



圣诞老人传

SANTA CLAUS



A B I O G R A P H Y

✿ [加]盖瑞·鲍勒(Gerry Bowler) 著 ✿

许世鹏 孙力舟 译



学林出版社



圣诞老人传

SANTA CLAUS

A CHILDREN'S BOOK

BY JAMES H. BROWN, M.D., D.D.

1911



CHINESE



圣诞老人传

SANTA CLAUS



A B I O G R A P H Y

[加]盖瑞·鲍勒(Gerry Bowler) 著

许世鹏 孙力舟 译



学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

圣诞老人传 / (加)鲍勒著;许世鹏,孙力舟译. —上海:学林出版社,2008. 11

书名原文: Santa Clans: a Biography

ISBN 978-7-80730-722-8

I. 圣… II. ①鲍…②许…③孙… III. 圣诞节—通俗读物 IV. K891.1-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 171517 号

Text copyright © 2005 by Gerry Bowler

Original edition published in Canada under the title Santa Claus: a biography by M & S, Toronto, Canada.

Copyright © 2005 McClelland & Stewart Ltd.

本书经加拿大 M & S 出版公司授权,由学林出版社独家出版。

合同登记号:

图字 09-2007-609 号



圣诞老人传

作 者——(加拿大)盖瑞·鲍勒

译 者——许世鹏 孙力舟

责任编辑——李西曦

封面设计——魏 来

出 版——上海世纪出版股份有限公司

学林出版社(上海钦州南路81号3楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(上海钦州南路81号1楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

照 排——南京展望文化发展有限公司

刷 刷——上海锦佳装璜印刷发展公司

开 本——890 × 1240 1/32

印 张——7.75

字 数——15 万

版 次——2008 年 11 月第 1 版

2008 年 11 月第 1 次印刷

印 数——6 000 册

书 号——ISBN 978-7-80730-722-8/K·46

定 价——20.00 元

(如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。)

引 言

圣诞节是我们生活中最重要不过的季节了。我们每年至少会花一个月的时间庆祝这个举世盛典。其他任何时候我们都不似这般热情高涨,其他任何时候我们都不曾如此沉迷于无尽的布置、欢乐与恢复中。我们用心筹划,长途跋涉,精挑细选,精心购买——珠宝商、书商以及玩具、香水和自动领带架出售者们因此而身心愉悦。我们悉心包裹,我们精心隐藏,我们翘首以待。我们清扫、装点一新;我们烘烤、烹煮、酿制、冷藏;我们斋戒、礼拜、祈祷、欢庆。我们走亲访友,醴酒款待。我们给孩子们讲(有时是真实的)故事,倾听他们心中(永远真挚)的愿望。我们写贺卡,填信封,贴邮票。我们重温自己熟悉的冬青枝、松树枝、姜饼、杏仁酥糖和金属箔。我们搜寻死树,运往家中并将其立起,尔后装点上只在这个季节富有寓意的缤纷饰品。我们吟诵着或砥砺奋发或傻里傻气的歌曲——歌颂平日里我们所念叨的驯鹿、守护神、精灵、栗子和国王。我们在亲朋好友面前兴高采烈地拆开礼盒,着实替缺席者惋惜。我们大快朵颐,开怀畅饮,

胀破了肚皮。“太”成了我们的口头禅——餐宴太丰盛了,我太贪吃了,太感动了,太累了。我们发誓明年一定不再暴饮暴食,却忘记了快意飨宴乃欢庆的本意所在。

即使我们出于宗教或其他方面的原因,决定不直接涉足圣诞现象,亦会发现它无处不在。无线电台和购物中心里的圣诞乐曲在所难免。我们对铺天盖地的热切问候感到苦恼,因排队等候的长龙伤神,更为找不到空闲车位发愁。就算看不惯邻里的消费主义,被他们的欢声笑语弄得闷闷不乐,你也只能忍气吞声,免得自己背上“圣诞怪杰”之名,或惹来更大的麻烦。圣诞节,你“插翅难逃”。

掌管圣诞节的有两位神。一位是圣婴耶稣,基督上帝的化身,天使们和牧羊人对他顶礼膜拜,颂歌、彩色玻璃和子夜弥撒等更对他赞美有加。探究其重要性的书籍、影片和艺术作品浩如烟海,不可胜数。圣诞节标志着两千年前他在中东一处马厩里的降生。另一位便是风靡全球的童话人物——圣诞老人。米老鼠、福尔摩斯、唐老鸭和哈里·波特的影响力比起他都不过是九牛一毛。圣诞老人是工业化经济的基本因素之一,是消费的刺激者,慈善捐赠的驱策者。他为无数人提供就业机会,鼓励青年一代洁身自好,圣诞庆典让我们合家团圆,民族团结。轶闻趣事、歌曲电影、草坪展示和商业中心处处庆祝着他的到来。他的形象被全世界的人熟知和喜爱。

圣诞老人的声望都源自其作为圣诞庆典期间主要的礼物使者这一角色。虽然圣诞节古已有之,礼物也从最初就与之相随

而生,圣诞老人本身却是个十分新近的概念。他从何而来?他是神话人物,文学的产物,还是精明资本家的牟利工具?他何以占据我们大部分的生活?他的人生历程将向我们讲述记忆与魔法的力量,孩子与父母的权责,商业与宗教的碰撞……

目 录

引 言.....	1
----------	---

第一篇 他的漫长孕育与神秘出身.....	1
----------------------	---

尽管我们可以看到圣诞节与礼赠之间的关联由来已久,然而千余年来世界所缺少的,是那个对儿童关爱备至的神奇礼物使者一年一度现身人间。12 世纪时,这样一个人物以圣·尼古拉斯的形式出现了。

第二篇 他的青年时代与性格发展.....	29
----------------------	----

这本书出版之后,给北美带来礼物的这个人不再是一位严厉的教士,或者像在宗教木刻中那么神圣了。圣诞老人被描绘为笑咪咪的,戴着一个高高的毛皮帽子,上面写着“圣诞老人”几个字。

第三篇 倡导者圣诞老人.....	71
------------------	----

到 19 世纪后期,圣诞老人越发受到公众的欢迎。圣诞老

人从普通家庭登上了社会公众的大舞台,同时也从一个想象中的童话故事人物变成了参与美国社会的一分子。

第四篇 广告明星圣诞老人…………… 109

圣诞广告越来越成为假日的一部分,利用年末买礼物的风潮,谁能比圣诞老人更能招徕消费者呢?

第五篇 战士圣诞老人…………… 139

纳斯特将圣诞老人当作民间家庭和前方战线间的连接者,把圣诞老人与爱国主义和家庭的温馨相等同,为厌战的美国民众塑造了一个强有力的圣诞象征。

第六篇 电影和唱机中的圣诞老人…………… 165

如果我们要仔细探究在 20 世纪里是谁为有关圣诞老人的知识增添了新的内容,我们就必须探察这 100 年中文化的引擎——电影和流行歌曲。

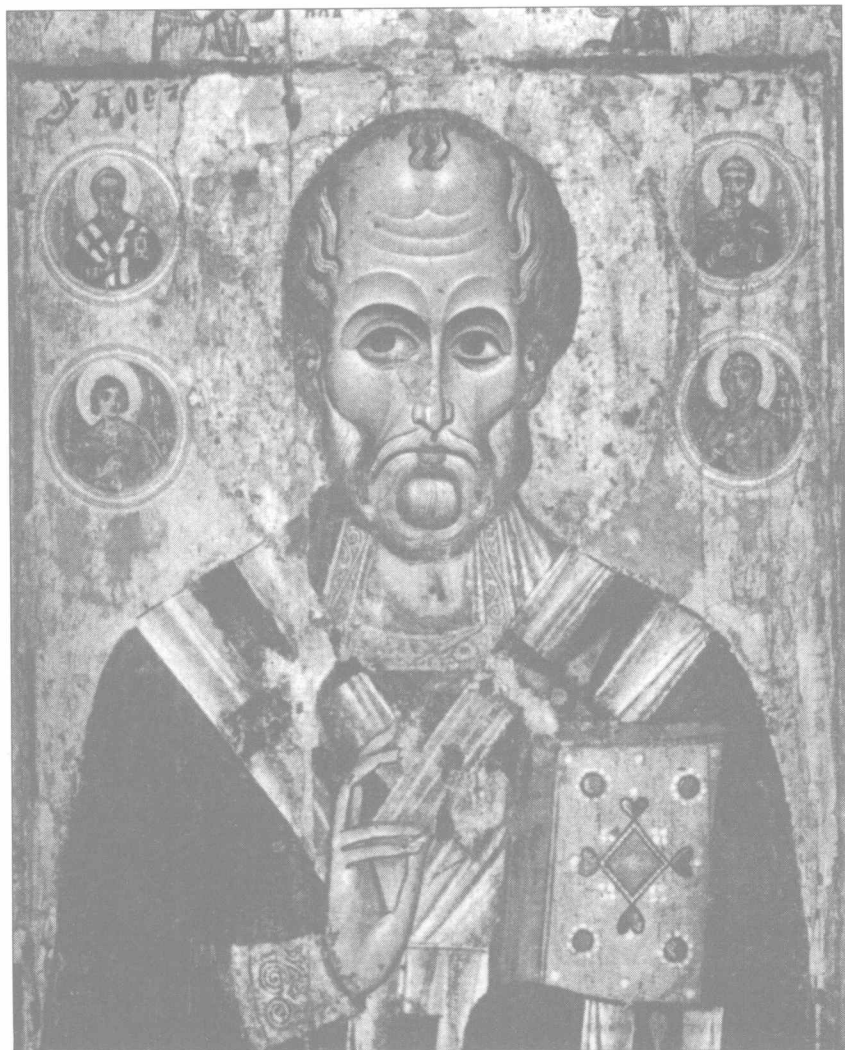
第七篇 圣诞老人有未来吗?…………… 205

到本世纪中叶,各种敌对势力的兴起对圣诞老人构成了挑战,这种状况持续到了新千禧。我们有理由提出疑问,圣诞老人作为一个重要文化形象的未来会陷入危机吗?

致 谢…………… 239

第一篇

他的漫长孕育与神秘出身



前一页：12 世纪俄罗斯的一幅圣像将圣·尼古拉斯描绘为一位苛刻的东正教主教，一个“严于责罚”的权威人士形象显而易见。

故

事发生在伯利恒。奥古斯都·凯撒当政二十六年间，一天夜晚，几名巫师敲开了一户来自拿撒勒城的年轻家庭的房门。这些陌生的来访者，被引至母亲和新生儿面前，他们就是传说中的“东方三贤”：嘉斯巴、默尔爵和巴尔大撒。他们解开各自的包袱，拿出黄金、乳香和没药献予婴儿，这便是最初的圣诞礼物。

令人费解的是，从庆祝基督降生到礼物流传开来竟然经过了数世纪之久。早期的基督教徒认为，欢庆耶稣诞生与异教徒尊崇其统治者的方式并无不同。公元3世纪时，亚历山大城的基督教神学家俄利根曾大声疾呼，反对人们将耶稣诞辰作为某种“法老王”的生日来庆贺。罗马帝国的信徒们千方百计使自己融入人群中，他们完美地穿梭于合法的文化活动与政府严令禁止的异教仪式之间。由于当时的节日大多带有

浓厚的宗教色彩，难怪基督教领袖们都对自己的教众在节日里如何狂欢深表忧虑，尤其是那些标志着岁末年初的浩大节庆。

古罗马人于12月下旬欢度“农神节”，从12月17日开始，持续五天膜拜远古的农神萨图尔。除准备佳肴之外，节日期间禁止一切劳动，一时间，举国上下一片欢腾。奴仆与主人暂时尊卑不分，人们推举一名“狂欢司仪”监管这一对古老的“黄金时代”的短暂回归。这是一个义不容辞的欢愉时刻，罗马人暂缓争吵，大摆筵席，男女易装举行假面舞会。家家户户装点着蜡烛和绿叶，亲朋好友间互赠礼物，孩子们得到的则是小玩偶（也许是当时人们供奉农神以求五谷丰登时所用祭物的象征）。接下来便是冬至、除岁节，以及公元286年传入的太阳神节——一个用来激励爱国主义和忠君之心的日子，然后是罗马历中代表新春伊始的大年初一。

公元4世纪时，安提克城的异教徒利巴涅斯对初一作了如下评述：

罗马帝国国界所至范围内，无处不在欢庆大年初一……过年的欲望攫取了每个人的心……人们不但犒劳自己，更款待三朋四友。成堆的礼物向四面八方涌去……‘初一’驱除了人们所有的辛劳与疲乏，使他们投入安闲自得的享乐中……此节的另一大特点就是它教导人们不可一毛不拔，而应当使用钱，让钱流入别人的口袋。

4 世纪的政治变革为基督教扫清了道路,它从许多宗教中的一种变为帝国的官方信仰。耶稣誕生日由此也成为公众节日,日期定在 12 月 25 日。都灵的圣·马克西姆对于俄利根的反庆贺立场,这样说道:

“你们都熟知人世间的君主诞辰庆典时是怎样一番热闹非凡、盛况空前的景象。文武百官和皇亲国戚们身穿华服,系着金光闪闪的精美腰带,以无比壮丽的场面列阵恭迎皇上……因此,教友们,如果说人们要大费周章地为俗世的君王庆生,以取悦这暂时的君主,那么我们该用怎样的关怀去庆贺我们那永恒的主耶稣基督呢?后者可能因我们的虔诚赐予我们不朽而不是一时的荣耀!”

基督教的盛行同样宣告了异教徒许多传统节日的终结,不过罗马帝国的居民们依旧对这些仲冬节庆乐此不疲。农神节和大年初一的欢腾此时被转移到较为新兴的基督教节日——圣诞节和主显节(亦称“显现节”)中。尽管劝诫之声不绝于耳,公民们过新节时仍将旧有的风俗习惯延续了下来。公元 400 年 1 月,阿马西亚的主教阿斯提留布道时厉声谴责了基督徒馈赠节日礼物的习俗:

“哟,可真荒谬!人人都张着嘴四下搜寻,就盼着能从别人那儿得到点什么。送礼者垂头丧气;获赠者的礼物也

荡然无存,因为赠品将无限地从一个人传递到另一个人手里,从下属收礼者转送给上级。节日里的钱财就像孩子们玩耍的彩球一样飘摇不定,很快我就会将它交予左邻右舍。这不过是一种往往带有某种必然性的新型贿赂与谄媚方式。因为达官贵人的羞辱驱使人们卑辞重币;职衔较低的官员则直言相索,而所有的礼赠都逐级上移,流进高官显爵们的腰包……这个节庆甚至教天真烂漫的小儿学会贪得无厌,使其习惯于挨家挨户分发新奇玩意儿,铝箔包裹的果品,以此换回身价百倍的答礼,他们幼小的心灵于是开始烙下了唯利是图的肮脏印记。”

随后的几个世纪里,教士们时常作如斯悲叹,教会当局亦查禁某些极端无礼的行为——譬如男女易装或穿着兽皮到处游行,但冬至和新年时节互赠礼物的风俗仍每每不辍。

整个中世纪时期,礼物都与圣诞季节(请记住,圣诞一直以来都是一个节期,而并非仅为一天)息息相关。送礼的方式千差万别,原因亦不尽相同。对中世纪社会的有序运作起到举足轻重作用的封建关系,通过礼物得到了巩固。礼物在社会阶梯中上下往返,人们为此精打细算着。朝臣们向君主进贡表达忠诚;君主和教皇也赍予渥典,以示仁厚,以酬尽忠效己之利。14世纪晚期一名逗留英格兰的意大利游客记录道:“下属对上级表示‘心意’,贵族名流们向统治者进献厚礼,后者亦大方赏赐聊表谢意。”(女皇伊丽莎白一世冷冰冰地记下自己收取的每一

份礼物的价值,其中有不少是黄金白银。)在社会等级这一端,礼品或许也有爵士、上等阶层和武士之分。上至万人景仰的君主,下至地位卑微的乡绅,有权之士的账簿上每年赠予奴仆、乐者、唱班、友人及街坊的礼品开支名目繁多,不一而足。佃户必须向其地主周到备礼,后者则必须在圣诞节后农闲时宴请佃户。鲜有人认为这样的给予是端正无私的。礼品表明对往昔劳动的认可,对进一步庇护提携的许诺,或是暗示赠予人期望接受者日后能鼎力相助。

人们还可以趁此机会向权贵们索取“小费”:主顾们身边围满了小贩和杂货店伙计,法庭职员们跟辩诉人套近乎,房主则每年都要面对众多的火把商、街道清洁工和赖住的房客。这种做法简直无异于敲诈,15 世纪伦敦政府针对公职人员颁布的一道法令对此颇有微词:

“鉴于公职人员的仆从因循某种堕落的风俗,从主人手中,或通过他们获取衣食酬劳,完全似乞丐那般讨求他人施舍之行为,已愈来愈不合礼数及有失体统;以往每年基督生日,市长、郡长的男仆和市政人员们沿袭某一日渐腐化的陋习,利用职务之便谋取衣食或其他利处——假供奉之名,向酿酒人、面包师、厨师以及其他供食者索求大笔钱财;甚或不止一次地威言相胁,若对方拒绝给予,他们便百般刁难,还屡次允诺将默许给予者的不法行为作为酬答。这些行为既败坏了主人的名声,更令整个伦敦城蒙受损失。因

此,亨利五世7年4月31日,即星期三,市长威廉姆斯·瑟文诺克和伦敦市政委员会颁令并立法如下:即日起,市长、郡长和市政机关的任何男仆或其他侍从均不得借祭献之名,或以其他任何方式向任何人索取或要求任何钱财,不论对方为何等职衔,境况如何。违者以黜职论处。”

虽然诟病之声此起彼伏,这一习俗(英语国家称之为“节礼日”)仍延续了数百年之久。直至19世纪中叶,伦敦银行职员和英国外交部官员依旧在索要圣诞小费。

在整个“降临节”和“圣诞十二日”期间,某些社会群体,通常是社会边缘群体,也可暂时享有索求礼物或“行乞”之权。个人及团体可挨门逐户送上良好祝愿或圣诞乐曲,求得簞食瓢饮。在英格兰,这一风俗别名颇多:“喃喃”,由吉卜赛俚语或无牙乞丐的喃喃之语衍生而来;“求谷”,即寻求谷类赠物。此外,老妇人们还会在12月21日圣托马斯节去“托马斯”,或称“行善”(人们认为捐赠有益于心灵)。穷困女子于是在自家门前唱起了歌儿:

好日子!好日子!

圣托马斯日匆匆而逝。

我们祈求你乐善布施,

因为好时光停留不久。

灰色托马斯,灰色托马斯。