

DOI: 10.12361/2705-0866-05-01-114881

中国茶文化和西方咖啡文化的传播比较研究

曲宁

泰国格乐大学 中国国际语言文化学院, 泰国 · 10220

【摘要】茶和咖啡分别是中西方的经典饮品。本文对茶与咖啡的文化起源、普及状况、文化差异进行比较,并尝试探讨二者的文化融合及茶文化推广策略,以促进中国茶文化传播及中西方文化交流。

【关键词】茶文化; 咖啡文化; 传播

A Comparative Study on the Spread of Chinese tea Culture and Western Coffee Culture

Qu Ning

krirk university, China International Language and Cultural College

[Abstract] Tea and coffee are the classic Chinese and western drinks respectively. This paper compares the cultural origins, popularity and cultural differences of tea and coffee, and tries to explore the cultural integration of the two and the promotion strategy of tea culture, so as to promote the communication of Chinese tea culture and the cultural exchange between China and the West.

[Keywords] Tea culture; Coffee culture; Spread

1 研究意义与目的

茶文化在中华文明中有着举足轻重的地位,涵盖了日常生活的多个方面。有关调查研究发现,大多数外国人对中国茶文化也有着极为浓厚的兴趣。到我国游玩的外国人,当然首先要历阅我国历史文化古迹和自然风光,但一定免不了要购买各种各样的茶叶,作为纪念品送给家人朋友。因此,茶文化的教学是非常必要的,不仅能够培养学生对茶文化的浓厚兴趣,而且还能加强中外在文化领域的交流。

本文重点对比分析中国茶文化和西方咖啡文化的差异,探究其中的中西文化与传播差异,同时尝试探讨二者文化的融合以及茶文化的传播策略是本文的一个创新点,有助于外籍学习者能够更加深刻的理解中国文化,从而更好地了解汉语,正确使用汉语。通过茶文化的课程使汉语课堂教学更加活灵活现、生动有趣,也能让汉语教师的教学资源和资料更加充足,这样有助于汉语教师增强外籍留学生的学习兴趣。

2 文化的起源

2.1 中国茶文化的起源

中国茶文化历史悠久,被视为中国文化的象征之一。我国是全球范围内种茶、品茶、卖茶中最为悠久的一个国家,追溯中国的茶历史,最早是在神农时期就已经有了茶,迄今为止将近5000多年的发展历史。我们可以用一句话总结“茶”的发展史:始于神农,兴于唐,盛于宋,衰于近代,复苏于现代。

相传神农氏是中华民族用茶最早的人,《神农本草经》中写道:“神农尝百草,中毒至深,得茶(茶)而解。”从魏晋南北朝开始,逐渐由南向北、自上而下地普及。茶饮开始走入普通百姓家,成为生活的必需品。唐代是茶文化走向兴盛的时期,也是茶叶产区大规模普及的时期。唐开元之后,饮茶活动达到空前规模,成为国饮。继唐代之后,尽管经历了五代十国的战乱动荡,但这并未影响茶文化的创新发展,反而呈现出了逐渐盛行的局面。宋代的制茶技术达到了前所未有的高度,而且茶文化中也增添了些许趣味性,这和民众日常饮茶的情趣及文人墨客的雅趣密不可分。

宋人还发展了一些新颖独特的技趣性饮茶,如:斗茶、分茶。到明末清初,茶的饮用方法逐步演变成如今的沸水冲泡法。这也极大推动了绿茶、黑茶、白茶、黄茶、乌龙茶、花茶等茶类的迅速兴起和发展。鸦片战争之后,中国近代茶业一蹶不振,处于衰落时期。大量的茶园处于荒废状态,茶业持续低迷,这种局面一度延续到了建国后。之后,茶业迎来了以一个全新的发展时期。近些年,茶文化逐渐成为我国的热门话题,各种国际国内茶文化研讨会、茶文化接连不断,各地茶叶博物馆、茶艺馆相继兴起,茶艺、茶道、茶礼、茶仪表演百花争艳,茶叶著论和书刊空前繁荣,中国茶艺一时繁花似锦。

2.2 西方咖啡文化的起源

咖啡被人发现并饮用的历史可以追溯到更早,但咖啡被西方文化接纳只是最近几百年的事。相对于几千年历史的中国茶文化,西方咖啡文化要年轻很多。据说咖啡大概在五六世纪时在东北非等地区被发现和使用,但一直停留在宗教和医药等方面,没有成为大众的饮料。咖啡文化的发源是在南阿拉伯,几乎沉寂了一千年后,在15世纪中叶,饮用咖啡相关的历史证据出现在了也门的苏菲寺院。世界上第一个咖啡馆,于1554年在伊斯坦布尔开业。到16世纪后期,咖啡很快成了包括中东各国在内的伊斯兰教社会的大众饮料。1683年,奥地利帝国首都维也纳受到了奥斯曼土耳其帝国的进逼,50万土耳其大军向维也纳进攻,最后土耳其战败撤退,留下几袋咖啡豆来不及带回,被维也纳人享用了。这场战争使咖啡开始真正融入西方文明。之后,随着贸易的发展,咖啡逐步普及到了意大利、法国等欧洲国家,甚至美洲诸多地区,成为基督教社会的大众饮料。

3 普及状况

3.1 茶文化

我国的茶文化也非常悠久和博大精深,而且经过时间的不断更迭,衍生出了更多较为丰富的文化,例如茶艺、茶道和茶楼设计和茶禅等。饮茶在中国已经不再是单纯的饮茶,而是蕴含了诸多言语的交流、思想的碰撞、艺术的升华。茶文化不仅让人们

精神世界更加充盈,而且还全面推动了茶具、茶艺等多维发展。此外,中国的茶文化也传播到了日本和韩国等国家,并逐步演变成具有一定地域特色的茶文化和茶艺。当今,世界文化交流融合速度和深度都在不断提升,茶文化已经传遍了全球各个国家和地区,尤其是茶文化融入到西方文化后,使茶文化的文化内涵和艺术境界都有了大幅提升。

随着近年国家综合国力的不断提升和人们生活质量的逐步改善,茶文化在社会各届中的重要性越来越高,已经广泛存在于各个领域和行业中。然而,这也无法掩盖大众化的茶文化差异性大和认知层次不一等问题。

(1) 茶文化在我国的普及度较高,但民众对茶文化的认知水平整体偏低。

(2) 茶文化的传播和普及广度和深度与人群的性别之间存在一定的关联,就普及度而言,男性胜过女性,但对茶文化的认知而言,女性胜于男性。

表1 茶叶的种类

分类方式	具体内容
制造方法不同和颜色的差异	分为绿茶、红茶、乌龙茶(即青茶)、白茶、黄茶和黑茶六大类。
出口茶类别	分为绿茶、红茶、乌龙茶、白茶、花茶、紧压茶和速溶茶等几大类。
加工方式不同	根据我国茶叶加工分为初、精制两个阶段的实际情况,将茶叶分为毛茶和成品茶两大部分,其中毛茶分绿茶、红茶、乌龙茶、白茶和黑茶五大类,将黄茶归入绿茶一类;成品茶包括精制加工的绿茶、红茶、乌龙茶、白茶和再加工而成的花茶、紧压茶和速溶茶等类。
产地不同	将茶叶称作川茶、浙茶、闽茶等等,这种分类方法一般仅是俗称。
生长环境	分为平地茶,高山茶,丘陵茶。

表2 茶叶营养成分及功效

序号	名称	比例	功效
1	儿茶素类及其氧化缩合物	10~25%	抗氧化、抗突然变异、抗癌、降低胆固醇、降低血液中低密度脂蛋白、抑制(生理作用)
2	茶多酚	30%	血压上升、抑制血糖上升、抑制血小板凝集、抗菌、抗食物过敏、肠内微生。
3	茶胺酸	2%	消臭化食、减脂。
4	黄同醇类	0.6~0.7%	微血管抵抗性增加、抗氧化降血压、消臭。
5	咖啡因	2~4%	中枢神经兴奋、提神、强心、利尿、抗气喘、代谢抗进。
6	多醣类	约0.6%	抑制血糖上升(抗糖尿)。
7	维生素C	150~250mg%	抗坏血病、抗氧化、防癌。
8	维生素E	25~70mg%	抗氧化、防癌、抗不孕妊。
9	胡萝卜素	13~29mg%	抗氧化、防癌、免疫力增强。
10	皂素	约0.1%	(防癌、抗炎症)。
11	氟	90~350ppm	预防蛀牙。
12	锌	30~75ppm	防止味觉异常、防止皮肤炎、防止免疫力低下。
13	硒	1.0~1.8ppm	抗氧化、防癌、防止心肌障碍。
14	锰	400~2000ppm	抗氧化、酵素的辅因子、增强免疫力。

(3) 茶文化对青壮年群体普及度是最佳的,近年来我国政治经济的快速发展也促进了文化的建设,青壮年群体有着更好的经济基础和茶文化氛围,且由于青壮年群体正处于身心素质,良好的体力、记忆力和深入的社会生活使该群体普遍具有较高的茶文化认知水平。

(4) 茶文化普及随人们家庭收入的增加而愈广,更加看重茶文化所带来的益处,也有着更加实际的需求。

(5) 文字传播是茶文化传播的重要媒介,网络传播是现阶段最盛行和受欢迎程度最高的一种传播方式。

3.2 咖啡文化

咖啡文化相比茶文化而言,起步和发展时间要更晚,十七世纪后,新思想开始逐渐蔓延,在西方国家当中,咖啡文化越来越盛行,被赋予了洗脑的功能,法国和德国等国家斥巨资开始触及咖啡行业,特别是在中美洲开始大范围种植咖啡。之后咖啡开始大量涌入欧洲市场,并融入到欧洲人的各行各业中,

深得人们的认可和欢迎,但此时咖啡主要出现在一些社交类场所,为人们的休闲娱乐增添了不少乐趣。美国曾在1971年于西雅图创办了首个咖啡馆,也就是著名的星巴克,现阶段已经发展成为全球有多家连锁店且知名度非常高的咖啡馆,俨然是全球咖啡馆的领头羊。咖啡最早是在二十世纪进入到中国市场的,并且国内的首家分店位于上海,那时咖啡在我国的普及度相对较低,直到五十年后咖啡才逐渐被更多的中国人所接受。对于中国的年轻人而言,咖啡是一个外来的新鲜事物,对其有着十足的好奇心,这是年轻人对时尚的一种追求,尤其是星巴克这种知名度极高的咖啡文化中心给了中国年轻人了解西方文化的一个窗口,自此咖啡在国内日渐盛行起来。

4 茶和咖啡与中西方文化差异比较

4.1 种类不同

4.1.1 茶的种类

自古以来,中国人就对茶文化有着独到的见解,源远流长的茶文化彰显了国人对茶的热衷。我国国土面积辽阔,很多地方都产茶,

如今茶饮市场发展迅速,也让许多年轻人开始了解茶文化,茶叶的分类方式非常多样,按照其种植方式、加工工艺、茶叶品质和口感味道等多个方面可以对茶叶进行非常细致的分类,具体见表1:(见表1)

4.1.2 咖啡的种类

咖啡产业可以推动国家的经济,生活中,不少人日常都会饮用咖啡,咖啡的味道和口感与其调制方式之间存在着较为紧密的关联。现阶段较为多见的咖啡主要包括美式、玛奇朵、拿铁、布雷卫、摩卡、卡布奇诺等。咖啡豆基本上分为三大类:巴西咖啡豆、麦尔德咖啡豆、罗百氏特咖啡豆。市面上也存在以市场名、咖啡树种名、处理豆子方法名、咖啡豆的年龄、维度等其他分类方法。

4.2 品尝方法不同

茶的品尝方式可以用一个字“慢”来形容,中国人品茶亦在修身养性。正确品茶首先是闻茶香,包括杯中香、盖上空和汤水的香气,反复多次闻香后啜饮一口,感受茶水滋味。品字三个口,品茶讲究分三口,切莫直接一饮而尽。品茶时也可以搭配一些茶点食用,尤其是长时间饮茶时,只喝茶比较伤胃,甚至还有很多人会出现茶醉的情况,所以配一些茶点,可以起到中和的作用,也能使得茶更香。

经过时代和社会的发展,很多人开始喜欢喝咖啡,因为咖啡具备提神醒脑的作用,所以现在都市人由于工作压力大,往往会通过咖啡来进行解压,甚至咖啡不仅可以能够提升人们的生活品质,浸泡起来也较为容易快捷,提高生活效率。但是咖啡品种这么多,每一款咖啡的风味都有所不同,品尝咖啡成了不少人忽略的步骤。品尝咖啡通常分为四个步骤:一、闻香(研磨成咖啡粉后的干香和冲煮完成后咖啡的湿香);二、吮吸(感受咖啡的风味,例如柑橘、莓果、花香芳香物质);三、确认(确认咖啡的口感,例如干净,清爽,醇厚,顺滑等);四、描述(表达出自己对这一杯咖啡的感受,与他人一起分享你这杯咖啡的看法)。

4.3 内含成分比例以及功效不同

茶叶被称为“东方神树叶”。在我国历代医书当中,对于茶叶的功效和作用记载基本上都是说其具备止咳、消炎解毒等各种功能和作用,通过现代化科学的分析和鉴定以后,有学者表示,茶叶中包含了多种有机化学成分,同时还有很多营养成分和药效成分,如表2所示:(见表2)

咖啡是用经过烘焙过的咖啡豆制作出来的饮料,与可可、茶同为流行于世界的主要饮品。喝咖啡能够缓解人的不良情绪,给人带来好的心情。除此之外,咖啡还具有解酒、利尿排湿、缓解便秘、美容护肤、消除疲劳、防止心血管疾病等众多功效。每100g咖啡豆中营养成分如下表所示。

表3 每100g咖啡豆中营养成分

水分	1.2g	蛋白质	1.6g
脂肪	16g	糖类	1.7g
纤维素	9g	灰分	1.2g
钙	120mg	磷	170mg
铁	42mg	钠	3mg
维生素b2	1.12g	烟酸	1.5mg
咖啡因	1.3g	单宁	8g

4.4 饮用场所与环境的不同

中国人对于喝茶这件事,是非常注意仪式感的。每个人品茶的时间、地点、环境都各不相同,举个例子来说,有一些人喜欢在家中营造良好的品茶氛围,还有一些人喜欢在教学楼品茶,这会有不一样的意境和感受,因为品茶者能够透过茶楼的窗户看到外面来

来往的车辆和人,并且能够看见到人世间的百态,还有部分人喜欢比较安静的地方进行品茶,这也是一种不一样的惬意和不一样的感受。中国的茶文化博大精深,品茶会有着不一样的心理感受,因此很多人选择的品茶地点都各不相同。相反之下,西方人更热爱的是咖啡,他们对于咖啡店情有独钟。

西方人爱咖啡就和中国人爱茶是一样的,在他们的日常生活当中离不开咖啡,在西方的各个大街小巷通常可以看到各种各样不同装修风格的咖啡店,只要人们在空闲的时间都会到咖啡店去喝一杯咖啡,其目的是为了提神或者是打发时间,除了年轻人喜欢逗留在咖啡店以外,很多西方国家的中老年人也将咖啡店作为主要的休闲放松场所,从这一点也足以说明咖啡代表着一种积极乐观的生活态度,同时也代表着人们的生活品质有所提高。

5 茶文化和咖啡文化的融合

这些年伴随中西文化之间的交流越来越紧密,茶和咖啡已经成为中西文化交流当中不可或缺的一部分,而且全面渗透到人们的生活当中,在西方城市当中,我们随处可见各种各样不同装修风格的咖啡馆,这也是这些年各国文化交流发展的一个最好印证。比如星巴克,罗多龙等,在我国很多年轻人也开始越来越喜欢喝咖啡,在此过程中,他们除了喜欢喝咖啡以外,还喜欢学习和了解西方文化。同样当西方人来到中国以后,他们在品茶时除了品茶的味道以外,还在试图通过茶文化了解和感受中国文化。在经过对比和分析世界茶文化体系的发展情况以后,可以充分发现,世界各国不同的文化元素都可以作为这两种文化融合的可能性因素,或者说,在世界文化体系当中,茶文化是不可或缺的一个文化标记,其不仅带动和影响其他文化,同时也在传播过程中渗透和融入了其它各种文化,从而衍生出新的文化。

6 推广茶文化的策略

无论是茶文化还是咖啡文化,它们的博大精深和魅力都给人们留下了最为深刻的印象,这也是中西方文化融合和渗透的主要体现形式之一。中国人品茶喝茶,其目的是为了修身养性,而西方人喝咖啡,其目的是为了追求精神和心灵上的放松,当两种文化发生碰撞时,如果对对方的文化没有相对性了解,就会出现失礼不周的情况发生,造成一些误会。本文尝试提出推广茶文化的策略有以下几点:

1. 坚持在茶文化传播中体现中国的价值理念,致力于对茶文化的推广在世界更大的范围内获得认同。
2. 重视人才的培养。目前对外汉语教师的需求量有很大的缺口,而且可以掌握双语、又熟悉中外文化的人才更是不可多得,需要全社会的关注。
3. 对外汉语课程教学过程中,根据当地的国情风俗、文化特色开设相对应的、专业的茶文化课程,更加注重培养学生的兴趣,以体验实操为主,从而达到较高效果的茶文化传播。
4. 茶文化的传播途径多种多样,当下利用网络媒体进行茶文化传播,更加能够契合现代人的生活方式,也能够让更多的现代人掌握和了解我国的茶文化。

经过对茶文化的深入分析和了解以后,更能够让人们深刻的体会和感受到我国传统文化的博大精深,同时再经过对咖啡文化的分析和了解以后,也可以让我国国人更深入的了解西方文化的精神和内涵,进而优化和完善中西方文化的交流,让两国文化之间的交流愈发和谐,愈发顺畅有序。

参考文献:

- [1] 陈媛媛. 从茶和咖啡制作方法的角分析中西方文化的差异[J]. 青春岁月, 2019 (07): 227.
- [2] 陈积齐, 冯晓雪, 刘璐, 朱海燕. 当代茶文化传播策略研究[J]. 茶叶通讯, 2020, 47 (02): 354-359.