

茶花文化傳播推動永續城鄉

(1) 書籍或文章的閱讀動機

近來來，「永續發展」席捲全球，除了期待企業、學校、社區以及政府能夠加速進行永續相關行動以外，也舉辦希望與行動的種子展，期待更多人從自己生活開始落實永續。這門課是「媒體與傳播文化」，於是我開始思考：「文化的傳播」和「永續發展」之間有何關聯性？也與這門課第三單元「地方資源開發傳播扮演角色」相關。

文化，是人類的生活要素型態的統稱。永續發展，是人類因應全球性挑戰的改善方式。既然提到文化就必然關係到人類的生活，而永續是從生活中開始行動的一個概念，由上述思維，文化與永續之間具有密不可分關聯性。我開始上網搜尋，包含文化傳播與永續概念，平面和電子各式媒體報導，查閱文獻記事。

(2) 獲得書籍或文章啟發的章節內容

文章裡呈現：「中華大學為盡在地大學社會責任，多年來已經主動參與和主辦茶花相關教學、研討和大型結合茶花展，如中華大學景觀建築學系，應中華民國茶花學會邀請，協助舉辦「2019年全國茶花展」，學生利用海報作品展覽方式，展現組合茶花盆栽之美，發揮創新創意想法，作品呈現生動活潑的視覺感官體驗。」

由上述文章內容，引發我好奇「媒體」的定義。我思考：「除了海報，其他提到的推廣茶花的方式是媒體嗎？」與網路資料比對後，我認識到活動的組織和公眾演講包含在大眾媒體的範疇之內，即可籌劃推出音樂祭、成果展、講堂和教學活動，也屬於媒體。我查詢到一段文字有助於理解媒體的定義：「傳播與間接溝通需透過媒體，面對面的溝通若透過紙筆交談、傳遞紙條或第三者傳譯，其實也有了中介物，都可稱之為媒體。」

另外，我觀察到文章裡，中華大學為了茶花在地創生、永續經營地方產業，透過各式各樣的媒體向閱聽人（傳媒受眾）推廣茶花，使閱聽人開始認識、欣賞茶花之美，進而喜歡茶花，產生認同，於是開始前往觀光、購買回家擺設增添美感以及種植茶花。讓我意識在這事件中媒體扮演的角色——傳播文化，也印證網路資料敘述的：媒體會影響人們的態度與行為，並非中性呈現訊息，其對目標受眾會造成思想與行動的影響。畢竟是先有意圖要傳播茶花文化，並將茶花農業永續發展下去，才會有後續使用媒體向大眾推廣茶花。

總體而言，媒體會影響文化，接著將會帶動茶花銷量，達到茶花產業經濟成長。若閱讀不同內容的文章，可以看出媒體如何與意識、文化、情感、霸權、社會規則、權力、思想等方面產生相互作用。

同時，此事件也印證：SDGs的三大層面（環境保護、經濟成長、社會進步）會連帶影響。中華大學的「馥活茶花智慧創生計畫」，達到了三項SDGs的目標，其中一項是第11項永續城鄉，此項屬於環境保護層面及社會進步層面。

(3) 自己的論述或觀點

以此文章及「馥活茶花智慧創生計畫」所述，我認為除了已落實的藝術、文化、觀光、行銷及教育策略，還可以宣傳茶花的營養及護膚價值，將更進一步邁向永續經營茶花產業。

若中華大學要擴展茶花推廣面向一宣傳茶花的營養及護膚價值，我在想：「是不是可以與有設置醫學院或健康學院的學校、相關研究中心或推出茶花產品的企業合作呢？」

一方面，中華大學的虛擬實境平台可以結合合作學校或相關研究中心的實驗，達到證明以及使用新科技的方式呈現茶花的營養及護膚價值，將讓虛擬實境平台上茶花的資訊更豐富。另一方面，中華大學可以與販售茶花飲食、護膚和美妝產品的企業合作，並在虛擬實境平台上推出，提升行銷的產品廣度，擴展茶花消費族群，使重視養生及身體健康的人成為茶花

消費族群之一，提升茶花產業經濟成長，也邁向永續經營地方產業。

總體而言，為了永續經營茶花，未來學校可以開發茶花高經濟價值，尋求茶花賣點，並結合虛擬實境、創意，使媒體開創不一樣的面貌，將茶花美好的形象及其他價值影響大眾，打造茶花在地創生。

(4) 參考文獻

1. 中華大學為國際知名茶花產業永續經營札根：

<https://www.uknownews.com/page/article/show.aspx?num=2176>

2. 大眾媒體

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%A7%E7%9C%BE%E5%AA%92%E9%AB%94>

3. 永續發展三面向

<https://www.tri-small.com/blog/posts/1101207001>

4. 2024 USR成果展 - 馥活茶花智慧創生計畫海報-簡易講稿-1131008.pdf