

《舌尖上的中国》 导演：陈晓卿 类型：纪录片



《舌尖上的中国》： 饕餮的文化摆拍

文\本刊特约撰稿 王一冰

电视专题纪录片《舌尖上的中国》满足了普天下吃货的视觉饕餮，对于看惯了肥皂剧和娱乐节目的普通观众来说，这一剧集隆重的走台着实惊艳。

有人的地方就有伙食，有伙食的地方就有吃货。央视推出的系列电视专题纪录片《舌尖上的中国》满足了普天下吃货的视觉饕餮，对于看惯了肥皂剧和娱乐节目的普通观众来说，这一剧集隆重的走台着实惊艳，因而好评如潮，引起了人们的街谈巷议，成为近一段时期以来的收视热点。

或许，许多人分不清狭义纪录片和电视专题片的细致分别，这种分别可能过于专业和苛刻。对于普通的电视观众来说，这两个名词笼而统之地涵盖在广义而混沌的“纪录片”概念当中。更多的人对纪录片的期待往往关注的是其中的内容，并且人们秉持着眼见为实的原则，坚信纪录片呈现的内容皆为真实。

像《舌尖上的中国》这样的片子，它的真实，其实无外乎常识的普及和地域风物的罗列，向我们展示了中国饮食的丰富性。片子分为七集：《自然的馈赠》、《主食的故事》、《转化的灵感》、《时间的味道》、《厨房的秘密》、《五味的调和》、《我们的田野》。这七集内容，分别着眼于生鲜、主食、发酵、腌腊、烹饪、味道、出产，采用主题学的方式结构全片。具体到每一集的细部，片子的风格也着意增强叙事性，并且追求讲述的碎片化，取消广袤中国的地域差别，将天南海北的珍馐美味杂陈一处，边叙述生活的故事，边说明食物的制作，边抒发关于国家、民族和文化的感情。

直观上，《舌尖上的中国》的主题是美食。毕竟，这么些年来，资讯和媒体的发达打开了空间的封闭，拉近了陌生地域之间的距离，人们坐拥天下，足不出户，尽可享受世界各地的美食。更多不为温饱困扰的人，开始渴望在有生之年了解更多的其他地域人们的生活状态，饮食便是其中不可或缺的一大构成。这便是催生旅游业蓬勃和餐饮业兴旺的心理动因。对吃的关注，折射的正是人们生活质量的不断提高和人们对生存本身的重视。媒体上的各类美食工作室，也可以认为是这种阐释的一个旁证。

剥落美食主题的外衣，《舌尖上的中国》归根结底逃不出人文地理的题材。就算片子的讲述再碎片化，再竭力跳脱传统的按区位和菜系分划介绍中国饮食的思路，但是因着与自然的密切关联，饮食终究无法褪去地理的色彩。所谓一地一处风物习俗之别，饮食在其间至关重要。就算片子再淡化菜系的特色，相信看完全部七集之后，观众还是会依据片中碎片化讲述提供的信息，在心中拼合出一幅中国饮食的地理图。更主要的是，片子并非真的在普及中国的美食，而是激发观众对民族文化的认同感和热爱。展现一地一处风物的魅力，激发观众对这一文化的想象和向往，才是人文地理类题材的核心价值。

所以，我们看到贯穿在《舌尖上的中国》每一集之间的，是浓厚的抒情性，导演和撰稿人不遗余力地在讲述的间隙插入对中国饮食的情感或文化升华。有抒情，没热情，看得到导演对民族饮食文化的自豪，但是看不到对吃本身的热爱。“舌尖上的中国”，“舌尖”不过是个定语和幌子，“中国”才是中心语和重点。

从《话说长江》开始，直到《舌尖上的中国》，央视人文地理类的大型电视专题片几十年来一脉相承，尽管叙述、形式和形式感在变化，制作越发精良，片子技术层面越发国际化，但是其精神内核一直没有变。《话说长江》、《话说运河》、《再说长江》、《舌尖上的中国》等等，这类题材焕发着同样的精神情感基调，即中华大地地大物博，中华文明历史悠久，文化精深，这片土地上的人民在劳碌的生活中洋溢着由衷的幸福感和饱满的乐观情绪。大江大河，或者美食美物，仅仅是上述精神内核和价值取向的载体。这也变成了这类片子的套路，形成了比较易于掌握的撰稿程式，几十年来，进步的地方只是视角、修辞，以及所谓文化的厚度。这种情感模式没有变。用这种情感模式拍出来的美食专题片，看起来“油很大”。

激发民众对民族文化的热爱，有利于加强民族文化的凝聚力，增强民族自豪感，在当今复杂的全球化趋向下，仍然大有必要。但是，如果换一个角度，作为聚焦美食的片子，这种情感渲染和价值抬升挤占了制作美食的含量，使这套片子更像发生在厨房里的民族形象宣传片，或者一部煎炒烹炸出来的《美丽中国》。同类题材的片子，可资借鉴的很多，像《面条之路》、《流行世界的美食》，它们坚持以美食为主体，镜头集中在美食的制作和流传上，当然也有对美食的情感和文化升华，但是这种升华很适度，也不空洞。

这里并没有否定《舌尖上的中国》所取得的成功，而是在探讨其更加完善的一种可能。片子的大量篇幅讲自然对生民的馈赠，讲生民如何改变食材的外观，延长储存的时间，讲生民如何因地制宜珍视土地的出产，似乎这档美食电视专题片着意于人对食物的依赖和珍视，至于美食究竟美味到什么程度，似乎并不是导演关注的焦点。在技术上，春种秋收、腌腊存酿，更具有故事性和生存感，更利于被镜头讲述，这也许是片子喜欢着意于此的某方面考虑。比较起来，在厨房里细腻沉闷的纪录制作某道菜品的全过程，用视觉语言和符号对唇齿之馋进行移觉，其机位的运用、捕捉食物在锅里面变质成熟的特写、剪辑的安排等，都远没有拍拍种稻子、拍拍腌火腿、拍拍制作辣白菜、拍拍在案板上切豆腐来得简便，易于操作，这在一定程度上削弱了片子的观赏性。片中重复素材的大量出现，也从侧面折射了这一判断。也正如此，一部七集的大型美食主题电视专题片看过之后，出现了那么多菜品，其实没有几个能真正被我们记住，若非要说偶有三两个菜留下来，似乎全是“冷盘”，而不见“热菜”。

说白了，片子创意不错，但还是缺乏细致的进入和打磨。就好像人们去旅游，在大门口拍了一帧“到此一游”的照片就算来过了一样，中国的美食，被摆了一个饕餮的姿态，供导演们拍出点文化的味道来而已，应该说不坏，但是并不见得真的好到天上。

如果能够修改抒情的比例，投入更多对吃的热情，增加美食主体的纯粹度，让更多的菜被观众看过之后记录下来，那么这个片子的观赏性会更强。展示做菜的全过程，不一定是《天天饮食》，还有可能是电视专题片。爱本民族的文化，也不一定非要见缝插针地直抒胸臆，带着观众完完整整见识几道地道道的中国菜，也是爱国了。

行文至此，想到了一则轶事。“文革”之后，全聚德恢复老字号，请侯宝林先生亲尝主厨的老手艺。侯先生点了几道非烤鸭制品的鸭子菜，吃后赞赏有加。他说：“还是原来的味。什么是爱国主义？这才是爱国主义！”



人们都说《舌尖上的中国》好看，这一点我不反对。好看与否的标准，本就因人而异，唐王爱丰满，楚王好细腰，个人觉得好，那就是好了。但是，我个人真的不觉得《舌尖上的中国》好得都要上了天，如果分档，也就是中等偏上。

就好像去年的《海洋》，被人们捧到了无以复加的位置，但是若看过《生命》、《地球脉动》、《自然界大事件》、《黄石公园》、《人类星球》等等，我相信，这样的推崇自会冷静。像《海洋》，像《舌尖上的中国》等被媒体广泛宣传的片子，知名度较高，甚至形成了收视现象，这样的片子容易获得较好的口碑。但是，好则好矣，过犹不及。中央电视台自2011年元旦开始，推出了纪录频道，如今一年有余，所播出的片子，大部分的质量都不逊色于《海洋》和《舌尖上的中国》。这一现象，让我们深深思考，如何才能拓宽电视专题片的推广渠道，让专题片走进大众，也让大众走进专题片。

说电视专题片是文化快消品也好，是知识快餐也好，至少吃了就会有营养，日积月累，自会提升民众的知识力。

听说，《舌尖上的中国》还有第二季，不知道会是什么样。■

