

—— 世界之

窗

人兽间的天堂

美国第一号间谍

日本消费的新潮流

小说：第二封信

诱捕

我爱足球（一组）

1986



P.4 日本消费的新潮流

千方百计为消费者,开展面向顾客的零售业务……日本商界围绕经营之道展开激烈竞争。

扑朔迷离的 西西里与美国黑手党

P.78

今天太阳升起十六次

——航天飞机里的七天

P.135

人和兽共同生活,亲密无间。法国人马塞尔在非洲热带丛林中创造奇迹。究竟怎样和睦相处,请看《人兽间的天堂》。 P.62

美国第一号间谍

美国中央情报局的创建人艾伦·杜勒斯在间谍战的奇异迷宫中饱经惊险奇遇。 P.91

欲知从优美的宫廷舞到扭摆的迪斯科所经历的变化,请看《舞蹈的变迁》。 P.57

1985年7月13日至14日,世界超级歌星聚集费城和伦敦,为非洲灾民义演。

二十多亿观众通过卫星,收看演出实况。义演收入一千四百万美元。封二选登了三位歌星的照片。

世界之窗

目 录

经营 术	日本消费的新潮流 ——日本商业的竞争	〔日〕《朝日新闻》	4
	用计算机做生意	〔美〕《新闻周刊》	10
人 物	卡扎菲和利比亚的妇女解放 汽车大王福特	〔荷〕《海牙邮报》	13
	——《雅柯卡自传》节录之二	〔联邦德国〕《明星》画刊	17
	查尔斯王子心底的秘密	《澳大利亚人》杂志	25
	日本电影界的一颗璀璨的星 ——记吉永小百合	〔日〕《吉永小百合的一切》	28
	战胜残疾的音乐家 ——著名小提琴演奏家珀尔曼	〔美〕《人民》杂志	35
法 律 警 察	无处立足的人	〔法〕《法兰西晚报》	38
	他为什么要坐牢? ——婚外恋引出的悲剧	〔苏〕《一个审判员的日记》	44
	诱捕	〔美〕《纽约》杂志	48
艺 林	美国红歌星玛多娜	〔美〕《时代》杂志	51
	爱和勇气的化身——电影演员斯塔隆	〔日〕《新片博览》	52
	集作家、编剧、演员于一身的谢泼德	〔联邦德国〕《明星》画刊	55
	舞蹈的变迁	《旅伴》法文版	57
	最优美动听的男高音 ——俄罗斯歌剧演员尤·马鲁辛	〔苏〕《祖国》	60
探 险 与 冒 险	人兽间的天堂	〔法〕《法兰西晚报杂志》	62
	冰峰上的救星——法国夏蒙尼山峰救护队	〔日〕《朝日画报》	68
	有节制的恐怖 ——“桥梁日”看跳桥	〔美〕《电讯报》	71
校 生 园 活	英国的女子礼宾学校	《南华早报》	116
	世界上最聪明的儿童	《亚洲》杂志	120
	美国研究国家安全问题的一代新人	〔美〕《纽约时报杂志》	122

一九八六年第三期

间谍	美国第一号间谍 “我就是特工 007 号的原型”	(苏)《密西西比河的子孙》 (联邦德国)《明星》画刊	91 98
我爱足球	普拉蒂尼——世界足球十佳第一名 没有观众就没有生命力 ——苏联名将达萨耶夫论足球 未来的超级球星希福 ——比利时的普拉蒂尼 我爱足球 ——访法国足球队前锋罗什福	(英)《世界足球丛书》 (苏)《苏联文化报》 (英)《世界足球》 (法)《队报》	102 105 111 114
社会侧影	扑朔迷离的西西里与美国黑手党 一个黑人舞蹈演员的遭遇 “爸爸大叔” 少年自杀 青蛙之争	(美)《纽约时报》 (美)《人民》杂志 (美)《老爷》杂志 (美)《人民》杂志 (法)《世界报》	73 78 81 86 89
旅游	巴西利亚——无言的丰碑 未来的动物园 ——纽约市里的“热带丛林”	(委内瑞拉)《地理世界》 (美)《纽约时报杂志》	125 130
生活美学	家庭陈设——窥见主人内心的窗口	(美)《巴尔的摩太阳报》	132
书摘	今天太阳升起十六次 ——航天飞机里的七天	(法)《今天太阳升起十六次》	135
趣闻	拒绝科学文明的人们 阿曼人的服饰 法国饭店拾趣	(日)《朝日画报》 (科威特)《阿拉伯人》杂志 (法)《巴黎竞赛画报》	148 150 152
小说	第二封信	(美)《艾勒里·奎恩》杂志	155
漫画	(96) (97)		
其他	解百慕大之谜有新线索(9) 苏联足球“铁门”达萨耶夫(109)		
封面	美国红歌星玛多娜		



莫邦富译

日本消费的新潮流

——日本商业的竞争

有 人称现在是“看不见消费者的时代”，零售商们不知道销售什么商品才能吸引消费者踊跃地前来购买，以致不少人担心，若不及早掌握新的商业经营之道，以后就会被时代潮流所淘汰。围绕着新的商业经营之道，日本商业界的各个领域都在展开激烈的竞争。以下介绍的是这场方兴未艾的商业竞争战的几个侧面。

推销无形的“商品”

五年前，有一家百货商店的经理说：“让小商店去销售日用品杂货吧，我们大百货商店主要以出售高级商品取胜。”可是，五年后的今天，事实证明那位经理的话错了。今天，各大百货公司为了尽可能地提高吸引顾客的能力，想方设法提供各种商业服务（包括以前不屑一顾的服务项目），拼命地制订并展开新的“作战方案”。日本商业界把这类商业服务视作是一种新的“商品”种类。请看大百货商店新增加的“商品”种类

吧。

△改建住宅,改制衣服,销售墓碑,录制或翻录录像带,生命保险,损失保险,……这些便是三越百货公司向顾客提供的新“商品”。

△出借盆栽观赏植物,清扫和消毒房间,改制衣服,出借高尔夫球场,信用证购货,……这些是东急百货公司推出的新“商品”。

△提供红白喜事咨询服务,改制服装,修理玩具,提供育儿咨询服务,信用证购货,……高岛屋百货公司的新“商品”可谓用心周到。

△改制领带或毛料服装,增建或改建住宅,出借家具,向海外送货,信用证购货,……大丸百货公司也不甘落后。

△上午八时至十时,下午六时至九时(即商店开门前和打烊以后)接受顾客订货,销售从产地直接运来的商品,向海外送货,……松坂屋百货公司显然旨在发挥自己的输送网的优势。

△出借独身汉和寄宿生所需的日常生活用具,出借在家卧床养病的病人所需用品,宴席上门服务,……京王百货商店瞄准商业服务的“空白点”。

△提供金融投资情报,办理证券典当抵押,生命保险,损失保险,

……西武百货公司东京有乐町分店的新“商品”也有独到之处。



同山一证券公司结成协作关系的春天百货公司银座商店推行一种“储蓄购货法”。凡使用春天百货公司购货卡的顾客,购买商品可以便宜百分之五,省下来的钱则以顾客的名义,作为购买国营企业债券的钱款,自动存入山

一证券公司。

以前,衣服穿旧了只有扔掉。而现在,百货公司不但为顾客把穿旧的衣服翻改一新,还为顾客改制领带、毛皮衣服、玩具等。委托改建住宅、改制家具的顾客也日渐增多。

“出借”和“咨询服务”,是近年来才逐渐受到重视的商业经营项目。为朋友之间的聚会或婚礼提供场所,提供有关聚会或婚丧喜事的咨询服务,酒席上门服务,出借举行宴会所需的炊具、餐具,……百货公司的服务范围已远远超出了人们的想象。

松屋百货公司设立的“苹果树柜台”,帮助顾客和种植苹果的果农签订合同,使果农的苹果园里的某棵苹果树或若干棵苹果树的收获归顾客所有。到了收获季节,果农便把合同上指定的苹果树所结的苹果直接送到顾客手里。松坂屋百货公司所属的各家商店在开门前和打烊后,都有专人专柜接受顾客订货。顾客根据商品样本目录选购自己所需的商品。若干天后,松坂屋百货公司根据顾客的订货,把商品送上门去。倘若顾客不满意购得的商品,在七天内可以退货或换货。

设立没有店铺的“商店”

综合贸易公司一向从事石油、粮食、机器等大规模的进出口业务,不和一般消费者直接发生联系。可是,近一二年来,综合贸易公司突然改变了旨趣,不仅经营企业之间的大宗买卖,而且还纷纷开设没有店铺的“商店”,开始了面向个人的零售业务。三井物产公司所进行的贵金属买卖,便是一个典型的例子。

三井物产公司的总公司大厦位于东京大手町,是一座二十三层楼的建筑物。在总公司大厦九楼的白色金属和贵金属部的角落里,放着一架和电话联结起来的小型电子计算机。这套利用日本电信电话公司的电话线路来进行工作的装置,是三井物产公司所经营的黄金、白银、白金等买卖业务的总控制中心,即没有店铺的“商店”的总店。

三井物产公司的这套装置处理一百克以上的贵金属的买卖业务,凡是想利用这套装置的人,先得参加“三井物产公司黄金俱乐部”。入会会员利用按钮电话,往电子计算机里打进会员证编号、暗号数目、贵金属的种类、数量后,就能自由地买进或卖出贵金属。

三井物产公司所经营的这种没有店铺的“商店”，是1985年春天才正式开始营业的，开场戏显然唱得不错。

三菱商事公司现在已在冈山县、广岛县、山口县开设了通过商品样本目录来推销商品的“商店”，准备从1986年起，在东京一带也开设同类“商店”。在这些“商店”里工作的女营业员不需要站柜台，但要把商品样本目录送到各家各户，并向人们介绍商品的内容，发挥上门宣传推销的优势。三菱商事公司所办的“商店”，经营厨房用品、时装、室内布置用品、娱乐用品、食品、玩具、体育用品等商品。

化妆品行业的新问题

由于消费者的爱好变得多样化和个性化，化妆品行业现在难以跟上消费者的需求。

为了摆脱化妆品行业一蹶不振的局面，各家化妆品公司各显神通，使出种种新招以招徕顾客。日本最大的化妆品公司资生堂从1982年开始，全面更改销售战略，决定要针对不同顾客的需求来设计、生产、销售产品。资生堂的有关部门首先作了大量的调查，把使用化妆品的妇女分为“刚开始使用化妆品的”“喜爱标新立异的”“使用化妆品最多的”“忙于养育孩子的”和“家庭主妇型”等五个层次，然后分析了这五个层次消费者的不同爱好、特点及经济实力，分别制作了适应各个层次消费者需要的化妆品系列。

另外，化妆品行业还改变了历来的广告宣传方法。过去，化妆品公司总是通过舆论宣传工具，向顾客宣传“今年流行色”，或者告诉顾客，今年巴黎流行什么颜色的口红，纽约的妇女喜欢什么种类的化妆品。现在，化妆品公司摒弃了这种带有引导性的广告宣传方法。

从事化妆品的广告宣传已有十五年之久的钟纺化妆品公司宣传销售室主任石坂多嘉生说：“日本的女性现在对流行式样已有了自信，不再听从广告宣传的摆布。在六十年代，我们只要一宣传今年巴黎流行什么什么，纽约盛行什么什么，要不了多少日子，在日本的街头巷尾便可看到日本妇女争相效仿。现在这种广告宣传方法不灵了。有许多日本妇女去巴黎、纽约旅行过，知道法国、美国姑娘并不比东京的日本女性时髦多少。所以，现在的广告宣传要把重点放在尊重顾客自我判断

上。”

引进先进技术，开发新的产品，也是日本化妆品行业使出的新招之一。钟纺化妆品公司和三井石油化工公司合作，利用生物工程学方面的先进技术，从微生物中提取有利于人体肌肤的有机物质，生产出一种名为“生物口红”的唇膏，然后请红极一时的女歌手松田圣子作广告宣传，仅两个月时间就销售了一百三十万支。

适应穿衣习惯的变化

在盛行衣着天然纤维化的今天，日本各家纺织公司竞相生产别具一格的棉质布料，并且流行用棉花产地作商标，以显示其货真价实。有的纺织公司使用超长纤维的棉花，织出了类似丝绸的高级布料。为了生产富有个性的商品，日本除了从历来的棉花出口国或地区（比如埃及、西印度群岛等）进口棉花之外，还从中国、印度、秘鲁等国进口高级棉花。

四年前，各家纺织公司推出了只使用埃及产高级棉花的高级服装，商标上也标明棉花产地是埃及。最近，为了生产出更富有个性的棉纺织品，各家纺织公司几乎不约而同地把注意力集中到中国产的高级棉花上去。蝶理纺织公司和由尼切克纺织公司首先使用中国新疆维吾尔自治区生产的超长棉，生产出“吐鲁番牌”棉纱，然后和生产运动服、妇女服装、衬衫、和服的厂家合作，从1985年春天起，推出了一系列用“吐鲁番牌”棉纱作原料制成的高级棉纺织品。

在健康上做文章

随着生活水平的提高，人们越来越讲究食品卫生。使用化学防腐剂的食品已失去了销路，替之而起的是“健康食品”“无污染食品”。最近，日本的食品行业又出现了几个显著的变化。

过去，人们一般信奉食不厌精。因此认为米越白越好。面粉也同样如此。随着食品卫生知识的普及，人们开始意识到吃新鲜的食物和适当的粗粮才是理想的。有个名叫河村通夫的人写了一本题为《米糠健身法》的书，还在广播电台里连续作了几次讲座。一下子人们纷纷购买家庭用小型碾米机，并把稻谷作为礼物赠送给亲友。千叶县浦安市的家庭

主妇森元子说：“我们家每天都使用碾米机。全家四人，大约碾米一斤半，就够一天吃的。”

对于消费者中出现的家用碾米机热，生产厂家当然不会视而不见。厂家一边收集消费者的反映，在报刊杂志上大作宣传，一边则加紧生产各种类型的家用碾米机。过去一年也只能卖掉一万台左右家用碾米机，现在一个月就要卖掉八千台。家用电器的大公司松下电器公司也生产出“乐声牌碾米机”，抢占市场。

超级市场和一些商店，在自动售货机旁边，安放了自动碾米机。顾客只要投进规定的硬币，就可利用机器碾米。这类机器二十四小时营业，因此往往到了深夜还有人开着汽车前来碾米。

家用碾米机的出现和流行，不言而喻，给米店的生意带来了极大的威胁和冲击。有许多米店当机立断，见风使舵，开始销售稻谷，以适应顾客的新的消费倾向。

（〔日〕《朝日新闻》）

题图、插图 袁银昌

解百慕大之谜有新线索

——北冰洋发现新能源

谢 基译

一支石油钻井队在北冰洋开采过程中忽然遇到了麻烦：有一种奇怪的气体从钻井的深处逸出，与冰层底下表面相接触便立即冻结成象水晶一样的冰块，把钻孔和井下所有管道都给堵住了。在钻头旋转产生的热的作用下险些引起一场大爆炸。经过化验才知道这种水晶块物体是冰晶甲烷。既然它在热的作用下会逸放出大量的热，那么这岂不就是一种新能源？据苏联地质学家估计，世界各大洋都存在这种物质。

有趣的是这一发现为揭开百慕大三角之谜提供了新线索。由于美国钻探船“格罗马挑战者”号曾在百慕大三角发现冰晶甲烷，那末会不会是由于海底火山爆发的热量使它爆炸，从而导致该地区船舶化为一团烟云呢？

（〔波兰〕《海岸》杂志 1985 年 12 月 1 日）



| 用 | 计 | 算 | 机 | 做 | 生 | 意 |

祁 异译

先来看看“伊丽莎白”(阿顿公司的电子化妆系统)。它先测定顾客的皮肤色调,然后让顾客试作几种不同的化妆处理,但无需在顾客脸上描黛敷白。

再来看看电子性能情报中心。这个中心给顾客显示出各种新型“别克”牌轿车的图表,供顾客将其对别厂生产的类似车型作比较;还帮顾客拿主意:是赊购好呢,还是现款购买好。

还有“魔镜”。到美国中西部爱丽思公司百货商店选购服装的女顾客一定会以为自己已经离开

人间而走进了天堂的一个大市场,因为她们竟能在一分钟之内试穿了十套不同的服装。

多年来,大商店一直处于竞争极为激烈的环境之中,现在,他们发现了一种新的销售窍门,就是利用计算机。许多商人已在试验用计算机帮助销售从油漆、染发剂到皮鞋、眼镜等各种商品。一些有名的大商家,包括西尔斯公司和匹尼联合纺织品公司在内,都已经雇用了专门人员来研究计算机销售的方法。这些商家已为计算机词汇增加了一个新术语,



“伊丽莎白”电子化妆系统为购买
化妆品带来了方便

叫做交易终端，指的是专门帮助达成交易的计算机屏幕。尽管林荫大道与公路两旁计算机化销售的大规模发展至少要在两年以后，因为那时的计算机技术价钱可望更合理些。但是也有人估计，经营市场的交易终端到1990年将达到五万台。

1985年，商人们利用了一切所能做到的销售手段推销商品，但就大部分商行来说，销售情况一直叫人灰心丧气。原因是商品供过于求。据罗斯咨询公司测算，美国的零售面比实际需要多了百分之五十。这意味着，商人们为了生存，就得悄悄地把顾客从竞争者那里拉过来，而计算机就可能帮助他们达到这一目的。

如计算机使用得当，看来是确实能大大增加营业额的。1984年，生产化妆品的阿顿公司把自己的“伊丽莎白”电子化妆系统拿

到十五个城市的商店里轮流使用，吸引来的新顾客远较一般的销售方法为多，而且以超乎寻常的速度使这些新顾客成为老顾客。许多妇女不大愿意在商店里往脸上涂脂抹粉，“伊丽莎白”迎合了这种心理，把顾客的脸投影于计算机的屏幕上进行化妆，同时，利用分裂式屏幕，一次显示四幅不同化妆处理的效果，供顾客比较。妇女们看了自己的化妆效果以后，纷纷掏钱购买阿顿公司生产的化妆品。

爱丽思公司则把计算机处理扩大至整个人体。在全身“魔镜”前试衣的顾客可以看到自己面部



顾客在“魔镜”前试穿衣服

的映像,但颈部以下,却由计算机代劳了。计算机勾勒出顾客的体型显示在屏幕上,在身形上投射上顾客想试穿的各种服装。这样一来,顾客挑选衣服就方便多了,销售额直线上升。

在本杰明·穆尔公司,它的油漆生意在行业中遥遥领先,这是因为这家公司购了一台价为二万四千美元的计算机的缘故。这种计算机在测定一种色样的光频以后,就能定出配料比例,供零售商调配出与色样完全相同的油漆来。为顾客提供了方便,也为公司增加了收益。

联合百货公司的皮鞋部,利用计算机为女顾客显示二百五十种左右柜内未陈列的皮鞋式样,顾客选定后,只要一掀按钮,仓库里就能将所需要的皮鞋送来。

库尔全国眼镜公司碰到的问题刚好相反,各个销售处的各种



电脑帮助挑选合适的眼镜

镜架有四千种,这对一个顾客来说,品种数量实在太多,简直不知所措。但如果把顾客的脸型特征和所喜爱的颜色馈入计算机,就能把挑选的范围缩小,顾客就可以逐一试戴了。

目前,把计算机当作推销员的前景已日益引起美国商人的兴趣,尤其在今天这种严峻的销售气候下,是不大会有人轻视这方面的潜力的。

(〔美〕《新闻周刊》

1985年9月23日)



卡扎菲

和利比亚的妇女解放

[荷]埃·劳莱奥

冯义宾译



1969年，以穆阿迈尔·卡扎菲上校为首的一批青年军官夺取了政权。十几年来，利比亚发生了翻天覆地的变化——鳞次栉比的公寓大厦拔地而起，的黎波里的林荫大道平坦壮观，宽阔的街道种满了棕榈树和花卉，长达三万多公里的柏油公路纵横全国，不毛的沙漠里呈现出片片绿洲。然而这一切与妇女日常生活的变化比较起来，又显得不那么突出了。

妇女解放了

以前在利比亚基本上见不到妇女。她们深居简出，即使上街，

也是身着哈耶克，象影子一样匆匆而过。哈耶克是一种白色的大斗篷，把身体裹得严严实实，只露出踝部和一只目光低垂的眼睛。按照传统，另一只眼睛和身体的其他部分不得外露。这身装束使妇女很难外出采购东西。采购是男人们的事，女人的天职是呆在家里。家境良好的姑娘一般也上学，不过要由家庭的男性成员用汽车接送，她们必须戴面纱。小学和中学毕业之后，她们便干些家务事，待字闺中。嫁一个女儿，父母可以得到一笔彩礼，彩礼的多少要根据新娘的年龄、姿色和门第来决定。

对于妻子来说，没有度假和娱乐，只能呆在家里，任凭丈夫去咖啡馆、沙滩、清真寺消磨时间，或和朋友去沙漠野餐，或到国外去旅行。妇女很少有职业，只有教师、护士等少数和妇女儿童打交道的工作才由妇女来干。

今天，这一切发生了深刻的变化。卡扎菲实行了男女混校，青年男女从此可以自由交往，建立友谊，发展爱情。以爱情为基础的婚姻越来越多。的黎波里和班加西等城市的许多妇女都穿起欧洲式服装。虽然在海滩上穿普通连身游泳衣现在还被视为有伤风化，但即使有人穿三点式游泳衣也不会受到惩罚了。

妇女解放的大门终于打开了。作为百货商店里的出纳员和售货员，作为男女混合医院里的医生和护士，作为工业企业的工人和工程师，作为建筑师和电视播音员，利比亚妇女们扬眉吐气，她们的穿着举止再也不必象母辈那样了。据估计，不论在农村还是在城市，都有三分之一的妇女从事有报酬的工作。虽然她们继续承担家务，但丈夫也得出一把力。男子的王国终于土崩瓦解了。

避孕也合法化了，各种避孕药物和避孕工具可以随便买到。

不过，在利比亚，生育还是受到鼓励，因为利比亚人口不足，在比法国大三倍的土地上居住着不到三百万人。妇女在怀孕的最后阶段可以拿全薪休息两个月，分娩后如果想自己来哺养婴儿，还可以拿全薪休产假三到十二个月。此外，工厂或其附近还有日间托儿所。

妇女解放的斗士

作为一个男女平等主义者，卡扎菲是伊斯兰妇女解放的斗士。不久前他说，“妇女问题不只是伊斯兰、阿拉伯或利比亚的问题，它是历史性和全球性的问题。妇女到处都受着轻重不同的压迫。”

与一般男女平等主义者不同的是，卡扎菲不主张所有男人干的工作也都要女人来干。他认为，月经、怀孕、哺乳、保护女性特征和自然美，这一切使妇女有权选择职业。当然，他维护男女平等，“正如奴隶并非生来就是奴隶一样，妇女也不是生来就是弱者”。

在妇女解放问题上，卡扎菲也是个身体力行者。索菲亚是他唯一的妻子，她身材颀长，性情开朗，从不蒙面，喜欢着欧洲式服装，婚后生育六子，最大的已经十

三岁。她一心扑在孩子身上，但也参加各种社会活动，有时陪伴丈夫出国访问，有时去履行卡扎菲赋予她的外交使命。她有时也单独旅行和度假。1984年，她带着孩子们下榻于巴黎一家旅馆，并以旅游者的身份游览了法国首都。

卡扎菲的婚姻

卡扎菲和索菲亚的婚姻有点艳情小说的味道。卡扎菲接管政权时年仅二十七岁，此后不久就住进了医院。当时索菲亚是唯一获准照顾他的护士。漂亮、迷人、腼腆、谨慎和精明的卡扎菲点燃了索菲亚的爱情之火，他对这位苗条、开朗、会体贴人、同时又相当开放的女护士一见钟情。

但是卡扎菲在这之前已同另一个女人结了婚。岳父是个巨商。多年来，他拒绝把女儿嫁给卡扎菲，直到这位默默无闻的穷军官忽然间成了利比亚的主宰。政变的第二天，这位商人马上去找卡扎菲，对利比亚的这位新领导人表示祝贺，并说如果上校娶他的女儿将不胜荣幸，彩礼不在话下。卡扎菲怒火中烧，但他还是娶了这个商人的女儿。几年后，当卡扎菲与前妻离异并与索菲亚结婚

时，他以前的岳父已被新的法律剥夺了全部财产。

游牧民的儿子

卡扎菲生活中的这段插曲是促使他反对旧传统的原因之一，另一个原因是他的成长环境。卡扎菲生长在一个半游牧民社会里，在那里，女人和男人一样劳动：放羊、种地、到城里的集市上出售产品。游牧民族的妇女同城里的妇女不同，她们不蒙面，并由于环境所迫，同男子享有同等权利。

游牧民男子常常外出放牧，有时长达几个星期。这时，妻子便来撑持门户：管教后代，定夺大事，处理日常问题。她们对孩子的影响大于丈夫，因为丈夫虽然是家庭支柱，却由于常常外出而难得和孩子们在一起。

卡扎菲的青年时代是在妇女的世界中度过的。他是家庭中唯一的儿子，姐妹们对他爱护备至。母亲是个性格刚强的女性，不仅养育了他而且鼓励他学习。她向他讲述妇女在反对土耳其人和后来反对意大利法西斯斗争中所起的作用。卡扎菲一家素有反抗传统，许多人战斗而死。他的祖父阵亡，父亲曾被判处死刑，但在执行

前逃脱了。

卡扎菲十分尊敬父亲，经常回利比亚北部的锡尔特市附近的故乡去看望他。当思考问题和准备作重大决定时，他也常到那里去。不久前，人们见到他们父子俩在一起，儿子抚摸着老父亲，然后吻他的手，以示对他的顺从。但之后，卡扎菲马上去瞻仰母亲的陵墓，这是他为了纪念母亲修建的。在陵墓前他合掌低头伫立。不远的地方站着他的女保镖，她们身着战斗服，腰别匕首，肩挎冲锋枪，和他形影不离，其中一人是司机。

女 保 镖

卡扎菲是世界上唯一使用女保镖的国家元首，此举当然使包括他本国在内的伊斯兰世界极为震惊。人们常常感到不解，他为什么要搞这种在政治上得不偿失的花样。是女人比男人更合他的胃口吗？是出于他喜欢别出心裁的脾气吗？这两种解释似乎都有道理，但都不可信。实际上，卡扎菲是想为利比亚人树立一个榜样。他认为，妇女解放关系到国家存亡。他说，“我们是个弱小的民族，如果不迅速地把每一个人，不论男女，都动员起来，我们作为民族

将会从地球上消失。”

卡扎菲于1979年创办了女子军校，利比亚陆海空各部队从此有了女士兵、女军士和女军官。新兵接受六个月到两年的训练，专业分为电子、通信和指挥。她们不得结婚，年龄限制在十八到二十五岁之间，受训后被分配到离父母家较近的部队去。由于女子入伍全凭自愿，而且还要征得父母的明确同意，所以招收女兵没有遭到非议。

毫无疑问，利比亚的社会生活发生了巨变。越来越多的妇女参加了工作，不戴面纱驾驶汽车；而且她们已意识到，她们除了义务，也有权利。她们同丈夫一同出国旅行，并要求丈夫绝对忠诚。历史上延续下来的一夫多妻制在逐步消亡。

但是她们还不要求男女完全平等，也没有从男人那里得到平等待遇。政府各部门和市政机构不喜欢雇用妇女，认为她们没有足够的权威同公众打交道。看来还要经过两三代人，利比亚的妇女解放才能彻底实现，传统势力和旧风俗习惯还将长期顽固地存在下去。

（〔荷〕《海牙邮报》

1985年2月2日）