

# BIZITZAREN SIMULAKROAN: TELEBISTAK ETA SUPERMERKATUAK ERREALITATEA NOLA ERALDATZEN DUTEN DON DELILLOREN *WHITE NOISEN*

**Ahmad Ghashmari**

**Doktoregaia**

*Kent State University, Ohio, AEB*

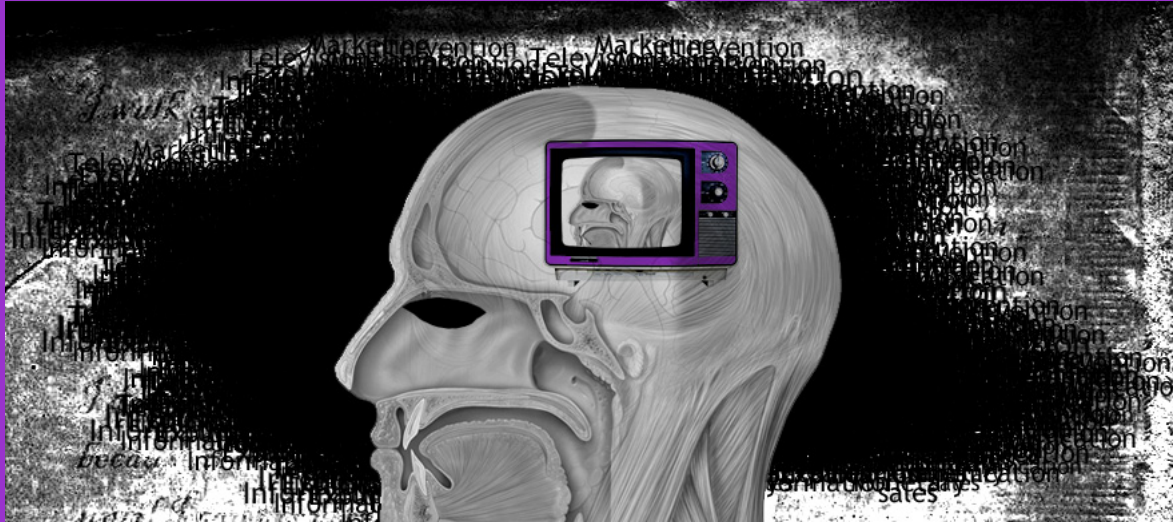
**Aipatzeko gomendioa** || GHASHMARI, Ahmad (2010): "Bizitzaren simulakroan: Telebistak eta supermerkatuak errealitatea nola eraldatzen duten Don DeLilloren White Noisen" [artikulu linean], *452°F. Lite- raturaren teoria eta literatura konparatua aldizkaria*, 3, 171-185, [Kontsulta data: uu/hh/ee], <http://www.452f.com/index.php/eu/ahmad-ghashmari.html> >.

**Ilustrazioa** || Juan M. tavella

**Itzulpena** || Amaia Donés

**Artikulu** || Jasota: 2010/02/15 | Komite zientifikoak onartuta: 2010/04/22 | Argitaratuta: 2010/07

**Lizentzia** || 3.0 Creative Commons lizentzia Aitortu - ez merkataritzarako - lan eratorririk gabe.



**Laburpena** || Artikulu honek simulazioak, hipererrealitateak eta kontsumismoak Don DeLilloen *White Noise* eleberrian izan duten eragina aztertzen du. Egileak esanahia ezabatu edo deuseztatzen dituen inperioztat ditu teknologia eta komunikabideak. Telebista eta irratiko berri eta zurrumurruak eta irudi medikoak sortzeko tresnek jendearen bizimoduarekin nahastu dira azkenaldiko kultura kapitalista honetan. Are gehiago, lan honek simulazioen bidez sortutako hipererrealitateari buruzko alderdi batzuk argituko ditu. Ikusiko dugun bezala, errealitate mota hau errealitatea bera baino errealagoa bihurtu da. Gero, supermerkatuen eragina eta kontsumo-kulturaren hedapena aztertuko ditugu. Ekoizpen eta kontsumoak esanahi berria hartu dute “azaleko” gizarte honetan, eta jendeak gauzak ulertzeko moduan eta errealitatean eragina dutela ikusiko dugu.

**Gako-hitzak** || Postmodernismoa | Don DeLillo | XX mendeko Estatu Batuetako fikzioa | Simulazioa.

**Abstract** || This paper examines the impact of simulation, hyperreality, and consumerism on Don DeLillo's novel *White Noise*. It discusses how the novel pictures technology and mass media as an empire of signs and codes that erase or implode meaning. TV, radio reports and tidbits, and medical imaging devices are intertwined with many aspects of people's lives in this late capitalist culture. Furthermore, the paper will shed some light on the issue of hyperreality which is generated by simulations. We will see how this new type of reality becomes more real than reality itself. Then, the influence of the supermarket and the emergence of consumer culture will be discussed. We will see how production and consumption have gained a new different meaning in this new «superficial» society and how it reshapes people's understanding and interaction with reality.

**Key-words** || Postmodernism | Don DeLillo | 20th Century American Fiction | Simulacrum.

---

Artelan bat aukeratu beharko bagenu laurogeiko hamarkadako Estatu Batuak deskribatzeko, eta testuinguru horretan teknologiak eta merkataritza-guneez sortzen ari zen kontsumo-kulturan izandako garrantzia islatzeko, zalantzarik gabe, lan hori Don DeLilloren *White Noise* izango litzateke. Eleberri hau, hitz gutxitan, Estatu Batuetako bizimodu garaikidearen kritika postmodernotzat har daiteke. Ez da harritzekoa lan honek National Book Award saria irabazi izana 1985ean, argitaratu eta gutxira. Gainera, DeLilloren ospea eta irakurle kopurua nabarmen hazi ziren lan honi esker. Eleberriak bizitza postmodernoarean arlo nagusiak ukitzeaz gain, eguneroko bizitzan teknologia eta elektronikak duten eragina azaltzen du. Telebista garai honetako ikur nagusitzat dauka. Jendea bere bizitza arruntean murgilduta azaltzen zaigu: telebistak gidatutako bizitza daukate eta gauzak telebistak dioenaren arabera sinisten dituzte (edo ez dituzte sinisten). Supermerkatuak –edo hipermerkatuak– jendearen bizimodua kontrolatzeko esparru berritzaletzat azaltzen dira istorioan eta bizimoduari esanahi berria ematen diote kontsumo-kultura postindustrialean.

Hasteko, telebista, eleberrian azaltzen den bezala, gaur egungo bizimoduan daukagun tresna teknologiko garrantzitsuena da. Toki garrantzitsua betetzen du norbanakoen bizitzan, eta errealitatearen eta egiaren irizpideak ere aldatzeko ahalmena du. Telebista errealitate berria bihurtu zaigu –agian errealitatea bera baino errealagozat hartzerara ere heldu gara. *White Noise* telebista Jack Gladney eleberriko pertsonaia nagusia bera bezain garrantzitsua da. Eleberriaren mundua betetzen du istorioarekin tartekatzen den bakoitzean, bai atzetik entzundako zurrumurru gisa, bai pasarte osoak lehen planora ekarriz. Telebistak jende guztia kontrolatzen duela dirudi; telebistarengan baino ez dute sinisten pertsonaiek. Leonard Wilcoxek bere lan “Baudrillard, DeLillo’s *White Noise* and the end of heroic Narrative”-n dio: “*White Noise* is bathed in the eerie glow of television” (Wilcox, 2003:355). Murray Siskind College-on-the Hill eskolan Jacken lagun eta ikaskide izateaz gain, ikono bizidunetan benetako aditua da, eta telebista jakituria iturri berritzaletzat eta bizitza garaikidearen sortzailetzat onartzen duen pertsonaietako bat da. Honelaxe deskribatzen du esperientzia:

You have to learn how to look. You have to open yourself to the data. TV offers incredible amounts of psychic data. It opens ancient memories of world birth. It welcomes us into the grid, the network of little buzzing dots that make up the picture pattern. There is light, there is sound...look at the wealth of data concealed in the grid, in the bright packaging, the jingles...the medium practically overflows with sacred formulas if we can remember how to respond innocently. (DeLillo, 1985: 51)

Murrayren deskribapen honek erakusten digu nola telebistaren hipererrealitatea, “zurrumurru etengabearen sareak” sortua, errealitatea bera baino errealagozat hartzen duen jendeak nahiz eta ez den errealia, eta nola ikusleek beren zentzumen guztiak informazio

iturri honen mende uzten dituzten. Baina, zergatik eman behar dute amore masek? Eta non dago prozesu honetan hartzaillearen tokia?

Jean Baudrillard teorialari frantsesaren arabera, konturatu gabe edo modu pasiboan erantzun bat ematea informazioa jasotzeko modu bat da, informazioa jaso eta esanahiari uko egiteko modu bat alegia; berak esaten duen moduan “ez-jasotzea”. Hau “masen estrategia” gisa deskribatzen du; bere hitzetan: « [it] is equivalent to returning to the system its own logic by doubling it, to reflecting meaning, like a mirror, without absorbing it» (Baudrillard, 1988: 59). Baudrillardek dio komunikabideen helburu nagusia norbanakoak pribatizatzea dela; hori lortzeko, hartzailleak simulakro batean bizitzera behartzen ditu, batez ere telebistak sortutako simulakroan. Era honetan, ez daukate beste irtenbiderik esanahiari uko egin eta irudiak adierazle gisa hartzea baino. Honek esan nahi du esanahia komunikabideek hartu eta xurgatu dutela, edo komunikabideek “erakarri” dutela. Komunikabideek esanahia eta gizartea “xurgatzen” dutelakoa Kanadako teorialari Marshall McLuhanek plazaratu zuen lehenengo aldiz. Bere liburu *The medium is the Message* (1967) McLuhanek defendatzen du komunikabideak ez direla medioa eta subjektuaren arteko sozializazioaren iturri, eta mezua medioan dagoela. Era berean, esanahiaren eduki guztiak medioak xurgatu ditu, eta garrantzia duen bakarra medioa edo forma da, eta ez edukia. Era honetan, medioa mezu bilakatzen da.

Baudrillard eta McLuhanen antzera, DeLillok ere uste du telebista medioa eta mezua dela, eta hori lortzeko bizitza errealarekin harremanik ez duten eredu eta kodeak simulatzen dituela. Murray Siskindek telebista objektu fetxistatztat dauka; eleberriaren momentu batean Jacki azaltzen dio nola bere egunerokotasuna tresna hau sartzearekin batera aldatzen den: «I’ve been sitting in this room for more than two months, watching TV into the early hours, listening, taking notes» (DeLillo, 1985: 50-51). Murrayk ez du ukatzen telebistak simulazio hipererrealak dakarrenik, eta ez dela pantailan agertzen den irudia baino gehiago. Esperientzia “ia mistikotzat” hartzen badu ere, badaki sakonean ezer gutxi dela, «sealed-off, timeless, self-contained, (and) self-referring» (DeLillo, 1985: 51).

Harrigarriagoa dena da, *White Noisen* deskribatzen den moduan, telebistak heriotza eta hondamendiak ikuskizun bihurtzen dituela. Jendeak benetan izugarriak diren hondamendien irudiak ikusten ditu eta zirrara sentitzen du. Gladney familia telebista aurrean elkartzen da hondamendiak ikustera, eta kideren bat falta bada, elkarri deitzen diote azkar hurbil daitezen telebistara gertatutakoa ikusteko. Hegazkin istripuak edota sumendien ondorio suntsigarriak ikusi eta zirrara sentitzen dute. Jackek, momentu batean jendeak telebistan agertutakoa ikustean sentitzen duen “estasi” hau zalantzan jartzen du: «Why is it, that decent, well-meaning, and responsible people find themselves intrigued by a catastrophe when they see it on TV?»

(DeLillo, 1985: 65). DeLillok Jacken sentimendua naturala dela dio, ikusleak apurtu nahi baitu «[with] the incessant bombardment of information» (DeLillo, 1985: 66).

Orain, aipatu beharrekoa da eleberriaren estilo narratiboa, modu batean edo bestean, telebistak gauzak narratzeko duen moduaren antzekoa baita. Telebistaren antzera, eleberriak ere informazio fluxu bat eskaintzen du, batez ere Gladneytarren elkarrizketen bitartez, baina euren esanahia xurgatua dago. Elkarrizketa horiek, gehienetan, amaigabeak eta testuingurutik ateratakoak dirudite; ez daukate inolako esanahirik, euren asmoa ez da esanahia ematea edo partekatzea, galduta sentiarazten gaituzte eta gure burua islatzen dute. Era honetako beste elkarrizketa baten adibide da Gladneytarrek “Dylar”-ari buruz izandakoa. Dylarra Babettek, Jacken emazteak, heriotzari zion beldurra ahazteko hartu ohi zuen droga esperimentalak da:

«What do you know about Dylar?»  
«Is that the black girl who's staying with the Stovers?»  
«That's Dakar,» Steffie said.  
«Dakar isn't her name, it's where she's from,» Denise said. «It's a country on the Ivory Coast of Africa.»  
«The capital is Lagos,» Babette said. «I know that because of a surfer movie I saw once where they travel all over the world.»  
«*The Perfect Wave*» Heinrich said. «I saw it on TV.»  
«But what's the girl's name?» Steffie said.  
«I don't know,» Babette said, «but the movie wasn't called *The Perfect Wave*. The perfect wave is what they were looking for.»  
«They go to Hawaii,» Denise told Steffie, «and wait for these tidal waves to come from Japan. They're called origamis.» (DeLillo, 1985: 81)

Elkarrizketa hau –ez da hemen amaitzen, jarraitzen du garrantziarik gabeko beste hainbat gai ukitzen- telebista kate batetik bestera aldatzean egiten den “zapping”-aren antzekoa da: adierazle ugari agertzen dizkiguten kate sarean murgiltzen gara, azken mezuari heldu gabe. Komunikabideetan esanahiak duen “xurgapenaren” antzeko zerbait da: medio liluragarri honek eskaintzen duen ikuskizuna eta mezua bidaltzeko modua mezuaren esanahia bera baino garrantzitsuagoak dira. Esanahia alde batera uzten da, prozesuak xurgatzen du. Non dago esanahia goian aipatutako elkarrizketan? Eta “Dylar”-ari buruzko lehen galderari erantzuna ematen ote zaio? Jacke informazio galera honen arrazoia komunikabideek emandako informazio kopuru handiaren ondorio dela dio, aipatzen baitu «the family is the cradle of misinformation» (DeLillo, 1985: 81). Honek telebistak familiaren mito tradizionalen duen eragin handia agerian uzten du. Telebista etxe guztietan beharrezko tresna gisa zabaldu eta gero, Gladneytarrak bezalako familiak hautsi egin dira. Familiako kideen arteko elkarrizketa guztiek telebistaren antzekoak dirudite, esnahia beti “xurgatua” dago.

*White Noise*-en teknika diegetikoaren eta telebistaren arteko beste antzekotasun bat eleberrian etengabe agertzen diren pasarteak dira, telebistako iragarkien antza dutenak. Eleberri osoan ugariak



---

dira honen adibideak. Pasarte hauetako batzuk telebistatik datoz, eta ekintzak eteten dituzte. Beste batzuek iragarkien antza dute, baina, Jackek azaldu bezala, erraz aurkitzen dute modua testuan ondo txertatuta agertzeko. Murrayk esaldi hauei “kantu” eta “mantra” deitzen die. Dirudenez, egungo kontsumo kultura honetan esaldi hauek ez dute bakarrik kontrolatzen kontsumitzaileen kontzientzia, baita inkontzientzia ere. DeLillok erabiltzen dituenean narratzailearen tokia betetzeko helburuarekin egiten du; izan ere, erakutsi nahi du nola Jack bezalako jendea komunikabideen hizkerak harrapatuta dagoen, eta nola konturatu gabe esaldi horiek errepikatzen dituen. Adibidez, Jackek bat-batean esaten du: «MasterCard, Visa, American Express» (DeLillo, 1985: 100). Nahiz eta esaldi honek testuingurutik aterata dagoela dirudien, kontsumitzaileen adierazleak zeintzuk diren argi uzten du, ez baitio inolako adieraziri erreferentziarik egiten. Beste adibide bat da Steffiek bere ametsetan markak aipatzen dituenean: «Toyota Corolla, Toyota Celica, Toyota Cressida» (DeLillo, 1985: 155). Honek erakusten du nola kontsumo gaiek kontsumitzaileen ametsetan eta inkontzientean eragina izan dezaketen (artikulu honetan aurrerago aztertuko dugu pasarte hau sakonago). Hirugarren adibide bat: «Random Access Memory, Acquired Immune Deficiency Syndrome, Mutual Assured Destruction» (DeLillo, 1985: 303). Badirudi esaldi hauek testuingurutik aterata daudela; izan ere, Jackek Estatu Batuen beste aurpegia ikusten duenean esaten ditu, hau da, kaosa ezaugarri duen Estatu Batuen existentziaz konturatzen denean. Pasarte hau kokatzen da Mink hiltzeko helburuarekin egiten duen bidaian (azken honek Dylarra sortu zuen eta, ondorioz, Babette manipulatu).

Kontutan hartzen badugu DeLillok hemen telebistaren narrazio estiloa imitatzen duela, pasarte honen erabilera erabat justifikatua egongo litzateke. Pasarte hauek telebistako iragarkien ordaintzat hartuak izan daitezke. McLuhanen arabera, komunikabidearen garrantzia adierazteko beharrezkoak dira mezua eta bere esanahia xurgatzen dituztenean. Bere ustez «seconds sandwiched between the hours of viewing» hauek ez diote beste aukerarik ematen forma narratiboari. Ziurtatzen du telebistako iragarkiek eragina dutela egungo literaturan («influencing contemporary literature» (McLuhan, 1967: 126)). Izan ere, telebista bizitzaren alderdi garrantzitsu bilakatzen hasi zen garaian arrazoi honengatik izan zen kritikatu (esate baterako, iragarkien ondorioz sortutako etenak zirela eta). McLuhanen arabera, kritika hauek jasotzeko arrazoia da jendeak ez duela ulertzen telebista beste errealitate bat dela –hipererrealitatea– «which demands different sensory responses» (128). John Fiske ere, bere liburu *Television Cultures* (1987), telebistaren narratzeko modu berezia ere du aipagai. Bere ustetan, iragarkiak narrazioa eteten duten momentuak dira, eta esanahia “xurgatzen” laguntzen dute. Defendatzen du: «the inevitable sequence of cause and effect that marks the progression of traditional narrative to its point of resolution is constantly interrupted in television by advertisements, promos,

spot announcements, and so on» (Fiske, 1987: 145).

Simulazioaren adibidea erabiliz erakusten du zein handia den komunikabideen eragina egungo azaleko bizitzan; tresna teknologikoen, ordenagailuek kasu, hipereerrealitateari ematen diote lehentasuna, eta, ondorioz, errealitatea baino errealago bihurtzen dute. Eleberrian jazotzen den “SIMUVAC” gertaera ideia honen adierazle da. Jack eta bere familiak etxetik ihes egiten dute “Airbone Toxic Event”-a saihesteko, baina benetan teknikari talde baten frogan biktima baino ez dira. Teknikari hauek “SIMUVAC”-a (“Simulated Evacuation”, ebakuazio simulatuaren laburdura) ari ziren frogatzen. Jack gerora konturatzen da talde hau egiten ari dena “simulazioa entsaiatzeko” ebakuazio bat baino ez dela, nahiz eta aitzakia hori bultzatzen duen istripua eta ebakuazioa bera errealak diren. Errealitatea bigarren planoan uzten da hipererrealitateari buruzko probak egiteko, eta honek esan nahi du hipererrealitateak lehentasuna duela eta errealitatearen ordena berria bihurtzen dela, ezagutzen dugun errealitatea baino errealagoa. “Airbone Toxic Event”ak eragindako ebakuazio erreala garrantzitsuagoa den zerbaiten entsegu hutsa baino ez da, ebakuazio simulatua, alegia. Interesgarriagoa dena da ebakuazio erreala kaotikoa eta antolatu gabea dirudiela, nahiz eta geroago, taldeak ebakuazio simulatua aurrera eramaten duenean, oso antolatu eta ordenatua dirudien.

“SIMUVAC” taldeak salbamendu neurri gisa azaltzen du simulazio prozesua, etorkizuneko hondamendiak erraz ekiditen lagunduko diguna. Beldurrak eta errealitateko indarkeriak eragiten dute jendeari simulazioak gustatzea eta hipererrealitateak beren bizitzaren kontrola hartzea. Taldeko teknikari batek dio: «The more we rehearse disaster, the faster we’ll be from the real thing» (DeLillo, 1985: 205). Jendearen eguneroko kezken adibide bat ere hartzen du eta aipatzen du hipererrealitatea simulatzea konponbide bat izan litekeela: «Life seems to work that way doesn’t it? You take your umbrella to the office seventeen straight days, not a drop of rain. The first day you leave it at home, record-breaking down pour.» (DeLillo, 1985: 205). Baudrillardek, *Simulations*-en, detaile osoarekin eskaintzen du simulazio prozesuaren azalpen bat, eta esaten digu nola simulakroa hipererrealitatearen barne kode eta ereduen ondorioz sortzen den:

Simulation is characterized by a precession of the model, of all models around the merest fact –the models come first, and their orbital (like the bomb) circulation constitutes the genuine magnetic field of events. Facts no longer have any trajectory of their own, they arise at the intersection of the models; a single fact may even be engendered by all the models at once. This anticipation, this precession, this short circuit (no more divergence of meaning, no more dialectic polarity, no more negative electricity or implosion of poles) is what each time allows for all the possible interpretations, even the most contradictory –all are true, in the sense that their truth is exchangeable, in the image of models from which they proceed in a generalized cycle. (Baudrillard, 1983: 32)

---

Simulakroa jendeak sinistu nahi duena da; beren eguneroko bizitza azaltzeko simulakroan oinarritzen dira. *White Noisen* Gladneytarrek telebistan ikusten denari edo irratian esaten denari egiten diote erreferentzia eguneroko gertaerak azaltzeko. Heinrichek uko egiten dio eguraldia aztertzean bere zentzuengan konfiantza izateari eta erabakitzen du irratiak dioena itsuki sinistea. Uste du irratiako iragarpenean esaten den guztia egia dela. Heinrichek dio:

«It's going to rain tonight.»  
«It's raining now,» I said.  
«The radio said tonight.» (DeLillo, 1985: 22)

Hemen, Heinrichek komunikabideen mezua erralitatea baino garrantzitsuagotzat hartzen du, eta momentuan bertan euria ari duela baino egiagoa dela uste du. Elkarrizketak Jackek modernista berantiar gisa duen dilema aurkezten du, gizarte postmodernoan (des)kokatuta baitago. Borrokatzen da zientziaren eta zentzu komunaren metanarratibotasunean itsuki konfiantza izateko. Irudiak menderatutako eta simulakroaren agindupeko mundu batekin egiten du topo; mundu honen ezaugarria, Lyotarden leman da: «the incredulity towards metanarratives» (Lyotard, 1979: xxiv). Hau da postmodernitatea. Jack saiatzen da sinisten duena defendatzen eta horretarako bere zentzumenek igertzen dutenaren froga enpirikoetan oinarritzen da (euria ari duela momentu horretan bertan), eta bere ustez, ezin da onartu zentzurik ez duen «just because it's said on the radio... we have to suspend belief in the evidence of our senses» (DeLillo, 1985: 22-3). Heinrichek, postmoderno baten ikuspuntutik alegia, bere aitari erantzuten dio simulakroen barneko egunotako bizimoduak gizakiaren zentzumenak okertzat hartzen dituela gehienetan, eta horregatik irudian, eguraldi iragarpenetan eta ordenagailuan sinistu behar dugula. Heinrichek honelaxe ondorioztatzen du: «this has been proved in the laboratory» (DeLillo, 1985: 23).

Modernista berantiarra bada ere, Jackek ezin dio ihes egin simulakroaren hipererrealitatearen eraginari. Desberdintasun handia dago Jacken nortasunean “SIMUVAC” taldeak antolatutako “Airobone Toxic Event”-aren aurreko eta ondorengo Jacken artean. Jacken bizitza pantailan agertzen den datuen arabera aldatzen da, batez ere informazio honek ziurtatzen duenean “Nyodene Derivative” gas toxikoaren arriskupean dagoela, eta bere heriotza saihestezina dela. Jackek bere buruari galdetzen dio nola gerta daitekeen hau, eta teknikariaren erantzuna honakoa da: «I didn't say it. The computer did. The whole system says it.» (DeLillo, 1985: 141). Teknikariak hau esateko duen moduagatik badirudi denek sinisten duten egia bati erreferentzia egiten diola: simulakroan daude, jainko orojakitunaren menpe dira. Jackentzat hau hain erraz onartu ezin den zerbait da, eta berarengan beldur handia eta ezinegona sortzen du, baina,



sakonean, hipererrealitate honetan sinisten hasten da: «just means you are the sum total of your data. No man escapes that» (DeLillo, 1985: 141).

Simulakroa, egunotako bizitzaren ezaugarri menderatzailea bihurtzen ari da, zabaltzen ari da eta pertsonen gaixotasun sentimena ere bereganatzen du. Jendeak, gaixotasunen sintomak aztertzerako garaian, simulakroengan du konfiantza gehiago beren zentzumen zuzenetan baino. Steffie eta Denisek *déjà vu* bat daukate “Airbone Toxic Effect”-aren ostean, eta Babettek iradokitzen du konponbidea irratia itzaltzea izan daitekeela:

«So the girls can't hear. They haven't got beyond *déjà vu*. I want to keep it that way.»  
«What if the symptoms are real?»  
«How could they be real?»  
«Why couldn't they be real?»  
«They get them only when they are broadcast,» she whispered. (DeLillo, 1985: 133)

Orain, erreferentzia egin diezaiekegu Baudrillarden simulakroaren aginduei. Gertakizun honek erakusten digu nola hirugarren-ordeneko simulakroak eta irudiak jatorriari aurrejartzen zaizkion edo ezabatu egiten dituen. Baudrillardek desberdintzen du “itxurak egitea”, lehen mailako simulakroei erreferentzia egiten diena, eta “simulazioa”, hirugarren mailako simulakroei dagokiena. Gaixotasunen adibide bat ere ematen du; berak dio: «Someone who feigns an illness can simply go to bed and pretend he is ill. Someone who simulates an illness produces in himself some of the symptoms.» (Baudrillard, 1988: 168). Argudiatzen du itxurak egiteak errealitateari maskara bat baino ez diola jartzen, baina desberdintasuna hori dela, simulakroan ezin baita jakin zer den egia eta zer faltsua. Gainera, gehitzen du: «Psychology and medicine stop at this point, before a thereafter undiscoverable truth of the illness.» (Baudrillard, 1988: 169) Psikologia eta medikuntzak errealitateari egiten diote aurre, baina gaixotasunen sintoma simulatuei dagokionean ez dute balio, eta medikuntzak bere esanahia galtzen du benetako eta errealitateko gaixotasunak soilik senda ditzakeelako.

Esan bezala, gaixotasunen sintomak simulatu daitezke, eta beraz, hipererrealitatearen munduari dagozkie eta ezin dira faltsutu. *Déjà vu*-ra bueltatuz, garrantzitsua da aipatzea sintoma hau ere simulatua izan daitekeela. *Déjà vu* bera simulakro bat da, benetako ekintzari aurrejartzen zaion irudi mentala. Denbora bat pasa eta gero, bizitza errealean simulakroan bizitako gertakizunaren antzeko zerbait gertatzen bazaigu, simulakroan bizitakoaren arabera neurtuko dugu bizitza errealeko ekintza hau erreala den edo ez; honek frogatzen du simulakroa bera errealitatea baino errealago bihur daitekeela. Honen adibide onena aurretik aipatutako “SIMUVAC” dugu: simulakroarekin konparatuta, errealitateak askoz garrantzi gutxiago du, eta erreala

simulatutakoaren entsegu bilakatzen da, alegia, simulatutako egoera erreala bera baino errealagoa bihurtzen da. Era berean, *déjà vu* burmuinak benetako gertakizun erreala gertatu baino askoz lehenago sortzen duen simulakro bat da; beranduago, gertakizun erreala gertatzen denean, erreala izatea edo ez simulakroaren arabera neurtzen dugu, *déjà vu*-aren arabera.

Postmodernismoaren ezaugarri garrantzitsuenetako bat esanahiaren galera da, adierazirik edo azken esanahirik ez duten adierazle zerrenda amaigabea baita. *White Noisen*, *Déjà vu*-aren atalean, DeLillok oso ondo adierazten du irudi esanguratsu baten bidez adierazleen zerrenda amaigabearen ideia. Badakigu arrunta dela jendeak eguneroko bizitzarekin erlazionatutako *déjà vu*ak izatea, baina, DeLillok oso adibide adimentsua ematen du, nik “*déjà vu*-ren *déjà vu*-tzea” deitzen dudana. Jack eta bere emazte Babettek beren seme-alabek izandako *déjà vu*-ari buruz hitz egiten dutenean kokatzen da. Momentu batean Babettek aipatzen du:

«This happened before,» she said finally  
«What happened before?»  
«Eating yogurt, sitting here, talking about déjà vu.» (DeLillo, 1985: 133)

Babettek hemen *déjà vu* baten *déjà vu* bat dauka, amesten ari zarela amestearen antzeko gertaera, alegia. Amaierarik gabeko irudi zerrendari erreferentzia egiten dieten pasarteak postmodernitatearen azalekotasun eta sakontasun ezaren isla dira. Bizimodu postmodernoa irudi eta kode ugarik bonbardatzen dute, eta originaltasunaren aztarnak aurkitzea zaila da. Murray Jack «ESTATU BATUETAN ARGAZKI GEHIEN EGITEN ZAIZKION ALETEGIRA» eramaten duenean, ezin dute benetan aletegiaren benetako esperientzia bizi, benetako aletegia desagertua egongo balitz bezala eta horren orde berari erreferentzia egiten dioten markak baino egongo ez balira bezala. Murray Jacki esaten dio: «no one sees the barn...once you've seen the signs about the barn, it becomes impossible to see the barn.» (DeLillo, 1985: 12) Garai postmodernoak, Baudrillardaren arabera, ezaugarritzat du irudiak originaltasunari gailendu zaizkiela; honela deskribatzen du prozesua egileak: «the murderous capacity of images: murderers of the real» (Baudrillard, 1988: 170). Bere ustez, iraganean, irudien “gaitasun hiltzaile” honek aurretik erreala bitartekaria zen erreprezentazio gaitasun bat zuen, «a sign could refer to the depth of meaning, that a sign could exchange for meaning and that something could guarantee this exchange,» (Baudrillard, 1988: 170), baina orain, esanahiaren sistema osoa hondatu egin da eta ez dauka indarrik, «it is no longer anything but a gigantic simulacrum» (Baudrillard, 1988: 170).

Aletegiaren pasartean antzeko gauza bat gertatzen da; irudiak eta zeinuak errealarari gailendu zaizkie, eta erreala ezabatzeraino ere heldu dira. DeLillok aletegiari buruz egiten duen deskribapenean,

---

irudi, zeinu, kamera, argazki eta argazkilariei ematen die garrantzi gehiago aletegiari baino. Bere deskribapenean, jendea ez da toki horretara bertaratzen benetako aletegiaren esperientzia bizitzeko asmoarekin, baizik eta hari argazkiak ateratzera. Aletegiari egindako argazkiak dira turistek nahi dutena, ez aletegia bera; horren adibide da argazkiak ateratzen dituen jendeari ateratzen dizkietala argazkiak, eta honek defendatzen duen ideia da adierazle eta irudi ugariak ez doazela azalekotasunetik haratago, eta irudiei soilik egiten dietela erreferentzia. Roland Barthes-ek, bere liburu *S/Z-n* (1974) aipatzen du argazkilaritza postmodernoarenean ezaugarria originaltasun eza dela. Argudiatzen du garai honetan artea kopia hutsa dela, eta esaten du prozesua ez dela erreala kopiatzea, baizik eta dagoeneko kopiatua dagoen hori kopiatzea. Errealitatearen erreferentzia galdu izanaren momentu nostalgiko batean, Murrayk dio:

What was the barn like before it was photographed? he said. What did it look like, how was it different from other barns, how was it similar to other barns? We can't answer these questions because we've read the signs, seen the whole people snapping the pictures we can't get outside the aura. We're here, we're now. (DeLillo, 1985: 13)

Murrayren azken hitzen «we're here, we're now» interpretazio bat izan daiteke simulazioaren garaiak eguneroko bizitzan izandako eragina itzela izan dela, eta iragan edo etorkizunari duten zentzua ere kendu diela. Baudrillardek *America* (1986) bere liburu ezagunean dioenari jarraiki, jendea, batez ere egungo Esatu Batuetan, bizi da « [in] a perpetual present...in a perpetual simulation, in a perpetual present of signs» (Baudrillard, 1986: 18).

DeLillok *White Noisen* deskribatzen duen gai nagusietako bat da kontsumo kulturaren sorrera gerra osteko, industria osteko gizartean. Kontsumoak, kultura berri honek, orain esanahi berria dauka. Jendeak ez ditu produktuak erosten daukaten erabileragatik, edo behar dituztelako; ordea, eleberrian ikusten dugun bezala, jendea erosketetara joaten da gauzak erosteak estasi antzeko bat sorrarazten dielako. Supermerkatua, merkataritza gunea eta hipermerkatua postmodernitateko kontsumitzaileen Meka bilakatu dira.

Kontsumo kultura berrian errealaren esperientzia desagertu egin da eta errealitatea heriotzarekin borrokan dago. Supermerkatuak toki irekiak eskaintzen ditu, diseinu zainduak, kolore argiak, era askotako produktuak, hau guztia “ikuskizuna” sortzeko, kontsumitzailea zerbait erostera bultzatzeko horretarako asmorik ez duenean ere. Baudrillarden arabera, supermerkatua «goes far beyond consumption, and the objects no longer have a specific reality there: what is primary is their serial, circular, spectacular arrangement» (DeLillo, 1985: 55). *White Noise*ko hasierako orrialdeetan Denisek eta Steffiek Babbetek behar ez dituen gauzak edo jango ez dituenak erosteko duen ohiturari buruz hitz egiten dute. Denisek dio: «she

---

thinks if she keeps buying it, she'll have to eat it just to get rid of it. It's like she's trying to trick herself» (DeLillo, 1985: 7). Kontsumo kulturaren, «erosteagatik erosten da», eta hau da zehazki Jacki entzuten dioguna bere familia osoarekin merkataritza-gunera erosketetara joaten denean, hain “garesti” sentitzen denean erosten duelako. Esaten du: «I shopped for its sake, looking and touching, inspecting merchandize I had no intention of buying, then buying it» (DeLillo, 1985: 84).

Telebistako pantailan gertatzen denaren antzera, supermerkatuan simulazioa eta irudia errealitateari gailendu zaizkio. Koloreek, produktuen tamainak eta bilgarriek erosleak erakartzen dituzte; azalekoak erakartzen du arreta, azalekoak pizten du gauzak erosteko grina gauza horiek beharrezkoak ez direnean ere. Supermerkatuan dagoela, Murrayk gogoeta egiten du:

Everything is concealed in symbolism, hidden by veils of mystery and layers of cultural material. But it's psychic data, absolutely...All the letters and numbers are here, all the colors of the spectrum, all the voices and sounds, all the code words and ceremonial phrases. It's just a question of deciphering, rearranging, peeling off the layers of unspeakability. (DeLillo, 1985: 39)

Kontsumo kulturak produktuz, iragarkiz eta kontsumoz osatutako mundua sortzen du. Supermerkatua produktuen ikuskizuna da eta errealitatea ezabatu ostean hipererrealitatearekin ordezkatu du, produktu errealak ordezkatzeko dituen azalekotasunarekin konpara daitekeena. Kontsumitzailea eldarnio egoeran jartzen du. Kontsumitzaileek estasi antzeko bat sentitzen dute erosketak egitean, « [as] the sense of well-being, the security and the contentment these products brought...it seemed we had achieved a fullness of being» (DeLillo, 1985: 20).

Supermerkatuak, kontsumo kulturaren erakusle nagusiak, eta produktuek esaten diete erosleei nor diren, eta kontsumitzaileak saiatzen dira beren eguneroko bizitzako galderei erantzunak aurkitzen erosten dituzten gauzen arabera. Identitatearen bila dabilta, beraien kontsumo identitate berriaren bila. *Living for Ethics: Responsible Consumption in Everyday Life* izeneko saiakeran, Nil Ozcaglar-Toulousek esaten du:

It seems difficult for a responsible consumer to develop and maintain a coherent sense of being in a consuming society. The consuming society has gradually turned out to be a constraint, a moral or an institution imposed upon the consumer. In this societal model, individuals seem to be or feel uniformed. The search for uniqueness and «self» becomes difficult because of the anguish and awkwardness related to the risk of marginality. In the consuming society, consumers express their extended self through their purchases. (Ozcaglar-Toulouse, 2007: 423-24)

---

Egungo Estatu Batuetan, telebista eta kontsumo kultura behar-beharrezkoak dira. Nazioarteko enpresek telebista eta beste komunikabide batzuk manipulatu dituzte mundo osoa kontsumoan murgiltzeko. Telebistako iragarkiek, *White Noisen* erakusten den bezala, eragin handia daukate kontsumitzaileen jarreretan. Christopher Lindnerren arabera, honek «shows consumer objects hijacking the thoughts and driving the imaginations of a mesmerized spectator. It speaks of a mind turned into consumer practices and desires.» (Lindner, 2003: 139) Telebistako iragarkiek kontsumitzailearen kontzientzia produktuekin gogaitu dute. *White Noisen* Steffie kontsumo kulturak erabat harrapatutakoen eruedetako bat da, eta bere inkontzientea produktuek kolonizatu dute. Honen lehenengo sintomak agerian geratzen zaizkigu Jackek telebistaren aurrean eserita ikusten duenean, adi-adi begira aparailuari eta bere ezpainak mugitzen «attempting to match the words as they were spoken» (DeLillo, 1985: 84). Eleberrian aurrerago ere ikusi daiteke kontsumismoaren eragina Steffieren inkontzientean bere ametsetan produktuen izenak errepikatzen dituenean. Jackek harrিতa begiratzen dio, «She was only repeating some TV voice. Toyota Corolla, Toyota Celica, Toyota Cressida. Supranational names, computer-generated, more or less universally pronounceable. Part of every child's brain noise.» (DeLillo, 1985: 155) Baina hemen, kontsumo kultura onartu izana ume baten burmuinaren ezaugarria baino besterik ez al da? Edo kontsumo gizarte osoaren inkontzientearen ezaugarri? Uste dut DeLilloren “ume” hitzaren erabilera kasu honetan ironikoa edo metaforikoa dela. Ironikoa izan daiteke, lehen irakurtektan ulertu ahal baita gizartea ez duela kontsumo fetitxistak hartu eta umeek bakarrik sufritzen dutela bere eragina. Ironiaren beste adibide bat da Jackek ikusten duenean Wilder «trying to grab items whose shape and radiance excited his system of sensory analysis» (DeLillo, 1985: 167). Wilder bezalako umeak bakarrik erakartzen ote dituzte kolore eta diseinu askotako kutxek? Umeak bakarrik bultzatzen al dituzte dendara eroatera joatera? Uste dut zinikoa dela hemen, gizarte osoa ikusi dugulako supermerkatuan antzeko jarrera duela, errealitatea eta esanahiaren erreferentzia galdua eta azalekotasunarekin jolasean, kolore eta formek bereganatu dutelarik beraien kontsumitzaile arreta.

Bestalde, DeLilloren “ume” hitza metaforatzat hartzen badugu, “zahar” hitzari ematen dion erabilera ere kontutan hartu behar dugu. Wilderrek merkataritza guneko gauzak hartzen saiatzen den pasarte berean bertan, aipatzen du “adineko” jendea galdua dagoela dirudiela merkataritza guneko hesi distiratsuen artean. Uste dut, DeLillo hemen, eta baita eleberriko beste momentu batzuetan ere, “ume” hitza ari dela erabiltzen “postmodernoei” erreferentzia egiteko, eta “zahar” hitza “modernistek” islatzeko. Jackek dio: «Older people in particular were susceptible to news of impending calamity, as it was forecast on TV by grave men standing before digital radar maps» (DeLillo, 1985: 167). Behin baino gehiagotan aurkezten ditu pertsona zaharrak harrিতa egongo balira bezala, gizarte postmoderno honetan



beldurtuta eta galduta. Mr. Treadwell, Babettek aldizkariak irakurri ohi zizkion itsua, da DeLillok deskribatzen dituen “adineko” horietako bat. Treadwell eta bere arreba galdu egiten dira merkataritza gunean eta hainbat egunetan han harrapatuta geratzen dira, noraezean eta beldurtuta. Merkataritza gune handi-handi batean galduta egotea postmodernismoaren garaian gertatutako aldaketa erraldoi guztiei aurre egiteko modernistek duten gaitasun eza gisa interpreta daiteke.

*White Noise* gaur egungo Estatu Batuetako mundu postmodernoa murgiltzen zaituen eleberria da. DeLillok arrakasta handiz artelan bat egin du Estatu Batuetako benetako kultura postmodernoa deskribatzeko. DeLilloren pertsonaiarentzat, egungo Estatu Batuetako errealitatea erabat artifiziala bihurtu da, eta honen arrazoia da komunikabideak, eta batez ere telebista eta irratia, bere bizitzetan sartu izana. Tresna teknologiko hauek errealitatea hipererrealitate bihurtu dute. Jendea arrotz hasi da sentitzen errealitatean, eta simulazioetan bilatzen du batesa. Telebista, irudi eta zurrumurru amaigabeekin, giza bizitzaren alderdi guztietan sartzen da. Masen komunikabideek lagundu egin dute kontsumo kultura zabaltzen. Jendea itsututa dago supermerkatu eta merkataritza guneetako eldarnio eta simulazioekin. Toki hauek alegiazko errealitate bat sortu dute eta jendeak guztiaren modu desberdinetan hautematen ditu gauzak bertan. Hipererrealia den eremu hau uzten dutenean, triste sentitzen dira. Jackek, erosketetatik etorri eta gero, dio: «We went to our respective rooms, wishing to be alone» (DeLillo, 1985: 84). Jackek ezin dio azalpenik eman azalekotasunetan, irudietan, kodeetan eta zeinuetan oinarritzen den hipererrealitate honi ez daukalako ez jatorririk eta ez antzekotasunik errealitatearekin. Jackek honek sortzen dion kezka adierazten du esaten duenean: «What good is knowledge if it just floats in the air? It goes from computer to computer. It changes and grows every second. But nobody actually knows anything» (DeLillo, 1985: 148-49).

Ondorio gisa: teknologiak jendeari aukera ematen dio hipererrealia den simulazio batean bizitzeko, eta laguntzen die beraien atzean uzten indarkeria, izugarrikeria edo benetako heriotza gogorarazten dien edozer. Murrayk deskribatzen du supermerkatua jendearen espiritualtasuna zamatzen duen toki bezala, berak dio: «It prepares us, it's a getaway or pathway» (DeLillo, 1985: 37). Supermerkatua errealitatearen «ihesbide» bat da. Era berean, jendea erosiz eta kontsumituz saiatzeko da heriotzaren zentzua ezabatzen; estasia sentitzen dute erosketa handiak egiten dituztenean. Sakon-sakonean, jendeak badaki teknologiak sortutako bozkario eta zirrara honek gutxi irauten duela, eta laister bueltatuko direla, telebista, zine edo supermerkatuark eragindako eldarnioa bukatzean, beraiarentzat beldurgarria den errealitatera.

## Bibliografia

- BARTHES, R. (1974): *S/Z*, trans. Richard Miller, New York: Will and Yang
- BAUDRILLARD, J. (1989): *America*, trans. Chris Turner, New York: Verso
- BAUDRILLARD, J. (1988): *Selected Writings*, trans. Jacques Mourrain, Stanford, California: Stanford UP.
- BAUDRILLARD, J. (1994): *Simulacra and Simulation*, trans. Sheila Glaser, Ann Arbor: University of Michigan Press
- BAUDRILLARD, J. (1983): *Simulations*, trans. Paul Foss *et. al.*, New York: Semiotext(e)
- BAUDRILLARD, J. (1998): *The Consumer Society: Myths and Structures*, trans. Chris Turner, London: SAGE
- BEST, S. (2001): *The Postmodern Adventure*, New York: The Guildford Press
- DELILLO, D. (1984): *White Noise*, New York: Viking Penguin
- ECO, U. (1986): *Travels in Hyperreality*, trans. William Weaver, San Diego: Harcourt Brace Jovanovich
- FEKETE, J. (1987): *Life after Postmodernism: Essays on Value and Culture*, Montreal: New World Perspective
- FISKE, J. (1987): *Television Culture*, London, New York: Methuen
- GENOSKO, G. (1994): *Baudrillard and Signs: Signification Ablaze*, London: Routledge
- KROKER, A. (1997): *Digital Delirium*, Montreal: New World Perspective
- KROKER, A. (1987): *The Postmodern Scene*, Montreal: New World Perspective
- LENTRICCHIA, F. (1991): *Introducing Don DeLillo*, Durham: Duke University Press
- LINDNER, C. (2003): *Fictions of Commodity Culture: from the Victorian to the Postmodern*, Burlington: Ashgate
- LYOTARD, J. (1984): *The Postmodern Condition*, trans. Geoff Bennington and Brian Massumi, Minneapolis: University of Minnesota Press
- MCLUHAN, M. (1996): *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, San Francisco: HardWired
- OZCALGAR-TOULOUSE, N. (2007): «Living for Ethics: Responsible Consumption in Everyday Life», in Belk, R. W., (ed.), *Consumer Culture Theory*, Amsterdam: Elsevier
- WHITFIELD, S. (2004): *A Companion to 20th-Century America*, Malden: Blackwell
- WILCOX, L. (2003): «Baudrillard, DeLillo's *White Noise*, and the End of Heroic Narrative», in Bloom, H. (ed.), *Bloom's Modern Critical Interpretations*, Philadelphia: Chelsea House Publishers, 97-115..