

# 过度与克制——从消费文化视角解读《简·爱》

李旭烽

四川大学外国语学院, 四川 成都

收稿日期: 2023年7月11日; 录用日期: 2023年8月12日; 发布日期: 2023年8月24日

## 摘要

随着工业化和商品化的发展, 十九世纪的英国进入“消费社会”。夏洛蒂·勃朗特的代表作《简·爱》写作于十九世纪, 展现了英国维多利亚时期的消费文化图景, 塑造了多个消费主义者形象。本文结合鲍德里亚的消费社会理论, 试图通过对《简·爱》中消费文化的研究和其中不同的消费者进行剖析, 来窥探出勃朗特对消费主义价值观的态度以及人物如何在不同的消费选择中建构他们的社会身份。《简·爱》反映了消费主义泛滥的文化现象和勃朗特对消费文化的担忧, 并且在一定程度上对这一现象进行了抨击。小说中深受消费主义影响的人物依靠消费来彰显自己的身份和地位, 并未建构自己真正的主体性; 而女主人公简·爱不受消费主义所控制, 保持了自己不为物质条件所定义的主体性。

## 关键词

《简·爱》, 消费文化, 商品, 社会身份建构

## Excess and Restraint—An Analysis of *Jane Eyre* from the Perspective of Consumer Culture

Xufeng Li

School of Foreign Languages, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: Jul. 11<sup>th</sup>, 2023; accepted: Aug. 12<sup>th</sup>, 2023; published: Aug. 24<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

With the progress of industrialization and commercialism, Britain entered the “consumer society” in the 19th century. Charlotte Brontë presents us with a broad picture of the consumer culture of the Victorian period in England and portrays several consumer images in her masterpiece *Jane Eyre*

which was written in the 19th century. Through the study of consumer culture and the analysis of different consumers in *Jane Eyre*, based on Baudrillard's Consumer Society Theory, this paper attempts to explore Brontë's attitude towards the values of consumerism and how the characters construct their social identities in different consumption choices. *Jane Eyre* reflects the cultural phenomenon of rampant consumerism and Brontë's concern about consumer culture, and to some extent, it criticizes this phenomenon. The characters deeply influenced by consumerism in the novel rely on consumption to show their identity and status, and do not construct their real subjectivity whereas the heroine Jane Eyre is not controlled by consumerism and maintains her subjectivity which is not defined by material conditions.

## Keywords

*Jane Eyre*, Consumer Culture, Commodity, Social Identity Construction

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

《简·爱》是夏洛蒂·勃朗特最著名的小说，自 1847 年出版以来便备受关注。它描绘了一个勇敢、独立、富有反抗精神的女性形象——简·爱，讲述了她不断地与不公平的命运抗争，并最终获得成功的故事。一直以来，学界对小说中的人物、哥特元素、女性独立、婚恋价值等的批判研究层出不穷。

《简·爱》创作于维多利亚时代早期，正值工业化迅速发展，消费文化空前繁荣。一些学者已关注到其中的消费主义文化，有学者探讨了《简·爱》中折射出的消费主义文化里的理想新娘形象，认为其有损女性的独立身份[1]。还有学者讨论了维多利亚时代女性消费主义的危险与乐趣，认为简对于来自罗切斯特先生的消费和赠与表现出抵制和不情愿，是因为女性消费者有着这样的烦恼——她们自己也有可能成为任人交换的商品[2]，布兰奇、英格拉姆夫人等维多利亚时代的理想女性在消费主义文化下既是消费者，又是消费品[3]。以往学者的分析主要集中在主人公简的外貌和女性身份上，也讨论了消费社会中女性被视为商品的现象，但对于《简·爱》中其他人物的消费行为以及消费主义与社会身份建构的关系仍有研究的空间。简反消费主义式的简单的服饰与其身份建构也有一定联系，因此，本文将从消费主义的视角分析《简·爱》，重点关注不同人物对消费主义文化的不同反应以及他们社会身份的建构。

## 2. 维多利亚时代的消费文化

《消费社会的诞生：18 世纪英格兰的商业化》(*The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*)一书指出，英国的消费社会诞生于 18 世纪，并在 19 世纪持续发展和扩张[4]。也就是说，处于维多利亚时代早期的英国(1830~1865)，已经进入了消费社会。而《简·爱》正是以早期维多利亚社会为故事背景，因而我们在《简·爱》中可以看到当时消费主义社会投射在书中的影子。

维多利亚时代被认为是英国工业革命的鼎盛时期，也是英国经济文化的全盛时期，工业化和商业化进程大大加快，大规模生产和商品流通高速发展，运输和贸易达到前所未有的繁荣兴旺，新奇的广告铺天盖地，帝国不断扩张，资本流动源源不断，中产阶级迅速壮大并拥有了前所未有的巨大的可支配收入。随着技术的革新，工业快速发展，劳动力成本越来越低，维多利亚时代的英格兰达到空前的繁荣。消费及消费文化已成为社会生活的一个组成部分，成为人与人交流以及自我认同的主要手段。当时的人们常

常凭借购买物品的数量和质量来衡量一个人在生活中是否成功。

鲍德里亚认为,在消费社会中,商品不再承担使用价值,或者说使用价值已经被放到了第二位,让位于商品的交换价值和符号价值[5]。具有符号功能的商品代表着一个人的威望、欲望和社会地位等。消费社会也意味着人们有机会超越以出身为基础的社会等级。普通人,尤其是新兴的中产阶级,通过占有贵族所持有和享受的物品,可以进一步接近贵族的生活。

### 3. 《简·爱》中的消费主义生活方式

夏洛蒂·勃朗特于1846年开始创作《简·爱》,当时“饥饿的四十年代”所经历的苦难仍潜伏在所有英国工人和中产阶级的意识中。然而对于本文的讨论来说,更具有重要意义的是,四十年代也是百货公司或陈列商店出现的十年,这些商店为富裕的中产阶级提供了一种新的方式,使他们能够在商品日益普及和消费主义日益增长的新时代中包装自己。他们通过在消费和服务上的大手笔支出来展示自己的财富和地位。《简·爱》中的许多人物都受到消费文化的影响,通过重视物质享受来彰显自己的地位。

布罗克赫斯特先生是洛伍德学校的财务主管和承办人,他们一家就是挥霍无度的典型代表。虽然他对洛伍德的女孩们施行的计划是“不让她们养成奢侈和放纵的习惯,而是通过坚持在食物和衣服上对其吝啬,使她们变得坚强,耐心,克己”[6],但是他自己的女儿们“穿着华丽的天鹅绒,丝绸和毛皮”[6]。他的女儿们戴着“当时很时髦的灰色海狸帽,上面罩着鸵鸟羽毛”,而他的妻子则“裹着一条昂贵的天鹅绒披肩,镶着貂皮”[6]。他家人的奢华服饰与他对洛伍德学校女孩子们的要求完全相悖,体现了他的虚伪与卑劣。他在慈善学校儿童的衣食上省吃俭用是出于吝啬,而不是出于真正的俭朴。他和他的家人通过炫耀性的消费表现出他们在财富和地位上的优越感。

英格拉姆家族的女性也是如此,她们的身体和衣着成为她们富裕和贪婪的象征。她们反映了建立在贸易、商业和资本主义基础上的世界秩序的转变。简告诉我们,布兰奇“不知道同情和怜悯的感觉;在她身上也看不到温柔和真实”[6]。在她对英格拉姆家族女性的描述中,她们外表的吸引力反而体现出她们缺乏灵性和真正的体面。

这些女性通过外表和着装来维护自己在社会中的地位,事实上,她们是在社会期望允许的范围内定义自己。在男人眼里,这些女人就像秀场里的商品。罗切斯特先生投射到布兰奇小姐身上的目光,就像那些富裕的中产阶级成员透过商店橱窗凝视着他们渴望的商品一样,他在布兰奇身上看到了他认为自己从与伯莎的第一次婚姻中得到的东西:一种令人向往的商品,一旦拥有,将提高他的生活水平和社会地位。罗切斯特和布兰奇之间没有爱情,他们只考虑结婚后给双方带来的利益。

随着消费文化的盛行,人们被物化了。人们通过过度消费来展示自己的社会地位,却在外在的富足中迷失了自我。他们既是消费者,也是商品,被消费主义文化深深控制。像布兰奇这样的女性受到消费文化的影响,为了维持自己的消费水平选择将自己包装成商品售予男性,依靠自己的女性魅力和美貌来取悦和奉承男性。就连小小的阿黛尔也受到了盛行的消费主义的影响,她被描绘成一个物质至上的小女孩,迷恋着她那件玫瑰色的缎子连衣裙。

《简·爱》创作于消费文化盛行的维多利亚时代,不可避免地受到时代的影响,展现了消费社会的许多细节和其对创作的影响。作者本人对消费主义是持批判态度的,因为这些受消费主义控制的人物追求的是表面的社会身份和外在的富足,而这只是自身空虚的伪装。而主人公简·爱作为那些被消费文化控制的人物的反面,受到夏洛蒂·勃朗特的赞赏。

### 4. 反消费主义与身份建构

简·爱不受消费文化的摆布,她坚持自己的原则和风格,和那些沉迷于购物、想通过消费维持自己

的社会地位的人截然不同。当她第一次无意中见到罗切斯特先生时，她的穿着和往常一样简单，“一件黑色美利奴斗篷，一顶黑色海狸皮帽；这两件衣服对一个女仆来说都算不得精致” [6]。罗切斯特先生因而不能根据她的衣着当下确定她的社会地位。也正因如此，简得以回绝罗切斯特先生男性目光的扫视，并保持了无法被物质条件所定义的主体性。

简从始至终都没有迷恋罗切斯特先生的财富和地位，没有消费和挥霍的欲望。即使在他们决定结婚之后，简仍然拒绝罗切斯特先生对她的过度打扮。在小说中，简注意到罗切斯特对她热烈的情感：“我希望把它们(珠宝)倾倒在你的膝上：因为所有特权，所有关注都将属于你……我要给我的简穿上绸缎和花边的衣服，在她的头发上插上玫瑰花；我将为这颗我最爱的脑袋盖上无价的面纱” [6]。正如上文所述，罗切斯特显然受到了消费主义的影响，他想通过购买奢侈品来证明他对简的爱。但简对这种非理性的消费感到恐惧，她说：“我将不再是你的简·爱，而是一只穿着小丑外套的猴子，一只戴着借来的羽毛的松鸦” [6]。在后文中，简仍然坚持自己的原则，她写道，“他给我买的越多，我的脸颊就越被一种烦恼和堕落的感觉灼烧……我永远无法忍受被打扮得像个洋娃娃” [6]。简反消费主义式的简单的服饰与其身份建构有着紧密联系，她朴素的服饰能体现出她的独立自主，对于简来说，对外表的强调会损害她的独立性和个性，这甚至是对她追求自主的一种侮辱和冒犯，罗切斯特先生为其附加的奢华商品即是对她身份的侵蚀。

简·爱是反消费主义的代表人物，她不赞成过度消费，也没有通过奢华的外表来炫耀社会地位的虚荣心。通过对当下消费文化的反抗，简·爱建构了自己的身份，保持了自我的独立。

## 5. 结语

《简·爱》被普遍认为是一部歌颂女性独立的小说，其实，它也反映了当时那个消费文化盛行的时代。这部小说中的许多人物都受到消费主义的影响，他们被描绘成追求过度消费和外在大富的肤浅男女。夏洛蒂·勃朗特对这些现象和这些人物进行了批判。他们没有建构自己真正的主体性，因为他们的社会身份只能通过他们的衣服和物品来证明，他们的内心是贫瘠的。与他们相反，主人公简·爱保持着自己的原则和独立性，她不受消费主义的控制，她朴素的外表恰恰是她富有而坚定的内心和独立性格的证明。

## 参考文献

- [1] Varadi, A. (2015) 'Labels or Love': The Problem of the White Wedding in Charlotte Brontë's *Jane Eyre* and *Sex and the City: The Movie*. *Film, Fashion and Consumption*, 4, 105-113. [https://doi.org/10.1386/ffc.4.1.105\\_1](https://doi.org/10.1386/ffc.4.1.105_1)
- [2] Lysack, K. (2008) *Come Buy, Come Buy: Shopping and the Culture of Consumption in Victorian Women's Writhing*. Ohio University Press, Athens, 1-15. <https://doi.org/10.1353/book.6995>
- [3] Gildersleeve, J. (Ed.) (2013) *Victorian Vocabularies: Refereed Proceedings of the 2012 Australasian Victorian Studies Association Conference*. Macquarie Lighthouse E-Book Publishing, Sydney. <https://www.researchgate.net/publication/341386592>
- [4] McKendrick, N, Brewer, J. and Plumb, J.H. (1982) *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Indiana University Press, Bloomington.
- [5] Baudrillard, J. (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications Ltd., London. <https://doi.org/10.4135/9781526401502>
- [6] Brontë, C. (2003) *Jane Eyre*. Barnes and Noble Classics, New York.