

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

图书基本信息

书名：《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

13位ISBN编号：9789867796387

10位ISBN编号：9867796381

出版时间：2005年06月03日

出版社：果實

作者：謝忠道

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

內容概要

法國人在用餐前必向同桌人說：bon appétit（祝你胃口大開），我們中國人都說：請慢用。仔細想想，「慢用」兩字更有深意，只有美好的東西才值得我們花時間，慢慢享受。

所謂「慢食」，並不只是「反速食」，它更在意的是在大量生產模式下全球口味的一致化，傳統食材及菜餚的消失，以及速食式的生活價值觀。主張慢食的人認為：慢慢地進食，認認真真、全心全意、花時間和各種官能感知去慢慢地享受一頓美食，學習並支持這頓美食背後的努力及傳統。這對飲食文化所能帶來的影響，是超乎想像的。

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

作者簡介

謝忠道

彰化人，大學畢業後赴法國普羅旺斯取得文學碩士，對法國飲食文化有深刻的體會與見解，目前以美食記者與作家的身分長期旅居巴黎，為台灣與香港、大陸等地的旅遊與美食報刊，介紹法國的飲食文化，同時並在巴黎一大攻讀電影博士。著作有，《美饌巴黎》（林裕森合著，大地地理出版）、《羅亞爾河城堡傳奇》（林裕森等合著，大地地理出版）、《巧克力千年傳奇》（大地地理出版）、《餐桌上最後的誘惑》（皇冠出版Party系列）。

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

書籍目錄

作者序：對美食的文化思考

推薦序：返鄉的距離與時差 林裕森

推薦序：尋找，我們的滋味 葉怡蘭

I. 花時間吃飯

花時間吃飯

用鼻子吃飯 古堡裡的泡麵和品酒會裡的香水

美味的純度

關於分食與混食

品嚐美食的主觀和偏見

吃的文化差異和霸權 狗肉、牛肉和豬肉 / 兔肉、蝸牛和青蛙

美食主義，新年快樂

II. 理想的餐廳

創意的極限 法國叛客廚師集團

廚師的名字

誰殺了大廚師

服務的價值

服務的消失

迷信米其林

理想的餐廳

III. 料理的無國界主義

尋找無國界料理

無國界與無厘頭 所謂fusion

創新與復古 還原四百年前的巧克力

IV. 台灣人的口味

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

虛擬的味覺

台灣人的口味

料理的主體性

彰化肉圓A.O.C

調味料烹飪與三杯雞

美食的表面工夫

後記：全世界最偉大的菜

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

精彩短評

- 1、以法國對飲食的重視作為台灣飲食文化的參照，促進台灣飲食的提升，不足之處在於對台灣飲食文化不夠寬容。比如以歐洲西餐的標準要求台灣西餐，在<用鼻子吃飯>一文提及嗅覺教育，指食物味道入侵公共場域，其中如電影院的吃食則稍有嚴苛。這與台灣人吃吃喝喝的高度便利性密切相關，在便利性與嗅覺尊重之間的平衡值得注意。在<美食的純度><虛擬的味覺>談及味精，代糖與人工調味料對食物純度的干擾，非常需要重視。消費者購買食材對於食物天然性應有自覺追求，避免味覺與健康遭到人工合成材料與商業行為的嚴重干擾。而<彰化肉圓AOC>一文提到[法定產區命名制度]以建立品牌，保護在地美食獨特性以防命名遭到仿冒盜用也值得重視。比如~大陸的永和豆漿並非台北永和豆漿，府城以外的擔仔麵也使人情感受創。至於珍奶，過度發達之後全島都是她的AOC
- 2、这个作者对不同文化的包容力不是很高，语气让人非常不愉快。
- 3、精緻的文字，細膩的心思。但太小資情懷的腔調在看完之後有種吃太撐醬汁黃油烹製食物的感覺，不過卻非常切合這樣的巴黎美食筆記。
- 4、被潮流所淹沒，台灣那套餐飲業的表面功夫與商業氣息（似乎各行各業都是==），會削弱飲食文化的本質與精隨；被味精、防腐劑養大的下一代（如被便利商店養大的小孩），未來在飲食上會走向何方？實在難以想像。另外：蓮霧不是越黑越甜、芒果不是越黃越甜，台灣人真得很愛表面工夫阿！
- 5、完全看不进 这书真失败
- 6、让我想起一句老话: you are what you eat.

(题外话: 台式排版看的真是辛苦,总是串行.)

章节试读

1、《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》的笔记-NOTES

<吃的文化差異與霸權>

通常一個話題提高到文化的層次，再怎麼有爭議，也會受到一定的尊重。

韓國人面對西方文化霸權以一種明理清晰的方式反擊，而且知道如何捍衛自己的價值觀。或者說，韓國人幫我們提出一個問題：到底是吃狗肉可恥？還是偽善的道德主義者更可恥？

<料理的主體性>

小吃的特色在於親切性與在地性，卻也是它永遠無法精緻化與國際化的缺點。

<彰化肉圓A.O.C>

如何在一定的共識和法定的約束內確保產品的品質為他人他地無法仿製超越的，但是又不能阻止技術和研究的不斷改進和發展。一種地方的飲食藝術和飲食文化遺產應該用這種方式，才有保存的可能，也確保不被拙劣的仿效者盜名冒用。

在行銷上誰都知道，品牌比產品重要，建立一個品牌形象要比促銷一款賺錢的產品更值得，品牌生命也更長久。

A.O.C：法定產區命名制度，土地、人文、歷史三種條件都要具備。

<後記：全世界最偉大的菜>

在文化領域裡，金錢只能打造出精緻的外貌，沒有後續的人文充實，亮麗的外貌總會乾癟消匿，最後被棄之如敝屣。

《慢食-味覺藝術的巴黎筆記》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com