

读者

丛书

读者丛书编辑组/编

DUZHE CONGSHU

丛书



·天南地北·

外面的世界很精彩

十年典藏

旅行始终是行走的，只有累了才会稍微停顿。
在每个这样短暂的停顿中间，
有的是流星般灿烂的美好。
到了再次出发的时候，绝不停留。



YZLI0890112566



读者出版集团

DUZHE CHUBAN JITUAN

甘肃人民出版社

·天南地北·

读者丛书编辑组/编



YZLI0890112566



读者出版集团
DUZHE CHUBAN JITUAN
甘肃人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

天南地北 / 读者丛书编辑组编. —兰州: 甘肃人民出版社, 2011.1 (2011.3重印)

ISBN 978-7-226-03878-9

I. 天… II. 读… III. 游记—作品集—世界 IV. I16

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第170222号

责任编辑: 马海亮

封面装帧: 弘文馆·柴华

天南地北

读者丛书编辑组 编

甘肃人民出版社出版发行

(730030 兰州市南滨河东路520号)

各地新华书店经销 北京市兆成印刷有限责任公司印刷

开本700毫米×1000毫米 1/16 印张15 插页2 字数231千

2011年1月第1版 2011年3月第2次印刷

印数: 6 501~23 500

ISBN 978-7-226-03878-9 定价: 24.00元

目 录

CONTENTS

- 001 世界名城的标志
- 004 世界年俗一瞥
- 008 世界各国的中产阶级
- 013 漫话各国出租车
- 016 餐桌上的“民族精神”
- 021 海关故事
- 025 世界各地饭局
- 031 笑谈各国香水
- 033 有趣的钞票
- 036 城市的气味
- 040 与巴黎共浪漫
- 045 英伦的“天”“地”“人”
- 049 威士忌万岁
- 053 在欧洲的后花园
- 056 中国人与印度人
- 059 北欧的和谐
- 062 从地铁里看日本
- 065 德国人：永远背着哲学家的包袱
- 072 俄罗斯：进屋必须脱外套
- 074 芬兰人与桑拿
- 078 在美国“驾驶”自行车
- 080 感受伏特加
- 083 看欧洲人喝酒
- 087 加拿大的选择
- 090 哈佛，竞争残酷的大学

094	美国的捐献文化
098	挪威的欢乐时光
103	Lazy、Busy和Easy
106	百亿美元藏身沙发缝
108	丹麦人的快乐童年
112	华尔街的寓言
115	话说德国的义务教育
118	看人家荷兰人的生活
120	美国人是这样买房的
124	谜一样的民族
129	奇怪的波兰人
132	奇特的“武器”
134	奇特的婚礼
137	热爱读书的民族
140	日本：节能已成习惯
142	瑞典：清官是怎样炼成的
145	瑞士：没有“自由”的天堂
147	世界要比想象的大
151	墓碑上的“报道”
153	囚犯乐园
155	为枯树付“埋葬费”
157	一把小刀的力量
159	印度妇女与抱树运动
162	英国官场现形记
165	犹太人的家庭教育
168	有趣的非洲特色广告
170	在不丹感受幸福
173	“软力量”战争
175	浪漫之都的地铁文化
178	沥青湖的诱惑

180	两片海，两种人
182	忘恩负义的感恩节
184	形形色色的离婚
188	英国老百姓的日子
193	丹麦幽默
196	美国人的“生活基本原则”
198	阿拉斯加的慈悲鸟
200	德国人走在钟表上
202	巴黎的起点
205	英国人的另一面
207	凡尔赛宫
211	裸骑的戈黛娃夫人
214	日本城市的共伞主义
216	两个犹太人三个脑袋
218	魔梯
220	众爱成城
222	笨强盗趣闻
224	窥看欧洲
227	没有音乐的酒吧
229	把孩子扔到河里
233	致谢

世界上许多名城都有各自的雕塑，它们不仅点缀美化了这些城市，还因体现了特有的文化气氛而成了这些名城的象征和城徽。

小孩撒尿铜像

比利时首都布鲁塞尔的标志最为有趣，它是一座仅半米高的小男孩撒尿铜像。这个小男孩叫于连，只见他头发蓬松，鼻子微翘，光腚顽皮，在大庭广众之下旁若无人地撒尿。他的“尿”像涓涓细流，日夜不停地喷洒着。传说在13世纪中叶的一次反侵略战争期间，暗藏的敌人企图炸毁市政厅及其周围的建筑，却被小于连一泡尿浇灭了敌人点燃的导火线，拯救了整座城市。

自由女神像

匈牙利首都布达佩斯与美国纽约的标志都是“自由女神像”。所不同的是前者双手高举橄榄巨叶，昂首仰望长空，神态端庄安详，仿佛向苍天诉说人间最美好的心愿；后者右手高举火炬，左手拿着刻有美国独立宣言日期的法典，象征民主和自由。

母狼育婴雕像

意大利首都罗马的城雕是座“母狼育婴雕像”。相传两千多年前，意大利阿尔巴城的公主西尔维亚被害。她的一对孪生子被篡权的国王丢弃，后被母狼哺育成人，其中的罗马路斯后来成了罗马城的创建人。因此，狼被视为恩物，并雕塑成这座铜像作为罗马的城徽。

《一千零一夜》群像

伊拉克首都巴格达的城雕是《一千零一夜》群像。主题雕像是美丽的山鲁佐德姑娘，从容不迫地向山鲁亚尔国王讲述故事，让暴君听得入了迷，忘了杀人，从而拯救了千千万万的姐妹。她讲的主要故事，如《阿里巴巴和四十大盗》、《阿拉丁和神灯的故事》等，都塑成组雕，分布在全城各处，使古城平添了许多神奇。

美人鱼雕像

世界上有两尊美人鱼雕像：一座在丹麦首都哥本哈根市的街道上，它是哥本哈根的象征。雕像是根据安徒生的著名童话《海的女儿》中的人物塑造的。另一座系波兰首都华沙维斯瓦河畔拖着鱼尾的美人雕像，美人鱼右手持剑，左手执盾牌，表现出波兰人民英勇不屈的精神。

英雄青铜像

在委内瑞拉首都加拉加斯市中心的玻利瓦尔广场，耸立着一尊英雄铜像。他身披铠甲，纵马驰骋，这就是南美北部大陆的解放者西蒙·玻利瓦尔。

千里马雕像

在朝鲜首都平壤的万景台上，有一座千里马雕像。它是平壤市的标志。雕像的基座由花岗石砌成，高耸的石碑犹如一柄利剑直刺蓝天。而石碑顶部的铜铸千里马凌空奔驰、足踏白云，极富动感。

彩蛋滚出新年来

波兰的克拉科夫过新年的方法很别致，是用好几万只色彩斑斓的蛋“滚”出来的。

克拉科夫的人们在新年的一大早，就来到城外一个绿草如茵的山坡，有些人爬山，有些人站在山脚下。爬山的人每人手上提着一个用柳条编织的篮子，篮子里是煮熟了的鸡蛋，而这些鸡蛋事先都涂上了鲜艳的彩色，因此一篮之内色彩斑斓。

大家都上到山头后，裁判一声令下，每人把自己篮中的蛋倒出来，刹那间，几十万只色彩斑斓的煮熟了的蛋顺着山坡缓缓地滚了下来，颇为奇特而壮观。

这时山坡上的人则大叫：“滚蛋！滚蛋！看谁的蛋滚得远！”而山坡下的人大叫：“加油！加油！看谁的蛋滚得远？”

人声、加油声以及几十万只色彩斑斓的蛋就这样揭开了克拉科夫新年的序幕。

第一脚

英国人在新年夜很少外出或者几乎不出门，喜欢在家里一家人围炉守岁，听子夜新年的钟声。钟声响后，人们立刻奔赴教堂唱《辞岁歌》。《辞岁歌》非常感人，英国人平常不太宣泄的感情就在这时流露了：“你对旧日的朋友能不怀念？你对旧日的岁月能不怀念？旧朋友、旧时光我们爱它！来！我们为它干一杯！干！”

唱完《辞岁歌》后，挥别众人、挥别教堂就匆匆赶回家，此时所要做的就是等待“第一脚”。所谓“第一脚”就是新年凌晨第一个到访的客人。英国人普遍认为，“第一脚”是幸运使者。

“第一脚”最好是一个年轻、英俊、健康、快乐又富有的人，因为这是一个吉兆。英国北部人则期待这个“第一脚”造访时最好能带三样礼物：一片面包、两根火柴、一枚硬币，有时再加一枝带着绿叶的树枝。不外乎希望健康、快乐、富有、温暖，新年大吉大利。

“第一脚”不一定是认识的朋友，如果是陌生人，反而会更好。“第一脚”造访时，无需敲门，因为主人已经敞开大门了。“第一脚”入门后，可以长驱直入，主人也不接见，然后把3件礼物悄悄置于主人客厅的壁炉上。主人一家人虽藏在角落里目睹一切却不出来相见，因为任何声音都会把“第一脚”吓跑。“第一脚”放置好礼物后，就悄悄地对主人说一些祝辞。只有在这时候，主人才能打破缄默，出来相见。

不狰狞，不过年

哥伦比亚有一项最特殊的“产品”：美女。但哥伦比亚最著名的并不是美女，而是它的节日。它的节日之多令人瞠目，全年中竟有近1000个，平均每天过两个半节！

新年时，哥伦比亚的每个城市上空都飘着气球、彩带或是其他的东西，天空变成

彩色的世界。然后哥伦比亚的每条街上，都挂满了大大小小的魔鬼画像，有可爱的，也有狰狞的，但狰狞的占绝大多数。附在这个魔鬼旁边的是与魔鬼有关的警世箴言。

哥伦比亚人对过这样狰狞的年很喜欢。他们在新年一大早就奔赴街上，看“彩色的天空”，看“魔鬼”，他们彼此大笑、祝福，看哪个魔鬼最好。

有些人谈着笑着还意犹未尽，只好舞起来。有些人还会大叫：“荣耀的魔鬼，我们正在这里狂欢。我们是魔鬼大王，是世界上最厉害的魔鬼大王！”如果是在哥伦比亚首都波哥大，除了这些话外，有些人还会大叫：“荣耀的魔鬼，波哥大是魔鬼之都！”

葡萄、美女迎新年

阿根廷盛产葡萄、葡萄酒，再加上阿根廷人的艺术气质，使阿根廷人把葡萄与美丽连在一起，因此葡萄与美丽成了新年盛事。

当新年这一天到来时，一大早，多萨省长就穿戴整齐，“当！当！当！”敲打预先挂在省长办公大楼外的钟。从现在起，一年复始了。一年复始的第一个节目是选美——葡萄公主。

阿根廷一共有17个省，此时每个省推举的美女共17人。这17个美女从选美台步入参观者中，把篮中的葡萄分赠众人，与台下的人一同分享美酒与新年的快乐。

当所有人品尝过新葡萄与新酒后，这才开始选美。评选的标准并不一定以美为唯一条件，还要看看是不是有文化修养与才学。另外一个不在评选之内，但也必须具备的条件是好酒量。

最后选出的葡萄公主就是整个新年的主角。次日的花街游行、接待包括总统这样的要员都由她出面或主持。不论她走到哪里，葡萄和葡萄酒都跟随着她，因此敬酒与干杯不断，没有海量怎成？

抛猫节

每到新年元旦，比利时勒贝人必有一个抛猫活动，把一只活生生的猫从8层楼高的教堂顶上抛下。猫的生死完全看它自己的造化了。抛猫活动是勒贝人新年活动的最高潮，往往有5万人到场。

勒贝人为什么喜欢抛猫呢？因为这源于一个很古老的传统。中世纪时勒贝人把猫视为不祥之物，也是扰乱安宁之物，因此要捕而杀之。但捕杀又不能任意捕杀，一定要隆重地捕杀，所以抛猫活动出现了。

现在，勒贝人抛的已是假猫了。新年前，勒贝人制作了许多可爱的、巨大的长毛绒猫，做好后先在教堂里展出，然后就等在新年早晨把它们抛出去。新年当天，在早晨弥撒之后，勒贝人不分男女老幼一齐等在教堂外面，有些人穿起猫装，戴起猫面具，把自己打扮成猫。一个穿着最奇装异服的男子，在也是奇装异服的9名男女簇拥下，登上教堂的最高处，那些精心制作的长毛绒猫就一只只由教堂的高处抛如雨下了。

教堂外的勒贝人，放声高歌，尽情欢乐。而那些从教堂上抛下来的猫，事后统统送给了孤儿院，使孤儿在新年里也能感到温暖。勒贝人由杀猫到爱猫，再转化到对孤儿的爱，这个新年应是最美的。

这几年，几乎手上有点闲钱的中国人都争相买房买车，而一个家庭拥有房产的数量、面积和档次，以及一个家庭是否拥有汽车及其档次，也成为判定一个家庭社会与经济地位的直接指标。所谓“中产阶级”，也开始频繁地出现在各种现代媒介上。然而，在西方国家，中产阶级又是怎样生活的呢？

英国 中产阶级的贵族情结

英国人具有传统的贵族情结，他们保守的个性和尊重传统的气质，在王室的留存与阶级制度等社会各层面中表露无遗。他们的贵族情结也引导着社会中产阶级的品位。向上流社会努力奋斗的中产阶级都竞相模仿贵族的言谈举止，生怕因自己的粗野行为被他人看出卑微的出身。

约翰·莫根，在许多人眼中，他是一位真正的“英国绅士”，他教授着英国贵族的礼仪，比如怎样才是吃香蕉的正确礼貌的方法：香蕉是不能拿在手上剥了皮大啃的，那实在是有失风雅，香蕉必须横放在盘子上，用刀叉先将它的两头切去，然后再横向剖开香蕉皮，最后才将香蕉切成小块，优雅地送入口中。

约翰·莫根自己的谈吐举止、穿着打扮也都无懈可击，他只在伦敦的西尔维亚街买衣服。衬衫、西装、鞋子，甚至外出旅行行李上的标签都是手工订做的，他的衣服总是要用薄薄的洁白的衬纸包裹，他丝毫不追求现代的名牌时装，在他看来，那只是肤浅的没有教养的暴发户爱做的事情。他的手表、皮带也都精致无比，他用平头钢笔蘸着墨水写的圆体字是英文书法的典范，他的信封信笺都是特制而成，上面压印着浮雕花纹，他不用胶水更不用唾液黏合信封，他用的是那种古老的蜡制封泥。

出门时，他总要带上他那把银柄的长伞，伦敦天气变化无常，刮风下雨时，他总是要为他与走在一起的女士遮挡风雨。他从来不去超市或商店购买日常用品，在一般的银行中存钱取钱对他来说也同样无法接受，他只在会员极为精选的俱乐部中兑换支票。办公楼中的卫生间他是不去的，需要方便时，他总是要不辞辛劳地来到他的俱乐部，使用这里的卫生间。因为只有这里，方便洗手之后，会有服务员为他递上一条洁白的亚麻布擦手巾。幸亏，他的办公室和他的俱乐部相距不是很远。

像莫根这样的绅士是一种典型，他那过于传统而刻板的做法现在已经很少为当代英国中产阶级接受。即使如此，受贵族文化的影响，英国中产人士依然有着独特的生活品位。这种独特品位首先表现在衣着上。中产阶级的男性和女性无论在什么时候对自己的服装和打扮都十分注意。女性的服装以素色淡雅为主，很注意服饰的搭配：冬天，黑色的呢子外套配上一条醒目的粉红或白色围巾，几乎是英国女性的经典打扮。英国老太太为了显示活力，钟情有花纹的衣服，但也是不抢眼的浅色小碎花，或者是经典伯百利的传统格子。和女士相比，英国男性的服饰变化更少，他们清一色的西装革履，几乎可以说是有些单调。但是他们的衣服总是很干净，特别是里面的衬衣永远是雪白的。他们几乎每天都要洗两次澡并更换里面的衬衣。如果要约见重要朋友，他们更得换上洗熨过的合体西服，鞋子擦得一尘不染。在英国，男士衣冠不整是非常粗

鲁的表现，穿着整洁被看成是一个绅士有涵养和有魅力的体现。

英国的绅士和淑女们都非常注重个人卫生，特别是牙齿卫生。英国人无论是否有牙病，每年都要到医院定期药物洗牙两次。他们与人交谈时露齿一笑，都会显出整齐洁白的牙齿，让人感觉很舒服。英国绅士和淑女的风度还体现在说话、手势、坐姿等一些细节上。在英国，一个人与别人谈话的时候，如果动作幅度很大、声音很响，特别是谈话中粗话不断，会被看成是教养不够的表现，很可能会因为这种不雅的举止失去友谊。因此，英国男性与人谈话的时候总是坐得笔直，语调不高也不低，即便稍有动作，也能将一个姿势保持很久，像定格了一样。

俄罗斯 中产阶级分等级

俄罗斯中产阶级大部分拥有3个房间以上的住宅、别墅或带花园的房屋产权。家庭人均居住面积15平方米以上，符合这一标准的为中产阶级下层，人均面积30平方米以上是中产阶级上层，16~30平方米则属于各种收入群体。

支出结构方面，各个阶层存在着明显的区分。比如中产阶级上层，他们很少在食物、医疗服务、招待客人方面节省开支，去国外观光旅游及教育旅行也无疑是属于上层人士的支出，建筑或购买房屋、成年人健康服务及教育服务则属于上层及中层人士，尽管一些项目的数量比例相差一倍或至少1/3以上。而中产阶级下层在服装、鞋类、日常生活服务、文化娱乐、休假旅行等方面都要节省开支，中层则常常节约休假的开支。在各种使用的物品上分化并不明显，其意义并不在于是否拥有物品本身，而更多表现为品牌 and 价格上的区别。只有像洗碗机、近年来购买的新品牌冰箱、汽车等物品才具有一定的分层的标志性作用。此外，拥有哪种品牌的个人电脑也是区分具有较高专业技能的中产阶级的标志。

形成俄罗斯中产阶级价值观的重要因素还有对待工作的态度及满意度。中产阶级大体上满意于自己的工作。

大部分俄罗斯中产阶级的兴趣集中于工作方面，而不是日常生活及消费上。对于

俄罗斯中产阶级来说,“有兴趣的工作”给他们展现了最具价值意义的内容,这是一个本质上非享受型的迷恋工作与劳动的阶级。

美国 中产阶级逃离都市

为了寻找更便宜的房子和更开阔的空间,美国中产阶级正逃离大都市。目前在美国,30年期固定贷款利率平均达6.86%,是2002年4月12日以来的最高点。

自2000年以来,美国30个主要市区的房价上涨了大约30%,包括华盛顿、纽约、拉斯韦加斯、凤凰城、圣地亚哥、亚特兰大等城市。同时,高涨的汽油价格以及房产税正在导致全美国范围内的住房危机。这场危机的后果是改变了数千万美国人的生活以及城市的面貌。

对多数美国人而言,房屋是他们最大的财产,最保险积累财富的方式。许多中产阶级眼看自己的财产被租金所侵蚀,却又没有足够的钱购买房屋。

根据华盛顿智库布鲁金斯研究所最新公布的一份报告显示,在美国全国范围内,城市正在失去他们的中产阶级社区。1970年,55%的低收入家庭居住在中产阶级社区中,这个数目到了2000年仅剩37%,说明越来越多的家庭连中产阶级住宅区都负担不起,只能搬到低收入家庭为主的社区。大多数的中产阶级社区不是向上提升成为多产阶级群居的地方就是向下沉沦,成为低收入或贫困户住宅区。这一趋势在12个最大的城市和地区正在恶化,包括洛杉矶、巴尔的摩以及费城。

从2000年到2004年,除了少数地方以外,美国几乎所有的大城市迁出的人口都比迁入的人口多。从美国全国范围来看,人们从东北部迁往南部和西部,西海岸的居民向内陆迁移,而中西部的居民则是为了追逐高工资而居。除了这个大趋势之外,在几乎每一个美国城市里,中产阶级人士都在从传统的“郊区”迁往环境更好的“远郊区”。

在美国中西部和东北区,都出现了大规模的郊区化现象,建筑商倾向在远离市区的郊外大量修建宽敞和豪华的房屋,以吸引高收入家庭入住。以中产阶级社区衰退严