

《皮袜子故事集》VS 万宝路广告

——浪漫主义色彩下的生态“回归”

郭雯

(苏州科技学院 外国语学院,江苏 苏州 215000)

摘要:美国人热爱荒野,那独特的意象已成为美国文学诸多创作形式的源泉。探究了两种貌似矛盾的表现形式,即库柏的边疆传奇《皮袜子故事集》与万宝路香烟广告,试图分析各自特色,通过对比,找出异同,发掘两种不同表现手法下共同体现的美国浪漫主义色彩和民族精神,旨在提出人与自然和谐统一的生态意识,并把这种意识上升到精神生态层面,表达了现代人对回归自然和自由的向往。

关键词:《皮袜子故事集》;万宝路广告;美国浪漫主义;生态意识;回归

中图分类号:G206 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2011)01-0068-04

一、引言

《皮袜子故事集》和万宝路广告一个是经久不衰的文学作品,一个是经典的商业广告,两种截然不同、甚至看似矛盾的表现形式有何关系?美国人喜爱荒野,它早已是众多文学作品的素材。“早期殖民时期的荒野描写更多是以人的利益为中心(anthropocentric),而浪漫主义时期强调保护日益被人类破坏了的环境,致力于生态观点关注生态(ecocentric)”^[1]。美国浪漫主义时期的许多作品强调人与自然的和谐关系,并提出“回到自然”的口号,这可能源于人们看到了机器大工业文明时代的种种矛盾和希望的幻灭。浪漫主义认为,人性原有的纯朴与自然,人类与大自然的和谐,都因为现代工业的发展,因为物质欲望的弥漫,而逐渐丧失^[2]。生命本体应该是自然淳朴、无忧无虑、自由快乐的。以往众多关于生态的小说和论文主要集中于人与自然环保的生态观,但是人类拥有精神和灵性,归根结底,生态应由人类的精神去支配并达到平衡,因此对于生态意识应当上升到精神状况和心灵处境。本文由表及里,在浪漫主义视角下,通过比较、对照,探讨《皮袜子故事集》和万宝路广告背后的深刻意蕴,重点研究文学艺术体现的人类回归自然和追求生态

平衡的意识。对于文学艺术的阐释应当放在人类庞大的生态系统中,通过言语等技艺,着重表现人类生存状态和精神状态,这才是文学艺术真正的价值。两者都选择了西进运动的“未开发的荒蛮之地”,表现了对荒野生活的热爱,对大自然的追求,及个人(Natty Bumppo 和牛仔)在荒野中体现出美国人不惧困难、勇于奋斗的生活态度,以及返璞归真的自然情趣。这里的“自然”既指与工业文明对立的原始自然,又涵盖了人的本性。《皮袜子故事集》和万宝路广告不约而同地体现了美国本土气息和民族精神,旨在召唤人们回归自然、保持生态平衡的意识,并将其上升到精神生态的层面。

二、《皮袜子故事集》的个人、自然与灵性

提到美国本土文学,不得不提到库柏(James Fenimore Cooper)。他是美国民族文学的奠基人之一,致力于对大自然的客观描写,《皮袜子故事集》(Leather Stocking Tales)就是他最著名的边疆传奇小说代表作。美国浪漫主义文学注重人与自然的的关系,个人是自然的一部分,大自然本身就是精神灵性的象征,并且强调个人奋斗。当无数的本国人 and 移民们怀着美好的“美国梦”,踏上西部

收稿日期:2010-12-13

作者简介:郭雯(1982-),女,江苏苏州人,讲师,硕士,研究方向:翻译理论与实践。

那片未开发的旷野,准备通过个人努力利用自然,挖掘自然,创造财富时,人们也许并未考虑生态问题,但在库柏的作品中,他已对破坏生态进行批判。《开拓者》(The Pioneers)中描写了大规模射杀北美候鸟等灭绝物种和破坏自然资源的行为,严厉批判了现代文明对荒野的侵扰^[1]。绰号为“皮袜子”(Leather Stocking)的主人公 Natty Bumppo 一生都在荒野中生活。为何选择荒野这个背景?因为未开垦的荒野能够塑造美国人勇敢、热情、正直、淳朴等美德,并且把这些品德作为自身的生活准则^{[3]82}。作品中的 Natty 本身就是无数美国生活态度和个人主义的象征,荒野也是自由境界的象征。

美国浪漫主义崇尚的观点是自然具有神性、灵性,具有性格塑造的价值。爱默生(Ralph Waldo Emerson)坚持人与自然共具神性的观点,并把自然作为精神与上帝的象征,强调个人要依赖于自身努力达到精神境界的完美,精神(spirit)或超灵(oversoul)才是宇宙中最重要的,而非客观物质本身,文学创作是大自然融入人灵魂的精神媒介^[4]。库柏认为原野对人性塑造有积极的影响,荒蛮象征着勃勃生机和无穷力量,这在《皮袜子故事集》中屡见不鲜,比如对于壮美河山、湖光山色、森林草原等的描写。《打鹿将》(The Deerslayer)中描写道:“这是一块不曾为人类蹂躏和玷污过的处女地。”“这里的一草一木还都像上帝安排的那样,按照自然规律自生自灭。”Natty 在这片未经开垦的处女地,尽情呼吸着清新的空气,这里的一切仿佛充满着灵性,展现在人们眼前的便是一幅和谐的风景。在这里,Natty 尽情融入于自然之美,这份恬淡安宁促发了个人的心灵之美,从而得到了身心之发展。

库柏在描写 Natty 这个伟大的流浪者的同时,还赞扬了美国新生民族英雄,如农民、山地人、伐木工、牛仔等,这些男子汉充满了英雄气概,厌恶文明社会中的虚荣和虚伪,通过大自然的描写,表现了对自然的敬畏和对上帝崇拜。《最后一个莫希干人》(The Last of the Mohicans)中,Natty 体现了个人英雄主义,他孤单,但耐得住寂寞,仍然行走于大自然之间,到处拯危救困。他就是大自然之子,极少有人能够懂他的心灵。他内心对自然的膜拜,让他虽处野蛮之地但精神境界又超越了野蛮。在他内心,正义是永恒的。他希望人类不分肤色、宗教、种族等级,所有人都应情同手足,

充分按照人们各自的才华或天赋各就其位,过上顺乎自然的生活。

Natty 终生未婚,尽管在《打鹿将》和《探路者》(The Pathfinder)中,他都经历过爱情,但最后还是选择了回归,边疆和荒野才是他的爱人,只有在自然中才能体会自由无忧的生活。他对荒野生活的热爱和探险的乐趣都放在了他生命的首位,这些都是生命本体的真实体现。在最后一部《草原》(The Prairie)中,Natty 逃离了文明,重新回到了西部草原,这也是年迈的 Natty 及库柏本人对回归自然的渴望。对于这部小说的评论,不应局限于作品荒野题材、环境和自然的描写,它更体现了探求者精神和心灵的信仰和憧憬,“回归”已不仅仅是回归美丽的大自然了,更有一种洗涤心灵、思考人生归属、寻求社会生态平衡的愿望。

三、万宝路广告的深远涵义

广告的本质是商业活动,似乎与文学作品毫无关联。然而,看过万宝路广告的人一定会被当年电视上的画面深深吸引。它与美国浪漫主义文学经典的荒野描写如此相像,都展现了逍遥自在的纯净世界。自 1954 年以来,万宝路香烟广告都用美国蒙大拿州作为展示其牛仔形象的背景,它没有选择维吉尔《牧歌》中的田园风光。选用美国西部蒙大拿那片一望无垠、原始粗犷的旷野,并非偶然。蒙大拿州也因此被称为“万宝路的故乡”。而库柏作品中也有对牛仔等新生民族英雄的描写,这种充满男子气的形象已在美国人心目中根深蒂固。

对于广告的研究可以从符号学的“能指”与“所指”出发。索绪尔把语言符号看作是一个概念和一个有声意象的统一体,有声意象又称能指,概念又称所指^[5]。万宝路中“能指”是一个体魄健壮、刚劲坚毅、皮肤粗糙的美国牛仔,在宽阔的草原上骑着奔驰的骏马,手指夹着一支万宝路香烟,深邃的双眸透露着美国人特有的气质;“所指”则是广告背后更深的内涵,自由驰骋于广袤的旷野正是生活在钢筋水泥城市居民心中对自由的向往,那粗犷而有力的生命力也体现了美国一贯的民族精神。当高度发达的文明破坏了原有的纯洁之地,万宝路的形象已上升为文化象征,它代表着人们想逃避文明所带来的挫折,但又非逃避责任,因为美国人是强调个人生存能力的。

观众必然领略到这份豁达的意境,不知当时

的广告策划者是否对美国西进运动的历史偏爱有加,那段时期不同于一般殖民运动的历史,更像是一场大规模的民众迁徙和移民运动,自东向西开发边疆,“在原始的西部潋潋草原上和森林中,移民从东部与欧洲带去的文明再生为美国独特的文明和美国人民独特的性格。”^[6]拓荒者踏上征途,带上干粮,马也成了最常用的交通工具,他们跋山涉水、生死未卜,带着“美国梦”,靠自己开荒垦殖、发财致富。由于这样的历史,美国人的精神无疑能被各种表现手法刻画得淋漓尽致:美国人只管理自我、寻求自身独立发展的个人主义,面对强大的自然界,美国人强大的生命力和顽强的拼搏意识,以及对自然的野性美的崇尚,也在当年西进事业狂热追求中体现出来了。一方面是人,一方面是自然的世界,显而易见,万宝路香烟广告也具备了这种双重象征:一个是万宝路男子,一个是万宝路故乡(广告词:Where there is a man, there is a Marlboro),这些都代表着生命本体的自然属性。

牛仔形象满足了消费者追求自由冒险的心理,这则广告已不仅仅是推销产品,而是上升到社会文化、哲学理念和精神生态的高度。正如西进运动中地理区域的扩展,万宝路广告背景选择了西部蒙大拿,万宝路香烟也从本土拓展到了国外、全球。购买万宝路,仿佛也能展示消费者的心理,人们不禁联想到这个品牌的香烟一定能够展现自我存在的价值,那根深蒂固植入美国人心灵的追求自由、豪放、冒险、平等的生活方式,也悄然弥漫到了世界各地。

四、文学艺术中的生态回归

生态批评最基本的特征是“反人类中心主义”,主张人与自然,人与生灵万物之间的平等关系,在其中寻找平衡。生命本体本应是非理性的、纯自然的、无污染的、享受的、轻松的、无忧无虑的,而人的社会属性只是他谋生的手段,更多的应当关注生命本体的精神状况和心灵处境。最初很多关于文学艺术的生态批评都集中于研究作品选材上,比如唤起保护自然环境意识。其实生态“回归”应有更为广义的层面,因为世界本来就有自然存在、社会存在和精神存在。关于人类精神活动状态与整个生态系统的探究,以及精神作用于生态的重要性,这才是更为宏观的研究。

本文选用的两种文学艺术形式都体现了美国式的浪漫主义色彩,但是它们揭示了更深的涵义,

即人与自然和谐统一的意识,并且要真正融入庞大的人类生态环境中、回归自由健康的境界,人本身的精神生态便起了决定作用。把《皮袜子故事集》和万宝路广告对照一下,它们都选择在大自然中表现人的自主能力和奋斗精神,一个是独来独往的主人公 Natty,一个是目空一切的牛仔,都塑造了理想中孤胆豪勇的英雄个人,体现了浪漫的粗犷之美。这种巧妙构思和选景非常符合美国人的传统和思维。它们都用到了两种象征:《皮袜子故事集》以 Natty 和荒野为突出意象,Natty 代表着个人的自然情趣和生活方式,荒野代表着自由纯净、无忧无虑的生活环境;万宝路广告中的两个象征,即万宝路男子和万宝路故乡,很像 Natty 和荒野的关系,既象征个人,又象征自由自在的生存环境。它们体现了生命本体。

我们在欣赏的同时,不禁要问:那些美景如今还存在吗?创作者们都表达了一种“回归”的心声,回归能否回到当时一模一样的天地?海德格尔曾指出:“当代人不能退回到那个时期的未受伤害的乡村风貌,也不能退回到那个时期的有限的自然知识”,“没有人会想到这样的意见:我们这个行星的状况在不久或一般而言可以又变成乡村的田园风光。”^[7]现代人不可能摒弃工业和商业的基础设施,不用电灯和电脑,不坐车而骑马。我们一直说要“保护生态”,这个“生态”是否仅指大自然?回归的心声是否只局限于回归大自然?其实生态哲学并不把“自然”看作外在于人的一种客观存在物,更不把人和自然看作二元对立的存在,而是把“人—社会—自然”看作一个符合的生态系统,看作一个整体性的存在^{[8]69}。20世纪晚期,有人曾预言下一个世纪将是“精神障碍症流行”的时代,下一个世纪将是“生态学时代”;弗洛姆(著名心理学家)也认为二十世纪尽管拥有物质的繁荣、政治与经济的自由,可是在精神上二十世纪比十九世纪病得更严重^{[8]40}。

真正的生态应该是现代人重新考虑和质问人的精神世界和心理弱点,本文研究对象看似都描写于浪漫的大自然环境中,但深层都透露着那份淳朴的精神。现代人在麻木地开荒采伐创造金钱财富的同时,是否意识到只有民众首先确立正确的精神层面上的价值观,才能有效控制采伐杀戮,从根本上解决令全球担忧的生存、生态问题。就现实的人的存在来说,人既是生物性的存在,又是社会性的存在,更是精神性的存在。精神是人内

心的资源,是人与自我的关系,是最强大的影响力^{[8][9]}。库柏的《开拓者》中对大规模射杀北美候鸟等灭绝物种和破坏自然资源的描写,也就是对人性及精神匮乏的真实写照;万宝路的世界今天是否依然存在?还是早已被人类过度开垦?美国文化“张扬、征服与开拓”,个人主义的彰显激励了人民勇于探险和超越自我的英雄气魄,但同时引起我们对现代化进程的反思和人性弱点的审视。要真正回归那片最初的纯真,应该先从精神世界回归,才能在开拓进取中保持生态平衡,这种生态首先是心灵的生态,精神的生态,否则我们将很难回归任何一片曾经美丽的原野。

看似完全不同的艺术表达方式下,却潜藏着惊人的相似。Natty Bumpo 与牛仔也许永远是美国人的缩影,而美国独特的粗犷之美由两者刻画入微。人与地球永远不是对立的,我们在欣赏美

国浪漫主义对美国个人主义的积极态度时,也应该居安思危,无止尽的对抗只会输掉最初意义上由自然赋予人的神性和灵性。生态回归,既要回归大自然,又要回归心灵。我们应当认识到让地球回归平衡的迫切需要。生态的未来在很大程度上取决于人们的生态精神。正如戈尔书中所言:“关键在于平衡——慎思与行动的平衡,个人关切与社会责任的平衡,对自然的热爱与对神奇的人类文明的热爱的平衡。”^{[2][22]}当我们忙于现代生活中时,应当认真地检查自己与大大小小的环境的关系,重新思考自身在整个生态系统的位置,并使自己的精神生活和自然世界更紧密地联系起来。快速发展的科技也许帮不了人类去改变生态,只有人类自身去改变,自身意识到精神的危机和生存的智慧。生态批评应当走向跨学科的宏观体系中,不拘泥于形式或美学的研究,因为整个生态系统中渗透着人类文明、社会与精神。

参考文献:

- [1] 朱新福. 美国文学上荒野描写的生态意义述略[J]. 外国语文, 2009(3): 1-5.
- [2] 阿尔·戈尔. 濒临失衡的地球——生态与人类精神[M]. 北京: 中央编译出版社, 1997: 5-227.
- [3] 殷彩. “皮袜子”的朝圣之旅——《皮袜子故事集》的生态主义解读[J]. 时代文学, 2009(18): 82-83.
- [4] 常耀信. 美国文学简史[M]. 天津: 南开大学出版社, 2003: 57.
- [5] 许俊义, 张美洁. 广告符号系统中的能指与所指功能研究[J]. 郑州轻工业学院学报, 2007(4): 27-30.
- [6] 柯恩. 美国划时代作品评论集[C]. 北京: 三联书店, 1998: 136.
- [7] 海德格尔. 诗·语言·思[M]. 郑州: 黄河文艺出版社, 1989: 154-155.
- [8] 鲁枢元. 生态批评的空间[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2006: 40-93.

Leather Stocking Tales vs. Marlboro Commercial—the Ecological Return from the Perspective of Romanticism

GUO Wen

(School of Foreign Languages, Suzhou University of Science and Technology, Jiangsu Suzhou 215000, China)

Abstract: Americans adore wilderness which has already been the source in many American wrings. This paper analyzes the seemingly controversial forms of manifestation, namely Cooper's frontier legend "Leather Stocking Tales" and Marlboro commercial, attempting to find out the differences as well as the similarities by comparison. It further investigates the features of the American Romanticism and national spirit, with the aim to explore the ecological ideology of the harmony between man and nature. It finally highlights that the ideology lies not only in the natural level, but also in the mental level, which expresses modern people's desire of returning to nature and freedom.

Keywords: Leather Stocking Tales; Marlboro commercial; American romanticism; ecological ideology; return

(责任编辑:李开玲;校对:李 军)