

HZ BOOKS
华章书局

MEDIUM IS THE MESSAGE

AN INVENTORY OF EFFECTS

媒介即按摩

麦克卢汉
媒介效应一览

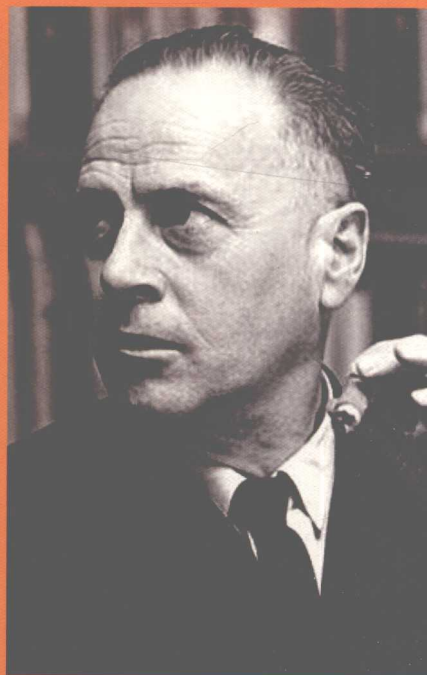
[加] 马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan) 著

[美] 昆廷·菲奥里 (Quentin Fiore) 编

[美] 杰罗姆·阿吉尔 (Jerome Agel) 编

何道宽 译

机械工业出版社
China Machine Press





媒介即按摩

麦克卢汉
媒介效应一览

[加] 马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan) 著

[美] 昆廷·菲奥里 (Quentin Fiore) 编

[美] 杰罗姆·阿吉尔 (Jerome Agel) 编

何道宽 译

MEDIUM IS THE MESSAGE

AN INVENTORY OF EFFECTS



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介即按摩: 麦克卢汉媒介效应一览 / (加) 马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan) 著; (美) 昆廷·菲奥里 (Quentin Fiore), (美) 杰罗姆·阿吉尔 (Jerome Agel) 编; 何道宽译. —北京: 机械工业出版社, 2016.9

书名原文: The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects

ISBN 978-7-111-54824-9

I. 媒… II. ①马… ②昆… ③杰… ④何… III. 传播媒介—研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 212864 号

本书版权登记号: 图字: 01-2015-8641

Marshall McLuhan, Quentin Fiore, Jerome Agel. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects.

Copyright © 1967 by Jerome Agel, Renewed 1996 by Jerome Agel.

Published by Gingko Press, Inc.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2016 by China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Gingko Press Inc. 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内 (不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区) 独家出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

媒介即按摩: 麦克卢汉媒介效应一览

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 单秋婷

责任校对: 殷虹

印刷: 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司

版次: 2016年9月第1版第1次印刷

开本: 170mm × 242mm 1/16

印张: 14

书号: ISBN 978-7-111-54824-9

定价: 40.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

这篇小序分几节介绍了译者研究本书的心得、体会以及对本书的评价。

一、奇人怪杰

马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan，1911—1980）一生拿了五个学位，拥有博大精深的学问基础。

从20世纪40年代起，他完成了一次又一次重大的学术转向。他从文学批评转向社会批评，从文学转向传播学，从单一学科研究转向跨学科研究，独创了别具一格的媒介理论，成为媒介环境学的一代宗师。20世纪60年代后期，尤其是在1966年和1967年，他的声誉达到顶峰。

1964年，《理解媒介：论人的延伸》横空出世，麦克卢汉名震全球，既誉满天下，又惨遭诟病。

褒之者宣告他是“继牛顿、达尔文、弗洛伊德、爱因斯坦和巴

甫洛夫之后的最重要的思想家”，是“电子时代的代言人，革命思想的先知”。

贬之者给他取了许多诨名，“通俗文化的江湖术士”“电视机上的教师爷”“攻击理性的暴君”“走火入魔的形而上巫师”“波普思想的高级祭司，在历史决定论的祭坛前为半拉子艺术家做黑弥撒的教士”。攻击他“出尽风头，自我陶醉，赶时髦，追风潮，迎合新潮。可是他错了”。宣判他的文字“刻意反逻辑、循环论证、同义反复、绝对、滥用格言、荒谬绝伦”。

二、三部巨著

1951年问世的《机器新娘：工业人的民俗》率先研究大众文化，批判广告，批判美国文化，痛快淋漓。

1962年出版的《谷登堡星汉璀璨：印刷文明的诞生》研究印刷术，重写文明史，是整个西方历史的重新表述，章节短小精悍，颇似当今博客。

1964年的《理解媒介：论人的延伸》研究媒介对社会与人的深刻影响，提出了7条媒介定律，阐释了26种代表性的媒介，成为不朽的传世经典。

麦克卢汉是20世纪最负盛名的媒介理论家之一，是信息时代和数字时代的先师和圣贤。他是媒介理论的播种者和解放者，他的思想深刻影响着21世纪的媒介研究。

三、三次热潮

20世纪60年代，第一次麦克卢汉热兴起。北美的宣传机器几乎全部开动起来为麦克卢汉效劳，几十种大大小小的报刊发表数以百计的文章颂扬他，他被封为“先知”“圣贤”、20世纪“最重要的思想家”等。法国人还创造了一个词，“麦克卢汉式的”。

1969年3月号的《花花公子》破例刊载了几万字的《麦克卢汉访谈录》。

整个20世纪60年代，请麦克卢汉演讲的著名企业和机构排队恭候，他成了电视“明星”。

20世纪90年代，第二次麦克卢汉热兴起。全球化、信息化、网络化、

数字化的加速使人赫然顿悟：原来麦克卢汉是对的！

1993年，《连线》在创刊号的刊头上封他为“先师圣贤”。

2010年前后，第三波麦克卢汉热兴起。2011年，麦克卢汉百年诞辰的纪念活动把麦克卢汉研究推向高潮。

麦克卢汉是21世纪的朋友、未来世界的的朋友，他的技术乐观主义感染人、激励人，他的媒介理论给层出不穷的新媒体研究提供了灵感。

麦克卢汉为媒介理论、传播学和跨学科研究留下了一笔丰厚的遗产。只要互联网不灭，人们就会怀念他；只要媒介演化还在继续，人们对他的研究就不会停止。

四、题解

本书的书名给人的第一印象是怪异：何谓按摩？为何按摩？

麦克卢汉的媒介理论众多、繁杂又精简。精简版有“老三论”：媒介是人的延伸；媒介即讯息；冷媒介和热媒介。

经典版为四定律：延伸论（媒介的功能被提升放大）、过时论（媒介的功能变得过时）、再现论（旧媒介再现）、逆转论（一种媒介逆转为另一种媒介）。

其余的版本有：他在《理解媒介：论人的延伸》里提出的“七原理”；保罗·莱文森（Paul Levinson）为他梳理的“十四论”；特伦斯·戈登（Terrence Gordon）为他归纳的“新十论”；罗伯特·洛根（Robert Logan）为他新解的“三十八论”。

麦克卢汉玩弄“媒介即讯息”（the medium is the message）里的关键词“message”，将其变成massage（按摩）、mass age（大众时代）、mess age（混乱世代）。于是就弄出了“媒介即按摩”“媒介即大众时代”和“媒介即混乱世代”这样的文字游戏。

戏仿他的文字游戏，我们还可以将“message”拆解为“me sage”（吾即圣贤），由此而引申出“媒介即我为圣贤的时代”。博客、播客、微博等自媒体把人变成“圣贤”，其功能是多么强大啊！

五、戏言、真言与警钟

“媒介即按摩”是戏言。麦克卢汉用诗性的、艺术的语言描绘媒介对人的强大影响，用夸张的语言刺激读者，使人注意他那超前的思想。

这种反常的文风适合他反常的研究方法：探索而不做结论，并置而不做分析，铺陈而不做归纳，发现而不做判断，定性而不做定量，形而上而不做实证；偏重马赛克图像，不搞量化描摹。

“媒介即按摩”是真言。媒介改变人，其影响使人麻木，是阉下的、无意识的、不知不觉的。他说：“一切媒介对我们的影响都是完全彻底的。媒介影响的穿透力极强，无所不在，在个人、政治、经济、审美、心理、道德、伦理和社会各方面都产生影响，我们的一切方面无不被触及、被影响、被改变。媒介即按摩。不了解作为环境的媒介，对任何社会文化变革的了解都是不可能的。”

“媒介即按摩”是警钟。任何媒介既是人的延伸，也是人的“自我截除”。自我截除不容许自我认识；媒介报复人，使人麻木无知。

六、奇书

这是一本奇异的书。奇在哪里呢？

(1) 三人合作，一主二从。作者麦克卢汉是超级明星，合作者昆廷·菲奥里(Quentin Fiore)和杰罗姆·阿吉尔(Jerome Agel)亦小有名气。菲奥里是杰出的平面设计师，阿吉尔是著名的书籍出版人和作家。他们是麦克卢汉的超级粉丝。他们主动承担重任，精选麦克卢汉语录，配图并编辑本书，不让麦克卢汉动一根手指头，只请麦克卢汉署名。本书的成书过程令人称奇。

(2) “三无”。没有目录、文献和索引。

(3) “另类”。不分章节，缺乏学术书的基本规范。不过，隐性嵌入的章节有：你个人、你的家人、你的邻里、你的教育、你的工作、你的政府、“他人”等。

(4) 图文并茂。既有学术性，又像动漫书和“小人书”。严肃的学者可

能会不屑一顾，但本书普及了麦克卢汉的媒介理论，使难以理解的麦克卢汉容易理解。

(5) 奇迹。本书问世于1967年，正是麦克卢汉如日中天时。两位小有名气的粉丝甘心为麦克卢汉做嫁衣，包办代替了配图和编辑的全过程。迄今为止，这本“另类”的书畅销全球，已售出100余万册。

七、读图

2005年1月，我应邀为《中国图书商报》10周年特刊撰写了一万余字的特邀稿《从纸媒阅读到超文本阅读——我们为什么离不开纸媒书和深度阅读》。

这篇文章谈及图片阅读和文字阅读的关系，容我大段摘抄于此。

“娱乐阅读”“读图时代”不值得欢呼，更不能够讴歌为时代进步，没有深度的阅读会使人心智枯竭、心灵生锈。正面的引导当然要使人学会分辨不同目的、功能和层次的阅读：浏览、专题、研究、拓展、创造，步步前进，在充实的生活中逐渐向网络阅读和纸媒阅读的深度进军。

图片更直观、更形象、更通俗，读起来也更省时，但文字是高度凝练抽象的，它需要左脑和全脑的积极调动。文字处理复杂的信息；图片处理浅表的信息，主要是调动右脑，只需要做简单的粗加工。我们不能用图片遮蔽文字，用游戏取代阅读，用娱乐替代思考。

图文阅读和动漫阅读能普及百科知识和经典，其作用难以替代。然而，它们只能给文本阅读起辅助的作用，无限拔高图文和动漫是骗人的伎俩和赚钱的花招。我们不能在培养网络人和动漫人的同时又造就一代文字阅读的文盲。

10年过去了，我的观点和文字需要做一点修正。那篇文章对图片阅读和动漫阅读的批判过于严厉了。

有人说，现在是“读图时代”，似有道理。10年来，图文书在图书市场上所占的份额越来越大。在这个快餐文化发达的时代，图文书更吸引人，使阅读更加生动，功不可没。

八、什么时代

这是最好的时代。互联网、大数据、云计算、资讯信手拈来，现在做学问真的“幸福死了”。

在上述特稿里，我写了这样一段话：“每当新生进校，我就告诉他们，现在做学问真是太幸福了。90%以上的文献检索、资料加工都有人代劳，海量的信息就在你的指尖上。只轻轻敲敲键盘，你需要的资源就源源不断向你涌来。我告诉学生，即使节衣缩食、借贷典当，也要配好电脑，也要每天用电脑。网络阅读多幸福啊！”

在此后几年的访谈录和几本书的后记里，我反复重申“幸福死了”的观点。

这个观点得到学人的呼应。中国社科院文学研究所的陈定家先生就写过一篇博客《从季羨林“想自杀”到何道宽“幸福死了”》。

容我摘抄其中两句话：“新一代读书人有福了……季老‘极以为苦’的怨言，让我想起了翻译家何道宽先生的感叹：‘今天做学问的人真是幸福死了！’理由很简单，因为我们生活在一个互联网时代。”

然而，今天这个时代也是“最坏”的时代。浅阅读导致思想苍白虚弱，“低头族”挤掉了阅读时间，游戏迷几乎放弃阅读，难以自拔了。

如何防备浅阅读、不阅读的伤害呢？我们要牢记，手机和互联网是双刃剑，任何技术都是双刃剑，能害人。人要学会驾驭手机和互联网、驾驭技术，我们不能做技术的奴隶，不能向技术投降。人要学会“役物而不役于物”。驾驭技术就“幸福死了”，受技术奴役就会“惨死”。

“媒介即按摩”既夸张又真实。不认识媒介对人的“按摩”，就可能受媒介危害。媒介能使人昏昏然，那是千真万确的。飞跃发展的互联网、大数据、云计算对人与社会的发展都是双刃剑，利弊同在；兴利除弊，势在必行、必需。

何道宽

于深圳大学文化产业研究院

深圳大学传媒与文化发展研究中心

2016年6月20日

马歇尔·麦克卢汉 (Marshall McLuhan, 1911—1980), 加拿大文学批评家、传播学家、传播学媒介环境学派一代宗师, 被誉为 20 世纪的“思想家”“先知”“圣人”。以“地球村”和“媒介即讯息”等论断名震全球。

“麦克卢汉学”已然成为世界范围的显学。21 世纪初, 第三次麦克卢汉热已经形成。他的思想跨越国界, 跨越学术边界, 已经并将继续产生深远的影响。

麦克卢汉的代表作有《机器新娘: 工业人的民俗》《理解媒介: 论人的延伸》《谷登堡星汉璀璨: 印刷文明的诞生》《媒介定律: 新科学》等。《机器新娘: 工业人的民俗》《理解媒介: 论人的延伸》《麦克卢汉精粹》《麦克卢汉如是说》《麦克卢汉书简》《媒介即按摩: 麦克卢汉媒介效应一览》《媒介与文明》已经引进国内。研究他的著作, 比如《麦克卢汉: 媒介及信使》《数字麦克卢汉》和《麦克卢汉与虚拟实在》已在国内出版。

他是真正的思想大师, 一代又一代的人不得不用他指出的方

式去感知世界。我们发现，他的许多“预言”，比如“地球村”“意识延伸”已然成为事实。他的确是 20 世纪“鬼聪明”的怪杰之一。

昆延·菲奥里 (Quentin Fiore) 是美国杰出的平面设计师。

杰罗姆·阿吉尔 (Jerome Agel) 是美国著名的书籍出版人和作家。

译者序

作者简介

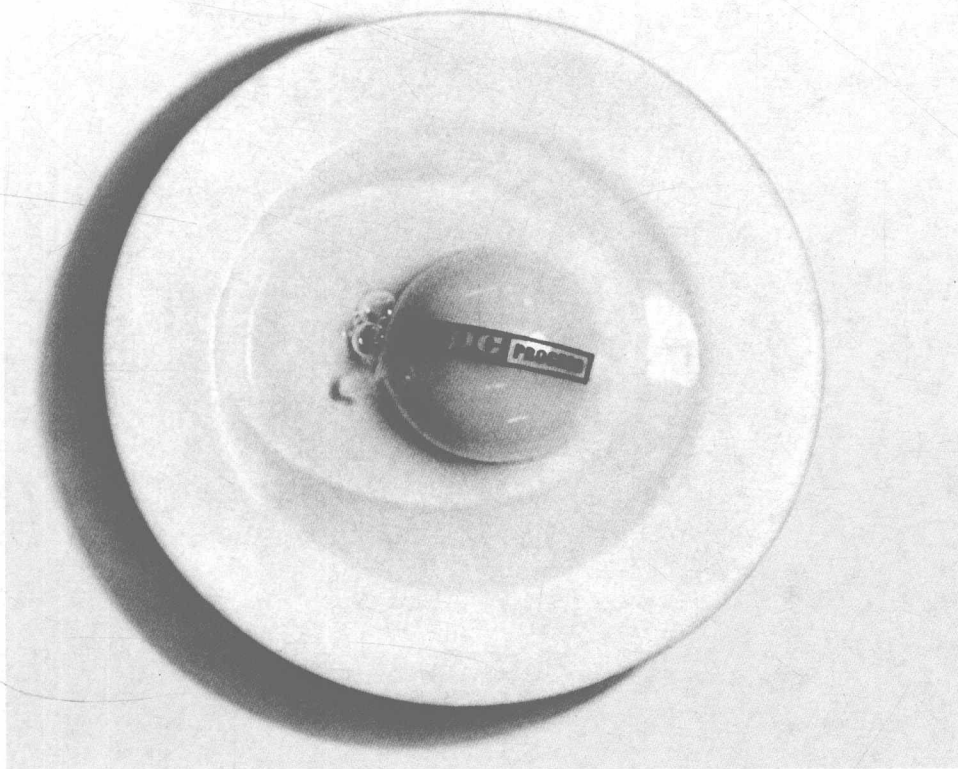
正文及配图 // 1

附录 // 157

译者简介 // 210

译者后记 // 212

早上好!





.....按摩?



如何

文明的重大进步是发展过程，它们几乎使社会遭遇重挫。

——A. N. 怀特海^①

^① 怀特海（Alfred North Whitehead, 1861—1947），英国数学家、教育家和哲学家。与罗素合著的《数学原理》被称为永恒的伟大学术著作。创立了20世纪最庞大的形而上学体系。——译者注

按摩！