

于雯静, 郭永锐, 侯欣宜. 2021. 食物景观对地方社会记忆的象征和塑造——以《舌尖上的中国》为例. 热带地理, 41 (3): 495-504.

Yu Wenjing, Guo Yongrui and Hou Xinyi. 2021. Representation and Creation of Foodscape on Local Social Memory: A Case Study of *A Bite of China*. *Tropical Geography*, 41 (3): 495-504.

食物景观对地方社会记忆的象征和塑造 ——以《舌尖上的中国》为例

于雯静¹, 郭永锐², 侯欣宜¹

(1. 江苏师范大学 历史文化与旅游学院, 江苏 徐州 221116; 2. 青岛大学 旅游与地理科学学院, 山东 青岛 266071)

摘 要: 以纪录片《舌尖上的中国》为数据来源, 借助情感挖掘、语义网络分析以及扎根理论等方法探究食物景观对社会记忆的象征内容和塑造过程。研究结果表明: 1) 从情感分析结果来看, 个体对食物景观的情感倾向总体呈现积极趋势, 不同年龄、复杂的社会经历以及多元的社会角色是影响个体情感变化的重要因素, 人们的情感认同形成了社会主流意识形态, 并框定了社会记忆的发展方向; 2) 从个体对食物景观的认知诉求来看, 食物味道、饮食文化以及家庭环境是个体内心最深刻的记忆点, 人们通过各种与之相关的身体实践和仪式风俗构筑记忆空间; 3) 食物景观对社会记忆的象征内容具体区分为环境性记忆、功能性记忆和情感性记忆。其中, 环境性记忆起基础性作用, 功能性记忆是最主要的象征维度, 情感性记忆占据主导地位, 三者相互影响, 相互促进。

关键词: 食物景观; 社会记忆; 社会认同; 纪录片; 内容分析法; 《舌尖上的中国》

中图分类号: TS971; K901

文献标志码: A

文章编号: 1001-5221(2021)03-0495-10

DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.003339

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



长期以来, 全球化与地方化不断地交织和碰撞, 地区间的流动性加强, 地方社会结构不断重建, 地域文化不断地进行嬗变和发展, 族群边界和文化边界日益模糊, 群体“失忆”或是社会记忆日益被削弱(汪芳等, 2015; Le et al., 2019)。而社会记忆是地方性魅力的基石和地方文化的根, 能够强化民族身份和巩固社会认同(刘庆等, 2014; 章锦河, 2014)。如何强化地方的社会记忆, 塑造地方的鲜明个性和吸引力成为地方管理者必须思考的问题。

关于“社会记忆”的定义, 已有不少学者进行过探讨。Halbwachs (1992) 认为记忆的社会性实际上是人类记忆受制于家庭、社团、亲属网络、政

治组织、社会分层和国家制度影响的因果关系。Connerton (1989) 指出, 社会记忆最大的特性是连续性和传递性, 身体实践和纪念仪式是承载社会记忆的方式。由此可见, 社会记忆是历史发展的产物, 是文化再生产的媒介, 是不同制度、群体协同作用的结果。另有学者基于不同角度丰富了社会记忆的范畴, 如创伤记忆、历史记忆、档案记忆、集体记忆、文化记忆等。相比较而言, 社会记忆更多地突出了权力对记忆的制约和操控。Fentress 等 (1992) 提出, 社会记忆是一个复杂的构建过程, 包括信息的选择、表达和复述。围绕地方社会记忆的构建, 相关研究主要聚焦于以下方面: 1) 对不同景观类型塑造的记忆空间的构成特征进行探究和

收稿日期: 2020-08-24; **修回日期:** 2020-11-10

基金项目: 国家自然科学基金: 旅游社区社会资本的测度模型、演化机理及时空效应研究 (41871126); 江苏省研究生科研创新项目: 特色美食对旅游目的地形象的构建作用研究 (KYCX20_2407); 国家级大学生创新创业训练计划项目: 古镇旅游者原真性感知的分化及其形成机理研究——以台儿庄和周庄为例 (201910320040)

作者简介: 于雯静 (1995—), 女, 江苏镇江人, 硕士研究生, 研究方向为美食旅游, (E-mail) yuwenjing201826@163.com;

通信作者: 郭永锐 (1985—), 男, 山东聊城人, 博士, 教授, 研究方向为旅游地理, (E-mail) guoyongrui58@163.com。

阐释,如人文乡土景观(汪芳等,2015;吕龙等,2018)、重大事件纪念场所(Gurler et al., 2013; 徐克帅等,2016;钱莉莉等,2019)、人文城市街区(Yanushkevich, 2014; 陆敏等,2016;纪小美等,2019)以及遗产景观(Winter, 2004; 胡娟等,2019)等。由此可知,社会记忆依赖于物质环境而存在,能够阐释物质环境所传达的意旨,引起感知者的文化共鸣和情感共振,增强他们对地方的身份认同和价值认知。2) 趋于关注技术媒体在社会记忆构建过程中的参与作用,包括对社会记忆的活化、留存和传播功能。大数据时代的新媒体具备“数字化”“互动性”“超文本”等特征(Ince, 2014)。骆正林(2019)指出,媒体的背后具备较强的意志控制和生产控制,在潜移默化中增强社会记忆的集体性。当前,社会记忆理论在地理学领域的相关运用已较为常见,越来越多的学者侧重关注神圣空间景观的社会记忆研究,如战争遗址、灾后遗址、纪念碑、红色景区等。相比而言,世俗空间景观的研究较为单一化,多集中于传统村落、城市等层面,缺少对其他世俗空间景观的关注。而食物以其丰富的地域文化特征构成了满足人们感官体验和活动体验的需求。近年来,国内以《舌尖上的中国》为首的一批美食纪录片以中国的美食景观等为切入点,在感召人们共同情怀并拓展其认知视野的同时,不断推动地方社会记忆的再生产。

景观被认为是一种以其结构和功能为表征,兼具生态、经济、社会、文化和美学价值的综合体(彭建等,2015)。“食物景观”强调了食物的空间化,以及食物、人和地方的互动关系(Yasmeen, 1996)。Richards (2015)指出人们对食物的关注已经不单局限于食物本身,更多涉及整个食物系统、食物文化以及食物景观。Björk等(2019)认为,食物景观是为地方居民和外来游客共同创造的体验,由物理环境、社会互动、食物质量价值、货币价值、差异性、沉浸感等构成。Johnston等(2009)认为,食物景观是一种动态的社会结构,通过规范、习俗以及文化社会进行调节。由此,笔者认为,食物景观是由人、食物空间环境及环境中的各类物质或非物质要素共同作用而形成的综合体,具有基本维生性、文化重构性、社会动态性和系统复杂性等特征,并在感知过程中被不断赋予社会文化意义,实现了物质实体的符号化过程。国外既有研究多综合运用社会调查法和空间分析法并基于不同尺度,重点围绕可持续性、饮食行为、健康安全、

公平正义等话题对食物景观进行了探讨。国内食物景观研究相对较少,包括基于城市或区域尺度探讨食物景观的构成特征和文化特质(方百寿等,2011;蔡晓梅等,2011),基于游客视角分析目的地食物景观的感知与评价(祁靖文,2014;滕云等,2018),以及食物景观的可持续性(曾国军等,2019)。目前,国内食物景观研究尚未形成系统化成熟化的研究体系,且缺少对其发挥地方认同、情感沟通及身份塑造等隐喻价值的探究和解读。食物景观不仅是维系生计和交流知识的物质空间,更是社会共享和亲密的基础(Richards, 2015)。食物景观作为一种日常化的世俗景观,为社会记忆的生产 and 创造提供了场所,是增进群体凝聚力的重要工具。Holtzman (2006)认为,食物能够唤起体验者身体、认知和情感上的回忆。Lee等(2018)调查研究了韩国传统的祭祀和待客食物,这种食物借助建筑、文本等载体保存下来,是一种具有“持续价值”的民族记忆。国外食物和记忆的相关研究大多围绕人类社会学研究范式开展,基于移民或难民的视角,探索食物记忆所反映的身份认同和习俗建立(Weller et al., 2015; Nyamnjoh, 2018)、感知怀旧(Stowers, 2012; Renko, 2014)以及创伤性事件(Shepler, 2011; Epp, 2016)等内容。国内关于食物和记忆的研究相对缺乏,且进一步值得思考的是,由于巨大的政治背景差异,中外各自的饮食文化大相径庭,为此需要更加关注本土化语境下食物景观对社会记忆的构建作用。《舌尖上的中国》系列纪录片从经济、地理、历史、文化、艺术等多方位呈现了中国食物景观的独特风貌。由于纪录片是对现实世界的客观描述和主流文化的宣扬,因而较之于其他媒体形式具有较高的市场可信度和渗透率(Gartner, 1994)。美食纪录片,一方面强化了食物景观对地方社会记忆的表征,在传播食物文化和刺激食物旅游发展等方面影响颇深(Kim et al., 2018; Xu et al., 2019a),另一方面,也强化了地方食物旅游活动的集聚效应和旅游者对地方食物形象的感知,成为旅游目的地的重要营销宣传方式(Yang, 2015; Xu et al., 2019b)。

基于以上分析,本研究以《舌尖上的中国》为例,利用内容分析、扎根理论等方法对纪录片中的文本资料进行分析,探讨食物景观是如何对社会记忆进行表征和塑造的。以期丰富食物景观的研究内容,为地方延伸记忆张力和活力提供理论支撑和实践指导。

1 研究对象、数据来源和研究方法

1.1 研究对象

食物本就具备鲜明的历史底蕴和时代特征，联结着时间和记忆，纪录片作为延续记忆的媒介，通过刻画食物景观实现对地方记忆的二次塑造。《舌尖上的中国》系列纪录片是由中国央视出品的大型美食纪录片，分3季，共23集，拍摄地遍布全国二十多个省、市、自治区，包括港澳台地区。自2012年起，《舌尖上的中国》系列纪录片先后在央视上映，网络播放量居高不下并迅速风靡全球，荣膺多个奖项，引发了强烈的“舌尖”效应，随之衍生出了“舌尖体”文化热潮。据统计，纪录片最终呈现的受访对象共计108位，男性69位，女性39位，年龄跨度大致为10~93岁；受访对象来自全国各行各业，如渔民、裹粽技师、营养师、毛豆腐手艺人等。

正如该纪录片导演陈晓卿所说，“我们现在吃饭越来越快，已经忘记从前怎么吃饭的了”。《舌尖上的中国》之所以深入人心，并不局限于它呈现了中国地大物博的自然优势和食物本体的质感，关键在于它以小见大、精准受众、贴近生活，凭借日常化的故事叙述勾起人们对故土风物、童年往事、至亲好友的怀念，引发其浓烈的家国情怀。于小人物中抒写大情怀，这种“平民化”的对象选取，既能反映地方普遍的人文特征，还能够拉近与受众的距离，使受众在记忆共享的过程中更易产生价值共识。《舌尖上的中国》采用碎片化的处理方式，通过拼接不同的人物事件，最终转化成人们共同的记忆，并集中阐释了中国人“天人合一”的传统饮食观念。纪录片中较好地再现了各地习俗和节庆，如望果节、打春牛、宗族宴等，这些传统仪式使得人们的记忆再次被强化。此外，《舌尖上的中国》通过多技巧拍摄和艺术化处理，巧妙利用时间、空间作为叙事支撑，营造出了多态化的社会记忆空间，深化意义表达。

1.2 数据获取

以中国的食物景观为落脚点，选取具有典型性和代表性的《舌尖上的中国》系列纪录片为分析对象，利用内容分析、扎根理论对其文本资料开展质性研究。笔者通过观看纪录片逐条记录解说词和访谈词，最终获取大约13万字的文本数据。其中，解说文本主要是对画面和人物事件传达的主旨进行阐述，起到了深化主题的作用，保证了叙事内容的完

整性。访谈文本主要是纪录片中的108位受访者通过口语化的自述，表达了个体对食物景观的记忆认知，增强了纪录片信息表达的真实性。

1.3 研究方法

情感分析法又称意见挖掘，通过计算机技术对文本的主客观性、观点、情绪、极性的挖掘和分析，从而对文本的情感倾向做出分类判断（杨立公等，2013）。面对海量非结构化或半结构化文本，利用自然语言处理方法对其内容进行情感判断和量化研究，有利于把握深植于其中的情感脉络。本研究试图通过情感分析探索中国人于美食之中所寄寓的情怀和感触。

语义网络分析是以高频词为节点，以高频词组合共同出现的次数为节点间关系，对数据进行可视化分析（Greckhamer, 2012；孙晓东等，2018）。采用ROST CM 6.0软件提取高频词，构建路径关系图像，旨在剖析个体对食物景观的认知诉求。

扎根理论是一种超越描述性研究的质性方法，极具逻辑一致性，将传统质性研究引入解释性理论框架领域，实现对研究对象的抽象性与概念性的理解（吴毅等，2016）。以纪录片解说词为来源数据，采用Nvivo 11软件对文本的隐性概念、主题以及特征等进行一系列的挖掘，提炼出较强本土适应性的理论模型。为提高分析结果的信度和效度，我们设立了编码小组，由小组成员各自对解说词内容进行编码，通过不断对比讨论，结合专家问询意见得到最终结果。因此，本研究结果具备一定的严密性和可靠性。

2 结果分析

2.1 记忆主体对社会记忆的认知分析

2.1.1 记忆主体的情感特征分析 系统采用三元情感分类法，设定情感强度界限值对其加以细分（表1）。具体地，参与评分的有效访谈数据共108条，其中含积极情绪的访谈数据89条，占82.41%；含中性情绪的8条，占7.41%；含消极情绪的11条，占10.18%。由此可见，美食景观情境下的记忆主体情感走向呈积极趋势。

以台湾大学发布的“中文情感极性词典”作为基本词库，对解说文本中抒发人物情感的词汇进行界定和提取（表2）。分析发现，“美味”“丰富”“新鲜”“最好”等情感词表明食物为记忆主体创造的味觉获得感；“智慧”“成熟”“温暖”“珍贵”等情感词表明食物内化于记忆主体心中的生活态度和

表1 记忆主体情感特征分析

Table 1 Emotional analysis of interviewees

情绪类型	区间	样本量/个	占比/%	总样本量/个	占比/%
积极情绪	一般(0,10]	22	20.37	89	82.41
	中度(10,20]	28	25.93		
	高度(20,+∞)	39	36.11		
中性情绪	0	8	7.41	8	7.41
消极情绪	一般[-10,0)	9	8.33	11	10.18
	中度[-20,-10)	1	0.93		
	高度(-∞,-20)	1	0.93		
总计				108	100

表2 情感词高频词

Table 2 High-frequency emotional words

情感词	频数/次	情感词	频数/次	情感词	频数/次
美味	88	独特	27	复杂	15
丰富	58	完美	25	幸福	14
新鲜	53	最佳	22	精心	14
最好	48	享受	21	辛苦	12
秘密	43	营养	20	甘甜	12
习惯	37	熟悉	18	严格	11
智慧	29	温暖	17	短暂	10
成熟	29	珍贵	15	刺激	10

情感凝结；而“辛苦”“严格”“短暂”等情感词表明记忆主体劳作或生活的不易，反映了记忆主体一以贯之的工匠精神，人物酸甜苦辣的故事经历都是构成社会记忆的重要内容。

“奶奶把做酸汤鱼的方法传给我爸爸，我们看着他一直坚持做到现在，感觉酸汤鱼的味道一直都没变。就是靠我们的记忆，靠我们的手，靠我们的嘴，靠我们的舌头把这个酸汤传承下来的。我觉得酸汤鱼我是离不开它了，就像我爱上我爱人一样，一生都托付给这个酸汤了。我觉得酸汤是我的缘分。”
——吴笃琴

“我就1974年嫁到这里的，那时候是很辛苦的，没有什么东西好吃的，家里面大家亲戚朋友有什么都拿什么，你拿芋头，他拿番薯，总之全部拿到一起做，大家一起吃，看到大家团圆在一起我就很感动。”
——香姨

总体来说，食物景观是记忆主体情感唤起的触发器，主体情感是调节记忆强度的重要枢纽。有研究表明，情感和记忆是两种重要的思维状态，二者无法脱离彼此而孤立存在（王玉珊，2012）。在社会记忆的构建过程中，记忆主体情感的差异性导致不同的记忆形态，从而体现社会记忆的选择性。而不同的年龄、复杂的社会经历以及多元的社会角色是影响记忆主体情感变化的重要因素。记忆主体的

故事经历和情感意念赋予食物景观叙事能力，协同推动社会记忆的形成。

2.1.2 记忆主体的主体诉求分析 由图1可知，纪录片《舌尖上的中国》访谈内容呈现典型的“核心—边缘”结构。其中，“味道”“传统”“孩子”“家里”等词同线关系较强，属于核心层；“学习”“奶奶”“传承”“吃饭”等词属于次核心层；“回家”“从小”“口味”“辛苦”等词属于过渡层；“农村”“地方”“幸福”“朋友”等词属于边缘层。

通过分析，可以发现食物的味道、世代传承的饮食文化以及家庭环境是记忆主体内心最深刻的记忆点。从某种意义上，食物不仅仅是味道的传承，还承载并维系着人类精神家园所赖以生存的社交网络、亲属关系、情感意念、文化制度等内容。社会记忆是由个体依据自身记忆诉求，并结合持续的身体实践和仪式活动所塑造的纪念空间共同构成的。此外，图1还显示了“一年”“每天”“过程”等较多表示社会记忆时间维度的词语，凸显了社会记忆的连续性。食物景观映射出社会记忆在历史文明的演变过程中的积累、交融、重构、再生，从而对人们的思维方式和价值观念产生影响。

“中国历史上文人跟餐饮的关系是特别地渊源深厚，我们在面对古人食谱的时候，是面对沉甸甸的传统。我们今天通过文会宴体验古人精神的表达，把它记录下来，变成了我们餐饮历史传承的重要依据，我们就会多很多品味，多很多趣味，多很多敬畏了。”
——叶放

“（饮）食文化是所有传统文化中的母文化，味道其实也是文化的一种元素，那么我要把这个味道传承起来，守护下去。松鼠鳜鱼口味是酸酸甜甜的，又是油炸过的，口味会比较香，小朋友会比较喜欢这个味道。我希望这些小朋友的话，能够把本土的味道在自己的记忆当中、味蕾当中，能够有一点点的这样的传承吧。”
——林间

食物景观从时间和空间两个维度展现社会记忆的形成路径。从时间维度上看，现实与历史并存，社会记忆是通过回顾过去从而更好地塑造当下的记忆框架。各类与食物相关的古籍史书、神话传说、名人故事不仅向人们讲述了属于那个时代的社会记忆，也为社会记忆的传承和发展提供指引。从空间维度上看，人们通过一系列操演、节庆、习俗等体验性较强的活动，搭建社会记忆的活动空间，活化个体记忆与集体记忆的生命力。记忆主体通过人物事件彰显其精神内涵，由小见大，人们能够感受到

表3 原始资料的概念化和范畴化(部分举例)

Table 3 Conceptualization and categorization of original materials (Examples)

原始语句	概念化	范畴
阳光的暴晒能够增加菌的活力;海水晒盐依赖阳光和流动的空气;多变的气候和富含微量元素的土壤是辣椒生长的天堂……	充足的阳光的和空气;富含微量元素的土壤……	g1 生长条件
中国以秦岭、淮河一线划分出南稻北麦的农业分布格局;小麦,作为曾经改变人类文明进程的作物,拥有世界上最广泛的种植面积……	地理位置和跨度;种植面积;海拔高度……	g2 空间分布
绍兴人离不开酱油,这几乎是绍兴人最醒目的一种味觉标记;从阿植记事起,门前这个木桶散发出的甜蜜烟熏味一路伴随他长大……	味觉标记;甜蜜烟熏味;醇厚鲜香;鲜美……	g10 食物味道
下沙村民正在举行祭祖仪式,伴随祭祀的是一场宴席;每一穗青稞的成长都意味深长,望果节在青稞成熟前举行,是一年中最为盛大的节日……	祭祀活动;时令生活;节日庆祝……	g16 传统习俗
爱茶的王俯耕用心制茶,也有着茶农们以茶入菜的习惯;嗜臭,于是也称为徽菜的一个独有特征;各种奶食几乎成为草原上的主食……	吃法;口味偏好;日常烹制手法;主食……	g18 饮食习惯
他们将饮食调养的心得进一步化为了人际间的互助与社会的公益;左邻右舍的妇女们早有默契,轮流帮助每一个家庭制作泡菜……	互帮互助;人情往来;团队协作……	g21 辅助交际
……	……	……
这种别具一格的糕点已经不是单纯的食物,而是更高层次的,对生活情趣的审美;饮食器具的设计是艺术的综合,既要考虑到瓷器的釉彩质地与丰盛食物的食材色彩彼此呼应,还有了解饮食空间的布局……	生活情趣;器具设计与搭配;精致的美食态度……	g23 审美品味
中国的豆腐在“清寡”中暗含了某种精神层面的气质;江南,一如昆区和园林,点心也深得这方水土的灵气……	清寡;灵气;泼辣;隐忍;低调……	g28 食物隐喻

表4 主轴性编码结果

Table 4 The result of axial coding

主范畴	范畴
G1 自然环境	g1 生长条件;g2 空间分布
G2 社会环境	g3 收入来源;g4 经济发达;g5 区域融合;g6 生产方式
G3 生活场景	g7 生活状态;g8 生活节奏
G4 食物品质	g9 食物外观;g10 食物味道;g11 食物价格;g12 理疗功能;g13 制作工艺
G5 生计方式	g14 生理需求;g15 生活需要
G6 文化传承	g16 传统习俗;g17 历史趣闻;g18 饮食习惯;g19 餐桌礼节;g20 民谣歌谣
G7 凝聚关系	g21 辅助交际;g22 宗族血缘
G8 符号象征	g23 审美品味;g24 社会地位;g25 情感寄托
G9 价值归属	g26 生活态度;g27 社会责任;g28 食物隐喻

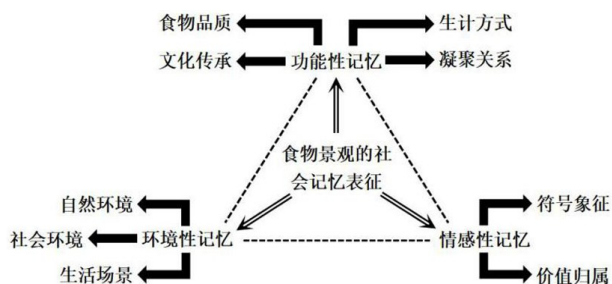


图2 食物景观的社会记忆表征模型

Fig.2 Social memory representation model of foodscape

的变化和时代的记忆。譬如原文描述:是今天的餐饮方式发生了巨大的变化,炉灶和热源的改变让这项承继着传统的灶台记忆的火种或将熄灭。从生活场景看,食物景观属于记忆主体日常生活的一部

分,在潜移默化中不断强化记忆主体的记忆认知。譬如原文描述:在今天的黄山地区,农家后院里依然晾晒着火腿和咸肉,洋溢着一派田园气息。

功能性记忆是指源于集体共同的需要,载体本身所具备的功能或价值。首先,食物的品质塑造着记忆主体对食物的情结和印象,包括食物给记忆主体带来的感官体验、食物的理疗价值以及食物是否采用传统的制作工艺等,这些都会影响主体的体验记忆。譬如原文描述:孩子们更喜欢甜食,芝麻的香气伴着蕨粿的甘甜,这就是瑶族人世代繁衍的味觉密码,也是撰写人类味觉记忆史的通用语言。其次,食物不仅满足记忆主体的基本维生需求,也是一个家庭单元或集体的经济支柱。譬如原文描述:从曾祖父那一代起,陈柏忠一家就做陈皮生意。在新会,像他这样靠陈皮谋生的人家很多。再者,食物景观的功能性记忆体现在其能够凝聚社会关系,以心动心,以情动情,食物空间成为缩小代际差距、凝聚社会关系的关键场所。譬如原文描述:吴笃琴定期会来到社区,她乐于将制作酸汤鱼的秘诀授予他人,一同分享时光与自然酿造的美味。此外,食物景观的功能性记忆主要体现在其对文化的传承。各种饮食风俗活动和习惯保存了最传统的生活状态,使社会记忆得以延续。譬如原文描述:像往年一样,立春这天,康陵村的人们家家户户都要吃春饼,吃春饼迎春的传统已经演化成家常的习俗。

情感性记忆是人们于食物中所寄寓的某种情感价值和特殊意义。食物景观所表征的社会记忆的情感特征源于两个方面。一是食物所具有的符号性和象征性。纪录片作为一种象征体系,通过将食物景观中的各类符号对象作为记忆形象加以处理,能引发集体的情感反应和思想活动(余红兵, 2020)。譬如原文描述:对淳朴的苗家人来说,腌鱼腊肉不仅仅是一种食物,而且是被保存在岁月之中的生活和记忆。二是记忆主体执持的价值取向。群体自身的价值需求决定了社会记忆的形式和内容,价值观念作为一种意识形态对社会记忆的演进具有统筹作用。因而从本质上,社会记忆的更迭和重构是对当下社会文化和生活状态的宣扬。譬如原文描述:庭院方丈之间,食物成了他的表达方式,出离而又入世。他执着地使用最传统的技法制作苏帮菜,坦然地接受并静观那些变与不变。中外古今,食物作为贯穿人类始终的见证者,浓缩了时代的光影和记忆,其普世价值成为世代相传的情感慰藉和精神力量。

2.2.4 理论饱和度检验 本研究共23篇解说词章节,通过语句划分最终获取3 000余条数据,已对其中2 500余条数据进行编码。剩余的500余条数据主要用于检验理论的饱和度,结果显示并未发掘出新的初始概念和主题范畴,由此认为本研究构建的理论模型达到饱和。

3 结论与讨论

本研究以《舌尖上的中国》为例,分析记忆主体的情感认知和诉求以及记忆主体于食物景观中所根植的情怀和记忆,得到的主要结论有:首先,纪录片《舌尖上的中国》通过回顾记忆主体的故事经历,展现了他们或怀旧、或辛酸、或坚韧、或感恩的多元情感,其共通之处在于凸显了记忆主体的价值基调,形成了社会的主流意识形态,由此框定了社会记忆的发展方向。其次,食物景观对社会记忆的表征内容主要包括环境性记忆、功能性记忆和情感性记忆。从环境性记忆而言,主体的记忆具有选择性,特定的场景环境能够唤醒主体的记忆。从功能性记忆而言,首先,食物在感官上的记忆构建是基础性的;其次,食物依托村落、典籍、传说、风俗、民谣等各种形式多样、特色突出的社会记忆载体,充分发挥其社会文化功能。从情感性记忆而言,强调的是食物景观的符号象征意义以及记忆主体于食物中领悟出的哲学之思。这通过对记忆主体

的个体行为产生影响,进而对社会记忆的生产起支配作用。因此,为保持社会记忆的延续性和动态性,使之保持充分的张力,在打造目的地食物景观的过程中应尊重地方居民或者游客的心理诉求和意愿。一方面能够保留原汁原味的饮食文化,另一方面能够提供更多创造式、沉浸式的食物体验。例如,在遵循古法制作,保留传统饮食风俗的基础上,融入更多的体验性活动或仪式,打造更具地方风情的食物环境。

本文从人类学角度出发,丰富了食物和记忆的本土化理论研究。同时,本文通过对美食纪录片的分析,揭示了食物景观对社会记忆的表征和塑造过程,有益于地方管理者通过美食这一要素打造地方个性,塑造品牌形象。虽然纪录片强调避免“描绘现实的主观形式”,然而其主观化的表达形式和艺术手法,构成了纪录片形而上的真实(钟大年, 1995)。未来可通过案例地调研,进一步补充论证食物景观对社会记忆的表征强度等内容,从而因地制宜地探索符合实地情况的美食景观保护和传承路径,以增强群体社会记忆的认同感。

参考文献 (References):

- Björk P and Kauppinen-Räsänen H. 2019. Destination Foodscape: A Stage for Travelers' Food Experience. *Tourism Management*, 71: 466-475.
- 蔡晓梅, 朱竑, 司徒尚纪. 2011. 广东饮食文化景观及其区域分异研究. *热带地理*, 31 (3): 321-327. [Cai Xiaomei, Zhu Hong and Situ Shangji. 2011. Guangdong Cooking Culture Landscape and Their Regional Differences. *Tropical Geography*, 31(3): 321-327.]
- Connerton P. 1989. *How Societies Remember*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Epp M. 2016. 'The Dumpling in My Soup was Lonely Just Like Me': Food in the Memories of Mennonite Women Refugees. *Women's History Review*, 25(3): 365-381.
- 方百寿, 孙杨. 2011. 文化视角下的食物景观初探——以 Gilroy 镇大蒜节为例. *北京第二外国语学院学报*, 33 (9): 6-10. [Fang Baishou and Sun Yang. 2011. Analysis of the Foodscape through A Cultural View: A Case of the Garlic Festive at Gilroy. *Journal of Beijing International Studies University*, 33(9): 6-10.]
- Fentress J and Wickham C. 1992. *Social Memory*. Oxford, UK: Blackwell.
- Gartner W C. 1994. Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2/3): 191-216.
- Greckhamer T. 2012. Local Meanings of Global Discourses: A

- Structural Approach to the Comparative Study of Institutional Meaning Systems. *Field Methods*, 24(1): 28-55.
- Gurler E E and Ozer B. 2013. The Effects of Public Memorials on Social Memory and Urban Identity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82(9): 858-863.
- Halbwachs M. 1992. *On Collective Memory*. Chicago: Chicago University Press.
- Holtzman J D. 2006. Food and Memory. *Annual Review of Anthropology*, 35: 361-378.
- 胡娟, 朱琳, 唐昭沛, 甘依霖. 2019. 武汉市文化遗产的社会记忆演化特征: 以文物保护单位为例. *经济地理*, 39 (7): 225-232. [Hu Juan, Zhu Lin, Tang Zhaopei and Gan Yilin. 2019. The Spatiotemporal Characteristics of Cultural Heritage in Wuhan from the Perspective of Social Memory: Taking Cultural Relic Protection Units as the Example. *Economic Geography*, 39(7): 225-232.]
- Ince G B. 2014. Digital Culture, New Media and The Transformation of Collective Memory. *İletişim*, (21): 9-29.
- 纪小美, 崔会芳, 陶卓民. 2019. 社会记忆视角下的南京城市街巷地名变迁. *地理科学进展*, 38 (11): 1692-1700. [Ji Xiaomei, Cui Huifang and Tao Zhuomin. 2019. Changes in Nanjing Street Names from the Perspective of Social Memory. *Progress in Geography*, 38(11): 1692-1700.]
- Johnston J, Biro A and Mackendrick N. 2009. Lost in the Supermarket: The Corporate-Organic Foodscape and the Struggle for Food Democracy. *Antipode*, 41(3): 509-532.
- Kim S S and Kim S S. 2018. Segmentation of Potential Film Tourists by Film Nostalgia and Preferred Film Tourism Program. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3): 285-305.
- Le T H, Arcodia C, Novais M A and Kralj A. 2019. What We Know and do not Know about Authenticity in Dining Experiences: A Systematic Literature Review. *Tourism Management*, 74: 258-275.
- Lee C H and Kim Y. 2018. Jongka, the Traditional Korean Family: Exploring Jongka Food in the Context of Korean Food Categories. *Journal of Ethnic Foods*, 5(1): 40-53.
- 刘庆, 冯兰. 2014. 流动儿童身份认同的结构、现状与影响因素分析——基于武汉市的实证调查. *人文地理*, 29 (5): 25-30. [Liu Qing and Feng Lan. 2014. Social Identification of Migrant Children: Internal Structure, Present Situation and Influential Factors. *Human Geography*, 29(5): 25-30.]
- 陆敏, 汤虞秋, 陶卓民. 2016. 基于认知地图法的历史街区居民集体记忆研究——以常州青果巷历史街区为例. *现代城市研究*, (3): 133-138. [Lu Min, Tang Yuqiu and Tao Zhuomin. 2016. Study on the Resident's Collective Memory in Historic District Based on Cognitive Map: A Case Study of the Changzhou Qingguo Historic District. *Modern Urban Research*, (3): 133-138.]
- 骆正林. 2019. 作用、任务、原则: 大数据时代媒介传播对社会记忆的建构. *阅江学刊*, 11 (6): 5-14, 117. [Luo Zhenglin. 2019. Media Communication and Writing of Social Memory in the Age of Big Data. *Yuejiang Academic Journal*, 11(6): 5-14, 117.]
- 吕龙, 黄震方, 陈晓艳. 2018. 乡村文化记忆空间的类型、格局及影响因素——以苏州金庭镇为例. *地理研究*, 37 (6): 1142-1158. [Lv Long, Huang Zhenfang and Chen Xiaoyan. 2018. Type Classification, Pattern Characteristics and Influencing Factors of Rural Cultural Memory Space: A Case Study of Jinting Town in Suzhou. *Geographical Research*, 37(6): 1142-1158.]
- Nyamnjoh H M. 2018. Food, Memory and Transnational Gastronomic Culture Amongst Cameroonian Migrants in Cape Town, South Africa. *Anthropology Southern Africa*, 41(1): 25-40.
- 彭建, 吕慧玲, 刘焱序, 陈昕, 胡晓旭. 2015. 国内外多功能景观研究进展与展望. *地理科学进展*, 30 (4): 465-476. [Peng Jian, Lv Huiling, Liu Yanxu, Chen Xin and Hu Xiaoxu. 2015. International Research Progress and Perspectives on Multifunctional Landscape. *Advances in Earth Science*, 30(4): 465-476.]
- 祁靖文. 2014. 旅游饮食景观评价的初步研究——基于“盱眙龙虾景观”和“青岛啤酒景观”的比较分析. 南京: 南京师范大学. [Qi Jingwen. 2014. Research on Evaluation of Tourism Foodscape: Based on the Comparative Analysis of "Lobsterscape of Xuyi" and "Beerscape of Qingdao". Nanjing: Nanjing Normal University.]
- 钱莉莉, 张捷, 郑春晖, 张宏磊, 郭永锐. 2019. 灾难地居民集体记忆、地方认同、地方保护意愿关系研究: 以汶川地震北川老县城为例. *地理研究*, 38 (4): 988-1002. [Qian Lili, Zhang Jie, Zheng Chunhui, Zhang Honglei and Guo Yongrui. 2019. The Relationships among Post-Disaster Collective Memory, Place Identity and Place Protection Intention of Local Residents: A Case Study of Wenchuan Earthquake Ruined Town of Beichuan. *Geographical Research*, 38(4): 988-1002.]
- Richards G. 2015. Evolving Gastronomic Experiences: From Food to Foodies to Foodscapes. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1 (1): 5-18.
- Renko S and Bucar K. 2014. Sensing Nostalgia through Traditional Food: An Insight from Croatia. *British Food Journal*, 116(11): 1672-1691.
- Shepler S. 2011. The Real and Symbolic Importance of Food in War: Hunger Pains and Big Men's Bellies in Sierra Leone. *Africa Today*, 58(2): 43-56.
- Sutton D. 2000. Whole Foods: Revitalization through Everyday

- Synesthetic Experience. *Anthropology and Humanism*, 25(2): 120-130.
- 滕云, 王新池, 潘小雪. 2018. 基于游客感知的扬州饮食景观IPA分析. 美食研究, 35 (3): 60-64. [Teng Yun, Wang Xinchu and Pan Xiaoxue. 2018. A Study on IPA Analysis of Yangzhou Food Landscape Based on Tourists Perception. *Journal of Researches on Dietetic Science and Culture*, 35(3): 60-64.]
- 汪芳, 孙瑞敏. 2015. 传统村落的集体记忆研究——对纪录片《记住乡愁》进行内容分析为例. 地理研究, 34 (12): 2368-2380. [Wang Fang and Sun Ruimin. 2015. Collective Memory of Chinese Traditional Villages: A Case Study of Content Analysis on the Documentary Homesickness in Mind. *Geographical Research*, 34(12): 2368-2380.]
- 王玉珊. 2012. 由情感记忆引导的产品交互设计研究. 无锡: 江南大学. [Wang Yushan. 2012. Emotional Memory Oriented Interaction Design Research. Wuxi: Jiangnan University.]
- Weller D L and Turkon D. 2015. Contextualizing the Immigrant Experience: The Role of Food and Foodways in Identity Maintenance and Formation for First- and Secondgeneration Latinos in Ithaca, New York. *Ecology of Food and Nutrition*, 54 (1): 57-73.
- Winter C. 2004. Landscape, Memory and Heritage: New Year Celebrations at Angkor, Cambodia. *Current Issue in Tourism*, 7 (4): 330-345.
- 吴毅, 吴刚, 马颂歌. 2016. 扎根理论的起源、流派与应用方法述评——基于工作场所学习的案例分析. 远程教育杂志, 35 (3): 32-41. [Wu Yi, Wu Gang and Ma Songge. 2016. A Review of the Origin, Genres and Application of Grounded Theory—A Case Study Based on Learning in Workplace. *Journal of Distance Education*, 35(3): 32-41.]
- 谢彦君. 2018. 旅游研究方法. 北京: 中国旅游出版社, 368-372. [Xie Yanjun. 2018. *Research Methods for Tourism*. Beijing: China Travel & Tourism Press, 368-372.]
- 徐克帅. 2016. 红色旅游和社会记忆. 旅游学刊, 31 (3): 35-42. [Xu Keshuai. 2016. Red Tourism and Social Memory. *Tourism Tribune*, 31(3): 35-42.]
- Xu M and Kim S. 2019a. Watching A Bite of China: The Impact of A Food and Culture Documentary on Previsit Perceptions and Expectations. *Perspectives on Asian Tourism*, (12): 171-183.
- Xu M, Kim S and Reijnders S. 2019b. From Food to Feet: Analysing A Bite of China as Food-Based Destination Image. *Tourist Studies*, 20(2): 145-165.
- Yang F. 2015. A Bite of China: Food, Media, and the Televisual Negotiation of National Difference. *Quarterly Review of Film and Video*, 32(5): 409-425.
- 杨立公, 朱俭, 汤世平. 2013. 文本情感分析综述. 计算机应用, 33 (6): 1574-1578, 1607. [Yang Ligong, Zhu Jian and Tang Shiping. 2013. Survey of Sentiment Analysis. *Journal of Computer Applications*, 33(6): 1574-1578, 1607.]
- Yanushkevich I. 2014. Semiotics of Social Memory in Urban Space: The Case of Volgograd (Stalingrad). *International Journal of Cognitive Research in Science*, 2(1): 43-50.
- Yasmeen G. 1996. "Plastic-Bag Housewives" and Postmodern Restaurants?: Public and Private in Bangkok's Foodscape. *Urban Geography*, 17(6): 526-544.
- 余红兵. 2020. 文化记忆的符号机制深论. 外国文学, (3): 173-181. [Yu Hongbin. 2020. Further Thoughts on the Semiotic Mechanism of Cultural Memory. *Foreign Literature*, (3): 173-181.]
- 曾国军, 王龙杰. 2019. 可持续饮食系统的研究进展与理论框架. 地理研究, 38 (8): 2068-2084. [Zeng Guojun and Wang Longjie. 2019. Sustainable Food System: Review and Research Framework. *Geography Research*, 38(8): 2068-2084.]
- 章锦河. 2014. 社会记忆与旅游规划的创意. 旅游学刊, 29 (5): 12-13. [Zhang Jinhe. 2014. Social Memory and Creative Ideas for Tourism Planning. *Tourism Tribune*, 29(5): 12-13.]
- 钟大年. 1995. 再论纪实不是真实. 现代传播 (中国传媒大学学报), (2): 27-31. [Zhong Danian. 1995. Rediscussion Documentary is Not Authenticity. *Modern Communication (Journal of Communication University of China)*, (2): 27-31.]

Representation and Creation of Foodscape on Local Social Memory: A Case Study of *A Bite of China*

Yu Wenjing¹, Guo Yongrui² and Hou Xinyi¹

(1. School of History Culture and Tourism, Jiangsu Normal University, Xuzhou 221116, China;

2. School of Tourism and Geography Science, Qingdao University, Qingdao 266071, China)

Abstract: With the continuous collision of localization and globalization, the transmutation and development of local culture is constantly advancing. Ethnic and cultural borders are blurred, so that social memory is gradually lost. How to maintain the uniqueness of the destination is worth thinking about for destination marketing organizations. In this context, foodscape is deemed to establish the vivid branding image of the destination and plays a significant role in the process of creating social memory. With the rapid evolution of digital technology and mass media, the impact of videos is becoming increasingly obvious. Documentary is one of the most significant ways to save and share social memory, and its greatest feature is that it is drawn from the real living environment. *A Bite of China* is more well-known compared with many other domestic and foreign food documentaries because of its strong humanistic spirituality. Thus, we use commentary and interview texts of *A Bite of China* as research materials. In this article, sentiment analysis, sematic network analysis, and ground theory are applied to analyze the video material, which aims to illustrate the representation and creation of foodscape on social memory. The main conclusions are summarized as follows: (1) In terms of the results of sentiment analysis, people mainly have a positive attitude toward daily food experience. The formation of social memory is based on people's self-awareness and emotional cognition. People's emotional identity forms the mainstream ideology of society and frames the development orientation of social memory. (2) According to the semantic network diagram, food taste, food culture, and family are the most significant in people's memory, which enrich the connotation of social memory. Moreover, from the perspective of time-space dimension, people can activate the path of retaining social memory and construct memorial space via ancient books, anecdotes, bodily practices, and memorial ceremonies; (3) Finally, the representation of foodscape on social memory is divided into three dimensions: environmental, functional, and emotional. First, as far as environmental memory is concerned, a specific food environment can evoke people's memory, which plays a basic role in the formation of social memory. Second, in terms of functional memory, food relies on various carriers with distinctive features, such as villages, classics, legends, customs, and folk songs, which can play social and cultural functions. Third, emotional memory emphasizes the symbolism and emotional value of food, which plays a leading role in the formation of social memory. Overall, the study reveals the mechanism of creation of foodscape on social memory. On the one hand, the research, particularly localized research, enlarges and enriches the study on food and memories. On the other hand, the role of mass media must be recognized. Additionally, destination marketing organizations ought to take active steps to create local foodscape for locals and tourists.

Keywords: foodscape; social memory; social identity; documentary; content analysis; *A Bite of China*