

麥克魯漢的傳播理論評介

徐佳士

四部重要著作

今年九月開始，美國大學中一個極崇高的講座，將由一個曾對傳播媒介提出一套獨特理論的人來担任。

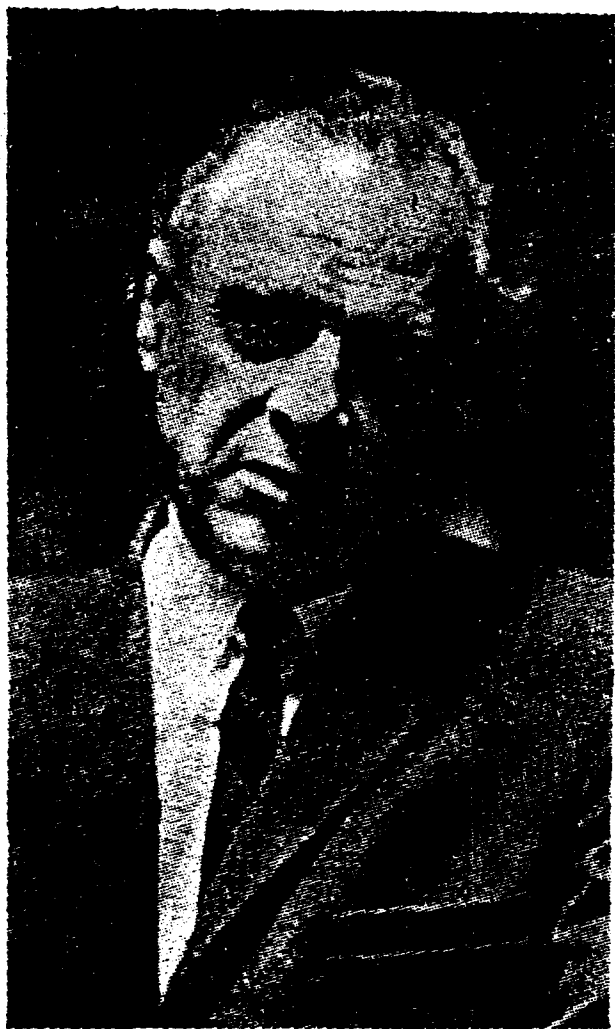
此人是加拿大多倫多大學的馬歇爾·麥克魯漢（Marshall McLuhan）教授。當他下學期在富爾丹大學就任年薪十萬美元的「亞爾伯·施懷茲人文講座」（Albert Schweitzer Chair of Humanities）

時，將是獲得這一殊譽的第一個研究人類傳播的學者。

把麥克魯漢稱為研究傳播的學者，很可能引起一般傳播研究家的抗議。因為這位教授的本行是教英

麥克魯漢的傳播理論

二九三



馬歇爾·克魯漢

文，他在多倫多大學聖邁可學院的主要課程是「現代文學」與「批評」。雖然他為研究生開了一個叫做「傳播」的研討課程（Seminar），討論傳播媒介對文化的影響，但是他用什麼「方法」來「測量」媒介的影響的？做過實驗嗎？從事過調查嗎？試過其他科學的方法嗎？

似乎沒有。但是他分析過歷史，觀察過現狀——從加拿大那個他所說的「靠近世界中心」的地方，觀察過美國這個大眾媒介無所不在的「新部落」裏的大眾文化現象，而且提出了理論。最重要的是：他寫了書。

在他的著作中，主要的四部是：

- 一、「機械新娘」(The Mechanical Bride, Vanguard, 1951, reissued 1967)
- 二、「戈騰堡星雲·印刷人的塑造」(The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, University of Toronto Press, 1962)
- 三、「瞭解媒介·人的延伸」(Understanding Media: The Extensions of Man, McGraw Hill, 1964)
- 四、今年三月出版和費奧爾(Quentin Fiore)合著的「媒介就是按摩」(The Medium Is the Massage, Bantam Books 1967)

這些著作雖然沒有受到正統的傳播研究界的重視，但是據說在哈佛和密西根大學，「瞭解媒介」是小說以外賣得最快的讀物。哥倫比亞大學一個女生說，讀麥克魯漢的書，好像是吃LSD——目前若干美國青年愛服用以圖逃避現實的幻想藥。她說「你必須吃過LSD，才知道它的妙處。麥克魯漢的書也是如

此。」

麥克魯漢的崇拜者不只限於LSD的嗜客而已。通用電器、萬國商業機器和貝爾電話這些大公司的主管們也曾紛紛邀他去向高級人員作教育性的演說。「新聞週刊」的編者把麥克魯漢的照片印上了它三月初一期的封面。遠在大西洋對岸，法國人在他們的文字中創造了 *technisme*，來指那些運用多種媒介的普普藝術 (pop art)。

更令人驚異的是：麥克魯漢的著作並不像美國其他一般的暢銷書那樣行文流暢，易於閱讀。他的文字艱深，組織怪異，重複錯亂，術語連篇。

技術宿命論者

不過麥克魯漢著作中的基本論點，並不像他的文字那般難懂。乍讀之下，那些概念似乎非常陌生，但是只要進一步推敲，所謂「麥克魯漢主義」的理論基礎則是十分簡單的。在麥克魯漢的眼底下，人類歷史的路線是完全被技術的演變所決定的。正如馬克斯是經濟宿命論者，相信一個社會的經濟組織是社會生活的決定因素一樣，麥克魯漢相信重大的技術發明是社會演變的主要影響力量。

用技術的影響力來解釋歷史，在麥克魯漢之前頗不乏人。但是麥克魯漢所最崇拜的技術宿命論者是寫過「中古技術與社會改變」 (*Medieval Technology and Social Change*) 的歷史家懷特 (Lynn White Jr.)。懷特認為三件發明創造了西方的中古時代：馬鐙、馬蹄鐵、和馬鞍。有了馬鐙後，士兵可以披著甲冑上馬，馬蹄鐵和馬鞍使馬的耕田效率提高，因而形成了農業封建制度，從而有較高的收入來為士兵

購置甲冑。

麥克魯漢沒有從戰爭工具的演進上來尋找歷史的軌跡，他選擇的是和平的征服武器。他認為傳播技術的重大改變是促成社會改變的決定力量。這種技術的改變不只是觸發社會組織的大變，而且引起人類感官能力（sensibility）的劇烈轉變。因此，人類每一個時代的特質，都是傳播的媒介所造成的。「媒介就是音訊」（The medium is the message）乃成了麥克魯漢的名言。他所指的媒介除了像印刷及電視這類典型的傳播工具之外，還包括服飾、金錢及任何可以傳達意義的人造器物。

他的基本論點是：這些媒介傳情達意的特定方式，能改變人的感官的生活——能改變人的「所見」、「所聽」、「所觸」、「所嚐」、和「所嗅」，因而改變人的「所知」。例如由於工具與語言這些媒介在原始人中發展，乃使原始人的頭腦產生重大的進展，變得和其他動物大異其趣，人類並不是在成人類之前即具有較高級的頭腦，而後發展成爲知道使用工具與語言的。每一媒介都是「人的延伸」（extension of man）。穴居人的石斧是手的延伸，書是眼的延伸，電的媒介（電報、電話和電視等）是中央神經系統的延伸。每一項延伸都會使人的五種感官的均衡狀態產生變動——使某一感官駕臨其他感官之上——因而改變人在接受情報（information）時所感，所想，和他所反應的方式。結果乃產生一個新的環境。空間關係全異的新時代乃脫穎而出。所以他說「媒介就是音訊」。這句話的意思是：真正對人類文化產生影響的不是媒介所傳達的音訊，而是媒介本身。以電視爲例：對人類生活產生影響的，是點點燐光形成影像的這個事實，而不是那影像所傳出的「我愛露西」、「信東之夜」、或「田邊俱樂部」。

西方歷史四階段

麥克魯漢把西方歷史劃分為四大時代：

最早的時代是完全以口頭傳播，文字出現之前的部落時代。在這時代中，人類的耳朵是駕乎一切之上的感覺器官。後世的人說「百聞不如一見」，那時代的人可能要說「百見不如一聞」。人生活在一個聲音的空間，部落林立，易動感情，諸事都共同參預。

第二個時代是從古希臘的荷馬時期開始。由於文字的出現，音訊可以變成用視覺來理解的符號，神秘的聽覺世界乃因感官平衡局勢的改變而消失，代之而起的是一個「眼睛的世界」。這個時代在西方持續了大約二千年。

接着出現的是印刷的時代。麥克魯漢在「戈騰堡星雲」中說：戈騰堡所發明的印刷活字，決定了一五〇〇年至一九〇〇年期間的西方文化。由於大量生產的印刷品能手寫的傳播品，把消息和知識散播得更快和更廣，西方世界好像挨了一個氫彈。一個全然不同，變化萬端的新環境——戈騰堡星雲——乃告湧現。

在這個時代中，因為書籍散傳得迅速和廣泛，民族主義情緒乃得到鼓勵。新的媒介且使人類第一次可以獨處一隅地閱讀和思想，個人主義和個人意見因而誕生，西方的政治思想與制度和宗教改革就是因此而形成的。

不過麥克魯漢認為印刷媒介對社會的更根本的影響，還是由於它塑造了人類理解環境的新方式。人

在讀印刷品時，是有先後次序，沿着「線狀形式」(Linear form)繼續進行的。線狀的理解方式改造了西方人的感官能力。他在以往看世界時，把每一件事物看成一項個體，但在文藝復興時代，西方人看世界的萬事萬物都像他讀印刷品一樣，把它們作線狀的連貫，賦之以繼續性，並時常看出其中的因果關係來。

線狀思想的影響

這種線狀的思想在美術方面，促成透視法的誕生；在音樂方面，揚棄了像「格里葛瑞聖歌」(Gregorian chants)那一類的重複，而帶了像交響曲中的那種線狀發展；在文學方面，帶來了依時序進行的敘述體裁；在物理學方面，帶來了牛頓和笛卡爾學派認為宇宙是在空間與時間中定出位置的一個實體的看法；在經濟方面，帶來了工廠中的裝配線(assembly line)。麥克魯漢而且認為：一切方式的機械化都是從活字誕生的，活字就是一切機器的雛形。

但是這個「印刷人」(typographic man)的時代隨着二十世紀的來臨而消逝，代之而起是人類歷史的第四個時代——電的時代。在前一個時代裏，戈騰堡星雲式的大爆炸把古老的部落團結炸得粉碎，電子時代的新媒介則恰恰相反，把分散的世界重新聚合了起來，麥克魯漢把這情形稱為「重新部落化」(retribalization)。前一時代中的繪畫和印刷品只衝擊人的一種感官——視覺；新時代的媒介——例如電視和電影——則衝擊人的視覺和聽覺。新媒介對人採取包圍之勢，促人深深參預。老式的線狀的聯繫斷了，人類重新感到聽覺及視覺上的存在。各感官的存在使原始人所重視的觸覺在今天再度抬頭。通訊

衛星和其他的高速媒介消滅了空間與時間的距離，把世界變成了「一個地球村」(a global village)。在「地球村」中，所有的人都是彼此互相接觸，牽連在一塊的。全世界就是一大部落。一家有電視、報紙和雜誌的路邊小食店，就和紐約巴黎一般，是地球部落的一部份。在這部落中，富者和貧者必須相處，所以國際上有援外計劃，在美國則有消滅貧窮之戰。在這部落中，黑人和白人必須相交，所以美國的民權運動乃越來越熱鬧。在這部落中，少年世界和成年世界無法隔離，因此有洛杉磯夕陽區(Sunset Strip)的青年暴動。

讀報像洗熱水澡

印刷時代的人，在一個時間內只看一件東西，依着順序進行(正如一列鉛字一樣)，但是當代的人則在同一時間接納各種傳播。譬如人們閱讀書籍和看報的方式就大不相同。讀書仍採取古老的線狀形式，但是今天人們讀報紙則不是一條一條消息依次讀下去，而是把眼睛掃射整個版面，同時流覽各個標題，照片和廣告。麥氏說：「實際上人們並不是讀報，而是每天早晨跳進報紙中，好像洗熱水澡一樣。」

麥克魯漢在「瞭解媒介」中，似乎相信新媒介是人類福利之所繫。他認為舊的線狀媒介帶來了個人主義，民族主義，和袖手旁觀的態度(non-involvement)，這些都非社會之福。新媒介則能帶來「全體感，移情感(empathy)和深度的知曉感」。在過去，人們採取行動時可以不必過份關心行動的後果，因為行動的反應不會立即發生。在今天，行動和反應却幾乎是同時出現的。「受書本導向」(book

oriented)的人，是不會把自己牽涉到他所讀到的事物中去的。但是今日的電視卻要求觀者深深介入其中。譬如甘迺迪總統的被刺和葬禮，因為是由電視報導，使公衆產生深刻的參預感覺，所以這件大事發生後，全美國都保持着相當的鎮靜，沒有發生大騷亂。因此麥克魯漢建議，白宮和克里姆林宮之間如要裝置緊急磋商用的「熱線」通訊聯繫的話，應該裝設參預程度較大的電話，而不要裝設屬於印刷媒介類的打字電報機。

媒介的「熱」與「涼」

用閱聽人 (audience) 參預程度的深淺來預測傳播效果的高低，並不是新理論，不過麥克魯漢所採用的術語，卻使這條大學新聞系學生所熟知的原則，聽起來特別新奇。他把媒介分爲「熱」「涼」兩種。大體而言，那些只涉及一種感官的媒介，即閱聽人參預程度淺的媒介是「熱」的；涉及多項感官的媒介——特別是電視——則是「涼」的。他認爲像印刷品這種「熱」媒介爲某一感官所提供的情報是多量的，對所傳播的事物，有明確的描述，給予「高度的定義」(high-definition)；「涼」媒介與「熱」媒介恰好相反，只提供少量情報，但涉及一切的感官，給予「低度的定義」(low-definition)，而須閱聽人的高度參預。根據他自己所舉的例子，漫畫是「熱」的，無線電通常是「熱」的，印刷品、照片、電影及繪畫尤其是「熱」的。(電影之所以異於電視而被認爲是「熱」的，可能因爲電影銀幕寬大，所供情報豐富，觀衆座位遙遠，難以參預。)

「熱」與「涼」各異。(當然，在

麥克魯漢看來，事物與人物也可能屬媒介之列。譬如美國的足球賽是「涼」的，國會中的調查聽證則是「熱」的；棒球賽是「熱」的，女子的魚網式長襪和太陽眼鏡是「涼」的（這兩種飾物激發參與感，所以穿戴這種「涼」媒介的女子比較性感），希特勒和尼克森是「熱」的，艾森豪和甘迺迪是「涼」的。「熱」的事物與人物，宜用「熱」媒介傳播，「涼」媒介則在傳播「涼」東西上較佔優勢。譬如美國國會的聽證，在報紙上報導就不像用電視報導那般令人厭倦。但是足球賽則適宜於電視，電視上一幕劣等的足球賽都比無線電報導一次精彩足球賽有趣得多。但是棒球賽則是「線狀」的，所以不宜在電視上出現，因此足球已取代棒球成爲美國人最喜歡的運動了。

一九六〇年甘迺迪在電視上和尼克森辯論之後而於總統競選中獲勝，據麥克魯漢的解釋，是因為電視這個「涼」媒介恰好適宜於這位漫不經心的「涼」人物。「熱」的希特勒幸好遇上「熱」媒介的時代，假使他那時候電視已廣爲流行的話，希特勒可能很快就已覆亡。

電視不只是把投票所帶進了起居室，越南戰爭和黑人權利示威大遊行也透過電視使觀衆直接牽涉其中。麥克魯漢說，假使沒有電視，美國就不會有民權立法，像越南這種「熱」戰，遇上電視這種「涼」媒介乃是碰到了尅星。美國青年反對越戰不是出自於和平主義，而是出自因牽涉其中而產生的痛苦。他預料越戰終將因電視而結束。

在麥克魯漢的眼底下，今日美國社會許多的新現象都屬於電視所造成的「環境的改變」。譬如：在夜總會中燈光更暗，音樂更吵，乃是因爲人們視覺（印刷媒介所倚重者）在衰退，而力事觸覺的發揚。青年未婚男女性行爲日趨隨便，已婚夫婦的行爲則較嚴謹，這正是部落文化的特點。男女少年服裝與髮

式的模糊迷離，也是重視觸覺的結果。「迷你」短裙，裸胸女侍、海灘上和電影中的裸露越來越多，這些都是因為視覺地位衰微之後，人們對於皮膚的裸露就全不在乎了。電視時代的青年不重視職務和目標，而要求擔當「角色」(role)，則是因為擔當角色乃是力圖參與。在工業中，電視拼盤式的表現法也在驅逐印刷媒介所造成的線狀思想。管理部門人事方面的線狀結構已消失，工場中的裝配線也已消逝，甚至尼龍絲襪後面的縫線也不見了。

沙顆之中有金粒

以上這些結論似乎可以說明為什麼麥克魯漢的書會在美國受到熱烈的歡迎。他指示讀者去「瞭解媒介」，但是看起來，他更能瞭解是他自己的媒介的讀者。他的媒介市場是恰好在一個深受技術劇變激盪的國家。新的「大眾文化」似乎並沒有使這個國家的民衆變得真正「見聞廣博」(well informed)，有能力來瞭解新奇的經驗。他們在某種的「星雲」之前迷惘失措。為什麼財富的增加不能增進社會的協調？為什麼若干道德基石崩潰得如此迅速？為什麼青年行爲反叛到這般程度？……對這一類的問題，美國人在期待一個簡易的答案。

麥克魯漢的音訊恰好滿足了這個普遍的需求，因此洛陽紙貴。任何為複雜問題提出簡易答案的音訊，似乎必然會有這種成功的結果。馬克斯的音訊是如此，佛洛伊德的音訊也是如此。

但是麥克魯漢音訊的正確程度如何？美國男子的確不愛棒球了，他太太尼龍絲襪後面的縫線也的確

……這在見解和……(未完)

裝配線真的消失了嗎？麥克魯漢的回答是：請看看新牌子的野馬(Mustang)汽車，車子基本結構雖然一樣，但是顧客有好幾十件特別的配件可供選擇，這乃是大量生產將消逝的跡象。他說，人們看不見裝配線消逝，是因為人們看世界是向後面看的。他認為今日的社會好像一個只知道使用後望鏡的汽車司機，他既不向前看，也不向兩旁看，只是從後望鏡中回顧已經走過的道路而已。

麥克魯漢自己並非時刻是向前看的。他的著作幾乎全部都是用古老的印刷媒介表現，不過他曾掙扎着擺脫線狀方式，採取電視的拼盤表現法。換言之，他是在「熱」媒介中提供「涼」的內容。讀者應該「參預」進去，以從糟糠中選取珠玉，沙顆中淘取金粒。

媒介的長期效果

最近出版的「媒介就是按摩」是進一步脫離線狀方式，邁向多感官的一個努力。書名是出自「媒介就是音訊」(message)這句名言的雙關語。用message來代替message，是表示媒介不僅僅是音訊，而且是向你全身(一切感官)發生作用的，像按摩一般的音訊。麥克魯漢在「按摩」讀者時，除了採用他所擅長的妙語如珠的格言和諺語之外，並且在圖案設計家費奧爾的協助下，配合着文字，供應了很多企圖刺激多種感官的圖畫。他這本書中的音訊是舊的，媒介則是百分之五十的新。

批評者們必須記牢：不管麥克魯漢使用音訊抑或使用媒介，他並未曾認真地想建立一套堅實的理論。他能得到斷然的，一網打盡一池魚的結論，只是因為他採取了「語不驚人誓不休」的寫作態度。他坦白說：「如果不能句驚四座，沒有人會加以注意。」他認為他的一切說法，都是暫時性的試探，可以像衛

生紙一樣隨便拋棄。他說：「我自己也不一定同意我所說的每一句話。」他把自己比成一個偷保險箱的人，在最初他並不知道保險箱有什麼東西，只是來到保險箱前面開始工作，摸索、探試、敲打、傾聽，直到把鎖弄開，箱中財寶乃俯拾即是。

在麥克魯漢為傳播理論所獲取的財寶中，最足珍貴的也許是他為媒介的長期效果提供的假設。到目前為止，傳播效果的研究，幾乎完全集中於探討媒介在施教、改變態度及意見、以及銷售商品等方面的短期效果。但是大眾傳播媒介在其長期的作用中，對社會將產生什麼影響呢？對於這問題只有人表達過希望或憂慮。（樂觀的人認為大眾媒介將促進民主，增強瞭解；悲觀的人把大眾媒介看成洪水猛獸，或擔心它們傷害思想與文化，或認為某些媒介內容足以危害青年身心和鼓勵人民逃避現實，或相信對媒介的耽迷足以養成消極態度）。不先行預料保險箱中有什麼，而對媒介作過真正的分析和觀察，而且不以衛道精神而提出媒介長期效果的假定的，麥克魯漢是第一人。