

1. 绪 同心圆领域

《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我们这个新的数字时代。无论如何，我都可能写这本书的。但是麦克卢汉不可能，因为他在 1980 年的最后一天去世了，差不多就倒在个人电脑革命的门槛上。这一场革命使我们的世界产生巨变，然而它又是可以说清楚的，我们可以用麦克卢汉的洞见和比方来解说这个世界。

他的洞见向我们展示了媒体世界的动态情况。在这个世界中，在争夺我们注意力的时候，电视正在压倒书籍、报纸、广播和电影，正在对政治、商务、娱乐、教育和我们的一般举止产生深刻的影响。媒介要我们去惠顾——有人说要我们的心灵去惠顾——展示的贝页挂毯^①，自然引导麦克卢汉去考虑，媒介在与我们的心态交战时，有何不同表现。比如，在电视上看电影或者电影院里看电影有何不同，为何不同？读新闻和听新闻有何不同，为何不同？在电视上看电影或者电影院看电影有何不同，又为何不同？在 50 年代、60 年代和 70 年代，麦克卢汉提出并试

^① 贝页挂毯（Bayeux Tapestry）——藏巴黎贝页博物馆，做于 12 世纪，描绘诺曼人征服英格兰人的历史场面。

图回答诸如此类的问题。在这个过程中，他提出了媒介及其影响的一套复杂的分类系统。这个系统的比较过程，回溯到我们这个物种的起源。比如说，它承认前文字传播和电子传播有相似之处，并且给未来的媒介留下了大量的空间。我们在因特网上挑选出来读、听、看的新闻和在报纸、广播、电视上表现出来的新闻有何不同？

与数字时代相协调的迹象，在麦克卢汉的著作中已经表现出来了。

但是，这种迹象在他的著作中有用的程度，只达到了可以理解的程度。它仅仅是导航的线索、环境的轮廓，其语言又不是非常明白。结果是既给人教益，又令人受挫。既然这种语言如此复杂，所以它既给人警示的信息，又无意之间给我们造成理解的障碍。他要人们注意传播媒介显著然而却又被人忽视的作用——比如读报纸新闻和看电视新闻的区别。他在这里使用了非常著名的警句：“媒介即是讯息。”批评家和漫不经心的读者误解了他的意思，以为他说的是：内容——读到和看到的东西——完全是无关紧要的。他用刺激人的类比，把电视及其竞争者的区别用富有戏剧色彩的形式表现出来。这就是所谓的冷对热（cool versus hot），光透射对光照射（light-through versus light-on）听觉空间对视觉空间（acoustic space versus visual space）。然而，这样的比方适得其反：没有用比较熟悉的东西来表明比较不熟悉的东西。这些比方比其要说明的东西更加晦涩难懂。有人叫他作出解释时，他说他的目的不是解释，而是探索。

他这种表达方式——他表达的媒介给人造成的困难——无论如何不会使其内容的重要性减少一丝一毫。对于凡是愿意学习它、愿意看看他玩的游戏有什么可取之处的人，其重要性是始终存在的。维特根斯坦正是给了我们这样的忠告：遇见新观

念时，除了批评之外，还要看看它们有何可取之处。1965年，汤姆·沃尔夫^①问道：“如果他说对了呢？”“如果他是“继牛顿、达尔文、弗洛伊德、爱因斯坦和巴甫洛夫之后最重要的思想家呢？”虽然他把巴甫洛夫列入名单令人吃惊，但是他提的这个问题却是对的。《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。它与理解人的心理、生活和物质宇宙的框架一样重要。

其他人也得出了相同的结论。比如：编选他文集《麦克卢汉：冷与热》的斯特恩（Stearn，1967），编选《麦克卢汉：毁誉参半》的罗森塔尔（Rosenthal，1968）。这些书都是毁誉参半。

（麦克卢汉的语言即使在被误解的情况下，也生动形象，大胆泼辣，所以人们的第一个反应不可能是视而不见）。给他立传的人菲力普·马尔尚（Philip Marchand，1989）和特伦斯·戈尔德（Terrence Gold，1997），在传记中都描绘了麦克卢汉研究所将要被关闭时引起的抗议浪潮。1980年，他中风后不能工作，多伦多大学打算关闭这个研究所。数以百计的人打电话写信对他表示声援。这些支持者有一些是大名鼎鼎的人物：富勒^②、凯奇^③。

① 汤姆·沃尔夫（Tom Wolfe，1931～ ）——美国记者，提倡新型新闻，即把小说手法用于新闻报道。

② 富勒 Buckminster Fuller，1895～1983）——美国建筑师、发明家、哲学家兼诗人，被认为是 20 世纪下半叶最有创见的思想家，设计了一批永垂不朽的著名建筑。

③ 凯奇（John Cage，1912～ ）——美国作曲家，作品及理论对 20 世纪中叶的创作产生了深刻影响。代表作有《4 分 36 秒》《幻景第四》，著作有《无声》等。

艾伦^①、特鲁多^②和布朗^③。尽管他的研究所被关闭了，但是麦克卢汉雄踞学术、文化甚至政治话题巅峰的重要地位，在这次抗议浪潮中，充分地展示出来了。

然而，如果给那些诋毁者说句公道话，麦克卢汉的著作不仅有比喻令人目眩之弊，而且还存在一个更加根本的问题。而且，这个问题并不是麦克卢汉制造的问题，而是当时任何人都不能解决的问题。在科学界和社会科学界，判断一个人思想正确与否的最可靠的办法，就是衡量预言是否准确。但是，在麦克卢汉著书立说的 30 年之间，他没有机会去作出准确的衡量，他的同人也没有这样的机会。他的第一本书是关于工业媒介的，叫《机器新娘》，是 1951 年出版的。自那一年起，直到到他去世的 1981 前夕^④，电视完全支配着我们的公共生活和私人生活。这就是说，麦克卢汉或者其他任何人就电视所作的任何预言，都带有马后炮的成分。因此，1960 年麦克卢汉评论总统候选人的电视辩论时，说肯尼迪表现出来的“冷”的风格，比尼克松进行的“热”的辩论，更加适合电视这个媒介。同样，17 年之后，卡特低调的人格面貌，对于根据电视辩论来决定投票的选民来说，也是有吸引力的。然而，尽管这些关联可能会（过去是，如今看来也是）引人入胜、使人获益，它们也不能验证麦克卢汉的思想。它们不能够像尚未到来的新媒介那样去验证他的思想。即使这样的新媒介像电视那样具有革命性和冲击力，即使根据麦克卢汉的工作，新媒介的到来及其影响，是可以预料和解释的。

① 艾伦（Woody Allen，1935～）——美国幽默作家和喜剧演员。

② 特鲁多（Pierre Elliot Trudeau，1919～）——加拿大自由党人，1968～1974 年任总理，任内与中国建立外交关系，曾创办《自由城》评论月刊。

③ 布朗（Jerry Brown）——当时的美国加州州长，尊敬和支持麦克卢汉的工作。

④ 麦克卢汉 1980 年 2 月 31 日去世，所以说 1981 年前夕。

数字时代提供了这样的机会。《数字麦克卢汉》不仅谋求提供进入数字时代的向导——这是其主要目的，而且谋求证明麦克卢汉思想隐而不显的准确性。他在世时，人们是看不见这种准确性的。

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：千百万人读星期日报纸，买生日礼物，在因特网上看与电视相等的东西。不上网的人也了解到同样的东西，只不过他们是通过报刊、电影和电视而获取这些信息罢了。

1.1. 博弈计划

下一章将从麦克卢汉的方法论破题。我们届时考虑的将是他这些东西：探索先于解释；用暗喻说明问题，而不是用逻辑说明问题；用小包装表现思想，常常是用几段话，很难得超过七八页。严格地说，这不是麦克卢汉对媒介影响的洞悉，也不是他估量媒介影响的工具或观念。这只是他与读者打交道的方法。这种方法与人们网上交流的方式很相像，人们发表意见时一般只有几段话。网页上热门连接的题目和短语很像是粗体字，麦克卢汉的书里到处都散布着这样的装饰。在考察他的方法时，我们发现他是时代的先知，他在书页的紧身衣中奋力用电子模式传播信息。这是水银泻地一般令人吃惊的方式。它与我们的智慧之轮是协调一致的。当时的媒介里面，还没有发现这样的智慧之轮。

接下来，我们转向麦克卢汉整个议程中最核心的洞见，转向他最广为人知却最难理解的断语：媒介即是讯息。其意图在于引人注意这个命题：使用一种媒介时，它对社会产生的深刻影响，比个人用这个媒介具体做什么更加重要。人们开始打电话、听广

播、看电视、用网络的时候，世界就一次接一次地发生变化。这样的变化一般不是由于他们所说、所见、所闻的内容引起的——所有这些东西都被无情地碾压成一个论点：内容完全是无关紧要的。

稍一思索就知道，为什么这是不可能的。没有内容的媒介——世上根本就没有这回事。因为如果没有内容，它就不成其为媒介。麦克卢汉在《理解媒介》（第 23~24 页）中把电能作为例子，说它是“单纯的信息”，换言之，电能是没有内容的媒介。不过，接下来他又恰当地说明，电能的内容是它照耀和显示的东西。就是说，电灯泡显示某一种东西，这种东西的显示程度就是电灯光的内容。没有节目的电视作为媒介对我们是没有影响的。就像没有独特程序的电脑一样，它只不过是有趣的垃圾而已。事实上，早期的许多个人电脑就是这样，当上网变得至关重要时，由于缺乏上网的能力，它们就成了垃圾。电脑缺乏程序，网络上也缺乏程序发送的内容。这些程序是电脑在新环境中发挥媒介功能所必须具备的条件。换言之，内容对“媒介资格”（media-hood）是必备的条件。

因特网照亮了另一条路径，使媒介的内容帮助我们去理解媒介本身。麦克卢汉努力揭示通常是隐蔽着的媒介向度和媒介效果。我们之所以注意不到这些东西，那是因为我们的注意力集中在内容之上，我们把底层的媒介视之为理所当然。他认为，旧媒介被新媒介取代时，才突然更加显著，更加吸引人，并从而成为研究的对象。他早期从事文学理论研究，经验告诉他，电影把小说的叙述结构作为内容以后，这种结构就突然跳入了公众的意识之中。60 年代，电视对电影的影响与此相同。这个时期，大学创办了电影学院，以便去研究所有家庭每天 24 小时能够在电视上看到什么内容。在他去世以后的十年里，录像机第一次把电视的结构和组织方式转换成为内容。人们看录像时的注意力，从广

告和编程的关系上（可以在录像机上使用快进键跳过广告），转移到对录像时间的细腻处理方面（人们可以在录像带结束之前几分钟就关机，因为末尾的几分钟是广告占用的时间）。人们的注意力，还可以转移到过去看电视的时候无法控制，因而不得不毫无批判地接受电视节目的其他方面。

但是，到了新千年的时候，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。开始的时候，因特网的内容是文本。到了 90 年代，它扩张以后就包括了图象和声音。到了世纪之交，它又提供了网络电话（Internet Telephone）、在线音频播放（RealAudio）、在线视频播放、（Real Video）。因特网证明且暗示，这是一个宏大的包含一切媒介的媒介。这将是本书自始至终的主题之一。

第 4 章和第 5 章分别说麦克卢汉的“声觉空间”和“无形无象”之人（Discarnate man）。我们将考察因特网总体上的影响，看看它对我们与世界的关系、我们彼此的关系有何影响。麦克卢汉首先关心的一个问题，是拼音字母和印刷机对人的影响。这两种媒介鼓励我们把世界看成是一连串分离的源头和碎片，使我们与之拉开距离。合上书就是与书拉开距离的例子。麦克卢汉认为，这种抽象的、序列的视野取代了过去的“声觉”方式。按照过去的“声觉”方式，我们对世界的感觉是同时完成的，我们把周围的整个世界作为一个整体，觉得我们自己和世界互相渗透，世界是我们的延伸，我们也是世界的延伸。他断言，电视正在再现这样一种感知方式。无论我们走到哪里，电视屏幕显示的总是相同的东西。但是，让我们觉得电视是“声觉”的，那真是难乎其难，无论他怎么常常引用托尼·史华兹（Tony Schwartz, 1973）的话来说明问题：电视把眼睛当做耳朵。

90 年代来临的赛博空间使这个问题容易解决了。

因为电脑屏幕邀请我们参加的空间确实是无处不在的。然而，它和电脑屏幕的空间不同，从潜在的可能性来说，它是我们自己创造的。我们通过使用它来创造它，就像前文字时代的声觉空间一样。而且，置身赛博空间的观念并不是和我们的直觉直接对抗的。相反，置身于电视空间的观念确实与我们的直觉相悖。在网上的生活，从此地到彼地，我们的感觉就是在那个空间中移动。这种感觉，是我们看电视跳台时，难得会有这样的。因此，揭开赛博空间的面纱，说它像声觉空间，有助于把这两种空间说清楚。

赛博空间的公民是虚拟的公民。这就是说，我们的血肉之躯在我们与它的互动中不起作用，我们的血肉之躯并不是真正置身于赛博空间。麦克卢汉注意到，我们打电话、听收音机、看电视的时候，就产生这个“无形无象”的效果。他想弄清楚，这对我们的道德观念有何影响。但是，打电话的经验和另外两种经验是非常不同的。因为打电话的时候，双方都被“发送”出去了，而肉体是没有出去的。看电视的时候，只有电视上被看的人是“无形无象”的，看电视的人并不是“无形无象”的。从互动性这个路子来看，网上的人也和电话上的人一样，失去了血肉之躯。事实上，我们在本书里会自始至终看到，数字时代深深地扎根于电话和印刷术之中，就像它扎根于电视之中一样，虽然数字时代是从屏幕上走进我们的生活的，而屏幕又是我们在看电视时就熟悉的东西。

第6章和第7章，集中讲数字革命对地缘政治的影响。麦克卢汉说，电子媒介，尤其是电视，把地球变成了一个“地球村”。这个观点的逻辑是一看就懂的。地球村成为人们经常引用的比喻。在麦克卢汉所有的比喻之中，这是被人们引用得最多、最恰当的比喻。我们可以看到，全世界在电视上看美国的超级橄榄球赛，村民在村里的球场上看本地的橄榄球赛，这两个赛事有很多

相似之处。但是，村子里的生活，比看电视当消极观众的生活，显然要更加丰富多彩。球场上的观众可以彼此交往，也可以和球员互动。实际上，球员有可能就是村民自己。这样的观众和电视观众是两码事。电视观众是孤立的家庭。他们和电视上的东西保持着距离，这个距离是无法压缩的。因特网又一次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。而且一般地说，上网的人可以在全球范围内交换信息，很像小村庄里村民和球场上的观众一样。格里菲思^①粉碎了剧院里的台口，把放映机从剧院的符咒中解放出来，使之能够靠近银幕。同样，因特网粉碎了一个障碍，这个障碍把看电视的人装在魔瓶里，使人不能在起居室里给电视输入信息。

电脑屏幕到来了，它不仅接受信息，而且发送信息，在家里、在办公室里、在全球各地。这证明了麦克卢汉关于地球村的另一个判断——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”。广播电视网也启动了使中心瓦解的进程。它们也是用同样的方式，播放信息，播放新闻，打入家庭和办公室，甚至打进汽车旅馆。从获取重要信息这个角度来看，最好的游览观光房间，既可以是荒原小路边的茅屋，也可以是纽约市的一间居室或豪华写字间。重要的只有一点，这个房间要有一台电视机或收音机（从这个意义上说，大众传播效果滥觞于第一张全国性的报纸诞生之日，虽然报纸并不是立即投递到读者手中的）。但是，广播信息的源头还是由少数广播网控制的。在电

^① 格里菲思 (D.W. Griffith, 1875~1948) —— 美国电影界先驱，他使电影成为一种能够表达思想感情的艺术，贡献卓著，成果丰硕，举世公认。代表作有《一个国家的诞生》、《党同伐异》、《陶丽历险记》等。

视时代，广播公司总部是货真价实的中心。

到了因特网时代，凡是有网页的人都可以发布新闻，而且是国际性的发布新闻。于是，公司对新闻的把关终于开始退潮。1977年8月，我获悉黛安娜王妃不幸去世的消息，是有人在因特网上转发给我的美联社（Associated Press）公告。虽然一些有线电视台很快就跟了上来，但是到美国的主要电视网参与报导的时候，已经过去了一个小时。同样，关于克林顿与莫妮卡·莱温斯基的性关系的斯塔尔报告（独立检查官办公室，1998），是原原本本地因特网上向全世界发布的。与此同时，广播电视上却只能摘取其中的片段而已。一天以后，报纸才来得及把报告登出来。

数字时代的非集中化不仅适用于新闻。亚玛逊网上书店经营不到三年，就成为世界上第三大的图书销售商（见 Nee, 1998）。当然，它内部有一个集中的公司结构。但是，从它给顾客提供的书籍来看，这个结构和顾客是没有关系的。哪怕是最大的书店都会很不一样。就是在最大的书店里，上架的图书也只能有特定的数量。相反，亚玛逊网上书店的书架空间却是无限的，因为这个空间是虚拟空间。

在许多情况下，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。微软这个世界上最大的公司，不可能使其“视窗95”取得彻底的胜利。多年来，为了维持其浏览器在市场上的主要地位，它也一直在苦苦挣扎。在这两种情况下，使用者个人的喜好占上风，而不是大公司的计划占上风。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受到限制，在很大程度上，这个非集中化是微软自己的作茧自缚。非集中化的力量比公司的力量要强大得多。实际上，凡是懂得麦克卢汉的人，都觉得政府告微软的官司是滑稽可笑的。这是

政府唐吉诃德式^①的一搏，说明它剩下的那一点管制商业的权力，已经少得可怜了。它所指控的垄断本身就产生相反的效果，这个效果已经使信息产业中的垄断过时。政府对微软的起诉，是唐吉诃德用长矛向网络风车发起冲锋。

麦克卢汉对媒介的考察，不但是要看媒介对产业、政治和社会生活的影响，而且是要看它们如何对付和使用我们的感官，就是说要看它们对我们的心理影响主要是落在什么地方。这就是它们社会影响的基础所在。第8章和第9章从数字时代对全球的教益转向一个新的课题，我们要看看每个人与电脑屏幕、电视屏幕和书籍发生的一对一的关系。

对麦克卢汉而言，我们感知每一种媒介内容的具体方式，不仅管束着我们如何从这一媒介求得信息，而且对我们从它得到什么信息也有约束。再者，这种感知方式对媒介的总体社会影响也发挥着约束作用。我们对媒介的感知有如下一些具体方式：每一种媒介表现信息的方法，或者是文字的，或者是物质的，信息在其中表现的强度和清晰度也是不一样的。他发现电视和彩绘玻璃窗需要相同的感知方式。信息都是由玻璃背后的光线激活的，都是穿透玻璃以后到达我们的眼球的。于是，麦克卢汉给电视下了一个令人震惊的结论：它吸引并迫使我们注意，几乎像催眠术一样使人着迷，几乎像宗教一样强烈，因为我们的感官和大脑对“光透射”（light-through）的邀请，就是这样回应的。彩绘玻璃窗——我还要加上蓝天——构成了这种感性魅力。绘画、书籍（浓墨重彩装饰的手稿除外，它们是中世纪在纸上模拟的光透射媒介）、报纸和电影不具备这样的魅力。相反，它们把内容传达

^① 唐吉诃德（Don Quixote）——西班牙作家塞万提斯（Miguel de Cervantes, 1547~1616）塑造的一个理想主义的侠客，滑稽、仗义、狂热、空想、嫉恶如仇。

给我们是通过反射的光线——反弹回来或者反射到旁边的光线。因此，仅仅是在这个感知特征的基础上，我们就可以看到，电视比书籍和电影略胜一筹。既然电脑屏幕也通过“光透射”运作，所以它们既保存了电视感性魅力的优点，又传达了书籍的长处。

“光透射”可能是麦克卢汉的比较尺度中最不出名的尺度。正如“声觉空间”和“无形无象之人”一样，它仅仅是在媒介理论家的圈子里才有知音。但是，它从来就没有达到“地球村”那样的偶像地位，也没有获得符咒的魅力——具有这种魅力的是“媒介即是讯息”。“冷媒介和热媒介”是一个感知方式的比喻。“冷”和“热”是麦克卢汉从爵士乐借来的俚语，指的是媒介的高清晰度和低清晰度。这个比方走上了一条独特的路子。60年代中期，它曾经是一颗明星，至少是和“地球村”、“媒介即是讯息”一样齐名，和它们紧密地联系在一起。可是，1980年麦克卢汉去世以后，它很快就不再时髦。今天，它几乎批上了一层迷人的、古董一样的铜绿色。几十年来，它有一以贯之的特点，这就是围绕它而产生的大量的误读。这些误读和“媒介即是讯息”的误读的原因，是不一样的。这个观念本身存在固有的困难，或者叫做未经说明的细腻之处。

“冷热”观念的要害是，“热”媒介喧闹、明亮、清晰和凝固僵化（“热”或曰高清晰度），在感知者身上引起的参与程度低。相反，“冷”媒介轻柔、阴暗、模糊和变动不羁（“冷”或曰低清晰度），要求比较高的参与程度。他的冷热划分有这样一个心理逻辑，我们被迫、而且是受诱惑地、更加用心地被卷进去，以便填补低清晰度、低完成度的媒介。因此，我们在几行诗上花的时间，可能比在几行散文上花的时间要多一些。看政治漫画比看清晰的图片，要更加花费心思。电视小屏幕上闪烁不定的形象，比电影院中大屏幕上清晰的形象，更加勾引我们的注意力。

电视这个例子显示了冷热二分法的优劣长短。它揭示一个道

理：电视把我们拽进它冷的形象里面，去看屏幕背后究竟是什么。这个效果和它作为“光透射”媒介对我们的影响，是非常吻合的。不错，电视屏幕又小又模糊，电影院银幕却不是这样。按照麦克卢汉的解读，电影院银幕不仅是光照射的媒介，而且是“热”的媒介。然而，如果再仔细追问，电视的参与度为什么比电影的参与度高，我们就注意到，二者在另一个重要的尺度上不一样。这个尺度是：电视在家里，24小时都可以看；电影只有在电影院的银幕上看得见，只有走出家门花钱买票才能看到。这一点差别又足以说明，为什么看电视比看电影容易上瘾。这个尺度上的时间差别，和“冷对热”“光照射对光透射”的比方，都没有任何关系。

其他非感性因素能够说明其他媒介的冷热效应。麦克卢汉指出，广播和唱片（50年代末期和60年代初期的“高保真”），比电话传达的声音要丰富得多，因此它们要冷些，要求人们参与的程度也低些。然而，电话却邀请人们深度参与，这里有一个更加实际而明白的理由：和听广播和唱片不一样的是，打电话的时候，电话线的另一端有一个活生生的人，一个积极参加交流的人。不管广播和唱片冷也好，热也好，它们始终都不能确保人们像打电话那样积极地去参与听。原因很简单：广播和唱片对听众反馈的声音，是充耳不闻的（当然，也有这样一个例外，有人给电台打电话时，电台就得到反馈——但那是由于电话的介入，广播才成为互动媒介的）。

广播给冷热二分法构成另一个问题。广播这个只有声音的媒介怎么可能是热的，而提供视听节目的电视却是冷的呢？只有声音总不如视听双管齐下吧？也许，我们可以稍加限定来回答这个问题：冷热二分法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。

尽管如此，我们还是面对着一个无法逃避的结果：冷热是衡量媒介效果的一个相当变动不羁的标准（也许，就它给清晰的东西加上使人清醒的逆转来说），冷热二分法既澄清问题，又使人迷糊。

然而，冷热二分法能够说明的问题，确实给人留下了深刻的印象。本书将他这个观点和其他的观点列入考察的范围，那是因为我们一切能够得到的帮助，以便推进我们对新兴的数字时代的理解。自从在线文本公开亮相以来，它一直都比书籍报纸更加容易使人上瘾。早期的 CompuServe 和 Source 等商业系统的上网费以小时计。财力难以承受的人每个月得花一千多个美金，可是他们还是要去进网。能够在网上和别人交往——有时同步，一般不同步，当然是主要的吸引力。但是，这里有一点点什么东西具有强烈的诱惑力。在那些原始的、低清晰度的屏幕上，只有阴暗背景上的一种亮度的字母，和今天明亮的屏幕相比，那真是又阴暗又单调。就是这样的东西，居然使我第一次上网时觉得麦克卢汉和他的冷媒介光芒万丈。那差不多是 15 年前的事情了。

这个诱惑力就是出版吧。写东西通常是想发表的——可能日记除外。我们的第 10 章将要转向社会舞台。麦克卢汉说，复印术使每个人成为出版人。我们将考虑，网络对他这个命题有什么影响。最初，他这个说法当然是有一点夸张。就是最廉价的纸皮书也比最清晰的复印手稿强。手握复印“出版物”的人，没有通畅的渠道把它们发行出去。在这两个方面，网络把手稿和出版物的差别抹平了。凡是具有超文本标记语言（Hyper Text Markup Language）知识和网页设计感觉的人，都可以制作网页、发表东西，并且使之和巨型网上公司制作的東西一样引人注目。网络是一个普世的发行系统，凡是有浏览器的人都可以看到。不过，这场出版革命还没有一锤定音地完成：亚玛逊网上书店搞的是销售，而且卖的是传统出版的书籍，而不是网上制作的书籍。

手捧印刷装订的书心情愉快，这是怀旧的表现吗？我们这些

与印刷书籍一道成长的人，难免有怀旧情绪。这种怀旧情绪是否有更加深层的满足感呢？从永远固定在书页上的文字，我们总是能够得到满足的。我这本《数字麦克卢汉》将探讨怀旧和满足这两个因素。我想这两个因素都在起作用。当前，围绕书籍的变革旋风，都是向着一个总的方向前进：媒介中传统的守门人都被席卷而去，都被压倒了。古代传播手段是用手写的时候，守门人是教会，它要守住神圣的、不太蒙恩但值得保存的文本。印刷机把教会这道门拿掉了，但是它却装上了政府这扇门。稍后的企业也装上了一道门，来控制新兴的信息流。到了 20 世纪，广播电视使信息流急剧增加，但是政府和企业把关的势头继续当道，丝毫不减——事实上其权威性还有所增加，因为出书比制作电视节目的成本低得多。有线电视问世之前，要想在电视上露脸的可能性，就只有那么几个。麦克卢汉抓住复印术，认为它是扭转这个潮流的难得的机会。他是对的，甚至可以说他有先见之明。数字时代由谁来守门的问题，将是这样的：网络不可能预先对信息进行分类，在这样的情况下，决定什么东西最适合阅读、观看和收听这个问题，公众是指望由守门人来批准呢，还是自己寻找并批准一种和原创者更加直接的关系呢？

第 11、12、13 章考虑的问题是，信息数字化如何改变我们所谓“最好”的观念本身。我们将考虑数字化与工作、游戏和艺术的内在线索。麦克卢汉不仅具有善于使用妙语的天才，而且他目光敏锐，善于从他人的语言中挑选这样的妙语。他常常引用巴厘人的话，“我们没有艺术，我们把一切事情都干好”。在电子时代，他看到声觉空间和地球村。同时他看到，前工业时代细心和尽善尽美的工作目标正在卷土重来，因为人们越来越容易获得专家的知识。正如生活的其他许多方面一样，个人数字化时代给人的实惠，超过了大众电子时代（the personal digital age has done better than the mass electronic age）。在个人数字化时代，我们不

仅可以每天 24 小时获取信息，而且可以得到应用知识的手段。借助这些手段，我们对社会作出贡献，我们可以同时干若干种工作，我们同时干的事情会越来越多，我们可以在一天 24 小时的任何时候工作，可以在世界上的任何地方工作，包括我们的家里。

上述工作能力的提高，盖源于个人电脑。同时，个人电脑是孩子们玩电子游戏的地方，是我们上网冲浪去玩去赚钱的地方。在第 11 章“从物役到役物”里，我们将考察数字化时代出现的新现象：工作和游戏差别的模糊趋势。我们将考察这个现象的背景及可能产生的后果。在刚刚过去的电视的经典时代，新闻和商务确实混合起来了（以广告的形式）。但是，电视时代没有提供多少渠道，让人们直接购买商品和服务，它根本就没有提供任何渠道，让人们直接在家里生产和销售。在那些岁月里，工作大体上只能在离开家的地方进行，在物质的、公共的场所进行。和这样泾渭分明的情况不一样，从一开始，个人电脑就是工作（文字处理、数据管理和通讯）和游戏的载体。实际上，DOS（工作）和 Macintosh（玩耍）的两极应用模式，就抓住了这种双重功能。视窗将这两极整合起来，是理所当然的，因为 DOS 和 Macintosh 的区别，实际上是微乎其微的。如果和电脑及其之前的任何媒介相比，DOS 和 Macintosh 的区别算不了什么。诚然，好奇心消磨殆尽时，网上冲浪的乐趣是否还会继续下去；在网上灵活的环境下所干的工作，从长远的观点来看是否会更加美好；能够在家工作以后，家庭生活是否各方面都会更加美好——所有这些问题，我们尚不得而知。但是，90 年代末，美国的经济水平强劲增长——国内生产总值上升，失业率下降。这至少说明在网络最发达的国家，工作和游戏最新的混合正在产生美好的收成。

第 12 章谈的，是工作游戏和技术进步之间的关系的另一端是什么样，尤其是要看麦克卢汉这样一个观点：过时的技术成

为艺术。他警醒世人，技术处在高峰期的时候，我们基本上是不见的。由此推断，我们可以说，一切技术都像高速旋转的风扇叶子，不小心的人可能会割破手指头。他注意到，另一种技术取代一些老技术的部分功能，并且开始在幕后起作用时，技术运转的机制突然就变得一清二楚，仿佛是被推到了舞台的中心。一个表现是，正如我们在讨论“媒介即是讯息”看到的，旧媒介成为新媒介高清晰度的内容。例子有：小说是电影的内容，电影是电视的内容，几乎过去的一切媒介都是因特网的内容。

另一个表现是，我们之所以欣赏被新技术取代的旧技术，并不是因为它们的产量或功能，纯粹是由于我们从感受旧技术中得到了乐趣。他最喜欢用的例子是地球本身。第一颗卫星围绕地球旋转时，我们第一次获得了离开地球看地球的视角。于是，地球成为一种艺术形式，成为一个令人称奇的美的客体，成为一件必须在总体上保护好的美好事物。我也有两个很喜欢的例子（读麦克卢汉的主要乐趣之一，就是你可以找出你自己的例子）：熟食品的美味和敞篷式汽车的凉快。火腿、腌牛肉和用其他方式处理的食品，曾经是为了保存而加工的，其目的是实用。电制冷技术发展之后，保存食品的效果好多了，这时候消费加工食品，完全是为了品尝其味道。与此同时，人们开始使用敞篷式汽车，以求夏天凉快。到了 60 年代，空调汽车几乎把敞篷式汽车淘汰个一干二净。到了 80 年代，敞篷式汽车又杀了个回马枪。玩车人图的是“凉”（cool），但是这个“凉”不是物质意义上的“凉”，而是派头上的“酷”（cool）。

一个又一个媒介离开了传统的立足点，成为因特网上的内容，因此我们可以指望，公众把媒介当做艺术欣赏的程度会相应地增加。报纸印刷的外观正在开始引起人们的注意。只要把报纸的头版和一百年前的样子比较一下，就可以明白。手写的文字在印刷时代变成书法艺术，也是这一个道理。电视出现在连接着键