

巴黎浪漫吗？

关于法国的传闻与真相

[英] 皮乌·玛丽·

伊特维尔 著

李阳 译



**THEY EAT HORSES,
DON'T THEY?**

**THE TRUTH
ABOUT THE FRENCH**

82

新知
文库

巴黎浪漫吗？

关于法国的传闻与真相

[英] 皮乌·玛丽·伊特维尔 著

李阳 译

生活·讀書·新知 三联书店

Simplified Chinese Copyright © 2017 by SDX Joint Publishing Company.

All Rights Reserved.

本作品简体中文版权由生活·读书·新知三联书店所有。

未经许可，不得翻印。

图书在版编目 (CIP) 数据

巴黎浪漫吗? : 关于法国的传闻与真相 / (英) 皮乌·玛丽·伊特维尔 (Piu Marie Eatwell) 著; 李阳译. —北京: 生活·读书·新知三联书店, 2017.10

(新知文库)

ISBN 978-7-108-05970-3

I. ①巴… II. ①皮… ②李… III. ①法国—概况
IV. ① K956.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 129097 号

特邀编辑 吴思博

责任编辑 徐国强

装帧设计 陆智昌 康健

责任印制 徐方

出版发行 生活·读书·新知 三联书店

(北京市东城区美术馆东街 22 号 100010)

网 址 www.sdxjpc.com

图 字 01-2017-5354

经 销 新华书店

印 刷 北京铭传印刷有限公司

版 次 2017 年 10 月北京第 1 版

2017 年 10 月北京第 1 次印刷

开 本 635 毫米 × 965 毫米 1/16 印张 26.5

字 数 318 千字 图 59 幅

印 数 00,001—10,000 册

定 价 48.00 元

(印装查询: 01064002715; 邮购查询: 01084010542)

新知文库

出版说明

在今天三联书店的前身——生活书店、读书出版社和新知书店的出版史上，介绍新知识和新观念的图书曾占有很大比重。熟悉三联的读者也都会记得，20世纪80年代后期，我们曾以“新知文库”的名义，出版过一批译介西方现代人文社会科学知识的图书。今年是生活·读书·新知三联书店恢复独立建制20周年，我们再次推出“新知文库”，正是为了接续这一传统。

近半个世纪以来，无论在自然科学方面，还是在人文社会科学方面，知识都在以前所未有的速度更新。涉及自然环境、社会文化等领域的新发现、新探索和新成果层出不穷，并以同样前所未有的深度和广度影响人类的社会和生活。了解这种知识成果的内容，思考其与我们生活的关系，固然是明了社会变迁趋势的必需，但更为重要的，乃是通过知识演进的背景和过程，领悟和体会隐藏其中的理性精神和科学规律。

“新知文库”拟选编一些介绍人文社会科学和自然科学新知识及其如何被发现和传播的图书，陆续出版。希望读者能在愉悦的阅读中获取新知，开阔视野，启迪思维，激发好奇心和想象力。

生活·读书·新知三联书店

2006年3月

目 录

1 前 言

3 餐前酒

典型的法国人头戴贝雷帽，身穿条纹衬衫，
骑着自行车，车上挂满了洋葱头……

I

美食之王和王之美食

关于法国饮食的传闻

13 法国的厨艺是世界上最棒的

22 他们吃马肉，是吗？

32 ……还吃蛤蟆腿……还有蜗牛……

39 法国是世界上头号奶酪消费国

47 法国人吃好多大蒜

54 法国人不吃快餐

62 法国人每餐都喝葡萄酒

71 法国人不会喝醉

II

美得过火

关于法国女人的传闻

- 81 法国女人是世上最时尚的
- 90 法国女人不会长胖
- 97 法国女人都是顶呱呱的厨娘
- 106 法国女人不刮体毛

III

危险关系

关于法国人的性爱、婚姻和孩子的传闻

- 115 法国人痴迷于性爱
- 125 法国人对外遇格外宽容
- 139 法国人喜欢大家庭
- 146 法国孩子不扔食物

IV

呸！真脏

关于法国管道系统的传闻

- 155 法国厕所令人作呕
- 163 法国人不洗澡
- 171 法国所有卫生间都有坐浴盆

V

哼！关我甚事！

关于法国人风度举止的传闻

- 181 法国佬不是一般地粗鲁

- 190 法国人迎接你时总要亲吻
196 法国是个瘾君子的国度
203 法国人对动物很残酷

VI

自由，平等，博爱

关于法国历史和社会的传闻

- 211 法国是个革命的国家
221 法国是个平等的社会
231 法国人工作不勤劳
236 法国人是吃奶酪的投降猴子

VII

一片文化例外的土地

关于法国文化的传闻

- 249 法国人是法语偏执狂
259 法国的流行音乐不可救药地难听
270 法国电影一概矫揉造作

VIII

光之城

关于巴黎的传闻

- 285 巴黎左岸是作家和知识分子的天堂
295 巴黎地铁臭气熏天
301 巴黎是欧洲狗屎之都

IX

法国深处

关于法国节假日的传闻

- 311 8月法国到处关门
- 321 法国海滩污染严重
- 328 法国海滩上挤满了不穿上装的女人
- 336 法国的村庄非常古雅
- 344 法国乡村风格非常时尚

X

最好的敌人

关于英法关系的传闻

- 355 法国人讨厌英国食品
- 364 英国人占领了法国乡村……法国人占领了英国城市
- 372 英国人是园艺冠军
- 381 餐后酒
- 386 致 谢
- 388 注 释
- 406 参考书目

前 言

那是8月里一个阳光明媚的假日，我住进了巴黎拉丁区的一家宾馆度周末。将近十年后，我还住在法国。对于许多侨居法国的人来说，这是个俗不可耐的故事：相识，相恋，结婚。在和我未来的丈夫度过了那整个第一个周末后，我并没有在拉丁区的那家宾馆安营扎寨，而是又到巴黎另外几个破破烂烂的地区里那些坑人的公寓打了打游击。多少个闷热的夏天，我都在通向法国海滨的拥堵公路上排着队，多少个冬天，我又在内陆最深处的高卢乡村度过。如今我终于在法国一座宁静的小村安居了下来，在巴黎度过的那第一个假日，已经恍如隔世了。

刚到法国的头几年，看到周围一切被视为典型法国化的东西我都激动不已，心醉神迷。一只新鲜出炉的羊角面包——多么美妙的法国啊！小酒吧侍者的粗鲁——多么美妙的法国啊！巴黎大街上娇小妩媚，看似弱不禁风的美女们——多么美妙的法国啊！午餐时一杯红葡萄酒——多么美妙的法国啊！在当地市场闲逛购物——多么美妙的法国啊！

慢慢地，我的“法国梦”开始噼啪破碎。我看到的女人，不是

全部，甚至都不是大部分，能称得上特别漂亮或者魅力四射。小酒馆里经常能见到的，是彬彬有礼的侍者。餐馆里的羊角面包往往又干又硬。在铺着格子花纹红桌布的雅致的小酒吧旁也常有麦当劳和快餐连锁店在争夺地盘。超市里塞满成排的罐头食品。然而，不知为何，我忽视了这些事情。它们不是真正“法国的”。相反，美丽迷人的女人，新鲜出炉的羊角面包，当地的市场——所有这些才是“法国的”。就仿佛我渴望、需要这个浪漫、迷人、令人梦寐以求的“法国”世界，而对经常大相径庭的现实视而不见。

但是那些快餐连锁店，那些相貌平平的女人，还有堆满垃圾食品的超市，它们实实在在就在那里。它们确凿无疑也是“法国的”。只是它们不属于我心目中的“法国感受”。

我对“法国感受”想得越多，它们就越包括一些具体的概念。比如最明确的有：粗鲁的侍者、小酒吧、漂亮女人、吸烟和冒险的秘密联络。最明确不包括的则有快餐、肥胖的女人和三明治午餐。然而这些东西我却每天都能碰到。

于是渐渐地，我开始注意到身边这种所谓的“法国感受”的例外越来越多。我开始认识到我对法国和法国人的观念，尽管有些是正确的，但也有不少来自我的异想天开。我问了问周围说英语的朋友，发现他们也有许多和我一样的先入之见。不仅如此，还有一个几乎形成了小行业的写作亚流派“Froglit”——主要由在巴黎生活过两三年的外国人写的书构成——负责宣扬、传播和散布这些关于“法国感受”的传说。我将这些关于法国的共同观念记在笔记本上，然后开始调查它们。我到当地图书馆的大部头典籍中爬罗剔抉、寻根究底，还同所有愿意给我几分钟时间的人——无论是说英语的还是说法语的——交流沟通。这些关于法国的传说是真的还是假的？如你将看到的，结果经常是非常出人意料的。

餐前酒

典型的法国人头戴贝雷帽，身穿条纹衬衫，
骑着自行车，车上挂满了洋葱头……

“你不是卖洋葱的法国佬，对吧？”那女人问波洛。

——阿加莎·克里斯蒂 (Agatha Christie)，英国侦探
小说作家 (1890—1976)，《蒙面女人》(The Veiled Lady)，
1923年

这是一个所有人都知道，却很少有人相信，几乎没人亲眼见过的传说。这不奇怪，假如你的确见过头戴贝雷帽，身穿条纹衬衫，骑着挂满洋葱的自行车的法国人，你要么是经常参加不大时髦的化妆舞会，要么已经非常年迈了。我在法国生活了十年，却一次也没见过骑着挂满洋葱的自行车的法国人，只是偶尔在巴黎圣心大教堂 (Sacré Coeur) 外面看见身穿条纹衬衫，头戴贝雷帽的古怪的老画家 (显然是为了吸引旅游者才穿成那样的)。然而，这种典型法国人的形象，却深深地植根于英美人的想象中。那么这种形象到底是怎么来的？

答案是，这种形象是英国人的发明。不过，它归根结底的确来自法国人：一个名叫亨利·奥利维耶 (Henri Ollivier) 的布列塔尼

个体农民。1928年，奥利维耶先生进行了一次冒有风险的旅行，从他的家乡——渔村罗斯科夫（Roscoff）——来到了大不列颠海岸，挨家挨户地向英国的家庭主妇们推销起他那一串串的洋葱。他赚了大钱，于是罗斯科夫的众多农民们立刻起而效尤。每年，数以百计的农民都带着他们丰收的洋葱跨越英吉利海峡。他们租仓房将洋葱储存起来，然后骑着快散架的破自行车走村串寨四处推销。他们中很多人的名字中似乎都有个“让”（Jean）字，近似于英国的“乔尼”（Johnny），而且他们中不少人都是才十几岁的少年，于是英国人就把他们称为“洋葱乔尼”，意思是“洋葱小子”。他们一般7月来，直到12月或次年1月才离开，晚上就睡在仓房里他们的洋葱堆上。这种“非官方”的英法贸易，在“二战”爆发前一直很旺盛。高潮出现在20世纪20年代末——1400名“乔尼”将9000吨洋葱卖到了英国——然后才在战后岁月里渐渐消失了。对于许多英国人来说，“洋葱乔尼”就是他们能想到的最贴近于法国和法国人的东西了。很快，“洋葱乔尼”就以英国人心目中典型的法国人形象，出现在从奶酪包到电视系列节目的一切事物中。这有些讽刺意味，因为最早的“洋葱乔尼”们尽管来自法国的布列塔尼半岛，但他们实际上说的却不是法语。布列塔尼语是与威尔士语相关的一种凯尔特语言，这些沿街叫卖的流动小贩们自然和威尔士人联合了起来，形成了反对英法敌人的阵线。时至今日，还有一些先前的“洋葱乔尼”们坚持参加威尔士诗歌音乐大会（Welsh Eisteddfod），在这个反对殖民压迫呼吁民族自决的论坛上，会见他们的凯尔特老战友。

“洋葱乔尼”们戴的是贝雷帽——法国农民传统的“布帽”。这种帽子起源于法国西南部，比利牛斯山（Pyrenees）的牧羊人自17世纪起就戴着巴斯克（Basque）贝雷帽。到了20世纪，贝雷帽与

左翼知识分子和激进艺术家联系了起来，其中最著名的包括巴勃罗·毕加索（Pablo Picasso）和萨尔瓦多·达利（Salvador Dalí）。20世纪60年代，贝雷帽又成为反叛和激进时尚的强力象征：切·格瓦拉（Che Guevara）的照片上几乎永远都戴着一顶贝雷帽（在他死后，他那戴着红五星黑贝雷帽的标准形象，又在世界各地数以百万计的海报和T恤衫上，迎来了革命后的新生）。贝雷帽还成为形形色色的激进准军事组织的标配饰品，如美国的黑豹党（Black Panthers）、爱尔兰共和军（IRA）和西班牙的巴斯克分离组织埃塔（ETA）。直到20世纪70年代，贝雷帽和布帽都是电影导演的传统帽子，后来才被如今已无处不在的美国棒球帽所取代。

不过，如今在法国已经很少能看见贝雷帽了——除非在西南部尘土飞扬的乡间，偶尔能看到耄耋老人戴着贝雷帽在玩滚球（pétanque）。在巴黎当然看不见，这被认为有些……嗯，不成体统。^①如今普通的法国工薪人士最可能戴的是带有帽舌的盔状无边帽（casquette）或者棒球帽，像他们喜爱的说唱明星那样顽皮地将帽子前后掉个个儿，仿佛法国农民传统的戴法一样。2012年7月，法国西南部最后一家传统贝雷帽制造厂在最后时刻被收购，才保住了二十多位贝雷帽制作工匠的饭碗。¹贝雷帽如今已主要用于军帽，在世界各国军队中仍很流行。实际上，这个“吃奶酪的投降猴子”的国家的首要服装标志，今天其主要市场已经是……美国军队了^②，这真是天大的讽刺。在2012年伦敦奥运会开幕式上，是美国

① 即便如此，仍有一些例外情况，贝雷帽会因为礼节需要而出现：例如，法国的橄榄球迷有时会戴上贝雷帽（尤其是到英国客场作战时），大概是要表示他们对国家的忠诚。

② 不过就连美国军队也开始逐步淘汰贝雷帽，改用更便宜、更实用的棒球帽了。2011年6月，五角大楼宣布美国陆军将停用贝雷帽，改用普通作训帽，只在典礼上使用贝雷帽。此举受到部队的欢迎。一位军官在接受《陆军时报》（Army Times）采访时说：“我可受不了头上顶着一只湿袜子。”



运动员戴着贝雷帽出场。而法国代表团——有点缺乏幽默感地——并没有穿着带有自行车、贝雷帽、条纹衬衫和洋葱元素的服装，却穿着被视为法国时尚大使的德国运动服品牌阿迪达斯的全套行头。

“洋葱乔尼”也经常穿着黑白相间或蓝白相间的船领衫，这是布列塔尼渔民传统的装束。1858年，这种布列塔尼衬衫被改造为法国海军的正式军服，遵循这一传统是因为穿条纹衫使得甲板上的人更容易辨认。当时可没想到这在遥远的未来会成为时尚（那时候穿

条纹衫的，还有麻风病人和监狱囚犯）。为了表示对三色旗故乡的怀念，最早的海军衫共有21个条纹，每条代表拿破仑的一次胜仗。后来，布列塔尼渔民身穿的条纹衫，被到多维尔（Deauville）度周末的可可·香奈儿（Coco Chanel）小姐偶然瞥见，激发了她1917年办航海主题时装展览的灵感，此后这种条纹衫就成了世界上最著名的时尚符号之一。曾经只是农民的装束，是一贫如洗、无依无靠的象征，现在条纹衫却摇身一变，成了最时髦的时装款式，受到诸如碧姬·芭铎（Brigitte Bardot）、珍·茜宝（Jean Seberg）和让娜·莫罗（Jeanne Moreau）这类人的青睐。后来，它又被从古驰（Gucci）到纪梵希（Givenchy）的许多时装公司重新改造和诠释了好几百遍，表现了从英俊水手到复古童真的各种形象，例如让-保罗·高提耶（Jean-Paul Gaultier）在1993年为Le Male香水拍的广告片中的男同性恋偶像，以及小帆船公司（Petit Bateau）推出的经典黄色童装和条纹渔夫衫。

然而今天，“洋葱乔尼”已经差不多从英国的景观中消失了。“二战”结束后，敌对制造商之间日益加剧的竞争、英国的贸易保护主义，再加上四处游荡的乔尼们已不符合法国战后新的国家福利政策这一事实，迫使大部分乔尼挂起了他们的贝雷帽。现在只剩下极少数人，还定期到英国沿街挨家挨户地叫卖洋葱。然而，今天的“洋葱乔尼”们很可能会先发上一圈e-mail，提醒客户他们要来了，然后再开着货车兜上一圈（不过，他们也许会在车后放一辆自行车，作为特别的装饰）。“洋葱乔尼”们在罗斯科夫有了自己的博物馆（La Maison des Johnnies et de l'oignon），他们因此将名垂千古了。在这座博物馆里，你能看到法国对英国这几乎被人遗忘的第二次入侵的褪色的照片，你能跟真正的“洋葱乔尼”学习怎样把洋葱编成串儿，还能听到令人怀旧的民歌和诗歌（都有强劲的洋葱主

题，催人泪下)。罗斯科夫还举办一年一度的洋葱节，你可以尝到当地美味，如洋葱蛋挞和洋葱可丽饼等。最为威武的是，“洋葱乔尼”作为典型的法国神话人物形象，留在了数以百万计的日本、美国和英国游客的心目中。

法国人则对“洋葱乔尼”成了外国人眼中法国形象的代言人大惑不解。鉴于最早的乔尼们是布列塔尼人，是视法国人为异族的民族主义者，这种疑惑并不奇怪。这就好像英国人的形象代言人是耳后别着水仙花卖韭葱的威尔士人一样，是个荒诞的想法。然而，是法国人发明了“荒诞”(Absurd)这一哲学概念，并产生了其最著名的推动者——小说家阿尔贝·加缪(Albert Camus)的，因此法国人不大可能再推出更无意义的国民形象了。如果不论其他，单就荒诞而言，“洋葱乔尼”的确是法国人的典型形象。

◎ 传闻评估：错误。

