

吃 的 全 球 史

A Global History

比 萨

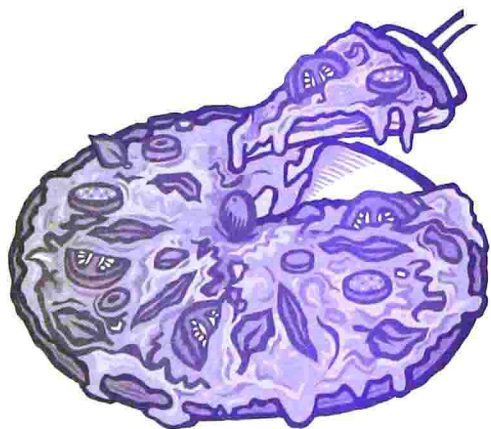
Pizza

(美) 卡罗尔·赫尔斯妥斯基 著

Carol Helstosky

牟百治 译

漓江出版社



吃 的 全 球 史

比 萨

Pizza

(美) 卡罗尔·赫尔斯妥斯基 著

Carol Helstosky

牟百治 译

漓江出版社

桂 林

Pizza: A Global History by Carol Helstosky as first published by Reaktion Books in the Edible Series, London, UK, 2008

Copyright © Carol Helstosky 2008

桂图登字:20-2013-059

图书在版编目(CIP)数据

吃的全球史:比萨/(美)卡罗尔·赫尔斯妥斯基著;牟百治译. —桂林:漓江出版社,2014.9

书名原文: Pizza: A Global History

ISBN 978-7-5407-7160-7

I. ①吃… II. ①赫… ②牟… III. ①饮食—文化史—世界②面食—食谱—意大利 IV. ①TS971 ②TS972.132

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第153394号

责任编辑:刘树勇

封面设计:沈艳君

出版人:郑纳新

漓江出版社有限公司出版发行

广西桂林市南环路22号 邮政编码:541002

网址:<http://www.lijiangbook.com>

全国新华书店经销

销售热线:021-55087201-833

山东临沂新华印刷物流集团印刷

(山东临沂高新技术产业开发区新华路 邮政编码:276017)

开本:880mm×1230mm 1/32

印张:5.25 字数:60千字

2014年9月第1版 2014年9月第1次印刷

定价:28.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与承印单位联系调换。

(电话:0539-2925888)



卡罗尔·赫尔斯妥斯基

Carol Helstosky

卡罗尔·赫尔斯妥斯基(Carol Helstosky)是一位历史学副教授，执教于美国丹佛大学，著有《意大利的美食政治：大蒜和橄榄油》(2004)和《地中海美食文化》(2009)。

目录

Contents

前言	1
1 餐盘上的历史：比萨在意大利	18
2 比萨在美国	56
3 小吃大能耐：征服世界的比萨	89
4 放眼未来	128
食谱	137
注释	158
精选书目	162
致谢	163
图片出处	164

前言



1883年，法国文豪大仲马（Alexandre Dumas Pere）到意大利城市那不勒斯旅游。在那里，这位文学作家兼美食专家深入观察了当地贫民的生活和习俗，并在后来出版的游记《双轮马车》（*Le Corricolo*，1843）中，描述了那不勒斯的穷人（“lazzaroni”，意大利语意为“乞丐”，因为他们衣衫褴褛，令人联想到《圣经》里的乞丐拉撒路 [Lazarus] 的形象）。大仲马写道，那不勒斯贫民一年到头靠两种食物为生：夏天是西瓜，冬天是比萨。而对于比萨，大仲马这样向读者描述：比萨看起来很简单，像一个扁面包，面包上面覆盖着各种配料，穷人的一日三餐就吃配料不同的扁面包。其实，比萨就是一种面包。不过，人们一般不是买下整个面包，而是有多少钱就买多大一块。那不勒斯卖

的比萨也可谓品种繁多：有素油比萨、猪油比萨、番茄比萨、小鱼比萨以及奶酪比萨。配料的种类和热销情况让大仲马知道，哪些比萨是穷人们爱吃的。不仅如此，比萨食材的销售对当地市场产生了什么影响，他也一清二楚。而且，大仲马还进一步掌握了该地区某些作物的收成形势，以及地方经济的健康状况，等等。因此，比萨不仅仅只是令人好奇的一方美食，也是度量美食市场的“温度计”，是那不勒斯社会的写照。¹大仲马继而写道：因此，比萨不单单只是一种食物那么简单，比萨的内涵其实很丰富，不仅反映它赖以存在的社会，同时也在讲述自己的故事。

现在，比萨是一种简单方便的食品，大多数人选择吃比萨，根本不假思索。朋友同事、家人亲眷聚在一起，无论是午餐、晚餐，还是随便吃点什么小吃，大家常常会不由自主地提议说：“咱们吃比萨吧！”喜欢吃比萨的人每周都要吃好几回，甚至天天都离不开比萨。比萨，这种曾经是那不勒斯城市贫民果腹度日的主食，已经成了当今世界最受欢迎的快餐。千千万万的人喜欢吃比萨，因为比萨简单、现成方便。但是，正如大仲马的观察心得所揭示的那样，如果深入思考比萨这种食物，就会发现它反映的内

涵其实相当丰富。随着比萨从那不勒斯逐渐传到世界各地，并且愈来愈受欢迎，比萨的形状和口味也随之发生了变化，有时甚至变化巨大。比萨在不同的社会，对不同的人，其意义也不尽相同，也许超出了一份小吃应有的意义。比萨在那不勒斯穷人的眼里，是赖以生存的食物，但是后来却构成了那不勒斯神圣历史的一部分。在意大利其他地方的人看来，比萨则是一份美食，代表了意大利那不勒斯地区值得推崇保留的烹饪方式。而对意大利移民来说，比萨是他们与故乡之间的纽带，也是赚钱的工具。对其他国家的人来说，比萨既可以是异域美食，也可以是素净白饼，令人想尝试创新。不同地方的人以不同的方式接纳比萨、改造比萨，以适合他们自己的口味，或者满足他们对美食佳肴的种种品味和畅想。比萨往往是作为典型的意大利食物被引荐到各个国家。因为使用的配料丰富，甚至融合了一些少见的配料如芥末、猕猴桃、烧烤鸡肉，它成为了全球市场的美食晴雨表。现在，有人喜欢传统的玛格丽塔（margherita）比萨，也就是加番茄、马苏里拉奶酪（mozzarella）和罗勒叶的比萨；有人则偏好加甜玉米、金枪鱼、蘑菇、洋葱和续随子的比萨。

PIZZA

PIZZA SLICE WITH CHEDDAR & MOZZARELLA CHEESE BLEND **\$2.95** / **SPECIAL \$3.95**
WITH 12oz COKE



加拿大安大略省利明顿 (Leamington)，一个售卖比萨的小亭前，五个跳绳队的小女孩排着队买比萨。



现点现做的意大利辣香肠比萨。

本书通过描述比萨在过去两百年中的种种经历，揭示了比萨是一种看似简单实则复杂的食物。第一章描述比萨在18、19世纪意大利那不勒斯的盛行，又在20世纪传到意大利其他地区的历史和原因。随着比萨日渐风行，它也获得了那不勒斯之外的意大利人的赞誉。但美食评论家最初却视比萨为下里巴人的粗粝之食，他们说光顾比萨店的经常都是游手好闲的年轻人，进了店一待就是一下午，要么狼吞虎咽地吃比萨，要么就幻想有了钱就买比萨来吃。

比萨过去只是地方特色小吃，但是在第二次世界大战以后，因为旅游盛行、人们四处迁徙，比萨渐渐成了全

体意大利人钟爱的美食，无论贫富老少、东南西北，都流行吃比萨。因此，它也越来越多地受到意大利美食家的推崇，有人甚至发动了一场运动，来保护“正宗”那不勒斯比萨，使之免遭因为标准化比萨的异化而濒临绝迹的危险。当然，有人维护比萨的传统，也有人在享受比萨的创新。尽管传统与创新的共存，时时显得不太协调。不可否认的是，比萨已经成为意大利人贡献给世界人民最美好的礼物。

虽然，意大利人坚称这种结合番茄、奶酪和面包的美食是意大利人的独创，但比萨却在美国找到了它的第二个故乡。严格说来，比萨最初是那不勒斯的独创，后来成了美籍意大利人的创作，最后才又变成意大利的，但人们对此也争论不休。本书第二章将循着那不勒斯移民的足迹，从纽约、波士顿、纽黑文到康涅狄格等地，探究美国都市比萨盛行的历史。实际上，比萨在美国的发展路线，与在意大利一样，都是从一个区域向四周发展，最后于二战后在普通大众间流行起来。

美国人大量利用科学技术及商业手段生产和营销比萨，这也是比萨日渐享有盛名的原因所在。但同时，也意

味着比萨失去了某些原有的地方特色。生产商极力塑造比萨的“平民”形象，但是短短几十年，比萨生产已经变成了价值上亿美元的产业。比萨已经植根于美国国民的意识之中，无论是大专院校学生们常吃的主食，还是儿童文学中描述的主题，或者好莱坞电影里出现的场景，处处都有比萨的踪迹。对于美国人来说，比萨不只是意大利风味食品的象征，它的内涵也颇为丰富：既是上等美食，也是怀乡小吃，让人欲罢不能，成为家庭餐桌上的主食。据估计，美国人每天吃掉的比萨面积达一百英亩，即每秒钟吃掉350块比萨！平均下来，美国人每人每年要吃46块比萨。由此可见，美国人对比萨的热爱程度并不亚于意大利人。不过，美国人和意大利人对待比萨的态度则截然不同。也因此，比萨在美国的经历，产生的经济效应，与其在意大利也有所不同。

比萨的历史和文化涵义随时间和地域的差异而有所改变。不过，比萨在美国和意大利盛行的经济模式却相当雷同。起初，比萨因为价格便宜而成为都市里穷人的食品。此外，因为比萨的基本原料可以进行多元混搭，口味繁多，所以能让人常吃腻。比萨在二战后越来越流行，





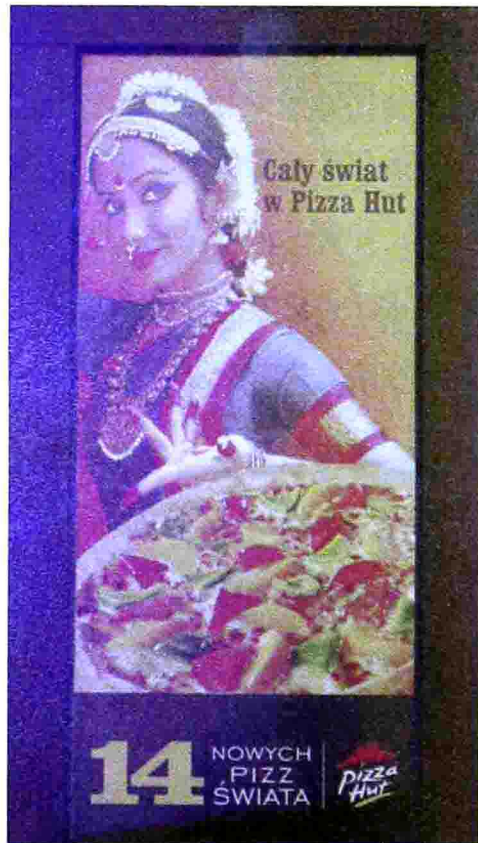
比萨世界之最：志愿者在澳大利亚昆士兰一操场上拼制一巨型比萨，以期打破比萨世界纪录。

是因为它正好迎合了中产阶级，甚至是上流社会人士的休闲生活方式。从那时起，比萨渐渐成为令人感到温馨的食物，因为喜欢外出就餐的人越来越多。尤其因为美国人和意大利人总有很多的闲暇时间可以经常出门旅游，或者在家品尝新式菜肴，比萨因此也成为派对和社交场合最受欢迎的选择。此外，中上层人士还赋予了比萨新的意义，将一种赖以生存的主食变成了休闲小吃，或者派对零食。于是，休闲与享乐的消费内涵让一种与过去完全不同的消费群体爱上了比萨——那些有休闲时间又爱好旅游度假的有钱人。正是这一消费群体对比萨的青睐，不仅把比萨变成了标准化生产的大众食品，而且也使其成为个性化的、高档次的美食。

本书第三章将追随世界范围内比萨的踪迹，尤其是散播世界各地的比萨连锁加盟店，考察比萨的全球化程度。实际上，因为意大利移民和美国连锁店勤于经营，世界各个角落都有比萨的踪迹。即使是朝鲜领导人金正日，也曾经邀请意大利比萨师，飞越大洋，专门为他制作比萨。²俄罗斯和剧变之后，涌入的第一批“资本主义”食品中就有比萨。今天，波兰的必胜客正在为其新创的印度风味比

萨做宣传。同时，印度的必胜客网站利用澳大利亚的动画广告，推广他们自己独创的比萨。这一切都让我们不禁想问：比萨到底是什么？比萨到底是美国的，意大利的，波兰的，印度的，还是澳大利亚的呢？比萨的全球化却似乎加深了比萨的本土化，因为各地的消费者都在按照自己的喜好改造比萨，但是，不管怎样，比萨仍然保留了意大利身份，一定程度上，也保留了美国身份。因为世界各地的人都爱吃比萨，自然比萨也不乏国际身份。

大仲马说得对，比萨过去是，现在仍然是种简单的食品：一个加馅料的扁面包，入炉烘烤后，既可整个出售，又可化整为零，小块售卖。和许多其他食品一样，比萨出生卑微，因为价廉、方便而成为穷人和劳动者所能消费的食品，无论是在那不勒斯，还是在纽约城，情况都是如此。尽管上层人士偶尔也吃比萨（通常只是为了消遣），但比萨更多的是在中产阶级当中盛行，因为它能够满足多种需求：深受孩子们的喜爱，可在家吃，也可在餐厅里吃。而且比萨馅料丰富，搭配多样，既可在平日里吃，也可以在特殊日子里享用，因此几乎能满足家庭成员的所有需求。也正是这个原因，比萨变成了



比萨的国际化：波兰比萨连锁店的广告里使用了一位印度女模特。

一种方便简单、在世界各地都大受欢迎的食品。至于馅料，人们几乎是想加什么就加什么，做出来的还是叫比萨。因此，对于意大利和美国之外的人来说，比萨代表的是意大利风味、美国风味、国际大都市风味，或者当地的地方风味。此外，有时候比萨还兼具异域风情和本土特色。这就是比萨在世界各地如此风行的原因所在。