

枯木又逢春

— “茶文化” 的新生路径研究

王博文，马礼萍，孟妍*

(西安欧亚学院工商管理学院 陕西西安 710065)

摘要：“茶文化”有着悠长的历史积淀，它涵养了中国人的社会生活方式和文化性格，体现了中华民族的文化认同感。而现在由于人们快节奏的生活方式和文化认知的淡漠，使得茶文化逐渐淡出大众的视野。新时代热潮的袭来，使沉淀已久的茶文化重获新生。基于以上背景，本文先对茶文化真正历史起源、中国茶文化的社会构成和发展趋势进行了阐述，随后分析了当下茶文化发展陷入停滞的原因，提出了在网络发展迅速的当下，茶文化的发展需要在与新时代媒体结合、加强传统文化教育等方面突破困境。

关键字：茶文化；发展趋势；新时代媒体；新生

一、茶文化的起源与发展

(一) 茶文化的雏形

中国是茶的故里。自古以来，中国人对中国茶品的了解熟识传习水平与规模历来就很广，上而至今帝王大臣，文人墨客，诸子百家，下至街头卖山竹的搬运工，平民百姓，无不以好茶品茗为甚好。既然中国的茶文化如此之流行，那么中国茶文化的真正历史起源到底应该由何开始谈起呢。

相关调研表明：在我国传统茶文化发展的历史成长过程中，三国魏晋之前的秦汉晋朝、南北朝都应同属于中国传统茶文化历史的一个发蒙期和一个抽芽期阶段。大量资料证实，中国的西南地区是天下的茶树原产地，详细记录的区域是在云南省，但茶文化真正的历史起源位于四川。事实上是因为在那时的四川和巴蜀地区的茶经济社会和饮茶文化发展都要比云南蓬勃。大约早在殷商末周初的这个历史阶段，巴蜀地区人饮茶就已端起头去品茗了。公元前 1066 年，殷商周武王伐罪纣王之时，巴蜀地人饮茶就已经开始把巴蜀茶饮作为进贡之珍品了。在西汉建立初期时（公元前 53 年），蒙顶山甘露寺普慧禅师（俗名吴理真）便已开始举行第一次人工蒔植茶树。

(二) 茶文化的发展

公元的 4 世纪末之前，因为古代人们心中对中国茶祖的高度崇敬，巴蜀连续多年的地名呈现着以古茶命人名、命地名的情形。可以说，这巴蜀的地域确是当年人们最先用来吃茶品茗和种蒔植茶的处所。两晋南北朝三国期间，江南地区吃茶品茗之风流行。同时在这时期，吃茶品茗开始进入到文学和精力范畴。中国最早的茶诗出现在魏晋时期，以西晋的杜育诗《赋》

可以作为最早代表。中国的唐代期间领土广阔，注重对外交往。长安是那时的政治、文化中心，中国的茶文化便是如此的氛围下构成的。中国茶文化的社会构成还应与中国释儒教文化的成长、科举制、诗歌文学的繁荣昌盛、贡茶事业的蓬勃发展、禁酒令有关。唐代陆羽时期的中国茶学、茶艺、茶道思维及其所著的《茶经》专著，是其在唐代的划时代成就的重要标志。因而，茶文化成长至巅峰。

二、茶文化的发展趋势

(一) 茶文化的发展现状

茶大兴于唐而盛于宋。在宋代，茶馆开始大量出现，茶饮的社会化得到充分体现。此外，宋代也流行着斗茶、分茶等活动，对茶品的优化和茶艺的精进发挥了重要的作用。到了元代，人们开始摒弃传统繁锁的茶道，转而追求简洁明快的风格。元朝人除了保留少量的茶饼用于供奉皇室，还生产各种散茶。散装茶的流行，促进了茶艺的简约化发展。蒙古文化的进驻，使中原文化的影响力逐渐减弱。故旧文化传统的分化，繁琐的茶艺被摒弃。明清两代，茶道技巧得以进一步完善，茶道的品质和风格得到提升。如茶器中的至美之器紫砂壶，它以其精湛的工艺、优质的品质，赢得了广泛的赞誉，并且在当代社会，成为一个非常重要的文艺品牌。清代以后，茶叶贸易空前扩大，茶文化的发展也在此时达到顶峰。中国有这样一句鄙谚：开门七件事，柴米油盐酱醋茶。今天喝茶的人在实际生活工作中，前六件杂事仍然都是必不可少的，只剩下茶可以自由分配。在饮品发展日趋多元化的今天，茶类已不再是大部分人的最佳首选。现代人生活节奏快，大多在学习工作应酬时整日奔波劳碌，很少有时间能

够静下心来喝茶。故茶饮基本是作为一种能够提神又醒脑的健康饮品。在日常生活中--有茶喝之,无茶无谓。对于那些过去比较注重茶口味的人来说,茶的味道很简单,没有人在乎是什么甜味道,也没有人会在乎是什么香雅味道。而现在大多数的饮品,是最直接能够刺激味蕾的味道,简单粗暴。同时,正规泡茶的过程过于繁琐,需要配备许多专业茶具,使大部分人感到泡茶麻烦。因此在选择饮品时,茶自然而然地被人搁置一旁。

(二) 茶文化的发展困境

一是当下我们对茶文化的知识匮乏。在一些教育体系中,很多学校注重传统科目的教学,忽视了茶文化等非传统学科的教育,导致学生对茶文化知识的了解不足,茶文化的教育与推广不充分。除此之外,随着现代生活节奏的加快,人们的饮食习惯也发生了变化。奶茶、咖啡等饮品代替了茶饮的地位,人们逐渐对茶文化的缺乏兴趣。另一方面,相关机构和组织在茶文化推广、宣传手段方面力度不足,很难吸引到更多人去了解和学习茶文化。

二是茶经营者往往对茶的价格品质定的比较随意。不幸的事实是,茶叶企业的少数经营者仅仅出于自己利益至上的心理追求,把茶叶本身质量的好坏和茶叶价格神秘化。一串串似是而非的小故事流传开来,让人难以准确分辨茶叶真假。人们在买东西,最怕买的就是欺骗。进了茶城,同样品质的茶叶在不同的茶商嘴里有着不同的演说词、不同级别的茶叶价格。看到这些,人们往往很容易地产生被欺骗的感觉,就降低了购买茶叶的欲望,甚至对有关茶的一切事情都产生厌恶。茶文化作为我国一种民族传统文化形式,基本失去了其赖以生存发展的基础,逐渐走向衰落,发展一度陷入停滞。

三、网络新媒体环境背景下茶文化的传播机遇

网络新媒体是指利用互联网技术进行信息传播的媒体形式,其具有多样性、实时性、互动性,强化了个性化推荐和媒体社交功能。常见的新媒体如短视频、直播、虚拟现实和增强现实,都在快速迭代和发展,成为人们生活中主流的娱乐方式。茶文化在网络新媒体快速崛起的当下,也可搭上这趟“便车”焕发新的生机。

(一) 趣味传播

趣味传播旨在利用新媒体帮助人们更好地理解茶文化,并通过创造有趣的内容来吸引他们的关注。使

用贴近日常生活的音视频来融合传播内容,并弃用专业的评茶术语或强调的茶保健功效,既能够让人们更好地理解、消化和吸收,又能激励人们积极地分享和传播,从而提高文化传播的效果。

(二) 互动传播

新媒体是一种强大的工具,它拥有极强的交互功能,并且支持多方参与。使用这种工具,广告主可以快速地广告信息推送给更多的观众。此外,用户还可以在线上即时对广告信息进行评论,使广告主得到反馈。微博、微信、QQ、抖音、快手等新媒体交际平台为文化传播提供了专业的技术支持,使用户在浏览视频、文章当中越发重视中国传统茶文化的主动性和体验感。这种方式可以激起情感共识,驱动文化传播,播撒效应裂变。[1]

(三) 数字媒体艺术推动茶文化传播

随着我国科技的飞速进步,新型媒介已经广泛用于各个领域,这其中就包括茶文化的传播。长期以来,碍于传统媒介的传播方式受限于地域和浏览方式,其对于扩大茶文化的传播非常有限。近年来,通过整合各种互联网新信息媒体平台,多元的数字媒介,茶文化的传播渠道大大扩展,其吸引力在不断地增强,知名度也在不断地提高。技术水平的迅速发展,数字媒体艺术传播手段可以直接使人们更方便的了解文化传播的动态与发展。中国茶文化理念与国内外一系列现代技术手段的融合,让更多的当代人能够感受到来自传统茶文化的魅力。这种技术交融一方面使人们能够欣赏到中国茶文化的博大精深,另一方面也加深人们对茶文化的认知。[2]

四、茶文化的新生路径探索

(一) 充分利用高校教育思维,实现思政理论课教育与茶文化思维训练的双向转变

在当前高校思想政治的教育改革中,将茶文化思想融入到我国高校思想政治理论教育工作中,对弘扬茶文化自身,立异思想政治教育具备重要意义。思想政治工作和教育工作实践中的茶文化思维,可以转变教育学生的方式,从根源上达到教育实践的目的。基于此,在如何将茶文化思维理念融入学生思想政治课程教育内容时,要十分注重进行思理论课教育与思维训练的双向转变,增强对茶文化的认知。首先,在多元文化成长的视角下,高校要立足于本土文化,明确本土文化传承思维落实到教诲的路径上。其次,要注重提高师生对思想政治理论教育重要性的科学认识,

认清当前理论知识教育中实践层面的不足，将传统茶文化思维教育融入到现实指导过程中，实现传统茶文化思维理论与传统思想政治知识教育理论的融合，进而创新思想政治教育的模式和方法。最后，将茶文化思维方法融入到中小学思想政治的教育中，明白思想政治教育的方针。例如，以思想政治教育为文化目标的导向，为茶文化的思维整合提供保障，从而实现茶文化与思想政治教育的无缝衔接，也能促进思想政治教育弘扬茶文化内涵。[3]

（二）整合视频资源，依托短视频软件，快速实现茶文化知识的深度传播

为了能够更好地提高传统茶文化产品的推广能力和茶文化推广的宣传质量，需要相关业务人员能适应当今时代社会的高速发展和技术变化。依靠新一代计算机技术来宣传中国茶文化事业的发展过程中，相关部门更要采取相应措施，实现茶业新、老新媒体之间的互动融合，打造更加科学权威的茶文化知识传播、拓宽平台矩阵，扩大我国茶文化行业的影响力。开发更加高质量的中国茶文化 APP 媒体平台，使我国茶文化知识推行、传播获得深度专业的成长。当下国内的网络推广短视频平台主要有抖音、快手、斗鱼直播等。这些网络平台在文化成长发展的传播过程中给人们带来了许多更加新颖、全面的信息。人们可以通过碎片化的时间去了解自身感兴趣的文化。基于此，茶文化的推广宣传可以借用这些平台。在平台支持下，文化信息传播就能不再受时间和空间的限制，使得茶文化与人们生活紧密相连。其次，部分企业可以借助网络技术，开通茶文化热线、微博热线和微信公众服务号，借助于这些手新自媒体平台，推进移动茶文化的发展与传承。

（三）加快网站建设和打造全国茶文化网络基地，加强茶文化对外合作学术探讨和交流。

茶文化有着悠长的历史积淀，它的内在博大而精深，在成长的过程中有必然的群众基础。但是，从文化传播传统渠道的发展上来看，媒体和受众之间在茶

文化的互动交流上非常有限，用户体验差。针对这个现象，相关部门在展开茶文化的推行及宣扬活动时，需借助网络平台上的交流之风，加快成立一个完备的茶文化资料收集基地。在基地平台上展开的国际茶文化学术交流，为推动中国茶文化的发展和传播提供有力的支持，增强茶文化的社会影响力。目前，这种基地主要由论坛和网站组成。从论坛自身的运作方式来说，其内容整体交互性强，这种强交互性可以进一步地加深广大用户对传统茶文化的了解和认识。[4]

五、结论

茶文化作为中国传统文化的重要组成部分之一，涵养了中国人的社会生活方式和文化性格，体现了中华民族的文化认同感。但在当代人的日常生活中，茶文化的发展进入略微停滞阶段。因此，我们在继承传统茶文化的同时，应抓住网络新媒体环境背景下传统茶文化的传播机遇。与此同时，利用高校思政教育契机，培养学生的茶文化思维，借助现代化网络技术，整合新时代媒体资源，加强茶文化对外合作学术探讨和交流，实现茶文化知识的深度传播，探索茶文化的新生路径。在这个新社会时期，信息技术事业的迅猛发展、新媒体形式的应用层出不穷无疑为中华茶文化源远流长的魅力弘扬及传播提供了更宝贵的契机及支持。新时代的热潮为茶文化的重生带来了机遇，如何使得‘茶文化’重新充满活力，成为中华传统文化道路革新上的必要挑战。顺应时代的发展，茶文化才能更好地传承，才能真正地重获新生，源远流长。

参考文献：

- [1]任宏良.中国传统茶文化在新媒体环境下的传播分析[J].福建茶叶.2021,43(12):277-278.
- [2]吴双.茶文化下数字媒体艺术教育创新研究[J].福建茶叶.2022,44(10):132-134.
- [3]来丽古丽·库尔班.茶文化在高校思政教育中思维应用价值和策略[J].福建茶叶.2022,44(2):200-202.
- [4]秦丽丽.新媒体时代茶文化的网络舆情传播融合策略[J].福建茶叶.2022,44(3):210-212.