

导言

数字时代的“海”

一

人们喜欢把五花八门的东西或事情比作海。比如人们把人的大脑比作海，称之为“脑海”（其它如“人海”、“书海”、“商海”、“下海”，等等）。

人的大脑与大海的确具有不少相似的特征——浩瀚，深湛，时而动荡时而安宁……但如果仅就人的大脑所贮存的信息的多少而论“脑海”的“大”或“小”，我们就得承认，与无涯无际的信息的海洋相比，人脑这个“海”实在是小不可言。正如庄子所感叹的：“吾生也有涯，而知也无涯，以有涯随无涯，殆而已矣！”在所谓“知识爆炸”、“信息爆炸”的今天，人更易有这种体会。正是为了克服大脑在贮存和处理信息时“殆而已矣”的状况，人类才发明了电脑。电脑在贮存、处理信息方面让人脑望尘莫及（且不说将来的电脑会怎样让今天的电脑“望尘莫及”）。就止而言，电脑比人脑更有资格被比作“海”。在一台电脑（尤其是网络化的电脑）面前，人深切地感到自己面对着或置身于一个无际无涯的知识和信

息的海洋。

使用互联网通常被称作“上网”。从技术角度讲，互联网的确是“网”——由光缆、电话线把无数的站点、节点罗织起来的巨大的“网”。然而，一种东西从科学或技术的角度上看是怎样构成的，与这种东西给我们的感受是怎样的，并非一码事。比如，日光是由赤橙黄绿蓝靛紫七种颜色构成的，但如果不借助于特定的技术手段，我们的肉眼是无法从日光的“光谱”的。同样道理，我们在使用互联网时，我们感受不到“网”的存在，而总是给我们一种“海”的感受。我们常常把在网上的浏览、遨游称为“冲浪”（surf）。

在一个“网”上我们恐怕只能像蜘蛛那样慢慢地爬行，如何可能“冲浪”？“网上冲浪”这一既不合语法也不合情理的说法体现了互联网的技术构成与它给我们的直观感受之间的矛盾——“网”与“海”的矛盾。

“冲浪”、“导航布局”（navigative layout）、“搜索引擎”（search engine）等网络词语似乎表明，人们虽然没有直接把“网”比作“海”，但都或多或少地意识到，技术意义上的“网”在直观感受上更像是“海”。拥有一台个人电脑，如同拥有一艘自己的航船（你既是水

手又是船长)。每一天，你都可以作一次足不出户的远航，轻松地抵达你想抵达的海域或港口。你也可以像《白鲸》的主人公那样寻找、追逐令你魂牵梦绕的“白鲸”，可以像《八十天环游世界》里的主人公那样历险，并在这历险中赢得财富、荣誉和爱情。

你还可以像《老人与海》中的那个老渔夫那样在孤身奋战中并一无所获中体会到“大海”单调与神秘，宁静与暴烈，贫瘠与富有……

二

大海几乎对每个人都具有巨大的吸引力。不同年龄、不同经历的人的心中都有不同的“海”——儿童有儿童的海，少年有少年的海，老人有老人的海。不过，大海对于少年（主要是男性少年）最具有吸引力。广阔、动荡的大海对于正处于青春期躁动的少年来说具有难以抵挡的魅力，当一个像鲁滨逊那样的水手是许许多多少年少年人的梦想。俄罗斯作家帕乌斯托夫斯基在他《金玫瑰》中这样记述他少年时代的心态的：当时我的诗大都是写海的，可那时我对海几乎一无所知。

我笔下的海并不是某个具体的海，如黑海、波罗的

海或地中海，而是充满节日气氛的‘笼统的海’。……这是水珠飞溅的欢乐的海洋，是急驰的舰艇和无所畏惧的航海家的故乡。海岸上一座座灯塔闪烁出绿宝石般的光芒。所有的港口里都沸腾着无忧无虑的生活。

美貌绝伦的皮肤黝黑的女郎，在我的笔下，一个个都在受着残酷的情魔的煎熬。

在少年时代，谁没有围攻过古老的要塞，谁没有在麦哲伦海峡和新大陆沿岸的舰船上战死过，谁没有同夏伯阳一起乘着载有机枪的二轮马车奔跑在外乌拉尔草原上，谁没有去探寻过被斯蒂文生神不知鬼不觉地藏神秘的金银岛上的宝库……

对于历险和奇遇的神往，是儿童和少年贯常的心态（我们只要想一想当今的少年儿童是如何迷恋基本上以“冒险”和“奇遇”为题材的电子游戏就可体会到这一点）。美国文学批评家鲁滨斯（Louis D. Rubins）在评美国作家马克·吐温的《汤姆·索亚历险记》（见《美国划时代作品评论集》）中说：“一个人通常于十至十二岁左右时就熟知这一本书。一个人大约在这个年龄看下列这些书：《宝岛》、《鲁滨逊漂流记》、《罗宾汉》、《银冰鞋》、《海底两万里》和《勇敢的舰长》，假如是个女孩的话，

则可能读《海蒂》和《小妇人》。”他提到的男孩可能读的除《汤姆·索亚历险记》以外的六本书全是与历险或寻宝有关的，其中就有四部写的是在大海上的历险和寻宝。

马克吐温的两部儿童历险小说（在美国通常被直接称为“男孩小说”——boy novels）——《汤姆·索亚历险记》和《哈克贝利·费恩历险记》有一个共同的“小引”。在“小引”中马克·吐温这样说道：“我这部书虽然主要打算供男女少年们欣赏的，可是我希望成年人并不因此而不看它，因为我的计划有一部分是想要轻松地引起成年人回忆他们童年的生活情况，联想到他们当初怎样感觉、怎样思想、怎样谈话，以及他们有时候干些什么稀奇古怪的冒险事情。”

事实上，马克·吐温的这两部小说自诞生以来，在美国既受到孩子们又受到成年人的喜爱，并且一直被看作是美国文学的经典之作。马克·吐温在美国文学和美国文化中的地位是非同寻常的。《老人与海》的作者海明威甚至认为，“一切美国现代文学都来自马克·吐温的一本书，叫做《哈克贝利·费恩历险记》。……一切美国文

学创作都从这本书而来。在此之前是一片虚无，在此这后也没有一本堪于匹敌的书问世。”

这促使人去想一个看似古怪的问题：美国人的“年龄”有多大？这个问题问得更“学术”一点就是：美国人的文化心理结构是怎样的？用不着作学究气的考察，我们就能发现，美国人在很多方面都像是一群长不大的孩子，美国文化有一种明显的“淘气色彩”（boyishness）或者说“少年精神”（boyish spirit）。大多数美国人（无论他们的实际年龄多大）总爱干一些“稀奇古怪的冒险事情”。

对于他们来说，无论是少年人的海，还是成年的海，甚至老年人的海（比如海明威笔下的那个老人），尽管各有不同，但说到底都是同一种海——作为无所畏惧的冒险者的故乡和乐园的海。

回头看一看美国的历史和史前史，我们发现这个民族与“稀奇古怪的冒险事情”有着不解之缘。没有哥伦布的冒险，不可能有美国；没有“五月花号”船上的那些人的冒险，也没有美国；没有华盛顿、杰斐逊等人的冒险，更没有美国。自诞生之日（1776年7月4日）起，这个爱干一些“稀奇古怪的冒险事情”的民族发明

了许多“稀奇古怪”的东西——从电报、电话到电影、电视，从汽车到飞机，一直到电脑。

所有这些发明中，电脑的发明最称得上是“稀奇古怪的冒险事情”。电脑的发明不是一次性完成的发明，而是一种一发不可收拾的发明。直至今日，美国人仍然在“再度发明”（reinvent）电脑，使电脑越来越“稀奇古怪”。“电脑”这个名称可能长期存在下去，但持续不断的发明将使电脑“名存实亡”——今日之电脑（我们通常称之为“个人电脑”）已远非昔日之电脑（主机型电脑），明日之电脑（如被史库莱命名为“远程电脑”的那种电脑）也远非今日之电脑可比。电脑技术永远是一种“发展中”技术，而不可能是一种“发达”技术。

这使得电脑产业（数字化信息产业）不同于从前的任何一种产业。置身于电脑技术领域，如同在一个无边无际的海洋上航行，你不知道“岸”在哪里，“避风港”在哪里，事实上根本就没有“岸”和“避风港”。在这个汪洋大海中，你随时可能遭遇突如其来的台风、冰山、海啸以及海盗船队，你随时可能进入神秘、险恶的“百慕大”。哪怕你的船是一艘电脑技术的“航空母舰”（如比尔·盖茨的“微软公司”），但在这种没有航海图，没

有谁为你提供天气预报的航行中，你必须随时保持高度的警觉和应变能力（而不是像珍珠港的美国军人那样，在日军偷袭珍珠港时还在睡懒觉），才可幸免于难。（“微软”在面临“网景”的巨大挑战情况下能最终取胜，靠的正是比尔·盖茨的警觉和应变能力）。当人们置身于（不管愿意不愿意）电脑技术的汪洋大海中的时候，一种人——希望过一种安定、平稳的生活的人——自然会产生“苦海无边”的感觉，而另一种人——希望过一冒险、惊心动魄的生活的人——却可能有“如鱼得水”和“海阔凭鱼跃”的感觉。

从年龄和心态上看，前一种人是“成年人”或“老年人”，适可而止、知足常乐、息事宁人是他们有意无意遵循的生活信条。后一种人是“未成年人”，即淘气的、充满少年精神的人，这些初生的牛犊对于身边这个被成年人占据，整天上演着冗长乏味的庸人戏剧的生活舞台感到失望，总想突破成年人为他们划定的圈子，闯入没有保障因而也没有束缚，险恶与宝藏并存的空间。

大海就是这样的“空间”，美国历史上的“西部”是这样的“空间”，阿拉斯加也是这样的“空间”。在这一个个“空间”里，生理年龄各不相同的汤姆·索亚和哈

克贝利·费恩们，分别被称为“渔夫”、“捕鲸者”、“水手”、“牛仔”、“淘金者”（如杰克·伦敦《热爱生命》的主人公）在那里历险，寻宝。虽然在不同的时间和空间中，这些年龄参差不齐的人干着不同的事，但他们的真正身分只有一个——热衷于历险的“男孩”（boys）。他们活动的“空间”即使不是大海，也与大海是本质相通的一一都是无所畏惧的冒险者的乐园。

随着各种技术的飞速发展，曾经是充满危险的世界变得越来越“安全”了。在文明之光的普照下，“大海”、“西部”、“阿拉斯加”早已丧失了昔日的色彩。汤姆·索亚和哈克贝利·费恩的“同龄人”们的用武之地（各种“空间”）正在被技术的力量鲸吞或蚕食。

他们似乎陷入了山重水复疑无路的境地，然而也正是因为技术的发展，他们又得以“绝处逢生”。20世纪的汤姆·索亚们通过自己的努力，在变得越来越狭窄地理空间之外，开辟了一个崭新的“空间”——“赛柏空间”（cyberspace），在变得越来越乏味的现实的海洋之外，开辟了一个新鲜、丰富的程度与日俱增的“海”。

在本书第一部分我们将看到，电脑技术能有今天的局面，一批令人想起水手、牛仔和淘金者之类人物的“男

孩”扮演关键性的角色。他们当中，有“嘻皮士”出身的乔布斯，有被称为“男孩总裁”的盖茨，有一度被认为是“离经叛道”、被“江湖骗子”的尼葛洛庞蒂，更有无数不知名的电脑黑客。正是这些敢于突破被“成年人”、习俗、权威们划定的空间，做出无数“稀奇古怪的冒险事情”的“男孩”，把供极少数人使用的一种计算工具（主机型电脑）逐渐改造成为进入人人都能拥有的个人电脑，进而使世界范围内个人电脑相互联结起来，汇成了一个洋溢着“少年精神”，促使整个人类都进入“没有尽头的青春期”，成为电脑这个“海”中的“水手”。

三

不少人都见过大海。每年夏季，总有数不清的人怀着对大海的向往或思念，蚁集在老牌的和新近开发的“海滨旅游胜地”或“黄金海岸”，在防鲨网、救生圈和遮阳伞的呵护下，安全舒适地享受着阳光、沙滩和海水。他们说他们见过了大海，对此，他们有许多光彩照人的照片可以为证。

其实很难说他们真地见过了大海。他们只是到过经过精心挑选、开发的海边旅游过，在离岸50米以内的

海水中借助于救生圈洗过几次海水澡。他们努力向自己和别人造成一种他们“见过大海”的真真切切的幻觉。每一个“海滨旅游胜地”和“黄金海岸”都如同一个“梦幻工厂”，为无数的人复制着同一个梦幻，人们纷纷来到这里就是用金钱购卖关于大海的梦幻和错觉。

真正见过大海的人，即被雨果称为“海上劳工”的渔民们，水手们，是从未见过的这样的“大海”，这样的海滩的。他们在与大海（而不是离岸50米之内的海水）的朝夕相处中，看到了大海的雨果所说的“双面像”。他们在一片汪洋中经历过干渴难耐的时候，他们在丰饶的大海上有过一无所获的惨痛经历，他们亲眼看到他们的亲人、朋友葬身于养育了他们的大海。在属于他们的海滩上，没有出租相机、出售胶卷的精致的小亭，他们甚至可能没有留下一张以大海和海滩为背景的照片，他们只有关于大海和海滩的刻骨铭心的记忆。在属于他们的海滩上，他们有过许多次满载归来与妻子儿女重逢的喜悦，但在不少时候，他们给站在海滩上首以待的亲人们带回的是失望，甚至是噩耗，甚至有可能一去不复还。在大海上，海滩上，他们有过欢笑，但也无数次抛洒过同海水一样苦涩的泪水，无论是在悲痛的时候，还是在

高兴的时候。

即使是在与家人在海滩上分享收获后的喜悦的时候，他们也决无海滨旅游胜地上的观光客们的优雅和浪漫。美国现代诗人庞德曾写过一首诗，表达他对这些既不优雅又不浪漫的渔民们的敬意：

狂妄自大的一代人啊，
矫揉造作的一代人，
我见过渔民在阳光下野餐，
我见过他们一家衣衫破烂，
我见过他们咧嘴笑着，
听过他们粗野的大笑。
我比你们幸福，
他们比我幸福
水里游的鱼儿，
甚至还没有衣服。

游客们来到海边，以一种他们自以为新鲜的方式重复他们浮皮潦草、浅尝辄止的生存状态。他们仿佛决意要把他们早已习惯甚至觉得有趣的嘈杂、拥挤的生活在大地上扩散，直到大海挡住了他们的去路。他们远离生活的本质如同他们在洗海水澡时远离大海，他们不知道

世界的深浅如同他们不知道大海的深浅。但他们都听说过并想象过大海，于是他们都到或希望到海滨旅游胜地来见大海。

当代中国诗人韩东的一首题为《你见过大海》的诗把人与这样的“大海”之间的关系已说得足够充分了：

你见过大海你想象过大海

你想象过你见过大海

大海也许你还喜欢大海

你想象过大海顶多是这样

然后见到它你见过大海

就是这样你也想象过大海

你见过了大海你不情愿

并想象过它让海水给淹死

可是你不是就是这样

一个水手人人都这样

就是这样

早在上个世纪，一些敏锐的思想家就已指出，旅游业这种现代社会特有的产业透出现代社会、现代文化的特质。古代有旅行家（比如在中国古代，不少文学家都是旅行家），没有旅游业，现代则反之。从这一变迁中

我们首先可以看出现代文化的一个特征——对于世界的体验、感受的“平均化”。

我们理所当然地认为这是值得庆幸的，能够身处某地再也不是极少数人的特权，而是人们普遍享有的权利。你不是秦始皇，但你可以“出巡”到秦皇岛和泰山，你不是西太后，但你可以到颐和园里漫步。在这样的时候，你自然会为生活在这样一个人人享有平等权利，交通又异常发达的时代而庆幸，否定这样的时代不是太反动也是太没有良心。

然而这不能阻止我们问一个很迂腐的问题：我们在得到这一切的时候我们是否也失去了什么？用麦克卢汉的话来说，人在“自我延伸”的时候是否也在“自我截除”？我们在轻松地丰富我们的感觉的时候，是否也在使我们的感觉不断贫瘠？发达的交通和传播手段使我们能到许多我们梦里也没有到过的地方，目睹许多发生在遥远的地方的事件，然而这些地方对于我们来说是否只是一个似是而非的地方，这些事件是否只是一个“假性事件”？

前面对于两种“大海”的区分已经部分地回答了这个问题。

旅游业其实是借助于现代交通技术大批量生产、复制“旅游胜地”的工业。我这样说并非主要针对那些让你半天之内游遍世界的“世界公园”之类的微缩景点。每一个著名的景点，哪怕它是“举世无双”的，都是在被日复一日地面向源源不断的观光客复制。本雅明称现代是一个“机器复制的时代”。要完整地理解现代社会的这一特性，我们必须把“机器”理解为包括各种交通工具、各种传播设施（如电视台和电视机），甚至包括国家机器在内的“机器”。

麦克卢汉在《理解媒介——人的延伸》的第20章（《照片——没有围墙的妓院》）中谈到旅游时这样说道：

有了旅行支票、护照和牙刷，你就春风得意，活似神仙了。柏油路、铁路和轮船使旅行失去了旅行的滋味。人们稀里糊涂地忽发奇想而外出，闹闹嚷嚷拥向外国旅游，因为出国旅游之方便，与上影院、翻杂志并无多大差别。……这样的人从未真正脱离过他们因循守旧的无知觉的路子，也从未到过任何新的地方。

“拷贝”的过程同时就是一种使原物“失真”（如旅行“失去旅行的滋味”）而又掩盖其失真性（到过许多地方的人“从未到新的地方”）的过程。“机器复制的时代”

的根本品性不在于它把世界“拷贝”后零碎发卖，而在于它通过各种工业（“有烟”的和“无烟”的）复制世界而篡改世界，并进而篡改人的感觉。“机器复制”的实质不是复制外在的世界，而是大规模地篡改着人的内心世界。旅游业就是通过将大海复制为海滨旅游胜地而把马可·波罗和徐霞客这样的旅行家复制为无数的游客，电视业就是将目击者复制为“各位观众”。一句话，所有的工业（有烟工业、无烟工业和法兰克福学派所说的“文化工业”）都是将局内人复制为局外人的工业。由此我们能看清“大众文化”的品性。

“大众”（mass）不过是被大批量复制因而被篡改了的个人（person）。mass 的汉译“大众”一词与常与“民众”、“普通人”意义相当接近。而在西文中，mass 一词多有贬义，在很多时候可以译为“庸众”、“乌合之众”甚至“暴众”，与“民众”、“百姓”（folk）一词有明显的不同。mass 的构成者是了无分别的（mass 本意为“一大团”），而 folk 所指的对象是各种各样的，比如 country folk（乡下人）、city folk（城里人）、old folks（家中老人），有时专指“朴实的人”。相反，mass 指的人是没有年龄、生活环境和心理特点的人，是“稀里糊涂地

突发奇想”的人，是“闹闹嚷嚷地”拥向某处的人，是被“平均化”的人。

“大众”与“民众”的区别，就是蚁集在“黄金海岸”上的游客与渔夫、水手的区别。相应地，“大众文化”（mass culture）与“民众文化”或曰“民间文化”（folk culture）的区别相当于“不是水手”，“不情愿让海水给淹死”，只是在海滩上晒太阳，在防鲨网内洗海水澡的游客对于“大海”的认识、体验，与渔夫、水手以及他们的亲人对于大海的认识、体验之间的差别。

大海对于渔夫、水手提出了相当严格的要求。一个人要成为一个合格的、老练的渔夫或水手，除必须具备某些先天的素质（如体能、智能和性格）之外，必须经过与大海的长时间相处和“交往”，而且每一个渔夫和水手之间总是存在着相当大的差异。而经过复制后的“大海”早已在寻求“在最低公倍数”原则的前提下，被最大限度地篡改了，由于有了离岸50米的防鲨网、救生圈、海滨救护队、遮阳伞以及摩肩擦踵的人群，这样的大海对于洗海水澡，在沙滩上作“日光浴”、“沙浴”的游客的要求几乎降至零，因为经过复制后的大海，已经是一个男女老少皆宜的，最为“通俗”的“大海”。对于