

《舌尖上的中国》： 一个民族的情感共鸣

食物是危险的，但食物更是美好的。

辣、鲜、咸、甜，红椒、紫菜、黄鱼、海参，爆炒、慢炖、白煮……一部以美食为主题的纪录片《舌尖上的中国》，在刚刚过去的一周里玩了场“吃货总动员”，连续几个深夜，无数人守在荧屏前，看得食指大动、垂涎三尺。在食品安全问题闹得国人寝食难安的今天，中国人对美食压抑已久的热情就这样一夜之间被重新引燃。

一经播出即引起轰动

第一集《自然的馈赠》播出后，《舌尖上的中国》便成了新浪微博热门关键词，这几天的风头更是力压美剧《绝望主妇》、韩剧《屋塔房王世子》等热播剧，成为连日来的微博“刷屏利器”并高居话题榜，甚至让那些“不看电视很多年”的“80后”，纷纷锁定每晚22:30的央视一套，坐等这部传说中的“吃货指南”。

更夸张的是，这部纪录片引发的“吃货效应”。来自淘宝的数据显示：5月14日开播至今，淘宝零食特产的搜索量高达400万次，片中出现的毛豆腐搜索量甚至增长了48倍。有人在微博上爆料：第一集介绍云南火腿之后，某淘宝店产生33笔订单，其中32笔是在节目播出当晚。据说，有不少吃货是按图索骥，边看电视边下订单。有网友专门制作菜单，香菇灌汤包、西湖醋鱼、葱烧海参、剁椒鱼头等片中提到的食物悉数尽收；有网友提议开个相关食品实体店；有网友呼吁干脆组个美食旅行团走一路吃一路……《舌尖上的清华》、《舌尖上的北大》等各种“舌尖体”也开始在网上雨后春笋般涌现。

不止是“吃货圣经”，更是国人对生活的热爱

播出效果这么火，《舌尖上的中国》总导演陈晓卿却表示“挺不适应”，“好多人理解的，跟我们原来想表达的，不是很吻合。”在陈晓卿看来，《舌尖上的中国》远不止是一部“吃货圣经”，而观看《舌尖上的中国》也不应该只是“吃货”的狂欢。

“做纪录片，文化的东西是不可避免的。如果光讲吃，不就跟美食栏目一样了？这个片子是带着对食物的敬意来做的，希望观众能从中国人对美食的热爱品读到中国人对生活的热爱，看到中国社会经济的飞速发展。”陈晓卿说。

《舌尖上的中国》是国内第一次使用高清设备拍摄的大型美食类纪录片，但比起片中让人垂涎三尺的美食画面，这部纪录片更为人所称道的是它无处不在的人文关怀——这一点，在《舌尖上的中国》的海报上也有体现——既是筷子与肉，又是远山近水与轻舟。美食，和美食背后的人与事，无不散发着浓郁的中国韵味。

通过吃食展示国人人生活况味

从繁华的东南沿海大都市到边远的大山深处的村落，去年3月，《舌尖上的中国》开始在全国大规模拍摄。一年多时间，央视纪录频道二三十人的团队走南闯北，包括港澳台在内，选取了60多个拍摄点，拍下了一道道美味佳肴，更记录了一个个触动人心的故事。

陈晓卿说，中国人常说“一方水土养一方人”，不同地区的人吃什么，这其中涵盖着历史和文化的因素。“从饮食的角度，能够揭示出中国是个大一统的国家。”陈晓卿认为，《舌尖上的中国》更关心的正是人与食物的关系。

对中国人而言，吃，大概是最能把所有中国人紧密联系在一起的事了。《舌尖上的中国》里讲了这样一个故事：在浙江慈城有一对空巢老人，他们最开心的时刻，就是儿孙从宁波回来，为儿孙制作可口的年糕，一家人吃着年糕唠家常。然而，短暂的团聚后，儿孙们各自开车离去，家里又剩下这对老人。“城市化迅猛发展的背景下，中国原有的大家族也在发生变化。我们希望通过吃食的故事，来展示普通中国人的人生况味。”陈晓卿说。

观众被勾起流泪的冲动

被《舌尖上的中国》勾起的，不光是荧屏前的垂涎三尺，更有流泪的冲动。

“味道是骨子里绕不开的乡愁。看到和家乡有关的部分，真的会哭。”一位网友在微博里的这段发言得到热烈响应。《舌尖上的中国》涵盖全国美食，让不少观众想起了“小时候的味道”、“家乡的味道”和“妈妈做的饭”。

“看着笋挖出来，火腿吊起来，渔网里闪闪发亮，揭开蒸笼，冒着白花花的蒸气的馒头，拉面摔打在案板上的脆响，驮着黄馍馍的大伯朴素的笑，都让人激动得落泪，多可爱的中国！”看过《舌尖上的中国》，有网友发出了这样的感慨。

陕北的饽饽商贩、查干湖的捕鱼老者、云南的火腿匠人、兰州的拉面师傅……在《舌尖上的中国》里，每一个鲜活的个体背后都洋溢着朴实的气息。“片子里那些辛勤劳动、有着质朴笑容的人们，才是组成这个国家最重要最真实的存在。”网友“云隐归舟”说。

《舌尖上的中国》用一个个具体的人物故事串联起祖国各地的美食生态，这其中，有制作的技巧，有艰辛的劳作，有相濡以沫的真情，有端上桌的美食，也有食物的演变过程，有方寸间的方桌厨房，也有广袤的祖国山河……“《舌尖上的中国》这类片子其实是最好的爱国主义教育片。因为爱中国饮食，所以更爱中国。”资深媒体人陈女士在微博上这样写道。

“其实它讲的不是美食，而是深入美食背后，讲文化传承，探讨当今社会中人类该如何善待食物、如何与大自然和谐相处。”文化学者胡野秋这样评价《舌尖上的中国》。



《舌尖上的中国》中介绍到的美食。

超越美食纪录片 力求实现国际传播

2012，“皮鞋很忙”。在各种添加剂泛滥、食品安全遭受前所未有的威胁的今天，强调传统饮食的安全观念，契合当今人们的心理需求。一位网友说，“看《舌尖上的中国》，觉得各种美食各种美好；看当下新闻，觉得各种食品各种剧毒。”当我们越来越习惯用怀疑的眼光去一遍遍审视身边的食物，当公众将“吃什么”的筛选重心转移为“不能吃什么”，当“吃货”们越来越发觉已经山穷水尽没得可吃的时候，这个社会人和人之间应有的信任正在消失，几千年饮食文化也面临颠覆或消亡。一想到食品安全，一想到防腐剂、甜味剂、着色剂、明胶、甲醛、三聚氰胺，舌尖上就剩下元素周期表的味道了。好在，有《舌尖上的中国》，它唤醒了我们关于传统食物的记忆，让人有落地生根的安定感。在这个意义上，《舌尖上的中国》已经超越了一部美食纪录片。

正在举办的第65届戛纳电影节，其组委会主席南尼·莫莱蒂曾特意点名观看了《舌尖上的中国》片花。央视纪录频道总监刘昕说：“纪录频道的宗旨就是要让世界了解中国，为此，在这部纪录片的创作过程中，我们也力求通过国际化和市场化的途径，实现国际传播的探索。”

据悉，《舌尖上的中国》于5月23日登陆央视纪录频道，展开第二轮播映。陈晓卿表示，目前在海外纪录片市场分类里，美食旅游类节目占有非常大的比重，而中餐享誉海外，用美食讲述百味人生，用一种温和的方式讨论一个国家的变迁，“这是中国真正软实力所在，没有任何阻碍，可以到达全世界。”

·相关阅读·

《舌尖上的中国》 传递四种“味道”

这部纪录片在央视一套首轮播出之后，从23日起，《舌尖上的中国》将在央视纪录频道重播。陈晓卿希望观众在看过这部片子之后，能对它所传达出的主题进行一次系统的梳理。

●时间的味道

关于时间，陈晓卿认为千年流传下来的发酵工艺，集中展现着中国的日常饮食流变，以及中国人在饮食中积累的丰富经验。陈晓卿说，“古老的中国人用不同的方法储存食物，促成了中国人独特的味觉，这些经过千百年发酵的味道，是中国人最古老的味道。”

●喜悦的味道

饮食能提供给人的喜悦感，在于饱腹，这是陈晓卿所总结的饮食的主旨。陈晓卿告诉记者，中国人很重视主食，尤其是在喜庆的日子。逢年过节，家里必不可少的主食是饺子、面条，虽然各地风俗不同，但却都在喜庆的日子里用主食招待客人。

●历史的味道

陈晓卿用豆腐这种最常见的食物来表达这个概念。“中国的豆腐在清寡中暗含了精神层面的气质，吃豆腐的人能安于清贫，而做豆腐的人更能‘顺其自然’。”像豆腐一样，在这些传习下来的饮食故事中，历史就被一点点地记录下来。

●地域的味道

地域不同，美食的味道各有不同，这也是陈晓卿在《舌尖上的中国》中所要表达的重点。以中国的地域划分，沿海居民喜食海鲜，东北人口味偏向咸，而南方人喜爱甜品，贵广川内地偏爱辣椒，山西等地则爱酸。

肯定声音

《人民日报》赞《舌尖上的中国》： 真诚才能感动人

哲学家费尔巴哈有句名言——人就是他所吃的东西。从一开始，《舌尖上的中国》就不只是一部关于吃的纪录片。从舌尖上的中国，到味蕾中的故乡，影片所展示的厚重感，体现了该片的独特性——“通过美食这个窗口更多地看到中国人、人和食物的关系、人和人的关系”。

“不是空洞地宣扬饮食文化的博大精深，而是从美食背后的制作工艺和生产过程入手，配合平常百姓的生活，在情感上引起共鸣。”一位网友的评价，指出了该片的成功所在：真诚的态度，真实的力量。反观当下许多作品，高投入、高科技、大场面……什么都不缺，却唯独少了真实；什么都尽心尽力，却唯独没有真诚。作为商业纪录片，《舌尖上的中国》告诉我们，即便是“爱国主义”的宏大主题，也可以充满细节与温情；即便是对外传播中国形象，也应该展示普通中国人的喜怒哀乐；即便是纯粹的商业类节目，也可以实现艺术与经济的双赢。

“带着对食物的敬意和感情做这个纪录片。”导演陈晓卿这句话令人印象深刻。真诚是艺术的第一要义，感动自己才能感动别人，自己相信才能说服别人，这是该片走红的“秘诀”，也是每个文化创作者应该深思的问题。

(综合)