

國立臺灣大學工學院建築與城鄉所

碩士論文

Graduate Institute of Building and Planning

College of Engineering

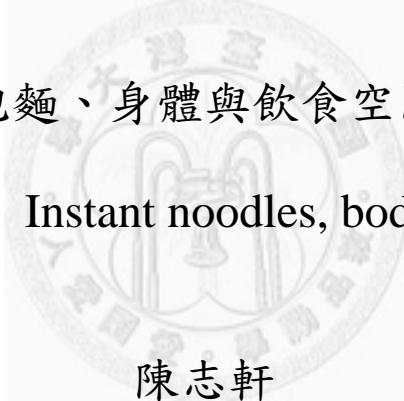
National Taiwan University

Master Thesis

在那都要吃-

泡麵、身體與飲食空間

Eat everywhere: Instant noodles, body and diet space



陳志軒

Chih-Hsuan Chen

指導教授：畢恆達 博士

Advisor: Herng-Dar Bih, Ph.D.

中華民國 99 年 7 月

July, 2010

謝誌

在影印論文的前夕才驚覺根本忘了謝誌這回事。並非是沒有特別要感謝的人，而是一直陷在論文的修改之中，不知不覺就把原本最期望書寫的這部分給遺忘了。也導致原本以為會最早定稿的一部分，居然是最後的最後才完成。

首先要感謝與論文文字生產最相關的一群人，特別是我的指導教授畢恆達老師，在這幾年的研究生生涯中，給予我很大的空間嘗試各種想討論的主題。老師的偵錯「電眼」也是令我印象深刻及深感佩服。也很感謝王志弘老師以及吳鄭重老師，在口試中讓我對於學術研究有更深刻的認識，並且重新理解學術語言代表的意義與世界觀。以及各位受訪者們，聽到你們事後對於訪談的回饋，令我感到很开心，特別是讓我驚豔到訪談的成果不只累積在我個人身上，對你們也是富有意義的重新命名經驗的過程。

也感謝樂生社區學校、知了劇團以及台灣受壓迫者劇場中心的夥伴們，接受我任性的請長假的要求。另外要感謝研究所的同學們，小鐘、眉羚、易蓉、書正、思妤、仲傑和你們一起在研究室認真的聊天以及玩耍的日子，是這幾年中十分重要的一個回憶。感謝你們的支持，也從你們身上學到很多，這段日子會是我人生中相當重要的一段經歷。還有在最後一年一起加入薩克斯風社的國邦，我們很瘋狂的在口試前一週一起參加了成發。感謝共同遊歷許多地方的畢讀會小組的成員小喵、阿斐、怡帆、小易，以及晉維、政韋在口試當天來為我打氣。感謝同樣在食物研究中探索的彥如，在許多方面給予重要的提醒與發想。還有總是努力與我討論的恩儀，最後能順利寫完這本論文妳是功不可沒。更不能忘記論文寫作 AbC 小組一路走來的陪伴。

在約定成俗的規定下，這個位置總會放上親密的伴侶，感謝孝寧在各方面給予我的支持。不論是在論文或是其他的工作，如工作坊、演出的過程中，總是沒有怨言的陪在我身邊，幫助我處理很多雜事。甚至還要硬吞下我身上的壞脾氣，在公私領域都委屈的接受了我任性的依賴與撒嬌。因為妳，我深刻認識到家務勞動具有的重要價值與地位，欠妳的債可能已經還不完了。

還有感謝我的家人的支持，總是不太清楚我在做什麼的爸爸，很常請我吃大餐的姊姊。最後每在夜深人靜時，總是沒有怨言的為我煮泡麵的媽媽，雖然體重因此節節上升，也沒有完成當初寫論文的預期目標：戒掉泡麵，反而越陷越深，完全是預料之外的事。論文寫作的過程經歷許多的挫折與打擊，陷入自暴自棄與否定的狀態。卻時常忘記「人」才應該是論文學習的目的，而非「物」。把心力都放在如何把論文寫好，卻花太少力氣關心自己的狀態。雖然這篇論文還有很大的改善空間，但透過他我重新發現論文寫作的過程中，重要的不是將論文無中生有，而是自己在過程中如何轉變為一位能寫出論文的研究者。

在那都要吃 -

泡麵、身體與飲食空間

陳志軒

摘要

許多便利食物的研究將重心放在便利性對現代社會造成的影響。但僅從便利的層次討論泡麵，會無法理解做為食物的獨特之處。透過深入訪談喜愛吃泡麵的受訪者，討論泡麵和日常生活飲食的社會關係之間的互動。並透過區分「垃圾」食物與「便利」食物二個部分討論其中的飲食經驗。

人透過次數、數量、頻率與烹調方式等應對，對物的意義進行轉換。除了向健康靠攏，也向邊陲的「不健康」發展，享受吃「垃圾食物」的快感。便利性並非單向切斷食物中的社會關係，而是提供人再組織飲食中的社會關係的可能，並幫助人重新掌握身體與食物的關係。

身體做為經驗與行動的起源與依據，如想吃與吃什麼的慾望、動力、烹調技能等，也是社會作用的場域，包含健康的身體、烹調勞動的角色、習慣的口味。身體形成人和物互動的基礎，影響誰來烹調，如何烹調，是正餐或點心，吃的頻率，在那吃和誰吃等。吃「不健康」的快感改寫商品文化中建構的享樂方式。便利性提供回應在各種空間限制下依然能滿足身體飲食需求的可能，在食物選擇權力受到限制的情況中，吃「不一樣」的食物成為抵抗與重拾快感的方式。在移動的經驗中，習慣的口味重新連結人與地方的情感。只有理解食物選擇中的意義，才能進一步理解為何及如何改變食物與人的關係。

關鍵字：身體經驗、食物、營養主義、記憶、口味的地域性

Eat everywhere: **Instant noodles, body and diet space**

Chen, Chih-Hsuan

Master's Thesis of Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University

Abstract

Many studies of convenience food focus on the impact of its convenience on modern society. However, we cannot fully understand the uniqueness of instant noodles as foods if our discussions are constrained on the level of convenience.

In this research, in-depth interviews with people who love instant noodles were used to explore the interrelations between instant noodles and social relations in daily diet. I proposed the distinction of junk food with convenience food and discussed the vacillation between taste and health in the experience of consuming instant noodles.

It is found that people regulate the number of times, amount, frequency and cooking methods of food to transform the meaning of instant noodles. They not only concern and pursue health but also enjoy the pleasure of eating "junk food." The convenience of instant noodles provides people with the possibility of reorganizing social relations in eating. In addition, it helps them to regain control of the relationship between body and food.

Body, as the origin and basis of experience and action, such as the desire to eat, what to eat, and cooking skills, is also the field of social forces which include the ideology of healthy body, the social role of cooking labor, and eating habits, and specific tastes. Body forms the basis of the interaction of people and food which decide who is the cook, how to cook, the definition of a meal or snack, the frequency of eating, where to eat and with whom. Eating "unhealthy" foods rewrites the meaning of pleasure constructed by commodity culture. With the premise of meeting the physical needs, the convenience brought about all the possibility to respond to the limitations of space. When Food choices under restricted by system, eating the "different" food becomes a way of resistance and regaining pleasure. In mobile experiences, the familiar taste reconnect people with senses of place. Only by understanding the significance of choice, can we really understand the relations of people and food and find way to change them.

Keywords: *body experience, food, nutritionism, memory, taste of place*

©2010

目 錄

| | |
|----------------------------|-----|
| 謝誌..... | i |
| 中文摘要..... | ii |
| 英文摘要..... | iii |
| 第一章 緒論..... | 1 |
| 第一節 研究動機..... | 1 |
| 第二節 什麼是泡麵..... | 2 |
| 第三節 文獻回顧..... | 5 |
| 第四節 研究發問..... | 17 |
| 第五節 研究方法..... | 18 |
| 第二章 台灣泡麵的歷史..... | 22 |
| 第一節 泡麵的出現..... | 23 |
| 第二節 商品變化的形態—口味和包裝的變化..... | 27 |
| 第三節 創造傳統商品的過程..... | 31 |
| 第四節 口味的建構與再現..... | 34 |
| 第三章 食物商品中的烹調勞動角色改變..... | 37 |
| 第一節 做為母職實踐的食物..... | 38 |
| 第二節 離「家」出走的泡麵—一個食化的轉向..... | 42 |
| 第四章 食物做為身體生產的媒介..... | 48 |
| 第一節 身體做為飲食實踐的起源..... | 48 |
| 第二節 身體快感與健康身體生產的協商..... | 56 |
| 第五章 日常生活的便利食物實踐..... | 77 |
| 第一節 便利與社會關係的相互建構..... | 78 |
| 第二節 便利性做為身體生產的重新掌握..... | 87 |
| 第六章 結論..... | 101 |
| 參考文獻..... | 107 |
| 附錄一：泡麵年表..... | 112 |
| 附錄二：訪談大綱..... | 114 |

表 目 錄

| | |
|------------------|----|
| 表 1 速食麵產品分類..... | 4 |
| 表 2 受訪者名單..... | 20 |



第一章 緒論

第一節 研究動機

只要走到便利超商中，放眼望去就可以看到擺滿一整個架子各式各樣品牌、口味的泡麵。站在泡麵區域前似乎就像進入「小吃街」的感覺，各種不同地方的食物都在這裡相遇。色彩鮮豔的包裝設計及廣告中的氣氛讓人不難感受到吃泡麵的美食享受快感，可是同時在新聞媒體中時常建構出的泡麵形象卻又都代表了困苦、貧窮等負面印象。同一種食物卻展現出了二種不同近乎相反的特質。

吃泡麵的負面意涵常指向於貧窮、不營養等意象，較少被認為是正式的餐點。這樣不正式又隨意的食物，卻也產生了一種新型態的餐廳，專門賣煮泡麵的特色商店。煮泡麵做為一種食物在商店裡販售並不是這幾年才出現的服務型式，在大學裡的餐廳、網咖、泡沫紅茶店偶爾都可以找到這種提供餐飲的方式。但做為「專賣店」的餐廳形式並不是那麼常見。這種專賣店最重要的特色是他完全扭轉了吃泡麵是隨意、省錢的想像，原本一包十幾二十塊的泡麵，在煮泡麵店，可以加蛋加菜加各式各樣的配料，搭配的結果一次也可能要接近上百元。吃泡麵不再只是種省錢隨便的行為，搖身一變也可成為豪華奢侈的消費。

泡麵穿透在台灣生活的每個角落，是台灣文化中相當重要的商品。台灣人在台灣想吃泡麵，連出了國也還在吃，甚至不用等到身處異鄉夜深人靜懷念家鄉口味，在飛機上就已經開始吃泡麵！機上泡麵甚至在網路上掀起了一陣團購熱潮。雖然航空公司為了要節省油料，飛機上已不再提供泡麵，但為什麼台灣人那麼愛吃泡麵？學生趕作業要吃泡麵、颱風來了存糧要買泡麵。沒錢的時候吃泡麵，有錢的時候看到人家吃，因為太香也忍不住想吃泡麵。甚至連「死後」也還在吃泡麵，泡麵在供桌上佔了一席之地，每逢拜拜的相關節日一直是泡麵一年銷售量的高峰期。

根據東森新聞二千年的報導，台灣一年平均每個人要吃四十包左右的泡麵，這樣的頻率也代表泡麵在台灣人的日常生活佔有一席之地。但是在坊間眾多關於食物的書籍裡，不論是食譜、美食介紹、小吃、食記等出版品中，關於泡麵的書寫卻是少之又少。泡麵和其他食物工業的產品一樣，似乎無法規類到任何一種介紹食物的文類之中。難得出現在「窮中談吃」這本看似最符合泡麵形象的書的時

候，舒國治（2008）卻形容泡麵好吃的就只有蘿蔔塊，並且是種提多了會倒胃口的食物，不願多加評論。泡麵真是如此難吃且令人不堪多談的食物？

不只是坊間關於食物的書籍欠缺了泡麵這一塊，學術領域對於「泡麵現象」的研究大多還集中在商業行銷研究的層面，較少將吃泡麵視為一個文化來理解。像是維力公司近年來著名的「張君雅小妹妹」的泡麵廣告以及其後發展出來的週邊商品，相關研究探討張君雅小妹妹為何是種成功的行銷策略也隨之出現。比起泡麵廠商是如何經營成功，泡麵是如何和台灣人的日常生活結合的研究居然是少之又少，而因此引起了我深入了解泡麵做為一個台灣文化的好奇心。泡麵是如此有魅力的食物，代煮泡麵也能成為一種新興的行業。原本在私領域的調理行為，轉身一變成為了公領域中可被購買的服務。人在吃泡麵的身體經驗到底是什麼？為什麼一個「不好」的食物還有如何的魅力？

第二節 什麼是泡麵

「泡麵」在世界各地都有不同的稱呼方式。在日本，主要是以即食拉麵、杯拉麵等方式來稱呼，另外也有即食烏龍麵、炒麵這些不是拉麵的麵種。在香港的名字是出前一丁、在中國則是方便麵。台灣對於泡麵這種食物，有三種主要的名稱，分別是生力麵、速食麵以及泡麵。生力麵的名稱在台灣現在已經不太常使用，但可說是最早的通稱。類似於可口可樂做為同類型飲食的代稱一樣，生力麵也是以特定產品的名稱做為這類型食物的代稱。這是由於生力麵是台灣上市的第一包泡麵，且當時的市佔率又大，因此大家習慣使用「生力麵」這個名字來稱呼這類型產品。但隨著生力麵在台灣的市場的縮減及消失，現在台灣已經很少用生力麵做為此種麵食的代稱。

速食麵相對於泡麵是台灣目前對於此種食物較正式的說法。命名的方式和「生力麵」的邏輯不同，並不是以單一品牌的產品擴大做為此種食品的通稱，而是針對其食用特質，方便及快速及可食用來命名。在政府食品規定以及食物廠商等官方資料都是以速食麵做為主要名稱。最後一種即是泡麵，泡麵較類似於台灣人對於此類食物的俗稱，是用調理方式的特徵做為命名方式的基礎，即使吃的時候許多人不是真的用泡的而是用煮的，但還是有可能會用泡麵來形容。這三種稱呼的方式都有其背後的脈絡，除了現在已經較少人用的生力麵外，速食麵相較泡麵又

是稍微正式的名稱，台灣在研究此種食物的論文中，也大多是以速食麵做為這類食品的名稱，較少使用「泡麵」。

似乎要用泡的才能叫泡麵，使得泡麵這個詞看似比速食麵定義嚴格，但是在日常生活中，其實這些詞是混雜使用的，泡麵並不如他定義的那麼非得強調泡的動作。而我也不打算嚴格定義非得經過一個泡的程度才是我討論的「泡麵」，而是用較寬鬆的方式來討論此類食物的特質。在接下來的章節中，我將使用「泡麵」做為稱呼這類食品的名稱。使用這個詞是因為我認為「泡泡麵」是烹調勞動的一個部分，就如同烹調食物一般，只是「泡」是個技術門檻較低的動作。吃泡麵的過程中不只是吃或是單純的速食，「泡」也算是人與泡麵產生關係的其中一個部分。使用「泡」麵這個詞會比「速食」麵更貼近我想討論的食物與人的關係，泡指出了人與物互動的一個步驟。也因為「泡」的簡單所以導致這個物有獨特的實踐方式和烹調者，為了幫助我讓吃泡麵的「人」現形，因此我選擇用「泡」麵而非「速食」麵這個較正式的名詞。

「泡麵」的範圍

將泡麵視為科技對麵食產生的改革的話，那科技帶來的便利主要有三個部分，易調理、易保存、易攜帶。而泡麵最大的特色就是經由熱水沖泡即可以有熱騰騰的麵可以食用。烹調上的便利是主要的特色。另外泡麵經由乾燥處理所以可以比一般的食品有更長的保存期限。平均泡麵的保存期限是六個月。泡麵的保裝有袋裝、杯裝和桶裝，以袋裝體積最小最容易攜帶，但其餘二種包裝由於食用的容器與包裝合一，因此在攜帶上節省了另外準備容器的必要。泡麵的口味在工業生產的程序中也十分固定，不論烹調者是誰都不易烹調失敗，而且每包相同牌子、口味的泡麵味道也不會相差過大。

在市面上有許多類似泡麵的產品。依據台灣國家標準 CNS 相關規定，速食麵條指以麵粉為原料，添加食鹽及麵糰改良劑（如鹼水、磷酸鹽），且經油炸處理或其他乾燥方式所製成的麵條，並附加調味料或佐料，可直接乾食或經開水沖泡 3-5 分鐘即可時用之包裝麵食產品。這是屬於官方所認定的速食麵產品範圍。

除了最典型的以熱水沖泡即可食用的泡麵外，也有許多擬似泡麵的麵食商品。像是快煮麵，內容物也是乾燥麵體加上調味粉，若以內容物來看，這類型產

品和泡麵十分相似。差別在於需要用煮食，而不能只加水沖泡，但許多人調理泡麵時，也是用煮的，使得這兩者的差異不是非常明顯。另外還有直接乾吃的點心麵類，像是王子麵、科學麵等。這些產品的內容是和泡麵一樣的乾燥麵體，也可以透過「沖泡」的過程食用。這些食品和泡麵用同樣的方式食用雖然這些麵食商品在內容物和食用方式上非常相似，但是他們發展的過程以及消費者消費的文化卻有些分歧，不盡相同。以下先以調理方式將這些速食麵商品分為泡麵類、點心麵類以及快煮麵類，以及簡單整理一些特質：

表 1 速食麵產品分類

| 商品 | 項目 | 調理方式 | 口味 | 包裝 | 單一包裝 食用次數 |
|--------------------|----|----------------|--------------|------------------|--------------|
| 各式泡麵 | | 沖泡或水煮 | 以各式麵體為模仿而多樣化 | 單一麵體，分為袋裝、杯裝、碗裝等 | 通常適用於一人一餐 |
| 點心麵類 (科學麵、王子麵等) | | 直接乾吃為主，亦可沖泡或水煮 | 無以特定麵體為模仿對象 | 單一麵體，袋裝 | 一次 |
| 快煮麵 | | 水煮 | 以各式麵體為模仿而多樣化 | 複數麵體，單一盒裝 | 一人多餐或多人一餐 |

我將討論的對象主要聚焦在需經過簡單調理的過程，且以個人食用為主的麵種。因此像是王子麵、科學麵這種可直接乾吃，不經調理的乾燥麵體，雖然和泡麵類似，並不算是本次研究的主要研究範圍。但是雖然在產品定位和食用者消費的意義上有許多不同，但是在人實際使用的過程中這些定義並不具有一個明確的邊界，像是吃魯味時加的「泡麵」，其實是王子麵。所以當王子麵、科學麵等點心麵做為「泡麵」使用的情形，我並不會將他排除於研究對象之外。

快煮麵因為和泡麵的混用情況較少，所以就不列入本研究的對象之中。但在眾多泡麵產品中卻有一個曖昧的商品，就是維力的「媽媽麵」。雖然他是需要用煮的速食麵，但卻是標榜為「用煮的泡麵」。另外在商品組成上，單人份的包裝也與

快煮麵的多人份的包裝形式不同，與泡麵較為相似。在日常生活中，大多數人都將他視為泡麵，在大賣場中的擺設位置，媽媽麵也擺設在泡麵的產品區域而不是與快煮麵擺設在一塊，因此可以說是種具有曖昧性質的泡麵。不管在 2009 年的時候，媽媽麵改變新包裝，也將麵體改為一般可沖泡的麵，因此已經暫無定義上的問題。

第三節 文獻回顧

食物研究是個跨領域的研究範疇，涉及範圍十分的廣泛，我先從台灣既有的泡麵研究出發，釐清目前研究對於台灣泡麵所關心的議題。再重回食物研究的領域尋找適合的研究取徑。

台灣既有的泡麵相關研究

目前台灣泡麵相關研究主要集中在食品營養和商品行銷二個領域（如林靖雯，2006；徐仁鐘，2008；陳首全，2007；黃心湘，2004；蔡小審，2007）。前者關心的是研究泡麵的組成成份對人體造成的影響，後者則將重心放在研究泡麵廠商的策略、品牌行銷等議題，商品行銷領域的研究也是目前台灣泡麵相關的研究中最關注的焦點。雖然在這二個領域中對泡麵的研究，已經累積一定的成果，但依然缺乏將泡麵放置於台灣的歷史背景下，討論泡麵這個食物本身的物質文化研究。既有的研究處理泡麵關心的問題著重在「商品」性質，而甚少處理到「食物」的特性。泡麵是食物工業下的製品，商品的特質固然是其本身意義生產的重要部分，但除了如何促進商品流通的生產端邏輯之外，消費者所理解的食物特質也一樣重要。

商品行銷的研究中，主要將重點集中於生產者端的經營策略，對於泡麵的物性只能由生產者的策略分析間接得知。像黃心湘（2004）研究泡麵的包裝風格，將泡麵的包裝分為五種特定的要素，「精緻特別」、「個性獨特」、「美味名貴」、「清爽健康」、「本土懷舊」。從這五種分類中包含了一個訊息，就是泡麵的行銷策略並不具有內部的全面一致性，而是內部歧異，帶有不同的風格及形象訴求不同的消費者。但是這些分類對泡麵的影響力似乎沒有大到使泡麵內部產生各種不同的種類。像是包裝雖然使用「美味名貴」的風格，但實際的商品中卻很少有被認為是

「名貴」的食物。在人缺席的狀態中，從商品的行銷上能獲得對關於「泡麵」物性的理解有限。

大多泡麵研究關注的重點皆座落於速食麵生產者的部分，發展過程中所受到的社會文化及食物與地方的關係也不在這些研究的處理範圍。也缺乏將速食麵放置入台灣社會脈絡以及台灣人的日常生活中討論。部分研究觸及消費者端的訊息，像是林靖雯（2006）主要是處理消費者對於速食麵品牌形象的認知和廠商的品牌形象建立是否產生缺口而對銷售量帶來影響。但是消費者的現身是做為討論泡麵的市場價值的比對，並不是研究中主要關心的對象，同時重點也不是放在速食麵與消費者的日常生活如何接軌。在商品行銷範疇中的研究中商品被放置於問題的核心，日常生活中人與商品甚至是人與物的關係較難以被碰觸，因而較難直接處理到泡麵和人或是泡麵和社會、文化之間的關係。

目前泡麵的研究中，僅能以量化研究的資料觀察這些人吃泡麵行為的圖像。林靖雯（2006）的論文中針對消費者吃泡麵的頻率、愛好做了問卷調查，統計結論得到了泡麵是種「不固定，想吃就吃的食物」。但除了具有儀式及季節性的食物以外，人吃各種食物的頻率都可能是想吃就吃的一種狀態。因為「想吃」的慾望可能是最直接觸動飲食選擇的身體感。「模糊」也因為人對於特定的知覺難以用語言回答，即使再進一步探尋想吃就吃中到底何時會想吃，可能也難以得到一個確切的答案。因此若是將「想吃就吃」理解為隨機的食物選擇經驗會難以分析吃泡麵的行為所帶有的意涵。「想吃就吃」必須被重新理解，且試著重新架構出其中人的感受，因為泡麵本身的物質性，而有沒有和想吃其他食物的感覺有所不同。這個原因較難從單純的問卷訪談中得知。由於身體感有著生物性與社會性二個層次的區別，也將「想吃就吃」做了層次的區分，想吃的感覺可能來自生物性的身體，亦可能來自於社會性的身體。另一方面這二個層次的的身體也都能產生「不想吃」的身體感而壓抑了「想吃」的感覺。將身體的社會性質加入「想吃就吃」之中來重新研究吃泡麵的慾望，可以讓我了解泡麵在現今社會文化之下的物的意義，以及日常生活中人的身體與物的互動過程。

先前的研究處理怎樣的泡麵令人喜愛，或是將泡麵所含有的意象做了初步的分類，但卻沒有回答泡麵做為一個物，為何在台灣這麼特別，或是吸引了這麼多人。許勝欽（2002）對「王子麵」歌曲的研究中是少數將泡麵視為一種文化現象

分析或是將重點擺放在消費者端經驗。他認為王子麵屬於某個世代特有的生命經驗，此種共同的記憶是在現代的混亂之中被消費者建構出來，是現代人在繁忙的生活中逃避的懷舊媒介。雖然解釋了現代消費者與當年的王子麵的關係，但沒有處理為何王子麵成為這種集體記憶的載體。而且該篇論文主要在於藉由王子麵素材為創造出來的歌曲，所以分析的重點在於此種歌曲所代表的文化現象，而並非速食麵、王子麵本身所代表的現象。也就是麵與人的關係還是沒有放在問題的核心加以理解。

因此目前台灣關於研究日常生活中泡麵與人的關係的文獻是相對不足的。大部分的研究都將重點擺在生產者端的物質生產、銷售部分。只將泡麵視為商品，而沒有處理到泡麵做為食物而中介的性別、文化與生產關係。其他的食物研究也經常聚焦在商品的層次討論物的意義，如曾敬淳(2003)在研究西螺醬油在工業化形成傳統的過程中，選擇從商品的層次而不是從人使用物的層次進行分析。物質研究領域認為物具有「社會生命」(social life)。物的意義是流動、具彈性且在不同階段有不同的可能性 (Woodward, 2007)。所以商品只是物的其中一個階段，當他到人的手上時，商品的性質可能暫時後退，轉而由人賦與個人化的新意義。而這個非商品的物的意義便是我想要進一步理解的問題。

食物與性別

食物不只是一種提供營養的物品，他和社會、文化、象徵意義相結合。「每一口、每一餐都可以找出一些關於我們自己的事以及我們在世界上的地方」(Bell & Valentine, 1997, p. 3)。Menell (1992) 認為食物研究最初為人類學中所關心的議題，在社會學中一直處於邊緣的位置。主要的原因是食物做為家務勞動的一環，一直以來被認為是女性負責的部分屬於私領域的事物，不在社會學「公領域」的研究範圍之中。並且認為早期的社會學研究只是將食物做為社會學所關心的議題中的一個現象，如食物做為馬克思主義分析中階級差異的象徵，或是 Durkheim 關心的宗教圖騰下的一個類別。社會學家將食物視為他們所關心的其他議題的指標和反映，較少將食物放置在核心的位置進行理解。因此不能將食物單純化約為其他社會力量的展現，食物本身就該是一個不能化約的社會事實。

Ashley (2004) 認為權力應該是文化研究中的核心議題。而為了理解在食物領

域所關連的權力關係，我要借鏡女性主義的觀點來理解食物中含有的性別權力關係。女性主義的研究試圖連結食物與性別權力關係，Counihan 和 Kaplan (1998) 認為討論食物、權力和性別關係的時候，主要有兩種方向，第一種是男人和女人接近與掌握食物的權力關係也就是關於生產、提供、分配和消費。而第二種則是個人的權力，也就是男人和女人與食物的關係以及其意義對自我價值的影響。第一種權力關係和家務勞動緊密相關，探討的是父權體制背後的家庭分工問題，包含食物與母職生產的過程。在 Counihan (2008) 研究中女性藉由職業和逃避婚姻來避免煮食家務勞動。即使結婚後，靠著家族其他的女性，母親和姊姊來代替自己負擔煮食工作，也依靠自己因薪資勞動而有的資源來補償其他的女性。之後靠著賣起士，轉變了家務勞動的「再生產」特質變成生產，也使自己對於煮食有不同的意識方式，也藉由煮食提升自己在家中的位置。在 Counihan 的研究中，可以發現二件事，一是家庭中的煮食勞動牽涉了一套身體的技能，當進入婚姻的過程中，女人的身體就會受到規訓而變成能料理的身體。二是女人的家務生產的身體並非與外隔絕，家務勞動的領域和薪資勞動的領域會彼此影響，影響女人與家務勞動的關係。

而第二種權力關係，主要研究領域是人的身體與男性氣概、女性氣質的建構相連接。將身體是男人和女人與食物的關係之中介。「對食物、性別以及在跨越這些邊界而生的事物帶著特別的關注，來研究男人、女人的身體和其邊界時，可以發現關於男人、女人的關係、自主性及脆弱之處(vulnerability)的社會信念(social beliefs)」(Counihan, 1999, 頁 62)。女人與食物的關係時常是緊張的，很多女人在享受美食的同時，還要注重食物中的熱量及自己的身材。吸收營養是重要的，但維持好身材也同樣重要。女人即使在經歷味覺快感的同時，並不是單純的享樂，同時也不斷生產自己的身體。男性的味覺快感經驗也不完全都只是享樂的，因為同時性別化的食物也在建構什麼是男性的食物，什麼是女性的食物。被畫分在其中的，除了食物的特性外，包括食用這個食物的文化方式也都包在裡面。

除了 Counihan 提出的這兩種相關權力的主要方向外，另外也有與食物做為中介而再生產地方、國家、意識形態的研究，像 Allison (2008) 研究日本女人為孩子準備便當的過程中，透過創造日本傳統符號的御便當成為再生產國家意識形態

的機制。除了將食物視為中介外，也有研究「食物」本身的性質與權力關係，「Adams 提出殺動物和吃肉的行為是種受到父權意識召喚的行為」(Atkin, 2001：頁7)。

食物與性別研究中，將食物放置在不同的認識論位置來討論，如勞動的成果、烹調後的食物做為意識形態的中介以及性別化的食物本身這些不同的位置。此外在研究母親烹調的論文中，母親所擁有的身體技術都是關鍵的主題。烹調包含了技術和特定的口味二件事，像是曾亞雯(2009)的研究中就圍繞女性的身體技術與家庭口味之間的協商。但是泡麵本身所需的烹調技術門檻較低，同時口味也並非是源於女人的身體技術，而是受到工廠生產的影響。但若因此將泡麵排除在家庭的生產之外，卻又太過粗糙。McIntosh 和 Zey(1998)認為「家庭守門員」是十分普遍用來分析母親和食物和家庭成員關係的概念。家庭守門員意指母親負責經手與掌控家中的食物，就像守門員一般擔任食物進入家庭的閘門。從管制和進入的角度來看待女人與食物的關係就不只有「烹調」一種方式，還可能包含消費、管理等。Carrington (2008)則認為餵養勞動的內容除了最外顯的購買與烹調行動之外，還包含了一連串的家人愛吃什麼，何種食物具有營養的價值，飲食的時程等一連串的構思活動。也就是說即使女人可以不用負責烹調，也不必然代表女人和家庭中的食物生產完全沒有關係。由於「守門員」的角色，母親可能必須為家庭中其他成員吃的東西負起責任，關心其他家庭成員是否吃得健康，吃得飽。

家務勞動分工帶有高度性別化的特色，廚房被視為是女人的聖地，所以家庭中烹調勞動的最適當者也是女人。但是現在在泡麵此種食物的調理上，女性的角色似乎不若其他的食品來得重要。在快煮麵或火鍋等簡易食品的廣告中，以母親為廣告中的主角是常見的方式，可是在泡麵的廣告中，烹調者的角色似乎並不被強調。泡麵有著不同於傳統食物的「物性」，以致於這種食物中存有的性別權力關係有著些許的變化。食物是社會生產和家庭生產的中介，現代社會透過消費的過程將食物商品帶入家中，再經過家務勞動生產的過程，完成食物系統的生產。而家務勞動的生產者經常被認為是女性，也使得這個領域成了許多女性重要的生產場域。泡麵烹調的過程，除非特別用鍋煮的方式，否則用水沖泡即可完成。即使用鍋煮，比起其他食物的烹調也算十分簡單，「煮泡麵」是許多即使不會「煮飯」的人而唯一會做的「料理」。但卻也因為調理過程過於簡單，所以會煮泡麵並不會被認為是會「做飯」的一種。也因為簡單而快速，所以使得其包含的勞動分工是

可被簡單取代的。所以在現代家庭中食物的生產關係，母親在許多吃的領域不再被期待是唯一的供給者，也可能是自己烹調或是直接購買熟食。烹調者角色的轉移，也表示了一種新的家庭飲食型態，吃不一定圍繞著同一張餐桌發生。

Lévi-Strauss (1997) 認為在烹調的過程中有著將自然轉化成文化的象徵。這個模型在食物工業的發展之下，似乎有重新補充的必要。工業生產中食物的烹調已經破碎化，生食轉換為熟食的過程並不是一次就完成。像是微波食品、沖泡食品在工廠內經歷過一次生食文化化的過程，但一直要到食用者手上最後的簡單調理過程，才算真正的轉變為熟食。這種烹調行為的破碎化不只是造成烹調的簡便，同時也產生烹調者身分的多樣性的可能。

從女性主義的觀點出發，有二個主要的食物與身體的議題。一個是人的食物烹調技能以及家庭中的家務勞動關係，另一個則是自我的身體生產與社會論述間的協商。研究泡麵的物性的過程中，必須留意這二個議題帶來的影響。人在吃泡麵的過程中如何經歷了這二個層次的協商過程。便利食物是一種新型態的食物與傳統食物研究中的食物種類相對立。理性化、同質化的食物經驗分析過程中，便利食物似乎成為一種破壞性的食物。在過程中食物所富有的創造力與可能往往被低估。所以討論便利食物的過程中，不能只停留在消費的層次，即認為消費過後，物的意義已經終結，而必須理解在消費之後，食物所包含的烹調及食用過程也使食物的意義不斷改變。

如何理解便利食物的物性

Mennell (1992) 將食物的研究歸類為三種取徑，分別是功能、結構與發展主義 (developmentalism)。Mennell 以發展主義做為突破結構能動二元對立的方式。他反對結構主義式的方式，但並不是就排除用結構主義的結構式思考，也不是反對象徵意義對形成和控制社會行為的影響，而是強調意義是由實踐過程中發展出來。發展主義除了強調人的能動與結構的互動之後，也將時間的流動納入理論之中，也就是食物所具有的意義並非固定不動。從食物的意義處在流動的狀態的觀點出發，那也提示了一個重要的立場，亦即物性並不完全是本質的存在。「食物」不只是物質性的特色而且是種具有文化特質的社會存在。物性並非在物獨立存有的狀態中就可描述，而是與人互動的過程中進一步發展完成。

在現在多元的食物研究領域中，便利食物甚少被當成主題。大致的便利食物研究都關心現代工業技術對食物帶來的影響，而較少處理「食物」本身的特質。Warde (1999) 對於便利食物的研究將重心放在便利食物快速可食的特質如何應對現代社會的生活時間節奏上面。以現代社會中的時間議題為基礎，Warde 提出超現代的便利的概念，取代傳統「節省」勞力和時間的觀點，認為便利食物應理解為個人重新「組織」及「排序」日常生活時間的媒介。但同時 Warde 也認此此種超現代的便利並非只是理性的時間計算問題，吃食物不光只是吃時間，而是帶有特定的目的。個人式的超現代便利並不是拒絕傳統家庭集體飲食的模式，是在圍繞家裡餐桌飲食的模式破產後，個人追求更多不同的圍繞餐桌飲食形式的趨向。所以在「便利」的分析中，不能忽略便利食物的「食物」本質，食物不是只被使用，而是被「吃」。吃的過程中人對於食物的感受、排斥以及對自我身體與他人關係的再生產等的可能性都依舊存於便利食物之中。也就是人吃便利食物的動機不光只是現代社會時間上的需求，而是源於身體上的需求。若是便利成為便利食物的唯一價值所在，在吃的過程中人也無法賦與此種食物新的意義。

泡麵看似「泡」加「麵」，但處理泡麵的食物意義的過程中還是不能只以簡單複製「麵」的物性。Atkin(2001)提到 Goodman 將食物從農業原料物質轉變為工業產品的過程定義為一種置換(substitutionism)，將農產品變化為一種純工業的製品。在這種置換的過程中，原料的許多性質會消失，取代的是新的工業製品的性質。如果以置換的概念來討論麵與泡麵，則泡麵還多發展出了麵所沒有一種新的工業製品性質，也就是泡麵做為食物的物性並不等於麵。所以泡麵的物性不是便利加上麵，並非是對於麵食文化增添一組「便利」性的補充，而是要重新面對泡麵做為食物的特質。

食物的物性並不是只存在人最後賦與的階段，文化意義的建構及生產隨著泡麵在食物系統中的流動，也不斷的發生變化。Hebdige (2003) 認為，一個物的文化意義，可以界定為該物品從構思、生產、中介到大眾流通、銷售和使用這一期間所經歷的每一個階段中所做的選擇和決定之總和。與物的社會生命的概念相同，物的意義處在變化之中，所以分析文化意義並非單純是由上而下，只關注文化工業生產機制中由廠商銘刻的商品意義。我認為人在與物互動的過程中，與生產者銘刻的商品符號以及社會規範進行協商拉扯，而產生新的關於物的意義。也

就是物的物性並非完全是由人決定，也並非存在先驗的物本身的組成之中，但人本身也是存在著持續不斷的變化。Cater(2004)提到關於食物的規範以及什麼是適當的飲食方式隨著時代而轉變，是個文化的戰場，受到年齡、性別、種族、階級、城鄉差異的影響而改變。Bell 和 Valentine (1997) 將食物視為當代大眾文化的一個部分，而穿透大眾文化的主要力量就是消費，並結合了原本分開的各個不同領域的休閒 (leisure) 和娛樂 (pleasure)。消費的過程的確是泡麵生產意義的重要過程，但我認為泡麵的意義除了做為商品之外，做為物還結合了家庭生產的結構，而影響了生產的模式以及生產的意義。

與泡麵這類便利食品的食物研究範疇除了大多將重心放在「便利」身上。討論現代生活的時間與便利的關係之外，對於工業食物多從文化工業生產的立場分析，而對於此類食物的物性也抱持負面的觀點。Shilling (2005) 認為便利食品的出現代表了理性化將工業社會中的飲食化做補給，使人無法在餐桌上進行「非目的性」的互動行為。Armesto (2001) 認為便利食物的一致的口味和講求快速的特質破壞了人與自己的身體以及人與人之間的關係。Armesto 對便利食物的看法著重於食物的便利性帶來的影響，但是人實際吃食物的過程中，快速並不完全是唯一可能的考量。人的身體具有能量發動除了符應現代社會時間秩序以外的吃的行為。便利餐食也許的確改變了人與食物與烹調的關係，但是人卻也可能因為便利而相互連結，就像麥當勞也不再只是講求快速的飲食場域，而成為現代人互動的空間之一 (吳燕和, 2007)，並供應讓他們能夠懷念家鄉的食物。因此若是在分析的過程中，不重視人對食物的實際感受，則會對於便利食物在現代社會中扮演的角色採取過份悲觀的態度。

只從便利的角度討論會喪失泡麵做為食物的特性。但目前對於便利食物帶來的正面概念有限，因此我想借用「非在家」的飲食經驗來對照這類食物的飲食經驗。乳井 (2001) 引用時子山在 1998 年繪製的，以吃在家庭內外，以及調理發生在家庭內外的內外食分類圖表來區分的話，則泡麵位於內食、中食、外食這三種概念的中食的部分。由家庭外的人烹調，但在家庭內食用。但是泡麵似乎又可以在圖表之中自由移動，像是在家庭外食用，或是由其他家庭內的成員烹調。這種概念分隔的基礎是將家的空間性做為分隔產生了內外，而我認為便利食品的內外之分的基礎在於家的生產關係。在 Warde (2000) 針對外食 (eating out) 的研究中，

將範圍限定在於有特定空間移動的飲食經驗，也就是外帶的食物和便利食物不在他們研究的範圍。但是在他的研究中提及受訪者對於外食的普遍認知是「日常生活不同的行為，從烹調和服務中休息，享受、社交、慶祝、享受食物、避免飢餓。」(p. 47)。雖然便利食品不在這個研究範圍中，但我認為便利食品除了考量方便的「無趣日常」經驗之外，也可能具有跟外食類似的「脫離日常」的趣味性質。因為空間的移動使外食相對於家產生了非日常與日常性的區分，便利食品在空間的移動之中則是由於生產關係的改變產生了日常性與非日常性，是在穩定的餐飲供給關係之外的一個非日常的飲食經驗。

肯定了吃泡麵過程中可能產生對於人的正面經驗之後，Dent (1999) 的例子，幫助我理解物與人的關係。不同時空下產製的手風琴，在不同的人的手上能發出不同的聲音，產生不同的聲音的可能，同時所產生出的聲音及能量又是充滿文化性感受。因此使用物的過程不只是一個單純的使用，而是釋放物的潛能，Dent 將這個過程稱為「挪用」。我認為 Dent 的「與物同在」的挪用不只是透過文化的再製對外在世界的介入，還要加入體物入微的概念，除了對外再生產外，同時還向內生產意義（余舜德，2008）。重視在與物互動中的身體感的重要性，以身體感連結社會秩序做為體現操演的媒介。也就是將身體的概念放置在食物的物性研究的核心。食物不只是滿足身體不同層次生理的需求，同時是立基於身體內的感覺而展開向外在世界介入的可能。Shilling (2005) 認為當代與身體相關研究對於身體的概念相當模糊，有時身體只是隱喻，有時身體的重要性又需退位至結構之後。為了釐清身體與結構間的關係，因而認為要將身體視為組成社會的多面向媒介的概念。

Shilling (2005) 也提出新的實在論定義身體的存在，「身體與社會皆為真實的存在，無法消解成論述，並具有互為因果的生成屬性」(頁 19)。Shilling 對身體的觀點，主要透過三種層面來看待身體與社會的關係。一是身體是社會的起源，二是身體是被作用的場域，三則是身體是人在社會中定位個人的工具。將這個概念應用到「體物」的過程，則身體的感受在與物互動的過程中發展出一套物性，身體受到社會文化作用而影響人體物的技能與方式。最後在體物的過程中發展出的身體－社會關係又重新影響了身體。加入身體實在論的概念，人與物互動的關係就不只是「體物」的過程，互動的結果重新回歸人的身體，而非停留於物性的

層次，更聚焦於人的能動展現的可能。

從身體為核心的觀點重新來檢討對於便利食物的評價，能夠避免只著重於便利食物的破壞性功能，以致忽略人到底知不知道自己在「吃什麼東西」。討論的過程中飲食的本質對於身體的生產及感受被抽離後，飲食自然就只充滿目的性以及理性。但便利食物確實對家庭中圍繞著餐桌共食的經驗造成影響，只是這影響如何發生，又產生何種作用，必須從人為何而吃出發。這是由於吃的過程中，回應身體的慾望是最基本的條件，像是在飢餓、口味及二方面的滿足。但「滿足」的門檻也許並不高，在某些範圍內，人有時會以「忍受」的方式滿足。也許就因為身體的滿足過於基本及基礎，使身體的基本滿足太容易被忽略，進而變成研究分析中不重要的變數，而不是產生意義的先決條件。但任何與物互動的意義生產及實踐，都應將身體的滿足視為最核心的動力。

Bell 和 Valentine (1997) 也以身體做為食物和地理學連結思考的起點。他們以 Perry 所舉的漢堡做為文本和符號的二種不同理論觀點為例子，認為不同理解食物的方式能夠創造出新的理論觀點，因此有必要從地理學的角度理解食物。Bell 和 Valentine 將身體視為地理學中的一個尺度時，認為人受社會力作用的過程伴隨改變自己身體的邊界，身體的邊界影響了人在空間中的現身方式。就像肥胖身體和纖瘦的身體在空間中具有不同的意義，食物就是生產身體的媒介，進食的過程將外在世界與自我結合。食物也具備連結不同人身體的可能，包括恐懼、情色、歡愉，就像食物常給約會帶來氣氛。McDowell (1999) 也認為身體的理論化是體現地理學的認識基礎，不同的身體操演將身體化為地景。所以從地理學的角度重新來理解食物與組成多面向媒介的身體的關係時，即是食物是生產人自我身體邊界及樣貌的中介，進食的選擇中體現了外在結構對於身體樣貌的規訓。食物就不只是對內的滿足，同時也對外創造了各種「邊界」的互動，包括各個獨立個體的身體邊界以及從家到國家各種不同地理尺度的可能。

Armesto (2001) 對於便利食物採取了悲觀的態度：「餐食不再能聯繫人，而成了障礙物。『便利』變得比文明、樂趣或營養都來得重要」(頁 333)。從這個觀點出發，我認為除了已經討論過的便利食物的去物性過程外，還可以延伸至「垃圾食物」這個亦是泡麵所屬的特殊食物分類。我認為 Armesto 輕忽了垃圾食物的「致命」吸引力，而認為人會因為追求便利而將「營養」或是生產「好的身體」的目

的棄之不顧。人吃垃圾食物的過程中，營養價值在物人關係中並不是完全不造成影響。

垃圾食物的建構

「食物」雖然與身體的感官經驗直接相連，但也並非完全的源於生物的本能進行。MacClancy, Henry 和 Macbeth (2007) 認為什麼不是食物，什麼是食物是一個文化定義的過程。也就是不只物的物性是非本質的存在，人的身體和感覺也並非是本質存在。

藉由這個概念可以發現文化對於食物的意義的影響並不亞於食物本身的物質性。所以食物的生產包含了社會文化的生產關係。判斷什麼是食物代表了「認定什麼東西是可以拿來吃的文化過程，可以吃的界定不只在物質，同時也在於文化層面對吃的想像。吃不只是人的身體經驗，同時也是人的文化經驗所影響，不只是什麼東西可以吃，還包含了怎麼吃。而食物所牽涉的範圍又十分的廣，從原料的生產、包裝、運送、加工、烹調到吃進身體裡，每一個環境所牽涉的文化性質都極為複雜。現代科技的發展更是改變了飲食的圖像，新的包裝、處理以及運送的科技也改變了現代人的飲食形式。

Östberg (2003) 和Carter (2004) 都認為食物中的營養判斷標準受到營養科學的穿透，專業的科學知識影響了人們如何判斷食物的價值。以食物營養學的知識為基礎，不符合當代營養價值的食物，則可能被認為是垃圾食物。Pollan (2008) 進一步以「營養主義」的概念，區分現代社會的食物營養知識與營養學的不同。Pollan認為營養主義是一種意識形態，產生這種意識形態的原因是由於人在日常生活中並「看不見」食物中的營養素，而食物中的營養素被認為是營養的關鍵，使得人在日常生活中只能依靠食物營養專家才能生存。

伴隨著食物營養學的發展，人對食物的理解與評價，並非直線前進邁向一個固定不變的終點。因為食物營養學的領域本身不斷在變化，食物的意義也隨著時代不同而改變。今日認為不營養的食物明天可能變得營養，之後又可能再度被認為不具有營養價值。Östberg (2003) 認為在食物營養學發展的過程中，舊有的知識不斷的推翻，以及不同學者的不同營養價值判斷都促成了食物是否營養的對立性。在充斥著各種相左資訊的情況下，科技的發展並沒有增進現代人對食物的理

解，反而增加了「吃的焦慮」。對立的食物科學知識不只使人不知所措，同時也改變了人與食物科學知識的關係。Warde (1997) 就認為不同領域對健康的「相左意見」以及不斷推翻現有定義的情況，反而降低了一般民眾對官方知識的信任。

「在消費文化中，身體承擔一種新的社會意義與個人意義。身體變成個人行使健康策略的場域」(Turner, 2008: 頁222)。在身體生產的過程中，營養的飲食一直是個重要的考量因素。但是回應食物營養學知識的方式不只是透過拒絕特定的食物，而是在與食物互動的不同階段具有不同的協商方式。像Östberg (2003) 提出人在面對不健康的食物的時候，具有吃什麼、怎麼煮及吃多少等三個層次的組合來改變食物的營養價值。也就是說食物的營養價值並不是靜態的存在食物本身，單純做為人選擇的依據，而是在動態的飲食方式組合之中才做了最後的定論。人如何「轉譯」食物營養學的知識，建構自己日常「健康」飲食的圖像才真正影響了泡麵的「營養價值」，在轉換食物營養價值的過程中，也反映了人與工業食物意義協商的可能性。亦即意義並非因著食物的商品形式固著，人透過操作食物進入身體邊界的方式與過程，由下而上轉換物的意義。

即使營不營養是人吃食物過程中的一個判斷價值，但卻也不能完全的將食物的選擇視為去情感的身體生產過程。垃圾食物被認為是對生產健康的身體有害的食物種類，具有某種「不能吃」的特質。只是泡麵的不能吃在我們的文化中並不是代表完全被禁止進入身體之中，而是「避免」、「少吃為妙」等不適合常吃的意義。MacClancy, Henry 和 Macbeth (2007) 針對吃「不能吃」的食物的研究中，特別重視吃的文化脈絡及個人的認同與情感扮演的角色。Parasecoli (2008) 的研究中就特別強調記憶與情感經驗對於食物造成的影響，飲食中的身體的邊界，決定何種食物進入身體，何種排除在外的過程中，所考慮的並不是只有吃得健康的一種可能。Warde (1997) 也曾用「邪惡食物」(evil food)來形容不滿足好的身體生產想像的食物，並且人處在不同的情緒狀態下會對這些邪惡食物產生不同的喜好或排除。像心情不好時可能會想大吃大喝，或猛吃垃圾食物。人所劃定的身體邊界在日常生活中處於不斷變動之中。因此面對泡麵為「垃圾食物」的物性時，不能只簡單的將他視為人遠離泡麵的一種趨力，必須回到日常生活的脈絡中重新探索「垃圾性」在飲食行為中扮演的角色。泡麵的便利性加上垃圾性也可能在過程中產生了「致命的吸引力」，成為食物特殊的價值與意義來源。

第四節 研究發問

「垃圾食物」與「便利食物」的分類能夠補足泡麵做為食物的物性。便利食物的部分，陷入對於便利的二個層次的否定，一個是針對其便利的可能性的否定，認為便利只破壞了人與人的關係，另一個則是對做為食物的性質的否定，認為人只因便利而吃這種食物。這二個觀點中針對人如何在食用便利食物的過程中產生意義翻轉的可能性的描述都略嫌不足。我認為人的身體才是食物意義發展的源頭，不重新將人放置為意義的出發點，很容易落入這二層否定之中，使人成為受制於工業生產邏輯的客體。同時這二者看似人在日常生活中面對的不同面向的問題，但我認為二者之間會相互影響。Dent (1999) 的「與物同在」的挪用不只是透過文化的再製對外在世界的介入，還要加入體物入微的概念，除了對外再生產外，同時還向內生產意義。滿足身體不同層次生理的需求，同時是立基於身體內的感覺而展開向外在世界介入的可能。Warde (1999) 認為便利食物的普及也代表了現代社會忙碌狀態所產生的人必須在「錯的地方」的飲食。但「錯的地方」除了意指無法烹調、在舒適的用餐空間之外，在人的日常生活中空間還具有何種影響便利食物存在的可能性。甚至是否存在著「對的地方」？同時經由女性主義的觀點，飲食是種供給的權力關係，因此個人運用泡麵的便利性，必須將他放入日常生活中不同空間的飲食供給關係才能了解便利的意義。在這樣的過程中，身體的經驗如何扮演體物入微的角色，滿足身體的慾望之餘，空間和身體－社會關係是如何互相影響。

所以從「垃圾食物」及「便利食物」二個層次的物性辯明為基礎，提出了三個問題，第一雖然食物和便利無法二分，但是針對食物討論之前，也不能忽略「垃圾食物」特質帶來的影響。所以我將重點放在「生產身體邊界」的概念之下，吃泡麵所帶有的負面身體生產意義如何影響人與食物間的關係？人如何面對「健康飲食」的概念？二是在不將便利視為單向破壞人與人間的關係的前提下，除了以時間重構的觀點來分析便利食品之外，如何透過空間的概念來討論泡麵具有的便利性。空間的概念除了 Warde (1999) 所認為的「錯誤的地方」有沒有其他的可能性，除了烹調空間不足的原因之外，空間與人的關係以及女性主義所關心飲食的勞動關係是如何影響食物的便利性？三是以上的人與物互動的過程中，身體感扮演何種角色，如何以身體為基礎來研究食物與人的關係。

第五節 研究方法

泡麵的物性主要受到二個方向的協商與建構，一個是由生產者端產出的泡麵商品形象，另一個部分則是泡麵和消費者日常生活結合生產的意義。這兩個部分的資料蒐集，前者主要依賴文本資料分析，而後者較適合透過深入訪談的方式進行。

一、文本分析

我認為泡麵進入消費者的生活過程的方式與商品自我定位是種相互建構的過程，在了解日常生活的泡麵意義之前，得先了解泡麵在台灣社會中做為一個商品的定位。這個定位具有歷史的累積與反應，只分析泡麵在現在的文本中的建構方式是無法充份掌握，必須對泡麵在台灣歷史脈絡中是如何的轉變有初步的認識，才能掌握現在的泡麵的定位可能是何物。主要透過各式廣告的分析來進行解碼，另外像是泡麵的名稱、包裝等也是幫助分析的工具。了解泡麵在不同時代對自我商品的一種定位，比對台灣社會經濟發展、家庭結構關係以及工業科技演變等，進一步找出定位改變的原因。

二、深入訪談

透過深入訪談，理解實際生活中人與泡麵的關係。這部分無法依靠廣告與新聞媒介而獲得較完整的描繪。電視媒體不只是反映真實，同時也建構了真實。媒體中呈現的可能都是特定的泡麵食用意義，其中的論述可能是為了泡麵廠商建構食品的正當性，或是重新建構了主流的飲食論述。所以我認為為了要釐清在日常生活中的實踐模式，必須直接從人的日常生活中探尋，才能理解人如何挪用泡麵所具有的潛能。在尋求受訪者的過程中，我主要有二個向度的考量，一是受訪者對於泡麵的喜好程度，二是受訪者與泡麵之間是否有特殊的便利經驗。

(1) 訪談者的年齡限制

台灣的泡麵自 1980 年代開始在市場上有較大的變化。一方面泡麵做為垃圾食物的形象高漲，為了解決這個質問，泡麵廠商開始推出了附有調理包的泡麵商品（如滿漢大餐）。另一方面也由於此種麵種的出現，市場開始了高價與低價的畫

分。吃泡麵不再只是便宜的替代食物，更偏向消費活動中的休閒食物。在 1980 年代前後不同世代的人對於泡麵可能有不同依附的方式，對於食物的記憶會影響物的意義。

在不同年代成長背景中的受訪者對於泡麵有不同的認同以及食用模式。比如泡麵的食用在四五十歲以上的人的心中，觀看少棒的記憶是很重要的部分。當時台灣的物資較為缺乏，而泡麵是少數能選擇的食物之一。此種脈絡下人與泡麵的關係與情感，就會與晚期泡麵做為眾多的消費食品中的一個單項的情況大不相同。不同時代中「垃圾食物」的定位不同帶來的影響，也不斷在改變，不同世代與泡麵互動的經驗也就有所差異。

為了更加掌握泡麵的「便利」與「垃圾」和其他同質產品有何不同，我選擇以 1980 年代開始出現的泡麵市場的區隔做為分界，將訪談對象的年齡集中在 1980 年代左右出生，現在大約 20~30 歲左右的對象做為主要的受訪者。這個世代的受訪者剛好經歷了個食化的發展以及其他便利食物興起的過程，因此能較明確的將泡麵物質上的獨特性與其他便利食物進行比較。同時相較於更年幼的族群而言，對於掌控自己飲食選擇的資源較廣，較不用受限於母親或其他家庭成員的規範，也有更多的機會描繪出個人選擇背後的社會、文化脈絡。

(2) 對泡麵的喜好程度

「喜愛吃泡麵」是尋找訪談者的一個重要因素。我會選擇喜愛吃泡麵的人做為優先的訪談對象。雖然不喜歡吃的人可能也有許多關於對泡麵做為食物感受上的經驗，不喜歡的感覺可能會使人拒絕和物接觸，減少使用物以及和物互動的機會。並非是完全拒絕不愛吃泡麵的族群，只是為了便於我在過程中建構出初步的人和泡麵如何在日常生活中發生關係，因此才將喜愛吃泡麵的族群做為優先考量。

我認為喜好的程度並沒有一個辨別的標準。也許客觀上可以用吃的頻率做為喜好的區分，但是這種數字並不能完全反映人與食物的關係。頻率高的人並不一定比頻率低的人愛吃，吃得多可能只是生活上所需，對於泡麵並沒有特殊的情感。像在國外唸書的朋友曾經說過，雖然很久才吃一包，但是泡麵對他們而言是不可多得的故鄉美食。所以在選擇受訪者的過程中，我不會試圖用如頻率等量化的標準來判斷受訪者是否愛吃泡麵。而由受訪者自己認定是否屬於喜歡吃泡麵的族群。

(3) 特殊的便利經驗

在特殊便利經驗的部分，主要考慮的便不是受訪者如何愛吃泡麵，而是受訪者在什麼樣的情境下吃泡麵。泡麵本身的便利性至少有好調理、好保存和好運送三個部分，所以分為時間上和空間上的二種便利經驗來尋找受訪者。在時間上的部分，「很常吃泡麵」會成為在這個層面中考慮的要素之一。「太常吃泡麵」並非是現在主流飲食價值中認可的事，而通常將這類經驗歸類到日常生活中較負面的狀況。像是沒錢、沒時間、沒有烹調的技能等，因此太常吃泡麵的過程中可能含有對於特殊生活問題的回應。我認為吃泡麵的頻率越高，越可能跟挪用泡麵其中的便利特質有關，因此吃泡麵的頻率很高也會列入我的考量之一。

除了時間上的特殊之外，還有一種是屬於空間上的特殊經驗。像是與台灣空間產生斷裂的食用者也會做為優先考慮之一。在我的經驗中，我和朋友會特別寄泡麵給出國留學的同學，一方面是為了讓他們應對較困窘的生活，另一方面也是為了讓他們懷念家鄉的味道。當人脫離原本的生活脈絡時，許多物所存有的意義都會改變。而泡麵本身具有的物性也在各種空間移動的過程中改變，從原本的垃圾食物轉變為具有家鄉味道的食物。這部分的經驗也是源於泡麵的便利而發展的特殊之處，因此與既有生活空間的關係也會成為我尋求受訪者的考量之一。

表 2 受訪者名單

| 受訪者 | 性別 | 年齡 | 備註 |
|---------|----|----|-------------------------|
| 小亞 | 女 | 23 | 和父母同住，母親負責煮食。 |
| 小四 | 女 | 25 | 家住台中，目前在台北工作。 |
| 小花 | 女 | 28 | 和父母同住，母親負責煮食。 |
| 廢爆人 | 男 | 25 | 日本留學中。 |
| Rutgers | 男 | 38 | 和父母同在。 |
| Roger | 女 | 25 | 家住高雄，目前在台北工作。 |
| 學姊 | 女 | 27 | 美國留學中。 |
| 小雪 | 女 | 30 | 已婚。未與自家或夫家父母同住。 |
| 猴子 | 男 | 24 | 和母親同住。母親、弟弟和自己輪流負責家中煮食。 |

| | | | |
|--------|---|----|------------------------|
| Nobody | 女 | 26 | 和父母同住。母親負責家中煮食。 |
| 羽月 | 男 | 28 | 在外求學，一個人住。 |
| 大澤 | 女 | 22 | 父親負責家中煮食，但吃不慣所以很少在家吃。 |
| Mario | 女 | 26 | 已婚，和夫家父母住不同層。 |
| 喵喵 | 女 | 27 | 和父母同住。母親負責家中煮食。 |
| 易先生 | 男 | 25 | 和父母同住。母親負責家中煮食。 |
| 玉山 | 女 | 24 | 和母親同住。 |
| 娜娜 | 女 | 27 | 和父親同住。 |
| Friday | 男 | 34 | 已婚，未與父母同住。和老婆共同分擔煮食工作。 |

三、章節配置

我在概念上將泡麵分為垃圾食物和便利食物，但是這二者並不是全然分開。二者的經驗會相互影響，若只注意「垃圾」的部分，即會忽略人利用泡麵重構飲食圖像的可能性。若只注意便利，則會忽略人對食物最直接的感覺，即使再趕時間，大多的情況人吃的還是「食物」而「時間」。在討論的過程中將以這二個層次為基礎切割成個人和關係二個部分進行討論。在接下來的章節中，我將先回顧泡麵在台灣發展的歷史，研究物本身的變化。第三章透過分析泡麵中的烹調者的轉變來討論泡麵在台灣社會發展的過程中如何轉變自己做為飲食的特性。接著將重心放到實際吃泡麵的人的身上，第四章中要處理的是吃泡麵中人的身體感受及能力，人如何以身體感知能力為基礎和物互動，與生產「健康」身體的知識論述進行協商。第五章則是將重心放在便利對於泡麵與人的關係的影響。人所處的空間是關係的基礎，不同的空間中有不同的供給關係秩序，處理這些食物供給關係如何對吃泡麵的行為產生影響。同時「便利」和社會關係間是否只是單向的切斷，而沒有雙向互動的可能，人如何運用便利回應在不同空間移動的過程中所面臨的身體－食物關係。透過這幾個章節的分析，要試圖處理食物的物性為何，人的身體在過程中如何與物互動，身體又受到何種社會力作用。與物互動過程中發展出的身體－社會關係如何產生對自我身體重新掌握的可能。

第二章 台灣泡麵的歷史

食物的發展與台灣社會、文化緊密連結。在發展的過程中，也受到台灣經濟及日常生活結構的轉變，其中的象徵意義、功能、形式，在不同年代、社會環境中不斷變遷。自 1967 年「生力麵」在台灣發售以來，泡麵逐漸演變為台灣飲食文化中一種重要的食物。雖然有超過四十年的歷史，但食物的樣貌並沒有因此而顯得老化過時，反而透過不斷推出新產品的方式展現其生命力。發展的歷程卻也不是線性取代式的前進；商品雖然不斷推陳出新，舊的商品卻不會全面為新商品所取代，也不一定因此過時而失去商品價值。在口味競爭中存活，跨越時代的舊商品反而發展出另一種新的意義，甚至成為「經典」口味，轉變舊有的意義成為新的符號。老牌子與新潮流的泡麵同時並置於貨架上，形成一幅跨越時代的拼貼圖像，展現出泡麵的生命力。只著眼於現在的符號意義不易理解泡麵的性質，而也很容易將物的發展視為偶然，忽略特定時代背景的因素。要透過描繪泡麵發展的時代軌跡，回到發展的脈絡中才能找出物的意義的轉移。

源於日本的技術所生產的泡麵以本土商品的樣貌出發，但「本土」卻也不是泡麵唯一的樣貌。全球化改變了食物生產、口味與地方環境的連結關係，特定食物不一定要到特定地點才能吃得到，我們也不一定只接受本地的食物入我們的胃中。異地的食物彷彿做為流行文化的前哨戰，積極的進入我們的飲食生活中。在這種發展下出現了各種台製的異國口味泡麵。商品符號結合流行透過廣告、包裝、口味不斷創造泡麵新的形象。人選購食物影響的因素不單純是味覺快感的問題，還包含了什麼是「適當的飲食」，營養和健康的問題。食物是人進行身體生產的一種中介物，也是人在身體尺度中生產自我認同的媒介，包括胖瘦美醜、營養健康，男性女性等身體特質都藉由食用食物的過程再生產。食物自身的定位會影響其選擇什麼口味做為他的展現。特別是泡麵這種再現其他口味的食物，最具影響的可能不是地方有什麼食材、飲食習慣，而是當時社會中的人喜歡吃什麼，對於吃泡麵有什麼想像。除了泡麵各個獨立的商品有不同的口味變化外，當泡麵做為一個集體時，關於泡麵的文化意義又有所不同。

目前台灣研究者對於泡麵發展的階段，大致認為可分為三個時期；1967~1972 為萌芽期，1973~1997 為成長期，1997 以後為成熟期（陳首全，2007；徐仁鐘，

2008；李如菁，2008)。這個分期的依據大致是根據泡麵的消費量成長為主。成長期的特徵是泡麵的調味料中脫離粉包式的調味，進入油包競爭的時代。成熟期除了泡麵的銷售量趨於穩定之外，主要還有一個事件就是通路形式的改變。連鎖便利商店取代了傳統商店成為泡麵主要的通路，統一公司旗下的便利商店也提供自己的產品有了特定的通路，而使統一公司在泡麵市場的競爭上佔了優勢。這種分類分式大致以產品銷售量以及種類做為依據，在分析的過程中，我大致借用萌芽和成長的分期方式，但只區分為起源和多樣二個階段。分期的判斷是泡麵中含有的口味取向，起源期所使用的還多是日式的口味，在多樣期時口味的發展開始固著於台灣的口味之中。雖然在成熟期和成長期的味道的內容不盡相同，但大致還是在台灣的範疇下發展，因此不特別區分。在商品發展的過程中，泡麵除了在商品層次變化之外，「泡麵」本身的符號又產生了一種「傳統在地」的意義。所以除了起源與多樣二個階段之外，我還試圖補充泡麵發展成具有「傳統」食物的歷程。

第一節 泡麵的出現

泡麵最初出現於日本，到 1967 年時才正式在台灣市場上販售。日本和台灣的泡麵發展並非全然無關。我將先回顧日本泡麵的源起以及發展，再回到台灣的經驗之中描繪這種新食品發展的過程。

泡麵的起源：日本

日文中是以インスタントラーメン(instant ramen)來稱呼泡麵這類型的產品，照字面上的意思翻譯成中文就是「即席拉麵」，帶有「隨時可吃的拉麵」的涵義。由此可知，若是在日本食物商品的地圖中定位泡麵的位置的話，泡麵可說是一種拉麵的變形。「拉麵」這二個字是這二種麵食關係的展現與建構，泡麵在日本出現時所借用的論述並非是一種全新的、無中生有的食物，而是在既有的飲食文化圖像中的某些食物¹發展出的變種。變種的過程使泡麵承襲了拉麵文化中的口味的種類，同時對拉麵的喜好也提高了日本人對泡麵的接受度。儘管和拉麵有著相近的

¹在口味的發展上，日後日本泡麵的麵種不只是拉麵，同時也包含了烏龍麵、炒麵等麵種，但主要稱為泡麵時，還是以拉麵為通稱。

名稱，但是口味、烹調方式甚至飲食的空間這些物質特性上的不同，使泡麵發展出不同於拉麵文化的飲食圖像。拉麵的風行形塑了泡麵產生的動力及在飲食文化中「定位」的樣貌。

拉麵的歷史可追溯到 19 世紀末，最初是由在日本的中國商人販售的麵食。當時中國商人只能在特定的區域內經商，拉麵還不像現在日本街頭到處販售，而是限制在日本唐人街區域之中。所以當時拉麵的普及度不高，自然對拉麵的身份認定就還未被當成一種日本的飲食，依然還是視為源自中國的食物。原本只在特定區域販售的拉麵，與日本人的關係要到二次大戰後才開始發生較劇烈的改變；以稻作米食為主、並不盛行麵食的日本，以麥製作的拉麵卻突然興起，成為日本人喜愛的食物。陳建源（2003）認為這種飲食習慣的改變有二個原因，第一是戰後日本戰後糧食不足的危機，向當時駐留日本的美軍求援，而來自美國的援助為小麥或麵粉。第二即是韓戰後快速發達的經濟造成美國貿易逆差，美國為平衡逆差，且為國內多餘小麥尋找出路，而向日本傾銷小麥。因為這兩個因素導致麵食在日本的快速發展，並且原本以米食為大宗的日本人民的飲食生活發生了變化。

拉麵的興起背景混雜了全球化下文化以及物流跨越地理尺度產生的影響。原先食物生產的原料與文化緊密連結著地方環境氣候及文化的影響，這種連結關係在全球化下逐漸改變。拉麵出現的文化及原料背景條件都不是源於全然日本傳統的元素，而是受到跨國物流過程中，中國及美國二股外來力量混雜的影響。新食物是在全球流動下的文化、物流及生產跨界的過程中產生。國際物流反映了生產空間的全球化，食物生產的原料不完全由本地提供，而是跨越國家邊界的異地生產與物流而填補了生產的物質所需。於是源自中國文化中的麵食與來自美國物流的小麥在日本混雜的結果，帶來了拉麵的風潮。

異國混合在日本料理發展的過程中扮演十分重要的角色，在混合的過程中才逐漸發展出屬於日本的獨特料理（Cwierka，2006）。拉麵發展的過程，最初是在日華人生產的來自中國的食物，但隨著普及與發展，食物的認同慢慢由中國的中華料理認同轉變為日式的中華料理食物。拉麵的口味在日本有著高度的歧異性，各個地方受到環境影響而有各種不同的特色及風味。也因為這種地方層次的發展過程，使得日本人認為拉麵和日本地方的連結性，還遠比拉麵和中國、台灣連結的關係來得強烈。日式速食拉麵在認同的議題上接收了拉麵跨越的這層邊界，成

為了日本人驕傲並推舉的二十世紀日本最偉大的發明。

拉麵與泡麵並非是單向的影響關係，泡麵的出現也促使日本全國「拉麵」文化的產生。1958 年第一包泡麵「元祖雞拉麵」發售以前，日本各地對於拉麵的稱呼沒有一個統一的名稱，隨著地方不同，有「支那蕎麥麵」或「中華蕎麥麵」等不同名稱（Cwiertka，2006）。石毛直道（2006）也認為「拉麵」這個名詞雖然沒有一個確切的源起，但是「即席拉麵」的全國販售與盛行，確實促使了「拉麵」這個名詞的普及化。除了普及了拉麵的名字之外，安藤百福的日清公司所推出的這包泡麵的名稱「即席拉麵」也成為了日後這種速食的通稱。泡麵的出現又展現出了另一種食物跨越地理邊界的現象。現代食物工業的發展，使食物更易於生產與保存，讓「元祖雞拉麵」能在日本全國各地販售，而使他影響的範圍不只是某些特定的地理區域，而是跨越整個商業產銷區域。

日本人眼中的拉麵是種源自中國的中華風味料理，但並不表示對日本人而言拉麵是種外國食物，拉麵反而是日本飲食文化中重要的一環。當日式速食拉麵進入台灣，日式速食拉麵的日本色彩去除了，遺留的是國人研發的新科技營養產品。台灣泡麵創造了一個新的在地血統，這個有著異國文化與技術的物，隨著跨界也變換了自己的身分和歷史。

泡麵的起源：台灣

1967 年泡麵在台灣正式發售，當時是由台灣國際食品公司與日本日清公司技術合作推出第一包泡麵產品「生力麵」。繼生力麵上市之後，各種類似的產品相繼出現在市場上，包括現在熟悉的各個泡麵大廠統一、維力、味全等公司的產品，但除了這些較有名氣的廠商之外，還有許多連品名和包裝都與生力麵類似的模仿產品，也在市場上出現。泡麵初期的廣告中建構著一種現代化富有營養價值足以解決現代工業社會問題的新產品的形象：「生力麵」在我國尚屬首創，衛生營養均超出國際標準以上（經濟日報，1969. 7. 30）。生力麵的販售並非從最初開始就十分順利。剛開始上市的過程中，生力麵的銷售量並不好，普遍認為這其中最主要的原因是由於泡麵生產的技術來自於日本，因此最初推出的泡麵口味也偏向日本較喜愛的雞汁口味，使生力麵的銷售遇到困難：

不料上市後二個月，遭遇到各地經銷商、零售店紛紛退貨，無興趣繼續代銷。究其原因，第一、是這種食品的味道，不合國人口味，製造廠商是完全仿照日本的方法所製造，忽略了調查迎合國人的口味。第二、是存放一個月以後，這種食品會發生有油臭的情形，引起了消費者普遍的反感。(蕭城，1969.08.22)

食物的口味是初期生力麵販售所遇到的一個大問題，當時國際食品公司針對口味做了些許的調整，同時透過與美國小麥在台協會合作，推行許多免費試吃和贈送的活動試圖打響生力麵的知名度。

美國小麥協會與此間國際食品公司，為配合正在發展中的我國工業社會，對於日趨忙碌的公司行號員工、一般公教人員及學生們，加強提供富有營養而又食用簡便的快速「生力麵」，決定自今(三十)日起至八月五日止一週，在今日百貨公司食品部，聯合舉辦「生力麵」免費擴大贈送會，凡前往今日公司顧客，均贈送特製「生力麵」一包。(徐聖竹，1969.07.08)

免費試吃的活動成功打響了生力麵在台灣의 知名度，改善了生力麵的銷售情形。當時亞洲中的台灣和日本的飲食文化圈都受到了戰後美援的影響而產生了轉變。台灣的小麥進口有百分之八十五來自於美國，美國也在台灣成立了美國小麥協會辦事處專門處理小麥進口事務。在日本和台灣的麵食發展經驗之中，來自美國的小麥物流都扮演了關鍵的角色。泡麵的銷售情況到了 1969 年底時有了起色，開始步上軌道。國際食品創辦人之一的林樹人對於這樣情況的轉變，將其原因歸因於氣候因素：

經過這颱風(芙勞茜颱風)後，一般民眾真正體會出颱風天積存糧食的重要，速食麵是最方便的食物，此後，生力麵銷售量大增，至今生力麵，無異是一般速食麵的代名詞(吳瑞達，2006.03.08)。

但是當時的報紙對於生力麵銷售量的轉變與颱風的關連並沒有太多的著墨。反而主要的媒體評論都認為影響這個變化的主要二個原因是廣告形象的成功翻轉，以及免費贈送活動的成功。不過生力麵的確在 1969 年的颱風災害中開始扮演了救災的角色：

生力麵的問世除了為現代化工業社會忙碌的人解決吃的困擾外，更為了響應政府推廣麵食政策；尤其在不久前當艾爾西及芙勞西兩颱風來襲時，生力麵對災區災民以及因缺乏水電而斷炊的人們，解決了食的問題，發揮了一次最大功效。(經濟日報，1969.12.18)

整體而言，初期的泡麵有著相對正面的形象，被認為是富有營養又便利。結合了當時國族主義建構的脈絡，國人生產的國貨被運用為進步與現代的科技象徵：

中華民國對外貿易發展協會消息：越南政府決定採購「速食麵」四千萬食份，約僅二百萬美元，將於最近舉行國際招標。該協會認為「速食麵」已成為我國重要的外銷食品，希望國內廠商注意應標，以爭取供應機會。(經濟日報，1971.05.04)

到了 1970 年代開始，媒體中開始出現了對於泡麵營養健康形象的質疑，泡麵不再維持全然正面的形象。添加了防腐劑的傳言在民間展開，促使衛生署稽查泡麵的成分，以及要求泡麵生產業者必須改變包裝方式來加長原本只有二個月的保存期間，要不然就得在包裝上加上出廠日期。原本作為行銷策略的營養、母愛、進步等概念慢慢開始受到衝擊而轉變。

拉麵在日本的風行使得「泡麵」這類型的產品以「即席拉麵」的姿態出現在日本。將即席拉麵生產科技移植到台灣的過程，也移植了日本的口味地圖，但台灣人的舌頭卻還無法接受這種日式的口味，而使得初期銷售困難重重。上市之初生力麵曾被質疑在與陽春麵的競爭之中無法勝出，但是日後的發展中，生力麵與陽春麵並不在同一個競爭的舞台之中，這二種麵成了不同「種類」的食物。速食麵漸漸開創出「點心」非正餐的麵食飲食領，蛻變出一種不同於麵的飲食規則新型態食物。生力麵的形象也由代表現代進步、營養的麵食隨著台灣歷史及科技的發展不斷的改變。

第二節 商品變化的形態—口味和包裝的變化

泡麵口味在地化的過程，將原本日式的雞汁口味轉變成台灣人較為熟悉的口味，對於這種食物的味道想像也越來越豐富。1970 年代時口味的修正圍繞著如何

把台灣本地已有的麵食口味與泡麵生產的技術結合，將台灣的麵食口味地圖轉化為新的口味泡麵是對廠商的一個重要議題。「食品是一種消費性流通行業，充分了解目標市場及消費群體的偏好，是製作暢銷產品的基本條件之一，而製作工法及原料是影響味道的關鍵，所以廠商不但要了解消費者要的口味是什麼，還要設法將產品做的道地」（魏欣儀，2006：頁 43）。在地化的過程加劇了泡麵市場的競爭，展開口味多樣化競爭的序幕。依舊以雞汁口味為主的生力麵就在這一波口味競爭之中敗陣下來淡出台灣市場。

1970 年初期泡麵廠商試圖結合的麵種有擔擔麵、肉燥麵等，現在盛行的主流「基本款」口味之一的牛肉麵還不是第一批被吸納入泡麵的口味模擬領域之中。牛肉的消費量一直到 1976 年才開始激增（王珊富，2007），因此當時牛肉麵雖然已經存在於市場上，但是這種口味的麵還不若現在風行，也因此還不被泡麵廠商當成口味的「基本款」。統一肉燥麵還有維力炸醬麵等現在的經典口味，就是這波脫離雞汁調味而朝向口味本土化競爭下的第一批產物。另一方面各家廠商為了擴大自己在市場上的佔有率，除了新口味外，還試圖創作不同的麵食產品，和泡麵相近的快煮麵也就在這個脈絡下問世。另外如國際食品的養力麵、維力的媽媽麵等，是做為泡麵的延伸商品而非新的麵種，所以媽媽麵當時的廣告中還強調自己是「用煮的泡麵」。

儘管口味競爭激烈，但在科技條件的限制之下，初期泡麵的內容物組成還是十分單純，一包麵中只有麵體和調味粉包，慢慢發展出不同於粉的調味油包等添加物，但大致來說就是乾燥麵體與簡單調味料的組合。一直到了 1980 年代時，泡麵的內容物組成有較大的變化，不再只有簡單的調味組合。軟性罐頭的技術開始和泡麵結合，出現了像漢餐大餐、一度讚等料較多的泡麵。泡麵包裝上的肉塊不只是看得到，終於也稍微可以吃得到。統一公司認為這種結合的策略是為了回應當時社會對於泡麵的不夠營養的顧慮。結合的結果不只是泡麵的內容物不同，同時也使得泡麵的價位產生區隔，泡麵不再只是低價的食品，同時在市場上還存在著較高價位的泡麵商品。

在台灣，杯麵的出現也帶動泡麵形象的轉變。雖然台灣的杯麵技術來自於日本，不過在發展的歷程上和日本不同。日本在杯麵出現以前，大多的泡麵都是用袋裝為主，要食用還得自行準備容器。直到 1971 年才將烹調的容器以及食具的杯

子和包裝結合推出新的包裝形式的產品²。日本杯麵剛上市時，因為售價較袋裝麵來得高，銷售並不好。只有在棒球場做為點心販售或是搭配如消防隊與自衛隊等有夜間執勤需求的職業才較有銷路。杯麵的盛行大致上是在 1972 年的淺間山莊³事件之後。當時在電視轉播中出現執勤中的員警吃杯麵的模樣，掀起了杯麵風潮，也於隔年 1973 年推出了另一種附有容器的碗麵商品。雖然台灣幾乎和日本同年將碗麵的生產技術應用到商品之中，可是台灣卻一直是到 1988 年，才有以「杯」做為容器的泡麵出現，隔年也推出加大容量的「桶」麵。

隨著社會經濟的發展，吃所關心的不再只有味道如何，還有連繫在吃這個行為上面的身體生產。吃是重要的身體實踐，吃什麼樣的食物就意味著生產怎麼樣的身體，食物是人生產身體的媒介（Valentine，1997）。關於身體的論述，也會影響食物的發展，泡麵的口味模仿的選擇不只反映了台灣人的口味偏好，也開始將台灣社會關於好的「身體」的想像銘刻在商品的符號中。1990 年代初期出現的維力大補帖的中藥食品泡麵，就是結合新的食補概念的產品。安勤之（2008）認為「在 1990 年到 1995 年間，冬令進補的論述產生轉變，『進補』不一定要『冬令』時節，只要辨明體質，隨時可以透過「進補」的方式保健身體。因此，冬令進補的應景性質加強了，而進補的條件則擴張了」（頁 5）。並且進一步認為進補在當時成為了一種文化，擴張到了各個飲食層面之中。泡麵擅於「模仿」的個性，自然很容易的吸收這種關於食補論述的想像。就算是被視為「不營養」的泡麵，也搭上一波波的營養食品的風潮，改變自己的口味包含的範疇。

身體生產也被性別二元化為男性吃得多，女生吃得少的刻板印象。份量成為形塑消費者性別族群的一個變因。阿 Q 桶麵是不分男女，只要想吃比較多的消費者就會優先選擇的泡麵之一，但這種份量的設計卻也是在性別切分的邏輯下所出現的產物。阿 Q 桶麵的概念是源於「來一客」等小型杯麵不足以滿足男性的食量，因而推出較大份量的桶麵。食量大小與性別的連結就如此的在食物中被再建構出來，建構男性和女性的身體論述。在阿 Q 的廣告中，大份量（食量）經常的與男

² 日清公司對於杯麵的發明的說法是，安藤百福某次在開會的過程中，看到有人在辦公室中用杯子泡泡麵，所以才萌生了「杯麵」的想像。

³ 1972 年 2 月時發生赤軍將人質挾持於淺間山莊的事件，電視新聞全程轉播日本警方圍捕的過程中，出現警方以杯麵做為宵夜的畫面，為杯麵做了一次免費的宣傳。

性的身體連結。像是在其中一個廣告之中，便是以一位男性不斷的藉由運動增加饑餓感希望可因此多吃一碗阿 Q 桶麵。打著「大碗的滿意」，強調大份量，在廣告中強調男性吃得多的形象。

相對於「吃粗飽」的形象，吃與女性的身體形象也結合了另一套論述，不是以禁慾的方式，而是結合了現代的時尚的輕食論述出現並且更著力於身體形象的生產。台灣的社會文化要求女性的身體符合纖細、苗條，具有特定曲線的形象。各種生產身體的工業，也在這種對於女性身體做為觀看對象的想像下出現，包括各式減肥、整型工業，當然包括用來生產身體的媒體－食物。這類型的泡麵一直要到 2000 年左右才出現在市場上，像康師傅的 Q CUP 以及維力的 Light 輕一下系列迷你杯麵。在 Q cup 的廣告中，就是由一名女性模特兒在走秀的途中不斷吃著 Q cup，即使如此吃著泡麵，她還是可以維持她模特兒的良好身材。生產的技術使得泡麵輕易的就能滿足各種身體論述的想像。這些宣稱為女性設計的泡麵，還有一些性別化的特點，從包裝上就與一般的泡麵不同。運用了不同於其他產品慣用的色彩，而使用粉紅、粉藍等粉色系做為泡麵的包裝。同時在內容物上也加入宣稱吸引女性製作較可愛的食樣，像是小豬形狀的魚板等。為「女性」設計的泡麵在產品形象上有幾個特色，強調份量小、低油、低熱量，以健康、輕食為設計的理念。

九〇年代末隨著日劇、韓劇的興起以及對於日韓二國流行文化的風行，泡麵也將模仿的觸角由台灣轉向別的國家的口味，開始推出了日式及韓式等各種非台灣本土口味的新產品。在日式口味的泡麵廣告中，經常使用日本職人的符號和透過使用日語的氛圍創造出日式文化的感覺。讓人在吃那碗泡麵時好像跨越地理尺度的限制，吃到日本風味的食物。日韓口味或是異國口味的泡麵進入台灣泡麵飲食的過程最初是以一種在地廠商生產的異國口味方式。雖然日韓廠牌的泡麵在台製日韓口味泡麵問世前就可以在一些特定的場所購買，如日式百貨公司的地下街超商，但這時泡麵的身分是一種舶來品，價格也比一般泡麵高出許多，此種食物和被吸納入泡麵口味系統的日韓泡麵所代表的意義不同。但隨著資本擴張方式的變動，日本或是韓國廠牌的泡麵也開始在一般的便利超商買得到，日本、韓國等當地生產的泡麵才比較正式的在便利商店中販賣。

生產技術的演進，使泡麵可以將台灣不同地方的口味帶進街頭巷尾的商店賣

場之中。走進賣場的泡麵專櫃，各種地方口味及符號展現在消費者的眼前。不限於台灣，日本和韓國各種異地的飲食口味也透過科技生產技術而以一種模仿品的方式出現在消費者眼前。口味多樣及追求變化的本身就代表了泡麵做為一種食物的特性，同時每種新口味的變化都銘刻了台灣當代流行文化的符碼。

第三節 創造傳統商品的過程

台灣將「傳統」的想像加入泡麵商品的過程主要有二個層次，一個是集體的泡麵成為中國傳統文化下的飲食，另一個則是統一公司創造自家泡麵的傳統形象。泡麵由於公認的發明人安藤百福本來是台灣人的身分，種族的連結使得泡麵也能夠擁有一套是由台灣人發明的論述。在早期的媒體中，安藤百福是台灣人的身分其實甚少被提及，大多的新聞中強調的都是在台灣的本土企業，如何藉由學習日本的技術而站上世界的舞台。在「愛用國貨」的思維下，安藤百福的即席拉麵甚至是台灣泡麵競爭的對手。而不論在日本或是台灣，都由於泡麵是種十分重要的食物，所以二個文化中都不約而同的各自建構出屬於泡麵起源的神話。

日清公司是第一家生產泡麵商品的公司，所以該公司所發佈的泡麵發明故事為大多數人所採用，也可以說是泡麵起源的「官方說法」。日清的版本相較於台灣版本中，有著許多屬於日本的日常生活元素。日清的泡麵故事是安藤百福在路上看到人們大排長龍等著買拉麵，並且展露出享受著拉麵美味的滿足笑容，而產生了要是隨時都能吃到一碗拉麵是件幸福的事的想法。安藤百福隨後便開始在破落的倉庫中研究易保存並經過簡單調理就可食用的麵體。過程中遇到許多的困難，特別是延長保存時間是一件難以克服的事情，但安藤在看到妻子炸天婦羅的過程中得到了靈感，先將麵體油炸之後再進行保存，成功研發出泡水即可吃的即席拉麵。

日清公司其實是將即席拉麵的起源故事做為商品行銷策略的一環，為此還在自己的網站上以 flash 動畫的方式傳播這則「佳話」。我認為與其將這則故事放在歷史紀錄的角度認為他描繪真實的泡麵發明歷程，倒不如將他放置回商品行銷的脈絡中，認為他創造了即席拉麵的日本在地性還比較恰當。在這個故事上主要是透過路上拉麵排隊的人潮以及安藤妻子炸天婦羅這兩件日常生活元素構成了一個貼近日本戰後日常生活的在地樣貌。同時也強調安藤百福研發即席拉麵過程環境

的困苦、艱辛以及並非為了獲利而是為了讓大家幸福的目的。用最世俗的元素組合出去世俗的形象，建構出即席拉麵與日本的地方連結的浪漫神話。

日清即席拉麵的浪漫神話為的是讓即席拉麵更具有商品價值，台灣的泡麵神話最初則是在種族認同的脈絡下寫書。日清所提供的故事中主要是透過三個元素連結即席拉麵和日本文化，就是安藤百福、拉麵和炸天婦羅。這三個元素反映的就是發明者、原型食物，以及導入的技術。原型食物和發明人這二項特質也剛好能同時被歸屬為屬於台灣或日本，因為這種模糊性，使得泡麵是在中華文化下發明的版本得以成立。雖然台灣的故事版本有許多不同的說法，不同的文本之中所呈現的泡麵發明的故事不盡相同，但在台灣的泡麵發明故事的版本中，大多是透過抽換上述三種元素－發明者、原型食物、導入的技術而改寫成別的樣貌。透過三種元素的變換及組合將泡麵拉攏入台灣的飲食文化發展的脈絡之中。

首先最常見的版本就是提出安藤百福具有台灣人身份的背景。強調安藤百福原本居住在台南，中文名叫吳百福，是到日本之後才改了日本名。相較於日清公司的不提出「吳百福」這個身分，台灣媒體，如蘋果日報、聯合報等，在報導相關的新聞時，反而會使用林百福這個名稱而不稱他為安藤百福。更由於林百福在台子女至日本日清公司爭取遺產的事件，使得「林百福」這個台灣人的形象在相關報導中不可避免的出現在台灣媒體之中。讓泡麵發明人是台灣人的色彩更加鮮明。

另外食物原型的文化起源屬於中國或是日本，中間也存有模糊性，因此食物的原型也經常被加上中國的色彩。楊桃文化（1999）就認為泡麵是日本華僑安藤百福把中國傳統的拉麵，製造成一種只要用開水沖泡即可食用的簡易麵點。這裡所提的泡麵發展脈絡和日本官方的說法甚為一致，但發明人和原型食物的論述方式與日本不同，造成故事訊息的改變。如日本人變為「日本華僑」，而在日本街道上的拉麵店變成了「中國傳統拉麵」。雖然「拉麵」確實來自中國，但是在日本文化混種的演化過程中，「日本拉麵」已不等於「中國拉麵」。但是在改寫的過程中，只強調了屬於中國的部分，並且透過「華僑」、「中國傳統拉麵」的改寫將泡麵與華人文化連結，泡麵就被視為華人在海外發揚傳統文化的食物。

除了依照日清版本故事而改變用詞的說法以外，將原型食物與導入技術抽換的論述方式也很常見。原型食物能被抽換的可能性都是源於該食物特有的烹調性

質與泡麵類似，所以這種抽換原型食物的論述方式也時常伴隨混雜著導入技術的抽換。像是意麵和雞絲麵的烹調方式近似於泡麵，在台灣的故事中經常視為取代拉麵的模仿原型食物，而這些麵體的製作方式也同時可被視為發生影響的引入技術。如 2008 年國立科學工藝博物館出版的《三分鐘的魔法：泡麵特展》中該館解說員蘇芳儀對於泡麵起源的詮釋，就以「來自：清朝伊秉綬」與「發揚：日本人」二個小節分別來書寫中國清朝時的伊秉綬發明的意麵，以及日本人如何發現中國意麵的奧妙。朱振藩（2009）也形容日本發明的「雞絲麵」是中國伊麵的分身。相較於日本將泡麵的起源定於一尊，台灣的故事版本眾說紛云，甚至連安藤百福並不是泡麵發明人的說法也都存有⁴。但不論是那種說法都積極的想將泡麵拉入自己文化的飲食脈絡中。日清公司的泡麵起源故事有著日本日常生活的色彩，台灣簡介泡麵的發明的歷史，時常以泡麵在中華文化的脈絡背景下述說整個故事。泡麵具有地方文化連結的符號所穿透。這種穿透既是加強了泡麵具備的台灣文化性，也是泡麵在台灣已成為一種重要的食物文化的展現。

在泡麵成為台灣傳統的建構過程中，統一公司的策略產生很大的作用。初期的泡麵像統一麵、維力麵、味味麵及王子麵（由於是味王出產的所以取名叫王子）等，都是直接使用公司的名稱做為泡麵的名稱。發展出新口味的泡麵後，也頂多是將麵種掛在公司名稱後，像是統一肉燥麵、維力炸醬麵等。後期的泡麵名稱發展則開始多樣化，像是真爽、雙響炮、一度讚、滿漢大餐、來一客、阿 Q、拉麵道等。那個品牌是屬於那家公司越來越難以直覺的分辨。在五花八門的商品名中，統一公司開始使用反向的策略。從 1998 年開始試圖將旗下的泡麵做為一種集體，整合各種不同的味道、品牌，以「統一麵世界」為名連結原本分散的品牌。這是為了應對康師傅的來台做出的因應對策。康師傅是頂新集團在大陸發展的方便麵產品，並且和統一公司都是大陸市佔率最大的泡麵廠商。到 2002 年時，康師傅準備以低價策略進入台灣的泡麵市場。統一公司為了維持市佔率，開始使用不一樣的策略做為因應。

康師傅是台商在大陸設資的廠牌，以在大陸風行的基礎，用「衣錦還鄉」的

⁴泡麵的起源還有種說法是完全顛覆以上這些故事中「由安藤百福發明」的共通性。2007 年 1 月 12 日出版的時報週刊中記載的「原始故事」版本中，發明泡麵的是台灣屏東出生的張國文，由於當時在日本的留學生想念家鄉的味道時，會請台灣的家人寄雞絲麵到日本。以此為契機，張國文便由雞絲麵的概念中研發出泡麵，而林百福只是向張國文買下泡麵的專利，並不是真正的發明人。

形象與本土既有的廠牌相比，多了一份外來者的形象。相對於外，統一企業開始建構其下泡麵產品的本土性，以「統一麵世界」將旗下出廠的泡麵變成一個集體。並試圖以各種方式加強本土老廠牌的意象，像是以統一麵台灣情做為廣告的主打口號，同時也在包裝上面加上「習慣有你」等字樣，來建構新的「舊」產品形象。此外也在高雄、台北等地舉行泡麵特展，回顧台灣泡麵發展的歷程，但展示內容是以統一公司的泡麵為主。將統一的泡麵與台灣對於泡麵的歷史傳統連結，將記憶轉變為商品價值。

第四節 口味的建構與再現

泡麵雖然歷史悠久，但是這並不代表市場上的泡麵種類汰換十分快速，因為人對口味的依附性，使舊的產品在這段創新的歷程中並沒有完全被消滅。在商品競爭中得利的歷史的泡麵產品，反而在大眾文化上產生了新的意義。有年份的「老牌子」泡麵，像是統一肉燥麵、味味 a 排骨雞麵、維力炸醬麵、統一蔥燒牛肉麵等牌子便成了特殊的「經典口味」，甚至還被冠上泡麵的四大天王的稱號（李如菁，2008）。

在創造新口味或是建立起傳統性格的論述中，「模仿」都扮演了重要的角色。大多數的泡麵口味都立基於對於真實麵種的模仿基礎之上。在這個模仿的過程中出現的食補泡麵，輕食泡麵，或是異國口味泡麵等，都反映了各個時代的人的身體經驗及感覺。魏欣儀（2006）研究台商泡麵到大陸發展的歷程，也提出了類似模仿的概念，認為泡麵的口味發展是一種向在地的學習。魏欣儀認為泡麵不能只被視為是一種商品，更要看到其中食物的特性，而食物是地域性格強烈的物，因此在食物的生產上面必須正視原有地理領域中的食物特性及口味偏好。就像台灣泡麵的發展，雖然在製作技術上受到技術領先的日本的影响，但是在口味的變化上還是主要以台灣所習慣的食物口味為中心發展。所以可以發現，泡麵的模仿是具有「邊界」的。連結於地理尺度上的邊界，但模仿的範疇不一定和這個邊界一致，因為邊界內的模仿物早已受到邊界外的物質擾動而混雜。

日本初上市之時，即席拉麵藉由對拉麵的模仿來定位自己在飲食地圖中的坐標。在從日本到台灣的過程發生的實際飲食邊界的改變，使模仿麵體的範疇改變。從拉麵到台灣麵的跨國尺度的口味變換過程不只是簡單的口味修正。因為即席拉

麵不是在原本的拉麵範疇中細微調整口味來因應台灣人的味道，而是在過程中將口味產生來源的邊界徹底改變。修正前的雞汁口味泡麵在日本特定的拉麵飲食文化以及技術下所產生，所以被選擇的口味所對應的空間邊界，是在「日本的拉麵」這種食物的圖像之中。在台灣的修正過程卻不是在原來的「日本」以及「拉麵」的口味範疇中進行變化，目的不在於產生一種「台式的拉麵」而是重新吸收了台灣本地的飲食文化圖像來建構出新的泡麵口味圖騰。因此泡麵除了跨越實際的地理空間之外，口味背後的文化地圖也跟著跨界。

泡麵模仿食物的範疇與台灣飲食文化的邊界相連，但是口味的邊界不是固定不動。在台灣泡麵初期模仿的口味似乎堅守著固定的台灣的地理尺度邊界，但隨著全球化的過程，文化以及原物料的流通，台灣本身口味的邊界也開始改變。如麥當勞、肯德基等跨國飲食企業開始進入台灣，牛排、披薩、拉麵等各式不同的文化背景的食物也進入日常生活的飲食地圖之中。台灣的飲食文化開始轉變，早餐店賣起漢堡、義大利麵，夜市的平價牛排館，這些都是受到外來飲食文化的影響，而發展出屬於台灣獨有的口味。因此泡麵口味變化也隨著飲食文化邊界的改變不斷變動，影響泡麵廠商決定該研發什麼樣的口味、什麼口味做為主打商品。口味的發展趨勢便從單純邁向多元，口味圖像由日常生活的元素開展，充滿各種新奇與刺激的冒險，有的口味成為經典，有的卻慘遭失敗淘汰。

泡麵連結其他麵體的模仿與再現的過程中，流行符號取代了真實的地方與食物間的生產關係。由於科技的發展，食物生產所受到當地自然環境、氣候的影響逐漸減小，根植於空間的食物口味也隨之流動。就像台中太陽餅不只限於在台中才買得到，原料的來源及生產也不限定於「台中」，可能在任意的空間中發生。如果將食物視為人與地理關係的一種反映和再現的媒介，那模仿的過程就是此種再現的再現。食物和環境的關係變成了一組符號，而被引入食物商品中。經歷了選擇、重組、再現的過程，泡麵的口味與台灣的社會脈絡連結，而在不同時代中反映出台灣對於食物的不同想像。

模仿的過程必然經歷了挑選、排除的過程，泡麵口味也是種主流文化的再現。除了日韓等異國口味的泡麵之外，東南亞國外如越南、泰國等地的泡麵在台灣也越來越容易獲得。因為移民勞工在台灣勞動市場的重要性逐漸增加，越來越多這些區域的勞動者前來台灣。而伴隨著這個移動的過程也發展出各種東南亞商店、

食物的聚集。由這些地方雜貨店的出現，這些地方的泡麵也較容易在台灣的市面上買到，也擁有不少台灣的喜好者。但是台灣廠商卻幾乎沒有將這些口味轉換成泡麵的味道，這些口味的缺席也反應了泡麵口味的挑選是種對於現實文化權力關係的再現。

而引入口味的也不只是食物，還有對於身體的論述。食物受到各種現代科技發展出的對於營養、美體的論述影響而變形。對於男人、女人及健康的身體的不同想像，也切割出了各種不同的泡麵口味。勞動的身體、性別化的身體各種不同的身體形象符號都摻雜在吃的行為之中。但廣告中的身體形象是經過泡麵廠商挑選出的特定形象，做為告訴消費者怎麼吃特定食物的基本知識。這些引入口味中的元素組成了泡麵獨有的「口味」。立基於台灣的空間邊界，將台灣社會中關於好吃的定義、身體論述、流行文化等因素化為口味符號中的一項元素，這些元素的並列紀錄了台灣社會文化的發展過程。所以泡麵的口味中反映了台灣的食物想像，但「台灣」的邊界並不是和實體空間邊界相符，因為全球流動文化混種的過程使得異國口味也被劃入這份共有的口味想像之中。創造共有口味的過程充滿了權力運作，包括人的身體該如何生產、什麼叫好的飲食，以及優勢文化的霸權，決定了何種口味有資格被收納在泡麵的口味範疇之中。食物的口味本來就具有高度的地域性，共有的食物創造了地方感(Lukanuski, 1998)，工業食物再現口味的過程也複製了特定的地方感，而並非是全然與地方切割。

第三章 食物商品中的烹調勞動角色改變

「生力麵，生力好麵！」是生力麵主打的廣告詞。「生力」訴求了一種特別的身體形象－勞動的身體而不是消費的身體。和現在廣告中以愉快休閒的經驗做為主要訴求的飲食現象大不相同。廣告中並不以邀請閱聽人歡慶飲食所帶來的味覺快感為主要的目的，而是向閱聽人推薦泡麵此種日常生活再生產的絕佳武器。同樣的養力麵名稱中所包含的也是類似的身體形象。

生力麵做為食物在當時的社會背景中與生產關係結合，飲食的過程中強調的是「生產」的身體。這樣的身體的生產場所發生在被視為再生產的家庭中，強調生產出的身體不是個人的、快感式的，而是勞動的。飲食和人和家庭和社會的連結還是立基於生產的。生產的身體於家庭中生產投入社會的生產之中。這種身體形象在現代的廣告中是很少見的。媽媽麵這個名字反應了此種食物在家庭中的生產關係的某種典型，但這種由媽媽提供的飲食方式卻消失在後來泡麵廣告所提供的生產關係之中。

泡麵的口味變化，隨著時間的演進，由少到多的發展代表的意義不光是消費者選擇數量上的增加，也反映了泡麵在不同的飲食場域間流動變換的現象。食物在不同的場域中的實踐有著不同的意義，比如在家庭中的食物實踐伴隨家庭意義的生產，外食行為中的食物實踐認為外食是種展演過程，或是享受整體空間帶來的經驗。伴隨著不同場域中的食物實踐的目的，對於食物的烹調法、口味、烹調者有不同的標準。泡麵在何種場域之中進行意義生產的實踐會影響泡麵在何種脈絡中被食用。

食用者和烹調者的關係在各種飲食實踐場域出現的過程中越趨多樣。特別是在各種瑣碎的飲食時間以及便利食品的影響下對於烹調者角色所需的技術要求越來越低以及想像越來越寬鬆，從烹調者食用者二分的關係中逐漸發展出烹調者與食用者合一的趨勢。不同的烹調者對應到不同的實踐場域，烹調者的轉變視為泡麵生產場域流動的關鍵因素。烹調者的角色受到各種社會文化論述的影響隨歷史發展產生不同的身體想像。

家庭原本是大部分飲食發生的場所，透過烹調者身分轉換的軌跡可以描繪出泡麵的食用場域流動過程。廣告中的女人形象紀錄了生產論述的流動過程。

Bourdieu(1968)將廣告視為在物的生產與功能之外的物，廣告並不直接販售物體本身，而是透過廣告取得更大的社會制度的不在場證明。泡麵在各式廣告的過程中建構出屬於自己的飲食論述。透過泡麵廣告中的烹調者角色做為研究的對象，將泡麵的食用範疇定位。Zoonen (2004) 將女性主義媒介研究劃分為內容分析以及符號學分析二種取徑。內容分析著重在於女性在廣告中以什麼樣的角色出現，是否有工作，以及女性是否只是裝飾的角色。符號學取徑的觀點則是，女性如何成為一個符號具 (signifier)，這個符號具又傳達了什麼樣的訊息。內容分析較強調統計資料而符號分析較強調符號意義的解構，但這二種分析取向最根本的差異則在於媒體是反映或再現了真實。在分析上我將偏向採取符號學的認識論，認為廣告中的女性角色是種再現的過程，影響女性如何再現的就是當時社會中的「家務勞動」論述。家務勞動論述影響了食物是否做為家庭內食實踐更甚於誰來烹調泡麵這件事。

第一節 做為母職實踐的食物

如何飲食受到社會論述的影響，泡麵這種新的食物即使有著再新的特質，也無法與所處的社會文化斷裂，即刻生產出不同於既有社會論述的飲食互動行為。在生力麵銷售的初期，為了應對新產品拓展消費對象的困境，國際食品公司將此種新產品的主打對象鎖定在主婦和小孩二個族群。以這二個消費群體為目標，國際食品公司透過在學校、百貨公司等地點發放，以及配合母親節、兒童節等節日做免費發送等一連串的推廣活動來親近其消費客群。像是生力麵在 1969 母親節活動的慈母用品展中進行提供「慈母」們免費試吃。同時也提供產品做為台北市表揚模範母親活動的獎品。初期的泡麵實踐場域被歸屬在家庭之中。是家庭主婦管轄下的食物，和罐頭、洗髮精、熱水器等家用民生物品一同被視為「持家」所需的生活雜貨。生力麵依附家庭開拓屬於這類食品的實踐生產論述。當飲食活動放在生產家庭的認同邊界時，女人就成為了重要的角色。

因此在產品的廣告中，「母親」的角色成為一個重要的元素，透過母親建構泡麵在家庭飲食之中的地位。媒體中的母親角色是以照護對象，如孩子或親人的出現，與家務勞動的過程：食物的準備及供給，來組成母愛的符號。1976 年統一麵的平面廣告以「溫馨繞身畔」做為標語，加以小孩子圍繞著母親的插圖，以家庭

的母職實踐做為廣告的主題。同樣的在 1978 年時的平面廣告中也用類似的手法以「孩子開心，媽媽放心」做為推銷產品的口號。當年泡麵商品中所含有的關於吃的隱喻，除了是維持良好核心家庭的意象之外，同時也是帶有情感的愛的供給。類似的廣告方式在香港也被使用，泡麵並非從最開始就是個人在家庭外吃的食物。香港統一金牌麵在 1986 年的電視廣告裡，描述孩子食用泡麵的同時也伴隨了露出笑容的母親的陪伴，且在母親也品嚐一口之後，父親也加入了共食的過程。所以食物本身的特質及調理所需技術力並不直接決定由誰來烹調，而是有著與當時的家務勞動分工接合的過程。

做為一種母愛的提供品的邏輯之下，女性做為烹調者或餵養者的角色是食品的生產關係中所不可或缺的一部分。廣告中的泡麵或食物實踐的場域也是立基於母親的角色，在家庭中進行。除了以廣告的方式建構母親與泡麵的關係之外，維力出產的「媽媽麵」更直接以名稱連接泡麵做為「家庭飲食」的一環。泡麵的便利性在這種廣告中被強調的不是個人快速的煮食，而是母親輕鬆快速的供給。快速簡易的烹調過程被做為女性家務勞動生產的變形，轉變成母愛包含在商品之中販賣。廣告與包裝建構出了食物的「超現實性」，吃不只吃食物本身，還吃了食物象徵的各式各樣意涵（Finkelstein, 1998）。泡麵被放在家庭飲食的範疇中，與母親的勞動進行連結，同時也與核心家庭的概念連結。當時販賣的泡麵不只是種零食、食品，更是種代表家的產品。吃泡麵不是分散的個人單獨的享樂，而是家庭中共同飲食的歡樂時光。

雖然泡麵廠商有意將此種商品定位為在家庭領域中被母親所生產的一種食物，但是泡麵能否順利成為充滿母愛的食物似乎也有些尷尬之處。因為富有母親的愛的食物除了強調由母親供給之外，還必須要是一個好的食物。好的食物除了反應關懷與用心之外，同時還得符合社會對於好食物的健康、營養的想像。當食物的想像根植於家庭之中，此種想像的實踐就落到了母親的肩上。進入家庭就必須經過母親的手，母親是負責家庭飲食勞動的守門員，由母親判斷什麼食物是適合給家人食用的。泡麵與母親的愛的連結因為社會關於「好食物」的論述改變而受到考驗。不同於廣告中強調的母愛，開始出現其他的聲音要求母親遠離這類食物，像聯合報（1973.7.9）的家庭副刊上刊登的丈夫健康十二戒中就表明要婦女「不可因太忙而隨便叫丈夫到外頭喝喝豆漿或吃生力麵之類」。

隨著經濟的成長，台灣對於食品衛生的要求提升，使泡麵面臨一般民眾對營養問題的質疑就越來越嚴重。原本的高科技現代工業的營養食品形象破滅，從油炸的麵體到調味包的保存、成份都遭受了「不健康」說法的質疑。「吃多了會變木乃伊」取代原先「符合現代人飲食生活的營養方便食物」的形象，影響了泡麵做為「好的食物」的價值，更危害了「母愛食品」的地位。

即使泡麵的營養性在 1970 年代就開始受到質疑，但是泡麵的廣告中還是不斷的將準備泡麵的角色定位於女性。泡麵廠商為了維持泡麵做為一個母愛的食品，同時也維護做為一個食物的正當性而對營養的問題做出回應。統一公司使用增加泡麵中的配料做為提高營養性的策略，將軟性罐頭與泡麵結合，市場上開始出現如滿漢大餐這種料較多的高價位泡麵。統一公司的策略不光只是透過改變食品內容物增加營養成份，同時透過與知名的烹調節目的主持人傅培梅合作開發的方式，提高泡麵的營養「形象」。

傅培梅自 1960 年代以來就十分有名的電視烹調節目主持人，60 年代的烹調節目所鎖定的閱聽者主要針對家庭主婦。做為宣傳家庭主婦如何製作家庭料理，強化烹調勞動做為一種母愛及責任的象徵。這樣的節目取向和現在娛樂式和享樂性的食物節目不大相同。像「料理東西軍」、「美鳳有約」等料理節目都已經將飲食的重點由家庭生產轉向至追求飲食刺激與娛樂。所以當時烹調節目還不是全家一同觀看的休閒娛樂節目，是國家為了加強及建構母職形象的策略的一環。傅培梅就如同現在的阿基師，是當時飲食形象的典範，但兩者的角色形象在不同時代的脈絡下已經大不相同。傅培梅的形象的引入對於當時的泡麵廠商是十分有利於回應外界對不營養問題的質疑。藉由和母愛形象的連接，重新定位自己做為母愛商品的位置。

強調母愛的廣告意象，在後期的泡麵廣告中已經不常見。但不代表現代社會中的工業生產食物已經不再強調女性生產家庭的意義。改變的不是整個社會中母親和食物的關係，而是泡麵這項特定食物的飲食場域產生轉移。如在 2008 年的桂冠火鍋料的「我們這一鍋」系列廣告、2008 統一四季醬油的廣告等，吃的行為依舊是圍繞著母親的烹調勞動發生。甚至是和泡麵較接近的快煮麵也依舊使用著母親勞動的形象來做為廣告中食物的供給者。所以母親的消失，並不是代表食物中所含有的母親與家務勞動的連結消失或失去魅力。這種現象獨特發生在泡麵身

上，必然是和泡麵的物質性相關，被視為不夠營養的特質使泡麵不能成為一個母愛的食物。預設烹調者的改變反映了泡麵在飲食地圖中的位置產生流動，食物生產的主體的論述由母親轉移至別種角色身上。

關於家庭母愛飲食的論述的改變，並不是一夕之間全然斷裂，從有至無，中間有著一段過渡期，從廣告中一樣可以看出端倪。1981 年時的統一肉燥麵的廣告中，由二名小孩在廚房燒熱水泡泡麵，阿嬤走過來問他們是什麼這麼香，他們很開心的回答是統一肉燥麵，最後祖孫三人很開心的分享這碗麵食。在這個廣告呈現出「家庭」還是泡麵訴求的一個核心價值。另外反映的是原本預設的烹調勞動者的缺席。由其他的食物廣告中也可以發現「媽媽」不見了。1988 年時青葉魯肉飯罐頭的廣告，以獨自在家的小孩搭配著廣告的歌詞「媽媽不在家，青葉魯肉飯，香的不得了」，來向閱聽者建構這個罐頭是給無法在家負責烹調勞動的婦女的好選擇。罐頭和泡麵有著類似的性質，都是易於調理準備的食物，食用的準備上不會太過於複雜，技術門檻較低使烹調者更具有彈性。泡麵和罐頭廣告中強調「便利性」的現象，反映出這個時代的女性的勞動領域正在轉變，而家務勞動的論述卻還是認為母親是主要的勞動者，所以發生了生產者不在的窘境。

罐頭和泡麵雖然都不一定能符合良好母愛的形象，但是在過渡的轉變中，吃的論述依然是連結著家庭的照護關係而變化。「媽媽不在家」是這類速食食品在 1980 年代具有的共通性，烹調者自原本的勞動空間中消失的女性勞動位置的改變。Bahramitash (2005) 認為台灣歷史上女性投入薪資勞動市場有二個高峰期，一個是在 1970 年代，一個是在 1980 年，在這二個年代之中女性參與勞動的空間不完全相同。Bahramitash (2005) 提出 1970 年代國民黨政府的出口密集政策，利用親屬關係將已婚女性化為便宜又廣大的勞動力。當時的中小企業以家族為核心，已婚女性進入自家的家族企業「幫忙」，這也是最有效率的結合生產與再生產雙動負擔的勞動模式。所以女性參與薪資勞動並不代表女性離開家庭。當時女性的勞動空間還沒有發生顯著的轉移，主要的勞動場域還是根著於家庭的空間。在參與經濟生產的同時，還有一項政策將女性留在家中，就是「客廳即工廠」的生產政策。國家政策配合經濟發展，透過非正式就業的方式將女人投入勞動生產，同時讓女人成為兼顧家庭與生計的彈性便宜勞動力。因此烹調食物，提供餐點，這些家務勞動生產還是同樣視為母親的角色的工作，並沒有因勞動生產而產生斷

裂。所以即使女性投入薪資勞動的在 1970 年達到高峰，不過還是到 1980 年代才出現「媽媽不在家」的情況。

吃的論述在 1980 年代還是圍繞著家庭，像是現代社會個食化代表的麥當勞，在 1984 年初登台的時候，也還不是以個食的形象進行宣傳，而是以家庭、歡笑做為餐廳的訴求。因此麥當勞剛在台灣的時候，還是由媽媽帶小孩去，分享家的意義的餐廳。麥當勞到台灣所帶來的不只是西式飲食的進入，同時另一種個食化的、享樂的飲食生產關係也在台灣獲得更強烈的發展，而進一步轉變了台灣下一個階段關於飲食的論述。

泡麵和其他食物最大的不同，是不需特別利用廚房中的器具來加以烹調。在家庭中必須再經過一次的勞動生產，才能將原料轉變成食物。泡麵雖然也包含了這個勞動生產的過程，但最簡易的方式是加入熱水就可完成。即使是在沒有廚房的地方，只要能取得熱水，再加上裝盛的容器，就可以輕鬆的調理泡麵。泡麵為了讓人隨時都能輕易的食用，也發展出碗麵、杯麵等不同的種類。因為已附有容器以及熱水取得的簡易性，使得泡麵的烹調可以開始和廚房或是烹調空間切割，降低空間的烹調機能對於飲食的限制。家庭食物的生產原本是連結在特定的勞動空間，但是隨著科技的發展，越來越多的食物不需烹調或只需簡單的烹調就可食用。這麼簡單的調理方式使他的烹調者具有轉變的彈性，在原有的烹調者產生缺失的年代能夠開始尋求在原本的家庭飲食脈絡中的意義。

泡麵一直帶有著日常雜貨的特質，但即使食物的定位不變，內涵也有所變化，泡麵除了是母親持家的日常雜貨之外，也開始成為個人追求飲食快感的重要食物。泡麵的離家出走，不只反映了生產者的轉變，同時也代表了以家庭為單位的消費形式的改變。越來越多的泡麵廣告開始強調個人的消費的快感，也越來越不強調誰是烹調這碗泡麵的人，展現出不同於家庭飲食的飲食經驗。

第二節 離「家」出走的泡麵一個食化的轉向

最初圍繞著家庭為核心進行的飲食活動，一直到 1980 年之後才逐漸開始發生轉變。八〇年代由於台灣產業的轉型，由勞力密集轉為技術密集工業，也帶動更多女性投入服務部門 (Bahramitash, 2005)。已婚女性大量就業，對於台灣女性的生產角色造成實質上的衝擊，女性不再是整日在家中負責家務勞動的角色。1990

年台灣經濟結構轉型，飲食業興起，女人投入飲食服務業中（Bahramitash, 2005）。除了女人「走出」家庭外，同時飲食的論述也產生變化，越來越多追求個人飲食而非家庭飲食形象的餐廳出現。泡麵廣告中的烹調者角色深受女性參與薪資勞動的過程影響，但是從 1990 年代泡麵離家出走之後，烹調者的角色在廣告中慢慢消失。所以即使 1990 年以後產業結構轉變，政府透過開設插花課、烹調課等課程鼓勵女人留在家中，但泡麵的廣告中也不再重新將女人以烹調者的角色置放入其中。

九〇年代台灣出現個食化的飲食趨勢是因為飲食越來越難圍繞著家中的餐桌進行。胡光夏（2001）提出麥當勞等企業受台灣人歡迎的原因也是與家庭餐桌難以維持相關。他認為麥當勞受歡迎的三個原因是基於婦女角色的轉變，家庭結構的改變，以及家庭所得的增加。婦女角色的轉變代表的是婦女投入薪資勞動的過程中，使家務勞動的角色出現空缺。家庭結構的改變所帶來的是由傳統大家庭轉變為核心家庭的組成，加上父母雙薪出外工作，家中勞動角色無法填補，只能藉由外食的消費行動來填補空缺。胡光夏認為因此孩子便在放學之後與朋友結伴前往麥當勞，取代傳統的家庭晚餐。家庭所得的增加亦有幫助台灣人接受此種替代的消費方式。在這種飲食脈絡中，家庭的意義越來越薄弱，吃越來越偏向自己追求快感的過程。這樣的背景下創造出一個不同的飲食的領域，飲食不再是母親努力辛苦的愛的表現，也可以是個人消費娛樂的一個部分。家務勞動角色的轉變，帶動了食物實踐場域的轉移。

除了經濟的因素之外，在文化論述方面，九〇年代台灣也發展出了「新好男人」論述。新好男人所描述的就是男性應該要「幫忙」家中的女性做家事，減輕女人的辛苦。新好男人論述雖然關注了家務勞動分配的問題，但並沒有反省到分工的不公平，因此男人做家務是幫忙女人，值得被大大稱讚。雖然新好男人論述並沒有徹底的改變家務勞動分工的意識形態，但也影響家務勞動中的「工作倫理」與母愛的緊密程度，女性的勞動者角色開始可以將責任稍微轉移到其他家人身上。因此家庭中的食物並不一定要由女性來烹調。女人和廚房和食物的關係不再是唯一選項，而產生新的可能。

泡麵的商品形態也反映了這樣的烹調勞動者改變的狀態，八〇年代末的杯麵在這樣的背景下帶來了新的消費型態。據統一公司對杯麵的推行所做的解釋是由於婦女大量就業，且台灣經濟起飛，國人開始有吃宵夜的習慣，因此是推出杯麵

的大好時機 (2007.12.18 取自 http://www.noodle.com.tw/museum/oldtime_80.asp)。宵夜的出現受到台灣在國際分工的代工體制下的三班制策略的影響。由於下班的時候正好是宵夜的時間，所以這個在三餐之後的時間開始變成台灣的第四餐。但吃宵夜的部分並不能提供完整的理由，為何因此就非得有杯麵不可，因為同時期台灣也已經有了碗麵，於便利性上差異不大。婦女就業所反映出的烹調者的缺席，並不能完全呈現出為何要有杯麵的出現，泡麵在八〇年代前期也被做為「母親不在」的商品，台灣的碗麵緊跟著日本同年推出，杯麵的上市硬是晚了日本許多年，我認為杯麵的上市不是純粹技術力的改變，而是伴隨著一種新的飲食論述形式進入台灣。比起杯麵更易容食用的形式，更重要的是杯麵的廣告中所帶來的新的泡麵的飲食論述，正式開展個食化的歷程，也讓泡麵的食用規則開始和女性的家務勞動分離。

初期的杯麵食品「來一客」主打年輕人的族群，提供了一個不同於前個時期的新飲食論述。在泡麵廣告中的烹調者角色不再重要了，烹調者不再出現，食用的對象也開始由家庭關係的飲食互動，變成了個人化或與非家庭成員進行互動的飲食。泡麵再也不是全家人一起吃的食物，而是自己調理給自己吃的方便食物。生產空間或消費空間由家庭之中移出，個食並不完全是自己吃自己的，而是包含了在家庭空間之外的領域與他人的飲食行為相遇的可能。個食化的過程，將飲食從家庭範疇中拉出，進入個人的其他生活領域中，而與家庭外的其他群體進行交流互動。所以泡麵的個食化的過程中，其實同時也將家族的共食性轉化為其他同儕團體間的共食性，不再侷限於家庭中共同飲食的想像。

伴隨著泡麵的離家出走，女性做為烹調者的形象開始減弱，相對的，男性的調理經驗反而成為這種食物中的元素。泡麵中女性的現身成為需要特別命名的族群，女性為主角的情形大多是出現在像是 Q cup 和 light 這種講求女性輕食的產品。泡麵廣告中女性較少出現，較多的時候是以男性為廣告中的主角，也通常被預設為泡麵的主要食用者。女性出現的時刻大多是早期以食物的烹調者角色出現。家務勞動分工的模型產生此種連結，女人負責提供食物，而泡麵做為一種食物，當然是由女人提供。女性的身體也從勞動的身體轉變為被觀看的身體，如一度讚的臨檢篇的廣告，由警察攔下路邊的人，第一位男性由於吃了一度讚，而員警迷戀該男性口中的一度讚的香味，不斷要求他呼氣。在廣告的最後，以一位「醜

女」說自己也有吃，要求員警也來聞她口中的香氣，使得員警和其他廣告中的角色都落慌而逃做結。在另外一個聯誼篇的廣告中也有異曲同工之妙，聯誼時一位男性載到身材較肥胖的女性，其他同伴將這個「衰事」歸因於他沒有吃一度讚，因此運氣較差。在泡麵廣告文本中，女性由原本被推崇的泡麵的烹調者，成為了被男性所凝視的對象。包括在女性用泡麵以及被取笑的廣告之中，更體現了女性的飲食經驗所受到的規訓，女性的飲食快感是和身體生產緊密相連。

女性的身體及飲食經驗除了轉變為被凝視的經驗以外，還以懷舊、傳統的方式連結在食物的經驗之中。為了應對康師傅由大陸銷回台灣發展的過程，統一公司以統一麵這種集體的老品牌的形式形塑泡麵做為一種鄉愁的產物。在相關的廣告之中運用了女性的身體做為懷舊的媒介。像是在統一蔥燒牛肉麵的廣告，主角是一位日本的小女生與操著台灣口音的阿伯，內容是二人在鄉間的公車站討論這一碗具有台灣味的泡麵。或是在統一肉燥麵的廣告之中，由一位女性在火車上吃著泡麵在穿過現實的隧道的同時也穿過了時空的隧道回想起初戀時期在火車上吃同樣一碗泡麵的情形。

女性做為勞動者的身體，搭著懷舊的順風車，回到了泡麵的廣告之中。維力手打麵推出的廣告「張君雅小妹妹」，主角是一位居住在鄉村的小妹妹。她的奶奶透過里長的廣播系統通知她要回家吃麵，而在她一路奔跑過程中，畫面不斷帶到各式鄉村地景的符號，甚至像是巷口雜貨店的阿姨等。烹調者由母親轉為奶奶，這也可能是反映出台灣現代鄉村隔代教養的現象，也同時帶出了家務勞動中照顧小孩的女性已經不再是傳統的母親，而是其他的成年女性。在這過程中，「媽媽」已經不夠老到喚起人的記憶與鄉愁，只有求助於更年長的女性身體的形象，才能召喚人對於美好過去的想像，甚至這位年長的女性也不用現身，一直隱身於私領域之中就足以撐起公領域的活動。

以奶奶這樣年長的女性做為泡麵烹調者的內容也同樣出現在維力公司一度讚的廣告當中。一度讚的拜拜系列廣告，透過泡麵與拜拜本身的季節性的連結，打出口號「有吃有保佑」，進一步增強了草根的形象。而在其中一個廣告中，描述在深夜一位孫子沒有認真準備考試在玩遊戲的同時，祖母帶著一碗泡麵走進房間，邊說著「有吃有保佑」，希望讓孫子考試順利。孫子因為這碗泡麵帶來的好運而使得遊戲玩得十分的順利。這便是以年老女性與「拜拜」這個傳統儀式連結所建立

的鄉愁的連結。

烹調者的角色再次的回到廣告之中，勞動角色由媽媽轉化為奶奶。是由於現代社會的女性勞動位置又再度改變的原因。年輕的已婚女性大多都已走出家庭，因此教養小孩的工作大多交給年老的女性或是女性看護。同時期的其他食物廣告中，也並沒有和泡麵一樣將勞動者由媽媽轉化為阿嬤，我認為這是由於泡麵處於一個非正餐的烹調勞動關係之中。因此泡麵烹調的母愛、家務勞動可能不如傳統的食物那麼強烈，從母親轉換成阿嬤也就是表示泡麵廣告中所生產的核心家庭的意象已經轉弱邊界。在 2009 年維力手打麵的廣告圍繞著三個女人和一個男人進行，但沒有一位女性在營幕中現身。故事最初是由男主角在機場要追求離開的女友，但女友早已搭上飛機，在一旁的路人為了鼓勵他，便說了「張君雅比較辣」。回到家中的男主角看到母親留下的紙條寫著「鍋裡有麵」，打開鍋子便看到維力手打麵，一邊吃一邊說著「張君雅真的比較辣」。在廣告中，母親烹調所帶有的照護性質不變，但男主角已不再為媽媽的烹調行為而感動，而是沉浸於「辣妹張君雅」帶來的快感之中。

雖然泡麵廣告中的意識形態開始與母愛脫節，使得誰都可以是泡麵的烹調者。而食物調理背後所帶有的勞動關係及情感勞動在泡麵中似乎也不存在，但這並不代表調理的情感勞動關係全然消失。雖然泡麵做為一個烹調產物，已經不能回應做為母愛象徵所需要的條件，但是做為特定勞動的象徵，泡麵產生了一個巧妙的轉移。泡麵所藏有的烹調勞動照護性質並沒有消失，但是在親子之外的其他親密關係之中，這種照護的邏輯有著變化。且配合不同的勞動分工論述，而在不同的部分成為不同角色的表示情感的做法。男性反而也成為了適合這種食物的烹調者。

但這部分在廣告文本中較少出現，因為現在的泡麵的食用模式已經轉向個人消費而並非是家庭飲食的範疇。但我們可以從其他文本中找出端倪。跟泡麵有關的歌曲中，地下樂團人工衛星的〈愛的泡麵〉，泡麵在歌曲中都扮演了重要的角色，做為親密關係互動的中介。人工衛星的歌曲中描述的則是戀人吵著要吃泡麵，因此煮泡麵時，同時也將自己的愛情加進去。從這幾首歌中可以發現泡麵做為食物背後還是存有一組勞動關係，雖然不是早期的母親與孩子，但同樣也是具有愛的勞動。但相對於唱歌團體阿妹妹的我要為你做做飯中，描述女孩為愛人努力做一

道豐盛的飯菜的情況，男性只要簡單泡一下泡麵就足夠展現自己的愛情與體貼。

新好男人的論述使得男性家務是種有愛的行為，但男性畢竟還是「幫忙」做家務，因此即使是從事簡單的、或較少的工作，也可以被視為愛的表現。因此簡單烹調的泡麵做為男性的愛的提供是再適合不過。但若是女性烹調者，若以泡麵做為愛的提供物，則會人質疑女性的能力，因為父權社會還是預設了女性就該負責家務勞動，因此異性戀框架下女性對男性所提供的有愛的勞動，應該是要更有技巧及傳統的，「我要為你做做飯」和「愛的泡麵」的差別，反應出了男人和女人在食物勞動位置上的不同。從泡麵相關的文本中的烹調者的轉移過程中，不只包含，誰來煮泡麵，還涉及了一連串的泡麵生產場域的轉變以及好食物的論述的改變。

泡麵廣告中的主角由母愛的家務勞動女性轉變為味覺享樂的男性，女性的生產所關心的由家庭關係生產轉變為自我身體生產。女性的味覺快感，不光只是享樂，即使脫離了家務的勞動責任，女性的味覺快感還必須和生產身體連結在一起。使得女性在享樂的同時，還必須關心自己是不是胖了，這個食物會不會熱量太高。這個變化的動力主要有二個層次，一是食物本身所具有的物性，便利且不營養，另一個則是家務勞動的關係泡麵記載了台灣女性勞動位置的轉換，食物的烹調者並非單純的固著於母親，而是隨著女性參與薪資勞動所帶來的家務勞動倫理的變化而調整自我的定位。伴隨著烹調者改變所發展的個食文化，將飲食實踐的空間進行由家庭的「內食」向「外食」的轉移。這個轉移影響了那種角色的人如何與物進行互動。

第四章 食物做為身體生產的媒介

個食化的發展歷程中，泡麵脫離原本固著在家庭飲食的領域，便利和快速也不再是廣告中主要建構的形象。在廣告中脫除具備工具理性潛力的外表之後，換上個人享樂的美食快感的新衣。但是實際吃泡麵的過程中卻沒有辦法如廣告中那麼歡愉的享受吃泡麵的快感。另一股知識論述的力量也作用於吃泡麵的經驗之上，基於食品營養學所發展出來的飲食健康知識以及在新聞媒體中再現的泡麵符號，將吃泡麵代表的意義與貧困或是對身體有害等負面意向連結。負面的意涵成為先於味覺快感的基本問題，介入人的身體與食物之中。人在飲食選擇過程中，經歷了慾望與健康之間的協商。

與物互動的過程中，人並非單純依照外來的食物知識論述行動，而是在發展出一套自我身體與物互動的知識和感受的過程中，進一步對物「下定義」，決定屬於這種食物的知識樣貌。吃的過程所具備的感知方式和知識並不完全是受到結構建構，人的身體內部存在著生產物中所包含的實踐結構的動力與可能性，這兩種層次的協商才造就了食物的意義。也可以說人接收文化中的感知模式，在吃的過程中透過身體與受規範的感知模式進行協商。並且感知的技能與方式在與物互動的過程中發展出特定的身體感，重新影響了人的身體感知行為。既然身體對食物的物性具有重要的影響力，為了重新理解便利食物做為食物的物性何在，人的身體感受必須放置於論述的核心而非邊緣受忽略的位置。

第一節 身體做為飲食實踐的起源

「吃」源自身體的生物本能，食物的選擇也跟身體的感覺相關。但身體的感覺不只是來自於生物的本能。食物做為特定的社會關係、文化脈絡、節慶活動等情境中互動的媒介，在特定的時間空間條件組合下形成的文化制度，影響了人和食物的關係，也成為身體感覺的根源之一。這些文化的情境雖然擅於解答在日常生活中較大的特定時間結構中的食物選擇，但卻無法完全回答個別人在日常生活時間中的某個微小瞬間對於食物的選擇。即使文化脈絡縮小了選擇食物的種類和範圍，但卻不易處理為何當下是非「他」不可。為何「現在」想吃「泡麵」的原因似乎進入了一個身體內的黑盒子，「感覺來了」是許多人用以描述這種經驗的答

案，就像「想吃就吃」是目前吃泡麵原因的統計中最主要的答案（林靖雯，2006）。訪談的經驗中，受訪者聽到這個問題時，第一個回答的答案也相去不遠，最常得到的回答是想吃就吃，或是並沒有特定的理由，就是有種難以言喻的感覺要吃泡麵。

這些描述經驗的方式讓泡麵看起來是隨心所欲、不受拘束的食物。食物的選擇並不是這麼必然不受外在影響，像社會心理學領域認為食物選擇的過程可以是種符號、權力關係的結構以及個人行動的展現（Conner & Armitage，2002）。但是將食物視為符號的認識論，把食物選擇視為理性的選擇過程，有時卻對源自「非理性」身體的慾望，難以解釋與分析。就像在日常生活中，常以「吃飯或吃麵」做為餐點選擇的問句，雖然從文化背景中可以找出飯或麵如何成為較常選擇的食物種類，但是在社會行動者的層次之中，吃麵或飯的選擇似乎來自某種難以理解的身體感。有時這種身體感是含有理性計算或是有特定脈絡，可是又有許多時候他是具有非計畫性的特質在其中，令人難以捉摸他的特性。

因此我不試著將個人身體中的「慾望」建立一個因果關係的模型。但試圖處理受到社會影響的個人的身體與環境互動如何生產出吃與身體滿足間的關係。不以鉅觀的社會文化脈絡做為分析的核心，以更圍繞在人的身體體現及感受的過程中如何使得想吃的感覺會很容易在特定的「此時此刻」從人的身體中冒出來，且身體的感覺是如何影響人進入社會的飲食時鐘秩序。

身體感區辨物性

吃不只是被動、單純接受刺激，是人主動賦與意義的過程。也就是身體具有一套辨知食物的技能，而在與各種不同環境的互動之中左右了對食物的選擇。「吃什麼」中存有的關鍵問題就是，人如何認知泡麵是何物。這種物性的認知難以在物理學層次下藉由對物體的存在組成進行辨別。特別是物性並非全然客觀存有，將同一物放置在生長於不同文化脈絡下的人面前對於此物可能有不同的理解和認知。除了具體的物體組成之外，吃的過程中的味覺及身體經驗影響人對食物的認知。人知覺與物互動之成果的方式會受到文化的影響，即使是「味覺感」這麼一個看似源於身體的經驗也不例外。吃泡麵的過程是種立基於受社會力作用的味覺感釋放出屬於泡麵的文化潛能，在過程中物性被體驗而非被結構賦與既有的定義。

在感受味覺的過程中，「感受」的內容也不僅是當下的此時此刻。身體不只是產生當下對食物的感受，同時還有辦法以味覺感為基礎而延伸建構、詮釋食物的物性生產「生命史」。像是茶葉評審在品茶的過程中是運用了一套身體的技能在茶的特定香味中連結茶生產的環境、氣候。顏學誠（2008）認為在處理身體與食物的生產連結的關係存有二種不同的認識論，一種Saussure的符號（sign），另一種是Pierce的指標（index）。二者的區別在於結構主義語言學中符徵符旨的連結是隨興且相對，而指標概念下的連結則有必然與客觀性。顏學誠在茶與身體感的連結研究中使用了指標的概念，這是由於茶評審與茶農在茶葉比賽的脈絡中彼此認可的情況下，使評審的身體感具有指標地位。所以即使茶味的喜好真的具有相對性也不影響做為指標的評審的身體感的客觀性。同時茶比賽感知的是茶的生產過程是「如何」，而非茶味是「什麼」，定義「如何」的過程中也產生了一組客觀的評比標準。但比起指標的概念，我認為在日常生活中的泡麵感知還是較適合以符號的概念來討論泡麵味道與吃泡麵人的身體感。因為在日常生活中還未有一個制度形成感知泡麵的標準化的味覺感。

從受訪者小花和猴子對於泡麵口味是否多樣的認知可以看出不同人的味覺感差異。猴子為了找出自己喜歡的口味，挑戰一個月內吃完市場上所有的泡麵口味，吃各種不同的口味對他具有嘗鮮的意義，但是對於認為自己「熱愛」嘗鮮小花來說，她嘗鮮的態度和猴子完全不同：

喔，我已經大概有三年以上沒有嘗鮮了，最近台灣的泡麵界根本就沒有出什麼呀，…都差不多那種東西，就co(py)舊的，換掉包裝又來一個，都沒有新的呀。就算是韓國正宗什麼白菜那種都很舊了，都沒有爆炸式的發明，我嘗鮮的定義是必須要有革命性的突破。

一個月內吃完所有口味的猴子，和五年來幾乎都吃同一種口味的小花，二個人都認為自己愛嘗鮮，但是二個人對於「嘗鮮」的定義及實踐方式完全不同。由此可知每個人都有一套個人化且未有客觀標準的口感定義的身體技能。在連結的任意性之前提下，我將重心擺放於任意連結的結果如何重新影響人與食物的關係。

吃什麼的物性問題，在泡麵身上存有一個最基礎的尷尬認知分歧，就是他和傳統麵食之間的異同。泡麵與麵不論是在食材組成或是口味取向上都存在著極為

相近卻又相異的模糊關係，吃泡「麵」等不等於吃「麵」的問題存在著不確定的答案。對麵的不同認知，至少將泡麵的物性做了麵與非麵的二種區分。到底是不是麵不只透過看或商品形式等認知過程，同時也透過在吃的互動過程中產生的身體感覺區辨。猴子進一步以「真假之分」的區別來形容泡麵與麵的味覺經驗，認為泡麵的口感中帶有的調味粉的味道使泡麵無法和麵具有同樣的地位。「調味粉」和「假」的口感源自一組自然和人工生產的對立，自然被視為真，人工被視為假。就像Nobody覺得泡麵雖然好吃但帶有一種「假的味道」。判斷假的依據是透過與同樣口味的麵比較而來：

比如說泡菜或是豚骨拉麵或是什麼，那個東西有一個很直接的可以比，比如說蕃茄口味，喝起來就真的不像蕃茄呀……，所以那種調味式的會比較不得我心，可能是因為有太實際的依據可以讓我去比較了。

在比較的過程中，真與假的區分不是透過科學分析或成分比對，而是在與物互動的感受過程中，人以自己的味覺辨別而來。雖然「品物」的身體技能是立基於人對於味道的感覺能力而發展，但是真與假的區辨能力必然經歷一套形塑「真」的標準的過程。雖然真假的區分同時隱含了自然與人工的區分，在過程中，什麼是真的，什麼是假，卻是具有任意性，真的食物的味覺經驗可能變成判斷假的標準，但「假」的味覺經驗卻也可能反過去變成真的。Nobody認為他吃炸醬麵的經驗中，會以維力炸醬麵做為味道的比對標準。因為過去他在吃維力炸醬麵之前並沒有吃過別的炸醬麵，因此維力炸醬麵就成了她認為的「真」的炸醬麵味道。

在假變成真，甚至是超越「真」之過程中，真假的區分與生命歷程中的飲食經驗相關，真與假是來自與日常生活的飲食中對於特定食物調味方法帶來的口感記憶而產生相互對照。自然與人工的對立雖然不是全然二分不可越界，各自連結到的特定飲食秩序並沒有因為「真假難分」而減弱。吃的感覺並不是單純解決「是不是」麵的區分問題，在是不是之後連帶生產了「如何」吃的一連串飲食文化習慣。例如猴子「吃到」了泡麵中的假的「調味粉」的味道，認為這並不是「正餐」應有的味道。過程中猴子透過味覺經驗將食物連結到餐飲的秩序中。假的味覺感影響了猴子看待此種食物所處的時間結構，不把假的東西當正餐的過程中，重新體現了日常生活的飲食制序。認為正餐就該是具有吃得健康，吃得營養，吃得好

等特質的正式餐點，所以不正式的食物不能進入正餐的時間阻擾好的身體生產的過程。

除了時間之外，假的味覺感連帶改變了人對食物的口感的要求標準，吃真的與吃假的食物之間追求的是不同的味覺經驗。Roger：「泡麵很重要的點是他有加那個香辛料的味道，對我來講要吃的就是那個有點辣辣的味道。至於現實的真的牛肉麵我可能會要求更高」。真假的分別對食物的口感區分了層次，「真的」食物對口味有「更高」的要求和期待。但「較低」的期待不代表假的食物在Roger品嘗的過程中只是次級的替代品。Roger所想要的「有點辣辣的味道」，是在飲食過程中完全不能取代的獨特經驗。對於泡麵和麵這二種食物，身體期望的是不同的飲食經驗，追求味道中的不同口感，也產生了不同的「適當味道」的標準。口感的向度區分影響人選擇吃泡麵的意義，但這種區分與其說是將泡麵置放至麵的替代地位，反而是將泡麵與麵分配到不同的日常生活飲食實踐方式之中。同時也是人決定如何與泡麵互動的起源。即使不能當正餐，吃泡麵的經驗與選擇也不是因此不如正式的食物。像是對於受訪者猴子而言，泡麵雖然假，但是卻比真的麵還要好吃。真與假的區分並不是直接將泡麵視為「盜版」的麵，也不代表泡麵的地位、口感劣於麵。真與假的口感是不同向度的飲食追求，而非單純垂直層級的區分。

經歷真假的區分之後，「吃泡麵」和「吃麵」成了不同的事情。泡麵在「假」的口味領域之中，產生了一套不同的飲食時間、需求甚至是選擇偏好。雖然泡麵模仿「真實」的口味，但是因為「假」而使口味的符號與「真實」食物的連結關係模糊。像大澤選擇泡麵口味的方式就不是藉由「真麵」中習慣的口味來做為依據：「一般假如說吃麵的話，我不會依照我常吃的其他麵來影響吃什麼，都是看泡麵覺得那一個口味喜歡就買這樣子。」。所以即使這二種食物在形式上有著相近的組成，但在人進食的過程中，卻產生出許多差異。

因為泡麵不等於「麵」，所以包含何時吃、怎麼吃這些規則也會產生變化。牛肉麵與牛肉麵口味的泡麵間的口感差別，也不是單純客觀味覺上的差異，泡麵的口感使他和真的麵產生了區隔。在吃的過程中，味覺經驗組織了一套個人專屬於泡麵的飲食法則，吃泡麵就成了和吃「麵」完全不同的二回事。味覺感作用在吃的過程中，人感知差別，經歷辨別「真假」的歷程，也產生了一套「假」的日

常生活飲食圖像。在「假」的飲食邏輯之中，進食的目的也演變成更聚焦於吃的當下，食物與身體互動的感覺，而非為了特定制式化目的的「進食」行為：

吃泡麵並不是為了要吃很飽。只是為了啊，好想念泡麵的味道，所以這種重口味的東西反而就非常的讓我喜愛，如果想要吃飽就去吃麵包了，或是扎實一點的東西。所以雖然料不多，但我還是很喜歡。(小花)

在以假而脫離進食的計算之後，源於身體的感受應該被放置在吃泡麵的動力的核心。「假」的情況下，與正餐飲食依照正式餐點時間的慾望產生邏輯最大的不同，就是泡麵的進食行為更重視任意時間中的「現在想吃」的身體衝動。「假」的泡麵不是「真」麵的替代及次級食物，在假之中有一套屬於假的身體慾望機制左右了人追尋「假」的經驗。

源自身體需求的飲食慾望

以「色香味俱全」來描述美食，反映了飲食經驗中不光只有味覺，而是許多不同知覺的組合。像是冷、熱、餓、飽、燙、香、色（視覺）等各種不同的身體知覺與食物互動的方式全都混雜在飲食的過程之中。吃泡麵的慾望中摻雜了不同於吃麵的非正餐思維，想吃的慾望，除了源於味覺以外，也產生於身體的其他感覺。這些感覺的生產也牽涉到人的身體如何感覺環境，透過食物的特質來滿足人處在空間中的身體感覺與需求。吃的過程中身體是慾望滿足的接受體，同時需求何種慾望，也隨身體所處的環境變動。在與空間互動的過程中，人可能對空間存有三種不同的感知。一種是空間中物理性的身體感受，另一種是在抽象的心理感知，最後一種是在空間中受其他行為而影響自我的感覺。

「熱」是泡麵的物性中十分重要的特質，食物的溫度所富有的意義，也是直接受到人在空間中的感受的影響。喵喵就認為在冬天能夠有熱的泡麵可以吃是很幸福的事。同時對於喵喵來說，颱風夜吃泡麵的儀式不只是一種從小養成的身體習慣，同時也是源自於現在的身體感的直接滿足。喵喵認為很難在夏天裡找到適合吃「熱」的泡麵的時機，而溼冷的颱風天剛好就提供了最佳的條件。就像冬天吃火鍋、夏天吃冰，對環境的感受以及對食物的感受在吃的過程中會相互影響。羽月也會在颱風夜吃泡麵，源於另一種身體感：「懶」。羽月由於不與家人同住，

平時生活的飲食都由自己負責打理，目前所住的地方也不適宜開伙，因此飲食的需求主要是透過購買外食解決。當颱風來的時候，風雨切斷了實際的消費關係以及減弱羽月外出的動力，泡麵成為最能依賴的食物。雖然也有其他受訪者會在颱風的時候吃泡麵，但理由和羽月卻不大相同，許多受訪者並不是因為實際的狀況而使他們必須選擇泡麵，反而是因為「氣氛」產生吃泡麵的情緒。

羽月認為在颱風天吃泡麵並沒有特別的感覺，他覺得其他人是因為平常不吃泡麵，才會在颱風夜吃「氣氛」。羽月依靠泡麵做為日常生活正餐的機率相當高，也因此羽月的日常生活飲食中，泡麵的位置和其他的受訪者有所差異。對於其他受訪者而言，泡麵是某種正餐的替代品，是在正式餐點之外偶爾享受的食物。但羽月卻是將泡麵擺放在正式餐點的位置上，與平時吃的食物並沒有太大差異。所以對他來說泡麵並不具有特殊的飲食享樂，而是日常生活的反覆「無趣」的飲食活動的一環。

對喵喵而言「熱」是吃泡麵不可分割的一個身體經驗，雖然烹調的便利對喵喵也很重要，但如果泡麵不熱即使烹調再便利，喵喵也不會選擇泡麵。在人「體物」的過程，受到外在環境的影響而選擇不同的行動，行動伴隨著感受物性而富有意義。最重要的是，人不是吃時間，而是吃食物。這種回應身體需求的吃的行動，除了是食物的基本之外，也是便利食物不能被去除的特質。猴子雖然也是著重於泡麵的「熱」的性質，但是想要吃熱的食物，不一定是感受到外在的冷。「因為就會回家就會想要吃個熱的東西……但那時通常家裡也沒辦法弄東西，那就自己泡一個，比較有到家的感覺」。熱的感覺滿足的不足是身體的生理層次，亦是心理層次，透過吃熱食的行為將家的空間與身體連結。易先生也喜歡在工作回家後吃泡麵當宵夜，他覺得因為睡前肚子裡有些東西比較好睡，如果是其他的食物份量又太大，而泡麵的份量剛好滿足他的需求。不管是猴子或易先生，吃的行為都圍繞著自己的身體感覺進行。Roger 形容深夜吃泡麵是種對心靈的撫慰，在這種飲食經驗中，身體和心靈的二分狀態變得模糊，吃泡麵滿足的是身體的需要，亦或是心靈的需要。但可以肯定的是身體是用以滿足需要的媒介。

身體也是接受外在環境的媒介，並引發想吃慾望的結果。從較為微觀的人與人互動的過程中，最常見的情況就是看到別人在吃的時候，自己總也是會想要來一碗：

「在公眾場合吃泡麵是不道德的。」我的一位朋友這麼說。最可怕的就是搭乘長途飛機時，黑漆漆的客艙裡，突然傳出了泡麵的味道，一時間，甚至睡到一半的客人，都會被泡麵的香味吸引，大家紛紛開始找服務生要泡麵，一年吃不到一次泡麵的我，也常忍不住那樣的香味誘惑，如果說那時刻，泡麵沒有了，那麼也許有人會站起來揍人。（王宣一，2009.6.8）

想吃的時間就不是單純根基於自己身體生產過程所畫訂出的時間，同時也受到鄰近他人的身體經驗影響，而使「想吃」的特殊身體感浮現。泡麵串連起不同身體的飲食時間的方式不只是透過視覺上或物理上的存在，而是透過其看不見的香氣存在。看不見的香氣構成了吃泡麵的「空間」，不管是吃或不吃，都會感受到這種香氣，並且受其影響。**Nobody** 覺得看到別人在吃就去吃一口的泡麵是最好吃的，自己吃反而就沒有那麼好吃了。小四的兄弟在吃泡麵的時候，爸爸就會說在吃泡麵不拿來給我吃一口。但大澤卻覺得這樣吃別人的泡麵不是件很愉快的事，要自己吃一碗才夠痛快。選擇自己吃或吃別人的區別除了在身體的快感差異之外，還有和他人身體關係遠近的差異。身體的邊界同樣也影響了快感滿足的方式。當香氣跨越身體邊界引發慾望時，人的飲食慾望如何滿足，會決定於與另外一個人的身體的關係。「交換唾液」具有的特殊意義，反應在飲食互動的身體邊界中，透過吃別人的或是自己吃一份展現身體邊界的關係。

吃泡麵滿足想吃的慾望的過程中，不只是回應身體的需求，也可能是心靈的需求，同時這些需求產生的原因，可能是源自內在，亦會受到外在環境的影響。在追求滿足的同時，泡麵甚至有可能失去了他原本被假定具有的「便利性」。**Friday** 吃泡麵時花費了許多的功夫，並不在意是否便利省事，只為了吃到自己喜歡的味道，並不會因為是泡麵而就簡單的處理，用心「加料」的後果，反而使煮泡麵變得比普通麵還複雜。便利食物的飲食經驗並非與自我身體感受切斷，就像是用簡易的泡或用煮的二種調理方式的選擇都只單單只和想不想「省事」相關。像喵喵覺得用泡的泡麵太鹹喜歡用煮的，而 **Nobody** 則是認為用泡的才會將「泡麵味」留在麵條之中。煮泡麵或泡泡麵的區別不是單純的省事問題，而是「飲食」經驗的選擇。

除了泡與煮跟身體味覺相關外，不論是 **Roger** 由身體經驗產生心靈上的滿足、喵喵的身體想吃熱的食物、羽月的身體動力，吃泡麵的動機都以身體做為起源。

吃的過程中經過了身體的各種感覺，可能是與味覺刺激相關，像是源於好吃，或是身體的動力懶的身體、環境造成的冷的身體，別人的飲食經驗帶來的影響，或是關於「經驗」本身所帶來的特殊情境想吃的感覺。做為「假的麵」的泡麵也許是無趣、不值得書寫的飲食經驗，可是在特定情境的相同身體經驗之中，吃泡麵變成了一件趣味的事。身體不是空白被食物書寫的載體，飲食經驗的發動源不只是食物。身體具有主動記憶、感受、區辨並且追尋想吃的食物的能力，以這個能力為基礎對於食物帶給身體的感受進行重新的書寫。不同的書寫方式，有人會覺得吃泡麵是重覆的日常飲食的一環，有人會覺得泡麵是個可以吃氣氛的食物。身體是創造食物意義的源頭，但身體同時也被社會力所作用。被社會力量作用的身體，產生了一套特定的飲食實踐規則，這套飲食實踐規則會與身體的感覺進行拉扯協商，影響食物與人的關係。

第二節 身體快感與健康身體生產的協商

對食物的認知除了在身體感的層次上加以區辨之外也受到社會的影響，幾乎沒有一種不身體感覺方式經社會、文化作用。「身體遠離了自然現象。在媒體、流行工業、醫藥以及消費文化中的論述定位 (map) 了我們身體性的需要、歡愉、可能性和限制」(Bell & Valentine, 1997, p.26)。在Yahoo!奇摩的《難以抗拒~十大「不健康食物」!》網路票選活動中，泡麵落後雞排被評選為第二名⁵。在這個票選中看到對於食物，身體存在著二股相反的感覺：一種是覺得好吃而一直想吃的動力，另外一股則是起源於「不健康」對食物抗拒的動力。就恰似「良藥苦口」的反面，好吃的食物似乎總讓人覺得對健康的身體缺乏正向的幫助。「好吃」和「健康」這二股相反的選擇力量都源自於人「體物」的過程。但「健康」的體物技能除了由自己的身體感覺區辨之外，科技及文化也介入了人「身體生產」的實踐想像。「在消費文化中，身體承擔一種新的社會意義與個人意義。身體變成個人行使健康策略的場域」(Turner, 2008: 頁 222)。

不健康的定義分歧

⁵ 第一名雞排 (40.5%/12,400 票)。第二名泡麵 (8.8%/2,686 票)。第三名「醃漬食品、罐頭」(8.4%/2,585 票)。

在現代的科學知識及大眾文化中，泡麵都稱不上是種營養的食物。雖然從生物化學層面分析泡麵本質上是種不營養的食物，但什麼是「營養」總是在食物製造商和食品營養學者的專業建議中不斷變動（Pollan, 2008）。泡麵剛上市時，被報導為營養又能解決工業社會問題的食物（徐聖竹，1969.07.08）。當時生力麵挾帶著新的技術力結合了國族認同，以創新國貨的姿態出現，不健康的說法在報紙新聞中甚少出現，反而認為由於生力麵的原粉由於混合了「雞蛋」製成所以營養十分充足。但從1970年代中開始，泡麵逐漸開始被認為是種不健康的食物，開始有各種社論呼籲大家少吃泡麵（胡孝清，1973。王爾德，1977）。但對於泡麵的營養性在這個年代還沒有定論，像是白水（1977）認為吃泡麵並沒有特別不營養，只要不偏食，每天所需要的營養量很容易就能達到。並且認為泡麵處理的溫度比麵包及蛋糕來得低，所以因高溫處理破壞的維他命較少，泡麵自麵粉中殘留的維他命數甚至還高過麵包，所以也不是什麼太不營養的食物。白水使用維他命A、B1、B2和C的含量進行泡麵營養的對比，認為除了麵粉原本就不含有的維他命A和在動物及加工食品中較少的維他命C在以外，泡麵中各自含有0.20mg和0.08mg的B1及B2。成人每天需要1mg的B1和2mg的B2，但只要不刻意偏食，是很容易達到的標準。從數據上來看單吃泡麵其實無法滿足人一天所需的營養素，還必須加上其他食物才能夠符合人體所需。

以科學分析技術為基礎，食物營養學者建立了一套泡麵不營養的論述。食物的文化中包含的營不營養以及什麼是「適當的飲食」受到另一種也不斷變動的「營養科學」文化穿透而改變（Carter, 2004）。Pollan（2008）認為現今飲食狀況中的「營養主義」概念和營養學已截然不同。營養主義已成為一種意識形態，由於人在日常生活中並「看不見」食物中的營養素，而營養主義的基礎則是食物中的營養素才是營養的關鍵，使得人在日常生活中只能依靠食物營養專家才能生存。營養主義對人判斷食物是否營養起了很大的作用，但是對於人來說，即使認為吃泡麵不營養，但不完全等同於科學上的營養計算。在人的日常生活中，並沒有辦法透過科學的儀器分析泡麵中的成份，同時人的身體內也並不具備有分析科學成份的高精密儀器。

儘管論述影響了判斷健康的方式，但是究竟怎樣才是不健康的物性，實際是透過產生一套自我發展出的獨特身體技能進行判斷，將特定的身體知覺做為不營

養成份的體現。比如食物的顏色、香氣、口感都可能做為判斷食物營養的「指標」之一。就像廢爆人認為泡麵越「香」就越不健康，另一方面，泡麵的調理組成在生產過程中被化約成「包數」，包數也就成為人的健康評量投射的對象：

就算我們只是炒菜放鹽放太多都對身體有負擔何況那種東西……而且都化食品嘛，麵的調味料，日本有時候一包二包，台灣有時候三包四包五包，那想也知道包越多一定是不健康的成分越多。（廢爆人）

由味道香重中感受到的其實是生產過程中調味料的份量及質量，廢爆人也將調味粉的包數做為他份量依據的表現。即使人的身體不具有「科學分析」的能力判斷食物的營養價值，也不能將營養判斷視為外在的知識生產，營養的知識同時結合身體的感覺直接發展出一套獨特的營養判斷技能。

另外一種泡麵中含有的有害物質就是傳聞中的「大量防腐劑」。因為泡麵保存期限相對比較長，因此許多人認為其中加有防腐劑。Mario認為自己雖然不清楚泡麵的成份，但就是覺得不營養：

健康喔，沒有呀，就純粹只是就從小被灌輸泡麵有很多的防腐劑，然後他就一堆，我覺得因為方便烹調的關係被濃縮在一起的，其實我也不太清楚裡面加了什麼，再加上防腐劑好像很多的感覺，所以我覺得泡麵其實跟不健康可以畫上等號這樣子。

泡麵含有防腐劑的說法行之有年，白水在1977年的時候就已經提及了這是個不實的說法。而一般民眾也從含有防腐劑這個不營養的觀點出發，產生了吃多泡麵死了就會變木乃伊，或是要用煮的才能把防腐劑煮掉等坊間知識。在食物營養學知識或是民間認知中，泡麵都是個不營養的食物，但是二者對於為何不營養的看法卻不完全一致。Östberg（2003）提出吃並不是自由的，各種專業知識影響改變了我們對食物的看法。食物營養學者負責判斷食物的營養價值，但是卻又不是充滿一致性，不同的研究者對於食物是否營養可能存在著對立的價值。充斥著各種相左資訊的情況下，科技的發展並沒有增進現代人對食物的理解，反而增加了「吃的焦慮」。

吃的過程中，食物的營養價值影響了人日常生活的飲食選擇。營不營養已經

不全然是由自己的身體進行感受的判斷，現代食物營養學者的知識影響了我們如何看待自己的身體生產經驗。而且這些知識是會隨著技術的發展而改變，就像在生力麵剛問世時，報紙是以快速又富營養的食物的方式描述這種新的麵食。但隨著醫療、衛生技術的發展，泡麵開始變成了不營養的食物。但是不營養的科學知識卻不一定使人因此就將泡麵視為毒蛇猛獸般的可怕食物，人不是單純的被論述所宰制，在「想吃」的過程中產生了與論述的協商，反而產生拒絕接受這些訊息的可能。Warde（1997）就認為不同領域對健康的「相左意見」以及不斷推翻現有定義的情況，反而降低了一般民眾對官方知識的信任。食物的營養價值並不能完全以各別的單品來考慮，而必須放置入人的日常生活飲食圖中才能發現完整的意義。也就是人透過「轉譯」食物營養學的知識，建構自己日常飲食的圖像，進一步影響了泡麵對人的「營養價值」：

唉你知道這種事情都是這樣的呀，泡麵都這樣寫，本產品添加天然抗氧化劑維生素E不含防腐劑，餅乾也是…都寫天然，不知道真天然假天然，吃外面的餐廳也不知道乾淨不乾淨…當然啦，想必一定是比較營養不良，可是吃自助餐我也是很挑的人，偶爾好像該吃點水果蔬菜的時候可能會買一些，頻率通常也不高。（羽月）

像猴子也覺得和自己的平常常吃的乾麵相比，泡麵並不會比較不營養。食物營養的判斷必須放置在日常飲食的整體脈絡之中，無法脫離這個範疇而進行單獨的判斷。

日常飲食方式的建構同時受到食物與人二方面的變數影響。人處理泡麵與身體的關係的過程中經歷了與社會知識作用協商的過程。大澤反而就因為科學知識的「訊息過剩」，反而不在意泡麵的不健康：

而且就是泡麵已經算是比較不毒的東西了耶，你不覺得嗎，比如以後美國牛肉進來了，你不覺得那個更可怕嗎，美國牛肉一進來又不只是牛才會有，搞不好影響到其他的東西，你什麼都不能吃了。就算你吃素好了，你還是會被影響，那個還更誇張嘛，三聚氫氮或什麼，你發現生活中那麼多毒的時候，泡麵算什麼嘛說真的。

營養攝取不足、不營養的成份是食物不營養的因素之一，這部分會伴隨營養科學的發展改變。身體同樣也會受到現代衛生、醫療科技的演變產生不同的「健康狀態」。但身體本身的變動是在社會整體變動之外的另一個變數。像熱量過高造成身體肥胖，也是泡麵被歸類為不符合「健康」食物要求的原因之一，而喵喵被問及是否擔心泡麵的「健康」問題時就這麼回答：「曾經不擔心，最近開始擔心，以前不擔心是因為以前吃不胖嘛，就無所謂，現在這一二個月自己開始減少泡麵的攝取量」（喵喵）。高熱量的「不健康」特別容易出現在女性與食物的互動過程中，此時對身體的傷害便不單純只是吃進對身體有害的物質，而是無法生產出「標準」的身體。這些不營養的意義都圍繞著身體的論述進行，也就是這些不營養的觀點都圍繞著食物對生產「好」的身體的影響。攝取食物為的不只是吃飽，也是為了生產好的身體，以現代科技建構了一套關於好身體的標準，健康的、纖瘦的身體為基礎，人在吃的過程中經歷了一種對於自己身體的觀看過程。

人的意識並不是直接複製這些不健康的論述，而是在日常生活中經歷了一連串的過程，而接受這些論述。過程中人先經歷了對自我身體的定位，才選擇這些健康論述如何影響自我的飲食圖像：

長大之後對泡麵的成分的了解比較多……一方面也覺得好像有防腐劑，長大之後就知道是抗氧化劑而已，其實也不是防腐劑，可是我自己一方面也會知道裡面熱量是什麼，是不是很多麵體都經過油炸是不太健康，吃泡麵的時候考慮的東西比較多…小時候會覺得還那麼久就好像不會因為這幾口身體壞掉什麼，長大之後好像總是會想到看到阿公阿嬤身體不好，想說天呀我這個身體還要拖到八十幾歲，以後應該很恐怖。（玉山）

食物與身體的連結產生了轉變，開始更會計較吃進去的是什麼。吃東西不是取決於現在的身體缺了什麼，而是想像未來的身體會是什麼。不只是社會論述對於什麼是營養的知識會因時間改變，人對於自我判斷什麼會是營養的身體技術也具有時間向度的改變。就像對於小孩而言，吃的行為並不常受「健康的焦慮」影響（Warde, 1997）。因為身體帶有時間性，隨著年齡的變化，身體的機能也會有所減化或改變，這種身體的變動狀態影響了人與社會的營養論述間的關係。同時也反映了對於營養的重視並非是完全本質上的趨向，而是經歷論述與自身關係的再

生產過程。

不健康意義的建構—家庭飲食關係中的身體檢視機制

既然人難以具備分析食物化學成分的機能，最初對於泡麵不營養的觀點，可能就不是源於實際身體的感覺，而是經歷論述知識再生產的過程：

恩，小學聽老師講的，這個故事應該大家都聽過，他說有一個人超愛吃泡麵，因為老師可能不希望我吃泡麵，他就說有一個人很喜歡吃泡麵，一直吃，每天都吃後來他死掉之後身體都不會腐爛，因為他的身體有太多防腐劑了，然後我那時候就會覺得喔原來吃泡麵是不健康，但是因為很好吃，那偶爾吃吃就好。(Mario)

發生的場域也不獨限於學校教育之中，家庭是再生產好的飲食論述的重要場所。在泡麵廣告中雖然吃泡麵的空間已經由家庭移出至各種不同的社交空間之中，但這並不代表泡麵的飲食活動和家庭中的餵養勞動無關。餵養勞動的內容除了最外顯的購買與烹調行動之外，還包含了一連串的家人愛吃什麼，何種食物具有營養的價值，飲食的時程等一連串的構思活動(Carrington, 2008)。也就是餵養勞動的內容至少涵括了消費、烹調，身體生產、飲食時間的規劃等層面。從這些層面來看，泡麵的便利性最直接的結果是讓母親脫離烹調勞動的過程，但在家庭之中的其他層面還是由母親負責這些勞動行為。像是母親依然涉及了關於吃的構思過程，即使不由母親供給，但還是能運用「限制」的權力介入孩子對自我飲食的規劃之中。另外泡麵雖然不是一個好的全家在餐桌上一同進食的「家庭食物」，但是卻也是家庭中不可或缺的「日常民生必需食品」。持家的用品帶有家庭意義的生產，所以在餵養勞動中負起購買責任的大多是母親。但烹調責任也並非完全和母親無關，當泡麵做為全家人的非正式或替代飲食時，烹調的責任卻會回到原本家庭中的餵勞分工的模式，由母親負責調理。所以雖然母親因為便利調理而鬆動了做為絕對烹調者的形象，但泡麵在各種情況中還是沒有完全脫離餵養勞動的一環。

「家庭守門員」的概念即是用來形容母親的這種角色，認為女性擔負起所有家庭中飲食的責任，管理食物與家人身體間的關係。McIntosh 和 Zey(1998)的研究認為既有對於「家庭守門員」的研究中有一個普遍的認知，母親是最直接管制食

物進入家庭成員身體的管道。而父親在決策過程也具有相當程度的影響力，小孩則是最沒有權力的一群。但是在吃泡麵的情況中，「守門員」的角色卻因為食物本身的便利性而改變。簡易調理的安全性改變了食物烹調層次上的供給關係，大部分的受訪者都認為會泡泡麵並不算是會「做菜」，也認為這動作十分簡易，不需假由他人之手。在許多受訪者的經驗中，泡麵是由自己調理的食物，也因此要吃泡麵的時候可以不經母親之手，改變了「守門員」監控食物管道的方式。透過女人和餵養勞動關係的概念分析泡麵的調理的同時，要注意烹調者角色並不固著於母親的身上，處於一種流動的狀態。同時便利並不必然帶來流動，促成流動的共同因素還有因泡麵不營養而無法做為家庭好的飲食的一種。

McIntosh 和 Zey (1998) 認為即使母親直接管制了食物的管道，這種管制不一定直接和權力畫上等號，也可能只是具有影響力，真正具有權力決定的是家庭中其他成員。由權力和影響力的區別出發，實際處理食物的人並非一定掌握權力。在家庭中的泡麵飲食圖像中有許多個人購買、個人烹調的形式，也就是小孩直接掌握了部分的管道。自主並不直接代表握有餵養勞動的決定權力。因此便利烹調及自行購買的行為並不能簡單的被視為小孩掌握食物和身體關係的象徵。

在家庭中的飲食供給關係影響人吃泡麵的經驗，飲食供給關係除了實際烹調勞動產生的食物供給之外，負責烹調者對於被供養者接收何種食物也具有無形的掌控能力。在傳統核心家庭之中，母親在掌控的過程中介了食物與孩子的關係並且進行好的飲食習慣的再複製。父親、母親與小孩處在權力關係中的不同位置。在家庭中的飲食活動除了具有情感互動的性質之外，家庭成員依照各自不同的角色，在飲食活動中有著不同的權力關係。這個權力關係直接的影響了特定的身體論述生產。以家庭中的身體控制權力關係為基礎，我試圖從家庭成員吃泡麵的經驗中，進一步分析傳統核心家庭中的成員在飲食烹調供給關係中扮演的角色對於食物—身體關係的影響。同時在由母親和小孩這二種不同角色的烹調行為之中，我發現了不同的角色在烹調泡麵的過程中受到檢視的是不同的身體。受管制者被檢視的是健康的身體，而管制者被檢視的是勞動的身體。

受訪者大澤偶爾會每天吃泡麵，特別是在月底沒有錢的時候更會利用泡麵當作度過苦日子的依靠。但是在高中以前因為媽媽的反對，實際上很少吃到泡麵以及麥當勞這些爸媽眼中的垃圾食物。自從開始有了自己能掌握的錢和較多自己一

個人吃飯的機會，使這些來自父母禁止的限制開始鬆動，而能有更多機會吃自己想吃的東西。與原有飲食供給關係的切斷以及擁有可運用的資源令她可以對自己的飲食圖像有更多選擇的空間。日常生活飲食空間移動的結果，使像泡麵這類不營養的食物開始成為她較常吃的一種食物。小四吃泡麵的經驗也受到空間移動影響而改變，「因為到大學才是來台北唸書在外面嘛，然後一直在家的時候，其實以前我們家裡蠻少吃泡麵的，媽媽通常不太會讓我們吃泡麵。」這種變化的原因起於家庭中飲食的供給與管制關係。

即使家庭的成員的居住地和原本的家庭產生分離，並沒有因此就讓家庭成員的身體完全脫離受管制的狀況。母親做為守門員的角色還是對於家中成員的身體具有管束，使許多受訪者吃泡麵的經驗變成在面對母親時的「不能說的秘密」。Roger：「她如果講電話問最近晚餐吃什麼，千萬不要告訴她吃泡麵，她會很擔心，會一直碎碎唸，吃泡麵沒營養什麼的。」親子的關係中吃不只是愛的供給，也是一種控制的權力。但父母介入的方式其實不光只是嚴格的禁止。就如同在討論個人面對吃不營養的過程中包含了有吃什麼、怎麼吃、吃多少、何時吃等四種層面，家中長者的干預也同樣有著不同的方式。像是小花的經驗中，泡麵的調理方法就受到媽媽的限制。小花雖然喜歡吃用「泡」的泡麵，可是媽媽為了健康的關係，總是會替對花用「煮」的方式調理泡麵。

家務勞動的關係一直沒有消失在泡麵做為家庭飲食一環的情境中，這種關心和掌控的關係也不是單向的控制和壓制。也可能在關係中利用他的位置而獲取他想要的資源。像是小花會用「啊，好想來吃個泡麵」來做為「我想吃宵夜」的代名詞。當說出這句話的時候她並不是真的想吃泡麵，而只是想要告訴媽媽她想要吃東西了：

如果這時候真的拿一碗泡麵出來，我會想這個太多了，我吃不完。通常的情況是媽媽聽到了就會跑出來說，吃那個不好啦，你要不要吃什麼什麼，然後我的目的就達到了。

所以即使飲食的身體受到控制的情況下，行動者卻還是可以透過一些策略在既有的飲食供給網絡中發展不同的意義。小花所使用的「情感勒索」也表示了，即使是個食的產品，吃也不是「一個人」的事。泡麵的個食基礎建立於個人吃的

份量和簡易烹調之上，創造了改變家庭烹調勞動圖像的可能。但吃泡麵這個行為，由於這個物的不健康的特性，因此即使是一個人吃，還是會在家庭的領域中和各個成員的角色、位置、飲食論述有所對話。Lukanuski (1998) 認為一個人吃是單獨的 (solitary) 但不是隔離 (isolated) (p. 115)。在吃的過程中人受到其他社會成員對食物的態度，影響吃的行為。在由家人團體的餐桌轉變到個人的餐桌的過程不代表關係的完全切斷，家庭成員還是會彼此關注彼此的餐桌上有些什麼。離開家庭之後，吃泡麵的機會也大增的現象，一方面是來自其他家族成員的「關切」減少，同時也是吃飯的「責任」回歸到自己身上。個人不論是透過自行烹調或購買的方式都必須打理自己的飲食。

小孩的身體受到母親的管制，但同時母親的身體在吃泡麵的過程中也受到檢視。家庭中的女性角色吃泡麵的過程中受到檢視的就不只是飲食的身體，同時也包括了勞動的身體。我想透過 Mario 的例子來討論吃泡麵的過程中所連結的勞動的身體。Mario 結婚未滿半年，目前和先生的家人住在同一棟公寓的不同樓層。同時她和先生目前都在學還未有全職的工作。平常飲食是二個家庭各自解決，而 Mario 她們的住處由於裝潢未完成，廚房機能還不便利，目前沒有瓦斯爐，只能處理一些簡單的料理。婆婆三餐會固定煮飯，也開放 Mario 和先生不時能夠下樓吃點東西，成為支援她們二人日常飲食的資源之一。廚房設備暫時未完備，以及相較於婆婆，Mario 還未十分熟練烹調技術，也使她暫時不用在二個家庭的飲食烹調過程中擔任主要的角色，只要負責解決自己和先生的飲食即可。Mario 有一次因為懶而想要吃泡麵，但是卻產生了一些狀況讓她無法安心的享受那碗泡麵的味道：

我前幾天一個人在家，寒流來又下雨我肚子超餓，真的很不想要出去買東西，也不想要做飯，因為反正我也不會做。……那天中午吃，其實也吃了半碗我就停手了。第一個，我好像有點泡太淡，水有點太多，就覺得那碗泡麵好像沒有很好吃。然後再加上我老公打電話回來，他問我中午吃什麼，我說，嗯~~，泡麵。他說很遜，後來晚上我還特地去找了個廚房弄了個湯，喝那個湯雖然沒有很飽，但是就會覺得舒服一點。(Mario)

這次吃泡麵帶給Mario的經驗不如預期，一方面除了麵似乎變得不好吃以外，另一方面做為「媳婦」角色所需備的身體技能遭受質疑。「因為我吃了泡麵之後

然後老公那天晚上還唸了，他也真的說了一句，你是不是該學一下煮飯，學個煮飯的技能什麼的，所以我在想說那個廚房是不是該把技能健全起來，例如弄個瓦斯桶」。在她的經驗之中，吃泡麵被關切的就不只是營不營養的問題，還附加上了有沒有為家庭烹調勞動負責的能力。而Mario為了向家庭中的成員證實自己具有烹調的能力，特地準備了一碗「手製」的湯做為老公的餐。Mario認為自己烹調的那碗貢丸湯難度並沒有很高，但自己做點食物的成就感比泡麵高得多，也沒有罪惡感。雖然老公對這道菜的回饋是開玩笑的表示，「是不是覺得他很好養」，一方面稱讚她的菜好吃，另一方面老公也認為這道菜並不需要太高深的技巧。但她也覺得做簡單好吃的菜還是比簡單好吃的泡麵來得好多了。

女性在家庭中的身分角色常促使她們要將自己的身體培養成能烹調的身體。所以對於 Mario 來說吃泡麵的歷程中，要檢視的已經不只是營養的身體，同時還是勞動的身體。而且這些自我對身體檢視的目光都不只是種單純的自我凝視，同時也會將自我內在的檢視，轉化為他人檢視的眼光。父母對小孩檢視的是健康的身体，而公婆對媳婦檢視的是烹調的身體。

對呀，因為雖然現在新時代，但我還是覺得傳統媳婦應該至少要有可以透過不是泡麵來解決自己吃東西需求的技能。那如果吃泡麵的話好像會被人家誤會成說，嗯，你是不是不會煮呀，已經不會煮到就是只能吃泡麵，不然就是會被人家覺得你真的很懶耶，超級懶惰就這二種，所以我跟老公說我吃泡麵，但是不會跟婆婆說我吃泡麵。（Mario）

食物與身體的關係也反過來改變了人和時間與空間的關係。因為缺乏好的烹調技能，而使 Mario 以投入別的勞動場域，用離開家的方式來降低自我檢視帶來的壓力：

因為我是一個新媳婦，而且重點是我沒有在工作，如果我是一個有在上班的人，應該怎麼講呀，我前一陣子有特地逼自己去打工，是搞得很累的那種工，那二個禮拜我會覺得面對家人比較不會有罪惡感。對，然後吃外食會覺得比較理直氣壯。但是工作結束之後在家裡就會覺得，唉呀，在家裡時間這麼多，可是卻不會想要去廚房動一點什麼東西，就會覺得，喔，有點糟糕耶。

Mario 提到自己對於泡麵喜好的程度下降，她認為有一個很大的原因是她會做一些和泡麵差不多簡單卻又有成就感的食物，而這份成就感在她現在的生活中是十分重要的。在 Mario 的例子中，雖然負起家庭飲食的責任，改變自己的是身體的技能，但結果上卻也直接改變了人與食物的感覺及關係：

後來為了結婚，我會想要嘗試去做一點讓自己不會挨餓的小東西，當然不是大魚大肉，但是我會嘗試一些像煮個簡單的湯，那湯裡面有加一堆餃類或是火鍋料這樣子，都可以讓我覺得比泡麵好吃，而且會稍微有成就感，對，所以就是這樣漸漸對泡麵感覺越來越遠，不是我的食物了。

對 Mario 來說在泡麵中帶有的便利性，並不是幫助她更快速的解決日常飲食所需。泡麵的便利雖然降低烹調所需的技術，但反而讓她受到他人及自我對烹調技術的質疑。但並非是所有便利食品都不符合一個好媳婦的想像，像是康寶濃湯等較便利的烹調食物在廣告的過程中還是不乏由母親烹調的形象。女性的身體與烹調的連結關係透過食物而展現。除了泡麵以外還有其他食物也有類似的性質。而女人烹調的身體與食物的連結並不是靜止的。在回顧泡麵烹調者角色轉變的過程中我們可以看到初期的泡麵與女人的身體是相互連結，之後才發生斷裂的狀況。便利食品的普及並不必然增加女人使用便利食品的接受度，在女人的身體與食物的連結過程中還受到科技的中介，改變了女人適當烹調的身體樣貌。減降了烹調的難度不代表必然帶來便利，檢視的標準並不在弄出形式上一個單位的餐點，而是在女人所擁有的身體技能。

但當女性在家庭中煮食的地位受到肯定時，這種不會烹調的焦慮減輕，泡麵和母親的關係又會改變，煮泡麵的身體就不必然是負面的象徵。特別當吃泡麵的情境為全家人共食的時候，母親煮泡麵也獲得了正當性。羽月小時候吃泡麵的經驗中，大部分是由媽媽烹調，當時也是全家人一同進食，和現在自己一個人吃泡麵的意義不同。由於泡麵的便利性，所以還是有可能使得這個勞動關係轉嫁至其他家庭成員的身上。像是在小亞的經驗中，在颱風天來的時候，原本負責煮飯的媽媽會說，我不煮飯了，妳們自己去泡泡麵吃吧。颱風天的泡麵經驗反而因此成為了小亞媽媽卸下烹調家務勞動責任的一個機會。泡麵的便利雖然對日常生活的飲食供給圖像產生影響，但是只能做為生活中特殊的事件，而不是持續且重覆的

日常性活動。所以泡麵便利並不能輕易的為家庭主婦帶了飲食上的便利。泡麵雖然便利而輕鬆，但是身體得經過勞動技術的檢查，泡麵才能做為偶一為之的偷懶食品。

不健康的論述在家庭的供給關係中透過二種被檢視的身體形象體現出來，分別是被供養者的健康的身體與烹調者的勞動技術的身體。小孩被檢視的是健康的身體，便利和食物本身的特質不能分開。所以雖然調理便利但卻吃的過程卻不便利，反而要經歷其他家庭成員的關心。而母親烹調泡麵的過程中一樣也無法輕鬆，會經歷烹調能力的檢視。甚至因為「守門員」的成員而使得母親有時必須「監守自盜」：「其實我們泡的時候她會念，但也會跑過來偷吃，所以就是很矛盾的行為。她也會買，對，但是有人泡還是會念，也會自己泡來吃，但是她因為說料包減半，她喜歡吃泡的乾麵那水又沒有瀝乾，就溼溼的，很難吃，那每次說她自己泡泡麵很難吃，可是還是會一直那樣泡。」

在家庭的關係中不管是吃的人或是煮的人在與泡麵的互動中都會受到相當程度的檢視。而且這些檢視之眼不全是來自於外在，同時也會被人內化成為自我檢視及對什麼形象的自我身體生產的認同想像的一部分。

非正當飲食的意義生產

論述的內容與對人造成的影響並不是全然一致，人並不會對外在的論述照單全收（Turner，2008）。當人受到「不健康」論述作用時，在吃泡麵的過程中就產生了面對吃與不吃的拉扯。很明顯的是吃泡麵所需的準備時間有時不只是三分鐘，還包括了考慮是否有「前幾天」才吃泡麵的情況，也就是生產身體的「節奏」也被加入了吃泡麵的準備之中。除了控制頻率以免吃得不健康之外，另外還有一種方式，則是利用特殊的事件來使吃泡麵具有正當性，泡麵一年之中有二次明顯的銷售旺季分別在颱風季節以及中元祭祀之時（陳世斌，2006）。這二個時節也是許多人覺得吃泡麵具有正當性的時節。玉山平時買泡麵可能會被媽媽唸，但拜拜的時候買泡麵就具有了正當性：

我會覺得那個什麼拜拜是一年一度我最合理化買泡麵行為的時候，就平常去賣場還沒辦法一次拿好幾包不同的口味。就頂多，因為每式一包五份嘛，就

買一份先放在家裡面或買回去宿舍吃，我媽就會說你少吃一點啦，不要拿那麼多。然後拜拜那時就說，都擺著沒有全部要馬上吃。就是要拜拜用的呀就一次拿四五包，我媽也很認同拜拜用泡麵的行為。

在颱風天的時候吃泡麵也能獲得「正當性」，但並不一定是源於實際上的需求。雖然颱風的不便利給予人基於便利而吃這種不健康食物的理由，但卻也包含颱風引發吃泡麵的特殊記憶與情感：「那其實已經變一種習慣了，就是颱風天我們家住台北市中心，然後颱風天基本上吃什麼也都有，可是他就覺得颱風天要吃泡麵，然後就會煮泡麵」（猴子）。這是帶有「儀式」感的食用時間。颱風天的夜晚是一個吃泡麵的身體感容易浮現的時機，但造成這種情況並不是完全關連著颱風帶來的災害，而將泡麵做為可用物資的情況。而是將氣候所引發的身體經驗帶來了「氣氛」式的泡麵飲食經驗。無關颱風對家裡實際造成的災害，只要颱風來了就會想吃泡麵。

小花幼年在颱風停電的時候，家裡就會以泡麵取代正餐，她認為這樣的經驗使她長大後在颱風天就會很想要吃泡麵。吃泡麵的飲食時鐘和過去的身體飲食時鐘相連而產生了共鳴：

對，小時候颱風天吃泡麵是想要吃飽，所以會選擇料大的，就我剛才講的牛筋，因為我剛才才想到牛筋牛肉麵，因為那算是我的次愛，因為那個很飽，然後有牛筋又有牛肉感覺就是很充實感覺很豐盛的感覺。所以小時候在颱風天吃泡麵是為了吃飽，長大了在下雨天吃泡麵只是為了滿足一下那種味道而已，可能就會再加個麵包一起吃這樣子。（小花）

現在小花已經較少經歷颱風天停電的事件，也並不存在颱風天非吃泡麵不可的理由。所以颱風與泡麵之間的連結並不是基於實際的物質困境，而是颱風天吃泡麵的感受已經被銘刻至人的身體之中，成為一種習慣，甚至是具有儀式性質的飲食歷程。這種情境下被食用的就不是他物質性的本身，而是食用泡麵這件事所包含的意義。此時泡麵的存在不只是單純的味覺及營養需求，吃的慾望不再只來自味覺的刺激，而是和特殊的狀態和感覺連結。同樣的身體經驗並非代表一次又一次機械性的重覆刺激過程，而是富有特定時間與空間的身體記憶，甚至轉化成特定的儀式。味覺經驗不是外在於身體的記憶與意義的賦與，身體記憶反而是飲

食經驗意義發展的核心。Parasecoli (2008) 分析電影《駭客任務》中與味覺相關的場景，影片中母體雖然操控了人的味覺感受，但是卻無法忠實的反映出身體對於食物的反應與情感，身體記憶中的食物情感反而成為意識操控下的自主宣示行動。對食物的記憶與情感產生了不同於單純味覺與感受上的身體實踐經驗。長大後吃泡麵的目的不是為了「吃飽」的身體感覺，而是透過相同的身體經驗重新連結不同的時間情境。

即使在同一個人身上的味覺上身體經驗是相同的，但是情感上的身體經驗卻會有所不同。泡麵雖然不是「大惡」之物，但在一些受訪者小的時候特都得特別抓緊時機吃。同時這種「抓緊時間」常隨著年齡的增加而逐漸減弱，泡麵就不再完全像小時候是種具有特殊意義、需要特別安排的食物。像是對於Mario來說，小時候吃泡麵是很重要的慶祝儀式：

嗯，我會覺得小時候曾經有那種小學就想好週末要休閒，回家看阿拉丁的錄影帶，已經看過很多遍，但是覺得超好看。然後呢，因為那天一個人在家要把客廳的冷氣打開一個人吹，然後吃泡麵加豆花。就是我會把吃泡麵當成是一個，就很像是說我現在去吃個「小蒙牛」（吃到飽餐廳）這種東西。但是現在不會這麼覺得，一定會說沒有東西吃耶怎麼辦。（Mario）

對於小花來說泡麵也是個「禁忌的食物」，這個禁忌也同樣需要個「節慶」才能解開：

小時候呢，媽媽都會說吃泡麵很不健康，但是只有颱風天的時候，大家家裡都會停電，每個人都只好窩在家裡默默吃那個泡麵。這時候就終於可以吃到這禁忌的口味。就是這個時候才可以吃到，有著好幸福的感覺熱乎乎的，以致於到長大下雨天很冷的時候就會想到泡麵，就可以回溯童年記憶。

但其實小花童年的時期，其實母親並沒有給予吃泡麵太大的限制，除了要求要用煮的及不能太常吃之外，基本上並不完全禁止吃泡麵。但是這種食物的「禁忌感」還是存在於小花與泡麵互動的過程。在將「正當性」引入吃泡麵行為的過程中，人經歷的是暫時對自我的身體檢視的擺脫。正當性的基礎並不是對泡麵的物質性的改變或是將自我的身體擺至論述的中心，而是以另一套「生活機能不足

的論述」來應對。

禁忌必須存在才會有獲取正當性的必要，像羽月自己一個人，並且平時就以泡麵為正餐，颱風對他來說並沒有為吃泡麵增加任何正當性，也不具有特別的吃泡麵「氣氛」。泡麵雖然不是什麼非常不營養的食物，但是正因為不是最不營養的食物，使得人能夠「放心」的藉由他來嘗試越界的快感。隨著年齡的增長而使泡麵的禁忌感減弱，並不是因為健康身體的規訓減弱的關係，這種規訓有時反而會加強。禁忌感減弱其實是身體能力的改變，造成食物的疏遠。像是玉山小時候將吃泡麵視為一種特殊的「飲食」模式：

我覺得像小的時候自己吃一碗東西，代表有一種不一樣的感覺。像小時候吃飯常常就是另外拿一個碗然後分一半，就算吉野家什麼一大碗一定一個人吃不完。然後浪味那樣小小一杯，可以一個人吃感覺好像邁入另外一個旅程。所以看到哥哥吃我才會覺得想要。（玉山）

玉山藉由吃的過程感受到人的身體的差異與邊界，泡麵在過去的經驗中的特別，是因為小孩對於食物的掌握不論是金錢、時間、食量、技能等都受到限制。許多受訪者都描述了這種小時候覺得泡麵很特別，但長大後就發生改變的情況。對於 Mario 來說，她覺得是身體的技能增加了，會烹調的食物變多了，因此覺得泡麵這種食物雖然好吃，但其實有其他的東西更好吃。小花的狀況中，她認為是小时候知道吃的東西有限，長大了認識了更多的食物，因此覺得泡麵沒什麼：

小學認識的食物不多，所以覺得出去玩的時候有種挑戰禁忌的快感，不會被人家念說泡麵不健康，然後可以吃。但是再大一點之後出去外面畢業旅行之後就會吃外面啦，何必吃泡麵。（小花）

年齡的增長改變了人與食物的關係，McIntosh 和 Kubena（2004）認為年紀的改變帶來的食物的需求問題並不只是根基於生理的變化，同時還包括社會、經濟等因素。食物的特性依著能運用的資源和身體的技能改變。對小孩而言，泡麵會這麼「與眾不同」，是因為「便利性」，使他成為小孩子能輕鬆自己負責的飲食。就因為工業技術將泡麵所需的烹調勞動片斷化，但卻又未「全部完成」，因此在相對於成人在接近食物方面缺乏技能及資源的小孩身上，泡麵成為一個能夠自我掌握、

負責的不同的食物。在自我負責的同時又暫時離開了父母在供給及種類上的掌控，使吃的過程充滿一連串越界的驚奇。

尋找正當性的過程中可以發現，當受訪者回答吃泡麵的時機是「想吃就吃」時，並沒有字面上看來的那麼自由，身體「想吃」的感覺還會受到健康、營養的論述進行排除與挑選，反而會藉由一些外在的情境來取得正當性。除了「情境」之外，在日常生活的過程中這種和泡麵的「營養協商」就不斷在進行。在決定吃泡麵的過程包含了和社會吃的論述的對話過程。用餐的時段、營養的價值，都牽涉到了好食物的定義。由於泡麵被認定為不營養不健康的部分，使得食用者會自行調節進食這種食物的規律，或是以不同的方式來進行應對，像是加入感覺較營養的青菜、蛋，用煮的而不用泡的，或是只加半包調味料。也就是人看待食物健康不健康的問題並不是靜態的，而是具有三個層次的組合，吃什麼、怎麼煮及吃多少（Östberg, 2003）。

泡麵的「泡」不只代表快速，也是人的飲食勞動過程。雖然勞動過程已經在工廠完成一大半，使得最後的一小塊勞動已經難以區分是否有足夠的「技能」要求被認定為勞動。但不論是消費或是輕鬆、不需技術的處理食材，都是人以身體創造物的意義的過程。在 Lévi-Strauss（1997）的分析中，烹調本身是轉換自然和文化的過程，是轉化物的意義的重要行為。但是在工業食品身上，這一層勞動的時間卻被片斷化，甚至拉長。食物在工廠中經歷了自然到文化，再在消費者的手上由文明再轉向另一種不同意義的文化身上。所以烹調泡麵的過程中是對於飲食文化意義重新生產的過程，人選擇如何「泡」這碗麵以符合好的食物的意義。

這三個層次也標示出吃的健康不會終止在消費或集中於物本身，健不健康是一連串與物互動的組合結果。餐點具有時間性，但是這些時間的資訊卻又有模糊的部分（Douglas, 1984），吃泡麵過程中的身體技能—假的口感會將他連結到特定的用餐時間和秩序之間，這個過程除了體現健康飲食的規訓論述，不同的時間也使食物能被食用的正當性不同：

我覺得那個東西的營養價值呀，定位不應該是一個正餐，對我來說比較像是一個休閒食品吧，像一個宵夜在吃。但不應該被當做一個要 serve 一個基本的營養價值，還有一天能量來源的東西……那我小時候偶爾正餐會去買泡

麵、然後零食，吃完泡麵就吃零食這樣，現在想起來會有一點罪惡感，那時候去買的時候可能會有一點罪惡感。但是就會覺得偶一為之。(Nobody)

Nobody的例子中，吃的身體經驗連結到特別的時間關係中。餐點的時間決定了對餐點的要求。也就是在實際飲食的過程中，「想吃就吃」可能是真實的，但是何時會想其實已經受過挑選。被挑選的時間曾經影響了玉山的泡麵經驗：

真的那時候蠻多人問我幹嘛每餐都吃泡麵，怎麼會一大早吃泡麵，而且大家反應很特別，就中午吃泡麵還不會講什麼，可是一大早吃泡麵就會有人來問。我後來大學的時候也試過一次，那天出門的時候很冷就特別想要吃熱騰騰的東西就去買了來一客的韓式泡麵，大家看到就說吃這個不好不健康，我就覺得莫名其妙。我是覺得沒差，不管早上吃中午吃都是囤積在身體上。(玉山)

這是對於符合不同餐點的標準想像。就像對減肥的人說若一定要少吃一餐的話，早上一定要吃，中午吃多一點，晚餐不吃還比較無所謂。不同餐點的標準不全是源自於身體的，這種飲食規則的實行中，伴隨著將主體去身體性的過程。就像玉山喜歡在早餐時間吃到像飯、麵、便當這類型的主食，可是在我們的文化中，這些食物做為早餐被視為「太大」了，做為早餐的反而是像包子、麵包這些小東西。對於玉山而言，早餐吃泡麵雖然不符合較為正式的餐點規定，但是卻能滿足他個人在食物上的需求。

飲食規則的實踐和自我身體的需求並不能重合，反而在「吃的健康」的前提下，吃什麼和身體之間的關係漸漸被拉遠，變成不是透過味覺吃東西，而是透過頭腦吃東西。在 Nobody 和易先生的經驗中，他們會十分在意這些餐點時間中的食物的正當性，所以他們很少在正餐時間吃泡麵。但是玉山卻又跟 Nobody 相反，比較常在正餐的時候吃泡麵，而不是宵夜，因為她認為泡麵的熱量太高，在宵夜的時間吃，反而會吸收過多的熱量，因此選擇在正餐的時間吃。由於擔心不健康的關係，吃的頻率卻也不能太高。易先生也認為泡麵是「多出來」的食物，但易先生的策略卻又和玉山相反，他避免以泡麵做為正餐，因為這樣會佔掉原本吃營養食物的機會。同樣都是為了應對不健康，但不同的人間有不同的策略，以不同的飲食時間組合方式架構出自我認同的健康飲食時程表。

Bell 和 Valentine(1997)將家庭中吃的食物，以正餐和點心對食物做了二個區

分，但是這二者的區分又不完全只是食物的物質組合能否符合「餐點」的標準形式。要成為「正餐」的正式性不只是透過實際物理接觸所體驗到的物的組合，同時還有存在於形像之中的食物的營養成分。像是易先生認為泡麵並不營養，所以會避免在正餐的「時間」吃這種食物，並且覺得泡麵就是種點心。同樣的 Nobody 也有著一樣的看法。但是在澤或羽月的經驗之中，卻認為泡麵是足以擔任正餐的食物。不健康也是個不符合「好的飲食」的認知，因此和「假」有著類似的作用，影響了人體驗泡麵的經驗。所以我認為除了 Östberg (2003) 提出的吃什麼、怎麼煮及吃多少的三個層次之外，「何時吃」也是人在面對吃不健康的狀態時會處理的因素。何時吃是與我們習慣的餐飲時間相關。這個餐飲時間和個人感覺到飢餓的餐飲時間並不完全一致，餐飲時間不只限制我們在何時吃東西，而限制了我們在什麼時段該如何吃東西。在我們的文化中，除了三餐的時間外，還有宵夜的時段，在這幾個時段中，什麼是適合可以吃的食物就有所不同。

吃泡麵向內挑戰了自我對於好食物的定義。完全不擔心泡麵的營養或健康問題的人在受訪者中十分的少，但是面對此營養失調的情況，每個人有不同的策略。像是玉山會強調在泡麵中加入青菜來增加營養性。Rutgers 在吃東西前都會特別注意食物的營養標示。在這些應對策略之下，「吃」似乎很容易蒙上一層理性計算的面紗，但在實際吃的過程中，「吃」卻又不是直線的往「生產好的身體」前進。不健康卻不代表人因此逃離這種食物，不健康反而成為吃泡麵具有魅力的部分：

就是因為吃泡麵在大家的既定印象中就是不健康的事情，既然已經不健康了，還要特別去吃一些田野蔬菜或清淡口味的話，讓人覺得身體不舒服，還不如去外面買什麼清燉麵之類算了。所以既然要吃泡麵就是要吃這種重口味，這種充滿防腐劑的感覺。(小花)

不健康的食物卻比健康的食物更具有魅力，帶來在飲食過程中的不同刺激：「湯頭很濃郁，感覺非常的不健康，但是我非常的喜愛。就是這種不健康的感覺讓人好興奮喔」(小花)。就如同蔡珠兒(2005)對泡麵的描寫也可看到這種泡麵獨特的魅力：「泡麵民粹示範壞品味，逆反食物美學，炮製虛幻的滿足，麻痺味蕾鈍化感覺，使得食風頹唐墮落…但是，墮落的滋味真鮮美，這才是泡麵最厲害的調味包」(頁158)。甚至Roger覺得像Q Cup這類試圖改變泡麵不營養的產品，反而是

種「亂七八糟」的做法，會減弱她想吃泡麵的動力：

像之前那個Q Cup我真的連吃的意願都沒有，然後跟我講什麼高纖呀Light什麼的，就覺得吃泡麵就吃泡麵還搞這麼複雜的功能，我就一點都不會想要吃，我對泡麵一個要求就很簡單就好吃就好，不要給我搞一些有的沒的我就不想吃。（Roger）

即使吃泡麵的過程中使人暫時脫離了對於身體的監控，也不代表吃泡麵具有完全解放的效果。像小花雖然熱衷於吃泡麵的不健康，但對於身體的監控卻不是完全棄之不理，反而進行更嚴密的監控。：

其實我也會稍微的計算一下熱量，但是泡麵很容易就超標，因為我自己算自己一天的基本帶謝量一天一千四，所以如果超過一千四我今天就會胖，但沒有超過一千四我就會瘦，因為我很討厭運動，所以用熱量控制是一種很好的方法，但是泡麵常常一碗是七百到九百甚至有的到一千大卡，我的天呀，你一天吃了一碗泡麵你就爆破了你的熱量…而且又不飽，不飽還爆破，又餓又胖，喔，超痛苦的。（小花）

小花喜歡吃泡麵的垃圾感，認為就是越不營養越不健康才有吃泡麵的感覺。但不代表小花對體重的控制不影響她的飲食方式，相反的，她是以更嚴格的飲食控制方式來獲得吃泡麵這短暫的快感。要是當天攝取的熱量還在她認定的標準以下的话，那她會允許自己吃泡麵。

食物的不營養和健康並不是獨立的，是嵌在日常生活飲食中的一餐，也和其他的飲食習慣相連結。所以雖然在吃泡麵中獲得了短暫的解脫快感，但是卻得在其他時段努力將飲食行徑填補符合好身體的想像。比起將吃泡麵視為推翻並反抗了對現代社會的身體論述，不如說吃泡麵是日常生活飲食中一個小小的「跨界」亮點。此時吃的慾望透過食物將身體與心理的狀態連結，就像心情不好時，吃「邪惡」的食物是可以被原諒的（Ward, 1997）。吃泡麵反而是在日常生活的理性「計算」中的歡愉的時刻，享受一種不壓抑飲食慾望的快感。

往「生產好的身體」的方面前進，一直被認為是身體應對便利食物的一種抵抗過程，抗拒垃圾的工業食物帶來的飲食方式，重新掌握食物和自我的關係

(Shilling, 2005)。但我不認為拒絕和擁抱是對應抵抗和馴服的全然二分，擁抱速食也具有另外一種協商的可能性：「有一點想要解放的感覺，有點類似已經不是粹純吃，是有點玩樂性質，吃個泡麵玩一下，有點樂趣」（易先生）。在追求健康的食物和飲食方式的過程中，抵抗的是速食食品講求的快速、便利、一致性的現代理性的產物，那不能忽略健康的論述同樣也是現代理性生產下的產物。Östberg（2003）提出現代的食物知識已被專家所掌握，並且發展出一套如何才算吃得健康的方式。在過程中排除身體感受，以現代生物科技發展的健康飲食方式，內含的是身體難以透過味覺掌握的運作邏輯。身體回應飲食帶來的影響的時間尺度並不完全符合即時性的特質，需要較長的時間才能發現食物帶給我們的影響。在當下的味覺感受中，單純的身體感受難以分析食物的營養價值，所以人借用外在知識論述結合出好的飲食方式，過程中身體慾望便不再是唯一起點考量要吃什麼東西。如果拒絕泡麵是對理性化的工業食物進行抗抵，那擁抱泡麵可以說是相對服膺理性化的身體生產方式的另一種回應。

但是擁抱不健康對於人而言有可能只是暫時的脫離，也可能是無關緊要的脫離，因為泡麵並非真的是「罪大惡極」吃了必死的食物。由於吃了之後並不會立即造成無可挽回的結果，泡麵就變身為讓人暫時脫離健康論述限制的「鴉片」。「吃壞身體」不是吃的目的，「享受快感」才是首要目標，所以並不是一味的生產不健康的身體，過程中是享受越界而非徹底顛覆。特別是當人將吃泡麵視為一天飲食理性計算中的單項時，這種快感形式實際上也是理性計算的一部分，對理性的身體的抵抗無法構成有效的威脅。

但是正因為這種理性的壓抑與計算才存在「突破」的快感，在追求快感的過程中重建了吃的感受與身體的連結。吃泡麵的過程中身體的感覺是行動的起點，決定吃如何與社會時間、健康論述接軌，如何吃，吃什麼，吃多少。吃的過程中經歷對身體不同的觀看過程，影響了吃泡麵在日常生活飲食圖像中的分佈。在體物的過程中，身體受到社會的建構而影響了我們體物的方法。包括感覺物的方式、習慣的口味、正確的進食方式。但「吃泡麵」不只是吃，還包括了一個烹調的行為，也就是即使泡麵再方便也必須經歷「煮」這個層次，在個人的飲食行為中形成烹調技能不足的符號。這二個層次對應到了不同的身體技能、經驗與感覺，這二者都會影響到吃泡麵的行為，也都受到身體感的影響。

所以當我們習慣以「想吃就吃」做為吃泡麵經驗的主要描述方式時，反映一個重要的現象，「吃」的動力源於身體的感覺。我並不認為身體與心靈間存在著理性／非理性的全然二分，但是源於身體的感覺確實有時會有難以化成語言的「說不出口」的理由。不過在許多吃的原因之中，因懶而吃、吃熱、吃重鹹、吃不營養、吃罪惡（像減肥者面對高熱量食物的過程），這些都是以身體的需求出發展開的吃的社會行為。去除了身體的感覺，就難以理解為何人會利用泡麵做為重新架構自我身體與社會時間、空間關係的媒介，甚至連更基本的「泡麵到底有什麼好吃的」都無法理解。就像考慮怎麼吃的健康和吃的營養永遠不會是完全切割的二件事：「單煮泡麵不免乏味，打一個蛋、青菜或魚丸進去、豐富口感也照顧了營養」（焦桐，2009：頁93）。

接下來要討論將泡麵放置入「便利」食物的範疇進行討論，泡麵的便利主要有「烹調」和「儲存、攜帶」二個層次。當討論到烹調的議題時，女性主義學者已經告訴我們「煮」是一種社會權力關係。所以不只會討論到自己的身體，還會關注與自己相關的社會關係。吃東西的過程，不只是人與物的關係，食物也經常做為人與人之間關係的媒介。而空間就是這些社會關係發生的基礎，雖然泡麵被認為是個食性的產品，其產品設計、包裝也傾向於以一人為單位的方式進行，但是怎麼吃也會是關係性的產物。而攜帶的便利則隱含了空間的移動，在人移動的空間中，人與環境的關係也會影響泡麵的便利性如何發生。環境的改變不只是帶來外在飲食因素的改變，同時也可能會改變人吃泡麵的身體經驗。即使是同樣的食物、同樣的口感，但在不同的空間環境下就具有不同的意義。

第五章 日常生活的便利食物實踐

食物的營養價值必須放置入人整體的日常飲食圖像中理解，同樣的食物的「便利」性質也應該放置回更大的社會關係中才能突顯其特殊的意義。吃的實踐鑲嵌在社會關係之中，泡麵的便利特質影響了人所處的社會關係。工業食品的便利性經常被理解為阻礙人互動可能性的特質。泡麵具有易保存、易烹調、易攜帶等便利特質，但這些科技產生的潛能並不直接決定人如何用他回應生活中的「不便」的狀況。同質、便利、快速將飲食行為帶往理性與個人的方向，但在這樣的觀點中，人的身體感受從行為的核心抹除，吃的滿不滿足變成無關乎飲食含有的意義的雜訊。如果將食物與人互動產生的知覺抹除以及將身體視為毫無知覺的接受體，人為何在意吃得飽不飽、食物好不好吃就變成無解的提問。工業食物重鹹的口味似乎影響了人的味覺偏好，在這種味覺偏好下，泡麵即使稱不上是美食但也算是好吃的食物的標準。工業食品被認為「無趣」、「虛假」的口感看似壓制人使人進入理性、個人飲食規則中的媒介。但我並沒有那麼悲觀，人的身體具有重建「我要吃的是什麼」的可能性，抵抗的可能也在追求要吃的味道的協商過程中產生。

就像最初也許是因為方便、省時、省事這些懶的身體感才吃了泡麵，但是口感帶來的身體感卻重新改變具有「理性」特質的飲食經驗，在飲食過程中的感受，重新建構出吃的記憶與情感。就像當年一邊吃泡麵一邊看世界少棒錦標賽的經驗，成為許多台灣人共有的記憶與認同（吳鄭重，2009）。Parasecoli（2008）也將記憶視為飲食行動中不可去除的重要部分，也因為有記憶才使食物和人的關係充滿趣味和變數。記憶也促使身體經驗處於不固定的狀態，特定味道或是特定飲食經驗的記憶在飲食過程中帶來不同身體感產生的可能。

所以便利如何影響人的關係應該回到日常生活的實踐中檢視。物的確足以改變以家為核心出發的飲食模式，但是身體和物的互動關係才是決定物如何影響人與人的關係的關鍵。人挪用便利的過程中立基於自我的身體以及社會關係也決定了便利性如何發揮及回應生活中何種問題。吃的社會關係如何影響泡麵做為物的特質，而泡這個簡易的烹調行為以及包含於「泡」中的科技基礎又如何對於吃的關係帶來的改變。本章會分成二個部分討論，第一個部分討論吃泡麵的「便利」

行為如何與人所處的空間的社會關係相互影響，而我主要聚焦於家庭中的烹調勞動關係以及吃的社交關係。Reilly（1982）認為女性就業和收入影響家庭中女性運用便利食物節省勞力的狀況，可是隨著飲食論述的改變，運用便利性的不再只是家庭中的母親，而具有多種可能。因為家庭中的煮食勞動常伴隨著「好食物」的生產要求，而使用便利食物經常帶有負面的缺乏照護的意涵，會帶給使用便利食物的母親罪惡感（Ashley, Hollow, Jones, & Taylor, 2004）。所以討論泡麵的便利性不能只是著重在母親這個單一的角色身上，而也應該發現其他的家庭成員追求便利的過程是如何和既有的烹調勞動進行對話。

Ward（1999）提出母親使用便利食物的行為慢慢獲得了正當性，但同時便利的意義也開始轉變為個人的「超現代的便利」。超現代的便利的概念是指個人將節省勞力和時間的概念視為個人日常生活時間的重新組織和排序。並且個人的超現代便利性並不是拒絕傳統圍繞「家庭餐桌」飲食的概念，而是創造更多圍繞著餐桌進食的可能。Ward的超現代便利著重在於現代性的時間，對於空間的影響著墨不多，空間在其中所扮演的角色在於「人太常在錯誤的地方」進食。所以本章的第二個部分則會從空間的「錯誤」角度切入，討論空間是如何影響人挪用泡麵便利的潛能。除了烹調環境、空間不良的「錯誤的地方」之外，空間還具有那些特殊的性格使「便利」不只是理性的時間排序。

第一節 便利與社會關係的相互建構

吃的社會關係至少有二種，一種是家庭中的烹調勞動所產生的母親與其他成員間的勞動關係，另一種是具有社交性的飲食關係。Armesto(2001)認為便利食物的一致的口味和講求快速的特質破壞了人與人之間的這二種社會關係，但我認為便利對於關係的影響並非是單向的破壞。就像泡麵在大澤住宿的生活中成為交際的重要食物：

泡麵還有交際的功用，期中期末考都會要孝敬你的直系學姊，就會帶泡麵呀或零食什麼去進貢這樣子。但是學姊會同樣回覆你，就是當期中期末考的時候她也會互相的贈送這樣子，這都很有用。因為你晚上一定熬夜看書，熬到一半肚子餓了就會吃泡麵。

社會關係也影響了吃泡麵行為中的食物生產方式及互動方式或獲取方式，彼此是相互影響而非單向決定。也影響人如何透過便利的飲食方式建構日常生活飲食圖像。

與飲食相關的社會關係隨著生命階段改變。許多受訪者有著類似的飲食供給關係變動圖像，小時候三餐飲食靠家人供給，隨著年齡增長在接受學校教育的期間開始吃學校提供的營養午餐或購買外食。接著在家庭中和家人共食的時間就越來越少，大多的飲食是靠消費或自己烹調解決。飲食供給機制隨生活空間變化而轉移，這種飲食作息的供給來源改變也影響了受訪者在生命中不同階段吃泡麵的「時間」。

台灣的飲食習慣大致以一天三餐為單位進行，再附加上較為零碎的點心和宵夜等非正餐的進食時間。這些餐點時間隨著生活形態的轉變，並不全部都圍繞家庭中共同的餐桌發生。吳鄭重（2009）將工商社會的三餐的特色描述為各人「自理」的早餐、「外食」的午餐以及各式飲食方式「混雜」的晚餐。早餐結合上班、上學的時間，每個家庭成員的時段都不一，許多人因應上班的時間而只能隨意吃吃，像是喵喵的早餐都是在公司以奶茶和三明治快速解決，較少有機會坐在家中的餐桌慢慢進食。另外中餐則大多是在自己的工作場合或學校進行，就只剩晚餐時間是大部分家人有辦法聚集在一起的時段。三餐不同的特色中包含了不同的飲食供給關係，也影響了泡麵與特定餐點時間的連結。

認知食物的為正餐或點心，會將食物安排在不同的吃的時段，而身體對食物的感受與對生產之想像引導了這種區分。在個人層次的吃的身體感技能以及勞動的身體（烹調的技能以及動力）之外，所處的關係也影響吃的時段。也就是有二個層次影響了吃的「時間」，一是身體對食物的感受與身體生產之想像，第二個是人所處的飲食關係。Roger 原本和家人一起住在高雄，目前一個人在台北工作，基本上日常生活的餐點都要自己透過消費或烹調解決，有時會因為「懶」，所以使用泡麵做為正餐。可是當回到高雄家中時，吃泡麵的時間和一個人住在台北時有所不同：「如果在高雄的話就不會，因為媽媽都會煮呀，然後因為我這個人有時候很需要餐間點心，所以說就是會變成餐間點心或宵夜」。吃的時間的選擇不是單純的食物的選擇，日常飲食的供給關係左右了如何對食物進行選擇。Roger 的情況中，泡麵在正餐與點心間轉移的過程其實是伴隨著不同空間中的日常生活食物

供給關係的圖像改變。泡麵在烹調上的便利性是這種流動的根本原因，烹調便利性的浮現重新提示了食物的生產在飲食經驗中的核心位置。食物的生產並非是個人的行為，而是在商品生產、家務勞動中等一連串的飲食供給關係的組成。

空間中的移動帶動日常生活食物供給圖像的改變，不同的空間環境中有不同的飲食供給機制。比如家中有父母供給飲食，而學校或軍隊等集體生活的空間又有另一組相對穩定的供餐關係。在供給的社會關係之外，吃飯的時間、空間選擇也常受到其他社會成員的影響，社交的身體影響飲食的身體，改變食物的選擇和吃的感覺。所以即使人挪用泡麵便利的潛能，也絕不是獨立個人的時間處理狀態。「方便而吃泡麵」的行為是根植於烹調技能以及空間的飲食互動及供給機制為基礎，受到身體的動力、社交的身體等因素影響而產生。也就是特定空間環境中的供給關係及社交關係的社會關係也是身體與泡麵的飲食實踐中的另外一組變數。

自己負責中的身體節奏調整

食物調理和人的關係並不是處於靜態平衡的狀態，受到時間和空間的流動影響而變化。吃的時間中隱含一套社會時間的秩序，並非只與自己的身體時間相重疊，與其他社會關係也會相互影響。特定的食物在人的飲食時間中的流動具備二個向度，一個是一天之中的餐點時間的流動，另一個則是跟隨個人生命狀態變化而造成的進食習慣的改變。許多獨居在外的受訪者會使用泡麵做為正餐的食物。由於吃泡麵的過程中受到「健康的身體」生產的標準檢視，因此這種簡便的飲食勞動並不會得到家人讚賞，使這種為餐點負責的方法似乎又成為一種「不負責」的表現。

大澤唸專科之前一直和家人同住，飲食大多由媽媽負責打理，經濟來源主要依靠家裡供給的零用錢。當時對於吃並沒有太多的自主能力，主要是依賴家庭中的飲食供給。直到唸專科時，由於住在宿舍脫離了家中的供給與管制，加上手上多了自己能掌控的零用錢，在怎麼吃和吃什麼二方面都有了更多的掌控能力。也由於吃什麼的責任落到自己身上，所以時常因為懶，而開始變得比較常吃泡麵。大澤的情形中除了因為和家庭的飲食空間產生斷裂使她有更多自主飲食的空間之外，還有一個重要的身體動力狀態—懶。懶是許多人想要吃泡麵的理由，但是會「懶」也就表示沒有人負責供給飲食，必須自行為自己的飲食負責。

懶有各式各樣的可能性，懶得想、懶得動、懶得煮、懶得洗碗、懶得整理等包含各式烹調勞動具備的內容。工業技術使泡麵所需的調理程序降到最小，因此成為懶的時候的最佳選擇之一。現代科技將烹調勞動片斷化，並且將部分的過程由家庭中的廚房移置至工廠之中。產生了如泡麵這種將調理程序的最小化的食物工業產品。讓消費者「煮熟泡麵」的過程中所需的烹調勞動的質和量都十分的低。同時又由於保存技術的發達使吃泡麵的時間更加隨興，購買與調理的勞動不用接連進行，可以片斷化至生活中的各個時間。此種低量又片斷的調理準備使泡麵更能符合「懶惰」時的需求。

懶不只是心理層次所引發，懶亦是源於身體經驗引發的狀態。除了因生理上的疲累所引起的懶之外，還有由「不想出門」所引發的懶。不想出門的懶源自於抗拒身體所處的空間領域的切換，由舒適的「家」空間轉換到充滿互動的公共空間。在轉換的過程中，必須將自我的身體轉形成進入公領域的身體狀態。外在的世界不只充滿了需要準備的互動，同時也可能有各種不舒適的身體經驗，像是寒冷的氣溫或是下雨的氣候。羽月說只要下雨就會不想出門，而在家吃泡麵。出不出門不只是動作強度的差異也是身體所處的空間狀態的改變。有不想生產的懶，這種懶更容易產生於缺乏社交行為的吃的過程。當吃變成了單純補充能量的行為時，吃缺乏了刺激，懶就取代了吃的歡愉。人因此而抗拒了在烹調的過程中所需的準備以及收拾等一連串的勞動內容。「懶」的出現也源於人得為自己的飲食負責的狀態，懶也反映了人施為能力的受損，泡麵卻是在這種懶的狀況下回應飲食秩序的媒介。

泡麵不只透過「不累」滿足「懶」，也是對人身體「節奏」的調整。像是小花認為工作疲累的時候最適合吃泡麵：「因為工作很累就會懶得思考要吃什麼東西，很累還要去想要吃什麼，還要走很遠，不是很麻煩嗎，這時候來一碗泡麵，什麼都有啦，有湯有麵有料，精氣神都補足了，再來一碗熱湯，真是不錯」。在辛勞的時刻慰勞自己的，不一定是平時認為「豐盛」的美食，身體運作的「節奏」也使什麼是「好的食物」的定義處於變動之中。泡麵的意義不只順著身體節奏改變，也能主動給予人掌握身體運作節奏的可能。

像大澤同時也透過吃泡麵「省下」午飯的麻煩，以期在上班制式的時間表中獲得更多自己的時間。即使在重新調整身體節奏的過程中，味覺的滿足並不會因

此消失無蹤，味覺的滿足還是重要的一項條件：「有一次印象特別深刻，是練球完很累很累，想要好好吃一頓飯，結果就買泡麵…不知道為什麼，覺得可能買回去還想要先疏洗一下，要吃的時候便當就涼掉，可是像泡麵的話，馬上就可以吃到熱騰騰現做的食物的感覺」（玉山）。所以泡麵的「快速」並不直接帶來快速的生活節奏，反而帶給人重新微調步調的可能性。但不能忘記滿足「想吃的味道」還是在節調的過程中扮演了舉足輕重的角色。

以泡麵的便利回應懶的身體感的過程，也凸顯了食物所必須經歷的「準備」過程。羽月住在家裡的時期，媽媽會負責烹調一般餐點及泡麵，所以對他來說很少會有因為「自己懶」而想吃泡麵。在那時吃泡麵的起因大多是起源於自己想吃的感覺或是媽媽選擇的結果。而吃泡麵的時間大多是在放學回家後的宵夜時間。由於準備升學考試的緣故，羽月的用餐時間跟隨著學校的線式時間，三餐也都在學校和同學一起吃。中餐由學校提供營養午餐，晚上一起訂便當，而早餐則是習慣在合作社買麵包解決。個人決定餐點內容的選擇有限，較大部分吃泡麵的機會發生在回到家後的宵夜時間。在家庭中的宵夜則由母親負責烹調與提供，因此羽月在家庭中的飲食勞動由母親負擔，自己並不需面對飲食所需的勞動過程。當羽月離家一個人住在外面的時候，準備飲食的勞動者變成了自己，必須為自己的三餐準備負責。而懶得出門買東西或準備時，就會吃泡麵。

準備食物的懶反映飲食供給關係的狀態，負責準備的人最具備有懶的「資格」，不只是因為負責準備的人需要出力張羅食物，同時也因為烹調勞動者必須在進行中的事與烹調的工作狀態中進行協商。做為接受供給的一方自然不需改變太多當下的狀態，所以當人「懶」的時候，也就代表了他要為自己食物的負責準備。在以烹調為飲食負責的過程中，身體技能熟練度的轉變，也會影響人如何看待泡麵的便利性。像是 Mario 結婚以後，會做的菜變多，烹調技能熟練的結果，降低泡麵在口味滿足上的優先性：

我現在看到泡麵不會有興奮的感覺，小時候會覺得因為泡麵好吃所以很开心，但現在可能覺得還有很多食物其實比泡麵還要好吃，而且其實烹調的方式不會太難，所以我就不會想要常常去想到泡麵這件事。

技能的熟練在 Mario 和泡麵的關係之間引起的的作用不只是增加了她「可以做出的東

西」降低了泡麵「便利」的程度，身體的技能也連帶改變了身體知覺的方式。雖然 Mario 還因為婚姻的關係，使她背負了「吃泡麵等於不會做菜」的壓力，但是身體技能的增加確實增加了 Mario 接近其他食物的可能。相較之下，泡麵就不再是「懶」的時候具有優先性的食物。所以懶是人在供給關係之外的身體，也受到烹調能力以及受環境影響的施為動力結合的結果。

個人因為懶挪用泡麵的便利性並不是符合好的飲食標準，因此人並不會完全毫無考慮的接受此種便利的做法。在進食的過程中，對食物的認知會將食物放在不同的飲食領域，這種行為也影響了在何種情況下具有正當性挪用泡麵的便利性。因此即使人對身體生產的想像並不會在挪用便利的過程中消失，即使吃的享受歡愉在追求快的過程中減弱了，但是吃的行為並沒有與自我的身體感知切割。懶也會與社交有關，羽月在學校的時候就比較少吃泡麵，因為在學校會與同學一起，為了和同學交際，會一起去吃飯，減少了吃泡麵的機會。Lukanuski (1998) 認為一個人飲食的情況和集體飲食的情況有所不同，在一個人吃飯的情況中具有一種花較少時間且吃得較「簡單」的傾向。簡單與複雜的二種不同形式展現了吃的身體感及動力並非是固定不變的狀態。所以與其將飲食中的身體視為不受外界影響的完整物體，倒不如將身體視為在飲食過程中接受與回應內部以及外在空間條件的媒介。

社交關係與飲食秩序的互動

社交關係影響人選擇在當時時空環境下的「適當的食物」，食物的物性也影響如何建構社交關係。Bell和Valentine (1997) 認為食物帶領不同身體邊界的相遇，選擇食物的過程也選擇不同的社會關係。廢爆人的「習慣」說明了這種選擇：「然後比方說我要出門的話，還跟隔壁的人說我想要去吃宵夜，我們去路口的那個攤吃，但是吃泡麵的時候就沒有，就自己拿了一包走到餐廳去泡。」不同的食物與不同的吃宵夜模式連結，食物的種類左右了人如何形塑吃的社交關係。在泡麵的物性中感受到了隨時能吃的便利與自在性，影響了廢爆人對飲食行為具備的社交性格的想像：

因為泡麵本身就是很便利的，是個人式的。比方說，餐廳是照三餐的時間供

餐，時間到了大家一起上餐廳。供餐時間就那個一個小時之間，所以大家都在那個小時之間出現。當然也不可以時間快結束了才去，那只有二十分鐘怎麼吃飯呢，所以通常就是開始十分鐘大家就到餐廳變成一個集體活動，連帶出外式的一起出門，那泡麵就覺得很自由呀，我很餓的時候可以泡來吃呀，所以不用受到什麼什麼約束呀，不用受到餐廳開門時間呀，供餐時間，就很個人性的行為。

泡麵的便利潛能創造了一組飲食時間，使人吃的行為可以不和社會的飲食時間完全重合，在任何想吃的時間都可能食用。甚至是左右了人如何以及何時在空間中現身，是否非得在正餐時間上館子吃飯，或是可以依自己的生理時鐘做選擇。吃的行為等同於人透過行動介入社會及社會關係之中並且影響身體進入何種空間中。

社交的身體與吃的的身體之間相互影響，在社交的過程中可能會增加或減少想吃特定食物的感覺。因為泡麵不符合「適當飲食」的規範，所以很少做為「正餐時間」共同飲食的選擇，在正餐的飲食社交行為中，選擇吃泡麵的機會就會降低。像是時常以泡麵做為午餐的喵喵，在與同事一起吃午餐的場合時，她不會選擇泡麵為做當時的餐點，而選擇和同事一起離開辦公室到外面覓食。喵喵吃泡麵的主要原因之一是由於吃泡麵可以讓她免除於空間的移動，也就是懶的身體是使喵喵想以泡麵做為午餐的動力起源之一。社交的身體影響了吃的的身體，而使人沒有那麼「懶」想吃泡麵：

因為以前「學權會」大家會來吃東西或是比較常跟朋友在一起，反而自己在的時候才吃泡麵，就也還好，頻率沒有那麼高。而且那時候沒有那麼為了省錢，所以也沒有很特別，為了要吃少一點就怎樣，反正就一般餓了就泡個麵，然後為了省錢的時候才會想不要買更多。（羽月）

羽月會用泡麵做為日常飲食行為中的餐點選擇。飲食行為與社交行為重疊時，吃泡麵的機會也就降低了。社交性包含了吃的社會時間以及食物的選擇性。吃泡麵的行為不只受到飲食供給關係機制的影響，還受到社交關係的左右。吃不只是為了滿足生理上的飢餓狀態，也是回應在日常生活中所需的情感滿足。「情感滿足」的模式受到社會文化的建構，所以在羽月的例子中，和朋友一起減少了吃

泡麵的情況並不只是因為比起一個人吃的狀況吃的比較「不簡單」，同時也是吃的比較「正式」的展現。人與身體的關係，受到身體生產的知識、供給關係與社交關係的影響。社交關係對食物與人的身體的關係的影響，也與好的身體的規訓相關，因此當羽月和朋友一起吃飯時，就不會主動提及是否要一起吃泡麵。在這些受訪者的經驗中，當他們選擇了泡麵的同時，等同於選擇了他們進入何種飲食空間。一個人在自己的空間吃泡麵的空間是相對於和其他人在「公領域」消費的「私領域」空間。

除了泡麵在多數情況中不是一個好的與人社交的餐點外，泡麵的便利也使他成為一個人吃的東西，但我認為泡麵的便利除了具有社會關係切斷的能力，同時也有重組關係的可能性。雖然「正餐」時間的飲食社交關係似乎減弱了吃泡麵的正當性，但是社交關係也有可能對泡麵與身體的關係產生正向的影響：「零食通常還是白天跟朋友在一起吃，我在比較有跟人互動的時候才會吃這種東西，回到家一個人的時候通常都不怎麼吃」（小四）。「適當食物」的標準隨著所處的關係狀態改變，人使用不同的態度面對吃垃圾食物的狀況，像是和朋友出遊加強了Nobody吃泡麵的樂趣：

那時候我們到了山上，大家坐下來第一件事情就是去沖泡麵，大家就在那邊吃泡麵，就覺得好幸福，…對我來說泡麵很像是一個在某個場合大家一起吃，然後可以很幸福的東西……大家一起吃的時候我可能還會比較會去有多一點的意願去選擇（不同口味），但是如果一個人吃，對我來說那只是一個稍微填飽肚子的方式，那我就吃最基本的就好。

和朋友一起的時候，Nobody覺得吃泡麵就不只是單純吃飽的行為，除了具有加強社交關係的作用外，吃的「趣味」也隨之增加，讓她有更多意願選擇「不同的口味」。對Nobody而言，泡麵是無法做為正餐帶有罪惡感的食物，但是與朋友一起在非正式的用餐時間空間秩序中，吃泡麵是具有特殊情感的象徵。在小花的例子中，社交關係也同樣影響泡麵與她身體的關係。只是在不同的社交關係中，小花不是被動接受社交關係對身體慾望的影響，更是主動利用泡麵建構社交關係。在唸書的時候小花會因為飲食的社交性而會壓抑自己想吃泡麵的慾望，在學校吃泡麵除了會和同學顯得不一樣太「特異」之外，也要面對老師糾正的眼光，相當

「麻煩」。但當小花開始工作了之後，對於團體中的自我認同角色的轉變改變，社交關係對想吃特殊食物的身體感便不具有強制性的影響：

因為你在唸書的時候，你只要對自己負責，沒有什麼工作交集這件事情，所以你只要交朋友，到學校是為了交朋友，上班了以後，我到公司可不是為了交朋友，我只是為了來賺錢而已，所以我不喜歡交朋友……你交了你還要抽空假日時間跟大家一起去吃飯聚餐什麼的，我吃的又不一定是我愛吃的，我幹嘛要配合他們呀，我已經長大了我想幹嘛就幹嘛，還得配合他們。

小花不想和公司的人「當朋友」，而想迴避一起吃飯這件事情。在這個切斷關係的過程中，泡麵的便利性就成為她行動的可能。小花利用泡麵創造出自我飲食的空間。在不跟同事一起外出吃飯的過程中，切斷和同事在空間上的共同的身體移動經驗獲得切斷的正當性。各種社會關係都影響了吃的實踐方式，除了使泡麵在自我飲食勞動地圖位置上的改變（由他人供給轉變為自己調理），同時還在個人的飲食時間中產生了位移。因此吃泡麵涉及了「吃的時間」、「吃的營養」還有「吃的關係」。泡麵不只回應了自己內在對於食物的需求，勞動的簡易程度也影響了人如何及何時吃泡麵。吃泡麵的過程至少包含了二個層面對身體的觀看，一則是對於身體的生產的觀看，怎樣吃才健康，另一則則是生產的身體觀看，身體有多少的能動性去進行家務勞動生產，又是該由誰的身體來進行這種食物的生產。

在受訪者的經驗中，泡麵有一套特殊的正當飲食時間，同時隨著了社交群體以及烹調行為供給的變動而轉換。小花的位移都是由宵夜移向中餐，起於選擇社會關係的遠近挪動了吃泡麵的時間，原本宵夜時間的泡麵則被母親所選擇的較營養食物替代。在羽月的經驗中，泡麵食用時間的位移則是由宵夜移向不特定的時機，也由母親的提供轉向了自己調理的過程。吃泡麵的經驗並不全然是被迫接續外在的時間秩序，泡麵更可以是主動重新構成自我生命時間與線性時間關係的媒介。人和他人互動的過程中「放棄」吃泡麵的行為，回應了「便利」切斷飲食互動關係的問題。便利食物帶有的快速理性並不直接將人禁錮在個體的邏輯之中，而是給予人一種關係選擇的可能性。除了切斷關係之外，便利食物做為食物的特質，也可能在特定的時空條件下成為連結關係的媒介。選擇泡麵在某些情況下也選擇了人在何種空間中進食，比如走出辦公室在公領域與他人相遇，或是待在自

己私人的空間中進食。但不代表吃泡麵就必然代表著「私」領域的行為，空間條件改變了人的味覺經驗，同時也改變了吃泡麵所帶有的空間飲食意義。在特定的空間條件中，吃泡麵則是「公」領域中的活動。

第二節 便利性做為身體生產的重新掌握

從身體感為基礎的認識論看待泡麵在台灣風行的原因，就會理解「方便」不是唯一理由，更重要的因為人覺得他「好吃」。方便只在少數狀況中才會做為食物選擇的主要原因，像是做為救災物資、登山食糧等。但除了在情況嚴苛到無法可選的情況之外，「吃下肚」的選擇都會深受人能否接受這種口味影響。日常生活中，口感還是影響泡麵價值的重大因素，方便是加強了好吃食物所具有的影響力和穿透力。泡麵的「好吃」是造成它具有如此矛盾性格的原因，在健康飲食論述的影響下，吃泡麵是種負面的行為，覺得泡麵好吃，是一個強烈的動力驅使人和健康論述產生衝突。

吃的感覺源於身體，身體也同時受到社會影響人看待身體慾望的方式。吃在社會之中也是一種供給關係，在何種供給關係中亦會影響怎麼吃的選擇。好吃使泡麵成為一種特殊的食物，又由於他的口感及營養價值，使他吃起來並不是那麼「好」的象徵。吃泡麵也成為一種「不負責任」的負責，利用便利來重組人所處的時間空間條件，並不只是因為個人的忙碌所造成。便利食物的「便利」將人所需的勞動最小化的產物，科技產生泡麵中的保存和簡易調理的潛能，幫助人應付日常生活飲食中的限制，不只是追求烹調的便利，同時也能重構身體味覺快感的滿足。

食物後備軍

泡麵的便利性可以在人的日常生活中用來應對生活中可能產生的飲食不便的狀況。即使不吃，「屯積」也成為這種食物的特定意義來源。食物的存在支持了生活秩序的穩定，泡麵的重組不光只是停留在時間不夠的層次上，還有空間及供給關係。時間也不只是當下的現在，而是片斷化的一連串的事件。在過去的時間中泡麵在工廠中製作，現在的時間中人購買，為了未來的時間準備。娜娜覺得泡麵是種不營養又難吃的食物，家裡幾乎完全沒有吃泡麵的習慣，但是到了颱風期間

還是會整箱整箱的買回來。擺放至過期後再整箱整箱的丟掉。在她的經驗中，泡麵的屯遠比吃來得重要，泡麵對她來說並不是個好食物，但是當家中存有泡麵時，她會感到比較安心。在娜娜與泡麵的互動過程中產生有趣的現象，由於她並不接受這種食物的味道，因此泡麵難以做為「現在吃的食物」實踐，而是做為「未來吃的食物」存在。

科技使泡麵產生了獨特的潛能，易保存、易調理，使他做為緊急時期的糧食，宛如扮演「食物後備軍」的角色。這時泡麵重要的意義就不在於當下的「吃」，而是「囤積」。泡麵提供了生活的安全感，化身為空間中的一個支持元素，填補了空間意義，藉著物理存在來幫助人生產自己的空間，透過吃的身體感覺產生穩定和安全感。囤積食物是許多受訪者都會有的經驗，像是大澤、小花、易先生都會在自己的工作空間囤積乾糧，以備「不時之需」。但是對於他們而言，由於他們喜歡泡麵的味道，因此他們與食物的互動經驗中就比娜娜更多出了「現在吃的」可能性。並且在囤的過程中也是將原本陌生的空間轉化成具有情感的地方的過程。像是小亞會透過在自己的研究室中屯積可以快速調理的泡麵，將研究室變成一個「生活的地方」。此時後備軍不只是用來預備，同時也該被視為日常生活空間營造的一部分。將內在的未來的吃的精神慾望，轉化成隨時可吃的外在實體食物，連帶改變空間的意義。在流動的經驗中，囤積泡麵也有助於在流動的經驗中增加空間的「安定感」：「因為旅行中取得食物並不像平常那麼方便，平常生活周遭會安置那邊有東西吃，你知道需要食物的時候要去那裡找，旅行的時候變成是說對地方不熟悉，需要有一些食物做為是自己當我肚子餓的選擇」（易先生）。

大眾媒體中也有以後備軍的概念做為吃泡麵主要的情境。新聞中「吃泡麵」的形象做為生活失序的表現，有可能是生活節奏的失序，如太忙碌而沒有時間好好吃飯；也可能是物質生活的失序，如沒有足夠的金錢或是遭遇天災。實際的生活脈絡中，吃泡麵也可能是空間上的不足，因為沒有一個好的空間可以料理食物。若是透過不健康和「不負責任的負責」這二個觀點來看，則吃泡麵的身體是種失去能力的身體。所以吃泡麵可能代表了許多的「不足」，但泡麵不只是扮演走投無路的替代品，有時候也是無其他物可取代的「替代」食物。食用的經驗不只是無法選擇的痛苦，而是另一種在失序之中因填補而起的快感經驗。特定的失序經驗中，泡麵轉變成填補生活飲食所需的價值連城的食物。後備的意義並不代表他是

劣於正規食物之物。因為後備軍的性質，使泡麵在很多情境中，搖身一變，成為價值連城的食物。像是 Roger 在中學時，因為學校的便當不好吃，而且無法離開校園購買別的熱食，相約吃泡麵就變成了他們日常反覆的便當飲食經驗中一種不同的樂趣，因為那是他們可以輕易得到，並且味道也還不算差的食物。

會使用泡麵做為替代的基礎是因為泡麵的易烹調性和易保存性。泡麵的便利性在過程中再度將人的身體由個人的飲食拉到社交的層次。泡麵在日常生活中，也許是一個平凡無奇的食物，可是在 Roger 的學校生活中，泡麵卻成為一個特別的食物。以「便利」為基礎成為後備軍的泡麵，具有二種支援日常生活的可能，一是片斷化的烹調勞動使泡麵能夠快速且儲藏，進行擺脫對於飲食的時間空間限制。二是方便攜帶，以穩定的口味為基礎上跨越以空間為分隔的口味邊界。在這些經驗中便利、快速、同質不是將飲食切分為個人的行動，在給予行動者各種進行抵抗的可能的過程中，促成另一種社會關係的聚合。但是在泡麵化身為後備軍的過程中，人的身體感覺才是最核心的起源。但人的身體感覺又會不斷改變，連在與人的身體接觸的過程中也會不斷產生變化。就像羽月高中時期曾經為了省錢而吃了一個禮拜的泡麵，吃到最後泡麵的「味道」已經有所改變：

我高一的时候好像幹過這種事，吃到最後已經覺得，拿起那個泡麵已經是覺得食之無味棄之可惜，就是你想著要打開他泡嘛，就會覺得泡了又～，就那個時候已經在猶豫要吃還是不吃。因為目的為了省錢，所以不是考慮吃別的，而是決定要不要吃，因為不吃就是算了，這餐不吃了，然後吃又想，幹，這東西已經吃了一個禮拜了。

但並非因此就要否定食物中含有固定的「味道」，而是味道對人所具備的意義是會伴隨人所處的環境以及互動的過程變化。這也是身體「活生生」的展現，身體的感覺在與物互動的過程處於變化的狀態。大澤吃泡麵的經驗也受到不斷變化的身體的影響，使她吃泡麵的時間經常是週期性的，感覺來的時候可以天天吃，吃膩了之後又要休息好幾個星期才會又有想吃泡麵的感覺。這種「活生生」也是人發展出不同的食物－社會關係的起源，使得食物在不同的環境和身體狀態下有不同的意義。

泡麵具有擺脫烹調時空限制以及跨越空間邊界的潛能，但是否會成為人的食

物後備軍，決定於人處於變動的身體感。身體的感覺與空間高度相關，在與空間互動產生的身體感之中，食物後備軍扮演了回應空間與身體不足的角色。像是以「囤」對空間進行微型的營造，以及接下來要討論的以「吃」為核心回應空間對吃的身體經驗造成的限制。

受限制的身體－便利做為抵抗

吃源自於身體（生產動力）、受制於身體（勞動產物的標準）、與社會關係交互影響（生產關係），時間與空間（生產環境）的要素也影響人如何挪用泡麵的便利來重組飲食時空關係。泡麵的獨特之處在於他將烹調勞動的過程片斷化並且給予在不同時間空間分段進行的可能性。使他比起其他餐點更來得有優勢進入各種生活的實踐場域之中，成為各種填補失序狀態之物因而產生了「食物後備軍」的可能。也就是許多時候泡麵的意義並不在於此刻進食，而是在於能夠在「需要」的時候進食，做為填補、替代的功能。泡麵重組的空間主要有二個層次，第一個是實體的空間層次，也就是如烹調的空間或是特定空間的飲食供給機制等實際空間帶來的影響；另外一個則是抽象的口味具有的空間性，也就是以空間為邊界而影響食物中包含的口味文化。泡麵的便利性是依著這二個空間的層次來發展。

特定味道對人的意義會隨著身體能介入的飲食消費及供給環境改變，像Mario小時候覺得泡麵是「豪華大餐」，長大後卻覺得是種「走投無路」的表現。對小花而言泡麵只在高中時期是種「好料」，其他時期並不一定，因為在高中的時期對於接觸何種食物相對受到較多的限制，而使泡麵的意義與眾不同。在「無法滿足」的情況下，泡麵就成為一種替代的美食，求助於泡麵的情況也很常發生在軍隊中發生。因為軍隊對個人吃的自由做了很大的限制，除了有固定供給的餐點外，用餐的時間及空間的移動性也受到限制，影響了消費的能力，降低了人進入不同飲食供給關係的能力。我用Friday當兵的經驗來討論泡麵的便利是如何經由人的身體感在社會關係中重組人所面臨的飲食時間空間限制。Friday觀察到他的同梯因為受不了餐廳的伙食，而使用泡麵做為正餐的替代。但是在軍隊之中必須要集體在特定的時間到特定的場所吃飯，用餐的時間並不能隨意自主身體在空間中的移動。身體還是必須符合軍隊的要求，在特定的時間於特定的地點出現：

確實我看到很多人是三餐進去餐廳然後很快出來，那大部分在吃飯時間後面一定是會有一段時間是free time，他們都是早早就出來，就是很快就吃完，然後就很快可以走的。吃飯不可能全部同時都一起吃完，但是就是有些時候可以分二批離開，大部分那個要吃泡麵都會在第一批就離開。(Friday)

Friday在當兵期間雖然也會吃泡麵，但是較少在正餐的時候吃。對他來說食物雖然不是很難接受，但是「在正餐時間一定要吃到飯」的餐點秩序組合影響了他用餐的選擇。這種體現特定飲食文化的過程，不是透過意識的操作，而是藉由「習慣」的身體，由人自我的身體感加以展現。易先生卻也由於吃泡麵過程中的身體感受，而使泡麵成為在當兵時正餐的一種選擇：「我自己倒是覺得如果是一個正餐的，他一定要有溫度，我沒有辦法說吃了一個冷的食物，或者是像麵包這種不是熱的食物當正餐很難接受這樣」。在選擇替代食物的過程中，身體的感受是選擇的基礎。由身體習慣的以及想要的味覺影響了食物與人的關係。軍隊限制了人的身體，也包含了飲食供給的機制、吃的食物的種類、時間、空間。在受到限制的影響環境下，吃的東西和吃的時間都無法自己掌握。吃的時程不是一種自我的時間安排，而是一種權力關係：

剛入伍時操練嚴格，每天幾乎都耗盡體能，恨不能一天吃五餐，每次吹燈號時總已餓得要命，偏偏教育班長例吃泡麵，那麵條、豬油肉燥、油蔥酥經滾水燙泡，強烈的氣味衝出鋼杯，來到輾轉反側的枕頭前，誘惑我，折磨我，每天深夜，營房裡此起彼落都是他們教育班長吃泡麵的聲響，我第一次感受到階級矛盾(焦桐，2009：頁92)。

人、食物和身體生產的連結受到軍隊中的權力關係掌控，擁有較少權力的一方要吃泡麵就必須尋找在制度之下的漏洞，學習「合法」違規的方式。由下發動在既有的組織供給規則之外的一種飲食提供手段。同時吃泡麵的行為雖然不合規定，但已然成為一種文化且並非重大的違規，所以管理者多會選擇不加處理，因此而成為「合法」的非法現象。

但是即使是合法的違規，還是得在特定的時間違規才能擁有合法性。何時能違規是一套潛規則，不熟知部隊內時間運作的人無法輕鬆判斷何時是適當的違規時間。Friday透過跟著老兵學習什麼才是可以「吃」的時間。在學習違規並且共同

違規的過程中，與老兵成為了「一夥人」。吃的便利性在被限制的環境中並不是將飲食活動限縮於個人，成為特定的集體經驗：

其實你一開始可能搞不清楚可不可以，或什麼時候可以這樣吃。那當然你是跟著那些學長，學長搞不好覺得你跟我一起吃這些東西，可以這樣很好的（互動）。那既然是你跟著他，你大概會知道說什麼樣的情況可以吃這樣。（Friday）吃泡麵的意義改變，物的意義也與在軍隊外的生活不同。由於軍隊所切斷的不只是烹調和吃的過程，軍隊同樣也限制了食物的購買時間和空間，使得食物取得不易。所以將泡麵做為禮物交換便不是什麼不體面的物，和煙一樣是社交行為中富有意義的物。除了泡麵做了有社交性的食物外，還有一些其他的食物也是在Friday的軍旅生涯中很重要的物品，像是珍珠奶茶和雞排。但是這二者因為取得不易，所以和泡麵扮演的是不同的角色。珍奶和雞排在軍營中並沒有販售，只能在有人離開軍營出公差時才能有機會吃到。不是隨時放在身邊滿足口感的雞排和珍奶，更像是日常生活中的特殊「事件」，而並非是用以回應重覆的日常飲食行動中的一環。

吃一直是社交行為中的重要互動過程，但雞排和珍奶這些食物因為無法屯積，所以不像泡麵可以做為經常替代的食物。在所有正餐以外的食物中，泡麵不一定最美味，但卻可能是在那個時空條件上最符合人對變化需求的味道。在吃的當下之外，食物的購買、儲存也受到很大的限制。軍人的行動被控制在固定的路徑、作息之中，並沒有辦法像在外面生活時自己想買什麼就買什麼。能夠保存的泡麵就成為重要的日常食物。囤本身加強了泡麵的重要性與價值。也使替代食物的地位反而比正餐還要來得高。原本吃泡麵代表的負面意涵在「吃不滿足」的情況下，反而似乎一掃而空。對人而言，帶來負面感受的不是不夠營養的泡麵，反而是應該吃的正餐。飲食活動中人與人關係連結的媒介，不是由廚房的伙食兵做出的手工食物，反而是泡麵這種工業食物：

因為正餐是一個夢魘的話，那大家都處在這個夢魘的時候，那（泡麵）變成是一個替代性的位階。是一個互相都覺得，對，還是這個好，就變成一個替代性行為，大家互相也認同這種替代性行為，我覺得有一點催化的作用。

(Friday)

泡麵在軍隊中的特殊性源自於對於身體的限制，使人只能在特定的時間、空間中選擇有限的食物。軍隊對於每個成員的身體規訓並不是完全一致，在學長學弟制的運作下，「學長」會比學弟有更多的資源和權力選擇想要吃的食物。食物也與學長學弟間的不平等權力關係結合，成為學弟「討好」學長的方式之一。像易先生本身雖然不主動囤泡麵，但由於其他部屬的「交關」行為。讓他不需要囤泡麵還是經常有泡麵可以吃。隨著易先生在學長學弟間的權力角色的轉換，也使他到當兵的後期越來越不用自己張羅這些正餐外的食物。除了學長學弟間的權力關係改變老兵的日常飲食圖像之外，老兵的身體限制和新兵又有所不同，老兵不只熟知違規的規則，同時也有較多的權力進行吃泡麵的「違規」行為：

就是所謂的學長是說，他有時候就是真的就各種名義，他不一定會去出操或是什麼的時候，真的就在吃泡麵，早上那餐就吃。然後甚至是一種文化，我覺得也不算是次文化，已經很接近快變成老兵的一種主要文化之一。反正可能大概一天裡面應該會吃到一次泡麵，有些人還蠻普遍的。(Friday)

軍隊中的權力關係對於老兵的身體限制相對寬鬆，所以不只是吃泡麵，也讓他們能比新兵有更多「合法的違規」而能吃到更多想吃的東西。並且在食物做為「交關」的影響之下，人能夠吃到更多可以滿足味蕾的食物，泡麵的重要性也開始降低。像是易先生到快退伍時，因為許多下屬透過食物做為「交關」，所以易先生的肚子已經很少有空間再來吃泡麵。這也反映了，吃泡麵的慾望其實並非是完全根源於食物本身，而是人的身體「不滿足」感。

在軍隊這種「吃不到想吃」的東西的環境中，泡麵的便利使得吃的行為能夠跟制度供給的飲食關係切斷，進而找回人想吃的「味道」。在這個過程中，追尋的吃是一種不同於日常既定的食物變化，Friday 認為這種重新尋回食物與身體關係的過程，會形成一種鄉愁。就像在公館的煮泡麵專賣店「泡麵達人」的店長也是因為當兵的泡麵經驗而使他決定開設這種專賣店。在追尋身體感的過程中，人重新改寫了工業食物追求快速、同質、大量生產等看似消滅人類感知的特質，重建了食物所具有的飲食快感規則。在軍隊和學校中的特殊泡麵飲食經驗都是在人的手中改寫而成。這些快感的取得方式都超越了原本廣告中限定的特定範疇。泡麵不

只是有好吃，而是與其他食物系統相互對話的過程中，泡麵的好吃是一種具有象徵「抵抗」制度的快感形式：

那另外一個是你可以變成他作為一個你不一定要按規則的替代性位階，不只是吃的替代性位階，我覺得還有包含一種限制你的時間，限制你的行為，但是這個時候好像變成是一另外一種釋放。(Friday)

在抵抗的過程中，並非直接改變了原本固定的飲食供給關係，而是在有限度的範圍內，以最小的資源重新掌握食物與自己身體的關係。改變的不只是吃的身體，還包含人對於自我身體的掌握。泡麵的便利不只是將吃的人化為個人，勞動片斷化的過程降低烹調所需的時間及空間需求，也給予了人填補和抵抗的機會。在過程之中，一樣是由人的身體的感受—身體吃的不滿足，做為起點與行動的目的。在身體感的重新追尋過程中改寫了食物所帶有的社會意義，泡麵不再是窮苦或不營養、不適合當正餐的食物。反而是最符合人的需求的主要食物，甚至是值得回味的食物。

移動的空間中定位自己—懷念的家鄉味

除了做為替代性的食品來填補口味的不滿足之外，泡麵在別的情況中也會成為獨特不可取代的食物。在許多出國留學的人的經驗中，泡麵是個很能直接用來懷念的食物。泡麵的口味反映台灣社會關於「食物」的空間邊界，所以就算像是「日式口味」的泡麵並不是最經典代表台灣的味道，味道也的確是座落在台灣的口味範疇之中。也就是在隨著全球化的過程，口味的邊界已經越來越模糊，符號的象徵穿越了邊界，但口味帶給人的味覺感受卻可能還是在台灣本土的口味邊界之中。工業生產所帶來的口味標準化及簡便化，在烹調經驗中十分穩定，不太像其他料理可能會烹調失敗而導致變味。固定又是人能接受的口味使泡麵成為一種足以信賴的食物，Rutgers 在旅行的過程中會用泡麵應對自己的口味是否適應異地未知的口味的情況：「我覺得真的很方便，就是你已經想不到有任何食物，可以即時的供應你，然後你只要有熱水就可以了，然後味道你又覺得是最保險的，比如說這個你大概都很熟悉的味道。」玉山的弟弟出國唸書前，家人為了他準備了一堆「泡麵」。為了能夠帶更多泡麵出國，所以他們只準備料包而不是整包泡麵。

在他們的味覺經驗中，料包才是味道的重點，麵體是可輕易取代的食材，但只有湯頭的特殊香味無法取代。

人運用泡麵應對生活中口味的不確定性，而這種不確定性經常源於實質地理尺度的移動造成的生活空間轉移。生活空間轉移也就代表著和日常生活的飲食生產關係產生脫節。Atkin (2001) 強調食物系統的概念中，提出食物是一連串的生產關係，從原料開始到加工、銷售再到家庭之中的生產關係，但我認為這些生產關係都根植於空間。所以當個人在空間上的移動不只是所處空間轉變，還包含了食物的生產關係的轉變。實質地理尺度的移動，造成支持行動者的日常飲食系統產生了座標的位移。除了物質層次生產的食物關係與途徑轉變以外，味覺參照的文化脈絡也產生了大改變，行動者透過身體的味覺面對一個新的食物味覺文化系統。在位移的過程中，除了食物從何而來，以及其中的生產關係之外，味覺中含有的特定地理邊界也跟著改變。當人與原本生活的地理環境產生斷裂時，也會連帶的使日常飲食的圖像改變。

泡麵口味的穩定性使得當人離開台灣的時候，泡麵成為想念的一個口味，而這個口味又是可以和台灣進行連結。泡麵的固定口感成為了依附的依據：

有些人會帶（泡麵），有些人沒有帶，我們第一天就把所有人的泡麵全部搬出來，然後說，好，我們現在有這麼多泡麵，開始想今天要吃多少，明天要吃多少，到最後一天的時候還要有泡麵。那個時候其實大家都會想吃，就是每個人至少都要吃到一口，會很想要吃到那個味道，不見得是餓或是想吃多，但是就是想吃到那個味道。（喵喵）

依附的過程中卻和當兵這種被限制的飲食身體的經驗不同，泡麵的選擇還是隱含了一種失序的狀態，有著不營養、不健康的象徵，正餐和非正餐的關係並沒有因為「懷念」而沒有翻轉。但是因為人和原本的生存地理分割所產生的生活模式改變使得泡麵產生了一種新的特殊意義。泡麵在國外由很便宜的食物，突然轉變為重要的食物。人在異地時，吃不到自己習慣的東西，泡麵由於易保存且口味固定，所以成為相對容易達成的懷念味道。這種懷念的身體經驗使泡麵不同於一般的食物。這種狀況下的口味一致性不是切斷人的味覺快感，反而是重拾了人的味覺快感。就像李明璁（2008.1.19）提到他在英國的留學經驗中，泡麵是如何的令他難

忘：「泡麵的味覺記憶如此鮮明，竟比回台前指導教授請我吃的那頓法國料理，還要強烈」。

泡麵做為替代的過程中，牽涉了二套口味座標的對照作用，除了泡麵本身含有一套口味的座標之外，人本身也具有一套習慣或喜愛的口味座標。這樣的身體習慣是在台灣的文化脈絡中被養成，形塑特定的口味偏好，再以這套座標為基礎來評價食物的口味。喵喵的異國泡麵經驗，可以發現這種藏在食物之中的口味座標和身體所產生的不相接：

我在歐洲的時候找呀怎麼找都只有一種喔，他叫做什麼Magic Asia，神奇的亞洲，就找到這種，然後一碗要台幣二百塊，然後味道很奇怪，我不知道怎麼形容耶，就是我只吃過一次啦，之後再也不想碰了，就是我覺得是那個歐洲人想像中的亞洲的味道，但是味道很不對勁就對了。

當二方產生衝擊的同時產生飲食口味的斷裂，以不是「習慣的味道」的斷裂為基礎，泡麵在空間的移動中產生替代性的意義。喵喵用「消毒」形容在歐美國家吃泡麵的經驗，她認為在歐美吃不到自己習慣的口味，只有透過每天一碗泡麵才能有「吃到東西的感覺」。「消毒」並不必然隨著離開台灣就會發生，像喵喵到日本的時候，「泡麵」代表的意義和在歐美國家時全然不同，日本的泡麵是令人期待的嘗鮮美食，在歐美的台灣泡麵則是以萬一保守口味。這也是因為喵喵認為日本泡麵口味和台灣相近，因此在日本吃泡麵也不是為了「消毒」，而是為了「嘗鮮」。廢爆人在日本念書，他覺得日本的口味和台灣差異不大，因此沒有產生太大的口味斷裂的情形，但他卻發現身邊有許多同學有這樣的情形。廢爆人和同學間適異的差異反映即使是在同一個文化背景中的人，用以評價食物的口味座標依舊存在著個體的差異。這樣的差異影響了人的選擇。像是廢爆人認為泡麵就是要吃重口味，否則他難以下嚥。在日本的時候他都吃當地的泡麵，而他會選擇他認為和台灣的泡麵較相近的口味，這種選擇不只是因為「鄉愁」，也包含了廢爆人的身體感決定了泡麵這種食物應該具有什麼樣的特質才好吃：

挑口味重的話就是，相對上比較接近台灣泡麵那種印象，跟我習慣上比較接近。其實台灣也有淡淡的那種味道的泡麵，但是我比較吃習慣的是那種，說

到泡麵就喔，整間教室跟雞排一樣的感覺，所以到日本以後，買泡麵都會盡量買重口味的。

所以吃食物的過程中，人的身體建立起一組判斷口味的座標體系，而並以此去定位吃到的口味。但是人原本習慣的口味並非是無法修改，在與屬於不同地域的口味接觸的過程中有可能產生變化。因為身體的「習慣」處於變動的狀態，就像學姊從英國回台一陣子之後，對於泡麵以及其他台灣食物的「狂熱」已經減弱許多，並不會像剛回國的時候拼命搜刮台灣特色的小吃。人的身體的感受並非定不動，對於食物的慾求伴隨著供給的地理空間改變，記憶與習慣隨時包含在飲食行為之中。

同時人的身體技能還是有可能創造出符合自己口味的食物。像是 Friday 認為自己做的飯菜能夠符足自己口味上的需求而比西雅圖的中式餐廳的食物還好吃。對於有能力創造符合特定口味想像的人而言，泡麵所填補的家鄉味就不完全是台灣的味道，而是特定的台灣味道。對這些人而言，重點就不是泡麵的味道多有台灣味，而是泡麵的味道對人有多特別。但是對於較不熟悉烹調技術的人，泡麵卻是吃到家鄉味的穩定重要來源，像是 Rutgers 也曾經試著自己煮香菇飯，卻因為不熟悉煮飯的技能而使他煮出自己都覺得難吃的口味。難吃的食物也難以勾起他與家鄉的情感記憶，唯一能依靠的只有「穩定」的泡麵。泡麵不用經過特定人及特定技術的烹調，也能夠體會到「道地」的味道。便利食物中人的手藝與食物分開，家鄉的口味不是經由出於生長在特定文化中的人，而是藉由特定的商品形式產出：

因為（泡麵）真的是最簡單的家鄉的食物，其實我沒有很想念家，但是就是會想念那個味道，對而且腦海中第一個浮現的就是那種維力炸醬麵的醬，好好吃喔。（Nobody）

味道和地方產生連結，透過身體相同的感覺來連結不同時空中的自我經驗。人其實很擅於利用味覺經驗的跨界來取代實際身體的跨界，小花也利用了這種相同的身體經驗連結了不同地方的感覺，但是她的經驗中並非是利用泡麵連結台灣，而是利用泡麵連結日本：

喔，因為有的口味台灣沒有，然後你吃了就會想念起在日本的感覺，比如說那個叫一平炒麵，那個一平炒麵他就是仿照日本夜市的那個炒麵攤販，其實台灣以前也有，只是台灣現在就是一些舊式的都沒有，要不然台灣已經也有那種炒麵，然後但是現在已經買不到了，所以只能從泡麵當中尋找那個古早味。（小花）

現代科技產生泡麵的便利潛能支持了人透過口味進行跨界的行為，一平炒麵中包含的是日本的飲食口味。而小花吃的過程中，將自己習慣的口味座標與其重疊，發展出屬於這個物的意義。以身體的感覺為基礎，在吃的過程中感受食物中包含的特定口味地圖，進而連結不同時間裡的相同空間經驗。

泡麵的便利性、固定性成為這種連結的最便利的物。即使泡麵易保存而將特定的口味穿越邊界帶到國外，但畢竟還是取得不易，使得每包泡麵在留學生的心中都是價值連城。Nobody 的經驗中就說出了這樣的不捨，「維力炸醬麵我真的很，就是很忍耐耶，然後我後來有一次我同學來幫我搬家的時候，然後我就給他一包，我就很痛心，我就覺得很痛心。」既然泡麵如此的「價值連城」，所以除了會面臨又吃了一包令人痛心的局面外，請人吃泡麵的社會意義也有所轉變，不再是在台灣中的「不體面」的行為。玉山就認為在台灣請人吃泡麵會覺得「抱歉啦」，可是在國外卻是「我對你不錯耶」。在抱歉和不錯轉換的動力，就是泡麵所帶有的特定的口味。

人不只透過口味的地域性滿足身體的需求，也透過泡麵與他人建立關係，像 Nobody 以泡麵做為一種「宣揚國威」的媒介。Friday 和小花也有類似的經驗，將泡麵做為「台灣味」介紹給國外的友人。文化工業的口味固定和保存特質反而使得泡麵成為輕鬆跨越地理邊界的物。陳彥博參與極地馬拉松的過程中，泡麵就扮演了這種滿足家鄉味以及跨越文化邊界的物：

不少老外想和我要來煮，都問我說，『喔，那個中國菜聞起來就很美味呀，能不能…』我聽到都笑著回應，『對呀，很好吃，是呀，很美味啊，』我只能啾啾過去，因為我已經沒有了。（楊育欣，2010.04.15）

Friday 在西雅圖留學的時候，因為在當地買不太到比較多的台灣口味泡麵，難以取得的情況下，到溫哥華的時候特地去買泡麵成為他重要的一個「Happy time」。

比起到溫哥華的觀光景點和海邊遊玩，對於 Friday 和他的朋友們，更重要的事情是回到飯店開始煮在超市搜刮的泡麵，對他們而言這還是一種「很高級的逸樂」。泡麵在外國不像是在台灣那麼便宜的食物，所以比在當兵的經驗中多了一份壓抑，礙於經濟的考量以及取得上的不便利，並非隨時想吃就吃，想補充時就能輕鬆補充。泡麵反而成為一種難得的飲食行為。不過除了泡麵的特定口味之外，「吃泡麵」本身就可以成為一個定位自己身體經驗的媒介。能否吃到特定的口味也不是那麼重要的事情。Roger 認為在異地的晚上吃泡麵的經驗中，泡麵的口味並不是最重要的，即使他也有特定的口味偏好，可是更重要的是吃泡麵是一種儀式，所以他到了各種不同的地方也會想要嘗試他們的泡麵。口味和家鄉不是他連結的對象，而是「吃泡麵」這件事本身所代表的身體經驗：「好像也不是安心就是一種旅遊的感覺，就是在異地沒有自己的東西吃，然後妳可能要有泡一碗泡麵才會有流浪的感覺，是流浪的感覺。」(Roger)

Nobody 和朋友在旅遊的時候就會想吃泡麵，並不一定是在離開台灣這個地方，甚至是在國內旅遊時也會有這種情緒。在那時候他有可能選擇的並非是平常吃的口味，原本 Nobody 對於口味的選擇是十分固定且堅持於維力炸醬麵這種口味，但因為和他人一起的氣氛使得吃泡麵不是個人食慾的填補，而是一種關係的中介及氣氛，一種集體性的記憶，他享受的是和別人一起吃的經驗。人在失序狀態中，突然的味覺滿足是一件相對不失序的事，使得人因此滿足，像是在爬山時有人吃泡麵，感覺會是很幸福的事，因為滿足當下的很多的身體慾望。對於他們來說，吃泡麵是一種儀式，而不只是一種口味。而這種儀式是連結了過往在失序狀態中的滿足，但也反映了，吃泡麵可能是某種特定的社會關係模式。泡麵對 Nobody 來說也並不是個個食的食品，而是大家一起吃的食物，享受在共食的氣氛中。

泡麵做為隨時可享用的食品，其物質特性產生泡麵可以與特定烹調空間去連結性的基礎。泡麵不只是脫離了烹調空間的廚房，轉化了家務勞動的特質，甚至可以脫離更大尺度的空間，一整個社區、城市、國界，而與離鄉之人之鄉愁連結起來，或是以風味取代了地景、實體空間，而在全球化下移動到別的國家。社會關係影響了人和食物和身體的關係，可是當空間關係改變時，身體感又成為改變社會關係的發動。造成在食物的口味以及供給地圖產生斷裂的過程中，人的身體

成為定位的座標和工具，並且在其中又改變了食物所具有的社會關係。泡麵由便宜的不好的食物轉變成不可多得的家鄉美味。

在當兵和出國的狀況中，Armesto（2001）所認定的工業食物和人手工食物的位階反轉了。這時人工食物對於人而言才是災難，而不是快樂、美食以及良好互動關係的媒介。回歸 Shilling（2005）身體是組成社會的多向面媒介概念，身體才是社會的發源。身體對於食物的感知及挪用才是決定食物是否具有連結人與社會關係的可能，並非是被工業製品控制操弄。就如同泡麵吃太多會吃膩一般，在這些情境中，對於吃的味覺要求是處於變動的狀態，這是身體所具有的生命力的展現。身體感並不是固定不動，除了被大的社會力作用而影響外，在微觀的日常生活實踐中也處於不斷變動的狀態。這個狀態引導了人與食物的互動關係，影響了人想要透過食物追求何種自我與身體的關係及經驗。身體如何感知食物，如何實踐飲食活動也受到社會力的作用，產一套習慣的口味和飲食時間。而人利用吃泡麵在社會中定位自己的身體，可能生產健康的身體，亦或生產暫時解放的身體，作為受限制下的共同抵抗身體以及連結空間與自我身體關係的媒介。

第六章 結論

我的研究透過「垃圾食物」以及「便利食物」二個層次討論泡麵在人的日常飲食生活裡的位置。在前者著重於討論食物帶給人的味覺感受、慾望以及食物與身體生產的論述結合的過程中如何影響人吃的行為。而便利的部分著重在便利如何影響吃的社會關係以及這種便利，回應了何種受空間、時間限制的飲食行為的可能。對於上述議題，我提出二個結論：一、吃泡麵的過程中，人透過一套認為健康的實踐方式與健康的論述協商，轉換物的意義。除了向核心健康論述靠攏之外，也有可能向邊陲的「垃圾食物」發展，恣意享受暫時脫離健康身體規訓的抵抗快感。二、「垃圾食物」的評價使泡麵從集體的家庭飲食中退出，加強了以個人為單位挪用便利潛能的特質。但便利不僅處理個人層次的時間排列問題，也產生了三種飲食社會關係切斷或連結的能力。分別是家庭中的家務勞動關係，消費或特定機構中的飲食供給關係，與各種團體成員的社交關係。便利不該被視為個人層次的時間、空間排列問題，人除了透過泡麵調整身體運作的「節奏」之外，也可透過泡麵決定在何種空間中現身與他人互動，並且也可擺脫受環境限制的身體慾望。

在吃泡麵的過程中，人的身體都做為經驗與影響行動的發源，如想吃與吃什麼的慾望、身體勞動的動能高低、具備的烹調技能等。同時人的身體也做為社會作用的場域，包含健康的身體形象、負責勞動的身體、習慣特定口味的身體等。這些身體都做為人和物互動的基礎，影響泡麵由誰來烹調，如何烹調，是正餐或點心，吃的頻率，在那吃和誰吃等。影響人如何與物同在，挪用物的潛能。並且進一步形成抵抗的基礎。吃「不健康」的快感成為暫時脫離身體規訓的行動，重新改寫了商品文化中建構的享樂方式。在食物受到限縮的選擇制度中，吃「不一樣」的食物成為集體抗抵與重拾身體快感的方式，亦能透過食物中的特定「口味」重新連結地方的情感與經驗。

垃圾食物中的越界快感

泡麵對身體不好的知識主要經由二種方式產生，一種是食品營養學的專家知識以及在日常生活中發展出的常民知識。面對一連串吃泡麵不健康的論述，有些

人選擇不接受，因為其他食物也同樣有著一樣的不健康風險。另一個極端是全然接受，有的人因此不吃此種食物，而有些人因此產生了不同的行動策略，加料、控制吃的頻率等方式。因為吃得健不健康具有各種不同的層次，怎麼吃、吃多少，吃什麼，何時吃等。因此不營養的概念並不是固著在物體身上，而是隨著食用者的個人策略而產生意義的流變。「健康」不是作用於個別的食物選擇，而是作用於將不健康轉化成健康的一連串關於物的烹調及實踐知識

但只從策略性的應對拉扯來討論吃泡麵的話，那吃泡麵似乎是再壞不過的經驗，吃的過程不斷透過不同的策略拼命的將泡麵變得「營養」。除了將邊緣飲食轉化為主流核心的過程之外，選擇不轉化而保持「不營養」的經驗反倒成為泡麵另一種魅力來源。泡麵本身的不合標準造就日常飲食中的非日常性的趣味，過程中人暫時自社會文化建構的好的飲食解脫。「吃不健康」、「吃垃圾」成為了日常生活中某種特殊的歡慶儀式。在垃圾食物的飲食行為中為了好吃、快感，發展了一套不同於日常生活飲食規則的特殊規則。

就像王子麵的乾吃事實上是由小學生自己發明且風行的一樣，不健康帶有的特殊反抗的快感也從來不曾在任何的泡麵廣告中出現。泡麵工業為了建立食物的正當性而將快感經驗與身體生產的關係切割，泡麵似乎是「想吃就吃零負擔」。但是具有邊緣不具正當性的飲食性格的快感卻扭轉了文化工業所希望建構的「歡愉感受方式」以及「吃的正當性」。健康的身體規訓與自我慾望拉扯的過程雖然無法完全脫離規訓，但也享受了小小的抵抗的快感。吃泡麵的抵抗過程就是切斷外在的道德規訓，向內尋求對自我身體的快感的崇拜，「垃圾」成為了此種食物的獨特意義來源。

所以在面對不健康的論述的過程之中，人並不是簡單的接受與反對。可能透過一套飲食規則的重組來轉化不健康的現象，也可能完全享受在不健康之中尋求特定的飲食快感。「對於許多人而言，吃某種特定的東西，不只是為了有飽實的感覺，更是想達到某種解放——一種表明態度的外在方式」(Mintz, 1996, 頁 27)。人在吃泡麵的過程中，不只透過吃的秩序和方式和不健康知識進行協商，同時也可能沉溺在暫時解放的快感之中，從邊緣開始反攻，享受禁忌的快感經驗。

重構飲食圖像的便利食物

生產科技在泡麵之中產生的便利潛能包括快速、方便、好攜帶、易保存等。人吃泡麵除了因想吃而吃之外，還利用這些特性進行日常生活的時間重構。但這個重構的過程不能光只以節省時間與勞力的觀點來討論，因為趕時間的時候不一定會吃泡麵，泡麵也可能並非是最便利快速的食物。同時在懶惰而吃泡麵的過程中，也可能因為個性化的調理方式所以在烹調的過程中不一定會付出較少的勞力。這個時間的重構應該被視為是如何與日常生活中的飲食供給實踐結合，對飲食供給的社會關係進行重構。

在追求「便利」的過程中，泡麵的文化意義影響人面臨的社會關係及在其中扮演的角色。現代工業技術增大了食物的便利性（如咖哩塊、康寶濃湯、罐頭食品等）節省了母親的烹調時間與勞力，讓女性可以更輕易的回應薪資勞動和家務勞動的雙重角色問題。但泡麵的「不健康」使得他無法在這種以母親為勞動者的家庭飲食中發展他的便利性，他的便利性展現在以個人為單位的飲食過程。泡麵的便利性甚至可能對於母親的地位是種危害。

飲食行為本身具有一定的社交性，在線性的時間中有一套固定吃的時間影響我們如何在吃的行為中在不同空間與他人相遇。因為自己懶而煮泡麵代表飲食供給關係的不完全，吃「泡麵」可能代表與其他飲食供給關係的斷裂，像是許多受訪者因為懶得煮而吃，也有人因為想和同學一起吃飯而降低了一個人吃泡麵的頻率。如何便利與日常生活中的飲食供給實踐結合。便利的重構也是飲食社會關係的重構與選擇。因此泡麵中的便利性的發揮方式不是重新排列個人一天的時間，而是重構因時間而影響的互動及勞動關係。不論是在私領域中透過家務勞動的關係獲取飲食以及在公領域中透過消費或是機構的飲食提供機制（如學校的營養午餐），要獲取這些飲食供給都得透過在正確的時間和空間與其他社會關係的相遇。錯過了供餐時間或是商店的營業時間都會使人無法在這些社會關係中獲得飲食的供給。便利食物提供了人調整身體節奏的可能性，使人可以不用完全依照外在的用餐時間和空間進食。

我想透過二個例子來進一步理解如何透過飲食重構社會關係，以及身體的需求如何受到空間影響。第一種是在不同空間移動的過程中，習慣的飲食口味與外在口味文化的斷裂，如出國旅遊、留學等，第二種則是在特定空間中受到限制的

飲食選擇權力，如在軍隊或是學校等個人選擇食物的權力受到限制的空間。這二種情境下都面臨了類似的困境，身體習慣的口味滿足於現有環境中的食物，追求口味滿足的結果，泡麵由便宜的垃圾食物轉變為稀世美食。這些情況下泡麵的味道並不完全等於「好吃」，帶來滿足的也可能是習慣、變化、或是此種食物的飲食經驗本身。這種物的意義的變換，源自於受環境影響並不斷變動的身體慾望。

在習慣的飲食口味與外在食物生產空間的斷裂的情況中，身體無法吃到能接受的味道。食物及口味的生產具有高度的空間性，當人脫離原本的空間進入另一個不同口味的空間的過程，由於受限於食物運送和生產的空間限制使人能接觸到的口味文化和習慣的口味產生斷裂。這裡同時也反映了身體做為社會運作的場域，個人飲食的圖像受到生長的文化影響而發展出「習慣的味道」。但是泡麵包住了口味，將口味從一地帶至另一地，行動者能不假他人之手（勞動力、技術力）重新連結另一種地理環境中的味覺經驗。

最後吃泡麵的身體導致另一種社會關係的互動模式。軍隊的情況則是飲食的種類和方式受到制度的限制，去除人對於口味選擇的權力。在軍隊中吃泡麵的身體是種突破被規訓的身體樣貌，泡麵轉化成面對制度剝奪味覺選擇的物的象徵。互相贈送泡麵拉近關係的好禮物，而一起吃泡麵的身體成了加強彼此認同的身體形象。身體是這些經驗需求發源的起點，身體也並非是固定不動，在與食物互動的過程中，身體的感受會不斷變化，隨之食物的味道所具有的意義也會改變。正是由於身體此種不斷變動的生命力，才會產生不同的食物－社會關係。使便利食物的便利不只有一種壓制人的生命動力的展現方式。

正視身體與食物間的關係

由於女性的勞動時間和資本主義下男性的勞動時間接軌，吃的意義和領域擴張、改變，食物是勞動也是休閒，不同的吃展現了不同的時間、空間組合。泡麵的物性使其在時間和空間的組合中任意遊走，支持人的生活，或是給予人安心感。「非正式飲食」的泡麵是支持起了日常生活正式飲食甚至是時間空間組合的重要之物。定位人和人的關係，人和空間的關係，以及人與身體的關係。追求想要吃的食物是種重新掌握自我與身體連結的權力的過程。過程中重構了與社會論述與其他成員間的關係。也許可以說不只是我們很便利的帶著泡麵四處跑，泡麵也能

影響著我們到不同的空間之中產生不同的飲食關係。

Dent (1999) 認為「與物同在」的過程中人發揮了物的潛能。身體的慾望與習慣是食用食物的起源，想吃且能接受泡麵的口味，泡麵才有機會發揮其物的潛能。潛能如何發揮，又利用此種潛能回應何種面臨到的問題，無法跳脫支持日常生活飲食的社會關係以及物質條件。進食過程中，人透過身體的感受建構泡麵與飲食秩序間的關係，其中產生的「遊戲感」賦予了泡麵和其他便利食物與垃圾食物不同的位置。造成遊戲感的結果主要有二個層次，首先在物質組成上泡麵符合台灣文化對「正餐」的完整餐點的想像，但同時不夠營養的部分又使泡麵具備點心的特性。正餐與點心間的模糊特質是其他便利食物中少見，也讓泡麵可以和飲食時間秩序有不同的結合的可能。第二是吃泡麵的「解放」的快感。

即使其他垃圾食物也可能同樣具有「解放」的遊戲感，但卻不一定符合對於「正餐」的組成需求，像是雞排、洋芋片等，限制了這些食物與人之間的互動關係。所以除了遊戲感之外，泡麵還有一個重要的特質是能夠「無孔不入」穿透在日常生活中的各種時間和空間環境之中，以供人調整身體運作的節奏以及回應受限於空間條件的飲食限制。泡麵易保存、攜帶能夠因應各種空間的狀況，又由於「熱」的特質和易於攜帶的罐頭又有不同的區分。並非是全部的便利食物都具備和泡麵類似的特質。食物在日常生活中如何被實踐，除了本身的物質組成之外，人與物互動中的身體的感覺起了決定性的影響。

食物是人與環境關係的反映，而食物商品中介了人與環境的關係。食物研究也不斷提醒我們現代食物工業對環境造成的負面衝擊 (Patel, 2008)。借用商品拜物教的概念，我們不只是和食物本身脫離，同時也 and 食物生產的環境、空間脫離。但除了積極尋找替代的「好食物」，建立新的食物與人與生產的連結之外，亦要正視與「壞食物」互動中的真實經驗。並且在過程中重新建立人和自我的身體、人、人、人和地方等各種關係的連結。就像泡麵中的「台灣口味」是由食物工業所生產定義，但人依附口味的過程中，進一步透過如自行加料和解放快感的追求，身體生產的意義發生各種不同的翻轉可能。

從人的身體出發可以發現更多屬於吃的意義，人不致化約為而受到物的力量操控的客體。為了重新掌握食物與環境、食物與人的關係，我認為必須要從食物與身體的關係出發。理解食物如何吸引我們，我們希望在與食物互動的過程中獲

得何種快感及滿足，重新獲得掌握自我身體的權力。由此開始才能理解食物選擇所扮演的角色和意義，以及為何與如何進一步改變食物與人的關係。



參考文獻

- Allison, A. (2008). Japanese mothers and obentos: The lunch-box as ideological state apparatus. In C. Counihan & V. P. Esterik (Eds.), Food and culture: A reader (2nd ed.) (pp. 221-239). New York: Routledge.
- Armesto, F. F. (2001) 食物的歷史：透視人類的飲食與文明 (韓良憶譯)。台北：左岸文化。
- Ashley, B., Hollow, J., Jones, S., & Taylor, B. (2004). Food and culture studies. New York: Routledge.
- Atkins, P. & Bowler, I. (2001). Food in society: Economy, culture, geography. London: Arnold.
- Bahramitash, R.. (2005). Liberation from liberalization: Gender and globalization in southeast Asia. New York: Zed Books.
- Baudrillard, J. (1968) 物體系 (林志明譯)。台北：時報文化。
- Bell, D. & Valentine, G. (1997). Consuming geographies: We are where we eat. London: Routledge.
- Carrington, C. (2008). Feeding lesbigay families. In C. Counihan & V. P. Esterik (Eds.), Food and Culture: A reader (2nd ed.) (pp. 259-288). New York: Routledge.
- Carter, I. (2004). Enternal recurrence of the trivially new: Food and popular culture. In C. Bell & S. Matthewman (Eds.), Cultural studies in Aotearoa New Zealand (pp. 84-102). New York: Oxford University Press
- Conner, M. & Armitage, C. J. (2002). The social psychology of food. Philadelphia: Open University Press.
- Counihan, C. M. & Kaplan, S. L. (1998). Food and gender: Identity and power. Amsterdam: Harwood Academic.
- Counihan, C. M. (1999). The anthropology of food and body. New York: Routledge.
- Counihan, C. M. (2008). Mexicanas's food voice and differential consciousness in the San Luis vally of Colorado. In C. Counihan & V. P. Esterik (Eds.), Food and culture: A reader (pp. 354-368). New York: Routledge.
- Counihan, C. M. (2004). Around the Tuscan table: Food, family, and gender in twentieth-century Florence. New York: Routledge.

- Cwiertka, K. J. (2006). Modern Japanese cuisine: Food, power and national identity. London: Reaktion.
- Dent, T. (1999) 物質文化 (龔永慧譯)。台北：書林。
- Finkelstein, J. (1998). Dining out: The hyperreality of appetite. In R. Scapp & B. Seitz (Eds.), Eating culture (pp. 201-215). Albany: State University of New York Press.
- Hebdige, D. (2003) 作為形象的物：義大利踏板摩托車。羅鋼、王中忱（編）消費文化讀本（頁 497-552）。北京：中國社會科學出版社。
- Lévi-Strauss, C. (1997). The culinary triangle. In C. Counihan & P. V. Esterik (Eds.), Food and culture (pp. 28-35). New York: Routledge.
- Lukanuski, M. (1998). A place at the counter: The onus of oneness. In R. Scapp & B. Seitz (Eds.), Eating culture. New York: State University of New York press.
- MacClancy, J., Henry, J. & Macbeth, H. (2007). Evidence for the consumption of the inedible : who, what, when, where and why? In J. MacClancy, J. Henry & H. Macbeth (Eds.), Consuming the inedible: Neglected dimensions of food choice. New York: Berghahn Books.
- McDowell, L. (1999) 性別、認同與地方：女性主義地理學概說（徐苔玲、王志弘譯）。台北：國立編譯館。
- McIntosh, W. A. & Kubena, K. S. (2004). Food and ageing. In J. Germove & L. Williams (Eds.), A sociology of food & nutrition: The social appetite (pp. 314-334). New York: Oxford university press.
- McIntosh, W. A. & Zey, M. (1998). Women as gatekeepers of food consumption: A sociological critique. In C. M. Counihan & S. L. Kaplan (Eds.), Food and gender: Identity and power (pp. 125-144). Amsterdam: Harwood Academic.
- Mintz, S. W. (1996) 吃（林為正譯）。台北：巨思文化。
- Östberg, J. (2003). What's eating the eater? Perspectives on the everyday anxiety of food consumption in late modernity. Lund, Sweden: Lund Business Press.
- Parasecoli, F. (2008). Bite me: Food in popular culture. New York: Oxford university press.
- Patel, R. (2008) . 糧食戰爭。（葉家興、謝伯讓、高慧涵、謝佩姣譯）。台北：高寶。
- Pollan, M. (2008) 食物無罪。（曾育慧譯）。台北：平安文化。

- Reilly, M. D. (1982). Working wives and convenience consumption. The Journal of Consumer Research, 8(4), 407-418.
- Shilling, C. (2005) 身體三面向：文化、科技與社會 (謝明珊、杜欣欣譯)。台北：韋伯文化。
- Trubek, A. B. (2008). The taste of place: A cultural journey into terroir. Berkeley: University of California Press.
- Turner, B. S. (2008) 身體與社會論述 (謝明珊譯)。台北：韋伯文化。
- Warde, A. (1997). Consumption, food & taste. London: Sage.
- Warde, A. (1999). Convenience food: Space and timing. British Food Journal, 101(7), 518-527.
- Woodward, I. (2007). Understanding material culture. London: Sage.
- 丈夫健康十二戒 (1973.7.9) 聯合報，家庭副刊。
- 今日公司辦「生力麵」免費贈送會 (1969.7.30) 經濟日報，06版。
- 王宣一 (2009.6.8) 見不得人的口味。中國時報，人間副刊。
- 王珊富 (2007) 飲食、地方與日常生活：從耕牛到牛肉的味覺轉化之物質與象徵向度。國立臺東大學區域政策與發展研究所碩士論文。
- 王爾德 (1976) 飲食支出偏高並非是福。大學雜誌，101，54-55。
- 白水 (1977) 速食麵真的不好嗎？：兼論臺北市民飲食支出偏高之說。大學雜誌，104，15-17。
- 石毛直道 (2006) 日本におけるラーメン (拉麵)。張玉欣 (編) 第九屆中華飲食文化學術研討會論文集 (頁 293-300)。台北：中華飲食文化基金會。
- 朱振藩 (2009) 食林外傳。台北：麥田。
- 余舜德 (編) (2008) 體物入微：物與身體感的研究。新竹：清華大學出版社。
- 吳瑞達 (2006.03.08) 《開路尖兵》台灣泡麵始祖轉型賣糕點麵包...。工商時報，D2版。
- 吳鄭重 (2009) 廚房之舞。臺北：台灣師範大學地理系。
- 吳燕和 (2007) 台北：城市中的現代廟會。Watson, J. L. (編) 飲食全球化：跟著麥當勞，深入東亞街頭。(頁 115-134)。台北：早安財經。
- 李如菁 (編) (2008) 三分鐘的魔法：泡麵特展。高雄：國立科學工藝博物館。
- 李明聰 (2008.1.19) 泡麵。中國時報，人間副刊。
- 乳井瑞代 (2001) 2000年度食のライフスタイル研究「ブランドを通して見た食ライフス

- タイル變化」。日本：財団法人ハイライフ研究所。
- 林靖雯（2006）品牌本體與品牌形象的缺口分析：以速食麵品牌為例。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所碩士論文。
- 胡光夏（2001）西方速食連鎖店在台發展歷程與影響之研究：以麥當勞在台發展為例。傳播與管理研究，1（2），239-253。
- 員工的健康與營養-胡孝清談便當和營養餐（1973.9.30）經濟日報，06版。
- 徐仁鐘（2008）台灣速食麵價格之研究：特徵價格法之應用。佛光大學經濟學系碩士在職專班碩士論文。
- 徐聖竹（1969.07.08）李團居談吃的困擾現代工業社會，大家在忙，因此需要營養而簡便的食物。經濟日報，第6版。
- 國際食品公司 採用自動製麵機器（1969.12.18）經濟日報，06版。
- 許勝欽（2002）由「王子麵」一曲論「六、七年級」世代如何形塑其快樂意識。國立台灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。
- 速食麵未加防腐劑 七廠商請安心食用（1971.5.4）經濟日報，06版。
- 陳世斌（2006）成熟期產業經營策略研究：以台灣速食麵產業為例。東海大學食品科學研究所碩士論文。
- 陳建源（2003）CURRY、カレー、咖哩：飲食與社會生活的轉換。國立臺灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 陳首全（2007）台灣速食麵產業通路策略之探討：以統一公司及維力公司為例。大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。
- 曾亞雯（2009）媽媽的味道？食物口味、飲食實踐與家庭關係。世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 曾敬淳（2003）創造傳統：以西螺醬油為例。國立雲林大學文化資產維護研究所碩士論文。
- 焦桐（2009）台灣味道。台北：二魚文化。
- 舒國治（2008）窮中談吃。台北：聯合文學。
- 黃心湘（2004）台灣本土泡麵之包裝意象研究。中原大學商業設計學系碩士論文。
- 楊育欣（2010.04.15）陳彥博返台／北極煮泡麵 老外流口水。聯合報，A8版。
- 楊桃文化（1999）超級速食麵大全。台北：作者。
- 劉曉波（2004）麵麵俱到：統一、康師傅贏的策略。台北：博思騰文化。

蔡小審（2007）進口速食麵廣告對消費意願影響之研究：以大陸頂新國際集團康師傅為例。
。大葉大學國際企業管理學系碩士論文。

蔡珠兒（2005）紅燜廚娘。台北：聯合文學。

蕭城（1969.08.22）消除市場中舊有的不良印象：成功的廣告與失敗的廣告（27）。經濟
日報，第7版。

顏學誠（2008）專家、物性、身體感：茶葉比賽中的社會秩序。余舜德（編）體物入微：
物與身體感的研究（頁405－430）。新竹：清華大學出版社。

魏欣儀（2006）廠商跨界學習能力與文化鄰近性？以台商在中國方便麵產品創新為例。台
灣大學地理環境資源研究所碩士論文。



附錄一：泡麵年表（本研究整理）

| 年代 | 事件 |
|-------------|--|
| 1967 | 日清與台灣的國際食品公司合作，出現第一包泡麵「生力麵」 維力公司推出「維力麵」為第一包台灣自製的泡麵 |
| 1970 | 統一企業推出統一麵 味王與明星株式會社合作生產王子麵 |
| 1971 | 日本日清推出日清杯麵，將市場分成袋麵和杯麵 台灣速食麵生產廠商增加為 7 家，此時以袋裝麵為主 統一肉燥麵上市。 |
| 1972 | 日本推出碗麵，台灣跟進 |
| 1980 | 統一當歸麵線上市 |
| 1981 | 統一香菇麵、香菇肉羹麵、統一鮮蝦麵上市 |
| 1983 | 統一滿漢大餐 |
| 1984 | 統一滿漢大餐米粉系列 |
| 1985 | 統一蔥燒牛肉麵 |
| 1986 | 統一肉骨茶麵上市 |
| 1988 | 宜蘭食品與韓國農心株式會社合作，推出浪味杯麵，為台灣杯麵始祖。 維力一度贊系列食品上市。 |
| 1989 | 統一來一客杯麵 |
| 1990 | 統一阿 Q 桶麵 |
| 1991 | 維力中華素食麵上市 統一大補帖薑母鴨、麻油雞細麵 |
| 1992 | 金車推出「漢寶」紙杯系列 維力購置杯麵製造機設備生產杯麵。 統一大補帖鳳梨苦瓜雞涼補系列 |
| 1993 | 統一十全大進補細麵走藥膳風格(當歸羊肉、雞精麵) |
| 1995 | 統一「上林宴」素食 |

| | |
|------|---|
| 1998 | 維力大乾麵上市 |
| 1999 | 維力巧味麵館杯麵系列上市。 日式風格統一 wagamama |
| 2000 | 維力杯裝『什麼丸意兒休閒丸子』 |
| 2001 | 維力「小辣妹」 |
| 2002 | 維力 Light 輕一下系列迷你杯麵。 |



附錄二：訪談大綱

訪談使用半結構化訪談的方式，從受訪者平時有感覺的泡麵出發，進一步詢問選擇該款泡麵的原因。也針對該種泡麵的特質做出進一步索，如包裝及容器、口味等對於受訪者選擇的影響。也再延伸至在不同的生活空間中這些特質的選擇是否會有所改變，如在家中是否會降低對於附有容器的泡麵種類的依賴。目的希望能進一步描繪出泡麵和平時家庭內外的社會關係如何互相影響。經過初始幾位受訪者的經驗，發現在不同的年齡層泡麵做為食物的意義會有所改變，因此在之後的訪談中會在結束前邀請受訪者繪製一張「泡麵喜好」的曲線圖。除了用以回顧確認先前的訪談內容外，也從圖中的曲線走向進一步發掘許多在先前訪談中遺漏的重要事件。

- 可以談談你比較愛吃的泡麵種類嗎？為什麼愛吃他？麵的口味會如何影響你的選擇？會喜歡嘗試不同的口味嗎？
- 你覺得吃泡麵最特別的感覺在於？香氣？味道？麵條？湯？和吃別的食物感覺最大的不同在於？
- 平常是如何處理吃飯的問題？吃家裡的呢？買外食，或是自己煮？從小到大的過程中隨著讀不同的學校做不同的工作有怎樣的變化和影響？
- 大多是在一天之內的那個餐點時間吃泡麵呢？如早餐、中餐、晚餐、宵夜？有沒有覺得什麼時候不適合吃，為什麼呢？
- 通常多久會吃一次泡麵？為什麼大概是這個頻率吃一次呢？在怎麼的時候會突然想吃泡麵？通常又會在什麼情境下吃？會準備泡麵在身上嗎？
- 會擔心吃泡麵不好的問題嗎？如果有覺得吃泡麵那裡不好呢如何應對？又如果沒有，那是如何看待一般人提到泡麵可能對身體不好的言論？有沒有某種經驗是別人看到你吃泡麵會過來關心你，你看到別人吃泡麵的時候也會有同樣的動作嗎？