

《美食研究》的特色栏目《饮食文化》 建设实践与成效*

王芙蓉 赵勇 曹文磊

扬州大学《美食研究》编辑部, 225127, 江苏扬州

摘要 “特色栏目”是期刊中富有生命力、感染力的单元。扬州大学专业期刊《美食研究》的《饮食文化》栏目坚持办栏 30 多年,形成自己稳定的风格和特色。总结探讨特色栏目创办背景、办栏实践和建设成效,探讨其充分利用个刊的内容优势,反哺专业建设、服务地方、弘扬中华优秀传统文化,进而在中外交流过程中以“食”为“媒”,起到塑造积极正面国家形象的积极作用。希冀为其他依托民族、传统文化内容资源打造特色栏目的中文期刊提供参考,也为我国期刊内容的特色化传播与期刊国际传播能力提升提供一种思路。

关键词 特色栏目; 栏目建设; 国际传播

Construction practice and effect of *Dietetic Culture*: case study on special column of *Journal of Researches on Dietetic Science and Culture*//WANG Furong, ZHAO Yong, CAO Wenlei

Abstract Characteristic column is the most vital and influential unit in the journal. *Dietetic Culture* column of *Journal of Researches on Dietetic Science and Culture*, a professional journal of Yangzhou University, has been running for more than 30 years and has formed its own stable style and characteristics. This paper discusses the positive role of making full use of the content advantage of individual journals, nurturing professional construction, serving local areas, carrying forward the excellent traditional Chinese culture, and then using “food” as the media to help shape a positive national image in the process of Sino foreign exchanges. We hope to provide reference for other Chinese journals relying on national and traditional cultural content resources to create characteristic columns, and also provide a way of thinking for the characteristic dissemination of Chinese journal content and the promotion of international communication ability of periodicals.

Keywords characteristic columns; column construction; international communication

Authors' address Editorial Office of Journal of Researches on Dietetic Science and Culture, Yangzhou University, 225127, Yangzhou, Jiangsu, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2021.05.022

栏目是期刊的眼睛,是刊名与文章内容的接口,特色栏目是期刊中富有生命力、感染力的单元^[1]。期刊的品牌竞争,归根结底是品牌栏目的竞争^[2]。品牌栏目是学术期刊形象的标志,是学术期刊个性的集中体

现,也是学术期刊的核心竞争力^[3]。专业期刊栏目建设从“特色”到“品牌”之路,不仅要求栏目知识含量密集,文化积累深厚,创新性强,编校质量好,更为重要的是有利于实现社会效益与经济效益的最佳结合^[4]。其中,社会效益应当放在首位。高校专业期刊除了依赖学科资源优势,还应当立足其办刊宗旨,利用个刊的内容优势,履行期刊出版的文化遗产和传播的职责,提高我国期刊的国际传播能力。

扬州大学《美食研究》的《饮食文化》栏目,坚持办栏 30 多年,形成自己鲜明的特色,也成为期刊的品牌栏目。探讨其多年来的办栏实践及充分利用个刊的内容资源,反哺专业建设、服务地方、弘扬中华优秀传统文化,进而在中外交流过程中以“食”为“媒”,起到塑造积极正面国家形象的积极作用。希冀为其他依托民族、传统文化内容资源打造特色栏目的中文期刊提供参考,也为我国期刊内容的特色化传播与国际传播能力提升提供一种思路。

1 《饮食文化》栏目的创办

“改革开放”政策的实施,引发了 20 世纪 80 年代我国饮食业的发展和餐饮市场的日渐繁荣,中国烹饪及各地方“菜系”迅速被国人普遍关注。1983 年,江苏商业专科学校(后并入扬州大学)创办“中国烹饪系”,开创中国烹饪高等教育的先河,次年创办专业期刊《中国烹饪研究》(2014 年更名为《美食研究》)。创刊初期,围绕中国历代烹饪古籍的挖掘与整理、烹饪技法的考证,期刊初设《烹饪史论》专栏;20 世纪 90 年代中期后,随着学界对烹饪、饮食研究的深入,对烹饪饮食中蕴含的深厚文化取得共识,此后栏目先后更名为《烹饪饮食文化》和《饮食文化》,一直沿用至今。创刊 30 多年来,《饮食文化》专栏秉承“弘扬中华优秀饮食文化,传播世界饮食文明成果,引导饮食文明与健康”的办栏宗旨,成为中国饮食文化研究者的主要学术研究阵地、中国饮食文化对外传播的重要窗口,自 2008 年起被江苏省期刊协会评为特色栏目,取得了良好的传播效果。

* 江苏省期刊协会立项课题(2020JSQKB15)

2 《饮食文化》的办栏实践

特色栏目是期刊中富有生命力、感染力的单元,对期刊整体质量的提升和可持续发展具有举足轻重的作用。《饮食文化》作为《美食研究》期刊重点打造的特色栏目,不仅肩负着提升整本期刊学术质量、引领高校饮食烹饪学科建设和人才培养的重要责任,还肩负着弘扬传承祖国优秀传统文化的职责使命。

2.1 根据时代特点和烹饪学科发展组织优质稿件

以时代发展、环境变化为契机建设特色栏目^[5-6],是我国诸多优秀期刊的办栏经验。根据时代特点和学科发展的阶段性,策划栏目内容,凝炼组稿方向,组织优秀稿件,是《饮食文化》栏目保持特色、品味隽永的关键。在烹饪专业成立初期,栏目围绕烹饪史、上古典籍中的饮食思想、中华饮食文明的生成机制等方向积极组织稿件,组织发表了《烹饪技法源流考》《中国烹饪的文化特质》等一系列烹饪文化研究的奠基之文。随着研究的深入和时代餐饮主题的变化,“烹饪”回归到“饮食”“食品”的大视野,快餐、民族餐饮、饮食风俗等成为时代关注话题,从90年代中期开始,发表了《中国饮食风俗研究概论》《从日本快餐连锁看中国快餐业发展》等系列文章,在国内产生了较大影响,当时著名科学家钱学森先生专门给本刊写信,就烹饪艺术、烹饪产业、饮食科学等方面提出了重要意见^[7]。21世纪之后,随着烹饪饮食学科进一步发展,诸多领域学者参与到饮食文化研究的阵营,栏目邀请国内著名人类学专家彭兆荣撰写《论人类学视野中的饮食文化》、著名哲学家高成鸢撰写《中国的食物伦理》等学科交叉论文,拓宽了饮食文化研究的方向和范围。饮食文化研究的视野由初期的文字学、史学、文学,扩展到哲学、美学、民俗学、心理学、社会学、人类学等学科。由此,多学科专家形成的学者群,成为栏目坚强的作者队伍^[8]。在新冠肺炎疫情蔓延、反对非法捕食野生动物、反对食物浪费呼吁的当下,栏目围绕中华餐桌文明发表系列论文,特别是引发了学界对中餐的分餐、公筷、双筷制的历史回顾和当代建议,话题热度极高。

2.2 实行专家和编辑共同主持栏目制度

邀请专家成为栏目学术研究的组织者和引领者,实行栏目主持人方式,已被证明是特色栏目建设行之有效的方^[9-10]。但是,由于“编辑和学者的知识结构和责任指向不同,他们之间也是很难互相替代的”^[11],《饮食文化》栏目为了提高办栏质量,提升办栏效果,实行专家和编辑共同主持栏目的制度。一方面利用学科资源优势,聘请国内饮食文化研究著名专家主持栏目策划和组稿;另一方面,要求栏目编辑在职

攻读饮食烹饪方向博士学位,主动参与饮食文化研究,实现编辑学者化,达到了解学术前沿、与专家平等对话的目的。如曾经邀请国内饮食文化研究著名专家——出版《中国菜肴史》和《中国面点史》的邱庞同教授与获得古代文学史饮食文化方向博士学位的编辑共同主持栏目,在学术界奠定了栏目的风格和品位,正是在他们的合作主持下,栏目首次荣获“江苏期刊特色栏目明珠奖”。近年来,又分别邀请中国社科院“一带一路”研究中心、中国农业遗产研究院、中国大运河研究院等机构专家,与具有博士学位的编辑共同主持栏目,聚焦研究热点,组织优质稿源,提升栏目影响。此外,期刊鼓励栏目编辑与专家学者共同申报饮食文化相关课题,曾获得中国营养学会和其他省部级基金支持项目,为栏目可持续发展提供保障。

2.3 利用专业资源优势与行业学会携手办栏

“中国烹饪”是扬州大学“国内领先、国际知名”的烹饪高等教育品牌专业^[12]。扬州大学号称中国烹饪高等教育的“黄埔军校”,雄厚的专业师资和领先的烹饪学科建设是期刊的优势资源,也是栏目创办的主要依托。中国饮食文化界著名的“八大金刚”(即8名饮食文化研究的权威学者),其中有“四大金刚”是本校的教授^[13]。校内专家学者以栏目为阵地,形成饮食文化研究高地,同时吸引国内外相关研究学者,积极向栏目投稿,使得栏目成为中国饮食文化研究的主力阵地之一。并且,栏目见证了从“以烹饪为中心的研究”向“全面的饮食文化研究”,进而再向“食学”研究逐步深入并走向成熟的过程。栏目正是依托这些专家资源优势 and 学科支撑才能够保持30多年的强劲发展。

与此同时,上述专业教授们还长期兼任中国食文化研究会、中国烹饪协会、世界中国烹饪联合会等民间团体的领导职务或专家委员会委员,栏目充分利用专家资源,携手行业学会(协会),联合承办或协办国际和国内各类饮食文化专题论坛和研讨会,专栏编辑直接参与论坛演讲,与不同学科背景的学者就饮食展开广泛的研讨。通过办会与参会,栏目编辑一方面结识大量的专家学者,扩大了优质稿源;另一方面了解国内外饮食文化研究的动态、前沿和热点,明确了办栏和组稿方向。专家、学会和栏目编辑的合作与互动,促进了学校与餐饮企业、餐饮市场的连结,促成了餐饮产业界与学者的横向对接,也拓展了栏目的厚度和社会影响力。

2.4 丰富微信出版形式,扩大栏目受众面

学术期刊出版和传播方式向着多元化、多媒体方向发展的趋势不可扭转,也将越趋繁荣^[14]。目前,利用期刊的微信公众号,适时发布期刊目录或部分专栏

内公众关注度高、可读性强的相关论文(或摘要),是国内大多数学术期刊通行的做法。由于美食是个极具亲和力的话题,具有受众面广、关注度高的特点,而且受众对美食图片、视频的呈现有着特殊的期待,国内当下众多美食纪录片的广泛流行,就是最好的证明。为此,栏目在公众号发布相关地域饮食文化研究的论文,特别是涉及中国“八大菜系”饮食、少数民族饮食内容时,参考“多媒体出版”^[15]的形式,配之以各地方特有食材和调味料图片、美食制作小视频、饮食文化语音讲解,特别是通过小视频的制作,推荐符合现代营养学要求的健康烹饪方式,取得了良好的传播效果,最高单篇阅读量超过3 000。目前,只是为配合中国营养学会课题要求,对微信专栏部分内容进行优化改进,未来还可以尝试通过第三方视频网站,真正做到《饮食文化》栏目的多媒体出版,以期达到增强栏目内容的可读性、扩大传播效果的目的。

3 栏目建设成效

习近平总书记特别强调,中华优秀传统文化“是中华民族的精神命脉,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉”^[16]。为向世界推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀饮食文化,栏目继续加强饮食文化研究的组稿力度,作者队伍扩展到海外,用稿数量增加,栏目论文的下载量和引用量迅速攀升。期刊的影响因子等其他评价指标显著提升,栏目的学术影响力在学界和业界获得普遍认可,继栏目获江苏省特色栏目奖后,自2014年起期刊连续被《北京大学中文核心期刊要目总览》《科学引文数据库》收录,是国内唯一一本饮食烹饪类专业核心期刊。

3.1 助推烹饪专业学科建设和人才培养

期刊的内容特色反映了学校的学科特色^[17],栏目依托烹饪学科的支撑而成长,形成自己风格特色的栏目在提升杂志整体学术质量和社会影响力的同时,又“反哺”专业学科建设。办栏30多年来,栏目为烹饪专业建设培育了一批稳定的在领域内有影响、有建树的专家。期刊主编、副主编主讲的“中国菜系文化”“中国烹饪史”均被列为国家精品课程入选中国大学视频公开课。栏目培育的多位校内教师成为领域内有影响的作者,他们应邀参与编写《中国烹饪辞典》《中国烹饪百科全书》《中国食经》等大型具有开创意义的饮食烹饪工具书,撰写《中国饮食文化史》《中国饮食科技史》等大部头著作。2018年,扬州大学获得食品科学与工程一级学科博士点授予权,并在全国首增“烹饪科学”研究方向;2019年4月,教育部启动一流本科专业建设“双万计划”,扬州大学“烹饪与营养教

育”专业成为首批国家级一流本科专业建设点,也是全国高校中唯一入选的烹饪专业。栏目为学校的烹饪专业学科建设、师资队伍建设和提供强大的支撑,也提升了扬州大学烹饪专业的知名度和美誉度。

3.2 服务地方协力扬州“世界美食之都”建设

为地方经济、社会发展提供技术支撑和知识服务,是我国科技期刊应有的责任^[18]。历史文化名城扬州是中国淮扬菜的发源地,饮食文化底蕴深厚,2019年正式获批联合国教科文组织创意城市网络“世界美食之都”称号。在“申美”过程中,扬州大学全程参与文本撰写、城市推广、美食文化展示等各项工作,扬州大学对全国烹饪人才培养和专业美食理论研究杂志——《美食研究》的贡献都成为获得这一殊荣的重要支撑材料。在“世界美食之都”建设过程中,《饮食文化》栏目与“扬州发布”等新媒体合作,协助“国际青年为扬州美食代言”活动,组织在扬州大学就读的留学生代表为扬州美食代言,通过“我为扬州美食写文章”等活动,分享扬州美食体验,展示扬州美食技艺,传播淮扬美食文化。此外,栏目主持人还联合扬州市商务局“美食之都建设促进中心”、市营养学会共同举办以“和谐扬州 饮食安全”为主题的健康饮食宣传普及活动。栏目多年来坚持服务地方经济和民生,取得了积极的社会效益。

3.3 以“食”为“媒”弘扬优秀传统文化

美食无国界,食物是世界共通的“语言”,作为最贴近大众生活又极具民族特色的文化符号,饮食文化具有明显的传播优势^[19]。媒体包括学术期刊,是国家形象塑造和传播的主要舆论阵地。栏目从创刊伊始就高度重视对中华优秀饮食文化的内容挖掘和对外传播的价值引领,借助“饮食”这一媒介和符号,讲好中国故事,建构良好中国国家形象。

栏目早期即对我国传统仁食和礼食、以农立政、勤俭节约的食德思想进行了组稿,发表《〈三礼〉与中国饮食文化》等研究先秦典籍的饮食思想、饮食制度的论文。“食以仁、礼为本”的道德规范、“食材取之有道”“敬老尊老”的饮食伦理、“五味调和百味香”的中国烹饪之道、“顺天应时”的饮食哲学等对后世的中国饮食文化传统甚至是中国人的生存方式都产生了深远的影响。随着中外饮食交流的频繁以及海外中餐业的日益繁荣,栏目主持人和编辑积极参加“亚洲食学论坛”等国际会议,与具有国际影响的世界各地饮食文化研究专家交流对话,传播上述体现中华民族传统美德的优秀饮食文化。栏目编辑主动参与国侨办在扬州大学设立的全国首个“海外惠侨工程中餐繁荣基地”建设工作,充分利用基地的“中餐繁荣网上课堂”“中

餐非遗传承网上课堂”视频网站,以《美食研究》为联合制作单位,在海外唐人街及社区中餐馆内循环播放,推进中华美食故事的全球化表达,勾起了海外华人的“乡愁记忆”,增进了与当地人的文化认同,同时也宣传了期刊,扩大了栏目传播的国际效果。我国饮食文化中“以食为天”和“以和为美”的终极饮食价值观作为中华民族最基本的文化基因之一,与当代文化相适应,与现代社会相协调。它以最亲和、最有广泛参与性的方式正对世界各国人民产生重要影响,向世界各国全面展现“和合、包容、友善”的中国文化价值观和“可信、可爱、可敬”的中国国家形象。

4 结束语

习近平总书记强调:“讲好中国故事,传播好中国声音,展示真实、立体、全面的中国,是加强我国国际传播能力建设的重要任务。”^[20]《饮食文化》栏目作为传播中华传统饮食文化的重要载体,是讲好中国美食故事,传播中华民族优秀食礼、食德,展现当代中国“政治清明、经济发展、文化繁荣、社会协调、人民安居”的重要传播平台。我国多民族国家传统文化多样性和独特性的特点,使得所有以民族特色文化为内容资源传播的中文期刊,都可以通过建设传统文化特色栏目,充分展现中华民族优秀文化背后的思想力量和精神力量,全面展示丰富多彩、生动立体的中国形象,进而增强与世界各民族的情感认同和文化互信,提升期刊国际传播的亲合力和实效性,彰显中华文化的感召力和中国形象的亲和力。

5 参考文献

- [1] 郭伟. 基于特色栏目打造期刊品牌探讨:以《中国机械工程》《科学基金》栏目为例[J]. 现代商贸工业, 2018, 39(20): 25
- [2] 陈娟娟. 学术期刊品牌栏目的构建与创新[J]. 扬州大学学报(人文社会科学版), 2017, 21(6): 121
- [3] 罗蕾, 罗传玲. 论品牌栏目是学术期刊的核心竞争力[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2009, 33(4): 158
- [4] 王瑛, 冉强辉, 陈更亮. “特色化”是体育期刊发展的可持续动力:以《中国体育教练员》为例[J]. 编辑学报, 2015, 27(3): 287
- [5] 余志虎. 基于资源优势的学术期刊特色栏目建设[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(6): 572
- [6] 任卫娜. 加强特色栏目建设全面提高办刊质量:《北京农业职业学院学报》办刊实践[J]. 中国科技期刊研究, 2007, 18(4): 652
- [7] 钱学森. 著名科学家钱学森关于发展快餐业的重要意见[J]. 中国烹饪研究, 1994(3): 4
- [8] 赵荣光. 20世纪80年代以来中国大陆食学研究历程[J]. 楚雄师范学院学报, 2015, 30(2): 1
- [9] 张业安, 吴坚. 办好民族特色栏目提升期刊国际影响力:以《上海体育学院学报》的《民族传统体育学》栏目为例[J]. 编辑学报, 2018, 30(6): 632
- [10] 介明菊. 学术期刊“栏目主持人”制度发展路径探析[J]. 河南社会科学, 2010, 18(6): 180
- [11] 朱剑. 徘徊于十字路口:社科期刊的十个两难选择[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2007(4): 70
- [12] 季鸿崑. 争论和发展:中国烹饪高等教育的实践和思考[J]. 扬州大学烹饪学报, 2014, 31(2): 39
- [13] 王芙蓉, 赵勇. 高校专业科技期刊助力“一流本科专业”建设:以扬州大学《美食研究》为例[J]. 编辑学报, 2020, 32(2): 216
- [14] 习妍, 孔丽华, 侯艳飞. 新媒体出版在学术期刊知识传播中的应用策略[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(3): 382
- [15] 宋扉, 杨海燕, 蒋恺. 学术期刊多媒体栏目出版实践[J]. 编辑学报, 2020, 32(1): 67
- [16] 习近平. 中华优秀传统文化是中华民族的精神[EB/OL]. (2014-10-16)[2021-03-29]. <http://cpc.people.com.cn/n/2014/1016/c164113-25845591.html>
- [17] 李向荣. 谈以高校学报促进学科建设[J]. 中国成人教育, 2008, 17(7): 65
- [18] 郑美莺. 科技期刊服务地方科技创新能力研究[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(2): 196
- [19] 张楠. 以食为媒:饮食文化传播与国家形象建构[J]. 新闻爱好者, 2020(4): 61
- [20] 新华网. 习近平在中共中央政治局第三十次集体学习时强调 加强和改进国际传播工作 展示真实立体全面的中国[EB/OL]. (2021-06-01)[2021-06-02]. http://www.xinhuanet.com/2021-06/01/c_1127517461.htm
(2021-04-12收稿;2021-06-03修回)