

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

感官新樂園：從《尤利西斯》看身體政治與慾望經濟

計畫類別：整合型計畫

計畫編號：NSC91-2411-H-002-045-B13

執行期間：91年08月01日至93年01月31日

執行單位：國立臺灣大學外國語文學系暨研究所

計畫主持人：黃宗慧

計畫參與人員：陳宥廷,姜邦杰

報告類型：精簡報告

報告附件：國外研究心得報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 93 年 3 月 10 日

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

計畫名稱：新世紀的喬伊斯：政治、文本、倫理-感官新樂園：從《尤利西斯》看身體政治與慾望經濟(II-I)

計畫編號：NSC91-2411-H-002-045-B13

執行期限：91年8月1日至92年7月31日*

主持人：黃宗慧(台灣大學外國語文學系；e-mail: soeko@ccms.ntu.edu.tw)

計畫參與人員：陳宥廷(台灣大學外國語文學研究所碩士班研究生)
姜邦杰(台灣大學外國語文學系學生)

一、中英文摘要及關鍵詞

中文摘要

筆者九一年度之計劃「感官新樂園：從《尤利西斯》看身體政治與慾望經濟(II-I)」係以性別、身體與慾望為研究之重點，企圖跳脫以往由性別越界或陰性書寫的可能性來探討喬伊斯是否為男性沙文主義者的思維模式，以書中充斥的感官經驗與身體性的描寫重新切入身體政治、性別文化與慾望經濟的問題。計畫中探討了布盧姆對性的退卻以及因此而不得滿足的慾望如何反應在他的行為模式之中，又如何影響了他對女性的看法。由於在布盧姆與女性的互動中，時而出現他為不同目的而致贈禮物的行為，而「贈予」在布盧姆的一天之中又佔有極重要的比例，九一年度之研究計畫「感官新樂園：從《尤利西斯》看身體政治與慾望經濟(II-II)」因此著力於慾望經濟的探討，分析《尤利西斯》中所充斥的贈予行為如何不但涉及禮物經濟，更關乎慾望經濟的運作。以布盧姆為例，他贈予妻子、女傭、筆友、斯蒂芬、老友遺孤等不同對象之禮物，皆包含了不同的慾望投注，可以幫助我們進一步理解在哪些情況下我們特別會被慾望驅動，展開贈予的行為，以及禮物的選擇如何反映了送禮者對自己與受禮者雙方的身份想像，又如何進一步形塑兩者的慾望互動。本計畫探究了《尤利西斯》慾望經濟與禮物經濟的相關性，並藉以思考當代主體自身慾望運作、贈予及消費行為的糾葛。

英文摘要

The circular path of giving-in-order-to-get-back revealed by Joyce's texts, to a certain extent, justifies what Jacques Derrida has said on gifts: the simple intention to give suffices to annul the very concept of the gift, for the donor's intention to pay himself with symbolic recognition, to praise himself, to approve of himself, to gratify himself with some sort of symbolic equivalent, has already defied the spirit of the gift, which is not supposed to get anything in return. The gift economy laid bare by Joyce is also in tune with Pierre Bourdieu's analysis of gift exchange; namely, it is the collectively maintained and approved self-deception that makes us assume gifts as free from any ulterior motives. Instead of using Joyce's texts to demonstrate the cogency

of Derrida and Bourdieu's theories, my project probes into the gift economy Joyce presents from the following aspects: If the gift is "the impossible" for Derrida as it always returns something to the donor rather than reaches the donee in a unilateral way, does Joyce's gift economy imply similar ideas? If Joyce's texts deconstruct the gift economy by showing how it is far from being disinterested, has Joyce offered any reason to account for the calculative dimension of gift-giving? Moreover, if the circular structure of economy necessitates the return of the gift to its donor, does the gift always reach this destination and thus nullify itself?

According to my exploration, I find that Joyce has not demolished the gift economy altogether by comparing gift-giving to self-congratulatory beneficence or usurious calculation of advantage, for he depicts Leopold Bloom as one who is willing to help the needy, one who generously spends the majority of his money on gifts during the Bloomsday. Though Bloom's acts of giving are not free of self-interest, Joyce's presentation of the gift economy does not so much frustrate our expectation of genuine generosity as enables us to recognize the reason why gifts can hardly be disinterested: it is because the gift is invested with the donor's desire, specifically the desire to redraw the boundaries between the recipient and himself that the act of giving is not immune from calculation. As Mary Douglas suggests, "if we persist in thinking that gifts ought to be free and pure, we will always fail to recognize our own grand cycles of exchanges, which categories get to be included and which get to be excluded from our hospitality." In other words, more profound insights into calculation and generosity can be expected if we penetrate how the motion of the gift economy is affected and even propelled by the economy of desire. Thus, in addition to laying bare how the gift economy presented by Joyce is far from being disinterested, my project dwells on the relation between gift-giving and desire so as to grasp the intricate mechanism of the intersubjective economy.

關鍵詞：喬伊斯、慾望經濟、贈予、禮物 (James Joyce, economy of desire, acts of giving, gift)

二、緣由與目的

對於禮物贈予或交換行為之探討，自文化人類學者莫斯(Marcel Mauss)著《禮物》以來，已引起許多討論。《尤利西斯》一書雖因主角布盧姆的職業(廣告招攬商)及其不時出現的贈予或助人行為，使此書成為探究商品與禮物經濟之極佳起點，但筆者卻發現相關的研究成果其實相當不

成比例，本計畫因此針對《尤利西斯》中所充斥的或者實質、或者譬喻性(figurative)的禮物，分析禮物贈予在慾望經濟中扮演的角色。

三、結果與討論

筆者發現，如德希達、布厄迪(Pierre Bourdieu)等以較為批判之角度解構禮物概念的理論家，對當代相關論述產生深遠的影響，然而如果對於禮物的理解只是停留在「禮物此概念是自我解構的」這個階段，將無法深入禮物經濟的運作模式，同時自莫斯以來所謂較浪漫的傳統禮物觀，其實也絕非一無可取，如海得(Lewis Hyde)承繼發展莫斯的理論，就發現不同時節不同情況下贈予的禮物，總是被送禮者投射了不同的慾望與身份想像(包括對自己身份的界定，也包括對受禮者形象的界定);雖然海得的論述過於浪漫地強調禮物維繫人際關係與社會和諧的功用，但卻也開啟了聯結慾望經濟與禮物經濟的契機。筆者九一年計畫成果的一部份便是將理論的思考引進對喬伊斯小說中禮物贈予或交換行為進行的觀察分析之中，歸結出的結論是：如果說喬伊斯的小說也在某種程度上解構了禮物，那是因為他揭露了禮物中的「算計」面向實與主體對禮物/受禮者所挹注的慾望有極大的關係，因此除了以解構的理論去理解喬伊斯小說中禮物之「不可能」之外，更可以從精神分析的觀點進一步檢視：思考禮物交換如何因其中慾望之投注，而可以類比於拉岡所謂的立基語言行為(foundational speech)—禮物贈予和這種語言交換的象徵活動一樣具有企圖定義雙方身份、關係的意圖，但禮物的算計意圖也將因主體慾望之不可穿透，而未必能達到目的。

四、計畫結果自評

本計畫執行期間，除了持續文本的探究並與整合型計畫中其他子計畫主持人之定期討論之外，亦將計畫成果撰寫為英文論文“The Gift that Always Reaches Its Destination? The Economy of Gift in *Ulysses*.”，已刊登於 *NTU Studies in Language and Literature* No. 12 (June 2003): 23-50 配合本計畫之執行，本人並於八月底九月初赴英國進行移地研究。停留英國的十天期間，本人前往劍橋大學與牛津大學等圖書館搜集資料，豐富而即時的館藏資料提供了研究極大的幫助，本人在圖書館內列印了2003年方由劍橋大學出版的新書 *James Joyce and the Difference of Language* 與本計畫相關的部分章節，而由 University of Minnesota Press 所出版的 *The Subaltern Ulysses* 一書，以後殖民及性別角度閱讀《尤利西斯》，亦提供了若干與本計畫相關的資料(“The Whores Will Be Busy”: Terrorism, Prostitution, and the Abject Woman in ‘Circe,’” “Molly Alone: Questioning Community and Closure in the ‘Nostos’”等等)。至於牛津大學校園附近的 Blackwell’s 書店，則陳列有極多與精神分析、女性主義與喬學研究相關

的書籍，本人以計畫經費購得與精神分析相關著作如 *Whose Freud: the Place of Psychoanalysis in Contemporary Culture*, *Object Lessons: How to Do Things with Fetishism*，與女性主義及身體議題相關著作如 *Bodies: Exploring Fluid Boundaries*, *Feminist Visual Culture*, *A Cultural History of the Modern Tattoo Community*, *Feminism and Cultural Studies*，與喬學研究相關著作如 *Ireland: an Illustrated History*, *Joyce Effects: On Language, Theory, and History*, *James Joyce, Sexuality and Social Purity*, *Semicolonial Joyce* 等，可預期對研究的深度將有所助益。

***註：因 SARS 影響本計畫移地研究之進度，原申請延長執行期限至 93 年 1 月**