

Marshall McLuhan (馬素·麥克魯漢)：

「媒介即訊息」

Marshall McLuhan: "The Medium is the Message"

作者：Todd Kappelman

Todd A. Kappelman 早年畢業於 Dallas Baptist University (B.A. and M.A.B.S., 宗教及希臘文)，其後取得 University of Dallas 人文及哲學碩士學位，現正於 University of Dallas 攻讀哲學博士學位。他的研究專長為十九及二十世紀歐陸哲學和後現代思潮。

譯者：葉智仁，加拿大 Simon Fraser University 傳播學哲學博士候選人

[繁體 PDF 檔下載](#) | [簡體 PDF 檔下載](#) | [觀看簡體 html 檔](#)
[版權聲明](#)

流行文化的大祭司

這篇文章將為大家講論一位大部份人都不認識的學者，他就是廣被稱為電子時代之父和領頭先知的 Marshall McLuhan。加拿大籍的 McLuhan，生於 1911 年。他受 G.K. Chesterton ^{譯註 1} 的影響，於 1937 年成了基督徒。McLuhan 一生著述了 12 本書和數以百計的文章，而其中一本不朽巨著 *Understanding Media: The Extensions of Man* 《認識傳播媒介：人的延伸》，則出版於 1964 年。佔據 McLuhan 職業生涯中最多研究時間的主題就是關於科技或技藝 (technology) 所產生的效果。他要探索科技影響力與流行文化的發展關係，從而進一步明白這種發展如何影響到人類自身和他們在社會群體中生活的關係。由於 McLuhan 是第一位提醒大家要注意上述課題的人，因此他被封為一位時尚英雄(cult hero)，並且贏得「流行文化的大祭司」的美譽。¹這個美譽並沒有高捧了 McLuhan，委實他昔日提出的多項觀點對今日的社會仍然適切。

儘管 McLuhan 的學說繁多，但他對複雜的媒介 (media，一個他鑄造的新詞) 內容之探究和仔細觀察卻往往能被簡化為一闕笑語或幾句說話。對於人們生活

^{譯註 1} Gilbert Keith Chesterton (1874-1936)，生於倫敦，是廿世紀初一位著名英國作家和評論家。基督徒學者魯益師(C.S. Lewis) 也因讀了 Chesterton 寫的 *The Everlasting Man*，日後從無神論者變成基督徒。

¹ 1969 interview in Playboy magazine originally titled "A Candid Conversation with the High Priest of Popcult and Metaphysician of Media," pp. 53-74, in *The Essential McLuhan*, Eric McLuhan and Frank Zingrone (ed.), (New York: Basic Books, 1995), pp.233-69.

在一個科技化和媒介主導的社會的新狀況，McLuhan 說道：「假若城市的功用，是把人類從其先祖過著游牧生活的狀況，重塑或轉化為更佳的生活形態，那是否就是要把我們目前的整體生活，轉變為非物質的資訊形式，即把全球人類這大家庭結連為一個相通的意識呢？」²

McLuhan 作了這樣的陳述，是要宣佈世界成了一個地球村（另一個他鑄的新詞），並預測整個世界的社群特徵越發強烈，以至今我們所見的狀況。他是在六十年代初期談論這一切的，那時候電視文化的發展還處於嬰孩期，而個人電腦的誕生，差不多還要多等 20 年。

正如 Lewis H. Lapham^{譯註 2} 所說，McLuhan 講述的是一個人類膜拜自身所造之物的國度。這些被造之物是以傳真機和高速電腦的形態被人敬拜、又或以「可口可樂」福澤萬民和 Donna Karan 名牌服裝的神聖姿態出現。³ 這國度之民留在家裡看電視多過去教堂崇拜的事實，我們現在已不會感到是新奇的事。然而，那時候，對 McLuhan 而言，這是人類歷史中，文化變動的預兆。雖然至今大部份人都察覺不到這變動，但實際上所有人都深受其害。McLuhan 為此警戒道：「我們會變成吸引我們眼目之物」。假如有人不信的話，他應該看看一般青少年的消費慾望，看看他們渴望成為 Michael Jordan（米高佐敦）米高佐敦(Michael Jordan)、Madonna（麥當娜）、或者 Britney Spears 而產生的整容手術文化熱潮和飛奔去買網球鞋的瘋狂行爲。

慾望的對象

McLuhan 也被稱為媒介評論圈的領袖。當我們跟隨他的探索之路，我們便會窺見美國廣告界和市場研究的技倆，知道他們如何完全操縱那些沒防範的消費者。⁴ 在 1951 年第一次印行的 *The Mechanical Bride* 《機械新娘》，McLuhan 已把這狀況如何形成和它帶來的影響等問題勾勒出來。這本書集中討論印刷媒介對男性和女性心理的影響。McLuhan 說道：「廣告人員的工作目的是要操縱、剝削和控制個人」。⁵ 假如這言論是真的，那麼或許有人會問，誰在掌管這些操控手段，他們又想達致什麼效果？

掌管這些操控手段的，就是廣告公司。他們至終想達到的目的，無非為了向那些沒防範心的消費者兜售物品。廣告公司的整套策略，就是先把女性塑造成男

² Understanding Media: The Extensions of Man (Cambridge: The MIT Press, 1994), p.61

^{譯註 2} Lewis H. Lapham (1935--), 美國著名專欄作家，現為 Harper's Magazine 編輯。

³ Lewis H. Lapham in the introduction to the thirtieth anniversary edition of Understanding Media (Cambridge: The MIT Press, 1994), pp.xx-xi.

⁴ See McLuhan's work *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man* (New York: Vanguard Press, 1951). This is an intensive examination of the effects of advertising and comics in producing new perceptions about what we should and do desire, as well as why we believe these things will bring us happiness.

⁵ "The Mechanical Bride," in *The Essential McLuhan*, Eric McLuhan and Frank Zingrone (ed.), (New York: Basic Books, 1995), p.21.

性慾望的對象，然後反過來，向女性推銷一些能夠幫助她們提升吸引力的物品。廣告人最成功之處，就是能夠創造一個以往不存在的市場。跟 McLuhan 當年的作風一樣，我們不是在此特意詆毀廣告工業，反之我們要為媒介如何運作的問題提供一點亮光。關於現代女性的心思意念如何受到廣告界才能之士影響這問題，McLuhan 的描述正是這洞見的好例子。他說道：「在現代女孩子的心中，她們的一雙腿如同胸部一樣是具威力的，重點不在性感誘惑，相反是在於能藉此作為達致成功的工具。女孩子擺腰踢腿.....是由於她們懂得『長腿姑娘通行無阻』的道理。確切而言，她們的雙腿只是像汽車前頭的鐵柵般的裝飾物，根本與她們的品味和獨特個性沒有半點密切關係。她們的雙腿是用來吸引和控制男士目光的誘惑力量而已。」⁶

McLuhan 確切地為我們探究的，不是女人為了男人而盡心打扮的事實(女士們大概很久以前已如此作)，而是女性身體的每一部份和任何一部份都可以「打磨」出最佳狀態的想法。受著廣告的強攻，現代女性懂得各種化妝品都有其獨特功效，例如在贏得夫婿、把握進升機會、甚或開一方便之門等設定目標上，都可幫上一把。

至此，可能有人已想到，這些猛烈的廣告攻勢其實亦有針對男性對象的。其廣告理念是出現一位令人敬畏、美麗與高貴的程度實屬空前絕後的女神。她的要求是，身邊的男士要同樣展現出非凡的精力和氣概。McLuhan 指出，結果是男士們會毫不遲疑地被女士們的溫柔和狡猾所俘虜，同時迷失在胴體的煙霧中。可以說，男士不是被廣告所說服，而是被打倒和擊敗。⁷

科技是人體的延伸

繼續查考 McLuhan 的學說（「地球村」一詞和「媒介就是訊息」亦是由他提出的），我們便要看他如何討論人類把自己以不同方式延伸的說法，與及這些延伸方式如何影響我們之間的關係等問題。不過，我們首先必須明白 McLuhan 所講的「延伸」一詞是指什麼。

當一個體或社會能製造或利用一些東西，使人類的軀體和心靈得以進到一種新穎的形態範疇的時候，就是一種延伸的誕生。我們用來挖掘泥土的鐵鏟是我們手腳的延伸，它鏟頭的部份像我們拱起如匙狀的手，但卻比我們的肉手更堅硬，更不易破損，而每一下挖掘動作也較之我們的肉手能鏟去更多的沙土。同樣地，一台顯微鏡或望遠鏡引進的視域就是我們眼睛的延伸。

讓我們觀察一些較複雜的延伸例子。有人可能會想到汽車就是腳的延伸。汽車的作用如同雙腳，讓我們可以到處逛，但卻更快更省力，甚至在惡劣的天氣下，也可較舒適地前往目的地。談到這裡，大多數人都已明白了延伸這個觀念，但對於 McLuhan 稱為「截斷」(或切除)的觀念，即延伸的相對狀態，也許是我們未曾仔細想過的。

⁶ "The Mechanical Bride," in *The Essential McLuhan*, Eric McLuhan and Frank Zingrone (ed.), (New York: Basic Books, 1995), p.21.

⁷ *Ibid.* p.25.

人類的每項延伸活動，特別是科技的延伸，總會截去或改動其他一些延伸的狀態。好像火藥和槍砲的發展，就是促使射藝息微的截斷例子。人們要好好掌握槍械的新技術，便沒有時間反覆練習射箭。同樣地，汽車這種科技的延伸，也截斷了人們高度發展步行文化之需要，也因此進一步促使城市和國家的發展邁向不同的方式。又好像電話的例子，它是聲音的延伸，但亦截斷了人們藉平日書信往來而得的書法藝術。這裡只是一小部份的例子，委實差不多我們見到的每件事物，都可作相似的舉例。

McLuhan 相信人類時刻沉醉於延伸的事物和狀態上，而卻往往選擇輕看或淡化截斷作用的果效。譬如，我們會歌頌汽車作為我們高速私家運輸工具的好處，但是卻不願想起它引致環境污染的壞處。除此之外，我們也不願想到與人隔絕，一個人在途上駕車的情況，更不想談到常常坐車容易令人發胖等有損健康的截斷作用。如此，我們變成了時刻高舉延伸，而淡化截斷果效的族群。McLuhan 認為，這種心態是很危險的。

過份延伸的科技所帶來的危險

我們已討論過新科技為社會所帶來之延伸和截斷的問題。正如先前提及的，汽車是腳的延伸。汽車的功用跟腳一樣，讓人可以四處走，而且更快更省力；可是它的截斷效應則包括少用了的腿會失去氣力，而我們呼吸的空氣質素也會因此下降。

當一種媒介過份延伸會產生一定的問題。好像汽車作為一種運輸媒介，它引致的截斷效應如肌肉萎縮、煙霧籠罩、超速駕車引致傷亡等事故的增加，正逐漸對抗著我們起初因延伸所帶來的益處。可以說，現代運輸工具讓我們更快捷方便地到達目的地的好處，已被汽車傷亡、肺病和肥胖等問題所抵消。最終，我們得益的方向會產生逆轉。McLuhan 說道：「雖然美國人是擁有四個輪胎的生物這聲稱一點也不錯，但更恰當的講法是，美國的青少年關心自己是否已達到考取駕駛執照的年齡，比關心自己是否達到投票年齡更甚，因為汽車已成了他們衣食住行的一部份。在城市生活中，沒有汽車，尤如沒有衣服一樣，這些青年人會有一份不安、光禿禿和欠了東西不完整的感覺。」⁸

就這現象，我們可加上一點補充。事實上，孩子們自幼已被我們訓練有素，即使他們所站之地，與高速行駛的車輛只有幾呎的距離，他們也不會害怕。相反，在大約少於二百年前，一個人如果看見一架鳴笛的火車或一輛飛馳的汽車，肯定會為性命驚慌逃跑。但現在，我們已慢慢地養成不再害怕這些其實甚為危險的東西。同樣地，雖然我們知道，如果把時速限制訂為每小時二十英哩，是可以免去大部份交通傷亡的，但我們依然認為，如果這個傷亡率能換來我們更快到達目的地之方便，仍是值得的。假若我們想像有一位政黨候選人，他在政綱上列出要把全國的時速限制減至每小時二十英哩，只要你想他的命運，你就不難證明人們會輕率地接受開快車的害處。即使未嘗試過執行這種時速限制，我們亦可肯定它擁有的好處，但我們仍然選擇有害處的方案，是因為

⁸ The Essential McLuhan, p.217.

所有的科技延伸形式，縱然可能致命或令人感到可怕，它還是予「高人一等」的感覺。

說到這裡，我們已有足夠準備去明白電視、流動電話和電腦等不同科技的延伸模式。依據 McLuhan 的講法，所有這些東西，作為上一代技藝或科技的延伸，必然同時有著正面和負面的截斷效應。

應用於媒介的四大問題

作為總結的部份，我們要透過閱讀 McLuhan 最後的一本著作 *Global Village* 《地球村》的內容，去看看他對我們時代的適切性。這本書於 1989 年出版，相距他的經典鉅著 *Understanding the Media: The Extensions of Man* 《認識傳播媒介：人的延伸》的出版有二十五年之久。在他的早期著作中，McLuhan 一直集中研究自活板印刷術面世後，那五個世紀之急速變遷情況是怎樣的，當中特別關注的是二十世紀的急劇發展。McLuhan 於 1980 年去世，到那時為止，他僅僅見到電視時代初熟的果子與及他某些預測的應驗。McLuhan 並非一位大驚小怪的人，相反，他深切關注人類會否任性地無視科技害處的問題。

McLuhan 在晚年時期，以一個他稱為四元論(tetrad)的架構，重新為自己的學說賦予一個科學基礎，部份的原因是為了回應一些人對他的批評。四元論，又稱「媒介四大律」是以四條問題的形式表達的，它不單是 McLuhan 用來檢視人類大部份行為的學說，更成了我們藉以理解人類文化的一種新工具。

媒介四大律提出四個問題。第一條問題是，「這種媒介或科技延伸了什麼？」在汽車的例子中，被延伸的是腳；在電話的例子，被延伸的是嗓音。第二條問題是，「這種媒介或科技淘汰了什麼？」在同樣的例子中，你會想到汽車免了我們走路，而電話使我們無需要再利用煙號和信鴿。第三條問題是，「什麼被恢復了？」答案是，汽車讓我們重拾了歷險和探尋的感覺，而電話通訊的普及亦讓人好像置身於社區一樣。甚或有人會提出，隨著當車主的風氣流行起來，出埠度假的玩意也再次興起。第四條問題是，「過度延伸的科技把什麼逆轉了？」人們面對過度延伸的汽車文化會渴望有行人專用區，而面對過度延伸的電話文化，我們會有想獨處的感覺。

從延伸的角度看，藉無線電收音機或電視廣播，我們可以在同一時間內獲悉全球發生的大事。然而，電視文化亦減少了或截斷了我們家庭生活中面對面談話的親密關係；因之，我們會發現，若要全屋的人都靜下來，只要一扭開電視機就見效了。論到被恢復的，在這例子中，可以說是部落文化或人類緊密相連的視野；而至終會成出現的，將會是一個全球劇院，當中每個人都是舞台上的演出者，但需要做的，僅是見證諸如空難或天災等重大事件的發生而已。

在 McLuhan 的墓碑上，寫著這句話：「真理使人自由」。我們無須喜歡、甚或同意他所講的每一句話。然而，McLuhan 終其一生，為探討人類在世生活的真相和科技背後隱藏的危險所作的努力，我們是不能忘懷的。

基督教線上中文資源中心(OCCR)版權所有©2003

OCCR 鳴謝 Leadership University 及文章原作者允許翻譯並在網上發表本文。

讀者可免費下載本文作個人或小組閱讀及研究，唯必須全文下載，包括本版權聲明，並在引用時聲明出處。引用方法及中文文章版權詳情及來源可參

<http://occr.christiantimes.org.hk/introduction/citationandcopyrights.htm>。

本文網址 http://occr.christiantimes.org.hk/art_0005.htm

OCCR 網址 <http://occr.christiantimes.org.hk>

[繁體 PDF 檔下載](#) | [簡體 PDF 檔下載](#) | [觀看簡體 html 檔](#) | [英文原文](#)