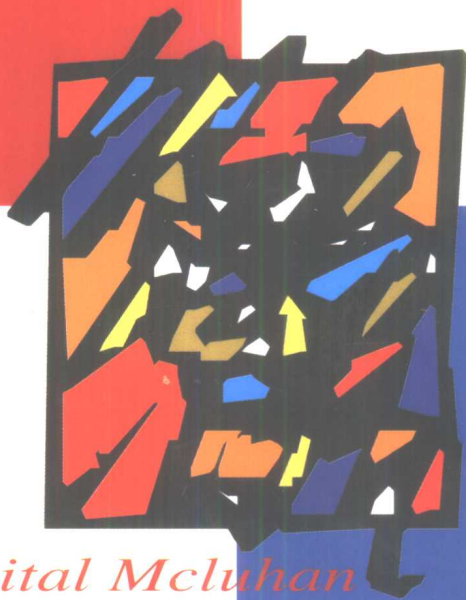




大 · 众 · 传 · 播 · 精 · 品 · 译 · 丛

# 数字麦克卢汉

## 信息化新纪元指南



*Digital McLuhan*

*a guide to the information millennium*

[美] 保罗·莱文森 著  
何道宽 译

社会科学文献出版社

·大众传播精品译丛·

# 数字麦克卢汉

——信息化新纪元指南

[美]保罗·莱文森 著  
何道宽 译

社会科学文献出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

数字麦克卢汉/[美]保罗·莱文森著;何道宽译. —北京:社会科学文献出版社,2001.12

(大众传播精品译丛)

ISBN 7-80149-623-X

I. 数… II. ①保… ②何… III. 大众传播-理论研究  
IV. G206.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第075572号

大众传播精品译丛

**数字麦克卢汉**

——信息化新纪元指南



---

**作者:** [美] 保罗·莱文森

**译者:** 何道宽

**责任编辑:** 仇扬

**责任印制:** 同非

---

**出版发行:** 社会科学文献出版社

(北京建国门内大街5号 电话 65139963 邮编 100732)

网址: <http://www.ssdph.com.cn>

**经销:** 新华书店总店北京发行所

**排版:** 北京中文天地文化艺术有限公司

**印刷:** 北京科技印刷厂

---

**开本:** 850×1168 毫米 1/32 开

**印张:** 11.5

**字数:** 255 千字

**版次:** 2001年12月第1版 2001年12月第1次印刷

**印数:** 0001-5000

---

ISBN 7-80149-623-X/B·110

定价: 20.00 元

---

版权所有 翻印必究

Paul Levinson

Digital McLuhan—a guide to the  
information millennium

Routledge Press, 1999

---

本书根据英国 Routledge 出版社 1999 年  
版本译出

## “大众传播精品译丛”总序

传播学在西方，历时一百年，蔚为壮观。在祖国大陆，短短20余年，成绩斐然。本世纪内，即将成为显学。游览各家各派，珠玑难以计数。

世纪之交，群雄逐鹿。问鼎学术之际，需要借鉴。他山之石，可以攻玉。小小丛书，或可为匠，亦可为器。沟通中外，急需桥梁和通衢。成就中华学术，即使是桥梁础、铺路石，同仁亦乐意为之。

此丛书也，无意一蹴而就，或需要三五年，方可集腋成裘。于涓涓细流，终能溶入沧海，不亦说乎！

何道宽 吴子敏

2001年10月

## 大众传播精品译丛编委会

主 编：何道宽      吴予敏  
编 委：刘英凯      徐文博  
          曹亚军      李蕾蕾

# 译者序

## 一、什么书

《数字麦克卢汉》是一本三合一的书。既是麦克卢汉评传，又是一部专著，而且是让网民“扫盲”和提高了的指南。

它有别于其他的麦克卢汉传记。作者不满足于阐释和解读麦克卢汉，他还要写一本自己的书。用他自己的话说：“《数字麦克卢汉》实际上是两本书。一本写麦克卢汉的媒介思想及其对我们生活的影响。另一本写我自己的思想，说的是麦氏思想如何帮助我们理解这个新的数字时代。”（第1页，英文版页码，下同）

但是，对于一般读者，这本书还有第三个功能：它是“信息化新千纪指南”。就是说，对于千千万万的网民尤其是对网络“发烧友”来说，这是一本大开眼界的书，一本认识自己、认识人生、认识历史、认识未来的书。它不是教人上网和做网页的技巧，而是张扬哲理、磨砺思想、别开洞天的一本书，一道高蛋白、高浓度的靓汤。

《数字麦克卢汉》实际上有两个平行的主题和任务。一个是批评和张扬麦克卢汉。另一个是写作者自己的思想。它“不仅谋求提供进入数字时代的向导……而且谋求证明麦克卢汉思想隐而

不显的准确性。为了完成这个双重任务，本书的每一章都试图阐明麦克卢汉的一种重要的洞见、原则或概念。与此同时，它试图揭示麦克卢汉告诉我们一些什么信息。”（第4页）

作者对麦克卢汉的肯定，不做雕饰、非常平实，却字字千钧：“《数字麦克卢汉》所取的视角是：麦克卢汉是对的。至少他提供的框架是对的。这个框架可以帮助我们理解人与技术的关系、与世界的关系、与宇宙的关系。这个框架是重要的。它和理解人的心理、生活和物质宇宙的框架一样重要。（第1~2页）

## 二、他们是谁

中国学人知道麦克卢汉已经有20来年了，新闻传播界尤其对他含情脉脉。世纪之交，麦克卢汉热正在中国兴起。商务印书馆推出了他成名经典《理解媒介》，南京大学出版社推出他的选集《麦克卢汉精粹》，将其作为精品书。《深圳大学学报》两年之内发表三篇麦克卢汉评论。北京广播学院的《现代传播》三年之内刊登有关麦克卢汉的文章十余篇。国内十余本传播学教材均辟专门的章节予以评说，早已使他在传播界家喻户晓。

麦克卢汉（1911~1980）是20世纪最重要的媒介理论家。早在1964年，《纽约先驱论坛报》就把他誉为“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……”，说他是“电子时代的代言人，革命思想的先知”。90年代初，大名鼎鼎的《在线》杂志（Wired）从创刊号起，就在报头上把麦克卢汉供奉为“先师圣人”（Patron Saint）。

历史证明，麦克卢汉是信息社会的“先驱”和“先知”，电子时代的的代言人。网络时代的今天，他的预言已然成为现实，他的洞见更加富有启迪意义。全新的一代人正在转向他的著作，以便了解这个地球村。



就我所知，全球最大的网上书店“亚玛逊”的供货目录中，麦克卢汉本人的著作和有关他的著作，近30种，其中传记4种。本书即为其中之一。笔者选中它，有两个原因。一是它既是传记，又是专著，也是启蒙书，已如上述。二是由于作者保罗·莱文森的学术地位。

如果说，麦克卢汉是数字时代的“先驱”、“先知”和“圣人”，那么保罗·莱文森就是网络教育的先驱，“数字时代的麦克卢汉”。

1985年，他创办“联合教育公司”，当时从事网络教育的学者，寥寥无几。他是开启网络教育时代的先驱之一。20余年来，他与英美的传统大学合作，授予传播学硕士学位，桃李满天下。

1985年，莱文森夫妇前程似锦。他在费尔莱·迪金森大学(Fairleigh Dickenson University)执教，任副教授，且享受终身教职待遇。他的妻子在纽约一家著名的保险公司任经理，收益丰厚。但是夫妻二人敢于吃螃蟹，毅然辞职“下海”，闯出了一条网络教育的崭新之路。

如今，莱文森已经成为著名的媒介理论家，“数字时代的麦克卢汉”。奠定这个地位的，除本书外，还有他的三部力作：《软性的刀刃》(The Soft Edge)、《思想无羁》(Mind at Large)、《学习赛博空间》(Learning Syberspace)。这些著作，使麦克卢汉的理论万众瞩目，说明为什么“在线”一代要转向麦克卢汉。与此同时，他深刻揭示数字革命的经济、心理、社会和文化影响，批判并发展了麦克卢汉的媒介思想，自成一家。此外，他还尝试过文学和音乐创作，他的科幻作品曾获雨果奖、星云奖和斯特津奖。现任纽约福德汉姆(Fordham University)大学访问教授。

1999年，《数字麦克卢汉》甫一问世，即好评如潮。各界学者对之褒誉有加。“如果你想解读屏幕上的赛博生活，你就得读这本书。”(科文·凯利 [Kevin Kelly]，《在线》执行编辑)“《数

字麦克卢汉》……完全兑现了本书小标题所做的承诺——信息化新千纪指南。”（尼尔·波斯曼 [Neil Postman]，纽约大学媒介生态学博士点主持人）“《数字麦克卢汉》是我们难得的必读书之一——痛快淋漓、论说清晰、内容丰赡、值得破费。”（菲力普·马尔尚 [Philip Marchand]，《麦克卢汉：媒介与信使》的作者）“他手握麦克卢汉大师的画笔，得心应手地给我们勾勒出一幅引人入胜、明丽夺目的图画，他始终把握着麦克卢汉的神韵。”（特伦斯·戈登 [W. Terrence Gordon]：《轻轻松松阅读麦克卢汉：传记与入门》的作者）

### 三、本书题目、主题和结构

先从书名说起。《数字麦克卢汉——信息化新千纪指南》有四个关键词：麦克卢汉、数字、信息化、指南。第一个关键词说明这是一本麦克卢汉评传，第二个关键词肯定麦克卢汉是数字时代的先驱。第三个词“信息化”用得不好，倒不如代之以“数字化”，因为笔者认为，信息化这个词太旧太泛，不足以说明新千年的性质。“信息化”开始于微电子革命的60年代，“数字化”比“信息化”晚30年，开始于信息高速公路的崛起，两个时代不容混淆。两个概念也迥然有别，不能相混。“信息化”不等于“数字化”，它可以低于“数字化”。因为信息古已有之，形态多样，既可以是数字的，也可以是前数字的各种形态。只有用电脑“二进制”表现的信息，才能叫数字信息。只有一切信息都用电脑“二进制”语言表现之后的时代，才能叫数字时代。第四个关键词是“指南”，这个词用得名副其实。

再说本书的三元性质：评传+专著+指南。作为评传，它肯定了麦克卢汉的先知地位，阐述了他的现实意义。作为专著，它展现了作者莱文森的锋芒和洞见，证明他是“数字时代的麦克卢

汉”。作为指南，它鼓励千百万的网民去认识时代，超越自己。

本书实际上是两本书，已如前述。其二元结构，从各章的题目和题目之前的麦克卢汉引语就一望而知。以第二章为例，题目叫“勉说其理”，题目之前的名言是：“我不解释，我只探索”。以后各章，均循此例。二者略有分工。一般地说，麦克卢汉的名言暗喻其思想、追求和成就，而题目就点明作者的理解、发挥和主张。再以第二章为例。“我不解释，我只探索”，说的是麦克卢汉的非实证的哲学思想和研究方法。“勉说其理”，说的是作者在方法论上对麦克卢汉的解释和超越。

本书各章破题时采用的这种双重结构，服务于本书的两个主题，使其一以贯之，成为全书的一条红线，鲜艳夺目，便于表现传主和作者的思想共鸣。

本书分 14 个专题研究麦克卢汉。各章破题的引语，就是麦克卢汉的“神喻”和“天书”。这 14 条语录，中国读者听说的大概还不到 1/3。许多神来之笔具有强大的冲击力，吊人胃口、发人深省，乍一看可能会不知所云。不妨来个先睹为快。“媒介即是讯息”/“声觉空间”/“无形无象之人”/“地球村”/“处处皆中心，无处是边缘”/“光透射媒介对光照射媒介”/“冷媒介与热媒介”/“人人都出书”/“电子冲浪”/“机器把自然变成艺术品”/“我们没有艺术，我们把一切事情都干好”/“后视镜”/“媒介定律”。

与这些语录对应的，是莱文森精心炼制的题目。这些题目，多半也是比方。它们和上述语录异曲同工，未必一目了然。如果不看他的解说，我们也会感到云里雾里。这些题目是：勉说其理/网络内容/赛博空间的字母歌/网上天使/从窥视到参与/中心的命运/屏幕背后的思想/很“酷”的文本/生锈的守门人/从物役到役物/机器美人/巴厘人在网上工作/用镜子，看得清/媒介革命的螺旋展开。

## 四、各章提要

第1章是绪论，很长，用了两个比方：同心圆领域和博弈计划。第一个比方说这本书由互相绞结的两本书组成。一本是麦克卢汉评传，一本是作者本人的专著，两本书好比是两个同心圆。第2个比方博弈计划，说的是全书的布局安排，内容提要。

第2章题为“勉说其理”，评麦克卢汉的研究方法，说明麦克卢汉为何受到非难，又为何应该受到肯定。首先概括麦克卢汉的研究方法是只探索、不解释。他喜爱的方法是类比或暗喻，而不是逻辑论证。如果要强迫他作解释，那也是非常勉强的。接着，作者借用唐纳德·坎培尔（Donald Campbell）的进化认识论，说明为何麦克卢汉与传统的研究方法相对立。坎培尔认为，知识的演化分为三个阶段：“生成”、“选择”和“传播”。传统的学者希望麦克卢汉参与前两个阶段，而麦克卢汉只对第一个阶段感兴趣。就是说，传统的学术规范是：不仅要探索，还要参加批评、检验和论辩。麦克卢汉用力探索，也就是着重知识的生成，他想把知识的“选择”和“传播”留给别人。打一个比方，传统的学者寻找的终极结果，是面包和美酒，而麦克卢汉只提供谷物和烤酒机。

作者为麦克卢汉的类比暗喻法，做了非常生动而有力的辩护。他首先举一个“光阴似箭”的暗喻。他说，常识告诉我们，人人能领会其神韵，没有人会去钻牛角尖。如果有人要钻牛角尖，那真是有神经病。诘难麦克卢汉的人就是这样的蠢人。按照这些人的逻辑，他们对麦克卢汉的挑战等于是追问：你说的这只箭像什么样子，带羽毛吗？箭头用什么材料？它用什么动力？为什么飞得快？你凭什么说它飞得快，你用了什么钟表？这个天空中的钟表像什么样子？

麦克卢汉谈笑自若，举重若轻。他的回答是马拉梅的名句：“定义就是杀戮，暗示就是创造。”他的比喻方法和传统学术的期待视野相对。他表述洞见和类比的方式，肯定冒犯了著书立说的传统观念。

第3章说媒介形式和内容的关系。麦克卢汉断言，“媒介即是讯息”。中国读者对此已有耳闻。许多人为此而给他扣上一顶帽子：媒介决定论。其实，为了矫枉过正，麦克卢汉不得不向人们大喝一声：不能只见媒介的内容，而不见其形式，即媒介本身。他有一个经典的比方：媒介的形式是窃贼，内容是肉，我们是看门狗，我们看媒介时，往往是只见肉不见贼。他说：“媒介的‘内容’好比是滋味鲜美的一块肉，破门而入的窃贼用它来对付保护思想的看门狗，分散它的注意力。”（《理解媒介》，第32页）

作者在这一章里，对麦克卢汉的观点进行了修正和补充。他明确指出：“因特网是一切媒介的媒介”（第42页）；“不仅过去的一切媒介是因特网的内容，而且使用因特网的人也是其内容。因为上网的人和其他媒介消费者不一样，无论他们在网上做什么，他们都是在创造内容。”（第39页）；“因特网摆出了这样一副姿态：它要把过去一切的媒介‘解放’出来，当做自己的手段来使用，要把一切媒介变成内容，要把这一切变成自己的内容。”（第39页）

接着他又提出了一个崭新的理论：人性化趋势（anthropotropic）理论。他说：“人是积极驾御媒介的主人。不是在媒介中被发送出去，而是发号施令，创造媒介的内容。对别人已经创造出的内容，人们拥有空前的自主选择能力。我的媒介演化理论可以叫做一种‘人性化趋势’的理论”（第40~41页）。

第4章“声觉空间”比较费解，读者要花一点力气。麦克卢汉认为，“声觉空间”和“视觉空间”形成一个否定之否定的循

环。拼音文字出现之前的世界是“声觉空间”。拼音文字出现之后，“声觉空间”弱化，“视觉空间”强化。电视出现之后，“视觉空间”弱化，“声觉空间”强化。他认为，“声觉空间”是一个整合的、同步感知的世界，拼音文字却是分割的、序列展开、视觉的世界，而电视是一个重新整合的世界。所以，电视出现之后，声觉世界重新走向我们。

作者对麦克卢汉“声觉空间”进行了修正。他说：“在这一章里，我们将把麦克卢汉头首倒立起来。我们主张，他所谓的声觉空间如今主要见诸于赛博空间那种“在线”的、“字母表似的环境之中。”（第46页）。换言之，莱文森认为，电视不是典型的“声觉空间”，“赛博空间才是“声觉空间”。

他还对麦克卢汉的“视觉空间”进行了修正。电视不是典型的“视觉空间”，印刷术也不是典型的视觉空间。因此他说，有“四种很不相同的声觉空间：无中间的听（hearing）、广播、电视和赛博空间（也许印刷术也构成一种不完全的声觉空间。在这一点上，我与麦克卢汉的意见相左）。”（第48页）

他认为，未来的赛博空间可以是不需要文字、只要言语传播的“声觉空间”。

第5章讲电子传播，尤其是在赛博空间中，人的身体发生了什么变化。这就是麦克卢汉所谓“无形无象之人”（discarnate man）。你在电话上听到的人、电视上看到的人，已经失去血肉之躯。电子媒介所发送和传输的人，就是脱离了肉体的“无形无象之人”。脱离肉体的精神，可以刹那之间输送到任何地方。人的思想与大脑的关系相当于DNA和生物体的关系。麦克卢汉喜欢把生物学的比方用于技术。他在《理解媒介》中说：“人仿佛成了机器世界的生殖器官，正如蜜蜂是植物界的生殖器官，使其生儿育女，不断衍化出新的形式一样。”（第56页）。在这一点上，作者和麦克卢汉的思想异曲同工、和谐合拍。不过，麦克卢

汉说，人是给技术异化授粉的蜜蜂，作者则说，技术是人的思想的体现。

他探讨了赛博空间对人的行为和道德的影响。比如网上色情站点、聊天室等等。

第6章讲地球村和数字革命对世人的影响。莱文森说：“因特网完成了麦克卢汉的比喻，使地球村成为现实。网上地球村的村民，只要有一台个人电脑，一条电话线和一个浏览器，就可以居住在任何一个地方，就可以和别人聊天，可以搜寻新闻，而不是被动地坐在电视机前接收新闻。”（第7页）

地球村似乎尽人皆知，其实不然。首先，他将地球村一分为二：传统的地球村和赛博空间的地球村，然后又把传统地球村一分为二：广播地球村和电视地球村。他用了三个比方来区别这三种不同的地球村：广播地球村是儿童的村落，电视地球村是窥视者的村落，赛博空间地球村是参与者的地球村。广播地球村是单向传播，传播者和受众是不平等的亲子关系，例子是罗斯福的逝世。他逝世的消息由广播传遍全国，全体美国人感到丧亲之痛。电视地球村是窥视者的村落，例子是肯尼迪的葬礼和克林顿的性丑闻。电视上看肯尼迪的葬礼时，人们已经非常超脱。网络上看克林顿的性丑闻时，人们觉得好玩。

除了区别以上三种地球村之外，莱文森还讨论了网上地球村的政治和商务。人们可以在网上直选，参与国家大事。他说：“因特网上的地球村本身就是一种治国机制。”（第72页）。他认为，网上地球村的商务和政治一样，不存在技术问题，是否实行直接选举和电子商务，那是人们的态度问题。

第7章讲网络时代的非集中化，讲非集中化的教育、政治、商务和城市。“信息的散播正在创立一个新的权力结构：‘处处是中心，无处是边缘’”（第8页）网络时代的非集中化非常强劲：“信息权力已经分散到了数以百万计的电脑之中。其中很大一批

电脑不仅接受信息，而且生产信息，比如网页、网址。总之，它们成了分散的中心，不仅是阅读、收听和收看的中心，而且是生产和广播的中心。”（第 86 页）

网络时代对政府的权力集中构成强大的挑战。他说：“政府控制信息的企图，一般说是不成功的。”（第 86 页）又说：“政府越是极权，它越是不能控制信息。”（第 87 页）。所举的例子有希特勒的“千年帝国”对付不了油印的“白玫瑰”，苏联对付不了地下出版物。

他否定了商务垄断的可能性。关于美国政府起诉微软公司的垄断，他叫政府不必担心。他说：“事实上，面对信息革命强大的离心力，微软并不比政府具有更强的免疫力。微软在促成这些离心力中，尽了它的一臂之力。”（第 91 页）“公司影响经济活动的力量，就像政府影响经济活动的力量一样——从个人电脑及其赋予人的力量来看，正在瓦解消融……政府起诉微软，以便限制其力量，之所以大可不必，其原因就在这里。非集中化已经使权力在很大程度上受到限制。”（第 8 页）

关于教育的非集中化，他说：“网上教育处处皆中心，无处不中心。只要有电脑、调制解调器和电话线就行。因此，它使自古以来的高等教育趋势为之逆转。”（第 84 页）

麦克卢汉曾经说过，电子时代的城市不复存在。莱文森和麦克卢汉的意见相左。他说：“数字时代的城市，还是充满活力，一如既往。”（第 94 页）

第 9 章的一个关键术语对我们非常陌生：“光透射对光照射”。麦克卢汉把它作为一个工具，去区别两种性质不同的媒介，解释媒介的产生和影响。简单说，光照射媒介有照片、电影、传统的绘画等等，光透射媒介有电视、电脑等等。从银屏弹回或反射回来的电影是“热”的，它清晰度高，不要求人积极参与。相反，电视的光线是从屏幕背后射出来的，是“冷”的，它要求人



积极参与。

“光照射”和“光透射”的区别有相当价值。作为一种工具，它可以解释人与媒介的关系，新媒介的兴起和影响。电影的图象反射回银屏上，电视的光脉冲来自屏幕后，它轰击人体，把图象打在收视者身上，人就是屏幕。

第9章的关键词“冷媒介”和“热媒介”，大多数读者略有所知。麦克卢汉当初的双关语 cool（冷、凉、“酷”）已经传遍全球，“酷”更是成为市井小儿的口头禅。

麦克卢汉的冷热观念，派生于爵士乐的俚语。“大型喧嚣的铜管乐荡气回肠、使人陶醉，是热的。轻柔、悦耳的速写乐拨动心弦、勾引心灵，是冷的。”（第106页）

这个观念是一种工具和尺度，是文化氛围的温度计。用它来衡量时代的“天气”，20年代的爵士乐时代是“冷”的，30年代至50年代的广播和电影时代是“热”的，电视时代又是“冷”的。因此可以说“依靠广播和电影运转的30年代，是热的时代。亮色、美发、连珠妙语、字正腔圆，时髦走红。到了60年代，电视使文化大大降温。磨损的牛仔服，蓬松的发型，初露端倪的贴近自我感觉潮流——所有这一切，按照时尚礼节，都成了领先的风格。”（第107页）

必须指出，媒介并不具有什么永恒不变的形而上的冷热属性。相反，媒介总是处于演化之中。这就使之随时可能显示“温度”变化。“如上所述，自从40年代末问世以来，电视的温度已经上升。”（第108页）

同样，冷热二分法并非僵化的、放之四海而皆准的尺度。一般地说，“用来分析同一类媒介时，效果最好。最好是把电影和电视、散文和诗歌、漫画和照片进行比较，而不是把跨类别的媒介进行比较，比如广播和电视跨了类别，就不适合比较。”（第10页）