

麻省理工学院版序

——永恒的现在

路易斯·H. 拉潘姆(Lewis H. Lapham)

30

年前的夏天，赫伯特·马歇尔·麦克卢汉出版了他的《理解媒介——论人的延伸》。只几个月工夫，该书就获得《圣经》那样的崇高地位，其作者就成为时代的先知。一位名不见经传的文人，从一个偏远的亭子间突然降临名流的核心圈子。就世人记忆所及，这实在是罕有所闻。但是麦克卢汉泰然接受了这一种剧变，仿佛一切均在平平常常之中，没有偶然，没有惊奇，只有必然。他在多伦多大学的图书馆里证明了自己的假说，一切盖源于此必然。他那时 52 岁，生于加拿大，身为英语文学教授。他自我陶醉，难以解读，其神态给人留下这样的印象：他相信先知的使命就是发布预言；如果说他穿透未来的雾障，预见到印刷文字正在退出历史舞台，那也是小事一桩，他只是留意到了显而易见的、必然要发生的事情而已。

该书首创了一个如今习以为常的术语——媒介，同时还首创了一些我们当做训诫的警句，比如“地球村”和“信息时代”(Age of Information)。这些东西已经成为通用词语。到了 1965

年秋天,《理解媒介》的盛行促使《纽约先驱论坛报》宣告其作者是“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……”,这一评价代表了明达舆论的共识。接下来的四五年中,麦克卢汉在各个电视台接受专题采访,在各大公司做巡回演讲,以他的人格魅力给听众一次又一次的震撼。用汤姆·沃尔夫^①的话来说就是,他获得了人们“以偏执狂似的不可抗拒的信仰所赋予的、罗马祭师才享有的那种魅力”。伍迪·艾伦^②把他放人名人殿堂安妮宫。著名艺术家安迪·瓦霍尔(A. Warhol)、罗伯特·罗森博格(R. Rauschenberg)授予他名誉缪斯的头衔。在《新闻周刊》和《党派评论》这样性质迥异的杂志社里,知识精英们发现,面对一堆毫无关联的情况,只要用上一个词“麦克卢汉式(McLuhanesque),他们就能理清一堆乱麻。这位北方圣人俨然成了神话般的人物。然而,他依然故我,不修边幅、相貌清癯、温柔敦厚、缺乏条理、丢三拉四、一身堂吉诃德式的打扮。他始终相信整个世界可以塞入自己那个假说的箱子。他随时随地准备给听众恩赐阿波罗神殿的神喻,无论听众年龄长幼,无论他们是保险公司的经理还是即将走向成功^③的吉他演奏家:

“电光是单纯的信息。” (The electric light is pure information.)

“我们正在退出视觉的时代,进入听觉和触觉的时代。”

① 汤姆·沃尔夫(Tom Wolfe, 1931—)——美国新闻记者。

② 伍迪·艾伦(Woody Allen, 1939—)——美国幽默作家和喜剧演员。

③ 原文为走向 Woodstock。这是一个艺术家聚居地,位于纽约州东南部一座小山脚下。

(We are moving out of the age of the visual into the age of the aural and tactile.)

“我们是电视屏幕……，我们身披全人类，人类就是我们的肌肤。”(We are the television screen... We wear all mankind as our skin.)

然而，即使麦克卢汉度过了声名显赫的巅峰之后，在诠释他的文本的学人之中，也没有几个能完全弄清他究竟想说什么。他们只是猜想他的思想撞击出了什么重要的东西，然而多半的时候他们只是把他解释成传播理论的兜售者，而且把他的预言变为适合自己使用的东西。在麦克卢汉的分类系统中，印刷归入热媒介，电视归入冷媒介。完全有把握弄清这种区别意义何在的批评家，可真是百里挑一。但是这两个术语还是为 4000 万美元的广告战提供了依据，为没有主人公和故事情节的小说找到了说辞，为废旧轮胎拼凑的所谓艺术品提供了辩护的理由。

麦克卢汉(卒于 1980 年除夕,享年 69 岁)去世之后,与《理解媒介》相关的震惊和神游随之平息。媒介行业的匠师宣告死者过时,也许这在意料之中。讣告并不那么充满敬意。明达的舆论转移到了其他领域,麦克卢汉的名字和声誉被悬诸高阁,体现那个名誉扫地的十年中幻灭希望的其余一切敏锐的东西(迪斯科舞靴,《胡椒警长》^①,伍德斯托克艺术家村,越南战争)也与之一起被送进阁楼。

然而,上述判断不合时宜。到了 1994 年,麦克卢汉所说的很

^①《胡椒警长》(Sgt. Pepper)——披头士(Beetles)乐队的节目,该乐队兴起于英国利物浦,60 年代曾风靡美国。

多东西显然比 1964 年更容易为人所理解。虽然他这本书被列入了绝版书书目，但是它深刻的涵义开始表现出来了。在音乐电视和因特网上，在里根总统的政治形象中，在尼克松总统重新唤发的活跃之中，在电视购物网络上，在电子邮件中——在所有这些新技术中，麦克卢汉的深刻涵义都开始表现出来。他预见到了这些新技术，但是未能活着看到它们以硅片和玻璃的形态表现出来。虽然该书名叫“理解”，但是它从来就不是容易理解的。麦克卢汉的思想有时精彩辉煌，有时模糊不清，不过都符合他提出的认识规范。他把这些规范的属性归之于电子媒介。电子媒介的属性是非线性的、重复性的、非连续的、直觉性的，是靠类比推理去展开的，而不是靠序列论辩（sequential argument）展开的。麦克卢汉推理的前提是：“我们自身变成我们观察的东西。”（We become what we behold.）“我们塑造了工具，此后工具又塑造了我们。”（We shape our tools, and thereafter our tools shape us.）从这个前提出发，麦克卢汉审视了推翻既成的政治秩序和美学秩序的两次技术革命的强制性指令。第一场革命是发明活字印刷术，那是在 15 世纪中叶，它鼓励人的直线思维，鼓励人们以方便印刷书页视觉形态的方式去安排知觉。第二场革命是电力的新兴应用形态（电报、电话、电视、电脑等等），它使人学会用方便的电子空间（cyberspace）礼仪的方式来重新安排知觉。内容跟随形式，汹涌革命的技术产生了感觉和思想的新的结构。

陈述命题之后，麦克卢汉对整个人类表达领域里的一系列变异形态进行考察，借此对这个命题进行加工。各章标题证明了他的逻辑腔调和勃勃雄心（小玩意爱好者；麻木性自恋 //打

字机；进入钢铁奇想的时代 // 武器 图像之战 // 照片 没有围墙的妓院)。他的语汇要花一点时间才能习惯，比如“文字是视觉的”；电视是听觉的和触觉的”。他开篇的许多观点信手拈来，不作任何说明，仿佛人人已经懂得他的意思。到了后来他才作出解释，而且常常用一种补充说明和旁白的形式来表达他的解释。直到第 376 页他才说，一种媒介的内容总是另一种媒介：“报纸的内容是文字表述，书籍的内容是言语，电影的内容是小说”。直到第 429 页，他才对“大众媒介”这一术语作出说明：“大众媒介所显示的，并不是受众的规模，而是人人同时参与的事实。”

他有些命题的表达方式比较可信，有些却不那么令人信服。不过我发现，如果把他用荷马式的语言在散文中里里外外表现的主调排列出来，我就可以把他的辩证法表述为一套两两相对的反义词。左列的词义与四百年间呈上升趋势的印刷文字相联系，这段时间从谷登堡^①发明活字印刷起至爱迪生发明电灯为止。右列的词义与敏锐的感觉相联系，人们把这种敏锐称之为后现代(the sensibility known as postmodern)。

印刷文字

电子媒介

视觉的 / visual

触觉的 / tactile

机械的 / mechanical

有机的 / organic

序列性 / sequence

共时性 / simultaneity

精心创作 / composition

即兴创作 / improvisation

^① 谷登堡(Johann Gutenberg, 1400?—1468?)——15 世纪发明现代意义上的活字印刷机。西方人认为他是活字印刷的发明人。实际上，活字印刷是中国的毕升在 11 世纪发明的。

眼目习染／eye	耳朵习染／ear
主动性的／active	反应性的／reactive
扩张／expansion	收缩／contraction
完全的／complete	不完全的／incomplete
独白／soliloquy	合唱／chorus
分类／classification	模式识别／pattern
中心／center	边沿／margin
连续的／continuous	非连续的／discontinuous
横向组合的／syntax	马赛克式的／mosaic
自我表现／self-expression	群体治疗／group therapy
文字型的人／Typographic man	图像型的人／Graphic man

《理解媒介》问世还不到一个星期，多伦多和纽约文人秩序的卫道士就在右列的词语中读出了他们自己末日到来的兆头，于是就迫不及待地找茬挑刺。有人轻蔑地把这些词语称之为麦克卢汉的“咒语”。他们多半是喃喃自语，不屑一顾地将其斥之为希奇古怪、大杂烩的‘科学神秘主义’的一知半解，说麦克卢汉对艺术只知皮毛，说他对技术的信仰幼稚，说他对“单纯肉体感知”的信仰太原始。有一些反对意见受到欢迎，尤其是对麦克卢汉中枢神经系统的探讨所持的批评（他对临床精神病学几乎是一无所知）。但是大多数的批评家都不着边际地乱批一通，拒不接受他研究媒介的路数，把他假说的精要贬低为委琐的观察。有人说‘埃德·沙利文’^①(Ed Sullivan)的节目‘比维特根斯坦’^②全

① 沙利文 (Ed Sullivan)——美国电视节目主持人。

② 维特根斯坦 (Ludwig Wittgenstein, 1889—1951)——20 世纪伟大哲学家，生于奥地利，长住英国。

集和伯罗丁①的全集当然是容易多了。麦克卢汉说，媒介是“使事情所以然的动因”(make happen agents)，并非“使人知其然的动因”(make-aware agents)，是类似道路和运河之类的系统，并非珍贵的艺术品，并非使人向上的行为模式。他反复提请读者说，他的命题最好是当作文学比喻来理解，而不是当作科学理论来理解。他的研究方法是熟悉图书馆运作和学术体制的英语教授的研究方法。他喜爱书卷味的双关语，经常把印刷时代的偶像当作权威引用。他大段大段地引用乔伊斯②的小说，主要是《芬尼根的觉醒》，还引用艾略特③和布莱克④的诗歌，罗斯金⑤的书信。

他经常征引前人的话来嘲弄那些心比天高的文人雅士，说他们硬是相信，只要电视网改进工作，修正节目编排中的庸俗调子，一切就可以万事大吉。他喜欢把批评者比做 16 世纪的经院哲学家。那时的学究攻击谷登堡的印刷文字，说它们是精神混乱的始作俑，是“我们所知文明的终结”。换言之，印刷文字是口头传统的终结。口头传统建立在装饰精美的手稿书上，这类手抄书又藏在修道院的地窖里。印刷术把传播媒介交给曾经是默默无闻的许多人（促使文字如潮水一样从许多文豪的笔端喷涌而出，比如拉伯雷、塞万提斯、莎士比亚等等）。同理，电子媒介

① 伯罗丁 (Plotinus, 205—270)——古罗马伟大哲人。

② 乔伊斯 (James Joyce, 1882—1941)——爱尔兰小说家。

③ 艾略特 (T. S. Eliot, 1888—1965)——20 世纪伟大文学家，生于美国，卒于英国。

④ 布莱克 (William Blake, 1757—1827)——英国诗人。

⑤ 罗斯金 (John Ruskin, 1819—1900)——英国作家、艺术批评家、社会学家。

的广泛传播也使许多被认为不通文墨的人能够互通音信。麦克卢汉认为,正如 16 世纪一样,20 世纪的文人也喜欢“警谕世人、指手画脚,同时又对世上正在发生的事情小心翼翼地置之不理”。对于那些捍卫已失阵地的人,他没有什么同情,也没有什么耐心。他反对那些骄狂的文化精英(他们竭力恢复昔日的文化殿堂,就像恢复文化古城威廉斯堡^①一样)。他毫不留情地幽默嘲弄这些狂人说:“多年来我注意到,道学家们典型的伎俩是以愤怒代替感知。”

他的讥讽证明,三十年来针对他关于电子媒介论述的大多数批评,都是多余的废话。最近读这本书时,我常常想起自己的一些断言是那么的不着边际。我曾经说过电视网上的肥皂剧平庸,晚间的新闻愚蠢,而且认为自己的判断深刻,至少是有道理。直到有一次给电视台写一个长 6 小时的 20 世纪历史片,我才知道自己的批评大谬不然。写片子的过程中,我才发现麦克卢汉所谓“媒介即是讯息”是什么意思。片中一段文字要说明二战的起源,还要说清从 1938 年 9 月慕尼黑会议到 1939 年 9 月德国入侵波兰的历史,但是只让我用 43 个词,而且只给我 78 秒钟。此时才恍然大悟,原来电视并不像叙事体,更像是印象派诗歌和修拉^②的点画法。它不像小说家、史学家、散文家构思的东西,也不像新闻记者所写的社论。

《理解媒介》确认了我在电视摄像机前后两边的经验。我认为这本书是可以随意打开浏览、各取所能发现的一本书。麦克

① 威廉斯堡——美国建国前的文化古城,在东弗吉尼亚州,已恢复原貌。

② 修拉 (Georges Seurat, 1859—1891)——法国画家,19 世纪印象派大师。

卢汉有一些看法是没有前途的，另有一些至少需要 50 页篇幅去进一步评论。令人吃惊的是，在过去的 30 年间，尽管人们经常而执著地议论媒介，对它们那无所不在的存在和潜在的邪恶属性咕咕哝哝，但是几乎没有什么批评家留意麦克卢汉的一般理论。他的前科学思想非凡无比。过去 30 年间发生的事情常常证明他是正确的。他的学说提前 20 年预计到国际边界的消融和冷战的结束。他设想大学的课程设置不可避免地要重新安排，在如今称之为“多元文化主义”的条文之下去进行改造。他知道，商品带有“越来越强烈的信息特征”，因此财富的积累开始依赖东西的命名，而不是东西的制造。他认识到电子媒介没有重量，而且具有指向自身(self-referential)的特性。他知道企业形象和质量评级的极端重要性。于是就描绘了这样一个世界：此间的人们大部分时间都生活在封闭的由媒介调节的空间里，而这些空间又受到形象的管束。他有一个习惯，很善于用会话似的旁白表达一个通用的观点，看上去却是在说别的什么东西：

旅行与看电影翻杂志差不多……人们……从未离开过他们因循守旧的路子，也从未到过什么新地方。他们可以参加旅行社包办的旅游，而不必打开旅行社提供的一袋资料的什么杂志……于是，世界本身成了一个博物馆，馆中的藏品是在别的媒介里曾经见过的。（原书第 198 页）

让我们借用麦克斯·弗里希(Max Frisch)的话来理解媒介的性质：它是“安排世界使我们不必去经历这个世界的一种诀窍”。麦克卢汉关于博物馆的观点不仅可以解释拉尔夫·洛伦

(Ralph Lauren)何以会发财，也可以解释克林顿怎么能入主白宫，还可以说明美国任随公路、铁路和都市破败而使人产生的绝望。媒介只不过是储存和传输信息的手段，商品获得信息的性质之后就能够用光纤、传真机和自动取款的信用卡来搬运。如果是这样，又何必要麻烦去维修那种适应中世纪欧洲和古罗马的基础设施呢？

差不多在《理解媒介》的每一页纸上，麦克卢汉都启动了前景看好的思路。我很想追踪其中的五六条思路，尤其是他把纳粹德国的存在归因于收音机媒介和希特勒的政治人格面具之间的竞争的那一条思路——希特勒这个人格面具在电视媒介上一定会彻头彻尾地遭到惨败。可惜篇幅有限，我只能谈一点：媒介对许多杰出批评家所谓的“坏消息”的执著追求。人们对黄色新闻恶习发出无穷无尽的哀叹，麦克卢汉对此作出了一个言简意赅的回答，这是任何别的地方从来没有看见过的精当的解答。他正确地注意到，坏消息使好消息(即广告)占有市场——所谓坏消息指的是性丑闻、天灾和暴死。坏消息就是把人们骗进马戏棚去看马戏的那种大声的吆喝。就像五年级课本的插图一样，CBS^①和 CNN^②两家电视网上一连串的画面传授着 20 世纪末期美国人的那种程式：首先是一排有警示作用的运尸袋，正在装进 CNN 救护车，地点可以是布鲁克林或者迈阿密。第二是炼狱般的公寓火灾，熊熊燃烧的仓库。第三是面色阴沉的一队罪犯，他们按抢劫罪和谋杀罪分类排列，戴着镣铐，被人带走。于

① CBS——哥伦比亚广播公司，美国三大广播公司之一。

② CNN——有线电视新闻网络公司，在 90 年代的海湾战争中出尽了风头。

是，当天节目的文本框架得以建立，镜头又回到笑容可掬的女主持人。得到她优雅的允许之后，镜头又打出让你预览的天堂——德尔塔航空公司、克莱因^①时装和州立农场保险金的广告。中世纪道德剧那样单调乏味的说教，堂·约翰逊的阿尔马尼牌套装上杀人的血迹——总之一句话 如果你守法、纳税、对警官说话又彬彬有礼，那么你就可以用运通卡到维尔京群岛去旅游。反之，如果你违法、忘了付保险金，对警官说话粗暴无理，你就会落到金斯县^②医院的裹尸袋里。

大众媒介的生意经就是要推销产品，包括客户的产品和自己的产品。批评传媒的人抱怨无休无止的暴力，他们没有留意那个贩卖可卡因的比喻。坏消息吸引收视者的参与。麦克卢汉把这种参与确认为强烈意识的集体高涨：“这一过程使节目的内容退居到非常次要的地位。”它使收视者作好准备去收看好新闻，而好新闻的生产成本比坏新闻要贵得多。30秒钟的电视广告可以卖到50万美元，但是其制作费却可能是100万美元。《时代周刊》一个彩页的广告费大约是12.5万美元，相当于该刊写作高手的年薪。麦克卢汉准确地排定了事物的重要顺序。他说，总有一天，历史学家和考古学家将要发现，20世纪的商业广告和14世纪的玻璃花窗^③一样，将要成为20世纪‘最丰富、最忠实的反映，在反映全社会一切领域的各种活动中，其他时代的社会都只能望其项背’。”

① 克莱因 (Calvin Klein, 1942—)——美国时装设计师，以设计女装、男装、化妆品和床上用品而著名。

② 金斯县 (Kings County)——位于美国纽约州东南部，离纽约市不远。

③ 玻璃花窗 (stained glass)——常用于教堂，因此而成为重要发明。

麦克卢汉在 20 年的教学生涯中发展了他的辩证法。他在美国和加拿大一连串的地方性(provincial)大学中执教,教的是本科生的所谓“通俗文化课”。他逐渐对电子媒介的心理影响有了深刻的了解,特别是对电子媒介压缩信息趋势的了解。电子媒介靠压缩信息来消解时空这两个维度。他开始抱定以世界公民身份生存的立场。在那些更具有超越性和乐观态度的时刻,他滑向了乌托邦式的神秘主义。他读切斯特顿^①的书, 20 多岁时又皈依天主教。‘他的乌托邦式的神秘主义就建立在这个基础上。他相信,是印刷文字的语法把人类分裂为互相孤立的自私自利的派别,分裂为种姓和民族,分裂为感情的派别。同时他相信,电子传播网络那种统一的力量又可能使人类回归到一种无上幸福的境地,这种至福至乐之境和据说曾经有过的伊甸园不无相似之处。他时不时地能看到荒漠中的至乐之境:

城市的功能是重新塑造人,把人改变成为比他的游牧祖先更适合的形态。如果是这样,那么难道不可说:当前整个生活转换成信息的精神状态时,全球和人类大家庭都要被转换成一个统一的意识吗?(原书第 61 页)

再举一例。他讲了一个颇有寓意的故事。一位航空公司的主管用世界各地采集来的石头垒了一个石堆。麦克卢汉把他的文本变成了富有教育意义的一堂课。人类经过谷登堡和意大利文艺复兴文人的放逐之后,终于可以回家了:

^① 切斯特顿 (G. K. Chesterton, 1874—1936)——英国记者、小说家、诗人、批评家。

有人问他“这是为什么？”他说由于航空业的发展，你可以在地球一隅用手触摸到世界各地。实际上，他已经想到同步接触和相互作用中的马赛克原理，即图像原理。这一原理是飞机内爆速度的固有属性。上述原理在各种电力信息运动中更具有典型的意义。（原书第 185 页）

正是他的思想中这个神秘的成分，使他最近再次名声雀起，那些比较富有幻想力的“信息高速公路”和因特网的鼓吹者使他再次走红。专门关注电子空间的杂志（《在线》或《全球评论》）论及与他相似的超越性主题。其中重要文章的作者讨论以下一些话题：“20 世纪末叶‘用网络的形象代替原子的形象’；蜂巢状头脑”（the hive mind）（其群集性、记忆匮乏性）；“一切电路、一切智能、一切经济的和生态的东西”都联结起来；对自我定义的修正，修正时考虑人类“正在兴起的分散的、无头领的整体性”（distributed, headless wholeness）。对麦克卢汉的下述论断他们也作出了呼应：艺术的拯救力在即将逝去的一千年里；“只要全身心地卷入从事的活动，就无所谓工作不工作”（where the whole man is involved, there is no work）。

这种修辞陷入了一种乌托邦无韵诗的节奏中。他把其中的许多话吹得太胀，就像华盛顿的下列豪言壮语：“世界新秩序”是一件善举；在关税及贸易总协定的看护之下，伟大的幸福必然会使全世界工业国家团结起来。在我看来，麦克卢汉的最大说服力，是在他的假说中的世俗部分——他所说的媒介在当今的影响，而不是他允诺的人类的大团圆中。我把《理解媒介》当作一本指南，它把我们引进传播技术所构建的玻璃幕墙圈定的人造王国之中。它描绘的世界是我看见和熟悉的世界。这个世界在

CBS 新闻中，在迪斯尼乐园中，在郊区的大型商业城中，在时装杂志的封面上。在这个世界中，人变成了商品（在 T 恤衫上出售，转换成数码出售）。正如韦伊夫人^①所言：“物质的东西在思索，人反而沦为物质”。在这个世界中，儿童很难想像超越此刻的未来和超越福音现在的未来。在这个世界中，人们生活在自己的电影里和录音带中。在这个乌有乡里，历史记忆和去年初次亮相的女演员一样，算不得什么；一位残疾少年可能中大彩；合唱团的女孩子学习古希腊语；经验的教训决不会和复乐园的奇迹相矛盾。

麦克卢汉所描绘的世界在我的有生之年已经形成。就我的记忆而言，晚至 60 年代，仍然可以区分几种所谓活跃的艺术。受众可以区别新闻、文学、政治和电影。小说家不得客串杂技或电视谈话节目，这是人们的共识。后来的十年中，技术和认识上的压力使以上的分别模糊不清。事实与虚构的界线难以区别，也不大相关。几种活跃的艺术融合为传媒的形式。新闻是娱乐，娱乐也是新闻。到 1970 年，网络电视已经在播映人间万象舞台上的连续节目。这些节目是一帮高清晰度的大腕上演的。他们像莎剧演员一样在不同的场景中轻松地突然转换。一会儿在达拉斯，一会儿在越南，一会儿在维也纳，一会儿在华盛顿，一会儿又在阿富汗前线。电视特技令人震惊。到 1980 年，麦克卢汉的名人剧院已经取代了昔日的宗教剧场。在昔日的舞台上，海神波塞冬和天神宙斯曾经导演过惊天地泣鬼神的洪水和天火。

^① 韦伊夫人（Simone Weil, 1927— ）——法国行政官，欧洲议会的第一任会长。

麦氏名人剧场导演惊天动地的节目易如反掌，非常自信，就像美国广播公司播映“体育世界”一样地轻松自如。

后现代的想像力是大众传媒的产物。但是作为一种感知的手段，如果把它描绘成基督纪元前的东西则更为准确。后现代的词汇必然是原始的。争论被还原为闲谈，历史被还原为童话。如今，一般的美国家庭每天看七个小时的电视（1964年麦克卢汉出版《理解媒介》时才5.5小时）。肥皂剧明星每周收到的信件数以千计，影迷们向他们袒露心曲，包括不敢向妻子、丈夫、父母吐露半句的秘密。像昔日的异教徒信仰一样，大众传媒个人印记的东西优先于非个人印记的东西。无论是在华盛顿听证会场上还是在好莱坞餐馆里，名字总是优先于事情，演员总是优先于演员的行为。古希腊人把神性赋予树木、风声和石头（水神愤怒故孩子淹死；天神微笑故庄稼成熟）。同样，现代美国人把类似的力量赋予鲸鱼和花斑猫头鹰，赋予头罩盛名光环的个人。在电视广告和地铁广告上，各种档次的名人就像古代神话中半神半人、亦神亦人的山精水怪，他们成为眼熟能详的精灵——汽车、相机、电脑和经纪人事务所的精灵。运动员上电视打广告；凡是能带进更衣室的产品，只要吹口气，就可以赋予它生命。年老色衰的女影星，只要用“富有个性的点化术”就能够唤醒潜藏在唇膏香水中的精灵。

更加美好的明星形象出现在杂志封面上，给这个本来会陷入混乱的世界赋予安稳与平静。报纸标题带来剧变的消息——波斯尼亚的战争，莫斯科近似无政府的状态，索马里的饥荒，华盛顿的道德崩溃。然而，在光滑的杂志封面上，明星的面孔依然20年如一日地漠然而平静，像恒星的轨迹一样稳定不变，像日

本镰仓寺院里的铜菩萨那样宁静安详。他们——伊丽莎白·泰勒和猫王，麦当娜和肯尼迪家族全都一样——对新闻的喧嚣漠然置之，将无穷幸福的微笑恩赐给混乱的人间万象。他们像地位不高的神祇，像路边神庙里一群彩塑的偶像，舒缓着由怀疑产生的痛苦，遏制着人们对死亡的恐惧。

正如麦克卢汉 30 年前所留意到的那样，未来电子时代加速发展的技术把我们带回到石器时代洞中生活的摇曳火光。有人崇拜自己发明的东西（无论其形态是传真机还是电脑），有人把一种图像的祝福当做是神性的证明（无论它表现为可口可乐的商标还是卡伦设计的时装女裙上的标签）。在这些人间，仪式成为一种应用型知识的形态。个体的声音和富有个性的观点淹没在团体的合唱和集体的意识之中。用麦克卢汉的话来说，这种集体的意识“并不以任何具体东西的知觉为前提”。我们用狂热的热闹景观去取代生机勃勃的政治，传媒决定了其中仪式性搏杀的条件。这是强加在候选人身上的条件，他们要证明自己有恰当的能力去管理公众。中世纪的编年史家讲述一些公主的故事，她们吩咐基督教骑士去搜寻恶龙，去夺回十字架的碎片，吩咐骑士到异教徒的森林中去夜以继日的巡游。20 世纪末叶，在信仰理性的这个国家，美国总统要忍受强烈的弧光灯的折磨，要夜以继日地在假日饭店的迷宫里不断地摸索。毫无疑问，总统制对一个人的能力构成一场可怕的考验，不过考验他什么样的能力呢？即使选民懂得或关心冗长乏味的政治运作原理，他们又如何在对立的候选人中去进行挑选，以表明自己的忠诚和尊敬呢？候选人身上一种可以为人所知所见的特质，后来竟然代替了他一切隐而不现的特质。于是，谁要是能面对摄像机的

愚蠢和无情冷漠而安然无恙，谁就能竞选成功。这场考验就成为寻找一位如此胜出的竞选人的考验。

麦克卢汉如果能享年稍长一些，他就能审视媒介在检查克林顿灵魂时所表现的津津乐道。我想，他可能会建议给总统装备大刀和强弩，并且将总统送进角斗场去斗四位黑盔黑甲的骑士，或者是与一只暴怒的大熊对垒。我想，这一场角斗可以恰当地用传媒去推动，去积极地上演。我看它就没有理由不吸引一大批观众（至少超过奥运会上为南希·克瑞根和托尼亚·哈尔丁〔Nancy Kerrigan, Tonia Harding〕鼓动的观众）。我可以想像詹宁斯和钟毓华^①娓娓道来，用锤炼的警语评论总统需要优先对付的一头狮子、一位忍者^②和一只狼。

再者，正如麦克卢汉的理解一样，大众传媒的使用派生出一些心灵的习惯：“我们自身变成我们观察的东西……我们塑造了工具，此后工具又塑造了我们。”这些心灵习惯解构了建立在印刷书页前提之上的文明。我们达到了放弃印刷术视觉顺序的程度。由此产生的是必然与之相关的思想感情结构（关于道路、帝国、直线、层级结构、分类方法、爱略特^③或奥斯丁^④的思想感情的结构）。在同样的程度上，我们抛弃了小城镇居民或市民（citizen）的观念，转而获得了游牧民族和无文字民族典型的敏

① 詹宁斯、钟毓华（Peter Jennings, Connie Chung）——均为美国著名电视节目主持人。

② 忍者（Ninja）——受过偷窃技术专门训练被雇作间谍或刺客的日本武士。

③ 爱略特（George Eliot, 1819—1880）——原名 Mary Ann Evans, 英国小说家。

④ 奥斯丁（Jane Austen, 1775—1817）——19 世纪英国小说家。