



麦克卢汉思想看网络社会之崛起

时间：2005-5-12 8:45:15 来源：网络社会学通讯期刊 作者：梁瑞文 章庄寿美 张心怡 阅读4383次

第一章 前言

在一九六〇年代，马歇尔·麦克卢汉（Herbert Marshall McLuhan 1911-1980）被视为是自牛顿、达尔文和爱因斯坦以来，最重要的思想家；然而，他在一九八〇年过世时，其对媒介的探勘，却常被认为是不恰当又天真的[1]。但现今他的「媒体即讯息」、「冷、热媒体」、「地球村」等对媒体的独特见解，已经是名闻世界且为分析媒体现象不可或缺的概念。

据此，本文即是以麦克卢汉思想理论为依据，来探讨网络世代如何实现了麦克卢汉的理想；而他所创造的概念，为何成为信息时代最真实的预言；及对当代信息时代与社会网络现象的影响与转变。

本章内容分为三部分：一、介绍麦克卢汉生平学术背景与学术著作。二、探讨麦克卢汉理论与观念。三、麦克卢汉理论概念对现今信息时代与网络社会所带来的影响。

第二章 麦克卢汉的思想与著作

第一节 背景与学术经历

赫伯特·马歇尔·麦克卢汉（Herbert Marshall McLuhan 1911-1980），1911年7月21日生于加拿大亚薄塔省爱德蒙顿市；1943年获得英国剑桥大学英语文学博士学位，以后在北美的多所大学教授英美文学[2]。在1960和70年代，因他对媒体在思想和社会上之效应的研究而闻名全世界。

第二节 重要著作

一、机器新娘(1951):

《机器新娘》是麦克卢汉思想历程的一本重要著作，讨论现代媒介和通俗文化。内容涵盖两个主轴，一是麦克卢汉急欲抨击现代传播（尤其是透过广播）所诱发的「集体恍惚状态」；另一是对于媒介内容本身被视之为美学整体美学这件事，他偏向于采取一种「悬疑策略」。

《机器新娘》主张使用这些原本用在操纵、剥削、控制公众的前所未见力量，来从事一种新形式教育，并呼吁发展批判性知识[3]。

二、古腾堡银河系(1962):

- 传播学是什么？
- 集权主义传播理论——...
- 文化工业再思考
- 最低限度的和谐——论...
- 大众传播学的议程设置...
- 媒介即意识形态——论...
- 媒介是条鱼——关于媒...
- 媒介是条鱼——关于媒...
- 传播学理论译介和研究...

此书主要探讨印刷技术对社会的影响，其对拼音文字和印刷术在感官和文化上的影响做详尽的反思。文中也探讨语言、言语、语法、印刷、书籍等所有这些文明交流中重要的东西，如何受到电子媒体所形成的压力[4]。

三、 瞭解媒体：人体的延伸（UnderstandingMedia:TheExtensionsofMan1964）：

此书是对“媒体”这个概念进行颠覆，或是说对“新兴媒体”，特别是营销取向的媒体重新定义。麦克卢汉这本著作的影响十分深远，他此时提出了的重要观点，提醒了人们对“媒体威力”的改观：[5]

一、媒体即讯息指：讯息会因为媒体选择的不同，而改变讯息的内容。例如：同样是台湾的乡镇市长的选举结果揭晓，透过中央日报、自立晚报或大陆“人民日报”的报导，就会有不同的讯息呈现。

二、媒体是人体的延伸是指：媒体对公众人物所形成包装作用的持续性。当权者若有“同样意思的表达”，虽会因为媒体选择的不同而改变讯息的内容，但是因为当权者控制了媒体，所以，媒体犹如当权者人体的延伸，诸如：“领袖玉照”伴君常在。同样的，对当权者权力的颠覆也是如此（媒体即讯息&媒体是人体的延伸），诸如：领袖重要文告出现在正点新闻与出现在模仿秀里即呈现不同的“讯息”，前者是单纯的权力再现，后者是则是复杂的权力颠覆。

第三章 麦克卢汉理的理论探讨

第一节 以「传播媒介」为标准，将西方历史分为四时期

传播学者马歇尔·麦克卢汉（MarshallMcLuhan, 1962）曾提出人类传播历史四个时期[6]。

一、「口头传播」（oralcommunication）：在文字出现前，人类以声音语言沟通，因此听觉也成为驾乎一切的感觉。

二、「手写传播」（writingcommunication）：文字的出现使音讯可转化成以视觉来理解的符号，因此视觉打破先前听觉的优势，于是形成「眼睛的世界」。

三、「印刷传播」（printingcommunication）：古腾堡(Gutenberg)发明活字版印刷技术，使得文字书籍得以大量复制，因此其知识讯息广泛而迅速的散布，人类也因此首次可独自阅读与思考，个人主义及个人意志因之产生[7]。

四、「电子传播」（electricalcommunication）：透过各种传速媒介，不但消灭时空的阻隔，把分散的世界重新组合；人类的感官也不再由视觉独占，而是成为「多重感官认知体验」的时代。「书」媒体不再是传播的主要媒体，抽象性思考方式也不再盛行[8]。

第二节 媒介即讯息(The medium is the message)

麦克卢汉（MarshallMcLuhan）于1964年的著作《了解媒体：人的延伸》（UnderstandingMedia:TheExtensionsofMan）一书中提出「媒介即讯息」（The medium is the message）的观念。

麦克卢汉所指的媒介为以下几点[9]：

1. 媒介是人体的延伸：麦克卢汉看来，一切传播媒介都是人类感官的延伸，媒介是人体的

延伸也借用了英尼斯的媒介理论。英尼斯认为，文明的兴起、衰落和占支配地位的传播媒介息息相关；一切文明都是靠对空间领域和时间跨度的控制而存在的。

2. 媒介即讯息：讯息会因为媒体选择的不同，而改变讯息的内容。

3. 媒介即按摩：「媒介」的渗透性与说服欲之强，犹如马杀鸡，会令阅听者如泡热水澡或按摩。

4. 「冷媒介」与「热媒介」：

A. 热媒介意味着“高清晰度”，所提供的信息明确度高，能高清晰度地延伸人体的某一感觉器官，其传播对象在信息的接受过程中参与程度低，想象力发挥程度低。

B. 冷媒介意味着“低清晰度”，所提供的信息明确度低，其传播对象在信息的接受过程中需要发挥丰富的想象，参与程度高。

第三节 冷热比(hotandcool)

A. 冷媒体：一种是较硬性，不给阅听人想象的空间，对阅听人而言没有改变态度的效果。

B. 热媒体：一种是较软性诸如：电影，充份给予阅听人想象的空间，对阅听人而言较具改变态度（说服）的效果。

相同意思经过不同的编码方式后也有截然之不同的说服力。诸如：老师以「说教」的方式对学生说一段话，就会与老师以「说笑话」的方式对学生说同一段话，会有截然不同的效果。

第四节 透光/打光比 (Light-through/light-on)

一、打光：物体经由光线照射后而呈现在人们的眼前；人们消极、被动接受的讯息传递。例如：电影、报章杂志

二、透光：物体本身会发出亮光(或讯息)；人们积极、主动去关心与接受其讯息传递。例如：电视、计算机[10]

第五节 媒体律 (ThemachineturnedNatureintoanartform)

由麦克卢汉与其长子艾瑞克(EricMcLuhan)共同发表可以概括所有媒体的理论。麦克卢汉的四大律，其实就是对媒体的影响和发展提出四大问：不论哪一种媒体对我们的社会及生活会产生甚么效应，都可由此四点切入探讨。例如：文化上有何加强之处？削弱了什么？重拾了什么回来？又在未来转化成了什么？历史上每一种媒体，都受制于此四大律中。[11]

第六节 机器将大自然变成艺术品 (ThemachineturnedNatureintoanartform)

被淘汰的旧媒体，并不会随着新媒体的出现而消失无踪，反而会酝酿出一种怀旧的距离美感，最终将以艺术品的形式保留下来，这也如同麦克卢汉所说的「过时的技术会成为艺术」以及先行媒体会变成新媒体的内容的说法；泡菜与书法就是很好的例子。[12]

第七节 音响空间(Acousticspace)

这个概念提出的历史并不是麦克卢汉一个人的功劳。1952-1953年间，依靠福特基金会的赞助，多伦多包括经济学、英国文学、都市计划、心理学和人类学的几位不同领域的学者们组成了一个有关文化与传播的跨学科研讨课。同时也出版一本以人文学为定位的多元学科期刊《探索》(Explorations)。1954年，团体中的心理学家Carl Williams在一次演说中提出了「听觉空间」(auditory space)的讨论。麦克卢汉后来将它改名为意涵更为丰富的「音响空间」(acoustic space)。[13]

麦克卢汉指出：

「音响空间」是指没有中心、没有边缘的空间，不像纯粹的视觉空间是眼睛的延伸与强化。音响空间是有机的、整合的、经过所有感官的同时交互作用而感知的。[14]

国北师教授林志明认为：

麦克卢汉所指的「音响空间」内涵不只有音响，音响空间想谈的是，希望在以视觉为主宰的感官之外，提倡各种感官的平等状态，以环场、没有中心的边际的构造来对抗视觉主宰性的知觉状态，这是麦克卢汉「音响空间」理论的背景。(引自林志明，2002)

第八节 脱壳之人(Discarnateman)

指投入网络媒体与他人互动时使用者会脱离躯体，而让精神思想在虚拟的世界中游荡的一种状态的描述。

第九节 使用者即内容

指发送电子媒介讯息中(例如：接通电话、广播与电视的放送)，连结到电子媒介的使用端时，将成为使用者的内容。

第十节 地球村(The global village)

当传播科技日新月异，空间与时间的距离逐渐被消弭后，地球上各分散的区域重新被聚合起来，终究变成一个大部落，这就是「地球村」。[15]数字时代中，电子传媒技术发展，网络世代体现了麦克卢汉「地球村」的理想，将远方的人拉近，但同时也可能疏离了人与人之间内心真诚情感的交流。

第十一节 中央无处不在，边际无处可寻(Center everywhere, margins nowhere)

麦克卢汉认为，在自由信息的社会时代里，只要有信息接收器(例如：电话、收音机与电视)，那么使用者就是世界的中心点，不论位居于大都会或者偏僻的山区都不重要；在以自我为信息中心的同时，更有无限制的资源可供选择。

这也可以视为是信息时代的「权力分散」(decentralization, 去中心化)。放诸今日，则可用来指称网络时代的权力分散与去中心化的新权力结构[16]。

第十二节 后视镜(Real-view mirror)

麦克卢汉指出：「我们总是透过后视镜来看现在的一切，我们是到着走向未来的。」[17]。此意指我们长久以来观看事物的方式。

他用这概念来提醒我们，得随时随地注意我们认知上的错误。所有新的媒体都是透过旧有

的媒体特性演化而来的；如能对旧有媒体的特性加以掌握，将有助于我们了解新的媒体。

第十三节 人人都是出版家(Everyoneapublisher)

麦克卢汉在上个世纪曾经预言「人人都是出版家」的时代即将到来，现在看来，技术上这个预言几乎已经实现了，只要你想，你就可以成为出版家，让你的作品上线，人人都可以看得得到[18]。

数字出版与传统出版相较下，传统的出版建立在「制作」与「发行」的机制上，因此需要资金并确切掌握市场需求，换句话说他们懂得发行。在数字世界上，现在资金难题似乎消失了，可是发行量（或流量）问题，仍然是存在的。

第十四节 传播工具之混合

媒体即人体的延伸，是「致使发生」的媒介，而不是「致使知觉」的媒介。当媒体的交配和混合时会释放出巨大的新力量与能量，像是核分裂或核融合，也就是说，当某种传播工具与其它传播工具交织作用时，不仅我们的知觉感受会有新的比例状况，而且传播工具本身亦有；在所有媒体混合中产生最极至的变革就是文字文化与口语文化的的相遇。[19]

第四章 麦克卢汉理论对当代的影响

第一节 媒介的影响

麦克卢汉认为媒介的功能已不只是“工具”，而是“身体的延伸”。麦氏也认为，当媒介改变，不只改变了人类的官能感知能力，也改变了他与世界与文化之间的关系。

麦克卢汉最受争议的概念之一，他鄙视传统学者看待媒介的方法，甚至将“媒介内容”比喻为“闯空门的窃贼丢给心灵看门狗的一块肉”。麦克卢汉近乎恼人的武断论调，可视为一种策略，他要我们从传统学者“媒介什么都不是，除非人类赋予它文化意义”的观点中，回头检视每种媒介科技之间，无法忽视的社会功用，以及新兴的适应危机。（黄哲斌，2004）

第二节 对广告设计的影响

六零年代后到80年代左右，在传播论述与广告设计的用语里，可以说是“电子媒体社会”的来临，国立云林科技大学杨富裕教授认为，这时期主要对应于麦克卢汉所称“电子媒体桥”的见解，对广告设计影响，主要展现在以下几点：[20]

一、媒体即讯息的概念，促成广告设计对“媒体表现”特性的高度重视。

电视广告影片（CF）在此阶段已非新玩意，广告设计界除了即刻引进电影制作、电视制作的许多技术与概念外，对于电视这个媒体的表现特性（诸如：剧本、灯光、舞台效果、色彩效果）、电视频道的播映质量等，均基于“专业”而十分重视。

二、媒体即讯息的概念，促成广告设计对“文脉”与“译码”的新见解。

新媒体：“电视”所处的实质环境对旧媒体：电影、报纸、杂志、电台节目所处的实质环境而言，显然不可同日而语。电视节目与广告是送进家庭客厅的小屏幕电影院，要播、要转频道、要休息，“希听尊便”，广告设计业对这样的“随阅听众选择”的实质文脉，显然要有不同于旧媒体的新见解。同样的，电视广告的收视行为以及家庭小众的特性，对于“会”怎么解读广告内容，显然也该与广告设计之前先行盘算，总之，对新媒体的“译码”也要有精确的新

见解。

三、媒体是人体延伸的概念，促成广告业界对“媒体产业”或“广告生产过程”以及“媒体掌控机制与权力”的重视。

四、热媒体的概念，促成广告设计论辩结构的改变。

麦克卢汉的热媒体概念对广告设计的重要提示之二乃在于：其一、广告是“动”之以情，而不是动之以理，所以广告设计的剧情安排，绝非说理、说教。其二、广告设计要大量的涉入听众的价值判断，而且要有“拟似互动[21]”的机制。

五、热媒体的概念，促成广告设计对混合媒体的兴趣。

在60年代后，所谓的“热媒体”在艺术创作者的角度而言，几乎都是“混合媒体”。另一方面，广告设计对多重管道的广告制作，如何求取“一致性”，也可视为“混合媒体”的兴趣；再一方面，这样对“混合媒体”的热爱与专注，也逐渐养成广告设计对“企业识别系统(C I S)”与“试销活动(event)”的纳入专业领域的作法。

六、并置叙述体的概念与“脑力激荡法”，共同促成“广告设计”跌入状似无厘头实则老谋深算的设计策略风行，进而为下一期的意识形态设计热铺路。

麦克卢汉的“并置叙述体”概念与六零年代起逐渐风行的“脑力激荡法”、“水平思考法”逐渐结合，“脑力激荡法”甚至成为广告公司、房屋营销公司动脑会议的标准模式。并置叙述体的多头（多主题）并行与水平思考的跳跃式逻辑，所共同指导下的广告设计，猛看往往“状似无厘头”，其效果却精准无比，实为老谋深算。这样的广告设计策略，从某个角度来看，是下一期“意识形态设计”的雏型。

第三节 并置叙述体将成为这种新媒体或混合媒体的主要表达方式。

并置叙述体，简单的说指：多轴并现的说故事方式或影像并现的说故事方式。叙述体原是西方现代文学里相当重要的一个概念，意指文学里最重要的表达方式，是在于说故事，而说故事的逻辑是时间轴逻辑，也就是单向单轴（或唯一主轴）的展现方式，说故事的目的在“取信”，取信的逻辑在论辩（argument）的逻辑。麦克卢汉则在洞视电子时代的特性后，提出与传统叙述体不同的、所谓的“并置叙述体”，认为：在电子通讯时代，讯息的传达与接受，已非传统叙述体所能描述，而应是“并置叙述体”才能描述。并置叙述体相对于传统叙述体而言增加了许多“叙事逻辑（说故事的逻辑）”，诸如：多主题同时并现（相对于单一主题）、多影像同时并现（相对于单一、完整、清晰的影像）、跳跃的思考逻辑（相对于垂直思考逻辑、论辩逻辑）、分割画面并置（相对于完整单一画面）...等等。我们现在看看麦克卢汉在70年代所提出的“并置叙述体”概念，几乎是90年代电视艺术的标准表达模式，几乎也是90年代“新新人类”的说话表达模式，就不得不佩服麦克卢汉的先见之明。[22]

第四节 新媒体（电子媒体）将促成“地球村”的早日到来。

地球村指：由于电子通讯、电子媒体与跨国企业的日益发达，讯息传递方式的改变，资本流动方式的改变，最终改变了人的组织意识，进而改变了人与人、地域与地域、国与国之间的“距离”概念，“距离”已非以“物理距离”来测量，人对世界的观点与已非传统的地域概念所能概括。麦克卢汉所提出的地球村概念倒不像他所提出的其它概念的“老是受到误解”，而是一下子广为各界所接受。[23]

第五节 拓展艺术表现方式与媒材运用

所谓信息时代是一个讲求整体主义、综合性，学术上是一个追科技整合的时代。在艺术表现上，则是扬弃过去那种视觉挂帅的局面，产生了一种麦克卢汉所谓“五感调和”的作品，同时兼顾了视觉、听觉、触觉等全身的传达。

现今新世纪的美术馆，运用数字媒体艺术，配合主题性展示，透过数字艺术“互动性”的重要特质，使作者、观众与作品之间产生新的连结关系，增进观众参与式、交互式、体验式的不同经验。如：2004年国立台湾美术馆举办的《漫游者—国际数字艺术大展》共展出十八组互动性作品，内容涵盖：数字媒体科技、装置媒体艺术、虚拟实境影像、多媒体影音技术型态。

麦克卢汉说过，在一种媒体之中装上另一种媒体时，不但有更大的传达效果，同时对于人类的感受亦有其根本的益处（吕清夫，1982a）因此，信息时代的艺术是想要拓展人类的感官。而且，艺术和科学的结合，是信息社会的一个特征，这种结合不单是指使用科学作为艺术之工具，更包括艺术本身之改变（张荣森，1985，p. 87）[24]。

第六节 信息时代社会中对“环境化”的提出

麦克卢汉认为，经验是由无数不同的感觉材料组成。信息媒体的声、色、形、光等多种的知觉刺激，透过视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉与运动感觉等全身的感觉去感受外物。因此，今日的信息媒体，不仅传达讯息，最重要是知觉器官的延伸与发展，而成为我们生活体验“环境”的部分。

透过这些媒体，可让我们看到肉眼所不能见到的东西，如卫星转播的身历其境、电子显微镜拍摄到细菌影像；又如美国迪斯奈乐园的“宇宙之旅”游乐设施，人们坐在模拟太空舱中的椅子上，面对舱外层空间景象，听着宇宙飞船疾驶与舱外的太空战斗声音，随宇宙飞船快速转向，椅子亦会随之振动、摇摆，这种结合视觉、听觉、触觉、味觉、运动感觉等的复合感觉，已几乎与航天员在宇宙飞行的真实环境无异了。因此，单凭视觉去感受外物是很表面的、概念化的；反之，全身所感受到印象则是外物的本身。（王秀雄，1984；吕清夫，1982c）所以，信息时代的讯息已朝向身历其境的“环境化”发展了[25]。

第六章 信息技术革命

6、1哪一种革命？

这个历史间的特性乃是，我们这个“物质文化”的转变，是由环绕着信息技术而组织的新技术范型促成。马文·克兰兹伯乃技术史的顶尖学者之一，他写道，“虽然这是革命性的，但是就所有的变迁与好处不会在一夜之间突然出现而论，其革命之处在于对我们社会带来的效应”。

在二十世纪最后二十年里，围绕着较广义的信息技术核心，在先进材料、能源、医学应用、制造技术与运输技术等方面，都产生了许多重大的突破。再者，现有的技术转变过程呈指数扩展，因为它有能力透过共同的数字语言，在不同技术领域之间创造出一个接口，而得以产生、储存、检索、处理与传输信息。套用尼可拉斯·尼瓜彭的说法，我们所在的世界已经数字化了。

我们现在所经历革命的变迁核心，是信息处理与沟通的技术。信息技术之于这场革命，就像新能源之于过去的工业革命一样，从蒸汽机到电力、石油、甚至到核能，因为能源的生产与分配乃是工业社会的关键要素，然而，这项有关信息技术角色重要性的论点，却经常会和认为当前革命的特徵基本上便是依赖新知识和信息的说法混淆，但是事实上，当前技术革命的特性，并不是以知识与信息为核心，而是如何将这些知识与信息应用在知识生产与信息处理/沟

通的设施上。

6、2因特网(互联网)的建立

因特网在二十世纪最后这三十年间的创造和发展，是军事策略、大型科学组织、科技产业，以及反传统文化的创新，所衍生的独特混合体。起源是世界上最具有创造力的研究机构——美国国防部先进研究计划局所执行的一项工作。

因特网起源于公元1960年末期，美国国防部为了军事用途，发展出通讯系统ARPAnet，当时主要的用途是为了应付战争发生时-相互连结的网络系统能自动选择可行传递之路径，以确保网络系统能够正常运作，到了1975年间，ARPAnet网络交由国防部通讯署(DefenseCommunicationAgency:DCA)管理，此时ARPAnet才由实验性质的网络，逐渐演变到目前学术及商用性质的网络

到了1980年代末期，美国国家科学基金会(NSF)计划建立五个超级计算机中心，因为当时的超级计算机非常昂贵，只有少数的研究机构和军方才有机会使用。因此美国国家科学基金会便以网络联机的方式，将五台超级计算机的资源，分享给一般大学与研究机构使用

而后NSFNet因使用量激增而陆续提升传输速率，最后NSFNet、ARPAnet与全世界各地的网络连结起来，便形成了现今的因特网(侯武诚及陈丽安，1995)

1960年至1964年由兰德公司的保罗、巴兰想出的概念，这项策略是设计出不易被核弹攻击摧毁的通讯系统。以封包交换通讯技术为基础，这个系统使网络可以独立于指事与控制中心而运作，所以讯息单位会沿着网络找寻自己的路径，而在网络上的任何一点重新组合成有意义的讯息。

后来，数字技术允所有讯息，包括声音、影像与数据，都可以采用封包方传输，现成一个不需要控制中心就可以在所有节点相互沟通的网络。数字语言的普及性与沟通系统的纯网络逻辑，创造了进行水平式全球沟通的技术条件。

许多因特网上的应用都是早期使用者未曾预期的发明发展而来，包括后来成为因特网基本特徵的使用和技术发展轨迹。在ARPANET的早期阶段，计算机连结的理由是为了透过远距计算来分摊计算时间，这样就可以将分散各处的计算机资源，在在线完全有效地利用。然而，大多数使用者并不是真的需要这么强的计算机功能，或者还没有准备好要根据沟通的需要重新设计他们的系统。然而，真正点然火苗的是网络使用者之间的电子邮件功能，这个功能是BBN公司的雷、汤林森(RayTomlinson)发明的，它也是目前全世界计算机沟通功能中最受欢迎的用途。

6、3全球信息网

但是到了1990年代，对还没有开始使用网络的人而言，在使用上仍然有困难存在。图像传输的能力还相当有限，要标定或检索信息也很不容易。全球信息网(worldwideweb,www)这项新技术跃进，使因特网扩散进入社会的主流，它是一种新应用的设计，依照信息而非地址来组织网站的内容，然后提供使用者方便的搜寻系统，来标定他们想要的信息。全球信息网是1990年于日内瓦的欧洲核子研究中心(CentreEuropeenpourRechercheNucleaire,CERN)发明，这个机构是全世界几个居于领导地位的物理学研究中心之一。

网络技术与遍布的计算机运算

1990年代晚期，因特网的沟通能力，伴随了电信与计算机运算的新发展，引致另一项重大技术变革，从分散化、孤立的微电脑与大型计算机，到经由相互连结的信息处理设备(具有多

种格式)来普遍利用计算机运算能力。在这个新技术系统中,计算机的运算能力分散在以使用共同因特网协议的网络服务器(Webserver)为核心的沟通网络里,并且能够接上巨型计算机服务器,而这种服务器通常区分为数据库服务器(databaseservers)与应用服务器(application servers)

第七章 新经济:信息主义,全球化,网络化

有一种新经济在二十事纪最后二十五年里,在全球尺度上浮现。我们称之为信息化(informational)全球(global)与网络化(networked)的经济,以标明其基本且独特的特徵,并强调特征之间的交织连结。

信息化,是因为在这种经济体内,单位或作用者(不论是公司、区域或国家)的生产力与竞争力,基本上是在看它们能否有效生产、处理及应用以知识为基础的信息而定。

全球的,乃是因为生产、消费与流通等核心活动,以及它们的组成元素(资本、劳动、原料、管理、信息、技术),是在全球尺度上组织起来,并且若非直接进行,就是透过经济作用者之间连结的网络来达成。至于此种经济是网络化的,则是因为在新的历史条件下,生产力的增进与竞争的持续,都是在企业网络之间互动的全球网络中进行。

7、1经济型态的转变

(一)信息化与全球化的经济:

一种新的经济已经浮现, Castells称之为信息化的与全球化的经济,并强调两者之间的交织连结作用。强调信息化,是因为在这新的经济体系内,单位或作用者的生产力与竞争力,都是看它们是否能有效地生产、处理及应用知识为基础的信息而定。强调全球化,则是因为生产、消费及流通,以及它们的组成元素(资本、劳动、原料、管理、信息、技术、市场),是透过网络来连结,在全球组织起来的。

信息化经济独特的地方,是由于它转变为以信息科技为基础的技术范型,使成熟工业经济所潜藏的生产力得以彻底发挥。新技术范型首先改变了工业经济的区域与动态,创造了全球经济,并在既有的经济作用者之间,以及它们与大批新加入者间,助长新一波的竞争态势。

全球经济与一般经济的操作是不一样的,在此种经济内,全球变成一个单位,随着信息技术的推波助澜,人们首次得以在实时运作的全球整合金融市场中,日夜不断地操作资本。

(二)组织

历史上头一次,经济组织的基本单位不是一个主体(例如企业家或企业家庭)、也不是集体的(例如资产阶级、公司、国家)主体。这个单位是网络,它组合了许多的主体及组织,并且不断地修正以成为支持环境及市场结构的网络。

藉由组织危机及变革,以及与信息技术两者间的互动,信息化的新组织型态已然浮现:网络企业。网络企业其整套工作方式是由各部分的自主性目标系统所交织而成的,强调的是促进组成份子间进行无障碍沟通的连结性,以及网络目标和个别公司目标之间共同分享的一致性。

对于新组织的出现与成形而言,网络是最基本的东西。为何网络是新经济竞争的中心?在这样的组织转型的过程中,有两个因素是主要的原因:生产投入及市场的全球化。急速的技术变革使得设备经常性淘汰,迫使厂商必须不断地掌握新的处理及产品信息。在这样的市场脉络中,将一切纳入网络之中不只是分担成本及资源的方式,也是一种针对错误技术决策的保险策

略，这种错误技术决策的后果会使得竞争者也受害，因为网络是无所不再且互相牵连的。

(三)工作意义的转变

劳动过程位居于社会结构的核心，在逐渐浮现的网络企业内与周边，劳动与生产关系之技术性和管理性转化，乃是信息化范型与全球化过程全面影响社会的主要势力。就业与职业结构变迁，是新社会结构降临的历史变迁过程里，最强烈的经验证据。其特征为从财货转向服务、管理与专业性职业的崛起、农业与制造业工作的减少，以及多数先进的经济体里，工作的信息内容逐渐增加等。在本章节中，Castells分析新信息技术在劳动过程本身及在就业水平上的冲击，并试图评估普遍存在对无工作社会的恐惧。最后则处理劳动与就业转型对社会结构的潜在冲击，重点在于信息化范型浮现时所连带的社会极化过程。

1、信息化社会的基本共通特点：

- 农业就业凋零。
- 传统制造业持续衰退。
- 生产者服务和社会服务二者兴起；前者强调企业服务，后者强调保健服务。
- 日渐多样化的服务业为工作的来源。
- 管理性、专业性核技术性工作快速增加。
- 以事务员和销售员形构出“白领”无产阶级。
- 零售就业的比例显著，而且相对稳定。
- 职业结构顶端和底层二者同时增加，造成社会极化。
- 过去职业结构的相对升级，增加的职业是需要更高技术和高等教育的比例高于底层范畴的增加。

2、无工作之社会(失业问题)

信息技术明显地减少了每单位产出的工作时间，不过信息科技本身并不是失业的原因。在社会信息化的过程中，虽然许多的工作已被替代，但新的工作也正在被创造，在信息范型中，工作种类在质与量、以及本质上，都产生了变迁。新的生产体系需要新的劳动力，那些无法获得信息技术的个人与群体，将会被排除于工作之外，或是降级为工人。以信息化所需之技能的教育内容来看，职业/就业结构提升了，但是由于教育系统的低素质，对于提供正在浮现的职业结构的新技能不足，以至于劳动力并没有被提升到新的工作中。

第八章真实虚拟之文化

真实本身完全陷入虚拟符码与象征的情境中，就如同Castells所说的“假装”(makebelieve)的世界，在其中，影像与表象不仅出现于屏幕中以便沟通经验，而表象本身便成为经验-假装，便是相信造假(believeinthemaking)；这就是真实虚拟的文化。

真实，如同我们所经验的，永远都是虚拟的，因为现实总是从透过象征而被感知。在这个系统中，真实本身(人们物质与象征的存在)是完全被捕捉的，完整地浸淫再一个虚拟意象的情

境中，是一个让人相信的世界，并非是诱发虚拟实境，而是建构了真实的虚拟，表象不仅是出现在银幕中以沟通经验，表象本身更变成一种经验。

大众媒体的兴起

若援用麦克卢汉的术语，第二次世界大战后的三十年里，电视的扩散传布，可说是创造了一种新的传播星系(Galaxy)。其它媒体并未消失，而是在以真空管为心脏，以电视屏幕作为魅力面孔的系统中，被重构与重组了。广播失去原有的中心位置，却在普及性和弹性上称胜，随着人群每日生活的节焰来调整模式和主题。

电视为何会变成如此盛行的传播模式?这依然是学者和媒体评论家之间激烈办论的主题。就目前可见的计据而论，归因于辛苦工作一天后回到家庭生活的状况，以及个人和文化参与缺乏可以替代的其它选择，不过，我们社会里的社会条件就是这样，所以与电视所中介之沟通形式似乎有关连的“不费力气症候群”theleasteffortsyndrom可以用来解释为何电视一出现在历史场景里，便快而普遍地取得作为沟通媒介的主导地位。由电视支配的系统，其特征很明显便是“大众媒体”。同样的讯息由少数几处集中化的发射器同时传送给好几百万观众。如此一来，讯息的内容与格式，就以最低共同标准裁制。电视最主要是代表了古腾堡星系的终结，而古腾堡星系本质上是由印刷术心智和表音字母秩序所形成的沟通系统。

媒体研究者尼尔、波士曼认为，电视代表了与印刷术心智之间的历史性断裂。印刷偏好系统性的解说(exposition)，电视则最适于偶发性的对话。若要更清楚地区分这两者，我们可以引用他的话：“印刷术对解说可能具有最为强烈的偏执:拥有从事概念性、演绎性与序列性思考的复杂能力;拥有对理性与秩序的高度评价，不容许矛盾，达致超然与客观的优秀能力，并且能够容忍延迟的反应。然而，就电视而言，娱乐乃是所有关于电视论述的太上意识形态，不论是描述了什么，或是采取什么观点，最重要的假定都是电视的存在乃是为我们享乐与欢愉之用

媒体是我们的文化表现，而我们的文化主要是透过媒体提供的材料来运作。就此根本意义而论，大众媒体系统实现了麦克卢汉在1960年代早期所提的大部份特征:这就是麦克卢汉星系!

参考文献

1. Levinson, P. (). DigitalMcLuhan:AGuidetotheInformationMillennium原著(译:数位麦克卢汉, 宋伟航译, 台北:猫头鹰书房), 2000
2. 吕清夫。〈前卫的震源—麦克卢汉〉。《雄狮美术》，第136期，1982，P129~133。
3. 王秀雄。〈信息时代与现代艺术〉。《国立台湾师范大学美术学系系刊》，第73学年，1984，PP. 6~13。
4. 张荣森，〈光电科技与第三波艺术现象〉。收录于《雷射艺术特展》。台北市:台北市立美术馆，1985，P87~89。
5. 麦克卢汉着，汪益译，《预知传播纪事，EssentialMcLuhan》，台湾商务，P. 36，1999。
6. 林志明，《影像与传播—阅读麦克卢汉》，师大学报:人文与社会类—艺术专刊，47(1)，P41-56，2002。
7. 张继文，《从信息时代的艺术趋向探讨国小美术教育》，网络查询:

8. 杨裕富,《国内近期广告设计的创意分析:兼论传播学科对视觉传达设计的影响》,网络查询:<http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>, 2005。
9. 拟似互动指:好像广告影片与阅听众之间在对话或在商量,并以拟似互动达到假性双向沟通的效果。详参:杨裕富1998,《设计的文化基础:设计、符号、沟通》,网络查询:<http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>。
10. 杨晓雯,《由书媒体探讨当代阅读的意义》,国立中央图书馆台湾分馆馆刊,第三卷第三期,P55-66,网络查询:http://www.ncltb.edu.tw/ncltb_c/literary/publish/p3-3/pb3-307.htm#a072。
11. 陈应强、陈淑萍、蔡坤哲,《媒介与讯息传递—麦克卢汉理论介绍》,南华大学出版社,网络查询:<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-24.htm>。
12. 陈乃菁,《广告影像之消费文化符号与后现代性》,高科技与后现代研究室,国立云林科技大学设计学院,网络查询:<http://140.125.151.167/ypo/top1.html>, 2003。
13. 周晓虹,《麦克卢汉:e时代的先知》,网络查询:<http://www.booker.com.cn/big5/paper19/3/class001900010/hwz12883.htm>
14. 黄哲斌,《传播科技与社会?摘要报告》,网络查询:http://www3.nccu.edu.tw/~telnhf/2004_website/200403_class/tech_and_society/summary_003.htm, 2004。
15. 《麦克卢汉与虚拟世界HongKongBookCity》,网络查询:http://www.hkbookcity.com/showbook2.php?serial_no=30986。
16. 刘一赐,《【武陵传奇】我们即媒介,媒介即讯息》,网络查询:<http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/ProfessionalColumnist/ProfessionalColumnistContentByAuthor.asp?MMContentNoID=8883>。
17. 邱振中、蔡佳惠、锺惠萍、黄靖真,《媒介与讯息传递:M. McLuhan理论介绍》,南华大学出版社,网络查询:<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/18/18-10.htm>, 2005。
18. 《从网志现象看数字出版》,网络查询:<http://b-oo-k.net/blog/post/1/53>, 2005。
19. Paul Levinson, 宋伟航译。《数位麦克卢汉》,台北:猫头鹰出版社,页299, 2000。
20. 萧淑华,《接触信息社会学的新感受》,网络查询:<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/10/10-7.htm>

一个好的社会科学家之所以伟大，并非提出的理论多有道理，而在于“大家都还没有看到时，就能发现现象，或预知现象将要来临”。

麦克卢汉正是如此，在网络还没发展的80年代，他的书一度绝版，死后渐渐为人所淡忘。直到信息革命来临，大家才发现他所提出的概念，真实地预言未来的世界，指引我们在信息爆炸的时代中前进。有人说他是“媒体的先知”，甚至有人将他和牛顿和爱因斯坦，列于同等地位。

在这之中，传播理论受他的影响极深。1964年，麦克卢汉发表《了解媒介》一书，提出“媒介即讯息”，说明了传播科技延伸到人类生活中所产生的规模、空间、形态的种种改变，大众传播对于阅听人的影响力非常深远（尤电视）。传播效果的模式，也从1945年贺夫兰学派的“有限效果论模式”，转变为“中度效果模式”、“大效果模式”，说明传播对于阅听人的效果增强。

而现在的传播科技发展迅速，传播工具的发展更多元，对于人类、整个社会影响更巨。尤其因特网的发展，改变人类的生活型态、文化、社会组织等各方面，媒介形式本身，会改变世界，改变人的思维模式。

而且以目前的信息超载量来说，“一日千里”早已不足以形容进步的快速，现在一秒就可以把信息传遍整个地球。上一辈的人，只和我们相差20、30年，却可能苦恼于不懂计算机、不会使用网络，为了要跟上时代，被迫要跟着学习。而我常想，将来，我们的下一代，会发展出什么新的科技、新的传播模式，让我们这一辈的人无所适从呢？或许从科幻电影或小说中，我们可以去试着找找答案，有一天它们不再只是幻想，而会成真。

推荐网站：<http://www.mediahistory.umn.edu/mediahistoryproject>

虽然是英文网站，无法一下子看懂，但是里面有关于媒介的演进与纪录相当完整，分门别类，详细介绍。其中还有媒介Timeline，从史前时代一直到现今(目前2004年)。另外，网站设计蛮美观的。

洪宗庆

知名的手机的广告词说道：“科技始终来自于人性”。人类创造了科技，也带来了更多便利的东西。

在这个多媒体的社会里，媒体的共存性也愈来愈多样化了。而在麦克卢汉所论的“媒介就是讯息”里，每个人都有多样的选择性了，而传统传媒的生态，也开始在找寻它们的新的生命。因为新的媒介，告诉它们，一种新世代的来临的讯息。

而另一个重要的观念的出现-地球村-在说明了，现在的文明社会不会再因为地理的因素而觉得距离的遥远了。我们可以经由科技工具的帮助之下，可以将远在地球另一端的数据，传送至我们的手中。

但，我又喜欢从反面的思考。在电影全民公敌中，其实每个人都在科技之下被窥视着。想想，是否是人类控制着科技或是科技掌握着人类呢？而，人类可以在媒介中找到的是真实或是虚伪的世界呢？

我想，科技来自于人性。聪明的人性，应该会有它解决的办法吧！呵呵！！

<http://www.ntnu.edu.tw/acad/pub/j47/hs471-3.htm>

颜君蓉

地球原是广阔无边，七大洲各据一方，互不统属，距离常是以横越路途的时间久暂来判定，古时候战争期间，前线的战情传到后方常已拖延多日，新闻特派员的努力也无法实时报导情况。一八四〇年电报的发明缩短了地形的距离。此后，电子媒介陆续出现，传播过程更为实时，有关世界各地的信息垂手可得。不同国家、人民、事件的实时性讯息常瞬间到来，天涯若比邻，“部落化”(tribalization)就是麦克卢汉(Marshall McLuhan)所谓的地球村(global village)。人们即使不必用感官直接接触，从传播媒介的内容，也不难知道远方发生的事情，世界变小了。

依照麦克卢汉的说法，纵然人们居住的地方距离遥远，电路已经形成全球性的对话。讯息的流传相当容易，地域的隔阂阻绝不了传播过程，似乎不再有精神、社会、经济、政治等区域性，旧式的民间、国家和州的聚群已不存在。

传播媒介演进的过程和传播改变人类生活也遭受到不少批评。麦克卢汉描述媒介的角色似乎言过其辞，但麦氏早想为他的观点辩论，在电子媒介能实时呈现一切的环境里，要以逻辑、直线的方式来加以解释，的确不易。

不论人们是否接受麦氏的论断，世界因传播媒介，尤其是电子媒介的发明而变小了则是事实。每天从传播媒介上看到现场播报，如波斯湾战争、奥运等，从逻辑上来说，人们一起聚精会神看一个事件，和人们从政治、经济、社会、文化为着眼点来思考同一问题，有相当大的不同。人们对这个问题仿佛从不加以思考，与信息全球化的影响才值得探究。

陈姿香

在还没接触“传播”领域之前，我所意识的传播，它改变的是人类的沟通方式，影响的是人类的认知思维。在阅读麦克卢汉资料时才发现，“传播”所影响的不只是这些，它间接影响了人类的文明、文化、习惯和概念。就以媒介来说，每一种媒介都是“人的延伸”，例如：穴居人的石斧一手的延伸，书一眼的延伸，电的媒介(电报、电话和电视)一中央神经的延伸。麦克卢汉也曾指出：“媒介成为人类感官世界的延伸，屏幕扩增了视野，鼠标延伸了手指的长度，人类思考结合计算机机器成为『网际机器人』，自由地随着电话线迅速穿梭在世界各地。”网络空间的行为模式，似乎成了延伸及扩张程度之大小的关键因素。

因特网从开始到崛起已十余年，从最初提供美国的军事防卫到现在全球化普及，就像一种强烈病毒般，迅速入侵每一个人，不停地在变种演化。我们还来不及思考研究网络对我们带来的某一层面影响时，新的影响层面又随之而来了。显然，如同科技决定论，麦克卢汉所强调媒介的物质技术形态的发展所带来的“影响力”。“时代创造青年、青年改变时代”，容身在信息时代与网络社会里，每个个体都像一个处理器，不断地重复IPO模式(Input→Process→Output)，我们应该去省思每一环结，让讯息成为可用的知识，而非垃圾；让媒介效应得到控制，即使人类已开始无法控制，但我们的未来，终究还是掌握在我们的认知、我们的选择、我们决定；是的，决定与被决定，还是在我们自己。

【推荐网页】

1. http://teaching.cycu.edu.tw/teaching/term2/week_2.htm

简单介绍网络的由来等。

2. <http://www.stanshares.com.tw/StanShares/portal/digest/content.aspx?sno=142>

英特尔的变革台湾的机会，转载自商业周刊2005-2-27出刊第900期，其内文指出：科技化服务最终的目标，就像MIT(美国麻省理工学院)提倡所谓的“活氧计划”，指的是科技就像氧一样无所不在，你很需要它，但是你又没有感觉到它的存在，这是最极致。从另一角度思考，如果说信息与网络是种病毒，那么他们就可谓是病源的龙头。

王仟雅

(一) 传统出版：

作为一种传播媒体，书媒体在麦克卢汉的文化分段中，具有相当重要的地位。文字的出现，使人类记录首次有打破时空限制的能力，而以书型式的记录，更使之得以获得比以往要佳的保存流通性。

文章一印成书，就永远无法更改不管是装订成手抄本还是大量印刷发行。伽利略等例子，虽收回他所说之地球绕太阳转的哥白尼天文学说，但是，他流传在外的书籍却无法收回，证明了文字一印上纸页，就不动如山，即使在中古教廷势力如日中天的时代，只要白纸黑字一流传出去，一样无法撼动其一分一毫，反而是毅力千年不摇的关卡和把关人应声而倒。

印刷术之心灵及社会的影响后果，包括了一种它对于不同地区渐进同质化之易裂性、一致性特色之延伸。由心理上而言，印刷行成的视感延伸与扩大有许多后果。印刷另一种一致性、重复性的有意义的一面即是，它会促成“正确”的拼音、造句及发音。它已使得知识的传播得以实现，它会使人脱离传统团体之藩篱，提供一种个人结合个人的模型，因此，它会造成民族主义、大众市场、普遍性的文字化及教育。

运送讯息的电力方式正在深刻地改变我们的活字印刷文化，就像是印刷术修改中古世纪的手稿及学者型文化一样。“时至今日，运送讯息的电力方式正在深刻的改变我们的活字印刷文化，我们现代的人又变为部落的一份子，人类的家庭又变为一个部落了。”

(二) 出版的未来(以《媒体律》角度来看)

(A) 削弱

因特网正在抢电视和印刷的地位，电视虽然几十年来都在宣告印刷的末日已到，但却从来没有真正威胁到印刷的地位，最多也只是提供世人另一种消遣，无法真正将阅读白纸黑字的活动给淘汰掉。如今，电视、书籍、报纸全都倍受全球信息网挤压。

其中冲击最大的当属电视。而印刷而成的白纸黑字或许可以称久一点，因为印刷内建了电池，不需要别的能源供应，而且能为我们喜欢的文章，提供可靠的定点，不仅有美学上的意义，在脱壳的年代，还因为特殊而更具魅力。

所以瞻望未来，可预见网络空间里的字母可能会愈来愈少，甚至消失无踪(也就是网络传播系统，有一部分或甚至全部都可以口语进行。这样的系统当然比现在的字母式网络空间，要更像音响式的了，或说是音响所占的层面要更广了)。

(B) 重拾

因为传播科技的迅速开展，人类的传播方式又将有要被完全扭转回来的迹象（接近口说传统、音响式），但又却与从前的方式有些不同。由于电子传播科技及AV（影、音）技术的进步；加上通信网路的日益健全化，让电子媒介越来越符合原来的平衡使用各感官的传播方式，不只单一强调视觉器官，而是集合视、听觉甚至触觉(tactile)等多感官的媒介。除此之外，更提供给阅听人更多的参与感（主动与互动）。在更大的层次上，新传播电子科技也使得人类传播方式，由原来的去部落化传播模式回归转化成为原来部落化的模式，人类也将脱离分崩离析的个人主义或民族国家。此一状态称之为重新/再部落化。

（C）加强

新因特网传播科技之特性，如麦克卢汉所描述中央神经系统，由所有传播科技组成之电子电信网络，将讯息以光速在这环境里传递，所有媒体互相链接和交换信息。数字化影像、文字、图形 均可透过同一管道作处理、传输、储存、显示，而且这是交互式双向通路，所有人都可以随时随地透过这个超链接媒体环境相互沟通。

对信息时代环境化的提出：麦克卢汉认为，经验是由无数不同的感觉材料组成。

（Hauser, 1988, p. 238）现代的信息媒体，不仅传达讯息，最重要的它是我们知觉器官的延伸与发展，成为我们生活体验“环境”的部分。我们可经由过这些媒体，看到肉眼所不能见到的东西，如卫星转播、电子显微镜拍摄到的细菌影像，这无疑宣示了信息时代的讯息已朝向身历其境的“环境化”发展。

网络的便捷、即兴之外，另还有一项互补条件，那就市网络上的信息保存之久，不只远远超过了广播媒体，连印刷媒体也瞠呼其后。散播信息速度比纸张印刷要快得多，范围也广得多，而如今，也比报章杂志的印刷要更能维持久远。其制造信息、取用信息、散播信息、重拾信息之性能，和先前所有媒体的差别就不言而喻了。（在网络上输入文字几乎和我们说话一样简单，此外，网络上的话是覆水难收，在野无法销去。）

（D）转换

“地球村”的概念：麦克卢汉之所以用“globalvillage”一词，来形容当传播科技日新月异，空间与时间的距离逐渐被消弭后，地球上各分散的区域因此而重新被聚合起来，终究变成一个大部落，这就是“地球村”。

人人都是出版家：因特网，它一出现，真的让每一个做得出网页的人变成了出版家，其创造出来的环境，可以将纸张、装订、运送、公告周知等等一概全免，因之而将准备出版的关卡全都拆除。麦克卢汉提出“人人都是出版家”的观念，如果如他所说的每个人都能成为出版家，那传统编辑的角色应该如何定位？这对于现今的出版界是一个很大的挑战；另外，守门人的功能又该如何发挥？如果守门人的把关不严的话，则将产生许多垃圾讯息，这对我们是没有帮助的。麦克卢汉的见解使我们提早对未来社会与出版的发展形式，作更早及绝佳的准备。从把关到媒合：麦克卢汉所说之“人人都是出版家”于数字时代的未来会如何发展呢？似乎也可以从亚马逊网络书店在找到启示。（媒合机制，推的技术与以前拉的技术大不相同，“关卡”不再时时防着潜在读者）

结合以上论述所提，阅听人经由他们所占据的社会位置接近媒介并使用媒介，其富有主动性权力。但内涵关键性的是阅听人是否具有批判性，懂得抗拒、思辩、判断而延伸出创造、深化反思性，这将有助于网络阅听人在复杂结构的网络文本上，懂得在所处位置去利用、行使拥有的“权力”进行循环式的不断创造及突破。但是到了电子时代，媒介从纸面到了数字化，到了光电、电磁、再到网络的时候，我们观察社会上的种种现象，原则上都可以用前述的两个角度来看，也就是“沟通的改变”跟“知识处理的改变”。

(IntegratedMarketingCommunications)目标前进(DonE.Schultz, 1993)。我们是否应该宏观地将网络媒体视为整合性营销传播策略中的一种新的可运用因素；一种新的传播方式；一种新的传播文化；一种新的传播变因。并用这种全新的思维角度来加以看待、接纳它。

麦克卢汉检视媒体的眼睛，看的不只是媒体于商业政治社会的影响，也看媒体如何抓住我们的感官，如何霸占我们的感官—感官就是媒体在我们身上制造首要心理效应之处，而媒体的社会效应大部分也出现在这里。信息数字化的便利条件，于世人“精益求精”的观念，造成了怎样的变化，于世人的工作、娱乐、艺术三方面交涉创发，又有怎样的关系。麦克卢汉不只特具遣辞用字的天赋，也独具慧眼，可以从他人的论述里摘拾珠玑隽语转为己用，而麦克卢汉和我们这数字时代的关系已毋庸置疑。

心得：

因特网这个媒介的出现，造成人类生活的全面变革，包括“沟通的改变”及“知识处理的改变”等。各种网络应用新技术，实时、迅捷、便利、大量信息流通，今日人类的进步步伐，是踩着比从前更大的步伐在前行。这样的景象，不正是实践了麦克卢汉二三十年前所预言的“地球村”、“电波冲浪”、“中央无处不在，边际无处可寻”的论点！

〈数字麦克卢汉〉书中点出“一种新的传播工具，绝不是一种旧传播工具之附加物，而且，新传播工具亦绝不会使旧传播工具平静无恙。同时，新传播工具在发现他们的新面貌新地位之前，亦必然会不停地压迫较老的传播工具。”的确，因特网冲击了许多旧有的传播媒介，它以一种更具音响式、更挑拨人类各项感官知觉的姿态朝人类接近，电视、书籍、报纸全都倍受全球信息网挤压，当然，这些媒介也全都无一幸免，以各种不同的转化形式，被网罗进数字媒体里（它可不就像是卡通《神影少女中》那位无脸人一般，不断的吃各式各样的东西，将那些都转为自己的一部分，并且自己也随形而变！）。

计算机、网络这样的传播媒体，对于长一辈的人有较高的进入障碍，但对于e世代以降的新新人类，上网就像翻书、看电视一样轻松自然。同时这也表示在世代交替间，不同的思考模式应运而生。未来的社会，知识是爆炸的、创造力是旺盛的（当然是拜电子科技所赐，创作与修改更形便利）、思考是跳跃的（就像网络超级链接一般）。只是世人在这个复杂结构的网络文本上，对于信息的选择与判断，是否懂得思辩与抗拒？否则在这个数字神经网络里，在这开放性的流动空间里，我们不知会被科技文明带往哪里去？是更进步的生活，抑是一个与现实隔离的真空世界？

推荐导读：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/31/31-6.htm>

[1] 《麦克卢汉与虚拟世界 Hong Kong Book City》，网络查询：
http://www.hkbookcity.com/showbook2.php?serial_no=30986。

[2] 周晓虹，《麦克卢汉：e时代的先知》，网络查询：
<http://www.booker.com.cn/bi g5/paper19/3/class001900010/hwz12883.htm>

[3] 邱振中、蔡佳惠、锺惠萍、黄靖真，《媒介与讯息传递：M. McLuhan理论介绍》，南华大学出版，网络查询：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/18/18-10.htm>，2005。

[4] 陈应强、陈淑萍、蔡坤哲，《媒介与讯息传递—麦克卢汉理论介绍》，南华大学出版，网络查询：<http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/18/18-10.htm>，2005。

[5] 杨裕富,《国内近期广告设计的创意分析:兼论传播学科对视觉传达设计的影响》,网络查询: <http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>, 2005。

[6] Marshall McLuhan着;叶明德译,《传播工具新论》(台北:巨流,民67年),页14。

[7] 杨晓雯,《由书媒体探讨当代阅读的意义》,国立中央图书馆台湾分馆馆刊,第三卷第三期,P55-66,网络查询: http://www.ncltb.edu.tw/ncltb_c/literary/publish/p3-3/pb3-307.htm#a072。

[8] 参见杨晓雯,《由书媒体探讨当代阅读的意义》,国立中央图书馆台湾分馆馆刊,第三卷第三期,P55-66,网络查询: http://www.ncltb.edu.tw/ncltb_c/literary/publish/p3-3/pb3-307.htm#a072。

[9] 刘一赐,《【武陵传奇】我们即媒介,媒介即讯息》,网络查询: <http://marketing.chinatimes.com/ItemDetailPage/ProfessionalColumnist/ProfessionalColumnistContentByAuthor.asp?MMContentNoID=8883>。

[10] 陈应强?陈淑萍?蔡坤哲,《媒介与讯息传递-麦克卢汉理论介绍》,南华大学出版社,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-24.htm>。

[11] 陈应强?陈淑萍?蔡坤哲,《媒介与讯息传递-麦克卢汉理论介绍》,南华大学出版社,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-24.htm>。

[12] 邱振中、蔡佳惠、锺惠萍、黄靖真,《媒介与讯息传递: M. McLuhan理论介绍》,南华大学出版社,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/18/18-10.htm>

[13] 林志明,《影像与传播-阅读麦克卢汉》,师大学报:人文与社会类--艺术专刊,47(1),P41-56,2002。

[14] 麦克卢汉着,汪益译,《预知传播纪事,Essential McLuhan》,台湾商务,P.36,1999。

[15] 参见萧淑华,《接触信息社会学的新感受》,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/10/10-7.htm>

[16] 邱振中、蔡佳惠、锺惠萍、黄靖真,《媒介与讯息传递: M. McLuhan理论介绍》,南华大学出版社,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/18/18-10.htm>, 2005。

[17] Paul Levinson,宋伟航译。《数位麦克卢汉》,台北:猫头鹰出版社,页299,2000。

[18] 《从网志现象看数字出版》,网络查询: <http://b-oo-k.net/blog/post/1/53>, 2005。

[19] 陈应强、陈淑萍、蔡坤哲,《媒介与讯息传递-麦克卢汉理论介绍》,南华大学出版社,网络查询: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/29/29-24.htm>。

[20] 杨裕富,《国内近期广告设计的创意分析:兼论传播学科对视觉传达设计的影响》,网络查询: <http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>, 2005。

[21] 拟似互动指：好像广告影片与听众之间在对话或在商量，并以拟似互动达到假性双向沟通的效果。详参：杨裕富1998，《设计的文化基础：设计、符号、沟通》，网络查询：<http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>。

[22] 杨裕富，《国内近期广告设计的创意分析：兼论传播学科对视觉传达设计的影响》，网络查询：<http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>，2005。

[23] 杨裕富，《国内近期广告设计的创意分析：兼论传播学科对视觉传达设计的影响》，网络查询：<http://www.yuntech.edu.tw/~yangyf/studio/pap3601.html>，2005。

[24] 张继文，《从信息时代的艺术趋向探讨国小美术教育》，网络查询：<http://www.naer.edu.tw/study/art/childart/down.htm>。

[25] 张继文，《从信息时代的艺术趋向探讨国小美术教育》，网络查询：<http://www.naer.edu.tw/study/art/childart/down.htm>。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 麦克卢汉

- “误读”麦克卢汉 (2005-4-25)
- 谁是数字时代的麦克卢汉? (2004-11-27)
- 新形势下对麦克卢汉媒介理论的再认识 (2002-8-31)
- 何道宽: 媒介即文化——麦克卢汉媒介理论批评 (2002-8-31)
- 陈卫星: 麦克卢汉的传播思想 (2002-8-31)

[>>更多](#)

← 麦克卢汉思想看网络社会之崛起 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:

密码:

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.