

# 《白噪音》中消费景观的文本呈现

王敬民, 黄睿

(河北工程大学 文学院, 河北 邯郸 056038)

**[摘要]**美国后现代主义小说的经典之作《白噪音》,通过细腻的文本描写,呈现出消费时代的种种社会景观,其中既包括商城、超市、大众传媒和广告设计,又涵盖家庭社会关系、“空中毒雾事件”和死亡恐惧。这些消费景观的文本呈现,深刻揭示了后现代消费社会的典型特征,探索了当代人的生存境遇,并展现了后现代小说的独特魅力。

**[关键词]**《白噪音》; 消费景观; 消费社会; 文本呈现

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2014.02.012

**[中图分类号]** I106.4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2014)02-039-03

根据让·鲍德里亚的观点,消费社会也就是以消费为中心的社会。而随着消费时代的来临,生产型社会逐渐过度为消费型社会,商品的日渐丰裕与人们平淡的购买欲望之间构成了一种充满矛盾的张力关系。当西方发达国家进入到丰裕社会时,要保证这个社会的良性发展和资本的有效积累,就必须有效地唤起人们的消费欲望,于是促进消费和刺激消费成为社会运转的根本动因。正是从这样的观点出发,战后西方发达国家改变了过去自由竞争的政策,开始对消费进行规划并将其作为引导生产的重要力量,刺激消费成为促进经济发展的重要策略,消费逐渐取得了主导性的地位。

《白噪音》(White Noise)是美国后现代主义小说家唐·德里罗(Don deLillo)的代表作,该书成为消费社会的缩影,将美国后现代社会的种种“景观”揭示得淋漓尽致,历来广受好评。法国思想家居伊·恩斯特·德波(Guy Ernest Debord)认为:“在现代生产条件无所不在的社会,生活本身展现为景观(spectacles)的庞大堆聚。直接存在的一切全都转化为一个表象”<sup>[1](p3)</sup>。在《白噪音》中,德里罗将林林总总的消费要素蕴含在文本之中,从商城购物到大众传媒,从广告设计到污染事件,从家庭关系到同事友情,都在小说中得到了艺术的呈现。可以说,我们可以从《白噪音》的小说文本中窥见消费时代的社会景观。

## 一、商城与超市

法国当代著名思想家让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)认为进入消费社会后,“消费的逻辑被定义为符号操纵”<sup>[2](p21)</sup>。消费者购买商品,关注

的是购买该商品所带来的符号和象征意义,而不仅仅是它的使用价值。而且,在刺激消费的种种社会动员中,人们在购买消费品的行为里产生了一种幻觉和迷恋,好像自己因消费而变得更为富足,因消费而有了某种更高的身份认同和归属想象。在《白噪音》中,杰克和他的妻子芭比特在商城和超市里购买了很多东西,“我们感到昌盛繁荣;这些产品给我们灵魂深处的安乐窝带来安全感和满足——好像我们已经成就了一种生存的充实,那是缺衣少食,不敢奢望的人们无法体会的,他们黄昏时分还在孤零零的人行道上算计着自己的生活”<sup>[2](p21)</sup>。杰克和他的妻子通过购物来实现自己的身份认同,显示出自己的与众不同,“我开始在价值和自尊上扩张。我使自己充实丰满了,发现了自己新的方面,找到了自己已经忘却的存在过的一个人。光辉降临在我的周围”<sup>[3](p93-94)</sup>。妻子芭比特坚持买小包装的橘黄色奶酪,但从来不吃。因为“如果她不吃,她就感到内疚;如果她买了不吃,她感到内疚;当她看到它搁在冰箱里,她感到内疚;当她扔掉它时,她感到内疚”<sup>[3](p7)</sup>。通过购买奶酪,芭比特借以显示自己的购买能力和与众不同的品味,通过奶酪这一符号来实现自己身份的认证,她看重的不是商品的使用价值而是其使用价值之外的符号价值。

作为当代社会的超级景观,商城和超市成为都市人迷恋的地方,这在《白噪音》小说文本中得到了淋漓尽致的呈现。“超级市场除了变得更加美好之外仍然一如既往,货架充盈、明亮,而且还配上音乐。对于我们来说好像这就是关键之所在。一切良好,还会继续好下去,只要超市不败落,最后一切都会变得更好”<sup>[3](p187)</sup>。大众对商城和超市的迷恋已

**[投稿日期]** 2014-01-10

**[基金项目]** 2012年河北省社会科学基金项目“从《白噪音》看消费社会的审美新变”(编号HB12WX023)

**[作者简介]** 王敬民(1971-),男,河北馆陶人,教授,博士,研究方向:西方文论和英美文学。

经达到无法摆脱的地步,并且过度强调其正面作用,忽视其激发人们过度消费、盲目攀比等负面影响。人们在消费中获得心理上的满足感,展示了自己的独特品味,确认了自己的身份归属,获得心灵上的幸福感,这一切在《白噪音》中得到了鲜活的呈现。

## 二、大众传媒

消费社会的标志性特征就是大众传媒的广泛普及,电视、收音机、报刊等媒介对人们的生活施加影响,这种影响无处不在、无时不有,在潜移默化中操控着人们的思想和判断力。细读《白噪音》小说文本,我们不难看出,生活在消费社会中的人们更愿意相信收音机、电视中所报道的内容,而不是运用自己的判断力,形成自己独特的看法,收音机、电视的无形影响中逐渐地失去了自我。小说中,杰克告诉他的儿子海因利希外面正在下雨,而海因利希坚持认为晚上才会下雨,因为“收音机里说今晚”<sup>[3](p22)</sup>。再如杰克的女儿斯泰菲说,“我们必须把水烧开”,就是因为“收音机里说的”<sup>[3](p36)</sup>。人们的知识是从收音机里得来的,不去考虑对与错,只要是收音机里所说的,人们就认为肯定是正确的。

电视的影响也不容小觑。在《白噪音》中,“老人们在恐慌中购物。电视没有让他们愤怒不堪,电视把他们吓个半死。他们在付款队伍里互相窃窃私语。旅游天气报告,能见度为零。大雪什么时候降落?多少英寸?下多少天?他们变得遮遮掩掩,躲躲闪闪,似乎在别人隐瞒最新和最坏的消息”<sup>[3](p184)</sup>。

杰克的妻子芭比特要求“全家六口坐在一起看电视。这是芭比特定下的规矩。她似乎认为,如果孩子们每周一个晚上与父母或继父母一起看电视,其效果就是让电视在他们眼中失去魅力,并使它成为健康的家庭活动,电视中的麻痹作用和毒害脑筋的可怕力量就会减弱”<sup>[3](p16)</sup>。芭比特的愿望是美好的,希望看电视成为健康的家庭活动,所以每到周五晚上就要求孩子们与父母一起看电视,“我们寂静无声地看着房屋被大水冲进海洋,一座座村庄在大团流动的火山熔岩中整个儿倒塌、起火。每一场灾难都让我们希望看到更多的灾难,看到更大、更宏伟、更迅猛移动的东西”<sup>[3](p70-71)</sup>。杰克夫妇和孩子们对每一场灾难产生的危害性视而不见,仅仅把电视看做是娱乐的手段而已。

电视、广播、报刊等媒体传达给人们的信息成了“真理”,人们因为接受了这些“真理”,为这些

“真理”而激动、而冷漠、而逃避,却不想这种“真理”只是某种真实的拟象,俨然是一种拟态真实,与客观事实尚有相当的距离。大众媒介为人们提供了某种“救赎”,让其填补了空虚无聊的时光,让其有了茶余饭后的谈资,让其在平淡中有了几分激动抑或麻木的反应。当然,大众传媒有它积极的正面的价值,但生活在“媒介帝国”中的当代人,对媒介景观也需保持一种审慎的清醒。韩少功曾指出:“在很多时候和很多地方,不知是大众文化给大众洗了脑,还是大众使大众文化失了身,用遥控器一路按下去,很少有几个电视台不在油腔滑调、胡言乱语、拜金纵欲、附势趋炎,靠文化露阴癖打天下。在收视率、票房额、排行榜、人气指数的压力之下,文化的总体品质一步步下行”<sup>[4]</sup>,这并非危言耸听。

## 三、广告设计

鲍德里亚认为“橱窗、广告、生产的商号和商标在这里起着主要作用,并强加着一种一致的集体观念,好似一条链子、一个无法分离的整体,它们不再是一串简单的食品,而是一串意义,因为它们相互显示着更复杂的高档商品,并使消费者产生一系列更为复杂的动机”<sup>[2](p4)</sup>。广告通过梦幻般的画面,展示着上层社会人们的高雅生活,使观看者产生符号联想,渴望过上广告中人物那样的生活。经过了美学设计的各类广告,弥漫在社会生活的角角落落,包围着当代人的躯体,也刺穿了他们的思想,成为消费者集体无意识的一部分,发挥着潜移默化的影响。《白噪音》中的斯泰菲在睡梦中念叨着“Toyota Celica”这个汽车品牌,而芭比特在为老人读报时念了一则减肥太阳眼镜的广告,老人们却听得津津有味,可见广告对生活在消费社会中的人们所产生的深刻影响。

## 四、家庭与社会关系

人与人之间的关系,可以成为社会的景观,这是与消费社会的文化现实密切相关的,需要引起我们的关注。在《白噪音》中,杰克和芭比特生活其间的是典型的后核家庭,经历过多次婚姻的男女主人公,加之他们各自的子女,组成了一个庞大却又关系微妙的大家庭。他们的夫妻关系表面看平实亲切,但却难掩内在的矛盾,芭比特为得到“戴乐尔”而甘愿出轨就是明证。诸多子女间看上去其乐融融,但也是各怀心腹,难于真心交融。

作为山上学院希特勒研究系的主任,杰克上课时一定得带上厚重的黑框眼镜,穿着黑色长袍,他喜欢称自己为J. A. K,因为这几个字母暗示着尊严、重要性和声誉。在追求刺激和新奇的符号消费时代,“揭示终极真理的科学研究也为急功近利的消费心理所控制,成为哗众取宠的消遣”<sup>[5]</sup>。当岳父凌晨时分不请自来时,他竟然以为是死神来了。为了给自己壮胆,他拿起了希特勒的自传《我的奋斗》抱在胸前。作为社会人,希特勒研究成了杰克安身立命的法宝,可以帮助他赢得声誉和地位,也在危机关头成为他救赎自己的武器。其实,小说中杰克和同事默里的微妙关系也颇为耐人寻味,他们之间虽然友善,但未必是赤诚相待的好朋友。在小说的最后,修女对杰克说“我们在这世界上的任务,是去相信没有人会认真地当回事儿的东西。完全彻底摒弃这类信仰,人类就会毁灭。这就是我们为何在这儿的缘故。一小撮人,去体现古老的事物、古老的信仰。魔鬼、天使、地狱。如果我们不相信这些东西,世界就会坍塌”<sup>[3] (p353)</sup>。教堂、修女是人类获得心灵安慰的最后一道防线,杰克没有想到连修女都不相信自己所笃信的宗教信仰,只不过佯装相信这类信仰,他心灵上遭受到严重的打击。

## 五、毒雾事件与死亡恐惧

小说《白噪音》用了巨大篇幅描写“空中毒雾事件”,对于该污染事件中各色人的反应着墨甚多。在这次事件中,主人公杰克于撤离途中因为汽车加油而暴露在毒气中两分半钟,而据称有毒物质在体内会存活三十年,这样杰克深陷死亡恐惧之中而难以自拔,他时时认为自己正在死亡。其实,小说中杰克和芭比特夫妇对死亡的恐惧又何止于此,死亡恐惧的感觉时常困扰着他们。杰克睡觉前必须躺在

妻子的胸前才能入睡,但杰克经常从死亡的梦魇中惊醒,感到恐惧和痛苦不堪。在克服死亡恐惧的努力中,他需要他的学袍和墨镜,以掩盖自己内心深处的无助和恐慌。杰克会突然提到“谁会先死”这样单独的一句话,说明对于死亡的恐惧如幽灵般伴随杰克生活的各个方面。小说第37章曾专门让杰克和默里讨论死亡问题,默里认为“最深切的遗憾是死亡。要面对的惟一事情是死亡”<sup>[3] (p313)</sup>。

可以说,商城和超市购物,杰克对希特勒的研究,芭比特对“戴尔乐”的痴迷,孩子们对电视广播的崇拜,大众对于电视、收音机、广告的迷恋,家庭生活和社会关系的平淡化,意外事件中人们的恐惧,在某种意义上似乎已宗教仪式化,都已经成为独特的社会景观,都在《白噪音》小说文本中得到了充分的呈现。备感困惑的芸芸众生,在求索解决之道的过程中却深陷其中而难以自拔,这便是后现代社会中人类所必须面对的生存危机,这也是消费社会的显明特征。小说《白噪音》对消费时代社会景观的呈现,不仅为我们提供了一个把握后现代消费社会根本内涵的镜鉴,还有助于我们在反思消费社会价值倾向的同时,更为深刻地体认后现代主义小说的艺术魅力。

## 参考文献:

- [1] 居伊·德波. 景观社会[M]. 王昭凤. 译. 南京: 南京大学出版社, 2006.
- [2] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢. 译. 南京: 南京大学出版社, 2000.
- [3] 唐·德里罗. 白噪音[M]. 朱叶. 译. 南京: 译林出版社, 2002.
- [4] 韩少功. 重说道德[J]. 天涯, 2010(6): 9.
- [5] 张杰, 孔燕. 后现代社会的诗性特征: 生活的符号化——《白噪音》文本的对话式解读[J]. 外国文学研究, 2006(9): 42.

[责任编辑 王云江]

## Textual representation of consumerist spectacles in *White Noise*

WANG Jing-min, HUANG Rui

(College of Arts, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

**Abstract:** *White Noise*, a classic work of the American postmodernist literature, through its detailed textual descriptions, represents such consumerist spectacles as shopping malls, supermarkets, mass media, advertising design, family and social relations, toxics, and the fear of death. These spectacles in this novel profoundly expose the typical characteristics of the post-modern consumer society, explore the living conditions of modern men, and clearly show the peculiar charm of the post-modernist novels.

**Key words:** *White Noise*; consumerist spectacles; consumer society; textual representation