

当代世界学术名著

机

新闻与传播学
译丛
大师经典系列

[加] 马歇尔·麦克卢汉 / 著
Marshall McLuhan

何道宽 / 译

机 器 新娘

The Mechanical Bride

——工业人的民俗 Folklore of Industrial Man

机器新娘

—— 工业人的民俗

〔加〕马歇尔·麦克卢汉 / 著

Marshall McLuhan

何道宽 / 译

中国人民大学出版社

The Mechanical
Bride
Folklore of
Industrial
Man

新闻与传播学
译丛
大师经典系列

图书在版编目(CIP)数据

机器新娘——工业人的民俗/[加] 麦克卢汉著, 何道宽译.

北京: 中国人民大学出版社, 2004

(当代世界学术名著·新闻与传播学译丛·大师经典系列)

ISBN 7-300-06024-2/D·1127

I. 机…

II. ①麦…②何…

III. 传播媒介-研究

IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 105394 号

当代世界学术名著

新闻与传播学译丛·大师经典系列

机器新娘

——工业人的民俗

[加] 马歇尔·麦克卢汉 著

何道宽 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河新世纪印务有限公司

开 本 155×230 毫米 1/16

版 次 2004 年 10 月第 1 版

印 张 20.25 插页 2

印 次 2004 年 10 月第 1 次印刷

字 数 327 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

“当代世界学术名著” 出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学的前沿成果，服务于我国的社会主义现代化建设，服务于我国的科教兴国战略，是新中国出版的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

我社历来注重对国外哲学社会科学成果的译介工作，所出版的“经济科学译丛”、“工商管理经典译丛”等系列译丛受到社会广泛欢迎。这些译丛多侧重于西方经典性教材，本套丛书则旨在译介国外当代学术名著。所谓“当代”，我们一般指近几十年发表的著作；所谓“名著”，是指这些著作在该领域产生巨大影响并被各类文献反复引用，成为研究者的必读著作。这套丛书拟按学科划分为若干个子系列，经过不断的筛选和积累，将成为当代的“汉译世界学术名著丛书”，成为读书人的精神殿堂。

由于所选著作距今时日较短，未经历史的充分淘洗，加之判断标准的见仁见智，以及我们选择眼光的局限，这项工作肯定难以尽如人意。我们期待着海内外学界积极参与，并对我们的工作提出宝贵的意见和建议。我们深信，经过学界同仁和出版者的共同努力，这套丛书必将日臻完善。

中国人民大学出版社

“新闻与传播学译丛·大师经典系列”

总 序

新闻与大众传播事业在现当代与日俱增的影响与地位，呼唤着新闻学与传播学学术研究的相应跟进和发展。而知识的传承，学术的繁荣，思想的进步，首先需要的是丰富的思想材料的积累。“新闻与传播学译丛·大师经典系列”的创设，立意在接续前辈学人传译外国新闻学与传播学经典的事业，以一定的规模为我们的学术界与思想界以及业界人士理解和借鉴新闻学与传播学的精华，提供基本的养料，以便于站在前人的肩膀上作进一步的探究，而不必长期在黑暗中自行摸索。

百余年前，梁启超呼吁：“国家欲自强，以多译西书为本；学子欲自立，以多读西书为功。”自近代起，许多学人倾力于西方典籍的译译，为中国现代社会科学和自然科学的建立贡献至伟。然而，由于中国新闻学与传播学的相对年轻，如果说梁任公所言西学著述“今之所译，直九牛之一毛耳”，那么新闻学与传播学相关典籍的译介比其他学科还要落后许多，以至于我们的学人对这些经典知之甚少。这与处在社会转型过程中的中国的社会经济文化发展的要求很不协调，也间接造成了新闻与传播“无学”观点的盛行。

从1978年以前的情况看，虽然新闻学研究和新闻教育在中国兴起已有半个世纪，但是专业和学术译著寥寥无几，少数中译本如卡斯珀·约斯特的《新闻学原理》和小野秀雄的同名作等还特别标注“内部批判版”的字样，让广大学子避之如鬼神。一些如弥尔顿的《论出版自由》等与本学科有关的经典著作的翻译，还得益于其他学科的赐福。可以说，在经典的早期译介方面，比起社会学、政治学、经济学、法学、心理学等现代社会科学门类来，新闻学与传播学显然先天不足。

1978年以后，尤其是20世纪90年代中期以来，新闻与传播教育和大众传播事业在中国如日中天。但是新闻学与传播学是舶来品，我们必须承认，到目前为止，80%的学术和思想资源不在中国，而日见

人多势众的研究队伍将 80% 以上的精力投放到虽在快速发展、但是仍处在“初级阶段”的国内新闻与大众传播事业的研究上。这两个 80% 倒置的现实，导致了学术资源配置的严重失衡和学术研究在一定程度上的肤浅化、泡沫化。专业和学术著作的翻译虽然在近几年渐成气候，但是其水准、规模和系统性不足以摆脱“后天失调”的尴尬。

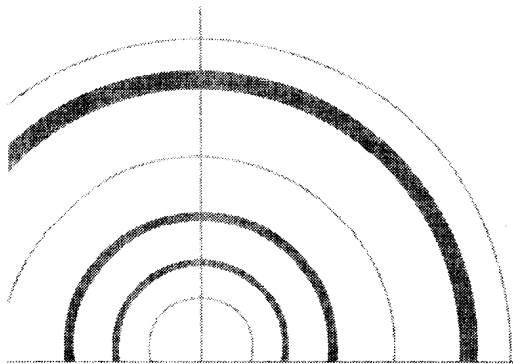
我们知道，新闻学产生于新闻实践。传播学则是社会学、政治学、心理学、社会心理学等学科以及新闻学相互融合的产物。因此，“新闻与传播学译丛·大师经典系列”选择的著作，在反映新闻学研究的部分代表性成果的同时，将具有其他学科渊源的传播学早期经典作为重点。我们并不以所谓的“经验学派/批判学派”和“理论学派/务实学派”划线，而是采取观点上兼容并包、国别上多多涵盖（大致涉及美、英、德、法、加拿大、日本等国）、重在填补空白的标准，力争将 20 世纪前期和中期新闻学的开创性著作和传播学的奠基性著作推介出来，让读者去认识 and 关注其思想的原创性及其内涵的启迪价值。

法国哲学家保罗·利科（Paul Ricoeur）认为，对于文本有两种解读方式：一种是高度语境化（hypercontextualisation）的解读，另一种是去语境化（decontextualisation）的解读。前者力图从作者所处的具体社会语境中理解文本，尽可能将文本还原成作者的言说，从而领会作者的本意；后者则倾向于从解读者自身的问题关怀出发，从文本中可以运用于其他社会语境的思想资源。本译丛的译者采用的主要是第一种解读方式，力图通过背景介绍和详加注释，为读者从他们自身的语境出发进行第二种解读打下基础。

“译事之艰辛，惟事者知之。”从事这种恢弘、迫切而又繁难的工作，需要几代人的不懈努力，幸赖同道和出版社大力扶持。我们自知学有不逮，力不从心，因此热忱欢迎各界读者提出批评和建议。

“新闻与传播学译丛·大师经典系列”

编委会



译者前言

麦克卢汉不但是电子时代的先知先觉，而且是大众文化的先知先觉。半个世纪之前，他研究大众文化的第一部专著《机器新娘——工业人的民俗》（以下简称《机器新娘》）不仅受到冷遇，而且差一点胎死腹中，出版社举棋不定，整整给他拖了6年！他的研究仿佛是来得太早了。

麦克卢汉给世人留下的著作十余种，最著名的代表作有3部：《机器新娘》，讲工业人和广告；《谷登堡星汉璀璨》，讲印刷人；《理解媒介》，讲电子人。他批判工业人，悲叹印刷人，赞美电子人。诚然，他的世界声誉在1964年出版《理解媒介》之后才迅速崛起；但是早在50年代，他就已经在北美大陆广为人知了。

经过半个世纪的事事沧桑，《机器新娘》这本书还有价值吗？回答是肯定的。电子时代虽已来临，工业世界并未死亡，工业时代闪耀的广告明星还在每日每时轰炸我们，大众文化的滚滚洪流巨浪排空，有可能淹没我们。如果不想被摧毁、被淹没，不想成为可怜的猎物，我们还要研究它们、理解它们、利用它们。

关于广告和流行文化对人的负面影响，麦克卢汉 1951 年版《机器新娘》的自序，开篇就给读者一个当头棒喝：“有史以来第一次，在我们这个时代里，成千上万训练有素的人耗尽自己的全部时间，只求能打入集体的公共头脑。打进去的目的是为了操纵、利用和控制；旨在煽起狂热而不是给人启示，这就是他们的意图。由于在脑子里留下持久的烙印，大家处于无助的状态，这就是许多广告造成的后果，也是许多娱乐造成的后果。”

他把媒介比喻为暴君，警喻世人被媒介奴役的危险处境：

如今，暴君搞独裁不是靠棍棒或拳头，而是把自己伪装成市场调研人。他像牧羊人一样用实用和舒适的方式，把羔羊赶上崎岖的小道。（本书自序）

今天我们无意之间面对的紧身衣是机器……技术是抽象的暴君，其破坏性深入我们的心理。（第 12 篇）

广告商总是竭力进入并控制公众的无意识头脑，目的不是理解或表现这些头脑，而是为了便利地榨取利润。（第 37 篇）

广告的作用就是洗脑，就是猛攻消费者的无意识大脑。20 世纪 50 年代，消费者的确是浑浑噩噩的羔羊，好莱坞罐装的美好生活使他们神魂颠倒，没有财力的人也要仿效电影明星。广告刮起的攀比之风使人掉入超前消费的陷阱而不能自拔。麦克卢汉有一个经典的比喻：大众文化兜售的梦幻就像看似鲜美的诱饵，目的是要分散看门狗的注意力，以便盗贼偷袭成功。他说：

效果良好的广告达到目的的手段，一是干扰读者的注意力，使之看不到广告所预设的前提的重要性，二是悄悄地与其他层次的体验融合在一起。在这一方面，广告是玩世不恭、蛊惑人心、阿谀奉承的最高形式。（第 32 篇）

但是，如果不加分析地一味反对广告，那就等于是给它喝彩。麦克卢汉认为，广告只不过是一种意义双关的哄骗，目的是分散吹毛求疵的感官的注意力。那些一辈子把精力花在抗议“虚假而骗人的广告”上的人，实在是广告客户的天赐恩主，正如绝对禁酒者是酿酒人的天赐恩主，道德检察官是色情业的恩主一样。

《机器新娘》给工业人敲响了警钟，虽然有点令人费解，但它的确是一场及时雨。诚如菲利普·B·梅格斯所云：

在这个时代，工业社会正在努力弄懂：技术如何改变世界；传播媒介——尤其是电视——如何改变人的思维模式；政界人物和大企业如何控制媒介、开拓市场、把人们引向有利于信息提供人的道路。恰逢其时，麦克卢汉提出了一个可以理解的理论，他说明正在发生什么事情、为什么要发生这样的事情。（新序）

这是一本超前的书，是最早研究广告的学术专著。那时的学界普遍认为，广告、漫画和小报毫无意义，不能登大雅之堂。学者们对大众文化的态度常常是讥讽和蔑视。麦克卢汉脱离学者的窠臼，用严肃的态度研究大众文化，并对大众文化和社会做了深刻的批评，尽管这些受到学界的诟病。

这是一本创新的书，它的形式新颖：59篇文章都配上图片，包括广告、漫画、海报、书刊封面；每一篇文章前都配上几句俏皮话，作为探索的手段，以激发读者的思考。

这是一本意蕴深刻的书。讥讽和犀利的文字指向社会生活的许多方面：广告、娱乐、电影、教育、运动、机器、报纸、汽车、漫画、西部片和肥皂剧等。

麦克卢汉以调侃的语气揭示大众文化现象中隐藏的信息。他以惊人的洞察力和犀利的手术刀，解剖了美国文化中的性泛滥、性虐待、性疲惫现象，揭露了性爱+暴力+死亡的骗人把戏。仅第38篇文章“机器新娘”就有好几段这样的论述：

男人很容易就成了温柔和诡计的俘虏。但是，处在展示台大腿的包围之中，他们不觉得被打败了，而是觉得被打痛了……性的确是被夸大了。人们把它与市场机制联系起来，使它与工业生产的非人格技术挂起钩来。

性疲惫和性迟钝既是广告战的原因，又日益成为广告战的产物。在排炮般的猛轰之下，任何反应都不可能长期敏锐的。有幸残留下来的，仅仅是把人体当做性爱机器的观点，然而性爱机器却只能够展示某种具体的战栗行为。这就是性爱的极端的行主义观，它把性体验简化为力学和卫生的问题。我们周围或明或暗

的观点，正是这样极端的观点。这样做的结果必然是肉体欢乐与生殖的分离，必然是同性恋。

卓别林的艺术是大众梦幻艺术，在背景中恍惚起作用的艺术。这个背景从来是无法把握的，也是看不见的。这种恍恍惚惚的作用，使泛滥的性事、技术和死亡的组合形象，几乎成为亘古不变的东西，这就是机器新娘的神秘面纱。

第31篇“眼神的魅力”也有类似的议论：

抛开道德问题不谈，无处不在的女性裸体，对少年和男人培养理性的超脱力与鉴赏力是没有好处的。在这样的环境里，思想的丰富或情感的成熟，实在是无从谈起。光顾滑稽表演的人，老是产生幻觉并看见其无所不包的千姿百态，这是他们特有的幻觉。同理，少年在成长的过程中，看见蜂拥而至的塞壬妖女，闻到令人心醉的合成香水，似乎也会产生某种特别的幻觉。

香车美人是性的象征：“汽车广告把这个问题说得很明白：人们普遍把汽车当做子宫的象征，而且又奇怪地把它当做阴茎的象征。”“将汽车当做子宫和阴茎的象征来展示，你就可以更好地开拓汽车市场，因为汽车广告推销的既是曲线美和舒适，又是威猛的力量。”（第33篇）

机器是工业人的图腾：

野兽引起的恐惧，使部落社会从心理上钻进了图腾动物的身子。今天，这样的恐惧仍然再现于一些人的身上。他们在机器世界里感到困惑或压抑，心理虽像金属一样坚硬而光滑，却容易脆裂。美女和公司主管在大众想象中的烙印，已经进入机器图腾了。（第54篇）

西部片和肥皂剧体现了美国两个分裂的传统：边疆与家乡，分裂是工业人的特征之一。西部片是男人永恒的边疆，肥皂剧是女人情感的家乡。他说：

这两个传统是分裂的，而不是融合的。它们显示的极端的分

离是商业与社会、行动与感情、公务与家庭、男人与女人的分离——这就是工业人的特征。这样的裂痕是无法修补的，除非我们完全意识到了这样的割裂。（第 59 篇）

在同一篇文章里，麦克卢汉把这个分裂的主题发挥得淋漓尽致：

边疆世界是我们思想感情的焦点之一，它正在逐年成为越来越庞大的工业民俗产业。历史上的边疆离我们越来越远，想象中的边疆却越来越近、越来越清晰。

为什么这一代人偏要迷恋过去的边疆呢？这是因为西部片的世界是一个永恒的、高度程式化的世界。同时，这个世界里的男人、女人、骏马、佩枪、衣裾和农舍，都是新潮的时尚和西尔斯公司的供货目录里找不到的东西。

这个幻想中的西部给我们提供了骑士的冲劲，提供了生机勃勃、没有顾忌的个人主义……对于被宏大的工业搞得晕头转向的人而言，幻想中的西部恢复了人性的尺度。商业社会在垄断官僚政治的道路上走得太远；对这个社会而言，西部托起了很久以前孤军奋战的企业家的形象。历史的现实越来越模糊，电影中的西部形象却越来越清楚——其原因就在这里……与此紧密相关的是工业社会深深的怀旧情绪，怀旧情绪是由于急速的变迁产生的。

对于千千万万的男人来说，西部片描绘了一个令人安心的、简单的、与家庭小圈子不同的世界，不存在经济问题的世界。在那个领域，两性的交欢同样是简单的事情，不需要烦琐而细腻的求爱，约会也不需要长期的准备……海明威受欢迎的原因之一，就在于他与美国男性的看法一致：两性的交合不应该经过复杂的程序。

稍一留意就可以看到，西部片中的硬汉与理想中的商人和运动员具有一些共同的品质：肉体的苦行和过着艰苦的生活……牛仔与那些加足马力向前冲的企业主管一样，是没有爱欲的偶像。他们情绪上不会有起伏，不会为外界所动，只会对一个很小领域的经验做出反应。他们能够当机立断，但是他们不会动情。因此，牛仔与商人一样，他们不能够扮演爱情的角色。

西部片和报纸上的体育版一样，是男人的世界，从家务中解放出来的世界。肥皂剧是女人的世界，负载着个人的问题；这是

一个家乡的世界，而不是生活条件差的边疆世界。

肥皂剧中没有太阳，只有焦虑和哀怨，充斥着尽人皆知的常识。其主题是“生活可以是美好的”——不过事实永远不美好。但是这些没完没了的连续剧比西部片成熟得多，正如美国女人的典型特征比男人的成熟一样。肥皂剧比西部片更加符合现实生活，因为它们表现的情况常常是非常贴近普通的家居生活经验的。

这 59 篇“杂文”，酣畅淋漓、嬉笑怒骂，麦克卢汉的文学修养令其修辞手法出神入化、趋向完美。许多言论闻所未闻同时又耸人听闻，因此许多人对她心存疑虑，怕他是卫道士和伪君子。其实她既不卫道也不虚伪。她的目的并不是攻击广告，甚至不是批评广告，而是要了解广告暴政的运作机制，是为了深入公众的集体大脑，剖析机器和广告操纵、利用并控制人的严重后果，使人从浑然不知的状态中清醒过来。他说，只要保持一种超脱的距离，就不至于淹没在大众文化的漩涡中，就不但可以自救，而且可以欣赏工业民俗的无限美景。他又说，工业人就像乌龟，对自己背上美丽的花纹浑然不觉。他的目的之一，就是要向人们展示流行艺术身上美丽的花纹。

麦克卢汉的身上有许多悖论。人们说他搞技术决定论，可事实上他患有技术恐惧症。他不开车，不用打字机，不用电脑，基本不看电视。有人说他是卫道士，这有一定道理，因为他是非常保守的天主教徒，直到他去世的前几年，他还在坚决反对堕胎。可是对大众文化，他却从不宽容走向宽容。这个转变过程发生在 1936 年，那是他教学生涯的第一年。他发觉难以和学生交流，因为他不懂学生欣赏的流行艺术。他说：

有许多年，直到我写《机器新娘》，我对一切新环境都抱着极端的道德判断的态度。我讨厌机器，厌恶城市，把工业革命与原罪画上等号，把大众传媒与堕落画上等号。简言之，我几乎拒斥现代生活的一切成分，赞成卢梭式的乌托邦。但是我逐渐感觉到这种态度是多么的无益无用。我开始意识到 20 世纪的艺术——济慈、庞德、乔伊斯、艾略特等人——发现了一种迥然不同的方法，这个方法建立在认知过程和创造过程合而为一的基础上。我意识到，艺术创作是普通经验的回放（playback）——从垃圾到宝

贝。我不再担任卫道士，而是成了小学生。^①

另一方面，他批评大众文化正是为了捍卫文化传统。他说：

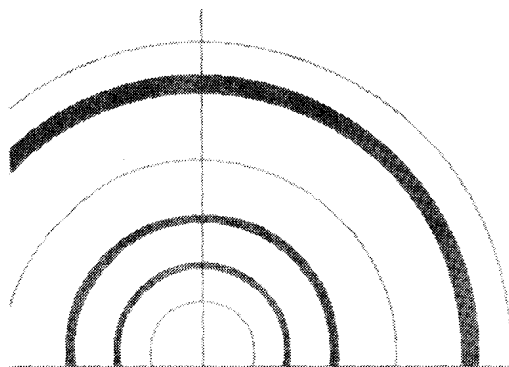
因为我对文学和文化传统有道义上的责任，我就开始研究威胁文化价值的新环境。我很快就发现，这些新东西用道德义愤或虔诚义愤是挥之不去的。研究证明，我们需要一种全新的方法。既是为了拯救西方遗产中值得拯救的东西，也是为了帮助人们找到一种新的生存策略。我写《机器新娘》时，用这个新方法小试牛刀。我浸泡在媒介之中，努力弄清媒介对人的影响。即便如此，我的一些传统文化的“观点”偏向，还是不知不觉地钻了进来。^②

这是一本经典之作，透露出深刻的文化批评和社会批评，文字幽默，态度严肃，调侃而不古板，戏谑而不僵硬。不得其妙的人把它当做不入流的“低额头”或“中额头”，其实这是“高额头”才能欣赏的艺术杰作。他用了象征派诗歌的“并置”、报纸的“拼合”、“马赛克”的拼图、侦探小说的倒叙、电影的蒙太奇、电视的闪回、修辞的暗喻、讥诮的双关，把语言的表现力发挥到无以复加的地步。在“另类”的手法和灵动的文字背后，其实跳动着一颗悲天悯人的博爱之心。

何道宽

2004年9月

①② 《麦克卢汉精粹》，389页，南京，南京大学出版社，2000。



麦克卢汉自序

有史以来第一次，在我们这个时代里，成千上万训练有素的人耗尽自己的全部时间来打入集体的公共头脑。打进去的目的是为了操纵、利用和控制，旨在煽起狂热而不是给人启示。在人们脑子里留下持久的烙印，使大家处于无助的状态，这就是许多广告造成的后果，也是许多娱乐造成的后果。

许多人用脑子从事的事，就是造成公众孤立无助的状态；商业教育节目耗费惊人同时影响深刻，与其相比大中小学那一点经费就微不足道了。既然如此，寻找一种使这个趋势逆转的方法，似乎是恰逢其时的。为什么不利用这种新型的商业教育，来给它心目中的猎物开窍呢？为什么不帮助公众以清醒的头脑去看这台好戏呢？须知，这出戏本来是要对他们的潜意识起作用的啊。

在追寻这个方法的过程中，埃德加·爱伦·坡的《大漩涡》不断浮现在我的脑际。爱伦·坡笔下的水手逃生的办法，是研究漩涡的作用并顺势而行；同样，本书不准备去攻击那些由报纸、广播、电影和广告等机器的替身

在我们周围制造的巨大潮流和压力。然而，本书准备让读者置身这个漩涡的中心，让他钻进去观察事态的作用，去观察演变之中、人人卷入的情景。我们希望，在分析这个戏剧性情景的过程中，许多具体的谋略能够自然而然地浮现出来。

然而，本书很少考虑这样的谋略。

爱伦·坡的水手被锁进漩涡，与那些被卷入的东西一块儿在里面转动的时候，他却是这样说的：

我一定是精神错乱了，看见这些漂浮物时，我竟然推测它们各自不同的下沉速度，并从中寻找乐趣。

他用旁观者的态度观察自己的处境，这样的理性距离使他从中得到了乐趣；乐趣又给他线索，使他能够逃离这个迷宫一样的大漩涡。本书以同样的精神，给读者提供消遣。许多习惯于道德义愤的人，可能会把寻求消遣的态度当做道德上的麻木不仁，但是，气愤和抗议应该出现在一个新过程刚刚开始阶段。我们目前已经进入了一个非常高级的阶段，这个阶段不仅充满破坏力，而且充满了希望，充满了新的发展势头。对了解新的发展势头的人来说，道德义愤是非常蹩脚的向导。

本书的大多数“展品”典型且广为人知。它们代表着各种各样的社会神话或形态，它们说的话我们似懂非懂。人类学家 C.B. 刘易斯 (C.B. Lewis) 研究儿歌之后问：“美丽的小姑娘，你去哪儿？”他又指出，“民众在创造民俗中既不担任角色，又不主宰命运”。工业时代的人创造的民俗也是这样。这个时代的许多民俗多半来自于实验室、演播室和广告公司。不过，在各种各样的发明中，在生产和销售的抽象技法中，我们可以看到很大程度的亲和性和统一性。这种一致性的缘由和影响并非我们有意为之，它似乎是从一种集体梦幻中出现的。由于这个原因，再加上这些事物与工艺流程的流行，它们被当做一幅统一的风景，我们用展品和评论渐次展开这幅画卷。本书将其统称为“工业人的民俗”。一种漩涡式的幻觉效应，只有捕捉在手并加以思考，其意义才能把握。这捕捉的一瞬，又是在日常的参与中释放出来的。

这些多样化的展品的统一性并不是我们强加的，因为任何其他的选择也会揭示出同样的动态模式。入选的例子并不是用来证明什么先入之见，而是用来揭示一个复杂的情景。而且，在说明情况的时候，

本书还竭力参照其他没有入选的材料。本书用评述的方法，只揭示这些展品的可以被理解的意义，而不是努力去穷究这些展品的意义。

我们在评注中介绍的思想观念，是为了提供考察这些展品的立足点。它们不是结论，我们不希望任何人止步于此，我们只把它们作为出发点而已。此刻，这种方法还难以说清，因为大多数书籍只提供一个观点并将其作为手段，去把许多观察的结果结为一体。观念是临时的手段，用来理解现实，其价值只存在于它们把握现实的方式之中。因此，本书既展示现实情况的某些代表性，同时又介绍范围宽泛的观点，并以此来把握现实的情况。思想仅仅是攀登悬崖的辅助装备。一味诘问观点的读者，只会无的放矢，他们偏离了思想的用途，因为思想仅仅是用来解读材料的。

一位电影专家论及电影的价值时说，电影是把北美的东西卖给南美的手段。他说：

这种同步视听印象的宣传价值，是非常之大的；因为它给观者提供现成的视觉形象，观者还来不及对这一形象做出自己的解释，它就已经被标准化了。

本书则反其道而行之。它给我们提供环境中典型的视觉形象，使之脱离原来的位置而获得可以理解的意义。过去人们使用视觉符号的目的，只能让头脑僵化。在我们这里，视觉符号成为给头脑充电的手段。可以看到这样一条规律：维持原状所需要的幻觉和谬误越多，维持幻觉和谬误所需要的暴政也越多。如今，暴君搞独裁不是靠棍棒或拳头，而是把自己伪装成市场调研人。他像牧羊人一样用实用和舒适的方式，把羔羊赶上崎岖的小道。

由于本书的观点不断巡回往复，读者不必遵循任何特殊的顺序。任何一部分提供的都是同一社会风景的一种或多种景色。布克哈尔特^①看到，马基雅弗利^②所用的写作方法的意义，是通过权力的理性操纵，把国家改变为了一件艺术品。自此以后，用艺术分析的方法去进行

① 布克哈尔特（Jacob Burckhardt, 1818—1897）：瑞典历史学家，文艺复兴史专家，有经典《文艺复兴时期的意大利文化》传世。——译者注

② 马基雅弗利（Nicola Machiavelli, 1469—1527）：意大利政治思想家、历史学家、作家，主张君主专制和意大利的统一。著《君主论》、《佛罗伦萨史》等。——译者注

社会批判显然是可行的方法。本书就要做这样的尝试。自16世纪以来，西方世界致力于加强和巩固国家的权力，它已经实现了艺术效果的统一，因此对这种艺术效果的艺术批评就完全可行了。艺术批评可以自由地指向追求艺术效果的艺术手段，也可以断定艺术效果值不值得去追求。同样，在集体意识的朦胧的梦境中，现代国家也可以成为无所不包意识的大本营。

感谢戴维·里斯曼教授^①，他让我先睹为快，参考他论述消费者心态的未刊稿，这使我受益匪浅。感谢W.T. 伊斯特布鲁克教授^②，我与他交谈官僚主义和企业时，受益良多。感谢菲力克斯·乔瓦内里教授^③，他在切磋中给我启发，在本书出版遭遇的许多困难中，他长期给予我宝贵的支持。

① 戴维·里斯曼 (David Riesman, 1909—2002): 美国社会学家，代表作有《孤独的人群》。——译者注

② W.T. 伊斯特布鲁克 (Tom Easterbrook): 经济学教授，麦克卢汉的同事、朋友。——译者注

③ 菲力克斯·乔瓦内里 (Felix Giovanelli, 1913—1962): 法语教授，麦克卢汉的同事、朋友。——译者注