

# 现代化背景下川地市井茶馆的出路审思

秦海涛 嘎玛占堆 次仁曲珍 尼玛桑姆 祝振宇

(西藏大学文学院 西藏 拉萨 850000)

**[摘要]**现代化作为当下的大潮流,从各方面重塑人们的价值观念和生活方式。在这种环境下,在川地市井中承载着文化共享、信息流通等社会功能的茶馆应该何去何从?这需要进行相关思考,茶馆存在的价值不应仅在于民众的休闲交流,更在于传统文化的保护和现代商业的适度开发。

**[关键词]**川地;茶馆;现代社会;审思

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.06.472

现代化是一个从传统到现代转换的过程,随着现代化触角不断深入社会方方面面,人们的行为不断处在一个传统文化行为缺失与变异之中。川人酷爱的茶馆也不例外。当城市中的茶馆变得千篇一律,越来越流水线、工业化的时候,意味着茶馆也逐渐步入了“一元化”时代。诚然,标准化的事物越多,拥有的真正自由的、市井的生活便越少。<sup>[2]</sup>就如所谓现代化,带给世界一个“标准化”模式。但现代化又不应等同于一元化,就川地茶馆而言,一个茶馆个性越是突出、服务越是到位,坊间影响力就越高。可以说,茶馆的未来在于茶馆差异性的发掘与塑造,更在于传统文化的保护与发展——既要保护民族文化历史传统,又要符合现代人的价值理念,如此方能在商品化社会中做到传统茶馆与现代文明的长久共存。

## 一、传统与现代——星巴克对于川地茶馆的启示

星巴克,一个主导世界咖啡馆市场的企业,其不仅创造了巨大经济效益,而且让咖啡文化在全球遍地开花,今天的星巴克也已成为中国城市精英们的“心头好”——喝咖啡,居然喝出了全球性的品牌产业,不禁令人审思——中国有千年的茶文化,为何在国内、在视茶如命的川地没能喝出一个像星巴克的茶馆产业品牌呢?

从商业角度看,星巴克的成功主要迎合了现代人物质和文化消费需求,即注重服务过程和特色产品。对于星巴克而言,咖啡只是一种载体——通过这种载体,星巴克把一种文化环境传递开来,即“浪漫”。走进任何一家星巴克,环境古色简约、开放式吧台、友好专业的服务、工艺考究的器具和绿色的基调,都使得在星巴克的消费环节中不仅体验了现代气息的文化,而且在潜移默化中也依赖上了这种文化。

这与现代川地茶馆的经营是有明显差别的,川地茶馆尤其是老茶馆发展至今,在传统经营飘摇之时仍未树立自身发展的“现代化”之路。比如“茶博士”,在历史上的茶馆之中扮演了重要角色,但他们大都没有经过系统的训练和考核,更别说在茶馆提供专业化服务。现在传统茶馆经营者大都是个体户、退休人员,其管理体系可见一斑。再加上传统茶馆一般位于市区的清幽之地,目标群体大都是追寻清幽休闲之所的老百姓,而忽视了年轻群体,也就与时尚失之交臂。虽然有为数不同的现代茶楼,但是其过分商业化的经营方式带来了更多的封闭性,面向的群体基本为商人、白领人士,而不是面向社会公

众,从而也就注定了其影响场域的限制性。

纵观世界饮料史,几千年来咖啡与茶在全球范围内一直是世界两大最主要的饮品,谁也取代不了谁。中国茶馆文化源远流长,发展至今,缺的其实就是一种主打品牌和深入人心的消费理念。中国民间文学故事传承那么丰富,有关茶文化故事传说亦是浩瀚,各个少数民族茶文化更是多姿多彩,却并未出现一个整合机制能带给不同消费群体全面地消费与享受。作为饮茶重地的四川地区,不能不把茶馆的现代化经济价值和文化等的附加值加以重视。

## 二、守望与转型——川地市井茶馆的出路审思

茶馆,是真正沉浸在四川人、成都人血脉中的精神结晶。据作家流沙河在《老成都·芙蓉秋梦》一书的考证,早在1000多年前,四川就有了世界上第一家茶馆,世俗饮茶文化遂此流布为大众生活。在《成都通览》的记录中,清末民初,整个成都,街巷只有500多条,可茶馆占据了400多家,衍至1930年代,茶馆数量更是剧增到了600家,每日茶客人数就高达12万人。在近代,巴蜀文坛的重要人物,像李劫人、沙汀、马识途等等,那是年头月尾都常在茶馆消磨时光;后来抗战军兴,大学避难西南,流落此处的陈寅恪、老舍、刘大杰诸人,更是架不住茶社的目挑心招,沉浸于此桌椅碗茶中,或藉卉饮宴,或种学织文,或月旦春秋,好不热闹。至今,仅成都一地,每天就有超过1/4的市民在茶馆打发日子,这也是全世界任何一个地方都没有的景观。可以说,那些欹斜的破竹椅,不成样子的木板桌,黑压压沸反盈天的人群,或粗声粗语,或默然发愣,或米盐博辩的争吵,或闭目掏耳朵,构成了当代成都人俗世生活的理想和现实——这种巴适的,有质感的,又是稀松平常、日复一日的恬淡生活,本质上是人文的、厚中的、精致的地域风貌写照。

分享信息、交流感情与消磨时光,这是川地人民“泡茶馆”的一大原因,茶馆所提供的公共空间也迎合了各种所需。但如今城市中的川地茶馆,门庭若市已是镜花水月,具有现代特色的现代茶楼更是门可罗雀、其内甚是华而不实。哈贝马斯认为,“公众对文化从批判的态度转向了消费的态度,这是公共领域的结构转型的一个因素。”文化消费已经成为现代消费的重要部分,但同时又要以物质的消费为根基。因此根据笔者的相关调研,尝试得出以下可行的建议:

第一，整合地方文化传统。在大部分川人眼中，茶馆依然是“麻将馆”的代名词。麻将是川人最为喜爱的娱乐方式，有着“搓麻”习俗的茶馆，被称之为“清茶馆”，有别于居于闹市的现代茶楼，是普通市民喜爱和常去之所。每到周末或夜幕降临，拉着熟人与朋友便躲进清幽中带点小吵闹的茶馆，几套桌椅、几杯茶水，便齐聚了一个小茶馆。尤其是当地的老年人，更喜欢泡茶馆，主要就是为了找人聊天解闷，不至于每天处于“不知魏晋的世外桃源”；当然也会有一些年轻人来此会客谈生意。由此可见，茶馆在当地起到巩固既有的社会关系网络或者是开发新的关系链条的社会场域角色。如今，越来越多的老年人光顾当地茶馆，尤其是“赶场”，茶馆几乎都是座无虚席——打牌、闲聊，也成了他们的日常生活。这种休闲娱乐的传统可以通过相应的规划来形成一定产业，持续结合实际情况，开发新的项目，带动新的消费。

第二，整合特色旅游资源。来川渝旅游的人必定会去茶馆泡一泡，感受一下这里古老而又鲜活的民风民俗——川渝老茶馆，不似广东功夫茶般讲究，上海茶馆般现代，总带有川人“懒散”之态。旅游者一走进川渝之地，顿感生活之舒适，那种慢节奏是无法刻意伪饰出的，特有的川渝心态于茶馆中展现的淋漓尽致。旅游者对异文化多是带有猎奇之心，抓住这一特点便能把文化旅游整合好。旅游者由于有着时空等限制，这就需要有一个固定的地域时空集中展现其特色文化，能让其快速体验他者文化。地理空间架构不大的茶馆，便是一个特色的公共空间，适当加以利用，集中展现特有文化生态，也能打造成一张靓丽的名片。

第三，整合商业文化资源。茶馆诞生之初，作为一个有效的公共空间，自古就受到商业人士的青睐。“商人有其固定的茶馆洽谈生意，许多交易都在茶馆做成。现在的商业文化有别以往，其精英思想更加浓厚，所以出现了大量的会所、俱乐部等，他们大都注重宁静、隐私与雅致的氛围。如果能将这些文化传统加以规范和商业开发，也会产生一定的经济效益和社会效益。

### 三、川地传统茶馆的现代角色

茶馆作为一种公共空间，为人们提供了充分的文化创造和文化享用的条件，即在一套“无序之序”中寻求着“自我文化”生产的“自主自治”：

一方面，在成都的传统社会生态中，三百六十行都把茶馆当做交易聚会、获取信息的好去处，茶馆成为社会生活的一面镜子、一个缩影。在传统成都社会中，茶馆还兼有调解社会纠纷的职能——亲朋邻里之间若出现了纠纷，双方约定到茶馆“评理”，凡上茶馆调解纠纷者，由双方当事人出面，请当地头面人物调解，双方参加辩论的对手经过一番唇枪舌战之后，由调解人仲裁。所谓“一张桌子四只脚，说得脱来走得脱”。如果双方各有不是，则各付一半茶钱；如是一方理亏，则要认

输赔礼，包付茶钱；另一方面，如今的茶馆成了市井娱乐、旅游观光的场所。在茶馆里，不仅可以评书、川剧等文化精粹，还可以加入身边打牌、下棋、打麻将的大军，体会成都市井烟火的“巴适”。现代茶馆的服务形式越来越丰富，内容愈来愈市场化，由此也滋生出许多模式化的、流水线的商品经营理念，这无疑对成都人赖以生存的“茶馆生态”造成了一定冲击，在现代化进程中，不可逆地摧毁一个个民间文化绿洲。

古人讲的“修其教不易其俗，齐其政不易其宜”，也不是说“教”和“政”就好于或高于“俗”和“宜”，所以才要“修”和“齐”；而是说要用“教”和“政”来保底，让“不易”也不可“易”的世俗传统有更好的发展条件，这也许便是“雅俗共赏”的终极奥义。在茶馆之中民间新闻、商业信息和俗文化不断被创造、被交流，这个公共空间可以容得下“庙堂”，更能容得下“江湖”，在这种包容极强的场域中，我们当下现代化之下的种种民生民情在茶馆之中也一定会有恰如其分的表达和发展。

### 结语

川地茶馆伴随着川地悠久的种茶、饮茶历史兴起、发展，已然成为川地百姓生活中不可或缺的一部分。另一方面，随着中国城市化的大踏步前进，人们的生活节奏越来越快，“慢”之呼声亦越来越得到人们的认可，越发终极追寻心灵的满足和市井烟火气息。而川地的传统茶馆自古就这些社会和文化功能，在现代化、市场化迅速发展的今天，川地的市井茶馆如何利用自身公共空间优势找到有别于星巴克的另外一种“潮流”产业，这需要相关学者和创业者的进一步调察、审思。

### 参考文献

[1]袁祖社，“公共性”的价值信念及其文化理想[J]，中国人民大学学报，2007（1）

[2]王笛.公共生活的恢复：改革开放后的成都茶馆、民众和国家[J]，开放时代，2018（5）

基金项目：2021西藏大学大学生创新项目“川藏茶馆文化比较研究——以成都、拉萨为例”（项目编号：2021XCX001）

### 作者简介：

秦海涛，河南新乡人，2001年9月生，西藏大学2019级历史师范本科生，学号1940110117

嘎玛占堆，西藏大学2019级藏语言文学本科生，学号1940308120

次仁曲珍，西藏大学2019级藏语言文学本科生，学号1940103110

尼玛桑姆，西藏大学2019级历史师范本科生，学号1940110136

祝振宇，武汉警官职业学院2019级信息工程系本科生，学号80191139