去邮政所取阅的农村周刊所给他带来的，却是威廉·艾伦·怀特所说的“关于生活的美好而亲切的故事”。一九一六年，怀特对农村报纸逐步消失的趋势作了如下描述，他的描述并非仅仅出于感情冲动：

当卖手套的姑娘同在批发商店工作的青年结婚时，关于他们婚礼的消息可以在乡村日报占上四十行，这使他们深感受到尊重。过一段时间，我们又得到消息说，他们生了一个重十二磅的孩子，起名为格罗弗、或西奥多、或伍德罗，我们作为邻居，为他们高兴，这种感情能滋生真正的民主。当我们听说谁家有人去世，我们可以同他们一起悼念死者……因此，父老兄弟们，当你含着眼泪阅读加利福尼亚有限公司的刊物时，偶然拿起乡村小报……不要断言那报纸没有什么可读的而轻蔑地把它当作废纸扔掉。请注意，并认真地听取我的劝告：如果你消除偏见，好好读一下这份小报，你就会发现报纸向你展示了上帝创造的胜界，其中既有美好的和痛苦的东西，也有奋斗和期望。你看了之后，一定会对这份小报肃然起敬。

在旧世界，人们得到的“消息”都与自己认识的人有关，这是一个以当地社会为基础的世界，它正在逐步解体，取而代之的是一个新世界，在那里，人们所属的社会却大多是由自己从未见过的人所组成的。

十五 广告业的新自由：打破小号字体的条枢

广告，注定要成为美国各种文字中传播最广、最有特点、并且也最有利可图的一种文字，但是要到十九世纪下半期它才正式独立地脱颖而出。这种新的通俗文字使人感到亲切，对人们吸引力很大，而它对全国影响之大在宗教文字或世俗文字的历史上都十分罕见。在二十世纪中叶的美国，广告文字和形象的力量使其它所有各种文字都相形见绌。

当然，广告并非现代人的创造。美国的广告之新主要新在它的精巧细致以及传播范围空前之广，新在它在社会意识中所占的中心地位。美国全国用在广告上的才智、精力和资财之多乃是史无前例的。上文已经提到，南北战争结束后的二十年间，蒙哥马利·沃德、西尔斯—罗伯克之类的公司如何通过精心编制的商品目录作为广告，而在它们周围建立了庞大的消费共同体。这种广告有好几百万读者阅读，它并不是夹杂在新闻或小说中间，而是完全自成一体，竭力吹捧和推荐某些具体的商品，劝人们购买。甚至在广告成为一种主要的美国艺术形式和美国发达的学科之前，西尔斯—罗伯克公司的大厚本商品目录册已是美国出版物的典型了。

一八八八年，英国学究马修·阿诺德在引用亚伯拉罕·林肯的话时不以为然他说：“在美国，无处不反对差别，吹捧‘普通人’是为了反对差别，而那里的政治家和宣传家们也是一心以‘普通人’自居，迷恋‘滑稽人’也是为了反对差别，而‘滑稽人’则是该国的一大不幸。尤其是美国的报纸，更是不惜一切地反对差别。”当然，他还可以加上广告，美国的广告也是不惜一切反对差别的。

广告对于活跃文字起了无与伦比的推动作用。新世界消除差别的标记之一是它模糊了文字和图画、说话和姿态之间的界线。广告表现出一种积极进取、有时甚至是富有战斗性的民主精神，这在过去的印刷品中是极为少见的。因为广告要大刀阔斧、不顾一切地去扩大读者范围，并不断增加其对人们的吸引力。美国的新环境是打破陈规陋习的一股巨大力量，使世界如江河之水不断向前流动，而广告就是一个最好的例证。

十九世纪中叶，美国的日报已经蓬勃发展，而且在各个方面都颇有进取性，但那时报纸上的广告仍然很枯燥、单调，往往是一成不变的几栏排得满满的小号字。大多数报纸的头版登的都是广告，而一般广告更是不分类的（把广告“分类”的概念以及“分类”（classified）这个美国创用词，直到南北战争之后才出现）。一八四一年四月九日的波士顿《记录晚报》第一版就把三行广告——有关于意大利领带、贷款、土豆、两名十六岁青少年寻求在小客栈工作、辛辛那提年鉴以及出售银行股票等广告——统统登载在一起；唯一显示区别的只是第一个字母大写，或者间以画得到粗糙而微小的一条帆船、一匹马或一个奔跑的仆人。然而，美国报纸从一开始就是靠此等广告赚钱的，甚至在殖民时期，广告更可以多达五个版面。

有时候，甚至在一七九一年以前，富有冒险精神或喜欢哗众取宠的出版人会用双栏合起来的篇幅刊登大幅图画或大号字体的广告。但是这毕竟不是常事。缺乏纸张（如在独立革命期间以及建国之初）往往迫使报社削减广告，甚至删掉那些占版面极少的样品图，因此，发展字体醒目的广告根本提不上日程。波士顿《记录晚报》本来就是一份小型报，一八年它的广告字体还从

五号半铅字改为四号半更小的铅字；该报向读者解释说，这是增加刊登广告的唯一办法。

直到南北战争前后，报纸才偶而试验一下字体醒目的广告和双栏合并的广告。报纸出版人认为占版面大的广告是浪费版面。他们还强调，允许大广告户利用大号字体或大幅插图来登广告，对日常用小篇幅登广告和普通广告户是“不公平”的。况且打破各栏篇幅界限还有技术上的问题。区分栏与栏之间的标志或“嵌线”是从上到下通版的。因此，为了刊登一则占双栏或几栏版面的广告，而同时又要保持同版其它部分栏与栏之间界线分明，印刷工人就得费工夫把嵌线的铅条锯掉一部分，这当然是件麻烦事，更糟的是许多印刷厂根本没有那种适用的锯子。结果五号半字体和单栏广告就成了死板的惯例。

虽然较为早期的西部报纸和周刊有时候采用大字体或是把几个栏合并起来，但是东部更有影响的大报却长期保持用五号半字体的惯例不变。他们要求广告用五号半字体，即这句话所用的字体。纽约《先驱报》的詹姆斯·戈登·贝内特在许多方面是一个革新家，但是对他自己报上的广告印刷仅仅只执行了一段非常短暂时间的开明政策。到一八四七年，他重新对广告客户执行严格的小号印刷字体准则，甚至禁用装饰性样品插图或占两行的开头大写字母。贝内特振振有词地说，广告应以内容取胜，而不是以形式取胜。贝内特和其他一些人严格地限定以小号字体作单栏广告，并把它当作新闻界的一条原则。弗雷德里克·赫德逊在严格执行小号字体准则的那段时间里为贝内特工作了三十年，他是《先驱报》的编辑主任，曾于一八七二年写道：

随着《先驱报》事业的日益发展和发行量的不断增加，报上的广告也增多了。美国各家报纸都习惯配上代表广告特性的图画来说明他们主顾的商业通告——船只、赛马、房屋、马卒、火车、狗、鸟、背着行李出逃的学徒或奴隶、大篷车、汽船、牲畜、缪斯女神等等。从印刷角度说，这种设计不是个好办法；从商业观点看，这对那些没有以图画来说明其广告的主顾是不公平的。一八四七年，《先驱报》便取消了所有这类插图和大号字体广告；所有广告一律用同样的字体整齐、有条不紊地排印。这使报纸纯粹以商业面貌出现。自那时起，报上就不再出现插图了。在排印方面，也不再出现让某个广告哗众取宠，而使另一个受损的现象。这个新的做法一开始就很成功，读者和广告客户都很满意。

但是赫德逊这番话实际上并不正确。因为积极进取和富有想象力的广告客户们实际上都把小号字体准则视作一种约束，绞尽脑汁要改变这一规定。他们把小号字体组合成新的图案。就象其它力图抹煞差别的做法一样，小号字体的准则还是阻碍不了才智卓越者的着意发挥。

一八五六年，摄影界的先驱马修·布雷迪在贝内特的《先驱报》上刊登了一则广告：“布雷迪摄影室——照片、玻璃板摄影和银板摄影”，就把小号铅字排成一英尺高的三个数字“359”，即他的地址百老汇三百五十九号。另一个卖成衣的商人刊登了一则圣诞节大拍卖的广告，则把许多英文“大衣”的字样拼成一棵圣诞树。除此之外，还可以列举许许多多聪明的创新之作。

反对小号字体准则的英雄人物要算意气风发的罗伯特·邦纳。当他生动地指出小号字体准则的愚蠢性时，他预示了广告商在美国生活中所将发挥的力量。邦纳考虑到美国广告事业的前景，他发动的第一场战斗的目标是人们所最想象不到的——推广感性文学。邦纳出生于爱尔兰，一八三九年他十五

岁时移居美国，起初是在哈特福德《新闻报》做排字工，他排字速度奇快，好似疾驰的骏马。一八五一年，他花了九百美元买下《纽约商人记事》，那是呢绒绸缎界一本索然无味的杂志。到一八五五年，他抛弃了枯燥无味的商业内容，并把刊物名称简化为《纽约记事》，而这份周报也开始刊登感性的故事、连载小说、伦理文章、温暖感人的小诗以及对失恋者的慰解。

正如研究广告史的学者弗兰克·普雷斯布雷所指出，邦纳对广告事业的重大贡献之一乃是在妇女中扩大读者范围，“这是有利于未来的广告商的。”

《记事》周报刊登当时最负盛名的作家的文章，例如：“范妮，弗恩”（传记作家詹姆斯·帕顿的夫人萨拉，威利斯的笔名），她以《蕨叶》为题的启导性文章写得十分成功，充满了内容亲切的漫话；一位读者评论说，读了范妮的文章后，感到她真应该嫁给R.T.巴纳姆。而邦纳付给范妮的稿费之高也是惊人的：一个专栏一百美元！还有一位名叫小西尔韦纳斯·科布的作家写的惊险小说《莫斯科的枪炮制造商》以及大量其它作品（单在《记事》周刊发表的就有一百三十篇短篇小说、三十篇《森林随笔》、七十二篇《森林探险》、一百零二篇《探险记》、五十七篇《摘自老水手航海日志的探险故事》、五百七十三篇其它故事、二千三百零五篇短篇杂文），因此，他被誉为“美国多产小说之父”。邦纳还刊登了其他专写惊险和耸人听闻故事作家的作品——埃玛·索思沃思女士的《黑手》、约翰·萨克斯和T.S.阿瑟等人的作品——现在人们只知道这些人都是那个时代被人们遗忘了的作家。

邦纳所刊载的著作全是他能用来做宣传的人的作品。这些人包括格兰特将军的父亲（他写了他儿子的生平）、威廉·卡伦·布赖恩特、亨利·沃兹沃思·朗费罗、乔治·班克罗夫特，以及哈里特·比彻·斯托，此外还有“十二位最著名的牧师”和“美国十二家著名高等院校的校长”。令人吃惊的是，邦纳还向纽约新闻界几家他主要竞争对手约了稿，诸如：《先驱报》的霍勒斯·格里利、《时报》的亨利·雷蒙德，甚至詹姆斯·戈登·贝内特本人，然后邦纳把这些人的文章全部刊登在同期上。他帮助著名的爱德华·埃弗雷特等款买下芒特弗农，开辟成为一个让公众参观游览的纪念胜地，而随即又向埃弗雷特约稿，要他写《芒特弗农漫笔》的连载文章，稿酬为一万美元，邦纳还向当时已经声名狼藉的亨利·沃德·比彻买下了他的小说《诺伍德》连载的版权，出价是三万美元，这笔交易一直传为佳话，邦纳比较按常规购买的作品还有诗人丁尼生的一首短诗和作家狄更斯的一篇短篇小说（各五万美元）。

所有这些作品本身都是一种新形式的广告，这点邦纳心里一清二楚。他相信广告的力量，所以敢于用愈来愈多的钱来冒险。邦纳同他的同时代人P.T.巴纳姆一样富有勇敢的冒险精神，这使他成为当时赛马的一个大马主。他一生中花在竞赛马匹身上的钱达五十多万美元；但是一旦他买进一匹马，他就不再让这匹马去比赛挣钱了。他所养的马匹中最好的马之一是有名的“德克斯特”；科尼利厄斯·范德比尔特对他拥有这匹骏马十分眼红，但是买不过来，范德比尔特想买而买不到的东西是很少的，这匹马便是其中之一。

邦纳的《记事》周刊从来不接登广告，但是它的资金却完全依靠广告宣传而来。邦纳在其它出版物上刊登广告，以此引起外界的注意，从而保证了他的周刊的巨大发行量，使他能够以巨额稿酬支付作者。而他对广告事业的热衷又促使他进行更大胆的试验。

当詹姆斯·戈登·贝内特拒绝让邦纳在纽约《先驱报》上使用大号字体

之后，邦纳却从伦敦《泰晤士报》中得到启发，他在该报上发现到重复的效果。原来做拍卖广告的人不是在报上登一条很长的广告，而是在同一栏内登同样长度的好几行简短的广告，每句话的第一个大写字母都是一样的，都是用商号名字起头。邦纳发现，这些不断重复同一内容的句行比同一广告户在同样数目的句行中塞进各种不同内容更能引起读者们注意。接着他便设计了他自己的重复技巧，绕过小号字体的条框，对那一页的印刷注入了新力量。最初，邦纳在整整一栏内对同一条广告重复九十三次，那是：“《金箔工奥里昂》是《纽约记事》周刊刊登的科布的一篇耸人听闻的小说。”不久，他又试用两栏的篇幅重复同一句广告。一八五六年，他更以整整一版来重复他的广告内容六百次，成为广告业的轰动一时之举。

这种做法后来称为“重述法”，是不断重复内容简单明确的语句的一种巧妙形式，诸如：“请阅读《纽约记事》周刊，里面有科布写的新小说”，“今晚回家时别忘购买《纽约记事》”，“兹公布新闻：《纽约记事》经已出版”，有时邦纳还用六栏把这些内容编成离合同。在第一栏占两行位置的第一个大写英文字母“L”是“兹公布新闻”中的第一个字母，在第二栏里他用英文字母“E”作“每个人都读《纽约记事》中科布新作的耸人听闻的小说”的句首，第三栏则用英文字母“D”作句首，依次用六栏各行的句首英文字母拼成“L—E—D—G—E—R”（《记事》周刊的名称）。为避免读者疏忽，还在每栏上部印了标题“离合词《记事》”字样。一八五八年五月六日重述法发展到了高峰，邦纳创造了截至当时为止报纸上出现的最大广告。他在《先驱报》上用七版篇幅重复同一广告内容，即多产作家埃默森·贝内特将出版新的连载探险小说。

邦纳很快就名声大振，一是因为登出来的广告本身替他作了宣传，同时也因为关于他用于广告的经费和广告技巧的传闻使他大大出名。据传，《记事》周刊曾有一个星期用在广告上的费用达二万七千美元；它每年的广告预算是十五万美元。结果，邦纳所得到的报偿就是把他那四分钱一本“刊登第一流文学作品和传奇小说”的周刊发行量增至近四十万册。他向美国的广告客户表明，陈规旧套的锁链是如何被砸烂的。正如广告史学家们所指出，邦纳的重述体例可能是后来口号式广告的先驱。十九世纪后期，广告客户们都采用简短的口号，诸如“请用萨波利奥肥皂粉”之类令人印象深刻难忘的叠句，使美国公众在任何时间任何地点都能看到；而这都是早期邦纳在反对小号字体准则的斗争中取得的成就给人们带来的好处。

邦纳的重述体例被广泛地仿效。实际上，用许多小号字组成大字母已成为贝内特的《先驱报》的商标了。小号字体准则作为维护报纸“尊严”的一种办法已彻底失去效用。但是，普遍运用大号字体和各种花式字体，并打破报纸呆板的分栏框框，以使广告的排印得到解放之举，却进展得出奇地缓慢，而布雷迪、邦纳等人也是无意中使人们看到，在版面上留下空白处是颇能引人注目。尽管早期的成药广告和剧院海报偶有使用大字体和插图，但是较为自由的广告新技术直至十九世纪将近结束时才得到普及。

最大而最有进取精神的百货公司在使用报纸广告醒目字体方面走在前列，这决不是偶然的。这些百货公司需要在一个小地区吸引大量顾客，因此当地的日报便成了最好的宣传媒介。正如上文已经提到的，没多久百货公司便成了大城市日报的支柱。在美国，带头的是梅西百货公司、洛德暨泰勒百

货公司以及沃纳梅克百货公司。十九世纪五十年代在巴黎出版的《辩论报》刊登的广告出现过三英尺高的字体（七十二号字），这种铅字比美国报纸上任何字体都大。而梅西百货公司广告栏首的五角星（后来成为该公司的商标）有一段时间则一直是用许多小号字组成的。到一八六五年时，梅西百货公司已开始在其广告中用大号字了。洛德暨泰勒百货公司（此时已用三十号字署名）更同梅西百货公司一起反对报纸广告只能用小号字的规定，这两家百货公司还打破了分栏的规矩，用双栏合并的篇幅刊登自己的广告。一八七九年，沃纳梅克百货公司用一整版篇幅刊登一家零售店的广告，据说这在美国日报中是破天荒的。到十九世纪八十年代，百货公司已普遍刊登整版篇幅广告，用的字号很自由，包括使用醒目大号字。

一八七一年，小号字体广告的死板形式又一次被打破。在萨波利奥肥皂粉的广告中出现了与人物有关的插图：那是曾经在杂志中用过的一幅插图，表现出一个男人满意地看着用萨波利奥肥皂粉擦得程亮的锅底上自己的影子；这幅插图终于在广泛发行的报纸中出现。不过插图进入报纸广告栏的过程也是缓慢的。而在这方面，带头的却不是百货公司，而是制造商，尤其是缝纫机制造商。

在十九世纪三十年代之前，报纸的一般做法是以平价售给广告客户全年每日刊登广告的权利。在一份大城市的报纸上，一般花费三十二美元就可以每天刊登一则广告，而且篇幅和行数都无严格限制。这种做法，加上十九世纪二十年代佛氏造纸机的出现使纸张趋于便宜，也鼓励了出版人发行开张越来越大的报纸。到了十九世纪三十年代，纽约《商报》版面便为三十五英尺宽、五十八英尺高，共有十一栏。这样宽的报纸打开时将近六英尺宽，十分不方便，人们称它为“毯子报”。由于这种报纸阅读起来很不方便，新的小张报纸就特别受欢迎。一八三三年纽约《太阳报》刚创刊时，便只有九英尺宽、十二英尺高。到十九世纪三十年代中期时纸张匮乏，也促使人们改用小张纸印报纸。

这时各家日报也改变了做法，广告客户不再能得到毫无限制的版面，广告客户每年所付小量的费用每天只能刊登十行广告。随后，日报又开始改为每天以行数计价。当然，这样便节省了广告版面。但是“每天刊登的广告”仍很普遍，它的内容是固定的，不需要重新排字，而且月复一月，年复一年，都是固定不变的，纽约《先驱报》的詹姆斯·戈登·贝内特一直坚持刻板的小号字准则，以保持其广告栏形式的“高格调”；但他在改进广告内容方面却很有想象力。贝内特说，广告和报纸其它内容一样，应该有“新闻性”。最初，在一八四七年初，他要求所有广告的内文每隔两周必须改写一次。继而他更作出了惊人的决定，宣布自一八四八年一月一日起，所有广告内容必须每天更新。他在他的报纸头版顶上宣称：“广告内容每日更新。”长期在贝内特的报纸当编辑主任的弗雷德里克·赫德逊吹嘘说：

《先驱报》的广告很有特色，内容每天翻新。本报制度规定广告应该每天更新。本报老板希望每天重写商业广告。按照此项计划，广告便成为了最有意思和最实际的“城市新闻”。广告也代表了人们的希望、思潮、乐趣、规划、羞耻、损失、灾难、幸运、欢乐、痛苦、政治，以及宗教信仰。因此每个广告客户都是一个记者——一种“一行一分钱”的记者，所不同的是由他付钱。《先驱报》每天的广告奉献给人类的是一幅多么绚丽的都市景

象啊！

赫德逊的这段自我吹嘘的短文写于一八七二年，当时他对广告的狂吹乱捧已逐步成为事实。广告的影响力日益增加，又摆脱了僵硬不化的陈规旧套和字体的束缚，而正在演进成为一种大众化的通俗文学。在下一个世纪里，广告势必影响到美国的语言，既向作者提出新的要求，又向听众和读者介绍五花八门的光怪陆离和时断时续的琐事。

做生意的动机总是为了赚钱，尽可能争取更多的人参加新的消费共同体，有如两个世纪以前新英格兰清教徒的宗教动机是争取尽可能多的人皈依清教一样；因而孕育出一种新的“直截了当的风格”。正如上升时期的清教教义为精神世界作出了贡献，现在大众化的美国消费共同体则为物质世界作出了同样的贡献。如今每个人都可能是顾客，广告是针对他的，对他产生效果。

美国早期广告作家的泰斗约翰·鲍尔斯说：“商业性文字的正确标准是通俗易懂。广告的第一大优点是直截了当，‘过分修饰的文字’不仅使人感到刻意舞文弄墨，而且会引起反感，”广告代理商的先驱乔治·罗厄尔则主张：“你写出来的广告要使最笨的傻瓜也能看得懂——而不是给大学教授看的，这样，你也就能吸引许许多多、各种各样的大学教授。”罗厄尔的门徒克劳德·霍普金斯在二十世纪二十年代仍然坚持：“精雕细琢的文字在广告业中是站不住脚的，独特的文风反而会转移人们对主题注意力。而推销的意图太明显，产生的效果会适得其反……广告应该自然，简明扼要，语言不宜花哨。招揽顾客就象钓鱼一样，鱼钩不能暴露出来。”

在新的广告文字中，还有一种美国传统同直截了当、简朴易懂的传统风格一起发展起来，那就是“夸大其词”。新的消费共同体的推动者们发现，用普通的语言照样可以作出种种的夸大，就象当年宣传想象中的西部城镇一样，他们可以随意使用预见性语言，尽管有些事还没有“正式发生”，他们却并不因此而有所克制。西部喜欢夸张的人还会得意地把洗发水称作“光环”或把某一辆汽车称为“愤怒的女神”呢。

十六 建立消费共同体的信誉

不能把广告理解为仅仅是另一种推销形式；它的目标是崭新的——即创造消费共同体。由于用广告来取代推销员的职责，因而它所阐释的各项内容都显得很有说服力，而所有有关人等也都感到不同程度的满意，推销员所阐释的内容是针对个人的，是个人对个人打交道：这顶帽子您戴太合适了。他强调的重点是个人；当他用花言巧语去奉承某一个买主，利用并煽起他的虚荣心时，他就成功了。而广告的要点则是面向公众的，是概括性的：你们戴上这帽子非常合适。推销员力图劝说某个顾客相信某一商品正好符合其个人需要，而广告则是劝说某一类顾客相信某一商品正好适合他们这一类人的需要。广告若能发现、确定并说服一批新的消费者，它就算成功了。

实际上，广告也是一种对顾客提供保证的形式，令他相信，并不是只有他一个人买这种商品、抽这种牌子的香烟或开这一型号的车。广告做得越大，传播得越广，效果也越显著，而它也就更能对其宣传的商品打上社会赞同的印记。一百万人都买这东西，准保不会错！因而广告声言，根据专家判断，社会上会有许多人购买这种东西，您也来买吧！

所以，广告术和广告学即是发掘消费音、培养并保持他们忠诚于某一商品的技巧。为此目的，逐步形成了一种为消费共同体树立形象的新学问，从而使旧牌子和商标面目焕然一新。

过去，金匠和银匠慎重其事地刻下他们不显眼的“印记”，以此向买主保证金银制品的纯度，后来又用来保证其工艺的质量。在美国，这种慎重其事的“印记”却变成了在全国大肆宣传的商标。第一个联邦商标法是在一八七一年通过的，但十年之后却被宣布为与宪法精神不符，因为它意味着限制各州内部商业的发展。一八八一年通过了一项新法律，这项（不断被修正的）法律成了注册和保护州际贸易和国际贸易中使用的商标的根据。于是，牌子就获得了新的力量和新的意义。到一九七二年，在美国专利局注册的商标几乎多达一百万个。

牌子信誉问题成了商界最关心的大事之一。广告研究人员的目标就是要掌握某一牌子在消费者中间究竟有多大号召力和影响，以及消费者对其忠诚程度的变化。社会上无数消费者具有各种机会选用各种牌子，并对其保持忠诚；这便促使登广告的人要研究是否有些人更能“忠于”一种牌子。但是，不管这种“信誉”是多么空洞和难以衡量，美国商界为培养“信誉”而花的钱却是越来越多。

南北战争结束后，全美国用于广告的费用不断急剧增加，仅仅在较严重的商业萧条时才见中断。一八六七年，全国所花的广告费仅约五千万美元左右；到一九一一年，已增加了十倍，达到五亿美元；一九五一年，全国广告费更进一步达到五十五亿美元；到一九七二年又增至二百二十四亿美元。

商品的牌子最初是在南北战争前不久兴起，当时主要用于成药、肥皂和去污粉。到第一次世界大战时，人们购买口香糖、手表、帽子、早餐食品、刮脸刀片和钢琴等都要找全国闻名的名牌货。于是，广告逐渐变成一种技术、一门学科和一项专业。一八六九年，乔治·罗厄尔的《美国报刊指南》问世，这是第一次认真地列出美国所有报纸，并准确而公正地估计其发行量。其后，一八八一年，又有艾尔父子公司的《美国报刊年鉴》问世。

那时，广告代理公司也成立了，它们就如何建立商标信誉问题提供专家意见，并提出富有想象力的建议。在这方面，又是费城的 N.W. 艾尔父子公司起了带头作用，这家公司替海尔斯沙示饮品公司、蒙哥马利·沃德百货公司、普罗克特暨甘布尔肥皂公司以及伯比种子公司做过广告。到一九一一年，艾尔父子公司的业务工作中食品广告居于首位。在此之前，最大的单项广告也许是艾尔父子公司在一八九九年一月开始的，为新开张的全国饼干公司做广告宣传。这是第一次为一种全国性牌子、纸盒包装、随时可吃的主要食品做宣传广告。这次宣传内容着重饼干的密封包装，尤其需要宣传其独特的商标和牌子。艾尔父子公司通过报纸、杂志、电车上的广告、广告招贴画和彩色广告牌等向消费者作广泛的宣传。一夜之间，全国各地的人民都想买“尤尼达牌饼干”。

当然，把“尤尼达牌饼干”的顾客和其他看商标购物的顾客联结起来的纽带，比早期美国人之间的联结纽带要纤细得多，而且也只是一时的。但他们是以一种新的方式结合在一起的，如果不是这样的话，他们根本不可能相互联结，因为他们既没有共同的宗教信仰，没有共同的政治意识，也不是在大草原上共同西进的同路人或共建新城镇的居民。美国消费共同体的独特重要性，使南北战争之后一百年内来到美国的好凡百万人更容易同化或“美国化”。加入消费共同体的行列成了适应美国文化的典型方式。

消费共同体同其他各种社会群体一样，其成员都有一种有福共享、有难同当、利益相同、喜悦相通的感觉。这是由于他们都使用同类物品所造成的：是由于他们愿意“徒步行走一英里去购买‘骆驼牌’香烟”，由于他们都要买“您爱不释手的毛皮”，或由于他们信任通用汽车公司的产品。那些做全国性商标产品广告的人都不断地对大家说，买了他的商品，他们就等于参加了某一特定的集体，成为其中一员，而几百万美国人都很愿意这样做。

尽管这些消费共同体在全国人民的日常生活中变得日益重要，但它们仍属比较松散，不象早期新英格兰清教徒村落或西行太篷车队的集体那样密切、排外和认真。这些由无数彼此不在一起的男男女女组成的无数新的“共同体”散布于全国所有地方有吸“幸运牌”香烟的人组成的消费共同体、也有驾驶“雪弗莱”汽车的人组成的消费共同体——或者更扩大一些，由抽烟者形成的共同体和汽车车主形成的共同体，其成员彼此认得出来，也具有某些共同的幻想、希望和失望。当然，同当年马萨诸塞海湾殖民地那些“现实世界的圣人们”的共同信仰相比，他们的共同希望实在是微不足道。但是，十七世纪的新英格兰人只不过是少数几个组织严密的社会群体的成员；而二十世纪的美国人却过着比较松散的生活，他们是无数随便形成的社会群体的组成分子。

总之，现代美国人在跟饮食、驾驶、阅读和日常用品有关的几乎一切东西上，都同成千上万其他美国人联在一起，哪怕这种联结纽带十分纤弱，而又变化无常。老式的政治性和宗教性群体现在只不过是许多新的、过去想象不到的社会群体中的两个门类而已。美国人日益紧密地联系在一起，所靠的不是几根铁索，而是那些把生活中种种琐事编织成一体的纤细网络。

十七 “顾客是国王”

销售者现在已不象过去的工匠和推销员那样直接同买主见面，而是通过广告间接接触，因此，他要了解买主需要什么，甚至谁是买主都比以前困难。那种老式的当面交代要求的做法例如顾客告诉鞋匠他要做的鞋子式样——已经消失。在任何地方的市场中，商人都必须找到间接回答顾客迫切问题的办法。制造商和商品推销商开辟了能使顾客提出自己要求的途径，从而使市场大众化。这种广大的看不见的买主市场促使一门新学科兴起，那就是抽样调查消费者意见。

最初，市场研究的目的是为了回答杂志广告客户提出的问题：谁看广告？因为在美国广告事业出现的初期，一般人无从知道报刊杂志发行量的可靠资料。由于广告代理商是靠用批发价购买报刊版面，然后向广告客户零售来维持局面的，他总要力图把自己买到的版面销售出去。由于无从得到各种报刊杂志确切发行量的可靠数字，广告代理商往往会夸大他的广告的影响范围，这是可以理解的。在没有公允可靠的数据资料加以核实的情况下，出版商自己也常常夸大报刊的发行量。

因此，从刊登广告者的角度来看，买广告版面就犹如买彩票。他不仅无法知道读者对他出钱刊登的广告有何反应；连有多少订户或有多少人买这份报纸或杂志，多少人阅读他的广告，他都了解得非常模糊，至于该出版物读者的具体特点更是无人知道。

一位颇有进取精神的新英格兰人了解到刊登广告者的需要，便想创办一种行业，专向刊登广告者提供可靠的资料，以使他们知道自己付出广告费究竟得到了什么。一八六九年，行业杂志《油墨》的创办人、最初在波士顿做剧院节目广告工作的乔治·罗厄尔出版了第一本全面而公允的美国报纸指南，他按地区和类别列出了五千四百一十一家美国出版物和三百六十六种加拿大期刊。

当人们能够知悉报刊可靠的发行数量之后，要劝说刊登广告者向读者范围不明的报刊购买版面就变得更加困难了。在美国，对广告的挑战愈来愈大，要求它发展成一门学科，而在这方面迈出决定性一步的乃是弗朗西斯·艾尔，他原来是一个教员，同他父亲在费城创建了 N.W. 艾尔父子公司。他们的主要生意是出售宗教性报纸的广告版面，他父亲去世后不久，他的一位朋友规劝他说，象他这么有能力的人，不应为价值可疑的产品充当“吹鼓手”，随便把这类产品推销给那些不知真情的顾客，他应该搞一些正经的行当。于是艾尔决定：“我不能再做听命于别人的人，我不能按这些报刊杂志的命令行事以求得到酬金，不能仅仅因为赚了钱而感到满足。我自己要办一个企业，每次我接受一笔生意，人们应该知道我不是无名小卒，我要有自己的主顾，而不再让别人对我指手划脚。”

一八七五年，艾尔签了第一份“条件不确定的合同”（是同宾夕法尼亚州西林地方玫瑰花农开办的公司签订的），从而使美国广告业出现了一个新的特点。按照这项条件不确定的合同，广告代理商成为广告客户的全权代理人。由他对在何处、何时以及如何刊登广告等问题提供专家意见。他要告诉广告客户有关购买版面需付的价钱等全盘情况，并保证以尽可能低的价格买到版面。而广告代理商则从其顾客那儿得到固定的佣金（最初是百分之十二

点五)，并与该广告客户签订一项定期合同。合同签订后，该广告客户就不再计较这个广告代理商比那个广告代理商为某一广告版面多出了几分钱之类琐事，而是等着看其销售额是否增加，以此来判断广告代理商的工作效果，这样，艾尔就使广告代理公司在美国人的生活中起了新的作用，并开创了新的做法，这种做法一直延续到二十世纪后期。

在二十年之内，报纸出版人，接着是杂志出版人，纷纷承认独立的广告代理公司，宣布他们不给直接前来刊登广告者以打折扣的特殊照顾。作为回报，各广告代理公司也同意不为其顾客试图压低报刊出版人业已公布的广告价格。

报刊杂志的广告版面成了公开市场上的一种商品，而出版人终于被迫提供关于其出版物的发行数量和性质的全部确切资料。到一九一四年，报刊出版人本身也资助“报刊发行量审计局”，该局有权检查报刊出版人的记录，并核实其报表。到二十世纪三十年代，有一半左右的报纸都是该局成员，这些报纸的每日发行量约占全美国报纸的百分之九十。

现在，广告代理商终于可以按其顾客出价的高低来衡量了。而销售商也是有史以来第一次在出钱做广告方面能够得到专家的帮助，一九一一年，R.O.伊斯门任凯洛格公司的广告经理，该公司设在密歇根州的巴特尔克里克，专门制作早餐食品；伊斯门说服了五十家在全国范围刊登广告的销售商，支持他用明信片提问的方式调查杂志的阅读对象。通过调查，他有了一些重要的新发现（例如重复发行的情况），从而使刊登广告者相信，他们仍然有必要了解更多的情况，以便知道他们支付广告费用究竟有什么收获。一九一七年，伊斯门开办了他自己的市场研究机构，他的第一位主顾是通用电气公司，他为该公司调查消费者对“麦芝达”商标的反应。

另一方面，出版商也开始力求了解他们发行的出版物究竟情况如何。他们开始认识到，单凭了解发行数字是远远不够的，还心须了解究竟是谁买了自己的报刊，这些人住在哪里，靠什么谋生，以及想买什么东西。这些情况注定不仅要影响美国的广告业，甚至还会影响产品本身以及新产品的发展，这就使得销售商与买主之间的关系更为自觉。销售商建立起自己的“情报机构”，策划战略，以便征服市场，同时，买主也开始认识到自己在“消费”群众中是举足轻重的一分子，而消费群众则是有力量影响商品的流通的。

《妇女家庭杂志》和《星期六晚邮杂志》的出版人赛勒斯·柯蒂斯在扩大杂志发行量方面表现出非凡的才能。一八九七年他买下“老牌而积弱”的《星期六晚邮杂志》（价格：一千美元）时，该杂志的发行量还下到二千份；但在十年之内，他把该杂志的发行量增至一百万份，不久又增至近三百万份，柯蒂斯和他的前辈邦纳一样，用极高价格笼络了当时重要的作家为他写稿，他又做到使《星期六晚邮杂志》成为自认为是中产阶级的美国人每周必读的杂志。《晚邮杂志》兴盛时期正是“美国商业”欣欣向荣的乐观时期，他把一百二十五页的《晚邮杂志》的百分之六十版面用作刊登广告。一九一一年，柯蒂斯被他的一位广告营业员说服，使他承认对消费者的需要和习惯以及对刊登产品广告的商人都缺乏应有的了解。推销《晚邮杂志》广告版面的人可以滔滔不绝地大谈柯蒂斯所出版的刊物如何之好，但是他对广告客户所希望影响的那些消费者却知之甚少。柯蒂斯同意这位广告营业员的意见，认为情况了解得越多，推销工作就会做得越好。于是他开始寻找“不仅能收集事实，

而且能发现事实”的人。

威斯康星州一位年轻的教员自愿担当这一职责不明的工作，此人名力查尔斯·库利奇·帕林。一九一一年他受雇时，把自己要做的工作称为“商业研究”（更人贴切的名称“市场研究”是后来才出现的）。柯蒂斯当时才买了《乡村绅士》杂志不久，但是公司里没有一个人懂得农业，于是帕林就决定从收集农具制造业的情况开始，因为农具制造业方面的人士从《乡村绅士》买了许多广告版面。他找制造商、零售商和农民谈话，六个月之内编了长达四百六十页关于农具制造业的调查报告，揭示了关于农具在哪儿制造以及何时何地卖给何人的确凿事实。

帕林接着又开始了一项雄心勃勃的研究计划，即研究全国一百个最大城市（当时五万四千人以上的城市为大城市）的几乎所有商品情况。他旅行了三万七千英里路程，采访了一千一百二十一人，把收集到的情况按营业额和这些城市的各百货商店、绸布呢绒店及主要的男子成衣店的商品类别进行整理。他最早的报告《百货业概览》（一九一二年）经过马歇尔·菲尔德和当时其他大商家的仔细审阅，而且总结出一些有用的特点：

妇女是顾客。正因为如此才出现了现代的百货商店，妇女们部分出于本能，部分加上其所受的教育，很善于对价值进行比较……

妇女采购的商品可分成三类：常用物、急需物和拟购物。

常用物是日常需要采购的东西，诸如食品杂货、围裙、儿童长袜等；总的说来，这些东西价值不大，但都是马上要用的。

拟购物包括所有需要再三考虑和可以考虑成熟之后再购的东西，诸如套装、女服衣料、高级内衣等，实际上包括各种高级丝绸呢绒品。对价值则要比，还要力图买到价廉物美的东西。

这样，帕林便向制造商们表明，如果他们的产品属于“拟购物”，则能够卖他们的产品而又盈利的商店数量不会多，所以他们最好能雇用自己的推销员到市场推销；但是，如果他们生产的是“常用物”，那么到郊区和农村推销就需要批发商了。

帕林最卓越的著作是五卷一套的《汽车》研究（一九一四年）。当时美国只有不到二百万辆汽车，但却有一百种销路较广的样式。帕林收集了大量制造和销售的情况以及妇女对采购汽车的影响，而他所提出来的问题对后来出现的汽车时代也成了一种预言。他预见将来的倾向是车子的等级和样式减少，并估计到汽车市场的大小以及实际情况。由于他的预测很有说服力，汽车制造商增加了在全国发行的杂志上刊登的广告，而《星期六晚邮杂志》则占了很大的一部分。

一九一六年，《芝加哥论坛报》采用逐户访问的形式调查全芝加哥的销售情况，到一九二九年，美国商务部也认识到收集这些情况的必要性，编了第一本《销售情况调查》；而且商务部自己也开始定期收集批发和零售单位的情况，包括它们的规模大小、性质、出售货物量以及提供服务量等。

在二十世纪三十年代，美国杂志上经常出现这样一幅画，画的是一个跟不上形势的破产制造商把一大堆发夹扔入一个空桶中去。力主加强市场研究这门新学科的人说，如果这位制造商听取了二十年代左右精明的市场研究人

员的预测，他就不至于落得这般下场；因为那时市场研究人员看到人们崇拜的音乐喜剧演员艾琳·卡斯特尔剪短发的照片登在报纸头版后，就预言今后头发式样要改变，并建议有关制造商改变产品品种去迎合顾客。

有些制造商利用市场研究直接了解消费者的爱好。例如，老式的闹钟式样过分标准化，成了滑稽漫画里的一种标志。二十世纪二十年代末期，西方钟表公司按照刚了解到的消费者的爱好，设计了一种新式样的闹钟：体积较小，较薄，钟面的数字精细，指针细巧优雅，钟壳为闪光的黑色和镀镍两种颜色。这种式样的闹钟立即十分畅销，可是，利斯特灵漱日水的生产者起初就没有对市场进行研究，而只凭空想象既然顾客喜欢用利斯特灵漱口，那他们必定会喜欢同样味道的牙膏；结果，这种牙膏卖不出去，后来，他们作了一番市场调查后，才知道顾客喜欢什么味道的牙膏；要是他们早点去了解，岂可以避免一场大损失了吗？

制造商于是开始养成计算市场调查数字的习惯，以便了解顾客的好恶。帕林则作出了“顾客是国王”的结论。他说：“顾客喜欢什么就是法律，他的好恶能够造就或毁灭商人、批发商和制造商。谁赢得了顾客的信心，谁就控制了商品市场；谁失去了顾客的信心，谁就要失败。”

过去的工匠努力取悦于君主，同现代美国市场研究人员力图预先估计他们的“国王”——公众的情趣、习惯和愿望——这种做法相比，实在是小巫见人巫。一九二二年，柯蒂斯研究部门曾派出调查人员到堪萨斯州一个叫萨贝塔的小镇去作调查，他们在一百四十四英里见方的小镇上，除了二十家外，家家户户都去作了采访；他们取得了这些家庭的购物习惯和喜欢什么牌子的资料。几年之后，他们又作了第一次全国性的餐具调查，对十六个州八十五个居民区三千一百二十三户的餐具作了调查。后来，又在纽约州沃特敦进行了第一次“每户及每个销售商店”的调查，对该地二万八千九百三十户中的二万八千二百零三户的详细调查报告，提供了百分之九十六的“抽样”情况。

柯蒂斯出版公司竭力想搞清食品消费方面的调查和问卷上所反映的情况是否确切，于是又搞了一次“干垃圾调查”，俗称为“灰尘和废物调查”，费城有五十六户（按收入情况划分四类，每类十四户、愿意合作，同意在一九二六年七、八月间让柯蒂斯公司的研究人员收集和分析他们的垃圾，为期四周。他们要求这些家庭不要烧掉或毁坏任何包装，并对所有包装纸和标签都进行登记，这样做便可得一笔酬金。柯蒂斯公司研究人员每周一次从这五十六户挨户收集所有的垃圾，然后，把每户的垃圾装成一包，贴上标签。最后，他们总共收集了六千包垃圾，这些垃圾都运入附近的一个仓库，进行归类、研究，而被调查的人都不知其用意何在，于是把该公司称作“柯蒂斯废物收集公司”。

无线电收音机的普及使卖家和买家之间的关系更加间接了，至于谁在收听广告，更成了捉摸不透的谜。二十世纪二十年代，戴维·萨尔诺夫要求他的合伙人对新发明的无线电“音乐箱”投资。遭到了他们的冷眼相待，理由是这种东西靠“广播”，没有任何可以想象得到的商业价值。他们的意思当然是说，向那些无法确认、统计或了解其住处的人“广播”广告，无利可图，既然没有要求广播音与听众建立明显的联系，那么准能知道听众是何许人呢？谁愿意为一项收听人不明的广告付钱呢？但是，还是有一定数量的人愿意通过广播做广告，尽管他们只是一般性地对所有人广播广告，而不知道具

体有哪些人收听。他们对谁可能会听他们的广告则只能听天由命了。后来，无线电广播广告费涨价了，而广告客户也听从市场研究人员的意见，希望了解广告的听众是那些人。

利用无线电广播做广告，给市场研究人员提出了一个难以解决的新问题。出版商能够知道他的订户是谁，他的刊物销售点在哪里，但无线电广播员只能猜测哪些人可能在听他们的节目。

在这个调查听众情况的新领域中，阿瑟·尼尔森是一位开拓者，尼尔森是丹麦移民的后裔，威斯康星大学工科毕业生，他用毕生精力未解开这个市场之谜。一九三三年，他发明了汇编杂货店零售指数的新办法，杂货店老板们允许他查看他们的记录以便收集数据；后来他又编了“食品—药物指数”等一系列调查报告。四年之内，他通过出售所收集到的资料，每年收入一百多万美元。

为了了解广播广告的听众情况，尼尔森使用了马萨诸塞理工学院两位教授发明的一种装置——收听记录器。这种仪器同收音机相联，当收音机一打开，就开始记录收听时间以及收听的频道。一九五一年，他又把这种仪器用于电视机。他用科学方法挑选了拜种家庭作为抽样，在他们家里的电视机装上收听记录器，记下收看电视的时间及频道；这些记录送到在芝加哥的尼尔森处，尼尔森便据此查出有关的广播节目，每隔两周就写出一篇报告，每个装置这种记录器的家庭都可以得到一小笔酬金，尼尔森还答应他们，在调查期间一旦电视机出了毛病，他可支付一半的修理费。由于这种记录器很昂贵，所以只能在少数观众家里装，因而必须力图使挑选的观众家庭具有代表性。到六十年代，尼尔森电视指数服务公司每年都出版八百四十种不同的报告，内载一千四百万新的数字，其中包括每项节目收看户数，对同一项节目或连续性节目不同类别家庭的收看数，每项节目占总收看数的百分比，每个节目每分钟收看数的波动等。为建立这种服务公司，又能保证收支两抵，需要长达十七年的工作和一千五百万美元的投资。正如美国人在股票交易所谈论道·琼斯平均指数或在商品交易所谈论邓恩—布雷特兹特里指数那样，人们现在也谈论起尼尔森节目收看率了。

尽管如此，究竟谁真正在收听广播仍是不解之谜。一九三九年阿奇博尔德·克罗斯利的研究报告指出，在任何时间，开着的收音机有百分之二十五是没有人听的。后来的一次研究报告又表明，白天有百分之四十的家庭主妇开了电视机而不看。越来越多的美国人打开机器后，并没有真正收听广播或收看电视。

对消费者进行民意测验的新技术，显然对了解选民在某个问题上的意见或对某候选人的看法也是有用的。在二十世纪初，研究政治的学者已把他们的兴趣从“政治哲学”或“政治经济学”转向“政治学”，用哈罗德·拉斯韦尔的话来说，他们现在的目标是预测“谁得到什么，何时和如何得的”。当伊斯门和帕林开始发展“市场研究”科学时，政治学家也准备而且很想发展其预测政治意见的科学。随着岁月流逝，这门新兴政治学日益商业化，精明的政治家们更多利用市场调查研究的手法，来显示自己是千千万万平民老百姓所喜欢的人物。

由拉塞尔·塞奇基金会资助的《匹茨堡调查报告》（一九一七至一九二八年），是关于多数美国人的意见和态度的第一个“社会—科学”调查报告，一九二

八年美国关于社会调查报告的书目册已收入了近三千篇报告。随着社会调查的发展，出现了政治民意调查。最初的政治民意调查是非专业性的、发行很广的《文摘》所搞的一次民意测验，按电话簿上的名字进行调查。但是在一九三六年，《文摘》的民意测验却预言艾尔弗·兰登将以压倒多数的选票击败富兰克林·德拉诺·罗斯福，自此之后，受到群众信任的政治民意测验便开始建立在科学地挑选的典型调查基础之上。

现代科学化的民意测验的真正前身，不是旧的试验性投票办法，而是市场调查，因为市场调查在本世纪初大大改进了抽样的做法。埃尔莫·罗琅的第一篇民意测验报告是以经过仔细挑选、有充分代表性的抽样调查为依据的，于一九三五年七月在《幸福》杂志发表。从此，他开始经常发表关于许多问题的民意调查结果。乔治·盖洛普先创建了美国舆论调查所，随后富有进取精神的路易斯·哈里斯也创建了全国民意研究中心，此外还有许多民意调查机构应运而生。民意测验法推广了，它们的结果很快互相交流融合，并成为日报上受公众欢迎的一个项目。

一九六一年，约翰·肯尼迪在大选中取胜的一个重要因素是他拥有大量的资金和研究人员，可以充分利用民意测验为其服务。肯尼迪接受了杰出的民意分析家路易斯·哈里斯不断提出的建议，他一次又一次巧妙地利用自己从民意测验中了解到的情况。在每次电视辩论之后，肯尼迪从民意测验结果中可以看到：哪些问题可以使他争取到选票，以及在哪些问题上公众意见还在动摇。这种了解对他在竞选的最后十大内作出关键性决定的影响很大。

但是民意调查在美国政治生活中的这种作用还是新出现的。因为近至一九三五年，国会还提出了一项法案（H. R. 2729），企图禁止通过邮寄方式进行民意测验，其目的在于制止民意调查这种“恶劣做法”。随着科学化的民意测验结果越来越正确，选民和候选人对它的信心也随之增强。在一九四四年大选中，主要民意调查机构，没有一个预测的误差高于选民的 actual 投票结果百分之二的。埃尔莫·罗珀在《幸福》杂志上的民意测验预言罗斯福总统将以百分之五十三点六的选民票数获胜；而实际选举中他的得票率是百分之五十三点四。不过，民意测验专家在一九四八年却未能预见杜鲁门总统的当选，而一九五二年盖洛普民意测验的结果与实际相比也有百分之五的误差；这些失误使批评家们振振有词地提出反对理由。但是在以后历次大选中，民意测验结果都非常精确，以致一九六六年林登·约翰逊总统提出把众议员任期从二年延长到四年，理由是他们可以从民意测验中不断有效地了解选民的意愿。

十八 圣诞节和其它消费性节日

一九三九年，全国商业仍受经济大萧条影响，尚未完全恢复元气。那年十一月正好有五个星期四，所以感恩节落在十一月三十日。但是按传统在十一月最后一个星期四庆祝感恩节，对全国商人来说实在是很不幸的。由于商业不景气，他们需要寻找一切办法来刺激生意的发展。而根据传统，圣诞节采购旺季要到感恩节过后才开始。在纽约、底特律和各个城市，圣诞节采购旺季惯常是以感恩节游行来揭开序幕的，感恩节游行的重点就是渲染圣诞节的气氛。当时，在这种情况下，俄亥俄州一位有进取精神的百货公司老板小弗雷德·拉扎勒斯便建议把感恩节庆祝活动提前一个星期，即在十一月二十三日举行，这是不足为怪的，因为这样就可使“圣诞节采购”旺季延长一周。俄亥俄州零售商协会和辛辛那提《问询报》都赞成这个建议，在华盛顿，富兰克林·罗斯福总统也热心地接受了这一建议，宣布一九三九年的感恩节是十一月二十三日。

对于罗斯福总统“擅自篡改日历”（如同半个世纪以前人们规定“标准时间”一样），有些人指责是干扰天意。然而，几年之后，全国各州都纷纷仿效，规定十一月第四个星期四为感恩节。只有极少数几个州仍然声称不赞同这项联邦法令，规定第四个星期四和最后一个星期四都是感恩节。

说来也怪，很少有人注意到，在美国，同其它国家不一样，没有法定的“全国性”节日。根据联邦的制度，通过法律规定节日是州的职权。总统对节日的唯一权力是发表公布，促请全国注意，并让首都所在地哥伦比亚特区及其它地方的联邦机构工作人员放假一天，感恩节只能算是一个民族习俗。一八六三年，林肯总统第一次发表了感恩节总统公告；以后，各州便分别制定法律，规定感恩节为法定的节日。这次罗斯福总统宣布对感恩节的日期作小小的调整，乃是意味深长的，因为它既揭示了美国圣诞节的实质，还表明感恩节这一古老的节日也已转变为一个美国消费性的节日了。

在新英格兰早期清教徒的心目中，圣诞节对纯正的基督教教徒精神是一种威胁。马萨诸塞殖民地议会担心对“罗马教皇制度”产生盲目崇拜，便于一六五九年通过一项法律，规定：“若有人被发现在诸如圣诞节等日子里，不参加劳动，吃喝玩乐，或以其它方式纪念节日”，每一罪状罚款五先令。到一六八一年，他们感到已不用担心对“罗马教皇制度”的盲目崇拜了，于是便废除了这条法律，但是他们仍然担心圣诞节获得任何仪式上的重要意义。例如，塞缪尔·休厄尔法官在他一六八五年的日记中便写道：他看到圣诞节每个人同平时一样工作，感到十分满意。在以后两个世纪中，虽然圣诞节有些美国化了，它仍然是朴素的民间节日，没有隆重的宗教庆祝仪式，也没有多少商业意义。例如，在一八四一年十二月的纽约《论坛报》上，几乎看不见圣诞节的迹象，报上没有花哨的圣诞节广告，只是重复刊载已登了好几个月的商业广告。在少数提到礼物的地方，也只是称这些礼物是“圣诞节和新年”礼物，当时圣诞老人还不流行。

在南北战争时期，以民间吃喝玩乐为特点的老式圣诞节开始发生了变化；有迹象表明，圣诞节正在变成盛大的全国消费性节日。一八六七年十二月二十四日，梅西百货公司破天荒第一次在圣诞节前夕营业到午夜，创了一天的营业额纪录——进帐六千美元。一八七四年，梅西公司首次在其橱窗布

置了以圣诞节为主题的商品展览，主要是该公司销售的玩偶；从此，布置圣诞节橱窗成为它一年一度的惯例。在此后的几年中，梅西公司中主要依靠圣诞节销售的柜台都增加了它们在公司总营业额中的比例。其它百货公司也开始在圣诞节前两周延长营业时间。于是，十二月便成为零售商人大忙碌的一个月。到一八七一年，十二月的销售额已是五月的两倍，五月是第二大销售旺月。

然而，一八八一年的圣诞节的情景仍然变化不大。当年，一位生产圣诞树装饰品的制造商费了很大劲才说服 F.W. 伍尔沃思接受其价值仅二十五美元的产品。但仅仅几年之内，伍尔沃思百货公司每年向这家制造商定购的圣诞树装饰品就迅速增加到八十万美元。在此后的半个世纪内，伍尔沃思向好几家制造商定购圣诞树装饰品，总数达二千五百万美元。一八九一年十二月，伍尔沃思对他的各店经理们说：“这是我们的收获季节，要尽量赚钱。”

使你们的商店具有节日气氛。把圣诞节装饰品挂出来，也许在橱窗里可以放棵树。要使商店外观不同于往常……现在也是推销“滞销”商品和难销商品的好时候，因为它们是在人们兴高采烈的时刻推销出去的，这要比其它时候更容易。此外，要每天修补坏了的玩具和洋娃娃。

一八九九年，伍尔沃思百货公司圣诞节期间的销售额已达五十万美元。为了避免在这个一年中的重要时候发生罢工，伍尔沃思还制订了圣诞节奖金制度（每人每服务一年得五美元，总数不超过二十五美元）。

邮购公司也开始发行圣诞节特别商品目录册。在一九三九年圣诞节季节，蒙哥马利·沃德公司发行了二百四十万张《红鼻子驯鹿鲁道夫》，那是该公司广告部一位雇员写的故事诗，由吉恩·奥特里把它配成曲，灌了唱片，成为当时最畅销的唱片。

大号印刷字体在其它领域普及以前，就已经在圣诞节广告中得到采用。报纸广告总是在十二月份到达顶峰，过了圣诞节便急剧下降，到一九一一年，全国一年出版的书籍有三分之一是在圣诞节前六个星期发行的。本世纪中叶以前，全年首饰销售量的四分之一是在十二月成交的。

一九一一年，开始出现“圣诞节俱乐部”，加入该俱乐部的人在一年中每周存入一定数额的钱款，记入零存整取的特殊储蓄单，到圣诞节前取出。一九五一年，全美国各州有六千二百家银行办理这项业务，顾客超过一千万人；当年的此类储蓄额为九亿五千万美元。

在二十世纪头几十年里，圣诞节已完全转化成为一个采购季节。礼品原来是礼貌的象征，后来实际上具有法律的力量。圣诞节奖金（人们的心情很快变成“期待它，但并不感激”）成为雇员们理所当然的一种报酬。一九五一年，有一家公司削减了圣诞节奖金，工会就告到全国劳工关系委员会，该委员会裁决说，“圣诞节”奖金实际上根本不是一种礼数；因此，雇主无权擅自停止发放，给警察、邮递员、看门人等的圣诞节礼物成为保证来年服务好的一种手段。而给“执行主管人员的礼品”有时也成为回避反贿赂法的一种方便的手段。

美国圣诞节最突出的形象之一是圣诞老人，他变得同原先旧大陆的圣诞老人完全不一样了。过去确实有过一位叫做圣尼古拉斯的圣人，他是四世纪

时小亚细亚米拉地方的一位主教，后来成为俄罗斯的守护神，也是水手、小偷、处女和儿童的守护神。根据传说，有三位贫穷的少女被迫要出卖她们的童贞，圣人尼古拉斯接连三个晚上，把装着金子的钱包从她们的窗口扔进去，从而解救了她们的。

在美国，圣人尼古拉斯早是民间传说和编造的故事中人们熟悉的形象。他最早在美国文学作品中较为明显地出现，是在华顿盛。欧文著的《纽约外史》（一八九年）一书中。书中描写圣人尼古拉斯坐着鹿橇漫游天空，并且开始具有其它特征。自从一八六三年托马斯·纳斯特为《哈泼斯周刊》绘制圣诞节连环画，把圣诞老人画成一个体形圆胖、乐呵呵、留着白胡须的老人之后，于是这便成了美国圣诞老人的形象。到十九世纪末期，对纳斯特画笔下圣诞老人的“信仰”便成了儿童纯真和成人温情的一种象征。

圣诞老人先是变成儿童“农神节”的守护神——“给小淘气们送宝物”；不久他便上升为全国消费性“农神节”的守护神了。百货公司是美国型圣诞老人的适宜居所。圣诞节主要景象从教堂移到百货公司，圣诞老人对此是责无旁贷的。一九一四年时，又有人成立了一个组织完善的“圣诞老人协会”，总部设在纽约市，其宗旨是“维护儿童对圣诞老人的信仰”。该协会的目标是从邮局把所有写给圣诞老人的信取来，然后以圣诞老人名义写回信或寄礼品。有人公开反对他们这样做，于是邮政当局进行了干预。但该协会的创始人呼吁说：“我所要求的仅仅只是这些人不要在一年中的这个时刻来攻击我们，从而破坏儿童们的信仰。”

各地普遍需要圣诞老人，导致了培养“实在的”圣诞老人“学校”的创立。第一所这类学校（校址在纽约州的艾尔比恩）的课程包括圣诞老人历史的介绍，如何把自己打扮成圣诞老人，蓄胡子，如何与儿童交谈以及其它特殊的技巧。一家称作“圣诞老人的助手”的公司则专门出租训练有素的圣诞老人，用于特殊的场合。一九四八年，波士顿的一位市议员抱怨说：“每条街口都有圣诞老人，孩子们都给弄糊涂了。”于是市议会便采取行动，正式要求市长“规定一九四九年市内只允许一个圣诞老人出现，让他站在具有历史意义的波士顿公共草坪上。”一九三九年，加利福尼亚州参议院更曾通过一项法案，旨在从法律上限制人们随便利用圣诞老人的形象。据一位州参议员解释说，这是由于圣诞老人被用来“推销各色各样的东西，从瓶装啤酒到汽车”，才不得不提出这个法案。

人们普遍要求维护对圣诞老人的“信仰”。一篇动人的社论——《是的，弗吉尼亚，确实有一个圣诞老人！》——成为相信不可知论的美国人典型的信仰宣言。密歇根州马斯基根地方一家储蓄银行在一九四九年贴出一条标语：“天下没有圣诞老人，只有工作——挣钱——储蓄”，立即引起了当地家长们的抗议。这条标语取下后，该银行行长无可奈何地说：“圣诞老人的神话传播得太广了，整个国家的人民看来都承认有圣诞老人，他的总部在华盛顿。”法官们也在法庭上发表奇谈怪论（偏袒圣诞老人）来为圣诞老人辩护，谁提出疑义，谁就被指控为蔑视法庭。

有少数人大胆地把圣诞老人称为美国大骗局传统的一部分。但是精神分析专家们却不愿轻易放过此事，他们是解释全国性神话的新权威。一位精神分析专家郑重宣布：“任何相信有圣诞老人的儿童，他的思考能力必定受到了不可弥补的损害。”其他精神分析专家则把圣诞老人的神话诊断为父母不稳定的症状。尽管有些人，包括具有影响力的阿诺德·格塞尔医生，并不感

到有必要为此而惊慌。

圣诞树也沾上了美国特色。今天，在美国，圣诞树及其各式各样的附属品已经成了极为重要的季节性行业。有一种说法是，在美国独立革命期间，德国雇佣兵想同在家乡时一样过节，才设法把这种修剪好的树引进美国。早在十九世纪，北欧国家就普遍有布置圣诞树的习俗。但是，只有在美国才对圣诞树大加装饰，装上彩色灯泡，乃至最后用人造圣诞树代替。一九四八年前后，全美国每年大约销售二千八百万棵圣诞树。专门种圣诞树的地皮有十万亩，每年种出的圣诞树值五千万美元。至少从十九世纪八十年代伍尔沃思百货公司开始在橱窗陈列圣诞树装饰品开始，生产各种圣诞树装饰品及小玩意儿的企业就大为兴旺起来。从一九二三年起，总统每年都在白宫草坪点亮圣诞树上的灯，从此圣诞树便得到了正式承认。随着“树桩培育法”（在有年轮的树干上部把树砍下，留下带一部分树枝的树桩，让它们继续生长，到第二年便长成小树）这一具有独创性发明的推广，培育圣诞树就成为十分赚钱的行业。但是树价不断上涨，加上有引起火灾的危险，以及人们日益关心森林保护，于是产生了销售合成塑料做的、可以多次使用的人造圣诞树的新市场。

美国还有一个蓬勃发展的行业——圣诞贺卡，这是美国圣诞节的一项副产品。一八五五年，一位在德国革命后逃往国外的十六岁青年路易斯·普兰格来到纽约。他善于搞平版印刷，先是把名画作品搞成彩色平版印刷（他取名为“彩印”，此名一直沿用至今），每张画卖六美元。一八七五年，他把这种技术应用到制作彩色圣诞贺卡，人们随即把这些圣诞贺卡推崇为艺术品。普兰格印制的八种色彩的贺卡，描绘那稣诞生、儿童、年轻妇女、花、鸟、蝴蝶等（有个别几张是圣诞老人），在一定程度上促成了圣诞节送贺卡的风气。他的贺卡在一八九年前一直占居控制市场的地位，当有人从德国进口更便宜的贺卡，从而使圣诞贺卡普及起来时，普兰格便不再作彩印贺卡的生意。再过了二十年之后，美国生产出一种更便宜的贺卡，又重新占领了市场。到二十世纪初，互送圣诞贺卡和其它贺卡的做法已非常普遍。在二十世纪中时，每年圣诞节前都要售出十五亿张左右的圣诞贺卡。

随着送圣诞贺卡的习惯的普及，贺卡内容的宗教性也不那么强了。即使普兰格印制的第一批高级贺卡的内容，大多数也不是以宗教为主题的。贺卡上友好的、没有宗教色彩的语句，使犹太人和其他不能接受美国圣诞节仍包含的宗教内容的人都能接受。

美国人还想出巧妙的办法来避开宗教问题，使大家都来参加全国消费性的节日。一九四六年，当美国犹太教教士大会抗议学校组织学生合唱圣诞颂歌是侵犯了宗教自由时，却由犹太人自己出来协助“解决”了这个问题。他们把历史上犹太人的一个次要节日“犹太圣节”变成一种犹太人的圣诞节，有八天时间相互送礼。可能不止一个犹太儿童会问：“妈妈，今年我们在圣诞节时还过‘犹太圣节’吗？”

在由各种消费共同体组成的国家里，所有的节日都有变成某种消费性节日的倾向。母亲节就是一个例子。

类似母亲节的节日（复活节前第四个星期日，纪念耶稣之母圣母马利亚）曾在欧洲国家纪念过。所谓“访母星期日”就是给仆人和学徒放一天假，去

“看望母亲”。有时候，长子会给他母亲带去一个“母亲蛋糕”，由全家享用。没有证据说明，一九一七年之前母亲节已是美国的一个节日。那一年，西弗吉尼亚州一位富有进取精神的年轻妇女安娜·贾维斯深深孺慕她已故世两年的母亲，于是她同费城商人约翰·沃纳梅克商量用什么方式纪念全国的母亲最恰当。沃纳梅克建议她大张旗鼓地宣传，使全国人人都去纪念母亲。在福音派教徒、报纸编辑和政界人士的支持下，她的主张——全国纪念母亲节——很快便实现了。一九一二年，西弗吉尼亚州长发表了第一篇母亲节公告；同年，母亲节国际协会也宣告成立。一九一四年五月九日，威尔逊总统按照国会决议，发表了第一个母亲节总统公告，提出在母亲节那天要升国旗。

过去平平常常的“母亲蛋糕”已演变成母亲节时赠送各种礼品的习惯。过去是通过去教堂来纪念母亲节的（为还活着的母亲佩红石竹花，为已故的母亲佩白石竹花），现在则成了电话电报公司、糖果店、花店、首饰店和化妆品生产商发大财的机会。同美国其它发源于教会的节日一样，母亲节最后也在百货公司找到了归宿。

一九三四年，正当零售商需要各种刺激来推动生意发展时，邮政总局局长詹姆斯·法利下令印制母亲节邮票，票面是惠斯勒的作品《母亲》。据说，这纪念邮票是罗斯福总统亲自设计的，但实际上是把惠斯勒的名画修剪改造得几乎面目全非，而为了适应母亲节的需要，还在画面左下角突出地加上了一瓶石竹花。美国艺术家专业联合会反对如此“修改”惠斯勒的名画，同时，母亲节之母安娜·贾维斯也亲自到邮政总局局长那里抗议把她倡导的节日变成花商的广告宣传，结果，邮政总局局长向她道了歉。在一九六一年母亲节时，（根据一个零售商协会的估计）有五千五百万个家庭购买了母亲节礼品，总价值是八亿七千五百万美元。

后来，又有父亲节出现，这也就不足为怪了；而且许多人都自称是父亲节的创始人。一九一一年，华盛顿州斯波坎地方的一位妇女，在威廉·詹宁斯·布赖恩的支持下，开始为纪念父亲节而到处游说；一九一六年，威尔逊总统在华盛顿按了一个电钮，宣布斯波坎的庆祝活动开始。一九二一年六月，弗吉尼亚州长被一位年轻妇女说服，宣布纪念父亲节。这位年轻妇女于一九三二年在美国专利局以“全国父亲节协会”的名义作了注册。其后到了一九三五年，全国父亲节委员会成立，宗旨是“致力于通过培养儿童健康地成长从而建立一个民主世界”。这一节日的主要推动人约翰·布鲁斯·多德夫人同母亲节的创始人不一样，并没有因为有商业化的危险和使父亲节成为送礼的日子而感到烦恼。她说：“归根结底，为什么送出礼品最多的人不能至少一年受一次礼呢？”她解释道，送礼是父亲节神圣的一个部分，因为送礼人在向其父亲表示敬意时，他本身的精神世界也更加丰富了。”

第三章 统计社会

“统计学是当今衡量文明已经取得何种进步的主要工具，统计学也将在很大程度上左右今后文明的进一步发展。”

——S.N.D. 诺思

“我觉得自己象一个从‘一般性规律’里逃出来的人。”

——比尔·莫尔丁所著《正前方》

一书中人物威利的引语

象任何国家一样，一个民主国家也要以某种方式把它的公民分门别类。旧世界按阶级划分的方法是不可取的，用数字作为分门别类的依据则有其明显的优越性。统计社会是新兴科学——统计学——的产物，通过它，可以把人进行分门别类，既说明问题，肯定又不致引起人们的反感。数字是中性的，没有哪个数字比另外一个数字“更优秀”。对人口进行统计（一人一票）本身看来就象征着一个民主社会所追求的平等。数字的特性使它们形成一个持续的系列，从而避免了其它社会中那种“阶级”之间巨大的跳跃。再者，按照传统的以社会阶层进行的划分，王权神授的君主是至高无上的，而统计分类则与此不同，它可以向上无限延伸。于是，统计分类法恰好迎合了新世界创业者的乐观主义想法：“天的尽头才是极限！”而数字就象美国社会的目的和希望一样，可以不断向上，永无止境。

但是统计社会也有自己的问题。使这类社会得以形成的“科学”可以向公民保证，他和其他人一样，也是一个一般的普通人。然而，数字作为一种中性语言，既没有对人进行可以引起反感的分门别类，但也没有给需要得到道义指导的人以任何帮助。在这个计量和计算的世界里，在这个充满了互相关联的数字的世界里，公民们四下无援，被遗弃在一个统计数字的超级市场里。他们得自己确定数字的含义，自己研究怎样才能把事实转变为规律。人与人之间最古老、最神圣的关系——富与贫、父与子、夫与妻现在却纯粹以百分比形式表现出来。二十世纪中叶以后，那个在努力完成“多数人”统治的过程中成长发展起来的国家把一个具有政治色彩的新含义赋予“少数”这个数量词。美国人竭尽全力（有时也是徒劳无益地）为一度纯属统计学范畴的那些词汇探寻道义方面的含义。

十九 社会的数字科学：对人的统计

为了从量的角度分析社会，一种全新的科学应运而生了。西欧的理论工具一用来满足新世界的需要便产生了一种崭新的社会的数字科学。

“统计学”（statistics）和“统计学的”（statistical）这两个词可能源自德文，大约在一七九一年出现在英国语言之中。这两个词是由“国家”（state）一词派生而成，体现了正在发展的民族主义以及对新“科学”的普遍追求，两者都孕育着对计量的信念。有一个时期，另一个词“publicistics”（源于“publicist”）也同时大量出现在各种书面作品之中。直到一七九七年，《不列颠百科全书》（第三版）才明确确定：“统计学（statistics）是最近才开始使用的一个词，表示对任何王国、郡县或教区的调查或普查。”统计学一词的使用范围很快就进一步扩大。约翰·辛克莱爵士目光远大，他一七九八年在《苏格兰统计情况》一文中说：“我赋予这个词的意义是，对一个国家的情况进行的调查，以求掌握该国居民所享幸福的程度并明确进一步改善生活的措施。”为了促进农业生产，辛克莱创立了一种郡县报告制度，并在整个英国普遍推广。

在应用统计学领域，伟大的欧洲先驱者是比利时数学家兼天文学家阿道夫·奎特雷。他在巴黎跟皮埃尔·西蒙·德·拉普拉斯学习概率论的时候，曾运用普查统计数字来验证概率理论。他曾于一八二九年在荷兰组织普查，并为比利时收集统计数字。基于这些经历，他提出一个新的概念——“道德精神统计学”，并以此来称呼用数量表示心理状态和社会习俗的工作，他发现，如果把一大批人的身高在一张图表上用曲线表示出来，那么人类身材的发展状况也同样遵循这样一条正常分布曲线，他以此为基础提出一种理论，叫作 home moyen，也就是一般水平的人的意思。从这一概念出发，又产生了他的“社会物理学”，探求诸如婚姻、自杀和犯罪等现象中的“规律”。统计数字成了一门新的社会“科学”的资料基础。

美国建国伊始，联邦政治制度就使我们对于数字产生特殊的兴趣。一七八七年费城制宪会议上最伟大的折衷方案之一就是在大州和小州部同意两院制联邦立法机构的基础上，设立众议院，由各州按人口比例选派代表。要做到这一点，当然就得统计人口。联邦宪法第一条第二款第三段明确规定：“众议员名额和直接税额，应按……各州的人口数目比例分配。……实际人口调查，应于合众国国会第一次会议后三年内举行，并于其后每十年举行一次，其调查方法另以法律规定之。”联邦人口普查并不是历史上第一次人口统计，因为弗吉尼亚、新法兰西（即后来的魁北克）、瑞典等地均曾举行过正式的人口统计。但是，美国在全国范围内举行人口普查，并且使之制度化，则是近代史上的创举。而且，美国这种做法对全世界都会产生影响。

一七九一年的人口普查仅仅统计了总的人口数字，并把人口分为白人（男性和女性）和有色人种（自由民和奴隶）；男性白人则又分为十六岁以上和十六岁以下两类。在第二次人口普查开始以前，由美国科学研究会发起，并由当时的副总统托马斯·杰斐逊领导的一个运动，就呼吁进行一次更为详细具体的普查，以了解美国人平均寿命的情况，并据此找出能够延长寿命的各项社会措施。结果，一八〇一年的人口普查把白人（男性和女性）分成了五个年龄组。以后的半个世纪，一直由联邦法院执行官按照司法地区收集人口

普查资料，其实这些人对这项工作毫无经验可言。当时，收集资料不是以个人、而是以家庭为单位进行的。

一八五一年那次划时代的第七次人口普查是在美国官方统计学步入现代化时期的时刻进行的，是一南一北两位统计学大师象征性合作的产物。詹姆斯·德鲍生于南卡罗来纳州的查尔斯顿。他在一八五一年被提名主管人口普查工作时只有三十岁，但已经由于发行很有影响的《南部和西南部商业评论》（一八四六年创刊）而颇有名望了。这是美国南部发行量最大的一份杂志，呼吁发展工业，搞多种经营，德鲍是约翰·卡尔洪的崇拜者、蓄奴制度的卫道士和狂热的南方派，对自己的地区和自己的过去充满了感情。他认为统计学是一件须臾不可缺少的工具。一八四八年，他在新创办的路易斯安那大学当政治经济学教授（他大概是美国第一位政治经济学教授），同时任新成立的路易斯安那统计局局长。

一八五一年人口普查期间，在华盛顿给德鲍当顾问的是勒缪埃勒·沙特克。沙特克那时刚刚在马萨诸塞州的公共生活中重新掀起对统计学的热潮。和德鲍一样，沙特克也认为，解决所有社会问题的灵丹妙药在于掌握更多、更精确和更及时的事实。沙特克是新英格兰人，从未进过高等学院，只上了一阵预科班。他曾作为教师作过短期旅行，后来在马萨诸塞州的康科德定居下来，成了一个生意兴隆的商人，也是当地公民中的头面人物。沙特克在康科德学校委员会上坚持认为，要办好教育，就需要收集大量的事实。他身体力行，力求在由他亲手编辑和发行的学校年度报告中尽量提供事实。由于他的努力，法律规定全州所有的学校都要编写这类报告。沙特克于一八三六年迁往波士顿，在经营书店和出版业方面成就很大，使得他在四十六岁的时候就能够撇开所有这类事情，专心致力于公共事务。他当时从事的一项工作是编写康科德历史。这项工作使沙特克更加相信，必须更好地掌握人口动态统计资料。那时候，出生、死亡、结婚之类的统计资料只有零散而残缺不全的记录。

由于上述这些经历，沙特克成了美国统计学学会的创始人。接着，他又帮助马萨诸塞医学会和美国科学艺术研究院建立了人口动态统计数字登记存档的新体制。一八四二年，在他的努力下，马萨诸塞州通过了第一部要求统一登记所有人口动态事实的法律。

沙特克的所有这些工作使新英格兰自殖民时期以来的努力得以开花结果。新英格兰地处边远的新世界，这为人们提供进行实验的大量机会。自十八世纪初叶以来，这里的人们就对公共医疗卫生事业具有强烈兴趣。一七二一年至一七二二年间，天花时疫在波士顿流行肆虐。科顿·马瑟收集了大量事实数据，经过统计，发现凡接受预防接种新技术的人死亡风险比自然传染而得天花的病例小得多。这就为用统计学分析解决公共医疗卫生上的问题开辟了新天地。十八世纪末，杰斐逊在《弗吉尼亚札记》（一七八四年）一书中通过一张图表，用初步的统计数字驳倒了欧洲人认为美国的动物和人全部发育不全那毫无根据的荒唐说法。创业者的热忱曾一度创造出“美国青春之泉”的传说，同样的热忱后来又促使城市开拓者们利用真实的或想象中的数字来证明，在他们的列克星敦、辛辛那提或丹佛，人们寿命更长，一切好东西都长得更大，并且品种数量也更多。

还有人用数字来估算北美大陆不同地区健康和繁荣的实际可能性。举例而言：丹尼尔·德雷克博士由于对他的辛辛那提市充满创业者热情，编写了

一部《论文集，从历史角度、病源学角度和实际事例，系统论述北美内陆河谷地带主要疾病在当地欧洲人种、非洲人种、印第安人种、爱斯基摩人种身上发病的情况》（一八五一年；一八五四年）。大约同一时候，勒缪埃勒·沙特克则在波士顿用他手中少得可怜的数据竭尽全力帮助市民们了解和解决当地公共医疗卫生方面的问题。

美国统计学学会自一八三九年在波士顿成立之日起，就明确规定自己的任务是：“尽可能普遍而广泛地”收集、解释和传播统计数字，“而不局限于任何一个特定的地区”。是年，马丁·范布伦总统声称，除非从人口普查中得到更理想的统计数字，否则，国家的立法工作很难更有效地进行下去。另一门新兴科学的学者们则攻击国家对于“长寿、社会幸福或人民生活习惯”等简单事实情况“一无所知”，并声称如果没有统计学作为坚实的新基础，政治经济学（后来叫作“经济学”）永远不会具有科学性。

沙特克亲自领导的一八四五年波士顿人口普查使美国的统计学进入了一个新时代。正如沙特克本人所指出，该次人口普查记录了“每个被统计者的姓名和特征，……并特别注明了出生地，以此来区分土生土长的本地人口和外来户。”他在这些统计数字前面加了一个重要的解释性介绍。有了沙特克收集的这类新的事实情况，就有条件制定新的公共医疗卫生计划了。一八四九年，沙特克创办了一个前所未有的委员会，自任主席，对马萨诸塞州的人们进行“健康普查”。他亲自起草报告，根据最新的统计资料，提出了五十项具有远见的建议，以提高公众的健康水平。

沙特克的一八四五年波士顿人口普查成了一八五一年联邦人口普查的样板，当然，后者的范围要大得多，第七次联邦人口普查在很多方面都是划时代的。全国的人口统计第一次以个人、而不是以家庭作为基本单位。情况也不再由当地联邦法院执行官收集。这些人无法胜任分析资料的工作，而且他们制作的表格也不统一。现在已改由地方“人口普查员”（census takers，这是一个美国创用词）负责填写表格，然后把这些表格送到华盛顿总部进行统一分类，从实用的目的出发，前六次联邦人口普查都仅仅局限于对人口数字的统计。这次却是着眼于国家社会和经济生活方面的全面材料；收集农业和工业，大、中、小学，教堂，图书馆，报纸期刊，以及贫穷、犯罪和工资收入等状况。实际送回华盛顿总部的第七次人口普查表格篇幅空前浩大，达到六十四万页，装订成约八百册。人口普查资料成了国家的财富。

就蓄奴制问题展开的激烈辩论不仅仅是律师、牧师、道德家和小说家们进行的一场斗争，对统计学家说来也同样如此。数字似乎能为复杂的社会问题提供不言自明的答案。北卡罗来纳人欣顿·赫尔珀以一八五一年这次人口普查为素材，写出了《南方迫在眉睫的危机》（一八五七年）一书，这恐怕是非小说体著作中影响最为广泛的反蓄奴制名著。赫尔珀的目的是用统计数字证明，整个南方，特别是南方的白人劳动者，由于蓄奴制而日趋贫困。因此他攻击奴隶主是南方繁荣的敌人。因为赫尔珀本人是个南方人，所以他的著作比五年前出版的《汤姆大叔的小屋》一书所引起的震动还要大。为了支持林肯一八六一年竞选总统，共和党订购了十万册赫尔珀这部著作。

在这场人们都因道德上的理由而变得激动万分的争论中，赫尔珀头脑冷静地运用统计数字，这使得他的论据产生更大的效果。然而，在赫尔珀本人的生涯中，后来也出现了利用统计数字进行道德说教的毛病。南北战争以后，

他不再攻击蓄奴制度，转而在后来的著作中狂热地反对黑人了。他的用意（用他自己的话说）就是“把黑人驱逐出美国……使他们不复存在。”在他所从事的另外一项事业中，他甚至歪曲篡改统计数字，藉以证明拯救新世界的方法在于修筑一条从赫得逊海湾到麦哲伦海峡的纵贯铁路。他用自己的私产设立奖金，奖励有关这个题目的优秀文章和诗歌。他满怀热情地进行游说，鼓吹这项事业将使他本人成为“新的克里斯托弗·哥伦布”。结果一事无成，自己却陷于贫困潦倒的境地，最后以自杀终其一生，由根本不认识的陌生人把他埋葬在华盛顿。

十九世纪后期，美国的统计资料越来越丰富，这门新兴科学也日益赢得声誉。一九一四年美国统计学学会纪念成立七十五周年的时候，常设人口普查局（成立于一九〇二年）的首任局长 S.N.D. 诺思博士把近代历史分力两个时期：非统计学时期和统计学时期，前一个是迷信的时代，后一个则是用数字表示已知事实的时代。……统计学是当今衡量文明已经取得何种进步的主要工具，统计学也将在很大程度上左右今后文明的发展。”

虽然美国人并没有在统计学理论上做过什么了不起的贡献，他们却善于发明收集统计资料并使之相互关联的方法。赫尔曼·霍勒里奇博士——一位未被人们赞颂过的开拓者——搞出了一项至关重要的发明，没有这项发明，统计社会是不可能如此迅速发展的。他的新方法是先把统计数字转化成不同类型的圆洞，打在一块绝缘卡片上，然后让电流通过位置排列雷同的圆洞，以计算和联系各种数字。这个方法最先应用在一八九〇年的联邦人口普查中，不仅大大节省了人力，而且使人们第一次能够迅速地找出各种数字之间复杂的关系。现在，统计四十至四十五岁已婚本匠的数字就象统计四十至四十五岁的人的总数一样容易。霍勒里奇的简单发明实际上是现代电子计算机工业的始祖。他的公司后来成了国际商用机器公司的一部分。到二十世纪中期，它和其它同类公司一起，使电子计算机的嗡嗡声响遍全国各地。

与此同时，又出现了很多新的技术，使统计数字在越来越多的人面前变得具体化和生动化了。地理学家亨利·甘尼特博士在他的《一八九〇年和一九〇〇年人口普查统计图表集》中使用独具一格的新方法表现人口普查的各项结果。制图员们，特别是那些为新闻杂志工作的制图员们，在二十世纪初又取得了一系列更大的进展。人们日益需要各个领域——从铁路事业到书籍出版——的最新统计数字，促使所有可以想象得出的各行各业的最新统计年鉴应运而生。其中用途最广、影响最大的是《美国统计数字选萃》。该书从一八七八年创刊，每年出版一本，成了国家的标准统计资料。事务家们几乎人手一册，和字典、名人名言录一起并列在办公桌上，被当成美国统计社会不可或缺的一本专用词典。

二十 风险社会

在新兴的统计社会里，影响最广、势力最大的莫过于保险业。二十世纪中叶，保险业进入了每个美国人的生活，成为家庭预算的重要项目，并且左右着美国人对自己前途的看法。一八四一年，美国全国有效的人寿保险额不到五百万美元（全由十五家公司开具）。但是，不出二十年，人寿保险单的票面价值就超过了一亿五千万美元；再过十年，这个数字上升到二十亿美元；而一个世纪以后，更激增到令人瞠目的一万二千八百四十亿美元。一九七一年，有效人寿保险单总计三亿五千一百万张，平均每个家庭的承保额为一万九千五百美元。五十家最大人寿保险公司的资产共达一千六百四十五亿五千五百万美元。保险公司成了投资和证券市场以及资本构成过程中一股巨大的力量。

虽然很少有历史学家发表文章提及保险业在美国人生活中的重要地位，但美国高大建筑在空中划出的轮廓却毫不留情地揭示了这一铁的事实。保险公司的大厦象中世纪的教堂一样矗立在地平线上。美国摩天大楼的历史可以从不断扩张的保险业的那些象纪念碑般的宏大建筑上得到说明——纽约的公平人寿保险公司大楼（建于一八六八至一八七一年）；芝加哥的家庭保险公司大厦（建于一八八三至一八八五年，这是第一座框架结构高层建筑，人们有时称之为第一座真正的摩天大楼）；还有堪萨斯城的纽约人寿保险公司大厦（建于一八九一年）……等等。审慎保险公司董事长在一八九二年该公司大楼落成时说：“我们旨在建造这样一座大楼，它要能代表和象征审慎公司的经营特点，显示它无所不在的慈善精神和它对黄金规律的深切热爱。”位于百老汇大街三百四十六号的纽约人寿保险公司大厦的入口很象一座古代庙宇，它确实是一座庙宇——一座人道主义的庙宇。”纽约麦迪逊广场上的大都会人寿保险公司新楼的主楼梯是模仿巴黎歌剧院的楼梯而造的，它早期的一部分于一八九三年就开始启用而塔楼则竣工于一九一九年。号称是当时世界最高的建筑。

当然，保险业不是美国人发明的。早在古代，商人和海员的风险、海上的灾难和陆上的火灾等，促使那些一旦发生灾难就会遭受重大损失的人出钱让别人分担他们的风险。但是，只有在十九世纪中叶以后的美国，保险业才真正发展成为一种广泛和普遍的事业。大量而普遍的保险，也即面对所有人、预防几乎所有事故的保险事业，在南北战争之后就出现，这是美国文明的产物。

并非所有的人都拥有值得保险的财产，但是每个人都有一条性命。当然，从某种意义上说，死亡并非一种“风险”，因为它是人生必定要遇到的一件事，任何保险对它都无能为力。对每一个人来说，最不肯定却又谁都逃避不了的就是死亡日期。然而，人类还是有能力通过积蓄资金来缓和死亡对那些仍旧活着的人带来的震动。因此，人寿保险如果能够在并不富裕的人中间推广，实际上可以算作一种福利制度，或者说是一种帮助穷人和鳏寡孤哀者的方法。也正是由于这个原因，人寿保险是最后才发展起来的。早在人寿保险广泛流行之前，商业保险就已经成为一种有利可图的事业了。

在西欧，人寿保险最初是一种赌博形式。任何人都可以持有一张任何其他的人寿保险单。由于这样做激起了某些坏人搞谋杀的动机，到十八世纪

末叶，英国法律就规定持有保险单的人必须有“足以接受保险的利益”，也即和保险本身没有任何关系，而与受保人或受保事件有关的重大利益。随着数学的进步（感谢帕斯卡、哈雷等人的巨大贡献）和统计资料的积累，一些原始的平均寿命估计表问世了。有些宗教派别和行业成立了“互助会”，共同承担风险，并对有困难的会友给以支助。一七五九年美国成立了第一个人寿保险公司——费城长老会牧师基金会。但是，人寿保险普遍发展起来则是一个世纪之后的事了。

当社区还局限于当地小范围内的时候，朋友和邻居们都近在咫尺，随时准备互相帮助、排忧解难。鳏寡孤哀者则由教会承担支助义务。邻居们可以凑在一起共同建造一座仓库，一旦仓库不幸被焚毁，他们也可以再一起把它重新盖起来。但是随着社区数目的减少和社区本身的扩大，新的需要产生了。那些不再能够完全依赖邻居的人们，以及周围亲戚已迁往远处的人们，不得不另想办法保障自己的安全。这时，保险事业就成了家庭、邻居和周围社区的某种替代物。保险通过建立一种集中的供应源来解决问题，必要时，个人可以从中得到帮助。就象城市自来水工程的扩建、电力供应以及后来电视机的出现一样，这种从一个庞大的中心机构得到帮助的机会很容易使人们相互之间反而隔阂起来。一个人的保险是他自己的事。一个在各方面都保了险的人很少有求于他的邻居，他受益于自己的保险，而无须征得邻居的同意或让他们知道。

从其本质来说，保险业——一种新的消费共同体——是一个规模很大、带大众化性质的体制。伊莱泽·赖特评论道：“没有任何东西比一个人寿命的长短更难确定；然而，也没有任何东西比一千个人的平均寿命更为肯定。”既然保险不能只服务于少数人，所以它必然是一种大众化的商品。所以，保险业在第一个民主大国第一次发展成为一个巨大的、在经济上只有政府才能与其抗衡的机构，也就不足为奇了。

“人寿保险之父”伊莱泽·赖特不是以一个经纪人，而是以一个改革者的身分进入保险界的。通常，我们不会把人寿保险看成是易动感情的人发泄感情的方法。但赖特却是一个感情丰富的人。他把以前全心全意倾注在反对蓄奴制斗争中的福音派信徒的热情全部用来支持保险业了。他认为，保险既是帮助孤儿寡妇的人道主义体制，同时也是一种社会创举，能够增加个人的财产，并在他死后继续扩充这些财产。一八一一年，伊莱泽的父亲从康涅狄格州西迁到俄亥俄州，在那里清理出一个农庄，并且开办了一所学校。年轻的伊莱泽就在这所学校里修读预科课程，他进了那鲁大学，并于一八二六年以优异的数学成绩毕业。在反蓄奴制福音传教士西奥多·韦尔德的感召下，赖特自己也成了一名反对蓄奴制的组织者和宣传员，还编辑了《马萨诸塞废奴主义者》。为了养活他那人口越来越多的家庭（他一共生了十八个儿女，其中六个幼时就夭折了），他决心投入一项第一流的、然而又不太可能实现的工作——出版拉丰丹《寓言》一书英译本，共分两册，并且是带插图的精装本。他四处征求订户，而且自己先出钱印了一千套，亲自出售。

他赴英卖书期间，由于拉丰丹著作的译文以及他对统计学的兴趣使他得以接触伦敦的文学界。一八四四年一个早晨，他和伊丽莎白·巴雷特、罗伯特·布朗宁及他们的朋友一起共进早餐。席间，他们问赖特，伦敦最使他感兴趣的景色是什么。

“泰晤士隧道当然最为壮观，”我答道，“但是对我来说，最有意思的还是太阳人寿公司。在那里，我学到很多关于人寿保险的新知识。”普罗克特先生叫了起来，“人寿保险！那是基督教世界最大的骗局。”他的话使我十分震惊。犹像片刻，我还是对他说：“普罗克特先生，您的话使我相当吃惊。假如我没有在波士顿一家刚开业的人寿保险公司取得一张保险单的话，我是断然不敢飘洋过海到这儿来，而把妻子和五个孩子留在大洋彼岸的。”普罗克特先生对我说，“建议你星期四下午三点钟到皇家交易所去看看，那时你就会明白我的意思了。”我说我一定去。我确实去了。在那庄严的贸易中心里，我看到正在把几个垂暮老人的旧保险单出售给投机商。那几个投机商显然是犹太人。他们每年只要付给保险公司一笔保险费，就可以持有这几张保险单，直到老人去世。人们告诉我，这样做是因为保险公司有一条规定，就是“永远不买自己的保险单”。我觉得这是一个很糟糕的规定！在美国国内，我见过拍卖奴隶。我看不出英国的这种做法中有哪一点比拍卖奴隶更为公正。我想，假如我老了，我决不愿意计我的人寿保险单落到一个哪怕只有些微图财的居心而希望我死去的人手里。总之，这就是为什么英国最优美的流行歌曲作家憎恶人寿保险事业的原因。……我下定决心，一旦我回到美国，只要我的呼声能起某种作用，这里的保险事业就会是另一番景象。

赖特在伦敦亲眼目睹的弊病归根结底是由于保险公司拒绝以现金退回一部分保险费给撤消保险契约的投保人而引起的。三十六年之后，赖特终于使马萨诸塞州的法律取缔了这种弊病。与此同时，他还努力使人寿保险成为帮助普通老百姓摆脱困境的措施。

当伊莱泽·赖特刚刚把全副精力转到人寿保险业的时候，他曾经抱怨说：人寿保险是“文明所带来的欺诈现象的最方便和最悠久的发源处。”当然，也有讲信义的保险公司。但这个行业对企图行骗的人诱惑实在太大了。骗子手们设立堂皇的办事处，招徕容易轻信他人的忠厚公民来装璜门面，以收保险费为名骗取人们终生的积蓄，然后让公司倒闭或干脆挟款潜逃。

赖特的一个朋友评论说：“亲爱的赖特什么见识都有，就是缺乏常识。”然而，数学天赋和改良热情在他身上的奇妙结合使他有能力把保险业改造成一个崭新的大众化机构。赖特说：“人寿保险是金融领域的一大发明，通过它，具有增值力的资本……可以使自身永恒化。……它使一个没有分文可以遗留身后的精力充沛的年青人有能力立下一份遗嘱，万一他第二天去世，这份遗嘱就价值几千美元。”这一发明增加了人类的财源，就如同发动机能够增加功率，电报征服了遥远的距离一样，而这个发明应当为民主国家的所有公民所享用。对于刚刚担负起家庭责任的年轻人来说，人寿保险和睡个好觉一样是件好事。不过，那必须是稳妥可靠的人寿保险”。

办一个审慎稳妥的人寿保险公司所需要的“实际条件”极为复杂，远非一般的保险单持有者所能理解，也远非保险公司经理人当时手中可利用的资讯来源所能提供，一个保险公司必须收取一笔足够的年度保险金来补偿它为保险单持有者的生命所承担的风险，同时还要积蓄充分的储备金来支付越来越多的保险单。然而，保险公司又不能要求投保人支付过多的保险费，同时也不能提供“优惠”，因为这样它就很难有足够的储备金了。如果保险公司想采用“平均保险费”的办法，也就是说，尽管保险公司承担的风险越来越大，投保人仍可以在一段长时期内每年付给保险公司同等数额的保险费，那么，费用的计算就更复杂化了。另外，如果投保人想在某月某日退保，每张

保险单应付多少退保金才算合适呢？所有这些金额都得一美元、一美分地计算出来，而保险公司根本无法预先知道在任何一年里到底会有多少起由于死亡而要求赔偿的事情发生。因此，难怪人寿保险业成了骗子手和强行推销员的极乐角逐场了。一个保险单持有者要把宝押在保险公司的偿付能力上，正如他为自己的生命期限下赌注一样。

赖特还在他创办的《新闻纪事》中用大量篇幅对一些更加明显的弊病发起猛烈攻击。举例而言，一些公司为了兜揽更多的保险业务，往往接受投保人签的个人票据，这些票据的金额有时竟高达保险费的四分之三。结果，这些公司掌握的“储备金”大部分都是票据，而签署这些票据的人恰恰是它们应当保护的人。一旦投保人去世，他的寡妻得到的便只是死者签的票据。赖特的目的是把人寿保险事业搞得“让那些只有一般数学知识的人”也可以理解，让他们明白，这样做“是为了省掉不必要的开支。迄今为止，对成千上万普通老百姓来说，人寿保险一直被一种神秘的气氛笼罩着，……被一些晦涩难懂的东西遮掩着。”在这层纱幕的掩护下，存心不良的公司制造骗局，“吮吸着轻信保险单持有者，让他们每年付高薪给‘著名的数学家’，来引导他们跨过对数表的无尽深渊。”《亨特商人杂志》评论说，赖特的伟大功绩在于消除了这件事的神秘色彩”。

伊莱泽·赖特之所以能把这项工作搞得有声有色，是因为他对改革充满热情、具有数学才能，并且还有很多孩子可以为他进行千百次简单而又非做不可的计算。有六家人寿保险公司聘请他为他们制作“根据综合经验编制的估算表，即根据保险统计师计算的死亡率编制的估算表”。经过一年的紧张工作并参阅英国的“综合经验估算表”，赖特终于在一八五三年完成了他一手制作的表格。这些表格列出，从保险单开出到期满，保险公司应为二百六十八种不同的保险单各准备多少储备金。赖特总共制成二百零三页表格，每一页都需要进行成千次不同的计算，当然，这些计算全是在没有计算机的情况下完成的。这件规模宏大的工作包括十份手抄副本（其中六份是给六家预订这些表格的公司的），使赖特得到二千二百美元的酬金。

有了这些表格，任何没有经过专门训练的商人都能确定一家保险公司是否具有偿付能力。现在，保险公司再也没有借口不准备充足的储备金来支付死亡索赔了，而且，人们随时都可以算出任何一张保险单公平的退保金额应该是多少。然而，那时还没有制订法律规定保险公司非留出这笔储备金不可，也没有在其它方面约束人寿保险公司确保投保人的权利。如果一个家庭把积蓄全部花在一张人寿保险单上，而该保险公司不复存在的话，那么，对它提出起诉又能给孤儿寡妇带来什么安慰呢？

赖特的废奴主义者经历使他对各种奚落毫不在意。他开始为“孤儿寡妇们游说了”。他在波士顿的州议会大厦里多方进行活动，尽力争取制定法律，规定在马萨诸塞州注册的每一家保险公司都必须保留必要的储备金额，具体数额已列在他的估算表格之中。终于，在一八五八年该届州议会开会的最后一天，由于种种原因，实际上也是为了摆脱赖特，马萨诸塞州立法机关无可奈何地制定了“那个永恒的赖特法”。赖特亲自看着州长毫无热情地在法案上签了字。需要有两名保险事务专员来负责推行这项法律，可是，赖特法案实在太复杂，满篇都是数学专门词汇，再加上这项法律的实施和实业界的利益极不一致，结果，州长的政界朋友都拒绝接受任命。州长万般无奈，只得

任命赖特为两专员之一。赖特被称为是唯一能真正懂得这项法案的人。

赖特担任专员之后便着手收集马萨诸塞州所有保险公司的资料，汇编成一本《人寿保险登记册》。录下每一份保险单的金额、需付保险费数额及所需储备金，他让保险单持有者提出问题，然后对照他的登记册，告诉保险单持有者他花的钱是否值得以及保险单退保金额应该是多少。据赖特说，在短短一年当中，单是完成这项工作，他就得进行二十五万次计算。为了方便工作，赖特发明了一种计算机器，称之为“加算器”。这种加算器采用计算尺的原理，显示出被对数距离分割开来的自然数：他把这些数字排列在一个不断旋转的螺旋柱面上，于是就形成了一种小型机器，可以象八十英尺长的计算尺一样进行精确计算。

赖特所进行的调查，他公布的对某些保险公司的研究结果以及他作为专员所写的年度报告使得他在保险经理人中剩不下几个朋友了。他们把他称为迫害者。而他则回答说：“玫瑰香水倒是不错，但你永远不能用它来建造金字塔或机器车间。”他依靠所掌握的材料，把十四家靠不住的保险公司赶出了马萨诸塞州。要这样做，当事人就得有无视社交礼节的大无畏气概，因为这些可疑的企业总是在自己的负责人和理事名单上炫耀那些有声望的人的名字。赖特发现有这样一家保险公司，它的每一个美元里有五十美分是花在“支出”上；它为任何人保险，而不问其健康状况如何；它还削减储备金，并公布假帐目。而这家公司居然聘请了很有名望的耶鲁大学科学家小本杰明·西利曼当董事长，西利曼的女婿当经理。马萨诸塞另一家一贯行骗的保险公司请了一些英国贵族作理事，而且聘用了一位皇家天文学会会员作保险统计师。赖特对这些骗子的讨伐增强了公众对他赞许的那些公司的信任，诚实的人寿保险业开始兴旺发达起来，在赖特担任专员的八年期间，马萨诸塞州开具的人寿保险单增加了五倍，总额达到五亿美元。

然而，赖特的改革只是刚刚起步，他解释说，要求保险公司保留适当的储备金“只能使人寿保险变得安全，却不足以使它变得公正。”保险公司总想利用它们的储备金去谋取不合理的利润；一旦一个受保人未能及时付保险费，因而导致其保险单失效，这些公司往往扣下累积起来的保险金，或拒绝把积蓄还给受保人。一些不诚实的经理甚至还散布流言，说他的公司已经失去偿付能力，诱使受保人终止他们的保险，经理人则以此为借口把这笔款项没收归己。到后来才有了《禁止没收法》，规定保险公司必须退还一笔数额合理的钱给终止保险的人。在订立此法之前，用赖特的话说，保险仍然是“用孤儿作诱饵的陷阱”。以一八六一年为例，赖特发现当年终止的人寿保险中，只有十分之一是出于死亡原因，其余全都是因为拖欠保险金而作废；然而，那些保险单持有者却没有任何可以借助的法律途径去从保险公司索回他们的积蓄。就是在那一年，赖特促使马萨诸塞州立法机构通过了《禁止没收法》。

赖特的努力迫使一些保险公司也开始为自己的私利进行游说活动。一八六七年，它们促使一项法律获得通过，把专员数目从两人减至一个，美其名曰把这一任务交给另外那个认为自己的工作“帮助”而不是“管辖”保险公司的专员。一些公司经理对赖特说，假如他能保持沉默，他们愿意每年付给他一万美元。赖特对此不屑一顾，转而当了一名咨询保险统计师，为几家有声誉的公司当顾问，生活过得也相当不错。赖特一直致力于保险业的改革，义务为千百万受保人工作，直到他一八八五年去世。

马萨诸塞州所取得的这些成就促使其它州也进行了类似的改革，因为，除非符合马萨诸塞州的规定，其它州的保险公司是不允许在这里搞保险业务的。赖特的改革使人寿保险公司获得了一种稳定性，得以在南北战争以后的恐慌年月里生存下来。

赖特身上这种专业才能和人道主义热情的奇妙结合，使大型保险公司诚实无欺，业务稳定，并且保护了普通投保人的权益。但是，要想使公众普遍受益于保险业，还必须具备推销员、宣传家、广告商和组织者的才干——所有这些特点恰恰全部体现在一个名叫亨利·海德的人身上。

十六岁时，年轻的海德离开卡茨基尔村，来到纽约市，先是在互惠人寿保险公司当办事员，二十五岁时，成了该公司财务主任。虽然互惠公司是南北战争之前就成立的最大一家人寿保险公司，但它在销售方面却墨守成规，由于公司不肯做一万美元以上的人寿保险业务，结果人们只好投到别的公司门下去买额外保险，年轻气盛的海德想另立公司，承担这部分业务。一八五九年三月十二日星期六的晚上，他征求互惠公司董事长对他这一想法的意见。董事长立即答复他说，他被解雇了，必须在星期一早上交出钥匙，结清帐目。就在那个星期一的当天，海德在百老汇大街九十八号同一所房子的二楼租了一个房间，用借来的家具布置了一番，海德后来回忆说：“为了让来访者感到这里的一切都令人舒适愉快，我还买了一盒雪茄烟，放在壁炉炉台上一个很顺手的地方。到了再下个星期一，一块长三十英尺、写着‘美国公平人寿保险公司’的牌子挂到了互惠人寿保险公司小牌子的正上方。互惠公司那时占用着同一所房子整个第一层。”这块大牌子给人一种印象，好象新公司把上面几层都占用了。

纽约州法律规定，若想成立人寿保险公司，必须首先在州审计员处存放十万美元的押金。海德立即着手集资，务使公司有名有实。然而在这方面，海德的出身经历和所受教育就对他不能有什么特别的帮助了。保险业是“孤儿寡妇的朋友”。由于保险公司并不出售商品，而是创办一种社会事业，所以它的经理也不能与那些目的在于赚钱的呢绒绸布商、制鞋商之类商人相提并论，而只能归到学校教师、大学校长、福音传教士、政治家以及其它社会福利事业创导者一类人中去。

亨利·海德只上过小学，也没什么显赫的社会地位。他的父亲不过是一个保险代理人，那么，他又怎样才能同互惠人寿保险公司那样以大人物的名字装饰信笺并有雄厚实力根基的企业进行竞争呢？事有凑巧，海德恰好是五马路长老会的成员，而纽约市很多最富有的富人和银行家也都是这个长老会的成员。这就为海德罩上了一个体面的光环。海德同牧师的儿子成了密友——在他为筹款全力以赴的过程中，这层关系十分宝贵。公平保险公司第一届董事会的五十二位成员中，有十七位是五马路长老会的成员。公司医生这一有利职位给了年轻的爱德华·兰伯特医师，条件是说服他有钱的父亲投资二万五千美元。一位名叫亨利·戴伊的先生得知，假如他能筹集二万五千美元，就可以当公司的律师。他稍一迟疑，另一位候选人马上表示愿意承诺这一条件，于是戴伊的顾虑消除了。至于董事长这个头衔，海德认为，和自己相比，五马路长老会牧师的弟弟威廉·亚历山大是个更合适人选。此人毕业于普林斯顿大学，是个成熟的人，长期在律师界和新泽西州参议院工作，具有那种能使公众对其高度信任的气质。”海德自己则当了副董事长兼经理，负责具体业务。

短短四个月内，海德就筹到了所需的十万美元，并以空前的规模开始了人寿保险业务。他同宗教界关系的一大好处在于当时人们对“宗教出版物”特别重视。这一点并没有逃过海德的眼睛。每一个宗教派别都有自己的报纸和期刊：发行面极广的宗教周刊对于宣传保险业是再合适不过的媒介。很有名望的 S. 艾雷内厄斯·普赖姆牧师在“不久前一次社交集会上”为海德的公司说了好话，长老会的主要杂志《纽约观察家》很快就详细刊登了这些话的内容，其它报纸也纷纷转载，普赖姆牧师是这样说的：

美国公平人寿保险公司的成立，是为了满足我们这个幅员辽阔的国家每个地区的需要，它的创办人和领导人都是宗教界的和乐善好施的人士。他们希望在有保障的社会里为该公司的各个部门招聘优秀人员。他们知道，知识和美德会延长生命，而最安全和最有利的人寿保险是跟开明的宗教界有关的。随着业务范围的扩大，他们将吸收国内所有的教士，他们将成为帮助孤儿寡妇和教士的效率最高、最为有用和最令人愉快的团体。……我相信，你们这个团体是我国最纯粹的行善机构之一。

公司印章上刻的格言是“贫富同惠”。公司第一本价格簿的第一节描述了“罗伯特·伯恩斯坦”（指贫穷），并开出药方“伟大的预防措施”（指保险）。海德散发了成千上万本印着公平公司名字的小册子，解释和宣传人寿保险。

在虔诚的教徒中间，常常听到这样一种反对意见，认为：“人寿保险意味着不相信上帝，是一种想阻碍或控制上帝意志的邪恶企图。”对这种说法的回答是，人寿保险本身就是秉承天意才开展的事业，在神的帮助下，它通过消除“使人伤神的忧虑和让人不舒服的想法”来延长生命，并让人们在晚年、在病床上感到愉快放心。一八七二年出版的一本小册子警告说，“有人认为，由于开具了一张保险单，人们就好象是在向‘恐怖之王’挑战。这种陈旧的想法在很多领域里仍旧占着统治地位：而且一些妻子由于丈夫保了人寿险而心里充满了恐惧和忧虑。”海德清包括亨利·沃德·比彻本人在内的宗教界最高权威写文章，向未来的主顾们解释人寿保险和上帝的安排是一致的。

海德无论如何也不曾想到，他的“乐善好施”的公司居然会如此兴旺发达。一八六二年，公司新开具的保险单总计近二百万美元。当海德被征入伍时，他用八百美元买了一个替身，这是法律允许的。后来，他把这件事称为他的最佳投资。南北战争提醒人们，他们是有可能死的。一八六二年纽约市各家保险公司的新业务几乎是以前任何一年的两倍。战争结束时，全国的有效人寿保险是战争开始时的四倍多。公平公司比它的。竞争者发展得更快。

海德为代理商们制定了一个周全的训练计划，让他们阅读有关推销的书刊文章，提出推销艺术方面的建议，列举可能成为主顾的人们会提出的各种不同意见及对此类意见最有效的回答。到一八七一年，他发起的旨在交流推销技巧和提高士气的推销大会成了一种定期活动。

他的全国性推销组织不同于早年的推销行业，就象美国的大邮购商行、大百货公司之不同于老式杂货辅一样。海德走遍全国各地，宣传人寿保险，并且招聘代理商。纽瓦克第一浸礼会牧师亨利·菲什编写了一本《代理商手册》，由海德发行。手册中写道：“人寿保险完全可以称作一种专业”，从事这种工作的人必须具备下列品质：

- 一、热爱自己的工作。
- 二、干劲十足；
- 三、用心专注；
- 四、积极勤奋；
- 五、勇敢果断；
- 六、机智并具有辨别力；
- 七、说真话；
- 八、名声好；
- 九、态度随和；
- 十、敬业乐业；
- 十一、忠于公司；
- 十二、能慎重选择保险对象。

海德的一位助手曾经说过，海德“以他对公司的忠诚和对公司胜利发展的热情（就象战士对他的战旗所怀的热情一样）来激励公平公司的代理商们。”当衰退袭来时，海德鼓励他们：“不要因时势艰难而丧失勇气。过去人会死，现在人也还是会死的。没有保险的家庭将比以往更加贫穷。没有任何一个时代比现在这个困难时期更加需要保险了。……那么，让我们所有的代理商都以坚定的意志抓住这个时机吧。”于是，他组织他的推销大军走遍整个北美大陆，聘用总代理商，再由他们雇用推销员，在各所在地区搞推销。他在一八六七年九月二日给总代理商的信中提到公平公司创造出来的奇迹：在短短八年的时间里，公司的资产就达到了四百五十万美元。

海德组织的推销大会是演讲会和宗教信仰复兴运动集会的混合体。一八七一年，海德已经在他印发的小册子里大量引用推销员的“箴言”，他们都是利用在大会上学到的知识提高了赚钱本领的人。海德还用竞赛和奖金来鼓励进取性的竞争。第一流的优秀推销员都有一个谁都能认得出来的标志：“一块带表链的贵重大金表”。公司以此来表彰他们所取得的成就。综观所有这些创举，可以说海德是首创美国推销大会的人，而这时恰好是不断增长的铁路业和旅馆业理直气壮地主张在全国定期召开这种大会的时刻。海德本人曾经说，他觉得住在普尔曼火车卧铺车厢里比住旅馆更自在。

美国伟大的推销员终于诞生了。推销术与保险业的结合创造出道德。部分是由于亨利·海德以及类似他的人物的辩才和组织能力，有抱负的美国推销员们在寻根时，找到的不是货郎、吹牛皮的人或善于吸引观众的人，也不是卖成药的小贩或者P.T.巴纳姆一类的人物，而是伟大的传教士、改革者和慈善家等造福人类的人物。推销术的福音书中包括它自己的神学、伦理道德和民间传说，以及它自己的肖像学、“科学”和哲学。二十世纪早期，一个大广告机构的创建人布鲁斯·巴顿称耶稣为世界上最伟大的推销员，称《圣经》为所有时期最畅销的书。

海德使他的推销宣传员们相信，人寿保险仅次于福音书，是所有的人都需要的东西。一八六九年，他把公平公司成立十周年纪念日搞成一件广受公众庆祝的大事；这时，公司每年的业务额已达到五千多万美元，超过了英国所有大公司的总和。二十年之后，公平公司有效保险单的总额使它成了世界上最大的人寿保险公司。

亨利·海德于一八九九年去世，他那时掌握着公平公司五百零二股的多

数股份，拥有公司的管理大权。他把这个大权留给了二十三岁的儿子约翰·赫曾·海德。小海德那时也以“孤儿寡妇的保护人”（公平公司保险单上的语言）自居。三百多万有可能成为孤儿寡妇的人都在他的保护之下：保护他们的武器就是公司价值四亿美元的资产。小海德具有一切年轻君主们常见的优点和可爱的瑕疵，但他的奢侈浪费和不负责任变得越来越明显了。他喜欢法国的东西，他为法国女演员举行的正式的、“由公司报销的”晚宴花费有时一次高达一万美元以上。海德的手和敌人中包括亚历山大家族。他们担心自己在公司里的一点继承权会被海德侵占。亚历山大家族每年从公平公司得到的各种津贴、佣金和费用总计超过一百万美元。但是当公众开始对公平公司和其它大保险公司进行调查之前，海德已经以二百五十万美元的代价把他的多数股份卖给了纽约一个推销商托马斯·福琼·瑞安。从法律角度说，公平公司的章程规定，股份的利润每年每股不得超过七美元，但是多数股份的拥有者实际上掌握了对保险单持有者四亿多美元资产的控制权。

一九一五年，纽约州立法机构就保险公司的弊病举行听证会。整个工作由一个英俊能干的年轻律师查尔斯·埃文斯·休斯负责。他成功地揭露了大保险公司里存在的奢侈浪费、裙带关系和不负责任等现象，并由此开始了他作为一个政治家的生涯。幽默杂志《顽童》（一九一五年十月）的“给保险单持有者的小算术题”一文对被揭露出来的这些东西做了淋漓尽致的描绘：

一家大保险公司的第十位副董事长以八十四点的价格买下了一千股股份。如果股票价格上涨十个价位，他能赚多少？如果下跌十个价位，你要损失多少？

三位经理从欧洲回来解释问题。第一位乘坐的轮船五天到达。第二位乘坐的是不定期货轮，第三位从船上掉到海里去了。请问，哪一位经理最有远见？

《顽童》杂志列出了一种人寿保险申请单，要求保险公司的董事长回答下列问题：

你的姓名，薪水及佣金？

你是否容易染上任何气质性疾病的先天或后天倾向？例如：说

谎、投机、贪污、大偷或小摸？

你是否得过以下疾病：

良知麻痹症？

失忆症？

手心搔痒症？

急性或慢性裙带关系症？

自我感觉有罪症？

资金过剩症？如采取过措施，请具体说明。

额外受惠症，发病次数多少？

钱包膨胀症？

你对于作伪证良心上是否感到不安？

你了解保险业吗？如了解，请具体说明内情。

推销术在使保险这种无形商品商业化的过程中得到了复兴，这不是什么偶然事件。保险是很复杂的，必须向每一个人做详细的解释，特别是向美国千百万普通人民详细解释，因为他们很可能成为保险业的主顾。二十世纪中

叶以前，美国某些保险业（如在机场为飞机的乘客保险）按照美国推销商品的普遍作法，搞一揽子、成批自动出售的保险。然而，保险业既抽象又复杂，再加上涉及个人私事，所以它一直是推销商拒绝大做广告的最后—个领地。

美国的企业以及美国有进取心的开拓者们用自己的热情和辩才把保险业从仅次于赌博的投机买卖变成了全国最大的和最受尊敬的行业。随着工业的现代化以及它给机器工人带来的越来越大的危险，社会对保险的需要越来越普遍了。过了不久，各国政府开始搞强迫保险。在德国，俾斯麦率先在国家体系中设立了工人的疾病保险（一八八三年）、事故保险（一八八四年）和残废及老年保险（一八八九年）。美国进步党党员站在工人的立场，要求建立雇主承担义务的制度，这就相当于政府强制的保险。一九〇八年的一项联邦法律规定，联邦雇员必须得到某些职业风险的保险。到一九二〇年，大部分州都制定了类似的法律。以一九三五年新政时期的社会保障法为开端，联邦政府支持、推行和扩大了保险制度，对失业、老年、残废和疾病进行保险。更具有美国特色的是，美国的保险公司大都是私人企业。

伴随每一次技术进步的是新出现的风险。例如，玻璃窗的普遍使用和越来越多的用于展放商品带来了代价很高的新风险，商人们因而求助于保险。房屋中的煤气管道、电线和水管也能产生新的危险。当然，火车、汽车和飞机更是增加了各种风险。那种花费很大、由机器辅助进行的运动以及滑雪、赛艇和驾驶机动雪橇等运动也越来越普遍，更进一步加强了人们保险的机会和对保险的需求。

在美国，伤亡保险的普及本身就可以说明生活水平在不断提高，因为越来越多的人有钱购买贵重物品，而这些东西又给他们带来了代价很高的风险。过去，伤亡保险主要是保海事险和火灾险。而如今，每天掌握在普通美国人手中的常用器械都使他有了伤损他的邻居或邻居财产的新能力。一辆汽车所能造成的致命危险不知要比一匹马大多少倍。在千百辆以每小时六十英里行驶的汽车当中，任何一辆仅仅是突然停住，都会成为杀伤的武器。

二十世纪前半时，保险业中新的形式主要同汽车有关，第一张汽车责任保险单的签发日期大致是一八九六年，那时全国汽车总数还不到九十辆。不同的车辆缴纳的保险费也不同，这主要看它是用电、煤油还是蒸汽发动的。在还有可能大批量生产蒸汽汽车的时代，保险者最关心的是锅炉爆炸的危险。早期，保险统计的问题在于保险单持有人的人数很少，而且不能确定他们怎样使用那些车辆。到一九一六年就开始看出来，在一个特定的地区，汽车造成的危险的差别取决于该地区汽车的数量和在城市中行驶的汽车的数量。于是，有二万五千辆保了险的汽车的纽约市，汽车责任保险费比只有二百辆保了险的汽车的亚利桑那州高十二倍。到一九六五年，汽车保险占了财产和负债的保险费总额的四分之一。

人寿保险的普及、公平人寿保险公司和其它私人保险公司的崛起造就了许多新的权力中心。象福特汽车公司一样，公平保险公司是依靠千百万美国公民的参与才建立起来的。大保险公司变成了海中巨兽，只有作为一个整体的全体人民才有可能造就这个怪物，然而他们却无力控制它。

二十一 统计学的目标：知道你的尺码

美国统计学的独特之处在于它并非作为一种学术专业而兴起的，民主的一个副产品是统计学空前广泛的传播。二十世纪，在公众的头脑里产生了一种新的“数字意识”。美国人通过各种方式问：“多少”？“多大”？投票箱和人口普查不过是这些方式中的两种。

在发展和加强这种“数字意识”的过程中，起最主要作用的莫过于美国的工业和美国的生活水平了。大工厂面临着日益增长的压力，要为所有的人生产所有各种商品，这使得美国人在日常生活中以千百种方式运用统计学的知识。

一个谁都看得出来的例子就是衣着大众化。前文已经提过，成衣工业的兴起使美国服装业的中心从家庭转向工厂。统计学一个新分支的发展为这个转变提供了条件。“人体测量学”（这是十九世纪中叶之前不久才出现在英文里的一个词）就是测量人的尺寸，以期找出那些最常反复出现的尺寸并确定由于年龄、阶层和种族的不同而造成的人体各部分比例的差异。一直到十九世纪中叶，人们普遍认为，每个人躯体的尺寸同另外任何一个人的尺寸都大不相同，这在当时是一种常识，而“每个灵魂部有自己的独特之处”这种宗教观点使人们对上述常识更加坚信不移。如果事实确实如此，那么，大批量制造适合不同人穿的服装就会变得徒劳无益。一个人若想有一身合体的衣服，他要么自己动手，要么雇一个裁缝。

南北战争促使人们突然需要大量的制服，同时也提供了人体一般尺寸的大量新资料。于是，人们发现了一个重要的事实：某些配套的尺寸经常重复出现，并且有一定的规律。如果一个男人的腰围是三十八英寸，袖长三十四英寸，那么，他的肩宽十有八、九是某一固定的数字。由于这个简单的发现，为大量人口制造合体的衣服就成为可能了。这个发现虽然很简单，它对成衣工业却是至关重要的。因为，没有它，商店要得到能满足顾客需要的存货是根本不可能的。南北战争结束时，服装制造商们就开始利用这些常见尺寸为一个规模空前的市场提供大批成衣了。这一市场包括：成千上万退伍军人；蜂拥而至的新移民；雨后春笋般发展起来的城市（诸如：芝加时、奥马哈和丹佛）的居民们；还有许许多多新建工厂的工人。甚至美国的中产阶级也第一次可以在商店里买到现成的既漂亮又合身的衣服了。

最重要的是有关人体尺寸的资料越来越丰富，并且越来越为广大群众所了解。一八八一年，丹尼尔·爱德华·瑞安出版了一本划时代的重要书籍——《成长中的人体的比例：青少年成长时期各个年龄和各种身材的人体尺寸大全》。瑞安终于为人们提供了使男人、男孩和青少年成衣尺寸标准化的科学性指导。瑞安的体系包括一些实用图表，他可以根据人体周线和体高的统计数字推算出人体其它各个部分的比例尺寸来。到一八八九年，弗朗兹·博亚斯教授已经在克拉克大学开设人体测量学和人体统计学课程了。这些有关人体成长的统计数字在其它许多方面也很有用（例如，学校的桌椅就可以设计得更合理些），同时，还为——教育心理学——提供了素材。

到二十世纪初，人们有史以来首次可以走进一家服装店，说明他是“四十二号”，然后穿上一件上衣，只需稍加修改，或根本不要任何修改，就可

以使最爱挑剔的人也感到满意。人们开始知道自己属于某一个“尺寸”，鞋子、衬衣、长裤和帽子都有一定的尺寸——这是美国人进入统计社会的另一标志。

若想制造能满足顾客需要的标准化产品，就要有标准化的度量衡单位。现在，一提到一分钟、一英尺或一加仑，我们不加思索就知道是什么意思，竟至于忘记了这些简单的单位是在多久之前才被赋予明确定义的。一位著名的物理学家一八八七年曾经说过：“我们通常使用的度量衡制既混乱，又不科学，有时还明显地互相矛盾，以至于即使想简略地记录下来也难免错误百出。”举例而言，直到一八九二年，美国的“加仑”还有八种不同的“官方”值。

这种“度量衡标准自由化”的毛病是，任何一个制造商都可能使用任何一种定义来满足他当时作广告的需要。在新的工业领域里，这种情况惹起了更多的麻烦。一九〇〇年，美国电气工程师协会的主席抱怨说，英国光学测量标准一点都不明确（美国度量衡局在海岸和大地普查中刚刚采用了英国的标准），因而美国的科学实验室采用了比较精确的德国标准。与此同时，电灯工业对英国和德国标准都不满意，结果不得不采用自己的一套标准。于是，一只电压为四十五伏、电流为十安培的电灯泡在广告中被说成是“二千烛光”，而如果使用英国或德国标准，同样一只灯泡实际上只有四百至五百烛光。

处于这种混乱状态，建筑业感到很难估算成本或遵守施工进度。一位专家一八九六年在《科学美国人》月刊中撰文写道：“一位慎重的承建商不得不比工程实际需要多订购百分之二十的材料，以应付不稳定的质量和粗糙的标准所造成的问题。到一九〇〇年，美国人已经完全可以生产各种工业用度量衡器具了，但他们还是常常把这些器具送到英国、更多的还是送到德国去校准。

造成这种混乱的明显原因是美国幅员辽阔而多样化，工业发展迅速和令人目眩的变化。而混乱之所以能够长久持续，则是出于美国联邦制的政体，特别是由于在一般人观念里，警察权力和日常工作属于各州的神圣职权范围。但是，宪法第一条第八款规定国会有权“确定度量衡的标准”（同条同款还规定国会有权“征收直接税、关税、输入税和货物税”以及“铸造货币，厘定本国货币和外国钱币的价值”）。到了最后制订全国统一的度量衡标准时，为了保护州权，还不得不转弯抹角地说明这一措施的正确性，说是为了遵守宪法关于铸造货币以及“一切关税、输入税和货物税应全国统一”的规定。

一个多世纪以来，国会通过各种办法力图建立一个充分统一的度量衡制度，同时又不至于冒犯州权或损害实业家的独立性。杰斐逊、麦迪逊和约翰·昆西·亚当斯都曾提出过建议，但是国会生怕联邦权力过大，因而没有接受。一八二八年，国会通过以英国一七五八年的金衡制英镑作为美国铸造货币的标准。前财政部长艾伯特·加勒廷在一八二七年担任驻英国公使时得到一个旧的金衡制英镑的黄铜复制品，并把它存放在费城铸造厂厂长处。随后又把复制品提供给所有铸造厂，作为一个英镑的重量依据。但是，一八三四年英国议会大厦遭受火灾，英国的原型件被焚毁，结果，不得不依据英国的常衡制英镑来间接确定费城黄铜英镑的重量了。正如查尔斯·皮尔斯（一位多营博

能但性格乖僻的哲学家，注定要成为美国实用主义的玄学家头头）担任度量衡办公室主任时于一八八四年所说的，以金衡制英镑作为精确重量的标准并不合适。他解释道，由于从来没有在真空条件下称过金衡制英镑的真正重量，而美国政府又没有能在真空中称重的设备，因此，美国磅的重量是“未知数”。然而，由于没有更好的标准，这种重量不确定的“磅”仍旧是美国造市的标准，并一直采用到一九一一年。

由于有人抱怨各口岸征收的关税不统一，于是，在财政部里面设立了一个联邦度量衡局。海岸普查工作的第一任领导、刚从瑞士来到美国的移民费迪南德·鲁道夫·哈斯勒发现，没有任何两个海关使用的磅或蒲式耳的重量是一样的。所造成的结果当然是海关关税不统一。大约在一八三一年之后，哈斯勒费尽九牛二虎之力，想建立统一的标准。但是由于国会仍然害怕联邦权力过大，哈斯勒不得不分别劝说各个州逐一采纳他的建议，企图通过这种办法达到目的。这与其说是一项科学事业，不如说是一项政治交易，因而工作进展缓慢。

一八九八年美西战争之后，美国投身于世界政治。在此之前的十年里，美国制成品出口量几乎翻了一番。这个国家在世界贸易中跃居领导地位之后，就很难再拖着不建立统一的美国度量衡标准了。全世界的买主都希望美国产品的质量有保证。莱曼·盖奇领导了一场要求建立一个全国性标准化实验室的新运动。他是芝加哥一位自我奋斗取得成功的商人，担任过一八九三年芝加哥世界哥伦比亚博览会理事会的主席，以后作为威廉·麦金利总统的财政部长，曾拨款资助美西战争。一九一一年，盖奇规劝国会说，国家已不能再依靠别人来确定自己的标准了。美国制造商们急需一次全国性的行动来保证他们的产品达到“必要的统一性和精确性”。国会于一九一一年采纳了盖奇部长的建议，只是把盖奇的意思更为明确的“国家标准化局”改成“国家标准局”。一九一一年给原度量衡局的总拨款是九千四百一十美元。在国会就那项议案进行辩论时，一些议员对新局局长的年薪定为六千美元提出反对意见，说这几乎和财政部长本人的年薪一样高了。盖奇部长颇有见地地回答他们说：“几乎所有的人都可以当财政部长……但是要当这样一个局的局长则需要一个水平很高的人。”

到华盛顿来创建国家标准局的这个“水平很高的人”没有辜负盖奇部长的期望。塞缪尔·韦斯利·斯特拉顿是伊利诺伊州一个农民的儿子，靠半工半读在伊利诺伊大学毕业，以后又在那里开设了一门电子学新课程。一八九二年他转到新成立的芝加哥大学，和艾伯特·米切尔森一起从事光速实验，直到美西战争爆发，他参加了海军。应盖奇的要求，斯特拉顿在几乎一无所有的情况下一手起草了关于设立新局的议案，据一位目击者说，他所作的说明和论证使国会委员会的委员们全都“着了迷”。作为第一任局长，他配备了各种装置，招聘了一批热心于研究和实验的优秀科学工作者。不到二十年，他使这个局在美国工业活动中起到举足轻重的作用：一九一三年，该局从财政部转归商务部，这就充分说明了它的新的积极作用。

斯特拉顿一九二三年离开国家标准局的时候，美国已在检验、度量衡和标准化方面居于世界领先地位。国家标准局率先对各种材料进行试验；它为新的电业界制定了标准，其中包括公用事业这一庞杂和富于争论性的领域；它还研制了新的精密技术来计量光和气。该局编写的小册子向广大消费者普及关于家用材料和器具质量的知识。托马斯·爱迪生一九一九年指出，“通

常，有关无线电通讯的书里充满了数学概念，读起来让人茫然不知所云。”但是，国家标准局出版的关于无线电的印刷品却是他所读过的“有关这个题目的最出色的书籍”。第一次世界大战期间，国家标准局试验了皮革、纸张和纺织品的代用品，还协助研制了水泥船。战时的需求为该局劝说制造商们实行标准化助了一臂之力，战后，该局又领导了一次“标准化的圣战”，成为商务部长赫伯特·胡佛反浪费运动的一个组成部分。

其后的年月里，在每一次全国性的危机中，国家标准局起着重要的、而且往往是独特的作用。大萧条时期，国家标准局审查了全国（工业）复兴总署关于公布竞争和消费者标准的“规章”。第二次世界大战期间，它探索节约石油的途径，并参加研制人造橡胶和其它稀有材料的代用品。在探索核能以及制造原子弹的过程中，国家标准局对铀进行了关键性的研究，研制了一种新型引爆装置，成为这整个庞大事业得以成功的一个不可缺少的环节。在太空探索方面，国家标准局也在诸多方面提供了帮助，它研制并改进了各种仪器，以便在未知的新领域和在前所未有的极温条件下进行检验和测量。

到一九七一年，位于首都边缘的国家标准局成了一个占地七十英亩大的中心，人们每遇有关数量以及用数量确定质量的问题，都要到这里来求助。在这里，度量衡的高级大师们不遗余力地巩固国民对数字语汇的信心。

二十二 决不比所需的性能好一分

所谓美国生产体制，即美国人在十九世纪中叶发展起来的“通用制”或“零部件可互换的体制”。它起源于一个宏大而又简单的组织概念，而这个概念又为美国人今后的机遇开辟了道路。这个体制当初形成时，目的是要在缺少大批技术精湛的制枪匠的情况下大量生产枪支。因此，可以说是把新世界的局限性这件坏事转化成了一件好事。一个世纪之后，到了二十世纪中叶，新的统计学又为另一个典型的美国生产体制的形成提供了条件。美国人几乎没有意识到革命已经发生，但是革命确实正在进行，象征着从量的角度处理生活问题所碰到的风险与机会。

早期的美国生产体制是根据对制成品“质量”的新认识建立起来的。例如，一八三一年，一位苏格兰工程师在检查费城的鲍德温机车厂之后说，“比起英国制造的机车来，这个厂所造的外部零件，如连杆、曲柄、框架和轮子部很粗糙，但是机车的有些部件，如汽缸、活塞、阀门、轴颈和滑板，则精度非常高，而这些部件的良好配合和优秀工艺对于机器的正常运转都是必不可少的。”但是，有些来参观的专家却认为，即使“最好”的美国机器也只能说是“最终加工还算过得去。在国内，我们会把它们称为二等机器。”他们的所见所闻更使他们坚信，技术熟练的手工操作对机制产品的最终加工是决不可少的。换句话说，他们预言，从长远角度看，美国的那种旨在让机器包揽一切的互换通用体制是不会成功的，因为产品质量必定不高。

但是，美国人所说的“质量”有其新的含义。功效代替了完美。美国人是以其功效来评价一台机器、一支枪、一把锁或一个钟的，他们把最好的英国造机器上那些锦上添花的东西（诸如：刻有凹槽的圆柱、装饰性的圆拱、支柱、花体字及涡形镶饰等等）全部视作白费气力。比较有眼力的外国工程师认可了美国人的所做所为。曼彻斯特著名的机床制造商詹姆斯·内史密斯参观塞缪尔·科尔特的手枪制造厂后作了如下的评论：“美国的机床都有一种直截了当抓住要害的特点，而这在人们心目中却是理所当然的事。我对此具有很深刻的印象。所有的东西都大大地简化了，机器被赋予一种几乎象教友会教徒那样刻板的形式，没有装饰，边边角角并不磨掉或打光；但产品必须精密、准确和正确。”

十九世纪早期，美国那种初期生产体制已经清楚地显示出对节约的关注，这也是二十世纪后期美国生产体制的特色。第一个美国生产体制旨在使产品恰能满足工作要求。那种没有效用的美学以及仅仅是传统性的装饰在美国生产体制中是没有用武之地的。对美国人来说，一台高质量的机器是指能够有效运转的机器，而不是指磨得光彩夺目和布满装饰的机器。

从外国观察者的角度看，美国人实际上是建立了一种生产“不完美”产品的体制。在大部分英国人的心目中，那种“刚能满足工作要求”而未经进一步磨光和装饰的产品不能算达到最高水平。二十世纪后期的美国生产体制则更进一步褻读了旧世界名匠心目中“完美”的观念。因为，如果说十九世纪的美国生产体制是要生产“刚能满足工作要求”的产品，那么，二十世纪的美国生产体制则实际上是要求产品“决不比所需的性能好一分”。现在也许有些美国人会认为，零部件通用互换制本身也已成为一种浪费，因为它要求不必要的、而且是代价很高的精确度，二十世纪的美国在生产体制方面取得的最重要的进展，源于美国人毫不含糊地接受了对“不完美”一词更新的

解释，而这也应当归功于统计学的兴起。

美国这种非凡而不太为人知道的成就叫作“统计学质量管理”。到二十世纪中叶，这个词已成为工程术语，表明在工厂组织中应用统计学来把质量表达为数量的一种方法。虽然其基本理论概念来自国外，但这种概念大量而创造性的应用则主要出自美国。

把统计学变为工厂组织的一个工具，沃尔特·休哈特起了极为重要的作用。一九二四年，当他还是一个年轻的工程师，在西部电力公司（该公司为贝尔电话公司制造设备）新成立的检验科工作时，工厂的检验记录使他感到茫然。他的任务是设法使用检验资料，以便更经济地生产一种统一的产品。在休哈特之前，国外一些工厂曾试用过统计抽样的办法。但是国外的抽样主要是为了评价成品的质量，也就是说，是为了了解生产工艺到底成功到什么程度。休哈特提出一个新的见解，即，不仅可以利用统计学去发现生产过程是否令人满意，而且可以在生产过程中利用统计学重新计划和控制生产。他把统计学变为工业预言的工具，使工厂统计数字从历史资料转变成了生产手段。

休哈特思想方法的核心是十九世纪末二十世纪初在国外形成的一种新的概念。到一九一九年，“公差”一词已进入机械学词汇并具有了新的含义——它表明“一台机器或一个零件的尺寸中可容许的偏差量”。当然，使用极限规的想法以及机器生产中关于公差的新概念，同整个零部件通用互换体制的设想几乎是一脉相承的。因为，新的美国机器生产体制一方面强调精确度，使用卡钳、极限规之类的测量工具，又依靠比以前任何时候都更为精确的机器产品，另一方面，它也有赖于一种新的折衷办法。所以必须找到新的方法来确定产品是否刚刚恰到好处。正如历史学家尤金·弗格森指出的，所有这一切的前提就是接受不完美这个概念，即，如果实际上不可能达到绝对精确，那么，它就是多余的。唯一慎重的工业目标是达到足够的精确，所以过去那种力求达到“完美”的格言应当改一改了。

休哈特解释说，含混地提出要生产“更好的”产品并不意味着一定会生产出成本又低又更加令人满意的产品。首先应当为产品的每一部分定出具体的、以数学方法界定的、有限的目标。现在已可以利用统计学和数学的概率以最低的成本达到所制定的目标。休哈特思想方法的核心就是不完美的概念。他认为，任何体制下的产品都不能没有“缺陷”。因此他强调，在生产任何产品之前，应事先定出可接受的缺陷的最大限度。然后，就可以组织生产，使最后存在的缺陷不大于这个限度（但也不一定小于这个限度）。

休哈特简单得出奇的意向就是从不完美这个概念出发，建立起一种生产体制，这种体制基于一个常识性的事实：“出色”往往只是一种感觉和直觉，而具体的缺陷则是既可数又可计量的。正象一个世纪之前第一种美国生产体制把缺少技术精湛的匠人作为建立零部件通用互换体制的动力一样，这第二种美国生产体制旨在把机器的不完美作为更经济地进行生产的基础。休哈特毅然抛弃了空想，不求能工巧匠去制造“完美”的产品（美国制造商正因为不追求这种完美而受到指责），转而力求把美国的局限性变成一件好事。现在，终于有一个国家开天辟地第一次可以组织其工厂生产不大于可容许的公差和“缺陷”的产品，从而节约其资源。新的统计学的技术提供了这样做的可能性。

因此，在制定生产目标时，首先要确定“公差极限”。仓库大门折叶的公差显然比手表发条的公差要大。当然，还有个成本问题。休哈特说：在确定公差极限时，“必须考虑的不仅仅是工程师希望得到什么结果，而是他能够得到什么结果，或至少是能够比较经济地得到什么结果。”

关于质量管理的第一篇论文(这显然是在这个意义上第一次正式使用“质量管理”一词)出自另一个美国工程师乔治·雷德福的手笔。他在《制造业质量管理》一文里说，迄今为止，工厂—工程师们”为了降低成本，过份强调了产量。“按照他的观点，”如果以质量、而不是以数量作为主要的指导方针和目标，提高产量和降低成本肯定会更容易达到。”这种相互矛盾只是表面现象，因为雷德福利用统计学把质量转化为数量，他的新体制是检查“加工工件的流程”。公正的检查员可以利用经过改进的测量工具来检验产品，就可以找出超过公差极限的产品。

目标是以最低成本达到限定的最低标准。”如果由于质量不断变化，实际上不可能达到理想的标准，那么必须确定可行的生产或加工标准。这种标准和理想标准不同，允许有一定的差别和误差，这种标准与设计方案和理想标准相结合，就得出了一份完整的设计。”用雷德福的原话说，重复生产取决于“确定公差时的折衷”。而正是这种折衷，使制造商们避免了代价昂贵的为统一而统一。

认为质量是一种不断改变和变化着的事物的想法，一旦被用于工厂，就产生了整个关于公差和极限的问题。……如果小把所有每一个重要特性的极限都加以明确，那么，对于合理的生产目的来说，任何设计都不可能是完整的。

真正的制造业是生产成批在一定极限范围内相同的同一产品。从这个意义上说，它和艺术工作是截然相反的。制造商想做的是使产品一模一样，而艺术家则要创作不同的和各具特色的作品。第一种生产体制的成本要低得多，这正是制造业的真正价值所在，因为这样，人们才能够更普遍地得到这种产品。我们把东西造得一模一样，不是由于我们想让它们的模样相同，而是因为这样能降低成本。当然，从这种同一性中还可能引出其它许多从属性的好处来。

雷德福以价格较低的英格索尔表为例。他指出，一只表一旦卖出去并开始使用，除了玻璃、游丝和另外一两个小零件，其它零件即使可以互换，也没有什么特别的好处，因为没有任何人需要更换这些零件。

零部件通用互换体制的首要目的是搞“经济生产”。这就是说，生产的手表只要符合要求，卖得出去，就不要浪费人力、物力、财力去追求不必要的高精确度(或较小的公差极限)。雷德福警告说，如果美国人没有接受这种新的观念，则那种引诱人们强调机器每一部件都须达到理想标准的所谓“零部件通用互换体制”，就会变成空谈。单纯强调机器制品的一致性，即为精确而“精确”，就会象旧世界能工巧匠们手工产品的标准一样变得不仅毫无用处，而且还会阻止社会目标的实现，而我们的社会目标是：以低成本生产大批有用的物品。雷德福警告人们要注意一种在精确度方面矫在过正的现象，他的结论是：“当我们概括地提出最好把东西做成一模一样的时候，我们必须牢牢记住，质量是不断变化着的，而我们真正的意图是在极限范围内的质量相似、相同或标准化。总之，这就是为什么需要对质量进行管理的原因。”

显而易见，质量管理既有其积极的一面，也有其消极的一面。在日常言谈中，“质量”和“出色”属同义词。那么，把质量“管理”作为工厂计划的一个目标就使人感到不安了，因为，正如一位工程历史学家所指出的，质量“管理”实际上就是要保证没有一件产品比它需要达到的标准高出一丝一毫。对于这样一种旨在让其产品仅仅是恰到好处而不再更好一点的文明，我们应当提出何种看法呢？“她不比她应有的状况更好！”难道这就是走向工业发展的道路吗？难道这就是走向更加民主的社会的道路吗？在这个社会里，物品的“质量”由于要为所有人提供物品而受到限制。

一些工程师不无怀旧之感地把质量管理的兴起看作是技艺的衰落。有一位工程师抱怨说：“现代设计大部是为其自身的目的服务的，但它却不能保持我们都熟悉的那种文明。”现今的产品将被设计得低于广告商故意夸下的海口，难道不存在这样的危险吗？这些情况难道不正是放弃旧世界关于质量的贵族化概念，刻意为新世界的民主服务而走上绝路？

休哈特、雷德福等人创造出来的质量管理成了以更低的成本生产几乎所有一切东西的一种生产体制。质量管理必须通过统计学进行，于是，他们找到了一种办法，保证产品抽样的“随机性”；他们设计了新的管理表格并简化了记录数据的方法。虽然休哈特只化了几天功夫就构想出了新概念的主体部分，但却用了很多年的时间进一步充实这些想法并付诸实施。一九三一年他的《制成品质量的经济管理》一书出版时，他的体制的轮廓已初具规模。统计学同行们都承认，是他发现了应用这一新科学的重要途径。

在负责改进电话设备生产技术的贝尔电话公司实验室里，休哈特试验了他的新想法。第二次世界大战期间，在休哈特工作成果的基础之上，军队进一步发展了质量管理技术，为战时目的服务。“序列分析”（或验收抽样）使用一种独特而简单的新方法保存累积起来的统计数字，以此简化抽样的整个过程。这样，就可能以尽量少的抽样得出可靠的结论，而在抽样检查必得损坏被检物品的情况下，这种方法就更加可贵了。

尽管广大消费者并不了解这些情况，但对统计学者和工程师们来说，统计质量管理已经成为一门新兴科学。休哈特本人于一九三一年首次在史蒂文斯理工学院开设了这门课程。战争期间，正规训练变得广泛了，共培养了大约一万名这方面的专门人才。一九四六年，十六个地方质量管理学会共同成立了美国质量管理学会。这方面的出版物大大增加。休哈特的演讲“统计学在大批量生产中的前景”于一九三九年在《数理统计学年鉴》上发表之后，专业杂志里大量的文章把休哈特的技术应用到各种各样的活动之中：检验打孔资料卡的操作，预测流行病，检查超时雇用，以及起草保护消费者的法律。

虽然“统计质量管理”（SQC）已经成了美国工业的日常用语，并左右着美国人购买的几乎所有商品的大批量生产，但它那深奥的数学词汇仍使得公众感到难以理解。

然而，再没有比这更能说明美国这个民主国家里的种种问题和重重矛盾了。民主国家需要有一本新词典，重新为“出色”“优良”和“恰到好处”（这最后一个最为重要）这些概念下定义。美国生活水平建立在生产大批商品的新方法的基础之上，从消费者的角度看，这些商品相互之间并没有什么区别。但是美国生产体制在二十世纪得以发展的基础则是仔细检查、测量和确定可容许的差别的极限。雷德福、休哈特及其同行很想把美国人从对“完

美”的崇拜中解救出来。他们的民主和均等的目的是制造尽可能多的东西来满足尽可能多的人。一九五七年，关于质量管理标准教科书引用了休哈特的一句座右铭：“管理的目的是使我们在节省的极限内做我们想做的事”。书的作者一开始就援引了蒙泰涅的十分民主的意见，“多样化是人们最普遍公认的质量。”

二十三 廉洁的出纳员

一直到南北战争之后很久，仍只有极少数商人知道自己收入的精确数字。没有几个人掌握关于销售和收入的准确或详细的记录。虽然百货店老板全部希望有一份一丝不苟的记录，而且实际上也指令他的店员在日志中记下所有的事情，“即使房子着了火也非记不可”，但店员却懒得操那份心。疏忽、无知和懒惰导致店主没法掌握一份完整的记录。当销售量很大，售货员或酒吧招待员拿自己的钱包里的钱或拿开启着的钱箱里的钱为顾客找零钱时，搞小偷小摸的诱惑力就实在太大了。结果，商人很难准确地了解他一天的收入究竟是多少，不同价格的商品备卖出了多少，或由于疏忽和欺骗，他又损失了多少商品。总之，他缺少他所需要的事实来计算自己的收入或利润。

改变所有这一切状况的最有效装置是“现金出纳机”（cashregister），这是一个美国创用词，出现于一八七九年左右，它在界定新统计社会的范围方面起了推动作用。

詹姆斯·里蒂，一位阿尔萨斯裔杂货店老板的儿子，是现金出纳机的主要发明人。他在俄亥俄州的代顿市开咖啡馆时惊奇地发现，虽然每天顾客盈门，但店里却赚不到钱。里蒂怀疑这是由于他那些意志薄弱的招待员们的手总是被吸引到开着的钱箱里。他为这种损害他生意的小偷小摸行为焦虑不堪，健康受到很大影响，为了恢复健康，他到欧洲去度假。一天，他去参观船上的机房，发现有一台机器可以自动记录螺旋桨轴的每次转动。他马上就联想到，是不是可以用类似的机器来记录咖啡馆或酒吧间的每一笔账目呢？

里蒂提前结束了欧洲之行，匆匆回到代顿。他和他的兄弟设计了一种最原始的现金出纳机，并于一八七九年十一月四日取得专利权。这种机器只能把每一笔交易的账目显示在一个转盘上，他们很快又把转盘改造成一个板型显示器，帐目数字显示在一块升得高高的板上，店员和顾客都能看到。里蒂认为，把雇员应当放入钱箱里的数额公开显示出来，有助于减少小偷小摸行为。这种机器被称为“里蒂的廉洁出纳员”。

后来，里蒂又在机器上加了一个装置，把当天的每一笔账部记录在一卷纸上，这样，店主就可以检查钱箱里的数额并了解那天究竟做了多少笔生意，以及每笔生意的大小。里蒂兄弟俩开始在咖啡馆楼上的一间屋子里制造现金出纳机。后来，他们发现这样做实在太辛苦，里蒂还是情愿开他的咖啡馆，于是他们把现金出纳机的制作生意及专利权以一千美元的代价卖掉了。

里蒂现金出纳机专利权的新拥有者在机器上又加了一个放现金的抽屉和一个铃，抽屉每开一次，铃就随着响一声。现在，机器可以显示每笔生意的数额，店员必须把数额记录下来才能够打开抽屉，他们还要把所有各笔交易额相加，提供给店主。美国人又有了一个新的语言表达方法，当人们说“‘鸣铃记录一笔交易’这句话时，实际上是在证明这个“廉洁出纳员”的成功。美国人找到了把店主最小的一笔买卖也公诸于世的方法。购物现在成了一种半公开的社会活动，由铃声来宣告每一笔交易。国民现金出纳机公司的正式历史宣称，几十年之内，这铃声“将象列克垦敦历史性革命的第一枪一样……响遍全世界。”

如果说这种说法仅仅只是略事夸张的话，那是因为里蒂的发明现在落到了约翰·亨利·帕特森手里，而此人具有筹划高级推销术策略的才干，他把

国民现金出纳机公司发展成美国开拓性企业的一个榜样。帕特森生长在俄亥俄州代顿附近的一个农庄里，曾响应林肯总统的号召，参加联邦军队一百天。他战后在达特默思学院毕业，时值一八六七年。回到代顿后，开始做煤炭生意，在附近的煤矿买煤，然后直接小批卖给城里的消费者。虽然很多买主都支付现金，但他却不断地亏钱。他怀疑有人在他的钱箱里搞小偷小摸，于是安了一台那种新奇的现金出纳机。六个月之内，他的利润就相当可观了。

一八八四年的一天，帕特森贸然同意用六千五百美元买下新建立而还未站稳脚跟的现金出纳机公司的控股权。代顿市其他的生意人都嘲笑他判断失误。第二天，他想付给卖主二千美元以解除这笔交易，但卖主没有同意。于是，帕特森就下决心吃下了这笔交易，并且还把创业者的信心注入现金出纳机这个平凡的领域，这使人联想起芝加哥、辛辛那提和丹佛这类新兴城市的创建者。同时，他也证明了自己的组织才能完全可以和早期西部毛皮商和新英格兰的冰块贸易商媲美。

帕特森对现金出纳机产生了一种宗教式的感情。当时，要想在这一事业中取得成功，确实需要坚定的信仰。生意人从没听说过这种机器，店员听别人给他们解释现金出纳机的作用时，往往气愤地误解为这是对他们人格的污辱。但是帕特森依旧不断宣扬他自己的福音——“做好财务记录”，他还用统计学帮助他的使者改变人们的看法。

帕特森把推销术本身发展成为一门新的学问。根据推销员不是天生的、而是造就的这一原则，他开办了据说是第一所训练推销员的学校。他用公司的钱把推销员们集中到代顿工厂附近一所学校的旧址。他以定期推销大会的形式组织鼓动性的集会。帕特森看不起那种单凭经验强行推销的老办法。他说，推销员最好的工具是熟知自己的产品。与此同时，他还强调一些看来似乎无关宏旨的因素的重要性，诸如推销员的外表等等。有时，他会花公司的钱为一个推销员买一整壁橱衣服。他善于使用口号，其中有些口号是批评“钱箱的弱点”的。他还编写推销技术入门书。“每个商店都有一个需求，人们一旦发现这个需求，国民现金出纳机公司就会多卖出一台机器。”“你为你的生命买保险。但为什么不同样为你的钱买保险呢？一台现金出纳机就可以帮助你达到目的。”

帕特森首先提出推销定额的概念，并划分“保证区”，在这个区域里，每做成一笔买卖，该区的推销员都可以得到一份佣金，而不管这笔生意是由谁成交的。这样做能在推销员中激发起对公司的亲切感，并避免他们之间出现破坏性的竞争。每一个保证区都有一个推销定额，这是根据该地区人口、银行清算额及以往销售情况，经过统计而确定的，该区的推销员应当完成这个定额。帕特森认为，定额制度将使销售工作减少推测成分，立足于牢固的数学基础之上，这样，就可以大胆地安排生产。完成定额也是加入帕特森“百分俱乐部”和“国民现金出纳机公司荣誉团”的基本条件。

在“这样做值得！”的口号下，帕特森精心制定了一个代价高昂的雇员福利和娱乐计划。他为职员们提供公司娱乐室，举办公司聚餐和野餐，在公司礼堂里开设课程，举行音乐会和演讲会。他把厂区布置成一个“工业花园”。他用道德、健康和爱国主义激发职工们的热情。当医生劝帕特森每天做健美体操时，他也要求公司的其他管理人员每天清晨五点和他一起锻炼。一直到他七十八岁去世为止，他总是那样生气勃勃，精力充沛。他可以说是开拓型推销商的完美典范（如果不是漫画式人物的话）。

现金出纳机的销售量与日俱增，远销全国和世界各地。与此同时，机器本身也不断有所改进，这就使人们的“数字意识”更强了。还在很早的时候，帕特森本人就为机器增添了一个给顾客打印收据的装置。更具有长远意义的是，机器后来新增添的装置可以自动为店主提供多种数据的总额，其中包括每个售货员的销售额，不同种类买卖的销售额以及不同部门的销售额。商人们现在掌握了有关自己生意的最新的可靠统计数字，可以精确地算出利润和亏损，并查出造成盈亏的原因。这些数据为商业会计学的革命提供了条件。越来越多的工人和雇员开始从量的角度考虑他们的活动以及他们的产品和收入，他们把自己置身于新的统计社会之中了。

和现金出纳机同时问世的还有计算器。早在古代，世界上就有人试图制造这种机器了。很久之前，人们就造出了算盘。十六世纪早期，苏格兰数学家约翰·内皮尔做出一个原始的计算装置，这就是计算尺的前身。该世纪晚些时候，法国哲学家兼数学家布莱斯·帕斯卡尔发明了一种装置，用一个转盘把数字组合起来。十九世纪初，性格乖僻的英国天才查尔斯·巴巴奇——剑桥大学的数学卢卡斯教授——从统计学和天文学的角度出发，也对计算机器发生了兴趣。他想制造一台“差别机器”，这种机器应能进行计算、储存计算过程，并记录结果。他消耗掉政府一万七千英镑，但终告失败。

为了应付银行家和商人的日常需要，美国早在十九世纪结束以前就广泛使用计算机器了，但美国的计算机器并不是天文学家和数学家发明的，而是出自机械师之手。美国的发明家们试着改进一种通过按键就能很方便地记录数字的机器。一八五七年，一个由键盘操纵的“四则加算器”（请注意，不要把这台机器和伊莱泽·赖特的运算器混为一谈）得到了专利权，但这机器并不实用。因此，对一种实用的用键盘操纵的计算机器的需求，就象对打字机的需求一样，激起无数能干的机械师以及乐观自负的狂人的热情。终于，有一个叫多尔·费尔特的年青人，忽然受到他操作的棘轮进给式刨床的启发，要制造一台使用棘轮的计算器。他把一个旧的通心粉盒子、从卖肉人那里拿来的烤肉叉、五金店里买的U形钉和当弹簧用的橡皮筋组装在一起做成了这种机器的第一个模型，并于一八八七年取得了专利权。这就是第一台键盘操纵的实用的多级（即在键盘上，个位、十位、百位等数字部分别排列）业务用计算器。费尔特推销的这种机器很快就成为美国财政部和纽约州气象局每日必用的机器。

现在需要的不是仅仅能够计算、而是还能够记录下各个项目并打印出其结果的机器。当时工业领域最引人注目的成功事例之一就是这个问题的解决。威廉·巴勒斯一八五五年生于纽约州北部一个贫困的专门制造铸件模型和发明品原型的工人家里。年轻的巴勒斯在奥本银行工作，花很多时间把一行行的数字相加起来，他深感这项工作单调乏味，很容易出差错，需要不断地检查错误。后来，他的身体垮了，医生建议他把生活搞得活跃一些。于是，巴勒斯来到西部圣路易斯，并在一处机械工场里找了一份工作。

巴勒斯二十六岁时，一方面受到他当过会说话的加数机这种不愉快经历的驱使，一方面受到父亲店里那些喜爱幻想的发明家们的激励，决心发明一个既能相加、也能记录的机器。一八八八年，他为自己的一台记录相加器取得了专利权，还说服圣路易斯的几个商人筹集了十万美元生产这种机器。经过多次耗资巨大的试验以后，巴勒斯等人到一八九一年才造出五十台机器。

然而，据已勒斯的一位合作者说，他“爱机器胜于爱美元。”公司里传说，当他发现他们造的机器没有达到他预期的标准时，他就把它们全部从仓库里拿出来，一台一台地从窗口扔到下面的人行道上。尽管如此，他依旧锲而不舍。一八九二年，他又取得了一项专利，这次是一种改进了的型号，能够把计算过程中的每一个数字以及最后的总数都打印出来。一八九五年，巴勒斯的公司卖掉了二百八十四台机器，大部分是卖给银行的；第二年，他以二十万美元的价钱卖掉了这项英国专利权。但是过度劳累使巴勒斯在奥本银行工作时患上的肺结核恶化了。他死于一八九八年，没来得及收取他的大量利润。八年之内，巴勒斯记录相加机的年销售量已达五千台。到一九一三年，公司已有了二千五百名雇员，年销售额超过八百万美元，比所有竞争者的销售总额加起来还要多。巴勒斯的机器开始销往全世界。

被巴勒斯称为“出纳员”的机器还只是第一步。几年之后，首台穆恩—霍普金斯会计机把打字机和记录相加机融为一体，加快了算帐和开具帐单的速度。现金出纳机和计算器使商人们得到了有关本身企业的最新精确统计数字。这种机器今后还将经历无数次的完善和改进，但是现金出纳机和计算器已经使美国的商业和会计体制同它的生产体制一样，具有自己的独特之处了。

当自动化已广泛实现，电子计算机也已经象相加机一样普遍使用的时候，美国人的工作以及他们的思考方法又发生了新的变化。一九六七年，当第一台在商业上取得成功的会计机问世后仅仅半个世纪，美国的现金出纳机和计算机的年产总值已超过了四十五亿美元。当人们随时可以得到有关任何东西的数量的最新最精确的资料时，也就难怪商人和消费者要从量的角度考虑问题了。

二十四 收入意识

美国人发现，以收入多寡为标准把人们分成等级是非常适宜的。然而，直到出现了现代工商业，金钱以及可以随意处置、可以替代并且日益单一化的财产形式被赋予新的重要性时，社会范畴内的“收入等级”才显示出它的意义。十九世纪之前，“收入”这个概念在旧大陆的作用微不足道，人们只是间接地用它来衡量财产所有权以及在社会中的利害关系，或者间接地把它作为选举改革的基础。“四十先令才能保有地产”这种英国说法和与之类似的选举资格检验标准，与其说是检验人们的收入，不如说是检验财产所有权。在一八三九年的英国文学作品中，塞缪尔·沃伦那风行一时的讽刺性传奇《一年赚一万》达到家喻户晓的程度；查尔斯·狄更斯、安东尼·特罗洛普及其他描摹社会风俗的小说家主要利用收入的数目来刻画新发家的富翁们，他们的财产到手时间很短，所以很容易估计。“百万富翁”这个词是从法语传入英语的（通过本杰明·狄士累利一八二六年所著的《维维安·格雷》一书），此后不久，这个词便成了美国人的常用语。但是，由于这个词表示的是一个人的“价值”，即这个人的全部财产，而不是他的年收入，因此它也是旧大陆用以估价财产和生活状况的一种典型方式。

美国人性好迁徙，他们在新大陆定居未久，经常迁来迁去，社会地位也不断升降浮沉，对于他们来说，“收入”这个衡量标准用起来比财产或资产更方便，适用范围也更普遍。就确定生活水平而言，收入是最准确的尺度，可以非常方便地表明某人是在标准之上还是在标准之下。然而，美国人在被纳入“收入等级”之前，必须知道自己究竟收入多少美元。二十世纪，美国人开始被要求必须知道自己的收入额。“收入意识”不再仅仅是技术或政府统计的副产品，而是一种公民义务，如不履行，就要受到罚款或监禁。

早在一六四三年，新普利茅斯殖民地开始“根据一个人的财产或本领”征税。对美国人的收入，也就是挣钱“本领”（这是当时的术语）征税的基本概念，就是在那时形成的。三年后，这个殖民地率先对商人和工匠的“利润和收益”征税，其它殖民地也起而效法。实际上，“本领”税起源于中世纪。从现代的观点来看，这种税并非所得税，因为纳税人不得以亏损抵销收益，而且被征税的只是某些种类的收入。从这种税收所得的数额一直有限。直到十九世纪中叶，才出现了与现代所得税基本相似的税。一八四一至一八五一年间，六个州开始征收某种形式的所得税。例如，弗吉尼亚州在一八四三年通过一项法律，向年薪或一年职业收入超过四百美元的人征收百分之一的税，对利息则征收百分之二点五的税。

在英国，威廉·皮特于一七九八年至一八一六年期间征收所得税，以资战争之用，后来又曾征所得税来应付特殊的和暂时的需求。美国国会仿效英国的做法，于一八六一年通过法律，征收所得税充作南北战争的经费，按照这项法律，收入超过八百美元者要缴纳百分之三的税。但当时的财政部长萨蒙·蔡斯抱怨说，由于缺少统计数字，税款数额无法确定，因此他始终没有实施这项法律。一八六二年，国会再次通过征收所得税的法案，联邦政府第一次真正征收所得税。这项法律规定，年收入六百美元者可免税，年收入六百至一万美元之间者须缴纳百分之三所得税，年收入一万美元以上者须缴纳所得税百分之五。反对征收任何形式所得税的人的基本观点是，征

收所得税具有调查个人私事的性质，这同一个人自由民族是不相容的。此外，还有人反对激进的累进税制新原则。南部邦联也开始征收所得税，对年收入超过一万美元的某些阶层规定的税率高达百分之十五以上。

联邦政府征收所得税的一个特殊障碍是，美国宪法规定，国会除按人口比例征税外，无权征收“直接”税（第一条第九款第四项）。为了绕过这个障碍，最初一批所得税鼓吹者竭力强调，所得税根本不是直接税，而是“间接税”。为筹军费而征收所得税的法律（国会于一八六四年重新通过时提高了税率）于一八七二年期满之后即告失效。此时，爱国主义和战争需求的压力不复存在，反对所得税的新运动增强了势头。一八六九年二月九日，纽约《论坛报》宣称：“在我国所有的税收中，要数所得税最可憎，最可厌，最侵犯个人权益，也最不公平……它是向诚实征税，同保护人民的原则全然相悖。这种税将使生活中优秀的东西荡然无存。”南北战争结束后，政府财政状况好转，国债减少，似乎不再需要征收所得税了。正如特派税务官戴维·艾姆斯·韦尔斯于一八六九年指出的那样，公众之所以要求征收所得税，主要是由于在这个三千九百五十万人口的国家里，缴纳所得税的只是二十五万人。但是，这二十五万人有权有势，因而征收所得税的法律也就在一八七二年三月十五日期满失效了。

此后，美国税收体制把联邦税收的全部重担压在消费上。无论对财产还是对收入，联邦政府概不征税。与此同时，巨大的财富积累起来了。及至一八六三年，仅纽约市就有几百人号称拥有一百万美元；而在此以前二十年，全美国也找不出二十个百万富翁。一八六三年，纽约百货业巨头A.T.斯图尔特（他的资产达五千万美元）上报联邦政府的收入额是一百八十四万三千美元。这笔个人收入在当时全国收入中所占的比例，比两千五百万美元在一九二九年全国收入中占的比例还大。刚刚流行起来的报刊不断登载有关这些大富翁的实况和传闻，他们的辉煌成就和蠢行都被大肆宣扬，结果，公众要求征收所得税的呼声越来越强烈了。

在威廉·詹宁斯·布赖恩和其他反对“那些东部富豪”的人们的精心组织下形成了一股公众压力，终于把一项有关所得税的条款纳入了一八九四年的威尔逊—戈尔曼税收法案。年轻的布赖恩自称“身披正义事业的甲冑”，他作为鼓吹征收所得税的国会议员，受到全国人民的注意。纽约富翁沃德·麦卡利斯特（把美国社会上流集团称为“那四百位”的就是此人）自命为那些因年收入超过四万美元而将被征收百分之二所得税的人们的代言人。他威胁说，如果国会通过征收所得税的法案，他就离开美国。布赖恩针对这一点在众议院发表讲话作了答复：

在我所知道的所有卑鄙之徒中，还没有一个人竟然卑鄙到如此程度，以致我要说，他的爱国心的深度还不足百分之二……如果说，我国“最优秀人物”中的某些先生们竟宁愿背离祖国也不肯缴纳百分之二所得税，那么，请上帝怜悯那些最低下的坏人吧！

……这些“好人”带着他们的钱财远走高飞是件好事，免得他们在这里散布有害影响，流毒四方……所以，让他们一走了事好了——他们既然在高开自己生长于斯的国家时竟能不怀丝毫憾意，那就让诗人的诅咒伴随他们而去吧。

——所得税制于是成为法律。

但就在第二年，最高法院又宣称所得税是一种“直接”税，因而是违宪

的,因为所得税并非按人口比例向各州摊派(见《波洛克诉农民信贷公司案》。一八九五年)。由于这一判决,布赖恩在一八九六年大选中喊出了反对“司法部门篡权!”这一战斗口号,所得税也因此而成了全国瞩目的议题。

经过整整一代报人对丑事的揭发,经过艾达·塔贝尔的《标准石油公司史》(一九〇四年)、林肯·斯蒂芬斯的《城市的耻辱》(一九〇四年)和古斯塔夫斯·迈尔斯的《美国巨额财富积累史》(一九〇一年)等书的启发,美国人才认识到建立所得税制的必要性。一九〇九年,一项宪法修正案提了出来;一九一三年,国会通过了第十六条宪法修正案,授权国会对任何来源的收入课征所得税,无须考虑任何人口因素。

围绕所得税的争论促使美国人越来越倾向于用数字来说明自己的物质福利状况,在关于所得税是否公正的辩论中,人们为了证明自己的论点,终于把注意力转到财富分配与收入分配方面的统计数字上来。威尔福德·伊斯贝尔·金博士在《美国人的财富和收入》(一九一五年)这篇论文中,对主张所得税的那些论点做了一个总括,结果这篇论文被税制改革派奉为经典。金博士说,美国之所以需要实行所得税制,是因为财富越来越集中在一小部分人手中。他指出,在一八九〇年,占总数百分之一点六的美国最富裕家庭获得全国收入总额的百分之十点八,到一九一〇年则增加到百分之十九。此外,百分之八十八的美国人在一八九〇年获得全国收入总额的百分之六十五,一九一〇年降到百分之六十二。金博士对社会各阶层一九一〇年收入的估算表明,占总数百分之六十五的最贫穷美国人仅获得全国收入总额的百分之三十八点六,人均收入一百九十六美元,而占总数百分之二的最富者则获得全国收入总额的百分之二十点四,人均收入为三千三百八十六美元。第一次世界大战爆发后,对税收的需求急剧增大,所得税的税率便随之提高。不同社会集团的收入额,更加成为公众辩论的焦点。当时的一位经济学泰斗说,一九一七年通过的战时税收法乃是基于“迄今未在财政方面贯彻实施民主原则”。这一次,所得税制终于固定下来了。

为了依法纳税,所有美国人都必须把自己纳入某个“纳税等级”,这样,他们对收入额越来越敏感了。不消说,他们已把自己置身于某个新的统计社会。自此之后,如果某个美国人自称与另一人属于同一“等级”,谁部明白他指的是什么。到了一九七〇年,美国出版的案头词典中,“bracket”(等级)一词增加了这样一条释义:“一个等级或集团,尤指接收入额划分的等级或集团。”

随着时间的推移,越来越多美国人必须缴纳所得税,或至少要提交所得税申报书。一九一三年,只有不到百分之四的美国人提交个人所得税申报书;一九二〇年,提交所得税申报书的美国人超过了百分之七,一九四〇年更增至百分之十一;及至一九四五年,提交所得税申报书的美国人达人口总数的百分之三十六,占劳动力总数的百分之七十五以上。到了一九七〇年,总人口百分之六十以上的美国人,也就是约七千五百万美国人,都要提交所得税申报书。法人所得税申报书另属一类,一九一三年提交的此类申报书仅为三十万份,一九五八年超过了一百万份,一九六八年更达到一百五十万份以上。与此同时,联邦所得税在联邦税收总额中所占的比例也不断增大。二十年代末,个人和法人缴纳的所得税已占联邦税收总额的三分之二,是联邦政府预算的主要部分。这样,在制订政府活动计划时,不可避免地越来越依靠对个

人及法人收入的估算。一个小小的估算错误，就可能导致巨额赤字。

随着收入意识的深入人心和均化收入的运动日益开展，各州先后通过了各自的所得税法。一九一一年，威斯康星州开始试行征收所得税；一九一六年，纽约州的所得税成为该州税收的主要来源，一般财产税退居第二位；到了一九七一年，哥伦比亚特区和几乎所有的州都征收所得税了。为了提交联邦税申报书，美国人必须算出自己的收入额，这样各州征税就有了便利的依据，不必再制定各自的税收细则，只消按联邦税的一定比例征收所得税就可以了。

二十世纪中叶，在外国来访者看来，美国文化中最奇怪的现象莫过于美国人填写所得税申报书时竟那般一丝不苟。在欧洲大陆、中东或其它地方，如果有哪位富人一笔不拉、老老实实在地填写纳税申报书，必然会在社会上引起轰动，但这位富人的声誉却未必会因此而提高。在美国则不然，甚至连职业赌棍、骗子、匪徒（这些人是靠于违反州和地方法律的勾当搞钱的）都把他们的非法所得向联邦政府申报不误，以免触犯联邦税法而遭受处罚。臭名昭彰的黑帮头子、“头号公敌”艾尔·卡彭就是由于未交联邦所得税，终于受到法律制裁。

“持有证书的公共会计师”这个新职业的出现，表明了美国公众必须而且愿意遵守所得税法。在十九世纪中叶的英国，出现了第一批“领有特许状的公共会计师”，他们不但满足了因一八四五年和一八六八年新颁布的公司法而产生的需求，而且使公众免受公司伪造资产负债表之害。甚至在此之前，美国就有了“公共簿记员”，但南北战争结束后，各公司面对着本州和联邦政府那急剧扩大的法律网，商人们感到仅有簿记员是不够的。美国历史最久的会计公司——巴罗、韦德和格思里公司——大概是一八八三年在纽约市成立的。一八九六年，纽约州颁布法律，设立授予公共会计师资格的官方考试。随后，其它各州纷纷效法，会计师组织终于在一八九七年宣告成立，并于一九二二年召开了首次全国会议。然而，在联邦所得税法颁布之前，会计师和审计师的人数一直不多。

为了避免被最高法院指为违宪，一九一九年制定的法人所得税法极其复杂，于是对会计师的需求大量增加，然而，在一九一三年通过所得税修正案之前，这项法律始终没有得到实施，实际上也没有要求各公司对收入做精确的记录。依照所得税修正案通过的有关法律是持有证书的公共会计师们协助制订的，他们此时已经深深卷入了公司事务，但最初只是负责编制纳税申报书。这些会计师熟悉了大公司的内部情况后，就不但对公司会计程序说了算，而且左右着公司的关键性决策。

第一次世界大战期间的超额利润税和税率的提高，使得会计师这一行更加不可缺少了。一九二四年，税务申诉局裁定，只有持有证书的公共会计师（以及代理人）有资格代表纳税人向其提出申诉。此时的公共会计师既有势力，又受人尊敬。在这个行业问世后的头五十年里，持有证书的公共会计师大约六万名，到一九七二年，这个数目翻了一番。一九二一年美国商界会计师和审计师的人数约两万，到本世纪中期增加了十九倍，达到近四十万人。

即使处于较低收入等级的美国人，也纷纷求助于遍及全国的纳税咨询服务机构，其中规模最大的是H.和R.布洛克公司，一九七二年拥有六千四百八十六个纳税申报书编制处，共编制个人所得税申报书七百六十万份，收入总额将近一亿美元。因为许多人被纳税规则搞得懵头转向，为他们而写的应时

自学手册，如 J.K.拉泽的《你的所得税》之类，也就成了畅销书。

既然有了关于个人收入的统计数字，就能够从定量角度着眼，用新方式思考全美国的福利问题了。越来越强有力的改革派把收入统计数字当作武器，艾萨克·鲁比诺就是这样做的。一八九三年，十八岁的鲁比诺从俄国来到美国，在哥伦比亚学院和医学院读书，此后就在纽约市穷人中间行医。他一直猜疑穷人患病不仅是医学问题，而且也是经济问题，于是就着手分析有关统计材料，成为研究实际工资变动趋向和购买力分配问题的先驱。鲁比诺对一九一四年到一九一七年期间的收入数字进行了详尽研究，结论是：尽管工人的货币收入和生产率有了很大提高，但他们从收入获得的购买力却提高得很少。他引用了有关所得税的统计数字，指出工人的收入在社会收入总额中所占的比例越来越小。最初鲁比诺把这些事实视为证实社会主义理论的论据，他说：“那些今天看来与美国抵触的东西，明天很可能变为非常美国化的东西。”但是，他渐渐得出这样一种结论：借助统计学，可以找到一种应付工业社会所有风险的办法。他论证说，可以接受保险的项目不应只包括工业事故，而且应当包括疾病、老年、死亡和失业。在《事故标准表——确定赔偿率的依据》（一九一五年）一书中，鲁比诺力图为最广泛的社会保险提供依据。他呼吁建立新的保险方式，以便减少穷人和老年人的风险；此外，由于二十年代俄国发生的一系列事件打破了他对社会主义的幻想，他又想出种种办法，把这些构想纳入美国的有关体制。在三十年代经济大萧条时期，他拟订了全国失业保险规划，并协助起草了《联邦社会保障法》。在所得税修正案通过后的十年内，“国民收入”这个新术语开始为经济学家所用，而且出现于比较深奥的政治演讲之中。这个新术语和这种新概念的发明者是富于想象力的学者们，他们研究的是新兴的社会学科，并且建立学术机构，搜集定量材料，探索其中的含义。这些新建的经济学院在确定美国人对定量标准的信念上所起的作用，正相当于美国新建的法学院在确定美国人对立法的信念上所起的作用，而立法是被视作塑造社会的手段（哈佛法学院的院长罗斯科·庞德称之为“社会工程学”）。一九一九年，一群才华洋溢的新兴社会“科学”研究者（经济学家韦斯利·米切尔和阿尔文·约翰逊，历史学家詹姆斯·哈维·鲁宾逊和查尔斯·比尔德，社会学家索尔斯但·维布伦）在纽约建立了社会研究新学院，办校宗旨是“所有领域的科学研究，都不应把主要力量放在证实已被人们接受的思想，而是应当主要致力于发现新思想，探求应用新知识匡正时弊、满足人类不断增长的需求的各种方法。”

过去，准曾见过哪个国家的学术权威们使用这种标准进行这样的探索？数字这种中性语言，一旦运用新的统计学词汇，便能促进自由的思考方法，一九二一年，美国电话电报公司的首席统计学家带头倡议成立国家经济研究局，其目的显然在于对公共福利问题进行定量研究。国家经济研究局的理事会包括各种社会哲学体系的信仰者，从公认不讳的社会主义者，到美国银行家协会的代表，一应俱全，由此可见美国人普遍相信统计学具有补偏救弊的功效。

国家经济研究局成立不到一年，就发表了《美国的收入额及其分配，一九一九至一九一九》，这第一部全面研究国民收入的著作得出了这样一个严肃的结论：战时收入的增长幅度并不象一般想象的那样大。国家经济研究局指出，尽管人均货币收入从一九一九年的三百一十九美元增长到一九一八年的五百八十六美元，但按照一九一三年的物价计算，人均实际收入仅从三百

三十三美元增长到三百七十二美元。这部著作还指出，在同一时期里，收入出现均化趋向：一九一三至一九一六年，居于最高收入等级的百分之五人口的收入占国民收入总额的百分之三十三，而一九一八年至一九一九年则下降到百分之二十五。

不久，其他一些经济学研究者效法国家经济研究局，也开始从事国家福利问题的探讨。布鲁金斯学会这个具有美国本色的机构，是自学成才的圣路易斯实业家罗伯特·布鲁金斯创建的，此人靠经销木器发了财，四十六岁时停止经商，把他几百万家财投入慈善事业。布鲁金斯在老友安德鲁·卡内基的做法启发下，创办了华盛顿大学医学院，这家学院为美国的医学教育树立了新的标准。第一次世界大战期间，布鲁金斯负责领导伍德罗·威尔逊总统设立的定价委员会，并因此对统计学产生了兴趣，在七十岁高龄时，开始钻研经济学。一九二八年，他在首都创建了布鲁金斯学会，旨在“搜集和解释有关经济的基本事实，并以清晰、理智的方式将其展示于公众，因为人们有必要对这些事实作出判断”；此外，还向政府政策决策者提供事实。就解释统计数字而言，这个不依靠政府资助的学会成了美国最有用、也最有影响力的机构。

战争时期，美国政府迫于需要，增设了搜集统计资料的机构。到一九二一年，已经积累起了极大量的最新统计资料，韦斯利·米切尔称之为“规划统计数字”。一九一三年在劳工部之下设立了劳工统计局，成为一个重要的统计资料来源。二十世纪三十年代的经济大萧条来临时，华盛顿的官员们已经对“国民收入”这个概念相当熟悉了。一九三二年，商务部之下设立了国民收入局，“在领取救济食物的穷人上街排起长队之际……认真研究大萧条究竟严重到什么程度。”正是从这个时候起，联邦政府开始每年公布有关国民收入的估计数字。主持这些最初研究工作的是经济学界先驱人物西蒙·库兹尼茨，他提出了“国民生产总值”这一概念。“国民生产总值”这个术语首次出现于一九四六年，此后便成了衡量美国经济状况的新标准。其他经济学家根据库兹尼茨的计算结果（库兹尼茨由于这些计算结果而获得了诺贝尔奖金），进一步把这种衡量标准应用于美国以往经济情况的研究，以期找出经济发展趋向。六十年代，“GNP”（“国民生产总值”的英文缩写）被收入美国词典，成为美国习语，按照统计数字进行思考的方式流行之广，于此可见一斑。

二十五 重新认识贫困

新教教义和近代资本主义的兴起，从某种意义上把“致富”所需的个人素质变成了美德，因而，人们开始对“贫困”有了新的认识，当然，“应当受到救济的穷人”一向就有，这些人之所以穷，并非出于自己的过错，而是疾病或灾祸造成的。然而，直到十九世纪很晚时期，英国和美国还普遍流行这样的看法：只有当人们陷于经济绝境，不得不靠公众赡养或对社会造成威胁时，政府才应该对他们加以关照。旧时的《济贫法》旨在防止有人饿死和预防犯罪。济贫法同有关公共卫生的法规一样，主要目的在于使富人生活得安全、愉快，而不是改善穷人的生活。

如历史学者罗伯特·布伦纳所说，在整个十九世纪，慈善家们所致力的是济贫，而不是帮人摆脱贫困。美国和英国的济贫计划都蒙着道德主义和宗教的色彩。但由于美国人对新大陆存在的机会充满信心，因而“自助”和“勤奋”这类老式道德观念有所增强。在美国，贫困应当只是通向安适甚至富裕生活的中间站。本杰明·富兰克林极力主张：“对穷人行善的最好方法，不是使他们安于贫困生活，而是引导或驱赶他们脱离这种生活。”除了最不走运的人而外，只要有谁立志摆脱贫困，他就一定能做到这一点——这是一条被事实和传说所证实的美国公理。

上述这种以个人为核心的观点用个人失败来解释贫困，而且认为贫穷的后果主要由个人承当。随着美国人对生活水平越来越关切，这种观点便显得格格不入，越来越不符合美国的实际情况。由于衡量个人生活状况的标准不是财富，而是生活素质和生存机会，所以穷人的贫困对周围境况较好的人来说也是一种不幸。这些境遇较好的人难道不会因此失去可靠的公民同胞，以及可能成为主顾、客户和病人的邻里吗？此外，他们还会丧失一个知足而有教养的社会所能提供的种种好处，丝毫不能分享美国同胞勤奋、努力和创造性的成果。当然，真正的美国生活水准还应包括不受疾病、暴力、罪行的威胁，不受昔日那种“在伦敦街头纠缠不休的穷汉”的骚扰，而正是那种人在殖民时期促使佐治亚的慈善家们跑到这里来行善，在美国，对社会构成威胁的不仅是赤贫（衣食无着），而且是穷困（未能充分享用机会）。

到了十九世纪中叶，在欧洲和其它地方，反对从个人成败解释贫困的激烈主张已经开始采取社会主义的形式，并触发了反对整个经济制度的革命。美国虽然也出现了一些革命呼声，但在对待贫困的问题上，那些比较强调社会因素的观点则往往采取其它表现形式，由于国外的推动和促进，人们开始重新认识整个贫困问题，“依赖”（即那些无力照料自己衣食住的人们给社会造成的负担）这个老问题变成了以“匮乏”为主要内容的新问题。原来美国人主要操心的是，需要政府付出多大代价来防止穷人饥饿或偷窃；到了二十世纪初，美国人渐渐转而更关心起那些因为得到的“一般必需品太少而不能使自己处于最佳状态”的人们来了。这是社会工作先驱罗伯特·亨特的话，亨特对贫困所下的经典定义是：“贫困即缺乏适当的食物、住所及衣服。”

热心公益的英国船主查尔斯·布思的不朽之作《伦敦人的生活及劳动状况》（共十六卷，一八九一年至一九一三年），对美国人起了促进作用。这部书“用数字”展示了“贫困、苦难和堕落同固定收入和相对舒适生活之间的关系，并描述了各阶级的一般生活状况”。正是这部著作导致了英国《养

老金法》（一九〇八年）的产生。布思在书中并没有进行道德说教，而是列举了他在伦敦走街串巷辛苦得来的最新统计数字。他估计大约有百分之三十的伦敦市区居民实际上生活在贫困之中，这使得自满的伦敦人大为震惊。布思又进一步对贫困追根寻源，证明疾病和失业是造成贫困的主要原因，相比之下，酗酒这个因素是微不足道的，从而否定了道德说教家们的陈词滥调。总之，布思的著作表明，可以用统计数字来“科学地”探讨这个充满感情色彩的问题。

美国人紧步布思的后尘，试图利用新的大量统计数字和新的社会学说，来探索美国的贫困现象。学者、牧师、分属各个政党的政界人士，普遍都对布鲁厄姆勋爵所称的“人数众多的被剥夺权利者”显示出前所未有的关心。一八九二年，国会采取了向无先例的行动，责成劳工局长（联邦劳工局是一八八四年成立的）对居民人数超过二十万的各城市的贫民区的状况进行调查。取缔酒馆派声称酗酒是导致贫穷的最主要原因，这话究竟有多少道理？酗酒问题五十人调查委员会采取了新的方法，针对酗酒问题进行调查，分析了有关贫民区娱乐消遣设施的大量事实真相，写出了题为《酒馆的替代物》的报告（一九〇一年）。

在这之后，美国人又就黑人的状况、低级公寓的状况、童工的状况以及劳动妇女问题进行了大量专门研究，搜集了大量统计数字。在重新界定贫困的含义的运动中，罗伯特·亨特是一位颇有说服力的发言人。亨特先是在芝加哥慈善会做事，后来又回到纽约市贫民区工作。他写的《贫困》（一九〇四年）一书一炮打响，取得巨大成功。H.G. 韦尔斯称之为“所有美国富裕成年人的必读书”。书中列举了大量有关赤贫现象、接受慈善团体施舍的人数、贫民的丧葬情况和工资率等方面的统计数字，展示出美国贫困现象的严重程度和所造成的后果，亨特在书中得出了令人震惊的结论：在人口总数约为八千万的美国，至少有一千万人过着“贫困生活”。亨特这种以数字说明问题的调查研究，同威廉·格雷厄姆·萨姆纳等人那种更为传统的美国观念大相径庭，萨姆纳认为，实际上不可能对“穷人”下一个令人满意的定义。萨姆纳和其他一些美国人担心，所有那些轻易订下的定义只不过表达了改革者的热忱和“社会谬论”。然而，亨特所坚持的那种统计学观点——即可以根据收入是否在规定的最低水平之下，确定哪些美国人是穷人——引起了人们广泛的注意。另有一些人根据更可靠的个人及全国收入状况的统计资料，对穷人的境况下了更确切的定义。

一九〇九年，《匹茨堡调查报告》对匹茨堡工人生活状况所作的一次极其详尽的调查，成了其它调查报告的样板。美国这种从社会和科学的角度着眼的新兴慈善事业得到了一位富于开创精神的实业家拉塞尔·塞奇的资助。塞奇于一八一二年出生在一辆西进的大篷车里，几乎没有受过什么教育。最初，他从事食品杂货业，后来又同杰伊·古尔德合伙，搞起了轰轰烈烈的铁路事业。塞奇晚年致力于慈善事业，他逝世后，妻子用他的财产设立了拉塞尔·塞奇基金，用于“改善美国的社会及生活状况”。拉塞尔·塞奇基金会作为对待贫困问题的社会新措施的象征，其宗旨是“尽可能根除贫困和愚昧的根源，而不只是减轻穷困者和愚昧者的痛苦。”

美国公众对贫困问题的关切始于一些社会工作者、热情的改革家和崇尚教条的社会主义者，及至二十世纪中期，这种关切已经扩展为国家政策的一

个重要内容。二十世纪三十年代的经济大萧条之后，任何一位总统候选人，都必须在竞选纲领中提出具体补救办法，保证不仅帮助衣食无着的赤贫者，而且帮助所有那些按美国生活标准来说缺少必需品的美国人，否则就不可能当选。仅仅一个世纪以前，热心于解决贫困问题的改革家多萝西娅·迪克斯，为了提请一些州立法者关心那些同精神病患者一道栖身于救济院和监狱的“贫民”的苦境，还遇到重重困难。一九三七年，富兰克林·罗斯福总统在他的第二次就职演说中，以洪亮的声音明确提出“全国三分之一的人吃不饱，穿不暖，住得差”。他向全国发出了警报，全国人民则悉心倾听他的呼声。

各种社会学学科的发展和大量统计资料的积累，使“美国穷人”这一根据统计数字划分出的社会集团有了更明确的定义。例如，奥古斯特·霍林斯黑德和F.C.雷德利克合著的《社会阶级和精神病态》（一九五八年）一书，通过对康涅狄格州纽黑文市统计材料的详尽研究，指出该市最贫穷的五分之一人口中，曾经就医的精神病例，比最富有的五分之二人口中的同类病例多两倍。此外，后者病例中的百分之六十五属于神经机能失调，仅有百分之三十五是更为严重的精神病，而在前者病例中，百分之九十都是精神病。这类研究以及有关饮食、健康、住房等方面内容更为明确的研究工作，在六十年代初达到极盛，是美国公众有组织地对贫困问题所表示的前所未有的关切。

社会主义作家迈克尔·哈林顿的畅销书《另一个美国》（一九六三年）集中表达了这种关怀，书中用大量统计数字证明，生活贫困的美国人在四千万至五千万之间，哈林顿给“穷人”下的定义是“那些生活水准大大低于可能达到的标准的人，即使他们过得比中世纪的骑士或亚洲的农民要好……按照我国目前科学知识所能达到的水准，那些生活在美国必不可少的医疗卫生、住房、食物及教育最低水平之下的人”。哈林顿对“穷人”所下的这种有说服力的、根据统计数字确定的意义，使读者感到震惊。

有关收入的统计数字是这类定义所依据的原始材料，下定义时按家庭成员多少，居住在城市或乡村，以及在美国的哪一地区而有所区别。过去，美国人一直把“穷人”视为正在走向成功、其成员不断流动变化、范围很不明确的社会集团，如今，它已成为一个根据统计数字明确划分出来的、其成员趋于稳定的庞大群体。根据统计数字确定的新定义并没有减弱社会上号召帮助穷人的激昂呼吁。过去出现过“德意志裔美国人”和“意大利裔美国人”这类称呼，如今又出现了“贫困的美国人”。

一九六七年一月八日，林登·约翰逊总统在他发表的第一篇国情咨文中提出：“本政府于此时此地此刻宣布，无保留地对美国的贫困开战。”国会制定了一项旨在消除贫困现象的庞大计划，仅为阿巴拉契亚地区就拨款十一亿美元，此外还成立了“美国志愿服务队”（在国内活动的和平队），为在社会中落伍的人组织了“就业团”，制定了“提前行动计划”以及其它许多计划。一班愤世嫉俗者想起美国人以往那些五分钟热情，不免把国会的计划讥称为“贫困工业”。有些人注意到，人们已把穷人称为“未能享受到正当权益的阶层”。政府各机构纷纷认可“穷人”的新定义，并正式承认按统计数字划出的“美国穷人社会集团”，甚至要求“穷困的美国人”向各消除贫困计划的管理单位派出“代表”。但出于传统的乐观主义，政府有关协调机构直至一九七三年被撤销之前，一直称为“经济机会管理局”。

一九五九年，劳工部在二十个美国城市进行了调查，目的在于确定一个“不过份、但要够用的”家庭预算，达不到这个标准的即属贫穷家庭。一九

六四年，社会保障总署根据农业部经济食品计划提供的数字，明确界定了“贫困线”。这些贫困线是根据由于家庭成员数目、年龄、居住在农村或城市等情况而形成的不同消费需求而分别界定的。商务部一九六八年规定的贫困线是：单身一人年收入不到一千七百四十八美元（农村地区为不到一千四百八十七美元），三口之家年收入不到二千七百七十四美元（农村地区为不到二千三百五十二美元），六口之家年收入不到四千七百零六美元（农村地区为不到四千零二十一美元）。人口普查局出版的《美国统计数字选萃》开始提供生活在“贫困线以下”的美国人的确切数字。一九五九年，美国人口总数的百分之二十二点四（三千九百五十万人）生活在贫困线以下，一九六八年降至百分之十二点八（二千五百四十万人）。人口普查局出版的《一九七一年数据手册》提供了牲畜数字、钢产量、汽车登记数字，此外还有一个“贫困发生率”统计图表。此时，收入意识已经变得如此深入人心，以致救济穷人的计划有时被说成是出于汪收“负所得税”的需要。

尽管对人们生活状况的估算越来越以统计数字为依据，但这并不等于一定就更鲜明、更能打动人心。哈林顿在结束对美国贫困现象的统计式描述时指出，即便美国穷人比他的估计少一千万，“也不能改变问题的实质”。在美国对贫困现象展开建国以来最自觉、组织得最好的战斗的同时，一些出身于中产阶级舒适家庭的充满浪漫色彩的青年感受到良心的重压，作出前所未有的努力，主动放弃美国生活标准，希望得到穷人所具有的“美德”。这样，他们也就否定美国文明的主旨，因为美国文明本身就是一桩反对贫困现象的宏大事业。

二十世纪六十年代，反对贫困现象的宣传家们通常利用大量统计数字来划定贫困线，确定“贫困的美国人”的标准。他们都认为美国的贫困是“不显眼”的。这其实是以另一种方式承认，在全国多地，美国人被共同的统计学分类法划分成一个个抽象地联结在一起的新群体，而原有的贫穷群体却湮没在这种分类法中，反倒看不见了。

二十六 智能的测量

“智力。参阅‘智力测验’条。”历史学家们翻阅一下权威性的十五卷本《社会科学百科全书》（一九三一年至一九三五年），想找出二十世纪最初几十年美国社会科学家对“智力”的看法时，就会看到这样一条解释。美国人在二十世纪煞费苦心寻求“测量”智力的方法，这最生动地显示出统计数字怎样盛行一时，以及美国人如何热衷于用以统计数字为基础的方式划分社会集团。

早在十九世纪七十年代，英国遗传学家弗朗西斯·高尔顿对人与人之间的差异非常着迷，极力推动“人体测量学”这门新学科的研究工作，并主张搞人体测量记录。一八八二年，他在伦敦南肯辛顿博物馆开设了一个实验室。只消交一点钱，任何人都可以在这个实验室中接受人体测量，包括视力、听力和反应时。一八九一年，美国心理学家詹姆斯·麦基恩·长特尔把一百名宾夕法尼亚大学新生所接受的测验称为“智力测验”，很可能这就是“智力测验”这个术语的最早出处。当时的测验项目包括视力、听力、反应时、后象、颜色视觉、音高辨别力、重量知觉、痛感知觉、时间知觉、动作准确性、知觉和动作速度、记忆力和想象力等。

一八九一年，年轻的人类学家弗朗兹·博亚斯刚从德国来到美国不久，便在克拉克大学校长、心理学家G.斯坦利·霍尔（霍尔急于把心理学确立为一门实用科学）的推动下，对伍斯特的一千五百名学童进行了测验，其中包括记忆测验，在一八九三年的芝加哥世界哥伦比亚博览会上，威斯康星大学的心理学家约瑟夫·贾斯特罗给与会者做心理测验。许多人出于好奇心，踊跃应试。一八九五年，美国心理学协会成立了一个委员会，以推动全国各地的心理学实验室就“搜集有关智力和体能的统计资料”进行合作。

美国的智力测验，也是二十世纪美国两项体制——民众教育和民众军队——的副产品，这两项体制都是民主化社会的表现形式，它们促进了以统计数字为基础的定量思考方式的盛行。美国公共教育的推广和公立中学的增多，使大批年轻人产生了上大学的愿望。然而，尽管中学是自然地升上去的，有时甚至是强制性的，但几乎所有大学都有选择地招收学生。一八九一年至一九二二年，美国公立中学入学人数增长了九倍多（从二十万左右增长到二百万以上），而大学入学人数仅只增长了三倍左右。从十五万增长到大约六十万）。在这种情况下，就需要找出新的择优录取的招生办法；也正是在这个时候，统计学产生了。

早在一八七七年，主张建立免费公立中学以使教育大众化的哈佛大学校长查尔斯·埃利奥特就预见到必须建立新的考试制度。只有依靠某种统一考试制度，大学才能选拔那些能从高等教育得益最多的学生入学。在美国，公共教育的课程和标准都由地方掌握，其千差万别的程度是欧洲教育工作者做梦也想不到的；美国在高考制度上遇到的问题和英国、法国的不一样，因为英、法申请上大学的人所学过的中学课程都是标准化的。由于美国联邦政府不负责教育，因此只能由某个有权威的民间组织来设立标准化考试了。

一八九一年，哥伦比亚大学的哲学和教育学教授尼古拉斯·默里·巴特勒提出了这方面的计划，当时他只是想使中学课程适应大学的需要。巴特勒事后回忆说：“那时候，公立中学刚刚得到普及和迅速发展。美国城乡各地

纷纷增建公立中学，很自然，这些中学都遇到了怎样使学生考取大学的问题。美国各大学都各行其是，摆着一副超然的姿态，对别家大学的方针政策、中学的需求以及公众的普遍利益一概漠不关心。”一九一一年六月，刚刚成立不久的高考委员会在美国的六十七处考场和欧洲的两处考场，对二百三十七所中学的九百七十三名报考大学的学生进行了首次统一考试。为使学生们取得艺术、簿记、音乐、速记、新闻、印刷、救护、家政、工艺、娱乐、体育等学科的学分，各新建中学的课程部大大增多了。然而，高考委员会出的考题却是传统学科方面的，如英语和化学，并按百分制严格打分，规定六十分为及格。

一九一五年，法国心理学家艾尔弗雷德·比内（他被巴黎公共教育部长任命为弱智儿童教育委员会委员）同另一位法国心理学家西奥多尔·西蒙合作，设计出一种通用的智力标准。比内提出一个崭新的设想，即人的智力随年龄的增长而增长，直至达到成熟期。基于这个设想，比内测试了大批儿童之后，计算出各年龄组儿童的平均测试表现，这样，把任何一个儿童的测试表现同平均表现相比较，便可得知这个儿童的“智力年龄”与他的真实年龄的差别。各年龄组儿童的测验标准，是根据百分之七十五的受测儿童能够通过测验这一原则确定的，这些标准测验被用来衡量“正常”儿童的智力变化情况。一九一八年，“比内—西蒙测验”已从法文译成英文，并传入了美国。一九一二年，德国心理学家威廉·斯坦提出，把受测者的智力年龄除以实际年龄，就可得出合用的“智力商数”。史丹福大学的刘易斯·特曼等人对“比内—西蒙测验”加以修改，搞出了美国标准“智力测验”。测量“智商”成了智力通用手段。

一九一七年，美国卷入第一次世界大战以后，迫切需要对入伍新兵进行甄别，于是产生了新的测验方法。美国心理学协会的一个委员会搞出了两种适用于人数众多的军人的测验方法，一方面剔除智力程度不够入伍资格的人，一方面可以找出那些比一般人聪明的“军官材料”。陆军A级测验是为懂英语的人设置的，陆军B级测验（测验者用手势把测验要求告诉受测者）则用来测试文盲和不懂英语的外国人。到一九一九年一月底，共有一百七十二万六千人接受了测验。虽然一九二一年以前没有正式公布过测验结果，但一九一九年泄露出来的消息引起了严重不安：百分之四十六点三的应征白人和百分之八十九的应征黑人只达到十二岁的“智力年龄”或十二岁以下。按照教科书上的解释，“智力年龄”在十二岁以下的成年人属于“弱智”。难道美国人中有一半都“弱智”吗？

在此之前不久，一些受人尊敬的心理学家提醒美国公众注意“弱智者的威胁”。其中以亨利·戈达德反对这种威胁的呼声最高，事实上，他就是设计陆军智力测验的那个委员会的成员之一，把“比内—西蒙测验”译成英语的也是他。一九一一年，戈达德对两千名正常儿童（新泽西州某镇的所有在校学生）进行了测验，根据测验结果，他对“比内—西蒙测验”做了修改，使其适合美国应用。戈达德把智力测验视为通往完美社会的途径，认为这种测验打开了优生学和社会改革的新天地。他说，对智力测验的抨击“只能使人一笑置之，就象医生对一个激烈指责体温表毫无用处的人一笑置之一样”。戈达德是心理学家，在新泽西州维兰德青少年犯罪教养所工作，他对五十六名“性格乖僻的女孩”进行了测验，这些被假释的女孩子年龄在十四岁到二

十岁之间。他发现，除了四名外，这些女孩子都是“弱智者”。此后，戈达德又在纽瓦克某个青少年犯罪拘留所随意挑出一百人进行测验，发现其中六十六人为“弱智”。于是，他匆匆作出了结论：弱智是犯罪的主要原因。

戈达德为传播自己的观点，写了一部耸人听闻的《卡利卡克家族》（一九一二年），书中描述了独立战争时期一位军人和一个“弱智”的旅店女招待的偶然结合，如何产生了深远的恶果。戈达德从这两个人的私生子（人称“讨厌鬼”）写起，历数他们的子孙后代都是些道德败坏者、妓女、癫痫患者、酒鬼以及各式各样的罪犯。作者向惊呆了的广大读者宣称，他只是对一个家族病史的统计资料加以“科学的”概述而已。他解释说，很早就有人提出了“弱智”与犯罪之间的遗传性关系，而他的这部著作只不过首次为这种说法提供了正确的科学依据。一八七七年，一位犯罪学业余爱好者理查德·达格代尔也写过一部关于遗传性犯罪的可怕著作，书名是《朱克斯家族——有关犯罪、贫困、疾病及遗传的研究》。达格代尔在书中宣称，一个道德败坏的家庭使国家花费了至少一百三十万零八千美元。一九一一年，人们意外地发现了达格代尔的手稿，从而得知“朱克斯”的真名实姓。一位研究者用了四年时间，搞清了“朱克斯”家族成员们往昔和如今的经历，《一九一五年的朱克斯家族》一书得出结论：“过去和现在”的朱克斯家族成员有一半是弱智者，此外，这个家族的犯罪倾向依然存在，而所有犯罪的朱克斯家人都是弱智者。

除这些“具有科学性的”文件而外，戈达德又提出了有关少年及成年罪犯智力测验的统计数字。就这样，戈达德在全国范围内引发了一场以控制弱智者手段的灭罪运动。限制移民协会及其它排外主义团体赞成戈达德的观点，而且利用四十五卷国会移民问题听证会记录中的有关原始统计资料，支持制订法律以拒绝接纳由于遗传因素而“不受欢迎的人”。

顺便提一下，一九一一年前后，戈达德创造并使用了“低能者”一词（这个词是从希腊语“愚笨”一词转化而来）。他根据智力测验结果，建议美国弱智问题研究会把成年弱智者划分为“白痴”（“智力年龄”在两岁以下）、“弱智者”（“智力年龄”为两岁至七岁）和“低能者”（“智力年龄”为七岁至十二岁）。人们认为戈达德为弱智者所下的定义未免过苛，而他坚持认为，他搞的智力测验正在测验着一切需要测验的项目，并相信只要立法者照他的主意行事，就会在防止社会犯罪方面创出奇迹。

但是，智力测验结果表明美国人中有一半是“弱智者”（陆军智力测验的结论），这究竟是怎么回事？难道这只是证明“智力测验”的功效，并不说明美国人的智力水平？甚至早在陆军智力测验实行之前，谨慎的学者们就非常担忧，认为针对弱智者的运动会把注意力过分集中在罪犯和妓女身上，从而不能忽略众多智力不高、但值得尊敬的公民。如历史学家马克·哈勒所说，陆军智力测验搞过之后，许多反对弱智者的人改变了看法。一九一八年，马萨诸塞州教养院的一位医生指出：“我们确实低毁了弱智人士。我所见过的一些最可爱、最漂亮的人恰恰是弱智的。”最后，甚至戈达德本人也怀疑自己可能夸大了智商低的人士对社会的威胁。

然而，第一次世界大战结束后，美国又兴起了智力测验热。尽管美国人受了一场“弱智者威胁着社会”的虚惊，尽管陆军智力测验曾使许多人对弱智者产生偏见，此时以新面目出现的智力测验却达到了前所未有的兴盛，以

至要对整个美国社会测试分类了。

第一次世界大战后，高考委员会不仅没有因公众对智力测验的嘲讽而畏缩，而且还采取了新的行动步骤。一九二四年，高考委员会的负责人注意到以往考试的范围过窄，指出了今后的方向：

许多大学希望了解申请入学者有关情况，尽管本委员会迄今尚未主持过直接测验，但这种测验正是为掌握这些情况而设置的，这些情况包括：

- 一、道德操行
- 二、健康状况
- 三、观察能力
- 四、思想敏锐程度
- 五、与他人合作及参加集体工作的能力
- 六、实验技能
- 七、用外语交谈的能力

一九二六年，高考委员会首次主持了“学能测验”，试图搞成一种较少拘泥于具体学科的“智力”测验，在此后十五年里，该委员会致力于制订一种考试体制，使其成为大学和入学申请者两方面都能信得过的预测手段。一九三五年，高考委员会修改了整个评分制度，不再按传统的百分制打分。新评分制度规定入学申请者的高考平均分数为五百分，然后根据分数高于和低于平均分数的被录取学生的百分比，按最低二百分、最高八百分的标准给考生打分。这种新评分方法带来的一个好处是，可以使用机器评分，不必再花费大量经费培训阅卷人。

到第二次世界大战爆发时，高考委员会不仅确定了高考内容考试方式，而且搞出了各种学能测验方法，一九四三年四月二日，在高考委员会主持下，三十一万六千名年轻士兵在一万三千个考场接受了V-12测验和A-12测验。专家们一致认为，这次对同一类人进行的测验，是有史以来规模最大、最为重要的一次，高考委员会成功地主持了这些测验之后，又着手其它工作。海军人事局和这个委员会签订了一项合同，由该委员会为一百项海军职务挑选合适的人员，这需要印刷一百三十三种试题、答卷和考试手册，共达三千六百万页。战争结束时，高考委员会主持了全国范围的复员军人考试。当时，成千上万行将退伍的军人，有的希望按照美国士兵权利法的规定上大学，有的愿意到威斯汀豪斯公司或百事可乐公司主办的训练班学习，也有的想进政府外事部门工作，或者到安纳波利斯海军学校或海岸警卫队学校深造。

考试被赋予了新的作用，涉及到全美国生活的各个方面。一九四七年，高考委员会和其它考试机构并入了新成立的教育领域考试服务中心，其宗旨是“在极需新的服务和考试的领域提供这种服务和考试”，并运用其考试方法对全国的人员加以甄别。一九五一年，该服务中心的负责人指出，“由于中学课程和大学课程之间的连续性渐趋消失”，学能测验较之过去更加不可或缺，并且现在这种测验本身似乎就能预测出大学教育的成功程度，在公众要求教育机会均等的压力下，和平时期又产生了新的入学人数问题，据服务中心的负责人称，一九五一年每个大学年龄组有大约五十二万五千人“智商在一百一十或一百一十以上，因此被认为有足够或出色的大学学习能力”。但是，这些人中只有二十一万上了大学，其余三十一万五千人则显然“由于

“缺钱或缺乏上学愿望”而没有上大学。既然测验证明许多美国人具有上大学的智能，但却得不到应有的教育，那么，只有建立新的全国性体制来资助高等教育，才能使他们进入大学，这种体制有双重目的，一是防止“浪费金钱”（指接纳智商低于一百一十的人上大学），二是避免“浪费人材”（指智商为一百一十五或更高的人未能上大学）。

一九五八年后，进入了智力测验执行者所称的“人造卫星时代”，这时美国社会对浪费人材产生了新的忧虑，开足马力寻找发现人材的方法；此外还涌现一股为时不长的追求优异学术成绩的热情。美国人能否变得象苏联人那样？有些人建议依照学能测验的格局搞“花费不大的初试”，还有人提议成立“一些学院，专门招收智商在一百到一百一十五之间的学生”；另外，人们又开始强调“大学入学指导”了（到一九六一年，这已成为一个独立的专业，拥有自己的协会和刊物）。经过多年的争论，一九六一年终于决定把测验分数告知申请入学者本人。不消说，这是一个重要的新步骤，大大加深了人们头脑中按照统计数字划分社会集团的意识。高考委员会主席抨击“分数保密的禁令”，并夸耀说，公布测验成绩乃是“道德的胜利”。他在哥伦比亚大学师范学院作报告时说：

有些人非常担心学生知道自己的考试分数后会改变价值观念，但我从我孩子们的谈话中得知，学能测验的分数已经成为测试圈中人的手段之一。随着一声“那个笨货才得了四百二十分！”个倒霉的学生可能会被排除圈外；得分为六百的聪明、稳定的学生会得到赏识；得七百分的是无可置疑的天才，自然令人肃然起敬，我们在决定批准高考委员会划分的分数线时，心里想的并非要这样使用这些分数，但是可能会想到许多更糟的用法。因此，我们最好还是不要抱怨吧。

此后，目标明确的测验和测验得出的“商数”，渐渐成为职业顾问和职业指导这两种新兴行业以及人事管理部门所依据的原始资料了。另外，公务人员的任命也越来越多地利用这种测验，以求做到量才录用。一位专家曾于一九七一年说：“智力测验和其它有关的学能测验，越来越成为社会对人力资源进行选择工具。不仅是军队，在中学、职业学校和工商界，以及在公务人员的任用上，这种目标明确的测验也取代了传统的选择人员的方法——即根据家庭背景、所属社会阶层，尤其重要的是，是否有钱。”人们开始把“人”称作“人力资源”，这反映出一种越来越强有力的倾向。即把美国人与美国其它资源等同起来（此时，“人”也以统计数字为基础进行定量评估了）。人事管理教科书的作者们开始把这类书称为“人力资源管理”指南。

在六十年代后期和七十年代，随着机会均等运动势头的增强，从定量角度看待智力的态度受到另一种意想不到的抨击。杰斐逊及其门徒把他们早期民主信念中的“天赋贵族身份”这种理想奉为神圣，声称这个新国家之伟大在于每个人都有发展自己的天赋能力的新自由。这样，社会就能破天荒第一次开发被旧大陆贵族（他们享受着上辈遗传下来的荣耀）弃之不顾的“人力资源”，新平均主义运动与其说是抨击智力测验过于偏重文化知识和不能精确地按照智力高低将人们分类，不如说是攻击智力本身。一九七二年，智力测验的反对者之所以郑重其事地论证“反对智商测验的理由”，正是因为智力测验的确可以测量“智力”。他们担心，如果社会偏爱智力较高的公民，

就会丧失理想的平均主义美德。一位批评者抱怨说，“当代美国社会把智力视作将成员分等级的基础之一。我们颂扬智力，就象摩洛哥伊斯兰教徒赞美圣战者一样。”美国最高法院禁止一家企业对求职者进行智力测验，理由是可能利用测验作为歧视黑人的手段，在这股兴盛一时的绝对平均主义的热潮中，智力测验成了争议最多的社会学科之一。

二十七 从“顽皮”到“行为越轨”

直到十九世纪末期，美国社会才开始普遍把“儿童”视为一个应当并且必须得到特殊对待的特殊社会群体。在近代大部分时期内，“童年”这个词的社会及心理含义是模糊不清的；从实际意义上讲，儿童只是未长大的成年人而已。直到“儿童”人数降到不足美国人口总数的一半，人们才改变了对儿童的看法。

随着美国人健康水平的提高和寿命的延长，二十岁以下的美国人的绝对数字从一八六一年的一千七百万增至一九三一年的四千七百六十万，但同时，这些最年轻的人在全国总人口中所占的比例却从一八六一年的百分之五十一降到一九一五年的百分之四十三，一九三一年又降到百分之三十八。正如罗伯特·市伦纳所说，“儿童”在总人口中的比例从超过一半降到三分之一左右，这使他们“变得比较引人注目，而且他们的特殊需要也比较容易得到承认。这样，年轻人也变得更加具有自我意识，相互间也更容易产生认同感，更要求社会把他们作为总人口中一个独立的类型加以注意。”

作为社会群众的儿童要求社会给以特殊注意，其原因只是由于他们成了人口中的少数。与此同时，其它种种力量也出了一臂之力，赋予“儿童”以新的现实性。各式各样的人道主义运动——改革监狱，改善奴隶生活状况，帮助罪犯获得新生（詹姆斯·奥格尔索普将军和佐治亚的创建者们也投身于这个运动）等等，都在独立革命之后加强了势头。十九世纪初，多萝西娅·迪克斯等人致力于以人道主义对待精神病患者、盲人和聋哑人。与此同时，有些人则想方设法把救济院中的孤儿转送到专门根据他们应享受的福利和教育而筹办起来的机构。费城和纽约为聋哑儿童建立了专设的收容院。一八二五年，纽约建了一所“庇护所”，这是美国第一所主要为少年罪犯而设的机构，随后其它一些地方也纷起仿效。十九世纪四十年代，美国有了照顾贫苦移民儿童的机构；一八五五年，费城儿童医院成立了，这很可能是美国第一家专为儿童治病的医院。

“教养院”（reform school）是个美国创用语，意味着一种对待年轻罪犯的特殊方式，这个创用语于一八五九年纳入美国语言，从此便出现了犯罪学的一个新分支、一种新的体制和大量描写“少年犯罪”的文学新体裁。一八九九年，伊利诺伊州制定了美国第一部“少年法庭”法（这又是一种美国独有的事物），及至一九一二年，已有二十二个州成立了少年法庭。

一九一二年，西奥多·罗斯福总统召集白宫会议，讨论如何照顾受赡养及被忽视的儿童，这是第一次讨论此类问题的白宫会议。一九一二年，商务及劳工部下面设立了儿童事务局，负责“调查和报告有关儿童福利及生活的一切事项”。虽然有关童工的联邦立法被裁为违宪（哈默对达根哈特诉讼案），但各州却制定了大量此类法律。越来越多的美国人开始把儿童看作一个有着自己的特殊需求和利益的特殊社会群体了。

就在这些人道主义运动把注意力集中在穷孩子、少年犯和成年罪犯身上的同时，另一种植根于深奥哲学的“儿童问题研究运动”的成果已经呈现于数以千计的学校教室和数以百万计的美国家庭中了。这个运动的发起人是G.斯坦利·霍尔，此人称得上是牧师、预言家、诗人和实验科学家的奇妙结合。他生于马萨诸塞州西部的一个农场，父亲是严厉、专断的公理会教士，决心把儿子塑造成和自己一样的人。为了将来当教士，斯坦利上了威廉斯学院。

他和那些学习文学的同班同学们组成了一个团体，以便一道修身养性，正如他对父母所说的那样，“读神的语言、茶点、吸烟、饮酒、粗鲁的举止，都在严禁之列。”毕业后，霍尔在纽约市联邦神学院学习了一个短时期，课程包括向“堕落”的妇女们传教，这使他了解到这座大城市的大量罪恶现象，他说，在传教过程中，他看到一些丑恶现象，比如“污秽的把戏”，这是一种“舞剧”，演出时一百位衣着很少的女演员首次出现在美国舞台上。霍尔第二次看了这种表演后，诚心诚意地告诉父母，他“这次坐得很近，禁不住产生厌恶之感。”

此后，霍尔的兴趣从神学和哲学转向了心理学，这时亨利·沃德·比彻把他介绍给一位纽约富商，这位商人送他五百美元，资助他去德国学习一年。霍尔于一八六九年到达柏林，发现德国哲学界正盛行新黑格尔学派思潮，而他则对科学研究发生了兴趣；他观摩外科手术，并且亲自动手解剖人体。回到美国后，他先在安蒂奥克学院任教一段短时间，不久便转到哈佛大学，在那里结识了刚刚开始教授生理心理学的威廉·詹姆斯。霍尔第二次在德国学习期间，转向了迷人的新学科——实验心理学。

一八八三年，霍尔在新成立的约翰斯·霍普金斯大学当上了心理学教授。出于妒忌，他先后拒绝约翰·杜威和查尔斯·桑德斯·皮尔斯来这所大学任教，甚至连热情、宽容的威廉·詹姆斯都对他产生了敌意。一八八九年，霍尔离开约翰斯·霍普金斯大学，到马萨诸塞州的伍斯特创建克拉克大学，专门探索科学新领域。他决心使克拉克大学成为心理学这门新学科的研究以及探索心理学对教育所起作用的主要阵地。在这里，霍尔对美国未来两股最强大的潮流——心理学（以人为研究对象的大众化新学科）和教育（一种新的大众化宗教），显示出不可思议的预见性。

海外的所见所闻使霍尔认识到，教育改革可能是美国规模宏大的精神改革的关键。他看到，在艰苦的拿破仑战争之后，经过改革的教育制度如何促进了新德意志的建成。或许，教育将成为新的美国式宗教，霍尔则将成为这种宗教的一名教士。果真如此，这个新宗教的神学将是具有科学性的。心理学同时作为科学信仰和宗教科学，就可以改变美国风气，重新确定美国的道德规范，刚刚开始发展起来的各个学派——实验心理学、生理心理学、行为心理学和精神分析学等——将提出多不胜数的教义。

霍尔提出的新科学信仰具有某种带感染力的民主性质。基督教依靠传播福音的牧师和权威的圣经，让人们信仰上帝父亲般的权威和仁慈。然而；心理学——按照霍尔的说法——不把人们交给什么崇高权威（也许只有心理学这个权威不在此例）。心理学的圣经就是经验，它使人们得以自己支配自己。你想知道人应当怎样行事吗？那就得率先去发现人究竟是什么。《十诫》开篇即告诫人们不得做这做那，心理学开宗明义的问题则是：“人是什么？他怎样行事？”心理学把“人是什么”和“人应当怎样行事”结合了起来，成为最民主的科学；它之所以最民主，是因为它没有把关于人类行为的所有问题委之于崇高权威或传统经典，而是用人的行为准则判断这些问题。

心理学家作为这一新福音的教长，只是帮助人们发现自己的真实面目以及自己实际上是如何行事的。过去，路德和新教教士们致力于把人们从教士和罗马教皇的权威之下解放出来，如今心理学家则努力帮助人们摆脱恐惧、各种禁忌和专断的新教道德的清规戒律。他们要以准则取代道德的条条框框。G. 斯坦利·霍尔力图使道德民主化，从而预示出未来将出现的新机会和

新问题。

“儿童研究”（霍尔是这门学科的倡导者，乍看上去是一个单纯、鲜明的课题。在美国的各类机构中，灵活性最大的难道不是学校吗？假如要使道德规范民主化，岂不当然要从学校入手？在几十年的时间里（正如历史学者劳伦斯·克雷明所说），霍尔及其追随者将在美国教育领域完成一场新的“哥白尼地动说革命”教育世界的中心将从“课题”和教师转向学童。霍尔解释说，在此之前，教育一直是以学校为中心（即一切围绕着学校及其要求），如今必须改变为以儿童为中心（即一切围绕着儿童及其需求和愿望）。在发动这场革命前，心理学家必须首先弄清儿童自己的想法、感受和愿望。

霍尔在《儿童的想法》这部开拓性研究著作（一八八三年）中，试图搞清儿童知道的是什么、不知道的又是什么（而对后者的研究还是破天荒第一次）。他指出，自从城市兴起后，学童们的经历与他们那生长在农场的祖辈不一样，而且从很多方面来说都更为有限。

霍尔所采取的研究手段同他研究的课题一样新颖。在四位受过训练的幼儿园教师的协助下，霍尔设计并主持了二百次问卷调查，到一八九四年为止，霍尔又搞了十五次此类调查，各次都针对一个不同的题目，如玩玩偶，或是儿童害怕的事。在那个学年结束时，他收集到了两万份填好的调查问卷；翌年，他又通过八百名工作人员收集到六万份调查问卷。此后十五年里，“问卷调查（questionnaire）”这个用语通过儿童研究和教育心理学，主要是通过霍尔的研究工作，进入了美国语言。就获取“人”的知识而言，从柏拉图到康德等伟大哲学家采用的是自省方式，教授和学校工作人员采用的是辩论方式，美国人则另辟蹊径，采用霍尔的方法，让人们表白自己，从而摸透他们的想法，增加对“人”的了解。问卷调查可算是某种形式的投票，利用民主投票的方式就心理学问题发表意见。

这些资料为霍尔的“儿童心理学”——或称“研究儿童意向的科学”——提供了原始材料。仅是这些资料的数量，就使他忍不住去探索一种定量性更强、自认为更具“科学性”的观点。霍尔着手确立智力及体能发育的“标准”。他在克拉克大学时，鼓励弗朗兹·博亚斯搜集有关伍斯特学童发育的统计数字，以确定“正常”发育的标准，并以此来辨别不正常和病态的儿童，由于博亚斯发现儿童的教育速度差别极大，他的这种期望未能得到实现，但霍尔探索“标准”的劲头丝毫没有减弱。通过测验儿童的视力、听觉以及完成体力工作的能力，霍尔继续研究儿童体能标准的课程，试图最后确定“健康”和正常的定量标准。这样一来，他的反对者们便抨击儿童研究是一种威胁，从根本上来说是反民主的，因为他支持了这样的观点，即“某些儿童是特殊的或反常的”。

霍尔对统计资料很热衷，而他又在其中加进了过多的浪漫色彩，他宣传说：“由于儿童刚被上帝塑造出来不久，还未经玷污，体现着这个世界幸存的最完美的东西。”因此，“年轻人的保护者们应当首先尽量让其自然发育。”霍尔的“遗传”心理学是从进化论观念演变而来的，按照他的说法，每个儿童的发育过程都是人类发展过程的再现。达尔文认为个体发育是种系发育的再现，霍尔将其引伸为一种实用的观点：心理学可以再现历史。各种年龄的“正常”儿童的行为都有着某种神圣的合理性。儿童发育的每种表现形式都是走向更高阶段的一个阶梯，因而无所谓“好”与“坏”。

例如，霍尔在《论儿童的撒谎现象》（一八九一年）一书中，表示不赞

成校长们对待诚实问题的那种传统态度。他认为，不应简单地把撒谎视为一种恶行，而应把它看做一种复杂的行为方式，其含义随儿童发育阶段的不同而有所差异。在大多数情况下，“撒谎”的儿童需要的不是惩罚，而是理解。霍尔在书中通俗地表述了儿童那种被低估的“创造神话”的能力，以及儿童如何寻求“摆脱那种必须每时每地、不折不扣地保持诚实的令人讨厌的责任感”。儿童的撒谎同玩耍很相近，这态度体现着人类进化早期阶段那种可爱的纯真。霍尔对儿童恐惧心理和发泄怒气的方式进行研究之后，再次断定人们应当对这些恐惧心理和泄怒方式予以重视和理解。

发怒“在正常发育过程中有着它的作用”。

霍尔所说的儿童发育“阶段”完全改变了传统的道德观念。家长和老师都要做好思想准备，准备接受对“顽皮”的新看法。

正如霍尔预言的那样，儿童研究也将改变学校的课题。他说：“我们必须克服对字母表、乘法表、语法、天平和书籍的盲目崇拜，必须记住这一事实：仅在几代人之前，我们的祖先还全都是文盲……科妮莉亚、奥菲莉亚、比阿特丽斯，甚至连我们的圣母，都目不识丁。”此外，霍尔还预言语法和口语规则在二十世纪的美国将趋衰落。语法、修辞学和句法将被更民主的“语言艺术”和演说术所取代。他认为，绝不应该把语言作为一套刻板的规则来讲授。应当鼓励儿童讲话，道出他们的真实情感，而且最好是用他们自己那种生动的俚语。儿童必须“生活在充满响亮话语的世界里”。在他们受到攻击时，要允许他们还手，因为这是顺乎自然的。简言之，绝不能用成人道德的紧身衣把孩子束缚起来。

到了一九二二年，美国的免费公立中学已经开始普及起来，这时，霍尔从儿童研究转入对青年期的研究，用一种新的心理学观点描述中学生的发育状况。在《论作为人民学院的中学》一文中，霍尔呼吁减少对操练、纪律、技巧以及准确性的注意力，要更多地注意“自由和兴趣”。他说：“心灵的基本法则——它们是本能和直觉的，而不是纯理智的——在青年期正处于蓬勃发展的阶段。”霍尔把自己的观点建立在刚刚确立定义的一个发育阶段上，他把这一阶段称做“青春期”。到二十世纪中期，霍尔这种观点已广泛流行，正如历史学者F·马斯格罗夫所说，这种观点从本质上说是美国学术领域的一项新发展。这个生理变化时期——从发身期开始至完全成熟——正是霍尔一九二四年发表的洋洋大观两卷集学术著作《青春期：青春期心理学及青春期同生理学、人类学、社会学、性、犯罪、宗教和教育之关系》所论述的主题。

一如霍尔以往的著作，这部书也是融统计资料与诗意于一体，读来令人心醉神迷。作者利用图解、图表、无数调查问卷、计量和实验，确定了十八岁或二十岁——发育过程看上去到此为止——以下每个年龄组青少年精神各方面和各种能力的不同发育速度。他充满激情地写道：“青春期始于发育过程中一次生命力的两勃发……这是一次生理上的新生遗传的闸门似乎打开了，我们听到了远祖的声音，获得了终生享用的活力，”按统计数字归纳出来的青少年社会群体必须受到尊重，获得自主权，并掌握其它社会集团所拥有的自我发展和自治的各种权力。“处于这个年龄的青少年可塑性最大，最富于青春活力，等待着播种、发芽、从苗圃移人大田……这段既非儿童、也非成人的发育需要更长的时间……把这段时期说成仅仅是童年的延续，或是从大学的年龄单纯减去几年，正是导致了許多大弊病的根本性错误，我们如今仍

在身受其害。”因此，“中学不应去适应任何东西，而应致力于最大限度地挖掘和发展青少年的各种能力，唯其如此，才称得上是通才教育。”中学应当是一个独立的实体，它不服从于大学的“需要”，而要“保护青少年免遭侵犯”，其使命应是“最好地为处于这一独特年龄的人服务，从而使社会和学生们得到最大的好处。”通过中学教育，美国将能不仅在政治意义上，而且在心理意义上成为一个联邦合众国：处于各种年龄、各个发育阶段的人（包括容易被忽视的儿童和青少年）都能得到应有的尊重，并能实现各自的愿望。

二十世纪初期“提出的青春期概念”，是美国环境的产物，义务公共教育延长到十六岁是有许多原因的，其中一项是工厂厂主发现雇用童工不再那么有利可图了。随后，专门收容“少年犯”的机构设立了起来。美国把青春期理想化了，新的趋势是把“青少年”看作享有权利的单独实体、联邦内的一个新社会群体。也许，美国永远不能从这些观念中恢复过来了。在六十年代末、七十年代初，一些青少年在教师和家长的鼓励下，组织起来反对“学校”的基本概念。他们把所有制度化的教育（实际上是所有制度）全都说成是压制性的。学生们以不友好的态度，夸张地把所有美国学校称做监狱，而且还写出“学生就象黑奴”之类的话，一九七一年，华盛顿出现了奇特的青少年院外活动集团，专门反对学校，每半月出版一本名为《FPS》（这几个字母没有任何含义）的通讯刊物。有那么多几个严肃的学者甚至认为，这种运动可能是联合国《世界人权宣言》合乎逻辑的表现方式。

用统计数字把年轻人归纳成社会群体，这种影响超越了学校的范围，进入家庭和其它领域。已促使美国学校大为改观的“儿童研究”，此时又开始改变美国家庭了。二十世纪中叶之前，“儿童自主”这种新的民主观念破坏着父母和子女之间的传统关系。

阿诺德·格塞尔是霍尔在克拉克大学的信徒，他在这方面是个先驱。他着眼于“学龄前儿童”，力图改变家长们的态度，就象霍尔等人力图改变教师的态度那样。格塞尔当过小学教师，又在贫民区的福利团体工作过，他对弱智儿童的问题产生了兴趣，于是在纽黑文各所小学进行了智力测验调查。他调查后写的论文题为《异常儿童和公立学校政策》（一九二一年），在美国，这是较早一次使用“异常”这个带有民主色彩的委婉用语来称呼那些智力差的人。早在一九一一年，他设立了一家儿童心理诊所，即“耶鲁儿童发育诊所”，并领导这家诊所的工作一直到一九四八年为止。

格塞尔把注意力集中在婴幼儿身上，而他们既不会填写调查表，也不能接受采访。在当时的心理学家眼里，这个领域是一片无人区，几乎没有任何可靠的第一手资料。然而，格塞尔利用一种双向镜装置，发明了具有独创性的摄影技法。他和助手们设计出一种新颖的观察用圆屋顶，形状与天文台相似，用经过精细打孔的材料制成，里面涂上白颜色；这屋顶能够转动，上面有一个狭孔，可供一架三十五毫米巴戴电影摄影机横放或竖放。屋内用新发明出来的库珀一休伊特灯进行冷光照明，屋内的儿童看不到自己在被人观察。用这种方式，可以把受测儿童的行为记录下来，以便与其他同年龄儿童的行为进行仔细比较。

格塞尔的目的在于把婴幼儿发育的“规范性”过程记录下来，然后加以分析。除圆顶观察室外，格塞尔又布置了一间家庭式工作室，由母亲照顾着婴幼儿，以便拍摄下婴幼儿一天生活中更接近自然的镜头供研究之用。此时，

格塞尔注意到婴幼儿的每个动作——睡眠，醒来，进食，洗澡，玩耍，社会行为，以及所有其它身体动作。经过两年观察，他发表了《幼儿行为图片集》（一九三四年），共收入三千二百张照片，首次为人们提供了各种年龄婴幼儿一天中每个小时的行为规范。

一九三四年，格塞尔和助手弗朗西斯·伊尔克发表了《生活在当今文化中的婴幼儿，家庭和幼儿园婴幼儿发育状况手册》，从此，一般公众开始认识到格塞尔的研究对美国家庭的意义。“生活在当今文化中”这句话绝不多余。这部著作写于第二次世界大战期间，书中反复论述民主与儿童发育研究之间的关系。婴幼儿同所有美国其他公民一样，应当免受“极权”政府统治，而且最终应得到自主权。作者在第一章“民主文化中的家庭”中解释说：“民主的概念……对儿童的养育具有深远影响。即便对年龄很小的儿童，也必须给予培养生活目标和责任感的机会，这将增强他们的个性。体贴地尊重儿童的特点是最重要的……只有在能够自由发表见解的民主气氛中，才可能对有关儿童发育的心理学给予充分的尊重。的确，随着民主制度的继续发展，对婴幼儿和学龄前儿童需要有比现在更精细入微的了解。”接着，这部书便以主要篇幅“描述五岁以下儿童的智力发育特点”。书中收集的关于四个星期至五岁儿童的“年龄规范”和“波节年龄”（即“成熟过程中相对稳定”的阶段）的事实，展示了一个“行为轮廓”及典型的“每日行为”。

在格塞尔之前，美国的家长们没有了解婴幼儿行为的可靠办法。当然，人们能凭相传的经验知道婴幼儿大约什么时候学爬、走路、说话。爷爷奶奶们都有些经验可循，此外还可以把自己的孩子同邻居的孩子作比较。而现在格塞尔为家长们提供了一个婴幼儿行为目录和行为规范时间表，其中列举了所有可能出现的行为，包括醒来和睡眠的时辰，哭和吃的型式，甚至还有手指和脚趾的动作。

婴儿都要经历相似的发育阶段，但并非遵循同一个时间表，婴儿行为最常见的差异表现在姿态上。例如，我们曾观察过五个健康的婴儿，如今他们都已是十多岁的聪明伶俐的学生了。他们出生四十个星期后，其中一个在运动方面发育迟缓，另一个则发育较快，其余三个近于正常。第一个婴儿只会趴着“游泳”，不能向前移动。第二个婴儿贴着地面爬。第三个婴儿稍欠着身体爬。第四个婴儿用双手和膝盖爬。第五个婴儿手脚并用地爬。至于为什么第一个婴儿的这项动作发育程度低于标准，是有着特殊原因的，而她在语言、适应性、交际行为等方面的发育总状况相当不错。如果她的母亲不必要地为这一点发育迟缓感到忧虑，那就令人遗憾了。同样，第五个婴儿的母亲也没有理由过于高兴，因为这个婴儿的行为总状况同一般预料差不了多少。

以上这个例子清楚地表明，总要用批判性的眼光看待年龄规范和规范性行为。这些规范不仅可以用来判断一个幼儿的行为是否接近一般预料，还可以用来判断其行为在四个主要方面（运动、适应性、语言、交际）是否发育均衡。对于幼儿来说，最重要的是交际行为上没有出现偏离现象。假如幼儿某一方面的行为有严重缺陷或偏离现象，就要请教家庭医生和专家了。

格塞尔这部著作的主旨，在于为父母们提供一种标准，这标准是专家们经过成千上万小时的科学观察、研究了无数精确的统计资料之后才确定的。

这种标准不仅意味着对待儿童行为的新态度，而且意味着对待儿童“不

规矩行为”的新态度。当然，按照传统，儿童的行为规矩与否，在于是否合乎道德准则和《十诫》。格塞尔警告说：“作为一种发育机制，不平衡现象（它常常与‘顽皮’行为有联系）的道德含义就少了。这种形式的不平衡是一个过渡阶段，生物体在此期间产生了一种新的能力，或者说某种程度的重新定向。这是创新的阶段。”可能被祖父祖母认为“顽皮”的孩子，在二十世纪中叶格塞尔的美国读者看来，只不过是表现出“行为越轨”。格塞尔解释说：“从某种意义上讲，所有儿童都是问题儿童，因为没有任何一个儿童能够避开发育过程普遍存在的问题，这种问题总会给孩子们带来一些困难。另一方面，从历史角度和本质上说，几乎所有形式的不规矩行为都是正常机制的变异或偏差。”

格塞尔非常知情达理，他提醒父母们——因为所有的父母都需要人提醒——他们的宝宝并非世界上第一个婴儿。他用严肃的心理学术语说出的道理，其实不外是历史学家们的一句提示：这个世界已经存在一些时候了，普天下的父母碰到的问题都是类似的。然而，格塞尔赋予了这句老话一个新的特点：他引导父母们从一个不同的角度思考与孩子们的关系。在他的诱导下，父母们不再依靠老经验、老格言和道德训诫，而是把目光转向以科学方式确立起来的统计学规范。

格塞尔指出了这种新规范存在的一些问题：

有这样一个故事，说的是一位非常现代化的男孩，他的个子比桌子高不了多少，戴着一副角质架眼镜。一位善良的太太俯下身来，很得体地问他，“我的孩子，你几岁啦？”男孩摘下角质架眼镜，一面挡着镜片，一面一本正经也沉思着回答：“夫人，我的心理年龄是十二岁，社会年龄是八岁，道德年龄是十岁，解剖年龄和生理年龄分别是六岁和七岁，但我还没有被告知我的出生年龄——相对而言，这一点较为次要。”说罢，他又重新戴上了他那副角质架眼镜。

格塞尔这部书并不是写给所有家长读的，可人们竞相购买，仅仅一年之内就再版十一次之多。通过读者生动的转述，关于抚育儿童的新思想方式影响了数以百万计的人。出生于纽黑文、富有实践经验的儿科专家兼精神病学家本杰明·斯波克，一九四六年发表了《婴儿及儿童照管常识》一书，十年之内，这部书的廉价平装本再版了大约三十次，成为“照管儿童必读手册”。斯波克告诫父母们不要使用没有文化的老妇人常用的那些治疗方法，劝他们要从孩子本人的发育状况着眼。斯波克基本上承袭了格塞尔那种根据婴儿“自我要求”喂食的观点，主张母亲们要“灵活地按照婴儿的需求和高兴情绪调整喂食”。尽管这本书绝不是革命性的，评论家们都一致认为此书“阐明了现代思想的精华”。如今，所有父母部能轻松愉快地进入新规范的领域了。

这个世界给二十世纪的美国父母们带来了它所特有的问题。谁能忘记《十诫》和已被灌输进脑子里的关于“正确”及“错误”的观念？然而，父母们一旦领悟了有关儿童和青少年一般行为的“规范”，就再也不理老一套的条条框框了。在一个民主社会中，每个人——从格塞尔所称的“出生不满一个月的半眠婴儿”开始——自然而自发的需要都理应受到重视。

二十八 统计学意义上的道德规范

十九世纪末至二十世纪初，西欧一些开风气之先的人开始对“性”采取一种新态度。到一九〇〇年，西格蒙德·弗洛伊德那些论述精神分析的基本著作已经问世。一九〇九年，G. 斯坦利·霍尔把当时在欧洲科学界名声欠佳的弗洛伊德带到克拉克大学来参加会议，虽然免不了引起一些议论，但弗洛伊德在霍尔的帮助下，在美国所赢得的敬意超过在他自己的国家。霍尔本人在进行“儿童研究”和确立“青春期”这个新概念时，就曾经论述过性特征的发育情况，并主张在学校开设性教育课程。

然而，霍尔对性的论述是在大量甜腻腻的多音节词的掩蔽之下进行的，甚至连与他合作共事的心理学家们都说，这样的论述显得过于甜言蜜语了。霍尔是这样描述性行为的：“这是所有行为中最具一致性的行为，是生命的缩影和本质之所在，从中我们最强烈地感受到生之欲望，领悟到唯一真正的上帝是爱，领悟到生命之核心在于信仰。此时全副身心都投入了机体再生的过程之中。在那缱绻欢乐的神秘时刻，整个世界都应和着赞美之声。交融交并，至美至福。这是极乐的沉湎，神圣的陶醉……。”与此同时，霍尔极力主张对性知识的研究务求客观。

在探索更为科学的性研究方法的过程中，英国文人哈夫洛克·埃利斯的著作称得上是一个里程碑。埃利斯在他一生的大部分时间里，主要致力于使英语国家的人民摆脱维多利亚时代流传下来的性偏见。埃利斯象后来的霍尔一样，在展示人类奇妙的多种多样性经历时，把科学性和诗意交织在一起。埃利斯于一八九七年在英国写出了他的第一部著作《性心理研究》，但被视为淫猥之作、不得不拿到美国发表。到一九一〇年，埃利斯已经发表了六部著作，第七部也在一九二八年问世。埃利斯广泛收集人类性行为的各种实例，其中包括许多种闻所未闻的现象（易装癖、弄水色情、色情偷窃狂），光是这些现象的名称就足以使人感到神秘了。埃利斯还研究了自体性欲这个禁忌题目，并把两性的性经历进行比较。他的著作出版后，学术界和知识界对于性问题不再那么讳莫如深了，但这些著作仍然只能摆在少数人的书架上，只有医生和律师才能随时参阅。埃利斯论述的主题包括性经历的无可置疑的多样性、人们性经历之间的细微差异以及“正常”人各式各样的性行为（包括那些一般被认为古怪和禁忌的性行为）。

埃利斯的著作的寓意（如果确有这样一种寓意的话）在于：在人类所有行为中，唯独性行为最不适于套用道德准则或“规范”的一般性概念。埃利斯著书的目的一直是个谜。他的所有四个姐妹都终身未嫁，有人猜测，他是由于性机能不全，才产生了对性行为的兴趣。然而，他的著作所产生的效果则是显而易见的。他向传统的性道德观念挑战，指出教师、传道士和学者们那样虔诚地恪守传统和自命贞洁是多么不现实，对“正常的”事情那样遮遮掩掩是多么无知。

在性研究方面，美国的先行者所作出的贡献同埃利斯截然不同。艾尔弗雷德·金西的著作导致了性行为新规范的确立（作者的本意并非如此）。金西采用定量方法从事性研究，使这些规范取得了新的、经过科学验证的信誉。人们渐渐认识到，他是一位了不起的社会学家。同霍尔一样，金西生长在一个家教严格、重视德操的家庭。他父亲是卫理公会派教徒，对安息日恪守不

怠，从不允许家里人在星期日乘车上教堂，即使和牧师一道也不行；全家人星期日从不喝牛奶，而且都要上主日学校，早礼拜、晚祈祷，谨遵不误。金西从缅因州的鲍登学院毕业后，于一九二二年在哈佛大学取得了昆虫学博士学位。为了写关于瘦蜂科的两卷本专著《枹瘦蜂》（一九三一年，一九三六年），他先后搜集了大约四百万种标本，其搜集和解释统计资料的功夫颇深。这部著作使他跻身于当时第一流遗传学家之列。

二十世纪三十年代末，美国高等院校开始设置有关性教育和婚姻生活的课程。美国大学之所以会对这方面产生兴趣，应归功于霍尔的“青春期”研究、刚传入美国不久的弗洛伊德著作、精神分析这门新专业以及罗伯特·拉图·迪金森博士所做的开创性临床研究。一八八二年至一九二四年，迪金森在布鲁克林和曼哈顿当妇科医生，仔细记录了五千多个病人的病历，并据此发表了《婚姻生活千例研究》（一九三二年）和《独身妇女》（一九三四年）。这两部划时代的著作就女性生理学、生育和不育症等方面提供了宝贵的新信息。

一九三八年，印第安纳大学决定顺应时代潮流，开设讲授婚姻生活知识的不计学分的课程，并指派金西负责授课。金西婚姻美满，是四个孩子的父亲，又是个人德操无可指摘的著名生物学者，因此称得上是教授这门课程的理想人选。至于金西早先在这方面的态度，只见于一九二七年的一次男教职员特别会议。召集这次会议的目的，是讨论对两个男学生进行纪律处分的问题，这两个学生作为学校文学刊物的编辑，让刊物上出现了“校园内的阴茎崇拜”这样的下流话。讲授古典文学的教授们被召来解释这句话的含义，金西则在会上为这两个学生辩护，但没有取得任何效果。

其实，金西只是生物学家，并非改革者。在讨论开设婚姻生活知识课程的会议上，金西听到一位女同事谈起几年前某学校讲授这门课程的情形。授课的是一位女医生，她把有关知识讲得“遮遮掩掩，含含混混，丝毫谈不上有什么真正的价值，结果还把胆小的学生吓得够呛。讲课时总得有人在一旁守候，以便随时把晕倒的学生架出教室。”金西的课却不是这样。课程结束时，他请学生们把自己的经验填在调查表上，作为修改教案的依据。

有关人类性行为的统计资料如此贫乏，使金西这位经常处理数据资料的生物学家深感震惊。一些生物学家所做的开创性研究工作使金西受到鼓舞。（诸如约翰斯·霍普金斯大学的雷蒙德·珀尔，他研究过性交的发生频率和男性的性能力，并曾在布卢明顿大学讲授关于“人和动物”的课程。）金西越了解人们在这方面的知识极端贫乏，越是下决心要积累这方面的有用知识。于是，他把研究重点从瘦蜂的繁殖行为转向人类性行为，而且仍是那样如饥似渴地搜集事实论据。他坚持认为：“我们进行这方面研究所使用的方法，和研究瘦蜂所用的方法是完全相同的。”

金西不厌其烦地训练调查人员，教他们如何避免把问题弄得“难以回答”。他让调查人员把各种性行为列成详尽的单子，然后逐一询问每个被调查的人。金西建议说：“要直视被调查者的眼睛，这一点非常重要，而对记录情况只要稍加留意就行了。人们目光对视，就能互相了解。”由于“含糊的措词容易导致不诚实的回答”，金西手下的调查人员从不使用委婉用语。

“我们总是假定每个人都有过各种性行为。因此，我们总是先问他们什么时候第一次有这种性行为的。对于那些想要隐瞒自己经历的人，这种问题能够产生很大压力；此外，我们提问的方式清楚地表明，我们并不会因为被调查

者有过这种性行为而惊讶。这样被调查者也就用不着隐瞒了。”调查记录使用的是代号，只有金西和调查人员才看得懂。

金西的目标是搜集十万份性行为史。到他临死前，已经调查过一万七千五百人，其中经金西亲自记录的调查就达七千次，即十年内平均每天都要进行两次调查。金西在从事性行为研究的那些年里，每天工作十二小时以上，而且从不休假。一九五六年，他已经六十二岁，且已犯过两次心脏病，医生警告他必须休息。然而，医生们最多只能限制他一天工作不超过八小时，就在这年，他终于因劳累过度而死去。

金西和两位合作者所著的《男子性行为》于一九四八年一月出版。一家市场调查公司曾向出版商提供过根据民意测验作出的“科学预见”，认为这部书的销路不会好。但该书问世三星期后，便列入了畅销书名单，而且一直保持了二十六个星期，到了三月份，这部书已经出到第七版，售出十万册之多。金西一下子变成了名人，他的名字则成了对美国生活的隐秘的“惊人展示”的代名词。

批评者和辩护者一致认为，这部书是首次从数量角度对人的性行为进行探索。作者称此书的目的在于“搜集科学的论据，完全不涉及道德价值观和社会习俗方面的问题。医生们发现有成千上万的病人需要这种客观数据。精神病医生和精神分析学家则发现他们的病人大多需要帮助，以解决生活中的性矛盾。”早些时候的学者，如埃利斯、弗洛伊德、威廉·斯特克尔、克拉夫特-埃宾，也曾提供一些个人性行为史方面的材料，帮助公众树立有关性行为的科学观点。金西在书的开头解释道：

但是，以往这些研究者们，尽管对某些事实有着敏锐的认识，但对一般人的性行为情况并没有精确的、或那怕是大致的了解。他们积累了大量有关个人性行为材料，但并不知道人们一般的性行为是怎样的。他们的材料来自大量前去看病的各种各样、通常是不具代表性的人，因此他们不知道哪些情况是普遍存在的，哪些情况是不常见的……本书的第一步旨在把有科学根据的事实材料汇集起来，提供一个基础，以便对某些集团（将来甚至还能对全体美国人）的性行为进行较为正确的归纳。

这部书展示出，社会地位、教育水平、经济状况各不相同的男子以及出生年代和宗教信仰程度不同的集团，性行为方式都存在明显的差异，金西断定，手淫在青年男子中几乎是普遍存在的（伪科学的民俗学曾提出造成“手淫盛行”的原因），他还发现男子的性活动高峰期是在十八、九岁。书中证明，被视为禁忌的性行为方式比人们想象的流行得多。金西并不是简单地把人划分为异性恋者和同性恋者两类，而是订出一个异性恋—同性恋程度序列表，调查人员可以把每个被调查者的情况标示在表上。

美国统计学会的统计准则委员会研究金西的统计方法之后，表示“全部赞同”。这个委员会把金西及其合作者同早些时候的性研究者进行了比较，认为前者“在材料的系统性、研究项目的数量、典型事例的组合……所用检验方法的数量和多样化以及统计分析等方面，都优于所有其他研究者……他们的调查工作可以说是最好的。”

公众的反应不难预料。一位著名的牧师痛斥道：“这本书对已是世风日下的美国所造成的损害之大，简直难以估量。”大学校长和妇科医生们也大

动肝火，对这本书横加抨击。然而，那些“有罪的”事实一旦公诸于众，就再也不能把它们从美国人的意识中抹掉，美国人对性行为的想法再也不会同过去一样了。

五年后，金西和他的助手们又出版了《女子性行为》。在十天之内，这部书就印行了十八万五千册，而且又是一连许多星期居于畅销书之列。金西写这部书用的是同样的方法，只是根据人们对他的统计方法提出的批评作了改进。书中就各种不同性行为的发生频率、男性和女性的相似之处以及性行为 and 性反应的不同之处，提供了新的事实，并指出女子中性冷感的比例是出乎意外的低。同上次一样，金西又是连人带书受到抨击，所不同的是，这次的抨击大都夹着冷嘲热讽。印第安纳波利斯的一位牧师称金西是“廉价骗子”，纽约的一位犹太教教士说这部书是“对全体女性的侮辱”。甚至连一向标新立异的《党派评论》也加入攻击的行列，刊登了莱昂内尔·特里林的一篇广为转载的文章。自由派的联邦神学院院长说，金西的著作“盛行一时”，显示着“美国人的道德普遍败坏，已近于古罗马时代那种最恶劣的堕落。最令人不安的是，这种研究著作激不起读者自然的、合乎道德的感情。”曾对金西的调查工作提供资助的洛克菲勒基金会遭到广泛的指责，不得不停止了资助。一位来自纽约的国会议员要求邮政局长禁止邮寄金西这部著作，说它是“本世纪以来对我们的母亲、妻子、女儿及姐妹最大的侮辱。”天主教的出版物断言，金西不仅在帮助共产党，而且在唆使美国人“象共产党那样行事”。但是，印第安纳大学的校长、校董和学生们坚决站在金西一边。金西的著作所造成的普遍效果很有讽刺意味，而且是他始料未及的。作为一个生物学者，金西一生致力于提高“个人”的价值。他认为：“个人差异这一事实是进行生物学推理的基本法则之一，并由于其普遍性而在生物学诸项法则中居于独特位置。这一事实具有极大的重要性。”然而，由于公众需要简单的规范，金西的意图被歪曲了。

金西以统计学为手段，冲破一切清规戒律，搜集关于人的性行为的客观数据，在这一点上，他超过了所有前人。此后，又有人在实验室对十万男女的性器官作了详细研究，这称得上是第二个里程碑，显示着有关禁忌已被漠视到何种程度。圣路易斯生殖生物学研究所的威廉·马斯特斯博士和弗吉尼亚·约翰逊夫人利用新的实验设备和电子记录仪器，直接搜集有关性行为的数据资料，发表了《人的性反应》（一九六六年）一书。几年内，这本定价十美元的书售出了二十五万册。马斯特斯和约翰逊在书中提出诸如性交时的心率等方面的临床数据，将笼罩在有关性交的无数细节上的神秘色彩一扫而光。他们在序言中宣称，撰写此书的目的在于仿效罗伯特·拉图·迪金森博士，展示“人的正常习惯和平均标准”。他们希望通过发表“简明扼要的统计材料和我们认为能够代表一般人的、正常的生理学概述”，同这个研究领域的先驱者站到一个行列之中。

被美国科学家们视为“正常”的性行为，在上一代人心目中不但是不道德的，而且是稀奇古怪的。“群交”（至少三人之间发生性关系），在六十年代中期成为引起普遍注意的现象。金西在那部论述男子性行为的著作（一九四八年）中，对成年异性群交现象仅用一句话轻轻带过，论述女子性行为的那部著作（一九五三年）中，也只有一段论及“换妻”现象。到六十年代后期，“换妻”这句俗语渐渐被较为委婉的“交换性伴侣”所取代。及至七

十年代初，已经有许多家杂志（其中至少一家杂志的发行量为五万份）专为性伴侣交换者服务。性伴侣交换俱乐部遍及全美国。伊利诺伊州的人类学家吉尔伯特·巴特尔博士搜集了二百八十四对此类伴侣的资料，并于一九七一年发表；同时，有关群交的著述越来越多，所有美国人都可以读到。

新统计资料有力而生动地证实，金西根据客观统计材料提出的多种性行为趋向的“规范”已流传甚广。巴特尔博士预言，流行群交的后果是，“将来的男女不仅会从公认的心理学区意义上被普遍视为两性人，而且从仍然“令人难堪”的生理学意义上来说也是如此……在交换性伴侣的过程中，这种情况至少在某种程度上已经开始出现了，甚至美国中产阶级也不例外。”

由于这些新的事实是以定量的形式、以科学化规范的形式出现的，于是规范取代了道德观念，描述取代了法则。然而，统计学意义上的新道德观念有着本身隐含的法则。有关这些规范的新知识就象亚当在伊甸园初尝禁果，既是“有罪”的，也是难以忘怀的。人们一旦知道了这些规范，就失去了纯真，对于冒犯父母权威、青年人陋行恶习、婚外性行为以及“非自然”的性满足，再也不会象祖辈那样一味采取唾弃的态度了。

人类需要的无限多样性一旦得到肯定，甚至十诫中“汝不得有异常行为”的条文也变得没有意义了。越来越多的美国人不再害怕触犯伪科学的禁忌，不再遵守道德准则，而是相信自己对规范的不完全的了解，并以自己对难解的科学数据的外行解释当作依据。他们的经历与其他男男女女是否一致？美国人必须自己判断：他们的规范是否可靠？他们那偏离规范的行为本身是否合乎常理？其中苦乐，他们自会体验到的。

第四章 城市扩展地盘

“他兴建新城市和占有新土地时，首先焚毁树林，迫不及待地夷平山坡，并且不论地形如何，都按照万变不离其宗的计划在当地开辟笔直的街道和十字交叉路口，简而言之，他从狂热地破坏自然景色着手，来开拓新的居住区，他之所以这样做绝非由于他是个纯粹的唯物主义者，而是由于……原来的自然条件不合他的心意，现成的东西从来不能使人满意……因此，第一个愿望就是变革，重起炉灶，兴建新的。”

——约西亚·罗伊斯

到处为家的男男女女并不确知他们生活在何处，被紧紧束缚在自己土地上的旧世界的农民害怕搬到新的地方，他们对于祖先留下的土地，对于教堂墓地埋葬着他们父母、祖父母的村庄，传统上怀着眷恋之情。然而，一旦来到北美，移民们都乐于迁徙。他们刚来时不可避免地会先到一个城市，大批移民中的很多人会在该市定居下来。他们在那里学会改变由大洋彼岸带来的风俗习惯。在这侨居城市的最初阶段，他们对于长期居住表现出来的适应性在旧世界的人们来说是相当了不起的。他们保持了老的生活方式而又从中塑造出某些美国式的东西来。

美国城市是消费社会的销售中心和统计社会的信息中心，它们成了移民定居下来并且改变生活方式的特殊场所。大多数人以前曾经眷恋土地，沉醉于地球某个角落的阳光、蓝天、树木和小鸟。此时，美国人试图在混凝土人行道的角落里，在笔直的碎石马路上以及呈几何图形的摩天大楼里重新寻找那种乡土气息。

但是，到了二十世纪，移民们力图在那里扎根的城市多少有些解体了，财富、组织和发明已把美国人推入前所未有的社会，同时也使他们摆脱了原来各地的羁绊。随着美国人越来越多都市化，美国的城市不再是在地理、经济、管理乃至外观上界限分明的单元。随着城市界限日益模糊，每个城市大大丧失了自己的特点。每个公民与其说是纽约人、芝加哥人或旧金山人，不如说是城市居民，一个美国的城市居民。然而，当美国人日益感到为自己的城市所困，为城市问题所烦恼而力图医治城市的弊病或者逃避这些弊病时，他们对于自己到底丢失了什么（除了犯罪和污染）感到困惑，他们不知在哪里可以重新发现城市社会。难道现代的美国城市要变成二十世纪的美国西部，充满其特有的迷离景象、神秘感、虚假的憧憬以及创业者的希望，

二十九 美国人四处散居

在人类历史上一次大迁徙中，旧世界向美国扩散人口。一八一五年拿破仑战争结束后的一个世纪里，从欧洲迁来了大批移民，移居国外的五千万人当中，有三千五百万人来到美国。如果不是出现这一情况的话，新大陆到何时才能有人居住呢？一八二一年以前有关移民的统计是很粗略的，一八二二年联邦政府才开始登记移民的原籍。在美国独立革命结束到一八一九年的三十五年期间，大约只有二十五万人来到这里。自此之后，尽管人数有所起伏，但每年移民的流入量增长得相当可观。一八三二年时全年移民总数超过六万；一八五一年则超过三十五万。直到一八五八年，全年移民总数才又降到二十万人以下。

美国能把这些各式各样的人全部融化于一个国家。由于这些人来自农村占极大比重的旧世界，其中大多数人是一直靠土地生活的农民、农场主或村民，这一点就显得更为突出。当这些人在南北战争以后的一个世纪里陆续跻身于美国社会生活时，这个国家正年复一年地城市化，他们中间的多数人不得不在举目无亲的城市里寻找一席栖身之地。

诚然，历史上曾多次有大批人从世界的一地迁徙它处。杰斐逊等人在独立革命时期就提醒过英国人，告诉他们英国自身也曾充斥着外来移民。从长远来说，大多数国家里的外来移民早晚会同早期居民同化起来，在美国也是如此。然而，十九世纪末和二十世纪初美国移民的经历最为突出之点并不在于到美国来的移民能够融合成为一个国家，而在于如此众多的人居然还多少保留了各自的特性。美国从未完全丧失不同民族各自聚居的味道。其它国家把不同民族的人融合成为一体；而美国则容许不同民族的人依然故我地成为一体。美国把拉丁语中的“合众为一”作为座右铭，其实更为恰当的座右铭应当是“合众为众”。

美国的政治是地区政治，也是来自不同地方的移民集团的政治。”归化的美国人”，诸如意大利裔美国人、德裔美国人、爱尔兰裔美国人等等，占了全国人口中很大一部分。成功地控制这些移民集团是美国政客在全国政治舞台上获得成功的一项重要先决条件。移民集团在美国所起的作用犹如宗教派别、经济阶级或社会阶级在欧洲所起的作用一样重要。但是，殖民时期的移民同美国立国后的第一个世纪里大量涌入的移民之间有着重大差别。

殖民时期的大批移民是由向往建立某种类型社会的人领导的。其他人来到这里则是为了建立简单字面意义上的“殖民地”，即“一群人离乡背井跑到一块新地方建立起附属于母国或者同母国密切联结在一起的定居点。”对于怀着建立“山巅之城”、“心灵深处的种植园”、“慈善殖民地”、“移植过来的英国农村生活”或者其它某种类型社会的理想而奔向这里的人们来说，缅怀往昔不如实现今日愿望那么紧迫。各种不同的见解至少凝成十种各不相同的忠忱，而这就形成了美国的联邦制——美利坚合众国。

在这之后是移民时期，这个词最初见于独立革命时期，通常用以指那些离开别的国家来此定居的人。“移民”逐渐为“外来移民”（强调移入而非移出）或者“难民”（强调逃亡和寻求庇护）的提法所取代。殖民时期来到美国的人多数是抱有某种目标而来的，以后来的人多数是由于某种原因并为了追求某种具体目标而离开家乡的。在殖民者心目中，目的地占据重要地位；而在移民者心目中，原籍占据重要地位。殖民者是被吸引而来的，难民是被

排挤而来的。这并不是说前一时期很多殖民者不是被迫害和贫困驱赶而来的，也不是说后一时期很多移民不是怀着憧憬“黄金国度”的理想而来的。但是，早期来的人主要是为了追求，后期来的人主要是为了逃避。清教徒先驱者确定了第一个移民时期的基调；移民先驱者确定了第二个移民时期的基调。第一个时期创建了各个州，第二个时期创建了一个国家。第一个时期建立了美国的联邦制，第二个时期开创了一种新型的全美政治。

在二十世纪，再也没有别的人数雷同的民族对其原籍如此眷恋了。十九世纪来自欧洲的人们直到二十世纪还由于家庭观念以及对他们故土的怀念而维系在一起。他们来美国后的经历，他们在美国生活和政治中的地位，主要取决于其移民时的具体情况。虽然爱尔兰、德国、意大利、犹太、波兰以及其他各类移民在旧世界的经历各不相同，但是新世界提供给他们的机会却很相似。每一类人都以其自己的方式保持了自己的特点，并且通过保持自己的特点而在这个国家占有一个位置。

当然没有哪一类人是典型的。然而，爱尔兰移民是南北战争以前半个世纪里来美国人数最多的一类人。南北战争以后，他们的经历继续显示，这个新国家是如何为那些既保留本身特性同时又多少参与探索美国民族性的人们提供了机会。在一八二〇年以后的一个世纪里来到美国的数百万人当中，大约四分之一来自爱尔兰。从一八二〇年到一八四〇年，爱尔兰移民总共近七十五万人，平均每年来三万五千人。这个数字在随后的四十年代猛增，于一八五一年达到大约每年二十五万的高峰。部分由于向美国移民的结果，爱尔兰的全部人口在南北战争以前的二十年里减少了二百五十万人。

很多人发觉他们居住的地方变了，而经济地位未变。爱尔兰贫民变成美国贫民。值得注意的是，这些长期受压迫的人有很多实际上是在一个陌生的国家里赢得了权力和尊重的。对于幸运的、朝气蓬勃和胸怀大志的人来说，美国确实先是向少数领导人、继而向芸芸众生提供了新的生活。

乔伊斯自传性小说的主人公斯蒂芬·德达洛斯说，“历史是一场恶梦，我竭力想从中醒来。”他是在总结爱尔兰的历史，而美国则是他醒来的地方。爱尔兰人在爱尔兰的历史和在美国的历史形成一种绝妙的对照。美国是一块移民的土地，而爱尔兰则是遭受侵略的对象。从十二世纪英王亨利二世及其诺曼人追随者开始，英格兰一直千方百计想强使爱尔兰人同化于入侵者。然而，尽管这块地方屡遭入侵，但是人民却从未真正被征服过。英格兰人管他们叫“野蛮人”，因为他们坚持自己的生活方式，例如拒绝皈依新教。十六世纪时，爱尔兰人的苦难达到了顶峰。仅在德洛杰达的一次事件中，克伦威尔就屠杀了包括牧师、平民以及士兵在内的二千八百个爱尔兰人，并称之为“绝妙而伟大的仁慈”。一六五二年以前的十年里，六十万以上的爱尔兰人（占全部人口的三分之一）死于瘟疫、战祸和饥荒。克伦威尔把大部分土地分给了他的追随者，并且把成千上万的爱尔兰人卖到西印度群岛的种植园当奴隶。英国加紧了对爱尔兰岛的统治。

十八世纪时，爱尔兰人与其说生活在一个政府统治之下，莫如说在一部刑法的统治下。爱尔兰天主教徒在自己国内毫无权利可言，甚至不能拥有价值超过五个畿尼的一匹马，他们不能参加选举、参加陪审团、携带枪支、教书、参军、从事法律工作或者担任政府官员。如果他们经商，不能拥有两个以上的学徒。天主教堂不能有尖塔。

十九世纪初期，地主为了“提高”地产的价值并把占有的土地合并在一起，从成千上万佃户手里抽田。一位美国传教士，阿塞纳斯·尼科尔森夫人这样描述十九世纪四十年代在高尔韦的普遍情景：

我看到一群人聚集在广场上，以为那里发生了什么新鲜事情；可是走近一看才发现是一群来自远方的穷苦农民，冀图翌日找到一点工作。每个人只有自己的一席之地，全都默默地、腹内空空、且疲惫不堪地站在那里等着。据说很多人没吃没喝走了十五英里，而且也没指望当天能吃上东西。他们一天顶多能挣到六个便士，如果找不到工作，则连安息日也没饭吃。他们褴褛的衣衫和沮丧的目光十分清楚地表达了他们的苦况。

接着又遇上土豆霉烂，结果有更多的佃户被赶出，挨饿受冻。一八四五年和一八四六年农业失收，使得千百户人家在乡下到处徘徊，徒劳地寻找食物果腹。贫病交加者死于沟壑，其他人听天由命地坐在篝火旁，直到死神降临以解除他们的饥谨。爱尔兰大饥荒整整延续了五年，在此期间全国人口从八百五十万左右下降到六百五十万左右。无人确切知道究竟有多少人饿死，然而，营养不良，“饥馑热”（一种由于缺乏营养而引起的恶性斑疹伤寒）、痢疾（由于吃腐烂食品和生食品而引起）以及坏血病加在一起，造成成千上万的人死亡。

波士顿的罗伯特·福伯斯从爱尔兰的科克写信说，那实在是一种“令人心碎”的情景。《波士顿向导报》恳求说：“以上帝的名义，把爱尔兰死亡线上的这一代人交给我们吧，让我们喂养他们，以便他们能够活下来而不致死绝！”在这种情况下他们涌进美国。他们来到从波士顿到新奥尔良的所有各个港口，使得来自欧洲的移民在南北战争前的十五年里达到前所未有的数目。从一八四七年五月纽约移民局首次进行详细记载到一八六 年底，仅仅通过纽约港进入美国的移民就有二百五十万人。其中人数最多的一类是爱尔兰人，达一百多万人。

由于要求去美国的人数激增，从爱尔兰出境的费用也上涨了。不过，在美国慈善机关的帮助下和爱尔兰地主出于自身利益的考虑，贫困的爱尔兰人总可以找到前来美国的办法。有的利用在美国的亲属寄来的汇款。在十九世纪四十年代，这种汇款每年达到一百万美元左右，这证实了历史学家马库斯·李·汉森的原理：“移民招致更多的移民。”

周游各地的法国经济学家米歇尔·薛瓦利埃说过这样一件事，一个刚来此地的爱尔兰人给他的雇主看一封他写给爱尔兰老家的信。雇主问，“不过，帕特利克，你一天三餐有肉，为什么要说每周吃三次肉呢？”帕特利克回答说，“因为如果我照实说，他们反而不会相信。”无怪乎《波士顿向导报》主编约翰·罗丹神父吹嘘说，爱尔兰人如同犹太人一样，是无法消灭的，他们有着“比被杀死多次以至敌人不屑于再去杀它的黑猫更强的生命力……上帝使爱尔兰需要美国，使美国成为爱尔兰人的避难所。”罗丹神父预言，美国得到的回报将是改变信仰：“到一九五 年，多数美国人将是天主教徒。”

移民者的思想情况使他们特别容易接受新的机会。清教徒讲求实际是由于他们坚信自己走的路是对的。他们的主要问题不是去发现一个目标或者发展一种意识形态，而是在美国贯彻并实现他们的正统观念，爱尔兰人的讲求实际和善于适应却源自截然相反的原因。由于决意逃离他们所熟悉的旧世

界，他们渴望发现新世界的任何一个机会。因而他们准备从事任何需要做的事情。简而言之，清教徒是殖民者，而爱尔兰人是移民者。

美国之所以朝气蓬勃，在很大程度上是由于如此大量的外来者怀有这样一种移民者意识。爱尔兰人和十九世纪来的其他移民的特殊力量，在于他们没有局限于一个明确而有限的目标。对往事的回忆（有时是并不存在的往事）使他们聚集在一起。爱尔兰人“记起”他们那绿宝石岛的乡村情趣，正如犹太人“记起”犹太人聚居区那种融洽的社会，意大利人“记起”地中海蔚蓝晴空下意大利村落的音乐和佳肴一样。

美国成了一个连结过去与现在的联合体：一个由美好回忆和融洽感情维系在一起的各类移民组成的联邦。这些人凭着他们保持自己独特性的方式，孕育了新的国家体制。

三十 城市移民的政治

移民们在旧大陆故土创建的各种体制，幸而适合他们在美国的不同需要。在这方面再也没有比爱尔兰人更好的例证了，因为美国这个新国家有着大量而正式的政府结构：联邦和各州均有宪法和立法机关，法院更多。美国人长期实行自治的经历诚然是导致独立战争的一个因素。但美国的独立显然不同于爱尔兰的独立，它仅仅经过一、二十年的鼓励和未经法律准许的组织工作就实现了。美国独立的成功意味着人民控制了政府。制宪工作在这个国家业已成为过去的事，政党辩论的是在新宪法之下政府应注重什么。

爱尔兰人的经历迥然不同。美国政治生活的形式是自治，而爱尔兰政治生活的形式是连绵不断的叛乱，可是又从未上升到爆发革命。美国人关心的是社会契约、代表权、立法形式，以及权力的平衡与限度；而爱尔兰人关心的是有组织的破坏活动和取消不公正的法律。美国人的经历是守法的、正规的，而爱尔兰人的经历是非正规的、不受法律约束甚至违法的，不过，爱尔兰的经验在美国并非无用武之地。

正如丹尼尔·帕特利克·莫伊尼汉所指出的，纽约是人类历史上第一个由平民百姓管理的大城市。其它城市只是一度暂时由下层阶级的代表管理过（罗马由格拉古兄弟，伦敦由约翰·威尔克斯，巴黎由公社管理过）。但是，从十九世纪初开始，在纽约，由平民百姓管理市政已成了一种固定的正式制度。由于该市正在成为这个国家最大的财富和权力中心，这一点给予人们的印象就更加深刻。平民治理纽约是爱尔兰裔移民的一项成就。因为爱尔兰人发展并完善了大城市的政治机器，不仅在纽约而且在其它城市把权力交给了下层阶级的代表。

更为不寻常的是，这种空前的都市成就却是出自一位乡下人的业绩。爱尔兰人给美国带来的政治经验大大不同于新英格兰的城镇大会、地方立法机关，以及制宪会议。由于爱尔兰的正规法庭是地主进行压迫的代理机构，贫苦的佃农成立了自己的法庭，制订了自己的法律。当时有人解释道，“实际上存在着两种相互对立的法规，一种是人民不信任的、由法官和陪审员推行的成文法，另一种是人们自己实施的秘而不宣的法规，依靠秘密会社社员和子弹。”贯彻这种未经合法批准的法规的会社有着许多不同的名称：“平均派”，“克莱尔女士”，“莫莉·马吉尔”（后来宾夕法尼亚信奉天主教的爱尔兰裔煤矿工人秘密会社采用了这个名字）等等。但人们最为熟悉的名字是“白衣党”，这是由套在衣服外面的白衬衫而得名，穿白衬衫是为了便于夜间相互辨别。

在爱尔兰，白衣党制订了自己的宗旨及其实施方法。目的是使真正的佃户有地可耕，反对高昂地租和苛捐杂税，并且从一般说来有利于佃农的角度调节地主与佃农的关系。为了对付某个暴虐的地主，当地秘密会社的会议秘密地制订他们自己的“法律”。在违法者的门上或桌上会神秘地贴着一张通知：“弗朗西斯·霍普金斯勋爵，有朝一日会有人带着手枪来毙了你；如果你不改善对佃户们的态度，肯定会被杀死。我们现在及时通知你；如果你不照办，当心后果！”无视这一通知的地主可能被杀死，佃户若被撤佃，谁要是来接佃原有的土地也有丢掉性命的危险。“外来者”（指的是不住在附近而是来自其它县，趁收获季节来此争工作的爱尔兰人，往往会挨打并被赶回

家去。

白衣党主义同美国西部填补法律真空的自警政策大不相同。爱尔兰人力图对抗现行的法律制度。组织秘密会社、敲诈勒索、行贿、人身残害成了维护爱尔兰农民权利的常用武器。

十九世纪初爱尔兰进行选举时，成群的佃农被他们的地主驱赶到投票站，不是“去投票”，而是象人们所说的，“让人进行投票”。一位观察家指出，做这种事是不讲情面的，如同“牙买加的庄园主驱赶奴隶去干卑贱的活儿一样”。身为尊严和法律的支柱的地主，实际上是腐化堕落的典型。公共工程成了他们私人的禁脔。例如，把皇家运河故意朝错的方向开，是为了使某富翁的土地得到好处；兵营设在地主销售产品的地方；地主往往依恃高昂地租和货运制度强迫佃农为他们义务修路，而地主却可藉此领取国家补贴。无论是叛逆的还是顺从的爱尔兰农民，全都是带着丰富的、记忆犹新而又跟当地情况大不相同的政治经验来到美国的。

这些命运多舛的移民很快地移植他们的政治体制并在形式上作了些改变。经过一、二十年的时间，在旧世界被踩在脚下的爱尔兰人变成了热情奔放的美籍爱尔兰人。现在他们不是纠合在一起反对政府，而是在政府治理下组织起来。他们不再是在半夜召开的白衣党秘密会议上窃窃私语，而是堂堂正正地在市议会、州议会，甚至联邦国会里侃侃陈词。此时，过去受压迫的人已坐在掌权的席位上，他们拥有的爱尔兰经验绝非无关紧要，它实际上给他们提供了在美国掌权的门径。

他们定居的最初型式，甚至他们的贫困，都有助于实现以上所说的一切。爱尔兰人来到东部沿海城市以后，往往缺乏向内地扩散的手段，大多数人在纽约登岸；到一八五〇年时，纽约已聚集了十三万爱尔兰移民，占全市人口四分之一。五年以后，纽约市选民有三分之一以上是爱尔兰人。在北部一些港口城市，特别是波士顿，也有同样的情况。

茫茫然置身于异域他乡的爱尔兰移民，十分愿意听到先来者那熟悉的乡音。为了立足安身，他们需要工作、房子、食宿以及朋友，所有这些需求均有助于大城市政治集团的形成。这些政治集团由于满足了人们的需要而日益蓬勃成长，并且成为美国政治生活中的固定因素。

集团政治是移民意识的自然产物。政治集团和政治党派的主要区别是什么呢？政党是为了较其自身的存在更为远大的目标而组织起来的。政治集团则是为了自身而存在，它的首要目标，在某种意义上也可说唯一目标，就是生存。政党通过达到它所追求的目标而获得成功并且自行消失。政治集团则不是这样，它只要能生存下去就是胜利。

爱尔兰移民最为关切的是生存的需要。爱尔兰移民对美国政治的第一个贡献是集团政治，这决非偶然。集团政治不同于党派政治，除去其自身之外无需有其它目的。正是这种集团政治产生了政治机器的“头目”和以政治为职业的政治家。能否确保他们的事业有利于他们自己及其依附者，是对他们能力的考验。

正如莫伊尼汉所说的那样，人们可以从纽约的典型例子中看出，这些政治集团是如何“由爱尔兰的农村习俗同美国的城市政治两者结合而产生的”。把现行的政府机构当作不是完全合法的机构，惯于罗致最卑贱的市民，充分运用组织手法，尊崇等级观念，所有这些都来自于爱尔兰农村。随之而来的

是，为了确保地位低下的失意者的权益，他们不惜行贿、敲诈和使用暴力。对组织的赤诚加强了这种倾向，他们可以容许宗派主义存在而决不容忍背叛。

虽然爱尔兰移民迅速且引人注目地在政治上获得了成功，从他们来到美国以后的几十年时间里，他们实际上掌管着一座大城市，可是事实表明他们并不擅长管理的艺术，这是一点也不足为奇的。因为对于逃避贫穷和压迫而来的移民说来，美国政治本身成了目的，成了维持他们自己和本民族生计的事业，这种环境使“政治”成为一个肮脏的字眼，“头目”和“集团”成为使人丢脸的称呼，于是波士顿和纽约的名门望族也就越来越经常地把重要的政治职位让给这些不那么吹毛求疵的新来者。

爱尔兰移民充分利用的塔姆梅尼大厦甚至在爱尔兰移民大量到达之前就已存在了。一七八九年建立于纽约市的圣·塔姆梅尼协会，是以德拉瓦尔部族印第安人的传奇式首领命名的。据说此人在威廉·佩恩抵达美国时与他邂逅相遇，并且于一七七七年象开玩笑似地被宣告为圣徒。无人知晓塔姆梅尼这个名字的意思究竟是“和蔼可亲”还是“有功之人”，不过，这个首领对自人友善倒是有口皆碑的事。

纽约塔姆梅尼协会的创建人威廉·穆尼是一个在美国独立战争初期曾短期服过役的家具商和壁纸经营者。穆尼及其友人的原意是打算成立一个慈善联谊组织，既反对信奉亚历山大·汉密尔顿联邦制的辛辛那提社那样的“贵族政治论者”，也反对“外来冒险分子”。协会原来的章程规定只有土生土长的美国人才能当选为协会的头头。穆尼本人的社会生涯远非洁白无暇的。他在主管救济院不到两年的时间（一八〇八年至一八〇九年），由于剋扣救济院的供应来为家里买酒及其它奢侈品而酿成丑闻。他帐目上的一个伪造的名目“穆尼夫人的杂物”，很快就在反对塔姆梅尼协会的人们中间传为笑柄。可是，这毫不影响穆尼重新当选为协会的大头头。

协会在早期以印第安情调的嬉游为其会员消闲遣闷，并具有后来美国服务机构的性质。会员分为“猎人”和“斗士”两类，由十二名头头管辖，这十二名头头又由一名大头头统辖；以“月亮”为基准计算时间，并给每个月起个虚拟的印第安名字。总部称为“陋屋”。塔姆梅尼协会的好汉们每年在七月四日和塔姆梅尼节（五月十二日）都要象印第安人那样画着花脸，手持弓箭和战斧游行。纽约的圣·塔姆梅尼协会还批准设立其它塔姆梅尼小“陋屋”。

塔姆梅尼协会在大批爱尔兰移民由于饥荒而移居美国之前，就已经成为一个政治性的组织。但除去一八〇九年提名帕特里克·麦凯进入州议会之外，塔姆梅尼协会从未把来自爱尔兰的天主教徒列入其同意的候选人名单之中。一八一七年四月二十四夜，两百名爱尔兰移民列队前往塔姆梅尼大厦，为的是说服协会提名才干出众的爱尔兰爱国移民托马斯·埃米特作为他们的国会议员候选人。尽管争论发展到挥舞椅腿和投掷砖头这样激烈的程度，固执的塔姆梅尼协会负责人依然拒绝提名这位爱尔兰英雄。

一八二一年纽约州制宪会议扩大了投票权，一八二六年通过的一项修正案取消了纳税限制。爱尔兰移民在一八二七年秋纽约市选举中崭露头角。预期次年在安德鲁·杰克逊和约翰·昆西·亚当斯之间进行的全国竞选引起了人们的普遍关注。爱尔兰移民是“生就的民主主义者”，热情地崇拜杰克逊

将军。他是穷苦的爱尔兰移民的宠儿，在新奥尔良痛击了英国人。全副武装的爱尔兰保镖陪同杰克逊的支持者去投票。据目击者说，在第八选区，二百名爱尔兰人“由一名双手持着上了膛的手枪的杰克逊支持者引导走向投票箱，他们在投票箱前每人一连三次投了杰克逊的票”。第四选区的旁观者目击一名爱尔兰人同一名佛蒙特州人之间一场历时五小时五十八分的搏斗，这就给了爱尔兰籍保镖借口，来驱逐反对杰克逊的选民。此时纽约的爱尔兰人已在仿效他们家乡选举时的那种粗暴形式。不过，他们不是由地主而是由他们的移民头头们选出来的。

这些行动理所当然激起那些彬彬有礼的老移民的恐惧。《全国鼓动报》抱怨说，“选举中只要出现一个爱尔兰人，他的选票必定会通过……。这是爱尔兰人的胜利。外籍人出了风头。”它警告人们说，爱尔兰移民是“藏在我们中间的一个具有惊人重要性和巨大影响力的外国集团。”这类警告反过来又促进了爱尔兰移民的团结，他们利用诸如纽约《说实话》之类的报刊维系爱尔兰移民间的团结，从而维系着对民主党的忠诚。

到一八三〇年代，塔姆梅尼协会已把全市性的体制组织起来，每个移民团体都有自己的专门会议和合适的知名人物充当领袖。一八三二年的全国选举再一次激发了爱尔兰移民对反英将领杰克逊的狂热爱戴和对“亲英保守派”亨利·克莱的刻骨仇恨。他们指责亨利·克莱策划使美国银行骑在贫苦的美国家人身上，就如同英国银行一度骑在贫苦的爱尔兰人身上一样。

爱尔兰移民的增多和集中使得纽约的爱尔兰人在塔姆梅尼协会、在纽约市和在全国政治中有可能发挥更大的作用。到十九世纪三十年代时，纽约市下东区的第六选区成了美国最大的爱尔兰天主教社会的中心，并且除了爱尔兰本身以及英国兰开夏郡和苏格兰的某些地方外，这是世界上最大的爱尔兰社会。塔姆梅尼协会想尽办法争取移民，由于共同的感情、对故土家乡的怀念和对本民族的忠诚而连结在一起的爱尔兰人是随时随地都可以争取到的。爱尔兰人先知学会提出了共同的政治利益。技工互济会和布赖恩·博里赫姆俱乐部（尊崇爱尔兰贤人和英雄人物，也包括圣·塔姆梅尼）这两个团体也已经被理查德·康诺利用来为政治目的服务。人们称理查德·康诺利为“狡猾的狄克”，因为他后来是特威德帮的成员，并且最终成了叛徒。爱尔兰移民、塔姆梅尼协会和民主党已经开始纠缠在一起，这种情况一直延续到二十世纪。塔姆梅尼协会的青年委员会为信奉天主教的爱尔兰移民的子弟提供政治实习的机会。例如，约翰·麦基翁便曾在这种委员会工作，并且成为依附于塔姆梅尼协会的人们的律师，一八三二年进入纽约市议会，一八三四年进入国会。

这些新的爱尔兰裔的政治组织者当中最为干练的一个是迈克尔·华尔什。华尔什集乡下佬、煽动者、帮伙头目和真正的人民战士于一身。他童年时代就在城市街头混，熟悉那里流行的一套语言和生活方式。他于一八四〇年组织的“斯巴达帮”是一伙年青力壮的爱尔兰小伙子，这些人跟随着他去出席会议并且迫使难驾驭的塔姆梅尼协会领导人听从他的意见。他与后来成为专门传播谣言丑闻的《全国警察新闻报》的创办人乔治·威尔克斯一起，在一八四三年创办了《地下工作》杂志。华尔什宣称，“我知道，我们这些在地下活动的民主派掌握着权力，只要我们加以行使就行了。”他问道，谁是那些可敬的舆论炮制者？他们是一群肚子里灌满了酒却大言不惭地谈论禁酒，后背鞭伤未愈却夸夸其谈礼义廉耻，口袋里装着受贿得来的钱却侈谈

诚实的虚伪恶棍！”华尔什预言他“将会战胜所有这些腐化的反对派，犹如气球飞越粪堆一样。”他确实做到了这点。他借助其帮伙之力及其灵牙俐齿说服了塔姆梅尼协会，使之相信华尔什及其爱尔兰裔选民是值得争取的。一八四六年塔姆梅尼协会提名他取代塞缪尔·蒂尔登，选入州议会；一八五年华尔什被选进联邦国会，并一直任职到九年后逝世为止。

十九世纪中叶大城市政治的变化主要是由于爱尔兰人的作用，至少在纽约是如此。早在一八三五年时，当地贵族政治的代言人平衡法院首席法官詹姆斯·肯特解释说，“助理市政官一职对于悠闲自在、有才有智但对妥善处理城市居民切身问题漠不关心的人来说，是令人向往的，也是梦寐以求的。”三十年以后，“大头头”威廉·马西·特威德以令人耳目一新的坦率，把这些市政官叫做“四十大盗”。可是，事情还不止于此。如果说美国城市政治中引进了“爱尔兰方式”，促使政治生活出现现金交易的风尚，那么，它还起了一些别的作用。它使得城市的政治生活人格化和人性化，为最迫切需要的人提供了一系列新的机会。

爱尔兰裔政客通过其政治集团和他们的工具——塔姆梅尼协会，使自己成了为社会公益服务的人物，或者更确切地说成为个人服务的代办。爱尔兰移民和其他新来的移民是他们的主顾。在十九世纪三十年代，第六选区的市政官，例如酒类经销商丹尼斯·麦卡锡、律师托马斯·布雷迪和杂货商菲力克斯·奥尼尔，都为他们的选民干各种杂七杂八的事情。他们是职业介绍所，提供政府职务或者向私人雇主施加影响。他们周济没饭吃的人，向病患者提供医药。由于无能或者不走运而经营失败的人，他们会帮助他们重整旗鼓。他们为穷苦的寡妇或破产的家庭筹措互济金。他们从事古老爱尔兰的牧师所干的许多事情。他们参加守灵和丧礼；他们开导没有文化的人和糊里糊涂的人。他们全日工作，终年不辍。

至于“头头”个人的贡献同肯特法官所描述的“妥善处理城市居民切身问题”根本风马牛不相及。“头头”决非等闲之辈，他只不过是暂时为公众事务尽些义务。他的事业是政治，对此，乔治·华盛顿·普伦基特在该世纪之末《关于实用政治的通俗谈话》一文里作过精辟的描述。当时人人讲究利害关系，“头头主义”盛行。他这样说道：

在纽约或者其它地方，没有任何政客跟塔姆梅尼协会的地区头头完全相似，或者象他那样办事情。这种人照例是除去政治之外，别无它业。他一年到头日夜玩弄政治，他的总部的牌子写明“从不休息”……

是个慈善家？决不是。他只是无休止地玩弄政治。

他是在塔姆梅尼协会培养起来的，懂得如何打动广大选民的心。他并不想开动选民的脑筋。

他的信念是，辩论和竞选印刷品从来争取不到选票……下面是普伦基特所写的一日工作纪事：

清晨两点：从睡梦中被门铃唤醒，来到门口，见是一位酒吧招待员，对方请他前往警察局保释一位由于违犯税务法而被捕的店主。交了保并于三点钟回家上床再睡。

清晨六时：被行经房前的救火车惊醒。匆忙赶至火灾现场，因为按照塔姆梅尼协会地区头头的习惯做法，必要时应支援火灾受害者。遇到他选区的儿位队长，他们受命时刻

注意火灾，因为火灾是赢得选票的大好时机。发现一些因火灾而无家可归的住户，把他们接到旅店，给他们吃穿，替他们安排临时住处，一直到他们能够租赁到新的寓所……。

集团政治是不谈意识形态的政治。在爱尔兰，忠诚是局限于某地并以某人为对象的，占主导地位的不是原则而是利益。在美国城市里，目标也是自订的，那就是：某区选民的需要和集团政治的长期生存。移民政治是个人需要的政治。职业、房屋、食物、友谊是要紧事，“头头”们在税收或者对外战事中的地位则无关宏旨。最重要的事实是，一八五五年纽约市一千一百四十九名警察之中有四百三十一人是移民，其中三百零五人是爱尔兰人。

美国城市里的爱尔兰人实际上创造了自己特殊类型的政治，从而扩展了美国政治生活的新内容。如同早期定居的美国人把政府视为服务机构一样，这些新来者也有他们自己的期望，只是期望不那么高罢了。他们最初所期待的首先是同日常生活手段有关的服务，而非同财产相关，首先是找个工作，而不是落实地权或资助修建铁路。正如在北美大陆无主的广袤土地上，美国人寄希望于州和联邦政府创办新的服务机构一样，在鳞次栉比的迅速发展的沿海城市里，无家无业的移民也期待着开办新的服务机构。在那里可以重新看到受压迫的爱尔兰乡下人的困窘。

地方分权的美国政治体制有助于爱尔兰和其他移民集团获得荣誉、财富和政治权力。如果只有唯一的全国性立法机关，只有唯一的中央集权政府，移民们在政治上的崛起恐怕就要推迟到他们同化于美国的生活方式之后。而到那个时候，他们恐怕就难以有所贡献了。可是，联邦制连同其大量的地方政府和分散各处的政治机会，使得爱尔兰人和其他移民易于在同化之前参与政治。这种情况对他们来说是一种鼓励，使他们得以保留自己的特性并以此作为分享权力的最有效手段。新来的移民集团虽然不能选出一位联邦国会议员，但仍然有可能推选代表进入低一级的州议会或者市议会。

即使爱尔兰人并非围绕着重大的政治原则而团结在一起，但这一点并不构成他们在政治上取得成功的障碍，甚至还是一个有利条件。如果说扶贫济穷不足以作为治国纲领的话，但却足以把一个城市选区争取过来。

三十一 扩展城市：主要街道的衰落

在汽车出现之前的年代里，美国城市建设的格局着眼于使每个城市具有轮廓明晰而结构紧凑的形式。按照建筑学家凯文·林奇的话说，殖民时期的城市“一目了然”，很讨人喜欢。城市的区域和道路极易辨认，不难找到市中心。然而，每个城市又都有自己独特的风貌，使外地人知道自己已经来到何地，使当地居民有一种身在家乡的感觉。为了便于防卫和通往水路，城市往往紧凑而处于中心位置。

在东部沿海地带，西班牙、法国、荷兰、英国留下的影响各有其特点，形成了风格迥然不同的城市。圣·奥古斯丁、新奥尔良、莫比尔、威廉斯堡、查尔斯顿、安纳波利斯、纽黑文、纽约、费城、波士顿以及其它不大知名的城市具有不同的格局，使得居民和外来的人很容易就记住城市的样子并且一眼便可找到商业区和行政区。同样，在具有西班牙影响的美国西部地区，教堂、堡垒以及传统的印第安人住所形成了圣菲、圣迭戈、蒙特里、旧金山、圣巴巴拉、圣安东尼奥以及几十个较小的居民点。当这个国家在波托马克河上建都时，这个首都便成了世界上轮廓明晰而紧凑的城市典范。

十八世纪后期和十九世纪初期美国人横跨北美大陆兴建新城镇时，倾向于把城市格局搞得简单化、系统化和程式化。由于西部未经测绘的原野是被划成整整齐齐的长方形地块出售的，因而西部的许多新兴城市不管地貌的异同，全都呈千篇一律的几何图形。

当英国天文学家弗朗西斯·贝利于一七九五年至一七九八年访问费城和巴尔的摩时，他很喜欢这两座城市那些象格子一样整齐的街道——“这是迄今为止城市设计的最佳格局。所有美国新建城镇都是按照这个原则建立的。”可是，等到他来到辛辛那提，再次碰到格子状的街道时，他便抱怨太单调了。“往往是抱住偏见而置优美于不顾，特别是所有这些城市的街道都是十字交叉，毫不顾及地形和周围的环境……街道当中出现一座小丘或者被一条小河割断三、四次，从而使交通非常不便，这类情况并非少见。”然而，最早出现于费城，其后纽约又加以仿效的格子状设计具有许多优点。例如，地产商认为长方形的地块易于勘测，出售起来也方便，而且与勘测全国公共土地所用的长方形地块方案非常一致。

从长远来说，如此千篇一律的格局，由于不大注重不同的地形，即使街道显得整齐，可是却不利于许多美国城市保持其独特形象。草原、沙漠、山区和城市，到处都是格子状的方块。

方格形的格局没有明显的市中心，可是十九世纪中叶及其后在西边发展起来的城镇，新的交通方式有助于形成活动中心区和交通站。在铁路时代，一些快速线路可以把人们送往市中心。部分地由于这个原因，制造和批发业通常集中在那里。城市里那繁忙、壮观的火车站无疑是个内陆港口，它曾是衡量城市的商业及其活力的尺度。铁路线的汇合点自然地成了市中心，而“铁轨”则成了城市里的天然分区线。

最初城市里根本没有公共交通。十九世纪初，巴黎带头添置公共马车，或者叫做“大众车辆”，英文叫做 omnibus，不久简称为 bus。这是一种任何人只要交一点车费就可以乘坐的大车，它走一条固定的线路。城市里未铺砌石子的道路，在阴雨天简直是寸步难行，而铺过的路用的是大块鹅卵石，因

此乘坐公共马车是既缓慢又颠簸的。其后，一项明显的改进是铺设铁轨，就象煤矿里已经采用的那样，车轮要同铁轨相吻合。当然，这些行走在铁轨上的车依然是用马来拉的。美国人所说的“有轨马车”大约在南北战争的期开始使用。至此，无力拥有私人车辆的人已有可能住在城外而在城里工作。

市内有轨马车和蒸汽火车一样是以城市为活动中心的。我们可以看到，开往市中心的有轨马车带来百货商店的顾客、参观博物馆和看戏的人，这样就形成了“城市商业区”。随着郊区的发展，有轨马车也使郊区活跃起来，因为通常这种车都开往每个郊区的一个中央车站。车辆线路决定了费城、芝加哥、洛杉矶以及佛罗里达州最初居民点城外新建筑的位置。蒸汽火车由笨重的机车牵引，噪音大，有失火的危险，所以不适合短途和停站多的交通，也根本不适合用于市内交通。

郊区需要另外一种交通工具，有一些郊区可以说是以有轨马车的副产品，历史学家小萨姆·沃纳所说的“有轨马车郊区”扩展了城市的范围。在公共有轨马车出现之前，一座城市的自然范围只限于一个人从市中心步行一小时能走到的距离。因为对于城市居民来说，马匹和马车大部分只是富人才有。蒸汽火车虽然开往中央车站，从而扩大了城市的交易范围，但是不适宜短程交通，因此并没有改变日常生活格局。有轨马车则是另外一码事。虽然它并没有使城市失去其活动中心的地位，然而它标志着那种以步行距离衡量城市范围的现象开始逐步消失。例如，直到一八五一年波士顿还是一座半径三英里的行人城市，到一九一一年就变成了半径十英里的市郊化的大都市。有轨马车正是促成这一变化的工具。

世界上第一条城市铁路是一位爱尔兰移民约翰·斯蒂芬森于一八三二年为纽约—哈莱姆铁路公司兴修的。他设计出一种装有四个带凸缘轮的大马拉车，这使他成为十九世纪中叶流行一时的有轨马车的主要制造商。

最能干的有轨车辆创始人之一是斯蒂芬·达德利·菲尔德。他是马萨诸塞州斯托克布里奇一位律师的儿子。斯蒂芬的叔叔赛勒斯·菲尔德于一八五八年成功地铺设了第一条直达大西洋的电报线路，他在哥哥的菲尔德律师事务所里设立了一个电报局：年仅十二岁的斯蒂芬对新兴的电报科学产生了兴趣。后来，当斯蒂芬成立了自己的公司来从事电气方面的发明创造时，他特别致力为经他改进以取代电他的电动机寻找新用途，这是向当时可能实现的有轨电车系统迈出的重要一步，他从德国进口了最新的西门子电动机，同托马斯·阿尔瓦·爱迪生一起合作，于一八八三年为芝加哥铁路博览会提供了电动轨道车。

当时还存在着一个严重的问题，即如何把电力从发电站输送到运行的电车上而不危及街上行人的生命。由于能够导电的铁轨和地下导线所发生的故事，导致架空触轮系统的出现。这种系统操作安全，因而成为电车通常的电力来源。架空触轮和整流子碳精刷使得电动机可有效用于电车。这是一位比利时移民小查尔斯·范·德波义尔的发明。他于一八六九年来底特律定居，他在电气方面的发明使他赢得了“底特律的爱迪生”这一称号。“trolley”（触轮）一词取代了英国人所用的“tram”一词，它指的实际上不是触轮而是车子，它是十九世纪九十年代已普遍使用的美国创用语。

有轨电车系统的广泛使用始于一八八八年弗吉尼亚州的里士满，那是一个气势不凡的壮举。使这件事付诸实现的是著名的弗兰克·朱利安·斯普拉格。他在安纳波利斯海军学校毕业以后进入海军，为他所服役的舰只改进了

电气设备。其后，他辞去海军职务而同托马斯·阿尔瓦·爱迪生合作。他制造了一种“恒速”电动机以后，便创办了自己的公司。一八八七年，他刚刚三十岁，“签订了一项愚蠢的合同：在九十天内把里士满的弗吉尼亚联合客运电车公司装备起来，在对方满意的条件下可得十一万美元。”为了履行这一合同，他必须制造八十台发电机并且装备起四十辆电车，当时全国运行的电车也不过只有四十辆。他得铺设十二英里长的铁轨，在沿线架设起架空电线，还要兴修起一座相当规模的发电厂。所有这一切要在九十天内完成！里士满市坡度大且转弯急的街道使这项任务更加复杂了。

一八八八年二月，当斯普拉格成功地履行了合同，他兴建的有轨电车系统投入运行时，里士满的市民们亲眼目睹车辆在一种“无形力量”牵引下爬上城市的山坡，深感惊愕。一个市民说，“斯普拉格把骡子放跑了，在我们城里再也看不到长毛骡子了。”不久，他又签订合同承造另外一百辆电车。他为列车发明了“多车箱”控制器，改进了地下铁道和高架铁路的操作。他还发明把电动机用于电梯、机床、印刷机、牙钻和许多其它家庭用品。

电车自然地把城市的范围扩大了。其它服务设施也随之发展了起来。到一九二〇年，一种新的设备——独家住宅用的化粪池他开始为没有连接城市排水系统的住户所采用。钻井技术的改进使得那些与其它房屋不相连的住房易于得到自己的水源。此时，新技术已扩大了电力供应距离。当初，爱迪生所力主的直流电系统只能在一、两英里的范围内使用。改用交流电新技术以及乔治·威斯汀豪斯改进变压器，简化了电力的远距离输送，费用又便宜。到二十世纪初期，已有了向分散的住户配电的有效而经济的系统。

甚至在二十世纪开始之前，推动郊区电车发展的人就声称，城郊生活对于扩展房产所有权从而加强美国民主制度的基础具有重要意义。

亨利·惠特尼是个汽船公司的东主，由于垄断了波士顿的城市有轨电车而大发其财。他把欧洲拥挤不堪、房租昂贵的城市同郊区的新前景加以对比，鼓吹不论远近车费一律五分。他强调，现时在美国，城市工人可以在自己的一块地上盖自己的住房。一九〇〇年时，波士顿郊区居民还只有四分之一拥有自己的住宅。美国人这种自己拥有住房的理想是旧世界坚定的独立自主的“自耕农”的遗风，它有助于刺激城郊在全国得到发展，并且使得“旧大陆”的乡间舒适生活普及化。一些新的郊区的名称本身就使人联想起庄园建筑。当时的广告宣传以及即使是最小的房屋的建筑形式，都会使美国的城市中产阶级脑海里浮现诱人的幻觉，以为自己在小型庄园和小型宫殿里过“豪华生活”。

新型电车开往城外的四面八方。有时它们也开往已有居民的地区，然而更多的是驱向房地产经营者希望人们前往的地区。有轨电车对于新的郊区的开发是非常必要的。正如同半个世纪以前修筑铁路的人凭着把人们吸引到铁路沿线而发了财，现在则是兴修电车的人发财的时候了。修建中央—太平洋铁路的科利斯·亨廷顿的姪子亨利·亨廷顿在洛杉矶建立起了他自己的电车王国。亨利·亨廷顿继承他叔父死后留下的遗产并且通过同他叔父的遗孀结婚而进一步扩大了财产。一九〇〇年他开始利用这笔巨款四处开辟电车线路。到一九一三年他的线路已延伸达三十五英里远并且扩及四十多个商业中心。例如，在洛杉矶东南十七英里的雷东多滩，在仅仅两个月的时间里，他就通过出售房地产而收回了兴修电车线路的成本。到一九二〇年，亨廷顿促使洛杉矶出现了十二个新的郊区卫星城镇。

范斯韦林根兄弟在没有获得任何遗产的情况下，在俄亥俄州克利夫兰市郊也创造了类似的业绩。奥里斯·范斯韦林根和曼蒂斯·范斯韦林根两兄弟开头只是克利夫兰市一家肥料公司的小杂差。奥里斯仅仅十九岁而曼蒂斯二十一岁时，他们就设想在城外大量购置地产。通过买卖城里的地产期券积攒了一些钱之后，他们就把目光移向城东属于当地震颤教派的一块一千四百英亩的土地。当范斯韦林根兄弟听说教会准备要出售这些土地时，他们先买下几块地的期券，同时积极想办法筹措买下全部土地的钱款。借助于高额借贷，他们在该地区拥有的土地多达四千英亩。

然而，土地的价格取决于交通情况，而建立赢利的交通系统则需要有居民。由于当时新的郊区还没有什么住户，范斯韦林根兄弟只得说服克利夫兰电车公司延伸其运行线路，而要做到这一点，唯一办法是为兴修线路的费用提供为期五年的利息。当他们需要另外一条线路而又无法说服该公司再延伸其线路时，他们便经营铁路，以确保其地产的价格。于是，震颤派高地兴旺发达起来了。一九一一年估算值二十四万美元的土地，到一九二三年达到近三千万美元，一九三三年时达到八千万美元。

范斯韦林根兄弟使震颤派高地具有与众不同的特色。他们故意避免把街道修建成人们熟悉的方格形，而是模仿波士顿郊区弗雷德里克·劳·奥姆斯特德所拥有的富有地区市鲁克莱恩那种充满浪漫色彩的形式，以突出其与市区中心的差异。在震颤派高地，街道沿着人工湖泊曲折蜿蜒，还留出开辟公园的地方。新建筑的设计形式是按地区严加控制的，每个地区兴建的住宅要有不同的价格等级。这样他们就可以把比较好的地块保持高价。震颤派高地成了全国城市郊区的一个典型。附有条件的合约成了一种带美国特色的东西，在这些既富有浪漫色彩又具有都市风貌的新居民区固定了下来。

新建郊区的两项准则是浪漫化和层次化。环境设计师们竭力创造一种田园式的、分布自然的、充满乡土气息的风格。不过，为了使居民的金钱和爱好得到保障，他们可以按照收入水平、种族和宗教信仰分住在不同区域。郊区里允许有同类人聚居区；在那里，负担得起并且种族或宗教信仰相同的人，可以在人为的条件下过一种不受外人干扰的清静的田园生活。

如同通用汽车公司的汽车一样，新郊区提供的住房也有不同等级。两者都提供可见而可及的目标。郊区是新开辟的，它的消费水准是明显可见的，这些都有助于那些对于自己的社会地位模糊地感到不快而又乐观的美国人在社会架构里安顿下来。这种新的按社会地位分布的地理学是新世界从无到有所结的最后硕果之一。新郊区一方面使美国人的地位更加鲜明和明确，另一方面也把美国人的处境搞得很模糊不清。

美国城市轮廓的不断变化反映在美国人口普查局所使用的定义的不断变化上。一八七一年人口普查局第一次正式把全国的“城市”和“农村”居民加以区分。“城市人口”指的是居住在有八千以上人口的市镇的人。可是一九一一年以后，“城市人口”意味着居住在有二千五百以上居民的聚居区的人。

一九五一年，人口普查局考虑到城市界限越来越模糊不清，从根本上改变了“城市人口”的定义。人口普查局除去把居住在人口二千五百以上的聚居区的人算作“城市人口”外，又把居住在具有同样人口的散居区的人，以及所有居住在人口为五万以上的城市边缘地区（无论是聚居还是散居）的人

都算在内。所有这类地方全都被看作是拥有一个居民核心的完整的经济和社会单位，命名为一个“标准城市统计区”。

每个“标准城市统计区”至少包括：“（一）一个有五万以上人口的中心城市；或者（二）两个相互毗邻并且在总的经济和社会目标方面形成一个整体的城市，两者加在一起的人口至少有五万，而其中小一点的城市至少有人口一万五千。”这样一个区域的范围还包括“中心城市所在的县以及具有城市性质并且在经济和社会上同中心城市所在的县联系在一起的邻近各县”。一九七一年时，美国人口的三分之二左右生活在这些城市化的地区，其中一半以上住在中心城市外面。

人口普查局和联邦政府采用“标准城市统计区”的划分法（一九六九年时共有二百三十三个这样的统计区），而社会科学家和市民们则使用其它新的名称来形容过去习惯称为“市镇”和“城市”以外而界限又模糊不清的地区。名称有一大堆：“都市地区”、“多核心居民区”、“集合城市”、“都市群”、“大城市”，等等。一百年以前，美国城市创业者们使用充满希望和夸张的语言，把村落夸大为市镇，把市镇夸大为城市，把城市夸大为大会。到了二十世纪中期，美国人为了另一种原因——为表达含混不清的城乡交接处——而扩充了语汇。

让·戈特曼于一九六一年在其论述大西洋沿岸“大城市”的文章中指出：

过去区分城乡的界限在这一带不再适用了……大部分住在所谓农村并且最新人口统计数字也把他们列为“农村人口”的人，与农业绝少关系。根据他们的利益和工作情况，他们过去是被列为“城里人”的，然而他们的生活方式和住宅周围的环境并不符合城市的旧有含义……我们必须放弃一种对城市的固有概念：密集的、有组织的居住区，在那里，人们以及他们的各种活动和财产全部挤在一个同其周围非城市地区截然分开的狭小空间里。这一带每个城市都从其原来的中心向外大大扩展了；它们在城乡杂乱交织的环境中发展起来；它们同属于另一个城市郊区的地区（看上去相似但特点不同）融合在一起。

边缘地区的居民并不确切知道他们属于城市人口还是农村人口，也不明确他们属于哪个老城市的卫星城。例如，纽约市到费城铁路沿线的居民区可以算作属于纽约或费城，也可以算作同时属于两者；而纽瓦克、纽不伦瑞克和特伦顿本身就是模棱两可的城市。

美国城市在二十世纪的变化最富戏剧性的莫过于洛杉矶。按照北加利福尼亚西班牙总督于一七八一年制订的规划，洛杉矶的居民居住在“二百英尺宽、三百英尺长的一个广场周围，从该广场延伸出四条主要街道”。甚至到十九世纪中期，这个地方看上去还象一个西班牙的外省村落，有个广场，附近凡能有水源的地方都散布着一堆堆住宅房子。虽然洛杉矶随着十九世纪七十年代开始的地产业迅速发展而稳步成长起来，然而直到一九二年前后，这座城市的核心主要还是它的商业区。当时，洛杉矶有一条主要街道，白天它是商业中心，夜间又是夜生活中心。

但是到一九七一年，洛杉矶城区已扩展到四百五十平方英里，共有七百万人口，并且已经成为美国第二个人口最多的“标准城市统计区”的核心，这时就不复存在一个居统治地位的商业区了。专家权威们竞相描绘这座城市的“漫无边际”。“城区湮没在郊区之中”、“超级城市的典范”、“全用

汽车来往之区”——甚至丰富的美国语言都难以描绘这座异乎寻常的都市的浩渺。洛杉矶除去其它特点之外，它肯定是世界上最令人“难以辨认”清楚的城市之一。它以漫画的形式展示出美国城市的未来。

许多力量在使大都市越来越分散，并且界限述乱不清，其中最起作用的是汽车。洛杉矶的第一条高速公路阿罗约·塞科大道于一九四一年十二月三十日建成通车；随着高速公路日益增多，原来的中心城市就衰落了。到一九五三年，商业区夜生活的最后遗迹也消失了。那年年底南大街三百四十一号“老朋友夜总会”关门大吉，象征着这座城市的扩散。一九五五年开业的一处“烤肉和牡蛎餐馆”，是戏院演出结束后人们约会的地方，也是人们举行工作午餐的地方。它到最后时刻仍把自己宣传为“活跃的九旬老翁在原子的五十年代里的逍遥乡”。现在主顾们分散在上千处地方，彼此相距一小时以上的行车路程。中心商业区不仅成了空荡荡的，而且正如被采访的市民所解释的那样，似乎是“陌生的，甚至是令人生畏的”。

在视觉上，城市的主要形象已不再是一个市区中心，而是公路的汇合处。它可以通往四面八方。凯文·林奇于一九六一年报道说：

汽车交通和公路系统是这次采访中的主要话题。这是人们每天的经历和搏斗——有时很个人兴奋，而通常是紧张而且令人疲惫不堪。旅行图上满是有关信号灯、指示牌、交叉路口以及转弯等问题的注释，在高速公路上行车，需要老早做出决断，老有车子变换车道。行车犹如乘船冲过急流险滩，心中充满同样的激情和紧张，需要同样不断“保持头脑清醒”。很多人提到害怕在一条新的路线上首次行车：话题中常常涉及立体交叉路，驶经道路枢纽时的情趣，下坡、转弯和上坡时的动觉。对于一些人说来，开车是一项挑战性的高速运动。

汽车使得城市居民成为到处流浪的人。当人们抱怨在餐馆、旅馆或商店得不到友好的、有礼貌的服务时，加油站仍是个“服务良好”的地方，这或许是由于人们认为替汽车服务不是低下的工作。地面上最好的地方被汽车停车场占去了，市民们不得不走地下通道或者天桥。汽车专用公路同自然风光、步行的人以及办事的人毫不相干。越来越多的美国人每天把越来越长的时间消磨在与世隔绝的公路上，公路把市民们相互分开，也使他们与城市隔绝，甚至为了“美化”公路而拆掉广告牌和商业标志也造成了后果，使得四周景色千篇一律，进一步加深了开车人的孤独感。户外广告公司强调说，他们设立的广告牌具有防止开汽车的人打瞌睡的作用。然而，越来越高的最低行车时速（在洛杉矶的高速公路上是每小时五十英里）以及在高速公路上行车的种种风险，使得人们难以在开车时观赏外面的城市风光，何况这样做是危险的。

现在，既然几乎人人的高速车辆都叮以开到任何地方，那么原来的市中心就不再是从城市边缘地区开来的车辆的自然目的地了。因为汽车不同于火车和有轨电车，它是一种爱驶到哪里就可以驶到哪里去的车辆，适合于各地都有居民点的时代。全国早期发展起来的大都市，如东部的波士顿、费城、纽约和巴尔的摩，西部的匹兹堡、圣路易斯、辛辛那提和芝加哥，都是在接近水路的地方自然而然地形成的，通常在市中心汇合的各条干道，可以通往邻近的各个重要城镇。举例而言，在殖民时期的威廉斯堡，“商人广场”是通往里士满的公路和詹姆斯敦的公路汇合之处。那些有助于城市发展的运河

和铁路，也促使城市交通汇集到一点。有轨电车和其它公共交通工具虽然会把人口疏散开，但全都是从老的城市沿袭下来的中心区向外修建的，因此也使得市中心繁荣起来。

在城市街道上铺沥青以及修建市内公路、市间公路和州际公路，使得城乡活动以前所未有的程度扩散并互相渗透。一九一六年威尔逊总统签署了《联邦公路资助法》，从而开始了联邦出资修建公路的庞大计划（第一个项目是二点五五英里长的从阿拉米达县界到里士满的公路）。修建这些公路名义上是为了加快邮递，因为《联邦公路资助法》是以宪法赋予国会修建“邮政公路”的权力为基础的。真正的目的却是建立全国公路网。一九二五年，农业部长批准了公路统一标号制度：东西向的公路用偶数，南北向的公路用奇数，横贯北美大陆的公路以十的倍数编号。根据这一制度，原来大西洋沿岸的南北向公路成为美国一号公路，太平洋沿岸的成为美国一百一号公路，标志牌也统一起来，牌子上半部是人们熟悉的盾形标记并写明州名和公路的号码。每个州又为本州的公路确定了自己的一套编号系统。

全国统一标号公路网的建立，标志着美国主要交通工具的目的地四处扩散了。公路不再是通往某个重要地点或者某个特定地点的“通路”，而是驾车者可以驶往任何地方的四通八达的公路网的一部分。人们乘坐公共交通工具从各地来到单一的市中心的情况从此一去不复返了。

当飞机成为城市之间仅次于汽车的主要交通工具时，它使得城市进一步扩散了。过去，伦敦港、波士顿港、纽约港这些交通终点曾是城市生活的中心。可是现在，飞机场全都在远郊区，同它所服务的城市之间的关系是模糊不清的。随着空中交通的发展以及机场造价日益昂贵，越来越多的飞机场修在两个城市之间——诸如，诺福克和汉普顿，沃思堡和达拉斯，它们成为新的模糊不清的终点。飞机的不断改进，从螺旋桨发展到喷气式，再发展到大型喷气式、超音速，促使大城市的飞机场离城市越来越远，以至于旅客着陆“抵达”后，根本见不到目的地城市的踪影。

由于城市界限模糊不清，城市管理方面也产生了许多模糊不清的问题。十九世纪时，一座城市的生活取决于运河或铁路的兴建（它得到联邦和州政府的资助）；到了二十世纪，一座城市的繁荣取决于联邦和州政府对公路和机场建设的资助。每个联邦单位——中央的、州的、县的、市的——从一开始就期望其它所有单位能帮助它建立供水、排污、消防以及警卫等日常生活设施。例如，在芝加哥周围，有一些公园不在该市警察局管辖之下（它们是早期城市创业者的馈赠），而是从属于县；因此库克县的司法行政长官就成为该市主要执法官之一。在大城市的辖区内，只有消息异常灵通的市民才知道他纳税或者交费的公共服务事业各归哪一个政府部门负责。

在日常生活中占据重要地位的公共交通事业，情况往往最为混乱。例如，二十世纪中期，纽约市的公共汽车由市政府管理，城市的其它公共交通系统则由州议会掌管，而所谓其它公共交通系统又分为纽约市公共运输管理局（负责地铁），三行政区桥梁和隧道管理局，而纽约市港务局又是另外一个单位。随着城市居民缴纳的税款增多，他们对于所交的钱为何目的以及到了谁的手中更加迷惑不解了。

在全国各个城市，随着电影的出现以及电影院在邻近一带建立，人们为了文化娱乐目的而进城的需要减少了。电视更使得人们不出家门就可以看到

自己想看的一切（当然，还有他不想看的）。

美国创用语中，有个叫做“购物中心”（shopping center）的体制于二十世纪二十年代形成，它使得美国人更搞不清楚他们的城市是什么范围，什么样子。美国第一个分散在郊区的大购物中心是一九二二年建立的堪萨斯市乡村俱乐部广场购物中心。它是杰西·尼科尔斯的杰作。尼科尔斯在堪萨斯州的一个农场长大，从堪萨斯大学毕业后进了哈佛大学，在那里写了一篇关于土地开发经济学的毕业论文。他在参观了英国的“花园城市”以后，又到西班牙搜集建筑设计。其后，他把在欧洲学到的东西应用于兴建乡村俱乐部区，这个区最终占地六千英亩，相当于整个堪萨斯市的十分之一。

设计购物中心成了一种新的建筑专业。到一九四一年时，全国城市零售商业额的四分之一分散在郊区的购物中心；到一九五一年时这一数字达到占三分之一，并且随着时间的推移而继续增加。一九五五年，在大城市的郊区共兴建了大约一千八百个购物中心，正在计划兴建的还有一千八百多个。

与此同时，大城市居民当中越来越多的人在早先的市中心之外工作。随着时间的推移，零售商业、银行业、律师、医生、其他自由职业者以及工厂都已四处扩散，在城市居民中间，与大城市中心区有明显依附关系的人也就越来越少了。

三十二 边区地产业的勃兴

二十世纪美国生活方式的变化，使得创业精神更加难于继续存在下去，因为创业精神的发展是基于某些单纯的信念——未来不可预测的信念、未来可以容纳一切的信念，尤其是创业者对其社会的独特性的信念。芝加哥、堪萨斯城、奥马哈、丹佛、道奇城、奥利欧波里斯，确实是各不相同的，那是一个竞相攀比的年代。每座城市都想更大些，更美些，成为新的雅典、罗马或伦敦，但都超俗，不落凡套。

到了二十世纪中期及后期，生活的现实压制了这些希望，并使它们难以保持下去。由于城市的界限在不知不觉中日趋模糊不清，加上许多地方相互间变得越来越相似，各个城市的特征也就日益消失。当每个地方都变成同其它地方雷同时，就难以使人们相信它们会有什么独特之处，难以宣扬并招徕人们，甚至难以感觉到人们对早期新兴城市那种脆弱易变的忠忱。不过，所有这一切是在一个世纪的时间里逐渐发生的，而在这个过程中又产生了关于创业精神的新见解。

一位热心人于一八六四年写道：“洛杉矶空气的清新是无以伦比的。草木干而不死，好象从不衰败。肉类悬挂在太阳下可以风干，但从不腐烂。吸到肺里的空气使人感到精神振奋、体力充沛，只有如此清新的空气才使人有如此舒适的感觉。”洛杉矶一方面由于远离文明的传染区，因而是肺病患者的理想休养地，另一方面却又非常讲究文明。小册子鼓吹说，在南加利福尼亚，十年里被蛇、毒虫或其它有害动物咬伤的人数，比在东部各州一个县一年里被闪电击毙的人还要少。“旅客走在加利福尼亚的小路上没有任何危险。没有小孩或娇生惯养的女子所担心的不便之处……当你在这个州住上几个星期以后，你恐怕会感到纽约才是真正的边远地区，在美国再也找不到象加利福尼亚那样讲文明的地方。”

于是，南加利福尼亚地产业便在十九世纪八十年代开始兴旺发达起来。从此时起出现了“暴发”（boom）这个美国词，它的意思是突然繁荣和价格骤增。虽然创业精神和暴发精神两者有相似之处，但也有区别。创业者是社会的缔造者，他具有真正的信念，至少在一定时间里忠于这块地方，与经他动员而同他走到一起的人共命运。暴发者有一些也是真正的创业者，但更多的是投机分子。创业者身体力行，参与其事，与其他人一道经风雨、受考验，而暴发者只是旁观者。他谋求的是在短时间内获得利润，靠的是很可能转眼即逝的机会。如果说创业者会骗人，他也同其他人一道上当受骗，而暴发者则志在说服别人弄光自己的钱财。

十九世纪八十年代南加利福尼亚的兴旺发达是后来美国土地经营大发展的典型和样板。十九世纪中叶的开矿骗局变成了土地骗局。美国国土是如此辽阔，距离又是那样遥远，人们对土地的实际质量是那样不摸底，因此，很难说什么时候诚心实意的乐观主义就会变成一场大骗局。

十九世纪六十年代后期，南加利福尼亚就有过小规模的发迹。干旱破坏了许多大牧场，斯特恩牧场就是其中的一个，这个牧场面积七万英亩，是从西班牙—墨西哥统治年代一直留传下来的。在原来牧场的地方出现了精耕细作的小农场。南太平洋铁路的延伸导致一个新的冬季休养区的诞生，它把人们带到洛杉矶、圣巴巴拉和圣迭戈这类新兴中心。到十九世纪八十年代早期，

已经建立了一个交通网，并奠定了走向繁荣的坚实基础。当圣菲铁路修通时，由于竞争的结果，从堪萨斯到洛杉矶的火车票跌到一美元。

小说家查尔斯·达德利·沃纳哀叹道，“去年三月我在南加利福尼亚对没有把这个地区买下来，而在同一个月把它卖出去，这始终是件令人深感遗憾的事。我本可以赚得回程的路费……而且还有剩钱洽购大西洋沿岸的一个小州。”另外一名不大爱开玩笑的作家则说，在洛杉矶人们可以看到“太平洋沿岸形成的崭新而高贵的生活……一种只有数百年前传至地中海东岸的盛极一时的希腊—拉丁文化堪与比拟的文化。”

沃纳把洛杉矶称之为“金苹果园”，这个地方确是个集中体现开拓与发迹的激情的地方。悬挂着彩旗的无盖平板火车载来了有希望成为买主的人们。拍卖会配备乐队，鼓乐齐鸣，并且免费供应午餐，场面十分活跃，鼓动人们购买一块块的荒地。洛杉矶的地产经纪人有两千多，仅在一年之内就出售了一亿美元以上的地产。学校为了接纳新来居民的孩子而拥挤不堪，不得不分上下午两班上课。

一八八六年至一八八八年的大发展期间，划入洛杉矶县的新的分块土地迅速发展至一千七百七十块。地产价格扶摇直上。第七街上靠近菲格罗亚的一块二十五英亩的上地，一八八六年标价一万一千美元，还找不到买主，第二年却以八万美元售出。第六街和主要街道的靠街上地一八八三年每块以二十美元售出，一八八七年就上涨到八百美元。《论坛报》吹嘘说，“洛杉矶正在兴旺，看来在未来的年月里还将继续兴旺下去。”

大发展于一八八七年达到了高峰。大发展之前人口一万一千人，此时上升到八万多。一八八七年下半年洛杉矶邮局递送二十万件邮件，每大地产交易都超过十万美元，并往往达到五十万美元。当年六、七、八三个月里，洛杉矶县的地产交易竟达三千八百万美元。洛杉矶的大发展一直延伸到海边，往南往北分别扩展到圣迭戈和圣巴巴拉，往内地则到铁路沿线。在圣加布列埃山谷，蒙罗维亚是大发展中最为成功的一个市镇。这座市镇是按照它的奠基人、一位铁路工程师命名的，他在一八八六年策划筹建这座占地六十英亩的市镇。一八八七年五月，市内一块五十英尺宽、一百六十英尺长的背街地皮拍卖一百美元，当街地区地皮的售价则可达一百五十美元。十一月这座市镇（人口五百）正式建成，还修建了两座必不可少的旅馆。过去售价为一百五十美元的地皮此时售价上升到八千美元。一八八八年初，这座市镇实际上已需要雇用一名专职人员清扫垃圾，每周工资五美元。那一年五月铺设了有轨电车。到一八九一年市里人口翻了一番。

富有想像力的宣传很快就成了这里所缺少的东西的替代品。例如，洛杉矶一些实业家于一八八六年十二月组建阿苏萨地产水利公司，在原先的阿苏萨牧场买了四千英亩土地，勾划出一座城镇的轮廓，四个月以后就开始把土地分块出售。他们把好的农田用来办农场，把镇址选在布满沙土、砾石和圆石的冲积地上。当有人问为什么把镇址选在这种地方时，创建人解释说，“如果这块地方不适宜作镇址，那么它就毫无用处了。”不过，事实表明这块地方作为一个新兴市镇的镇址是不错的。言过其实的宣传吸引了大量买主，人们整夜排队等候次日清晨出售土地。据说排在第二位的人拒绝别人出价一千美元买他的位置，不过排第五位的人确实以五百美元的价格把自己的位置卖掉了。在头三天里，镇里几乎二分之一的地全售出了，到了两个月之后，创办人就赢利一百一十七万五千美元。为了庆贺成功，他们在镇中心修起了一

座砖建筑物和一座旅馆。

另一座更重要的新兴城市——帕萨迪纳是一些从印第安纳来的人于一八七四年建起的，一八八一年时它依然是个村庄。一八八五年圣菲铁路修通后不久，雷蒙德旅馆建成并且成为一个有吸引力的地方，在一八八六和一八八七两年内接待了三万五千名客人。紧接着又修起两座旅馆，到一八八六年全市已有五十三家地产代理商，全市人口六千人，甚至还宣布拟建一座耗资十万美元的“歌剧院”，同时还记录下越来越高的犯罪率，用以表明它确实正在发展成为一座大城市。

到了一八八八年春，闹不清楚到底是什么原因，南加利福尼亚的大发展实际并没有搞起来，相反，正如一位观察者所说的，倒是“逐渐停顿了下来”。一度吹嘘“你无须耕耘，就可以坐等大地结出丰硕成果”的投机者，开始对于既缺农产品又缺工业感到遗憾。在诸如帕萨迪纳这类地方，由于人们窃望果园能变成市镇用地，结果把丰产的橙子园也丢荒了。然而，人口增长得非常迅速，以致供水、排污、道路和学校等市政建设一概部跟不上。大发展给人们留下了一些被遗弃的市镇，连同无数“大学”、学院、专科院校以及文化中心。

南加利福尼亚大学于一八七九年在—块捐赠的土地上建立起来，两年以后，又创建了洛杉矶加州大学，紧接着又创立了惠蒂尔学院，后者是教友会的宗教希望和成功地开发了惠蒂尔市的地产公司的商业计划两者结合的产物。

大发展时期兴建的学院中最为成功的是原称西方大学的西方学院。它是一八八七年二月建立的，是一所福音派长老会办的学校，规定每年学费五十美元，学校放假的日子定在星期一而不是星期六，这样走读学生可以不必在安息日往返学校。该学院是用一笔捐赠的价值五万美元的地产兴建的，这块地产以一部分作为校园，其余部分售卖出去，售款用来作为维持学院的经费。根据当时的宣传资料，这所学校是这样以绝妙的手法把地产与教育的价值观结合在一起的：

位于西部高地的
大学之家

地点优美。每块屋地都有全国最佳水质的供水管道。土质肥沃。空气清新。确系一处教育中心。全州没有比这里更好的安家地点。价格二百五十、三百、五百美元不等，条件可进一步商讨。欢迎打电话或写信与西方大学校长洽谈。

另外还有许多院校，由于没有开拓本领，又没得到一笔象样的捐赠，因而停办并且最后消失得无影无踪了。

除去其它方面的影响之外，大发展确实使广告的作用加强了，使得一些美国人心甘情愿地接受那些说得活龙活现、过份夸张且又反反复复的宣传。按照创业者报刊的传统，报业也蓬勃发展起来。当圣迭戈人口达到两万时，这座市镇已有五家报纸。几乎每一座新兴市镇，不管是真实存在的还是尚待筹建的，都至少有一家报纸。

南加利福尼亚在宣扬其独特的“异乡”魅力方面取得了成就，这样就形成一股力量，它反过来破坏了这种魅力并随后不久把加利福尼亚同全国融为一体，西班牙教会的衰落和许多牧场的解体使得十九世纪六、七十年代的第

一次大发展有可能出现；但教会和牧场的遗韵仍是推动稍后八十年代大发展的一个因素。到这次大发展的后期，南加利福尼亚许多西班牙特色（两个世纪的遗产）已经荡然无存，剩下的只是一句广告口号而已。固然，西班牙特色从地名上还清晰可见，但即使如此，这些地名也已经同数不清的其它地名，诸如格伦多拉、威尼斯、巴隆纳斯、巴罗纳斯以及恩格尔伍德……混杂在一起了。历史学家格伦·杜姆克指出，正如同淘金热把北加利福尼亚带人全国生活的洪流一样，十九世纪八十年代的大发展把南加利福尼亚也卷了进来。国家的历史被它的地理环境融化了，北美大陆在逐步城市化。

南加利福尼亚树立了一个典型并且创造出为大陆的另一端竞相仿效的技术。既然在南加利福尼亚新安家的投机者可以在到处不见水源的荒地上出售城市“地皮”，那么佛罗里达的投机者为什么不可以出售低于水平面三英尺的城市“地皮”呢？美国的销售术和广告术在佛罗里达发挥得更为淋漓尽致，以至加利福尼亚的迅速发展与之相比成了小巫见大巫。在十九世纪八十年代整个大发展时期，南加利福尼亚达成的地产交易总额为二亿美元左右，而在佛罗里达，单单科拉尔盖布斯一项工程就花费了一亿五千万美元。南加利福尼亚只不过是略为预示了日后即将出现的事物而已。

可能是由于佛罗里达州很大部分位于水平线之下，它的亚热带风光和温和的气候使它成为传统上充满神话色彩的地方。佛罗里达是传说中十六世纪青春之泉的所在地，现在却成了现实的二十世纪财富之泉的源头。一八一九年西班牙国王把佛罗里达卖给美国后，两家开发公司早在南北战争之前就试图出卖佛罗里达的地产权，甚至还颇有些成就，直到当地出现飓风和黄热病，再加上塞米诺尔部族印第安人的敌对活动，才使他们的希望化为泡影。

佛罗里达是如何在将近一百年后的二十世纪二十年代才突然发展起来，这依然是个谜。这显然是一些有钱的北方实业家的主意，他们想把佛罗里达作为冬季避寒胜地。大片大片的廉价内陆荒地、完好的海滨以及无数英亩的可耕地吸引了他们。佛罗里达东海岸铁路于一九二一年修通到半岛的南端，于是开始了埃弗格莱兹沼泽地的排水工程。到一九二四年，大发展就全面铺开了。

由于这个州拥有异国情调的风光并略带西班牙气息，它自然而然地散本着一股吸引力，这一点已得到商界头面人物的承认。如果你连全国最富有的大富翁在商业上的判断力都不相信的话，你还能相信谁呢？亨利·弗拉格勒（迈阿密的一条主要街道和房地产行业总部的所在地就以他的姓氏命名）是约翰·洛克菲勒在标准石油公司的亲密合伙人，他在圣奥古斯丁修建了两座宏伟的酒店（“里昂乐园”和“西班牙宫殿”），其后又修起了佛罗里达东海岸铁路，沿线他又开办了许多豪华的酒店。还有巴伦·科利尔，他从开设一家小印刷厂起家，以创办电车广告业发财，以后又控制了纽约市地铁的广告宣传机器。科利尔在佛罗里达西海岸买下了一个小岛作为冬季避寒胜地，同时又买下了附近一百万英亩的半沼泽地，在上面修筑了一条道路（后来叫做塔迈阿密小道），把整块地方变成了一个新兴的繁荣的科利尔县。接着，一大批著名的实业家接踵而来，其中包括 J.C. 彭尼，经营竞技场成名的约翰和查尔斯·林凌兄弟，特拉华州的 T. 科尔曼·杜邦以及其他知名人士。其中广为人们传颂的要属股票市场的权威人物和统计专家罗杰·巴布森，而最惹人注目的则是威廉·詹宁斯·布赖恩。

布赖恩来到佛罗里达定居后，使出他三次获得民主党总统候选人提名的辩才，对佛罗里达的地产倍加赞颂。他一再声称佛罗里达州是“教育和道德方面的表率”，布赖恩对佛罗里达教育事业的贡献是起草一份由州议会通过的、谴责以任何方式教授进化论的决议案。他抱着宗教狂热在科拉尔盖布斯群众集会上发表的关于佛罗里达的演讲，使那些持怀疑态度的人为之折服，在他讲话的时候，地产经纪们则站在一旁签署契约。大量书籍、文章竭尽全力加以鼓吹，其中影响最大的是《星期六晚邮杂志》发表的被广泛引用的连载文章。

佛罗里达的大发展是仿效加利福尼亚的模式。那些显然存心打傻瓜们的主意而前来佛罗里达发横财的地产商免费招待可能成为顾客的人们乘车周游全州。大亨们临时把他们的权益从其它地方的股票市场或实盘的地产交易转移到佛罗里达，打算在这里赚钱后或者眼看骗局行将拆穿时便把资金调走。小说家雷克斯·比奇在其带插图的小册子里天花乱坠地大肆鼓吹科拉尔盖布斯将来会“酷似地中海——新的威尼斯，有着宁静的池塘、河渠和咸水湖”，甚至比老的威尼斯更为优美，因为从一开始它就受到划区方案的保护。“以独特气质而言，博卡拉顿将超过佛罗里达东海岸的任何地方”，前景可见。”爱迪森一米兹那的民主风气为所有人提供了精心挑选的宽阔海滨浴场、高尔夫球场、网球场、滑行机场、马球场和码头的使用权利。世界上现有的富人和名流出入之地没有一个能与博卡拉顿相比，只有尽早加入一家佛罗里达企业才能得到这样的发财机会”。当一九二五年五月博卡拉顿出售土地时，第一天成交额就超过二百万美元，但当时小册子所鼓吹的胜迹还停留在字面上，根本没有变成现实。

迈阿密周围的一些小块地盘在出售的第一天就卖出去了。当时竟形成这样的局面：主顾如果提出实地观看现址的要求，会被人看作是粗鲁而不礼貌。根据一位旁观者目睹，在一九二五年九月：

土地是根据蓝图买下来的，这样做似乎更妥当些。买主听卖主大谈其设想，似乎亲眼目睹了蜿蜒起伏的宽阔马路、游艇停泊处、挺拔的椰子树和盛开的木槿树排列成行的公园。卖主还会给买主指出设想中交通最繁忙的路线，帮助他在街头拐角选择一块做买卖的地点，或者在滨水的安静之处选择一块适于修建过冬住宅的地方。然而，买主想去看看这个地段么——不行。是不切实际的，因为绝大多数地块都是“未经开发”就出售了。大马路尚未铺砌，游艇停泊处还有待抽掉积水，挖掘出来的泥土还得堆填到拟出售的地段，使它高于水面或者泥沼。然后还要立桩标界，制图规划，至此买主才能真正看到他那片地皮。

一些保守的东部银行家公然提醒他们的主顾谨防上当，他们直截了当地提出疑问，“佛罗里达的大发展何时垮台？”佛罗里达的宣传鼓动家们则反驳说：

在乔治·华盛顿的时代，当辛辛那提如同今天的迈阿密那样还是初开发的新地时，人们对俄亥俄也曾提出过同样的疑问。到了林肯的时代，人们又怀疑艾奥瓦州的地价是否太高了。四十年前，人们会听到密歇根湖畔一个名叫芝加哥的新兴城市很快要垮台的可怕预言。仅仅在不久以前还传播着洛杉矶和整个南加利福尼亚已经时日不长的类似预测。

一九二六年初，热情开始减退，价格开始下跌。到了当年九月十九日，

一场飓风把“大发展”刮得无影无踪。在“确保安全”的地方，现在竟是一片凄凉景象。无所畏惧的乐观主义者试图赶走前来救济风灾灾民的红十字会工作人员，因为他们认为，宣扬这种事会有损不动产的价格。

三十三 城市的解救剂：空想的计划，重建，郊区化

由于城市的界限模糊不清，一些老大难问题交织在一起了，因而美国人先是设法补救，继则求助于解救剂。有的人想引用旧世界乌托邦温情主义的空想计划。有的人则寄希望于重建，把原有的东西一古脑儿扫掉，一切从头做起。但是，到了本世纪中期，出路似乎在于避开城市，人们找到了把郊区建成居住区的新办法。

跟英国或者欧洲大陆的典型工业城市相比，美国的工业城市迥然不同，它的特点是：城市规划简单、紧凑，管理方法是温情主义的，最初获得短期的成功，但从长远看则是失败的。十九世纪初期，新英格兰人，诸如弗朗西斯·卡博特·洛厄尔，为他们的工人修建了标准市镇，以振奋精神和维护伦理道德。十九世纪后期，在这方面成绩最为可观并且受人们大加宣扬的是伊利诺伊州的普尔曼市。它是芝加哥郊外的一个标准化的市镇，以它的创建者、规划者和治理者乔治·普尔曼的姓氏命名。到一八七六年费城建立一百周年的时候，“普尔曼车辆风格”已是对美国工业发展成果的一个通用的总称。一八八一年，发明并生产卧铺车厢的普尔曼本人，决定设法解决城市面临的犯罪、贫民窟、劳动纪律涣散等问题，在他看来，这些都不是美国工业发展应有的副产品。在城市里修建“标准经济公寓”的运动没有取得多大进展，这一运动的目的是提供房租低廉而又卫生的住所，当时正在计划修建一座新工厂的普尔曼利用这个机会建起一整座标准城，这样，他的工人就可以不必居住在“拥挤不堪而又不讲卫生的寓所和僻陋的街道，并且不再受大城市的各种诱惑和毒害”。普尔曼希望他的工人能为居住在标准城里而“感到振奋并且变得文雅”，从而防止他们酗酒或者茫茫然到处调换工作。当然，他还期望他们能就此不那么轻信工会组织者和其他的城市“鼓动家”。正如该公司的一本宣传小册子向参观一八九三年世界哥伦比亚博览会的人们解释的那样：“普尔曼的业绩自然而然地一分为三——建造车辆，建造运作系统和建造城市。”

普尔曼雇用二十七岁的建筑师索伦·斯潘塞·贝曼（此人刚刚翻建了普尔曼在芝加哥的住宅）为他设计卡鲁迈特湖滨他那四千英亩的土地上的工厂以及所有其它建筑，这项任务是很了不起的，因为当时委托建筑师设计工厂还是少见的。年轻的贝曼证明自己完全胜任此项任务，普尔曼城这座“恰到好处”的全国第一座“全砖式建筑的城市”声名鹊起。街道全都是规划好的，铺过路面的，都有供水和排污系统。按照原来的规划，兴建了各种公用建筑——一座有拱顶走廊的购物中心，一家旅馆（以普尔曼女儿的名字命名），一家邮局，一家银行，一座图书馆，一所学校和一座教堂。据说，“歌剧院建筑的优美和艺术设计堪与全国最华丽的剧院相媲美。”小说家查尔斯·达德利·沃纳推崇普尔曼城是“现有的城市之中唯一根据科学和卫生原理兴建起来的”。

不过，它在很大程度上是普尔曼个人的城市，城市完全是为了使工人们感到普尔曼所期望的那种幸福而设计的。他并不认为自己是慈善家，他反复他说兴建这座城市“完全是为了事业的目的”。租金可以使公司收回百分之六的投资，长远的目的是为普尔曼工厂提供更稳定的、更听话的劳动力。然而实际上这座新建的普尔曼工厂却一再发生罢工，最后发展到一八九四年

的暴力行动，那次事件使得携带格林式机枪的国民警备队开进这座标准城。后来，一八九八年，伊利诺伊州最高法院裁决说，公司没有兴建城市的法律权力。到一九一五年，这座城市里已出现了十五家酒吧，那座有拱顶走廊的商店被腾空了，原来的计划也放弃了。普尔曼市变成了与别处没有什么区别的另一个工业郊区。

其它公司在别的地方也曾试图按照英国、法国和德国的公司城的模式来医治城市的弊病，并以此提供一支具有满足感的劳动力队伍。例如，匹兹堡附近，建立了新的钢铁城市霍姆斯特德和范德格利夫特（旨在成为“工人的天堂”），以及乔治·威斯汀豪斯的威尔默 JT（以生产气动制动器为主）。虽说这几座标准公司城没有象霍姆斯特德那样成为暴力行动的发生地，但它后来也变得乱七八糟，肮脏不堪，使得它们的创建者的本旨沦于夭折。

公司城成了美国人辩论国家理想的一个中心议题，芝加哥《论坛报》的金融版编辑亨利·德马雷斯特·劳埃德当时由于抨击标准石油公司而成名，他于一八八一年受《哈泼》月刊编辑之托，撰写一篇关于普尔曼市的文章。劳埃德文章的结论是，由于在这里“人的脑浆与从地基到房顶的灰浆混杂在一起，资本家的自身利益比一般自私心理有深度”，因此城市的“‘优美和便利’看来是可以实现公司防止劳工纠纷的愿望的。不过，劳埃德的文章不够尖锐，《哈泼》月刊编辑感到不满意而拒绝发表。其后，又转而邀请年轻的经济学教授理查德·伊利执笔；伊利的文章不仅使《哈泼》月刊大为满意，而且奠定了伊利本人作为社会评论家的生涯。伊利赞扬这座工厂——“充满了节俭、朴素的气氛”，没有酒吧，但是他说这个地方是不良主的。”如果要想保存美国的自由体制，我们不要把一些人培养成下属……普尔曼的想法是非美国人的……它是乐善好施、愿望良好的封建主义，它希望人们幸福，但是其方式须以取悦当权者为前提。”

“重建”城市并清除贫民窟的想法并非美国人的发明。随着工业城市的发展，人们对贫民窟越来越感到关切。十八世纪时，伦敦和都柏林的街道管理官员们曾经力图从根割除城市里的贫民窟。一八五三年，乔治·豪斯曼男爵重建巴黎时，他规划了布洛涅树林，并且清理了周围的街道，使城市拥有开阔的景色（同时也是一种防止设立革命路障的措施）。自格拉斯哥市一八六六年拆毁了原来拥挤不堪的古老市中心的全部建筑以后，整个英国到处部进行规模较小的清理贫民窟的计划。

美国在十九世纪后期进行的城市改建运动，把贫民窟作为重点目标。“贫民窟”成了贫困、犯罪、卖淫和疾病的渊藪的代名词。由于发明了照相术，中产阶级的公众得以见识到贫民窟生活的情景。一个来自丹麦的移民雅各布·里斯从一八六七年开始花了整整二十二年时间报道纽约市最为污浊的贫民窟——那些名叫强盗窝、酒瓶巷、煤油街以及窃贼巷的地方，他因拍摄和报道贫民窟实际情况而闻名。一八九一年他发表了《另一半人是怎样生活的》（旨在使这句古老的警句广为世人所知。一九一二年他又发表了《同贫民窟作斗争》，叙述在十二年中取得的进展。里斯的报道预示了一种愿望，而那种愿望曾经推动十九世纪中期“重建城市”的运动。他说：

自从人类文明把贫民窟视为敌人的那一大起，就开始了同它的斗争。在良知的力量与恐惧和个人利益联手作战之前，这场斗争一直是失败的。当常识与法律成为人们行动的

规范时，这场斗争将会结束……。从理论上说，秉公待人是唯一可靠的立国之本。在同贫民窟打交道时如能公平处理，很快就不会再有贫民窟。我们不需要等待一千年后再来消灭贫民窟。我们现在就可以行动起来。所需要的是不要听任不管。对它和对我们来说这才算公平，因为它所患的病就是它无力解救自己。

自南北战争爆发以来，贫民窟有三次“在纽约向我们进行挑战”。一次是导致一八六三年征兵暴乱的“群氓背叛”；另一次是从贫民窟“后巷”蔓延开来的霍乱时疫；第三次是特威德帮伙头目手下的“群氓”掠夺城市财富。因此，里斯指出：“要么是我们清除贫民窟，要么是贫民窟把我们搞掉，二者必居其一。”里斯接着警告说：“当我们不承认桑其街的人是兄弟时，那就别再指望在第五大街会看到良民的美德。……当你需要他们作为自由人投选票时，就不能让他们过猪狗一样的生活；这样做是不可靠的”。同贫民窟作斗争一直继续到本世纪初期。

第一次世界大战期间住房短缺，促使政府采取紧急措施为军火工业的工人提供住宅。一九二九年以后的大萧条期间迫切需要一项建房计划，以减少建筑行业的失业人口并且刺激建筑材料市场；这项计划同时也是旨在提供更好的住宅。到了一九三三年，兴建住宅的工程几乎下降到零，房屋维修费用从每年五千万美元下降到五十万美元；取消赎回权的住宅达到每天一千处。为了帮助避免取消赎回权而建立的联邦房屋贷款机构，首先是资助有能力买房的人，对于消灭贫民窟的斗争却帮助甚少。到一九三四年，联邦政府由公共工程管理局出面，在亚特兰大、克利夫兰以及布鲁克林推行清除贫民窟的计划。起初，对于农村有亲近感并且想方设法使人们迁居城外的富兰克林·罗斯福，对于城市兴建住宅和清除贫民窟兴趣不大。他的顾问雷克斯·特格韦尔以英国的花园城市为样板，在人口密集的中心城市外面，计划兴修“绿带城镇”。计划兴修这样的城镇三千座，实际上只修了三座。

新政激发出来的热情最终促成了《一九三七年瓦格纳—斯特加住宅法》。贫民窟纷纷被推倒，到一九三七年，为贫民修建了十六万多套住房。这样做的主要效果与其说是除掉贫民窟，倒不如说是整修贫民窟。由于中产阶级反对在其住宅附近兴建公寓，新的公寓往往建在黑人区：为了在这些地区以内尽可能多建住房，结果公寓楼就越建越高。这种公寓大楼所提供的设施截然不同于美国人所喜欢的独家独户的庭院住宅。一度主张大规模兴建公寓楼的自由派人士，此时又攻击这些在黑人区为贫穷黑人兴建的大楼是“带有热自来水的贫民窟”。

“清除贫民窟”同“城市重建”多少有些混为一谈，但前者依然是那些怀着希望的改革派的一大目标。大萧条时期房屋的损坏以及第二次世界大战期间建房速度放慢，使住房短缺更趋严重。由参议员罗伯特·塔夫脱发起，两党共同支持的《一九四九年住宅法》通过一项旨在拆掉最糟糕的贫民窟的“重点清拆”计划，把清除贫民窟的工作惟向前进。这项计划最初委婉地叫做“城市再发展”计划。一九五四年扩大了的法案改称“城市重建”计划。此时的主要目的是“更新”城市——清除贫民窟，夷平城市中老朽的建筑，代之以经过重建的市中心。这时候整个城市都已包括进去了，不仅重建那些破败的住宅，还修建商业楼房和公用设施。这次计划从清除贫民窟着手，许诺“每个美国人的家庭都会在规划好的完整住宅区里有一所象样的住宅和适宜的生活环境”。

重建城市的热情是无止境的。一九六三年，宾夕法尼亚州的众议员威廉·穆尔海德引用旧约圣经《以赛亚书》关于“重修荒废了的城市和荒废了几代人的地方”的一段话，赞扬匹兹堡是“复兴的城市”。与此同时，小石城的第一国民银行董事长宣布了“使我们的城市再生的见解和目标”。他说：“先生们，我们要兴建这样一座城市，那里没有一个孩子是从贫民窟去上学的。上帝保佑，我们不久就会有这样的城市。”费城准备拍摄一部回忆十九世纪创业者文学的电影，宣传费城是“城市重建的橱窗”。普罗维登斯市长宣称，重建城市“决非普罗维登斯和我国其它许多城市的奢侈之举；如果人们打算保持健康，这是绝对必要的行动”。

这项计划执行的结果是令人失望的。有证据表明，城市的贫民按理应当是城市重建计划的受益者，可是他们的生活变得更加困苦。由于清除贫民窟和其它重建工程（包括高速干道、征税公路、停车场、机场等等）而大批拆毁房屋，使得住房总数减少。一九五一年至一九五六年期间，每年减少二十多万套住房；一九五七年至一九五九年期间，减少的数字上升到每年四十七万五千套。仅仅在加利福尼亚州，到一九六一年时，由于执行重建计划而使一九五一年所有的全部住房减少百分之十，总共减少三十五万九千套。住房专家查尔斯·艾布拉姆斯指出，“强调拆迁使得许多家庭的生活成为无休止地从一处贫民窟或公寓搬到另一处去。在住所不固定的情况下要想建立稳定的生活实际上是不可能的。儿童离开了学校，大人脱离了朋友，住所不固定最终导致绝望情绪的产生。”穷人，特别是黑人、波多黎各人，墨西哥人以及其他社会地位低下的人遭受的损失最大。取代旧房而建立起来的新居过于昂贵，以致搬迁户无法受益。新建的住房据估计还不及拆掉的住房的四分之一。取代低房租住房而于一九六二年建起的私人公寓住房的中等月租金是一百九十五美元，相当一部分的住房租金超过每月三百六十美元。

这种人为失误的后果是灾难性的。城市重建计划对于它打算给予帮助的人说来，等于给了他们比疾病还糟糕的药——如果确实存在疾病的话。为了研究人类面临的问题，社会学家赫伯特·甘斯搬到波士顿西头一处在一九五三年被宣布为贫民区的去住。根据一九五八年至一九六一年一项联邦重建城市计划，这是个要拆迁的地区，住户必须迅速疏散，两年之内新的房客将搬进取代贫民窟的、由政府资助的豪华公寓里去。甘斯发现扎根很深的美籍意大利人“贫民窟”的社会有着自己多姿多采的社区生活。那里的食品、宗教、教育、家庭生活以及政治都有其特点，居民对这一套已经习以为然。甘斯认为，“重建计划从头到底建立在这样一种看法上，即当地住户的生活需要远远不及清理并重建这块地方那么重要。”这种重建城市计划所造成的结果是破坏了现存社区，因而产生了个人无所适从的新问题。一位专门研究搬迁以后的波士顿西区住户的临床心理学家发现，几乎二分之一的女人和三分之一的男人都患有“严重的忧郁症或者更为严重的病”。两年以后，四分之一以上的女人依然由于搬离了原来的社区而感到沮丧。

到二十世纪后期，重建和振兴重要“城市”的努力造成的不良后果本身，就是美国生活方式衰败、各种差异越来越模糊以及拼命追求新颖的一个征兆。重建城市如同其它乌托邦运动一样，由于其含义模糊不清而遇到麻烦。什么叫“贫民窟”或者“城市生活中的阴影”？什么样的住房算是“标准以下的”？在一些地方，象样的住房的“标准”即使同瑞典这样的国家相比也

是出奇的高，这是同美国技术迅速发展联系在一起的。美国经济的增长使人们对住房的期望超过了实现的可能性。一九六七年时，美国的一套住房除非具备热水、单间厕所和洗澡间，并且每人的卧室不能少于一间，否则按照官方的标准不能算是“适宜的”。随着美国的发展，“适宜”一词含义的标准越来越高。

城市重建计划的失败和乌托邦温情主义空想的受挫，只不过是波澜壮阔的大事中的一些小插曲而已，这件大事是历史上一次人口大流动。二十世纪头几十年里人口向郊区大举迁徙，就其流动速度而言，是美国人生活中史无前例的一种国内移民。从一九五〇到一九六〇的十年中，美国郊区人口增加了大约一千七百万人，其中一千二百多万人是从一些中心城市或从农场移居城市郊区的。一九六〇年的统计数字表明，住在中心城市的人口（占百分之二十六）比住在郊区的人口（占百分之十二）多一倍多。一九六〇年的统计数字却表明，住在郊区的人口（占百分之三十一）同住在中心城市的人口（占百分之三十二）几乎一样多；郊区人口的比例大大提高了，而住在中心城市和农场的人口则逐步减少。到六十年代后期，郊区人口所占比例已经超过了中心城市。除非这一趋势急剧改变，否则，到二十世纪末，大部分美国人将成为郊区居民。

越来越多关于郊区生活的习俗、缺点、追求和失意的文学著作问世，描绘美国人的新居住区。辛克莱·刘易斯的《大街》（一九二〇年）和《巴比特》（一九二二年）的主要内容是刻画小城镇里的伪善和创业者的蠢事，它们提供了不少离奇古怪的具体细节。到本世纪中期，社会科学家把郊区化作为美国中产阶级生活的缩影来加以剖析。戴维·里斯曼的《寂寞的人群》（一九五〇年）、A.C. 斯佩克托斯基的《远郊区居民》（一九五五年）、小威廉·怀特的《组织中人》（一九五六年）、约翰·基茨的《风景窗上的裂纹》（一九五七年）、罗伯特·伍德的《郊区化》（一九五八年）、赫伯特·甘斯的《莱维镇人》（一九六七年）以及其它许许多多书籍，都从现代社会科学的角度来分析他们当时的主要社会现象，颇似他们的前人在十九世纪后期研究贫民窟、移民以及融合各个种族的“大熔炉”所出现的种种问题一样。出现了大量关于郊区生活中爱与憎、生与死的小说，例如斯隆·威尔逊的《穿着灰色法兰绒衣服的男人》（一九五五年）和约翰·奇弗的《韦普肖特记事》（一九五七年），但是郊区从未成为重大事件的背景。

关于“城市骗子”和“农民女儿”的民间笑话已为郊区交换老婆的故事所取代。很少有人替郊区的风俗习惯辩护，更谈不上有说服力的辩护。美国中产阶级生活郊区化，成百万的美国人搬到郊区住，然而还没有出现威廉·艾伦·怀特、舍伍德·安德森、桑顿·怀尔德这样的作家来把新的习俗罗曼蒂克化。

二十世纪初期，一种新型美国人——“把地皮分成小块的经营商”（Subdivider，这样的用字法是美国首创的）或称郊区“开拓者”，在城市边缘地区产生了。一个有气魄的开拓者会在前景可期的城市的边缘地区买下大量地皮，把它“分”成许多小块，修建街道，铺设下水道，安装电线和自来水，然后就大肆宣传，招徕买主。

房地产开拓者的手法越来越高明。这些人从层压式推销商变成了有长远打算的规划者，拥有新型社会科学家的全部专业知识。第二次世界大战结束

后，退伍军人大批回国和出生率猛增使得住房需求量增加，闻风而动的住宅营建，使得经营房地产的企业扩大到类似十八世纪末期和十九世纪初期美国西部土地经营公司的规模。亚伯拉罕·莱维特是个贫穷俄国犹太移民的后裔，他带头大量建造郊区住宅。莱维特和他的儿子们利用战争期间为海军营造住房所取得的经验，开始兴建郊区市镇。一九四七年第一座莱维镇建成于纽约的长岛，这是个全新的社区，包括大部分设备的房子围成一圈，中间是公共草地，那里建有商店、运动场和游泳池。宾夕法尼亚州巴克斯县的第二座“莱维镇”，建于一九五一年，计划容纳一万七千户，附设学校、教堂（由开拓者捐赠土地）以及一个庞大的购物中心。由于所占土地跨越四个镇和其它几个政治单位，而它们又各有自己的规章制度和管理机构，因而实施这项计划遇到了复杂问题。新泽西州的第三个“莱维镇”在早先的项目尚未完成时就着手规计了，所占土地全都位于同一个镇境内，预计到一九六五年会有一万二千幢住宅。在这些新建的市镇中，不是全部住宅都一个样式，而是有三种式样，颜色不同（每套三至四间卧室，价格从一万一千五百美元到一万四千五百美元），各条街上三种住宅都混杂在一起。这些住宅没有地下室，而是建筑在水泥板上，所用材料都是按照组装系统预制的。类似的“新发展”城市（如芝加哥市郊的“公园树林”或者华盛顿市郊的“波维”），在全国各地纷纷出现。

城郊，一种新形式的新兴市镇，使得活跃的、小城镇的政治生活复苏。政治学家罗伯特·伍德就说过，“郊区城镇大量涌现出来，它们拥有的选民有限，且带有整齐划一性，具有同一种类型的市民态度和清闲情趣，这些特点使得更多的人和更多的各级政府得以实施小城镇的民主，这是百年来所未有过的。”郊区（连同建立新的学校系统、新的娱乐设施和新的管理单位这一系列问题）使得许多美德所赖以产生的条件重现了，而这些美德是美国历史学家在“边疆”社会发现过的。正如历史学家斯坦利·埃尔金斯和埃里克·麦基特里克所说的，如果不是把美国民主特有的“边疆”起源追溯到偏僻边远地带，而只追溯到为社会目标而建立新体制这种不断出现的迫切需要的話，那么，城郊确实成了美国新的“边疆”。城郊的成倍增加和居民涌到城郊居住的趋势，使美国的联邦主义四处发枝生叶，并使公民参与政治的机会大为增多。如同十九世纪新的州、县和新兴城市为政治民主提供了新的角逐场所一样，成千上万的新郊区及其无数的地方性问题唤醒了二十世纪中期美国人的政治兴趣和活力。

在其它方面，城郊也使美国早期的精神复苏了。尽管离婚率上升并且还有其它大肆渲染的松弛婚姻纽带的力量，城郊作为单门独院的寓所的堡垒，巩固了家庭的联系。如果说，如同人们常见的那样，大都市诱使人们走出家庭，那么，以城郊形式再现的小城镇却是加强了家庭的核心作用。小城镇生活在其鼎盛时期所特有的划一性和一致性，如今在城郊再现了。总的来说，城郊生活是愉快舒适的。如果说城郊生活缺少大城市的刺激性或者农庄安居一隅、与世隔绝的特色，它却提惧了另一种柔和而纯厚的乐趣。社会学家赫伯特·付斯在新泽西州莱维镇建立时期居住过一段时间以后得出这样的结论：“大多数新来的城郊居民都喜欢这正在发展中的社区；他们喜爱这里的住宅和户外生活；人们和睦相处也使他们感到愉快，很少有人对城郊生活的和谐划一感到厌倦或不舒服。”

然而，这是有代价的，在小城镇，每个市民以其自己的方式来建立社区。城镇创业者对于未来有自己的想法并且力图加以实现；与之形成对照的却是城郊居民，他们一开始就从未来起步——拥有可供两倍于居民人数使用的购物中心，业已筑成的校舍，建好的教堂，以及公园、运动场和游泳池。所有这些设施对于开辟一个郊区所具有的重要意义，就如同为了在荒野兴建一座城市而先盖起宏伟的酒店一样。无论是开拓者按计划兴办的大项目还是小项目，都有一种新型的温情主义：这不是公司城的那种半封建的温情主义，也不是空想理论家主张的乌托邦温情主义。这种新型的温情主义是由美国人的组织才能、二十世纪美国人生活水平的提高以及美国人大批量生产的才干所促成的。它是市场温情主义。郊区开拓者与小城镇创业者不同，他们很少打算住在他们所建立的社区里。对他们来说，这种社区本身就是一种商品，一种准备出售以赢利的产品。郊区住宅主搬入该郊区市镇时，整个市镇往往已经事先按照精明的开拓者的市场意识形成了。

城郊是二十世纪新兴市镇的典型，在今天的世界上一切都是越新越好。一九六一年时，约有百分之七十的城市居民住在一九四一年以前建成的建筑里，而郊区的住宅只有百分之四十二有这样久的历史。郊区是商标牌子、购物中心、联营商店的世界，到处千篇一律。四通八达的公路交通越来越发达，同城市文化生活相隔绝的感觉不再象以往那么强烈。由于有了电影、广播电台和电视，可以直接把城市里的娱乐带到郊区住户的起居室，这就使得唯有城市才有娱乐的概念过了时。

郊区是瞬息万变的美国社会的又一种新的样板。往昔是人们相互倚偎着乘坐无盖火车横跨北美大陆，现在是以郊区为家的美国人结伴迅速走遍全国并且在消费阶梯上步步高升。小城镇是一个人安顿下来的地方。郊区则是一个人搬来搬去的地方。除去为数不多的生活费用昂贵的城郊之外（这种城郊正在很快消失），郊区居民并不想把他们的城镇建设成为子孙后代久居长注的地方。他们预料后代会移居他处。甚至在他们的孩子长大成人之前，他们自己就渴望搬到“更高级”的郊区去。人们力图使郊区变得更舒适、更方便、更有吸引力，因而也就使得郊区更易于相互替代。

到二十世纪后期，人们可以从几乎所有的郊区搬到美国任何其它地方的其它郊区去，就象从邻里的这一处搬到那一处一样。除去少数例外，各地的物品、设施以及住宅本身都大同小异。随着空调、统一取暖设备成为普遍的住家必备条件并且很快成了美国中产阶级生活的“必需品”以后，连气候对人们日常生活的影响也越来越小了。当人们从广阔的城市搬到他们自己挑选的优美的郊区住宅时，他们并不感到是迁入了一个一万人的社区，而是迁入了一个散居各地的一千万美国郊区居民的社区。

三十四 城中之城：城市里的黑人伤感音乐

然而美国黑人即使有钱，也不能自由选择充满田园气氛的郊区去住，或者进入任何郊区居民的社区。自从他们踏上美国历史舞台的第一天起，美国黑人就经历了其他美国人所未曾有过的经历。他们是“永远无法同化”的移民，受到奴隶制度的判处，置身美国各种机遇的洪流之外。即使经过一场旨在使黑人进入自由美国人行列的血腥内战而获得解放之后，美国黑人的经历并没有因此而不再异于他人。不管黑人在奴隶制度下遭受何等程度的压迫，那是一种法律明确承认的状况，而这种法律既遭到一些人公开抨击，也有很多可敬的南方人公开加以辩护。但是，黑人一旦根据法律成为自由的美国人以后，他们作为“永远无法同化”的移民的地位就变成了时代错误和对正义的否定。二十世纪的美国文明使得美国黑人的地位不仅仅独特，而且是不能容忍的。在国家生活中，几乎每种新力量的出现，都使黑人的处境更加难以解释，更加无法辩解。

黑人在二十世纪初期美国都市生活的变化中起了关键而独特的作用。在移民时代，当成千上万的外国人涌进美国港口时，各类人部以自己独特的方式加入到美国生活的急流中去，经过一、两代人就被带进主流里，但黑人则仍然是“永远无法同化”的移民。在到处可以为家的时代，当城市成为人们移居的中心，美国人可以任意参加或者脱离某个消费共同体时，当人们在迅速变化的统计社会里被别人或者他们自己划归某种类型的群体，当邻里关系在广阔的城市中解体，或者当城乡界限变得模糊不清时，黑人都发现自己被排除在外，向隅而立。有人管这叫做“美国的困境”。更恰当他说，它是“美国的怪事”——一种既无法解释又无法辩解的矛盾。黑人是个无法使其消失的民族。随着岁月的流逝，随着全国人民越来越溶入松散而面貌模糊的社会，一部分人被专横地隔离并且被弄得与社会格格不入，这种现象使全国人民的良知感到不安，孕育出易于激动而不易平息的感情，产生了易于描述而不易解决的问题。

直到一八七一年人口普查数字才正式列出城市人口。在这之后的半个世纪里，美国加速城市化。估计数字表明，一八三一年时，十个美国人里城市居民不到一人；一八七一年时，城市居民占美国人口的四分之一；一八九一年时占三分之一；一九一一年时占近二分之一；一九三一年时占三分之二；七十年代时占四分之三。上文已经提到，美国“城市居民”的定义变了，但人口大量流动则是确实确实的事。这是一次大的国内迁徙，它在速度和数量上都堪与早期从国外来北美大陆定居的移民相比拟。

美国黑人也同样向城市流动，他们离开乡村的情况比全国其他民族更惹人注目。迟至一九一一年，居住在城市的黑人只及白人的一半（按人口比例计算），但是到一九六一年，全国白人的百分之六十八被划为城市居民，而全国黑人已有百分之七十三是城市居民。除去过去一度脱离联邦的南方之外，南北战争以后，黑人城市居民的比例始终高于白人城市居民。一九六一年时，除去南方以外，黑人的百分之九十二点七是城市居民。从事人口普查的人预言说，如果城市化继续以同样速度进行，到一九八一年时，几乎美国全部黑人都会居住在城市里。

黑人迁入城市意味着从南方迁出。住在南方的黑人在全国黑人中所占的

比重从一八七 年的百分之九十下降到一九六 年的百分之六十，居住在南方农村的黑人在他们向北和向西迁徙时，一般均不进入南方城市。他们向全国扩散的过程中表现了惊人的一致性。黑人在全国人口中所占比重从一八七 年的百分之十三降到一九二 年的百分之十，在一九二 年以后保持了相对稳定，而除南方以外其它地区的黑人居民则都有了增加。

黑人移居城市是另一件美国式的传奇事件，如同组成这个国家的其他移民的经历一样充满了风险、希望和失望。然而即使在这个阶段，黑人的经历也具有与众不同的鲜明特点。其他移民——爱尔兰人、意大利人、犹太人，通常是在一座城市的本民族聚居区里开始他们在美国的生活经历的。然而，在南方，黑人基本上都是乡下人；他们通常分成小批分散居住在白人居民当中，服侍其白肤主人或雇主的生活。历史学家对于南北战争刚结束时南方种族隔离和种族歧视的程度有不同见解，然而有证据表明，直到十九世纪末，种族隔离最严苛和最可耻的形式才传到南方，它们实际上是从北方引进的。

一九 年时，美国有七十二座城市的黑人居民超过五千人。一九一 年的人口普查数字表明，纽约市和华盛顿市各有九万多黑人，新奥尔良、巴尔的摩和费城的黑人居民都超过八万人。

许多因素促使黑人移居北部和西部城市。十九世纪末南方经济衰退，缺少就业机会，迫使较有冒险精神和敢于铤而走险的黑人离开南方。随后，第一次世界大战爆发，来自欧洲的非熟练的移民劳动力断绝了，亨利·福特之类的人物便派人前往南方，甚至提供专用货车把黑人接到北方工厂来劳动。黑人在福特汽车厂的装配线上找到工作，在那里他们得到福特厂提供的史无前例的每天五美元的最低工资。由于福特是第一个大量雇用黑人的北方企业家，福特这个名字本身就唤起了人们对城市的就业机会和各种问题的种种联想，福特成了许多黑人伤感音乐的主题。

喂，我马上会获得一份工作，在福特先生那里干活；

喂，我马上会获得一份工作，在福特先生那里干活；

喂，那个女人昨晚对我说：“我得告诉你，你受不了福特先生那一套。”

还有许多黑人前往北部或西部地区，到匹兹堡或者芝加哥的钢铁厂去做工。女人则找到当家庭佣人的工作。少数黑人商人或专业人员前往北方，正如人们所说的，“去利用那里的不利条件”。

当黑人移民抵达南方以外的“希望之乡”时，种族隔离的规定，社会上的压力以及本身的恐惧心情，还有不可避免的抉择，迫使他们的活动范围局限于城中之城他们自己的小天地里。黑人社会的生活有其独特的特征、独特的魅力以及独特的烦恼和不幸。纽约市的哈莱姆区很快便成为“世界上最大的黑人社区”，这是黑人为他们自己建立起来的既是种族聚居、又是种族隔离的新型都市生活的象征和典型。

哈莱姆区是一个稀奇古怪的新兴的城中之城，一个独具一格的城市边疆，非黑人美国人流动的副产品。它会产生具有它本身特点的创业者、社区创建者和开拓者。

能干的、多才多艺的詹姆斯·韦尔登·约翰逊的一生象征着黑人在城市里所能取得的新机会。约翰逊是律师、作曲家和抒情诗人（他写了大约两百首歌），“全国有色人种协进会”的创始人。他又是争取机会均等权利的战士和纽约黑人社会编年史的编纂者。一九二五年，约翰逊在《哈莱姆：文化

之都》一书中简练地叙述了自本世纪开始这个庞大的、多样性黑人社区是如何形成的：

当时，哈莱姆区拥有过多的按照新法例而建的宽敞公寓房子，然而缺少迅速抵达该地的交通设施，雷诺克斯大街的地铁那时还没有修建，所以房产主要使该地区东面的房子住满房客实在难上加难。只有住在七马路沿街或邻近一带的居民可以坐八马路的高架铁路，因此还比较方便。当时出现了一个经营房地产行业的黑人菲利普·佩顿，他向几个房产主建议，他可以把那些空置或者半空置的住宅租给殷实的有色人种租户。这项建议当即得到采纳，雷诺克斯大街以东第一百三十四街的一、两幢房子租了出去。接着，其它住房也陆陆续续都住满了人。白人有相当一段时间并没有注意这一变动，直到它扩展到雷诺克斯大街以西才发现，这时他们急忙采取步骤加以制止。他们通过一家金融机构——赫德逊房地产公司提出要把所有有色人种租住的全部房子买下来并把租户赶出去。黑人以类似的手法进行了反击……

结果是一场硬碰硬的激烈竞争。黑人不仅继续租住他们能够租到的公寓房子，而且开始购买雷诺克斯大街和七马路之间独门独院的住宅。这一整套活动在白人看来具有“入侵”的性质，他们感到十分恐慌，并且开始象逃避瘟疫一样地搬离这个地区。一家有色人种出现在一个街区，不管这家人是多么有教养和守规矩，也足以加速人们逃离。一所房子接着一所房子，一个街区接着一个街区搬空了。这是人类疯狂逃亡的大表演。没有人会静下心来思考他们为什么要这样做以及他们不这样做又会如何。拥有这些被搬空住宅抵押权的银行和贷款公司不得不接收下来。它们在一段时间里宁让这些住房空着，偿付房款，也不愿把房子租给或者卖给有色人种。但是，房地产价格不断下降，到欧洲战事爆发时，哈莱姆区北半部的房价降到了最低点。

与此同时，黑人居住区则日趋稳定，教堂从南区迁了过来，社交中心和市民活动中心逐渐形成，一个社区逐步建立起来。随着欧战爆发，哈莱姆黑人区进一步得到了新的、巨大的推动力。

当这个地区以前的居民——来自意大利、爱尔兰、波兰或其它地方的移民或者他们的后裔，搬出一个地区，到城市别的地方或新建郊区去住时，他们原来往的地方马上就被从南方移来的黑人填补上去。哈莱姆区的居民来自世界各地，不仅有来自美国南部的，而且还有来自非洲和西印度群岛的。正如一位有洞察力的黑人知识分子所指出，他们中间“有农民、学生、商人、自由职业者、艺术家、诗人、音乐家、冒险家、工人、传教士、罪犯、剥削者和无业游民。每类人迁来此地都有其不同的目的和特殊打算，然而他们最有重大意义的经历则是彼此发现了对方”。

按照勒鲁瓦·琼斯的说法，其结果是，“黑人就是黑人，这一点愈来愈明确了……这是主要的共性，至于这群人的乡土观念、地理和社会的因素则被抹掉了。”黑人的大都市经历向他们表明，他们自身具有广泛而多种多样的前景，而这些是他们以前所没有意识到的。用历史学家内森·哈金斯的话说，他们已经从“乡村的单一性进化为城市的多元性”。然而，他们经历的种种境况既使他们的内心世界更形开阔，但同时也使他们发展起一种新的种族意识。哈金斯在他所著《哈莱姆复兴》的编年史中写道：“把他们划归为一个种族的是共同的社会条件和面临的共同问题。然而，一个种族的形成所需要的是共同的意识和共同的生活。城市的生活、哈莱姆区的生活满足了这一需要。”

这就是一九二五年阿兰·洛克编写的一本影响广泛的书籍所描述的“新黑人”，这本书的名字就叫《新黑人》。洛克是生于费城的一个黑人，是美国以罗得斯奖学金赴牛津就学的最早学者之一，后来成为著名哲学教授。他从自己在大千世界的亲身经历中发现黑人在美国生活中的新作用。他说，“在几代人的时间里，按照美国的思想意识，黑人与其说是人，还不如说是个惯用语，是一种可以争议的东西，可加以谴责或加以辩护，可以‘压下去’、或‘留在原地’、或‘扶下去’，可令人烦恼或担忧，可加以践踏，或加以保护——总之，是一种社会怪物、或是一种社会负担。”此时，身居城中之城的美国黑人又成了“非洲民族接触二十世纪文明的先锋”。他们的使命是“使黑人种族重新赢得世人尊重”。洛克引用传统的美国信念，即这个国家是一座“山巅之城”；而美国的黑人则应肩负起“黑种人的担子”。

哈莱姆区有它自己的“复兴时期”。到一九二一年时，纽约市的黑人绝大部分集中于哈莱姆区，达十五万人以上，成为全国任何城市的最大黑人社区。在这以后的十年里，这里产生了大量杰出的文学家、音乐家和艺术家，使得这个贫民区举世闻名。抒情诗人康蒂·卡伦把黑人诗歌编纂成集，著作小说，并且翻译希腊悲剧。从牙美加移民来美国的克劳德·麦凯于一九二八年写了《到哈莱姆安家》一书，这是出自美国黑人手笔的第一本小说体畅销书。书中人物贾克由于人们不让他与德国人作战，而在第一次世界大战中逃离部队，回到他热爱的哈莱姆。哈莱姆的一切问题，它的爱与恨、卖淫和毒品以及数不清的内在烦恼和不幸全部依然如故。麦凯书中的这位主人公狂热他说，“哈莱姆！除了哈莱姆还有哪个地方我能够过这样的生活？呀！美好的、古老的哈莱姆！巧克力一样的哈莱姆！甜蜜的哈莱姆！哈莱姆，我已经把你牢记在心中。”在哈莱姆的舞台及其两侧涌现出各式各样的杰出人物，他们引人注目并非因为他们是黑人，而是因为他们独具一格的艺术、作家或有创见的学者：詹姆斯·韦尔登·约翰逊本人；阿兰·洛克；专门论述欧洲和美国潮流之不同的吉恩·图默尔；擅长描写黑人中产阶级生活的小说家杰西·雷德蒙·福塞特；社会学家W.E.B.杜波依斯和E.富兰克林·弗雷泽；时事评论家沃尔特·怀特。所有这些人当中最吸引人的要数兰斯顿·休斯，他是个多产作家，以黑人的特殊经历去解释全体美国人遇到的问题。休斯回忆他一九二一年刚抵达哈莱姆时的感受写道，“我永远无法用笔墨描述乘地铁前往哈莱姆区时的激动心情。我走出地铁，来到九月明媚的阳光下。呀，这就是哈莱姆！我站在那里，放下手中的提包，深深地吸了一口气，欣喜之情又一次向我袭来。”

这些新近聚居在一起的、半解放的黑人不只是在艺术和文学方面显示了辉煌的才能。移居北方城市虽然使他们从种植园奴隶制的传统和桎梏下解放出来，但只能自由地独成一体生活以及找到黑人自己的社会。他们的彻底解放，即置身于任何社会中，还有待实现。黑人过着城中之城的隔离而固定的生活，这是美国式生活中的一个奇特之处，然而他们确实确实创造了一种迅速传遍全国和全世界的新音乐，并且很快地被誉为一典型的美国音乐。

“爵士音乐时代”指的是第一次世界大战以后的十年，当时全国人口中的城市居民已占绝对多数。这个名称来源于丰富多采的新的民间音乐，它主要是城市黑人的一种创造。历史学家对“爵士”这个词的来源有不同意见：有的说它源自非洲黑人或克里奥尔人，有的说来自一位音乐家的名字，包括

H.L. 门肯在内的许多美国语言学家把这个词同形容性交的民间口语：“放纵”一词或多或少地联系起来。然而，无可否认的是美国的这一音乐形式是黑人移居城市后最初阶段的产品；爵士音乐主要是凭靠城市黑人的天才、活力和想象力而发展起来的。在欧洲，第一次世界大战以后的年代也是新音乐的实验时代（如阿诺德·勋伯格和贝拉·巴尔托克的音乐）。不过，正如爵士乐起源的年代史编者冈瑟·舒勒所指出的，爵士音乐是一种更加平民化，也更具群众性的实验音乐形式。旧世界音乐的新形式则是发展沙龙和音乐厅音乐这类“音乐艺术”，也即由作曲家作曲，由演奏家为出钱赞助的听众演奏。

然而，按照音乐研究家的说法，爵士乐“不是少数风格创新者的成果，而是一种相对来说简单易懂的半民间音乐——它与其说是音乐，毋宁说是一种社会学的表现形式……是最近由五、六个支流汇合而成的，它依然在很大程度上缺乏个性，然而却具有鲜明的风格。”早期的美国爵士乐，如同非洲的土著音乐一样，并不是一种具有鲜明特征的艺术“形式”，而是一种群众性庆典的形式。再说，以消除差异而言，它在很多方面是非常平民化的，并且是典型美国式的。爵士乐作为一种卓越的即席创作与即席演奏的音乐，根本取消了作曲家与演奏家原有的区分。它为每一个演奏者同他的伙伴们提供了一种崭新而相互交流的亲密关系。而且作为一种舞蹈音乐，它特别易于引起听众的共鸣，听众在某种程度上是置身于演出中的。

拉格泰姆调爵士乐的欢快节奏大约在一八九六年以后流行起来，以得克萨斯州黑人斯科特·乔普林的表演最为典型，他的“枫叶拉格泰姆舞”已成为一种新的切分乐曲的样板。这种欢快的乐调同哀怨动人的伤感音乐乐曲结合起来，再配上民间怀旧的心情和非洲节奏，形成一种随心所欲的美国的音乐语汇。它可以演唱或用任何乐器来演奏，它说的是一种任何地方的人都可以心领神会的音乐语言。

W.C. 汉迪是伤感音乐之父中的一员，他是阿拉巴马州的一个黑人，善于吹短号，开始时是个漫游演奏者，由于其“圣路易斯伤感曲”（一九一四年）而为人所熟知。据汉迪本人说：

伤感乐比今日人们称之为“式调”的东西更为深沉。如同灵歌一样，它源自黑人，涉及我们黑人的历史，我们来自何方以及我们的经历。

伤感乐来自遥远的南方。它产生于空虚、向往和追求。当一个人歌唱或者演奏伤感乐时，他所渴望和追求的东西，有一小部分可以从音乐中得到满足。

伤感乐使人们回想起奴隶制和人们当时的期待心情。我父亲是个传教士，每当听到有人唱《到最后审判之日我将见到你》，他总是泪痕满面。我问他为什么如此，他回答说，“这是你叔父当年在阿肯色州被卖作奴隶时他们唱的歌。他不愿忍受主人的毒打，因此他们就象对待一头牲口一样把他宰了。”

随后，在第一次世界大战期间，所有美国人都尝到了我们多年来经历过的辛酸——他们离别人家而被送往远方，有时是在违背他们的意愿下这样做的。于是，伤感乐和爵士乐开始对更多的人具有更大的意义。其后，大萧条对许多人来说又是一种新的经历。而我们黑人则早已多年忍饥挨饿，我们体验过饥馑和心灵破碎的苦楚。

因此，伤感乐有助于满足各种类型的人内心的渴求。他们也就爱上了它，并感受到我们所感受的东西。现在，当你听到一个白人唱伤感曲时，你能感到他跟黑人一样动情。伤感乐和爵士乐已经成了整个美国音乐的一部分，并会发展下去，直至永远。

城市里的黑人经历了两次流离失所，试图重新在美国建立生活。当初他们被迫远离非洲来到美国南部当奴隶，多少适应了南方的农场和种植园生活；此时，他们又自愿离开其祖先的土地；试图在城市坚硬冰冷的街道上扎下根来。他们两次流离失所，心灵里留下的伤痕为所有其他东奔西走、流离失所的美国人提供了主题歌，这些人在水泥地上寻找他们的先辈只有在地里才能找到的东西。

既然如此，爵士乐——这个词，这种音乐，最早的作曲家及最早的演奏者——的来龙去脉之难以明确，也就不足为奇了。由于爵士乐是一种平民化的乡土音乐，正如勒鲁瓦·琼斯等人所指出，它脱颖于本世纪初黑人在美国各新建城市的聚居经历。爵士乐在新奥尔良很早就出现了，这是顺理成章的事，因为在那里，甚至在南北战争之前，黑人都已能够比较自由地分享都市生活。南北战争以后，那里的黑人拾起军乐队丢弃的乐器，取材很久以前在刚果广场上演奏的非洲音乐，把军乐和哀乐的曲词转变成一种新的相互交融的东西。因为爵士乐和伤感乐产生于“美国黑人投入本国主流文化这个群众运动”，因而它自然而然地在许多城市同时出现。爵士乐和伤感乐作为美国各地黑人的城中之城新社会的一种产物，可能是最早的、非地区性的美国民间流行音乐。新奥尔良、圣路易斯、芝加哥、纽约、底特律以及黑人向北迁徙途中的其它“圣地”，都是盛行爵士乐的中心。各个地方以及各个表演者都有其自己的风格，然而表演者是很容易从一个哈莱姆区迁到另一个哈莱姆区的。路易斯·阿姆斯特朗开始是在新奥尔良表演，后又去芝加哥、纽约和其它地方。爵士乐创造了一个演奏者和歌手彼此了解的全国性大家庭。

留声机生来是用于爵士乐和伤感乐的。即席演唱或演奏的音乐不可能即刻谱写在固定不变的乐谱上。当一次性的表演连同其自发性和即席性，被唱片捕获时，是具有独一无二的情调的。玛米·史密斯的《疯狂的伤感乐》有时被称作最早最畅销的伤感乐唱片，灌制于一九二二年二月中旬。它有几个月月的销数竟达到每周八千张，主要是卖给城市黑人居民。它树立了一个榜样，显示出这种“种族”唱片拥有极广大的市场。它还表明黑人是大量消费品共同体的对象。勒鲁瓦·琼斯指出，“把黑人视作消费者，这是一种非常有利的新见解，是美国白人头脑里稀奇古怪的黑人形象的一个意想不到的新头衔。它对黑人来说也是一种意想不到的新头衔。巨大的城市中心区，诸如一批象哈莱姆那样的新‘黑人城’、芝加哥的南市区、底特律迅速发展的黑人区，以及南方一些较大城市，都是这种现象的直接见证。星期五晚间下班之后，在这些北方寒冷灰暗的城市里。黑人工人在唱片商店外面排队购买新的伤感乐唱片；随着人们付了款，美国大工业办事处里的销售预测表上所显示的美国人口增加了十分之一。”

当留声机把爵士乐带给美国全国人民，而收音机又一下子制造了空前大量的音乐听众时，唱片灌制改变了爵士乐和伤感乐的特征。现场演唱伤感乐或演奏爵士乐时，乐曲的长度是不固定的。它一直拖到表演者筋疲力竭，不能再即席编演为止。然而，留声机唱片只有那么长的时间，正如爵士乐史学家马丁·威廉斯说的灌制唱片的结果是出现了原来没有的时限。一位知道他在十英寸的唱片上只能录下四节伤感乐的歌手，往往只唱一组“预先谱好”的歌曲。

诸如本尼·古德曼这些美国白人也演奏起爵士乐，成为爵士乐最为成功、最为显赫的演奏家。有些人，例如比克斯·贝德贝克使得爵士乐成为哭诉或

抗议他们所摒弃（或他们自己受到遗弃）的社会的一种方式。音乐厅也开始演奏“爵士交响乐”。全部由白人组成的“新南国爵士乐队”于一九一七年灌制唱片；一九二一年，宣称要超过“过去年代粗糙的爵士乐”的保罗·怀特曼，在传统的音乐爱好者听众面前，指挥正规的交响乐队演奏。此时，美国白人竟仿效起受排斥的黑人同胞，两者的历史作用居然倒转了过来，这一点很有讽刺意味。

在一个社区林立的国家里，标准化的、全国广为宣传的产品迅速地把不同地区原有的风味弄得平淡无奇，但黑人的城中之城却提供了丰富多采的消遣。卡尔·范·维克顿，一个出生于艾奥瓦州的白人记者，发现“黑人的悲惨、堕落的生活……是艺术家新颖、奇异、多姿多采的素材。”一九二六年，他在《黑人乐园》一书中，描绘了哈莱姆区一幅令人同情但又浪漫化了的生活画卷，此书立即成为一本畅销书。二十世纪二十年代时，做贫民窟生意的人把白人旅游者带到哈莱姆夜总会去看《黑人轻歌剧》里“逗乐的黑家伙”和“胜感的巧克力”，它使得哈得逊河左岸的娱乐获得了堪与巴黎塞纳河左岸媲美的名声。对于当地有钱人来说，哈莱姆是“一个大娱乐场”。号称上演市里最性感节目的“棉花俱乐部”以及哈莱姆另外一些只对白人顾客有吸引力的酒吧间，变得非常时髦。黑人在南方时曾是纯朴农民的象征，而在他们的新的城市生活中却扮演着放荡不羁的城市美国人的角色。这种角色至少延续到本世纪中叶，当诺曼·梅勒为五十年代“垮掉的一代”寻觅一个代号时，他称之为“白色的黑人”。

黑人聚集在城中之城，使得他们在确能参加选举的全国各地更鲜明地形成一个集团。黑人向北、向西、向城市流动，实际上是一种在全国政治中发挥更大作用的运动。在南北战争结束后南方各州重建的三十年里，南方先后选出两名黑人参议员（都来自密西西比州）和大约二十名黑人众议员到华盛顿。然而，二十世纪初期，在南方，人们使用各种办法阻挠合格的黑人进行投票选举，更不允许他们担任公职。只有迁徙后，南方的黑人才成为有选举权的公民。到一九四二年，全国参加投票的黑人选民人数跟在最南方的七个州（密西西比、路易斯安那、亚拉巴马、南卡罗来纳、阿肯色、佐治亚和佛罗里达）参加投票的全体白人选民人数相等。一九四七年，黑人民党人威廉·道森（他的前任奥斯卡·德·普里斯特是第一个进入国会的北方黑人，从一九二八年起连任三届议员）从芝加哥南区选入众议院，两年后纽约市哈莱姆区的亚当·克莱顿·鲍威尔和底特律的小查尔斯·迪格斯也跟着当选。一九六四年，国会中已有四名黑人议员，到一九七二年增加到十五名，一九六六年，马萨诸塞州的黑人共和党人爱德华·布鲁克被选进参议院。

黑人在选举中的力量越来越大（并且明显地集中在北部城市），以至于在一九六一年黑人选民在美国历史上首次在总统选举中起了决定性的作用。一些颇有见地的观察家把约翰·肯尼迪以十二万张微弱多数票当选总统归功于黑人选民。一九六四年通过了宪法第二十四条修正案，废除了南方曾广泛用来剥夺黑人选举权的人头税。一九六七年，林登·约翰逊总统任命黑人瑟古德·马歇尔为美国最高法院法官。一九七一年时，全国已有四十八名黑人市长，其中三名是主要大城市的市长。一九六一年以后，一系列保障民权和选举权的联邦法律开始保证，地方的种族歧视性规定不能剥夺黑人的选举权，即使南方也不例外。虽然开国元勋们曾明确赋予每个州自己确定选举资

格的权利，可是一八七 年通过的宪法第十五条修正案规定“不得因种族、肤色或以前曾服劳役”而否定黑人拥有选举权。不过，只是到二十世纪中期，黑人的选举权才成为联邦的新事物。

二十世纪美国生活中最强有力、最有深远意义的潮流把黑人连同其他美国人一道吸引到各地社会中去。黑人的住所不断处于被隔离状态，加上那种把黑人排斥在公共设施之外的遗俗，本来就很不正常，现在更变得令人难以容忍了。

历史潮流固然可以改变，然而许多美国人的思想感情所流经的通渠却是不易填没的。黑人在他们进入美国生活的途中被推入一条曲折的、惨遭隔离的通道。城市生活使黑人能有机会充分发挥自己的才能，但同其他美国人却是分开的，这激起了他们的忿懑，并且加深了他们那难以消除的种族感。于是，就不可避免地在其美国同胞中引起恐惧与敌意。其他美国人不了解黑人，不愿与黑人为邻。白人对黑人横施私刑或非法处死，这种紧张的种族紧张关系到大约一八九 年以后，由于集团性的冲突而更形尖锐。黑人涌入美国生活的时代也是“种族暴乱”一词进入美国语汇的时代。由于赤裸裸的、有组织的白人种族主义，种族隔离和种族歧视，进一步加深了。一九一五年在佐治亚州重新建立的三 K 党扩展到北部和中西部，二十年代时声称已经拥有四百万成员。到了六十年代，在美国生活中长期肆虐的“白人至上”这种口号遇到了“黑人力量”口号的对抗，一种新的黑人种族主义滋长了，并且颇具影响力，新组织起来的、自负且自信的黑人会社脱离了小马丁·路德·金牧师的非暴力教导，采取各种手段——暴力的、非暴力的，以及自称“非暴力的”——以图确保他们在美国社会上的正当地位。

然而，黑人这些做法本身却推迟了他们同其他美国人打成一片的日期，因而损害了他们的正当目标。黑人企图用种族配额、反向歧视行动以及其它手段来“补偿”历史造成的不公正，这类行径在非黑人社会里引起新的疑虑和反感，因而使黑人难以改变的地位变得更加突出，更加持久，并造成无论通过善意还是暴力都不可能解决的问题。

在一个社区林立的时代里，美国生活中强劲而有深远意义的潮流确实证明了一种希望，那就是：热爱平等的美国人能运用新世界无可估量的资源来实现奇迹。一个创造了无数崭新的消费共同体和统计社会的国家，一个（我们将可看到）能够超越空间和时间的国家，是否可以再一次施展美国人的才能，把种族之间的隔阂消除掉呢？

第二部分 奇迹的衰落

“这个地方不仅发生了奇迹，而且一直在发生奇迹。”

——托马斯·沃尔夫

“奇迹只发生在相信奇迹的人身上。”

——谚语

在美国，生活里难以驾驭的严峻现实已消失了。没有了这种严峻现实就没有创造奇迹的必要。大自然的规律（人们凭着这些规律才意识到自己是活着，并且只有自己才是人），诸如四季之分、室内室外之别、空间时间之别以及不断消逝的每一瞬间的独特性，所有这一切都乱了。过去的奇迹创造者（女巫和魔术师）玩的那些老把戏已经变得平平无奇。食物过了季节照样保存完好，水能从室内的容器无穷无尽地涌出来，人能飞到太空里而且能在天外着陆，过去的事件还能重新再现，已故的人音容可留人间，而且此时此刻的一瞬间也可以保存起来供将来使用。

人一旦能创造奇迹也就开始失去他的奇迹感。这也意味着常识的式微，以及有史以来一直左右着人们的那些彼此并无关联的粗浅见解的消褪。美国人对一般性的日常奇迹已经习以为常，因此也就面临着感受不到意外奇迹的魅力的危险。“日常奇迹”给生活增添的新东西已非常之多。但是这些奇迹也从生活里拿走了某些无法估量的东西。一切都民主化了，这扩大了千百万人的日常经验，但扩散也意味着冲淡。

“冲淡”一词可以说是概括了人们日常经验的新素质。冲淡了的经验是淡薄了，稀释了，不那么激动人心，也不那么强烈了。这样一种生活的标点符号都是逗号和分号，而不是句号和惊叹号。

第五章 消除时间地点的差异

“我是要把土豆放在药丸盒里，把南瓜放在汤匙里，把最大个儿的西瓜放在茶碟里……土耳其人把成亩的玫瑰花制成了玫瑰油……我则要把一切都制成玫瑰油！”

——盖尔·博登

美国之所以使人一见倾心，感到它充满希望，就是因为它同别的地方不一样。但是，现代美国能够如此，却由于它有一种力量能消除时间地点的差异，抹去这里同那里、现在和过去的区别。归根结蒂，美国的独特之处在于它具有消除独特性的能力。

在别的地方，民主意味着个人平等、政治平等、经济平等和社会平等的形式。在美国，除了这些以外还要加上一个新颖的环境民主。在这里，世界会看到时间和地点的“等同化”，这可是亘古未有的。

生活的韵味曾一度来自冬天的寒冷，夏天的炎热，各个季节饮食的独特味道和颜色。从时间和地点这个角度来说，美国的民主意味着依赖人为的控制使一个地方、一个事物同别的地方、别的事物更相象。鲜肉的味道在任何地方、任何时候都能尝到，夏天有冰凌，冬天有温暖，内外能交融，人们生活和工作的地面高度尽管各有不同，但却能呼吸着同样的空气。

在人的局限性面前，文明生存下来了。在人的近乎不能的力量面前，文明能否生存下去呢？人们由于共同的弱点走到一起来了。可是，他们在自己的新发掘出来的强大力量面前是否也能共同生活呢？

三十五 浓缩！制作便于携带而能经久保存的食物

一八四六年十一月，唐纳一行八十六人从伊刊诺伊州的桑加门县前往加利福尼亚州的途中，在内华达山脉特拉基湖畔扎营时遇着大雪被困在那里。据传说，幸存者是吃了已经死去的人的肉才不致饿死。加利福尼亚州派去抢救的人员想尽办法救出了四十七人。对当时具有求实精神的美国人来说，这不光是道义史上的一个事件，同时也戏剧性地体现了不断向前推进的美国人的特殊需要。

盖尔·博登是当时刚并入联邦不久的得克萨斯州加尔维斯顿地方的一位测量员兼地产经理人。他听到唐纳一行饥饿交迫而死和其他横越大陆的人途中挨饿的故事后，心情很不平静，想找出个办法使食物更便于随身携带。他出生在纽约州中部的一个农庄里，曾经随他的父母颠沛流离到西部，先是到俄亥俄，后又到肯塔基和印第安纳，对于西行旅途中的问题他是有切身感受的。他自学了测量，一八二九年在得克萨斯州斯蒂芬·奥斯汀管辖下的移民点同他家人团聚以前，他在密西西比边界地区当教师糊口，到了移民点，奥斯汀让他负责官方的土地测量事务，这使他掌握了既能帮人发财也能使人破产的权力。一八三五年移民点需要办一张报纸，多营博能的博登同一个朋友一起创办了《电讯和得克萨斯纪事报》。他这张报是得克萨斯的第十家报纸，但却是第一家寿命超过两年的报纸。他了解在边远地区办一张创业者的报纸的难处——物质条件差、新闻来源少、找不到订户或者是找到了订户对方也不肯花钱。为了做到入能敷出，他当了新得克萨斯共和国的官方承印人，得克萨斯独立宣言就是一八三六年三月在他的印刷厂印的。休斯敦被选定为首府所在地时，博登被任命为官方测量员。后来，他又搬到加尔维斯顿岛，在那里当港口收税员，并协助做城市街道规划，供水计划，售卖市内地皮，成了一心一意建设“得克萨斯的纽约”的热心创业者。

博登可不是个平凡的公务人员。他在加尔维斯顿的一位邻居说：“博登搞了几十种发明，但其中最妙的发明却是他本人。”举例而言，他的“火车头浴池”可以拉到加尔维斯顿海岸边的拍岸浪里，这样妇女能避开人洗澡。在结婚纪念日，他送给妻子的礼物是一个自家做的能旋转的餐桌，餐桌的边有大餐盘那么宽是固定的，但中间部分可以转，这样菜就可以转到每个人的面前。他看到霜冻一到，黄热病就遏制住了，于是他就设计出一套他自己的公共医疗卫生计划；使用乙醚，“使你周围的温度降低到华氏三十度或四十度——我是说，使你在一星期的时间里似乎生活在霜冻天气里……使每个人都隔离在暂时的冬天里。”还有他自己设计的汽船，既不用螺旋桨也不用噗轮，而是用一根同平底船一样长的装有桨片的活动带子。更有意思的是他的“水陆两用机”，一种由风帆驱动的陆上和海上都可用的大篷车。他在海边向本城的人表演他的这种两用机，他的乘客驶进了海湾，证明他的船名符其实是水陆两栖；可是，这船不幸翻了，乘客也都给翻到水里。

博登自夸“我不放过任何一个想法，除非是有了更好的想法。”把他的注意力从“水陆两用机”上转移开的“更好的主意”将他引上了名利双收之路。一八四九年七月在给他去加利福尼亚的朋友调制一种旅途上用的新的可随身携带食品时，他有了一个“重要的发现……一种能够保持肉类（不管什么肉）营养成分的经过改进的加工办法，即提取肉食的精华，和以面粉或蔬

菜粉，晾干或放在烤箱里烘成饼干或薄脆。”

这就是博登初次实践的一种信条，后来这却成了他终身的营业指南。他劝加尔维斯顿教堂的牧师：“你讲道精炼些吧。用任何东西办任何事情几乎都是办得到的。如果你在计划和考虑一件事情，或当你放下一件事，马上抓另一件时……世界在变，朝着精炼的方向变……现在甚至对情人也不写诗呀之类的胡说八道的东西了。他们把他们想说的浓缩成，我认为是，浓缩成接吻……过去人们吃顿饭要花好几个小时。拿破仑吃饭却从不超过二十分钟……我十五分钟就吃完了。人们几乎已经丢掉了浪费他们时间的本能。”

博登花了六年时间发展他的肉饼干。一八五一年他在自己的说明书里开列了一系列他的肉饼干的受益人：海军和所有在海上作业的人，“长途旅行，要经过贫困地区”的人（他指出“诸如在印第安人地区，炊火是最大的危险之一，因为这会把你的宿营地暴露给有敌意的印第安人。”）；地质工作者和测量人员；“在我们新获得的领土上进行地质和矿物勘察”的考察队员以及在边境工作的人；医院（“病人在这里可以在最短时间里得到用它调制的各种浓度的粥，或是稀粥、或是营养极为丰富的浓粥，尽可随意”）以及所有的家庭，“特别是在炎热的天气里”。伊莱沙·肯特·凯恩第一次赴北极探险时就带了几筒博登的肉饼干。为了让医生和美国军队接受这种肉饼干，博登同阿什贝尔·史密斯博士合伙，史密斯是那鲁大学毕业生，在得克萨斯共和政府中任公共医务总监。史密斯主要是在开展公共关系方面有用，他给《德鲍评论》写文章，解释生产肉饼干将会有利于南方工业的多样化发展。一八五一年五月在伦敦举办的水晶宫博览会上，史密斯把肉饼干同独具匠心的其它美国产品一起展出，包括赫林专利的耐高温保险柜（谁要是能把它的锁撬开就得五百英镑），科尔特公司生产的左轮手枪，还有麦考米克的弗吉尼亚收割机。碰巧被任命为国际裁判的美国人就是阿什贝尔·史密斯。由于这项任命，得克萨斯的盖尔·博登得到了为食品工业作出贡献的最高奖。

史密斯博士自鸣得意他说：“看来这是美国使命的一部分……不光是给从旧世界受压迫的拥挤人群里跑出来的难民安个家，而且要养活从那些国家来的一部分从来吃不上好肉的穷人：对这些人，即便是很差的肉也是难得的佳肴。”博登花了六年时间耗资六万美元推广他的肉饼干。但是，由于部队里的鲜肉供应充足，博登的饼干就难以得到公正的评价了。而且还有其它问题。人们抱怨博登的饼干“样子难看”，也不好吃，博登承认只有他自己知道究竟怎样做这种饼干。弗雷德里克·劳·奥姆斯特德旅行经过得克斯斯的时候，最后把博登的肉饼干喂鸟了，他声明，“不到旅途中几乎万不得已的时候，他决不再求助于肉饼干。”但是在肉饼干还没有完全失败的时候，博登已经又有了一个更好的主意。这个好主意在十九世纪末使博登的名字和牛奶成了同义词。

有这么一个故事。博登一八五一年秋参加伦敦博览会后返回美国的途中，海上风大浪急，他闻悉船上的牛由于晕船挤不出奶了。听到移民们的婴儿饿得啼哭，他就想能否使用他的浓缩技术在这种紧急情况下供应牛奶呢。这可是个难题。因为牛奶是最容易变质的食品，世界各地都曾试过要使它保鲜保味，全没有成功。做成奶酪当然是一种出路。不过博登下决心要想办法把牛奶整个地浓缩。

当时流行的理论全都说这是办不到的。幸而博登对这些说法不甚了了，

因而也未受影响。于是，他就亲手盛上一锅牛奶试着做起来。在欧洲，曾有人采用蒸发法保存牛奶，倒是有所成就，但是做成的产品都卖不出去。这博登当时可能也不知道。

以某种形式把牛奶保存起来并不大难。可是要保持牛奶的质量和鲜味就完全是另一回事了。博登先是把牛奶盛在一个敞口锅里，把锅放在用木炭烧的沙锅上面加热，再加黄糖。然后把煮好的糖奶汁封装在玻璃瓶里，就可以保存好几个月，可是颜色很深，味道象糖浆。以后，博登在纽约州新黎巴嫩地方的谢克移民点看到真空锅，他就买了一只，试着用这种锅来浓缩牛奶。可是，牛奶加热后都粘在锅边上，接着就起泡沫，溢出来。专家们劝他别试了，可是，博登还是在锅里先涂上油脂，继续试验下去，就是这个简单办法使他完成了浓缩牛奶的技术。博登的发明就是这么简单，所以他很难使华盛顿的专利委员相信他真有什么新招。不过，有了《科学美国人》月刊编辑的鉴定书加上一堆表格和宣誓保证书，他终于说服了专利官相信他确实发明了一件重要的新产品：真空炼乳。

博登的直观式的解释虽然不能使现代有机化学家满意，但却表现了他触及问题核心的才能。他说，牛奶同血一样是一种“活性液体”，“从牛身上一挤出来，就开始死亡，变质，分解。”封好了，真空状态就使牛奶不会“死亡”。一八五六年，博登既得到了英国的专利，也得到了美国的专利。

炼乳还没找到市场，博登就试着做浓缩咖啡、茶和“其它有用的日常饮食”。他迷上了浓缩术。“我是要把土豆放在药丸盒里，把南瓜放在汤匙里，把最大个儿的西瓜放在茶碟里……土耳其人把成亩的玫瑰花制成了玫瑰油……我则要把一切都制成玫瑰油！”

炼乳很快成了畅销货。有次在火车上他偶然碰到一个有钱的纽约杂货批发商，博登得到他在经济上的赞助，创办了纽约炼乳公司。一八五八年在纽约市北面一百英里处，他又开办了第一家大规模的炼乳厂。附近的农民把鲜牛奶送到他这个厂里，加工成炼乳再运往城里。一八五八年五月二十二日《莱斯利画报》上登了一条广告，很可能是博登自己写的，内称：

博登炼乳，在康涅狄格州的利奇菲尔德县制造，是唯一无糖、无其它杂质的浓缩牛奶，易溶于水。此乃农村鲜牛奶，水分几乎完全蒸发掉，不加任何杂质。医学院委员会推荐饮用，因其“纯净、耐久存、便宜，为牛奶业前所未有之佳品”。

一夸脱加水至二点五夸脱成乳脂

至五夸脱成浓牛奶

至七夸脱成佳质牛奶

门市部设于运河街一百七十三号。在纽约和

布鲁克林送货上门，则每夸脱二十五美分。

这个时候把一种高级牛奶引进纽约市场是有战略意义的。因为当时纽约市正遭到“牛奶谋杀”丑闻之灾。就是这家刊登博登广告的报纸向纽约市民揭露了婴儿死亡率过高的事实，据称，这是由不洁净的牛奶造成的。当时这个城市普遍销售的叫做“泔水牛奶”，因为市里的奶牛是喂酿酒厂的“泔脚水”，或者“蒸馏室的污水”，都是酿酒厂的渣滓。这种牛奶几乎不含乳脂，都得人工加色以掩盖它那种令人不快的蓝色。粪肥和牛奶都是用同一辆车拉。《莱斯利画报》还报道了病奶牛怎么给扶起来挤出最后一次奶而后就死

去的传闻。这个市的酿酒厂—奶厂是一种“冒着臭不可闻的烟的维苏威火山”。负责奶品的当局报告说：泔水牛奶“损害幼儿的健康……引起各种疾病，如果连续吃肯定会死亡。”

有了博登的卫生鲜奶制品，纽约市销售牛奶的渠道增加了，后来又添了不少渠道。博登订出了新的清洁和质量标准，他还派出检查员到农村去指导养奶牛的农民。他规定母牛产犊后十二天内不挤奶，他要求挤奶前先要用热水洗净牛的乳房，牲口棚要干净。粪肥不许放在奶牛栏里。他还要求网丝布过滤器早晚要用沸水清洗晾干。工厂的检查员们还拒收温度五十八度以上的牛奶。这许多的做法使农民的生活复杂化了，但同时也使他们的生活简单化了。因为博登使养奶牛的农民把奶一次就卖掉，而不必再在乡下到处叫卖，更不必去搅制奶油或者自己去做奶酪。凡是同博登订了合同并能不断达到他规定标准的农民可以把奶交到工厂的奶库，公司就会定期给他开来支票。

南北战争爆发时，博登愿意向军队供应炼乳。他的一个名叫约翰·盖尔的儿子参加了联邦军队，另一个儿子黎却参加了南方邦联的骑兵。联邦军买博登的炼乳作为部队的战地给养，博登本人也献身于联邦事业。后来他的纽约炼乳厂日产达到一万六千夸脱也仍满足不了政府的订货。所以他就给其它地方的厂家发放许可证。到一八六六年底单是伊利诺伊州的埃尔金一个厂一年就向农民购进三十三万加仑的鲜牛奶。

一八七五年，也就是盖尔·博登逝世一年之后，博登公司开始出售全脂鲜奶。虽然他这家公司给奶农规定的标准比过去更严格，毕竟能做的还是有限。作为考核牛奶指标的细菌数仍不得而知，卫生的唯一标准就是牛奶怎么生产怎么处理的。交售牛奶的时候还是用勺从大罐里盛出来倒进买主的容器里。如果牛奶不在牛奶厂装瓶，用封闭的容器以小包装发售，那是没法保证家庭里鲜奶的卫生的。一八八五年博登公司已由他的大儿子主事了，开始出售瓶装牛奶。后来又过了十年，路易·巴斯德灭菌法普及了，细菌数才成为市场上出售的牛奶的标准。此后又过了二十年，有了奶牛肺病检疫保护儿童不致传染上结核病。各州也接二连三地成立了保健委员会对牛奶进行检查发给“合格证”。

就在博登想方设法把牛奶浓缩装罐以便无限期保存的时候，美国还有不少有创业精神的人也在想办法使任何东西部能一年到头卖给任何人。一个名叫尼古拉斯·阿珀特的法国酿酒和食品商已经发明了制造罐头的基本工艺。阿珀特由于想出办法给法国军队提供新鲜食品而在一八一九年得到拿破仑颁发的奖章。他发明一种烹调和密封工艺，使罐头工业在十九世纪的欧洲兴旺发达起来，后来又有了一些基本的改进，这种工艺一直沿用到二十世纪。

十九世纪四十年代美国的罐头业发展势头很大。玉米、番茄、豆子和鱼都制成罐头供去加利福尼亚的人旅途中食用。位于切萨皮克湾上的巴尔的摩城盛产牡蛎、螃蟹和鱼；成了美国第一个大罐头工业中心。不过，这时做罐头的技术还是很原始的，一旦出错，一个季节的罐头成品就都会付诸东流。因为每一批罐头需要六小时的沸水加工，效率再高一天也只能生产出二、三千只罐头。

南北战争的爆发又大大地推动了罐头业的发展。联邦方面征用了博登的罐头牛奶供应部队，但是要满足部队的需要，罐头食品的加工速度要大大加快才行。敞口容器里烧水最高温度是华氏二百十二度。十九世纪初英国化学

家汉弗莱·德维爵士发现在水里加氯化钙，开水温度可提高到二百四十度以上。一八六一年巴尔的摩的一个罐头制造商艾萨克·所罗门运用了这一发现，一下子就把一般需要六小时的加工时间缩短到半小时。战争期间许多人在部队里、砲艇上或医院里第一次吃到罐头食品。军队解散之后，士兵们就把罐头食品的事传遍全国各地。对罐头需求量还小的时候，罐头生产多靠近海边。厂家一部分时间加工牡蛎、虾和其它海鲜，另外一部分时间就加工少量的水果和蔬菜，使工厂保持常年开工。现在，人们普遍需要各种罐头食品了，大规模的罐头厂在内地，如辛辛那提、印第安纳波利斯等地也兴建起来。在一八六一年以后的十年中，每年上市的食品罐头数量由五百万只增加到三千万只。

大规模制作罐头需要成千上万只锅。阿珀特最初“做罐头”的工艺实际上是在玻璃缸中保存食品。差不多同时，一个英国人登记了一项用马口铁罐头储存食物的技术的专利，可是当时马口铁罐头还是靠手来制作成型的。一个白铁匠一整天也只能做出六十个。十九世纪初，美国人改进了马口铁罐头，他们制造了做罐头的机器，一天能生产出几千只罐头——冲压出罐头顶和底的机器，焊接罐头边接口的机器以及卷口、密封的机器。到一八八一年，两个人操作一台机器再加上两个孩子辅助就可以每天生产一千五百只罐头。白铁匠们看到他们的活儿给机器代替了，为了维护自己的职业就提出机器做的罐头危害健康的说法。他们说，制罐机上用的焊条有毒，结果相当一段时间，有些人不肯吃机制罐头。但是到一九二一年，用于生产罐头的马口铁一年达到十亿零五千万磅重。马口铁罐头开始在帮助美国家庭主妇方面起着重要作用——同时也扔得到处都是，把美国的市容乡景搞得凌乱不堪。

三十六 城市的肉食供应

南北战争之前城市居民要吃鲜肉都是先把牲口运到城里来屠宰。因为从外面运肉进城是没有办法让肉不变质的，这样每个城市就都夸一个屠宰场，那里牲口的内脏堆积，臭气熏天。要长途运输，就要把肉用盐腌起来或用烟熏过，再装在木桶里。在鲜肉价格昂贵而且只在一定的季节才买得到的时候，从一个美国城市居民家餐桌上鲜肉的数量和质量就能知道他属于哪个社会阶级，收入有多少。

再没有什么比肉的故事更能说明美国这种矛盾现象——在全国如此广泛地鼓励人们去想各种新办法使大家的生活更趋一致，一个全国性的、甚至是国际性的销售在西部平原上生产的鲜肉的诞生。

要扩大鲜肉市场，就必须有一种实用的冷藏车。这种车使西部的肉商可以就地屠宰后把鲜肉运到东部城市的市场上去。运加过工的牛肉，可以节省百分之三十五的牛的重量，而这部分是根本卖不出去的。同时，他们还可以省去运转途中喂牛的开销，避免由于运输途中拥挤造成的牲口掉膘甚至可能发生的死亡。很自然，花了大笔投资设置了运活牛用的牲口车和喂食站的铁路当局，是害怕冷藏车的。在东部城市里，当地的屠宰场和肉贩散布谣言说，老远从铁路运来的肉“有毒”吃不得。铁路上给净肉的运价定得特别高，以使得同运活牲口一样高的利润。不能指望他们会主动去造冷藏车皮。

这时，由开拓者来组织铁路冷藏运输，把鲜肉运到日益发展的东部城市去的时机成熟了。两个美国人带了头，一个叫古斯塔夫斯·富兰克林·斯威夫特，一个叫菲利普·丹福思·阿穆尔，这两个人后来在北美大陆的每个角落都家喻户晓，而且名扬世界。他们俩的毕生事业交织在一起，他们俩不但是竞争者而且都是芝加哥城的创业者和建设者。

古斯塔夫斯·富兰克林·斯威夫特十四岁时就到他哥哥处去做工。他哥哥是科德角桑威奇的一个乡村屠夫。他攒够了钱就买一头小母牛，宰了以后挨家挨户去卖净肉，此后他就独自做生意了。他做牛生意，随着牛集市逐渐西移，从科德角到奥尔巴尼，然后又到布法罗，最后在一八七五年到了芝加哥。他开始想，要是在运出之前先把牛宰了，把肉剔出来，那能从芝加哥多运出多少牛肉呀。以前偶而也有人这样运过，不过都是在冬天，天气冷肉不会变质。斯威夫特预想看要常年做这种买卖。

他第一次下决心要一年到头贩运净牛肉，就象七十五年前图德要向西印度群岛运冰的计划一样，是一种充满风险的设想。但是，斯威夫特的某些条件比他在芝加哥的那些颇有基础的做贩运活牲口买卖的竞争对手有利，因为他了解新英格兰的肉市场。那些已经承运大批活牛的铁路公司都不曾助他一臂之力，最后他找到大干线铁路公司，这家公司说如果斯威夫特自己能提供冷藏车皮，他们就替他运。斯威夫特大胆用自己有限的资本定做了十辆崭新的冷藏车皮并试验加以改进。一八八一年斯威夫特有了一辆可以把他在芝加哥宰出来的肉完好地运到东部肉店去的冷藏车皮。一旦铁路公司认识到运净牛肉确能增加他们的生意，就都争相承运了。东部的肉店现在看到他们的运气来了，可以多买肉，有好几家实际上已同斯威夫特合伙干起来。斯威夫特的这个做法使肉价跌了下来，所以一八八二年纽约的《哈泼》周刊预言“廉价牛肉的时代”就要来临。

不出几年的功夫，斯威夫特就建起了一个庞大的新兴产业。这是对美国特有的机运的回应——对辽阔的美国疆土的反应，也是对人口拥挤的新兴城市与仍然荒芜的西部草原之间的强烈对照的反应。辽阔的土地和城市草原之间的强烈对照为人们提供了统筹安排的机会。就象一年一度的毛皮交易意味着把相隔千里的人们的活动时间确定下来，在一个约定的日子碰头，现在从西部把鲜肉运到东部海岸也需要实践和妥善的安排。

斯威夫特在芝加哥收齐他买到的牛以后，还得想办法把牛赶快宰了装进冷藏车皮。还有，这些车皮须在同样规格的铁路上运才能避免肉在中途倒车转运，这在十九世纪七十年代是需要妥善安排的。到了目的地，比方说到了纽约，为了防止肉变质，冷藏车厢停靠时一定要正对着冷库的门。车内两边上方挂着牛肉的钢梁同冷库挂肉的钢梁要正好连接上，这是斯威夫特设计的。《哈泼》周刊赞许地报道说，“人们轻而易举地把肉运进了冷库。冷库的温度同车皮里完全一样，肉留在牛被宰时挂的钩子上，就能毫无延误地转进了冷库。”

这只是更为出色的组织安排工作里的中间环节。整个组织安排工作往前回溯则是加工，屠宰，一直到养牛户；另一头则是运出冷库，卖到大量消费者手里。斯威夫特的养牛知识和鉴别能力对于赶拢牛只很有帮助。

但是要把宰了的牛卖出最好的价钱是需要另外一种组织能力的，而且要敢于尝试前人从来没有试过的办法。要把一头猪的各部分迅速而合乎经济地肢解开，按值出售，就需要发明一种（用西格弗雷德·吉戴恩的话来说）“肢解流水线”。屠宰厂干了几十年的这种肢解猪的经验为日后亨利·福特的汽车装配新流水线法铺平了道路。它新就新在是对运动中的工作对象进行加工。这就要使工作对象既在运动又便于对它进行加工。这一来就没法按照个人干活所花的时间来形容自己的工作。

组织生产的关键当然在简化。美国的零部件可以置换的制度意味着把一个产品分解成各个部件以便分别制作。斯威夫特的肉类包装车间用的就是这个办法。猪宰了以后，其躯体的切割是分许多道工序进行的。对作业线上工人这意味着什么呢？一九一六年厄普顿·辛克莱在长篇小说《屠场》中写道：

猪宰了之后被机器挂成排，随着另一个有轨线路往前送。这时要通过两排工人……都站在工作台上。当猪躯体通过工人面前时，每个人只做一件事。一个工人专刮猪腿的外侧，另一个专刮内侧。一个工人飞快一刀割断猪喉头……另一个工人把猪身切开一个长口子，接下去另一个工人把这口子开大点，第三个用锯锯开肋骨，第四个把内脏拨松，第五个把内脏掏出来……还有的工人刮猪的侧面，有的刮猪背，另一些则清理猪身的内侧，去掉边边角角，洗干净。俯看这间屋，只见一溜悬空的猪……每隔尺把这就有一个工人象后面有鬼在催似的干着。运行到尽头，猪身上每一寸地方都被处理过几次了。

在美国人开始运用他们革命的技术把他们自己创造的东西装配到一起以后差不多又过了一个世纪，他们运用类似的简化而有组织的技术把一个复杂的活物肢解开。最难的问题是怎么把活猪送进生产线，因为猪都是乱跑的。解决的办法是用一只活猪来引诱其它猪：这只猪一上移动着的分解生产线，其它猪都有秩序地跟着，它们的姿势正便于屠夫揪住扯起来。

斯威夫特是进行这项组织工作的天才，而且他很注意具体细节。半夜里

人们可以见到他下冷藏库去检查温度计。他把屠宰组织到这种程度，以至过去被扔掉不要的那些部分也可以做成行销的产品出售，如制成刷子、人造薰油、皮蹄骨等熬的胶、药品或肥料。斯威夫特广建生产中心，西至明尼苏达和内布拉斯加，南至得克萨斯。

西部草原上肉食的产量和屠宰厂的产量都大大超过了美国市场的需要，尽管美国人的饮食标准也在不断提高。南北战争之后不久，芝加哥的人口虽然不过是巴黎的十分之一，它加工的肉却同这个欧洲的首都相差无几。斯威夫特开始把净肉卖给法国和英国，为了做好这些安排，他先后二十次横跨大西洋，后来他又在东京、大阪、上海、香港、马尼拉、新加坡和檀香山开设了分销处。到一九一二年，斯威夫特公司共雇有男女职工三万人，在四大洲的四百个城市设有销售点。

在康涅狄克长大的菲利普·丹福思·阿穆尔也同样没有辜负西部的魅力。他的事业颇可以同斯威夫特媲美。他用在加利福尼亚淘金热中赚的钱做杂货生意，先在辛辛那提，后在密尔沃基，之后他又经营肉类食品加工厂。同斯威夫特不一样，他有一种搞投机的才干。南北战争结束之前，猪肉的价钱是四十美元一桶而且还看涨。阿穆尔预见到联邦方面一旦取胜肉价很快就会下跌，于是就到纽约去出售猪肉期票，一时买的人相当之多。联邦方面胜利后猪肉价格果然猛跌，阿穆尔能以十八美元一桶的价格购进猪肉，而这批肉他早已以三十多美元一桶卖出去了。他对联邦抱爱国主义信念，这也可以说是得到了报偿。

这笔买卖所赚的二百万美元就成了阿穆尔经营肉类食品加工厂的本钱。阿穆尔同斯威夫特一样也是一八七五年来到芝加哥的。自此之后他俩的事业简直是并驾齐驱。阿穆尔也是带头组织屠宰厂的分解流水作业线，也是给宰后的猪、牛身上任何一点东西都找个用途。他也是领头办冷藏车皮的人。他同斯威夫特一样，由于在西班牙—美国战争中给军队供应“防腐牛肉”的丑闻（供应坏牛肉）而声名狼藉。阿穆尔和斯威夫特都成了慷慨的慈善家。阿穆尔相信教育的重要性，这使他创办了阿穆尔工学院。他声称：“我现在热衷于把猪鬃、血、骨头、猪的内脏外皮以及小公牛全都转化成钱。因为我可以把这笔钱用在这些年青人身上，他们会一代一代不断向前迈进。”

冷藏使鲜肉市场迅速扩大。同时，加工过的净肉的市场也同样在扩大。现在加工的办法已不再是用盐腌、用香料保存或者熏制了，人们都认为这些办法太古老。现在的办法是做成罐头。不过，制罐头也要有独创性，使罐头能适应肉的特殊要求。

起初肉罐头市场有限，因为肉装在普通罐头里开出来就象嫩肉的样子。后来有一种新法在装罐前先把肉烹调好，这样罐头肉也就不收缩了。还有一位聪明的芝加哥人，名叫J.A.威尔逊，设计出一种罐头，形状就象截了顶的金字塔。家庭主妇按说明在大的一头把罐头打开，在另一头敲一下，“就会使罐头里的肉整块地滑出来，切片很方便。”一八七八年，芝加哥一家工厂生产好几千只威尔逊罐头。从此，家庭主妇们能把罐头肉切成美观的肉片端上餐桌了。

“咸肉”这个同在一八五八年英国的字典上还是这样解释的：“肉加盐少许腌制，供当时用，不能保存。”现在在美国却有了新含意。“咸牛肉”是一种新菜肴的名称，装在罐头里，它丰富了全世界士兵和老百姓的饮食。

“去掉骨头和软骨装在罐头里的肉”，重量只有未去骨装桶的同样肉的三分之一。这比取代运输活牲口的带骨肉更加经济。由于罐头肉越来越吸引人，它就不光是一种救急的菜而是美国人餐桌上日常食用的菜肴了。

罐头肉市场的开拓对美国人的饮食也有着广泛的间接影响。罐头肉不需要冷藏，运输屠宰成品所需的冷藏车的需要量也就减少了。芝加哥那家大肉类加工厂曾经为运肉在冷藏车上花了大笔投资，就千方百计到处去找可以使用他们昂贵设备的产品。阿穆尔派他的代理人到南方去鼓励那里的人大量种植易腐坏的水果、莓子，好用冷藏车运到北方城市去卖。比方说，他的代理人在佐治亚就鼓动人们种桃子。

罐头制品成了日常生活中一种新的奇迹的源泉。它简直可以把古老的诗一般的隐喻演化为散文。到一九二四年，美国一位写罐头发展史的人终于能够这样炫耀地写道：

罐头制品使美国的家庭——特别是大城市和工业城镇里的人家——有了一个菜园，这里种着各色齐全的好东西，而且任何时候都可以任意收摘。十美分一只罐头里的西红柿比在城市里市场上西红柿最贱时十美分所能买到的鲜西红柿还要多。其它大多数罐头食品也是如此。简直就是天方夜谭里的菜园子，这里山莓、杏、橄榄和菠萝并陈，而且总是成熟的，同它们排列在一起的还有青豆、南瓜、菠菜；这个菜园里还有烧豆子、葡萄和意大利面条的灌木丛，泡菜圃，大锅热汤，在它旁边还有海洋的一角，可以捉到鲑鱼、龙虾、螃蟹和小虾，还可以挖到牡蛎和蛤。

美国的罐头工业现在生产的食品，无论是数量还是品种都比它所有国家的总和还要多。

三十七 变换日常食谱

一直到南北战争结束时，人们还普遍认为所有食物的营养价值都是一样的。似乎有一种“万能营养素”帮助长身体，保持热量，使机体正常运行，并能修复损坏的组织。民间这种看法就使老百姓的饮食单调成了理所当然的现象。那时人们把面包称做“生命的支柱”，这并不只是出语惊人而已。“感谢主今天赐给我们每日必需的面包，”圣经上这句人所皆知的话更确切他说到了事情的本质。在西欧，一直到十九世纪中时，主食还是各种形式的谷物，主要是面包，偶然配一些咸肉。而在某些地方谷物甚至还是仅有的食物。牛奶、水果、蔬菜是陪衬，只有买得起的人才能在买到鲜果蔬菜的地方和季节尝尝时鲜味儿。

营养是以量来衡量的：穷人并不以主要吃面包为苦，而是没有足够的面包。出海的人知道要吃新鲜水果以防止坏血病，但这主要是从医药的角度而不是营养的角度考虑的。直到二十世纪初，许多人才发现“保护性”食品的含义。到二十世纪中，营养学、饮食里的蛋白质、碳水化合物、维生素和矿物质要平衡等概念才进入普通人的意识。美国人为了表现他们相信这种新兴“科学”是真的，郑重其事地进行了宣传，饮食科学家被尊称为“营养学家”（此字的英文 dietitian 是由“diet”（饮食）和“physician”（医师）两个字拼成），这个字从一九一五年起才在美国形成并进入英语词汇之中。大约二十年后，“家庭经济学”一词也用开了。这时一些公立学校开了这门课，其内容包括各种食物营养价值的比较，而在一个世纪以前，只有美食家或是食品科学专家才干这样的事。

十八世纪时，社会上的下层居民饮食是十分单调的。饮食变换花样是有钱人的特权、享受和挥霍。帕特里克·亨利指责托马斯·杰斐逊对“法国烹饪”食不厌精。在一八四一年的“小木屋和苹果酒”竞选运动中，辉格党人吹嘘说，他们的候选人威廉·亨利·哈里森就靠吃有益健康的“无盐的生牛肉”过活，而他的贵族对手马丁·范布伦总统却被说成是极端奢侈，沉溺于享用草莓、山莓、芹菜和花椰菜。“民主党”的积极分子起初也把吃简单无味的饮食看成是一种美德，而沉溺于享口福则被认为是旧世界颓废的表现。只有少数独立派人物象约翰·亚当斯才认为：美国人不敢享受法国烹饪只是殖民地偏见的一种遗迹，是过时的思想。

讲究的宴席和富于想象力的烹饪都标以法语“佳厨”(Cuisine)的美名。十九世纪三十年代，仕女们应邀外出吃饭，为了给她们的男伴留下好印象，就要求按“法国方式”上她们的蔬菜，就是说每种蔬菜各装一个盘。为了表示自己讲究，她们还会扬言，按照美国方式把各种食物堆在一个盘子里令人看了就倒胃口。法国的影响，起初只是扩充和丰富了阔佬的菜谱，但逐渐地这种影响面越来越大。不过，一直到南北战争时期，花样多、味道好的饭菜仍只是供那些上得起最大的滨海城市里为数寥寥、价格昂贵的新式高级饭馆的人享用的。

这类最高级的餐馆中有一家是在纽约市的德尔蒙尼科餐厅。洛伦佐·德尔蒙尼科在一八三二年他十九岁时从瑞士讲意大利语的提契诺来到纽约市。他在闹市区开了一家餐馆。没几年功夫，他的姓名就成了讲究的筵席的同义词了。一八六八年乔治·普尔曼便把他的第一辆餐车定名为“德尔蒙尼科”，

西部城市的一些餐馆也装模作样地自称为“西部德尔蒙尼科”。洛伦佐·德尔蒙尼科大力从欧洲最好的饈厨请来厨师，引进菜谱，而且他也帮助美国人发现他们自己后园里好吃的东西。就象殖民地时期医生在森林里找到治疗美洲疾病的天然草药一样，德尔蒙尼科也意外而高兴地在这些森林里找到了美味。欧洲旅行者熟悉美国饮食的老一套，可在德尔蒙尼科餐厅，他们对所供应的鱼、野味和肉等特产感到惊异。洛伦佐·德尔蒙尼科的成就之一是帮助美国人发现凉拌色拉，他教人用新大陆上普通的植物做成“色拉”。他推广了冰食冷饮和绿色蔬菜。象德尔蒙尼科这样一心一意提高美国饈食水平的人确实少有。据说他在一八八一年去世前曾经招待过从安德鲁·杰克逊到詹姆斯·加菲尔德等列位总统。德尔蒙尼科餐厅为纽约的美食家们订下了标准，使这个城市到二十世纪中叶成了世界上仅次于巴黎的餐馆首府。

世俗的偏见使美国的饮食难于摆脱其局限性。在十九世纪三十年代和四十年代，人们普遍怀疑新鲜水果和蔬菜对人体健康有害，特别是对儿童有害。病因不明不明的痢疾、伤寒、霍乱以及其它传染病更使这种说法貌似有理。但是不到五十年，美国就组织起了全国性的，很快又发展成世界性的新鲜水果和蔬菜贸易。饮食也平民化了，美国普通人的饮食比许多欧洲阔佬的饮食花样都多了。

在欧洲，好几百年里，橄榄园和葡萄园是水果出口品的主要来源，有些地方则是仅有的来源。橄榄油和酒容易制作，便于运输。可是不合时令的新鲜水果和蔬菜要从遥远的地方运来好象是违背自然的规律。旧约圣经的一卷《传道书》上就曾说：“万物皆有季节性。”俗谚也认为：“万事当季好。”由此很容易得出这样的结论“几事不当季令就不好。”罐头食品的出现自然是改变了食物的季节性。可是随着时间的运转罐头食品本身也会改变的。鲜货的奇迹则又是另一回事了。曾经推广过罐头的那些人士中，有许多人又开始致力于把这个奇迹变成普通玩意儿。

一个自相矛盾的现象是，美国城市的迅速出现和发展促使新鲜水果和蔬菜的种植和消费遍及美国各地。如果伦敦、巴黎这样大城市的居民要吃新鲜的水果和蔬菜，那么这些鲜果蔬菜必然是在市外远郊区的菜园果园里种的。西欧多年来有一种传统、即由政府控制市区市场（例如巴黎的市政厅市场），农民要卖他们的产品就得运到这里来。象纽约这样的美国大城市，情况也类似，只是这类市场要少些。只有富家才能吃到不当节令不在近处种植的菜蔬水果。譬如说，一八三三年五月，一个纽约人要想吃草莓，就得花一个半美元买一夸脱，而巴尔的摩的市民则只要花十二美分就买到一夸脱而且想要买多少有多少。

铁路自然而然地扩大了新鲜水果和蔬菜的供应。在十九世纪四十年代，卡姆登—安博伊铁路公司的线路穿过新泽西州的“豌豆园”区，专门加了一列专车，人称“豌豆专线”，为纽约市收购农产品。一八四七年六月一个晚上，这列专车就运了八万篮子的草莓到纽约市。铁路的延伸也扩大了城市的蔬果来源。到十九世纪六十年代，纽约人能吃到弗吉尼亚州诺福克的新铁路中心周围蔬菜农场的产品。芝加哥一位精明的代理商从新奥尔良以八美元一普式耳的价格购进青豆。于是，食物的季节延长了，至少对富有的北方城市居民是如此。一八六五年以前在不到三十年的时间里，北方城市的草莓季节由一年一个月延长到四个月，葡萄季节由四个月延长到六个月，桃子季节也

由一个月延长到六个月。新鲜番茄可以作为商品出售的季节不久前才达到四个月，现在则一年到头都能买到。

在一八七五年以前，过着舒适的城市生活的人往往把他们夏天的鲜货收藏到冬天吃。当时商业性食品罐头还不如家庭自制的罐头那么重要。家庭主妇在应时的季节里买草莓或桃子，做成果干或果酱在其它季节里食用。在应时的季节里买大都是当地产的苹果、马铃薯及其它一些水果和蔬菜，存在自家的地下室里。

十九世纪末叶，城市生活发生了两大变化，使各家难以存鲜货供冬天吃了。一是中央系统供应的暖气，因为炉子设在地下室，要把地下室当冬季的贮藏室实嫌温度太高。另一个是公寓式住家的出现，这是城市日趋拥挤地价上涨的副产品。举个例子，在一八七三年起的二十五年内，芝加哥市法定范围内的地价翻了一番，从五亿美元涨到十亿美元。纽约市的第一所公寓式房子（一种中产阶级的住宅，不同于经济公寓）是一八七 年左右出现的，不久芝加哥也有了这种公寓。住公寓一般都没有地下室。随着新移民中的工人阶级涌进城市，他们的收入增加，也就把更多的钱花到吃上，这也扩大了城市里鲜货的零售市场。

鲜货生意赚钱的机会多，随之就出现了更多的水果蔬菜代理商和批发商。现在他们可以向农民担保其全部产品都能销掉了。因为他们是把这些产品卖给远方消费者的。

从前，农民凭着分期栽种早熟晚熟品种以及种植几种水果的办法，可以在一年的大部分时间里向本地市场供应鲜货。当时，“有就是好”，谈不上什么色、香、嫩，而且也没法想这么多。可是，冷藏车、冷藏船把一切都改变了。现在农民可以专种最能经受船运同时又色香味美的品种。

这促使人们在水果和蔬菜的种植上广泛进行革新。在一八五 到一八七 年间种桃业在南卡罗来纳和佐治亚发展起来之前，差不多有整整十五年的时间桃几乎完全在市场上绝迹，一直到冷藏车时代引进埃尔伯特耐寒桃后才有桃问世。十九世纪七十年代佛罗里达和加利福尼亚开始出现新品种的柑桔（巴西的脐橙和欧洲的伐伦西亚橙），新品种的柠檬（西西里的尤里卡和澳大利亚的里斯本种）以及后来的马施无核西柚也纷纷引进加利福尼亚。有六、七种马铃薯开始成为商品作物，还从荷兰和丹麦引进了改良洋白菜。一种有商业价值的西红柿也是这时候开始栽培的。这只是几个例子。到一八七五年，托马斯·阿尔瓦·爱迪生的朋友卢瑟·伯班克（后来人称“农民的爱迪生”），运用他的发明天才培育出了更多更理想更有商业价值的水果和蔬菜品种。

富于开拓精神的美国人，在日益城市化的美国，不再去找那些出产金银的山岩河川了，而是着眼于土地和当地气候，种植时鲜作物销到边远地区去。精力旺盛的土地推销员就象十九世纪中叶的推销员欺骗和愚弄过想发财的人一样，现在冲着雄心勃勃的农民大做宣传了。第一次世界大战以前，水果蔬菜种植的先驱们已在全国各地建立了新果园和蔬菜农场。由于有了水浇地，加利福尼亚的英皮里尔河谷以及美国和墨西哥边境得克萨斯州的下格朗德河谷也能生产出罗马甜瓜、西瓜、莴苣、芦笋和西红柿。这些产品由冷藏车运到远在三千里外的市场去。几年前还被人当沙漠一样瞧不起的土地，现在以异乡风味的水果供应着波士顿、纽约、芝加哥和旧金山的城市居民们。一九一五年美国农业部创办了一个“市场消息服务处”，不久以后就利用西联

电报公司的电讯设备向全国传播产品运输、价格的消息，从而帮助创造了一个流动性强、反应灵敏的全国性市场。

随着美国城市人口增加（到一九二一年已占全国总人口的半数），城居美国人工作时间缩短，生活更安定，以及办公室和住家取暖设备改善，对富于淀粉质的产生热量的食物的需求下降了。美国人越来越喜欢爽口的水果和蔬菜。现在除了水果辅以外，还出现了水果摊贩。妇女就业的越来越多，在小饭店和饭馆吃饭的更为普遍，因而就更需要拌色拉用的新鲜水果、蔬菜和莴苣。

到二十世纪三十年代，美国运水果蔬菜的铁路里程平均约为一千五百英里。美国人的饮食整个变了。新鲜的水果蔬菜不再只是富人的佐餐，而成了一般美国人家饭桌上常有的食物了。一九一一年，维生素的发现，使得柑桔和绿时蔬菜的食用量不几年功夫就大大增加。大概也就在这同时，妇女时新身材苗条，保险公司警告人们体重不可过大；这一切都使人减少了对糖、淀粉质食物、马铃薯、面包和肥肉的需求，而鲜果和蔬菜的消费量则相应提高。大约在一九二七年之后，卡车和冷藏船开始运货，易腐烂食物能供应到铁路网以外的地区。纽约人能买到合众国四十二个州和来自十九个国家的水果蔬菜，同时伦敦人在科文特加登蔬菜鲜果市场就能买到华盛顿的苹果、佛罗里达州的西柚以及加利福尼亚的梨和桔子。

使各地区各季节产品供应趋向均匀化，全国人的饮食趋向平衡化，并使普通老百姓的食品更加多样化的另一个重要步骤是家家户户都有冰箱。象弗雷德里克·图德和纳撒尼尔·韦思这样富于开拓精神的新英格兰人早在南北战争前就创建了欣欣向荣的冰块贸易。可是在一八三一年以前，冰还主要是为富人家餐桌上的冰淇淋和冷饮之类奢侈品用的，“冰柜”这个词进入美国人的语言是在南北战争时期，然而只是开始影响人们的日常饮食而已。

以后随着美国城市的发展，制冰业也日益兴旺起来。旅馆、酒馆和医院以及城市里做鲜肉、鲜鱼和黄油生意的有眼光的商人也用冰了。十九世纪四十年代德国移民带来了大规模酿造啤酒的工业，需要低温并要用大量的冰。

南北战争之后，斯威夫特和阿穆尔的冷藏货车大量用冰，与此同时家庭生活里也用冰了。早在一八八一年以前，纽约、费城和巴尔的摩出售的冰有一半、波士顿和芝加哥则有三分之一是供家庭自用的。其所以如此，是因为方便家务的种种设备问世了。“冰柜”或“冰箱”成了在一个半世纪中使美国家务机械化，并使美国家庭主妇变成家务工程师的一长串新发明中首先问世的东西。

造一台有效的冰柜可不象我们今天设想的那么容易。在十九世纪初，制冷技术所必需的热物理知识还是很原始的。一般认为最好的冰柜是能防止冰溶化，这当然不对，因为正是化冰起着冷冻的作用。不过，早期节约用冰的办法包括用毯子把冰包起来，以及其它各种各样的使冰避免溶化的措施。到十九世纪末期发明家才成功地解决了有效的冰柜所必需的绝热和循环相平衡的问题。

但早在一八一三年，马里兰的一位有胆识的农民托马斯·穆尔就走对了路子。在新首都华盛顿郊外约二十英里处有他一个农场，当时这个乔治敦村是这一带的集市中心。他自己设计了一只冰柜，装着他的黄油拿到集市上去卖。结果家庭主妇们都不买他竞争对手盆里软稀稀的黄油而情愿出高一点的

价钱买他的每块一磅重还是硬的新鲜黄油。穆尔写的文章《最适当的冰库构造；话说最近发明的名为冰箱的机器》，其中指出：用一椭圆形杉木盆，内置同样形状而略小的白铁盆。把黄油放于白铁盆内。在两盆间的空隙处塞满冰块，上扣一带栓木盖。木盖边缘铺以粗布和兔皮以便在关盖时堵住连接处的隙缝。穆尔解释说，他的冰箱的好处之一就是，农民不必象以往那样为使他们的产品保持阴凉而半夜就起来去赶集。他写道：“这种机器的全部成本为四美元左右。装在它里面的黄油每磅卖四美元到五块半美元，比市场上其他人的黄油价钱都高些，所以用四次就把成本赚回来了。”

穆尔为他的冰箱弄到了专利权。他在专利说明书中声称，任何人做小冰箱带自产的黄油到市上去卖他都不收专利费，如果做其它型号并作其它用途的冰箱则须写信告诉穆尔，向他支付二块半到十块美元不等的专利使用费。不过，“穷困者若能提供由三位名声好的邻居签署的证明”，也可免费获得许可。“较富有者若能提出实据，证明条件苛刻不合理”，也可获免费许可。穆尔并没有卖掉多少许可证。可是他的说明书倒是起了推广冰柜的作用。弗雷德里克·图德本人在准备向西印度群岛运出第一大批冰的时候就已经看到了这么一份说明书。

到十九世纪四十年代，“卖冰人”（iceman）这个词已经进入了美国语汇。仅仅几十年功夫，“卖冰人”在美国的民间传说和爱情故事里就成了连续享誉一世纪之久的生动角色（尤金·奥尼尔所著的《卖冰的人来了》就是一九四六年问世的）。一八五五年，彼士顿的家庭如果想在五月到十月期间买冰，那只需每月付二美元，或一次付八美元，每天就会得到十五磅冰的供应。到一八八一年仅费城一家制冰公司就雇佣了八百名工人。

冰柜既带来了和蔼可亲的“卖冰人”，也随之带来了一些不便。冰需要经常送，而且美国人还非得依赖老大爷不可。严冬就意味着冰价低廉；到一八八三年，自然冰行业的技术大改进，切割包装一吨冰块只消十二美分的成本，另一方面，象一八九一年那样温暖的冬天，冰的产量下降，冰价就大大上涨。

机械制冷技术是逐渐发展起来的，其所以有可能发展是由于欧洲化学家和物理学家的发现。美国人并没有发现什么新的原理，不过倒是又一次表现了他们应用的才能，大概是在一八三四年美国颁发了第一份机械制冷专利。这是发给足智多谋的新英格兰人雅各布·珀金斯的。使珀金斯更闻名的则是他用钢板刻印钞票的新方法。一八三九年，佛罗里达的一位医生约翰·戈里博士运用机械制冷促进公共医疗卫生事业，而且要把他自己创造的改进方法登记专利。他是阿帕拉契科拉地方的领导人之一，担任过邮政局长、市财局长和市长，立意预防和治疗疟疾。他注意到冷天天一到这种病就销声匿迹，而且这病似乎都是在夜间传染，于是他想，如果他能把卧室的温度维持得很低，使之“净化”，也许能预防这种疾病。他吊一碗冰在大花板上一个内壁满是烟灰的烟囱口的下方。空气从烟囱下来时，其中的“疟疾”被“烟雾和有机油”的碳所吸附而分解了，再通过冰块，疟疾的烟雾就进一步浓缩，这样进入卧室的就只能是净化了的空气。靠近地面处有一个排气管，也起通风作用。

戈里的装置并没有预防疟疾，但的确能使医院里的病房降温。戈里一心想解决制冷的问题，于是就攻读物理。到一八五一年，在一次公开表演中，他的机器凭靠气体膨胀作用确实制成了冰。戈里的路子走对了。

德国人卡尔·冯·林德于一八七六年发明氨压缩机，这扫清了商业性制冰的道路。一八七九年美国有了三十五家商业性制冰厂。十年后增至二百多家，又过了不到二十年就发展到二千家。在一段时间里，这些制冰厂仍然是那种“冰柜”式家用“冰箱”的主要冰源。但到本世纪二十年代，机械冰箱开始成为美国中产阶级家庭厨房里的基本的家具。一九二一年美国只生产了五千台机械冰箱，到一九三一年，年产已超过一百万台，六年后年产已接近三百万台。到本世纪中叶，百分之八十以上的美国农家，百分之九十以上的城市居民家中都有了机械冰箱。

不少人也许会以为，每个美国家庭都已备有冰箱，一年到头饮食几乎都一致化了，再没什么可装备美国人了，路已走到了尽头。实际上，下一步虽未可预言，却必然是进一步向着分散储存同时又改进储存食物的味道和营养价值的方向发展。

在这方面，克拉伦斯·伯兹艾无疑是位英雄。他的成功使得“伯兹艾”这个词在他去世以前就被人们看作是产品名称而不是一个人的名字了。伯兹艾是位博物学家，住在马塞诸萨州的格洛斯特，写过一些关于野生动物的书，当时他正在找比较好的办法保存鱼。一九一二年冬，有一天气温降到零下二十多度，他在拉布拉多穿冰钓鱼。他钓起一条鱼放在洞旁的冰上，这鱼很快就冻得硬梆梆的了。到家他把鱼放在一盆水里，他惊异地看到鱼在盆里游起来了。后来他发现鱼的细胞冻得太快还来不及形成大的晶体。往往就是这种大晶体使娇嫩的细胞壁破裂，鱼因而致死。化冰时，维持生命的津液渗出，从而改变了鱼体组织的性质，鱼的味道也就变了。根据液体结晶时晶体的大小与凝结时间的长短成正比的化学定律，伯兹艾发现了食物速冻法。

在伯兹艾发现这个定理对食物保鲜的意义之后，速冻食品的制作和销售还存在不少问题，各种细胞结构的冻结和化冻的方式和速度各各不同，因而必须找出每一种食物在最短时间内产生最大量小晶体的确切温度。伯兹艾必须发明他自己的速冻机，因为常见的制冷法对他不适用。

在这以前，冷藏和家庭制冷一般都是靠对流循环散热——以一股冷空气把食品里的热驱散从而冷却。伯兹艾觉得这个过程对速冻要求来讲还不够快，他发明了一种用传导法冷冻的机器，把小包食品直接置于冷却到零下二十五度的金属板之间结冻。用这种方法，也可以更准确地控制温度和冷冻时间。伯兹艾的操作法首先用于海鲜食品，它特别适用于立即速冻从大海里捕捞上船的鱼虾。后来又发现，冷冻食品还可以事先做熟，用户买回家只消热一下就能上桌。由于冷冻食品大量增加，并且很受欢迎，家用冰箱里也附加了冷冻室。此外，还研制了冷冻冰柜，供街口的杂货店自助购物用。到本世纪四十年代，美国小城镇里普遍都有了贮藏冷冻食品的中心冰库，让渔民和猎手存放他们有季节性的捕猎物供全年享用。到一九七二年，三分之一的人家在冰箱之外又有了自己的冷冻冰柜，大多数美国家庭都有一个贮藏冷冻食品的地方。

三十八 有轮的人民宫殿

一八六五年五月三十日《伊利诺伊杂志》这样报道：“我们想起大约三年前听到的一个预言，说铁路车厢大改观的日子不会很远了，到那时，人们乘火车会象坐在家里的客厅中一样舒适，在车上睡觉吃饭也会比在轮船头等舱里更舒服安逸。我们相信当时先知的预言，可是却万万没有想到，上星期五我们应邀到本市芝加哥—艾尔顿铁路车站去参观专利持有人菲尔德和普尔曼两位先生根据芝加哥乔治·普尔曼阁下的设计制造的一辆改进型卧铺车厢时，看到上述预言已经接近实现了。“普尔曼的火车卧铺车厢装璜精美，窗上垂着厚厚的窗帘，地上铺着华丽的布鲁塞尔地毯，黑胡桃木的门窗，墙上挂着法国厚玻璃镜，天花板漆成柔和的天蓝色，有高雅精美的图案，悬挂着的精美枝形吊灯发出“极为悦目的光线”。美国人想出了奇迹般的新办法，使旅行象居家一样舒适。

关于乔治·普尔曼，前文谈到标准公司城的建设者时已向读者作过介绍。他同斯威夫特和阿穆尔一样，本身就到处搬来搬去。他出生于纽约的最西部，上学到十四岁，以后就跟他哥哥在纽约州伊利运河畔的阿尔比恩村做细木工。运河要扩宽时，普尔曼帮助当地人把仓库搬走腾出地方。一八五五年他二十四岁时到了芝加哥，签了一项不同寻常的协议书：帮助解决该市街道积水的问题。他成功地把几个街区的砖石结构建筑物，包括第一流建筑特里蒙特大厦，抬高到新的街面高度。与此同时，房主人还能照常在原地营业。这一功绩使他备受人们的赞誉。一八五八年他开始搞火车卧铺车厢的试验，他改善了两节标准车厢，各花费一千美元，用了不少樱桃木和长毛绒，陈设讲究。有一段时间他受新发现的科罗拉多金矿的诱惑搬到金矿去。一八六三年，普尔曼带着他在一个矿城开办百货店赚的钱回到芝加哥，也许是受到他在拥挤的矿区小屋里所见的双层铺的启发，他又重操旧业努力改进卧铺车厢，这一回他改变了他原来让旅客躺在从天花板上直接挂下来的架子上的设计，代之以用靠铰链连接翻动的白天靠在墙上的“上铺”，然后他又把下铺作了改进，使面对面的座位在晚间可以并到一起当床铺。装璜的标准也提高了。整修花了二万多美元。普尔曼给这节车厢取名为“先驱者 A”号。字母“A”，意味着还可以再有另外二十五辆出现。

普尔曼的设计相当大胆，新车的车身宽敞，但超过了能通行当时车站和桥梁的高度和宽度。不过，他相信他的车厢有吸引力，会使铁路公司放宽他们的路轨和站台周围的空间。在这方面迈出第一步的重大事件是，一八六五年四月用“先驱者”号把林肯的遗体从芝加哥运送到斯普林菲尔德。过了几年，“先驱者”号又被用来送格兰特总统由底特律回到他的家乡伊利诺伊州的加利纳，于是这一段路的通行宽度也就扩大了。其后，其它线路也陆续作了更动以适应“先驱者”号这种尺码的火车车厢，最后，普尔曼设计的高度和宽度成了标准尺度。随着对普尔曼式装备的需要量的增加，对铁路规格划一化的要求也随之加强，这样旅客就可以坐在象客厅一样舒适的车厢里到处旅行了。

搞豪华的卧铺车厢并不是什么新主意。过去对这方面的发展有过贡献的发明家不下百人，当时最出名的豪华车厢是“帝王号列车”，那是法国一家铁路公司一八五七年为拿破仑三世造的。那是法国最好的工程师、建筑师和

设计师合作的产物，包括一节贵宾车厢、一节餐车、一节卧铺车和一节露天瞭望车，八年以后美国的普尔曼车厢可以与之媲美。但是在美国，这种王宫式的豪华却不是为了给帝王享受的。

普尔曼要想事业成功，他就必须使舒适的旅行享受普遍化，而他是具有才能做成这件事的。同半个世纪以后的亨利·福特一样。他有“激发公众心中潜藏着的幻想使之转化为需求”的本能。

普尔曼组织了一次观光旅行，宣传“普尔曼”式旅行的舒适愉快，这使他成了铁路界的P.T巴纳姆。他邀请了许多知名的旅行游览者免费乘坐他的第一辆“先驱者”号。作为回报，他们则证明普尔曼旅行之舒适“超过了我们曾经经历过的任何旅行”！他们特别提到“这辆新车厢里铺位上的床单被单枕套每天一换，经常保持清洁舒适，因而使这辆车比任何其它忽视了这一点的同类车厢更吸引人。”一八七七年五月，即在中央太平洋公司和联合太平洋公司接轨成为第一条横跨北美大陆的铁路仅一年之际，普尔曼又专门组织了一次旅游，请波士顿同业公会成员乘车直达加利福尼亚作首次由东海岸到西海岸的火车旅行。第六天晚，火车业的“横跨大陆”日报报道说：当车越过内华达山脉之巅的时候，这些波士顿的显要人物在吸烟车厢内通过一项决议，表述了他们饱览“这列美丽舒适的活动旅馆”窗外展示整个大陆风光后的愉快心情，决定“毫不迟疑地立即在新英格兰各州的主要线路上配置这种讲究而又象家居一样的车厢，并将不遗余力地努力实现这个目标。”

同第一批探险家、宪法定人、赶集的皮货商人以及饲养牛羊的农村开拓者们遇到的情况一样，北美大陆的辽阔土地和丰富物产激发着也考验着伟大组织者的才能，为了使普尔曼式“美丽舒适的活动旅馆”在大陆原野上平稳地奔驰，乔治·普尔曼有必要筹集资金以前所未见的高成本建造数十辆豪华卧铺车厢，还要安排把全国铁路车站站台加宽，并且以一种全国统一标准取代几十种各不相同的铁路轨距。当然，除了这一切，他还要招募他自己的运营人员和这个流动旅馆上的服务人员，他们随时要回答乘客们的各种异想天开的问题。普尔曼相信美国有着使每个人都能享受到豪华车厢的广大市场，在这个信心鼓舞下，他做到了这一切。

在法国豪华卧铺车是为皇帝准备的，在欧洲是供富人享用的，在美国则从一开始就是为了给为数更多的公众享用。普尔曼急切地要让公众来评价他的车厢。究竟愿意花二美元到那昂贵豪华的活动旅馆去住一晚的美国人多不多呢？市场情况能否对于建造成百辆普尔曼车厢在北美大陆奔驰作出肯定的答案呢？普尔曼终于说服密歇根中央铁路公司做一次市场调查，即在那人们已经熟悉的简陋卧铺车的线路上挂上几节他的豪华车厢（价格为每夜一块半美元）。公众对普尔曼车厢的需求简直势如潮涌，只有那些愿意多花五十美分也买不到一张豪华卧铺票的旅客才抱怨。密歇根中央铁路公司很快就撤掉了旧车厢，而把普尔曼车厢作为他们的标准车厢。此后铁路公司相继发现他们的客运能否赚钱主要就要看他们有没有能力提供普尔曼式的豪华车厢。

普尔曼客车的成功又一次表明，到十九世纪末叶，美国的大批量生产已经逐步转化为力求生产群众性豪华产品。美国人愿意花钱去买令人神往的新东西，当时的一位铁路工作人员惊诧地说：“真奇怪，与竞争所导致的一般结果相反，当时所有反对派（反对普尔曼的人）都联合起来想把车费降到便宜的低水平上，但事与愿违，却提高到普尔曼所提供的服务的高标准，而他

是独此一家，孤立无援的。”

远程豪华卧铺客车又带来另一种大众化的享受——餐车。早在一八六七年，《底特律商业广告报》就宣称：“普尔曼先生的发明的辉煌成就”将表现在“烹饪部门，在那里各种肉类、蔬菜和糕点均能用最佳烹饪术在客车上做出来。”普尔曼的第一辆专营餐车“德尔蒙尼科餐车”是一八六八年开业的。在车站柜台边吃一顿便宜的“快餐”，这是典型的美国铁路副产品，它惹起许多欧洲旅游者的反感，现在有个从容供餐的豪华“餐车”（这个新字在一八九一年以前就进入了美国语言）同它竞争了。普尔曼的新设计代替了原来的餐车安排——一节空行李车，当中安放着一张桌子或是柜台。而新餐车则有座位，象卧铺车厢里那样面对面地安置在一张张小桌子的两边，桌子也是从墙上放下来的。

现在乘客在车上有地方吃饭了。为了吃饭，必须让乘客能安全地从一节车厢走到另一节车厢，再走回来。在颠簸的轨道上迅速行驶的列车上穿过露天连廊可能冒险。普尔曼在一八八七年登己专利的改进了的“连廊”列车便是一个答案。在车厢两端装置有钢框的弹性隔板，相邻两节车厢的隔板板面相互被粗大的弹簧紧紧压在一起。而这种有伸缩性的带篷连廊即使在急转弯时也是密不透风的。万一失事，这还可以防止列车车厢由于碰撞而套叠，也减少了火车高速行进时所产生的震荡，使旅客感到分外舒适。

乔治·普尔曼创办卧铺车厢公司时，把它定名为普尔曼宫殿客车公司。因为这是人民宫殿——美国式旅馆——的时代。普尔曼确实把他的头一批卧铺车厢叫做“旅馆一客车”。他把人民宫殿装在车轮上了，这种卧铺车厢对旅客的效果有许多方面就同旅馆之对城市创业者和城市居民一样。欧洲的卧铺客车从一开始就是一系列封闭式的小屋，而美国的普尔曼卧铺客车至少在本世纪五十年代以前是开放式的，白天乘客在这里可以自由走动；每个人从他的旅伴脸上看到的是令人欣慰的神色，每个人都有机会交谈。盥洗室和吸烟室成了众所周知的美国人的交际室、现代高谈阔论的场所。早期的欧洲火车分头等和二等。但美国客车早期只分男车厢和女车厢。

普尔曼的卧铺车厢使许多人能分享舒适，但却未能使之普及到每个人。普尔曼旨在使人们花费在好旅馆住一夜的价钱来享受他的豪华客车，可是令人不快的差别仍然存在，有人在普通坐铺车厢里坐一整夜，有人出得起普尔曼卧铺的价码。但是，美国卧铺的票价要比旧世界低得多，而且舒服得多。在欧洲各国尚未克服由等级和继承财产的贵族体制所造成的差别的时代，美国已将其新创造的享受提供给一个付现金的民主国家（也许，这也是一种形式的贵族制度）。

三十九 墙变成了窗

新世界致力于消灭界限，因而触及日常生活中个人的隐秘。这方面，玻璃的故事是再生动不过，也是最受忽略的例子。因为玻璃赋予墙壁一种新的、捉摸不定的含义，墙现在成了过去从来不曾有过的东西，反过来，这也使玻璃成了一种新的东西。日常生活所造成的结果是人人弄不清楚自己身在哪儿，场所之间的界限也变得混淆不清了。

南北战争之后的一百年里，钢铁的应用范围大大扩展了，而且给那种被称之为混凝土的灰浆（同古罗马一样古老）找到了广泛使用的新途径。这些不透明材料使人们有可能建造向高处发展、向广处延伸的新型物体，从而建筑物的形状也趋于多样化而不墨守成规了。但由于玻璃是透明的，它改变了室内和室外的含义，也改变了室内室外的关系。玻璃是神奇的材料，它使人在室内时有如置身室外，在你有瓦遮蔽时却能够享受艳阳和光线。玻璃使美国人既能视野广阔又不受风霜雨雪、严寒酷暑之苦。

玻璃在美国的发展更富戏剧性，因为玻璃既是一种古老的材料，而其含义到了现代又改变得那么快。从技术史上看，最古老的技艺往往变化最为缓慢。古埃及人用玻璃给皂石珠上釉做假宝石，吹制玻璃器皿则早在那稣诞生前在地中海地区就很普遍了。中世纪时，技术进步了，可以制作高档器皿、枝形吊灯和小镜子。到十三世纪，威尼斯成了欧洲玻璃制造业中心，玻璃匠人的秘诀也成了该市的宝藏。威尼斯人有办法制作一种纯净无色的透明玻璃，这种玻璃成了宫廷里流行的十分宝贵的易碎物品。在人们眼中，玻璃这种制作精致华丽工艺品的原料无异是一种透明的银子。

把玻璃用在窗户上是后来逐步发展起来的。在中世纪初，建筑物的窗户少而且小，因为玻璃的价格高昂，平板玻璃的制作很困难而且生产出来都是小块的。法国和英国中世纪哥德式大教堂里鲜艳的彩色玻璃窗既表现了玻璃匠人的高超技艺也反映了他们的局限性。做有色玻璃容易（色彩来自所含“杂质”的量），但要做完全透亮的玻璃就难了。这些小块平板有色玻璃使建筑师有机会用铅拼合它们组合成漂亮的图案。彩色玻璃首先在阳光充足的地中海沿岸发展起来。彩色玻璃之所以吸引人因为它既能挡住炙热的阳光，同时又能把阳光变成漂亮的图象。二十世纪新浪漫派建筑师所乐于模仿的用铅条固定小块玻璃做成的窗户，在当初原非为了装饰，而是因为没有大块玻璃。甚至到十九世纪，旧大陆的税法仍规定征收房产税不按平方呎或总造价，而是按房子有多少窗户而定，英国的窗户税。（一六九六至一八五一年）成了法国门窗税（一七九八至一九一七年）的样板。从你的房子有多少窗户来看你的支付能力，这并非完全是异想天开。普通人是用不起玻璃窗的。

在现代美国，玻璃也象冰一样，由原来的个人奢侈品变成了大众化商品。玻璃在美国的普及意味着另一种消除空间界限的方式和征服季节更迭的手段。玻璃由于其多彩、反光，原被人们视为珍贵的装饰艺术品，如今一变而为基本的建筑材料和非常普遍的视觉工具。这又一次说明，伟大的理论发现和许多基本的新技术来自外国，主要来自欧洲。但是，到了二十世纪，美国人的组织和传播才能已经使玻璃获得广泛的采用，其受重视的程度是前所未有的，而这是需要有更经济的玻璃制作技术才能达到的。

十八世纪制造玻璃板的最普通办法就是冕玻璃制造法，这是因产品上有

“王冠”标志（或称牛眼）而得名。这是个很细致的制造过程，一般需要十个人和小孩组成一个工作小组来操作。已经用管子吹好的玻璃球要在铁制的桌子上滚成圆锥体。然后在其平底处放一根实心铁棍（同吹管相对），再撤去吹管让这个热玻璃圆锥的尖端空着。组里技术最好的人在加热炉里快速旋转锥体直到离心力的作用使之摊成一个平盘状，而其中心（即“王冠”）仍附着在铁棍上。这时，玻璃匠取出加热炉里的平盘，继续旋转使其保持平板状一直到冷却变硬。接着助手再把这个玻璃盘从铁棍头上切下来好送到窑里去退火。用这种工艺做出的圆盘比较小，如果切成方形就更小了。而且，不用说其中心都得带着那个牛眼睛，即“王冠”。因为玻璃是吹起来的，所以厚薄不匀，而且边缘很薄。一直到一八三一年左右，生产窗玻璃一般还是采用这种牛眼制作法，偶而也用另一种同样复杂但艰难的手滚筒制法代替。后一种方法是，吹玻璃工人吹出来的热玻璃球在一个深槽（有时可深达十英尺）里被拉长作圆筒状。然后把圆筒照直切开，摊平，冷却。这要求吹制工人有特殊技巧，使整个圆筒的厚薄一致。

到了十九世纪中叶，玻璃匠还同炼丹术士和医生一样享有声誉并带神秘色彩。制作玻璃有一套传统的配方和秘诀。和其它手工劳动的人不一样，玻璃匠地位相当于“绅士”。当玻璃制品的主顾还都是贵族和财主的时候，玻璃制造业也具有垄断性，它也许要算是最贵族化的工艺了。

美国的条件从一开始就给玻璃工匠提供了机会。一家玻璃厂可能要靠某一个玻璃匠个人的知识才能建立起来。但主要原料——砂和烧炉用的木柴。——在东海岸有的是，因此，玻璃制造业很可能是英属北美殖民地建立的第一个工业。一六八八年波兰和德国的玻璃匠来到弗吉尼亚，再过几年意大利的玻璃匠也来了。十六世纪中叶之前，马萨诸塞海湾殖民地提供土地以招徕玻璃匠。这些手艺人做瓶子、灯、餐具，也做一些窗玻璃，有时还做一些玻璃珠子同印第安人交易。到一七四一年，一位德国移民卡斯琅·威斯特开了一家玻璃厂，请了四位有经验的比利时吹玻璃工人。不久，他又增聘了德国和葡萄牙来的吹玻璃工人。后来，他儿子理查德继承了家业。在一七六九年这个人们普遍为纳税犯愁的年代，他在富兰克林的《宾夕法尼亚报》上登出广告说：“我们的玻璃是北美生产的——为了北美的利益应该鼓励生产北美自己的产品，特别更应该生产那些要纳税增加政府收入的产品。”理查德·威斯特实际上用的是“大家来头美国货”的口号。

差不多同时期，另一位讲究排场的德国移民亨利·威廉·斯蒂格尔，从英国和德国请来了玻璃匠人，生产他自己的上等玻璃器皿。酒杯、镜片、量具、香水瓶以及其它精美名贵用品都来自他开设在宾夕法尼亚州兰开斯特县的大玻璃厂。他生活排场大，人们送他个绰号“冯·斯蒂格尔男爵”。他的产品十分精美，以至斯蒂格尔玻璃制品成了十九、二十世纪以来收藏家物色的对象。可是，由于他的玻璃器皿仍是为旧大陆贵族们奢侈的爱好而制作的，在美国市场上却销路不佳。结果，他破产了，尝尽债台高筑的滋味，终于儿于贫困。在美国独立革命的岁月里，在这个大陆荒原的边沿上出现的新社会更迫切需要的不是斯蒂格尔华丽的蓝玻璃或紫玻璃。美国玻璃工业繁荣起来的时候，它是为更广大更具特色的美国市场生产的。

制造玻璃板既然还有赖于吹玻璃工人的古老的技艺，制备平板玻璃全靠人的聊功能，那么要把这种材料由奢侈珍品变为改造空间的大众化媒体简直

是不可能的事。到十九世纪中叶，欧洲有了一些用机械制造平板玻璃的新方法，这些方法开始取代吹玻璃工人。到了二十世纪，美国的技术和机器才给这一世界上最古老的手艺开创了新纪元。

早在十七世纪，法国就有了制造平板玻璃的革命性的新方法。把一堆玻璃液倒上“浇铸台”，趁其仍为溶态时，用一轧滚碾过，轧滚的两端固定以保证表面平整厚薄一致。然后大约用十天时间进行退火或冷却，再用一小块玻璃板把两边磨平，最后用包有绒布的板子和滚子抛光。这项技术在十八世纪末已经输入英国但并没有完全取代手工滚筒作业法。由于手工滚筒工艺的改进，到十九世纪中叶已经可能生产出比过去大七倍的玻璃板了。但是这些工艺都还很难掌握而且非常费力，部分原因是浇铸台寿命难以持久，在高温下往往开裂。玻璃要成为普遍使用的建筑材料，在当时仍是难以想象的事。

可是，一八五一年在伦敦国际博览会上，园艺师和花匠约瑟夫·帕克斯顿设计了一个类似温室的建筑物。当时一位参观者说，这是“第一座不用结实的灰石结构的伟大建筑”。帕克斯顿一八四九年由于成功地使从靠近赤道的南美洲移植的睡莲在室内盛开而出了名。展出的这个建筑是他按照法国早期的温室和他自己在英国建的温室设计的，这个建筑使玻璃大露头角。整个建筑用的是最大规格的玻璃板，这在当时是四英尺长。这座被称作“水晶宫”的建筑里举办了第一次大型国际博览会，用阿尔伯特亲王的话说，它表明现代工业如何引导“各族人民融合起来”。这个展览馆本身占地面积约为罗马圣彼得教堂的四倍，以单个建筑而论，其面积之大为世所未见。它预示着技术将清除空间的障碍。一个为之倾倒的参观者说，这个庞大的建筑“已变成了远处的背景，一切有形的东西也都与大地合而为一……我认为这景象美如仙境，无与伦比。这是光天化日之下看到的《仲夏夜之梦》。”

现在玻璃处处表现出它是消除旧障碍的媒体，可是要使美国人普遍体验到玻璃的好处，就必须先有一套新的机械技术去大量生产廉价的玻璃。早在“水晶宫”建成之前，亨利·贝西默爵士（后来以发明低成本炼钢闻名）已经试验出一种革命性的新方法生产玻璃板，即让玻璃液通过轧滚轧制。其目的在找出一种持续生产的方法，即制作玻璃的流水作业技术，这样就可以避免一次一次和一块一块地制作玻璃板了。新的池窑设计出来了，它能不断地供应玻璃液，溶液流成厚薄，一致的长而宽的带状。生在德国移居英国的发明家威廉·西门子设计了新式的煤气回热炉，再次利用加热了的玻璃释放出来的气体使大量的玻璃溶液不断流出。这种煤气回热炉传到美国相当晚，部分是由于这里木柴便宜，玻璃厂也比较小。到了十九世纪八十年代，英国玻璃制造商的先驱钱斯兄弟公司采用使玻璃液流过一对对的轧辊的技术压延玻璃板，然后再加以磨研抛光。

大约同时期，有人发明了一种新颖的直接从熔炉里拉出平板玻璃的方法。把一个“钓饵”，即一块金属板，放到玻璃液之中，当玻璃液附在钓饵上时就把饵往上拉，使玻璃拉成一块板。可是玻璃液以平板的形状被拉上来时往往收窄增厚而变成绳状。这就很难使拉出来的玻璃板宽度和厚度保持一致。所以，需要有一套精密的冷却系统，使玻璃凝结成适当的形状。第一次世界大战前法国人就已经用这种办法生产玻璃。

到了十九世纪末，美国人已开始组织玻璃生产和发展新机器方面领先了。罐头业的兴起增加了瓶、罐的需求，美国在这方面的改进不胜枚举。例如梅森牌螺旋口食罐，这是一八五八年登记专利的。但是美国的第一个重要

贡献则是设计出半自动化制瓶机。这是自古代发明制作玻璃器皿用的吹玻璃铁管以来最重要的新机器。迈克尔·欧文斯是西弗吉尼亚一位贫苦矿工的儿子，十岁时就在惠林玻璃厂当工人，给熔炉加煤。到十五岁他已是一个熟练的吹玻璃工了，后来在俄亥俄州托莱多市的爱德华·德拉蒙德·利比玻璃人一当经理的时候，欧文斯发明了他首创的吹瓶机。欧文斯这种机器的基本构想极其简单。用一个活塞泵把锅里的玻璃熔液的表层吸进一个模子，这时活塞泵反过来把这一堆玻璃液吹成瓶状。一八九五年欧文斯把这方法登记了专利。不到十年功夫，一台全自动的机器也做出来了。用改进了的欧文斯机器，两个工人一小时可生产二千五百个瓶子。欧文斯的机器由九千多个零部件组成。也正是因为有了这种机器，才能大量生产电灯泡，照亮了全美国。

欧文斯并无做买卖的经验，但有宰能使他的老板同他合作。利比是新英格兰人，继承了他父亲的玻璃厂，他本人又精力充沛，富有想象力，且有组织能力。一八八八年他在托莱多开设了一个新厂。托莱多有大量的天然气可供他的熔炉做燃料，附近又有品质优良的玻璃砂，这些部吸引着他。利比本人虽无发明，但看到革命性的新发明他能理解。他给欧文斯提供经费，让他改进他的机器并在他的厂一里投产。然后，他又同欧文斯合伙组建一家公司专门生产欧文斯的制瓶机供应世界市场。一九一一年利比还组建了托莱多艺术博物馆，一九一二年他斥资兴建了博物馆的第一幢大楼。美国教育事业中博物馆起了有力的作用，他的资助使该博物馆成了这方面的典型。

同制瓶机相反，制平板玻璃机却复杂得多，这是颇令人费解的。欧文斯把他从新制瓶机赚来的钱用到发展新平板玻璃工业上。一九一二年利比买下了欧文·怀特曼·科尔伯恩制平板玻璃的专利并支持他改进这种工艺。科尔伯恩也是新英格兰人，出身于马萨诸塞州菲奇伯格的一个织造商家庭，而且很早就把他家传的发明精神倾注于电的新世界。二十二岁时，他开设了全城第一家电气设备代售商行，他安装了城里的第一盏电灯、第一批电话，后来甚至自办公司生产电气设备。搬到西部的托莱多后，科尔伯恩又热衷于玻璃制造业，把他生命的最后十九年全部用在解决玻璃工业的问题上了。

一九一八年，《科学美国人》月刊赞扬科尔伯恩的窗玻璃机是“第一台能连续拉出任何宽度的窗玻璃的机器”。科尔伯恩想出了一个办法来控制从熔炉拉出玻璃板的宽度。问题显然还是照旧，玻璃液同任何粘性物质一样，在向上方拉长的过程中容易收窄成绳状。科尔伯恩的聪明办法只是在玻璃液槽的表面装一套用耐火粘土做的滚筒，在要拉出的玻璃板两边各置一个，这两个滚筒从拉出来的玻璃板中间向两边作相反方向滚动，这样就使玻璃束一出现时就展开了，而已没有波纹和斑痕。玻璃板以垂直方向拉起几英尺后就不用再加热而弯到横向滚筒上，连续不断地通过退火炉，科尔伯恩花了多年时间使这项工艺更加完善。《科学美国人》月刊写道：“这项工艺对保证产品质量起了非常有效的作用。生产出来的玻璃平滑如镜，比我们日常所见的吹制的窗玻璃好得多了。就是玻璃板也不会比它更光滑……机上的不同球面可以调节以生产各种厚度的玻璃。我们看到这台机器生产的玻璃样品中，有的薄如细瓷，有的则厚如玻璃板。”一九一六年，西弗吉尼亚州查尔斯顿的利比—欧文斯平板玻璃公司的新建庞大工厂里安装了科尔伯恩的机器，这些机器的连续作业法生产出数以百计平方米的平板玻璃。人类最古老的一种材料终于进入了新时代：它是向世界打开窗户的一种新方法，它使美国人对户内户外有崭新的感受。

下一个阶段只是改善连续作业的技术。例如，带式机用的是同样的轧浪把玻璃液拉出来，然后在玻璃条带上刻出灯泡的形状，再向泡中吹入压缩空气。其后，又发明了在水冷却的轧滚之间横向控制平板玻璃的技术。以装配线方式生产汽车时需要连续生产大量的大块玻璃，亨利·福特在里弗鲁日建了一台制玻璃机以日产三英里半的速度不间断地生产五十一英寸宽的条带玻璃，两年内产出的玻璃总长几乎达到二千英里。利比—欧文斯玻璃公司后来变成了利比—欧文斯—福特公司。汽车需要防眩反光玻璃，特别是各种弧度的安全玻璃，这又促使玻璃生产者造出一系列新产品。汽车还需要隔音和内部装修，以及寻求更简单的办法制造车身，为配合这些需要，纤维玻璃生产出来了。有人甚至想象总有一天玻璃会取代钢铁成为制造汽车的基本材料。与此同时，玻璃确实使坐汽车的人在车外景色迅速掠过的时候能享受到在家的舒适感和安全感。

但是，在玻璃把户外带进户内并改变着不断前进的生活结构之前，玻璃已经改变了建筑物的墙。美国摩天楼建筑的第一大派“芝加哥派”的特征不仅在于它为钢铁的用途开辟了新天地，还在于它创新地应用了玻璃。钢框代替了沉重的泥灰，提供一种新的开放式窗框。对此，丹尼尔·伯纳姆、约翰·鲁特、路易斯·沙利文和其他一些人都充分加以利用了。当芝加哥的建筑师们，如威廉·利巴龙·詹尼还在用生铁的时候，他们已开始给平板玻璃派上了惹人注目的新用途，诸如设计宽嵌板装成平板玻璃窗。当时的人赞美詹尼的莱特大厦（建于一八八九年），说它“结构宏伟……看上去很舒服，轻巧，通风好又坚固……这座商业大厦的风格是邦纳罗蒂在建造最大的天主教堂时做梦也没有设想到的。”丹尼尔·伯纳姆的信任大厦，（建于一八九四年）被描绘成“十五层楼高的玻璃塔”。路易斯·沙利文的古典的卡森、皮里、斯科特大厦（建于一八九九至一九〇四年）则以其“芝加哥窗户”而独具一格，这些窗户的宽度整齐划一，同一座威尼斯式官殿的园柱外观一样，这样一来，它墙面的主要特征就是平整透明的玻璃了。

玻璃成了一种新的国际风格的基调。德国的沃尔特·格罗皮厄斯和米尔·冯·德·鲁赫（这两人后来都到了美国）以及法国的勒科尔比西埃都有一些使用玻璃的新花样。他们用玻璃做墙幕，利用它的耀眼光度和反光性。到二十世纪中叶时，匀称的有几何图形的玻璃墙已成为美国摩天大楼的特色。玻璃已成了让人们开始在高空中生活和工作的基本建筑材料了。

随着大块透明玻璃的大批量生产，这种古老的材料又有了意想不到的新前景，因为玻璃受压不变形，弯曲多次也不会象金属那样通常会出现“疲劳”，它抗腐蚀，而且制作玻璃的原料实际上是取之不尽的。二十世纪中叶，新技术生产出一长列前所未有的玻璃新品种：可变透射玻璃、电发光玻璃、导电玻璃、对气流有可变阻力的微孔玻璃、太阳能聚集玻璃、钢力韧性玻璃及其它种种，不胜枚举。人们甚至用玻璃来做白的“黑板”使教室明亮。还有“变色”玻璃窗，它可以随着太阳光强度的变化而自动调节明暗；另有一种“有限视野”玻璃，是专为“一个完全隔绝视野”而又能保持观听不受干扰而制的。

设计现代化的家庭，玻璃不仅是常用材料而且是关键。现代艾国精神的一个象征就是消除户内户外这个绝然的视野分界，现在新出现的危险是人们会因为看不到玻璃门而误闯过去。一家玻璃厂做广告说：“玻璃拉门把室内和室外的环境合为一体，为你的生活增加了新天地……玻璃使比较小的房间

看上去要大得多。玻璃用于外墙就会创造出家庭主妇所寻求的令人神往的室内外交流。用它分隔房间，玻璃创造了一种已把外界隔开而又让你有开放感的墙。”

在二十世纪的美国，窗户几乎是既让你看到里面，又让你看到外面，还让你接受阳光。玻璃成了美国对各种各样的墙的矛盾心理的象征。在本世纪中时“风景窗”指的是“‘屋子里的一面大窗户，这个窗是它所在的那个房间或那面墙的主体，往往要设计得或布置得无论从里面向外看或从外向屋里看都有吸引人的景象。’”

玻璃消除了户内户外的界限，它使周围环境统一了，它成了一种展示的工具，使人兴奋并激起每个人的欲望，想要分享他同时代的人所有的一切，而正是这些东西构成了美国的生活标准。正如上文已经提到过的，早朗的百货公司用轻型生铁框装大块玻璃布置底层的窗户，使陈列的商品成了最生动的广告。到十九世纪中叶，“橱窗”（show Window）一词已出现在美国语言里。陆续出现的有意义不太明确的“橱窗装饰”（window dressing）一词，这是专业艺术家和技术人员所关心的事。“逛橱窗”（window shopping）则成了消费者自嘲的一种新形式。

从这些方面和数不清的其它方面，玻璃表现了新技术的魔力和消费品的普及。旧世界里一种珍贵易脆的材料成了一种坚固的工具，它消除了不同场所之间的差别、室内室外的区分，也使人与人之间的界限变得不那么明显了。

四十 空间的均匀化

到二十世纪中叶，已有成千上万美国人在高空里生活和工作。他们整日整夜地待在由钢铁和玻璃筑成的高楼里，摩天大楼成了美国城市的象征。正如十九世纪的创业者一再鼓吹他们的旅馆——大众宫殿——一样，二十世纪的创业者也鼓吹他们的高楼。这两者既是希望和抱负的产物，也是不可或缺的必需品。高耸入云的摩天大楼表现了现代新的美国进取精神，决心同大自然竞争，要战胜物质、空间和季节的局限性。

最宏伟的大厦耸立在最大最拥挤的城市里。纽约市的伍尔沃思大厦（建于一九一三年）和帝国大厦（建于一九三一年），芝加哥市的论坛报大楼（建于一九二五年）以及其它许多高层建筑反映了大都市里实际的或想象出来的需要。可是在较小的城市里情况也一样，摩天大楼如雨后春笋般地在全国各地出现。因为美国的摩天大楼并不单纯是经济需要的反映或为了解决了地皮匮乏的问题。譬如在俄克拉何马的塔尔萨，还有西部的其它城市里，小摩天楼也在荒无人烟、无边无际的大草原里矗立起来。

旧世界的城市在发展的过程中不断向外扩展。人口最多的城市必然也是方圆最大的城市。罗马分布在七座山头上，在二十世纪中叶以前，大伦敦市占地面积已近七百平方英里，在欧洲的城市里，除了纪念碑、瞭望塔以及象爱斐尔铁塔那样少有的杰作外，楼房一般只有五、六层楼高。

美国人建造的高楼则不只是爱斐尔铁塔而已。美国人的建筑全部是供人们在里面工作生活的，而美国人已经发展了新的室内生活方式，使空间和季节都均化的生活方式。美国人不再靠土地。因为他们饮用的水，洗刷用的水，处理粪便，保暖纳凉，同邻居联系等等都不再靠土地了。摩天大楼是人类能力的一种最高象征。即表明人能超越他所处的特定的地点和时间来满足自己的需要。使生活舒适，工作如意，并使所有美国人（无论住在什么地方）的生活经历愈来愈大同小异了。

美国的第一个大型公共供水工程的兴建倒不是为了家庭用水方便，更主要是解决各种公共需要——要有更多更好的饮用水，要有水冲洗街道和灭火。美国的第一个具有相当规模的城市供水厂是一八一一年建的。它把水从许尔基尔引到费城。因为在那之前不久费城流行黄热病时疫，使居民大批死亡并使成千上万的人不得不逃到乡下去住。当时人们认为，如果每天特别是在大热季节天天冲洗街道，就可以防止这种病蔓延，该自来水厂的设计师是杰出的本杰明·拉特罗贝。杰斐逊任命他为美国首位公共建筑测量员，他还是国会山第一期工程的承建人。拉特罗贝在供水设施工程上遇到各种各样的恐惧和偏见。他计划的水厂需要在市中心泵站使用蒸汽机。费城居民听人说这种新机器曾在西部河船上爆炸过，就以为泵站会把开水和蒸汽的危险带到他们住家附近来。拉特罗贝最后得胜是因为他声明：“现今的蒸汽机同钟表一样驯善”。他的工程花费的造价达二十五万美元。

可是工程完毕后整整一年，费城这个有七万人口的美国当时最大城市从一百五十四自来水用户只收到五百三十六美元水费。十年后，费城人口增至九万，用水户才只增加到二千一百二十七户。把自来水当作居家必需品这种观念的形成，至少是五十年以后的事了。当时的城镇居民仍然可以用脚筒或从河流里免费取水。一位费城人说：“还过得相当一段时间，市民们才肯花钱买水。”花钱买水喝简直就象花钱买空气呼吸一样荒唐。但即使是这样

一种奇特的必需品，到了二十世纪似乎也成了非来不可的现实了。

美国最早的公共供水办法是用木制水管把水引到一个城镇或几户人家。在十九世纪的头五十年，这些一般都是私营公司为了牟利得到州立法机构和市政管理部门授权而办的。在一八一一年，也即费城市自来水厂开办后不到三十年光景，新奥尔良、匹兹堡、里士满和圣路易斯诸城也都跟着办起自来水厂来了。

在纽约，经历了艾伦·伯尔所把持的私营曼哈顿公司的失败以及半个世纪的争吵，才为全市建立了公共供水设施。一八三二年和一八三四年连续两次流行霍乱时疫，一八四年又接着发生一场火灾，造成损失估计达一百五十万美元，这一切才促使该市非采取行动不可。一位纽约市民指出：“我们现在用的是从山区和郊区用水车拉来的泉水，虽然水不算好，可是比市内井下的水要好多了。用这种水，每桶付二美分。每户人家一天用三桶并不为多。每天三桶一年就要二十美元。”市民们通常要在那难吃的水里加点酒精，偶而也对别人发点牢骚。有一位纽约人忍不住说：“水同光和空气一样是生存所必需，因此，决不可把供水变成做买卖或投机赚钱的东西。”一八三五年十二月十六日大火是这个城市有史以来最严重的一次（市民们把它比做莫斯科大火灾），使供水的需要更为迫切了。

结果，克罗顿大水渠把水从市南郊三十英里外在克罗顿河上筑坝建起的水库中引来，一八四二年十月十四日起向纽约市输送数以百万加仑计的水。菲利普·霍恩在日记中写道：“一时在纽约，人们嘴上谈论的、心里想的尽是克罗顿水。喷水池、水槽、水栓和水管子吸引着我们的注意力，使我们在街上行走不便。水的喷射代替了政治议论。免费供应自来水这一新鲜事物使人们不去注意国家货币陷入混乱状态这个令人伤脑筋的问题了。”但是也有些纽约人抱怨说：“这水里尽是峪蚁和微生物，喝下去真怕肚子里要长出牛蛙来哩。”

在改进城市供水的必要性问题上，最有力的论据来自伦敦。据英国医生约翰·斯诺提出，一八四九年伦敦霍乱时疫期间死者全都是由喝了某条大街井筒水得病的。斯诺还证明不洁的水不光是表面不清澈，有异味，而且含有来自粪便的特殊的带菌体。但是，即使在证明某些疾病应归因于水中的某些杂质以后，水的净化系统仍然很晚才传到美国的城市。

美国在这方面的引人注目的贡献是由詹姆斯·柯克伍德作出的。他曾被圣路易斯市派往欧洲考察河水净化问题。圣路易斯市的官员读了柯克伍德的报告之后没有同意采取措施去过滤混浊的密西西比河水。但是，波基普西市却委托柯克伍德创建一座过滤哈得逊河水的滤水厂。这是美国第一座大型滤水厂，而且是全世界的一个样板。这种用砂过滤的水厂主要的问题之一是过滤砂床上积累起来的泡沫和杂质很难除去。柯克伍德首创的简单办法是，不用把砂上淤积的杂物刮掉而是倒转水流把滤床上的杂物冲走。

在美国，一个接着一个城市开始有了好侧源源不绝的水了，到十九世纪中叶，大城市里上层中产阶级人家的家里普遍有了自来水，一八六一年，全国最大的十六个城市（即人口在五万以上的城市）都有了这样或那样的自来水厂。除了新奥尔良、布法罗、旧金山和普罗维登斯这四个城市，其它大城市的自来水厂都归市政府所有。另外，不少较小的城市也普遍建了自来水厂。

当自来水还是上层中产阶级人家才有的奢侈品的时候，那些用得起自来水的美国人就已经把水当成可以取之不尽用之不竭似的东西来浪费了。规划

者们犯了一个错误，他们把估计建立在早期费城经验的基础之上。反对为修建柯契丘艾特导水管（一八四八年建成、拨款的波士顿人摆出的理由是，一个城市一天居然要用七百五十万加仑的水，这是难以想象的荒唐事。可是不到五年功夫，这个市的平均日用水量就超过了八百五十万加仑。这倒不是自来水系统的用户过多，而是，据波士顿水务局估计，三分之二的水浪费掉了。马房、老式厕所、小便池等处水是常流不断的。冷天，有些人害怕水管上冻，就把水龙头彻夜大开着。一八五四年的一次寒潮中，日用水量上升到一千四百万加仑。所有的水库全部几乎干涸了，市内地势高处的住房断了水。市里派出检查员夜里挨家去查，听见有流水声就对违反规定的各户提出警告，如苦不关水龙头就要断他的水。一八六一年，波士顿水务局抱怨说波士顿居民平均每人每天用九十六加仑水，这在“整个文明世界里简直是独一无二的”。他们还表示担心该市不久会无法满足市民的需求。

这些城市自来水厂同其它源源不绝出现的新技术一样，不只是满足人类古已有之的需要的新技术。这些新技术本身还成了诱发无穷新需求的渠道。还没有到所有的美国人都能享用向来的水的时候，城市自来水厂已成了新的匮乏之源了。当然，这段自来水的故事和五十年后电的故事可谓如出一辙。

自来水使水增添了许多新用途，并且使越来越多的美国人分享到原有的许多用途。纽约水务局的委员们在克罗顿水管投入使用后仅两年就警告纽约市民，他们并没有打算在市内所有公园都设喷泉，也并不准备让市里的孩子拿消防栓放水玩。当初，大家都认为洗澡仍主要应该靠公共澡堂来解决。一八四九年费城已有一万五千家自来水用户，其中只有三千五百家有浴室，在纽约，到公共澡堂洗澡一次三美分，如果你想洗单间则付六美分。

在世界上其它地方，家里设浴室仍然是一种高级享受。可是在美国，不过半个世纪，中产阶级家庭就变得非有浴室不可了。美国是普及舒适生活的大本营，自然也是普及沐浴的故乡。美国浴室的发展非常之快而且是迅雷不及掩耳。到一九二二年，辛克莱·刘易斯所著《巴比特》一书的主角就开始日沐一浴，他的“浴室堂皇富丽，是用瓷、上釉花砖和光亮如银的金属装修的。”

在旧世界，公共设施往往都是模仿私人物业而建造的。旅店修得象大的私宅，市政厅则仿照富有公民的宫殿式建筑。可是美国城市的居民点则是十九世纪发展起来的，新来者熙熙攘攘，富人还很少，当然也没有什么宫殿。在这里公共建筑和公共设施有它们自己的风格，而且逐渐影响着每个人的生活方式。新式百货公司展示其商品的大橱窗后来被公寓和私人住宅所采用，成了所谓的“外景窗”。自来水和浴室的发展史也是同样的情况。

豪华的美国旅馆，人们称之为大众宫殿，是在室内安装自来水的第一批也是最有影响的建筑。早在波士顿兴建城市自来水厂之前，一八二九年建成的特里蒙特大厦就建了自己的供水系统，供应其洗澡间以及底层一排八个的厕所。在美国，自来水的升起既符合其字面意义又含有一层比喻性内涵。水从底层逐渐上升到高层。高层最初只有各楼住户公用的浴室设施，后来才发展到各个房间自有一套盥洗室。自来水普遍都是先安在厨房的水盆上，然后接到盥洗盆，最后才引至浴缸。不过，直到一八六九年，凯瑟琳·比彻和哈里特·比彻·斯托合编的《美国妇女的家庭》这本大众化的家庭规划指南上介绍厨房水池时谈的还是手泵汲水。

在这方面，美国旅馆业继续处于领先地位。早在一八五三年，新泽西州梅角豪华的芒特弗农旅馆每个房间不但装有自来水而且有浴缸，使美国人感到欣慰，也使从英国来的旅游者惊叹不已。到一八七七年，波士顿的中等旅馆每个房间都备有供应冷热自来水的盥洗盆。不过，美国各地比较好的旅馆所有房间都附有浴室还是二十世纪初的事。一九〇八年，充满事业心的埃尔斯沃思·斯塔特勒在布法罗市修建新旅馆的时候，他在广告里提出的口号是：“房间有浴室，收费一块半美元。”

自来水的第一大好处是节省劳动力。过去，即使室内有个唧筒，就设在厨房水盆的旁边，也得有力气才能叫水流出来；盥洗盆和浴缸都需要提水，英国旅行者在美国的旅馆里第一次看到向来自来水管子，把这描写成美国人由于缺少仆役而捉摸出来的办法，美国劳力昂贵确有助于解释为什么自来水和室内管道早就在这里普及了。

没有自来水和城市下水道的時候，盥洗盆和浴缸是到处搬动的，哪里需要，或用水时哪里取水最方便，就住哪里搬。那时候还没有“浴室”这么一说，因为还没有理由一定要把浴缸或盥洗盆固定在一个地方。

供水系统一开始就象私营企业一样，谁需要水就卖水给谁。但污水排放系统可不能这么办。这就可以说明为什么下水道发展很慢。没有公共的污水排放系统，自来水也就不能成为一种大家都方便地使用的设施。一八五〇年，勒纓埃勒·沙特克这位多才多艺的新英格兰人（上文已经提及他同德鲍合作搞一八五〇年人口普查，他也是美国人口动态统计的创始人）在他发起搞的《马萨诸塞卫生委员会报告》中便说明了建立城市污水排放系统的必要性。一八六〇年美国一共有百三十六个城市供水系统，但是却只有十个城市污水排放系统。到一八八〇年增到二百多个。不过那个时候，下水道“系统”仅仅只是把未经处理的城市污水收集起来排放到附近的湖泊或溪流中去。城市供水系统的发展倒过来增加了对污水排放系统的迫切需要，因为各个城市所供应的水全部来自被它们污染的溪流。马萨诸塞在这件事上也起了带头作用，于一八六九年成立了州卫生委员会，并发起在劳伦斯试验站研究污水排放问题。但是人们认为这个问题不登大雅之堂，不好意思在人前讨论。后来还是顶住了公众中相当强大的抵制，逐渐说明了人类的污物不管怎样稀释对市政的水源还是有危害。海勒姆·米尔斯在试验站发展了一种缓慢的砂滤系统，这同当时一般人认为快速流水是净化溪流的观点相悖。他这个办法促使马萨诸塞州的伤寒死亡率下降了百分之八十。

随着下水道系统的发展迅速跟上供水系统，管道装置的新市场就大大扩展起来。美国的旅馆和汽车游客旅馆讲究“房间要附有浴室”，住家户的浴室更是成倍增加，这就要求有更好的便于清洁和维修的浴缸。二十世纪的头二十年，美国的搪瓷制品生产猛增。在那以前几十年中，曾经试过许多种材料：木壳内衬铅皮、锌皮或铜皮；铸铁，不上漆的、上漆的或镀锌的；钢板；铜板，陶瓷；甚至铝。但这些东西要么太娇气易碎，要么手感人冷，要么价钱太贵。耐用生铁搪瓷浴缸早在一八七〇年就造出来了，那时候一个厂家一天能生产出一只。到一九〇〇年，卫生设备还是手工制造，不过产量已提高到一个工人一天能生产十只浴缸，在一九〇〇年以前，私人所有的普尔曼卧辅车厢已经装了一些生铁搪瓷浴缸。以后到一九二〇年，已能用机器大批量生产整体双料的搪瓷缸了，这在以后半个世纪里成了标准产品，铸件的出炉、

冷却、侵蚀是连续作业，工人不需要什么技艺，一九一五到一九二一年间，搪瓷卫生用品（盥洗盆、浴缸等）的年产量翻了一番，到一九二五年又翻一番达到五百万件以上。

美国的浴室里除了盥洗盆以外，另一件必不可少的设备就是抽水马桶。室内装抽水马桶排出粪便之所以来得比较慢，是因为它不象自来水盥洗盆或浴缸那样能明显地节省劳力。直到十九世纪末，人们才普遍相信人粪尿是传染疾病和污染水源的危险物。农村的生活习惯和风向使人们不愿去造机器来做大自然可以做得很好的事情。大地好象理所当然应该有吸收并除臭的非凡能耐，所以一般处理人粪尿就是把它倒在地上。人们大小便总是躲到附近的树林里或去别的什么隐蔽的所在，他们要设法避开臭气，因为一般认为臭气是真正的传染源，他们每一次部小心地换一个地方。在农村，比较理想的是专门修个茅房或土“厕所”。但是一般也不把这种“厕所”当做卫生设施而只认为是比较体面的方便之处。即使有这种“厕所”，主要也是供妇女和儿童使用，男人们还是在牲口棚或树林里去解手。

美国的第一批抽水马桶专利证是十九世纪三十年代颁发的。可是开始普遍使用抽水马桶则是在该世纪中叶供水系统和下水道系统充分发展之后。一八五一年，米勒德·菲尔莫尔总统由于在白宫安装了第一个永久性的洗澡间和抽水马桶而名噪一时，有人批评他做了一件“既不卫生又不民主”的事。有了市内下水道之后，也还很难说服有自来水的人家花钱装管子接通下水道。尤其是人口拥挤的市中心区，那里排除废水问题十分紧迫，但要说服房东使用下水道往往很困难。十九世纪末，在有了下水道的街上，成千上万的人仍然使用老式的土厕所和污水池。

设计一个令人满意的抽水马桶并非易事，这要管子工、发明家和水工工程师的集体智慧。问题在于要设计一个能自行清洗的马桶，清洗时声音还不要太大，而且还不要用水太多。现代的自冲抽水马桶是一八七一年在英国发明的，它应用虹吸原理，用吸力清洗便桶。十九世纪八十年代和九十年代，美国有钱的人已经用上了这种设备。两次使用间隔较短的注满阀门式恭桶是二十世纪早期发展起来的，在相当长的时期里这是马桶设计上唯一的大改进。抽水马桶和浴缸一样是在搪瓷制品大批量生产完善（即制成铁皮镀搪瓷的设备）后才得以普及的。到二十世纪初期，美国大批量生产的搪瓷制品质量之佳可供欧洲王室享用。美国的产品已安装在白金汉官中和普鲁士国王的私宅里。又过了几十年，搪瓷制品为瓷器所代替。

在美国，普遍安装抽水马桶（它冲一次要用好几加仑水）和一切都平民化的现象产生了一个副作用，那就是公众对水的需求激增。早在一八六一年，波士顿市就发现帕克大旅社的用水量一天超过二万加仑，而特里蒙特大旅社则超过二万五千加仑。安装了水表，所以用户可以按实用数缴费。到了二十世纪，有了洗衣机、洗碟机、垃圾处理机、草地自动喷灌器、抽湿机和冷气机这些新式家用电器，水的用量更是成倍增长，甚至在第二次世界大战以前，欧洲十个人城市（包括伦敦、巴黎和柏林）的人均日用水量为三十九加仑，美国的十个大城市（包括纽约、费城、巴尔的摩、芝加哥和底特律）的人均日用水量则为其四倍之多，即每天一百五十五加仑。水的新用途层出不穷，水的浪费也没完没了。

新的公共水源和公共下水道成了意想不到地把人们分隔开的源由，改变了人们如厕时的交际作用。老式的土厕所，即使是城堡里的，往往都设计得

让同时使用的人可以做伴谈话。早期的美国户外厕所也是如此，一般都是几个坑并列，好让几个人同时使用。但是室内的厕所则不然，部分地因为造价高，只供一个人单独使用。西格弗雷德·吉戴恩曾经对此作过说明，英国最早的浴室是一座建筑里同其它房间一样宽敞的大房间，而美国的浴室则仅仅是个斗室，其特点是紧凑，同别的房间隔开。这同古罗马、古希腊或现代伊斯兰或日本的洗澡设施大不相同，这些地方的公共水源把人们聚集到一起。它同圣经里描写的时代里妇女们聚在井边说长道短也大不一样。对美国人来说，浴室的普及意味着单个儿沐浴。

随着使用公共水源、煤气源和电源的机械设备在美国家庭日趋普及，水、煤气和电成了建筑设计的中心。随着美国的家庭主妇不再使用小炉灶而只需按电钮，工程师开始处于比建筑师更为重要的地位了。

高层建筑公寓和办公楼如果没有暖气就无法常年住人。要给一座大楼的上百个房间每间修一个烟囱，再把燃料送到每家每户一个个小炉灶去，那么大楼就不成其为大楼了，因此在美国集中供暖也是由公共建筑发展到私人住家的：这是多变的新世界里的又一个副产品，在这里各项设施均对公众开放，以便大家享受。大众宫殿——也即豪华的美国旅馆不到十九世纪中叶就有了集中供暖设施。早期的热力是烧柴或烧煤而得的汽暖系统，但到十九世纪末叶，供暖采用了蒸汽锅炉，而且由管道把工厂蒸汽机排出的废汽引出来供工厂、办公室和会议室取暖。一八七一年芝加哥的公立学校也兴建了一套汽热系统。

“暖气片”（radiator）是由美国发展起来的。这个词也是当时的一个美国创用语，用来表示一种装置，通过它可以使集中供热中心提供的蒸汽或热水循环，给房间供暖。美国人威廉·鲍德温在一八七四年设计出一种新型暖气片，即把一截一英寸直径的短管用螺丝固定在生铁底座上。到十九世纪九十年代生铁制的暖气片大批量生产之后，暖气设备才广泛进入美国人的住家。一八九五年美国暖气通风工程师协会成立，在政府赠地兴建的伊利诺伊大学里办起了实验室，这里进行的首创性试验在全国起着带头作用，到一九一五年全美国已有一半家庭有了这样或那样的暖气设备，这比头十年增加了百分之五十。家庭取暖设备所用的燃料也越来越多地来自公共的能源站：煤气和电的用量同石油一起直线上升。到一九六一年，绝大部分美国家庭都不用煤或木柴取暖了。新的系统，包括红外辐射取暖和原子能供暖都试验过。最近一个消除室内外差别的步骤是广泛安装地下管道使街道和人行道在冬天保持清洁干燥。

在全国大部分地方，某种方式的取暖已是生活和工作所必需。但是，空气调节（凉爽、增湿或去湿）最初只是为了舒适。正若要设计一种机器使食物保冷比烹调要困难得多，设计使房间升温的系统也比降温要容易得多。但到二十世纪七十年代，以大玻璃窗为特征的新建筑风格理所当然地需要安装空气调节机了。上文已经提到，早在南北战争以前，有些美国人已经在埋头苦干，想设计出有效的人工制冷系统。但主要是为了使房间空气降温以治疗和预防热病。

通用的空气调节系统实际上是解决某些特定工业问题的副产品。纺织厂家发现他们必须控制棉纱的含水量以使纤维保持柔软和富有弹性，防止断头，因为断头造成停机会提高成本，纤维中含水量适度就结实柔韧，适当润

湿纤维的做法叫做“纱线调湿”。一九一六年一位美国纺织工程师发明一套用于这个目的系统，办法是控制空气的湿度，他给这个系统取名叫“空气调节”，这个名字也就扎下了根。

空气调节同户内生活的其它许多革新不一样，所有各种进展无论在理论上或实践上都是在美国取得的，发展这种理论，设计这种机械，并预见到人类调节空气前景的是一个名叫威利斯·卡里尔美国人。一九二二年，卡里尔从康奈尔大学获得工程学学位后几个月，就注意到每到夏天，印刷出版幽默杂志《判断》的布鲁克林一家工厂的纸就不好上机器。杂志的封面是彩印，夏天由于湿度变化，纸张有伸有缩，结果机器套上去的色就不能一一恰到好处地衔接。

卡里尔灵机一动，就这灵机一动使他成了一个伟大新行业的奠基人。他集中考虑温度和湿度的关系这个关键问题。于是他设计出一种机器既能控制温度又能控制湿度，终于解决了这个厂的问题。他在《合理湿度计算式：其与气象学和空气调节的关系》这篇论文（他于一九一一年向美国机械工程师协会宣读了此文）中提出了二十世纪空气调节的理论基础。以后他又发展了这种装置，使高层建筑和个人住宅的空气调节成为可以实现的事。他于一九二二三年搞成的用于制冷的离心压缩机使得空调机需要的转动零件大大减少，也降低了噪音，减少了维修费用，这就提供了一种更为扎实的机器，终于扩大了最高的摩天大楼的空调范围。但是随着建筑物越来越大，又出现了新问题：楼层间的天花板上没有充分的地方来安置所有的导管。卡里尔也解决了这个问题，用一种由小高速导管组成的新系统把空气快速吹进房内的部件里，按需要进行冷却或升温后再扩散到整个房间。对私人家庭来说，要求有一种不可燃的安全制冷剂才能使用。什邦公司于一九三一年制造出来这种制冷剂叫“氟里昂十二号”。

过去在炎热潮湿的季节里巧克力工厂就得停工，现在有了空气调节不论什么气候都能开工了。面包房、口香糖厂、烟草厂、瓷器厂、印刷厂和军火工厂——这些都是怕气候变化的工厂，现在可以自成小气候，从而使生产线得以一直开动不停。纽约证券交易所在一九二四年安装了一套比较原始的空气调节系统，三年后纽约大都会艺术博物馆跟着也安装了。亚拉巴马州蒙哥马利市一家剧院在一九一七年安装了一套。一九二二年好莱坞的格劳曼中国剧院安装了一套新式的，所用的调节空气从天花板灌入，不新鲜的空气则从安装在座位下的管子排出。接着有了有空气调节设备的火车载客车厢。二十世纪三十年代的影剧院是那样舒适，使美国人领悟到在他们的办公室、工厂、商店和注家里都“需要”有空气调节。

机器和技术又一次从公开的商业世界进入私人的世界。二十世纪三十年代还是小批量生产的房间空气调节机到五十年代已经成了大宗买卖，到了六十年代这类空气调节机的年产量是三百余万套，其中四分之三用于家庭。二十世纪中叶，住宅中心空气调节机已经成了这个行业销量最大的产品。在一九七一年以前，每年安装的住宅中心空气调节机已达十亿美元。甚至在汽车里，空气调节机也成了标准的设备。

一九一九年卡里尔做广告提出的座右铭是“每天都是好天气”。他说，到有空调的影剧院去一回，“您会感到就象在山野的自然纯净的空气里度了两个小时假那样伸清气爽。”他形容旅馆里的餐厅说，“那里的空气都会使您增加食欲。”他还预言：“您会看到有这么一天，人制造出来的气候使全

国‘每天都是好天气’，不论什么样的建筑物，从小平房到拥有百万平方英尺面积的工厂厂房无一例外。请记住我的话。”

卡里尔的创业者乐观精神兑现了。美国人在本世纪六十年代和七十年代在学校、工作单位和家里都已习惯了有空气调节，他们开始盼望不论走到那里都要有空气调节。象罗彻斯特的市中心商场、萨凡纳的奥格尔索普商场和达拉斯的北园商场这些庞大的购物中心，每一个都差不多占地一百五十万平方英尺，可是全都有空气调节。象华尔特·迪斯尼和他的同事这些富于想象力的规划者，纷纷探索着使整个市中心建成封闭而有空气调节的建筑物的可能性。

当时出现了室内室外浑然一体的新阶段，其顶点应该说是一九六五年休斯敦透明圆顶体育馆的建成。这个工程要把直径六百五十英尺足够容纳下整个棒球内场或足球场的方圆之地安装上空气调节。要达到这个目的，就要有精细的测试仪器：室外，要在屋顶上安装一台太阳热量计来测量阳光的角度和强度，一台风速表记录风速和风向；室内要装紫外线传感器记载空气中烟尘的浓度并记录这个范围内各个部分的能见度、湿度和温度及其变化。阳光通过透明的塑料外壳照射里面的地皮，场地上实际可以长出真正的草，但这却给抬头接高球的棒球运动员造成了眩目的强光。把塑料外壳涂上漆能够挡住刺眼的阳光，可是草却枯死了。为了保持一种象室外一样的效果，先是把这块场地漆成了绿色。后来塑料技术人员设计制造出一种新的人工草坪，叫做“天体草坪”，远看就象草地，具有运动场地所需要的弹性以及其它性能。从体育运动这个角度看来，天体草坪很快就显示出它在很多方面比真正的草坪优越，后来一些室外足球场和室外“草坪”网球场都用这种人工制品。甚至有些城市也开始用它做草地。

人们在室内可以做到的同以前必须在室外与天奋斗才能做的越来越相差不远了。室内饮水、处理人粪尿、看球赛或其它运动项目的新办法多种多样。美国人在装有空气调节的汽车里或海滩上听立体声音乐和新闻广播时，也把室内的各种条件随身带去了。一般人认为的室外室内之间的差别，大自然所创造的世界和人类小小的人工世界之间的差别越发模糊难辨，这使美国人晕头转向到连自己都难以意识的程度。”

第六章 大量制造“瞬息时刻”

“啊，妈妈，快到客厅来，有人在用手弹钢琴！”

——约翰·菲利普·索萨

在《录制音乐造成的威胁》

一文中引用的话。

美国消除差异的新方式，没有一种比“瞬息时刻”的意义的改变更为突出了。诗人爱谈“飞逝的瞬间”，因为瞬息之不可复得是再明显不过了，或者象约翰·多恩所描绘的那样：

去吧，去捕捉那陨落的星，
给孩子寻找曼陀罗的根，
告诉我哪里去找消逝的岁月，
是谁一刀劈开魔鬼的脚。
请教我如何去听那美人鱼的歌声。

瞬息之逝而不返乃是生与死的真实含意。换言之，就是人难免一死。只有上帝才无所不在。上帝在同一个时刻既在这里又在那里，既不受空间和时间的约束，也不受天气和季节的限制。只有上帝能看到一切，就象所有的事件仍在发生或同时发生。只有上帝才能看到变动的形式，听到死者的声音。现在，所有这一切人也办得到了。

从前，人是根据其所不能做到的事来认识自身的。歌德说过：“艺术寓于限制之中”。当美国人突破古老界限的时候，对于生活的意义他们会有什么新发现？历史曾是人类为了适应其所不能而作的努力。二十世纪的美国历史却超越了过去任何时代，它考验人对于他所能做到的一切新事的适应能力。

四十一 时间变得可以相互替换：把每个单位的劳动量打捆装包

《穷理查的历书》中有一句话：“失去的时间不可复得。”人们在劳动中所依据的准则是：劳动中的每时每刻都是独特的，一去便不复返。工作有早班、夜班之分，个人的劳动也有所差别。人们扛着自己的锹去煤场，用自己特有的方式铲煤，人与人的铲法大相径庭。这种现象不仅天经地义，而且不可避免。人的唯一尺度是人自身。生命就是一连串生活片段，既无法重新体验又不会重现。时间就是独特的瞬间组成的长列——瞬间既存在，转眼又永逝。过去的就过去了，一去便永不复返。

在二十世纪的美国，即使这一古老的哲理也会不成为真理。因为时间已能“互换”，成为由可以互换的精密单位组成的系列。时间不再象源源不绝的长河而成了精密单元组成的流水线。

直到十九世纪中叶，钟表在美国仍是稀罕之物。没有清楚、准确的时间单位，单位劳动自然不能以所需要的时间来计量。只要以日出和日没来划分劳动时间，劳动单位就无法确定。

本杰明·富兰克林并未把守时作为修身养性的内容，这不足为怪。在那个时代，只有极少数富人才有条件戴表。其他的人除非就在钟旁边，否则根本无法知道确切时间。外出旅行的人也不可能按照预定的确切日程动身。华盛顿、杰斐逊、亚当斯全部根据客人是否在他等候时间内抵达来判断客人迟到与否。当时欧洲城镇广场上音响洪亮而外形美观的大钟是作为一项公用设施建造的（戴手表的美国人如今感到这些钟古朴典雅，十分可爱），这些大钟同时也表明普通市民无力购买自用的钟表。进入十九世纪以后，表仍是一个家庭的传家之宝，人们给表配上沉重的金链戴在身上。亚伯拉罕·林肯夫人参加丈夫的总统就职典礼时手腕上佩戴的表被当作一件稀世之宝。快到一九一〇年的时候，“手表”这个词才出现在英语中。直到布尔战争（一八九九至一九〇二年）之后手表才得到广泛应用。在那场战争中，军人都佩戴手表，以便各军事单位同步行动。在此之后，人们才普遍按钟表计算时刻。直到美国大多数人都买得起钟表，并且能以前所未有的规模大批量制造钟表以后，佩戴手表并按分钟来安排生活才得到推广。

“效率”是二十世纪美国人的信条，它意味着按时间单位安排工作。在劳力经常匮乏而又十分昂贵的国家里，效率之高低不在于“质量”好坏或者劳动者“胜任”与否，而在于令人满意地完成一项工作的速度。计算任何事物都要考虑时间。有效率的美国就是高速度的美国。时间已被精确地划分为一系列均等单位，完全可以循环反复。人们不再是日出而作，日落而息，工厂里灯火通明，机器昼夜运转。四季也开始显得不那么分明，因为有了冰箱、暖气和空调设备。各单位工作时间愈来愈相似。

美国采取特别措施鼓励订立标准劳动时间单位并记录在案。大批量生产就是标准化生产。同一规格的零部件是按同一模式生产的，但这仅是一个开端。美国生产体制要求改进各种单位的计量，推广标准单位。亨利·福特发明流水线作业，进一步推动了这一进程。在福特之后，大批量生产也就意味着装配线作业，这种生产方式要求为每一道工序确定精确的时间，毫不含糊。现在是工人原地未动，工件就到了手边。持续生产的关键就在于每个工人必须在规定的时间内完成任务，以免中断生产过程和浪费片刻光阴。装配线的

工作速度也就是生产速度，它取决于动作最慢的工人完成任务的速度。这一切都意味着计时定时。

宣扬美国效率信条的弗雷德里克·泰勒，是第一个用教义般清晰的语言宣讲这些道理的人。他的一生和他的为人均体现了现代美国的困难抉择。一方面，他宣扬一种对待事物的近乎非人性的执拗信念，主张人应全神贯注于效率——只考虑如何生产更多、更好和更便宜的物品。泰勒在《科学管理的原则》（一九一一年）一书中写道：“过去，人是第一位的；未来，制度必须成为第一位。”然而，另一方面，他又宣扬从感情上关心，有时要热情地关心每个人充分发挥自己的才能，以及人与人间的和睦共处。他感到苦恼的是威廉·詹姆斯所谓的“安于现状，不求挖掘自己潜能的习惯”阻碍了人的发展。对于泰勒来说，一个不讲究效率的人就象“一只只能唱歌可又不愿放声歌唱的鸟儿”。因此，泰勒可以不知疲倦地进行试验，耐心寻求更经济的自行车滚珠轴承制造法，而对于依恋使用过多年的铁锹的人，他却显得急躁，很不耐烦。在发挥一个人的个性同发挥其生产能力之间就必然存在着矛盾吗？在人的生产能量得到空前释放的美国，这个问题将得到验证。

泰勒的父母都生于教友会教徒的家庭。他的母亲是一个热诚的废奴主义者，曾于一八四二年作为代表同卢克丽霞·莫特去伦敦参加国际反奴隶制大会。遵循着教友会的传统，泰勒直到生命终结之时，仍旧衣着简朴。英国一位狂热的崇拜者把他比作耶稣，“他每天要到成千上百的人中间去，这些人每日重复着单调的工作，既鄙视自己，又鄙视自己的工作，对己对人都悲观绝望。他要求人们把命运交给他，让他来给他们想想办法。这就是弗雷德里克·泰勒的职业。”当年轻的作家厄普顿·辛克莱反对泰勒的制度时，泰勒毫无顾忌地把典型的生铁搬运工说成“不过是或多或少象公牛一样的人，四肢发达，头脑呆笨。”

目标与感情之间的存在着矛盾，对此，泰勒似乎并不感到苦恼，因为他象相信福音书一样地相信效率可以解忧排难，调和矛盾，他的万应良药便是扩大物质的生产和分配。泰勒认为：“区别国家是否文明以及民族是否繁荣昌盛的一个最重要因素是，在富强的文明国家，普通人的生产率要比贫穷的不文明国家高五倍至六倍。”他的信条是：

科学管理涉及工人思想的彻底革命……

……也涉及经理人员思想的彻底革命……过去，人们考虑较多并且更为关心的是如何对他们共同努力所产生的盈余进行所谓适当分配。……科学管理引起的这场伟大革命使双方认识到盈余的分配并非头等重要问题，并且都转而注重增加盈余，直到获得巨额盈余以致不必要为了如何分配而争论不休。

因此，泰勒反对工会。他的上帝，和谐而富有效率的上帝，生产率这个上帝，不是已经使工会成为多余了吗？

在泰勒本人的日常生活中，也很早就处处考虑效率问题。他测量自己的脚步问距，计算步子，用最省力的办法步行上班。他发明了匙柄形网球拍自用，并在一八八一年同与他搭配的伙伴一起夺得全国双打冠军，从而证实这种球拍的效用。后来当他的兴趣转向高尔夫球以后，他为自己设计了一种轻击棒，并试验改良正规通路同终打地区之间的草皮。在流行高筒带扣皮鞋的

年代里，他经常穿的却是一种松紧带边的无带扣便鞋，以节省系扣的时间。他热爱体育运动，不喝茶和咖啡，也不抽烟，因为这些嗜好会影响他的运动效果。

泰勒的父母把泰勒送入菲利普斯·埃克塞特学校，让他为将来进哈佛法学院做好准备。泰勒以最优秀成绩毕业于埃克塞特学校，但身体却垮了，只得放弃进入法律界的宿愿。他的医生建议他干些体力劳动，他就当了机械工学徒，最初在费城的米德维尔钢铁公司做一名普通工人。与此同时，泰勒还在夜校攻读机械工程，并在一八八三年通过考试，获得史蒂文斯理工学院颁发的学位。他发现自己很适宜于作工程师，不到三十岁就当上了工厂的总工程师，并且已经有了发明创造，自此之后他一直致力于搞发明，一生获得的专利有一百项之多，其中包括美国最大的汽锤的设计。泰勒即使在别的方面毫无成就，也会由于发现一种制造锋钢的合金和热处理方法而留名于世。使用这种钢制造的机床刀具在赤热状态下也不会软化，使用寿命延长，切削金属的速度提高一倍，从而使得全世界机械厂的生产能力翻了一番。

然而，泰勒最重要的（虽然不在获得专利范畴之内的）发明却是适用于所有工厂的一种新组织制度。泰勒在一九一一年称之为“科学管理的原则”，以确立新的劳动观念为宗旨。他的基本构思是把埃利·惠特尼以及他之前之后的其他发明家对待美国生产体制中物资单位的做法用于劳动单位。他把工厂的每项作业部分解成最简单的工作，然后测定完成每项工作的时间，从而找出完成工作的最经济办法。

时间是泰勒的主要尺度，秒表就是他的基本工具。一八九八年，泰勒在伯利恒钢铁公司工作时，进行了一系列试验，“以发现送到车间的各项工作的合理完成时间”。泰勒关于合理时间研究的办法如下：

第一，挑选一些能够特别熟练地完成待分析工作的工人（最好尽量从不同的单位和地区挑选），例如，可以挑选十至十五名不同类型的人。

第二，研究每个人在完成所调查的工作时的确切基本操作或动作系列，以及每个人使用的工具。

第三，用秒表测量每项基本动作所需时间，然后选定完成每项工作的最快方法。

第四，消除一切错误动作、缓慢动作和无用动作。

第五，消除一切不必要的动作之后，把最快最好的动作组成一个系列，并采用最好的工具。

然后用这种采用最快最好动作的新方法取代十个或十五个原先使用的差劣的系列。

泰勒和他的助手在伯利恒钢铁公司化了五个月时间收集关于最佳铲料方法的资料。

泰勒经过仔细研究提出“铲料的科学”。反对者竭力对此冷嘲热讽，这项成果后来就成为表明科学管理大有希望的典型事例。一九一二年，在众议院的一个特别委员会上，泰勒提出，他既然已搞出一门铲料科学，就可以使天下万物都成为一门科学。他叙述了在伯利恒钢铁厂的经验。他刚到该厂时，发现每个工人都扛着自己的锹去料场，又用同一把锹来铲所有其它物料。“我们发现一个一流的装载工在装卸无烟煤末时，每铲装料三磅半，而在装卸产自梅萨巴山脉的铁矿石时，每铲装料三十八磅，那么，每铲的适当的装载量究竟应该是三磅半呢？还是三十八磅呢？不可能两种装载量都是合适的。在

科学管理中，这个问题的答案不以任何人的意见为转移，它需要精确而仔细的科学调查。”

泰勒在收集了有关伯利恒钢厂每人每天每分钟材料装卸吨数的资料以后，自行设计了各种铁锹发给工人使用。然后，他认真观察改变锹把长度后产生的结果。他发现，把锹把截短让装载工每铲装铁矿石三十四磅（而不是三十八磅），那么装载的日装卸量即可从二十五吨增加到三十五吨。泰勒一次又一次地把锹把截短，直到每铲装载量为二十一磅半，这时，人们的日劳动量达到最大限度。通过这样的研究，泰勒发现，采用十五种不同的铁锹装卸不同的物料，整个钢厂即可获得最佳效益。这些铁锹中有装卸铁矿石的小平锹，装卸无烟煤末的大型深铲以及装卸焦碳的铁叉。他还规定了正确使用每种铁锹的方法：

把铁锹插入这类材料堆的正确方法只有一种，其它许多方法都是错误的。铲运耐火材料的方法是：前臂压在右腿紧靠大腿根下的地方，就象这样（示范），右手握住锹把末端，把铁锹插入料堆时，胳膊不要用力，那样得不偿失，而是把全身重量压在铁锹上，就象这样（示范），用这种方法不需费力就可把铁锹插入料堆，胳膊一点也不累。十分之九的工人靠臂力把铁锹插进料堆，所用力气要比实际需要的多一倍。

泰勒派他的助手在全厂向工人示范铲料科学。

由于采用泰勒的新科学，三年半以后，一百四十人就可以完成原先六百人才完成的工作，物料的装卸费可以削减一半，保住工作的装载工工资增加了百分之六十。

泰勒和他的追随者不久又尝试把他在铲料作业中采取的做法向全国成百个工厂的所有其它作业推广。在“科学管理”的名义下，时间分析员把工作分解为若干部分，测定完成各部分所需的时间，并设计出最佳方法。工厂的工作被分解为有着精确时间限制的小活计，“经理部门至少要提前一天确定每个工人的工作计划，而已多半要向每人下达全面的书面指令，详细列明应完成的活计，以及工作方法”。泰勒的追随者更进一步，他们分解工厂的整个生产，描述基本的人体动作，甚至测定每一瞬间。在伯利恒钢铁公司，H.L. 甘特发明了帮助工人完全按照指令完成工作的新工具，并定出了新方法，指导工人按照唯一正确的途径完成工作。

在与泰勒一起投入这项工作的人们当中，弗兰克·吉尔布雷思要算精力最为旺盛的一位。他子女众多，却通过精心安排把家务搞得井井有条。因此，一本名为《一打更划算》（一九四八年）的畅销书以及受欢迎的同名影片都把他当作主人公。吉尔布雷思曾经当过砌砖工人，他同妻子一道，花了三年时间专门研究砌砖的时间和动作。然后，他告诉泰勒他所发现的惊人浪费：“我的上帝……那简直不人道。想想吧？我的体重超过二百五十磅，每次弯要取砖时，我都得把二百五十磅重的身躯弯下两英尺去取一小块四磅重的砖，然后再抬起二百五十磅的身躯，所有这一切不过是为了拿起一块四磅重的砖。想想这种浪费力气的事，真可怕。”吉尔布雷思和妻子花了一年半的时间试验如何省掉这个动作。最后，他们创造了一种新砌砖法，砌一块砖只需五个动作，而过去是十八个动作。通过这项研究，吉尔布雷思夫妇提出了“动作经济”这门新的学科。这门学科的原则有：除了休息时间外，两只手不能同时空闲，两臂应朝两个方向做动作，但应对称。他们把每个基本动作

称之为“塞尔布利格”(therblig, 吉尔布雷思英文姓名的倒拼)。弗兰克·吉尔布雷思去世以后, 莉莲、吉尔布雷思写了几本书, 介绍如何运用这些概念操持家务。

“科学管理”在工业化国家成了“搞好家务”的同义词。这个名词和这种思想的普及得益于一个似乎不可能成为其推广者的人: “人民的律师”、劳工卫士路易斯·布兰代斯。一九一一年末, 在州际商业委员会就东部铁路公司要求增加运费的申诉而举行的公开听证会上, 布兰代斯以维护托运人的姿态出现, 反对增加运费。他读过一九一三年出版的泰勒的《工厂管理》一书, 并曾会见泰勒本人。他感到泰勒是“一个真正的伟大人物——不仅智力超群而且品德高尚”。布兰代斯用具体事实证明各铁路公司的管理不善, 因此, 只需实行更有效、更“科学”的管理, 铁路公司的收益就会高于按它们要求增加运费所带来的收益。这样, 布兰代斯反对增加运费的意见获得胜利。布兰代斯大量引证已采用泰勒制的经理和公司老板的名字, 以此来支持他的主张。报纸关于这次听证会的报道为布兰代斯反复赞扬的“科学管理”制度做了宣传。直到那时, 泰勒本人尚未决定他的制度的最佳名称。他曾考虑把这一制度命名为“职能管理”或者“活计管理”。是布兰代斯的雄辩口才和他的胜诉促使泰勒在一九一一年出版的《原则》一书中采用“科学管理”一词——不仅把它作为名称而且把它作为口号!

泰勒关于时间研究和基本活计的观念不久就为厂主和工会所采用。到了本世纪中叶, 通用汽车公司在同工人签订的合同中, 把每个小时都按六分钟为一期划分成十个单位。然后, 又把工作按每期加以分解, 工人的工资则按照他一个小时干了十分之几来确定。美国钢铁公司与产业工会联合会在一九四六年五月八日签订的合同中把“公平的日工作量”规定为: “一个合格雇员在正常速度下所能完成的工作量……而所谓正常速度相当于一个人在不费重的情况下在平整的地面上每小时步行三英里。”在第二年的工资合理化计划中, 该公司把一千一百五十种工作划分为一百五十二个类别。美国铝公司花了整整三年半的时间和五十万美元研究如何使五万六千种工作合理化, 并加以分类。

十九世纪, 来自欧洲的访问者已经注意到美国人民富于首创精神和聪明才智, 而不拘泥于常规。他们认为这是美国生活水平较高的原因。但是, 现在泰勒却提醒美国工人注意防止老式的“首创精神”。工人应按所指定的唯一“正确”的方法完成工作, 正如外科医师须遵照规定的最好的方法施行阑尾切除术。泰勒坚持认为, 大部分被当成富有“首创精神”的举动不过是浪费而已, 纯系无知的人单凭经验搞的无效尝试, 是新瓶装旧酒。一个工人若能在一个小时内十分之一地因一丝不苟按规定完成任务而领到工资, 他就没有必要也很少有机会来表现其首创精神。如果按照科学管理的新微积分学来分解工作, 那么工人所作努力的意义和价值就比以往更加难以为工人所理解了。

泰勒十分厌恶凭经验办事的做法, 然而这种做法至少会使干活儿的人感到他正在干他所应该干的事。在工厂取消这种做法, 工人对工作倾注的感情以及他们在工作中获得的个人满足感就会部分丧失。难道现在还有工人不感到他是为别人于工作, 或者是听任机器的摆布吗? 按经验办事时个人还是自己的主宰。科学管理却把工人变成一个劳动单位, 只是根据工人保持工艺流

程持续不断的能力来判断工人的效率。工人本身就成为可互换的部件了。

科学管理不仅影响生产方式，而且影响产品种类，产品的生产效率和经济效益成了设计和选择产品种类的标准。“科学的”制度现在代替天真的消费者，自己提出了要求，难道这就是美国生产体制展现的无穷尽生产力所必须付出的代价吗？难道美国那出色的保存人力资源的新技术竟然落得如此下场吗？

美国人为了尽量发挥人的才干所作出的新努力自有其不能自圆其说之处和微妙的矛盾，这是不可能长期隐藏而不为人知的，二十世纪三十年代，埃爾頓·梅奧在芝加哥西部电力公司的霍索恩工厂进行的著名实验就揭示了这一点。实验者连续十三周考察从事电话装配工作的六个女工，对每种可能的变数都做了记录和计算：工作场所的温度和光线；前一夜或者前两夜女工的睡眠有多少小时等等，为了做研究，梅奧每次改变一种变数并记录其结果。发现没有一个变数是决定性因素。不论实验者如何改变劳动条件。六名女工的生产力一直持续上升。梅奧的结论一针见血地指出：真正的答案在于实验本身——关心这六名工人，让她们作为一个劳动集体发挥其聪明才智。从梅奧的研究中我们可以看到，科学管理对动作所作的任何改进都无法超越人们对工作的感情和他们同工作的联系。

不久，在人们追求高生产力的过程中，又一种新学说诞生了。其基础就是梅奧的这项发现，如果工人们发现雇主把他们作为人来关心，他们就会生产更多产品的话，那么就必须找出最有效的方法让工人感到雇主对他们的关心。这样，人就朝着社会学家丹尼尔·贝尔所谓的“从凭权势控制过渡到凭操纵控制”的转变又迈出了一步。在实行科学管理之后，出现了作为催化剂甚至解毒剂的“人际关系科学”，以及“人员管理”这样一门新奇的职业。但是，这种科学尽管表面上旨在更加充分考虑人的人性，仍然注定（借用埃爾頓·梅奧的话）会成为“人类实行控制的新方法”。

四十二 让往事再现

一九三四年十二月，德卡唱片公司做的广告宣传说：“听吧！听吧！他们就在这里，全是诸位喜爱的广播、电影和舞台上的明星。诸位足不出户，随时可以听到他们表演和演奏的最精彩节目。”美国人在二十世纪中叶以前已经完善了任意重现图象和音响的许多新技术。事物只能存在一次，这曾是注事的表征。在过去，生活据认为是无法再现的。一个人的音容笑貌与他的短暂生命同在。人死了。音容笑貌也就烟消云散，过去的形象要靠画家和雕塑家的艺术作品方能保留，以往的动作也只有通过演员的模仿方才得以再见。文学作品对于故人的描述算是最为生动的了。

后来，就在不知不觉之中，一批大大小小的发明和创造开始形成一种新的手段，使人能够完全抓住过去的往事。人仍旧难免一死，但是生活的内容已经改变。人人都可在有生之年享受的图象和音响丰富得多了。

具有决定作用的创新是摄影。人们经常谈起摄影起源、完善和简化的历程，却无人指出摄影推动了生活的变革。在旧世界的文化中，要想往事重现，主要是通过文学、绘画、雕塑和音乐之类的贵族艺术，或者吟唱、民间传说、民间艺术和民间音乐之类有限的民众艺术。只有通过语言本身、国家典礼和宗教仪式，凭靠反复出现的文字或手势，才能把人民和过去的时代联系起来。

摄影的出现使平民百姓都能体验往事再现，这实属向前迈进的一大步。摄影无需假借语言和文学，因此，任何人，甚至不一定识字，都能随意摄取经历中的重要时刻，留作日后纪念用。促使这一切成为可能的基本理论性发现也是来自旧世界，美国人只不过发挥其聪明才智，找出各种办法把它运用于实际，并组织、推广和扩大其用法，使之大众化。

自法国人 L.J.M. 达盖尔一八三九年公布他的银版照相机后的整整半个世纪内，甚至在英国人 W.H. 福克斯·塔尔博特发明以一张负片洗印多张正片的方法以后，摄影仍然是一种神秘的技术。法国艺术家保罗·德拉罗奇在看到达盖尔的照片后惊呼：“从今日始，绘画已宣告死亡！”摄影已经开始取代并改变艺术家的某些传统作用，但是，在美国，摄影则将走出艺术家的殿堂而在民众中普及。

到了南北战争时期，许多美国人开始感受到摄影的法力。早在南北战争以前，马修·布雷迪在纽约和华盛顿开设的照相馆已经生意兴隆。南北战争期间以及战后，布雷迪、亚历山大·加德纳等人拍摄的照片曾送美术馆展出，并在书籍和报纸上发表。那些照片既生动又真实地展现了那次战争的景象，在此之前，美国人对任何战争都不曾有过这样深刻的感受。虽然当时动作摄影尚不可能，但是照片已令人震惊地以崭新的形式真实地反映了战争中建筑物的坍塌和人员的伤亡。

但是，摄影在当时仍是一件既复杂又累人的事。布雷迪在穿越战场时需要一辆专用大篷车装运器材。直到一八八一年前后，摄影师的装备除了照相机、若干镜头和一副三角架外，还包括装有负片涂层、感光、显影和定影溶液的各种瓶子，以及玻璃板、圆盘、量具、漏斗和一只盛清水的桶，有时还得带上水，和一顶便携式黑帐篷（以便就地完成基本化学程序）。一天所需器材通常重达一百磅以上，没有摄影器材专用大篷车的摄影师就得把器材装在特制的手推车或者摄影用四轮车上推着到处跑。

所有这一切之所以必不可少，是因为当时采用的是“湿版”。只要硝棉湿版法仍是印制相片的最快最好方法，摄影师就必须就地制作照相底版，曝光后立即显影。这套设备的关键是含碘化钾的珂 酊溶液（溶于乙醚的火棉）。拍照之前把这种溶液倒在玻璃版上，然后来回晃动玻璃版，直到溶液形成一层均匀的粘膜，再把粘湿的玻璃版浸在硝酸银溶液里，使其具有感光性。必须在底版仍旧潮湿时拍照，因为珂 酊的感光性能随着溶液的干化而逐渐消失。为此，照片须在玻璃底版变干之前显影。当然，这就意味着摄影师必须随身携带整套暗室设备，这也意味着除非你是个摄影师兼化学家能够熟练地制作照相底版并加以显影，否则就当不了摄影师。由于印像纸感光度不高，照片很少能放大，所以真心搞摄影的人不得不使用大底版（12×16 英寸大小是常用的）。大底版很沉重，不易携带而且需要一架庞大的照相机。尽管装置很巧妙，但是摄影师离了黑帐篷就一筹莫展。

除非出现更加简便的照相方法，否则摄影无法普及。一八八 年前后，英国化学家发现一种用光敏化学药品在玻璃版上涂膜的方法，这种化学药品在干燥后也不会失去感光性能。不久，商用玻璃底版就上市了。摄影师无需就地进行任何化学操作即可用这类“干版”拍照。但是这种方法使用的玻璃底版还是很沉重，而且易碎，难于装运。

几个世纪以来，化学在旧世界取得的进展为摄影的出现创造了条件。但是，摄影的大众化仍然有待于极其实际并且显然比较浅易的改进。在摄影大众化的进程中尚缺少一个环节，这就是发明一种后来被称之为“赛璐珞”的新的人造物质。

约翰·韦斯利·海厄特是一个默默无闻的美国英雄。他是纽约乡下一个铁匠的儿子，一八五三年十六岁时西行到伊利诺伊谋生，当了一名印刷工人。到二十四岁时，他搞出一种新方法，用以制造磨菜刀用的砂轮，从此开始了发明创造生涯。后来，海厄特听说纽约一个厂家愿奖赏一万美元征求一种新物质，能够完全取代制作台球用的象牙，于是他就把夜晚和星期天都用来钻研这个问题。最后，他把纸屑、虫胶、和珂 酊混合在一起，终于获得成功并赢得了那笔奖金。海厄特注意到珂 酊干化后会留下一层可揭掉的“人造皮”，于是又开始研制别的新物质。他不是化学家，因而不知道在压力下加热火棉（硝化纤维）会把自己炸得粉身碎骨。同时，他也不会由于英国塑料化学家的早期失败而气馁，因为他甚至对这些化学家都一无所知。当时，牙科医生苦于“橡胶业垄断”带来的橡胶制品价格高昂，很想找到一种较便宜的代用品制造假牙模型，这种情况也推动海厄特去试制新材料。

一八七三年，海厄特发明了一种新材料，并以“赛璐珞”的名称注册。他发明的并不是一种新化合物，而是铸造塑料制品并保持其硬度的新方法。以后若干年，海厄特只用赛璐珞制作坚固的物体。

海厄特一生搞了各种各样的发明创造，是个多面手。一八八二年，他同兄弟一起试验成功一套新的滤水装置。原来的滤水装置是把水引入储水罐，再加入凝结剂清除杂质，杂质要十二小时后才沉淀到罐底。海厄特的巧妙设计是在把水引入过滤器的过程中添加凝结剂，这样就不需要大型储水罐和长时间的沉淀期。他发明的新的甘蔗榨汁机不仅可降低生产成本，而且榨出的蔗渣十分干燥，可用作燃料，他搞的改良缝纫机一次可走五十个双线连锁针脚。他还发明了供学校用的石板的新制作法以及把制作保龄球和高尔夫球棒

棒头的木材加以硬化的办法。此外，他还设计了一种滚珠轴承，通用汽车公司后来以这种轴承为基础，对汽车作了多项改进。

海厄特的赛璐珞在得到另一位北纽约州人的采用之后，才大显身手，促使美国人的思想意识发生了变化。此人便是乔治·伊斯曼。他是一位热衷于发明创造，同时又具组织和销售才干的人。他的父亲是书法教师，在罗彻斯特创办了第一所商学院。伊斯曼最初在一家银行供职，对摄影发生了极大兴趣。一八七七年，他的年收入只有一千五百美元，却花了九十四美元购置一套摄影设备。伊斯曼预见到新的“干版”将为照相器材开辟一个崭新的市场，因此不到两年就发明了给玻璃版涂层的新机器并取得了专利。他还预见到于版照相术的完善，其作用不仅是方便职业摄影师而已，因为这种技术首次使拍照可以向制作及冲洗底版分开进行。但是，他也看到，要扩大摄影业的市场还须找到代用品替代沉重易碎又难于装运的玻璃底版。直到十九世纪八十年代，摄影同“胶片”一词并无特别联系（因为相片通常都用乳剂涂层玻璃作底版）。伊斯曼需要一种既柔韧轻巧又不易破碎、同时可以用感光乳剂涂层的物质。一八八四年，伊斯曼获得纸带涂层法的专利，这种纸带可在照相机内使用。以此作为起点，他掀起了一场摄影大众化的革命。

伊斯曼为了突出他设计的照相机的新颖独到之处，决定制造一个字，它要简短、鲜明而且讲任何语言的人都能念得出来（这是着眼于世界市场）。据说他一开始即选定用他母亲娘家姓氏的第一个字母“K”作为这个字的字头并终于创造了“柯达”（Kodak）这个字。一八八八年，伊斯曼以“柯达”作产品商标注册并把他的新式照相机投放市场。他的小黑匣子只有后来流行的“布朗尼”盒式照相机那样大小，特别小巧而轻便。伊斯曼做的第一个广告宣传说：“柯达乃是最小、最轻、最简便的侦探相机！别的照相机完成一次曝光多数需要十项操作，而我们的只需三项简单动作。毋需调焦，也毋需取景器。尺寸 $3\frac{1}{2} \times 3\frac{3}{4} \times 6\frac{1}{2}$ 英寸。曝光次数 100。重量 35 盎司。”

这种照相机没有聚焦装置，快门只有一种速度。当然，由于照相机没有取景器，摄影师无法把所需要的一切都精确地摄入相片，但是，另一方面，他也不必为调节相机装置和焦距而操心。伊斯曼使得人人都可成为摄影师：“你只需按动快门——剩下的我们全包了。”在此口号下，他的“柯达”照相机风行一时。

伊斯曼把柯达相机称为“侦探相机”，这一精明之举为他那小巧的相机平添了几分魅力。其它厂家也源源不绝地把各式各样的较小型照相机投放市场，有的相机的机身象看歌剧用的望远镜，有的象纸包、皮包、书本和手表，有的甚至可以隐藏在帽子里或领带下。这些相机就叫“侦探相机”，因为它们同老式的大箱子式照相机不同，据说，使用者可以象侦探一样偷偷模模地拍照。这种想法不那么光明正大，但实际上除柯达外，这类产品都同玩具相去无几。

伊斯曼的照相机也是“侦探相机”。但与众不同的是，他的照相机在当时说来价格便宜，而且真正能用！伊斯曼奉献给美国人的摄影装置，完全可以同十九世纪的毛皮商或二十世纪的生产线创造者在组织工作上取得的成就相媲美。伊斯曼设计的那种简便小黑匣售价二十五美元，还包括第一卷胶卷及冲洗一百张相片的费用。物主拍完整卷胶卷后，可把照相机送到工厂。工厂给相机装上新胶卷，收费十美元，再退还相机和裱贴好的全部拍得成功的

照片。乔治·伊斯曼的装置同埃利·惠特尼的互换体制一样，都是一种技能的替代。任何美国人，只要有二十五美元，伊斯曼就可以使他具有拍摄照片的才能（即使此人对于化学和摄影一窍不通也没关系）。

伊斯曼装置的薄弱环节是胶片。在柯达工厂里，工人必须把已载有影像的乳胶从纸卷上剥去，然后压印在一张清亮的明胶片上，再行干燥。免除这种吃力的精细操作需要更好的胶片材料，最好是一种既柔韧又透明的材料。投放市场已有十五年的赛璐珞可以解决这个难题。伊斯曼是最早发现这个事实的人之一，同时其他人也抓住机会，竞相争取找到实用的底片。那时，海厄特的赛璐珞仍旧仅限于制造坚实的物体。后来，在一八八八年，费城一位照相底版制造商要求海厄特制作厚度均为 1/100 英吋的清亮的赛璐珞薄片，他再把感光乳胶涂在这种薄片上。这种赛璐珞仍然太厚太硬，无法卷曲成胶卷。

第一个申请赛璐珞透明胶卷专利的人是六十五岁的汉尼伯尔·古德温。他是新泽西州纽瓦克的圣公会牧师，一直在寻找比玻璃更好的材料，以便制作向主日学校提供的《圣经》故事相片插图。古德温经过十年的努力于一八八七年五月二日申请“摄影薄膜”的专利。与此同时，伊斯曼也布置一位研究人员从事此项研究。两年以后，伊斯曼获得“摄影软片制造”专利。随之而来的就是人们熟知的关于专利权的漫长诉讼。十五年之后，古德温才真正获得专利（不久他就去世了）。在这段时间里，精力充沛的伊斯曼始终在大规模制造赛璐珞胶片。他生产的胶片已占全部成卷胶片的近百分之九十，而且垄断了世界市场。

伊斯曼以易于装卸、便于冲洗（再也不需要精细的剥离程序）的新式赛璐珞胶卷开辟了业余摄影的广阔天地。正如一位英国历史学家所评论的：“柯达的新特点使得照相机象自行车一样丰富了许多人的闲暇活动。不久，拿着相机拍快照的美国人便成千上万，摄影俱乐部在全世界兴起。早期的摄影以照像馆人像摄影和职业摄影师偶而在户外拍摄重大场面而兴盛，新兴的大众摄影都对准新的景物。以前宣扬的“绘画捷径”现在成了大众化的艺术之路。人人都可以成为自我服务的艺术家。许多年以前，奥利弗·温德尔·霍姆斯看到布雷迪在南北战争战场拍摄的逼真的“立体画”时，把照相机称为“记忆的镜子”。现在，人人都可以为自己配备这样一面镜子，捕捉自己的日常活动，供日后随时观看。现在，美国人不仅拍摄人像或者特别值得纪念和具有历史意义的场面，而且随意拍摄，而景物一经摄入镜头，便永远留在人们的记忆之中。摄影术成了一种手段，使值得怀念的事物得以再现。

一八八八年十月八日，托马斯·爱迪生向专利局提交了一项声明：

我正在试制一种仪器，它之于眼睛就如留声机之于耳朵，这就是录制物体动态的仪器，它既便宜又方便实用。我把这种仪器命名为“Kinetoscope”，即“活动景象机”，……这项发明旨在连续拍摄一系列间歇出现的景象……这一系列景象是以连续螺旋形的形式摄制在圆筒或圆盘上的，与留声机录制声音的原理完全相同。

爱迪生在着手试制“活动景象机”后不久就提出了某些基本的发现。例如，爱迪生发现，他发明的录音机必须不停地运转才能录下完整的声音，而记录物体动态的摄影机则必须断断续续地工作，这样视觉的持续就会使观众

产生物体在运动的错觉。因此，以短促的间隔拍摄，再连续地、清晰地放映，这应该是办得到的。但是，爱迪生最初的设想总是摆脱不了还很原始的留声机的影响。他发明的这种留声机把声音录在一个圆筒上，而小相片也是在一个圆筒上排成系列，然后通过放大镜直接观看的。

爱迪生很早就意识到赛璐珞的重要性。实用的摄影机和可在相当长的时间内放映影片的放映机能否达到完善的程度全部取决于能否找到适当的柔韧材料做胶片。很难设想离开赛璐珞或者类似的材料，爱迪生还能够设法造出他的电影摄影机。爱迪生首次看到感光乳胶涂层的赛璐珞薄片时，这种薄片仍然过于坚硬，无法成卷。他把一些薄片绕在活动景象机的大圆筒上。但是，他仍然希望找到具有合适特性的赛璐珞，以便放弃这种圆筒设计并且通过某种方式直接让长条胶片连续穿过机器（采用玻璃底板是无法做到这一点的）。

爱迪生不再在所谓的“留声机装置”上下功夫了（“留声机装置”——这是伊斯曼为爱迪生早期试制的装置起的名称，因为那时的设计纯系仿照留声机的原理），而是着手研制一种完全新型的摄影机，供拍摄和放映影片之用。当他得知伊斯曼改进了成卷胶片以后，便竭力鼓动伊斯曼生产柔韧的长条胶片，协助他制成电影摄影机。一八八九年年底，爱迪生看到他的助手给他送去第一卷五十英尺长的胶片时，他真诚地露出“天使般的微笑”，高声欢呼道，“这就是我们梦寐以求的东西——终于得到了——现在豁出去拼命干吧！”

爱迪生采用这种新型长条胶片制成了第一台实际可用的活动景象机，这就是后来各种电影摄影机械的祖先。印在长条胶片上的正片在机箱内从一个片轴转向另一个片轴，观看着通过装在机箱固定目镜上的放大镜直接观看灯光照亮的胶片。这是一种一次只供一人观看的西洋镜。屏幕还是后来的事，但基本概念已经成形。一八九一年八月，爱迪生以一项“展现活动景物照片的器械”申请专利时，仍未提及放映器械和白色银幕。他那时使用的相片非常粗糙，无法放大和放映。爱迪生仍然认为影片在娱乐业的前景同留声机一样，那时留声机的用途就是在人们往机器里塞进一枚硬币后放出他们喜爱的音乐。号称“智多星”的爱迪生，对于这个西洋镜似的玩具仍旧漫不经心，他的律师建议他花费一百五十美元在欧洲申请专利，他甚至拒绝了，理由是“不值得”。

爱迪生虽然有时对于自己设想的商业前景判断有误，但确实具有发明家的天才，能够认清问题本质，从而找到简单的解决办法。他在研制影片时就展现了这一天才，凭直觉避免陷入其他人已走进去的死胡同，虽然这些人因死胡同般的发明已小有名气。英国和法国的发明家试图沿着物体运动方向设置许多摄影机，每个摄影机取一个镜头，一个接一个地拍摄，录下物体的运动。爱迪生了解他们这种设想。出生于英国的埃德沃德·米布里奇是在加利福尼亚工作的一名摄影师，他在一八七八年以“运动中的马”为题发表了系列照片，在全世界引起轰动。他最初拍摄这些照片是因为加利福尼亚州前州长利兰·斯坦福心血来潮，要为他那匹获奖的千里马“奥克西登”做广告，米布里奇无意之间解答了一个老问题，他的照片证明一匹奔跑中的马在某一瞬间确实是四蹄腾空。一位对动物动作感兴趣的法国生理学教授，从米布里奇的工作中得到启发，想设计一种可以在同一块玻璃版上连续曝光的摄影机，从而能从单一的角度拍摄物体的运动。爱迪生决定不按米布里奇的路子走，从而作出了关键性的简化决定。他受到法国教授的启示，决定制造能从

单一角度拍摄物体运动的机器，而不是从不同的角度拍摄一系列运动照片。

爱迪生在另一件事上也表现了对基本问题的远见卓识，他想搞一个简单的统一装置，使用一模一样的胶片制作供人观看的影片（这一点现在是不言而喻的，简直算不上远见卓识）。拍摄在一卷胶片上的一系列照片能否通过某种方法用动态的形式放出来供人观看呢？对于实际可用的电影装置来说，这个想法是非常重要的，正如伊斯曼把拍摄照片与冲洗照片分开的想法是普及静物摄影的关键一样。按照爱迪生的设想，一架摄影机拍下什么，观看者就能见到什么。

爱迪生大胆采用一种标准宽度的赛璐珞胶片，可同时用于摄影机和放映机。然后，他又有一个惊人而又十分简单的想法：在胶片边沿打孔。过去从无人这样处理摄影胶片。他在每帧画面的两边各打制两个矩形小孔，许多问题便迎刃而解。爱迪生在摄影胶片或放映胶片的两边各用一个牙轮带动胶片，胶片就可以有控制地间歇转动了，这是前人所不能办到的，而要使观看者产生物体在运动的假象，又非做到这一点不可。爱迪生设计的胶片成了标准胶片。尽管世界各地的铁道轨距各异，尽管有些国家采用华氏温度计而另一些国家采用摄氏温度计，尽管人类无法一致同意用一种计量制丈量土地和称土豆的重量，爱迪生的三十五毫米胶片却走遍世界。这本是合乎情理的，因为电影是美国的发明，它吸引了全世界的目光，过去任何事物都不曾有如此大的吸引力。电影成为伟大的大众化艺术，当然也是典型的美国艺术。

再现往事的技术本身在推动着这项技术的发展。为了捕捉、记录和重现经历的某一片断而采取的每个步骤都开辟了一个新天地，促使人们不断改进，不断创新。爱迪生之所以对电影感兴趣。也是因为他决心利用摄影和留声机来制作会说话的图片，而留声机，甚至比照相机更能体现美国的活力和智慧。这也许是由于声音是一种比景象简单的现象。声音录制问题基本上是机械问题，几乎不需要什么新理论和化学知识。

在当代，象留声机一样重要的发明中，几乎没有哪项发明是由一个人单独搞成的，而留声机的诞生则归功于一个人。国外也曾有人设想制造能录制并播放声音的机器，但爱迪生制成了第一台实际能用的会说话的机器。爱迪生在研制能记录并重现电报点划电码的仪器时开始想到制造留声机那样的设备。一八七七年，他在为亚历山大·格雷厄姆·贝尔的电话机发明一种传话器以后，又担心电话的高昂费用会限制电话之使用。他想如果有一种他称之为“电话复述器”的机器，那么就会有更多的人从电话中受益。爱迪生的设想是，如果一个人能把口述信息录制下来，那么就可把录音送到电话局，在那儿重放并通过电话传送给受话人。用这种方法，装不起电话的人也可以用自己的声音传送信息。一天，爱迪生有了灵感，想出了这种机器的外形，于是创造了一个模型。那是一个刻有沟槽的金属转筒，上面包一张锡箔来录音。爱迪生对着机器高声朗诵“玛丽有只小羔羊”然后机器放出了他的声音，他和助手都听到了。爱迪生后来回忆说。“我一生从未如此震惊过。人人都惊奇万分，对于一试就成的东西，我总是感到害怕。”爱迪生于一八七七年十二月申请专利，两个月之后就获得了专利，时间异乎寻常之短是因为专利局从档案中根本找不出任何哪怕略微相似的设备。

爱迪生再一次大显神通，这消息引起了一场轰动。这项机器被当作一种新奇之物在全国各地到处隆重展出。在波士顿，一台“展览”用留声机展出

一周，门票收入即超过一千八百美元。人们喜气洋洋地付入场费，为的是一饱耳福，听那台机器用各种语言说话，象狗一样地吠，象雄鸡一样地啼。那机器咳嗽起来“非常逼真，以致于在场的医生本能地开起处方来了。”在一八七八年六月的《北美评论》上，爱迪生预言他的留声机具有十大用途：

1. 用于撰写书信和口述各种函件而毋需速记员的协助。
2. 留声机可当作书本，供盲人轻松自如地听读。
3. 教人演讲。
4. 音乐——留声机无疑将为音乐作出贡献。
5. 家庭录音：保存家里人的谈话、声音和临终前的遗言，就象保存伟人的声音和谈话一样。
6. 制造可以奏乐的匣子和玩具等——家长可向孩子们保证在即将来临的圣诞节送给他们一个能说会唱、会哭会笑的玩具娃娃。
7. 制钟，这种钟用语言报告钟点，提醒你去午餐，或在十点钟送你的情人回家，等等。
8. 复制象华盛顿、林肯、格莱斯顿那样伟大人物的言谈，以便把语言保存下来。
9. 用于教育目的：例如把教师讲课的内容录下，供学生日后随时重听；或者用留声机学习拼写。
10. 用留声机改进电话技术，使电话成为传送永久录音的辅助设备。

爱迪生有十五年之久坚持认为唯一有希望开辟广阔市场的是他所说的第一项用途——口述函件。爱迪生或者由于音乐知识贫乏或者由于缺少乐感，（他半失聪），开始时很难相信，大批量制作音乐节目录音会赢利。然而到了一八九四年，爱迪生决定推广娱乐用留声机。他着手设计一种人人买得起的廉价留声机。一八九七年，他制作了一种售价只有二十美元的留声机。但是，有一段时间，留声机的最大用途还是放在公共场所，供人投一枚镍币，听一段录音。

爱迪生的留声机圆筒制作不便，费用昂贵。正如玻璃版妨碍了照相机一样，圆筒也妨碍了留声机的发展。留声机的普及和录音的巨大市场有待于新的设计和新型材料的发现。

解决这个问题的人不是爱迪生，而是埃米尔·伯利纳。他爱好音乐，是德国汉诺威一个犹太法典学者的儿子，十八岁时移居美国。他只受过小学教育，但在一个科学实验室里找到了工作，开始研究声学 and 电学，伯利纳未满二十六岁时就根据一项新原理发明了一种电话传话器，后来的扩音器也是按照这项原理搞成的。他的这种传话器比亚历山大·格雷厄姆·贝尔一八七六年在费城建国百年纪念展上展出的传话器优良。一八七八年，伯利纳把他的电话发明高价出售给贝尔公司。然后他的兴趣转向留声机，并研究出一种新的录音方式。

爱迪生最初搞出的留声机是垂直式工作的。声音造成录音针上下振动并形成深浅不一的垂直槽纹。针头重新移动时，听众就会听到复制的声音。随着蜡制留声机圆筒的转动，录音针就沿着这一槽纹移动。为了使录音针的吸音箱沿圆筒的长度，顺着爱迪生的旋转蜡筒移动，需要一种特别的螺旋装置。

伯利纳简化了录音和放音的机器，从而方便了唱片的大批量生产。他用一个平面圆盘来代替原来的圆筒。在爱迪生的垂直式装置中，录音针上下移

动，而伯利纳的装置在录音时针头作 z 字形侧移，一八八八年伯利纳的设计被成功地应用于留声机，它有许多优点。这种留声机不需要特制螺旋装置，因为转动着的唱片上的螺纹可使唱针以适当速度自动移动。同圆筒相比，圆盘易于播放，便于保存。

如果没有复制唱片的廉价办法，单靠这些进展仍然无法使留声机大众化。伯利纳很快便提出了这种办法。他不是用全蜡盘而是用涂蜡的锌制圆盘制作母片。音乐录制在蜡面上之后，再用酸把独特的 z 字形槽纹蚀刻在锌盘上，这样就制成了供复制的“母片”。用原版唱片翻制金属铸件（或负母片），然后把它们压入适当的材料，这样制成的唱片看来就象原版唱片一模一样。用这种方法，一张原版唱片可以制成成千上万张复制唱片，但仍然需要找到复制唱片的合适材料，经过六年的试验，伯利纳终于找到了这种材料，他使用硬橡胶，然后又用虫胶制成一种新的耐用材料。开始时人们把这些产品称为“圆盘”，到一八九六年，它们就以“唱片”这个新名称而闻名于世了。后来出现的巨大的美国唱片业就建立在伯利纳的发明创造和他所简化的留声机及唱片之上。然而伯利纳的天才和想象力并非就此枯竭。一九一九年，这位杰出的人物已年近古稀，还帮助设计了一架真正飞起来的直升飞机。

伯利纳的留声机“Gramophone”（此乃其注册商标）激发了新泽西州坎登一个人的想象力。此人二十九岁，开了一家小小的机器修理店，伯利纳曾把最初搞出的机器拿到他那儿去改进发动机。埃尔德里奇·约翰逊后来回忆说，“这台机器听起来就象一只曾受过部分训练，但喉头发炎，脑袋着凉的鸚鵡。可是这台沙沙作响的小机器却引起我的注意，令我久久不能忘怀。”正是约翰逊的技能和生产上的专门知识使得这台昂贵的“受过部分训练的鸚鵡”在一八九七年成为大批量生产的“改良式留声机”。不久，有人画了一幅插图，图中一只黑白花的小狐狸狗在聆听约翰逊留声机播放的声音。这幅题为“主人的声音”的图画使这只毫不相干的黑白花小狗成为美国插图艺术中的一个重要形象。约翰逊创建了“胜利唱机公司”，这家公司促进了新市场的形成并在一段时期内支配了这个市场。一九一四年，圆盘唱片显示了人们不曾料到的优越性，当时一位雄心勃勃的纽约人想出一个新奇的主意，他在唱片的两面都压制槽纹，并开办了一家经营这种唱片的德国公司。

一九一六年九月《阿普尔顿杂志》上一篇题为《录制音乐造成的威胁》的文章，刮起一阵狂风恶浪，反对刚面世的往事再现的技术，文章的作者是一位在全国最受喜爱的作曲家约翰·菲利普·索萨。他是一位葡萄牙移民的儿子，曾经为奥芬巴赫交响乐团创作了在一八七六年费城建国百周年展览会上演奏的《国际幻想曲》，并且在一八八一至一八九二年期间担任美国海军陆战队乐队的指挥，有些人认为索萨对进行曲的贡献可以与约翰·斯特劳斯对圆舞曲的贡献相提并论。一位乐团经理资助他创建了索萨乐队，在一八九三年的芝加哥世界哥伦比亚展览会上演出，并在美国各地定期巡回表演。索萨由此而变得十分富有，并且蜚声全国。他从最著名的作品《星条旗永不落》（一八九七年作曲）活页乐谱的销售中获得三十万美元。索萨警告说：“我已经预见到美国音乐和美国人的音乐鉴赏力有明显堕落的迹象，由于各种音乐复制机器的大量繁殖所造成的影响，或者不如说所造成的破坏，使我国音乐的发展有中断的危险，音乐的艺术表现形式也会受到多种多样的损害。”

索萨的想象力相当丰富，他想象“音乐自动演奏装置”今后造成的各种

恐怖。他先描绘了钢琴自动演奏装置带来的威胁，他想象他听到一个小男孩惊叫着冲进妈妈的房间，恳求道，“啊，妈妈，快到客厅来，有人在用手弹钢琴！”

曾经有个时期，北方的松林是避暑胜地，人们去那里过上一段简朴的生活……但是今天，北方已经开始遭到入侵，狡黠的唱片音乐商敦促远足人踪罕见之地的人除了携带猎枪、渔杆和独木舟外，还要带些唱片、曲柄和齿轮。这样，当他在篝火旁静坐时，机器就可以为他歌唱。每想到这里，我便想到放在一条鲜鱼出没的小溪边的罐头鲑鱼，那是多么不协调而又令人不快啊。

展望今后的录制音乐天下，我们将看到一个男人携一位少女在阿迪龙达克的湖上泛着轻舟，夏日的月光洒在他们身上，独木舟中留声机轻轻播出情歌。西班牙骑士只得放下心爱的吉他，夹着留声机走到意中人的窗下，为她播一支小夜曲……士兵们再也听不到震撼人心的战场号角，历史的记载必须改成：

“各位近卫军先生们，请先打开你们的留声机。”而未来的杜得洛契将军会这样回答：

“先生，我们决不会先打开自己的留声机，请先打开你的吧。”

令索萨怒不可遏的是，将来人从灵魂深处自发的声音，人的真实心声，将被机器阻塞，“这种机器日复一日地重复着同一故事，单调乏味，冰冷无情，再也没有若狂欣喜，再也没有似火激情，因为这种热情唯有人才能发出来。”他问道：“如果妈妈开留声机就象开电灯那样容易，那末她会低声哼着甜蜜的催眠曲哄孩子入睡还是让机器哄孩子入睡呢？儿童生来爱模仿。婴儿时期只听留声机，长大之后就算还唱歌，他们怎会不去模仿别人的歌声呢？他们最终怎会不成为既无思想又无情感的人类留声机呢？”索萨最后指出，看来一九一六年的版权法没能对作品被制成唱片出售的作曲家提供保护。如果这类新机器将剥夺作曲家应该获得的收益，那么还会有音乐家创作乐曲吗？

一九一九年的版权法为作曲家提供了保护。由于美国作曲家、作家和出版商协会（一九一四年成立）的强烈要求，对作品的使用要征收版税。还没有到二十世纪三十年代“自动演奏音乐装置”就如洪水般涌向全国。一九一四年，美国一年生产五十万台留声机，五年之后，年产量已达二百二十五万台。到一九二一年，唱片年产量超过一亿张。到第二次世界大战后的一九四七年，唱片销售量已超过四亿张。录音和复制技术的改进（一九二五年，一种电动装置取代了机械或“声学”装置）和声音保真度的提高使需求量大增，并且很快又造就了新的听众，他们对录制的声音有严格的要求和高水平的鉴赏力。

英国空军海防总队在第二次世界大战中需要新的技术制作训练唱片，来显示德国潜艇和英国潜艇的不同声响。这导致了“全频段复制”的产生，并为复制音乐的保真度树立了新的标准。一九四八年又出现了慢转密纹唱片，这种唱片使转速从每分钟七十八转减少到三十三又三分之一转，而播放时间则从四分钟增加到二十三分钟。

正如柯达相机使人人成为自我服务的艺术家那样，留声机使人人成为自我服务的音乐家。因此，歌舞杂耍表演中出现了这样的笑料：“你弹钢琴吗？”“不，但是我玩留声机。”留声机当然会使更多人欣赏到古典音乐作品，然

而留声机也给予流行音乐的创作者以新的“动力”。原先，著名的音乐家都是那些在富有的贵族资助下创作或演奏礼乐、交响乐、歌剧音乐或者室乐的人。现在，广大的美国公众可以做资助人。音乐正在大众化，这不仅仅是由于全国千百万人可以欣赏那些一度只有少数人才能欣赏的音乐，而且由于千百万群众已成为最有利可图的音乐市场的主宰，他们有力量促进音乐风格的形成，他们能够使作曲家或演奏者感到，创作千百万人欢迎的作品是值得的。

如果没有留声机，很难想象在无线电时代以前，美国流行音乐如何能够传遍世界。一九一七年五月，胜利公司推出“音乐发展中的最新创作”——第一张爵士乐唱片。那是由新颖迪克西兰爵士乐队灌制的布鲁斯舞曲和一步舞曲。众所周知，二十年代早期唱片公司之所以获得优厚利润，主要是来自年销售千百万张爵士乐唱片。过去的任何音乐形式都不曾在一个大国如此盛行，或者如此普遍地影响了整个社会的日常生活。一九二一年八月《妇女家庭杂志》的一篇文章这样质问道：“爵士乐把罪恶揉入了切分音？”而妇女俱乐部总会的全国音乐主席则痛斥爵士乐：

那是一种反抗法律和秩序的表现，那是一种急于在音乐中表现的布尔什维克式的歪门邪道……随着莫札特的小步舞曲、斯特劳斯的圆舞曲和索萨的两步舞曲翩翩起舞的人决不需要紧身褙更衣室，而这种更衣室如今在旅馆、俱乐部和舞厅比比皆是。其实。当年穿紧身褙的姑娘们决不会因此而被叫作“老铁甲”，也不会被孤零零地留在舞场一角，受人歧视……总之，这样的音乐是一种邪恶的势力。

留声机使流行音乐能以崭新的规模风靡全国。在五十年代中期，一个在音乐界成名的人的知名度取决于他灌制了多少张“金唱片”，即发行量起码为一百万张的唱片。留声机普及了古典音乐作品。一方面，随着每周销售率的变化，“十大”流行唱片的命运成为人们一时注目的新闻；另一方面，前几个世纪最优秀的音乐作品终于有可能在普通人家的起居室内复兴。雅克·巴曾在一九五四年指出，“我们时代的机械文明创造了奇迹……这种文明通过机械手段使西方音乐的全部宝藏重放光芒……从前，一种音乐的兴起会湮没它之前的所有音乐，只有几十部任意选定的作品可流传于世……现在作为艺术之一种的音乐作品全集出现了，犹如文艺复兴重新发现了古代经典著作并依靠印刷机使它们流芳百世。”

重现往事的技术矛盾在美国最为突出。一周前还名列前十名的唱片几星期之后可能无人问津。然而，一九五四年，美国人保存的唱片中出现了五种版本未经删节的巴赫《马太受难曲》、十种版本的莫札特《d小调钢琴协奏曲》、二十一种版本的柴柯夫斯基《罗密欧与朱丽叶》和贝多芬《英雄交响曲》，任何人坐在起居室或者汽车里便可欣赏未曾亲耳聆听过的许多节目，这归功于各种机器，这些机器既能丰富人们的音乐生活，又能使其变得俗不可耐。

哪种力量更为强大呢？唱片制造商通过许多新方式用新的音乐作品为普通人的生活增添色彩，并且创造了崭新的音乐形式。一九五六年《窈窕淑女》在百老汇的上演完全靠哥伦比亚广播公司的资助，该公司因而获得出售《窈窕淑女》唱片的专有权。事实证明哥伦比亚广播公司的钱用得完全是地方，最初制作的《窈窕淑女》唱片集售出五百万套，盛况空前。从此以后，百老汇的音乐剧通常得到唱片公司的资助，这些公司希望出售已上演节目录制成

的唱片，收回投资。

音乐变成重现往事的另一种普及形式之后，就丧失了作为一种事物的特色。音乐不过是大气和环境中的另一种因素，同温度、湿度和照明度无异。到了一九六一年，由于各种新技术的采用，音乐变得无所不在。生意最兴隆的是经营用电讯设备传送音响的马扎克公司，它的发言人宣称：“我们不出售音乐，我们出售节目。我们认为，只要你考虑时间、环境和活动诸因素，你就会取得最佳效果。”在五十年代结束之前，人们已可在许多场合听到马扎克音响调节设备播放的音乐，在“扬基体育馆”、“芬威公园”、“斯伦德里拉健美厅”、洛杉矶和德克萨斯州圣安吉洛的公墓，在堪萨斯城的木偶工厂、芝加哥的腊肠厂、爱畜医院、联邦储备银行的金库、辛辛那提的橄榄包装厂和丹佛的铀公司，甚至在俄亥俄州汉密尔顿的伊登汽车旅馆游泳池的水底。无处不有的音乐还成其为音乐吗？人们是否真正在听音乐？对自己是否在听音乐，美国人真清楚吗？

由于冲洗照片和制作唱片需要时间，照相机和留声机重现往事和声音的能力仍然受到限制。“即时放送”的诞生是又一个决定性进展，它使往事只能存在一次这种现象消失了。所谓“即时放送”是用可立即重放的形式录制事物的技术。

起了关键作用的新设想是磁性录音。如果声波可以转换成磁脉冲，并且导线可一次磁化一小段，那么导线就可记录声音。然后只需把磁脉冲再转换为声波，就可立即放送录音。年青的丹麦工程师瓦尔德马尔·波尔森的发明使这一新设想成为现实。波尔森首先在一八九八年取得丹麦为他的装置颁发的专利，两年后又在美国获得专利。新设想似乎同当时人们有关磁体的经验相矛盾。例如，一根条形磁铁破碎后就成为许多小磁体，所有这些小磁体都经过同等程度磁化，每块磁体都有两个磁极。如果把小磁体粘合在一起，那么只能制成一块磁铁。这在当时已是普通常识。有无可能不去磁化整根条形磁铁，而仅仅磁化导线上的一点呢？也许让导线快速穿过电磁体，使得不同的点受到不同程度的磁化，就能够实现这一点。如果这个设想能够通过某种方式加以实现，就会优于所有已知的录音方法。磁性录音可以使用无数次而不丧失其音质，而且只需退磁，录音材料便可反复使用。波尔森把这种装置定名为“录音电话机”，并在一九二一年巴黎博览会上获最高奖。波尔森的装置在这次博览会上引起的轰动不亚于电话一八七六年在费城引起的轰动。

后来美国录音电话机公司破产，磁性录音的设想似乎也就销声匿迹，整整二十年之后方才复出。按照波尔森原来的设计，录音导线穿过磁体的速度非常快，因此需要大量导线，而且重绕导线也需很长时间，从而延误收音。另外，这种装置的收音音量过低，不实用。但是美国海军研究实验所继续进行这项研究。由于他们的工作，磁带在三十年代开始取代导线。在第二次世界大战中，磁性录音再度兴起，并得到实际应用，因为磁性录音具有明显优点，在高温、高寒和震动幅度很大的情况下仍能录音，而圆盘录音则不行。导线录音装置很快就小型化，出现了袖珍型。到了第二次世界大战结束时磁性录音在许多种用途中都优于圆盘录音。人们发现，一条磁带可以播放成千上万次而不会出现明显的磨损。扩音和录音材料的改进，如厚薄均一的纸张和涂磁塑料带的出现，为磁性录音开辟了多种多样的新用途。

视觉形象的磁性记录更加复杂，但是，由于电视的兴起，不久，它便成

为现实。影像的即时放送不仅使人们看到刚刚发生的事情的即时图像，而且意味着节目制作人在摄取画面的同时可以对画面进行监控。但是最初的录像机存在同录音机相似的问题，录像机的速度太快，使用的磁带过多。一九五六年研制出同录音机速度相同的录像机。次年，第一台实际可用的录像机由美国无线电公司和安派克斯公司造出，并得到普遍应用。这种录像机图像清晰，但录制设备相当笨重。六十年代中期出现的改进型“螺旋扫描录像机”的图像清晰度稍差些，但采用可随身携带的轻便录制设备。

到了六十年代，“即时放送”已不足为奇了。观看拳击比赛、赛马以及垒球或橄榄球比赛的美国人可以不止一次地看到重播的场面，当然，重播的内容和次数取决于节目制作人的意愿。但是悲剧和戏剧性事件也可重播。一九六三年十一月二十四日，杰克·鲁比枪杀李·哈维·奥斯瓦德（暗杀肯尼迪总统的凶手）的电视录像几个小时内就在全国重新播放。

自从无线电广播问世以来，美国在辞旧迎新之际都要收听关于纽约时报广场狂欢盛况的现场报道。标志美国人有了新的时间观念的是一九七一年十二月三十一日除夕之夜，对那晚的情景《纽约人》周刊的“街谈巷议”栏怀着眷念之情作了报道：

神圣的时刻来到了：隆巴尔多开始计时倒数：“九、八、七、六、五……”随着联合化学公司大厦楼顶光芒四射的大球的落下，小小的奇迹果真发生了。号角声、欢呼声、电视测试图案和旋球，还有“友谊地久天长”的歌声。然后，令人难以置信的是，刚刚过去的那半分钟又在即时重播中展现。“七、六、五、四……”号角悄悄地响着，刚才那几个旋球又飞逝而过。似乎有人叫我们仔细查看球赛中的某些细微差别。刚才是中卫的巧妙过人还是双反向传球真的出现了某些值得重播的事物？如果没有出现这样的事物，那么第二次播放的画面是否不如第一次真实？难道我们疯了不成？还是重播画面的人疯了？我们思考着这些深奥难解的问题，带着小小的狂热蜷作一团，在睡梦中进入了一九七二年。

家用磁带录像机使得美国消费者有机会随意重新体验自己经历过的种种时刻。家人团聚庆祝生日、感恩节或圣诞节时，再也不必追忆旧日情景，拿这次的聚会同过去的聚会做一番比较。录像机的发展使得追忆成为多余之举。

照相机的一个诱人之处在于给人一种悬念：不知照片能否拍成？如果能够拍成，又不知道拍得象样不象样？由于这种悬念，人们常常反复拍摄同一景物，以保证拍出一张满意的照片。一九四七年，一个聪明能干的新英格兰开拓者埃德温·兰德搞成了一项发明，他称之为“曝光后能立即出来一张成品照片的相机”。摄影史家和评论家们以及兰德本人都认为这项新成就主要有益于摄影艺术。他们指出，早期拍摄银版照片或铁版照片的人在拍照后几分钟就可见到成品正片。但是，后来的底片—正片系统使拍摄照片的过程和制作照片的过程相分离，从而推迟了人们比较相片与实物的时间。

兰德的宝丽莱即拍即有照相机是一种新颖的一步摄影技术。现在，使用宝丽莱即拍即有相机的摄影者象任何其他艺术家一样，可以在观察景物的同时，就看到自己的作品是否同实物相似。正如兰德所说：

人们希望，如果摄影师能够同时观看自己的作品和所拍摄的景物，而且那些对摄影师和相片起隔离作用的大多数操作程序也去掉了，那么，新的一批摄影师就能够享受早期

艺术家在艺术创作中体验的种种满足感。……摄影师必须闭目无视制作照片的过程，对于摄影师来说，制作照片的过程是不存在的，因为根据定义，摄影师只应考虑拍摄的艺术而毋需考虑制作相片的艺术。……简而言之，要想得到一张好照片，所需要做的事就是拍摄一张好照片，我们的任务就是使它能够实现。

那些急于看到反映当时景物照片的人发现宝丽莱即拍即有相机非常方便，一分钟后便可见到再现自己经历的照片（先是一怔，然后才明白）。一九七二年五月，宝丽莱即拍即有相机又推出一种照相机，相片一出相机曝光后两秒钟就可得到正片成品。

重现往事的新技术一开始就开拓了生活的新领域，人们的经历更加丰富，连细枝末节都一清二楚。法国小说家爱弥尔·左拉在一九〇一年指出：“人们不能声称一切都已尽收眼底，除非拿到照片，看到许多如果不拍出来就会忽略的细节，而在多数情况下，人是不可能识别这些细节的。”人人都能摄影，录音机问世后人人又都能录音，摄影和录音成了人们业余生活的第一大乐趣。这种新技术正在改变人类的意识。

群众满腔热情地通过艺术和业余爱好来丰富生活，但却容易忽略这种技术的广泛意义。照相机和留声机转瞬之间便增长了人们的知识，扩展了人们的眼界，这是显而易见的。但是，从长远的观点看，重现往事的这些机器以及其它机器是否可能使生活乏味、意识迟钝和感觉平淡化呢？要预测这一点就难了。最初，照片和留声机唱片由于新颖独特，也由于拍出好照片或灌制好唱片极其不易而令人着迷。然而在几十年的时间里，这些技术就普及了，变得快速、费用低廉、操作简便，对于美国人的生活，它们又意味着什么呢？

扩展经历的技术日益完善，特别是那些使往事得以重现和传播的技术的完善——所有这一切，难道在普及的过程中竟使人们的生活变得平淡了吗，难道举凡大众都能体验的生活，无论多么丰富和高雅终将变得索然无味吗？难道在民主的目标（丰富人们的日常生活）及其现代手段之间必然存在着固有的矛盾吗？难道丰富生活的手段一旦为大众所掌握，就必然会使生活变得呆板和毫无生气吗？在民主化（这是过程）搞得有声有色的同时，民主（这是产品）必然遭到削弱，难道果真如此？这些新奇、令人跃跃欲试而又难以解答的问题在二十世纪将会始终纠缠着美国的民主生活。

所有这一切还提出了另外一个问题，这问题也许是条线索，有助于人们了解在美国人的创业精神后面隐藏的基本道理。可不可以说，在美国所能获得的更加光明、更为多姿多采和更加开放的生活不是高生活水准的产物，而是仍在不断提高的生活水准的产物？可不可以说，在美国民主生活中，人们的富足不是由于获得财富而是来自获取财富所付出的努力？也许美国技术力量的使命和命运在于不断发现新技术。也许民主生活中最好的事物不是来自占有，而是来自不断的追求，不是来自舒适的现状，而是来自状况的不断改善。可否这样认为，一种高生活水准，不论多么高，它所展示的前景终将丧失其丰采和活力？为了让前景永远广阔，永远开放，永远有新趣，是否就必须不断提高生活水准呢？

四十三 扩大生活经历，却带来新的隔离

爱弥尔·左拉说，“人们不能声称一切都已尽收眼底，除非拿到照片。”这段话更加适用于电视的时代。到了二十世纪后期，在现场目睹某一事件演进的人开始感觉受到限制和束缚。似乎只有坐在电视机前的观众才能领略那一事件的全部情趣。猛然间，感觉自己在千里之外作壁上观的电视观众身未动膀未摇就被迅速带入事件之中。电视摄影机使电视观众成为无所不在的目击者，亲临现场的人反而受空间的限制，周围尽是拥挤的人群，而电视观众则可从各个角度，越过人头，并且从幕后观看。真正身临其境者是观电视者吗？

记录往事，（既包括声音也包括图象），以备日后之用是一回事，征服空间和时间，以便人们及时观看则是另一回事，而且是更加具有革命性的事情。

在南北战争以前，莫尔斯的电报曾使商业往来和新闻报道得以加快速度。事情发生后一天之内消息就可传到了报社。一八七六年亚历山大·格雷厄姆·贝尔获得他的第一项电话专利。同年，他的电话就在费城美国建国百年纪念展览会上展出。那时，电话仍是极新奇的东西。仅仅两年以后，第一部电话便出现在白宫，当时那里的主人是拉瑟福德·海斯总统。包括托马斯·爱迪生和埃米尔·伯利纳在内的许多发明家对电话作了改进。到了二十世纪初，电话已成为家庭日常用品，贝尔公司也超过美国钢铁公司，成为美国最大的公司。在遥远的农场和牧场里，许多儿童的生命由于医生的电话诊治而得救，并且医生也不必长途跋涉了，而在那个年代，医生通常都是出诊的。当时，开拓者们建立了许多新的工商业，全都通过电话出售货物，因为他们发现，顾客习惯于把寄给他们的商业广告信随手扔掉，可是每次打电话给他们，总还是能够得到答复的。电话（与同一时期趋于完善的打字机一样）为妇女提供了一项崭新的职业。

到了美国第五千万部电话机隆重地安放到德怀特·艾森豪威尔总统书桌上的时候，不通电话的美国家庭已属罕见。政府的公务通过电话办理。美国的电话占世界半数以上。一九七二年，美国人每天分别进行的电话交谈近五亿次。然而，电话仍不过是一件日常用品，有了电话，美国人做起事来比过去容易，而且更加省力。人与人之间信息的传递更为方便。

电视则是一场革命，或者更确切他说，是一场剧变，因为最初无人需要电视，电视只是在改变人们日常生活的过程中开辟了自己的市场。电视使得更多的人得以同时体验某一事件。不知名的电视观众甚至比不知名的广播听众还要多，分布也更加广泛。同时，电视也在无意之间造成新的隔离。

人们知道，在二十年代，年青的戴维·萨尔诺夫费了很大力气才使美国无线电公司的同事们相信无线电能够在美国全国普及。早期的商业通讯只是把信息传送给特定的收件人。萨尔诺夫认为，无线电信息却可以传送到许许多多不知名的平民百姓，从而使通信事业大众化，无线电的这一新颖之处将成为无线电的特殊优点。他想必是从切身经历中认识到这种通信方式的长处。纽约的沃纳梅克百货公司为招徕顾客曾建立一个无线电台同费城的分店保持联系。一九一二年四月，萨尔诺夫在该电台值班时，无意中收到了这样的无线电信号：“泰但尼克号巨轮触撞冰山，在迅速沉没。”他马上同另一

艘轮船联系，得知泰但尼克号确已沉没，一些幸存者已被救起。在威廉·霍华德·塔夫脱岛统命令所有其它电台保持缄默之后，二十岁的萨尔诺夫继续坚守岗位七十二小时，收听和记录幸存者的姓名。结果，萨尔诺夫的名字同幸存者的名字一起成了当时的头条新闻。

五年之后，已在美国马可尼公司工作的萨尔诺夫敦促销售“一种简易的‘无线电音乐匣子’”。他指出，他的计划“会使无线电同钢琴或留声机一样成为家庭日常用品。”一九二一年，他建议大批量生产无线电音乐匣子，每台标价七十五美元，并且预言三年之内至少会有一百万个家庭购买这种无线电音乐匣子。他提议由每月载有广播节目预告的《无线电时代》（美国无线电公司买过来的一种杂志）刊登广告，收取广告费。事实证明，萨尔诺夫生产一百万台无线电的乐观计划还是保守的估计。无线电问世，使得美国的娱乐业、广告业及新闻报道业都大为改观。

到一九三一年，广告商每年要花费六千万美元做无线电广告。十年之后，这个数字已经等于原来的十倍。一九二一年 KDKA 电台（匹兹堡）获得首项商业广播许可证。三十年后电台已逾两千，收音机则超过七千五百万台。第二次世界大战爆发前，收音机的年产量为一千万台。到一九六一年，全国平均每户拥有三台收音机。

无线电基本上是“娱乐”和“新闻”媒介。通过无线电，人们可以欣赏逐日连播的肥皂剧，杰克·本尼、弗雷德·艾伦和鲍勃·霍普的笑话，平·克劳斯贝的歌声以及格兰特兰德·赖斯惊心动魄的体育报道。象 H.V. 卡顿伯恩或洛厄尔·托马斯这样的新闻报告员在某种意义上也是演员，他们有时以庄严的语气、有时又以生动的声调向听众传达身临其境的感受。

电视开创了另一个世界。电视不仅仅扩大了新闻来源，增加了娱乐活动，也使生活更为丰富多采。电视观众可以真正立即看到和听到正在发生的事情。事情发生的同时观众正在观看，这就是精髓之所在。拍照的人需要等到照片冲洗之后才可看到拍摄的景物。购买留声机唱片的人事先已知道唱片的内容。但是，电视机前的观众却可以体验事件发展本身给人造成的悬念。这足不出户便体验天下事的新鲜事物给美国生活带来了极其剧烈的变化，其影响是除汽车以外的所有其它现代发明部难以匹敌的。

从表面上看，电视似乎就是把电影和留声机的技术同无线电技术综合在一起。但是，电视并非如此简单。这是大量传播瞬间变化的新方式，以供范闲无法确定并且可能遍布世界各地的观众即时观看。五个世纪以前，印刷术开始把学识传八千家万户，使之大众化，现在，电视机将使千家万户都能同时体验同一事情。这样，电视也就改变了人们刚刚同时看到的事物的本质。

从前，希望体验同一事物的人会走出家门，聚集在一起（在躯体上和精神上都是如此）。但是，电视却在人们共同体验事物的同时，使人们彼此隔离。电视将使更多的人同时体验同一事物，但是，电视也将加剧人与人之间的隔离。同一电视既扩展了美国人的经历又使美国人间于狭小的大地，彼此隔离。对于这种隔离，最高法院的裁决无法纠正，诸联邦委员会也不能管治，因为这种隔离与电视机同时存在。

这已是人们司空见惯的现象。集中供应自来水和电力，并扩大供应范围就出现了这种情况，现在以这种方式供应的已不仅仅是自来水和电力了。当年的丽贝卡今天已不再需要上村头水井去打水（同时也听不到说三道四的闲

话)，现在她呆在自己八层楼的小厨房里，就可以看到一个个的图象，有令人热血沸腾的场面，也有叫人不寒而栗的情景。一九七一年以前已有百分之九十五以上的美国家庭拥有电视机。如今参加集体活动的通常方式竟是坐在自己的起居室里看电视。

从前，看表演意味着坐在现场观看。在音乐会上，在教堂里，在球赛场或政治集会中，如果没有听众或观众，活动的趣味也就丧失一半。你在观众席上发现了什么或者见到了谁，至少同舞台上的表演一样引人注目，从人的感受来说，往往比舞台上的东西还要有吸引力，孤独的丽贝卡在观看电视的时候就被抛回到自我的小圈子里。她尽可以感叹、鼓掌叫好或者报以嘘声，但是，除了正在厨房里的孩子或者在起居室的家人之外，没有人能听到她发出的声音，而家里人对她的情感早已了如指掌了。至于其他观看节目的人们，她是根本看不见的，仅仅只是电视机里偶而传出来的笑声和掌声才使人意识到还有这些人存在。无线电广播的听众已经是未知数了，现在电视观众则更是神秘莫测。过去置身于观众之中就感到集体的温暖，现在这个集体已被根本看不见的电视观众取而代之。真的还有别的人在那里吗？还有谁在看电视呢？而且就算人们都打开了电视机，他们真的在观看吗？

成千上万的美国电视观众同表演者隔离开来，而表演者据认为是要给观众带来欢笑的。电视象一扇只能向外看、不能向里看的窗户。电视播放什么，看电视的人就能看到什么，但是，除了起居室的家人之外，无人确知看电视的人对节目的真实反应。每当夜幕降临，人们便缩在小孤岛般的住所里，同家人一起坐在闪烁亮光的电视机前，这同穴居时代的祖先围火而聚的情形一模一样，那时人们聚在火堆旁为的是寻求温暖和安全，也为了团聚。在这些新的部落里，家长知道每个孩子对于电视节目的爱好，就象他们了解孩子是爱吃加番前酱的汉堡包还是爱吃加芥末的汉堡包一样。随着拥有两部电视机的家庭日益增多（甚至在一九七一年以前，就有三分之一的美国家庭拥有两部电视机），常常有人避开家中其他人，独处一隅观看他本人喜爱的电视节目。当然，电视台的人大胆而巧妙地对这些秘密穷追不舍，希望弄清楚每个人真正观看的节目、真正喜欢的节目和真正想看的节目。但是，电视台都是根据抽样调查，以某些事例为基础进行推论以及从估计和推测做出判断的，而所有这些只不过是间接证据。

在看与不看之间有了新的相交地带。“出席观看”球赛、交响音乐会、舞台演出或者电影已经十分随便，孩子可以边做家庭作业边观看，大人可以边玩扑克或边读杂志边观看。在厨房或地下室干活的人也可以边干边看。看电视者自己也无法肯定是在看电视，还是仅仅开着电视机而已。人的体验给弄得茫然难解了。观看精心排练并耗费巨资的节目再也不是需要筹划和购买门票的生活中的特殊大事了，就象空调机终年开着一样，电视机整天都开着，收音机也如此，人们听着广播，但不一定在全神贯注地倾听，节目的安排全都针对边做其它事情边听广播的人：同时开汽车的，同时摆弄喜爱之物的，同时洗盘子的，等等。装在汽车上的收音机一九五一年为一千五百万台，一九六年就超过四千万台。半导体兴起后，人们可以象戴钢笔或者钱包那样随身携带微型收音机，随时打开听听，聊解寂寞。

公民被隔离开来，他们同政府分离，同税务机构和提供公共服务的机构分离，同那些可对和平与战争作出抉择的关键决策人分离，他们发现，政治领导人的信息可以经常地、生动地传达给他们，而他们的信息却不能经常和

生动地传达给政治领导人。公民感到这两者之间存在着令人沮丧的新的不平衡。除通过民意测验间接了解以外，美国人没有可与电视相比拟的新渠道来了解对他们信息的反应。私人电报开始过时。公民只好靠电话交流信息（有时你打通电话，听到的却是“事先录好的话”），或者靠始自十九世纪的老机构：邮局。

电视能够即时把人带往各个地方，电视一开，人们的眼前便满是各种生活，各样事件，使人有身历其境之感，因此，电视使美国人对过去的感觉淡薄了，与更加遥远的过去则更是有隔绝之感。如果美国人没有目睹宇航员登上月球，他们就只得于次日早晨阅读有关此事的文字报道，而这种报道必然是从回忆的角度写的。但是，在电视荧光屏上，美国人目睹过去的事情就象此时此刻身历其境。这样，电视造成时间上的近视，人们把兴趣全都集中于时而令人兴奋，时而叫人不安，时而振奋人心，时而又使人断肠消魂的此时此刻。

电视广播时间收取高昂费用，同时，节目制作人还要设法迎合所有人的口味。因此，电视节目的编排往往首尾不能呼应，变来变去。人们体验到的生活变得断断续续、零乱不堪。每项逆潮流而动的举止都能博得一片新的喝采声，暴力行为或破坏行为则尤其如此。人们不再感到现在是过去的延续，对此，电视的解救办法是播放旧时的老电影，但也无济于事。

电视使日常生活更为模糊：屏幕上出现的无非是某时某地发生的某事，电视观众已习以为常。不过，这些事件都是以鲜明的色彩活灵活现地展示在人们面前的。真正的亲身经历（也是陪审团希望证人提供的普通事实，足以证明证人在他所说的事情经过中确实在场）的标记已开始消失，或仅只模模糊糊地存在于观看电视时的体验中，而这些标记本是普通常识。美国人由于可以通过电视体验生活，因此毋需专门外出观看某件事。他们只需转动旋钮，然后边看边想——这个节目是实况转播，还是预先录制的？是动画片还是真人扮演的？是重播节目吗？来源是什么呢？如果是真人真事，那么又发生在何时呢？是演员遇到的，还是真人遇到的？那是商业广告呢，还是对某商业广告的嘲笑？是纪录片还是纯属虚构？

几乎从来没有观众是从单一的个人角度观看电视的。电视节目总是处于众目睽睽之下，制作人尽量避免节目显得单调乏味，因此就不能只考虑一个人的有限见解。录像机传送的每一图象都比现实生活里的大，也比现实生活里的清楚，并且无人挡住视线。电视屏幕上尽是特写镜头，因而中距离消失了。比起戴着太阳镜坐在看台的人，起居室里的观众甚至看得更加清楚。位于左外野的运动员、本垒上的击球手或者远远角落里喧嚷的观众，全都历历在目、毫不遗漏。象亨弗莱·鲍嘉那样放荡不羁的怪人或者象尼克松总统那样昙花一现的名人整天在电视屏幕上出现。观台电视节目就象置身剧院，任何演员，甚至一个观众都可以占据中心舞台。由于电视展现了新的前景，美国人自然不愿重返看台，坐在后排或边角的座位上。整个世界成了一个电视舞台，莎士比亚打的比喻已成了严峻的现实。

在这个出售代人体验事物的物品的超级市场里，旧时货架上的小格子不见了。上教堂，去听讲，看戏，看电影，观球赛，参加政治集会，或者在路上停下来听成药推销员兜售商品，都成了一回事，没有什么区别。一个人身穿睡衣、手捧啤酒罐便可看到几乎所有的世界大事。从电视频道传出来的事

物包罗万象，有文娱节目、课程教授、新闻报道、布道说教等等，随你去猜测选择。编排巧妙的节目寓教于乐，或者寓教于乐，广告宣传中隐含政治说教，戏剧的魅力则用作广告宣传，从前没有机器曾发出这样的毒气，这种毒气在电视世界弥漫，又散布到“真实”世界。美国人已开始习惯于在迷雾中生活，他们呆在家里，在模糊一片的云雾之中感到安然自得，而现实则有些恼人，因为现实的棱角过于尖利，现实中的人物、地点、时间、气候也过于分明。

随着播放技术的改进，观众对于事物的体验更加间接，观众也更多的处于看不见的制作人和技术员的控制之下。从前，出席政党提名大会的公众想看什么，把头转过去就是了。但是，坐在起居室里看电视的人却不能想看什么就看什么，摄影师、导演和解说员左右了他的视线，镜头时而对准一位凶相毕露的警察，时而又转向一个衣冠楚楚的代表。这些大会便成为摄影机导游下的旅行，因此，解说员获得了可左右公民政治生活的新力量，一九六八年在芝加哥举行的民主党全国代表大会即为最生动的例证。美国人的间接经验尽管显得更加真实和可靠，却比以往任何时候都受无形的手和导游们的左右，这些人抢主角的戏，使自己成名。

人们要看电视就象要生活一样，除生活外，任何事物都难与之匹敌。如果电视机没有打开，美国人总感到错过了什么“真正发生”的事情，活着总比死了好，这是不言而喻的，同样，看点儿什么总比什么也不看强。如果“今晚电视没什么可看的”，那人们就会感到空虚和无聊，毫不足怪，美国人已经修改了他们的生活体验标准。即使亲身经历的事不值一提，一旦搬上电视，也会轰动一时。

电视创造了许多奇迹，其中最为显著的就是电视的发展速度。在不到十年的时间里，电视便征服了美国人，美国感到困惑，它的茫然失措甚于它敢于承认的程度。印刷术用了五百年才在民众中普及学识。而一旦人民的知识不亚于比他“强”的人物，人民便要求自己管理自己的权力。甚至到了一六七一年，弗吉尼亚总督威廉·伯克利爵士还为了印刷术尚未传入他的殖民地而对上帝感恩戴德（印刷术是煽动异端邪说和抗拒上级的祸首），他祈求上帝永远不要让印刷术传入弗吉尼亚。到了十九世纪初期，贵族和学者已可通过托马斯·卡莱尔记述这样的历史事实：活字版印刷术曾使雇佣军瓦解，王冠落地，并且以某种方式创造了“一个全新的民主世界”。现在，电视又以令人眩目的速度使大众都能体验曾经只有少数人能够体验的事物。同印刷术一样，电视也遭到知识分子、学者、以及其他主张循传统途径获得生活体验的卫道士们的冷遇，这是毫不足奇的。

四十四 海内孤本和保密文件失却原有价值

“为何会有如此大量的政府机密不断泄露给新闻界？”《纽约时报》广见博识的詹姆斯·赖斯顿一九七二年一月提出这样的疑问。自从五角大楼文件（即有关越南战争的多卷背景材料）未经批准便公诸于众之后，这个问题便一直困扰着美国。对此，赖斯顿既未从政治的角度，也未从哲学和道德的角度加以解释，而是提出了纯科学技术性的答案。他认为，“真正的泄密者是切斯特·卡尔森，他发明了静电复印技术，或称‘施乐’装置，这种装置现在左右着联邦政府的日常工作，并影响了我国各大机构的信息流通。”有了“施乐”复印机，任何人都可立刻复制任何文件。接着赖斯顿的说法，制作这种设备原是为了“扩展信息和真理”，结果却是适得其反，政府官员已不敢轻易以书面形式表达他们的真实想法。

实际上，已经无法确定哪份文件没有复制件。照相平版术及其它类似技术问世后，珍贵的文学手稿孤本及其初版本就面临复制和翻印的危险。一九六五年，人们只需花十五美元即可买到头版莎士比亚著作集对开本的照相平版印刷件（原本售价三万美元）。复制书籍或书中的部分章节已成轻而易举之事，并且费用低廉，版权法日益变得不起作用。

“施乐”和其它静电复印装置为事物的再现增添了新的可能性，只要有台简便的机器，任何人都能把孤本文件或机密文件复制出来。现在，宝丽莱即拍即有照相机、录音机、磁带、录像带及其它装置可以即时放送复制品，把日常生活变成充斥着大批量生产的“瞬息时刻”的世界，现在，一个人的所见所闻差不多就是无数人的所见所闻。

制作多份副本的问题同书写一样，历史悠久。印刷机和活字版印刷术的出现开始把学识传遍千家万户。但是，除非大量印刷，否则排版不合算。印得越多，每份印刷品的成本就越低。显然，印刷机的最高效益在于向成千上万的人提供印刷品，爱迪生在普及电灯的过程中遇到如何分割光源的问题。复制技术也面临同样问题，在普遍采用印刷机后的几个世纪里，抄写员的行当仍然不衰，这是因为缺乏复制单份手稿的办法。十八世纪发明的“复写器”是项创造性的装置，联结在钢笔上即可在另一张纸上复现写作者的书写动作，这样，写作者一边写信，一边也就写出了信的副本。托马斯·杰斐逊对这种装置很感兴趣，并做了某些改进。然而，复制单份副件通常还是用复印器把写好的信夹在吸墨纸中间滚压，原件上的墨迹就印在另一张纸上。杰斐逊时代尚不存在的复写纸为人们提供了很大方便。因为复写纸毋需机械装置，便宜，原件和副件可同时完成。

进一步便利人们少量复制清晰副件的机器是打字机。甚至在十九世纪以前，英国的发明家们就已在制作书写机器方面获得一些进展。一八四五年，即实用手动打字机问世前的二十年，塞缪尔·莫尔斯及其合伙人推出通过电磁作用书写长篇文字的机器，采用的键盘很象日后打字机的键盘。有位威斯康辛的开拓者莱瑟姆·肖尔斯在密尔沃基当印刷商和编辑。他的一个朋友建议他研制一台印字机，那时，他正在研究自动编码器。一八六八年，肖尔斯获得若干项关键性的打字机专利，“打字机”（typewriter）一词也作为美国创用词进入语言。但是，现代形式的打字机直到二十世纪才问世。这种打字机的键盘上有大小写两种字母，打出的文字完全“可见”（即打字者边打

字边可从滑架上看清所打内容)。

最早在商业上获得成功的是雷明顿·阿莫斯公司大批量生产的打字机。在十九世纪七十年代，这家公司的打字机由其缝纫机部门生产，所生产的打字机都饰有花纹，安装在缝纫机的机座上，下面则装有踏板，以带动滑架来回移动。打字机的买主一开始都是作家、编辑和牧师，当时的人们认为这种机器主要是文人的工具。马克·吐温曾说他十分愿意使用这种新奇机器。《汤姆·索耶历险记》就以第一部根据打字稿排印的著作而闻名于世。（到一九三一年，工会印刷工人拒绝排印打字稿以外的任何底稿。）起初人们对打字机能否在商业上得到推广非常怀疑，因为打出来的文件实在太缺乏人情味，又过于标准化。前文已经提到过，由于农民拒收西尔斯-罗伯克公司“机器写的信件”，公司只好雇用秘书，手写商业信件。

然而，打字机注定会成为美国生活中一种重要的力量。打字机使妇女能够在商界找到一项获得社会承认的工作，从此又出现了一种新的办公室职业。打字机连同电话一起帮助妇女走出厨房。投身于事务世界。但是，机器书写还给日常生活带来其它更加微妙的影响。随着打字信件成为商业通信的标准文书，手写信件日趋减少，这也意味着文书所体现的个人风格在逐渐消失。在整个十九世纪，清楚秀丽的书法始终是心怀大志的青年所应掌握的一项有用之技。当时书法学院的地位同日后教授速记和打字的商业学院一样重要。

在扩大打字机的使用范围和效果的过程中，复写纸起了其它发明难以比拟的重要作用。复写纸的设想很简单，给一张纸涂一层石蜡和颜料的特别混合物，用钢笔在上面书写或把铅字打在上面时，混合物便转印在另一张纸上。一八六九年颁发的专利或许是有关复写纸的最早专利，专利证书中写道，“复写纸制作方法的这项改进有突出的长处：人们可用这种纸张同时书写信件原本和副本。”但是，制作这种复写纸的主要目的仍然还是用来替代只能复制手书文字的复写器，因为后者过分笨重。一八七二年，在打字机问世之初，同时出现了专用于打字机的“复写纸”（Carbon Paper）。这个新的词汇进入美国语言，以前所未有的力量引诱人们去填满那无底洞般的文件柜。从长远的观点看，复写纸的特长（副件与原件同时完成）恰恰限制了复写纸的应用。

在楼版印刷法得到应用之后，少量复制整份原件的简便方法便出现了。其中最为成功的就是“油印机”。“油印机”（mimeograph）一词系艾尔弗雷德·布莱克·迪克于一八九一年创造的。该词来自“mime”（模仿）和“graphein”（书写）。迪克先在芝加哥经营木材生意，后又销售节省劳力的办公室装置。他把几年前取得专利的工艺同托马斯·爱迪生过去的专利工艺，以及另一位发明家已获专利的滚筒式复印机工艺结合在一起，才使“油印机”臻于完善。迪克出售的装置复制文书的费用低廉，不仅有助于商界人士，也有助于教会人士、政治家、改革派，以及其他许多人。

制作一份同已写好的信件一模一样的副件要靠摄影，这既费时又费钱。人们需要的是既省钱省时又可靠的新复制方法。在历史上以间谍工具著称的缩微胶卷，已于二十世纪中时以前得到学者、档案保管员以及银行业和房地产业人士的应用。但是，微缩胶卷技术过于复杂，无法用于日常工作需要的单份副件的复制。

接下来的进展实际上是由一批开拓型的实业家在探索新产品的过程中取得的，这一点非同凡响。一九四六年，纽约州罗彻斯特一家名叫哈洛伊德公司的小商号正为公司的前景担忧。那年，该公司生产了约七百万美元的影印设备，利润却下降到十五万美元。公司领导约瑟夫·威尔逊和约翰·德索尔博士断定公司非得推出一种新产品不可，虽然他们对究竟是什么样的产品心中也没有底。德索尔是公司的研究部主任，他偶尔在一本过期的《电台新闻》杂志（一九四四年七月）上看到一篇文章，论述一项名为“静电照相”的新技术，文章的作者和这项工艺的发明人是切斯特·卡尔森，一个西雅图人，靠半工半读在加利福尼亚理工学院毕业，然后在贝尔公司实验室供职。卡尔森根据自己在专利方面的经验和他对专利权律师所碰到的问题的研究（他当时正在纽约法学院上夜校），认为人们所需要的是一种费用低廉的办公设备，用以复制各种文书，他并不相信出路在于使用化学品记录图象的摄影术，因为大公司的巨额研究经费预算已经把摄影术的研究推到了极限。

卡尔森在纽约公共图书馆度过许多漫长的夜晚，刻苦钻研那相对而言尚无人探索的光电导性领域。能否通过某种方式用电取代光制作图象呢？一九三八年十月二十二日，在昆斯的阿斯托里亚，卡尔森在一位来美避难的德国物理学家协助下，制出第一个静电照相图象。他们在一块2×3英寸的锌片上涂一层硫，然后用一块手帕在锌片上摩擦使之产生静电，再把锌片对着一块印有“阿斯托里亚，1938-10-22”字样的玻璃版曝光十秒钟。曝光后，他们给锌片撒上石松粉，这样，潜象便显现出来，然后再用一张腊纸紧压在撒有石松粉的图象上，图象也就印在腊纸上了。为了同摄影相区别，这项技术就叫“静电复印术”（Xerography）（希腊文，“xero”意为“干”，“graphein”意为“书写”）。

最初，卡尔森未能取得资助。他找过二十家公司，走访过“全国发明家理事会”和陆军通讯兵团，但无人对此有兴趣。一九四四年，他终于引起“巴特尔纪念研究所”的注意。俄亥俄州哥伦布市的这家研究基金会同意研制这一装置，但要求以大部分专利使用费作为交换条件。该研究所只愿意投资几千美元。这笔钱用完后卡尔森又需要获得更多资助，以便继续研究。这是一九四六年的事，威尔逊同德索尔也正是这时来到巴特尔研究所，他们看到了实验情况，选定卡尔森的装置作为他们公司的新产品，并投资一万美元。此后六年，哈洛伊德公司为研究这项装置筹资三百五十多万美元，公司名称也改作“施乐”（Xerox），并在本世纪中叶创造了工业奇迹。施乐公司为了从巴特尔研究所购买该项装置的专利使用费而卖给该所的股票，在一九六五年市面价值即逾三亿五千五百万美元。

第一台以生产线工艺制造的自动复印机“施乐914”（复印面积为9×14英寸）于一九六一年投入市场。这种“施乐”复印机可放在办公室的中心位置，供工作人员大量复制各种文件，并且费用低廉。人们可直接用普通纸张在该机复制文件，毋需腊纸或通过任何中间环节，这是该机优于竞争对手之处。“施乐”公司出租“施乐914复印机”，复印的份数越多，单位租费越低。崭新的办公体制发展起来了：粮食与药物管理局不必把标签从瓶子上揭下便可用“施乐”复印标签；警官可以很快记下嫌疑犯包里所装物品。必须让人们看到这种奇妙的机器确实管用。但是，复印机的重量有六百五十磅，推销员不能带着到处做示范，于是“施乐”转向电视。这家公司在很大程度上靠电视做广告，并资助电视台摄制了一系列严肃的、有时引起争议的节目

(“克里姆林官”、“总统的诞生——一九六 年”、“古巴导弹危机”和“罗浮宫”等等)。

哈洛伊德公司在采用“施乐”作名称时曾说：“大量处理信息的能力；提供清晰可读的信息的能力；快而省地印制书刊的能力；以低费用复印文书的能力——正是这些能力把业务飞速发展的单位和尚未开始这一进程的单位区分开来。”“施乐”公司在发展和完善了符合上述各项要求的复印技术之后，就以复制天下万物为目标开始了新的探索。不久，协作者和竞争者便纷纷仿效。

四十五 寻求自然形成的事物

美国人的生活经验越来越千篇一律、大同小异。为了给生活增添情趣，现代美国人在一心寻求，有时是不顾一切地寻求独一无二的、自发的、令人兴奋的事物。难道这值得奇怪吗？二十世纪的“耸人听闻的消息”比美国历史上任何时期都猖獗。然而，这种状况的形成并非仅仅由于报刊出版人的贪婪或者病态的公众趣味。一种社会性陋习的产生是由于对人类某种需要——在这里是指社会普遍对“耸人听闻的消息”的需要——作出了反应。这种需要在若干方面得到了满足。通俗新闻的兴起掀起一股对犯罪行为 and 体育运动感兴趣的新浪潮。对于道德家来说，大众化报刊的这两大支柱同他们是格格不入的，他们认为犯罪新闻体现了对社会法律的巨大破坏，而体育新闻则过分强调人们为了遵守规则而遵守规则。

美国新闻学中出现了一种新风格，强调新颖独特和耸人听闻，这种风格是匈牙利移民约瑟夫·普利策创立的。他于一八八三年接办纽约的《世界报》。普利策向他的读者宣布：“在这个不断发展的伟大城市里，有一种报纸是大有可为的。这种报纸不仅售价低廉，而且精采，不仅精采，而且规模大销量大，不仅规模大销量大，而且是真正民主的——致力于人民的事业，而不是替权贵卖力，它主要报道新世界的新闻，而不是旧世界的新闻，它将揭露所有虚伪和欺骗行为，反对一切邪恶势力和滥用职权者；它将全心全意为人民而战。”普利策的《世界报》被公认为全国第一家大量发行的现代日报，该报每份售价两美分，十五年之内发行量便从一万五千份增加到一百五十万份。

耸人听闻的消息意味着以突出和生动的新手法来报道罪行、灾祸、艳闻和丑事。旧《世界报》最后一期的头条新闻题为，“美国斗鸡会选举执委”，说明了普利策接办前该报的新闻手法。而在普利策接办后的第一期《世界报》中，头版头条新闻是“致命的闪电”，报道新泽西州的一场火灾使六人丧命，十万桶原油毁于一旦。另一项大新闻描述了一个被定罪的杀人犯临刑前的最后时刻，文章详细报道罪犯如何辩称自己无罪，如何摇撼牢房的门，如何拒绝见牧师，以及在听死刑判决书时的反应。该期头版还刊登一项同类的消息，报道匹兹堡一个死囚受刑的情景，标题是“沃德·麦康基被绞死，从黑帽子下面大喊行刑者是凶手。”其后凡年普利策使他的报章充斥着有关堕胎、性骚扰、伤害他人身体罪、谋杀罪报道藉以吸引读者。他的报道通常都有插图，而且少不了犯罪现场图（以“X”标志出事地点）。

为吸引读者并保持发行量，普利策在报纸上搞了许多噱头，发起各种讨伐代征战，并四处搜索（或者编造）会引起轰动的丑闻。一八八五年，“人民的报纸”《世界报》呼吁人们每人捐献几美分修建自由女神像的基座。结果，该报收到十二万份捐款，集资十万美元，普利策的记者内莉·布莱（她的真名为伊丽莎白·科克伦）假装成精神病患者住进布莱克韦尔岛上的精神病院，然后发表一篇揭露该院骇人听闻黑幕的新闻报道（该文后来收入她所著《疯人院里的十天》一书）。接着，普利策又派她去打破儒尔·凡尔纳笔下人物菲内亚·福格创造的八十日环游世界纪录。《世界报》宣布，谁的猜测最接近内莉·布莱环游地球实际所用时间，就能获《世界报》免费招待游欧洲。报社收到近一百万人寄来的猜测。普利策偕同内莉·布莱乘专程火车从旧金

山到纽约，终于以七十二天六小时十一分十四秒完成旅程。

在突出罪案和各种噱头的同时，普利策还提高了体育新闻的地位。当然，体育早就是新闻报道的主题，但普利策却进而设立了一个体育部门。从前有关赛马的报道是放在牲畜行情栏内的。肯利策任命一位赛马权威人士担任他的体育部主任，表明了报道上的新重点。十九世纪末，其它日报也起而效尤，设立报道体育的专门部门。

即使不能亲临现场观看体育比赛，更谈不上直接参加比赛的人，也能天天读体育“新闻”，感受猜测鹿死谁手的乐趣，逐步培养对各项运动的狂热感情，而这正是他们的生活中所缺少的。赛马、自行车赛、竞走、旱冰赛、拳击，所有这类消息都有助于《世界报》增加销量。南北战争以后，新兴的棒球运动大行其道，而且看来定宜于报纸报道。新闻中累积的统计资料为球迷和记者了解球赛冠军和棒球高手（而不仅仅是比赛结果）提供了几乎取之不尽的资料。棒球的起源至今仍笼罩着一片神秘的色彩。流传最久的说法是：纽约州库琅斯敦的艾布纳·道布尔戴于一八三九年发明了这项运动。库珀斯敦后来成为“全国棒球名人纪念馆”的所在地。在十九世纪四十年代，纽约市的绅士们把棒球当作一种业余消遣。但是，发明棒球的人是把棒球作为一项大众化体育运动的。棒球不象赛马、马球或网球，它毋需专门场地，只需准备几件器材，业余爱好者也可以玩。南北战争期间，棒球在战线后方的士兵中（至少在北军的士兵中）盛行起来。并在这些士兵返回家乡后得到普及。一八六五年时的棒球运动尚不是今天这个样子，那时，投球手仍从肩下投球，接球手在球第一次回跳时把球接住，外野手不戴手套。

“辛辛那提红色长袜队”是第一支职业棒球队。这支球队在全国巡回比赛，行程超过一万一千英里，经五十六场比赛而保持不败。一八七六年，来自八个城市的球队成立了“全国职业棒球联合会”，该组织负责编纂比赛规则和安排赛程，并在一段时间内控制了棒球运动。按照该联合会制定的规则，小的棒球协会成立时，必须得到批准。“美国棒球协会”于一九〇一年成立，尽管“全国职业棒球联合会”最初表示反对。一九〇三年，两大协会握手言和，共同举办首届棒球冠军队大赛。从此，这项全国性的运动便具有二十世纪的形式。

职业棒球赛成了美国历史上一项组织最为严密的全国性运动。在一九一九年的棒球冠军队大赛中，八名芝加哥“白色短袜队”队员受贿，故意使该队败北，这件芝加哥“黑色短袜”丑闻披露之后，两大协会雇用一位名叫凯内索·蒙顿·兰迪斯的联邦地方法官掌握它们的事务，兰迪斯禁止犯规球员参赛，为棒球比赛规定了很高的道德标准。

一九二〇年，这项运动的一场变革吸引了更多观众，人们也更关心棒球比赛的统计数字了。巴尔的摩孤儿院出身的贝贝·鲁思一九一九年为波士顿“红色短袜队”创造二十九次全垒打从而打破所有纪录之后，大大激发了公众的兴趣。两大协会发现全垒打具有巨大的吸引力，便重新设计棒球。由于新球弹性好，优秀击球手更加容易成为全垒打球手。这种新式“全垒打赛”，进一步扩大了观众队伍，改变了打球风格，使棒球更具吸引力。贝贝·鲁思在一九二〇年创造五十四次全垒打，一九二一年五十九次，一九二七年达六十次。棒球的影响年年扩大。当赫伯特·胡佛总统出席观看一九三一年棒球冠军队大赛时，观众对他报以嘘声，而一个名为佩琅·马丁的“圣路易斯红

色队”的新手却因创造棒球冠军大赛五成的打击率而赢得观众的欢呼。居民对于本地棒球队热烈拥护的程度是美国体育运动史上前所未见的。成千上万的市民定期聚集在一起观看比赛，他们时而兴奋异常，时而又因胜负未卜而焦虑不已，对于这项运动所表现的体育精神，他们是深信不疑的。

科技的发展很快使棒球运动在国家生活中发挥了更大的作用，二十世纪四十年代后期，重大的棒球协会比赛都由电视转播。在五十年代以前，由于旅行工具是火车，两大主要协会球队的活动范围仅限于东部沿海地区和中西部东边的少数城市。在乘飞机旅行兴起之后，两大协会棒球队才跑遍全国。一九五三年，波士顿勇士队移师密尔沃基；一九五八年，布鲁克林的道奇队和纽约的巨人队则移师加利福尼亚。到了一九六九年，两大协会旗下属会已各增至十二个，因此，全国所有城市的棒球队都可以参加协会。加拿大蒙特利尔球队加入了“全国职业棒球联合会”。一年一度的日本全明星棒球赛也通过卫星向美国实况转播。

其它体育运动在与棒球争夺观众，但是至少在二十世纪后期以前，尚无球类比赛具有棒球那样的吸引力。篮球也许是唯一的无可置疑地起源于美国的主要群众性体育运动。一八九一年，马萨诸塞州斯普林菲尔德一位基督教青年会体育指导员发明了篮球，当时是作为天气不好时在室内玩的球类运动。橄榄球是从一种英国体育运动派生出来的球类运动。十九世纪七十年代在东部八所名牌大学的“常青藤联盟”中开展起来。一八八一年，校际橄榄球协会对橄榄球做了一些规定，类似以后二十世纪的规则。到了十九世纪九十年代，橄榄球观众一次可达五万人，他们都是哈佛队、耶鲁队或普林斯顿队的忠实球迷。在二十世纪的最初几十年里，橄榄球在美国大学校园内盛行。那时，大学橄榄球教练的薪金比大学校长的高并不是闻所未闻的事。橄榄球“奖学金”也比其它奖学优厚（有时还给人带来更大的荣誉）。

但职业橄榄球则有不同的发展史。一九一一年前后，职业橄榄球在俄亥俄州和宾夕法尼亚州西部的工矿城镇里兴起，球队队员包括在大学时就参加学校橄榄球队的。一九二一年成立的职业橄榄球协会很快就成为一个联邦性的组织，并为橄榄球规定了类似棒球规则的独家规则。全垒打给棒球运动注入了生命。同样，前进传球给橄榄球运动增添了生气，根据有关橄榄球的说法，在一九一六年韦斯利扬大学橄榄球队对那鲁队的比赛中，这项运动从单纯在前锋队员中推来推去的竞赛变成采用前进传球技术的竞赛。到了一九七一年，职业橄榄球战术之复杂已超过棒球。电视向全国千家万户转播球赛实况，安坐家中的观众可从很近的角度反复观看比赛。每年购票入场观看职业橄榄球赛的观众达一千万人左右。橄榄球赛已成为全国的盛典，感恩节的宗教礼拜和盛餐都为之失色。

二十世纪的美国人是否真正能够在体育运动中获得解脱，甩掉他们那种越来越千篇一律的会重复再现的生活呢？即使在体育运动中也很难保持自然的感觉和令人激动的悬念。

棒球已成为一项严肃的统计科学。一九六九年出版的《棒球百科全书》共二千三百三十五页，提供了仔细列出的一万九千场比赛的统计资料一览表，从打击率到至少参加一百场重大协会比赛的每个球员的详细职业生涯统计分析，从比赛中止的原因到打击手位置的代打，以及诸如全垒打百分数（每百次打击手所创全垒打次数）等新指数，一应俱全。这部书是信息概念公司编纂的。该公司运用电子计算机系统建立了棒球数据，电视收益和棒球的日

益普及使得遍布各地的公司取代了过去运动员的老板。

美国人还希望通过其它几个领域找到残留下来的不会重复、不可预言的生活。其中之一便是天气与天气预报，美国人对于该领域有了新的广泛兴趣。在一个农业人口每年递减，靠天吃饭的人日益减少的国度里，在日常主要交通工具汽车可在任何天气条件下行驶的国度里，在人们越来越习惯于暖气、空调、湿度调节器的国度里，这种重新唤醒的对于未来天气的兴趣是难以解释的。也许这是了解美国人追求自然发生的生活的另一条线索？

天气预报对于空中旅行是重要的，但这不足以解释为何居住在城市的美人对于气象数据和气象预报重新产生如此大的兴趣。第二次世界大战以后，有六百家商业广播电台每日定时广播（有时每小时或每半小时广播一次）气象报告。电视兴起之后，天气预报已成为每晚不可少的节目，电视台还同时播映气象图，单人杂耍演员的噱头笑料更为这个节目增色。这些演员就通过这种有关天气的杂耍表演而发迹。一九五一年，电话自动预报天气的做法（电话询问天气）首先在克利夫兰和费城采用，后在其它城市普及。

高效率的全国气象服务的发展有着许多原因。气象学同自然科学的其它学科一起，在十九世纪获得进展，但是，由于气象学必须收集各遥远地区在同一时间的气象情报，在电报发明之前，这门学科难有大的发展，也不能用于日常生活。一八四九年，刚成立不久的史密森学会的秘书约瑟夫·亨利收到首批通过电报传送的气象学观测资料，在此之前，他已经组织了一个观测员网。一八五四年，这些史密森学会的观测员分布在三十一个州以及加拿大、新斯科舍和巴拉圭，南北战争爆发时，全国已有五百个气象站。南北战争期间，人们为军事目的收集天气观测资料。因此，国会一八七一年设立国家气象台时，便把该机构置于陆军通讯兵团管辖之下。天气预报由电报传往气象站、火车站和美联社，再复制分送给邮局。在午夜作出预报后五小时，邮局便可收到。

天气预报对于农民特别重要。在十九世纪八十年代早期，一次气象台提前三十六小时向威斯康星州麦迪逊发出霜冻警告，农民本是有充分时间采取防冻措施以保护已成熟烟叶的，但由于一个电报员玩忽职守，未能尽快转发情报，烟叶全部遭到损失。一八九一年，气象局划归政府管辖，置于刚成立的农业部之下。在农业部的领导下，气象局的工作得到改善，业务范围扩大。一九一一年开始有预测未来三天的天气预报，有关寒流和霜冻的预报也有了改进。扩大的业务包括飓风和洪水报警，向公众报告森林火灾的新系统，以及为保护游艇驾驶人而发布的大风暴警告。一九四一年，由于航空日益重要，气象局又划归商务部。一九六一年四月一日，作为航天计划的副产物，“泰罗斯”气象卫星发射进入轨道，这颗卫星上的两部摄象机第一次给气象学家送来了大范围天气模型图。

生活在一个预先安排好的千篇一律的、可预知的、可重复的世界里，气象的变幻无常和神秘莫测给人一种新的刺激。呼风唤雨和左右室外天气的技术仍处于初级阶段。尽管气象学家面前已出现了预告天气的前景，居民们仍旧对于阳光的照耀或雨雪的来临感到有些难以预料。权威们曾说过：“天气的变化就象愚人的言谈。”但是，现在对于天气的兴趣已成为联结过去的纽带，提醒人们思索：人类随心所欲制造和重视生活的能力毕竟是有限的。人们之所以关心天气，是想借此体验神秘的、自然形成的事物。

第三部分 大众性文化

“在欧洲只有那些具备赌徒不顾后果的精神或天才的无比信心的人才敢做的事，美国人都可以放胆去干。美国人之所以具有这种优越的条件是因为他们拥有自由和广大的新土地。”

——查尔斯·埃利奥特

“匹·奥米加·罗曾经问：有人说，美国人享有想什么就说什么的自由，因为他们从来未曾想到过竟然还有不能自由说的事情。这种说法正确吗？”

——利奥·西拉德：《海豚的心声》

“民主的一切弊端都可以由更多的民主来医治。”

——艾尔·史密斯

旧世界的文明就其性质而言是贵族化的，这毫无奥秘可因为那时的文化和财富都被少数人所掌握。早期的革命曾致力于传播知识，把知识作为工具交到许多人手里。十九世纪以来的革命旨在更广泛地分散财富，以求达到公正或者平等。美国的文明，在其完成民主使命的过程中，不仅将要广泛地散布财富，而且还将使财富以新的形式出现。现代初期的自由运动把知识自尘封的古希腊、拉丁、希伯来和阿拉伯深奥的书籍里移放到充满新鲜空气的民间文化中。在美国，为了普及语言和知识，步子迈得更加大胆坚定了。日常口头语言以及原先只有在市场里得到承认的知识，现已在各级学校和高等学术机构占据主宰地位。对知识和艺术的定义均重新加以阐释，以加强其吸引力，为更多的人所掌握。而精密的科技，过去只有远方人士才熟悉，并且一度只为有钱有势的人所拥有，现在普通公民都接触得到了。

第七章 财产的涵义淡化了

“产业是人人都想要的，无疑是世间好东西。不要让无家的人去毁坏别人的房屋，而要让他们辛勤劳动，建造自己的房屋；通过这种榜样作用，就能确保他自己的房屋建成后，不至于遭到别人的破坏。”

——亚伯拉罕·林肯

“公司同真人是一样的，只是公司没有腿让人去踢，没有灵魂供人咒骂罢了——老天，它应该两样都有才好！”

——一位西部法官

在南北战争结束后的那个世纪里，享有产业的美国人比过去大大增多了。他们所拥有的不再仅仅是土地、房屋、家畜及生财工具之类自有文字记载以来的传统“产业”。这个新国家制造出新的产业。新产品的种类不计其数——汽车只是其中的一种——而且生产数量如此之大，需要它们的人如此之多，以致拥有这些东西只是表示一种生活水平。如果不拥有这些新东西，就被认为是连生活必需品都没有，而拥有这些东西的人，也不一定被视作是富足。

产业的激增和普及带来了微妙的后果，最强有力的产业形式和产业制造者——即公司企业——最恪守法规，同时又是最面目模糊。随着汽车之类新产品的问世，新的付款及借贷方式也应运而生。“拥有产业”的人多了，而“拥有产业”的确切含义究竟是什么，却奇怪地变得难以确定了。

在美国，“先到先得”的原则曾经决定着矿藏和西部大草原无主土地的归属，使财产法回复到它的基本法则上。然而，也正是在美国，财产变得越来越复杂，越来越抽象，越来越稀松。迅速的变化改变着人们所感受到的东西。广告赋予外观以新的含义；包装变成了商品。

四十六 无穷无尽的所有权

在美国，公司必然被赋予丰富多采的新生命。公司作为政府的产物，是永存的。而且，立法者们可以任意使公司具有任何权力。因此，公众领袖长期以来对公司一直畏怕三分。十七世纪反对暴君、倡导习惯法权利的法学界泰斗爱德华·科克爵士就曾警告说，公司“不会犯叛国罪，也不能被取缔，更不能被驱逐，因为它们没有灵魂。”虽然美国人没能给公司以灵魂，但他们却眼看着公司在其它方面发生不可思议的变化。在美国，公司以空前的规模繁殖倍增，它们遍布全国每个角落，而且最终渗透到每个公民的日常生活里去。作为一个老类属中的新品种，美国公司并非不具备某些危险的特征，但它却使财产大众化了（这是科克当年绝对想象不到的）。

美国各州本身就植根于公司：伦敦弗吉尼亚公司、马萨诸塞海湾公司以及其它诸如此类的殖民地最初都是在得到特许之后建立起来的贸易公司。纵观历史，公司是一种自治机构，有权力制定规章，还可以做各种形形色色的事情，凡是遥远的中央政府鞭长莫及，无法做的、不知道如何做的或者不愿意做的事情，公司一律均可包办。我们的殖民史恰似一张一览表，记录着美国各个公司学会做的事情。因此，在某种意义上说，美国的联邦主义是公司的副产品，是其创造的各种新奇事物中的一种。

曾几何时，这些十六世纪孱弱的公司摇身一变都成了一个具有主权的州。到了十九和二十世纪，这些州又反过来使成千上万个新型的公司得以成立，并将其所有权广布于千百万公民手中。

法律和规章的含混性曾导致美国独立。现在，同样的因素又体现在美国早期的公司法之中。虽然从某种意义上说，殖民地十三个州的政府都是“主权”政府，但关于这些政府是否具有创建公司的权力，并没有明确的规定。这种模糊不清的特点使美国的学院和大学——哈佛、威廉与玛丽、耶鲁以及达特默思，等等——得以发展到旧世界闻所未闻的程度。南北战争之前，美国最高法院通过的一系列划时代的判决中有很大一部分（其中包括《达特默思学院案》、《麦卡洛克诉马里兰州案》、《查尔斯河桥公司诉沃伦桥公司案》）都是为了说明公司在这个新的联邦里应当发挥何种作用。

美国独立表明，建立公司的权力属于大西洋此岸。大陆会议于一七八一年特许成立北美银行。根据新宪法，国会特许成立一个国家银行。迄至一八〇一年，已有三百个以上的公司得到新的州政府的特许，其中绝大多数从事银行业和保险业以及修筑运河和公路。所有这些公司都是按照惯例，根据州立法机构通过的某个法案成立的，十九世纪早期，这类公司与日俱增。到一八三〇年，仅新英格兰一个地区，就有大约两千家之多。

早在南北战争之前，美国各州就开始以“一般公司法”的形式制定新的法律了。有了这类法律程序，人们再也没有必要为了通过一项成立公司的特别法案而四处奔走，或是在法院寻朋觅友、贿赂国王或其顾问，或是为了请立法机构成员帮忙而送礼酬谢。公司成了一种标准商品，任何人只消遵循规定的简单步骤，并交纳一小笔注册费就可以成立公司。公司就这样发展得“大众化”起来。

旧世界的局面整个颠倒了过来，在美国，不是商人为了取得成立公司的特权四处奔波，相反却是各州竞相赢得商人的青睐。土地投机商、城市创业

者以及兴办铁路的人为自然人及其家庭描绘的美好前景，对这些法人具有同样的诱惑力。商人被怂恿着把他们新的法律实体建立在特拉华、新泽西和内华达州，而不要建在马萨诸塞、宾夕法尼亚和纽约州。特拉华、新泽西和内华达都是人口较少的州，它们在这场竞争中，心情格外迫切，手段也格外巧妙。前文已经比较详细地讲过内华达州那些开拓者们是怎样利用这场竞争以及其它“联邦商品”的。

关于制定这些一般公司法，众所周知的动机有两个：一、以前各公司可以设法使一个抱友好态度的立法机构通过该公司自己起草的公司法案，并因此得到某些特权。现在的情况不是这样了，因而使公众得到保障。二、鼓励工商业的发展。

通过一般公司法之后，凡是法律上具备条件的人，都可以获得州的特许证而组建公司，这并不比领一张结婚证书困难多少。纽约州率先于一八一一年通过公司法。随后，康涅狄格和马萨诸塞州也分别于一八一七和一八三三年通过了公司法。杰克逊时代的反公司偏见消失之后，马里兰、新泽西、宾夕法尼亚、印第安纳和弗吉尼亚等州也都先后通过了类似的法律。迄至一八六一年，有十几个州都在自己的州宪法中明文规定，自此之后成立公司必须遵照一般公司法，立法机构不能再为公司的成立而通过什么特别法案。但各州的规定不尽相同，各个新的公司实体得到的特权各不相同，南北战争前的二十年里，这些由州立法机构造就出来的大批法人开办了银行、工厂和旅馆，修筑了运河和公路，铺设了电报线路。

同事业心强的个人相比，公司具有很多优越性，由于公司是法律的产物，是不死的，因此，它的合同和租约都是长期存在的。在这方面，自然人无法与之相比。在大规模的风险事业中，公司具有更明显的优越性。成千上万个小投资者可以通过入股的形式获得一份所有权。（“有限责任”变得流行了。）他们知道，自己不对公司的债务负责，因此他们的损失最多也就是购买股份所花的钱。股份这种投资单位可以依公司的需要和公众的兴趣减少或增多。根据各州的公司法以及各公司受权力管理本公司所制定的具体条例，公司的事务可以由几个经理负责管理。股东们可以分享意外的收入，而“有限责任”则使他们不会因意外的损失而受到影响。

就这样，“财产”通过这些方式，这种把所有权和管理权分开的方式，而成倍地增长了。它具有一种新的内涵、新的神秘性和新的令人难以理解的特征。固然，普通公民对富人的做法总感到不自在，但是，一向用来衡量富人财富的尺度——土地、房屋、黄金、毛皮、宝石——并不是什么神秘的东西。现在却出现了一种新的财产玄学。要想衡量实力雄厚的人在一场幸运的赌博中所取得的胜利是需要一种尺度的，而这种尺度对于外人来说变成了既抽象又令人莫名其妙的玄而又玄的实体，正如新柏拉图主义者普罗提诺所言的第五元素或者圣灵放射出来的神学光辉之于中世纪的奴隶一样。然而，与此同时，普通公民又被吸引着要得到这些东西。到二十世纪，他们打入了公司有价证券市场。

律师是这种新财产玄学的高级鼓吹者。正象律师能辨明会使这个或那个投资者发财的专利中难以察觉的细微区别一样，现在他们则掌握着公司法的神秘特性，律师们可以使用许多外行人根本想不到的新手段来聚集、合并和控制公司的财富。对他们来说，著名神学家和哲学家邓斯·斯科图斯和阿奎纳斯的巧妙之处简直就象小孩子游戏一样简单。财产变成了一种新的神秘领

域。

这种新玄学的典型产物就是标准石油托拉斯。南北战争之后不久通过的一般公司法没有为几家公司合并成一家大公司提供任何合法途径。显然，这对于实力雄厚而雄心勃勃的开拓老手，如约翰·洛克菲勒来说实在太不方便了。他的座右铭是，最经济、因而也是最赚钱的企业是最大的企业。洛克菲勒及其合作者们迫切需要一种方法来建立一个“许多公司合成的公司”。他们想以合法手段把几家公司的财产联合起来，以便吞并他们的竞争对手。为此，一八七九年，根据一项秘密协议，俄亥俄标准石油公司的股东们把股份转到九名受托人名下，换来一张“托管证书”。受托人们全权负责管理公司事务，股东们则分享利润。就这样，标准石油托拉斯通过和其它公司的股东们之间类似的安排，为了很实际的目的而转化成为一个“许多公司合成的公司”。

“托拉斯”本是英国古代的一种法律手段，也称“信托”，一般用在财产法里，旨在照顾寡妇和未成年儿童的利益，同时也是一种慈善事业。因为这一概念是由“衡平法”（英国法律的一个补充部分）、而不是由习惯法发展来的，所以，“托拉斯”和其它法律实体相比，就更没有严格的定义，更加灵活，也更加不正规了。

最早使这个目标得以实现的是一八七九年的文件（一八八二年的托拉斯协定进一步发展了这一文件）。该文件由洛克菲勒才华超群的律师塞缪尔·多德起草。多德的一生是对美国律师的一个讽喻。他原是西宾夕法尼亚一个木匠的儿子，半工半读从杰斐逊学院毕业，然后在一个小镇的律师事务所实习，以进一步攻读法律。他于一八五九年取得律师资格。那年正逢德雷克第一次发现油田，而且就发生在小镇附近。多德预见到石油必能赚到大钱，石油大王们必将就如何组织好自己的企业征询意见。于是，他潜心研究了公司法和衡平法里错综复杂的条文。最初，他是为消费者和小生产厂家服务的，他曾作为代表参加了一八七二年至一八七三年宾夕法尼亚州的制宪会议，把禁止回扣的条文写进了宪法，回扣是洛克菲勒用来压制竞争的一个手段。一八八一年，他成为标准石油公司的律师，迁居纽约，为了给他的主顾洛克菲勒提供最稳当妥善的建议，他干脆不要公司的股份，而只接受按当时的标准来说不高的一份薪水。但是他成了当时最能干的法律玄学家之一，他那些被广泛应用的发明创造在从南北战争到二十世纪初这段时期内，为大企业的发展提供了重要的法律基础。

这些强有力的新法律手段使最大宗的交易能够在极为保密的情况下进行。实力雄厚而又雄心勃勃的开拓者利用律师们一手制造出来的法律精髓中那些微妙而不可言传的东西，为他们的各种安排披上了一层“非正式”的外衣。约翰·洛克菲勒多年来一直很会掩盖他大量合并公司的活动。那些和标准石油公司谈判的人写信时往往都是用假名，洛克菲勒还提醒他们“千万要对妻子保密”。多德和其他一些律师构想出来的这些东西就是为了给所有必要的交易罩上一个合法的光环。

洛克菲勒一位最亲密的合伙人一八七九年在纽约州立法机构的一个调查委员会里作证，他的证词把狡猾与非正式性这两者之间的绝妙结合生动地表达了出来。当时站在证人席上的是H.H.罗杰斯，石油工业的一位先驱，曾发明把石油精从原油中分离出来的方法。他后来成了标准石油公司的头面人

物。

问：你说过，实际上百分之九十五的炼油厂都是受标准石油公司安排的，是这样吗？

答：我说过百分之九十至九十五。不过，我想我说的是协调一致。

问：当你说它们和标准石油公司协调一致时，你的意思是什么？

答：如果我和我的妻子协调一致，我想，这就是说我和她关系融洽，和她工作配合得很好。

问：你和她结了婚，你们有婚约，是吧？

答：是的，先生。

问：你的意思就是这个吧？

答：唔，有些人虽未结婚，但生活在一起也关系融洽。

问：他们之间没有婚约？

答：我听说是这样。

问：那么，你指的是那一种呢？你是说那些受标准石油公司安排并与其协调一致的人和标准公司有婚姻关系呢？还是说他们仍是自由的——独身的？

答：只要他们都愿意，倒不一定非如此不可。

问：那么这是不是一种由婚约带来的协调一致呢？……

答：唔，如果不去追问细节的话，我是说他们的关系非常融洽。

问：但是我们想了解具体细节。我们就是想知道那是一种什么样的协调一致，它的内容是什么，是什么因素导致了这种协调一致。

答：难道人们之间和睦相处是一种铁路运输上的弊端或是一种恶习？

问：不是。协调一致并非恶习。但是法律认为某些形式的协调一致属于共谋行为。

答：是啊，我也听说过。……不过我脑子里思考的问题是，即使泄露秘密不会给我带来任何损害，难道这是我应当做的事吗？

罗杰斯后来成了马克·吐温的财务顾问和密友，这是丝毫不令人奇怪的。

在长达六年的时间里，一八八二年的标准石油托拉斯协定一直秘而不宣。但是与此同时，其他一些想大干一番的开拓者也步多德之后尘，组织了美国棉籽油托拉斯（一八八四年），全国亚麻籽油托拉斯（一八八五年）以及酿酒业和牛饲料业托拉斯（一八八七年）。消费者和政治家们对于垄断的不断发展日益警觉起来，他们于一八九一年通过了《谢尔曼反托拉斯法》，反对“限制州际贸易和商业活动的任何契约、联合……或共谋行动。”然而，那些有能力以开拓精神组建大企业的人，靠着他们的法律玄学家的帮助，是不会因此而停步的。对付他们的法律无异于一项禁止刮风的法律。一八九二年，俄亥俄州最高法院做出判决，确定标准石油托拉斯是个非法联合体，俄亥俄标准石油公司加入该托拉斯是逾越了自己的法人权限。然而，这一判决只不过是律师们才智的一个挑战罢了。

托拉斯被取缔之后，多德又发明了“控股公司”。这是一种新型的公司，其法人权限明确包括控制其它公司股份的权力。多德发现，新的新泽西州一般公司法没有宣布这种方式为非法，就于一八九九年把新泽西标准石油公司建成一个控股公司，其它地方也陆续照此行事。美国钢铁公司在一位能干的伊利诺伊律师埃尔伯特·加里的指导下于一九零一年成立。这是美国第一家按多德控股公司格局建立的拥有十亿美元资产的公司。

合并的趋势一直延续到二十世纪初。据估计，到一九零四年，全国制造业资本的将近一半都控制在大约三百家托拉斯或类似托拉斯的法人手中。尽

管禁止合并的法律越来越多（最引人注目的是一八九 年的谢尔曼反托拉斯法和一九一四年的克莱顿法），而且这些法律也一阵阵地付诸实施，大企业还是越发展越大了。彼士顿律师路易斯·布兰代斯曾攻击东北地区铁路效率太低，他使“科学管理”成为全国性的口号。现在，他成了公众心目中的英雄人物，一九一三年，当他揭露少数人如何躲在幕后利用法律来获得巨大的新权力时，又提出一个有力的、一目了然的口号：“这是别人的钱”。

布兰代斯解释道：投资托拉斯所经营的不光是业已存在着的公司的有价证券，实际上为了达到自己的目的它们还不惜一切凭空制造出股份来。“于是，J.P.摩根公司就建立了钢铁托拉斯、联合收割机托拉斯和航运业托拉斯。这样，投资银行家们便集助产士和承办人的职责于一身，当公司遇到灾难的时候，就变成有价证券持有人‘保护委员会’的成员：他们以整顿管理人的身份使失败的公司得以再生，并最终成为这些公司的经理。”布兰代斯成为一场运动的喉舌，这场声势浩大的运动专门讨伐“大”的罪恶，伍德罗·威尔逊总统按照布兰代斯的方式提出的“新自由”，就是旨在使人们摆脱托拉斯，也就是说，摆脱“大”。

就托拉斯和“大”而进行的辩论贯穿于整个二十世纪。一九一一年，美国最高法院宣布，只有不符合公众利益的、对贸易的“不合理”限制才受到取缔。民多经济学家和热心公益的律师也逐渐改变了看法，认为“大”本身并不足以形成罪恶；并且，没有庞大的和不断发展的企业，工业美国是不可能繁荣昌盛的，改良主义者开始转而去寻找保护小投资者和小商人利益的手段。“有关股票买卖的美国州法律”一九一一年在堪萨斯通过，并在各州执行——这是美国另一项新法律，旨在保障无辜公司免受不负责任的公司蒙骗。这些十九世纪钻石骗案大骗子的后辈把他们的宝山深藏在公司法的黑暗王国里，他们用股票交易中的各种好处来引诱受害者。一九二九年十月股票市场崩溃之后，公众强烈要求制定管理证券市场的法律，以防止舞弊行为。一九三四年，继一系列联邦和州的法律之后，又根据证券交易所法设立了一个有价证券和交易所委员会，专门监督股票市场，并要求股票上市公司公布可供核查的事实材料，然而，无论政府进行多少监督，都不能驱散笼罩在那些巨大的和举足轻重的公司企业周围的神秘气氛，以致普通公民根本无法看清其庐山真面目。

南北战争以后，公司（不仅仅是大企业）成了美国十分普遍的工商业实体。早在一九 年之前，美国所有制成品中就已经有三分之二是公司的产品了。到一九三 年，这个数字已超过百分之九十，制造业职工中有百分之九十以上都受雇于各公司。生产性的财富和生产也越来越集中于最大的公司手中，并且，这种势头还在继续发展，一九二九年，一百家最大的制造业公司的资产占全国制造业资产总数的百分之四十。到一九六二年，这个数字已增至近百分之五十。公司以这种形式渗透到美国人生活的所有角落，不仅仅是制造业、商业和建筑业，而且日益进入个人服务业。

另外，公司也促成了崭新的财产所有权形式。拥有财产所有权的不再是少数几个“资本家”、金融家或银行家，越来越多的数以百万计的人有了财产所有权。一九二九年，大约有一百万美国人拥有普通股份；到一九五九年，有普通股份的人增至一千二百五十万人，一九七 年更增至三千一百万人。美国成了一个公民股东国家。公司股票所有者遍及各行各业、各种不同教育

水平的人，他们遍布城市和乡村的所有地方。“拥有者”再也不是管理者了。早在一九二九年，最大的铁路（宾夕法尼亚铁路）拥有十九万六千一百一十九个股东，最大的公用事业公司（美国电话电报公司）拥有四十六万九千八百零一个股东，最大的工业公司（美国钢铁公司）拥有十八万二千五百八十五个股东。它们的股东名单表明各个公司主要大股东所拥有的股份还不足百分之一。

一九三二年，A. A. 伯利和加德纳·米恩斯出版了他们合著的《现代公司与私人财产》一书。在此之后，人们已毫不怀疑，在当代美国，拥有财产这件事本身已经有了新的含义——从某种意义上说，显然是更加大众化了；但与此同时，也更加神秘化了。在这个“人民的资本主义”中，越来越多的公民“拥有”生产手段。然而，他们所拥有的到底是什么呢？

对大部分人来说，他们的所有权的含义并不明确。在股东的圈子里，“大众化”这种形式只能使他们的所有权变得更加令人迷惑不解。当然，很多股东觉得，他们的股份只不过是比银行储蓄有较大投机性的一种方式罢了。但是，从法律上讲，股东掌握着国家最大公司的控制权，而股份的表决权则最终控制着美国工业的命运。一九二九年三月八日，小约翰·洛克菲勒以五百五十一万九千二百一十票对二百九十五万四千九百八十六票从斯图尔特上校手中夺得了印第安纳标准石油公司的控制权。一九五五年，在芝加哥施里纳大厦召开的蒙哥马利·沃德公司股东大会一次戏剧性的会议上，休厄尔·艾弗里在经营了三十年之后，丢掉了管理权。沃德公司走上了一条崭新的道路，公司代理人之战不断成为报上的头版重要消息，电视也对此进行报道，而公众却如堕五里雾中。广大美国人只是在伯利和米恩斯称之为“消极财产”的一个硕大新体系中有自己的一份而已。

然而，这只是故事的一半，而且可能还不是最富有美国特色的那一半，美国民族在一种模糊不清的状态中兴旺发达起来——地域范围没有明确的划分：作为一个美国人到底意味着什么，没有明确的答案：而且，在现在和未来之间也没有明确的界限。当美国股东们拥有连他们自己也不太清楚或根本不理解的权力时，财产这种曾经是人的所有物的最具体和最保险的东西，反而变成了滋生含糊概念的一个新源泉。到二十世纪后期，人们只是部分地了解各种可能性：这些被发明出来的实体前途无量，难以预测。

与以往相比，“私有”财产愈来愈不象是私人的事了。只要一个公司同时被几个人所拥有，所有权的职责和归属就很容易为人所知。但是，一旦这个公司变成“上市的”，即成为一个众多股份的公司，它的所有权就分散了，甚至消失了。因此，“上市”同时也可以意味着“秘密化”，因为规模和数量本身——即大众化的程度——就能够产生不确定性和秘密性。

四十七 不明确的财产

当亨利·福特的生产线开始生产出成千上万辆汽车时，美国人自然而然地就产生了拥有一辆汽车的愿望。但是，汽车的普及所涉及的并不只是制造、自动化或生产设计方面的问题。一九一九年十月生产的第一种T型汽车，价格不下九百美元。随后，尽管生产工艺有所改进，人们的需求也不断扩大，一九一六年的T型汽车价格已降到三百四十五美元一辆，但普通美国人还是要倾尽囊中之物才能买得起。这是第一次出现大批量生产的、价钱占一个家庭年收入百分之一至二十的消费品。

要使美国人民拥有汽车，还需要其它的社会发明，这种发明丝毫不亚于生产线本身。二十世纪二十年代中期以后（二次世界大战期间除外），新汽车的出生率一般都高于人口的出生率。迄至一九六一年，已有约六千万辆汽车登记注册。这要归功于销售、购买和信贷方面的新体制，这些体制发展得比汽车生产技术还快，而且使所有权的含义更加不明确了。

虽然福特愿意千方百计地用新方法大量生产汽车，但他却被自己老式的道德观束缚住了手脚，他总认为，人们应当节俭和稳健，只买那些他们付得起钱的东西。福特从一开始就反对任何形式的分期付款方法，他赞成的唯一一种资助消费者的方法其实根本算不上什么信贷，而是象为将来购买圣诞礼物而设的无息存款那样，鼓励人们存钱，直到他们能付现金购买福特牌汽车为止。一九二三年，他宣布推行“福特每周购买法”，按照这个办法，买主可以在一个经营福特牌汽车的商人那里登记，并在银行里存入至少五美元，然后每星期存入一笔款项，直至存够买一辆福特牌汽车的钱。买主可得到利息，并可随意取出这笔钱。一旦钱够了，他就把钱交给汽车商，后者就把车交给他。在这个办法实施的头一年半里，约有四十万人加入，其中十三万一千人（少于通常一个月卖掉的福特汽车）最后把钱付清，得到了汽车，商人们希望快速成交，所以对这种办法不感兴趣；推销员也不愿意等那么长时间才得到佣金。从买主的角度看，这个办法的致命弱点就是他必得等攒够了钱才能得到汽车。

因此，需要有一种方法，使人们在真正拥有汽车之前就能够“有”汽车。那些“买不起”汽车的人毕竟还是想要汽车的，象汽车这种昂贵的商品如果要为一般公众所有，那么，福特那种古老的道德，以及勤俭节约和从长远打算的做法是行不通的。

这个问题的答案是“分期付款购货法”（installment plan）——这是一个美国创用词，最早出现在土地的购买中。随着汽车的普及，分期付款成了美国一种主要的体制。亨利·福特始终坚持他的节俭美德，但是其他有胆魄的美国人则把自己的运气押在改变旧的节俭观和拥有概念的方法上。他们使得无数辆福特牌汽车得以卖掉。一九二三年，汽车的销售量达三百五十万辆以上，其中将近百分之八十是通过某种分期付款的方式购买的。这些方式的实质就在于使买主在攒够钱之前就拥有并使用一辆自己的汽车。

类似的方法早就在土地抵押上使用过。但是，在西欧所有的法律体系中，抵押法都是技术性极强的，里面规定了各种保障措施，保证贷方不会因借方不负责任而失掉其抵押品，同时也保护借方不会因贷方蛮不讲理而受损害。不过，土地既不能被毁灭，也不能被搬动。债权人总知道他的抵押品在什么

地方，债务人也不能携带财产潜逃。房地产是一种特殊商品。在生产线上生产出大批汽车之前，人们普遍使用的物品中还没有什么东西贵得使人们非得用分期付款的办法不可。

十九世纪中叶以后，美国人在出售缝纫机、炉子以及钢琴等批量生产而价格又较高的消费品时也曾试验过分期付款的方式。然而，这只不过是生产厂商的一种销售方法，并没有贯穿到整个经济之中。但是，在汽车之前，显然已经存在着一些新的因素，正为创立一个分期付款购物者的国家准备条件，工厂使用新改良过的金属（特别是钢铁）生产出大批几乎所有的人都希望拥有的耐用品，既然一台旧的缝纫机经修理后总可以在旧货市场卖出去，那么，零售商让他的顾客一面付款一面使用缝纫机的这种做法也就不能算是轻率了。另外，随着工业的兴起，工资的节奏也改变了：农场主或农业工人的收入是按季节算的。但是占人口比例越来越大的工厂工人却定期领工资，因此，他们全年都可以为自己用分期付款方法购买的东西每星期付一次钱。

然而，分期付款购物直到汽车时代才真正成为美国一种流行的体制。因此，从根本上说，这是随着汽车的出现而产生的一种方法。和英国词“租借—购买”（hire, purchase）相比，美国词“分期付款购货法”更加含糊不清，同时也更带有乐观色彩，汽车这种商品大贵了，商人们自己难以为买主提供信贷，一九一五年，当汽车的年销售量接近一百万辆时，俄亥俄州托莱多市一些商人成立了一个公司——担保信贷公司，专门资助人们用分期付款的方式购买威刊斯—奥佛兰牌汽车。当经营其它牌号汽车的商人也纷纷要求帮忙时，该公司迁到了纽约，并向买主和卖主们宣布，今后，担保信贷公司将用分期付款方法购买所列二十一种牌号汽车的人提供帮助。该公司自称是“第一家有组织的全国性服务机构，专门帮助商人销售汽车”，并在《星期六晚邮报》上刊登了广告，即“现在你可以用分期付款方法得到你最中意的汽车”了。一九一七年，有四十家大的汽车销售信贷公司；一九二二年增加到一千家：到一九二五年，这种公司已超过一千七百家。这时，汽车制造业在美国工业中也跃居第一位。

主要的汽车生产厂家开始成立自己的信贷公司了。通用汽车公司受到担保信贷公司成就的启发，于一九一九年率先创办这项业务。福特公司终于也在一九二八年改弦易辙，成立了环球信贷公司，一是为了资助销售福特牌和林肯牌汽车的商人，二是为了帮助买主购买汽车。这家公司只要商人为他手中的每辆汽车预先支付车价的十分之一；另外，公司信贷使买主先付车价的三分之一就可以得到汽车，余额在一年内付清。火灾保险和盗窃保险部包括在内，不另外收费。福特公司开始把分期付款信贷开支计算在生产成本内，说“信贷成本和用在汽车生产中的任何材料的成本一样重要。从任何意义上来说，它都是一种商品。”

那些早已站稳脚根的机构现在反而落在后面了，这种现象使得人们格外注意观念的转变。商业银行似乎应当是资助分期付款销售货物的正规机构，但它却拒绝甚至反对这种新的敛财方式。通用汽车公司的小艾尔弗雷德·斯隆评论说：“银行家们心里想的一定是巴尼·奥德费尔德，和星期天坐着后部顶盖可以开合的小汽车沿着林荫大道兜风，也就是说，他们把汽车看成一种运动器械和一种消遣用具，而不是自从有了铁路以来交通领域里最大的革命。他们觉得把消费信贷用于一般人委实风险太大。另外，他们还从道义角度根本上反对为购买奢侈品提供信贷，因为他们显然认为鼓励消费必定就是

不鼓励节俭。”直到一九二六年，美国银行家协会仍旧认为应当用现钱购买汽车，并劝告协会成员不要为客户分期付款购货提供信贷。然而，到了二十世纪三十年代中期，银行本身也搞起分期付款信贷业务来了。二次世界大战前，它们满怀热情地为分期付款购货信贷寻找主顾。“首期款”（down payment）一词就是这个时期开始出现在美国语言中。“信用合作社”（credit union，这也是个美国创用词）是为了更加方便分期付款购货而新创办的一种合作社，到二十世纪五十年代中期这种合作社已经提供了十多亿美元的信贷。

汽车生产集中在少数几家公司的情况促进了分期付款购货信贷的发展。二十世纪初期，新牌号的汽车很快出现，又很快消失。时至一九五一年，美国生产了大约二千种不同牌号的汽车。在这样一个变化多端的市场上，很可能当买主把一辆汽车的钱付清时，生产厂家已经停产，结果买主买不到保养车子的零配件。后来，到了二十世纪五十年代，市场被通用、福特和克莱斯勒凡家公司控制，买主买的是已经打响的牌子，这样就减少了贷方所承担的风险。

于是，分期付款购货就变得和其它任何一种形式的信贷一样可靠和受重视了。第二次世界大战期间，银行家们担心，使用分期付款购货法的成千上万已参军的人会利用士兵与海员民事豁免法，该法案订明部队人员在战争期间可以免交分期付款中该付的款项。但是，实际上几乎没有人中断付款或退回他们用分期付款法购买的汽车，这一惊人事实使分期付款购货法在战后更加为人们所接受。在不到五十年的时间里（一九一九年至一九六三年），通用汽车公司用分期付款购货法使近五千万人买到了汽车。

汽车生产使美国有了最雄厚的分期付款信贷基金。与此同时，分期付款购货也成了人们为得到日益增多的各种耐用消费品所越来越普遍采用的方法。由于有分期付款购货法，才有今天美国人的生活水准，这种说法并不算过份。第二次世界大战开始时，用分期付款购货法销售的东西主要是收音机、留声机、电冰箱、煤气灶和电炉、食品搅拌器、热水器、洗衣机、熨烫器和真空吸尘器，二十五年之后，这个市场开始发展到包括空调机、除湿机、机动割草机、食品冷冻机、垃圾处理机、洗碗机、调频收音机、电视机、壁炉、计时煮煮器、烘干机、地板打光机、自动咖啡壶、电动搅拌器、吹风机、蒸汽浴设备、运动器械、减肥器械以及电动切刀，等等。简单易行的分期付款购货法还扩展到价格昂贵的娱乐用品，如汽艇、由汽车拖曳的活动度假房屋和假期欧洲旅行。到六十年代中期，分期付款信贷额是任何其它种类的消费信贷的三倍。四分之一以上的美国家庭用分期付款法购买汽车。小额的首期付款和优惠的条件使美国人可以逐步提高他们的消费水平，每年都有人买标价更高的汽车。到一九七一年，三分之二的新车和一半的旧车都是用分期付款法购买的。

随着分期付款购货成为人们普遍采用的方法，取得分期付款信贷的个人条件也降低了，甚至不复存在了。几乎任何人都可以随时买到汽车，买一辆新车首期只需付全价的五分之一，甚至更少，余额可以在三年内付清，这种情况并不少见。由于每年或每半年就推出一种新的型号，而新型号对旧型号所做的改进又通过广告大肆渲染，还由于各种广告尽一切可能吹嘘最新型号汽车的必不可少的优点（言外之意也就是宣传去年型号的缺陷），因此，很

多买主对自己去年或前年型号的汽车的感情就越变越淡薄。但是，买主看不到的隐蔽的高利率，贷方手中所掌握的大量各种牌号和各个年代汽车买卖情况的资料，以及消费者信用贷款评定机构所得到的信息，全都证明贷方承担的风险是值得的。

美国人很快就失去了对自己最新型号汽车的热爱，他对这汽车越来越没有感情了。一般说来，当他把汽车拿到手时，他根本算不上这辆汽车的主人，他和汽车之间的关系只靠很小一笔投资维系着。等他把钱付清时，这辆汽车已经是老式的了（至少汽车制造商是如此说）。阿瑟·密勒的话剧《推销员之死》（一九四九年）中的主人公威利·洛曼十分感慨他说道：“我这辈子就一直盼望能够在—件东西用坏之前就成为它的主人。我总是和废品堆积场赛跑。我刚刚付清一辆车的钱，这车就已经散架了。电冰箱磨损起中带来活象个十足的疯子。他们给这些东西定下时限，所以，当你终于付清钱时，它们已经破烂不堪了。”

由于分期付款信贷变得越来越普遍，早先那种节俭美德比以往任何时候都更加没有意义了。美国生活水准意味着在付清钱之前就享用的习惯，而这种习惯成了工业化必不可少的条件。

二十世纪中期，对汽车的需求还使另外一种商业体制应运而生，它改变了货币本身的功能。随着汽车普及到全国各地，互相竞争的油公司竞相以提供信贷的方式吸引开车的人使用他们那个牌号的汽油。不过，加油站信用必须和汽车一样灵活。于是，油公司就发给它们的顾客一种在全国许多加油站都可以使用的证明卡。这就是“信用卡”（credit card）的开端——信用卡也是一个美国创用语，后来发展成为一种体制，并成为美国生活水准的一个标志。

汽油信用卡后来转化成为一种通用信用卡。一九五一年，由餐客俱乐部开始，接着全权委托公司和美国运通公司步其后尘，把发放信用卡和承担信用卡结帐的风险变成了一个赚钱的新行业。这些公司利用联邦所得税法的规定。用业务支出的记录和收据来证明可做扣除的款项）提供一种可扣除的开支帐单。零售商愿意接受信用卡，因为发信用卡的公司保证立即以现金支付所有用信用卡结算的帐目，只扣除百分之二至百分之五的服务费。顾客们为了得到随意赊帐的便利，也愿意每年交纳会员费（六美元以上）。银行很快也开始发行自己的信用卡。到一九六七年，已经有二百多万人持有美国银行的信用卡，他们每年的帐单高达二亿五千万美元。

信用卡使商业界进一步大众化了。现在，即使一个加油站的主人或一个小饭馆的老板都可以从一个大的全国性组织的广告中受益，并从其遍布全国的信用系统中得到好处。信用卡成了货币的一种极为普遍的形式，和美元现钞相比，连小偷都更喜欢信用卡。当一个人的信用卡被偷窃并被使用、而本人还不知道时，消费者的个性也就被淡化到无以复加的程度了。过去和一个人的性格、荣誉和名声等有密切联系并为人们所珍惜的信用，现在成了没有任何价值的、可随意改变的普通东西。一九七一年，《华尔街日报》以诙谐的口吻讲述了一个顾客由于一定要付现钞所遇到的麻烦。现在的零售体系是以赊帐为前提而形成的，付现钞的美国顾客现已日渐消失。

四十八 半独立的商人

一九六六年，一本生意人指南指出：“就这样——连入了第一步。这第一步既不是写信，也不是去银行，更不是设法增加你的资产。第一步是个思考题……你的企业是个独立的企业吗？”正如公司的出现给人们开辟了拥有庞大生产体制的新途径，美国无数普通老百姓成为股东使欧洲关于资本主义和社会主义的论战成为过时一样，新近又出现了一个正在蓬勃发展的美国体制——一种“拥有”小买卖的新办法。这就是“特许权”。

特许权使人们有机会拥有，同时又不拥有；有机会冒险，同时又谨慎行事。由于能使一个拥有小额资本而无经验的人从大资本、大规模试验、全国性宣传和已经确立的声望中得到好处，特许权使工商业进一步大众化了。另外，通过在全国各地所有地区提供同样的食品、饮料和同样的服务，特许权还使消费大众化并拉齐了消费水平。它创造了新型式的依属性和独立性，缩小了不同时间和不同地点之间、买卖某些东西和买卖另一些东西的方法之间的区别。它使买主、卖主以及制造商之间的关系更加模糊了。它淡化了事物的性质，开辟了又一个不明确的领域。

十九世纪，企业的普遍成立需要一些组织机构处于事态的中心，投入大资本来承担风险。大规模零售网（如“大西洋和太平洋茶叶公司”和“伍尔沃思百货公司”）拥有自己的销售网。但是到了二十世纪，建立在全国性广告宣传、全国性销售体制和无休无止新鲜事物上的美国生活水准，需要更新的销售方法和更新的拥有形式。

“特许权”恰恰迎合了这种需要。特许权就是一个制造商让一个推销商出售他产品的权力，或者一种标记、商标或经营技术的所有者让其他人在所经营的事业中使用这一标记、商标或技术的权力，它可以包括多种多样的活动。譬如说：一个福特牌汽车推销商出售福特牌汽车的权力、一个“百事可乐”装瓶商生产“百事可乐”的权力、一个街角小摊制作“邓京炸面饼圈”或“桑德斯上校肯塔基炸鸡”的权力、或者米达斯消声器商店安装米达斯消声器的权力。它还包括冲洗汽车、介绍秘书、收取赊帐、机器防锈以及安装蒸汽浴设备的特殊技术。特许权几乎涉及与美国生活水准有关的所有产品和劳务。二十世纪七十年代，它所渗透的生活领域越来越广。到一九六五年，约有一千二百家公司提供特许权，给予三十五万家代销店，占全美零售业的三分之一以上。

虽然特许权在美国具有与前不同的新形式，并且不断发展壮大，但它却是一个古老的概念。“特许”（franchise）一词原是一个中世纪英文词，这个词又来源于一个古老法文词，意思是“自由”。因此，特许就是让人们做在没有特许的情况下不允许做的事。在中世纪，特许通常是指某种垄断或特权，例如，举办一个交易会的权力，或者不纳税、不服从某一法庭的裁决的特权。但是到现代历史的早期阶段，它的意思变成了“选举权”，即投票的权力。特许某人一种商业优惠待遇，同时索取一笔钱作为回酬，这个概念是古代就有的。到后来，一个发明者得到专利便意味着他有权给别人特许权。

在二十世纪的美国，“特许”又有了新的含义。和二十世纪中期许多其它具有美国特色的体制一样，这个新的含义也是随着汽车的出现而产生的。为了销售汽车这类价格昂贵的批量生产的消费品，遍布全国各地的大批量销

售点是必不可少的。每个经销商都得进行大量投资；经销商和制造商之间还要有密切的合作。汽车经销商得到的特许固然是根据合同产生的，但这不仅是一纸合同，而是保持连续关系的基础。例如，克莱斯勒公司同意为一个经销商供应汽车，并让他在他所在地区专卖新的克莱斯勒汽车。作为回报，这个经销商同意推销这些汽车，负责维修新旧克莱斯勒汽车，并库存一部分零配件。虽然任何一方都可以在提前通知另一方后取消合同，但是双方都有强烈的愿望要保持这种关系，如果一个经销商经营得法，他就会在信誉和商标方面越来越吃香，在销售和维修某一牌号汽车的专门技术方面就会越来越得心应手。而制造商则希望自己的汽车能够源源不断地流到那个地区的买主手中。

由于每年都要推出新型号的汽车，结果，对特许权的需要比以往任何时候更大了。能最得力地销售今年型号汽车的人必然是十分熟悉去年型号的经销商；一个买主如果不能指望在当地经销商那里买到零配件（包括旧型号的零配件），他决不会买那种型号的车。由于折价二手车（每年新型号的副产品）的大量销售，使制造商和经销商都更希望保持一种稳定的销售安排。与其它形式的安排相比，特许权能更好地提供并保持一个合格的、有足够存货和能赚钱的全国性汽车销售网。

到一九一一年，特许成了汽车工业的标准销售制度。十年之内，汽车特许就发展成共同经营和半经营的一种奇特的体制。二十世纪中期，主要的汽车制造商要求经销商开头至少要有十万美元左右的资本。制造商和经销商都依赖全国性广告所宣传的实情和描绘的形象，都指望汽车能源源不断地从生产线上开下来。两者的关系变得极为密切、复杂和微妙，以至到六十年代，通用汽车公司在公司董事会法案（一九五六年）规定的“汽车经销商日”的启发下，成立了一个特别审查委员会，以期对特许合同中的有关问题进行全面和公正的考虑。汽车造就了一大批新的半独立的商人。

汽车需要“加油站”（filling station）（这也是一个美国创用词，最早出现于一九二一年）。汽油公司希望向千百万汽车拥有者销售自己的产品，他们利用特许权在公路上设立了无数销售点，出售本牌号的汽油。

加油站很快也成了美国的一种体制。只需要一小笔资本就可以买到特许权，建立一个加油站出售标准、海湾、壳牌、莫比尔或其它牌子的汽油。一旦开张，马上可以从全国性广告中得益。而且，一个人也就因此“有了自己的买卖”。到一九七一年，全国共有二十多万个加油站（比一九一一年汽车总数还多），平均每个加油站不到三个雇员，有个青年曾向辛克莱·刘易斯请教，怎样才能具备一个伟大美国小说家所应有的经历。刘易斯的回答是，开一个加油站。

特许很快就深入到全国各地所有的活动之中，随之产生的是无数新奇事物、飞速的改进和含糊不清的所有权。化妆品和专卖药品的增加以及全国无数名牌保健必需品的出现，使雷克斯奥尔特特许商店应运而生；畅销全国的汽水（“可口可乐”、“七喜”等等）又使大批地方特许装瓶商店得以建立。

在特许方面获得成功的最典型例子是“炸圈饼先生”，会计师哈里·威诺克由于意外眼伤而不得不改换工作，所以才在马萨诸塞州的里维尔开了一家炸圈饼店。除了卖普通的老式炸圈饼，他还制作四十种味道各异的炸圈饼。结果，他的生意兴隆，一年之内又开了四家店铺，并开始筹建联号。但是，

他没有足够的资金。于是，他求助于出卖特许权，希望通过向获得特许权的人出卖配料和专门技术来赚钱。威诺克把可能获得特许权的人带到马萨诸塞州他原来的店铺里，精心传授炸圈饼的技术和商店经营经验。然后，他不辞辛苦地为每一个特许店寻找理想的地点，租借土地，并监督按标准设计建立“炸圈饼先生”店。他的目的是让获得特许权的人能够在三年之内用营业利润来偿还他本人的投资。后来他一直都是这么做的。时至一九六八年，已有二百多家“炸圈饼先生”店出现在四十个州里。公司还计划每年增加五十家新店。获特许权者包括各种各样的美国人——一个经营过废铁的商人，一个面包店推销员，一个曾在危地马拉种过咖啡的人，还有一个退役的海军陆战队飞行军官（因患心脏病不适宜再飞了）。

在特许所涉及的范围里，美国人生活中的新事物层出不穷。印第安纳州哈蒙德地方一位失业裱糊匠发明了一种能持续运转的间歇式冷冻装置（既可以冷冻，又可以制作冰淇淋）。一九三九年，他把专利卖给了一个冰淇淋粉制造商，后者在伊利诺伊州的莫林开了一家不下汽车即可用餐的路边小店，名叫“牛奶皇后”。随后，莫林的一个商人又买下在五个州开店的特许权，到一九六九年，全国已有三千七百五十家“牛奶皇后”店了。一九四九年，有一个纽约人讨厌于洗店的拖拉作风，自己发明了一种方法，干洗衣服只用一小时就够了。二十年之内，在四十八个州里出现了二千五百家“一小时干洗店”。

战后，汽车的数量激增。一九五一年，一个聪明的芝加哥青年注意到，在更换汽车零件方面没有令人满意而又方便的办法；当时的汽车修理店又脏又慢，而且还不可靠。于是，他设计和开办了一种特许修车店。在这种店里，开车的人可以坐在干净舒适、装饰美观的屋子里看自己的孩子在围栏里玩耍，与此同时，车子的零件很快就换好了。他以更换汽车消声器着手创业，十二年之内，米达斯消声器特许修车店已经发展到四百六十家了。你只消等候十五分钟，一只金黄色的新消声器就换好了。戈登·谢尔曼说：“我们从消声器这个不起眼的东西着手，使它成了几乎带有宗教色彩的东西，真是妙不可言。”他在《星期六文学评论》上登的广告是这样的：“一个好人能做好买卖”或者“如何改变受教育程度和年收入之间的反向关系？”很快，米达斯消声器特许店就由前犹太教教士、原来的牧师、退役军官和很多曾经是学术界人士的人来经营了。

麦克唐纳汉堡包快餐店是又一个引人注目的成功的例子。一九七二年，它在美国饮食服务业中名列第二，共有一千多家分店，年营业额达三亿多美元。在每家分店，麦克唐纳都投大规模消费社会之所好，反复宣传迄今已卖出多少多少亿个汉堡包，这个庞大的企业是一九五四年雷·克罗克购买麦克唐纳兄弟的特许权时才开始兴办的，那时，克罗克向麦克唐纳兄弟的七个联号路边商店出售牛奶搅拌机。

特许权使发明家、制造商、推销者和有专门技术的人能够以前所未有的速度在这个大陆国家里推销他们的产品或劳务。那些处在事态中心的开拓者们迫切需要的是一个漂亮的主意和相当出色的组织能力。相比之下，所需资本则不算很多。企业公司化以后，特许权是把许多小规模投资者的资本汇集到大企业的最重要的发明。二十世纪中叶，全国性商业这种新的大众化形式扩大和加速了新事物涌入日常生活的进程。

特许权为那些只有很少或根本没有资本但又想当老板的人提供了搞半独

立经营的新机会。一本指南手册这样解释道：“获得特许权的人就是他自己的老板。不过，他指望从母公司（即给予他特许权的公司）得到一切可以想象得到的帮助，从现金贷款或信贷一直到商店的设计、建造、人员配备以及广告宣传，等等。他着眼于研究、新产品构思以及让老产品获取较大利润的新方法。最重要的是，他希望受到训练，学习业务知识，学习如何在商店建成之后把商店经营得能够赢利。”没有受过什么教育和毫无经营经验的人可以很快受到专门训练，同时还可以从全国性广告和成千上万其他人的经验中学到东西。美国商务部（一九六六年）称特许是机会的梯子和实现“商业机会均等”的一种手段。

在这个充满了特许权的世界里，美国消费者的购物机会和购物经验都有了改变。全国性的特许商店取代了邻里小铺和“夫妻店”（这是一个生意人的专用词）；充满地方风味的各种招牌也都换成了“朱利叶斯桔汁”或“麦克唐纳汉堡包”；原来是街角修车铺的地方盖起了西方汽车配件店或米达斯消声器修车店。美国消费者所能看到的再也不是五光十色个人经营的企业，而是整齐划一的、经过市场检验和全国性广告宣传的各种牌子的商品和服务。他成了极其复杂的市场研究、商品研究和销售技术的受惠者，但也是其俘虏。他的邻里街区小天地已经淡化成全国性消费世界的二部分。他光顾公路旁的“邓京炸圈饼店”或“桑德斯上校肯塔基炸鸡店”，因为他非常清楚在那里可以买到什么东西。不管他到美国大陆什么地方去旅行，都会觉得象在家里一样自在，而且好象总是在同一个地方。当他要过夜时，完全可以根据一本特许联号汽车旅馆指南手册，住进某个假日酒店、优质旅馆、霍德华·约翰逊旅馆、拉马达酒店或其它十几家旅馆中的任何一家。一到那里，他完全知道制冰器、行李架或电视机都放在什么地方，也认得出那些包喝水杯用的玻璃纸和马桶上的彩色盖纸。总之，不管他走到美国哪个地方——缅因州的班戈，伊利诺伊州的皮奥里亚，或是俄勒冈州的科瓦利斯，到处都是同一个样子。遍布全国的特许店使整个美国的消费成了一种新的、不断重复的内容。

美国变成了一个充斥着千篇一律的产品的世界。就象语言中的陈词滥调，消费也开始具有了某种虽然方便、但却缺乏新鲜感的特性。售出的每件商品都能很好地针对购买者的某种需要，而且有时也不乏新意。但是，当这一点新意也被标准化之后，便失掉它的绝大部分魅力。象商品包装的一句常用语所说的，消费失去了微妙的差别，而成了一种乏味的例行公事了。

在特许店星罗棋布的美国，完全可以提出：他做了还是没做？他是还是不是？半独立的商人提供的商品和服务越来越多。固然，消费者比以往任何时候都更加信任自己所买到的东西，但他们产生了一个新的疑问，心里老是嘀咕：这到底是哪家的产品呢？假如他们买的东西名不符实，到底应当由谁对此真正负责呢？“你到底是所有者呢？还是经营者？”

四十九 从实用包装到装璜包装激发购买欲的新策略

及至二十世纪初，美国所有的商品都裹上了具有吸引力的新包装，并由此促成了商品的大众化。在旧世界，甚至在工业时代开始之后，也只有贵重商品才配以特制的盒子或漂亮包装。那时，手表和珠宝装在做工考究的盒子里出售，但如果把待售的一磅糖或一打饼干配上专门设计、具有吸引力的包装，就会被视为古怪了。商品包装本身变成吸引顾客的广告，这种新技术对于美国生活标准来说是不可或缺的。各个厂家把大笔开支用于改进廉价日常用品——如香烟和汤罐头——的装璜。

工厂大批量生产服装和在美国服装问题上新出现的大众化现象，消除了人们在衣着上的差别，因而越来越不容易根据衣着来判断一个人的职业、存款数目及其家庭所属的阶层。装璜性包装也起到了类似的作用，是使各种商品平等化，消除它们之间外观差别的新方法。根据新设计的机制包装，很难看出里面的商品质量如何，有时甚至猜不出里面究竟是什么商品。

装璜性包装悄没声息地进入了美国人的生活，这正是它不同凡响的地方。及至二十世纪中期，这种包装方式已经左右着美国消费者的意识了。任何发明创造的原始线索总是不为人们所注意，而且具有多重性，并非出自一家，装璜性包装的兴起恰恰体现出了这一特点。此外，装璜性包装还蒙着一层闪烁模棱、令人捉摸不透的纱幕，成为影响人们日常认识事物过程的重要因素。装璜性包装模糊了事物的棱角，人们想买的东西究竟终于何处，而周围的包装又究竟始于何处，所有这些全变得难以辨别了。

不消说，开始制造、运送商品之日，就是包装产生之时。“包装”，意味着把东西“装入容器以便运输或储存”。包装的目的是使东西不受损坏、易于携带或便于保存，一件东西包装得越好，就越不容易受到损坏，越能承受长途运输，保存时间也越长。包装是为运输服务的，因此，美国于十九世纪率先研究包装技术和包装材料，也就不足为怪了。无论是着眼于全国市场或国际市场的美国工厂，在世界各地广辟货源的美国百货商店，还是把商品运往天涯海角的美国邮购商行，都需要安全、耐久的运输方法。

美国地域广袤，因此商品运输无论是用大篷车、火车，还是利用汽车、飞机，都存在着打点和包装的问题。对于只为本地市场提供商品的人来说，这些问题都是不存在的。当然，向远处或未来的市场提供的食品，可以装在冷藏车或罐头里。此外，美国还造出种种材料和机器，把商品妥善地运往世界各地。南北战争之前，面粉是装在棉布袋（在农场里，这种袋子还能派许多其它用场）里运送的，因为那时还没有造出能装运面粉的纸袋。战争爆发后，磨坊主用来做口袋的棉布断了来源，这时，纽约北部地区一位造纸工造出了一种能装五十磅面粉的结实纸袋。一八七五年，美国向英国出口制造金属盒的机器。但是，当时设计包装袋的主导思想仍是为了适应运输和储存的需要，因此包装袋都是又大又结实，适于放置在农妇的食品储藏室里或农村店铺的地上。

装璜性包装（它取代了实用包装）在消费者眼前展示出一个崭新的天地。实用包装是为了运输和储存，而装璜性包装则是着眼于销售。二十世纪初，“装璜性包装”（to package）作为一个动词进入了美国语言。装璜性包装的历史就是所有美国新商品的历史，生产这些商品全是为了销售。装璜性包

装是美国新销售方式的副产品，而这种包装本身就成为了新的、独具特色的一种美国式推销术。

很自然，从商品制造开始就有商品包扎。在带有原始色彩的市场上，至今还用葫芦、蕉叶和篮子来包装商品。在西欧，批量生产方式出现之前，包扎通常就是一种包装方式，使买主能够方便地把东西带回家，那时，装磺性包装还没有成为商品的组成部分。不过，也有一些例外。十六世纪，德国造纸工们为自己的产品制造包装物。十七世纪，在伦敦出售的江湖药都装在纸袋里，上有制药者的签名和给人以深刻印象的盾形纹章，有些烟草商使用印字纸张包装，偶而还可以见到一只带有酒店老板姓名缩写印章的酒瓶。但是，当时茶叶商人的广告通常提醒顾客“自带合用的盒子”。到了十八世纪，方便顾客的食品包装“药品包装、化妆品包装越来越多，然而，包装和标签仍然主要是作为识别标记，而不是为了增加商品的吸引力。

装磺性包装发展缓慢的原因之一是缺少纸张，而十七世纪书籍出版商的错误估算帮助解决了这种短缺现象。当时，伦敦书商常常存着尚未折叠和装订的书页，等到有人买书，再折叠书页，并按买主的要求装订成书。这些书商可以很方便地把没有售出的书页当做包装纸卖给杂货商和药商；神学书籍没能劝人向善，至少还可以包包马铃薯。十九世纪初，造纸机器问世，于是裹读书籍的事也比较少见了。在此之前，纸都是由人工一张张地造出来的。一八七七年，福德里内尔兄弟在伦敦发明了连续造卷纸的机器，并且取得了专利。不到十年，托马斯·吉尔平用一种秘密方法，在特拉华州造出了第一架美国造纸机，其他人随后起而效仿。不久，美国造纸机就能以每分钟四十五英尺的速度造纸了。新式快速干燥机的出现使造纸不再依赖好天气，这样，各生产过程都缩短了时间。到了一八三一年，美国成为世界头号纸张生产国和消费国。并一直保持到现在。

随着机器的改进和需求的提高，人们为了降低造纸成本和提高纸的产量，千方百计寻找新的造纸原料。传统的欧洲造纸方法须用破布，而在殖民时期的美国，破布的供应极少。十七世纪中叶以后，人们开始使用装饰性墙纸，这样，破布供应就更不够了。直到十九世纪初，才用麦秆和木浆造纸；及至一八九一年，几乎全部纸张都是以木浆为原料了，此后，又发明了去除印刷纸张上的油墨的方法，从而可以把印刷过的纸张重新化为纸浆，于是纸的供应更加充足了。使用木浆造纸，致使北美大片大片的树林被砍伐，美丽的原始森林变成了没有人看的乏味报纸。到了一九三四年，一部由四人操作的机器每天可造木浆二十吨。差不多与此同时，佐治亚州的一位化学家发明了一种硫酸处理新工艺，结果把美国南部的松树变成了造纸原料，南部荒原也成了可资利用的地方。后来，这种工艺又用于其它种类的木材，大大降低了造纸成本。

在二十世纪，美国商店中使用起来最简便、最快当的包装物自然非纸袋莫属。其实，直到十九世纪中叶，现成的纸袋才在市场上出现；当时，一位有干劲的英国人开始向英国乡下的杂货商推销手制纸袋。一八五二年，宾夕法尼亚州的伯利恒有了一架粗糙的造纸袋机器。一八六一年，一位有独创力的技工查尔斯·希尔·摩根设计的纸袋机终于有可能赚钱了。他在费城开了一家纸袋厂，用的就是这种机器。到了十九世纪七十年代，美国人已经在市场上销售造纸袋的机器了。

美国又一次由于新商品的产生而出现新行业，而这些商品甚至在半个世

纪之前还根本不存在呢。卢瑟·蔡尔兹·克罗韦尔是一位新英格兰船长的儿子，此人富于发明才能，先是试制“飞行机器”（他的机器从来未能飞行起来），结果却搞出了一种性能优良的造纸袋的机器，并于一八六七年获得专利。几年后，他又发明了方底纸袋（直到二十世纪开始后很久，这种纸袋还在使用）和制造这种纸袋的机器。他的方底纸袋专利同其它一些重大发明的专利一样，惹出了一场旷日持久、讼争激烈的官司。

尽管纸袋的主要用途是为了方便顾客，新发家的大商人们仍从中寻找加快销售速度的新途径。如果店员不用拿纸和细绳包扎商品，他就可能利用这些时间再做成一桩买卖。百货公司为了赚钱和支付高额管理费用，必须向匆匆忙忙的大城市居民售出大量商品。因此，南北战争结束不久，纽约的纸袋制造商们便凭着向梅西百货公司、洛德与泰勒百货公司和其它百货公司销售纸袋而开始发家致富，就是很自然的事了。在纸袋印上那家百货公司的名字，更起了广告宣传的作用。一八八九年，经济学家戴维·艾姆斯·韦尔斯（此人热衷于提高美国的效率，发明过一种使用电动压机摺叠纸张的装置）相当郑重地指出，就促进美国零售业，尤其是杂货零售业的发展而言，廉价纸袋是以往十年中最具实效的发明。当时，美国工厂每星期生产数以百万计的纸袋，纸袋已经成为美国零售商的标准包装袋了。

然而，即使是经过改进的纸袋，也不足以应付美国工厂大批量生产的新产品的包装需求。另外，还需要各种形状和尺寸的盒子，而且这些盒子必须是机制的，必须便于存放、运输，必须结实耐用。

英国早期的包装用纸盒与其说象是包装品，不如说更象皮箱。空盒子卖给顾客，随使用来装什么都行。盒子是手工制作的，用料大多是木板、厚纸或卡纸板。由于不容易摺或做得棱角分明，很多手制盒子都是在木模上做成圆形或椭圆形的。但是，空盒子太占地方，不能满足现代工厂的需要，因此继平底纸袋之后，十九世纪最重要的包装发明将是一种结构更紧凑的盒子和制造这种盒子的机器。如能做出能够摺叠的盒子，工厂不必占用很多地方就可以大量购进备用。然而，若要以低成本制造摺叠式纸盒，必须设计出能够切割和压捂卡纸板的机器。

十九世纪中期，波士顿一家制造珠宝盒的厂家研制出一种压摺和切割木板的机器。当时，丹尼森公司已经在生产“立式”盒子，珠宝商可以打开盒盖，放在柜台或橱窗里展示货色。但是制造纸板盒还是用费力的老办法，即用手工在木模上制作。

聪明的苏格兰人罗伯特·盖尔完成了这一关键性发明。他十四岁时移居纽约，从联邦军队退役后，他开了一家纸袋厂，销售对象是百货店和大城市的其它商店。他雇用了在战争期间发明结实的面粉纸袋的那个人。不久，盖尔开始生产各式盛面粉和燕麦的袋子、杂货袋、种子袋及其它各种纸袋，袋上都印有商人的名字。不过，盖尔的工厂仍是用费力的手工老办法生产纸袋。

盖尔认识到，如果能以低成本快速制作易存好用的纸板盒，就可以大大拓展包装市场。一八七九年四月，盖尔工厂里一个操作印刷机的工人在装种子的包装袋上印字时，不小心地让印刷机上的一把金属尺弹了出来，这样，在印刷的同时也切割了纸板。盖尔从这个现象得到了他所需要的启示。他设计出一种多重钢模，上端用一把锋利的金属尺切割纸板，下端用几把钝尺压摺纸板。由于这个简单的发明，机制摺叠盒问世了。在一台三十美元买来的

旧印刷机上，盖尔装上了切割尺和压招尺。这架纸盒机每小时可以切割并压招七百五十张纸板，每张纸板可提供足以制做十个纸板盒的材料，也就是说，每小时可生产七千五百只纸板盒。

到十九世纪末，同摺叠盒和制造这种盒子的机器有关的专利已达近千项。美国纸盒机使摺叠盒在英国也流行了起来。一八九八年，威尔斯“三炮台”牌香烟就是包装在机制摺叠盒里（每星期三百万盒），而制造这些摺叠盒的机器是费城出产的。机器生产出成千成万摺叠式纸板盒，从而提供了一种能够适合多种需要的包装新形式。到了二十世纪二十年代，蜡烛、糖果、燕麦片、早餐食品、小甜饼以及几乎所有机制产品都用纸板盒包装，包装物制造商已经开始在制造业和广告业占据一席位了。某日，纽约全国讲干公司有人告诉罗伯特·盖尔的儿子，他们正准备推出一种在全国范围进行广告宣传的新产品；小盖尔说：“你们得给它起个名字啊。”于是，这种新产品就称做“尤尼达饼干”。小盖尔的话同时宣告了饼干筒末日的到来。

随着美国包装业的兴盛，大批设计新颖巧妙的包装袋问世了。一八四一年之前，摺叠式包装袋都是用动物膀胱制成的。后来，一位美国画家发明了装颜料的可压扁的金属管；一八七一年，美国造出了第一台制造金属软管的机器。一八九二年，康涅狄格州一位牙科医生想出把牙膏装进金属软管里，不久，高露洁公司率先大量销售管装牙膏。一九一二年，门南公司首先把剃须膏装在软管里出售，剃须杯因为它的出现而销声匿迹了！这种给人带来方便的新产品肯定对日后男子脸部修饰风尚产生了影响。门南公司最早出产的剃须膏软管上印着一个下巴刮得干干净净的男子像。

包装物本身变成了重要的新商品，包装工业发展起来了。制造商们推出了专门为粉状物、膏状物和液体设计的包装物，还造出了容易打开的包装物盖子、调节盖以及各种形状和大小的容器。与此同时，经过改进的平版印刷术降低了包装盒图案和商标图案的复印成本，而且还发明了木板、玻璃、钢铁、锡、铝等材料上印刷的新方法。一位瑞典化学家于一九一二年发明了玻璃纸，接着，一家法国人造丝公司对这项发明进行了研制，并率先投产，一九二四年，美国的杜邦公司开始从事商业性玻璃纸生产。

二十世纪中期，“按钮式喷雾器”展示了包装业那无限广阔的应用范围。“按钮式喷雾器”(aerosol)这个美国创用词于二十世纪六十年代收入字典，是由“气”(aero)和“溶解”(solution)这两个词合并而成的，实际上是指一种按钮式包装方式。尽管第二次世界大战之前就有这种东西，但在当时份量既重价钱又贵，主要用来装驱虫剂。经过十年时间的改进，这种包括物变得又安全又轻便，造价降低了，烟雾推动装置和容器本身也连接得很好。一九五五年，单用于非食物商品的按钮式喷雾器年产量达到二亿四千万只左右，一九五六年增加到三亿二千万只。按钮式喷雾器的应用范围越来越广，很快就在公共生活中留下了难以抹掉的痕迹——公共场所的涂鸦有些就是用装颜料的按钮式喷雾器搞的。及至六十年代，美国的包装业已经成了年产值超过二百亿美元的重要产业部门。

然而，包装不仅仅是一种新的产业，它渗透到了美国人生活的各个角落，改变着美国人对于他们已经购买的、打算购买的和认为有所需要的几乎所有商品的感受。包装使美国公众的感受发生了巨大的变化，而且是那种涉及面最广、却又最不引人注意的变化。

最初，包装的许多效果都是人们所熟悉的，整洁，方便，经济，直至一九二五年，美国制糖公司还向批发人员力陈包装糖比散装糖优越的地方：

你们知道，把三百五十磅的一桶砂糖分成五磅一袋，需用一个人一小时四十五分钟的时间，而且平均每人只能称出六十九袋；由于散落和损秤而丢掉的五磅糖相当于三百五十磅砂糖成本价格的百分之一四；损失的糖加上零售时所用的纸袋、细绳、工时。每英担糖的成本增加了四十美分——然而，三百五十磅的多米诺包装砂糖出售时足重三百五十磅，每磅糖都是不打折扣的，既不费工费料，糖又不受损失；因此，零售商经销多米诺包装糖就能多赚钱；你们把这个赚钱窍门告诉零售商，他们会感激你们的……

零售商卖糖时得把糖从桶里舀出来，然后再称，再包、再捆，秤上损失一点，再撒落一点——我们不禁要说，为了些小微利却要费这么多麻烦，实在不值得。我们几年来一直劝说零售商经销多米诺包装糖，原因就在这里。这样，就可以免去所有那些附加成本、费用和损失了。照此算下来，可以稳稳地多赚一倍利润。何乐而不为呢？

但是，当时零售商还不熟悉这种包装方法。一九二八年，仅有百分之十的家用糖是用新式包装售出的。

后来，盐成了新的利润更高的零售品。在包装时代到来之前。盐是装在棉布袋里卖的，每袋从二美分到五美分不等。制盐的利润非常低，盐厂能否赚钱实际上取决于棉布价格的涨落，由于棉布袋的防潮性并不比普通盐罐强，所以在天气潮湿或主妇需要用盐时，袋里的盐往往有很多都不能用了。后来，盐厂用方便的方形腊纸板匣或带铝嘴的圆形纸板匣装盐了，结果发现主妇们情愿花上三、四倍的钱来买这种包装的盐。莫顿盐业公司把“雨照下，盐照例”变成了一句家庭谚语，简直可以说，“该公司销售的不是盐而是新式包装。

然而，包装不仅仅是一种新手段，使老产品能卖出好价钱；包装创造了新用途，拓宽了市场，因而使产品本身也发生了变化。一九二一年以前，零售茶叶是散装的，香水是从大瓶舀到不起眼的小瓶里卖给顾客，此后不到二十年，由于有了茶叶包，没有茶壶也能沏茶喝了，精美的包装则把香水变成了馈赠佳品和卧室里的点缀。以往火柴要么放在厨房里或壁炉旁，要么装在火柴盒里带在身上，如今有了装璜精美的小火柴册，成为一种新式的广告媒介。冰淇淋裹上能吃的包装，变成了携带方便的新商品，如“冰淇淋蛋筒”（ice-cream cone，这个美国创用词最早出现于一九二九年）和“爱斯基摩雪糕”（Eskimo Pie，这是一九二一年开始生产的一种冰淇淋）。

美国大批量商品推销广告的发展和全国性广告、全国性商标的兴起，为所有商品在各种场合的小包装销售提供了新机会。包装为糖果开辟了新市场。二十世纪初，半磅、一磅、两磅、五磅一盒或散装的糖果只在糖果店和极少一些其它商店出售，那时，只买少量糖果带起来就很麻烦。到了二十年代，药店、雪茄店、书报摊、食品杂货铺和许多听上去根本不相干的店铺开始经销小包装糖果，使过路人忍不住花上五分钱买个“糖条”（candy bar，这个美国创用词最早见诸文字是在一九四三年）塞进衣袋或书桌抽屉。结果，尽管美国糖果店的数目持续下降，从一九二九年的大约六万三千家减少到四十年后的不到一万四千家，美国人购买和消费糖果的机会却大大增多增广了。“赫尔希”、“鲁丝宝宝”、“噢，亨利！”和“火星”等牌子成为人们购买小包装糖果的习用语，而这些习用语却是小包装糖果的产物。改为小

包装销售的马铃薯片、坚果以及其它许多食品的消费量也大大增加了。

有些商品如果没有更快捷、更吸引人、更合用的包装，就无法打开销路。当年两个年轻的商人买下薄荷制品公司时，这家公司生产的带洞小圆薄荷糖“保尔康”装在纸板盒里，盒子用浆糊粘牢。然而，不出几星期，货架上“保尔康”的薄荷香味就会消失殆尽，取而代之的是浆糊味，公司新领导丢掉纸盒，改用锡箔包装，这样薄荷糖就不会沾上浆糊味，而且掉一块后很容易再把剩下的糖包好，另外，这种包装摆在柜台里颇能吸引顾客。同样，香烟和口香糖如果没有机制包装，也很难打开世界性市场。二十年代中期，一台自动包装机每分钟可包装五十盒香烟。一台口香糖包装机每分钟可把四百支口香糖包上锡箔，每小时可包装二百盒（每盒二十包），也就是每天一千八百包。

新发明的包装机为刚刚经过改进的自动售货机提供了内涵，从而进一步推动零售方式的变化。二十世纪中期之前，美国日常用语中的“售货者”（vendor）一词已不再表示卖东西的人，而是表示“按照投入的硬币售货的机器”。这种新销售方式使包装变得更重要。对包装的需求也更大了。包装变成了一门自动推销的艺术。广告业兴起以后，完善的包装技术是造成推销员这一行业日趋衰落的主要原因。

到了二十世纪五十年代，“包装工程”在美国已成为一门新专业：大企业都有自己的包装专家，小企业则要向包装工程师咨询。六十年代后期，消费品占用了全部包装材料的百分之七十。人们越来越离不开包装这一行了，其实，没有任何人有意造成这种局面，甚至极少有人注意到这一点。生意人完全可以说：“没有包装就创不出牌子，没有牌子就做不成生意。”

包装革命也象美国人所经历的其它变革一样，来势迅猛，仅用了三分之一世纪的时间即告完成。直到一九二二年，家庭主妇购买的商品还极少带包装，那时，一般家用杂货中带包装的仅限于一部分糖、盐、大米、面粉、茶叶和咖啡。没有包装的商品在出售时一般也不带商标。此后，随着全国性广告的发展和行销全国的名牌产品的增多（这种趋势同百货公司、五分十分商店、联号商店以及最早的自助商店互为因果），美国又出现了一种新的体制：超级市场。字典给这个新词所下的定义是“出售食品及其它家庭用品的大型零售商场，通常以自己取货和一手交钱、一手交货的方式经营。”但到了本世纪中期，销售专家们给超级市场下的定义却是：年营业额不少于一百万美元的商店。

前文已经提到，自助食品杂货店是皮格利·威格利杂货店和其它一些杂货店于第一次世界大战前率先采用的零售方式，而超级市场在第二次世界大战以后才变得越来越重要。超级市场最突出的特点就是自取货品，使售货员的作用比以往任何时候都小了。越来越多相互竞争、不同牌子的商品开架摆列，使包装固有的诱惑力平添了新的势头。

第一次世界大战期间，劳动力缺乏，大型百货市场纷纷采用自助方式售货，由顾客从货架上自取商品，放在商店提供的购物篮中。旧金山的水晶宫是最早的超级市场之一，开业于一九二三年。这是一座巨大的钢架结构建筑，所占地段原先是棒球场和马戏场，其中售货区面积为六万八千平方英尺，此外还有一个能容纳四千三百五十辆小轿车的停车场（停车时间在一小时以内免交停车费）。这家市场出售食品、药品、烟、酒（一九三四年以后才售酒）、

珠宝，还包括一个理发室、一个美容室和一个洗衣房。一九三七年，水晶宫市场创下了以下的销售纪录，一小时售出五万一千磅糖，一个月售出五车鸡蛋，一年售出二百吨柠檬、二百五十吨柑橘、三百吨苹果，此时，其它超级市场也开始赶了上来。

购物车是超级市场的重要附属设施，购物车增加销售量，因为有了它，顾客就更容易屈服于商品的诱惑。二十年代初，休斯敦一家杂货店的雇员把一辆玩具货车的把手卸下来，装上一只货篮，再把前轮固定，这样顾客就可以扶着货篮提手控制购物车的方向了。到了三十年代后期，类似的手推车开始投产，销售对象是食品杂货铺老板。五十年代，购物车进入了自助购物的五金店、器具店和折价商店。

百货公司和超级市场把许多种商品放到一起来卖。第二次世界大战期间，某些商品的缺乏更助长了这种“混合”销售的趋向。杂货店的一些传统商品断了货源，于是便采办小器具、食品、皮箱、玩具。超级市场则经销服装、厨房用具、五金、药品、化妆品，百货公司也把经销范围扩大到食品和酒类，并增添了许多其它服务项目，由于停放汽车越来越困难，顾客们非常希望上街购物能够停放汽车。

各种商店之间的区别渐趋消失，与此同时，购物时间与非购物时间也变得没有差别了。早在一九三一年，长岛一家超级市场就打出了这样的广告：“开着您的林肯牌汽车来吧！开着您的福特牌汽车来吧！推着儿童车来吧！无论您带着什么都可以，请来吧，来吧，来吧！星期五营业至夜间九点，星期六营业至夜间十点。”超级市场开始晚上营业了，星期日也不例外；采用自取方式售货的五金店、百货店、折价商店也都起而仿效。

商店规模越来越大，商品种类越来越多，摆到货架上供顾客自己挑选的各种商品越来越激烈地争夺顾客的注意力，所有这些，使包装业成为更趋高级、也更具有自我意识的行业。再也看不到推销员了，家庭主妇们推着购物车，周围是一片包装的汪洋大海；没人为她们引路，她们常常并没有明确的购买目标。只有在找不到某种想买的商品时，她们才求人指点（当然免不了和同来的其他雇客商量）。就这样，她一直向前走，直到结账柜台。她们只能根据对某些牌子的喜好或者货架上商品包装的外观和吸引力，自己作出定夺。就这样，美国人再次生活在“公共”和“私人”的矛盾中。面对巨大的销售渠道推出的无数商品，顾客只能自己拿主意了。同过去相比，“买与不买”愈来愈成了由个人自己决定的事了。

自助方式售货给包装注入了一股势不可挡的新威力。一九二八年。理查德·弗兰肯和卡罗尔·拉腊比合著颇有先驱色彩的著作《起推销作用的包装》，预算了一个新的着重点：“应当以销售商品的方法……销售包装。”这时，商品的单一化趋向走到了最后阶段。原因在于，尽管每种商品都具有不同的用途——如刷牙，梳头，解馋，等等——但所有包装的目的只有一个，那就是销售，无论包装的是什么产品，无论包装本身还有什么其它作用，所有包装的外观设计全都是为了要达到同一个目的，为了适应新的销售方式，每种包装都必须同其它包装进行竞争。

一种包装无论怎样出色地起到了保护和储存产品的作用，但只要起不到推销作用，就是失败。因此，包装的重要的、实际的、基本的特性，就是诱使不情愿或持冷漠态度的顾客买下商品，从这个角度来看，所有包装的颜色、尺寸、形状、材料和功能只有一个检验标准：包装给顾客留下的印象如何？

譬如，包装的尺寸大小给顾客的视觉印象很重要。弗兰肯和拉腊比利用所谓“优点序列法”（美国心理学家詹姆斯·麦基恩·卡特尔曾于一九二二年运用这种方法测定二百种灰色的相对亮度），提出一种“对质量和主观印象进行定量测定”的方法，“就包装而言，用这种方法可以事先得知一系列包装中的哪一种能够最大限度地刺激销售，这样，我们就能制定出一些原则来指导今后的包装生产。”他们根据顾客选择意向测验结果列出的图表表明，为什么扁平形状的十盎司罐头是鲭鱼饼的最佳包装。他们解释说：“一件东西在人们视觉印象中的大小，取决于它的形状……扁平的十盎司罐头……之所以被选用来包装戈顿一皮尤公司出产的现煎鲭鱼饼，就是因为扁平罐头比长形罐头看上去显得大些……尽管两种罐头的容积相同。”

如今，人们不但为产品做广告，而且为包装做广告，有时甚至仅只为包装做广告。弗兰肯和拉腊比对拥有广大读者的综合性杂志进行抽样调查后指出，一九二五年为带包装的产品所做的广告中，只有百分之七附有包装物的图片，一九二五年这个比例上升为百分之三十五，而且还在继续提高。“广告的首要作用在于诱发顾客购买某种产品的念头。一旦做到了这一点，就要促使这种念头化为行动……最好的办法……是在广告中展示包装物，即使广告上的包装只是给人们留下一个好印象，并未激起购买欲，但人们在商店看到真正的包装后，这种印象就可能转化为购买欲。”因此，在商店中展示带有醒目商标的包装盒，比展示产品本身更为重要。于是，“包装样品”开始在商店的橱窗和柜台里扮演主要角色了。

超级市场为凭一时冲动的“即兴购买”提供了新的机会，而人们即兴购买的实际上是包装。随着美国生活水平的提高，纳税后纯收入的增加以及新产品的大量出现，越来越多的人上超级市场是为了即兴购买“真正喜爱”的东西。直到二十世纪后期，英国和旧世界其它国家的中产阶级购物者去市场还只是为了购买所要的东西，而越来越多的美国人则是去看他们想要的东西。

杜邦公司自一九四九年起搞的一系列调查研究表明，“即兴购买”方兴未艾。作为生产包装材料的大厂家，杜邦公司当然有极大的兴趣想证明即兴购买和包装具有越来越重要的意义。但这些调查得出的结论是有大量事实作为佐证的，到一九五九年，主妇们在超级市场所购商品的一半以上是“未经事先计划”的，也就是说，她们买了走进超级市场之前并未打算购买的东西；只有不到三分之一的已购商品是事先就打算购买的。杜邦公司的调查还表明，在一九五四年至一九五九年这五年期间，美国的超级市场增加了将近百分之四十（达三万家左右），超级市场出售的商品种类增加了将近百分之三十（平均六千种商品，大型超级市场所售商品多达八千种）。“购物者有越来越多的东西要到超级市场去购买……她们在超级市场逗留的时间增加了百分之五十（一九五九年是每次二十七分钟，而五年前是十八分钟），购买的商品也增多了……超级市场成为主妇们的‘购物中心’，不仅仅是食品店了。”

既然这么多产品是由于包装吸引人才得以卖出去，那么对产品的“需求”又意味着什么呢？既然逛超级市场的主妇们在二十六分钟内平均十四次（十三点七次）打定主意购买商品，那么所谓的“购买欲”又作何解释呢？直至十九世纪末，包装还只是起保护商品的作用，现在，包装本身也成了商品，那么，包装与被包装的产品之间的界限究竟如何划分？谁能说得清楚？

对于市场心理分析推销顾问欧内斯特·迪希特所称的“激麦购买欲的新策略”，精明的制造商和商人们自然瞭如指掌。光靠产品好是不够的，若想打开销路，还要有能够刺激购买欲的包装。正如迪希特博士一九六一年所说，从某种意义上讲，这种状态是美国产品的规范性和高质量造成的。

人们买肥皂时，知道买到手的肯定是肥皂，再也不用担心买回来的是粉笔了，然而，由于我国技术发展得如此充分，如此迅速，使得我国的几乎所有产品都一样好，因此属于同一价格等级的各种牌子的产品其实只有极细微的差别。实际上，决定人们购买何种商品的是心理差异，商标形象正是利用心理差异来展示本身的特征……我们已经进入了……心理经济时代。由于我国商品的质量和可靠性提高了，所以我们才能进一步单纯根据心理因素选择商品。

我们说产品越来越标准化，也就是说，商品同摄影和留声机放出的声音一样，有了重复性。包装和商标把这种重复性变得更可靠了。阿瑟·利特尔公司所作的调研报告指出，方便食品的包装“减少了做出的食物味道不一致的可能性。主妇们再现某种菜肴风味的本领提高了”。熟悉的包装可使顾客确信，这次买的东西同上次没有差别。

某些商品的风味是可以重现的，对此，美国消费者得到了前所未有的保证，但同时也出现了新问题。顾客购买的究竟是包装还是产品？是形式还是内容？顾客购买某种商品究竟是出于喜爱，还是出于被包装激发起的一时冲动？假如这件商品换上尺寸、形状和颜色都不相同的另一种包装，或者摆在不同的货架上，或者旁边摆着更具有吸引力的其它商品，他是否还会买这件商品呢？假如购物车不凑手又会怎么样呢？到了二十世纪中期，无名产品（也就是没有商标的产品，半个世纪之前，商店里出售的主要是这种产品）变得有些名声不佳了。每样东西都有自己的名字，大家之所以看包装买东西，就是因为包装上的商标通过报纸杂志和电视屏幕为人们所熟悉。这样，伴随着激发购买欲的新策略而出现的包装世界，使人们的欲望带上模糊而难以明确的性质。包装是否也象穿衣一样，成了人类失去纯真的标志。

第八章 语言、知识和艺术

“知识不再是静止不动的固体；它已经液化了。它正在社会本身
的各条川流里活跃地游动着。”

——约翰·杜威

“到了我们美国人与英国语言断绝关系时，英国语言就会象是被
淹没在一片音乐喜剧的声浪中。”

——芬利·彼得·邓恩

“要了解自己究竟喜欢什么并不容易。多数人在这方面始终是在
愚弄自己。”

——罗伯特·亨利

民主制度从来没有这么大规模试行过，从来没有这样让它对一种全民语言树立学术标准，对一个国家的高等教育重下定义，以及对其艺术概念重新加以改造。由于这种千载难逢的机会，使得衡量一切文化的标准变得模糊不清和捉摸不定了。你们使用的语言是“对的”还是“错的”呢？你们的讲话是流畅还是粗俗呢？你们所得到的是真知还是谬论？你们正在受到教育还是被宣传所左右？是在享受还是实际上受骗上当？你们的专业有什么明确的界线，教员与学生各自起着什么作用？什么叫知识？什么叫无知？哪种知识是“无益的”？哪种知识又是“有益的”？艺术必须是“美”吗？不然的话，艺术又是什么呢？

对人们的判断方式和衡量方式进行民主化的改造，最重要的一点是要对“人民”信任，相信他们在不受权威或传统所左右时，内心有着与生俱来的智慧。Vox populi, vox Dei（人民的声音就是上帝的声音）一语已在越来越多的美国人生活中成为起主导作用的格言。即使这种民主信念从未普及全球，而且世界上只有少数人敢于明确表态，但在美国，这种信念却已成为国家的正统思想。民主已使社会成为一面镜子，人们从中可以观察事物，并且也使它成为一种尺度，以衡量事物理应是什么样子。

五十 语法的没落：口语征服了课堂

二十世纪初，美国的科技把众所公认的口头语言与书面语言之间的界限弄得模糊不清了。在普遍使用电话之后，人们说话的声音所能到达的范围已自然而然不再受说话者肺部力量的限制。留声机的发明使后代的人不仅可以读到前人所写的文字，也可以真实地听到他的声音。能将声音重复放送的新技术实际上已使口头语言和书面语言一样，既能长期保存又容易广泛传播。

同时，旨在消除学究式和贵族式思想方法的一种新的语言学，则重视口头语言甚于书面语言，给质朴的公民造成新的问题，自从殖民时期以来，美国人由于对语法和拼写颇有把握，因而心安理得，缓和了他们在社会地位方面的不稳定状态。一方面，美国的口语比英国的口语更加整齐划一，也不具阶级特色，美国土语活泼生动，有创造性，富于预想和夸张；而另一方面，语言教学的目的却是灌输“正确的”口头和书面语言的规则。诺亚·韦伯斯特和其他人所主张的美国语言被普遍认为是一种“净化了的”英语，具有自成一体的规范，韦伯斯特本人指出，民主制的一个优点就在于它赋予人们以“标准”——“语言本身的规则”。这标准比贵族语言更加整齐划一。

到了二十世纪中叶，新的民主准则进入课堂，改变了关于一个民主社会可能以什么标准（如果有的话）施加于其语言的概念。这就是新的语言学的成果，直到十九世纪中叶左右，关于语言起源与发展的研究一直与神学、哲学、修辞学和逻辑学纠缠在一起。后来当一种描述性的现代语言学兴起时，欧洲方面的研究集中在所谓印欧语系各种语言间的关系，以及它们从假设的原始形式演变至今的情况。为了使这种研究更具“科学性”，便把它与心理学的某些新理论联系起来。到了二十世纪初，欧洲学者已经开始考察语言实际运用的情况。不朽的巨著《新英语词典（根据历史原则）》（通称《牛津英语词典》，一八八八至一九二八年出版，共十二卷）以及欧洲大陆学者的其它一些著作，为推广普及的新时代提供了素材。

一个新的美国语言学派利用了美国特有的机会。该学派的两位创始人爱德华·萨皮尔和伦纳德·布卢姆菲尔德，都在美国印第安人的语言中找到了他们的出发点。萨皮尔的父亲是来自德国的犹太移民，曾任教堂歌咏队的指挥。萨皮尔本人五岁时随家人移居美国，曾参加“纽约市最聪明的孩子”奖学金竞赛获胜。他年轻时就对语言的本质感觉兴趣，曾赴华盛顿州研究维什兰部族印第安人的语言，于一九二一年完成他的主要著作《语言：言语研究导论》。布卢姆菲尔德研究过梅诺米尼部族印第安人及大草原克里部族印第安人的语言，后来于一九三三年完成了他那很有影响力的著作《语言》。

欧洲较早期的学者集中研究印欧语言，这些语言有大量文件记载，它们相互间在结构上基本相似。萨皮尔和布卢姆菲尔德从美国印第安人的语言出发，见到了语言领域的新天地。在美国印第安人社会中，口语是居主导地位的语言形式，有时还是唯一的语言形式；他们的大多数语言都没有文字书写形式；有文字的也常常没有语法，没有现成的文本。要研究这些语言，必然要根据口头说话的实际声音来重建语意模式。对于“原始”口语的这种研究表明，实际情况与某种自以为是的滥调相反，这种论调坚持认为，凡是没有精美文学的人民，其语言词汇不过数百而已。但实际情况是，这些人民的任何一种语言，其词汇数量均超过两万。举例而言，人类学家 A.L. 克罗伯就发

现阿兹特克语系的纳瓦特尔语支的口语词汇达二万七千之多。所以，应该说口头语言已被证实具有出乎人们意料之外的丰富内容和灵活性。

新兴的结构语言学主要就是从研究这些异族的非书写语言而形成的。第二次世界大战期间，结构语言学家以其学说为基础，创造了一种新的快速教学法，专门培训审俘军官和占领军人员学习欧洲以外的各种语言，事实证明他们的方法卓有成效。

虽然当时只有少数美国人听说过这种新的语言学，但在二十年之内，这种科学却成为对学校中教授美国语言起主要作用的力量。语言学家马里奥·裴解释说，这种发展的结果是“对口语极其重视，但对书写语言如果不是轻视也是相应地比较忽视，甚至在书写语言的形式存在并对追溯语言性质、历史和语源具有价值的地方，情况也是如此；对语言的语音部分极其注意，而对其同义部分则相应地比较忽视；倾向于接受由多数未受过教育的本族口语使用者通用的语言形式作为该语言的标准形式，而不采用被传统尊奉为‘正确用法’的语言形式。”如果说结构语言学在当时是新的，只传授给少数人，它的概念却是与民主制所强调的人民智慧一致的。

正当学者们在精研他们严肃的新科学之时，一个强有力的声音以预言者那种锐利而自信的口吻发表意见了。巴尔的摩市出生的新闻记者 H.L. 门肯在《美国信使》（一九二四至三三年出版）上写文章攻击美国的“蠢材统治”。他的读者十分广泛。他那富于口语化的文体树立了一个强有力的榜样，使他成为美国语言的前驱学者。一九一一年他已在收集英国语言和美国语言两者差别的例子。第一次世界大战爆发时，他竟敢于表示怀疑，打败德国和绞死德皇是否就能使这个世界安享民主。他于是埋头于语言的研究，结果是写成了一本巨著《美国语言》（共三卷，一九一九至四八年出版）。该书是一个知识宝库，鼓舞着为大众化的美国语而奋斗的人士。门肯为醇厚的口语呼吁，反对女教师使用的那种精粹的语言。门肯著作的第一卷就预言说：美国语言如此迅速地与英国语言分道扬镳，以至在不久的将来，说两者中一种语言的人将难以和说两者中另一种语言的人互相沟通。二十年后他又评论说，英国语言正在成为只不过是美国语言的一种地方话。门肯这一巨著，和他在《美国信使》上宣扬大众愚蠢的论调相反，他在这里称颂美国语言特有的民主精神。他是美国的拉伯雷，对蒙昧主义和浮华辞藻横加嘲笑，其机智有力的程度，不下于他对知识多方维护的程度，他的《美国语言》一书销售量很大，虽则阅读的人并不那么多。这本书尽管部头很大，却可以说是一本很生动的美国世小说：主人公就是各种各样忙忙碌碌的美国人民，他们使用词语作为武器与崭新的现实作不懈的斗争。

门肯本人因而成为自己举办的“美国语研究学会”的光杆司令，他怂恿研究“英语”的美国学者放弃英国文学中的陈词滥调，转而研究他们自己的口语。他协助筹划“美国语言分布图”，成为“美国语言学会”的创始人，并参与创办一本名为《美国语》季刊的富有生气的新杂志。另外一些人步门肯的后尘，树立了一座座学术的丰碑，诸如《美国英语词典（根据历史原则）》（编者：W.A. 克雷吉及詹姆斯·鲁特·赫尔伯特，共四卷，一九三八至四四年出版）和《美国用语词典（根据历史原则）》（编者：米特福德·M. 马修斯，共两卷，一九五一年出版）的出版，充分显示出美国语言可爱的特色，这里是没有学究式怀疑的余地的。

当这些关于一般语言，特别是美国语言的新概念正在发展的时候，美国语言教师，特别是中学语言教师的任务也在改变。一九二一年时，十四至十七岁年龄组的美国人只有大约百分之十进中学，十八至二十一岁年龄组的美国人只有百分之四上高等院校。到了一九二二年，中学入学率翻了两番；到一九三一年，十四至十七岁年龄组的孩子超过一半进了中学，十八至二十一岁年龄组的青年进高等院校的也达到百分之十，而且还在继续上升。中学的平民化是美国二十世纪一项比较容易被人忽略的成就，这项成就使越来越多仅受过极少正规教育的家长得以把子女送进中学，语言学家小雷文·麦克戴维指出，这种发展的结果是“越来越多的学生来自对人文主义教育的传统价值不加重视的家庭；在这类家庭中根本不懂什么叫标准语言，他们甚至可以视标准语言为一种外国方言。为应付由这种新学生，特别是在中学和高等院校里就读的学生所造成的新形势，于是产生了语言分析的新理论；语法与惯用法的旧理论……不断地受到重新审查，这种审查往往是参照其它学科提供的新根据和新见解来进行的。”既然课堂被认为是起纠正作用的地方，对于地位不稳定而力求往上爬的教员来说，就越加倾向于对地位不稳定也想向上爬的学生施加“优秀英语规则”的教育。

但同时也存在平民化的倾向，讨好人们，肯定他们所做的一切都是对的、好的。教师努力消除新学生的自卑感，向他们表示，他们在家里听到的语言实际上也许并非“不正确”时代日益前进，这种倾向也变得日益有力。十九世纪尚未结束，有些仍自称语言“教师”的人已经认为，他们可以证明“黑人语言”正确，以此增强地位低下的黑人学生的自尊心并缓和其逼人的态度，从而免除其非要学习标准英语不可的负担。

“现代语言协会”的一位工作人员在一九六八年写的一篇文章中总结了这种平民化的论点：

可以毫不夸张他说，城市学校的英语教师在语言问题上过分天真无知。造成了街上的暴力行动以及社会与学校之间的对立情绪，美国在今后十年内是经受不起这种情况的，教师们必须开始抛弃下述这类有关语言的荒诞论调：南方人说话习惯懒洋洋：波士顿市的英语比布朗克斯区的英语更“纯”；说“ain”就意味着语言低级等等。英语教师必须承认：一个学生能拼写或打标点，能写能认复合的复杂句字，能写二百字语气连贯、意思统一的文章段落：把这些能力与他学会坦率老实他讲话，能听懂别人的讲话，能阅读各种书报杂志，并把自己所相信、所思想和感觉的东西都写出来这些能力相比，那只是次要的，后者更为重要。

这些潮流——新的语言科学、美国语言习惯的新资料、平民化情绪的趋势——形成一股洪流，把学校女教师的那一套整个淹没了。

结构语言学家对那些爱卖弄学问的教师的学究气和浮华辞藻感到吃惊，已决心不再局限于充当超然的语言习惯分类者。在他们的词汇里，“语法”成了“蒙昧主义”的同义词。一九五一年，他们发表了一份由小罗伯特·霍尔撰写的宣言，虽然名为《别干涉语言吧！》，他们却不能不干涉搞语法的人。他们实际上是对这些人发动了一次全面攻势，它改变着公众对既成事物的态度，其规模之广泛、效率之强大，也许是极权国家以外任何相应的运动所不及的。

密歇根大学杰出的教授查尔斯·卡彭特·弗赖斯向学校英语教师们指出

语言科学的意义。他写了两本影响颇为广泛的书，目的是从普通美国人实际上如何讲和如何写的角度而不是从语法家规则的角度来揭示美国语言的“结构”。一九四一年出版的《美国英语语法》，编写时间几乎长达二十年。这本著作是弗赖斯精心研究了第一次世界大战期间军人家属写给陆军部某一机构的三千封信之后得出的成果，弗赖斯在应允删去信中所有人名和地址的条件下终于获得官方同意，准他使用这些信件作为他的一套新术语的素材，用在“特别涉及社会差距或阶级专用语的今日美国英语语法结构”之中。为查核原写信人的社会阶级，弗赖斯使用了陆军部档案中军人宣誓所提到的家庭出身资料。

全国英语教师理事会资助弗赖斯的这项研究，弗赖斯的目的是要告诉学校教师如何改进他们的英语教学。他这本书坚决主张采用“科学的”观点。弗赖斯指出：“语言学家不必处理可以轻易区分为正与误两大类的大量不同的语言形式，他们面对的是非常复杂的各种实际用法，这些用法必须按照名为‘一般用法’的一套并非十分明确的标准，把它们划分到数目不定的类别中去。”因此，弗赖斯在他的词汇中剔除了“错”、“正”、“误”之类的字眼，并力劝所有英语教师也都这样做。他在提出他自己的一套阐述实际用法结构的方法之后作出结论说，学校中实际上还从来没有出现过“今日英语真正语法的研究”。他敦促英语教师改变方法，对学生教导他们生活中的日常语用法，最终目的在于“推动学生对实际用法进行观察，并为此目的尽量把切实有用的知识提供给他们。”

弗赖斯第二本书名为《英语结构》。有意思的是这本书不是根据书写语言用法而是根据口语用法写的。为了确保他所研究的语言不是有意识地思考过的或矫揉造作的语言，弗赖斯偷偷地录下了五十个钟头的电话交谈，这些都是通过他住房内两部电话的一般日常谈话。当时还没有关于电话被窃听就要发出警告声的法律规定，所以，弗赖斯能在谈话者不知道的情况下偷录。在这本书里他完全抛弃了那套“名词”“动词”之类的旧词汇，代之以他自己的一套崭新的客观系统：类一、类二、类三、类四及其余的“功能词”。他这套体系纯粹是按他实际从电话中听到的词语结构加以分类而形成的。

按照弗赖斯和他的合作者的说法，这套体系终于使语言课堂得以现代化，从而使学生脱离他们所谓的“科学前时期”。他们编写了新的课本和教师手册。“英语语法”现在成为“英语语型”。新课本彻底抛弃了旧的语法观念，而这种观念是把语法当作受过良好教育者的一套戒律，正如最成功的新课本之一的教师手册于一九五六年所解释的那样，保罗·罗伯茨的《英语语型》“并不讨论句子谬误本身。它完全是描述性的或试图成为纯粹描述性的，描述好的书写语言而不是坏的书写语言。”罗伯茨一开始就提醒学生，他所讲的语言在某种程度上是“世界上最重要的语言”，因为这种语言有数亿三亿分布在世界各地的人使用；但他马上补充说：“所有这些讲英语的人没有一个和另一个说得完全一样，我们全部知道，在我们接到电话时，即使对方还没说出是谁在讲话，我们也能辨别得出我们朋友的声音。”

罗伯茨解决一个困难用法问题的方法可以说明这种新观点：

一些受过教育的讲英语的人，在他们愉快而漫长的一生中或许从来不讲“Whom”这个词，当然，在精选英语写作甲 Whom-词的地位最牢固，按手册规程经常使用这词。在精选英语口语里，Whom 一词就用得少些；譬如说，许多电台播音员就完全避免用这词，也

许他们感到，一般听众会认为这个同表现出一种傲气。在一般英语写作中这个词更是避免使用的，而在一般英语口语里则几乎根本听不到它。

那些避免明确用 Whom 的人有两个处理办法。一是用主格形式，即使句中代问是处于宾语地位也如此：

a fellow who we used to know

a girl who I used to go with

另一更常见的办法是根本就省略掉关系词。

a fellow we used to know

a girl I used to go with

这种对语言的新态度反映对语法知识的轻视，语法知识现在被人称之为迷信。新运动的一位领导人宣称：“语法教师的方法和哲理对语言学家没有什么意义，正如占星学家的占星术推算方法对天文学家没有什么意义一样。”

新语言学家对语亨虽不留情面地采用描述的观点，但他们当然明白，受过教育的美国人在学校受到的教导，是要他们尊重传统语言的规范。当有人对新语言学家说，“语法不好”可能对提高一个人的社会地位有所妨碍时，他们并不表示反对，但是他们坚决认为这是另外一回事，不能据此立下语言伦理学的条规，他们举出理由说：“一个孩子讲‘I didn't see no dog’，你就告诉他，他说的是确实见到了狗。你这样做是不对的。他的话很清楚，一点也不含糊，我们所能对他说的，只是他在社会礼仪上犯了大错，他说的话会使他的社会地位降低。……如果你不说 it is not I 而说 it am't me，不说 I saw him 而说 I seen him，人家下次就不请你喝茶，或者你那部门的首长就会对你印象不佳，你想升级也不行了……[但是]就语言本身来说，抛开一切有关社会利弊的考虑，一种方式的言语与另一种方式的言语是一样的，无所谓好坏。”他们提出警告说：讲话讲得大“正确”也可能会吃苦头，譬如，“那些相对来说文化不高但非常讲实际的人，诸如管子工和汽车修理工”就可能敲竹杠向你滥开价钱了。

但新语言学家们仍然对课堂发动猛烈的攻势。由于拉丁文教学衰落，使得他们的胜利来得更为容易。《英语句型》及类似的反对传统观念的课本开始取代传统的《英语语法》。父辈学到的是“名词乃一人一地一物之名称”，他们永远也忘不了那枯燥无味的句子图解，而他们的孩子说的却是“名词是一个字，样子就象苹果，美人或书桌，”他们想得更多的是人们实际讲话的方式。

这种毫不妥协的对语言进行描述的观点在词典中却反映得比较慢。因为词典编撰者不同于搞语法的人，他们对语言的态度比较现实，而词典使用者对词典有一种假惺惺的尊崇态度，他们对语法则没有这种态度。人们一辈子都习惯于“查查词典”，搞清一个词的“真正意义”，弄明白自己是“对”还是“错”。除此之外，大词典的编纂甚至修订都是耗资巨大、需时多年的工作，如果词典只追逐时尚、昙花一现，不能受到学术界持久的尊重，慎重的出版商是不会投资数百万美元来出版的。

一九六一年出版的一本未经删节的足本大词典鲜明地反映了这种新观点的力量和新颖之处。这本词典以口语为准，毫不含糊地采用描述法。由带绿色护眼罩的词典编纂者制作的成品能具有这种爆炸性也许是空前的。一九六

一年九月二十六日，马萨诸塞州斯普林菲尔德的 G. & C. 梅里亚姆公司出版了《韦伯斯特第三版新国际词典》。这部巨著重十三磅半，厚二千七百二十页，售价四十七元五角。这是二十七年来第一部全新的未经删节的足本梅里亚姆—韦伯斯特词典。当然还有许许多多别的词典，但斯普林菲尔德的出版商始终保持着一八四三年逝世的著名词典编纂家诺亚·韦伯斯特的声誉。如果人们说“查一查韦氏词典吧，”他们总是指“查一下最新出版的梅里亚姆—韦伯斯特足本大词典。”据出版商说，这部新版词典有一个长期雇用的编辑班子，集专家百余人，顾问数百人，耗资达三百五十万美元以上。词汇主体部分共四十五万条，以一千万例证作为基础，包含了以前几版足本梅里亚姆—韦伯斯特大词典从未有过的十万个新词或新义。

用公共关系学的话来说，这当然是出版界一件大事。出版之前报纸上已经登载了不少有关这本大词典的使人好奇的花絮新闻。出版商颇为自豪地说，这本书的出版“极尽宣传之能事，是任何出版商对任何单独一本书所作的最大广告宣传。”书一出版，各家日报都纷纷以头版报道并发表主要的社论，继之，发行很广的周刊和文学评论刊物又发表文章，这些文章和社论除极少数例外，都连珠炮似地发动了猛烈攻击。里士满《新闻导报》宣称：“韦伯斯特词典彻底失败。”理查德·埃姆里奇牧师在《底特律新闻》上发表评论文章声称：“新词典粗劣，错误百出，”并解释新的韦伯斯特词典如何表现了“布尔什维克精神”。《纽约时报》副主编向该报工作人员发出通告，说明新闻消息版、星期日版和社论版等各部门的编辑“已一致决定，今后在所有拼写和惯用法方面仍须继续沿用韦伯斯特词典〔早期的〕第二版，”《华盛顿邮报》的一篇社论也告诫读者：“千万不要丢了老韦伯斯特词典。”

《大西洋月刊》评论员一本正经地把新版韦伯斯特词典名之为“战斗的文献，它要摧毁的敌人是死板语言的一切顽固遗迹，一切坚持规范标准的尚存势力，一切区分优劣用法的准则。”这件二十世纪中叶美国语言史上最重大的事件（许多人这样说），在当时被人称为“一场巨大的灾难”。

这些可敬的新闻界人士和文学评论杂志编辑发出的怒吼，反映了当时已主宰美国课堂的科学语言工作者在学术思想上所进行的未被觉察的革命是多么深刻。当然，这些评论者绝大多数都受过旧的“正误”派语法教育，他们对新的语言科学知之甚少或一无所知，这些有影响力的新闻界人士、传教士和著名评论家对新语言学家的成就虽表慨叹，但他们几乎没有注意到他们自己的子女却正在受《英语语型》的教育。新语言学家已经在悄悄的胜利中征服了课堂。

不过大多数语言科学家对新版韦伯斯特词典是热烈支持的。很少评论者可以否认，新版韦伯斯特词典对英语的美国用法作了最新的全面的准确描述，使外行的评论者最感烦恼的是，这部“权威性”巨著却故意对语言的“正”、“误”用法不加指引，他们所企望于韦伯斯特词典的，不正就是这一点吗？即使是在一个民主国家，这些受过教育的美国人仍然认为，他们应当可以拿词典，即神圣的韦伯斯特词典，当作指导的权威，即使社会在所有其它问题上都存在着混乱，至少在语言问题上应当对“正”、“误”有个一致的看法。

新版韦伯斯特词典持强烈的口语观点，其程度之深，使词典中实际上可以不使用“口语”这个标记，这词典极少用那些常用标明“俚语”、“行话”、“诙谐语”、“非标准语”的标记，在旧版韦伯斯特词典中，所有这些标记是用来标志那些受过教育的美国人在标准书写语言中所不用的词汇。新版韦

帕斯特词典不仅对旧版未收的十万字加以解说，而且收词标准也是极为宽容的，象“ain't”（词典注为“美国大部分地区有教养的人口头使用”）“wise up”。“get hep”、“ants in one's pants”、“hugeous”、“passel”（代替“patcel”）之类的词全都收入，不加任何表示贬意的标志。作例证的引用语则选自他们存档的一千万摘句，这些摘句不仅引自政治家和著名作家，也引自电影明星。夜总会艺术，棒球运动员、拳击推广者，不仅引自温斯顿·丘吉尔、德怀特·艾森豪威尔、伊迪丝·西特韦尔、雅克·马里顿。艾伯特·施韦策，而且引自詹姆斯·卡格尼，埃塞尔·默尔曼、伯尔·艾夫斯、威利·梅斯、米基·斯皮莱恩、吉米·杜兰特、比利·罗斯和特德·威廉斯。

几年之内市场上又出现了好几本同典，这些词典对新语言学有所重视，但仍然对读者提供了他们所寻求的近似“权威”的东西。一九六六年出版的《兰登书屋英语词典》是一本厚达二千零九十六页的巨著，由一百五十位编辑，二百名编外顾问，历时八年完成。出版此书意在与新版韦伯斯特词典竞争，售价仅二十五美元，目的在于扩大销路。出版者解释说，此书是在广泛考察了教师，教授、图书馆工作者和新闻界人士的基础上编成的，这几类人正好就是当年对新版韦伯斯特词典大喊“你这凶手！”的人，这本词典为了避免象新语言学派那样“完全不加评注，不对使用者提供任何指引，至使其感到失望”，因而将传统方式至少保留到这样的程度，即把“长期确立的用法评语”告诉读者。比方说，“ain't”一词就被标作“不标准的”，同时警告读者“凡不欲被别人视为缺乏教养的人均应避免使用此词。”“to have ants in one's pants”则被标为“俚语”，并举例如下“*She had ants in her pants ever since she won that ticket to Bermuda*”（她赢得去百慕大的机票以后就象热锅上的蚂蚁一样急不可耐。）这部词典中的例证没有引用运动员、演员和其他不一定受过教育的知名人士的谈话，以免独犯文人学士；也没有引自学识高深的作家和学者，以免使人觉得他们与新语言学派不和，于是便由编者自己来写。编者解释说，这是一种折衷办法，是在过时的“权威”论点和未来派的“描述”方法之间找出一条“语言学上站得住脚的中间道路”。但即使这样，这本词典的选词也是很宽容的，因为日常生活口语同汇明显地占着主导地位。在对“用法”进行规范时、只是为了使该书“充分具有描述性”。《兰登书屋词典》由于它和新版韦伯斯特词典的差别（这是一部分原因），在销售上赚了大钱。

不久以后又出了一本规模较小的词典，再次向后退了一步，更趋向于传统的语言“正误”法，这就是一九六九年出版的《美国英语传统词典》，该书编者说，出版者“本着维护美国语言和历史传统的重大责任感……将忠实地记录下我们的语言，这是每一个词典编纂者的责任，但是，象这充满宽容精神的时代的许多其他词典编纂者一样，其责任远不上于此。不仅不上于此，而且要加上必不可少的指导，那就是，有知识的人希望从词典中找到的关于如何使语言变得精确文雅的指导。”编者比前面几本词典更加放开手脚地使用“俚语”、“粗俗”之类的标记，但他们也避免使用俨然以权威自居的标记，他们采用了大众默认的聪明办法，把他们的“用法注释”弄成一种民意讨论的产物。在这些“注释”中，由一个约一百人的“词语用法讨论会”说明他们对于有疑点的单词的意见，这些人中有许多正好是对新版韦伯斯特同典持苛评态度的人。在“ain't”（标以“不标准的”）条下注明：“除极少

数人之外……词语用法讨论会全部强烈谴责……ain't 这种表达法，讨论会百分之九十九的人认为，除非有意表示口语，否则不应使用在书写语中，即使作为口头语言，也有百分之八十四的人认为不应使用。”

《商业周刊》报道的一种看法，也许是对美国语言发展所作的最机灵圆滑的历史论断。它说：新版韦伯斯特词典“是正确的”，不过要是晚三十年问世就好了。口头语言早就在积累其影响。新语言科学家不是布尔什维克，不是无政府主义者，也不是有意识地在反对真善美，他们也并非糟糕的科学家工作者，新版韦伯斯特词典所揭示的原是一场早就在加速进行的革命，其规模之广泛、意义之深刻甚至出乎语言学家中保守分子的意料。美国人在语言科学中，也象他们所采用的其它无数出人意料的方式一样，只是使用他们的新技术来描述世界的真相。这个世界如此迅速运行，如此千变万化，描述起来使人感到新奇有趣，而要使之规范化却又如此困难。

人们在二十世纪美国的所有地方都可见到，在今天这么急促前进的世界里，认为这个世界理应如何的那些传统标准似乎已变得无关重要了。科学和民主还没有取得彻底胜利，至少在语言方面是如此。人们仍留恋语言方面“最优秀”分子的语言表达方式。但是审慎的词典编纂者想要保持权威地位；不管这种企图怎样温和及开明，也不过是一种后卫战而已。他们一方面自觉的要“保存”语言，另一方面对新的描述语言学又表示认输，这就暗示着历史潮流的方向。当美国人为词语——这么简单的日常事情——寻求标准的时候，他们再也找不到一个毫不含糊的权威了。

五十一 从演说到向人民讲话：炉边政治

一八九六年出版的一本很受欢迎的美国手册说：“演说是自由之父。”它解释说：“事物的构成注定了雄辩术应当是自由的最后依靠和支柱，有了它，自由便得以生存、发展和消亡。摧残并削弱雄辩术有利于暴君。这是他们保障安全的唯一办法。因此培养演说能力是自由国家的责任。”在南北战争之前，上述这段话曾是美国公共生活的格言，当时国内产生一种美国特有的辩论文学，人们认为雄辩术有一定的标准是理所当然的事。凡爱国的公民都熟知美国一系列著名的演说词；伟大的政治家为人民奋斗的同时，也就不断填补了世界演说文献的宝库。在半个世纪内，这种关于演说的观点就象人们穿的高扣鞋一样变得过时了。正是在那些曾经促进演说术成长的民主势力中，有许多竟成了促使其毁灭的因素。由于口语找到了新的表达方式和新的用武之地，它不再象过去那样受条条框框约束，它已经松弛了。随着涉及公共场面的美国政治方式的改变，人民大众也起了变化。甚至在说话的声音能够神奇地传播四方，让人人都能听到，使听众范围更为扩大之时，令人惊奇的却是，话语也变得更加亲切了。在人们崇尚演说之后的这个时期，公民的感觉是：他们与民主领袖之间更为接近但实际距离却更遥远了。

一位讲授道德哲学的教授编写的《麦克古菲选粹读本》，自一八三六年问世以来几乎控制了课本市场达半个世纪之久。这套读本之所以有名，乃因它在宣扬道德的同时，把某些美国经典文章变成了人人皆知的作品。但是，带进课堂的一亿二千二百万本麦克古菲读本确是向美国人传播了琅琅上口的作品，同时也使口语艺术平民化了。美国世代代学童当作课本读的这套书，其目的在于教会孩子大声朗诵，这一点有时倒被人忽略了。《麦克古菲选粹读本第五版》（一八七九年版），一开始就说明“朗诵作为演说练习”的目的，接着提出十二条规则以及关于发音、转调、重音、强调、抑扬顿挫、诵诗停顿等各个方面“正”和“误”的例子。

规则九：句子中表示比较、对比、否定和肯定的不同成分，或用 or 作为转折而连接的部分，需要采用不同的语调。一般说来，第一成分用升调，第二成分用降调。但是，这一顺序有时也可以颠倒过来。

不过，麦克古菲建议，“为了表示庄严或严肃的思想，以及有时为了表示强烈的情感……声调应该一致。”给学生的第一篇练习就是一篇悼词，《富兰克林逝世（用庄重语调朗读）》。

十九世纪时，小学生要根据他们“从容而正确地朗读”的能力来决定他们能否升级。中学里经常举行带有“演说和练习辩论”性质的公开朗读和背诵仪式。威廉·詹宁斯·布赖恩是擅长老式演讲术的最后一批大师之一，他回忆在中学里一个文学团体和一个辩论会中受到的训练，那使他在“辩论技巧方面迈进了一大步”。

十九世纪美国高等院校大量兴起，辩论法、雄辩术和演说术成了主要课程。十八世纪五十年代曾在哈佛学院上学的亨利·亚当斯对有教养的欧洲人颇为熟悉，他说，“欧洲的大学毕业生往往在大庭广众面前会突然吓得手足无措，这种事美国人听起来会觉得最奇怪不过了。”亚当斯在高等院校受过训练，他可以“站在美国或欧洲任何数量的听众面前神色自若，这种容易令人

兴奋的场所反而使他神经更加镇定。”他接着说：“当自己站起来的时候，是否有话可说还有待分晓哩。”不过对年轻的美国演说家来说，内容问题不会造成什么麻烦。二十世纪初，各个高等院校之间出现校际足球赛之前先就有了校际辩论会，这是高等教育最有组织的活动之一，为这活动成立了专门的辅导组织，出版了教材，制订了计划，还组成了校际“竞赛联合会”。

美国高等教育重视演讲术，是由美国某些特殊环境因素促成的。新成立的几十所大学和学院聘请附近教堂的牧师担任兼职教员。当时国家正在蓬勃发展，立法机构日益增多，大学本科生都怀有雄心壮志，争取将来在这些机构中谋得一个席位。由于演说盛行，由于美国人是通过爱国者和政治家的演说（有的是真实的，有的是虚拟的）来了解本国历史的，于是这便成了美国民主的一个信条，即公开讲演确有其伟大典范和正确标准。人们认为，受过教育的人对“辩才”一同有一致看法，他们对于选择哪些作品编入《世界著名演说集》也并无歧见，这一套布面精装十卷本的书销路很好，那些除了圣经和邮购目录册之外没有什么藏书的家庭，也都在客厅里摆上这部书以壮观瞻。

成千上万象威廉·詹宁斯·布赖恩这样的年轻人渐渐认为，演说水平是对他们是否具备政治家伟大素质的一种测试。中学和大学仍然广泛教授的希腊文和拉丁文，对那些想了解德摩斯梯尼或西塞罗所用词语的学生来说提供了古典范文。学生们习惯于记忆和诵读…些爱国演说家的名篇，诸如帕特里克·亨利的《不自由毋宁死》；詹姆斯·奥蒂斯斯的《反对搜查令》；丹尼尔·韦伯斯特的《向海恩质疑》；亨利·格雷迪的《新南方》等等。这种习惯使一代代学生培养了另一种兴趣，坚信历史上的“著名演讲同”确实不同凡响。

教师将创作这些伟大范文所须遵循的规则教给学生。在美国中学和大学里，辩论术仍是一门基本课程，古典课程包括西塞罗的“演说术”，贺拉斯的“诗的艺术”和朗吉纳斯的“论崇高”。在语言文学的所有教学中都贯穿了正确演讲方式的训练。休·布莱尔（“其辩才足以使猎犬停下静聆”的苏格兰牧师）所写的《辩论修辞学与纯文学讲义》（一七八三年）早就是“耶鲁”和“哈佛”的课本，此书的费城版在十九世纪中叶以前已印刷三十七次。诸如约翰·昆西·亚当斯的《辩论术与演说术讲义》（两卷本，一八一一年出版，是他在哈佛任辩论修辞学和演说术教授的讲稿）之类著作，则将古典范本和英国课本的原则应用于美国的具体环境中去。

互相竞争的辩论修辞学“各门各派”都提出了自己的信条，并有专门词汇和教学体制，这都有助于让教授提高其课程的地位。詹姆斯·拉什博士（本杰明·拉什博士十三个孩子中的第七个）打算给“辩论修辞学家以生理数据”，他的《人类声音的哲学》一书（一八二七年出版，至一八六七年已出六版，及其一套详尽的词汇风靡了十九世纪下半叶。他对“根音”和“弱化音”的区分，以及他对“主重音音节”、“次重音音节”和“非重音音节”的分类，成了其它许多教科书的基础，这些教科书都试图用现代生理学和心理学知识来解释古代的辩论术。一派以“发音操练术”为基础。另一派名为“德尔萨特表意系统”，是巴黎声乐教师弗朗索瓦·德尔萨特建立的，用三式动作来解释宗教上的三位一体：一式名为“正常”，即围绕中心的动作，表示“生命”；二式名为“离心”，即离开中心的动作，表示“心志”；三式名为“向心”，即朝向中心的动作，表示“灵魂”，于是演说论辩的一切姿势和态度都可以分入九个细类，从“正常——正常”，到“离心——向心”，再到“向

心——向心”。弗朗索瓦·德尔萨特的美国弟子为了要与拉什的课本及“发音操练术”竞争，提出“和音操练术”，这种方法一直流行到二十世纪初，不过，对这类方法是否能解决问题也存在一些值得怀疑的不祥迹象。早在一八三五年，“哈佛”第一位教演说术的“科学”教师乔纳森·巴伯（演说家温德尔·菲利普斯认他为师）要学生们使用竹条制的球体掌握三百六十度范围内姿态变化的层次时，学生起来造反，竟然强迫这位有才能的教授辞去教职。他的继任者，有名的爱德华·钱宁，在南北战争前那段时期曾培养了许多新英格兰的著名演说家。他提醒学生不要一味模仿古典范式：演说家不应是“群众领袖”而应自认为是“群众的一员，和他们一道讨论休戚相关的事”，但是大家对“著名演说词”的崇敬心理依然不混。

年轻的威廉·詹宁斯·布赖恩发表的“金十字架”演说使他在—八九六年芝加哥的民主党全国代表大会上获得总统候选人提名，此事充分证实了群众对辞藻华丽的重要演说词存在着敬畏之心。当时，有势力的传统型“演说家”在社会生活中居有显赫地位，致使这种传统得以保持下去，这类演说家包括印第安纳州参议员艾伯特·贝弗里奇、威斯康星州参议员罗伯特·拉福莱特、爱达荷州参议员威廉·博拉以及加利福尼亚州参议员海勒姆·约翰逊。诸如鲁弗斯·乔特、伊莱休·鲁特、查尔斯·埃文斯·休斯、路易斯·布兰代斯以及克拉伦斯·达罗这些律师在美国生活中所具有的特殊作用，似乎是向年轻人保证，辩护及辩论技术是成名致富的途径。旧式大演说家伍德罗·威尔逊恢复过去的做法，以演说方式向国会发表总统年度咨文，再次向全国表明演说家的威力。

直到二十世纪初，美国的中学和大学仍然教授演说辩论术；新的全国性演说课教师团体的成立使这门课程更加流行。到一九三一年时，在规模较大的中学里，正规课程中都包括演说课，这并非因为校方对古典范文重新发生兴趣，而是因为美国教育部门是按照科目在“多大程度上有益于生活并使生活获得成功”来开设课程的。至于通过“新评论”的形式来重振辩论修辞学，则仅限于立学评论和学术研究的范围，这种“新评论”是由埃兹拉·庞德和T.S.埃利奥特的作品所带动，并由L.A.理查兹和肯尼思·伯克的评论文章使之成形的。

二十世纪对演说兴趣的日益扩大很难称之为“新辩论修辞学”的发展，因为它与传统的学习没有什么关系，后音是要学习古典范文和受尊崇的原则，现在重点已转移到实际上，那就是：如何表现个性并“制造良好的印象”。教师的目的在于帮助学生学会面对广大听众时要“轻松自如”，还要设法让学生更好地了解听众的观点。通用的新课本旨在培养“交谈的态度”，自觉的平民化趋势则把这种目标（需要一颗善良的心甚于受过训练的意志）解释为“学会坦率老实他讲话”，因为“语言交流的真本领在于：学生会用适合不同对象的声音和语调讲话，当他有话要说时就会以不吐不快的感情把它说出来。”

日益发展的关于说话的生理学和心理学知识被应用于纠正诸如结巴和口吃一类的发音缺陷，也应用于治疗各种年龄的人的发音毛病。到一九二一年时，在芝加哥、纽约、克利夫兰及其它地方的公立学校中已开设语言纠正课程，在某些大学中还设立了专门的诊所。

重心的转移非常明显：原来讲究的是“辩才”和“演说术”的模式和标

准，现在谈的是人及其问题：原来要求的是“能言善辩”和“辩论技巧”，现在则是自我修养和个人成就。代表这种演说新观点的有名人物是戴尔·卡内基。教辩论修辞学的学究式教师虽对他一向忽视（他的名字并未出现在长篇的美国“言语教育”学术史中），然而卡内基写的书却取得了非凡的成功，他的名字已家喻户晓。

戴尔·卡内基的一生典型他说明了一个美国人是如何发迹的。他于一八八八年生于密苏里州一个农民家庭，后来进了沃伦斯堡的州立师范学院。他没钱住校，就住在自家农庄里，帮助于点杂活，每天要骑马六英里去上学。因为他体重不够，没资格参加学院足球队，就只好参加辩论组。毕业后，他当过推销员，想碰碰运气。后来，一九一二年在纽约，他参加了一次“社交晚会”，在会上他朗诵（有钢琴伴奏）詹姆斯·惠特科姆·赖利的作品《六月夏意浓》和《走吧，拿破仑，看来要下雨啦》。他的朗诵使一百二十五街基督教青年会负责人获得极深刻的印象，卡内基想在该青年会教演说课。正式教师每晚的授课费是二美元，该负责人虽不愿冒险出这么多钱，但让卡内基以分享授课收益的办法来授课。卡内基回顾说，他的学生“希望在业务会议上能站起来讲几句话而不致于怕得发晕，推销员则希望在与难以对付的顾客面对面交谈之前不必在附近街区转三个圈来鼓足勇气。他们希望培养自信心和泰然自若的态度。他们希望在事业上求得发展……如果我要谋生。我就必须现实些，”他在费城、巴尔的摩、威尔明顿开办夜校，教这类人如何“克服害怕心理”。他研究出自己的一套授课方法并编写了自己的教材。

他所办的“戴尔·卡内基有效谈话处世课程”越来越吃香，为应付这种需求，他在别的城市也设了教学点，他培训教师并控制在全美国和国外各地使用他整套教学方法的特许权。到一九七一年时，卡内基课程（学费一百三十五至一百八十五美元，因地区不同而有异）的学生总数超过一百五十万人。卡内基为他的课程撰写的教材《交友待人之道》，在书店创造了销售奇迹。该书由西蒙及舒斯特出版社出版（该出版社的总经理就曾参加过卡内基的行政管理人员课程），在一九三六年出版后的头两年内，每天卖出五千册，每本售价美币一元九角八分。该书在十年之内一直是畅销书，到一九七一年时已售出九百万册。

尽管文人学士嗤之以鼻，公正他说，卡内基的书确是继承了自学文献的古典传统。弗朗西斯·培根和米歇尔·德·蒙泰涅的散文，巴尔达萨尔·卡斯蒂莱昂纳的《邀宠者》，切斯特菲尔德勋爵的《训儿家书》，都对意欲上进的有志青年提出忠告。在英国，塞缪尔·斯迈尔斯所写的《工程师的生活》以及他那些关于“自助”、“节约”、“责任”的活泼爽快的文章，开始使这一类文献适应更广大读者的要求，也适应工业时代更为严峻的需求。本杰明·富兰克林《穷理查的历书》中最为大家所知和最常引用的段落是神父亚伯拉罕的演说，名为《致富之路》，听过拉尔夫·沃尔多·爱默生讲学和读过他的书的美国人，大多数认为他并非超验论者，而只是向人们指出“自立”之道，使他们走上成功之路。随后美国还出了一个奇特的先知，宣扬自我修养，那就是假波希米亚人埃尔们特·哈伯德。他撰写的《致加西亚书》（一八九九年）是描述美国与西班牙战争中一个足智多谋的美国中尉自力更生的寓言，一共售出四千多万份，主要是售给工业公司，在雇员中间散发，虽然卡内基的书没有文采，它纯粹是用普通文体写的，但却具有最有效力的宣传性文章的优点，他的书包含着精采的心理学见解，切合实用，使自我修养的

道德传统适应二十世纪美国特殊情况，就这方面而言，长期以来还没有其它著作能超过这种成就。

《交友待人之道》一书的问世，正当经济萧条失业严重之际，美国人希望探索功成名就的新途径，富兰克林·德拉诺·罗斯福总统一九三三年第一次发表就职演说时所说的一句名言：“我们唯一要怕的就是‘害怕’本身。”正是这句话成了戴尔·卡内基课程的中心思想，但文学评论家和学术界人士却嗤之以鼻，辛克莱·刘易斯读了卡内基的“让人喜欢你的六种方法”（包括第二条：微笑）之后，承认这些方法可以帮助学习者赚到大钱，“当然也有点不利之处。那就是：这些方法也许会……使他妻子没法和他共处。”詹姆斯·瑟伯宣称，卡内基的例子所表现的“虚情假意”十分明显，“就象宴会中的鬼魂似的”，一位聪明的年轻人在自杀前不久写了长篇大论的讽刺戏谑文章，名为《失友坑人之道》。

在卡内基课程开办的初期，知名人士或高级主管常常化名参加，到十九世纪五十年代，卡内基课程广泛获得美国有事业的人士的信任。校友中包括一位联邦教育局长，一位肯塔基州的州长，一位马里兰州的州长，好几位大使和海军将领，以及古德里奇橡胶公司的董事长、国民饼干公司的总经理、雷格尔鞋业公司的总经理、邓恩—布雷特兹特里公司的总经理等人。许多大企业，诸如威斯汀豪斯公司、麦格罗—希尔书业公司、美国电气工程师协会、纽约电话公司，都在它们自己的公司内为其雇员和经理人员开设卡内基课程。卡内基显然提供了一种美国人甘愿花钱购买的有用商品。

在美国这样一个具有开拓进取传统的国家，戴尔·卡内基成了进取者的进取者。他是靠出卖推销员的才能而成名致富的。卡内基企业通过组织联络、广告宣传以及乐观向上的创业精神吸引了每一个其成功“尚未正式实现的”美国人。卡内基课程与卡内基课本遍及全世界四十五个国家，缅甸的吴努总理把卡内基的《交友之道》（和卡尔·马克思的《资本论》一起）译成缅文。他访问美国时说，至少缅甸的情况是如此，卡内基著作的销量超过马克思的书，他并说他到美国来最想见的人就是戴尔·卡内基。

早期美国的自学课程原来只打算作为一个自我修养课程，虽然也教“致富之道”，主要却是修养品德。卡内基的着重点不是放在“品德”上而是放在“为人”上：“微笑”，因为这是“获得良好的最初印象的简单办法”。他和提倡传统自学课程的大多数前人不一样，他强调言语和讲话之道。在二十世纪技术发达的美国，依靠民主实现了象柏拉图这种古代在哲学上反民主的人物的预言，并赋予讲话之道以超常的新力量，美国民主将越来越依靠讲话之道及讲话所造成的印象。

一九二二年时美国已有将近一百五十万部电话，到一九三二年则增加到一千七百五十万部。电话问世以前，人们在相隔很远的地方交往的主要手段是利用手写或印刷的文字，但在口头交流的新时代，几乎任何人都可以和几乎任何其他其他人就几乎任何问题或并非就任何问题进行交谈。于是，交流就成了不那么正式的了。电话已成为办事的手段。过去社交邀请是通过信件进行的，现在则靠电话，过去写的情书现在已由长途电话里的绵绵情话所取代。

十九世纪二十年代初，当无线电开始面世时，人们很自然地首先想到把它当作一种“无线电话”。我们可以看到，这种无线电话实际上是不能保密的，不利于个人之间的交谈，这就使许多人认为它没有商业价值，不切实用。

谁愿花钱去打任何人都能听到的电话？只有少数抱有幻想的人，象戴维·萨尔诺夫这种人，才有不同的想法，因为他们想的是把无线电当作娱乐工具，可是，一九二二年美国电话电报公司决定跨入这个他们称之为“公众无线电广播”的领域，其原因是害怕无线电的发展会使电话股票的价值下降。该公司的一位经理人员回顾说：“他们电话公司不安排任何节目，公众自己参加进来，任何人如果要想向全世界讲话，或者想作什么表演，都可以到这里来，就象进入公众电话间一样，付了钱就可以讲，讲完了就出去。”他们把它叫做从“空中电话间”发出的“付款广播”。当然，未来的广播事业不是朝这种方向发展，而是利用这种新技术的一些新特性，凭着这种特性，现在已能把信息和音乐传送到无法确定的、既看不到又数不清的听众那儿去。

公开讲话的形式也改变了。过去，对成千上万的听众讲话，唯一的办法是站在讲台上演说，不可避免地要采用规律化的演说方式：演说者站起来，大声讲话，做大动作手势，以便远处角落的听众能够了解，在扩音系统盛行以前，威廉·詹宁斯·布赖恩在一八九六年民主党代表大会上发表他那篇《金十字架》演说之所以极为成功，就是依靠他那强有力的响亮嗓音。

无线电把这一切都改变了，因而把美国政治形式也改变了。说话的人和听讲的人都处于新的地位，结果形成了一种新的关系。说也奇怪，无线电仍是一对一的交往，而且在某种意义上说，甚至比过去带有更浓厚的私人谈话气氛。不管对多少人讲话，都能产生一种新的亲密感，听众人数大量增加实际上已使情况变得非正式了，这一点似乎令人奇怪但却是事实，不过很少有人注意罢了。无线电（后来的电视更加如此）正在形成一种新的隔离状态：听讲的人在自己的起居室、厨房，车间、乃至汽车里面，独自一人从收音机里听到广播的声音，他感到而且确能做到和广播者单独共处。在说话的人和听讲的人之间会产生一种新的情感。“公开演讲”变成了向你说话似的。

电影问世初期，制片人对影片明星的真名保守秘密，深恐一旦人们知道那“电影女郎”是谁，她的名声就会盖过公司，她就要索取高不可攀的报酬。与此相同的是，一九二五年以前，广播电台一般都不透露广播员的姓名，虽则有些电台也允许广播员用神秘的缩写代号签名。有一位广播迷写信给路易斯维尔的 WHAS 电台，后来他接到一封正式复函说：“透露广播员的姓名会违反本电台的规则。”但随着播音者与听众之间出现新的关系，广播迷的来信日益增多，听众坚持要求多知道一些电台广播员的情况。研究广播历史的学者埃立克·巴尔诺说，一九二二年广播演员仍然想象他们是在一个大厅里表演，一九二五年的形象就“舒适些”了。“许多艺人喜欢把听众想象成‘单独一个人’。听众来信也鼓励了这种想法；任何其它大众传播媒介都不象广播这样使聆听的人产生一种不受别人干扰的亲密感。”广播迷的来信愈来愈亲密，甚至于表现了强烈的感情。一封给 WJZ 电台广播员特德·赫辛的信中写道：“你愿意在一位女士面前出现让她惊喜不已吗？”在这广播“人物”的新天地里，任何一个人只要有一部收音机，就可以享受远距离秘密幽晤的快感。

格雷厄姆·麦克纳米为 WEAF 电台的“一九二五年度冠军棒球联赛”播音之后，他收到了五万封信，诺曼·布罗肯希尔（他父亲是宗教信仰复兴运动的牧师，曾为救世军到处奔波）为以后的广播人员创了一个先例，即争取听众把注意力集中在自己身上。他在为家庭主妇作参谋这一首创节目中，在介绍特邀演出的嘉宾时尽量掺夹他本人的轶事趣闻（例如他说：“我要向各位

坦白，今早我用房东太太最好的毛巾抹我的剃胡刀”），这么一来，广播迷的信件便源源不绝地写给他而不是写给那演员。他到华盛顿去为卡尔文·柯立芝总统的就职仪式担任广播工作时，竟搞了两个小时的临时穿插节目，一有机会就报自己的名字。他说：“为那些热诚的听众，我甚至好几次拼读自己的名字。”深夜节目往往使讲的人和听的人之间更感亲密，听众迫切要求这些深夜广播人员“亲自亮相”。

现在，一个人对千百万人谈话真的成为可能了。对于每个听众来说，公开的谈话不管同时有多少别的人也在听，却可以成为个人与个人的谈话。就广播来说，情况也只能是如此，因为聆听的人没法知道还有谁在听，或者什么地方还有别的人在听。一九二二年十二月二十日，在最初有圣诞节广播期的一次广播中威斯汀豪斯公司的一位经理人员在电台播音说：“KDKA电台的各位听众：现在我们又在KDKA这座无边无际的剧场里重聚，这剧场的后排远在千里之外，观众坐的全都是私人包厢，迟到早退毫无关系，既不会使台上讲话的人难堪，也不会打扰其他观众……”。

然而这种交流毕竟是单向的。如果是演说，即使会堂很大，听众仍可以大声抗议，欢呼鼓掌，或者嘘声哄赶，演说者都能听见。现在用无线电广播则是听众可以听得到，却没法作出反应。当然他可以写信，有时也真的写了，正如我们所知，要想了解听众是些什么人，他们有些什么感觉，需要一种研究“听众反应”的复杂技术。

古代关于民主的那套老生常谈，现在出现了预料不到的新变化。确实，自古以来从未有过这么多人能够听到他们领袖的声音。但是，人民已经不再是“一群乌合之众”，不再是欧洲社会学经典著作中所说的或者居斯塔夫·勒邦、加布里埃尔·塔尔德、格雷厄姆·华莱士等人所谓的“一群人”。听广播的美国人已经不再是社会学家所说的“比较密集地聚合在同一地点的一大群人”，也不再是“面对面的一群群人”。有史以来头一次，广大听众中的每一个人都可以在不受其他人左右的情况下，既有机会也有责任作出他自己的反应。“事先录制的”笑声和广播室观众的掌声只不过是填补广播中所缺少的应有现象。即使这样，“人民”也已经更加私人化了，至少在一种意义上说是更加个人化了，因为“听众”忽然变成了分别处于各地聆听的很多“个人”的总和。这一情况对于有关民主的种种格言意味着什么，对于“人民”（自己管理自己的群众）的众所周知的力量和弱点，又将意味着什么呢？

由于广播电台面对的听众是无法归类的——听众既不固定又无法预测——因此电台就必须为所有各类人都准备一些东西。要知道，如果听广播的人不想听某个节目，他只要转一下旋钮就行了，而且鉴于听众很容易发现更加吸引他的节目，各个广播电台都得拼命想办法，千方百计使那些看不见的听众不要转钮关掉本台的节目。于是，他们就推出适合各种口味的大杂烩。二十世纪二十年代早期的广播节目主要是音乐，中间有时穿插一些现场访问、演说，在适当时候也安排政治演说或总统就职演说。最重要的是节目的综合性。纽约WJZ电台一九二三年的节目包括：莱茵戈尔德四重奏、舒拉夫茶室管弦乐、沃纳梅克管风琴演奏、书评、服装款式评论以及体育新闻。除了这套精神食粮，WGY电台的演员还和其它一些广播电台的演员一样，迅速增添了百老汇流行剧目的全剧演出（诸如《阿拉之园》、《生财之道》、《有此傻瓜》、《秃头的七种解释》、《野鸭》），接着又出现了广播剧。广播联

播公司（一九二六年成立的“全国广播公司”和一九二七年成立的“哥伦比亚广播公司”）还广播系列片节目，如《历史的重大时刻》、《圣垒故事剧》和“真实的故事”。其中最成功的是“阿莫斯和安迪”，有人说，这个节目在使广播成为全国性传播媒介方面所起的作用比任何其它节目都大（一九二四年民主党全国代表大会的广播除外）。总之，广播的声浪是传到市民耳里最多样化的声音。

广播模糊了娱乐和其它东西之间的界线，也使付钱登广告和为公众服务之间的界线含混起来了。如我们所知，在电台上“广播”讲话或音乐，究竟由谁付钱，谁可付钱或谁应付钱，这个问题一开始就存在着某种混乱。戴维·萨尔诺夫一九二一年一月发表的看法是：“应鼓励每个购买‘无线电音乐盒’的人订阅《无线电时代》，该刊每期预告一个月的广播讲话、演说及各种音乐节目时间表。”该刊和享有很大发行量的电影杂志相似，其利润来自登载的广告。最初广播电台试图用减少费用的办法来解决问题，他们不付钱给表演者，他们认为表演者因广播而一举成名，已经得到了足够的报偿。一九二五年WEAF电台提出：“如果请来播音的是一位女士，那么可以送给她一束美丽的鲜花，派一辆漂亮的汽车去把她从住所接到百老汇一百九十五号来。”有些公司则认为，他们花在广播上的费用可以通过多销售收音机赚回来。

一九二二年沃伦·哈定总统召开了一次华盛顿广播会议，由商业部长赫伯特·胡佛主持，会上胡佛曾不大地提到“播放广告”的可能性。但胡佛接下去就让人放心地说：“把为大众服务的巨大可能性淹没在一片广告嘈杂声中，那简直不可思议。”于是有人建议，按照安德鲁·卡内基捐赠图书馆的办法（他对各城市捐赠款项，但当地须拨出相同数额的经费），广播事业也应得到慈善家的支持，由他们在全国各地捐建广播电台。人们提出了各种各样可行的办法，但都认为“直接播放广告”，即把广播时间出租，用作纯商业宣传，是不恰当的最后着。

到了一九二五年，广播电台开始藉“间接”的商业广告而兴旺起来了，即由想获益于宣传的人赞助一个节目或一系列节目的播出，用这种方式制作的节目有《克立果—克勒勃的爱斯基摩人》、《金沙李晶》、《佳运乐队》、《伊彭纳的行吟诗人》、《A&P吉普赛人》等。有一段时间，由于担心广播受到“直接播放”广告的摆布，因而出现了形形色色的规避现象。达拉斯市的WFAA电台在广播时就巧妙地把赞助人称之为“监护人”。即使到了二十世纪后半叶，在“直接播放”广告的名声已经不那么臭的情况下，广告在广播中地位含糊的现象仍然存在。好动脑筋的听众在听到“为公众利益”而“赞助”某项节目时，总感到有点不可思议，搞不清楚（也许这正是广告客户的企图）赞助者究竟动机何在。

在美国政治中出现了一种新的口语语体，它既非来自德摩斯梯尼、西塞罗，也非来自帕特里克·亨利、丹尼尔·韦伯斯特，而是来自比较成功的电台广播员。这种语体还是头一次有机会接触千千万万的人。虽则还有伊利诺伊州参议员埃弗雷特·德克森这样少数几个在讲台上演说的佼佼者，但那富于手势表情、令人折服的讲台演说所起的作用已远不如前了。第一位在电台发表演说的美国总统是卡尔文·柯立芝。一九二三年十二月四日，他继任总统职位后四个月在国会发表开会词（头一篇通过电台广播的这类演说词），为公开演说创立了新的风格，无意之间使柯立芝总统成了一位颇具特色的人物。他那以典型鼻音发出的无声调变化的演讲，连同他翻讲稿的响声都通过

播音器播送出来，清晰可闻。在这以后的十年中，美国人民逐渐习惯于从广播中听到这个国家政治生活中过去难以听到的声音，政界人物也就与人们更加亲近了。

一九二四年各主要政党的全国代表大会都进行了现场广播，全国人民在会议进行的当时就能及时收听到会场的实况报道。担任报道的主要新任广播员是格雷厄姆·麦克纳米和安德鲁·怀特少校，前者在任体育记者时已颇负盛名，后者则主持过登普西—卡彭蒂埃决战的报道，以他们两人的个性和风格来广播民主党全国代表大会连续进行一百零三轮投票的情况确是十分恰当，但却颇有点讽刺意味。十八个电台以电话线连接起来，接收 WEAF 电台的现场播音，然后再由它们转播给广大听众。

当富兰克林·德拉诺·罗斯福于一九三三年三月就任总统时，人们从技术水平上和思想感情上都有充分准备，希望能从广播中听到总统友善的声音。好象是天意的安排，意大利歌唱家恩里科·卡鲁索的演唱天才使唱片在音乐领域里广泛流行，罗斯福也起了类似的作用，使广播成为政治工具。罗斯福和广播好象是天生的一对，彼此互相合作。甚至罗斯福由于身体虚弱不得不坐着发表广播讲话，竟也成为一件好事。在他之前，社会知名人士发表“演说”时向来都是一本正经地站着讲的，现在美国的总统却是轻松地坐在客厅里对那些坐在他们自己客厅里聆听的全国人民发表谈话。他当时称呼一亿五千万人民为“我的朋友们”，气氛显得非常自然，没有什么奇异之处。总统已经不再是“对大众发表公开演说”；他只是和其他美国人一道作一次“炉边谈话”。反过来说，无线电广播对增进总统和人民相互间的感情也起了作用。罗斯福的劳工部长弗朗西斯·珀金斯写道：

他在发表广播讲话时，就好象看到人们聚集在小客厅里，和邻居们一起聆听。他能觉察到他们的脸部表情和手的动作，他们穿的衣服和他们家里的情况。

他讲话的声音和面部表情就象他是和亲密朋友谈话一样。他担任总统期间，我经常在白宫目睹他发表广播演讲。我感到他完全忘了我们在场的二、三十个人，而全神贯注于正在收听广播的听众。他一边讲话，一边自然地点着头，双手做着简单、自然而舒展的动作。他脸上露出笑容和开朗的表情，就好象真的和他们一起坐在走廊和客厅里一样。人们也同样感觉到这种气氛，而这就使他们和总统在感情上水乳交融。

有几次，总统发表演说时，我自己也坐在小客厅或走廊里。我曾见到男男女女都聚集在收音机旁边，甚至那些不喜欢他和在政治上反对他的人也都在那儿以友好愉快的心情聆听。他们和他通过无线电的媒介而互相交流了，情景真实感人。当他诉说某个悲惨情况，谈及欧洲被迫害的人所受的痛苦，失业者的贫穷潦倒，无家可归者的苦难，以及阵亡将士家属的悲寂时，我看到听众珠泪盈眶，那泪水发自内心，为总统的话所感动而深表同情。

我也曾听到他们的笑声，当总统谈到他的小狗法拉被他整得团团转时，他们笑了。他说话的口气是那么自然而又简朴。他对待小狗的态度，体现了一般人在家里对待自己宠爱的动物的态度，全国各地收听广播的人发出的笑声是对这个人的纯真、自然而又充满感情的反应……。

他的声音传给了每个人，而每个人也作出了自己的反应。罗斯福发表第一次就职演说后，白宫收到五十万封来信。白宫邮件如此突然剧增，说明美国出现了一种新的个人政治。对每个从政者来说，也增加了一种新的衡量尺

度。评论员都高度赞扬罗斯福的广播技巧，称他为“真正的内行”——很像一百年前美国人可能称丹尼尔·韦伯斯特为伟大的演说家一样。

广播一方面造就友善的全国性政治人物，另一方面也可能成为被煽动家利用的手段。不过很有意思的是：即使处在广播时代，希特勒和墨索里尼两人却都不是靠广播而是靠面对面的群众大会来开展他们的运动，在大会上人群的歇斯底里情绪和纳粹冲锋队员的纪律两相结合，可以产生他们所需要达到的狂热程度。极权国家老是疑虑公民个人所拥有的收音机，认为它可能成为叛国的工具，因为这种东西是私下用来接收传播的。但是，对私人收音机采取压制或限制使用的办法是从来不可能完全奏效的。自由欧洲电台（美国在冷战时期搞的）以及另外一些电台的广播秘密渗透到被压迫的人民家里。另一方面，在美国，由于可以私下收听广播，这也有助于那些想当独裁者的卑微小人、散布仇恨的人和蛊惑人心者。他们的话之所以还有人听，是因为听众可以在自己的起居室内收听，如果他们召开群众大会让听众参加，人们也许根本不会去参加了。

早在一九二七年，“广播教士”查尔斯·库格林神父每周就在底特律郊外他的小花圣祠收到遥远的热心听众来信四千封。一九三二年二月十四日，他发表演说攻击胡佛总统是“有钱者的圣灵，华尔街的护佑天使”后，接到的听众来信超过一百二十万封。这位神父不得不雇用九十六位办事员替他处理每周八万封来信。听众描述他是“给人带来希望的声音”——“那声音如此醇厚、雄劲，如此暖人心窝，使人感到亲密无间，又如此感情洋溢，充满迷人的魔力，以至于任何人在拨频道时如果越过他的声音几乎都会自动拨回来听他的讲话……他是二十世纪伟大的演讲之声中的一个。”最初他是富兰克林·德拉诺·罗斯福最有力、最热情的支持者之一，但是一九三四年罗斯福总统和财政部长亨利·摩根索反对他提出的通过自由铸造银市而使通货膨胀的计划之后，他成了直言不讳的反犹分子，并成立了自己的政治组织“社会正义全国联盟”，变成了希特勒在美国的喉舌。

休伊·朗是另一个早期支持罗斯福而后来反对他的人。他的广播讲话具有亲切而粗俗的风格，这使他成为一个全国性的政治人物。他按广播系列节目《阿莫斯和安迪》中的人物给自己取名“头子”，并宣称自己是广播时代的产物。在路易斯安那州，收听深夜节目的听众熟知他广播时那种放纵不羁的个人特色，这种节目有时长达四小时。一九三三年三月中旬，他向参议院提交他所拟“关于财富再分配的朗氏方案”（对一切超过一百万美元的财富课资本税的方案）后，他确曾向全国广播公司购买播音时间以便在电台上为自己的提案讲话。于是，他成了购买广播时间向全国听众讲话的第一位美国政界人物。他以下面的开场白开始他的广播：“朋友们，你们好。休伊·朗向你们致意。我有重要事情对你们讲，但是在我开始讲话之前，我想请你们帮个忙，打电话给自己的五位朋友，告诉他们休伊马上要发表广播讲话了。在你们去打电话的时候，我会先随便讲点什么，大约四、五分钟左右时间想必够了。”

类似的人物如休伊·朗班子里的煽动家杰拉尔德·史密斯牧师，领养老金的弗朗西斯·汤森博士等人，他们各自都在广播上形成一套自己的风格。一九三六年激烈的总统竞选期间，共和党人为对抗罗斯福广播讲话的吸引力，巧妙地改编了各式各样的“日间长篇广播剧”，将“新政”的可怕后果加以戏剧化，名之为《自由处于十字路口》，在电台上广播；此外还搞“广

播辩论”；由参议员阿瑟·范登堡出面，对罗斯福讲话的录音片段进行辩驳。到那个时候，广播已实实在在成为国家政治生活中的一种工具了。

美国的民主不再意味着大群人集合在一起的场面。亲临现场的意义越来越小。现在的情况是：一个人坐在起居室收音机旁就可以成为广大听众的一员，从某种意义上来说，这种听众比以前最大的会议厅所能容纳的听众还要多得多，也更加公开。大群人变成了“公众”，各个地区形形色色的群体结合在一起，只是因为他们对来自远处的同一刺激物作出了反应。一百年前人们听了丹尼尔·韦伯斯特的演说，总想知道他是否真象人们所想象的那样高尚：现在听众听了富兰克林·德拉诺·罗斯福、查尔斯·库格林神父或者休伊·朗的广播，也往往自问这些人是否真象他们说话的语音那么友善。

美国人放弃辩论修辞学和雄辩术的传统标准时，他们再一次拿“世界原来面目”作为唯一的尺度来衡量“世界本应如何”。“一事成功万事顺”这句法国古谚也许可以帮助小说家讲他的故事，但是对普通人来说，未见得是可靠的指南。美国文明令人神往之处莫过于它有本领把一度难以设想的名言妙语转化为老生常谈。奥斯卡·王尔德说：“表现自然是一种矫揉造作，”他这样说只不过为了说着有趣，但是在美国这个新世界，教人们如何“轻松自在”、如何“从容自如”竟可以赚大钱。“自然一些”这个品质正在成为人们愿意花钱购买的稀有商品，而表现得自然（或至少看起来自然）竟成了一种特殊的政治才能，有了这种才能则高官厚禄可以唾手而得。戴尔·卡内基警告说：“对于自然的事情，即兴想干的事情迟疑不干，一般说来是不对的。至于应该如何做，请阅下面这几页……”

五十二 给所有人以深造的机会

十九世纪的城镇创业者，一方面过早地修建堂皇的旅馆，一方面大量创办他们自己的大学和学院，表面看来那些院校全都是高等学府，各人创办起自己的新雅典、新罗马或新牛津。但这些院校要具有宏伟规模，尚有待于未来，而这种未来又往往始终未能降临。美国的教育体制是按人们的期望以倒转的方式发展起来的。这种次序颠倒的奇特发展至今仍可见其痕迹，它一方面创造了出乎意外的大量机会，另一方面也引起了前所未有的种种问题。在具有强烈民主意识的美国，这种现象往往会随之改变人们对知识和教育的概念。

如果教育成为美国的一种新宗教，那么大学就是它的大教堂，正如后来中学成为它的教区教堂一样。美国的大学纷纷采用欧洲大教堂式的建筑决非偶然。“学院哥特式”很自然就成为有条件建造这类校舍的院校的标准形式。正如大教堂超越教区教堂一样，大学也高踞于中学之上。而在这种类型的美式教会中，学术界的教区教堂还没有建起来之前倒先建起了学术界的大教堂了。美国教育的特点是：还没有合乎规格的基层就先有上层结构。

美国不同于西欧那些比较定型的国家，美国的教育呈现出一种奇怪的倒金字塔形。创办“高等”院校是要向全国人民提供学习最先进、最困难学科的场所，这些院校象雨后春笋般地空前发展，但这时国家却还没有为进入高等学府作准备的广泛而大众化的合适机构。高等教育已经遍及全国，大量使用公款建立雄心勃勃、炫耀门面的学府，而这时，甚至各地法院对于征税开办公立中学是否合法，仍抱怀疑态度哩。

美国高等院校为何以这种方式发展，没法作全面合理的解释，其发展顺序并非事前计划好的。那些主张“给所有人以深造机会”

的美国热心人士，为了保证这些新的高等学府有足够学生，不得不对高教内容重新下定义。要不然的话，“大学”又怎能为每个男女公民的智力或体力所接受得了呢？如果说，突然兴旺起来的一个西部城镇的“歌剧院”可以设法搞出一些节目来证明其并非徒有虚名，那为什么一所“大学”不能同样搞到自己的学生呢？

十九世纪初由社区兴办的这类新兴学院成百地建立起来，又成百地消失。南北战争前建立的这类高等院校，到二十世纪中叶只剩下五分之一，可是南北战争后建立的大学和学院，垮掉的却并不多。这些高等院校中有相当多获得公款的优厚资助，谁不同意给它们资助，谁就会在政治上完蛋；至于那些靠大量私人捐款和个人赠予而开办和维持的高等院校，则更获得人们真诚的对待，使其得以存在下去。几乎所有高等院校都抗拒改革，即使在它们对社会时尚以及学生和其他人士的“民主”要求越来越不能无动于衷时，情况依然如此。

美国的教育“体系”（就已有的体系而言），到二十世纪晚期时也仍然是颠倒的。美国的高等学府在几乎所有学术领域中都达到了优异水平，超过了其它发达国家；就整体来说，它们掌握的资源多到不知如何使用才好。可是另一方面，作为高等院校学生来源的中小学校却是资源不足，一度是它们靠山的地方管理机构已开始把它们搞得每况愈下，就象五十年前大学碰到的情况一样。

把美国所有高等学府罗列起来，确实是洋洋大观、无与伦比。其发展的速度也同样是何地方都比不上的。一八七一年时，美国的高等院校不过五百六十三所。到了一九一一年，数目已接近一千所，在校学生约三十余万人。当时，法国十六所大学的学生总数约四万人，而美国高等院校的教师数目就几乎有这么多。一九三五年，美国的高等院校增至一千五百所左右，学生则超过一百万名，一九六一年，又增至二千所，学生超过三百万名；到了一九七一年，高等院校数目接近二千五百所，学生总数超过七百万名。

美国和英国、法国都不一样，美国的高等教育不仅仅是提供条件把某些人培养成高级专门人材。詹姆斯·布赖恩特·科南特一九五九年指出：“欧洲各国大学设立的院系主要是培养具有专门知识的人员。医生、律师、神学家、工程师、科学家或专业学者先在特殊的中学接受一般教育或通才教育。十岁或十一岁的儿童经过严格挑选才能进入这类特殊中学，这个年龄组的小学生能获选的不到百分之二十，进入这种中学也就是进入了大学预备学校……其余百分之八十至八十五的学生到十四岁就完成了正规教育，接着便是就业。”

因此将美国和其它国家进入高等学府学生的比数对比是会造成误解的。科南特接着还指出：“不错，我国的青年约有三分之一‘上高等院校’，而欧洲国家则只有十五至二十分之一的男女青年是大学生。但是从欧洲的观点来看，美国人绝大部分不能叫做大学生，他们认为，大学生必须是培养来从事专门职业的人。”所以，如果由于欧洲的高等教育局限于少数人而美国则普及到多数人因而加以称赞，是不对的，但如果由于美国大学没有提供欧洲大学所提供的那种教育条件因而加以贬斥，也同样是错误的。甚至到二十世纪中期，欧洲的大学仍然主要是对那些准备从事专门职业的人提供所需要的技术和教材的教育场所。

美国高等院校的特点是：与其说它是教育场所不如说它是崇拜场所——对个人成长的崇拜。大学里课程内容不明确，选择的机会很多，体育与学术、课内与课外活动都界限不清，发生这类现象毫不足奇，因为“成长”这个概念就很难下定义，当然每个美国人都会有不同的情况。到二十世纪中期，越来越多的美国人都同意这样的看法：任何公民如果不能受到高等教育，那就是不公平地被剥夺了获得最大限度成长的机会。要想对高等教育的任何其它定义获得一致认识，看来是既不可能也是不必要的。

外国批评者责备美国人沉迷于“整齐划一”这种陈规旧套，而一些头脑简单、不明情况的美国人也为此而自责；其实这是不相干的。当然，美国也有某种正统观念，那就是重视人的成长和个人的成就。如果一般说来，美国的高等学府是“心灵的旅馆”，给每一个美国社区的精神活动和文化活动提供大众能运用的许多方便条件，而一般的旅馆则是给人们的社会活动和商业活动提供方便条件，那么，这种看法并没有得到足够广泛的承认。美国的高等学府趋向于公开、大众化的民主。但是这种共同信念并没有产生一致的标准，所产生的是狂热地追求适合各人的独特东西，并因此形成了不比寻常的、千差万别的多样化现象。

美国人从欧洲继承的传统，是把大学视作高等学术的贮藏所，高等学术当然意味着最先进的、最难懂的、最深奥的学科内容，它们是学问阶梯的最上层，但美国人却认为学问阶梯这一概念不符合他们的情况。民主难容等级制的存在，当然也不能容忍教育搞等级，如果教育的主要目的是协助人的成

长，那么每个人对自己本人就是个梯子，约翰·杜威的新“事实民主”同时也意味着一种新“学科民主”。旧大学让人在文学士和理学士两者之间作选择是不够的。必须设立适合各种口味的科目并给人人以学位。二十世纪中期，美国高等学府提供了一大批各式各样的学位，举例而言：B.Did.（教学法学士）、B.L.S（人文学士）、B.F.（财政学士）、B.N.（护理学士）、B.P.S.M.（公立学校音乐学士）、B.S.H.E.（卫生教育理学士）、B.S.L.A.（园林建筑学士）、B.N.S.（海军学士）、B.Phil.（哲学士）、B.B.S.（商学士）、B.c.5.（化学学士）、A.B.inL.S.（图书馆学文学士）、A.B.inEd.（教育学文学士）、ABinSocW.（社会工作文学士）、B.S.inP.A.L.（实用艺术文学理学士）、B.VOC.E.（职业教育学士）、B.R.ED（宗教教育学士）、B.V.A（职业农业学士）、B.S.inH.Ec（家政学理学士）、B.O（讲演学士、等等，既然大学里什么都教，仅仅按照大学里教什么来给高等教育下个定义是无济于事的。高等教育的民主就表现在高级和低级、实践和理论、一般性和专业性之间界线的模糊不清。

这种新式的高等教育是很多美国特殊条件的产物。有意思的是，正是由于这个大陆的空无所有的状态，这种发展才有可能出现，出乎人们预料，这种状态竟成了建立新高等院校并支持新高等院校的主要泉源。土地为联邦政府所有而为全体美国人民所用，这种制度使大量兴办高等院校成为可能，因为土地是由政府拨赠的。这样的高等学府虽然只是美国高等教育机构的一种类型；但却发挥了决定性的新影响。因此，新式高等教育的福音来自西部而非来自东部大城市，也就顺理成章了，因为当时的东部城市还笼罩在旧世界学术影响的阴影之下。

乔纳森·鲍德温·特纳是马萨诸塞州一个农民的儿子，家里原打算让他留下操持家业，因他的哥哥艾沙已进了“那鲁”，准备培养成为传教士。一八二七年艾沙从纽黑文步行二百四十英里回家，说服父亲让乔纳森也上“那鲁”，当时乔纳森已经二十四岁，年纪很大了。乔纳森在“那鲁”学的主要是希腊和拉丁古典著作，参杂一些论述古代主题的当代课本。在纽黑文他转而支持禁酒运动，并享有十分虔诚的声名。这时他哥哥艾沙志愿参加了七个人组成的“那鲁帮”，前往美国西部荒漠地带推动那里的“宗教和教育”事业。一八三三年艾沙回到东部招募人员去进行“殖民和开化”工作。他让乔纳森参加，“那鲁”校长乃豁免乔纳森参加结业考试，以便他立即前往杰克逊维尔参加伊利诺伊学院的工作。

一八三三年五月，乔纳森·特纳到达伊利诺伊的杰克逊维尔，他发现这所学院只有五个教师，住在一间四十英尺见方的“宽广的砖房子”里。特纳被聘为长期教授，担任修辞及纯文学课程的教学。可是到了一八四七年，由于他直截了当的反奴隶制观点，以及他对正统的命定论学说所持的不同观点，最终使他不得不辞职离校。

要对伊利诺伊进行“殖民和开化”，就意味着要吸引农民前往该区。但是西部草原不见树木，也就是说没有木头来修筑栅栏，而没有栅栏就不可能有家境富裕的农家。用有刺铁丝网做栅栏还是很久以后的事（直到一八七四年，约瑟夫·格利登才获得这项发明的专利权）。特纳原以为，不管用什么材料给伊利诺伊创业者做栅栏，总得用伊利诺伊土地上生长的东西。他想象中理想的栅栏是一种能耐寒、长得浓密而有刺的树篱，这种树必须随便种在

那儿都能生长，不需要修补替换，可以长到“马那么高、牛那么结实、猪也钻不出来”。为寻找符合这些条件的植物，他试验过伏牛花、黄杨木、山楂及其它类似的树和灌木，甚至还派人到国外去探求异国植物。

一八三五年的一天，特纳从一位巡回传道者那儿得知有一种名为桑橙的有刺植物，生长于阿肯色境内的奥萨奇河两岸。他弄来一些这种植物及种子，发现这正是他所要的东西，伊利诺伊农民修筑栅栏的问题终于得到解决。一八四七年特纳所写关于桑橙的宣传小册子说：

这种植物原来生长于阿肯色和得克萨斯，在任何普通草原能长草的土壤中都能生长。洪水泛滥对它下会造成损害，即使全部泡在水中，它也能活好几个星期，甚至好几个月。它对从波士顿到新奥尔良的各种气候条件都可完全适应。草原火灾既不能把它完全烧毁，也不能经常对它有所损伤。这种植物每片叶下都有坚实的利刺。它那铁臂似的枝丫很快就纵横交错、紧密相连，任何家畜都休想穿过，甚至普通小鸟也飞不过去。它既有刺，液汁又苦涩辛辣，这就使任何牲口和昆虫都不会以它的枝叶为食。它的种子象橙的种子，根象山核桃的根。它绝不会蔓延到庄稼地里去。在农庄四周种上这种树篱，可以保护果园、水果堆放场、马厩、羊圈、牧场，使之不受盗贼、歹徒、狗及狼的侵犯。造一扇牢靠的门加上锁就能使整个农庄不受任何侵犯。这种植物还可通过整形而长得很高，既可以荫蔽牲口又能挡住草原强风。

有人把这位教授所说的神奇树篱称为“特纳的傻念头”，但他于的这门生意可真是兴旺了。他从阿肯色进口桑橙的树种；南北战争结束后他又鼓励伊利诺伊农民种这树以取得种子，并以每蒲式耳五美元的价钱收购。十九世纪末他的一位邻居写道：“由于他的贡献，密西西比河谷才出现了四十英亩乃至一百六十英亩的农庄，不然的话，这一带便会全是大片种植园或甚至更大规模的庄园。”

特纳引种桑橙成功，使他深感将来的农民需要一种新型的“高等教育”。他把传教士的热情转而用到教育事业的平民化上去了。他帮助组成“伊利诺伊州教师联合会”，然后到全州各处进行活动，鼓吹使用税款开办公立学校。一八五一年，他正式宣布了“为产业阶级开办州立大学”的主张。他认为，一切文明社会都“必然区分为两种明显的阶级，它们互相合作而不互相敌对”，“专业”阶级（包括医生、律师、文人、传道者）在全体人民中只占百分之五左右，其余的人都属于“产业”阶级。

普通学校只教读书写字，所提供的不是教育本身，只是获得教育的手段，因此教育的实质部分——知识和技能——必须由高等学府来提供，可是直到那个时候，高等学府还一直被只占百分之五的专业人员所垄断：

但专门适用于任何一个产业阶级的大学、仪器设备、教授和书籍文献在哪里？能听到的答复只是空谷回声：“在哪里？”“在哪里？”

我并非没有注意到旧世界的君主贵族们也曾为他们“隔了十五代的远房表兄弟”办学，为的是把他们培养成有教养的农民，或称之为农民的监工，我也并非没有注意到一些老式的专业院校也曾放过几把“迎火”……为的是使产业大众正兴起的思想火焰别燃烧得大厉害了。它们在自己的巨型专业教育轮船后面拖上一只独木舟，让本州所有的农民和技工跨上那独木舟去和它们一起航行；但难处在于大家不愿意上船。即使有这种好意我们也敬谢不敏。

特纳宣称，要建立真正的民主，各产业阶级就必须有自己的大学，至少每州一所。他注意到新近成立的史密森学会已开始研究对人民有用的专门知识，因而甚感满意，但这仅仅是个开端。新式的大学应该教农业、制造工艺、簿记；应该拥有试验农场、试验果园、试验牧群；应该对“一定年龄以上所有各阶级的学生开放，教学期则可长短不一。”开学典礼上不应该有拉丁语演说，而应该举办年度产品展览会，把本校试验农场的产品拿出来展览，和全州各地收集来的同样产品进行对比竞赛。

特纳鼓吹说，这对全社会的影响会和早期任何一次宗教改革所产生的影响一样巨大。以这种方式接受教育的人会有一种新的敬仰，尊重“自然法则，而不是浪荡公子制订的法规”。产业阶级将成为“会思考的劳动者”，而专业阶级则会变成“从事劳动的思索者”。劳动——富有成果、富有民主精神的劳动——将会得到从未有过的高尚荣誉。“如果本州每一个农民的儿子，每一个技工的儿子，都能在一年之中有机会去这样的学府一天，那就会唤醒并指引他的潜在精力，这对他的好处远远超过由此而付的全部代价，而且比参加多次半年一期的学习，去学那些他不需要和不想知道的东西，更不知要好多少倍。”

特纳在全州各地组织一系列复兴教育的会议，说服伊利诺伊州的立法机构向国会提出请求，要求拨赠联邦土地在每个州建立一座产业大学。一八五三年，伊利诺伊州的立法机构正式向华盛顿提出了这项请求。

到了南北战争的时候，联邦政府仍然掌握大片可以自由赠予的土地，无须征税。独立革命结束后，美国政府曾以土地分给复员军人；十九世纪上半叶，曾低价出售西部大片土地，以吸引人们向该处移居。此外还通过各州拨赠数以百万英亩计的土地，以鼓励修筑铁路并吸引移民，从而使铁路能够赢利。接着，又兴起了一个分地给定居移民的运动，任何移民均可免费领得一片土地建立农庄。

贾斯廷·莫里尔是那些关心公地的使用及荒废问题的人士之一，他原是佛蒙特州的一个店主，一八五四年靠辉格党的选票进入国会，但不久就参加了新成立的共和党。他希望使用公地“为农民做些事”，并藉此表明共和党是普通老百姓的朋友，这样一来，他也顺带为共和党效了劳。一八五七年，莫里尔草拟了一项法案，使用特纳的浮华辞藻，建议以赠与各州公地的办法来鼓励每个州建立一所产业大学。每个州可以把出售土地得来的款项用于至少开办一所高等院校，该校应该教授“农业和机械工艺……以便提高产业阶级的通才教育和实用教育”，也应开办其它科目，包括军事战术课程。

一八五九年，詹姆斯·布坎南总统否决这项法案，但莫里尔又再度提出，一八六二年七月林肯总统终于签署了《莫里尔法》。于是，这样一项以赠与土地兴办大学和学院的计划在战争烈火中开始实行了。联邦政府把国有公地赠与各州，按各州在国会中参议员和众议员的数目每人三万英亩分配。境内没有联邦公地的州则可发给临时凭证以便在其它地方取得公地。一个州要得到该项法律的好处，必须在两年内接受赠与。根据这第一个《莫里尔法》赠与各州的土地总数达一万六千平方英里。

最初，一八六二年已经开办的高等院校都拼命争夺从赠与土地得来的资金。私立院校如马萨诸塞理工学院、拉特杰斯大学、布朗大学、那鲁大学所

属的谢菲尔德理学院、佛蒙特学院以及佐治亚、田纳西、特拉华、密苏里、威斯康星、明尼苏达、佛罗里达、路易斯安那诸州的州立大学，还有密歇根、宾夕法尼亚、马里兰、艾奥瓦诸州的现有农学院——所有这些高等院校（其中一部分还只刚刚成立）都凭土地赠与而得到了巩固。一八八一年以前，土地赠与方案协助建立了另一所著名的私立院校，即纽约州的康奈尔大学，又在另外十一个州里协助建立起州立大学或学院，还协助建立了八所新的农业及机械学院，并专为黑人另建了六所学院。这些早期的统计数字很容易使人误解，其实上述靠土地赠与建立的早期院校，有很多只不过是由几位有经验的农民或技工对邻居的青年们讲讲课而已。

一八六七年，《美国农学家》杂志就如何自己动手建立这种靠赠地开办的院校作了简单指导：

找一些能教农艺的热心人士，再找一个有大房子和谷仓的好农庄，然后请一位好农民协助；如果需要，也可盖几间临时房屋作现时用的课室，将来把它们改作马厩；发点钱给教师们购买书籍、仪器和设备；告诉他们只要做出成绩就可以得到更多的钱；要着眼于未来而进行长期建设；并尽量不干预教师进行的教学和纪律方面的工作，这样，各州便几乎一定可以取得令人满意的成就。

许多科目的教学都是在这样简陋的情况下开始的，一八七五年堪萨斯州的情况可视作这方面的例子。当时所开的课程有：农庄、养殖场、木工、家具制造、镞制工艺、造车、漆工、锻工、制衣、线锯及雕刻。有些课程如电报学、铜版印刷、照相术则需要较为精致的设备。

赠地运动对美国高等教育的影响，不能单以按《莫里尔法》而建立的新“农业及机械学院”的数目来衡量，因为其它大学和学院为了要和这些新兴的院校竞争，为了要保持继续获得联邦资助的合格条件，它们中的许多院校都逐渐改变其课程，使之更“平民化”而具有吸引力。

一八八二年，凭赠地开办的院校在校学生总数不过二千二百四十三人，但到一八九五年已增加到接近二万五千人，比一八六一年美国全国高等院校学生总人数还高出一倍。到一九一六年，此类院校学生人数达到约十三万五千名，占全国高等院校学生总数的三分之一。十年后，此类院校在校学生几近四十万名。布坎南总统否决莫里尔一八五九年提出的第一个关于赠地办学的法案时，他反对的理由是：如果联邦政府同意这样赠与，各州就会不断要求联邦政府对它们的教育机构资助经费。他的看法是对的，一八六二年的法案只不过是一连串法案中的头一个。第二个《莫里尔法》（一八九一年）规定联邦政府每年拨款支持凭赠地开办的院校，这种经费支援到二十世纪还在增加。

联邦的赠与刺激了各州，使它们对新的高教体制给予更为慷慨的支援。由赠地开办的院校在一九一一年时从联邦得到的资助占学校收入的三分之一；到一九三二年，这个比率下降到十分之一。使那些对美国联邦主义感觉乐观的人士最高兴的事实是：那些靠联邦资金建立起来的赠地院校，其乡土气味之浓厚，以及其适应当地需要的程度，很少其它美国院校能与之媲美。

早先殖民时期开办“哈佛”、“威廉与玛丽”、“那鲁”这些美国高等学府时所具有的那种地区感情和改善当地社会的愿望，又再度体现在开办“农业及机械”学院上。现在的目的当然不是要造就有学问的牧师，而是要帮助

任何地方的农民和技工把活干得更好。这种具有新意义的高等教育，主要是看地方社会的需要而定。主张在学校中“自然学习”的先驱者利伯蒂·海德·贝利一九一七年解释道：“使教育在某种程度上‘适应’生活需要的想法是一种旧观念。我们现在采用略为不同的观点，我们认为应按生活需要来发展教育，使教育基本上是上生土长、具有地方特色。”农业及机械学院已成为研究当地庄稼和改良当地牲口的中心，从那儿衍生出许许多多农业试验站。农业事务所和农民合作社也是从这些学院产生出来的，前者在各地有专人帮助农民解决日常问题，后者则帮助农民解决购销问题。

人们在强调实际和有用的同时，对传统科目日益产生了怀疑。人们提出这样的问题：“一个人能用六、七种语言讲‘我饿了’，但是却赚不到自己吃的面包和黄油，这有什么用呢？”赠地院校的精神以及各种课程须适用于当地和满足当前需要的要求，已将平民化的民主精神体现在高等教育这个领域中，而就在这一领域中，却仍然盛行着修道生活、教权主义和贵族的旧世界传统作风。乔纳森·特纳准确地把这种为人民开办的新式院校称之为“具有鲜明美国特色的教育体制”，这种观点使他陶醉于他所谓的“劳动的黄金时代”的幻想之中。特纳宣讲道：“万能的上帝把世上第一个人放在花园里而不是放在学院中，让他自己的儿子当木匠而不是当老师，上帝并没有做错。”一八六一年，斯蒂芬·道格拉斯参议员曾预言说，特纳的土地赠与方案将是“有史以来人类所想到的最民主的教育方案！”

在赠地兴办院校的时期开始流行一个美国名词——“男女同校”，这主要是新教育体制的一个副产品。一八三七年，奥伯林学院（创建于一八三三年）招生时向妇女开放门户，一时公众议论纷纷，认为违背正统，过了相当长一段时期才有别的学院仿效。西部有几个州（犹他、艾奥瓦、华盛顿）的州立大学早在联邦给以资助之前就已开始招收女生。但是，对鼓励男女同校起决定性作用的还是莫里尔对高等院校的赠地法。由赠地而建的新院校既然强调为所有人服务，可以开设新的实用课程，不受旧大学那种势利地把人区分开来的社会传统的影响，自然就很难不让妇女入学。在这以前，妇女只是在专门为妇女设立的学院中接受高等教育，诸如瓦萨学院（创建于一八六一年）、韦尔斯利学院（创建于一八七五年）、布赖恩—莫尔学院（创建于一八八一年）、巴纳德学院或拉德克利夫学院，这些学院的教育是与男子学院协调一致的。但靠赠地而建立的某些西部学院从一开始就兼收男女生；到了十九世纪七十年代，东部的高等院校也跟着步其后尘了。

妨碍男女同校最有力的荒诞论点是：女人是“弱者”，经受不起严酷的学院磨炼。人们估计她们会因过于紧张而晕过去；她们一方面会丧失“女性娇嫩的花容”，另一方面又必然使男生的学术水平随之降低。一向存在的担心——两性“强迫亲近”的危险、道德的沦丧、两性间浪漫关系受到破坏因而预料结婚率下降、“种族自毁”——所有这些都推迟了妇女入学。可是结果人们发现，妇女在学院的气氛中，不但体质抵受得住，而且变得更加朝气蓬勃了。

还有一种老生常谈认为：高等教育是培训男人搞专业的，对女人没有什么用。这种反对意见也行不通了。这些新院校开设了一些新科目，对家庭主妇非常有用。“家政”（Home Economics，这也是一个美国创用语，最初出现是在二十世纪二十年代）成了一门高等院校的科目。早在一八七一年，艾

奥瓦州立学院就在“女子课程”中列有“家庭经济”，由第一任院长的夫人讲授烹好课。堪萨斯和伊利诺伊随之也开设了缝纫和把化学应用于食物的课程。到了一九一五年，由赠地开办的十八所院校（多半是在西部）已设立了正规的家政系。一九二二年时，男女同校已成为一种既定的美国制度，大学授予的学位中已有三分之一为妇女所得，这些妇女大都是男女同校的学生。

美国南部白人与黑人种族隔离的现象，表现在赠地办学时为黑人另立院校一事上，因为南方的白人认为，比起把黑人吸收到单一的高等教育民主体制中去，这样做引起的反对意见会少一些。一九三八年以后，最高法院宣布了一系列裁决，维护黑人公民分享高等教育共同利益的权利。

现在人们认为，每一个美国公民不仅有权受到教育，而且有权受高等教育。在独立革命结束后，退伍军人分得土地；新的美国世袭财产则是教育。第二次世界大战的退伍军人按照《士兵权利法》可以获得联邦津贴（每年学费和书费合计五百美元）及每月补助费五十美元（后增至六十五美元），使其能完成四年的大学教育。参加朝鲜战争的退伍军人按照法律（一九五二年公法第 550 号），也享受类似权利。这项方案于一九五六年结束时；已有好几百万美国人由此进了高等学府。

在赠地兴办学院的时期，对于教育这个新宗教，还有其它虔诚的行动。从南北战争结束到第一次世界大战开始；是私人大举兴办慈善事业的时期。美国最早的私立高等院校如“哈佛”、“那鲁”、“普林斯顿”、“达特默思”、“阿默思特”，开办之时资金都比较少，后来才得到慷慨的公众赠与以及原创办人忠诚的后代子孙有限的慈善捐款。南北战争以前靠捐资兴办的新兴院校只有教派捐助的少量资金，或者地方社会一些零星的资助。

十九世纪末叶，教育慈善事业的发展达到了新的规模。约翰斯·霍普金斯干过代理商、银行家、船主，也是巴尔的摩—俄亥俄铁路公司最大的股东，赚了万贯家财。一八七三年他捐赠七百万美元创建约翰斯·霍普金斯大学和约翰斯·霍普金斯医院。他的这个壮举给美国人大量捐助教育事业树立了新的标准，许多美国大富翁可以拿他当榜样了。安德鲁·卡内基从他在钢铁业赚得的大量财富中出资兴办“卡内基学会”（一九一二年）以促进科学研究，又设立“卡内基促进教学基金会”。一九一五年）及“卡内基协会”（一九一一年）以推动科学和人文学科，他还帮助在全国各地建立数十个公共图书馆。利兰·史但福由于修筑西部铁路而赚了大钱，他出资创办史但福大学以纪念他的儿子小利兰·史但福，并在临终时再给大学捐资二百五十万美元。约翰·洛克菲勒从他的标准石油公司所赚利润中拿出一千万美元于一八九一年创办芝加哥大学，并在后来继续慷慨资助该校。詹姆斯·杜克创办美国烟草公司，于一九二四年成立托管机构，总资金约一亿美元，用以创办杜克大学。诸如此类的人物比比皆是。

除了屈指可数的寥寥几个人外——洛克菲勒中学毕业、史但福上过专科学校——所有捐款创办高等学府的人都是靠自我奋斗起家的创业者，他们本人所受教育极少或根本没有受过正式教育。他们这样慷慨捐献只能说是出自一种信仰。他们捐钱给大学是他们对欧洲人的“大学”概念表示反感的一种方式。马修·瓦萨曾公开表示，他有一种民主愿望，要证明追求知识无损于妇女的健康，因此他支持争取妇女选举权的运动。史但福建校旨在“使学生具有能力获致个人成就并在生活中成为直接有用的人材。”一八九一年，纽

约中央铁路公司总裁昌西·迪普在德雷克塞尔研究所成立典礼上，表示不满说；古典高等学府的文化已经成了“江湖骗子的虚饰，归根结底是纨绔子弟装磺门面的东西。”这个时代需要的“不是文化，不管是就其崇高意义来说还是就其降低品格的用途来说……旧教育只培养智慧。新教育培养的不仅是智慧，也培养筋肉和感官。旧教育给知识分子以大量知识，这种知识只在图书馆里有用，在商店中却无用处。”

这种了不起的行动模式——赚大钱的人慷慨资助高等教育事业——证实了美国的一种正统观念。如果新的百万富翁重新考虑他们聚集财富的手段，如果他们受到平民党人、进步分子及专门报道丑闻者的指责而感到内心不安，这或许正是他们解救自己的途径。正如亨利八世把没收修道院得来的钱财建立“三一”学院一样，现代的巨富想要进入民主天国，或至少盼望得到一个荣誉学位以赦免他们在企业中的罪过，于是便对教育事业这个大教堂慷慨地送一笔礼。

五十三 对“无能者大军”的教育

为学生的智力（以及体力）作准备，使其能适应真正的“高等”教育，必须在初级阶段的教育之上设置预备性的教育机构并对所有公民开放，这一点是不言自明的。显然，满足这种需求的办法是设立“中学”（high school）。这个词本身就是个美国创用语，出现于十九世纪初，用来指高于初级水平的任何学校，这种学校教给学生“使青年适合上高等院校的所有科目”。

这些中学必须是普及的、免费的和大众的，这样才能使民主的教育体制臻于完善。任何现代国家都从未有过这样的需求，因为进入高等院校的机会从来没有这么多、这样广。到了一九二〇年前后，美国已有那么多大学和学院，几乎每个人都可以进去，至于如何使“每个人”具备入学的条件，这倒使人们开始感到为难了。

免费的公立中学是美国发明的，这种学校是这个国家最有意义、最具特色但又最不引人注目的一种教育机构。实际上它是二十世纪的产物，旨在适应各种实际需要。近至一八九〇年时，进入中学的美国人仍然很少；当时十四至十六岁年龄组的少年进入公立中学和私立中学的人数还不到百分之七，而这个数目的学生中，进入高等院校者所占的比率更是微乎其微。一八九七年，哈佛校长查尔斯·埃利奥特阐述“民主社会的教育功能”时，所说的是一种希望而不是事实。他认为：“民主教育在世界上还是一种新鲜事物，它所能达到的目标现在还难以充分估计。”

埃利奥特的希望是解放所有的美国人，让他们受教育，这条教育途径可能使他们走向最有学问的行业。传统的求学阶梯仍然存在，每个学生一旦选定阶梯，便可从易到难、从简到繁地不断往上攀登。民主的使命是向一切有才能的人开放一切事业机会。埃利奥特的方案实际上是托马斯·杰斐逊十八世纪末为弗吉尼亚设计的体制的新版本，其目的是不考虑财富与阶级的差别、把最有才能的人筛选出来以便他们在学术上得到深造。

为设立中学而进行的努力，以及中学在美国民主制度中处于何等地位的论争，使一个在美国历史上曾多次出现的问题重又处于突出地位，直到二十世纪这个问题还不断困扰着美国国民。这个问题就是人类“平等”的含义究竟指什么，从某些方面来说，它也是现代民主的中心问题。让所有公民发展其自然差别，包括其自然的不平等，这样的社会是好社会吗？抑或那种试图把人人拉平的社会才是理想的好社会？“平等”究竟是指每个人都能得到最大限度的发展，还是把所有的人拉平呢？

这个问题在教育领域比在其它领域更显得尖锐，特别是在中学里。小学所教的只是读、写、算等基本技能，并假定除了智力迟钝或有身心缺陷者外，其他所有人都能接受教益。可是中学“高”了一层，情况就不一样。如果说中学是走向“高等”教育的阶梯，也许并非所有人都具备爬阶梯的同等条件。因此，应不应当把中学看成一把筛子，把有能力进入高等学府的人从不具备这种能力的人中间筛选出来？对于这两部分人究竟该如何处理呢？是否应将相应的一份教育经费花在那些不能进入高等学府的人身上？

从一开始就有两种不同意见，所强调的重点有很大差异，它们竞相争取控制美国新办的中学。埃利奥特是继承杰斐逊传统的，他认为，民主教育的职责除了全民扫盲之外，就是要培养自然的优秀阶层，让这些能力最强的公

民得到发展以造福全社会。因此教育经费不应浪费在那些不能充分利用这笔经费的人身上。这种观点要求对所有的人树立同一的严格标准。

反对这种意见的人以斯坦利·霍尔和约翰·杜威为首，他们也热心支持免费的公立中学。前文已提到，霍尔是儿童研究的创始人，也是青春期的首先发现者；杜威是他的弟子，注定会成为新教育最有影响力的鼓吹者。这些人对“自然的优秀阶层”深感担忧，他们在民主化教育方面的新哲学是支持霍尔所谓的“无能者大军”的事业。霍尔同意，埃利奥特校长的中学一律化方案会创造条件，使天资高的穷孩子有更多机会进入高等学府，这方案是主张对所有学生以同样方式讲授学校科目。但是霍尔提出问题，对于那些“由于遗传原因而智力发展缓慢和智力发展停止得早”的广大人群该怎么办呢？这些人正需要特殊对待。埃利奥特并不否认遗传性的低能现象，但他坚持认为这样的人在学童中“比例极小”。埃利奥特说：“任何学监或校长在拟定教学大纲时如以无能者为主要考虑对象，那么这个人在业务问题上是有不正常心态的。”而霍尔主要关心的正是这些所谓“无能者”。

以埃利奥特为一方而以霍尔和杜威为另一方，这两者之间差距的大小，可以衡量出美国教育这种新宗教离开旧世界学校体制有多远，埃利奥特尽管也是个改革者，但他想的和谈的仍然是学习的“科目”。霍尔、杜威和追随他们的人想的和谈的却是学生。埃利奥特的目的是要把学生从狭窄古老的课程中解放出来，让他们自由“选择”最有兴趣的科目；另一方则是让学生摆脱课程束缚，还他以本来面目。埃利奥特的变革是一种急进的改革，霍尔和杜威的主张则意味着一场革命。这种革命性的教育新观点会把美国的中等学校从一种对少数人提供专门知识的教育机构（世界上大多数地方过去是如此，现在仍然是如此）改变成一种别的东西，这种东西很难下定义，可以说是一种美国新宗教。

查尔斯·埃利奥特是美国教育这个新宗教中一个不那么激进的教派的传道者。他出生于一八三四年，是波士顿一位富裕的市民领袖的独生子。他先后毕业于波士顿拉丁文学校和哈佛学院（一八五三年），后来留在“哈佛”担任数学及化学讲师。一八六三年因“哈佛”不提升他而辞去职务，往国外旅行，回国后就任马萨诸塞理工学院化学教授，早在一八六九年，埃利奥特发表在《大西洋月刊》上的两篇有关“新教育之组织”的文章就已经引起人们广泛的注意，这一年晚些时候，“哈佛”大学选举他当校长，而前此不久该校连副教授都不给他做。这次选举也不是没有争议的，“哈佛”的督学们终于以并非一致的选票通过了这项任命。埃利奥特任“哈佛”校长的四十年间，以及直到一九二六年他九十二岁时逝世为止，一直是知识界的探险者，也是一个具争议性的人物。因为他的声音发自“哈佛”这个最受尊敬的美国高等学府，同时也是新英格兰名门望族的内部圣殿，以他作为发言人来解释美国教育中的民主概念就具有双倍的说服力。他比美国任何其他教育家都更有资格对新教育的趋势赋予崇高的气氛。

一八六九年，埃利奥特写道：“美国的办事条件和生活方式与欧洲的习俗和条件有着根本的区别。一个普通美国人和一个普通欧洲人在吃喝、睡觉、工作和娱乐各方面都不一样……欧洲学校所表现的精神，在很多方面跟美国习俗是有很大距离的……我们继承了公民自由权、社会流动性和大量的本土资源，我们比欧洲国家优越之处是难以估量的。现在的问题不是我们的自由

本身能给我们多大好处，而是通过明智的教育我们能给自由多大帮助。”埃利奥特提出这样的论点：如果民主、提高社会地位的自由和表现自己的自由使美国显得与众不同，那么，它们也势必会使美国的教育办得与众不同。因此，埃利奥特所孜孜以求的就是在教育中体现民主：给每个美国人以机会。让他选择他想学的东西：开辟有助于他成长的道路，使所有人摆脱财富和阶级方面的人为障碍。

埃利奥特从“哈佛”开始着手。他反对在课程设置方面的传统贵族作风，即把拉丁文、希腊文、数学等科目置于英语、法语、德语、历史、经济以及自然科学这些现代科目之上。他认为，每个学生均应有机会按其自己的途径发展，有权作出自己的选择，并在自己利益的鼓舞下奋进。他不顾教师的强烈反对，实行“选科”制，这就意味着各科平等，学生获得新的自由可以选择自己想学的学科。一八九四年，“哈佛”的本科生除了要学英语和一门现代外国语之外，可以自选课程，只要课程数量符合校方要求，就可取得文学士学位。

促使埃利奥特让“哈佛”学生享有选择权的那种民主动机，也促使他成为中学教育的改革者。中等教育使人烦恼的弊病是强迫学生和家長很早就作出抉择。因为中等教育存在着两类学校，一种为上大学作准备，另一种为“工作”作准备，学生在十岁或十一岁时就要分别归入上述两类之一，一经区分就无法改变了。埃利奥特声言，他不

相信美国公众愿意让他们的孩子在青少年时代以前就被区分为将来要当办事员。钟表修理匠、石印工人、电报员、石匠、卡车司机、农场工人等等，并按这种预先作出的不同职业安排而在学校中受到不同的对待。谁能作出这种预言？家长能吗？教师能吗？……我观察过数以百计的毕生颇有成就的人物，谁也无法……在他十二岁时就预料到他的前途：我一直认为，民主社会的儿童应有权按自己的志向和能力自行预定将来从事什么职业……

要使美国儿童得到解放，要使其不受贫穷和出身的束缚，并容许其能自我发挥，就必须开办单一型式的中学，也就是说所有人都上同样的学校。

埃利奥特希望实现这一理想，他的作法是首先改变高等院校入学条件，“现代科目”的成绩可记入入学分数，其次改变标准中学课程，使之包括对所有人同样有用的科目，埃利奥特于一八六九年担任“哈佛”校长时，高等院校入学成绩只计拉丁文、希腊文、初等数学、古代史、地理几门科目。三十年后，在埃利奥特影响之下，所有现代科目——包括英语、法语、德语；英国史、欧洲史、美国史；物理、生理学——的成绩都列入计算。

一八九二年，埃利奥特以全国教育协会十人委员会主席身份草拟的关于美国中等教育的报告，主张提高中学水平并使中学更加整齐划一，认为应给所有学生开设更多的“现代”课程，一切课程对所有学生均以同样方式讲授。这不仅与法国和德国高中那种一向受人尊崇的欧洲传统大异其趣，也和美国的惯例很不一样，当时的惯例仍然是凡不想进大学的男女青年只需受“初级”教育。按欧洲的传统来说，“中等”教育只是为了“准备”青年人上大学，中学教育意味着要学更多的希腊文和拉丁文，更多的古代史和数学，以便学生能够符合大学的要求，中等教育和大学预备教育是同一回事。

正是由于这种严格着重非实用学科的现象，使得本杰明·富兰克林早在

一七四三年就主张开办一种小学的后继学校，名之为“中等学校”。在这种学校里要开设数学（当时的“古典文科中学”甚至都不教数学）、现代语言、科学、现代史和地理几门课程。富兰克林的目的也是要扩大所有美国青年的知识面，包括那些不打算成为教师、牧师、医师或律师的青年在内。从独立革命到南北战争期间，在全国各地共设立了“中等学校”约一千三百所，一般都是私立，目的在于让那些不上高等院校的孩子在读完小学后接受较好的教育，菲利普斯·安多弗中等学校（一七八一年注册）、菲利普斯·埃克塞特中等学校（一七八一年注册）、伊拉兹马斯·霍尔中等学校（一七八七年注册、以及其它诸如此类的学校后来都成为有名的大学预科学校。这些学校之建立，不仅旨在学术上教育青年，而且“更重要的是要让他们懂得谋生这一件切切实实的大事”。然而在十九世纪中叶以前，美国已开始出现另一种新型的公立中学。

美国式的第一所公立中学是一八二一年在波士顿开办的。这所“英语中学”是供十二至十五岁的男孩凭考试入学，办学宗旨是培养他们将来从事“商业和机械行业”。一八二六年专为女子设立了一所中学，这所学校很受欢迎，以致两年之内学校开支就超出了该市的预算，只好停办。马萨诸塞州一八二七年的一项法律规定：每一个五百户的社区均应开设此类学校，每年授课十个月，不遵守者处以重罚。一八三七年开办的费城中心中学“位置适中，外表宏伟，有着一个精明强干和关怀办学的校董会所能争取到的一切设备（包括一座天文观测台）”。

这时兴起了一个“兴办中学运动”，希望给所有公民提供基础教育之后的某种教育。结果，在南北战争之前美国各地便已建立了三百多所公立中学。但这种发展并非没有遭到纳税人的反对。宾夕法尼亚州的立法机构收到了三万多封请愿书，反对该州一八三四年的教育法，提出反对的人认为，公立中学是违反宪法强加于纳税人的负担，也是对家长处理儿女教育的权利进行不民主的干涉。但是各州最高法院一个接着一个都维护设置公立中学的法律，理由是各州的宪法确实认可用公款提供最低限度的教育。直到一八七四年密歇根州最高法院大法官托马斯·库利发表了一篇著名讲话（载于《密歇根报道》上），对最后消除了关于用税款开办公立中学是否合法的疑虑。

关于公立中学的形式和方针，斯坦利·霍尔所宣扬的原则和他的讲话具有决定性意义。前文已述，他对儿童道德问题有新的见解，他对儿童的研究促使他坚信应该开办以儿童为中心的课程，他对青春期的发现又使他主张中学唯一重要课题就是青少年本身。

他的弟子约翰·杜威进一步充实、推广和实际应用了他的教导，杜威比他更实际，著作也比他还要多。约翰·杜威是佛蒙特州人，曾在约翰斯·霍普金斯大学就读于霍尔门下，后来成为美国最有影响力的教育家，也是二十世纪美国最有代表性的哲学家。杜威活到九十三岁，他对美国生活的影响一直延续到他去世之日。他写过各种主题的书不下数十本之多，内容从艺术、逻辑、语言、道德到手工操作训练、政治、外交政策。他的著作既通俗又有学究味，既清楚又晦涩，既易懂又难理解。虽然很少人会否认他是美国的主要哲学家，但是许多哲学家却有充分理由把他称为反哲学的哲学家。一方面他是这个国家主要的教育提倡者，另一方面有些受人尊敬的教育家却把他叫做美国教育的主要敌人。

杜威最令人感觉兴趣的见解是关于传统人为界线的边界问题，其中包括

观念之间的界线、活动之间的界线、行业之间的界线、观念与行动之间的界线，杜威一生都在破除障碍，让经验广为流传。他为未来呼吁，他设想未来会出现这样一个美国，在那里，旧的标志一概消除，人们比以往更自由，虽则也可能比任何时候都更加茫然。他把美国的希望推向极端。他制造出一个想象中的美国。他既给人们带来新的前途和新的希望，也带来新的迷惘。

一九二九年，杜威在他七十岁生日的庆祝会上，把自己描绘为“对周围事物的运动有所觉察的人。他对什么事物正在过去和消亡，什么事物正在发生和成长有一定的认识。依靠那种反应，他预言某些事物将会发生。当他满七十岁的时候，人们为他祝寿，承认他促进了他所预言的事物的发生。”他曾预见，原本蕴藏于北美大陆的奥秘将转而渗入美国人的生活经历中。

杜威在他生长的佛蒙特州伯林顿市，见到正在成长中的城市化的美国，四周由农家围绕。“上学”与“受教育”这两者之间的差别似乎在左右和缩小人们的生活经验，这一点使他印象十分深刻。他所见到的学校是各人都在拼命背诵，孩子们在学校里学的读、写、算与他们日后在农庄里的生活没有多大关系。家庭农庄是一个同甘共苦、边做边学的世界，在那里，男女儿童才真正受到了“教育”，准备承担生活的担子。对杜威的“新教育”可以作这样的描述：他在努力使学校尽可能象旧式的家庭农庄，孩子们可以在那里边做边学，并享受共同工作的乐趣。

杜威在《学校与社会》（一八九九年出版）一书中谈到社会改革如何需要学校进行改革：

工厂体系后面是家庭和邻里体系……穿的衣服并不完全是人家里做的，但家庭成员对于剪羊毛、梳纺羊毛、使用织布机一般都很了解。他们不是一按电钮就满屋电灯通明，他们的照明过程是很麻烦的冗长过程：宰牲口，提炼油脂，造烛芯，制蜡烛。面粉、木料、食品、建筑材料、家具、甚至金属制品、钉子、铰链、锤子等所有这些全都可以在附近买到，店铺经常开门任人进去观看，而且往往是邻里聚会的场所。整个产业运作过程，从农庄的原料生产到成品的实际使用都是人们可以看到的。不仅是这样，实际上家庭的每一成员都承担一份工作。孩子随着体力的增强和能力的提高，也逐渐开始认识一些工艺的奥秘。

我们不应忽视这个过程中纪律和品格培养的因素，其中包括培养有条理和勤奋的习惯，培养责任观念以及要在世界上做点事情、制造些东西的义务感。总会有一些事情需要于，也总会有真正的需要，每个家庭成员应忠实地做好他份内的工作并与他人合作。

杜威论证说，既然旧式家庭农庄已经消失，就必须重新塑造学校，以便有效地取代前者。

根据他的想象，为生活作准备就是为理性认识的世界作准备。但到二十世纪末，这种想象是否会陈旧过时了呢？如果教育体制的目的在于按佛蒙特农庄的模式重新深入生活，这种教育体制会是“进步”的吗？

教育的头一个改革是把“学校”和“社会”打成一片。杜威声称：“教育是生活的进程而不是为将来生活作准备。”学校并非只是一个学习场所，让孩子获得知识与技能以便成年时使用，它本身就是一个生活集体。理想的社会就是一个巨大的学校，社会的所有成员都参与从工作中学习的进程；理想的学校也就是一个完整的社会。“作为一个机构，学校应当把现有的社会生活加以简化，使之缩减为一种胚胎的形式，原来的社会生活就是这种形式。

现在的生活太复杂，让孩子与生活接触而不产生混乱和精神涣散是不可能的。”

杜威和他的夫人在芝加哥大学设立了一个实验学校，用以说明上述论点的意义。这个学校把重点放在“活动”上而不是放在“纪律”上，放在“做”上而不是放在“学”上。学生不是去背书而是去仔细观察岩石和昆虫，去用锤子和锯子制作东西，去和人谈话、讨论和会谈。“任何忙碌的车间都会有点乱的现象；没有安静；人们并不保持某种固定的体姿；他们并非袖手不动，他们手里也不只是那么拿着书本……当我们抱着这种观点时，我们对校规的整个概念都改变了。”旧的纪律概念消失了，杜威同时还将旧的教学内容甚至全部课程也改变了。所有科目都融合到行动的共性中去了。

顺便说一下，由于杜威将“活动”理想化，因而把哲学中许多旧界限抹杀了。哲学家对各种存在物进行等级分类时把具体的个别事实或经验放在底层，把抽象的东西安排在荣誉位上，然后概括出绝对事物来。可是在杜威的新世界中却没有这种等级层次。

杜威的包罗万象的宏伟目标是“成长”——每个公民的成长和社会的成长。这就成了新教育的难以捉摸的目标。“成长”是这一新宗教的核心，一个巨大的奥秘，一种得救的希望。

人人都知道“成长”意味着什么，但谁也不知道它的极限在哪里。知识可以获得，学问可以占有，但“成长”却是个过程。杜威解释说：

如果我们倒退几个世纪，我们会发现实际存在着垄断学问的情况。占有学问这个话说得恰到好处。学问是有阶级性的。这是社会状况必然产生的结果。当时还不存在大众可以接触到知识财富的任何手段。这些财富以手稿形式储存并隐藏起来，至多只有一小部分至今尚存，要处理它需要进行长期而又费力的准备才能办到。有学问的高层大师们卫护着真理的宝库，他们在严格限制的条件下从宝库中取出少许施舍给大众，这是当时社会状况必然的表现。但由于工业革命的直接后果……这种情况已经改变。印刷术发明了，而且已将它商业化。书籍、杂志、报纸大量印行，并且价格低廉。由于有了蒸汽机车和电报，迅速、频繁和低廉的邮电交流已经出现。旅行也很容易，这就大大方便了行动自由以及由此而产生的思想交流。其结果是一场知识领域的革命。学问得以流通……因此明确划分的知识阶层根本不可能存在。硬要划分就是不合乎时代。知识不再是静止不动的固体；它已经液化了。它正在社会本身的各条川流里活跃地游动着。

杜威还可能进一步发挥。知识不仅是液化了，它甚至还变得稀薄而散入大气之中，既不可能加以限制也不可能明确的界定。

当杜威把“成长”当作神圣目的，把“活动”当作神圣手段时，教育不仅现代化了而且也彻底美国化了。知识可以成为一种心灵的电影，只是在运动中才显其意义。既然青年期是成长幅度最大的时期，美国人不可避免地要把青年期理想化，认为是最活跃的认识时期。新教育遗留给现代美国的问题，很象把其它许多生活领域的变化和扩展予以理想化所带来的问题。

“成长”是为了什么？“活动”朝向什么目的？杜威注意到：“反对的意见认为，成长可以有许多不同的方向：譬如说，一个人干上了盗窃这一行，就可能朝那个方向成长，通过实践可以成为一个精于此道的强盗。于是人们就说先讲‘成长’不行，还必须具体指明成长的方向和成长所要达到的目的。”

杜威对此的回答是：这里存在着考验和目的，那就是：要继续成长下去。一个强盗的成长不是应有的成长，因为他的成长并不促进他的“全面成长”。

杜威的弟子们想限定新教育（他们把新教育武断他说成是“循序渐进的教育”），对此，杜威深表不满。“作为教育的成长和作为成长的教育”意味着，一个人只有在成长中才能看出他如何成长及朝什么方向成长。“学习是成长的一种方法……教育的过程不在于取得一套工具，它是一个学习人类成长的方法和手段的过程，而这些方法和手段永远不会是固定不变的，而是必须不断地发展的。”他对于把方法和手段转化成——毋宁说是逆转成——固定的、本身独立的东西深感震惊。

由于新教育盛行，美国人对教育的意义日益感到迷惑。而这种迷惑本身又易于促使美国人给教育倾注一种宗教气息。因为美国人始终把握不定教育究竟指什么，正由于这个原因他们就更加相信不仅应当也有可能给每个人以教育。在一个民主国家里，不是人人都有成长的权利吗？难道人们不应当从自己的社会中取得一切成长的手段吗？

使这种新教育的信念得以体现并广泛传播的是一种美国新体制，而这种新体制就是美国的中学。一八九一年以后中学以惊人的速度发展。上文谈到，一八九一年时，全国十四至十七岁年龄组的少年进中学的还不到百分之七；可是到了一九二一年，这一比例已达三分之一：到一九五一年，又增至四分之三；以后逐年都有上升，到一九七一年时已接近百分之九十了。教育这种美国新宗教正在全面普及中，中学成了每个公民顶礼膜拜的地方。

在美国历史的早期，公立学校也曾经是外来移民孩子学习讲美国语言的地方，是一个进行“美国化”的地方。而美国公立学校的宗旨和教学内容虽然深刻表达了国家历史的主流，但却并非崭新的事物。霍勒斯·曼恩在他著名的《马萨诸塞教育局的报告》（一八四七年、中宣称，美国的教育应是“使人们处境平等化的大型均衡器，是社会机器的平衡轮”；他心目中的“智育”应是除贫致富的手段。曼恩认为，一度为少数特权者据有的这种宝贵的古老商品，现在应当分给所有的人。美国的公立学校虽然按照新的社区模式组建，但仍教授旧世界的课程。

但是新教育却改变了学校及学校所授“知识”的内涵。新教育的产物就是美国的中学，这种学校比小学更明显地带有美国标记。

一八九九年的《学校通报》编者说：“教育的所有各个组成部分中，中学是根基最为牢靠的。建筑者一度似乎要抛弃的石头现已成为主要基石。中学已经成了人民的学府。中学校长应是社区的教育主教。校舍应该设在最好的地方，而且是市内最美的。”全国教育协会一九一八年提出报告并采纳中等教育的七大原则，宣布了美国新中学的信条。他们列举的“主要目的”（并非按优先次序排列）如下：“（1）健康（2）基本教学程序的掌握能力（3）家庭成员的宝贵关系（4）职业适应性（5）公民道德（6）课余时间的有益处理（7）品格。”中学校长都把这些原则当作他们虔诚信奉的戒律。全国家长和教师大会。此组织于一八九七年初成立时名为“全国母亲大会”）把这七太原则视为他们的全国性纲领，一九二八年他们的会议主题是如何把这些原则应用到“从婴儿时期到中学毕业的‘整个未成年时代’”。

一九五七年俄国人发射人造卫星成功之后，有些美国人认为，俄国人的成就是学校课程更加扎实的结果，他们开始怀疑美国的教育是否已蜕化为遍及全国的一种模糊而无目标的神秘事物。当时刚退休不久的哈佛大学校长詹

姆斯·布赖恩特·科南特于一九五九年回忆前半个世纪的情况，他本着半个世纪前他的前任埃利奥特的传统回顾说：“机会平等和地位平等这双重理想的威力是多么大啊……美国人民早已认识到，更高的教育程度可使这些理想实现。”美国的公立中学就是个伟大的象征，“这是一种在任何其它国家都找不到对手的体制。”科南特认为在民主制的美国，解决提高知识的问题，关键就在中学。他主张如果中学要办好就需要缩小规模、改进课程。他重申“中学要适应社会所有青年的需要”这一民主信念。尽管这个信念是从全国着眼的，它的特征却是主张多样化和地方管理。“当我们告诉外国客人说，我们有数以万计的地方学校管委会对小学和中学行使广泛权力时，客人可能会说，‘这不是一种体制而是一种混乱现象。’对此我常是这样回答的：‘但这办法行之有效，我们大多数人都喜欢这种办法；它看起来和我们绝大多数政治体制一样，已经成了我们社会的一种永久性特征。’”

五十四 艺术成了个谜

艺术也和语言及高等教育一样，带上了明显的大众色彩。这本是属于欣赏家和名门富豪的领域，现在却成了人人可望可及的东西。普通老百姓比以往任何时候都更易接触艺术，而艺术也越来越吸引他们；与此同时，普通老百姓对于他们所见到的是否真是艺术，如果不是的话，什么是真正的艺术，却反而比以往更无把握了。艺术，特别是绘画，过去有着明确的规则和范畴，曾是毫无疑问的美的殿堂，在那儿货真价实的艺术品要由艺术机构，经过许多代，才能加以证实和鉴定，可是在今日的美国，艺术却成了一个新奇和令人迷惑的领域。

在殖民时代的早期，北美也和英国一样，“艺术家”意味着精于任何一种“技艺”的人——它可以是文艺诸神所掌管的文科的任何一种（历史、诗歌、喜剧、悲剧、音乐、舞蹈、或天文），而在更通常的情况下，也可以是手工工艺的一种。因此当时北美殖民地的人民抱怨缺少“各级艺术家，特别是金属工匠、木匠和细木工、砖瓦匠、漆匠和镶玻璃工人。”自十八世纪开始，“艺术家”一词变成主要指搞美术设计的人，即“以明显可见的形式来表现美的人”，不久这个词就更加具体地指以绘画艺术作为专业的人。在美利坚合众国成立时和以后近一百年间，“艺术家”一词普遍指那种追求并体现社会上有关美的传统概念的人。

艺术机构的成立是画家的地位由工匠升为艺术家的标志。些机构是维护传统的要塞，保证最成功的画家能够受到尊敬。七六八年，在英王乔治三世赞助之下，皇家艺术院在伦敦成立时只有成员四十人。第一任院长乔舒亚·雷诺兹爵士在就职演说中强调说：“我的主要意见是：由大师们实践所确立的艺术规则，青年学员应当绝对服从。对于那些受到世世代代称赞的范例，学员们应把它们看作完美无缺的指路灯，是他们模仿的榜样而不是批评的对象。”

绘画具有传统性以及画家负有发扬传统的任务，这种观点已为人们所普遍接受。雷诺兹本人就把“历史画”列为最高等级。殖民时期的美国画家本杰明·威斯特寄居伦敦并成为皇家艺术院创始成员之一时，乔治三世授予他“御用历史画家”的称号，后来威斯特继雷诺兹任皇家艺术院院长。威斯特的美国弟子吉尔伯特·查尔斯。斯图尔特于一七八一年在皇家艺术院展出他的早期作品。当时，大西洋两岸那些最时运亨通、最受人赞扬的艺术家所画的都是贵族和知名人士的肖像或者重大的历史场景。

十九世纪大部分时间里，美国的绘画除少数例外，都是遵循旧世界的先例。在美国也仍然是肖像画和历史画最受人重视。但增加了一些具有美国特色的主题，如马克·凯茨比、威廉·巴特兰、亚力山大·威尔逊、约翰·詹姆斯·奥杜邦等人所绘的美国自然景物画；艾伯特·比尔施泰特和托马斯·莫兰所画的北美大陆壮观，乔治·卡特林所绘印第安人生活的画；塞缪尔·F·B莫尔斯、乔治·希利、柯里尔、艾夫斯等人所画的竞选、投票、国会大辩论的场景。欧洲的浪漫主义和新古典主义浪潮冲击着大西洋彼岸的北美大陆，表现在华盛顿·奥尔斯顿、托马斯·柯尔、阿谢尔·杜兰德以及他们哈得逊河画派同人的油画中。

整个来说，美国艺术在表现大西洋彼岸的文化方面最少美国色彩。富有的美国收藏家和美国绘画的欣赏家对欧洲的艺术机构和博物馆了解得一清二楚。他们对艺术的概念以及对艺术所表现的美的概念，完全效法雷诺兹爵士及其追随者所崇拜的古代大师。霍雷肖·格里诺（有时被称为美国第一位专业雕塑家）是在意大利的佛罗伦萨一间工作室里埋头苦干了整整八年才雕出乔治·华盛顿坐像的，这尊塑像经国会认可并于一八四三年安置在国会大厦内，他把这位美国民族英雄塑造成穿便服的希腊神那样。十九世纪末的美国画家约翰·辛格·萨金特，擅长为豪门贵族和知名人士画肖像，因而享有盛名。他出生于佛罗伦萨，就学于意大利、法国和德国，在伦敦建立他的根据地，并于一八九七年进入英国皇家艺术院。从十九世纪八十年代到二十世纪初，有一位名叫J·P·摩根的美国人，是英国艺术家的重要支持者。那段日子，从罗德岛州的纽波特到加利福尼亚州的圣马里诺，富裕的美国人纷纷建造英国式的庄园住宅、法国式的乡村别墅和莱茵河流域的城堡式房子，在里面摆满了形形色色的古董和古代大师的绘画。来自国外的观察家，象爱尔兰诗人玛丽·科拉姆，把这段时期描绘成“美国在精神上最富殖民地特色的时期”。但这正是马克·吐温和威廉·詹姆斯的时代，因此她如果把她这一评价局限于艺术方面会更确切一些。

美国的大富豪沉溺在浮华阔绰的文化殖民主义中，而美国艺术运动正是在反对这种趋势的情况下开始成形的。沃尔特·惠特曼在《民主远景》（一八七一年）中痛切他说：“美国在道德上和艺术上还没有什么创新。美国似乎特别意识不到，适宜于过去情况和欧洲大陆的人物、书籍、风格等等的典范，在美国只不过是流亡者、异乡客。”为庆祝《独立宣言》而于一八七六年在费城举行的百年纪念展览自豪地展示了美国工业的成就，但同时也提醒一些美国人：这个国家仍然需要作多大的努力。一八八四年，年轻的亨利·卡伯特·洛奇在他所写的《美国国内的殖民主义》一文中指出，尽管美国的财富与日俱增，但仍未能去掉那种没有建设性的“殖民地”精神：

物质财富的增加产生了奢想，高等教育的发展孕育了精神上的品味（旧文化给予这种精神上的品味以特殊有利条件与引诱力），这两种因素结合起来就使许多人滋生对外国生活和外国风格的爱慕。这种倾向和机会使得快要灭亡的殖民地精神又重新复活。我们清楚地看到，这在有闲阶级身上最为突出，并在整个国家里慢慢加剧……有才能的男男女女纷纷出国学习艺术并留在国外……许多受了过多教育并且丧失国格的美国人或是在欧洲，或是虽在美国却以殖民地精神作画、搞雕塑和作曲，完全受卑劣的依赖思想所支配……有时这类人成为勉强有成就的法国艺术家，但他们的国格和个性全没了，独创性和力量也随之不复存在。

洛奇号召他的国人为实现赫伯特·斯宾塞的预言而努力。斯宾塞曾经说过：“美国人有理由期望将来创造出世界上从未有过的壮丽文明。”

能言善辩的罗伯特·亨利是最热心鼓吹在艺术上应具有反殖民地精神的人。他于南北战争结束之年出生于辛辛那提市，先后就学于宾夕法尼亚美术学院、巴黎的布格罗学校和巴黎的美术学校，受到大量学院派艺术的熏陶。回到美国以后，他成了美国艺术家中主张独立精神的一派的组织者和发言人。他说：

艺术不光是存在于图画之中。万事万物之中都有艺术，一种事物有，另一种同样有。这跟整个社会有关，包括行动、处事、管理、娱乐等各个方面。除非人们明白了这一点，否则就永远不会有美国艺术，一旦这种思想真正为人们所理解，我们会接近我们所希望的黄金时代……。

在我们这个国家，我们不需要一种被视作文化的艺术；不需要作为美仑美奂的表演节目的艺术；不需要为诗或为其它任何诸如此类事物而创设的艺术。我们需要的是表现今日人民精神的艺术。我们要干的是去接触那些体现这种精神的年轻人，听听他们说些什么。

声名显赫的纽约“全国艺术设计学院”在举办一九一七年春季展览时提名亨利当评选人，但他却未能说服评选委员会接受他的一些有才华的年轻朋友的画，这些青年画家是乔治·卢克斯、约翰·斯隆、威廉·格莱肯斯、罗克韦尔·肯特和卡尔·斯普林乔恩。委员会甚至对亨利本人的两幅画也不大理睬，于是他一怒之下从该学院撤回他的全部油画，并另行举办一次展览，由三位不被接受的画家和其他一些独立派人士参加。

一九一八年二月纽约的麦克贝思美术馆举办了“八人派”美展，那是当时唯一展出当代美国艺术家作品的纽约美术馆。不管学院派人士的想法如何，“八人派”的作品确实如亨利所说，表现了他们那个时代的生活。其中四人是报刊插图画家，他们不成为“学派”，因为他们没有共同风格；但是他们愿意画出他们所见到的任何事物，即使主题不够“艺术”也画。他们那些显然不符合学院派标准的题材有约翰·斯隆的《理发师的窗户》、威廉·格莱肯斯的《买东西的人》、埃弗雷特·希恩的《第六大街午夜后升高了》以及他画的音乐厅舞台场景，有些评论家强烈反对他们的画，认为那是一种“互相碰撞的不调和的噪音”，题材也丝毫不美。从技术上讲，这些画家本来可以简单地归为“写实主义者”，但充满故意的鉴赏家却宁愿把他们称为“垃圾箱画派”。这些鉴赏家无意中却道出了事物的本质，因为二十世纪的美术家渴望冲破传统，他们不必再接他人的风格创作，也不必非表现一般人所认为的“美”不可。

去巴黎学习的美国画家带回了伟大的欧洲独立派艺术家的灵感。一批非学院派的美国艺术家，以有名望的阿瑟·戴维斯为首，形成了一个松散的组织，把独立派艺术家的福音带给了为数较多的美国公众。他们计划花少量的钱举办一次破天荒的画展，于是租下了纽约市二十五街和列克星敦大街街口的六十九团军械库，这个划时代的画展要与在学院派古板的沙龙里举行的展览尽量不同。这次画展本意是国际性的，非美国人的作品主要来自法国，许多美国人在这第一次见到保罗·塞尚、保罗·高更和凡·高。高等人光辉的大作。军械库画展于一九一三年二月十六日开幕，它使美国人体验到绘画方面新的民主精神。画展目录单上列有三百零七名美国艺术家的一千一百一十二幅作品，开幕后又陆续有作品参展，最后展出的数目约为一千六百幅。这次画展的目的是要展出那些年轻的、不出名的、反习俗的艺术家所画的那些很可能被学院派忽视或拒绝的作品，因此这个画展难以用一般标准来评价。筹备者之一回顾说：“这次展览象是个疯人院，但我们喜欢它。”展览会的座右铭是“独立”（借用亨利的話）；展览会的题词为“新精神”；正式会徽是美国独立革命时马萨诸塞使用过的松树旗。

画展目录单的说明写道：“艺术是生活的标记。正如没有变化就没有发展一样，没有变化也就没有生活。害怕不同的东西或不熟悉的东西，就是害怕生活本身……这个展览表明美国画家和雕塑家协会反对懦弱，即使以和蔼的自满表现出来的懦弱也反对。”画家沃尔特·库恩曾前往欧洲为展览会收集展品，有人称赞他是胜过保罗·塞尚的画家，他对这评价甚感不悦，他说，这种称赞所表现的是“令人讨厌的对本乡本土上的忠诚，而这种忠诚却长期损害着我们。”

公众的注意被法国画家，特别是立体派画家那种新奇难懂的风格吸引住了。画展最引起轰动的一幅画是马塞尔·杜桑的代表作《裸女下楼梯》，对老式评论家来说这幅画是最容易受攻击的目标。他们中的一个写道：“这不是什么运动和原则。这是彻头彻尾的厚颜无耻。”《美国艺术新闻》主办了一次竞赛，让人去找出画中的裸女，优胜者解释说：“画的不是女人而是男人。”一个已成滥调的玩笑说，这是“楼梯压裸女”，还有人把它叫做“招牌工厂的一次爆炸”。但想看这幅画的人却必须排队入场。

西奥多·罗斯福用“疯狂的极端分子”这个生动的词语来形容立体派和未来派艺术家，当时的评论家及后来的美国艺术史学者曾将这个词语接过去津津乐道地大肆引用。但是西奥多·罗斯福本人所写关于军械库画展的《外行人意见》一文中，实际上却是表扬了这种“新精神”：

从某些方面说，这次展出中最令人感觉兴趣的仍是美国画家和雕塑家的作品，只要对这些作品看一眼就可以使人对新运动所产生的真正好的东西心悦诚服，虽然这些运动也衍生出许多异想天开的东西。展览会里有一种东西是彻底不存在的，那就是陈腐守旧。展览会的作品也没有一点儿虚假笑容、自满自足和因袭陈套的痕迹。凡有真情实感需要表达而又具有表达能力的画家和雕塑家，都能在这里找到用武之地。

画展在纽约接待了十万观众之后，便转移到芝加哥，那里艺术学院的学生对于西奥多·罗斯福同情新精神的观点并不欣赏，他们被画展的内容所激怒了，焚烧了马蒂斯的模拟像。展览会后来又转移到波士顿。大约有二十五万美国人看了这个展览。

约翰·奎因替现代艺术的斗士赢得了一个象征性的胜利。他是一位著名律师，担任民主党全国委员会委员职务，曾为举办军械库画展出过力。当时，一幅不满二十年的画就不能算做真正的艺术品，这样的画运进美国必须付关税。奎因在参议院关税问题听证会上作证说，这条法律是不民主的，因为它有利于富人，只有他们买得起昂贵的古代大师的作品。他强调说，别的人也应当有权欣赏到绘画而不必为此付出罚款。国会同意了他的观点，对最近期的绘画作品也认可其“艺术”价值。

但是艺术家在固步自封的学院派之外树立的新独立性，不久又导致新的问题，即给外行人带来迷惑和判断上的负担。J.P. 摩根亲自挑选的纽约大都会艺术博物馆馆长卡斯珀·珀登。克拉克爵士在“八人派”画展开幕时说：“在全世界的艺术领域以及其它领域都存在着动荡。文学、音乐、绘画和雕塑的情况统统如此。我厌恶不稳定状态。”

这种不稳定状态部分是摄影技术的革命化和大众化所产生的副产品。南北战争结束后不久，大西洋两岸的摄影师均已看出以摄影作为一门艺术大有

发展前途，只是当时还不能确切地看清楚前途究竟如何发展。马修·布雷迪及其追随者所拍摄的摆姿势的肖像将照相术带进了过去由画家垄断的领域。不过湿版摄影和长时间曝光这些技术问题严格限制了摄影师的处理对象。动作摄影当时还谈不上，拍摄自然状态的照片似乎不可能。

但早在一八八七年，一位年轻的美国摄影先驱艾尔弗雷德·施蒂格利茨就已预见到摄影比任何已有的艺术表达方式更能抓住片刻情景。施蒂格利茨出生于霍博肯，是一个从德国移居美国的羊毛商人的儿子。一八八一年他就学于柏林综合工艺学校，准备当化学工程师，但就在那里他对摄影发生了浓厚的兴趣，这种兴趣决定了他一生的事业。他还不到三十岁就已经利用当时技术上的改进，包括新发明的干版；他利用一系列的照片来表明照相机如何能超越原有的限制。那张题目为《逗着玩》的照片显示几个意大利儿童围着正在做家务的母亲时的情景；《阳光》显示一个做针线活的年轻妇女，有一张照片拍摄的是一个农家姑娘在一堆引火柴上睡着了；另一张照的是水泵前的村民。施蒂格利茨参加了新成立的英国“图片摄影”运动，这个运动是从皇家摄影学会分裂出来的，每年举办自己的展览，目的在于为摄影艺术家树立审美标准，施蒂格利茨回到美国以后成了图片摄影艺术的倡导者。他自己的作品有：第五大街雪景中的马车夫：准备驶离住宅区终点站的一辆马车；在“五点服装店，市内最廉价的地方”外面移民殴斗的街景。一般摄影技术人员都想保持摄影的技术性，使之成为一种能进行“精确”纪录的装置，以适应记者、科学家和推销员的需要；可是施蒂格利茨却鼓吹摄影的艺术性，主张把摄影当作一种艺术媒介，可以自由表现各种事物。

施蒂格利茨和他的朋友们退出了保守的纽约市摄影俱乐部，一九二二年他们在纽约的全国艺术俱乐部举办了自己的展览，称之为“脱离派摄影”。从这个小小的开端起始，施蒂格利茨成了为美国一切艺术争取解放的鼓吹者。二十世纪中叶美国成了西方世界绘画改革的中心，对此施蒂格利茨也可能起了带头作用。他是从摄影作为出发点的，他坚持一切艺术的重点都在于表现个人的观感，如果摄影师确能使本身就很完美的形象表现出某种个性和新鲜感，人们就能以全新的眼光看待一切绘画，并期待从画中见到个性。

一九〇五年施蒂格利茨在纽约第五大街二百九十一号租了三间小房并名之为“脱离派摄影小展室”，起初展出的只是照片。后来他把一般素描和绘画也放在里面展出，摄影家们表示反对。施蒂格利茨回答他们说：“脱离派的概念既不只是为一种媒介服务也不是它的产物。这概念是…种精神，可以说是指路明灯的精神诚实之灯，这灯已陈旧褪色，经常被人轻视，往往不予注意；诚实指目标的诚实、自我表现的诚实和反抗习俗专制的诚实。”，一九〇八年他展出罗丹的水彩画，使纽约的艺术界大吃一惊；接下去他又在美国第一次举办以下诸人的美展：亨利·马蒂斯（一九〇八年）、亨利·德·土鲁斯-劳特累克（一九〇九年）、亨利·卢梭（一九一〇年）、保罗·塞尚（一九一一年）、弗朗西斯·比卡比亚（一九一三年）、乔治·勃拉克（一九一四年）以及吉诺·赛弗里尼（一九一七年）。他还为毕加索举办了大型画展（一九一一年），而且为市兰库西举办了首次个人展览（一九一四年）。于是第五大街二百九十一号房子出了名——被称之为“世界上最大的斗室”。

在其它方面，施蒂格利茨也解放了美国观众的艺术想象力。他展出过未受训练的儿童的作品，并于一九一四至一九一五年首次在美国举办非洲雕塑展览，这不是作为人类学研究而是作为艺术品展出的。施蒂格利茨不仅显示

摄影术如何有助于开阔美国人对一切艺术的视野，同时还首先提出：艺术可以是任何人在任何地方为寻求自我表现而创造的任何东西，这话到二十世纪后期成了美国妇孺皆知的一句话。

甚至不到十九世纪末，摄影界已开始争夺画家的主要业务——肖像。照相感光制版正在取代木刻版，机器生产和制造复制物品的许多技术使整个手工业陷于混乱。工艺艺人的不少传统就业机会正在消失。正如艺术史学者埃德加·理查逊解释的那样，其结果之一就是绘画艺术“被一些不属于这个领域的人材所稀释了……充斥着大批由外部流入的人材。”绘画现在成了“未受过训练的专业者”的行业。最初能够买得起艺术品原件的美国人对于“艺术家”不再画死鱼和漏瀑流水旁的母牛已感到有些迷惑，后来他们也渐渐把艺术家看作只不过是追求自己那种新奇事物的另一个美国人而已，与实验室里的发明家或奋力做买卖的商场老手并没有多大差别。

在第五大街“291”号房子里举办的一系列“个人画展”有助于树立展览会的新风格，这种私人展览给施蒂格利茨提供一个途径，来表现其慷慨助人的气派。这种个人展览与集中展出某个“画派”的那种学院式展览会明显不同，它已成为向公众介绍画家作品的主要形式，有助于为艺术家的新作用奠定基础。施蒂格利茨以及在他之后许多私人画廊的主人部认为，他们的拿手本领不是技艺而是独创性，不是传统而是特有的风格。

当然，在二十世纪的美国，个人画展并不是什么新鲜事，而且也不是美国发明的。一个艺术欣赏家在任何地方参观一位艺术家的工作室都会见到那位艺术家私人的作品展览。甚至在施蒂格利茨之前半个世纪，美国就有过几次单个艺术家作品的公开展览，不过有计划地专门展出单个艺术家的作品却是稀有之事。即使举办这样的画展，展出的也只是惯常的学院式作品，旨在显示某一艺术家的作品如何符合业已确立的传统，例如一八四八年约翰·查普曼的作品展览和一八五六年J.F.克罗普赛的作品展览就是如此，商业性美术馆展出的差不多一律都是较老的作品、古代大师的名作或其临摹者的作品。任何时候学院沙龙举办画展，尽管所展出的作品来自许多艺术家，风格则全是占统治地位的那一种，入选作品还须事先由一个声名卓著的评审委员会核准。可是到了二十世纪初期，个人画展已成商业性美术馆的一般展出形式，公立博物馆也常采用。

个人画展把焦点集中在个别艺术家身上，目的在于展示他的创造力范围有多大。从艺术家的观点来看，艺术世界象是刚进行原子分解似地碎裂了；对于外行人来说，艺术世界则是一整售新的难解的谜。参观美术馆的人就象去超级市场买东西的人一样，全得靠自己判断，以确定那是否优秀的艺术，或者确定它究竟是不是艺术。买东西的消费者面对一大堆包装样子差不多的东西感到不知所措；处于民主艺术世界中的外行人面对洋洋大观、无法理解的独创作品也只好望洋兴叹，徒呼奈何了。

外行人开始感到他应该看不懂。艺术上富有经验的人物不再是懂得各种流派、传统和古代大师技术的鉴赏家（美国的这类典型人物是伯纳德·贝伦森）。民主化时代富有经验的人物是易受震惊而仍然显得无动于衷的人，他是新奇事物的钦慕者。二十世纪后期，新画廊和新的现代艺术博物馆的“艺术”层出不穷，采用新奇的材料和革新的技术，使敏感美国人应接不暇，不管他取得什么其它方面的满足，他不再能指望躲到艺术里去逃避纷至沓来

的感受了。艺术这个表现新奇事物的最突出的领域，对个人判断力的要求特严。美国人又可以从何处找到传统所保证的美的事物呢？

民主在艺术中究竟具有何种意义，新派解释与旧派解释已准备好一场激烈战斗。主张新奇的人士说，应让外行人破天荒第一次不受学院派的干扰而自行判断他喜欢什么，甚至判断什么是艺术。罗伯特·亨利评论说：“要了解自己究竟喜欢什么并非易事。很多人在这方面终生愚弄自己而不知所以。”但是新传统主义者坚持认为，真正民主的艺术是人们能够理解而且任何人都认得出是艺术的那种艺术。

有几个才华洋溢、能力很强的人物联合起来反对崇尚新奇的新教条，他们自己形成一个有名的美国画派，创作了一些美国最好的传统画。他们赞扬美国景物以及任何他们认为具有美国特色的东西。在大萧条时期他们不得不从巴黎回国，回国后立即受到新政的鼓舞和公共事业振兴署的支援。他们的本上画与美国过去的许多世态画和风景画不同，并不温文尔雅。它是对自己根源的强烈追求，对崇尚新奇的新精神直言不讳地加以反对和谴责。

这一派的主要人物是托马斯·哈特·本顿、格兰特·伍德和约翰·斯图尔特·寇里，他们都去过巴黎，回美国后又都住在自己的家乡，连人带心都在家乡。本顿把密苏里当作他画美国历史壁画的基地。伍德画的是艾奥瓦的人民和风光，寇里则画堪萨斯。随后有好几十人受这三人画风的鼓舞，虽则他们的画不及这三人那么刚劲有力和富于新意，但所画的全美各地景色，用的都是用外行人能懂的传统手法。

托马斯·哈特·本顿是他们抗议的喉舌，声音比他们的宣言还要响亮。他在《美国艺术家》（一九六八年）一书中写道：

……一九一三年军械库画展对美国绘画界产生了不愉快的影响，对此我们是截然不同意的。我们反对新巴黎美学，这种美学越来越把艺术从那男男女女活泼生动的世界转移开去，引向只有空洞图形的学术世界。我们需要一种并非空洞的美国艺术，我们认为只有把艺术的造型方式转回到有意义的题材上去，从我们的具体情况来说就是转回美国题材上去，我们才有希望获得这种艺术……趣味相投的少数知识分子、评论界人士、大学艺术教授和博物馆人员，其喜好完全受二十世纪巴黎新美学所左右，生活在各种受人津贴的象牙塔之中，控制着各种反映美学观点的杂志。这些人把审美观点弄得晦涩难懂、搞夸张的象征主义、把意义弄得歪曲模糊，他们这样做实际上是因为有其既得利益。他们故作玄虚，显得他们的判断力高人一等，理解力非同一般，这样他们既能从嗜好艺术的阔太太身上捞钱，也能以争取支持为借口，从大学托管人和博物馆保管人身上捞钱……伍德、寇里和我本人正力图把美国艺术引进一个领域，在那里，艺术的意义必须为社会所了解才有其存在的理由……

本顿把“当前美国艺坛这种乱七八糟的白痴行径”部分归咎于不加鉴别地输入外国艺术思想，也归咎于“过分知识化”，特别是“上个世纪那种认为‘群众活该受诅咒’的个人主义”。他呼吁艺术家去表现“普通美国人所了解并感受到的美国生活”。

尽管他们个人的绘画具有广泛的吸引力，但这些本上派画家的斗争却没有取胜的希望。那些“调子唱得很高”的艺术情趣传播者和仲裁人现在能够接近越来越多的“普通美国人”。外行们尽管对于艺术真正意味着什么越来越感到迷惑，但对于他们所理解的新奇事物却感到比较有把握了。美国人见

新奇就高兴，这种心情一旦成了习惯，他们也就乐此不倦了。美国人根基不深；这个国家的地区性景象越来越褪色，本土派画家所钦慕的乡土景象一年年丧失其特点。这个民主国家到处是形形色色的不同社区，现在却要它以消除社区差别的能力来衡量其成就了。

伍德和寇里两人最终都郁郁不得志而死。一九四六年，本顿与寇里最后一次谈话时曾试图给他这位朋友鼓鼓气，本顿告诉他说，他在美国艺术史上会有不朽的地位。寇里回答说：“这就很难说，也许我呆在农场会更有出息。现在好象谁对我的画也不感兴趣了。谁也不认为我善于绘画，如果我还有什么价值，我也是生不逢时呀。”

旧美国思想崇尚乡土本色，新美国思想崇尚无限制地追求新景和新旧兼容，两者斗争的结局是不容置疑的。美国画坛发展的下一阶段是尽可能与爱国的本土主义拉开距离。

杰克逊·波洛克(1912-1956)可以说是最重要的人物了，他的毕生事业本身就是一个典型例子，足以说明艺术在美国民主制度下所遇到的新的矛盾。波洛克在怀俄明州出生，在亚利桑那州和加利福尼亚州长大，在他的生活历程中发生了他那时个代绘画界的一系列重大运动。他曾师从托马斯·哈特·本顿，参加过联邦艺术计划的工作，后来搞出了自己的一套“抽象表现主义”，哈罗德·罗森堡把它称之为“动作画派”。波洛克无意中把约翰·杜威关于“成长”与“活动”理想化的概念转化成一种绘画哲学。用波洛克自己的话说：

我的画不是从画架上产生的。我在作画之前，甚至不怎么把画布撑开，我宁可把打开的画布钉在硬墙上或地板上。我需要硬面的抗力。钉在地板上我就更自在了。我感到更接近画，更成为画的一部分，因为这样我可以在画的周围走动，可以在四边工作，差不多可以说是置身于画中。这和西部印第安人在沙地上作画的方法是一致的。

一般画家的工具如画架、调色板、画笔等等，我是越来越弃之不用了。我宁愿使用棍棒、抹子、小刀、滴落的流体颜料，或用加进沙子、玻璃碎和其它异质的厚涂颜料色彩。

我置身画中时并不意识到自己在干什么。只是在经历了某种“熟悉”过程之后，我才明白我干了什么。对于改动或摧毁形象等等我并不害怕，因为画有其自身的生命。我力图让画自己呈现出来。只是在我与画失去接触时，绘画的结果才是一团糟。否则的话，它会表现出完全的和谐，有所施必有所得，轻松自如，效果极为完美。

跟波洛克一块的还有几个有独创性的人物——可道夫·戈特刊布、弗朗兹·克兰、威廉·德·库宁、莫里斯·格雷大斯等人——他们各有各的绘画观。

在艺术界，即各个学院、“流派”和运动的世界里，正如艺术史学者詹姆斯·阿克曼所说的那样，对新奇的追求导致了“先锋派的灭亡”。先锋的概念即先于时代文化并走在时代文化的前面，它植根于法国的浪漫主义，却在二十世纪的美国走向高峰。这种思想本来意味着艺术家不必顾虑观众而应自由地创作。后来美国艺术界兴起了一个“专业舆论创造者”的新阶级，同时卖画的生意也兴隆了（从私人画廊到百货商店以及西尔斯—罗伯克公司，后者六十年代就开办了巡回画展），这样就使变革本身有了价值。舆论制造者增建博物馆，减低彩色复制费用并加强了“严肃的”文化媒介的流通，从

而使艺术变成了万花筒。

这位从事改革的画家的作品很快被评论家、画展组织者及收藏家买去了，这些人在不断地寻求下一个令人震惊的人物。“简约派艺术”（意在对日常平凡事物少作或不作任何干扰，只是把这些事物当作艺术形象来处理）及“流行艺术”（决心把社会上流行的普通事物当作艺术表现的内容）表明二十世纪后期追求新奇到了不顾一切的程度。革新成了生存的条件。正如阿克曼所说，把含有艺术味的事物加以民主化的最后阶段，就是“在艺术与非艺术之间的绝对分界线上几乎没有留下任何尚待征服的地盘了”。

对于那些仍然认为艺术是美的同义词的天真烂漫的外行来说，这意味着什么？对杰克逊·波洛克及动作画派而言，凡是完全新奇的一概都认作艺术，这一切使本顿所谓的“普通美国人”感到迷惑、心烦，甚至也许觉得自己正处于被剥夺的地位。

五十五 异国风光等闲事

现代美国历史上妙不可言而带讽刺意味的现象之一是：从旧世界跑出来的流亡者，其子孙后代却有钱财、有闲暇和有技术手段，可以重返故国度假，亲眼目睹其祖辈挨穷受苦和遭受压迫的地方。二十世纪中期，美国旅游者这种反方向的《奥德赛》式长途漫游，生动地象征了美国的民主，或者说，象征了美国人对世界的特殊关系。当年他的祖先从西西里、爱尔兰或德国逃出来时身上一文不名，处于绝望困境，现在他乘坐有空调的舒适交通工具重返故土，去重新发现旧世界的“浪漫生活”。

一九二一年以前，出国旅行的美国人几乎毫无例外都是有钱和有特权的人。譬如说，一八九五年十万名乘船赴欧洲的美国人和加拿大人中约三分之二是乘头等舱，其它舱位的旅客中有一部分就是陪同这些有钱人外出的仆人和随从。一八一八年黑球航运公司首次开办横渡大西洋的定期客运业务，定期在纽约与刊物浦间航行，随后开办这项业务的有红垦航运公司、燕尾航运公司、戏剧航运公司（此公司船只均以著名剧作家和著名演员命名，如莎士比亚、谢里登、加里克和西登斯等）以及法国航运公司（此公司船只驶往勒阿弗尔）。虽然南北战争之前去欧洲旅行的美国人已日渐增加，但出国旅行仍然是一件大事，既要有钱又要有闲暇时间，那是很少美国人能负担得起的。当时的名作家爱德华·埃弗雷特·黑尔把《九十天欧洲之行》描绘成“一次愉快而可稍事炫耀之举”。直到二十世纪初，船上的二等舱才比较舒适，费用也低些。第一次世界大战前，能去欧洲旅行的美国人感到去一趟确是充满乐趣的事。轮船从纽约出发时，用赠送“一路顺风”礼盒、花束及开香槟酒来庆祝。船上头等舱的旅途生活因“轮船衣箱”（steamer trunks）、“衣橱式衣箱”（wardrobe trunks）（这些都是一八九一年左右出现的美国创用语）中存放的华服而大为生色。这个舱的旅客举行一连串舞会、茶会，地点或在游泳池边，或在妇女客厅，或在宏伟的大舞厅，或在色彩缤纷的咖啡厅。北德意志劳埃德公司作广告说。他们船上新型二等舱的新设备“舒适而不奢侈”。那时出国旅行还不需要护照。

有些去欧洲大陆旅行的美国人相信（用他们中一人的话说）旧世界“样子该是老了”，但他们并不感到失望。他们所见所闻的事往往既使他们兴奋，又使他们高兴。马克·吐温谈到第一次在巴黎看女子跳康康舞时的情境说：“我羞得把手捂住脸，但又从指头缝间往外看。”这和大约一百年前艾比盖尔·亚当斯描述她在巴黎第一次看芭蕾舞时的情况很相似。她写信给她在马萨诸塞家乡的妹妹说：“我觉得我的懿德受到损害。我当时不好意思让人看见我在观看这种舞蹈。跳舞的姑娘穿着极薄的绸纱、裙子很短，双脚跳离地面，大腿在空中飞舞，吊袜带和内裤全部暴露在外，就好象没穿裙子似的，这种景象对我实在是太新奇了。”不过她也承认：“这种舞蹈看多了，最初那种厌恶感也就消失……现在我能愉快欣赏了。”

可是迟至十九世纪末，并非所有美国人都那么容易接受新的观感。一九一七年，威廉·詹宁斯·布赖恩向他的同胞保证说，他们出国旅行回来的时候会“大长见识，但另一方面会更加热爱美国。”他的见闻只是增强了他的信念，即“在物质上、贸易上、政治上和道义上，一切使一个国家成为伟大的事物，我们的国家都是无与伦比的。”可是布赖恩的选民中能够出国观光

以证实这种爱国主义情绪者却寥若晨星，因此整个来说，出国旅行对美国生活的影响仍然是间接的。这种影响来自文人如拉尔夫·沃尔多·爱默生、华盛顿·欧文、亨利·詹姆斯等人的演说和著作，以及来自霍雷肖·格里诺和海勒姆·鲍尔斯等人的绘画和雕塑。

美国名门大户的闺秀去国外旅行往往被欧洲贵族头衔的魅力所迷住。一八七四年，纽约的漂亮小姐珍妮·杰罗姆嫁给伦道夫·丘吉尔勋爵（他们的儿子就是温斯顿·丘吉尔）；尤利塞斯·格兰特总统的孙女嫁给一位俄国亲王米海尔·康塔库曾；副总统利瓦伊·莫顿的女儿嫁给伐拉赛—萨岗公爵。一九一三年，在《麦考尔》杂志上登载的一篇文章列举了五十六个当时联姻的实例，嫁到欧洲去的美国妇女的“陪嫁物一是美貌、二是美元”。一位爱揭短的历史学家不无抱怨他说，五百宗这种攀龙附凤的婚姻使得美国约有二亿美元落进了工于心计的欧洲人的荷包。

但外出旅行的美国富人也带回不少珍宝。十九世纪最后几十年有几位富裕的美国妇女很有雄心，把价值以百万美元计的绘画、雕塑运回了美国。芝加哥最大的富豪之一波特·帕尔默夫人（据说她本人以腰身最细而闻名）就是其中的一个。她的丈夫开马歇尔·菲尔德百货商店和帕尔默大旅社发了大财，她就利用那些钱购买艺术品。在巴黎为她作参谋的是有名的玛丽·卡萨特女士，此人是宾夕法尼亚银行世家的阔小姐，少年时期就随家长遍游欧洲大陆各地，一八七四年终于移居巴黎。她研究过古代绘画大师的作品，并且成了法国名画家德加的朋友和弟子，德加视她为当时伟大画家之一。玛丽·卡萨特对法国印象派作品不仅喜爱而且和这派画家有个人交往，正是这个缘故使帕尔默夫人能够大量增加其藏品数量，有一次卡萨特帮帕尔默夫人用五万美元买了四幅皮埃尔·奥古斯特·雷诺阿的名画。帕尔默夫人的藏画在她死后归芝加哥艺术馆，使该馆大为增色。另一位女珍藏家是伊莎贝拉·斯图尔特·加德纳夫人。她是纽约一个富裕进口商的女儿，而且是波士顿一位行为怪僻的社交界名人，她花了大量钱财购买欧洲名家的作品，从意大利的贝里尼到瑞典的左恩，各色俱全。当时一位以鉴别意大利绘画而颇有名望的年轻人伯纳德·贝伦森给她指点，使她搜集到可观的珍品，后来建立了芬威馆，“并以此作为永远给公众教育与供公众欣赏的博物馆”。

银行家J·P·摩根经常出国旅行，而且每次出国总要搜罗一批艺术品带回美国，他勤于搜寻、精于挑选，纽约大都会艺术博物馆成为他藏品的主要受惠者。他花二十万美元买了意大利十六世纪著名雕塑家兼金饰匠切里尼制的一个杯子，又花四十八万四千美元买了一幅意大利名画家拉斐尔创作的祭坛背后的装饰画。与摩根的精选珍藏截然相反的是报业巨头威廉·伦道夫·赫斯特的随意收购，他浪费大量钱财收购各式各样的杂品，其唯一的用处是阔绰地证明欧洲人关于美国富翁的偏见是对的（例如法国导演勒内·克莱尔的《魂魄西行》一片写的就是这个主题）。

到二十世纪二十年代，美国人出国旅行就开始平民化了。据威廉·艾伦·怀特观察，在第一次世界大战前，“任何去欧洲的商业旅行都是全市关注的事情。”但由于美国人的生活水平日益提高，轮船普通舱位的设备有所改善，美国人去国外旅行的人数也就日见增加。一九二九年出国旅行的美国人超过了五十万。

下一次旅行人数的剧增是随着飞机的兴起而出现的，飞机使远渡重洋的旅行在时间和费用上都大为减少，其程度甚至出乎原先想象之外。具有引人

注目的催化作用的当然是一九二七年五月二十日查尔斯·林白驾机从纽约前往巴黎的单人飞行。他到达时受到了美国公民在国外所受到的最热烈的群众性欢迎。尤其了不起的是，由于林白并不是到法国去花钱的，却居然能得到法国人如此热烈的欢迎，实在难得。

仅仅十二年后，一九三九年六月二十八日泛美航空公司首次开办飞往欧洲的商业航班。一架名为“迪克西飞剪号”的波音公司四引擎飞船，载着从五百名候机者中挑选的二十二名旅客，飞出后在亚速尔群岛停留加油，再降落于里斯本让旅客过夜，然后飞抵目的地马赛，第二次世界大战期间中断了一段时间后，随着战时飞机设计有了改善，战后游客乘飞机旅行也就成了常事。一九五〇年美国出国人数达六十六万六千人，乘飞机的人超过了乘船的：一九五五年出国人数超过百万，乘飞机的人数为乘船人数的两倍。一九七〇年时，每年出国的人数接近五百万，乘船的只占百分之三。签发护照成了政府面临的一个大问题，一九五〇年发了三十万份护照，二十年后每年发出接近两百万份。

美国是历史上头一个国家，有那样多公民出国作万里远行只不过是追求乐趣和对外国文化的认识。这种现象规模之大使得国际旅游事业头一次成为世界贸易的一个重要成分，这对于美国经济和美国国际收支平衡都构成新的问题，而对旅游目的地的国家来说，则是创造了新的机会。一九七〇年，商务部估计美国人往外国旅行的开支每年已达二十亿美元。美国的经济学家开始把赴国外旅游算作国际贸易中的主要进口项目，而其它国家则把美国人前来旅游计算为主要的出口项目。

国外旅游的大众化，需要在推销、广告和组织等业务上孜孜不倦地作重大努力。经过整整两百年（从十八世纪到二十世纪）的时间才有五千万人从海外来到美国。二十世纪后期，每年却有十分之一这个数目的美国人向相反方向飞越重洋。民主制度使得短至两星期的假日也可作越洋远游。旅游者通常并不是为着重要目的而出国，他们只是为了度假，为了到新的地方享受生活和开广见闻，为了观光游览和获得新的感性知识。

度假旅行成了有大批旅客参加并且是一揽子包办的生意。一直到了二十世纪六十年代，劫机事件所造成的威胁，加上报刊、广播、电视等轻率和耸人听闻的报道，使国外旅行增添了不愉快的冒险色彩。

为大批旅客代办团体旅行业务的开创者不是美国人，而是一个英国人托马斯·库克。十九世纪四十年代，库克所办的第一次有计划的旅行是约六百人从英国的莱斯特到拉夫伯勒去开一次禁酒会，路程十一英里，来回三等车票减价，每人只付一先令。库克不久又把数以百计的旅游者送往苏格兰（一八四六年）和爱尔兰（一八四八年），后来又于一八五一年带了几千名旅游者去参观伦敦的水晶宫展览。同一年他首次组织英国人去“欧洲大陆周游”：一八六九年他登广告组织第一次中产阶级“有导游的圣地东征”。库克的那些精明的同胞把他组织的旅行叫做“日益发展的新罪恶”。把本应留给贵族、有知识者和富有者欣赏的景物庸俗化了。英国驻佛罗伦萨领事在《布莱克伍德杂志》一八六五年二月号上发表文章抱怨说：“意大利的城市现在都满是一群群的人，他们从不分开。四十人一队涌向街头，他们的导游一时在前，一时在后围着他们转，活象看守羊群的狗，确实没有比赶羊群更好的比喻了。我遇到过三群，从未见过如此不文明的景象。”

但托马斯·库克为他的旅行团百般辩护，说这是“为促进人类进步而作

的努力”。 “认为名胜地方只能让社会‘精英’去享用，普通老百姓连望都不能望一眼”，实在是大愚蠢可笑了。 “在当今不断进步的时代，再来说此景此物应由某类人专门享用的废话，为时已晚，上帝创造丰盈美丽的河山是为了人民，铁路、轮船是人类共同的科学智慧的产物，也是由人民共享的……人类的精英分子和高尚的才智之士，看到人们随他们之后寻求生活乐趣，只会感到高兴。”但库克赞美的这种民主精神即使在美国也并非完全流行，美国富家闺秀仍然热衷于追逐外国贵族的头衔。有几个富豪后代如詹姆斯·赫曾·海德（纽约人寿保险公司数百万美元的继承人）和威廉·华道夫·阿斯托（继承了阿斯托家族家产一亿美元）开始模仿欧洲贵族，终于放弃国籍移居国外。直到十九世纪最后的几十年，美国的横渡大西洋旅行行业经营者仍然认为，办理入境移民业务比办理出国旅游业务更易赚钱。当时美国人想参加有组织的欧洲旅游就只好依靠托马斯·库克父子公司。格兰特总统就曾借助过库克公司。在一篇公开发表的表扬文章中，马克·吐温说他本人并不认识库克，但却愿意告诉所有美国大众，“库克使旅行成为方便愉快的事情。”总之，二十世纪之前美国还没有真正和库克竞争的对手。

美国运通公司的前身韦尔斯、法戈及其它几家公司成立于十九世纪中叶，目的在于为这个正在发展中的国家办理商品运输和金钱汇兑。在该世纪后期，这些公司的生意蒸蒸日上，它们办理汇款业务，为移居美国后不久便发迹的人汇钱回欧洲老家给拮据的亲友。一八九五年美国运通公司开设第一个欧洲办事处，给美国旅行者提供邮件服务、代购火车票、代订旅馆房间、并协助寻找遗失行李。一九一四年前一直担任该公司总经理的詹姆斯·法戈坚持认为，旅游业务赚不到多少钱，公司是以货运和快邮创业的，应当恪守本分。但第一次世界大战迫使各家捷运公司进行整顿时，美国运通公司也扩大经营新的业务。战争期间公司就已开始发展国外旅行业务，战争结束时这项业务已开展得极有成绩。到一九七一年，美国运通公司已在全球各地设立了上千个办事处，为各地旅游者提供服务。

美国运通公司于一九一九年十月举办战后第一次赴欧导游旅行，三年后又举办第一次环球水路游乐旅行。该公司也举办全程代理的旅行，消除了旅游者的种种担忧，旅游者用不着事先了解情况，也不必有什么旅游经验。公司非常了解初次出国的旅游者面临的问题，他们的服务使得中产阶级的美国人能按照预先准确核算的费用出国旅游。至于去什么城市、住什么旅馆，公司方面早已熟练地从市场上掌握了第一手资料。

过去，要把钱带到远方只能靠银行汇票和信用证来解决。这种做法相当复杂，不会讲外语、并与海外缺乏联系的普通老百姓必然会碰到困难，一八九一年，美国运通公司获得发行第一批旅行支票的版权，这种支票可以便利人们携带小额的钱去陌生的地方花费：这样做当然能使国外旅行进一步大众化。一九一四年第一次世界大战爆发时，一些美国人被困于欧洲，美国运通公司的旅行支票是欧洲各国银行所承认的少数金融票据之一。到一九六一年时，美国运通公司的旅行支票每年售出约二十亿美元。旅行支票是有保阶的，这一特点使它成为一种新的“不会遗失的钱”，由于它解除了旅行者的又一顾虑，远途旅行的市场也就进一步扩大了。

美国有些事物实有助于旅游业的大众化，其中影响最广的莫过于邮政明信片，已知最早的明信片是费城的约翰·查尔顿在一八六一年获得版权印制

的。这是一张普通的卡片，一面写地址、贴邮票，另一面空白，可以写信。同年通过的邮政法规定明信片邮资是一美分。一八七二年一项法律规定，由邮政总局局长“发行用优质硬纸制成的、印上邮票图案的邮政‘明信片’（postal card）”。于是英语里又多了一个美国创用词。为了广泛宣传外国名胜风景及国外旅行的乐趣，一件有重大意义的事是签订了第一个国际邮政公约（一八七五年），规定会员国之间寄明信片的邮资为信件邮资的一半。

十九世纪九十年代，印有风景的邮政明信片已在欧洲广泛出售，并且开始由美国游客寄到美国故乡城镇，使美国人得以一睹旧世界风光秀丽的迷人景色。首先印制这种明信片的是德国人，一八九五年他们已经普及了致贺式的明信片，上面印有世界各地的独特景色，这是供参加包办团体旅行者向他人问候用的，是一种别出心裁的新形式，一切现成，只待参加新式代力、旅行的幸运儿使用。明信片上印有欧洲的城堡或宫殿，莱茵河、塞纳河或泰晤士河的景色，旧世界某一城市迷人的街景，然后再精致地印上一句标准套话以及“向您问候”的字样，其特别好处是留有很小一点空白位置，让匆忙的旅游者写上一句“玩得很痛快”之类的话，并签上名字寄出。这种明信片是个先驱，下个世纪美国的明信片又咋了改进，旅游者只要从印好的一连串语句中找出他所需要的那句，打上一个记号就行了。美国邮政当局为了保障官方印制的带订邮票的明信片统一出售，最初曾严禁私人印制明信片。当时，德国的明信片行业非常兴旺，柏林制造印有世界各地风景的彩色明信片。越来越多在国外旅行的美国人使用这种明信片向国内的朋友问好，给他们留下了深刻的印象。有时候，明信片印着带有浪漫色彩的外国景色和欧洲大陆的定馆，实际上是在为海外旅行发宣传广告，引起家乡的人们对旅序的羡慕和欲望。一八九九年，从德国寄出的各种明信片多达八千八百万张；一九二二年从英国寄出五亿张，从德国寄出的则超丈十亿张。上世纪末本世纪初，美国邮政当局已对来自巴黎里沃利路拱廊街的所谓“猥亵或有挑逗性的”明信片感到不安。一九一二年奥托曼帝国发布皇帝敕令禁止邮寄某些最有趣的明信片，他按穆斯林教对某类图象的禁制条例，取缔那些印有宗教仪式、清真寺或土耳其妇女的明信片。一八八八年伊斯曼的柯达照相技术开始使照相机的使用普及化，不久以后，照相机就大大改变了旅行者的生涯。甚至在每一个旅游者都带着照相机之前，照相术就已经使美国人形成了一种游世界的观念，不过要大量复印照片仍有待于新技术的出现。最初，制作摄影明信片的唯一办法是把照片分别贴在每张卡片背面。中间色调的照相凸版制版术在较早时已使报纸印出了照片，但到一九一二年这种制版技术才生产出价廉物美的摄影明信片来。

过去，旅行者有冒险感，那是由于他们会遭遇无法预料和带有风险的事，现在长途旅行变成了包办的旅行，这种冒险感也就冲淡了。旅行者变成了“游客”，他消费的是大批量生产的并有保证的产品。旅行社把一切部安排好了，尽可能和在家里一样方便，与“当地人”随便接触的情况越来越少，即便接触，也是越来越平淡。房间早已订好，菜单事前备就，支票也已事先付出。总之一切风险（包括天气恶劣和行李丢失）都以保险的方式照顾到了，手里因持有偷不走的钱而安心，旅游者出去转了一趟回来，脑子里记住的东西不多，但带回的照片倒不少。使他满意的或者使他抱怨的事情，跟他游览的那个国家的人民没有多大关系，而是主要和承包他旅行的原居地的旅行社有关。

冲淡旅游新奇感的最主要因素是美国家庭里出现的一系列设备和器具。这些东西使远地旅游成为多余的了。人们在家里几乎不必花钱又不会碰到什么麻烦，就可以得到也许比实地旅游更多的收获。“实体幻灯机”（stereopticon，南北战争后开始使用的美国创用词），头一次使美国人可以坐在自己客厅里观看圣地、狮身人面像和其它异国风光，立体画面与原景一样。后来越来越多的美国人带回旅游照片，代替了昔日的旅行日记。附近的剧场放映旅游记录片，映出伦敦、巴黎、伊斯但布尔和新德里一年四季的风光景色（二十年代以后则是彩色的），一张电影票的钱微不足道并且无须冒旅途的风险。对于许多美国人来说，正是这些旅游电影而不是亲身旅游在他们脑子里印下了各地的真实形象。二十世纪三十年代初期，一些美国人去伦敦参观国会大厦，旨在亲眼目睹他们在著名电影《迪斯雷利》里看到过的乔治·阿里斯扮演英国著名政治家本杰明·迪斯雷利在国会活动的场面；后来他们去罗马参观特雷维喷泉，仅仅是因为他们看过电影《喷泉中的三个钱币》。想去看看真的喷泉是否是电影中的样子。本世纪后期，电视机又把大量异国风光声色并茂地带到美国人的起居室、卧室和厨房。如果遥远的地方仍使美国人感到兴趣，他们的兴趣完全可以方便地在家里得到满足——只要一扭开关就行了。

第四部分 按计划安排的未来

“美国的旅程并没有结束。美国永远不会达到尽善尽美的境地，美国永远需要不断地去建设。……西部已成为人们心灵中的国土，因而是永恒的。”

——阿奇博尔德·麦克利什

美国的文明从诞生之时起，就把对未来的执着信念和对未来可能发生的一切所感到的天真迷惑结合在一起。清教徒相信有一个神圣的上帝在维持世界的秩序，而且正因为他们十分怀疑自己能否真正知道上帝的旨意，因此他们的信仰更加坚定了。后来当美国人认清了自己国家的命运，甚至当他们有时把它称为“注定的命运”时，他们的信仰又一次更加坚定了，因为美国命运的极限是永远无法说得清的。

二十世纪的美国所面临的未来充满了新奇事物，这是任何国家所未曾面临过的。但是新奇事物本身正在成为先安排好的产品，既可以预知，又是人们所熟悉的。

第九章 追求新奇事物

“创新。”

——埃兹拉·庞德

“到处都把对新奇事物的狂热追求与进步精神混为一谈。”

——亨利·福特

“研究的根本目的之一就是培养健康的不满足感。”

——查尔斯·凯特林和阿伦·奥思

美国人组织起来追求新奇事物，并将它大众化，直到最后把它变得平凡无奇为止。曾经用来铺设大陆横贯铁路的一切资源，曾经用来发展形形色色美国生产体系的一切资源，现在全部投入了美国的发明体系。在现代美国，所有一切都成了刺激发明的因素。

社会发明家，即那些着眼于市场的发明家，看到了一种需要便想方设法满足它。于是，出现了一个发明家的社会群体，他们的动力并非来自市场，而是来自发明本身自发的需要。他们是按照新奇事物的内在逻辑生活的。对于他们来说，每一件新东西都会产生对另一件新东西的需要。至于为新东西找用途和市场，则是别人的事了。他们的工作远离日常生活的需要，他们有力量要求社会改变其需要，来使他们的发现变得有用起来。他们完成了看来不可能办到的事，因而欣喜若狂，因为他们可以自由地去思考那些显而易见但被人们忽视的问题，以及那些仍然很陌生却是实际可行的问题。

后来，生产本身的趋势出人意料地成为一种促进革新的力量。美国的生产体制、大量相同产品的生产以及昂贵的新奇产品的消费大众化，产生了一种需求，希望生产一些不那么相同的产品。这条革新之路，也就是每年一个型号的道路，它并非出于社会的需要，也不是为了革新而革新，而是由于需要人们不断购买。第二年的型号必须有一定的不同之处。流水生产技术、装配线社会，本身就意味着需要定期改变生产线上的产品，不论这种改变是多么微小。但是多大的变化才算适度呢？

五十六 社会发明家：为市场而发明

一八七六年春天，不满三十岁的托马斯·爱迪生带着十五个工人迁到新泽西州一个名叫门洛帕克的偏僻村庄。他的工厂宽三十英尺，长一百英尺，全部镶着白色的护墙板。马车拉来了成卷的金属线，成箱的化学制品，书籍，一台褐色的蒸汽发动机和一台燃汽油的煤气灯。人们很难凭这些五花八门的什物猜出爱迪生想做什么，因为他已经决定致力于“发明”了。

“发现并非发明，”这是爱迪生所说的话。“我不喜欢人们把这两个词混为一谈。发现多少带有点儿偶然的性质。”美国人不是想要新产品吗？那么他们就不能等待“发现”。他们就必须去追求，组织起来去追求，就象组织起来做别的事情一样。爱迪生认为，发明不是凭头脑漫无目的地探索，发明并非碰运气的结果，而是有目的地追求的产物。他相信，合适的人材在合适的组织下，就可以定期地、有目的地搞出种种发明，就象工厂生产其它任何产品一样。

在门洛帕克，爱迪生的目标是“每十天搞出一项小发明，每半年左右搞出一项大发明。”爱迪生所说的“发明”，是指一件社会性的产品，或者更确切他说，是指一件可销售的产品。这使他的“发明”概念带上了明显的美国色彩。

爱迪生是一个社会发明家。他的第一批发明工作是集中在电报方面，电报在当时是电学最重要的实际应用。爱迪生最初与电报打交道完全出于一次幸运的偶然事件。那一年他才十五岁，在大干线铁路的列车上卖报。一次，密歇根州芒特克莱门斯火车站站长的三岁儿了差一点被火车轧死，幸亏爱迪生把他从轨道上救了出来。孩子的父亲为了表示感谢，邀请年轻的爱迪生与他们住在一起，并把他训练成一名报务员。正是这一事件把爱迪生带入了神秘的电的新世界。

爱迪生未到二十一岁就获得了他的第一项专利——电传投票记录器。他在报道国会表决情况的新闻时发现，用唱名方法计算投票情况浪费很多时间，于是他就发明了这种机器，这种每次表决时，议员们只要按一下座位上的按钮，议长的桌上就能立即显示出他投的是什么票，并能自动把总数计算出来。但是如果使用爱迪生的投票即时记录器，就会废除了一个传统上受人珍惜的机会，这就是议员用冗长的演说或其它方法阻挠议案通过的机会。国会某个委员会的主席看完爱迪生的表演后说：“年轻人，这正是我们不欢迎的东西。你的发明使少数派失去了影响立法的唯一希望……而执政的多数派知道自己有一天也可能变为少数派，所以他们也会象自己的对手一样反对这种变革。”这个教训使爱迪生终生难忘，就象他自己所说的那样，从此之后他的目标再离不开“商业上的需要了”。

南北战争后的十年是金融投机活动的黄金时代。爱迪生一八六九年来到纽约市，这时电报已经在为“黄金交易所”服务了。新的“金价标示器”把数字变为电脉冲，并立即把市场波动的情况传到遥远的地方。一次在投机狂热达到高潮时，金价标示器出了故障，爱迪生很快就找到了毛病，修好了机器。金价标示器公司以当时颇为可观的三百美元月薪雇用了他。此后，他作出了一系列对黄金交易市场有用的发明。后来，爱迪生和几个朋友又自称“电气工程师”，进一步改进电报装置。实力雄厚的西联电报公司发现了他的才能。便聘用他加入该公司的发明专家队伍，并给了他一张价值五十万美元的

定单：制造一千二百台他新设计的证券行市自动收录器。一八七一年，爱迪生已经可以向母亲报告说，他虽然只有二十四岁，却已经是一个“趾高气昂的东部制造商了”。

当时电报技术中最急需的是用一条电报线路同时发送几份电讯。一八六九年，爱迪生已经在发明“双向”发报机方面取得进展。这种发报机可以同在同一条线路上向相反两个方向各发出一份电讯。一八七四年，他研究出更了不起的“四路”发报机（“四路”这个同也是他的发明），即可以同时向两个相反方向各发出两份电讯。这一发明使西联电报公司原有设施的效用倍增，节约了以百万计的美元。杰伊·古尔德买下了爱迪生的这个发明，但这笔交易复杂万分，他们之间竟然打了十年的官司。在由此引起的诉讼中，爱迪生听到律师们在法庭上称他为“‘双向和四路教授’”。

到年轻的爱迪生创办门洛帕克实验所时，他已经是公认的“发明家”了。除了改进电报术外，他还发明了“电笔”、油印机和其它一些小东西。

爱迪生的发明工厂实际上就是一座工厂，他的目的是把发明转化为大规模的生产，以满足市场的需要，尽管那实验所是位于远离城市的乡村，其目的却不是要成为一所研究机构或一处隐居之地，以便人们进行科学构思。就象炉子工厂把工人聚在一起，各人制造火炉的不同部件一样，爱迪生也想把能够制造一项发明物的各个不同部件的人集聚在一起。他拥有负责制造、维修和校准机床的技工，不久又增加了一位数学物理学家。爱迪生认为，搞发明的最好途径是集中足够的人才，尽量给他们配备最好的设备，并将他们组织起来，不屈不挠地追求自己的目标。讲求实效的爱迪生实际上并不注重“灵感”或什么发明“天才”。正如他的传记作者所说，他是一个“认为世上根本没有天才的天才”。

在南北战争后的美国，成功的发明家很少是孤独的幻想家。尽管人们称爱迪生为“门洛帕克的巫师”，但炼金术士在神秘的小屋中炼金的传说已经开始过时。爱迪生的钻研帮助人们认识了这一点，但是孤军奋战的发明家却永远不会完全消失。对二十世纪欧美六十大发明进行的研究表明，确实有些发明是出自孤军奋战的发明家，他们虽然缺乏资金，却不顾大企业的漠视，竭力奋斗，终于完成了自己的发明。他们的发明有：喷气发动机，回转罗盘，使液态油脂凝固以便制造肥皂和人造黄油的工艺、动力操舵装置、磁带录音、酚醛塑料、直升飞机、彩色照片工艺、拉链和自动手表。

但单枪匹马的发明家的发明方式并无新颖之处，而组织起来进行发明却确实有其新奇的特点。在现代美国，最富裕、最会算计的公民，规模最大、最受人尊重的企业就是这种有组织的发明的主要支持者。在美国，发明是一种受人尊重的职业。

就爱迪生本人而言，发明是一种爱好。他有时抱怨说，到门洛帕克来找工作的所有年轻人都只想知道工资的数额和工作时间的长短。而他却告诉他们：“哼！我们不付工资！我们成天干活！”但也有不少年轻人象他一样酷爱发明，参加了他的工作。

一八七八年爱迪生电灯公司成立时这家发明工厂正式跨进了美国经济领域。电灯照明系统改变了二十世纪人们的日常生活，而电灯照明系统就是爱迪生的新机构中事先策划好的产物。

早在爱迪生迁到门洛帕克前的十年，就有人开始研究用电照明了。十九

世纪六十年代，英国沿海的灯塔已使用弧光灯。一八七六年，在费城举行的美国建国百周年展览会上，三盏露天的弧光灯放射出令人目眩的白色光芒。在一八七八年的巴黎博览会上，明亮的电弧灯给西联电报公司的总顾问留下了极为深刻的印象，他一回美国就劝爱迪生探索电弧灯运用在商业上的可能性。爱迪生以前也曾有很短一段时间试验过利用电来照明，但当时他由于专心致力于搞留声机而暂时将那工作搁在一边罢了。

弧光灯当然是指电弧发出的光亮。把两条状如铅笔的碳棒接通电流，当电流通过两根碳棒的尖端时，就能发出强烈的耀眼白光。一八七八年，汉弗莱·德维爵士就曾用两千节电池构成的电池组首次在大庭广众之中燃亮弧光。但是在发明直流发电机之前，弧光一直未能普遍应用于实际生活，直到十九世纪八十年代，直流发电机才取代了电他组。

在日益成长的城市中，总会有某种形式的照明成为公共安全所必不可少的东西。当时，弧光灯的主要竞争对手是煤气灯。到一八三五年，巴尔的摩、波士顿、纽约、布鲁克林和新奥尔良的一些街道、少数工厂和小量富豪的私人住宅都是由煤气公司的煤气灯照明的。四十年后，全美国已有四百多家煤气公司。但是街道用煤气灯照明还只限于大城市，因为只有在大城市里，经营中心站才能赢利。需要煤气灯的偏远工厂非得自设煤气厂不可。小城镇和农村中的美国人只能靠蜡烛和煤油灯照明。人们仍然认为，更广泛的人工照明还得依靠煤气来提供。

一八七八年爱迪生电灯公司成立时，弧光灯并没有显示出能为家庭、办公室和小商店提供照明的任何可能性。弧光也象煤气一样由燃烧产生，因此只能在火焰不会引起危险的地方使用，同时碳棒也必须经常更换。限制弧光灯广泛应用最突出的因素是它发出的光过分刺眼，而且这种强光又不能减低，因此，即使最小的弧光灯也不适于空间较小的室内照明。此外，弧光灯的电路是“串联电路”，即是说，所有的弧光灯必须同时开关。甚至只要有一盏弧光灯短路，整个系统就有危险。相比之下，煤气灯则有许多优点，因此，煤气公司超过百分之九十的收入乃是来自办公室与家庭的照明。

爱迪生之所以重视电灯照明这一问题，绝不是简单地由于“美国佬异想天开”，当然更不是出自天真的发明小玩艺的人的直觉。对于他来说，这是一个社会问题，当然也是一个市场问题。一八七八年九月，他在一个展览会上看到了八盏五百支烛光的弧光灯，这是弧光灯方面的最新产品。

我看到已取得的成就并没有实际用途，未能将强烈的刺眼灯光减弱以便装在私人住宅内使用。现有的电灯光芒过分强烈，而（单位）量却很低。我回到家里，连续做了两夜实验，我终于发现了其中奥秘，非常简单，就连一个以擦鞋为业的人也会明白。我突然恍然大悟，就象突然明白了留声机的奥秘一样。这是实实在在的，并非幻觉……将强光分细是可以办到的。

他对纽约《太阳报》的一位记者透露了他对整个照明系统的设想：中心电站通过电力网向各家供电，电流点燃千家万户的电灯。他急不可待地预言，仅在纽约闹市区，很快就会有五十万家用上电灯。即使仅是在刚刚开始实验的阶段，他这夸张的预言就已使他获得范德比尔特以及德雷克塞尔一摩根公司的资助。

对于怎样才能做到这一点，当时爱迪生心中仍然只有一个极为模糊的概

念。但是他坚信，只要具体确定了需要，他的发明工厂什么都能设计出来。不到两个星期，他就打电报给在欧洲的代理商：“电灯事业出现大突破——光的无限细分。”美国的资助者一直致力于使梦想变为现实，而爱迪生所描绘的也只不过是“尚未发生而必将发生的事情”而已。

然而，他已从商业角度为他的梦想作了精确的计算。他知道，到一八七八年，庞大的煤气照明工业中只有百分之十用于路灯；他相信，弧光灯也只能取代照明市场的这一小部分，因为弧光灯的特性使它基本上只能用于户外照明。这意味着，百分之九十的煤气照明市场仍然是向某种新的竞争开放的。爱迪生在他的笔记本上写道：

在一般照明中电与煤气的对比

目标：（E）精确地模仿煤气所具备的一切功能，用电力取代煤气照明。改进照明设备，力求满足自然条件、人工条件和商业条件

的一切要求。以前的发明都失败了，但它们是爱迪生获得商业成就和奠定胜局的基础。爱迪生巨大努力的目标不是为了制造耀眼的强光，而是制造象煤气灯那样柔和的光线。

既然煤气灯用起来有许多不便之处（爱迪生指出：“……极不舒服，在新麦迪逊广场剧院，每一盏煤气灯的喷嘴都装有一些小管子，以便带走燃烧产生的气体。”），却仍然需求如此之大，那么一个既有煤气灯的所有优点，又没有它的不便和危险的照明系统，将会产生多大的利润呢？爱迪生从过期的煤气业杂志中，清楚查出前五十年煤气照明的各种实况。他认为这些情况向他展示了他打算为电灯争取到的市场。

爱迪生设想建立一个四通八达的电力网。他比较了从煤中获得煤气（当时使用的系统）的费用和把煤和蒸气转变为电力的费用。他注意到，在城市里，商店和小工厂需要大量的电力来开动马达，但它们对电灯的需求却可能不大。”而在比较高级的住宅区，不需要用多少电力来开动马达，但对电灯却有更大需要。”因此他断定：“最不需要电灯照明的区域恰好就是最需要电力的区域，因此这就平衡了整个城市对电的需求。”如果要使电产生的光“细分”，以便它进入每一个家庭，首先需要有一种新型电灯，然后需要有一种新型的电路，以便每盏灯都可以单独开关；最后，当然还需要一个用电缆与成千上万个电源插座相连的中央发电厂。于是，爱迪生开始同时进行这几方面的工作。

显然，第一步本来应该是集中力量研究如何将弧光分细，但是爱迪生从一开始就选择了另一条途径。他着手研究一种在封闭的灯泡里发出柔和光亮的电灯，这就是“白炽”光，即是不利用电来产生火焰（象煤气灯的火焰或弧光灯里消耗碳棒的火），而是利用它使某种细丝发出灼热的白光。人们过去在弧光灯方面的成就无助于这种研究。

至少有半个世纪之久，发明家们一直尝试搞出一种完善的“辉光灯”。他们把导电的金属丝或碳丝放进一个抽掉空气的玻璃容器中，但是发光的时间都只有短短的几分钟。专家们由此得出坚定的结论：白炽灯照明不论在理论上或是在实践中都是行不通的。以前这些失败的试验使用的都是碳丝或铂丝，通电后，碳丝和铂丝产生的电阻很低，因此相对地就需要较强大的电流（假设电阻为一欧姆，就需要电压为十伏特的十安培电流），于是电路就需要大量昂贵的铜线，就是因为铜线的价格昂贵，加上其它因素，专家们才认为这种系统是不经济的。

爱迪生并没有走前人的老路，因此不必担心灯丝的性质和铜丝的价格。他是从一个崭新的角度看待整个问题的。实际上，他把整个问题颠倒了过来。假设通上电流的灯丝电阻很高，那么每盏灯就可以只用很少的电流（假设电阻为一百欧姆，就需要电压为一百伏特的一安培电流）。由于使用了高压电流，这样一个系统的电路就只需要原来百分之一的铜丝。这种节省的本身就有助于使整个计划变得切实可行。

由于用这种方式重新考虑整个问题，爱迪生随即规定了他必须找到的那种灯丝的性质。他先用铂做试验，但是并没有成功。此后，他又试验其它各种材料。最后在一八七九年十月，用碳化棉丝做灯丝的试验灯泡终于显示出成功的希望。它实际上发光达四十小时。这还要归功于爱迪生改进了灯泡的真空情况。一八七九年十一月一日，爱迪生申请碳丝灯泡的专利。同时，他设计了一种并联电路，这种电路上的成千上万个电源插座部可以单独开关。他还改进了直流发电机。因此，爱迪生不仅“发明”了新的白炽灯泡，而已正在为整个社会组织一种新的电力照明系统。

象半个世纪前组织毛皮商定期集会的先驱者或牧畜小道的开路人一样，他也考虑了时间、地点和人的问题。他必须立即全线出击，提供电源、线路网，来为他的新式电“蜡烛”服务。但是爱迪生的行动是有根有据的，因为煤气照明业已经测验了他的市场，而煤气业由于能够为办公室和家庭提供“分散的”照明，确曾兴旺一时。因而只要能够提供一种更便宜、更好的代替品来取代煤气灯，他就完全有理由相信自己的事业会昌盛起来。

爱迪生的目标是建立一个能够全面有效运作的照明系统，因此他知道，解决一两个问题是不行的，必须全面解决所有的问题，才能结出硕果。但是爱迪生还知道，只要得到一些能够说明他取得进展的证据，就可以鼓励纽约的投资者继续资助他的研究。因此，他开始利用自己制造戏剧性气氛的本领，来宣传自己所作的探索的伟大意义和成就（包括实际的和想象中的）。一八七九年十二月二十一日，纽约《先驱报》的头版新闻宣称：

爱迪生的电灯是伟大发明家在
电力照明方面取得的巨大胜利
只需一张纸
不用煤气，不要火焰，价比油廉
棉丝能产生明亮光线

这位了解情况的记者描述了爱迪生魔术的传奇内容：把电流通到一张“一吹即飞的小纸条”上，就会产生“明亮而美丽的光，恰似意大利秋天柔和的落日”。爱迪生并不想对他的发明保密，他宣布门洛帕克将在一八八一年除夕用神奇的新灯照明。从圣诞节到新年这一个星期里，人们纷纷涌到门洛帕克，观看爱迪生那神奇的“未来之光”。由一台直流发电机供电的四十盏白炽灯使参观的人们惊叹不已。给他们留下深刻印象的不仅是电灯本身，更重要的是可将它们随时开关。

第二年夏天，爱迪生宣布，他正派遣代理人到世界各地去为他的白炽灯丝寻找完美的植物纤维。仅仅几年前，出版了朱尔·凡尔纳的《八十天环游世界》一书，其时在美国仍然风靡一时，这样，爱迪生引人注目的研究就有了一个现成的陪衬，足以保持投资者的兴趣并唤起未来顾客的兴趣。他派了

一名代理人去日本和中国，一名去西印度群岛和中美洲，还有一名去亚马逊河上游地区。后来，他的一个代理人在古巴死于黄热病，这可不是他想搞的那种宣传。去亚马逊河的那位代理人则送回大量耸人听闻的新闻供日报登载，此人回纽约后得到一笔报酬，在纽约最高级的饭店吃了一餐宴席，从此销声匿迹，渺无踪影。报界把爱迪生的代理人称为“文明世界无畏的骑士”。为了寻找“谨慎的大自然藏在它最秘密堡垒里的宝贵原料”，他们甘冒风险，不畏古巴的黄热病、亚马逊河的毒箭和死亡的威胁，帮助爱迪生用电灯去照亮美国的千家万户。

正在此时，一位刚开始经营航运业的铁路公司老板给了爱迪生安装完整电灯工厂的第一次机会。一八八一年五月，一艘三千二百吨的钢制轮船“哥伦比亚号”离开宾夕法尼亚州切斯特的码头，进行绕合恩角到加利福尼亚的首次航行。它是历史上第一艘由电灯照明的船只。两个月后，“哥伦比亚号”抵达旧金山，船上一百一十五盏白炽灯经过四百一十五小时的照明后仍然亮着。翌年，爱迪生在伦敦的赫尔本·维亚达克特经营了第一个城市白炽灯照明系统。两台由爱迪生设计的庞大发电机由纽约运来，为该区的两千盏电灯供电，其中包括英国中央邮政大楼的电灯。

根据这个经验，爱迪生设计了在曼哈顿岛南部建立的美国第一个中央发电厂。爱迪生早在一八七八年就许诺，“电灯在经济和其它方面都完美到肯定立即就能胜过煤气灯以前，我是决不会让它面世或供人使用。”在一八一年的巴黎博览会上，爱迪生展览了他的照明系统的模型。一位德国专家报道爱迪生的展出说“该系统的结构连最微小的细节都经过周密思考，其设计之完整，好象已经在许多城市进行过几十年试验一样。插座、开关、保险丝、灯座和其它所有附件一应俱全。”一个曾在英国爱迪生公司工作的二十一岁英国青年塞缪尔·英萨尔承担了与煤气公司竞争的任务。他帮助爱迪生取得计划中珍珠街电厂所需要的资金和特许权。爱迪生和英萨尔找到一块长一百英尺、宽五十英尺的场地，准备修建一座能为半平方英里地区供电的电厂。

在珍珠街一带建发电厂是很精明的选择，因为它包括华尔街金融区的大部分。爱迪生的电灯一旦在那里取得成功，立即就会赢得许多人的支持，而正是这些人的支持可以在下一步把电力照明推广到全国。这一地区还有许多住宅和小工厂，而电厂就位于该区的中心。爱迪生在市政官员和资助人的抗议下，决定不把电线架在空中，而是将它埋在地下，虽然这样做需要花很多钱。为了做到这一点，他研制成新的管道，规定了新的绝缘标准。这些绝缘标准后来列入纽约最早的关于电力的法规中。

每当爱迪生遇到一个出乎意料的问题时，他总是利用它作为发表又一个乐观声明的机会。“我不断通过报纸作出许诺，纽约的庞大中央电厂将在何时竣工。这样做的目的尤其是为了保住我的股东们的勇气，他们当然盼望快些发财，要比通常的合理速度更快。”珍珠街工程大约耗资六十万美元。爱迪生回忆说：“这是我所进行的规模最大、也是责任最重的一项工程。它是举世无双的……我们所有的装置、设施和零件都在国内设计和制造。我们的人员都没有建立中央电厂的经验。谁也不知道把巨大的电流输入纽约街道下面的导管会产生什么后果。……在那些岁月里，煤气公司是我们最大的敌人，他们注视着我们的每一个行动，只要有一点儿微小的失误，它们就会攻击我们。”

一八八二年九月四日下午三时，爱迪生的主任电气技师板动了开关。八十五家用户的四百盏电灯大放光明。《纽约时报》评论说，“直到七点钟左右夜幕降临时，电灯才真正显示其威力，人们看到它是那样明亮，又是那样稳定。”该报办公室里装了五十二盏爱迪生的电灯，“这里光明如昼，人们好象在计光下工作。”这是美国城市第一次用电灯照明。

爱迪生当时述只有三十五岁。由于他有时间为千百万美国人将黑夜变为白天，促使他宣布自己无可置疑地成了一个企业家，“在很长一段时间里将不再进行发明”。由雄心勃勃的塞缪尔·英萨尔组织的爱迪生电厂遍及美国全国。很多书籍和文章把这位年轻有力的爱迪生描述为“发明家之王”、“现代魔术师”，取得了强烈的宣传效果。

一八八三年，著名的纽约音乐厅——尼布罗花园为庆祝爱迪生普降光明、战胜黑暗，演出了一场“大型芭蕾舞拟剧”。这可以说是公众的最高奖励了。舞剧的背景是灯火辉煌的新布鲁克林大桥模型，每个女演员都挥舞着一根尖端安着爱迪生灯泡的魔棍。最后彩排时，一位记者看到多才多艺的爱迪生（他刚刚给整个城市的住宅区拉上电线）正在给女演员的服装上拉线。“爱迪生在姑娘间穿来穿去，调整她们的紧身胸衣”，以便电线发挥作用。他在每个演员胸前装一小组电池，这样她们额前的灯泡就可以发出光亮。这个节目骄傲地宣布：“这种新颖的照明效果是在托马斯·爱迪生先生的亲自指导下，由爱迪生电灯公司提供的。”

五十七 发明家的社会：为答案寻找问题

“研究与发展”事业在美国成为举国一致关心的焦点，那是在它已经成为一种全国性体制之后很久的事情。二十世纪中叶，人们开始担忧美国教育制度是否有效，担忧美国是否有能力把科学知识的疆界向前推进。人们担心中小学和大学的教育质量，有时甚至担心政府的研究工作，但以整个国家来说，美国似乎还没有理解到工业研究实验室日益增长的决定性作用。在三十年代的经济大萧条使人们了解到科学进步、就业与繁荣之间休戚相关的联系之前，根本没有关于这方面的统计数字。到了一九五六年，全国用于自然科学研究发展的全年开支总额接近八十五亿美元，比同年全国用于全部高等院校的开支总额高一倍多。到了六十年代，代表研究与发展的缩略语“R & D”已编入辞典，成为一个正式的美国创用词。尽管全国高等教育经费剧增（一九六一年约为七十亿美元，一九六五年增长到约为一百三十亿美元，一九七一年又增长到二百三十亿美元），每年用于研究与发展的经费仍稳定地一路领先，到一九七一年达到二百七十亿美元。用于这一目的的联邦资金所占比例一直在增加，但至少二十世纪中叶以前，私人企业在这方面的支出足足占总数的一半。

工业研究实验室并非美国人的发明。自古以来，哲学家和幻想家就设想有一个科学界人士相互合作的理想社会。十七世纪初，弗朗西斯·培根在《新大西岛》一书中描绘了一个“所罗门之家”，贤人们在那里积累知识，探索其用途。实际生活中的学者团体，如一六三五年成立的法兰西科学院和一六六二年成立的伦敦英国皇家学会，最初都是文学方面的和荣誉性质的，它们从未产生过培根所希望的那种积极的科学协作。现代首个大规模的工业研究出现于德国。十九世纪结束之前，德国的化学和光学公司已经充分显示出把科学应用于工业能够创造出多少利润。德国也有很多美国所拥有的那些看来不利、其实有利的条件。由于工业发展比英国迟，德国没有把科学和技术分开的僵化传统。况且德国新兴的合成染料工业在很大程度上有赖于实验室中的发现，尤以合成靛蓝等产品为然。由卡尔·蔡斯领导的德国新兴光学工业，也成功地控制了这个世界里的世界市场，从而阻碍了其它国家工业研究的发展。一九一一年成立的威廉大帝研究所最初在政府和工业界的合办下非常昌盛，但后来被纳粹所摧毁。

现代工业研究实验室最终在美国找到了可以得到空前发展的土壤。在这里，它还将成为二十世纪特有的一种现象，无论在规模和宗旨上都与美国以前的努力大相径庭。

我们在前文已经提到过，个别科学冒险家怎样为各自不同的目的建立起实验室。开采石油的先驱曾雇用小本杰明·西利曼来分析他们的油样。曾向塞缪尔·莫尔斯介绍电报原理的查尔斯·杰克逊于一八三六年在波士顿开办了一所化学实验室，他在那里试验火棉和高粱糖浆，并建议把乙醚用于外科手术。大约在同一时期，费城的化学家詹姆斯·布思成立了一所化学实验室，对糖、蜜糖和铁进行研究，并对有进取心的青年进行指导。

十九世纪期间，足智多谋的发明家们孤身奋战，不怕牺牲，甘冒受公众嘲弄的危险。埃利·惠特尼、奥利弗·埃文斯、伊莱亚斯·豪、盖尔·博登、塞缪尔·莫尔斯、亚历山大·格雷厄姆·贝尔、乔治·伊斯曼、约翰·韦斯

利·海厄特和其他许许多多的人，为把一些发明创造变为可销售的商品，贡献了毕生的精力，也给他们的家庭带来了灾难。他们是发明家式的企业家。他们先有发明一台缝纫机的设想，然后用自己的双手将它造出来，并向人们表演它的操作方法，说明如何制造，并最后说服别人去制造它，除非他们决定自己来做这件事。然而也有一些企业家式的发明家。这些人对新事物极其敏感，而且愿意拿自己的精力和资本去冒险。这群人包括弗雷德里克·图德、埃德温·德雷克、艾萨克·梅里特·辛格、古斯塔夫斯·富兰克林·斯威夫特和约翰·亨利·帕特森。他们每个人身上都具有发明家的某种气质，但他们主要是组织者和促进者。所有这些人的特点都是锲而不舍，用美国学生的话来说就是“坚持性”。他们不顾疾病、贫穷或公众的嘲弄，追求一个固定的目标。象勘探者一样，他们知道自己在找什么，只是不能肯定在哪里找到它。

但是组织工业研究实验室是为了以一种新的精神进行探索。新的体制和新的人员将出现，他们对自己的目的、时间、费用和“需求”将采取一种新的态度。他们常说“可行性”和“实验工厂”之类的新惯用语。在这些实验室中进行研究的人是属于新一代的人物。很难说他们是众所周知的英雄，因为他们研究的往往是大多数普通美国人一无所知的边缘科学。他们不再是业余发明家，也不是完全凭经验工作的人。他们不再是蹙缩在阁楼里进行研究的工匠，而是受过高等教育，在全国最高学术机构里用深奥的语言夸夸其谈的科学家兼政治家。他们不再着眼于寻求某一特定事物。而是既探索又发明。早期在美国各地寻找新边疆的人的那种集体感，那些模糊的希望和创业者的乐观精神，今天又都在神秘的科学荒原中重新出现了。

查尔斯·埃利奥特在为华盛顿联邦车站的题词中这样写道：“电——光和力的运送者，消除了时间和空间的阻碍，把人们的声音带过山川海洋；成为人类最重要的仆人，而本身却是那样的神秘莫测。”探索这一未知世界，发现它的价值，是通用电气公司于一九〇一年成立的美国第一个工业研究实验室自定的使命。

这一新机构的倡导人和创始人是威利斯·惠特尼。此人是纽约州最西部的詹姆斯敦城一个椅子制造商的儿子，家里曾希望他学一门手艺。但是在上高中期间，他在当地一位喜爱科学的商人开办的夜校受到了启发。他在那里第一次使用显微镜。后来，他说服父母也给他买了一架。惠特尼升入马萨诸塞理工学院（该院是政府拨地创办的）学习化学，一八九〇年毕业后到德国莱比锡大学深造两年，获博士学位，此后又到巴黎大学学习六个月。他回到马萨诸塞理工学院教授化学，探索电学与化学之间的分界，提出了侵蚀的电化理论。通用电气公司决定设立一个研究实验室，就来求助于三十二岁的惠特尼。他们后来回忆，他的第一个反应是：“我宁愿教书，就是让我当总统，我也不愿意！”

惠特尼不愿离开大学去通用电气公司是可以理解的。因为直到那时，除了几个象史密森学会这样由政府主办的研究单位外，美国的科学研究和教学都集中在高等院校。由爱迪生的公司发展而成的通用电气公司需要惠特尼这样的人才，因为爱迪生本人已成为一个企业家。公司的顾问工程师是才华超群的德国移民查尔斯·斯坦梅茨，他已在交流电的理论方面取得进展，但只是单枪匹马，而且他的气质也不适于做组织工作。爱迪生最初的电灯专利已在一八九四年到期，他以前获得的其它专利如非已过期，就是因为后来的发

展而失去价值。通用电气公司此时仍控制着美国白炽灯的大部分市场，但是煤气灯和弧光灯仍然在与电灯竞争。德国的公司已经研制出由钨、钽和其它新材料制成的灯丝，其优越性远远超过最初的碳丝。通用电气公司也需要新的思想、新的材料和新的产品。正如惠特尼所回忆的：

一九 这个年头很有利。……一八九三至一八九六年的混乱与萧条改变了人们的固有看法。最初的偏见已基本消除。我们已经知道，电有各种不同的应用，不论是交流电还是直流电，例如用于弧光灯、白炽灯和电车的电。我们正忙于把所有这些结合起来。一般人似乎认为，不会再出现什么大的新发展了。人们认为铜是最好的导体；铁是可保持最强磁性的材料；碳是用作弧光灯和电灯丝的电极以及换向器电刷的最好材料。就我们认识之所及，这些材料对各自的用途来说似乎永远是最好的材料。至少这是大多数工程师的意见，但也有少数人持不同看法……。

惠特尼刚到通用电气公司设在斯克内克塔迪的工厂时，是在斯坦梅茨房子后面的谷仓里工作。后来，他设立了实验室，有了一幢新房子，并聚集了一大批科学家。在这些人的帮助下，惠特尼逐渐确定了自己的事业。

威廉·库利奇是惠特尼早期合作者中最有才华的一个。他是马萨诸塞州一个贫苦农民的孩子，也同样靠奖学金唸完了马萨诸塞理工学院，然后获得莱比锡大学的学位，再回到马萨诸塞理工学院。一九 八年，也就是在与惠特尼合作三年之后，库利奇发明了钨丝制造法。钨丝（与其它改进相结合）可以使灯泡的效能提高一倍半。库利奇还研制了一种阴极管，从而展开了研究X射线的新时代，并使通用电气公司在这一年轻的学科领域中处于领先地位。同样在德国获得物理化学博士学位的欧文·兰米尔发现，如果灯泡中充满惰性气体，钨丝的功能还会发挥得更为有效。后来，兰米尔从研究灯泡转到研究收音机真空管，他偶然发现了一个新的原子理论。后来证明，这个理论对于原子能的利用是必不可少的。没有人打算甚至想象到，事情会有后来这样的结果，就象四百年前西班牙和葡萄牙的航海家，一心只想寻找一条通往东方的捷径，却在途中发现了新世界一样，现在这些科学上的探索者们也同样触到了一些未知大陆的边缘。对这些探索者的资助已成为美国企业计划和预算中的一个经常项目，即使普通人也认为这是理所当然的事。

惠特尼认为，美国工程师的任务就是要不断废弃商品。他解释说，象通用电气公司这样的大企业，不能只靠生产最好的老牌产品生存。

我们的研究实验室就是要发展这样一种思想：大工业组织既有机会也有责任对自己的寿命进行保险。新的发现就可以提供这种保险。而且，对这种保险的需要以及它所提供的机会应比工业组织规模的扩展更为快速。因此，由于积累的知识和经验的价值得到普遍承认，制造业各工厂企业的寿命可以远远超过最初创办人的寿命。目前，一个管理得当的企业寿命究竟可能有多长尚无人知晓。

惠特尼实验室无定向的研究工作创造出各种各样的产品，如“卡尔罗德”（cal rod，一种用于制造电炊具的新绝缘线）、探测敌方潜艇的水下听器、改进扩音系统的装置，高频电介质加热以便引起治疗梅毒、关节炎、疖、滑囊炎所需要的人工发热。

于是，惠特尼成了美国的赫拉克利特。他宣传并教诲人们，只有变化才是真实的。他把威廉·詹姆斯和约翰·杜威的信仰引进了他的科学世界，即各种陈旧的知识与需要，甚至发明和新奇这两个词的众所周知的定义，都是生活与进步的敌人。他说，他虽然是实验室的“主任”，他却不想领导什么。“主任只是指方向，象公路旁的路标。对研究的指导就是追踪已经出现的可接受的新思想，就是观察谨慎的研究者的思想和行动的发展。甚至一个单枪匹马的思想先驱者，得到研究资金后，进入了一个未知的世界，而所谓的主任却仅仅是愉快地沿着他所提供的新道路走下去。所有新道路在前进过程中都会产生或分裂出更多的新道路。”在研究实验室里，人们不是完成分配给他们的任务，而是（用兰米尔的话说）运用“一种艺术，以便从意外事件中得到某种收获”。在探索未知世界时，习惯、程序，甚至“科学”本身都或多或少是个障碍。

惠特尼喜欢引用生理学家克劳德·伯纳德的活，“一切生命的终点都是死亡。”对于惠特尼来说，这意味着“生命的有趣进程仍将继续下去，永远千变万化”。“新发明的伟大目标就是产品的逐渐陈旧淘汰，换言之，我们可以每天都有所进步。”他回忆那时人们曾武断地预言，电车有一天将开进所有城镇的大街小巷，电灯将是最好的路灯。他不知人们是否能预料下一种形式的交通工具，或是否会有某种办法把“黄磷”掺进铺路的水泥中，使它吸收和储存无须交费的日光，并在晚上把这些光反射出来，从而淘汰过去一切形式的路灯。

工业研究实验室在所有新发现领域（电和电子、摄影、石油、橡胶和玻璃、化学合成物）的边缘兴旺发展。一九一一年，杜邦实验室问世；一九一二年，乔治·伊斯曼成立了柯达研究实验室。此后，美国橡胶公司的实验室（一九一三年）、新泽西标准石油公司的实验室（一九一九年）和贝尔电话公司的实验室（一九二五年）相继成立。到本世纪中叶，美国已有二百所大型工业研究实验室和两千个其它类型的实验室。柯达实验室除了在摄影方面的发明创造外，还有其它一些与摄影明显无关的附带发现，如发现从鱼肝油中可以提取浓缩维生素A。美国橡胶公司实验室除了在橡胶技术方面取得进展外，还发明了胶乳线、胶乳纺织品、胶乳绝缘线、新型纸张和新的粘合剂。

这些实验室的创办者和资助者也同美国千百所高等学府的情形一样，是形形色色，不一而足的。除了工业公司设立的实验室外，还有许多政府办的实验室。这方面的先驱是农业部成立的和商业部标准局成立的政府实验室。一九三一年，联邦政府的科学研究经费虽已超过各大学用于科研的全部开支，但当时这种联邦经费的数额只有二千三百万美元。第二次世界大战期间，联邦研究经费飞速上升到七亿五千万美元。战后，由于在原子能、飞机、太空探索和无数其它方面继续进行研究，联邦政府的研究经费继续上升。同时，大公司企业也成立并资助了许多技术研究机构。一九一三年在匹茨堡大学成立的梅隆研究所提出了一个办法，资助研究人员工作的企业，可以将该研究人员的发现作为公司的财产。已特尔纪念研究所是一九二九年在一位钢铁巨头的资助下成立的，“其宗旨为从事教育、创造和研究性的工作，并为工业作出发现和发明。”正如前文已经提及的，该研究所在施乐（Xerox）静电复印机发明之初为它提供了资金，并以资助冒险性研究而闻名于世。

各行业公会也开办自己的实验室。首先是全国罐头食品业公会（一九一

三年)。接着，全国油漆清漆和天然漆同业公会、纸张化学研究所、纺织研究所和美国石油研究所等也都纷纷办起了实验室，并且卓有成效。有些实验室的主要目的是改进公共关系，但是到本世纪中叶，几乎所有的大工会和行业公会都在支持真正的工业研究了。

除了威利斯·惠特尼外，另一位提倡这种新型研究的重要人物是私人咨询实验室的创始人阿瑟·利特尔。此人出身马萨诸塞州一个世家，曾在马萨诸塞理工学院攻读化学，偶然又对文学产生兴趣。一八八六年，他和另一位青年化学家宣布，“我们已在波士顿市米尔克街一百零三号建立了一个化学实验室……格里芬先生和利特尔先生在发展具有商业规模的新化学工序方面有多年实践经验。他们准备在自己的实验室里或在现场对工序的改进和产品的完善进行研究。”一八九三年，利特尔的合伙人死于实验室的一次事故。此后利特尔就独白经办这一实验室了。

一八八九年，利特尔在巴黎博览会上看到了由硝化纤维素制成的“人造丝”，顿时被人造纤维种种可能的发展前景迷住了，他在美国取得了利用新的粘胶工序增溶纤维素的许可证。当时没有几个企业家愿意向如此无把握的事业投资，但是一九〇一年利特尔终于为他的纤维制品公司找到了支持者。尽管这家公司在财务上遭到挫折，但它在解体前还是成功地为纤维制品开辟了新领域。伊斯曼·柯达买下了该公司第一卷不燃性电影胶片的专利；勒斯特朗公司则买下了“人造丝”的专利，从而成为美国制造醋酸人造丝的先驱。利特尔与别人合著了一本关于造纸的教科书后，又迷上了纤维素化学。一九一一年，联合果品公司雇用他研究用蔗渣（古巴甘蔗制糖时产生的废纤维副产品）造纸的方法。利特尔设计了一台试验性造纸机。这就是美国最早的“实验工厂”（pilot plant，美国创用语）之一。利特尔的这些试验及其它试验有助于建立这样一种惯例，即在冒大规模生产的风险之前，特别先建厂对新技术进行试验。实验工厂反过来又刺激了人们追求创新。

一九一六年，利特尔把他的实验室搬到坎布里奇一幢新的大楼里，这是美国专为工业研究设计的第一批建筑之一，人们很快就把它称作利特尔研究宫。利特尔和他的研究人员在这里进行了广泛的探讨：石油化学产品；各种气味和香气的生产和分类；装香水、牙膏和其它东西的玻璃容器；蜡纸；以及经过改进的电池盒原料。第一次世界大战期间，利特尔实验室改进了飞机用胶并设计了更有效的防毒面具滤器。

当然，利特尔所研究的前人未探索过的领域，也象十九世纪的美国西部地区一样，是产生骗子的温床。利特尔热衷于揭露这类人物。利特尔的一位主顾曾向一个直接通过碳极氧化发电的发明项目投资了五十万美元。利特尔揭露这个“发明家”只不过是聪明的骗子，他偷偷地把发电机的绝缘套接在普通的动力线上。

利特尔在遗嘱中把他公司的所有权赠与马萨诸塞理工学院。一九三五年他去世后，他实验室的工作继续进行。一九四二年，该公司帮助波多黎各政府设计了促进波多黎各工业化的“自力更生行动计划”。这一内容广泛的建议包括改进蔗糖种植和朗姆酒提炼的方法，改进波多黎各的税收结构以及一项促进旅游业的计划。第二次世界大战期间，该公司的研究人员提出了克兰施米特蒸气压缩法，现在人们仍然用这种方法把海水变为饮用水。他们还发明了使氧气和其它气体液化的新技术，并发展了研究低温现象的新学科“低温学”，他们协助研制了一九五二年爆炸的第一颗氢弹的辅助设施，他们帮

助设计了航天导弹使用的液体燃料载荷系统，并改进了宇航服的设计。他们发展了放射性示踪剂在医学和制造业中的新用途。一九六六年，利特尔公司根据标准城市计划，为东克利夫兰设计了一个包罗万象的规划，从市政、交通、学校、商店门面建筑设计到托儿所、垃圾处理 and 电线杆的颜色，无所不有。

利特尔曾一再教导人们：“研究是工业之母。”利特尔认为，在我们这个基普林称之为“一切恐怖的事都可能发生”的世界上获致无限的进步也是可能的。他宣称“美国是一些未开发的帝国的集合体，稀稀拉拉地住着世界上最浪费的人。”

由于提倡创新的人把新颖、可能和必要等同所代表的意义改变了，常识自然而然也就失去了说服力。“你不可能用猪耳朵做出一个丝钱包来。”这个谚语使阿瑟·利特尔感到十分恼火，为了证明在现代美国一切事情都可以办到，利特尔便在一九一二年开始进行谚语中认为不可能办到的事情，他从芝加哥的威尔逊屠宰公司买来十磅“完全由猪耳朵做成（据一份附带的宣誓书所称）”的动物胶。他用这些动物胶纺出人造丝线，再把这些线织成织物，最后做成一个十分雅致的钱包，“与中世纪大家闺秀的钱包一模一样——一边装金币，一边装银币。不论是欧洲大陆高贵的女王，还是低贱的牧猪女，都会为它感到骄傲。”利特尔向公众展览了他制造的钱包，然后在一篇名为《对哲学的贡献》的小册子中阐述了他的制造过程。他也可以称它为“对哲学的一个警告”，也是对所有使人与未来隔绝的思维方式的一个警告。

利特尔式的探索是有代价的。一旦新奇的东西不再使人感到震惊和奇异，因而成为普通和可预料的东西，寻常与不寻常、一般与新奇之间的界线就变得模糊不清了。利特尔写道：“新事物接踵而来，以致昨天的奇异今天已变为平常事。”在意外和奇迹已可预料的时代，人们的期望还有什么鼓舞和安全可言呢？当发明成为工业之母时，它也很快就会成为需要之母。美国人将不得不依靠观察周围技术的发展，依靠看报纸上和电视上的商业广告来发现他们的“需要”。

美国人的这种做法等于是先找到答案，再发现问题。他们已经打开了追求新奇的闸门，他们会不会、或者能不能关上这个闸门呢？

五十八 流水作业技术：每年一个产品型号

在二十世纪的美国，促进新奇事物（或被视为新奇事物）的涌现并使之成倍地增加的另一种力量，来自一种原本不是为这个目的而建立的体制。正相反，发展生产装配线系统，原来是为了能够最经济、最大量地生产彼此雷同的产品。美国之所以到处都是汽车，其它物品也很丰富，都要归功于这一系统。

但是装配线的一个富有讽刺意味而已自相矛盾的特征当初并没有暴露出来。装配线生产就是流水生产。为了使装配线以持续不变的速度运行，就需要把每项工作分解为各种小动作，而且这些使生产线保持流动的每个小动作的范围、管理方法和完成时间，都需要经过前所未有的精确计算。这当然需要广泛的规划，并且还需要为那部制造不同组件的机器花费大量的钱。它还需要对“机床”进行前所未有的投资。所谓机床，就是制造那些使流水生产顺畅进行所需的复杂机器的母机。以前，一个制造马车的人如果想改变他正在制造的马车的设计，或者使某辆马车带有某种吸引人的特征，那是件轻而易举的事。他只要改变一下使用工具的手法，或在车轮、座位、弹簧或任何引起他发明兴趣的地方下多下些功夫就行了。但使用流水作业技术后，这种做法就不可能了。如果生产线上的任何一个工人为了满足自己的口味或发明想象力而耽搁了整个进程，生产线就会停止流动，所造成的浪费将是难以容忍的。况且生产线上的工人手里掌握的只有一把扳手，或者他只能开动一台车床或压床，而这些机器又是预先调校好的，只能以某种特定的方式进行某种特定的操作，因此他们根本无权改变最后的成品，他们可能玩忽职守，可能没有拧紧螺丝或忘了剪去多余的材料，但这只能使成品变为次品，因而带有危险性或难以出售，但不会把它变为一种新的好东西。

随着装配线生产的成功，它开始深刻地影响到美国人对新颖事物的需要和他头脑中有关新颖事物的概念。令人奇怪的是，流水作业技术所用的机器昂贵而且复杂，但结果却是使生产比过去任何时候都更加僵化。一家工厂一旦装备了生产某一型号汽车的设备，其生产方式便非常僵化，那是旧世界任何一个守旧的工匠都望尘莫及的。甚至对工厂产品作最微小的改变，也需要一年时间设计，半年时间制造机床。因此，制造商所面临的诱惑，也就是亨利·福特必然对它屈服的诱惑，与旧世界行会受到的诱惑十分相似。这就是永远生产同样的东西。

随着生产的飞速发展，装配线技术这种内在的守旧倾向很快就使生产变得极度单调，从而产生意义极为深远的影响。并且形成一种新的体制。结果出现了另一种诱惑力：定期革新，对原产品进行微小的修改（在这方面，汽车发展史再次成为富有哲理性的典型），但是现在这样做并不是因为产品需要进行某些改进，也不是由于某些新发现具有不可抗拒的吸引力。象其它任何动机一样，每年推出一个型号纯粹只是为了减少单调气氛，吸引顾客定期不断地对装配线的新产品发生兴趣。

流水作业技术也是十分适于实现这个目标的。经过巧妙的规划，现在可以在下一年型号的车子上换一种车门把手或挡风玻璃的雨刮，但是产品的其它设计则原封不动。既然流水作业技术可以生产一切东西，那么这种技术本身总能适应下一年的型号的。革新的需要不是来自产品本身，不是来自产品实际功能方面的要求。产品的设计只不过是一种基本课题，设计师有责任要

每年创造一个新花样，这些不同的式样（为了销售，就必须把它当作革新来宣传）究竟变化多大，是何性质，全取决于生产的节奏和结构，受到消费者趣味（真正的或假定的）的制约。

亨利·福特的梦想是制造一种新的、更好的家庭用骏马一种所有人都能买得起、而且永远不坏的汽车。当然，这个计划的关键首先是完善他的T型汽车。最初他只是对研制这种车进行试验，但是他相信，一旦设计固定下来，下一个目标就又是找到一种办法，以便成百万辆地大量制造这种汽车。

因此，所有汽车式样雷同是必要的。大批量生产（福特称之为“汽车大众化”）需要标准化。福特在一九一三年解释道，“制造汽车的方法就是使所有汽车完全相同，出厂的汽车应该是一个模式，就如同针厂出产的针和火柴厂生产的火柴一样。”对于福特来说，这意味着找到了生产千百万辆T型汽车的方法。他确信自己能够成功。一九一九年，一位朋友警告福特说，汽车会因为“吓坏了公路上所有的马”而造成一种“社会问题”。福特回答道：“不，我的朋友，你错了。我根本不是在制造社会问题。我是在使汽车大众化。如果我成功了，人人都能买得起汽车，那么，就能使几乎人人都拥有汽车。马就会因此而从我们的公路上消失，汽车将被人们作为理所当然、顺理成章的东西，不会出现任何社会问题的。”

为了达到这个目的，福特集中全力使他的汽车售价尽量便宜，修理起来既简单又省钱。他仍然相信造出许多同样耐用的汽车是他的使命。直到一九二二年，他仍坚持认为：

我们必须尽量为顾客造出经久耐用的产品，否则就无法想象我们怎样为他们服务。
我们想造出某种永远用不坏的机器。买主的汽车坏了或式样过时了，部会使我们感到难过。某一型号汽车的零件不仅应该可以与其它所有这一型号汽车的零件互换，也可以与我们已经生产的所有汽车的同类零件互换。

亨利·福特无与伦比的成就与其说是设计出了一种经久耐用的汽车，不如说是找到了制造千百万辆相同模式汽车的更新颖、更廉价的方式。他把制造汽车的作业从一种不稳定的、时断时续的过程变为一种平稳的，流动不息的过程，他的理想（从未完全实现）是从原料到成品，形成一条连续不断的、永不停止的流水线，甚至不停顿地送进仓库储存。如果福特完全成功了，那么一块铁从矿石开采一直到它成为一辆完整汽车的一部分而出现在商人陈列室为止，始终没有停止过运动。

因此，福特的格言是“不断流动”。他寻觅并找到了使原材料不断流入，并使逐步形成中的汽车如流水般移动的方法。工厂不再是由技术工人把许多零件安装成一台机器的地方，而是一台机器在装配线上逐渐形成的地方，在这条装配线上有计划地安排工人进行操作。

过去，按照老办法，汽车的每个部件都由一个工人组装起来。例如，一个工人约需二十分钟安装好一台磁电机（汽车的点火装置）。一九一三年，福特开始在他的海兰帕克工厂把磁电机的制造分为由二十九个人操作，这二十九人各自相隔一段距离站在一条载有逐渐成形的磁电机的传送带旁工作。结果制造一台磁电机的平均时间缩短到十三分十秒。一年后，福特把传送带升高到更合适的高度，制造一台磁电机的平均时间缩短到七分钟；后来经过

更仔细的研究，又把时间再缩短到五分钟。流水线技术最初用于发动机，后来又用于变速器。要把它用于庞大的汽车底盘则需要挂钩和吊车系统，并且操作时间要经过周密计算，准时无误。但是在不到一年的时间里，底盘的装配时间也从十二个半小时缩短到一个半小时。

正如前文已经提及的，装配线并非福特的发明。他说：“总的来说，这个想法是来自芝加哥屠宰场对牛肉进行分割加工时使用的空中吊运车。”大胆的新兴管理学专家弗雷德里克·泰勒已经非常巧妙地把每件工作分成最小的物质和运动单位。福特所强调的独创性在于流动，在于设计连续不断的生产。要做到这一点，他必须注意生产的整个过程。在他的心目中，汽车有其自己的孕育过程，为了保持这一过程不致中断，工人要做的只是照应装配线，给它添料就行了。问题是使所有原材料的移动速度最大限度地适应汽车的逐渐形成。

福特自己解释说，新的“批量生产”不仅是“量的生产”，而是集“力量、精确、经济、体制化、连续性、速度和重复性诸原则于一身的制造工程”。一旦福特把生产从许多互不相联的动作转变为不断流动的流水线，它就不再适合为单个工匠操作而设计的旧作坊了。流水作业技术需要新的厂房来适应、限制、引导和加速流动。于是，工厂设计这门新的科学便问世了。

这一新科学的先驱是德国移民艾伯特·凯恩。他十二岁来到美国，在这里成为一名精于混凝土构造的建筑师。一九一三年，底特律市街上还只有八百辆汽车时，凯恩就对帕卡德公司的新工厂进行了创新的设计。尽管当时帕卡德汽车的生产并没有使用流动装配线，但凯恩设计的厂房可以使从工厂一端输入的原材料一直向前流动到生产汽车成品所需要的每一个操作岗位，并把装卸运送简化到最低限度。一九一九年，凯恩在密苏里州堪萨斯城铁路车场旁设计了一个新型的装配分厂，帮助福特解决了铁路运费的问题。福特汽车因此可以拆开来运输，这既节省空间，又不需要专用的货车，可以在到达目的地后再把它们重新装配起来。同一年，也就是在装配线臻于完善前很久，凯恩就开始建造新的海兰帕克福特汽车厂。那是一幢通风很好的建筑，阳光透过五万平方英尺的玻璃窗照入四层楼高、八百六十五英尺长、七十五英尺宽的厂房，这在当时已是密歇根州最大的一幢单屋顶建筑了。里弗鲁日的福特汽车厂厂房于一九一七年建成时，其设计实际上就是为了容纳流动不息的生产线。福特亲自监督建厂的每一步骤，因此帮助形成了一门新的工业建筑学。

那是路易斯·沙利文、弗兰克·劳埃德·赖特等伟大建筑师辈出的时代。在这个时代里，凯恩及其合作者创立了一个伟大建筑的新流派。他们根据新的生产逻辑设计的厂房，为美国的景象增添了一层人工创造的壮丽新色彩。查尔斯·希勒笔下的里弗鲁日福特汽车厂，其壮观堪与托马斯·莫兰巨大画布上黄石公园和大峡谷带有神秘色彩的景色媲美。

为了使生产线流动不息，必须使越来越多的美国人购买福特汽车。一九一四年一月，福特宣布他的工人每日工资为五美元，全国为之震惊不已。福特解释说：“这既不是施舍，也不是工资，而是分享利润，提高效率。”的确，工人的工资提高了，就会购买更多的T型汽车。

福特是在一九一八年开始生产T型汽车的。第二年，他宣布以后只生产T型汽车，还将用同一种底盘生产小型车、旅游车，公共汽车和运货车。三

年以后，他宣布“每个顾客都可以按照他自己的愿望选择汽车的颜色，只要这辆汽车是黑色的。”这一著名的声明成为描述美国消费者似是而非的新自由的双关语。福特不顾“改进”T型汽车的引诱，仍然固执己见。一九二七年五月二十六日，第一千五百万辆T型汽车出厂。那年，仍然拥有牌照（因此推测可能仍在路上行驶）的T型汽车达到一千一百三十二万五千五百二十一辆。但是T型汽车已经遇到了麻烦。

到一九二一年，亨利·福特在使汽车大众化和制造几乎永远用不坏的廉价汽车方面取得的成功，促使一个巨大的旧车市场出现了。商人们面对着一一种新的竞争，但这竞争不再是来自马车，而是来自千百万辆仍然可以使用的旧福特汽车。同时，人们生活水平的提高、愿望的提高（当然是受到福特五美元日工资的鼓励）以及对速度和新奇的热爱，激起了美国公众的购买欲望。美国人要求花样翻新了。

但是亨利·福特的辉煌成就只表现在一种固定的汽车型号上，他很少考虑式样或顾客的爱好。他制造新产品的天才表现在生产千百万辆同样的汽车——T型汽车上。具有讽刺意味的是，亨利·福特对T型汽车的信仰是一种旧世界的信仰：即相信完美的产品，而不是新奇的产品。正是由于他这样一成不变地坚持工匠的高超技术和作用，而不是坚持顾客的要求，使他终于落伍了。过去，他是在无意之中开创并组织了一个既超出他的想象、又非完全符合他胃口的新时代。

一九三二年，查尔斯·凯特林和阿伦·奥思所说的“新需要”反映了这种新时代的精神。他们从通用汽车公司研究工作的有利地位出发，说道：“我们不能期望反复不断地生产同样的东西，这是不合理的。保证生产正常进行的最简单办法就是不断将产品改变——新产品的市场是无限灵活的。……研究的根本目的之一是培养一种健康的不满足感。”小艾尔弗雷德·斯隆把制造商的注意力转向顾客，促使美国人向这一新的理想迈进。斯隆到通用汽车公司工作后，就发展了一种新的典型美国式惯例。到本世纪中，美国人已很熟悉这种惯例，认为它是自然规律的一部分，就象季节的变换一样不可避免。

这就是每年一个型号。每年一个型号的精神和宗旨当然是与福特及其T型汽车的精神和宗旨截然相反的。斯隆在一九二七年九月九日写信给费希尔本身的制造商劳伦斯·费希尔说：“未来的重大问题是如何使我们的汽车每辆各不相同，每年各不相同。”因此可以说，每年一个型号的做法是一项有目的、有计划的规划的一个部分。这种做法的基础是创造一种“新奇产品源源而来”的美好但却往往模糊的希望。

斯隆及其在通用汽车公司中有才干的合作者建立了一个设计部（该部到一九六三年时已雇用一千四百多名工作人员）。他们对颜色格外感觉兴趣，“发明了”新的颜色，并给旧颜色起刺激欲念的名称。这时妇女第一次跻身于汽车设计师的行列。斯隆解释说，“巴黎服装商的‘法则’已经成为汽车工业中的一个因素，忽视这个因素的公司肯定会倒霉。这样说一点也不过份。”

每年一个型号这种独创性行动，加强了吸引力，丰富了每年都有新东西问世的戏剧性色彩，但它也为规划和生产造成新的问题。买家要求新奇，但他能容忍新奇到什么程度呢？怎样挑动和吸引买主而又不致因为在太短的时间里有大多的新奇产品而吓住他？一九二九年庞大的毕由克牌汽车（绰号“孕妇毕由克”）从功能上说是值得称道的，但在市场上却是一个大失败。据斯

隆认为，这是由于设计有错误，车身曲线没有超过一点七五英寸所造成的恶果。

每年一个型号这种做法不仅是对美国人日益追求新颖事物的时尚的一种答复，而且它在树立推陈出新习向的同时，还满足了美国人其它明显的需要。在一个金钱至上的民主国家里，人们怎样证明自己正在社会的阶梯上向上爬呢？斯隆设想的每年一个型号的汽车，提供了表现个人成功的一个显而易见和简单明了的象征，并从而造成了所谓的“消费阶梯”。当T型汽车变得便宜、可靠和大众化后，仅仅便宜和可靠就不够了。大众化和一致性实际上已成为一种不利的因素。T型汽车帮助了越来越多的美国人周游全国，却越来越无法帮助美国人表明他们个人在社会上的地位正在不断上升。斯隆是为了保持汽车工业和通用汽车公司的繁荣才想出每年一个型号的主意，但他却在无意中使汽车在美国人的生活中具有一种新的、更广泛的象征作用。

小艾尔弗雷德·斯隆进入通用汽车公司时，该公司生产多种牌子的汽车，各种牌子没有明确划分的市场，甚至出现市场对象重复的现象。斯隆决定弄清楚通用汽车公司每种牌子的汽车会引起哪种人的兴趣，以便（举例而言）把毕由克牌制造得比雪佛兰牌高级。他的目的是为每一个收入阶层的人设计一种汽车，在各种不同牌子的汽车之间确定明显的差价。然而，这种差价又不能大到使许多拥有雪佛兰牌车的人不敢奢望有一天能加入拥有毕由克牌车的阶层，或使许多拥有毕由克牌车的人不敢奢望有一天能跻身于拥有凯迪拉克牌车的阶层。

这一消费阶梯开始主宰通用汽车公司的生产计划。斯隆最初制订了一个由六种不同价格组成的价格表，最低价格为四百五十美元到六百美元，最高价格为二千五百美元到三千五百美元。然后，他就开始按照这些价格来设计汽车。这样一来，“价格序列”（F.W.伍尔沃思曾把它当作其“廉价商品帝国”的基础）便扩大到了美国最昂贵的消费品领域，并成为金钱至上的民主国家中表明人们地位的一种架构。“总的来说，我们建议通用汽车公司将它生产的汽车放在每个价格范畴的最高一档，使那些汽车的质量能够吸引原来准备买价格较低产品的买家，亦即卖给那些可能愿为较高的质量多付一点儿钱的顾客；同时还要吸引原来准备购买价格较高产品的买家，亦即卖给那些只要付较低价格就可买到质量接近定价较高汽车的顾客。这等于既与较低价格的车竞争质量，也与较高价格的车竞争价格。”为了达到这个目的，斯隆发展了一种新型的工业结构，在这种结构中，巨大的公司分成半独立的一个个分公司，它们之间有时相互竞争（例如雪佛兰牌与庞提阿克牌在其价格范畴的边缘进行竞争）。

斯隆的目标象福特一样明确。但是斯隆给自己制造的生产问题甚至比福特更为复杂，需要另一种巨大的、前所未有的协调能力。斯隆现在所要争取的目标是他所谓的“大众阶级”的市场。他看到，美国经济的前途不仅在于能否提供新机器去做以前未曾做过的工作，因为美国人所想得到的是用更好一点的、吸引一点的、更新一点的机器来做已经在做的事情。因此，美国的经济必须通过淘汰那些仍然可以使用的东西来获致增长。这一需要植根于美国生活的母体组织，植根于不断扩大的财富、个人的易变性和未明确划分的社会等级。放弃新东西而追求更新的东西，这就是美国人沿着消费阶梯向上爬的方式。

正如斯隆本人解释的那样，实际上正是因为福特在满足人们对便宜、耐用、可靠的汽车的需求方面取得了前所未有的成功，才迫使他想出这种新的需求。

一九二一年，福特拥有百分之六十的小轿车和卡车市场，而雪佛兰车在市场上所占的比例只有百分之四左右。福特几乎占据了廉价汽车的全部市场，这时与他作正面竞争无异于自杀。采用与他相同的办法来使他的销售量下降会造成巨大损失，弥补这些损失所需的资金除美国财政部外，谁也支付不起。我们的战略是占领他上面的那一级，即把它当作一个价格等级，并通过这种做法在有利可图的基础上增加雪佛兰车的销量。此后多年，随着消费者的选择逐步提高，通用汽车公司的新策略变得非常符合美国的历史进程。

斯隆的每年一个型号的做法和伴随而来的“消费阶梯”的形成，比美国以前任何体制都更有助于在民主的美利坚合众国制造一个明显而普遍的等级制度。

但是从长远观点看，每年一个型号的做法在美国经济中虽成为一种普遍现象，却实际上成了新奇事物的敌人。它比任何别的习尚都更加促使美国人怀疑新东西的新颖性。到二十世纪后期，新型号的所谓新颖之处已经只表现在诸如隐蔽的车头灯和高速挡风玻璃雨刮之类微不足道的细节上了。要想每年都设计出一系列完全不同的汽车是熟悉式样的设计师和具有想象力的工程师难以办到的。

他们绞尽脑汁，却打乱了消费阶梯的等级，因为他们搞出的某些雪佛兰车看起来比某些凯迪拉克车更有气派。经济的豪华型与豪华的经济型开始混淆起来。那些并不每年明显地改变产品式样的少数制造商（多数是象大众牌和梅塞德斯—奔驰牌汽车这样的外国汽车制造商），反而发现这种拒绝改变的做法已成为一种很有销售魅力的难能可贵的“特征”，其本身就很新颖。到一九六一年，为追求新奇而拼命进行的竞争使美国某些制造商甚至每半年便推出一个新型号；尽管由于生产机制十分庞大，改变任何细节部已变得越来越缓慢，越来越复杂，越来越昂贵。现在一种新的型号需要两年时间来规划和更改机器。随着人们的趣味越来越多变，买主们越来越追求新奇，越来越渴望与众不同，要生产一辆能够真正满足买主一时奇想的汽车也就比以前任何时候都更为困难了。每个大制造商开始至少提前五年制订自己的设计目标，以便有步骤地达到这一目标。从这个角度说，“新颖”反而成了小心、谨慎、千思万虑才计算出来的商品。

每年一个产品型号的做法成为美国的一种习尚后，其最深刻的影响表现在美国人对所有新奇物品的态度方面。未来的买主往往对设计、推销和检验的情况更感兴趣，因此这方面的宣传往往多于对产品用途的宣传。当新颖性不再是自发形成的事物时，未来就变得越来越与现在融于一体。下一年的型号不过是某些人有计划的推销策略的下一个阶段。如此一来，任何东西也不如新奇产品这样容易预测了。

福特虽然害怕新奇，但他实际上比他自己意识到的更为明智。他在一九二六年曾抱怨说：“变化不一定总是意味着进步……到处都把对新奇事物的狂热追求与进步精神混为一谈。”但是即使福特也没有想到，对新奇事物的狂热追求会使新奇事物本身变得令人生厌。一成不变的T型汽车的成功促成了对每年一个型号的需求。现在每年一个型号又被成功所毁灭。以后又会

出现什么呢？

第十章 使命与趋势

“命运并不是机遇问题，而是选择问题；命运不能靠等待得来，而要靠努力去实现。”

——威廉·詹宁斯·布赖恩

“整个生活都是一种试验。即使不是每天，也是每年，我们都不得不把我们的解救寄托于某些以不完善的知识为基础的预言上。”

——小奥利弗·温德尔·霍姆斯

美国对自己的前途以及对它与世界关系的看法，从来未曾摆脱过殖民初期的烙印。当时，清教徒“到蛮荒之地去”，并非由于受到英国君主或伦敦商人的派遣，他们是遵奉上帝的使命而去的。不论美国人后来怎样描绘他们历史的方向，不论是称之为“天意”还是“命运”，他们都始终保持着一种使命感。林肯曾告诫人们说：“我们如不能以崇高的气度拯救世界，就会卑鄙地失去世界，这是世界最后的希望。”

这种使命（源于拉丁字“派遣”），不论是来自天意或命运，还是受命于这个希望之邦本身，任何一个美国人都是有权拒绝的。但是二十世纪美国的民主制度成功地使每一个人都成为整个社会的一部分，他们不再仅仅是从外部响应号召，他们已被卷入社会内部，成为社会神秘创造力的一部分。

使命感，也即自愿感，已经被一种非自愿感所压倒：这就是趋势感。在物理学中，动量是物体的质量与它的线速度的乘积。但作为社会学学术语，则所指的并不是运动感，而是被动感，即不是推进，而是被推进。趋势使事物沿着它已经走的道路继续走下去。

在一个社会中，趋势的力量同样取决于规模和速度。当然，这些正是使美国历史独具特色的一个层面。美国人夸耀这里的一切是多么庞大，一切事物变化的是多么迅速，而这些正是旧世界视为可笑之处。美国是一个领土辽阔、变化迅速的国家，美国人知道这一点，而且总的来说还热爱这一点。历史上那些推销土地的家伙、吹得神乎其神的家伙、用土地来设置骗局的家伙，以及雄心勃勃的开拓者，全部在为更大与更快而吹嘘。你可能行动迟缓，可能不愿成为这种趋势的拥护者，但你没法制止美国的发展与运动。

如今，美国的使命似乎不再来自公民个人的自觉选择，而是来自一系列规模庞大、速度惊人的全国性项目。增长，更快更大的增长，似乎已经成为这个国家的全部目的。

人类的自决问题变得更加困惑难解了，因为地球上最民主的国家已使它的公民在他们释放出来的力量面前感到自己的微不足道。

五十九 对外援助的前奏

美国人利用传教精神来为爱国主义服务，这种情况在一八九九年波士顿举行的一次追思礼拜上达到了戏剧性的高峰。当时的妇女参政运动领袖、曾是废奴主义者的朱莉亚·沃德·豪夫人与前南方邦联将军、志愿在美西战争中服役的约瑟夫·惠勒同乘一辆马车，同声高唱豪夫人为“征讨”西班牙暴君而作的《共和国战歌》。半个世纪以后，艾森豪威尔将军把他的第二次世界大战回忆录题名为《远征欧陆》。

美国人从一开始就乐于相信他们的移民活动、他们的扩张、他们的外交和他们的战争带有崇高的目标。他们通常把这种目标称为“使命”。几个北美英属殖民地的建立就带有促使土著异教徒皈依的明确传教目标。但是，在大英帝国的其它地方，这种目标一点部不受人欢迎。例如，英国的东印度公司就很敌视传教士，唯恐传教士会引起土著人的对抗情绪，阻碍他们赢利。最早的新教海外传教团体可能是由约翰·埃利奥特于一六四九年创建的，他以向印第安人传教为已任，建立教会的目的是在新英格兰宣传福音书。十八世纪，在英国和美国，由约翰·韦斯利、乔治·怀特菲尔德等人鼓动的宗教复兴孕育了一个新的传教运动。这一运动不同于早期的天主教或新教传教活动，它收到全国各地无数的小额自愿捐款，并从全国各地招徕了许多传教士。

后期的新教传教运动无论在经费来源还是在传教方式上，都与早期的传教活动不同，就象现代巨大的、大众化的合股公司不同于其受到严密控制的前身一样。现在的对外援助、和平工作队以及其它各色各样美国外交和对外关系组织，均深深植根于十九世纪兴盛起来的美国传教传统之中。

塞缪尔·约翰·米尔斯是美国海外传教活动的先驱。他于一七八三年生于康涅狄格，那正是美国与英国达成和约的一年。米尔斯与其他伟大的福音传教士和扩张主义者一样，并不是一个思想深遵或聪敏过人的天才，甚至他的朋友们也把他形容成“身材难看、举止笨拙、嗓音嘶哑”。但是他有明确的目标、丰富的想象力和无穷尽的精力，所有这些使他在短暂的三十五年生命中成为美国的一个奇才。米尔斯是一位乡村牧师之子，从小就相信宿命论，相信人之初性本恶，相信上帝的恩典是不可预测的，具有至高无上的威力。他十五岁时曾因自己仍没有皈依的经历而悲伤万分。“上帝为什么要创造我这个废物？”他看到了地狱的深渊。按照米尔斯自己的叙述，后来他十八岁时，有一次穿过树林，突然看到上帝的光环，感到自己皈依了上帝，于是便把自己的意志奉献给上帝，不再关心自己，变得“乐于为了上帝的光荣而献出一切”。米尔斯决心献身于“把救世的福音带给可怜的异教徒”这一事业。他进入威廉斯学院，并在那里第一次领导了宗教信仰复兴运动。一八〇六年，也就是他入学第一年的八月里，有一天他召集四个同学在附近的小树林中做祷告。据传教士的传奇故事所传，这里就是美国大规模海外传教运动的神奇诞生地。为躲避雷雨，这五个人藏身在一座干草堆下。米尔斯受到不久前听过的关于亚洲地理课的启发，建议到印度去传教，他说：“只要我们愿意，我们就能做得到。”就从这些后来被称为“干草堆派”的人开始，米尔斯在四年级时又组织了兄弟会。它与其它许多高等学校里的兄弟会组织一样，也是一个秘密组织。它的章程是用密码写的，甚至它的存在也不能让人知道，因为即使“干草堆派”失败了，这种保密的做法也可使传教运动不致名誉扫

地。

兄弟会把它们的运动扩展到其它高等院校。米尔斯在耶鲁大学研究了几个月神学，他在那里遇到一位名叫亨利·奥博基亚的夏威夷青年。奥博基亚当时只有十七岁，他在夏威夷的一次内战中成为孤儿，实际上已开始在那里接受一种夏威夷异教的教士训练，但后来又跑上从纽黑文开来的一艘轮船当水手，最后来到纽黑文，和年轻的耶鲁教师交上了朋友。米尔斯照顾奥博基亚，送他进利奇菲尔德学院念书，然后把他带到马萨诸塞的安多弗伸学院，那里已成为米尔斯及其兄弟会的大本营。一八一一年，年轻的米尔斯急于行动，致信马萨诸塞公理会会议，恳请他们组织到全世界的传教活动。当年，美国海外传教士理事会成立。一八一二年，该理事会派遣十名传教士去印度的加尔各答，还派遣另一些人去锡兰。这些人后来成为美国传教运动的核心。这个运动的规模和志愿支持者的人数都是前所未有的。到一八二二年，该理事会已派出八十一名传教士。十九世纪后期，从米尔斯的兄弟会秘密组织中又产生了学生海外传教志愿运动，招募了成千上万名年轻的传教士，成为和平工作队和其它青年运动的原型。

米尔斯本人并不在派往海外的第一批传教士之中，据说需要他在国内做招募工作。但是，一八一二年他从神学院毕业后，即被国内的传教团体派去调查美国西部的宗教情况，他两度长途跋涉，或步行或骑马，走过了许多人迹罕至的荒漠之地。他报告说，他看到的是触目惊心的“缺乏宗教信仰”的现象。由于他的报告，美国圣经学会成立了。他协助组织了向印第安人以及墨西哥和南美各族人的传教活动。然后，米尔斯调查了新的城市贫民区的宗教信仰情况，特别是纽约市的贫民窟。米尔斯一贯反对奴隶制，他在一八一六年协助成立了美国殖民协会（支持者包括托马斯·杰斐逊、亨利，克莱和安德鲁·杰克逊等人）。这个协会除了支持解放美国黑人外，还进行在非洲建立美国黑人移民地，以便“向非洲传播宗教和文明的福音”。米尔斯亲自到非洲帮助挑选移民地点，并与非洲部落的首领们实际谈判土地问题。这片土地后来成为利比里亚。一八一八年，他在乘船回国途中死于热病，葬在茫茫大海中。

米尔斯留下的遗产就是美国的传教活动有效地组织了起来，它的前景是不可估量的。他对国外传教活动所起的作用，就好象约翰·雅各布·阿斯特之于毛皮贸易一样，他们都是杰出的促进者和组织者。

美国的海外传教活动深入所有各个人洲，并在国内得到千百万人的支持。这些传教活动还获得其他一些令人难忘的干才的参与，其中包括才能卓越而引人注目的艾多奈拉姆·贾德森。此人在安多弗参加米尔斯的兄弟会，是美国海外传教士理事会一八一二年派往加尔各答的第一批传教士之一。他在船上潜心阅读了有关浸礼问题的神学著作，准备会见英国浸礼会传教士威廉·凯里。结果，贾德森和妻子皈依了浸礼会的教义。他辞去美国海外传教士理事会（信仰公理会教义）的传教工作，敦促成立浸礼会海外传教会，并成为该会的第一个海外传教士。贾德森夫妇来到他们自始至终最热爱的传教地区——缅甸。他在那里研究缅甸语言并在那里开始他的事业，这个事业主要是以物质生活艰苦和学术成就卓越而著称，并非以其改变人们信仰的活动而闻名。英缅战争爆发后，贾德森虽由于身患疟疾，体质虚弱，仍被囚禁在缅甸监狱，受到严刑拷打，并有一年多时间带着五副重镣。贾德森的妻子和两个襁褓中的女儿都在迫害中死去，但他却继续留在缅甸传教，直到一八五

年去世。贾德森在缅甸工作了二十年——用缅甸语布道，把圣经全部译成缅甸文，编纂博学的语法，并几乎完成浩瀚的缅英词典。尽管他花了五年时间才使第一个缅甸人皈依，但他去世前已领导着一百六十三名缅甸传教士，而缅甸教会则已拥有七千名教徒。

几乎在世界各地，劝导人们皈依宗教的工作都进展得很慢。一位传教士在非洲工作了十一年，才使一个人皈依基督。教会在印度西部的马拉蒂传教二十一年，死去的传教士数目超过了皈依教会的印度人。

然而，仅仅宗教皈依并不足以衡量美国人在海外努力传教的意义。传教已成为神化美国民主和美国生活标准的一种手段。况且在整个十九世纪，海外传教活动实际上有助于使美国国内人民的生活蒙上一层真真实实的宗教色彩。教育在美国国内已成为一种世俗性质的宗教，而在海外则是传教的一种手段。美国的传教士把教育的福音带到世界最偏远的角落。他们用美国人的钱建起了各种各样的学校。捐献这些钱的美国人形形色色，钱数也有多有少。例如，约翰·富兰克林·古奇尔是宾夕法尼亚一个卫理公会的教士。他娶了马里兰一位富家闺秀为妻，便协助建立巴尔的摩女子学院（后称古奇尔女子学院），后来又率领教育传教团到远东。十九世纪八十年代，他支助了印度当地的一百二十所小学，在朝鲜建立了第一所教会学校，还在中国和日本协助创立教会大学。到一九〇四年时，他投入这些项目的资金已达二十五万美元。

美国最杰出、最老练的教育传教士中有一位叫赛勒斯·哈姆林。他出身缅因州一个农民家庭，开始时跟银匠当学徒，后来自学神学，并进入鲍登学院。随后到班戈神学院就学三年，准备做一名传教士。美国海外传教士理事会派他去土耳其办学。他于一八四〇年在君士坦丁堡郊区的倍贝克开办了一所学校，并担任该校校长达二十年之久。据哈姆林说，在传教士进行工作的那些遥远地区的文化中，“几乎一切都象一团乱麻”。因此，他认为，传教士的世俗目标和宗教目标是不可分割的。在那里，一切都迫切需要“解决”，而只有美国基督教传教士才能办到。他带来全新生活方式的福音，目的不仅是使个人皈依基督，而且要把铁锹、铁犁介绍给“异教”徒，使他们学会使用汇票，学会“文明生活的整个组织方式”，以便加速“从异教过渡到文明：从彻头彻尾的、毫无指望的懒惰过渡到勤劳：从野蛮人过渡到基督徒。”

哈姆林不顾其他传教士的讥笑嘲弄，坚持在博斯普鲁斯海峡训练他的亚美尼亚学生制造铁皮炉子和“大量美国式捕鼠夹子”。一八四七年，一位亚美尼亚教授到土耳其来帮助政府建立一所采矿学校，他试图架起一条电报线。哈姆林就在他那神学校的工场里制造电报设施的零部件，还帮助安排了一次在苏丹面前进行的示范表演（线路的一头架在苏丹接见宾客的房间里，另一头架在王宫远处的一个角落）。兴高彩烈的苏丹大声说“赞美真主！赞美真主！”然后，为了表示感谢，他授给塞缪尔·莫尔斯一份皇家证书和一个镶满宝石的勋章。这是莫尔斯得到的第一块勋章。六年以后，由于克里米亚战争的需要，土耳其人架起了他们的第一条电报线，把他们的国家和世界连在一起。克里米亚战争期间，哈姆林看到成堆的英国士兵军服上满是虱子，他就利用空啤酒桶制成了原始的洗衣机。这既为土耳其妇女提供了就业机会，又为士兵们提供了比较清洁的服装。

哈姆林希望他的学生能够自食其力，因此开了一家面包房，很快就因烘

制“新教面包”而生意兴隆。和哈姆林一起工作的传教士恐怕他的面包房“会使传教工作失去宗教意义而世俗化”，但哈姆林不顾他们的反对，第一次向土耳其人介绍了用好蛇麻子酵母制造的面包，并附带为市场确定了一个新的标准，因为他的面包实际上比法定的重量多一点儿。一八五六年，纽约官商、铁路大王克里斯托弗·莱因兰德·罗伯特访问君士坦丁堡。一天，波斯普鲁斯海峡沿岸的一艘小船上飘来的香味吸引了他的注意力。罗伯特知道船上运的是哈姆林的“新教面包”后，便去访晤他，后来两人开始合作，终于创立了罗伯特学院。这所新的教会学校一八六三年在倍贝克开办，一八七一年，学生们迁进可以俯瞰波斯普鲁斯海峡壮丽景色的新校址。这所学院直到二十世纪后期仍然享有盛名。

由哈姆林筹办并在初期由罗伯特提供资金的罗伯特学院，遵照哈姆林改造奥托曼帝国的预言性方针：“和平、时间、教育”的方针，为整个中东培养了领袖人才。当哈姆林回到美国要求富裕的美国人为该校捐款时，他收到很多每笔为一百美元或数目更少的小额捐款，却未能得到他所需要的大笔赠款。他写道：“他们（富人）不喜欢解除负担。他们很富裕，但要他们慷慨解囊，就好象是抢劫他们一样。一个每年收入四万美元的人，由于习惯为生活花四万五千美元，又怎能指望他拿出钱来呢？他已经在生活费用中节约了五千美元啊。”

美国人还在各大洲建立了其它各种传教机构——中小学校、高等院校、医院、教堂。用当时委婉的说法来讲，许多施主“之所以闻名，并非由于他们为取得财富所做的工作，而是鉴于他们的财富分配方式。”南北战争之前，纽约一位商人为五十名去中国的传教士提供路费，然后又捐献一艘船运输一万八千卷基督教文献，以供他们分发。一位身为教友会教徒的企业家，死后为在利比里亚的一个圣公会传教团留下一万美元。一位前南部邦联的牧师因印刷主日学校的课本而发财，他捐献了十几万美元用于宗教活动，包括在墨西哥的科阿韦拉州建立一所女子学校。纽约巨富道奇家族捐钱在贝鲁特建立了美国大学。新伦敦一位银行家一八八九年捐了一大笔钱在日本京都的同治社大学建立了理科研究生部。这样做的人还有不少。

一九一一年，美国海外传教士理事会成立一百周年，当时的理事会主席塞缪尔·比林斯·卡彭本人就代表了美国新的传教精神。卡彭出生于波士顿一个贫苦家庭，最初他在一家地毯公司做勤杂工，年工资只有七十五美元。后来他终于成了这家公司的合伙人，发了大财。他本人虽然没上过大学，却十分热心于教育，并努力把“经营企业”的方法引进教育和慈善事业。他把公理会的主日学校出版公司搞成一个赢利率很高的企业。他在波士顿学校委员会任职（一八八八至一八九三年）期间开办了手工课，帮助整顿了管理，提出了建筑计划，并成为韦尔斯利女子学院董会的主席。卡彭鼓吹：完善的企业管理方法和坚定的宗教信仰是相辅相成、不可分割的。两者取得成功的首要条件都是“忠诚”——“有了这种良心，就可以做好任何微不足道的工作；有了这种诚意就会去清扫地毯下和角落里的灰尘；也会在波士顿郊外十英里的地方铺低级地毯，其工作的认真象在贝肯街的住宅铺高级地毯一样；也会销售用于地窖里的油布，其工作的热诚象销售用于铺主楼地板的地毯一样。”卡彭认为，威胁美国文明的是物质主义。“到处有商业交易在进行，但是不信基督的商业交易却是一种祸害。那意味着武器买卖、奴隶贸易

和销售朗姆酒。”他指出，美国出口一百多万加仑朗姆酒，价值一百五十万美元。这些酒几乎全部出口到非洲。

但是卡彭说，成功的基督教传教活动并不是商业的敌人，它不可避免地会为商品带来主顾。“我们的传教士于一八二一年到达夏威夷时，那里的土著不过刚刚脱离原始状态。在传教士的教导下和在基督教精神的影响下，他们的发展非常之快，以致二十年后，他们与美国的贸易就象我最近在波士顿商会研究的那些表格所表明的那样：进口额为二十二万七千美元；出口额为六万七千美元；与夏威夷群岛的总贸易额为二十九万四千美元。”他指出，土耳其的一个地区买了十台轧棉机，另一个地区买了一百台扬谷机。他还讲了一个故事：有一位牧师无法说服他那个教区的居民——一位制造铁犁的富商支持海外传教活动。后来，这位富商访问了一个遥远的国家，那里的传教士为基督教同时也为铁犁开辟了市场。这位富商大赚其钱，于是决定为四个传教士提供经费。然而，铁犁的市场是如此之大，这些传教士的工资与他所多赚的利润相比，不过是九牛一毛而已。

一九一一年，卡彭对美国海外传教士理事会说：

企业界是站在我们一边的。他们越来越认识到这个世界向基督教开放后他们所能得到的好处。当一个异教徒转变为上帝的信徒时，他的内心发生了变化，同时他就会要求相应地改变他的外部生活和周围的环境。他希望穿上基督教徒的服装，住上基督教徒式的房屋，用上基督教徒的犁和其它一切使基督教文明与异教徒的狭隘和低级的生活有所区别的东西。做生意的人了解到基督教的进展怎样促进了世界的贸易，他还了解到，随着基督福音的进一步传播，贸易将会得到更大的发展。

当然，有人攻击卡彭是庸俗的物质主义者。但是大多数传教士却和他一起对如此有利可图的上帝大唱赞歌。卡彭认为，从长远观点看，基督教会是物质主义唯一真正有效的解毒剂，因为唯有基督教能够保持物质繁荣的道德性。“发展对外贸易不是传教士的工作，他对推销现代化机器并不感觉兴趣，他唯一的思想就是帮助人和拯救人。但是，他使人们皈依基督教、教育人和建立基督徒家庭的工作，也产生了其它效果，就象太阳出来浓雾就会消散一样不可避免。”卡彭回顾说，在一个世纪的传教活动中，美国人为此献出了四千多万美元，而仅在前一年内，在外国皈依的当地基督教徒就捐了相当于三百万美元的资金。

随着美国在技术方面，尤其是在医学方面的进步，传教活动越来越多地采取了医院和医疗传教机构的形式。这一新的工作中涌现了许多英雄人物，从卫理公会传教士玛丽·里德到二十世纪中叶的“缅甸外科医生”戈登·西格雷夫博士。玛丽·里德一八八四年在印度染上麻风病，但她活了下来，并在喜马拉雅山脚下开办了一座麻风病院。西格雷夫医生出生于美国一个浸礼会传教士家庭。他开办了一所“山地医院”，在那里工作了整整四十年。到二十世纪初，美国的整个传教事业部充满了开拓进取的精神。

到了本世纪初，约翰·洛克菲勒成为美国海外传教活动中捐款最多的捐助人。这位虔诚的浸礼会教徒拿出大笔资金支助浸礼会的传教活动，但是在一九一五年以前，他一直没有帮助过其它教派。一九一五年初，公理会理事会秘书致信洛克菲勒，请求他捐助十六万美元，支持他们的传教活动。洛克

菲勒捐了十万美元。他按照惯例，决不公开宣布自己的捐款。但一九一五年三月，《公理会教友》杂志报道了这件事，跟着就有三十名教会人员，多数是牧师，在波士顿集会，联名签署了一份正式抗议书，要求将这笔钱退还。他们说，“由于近来不断有人对洛克菲勒提出有力的控告，指其运用在道德上不义及有害社会的手段聚敛财富”，接受他的捐款就会使理事会受到“置道德问题于不顾的指责”。公理会的牧师们竞相斥责洛克菲勒，言辞最激烈的莫过于公理会全国委员会主席华盛顿·格拉登博士。三月二十六日，他在俄亥俄州的哥伦布城大肆攻击洛克菲勒：“向我们教会理事会提供的这笔钱，来自一个庞大的财团，而这个财团又是以当代商业史上最残酷的掠夺为基础的。它的成功从开头至今日主要是来自非法操纵铁路票价。”他指洛克菲勒的捐款为“肮脏的钱”，这个词后来值被人们沿用。

整个美国突然间充满了卫道士。愤世嫉俗的人认为，洛克菲勒这笔捐款的不妥处是在数额太小，而不在其来源。赞成洛克菲勒的人说，因为一个人可能做了些错事就贬低他的善行，是违反基督教精神的；况且按照格拉登博士及其同事们所大声宣扬的美国信条，在尚未证明一个人有罪之前，应承认他是无辜的，而洛克菲勒还没被任何法庭判定有罪。但是威廉·詹宁斯·布赖恩和罗伯特·拉福莱特这些有影响的人都加入了格拉登的攻击。拉福莱特在对肖托夸地方的听众演讲时痛斥道：“洛克菲勒用两只手捐钱，却用许多只手抢劫。他即使活一千岁也无法赎回他所犯下的罪行。……他是当代最大的罪犯。”更能说明这种冠冕堂皇的教会道德的就是公理会理事会本身的行动。理事会发现自己请求洛克菲勒捐钱的行动不得人心后，开始一言不发，后来那位实际上劝说洛克菲勒捐钱的秘书詹姆斯·巴顿牧师想逃避责任，就对《纽约时报》说，洛克菲勒这笔钱是“自发、主动地捐献的”。当洛克菲勒的代表弗雷德里克·盖茨牧师威胁要向美联社公布所有来往信件时，巴顿牧师才只得讲出实情，并向公理会理事会取得一份声明，承认这笔钱实际上是他们请求捐献的。在这种竞相虚伪的迷雾下，格拉登博士也改变了立场，理事会最终感激地接受了洛克菲勒的捐款。

六月二十八日，洛克菲勒向耶鲁大学捐款一百万美元，两天后他又向普通教育委员会捐款一千万美元。当这项宣布发表时，三个月前还称洛克菲勒的十万美元为“肮脏的钱”的一片抗议声突然戏剧性地消失了。《纽约太阳报》说，“一千万美元使它的臭味自动消失。”

六十 乐善好施的外交

在美国历史上大部分时期，美国的外交都是令人不快的、笨拙的，而且总的来说还是失败的。美国政治家在外交政策方面遇到的问题，更因美国国内政治的反复无常而变得复杂无比。美国本身就是一个联合国，国内众多种族和民族集团的手中都拥有某种否决权。德裔美国人、爱尔兰裔美国人、意大利裔美国人等各种人的好恶，曾使美国在有违本身意愿的情况下卷入世界的各种问题之中。

然而，尽管美国这个移民国家的人口分布因素曾使美国卷入世界事务，但美国的地理位置却又使它与世界保持一段距离。美国本土处于两个大洋之间，邻国或弱或持友好态度，所以美国没有遭受外国侵略的危险。因而，美国的国际外交表现为一种参与和超脱相结合的奇特产物，这是与任何其它大国迥然不同的。

如果说美国人不善于办理外交的话，他们却对各国合作充满了乐观的看法和乐善好施的愿望。几乎其他所有民族都有一部分人在美国。美国本身就是殖民主义的产物，除某些明显的例外，美国的外交政策并没有表现出欧洲殖民主义、帝国主义或“白种人的负担”的最坏特征。美国从未拥有海外帝国，因此美国支持外国建立自治政府也不会有什么损失。

伍德罗·威尔逊的理想是殖民时期美国人那种天真幼稚想法的继续。如果威尔逊总统更熟悉现实世界，也就是劳合·乔治、克里门梭和奥兰多生长的现实世界，那么第一次世界大战后，他也许就会签订一个能够更好地为美国利益服务的条约，而不是去创建一个国际联盟了。从长远观点看，美国在外交上取得的成功从购买路易斯安那到建立国际联盟和联合国——往往是美国人天真气质和美国在地理位置上远离世界其它地区的副产品。

二十世纪中叶，飞机把美国这个两洋环抱之国同世界联成一体。这时，美国已形成了一种与世界各国打交道的新型美国外交方式。这种美国外交方式也象美国其它政治体制一样，显然是美国具体环境的产物，它不仅植根于那种有助于立国并继续鼓舞大量美国人的传教传统，而且也植根于把美国疆土从一个大洋扩展到另一个大洋的过程中美国政府所起的某些特殊作用。十九世纪时，许多美国人希望政府是一个服务性机构。产生这种美国式观点的根源是北美的富足：这里有如此之多未开垦的处女地，又有如此之多的处女地由于政府的赠与而变为公共财产，每个人都认为他有权得到自己的一份，而且政府既有权赠与就有义务使其有用及具有生产力。十九世纪时，移民、想分地定居的人、农场主、牧场主、修建运河和铁路的人的期望，到二十世纪时就成为卡车运输业者、公路修建者、航空公司创办者这类人的期望。萧条和危机使美国人的信念很容易就从认为政府必须提供有利可图的土地，发展到认为政府有义务将整个经济搞活并使其繁荣。

如果说，美国已经创建了一种基于金钱的民主制度，那么为什么不能产生一种基于金钱的外交呢？在外交事务中，二十世纪美国最重要的新方针也是新世界神话般的财富和人所共知的乐观主义的产物。

“对外援助”表达了一种信念，即认为美国政府在国外也是一个服务性机构，它能使外国人民最大限度地利用他们的土地和资源。这种观点尽管在外交界十分罕见，但是正如上文所提到的，它来源于传教士的那种希望，即

希望美国的生活标准能够（用传教士领袖卡彭的话来说）“使异教徒的世界变为基督教的世界”。到本世纪中，一种新的传教精神开始主宰美国的外交政策和美国政府的海外支出预算，“对外援助”（foreign aid）一词带着新的特殊意义，于四十年代后期进入美国的词汇，它很快就被人们简称为“外援”，而且很快就在美国语言词典中占据了一席之地。

美国人倾向于把这一卓越的新行动视为单纯的“外交政策”事项，根本没有注意到它在方针方面的创新有多么巨大，在精神方面与传统的联系有多么紧密，也没有注意到它的意义有多么重要。

从古代起，各国之间的政治关系就受到某些大家都熟悉的习尚和惯例的支配，如战争、结盟、邦联、条约和秘密协议等。各国之间的经济关系包括进出口贸易，受到关税、赠金、信贷和贷款的影响与控制。当一个强国可以把自己的意志强加于弱国时，那强国就要敲诈勒索或要求弱国进贡（包括金钱、物品或特权）。当然，偶而也会出现国与国间的善举：为了救济灾民，治疗瘟疫，减轻火灾、地震、火山爆发或其它灾害所引起的苦难，一国人民向另一国人民赠送钱粮、药品或衣物。一八六四年，日内瓦公约规定亨利·迪南的红十字会协会在战时享有国际豁免权，因而开始了一个新的时代。但是慈善性的馈赠只是偶然的，数量也不大，它们在国际政治和世界贸易中的作用是无足轻重的。

十五世纪到二十世纪期间，一个个世界性帝国的兴起使这种关系和范畴变得混乱起来。殖民主义使相距甚远的不同地区人民之间的关系带有某些国内关系的特征。法律取代了条约，“国际”贸易变成了帝国内部的贸易。十九世纪英国政府用于印度的资金，确切地说，既非进口，也非出口，更不是慈善行为，同时也不仅仅是一种经济现象。帝国和殖民地人民的政治前途与福祉，都与工业进步、开发、发展和慈善行为的强大力量交织在一起。

对外援助（即由政府拨款以解除外国人民的困苦、救济灾荒、增进他们的福利）在十九世纪时并不是美国外交政策的一部分。实际上，当时人们普遍认为，如果美国政府把资金用于这一目的，是不符合宪法的。有许多次国会遇到要求这种拨款的压力时，反对意见总是占上风，认为宪法禁止这种支出。例如一八四七年，有人就拨款救济爱尔兰饥民一事向国会施加压力。前已提及，一八四五年及以后几年的马铃薯饥馑使爱尔兰饥鸿遍野，饿殍满道。美国人，特别是那些爱尔兰后裔，阅读了目击者描写这一场使百万爱尔兰男女老少丧生的大饥荒的文章后，恻隐之心油然而起。这场灾难使美国全国为之震惊，掀起了第一次在全美范围内对海外援助的慈善运动。国会收到如雪片般飞来的请愿书，要求联邦政府拨款救济爱尔兰饥民，国会议员中很少有人需要别人提醒此事所包含的巨大政治风险，因为它涉及人数日益增多的爱尔兰裔的选票问题。

此时，美国由民主党的詹姆斯·波尔克总统执政，正在进行不得人心的墨西哥战争。辉格党反战派主要人物之一的霍勒斯·格里利尖刻地指出，美国政府有权派兵屠杀墨西哥儿童，却无权救济灾民。但是，即使他本人也不肯在一份请求国会为这种“违反宪法”的目的拨款的请愿书上签名。亲民主党的华盛顿《联合日报》赞同他的观点说：“我们同情她（爱尔兰）那些伟大的、受难的人民，但我们不应因此而违背我们的宪法。”有一位国会议员是这样解释他的顾虑的：这里所建议的拨款实际上是“为了向那些贪婪的党

棍提供食粮，而不是向爱尔兰饥民提供面包。”波尔克总统本人则向他的内阁宣布，即使国会通过这一拨款，他也会予以否决，因为宪法不允许把公款用于慈善活动。他补充说，当然，他本人对于爱尔兰人的痛苦不乏同情，为了证明这一点，他个人将向救济基金捐款五十美元。

一八九一年，俄国发生饥荒，国会再次受到提供援助的压力。而以宪法为理由（以及其它理由）的反对意见再次占了上风，甚至要求拨款十万美元把捐赠的粮食由海路运到俄国的提案也未获通过。在有关援助俄国的辩论中，来自得克萨斯州的国会议员康斯坦丁·基尔戈回忆说，几年前得克萨斯州遭受严重旱灾时，他呼吁国会拨款一万美元购买种子，总统却以缺乏宪法权力为理由而断然拒绝了他们的要求。当时，克利夫兰总统否决了这一“放纵慈善感情”的措施，克利夫兰解释说，原因是他“无法在宪法中找到进行这一拨款的授权”。来自内布拉斯加州的国会议员威廉·詹宁斯·布赖恩回忆说，一八九一年夏，内布拉斯加州遭受旱灾，人们提出了同样的要求，也同样因“不符合宪法”而遭到拒绝。相信这些先例都被援引来反对向俄国人提供国会拨款的慈善行动。

十九世纪期间，在禁止提供政府援助的总趋势中，却也有少数例外，但这种例外情况很罕见，牵涉的款额也很少，而且每一次都能举出独特的政治压力来作解释。一八一二年三月委内瑞拉发生地震，当时正值拉丁美洲革命得到美国人民广泛同情之时，在国会议员约翰·卡尔洪的强烈敦促下，国会终为救济灾民拨了五万美元。一八八一年，爱尔兰又发生饥荒，国会通过了一项联合决议，虽然没有拨款，但授权海军部长使用海军舰只把自愿捐赠的救济品运往爱尔兰。但是在十九世纪九十年代及以后的岁月中，凡是就对外慈善援助的要求进行辩论时，人们总是认为委内瑞拉的事例并不适用，而爱尔兰的事例，则被普遍视作是为了争取爱尔兰裔美国人的选票而对宪法进行的令人遗憾的滥用。

因此，在整个十九世纪，美国对处于危难中的外国人民的援助一般都采取由公民私人及其组织自愿赠与的形式。政府的作用微乎其微，而且甚至这种作用是否合法也受到广泛的怀疑。美国人对外国灾民提供的慈善捐赠数额很难计算，因为募集这些财物的组织很多，运送的形式也各不相同。仅一八四六年十二月到一八四七年七月中旬这一段时间，单是给爱尔兰人的私人捐款大概就有一百万美元。仅一八九二年一艘船载运给俄国饥民的谷物、玉米和面粉就达二十万美元。由于美国人的祖籍遍及全球，因此几乎没有一笔捐款不受到美国国内某一民族集团的反对。英裔美国人说，援助爱尔兰人实际上是对英国人的一种侮辱；许多美籍犹太人对俄国人集体屠杀犹太人感到惊骇，因此把一八九一年对俄国人的捐赠看作是对反犹太主义的一种认可。然而到二十世纪初，全世界各国处于危难中的人民都得到数量可观的美国私人捐赠。衣物运往希腊，面包运往爱尔兰，资金送到兰开夏郡贫苦纺织工人手中，衣物和救济品送给逃离土耳其人压迫的克里特难民，粮食和衣服送给亚美尼亚人和近东其他民族，小麦运往加尔各答和孟买，粮食运往古巴和中国。

美国人在世界上扮演了一个乐善好施的角色。但是直到二十世纪，人们仍然竭力把慈善事业和政府的政策分开。一九一四年，德国人占领比利时后，美国给比利时的援助都是由私人捐赠的。当时负责这个工作的是比利时救济署的赫伯特·胡佛。一位德国官员疑惑不解地问他：“你们美国人能够从中

得到什么好处呢？”胡佛反驳说：“你们德国人绝对不可能理解，有些人是出于纯粹博爱、无私的动机来办事的。所以我根本不屑于向你们解释这个问题。”

一九二一年，俄国在战争和布尔什维克革命结束后发生饥荒，而不久之前，美国司法部长 A·米切尔·帕尔默却曾大肆逮捕及驱逐共产党员和嫌疑共产党员，美国当时采取的行动进一步表明将慈善事业与政府政策分开的做法。赫伯特·胡佛再次出马领导救济工作。这次国会一反遵守宪法的传统，拨出价值四百万美元的美军剩余药品，送给红十字会救济俄国。但是，总数达八千万美元救济中的大部分还是来自私人捐赠。一九二二年，胡佛发挥其组织能力，将药品、食物和衣服运至一万八千个救济站，分发给一千零五十万赤贫的俄国人。胡佛最充分地利用了自己的才能，例如说服俄国人改变饮食习惯，以便食用玉米等他们不熟悉的美国粮食。他完成了当时史无前例的、最广大的美国慈善工作。当时流亡国外的马克西姆·高尔基在一九二二年写信给胡佛说：“在人类极需仁爱与怜悯之时，美国人民的慷慨解囊复苏了人与人之间的博爱的理想。”在莫斯科的一次官方宴会上，人民委员会主席“以千百万得救人民的名义”，向胡佛赠送致谢卷轴。当时美国尚未承认苏联政府。

美国政府的官方政策与在海外进行私人救济的那种非政治性慷慨行为形成了鲜明的对比。第一次世界大战停战后，关于“赔款”和“战争债务”的著名论战，支配了美国就国际经济关系进行的辩论达十几年之久。战后，盟国及议和后新建国家欠美国的战争贷款和救济贷款总共超过一百亿美元。哈定总统和柯立芝总统领导的两届美国政府坚持把这些债务作为严格的金钱交易。柯立芝总统有一句常被人引用的简练口头语：“他们欠了钱，对不对？”这句话概括了美国政府的立场。美国不愿取消或减少盟国债务的态度主宰了美国与欧洲的经济关系，防碍了更现实地处理德国赔款问题，因为盟国就是指望用德国人的赔款来偿还欠美国的债务。在国内，这个问题迷惑了美国的政治，加剧了战后美国人退出欧洲和世界的愿望。这场论战表明，当时美国人的思想离对外援助的时代还很远。

正是孤立主义者敦促美国在欧洲冲突中保持“中立”的主张，促使美国政府开始对美国人的对外慈善事业进行法律监督。许多美国人害怕向西班牙等内战中的国家提供大规模赈济有可能使美国卷入欧洲战争。在这些人施加的压力下，国务院开始对海外救济工作实行官方监督。

一九三四年到一九三六年，来自北达科他州的参议员杰拉尔德·奈伊领导的参议院军需品调查委员会举行了多次大肆渲染的听证会，似乎要表明，美国完全是受了贪婪的银行家和军火制造商的诱骗才参加第一次世界大战的。跟着，出现了一系列“中立的”行动，旨在限制美国的贷款，监督美国的捐款，以防止美国卷入另一场战争。到第二次世界大战在欧洲爆发时，联邦政府已有监督和审查美国对交战国各种形式的援助的法定责任。一九三七年十一月四日通过的《中立法》只允许以“现购自运”的方式输出武器和军需品。甚至在迟至一九四一年三月十一日通过《租借法案》时，美国人仍试图保持其一贯的区别对待的做法，即将公民出于慈善或意识形态上的动机而进行的自愿捐赠与政府在国际金融和外交政策方面所采取的行动分开。

美国对外援助制度是第二次世界大战的副产品。它标志着美国外交政策

进入一个新阶段。在这个阶段中，慈善、财政、政治、意识形态和军事的动机交织在一起，达到空前未有的程度。对外援助也偶然会把和平时期的技术、态度和制度与战时的技术、态度和制度混在一起，这促使美国对外关系中出現一个新时代，在这个时代里，美国人民既不处于战争中也不处于和平状态。

虽然第二次世界大战的敌对行动在一九四五年就结束了，但在一九五一年以前，美国尚未批准与日本或德国的最后和约。同时，杜鲁门总统在两党的共同支持下，创立了一种新的外交，它或许是第一个具有美国特色的、与遥远国家打交道的模式。它之所以具有美国特色，是由于它并非一种新的外交哲学的产物，而是一系列为眼前需要而精心安排的计划。它第一次企图把美国人的才智，事业心、技术知识和财富用于解决全世界的问题。一九四三年，战争尚未结束，就成立了联合国善后救济总署来帮助刚得到解放的人民。虽然有四十四个国家加入救济总署，但美国却支付其活动经费的百分之七十二。美国政府通过救济总署提供了二十七亿美元。但是由于美国正走向新的乐善好施的外交时代，即使这个数额也很快就变得极其渺小了。

杜鲁门总统从来没象富兰克林·罗斯福总统那样对于与苏俄长期合作抱乐观的态度。一九四七年初春，他开始相信不能再等待了，必须马上表明美国制止苏联统治世界的决心。一个又一个的迹象暴露出，斯大林决心利用盟国的胜利来包围和颠覆那些尚未由共产党掌权的国家。苏联要求土耳其割让领土，让苏联在博斯普鲁斯海峡建立新的俄国海军基地，以图进一步在土耳其建立共产党政权，尤能说明这一意图，美国驻莫斯科大使馆参赞乔治·凯南的话概括了美国的下一步对策，他了解俄国和俄国人的程度，是他之前的外交官所难以比拟的。他强调，美国和自由世界的生存有赖于“长期而有耐心地，但坚定并警惕地禁制俄国人的扩张倾向。”

一九四七年三月十二日，杜鲁门总统在国会的一次联席会议上就美国对世界的意向发表了一项极其重要的声明。作为美国外交政策一个新起点的杜鲁门主义，将与一个多世纪以前门罗总统的声明和第一次世界大战前威尔逊总统的讲话齐名并列，而且从某种角度上说，杜鲁门主义是把两者的目标合为一体的。门罗主义是指美国不能容忍外国干涉新世界各国的内政，现在已将它扩展至全世界；美国的力量和美国的财富被拿出来保证世界民主制度的安全。杜鲁门总统宣称：“美国的政策必须是支持各国自由人民，抵抗一小撮武装分子的征服或外来力量的压制……我们的帮助基本上应该是通过经济和财政援助来进行，那是经济稳定和有序的政治运作所不可或缺的。”他要求拨款四亿美元援助希腊和土耳其，使它们有力量抵抗共产党的接管。他的要求得到了国会的批准。

六月，国务卿乔治·马歇尔要求欧洲各国政府制订它们的重建计划，并向美国提出它们所需要的援助数额。七月，欧洲非共产党国家的代表在巴黎举行会议，并于九月提出了一份关于欧洲复兴的长期计划，要求美国提供二百二十四亿美元的贷款和赠款。第二年春天，美国国会为这一新援助计划的头十二个月拨款五十三亿美元。为支出如此庞大的“和平时期”计划提供这样广泛的支持，是历史上罕见的。这项称为“马歇尔计划”的方案得到了两党的支持（当时共和党的领袖是参议员阿瑟·范登堡），以及各农业集团、工会和全国厂商协会的支持。但这只是一个开始。在以后的三年里，供马歇尔计划支配的美国资金共有二百二十亿美元。人们普遍认为，西欧卓有成效的经济复兴和西欧国家对共产主义的抵抗，应该归功于这个计划。数字表明，

到一九五 年，接受马歇尔计划援助的国家的国民生产总值增长了百分之二十五。

对外援助在欧洲取得的成功使人相信，它可以在任何其它地区，如亚洲、非洲或拉丁美洲同样取得良好的效果。一九四九年一月二十日，杜鲁门总统在他的就职演说中提出了一个专门用于非欧洲国家的补充计划。后来，这个计划被人们称为“第四点计划”，因为那是他的和平与自由计划中的第四点，亦即“主要行动方针”：

为了使我们能够利用现有的先进科学和发达的工业来改进和发展落后地区，我们必须着手拟定一项新的大胆的计划。全世界半数以上的人口正濒临悲惨境地。他们食不果腹、疾病缠身。他们的经济生活是落后的、停滞不前的。他们的贫困对他们自己和比较繁荣的地区来说，都是一种障碍和威胁。

人类有史以来第一次掌握了能够解除这些人痛苦的知识和技术……。

只有帮助最不幸的成员自力更生，人类的大家庭才能过上相当富裕和心满意足的生活，而这正是各国人民的权利。

只有民主制度才能提供动力，鼓舞世界各国人民成功地行动起来，不仅去反对人类的压迫者，同时也去反对他们的古老敌人——饥饿、悲惨和绝望……。

因此，杜鲁门总统请求国会批准一项计划，这项计划的目的是向“不发达地区”提供“技术、科学和管理知识”，并提供“产品和建立生产性企业所需的财政援助”。他最后说：“对于这些地区的各国人民来说，我们给了他们通过民主生活方式达到更光明前途的希望。我们迅速采取行动，使他们在日常生活中意识到这种前途的意义，这是至为重要的。”

一九四八年初，共产党接管了捷克斯洛伐克，一九四九年夏，又传来苏联爆炸一颗原子弹的消息，这些情况促使美国国会行动起来。“第四点计划”提供了一个新的理论基础，将援助行动扩展到第二次世界大战期间遭到破坏的西欧盟国以外的国家。它的意义已经超越了“复兴”和“救济”的范畴，要在世界范围内为那些最穷国家的人民建立一种新的生活方式，提高他们的生活水平。因此到一九六六年止的一千二百二十亿美元的对外援助总额中，约有三分之二是用于欧洲以外的国家。为了加强受援国的军事力量，美国有相当大一部分外援（确切数字没有公布）是用于军事目的。不过，向盟国和未来的盟国提供军事援助已是早先就有的事。这种对外援助的新颖之处则是进一步努力，与世界边远地区和不发达地区的人民有目的地分享美国的技术知识、美国的教育、美国的资源和美元，从而拯救世界，使之成为一个民主的世界。

第二次世界大战后的马歇尔计划当然与美国以前的政策大相径庭：从战债心态一跃而为外援心态，从银行家的语言一跃而为传教士、慈善家和社会科学家的语言。第一次世界大战后，政治家们谈论的是赔款和“老老实实的债务国”，是利率和各国还债的能力。而第二次世界大战后，他们谈论的却是生活水平，他们把不同国家的卫生情况、繁荣和文化水平加以比较，研究个人自由的机会和各国政治制度的正确程度。马歇尔计划表明，美国官方对新旧世界之间关系的想法和感情发生了突然而深刻的变化，这不仅体现在吸引他们注意的不再是本金和利息，而是复兴和繁荣，而且体现在呼吁各受援

国采取主动，进行合作和规划。它的注意力也不再集中于一个单独的国家，而是集中于整个欧洲。

由于马歇尔计划是为战时的盟国制订的，因此它仍然带有某种战争救济的性质。如果它取得成功，就可以帮助那些以往生活水平很高的国家重整家园，但是对外援助这一巨大的新事业有一种势头，它就象原子研究和太空探索这些庞大的新事业一样，也有一种由质量和速变混合而成的几乎不可抗拒的加速度。当美国的援助计划从战争救济转向那些语言、宗教、习惯和历史都是美国人所熟悉的以前的盟国，并进而扩展到那些不仅以前不是美国的盟国，而且还是遥远和不熟悉的国家时，美国终于在无边无际的希望之海中启程了。

除了传教，美国以前从未进行过规模宏大的世界性对外援助计划。不论传教活动在精神上与此多么相似，规模却要小得多。不论是通过联合国善后救济总署，还是按照第四点计划或其它计划，对外援助都表明美国人相信自己的财富可以提高任何地方人民的生活水平。他们认为，具有较高生活水平，也即接近美国生活水平的人民，更容易接受民主，因此也就更倾向于热爱和平并对美国友好。另一个不言而喻、有补充作用的假设是，贫穷、困苦、工业落后会使任何国家的人民变得不那么热爱和平，不那么民主，因此也就更容易接受共产主义，更倾向于成为美国的敌人。这一连串的推理意味着对历史的某些大胆的归纳，然而却并非总是直言不讳的。但不论是否明白讲出来，它都是来自对民主制度的一种准宗教信仰，并表现出美国人对“应该如此”与“已经如此”这两种概念是一贯混淆不清的。

二十世纪对外政策方面所出现的某些比较明显而令人痛苦的事情本来是应该使美国人踌躇不前的。俄国的工业化程度提高了，为它的人民生产了更多的产品，但它并没有因此变得对美国友好起来。俄国的工业化既不是民主的产物，也没有在俄国产生更多的民主。俄国的强大并没有使它变得热爱和平。第二次世界大战期间，美国通过《租借法案》向俄国人提供了一百一十亿美元的援助，但是在以后的冷战时期，俄国政府比以往任何时候都更加敌视美国。苏联越强大就越好战，在它炮制和支持的许多亚洲小型战争中，它找到了盟国，这些国家也曾是大笔美援的受惠国。

战后时期美国与亚洲国家的外交关系表明，美国人本以为外援必然会宣传民主或促进和平，但实际上纯属空想。一九四五年到一九四八年，中国国民党接受了二十亿美元的援助（还不包括战争物资），但是中国大陆却成了共产党入的天下，而美国在台湾的盟友蒋介石则一点儿也不民主。朝鲜多年来接受的美援最多，但也离民主的理想相去甚远。亚洲另一个大量接受美援的国家（除印度和巴基斯坦之外）是南越。

到一九六六年为止，对外援助计划共支出了一千二百二十多亿美元，其中欧洲占四百七十亿美元，东亚二百七十六亿美元，近东和南亚二百五十四亿美元，拉丁美洲一百一十亿美元，非洲三十六亿美元。总数中约有三分之二的款额用于经济援助而不是军事援助；而在经济援助中，又有三分之二的款额不是以贷款形式，而是以纯粹的赠与形式提供的。

随着对外援助计划的扩大并成为美国外交政策和年度预算中的一个固定项目，它给一些传统的思维方式，特别是和平与战争的古老分界带来了新的混乱。普鲁士军事理论家卡尔·冯·克劳塞维茨曾经说，战争只是政治的另一种形式的延续。现在，也可以同样方式来说明对外援助的意义。新的对外

援助的哲学是把整个世界看作一个传教的场所，看作民主与反民主力量进行斗争的战场。这种哲学使和平本身成了战争的另一种形式的延续。

六十一 新的趋势：问题不在于能否做到而在于何时完成

本世纪中叶，美国政府支持进行的一些规模最大的全国性项目都带有人们熟知的某种传教特色。这些庞大的事业甚至使对外援助的开支也相形见绌。除用于军事冒险外，整个国家把人力、物力、财力集中用于如此耗费巨大的壮举还是首次。结果是产生了美国在技术上的两次最辉煌的胜利。一是成功地分裂了不可分的物质：使原子裂变并产生自持核链式反应。二是成功地到达了不可达到的地方：征服星际空间和登上月球。这两个胜利都表明美国人做到了不可能做到的事情。这两大成就比新世界文明的其它成就更为典型地象征着一个热爱民主的人为了他的成功作出何等重大的牺牲。因为，说来奇怪，整个国家的成功却会使个人有一种新的感觉——感到自己软弱无能。

美国人的这两项壮举表现出某些显著的共同特征。它们都是由国外的压力引起的，并且由于这种压力而提高了进行的速度。一是战争期间害怕纳粹德国先获得成功，一是“和平”时期害怕落后于苏俄。促成这两项壮举的是移民的智慧、想象力和精力：一种是因纳粹上台而流亡的难民；另一种是因纳粹倒台而流亡的难民，两项壮举追求的目标都很明确，尽管这些目标以前从未实现过。同时，两者都根据事先制定好的固定时间表进行。为了达到目的，这两项意义深远的工作都必须在规定的时间内达到预期的效果。

但是美国民主的这两大胜利在某些方面也有其截然不同的特点：一个是在战争期间进行，另一是在“和平时期”进行。一个是在如此广泛、雇员如此众多的庞大事业中保密最好的项目；另一个是人类历史上宣传最广泛、目击者最多的事业。

不论这两项事业有多少明显的区别（探索原子内不可思议的微观世界和探索外层空间不可思议的广阔宇宙），它的效果都是加强了人的趋势感，使他进一步感觉到那种无上权威的、不以个人意志为转移的新的力量。

甚至在美国历史上也没有与此类似的先例。在美国人取得的成就中，最能与此相比较的或许要算修建第一条横贯北美大陆的铁路了。南北战争前，政论家们就把这条铁路说成是“一件使全国人民欢欣若狂的艺术品，如同音乐、雕塑、绘画在其各自鼎盛时期达到的效果一样。”亨利·戴维·梭罗在《湖滨散记》（一八五四年）一书中警告人们：“我们并没有驾驭铁路，而是铁路驾驭了我们。”

尽管这条横贯大陆的铁路本身只是在长度上不同凡响，但许多人对它所感到的敬畏和惊恐却不下于四分之三世纪后对第一颗原子弹爆炸的反应。当中央太平洋铁路和联合太平洋铁路即将接轨从而使北美大陆的铁路线连成一体时，新英格兰的铁路大王小查尔斯·弗朗西斯·亚当斯曾经指出（本书开篇卷首就引用过他的话）：“从公元前的远古时期到一八二九年，国内交通没有发生过任何根本的变化。”现在却“突然释放出一种不可估量的巨大力量……发挥着社会、道德和政治等方面的种种影响力：并把一些需要立即解决的新问题骤然抛到我们身上；新事物尚未成熟，而旧事物已在废弃；种族反感尚未消除，国家之间就出现了密切的联系：我们的历史因而充满了盛衰沉浮，也充满了戏剧性的插曲。”他认为，铁路很可能是“引起社会变革的最巨大、意义最深远的火车头，这种变革会给人类带来福利或祸患。”当时，

铁路大王对北美大陆的征服是世界其它任何地区无法比拟的奇绩。直到一八九一年，横跨西伯利亚的铁路才开始修建；而柏林—巴格达铁路也是这个时代的产物。横跨北美大陆的铁路就象二十世纪美国科技取得的最惊人成就一样，都是在规定时间内成功地达到一定目标的。

二十世纪前进行的各种最伟大的合作探索，其目标多少都有些模糊不清，如十五、十六、十七世纪发现美洲，十八世纪在大洋洲探险，十九世纪对尼罗河的考察和二十世纪对北极和南极的考察。从所有这些比较早的探索事业的性质来看，它们追求的目标能否实现一向没有把握，更不用说何年何月能够实现了。而美国人民在二十世纪中叶发现，他们国家的探索事业规模越大、越集中、意义越深远，这些事业的目标就越明确，日程表也规定得越严格。

这种为建立帝国——原子帝国和外层空间帝国——进行的新竞赛，还有另一个显著的、前所未有的特征。当微观世界（原子人们看不见的内部）和宏观世界（宇宙——人们看不见的外界）都成为日程表上探索的目标时，所冒风险是难以想象的，失败是难以估量的，而一旦获得成功，则具有启示性的意义。为了建立这些新帝国，也象以前为了建立那些老帝国一样，出现了疯狂竞争的景象。但是在以往对土地和领土的争夺中，一国有所得，另一国就必然有所失。教皇亚历山大六世一四九三年在亚速尔群岛和佛得角群岛以西一百里格处划了一道分界线（在西班牙和葡萄牙之间分配新发现的土地），是老殖民主义精神的体现。这是对地盘、对所占领和开发的土地，对所统治的人和领土的争夺。当十五、十六世纪世界向航海探险家敞开大门时，遥远的地域和民族成了神话、民间传说和乐观宣传的主题。当时旧世界知道有美洲这片土地的人并不多。

但是，二十世纪供人类探索的新天地却无处不在。一切都是由原子组成的，从任何地方都可以进入太空。一个国家跨进那个新天地，并不意味着另一个国家不能跨进去。与到处都有社会群体这一现象相呼应，现在到处都可以成为殖民地。

第二次世界大战初期，英国为了安全的原因，不允许因逃避希特勒统治而流亡英国的伟大德国核科学家进行军事方面的研究。由于不能从事雷达研究等“实际”工作，他们便有足够时间思考制造原子弹是否可行的问题。这个问题后来证明正是现代技术中最富爆炸性的实际问题。

就原子弹的概念而言，曾经存在着不可能攀登的高峰。“分裂”原子从同意上讲当然是自相矛盾的〔英文原子（atom）一词来自希腊文 atomos，意为“不再可分的东西”〕。这些不可分的单位曾经是现代物理学的基础。十九世纪产生了原子理论后，人们普遍认为每一种“元素”确实是不能再分解的，原子是物质的最小公分母，一种元素的原子永远不可能转变为另一种元素的原子。

一九三八年末，柏林市威廉大帝研究所的两位德国物理学家奥托·哈恩和弗里茨·斯特拉斯曼发现，当他们用中子轰击重元素铀时，获得了一定分量截然不同的另一种较轻的元素钡。这种十分明显地把一种“元素”转化为另一种元素的过程，第一次公开暗示了“不可分”的原子毕竟可能是并非不可分的；因而完全可以设想，一种元素的原子可“分裂”成为另一种元素的原子。哈恩的合作者，奥地利物理学家莉泽·迈特纳及其外甥奥托·弗里希

因为是犹太人而被驱赶出祖国，当时正在瑞典避难，他们大胆地接受了原子可分这个新的可能性，并把这种现象称为“裂变”（来自拉丁语 *findere*，意为“分裂”），类似细菌藉分裂来繁殖的生物过程。

当然，多少世纪以来，炼金术士和骗徒一直梦想“点石成金”，把铅、铁之类的“贱”金属变质为金子或银子。现在他们的梦想终于要实现了，但结果却完全出人意料。因为在二十世纪，人们对能量的兴趣已远远超过对物质和金银这样的贵金属的兴趣。如果真的可以完成裂变，那么按照爱因斯坦的公式（ $E = mc^2$ ），就会释放出极大的能量。即使一个原子的质量很小，它所释放出来的能量却是以“ Cz ”（光速的平方）乘出来的一个得数，这是一个增加一亿电子伏的巨大倍数。

大约与哈恩和斯特拉斯曼在柏林进行研究的同时，巴黎的一位法国物理学家弗雷德里克·约里奥-居里和意大利人恩里科·费米、匈牙利人利奥·西拉德（两人皆因逃避墨索里尼和希特勒的统治而逃亡美国）都发现，铀的裂变会释放更多的中子。那么结论已很清楚：如果让这些中子分裂更多的铀，就可能释放更多更多的中子来分裂更多的铀，产生一种“链式反应”，在这个过程中，每一次裂变都会产生巨大的能量。这种能量既可以成为工业上的一种新能源，也可以成为一种新的爆炸物。

科学界，特别是理论科学界并无国界之分。希特勒和几百万德国纳粹分子把那些才华超群的物理学家驱赶出德国和德国占领的欧洲地区，认为他们“种族不纯”，但却充实了世界其它地区的科学界。正是这些男女科学家在构想和设计原子弹的过程中发挥了关键作用。一九三九年希特勒开始横扫欧洲时，美国的科学技术已经由于有了这些忠于盟国的流亡物理学家而大大加强了。

那年的八月十一日，罗斯福总统收到艾伯特·爱因斯坦的一封信。（爱因斯坦一九三三年来到美国，一九三四年纳粹剥夺了他的德国公民资格，他很快就加入了美国籍。）爱因斯坦在信中告知罗斯福总统，“元素铀有可能在不久的将来成为一种新的、重要的能量来源，”因此需要“提高警惕，如果必要，还需要政府方面采取迅速的行动。”爱因斯坦预见原子弹的巨大威力，他提醒罗斯福总统说，美国铀矿石的储量很少，世界上最大的铀矿位于捷克斯洛伐克和比属刚果，而这两个地方目前都已在德国人手里。因此，他极力主张政府尽力取得铀并储存起来，支助研究和实验工作，并严密注意德国人在制造原子弹方面的一切动向。罗斯福总统收到爱因斯坦的信后，成立了一个关于铀问题的委员会。十一月一日，他批准了一项拨款六千美元的一年研究合同。同时，在几所大学里，欧洲流亡物理学家正与美国物理学家一起深入研究裂变问题。

此时，实验物理学已成为美国大学研究生院的一个很活跃的学科。尽管美国人在物理学理论研究方面并不处于领先地位，他们在设计检验理论的设备方面却是相当出色的。一九三一年，伯克利加州大学的欧内斯特·劳伦斯已制成了第一台回旋加速器，它大大便利了对原子的研究和对放射现象的试验；同年，普林斯顿大学的罗伯特·范德格拉夫也设计出了产生亚原子粒子射束的高压静电发生器。美国的实验设备丝毫不亚于任何国家。

政府对原子研究的大规模支助直到一九四一年十二月七日珍珠港事件爆发后才开始，但是此后的行动就非常迅速了。到一九四二年一月中旬，新成立的规划委员会的成员之一阿瑟·康普顿已经全面调查了最近的研究对制造

原子弹的意义，并对他的物理学家同事们宣布了一个预定的时间表：（1）一九四二年七月一日以前确定产生链式反应是否可能；（2）一九四三年一月以前完成第一次链式反应；（3）一九四五年一月以前制造出一颗原子弹。这一宏大计划的另一个名称是“研究与发展”，它需要遍布整个美国大陆的全国性巨额投资。

从开始行动那天起，每个阶段的问题就不再是能否做到，而是何时做到了。理论和实践方面许多尚无把握的东西并没有冲淡对于原子弹定能制成的信念。但是战争的压力使得这项工作十分紧迫，需要采取一种代价十分巨大的工作方式。直到一九四二年年中，科学家们仍然无法肯定，在想象中的五种能产生裂变物质的方法中，究竟哪一种最为有效。在一般情况下，就会逐一试验每一种方法，从看来希望最大的方法开始，直到找到最佳方法为止。但康普顿反对这种做法，他说：“德国人目前可能已经远远超过我们。他们在一九三九年就开始大力实行他们的计划，而我们直到一九四一年才作同样的努力。”甚至只是几个月的耽搁也可能使德国人获得决定性的优势。因此，科学家规划委员会决心齐头并进，同时着手对五种方法进行试验，即使这意味着要为每一种试验修建一座耗资巨大的工厂，而且从长远来讲，预计这些工厂中只有一座是必要的，也在所不计。到一九四二年十二月，规划委员会已经可以将可能性的范围缩小。他们建议修建的四个工厂需要约四亿美元的资金。

这些工厂的规划与修建，以及政府对整个原子弹工程的管理都是由莱斯利·格罗夫斯准将负责的，他曾任陆军建筑工程部副部长，负责监造了世界上最大的办公楼国防部五角大楼。格罗夫斯是一位随军牧师的儿子，是在军营中长大的。他进西点军校前，曾庄马萨诸塞理工学院就读一年半。一九一八年，他从西点军校毕业，成绩在全班名列第四。他对物理和原子并没有特殊的了解，但是作为陆军建筑工程部副部长，他要对每月支出的约六亿美元负责，而且还以能够迅速完成任务而闻名。

在制订原始计划（以及作出花费数以亿计美元的决定）时，试验尚未表明究竟是否会出现核链式反应。以前的实验只表明，铀原子以分裂为其它元素的原子，但并没有表明铀原子裂变后释放出来的中子可以被控制来分裂更多的铀原子，再释放更多的中子，以至不停地循环下去。如果在这个过程中中子不可避免地丧失了，那么原子的裂变不论对物理学家来说是多么有趣，也是没有什么实际意义的。如果可以产生自持的链式反应，那就是发现了一个无可限量的新的能量来源。一九四二年十二月二日，在芝加哥大学斯塔格运动场看台下临时从墙球球场改建的秘密实验室里。恩里科·费米进行了第一次核裂变，证明反应确是可以自持的。规划者们决定在一个人口稠密的城市中心，而不是在边远乡村的实验室进行这一危险的试验，这一事实充分说明他们对自己的计算（以及费米所作的能够防止反应失控和爆炸的预言）充满信心。

但是在费米提出他的决定性证据之前，政府业已投入大笔资金，并在田纳西州的橡树岭、华盛顿州的汉福德和新墨西哥州的洛斯阿拉莫斯修建了新的城市。这些秘密的“荒野之城”就是二十世纪的“山巅之城”：在这些城市里进行的生产和试验对人类充满了威胁，又充满了希望。历史上这项意义最深远、耗资最巨大的技术性工作是为了完成人类对其能触及的范围之内最

小物质的控制。

这项计划基本上是按预定的时间表进行的。为制造原子弹提供可用的原材料所需采取的所有各种措施，全都齐头并进，而且与此同时，科学家和技术人员已开始对原子弹本身进行设计。生产足够的可裂变物质是一项巨大的工业任务。尽管总的来说，各种判断、猜测和预言最后证明都是正确的，但是风险最大的预言莫过于制造出一颗原子弹的可能性。一九四五年七月十六日，也就是康普顿在一九四二年一月所指定的时间的六个月之内，第一个原子装置在新墨西哥州沙漠中的阿拉莫戈多爆炸了。《纽约时报》的威廉·劳伦斯从二十英里外的观察站目睹了这次爆炸，他写道：“就象一部宏大的元素交响曲壮丽的最后乐章，既迷人，又恐怖，既令人激奋，又令人压抑，险恶，毁灭，既充满巨大的希望，又充满灾难性的凶兆……在那一瞬间，永恒降临了，时间停止了，空间变得微乎其微，天崩地裂，人们似乎目睹了世界的诞生——见到那创造天地的一刻，当时上帝说：‘出现光亮吧！’”

仅仅三个星期后，也就是一九四五年八月六日，美国在广岛扔下了一颗原子弹，方圆四英里的市中心区夷为平地，伤亡超过十六万人。三天后，美国在长崎扔下了第二颗原子弹。次日（八月十日），日本人投降，至于美国物理学家的竞争对象德国人，早在三个月之前就投降了。

原子可以再分的新世界既带来了新的灾难，也带来了新的知识层面。美国制造并由美国人首先使用的原子弹的摧毁力，使美国对人类社会有了一种新的认识。但是许多美国人却害怕，在笼罩广岛的蘑菇云中，他们召来了第五种灾难。难道除了《启示录》中的瘟疫、战争、饥馑和死亡外，现在科学也变成了灾难吗？整个世界将要灭亡的感觉超过了对新力量巨大威力的茫然心态。美国人能够制造原子弹，这意味着别人也能制造。铀弹是毁灭性的，那么氢弹或将来其它什么弹的威力必将更大。

以前的任何发展，甚至历次大移民和两次“世界”大战，都没有使美国人感到如此严重地卷入世界事务之中。四十年代末，陷入第五种灾难的恐怖也把那些制造原子弹的科学家带上了政治舞台。他们成立原子科学家联合会（后来扩大为美国科学家联合会），试图把人类从他们成功的恶果中拯救出来。在美国，他们促成了由文职人员控制原子能，并且组织了一个国际管制原子能的运动。

奇怪的是，这些证明美国人无所不能的新手段和新论据，却使美国人对前途产生一种无能为力之感。命运、天意和定数已被一种日益增强的趋势感所取代，或者至少说是被趋势所压倒。人们越来越相信，事态将不可避免地沿着它已经走上的道路走下去。“趋势”一词从多方面说明了这种新的感觉。与上帝的意志、自然规律、进展或命运不同，它是中性的。它表示对这种力量的承认，表示面临这种力量时人们感到自己无能为力，表示对这种力量是善或恶无从把握。在现代史中，人类可能从未对自己一手制造出来的产品所具有的威胁力如此感到恐惧、疑虑和不知所措。人类对事物发展的方向仍然很清楚，也许甚至看得比以往更清楚，但是他们对改变这个方向的自由感，对判断方向的权力和义务感却已萎缩了。

安妮·莫罗·林德伯格的《未来的浪潮》（一九四一年）一书得到了广泛的宣扬，该书的主题就是暗示一种新的思维方式的出现。“未来的浪潮正在涌来，势不可当。”未来是由人们可以预见、但却无法予以左右或扭转的

力量所控制的。当美国人丧失了奇迹感，看到组织起来的人的力量越来越无法驾驭，而又突然面对庞大技术所产生的不可估量的爆炸力后，这种观点就开始形成了。

原子武器的发展史就是一个十分典型的例子。艾伯特·爱因斯坦、利奥·西拉德等人在一九三九年就曾敦促罗斯福总统加紧制造原子弹，当时他们所以这样做是害怕纳粹德国已经开始制造这种炸弹了。一九四二年八月以前，有些物理学家（据与这些人有私人交往的艾丽斯·金布尔·史密斯后来回忆）就“希望某些不可逾越的障碍能够证明制造原子武器是不可能的，他们从这种希望中寻找慰藉。”但是到一九四三年为这项工程聘用大批科学家时，这种武器不可能制造之说看来已不能成立了。于是，“人们反而说，如能制造出一颗原子弹，就能一劳永逸地解决问题。”

在这一时期，几乎没有一个科学家担心他们的工作会产生什么恶果。罗伯特·奥本海默在一九五四年回忆说，“几乎所有的人部认为这是一项伟大的事业……一项使基础知识和科学艺术为他的国家服务的无与伦比的机会。几乎所有人都知道，这项工作如果成功，一定会载入史册。这种兴奋感、献身感和爱国主义热情终于占了上风。”或者象参加这项工作的另一位科学家所回忆的那样，“我之所以为制造原子弹工作，是因为我认识的所有人都在干这项工作。”

到一九四五年暮春，某些物理学泰斗已经深信，他们有组织的努力业已大功告成，一颗能用的原子弹即将问世。其中一些人，包括几位六年前最热衷于倡导这一项目的人都被吓住了。面对自己工作的成果，最初倡导和推动制造原子弹的人中，有一些现在竭尽全力想防止它实际用于战争之中。才华超群的利奥·西拉德拟写了备忘录和多份请愿书，在自己的同事中散发。他还不顾一切地试图把自己的不安直接传给罗斯福总统和夫人，后来又试图传给杜鲁门总统。例如（就象某些物理学家最初预想的那样），他建议在一个无人居住的地方使用原子弹，目的仅仅是为了显示它的威力，爆炸显示出来的巨大摧毁力一定会使敌人折服及投降。有一次，他甚至提议，为避免战后与俄国的核武器进行竞赛，美国根本不应对日本使用原子弹，而应该极力使俄国人相信，美国制造原子弹的努力失败了。但是西拉德这些充满丰富想象力的建议，只使他获得了反复无常的名声。他提出的建议越多，就越没有说服力。当西拉德和另外两位原子科学家呼吁詹姆斯·贝尔纳斯（杜鲁门总统的私人顾问，后任国务卿），敦促约束使用原子弹时，贝尔纳斯却认为原子弹可以使俄国人感到美国的威力，他担心的只是怎样向国会证明已经用于原子弹的二十亿美元是合理的。

詹姆斯·弗兰克是最著名的德国流亡物理学家之一。他在一九四二年参加这项工程时是有明确前提的，即如果美国首先制成原子弹，他能有机会就其使用问题向美国最高领导层提出他的看法。一九四五年六月十一日，弗兰克向总统委员会呈递了一份报告。在这个报告上签名的还有他的六位著名的同事，其中包括西拉德。

因此，即使从“乐观”的角度看——如果能够就防止核战争达成一项国际协议的话——使用原子弹突袭日本所造成的军事上的有利形势和对美国人生命的拯救，也会因随之而来的丧失信心，席卷世界其它地区的恐惧和厌恶，以及国内舆论的分歧而失去其原有的重要意义。

从这种观点看，最好的办法是在沙漠或荒岛上当着联合国所有国家的代表面前，为展示这种新武器的威力进行一次爆炸。如果美国对全世界说：“你们看到了我们业已拥有什么样的武器，但是我们并没有使用它。我们乐于在今后放弃使用这种武器，只要其它国家也同我们一起这样做并同意建立有效的国际管制。”这就为达成一项国际协定创造了最佳气氛。

此后，如熊获得联合国（和国内舆论）的同意，或许可以对日本使用这一武器，但最好先向日本发出最后通牒，敦促其投降，或至少疏散某些地区，以免全部毁灭。这听起来似乎异想天开，但核武器的摧毁力是前所未有的，如果想充分利用我们拥有这种武器所取得的优势，我们就必须采取新的、充满想象力的措施。

芝加哥实验室的原子科学家也是意见分歧，而且时有流露，因而主持原子研究的康普顿指示他们就原子弹的使用问题进行意见测验。一次匆匆进行的意见测验表明，只有百分之十五的原子科学家赞成在军事上对日本使用原子弹，百分之四十六赞成先进行有限的军事示威行动，其余的人则赞成对其使用进行其它形式的限制。在有关使用的最后决定作出之前，格罗夫斯将军向陆军部长递交了科学家对使用原子弹的意见的抽样调查，这个调查表明。只有极少数人赞成在无警告的情况下使用原子弹。

这种趋势的最明显实例是，尽管最先提出制造原子弹的人是那些极其仇恨纳粹并害怕纳粹统治世界的人，但遭到原子弹袭击的却根本不是纳粹，而是日本人。正如历史学家唐纳德·弗莱明所说，日本人代希特勒服下了这口苦药。在一九四五年五月八日纳粹投降前几个月，美国人就已不再怕纳粹能制成一颗原子弹来了。而在太平洋，尽管美国军队正向敌人围拢，但人们仍普遍认为，美国必须入侵日本本土，才能结束战争。然而缩短对日战争时间，甚至拯救千百万条生命，与防止纳粹统治世界仍然是目标不同的。但是一颗原子弹业已制造出来，而且耗资巨大。最后，一切主张谨慎和认真考虑长远后果的声音，几乎都被淹没在周密组织而规模庞大的工作所发出的一片喧嚣的声浪中。

杜鲁门总统负起把原子弹引入世界的全部责任。艾丽斯·金布尔·史密斯认为，“但是他的决定与其说是一个积极的行动，不如说是作出了一项选择，决定不去制止三个月前业已发展了的声势浩大而层面繁复的工作。如果他不听信自己最信任的同事们的劝告，而去制止这项工作，那就需要自己单独采取一种惊人的独创性行动。”格罗夫斯将军后来回忆说，总统的决定“是一个不干涉的决定是基本上不推翻原有计划的决定。”

一九四九年，苏联拥有“超级”原子弹（即氢弹）的消息刺激并大大促进了原子武器研究的第二阶段，从而进一步加强了这一新趋势的压倒一切的力量。人们一旦不再怀疑是否可能制造新的、更大的炸弹时，那种囿于道德而犹豫不决的心态（它曾短暂地推迟制造新炸弹的决定）也就随之消失。当制造热核弹（以聚变而不是裂变为基础）看来已有可能时，人们就更普遍地认为着手制造这种炸弹是必要的了。只要“能够”就没有什么“应该”可言。

美国的太空事业与原子弹一样，也是第二次世界大战和德国科技挑战的副产品。当然，美国探索人空的全部历程可以追溯到飞机的问世，罗伯特·戈达德在新墨西哥州的实验，莱特兄弟在基蒂霍克的飞行，甚至更久远的时候。但是刺激美国人作最新阶段的努力并使其得以贯彻的，则是德国 v-2 火箭充

分显示了火箭技术在战争中的用途。一九四五年一月，俄国军队逼近佩内明德火箭发射场，德国的火箭专家们决定逃往西方。这一关键性的决定使美国获得最高级的火箭科学家，并同时得到了记录德国人以前在火箭试验方面的成功和失败（后者更为重要）的技术文件。于是，在一九四五年，美国军队在一次以“回形针行动”为代号的行动中把这批人和文件运到美国国内的军事基地。这些人和文件是世界上火箭学和太空探索这两门新兴科学的最宝贵资源。这批因希特勒战败而不是因胜利而逃亡的外国科学家很快就参加了美国的太空事业，他们在这方面发挥的作用，不亚于另一些科学家在原子弹方面发挥的作用。

美国太空事业发展进程的各个阶段是众所周知的：从发射火箭的改进，一九五八年第一颗美国人造卫星（探索者一号）上天，一九六二年第一个美国人进入太空轨道（水星计划）和第一颗美国通讯卫星（电星一号）发射成功，一九六五年美国双人飞船（双子座计划）飞行一直到美国人登上月球（阿波罗计划）。这些历史上令人注目的具体事实已在人们中间广为传诵，并将永远传诵下去。本书所关心的与其说是这些具体业绩，不如说是这个事业的本身，这个事业所显示的美国人决心干其所想干和需要干的事的行动方式，以及这个事业对美国人掌握自己的现状和前途所具有的意义。总而言之，从当时日益加强的趋势感的角度来看，这一事业说明了什么。

在美国大空事业的初期阶段，最激动人心的事件并没有发生在美国的国土上，也不是由美国科技人员完成的。一九五七年十月五日晨，全世界震惊地看到天空中出现了俄国人发射的一颗人造卫星。苏联人造地球卫星“斯普特尼克”（按俄文字义讲是地球的同行者）是一个直径不到二英尺、重一百八十四磅的铝合金圆球。然而，如此小型、如此无害的物体竟造成举世这样大的惊愕，这是以前从没有过的事，世界竞争的舞台已经揭开序幕。四年的准备活动使世界各国都注目于一九五七到一九五八年举行的国际地球物理年，这将是和平探索外太空的一个象征。一九五五年，当俄国人宣布他们打算在两年之内发射一颗卫星时，美国的海陆空三军还在争夺对太空事业的控制权。美国人一直认定这不会影响太空竞赛的结果，因为苏联的技术远远落后于美国，而且由于其政治制度显然不如美国，它的技术也就注定会永远落后下去。这是美国人有一种信念，即百家争鸣的自由竞争可以促进科学技术的进展，在这个领域里“共产主义”不可能击败“民主”。因此，“斯普特尼克”的突然出现，使美国人震惊和慌乱并使美国人的外国朋友困惑不解，也就不足为奇了。

美国感到惊恐的另一个原因则不难于理解。“斯普特尼克”是由洲际导弹发射的，正如尼基塔·赫鲁晓夫一九五七年八月二十六日在莫斯科广播电台发表讲话时解释的那样，这种导弹可以从苏联准确地向“世界任何地区”发射。专家们很快就明白了，苏联的技术已经发展到可以向美国目标发射一颗原子弹头或氢弹头。但是美国官方的反应总的来说是由两个政党的方针决定的。

艾森豪威尔总统的特别助理，通常有先见之明的克拉伦斯·兰德尔把苏联的卫星“斯普特尼克”说成是“天空中一个骗人的小玩意儿”。他轻蔑地把它与南斯拉夫萨格勒布市举办的一个美国超级市场展览所显示出来的美国力量相比较。据报道，艾森豪威尔总统的预算局局长珀西瓦尔·布伦戴奇对一位一起进餐的人说，六个月之内，“斯普特尼克”就会被人们忘得一干二

净。对此，珀尔·梅斯塔回答说：“而六个月之内，我们可能已经全完蛋了，”艾森豪威尔总统本人则试图把苏联人造地球卫星说成是一个对军事实力毫无影响的噱头，他在记者招待会上宣布：“就那颗卫星本身而言，它丝毫没有使我多一分担忧。”

然而，来自佐治亚州的民主党参议员理查德·拉塞尔的一席话却更真实地反映了美国人普遍的想法。他说：“斯普特尼克使美国人面临一种新的、可怕的军事威胁，它也是对我们声望的一个灾难性打击。”过去，美国希望拉拢的一些国家尽管讨厌美国，但美国总是挟其技术上的优势而令人敬畏。现在，即便这一点也受到了怀疑。一个月后，苏联于十一月三日又发射了第二颗人造地球卫星“斯普特尼克二号”。这颗卫星重一千一百二十磅，上面载有一只名叫莱卡的小狗。十二月六日，设计来发射美国第一颗卫星的先锋号导弹，刚升离发射台就起火焚毁了。世界新闻界大哗，报纸大标题中屡屡出现毁贬之辞“kaputnik”（伦敦《每日快报》）或称之为“美国科学的珍珠港”（东京《读卖新闻》）。

这些表明苏联在太空技术方面占有优势的种种证据，引起美国人对美国教育质量，特别是数学和科学方面教育质量的一连串近似歇斯底里的担忧。苏联的挑战的确影响了某些学校的课程安排，但是在下一个十年，人们同样歇斯底里地要求降低学术标准，以便大学向所有人“开放”，这种强烈情绪又取代了对美国公共教育“质量”的担心。

总的来说，艾森豪威尔总统虽在压力之下仍对太空事业保持冷漠态度，特别是对登月计划。但在一九五八年，国会为了解决三军之间的竞争，成立了国家航空和宇宙航行局（宇航局）后，发展大空活动的势头开始加强。一九六一年八月，宇航局要求预算局为一九六二财政年度拨款十二亿五千万美元，以便推进载人太空飞行。总统要求任命一个科学家小组对此提出一份专门的研究报告。一九六一年十二月在白宫举行的一次会议上，该委员会报告说，“在人类进入太空的计划中，第一个真正伟大的成就将是登上月球。”他们的费用估计是：完成水星计划需要三亿五千万美元；阿波罗绕月航行计划需要八十亿美元，登月需要二百六十亿到三百八十亿美元。为了说明这一支出的合理性，委员会明确地把它比作当年哥伦布发现美洲大陆的旅程。资助那次旅程的是伊萨贝拉女王。据传，为了取得足够的资金，她不得不典当自己的珠宝手饰。艾森豪威尔总统反唇相讥道，他可“不打算当掉自己的珠宝”去把人送上月球。一位与会者后来透露说，从这次关键性会议的气氛来看，“如果任何人考虑进行这件事，那会令人不可理解，甚至滑稽可笑。有人说，‘即使这样做也不会使每个人部感到满足。等他们上了月亮，又会想到行星上去。’这一想法引得人们哄堂人笑。”

艾森豪威尔总统不认为在军事上和科学上有进行这种太空计划的必要，他认为，为了提高国际声誉而花费这样大一笔钱实在是太轻率了。然而，宇航局的预算还是从成立后第一年的四亿九千四百万美元增加到第二年的九亿二千三百万美元。一九六一年十一月，宇航局实际上又把其预算要求提高了一亿美元，从八月份的十二亿五千万美元提高到十三亿五千万美元。艾森豪威尔在接近结束其总统任期时，格外重视自己载入史册时的地位，并认为有必要实现他的信念，即政府应该降低其在美国人生活中的作用。这意味着削减预算，把冒险的经费（难道还有什么比飞向月球更冒险吗？）保持在最低水平。同时，艾森豪威尔总统有着古罗马将领辛西内特斯那种困难时期献

身，和平时时期让贤的精神，因而进一步加强了上述信念。由于他时刻因自己的军人背景而不安，便决心使美国人的生活尽量非军事化、和平化。一九六一年十二月，仅仅还有凡星期他就要向全国发表告别演说，他拒绝批准继续进行登月计划所需的经费。一九六一年一月十七日，他在告别演说中提醒美国要“提防受到军火工业界有意无意的不正当影响。处于不适当地位的势力不幸得势的可能性现在存在，今后仍将存在……我们还必须警惕……政府政策本身受到科学技术界控制的危险。”

一九六一年一月二十日，约翰·肯尼迪就任美国总统时，他对太空事业没有特别的了解，对人空政策也没有特殊的兴趣。他之所以异乎寻常地关心世界事务，是出于他对西方世界与共产党竞争的观念，他下了极大的决心：绝不能让苏联超过美国。军人出身的艾森豪威尔总统认为，只有明确的军事用途才足以证明一项代价高昂的太空计划是合理的，他不相信提高国际声誉这种借口；而肯尼迪总统念念不忘的却是美国的威望和怎样使美国的声誉压倒苏联，我们回忆一下便可看出，美国的太空事业，特别是登月计划，完全是为了提高美国的声誉，提高美国在国外的威望。因为尽管太空探索具有军事上的意义，但这种意义并不明显，因此看起来，太空事业完全可以作为美国爱好和平以及为了知识而追求知识的象征。同时，把人送上月球这一行动本身又是如此容易使人倾心，以致它一定会在世界舞台上受到热烈欢迎，为人们所景仰。经过周密规划和安排的登月壮举会占领世界各地的电视屏幕。

肯尼迪总统对登月计划并没有作出任何指示，直到他自己的顾问能够对此作出简要的汇报，美国的太空技术无可争辩地落后于苏联，美国与苏联在国际声望上的竞争已到达危急关头，他才有所行动。这些紧迫的情况，在他入主白宫后的四个月内迅速接踵出现。国家科学院太空科学委员会的新任主管是个献身于太空探索的人。他很有说服力地提出了太空探索在科学上的好处。副总统林登·约翰逊也非常热衷于太空探索，肯尼迪总统任命担任宇航局局长的詹姆斯·韦布极富观察力，又具有杰出的组织和领导才干。他很快就彻底了解这件事所涉及的复杂技术问题，并卓有成效地说服了那些不愿采取行动国会议员们和犹豫不决的总统。

同时，苏联人又取得了巨大的进展。一九六一年四月十二日，莫斯科宣布：

四月十二日，苏联发射了世界第一艘载人宇宙飞船“东方号”，并已进入环绕地球的轨道。第一位宇航员是苏联公民尤里·阿列克谢耶维奇·加加林空军少校。

赫鲁晓夫在打电话向加加林祝贺时洋洋得意地欢呼：“让资本主义国家来追赶我们吧！”

四月十四日晚，肯尼迪总统召集其主要顾问在白宫会议室举行会议，并接受了《时代—生活》杂志记者休·赛迪的采访。这一配合行动意义重大。据报道，这次会议的目的是：“总统与其主要顾问讨论加加林飞行的意义和美国可能采取的行动。”据赛迪报道（总统本人曾亲自审阅这篇报道内容是否正确）：

“现在我们来研究一下”，肯尼迪不耐烦地说，“有哪些方面我们能赶上他们？我们能干什么？我们能不能在他们之前搞绕月航行？我们能不能在他们之前把一个人送

上月球、新星计划和漫游者计划进展如何？土星计划何时能准备完毕？我们能不能向前跃进一下？”

〔宇航局官员〕德赖登解释说，只有一个希望，那就是美国搞一个类似曼哈顿计划的应急计划。但是这可能需要花费四百亿美元。即便如此，也只有百分之五十打败苏联人的希望。

詹姆斯·韦布插话说：“总统先生，我们现在正尽力而为。由于你的领导才能，我们现在进展得比以前快多了。”

总统沉思着说：“费用，我感到难办的正是费用问题。”他有所期待地转身去望首席预算局长贝尔。贝尔解释说，太空科学费用已经是以几何数字增长了……〔总统的科学顾问〕威斯纳告诫说：“现在可不是犯错误的时候。”……

肯尼迪又转向他周围的人。他思考了一会儿，然后说：“等我们对情况了解得更多一些，我就可以决定究竟值不值得干了。如有人告诉我怎样赶上他们……”

肯尼迪又停了一刻，端详着周围的每一个人，然后平静地说：“现在没有什么比这件事更重要了。”

四月十五日，也就是加加林上天后的第四天，中央情报局训练的古巴流亡者发动了突然袭击，先是从空中攻击卡斯特罗的飞机，四十八小时后在猪湾侵入。但是不到两天，全世界的人都清楚看到，猪湾事件对于美国来说是一场灾难。美国人的自尊心和美国在海外的声望一落千丈，从来没有象当时那样需要提高。正如肯尼迪总统的科学顾问解释的那样，总统现在感受到沉重的压力，“必须拿出别的引人注目的东西。”当时，他可以利用的是一场“太空奇观”。不到一星期，肯尼迪总统就在四月二十一日的记者招待会上宣布，他已经要求一个以副总统为首的委员会就美国对太空事业的投资提出建议，并制订“任何不惜代价的计划”，只要它能够使美国有希望在太空方面胜过苏联。沃纳·冯·布朗四月二十九日对副总统说：“我们有百分之五十的可能比苏联人先派一个三人机组环绕月球运行。而在首先登月方面（当然，也包括返回地球的能力），我们极有可能赶在苏联人前头。”其他专家已经取得一致意见，认为在太空事业上，登月将是美国可以赶在苏联前头的第一个壮举。五月五日，水星计划获得第一次公认的胜利，宇航员艾伦·谢泼德进行了一次载人太空飞行。詹姆斯·韦布和国防部长罗伯特·麦克纳马拉在给副总统的一份备忘录中极力主张：

最能使整个世界向往的是进入太空的不仅仅是机器，而是人。所有大规模的计划都需要在全国范围调动资源：需要研究并成功地应用最先进的技术。因此，太空事业上的巨大成就足以代表一个国家的技术力量和组织能力。正是出于这些原因，太空事业上的重大成就有助于提高国家的声望……

象苏联人刚刚做到的那样把人送入轨道，这项巨大成就可以提高国家的声望，即使用通常标准来衡量，它在科学、商业或军事上的价值都不足称道，或者从经济角度说并不合理……我们在这方面的成就对于美苏两国在制度上的竞争也具有重大作用。从这一意义上说，象月球探索和行星探索这类非军事、非商业、非科学但属“民用”的计划，是变化万千的冷战前线的一部分战斗。

五月八日下午，同一备忘录送交肯尼迪总统。次日，新闻界根据透露的消息得知，总统正批准一项把美国人送上月球的计划。韦布—麦克纳马拉备

忘录成了总统的计划。这一计划要求在下一个财政年度把太空预算增加五亿四千九百万美元（比艾森豪威尔总统的预算数字高百分之六十一），并在以后五年中再增加几十亿美元。

一九六一年五月二十五日，肯尼迪总统在国会发表了题为《国家的紧急需要》的演说。他在演说中宣布了自己的太空计划：“美国应致力于在这个十年结束前达到把人送上月球并安全返回地球的目标。”国会几乎未经辩论就批准了肯尼迪总统的太空计划。参议员罗伯特·克尔解释说，这一计划“将使美国人实现自己的宿愿”。

在不到十年的时间内，一九六九年七月二十日东部时间下午四时十七分，确实有一位美国人登上了月球。人类技术的这一最雄心勃勃的目标由美国人实现了，而且是按时实现了。肯尼迪家族的一员萨金特·施赖弗在“阿波罗二号”发射之时感触地回忆道，一九六一年肯尼迪总统在宣布全国致力于登月计划时曾说过：“我坚信这一努力能够达成。如果在实现之前我死了，在座的各位都要记住，那时我将在天国，坐在现在这样一把安乐椅上，我将比任何人看得更清楚。”

在美国人与未来的关系中，趋势的地位已变得愈来愈突出，它当然也主宰了太空事业。尽管艾森豪威尔总统对增加太空探索的经费是否明智这一点深感怀疑，尽管他对这一事业可能产生的结果缺乏想象力，他仍然批准了超过十亿美元的宇航局预算。回过头来看，肯尼迪总统决定进行把一个美国人送上月球的计划与杜鲁门总统决定使用原子弹有许多相似之处。尽管战时的趋势已不存在，但还有其它的趋势：与苏联人的竞争，尤其是太空事业本身日益增长的质量和速度。尽管肯尼迪总统宣称及时作出登月决定的功劳应该属于他个人，而他本人也确实应该因此而受到赞扬，但从历史的角度看，这项决定仍然同过去一样，与其说是一个积极的行动，不如说是决定不去制止另一项声势浩大而层面繁复的工作。

由于越来越多的科技渗入美国文明，它也就越来越多地受到不断发展的知识的内在逻辑的支配。科学技术有其自己的惯性：每走一步都是由前一步决定的。不走这一步就是浪费了以前所有的努力。美国一旦走上了光明的科学之路，也就会冒着一定的风险进入一个神秘的世界。在这个世界里，决定方向和速度的是开辟道路的工具和载人向前的车辆。科学的这种自主性、科学家按照知识和发现所引导的道路前进的自由，说明了社会是没有自由为其它原因而自选道路的。人们觉得自己可以使变化的速度放慢，例如可以将超音速运输机的生产推迟一两年，但他们却不知自己是否有能力制止它的出现。

正是由于美国是如此民主，所以旧世界在“科学”与“技术”之间所设的界线，即传统上把思想的人与行动的人分开的制度，全部被打破了。实际上，“理论”与“实践”的区别在新的情况下是不存在的。由抽象大师艾伯特·爱因斯坦敦促而成的原子事业，使理论物理证明了它的实践性，而登月计划却导致了一个根本上是抽象的目标。历史上耗资最多的科学冒险事业（到一九七二年时，耗资已超过原子弹的费用许多倍）竟是由一个仅仅模糊地认识到其“实际”目的的国家来进行的。

这种趋势感使总统们不得不折服，也给普通老百姓带来了负担，研究与发展的节奏，广告宣传的节奏，以独创的、遍布全国的和必然出现的新方法

生产并向几乎所有人推销几乎所有东西的节奏，使美国文明的前途和日常生活的形式看来不得不取决于已经进行的事业的质量和速度。这种情况渗透到公众对所有工业发展的观念中，例如包装的改良（从纸袋、折叠纸盒、玻璃纸、双层玻璃纸，到以后无奇不有的包装），汽车（从 T 型、每年一个型号、半年一个型号，到以后各种无法预料的型号），以及其它无数大大小小的发展趋势。

在社会政策方面，看来有关“是否要做”的决定越来越少，而有关“速度及何时动手”的决定则越来越多。我们难道可以使趋势的速度放慢吗？难道可以阻挡趋势的发展吗？这里所说的是包装的趋势、汽车生产的趋势、通讯交流的趋势、树立形象的趋势、增加大学的趋势、修建公路的趋势或人口增长的趋势。

这种被动地做出决定的气氛，这种新的不自由，已被工业领域以外的各种力量所证实。因为制造原子弹和进行太空冒险，以及成千上万较小的日常事物——汽车和飞机、收音机和电视、电子计算机技术和自动化，以及研究与发展的无数产品——都在表明：科学技术的“进步”，无论是有指导地进行或任其自由发展，都会控制美国人的日常生活。决定美国人前途的不再是法律或政治家的智慧，而是别的东西。地球上的一切事物中，知识的增长仍是最自发、最不可预测的。