

美食纪录片与中华饮食文化的传承与交流

——以系列美食纪录片《舌尖上的中国》为例

周 隽

(南京艺术学院 电影电视学院, 江苏, 南京 210013)

摘 要: 新时期美食纪录片传播对中华饮食文化的历史传承与交流具有重要作用。以系列美食纪录片《舌尖上的中国》为分析文本,运用传播学视角,从寻找消失的记忆,记录舌尖文明;传播历史文化,塑造国家形象;和谐共生,传播中华精神等三个方面阐述美食纪录片与中华饮食文化的传承与交流。记录和呈现中华饮食文化精粹,能够提高中国饮食文化在国际上的影响力,塑造一个开放、绿色发展的东方大国形象,并让全球受众了解中华饮食文化的博大内涵。

关键词: 美食纪录片;《舌尖上的中国》;饮食文化;传承;交流

中图分类号: TS 971 **文献标志码:** A **文章编号:** 2095-8730(2019)04-0012-03

孔子在《礼记》中讲到“饮食男女,人之大欲存焉”,表明中国先贤对中华饮食与人性的认识与思考。时代在进步,舌尖上的饮食,从本身的技艺流变和文化积淀从而成为一门学问,其上所镌刻的饮食文明印记,也让无数人为之好奇并不断探索。中国人早就开始了饮食文明的探索,从口口相传到文字记载,而美食纪录片的出现,在推进饮食文明传承交流的过程中,发挥了重要的载体和推动作用。

纪录片是以真实生活为素材,以真人真事为表现对象,并对其进行艺术加工供人观赏的影视作品。美食纪录片是纪录片的一个分支,它探索美食原料、制作技法、特色及背后的人文故事,并用影视形式加以展现。中国美食纪录片的萌芽始于20世纪80年代初期中央电视台《为您服务》栏目,其内容主要包括饮食烹饪、老年保健、幼儿教育等多方面。^[1]随着市场经济的发展,美食题材在电视节目中正式出现,其代表作品是央视1992年开播的《天天饮食》,它是国内首档美食烹饪节目。新世纪以来,我国美食节目有了长足发展,2012—2018年央视连续推出了三季美食纪录片《舌尖上的中国》(以下简称“舌尖系列”),引

爆了海内外观众的热情,深化了人们对美食的认知与情感,是中国美食纪录片走向成熟的体现,反映了中国人民对美食的记忆和对美好生活的诉求和情怀,这些对中华饮食文化在海内外的传播具有重要推动作用。

本文以纪录片“舌尖系列”为分析文本,从传播学视角阐述美食纪录片与中华饮食文化的传承交流及其文化传播价值,以此求证各位方家。

1 寻找消失的记忆,记录饮食文明

在人类历史发展的长河中,饮食文化的变迁记录反映了人类文明的进步与发展,美食纪录片作品的出现,让我们找回散落的文化记忆,在影像记录中寻觅消失的饮食技艺和文化。从传播内容而言,“舌尖系列”美食纪录片能够精准定位,打破了当下地方美食纪录片的局限,内容与视角都聚焦于中华饮食的独特性,关注中华饮食的流变,让观众可以突破先见,领略不同地域不同风味的美食。许多当今都市工业化下已经很难见到的饮食场景,都惊喜地出现在舌尖系列的美食纪录片中,如西湖边泛舟摘取莲藕、长白山采集松茸等,唤回了食材取得的历史记忆;而手工序列妈妈牌

收稿日期:2019-08-18

基金项目:江苏省社会科学基金项目(16YSC008)。

作者简介:周隽(1981-),女,江苏扬州人,南京艺术学院电影电视学院教授,博士,从事播音主持与影视理论研究。

腊肉、年糕泡菜的制作,则是在挖掘可能消失历史技艺的同时,传承中华美食的独特制作。人们逐渐遗忘的手工口味被越来越多的连标志都一样的快餐食品取代,几百年来一代代口耳相传的美食制作技艺也被都市的工业化生产所代替,便利店装满了带有各种添加剂和化学成分的便当美食,人们速速觅食,用金钱节省烹饪的时间,许多传统的饮食文化正被现代化吞噬,中国悠久而古老的历史文化正逐渐消失在电子都市时代。在乡村,炊烟袅袅的意象也逐渐淡化在工业化背景之下,正如台湾学者王文正所言“意象有一种‘暗示性’,在艺术的表达上,有意识或无意识之中将意象加诸在表达当中。”^[2]舌尖系列美食纪录片能够将消失的记忆蕴藏在美食的意象之中,这才是美食纪录片传播内容的价值所在。

精雕细琢近6年的美食纪录片舌尖系列,试图帮助我们找回那些正在消逝的美食文化,正如该片总导演陈晓卿所言,要通过舌尖系列作品让世界了解源远流长的中华饮食文化,就不能简单地把它拍成展示中华美食杂烩,传播内容与定位非常重要。^[3]发掘逐渐消失在记忆中的美食,记录中华美食变迁、传承和创新,凸显美食中蕴含的人文情怀与乡土情结,从而更好地传承和传播中华饮食文明。

2 交流美食文化,塑造国家形象

中国古人早就开始了饮食文明的交流。丝绸之路、茶叶之路、香料之路、瓷器之路等连接了世界各国,各国人民在频繁的交流中互通有无、相互学习、互相借鉴、携手前行,饮食交流特别是美食文化的交流就是其中的重要方面。人类从蒙昧到文明,饮食文明的进步是重要体现。从驯化动物到栽培植物,饮食不断改进。中国的稻米栽培哺育了华夏民族,也哺育了世界近一半人口。而来自西南亚小麦、大麦的东西传播支撑起亚非欧无数个文明时期。我们常见的玉米、大豆、马铃薯、番茄、黄瓜都是从初始驯化地沿着贸易路线传遍全球,传播过程也体现了各自的国家形象。

美国学者布丁(BOULDING K E)曾说过:“国家形象是一个国家对自己的认知以及国际体系中其他行为体对它的认知的结合。”^[4]简而言之,国家形象不仅是国人对本国的认知,更是国际社会对该国的综合评价。美食纪录片舌尖系列在

新时期全球化语境下,在对外文化传播中起到了传播国家文化软实力的作用。从传播主体层看,如何在影视中传达正确的价值观,构建良好的中国国家形象也一直是我国传媒工作者探索与努力的方向。近年来,从上至下,各种文化宣传片层出不穷,而对外宣传效果却不尽然满意,如《中国国家形象片》2011年1月在美国纽约时报广场播出,其隐忍谋虑的叙事表述很难得到美国观众的认同。^[5]与国人认知不同的是,国外观众喜欢直接的叙事方式,并努力将生活中的小故事渲染出人情味,从而体现其文化价值。此次舌尖系列美食纪录片在叙事方式方面,用世界的眼光看中国,用中国的美食讲故事,使得中国的国家形象更加生动。创作者不仅仅在技术层面向世界靠近,通过高科技渲染出别具一格的风格场景,在内容中也是颇费心力地去表达美食背后的故事。用老百姓的话来讲故事,让节目在平凡中彰显伟大情怀。用故事串联起人物、美食与文化,最终取得良好的叙事传播效果。

纪录片第一季第五集介绍了扬州淮扬菜名厨居长龙在旅居日本25年的岁月中,将扬州厨师精湛的刀工和出色的技艺表现在制作大煮干丝、文思豆腐和扬州狮子头等淮扬美食名菜中,淮扬菜点连同扬州炒饭和包子迅速立足日本横滨和大阪的餐馆。第六集介绍了广式干湿两种茶点,其招牌水晶虾饺,饺皮柔嫩、虾仁甜脆,糅合出鲜美的口感,在东南亚和欧美的中餐厅广泛流行,成为中华美食海外传播的标志。除此之外该片第二季第一集介绍了曾在很多国家高星级酒店做过总厨的梁子庚,将一条鱼剖开两半,一半氽水,一半过油,在恰当的时机将鱼下锅和出锅,出锅后两种做法的鱼在同一个盘子合璧,浇上调制好的糖醋,制作出了中西合璧的西湖醋鱼,成为中外饮食文化交流与传播的一道名菜。

正如著名饮食文化学者华中师范大学历史文化学院教授姚伟钧所说“饮食是国计民生中的第一件大事,对食物烹饪的审视和考究以及人们对于饮食的观念,表现了一个国家的文化素养和文明的象征。”^[6]从这个角度来说,传播饮食文化不仅是继承发展、创新弘扬中华饮食文化的关键,而且也是展示国家文化软实力的重要内容,美食纪录片的传播为中华饮食文化走向世界提供了难得的重要载体。

3 和谐共生,传播中华精神

从2012年开始,舌尖系列已经成为中国原创纪录片界的超级大IP,它为央视带来极高的收视率的同时,也打破了人们对纪录片的固有认知。传统媒体与网络媒体多渠道的传播,实现了多方共赢。传播学经验的实证研究出现以后,分众理论逐渐取代大众理论成为主流。^[7]小众题材并不代表受众只能固定圈层,美食纪录片的兴起将中华饮食文化的传播面扩大、兴趣点增强之后,受众可以实现自我破圈。纪录片一直以来被认为是高收入、高学历、高阶层的“三高”人群所需求的圈层界限,作为主流宣传阵地的央视平台,此次创作影响受众涉及社会各个层级,真正意义上实现了“全民狂欢”,实现了传播的效果叠加。

在舌尖系列中,制作者颇费匠心地走访了很多社区和学校,从普通老百姓到医学院学生,他们都在努力学习并传承美食与药膳,以自然为法,用药膳为引,将中华美食带入中国式养生的镜头中。美食纪录片努力将中国人的“天人合一”价值观完整地体现出来。“中国哲学关乎生命、道德、人性等在内的价值,这也往往涵涉我们所讲的人文情怀。”^[8]因此在舌尖系列影像中我们看到了许多提示:对稀缺的食材不能一味地采摘,大自然的回馈总是有限的,要敬畏自然,从而实现人与自然的和谐共生。

在中国的历史文化中,有家才有国,家作为情感的纽带,是我们精神寄托的来源。在舌尖系列美食纪录片中,它可能是家族盛宴中的微笑,或是三口之家中的那抹亮色,或是二人世界中的甜品,不同的受众会有不同的感受,带着心灵上的寄托,能给异乡人一份心理慰藉。家宴,对于不同民族的人来说,家乡风味与儿时记忆蕴含着他们对于家最深的眷恋。除夕、端午、清明和国庆等每一个节日都饱含着人们对家的回忆,欢声笑语、细嚼慢咽之时,对于家国情怀的思念就在这舌尖上的品味中扎根进每一位华夏儿女的心中。舌尖系列美食纪录片同时对每一位家庭中劳动者浓重着墨,凌晨3点上山采松茸、辣椒酱的诞生、文丝豆腐的形成等,这一项项精细的劳动体现着中华民族劳

动者的勤劳和智慧,在传承中华饮食文明的同时也让受众看到了中华民族的执着和中华饮食文化的博大。

4 结语

正是以央视为代表的美食纪录片的崛起,如《舌尖上的中国》系列作品,不仅记录和传承了中华饮食文明,而且对外传播中华美食,为塑造国家软实力作出了贡献。在传播内容上精准定位中华饮食与文化,用情感作纽带,用民族精神做支撑,多渠道全方位记录中华饮食文化发展变迁。以央视为传播主体的创造者,为全球受众塑造了一个正在崛起的东方大国形象,通过故事化讲述纪录中华美食对外交流效果,展现中华文化软实力。就传播效果而言,网台合力收视率引爆大小屏,和谐共生的场景将精耕细作的劳动与勤劳善良的品

参考文献:

- [1] 石长顺. 电视传播学[M]. 武汉: 华中理工大学出版社, 2000: 46.
- [2] 王文正. 电影文化意象[M]. 台湾: 秀威资讯科技, 2011: 61.
- [3] 辛拓. 全球化语境下纪录片《舌尖上的中国》文化价值研究[J]. 教育传媒研究, 2018, 17(2): 33-35.
- [4] 翟特. 纪录影像《舌尖上的中国》中文化传播的效度[J]. 传媒论坛, 2019, 18(2): 13-17.
- [5] 张红军. 纪录影像文化论[M]. 北京: 新华出版社, 2006: 32.
- [6] 黄桂婵. 中华饮食文化传播助力中国文化软实力构建——专访华中师范大学姚伟钧教授[J]. 广西师范大学学报, 2016, 17(2): 23-24.
- [7] 胡正荣. 媒介的现实与超越[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2004: 99.
- [8] 冯友兰. 中国哲学简史[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013: 13.

(下转第28页)

A preliminary study on monitoring and evaluation of big data in dietetic cultural festival

——Taking “Poetry and Painting Zhejiang • Hundred Counties Thousand Bowls” in Zhejiang Province’s tourism food promotion as an example

LIN Renzhuang¹, ZHOU Yongbo²

(1. Zhejiang Cultural and Tourism Information Center, Hangzhou, Zhejiang 310013, China;

2. Department of Tourism Management, Soochow University, Suzhou, Jiangsu 215123, China)

Abstract: Dietetic cultural festivals are important activities that highlight the characteristics of local dietetic culture and service culture tourism. The effectiveness of festival activities is a comprehensive reflection of the level of local festivals. With the deepening of China’s smart tourism construction, the tourism big data platform at all levels has been established and developed, providing new technical means for the evaluation of the effectiveness of the events. According to the dynamic monitoring data of the “Poetry and Painting Zhejiang • Hundred Counties Thousand Bowls” activity in Zhejiang Tourism big data platform. The influence of “network search and traffic”, “word-of-mouth and public opinion”, and “passenger flow and consumption data”, and the law of evolution were analyzed to provide a scientific basis for accurately evaluating the effects of dietetic cultural festivals, improving the function of the cultural tourism big data platform, and better exerting the value of cultural tourism big data decision making.

Key words: dietetic tourism; dietetic festival; big data; monitoring; evaluation

(责任编辑:王芙蓉)

(上接第14页)

The interrelationship between delicacy documentary TV programs and dietetic culture

——Taking “A Bite of China” as an example

ZHOU Jun

(Film and TV School, Nanjing University of the Arts, Nanjing, Jiangsu 210013, China)

Abstract: The spread of food documentary in the new era plays an important role in the historical inheritance and communication of Chinese food culture. The delicacy documentary “A Bite of China” was used as the analysis text to explore the relationship between delicacy documentaries and dietetic culture from three aspects: searching for the lost memories and recording food culture, disseminating history and culture values and shaping national image, building a harmonious relationship between human and nature, and disseminating Chinese cultural spirits. Recording and presenting the development of Chinese dietetic culture could enhance the international influence of Chinese dietetic culture, create an open and green development of the great power of the world for the global audience, and make the global audience understand the broad connotation of Chinese dietetic culture.

Key words: delicacy documentary and TV program “A Bite of China”; dietetic culture; communication; exchange

(责任编辑:王芙蓉)