

21 面向 21 世纪全国高职高专旅游类规划教材

中外饮食文化

ZHONGWAI YINSHI WENHUA

何 宏 编著



1-43



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

面向 21 世纪全国高职高专旅游类规划教材

中外饮食文化

何 宏 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本教材的第1、2章是总论部分,分别对饮食文化的概念,饮食文化研究的对象、内容和方法,饮食文化研究状况等做了介绍;对饮食文化的发展阶段和饮食文化产生和发展的原因进行了分析;第3至7章是分论部分,从国内和国外两个视角分别论述了饮食文化的地域性、饮食民俗、饮食礼仪、茶文化、酒文化等;第8章对饮食文化的交流分中国各民族间的交流、中外交流、世界范围内的交流三个层次进行了探讨。

本教材吸收众家之长,尤其是吸收了国外的社会科学理念,尽量做到简明实用,突出实用性。

本教材适合高职高专院校旅游、烹饪、食品等专业教学使用,也可作为饮食文化研究者和饮食文化爱好者的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

中外饮食文化/何宏编著. —北京:北京大学出版社, 2006.1
(面向21世纪全国高职高专旅游类规划教材)
ISBN 7-301-09314-4

I. 中… II. 何… III. 饮食—文化—世界 IV. TS971

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第069396号

书 名: 中外饮食文化

著作责任者: 何宏 编著

责任编辑: 桂春

标准书号: ISBN 7-301-09314-4/G·1554

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765013

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印刷者: 河北涿县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×980毫米 16开本 14印张 300千字

2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷

定 价: 24.00元

前 言

著名饮食文化专家、已故哈佛大学人类学系主任张光直教授曾说过：“到达一个文化的核心的最好方法之一，就是通过它的肠胃。”文化是人类区别于动物的重要标志之一，因此有人提出了“人类是有文化的动物”的重要命题。饮食是人类生存的本能，是生活的第一需要，在这一点上，人和动物没有区别。如果仅仅如此，就没有饮食文化了。然而，人类在饮食上表现出和动物有着本质区别的地方：同一种食物吃还是不吃，同一种食物吃的方法，食物的口味，等等，存在着族群、地域的差别，这一差别就是饮食文化的内容。

十年前，我负责筹建蚌埠高等专科学校的烹饪专业，开始接触饮食文化。十年来，我几乎买全了国内出版的饮食文化方面的著作，囫圇吞枣地读了过来。我对饮食文化的研究还处于初级阶段，和国内一些名家相比差距还很大。我认为高等职业教育和中等职业教育相比，除了提高学生实践操作的水平外，本质上的区别就在于要使大学生在人文素质上有所提高和深化，其中当然包括和本专业相关的人文知识。在浙江旅游职业学院烹饪系从事饮食文化研究与教学的过程中，对这一观点又有了更深的体会。旅游的六要素包括吃、住、行、游、购、娱，吃在旅游过程是重要的一环。旅游的一个重要目的是体验异文化，在旅游中接受他乡的饮食何尝不是体验异文化？学习一点饮食文化的知识，对于旅游类专业（包括烹饪专业）的大学生提高人文素养应该会起到一定作用的。

在以往的教学，一直都是以中国饮食文化为主体，学习饮食文化的主要内容也是中国饮食文化。这次北京大学出版社约写书稿为《中外饮食文化》，确实给我出了个难题。外国饮食文化如何表述，中外饮食文化的差异在哪里？可供借鉴的资料相对较少。好在终于完成了这一艰巨的任务，如释重负。这可能是国内第一本较全面论述中外饮食文化的书籍，因作者水平有限，书中不足在所难免，恳请专家予以指正。

何 宏

2005年6月于杭州采荷

目 录

第1章 绪论.....	1
1.1 饮食文化的概念.....	1
1.1.1 饮食.....	1
1.1.2 文化.....	4
1.1.3 饮食文化.....	6
1.2 饮食文化研究的对象、内容和方法.....	8
1.2.1 饮食文化研究的对象.....	8
1.2.2 饮食文化研究的类型.....	12
1.2.3 饮食文化研究的方法.....	13
1.3 饮食文化研究状况.....	17
1.3.1 中国饮食文化研究状况.....	17
1.3.2 外国饮食文化研究状况.....	31
1.4 思考题.....	32
第2章 饮食文化的理论探讨.....	33
2.1 饮食方式.....	33
2.1.1 环境与文化多元性.....	33
2.1.2 饮食文化的发展阶段.....	36
2.1.3 食物变迁的原因.....	42
2.2 饮食文化产生和发展的理论探讨.....	43
2.2.1 决定论.....	43
2.2.2 可能论.....	45
2.3 思考题.....	46
第3章 饮食文化的区域性.....	48
3.1 世界饮食的区域性.....	48
3.1.1 世界饮食文化区域概述.....	48
3.1.2 亚洲部分国家饮食的特色.....	50
3.1.3 欧洲部分国家饮食的特色.....	54
3.1.4 非洲部分国家饮食的特色.....	58
3.1.5 美洲部分国家饮食的特色.....	60

3.1.6	大洋洲部分国家饮食的特色	61
3.1.7	古朴的民族饮食特色	62
3.2	中国饮食的区域性	65
3.2.1	中国饮食文化区域的划分	65
3.2.2	中国饮食文化区域概述	68
3.3	思考题	88
第4章	中外饮食民俗	89
4.1	中国饮食民俗	89
4.1.1	民俗与饮食民俗	89
4.1.2	日常食俗	90
4.1.3	年节食俗	92
4.1.4	礼仪食俗	95
4.1.5	宗教食俗	102
4.1.6	少数民族食俗	105
4.1.7	少数民族的食粽风俗	107
4.2	外国饮食民俗	110
4.2.1	亚洲国家的饮食民俗	110
4.2.2	欧洲国家的饮食民俗	116
4.2.3	美洲国家的饮食民俗	119
4.2.4	非洲国家的饮食民俗	122
4.3	思考题	123
第5章	饮食礼仪	124
5.1	中国饮食礼仪	124
5.1.1	夫礼之初, 始诸饮食	124
5.1.2	分餐与合食	125
5.1.3	中国古代的食礼	129
5.1.4	中国现代的食礼	135
5.2	外国饮食礼仪	138
5.2.1	国外对礼起源的认识	138
5.2.2	亚洲国家饮食礼仪	139
5.2.3	欧洲国家饮食礼仪	151
5.2.4	美洲和大洋洲国家饮食礼仪	154
5.2.5	非洲国家饮食礼仪	157
5.3	思考题	158

第 6 章 茶文化.....	159
6.1 中国茶文化.....	159
6.1.1 茶的起源.....	159
6.1.2 茶树的种类.....	160
6.1.3 茶在我国的传播.....	161
6.1.4 茶的技术演变.....	162
6.1.5 中国茶道.....	163
6.1.6 中国茶馆文化.....	165
6.2 外国饮文化.....	168
6.2.1 外国茶文化.....	168
6.2.2 外国咖啡文化.....	172
6.3 思考题.....	176
第 7 章 酒文化.....	177
7.1 中国酒文化.....	177
7.1.1 酒的起源.....	177
7.1.2 酒的发展.....	181
7.1.3 酒德和酒礼.....	183
7.1.4 酒俗.....	184
7.2 外国酒文化.....	186
7.2.1 世界各民族神话中酒的故事.....	186
7.2.2 酒的起源和发展.....	188
7.2.3 鸡尾酒的文化.....	192
7.3 思考题.....	196
第 8 章 饮食文化的交流.....	197
8.1 中国各民族饮食文化的交流.....	197
8.1.1 先秦时期.....	197
8.1.2 汉晋南北朝时期.....	198
8.1.3 隋唐至宋时期.....	199
8.1.4 元明清.....	200
8.2 中外饮食文化交流.....	201
8.2.1 中国饮食文化的外传.....	201
8.2.2 外国饮食文化的引进.....	203
8.3 世界饮食文化交流.....	207
8.3.1 饮食文化交流的障碍.....	207
8.3.2 饮食文化交流的途径.....	208

8.3.3 饮食文化交流的例证	209
8.4 思考题	212
参考文献.....	213

第1章 绪 论

1.1 饮食文化的概念

物质资料的生产,是人类社会存在和发展的基础和前提。饮食活动,是人类生存和改造身体素质的首要物质基础,也是社会发展的前提。

1.1.1 饮食

1. 饮食的基本含义

在《现代汉语词典》里,饮食的义项有两个:一是名词性的,指“吃的和喝的东西”,强调的是名称;一个是动词性的,指“吃东西和喝东西”,强调的是动作。

在英文中,饮食的概念可以有以下表达方法:“food and drink”意即“吃的和喝的东西”;“diet”意即“通常所吃的食物”,也可以指“日常的膳食”;“bite and sup”则是指“吃东西和喝东西”。

从这些有关“饮食”的解释中,我们可以看出,“饮食”一词的基本语言学含义比较简单,无非就是吃喝的东西或吃喝的动作。但我们深究起来,“饮食”就变得复杂了。饮食如果仅仅是吃饱喝足,为什么在吃饱喝足的同时,有这么多繁文缛节?为什么一种食物对一个地方的人来说是天赐美味,而对另一个地方的人来说则敬而远之,甚至有的地方更是避之不及呢?有人为吃什么而苦恼,而有人却为吃不饱而烦恼。饮食本身是本能的,而吃什么,如何吃,在哪里吃,则体现出不同族群的不同特点,体现出文化性。

2. 饮食的功用

按一日三餐来计算,一个人每年要吃1095顿饭,其所涉及的食物原料、烹饪方法、进餐方式又各式各样。这些“饮食”在填饱了我们肚皮的同时,往往也会给我们带来种种的乐趣和“饮食”之外的功用。

(1) 满足生理需要

美国著名心理学家亚伯拉罕·马斯洛(1908—1970)提出了著名的“需要层次论”。马斯洛将人的需要依次分为生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重需要和自我实现的需要。其中,生理需要是人类为维持和发展生命对外界条件不可缺少的需要。如维持生存

需要空气、阳光、食物、水等,生理过程需要睡眠、御寒、新陈代谢等,为了种族保护和延续,需要建立并促进性爱关系。在人的一切需要中,生理需要是最基本的、最优先的需要。换句话说,如果一个人生活上的一切东西都缺乏或不满足时,其最重要、最先满足的可能是生理上的需要。例如,对于长期处在饥饿状态的人来说,他的向往可能是丰富的食物,其他的需要就退于次要地位。

人的生存与发展是建立在基本生理需要被满足的基础之上的。“食”使人得以维持个体生命的存活;“性”使人类得以繁衍生命和后代。而“食”又始终处于首要的地位,因为饮食带来了人体活动、发育、成长,以及恢复体力、产生能量所必需的各种营养物质,离开了这些营养物质,生命将无法存活。人们只有在满足了对饮食的需要之后,才谈得上追求其他的种种需要。

综观人类文明发展史,人类自诞生到目前的大多数时间里都在为基本的“温饱”而奋斗,即使历史发展到现在,世界上仍有数以亿计的人们还在为“温饱”发愁。因此,饮食的首要功用,也是基本功用,乃是满足人类的生理需要。

(2) 满足心理需要

饮食除了满足人类的基本生理需要之外,还对人类的心理活动和状态有重要的影响,而某些饮食现象有时也会成为某种心理状况的一种特定标示物。

当一个人处于吃了上顿没下顿的景况时,其内心的忧虑是可想而知的,因此,充足的食物供给或保障可以使人得到心理上的安慰。在现实生活中,有些人由于经济或社会的原因,常常感受不到这种“安慰”,而整日忧心忡忡;有些人则由于富足的生活,而淡漠了这种感觉。

饮食的具体产品在很多情况下是一种商品,在特定的消费层面上,还是一种具有很高“文化含量”的“艺术品”。在饮食消费市场中,一定的饮食类型或品种往往成为某种身份、地位、价值、品位或文化的象征。有些食物具有公众化的特点,而有些食物则是为专门的消费群体所准备的。食客在饮食消费中,常常会感受到一种特有的成就感或价值感的满足——食常人所难食。例如,鲍鱼在中国的饮食文化中是身份、地位的象征,因此其身价倍增。

饮食时还可使人感到“美味”带来的快乐。饮食带来的快乐,可以在人们的心里留下美好的回忆。

(3) 满足社交需要

在现实生活中,人情往来是极其自然的事情,一个没有朋友或者是不被社会、环境所接受的人,其内心是非常痛苦的。人情往来不仅是个人之间的事情,在公务、商务交往中,“感情”的联络和沟通也是非常重要的。尽管人类已发明了种种情感交流手段来满足人们的需要,但毫无疑问的是,在这种种手段之中,利用“饮食”进行情感交流和沟通仍然具有无可替代的重要作用 and 地位,美酒佳肴总能营造出一种良好的增进交流和情感的氛围。一个特定的宴饮行为所涉及的场地、气氛、档次、服务、食物、特色,以及出场的人员,

既能表达出“主人”的某种“意图”，也会让“客人”体会到自己的“价值”、“地位”及受尊敬的程度。无论是国宴的豪华、气派、庄重，还是街头咖啡座的浪漫、轻松、自由，无一不透露出饮食所特有的“情感交流”作用。

3. 人对饮食的选择

人每天都要与饮食打交道，但不同的人或人群对饮食的选择是不一样的，你喜欢的也许正是别人讨厌的；而别人喜欢的，也可能是你所看不上的。那么，是哪些原因使人们在饮食选择上表现出不同的喜好或个性呢？我们可以从以下三个方面来进行分析。

(1) 家庭因素

饮食行为最终总是要落实到每个具体的人身上的。在大多数情况下，一个人的饮食爱好与选择首先取决于其所生活、成长的家庭因素的影响，尤其是童年时代的生活影响。一个人关于饮食的最初知识是从父母或家人那里获得的，在从父母或家人的教育、影响，以及自己的“经验”中知道了哪些东西是可以吃的，哪些东西是好吃的，哪些东西是不好吃的，哪些东西是“珍贵”的，哪些东西是一般的，……，童年时代获得的这些关于饮食的知识与经验会对人一生的饮食选择产生直接的和潜在的影响。正是由于这一原因，人们常常认为自己家里的饮食要比别人家的好吃。

(2) 个人因素

当一个孩子长大成人之后，其在孩童时代所形成的饮食习惯或偏好会有不同程度的变化，这种变化使得他的饮食习惯在家庭传统的基础上更具有个性的色彩。

个人的饮食观念与其所受教育的程度有一定的内在联系，因为教育程度的高低对个人判断是非、理解事物的能力，以及对待新事物的态度有直接的影响。现实生活中，不同的人对饮食的价值及其对人生的意义的看法是不同的。在苗条身材与口腹之欲，身体健康与饮食嗜好，吃饱喝足还是享受美味，烹饪是技术还是艺术，花1000美元享受一顿美餐抑或去买一款流行服饰，是花两小时去体味酒吧的浪漫还是去欣赏高雅艺术等问题上，不同的人会有不同的回答或解决方案，而影响你作出抉择的重要因素之一，就是那看不见、摸不着的价值观。

经济条件也会对人的食物选择产生一定程度的影响。从整体上看，由于收入和社会地位上的差异，人们对食物的要求和偏好是存在明显的差异的，因为他们在价值观、生活方式、生活要求等方面有所不同。

人们进餐时的心情也会对选择产生影响，有时是重要的影响。一个心情不佳的人可能厌食，也可能暴饮暴食，而当“人逢喜事精神爽”的时候，就有可能无所顾忌地大快朵颐一番。

(3) 环境因素

在日常生活中，个人的行为选择并非任何时候都由自己作主，所谓“身不由己”就是说有些情况下个人会被被动地服从于某种环境压力，而做出有违自己初衷的行为选择。

不管你愿意与否，人在现实生活中总是会自觉或不自觉地被划入某一类人的行列——团体归属。作为特定团体的一分子，你的行为举止通常要表现出一定程度上的与团体中其他成员之间的和谐与统一。例如一个周旋于西方上流社会的人士如果对葡萄酒一窍不通，那是非常难以想像的。

人员流动是促进不同地域文化和民族文化交流的直接而有效的方式之一，当今社会人员流动范围的不断扩大和流动速度的不断加快，使得国家或地区、民族间的文化交流日渐频繁和深入。作为区域、民族文化重要载体的“饮食”也成了颇为独特的文化交流使者。

现代传媒业的发展和商业促销手段的进步，使得买卖双方越来越依赖于广告信息。你也许没有意识到，当你决定买某种食物、食品，或者是决定到某家餐馆或咖啡店轻松一下的时候，往往不是你自己的主意，而是广告或某种促销行为帮你做出的决定。广告和种种商业促销行为不但影响消费者个人的行为，而且在很大程度上决定着“流行趋势”的形成、扩散和持续。在现代社会，离开了广告或商业促销的作用，新的消费潮流是难以为继的。

1.1.2 文化

1. 中国古代对“文化”的诠释

“文化”这一概念一直是有争议的。“文化”一词，在我国古已有之。中国人论述“文化”，比西方人要早得多。《周易》的贲卦有所谓：“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”这大概是中国人论述“文化”之始，但其中“文化”一词尚未连结在一起。这里的“文”是由“文”的纹理之义演化而来。“人文”借指社会生活中的各种人际关系，如君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友等交织构成复杂的网络，具有纹理的表象，故“人文”指人伦序列，而“人文化成天下”，意即通过人伦教化，使人们自觉地行动。在中国人此时的观念中，文化的含义是，通过了解人类社会的各种现象，用教育感化的方法治理天下。

到汉朝，“文化”一词正式出现，其含义也与现在人们通常理解的不一样。刘向《说苑·指武》篇中说：“凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛”，《文选》中的晋人束皙《补亡诗·由仪》也讲“文化内辑，武功外悠”，这些都是指的与国家军事手段相对的一个概念，即国家的文教治理手段。《说文》解：“文，错画也”，“化，教行也”。可见，古人把“文化”提到治理国家和教化人民的高度来认识，“文化”一词带有显著的国家政治色彩。

到唐代，大学问家孔颖达则别有见地地解释《周易》中的“文化”一词，认为“圣人观察人文，则诗书礼乐之谓”，这实际上是说“文化”主要是指文学礼仪风俗等属于上层建筑的东西。古人对文化的这种规定性从汉唐一直影响到清代，因此明末清初的大学问家顾炎武在《日知录》中说：“自身而至于家国天下，制之为度数，发之为音容，莫非文也。”即人自身的行为表现和国家的各种制度，都属于“文化”的范畴。

2. 西方关于“文化”的内涵

西方人论述“文化”要比中国人晚，但比中国古文献中的论述要广泛、要科学。西方语言中的 culture，在 1690 年安托万·菲雷蒂埃的《通用词典》中，其定义为“人类为使土地肥沃，种植树木和栽培植物所采取的耕耘和改良措施”，并有注释称“耕种土地是人类所从事的一切活动中最诚实、最纯洁的活动”，看来，此时西方人观念中的“文化”只是被用来隐喻人类的某种才干和能力，是表示人类某种活动形式的词汇。

西方所谓的“文化”，由拉丁文“cultura”转化而来，在英文和法文中均为“culture”，在德文中为“kultur”。拉丁文 cultura 原形为动词，本意为耕种，十六、十七世纪逐渐由耕种引申为对树木禾苗的培育，进而被指为对人类知识、情操、风尚、心灵的化育。在今日的英文中，culture 的用途十分广泛，如 agriculture（农业）、silkculture（蚕丝业）、physical culture（体育）、culturepearls（人工培养的珍珠）。可见，“culture”既有物质生产，又有精神创造的含义。

3. “文化”概念的形成

而“文化”一词成为一个完整体系的表示方式，即术语，大约要到十九世纪中叶才形成，这以后，文化和文明常被看作是同一事物的两个方面。学者们从人类学和社会学的角度探讨文化现象及其历史发展，给“什么是文化”做了许多解释，其中较有影响的观点有三种：第一种是方式论，即认为文化是一定民族的生活方式，是一种并非由遗传而得来的生活方式。这里包括了人们的兴趣、爱好、风俗、习惯，强调了文化的继承性。譬如，美国著名文化人类学者鲁斯·本尼迪克特的“文化”定义是“文化是通过某个民族的活动而表现出来的一种思维和行动方式，一种使这个民族不同于其他任何民族的方式”。第二种是过程论，即认为是人类学习和制造工具，特别是制造定型工具的过程，这里包含了人类智力和创造能力的不断进化，强调了文化的演进性。第三种是复合论，即认为文化是作为社会的一个成员所获得的包括知识、信仰、艺术、音乐、风俗、法律以及其他种种能力的复合体，这强调了文化的熔铸性，譬如伟大的人类学家爱德华·泰勒在其《原始文化》一书中说：“‘文化’是人类在自身的历史经验中创造的‘包罗万象的复合体’”。

除以上各种解释外，尚有符号说、限定说等各种说法。

1952 年，美国文化学家克罗伯和克拉克洪发表《文化：概念和定义的批评考察》，对西方自 1871 年至 1951 年期间关于文化的 160 多种定义做了清理与评析，并在此基础上给文化下了一个综合定义：“文化由外显的和内隐的行为模式构成；这种行为模式通过象征符号而获得和传递；文化代表了人类群体的显著成就，包括他们在人造器物中的体现；文化的核心部分是传统的（即历史的获得和选择的）观念，尤其是他们所带来的价值；文化体系一方面可以看作是活动的产物，另一方面则是进一步活动的决定因素”。这一文化的综合定义基本为现代东西方的学术界所认可，有着广泛的影响。

马克思主义的理论家对文化作了一种新的解释，把文化分为广义和狭义两种。在罗森

塔尔·尤金所编的《哲学小辞典》中认为文化“是人类在社会历史实践过程中创造的物质财富和精神财富的总和”，这就是所谓“广义的文化”，而与之相对的“狭义”则是专指精神文化而言，即社会意识形态以及与之相适应的典章制度、政治和社会组织、风俗习惯、学术思想、宗教信仰、文学艺术等。

综上所述，什么是文化至今仍是一个相对模糊，争议较多的概念。但其中有一点是大家都明确的，即文化的核心问题是人，有人才能有文化，不同种族、不同民族的人有不同的文化。

4. 文化的三个层次

一般来讲，人们把“文化”分作三个层次：观念文化、制度文化和器物文化。

所谓观念文化，主要是指一个民族的心理结构、思维方式和价值体系，它既不同于哲学，也不同于意识形态，是介于两者之间而未上升为哲学理论的东西，是一种深层次的文化。

所谓制度文化，是指在哲学理论和意识形态的影响下，在历史发展过程中形成的各种制度。它们或历代相沿，或不断变化，或兴或废，或长或短，既没有具体的存在物，又不是抽象的看不见，是一种中层次的文化。

所谓器物文化，是指体现一定生活方式的那些具体存在，如住宅、服饰等，它们是人的创造，也为人服务，看得见，摸得着，是一种表层次的文化。

1.1.3 饮食文化

1. 饮食文化的概念

饮食文化是指特定社会群体在食物原料开发利用、食品制作和饮食消费过程中的技术、科学、艺术，以及以饮食为基础的习俗、传统、思想和哲学，即由人们食生产和食生活的方式、过程、功能等结构组合而成的全部食事的总和。

在一个特定的社会群体（大至国家、民族，小如部落、村寨乃至家庭）中，人们的饮食行为在特定的自然、社会环境因素的影响下而形成了种种属于本群体的特色，反过来这些特色也成为了特定群体的文化标识——与其他群体的不同之处。当以一个特定的社会群体作为人类文化研究对象时，其饮食行为自然也就成为了文化研究基本内容之一。正是在这个意义上，人们常常将与人类饮食活动相关的诸事项称之为“饮食文化”。但是，“文化”定义的复杂性使得要寻找一个能令大家都接受的，关于“饮食文化”的定义显得颇为困难。

应该注意的是，饮食文化的研究分析一般是以特定的群体为对象而展开的，空泛地讨论“人类饮食文化”通常是没有什么实际价值的。

2. 饮食文化的内容

当我们以一个特定的社会群体的饮食生活为文化分析对象时，首先感受到的是纷繁复

杂的饮食现象, 各式各样的原料、名目繁多的食物、稀奇古怪的习惯……, 对这些现象加以必要的分类处理将有助于我们更好地了解和认识这些现象所表达出的与众不同之处, 否则, 我们就可能被一些表面的现象所迷惑而不得要领。对饮食文化内在结构的分析有不同的视角和方法。就本书所涉及的内容而言, 我们认为可以从下述几个层面对饮食文化的内在结构进行理解, 即人类的食事活动包括这样一些内容:

(1) 食生产

食生产是指食物原料开发(发掘、研制、培育), 生产(种植、养殖); 食品加工制作(家庭饮食、饭馆餐饮、工厂生产), 食料与食品保鲜、安全储藏, 饮食器具制作, 社会食生产管理与组织。

食物原料的开发, 通常为群体所在的自然和人类社会环境所决定。例如, 游牧之民以肉乳为食, 农耕之族则以稻、麦为粮, 靠山临水的自然是以渔猎为生。按照人类自古至今发展出的五种谋食方式, 食物的生产取得, 依次有狩猎和采集、初级农业、畜牧业、精耕农业、工业化等方式。食品加工制作也依据社会生产发展水平不同而呈现出较大的差异。食料与食品保鲜、安全储藏, 饮食器具制作, 社会食生产管理与组织, 在不同的群体间均有明显差别。

(2) 食生活

食生活是指食料、食品获取(如购买食料、食品), 食料、食品流通, 食品制作(如家庭饮食烹调), 食物消费(进食), 饮食社会活动与食事礼仪, 社会食生活管理与组织。

人类自古至今共发展出五种谋食方式, 主要体现在食料、食品获取的方法有显著不同。人群的流动、迁徙, 伴随着包括饮食在内的文化交流, 其中食料、食品的流通最为明显。在食品制作方面, 中式烹饪以蒸、煮、炸为主, 而西式烹饪则擅长于烘、烤, 等等。不同地区或群体的饮食方式存在着巨大的差异, 表现在饮食器具的样式和使用方法不同, 分食与合食的不同, 具体食物的食用方式不同, 集中体现饮食社会活动与食事礼仪的宴会程式、菜点组合、酒水配置、服务方式等方面也不同。

(3) 食事象

食事象是指人类食事或与之相关的各种行为、现象。

在人类漫长的发展过程中, 人们对食物的追求几乎是生活中最重要的事情。在对待食物或进食的态度上, 出现了许多相应的行为、现象。在欧洲许多国家, 盐是招待贵客、祝福新人的最好礼物, 这与古代盐难以取得有关, 即使是现在盐已是最普通不过的消费品的时候, 这种古老的习俗还是顽强地保留了下来。虽然全世界人们对婚姻的看法不一, 甚至存在着相互对立的信仰, 但所有的民族, 都以宴席、礼仪、舞蹈和公众节日来庆祝婚礼。类似这些与饮食有关的行为、现象都是饮食文化的重要内容。

(4) 食思想

食思想包括人们的食认识、知识、观念、理论。

食思想是指特定群体对待饮食的态度或看法, 具体地说就是对饮食在日常生活中的地

位与作用、饮食的宜忌、何为美味、饮食与健康、合理饮食等一系列问题的理解和认识。在这些观念和意识中,有的很直接地在饮食行为中得到表现,并时而表现出某种强制的色彩。例如,一些与宗教信仰相关的饮食禁忌对相关群体饮食选择的限制就显得非常直接、明确;有的则表现得不那么直接和强烈。例如,吸烟、酗酒的危害人人皆知,但是,仍然有许多人乐此不疲。

尽管这些观念与意识的表现形式、力度不同,但可以肯定的是:一个群体特有的食物制作技术、饮食方式、饮食习俗与制度等都是与其特定的饮食观念相互关联的。换句话说,就是一定的自然、社会环境使得一定的社会群体具有了属于自己的对于饮食的看法和认识,这些看法和认识又通过具体的饮食行为表现出来。

(5) 食惯制

食惯制是指饮食习俗、风俗、传统等。

在民俗学中,“风俗”是指历代传承的、播及于社会和集体的、在一定环境条件下经常重复出现的行为方式,也指习俗。再进一步分析,则“风”是因自然条件的不同而形成的习尚;“俗”是因社会条件不同而形成的习俗。风俗除具有传承性、社会性的特点之外,它还是自发的,意即民众的自发的重复性行为。因此,由制度、规定所出现的行为,即使在社会上普遍流行,也不能称之为“风俗”。风俗之具体表现被称为“民俗事象”,即民俗事物的外在形态或民俗活动的表现形式,或民俗之外观。饮食文化中的风俗,除与前述“食生产”、“食生活”中的诸事项相关外,还包括饮食行为中的礼仪、规范、节令和民事活动内容。例如,西方人喝咖啡时,咖啡匙只能用作搅拌的工具,不可作品饮之用。故不谙西方习俗的人经常在此露出“马脚”,那么,这种对咖啡匙用法的“约定俗成”就成了西方咖啡文化中的一种“风俗习惯”。再如,在西式宴会的座次安排中,由于桌型的不同其主宾的位置会有相应改变,这也就成了西式宴会文化中的特有“风俗习惯”。在传统节令、重要民事活动中,“饮食”活动通常是不可或缺的内容,并表现出特有的“记号性”特征——专门为这些活动而制备。例如,西方感恩节、圣诞节期间的“火鸡”。“风俗”是识别不同地区或群体饮食文化特点的重要“事象”,因为它不会轻易地被改变,并经常通过一些“习惯性”行为加以表达,而这种习惯性表达有时是在无意识的状态下。

1.2 饮食文化研究的对象、内容和方法

1.2.1 饮食文化研究的对象

饮食文化的研究内容极其丰富,人们可以从多个角度对饮食文化现象进行分析和研究。而由于角度的不同,研究者所选择的具体研究对象也会有所差异。饮食文化研究的切入视角一般可以从两个方面进行选择:一是对特定群体饮食文化现象的整体分析与研究;二是

对饮食文化现象中某个专门领域问题的分析与研究。

1. 整体对象

整体对象的分析与研究是指对某一群体的整体饮食行为状况的分析与研究,由于研究目的的不同,群体范围的界定也有所差异,就目前研究的实际情形看,饮食文化研究对整体对象的区分主要是:区域、民族和信仰、观念。

(1) 区域

当我们以人类的饮食行为或状况为研究对象时,可以以地理或区划特征为切入点,如以洲际、国家,以及一国之内的行政区划或自然形成的自然经济区域等为具体研究单位。饮食文化研究者一般以国家,或者一国之内的不同地域或行政区划为分析研究对象,以洲际为单位的分析研究的相对较少。

当然,由于国土面积、民族组成、文化传统,乃至地理环境因素的影响,有些相邻国家间饮食文化的差异并不是十分明显。另外的一种情况,则是在一个国家中,不同地区之间的饮食文化差异比较明显,具有明显的地方特色。

以意大利饮食文化为例:意大利的饮食文化源远流长,饮食发源可追溯到古希腊时代的克诺萨斯王宫,约在公元前1100年,伊特鲁里亚人由小亚细亚迁移至意大利半岛开始。最初的菜式均以简单朴素为主,食物材料多采用豆类、腌渍橄榄及干无花果。

公元前753年,拉丁人建立罗马城,并推行共和政体,饮食款式渐趋丰富,平常多以燕麦、蜂蜜、干果、干酪和面包为主,偶遇喜庆节日,更会享用野味及肉类。其后罗马帝国日益强大,饮食烹调日益多姿多彩及渐具规范。在意大利的历史文献记录中,帝国盛宴已细分有头盘、肉盘(包括野味、山羊、犊牛及猪)及以蜂蜜和鲜干果制成的甜品。美酒更是宴会不可缺少的饮料。在众多奢华盛宴庆典中,以鲁克拉斯将军举办的为当之佼佼者。

公元395年,罗马帝国分裂成东、西罗马,东罗马帝国以君士坦丁堡为首都,西罗马帝国以米兰为首都。随后,西罗马帝国亦被四周蛮族入侵而灭亡,各城各邑更分据而立。自此,奢华精致的烹调重返至简单朴实的形式。其后,因为宗教政治影响,令众多隐修院林立,饮食文化亦崇尚以健康、易吸收消化为主流,基本食材以五谷、牛奶、干酪及新鲜蔬菜为主。

约在13世纪,由于贸易盛行及意大利处于地中海要塞,聪明的威尼斯商人将由印度等国运抵的香料,转销至欧洲各地。意大利人便利用这些香料来腌渍保存肉类及鱼类。玉米辗转流传至意大利北部,成为特色食品——玉米糕(Polenta),其他如土豆、番茄和稻米亦被广泛使用;随后从东方引进的蔗糖和土耳其的咖啡更被意大利采纳成为基本烹调材料。

在中世纪末,拜占庭帝国遭土耳其人侵扰,学者及艺术家纷纷逃到意大利,开始了著名的文艺复兴运动,遍及全欧。此时,意大利饮食模式和烹调之法趋向精致及多元化,菜式繁多,包括烤肉、糕点、沙律、蜜饯及以杏仁类为主的甜品,而蔗糖亦渐渐取代了蜂蜜。