

〔美〕伊莱恩·西奥利诺 著

徐丽松 译

法式诱惑



La Seduction

How the French Play
the Game of Life

Elaine Sciolino

法式诱惑

〔美〕伊莱恩·西奥利诺 著

徐丽松 译

La Seduction

How the French Play the Game of Life

Elaine Sciolino

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

法式诱惑 / (美) 伊莱恩·西奥利诺著; 徐丽松译.

—南京: 南京大学出版社, 2018.9

书名原文: La Seduction: How the French Play the Game of Life

ISBN 978-7-305-20364-0

I. ①法… II. ①伊… ②徐… III. ①文化研究—法国 IV. ①G156.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 132037 号

LA SEDUCTION: How the French Play the Game of Life

Copyright © 2011, Elaine Sciolino

All rights reserved.

Simplified Chinese edition rights © 2018 Nanjing University Press Co., Ltd.

本简体中文版翻译由台湾远足文化事业股份有限公司(八旗出版)授权。

江苏省版权局著作权合同登记 图字:10-2017-273 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

书 名 法式诱惑

著 者 (美)伊莱恩·西奥利诺

译 者 徐丽松

责任编辑 付 裕 芮逸敏

照 排 南京紫藤制版印务中心

印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司

开 本 787×1092 1/32 印张 14.25 字数 318 千

版 次 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-20364-0

定 价 58.00 元

网 址 <http://www.njupco.com>

官方微博 <http://weibo.com/njupco>

官方微信 njupress

销售咨询 025-83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

目 录

辑一 非常法兰西

第一章 自由、平等、诱惑	002
第二章 诱惑的国度	027
第三章 非关性爱	053

辑二 让当下持续回甘

第四章 华丽法兰西	082
第五章 知识分子的前戏	102
第六章 你永远不会知道	130
第七章 与肉店老板成为朋友	151

辑三 身体的书写

第八章 肉体的魅惑	178
第九章 香气的召唤	205
第十章 美食的高潮	225

辑四 诱惑与公共领域

第十一章	藏身在光天化日之下	258
第十二章	“烟斗”与“雪茄”	275
第十三章	“加油哦，小卷心菜！”	307
第十四章	传播文明的火把	334

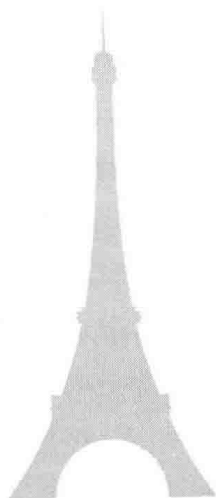
辑五 告别诱感情缘？

第十五章	不诱惑毋宁死	360
尾 声	一场法式晚宴	380

鸣谢	401
----	-----

参考书目	408
------	-----

辑一 非常法兰西



第一章

自由、平等、诱惑

*

征服还不够,还要懂得如何诱惑。

——伏尔泰,《梅勒普》(*Mérope*)

比起我们提到“情趣”(pleasure)一词时所指涉的意涵,法文中的“情趣”——le plaisir——定义更加明晰,意象也更加鲜明……在法国人无畏地、欢乐地拥抱生命的人生哲学中,情趣无疑是一个重要元素。

——伊迪丝·沃顿(Edith Wharton),

《法国方式及其意涵》(*French Ways and Their Meaning*)

我第一次接受法国式吻手礼是在法国总统府——爱丽舍宫的拿破仑三世厅，行吻手礼的人则是法国总统本人。

那是在2002年秋天，是雅克·希拉克(Jacques Chirac)担任法国总统前后一共十二年任期间的第七年。当时小布什(George W. Bush)总统正着手策划对伊拉克发动战争，法国与美国的关系跌到数十年来的最低点。我刚被《纽约时报》(*New York Times*)调任为驻巴黎办事处主任，希拉克接见我以及《纽约时报》国际新闻部的编辑罗杰·科恩(Roger Cohen)，目的是宣布由法国主导的战争回避策略，并使其成为头条新闻。那个星期天上午，我们抵达爱丽舍宫时，希拉克跟罗杰握了手，接着以吻手礼(*baisemain*)欢迎我。

吻手礼这种礼仪在今天被几乎所有六十岁以下的人视为过时，但在传统中却是一个神圣而隆重的动作，历史可追溯到古希腊罗马时代。中世纪时，地方诸侯向领主行吻手礼以表敬意。到了十九世纪，吻手礼的意义有了新的诠释，成为男子向女性传达绅士风范及礼仪的方式。今天依然行吻手礼的男性应该都懂得并且遵守这项礼节的规则：不可以吻戴了手套的手，或是年轻女孩的手；只能吻已婚妇女的手，而且只能在室内进行。

希拉克握住我的右手，温柔地捧着，宛若那是他私人艺术收藏中的一件珍贵瓷器。他将我的手提到他胸前的高度，弯身趋近，然后吸了一口气，仿佛在品味它的芬芳。紧接着，他的双唇印上我的肌肤。

这个吻不是一种热情的表现。它完全不像普鲁斯特(Marcel Proust)在其长篇巨作《追忆似水年华》(*À la recherche du temps perdu*)第一部《斯万家那边》(*Du côté de chez Swann*)中所描述的那种激情澎湃的情景——叙事者“盲目地、热烈地、疯狂地”抓住并亲吻一名

身穿粉红衣装的女子伸向他的手。然而希拉克的吻依然让我感到些许不安。某部分的我觉得它非常迷人，非常风光。但在这个女性为了让人认真看待，必须加倍努力的时代，希拉克在一个专业性的交流场合这么直接地让个人印记流泻而出，并且假定我会喜欢，还是让我内心隐约产生某种不自在。这件事在美国是不可能发生的。如同在法国其他种种情况，那个吻手礼其实是在幽微而又明确地释放“诱惑”。

身为政治家，希拉克自然早已将一整套的诱惑技巧，包括他行之有年的吻手礼，纳入他的外交风格中。当劳拉·布什(Laura Bush)到巴黎参加美国重返联合国教科文组织的仪式时，希拉克对她行了吻手礼；她将脸略为别开，仿佛要避免让自己的微笑直接满足了希拉克。希拉克也曾吻过美国国务卿赖斯(Condoleezza Rice)的手，而且在同一次访问期间就吻了两次。默克尔(Angela Merkel)当上德国总理隔天，他也以双手捧住默克尔的手，向她行吻手礼；默克尔没有吝于回报这份仪节，随后就宣布德国与法国保持“友善且密切”的关系是非常重要的。

后来我发现希拉克对行吻手礼过于热切。当时担任希拉克发言人的凯瑟琳·科罗纳(Catherine Colonna)告诉我，希拉克没有遵循适当的形式。“他吻得非常好，但我不满意他拘泥于传统法式礼仪行吻手礼的方式，”她说，“这种吻其实应该飘浮在空中，绝不可以接触到肌肤。”就算希拉克知道这一点，他也不会因此改变作风，因为他的吻手之道显然所向披靡。

我慢慢了解“诱惑”在法国的重要性，在这个学习过程中，那次的总统权力之吻不过是我最初的功课之一。随着时间过去，我意识到

诱惑在法国的力道和无所不在的程度。在外交官谈论缜密的政策提案场合，四目交接时眼神中荡漾着令人悸动的亲密感，那是诱惑；与年长邻居在早晨偶然相遇时，他展现出风度翩翩的礼貌，那是诱惑；女性友人参加晚宴时如花蝴蝶般浑身散发蜜糖般的娇嗔媚力，那是诱惑；记者同侪趣味横生、似乎能永无止境进行下去的随意漫谈中，也满载着诱惑。最后我学会期待它的出现，自己也不太知道为什么。

“诱惑”一词——名词 *séduction*，动词 *séduire*——是法文中使用得最为泛滥的字眼之一。英文中类似的 *seduce* 一字，具有负面的、毫无疑问的性暗示，接近“勾引”；它的语境在法文中却辽阔得多。在法国人使用“诱惑”一词的场合，英美人士可能会用 *charm*（迷住）、*attract*（吸引）、*engage*（引人投入）、*entertain*（使人愉悦）等词汇。在法国，“诱惑”不一定包含肢体接触。一位“一流诱惑家”（*grand séducteur*）不见得是个不断勾引他人与其享受鱼水之欢的好色之徒。某人如果被称为“一流诱惑者”，可能是因为他总有办法说服别人接受他的观点。他之所以具有“诱惑天赋”，可能是因为他能温柔细腻地把玩文字，能吸引别人走近端详，能通过无懈可击的逻辑推论合纵连横。被诱惑的目标——无论男性或女性——对这个过程的体验可能像是接受了一场魅力洗礼，或某种磁场拉力，甚或是一种昙花一现、随着晚宴结束也戛然而止的取悦行动。在法国，“诱惑”涵盖了万花筒般的意象。唯一恒定的是它的用意：诱惑是为了吸引、影响或说服，即使一切都只是为了好玩。

诱惑可能出现在任何时刻；可以是冰淇淋小贩、救护车司机或薰衣草花农施展的伎俩。到法国旅游参访的外国人士可能在不知不觉当中，就被法国人的“诱惑力”迷得晕头转向。法国人则不会如此；对

他们而言,说服、赢取他人是个日常运动,是本能上就能理解且上手的例行游戏。诱惑者和被诱惑者可能觉得这个过程非常愉快,但也可能对它不甚满意。诱惑游戏可能只是浪费时间,没有达到所欲 sought 的结果。但当这个游戏玩得巧的时候,能让人身心亢奋,灵感宛如泉涌;而当胜利的一刻到来,喜悦的果实将更加甜美多汁。

这是因为法式诱惑与法国人所谓的“情趣”(plaisir)有着紧密的关系。Plaisir 是一种艺术,是要巧心创造并尽情享受各式各样的乐趣。法国人可以自豪自己是个中高手,他们既通过它达到自我满足,也将它作为一种诱惑他人的有效工具。法国人不但创造了充满情趣的消磨时间方式,更将它带到登峰造极的境界:诱人嗅闻的馥郁香氛,引人流连的浪漫花园,让人爱不释手的精巧物品,舍不得结束的美妙对话。他们允许自己满足对乐趣和闲适的需求,而这些在美国极其资本主义、讲究努力工作,甚至禁欲的文化中,经常是不被允许的。而在法国,人际关系的百宝箱底层总是摆放了性爱这玩意儿;它存在于日常生活、商务交流,甚至政治活动中。对法国人而言,那是生活之所以充满悸动的基本要素之一。

纵然法国是世界第五大经济体,法国人数十年来一直在记录并悼念自己的国家如何从一个曾经呼风唤雨的超级强权,逐渐丧失原有的崇高地位。法国的衰退趋势在 1940 年德国入侵,而法国被迫投降时,俨然成了永远的定局。从那一刻起,法国人时时刻刻都必须面对某种自卑情结,即便他们满口昭示法国的伟大时亦然。“衰退论”无疑已经成为一项全民运动。

近年来,衰退感侵袭的范围已经远超过帝国权威或军事力的领

域。法国的生活方式本身也遭到质疑。全球化资本主义代表一切运转都更加快速、更追求效率,不再那么讲究透彻性与个人特质。在当前的法国经济地景中,家庭经营的美丽农场早已大幅减少,取而代之的是巨大的工业仓储。曾经在小型制坊中以手工打造的设计师包款,现在是在中国大量制造。一度在南法格拉斯(Grasse)由香水师傅精心调配的香氛,现在是在纽约的实验室中依据市场研究报告策定的规格特性进行科学化生产。从巴黎放射出来的条条公路边,大型看板上是各种品牌的速食米饭广告。一家知名连锁超市贩售的产品只有一种:冷冻食品。巴黎市中心的西堤岛(Île de la Cité)上一家餐厅餐牌上写的“传统洋葱汤”,其实是以冷冻干燥包制成。以巧夺天工的辞藻及精雕细琢的形式为基础建构出来、着重往返迂回的法式风格外交艺术,早已遭受电子邮件、脸书、推特及全天候新闻播报的严重侵蚀。在法国人被无情卷入的世界中,他们的专精之处不受珍视,而他们完全不擅长的事物,却受到赞颂。

法国有许多不太可爱的地方:它的教育制度僵化;对于承认并包容族群、宗教及人种的多元性,它的立场显得盲目与不情愿;它强调程序与形式,更胜于实际完成;它的杰出政治人物有时会表现出不甚优雅,甚至唐突粗鲁的行为。

然而,法国人依然把一种对感官愉悦、细腻性、神秘感与游戏特质的深切喜爱,浇灌在他们的一切作为中。纵使他们对世界的传统影响力大幅减缩,法国人依旧百折不挠。在每一个人生战场上,他们誓言抵挡衰退和绝望的进犯。他们坚持追求乐趣,致力于让自己显得灵巧、精致、慧黠而且充满感官魅力,而这些都是历史悠久的诱惑游戏中不可或缺的技巧。但这一切又不只是一个游戏;它是法国维

持国家影响力的生存策略中不可或缺的一环。

这本书的灵感肇始于 2008 年春天。那时是法国特别不安的时刻，总统萨科齐(Nicolas Sarkozy)上任刚满一年，一项民意调查显示法国民众认为他是第五共和国最差劲的总统。他无法迅速兑现振兴经济的竞选承诺，这被视为对选民的全面背叛，一股“萨科齐厌恶症”甚至应运而生。萨科齐笨拙脱线的个人作风可说完全无法协助他抵抗这个现象。

我大约在此时读到法国外交部三十四岁的讲稿撰写人皮埃尔·路易·科林(Pierre-Louis Colin)发表的新书。他在书中阐述了他肩负的所谓“崇高任务”：对抗由英美自行定义的“正义感”所主导的世界。但这本书的宗旨不是讨论萨科齐领导下的法国如何以新的方式向世界投射国力，而是探讨一个对法国而言同等重要的主题——它其实是一本如何在巴黎找到最漂亮女人的指南。

“巴黎最伟大的奇观不在卢浮宫，”科林写道，“而在巴黎的街道、花园、咖啡馆和精品店中。巴黎最伟大的奇观是那里成千上万的女人——她们的微笑，她们玲珑有致的线条，她们的美腿，不断为所有漫步街头的人带来无上幸福。重点是要知道在哪里观赏她们。”

这本书依据每个街区女性各具风情的特质，将巴黎市区分门别类。就像法国每个地区都拥有自己的美食文化标志，科林认为，巴黎的每个街区也有一定的“女性特色”。

位于巴黎东区一隅的梅尼蒙坦(Ménilmontant)“充斥着毫不知羞的胸线——美轮美奂的胸部起伏经常不受任何胸罩的束缚”。玛德琳(Madeleine)一带则是非常容易邂逅“超级美腿”的地方。

科林将四十到六十岁之间的女人归类为“辛辣熟女”，并说明她们“见证”着“情欲激荡、野心勃勃的性生活，完全拒绝收起武器”。

科林的著作内容可谓彻彻底底的性别歧视。它提供给读者各种技巧，教他们如何在当事人不知情的情况下，观赏婀娜多姿的妙龄保姆及韵味十足的年轻妈妈；如何抓住暴雨袭击的时机，捕捉浑身湿透的女人们衣装掩不住的曲线。这本书在美国完全不可能出版。但在法国，几乎没有人会对它扬起眉毛，而科林显然也写得乐在其中。一名外交政策官员写出如此政治不正确的文字，却没有掀起一片挞伐之声，足见法国社会对于孰轻孰重的考量，确实有其特殊之处。法国人对感官情趣的恣意追求，是法式生活的基本要素。“性趣”与性活力被视为正面的价值，特别是对男性而言；漫不经心地展现这些特质是完全可被社会接受的。这一切都是享受诱惑游戏的一部分。

法国读者对科林著作展现出的宽容，与法国人民对其总统所表现的敌意，形成尖锐的反衬。疲软不振的经济当然是萨科齐当时声望低落的原因之一，但另一个重要原因，是他还没学会掌握政治诱惑及个人诱惑的艺术。

但他有在努力。萨科齐的第二任夫人塞西莉亚(Cécilia)早先几年离他而去，但在总统大选前夕回到他身边，而后在他就任后又永远抛弃了他。身为法国总统的萨科齐无法忍受自己被认为缺乏性吸引力，他也付不起这个代价。在美国，将性与政治混为一谈是非常危险的事；在法国，这却是无可避免。

塞西莉亚头也不回地离去之后几星期，萨科齐表现出一副寂寞不堪且身心憔悴的模样，整个人显得非常“不法国”。然后他认识了家财万贯、由超级名模改行知名歌手的卡拉·布吕尼(Carla Bruni)，

并在三个月后与她结婚。萨科齐庆祝就职一周年时，与布吕尼相偕登上《巴黎竞赛》(Paris Match)周刊头版，仿佛他们早已长相厮守。这时的萨科齐看起来性感，而且洋溢着爱情——这是他渴望拥有也需要表现出的模样。

我对法式诱惑游戏的规则和仪式的理解并非一蹴可几，而是经过漫长岁月的积累而得。最初的体验是在我大学时代来到法国的第一天。我抵达巴黎是在1969年的一个夏天深夜，当时身上的行头除了一个大背包，就是高中学了两年的基础法语。那天，美国登陆月球，火车站的书报亭老板亲吻了我的双颊，以庆祝这项成就——以及我的到来。

后来我在法国生活、工作了多年，先是担任《新闻周刊》(Newsweek)海外特派员，然后是《纽约时报》办公室主任。我在城市、小镇、农场、贫穷的移民住宅区及华丽的会客厅之间采访新闻。对于法国人在诱惑之道上所付出超乎想象的心力，我慢慢将之理解为深嵌在法国文化中的一种性格表现。诱惑是一种非官方意识形态，是一个在日常假设以及行为标准中，可说已经被法典化的指导原则；它的存在坚实、巩固，而且稀松平常，基本上就等于一种自动模式。它的发生是如此自然，法国人自身经常不会特别注意到它，甚至根本就是当局者迷。但当别人促使他们意识到诱惑在他们生活中扮演的角色，他们又常常对这个概念深深着迷，急切地想去探索。

当我确实明白诱惑是法国人生活中的一种驱动力，我感觉自己仿佛戴上了一副3D眼镜，原先混乱交错的轮廓顿时聚焦为层次分明的影像。我忽然清楚地看到，法国人对诱惑的冲动可以套用在法式

生活的许多面向。诱惑者使用的工具——盼望、承诺、诱引——在法国的历史与政治、文化与风格、饮食与外交、文学与礼俗中，是非常强劲的动力引擎。如同法国许多其他事物，诱惑的力量及影响具有深刻的中央化现象。巴黎作为法国首善之区及法国企业、媒体、时尚设计师、知识分子的集中地，自然在此也最容易侦测到诱惑的脉动，感受它如何掌控着法式生活。无论我走到法国任何地方，总感觉条条道路似乎无不通回巴黎；同理，诱惑的文化必然性是在巴黎孕育而生，因此，即使是在阴沉的郊区或遥远的乡间，也很难不感觉到它的无远弗届。

法式诱惑——以及法式生活——的关键要素之一，在于“过程”。粗鲁轻蔑的服务生、不屑一顾的店员、要求出示一份又一份无聊文件的小公务员，他们都在玩着一种变态版的诱惑游戏，将焦急的等待过程无限上纲化。

当我决定比较有系统地（这可能也是法国人自己会采取的方式）探索“法式诱惑”的意义时，我是从字词开始研究的。我设定了 Google 通报服务，以便即时掌握 séduire（诱惑/动词）、séduction（诱惑/名词）、séduit（诱惑/过去分词）等字眼在法国媒体中出现的状况。结果，有时我一天就要点击十多份网络内容。

接下来，我在为期三个月的时间里对这些 Google 通报进行分析研究。我的研究助理和我发现，这些字的发生次数超过六百次，并可分为九个类别。有些出处的主题很容易预测，例如爱情与性、时尚与风格，或旅游；有些则比较难以预期，例如总统、商业、美食、艺术的“诱惑能量”；有一个令人印象深刻的字眼叫作“反诱惑”（anti-séduction），意指人缺乏诱惑技巧或物品缺乏诱惑特性；还有一个令

人想到军事代号的词汇——“诱惑行动”(opération séduction),它指的其实是设法征服民众的行动方案。相较之下,英语会用感觉比较柔和、操作层级较低的“charm offensive——魅力攻势”表达这个意思。

出现最多的两个类别是“诱惑行动”及商业中的“诱惑”,亦即销售“具诱惑力”的商品,两者分别都出现在 90 篇以上的文章中。其次是艺术类别中“诱惑”社会大众的 80 篇文章。爱情与性这个类别只出现在 34 篇文章里,旅游类别是 25 篇,时尚则是 15 篇。“反诱惑”与美食同样是 11 篇。总统的“诱惑力”居少数,其中奥巴马(Barack Obama)有 10 篇,萨科齐则只有区区 2 篇。

诱惑在法国人的意识中似乎无所不在。2009 年 5 月,教宗访问以色列时呼吁成立巴勒斯坦国,法国媒体纷纷表示教宗“成功诱惑了巴勒斯坦人”。美术馆无不希望“诱惑”更多的参观民众。萨科齐的政治策略重点是“诱惑年轻族群”。北法酪农的罢工行动不仅仅是罢工,更是在执行一场“诱惑任务”,一方面与乳制品加工业者进行交涉,一方面向消费者说明他们为什么封锁卡车通行及集乳点的运作。雪铁龙 DS 车款的内装充满“诱惑精神”。伊朗总统候选人米尔-侯赛因·穆萨维(Mir-Hossein Mousavi)“知道如何运用所有政治领域的现代技术进行诱惑”。有史以来最“具诱惑力”的商品是电脑及手机;戴尔(Dell)笔电销售率下滑,原因是该公司“不知如何诱惑”消费者。

这个字眼也被拿来以反讽的方式运用,有时还刻意借此产生一种一本正经的效果。左派报纸《解放报》(*Libération*)曾经刊登一篇占据两幅版面的文章,标题为《阿富汗:法军启动诱惑模式》,其中的插图则是一张全副武装的法国军人举起大型自动武器瞄准读者的照