

符号消费视阈下《蛾烟》中的伦理失范原因探究

魏逸亭

(信阳农林学院 河南信阳 464399)

【摘要】 莫欣·哈密德(Mohsin Hamid)是著名的英籍巴基斯坦裔作家,其作品往往扎根于巴基斯坦人民的生活现状。《蛾烟》(Moth Smoke)(2000)作为哈密德的问世之作,该部小说聚焦于20世纪60年代受西方消费文化影响下的拉合尔人民的生活缩影。哈密德通过叙述主人公达拉的个人悲剧,揭露了1960年代在消费社会影响下拉合尔人民颓废空虚的精神世界。鉴于此,本文依托于符号消费理论视角,对《蛾烟》中的伦理失范现象进行追根溯源,旨在揭示符号消费意识对人类精神世界所造成的戕害。

【关键词】 《蛾烟》;符号消费;符号价值;伦理失范

DOI: 10.18686/jyfyzy.v3i9.54211

莫辛·哈密德(1975-)毫无疑问是当代英国文学界最杰出、最多产的巴基斯坦小说家之一,他的作品涉及到各种领域,如政治、艺术、文学、旅行等。作为一名当代英国亚裔小说家,哈密德的作品聚焦于对当今社会现实问题鞭辟入里的深刻分析与其对人类集体命运极具人道主义情怀的深远忧思,哈密德所创作的前三部小说不仅体现了故事主题的深刻主题意蕴,同时在叙事结构的巧妙形式上体现了哈密德精湛的叙述技巧。

哈密德的第一部小说《蛾烟》自出版以来便广受读者喜爱。一些评论家认为这部小说是次大陆英语写作一代中最迷人的小说。作品主要讲述了主人公达拉希科·谢扎德的悲剧命运。达拉在拉合尔的腐败社会中遭受着贫穷、暴力、背叛和他最好的朋友的阴谋折磨。通过讲述主人公的悲剧,小说揭示了20世纪60年代生活在拉合尔的民众的颓废生活状态。

然而,小说《蛾烟》的相关研究在国内学术界可谓是一门可罗雀。作为巴基斯坦裔著名作家哈密德的第一部小说,《蛾烟》对族裔文学研究有着深远的意义,理应被学术界重视。鉴于此,本文将立足于符号消费相关理论,对《蛾烟》中人物所呈现出的精神荒原进行解读,旨在分析该部作品中所呈现出的伦理失范现象的根本原因,以此希望为国内学术界对哈密德的相关研究注入新的血液,同时提供消费主义批评范式这一新研究途径。

1、符号消费下的伦理失范致因

符号消费是鲍德里亚消费主义理论的核心概念之一。尽管鲍德里亚并没有在《消费社会》中给出“符号消费”的直接定义,但这一概念显然体现在他的论述立场中。鲍德里亚认为,物体的功能价值逐渐被其符号价值所取代。人们消费的真正目的不是商品的功能价值,而是可以证明消费者身份、地位和阶级的符号价值。正如鲍德里亚所说:“……它(物质)不再具有使用功能,但是一种证明功能”(Baudrillard,1998:54)。

在《蛾烟》中,符号消费作为主要消费意识,主导着消费社会的操作规则,其中上层阶级和下层阶级的人物均有通过炫耀性消费来构建自我认同的深层欲望。根据卢瑟福的观点,“身份是关于‘归属’,关于你与一些人有什么共同之处,以及你与其他人有什么区别。最基本的是,身份给予个体在社会认同中的定位,是个体个性的稳定核心”(Rutherford,88)。可见,区别是建立身份的核心要素。然而,在这部小说中,人物热衷于通过追求物的符号价值来构建他们的个体差异,在此基础上,真正的个体差异被一系列符号代码所构建的差异所取代。正如鲍德里亚所说,“对差异的崇拜是基于符号的建立”(Baudrillard,1998:89)。鲍德里亚认为,在现代消费社会中,物体的功能价值已被符号价值所取代。

在这本小说中,符号消费已经渗透到全社会,对整个社会产生着极大的影响。奥兹,作为该部作品中上层阶级的代表人物,以符号消费作为保持自己身份地位的唯一手段。他沉迷于通过炫耀性消费的行为来建构自己的个人身份地位。然而,同样在符号消费意识的驱使下,属于下层阶级的达拉,由于无法通过炫耀性消费利用符号价值在社会中获得认同而彻底堕落。然而,符号价值标准下构建的个体身份却是单一的,缺乏多样性的,因为“‘个性化’类型的差异不再使个体相互对立;这些差异都是无限代码的排列,并限制于符号之中,在此基础上巧妙地产生和复制”(Baudrillard,1998:88)。

在《蛾烟》所描绘的消费社会中,消费品是被视为身份替代品的符号价值。在小说中,尤其是在以第一人称视角叙述的章节中充斥着由符号价值建构出的不同身份下的个体差异,然而,所谓的差异往往反映在外在的“物”,而不是个体塑造自我的精神世界上的真实差异。如小说所描述的这样的情节:当达鲁来拜访刚从美国回到拉合尔的奥兹时,老朋友们的重聚并没有使达鲁感到欣慰。相反,当他到达奥兹的住所,看到豪华的建筑时,他感到紧张。“我把车停到一堵高墙里的大门前,我认为这是奥兹的地方。这就是他的新地方。我有点紧张,因为几年过去了,而我的房子还和他离开时一样小”(Hamid,9)。由此可见,别墅作为一种炫耀性消费的商品,已经成为了个体身份的外在载体。

此外,哈密德还描绘了一个由符号构建的社会,其中不仅物体被赋予了符号价值,甚至艺术形式也试图传达一种优越感,并被用来将人们划分为不同的社会等级。在“拉合尔超级富豪”的宴会上,达拉发现“即使音乐也不是一般的俱乐部音乐,而是一些我以前从未听过的混音(因为,我很快就听说,DJ专门为这个派对混音,并从伦敦寄来)”(Hamid,88)。在这里,音乐形式最直观的功能之一是一种区分功能:精英主义的审美形式代表精英阶级;平民的审美形式代表大众阶级,用来强调“精英”的优越性。在《政治经济符号学批判》一书中,鲍德里亚评论了美学形式的独特功能,以住房装饰的风格为例,他指出:“美学特权不再附属于油漆或粗糙,而是可以自由地结合所有术语:靠近粗糙的木材或光滑的大理石和裸露的混凝土”(Baudrillard,48)。可见,房屋装饰风格与派对上演奏的音乐风格的区别只是材料载体的差异,这本质上是审美形式的异化。混合的音乐风格,与鲍德里亚所描述的装饰具有共同的本质,这表明它展示了属于上层阶级身份的群体优越性。

因此,在某种程度上,《蛾烟》中的物体被人性化。相反,人被物化或符号化。《蛾烟》描绘了一个由符号消费意识操纵的物质世界,来自不同阶层的人物麻木而贪婪地追求物体的符号价值来表征自己的个性或差异。因此,物逐渐被人性化,成为人的主宰者。物作为奴役人类的主宰者,成为小说中唯一的主角。小说中的人物痴迷于符号价值,完全被“物”所奴役,

最终失去了真正的自我，丧失了最基本的伦理价值判断。正如鲍金所指出的那样，“许多人并没有采取过具有历史价值的行动，也没有选择过一种具有独特品质的生活方式。然而，由物化价值支撑的高端消费品使他们认为自己具有卓越的品质”（鲍金，116）。符号价值带来的虚幻成就误导人们相信物质丰富意味着成功，因此，沉迷于物质的追求，完全失去了对精神世界的充实。

精神世界的极度空虚最终导致奥兹伦理失范的后果。在一个按消费能力划分等级的社会中，奥兹无疑是社会的“贡献者”之一。他是“受人尊敬的”，可以在不承担法律责任的情况下乱闯红灯，因为“豪车具有通行权”（Hamid,24）。在宴会上，他总是一个被社会攀岩者包围的人，他被视为一个有潜力的“社会股票”（27）。此外，他依靠父亲在政府中的权力和地位，贿赂证人，甚至买通整个法庭，让达拉成为他的替罪羊。在消费者社会金字塔的顶端，奥兹总是沉浸在由符号制造的奢华生活中，并最终导致唯“物”主义——“唯一导致西方和西方化人民精神崩溃的主要罪犯”（叶知秋，289）。

综上所述，奥兹沉迷于极端奢侈的生活，被各种符号价值所包围，最终成为一个将自我建立在符号价值之上的人。正如鲍曼所说，“人们在商品中认识自己；他们在汽车、高保真音响、多层住宅、厨房设备中找到自己的灵魂”（鲍曼29）。失去所拥有的符号价值对奥兹而言本质上就是他灵魂的丧失。正是他害怕失去所有外部的东西，使他最终失去了他真正的自我，并最终导致了他做出漠视生命，背叛朋友等违背伦理的行为。

2、结语

在符号消费意识的驱使下，小说中的人物沉迷于追逐“物”的符号价值，试图以符号价值为准则建构身份认同，这导致了以符号秩序为核心的等级社会。符号价值赋予上层阶级权力话语，社会正义被逐渐抹杀，符号秩序代替了社会秩序，并凌驾于法律之上，从而最终造成了伦理失范现象。本文通过从符号消费视角分析《蛾烟》中的伦理失范原因，旨在给身处当代消费社会的人以启示，呼吁人们建构正确的消费观，关注精神世界的健康长足发展，具有一定的现实意义。

参考文献

- [1] Baudrillard, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures* [M]. Trans. Mike Gane. London: Sage Publications Ltd, 1998.
- [2] Baudrillard, Jean. *For a Critique of the Political Economy of the Sign* [M]. Trans. Charles Levin. New York: Telos Press, 1981.
- [3] Baudrillard, Jean. *The Mirror of Production* [M]. Trans. Mark Poster. New York: Telos Press, 1975.
- [4] Bauman, Zygmunt. *Globalization: The Human Consequences* [M]. Cambridge: Polity Press, 1998.
- [5] Hamid, Mohsin. *Moth Smoke* [M]. New York: Penguin Random House, 2000.
- [6] Rutherford, Jonathan. *Identity: Community, Culture, Difference* [M]. London: Lawrence & Wishart Ltd, 1990.
- [7] 鲍金 (Bao, Jin). *消费生存论——现代消费方式的生存论阐释* [M]. 北京：中央编译出版社，2012.
- [8] 叶知秋 (Ye, Zhiqiu). *精神现象研究* [M]. 北京：中国社会科学出版社，2011.