

《屠场》的异化消费

胡碧媛

(南京邮电大学 外国语学院, 江苏 南京 210046)

摘要:美国左翼作家厄普顿·辛克莱致力于以文学介入社会生活,其代表作《屠场》的生态意识获得学界共识。小说从包括食品安全问题在内的多层面反映作者对人类与环境之矛盾冲突的生态思考。其中,从消费主体和消费环境两方面所反映的异化消费问题阐释了人类物质生活层面的困境。辛克莱以移民群体作为再现的对象,从消费的符号层面与文化内涵探讨美国现代社会中资本的逻辑,以及资本与社会控制之间的关系。

关键词:厄普顿·辛克莱;《屠场》;异化消费

中图分类号:I106.4

文献标识码:A

文章编号:1673-5420(2011)04-0075-06

一、引言

“世纪已经消亡,世纪万岁!昨天尚属19世纪,今天已迈入20世纪。”^{[1]688}这是《纽约时报》在1900年元旦发出的世纪宣言。世纪之交的美国在留恋回望内战后相对繁荣稳定的景观时,也怀着期待、向往、激动、热忱、困惑、陌生、震惊等等的复杂心情憧憬新世纪的来临。工业化、城市化,移民的大量涌入构成美国20世纪初现代化发展的背景。经济的发展、社会结构的调整与转型造成社会的动荡,引发致力于文学再现的知识界人士的关注。厄普顿·辛克莱是这一时期声名鹊起的美国左翼作家,他坚信文学对社会生活的介入与影响,以批判社会弊端为己任,利用文学教化大众,积极投身危机干预与社会改良。

辛克莱的代表作《屠场》(1906)最初在左翼期刊《呼吁理性》(Appeal to Reason)上连载,在遭到包括麦克米兰公司在内的五家出版社的拒绝后,最终由当时名不见经传的达波德·佩奇公司出版,旋即引起轰动,出版伊始即在美国、欧洲乃至世界多个地区成为畅销书。“一方面是因为人

们对揭发丑闻很感兴趣,还因为辛克莱尔(即辛克莱)的主题存在普遍性:美国肉类加工业危害健康的做法与每个吃香肠的人息息相关。”^{[2]560}

近年来,当代生态思潮的兴起与发展促使辛克莱研究的复兴,《屠场》所涉及食品安全问题反映辛克莱对人与自然、人与社会的互动共生关系的思考。然而,“同样具有吸引力的是,辛克莱尔揭示了不同种类的腐败现象之间的关系,从城市的贪污受贿和公司的违法行为到房地产的欺诈和操纵,这些都发生在贫穷、目不识丁的移民的家里和工作中。”^{[2]560}

辛克莱从不讳言对政治的热忱,他的作品中突出的宏大叙事特征和意识形态特色往往是评论界争议的焦点。《屠场》所折射的辛克莱的生态意识具有多层次的体现,生态话语作为一种人与自然关系的文化性批判与反思涵盖狭义的自然与广义的环境的概念。美国生态学者劳伦斯·布尔一向主张将以城市环境为代表的“建构环境”(built environment)纳入生态批评的研究视野之下。辛克莱致力于在作品中反映城市工业化发展与移民生活的碰撞,反映工业文明发展所造成的生态及人

收稿日期:2011-09-30

作者简介:胡碧媛(1971-),女,南京邮电大学外国语学院副教授,博士,主要从事英美文学研究。

基金项目:江苏省社会科学基金项目(10WWD010);江苏省高校“青蓝工程”(苏教师[2008]30号);南京邮电大学科研基金(NY210027)

文危机。

关于深刻影响现代社会的生态危机的探讨引发诸多学者的关注。西方马克思主义是西方生态运动中一支重要力量,其中影响较大的流派有法兰克福学派和生态学马克思主义。法兰克福学派立足于总体异化理论,剖析了消费、生态等问题,提出了异化消费的理论,阐释资本主义制度下消费的异化、资源的过度开发与生态恶化之间的关系。消费的异化指的是消费摆脱了满足人类生活基本需要的功能走向其对立面,转化为过度的、奢侈的消费从而造成自然资源的浪费性使用,给自然环境带来沉重的负担。消费是维持日常生活的必要环节,消费的理性与非理性与消费主体、消费客体、消费环境、文化观念等等有密切的关联。

辛克莱在创作中以移民为其文学再现的主要对象,移民与美国梦的追寻,作为弱势群体的移民在美国的生存状况,移民从农业社会进入工业社会所面临的文化与价值观转型等都在移民的消费习惯与消费模式这一符号化表征中有所体现。对辛克莱的经典文本《屠场》的消费异化问题的探讨揭示了辛克莱对资本主义制度下生态危机成因的理解,从一个侧面阐释了辛克莱对资本主义制度的批判和他对社会正义的诉求。

二、婚礼:消费主体的自我异化

《屠场》叙述的是立陶宛移民约吉斯一家在美国的艰辛遭遇。约吉斯与妻子奥娜及家族的成员受到20世纪初东欧移民潮的冲击来到美国,在芝加哥的肉类加工厂谋求发展,他们急于分享美国经济发展的成果却不幸成为现代化发展的牺牲品。约吉斯辛苦工作却难以维持生计,工业化生产的非人性使约吉斯丧失了健康,妻子奥娜被凌辱死于难产,家中年迈的老人和年幼的孩子在恶劣的环境中死于非命,女性沦为妓女。小说从多层次夸张而真实地再现了20世纪初美国社会的状况。

评论界普遍认为《屠场》的结尾空洞且具有浓厚的政治宣传色彩,相比而言,对小说开头婚礼场景的描绘却赞许有加。这段描写是辛克莱亲眼目睹了一场立陶宛移民婚礼后的顿悟之作,它呈现的是一场如鲍德里亚所言的“丰盛”的景观,这与后文所描绘的地狱式的屠场状况形成鲜

明反差。辛克莱向《呼吁理性》的编辑解释说,他努力烘托“一种环境和氛围”,这个场面表达了这些移民虽然贫穷但却不愿意放弃“ueselija”或“盛大宴会”的辛酸^{[2]560}。

这场婚礼绝对是体面的消费盛宴。首先从食物的供应来说,虽谈不上是珍馐佳酿,但也可以说是美酒佳肴,种类繁多,数量充裕。“宴会正式开始了——摆上了火腿、泡菜、米饭、通心粉、大香肠、堆得山高的小面包、一碗碗的牛奶和一壶壶冒着泡沫的啤酒,此外,在你背后不到六尺的地方还摆着酒柜,你爱喝什么酒都可以去要,用不着付钱。”^{[3]5}其次是婚礼氛围的营造与烘托。这场婚礼可谓是宾朋满座,热闹非凡,最为出彩的是乐队的演出。他们善于制造气氛,调动所有人的欢乐情绪。“三个人就狂热地演奏起来,在场的人立即随着乐声合唱,不少男女都像魔鬼附身似地大喊大嚷,有些人还跳起身来使劲跺着地板,高举酒杯彼此祝酒。”^{[3]10}再次就是婚礼细节的策划与安排。年轻时算是“饱学之士”^{[3]11}的约吉斯父亲安东尼斯老爹独创的祝辞,被视为婚礼的精彩节目;核心内容是某种不间断舞蹈的婚礼重要仪式,往往持续三四个小时。如果仅从如上的因素判断,这场婚礼的举办符合基本的传统伦理,毕竟结婚是终身大事,隆重热闹是基本的原则,人们对婚礼的期待就是一场狂欢的盛宴。但是,新郎约吉斯的兴奋与不知所措,新娘表姐玛利亚的颐指气使,亲戚朋友的忘乎所以,这一切都无法遮蔽还不满十六岁的新娘奥娜的忧郁与悲伤。

这次婚礼的费用想起来都使人毛骨悚然。数目准会超过二百元,也许是三百元,而三百元却超出了室内大多数人一年的收入。这儿有一些体格强壮的人在地板上还有四分之一吋积水的寒冷地窖里从清晨一直工作到深夜,——这些人一年有六、七个月从星期日下午起到下个星期日上午始终见不到阳光——但他们一年所挣的钱都还不到三百元。这儿有一些小孩子还只十来岁,眼睛都望不到工作台的台面——他们的父母谎报了年龄才替他们找到了工作——而他们一年都挣不到三百元的半数,甚至连三分之一也挣不到。然而,在你一生中的某一天,在一次婚礼中,却把偌大一笔钱一下子花光!因为明显得很,要么在你自己的婚礼中一次花掉这笔钱,要

么在你所有亲友的婚礼中长时期内慢慢花掉这笔钱,两者并没有什么区别。〔3〕17

由此看来,奥娜的担心绝对不是杞人忧天的无病呻吟,远远超出自我支付能力的消费,应该可以算得上是某种奢侈消费。再仔细阅读这段婚礼的财务报告就不难发现,婚礼的开销虽说不上是节省,但也不算铺张,只是食物丰盛了一些,并且按照惯例请了乐队,亲戚朋友多了些。这样一来,只有一种可能:举行婚礼的新人和承办婚礼的家人处于收入过低的社会阶层,对于一般中产阶级而言的正常消费已成为这些移民阶层的奢侈消费。

关于芝加哥屠场的移民收入与家庭预算报告表明,肉类加工业是20世纪初芝加哥的支柱产业,雇佣了大批非技术性工人,其中包括大批来自东欧的廉价劳动力。考虑到包括工作时间、健康状况、工作的稳定性等各种因素,一位成年立陶宛男性的收入在500~600美元之间〔4〕398-400。这一数据指的是1910年的状况,与小说中的描绘亦有一定差距,但是调查毕竟难以覆盖所有的样本,有一点可供参考的是,移民被大量雇佣的原因是他们愿意接受一般美国工人都认为过低的薪水。而这带来的直接后果是,移民因过低的收入,甚至是远低于一般美国工人的收入而占有非常微薄的财富,或者说微量的物质资源。

20世纪初美国的移民潮是以美国式的物质“丰盛”为背景的。来美的移民认为他们可以获得分享丰裕物质的权利,认为这是平等与民主的必要组成,而获得这一权利的基础是工作,享受这一权利的途径是消费。消费的本源应该以一定的个人需要和公共的物质保障为基础。当商品经济处于不发达阶段时,消费者的消费领域比较狭窄,消费的内容很不丰富,满足程度也受到很大限制,消费者的消费需求及其满足程度都处于一种压抑状态。然而,20世纪初美国经济与商业的繁荣发展,为移民展开了消费的幻象,使他们将个人梦想的实现和家庭幸福的取得直接等同于物质的获得与占有,换言之,也就是将个人伦理构建与商业化模式趋同。消费需求往往应该与消费能力成正比,消费能力是指消费者对所需消费品和劳务的货币支付能力,是消费需求的基础和前提。当消费能力远远滞后于消费需求,

消费欲望已经脱离了真正的消费需求时,就会产生异化消费。

从以上分析可以看出,异化消费的形成要从消费能力和消费需求两个方面进行探讨。消费需求一旦成为奢侈型消费,那么即使具有与之匹配的消费能力也是一种异化消费,更不用说消费能力落后于甚至是远远落后于消费需求的消费形式。从文化的角度来说,约吉斯婚礼的消费需求属于正常的消费伦理范围之列。但是就现实情况而言,约吉斯一家的消费能力远远低于婚礼要求的支付能力,换言之,即使是最单纯的喜宴形式的婚礼消费已成为约吉斯一家难以承担的奢侈品。婚礼消费是一种需要,是受到文化传统与社会习俗的影响而产生的消费形式,即使如此,消费是分层次的,是否成为异化消费与消费能力有着必要的关联。婚礼的文化传统受文化族群的观念影响,虽然各文化族群在文化观念上有差异,但是婚礼消费却有着普遍性,因为这一文化符号指向具有普世意义的成家立业观念。约吉斯一家建家的理念在美国的文化氛围中产生了嬗变,他们受到商业模式的影响而将幸福观定格在超过消费能力的物质形式上。

奥娜的忧心忡忡不无道理,这源于对他们的消费能力缺乏信心。在婚礼进行中,奥娜已流露出惊恐之色,约吉斯自然是百般安慰。婚礼后的第二天,约吉斯告知奥娜理应在家休息一天,奥娜却“惊恐地攥住他的一只胳膊,喘着气说:‘不!不!这样会把我们给毁了!’”约吉斯依然给予已重复了无数次的回答:“交给我好了;交给我好了。我可以多挣些钱——我可以多干些活儿。”〔3〕27按照正常的伦理逻辑,辛勤工作可以为合理消费提供基础与保障,条件是劳动力的价值得到适当的、平等的认可。但是在当时美国资本主义的生产条件下,约吉斯的移民身份决定他的劳动力价值被贬低。在与一位非移民身份的劳动力相比时,约吉斯的劳动力价值也已大打折扣,更不用说资本主义条件下劳动力的剩余价值都被剥削。

为了筹办一个较为体面的婚礼,约吉斯和奥娜披星戴月地工作,节衣缩食地省钱,即使如此仍然感到婚礼会让他们入不敷出,所以他们考虑过放弃举办喜宴。“他们这么一提,就和长辈们的意见相左了。这种想法尤其使伊莎比塔大娘(奥娜的继母)感到难过。哦,她会哭的。像一对

乞丐似的在街头成亲!不成,不成。以伊莎比塔的教养,她还是要保持体统的……决不能为省几个钱就放弃体统。”^{[3]86}可见,出于移民群体文化价值观的考虑,约吉斯和奥娜必须坚持这一消费形式。但是,坚持这一消费形式的后果是使得作为消费主体的人产生极大的心理负担,特别是如约吉斯一家人那样,消费能力严重缺乏的移民或是穷人弱势群体。放弃婚宴的筹办,放弃宴请众多宾客的做法,办一个相对简朴符合约吉斯家消费能力的婚礼是消除心理负担和精神压力,避免婚后的生活笼罩在负债的阴影之下的选择,这在当代社会而言亦有种种类似的案例。但是在20世纪初的美国,文化传统影响下的消费需求与移民的实际消费能力产生了悖论性的矛盾,而且移民最终还是选择超越他们消费能力的消费形式,难以逃脱消费的幻象。因为现代美国的意识形态将物质的丰盛与移民建家立业的梦想建立联系,并且将这一梦想的实现寄托在物质消费的途径上,也就是制造马尔库塞所言的“虚假的需要”。

马克思曾预见到:“消费不只是使产品成为产品的终结行为,而且也是使生产者成为生产者的终结行为……生产把消费的动力、消费能力本身当做需要创造出来。”^{[5]11}如果说在马克思所处的资本主义早期阶段消费已呈现出了被动性和强制性,超越了个人真实需要,那么,在马尔库塞所处的工业发达社会这种消费的被控制程度更强,控制的方式也更加隐蔽。马尔库塞认为,在发达工业社会中,人们把物质需求作为自己最基本的需求,这种不属于人本质需要的需求是“虚假需求”,它是这个社会强加给个人的。

马尔库塞指出,一旦把这种“虚假的需求”强加给个人后,就会出现个人与社会制度的一体化现象。这种一体化首先是需求的一体化,而需求的一体化又必然带来利益的一体化:个人把社会的需求变成自己的需求后,必然会把自己的利益和前途与社会的利益和前途联系起来。“无论这些需要有多少可能变成个人自己的需要,并由他的生存条件所重复和增强;无论个人怎样与这些需要相一致并感觉到自己从中得到满足,这些需要始终还是他们从一开始就是的那样——要求压制的势力占统治地位的社会的产物。”^{[6]6}

阿格尔指出,“异化消费”是异化劳动的合乎逻辑的对应现象。由于资本主义生产及劳动分

工的发展,致使生产过程本身日益破碎化、被动化、外在化。尽管由于科学技术的进步使工人的工作生活条件极大改善,但劳动对人们来说仍然是单调、乏味、无聊的苦役。在生产过程中,人是不自由的,工人在不断程序化的控制和强制协调下劳动,因而是异化劳动。处于异化劳动中的工人为了逃避劳动过程的异化,就到劳动之外的闲暇时间和消费中去寻找自由和幸福的体验。“劳动中缺乏自我表达的自由和意图,就会使人逐渐变得越来越柔弱并依附于消费行为。”^{[7]493}

三、房宅:消费环境的强迫性异化

工业发达的资本主义社会中劳动的不自由使人们在消费中寻求自由和快乐的感受,消费成为人们逃避现实的有力手段。但是,消费并不是个性化的消费,不是满足人的真实需求的消费,而是按照厂商的设计与意图、广告商的诱导来实现的。

他把那张广告拿了出来,这张广告很像是艺术品。约有两呎长,印在月历纸上,所配的色彩是那么明亮,甚至在月光里也闪闪发光。广告的中央是一所房屋,漆得油光光的,既新且亮。屋顶是紫色的,镶着金边;房屋本身是银色的,门窗是红色的。这是个两层楼建筑,前面有廊子,边上有涡旋形装饰;这所房子画的非常详细,连门把手都画了出来,廊子里还有一张吊床,窗内挂着镶白花边的窗帘。房屋底下的一角画着一对夫妇,正在亲热地拥抱;在对面的角上画着一个摇篮,张挂在摇篮上面的软帐拉得严严的,一个微笑的天使鼓着银翼在上面飞翔……上面用波兰文、立陶宛文和德文写着……为什么不住自己的房屋?你可知道你能用低于房租的钱买一所房子吗?我们已经修建了几千幢房屋,现在都有幸福的家庭住在里面。^{[3]61}

这是一段《屠场》中的房宅广告,所宣传的商品明显是以移民为潜在消费者,因为广告词的撰写使用的是大量移民的来源地——东欧国家的文字,“波兰文、立陶宛文和德文”,其传达的信息包括:其一是营造现代技术的梦幻,包括广告的视觉冲击及房宅意象的设计,其中不乏失实和夸张的成分;其二是试图诱导移民以消费来消除身

份焦虑,迎合移民身份建立的渴望,在“财产的拥有和美国身份之间”^{[8]36}建立联系,“暗示(获得)跨越阶级界限的美国身份”^{[8]38};其三是将消费手段与伦理幸福观建立联系,并传达以消费方式可获得均等权利,获得正义平等的信息。来自技术不发达的农业文明的移民,尚未摆脱如动物般依靠自己的肌肉力量与环境抗争的模式,以一种神圣仰望的自然观看待物质的所得。现代性消费变成了一种不受限制的消费,此时人们对商品的消费,已不仅仅满足于使用价值层面,更多的则是赋予了商品本身以符号化的象征意义。移民约吉斯们的认知心理和文化价值观不仅期待原始的物质渴望,而且也指向这一符号化的象征意义。鲍德里亚分析到,符号消费的不是物而是关系本身,其实质在于通过物的消费获取身份建构的意义,从而对社会结构进行区分^{[9]41-42}。

在屠场所在的罐头镇安顿好之后,生活向全家人展现最初的曙光。约吉斯顺利找到工作,一家人庆幸之余好消息不断传来:奥娜的哥哥约纳斯也在朋友的帮助下就业成功,奥娜要强的表姐玛利亚也不甘落后,居然找到一份油漆罐头的技术活,一天两元的工资足以令玛利亚欣喜若狂。本可以在家清闲养老的安东纳斯老爹,也不禁跃跃欲试地试图挣钱养家。“他们既然有了这么好的运气,就觉得自己有权利向往一个家了。”^{[3]60}在商讨买房的计划时,一家人也进行着理性的核算,考虑所购房宅的性价比,未来一家劳动力的工作前景和还贷能力等等。虽然大家亲眼目睹的房宅与广告中的描绘相去甚远,但是房屋代理人狡黠的说辞令众人感觉这属于稀缺资源,能在资源的占有上拔头筹意味着一种权利意识。房宅所配备的一些诸如门锁、门插销、洗涤槽、水龙头等技术性产品更成为一家人的向往。大家毫无知觉地一步步落入消费的陷阱,直到无以逃脱,难以自拔。

约吉斯一家买房置家的计划从程序而言按部就班,符合契约社会的合法原则。但是在消费过程中,移民的前现代期的文化观念与消费心理,对现代消费环境的无知无觉使移民成为异化消费的牺牲品。契约中的法律术语非约吉斯之类的移民可以理解,而“甲方因此立此契约,同意租给上述双方的乙方……每月租金十二元,时间共八年零四个月”^{[3]68}。买房的需求却成为租房之实,“律师解释说租金只是个形式——房产总

是说成是出租,直到把最后的一笔钱付清为止,目的是万一买方付不出钱,就可以更容易地把他们赶出屋去。”^{[3]72}消费环境明显的异化却因为成功利用移民的消费心理和消费认知的局限达到强迫性消费的目的。

为了支付房宅的消费,一家人不得不拼命工作。然而他们发现,在房宅上投入的越多,需要弥补的窟窿越大。换言之,他们陷入了消费的怪圈:试图通过消费的途径去满足需要,却滋生出更大的需要,要求更大量的生产去推动。“他们月复一月地辛勤劳动,以便凑出每月十二块钱和利息,以及不时缴付的捐税和其他费用,还有修缮费等等五花八门的开支。”^{[3]247}鲍德里亚谈到:“消费的真相在于它并非一种享受功能,而是一种生产功能。”他认为:“享受会把消费规定为自为的、自主的和终极性的。然而,消费从来都不是如此。”^{[9]70}以此,他否定了消费的个人享乐因素,而将消费看做是生产活动的组成部分。于是,社会再生产、经济增长、社会发展与消费相互影响,相互作用,在以逐利为本质的社会形态中,消费过程及消费欲望的产生不会终止。

四、结语

消费是人类个体生命得以延续所必需的,也是社会繁荣进步所不可缺少的物质实践活动。消费与生产是否构成正态的互动关系对自然资源的利用和生态环境产生影响。工业文明社会中消费作为促进社会再生产的手段而产生异化,实质是社会环境和人类自身的异化。《屠场》中的消费主题阐释人类物质生活层面的困境,显示辛克莱对人类在城市环境中生存的思考。他以移民群体作为再现的对象,从消费的符号层面与文化内涵探讨美国现代社会中资本的逻辑,探讨资本与社会控制之间的关系。因此,辛克莱对异化消费问题的关注从文化及社会政治的双重视角反映作者对生态危机之根源的理解。

参考文献:

- [1] MAILER P, et al. *Inventing American: a history of the United States* [M]. New York: W. W. Norton & Company, 2003.
- [2] 萨克文·伯克维奇. 剑桥美国文学史·散文作品:第三卷[M]. 蔡坚,等,译. 北京:中央编译出版社,2010.
- [3] 厄普顿·辛克莱. 屠场[M]. 肖乾,等,译. 北京:人民文学出版

社,1979.

- [4] KENNEDY J C. Immigrant wages and family budgets [M] // CLARE V E. The jungle: an authoritative text, contexts and backgrounds, criticism. New York: Norton, 2003: 397 - 405.
- [5] 马克思恩格斯选集: 第2卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1995.
- [6] 赫伯特·马尔库塞. 单向度的人: 发达工业社会意识形态研究 [M]. 刘继, 译. 上海: 上海译文出版社, 2008.
- [7] 本·阿格尔. 西方马克思主义概论 [M]. 慎之, 等, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 1991.
- [8] SHAIMAN J M. Building american homes, constructing American identities: performance of American identity, domestic Space and modern American literature [D]. Dregon: University of Oregon, 2004.
- [9] 让·鲍德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富, 全志刚, 译. 南京: 南京大学出版社, 2008.

The theme of overconsumption in *The Jungle*

HU Bi-yuan

(School of Foreign Languages, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing 210046, China)

Abstract: Upton Sinclair, an American leftist author, is dedicated to a social reform with literature. Recent scholarships acknowledge the ecological awareness in *The Jungle*, his masterpiece, which represents the conflicts between human beings and the environment from various aspects beyond food security. The theme of overconsumption of the novel, reflected from the alienation of the subject and the environment of consumption, demonstrates that human beings are materially alienated. Sinclair builds his representation around immigrants' life, explores the logic of capital in modern America by analyzing the cultural connotations of consumption, and reveals the relationship between capital and social domination.

Key words: Upton Sinclair; *The Jungle*; overconsumption

(责任编辑: 范艳芹)