

# 论勒克莱齐奥的经济现代性反思

李 征

**内容提要** 2008年诺贝尔文学奖获得者勒克莱齐奥一直对现代文明持有质疑，对现代经济秩序更是表现出强烈的批判性。他在早期作品中就探讨过消费社会危机状况的成因，提出广告代理人及其幕后的大型跨国公司系始作俑者。作家在文本中抓住了法国经济生活迅速变革的时代特征，揭示了过剩经济和过度的商品化所带来的不良后果，又在其对立面，构建了一个远离商业、金钱与物质主义的互惠互利、财产共享的乌托邦世界。

**关键词** 勒克莱齐奥 《巨人》 消费社会 乌托邦 新现实主义

法国作家勒克莱齐奥（Jean-Marie Gustave Le Clézio, 1940-）的早期作品《巨人》（*Les Géants*, 1973）是反映20世纪西方消费社会的一部重要小说，体现了勒克莱齐奥对进入大众消费社会后的法国社会的深入思考，至今国内对这部作品的了解仍非常有限。本文主要聚焦勒克莱齐奥的《巨人》等代表作品，梳理他对经济现代性的主要观点，同时透过他碎片化、细节化的描写，分析其极具夸张性表现手法的生成轨迹。

## 一、消费社会及其“责任者”

《巨人》中人物活动的主要空间是名为“百宝利”的一家大型超市。“超市其实是消费社会的一个缩影”<sup>①</sup>，西方国家在60年代出现了服务于消费的大型超市，现代城市生活通常围绕它们展开。百宝利被作家描绘为在城市超验目标缺失下最具特点的一个场所，它们取代了教堂等神圣建筑作为城市中心的地位。“这块海滨最重要的建筑”<sup>②</sup>体现出与教堂的巨大相似性：“一切是如此的洁白、干净，以至于声音很快就到达您那里。这些声音回响，如同在教堂里一样，我们的耳朵可以听清每一个音节。”

（*Géants*: 247）同时，百宝利还象征着替代古代神秘思想的一种新思想，这种思想的

①勒克莱齐奥《巨人》“译后记”，赵英晖译，人民文学出版社，2010年，第328页。

②Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Les Géants*, Paris: Gallimard, 1973, p.37. 后文出自同一著作的引文，将随文标出该著名称首词和引文出处页码，不再另注。

传播被勒克莱齐奥拿来与癌症的扩散相比照：“癌症从储藏它的库房里出来，开始侵入各处及广阔的空间。”（*Géants*: 15）因为他认为宗教建筑具有指明方向与标明城市中心的作用，而大型超市虽然取代宗教建筑成为城市的中心，却是人类异化与迷失方向的重要地点。

在百宝利这个“海市蜃楼”的屋顶上，“威胁和欲望漫溢而出”（*Géants*: 226, 234）。人行走在超市里，首先受到来自于四面八方的商品的感官刺激。“如此多的光、如此多的能量、如此多的色彩、形状、声音、气味，无所不在”，“眼睛吞食着红色、白色、绿色、橙色、球体和锥体，对光滑的塑料和白色瓶盖也充满饥渴。”（*Géants*: 53）商品的诱惑刺激着人的欲望膨胀，“眼睛放出贪婪的光，手掌发潮，心跳加快”（*Géants*: 190）。勒克莱齐奥将人的这种状态描绘为类似于“被催眠”的状态，“如同在一座色彩多样的密林中梦游，在遮天蔽日的蝶群里前行。他们已把一切通通遗忘……真想把所有的东西都抓在手里，真想把成千上万的盒子都塞进购物车”（*Géants*: 55）。现代人从宗教决定论与古代传统中解放出来后，受到新的奴役与控制，被物欲所累，在清醒与困窘之间无所适从。这里，作者使用了近乎“魔幻”的手法，夸张地体现了商品对人的强大吸引力，“不是他们在拿取商品，而是商品本身粘上他们的手，商品吸引了他们的目光与手指”（*Géants*: 53）。商品设计的美学、陈列的美学与感官诱惑将购买行为转化为一种无理性的冲动，转化为可以称之为“瘾”的欲望的病理学形式。

然而，相对于书写人在超市中的活动，勒克莱齐奥更加强调的是人在这一环境中的内心感受，他的“魔幻”手法所展现的是人们所感受到的迷乱与荒谬，进而折射出一种幻象。“藏在器物中的尖锐的声音”、“恶魔般的色彩”（*Géants*: 56, 60）使人感到盲目与疲惫，“他们的瞳孔放大，目光停滞，眼皮几乎一眨不眨”（*Géants*: 51），走向一种对物的难以抑制的冲动。与现代性诞生之初的美好愿景相悖，人被消费社会所操控，主体意识不断降低。过度的消费使人最终堕落，沦为“人的器物的器物”<sup>①</sup>。当代消费者被永远无法满足的物欲所折磨，受到层出不穷的商品的吸引、诱惑，进而受控于商品后面的操控者。正如勒克莱齐奥所说，“白蚁没有眼睛，而人虽可以看见，但他们的目光并不属于他们”<sup>②</sup>。

早在1965年，法国作家佩雷克（Georges Perec, 1936-1982）就在其小说《物》（*Les Choses*）中谈到，“器物已不再服务于人，而是代替人类，并指挥人的生活，在

① Jean-Marie Gustave Le Clézio, *L'Inconnu sur la terre*, Paris: Gallimard, 1978, p. 132.

② Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Haï*, Genève: Albert Skira, 1971, p.123.

物对人的存在的支配作用下，人逐渐被‘物化’”<sup>①</sup>。勒克莱齐奥对消费社会的认识与佩雷克不无亲缘关系，但勒克莱齐奥的追问更为深入。在《巨人》开篇不久，作者便抛出疑问：“设下圈套的人的构思是如此巧妙，以至于人们行走在各种声响和各种光线之中，谁也逃不掉。谁设下的圈套？世界的主人在哪？”（*Géants*：52）在这一点上，《巨人》对于勒克莱齐奥来说，是一部具有转折意义的重要作品。因为作者在此前的作品中从未探讨过消费社会危机状况的成因。直到1970年，勒克莱齐奥遇到巴拿马的恩布拉斯人，他历时四年时间（1970-1974）与这些印第安丛林人群在一起生活，发现了一种与西方截然不同的生活方式。勒克莱齐奥说过，“这次经历完全改变了我的整个生命，改变了我对世界、对艺术的看法”<sup>②</sup>。他逐渐意识到“语言的指挥者”——广告代理人及其幕后的大型跨国公司才是现代经济混乱无序的责任者。这一观点事实上正是《巨人》这部关于消费社会的小说所要传达的核心内容。勒克莱齐奥认为，在消费社会里，跨国公司、广告代理人与石油巨头支配人们的思想，设计人类存在的规则，使人们接受他们对人、对生活所持的观念。他们中“有人从其固若金汤的堡垒深处发出指令，支配大众的欲望和行为。有人将世界上的一切科学、智慧和力量用于操控他人。有人深藏不露，却决定着色彩、气味与好恶”（*Géants*：32）。

《巨人》中如拼贴画般地插入了很多未经加工的现实性元素，诸如大型跨国公司的名称、关于管理、营销技术与广告学的著作标题。跨国公司、广告代理人体现出对人类的巨大操控力，“他们的话从一座城市传到另一座城市，从一个大陆传到另一个大陆。有些词，如拜耳、飞利浦、日立，到处可见，一直传播到世界的尽头，留下它们的足迹”（*Géants*：171）。营销技术是跨国公司手中的重要武器，20世纪60年代，美国公司研究出来一系列营销的新技术并传播到欧洲。“企业家们提出借助精神分析与社会科学的观察来研制出一种能够秘密地诱导人的技术。”<sup>③</sup>勒克莱齐奥在《巨人》中参考了许多营销心理学的研究成果，包括美国经济学家约翰·加尔布雷思（John Kenneth Galbraith, 1908-2006）与美国著名作家、社会批评家万斯·帕卡德（Vance Packard, 1914-1996）的广告心理学著述。前者在《丰裕社会》（1958）中指出，“需要是人生而固有的，欲望却是生产出来的……而当代资本主义已经由产品的生产、

① Miriam Stendal Boulos, *Chemins pour une approche poétique du monde, Le roman selon J.M.G. Le Clézio*, Copenhagen: Museum Tusulanum Press, University of Copenhagen, 1999, p. 151.

② Jean-Marie Gustave Le Clézio, *La Fête chantée et autres essais de thème amérindien*, Paris: Gallimard, 1997, p. 9. 转引自樊艳梅《真实与想象之间——论勒克莱齐奥作品中的梦与梦思》，载《浙江大学学报（人文社会科学版）》2016年第5期，第36页。

③ Marina Salles, *Le Clézio, "Peindre de la Vie Moderne"*, Paris: L'Harmattan, 2007, p. 86.

满足需要的生产转向了欲望的生产、需求本身的生产”<sup>①</sup>。后者则在《隐藏的说服者》(1961)中揭示出营销的目的是为了创造一种想买就买而非需要才买的消费文化。

广告强烈地影响并制约着大众。在《巨人》中，广告代理人尤其是消费社会的重要责任者。作者引用了美国心理学家、市场营销专家厄内斯特·迪希特(Ernest Dichter, 1907-1991)的话来剖析广告技术的运作：“在愉悦感和罪恶感的冲突中，广告的主要任务之一不仅在于促成一件商品的买卖，而且更在于使人可以享受没有罪恶感的愉悦。”(Géants: 137)勒克莱齐奥认为广告具有进攻性、煽动性的特点：“喝比尔森——优雅之人的饮品！”(Géants: 53)这些不断被重复的命令式的话语使消费社会中的人们在视觉与听觉上达到一种饱和状态，它们悄悄溜进人的大脑，麻痹人的精神，操控人的欲望。勒克莱齐奥对广告运作手段的揭示与抨击在其《可爱的土地》(1967)、《战争》(1970)与《巨人》等多部小说中都出现过。在《可爱的土地》中，上帝化身作为一家大公司的CEO，广告则俨然转化为现代宗教。勒克莱齐奥对广告的态度与一个多世纪之前巴尔扎克在小说《赛查·皮罗多盛衰记》(1837)中的表达具有某种程度的呼应。19世纪初巴黎出现了广告海报，主要为销售商店里刚开始出现的奢侈品。<sup>②</sup>《赛查·皮罗多盛衰记》中，人物包比诺尤其依靠广告的“奇妙效果”与“广告宣传的力量”<sup>③</sup>使其护发油产品在销售中获得巨大成功，显示出巴尔扎克在资本主义开始形成的阶段就已经前瞻性地预测到广告对于提升商品的知名度以及促进商品的销售具有重大价值。同时，小说中也流露出巴尔扎克对广告的嘲讽态度，认为它们是“虚伪套话”，“词句漂亮而空洞”<sup>④</sup>，体现出巴尔扎克对资产阶级的上升以及它所使用的商业策略的艰难接受。而到了20世纪70年代，在过剩经济的时代背景下，勒克莱齐奥对资本的认识显然比巴尔扎克走得更远。他除了对消费社会的责任者进行剖析与批判之外，更多地则是表现出对消费社会的逃离与反抗。《巨人》自始至终不断地重复“必须烧了百宝利”，以夸张的方式寓意这种反抗与觉醒。“思想必须重新昂首挺立”(Géants: 183)，逃离物质的诱惑，避开欲望的陷阱，进而摆脱它们背后资本主义代理人的奴役与操控。

① John Kenneth Galbraith, *The Affluent Society*, Boston: Houghton Mifflin Company, 1958.转引自马拥军《需要体系与制度结构创新的中国经济学——来自加尔布雷思的启示》，载《江苏行政学院学报》2015年第2期，第6、8页。

② See Danielle Dupuis, “César Birroteau: De la Publicité à la Littérature”, in *L'Année balzacienne*, 2008/1 (n° 9), p. 283.

③ Honoré de Balzac, *César Birroteau*, in Balzac, *La Comédie humaine*, édition Castex, tome VI, Paris: Gallimard, “Bibliothèque de la Pléiade”, 1977, p. 64 et 206.

④ Honoré de Balzac, *César Birroteau*, p. 47 et 65.



## 二、乌托邦里的经济秩序

勒克莱齐奥的书写在一种本体论的视角下，显示出技术、器物对人的意志的胜利，技术与器物对于消费社会这场“强制的狂欢”<sup>①</sup>的参与者来说，成为掌握在资本主义代理人手中的武器与陷阱。为了逃离现代物质社会的迷宫，勒克莱齐奥在文本中所给出的出路往往是跟随儿童或少年的目光与脚步，去遥远而未知的地方展开旅行。勒克莱齐奥曾说过，“我常感到观看事物的儿童可以使那些事物停下来，变得澄明或变得单纯”<sup>②</sup>。对于勒克莱齐奥来说，儿童是幻想家，是成人的精神向导，是先知，“他们的目光如阳光一样燃烧、闪耀，将我们解放”<sup>③</sup>。这些儿童为消费社会、现代性的膨胀所惊愕，因而他们的眼睛总是朝向另一个世界，朝向“世界另一边的他处”<sup>④</sup>。勒克莱齐奥在文本中寻找“他处”不是普通的探险、猎奇，而是寻找一个乌托邦，即理想社会，知晓另一种真理。这座乌托邦是物理意义上的空间，更是主人公们的精神家园。在勒克莱齐奥的小说中，乌托邦的最初形式是“逃避现代物质社会的避难所”<sup>⑤</sup>。勒克莱齐奥对乌托邦的理解与他的个人经历具有一定的关系。20世纪60年代末，勒克莱齐奥曾经在墨西哥生活，“那里正是一个有许多乌托邦式的社会产生的地方……这个理想的城邦是四四方方的……每个街区都被分配给一个手工业的工种使用……这个城市一直存在着”<sup>⑥</sup>。看到墨西哥印第安人社会与现代西方社会迥然不同的文明，勒克莱齐奥感到“对于想要了解现代世界发生了什么的人来说，与印第安世界的相遇成为了一个必要”，它可以为人们冲破现代性危机“打开几扇门”，从而使人们“继续生存下去”<sup>⑦</sup>。

勒克莱齐奥在墨西哥的乌托邦式村落里看到原始共产主义社会，那里的人们一起分享劳动果实。勒克莱齐奥在《巨人》《沙漠》《寻金者》等小说中树立起来的乌托邦世界可以说是作家基于他在墨西哥与巴拿马同印第安人共同生活的经历的再创作。他所提出的理想社会的经济秩序，相较于革新性，更多地以废除、否定与拒绝为主要

① Christiane Peyre, “L’hypermarché ou la fête obligatoire”, in *Le Monde*, 14 janvier 1970.

② See Pierre Boncenne, “J.M.G.Le Clézio s’explique”, in *Lire*, vol.32, avril 1978, p. 36.

③ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *L’Inconnu sur la terre*, Paris: Gallimard, 1978, p. 226.

④ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Désert*, Paris: Gallimard, 1980, p. 327.

⑤ 孙圣英《走向自然的乌托邦之旅——评勒克莱齐奥〈乌拉尼亚〉》，载《外国文学》2008年第6期，第112页。

⑥ 董强（整理）《对话勒克莱齐奥》，原载《跨文化对话》2009年第25辑，收入高方、许钧主编《反叛、历险与超越——勒克莱齐奥在中国的理解与阐释》，南京大学出版社，2013年，第438页。

⑦ Annick Jauer, Karine Germoni (dir.), *La pensée ininterrompue du Mexique dans l’oeuvre de Le Clézio*, Aix-en-Provence: Presses Universitaires de Provence, 2014, p. 6.

特征。勒克莱齐奥认为，“首先应该消除占有观念”<sup>①</sup>，消除个体欲望。共产主义思想在乌托邦中具有重要地位，通过废除私有财产，个体被纳入社会-经济共同体中。<sup>②</sup>互惠互利、财产共享成为乌托邦经济原则的基础，使个体利益与集体利益达到一种开放而有益的平衡，正如《巨人》中所说，“往日的一切隔阂都将消解，私有财产、堡垒、吊桥挂起的城堡、隔墙、栅栏、挡板、屏风与间壁、盾牌、混凝土的牢房都将消失”（*Géants*: 95）。与资本主义商业社会中所有人都寻求自己的利益不同，共产主义使勒克莱齐奥的主人公们感受到幸福与惬意：“风终于可以吹拂，阳光终于可以透射，人们终于可以听见声响，看到动作。”（*Géants*: 95）共产主义将所有财产设定为共有，消除了财富集中现象。无论是在《寻金者》（1985）的马纳弗人中，还是在《乌拉尼亚》（2006）的坎波斯居民中，都不存在贫富差距，他们各司其职，原始而天然地生存，日出而作，日落而息，人人平等。作家清醒地意识到了现代文明与消费社会对人的异化，在他的文本中，洋溢着爱与和平的原始共产主义的乌托邦与混乱无序、唯利是图的物质社会形成鲜明的对比。

通常，在乌托邦，当私有财产被废除后，商业的重要性便随之大大降低，同时，需求替代金钱，成为财产配给的尺度。<sup>③</sup>勒克莱齐奥在文本中的表达恰恰符合这一点，他不但强调在理想社会中废除私有财产，而且，还主张取消商业、货币，摒弃黄金，“用消费之外的话语构想生活”<sup>④</sup>。勒克莱齐奥小说中想要进入乌托邦理想社会的主人公都力图摆脱金钱的束缚，如《沙漠》（1980）里的主人公少女拉拉因做杂志的封面女郎而收入不菲，却常常将一部分薪酬还给摄影师，“或者，她会走遍市区的街道，寻找窝在墙角的乞丐们，把钱给他们……她也把钱给赤脚在林荫大道上行走、蒙面的吉普赛人……给傍晚在有钱人家垃圾桶里翻找的老人”<sup>⑤</sup>。而关于黄金——这种连接商业与金钱的器物，勒克莱齐奥对其价值也表现出否定的态度：“如果马纳弗人找到金子，他们会把金子扔进大海！”<sup>⑥</sup>因为马纳弗人认为对金子的贪欲会造成人的痛苦与堕落，导致暴力冲突以及经济的不平等状况。拉拉最终回归大漠、《寻金者》的主人公阿历克西最终回归自然的精神家园，都是对资本主义金钱社会的强烈反抗。这些描写

① Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Le livre des fuites*, Paris: Gallimard, 1969, p.187.

② Jean-Yves Lacroix, *L'Utopie: Philosophie de la Nouvelle Terre*, Paris: Bordas, 1994, p. 173.

③ Ramond Ruyer, *L'Utopie et les utopies*, Paris: PUF, 1950, p. 96; Jean-Yves Lacroix, *L'Utopie: Philosophie de la Nouvelle Terre*, Paris: Bordas, 1994, p. 175.

④ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Le livre des fuites*, p.187.

⑤ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Désert*, p. 289.

⑥ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Le Chercheur d'or*, Paris: Gallimard, 1985, p. 233.

凸显了作家的经济价值观，他从共产主义理想出发，构建了社会在商业、金钱与黄金不在场的条件下能够达到的美好与和谐。

### 三、勒克莱齐奥与新现实主义

勒克莱齐奥的小说与法国20世纪60年代各种艺术思潮具有密切关联，如尼斯画派（Ecole de Nice）、新现实主义（Nouveaux Réalistes）、叙事具象派（Figuration narrative）、玛拉西合作团体（les Malassis）和表面支架派（groupe Supports-Surfaces），尤其尼斯画派与新现实主义对勒克莱齐奥的思想观念产生的影响最为显著。<sup>①</sup>尼斯画派是20世纪上半叶居住在尼斯的艺术家阿曼（Arman, 1928-2005）、马拉沃（Malaval, 1937-1980）、雷斯（Raysse, 1936-）建立起来的艺术流派，后来作家柯塔（Cotta, 1937-）与年轻的勒克莱齐奥也相继加入。尼斯画派采用强烈的色彩、吸引观众注意的排列对原始图像和现成品进行加工处理，将现实生活中的存在通过画面和装置加以呈现，这在一定程度上与20世纪60年代诞生的法国新现实主义存在着天然的默契。<sup>②</sup>在创作手法上，尼斯画派与新现实主义者使用现成品，对其采用撕剪、粘贴、堆砌和挤压等方式进行处理，使作品更加物质化，更加具有视觉冲击力。勒克莱齐奥的《巨人》等小说同样汇集了大量的现成品、消费资料，他常常将它们以外文本的形式呈现出来，数字夸张，种类繁多，涉及诸多的商品清单、跨国公司品牌、银行品牌、广告标语、营销理论研究著作等元素，不一而足，并在作品中对其进行组合、拼贴。“它们当中的每一个词语都是被树立起来的一个符号，是在被添加的产品中间缺乏性质、功用或美学等级划分的一种文本的物质化。”<sup>③</sup>

新现实主义在尼斯艺术家小组（克莱因、阿曼、雷斯）、巴黎艺术家小组（汉斯·维尔格雷、杜弗汉内）与瑞士艺术家小组（丁格利、斯波埃里）的推动下产生，后来加入的还有塞萨尔、罗泰拉与尼基。这一艺术运动的奠基者、艺术评论家里斯坦尼（Pierre Restany）在1960年将其定性为“新现实主义=对真实的新的研究视角”<sup>④</sup>。新现实主义作为当代艺术最重要的里程碑，无论在艺术观念还是表现形式上

① Georges Alain Leduc, “Le Premier Le Clézio et Les Mouvements Picturaux Contemporains (1960/1973)”, in Thierry Léger, Isabelle Roussel-Gillet et Marina Salles (dir.), *Le Clézio, passeurs des arts et des cultures*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2010, p. 179.

② 详见李占洋《随笔式玩笑——由法国新现实主义与尼斯画派所想到的》，载《东方艺术》2011年第13期，第129页。

③ Marina Salles, *Le Clézio, Notre contemporain*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2006, p. 169.

④ Jean-Paul Sartre, *Qu'est-ce que la littérature?*, Paris: Gallimard, 1948, p. 130.

对勒克莱齐奥都具有启发性意义。就艺术观念而言，新现实主义记录社会的现实性，并在现实中寻找新的方向。所谓当代的现实，就是机械的、工业的和广告的洪流。<sup>①</sup>新现实主义与当时在欧洲艺术领域居支配地位的抽象艺术相决裂，聚焦工业产品和广告消费的商品潮流，将器物、图像、具象重新引入经济繁荣、消费文化突飞猛进的时代背景中。勒克莱齐奥与新现实主义艺术家一样，与已被接受的表现形式分道扬镳，面对消费社会的各种现象，在文本中无挑拣、无划分等级地加以吸收，并宣称“一切没有进入到真实层面的东西都只是对陈腐理论的再咀嚼，都只是脱离实际的抽象概念”<sup>②</sup>。他在1969年谈到，“美在今天存在于丁格利的机器中”<sup>③</sup>。丁格利（Jean Tinguely）这位新现实主义艺术家的代表人物系瑞士裔法国雕塑家和实验艺术家，他在五六十年代创作了一些复杂的动态雕塑，其中自毁性大型装置雕塑《向纽约致敬》（1960）在纽约市现代艺术博物馆展出时引起巨大轰动。他创作的这些“反-机器”体现出创作者对工业产品的兴趣，同时也对先进工业社会中物质产品的生产过剩提供了一种讽刺的观看视角。

新现实主义以工业时代的产物为语言元素，使新现实主义的意义明显区别于过去的现实主义。<sup>④</sup>他们肯定了商品的成功，并为商品、废品及其使用的新材料所吸引，如氩之于雷斯、钢铁之于丁格利和塞萨尔。勒克莱齐奥在文本中同样也表现出对商品、新材料在一定程度上的着迷：“我喜欢塑料制品，有的十分光滑，冰凉如水……商店里有尼龙布料……有些非常薄，上面还绘有花朵和水果，有些尼龙布料则暗沉无光……我还想认识各种水泥、混凝土、石料，以及人类的新发明，那些铀后元素……”<sup>⑤</sup>

但是，与受到消费社会各种组成元素的吸引相比，勒克莱齐奥与尼斯画派、新现实主义更多地分享了一种批评视角。第一次世界大战之后，西方工业国家中美国第一个进入现代大众消费社会。继美国之后，法国在五六十年代进入大众消费社会，从一个以农业为主的国家转变为一个完全工业化的国家<sup>⑥</sup>，整个社会发生重要转型。面对法国生产和消费领域的迅速而深刻的变化，勒克莱齐奥与艺术家们揭示了在一种令人窒

① 详见H.H.阿纳森著《西方现代艺术史》，邹德侬、巴竹师、刘珽译，天津人民美术出版社，1994年，第600页。

② Jean-Marie Gustave Le Clézio, *L'Extase matérielle*, Paris: Gallimard, 1967, p. 198.

③ *Le monde*, 24 mai 1969, see Marina Salles, *Le Clézio, Notre contemporain*, p. 166.

④ 详见李占洋《随笔式玩笑——由法国新现实主义与尼斯画派所想到的》，第129页。

⑤ Jean-Marie Gustave Le Clézio, *La Guerre*, p. 190.

⑥ Kristin Ross, *Fast Cars Clean Bodies, Decolonization and the Reordering of French Culture*, Cambridge: MIT Press, 1995. 详见王晓德《战后美国对法国向现代消费社会转型的影响——一种文化视角》，载《史学集刊》2008年第1期，第80页。



息的气氛下，商品与各种符号的过剩，这种过剩的经济使参与其中的每个人都深受其害。一方面，他们因商品过剩、广告营销在大众公共空间的无所不在而感到不安，强调消费陷阱使人们成为欲望永远得不到完全满足的受害者，社会的过度物质化、商品化使人们为物所困、为物所累、为物所异化，人们吸收了物的特性，而放弃自己作为人的特性；另一方面，面对现代社会“标准化”和“高效率”这两个新法则不断被强化，他们也在对各种器物元素的不胜枚举中流露出对人类的造物趋于统一化、丧失个性的担忧：“全然相同的成千上万的硬纸小罐子……成千上万的白铁皮罐……成吨成吨的纸张”、“全然相同的几万、几十万辆车在山谷中飞驰，连成一片。”<sup>①</sup>甚至还包括对人身自身趋于统一化的担忧，亦如德裔哲学家安德斯（Günter Anders）所说，“大众商品把人变成了一模一样的生物……它们同时制造了大众风格的统一性和大众本身”<sup>②</sup>。勒克莱齐奥认为文学、艺术的价值正在于对这种社会现实问题的批判性，它使时间停下脚步，使麻木的人类看到自身所面临的困境，从而提高人自身的生存能力。

勒克莱齐奥的《巨人》等代表作品抓住了作者所处时代的各种现象与思想观念，但其体现的不是现实世界，而更多的是作者对真实世界的想法与观点。勒克莱齐奥凝视消费社会，反抗现代性带给人类的不良影响，又梦想着远离商业、金钱与物质主义的纯粹而美好的乌托邦，他的经济书写恰恰位于二者之间因存在鲜明对照所形成的巨大张力之中。在这一张力中，作者隐约预见所谓后现代社会的祛魅仅是一个过程，而远非定局，这可以说是勒克莱齐奥的经济书写最重要的实质所在。

作者单位：中国社科院外文所  
责任编辑：赵丹霞

① Jean-Marie Gustave Le Clézio, *La Guerre*, Paris: Gallimard, 1970, pp. 190 et 201.

② Günter Anders, *L'obsolescence de l'homme: Tome 2, Sur la Destruction de la Vie à l'Epoque de la Troisième Révolution industrielle*, traduit de l'allemand par Christophe David, Paris: Fario, 2011, p. 255.