

# 德里罗的《美国志》解读<sup>\*</sup>

周敏

**【提要】**20世纪法国思想家德波认为,景观社会中的景观并不是由大众传播技术制造的视觉欺骗,而是一种被物化了的世界观,其本质是“以影像为中介的人们之间的社会关系”。在这样的社会关系中,主体由于深陷由影像所制造的“第三人称意识”而丧失了自己的主体性。在著名当代美国作家德里罗的小说《美国志》中,这个“第三人”就是媒介文本所内蕴的形象,景观社会的主体在解码媒介文本的过程中将这“第三人”转变为自己的认同对象,置换了自我原有的身份认同,从而使自己的主体身份成为“形象之相像之形象”,成为摹本之摹本。

**【关键词】**德里罗 《美国志》 景观社会 影像 主体

〔中图分类号〕I106 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1000—2952 (2010) 06—0112—07

唐·德里罗(Don DeLillo, 1936—)是当代美国文坛最为重要的作家之一,他的作品被誉为“最具感受力和创见性的当代美国小说的代表”。<sup>①</sup>德里罗著有14部长篇小说、4部剧本以及若干短篇小说和散文等。在近半个世纪的创作生涯中,他曾折桂诸多文学奖项,其中包括爱尔兰—阿尔—灵格斯国际小说奖、美国全国图书奖、福克纳小说奖、威迪·安·豪威尔斯奖等。1999年,德里罗获得耶路撒冷奖,他是第一位获得此奖的美国作家,<sup>②</sup>其前获得此奖的有伯林、罗素、波伏娃、博尔赫斯、奈保尔、尤奈斯库和米兰·昆德拉等著名哲学家、小说家和戏剧家。德里罗自称美国社会的局外人,从其第一部长篇小说《美国志》(Americana, 1971)开始,凭借自己对美国工业时代各种文化景观的独特体悟,以黑色幽默式的文体风格和预言式的忧思远虑,一直以冷峻的笔触对当代美国的社会、政治和文化生活之“魔力与恐

怖”<sup>③</sup>(magic and dread)进行着“文化批判”,被誉为“最犀利的千禧美国的文化解剖家之一”。<sup>④</sup>

本文选取德里罗创作生涯中至关重要的第一部小说《美国志》为研究对象,虽然国内研究

\* 本文系周敏主持的教育部规划项目《超越后现代主义:德里罗研究》(09YJA752015)及中国博士后科研基金项目《唐·德里罗研究》(20080440638)阶段成果。

① David Cowart, *Don DeLillo: The Physics of Language*, Athens: University of Georgia Press, 2002, p. 210.

② 两年之后的2001年,美国著名评论家、小说家苏珊·桑塔格成为获此殊荣的第二位女性。

③ Don DeLillo, *White Noise*. New York: Penguin Books, 1985, p. 19.

④ John N. Duvall, *Excavating the Underworld of Race and Waste in Cold War History: Baseball, Aesthetics, and Ideology*, in *Critical Essays on Don DeLillo*, Hugh Ruppersburg and Tim Engles (eds.), New York: G. K. Hall & Co., 2000, p. 6.

者对《美国志》尚没有任何译介和评论，国外批评家却已经有了数量可观的评论。汤姆·利克莱尔在上世纪80年代就指出，“作为处女作，《美国志》表现出不同寻常的观察力，非常复杂，是未被人们所认识的杰作。”<sup>①</sup>大卫·科沃特认为，通过对二战以后日益重要的身份认同抑或异化问题的重新思考，德里罗“充分意识到所有‘主体位置’的虚妄和脆弱，认识到后现代身份认同并非是暂时暗昧，最终仍可被重建。德里罗的人物并不能够像海明威笔下的尼克·亚当一样，把自己的身份重新复原。”<sup>②</sup>约瑟夫·杜威则认为《美国志》的主人公大卫作为“电视、广告和电影之子，……越是想发现自我，越是愤怒地拍摄电影或写作，就越显得荒诞。他被教导在他之内埋藏着一个核心的自我，等他去寻找，这是一个错谬的前提。”<sup>③</sup>显然，大部分评论者都提到了小说的一个重要主题，即主人公大卫的身份认同困境。他们或从语言的角度（柯沃特），或从系统小说的角度（利克莱尔），或从后现代主体虚无的角度（杜威），分析了造成大卫主体分裂的原因。我们认为，对于被影像所塑造的大卫来说，其身份认同困境的根本原因是在于一个景观社会的现实，它取消了对话，弥漫其中的各种统治性的影像符号为主体制造出一个“第三人称意识”，主体在解码这些媒介文本的过程中又将这“第三人”转变为自己的认同对象，置换了自我原有的身份认同，从而使自己的主体身份成为“形象之相像之形象”，成为摹本之摹本。

## 一、景观与现实

《美国志》（*Americana*，1971）是德里罗的长篇小说处女作。小说描写了纽约一家电视网络公司的高级主管大卫·贝尔对自己的工作深感厌倦，借口拍摄一部关于印第安人纳瓦霍部落的纪录片而去了美国西部，在那里他拍摄了一部戈达尔式的自传体电影，却发现自己所扮演的自己不过是影像的另一个复制品。小说结尾，大卫又重新回到了被影像所充满了每一个角落的纽约。

从《美国志》所记录的20世纪60年代开始，新媒介技术的发展正把西方社会带入到一个人类历史上从未经历过的时代。新的媒体技术打破了真实与虚幻之间的界限，形象和符号大举入侵，遮蔽了商品的使用价值，制造出各种“虚假需求”，分离的、媒介的、虚幻的影像取代了人们直接的生活体验以及直接的生活关系。正如德波在《景观社会》的开篇句所指出：“在现代生产条件无所不在的社会，生活本身展现为景观（*spectacles*）的庞大堆积。直接存在的一切全都转化为一个表象”。<sup>④</sup>如果过去人们的追求在于对物的占有，如今我们所追求的则是各种各样的景观。正如张一兵先生所言，在这样一个景观社会，“人之存在不再由真实的需要构成，而是由景观所指向的展示性目标和异化的需要堆积而致”。<sup>⑤</sup>其后果是主体与自我的疏离，甚至隔绝。

《美国志》中，主人公大卫在他所就职的电视网络公司作为新媒介正是制造景观和形象的重要机构，他在那里感到疏离、无望，感到“无人分享痛苦”。<sup>⑥</sup>他觉得网络仿佛就是一系列先前形象的“检测模式和印象”，<sup>⑦</sup>而这些先前的形象自身则不过是更早的形象的印象。更令他感到恐怖的是，“我们所有在网络公司的人们都只存在于录像带上，我们的语言和行为似乎有着令人不安的消逝的特征……人们有一种感觉，有人致命的小手指可能会按一下按钮，我们就都会被除掉。”<sup>⑧</sup>影像身份的脆弱在此可见一斑。小说开头不久，大卫就指出自己大学时代电影

① Tom LecClair, *In the Loop: Don Delillo and the Systems Novel*, Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1987, p. 32.

② David Cowart, *Don Delillo: The Physics of Language*, Georgia: The University of Georgia Press, 2002, p. 131.

③ Joseph Dewey, *Beyond Grief and Nothing: A Reading of Don Delillo*, South Carolina: The University of South Carolina Press, 2006, pp. 20-23.

④ 居伊·德波：《景观社会》，王昭凤译，南京大学出版社2007年版，第1页。

⑤ 张一兵：《代译序：德波和他的〈景观社会〉》，同上书，第21页。

⑥⑦⑧ Don Delillo, *Americana*, New York: Penguin, 1973, pp. 29, 270, 23.

专业的经历在他的认同形成上意义重大，正是从那时候起，他开始意识到“影像的力量”。贝尔回忆起他大学时代曾经拍摄过的一只鹰，那鹰“正掠过太阳，他进行了抓拍，把它从空间采摘下来，放置于一个新的时代，不受历史与死亡的限制”。<sup>①</sup>在此，影像把鹰从历史与死亡中拯救出来，如今它不再会被弃入遗忘的河流，它掠过太阳的瞬间被定格在历史之中，可以超越它的死亡而仍然存留。奇怪的是，大卫同时又渴望能摆脱他的文化历史：“我想使自己摆脱速度、枪支、痛苦、强奸、纵欲以及构成美国性景象的消费包装的蒙太奇”。<sup>②</sup>大卫所拍摄的鹰与他所追求的自由之间的联系发人深思：大卫通过把鹰置于胶片而赋予它以自由，他自己却渴望通过居于“蒙太奇”之外而获取自由。这是个悖论，也是小说致力考察的核心问题之一。大卫关于自己作为一个美国男性的思考主要来自渗透在他生活中的、由媒介所制造的影像，比如这只被拍摄下来的鹰。大卫认为借助影像构成的他的自我，他就能像他所拍摄的鹰一样摆脱历史，但他所意欲脱离的历史又不断地缠绕着他。大卫从小就是他父亲所就职的广告公司制作的电视广告的试验品，常常一连几小时被迫坐在电视机前观看各种广告片。长大成人后，大卫不仅生活在影像的世界，是影像的消费者，更成为了影像的制造者。他的身份认同就是各种影像的综合体。影视明星和广告片中英俊的男人形象是他的偶像，是他渴望成为的自我。大卫特别喜欢照镜子，因为身体的认同对他非常重要，镜子里的影像是他的安慰，是他所认同的自我：“当我对我是谁感到困惑时，只需要往脸上涂些肥皂液，然后刮胡子就行了。一切都变得如此清晰，如此精彩。我是蓝眼睛的大卫·贝尔。显然，我的生命依赖于这个事实。”<sup>③</sup>大卫记得自己看过一部《从此处到永恒》的电影，影片中伯特的表演使他第一次感受到“影像的真正力量”。<sup>④</sup>在大卫眼里，“伯特就好像我们都生活在其中的一个城市。他就有那么大。在阴影和时间的交汇处，有可以容纳我们所有人的空间，我知道我必须不断延伸自己，直到体内的分子脱离躯体，然后嵌入到

形象之中。”<sup>⑤</sup>月光下的伯特的形象是完美的男性形象，神奇又真实，一直伴随着大卫，伴随着许许多多的男人和女人。“月光下的伯特。那是一个概念；是一种新的宗教偶像。那天夜晚，电影结束之后，我开着父亲的车驶在乡间的道路，我开始怀疑眼前的景色的真实性，怀疑梦境在多大程度上是梦境。”<sup>⑥</sup>

电影形象以及对电影形象的渴望和认同在此成功地左右了大卫对事实的辨别，就连乡间的景色都仿佛不再真实，真实的只是观者对影像的认同，影像已然成为了真实，世界则变成了景观。无所不在的景观现实的直接后果就是人们开始通过各种各样的媒介来观看世界，而不再是去直接地感受世界；人们通过媒介屏幕来生活，而不是通过个人的直接体验来生活。景观生活已经成为人们的某种生存状态，在这种状态下，人们的体验是间接的。人们正在花费越来越多的时间观看呈现在人们面前的、绚烂的、如同产品一般的虚拟生活，真实的生活倒显得并不真实了。正像大卫·考沃特所论，“德里罗理解媒介如何影响了美国人对现实的看法。这些没有根基、没有中心、极端两维的影像构成了美国人试图了解自己的话语。”<sup>⑦</sup>大卫一生都在按照“形象以及形象的相像”来塑造自己，他是一个“按着形象以及形象的相像而造就的形象”。大卫的整个世界都是由“摇曳在美国屏幕上的影像以及迷惑美国人的想象的幻觉所构成”，他根据影像来看待自己的生活。关于他在网络公司所任电视管理人的工作，他认为，“我一度认为我们所有网络公司的人都只存在于录像带上面”。<sup>⑧</sup>在他穿越美国的旅行过程中，大卫决定拍摄一部电影，他因此把旅程视为电影。对于大卫来说，作为电影的旅程存在于作为经验的旅程之先：旅程只是他要适应的形像的组合。大卫的世界“是以电影书写的”。他一方面意识到了形像对他的生活的影响，一方面又深

①②③④⑤⑥⑧ Don DeLillo, *Americana*. New York: Penguin, 1973, pp. 33, 33, 11, 12, 13, 13, 23.

⑦ David Cowart, *Don DeLillo: The Physics of Language*, Georgia: The University of Georgia Press, 2002, p. 604.

陷其中。然而，由于形像的追随者鼓吹一个浪漫的、理想化的自我欺骗，其最终并不能被维持，这也就导致了由影像构成的主体的崩溃。

## 二、影像与身份

费尔巴哈在照相机发明几年后曾预言道：“现时代认为符号比符号所表示的事物更重要，复制物比原作更重要，再现比现实更重要，现象比本质更重要。”<sup>①</sup>照相机的发明使得大规模的机械复制成为可能，而复制使得人类图像生产和传播的历史发生了前所未有的变革。照片作为长久存在的影像，“既消除时间的差别，又消除空间的距离”，<sup>②</sup>“摄影眼光改变了洞穴——我们所居住的世界——中限定的关系”，<sup>③</sup>因而费尔巴哈断言幻象比真实更加“神圣”。在福特·考蒂斯的超市外面，贝尔把他的相机对准了一些兴奋的家庭妇女，“我假装一直在拍摄，聚集他们被浪费的角度，让她们的微笑进入镜头，移动相机，寻找神奇的卷轴，以捕捉形象……我不禁感到这里存在着某种力量。”<sup>④</sup>早些时候，在拍摄纽约人的时候，贝尔说，“照相机使人释放。它能把一些无望地蜷缩在他们的梦想中的阴影表现出来，这两个因素努力融合，胶片和最终的成像，形象和自我。”<sup>⑤</sup>不论是释放压抑还是激发表演，还是发现原初的“开端”，<sup>⑥</sup>或是以预演遮盖它们，照相机通过复制存在而证明存在：“他们把镜头看作历史。那机器接受的就是被证实的存在；其他的一切都尚未出生，或是较差的。”<sup>⑦</sup>在照相机前，不管是纽约人还是佛特克提斯的家庭妇女都意识到了他们的存在，成为他们未来。

相比照相机对人的吸引，商业电影的影像则有着更加强大和广泛的影响力。这一点在大卫身上已经显露无遗。在小说的第二部分，大卫以成年之后的视角回顾了自己的少年时代，那时的他尚对由符号和影像所编织的美好的美国梦笃信不疑：“关于美好生活的梦想，表面看起来是够天真，也够简单。……但自我还是个孩子，直到后来，后来很久，我对这一切都深信不疑，机构的消息，诗篇和海报，图画，

文字。通过化学获得的更好的生活。西尔斯、罗巴克商品指南。杰米玛大妈。所有这些媒介的冲动都被灌输进我梦想的系统之内。这使你想到回声，想到照着形象和形象的样子而制造的形象。真有这么复杂。”<sup>⑧</sup>

圣经《创世记》中说神乃是照着自己的形象造人，而此处构成大卫形象的形象俨然代替了上帝的位置，由此可见，“美国成了形像的自体权威的纪念碑”，<sup>⑨</sup>电影和商业的影像就是大卫的“圣经”，大卫正是在观看和经历这些影像的同时建构着自己的主体。大卫的梦想正是博德里亚所讲的“拟像”（simulacrum）的例证，其中符号不停地循环，没有指涉，没有边界。在此，马克思的商品拜物教对形象的崇拜所取代，社会关系也从商品关系转化成了形像之间的关系。奥斯汀认为，消费资本主义已经制造出了新的意义和身份经济，<sup>⑩</sup>其中的经历，照约翰·琼斯顿的说法，“只能‘总是已经’被设计、被多方协调，只能通过相互竞争、又常常冲突的形像和再现来获得。”<sup>⑪</sup>这样的以形像为圭臬的身份认同本质上就是一种幻觉，而且就像博德里亚所说，“幻觉不再可能，因为真实再也不可能了。”<sup>⑫</sup>能指与所指完全分裂，其结果就是出现“无物之词”的能指，它美化、替代，最终抛弃现实。依此逻辑，大卫所梦想的原初、

① 转引自居伊·德波《景观社会》，王昭凤译，南京大学出版社2007年版，第1页。

② 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，商务印书馆2007年版，第247页。

③ 苏珊·桑塔格：《论摄影》，艾红华译，湖南美术出版社1999年版，第13页。

④⑤⑥⑦⑧ Don DeLillo, *American*. New York: Penguin, 1973, pp. 243, 3, 4, 4, 130.

⑨ David Cowart, *Don DeLillo: The Physics of Language*, Georgia: The University of Georgia Press, 2002, p. 611.

⑩ Mark Osteen, *American Magic and Dread: Don DeLillo's Dialogue with Culture*, Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 2000, p. 19.

⑪ Qtd in Mark Osteen, *American Magic and Dread: Don DeLillo's Dialogue with Culture*, Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 2000, p. 19.

⑫ Jean Baudrillard, *Selected Writings*, ed. & introduced by Mark Poster, Stanford: Stanford University Press, 1996, p. 17.

统一的身份认同是不可能实现的。大卫试图通过电影再现形成他的真实身份；通过把自己再现给自己，他希望找到他的病理的原因，寻求他身份认同的粘合剂，从而超越过去对他造成的压迫。但这根本就是一种幻觉，因为再现总是指回到其他的再现。

电影之所以能够影响和左右人们，德里罗想告诉我们，是因为再现的幻觉，因为它的尺寸和速度，它的可重复性，以及它被展示的情境。符号学家们指出，“体验电影需要学会一些符码；由于这些符码很接近‘自然的’视觉观察，观看电影的人很容易忘却——能轻易被鼓励去忘却——两维的屏幕形象是人工的再现和指意。”<sup>①</sup>电影的形像已经取代了现实，观者完全沉浸在其中，身临其境，全然忘记了那只是个两维的平面世界，忘记了他们所观看的不过也是一种“话语形式”而已。它是“视觉话语”，是“视觉符号”，是被编码的图像，在此符号面前，“时间和距离都被废止”。<sup>②</sup>影像移动变化，其速度被放映者所控制，就像音乐和戏剧一样，电影不能被观看的人所打断，这个观者只具有虚幻的视觉掌控。与其他制约的形式一样，电影可以不断地被重复，加深其对经常观看的人意识的影响。在黑暗里被播放的电影更是提供了窥看隐私以及做梦的环境，外部刺激被降低以便预备产生哪些精心编辑的“冲动”的催眠效果，用大卫的话来说，这些“冲动”被“输入到我梦境的系统之内”。<sup>③</sup>

影像的巨大影响力不仅体现在电影上，广告影像也在左右着人们的认识和经历。在《美国志》中，德里罗使我们看到，广告影像，使美国消费者寻求身份的梦想“不再是欲望的实现，而是欲望的预演”。<sup>④</sup>其原因在于，电影和电视广告影像使人想改变他的生活方式，使得他由第一人称意识转到第三人称意识，因为电影和广告之中包含了“那个普遍的第三人，我们都想成为的那个人。广告发现了这个人。它用它来表达向消费者所敞开的可能性。在美国，消费并不意味着购买，而是意味着做梦。广告暗示我们进入那第三人称单数的梦想可能被实现……是这个国家发明了他。他乘坐‘五

月花’号而来”。<sup>⑤</sup>在大卫的父亲弗兰克看来，这种单数第三人称意识是“影视自我意识”(filmic self-consciousness)。他认为，“就电影文化而言，电影不可避免成为我们时代自我意识的形式，成为我们在未来影像时代通过‘不断观看自身’来表演要成为的自我的媒介。……影视自我意识构成了自我塑造的当代形式，构成了关于第一人称观众大肆宣扬的神奇的第三人称——表示第一人称观众——的新型故事。”<sup>⑥</sup>这个“进入那个单数第三人称的梦想”发源于第一代穿越大西洋的移民，电视广告向人们暗示“这个梦想或许能够实现”，电影充满了诱惑，因为其中满是“我们都想成为的人”，所有这一切有效地改变了朝圣者的文化记忆，他们曾经是为了宗教的自由而逃往美国，现在这个羊皮卷上刻写的是电子影像。德里罗研究专家弗兰克如此认为，“在美国，要成为真实就是要竭力争取处于即将成为‘他’或‘她’的‘我’的位置，此处的我必须是对我的否定，把我丢弃在真实或隐喻性的欧洲……”。<sup>⑦</sup>在此，对于影像的迷恋就像德波所说的景观一样，成为“一场持续的鸦片战争”。<sup>⑧</sup>

### 三、积极的“第三人”

现在的问题是，这个“第三人称的意识”如何取代观者自己的“第一人称意识”，并且像鸦片一样使人沉迷其中？这必然牵涉一个更加复杂的大众文化和受众的关系问题。法兰克福学派认为大众文化的本质就是文化工业，在此体系中消费者（受众）是被整合的对象，因此在文化工业的生产和流通中根本没有消费者（受众）的位置。英国文化研究则没有那么悲

① Qtd in Tom LeClair, *In the Loop: Don DeLillo and the Systems Novel*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1987, p. 54.

②③⑤⑥⑧ Don DeLillo, *American*. New York: Penguin, 1973, pp. 85, 125, 270-271, 208, 44.

④ Frank Lentricchia, ed., *Introducing Don DeLillo*, Durham and London: Duke University Press, 1991, p. 194.

⑦ Frank Lentricchia, ed., *Introducing Don DeLillo*, Durham and London: Duke University Press, 1991, p. 195.

观。霍尔认为，在意义的传播过程中存在着理解和误解，同样的电视节目并不是只能引起同样的接受效果，因此并不存在完全“自然的”或“透明的”意义。霍尔认为那只是观众的一种解码类型，即主导性解码，观众完全接受信息发送者所要传达的意义。除此之外，还存在着协调性解码，即部分接纳编码者的意义，以及对抗性解码，也就是说观众对于所接受的信息有着自己对立编码者的立场。从德里罗在《美国志》中对于“第三人称意识”的产生的论述，他不像法兰克福学派那般悲观，而是更倾向于一个积极的受众论。

从德里罗对“第三人称意识”的产生的观点观之，他更倾向于一个积极的受众论。也就是说，消费者在解码广告影像的过程中，也有着他们自己的主体性，他们作为受众，对于广告文本也进行着编码。他们的解码就是他们的编码，解释/构广告文本，从而对其进行重新的编码，这个编码的过程使他们把被广告发现的“第三人称意识”发明出来。按照霍尔的解码类型划分的框架，应该说，德里罗比较认同的是第二种解码模式，即协调性解码。这种模式一方面表明了编码对解码具有某种作用或影响，编码意图总会以某种形式抵达接受者；但另一方面，它又揭示了解码实践所具有自由度和创造性的可能性。因此，如果说广告“发现”它们的广告形象或文本蕴含着能够使观众发生认同的“第三人称意识”，若不被观众“发明”出来，它就不可能发生作用。广告只能将这个“第三人称意识”呈现，要把它创造出来则必须有观众的想象或虚构。“发明”(invent)内含从无生有和编造、想象的意思，或许我们可以这样解释，这个被观众所认同的“第三人称意识”已然不同于制作者所“发现”的“第三人称意识”了。

以上贝尔关于广告片中的形象和反形象问题很好地表达了德里罗对于受众的主体性的看法。显然，德里罗相信一个积极的受众的存在，它不仅存在，而且与广告片所旨在表达的信息进行着游击战。对于其精神暴政——即认为消费者应该认同它所呈现的任何形象——受众并

不理睬。其原因德里罗没有明说，但我们可以看出，消费者之单单认同于形象，而对所谓生活片段中的反形象毫不领情，是因为“反形象的呈现太过真实”，而他们需要做梦，以“第三人称意识”梦想他们就是那抽万宝路的男人。受众在此完全是有着积极主体性的受众。但问题是，对这个健壮性感的万宝路男人的认同完全是出于受众的主体性选择吗？德里罗不是媒介研究专家，作为小说家，他只呈现问题。那么，作为读者的我们就需要对德里罗的文本进行解码。在德里罗的这段话中，在观看生活片段的广告片时，他对反形象的拒绝显然是基于其先前对形象的认同的根基之上的。不过，难道他所认同的形象，如万宝路男人，不也已经是编码话语构造的结果吗？用哲学的观点说，他现在以主体性的方式对反形象的拒绝乃是基于他的文化“前见”，可是，这个话语的“前见”又何尝不是意识形态话语规训的结果呢？这个问题的复杂性可能会使我们陷入对阿尔都塞的被“质询”的主体，拉康的“无意识的话语结构”，以及詹姆逊的“政治无意识”的讨论之中，但那并非本研究的主要目的，我们只是想说明德里罗在《美国志》中所描写的媒介受众的积极性的程度。我们相信，德里罗虽然承认受众的主体性解码，但他或许没有意识到，这种主体性的解码依然是被媒介话语所编码的结果罢了。

大卫在《美国志》中的旅程从“天真”的1950年开始，那时他还是个孩子，直到后现代时期的1999年，大卫写出了自己的故事。大卫自比T.S.艾略特所创作的神秘的现代主义形象J.阿尔弗莱德·普鲁弗洛克，大卫说，“我穿着白色天鹅绒的裤子”与普鲁弗洛克一样，独自一人在海滩上慢慢变老，感到自己是个分裂的人，“思索着自己年轻时的电影历险”，忍受着丧失浪漫梦想和可能性的痛苦。普鲁弗洛克迷失了自己是因为他试图在情欲和社会空间寻求满足感，而不敢冒险走上更有价值的启蒙之途。大卫迷失了自己是因为他一直未能从来自“影像之力”的关于自己的神话和浪漫的自我想象的碎片中恢复。经历了28年在电影中的生活

后,大卫终于发现“摄像机在意义不存在的地方暗示意义”。<sup>①</sup>大卫顿悟了:他所致力于模仿的影像根本不包含任何意义,他所追求的以影像为认同对象的自我,根本就是虚空的梦幻。大卫无可逃避。最终他还是回到了纽约——他起初逃离的地方。通过大卫的经历,德里罗使我们看到,景观社会的主体乃是一个分裂的主体,其认同被各种影像和景观所结/解构,主体不复是原来的自我,而是成为一个过程,从符号和叙事的不断增补中生发出来。这个分裂的主体

对于消费社会无往弗及的景观堆积,有退让,也不无抵抗。

本文作者:上海外国语大学文学研究院副教授、文学博士  
责任编辑:马光

① Don DeLillo, *Americana* New York: Penguin, 1973, p. 286.

## An Interpretation of DeLillo's *Americana*

Zhou Min

**Abstract:** According to Debord, a French thinker, the spectacles in the Spectacle Society are not the visual deceptions made by mass communication technology, but a materialized world view, and the essence of which is “the social relationship of humans that is interrelated by images”. Within such social relationship, the subjectivity of the subject is lost because he or she is deeply involved in “the third person consciousness” created by the image. In *Americana*, a novel written by a famous contemporary writer named DeLillo, “the third person” is an image contained in the media text, while decoding the media text, the subject transforms the “third person” into his own identity and forsakes his original identity, making the identity of the subject “an image of the likeness of image”, and copy of a copy.

**Key words:** DeLillo; *Americana*; the Spectacle Society; image; subject

### 观点选萃

## 传播学研究方法的反思

姚晓鸥

兰州大学新闻与传播学院硕士研究生姚晓鸥认为:传播学是上个世纪初诞生的学科,至今不过百年,而其直至80年代才传入国内。故而,传播学作为一门研究信息传播的科学,自身的理论构造相比于自然科学和其他社会科学而言是不完善的。传播学的诸先驱从不同学科的视域出发并将其中的方法论引入对传播学的问题域的研究之中。例如拉斯韦尔开创了内容分析方法,并将弗洛伊德的精神分析理论引入对宣传的分析和传播过程的研究之中;卢因最早提出了社会心理学中的“场论”和“群体动力论”,为传播学的研究提供了新的研究方法;拉扎斯菲尔德开创了媒体效果研究的传统,通过收集资料的方法提出了调查方法论;卡尔霍夫兰的主要贡献则是将实验法引入到传播研究中。如是观之,传播学研究是通过精确的方法和技巧从而掌握信息的传播规律,精确的方法成为了传播学作为科学的标志。而这种观念的演进在笔者看来是这样一种态度,即通过科学的方法达到对客观的信息传播规律的把握,进而给予实践应用以导航。

(马光 摘编)