

壹、緒論

飲食是群體歸屬的一種文化生活指標，它是族群獨特的展現標誌，也是文化邊界的標誌 (cultural boundary markers) (林開忠，2006：73；莊英章，2003；蕭新煌、林開忠，2009：262)。因為食物是族群文化的「物質性」表徵，承載著使用者的文化傳統與象徵訊息，是重要的認同標誌，透過個人與特定社群對於食物的喜好，或習以為常的習性感官知覺的熟悉感，食物成為區辨我族與他群之間的差異化，也同時微妙地區分社會或彰或隱的差異 (王明珂，2009：31-32；林淑蓉，2007；夏惠汶，2010：77；Mennell, Murcott, & Van Otterloo, 1992)。所以，一個人吃什麼、如何吃往往代表著他是誰，族群經常透過飲食來表達態度、價值觀和行爲，族群飲食透露著該族群的文化痕跡，亦是該族群長期實踐而成的生活內容。

王雯君 (2005) 在〈客家邊界：客家意象的詮釋與重建〉一文中指出，「客家飲食」是臺灣社會大眾對客家族群特質最主要的認知意象之一；而該研究調查共獲得191種有關客家文化特質的描繪，其中關於「食物」就占37種。姜如珮 (2003) 分析從公共電視《客家新聞雜誌》的395則報導中，以「客家飲食」為報導的內容占有94則，顯示客家飲食一直是客家族群鮮明的意象。另外，古佳惠 (2010) 的研究發現，「客家飲食」是閱聽人從媒體管道接收客家文化的主要類型。顯見「飲食」是社會大眾對客家族群想像的重要元素之一。

客家飲食是客家文化鮮明的意象，但過去在客家研究的領域中，食物與飲食文化議題的研究大多是從客家族群的文化特質來探討，諸如飲食的習慣與特色、食材的選擇與加工、烹調的方式與口味等 (楊彥杰，2009；楊昭景，2005；楊昭景、邱文彬，2005)；而晚近則是有從飲食記憶、文化認同、文化消費等觀點來探討客家飲食文化 (林淑蓉，2006；賴守誠，2006，2010)。因為，當族群飲食在消費過程中常被弱勢族群設想為重建認同的重要手段；族群飲食也因消費活動而被當做是族群差異的超越與烹飪「他者」的探索 (賴守誠，2010：148)。所以，當飲食活動由攝取營養的功能性趨轉為符號消費、神話與權力，且媒體廣告擴散的食風與影像所傳遞的意象更是箝制著現代人的味蕾 (沈岱樺，2009)。吃東西不再只是攝取所需的營養，同時也在消費美食 (gustatory)，即在消費體系中消費一組意義與符號；而客家飲食在這股飲食消費潮流中是否被賦予新的符號意義？哪些是傳統不變的意象？哪些又是文化中介者 (cultural mediator) 所傳播的新意象？即是本研究所欲探討的問題。

意象是一種認知、印象與標誌的混合體，作為描繪對象特徵的途徑，以個人認知觀點為立基，因個人過去所接受到訊息而有差異，對同一件事物有不一樣描述與解釋。而不同的世代在面臨飲食型態改變，以及所接受飲食訊息的差異，相對地對飲食認知與習慣也會有所不同。陳玫如（2009）與楊曼華（2011）的研究就指出，客家族群的年輕世代與其他世代相比，在客家傳統飲食認知與飲食行為上具有顯著的差異。另外，王雯君（2005）的調查發現，年輕世代對於客家文化特質想像有別於其他世代，30歲以下的年輕人大多將「客家美食」視之為客家文化的重要特質。但是，年輕世代的客家飲食意象是什麼呢？年輕世代的客家飲食意象會不會因過去累積的客家飲食經驗與所接受的客家飲食知識或訊息而有所不同呢？基此，本研究以客家飲食文化為研究主體，探討在當今社會下，年輕世代客家飲食與地方特產的想像與意象建構。

貳、客家飲食意象

一、客家意象

意象（image）是一種認知基模（schema），好像有一幅與實際世界情景相類比的心理圖像（pictures），是人類經由對外界認知與經驗所構成的心中圖像，強調個人「信以為真」的主觀認知，並影響著個人的行為模式（張春興，1993；Boulding, 1956）。Boulding（1956）認為，意象是過去經驗的累積，意象有部分訴說著意象本身形成的歷史，因此會和記憶及期望相關。但隨著過往經驗的不同，個人對同一個訊息會有不同的詮釋與編碼，並同時調整自身認知圖像的架構，進而構成信以為真的真實，所謂的真實只是人們將大量訊息透過價值系統而篩選的，意象不僅與價值認知系統相關，也會與整個社會結構和時間脈絡的發展結合（王雯君，2005）。所以，意象通過過往經驗而形成，以個人認知觀點為基礎，然而意象非維持不變，意象將隨著時間脈絡與外在環境結合，通過個人認知價值系統不斷地調整意象的組成。意象的存在非僅靠意象本身，外界其他因素亦會影響，而新訊息是造成意象改變的主要因素，當個人接受到新訊息時，個人價值認知系統便會立即反應，並作某種程度的改變或調整，使之產生效果，新經驗與新認知將可能修飾原有的意象，或藉由抹去舊有意象，代之以新的意象，新意象的形成是外界訊息與既存資訊接連不斷交流形成的結果。

族群意象（ethnic image）是族群認同發展與族群關係研究中重要的一環，族群意象和族群刻板印象（ethnic stereotype）的意涵相近，但後者比前者背負