

「萬一他說對了怎麼辦？」
——對麥克魯漢密碼的新時代探索

黃國庭、顧佳欣、李郁莉*

書 名：認識媒體：人的延伸

(*Understanding media: The extensions of man*)

作 者：麥克魯漢 (Marshall McLuhan)

譯 者：鄭明萱

出版日期：2006 年

出 版 社：貓頭鷹

* 作者黃國庭為政治大學新聞學系碩士生，e-mail: e7378@ms38.hinet.net。顧佳欣為政治大學新聞學系碩士生，e-mail: shanicealice@msn.com。李郁莉為政治大學新聞學系碩士生，e-mail: 95451028@nccu.edu.tw。

四十年多前，麥克魯漢出版了《認識媒體—人的延伸》一書，不按傳統邏輯的隱喻式寫作，以及近乎預言般的說辭，在學界引起一陣騷動，但八零年代又瞬間沈寂。數位時代的來臨，又讓麥克魯漢的作品再度被拿出來重新理解：網路的出現真的實現了「地球村」，讓隱喻被磨平，成為一種真實的描述，而網路媒體出現，也讓人們的中樞神經得以延伸，可以看、聽甚至接觸到更多、更遠的事物。在四十多年後的今天，回過頭來看瞭解麥克魯漢當初如何認識媒體，別有一番風味！

在本書緒論中，麥克魯漢即破題式的指出「任何媒體皆為人的延伸」，舉凡文字、書籍、電視、電影到道路、衣著、房舍和輪子等，皆屬麥克魯漢定義的媒體。媒體的型態產生任何變化，都會影響人們生活空間和感官比率的調整，而後反映到文明或文化上。麥克魯漢在本書便是要先解析印刷術以來的時代，我們的社會文化、生活空間和感官比例如何被媒體形塑，再回過頭來看電力大行其道的時代，哪些社會文化現象是我們創造出來的結果。麥克魯漢以先知先覺的藝術家自居，並以「熱媒體、冷媒體」和「視覺空間、音響空間」這種兩兩概念的對照，向世人宣告「世界正在巨變」。因此，我們要先認識媒體，瞭解媒體如何控制我們的感官比率，才能夠不被媒體控制和麻痺，如同納西薩斯（Narcissus）一般的沈溺於自己的延伸（倒影）之中。

媒體如何影響世人的感官比率，一直是麥克魯漢想陳述的現象。例如飽受詬病的冷熱媒體說，其概念便是來自於媒體形式與感官的關係。熱媒體一如收音機、印刷書或電影，大量的霸佔一個感官，讓其產生過熱的情形；而冷媒體像是電話、電視等，都是兩種感官以上的交會，讓

「萬一他說對了怎麼辦？」——對麥克魯漢密碼的新時代探索

感官之間有較大的接觸。麥克魯漢認為，新媒體帶來的加速，是導致人們的感官比率和空間文化改變主因，如機械時代的加速度，打破了村落和城邦時代的視覺與聽覺並重的感官比率，形成由視覺主宰的文化。然而，視覺建構的文化，也因電子媒體的加速延伸下產生結構上的改變。電力帶來快速和內爆特性，世人將走出拼音文字的視覺空間，重新回到部落時期的空間感，強調環境能和多重感官交觸的空間。

麥克魯漢將媒體分為機械形式和電形式。機械形式以印刷術為代表，媒體推廣了表音文字延伸視覺上的畫一和連續的特性，造成了時間、空間上的線性化、連續化。人類生活經驗被迻譯成為畫一的文字，視覺和聽覺世界全然分立並行，世界完全以視覺延伸為主。啓蒙運動（Enlightenment）賦予視覺上的光明，人們心理上強調理性和個人，社會上強調同質和分工，生活空間呈現機械式的運作，創造了視覺空間與其特有文化。在電科技出現之後，電媒體的出現改變世人自印刷術以來視覺優先的感官比率，過去閉合的聽覺和觸感，都會被再度喚醒，成為多元性、同時性、涵蓋性的多感官空間。處於電子時代，電力做中央神經的延伸，使世人透過媒體的延伸感知全球的脈動，世界成為多感官交會、共振、共鳴的音響空間（acoustic space）。

麥克魯漢進一步預測未來，電的速度在處處營造出新的中心，讓中央邊陲型態的視覺空間絕跡於地球之上。在電子媒體大行其道時，其即時性將讓全球成為一個村莊，即「地球村」型態：電是中央神經的延伸，讓將人類意識延伸到全球脈絡；而電視是眼的延伸，無線電廣播是耳的延伸，電話是口的延伸，助我們和全球互動。因為電的速度彌補地理位置上的邊陲，視覺文化下的中心邊陲位置會消失。全世界處於同時性與多感官交錯的空間，我們將再度回到「登高一呼，眾生皆聞」的音響空間。麥克魯漢預測電力帶給世人的空間感，將會與前文字時代的音

響空間一樣，皆是強調共振共鳴、多元感官等的特性，電子時期的空間會「再部落化」為村莊與城邦時期的空間感。

麥克魯漢的空間觀，也影響日後許多學者對空間的討論（Cavell, 2004）。從今日的生活空間來探討，視覺空間的確產生了改變，進入一個音響空間的生活。電子時代之下的媒體，例如電視和無線電廣播，讓我們漸漸看到許多在視線距離和範圍內無法看到和聽到的景觀：我們雖然沒去過埃及，但我們可以從電影中看到金字塔和人面獅身像，我們和歌手不位在同一空間內，但卻聽得到他們的動人的歌聲。在網路來臨之後，更是將電的快速發揮到淋漓盡致，網路將空間包納性和概括性放到最大。電腦和網路帶來的世界，確實視覺、聽覺和觸覺等多感官交會的生活形態，我們上網觀看來自世界各地資訊、收聽不同地域音樂，皆是音響空間的特質。

《數位麥克魯漢》作者李文森也同意，現實的資訊世界，彷彿跟著麥克魯漢的藍圖在推進，而最大的革新，當屬網際網路與電腦資訊的出現，如此迅速及多感官的媒介演進。其書中提到，電時代一個主要層面，在於建立了全球網路，具有中樞神經的許多性格，電網路統合成一體的經驗場域，各種印象、經驗都可在此進行交換，我們才得以向全世界做出反應（Levinson, 1998 / 宋偉航譯，2000）。的確，電科技帶來的時空，以和機械時期的時空大不相同。我們生活的空間之下，已融合了全球各種印象及經驗，電媒體令我們超越時空，可同時「看到、聽到」全球的脈動。這種多感官交會、即時性及來訊息自四面八方的特性，就是昔日音響特質空間的最佳定義。

讓我們以現在的媒體使用，來驗證麥克魯漢之「音響空間」下的媒體使用經驗。我們可以透過電視和全球同步收看王建民在太平洋的彼岸投球，也可透過網路使用視訊和網路電話和來自四面八方的使用者對

「萬一他說對了怎麼辦？」——對麥克魯漢密碼的新時代探索

談；在電腦的介面操作上，也加入了更多感官的經驗來操作。電腦操作技術最早的純文字輸入、圖像式使用者介面（Graphical User Interface, GUI）到近來積極發展的觸碰式使用者介面（Tangible User Interface, TUI），皆是透過不同感官與世界互動的例子。在文字的使用上，也越來越多將表音文字以繪畫模式呈現，讓眼睛以觸覺的方式來掃描文字的輪廓，例如 Orz 代表一個人跪倒在地。現在的生活型態，除視覺空間特徵外，聽覺和觸覺其他的空間的特性（同步或即時性）也浮現出來，確實成為多感共生的音響空間。

然而，電時代之下的音響空間，並非全然如麥克魯漢所料的「中心邊陲型態的視覺空間將完全消滅」。現今的空間感雖近似於多感交會的音響空間，但仍以視覺空間為主的形式存在，單一、同質化的視覺文化，也依然存在社會結構之中，例如中小學生的制服、上下課時間和鐘聲、政府及公司的行政程序等，都被以刻度化、同質化和序列的方式規定著。同時，在全球村的脈絡下，大都市的型態依舊存在。腹地雖然跳脫連續的空間，但以全球網絡的觀點，權力仍隸屬於中心節點，世界依然有發展上的邊陲。我們仍無法脫離視覺空間帶來之文化，其依舊主宰著音響空間。我們現在身處の後視覺空間，是視覺空間的延伸，並非完全反轉視覺空間，而是在感官的比率重新調整後，再加強或容納其他空間的元素的比重，而成為「新音響空間」。

在「新音響空間」之生活形態，電和網路媒體將速度發揮到極致，例如電腦，強調涵蓋性和多元性的文本內容，在使用方式主要仍是滿足視覺上的需求，或透過視覺來滿足需求；再論電腦和其他媒體的關係，雖然報紙和書籍皆可以電子化的形式儲存，但是實體的報紙和書籍則有其不可取代的地位。視覺空間下的媒體，仍不會因為音響空間的到來而消逝。在社會層面上，視覺文化下的制度、條文和規範等同質、畫一的

特質，仍在整個社會結構上扮演相當重要的角色；在世人的心理層面上，現代人的感官比率的確以多重感官來體驗世界，而媒體也需要滿足人們更多感官的需求，但仍無法略過文字、脫離視覺為主的與世界互動。

在本書後半部的媒體各論，麥克魯漢企圖以媒體科技控制人們感官之比率，以解釋社會變遷。或許是對科技偏好的偏執，讓整體論點處於科技決定論的極端。本書導言之一的作者勒凡，整理反對麥克魯漢看法者，普遍認為他「對現代藝術表象膚淺的認識、對科技天真的信心」。書中援引諸多的媒體例證，如藝術、賽事和運動，看法皆稍嫌片面和武斷。以繪畫為例，他認為藝術家都是先知先覺的，因此會在科技改變時，以調整自身的感官比率，以迎接新時代。因此，藝術品往往也會呈現出新的感官比率。書中多次提及繪畫，以「印刷術後藝術家才懂得以透視法（*Perspective*）作畫」、「電時代的立體派（*Cubism*）放棄透視改以採立即感官意識」來證明其論點，卻擱置了社會產物背後的歷史因素及心靈層面之意涵。

藝術的確是暗示了技術的進程，但同時藝術更是回應當代精神的產物，其成因是否流於科技，是需要被檢驗的。麥克魯漢認為印刷術的出現，影響了西方繪畫技巧的應用、畫派的流變，甚至改變藝術家觀看平面的方式，進而發展「透視法」（*Perspective*）。雖然麥克魯漢並無言明透視法在印刷術之前就一定不存在，但在其藝術言論中，偏向單方面地強調印刷術的效果造成視覺文化興起，進而帶動藝術家觀察視角的改變，影響文藝復興後的西方繪畫，未討論其他的變項。事實上，透視法由西元前就已經被古代藝術家以直覺性的方式創作，因為羅馬帝國的衰敗致使藝術發展停滯千年，而文藝復興後才慢慢回溫（Parramón, 1997 / 吳欣潔譯，1997）。如果作此假想，就這一點，流於結果論的論述並

「萬一他說對了怎麼辦？」——對麥克魯漢密碼的新時代探索

不能為麥克魯漢在藝術領域企圖作的回溯或預測提供有效的支持。

時間拉到近兩百年前，印象派藝術家關注的焦點，在純粹的視覺感受形式上；後印象的藝術家們不滿足於刻板片面的追求光色，開始強調作品要抒發藝術家的自我感受和主觀感情，於是開始嘗試對色彩及形體表現性因素的自覺運用，已有從內心出發的作畫的訴求浮現；隨後的表現主義，藝術家通過作品著重表現內心的情感，而忽視對描寫對象形式的摹寫，因此往往表現為對現實扭曲和抽象化，往往用來表達恐懼的情感。根據這些藝術表現形式，麥克魯漢只說對一半：「脫離視覺」，但是脫離視覺之後，是訴諸內心形象之物，而非回歸聽覺、觸覺。藝術成為心靈嚮往和精神轉移的表現，並非如依變項般的受到科技所影響。藝術的流變主要反應當代社會典範，時代典範的興衰，有太多不同因子聚合，如宗教、權力與戰爭。

行進到電時代，二次大戰後「普普藝術」（Pop Art）是對印刷版畫味最濃厚的禮讚，並未如麥克魯漢以為，被電科技內化。檢視普普藝術大師安迪沃荷（Andy Warhol）的絹印版畫將複製大行其道，或是李卻斯登（Lichtenstein）如木刻稜角般的漫畫，又都承襲了印刷版味的粗糙感，內化了印刷的藝術性格，屬於心靈對印刷美感的嚮往；精神移轉方面，普普藝術 1956 年由英國藝評家 Laurence Alloway 提出，源於英國，蓬勃於 1960 年代的紐約，年輕一代感嘆戰後物質享樂與通俗文化，刻意反叛上一代的刻苦創作。理察漢彌爾頓（Richard Hamilton）的健美先生握著棒棒糖，棒棒糖上有超大 Pop 字樣作品，暗示了通俗藝術與現有藝術的合流，愛用「廣告」與「媒體」的主題，同時也是對消費社會回應，對社會現況的不滿做出宣洩。

麥克魯漢在書中也大膽討論其他藝術和運動，例如棒球和美式足球的特性：棒球過於機械性質，有著固定位置和專技，而美式足球屬於去

中心的打法，故美式足球在電時代會成為主流，棒球則漸漸不受歡迎。可見他對運動認識並不深入，美式足球同樣有著位置在，更有防守組和進攻組之分，專工化程度不下於棒球。然而美式足球受歡迎的程度，應該置於當地的社會脈絡下或歷史背景：美國人喜愛碰撞力和視覺性較強的運動。不論是媒體和藝術，麥克魯漢皆忽略了將媒體置入社會脈絡和心靈層次上探討；他認為媒體是「使發生」變化而非「使察覺」：而我們生活在自身延伸形塑的空間之下，由科技先創造知覺感官的需求再滿足人們心靈上的需求。這些都忽略了媒體與藝術之於心靈宣洩的關係。這或許也是麥克魯漢被批評為科技決定論者的主因。

整體而論，麥克魯漢在四十多年前寫出這樣一本充滿譬喻、類似預言的書籍，他將所有事物都納入科技和感官需求的版圖加以討論，有幾處難免流於強詞奪理，但大抵上正確的比錯誤的多，在空間轉變上的預測也大抵成真。書中的許多隱喻概念也被磨平，成為一種真實的敘述。例如近來很風行的 Wii 遊戲機，遙控器延伸了人們的手，讓我們得以用肢體語言與電腦溝通，這正是「媒體是人的延伸」的最佳代言。另外，地球村的隱喻早在網路時代來臨時就被徹底剷平；前陣子的新聞更是報導了，有研究已成功讓人們以意念來控制電燈開關，先以微型無線電波儀，將腦波數位化，再將各種電器都加以編碼，再透過摩斯密碼操控，便可以開啓電器。這不就是「是電力作為中央神經延伸」最好的說明嗎！再讀一次麥克魯漢，便會發現他在書中埋了許多伏筆。或許有一天，真的會像他所說的，「我們把全人類穿在皮膚上」也不一定！

「萬一他說對了怎麼辦？」——對麥克魯漢密碼的新時代探索

參考書目

- 宋偉航譯（2000）。《數位麥克魯漢》。台北：貓頭鷹。（原書 Levinson, P. [1999]. *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. London: Routledge.）
- 吳欣潔譯（1997）。《透視》。台北：三民。（原書 Parramón, J. M. [1997]. *Perspective para artistas*. Barcelona: Parramón ediciones.）
- 鄭明萱譯（2006）。《認識媒體：人的延伸》。台北：貓頭鷹。（原書 McLuhan, M. [1965]. *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.）
- Cavell, R. (2004). McLuhan in space. In J. Moss & L. M. Morra (Eds.), *At the speed of light there is only illumination: A reappraisal of Marshall McLuhan* (pp. 165-184). University of Ottawa Press.

• 新聞學研究 • 第九十二期 2007 年 7 月