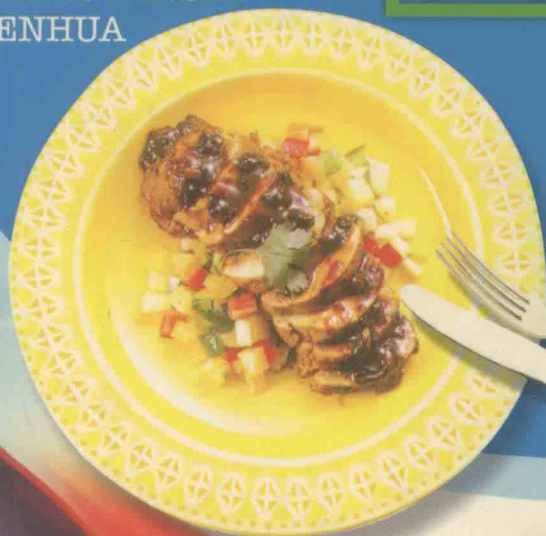


智慧生活点点通

徐先玲 李相状◎主编

西方饮食文化

XIFANG YINSHI
WENHUA



中国戏剧出版社

智慧生活点点通

徐先玲 李相状◎主编

西方饮食文化

XIFANG YINSHI
WENHUA



中国戏剧出版社

图书在版编目(CIP)数据

智慧生活点点通/徐先玲、李相状主编. —北京:
中国戏剧出版社, 2005. 9
ISBN 7-104-02228-7

I. 智... II. 徐... III. 生活—知识—通俗读物
IV. TS976.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据数字核字(2005)第 109346 号

智慧生活点点通

策 划: 吴淑苓

作 者: 徐先玲 李相状

责任编辑: 吴淑苓 左灿丽 黄艳华

责任出版: 冯志强

出版发行: 中国戏剧出版社

社 址: 北京市海淀区紫竹院 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层

邮政编码: 100089

电 话: 84002504(发行部)

传 真: 84002504(发行部)

电子邮件: fxb@xj.sina.net

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京飞达印刷有限责任公司

开 本: 850mm × 1168mm 1/32

印 张: 240 印张

字 数: 3900 千字

版 次: 2005 年 9 月北京第 1 版第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-104-02228-7/C · 202

定 价: 750.00 元(全 30 册)

版权所有 违者必究

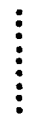
目 录

第一章 西方饮食文化漫谈	(1)
第一节 西方饮食文化的特点	(1)
一、生啖特征	(1)
二、显义特征	(3)
三、营养特征	(5)
四、交际特征	(5)
第二节 从餐具看西方饮食文化	(7)
第二章 西餐的礼仪	(11)
第一节 正规的西餐礼仪	(11)
第二节 餐具的用法	(15)
一、餐具的语言	(15)
二、刀叉的使用	(16)
三、忌讳用自己的餐具为他人布菜	(17)
第三节 自助餐礼仪	(18)
第四节 西餐点菜法	(20)
第五节 饮酒礼仪	(23)
一、如何开启酒瓶	(23)
二、葡萄酒餐桌礼仪	(23)
三、在欧式餐厅饮酒注意事项	(25)
第六节 西餐桌上意外情况的处理	(26)
第三章 西餐食品	(28)

第一节 西餐知识	(28)
一、西式早餐常用字	(28)
二、西餐食物介绍	(29)
三、麦当劳食物介绍	(33)
第二节 常见西餐食谱	(34)
一、点心	(34)
二、甜食	(48)
三、沙司	(61)
四、禽肉类	(68)
五、汤	(95)
六、布丁	(105)
七、素菜	(110)
八、热菜	(114)
第三节 西方各国特色食谱	(117)
一、德国菜	(117)
二、法国菜	(122)
三、美国菜	(143)
四、俄罗斯菜	(149)
五、意大利菜	(151)
六、西班牙菜	(156)
第四章 西方餐饮文化中的咖啡	(160)
第一节 西方咖啡文化概述	(160)
一、咖啡的传说	(160)
二、咖啡文化在欧洲的形成和发展	(161)
三、西方企业里的咖啡文化	(163)
第二节 咖啡的种植情况与种类	(164)

一、咖啡种植情况	(164)
二、各系列咖啡简介	(165)
第三节 咖啡的冲调与品尝	(169)
一、咖啡研磨工具	(169)
二、世界各国咖啡冲调方法	(173)
三、咖啡的制作方法	(174)
四、品尝术语	(179)
五、如何品尝咖啡	(181)
六、咖啡与健康知识	(182)
第五章 西方的酒文化	(185)
第一节 西方酒文化漫谈	(185)
第二节 西餐中酒饮分类	(188)
一、西方酒饮的分类	(188)
二、常见西餐酒分类名词	(189)
第三节 西方酒文化中的葡萄酒	(190)
一、主要的酿酒葡萄品种	(191)
二、葡萄酒分类	(192)
三、葡萄酒品尝词典	(195)
四、品酒艺术	(207)
五、葡萄酒选购注意事项	(210)
第四节 西方酒文化中的香槟	(211)
一、香槟区的酿酒历史	(211)
二、香槟酒的诞生	(211)
三、香槟酒的四个产区	(212)
四、香槟区的自然环境	(212)
五、香槟酒的酿制	(213)

六、香槟酒的四大家族	(214)
七、香槟酒的生产工序	(214)
八、香槟酒种类	(216)
九、香槟的贮藏	(217)
十、香槟酒的美食搭配	(217)
十一、香槟的选购	(218)
第五节 西方酒文化中的白兰地	(218)
一、白兰地和干邑的概念	(218)
二、白兰地的分级	(220)
三、白兰地的品尝和欣赏	(221)
四、白兰地的选购	(222)
第六节 鸡尾酒	(223)
一、鸡尾酒的起源	(223)
二、鸡尾酒的调制方法	(225)
三、鸡尾酒基酒简介	(227)
四、鸡尾酒的特点	(230)
五、鸡尾酒的种类	(232)
六、流行的鸡尾酒配方	(234)



第一章 西方饮食文化漫谈

第一节 西方饮食文化的特点

西方饮食文化从内涵上可将其概括为生啖特征、显义特征、营养特征和交际特征四个方面。这四个特点在相当大的程度上反映了西方世界的生活生存方式和哲学观念。

一、生啖特征

要了解西方饮食文化的这种特性，有必要先了解中国饮食文化中的肉食方面以猪肉为主的饮食特点。猪在汉民族文明史中占有重要地位。中国传统上是农耕社会，地少人多，家庭居住固定，没有游牧民族大规模发展牛羊畜牧业的牧场条件和生活习惯，只有养猪能提供较多的肉食量，比较适合小农经济的状况，于是就形成了汉民族在肉食中以猪肉为主的格局。

“猪”在历史上有“豕”、“彘”、“豚”等同义称谓。先秦时，“豕”“彘”指大猪，“猪”“豚”指小猪。此外，“豕”还作为汉字的部首，表示与猪有关的汉字；在汉语中，单独提到“肉”这个词时一般也专指猪肉，而不是牛肉、羊肉、鸡





肉、鱼肉之类，这说明汉民族肉食是以猪肉为主要食品的。

在汉民族的主流饮食文化中，其菜系的格局主要是以猪肉为核心建立起来的，而西方饮食文化则是以海产品为核心建立起来的，成为独特的海洋饮食文化特点。猪肉口感的特点是“香”，海产品的特点是“鲜”（汉字“鲜”的本义就指活鱼）。猪肉的“香”具有较明显的熟食性特征，需要较复杂的烹制技术才能使“香”充分挥发出来。对海产品而言，“鲜”则具有生啖特征，过分熟食化的烹调过程反而会降低其鲜美度和营养价值，故“鲜”的特点使海产品对烹调技术的依赖程度相对低一些。中国的豆腐可以有 1000 多种烹饪方法，但是我们很难设想大虾有 1000 种吃法，因为大虾自身鲜美的味感胜过最好的烹饪技术。海产品的通俗说法是“海鲜”，生猛海鲜是海产品最重要的特征，复杂的烹饪技术反而会影响海产品的鲜美度，这些自然主义的烹饪作品完全可以与色香味俱全的人工烹调菜品相媲美。

生啖特征是从海产品餐饮中归纳出的西方饮食习惯的一般特征，但不能说吃海产品就一定是生的，而吃其他肉类就一定是熟食性的。法国的熟火腿肉往往带有鲜血丝，这显然具有生啖特征；而中国北方有“千滚豆腐，万滚鱼”烹煮习惯，虽然吃的是海产品，但仍然是熟食性的方式。

我国的粤菜与川菜、鲁菜相比，前者就有较多生啖特征的西方饮食特征。所谓的“生猛海鲜”的说法，就来自粤菜。粤菜最大的特点是讲究原色原味。粤菜的饮食风格，与广东沿海地区的西方饮食习惯是密切相关的。此外，与其他副食品如蔬菜、鸡、猪、羊、牛肉等不同的是，海产品是非养殖性的。海产品的非养殖性在某种程度上代表了人类回归自然的价值取



向。因此,我们可进一步认为,猪肉的“香”代表了一种熟食特征饮食文化,海产品的“鲜”代表了一种生啖特征饮食文化。

生啖特征作为一种饮食选择方式,并不仅限于海产品,只不过在文明社会中西方饮食是最典型地代表了一种生食文化。生食文化的含义是,以食品的新鲜感、天然营养的保持即原汁原味为价值取向的群体性饮食行为。

二、显义特征

汉民族饮食文化是非常注重食品的形象消费的，这主要表现在对色、香、形等外在形式美的追求。由于对“色、香、形”的追求，使得饮食对食品的形象“阅读”与品尝并重。多人围坐，在吃以前谈论它、想象它、观赏它，产生强烈的餐饮审美感受。吃的过程浅尝辄止，细细品味。食毕一边回味一边互相探讨烹调特色，交流心得。

此外，这种特征饮食甚至还包括“美名”。即使是非常简朴的菜品，也要冠以富于想象力的比喻名称，它们构成了中华美食文化的文学特征。如：

龙须菜——豆芽

凤爪——鸡脚

白玉——豆腐

珍珠玛瑙翡翠汤——豆腐番茄青菜汤

金钩挂玉牌——黄豆芽炖豆腐

步步高升——竹笋炒排骨

发财到手——发菜炖猪蹄





金钱满地——冬菇炖青菜

与此相反，以“鲜”为标志的西方饮食文化则具有显义特征。中国饮食文化强调的是菜品人工的色、香、形等形象性，而忽视了菜肴的自然属性和营养价值。例如，用酱油炒就会把青菜染成一种荤菜的风格；而不用酱油，就能比较好地保持青菜的原色，这就属于显义特征了，显义性不仅意味着对色、香、形等人工技巧的淡化，突出原汁原味原色，同时也标志着一种餐饮方式。比如我们拿一本菜谱点菜时，实际的菜并不在现场，食客只能根据名称去谈论它想象它，但是，时下一些饭店设置了菜品展示柜，让顾客看样品点菜，而不是传统的看菜谱点菜。菜谱、价格、菜品三位一体、同时出现，是典型的“所指的在场”。这种显义性点菜方式至少有三个方面的好处：有利于顾客控制菜的数量，避免浪费；有利于顾客正确选菜，排除了菜谱名称误导的可能性；有利于顾客对价格进行监督，使价格与实物相参照，增加了消费者对商家的信赖。由此可见，显义性作为一种文化观念，涉及到饮食行为的方方面面。它的中心原则是，努力缩小从形象到内容的距离感。距离感越小，事实性、客观性就越强。隐喻性饮食行为则反映了扩大形象与事实之间的距离感的文化观念。目前许多城市餐饮业的经营方式，则是以缩小这种距离感为主要特征和原则的。缩小形象与内容之间的距离感，也反映了西方文化中追求事物、事件、行为的透明性的观念，体现了中西文化的某种融合倾向。





三、营养特征

海产品的“鲜”决定了它追求一种质料的独特性，例如，粤菜是想把食品自身内部的甜、香发挥出来，而不像鲁菜用外在的香、甜取代食品自身的味道。这种更强调食品自身质料特点或个性的饮食观念，在西方的烹饪中表现的比较明显。像蛤蜊、带鱼、鱿鱼、鳗鱼、鲛鱼、比目鱼等海产品一般不宜与蔬菜混合烹饪，各自的口感和营养成分都是不一样的，它更强调以各自的肉质特点和不同的营养构成来区别品味。而我国传统饮食以猪肉为主，肉食的单一、营养构成单一，为适合人们口味不断变化的需要，就必须借助于人工技术创作出口味、风格多样的烹调作品。在猪肉的参与下，蔬菜自身的特征被淡化了，围绕“香”字，中华民族创造了灿烂的美食文化，这种“香”强调的是菜品自然属性的淡化和非差别化，强调的是烹调技术、美食风格的多样化、差别化。

营养性的西方饮食文化强调的是食物自身价值的区别和对立；美食性的猪肉饮食文化，强调的是用具有浓郁人文色彩的“香”字，去统一、中和不同自然属性的食品。“鲜”文化的差别性和“香”文化的中和性，在某种程度上反映了两种根深蒂固的中西文化观念。

四、交际特征

“鲜”代表的二元对立观念和“香”代表的二元互补观念，表现在人与人的关系即餐饮交往方式上就是聚餐制和分餐





……

智慧生活点点通

制的对立。

中国饮食文化的精髓是调和与中庸，讲究“色、香、味、形”的调和。这种观念表现在人与人的关系即餐饮方式上，就是采取聚餐制：大家和气一团地围坐在一起，共享一席。在中国的聚餐上是有规矩要讲的：要分出长幼尊卑、上下先后。主、宾、陪、副……顺序井然，决不含糊。中国文化中的尊卑等级观念，在酒桌上都充分体现出来了。从人际传播的角度看，这种等级制的聚餐方式以一方为中心，另一方处于从属的地位。其二，在聚餐制的宴请中，不丢面子才是更重要的，宴席越丰盛，越显交谊深厚。在这种聚餐文化中，情面常常成为第一位的。而讲情面这种东西，实际上是对公众舆论或他人评价的一种屈从，这种聚餐所表现出来的“人和”并非那么平等、宽松、自由自在。其三，聚餐制宴请一般采取“谁请客，谁掏钱”的方式。这次我请，下次你回请。这种人情债的来往欠还，显然不是平等的、随意的交流，而是“欠”和“还”的人情轮回。

在西方饮食文化中，“鲜”字所体现的二元对立观念表现在餐饮交往方式上是分餐制。西方历来盛行分餐制，到了餐桌前，直截了当，直指主题。你吃你的我吃我的，这种“个人主义”的行为，在人际关系上既体现了个性独立，又表现了对他人饮食行为和习惯的尊重。也就是说，分餐制是二元对立的，体现了一种交际性的人际关系方式：强调个性独立，首先指向食物本身，人与人之间构成一种相对宽松、自由的平等交际关系。而聚餐制是二元互补的，首先强调人际和谐，然后再指向食物。因此，在聚餐制的宴会过程中，常常更注重人际关系、社会角色、人情债务的协调和分配，这种协调和分配常常





是一种等级制的、向心的、大一统的、没有多少个人选择自由的独白方式。与分餐制相关的饮食方式还有自助餐、AA制。

自助餐是分餐制的进一步发展，吃什么以及如何吃完全是个人的自由。宾客们自取自食，不断变换位置，边吃边谈，无拘无束，十分有利于人与人之间的交际。自助餐讲究一对一的人际交流，这与聚餐制大一统的独白方式截然不同，体现了追求个性的、平等的交际观念。AA制是西方人早已习以为常的消费方式，它是指几个朋友共餐后，各自付所用的那份餐的费用，它实际上包括“我请客，各人掏各人的钱”和“我做东，各自带来佳肴”两种形式。AA制避免了人情面子上的纠葛，在利益上一清二白，使宾客相处更加坦然、真实，解除了“这次你请，下次轮到我，而且要比你的饭更好，否则就丢面子”这样的人情债务，使餐饮交往成为一种自便的、大众化的社交行为。

在中西饮食文化的对比中，可以看出以“鲜”为特征的西方饮食文化的特点，涵概了“鲜”的全部含义。如果“鲜”的饮食方式演变成一个民族或社会群体固定的习惯和自觉追求，它必然就属于一定的文化形态，以与熟食性文化相对立。鲜文化中生食、显义和营养特性，实际上反映了以事物自身为认同坐标的客体意识，其交际性则反映了人际间的个性独立和平等对话关系。而中国饮食文化则反映了人际间追求中庸、和谐的群体精神。

第二节 从餐具看西方饮食文化

大约在13世纪以前，欧洲人在吃东西时还都全用手指头。





在使用手指头进食时，还有一定的规矩：罗马人以用手指头的多寡来区分身份，平民是五指齐下，有教养的贵族只用三个手指，无名指和小指是不能沾到食物的。这一进餐规则一直延续到16世纪，仍为欧洲人所奉行。

餐具中无论是刀子、叉子、汤匙还是盘子，都是手的延伸，例如盘子，它是整个手掌的扩大和延伸；而叉子则更是代表了整个手的手指。由于文明进步，这许多像形的餐具逐步合并简单化，例如，在中国最后就只剩下筷子和汤匙。有时还有小碟子。而在西方，到现在为止，在进餐时仍然摆了满桌的餐具，例如大盘子、小盘子、浅碟、深碟、吃沙拉用的叉子、叉肉用的叉子、喝汤用的汤匙、吃甜点用的汤匙等。说明在饮食文化上，西方不仅起步较晚，进展也十分迟缓。

叉子：进食用的叉子最早出现在11世纪的意大利塔斯卡尼地区，只有两个叉齿。当时的神职人员对叉子并无好评，他们认为人类只能用手去碰触上帝所赐予的食物。有钱的塔斯卡尼人创造餐具是受到撒旦的诱惑，是一种亵渎神灵的行为。意大利史料记载：一个威尼斯人在用叉子进餐后，数日内死去，其实很可能是感染瘟疫而死去；而神职人员则说，她是遭到天谴，警告大家不要用叉子吃东西。

12世纪，英格兰的坎特伯爵大主教把叉子介绍给盎格鲁—撒克逊王国的人民，据说，当时贵族们并不喜欢用叉子进餐，但却常常把叉子拿在手里。当作决斗的武器。对于14世纪的盎格鲁——撒克逊人来说，叉子仍只是舶来品，像爱德华一世就有7把用金、银打造成的叉子。

当时的大部分欧洲人，都喜欢用刀把食物切成块，然后用手指头抓住放进嘴里；如果一个男人用叉子进食，那就表示，





如果他不是个挑剔鬼，便是一个“娘娘腔”。

18世纪法国因革命战争爆发，由于法国的贵族偏爱用四个叉齿的叉子进餐，这种“叉子的使用者”的隐含寓意，几乎可以和“与众不同”的意义画上等号。于是叉子变成了地位、奢侈、讲究的象征，随后逐渐变成必备的餐具。

餐刀：西方餐具中至今仍保留刀子，其原因是许多食物在烹调时都切成大块，而在吃的时候再由享用者根据个人的意愿，把它分切成大小不同的小块。这一点与东方人特别是中国人在烹调开始前，将食物切成小块的肉丝、肉片等然后再进行加工的方法不同，也许这便是西方烹调技术一直落后于东方特别是中国的重要原因之一。

餐刀很早便在人类的生活中占有重要地位。在很久以前，人类的祖先就开始用石刀作为工具，刀子挂在他们的腰上，一会儿用来割烤肉，一会儿用来御敌防身；只有有地位、身份的头领们，才能有多种不同用途的刀子。

法国皇帝路易十三在位期间（公元1610年—公元1643年），深谙政治谋略的黎塞留大公，不仅在使法国跻身于欧洲的主要强国之列作出了贡献；即便是对于一般生活细节，这位主教也很注意。当时餐刀的顶部并不是我们今天所熟悉的那样呈椭圆形状，而是具有锋利的刀尖。很多法国的官僚政要，在用餐之余，把餐刀当牙签使用，用它来剔牙。黎塞留大公因而命令家中的仆人把餐刀的刀尖磨成椭圆形，不准客人当着他的面用餐刀剔牙，影响所及，法国也吹起了一阵将餐刀刀尖磨钝的旋风。

汤匙：汤匙的历史更是源远流长。早在旧石器时代，亚洲地区就出现过汤匙。古埃及的墓穴中曾经发现过木、石、象





……

智慧生活点点通

牙、金等材料制成的汤匙。

希腊和罗马的贵族则使用铜、银制成的汤匙。15 世纪的意大利，在为孩童举行洗礼时，最流行的礼物便是送洗礼汤匙，也就是把孩子的守护天使做成汤匙的柄，送给接受洗礼的儿童。

餐巾希腊和罗马人一直保持用手指进食的习惯，所以在用餐完毕后用一条好毛巾大小的餐巾来擦手。更讲究一点的则在擦完手之后捧出洗指钵来洗手，洗指钵里除了盛着水之外，还飘浮着点点玫瑰的花瓣；埃及人则在钵里放上杏仁、肉桂和桔花。

将餐巾放在胸前，其目的是为了不把衣服弄脏，西餐中常有先喝汤的习惯，一旦喝汤时弄脏了衣服，便常会让人整个的用餐过程都吃得很不愉快。

餐巾发展到 17 世纪，除了实用意义之外，还更注意观赏。公元 1680 年，意大利已有 26 种餐巾的折法，如教士僧侣的诺亚方舟形，贵妇人用的母鸡形，以及一般人喜欢用的小鸡、鲤鱼、乌龟、公牛、熊、兔子等形状，令人美不胜收。

