

<<可笑的日本人>>

图书基本信息

书名：<<可笑的日本人>>

13位ISBN编号：9787544245333

10位ISBN编号：7544245330

出版时间：2009年9月

出版公司：南海出版公司

作者：（日）早坂隆

页数：178

译者：姜海宁

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<可笑的日本人>>

前言

前段时间，我编写了《世界冲突多发地笑话集》和《看，世界怎样笑美国》两本书，收到了不少读者反馈，许多人都问我：“世界上有没有拿日本人当笑料的笑话？”

虽然我不是有意的，不过我以前的作品中，的确没有收录过这类笑话，也难怪读者们在读后会觉得“笑话中很少看到日本人的身影”。

在笑话中，日本人所扮演的角色其实是十分重要的。

尽管跟美国人、英国人、俄罗斯人和犹太人比起来，日本人所占的比例要少得多，但是形形色色的日本人也的确给人们带来了无穷欢乐。

这些笑话深刻地反映了人们印象中的日本和日本人，总结了日本的文化特色。

在这面镜子前，日本人的生动形象被清晰地勾勒出来。

<<可笑的日本人>>

内容概要

在世人的眼中，经济强国、科技先锋、动漫王国等几乎已经成为了日本的代名词，一提到日本人，人们往往会不由自主地联想到勤奋卖命的上班族、不苟言笑的完美主义者、缺乏自我的保守主义者……作者搜集了大量以日本和日本人为笑料的笑话，通过笑话，展现了近年来日本的国际形象、日本人的民族特征和传统习俗、世界观及价值观、历史文化，以及现实生活中的方方面面，生动地描绘了不同国家人们脑海中的日本人形象。

书中那些以日本和日本人为对象的笑话看似自嘲，而实际上，每则故事的趣味点呈现的正是日本的深层文化特征。

<<可笑的日本人>>

作者简介

作者：(日本)早坂隆 译者：姜海宁早坂隆，出生于1973年，日本爱知县人，日本自由作家。他常出国游历，见识颇丰，撰写了许多旅游记事，曾在罗马尼亚居住过两年，将当地见闻写成报告文学并出版，获得了日本第十二届“周刊星期五报告文学大奖”。著有《战时演艺慰问团“搞笑队”全纪录》《祖父的战争》《世界冲突多发地笑话集》《看，世界怎样笑美国》《文笔生活现场》《罗马尼亚生活者记录》《军队万叶集》等。

<<可笑的日本人>>

书籍目录

前言第一章 高科技国家——从汽车到智能电子狗高科技国家模仿和创造第二章 富裕的国家——泡沫经济及其破灭富裕的国家泡沫经济时代不景气高物价第三章 勤劳的民族——上班族·过劳死认真·勤奋上班族第四章 日本人的特征——集体行动·不苟言笑集体行动缺乏自我意识狡猾蹩脚的英语守时·不苟言笑第五章 神秘的国度——风俗·宗教·衣食住等神秘遥远的国度日本女性饮食文化泡澡宗教地震黑帮人种第六章 历史·政治·外交——日美关系战争日美关系第七章 活跃在全世界的日本运动员——从铃木一郎到相扑足球棒球相扑空手道忍术摩托车运动第八章 日本新形象——席卷世界的日本动漫漫画动漫日本产品后记

<<可笑的日本人>>

章节摘录

插图：次品一家美国汽车公司向俄罗斯和日本的两家零件工厂下了订单，订单要求：“每1000个零件当中只允许有1个次品。

”几天后，俄罗斯的工厂发来邮件说：“贵公司的要求实在太苛刻了，无论如何都无法按期交货。请求延长交货期限。

”同时，日本工厂也发来邮件，上面写道：“工作进展顺利，可按期交货。

但次品的设计图还未收到，烦请尽快送来。

”蓝色的长颈鹿一个异想天开的大富豪说：“谁能帮我找到蓝色的长颈鹿，我就给他一大笔酬金。

”听到这个消息后，世界各国的人纷纷开始行动。

英国人针对这种生物是否存在展开了如火如荼的讨论。

德国人蜂拥到图书馆，研究蓝色长颈鹿是否存在。

美国人派出军队，到世界各地展开地毯式搜索。

日本人不分昼夜地对长颈鹿进行品种改良，希望培育出蓝色长颈鹿。

越南人则去买了许多蓝色水彩笔。

为什么这种地方会有日本人？

我以前在罗马尼亚住过大约两年。

众所周知，1989年，罗马尼亚内战爆发，人们通过暴力革命推翻了尼古拉·齐奥塞斯库的政权。

朋友曾经给我看过一本尼古拉·齐奥塞斯库执政时期的书，关于日本是这样写的：“虽然日本资源缺乏，国土面积狭小，但是在优秀国民的辛勤努力下，已发展成为世界第二强国。

”这正是罗马尼亚人心中最根深蒂固的日本人形象，我在罗马尼亚生活的两年中强烈地感受到了这一点。

我住在距首都布加勒斯特3小时车程的一个小城里，那里几乎看不到亚洲人的身影。

对于生活在小城里的人们来说，我几乎是他们见过的第一个亚洲人。

走在大街上，当地人经常会向我投来好奇的目光。

几乎每天都有人冲我喊“中国人”，好像我是大熊猫一样。

他们叫我“中国人”而不是“日本人”，看来在当地，中国就是整个亚洲的代表，这我不禁有点儿失望。

我有一个关系不错的朋友，是罗马尼亚的精英人才，后来还到外交部工作过。

有一次，我问他：“为什么在这里，亚洲人就等于中国人呢？”

”他回答说：“我们总是觉得，日本人专门制造那些我们根本买不起的高级货，比如新式电视、汽车。

因为太贵了，我们买不起，它们便离我们的生活很遥远。

而中国制造的的东西到处都是，毛巾、罐头、起子什么的。

”罗马尼亚人对于自己的国家有一种自卑感，自认是“贫穷国家”、“东欧小国”，他们觉得“那些富有的日本人是不会到这来的”。

日本和中国给人的距离感完全不同，对他们来说，日本太遥远了。

当着我这个日本人说这番话多少有些恭维的味道，但除了他之外，很多罗马尼亚人确实是这样想的。

当有人冲我喊“中国人”，而我说“我不是中国人，是日本人”的时候，对方的脸上都会浮现出惊讶的表情，并且马上用敬语（当然，罗马尼亚也有敬语）说：“你是日本人？”

太对不起了。

可是日本人怎么会来罗马尼亚呢？

”这种情况我遇到过许多次。

从这种待遇的迅速转变中，可以隐隐约约地看出他们对日本人的态度。

洗桑拿一个美国人、一个日本人和一个俄罗斯人一起洗桑拿。

突然，不知从哪儿传来“哔——哔——”的声音。

只见美国人在右肘部轻轻一按，声音就停止了。

<<可笑的日本人>>

另外两个人都惊讶地看着他，于是美国人说：“这是呼机，我肘部的皮肤下面埋着一个最新的超薄芯片。

”又过了几分钟，响起了“丁零零、丁零零”的声音。

日本人将手心往耳朵上一贴开始讲话。

另外两个人用非常惊讶的表情盯着日本人，日本人解释说：“这是电话。

在我的手心下埋了一个世界上最小的芯片。

”俄罗斯人为自己什么都没有感到很羞愧。

突然，他好像想到了什么似的，走出桑拿房去了厕所。

过了一会儿，俄罗斯人回到桑拿房，屁股上挂着一截儿卫生纸。

美国人和日本人吓了一跳，盯着俄罗斯人直看。

只听俄罗斯人说：“哦，好像有传真发过来了。

”制造业大国第二次世界大战后，在汽车、钢铁、精密仪器等领域，日本凭借质量良好的产品成为世界上具有强劲竞争力的国家之一，被誉为“世界工厂”、“技术大国”。

日本凭借巨大的出口积累了大量外汇储备，在战后的废墟上创造了经济高速发展的奇迹。

事实上，称其为“奇迹”并不夸张，从20世纪50年代到60年代，日本的实际国民生产总值在20多年的时间里增长了大约10倍，这在人类发展史上是前所未有的。

以高品质的“制造能力”为推动力，日本的经济迅速发展，这使它在20世纪70年代成为了世界各国学者的重要研究对象。

《日本第一》的作者傅高义曾这样说：“我认为，从一个国家的政治形态和经济实力来考量，没有比日本更强的国家了。

”第二次世界大战结束后，科学技术在冷战中得到发展，其中以核工业为基础的军需产业和太空探索两大部分占有重要地位。

以美国和苏联为首的两大集团展开了激烈竞争。

日本与这两大产业保持着距离，全力发展本国科技，目标是以日美同盟为基础，成为经济大国、军事小国。

目前，虽然日本经济持续不景气，但在工用机械与民用机械、精密零件、医疗器械等领域仍然保持着世界领先地位。

现在，全世界的半导体所使用的硅酮有80%是日本制造的，机器人制造技术也处于世界领先水平。

日本的制造业也依然保持着很高的技术水准。

但是，随着亚洲地区工业化的迅速发展，日本的制造业在成本上处于劣势。

为了克服困难，许多日本企业不得不花费大量的时间和精力开发新技术、新产品。

日本经济之所以能在激烈的市场竞争中保持优势，与日本人不懈的努力是分不开的。

以日本的高科技大国形象为笑料的笑话比比皆是。

可见，日本的先进工业国形象已深入人心。

什么都能溶解的药日本的一家公司开发了一种新药。

新药能够溶解世界上任何一种物质，据说只要洒上几滴，就连钻石也能溶化。

日本人为这项划时代的发明感到万分高兴，他们想象着这种药的广阔前景，甚至包括军事价值。

一想到要把药出口到世界各地，研究者们不禁暗自窃喜。

但是，最后这种药没能出口到任何地方。

因为人们找不到能够盛它的容器。

技术员的差距一位日本技术员和一位俄罗斯技术员正在谈论汽车的密闭性问题。

日本技术员说：“我们国家为了测试车子的密闭性，会把一只猫放在车上过一夜。

如果第二天猫窒息而死，就表示密闭性没有问题。

”俄罗斯技术员说：“在我们国家，为了测试密闭性，也会把猫放在车里过一夜。

如果第二天猫还在车里，我们就断定密闭性没问题。

”汽车大国早在第二次世界大战爆发前，日本就已经在发展自己的汽车产业了，但真正的飞速发展则是从1950年朝鲜战争时期开始的。

<<可笑的日本人>>

当时美国向日本制造商订购了大量卡车，借着这个机会，日本的汽车产业开始进军轿车市场。

1967年，日本的汽车产量已经超过了当时的联邦德国。

1973年石油危机爆发时，节油小型车在全世界范围内掀起了一股热潮，这股热潮推动了日本小型车产业的发展。

小型车原本是为了适应日本狭窄的道路而设计的。

此后，日本汽车的出口量越来越大，80年代就已经超过了美国。

日本企业在美国建立了许多工厂，不知不觉间，日本的管理方式也成了美国汽车产业模仿的对象。

这些年来，日本企业相继开发了Minivan、SUV等车型，在世界市场享有很高的声誉，建立了良好的品牌形象。

近年来，日本制造商从环保理念出发开发的节能轿车，引领着全球汽车产业的发展方向。

直到今天，日本仍是“世界第一汽车生产大国”。

2001年，我前往波斯尼亚 - 黑塞哥维那的首都萨拉热窝采访。

经历了长期的激烈内战，萨拉热窝的城镇和街道满目疮痍，但在世界各国的援助下，已开始慢慢复兴。

街上站着来自各个国家、各种肤色的人，他们是维和部队的士兵，为了各自的任务，正紧张地工作着。

我在那里没有看到日本人的身影，说明日本没有派遣人员前往该地区进行援助工作。

但是，有两件东西使我感觉到日本也在尽自己的一份力量。

一是联合国使用的车辆全都是丰田的四轮驱动汽车。

这种车随处可见，“TOYOTA”的logo比联合国的缩写“UN”标志还要醒目；另一个就是遍布市内的新型大巴，车身上全都印着日本国旗和“JAPAN”的字样。

这是1998年日本政府根据ODA协议捐赠的，已经成为了萨拉热窝市民们的重要交通工具。

“你是日本人？”

谢谢你们的巴士。

真是帮了大忙啦！

”一个萨拉热窝市民笑着对我说。

那里的情景充分地体现了日本的国家形象。

帮我修一下车吧在罗马尼亚的时候，周围的朋友好几次这样拜托我：“电脑不好用了，帮我看一看吧”、“帮我修一下随身听吧”、“我想请你帮我修一下汽车”。

我回答：“不好意思，我修不了，因为我不知道该怎么修。

”对方就半开玩笑地说：“不会吧，你真是日本人吗？”

”

<<可笑的日本人>>

后记

随着全球化的迅猛发展，日本人越来越关心“世界怎样看日本”这个问题了。

这也许可以证明日本人对本民族的认识只有一个大概的轮廓，还很模糊。

于是从不同的角度出发，分析“自我形态”的论文和研究不断出现，引发了许多发人深思的讨论。

笑话敏锐地反映着时代的特色和气息，有关日本的笑话也不例外。

最近，除了描写日本的经济大国地位，越来越多的笑话开始以漫画和动漫为题材，这正反映了日本的变化。

今后还会出现怎样的“关于日本人的笑话呢”？

让我们翘首以待吧！

最后，让我用英国哲学家弗朗西斯·培根在《学问的进步》中的一句话来结束本书：“有时候，笑话就是一种传达真实的手段。

”

<<可笑的日本人>>

编辑推荐

《可笑的日本人》：日本人听一个笑话会笑三次：第一次是听笑话的时候，第二次是别人解释这个笑话的时候，第三次是回到家终于明白了笑话意思的时候。

看看日本人自己是怎么讲笑话的吧！

作者从世界各地搜集了大量以日本和日本人为笑料的雷人笑话，让我们看到了各国人眼中的日本人形象。

他以一个日本人的视角，抛开那些严肃刻板的研究，通过日本人的另类超冷幽默，从日本的传统和文化角度对这些笑话加以深度解读，颠覆了我们对日本人的固有印象，栩栩如生地呈现出日本人真实的民族性与世界观。

《可笑的日本人》作者早坂隆是日本自由作家，常出国游历，见识颇丰。

他撰写了许多旅游记事，曾在罗马尼亚居住过两年，将当地见闻写成报告文学并出版，获得了日本第十二届“周刊星期五报告文学大奖”《可笑的日本人》是他根据自己的见闻，以日本和日本人为主要题材，整理而成的笑话集，利用诙谐逗趣的笑话为人们提供一种观察世界的全新视角，让人们在轻松读笑话的同时，深度认识日本。

日本年度十大畅销书，日本销量突破100万册，入选台湾《经理人》月刊“经理人最爱的50本话题书”，凤凰卫视《开卷八分钟》特别推荐。

<<可笑的日本人>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>