

看香料、咖啡、烟草、酒
如何创造人间的私密天堂

味觉乐园

人们在追求愉悦的感受，引进新食品饮料和蔚为风尚的同时，却也不知不觉地促进了经济、社会、文化的变革，进而创造出人间的天堂。本书丰富的描述，以全新的观点诠释人类对于这些物质的疯狂与渴求，迷人地介绍了历史细节，并有多幅精彩图片作为视觉说明，是场味觉的飨宴，也是场知性的盛典，令人再三玩味，不忍释手。



*Das Paradies, der
Geschmack,
und die Vernunft*

Wolfgang Schivelbusch

著

李公军 吴红光 译

百花文艺出版社



BAIHUA LITERATURE AND
ART PUBLISHING HOUSE



看香料、咖啡、烟草、酒
如何创造人间的私密天堂

味觉乐园

Wolfgang Schivelbusch 著

李公军 吴红光 译


百花文艺出版社
BAIHUA LITERATURE AND
ART PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

味觉乐园: 看香料、咖啡、烟草、酒如何创造人间的
私密天堂 / (英) 希维尔布希 (Schivelbusch, w.) 著;
李公军, 吴红光译. — 天津: 百花文艺出版社, 2004
ISBN 7-5306-4065-8

I. 味… II. ①希…②李…③吴… III. ①调味品—简介②咖啡—简介③烟草—简介④酒—简介
IV. TS971

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 116777 号

Title of the original edition:

Author: Wolfgang Schivelbusch

Title: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft

Copyright 1980 Carl Hanser Verlag KG München Wien

Chinese language edition arranged through HERCULES Business
& Culture Development GmbH, Germany

授权百花文艺出版社出版中文简体字版

天津市版权局著作权合同登记章 图字: 02-2004-35 号

百花文艺出版社出版发行

地址: 天津市和平区西康路 35 号

邮编: 300051

e-mail: bhpubl@public.tpt.tj.cn

<http://www.bhpubl.com.cn>

发行部电话: (022) 23332651 邮购部电话: (022) 27116746

全国新华书店经销

河北省三河市宏达印刷有限公司印刷

※

开本 787 × 1092 毫米 1/16 印张 14 插页 2

2005 年 1 月第 1 版

2005 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1 — 5000 册

定价: 29.00 元

关于这本书

每个社会都有其享乐物品和麻醉品，社会享用它，需要它，也能消受它。苏格兰国王在1194年访问英格兰国王理查德一世的时候，为显示主人特别好客，苏格兰国王得到每天两磅胡椒和四磅桂皮的特殊供奉。

在我们今天看来，这种礼物很是奇怪，而在基督教的世纪却是再寻常不过：胡椒不仅作为调料使用，而且是财富和地位的标志，并经常代替金钱充当支付手段。

人们的口味开始变得敏感起来，来自东方的奢侈品开始改变粗俗的骑士文化，并且在通往印度的海路被发现之后成为欧洲经济的决定因素。

欧洲究竟为什么会在某一特定的时期出现全新的享乐物品？咖啡、茶叶或烟草纯粹是殖民统治的偶然发现，还是它们满足了人们某些前所未有的新需求？这些新需求究竟是什么？

德国当时没有殖民地，必须从国外进口咖啡，这导致了一场声势浩大的反对非本土饮品的运动。当啤酒和葡萄酒最终不能抵制人们对咖啡的狂热嗜好的时候，代用的菊苣咖啡被发现了。在当时，人们除了喝“豆咖啡”之外，也喝这种代用咖啡。与咖啡类似的还有烟草，在17世纪人们的观念里它也属于“饮品”。后来人们又把它装进烟斗吸食，直到后来在快速发展的工业时代，人们才把它制成卷烟享用。酒精饮料的发展速度之快也在伯仲之间，同样值得我们关注：酒馆的吧台变得非常方便并具有亲和力，这在更大程度上满足了工业

化时代的豪饮者的需要。

《法兰克福汇报》的评论家曾这样评价本书作者：“沃尔夫冈·施菲尔布施(Wolfgang Schivelbusch)勇于打破常规。他尝试着向人们解释,享乐物品是如何影响中世纪和近现代欧洲的历史的。”

关于作者

沃尔夫冈·施菲尔布施(Wolfgang Schivelbusch),1941年生于柏林,曾在美茵河畔的法兰克福和柏林学习文学、哲学和社会学。自1973年以来一直作为自由作家生活在纽约和柏林。

他的其他著作包括:《布莱希特之后的社会主义戏剧》(1974);《铁路旅行的历史》(1978;获1978年德国专业书籍奖;菲舍尔出版公司袖珍本);《理智的没落》(1982);《威廉二世时期的戏剧》(1985);《狮子图书馆》(1988);《光线、照明和幻想——20世纪电力照明的出现》(1992);《幕帘之后——1945-1948年间柏林的精神》(1995)。

前 言

本书并非着重讲述享乐物品的历史究竟如何,而是围绕下面这些问题展开:享乐物品是如何影响近现代的人类历史的?为什么在欧洲的特定时期会出现全新的享乐物品?咖啡、茶叶、烟草是殖民发现的偶然产物还是它们只是满足了人们前所未有的新型享乐需求?如何诠释这种新型享乐需求?

这些都是本书感兴趣的带有普遍性的问题。从这些问题会衍生出更进一步更具体的疑问,我们将对它们进行深入探讨。这些具体疑问大致如下:

为什么中世纪的人们对使用东方调料调制的菜肴有着如此执著的嗜好,而这种嗜好为什么在17世纪又突然消失了?

为什么18世纪的中产阶级都喝咖啡的时候而贵族却偏爱巧克力?为什么人们在18世纪之前都抽烟斗,后来又演变成抽雪茄和卷烟,而当时的人们却主要把烟草制成鼻烟吸食?

为什么鸦片和大麻这类特殊物品像普通享乐物品一样供人们享用了几个世纪之久,而在19世纪末突然作为“毒品”予以禁止?

德语里“享乐物品”这个词定义不够明确。倒是英语和法语里“stimulants”^①这个词更接近历史的真实。因为这些物品并非只给人们造成天堂般的享乐,它们同时也总在制造“功效”。乍听起来似乎似是而非,但其历史作用就是享乐之中的功效。它们对人体机能的影响总的说来是化学的影响,至于说精神的、文化的和政治的影响,已经早有定论。每天早晨一杯咖啡和每个周六晚上的一次畅饮已经深深地根植于每个人的日常生活,它对人们生活的影响越大,给人们带来的快乐就越多。

① 译者注:该词的意思是“刺激物品”。

目录

content

前言 / 001
是调料还是新时代的开始 / 003
咖啡与新教伦理 / 017
回顾: 17世纪之前酒的地位 / 023
优秀的清醒剂 / 036
支持和反对咖啡的争论 / 042
从咖啡屋到咖啡茶座 / 049
德国的咖啡理念 / 066
英国从咖啡到茶的转变 / 073
巧克力、天主教、旧制度 / 081
令人干醉的烟草 / 093
抽烟的演变: 烟斗、雪茄、卷烟 / 105

目录

content

抽烟行为在社会和空间范围的扩张 / 110
18世纪的鼻烟文化 / 121
工业革命、啤酒和烧酒 / 139
习俗和惯例 / 157
分门别类的店铺 / 177
吧台的演化 / 181
19世纪的人造天堂 / 191
鸦片、无产阶级和诗歌 / 192
鸦片与殖民主义 / 201
重新宽恕 / 207
参考文献索引目录 / 211
插图来源 / 218

对中世纪的人来说，
香料是传说中的神秘世界派来的密使
在他们的想象中，胡椒就像竹林一样，
生长在靠近天堂的平原上。
姜和肉桂则是尼罗河直接自天堂卸载而来，
而由埃及渔夫在洪水中洒网捕获的。



Das Paradies,
der Geschmack und
die Vernunft

是调料还是 新时代的开始

是调料还是新时代的开始

“我们一直在寻找
基督耶稣和调料。”
——达·伽玛的航海日记

在人们的餐桌上,再没有什么比食盐和胡椒更为常见了。在我们的饮食文化里,这两种调味品可谓孪生姊妹。即便是盛放它们的器皿,除了标签不同之外,也都像两个鸡蛋那么彼此相像。然而,它们分属于世界历史上两个大不相同的时代,只是被人们用这种方式组合在一起。食盐和胡椒形成了人类文化发展的两个根本不同的阶段。我们先从食盐说起。食盐在历史上的出现是在远古时期,具体时间已经无据可查了。食盐是一种极其古老的宗教物品,希腊语里表达“福气”的词“salus”和表达“健康”的词“salubritas”就是以希腊语里的“食盐”为词根的。食盐是供上帝取用的,世间凡人则把它用作药品、储藏品和调味品。在那些盛产食盐的城市,人们用食盐为城市命名:Salzburg、Salzgitter、Salzwedel^①。在古希腊,客人从主人那里得到食盐和面包,它们象征着生命和主人待客的热情。即使在今天,人们还是用这两种东西赠送那些即将建立家庭的年轻夫妇。在人们的日常交流语言中,“生命之盐”和“大地之盐”这些圣经用语一直保留到今天。其实,我们对食盐的这些意义使用得越是理所当然,对它的原始意

^① 译者注:这三个词的首都是食盐。

义的了解就会越少。食盐对我们来说根本就是最便宜的商品之一，是调料家族里最不起眼的那一味。“最好的菜肴如果没有食盐就索然无味，所以我热爱父亲就像热爱食盐”，童话里的小女孩把对父亲的爱与对食盐的爱作如此天真的比较，这与我们的口味相提并论听起来实在有些滑稽可笑。

食盐是否自远古时期就是人类文化的组成部分？胡椒的历史更清楚地记录了这个发展过程。尽管古罗马人就已经用胡椒给菜肴调味，但直到基督教中世纪才开始产生一个新的、在调料历史上具有深远世界历史意义的资产阶级。

中世纪的统治阶级总是用调味很浓的菜肴来显示自己的地位。一个家庭越高贵，其在调料上的消费就越多。15世纪的一本英国食谱就对肉食烹饪做过如下描述：烹饪家兔要加入杏仁粉、藏红花、生姜、柏根、桂皮、糖、丁香花干、豆蔻花等；烹饪鸡杂儿要加入胡椒、桂皮、丁香花干和豆蔻花等。对水果的加工大同小异。草莓和樱桃应用葡萄酒洗、煮，并加入胡椒、桂皮和醋。食谱里有这样一段：“取一整块上好的猪肉并将其煮熟，这块肉不能太瘦，且必须很嫩。然后按个人喜好将肉切碎，加入丁香花干和豆蔻花并继续切碎，之后加入葡萄干继续切碎。然后把肉捞起来搓成直径五厘米大小的丸子，将这些丸子放在碗里；做一份上好的杏仁奶，加入稻米并煮透，但要注意让它保持很稀的流质状态……再在上面撒上足够的糖和豆蔻花瓣，这样就可以端上桌了。”

尽管中世纪的食谱没有大量列举细节，但人们仍然可以从其他途径推算究竟使用了多少东西。中世纪晚期的一个家庭食谱为一个有40人参加的宴会准备了以下食品：“半磅桂皮粉、两磅糖、一盎司藏红花、四分之一磅丁香花干和几内亚胡椒、八分之一磅朝天番椒、八分之一磅良姜、八分之一磅豆

蔻花、八分之一磅月桂叶……”若遇到节日,这些食品的数量还会大幅增加。1194年,苏格兰国王访问英格兰的理查德一世,他得到每天两磅胡椒和四磅桂皮的配给,主人以此显示其格外好客。这当然是一个任何一个胃都无法消受的巨额数量。调料在这里扮演的已经不是饮食方面的角色,而是礼节性质的角色。这两者在中世纪的时候是紧密联系在一起的。人们互赠调料就像赠送珠宝,收集调料就像收藏珍品,最终却只用于菜肴。而在今天的人们看来,如此调制的菜肴与其说是西欧式,倒不如说是阿拉伯-印度式。菜肴完全消失在调料里了,食物本身已经无足轻重,它成了稀奇古怪的调料的附庸。在有些特别制作的食谱上,调料甚至从菜肴里分离出来。调料被装在金制或银制托盘里,在吃饭过程中随时添加或者与菜肴一起端上桌子。这种托盘被分成很多小格,每个小格里放着特定的调料。人们有时用它把本来已经拌有调料的菜肴再调拌一番,有时则像食用奶酪和餐后冷食拼盘。当时的人们享用胡椒、桂皮、豆蔻花,就像今天的人享用一餐美味、一杯雪利酒、一杯咖啡。调料不仅供人食用,也供人饮用。中世纪的葡萄酒与很多古典的食品一样大多是一种调料的浸泡液,而不是现代意义上酿制的名贵葡萄酒。人们像煮茶一样把调料煮透,然后滤出汤汁。

人们试图把中世纪对调料的这种奢华的消费解释为当时人们对食品消费技巧的了解不足。胡椒与食盐一起成为当时的主要消费食品,人们用它们来把秋季屠宰的牲畜腌制成越冬的食物保存起来。按照这种解释,其他调料应该也曾经用来把腐质食物变成能够重新食用的食物。这种解释有点牵强,因为当时中世纪人们所知的从东方进口的调料根本就是贵重物品,所以它们才为上层人士所钟爱。如果仅就它们的

罐装食品的功能以及由此产生的用途而言，就像香槟酒一样，它们至多也就是人们解渴的饮品。如果说要腌制肉食，在中世纪的时候食盐就已经足够了。如果说要对腐质肉食进行调味，本地产的香草也足够了，而这些香草在穷人中也为使用。如此说来，中世纪的那些光鲜人士对调料的嗜好肯定属于另外一种情况。

胡椒、桂皮、丁香花干、豆蔻花仁、生姜、藏红花和其他一系列调料，只有其非欧洲的出身才能把它们本身与人们对它们的热情联系起来。它们来自遥远的东方国度，印度和马鲁古是最重要的盛产调料的地区，然而这里只是它们的地理发源。对于中世纪的人们来说，那些调料无疑是来自这个神秘世界的信使。人们发挥着想象：胡椒生长在接近天堂的一块平地上，像一片原始森林；生姜和桂皮是埃及的渔夫用渔网从尼罗河的洪水里捞上来的，而尼罗河正是从天堂把这些东西捎来的。人们把调料的香味认做是从天堂飘向人间的芬芳气息。“没有哪个中世纪的作家不事先闻闻调料的香味或尝尝调料的味道的却能想象出天堂的模样。不管是歌颂花园神灵还是赞美爱情伴侣，只有桂皮、豆蔻花、生姜和丁香花精致而醉人的芳香才能烘托气氛。正是因为有这种观念存在，某些调料就被用做情侣和朋友之间保持联系的信物。”（亨利希）

调料成了联系天堂与人间的纽带，而在人们的想象中，天堂存在于东方，中世纪的人们对这个渊源充满了向往。它们从印度经过漫长的商路运到欧洲，由此产生的奇高的价格更使得人们为心中对东方的向往而添油加醋。胡椒、桂皮、豆蔻花成了统治阶级的对外展示和追求的身份标志及权力象征。人们招待客人时使用调料的节制或无节制，显示着主人的社会身份。客人的饭菜上喷洒的胡椒越

多,主人受到的尊重越大。这种身份标志的特性也被使用到菜肴以外别的地方。它们被用作国赠物品,它们与其他有价资产一起可以当作遗产继承。胡椒甚至经常取代黄金用作支付手段。

中世纪调料的这种象征性质的地位和心理意义上的口味使它成为一种密切联系的手段。社会关系、权力平衡、财富、声望和其他种种向往都这么被“品尝”了。这种品尝变成了社会的和文化的口味。在这种品尝过程中现实地处理社会的和文化的关系,逐渐理所当然地成为人们几乎是无意识获得的能力。人们只想着它的社会意义,就像今天的甜味的或酸涩的葡萄酒所充当的角色,而其身后则是一套完整的由口味产生的社会等级制度。在中世纪早期,当时调料还没有扮演如此重要的角色,欧洲的口味观念还不是那么敏感。当时的口味观念还比较模糊,人们正好找到了调料这种东西,从而使当时的口味观念第一次历史性地大放光彩。

东方的调料在中世纪的味觉文化史上所扮演的角色只是其发展链条中之一环。这一环表现的正是中世纪后期欧洲国家在最广泛的意义上欲待发展的享受口味。

在11世纪,欧洲开始流行一种新的生活方式,这种生活方式激起人们对美丽的物件和优雅的交际模式的全新兴趣。在那个时候,欧洲封建社会多少还是一种农民式的乡巴佬式的生活方式。城堡比稍大一点的加固了的农庄好不了多少,骑士团的生活跟农民也没有太大区别。绅士和雇农穿着差不多同样面料的衣服,吃着差不多同样的饭菜。在一个较短的时期里,这种社会的区别以及由此产生的文化上的区别还是相对较小。这种简单的生活方式改变缓慢,其变化持续了几个世纪。绅士阶层总是刻意追求一种与奴仆不同的生活方

式。所有粗俗的、没有教养的言行举止都予以禁止。对交际方式和日常生活用品的刻意讲究成为绅士阶层区别于普通阶层的最显著的标志。

这种刻意的讲究有其特殊情况。它绝非产生于本土,而是舶来品。在其发源地情况同样如此,那些出口调料的人本身就是,或者说在相当程度上就是其始作俑者。正如引进调料一样,人们还为绅士文化从东方引进了其他一些东西。

所谓东方,在中世纪晚期指的实际上是阿拉伯文化,这是自十字军东征以来欧洲人第一次建立的最遥远的联系。与东方的贸易往来早就存在,在古罗马帝国灭亡以后也从来没有真正结束过,到中世纪早期只是勉强维持。东方这个概念出现在欧洲,有据可查是十字军东征的结果。十字军东征开始是一种具有宗教目的的军事活动,其目的是要解救神灵的没落,不料其结果却是让基督教的欧洲国家大量接受了阿拉伯文化。阿拉伯文化对欧洲后来的发展产生巨大的影响,其影响可以与古希腊文化对罗马共和国的影响相比。人们几乎可以把它看做三个世纪前的文艺复兴运动的前奏。阿拉伯文化造福欧洲的不仅有阿拉伯数字系统,正是这个数字系统使会计和现代资本组织模式成为可能;阿拉伯文化造福欧洲的也不仅有天文航海知识,正是借助这些知识欧洲才有可能实现15和16世纪地理大发现的远洋航行。它对欧洲最直接的显而易见的影响表现在那些带来全新生活方式的奢侈消费品上。这些新的物品带着它们本来的阿拉伯名称直接来到欧洲。比如地毯、沙发、华盖^①,那时的人们用它们来装饰光秃秃

① 译者注:Teppich、Sofa、Baldachin 是地毯、沙发、华盖的德语原文,同时也是其在原产地的名称,是从阿拉伯语直接引用过来的。