

『ユリシーズ』第13挿話

—消費社会の語り

高桑晴子

「ナウシカア」は、「セイレーン」「キュクロプス」を経てきた読者を、その急激な読みの難度の低下で戸惑わせる。実際、『ユリシーズ』の文体に注目した批評においても、第13挿話の扱われ方はいささか素っ気ない。挿話のほぼ真ん中を境に前半・後半に分けることができ、その文体も簡単に識別可能であるという一見して平明な構成がそうさせているのであろう。前半はガーティ・マクダウェルに焦点化した平明なヴィクトリア朝感傷小説風の文体の摸倣、後半は「カリュプソ」以来のブルームの内的独白を主とするお馴染みの語り口という説明で一口に片付いてしまうのである。その前半の摸倣を、ジョイスの有効な文体諷刺と評価するか、『ユリシーズ』における文体実験に貢献しない単なる摸倣、文体実験上のある種の退行現象と批判するかの違いはあるにしても。

この一見して平易な文体構成は、勢い批評の焦点をガーティという人物造形に向けていくように思われる。昨今のジェンダー研究、歴史研究の成果を受け読み解かれるガーティの語りは、20世紀初頭のダブリン、とりわけ消費文化の中の女性のあり方をという点で大変興味深い。このアプローチに難があるとすれば、ガーティに注目するあまり、後半のブルームの語りがほとんど度外視され、まるで「ナウシカア」はガーティの語りで完結してしまっているかのように議論が挿話の前半に終始してしまうことである。

本試論では、消費文化の中の女性という歴史的・社会的コンテクストを踏まえたうえでガーティのナラティブに注目しつつも、それをブルームの語りを伴って一挿話を成している「ナウシカア」という全体に戻してみたいと思う。後半の語りを考慮に入れたとき、ガーティのナラティブが提供する女性を取り巻く歴史的・社会的状況についての考察はどのような屈曲をみせるのであろうか。また、そのとき「ナウシカア」の文体はこれまで為されてきたような前半はガーティ・マクダウェルの感傷小説風の語り、後半はブルームの内的独白という単純明快な区分を受け容れるのであろうか。

1

まずは前半のガーティ・マクダウェルの語りに注目することから始めよう。『ユリシーズ』第13挿話は「夏の夕暮れはその神秘的な腕に世界を抱擁しはじめていました。(The summer evening had begun to fold the world in its mysterious embrace.)」という文で始まる(449)²。作者をして「なよなよとした、ジャムのような、マーマレードのような(namby-pamby jammy marmalady)」(Kiberd, 1083)と言わしめたそのいかにも思わせぶりの美文調は、既に述べたように、ヴィクトリア朝の感傷小説をなぞったものである。ガーティは「魅力的なアイルランド娘のなかでも稀に見る典型的な美少女(as fair a specimen of winsome Irish girlhood as one could wish to see)」とされ(452)、その甘ったるい美文調の語りは、そのような感傷趣味の小説のヒロインとしてのガーティの意識を焦点としている。「ナウシカア」の女主人公の名がガーティであることも偶然ではない。ガーティの語りの中にも出てくるマライア・カミンズの小説『点灯夫』の善良なる女主人公ガートルード・フリントをもじっているのである。甘ったるいガーティの意識に焦点化した語りは、そのような小説に典型的な模範的なヒロインたらしめるガーティの自己認識を露呈させる。「ガーティはまったく掛け値なしにすばらしい娘で家庭ではまるで二人目の母親か守護天使、小さな純金のかたまりのような心を持っています。(A sterling good daughter was Gerty just

like a second mother in the house, a ministering angel too with a little heart worth its weight in gold.)」(461) — ここから明らかになるものは、ヴィクトリア朝感傷小説の「家庭の天使」という女性らしさの規範であり、その言説に絡めとられ、それを内面化している年頃の娘の姿である。「ナウシカア」前半の悪趣味なまでに思わせぶりの美文調が揶揄するもの、それはヴィクトリア朝小説の感傷趣味だけではなく、そこにみられるステレオタイプな女らしさの規範、「家庭の天使」のイデオロギーなのである。

これだけであればガーティ・マクダウェルの語りは、マリリン・フレンチが言うように「最悪な類の女性性」の呈示(157)、ヴィクトリア朝小説の感傷趣味の諷刺ということで片付けることもできるだろう。そして、この語りの意識の焦点として選ばれたガーティ・マクダウェルという娘は、盲目的にそれら感傷小説の女らしさの規範を背負わされた「最悪の類の女性性」の体現者という判断で終わるかもしれない。ガーティが「家庭の天使」の言説を内面化している存在であるということはそのとおりであるし、ヴィクトリア朝小説の感傷的な美文調が揶揄されていることも疑問の余地はないが、「ナウシカア」の前半の語りは、果たして読者にこのような安易な判断で片付けられるだけの単純なものなのであろうか。

ここで、注目したいのがガーティのナラティブの中に現れるおびただしい数のモノである。

Her [Gerty's] figure was slight and graceful, inclining even to fragility but those iron jelloids she had been taking of late had done her a world of good much better than the Widow Welch's female pills and she was much better of those discharges she used to get and that tired feeling. [...] Her hands were of finely veined alabaster with tapering fingers and as white as lemon juice and queen of ointments could make them though it was not true that she used to wear kid gloves in bed or take a milk foot bath either. (452、下線筆者)

なよやかな姿、白いほっそりした手とガーティの女らしい容姿が強調されているわけだが、ここではそのような女らしさが鉄剤カプセルやウィドー・ウェルチの婦人薬、はたまたレモン汁やクリーム女王、キッドの手袋、牛乳の足湯といったモノを抜きにしては語れないものであることが示される。ガーティの肖像は、ブラウス、香水、スカート、帽子、靴、下着、化粧品に至るあらゆるモノの消費によって描かれるのである。そしてそれは、ガーティの外見にとどまらない。ガーティの模範的なヒロイン、「家庭の天使」としての資質もとどのつまりは商品・モノの消費によって保証されるのである。母親の額に塗る固形メントール、トイレに撒く塩酸石灰、日用雑貨店からもらった絵暦などによって。ガーティの意識に焦点化した語りは、ガーティの「女らしい女」としての自己認識・自己描写が奇妙なまでにモノの消費と不可分であることを示している。

ところで、我々はガーティの言説の中で品物にしばしば女性向けの雑誌の名前が織り交ぜられていることに気がつく。次の二つの引用からも明らかなように、ガーティの用いる化粧品やファッションは『プリンセス読物』『レディズ・ピクトリアル』といった女性誌に負うところ大なのだ。

It was Madame Vera Verity, directress of the Women Beautiful page of the Princess novelette, who had first advised her to try eyebrowline which gave that haunting expression to the eyes, so becoming in leaders of fashion, and she had never regretted it. (453)

Gerty was dressed simply but with the instinctive taste of a votary of Dame Fashion for she felt that there was just a might that he might be out. A neat blouse of electric blue, selftinted by dolly dyes (because it was expected in the *Lady's Pictorial* that electric blue would be worn) [...]. (455)

ここから読み取れるのは「眉墨を使えば、社交界の花形になれるでしょう」「エレクトリック・ブルーの服を着れば、趣味のよい女性と思われるでしょう」といった女性誌の広告のメッセージであるが、それはいわば、こ

これらの女性誌の言説が商品と「女性らしさ」という価値を等号で結びつけ、それらを相互に保証する言説になっていることを示している。つまり、ガーティの語りにおける「女らしい女」としての自意識とモノとの不可分な結びつきは、まさに女性向け雑誌おけるそれなのである。こうしてみると、ガーティを通して見えてくるものは雑誌の喧伝する「女性らしさ」の言説を内面化し、そのような女性たるべく商品を買って漁る消費社会の最大の消費者である女性の存在なのである。

語りの中に織り込まれている女性雑誌の名前の存在を考えると、第13挿話前半の語りの感傷趣味な美文調も単なるヴィクトリア朝小説のパロディという以上の意味合いを持ってくる。語りの中の女性誌——それは、『プリンセス読物 (the Princess novelette)』という雑誌名が示すように、そのようなおセンチな小説(そしてそれらは「家庭の天使」たるに相応しい善良なヒロインたちを称揚する)が読まれる場を示唆しているのだ。このことは、雑誌が商品広告と「家庭の天使」のイデオロギーを称揚する読物を並存させることで、既に見たような商品と「女性らしさ」の相互保証を更に補強しているというだけではない。感傷趣味の小説も、また「女らしさ」を宣伝する商品広告の一つとして消費されるべき対象の一つであることをも示している。その意味ではガーティ・マクダウェルは積極的にもう一人のガーティ、『点灯夫』のヒロインを消費しているともいえるのである。このような意味で、「ガーティの幻想は広告のレトリックと大衆小説の言語を結合させており、彼女の認識は当時の女性雑誌のさえない世界を通してなされるのだ」というスゼット・ヘンケの批評は正しい(136)。

このように、第13挿話前半がもじってみせる美文調の語りは、その語りに織り込まれる数々の品物、女性向け雑誌などを通して、感傷小説の「家庭の天使」という女性らしさの規範と商品広告の密接な結びつきを示唆する。ガーティはこれらの女性らしさのメッセージを消費し、商品消費の存在、ヘンケの言を借りるならば「商品広告の幻想の渦に吸い込まれた」者(152)、言うなれば消費社会の産物であり犠牲者である女性のあり方を示しているといえよう。しかし、それは一方で、感傷小説を読み漁り、雑誌の勧める商品を買って漁るガーティは、積極的にそのような言説が標榜する「女らしい女」として自己定義しているということでもある。彼女は自らを「女らしい女」として定義をし、そのように振舞うことで、自らを望ましい商品として結婚市場に売り込む。ギャリー・レナードが言うように、「本質的に、ガーティは、文化的に容認されている女性らしさの規範を広告するようなやり方で自らの身体を商品化する」のである(99)。ガーティは消費社会が提供するモノ・言説を消費することで、自らを演出する。こうしてみると、「典型的なアイルランドの美少女」云々という13挿話前半の語りにはもはや単なるヴィクトリア朝小説のパロディではない。それは、ヴィクトリア朝小説の言説をあえて吸収/消費することで成立する、ガーティによるガーティの宣伝行為、ガーティという商品を売り込む長い長い広告文でもあるのだ。

もちろん、ガーティの「女らしい女」としての自己演出が完全に成功しているわけではない。キンバリー・デヴリンがその『点灯夫』との比較論で明らかにするように、ガーティの語りはしばしば、「愛くるしいおチビちゃんたち (darling little fellows)」(450)という母性的な「女らしい」女の発言から逸脱して、「うんざりする双子のガキども (the exasperating little brats of twins)」(467)などとおよそ「家庭の天使」らしからぬ発言に陥るのである。見方によってはそもそも、「女らしさ」の言説に基づくガーティの宣伝行為自体が根本的な矛盾をはらんでしまっているときえ言える(「女らしい」女はそもそも自己宣伝などしないものだ)。つまり、ガーティの語りを、「女らしさ」の言説に与してみせながら自らその言説を転覆させるものと見ることは可能なのだ(Devlin, 389)。あるいは、ヘンケのように1904年当時のダブリンにおける婚姻率の低下などの社会事情を背景に読み込み、ガーティの自己宣伝的な語りを当時の女性のおかれている状況を表したものと読むことも可能であろう(140)。しかし、ここでは、ガーティのナラティブが、消費社会に絡めとられつつも、消費者となることでその消費社会の言説を利用していることを確認するにとどめておく。

このように、女性誌の言説を取り込み、商品を消費するガーターは、積極的に「女らしい女」として、自己を定義をし、商品化する。その語りは、糖衣にくるまれた広告文となる。そして、宣伝活動の一環として、ブルームを見つけたガーターは「彼女という製品の魅力を確認するための市場調査」のために脚を露わにし、ブルームの欲望を掻き立てるのである (Leonard, 108)。ブルームの語りは、そのガーターに欲望しての自慰行為が終わったところからガーターの語りを引き取る。その語りは、美辞麗句を連ねた感傷的なものから率直で即物的な物言いの内的独白へと急降下する。4時半で止まった時計が象徴的に示しているように、ブルームの意識の流れはモリーとボイランの不倫の周りをうろつきながら、ガーターを前にしての自慰行為から、モリー、ミリーをはじめ女性一般を対象とするものへと展開する。こうしてブルームの語りとガーターの語りは「同じ体験の二つの大きく異なる評価であり、結果的に不一致な言説」となるのである (Kiberd, 1086)。

さて、商品や誌名に彩られたガーターの広告のような語りに対して、後半のブルームの語りにおいては商品や広告というものとはどのように扱われているのだろうか。気がつくことはブルームの語りの中でも女性と商品というものが密接に結びついていることである。

Poor girl! That's why she's left on the shelf and the others did a sprint. Thought something was wrong by the cut of her jib. Jilted beauty. A defect is ten times worse in a woman. But makes them polite. Glad I didn't know it when she was on show. (479、下線筆者)

ブルームはガーターについて、「棚上げ(売れ残り)」「瑕疵」「展示中」と商品の語彙を用いて語っている。このようにガーターを欠陥商品と見なして語るブルームは、女性のモノ化された状態を露呈させ、女性というモノの消費者としての男性の眼差しを明らかにする。しかし、ブルームは単に女性を無邪気に消費する男ではない。広告取りであり、寝取られ男であり、妻の朝食を用意する「女性的」な男であるブルームは、ガーターによるガーターという商品の宣伝活動の内幕に敏感に反応する。ガーターの髪を整えるためにちょっと帽子を脱ぐという何気なさを装った行為は、ブルームにあっさりと「髪を見せるために帽子をぬいだ。(Took off her hat to show her hair.)」(481)と見破られる。商品に彩られたガーターという存在は美辞麗句を剥ぎ取られ、「女らしい女」というガーターの包装は彼女が使う香水同様「甘くて安くて、すぐ醜える (Sweet and cheap: soon sour.)」(488)ものであることが暴露されるのである。また、「彼女の足はもちろん気の毒だが同情しすぎないように気をつけないと。つけこまれる。(Sad about her lame of course but must be on your guard not to feel too much pity. They take advantage.)」(491)という言葉は、足が悪いというガーターの「瑕疵」さえうまくすれば売り込み材料になることにブルームが気づいていることを示している。レナードが言うように「商売人、広告取りとして[...]ブルームはいかにして女性が自らを売り込むことを学ぶのかということに大変興味を持っている」のである (139)。女性一般に広げて仕草、服装について即物的なコメントを連ねていくブルームは女性の女性による商品包装を読み解く存在となっているのだ。

このように、広告取りでもあるブルームの語りはガーターをはじめとする女性たちが「商品」として包装し、粉飾したものを剥ぎ取っていくのであるが、それは同時に女性のおかれている環境というものも露わにしていることでもある。結婚市場の商品として自らを売り込む女性たちは、競合関係に陥る。一見仲が良さそうに見える女性同士の関係は「そのうち良縁が見つかるばったり音沙汰なし (Till Mr Right comes along then meet once in a blue moon.)」になるものであり、本質的に「お互いに服装のあらさがし (Picking holes in each other's appearance.)」である——ブルームの語りは、商品でしかない女性同士の関係が買い手である男性によって分断され、まさに「敵意むき出し (showing their teeth at one another)」の関係に置かれているという事実をはっきりさせ

る(480-1)¹。またブルームは、ガーティたちが売り込み活動の果てに夢見る「妻」という存在を「戸棚のなかの骸骨 (skeleton in the cupboard)」「得体の知れないもの (a nondescript)」と形容し(486)、ガーティたちからミス街の女(売春婦)を連想し、「彼女[モリー]に彼[ポイラン]が金をやったとしたら。いいじゃないか。(Suppose he gave her money. Why not?)」と嘯く(481)。このいささか露悪的な語りが露呈させるものは、女性が適齢期の若い女性としてしか存在価値が見出されないということ、そのような中で自らを結婚市場に売り込む女性たちが所謂「落ちた女」と決してかけ離れた存在ではないということである(「キルケ」においてガーティやシシィが売春婦として表れるのは決して偶然ではない)。ブルームの語りは、ガーティの美文調の語りが抑圧し、美化しようとする女性の現実を露呈させる。それは、ガーティたち女性があくまでも結婚市場の商品であり、消費者である男性の存在に依存し、消費社会の論理に組み込まれた存在であるという現実である。ブルームの語りがガーティの語りに対置されることで明らかになるのは、一見、消費社会の言説を利用し、主体的に自分を売り出しているかに見えるガーティの語りが、結局は自らを「女らしい女」として商品化し、消費されることでしか存在意義を持ち得ないものの語りであるということである。

このように、ブルームの語りは、自らを「女らしい女」として商品化する女性たちが、消費者としての男性の眼差しを意識し、消費社会の論理に囲い込まれた存在であることを明らかにする。女性たちは男性の眼差しに捉えられた存在と言い換えてもいいかもしれない。実際、「ナウシカア」にはそれを象徴するかのように視覚に関連した語彙が多く用いられ、とりわけ、ガーティとそしてガーティを自慰行為という形で消費するブルームの眼差しの交錯として表れてくる。

And she saw a long Roman candle going up over the trees up, up, [...] and her face was suffused with a divine, an entrancing blush from straining back and he could see her other things too, nainsook knickers, the fabric that caresses the skin, better than those other pettiwidth, the green, four and eleven, on account of being white and she let him and she saw that he saw and then it went so high it went out of sight a moment and she was trembling in every limb from being bent so far back he had a full view high up above her knee no-one ever not even on the swing or wading and she wasn't ashamed and he wasn't either to look in that immodest way like that because he couldn't resist the sight of the wondrous revealment half offered like those skirt dancers behaving so immodest before gentlemen looking and he kept on looking, looking. (477)

ガーティは花火を見ながら同時にブルームを見、ブルームが自分を見ていることを見ている。こうして、ガーティがブルームという男性の眼差しを取り込み、ブルームの視線にオルガスムスを感じ、ブルームを見ることで彼の眼差しに映る自分を見ているのだ。そして後半のブルームの語りにおいても、「彼女は果して? 見ろ! 見ろ! そうだ! 振り返ったぞ。匂いを嗅ぎつけたんだ。お嬢さん、おれは見たよ、君の。何もかも見た。(Will she? Watch! Watch! See! Looked round. She smelt an onion. Darling, I saw your. I saw all.)」(485)とガーティとブルームの眼差しは複雑に交錯する。ブルームは、ガーティがブルームによって見られていることを意識し、そのようなものとして振舞っていることを知っている。ブルームによって見られているガーティを見ているガーティを更にブルームが見ている——ガーティは最終的にブルームの眼差しに包摂されてしまっているのである。複雑な視線の交わしあいは、ガーティが自らに投げかけるナルシスティックな視線が男性の眼差しを内面化させたものであること、そしてそのようなガーティを見、消費する主体として自慰行為に耽るブルームがあるという構図を明らかにする⁴。

複雑に交錯するのは視線だけではない。視線の交錯は、前半のガーティの感傷趣味な語りと、後半のブルームの直截な内的独白と一見簡単に分離可能な二つの語りの境界線を揺るがせていく。

She glanced at him as she bent forward quickly, a pathetic little glance of piteous protest, of shy reproach under which he coloured like a girl. He was leaning back against the rock behind. Leopold Bloom (for it is he) stands silent, with bowed head before those young guileless eyes. What a brute he had been! At it again? A fair unsullied soul had called to him and, wretch that he was, how had he answered? An utter cad he had been. He of all men! But there was an infinite store of mercy in those eyes, for him too a word of pardon even though he had erred and sinned and wandered. (477-8、下線筆者)

この語りは基本的に感傷的な美文調、すなわちガーティのものである。「傷つけられた乙女」として自らを演出をするガーティの語りは、ブルームをも「少女のように顔を赤らめ」る存在にしてしまう。しかし、初めてブルームの名前が明らかになった直後、「なんと下劣な男性でしょう！」や「人もあろうにこの紳士が！」というガーティのお上品な感嘆調の合間に、突如「またやったの？(At it again?)」というブルーム的な即物的な物言いが顔を出すのである。その直後、ロマンティックにブルームに別れの合図を送るガーティの語りは再び「彼、遠すぎるかしら。(Wonder if he's too far to.)」というブルームの特徴である電文的な簡潔な表現に陥り、また気を取り直したかのように「今は帰るしかないけれど二人はまた、きっとここで会うでしょうし、そのときまで、明日まで彼女はこの夢を、今宵彼女の胸に宿ったこの夢を見つづけるでしょう。(She had to go but they would meet again, there, and she would dream of that till then, tomorrow, of her dream of yester eve.)」と恋人の別れを演出する感傷的な語りに戻るのである(478)。そして、ついには「彼女がいかにも彼女らしい一種の静かな犯しがたい感じをみなぎらせて (She walked with a certain quiet dignity characteristic of her)」というガーティの自意識過剰な描写で始まる一文が、「しかし用心深くゆっくり歩いていたというのは、何しろガーティ・マクダウェルは……／靴がきつい？いや。足が悪いんだ！おお！(but with care and very slowly because Gerty MacDowell was ... / Tight boots? No. She's lame! O!)」というブルームの即物的な内的独白へと地滑りを起こすのである(479)。フリッツ・センによって「複雑な蟻ほぞ (intricately dovetailed)」(303)と形容されるこの箇所は、ブルームの語り、ガーティの語りは一見するほどがそれぞれに独立・分断されたものではなく、ガーティの語りが微妙にブルームの語りによって侵食されていく様子を示している。既に見たように、ブルームの語りには、ガーティの語りの過剰な感傷趣味を引き戻し、その語りの粉飾を取り去るものとして対置されているという面もある。その一方で、このガーティとブルームの語りの間に見られる交錯、あるいは奇妙な連続性は、二人の視線の交錯同様に、ガーティの語りがブルームの語りによって包摂される可能性すら示唆しているとはいえないだろうか。ガーティの眼差しがブルームの眼差しに映る自分を見ているように、「ガーティの声はブルームの裏声になっている」のである(結城、299)。ガーティのナルシスティックな眼差しが男性の眼差しを内面化させたものであったように、「ガーティ・マクダウェルは[...]魅力的なアイルランド娘のなかでも稀に見る典型的な美少女でした。」という自己宣伝的な語りは、ガーティ自身のものというよりブルームの欲望に脚色された「かわいい海辺の娘」の「声」でしかないのかもしれないのだ。ブルームとガーティの語りの交錯は、ガーティの語りがブルームという男性の眼差しによって作り出され、ブルームの語りのなかに包摂された「声」でしかない可能性さえも暗示する。

自らを商品として広告するガーティの感傷的な美文調の語りは、ブルームの淡白で即物的な語りによってその包装を剥ぎ取られ、消費されるものとして消費社会に組み込まれた女性というものを露わにする。ガーティとブルームが見せる複雑な眼差しの交錯そして語りの交錯は、ガーティの視線が男性の眼差しを取り込んだものでしかないことを示し、男性の欲望の眼差しに包摂されたその語りがガーティのものであるという信憑性すらも疑問にふす。このようにして、一見消費社会の言説を積極的に取り込み、「女らしい女」として主体的に自らを広告するかに見えたガーティの語りは、ブルームの語りによって、商品として見られ、消費されることでしか存在意義を持たないものの語りとして、その「主体」の空虚さを露呈するのである。

最後に、「ナウシカア」のなかのもう一つの要素について検討したい。それは度々挿入される海の星教会の聖体降福式についての語りである。この教会の場景描写は、ガーティの「女らしい女」としての語りが高揚していくにしたがって頻りに挿入されていくのだが、この教会内の場面は厳密な意味ではガーティの視点にも、ブルームの視点にも入ってくるものではなく、したがってガーティの語りにも、ブルームの語りにも属するものではない。この海の星教会についての語りについて、結城英雄は、ガーティやブルームの声色に隠れていた編成者(語り手)そのものの声表れたものと見る(298)。カンマで延々と続いていく長文は、編成者自身の声と言うにはガーティの美文調の語りに親和性がありすぎるのであるが、しかしこの教会描写によって、ガーティやブルームとは異なる次元に存在する編成者というものの存在が顕示されるということではできただろう。より高次の語りのレベルに属する編成者という存在が明らかになることによって、ガーティとブルームの語りは、編成者が「ガーティとブルームそれぞれの意識を、それぞれの声色で摸倣してみせている」、編成者の「腹話術」ということになる(結城、295)。

さて、「ナウシカア」におけるこの海の星教会についての語りは、今まで見てきた消費社会の中のガーティの語り、ブルームの語りという枠組みにどのような影響をもたらすのであろうか。手がかりになるのは、ブルームの語りが示唆する教会活動と広告活動の類似性である。

Pray for us. And pray for us. And pray for us. Good idea the repetition. Same thing with ads. Buy from us. And buy from us. (492)

『ユリシーズ』は広告に席捲された小説であり、フランコ・モレットティやジェニファー・ウィキーの研究によっても明らかになっているように、広告の言語が「ユリシーズ」を読み解く上での鍵になっていることはいうまでもない。第8挿話においては、キーノー商店のズボンの広告板やヒーリー文具店のサンドイッチマン、共同便所の貼り紙など多くの商品広告と一緒に「エリヤは来たらん」というキリスト教青年会のチラシが表れる。また、ウィキーは、ブルームが考案するキーズの広告には過剰なまでに宗教的隠喩が含まれており、『ユリシーズ』が広告を聖体拝受の代替と見做していることに疑問の余地はない。」と指摘する(242-3)。広告は消費社会の宗教なのだ。消費社会において、『聖』界と『俗』界というのは無意味な区別であり、「買い物をするのは礼拝することであり、支払うことは祈ること(To shop is to worship; to pay is to pray)」なのである(Leonard, 30)。第5挿話の「頭の切れる連中がちゃんとローマに腰をすえて、何もかもお膳立てしてるんだよ。金だっとうんとかき集めるんだらう?(Squareheaded chaps those must be in Rome: they work the whole show. And don't they rake in the money too?)」(102)というブルームのコメントは、「見世物(show)」や「金をかき集める」などの表現を通して、ミサが消費社会の広告キャンペーンの一つであることを示唆している。『ユリシーズ』における宗教と広告の類縁性は、広告が消費社会の宗教となり、宗教が逆に消費文化に取り込まれ広告の一つになっていることを示す。

「ナウシカア」における海の星教会の司祭の説教も、消費社会の中の宗教として、レナードが指摘するように、「決して」や「常に」といった広告スローガンが用いる誇張法を利用して、教会の教義を聴衆に浸透させようとする(113)。

[T]he reverend father Hughes had told them [...] the most pious Virgin's intercessory power that it was not recorded in any age that those who implored her powerful protection were ever abandoned by her. (463-4)

Well has it been said that whosoever prays to her [Mary] with faith and constancy can never be lost or cast away

[...] (466)

広告的誇張表現を用いた聖体降福式の説教そして祈りが向かっていく先は、処女マリアである。言うまでもなく、聖母マリアは純粋無垢な女性のアイコン、いわば「家庭の天使」の原型である。興味深いことに、この聖体降福式は実のところ断酒会であり、参加者は男性である。そして、マリアの名は「童貞 (Virgin)」「器 (vessel)」「慰め (comfortress)」「元后 (queen)」と幾たびも呼称を変えて祈願／消費される。幾度も幾度も男性たちによって呼びかけられる処女マリアは「[女性らしさという仮装を]もっとも上手く演じる女性、彼女を見つめ、自分たちの家庭に入って欲しいと祈る男性たちで部屋を満たす女性」なのである (Leonard, 113)。聖体降福式に参加する男性たちの聖母マリアへの祈願は女性らしさへのフェティッシュな欲望と重なり合うのだ。

ガーティの語りが高揚感を増すにしたがって海の星教会の描写は頻繁に挿入されると述べたが、それは聖母マリアのイメージがガーティに重ねられていくということでもある。ガーティ自身が積極的に「女性らしさ」の代表であるマリアに自らのイメージを重ねていっているといってもいい。そして、ガーティの「女らしい女」としての語りが高ぶっていくにしたがって、その語りは教会の語りと不可分になり、ついにクライマックスにおいて聖体の顕示と礼拝が、海辺におけるガーティの性的な脚の露出と渾然一体となるのである。

[A]nd then Canon O'Hanlon handed the thurible back to Father Conroy and knelt down looking up at the Blessed Sacrament and the choir began to sing *Tantum ergo* and she just swung her foot in and out in time as the music rose and fell to the *Tantum ergo cramen tum*. (468)

ガーティと処女マリアの重なり合いは、今一度「女らしさ」の言説という問題を浮き立たせる。教会、宗教も消費社会の男性の女性らしさへの欲望を利用しているのだ。広告と宗教が重なり合うことで、消費社会における「女性らしさ」への男性のフェティッシュが編成者のより俯瞰的な視点からあきらかになる。海の星教会の語りにおいて消費社会の広告と宗教は等価になり、聖体降福式のマリア祈願はそのままガーティを取り巻く消費社会の言説となるのだ。

そして、この海の星教会の語りはガーティの「女らしい女」としての語りと呼応しながら、ついにガーティの脚の露出、ブルームの自慰行為を迎え、やがてガーティの語りがブルームの語りへと地すべりを起こすという意味で、消費の対象となるガーティとガーティを消費するブルームの語りを繋げていく。第13挿話の最後においても、ブルームは居眠りをし、その即物的な語りは再びガーティの美文調の語りへとスライドするのだが、それにはカックー時計の九つの鳴き声とともに、儀式を終えた海の星教会の司祭たちの場景が挿入される。海の星教会の描写は、消費社会の女性らしさの言説を通してガーティと聖母マリアが重なり合い、マリアへの連禱を捧げる男たちとガーティに欲望し自慰行為を行うブルームが重なり合うことで、二つの語りを結びつけるのだ。と同時に、俯瞰的な視点から海の星教会を描く編成者は、「女らしい女」という商品として自己演出する美文調のガーティの語り、そのガーティを消費しつつ彼女の商品包装を醒めた目で見えるブルームの内的独白もその俯瞰的な視点の中に納めてしまうのである。こうして、一見、自己演出するかに見えるガーティの語りはブルームの欲望、男性の欲望の「裏声」として包摂され、そのガーティを見つめるブルームの語りも最終的には編成者の男性の女性へのフェティッシュな眼差しの腹話術となるのだ。

『ユリシーズ』第13挿話「ナウシカア」の語りは、これまで前半のガーティのヴィクトリア朝感傷小説風の語りと後半のブルームの内的独白という単純明快な構成の分析がなされてきた。その平明さゆえに『ユリシーズ』のラディカルな文体実験の中の後戻りと批判されることもある。しかし、単なるヴィクトリア朝感傷小説のパロディとして片付けることもできるガーティの意識に焦点化した前半の語りは、商品と「女らしさ」の言

説の密接な結びつきによって、消費社会の言説を積極的に吸収／消費するガーティのガーティによる広告文ともなるのである。そのガーティの語りもブルームの即物的な内的独白が存在することで、その美文調の包装は取り去られ、自己宣伝の内幕が読み解かれる。そして、二つの語りが交錯することで、ガーティの自己広告はブルームの眼差しによって消費され、ブルームに包摂されるものとなる可能性すら示される。更に、この二人の語りの中に挿入される海の星教会の語りは、ブルームそしてガーティの語りの「腹話術師」、連結者として、消費社会の言説を俯瞰的に眺める編成者の存在を顕在化させるのだ。こうして、一見単純に見える「ナウシカア」の語りの構造は、その商品、広告、女性らしさの言説によって複雑に影響しあい、屈曲を見せていくのである。「ナウシカア」の複雑な語りの構造は、ガーティたちを二重三重に包摂する消費社会の言説の存在を明らかにする。

注

¹ 前者の例として Weldon Thornton (101-104)、後者の例として Karen Lawrence (119-123)を挙げておく。

² 日本語訳には丸谷オ一・氷川玲二・高松雄一訳を参照した。

³ もっとも、これはブルームの語りによって初めて明らかになることではない。デヴリンをはじめ多くの批評家も指摘するように、ガーティ、イーディ、シシィら海辺の少女たちは互いの売り込み活動を監視し、牽制するのである (390)。

⁴ コリン・マッケイブは海辺のブルームについて「ブルームは力強いファルスの『わたし』、視姦する眼となり自慰に耽ることができるわけである。」と述べている (171)。

引用文献

- Joyce, James. *Ulysses*. Annotated Student Ed. With an introd. & notes by Declan Kiberd. London: Penguin, 2000.
- Devlin, Kimberly. "The Romance Heroine Exposed: 'Nausicaa' and *The Lamplighter*." *James Joyce Quarterly* 22.4 (1985): 383-396.
- French, Marilyn. *The Book as World: James Joyce's Ulysses*. Cambridge, MA: Harvard UP, 1976.
- Henke, Suzette. "Gerty MacDowell: Joyce's Sentimental Heroine." *Women in Joyce*. Ed. Suzette Henke & Elaine Unkeless. Urbana: U of Illinois P, 1982. 132-149.
- Lawrence, Karen. *The Odysseys of Style in Ulysses*. Princeton: Princeton UP, 1981.
- Leonard, Garry. *Advertising and Commodity Culture in Joyce*. The Florida James Joyce Series. Gainesville: UP of Florida, 1998.
- Senn, Fritz. "Nausicaa." *James Joyce's Ulysses*. Eds. Clive Hart & David Hayman. Berkeley: U of California P, 1974. 277-311.
- Thornton, Weldon. *Voice and Values in Joyce's Ulysses*. The Florida James Joyce Series. Gainesville: UP of Florida, 2000.
- コリン・マッケイブ『ジェイムズ・ジョイスと言語革命』加藤幹郎訳、筑摩書房、1991年。
- フランコ・モレッティ、『ドラキュラ・ホームズ・ジョイス——文学と社会』植松みどり他訳、新評論、1992年。
- ジェニファー・A・ウィキー、『広告する小説』富島美子訳、国書刊行会、1996年。
- 丸谷オ一、氷川玲二、高松雄一訳、『ユリシーズ』全3巻、ジェイムズ・ジョイス著、集英社、1996年。
- 結城英雄『「ユリシーズ」の謎を歩く』、集英社、1999年。