

陶瓷文化数字化传播的价值、问题与对策

孙珺艳¹, 苏守波^{2*}, 赵晓强³

(1. 山东理工大学马克思主义学院, 2968730001@qq.com; 2. 通信作者, 山东理工大学马克思主义学院, sushoubo@sdut.edu.cn;
3. 山东理工大学马克思主义学院, 1097204895@qq.com)

摘要: 陶瓷文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分, 体现着中国陶瓷艺术的独特魅力。随着数字技术的迅速发展, 数字化传播成为促进陶瓷文化实现多模态呈现、动态化发展和国际化传播的重要方式。通过文献研究和案例分析发现, 陶瓷文化在数字化传播过程中仍存在传播深度不够、纯粹性不强及竞争力不足等问题。为此, 可通过创新技术应用、深化价值认同, 规范产业发展、优化传播环境, 弘扬民族特色、拓展传播空间等措施, 为陶瓷文化数字化传播提供有效的实践路径, 实现陶瓷文化高质量传播。

关键词: 陶瓷文化; 数字化传播; 数字技术

陶瓷文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分, 具备丰富且独特的文化内涵和价值, 展现了中国的风采和魅力。习近平总书记在江西考察时强调: “陶瓷是中华瑰宝, 是中华文明的重要名片。”^[1] 指明了陶瓷在中华文明中的重要地位, 为陶瓷文化的现代化传播提供了价值导向。2023年2月, 中共中央、国务院印发的《数字中国建设整体布局规划》强调: “推进文化数字化发展, 深入实施国家文化数字化战略。”^[2] 这为文化的数字化传播提供了发展机遇, 也为陶瓷文化产业发展注入了新的活力。基于此, 探索推进陶瓷文化数字化传播的有效对策, 促进陶瓷文化高质量传播, 对于提升陶瓷文化国内外知名度和国际影响力具有重要意义。

1 陶瓷文化数字化传播的价值意蕴

陶瓷是陶器和瓷器的统称, 是中国的独特名片, 蕴含着历代中华儿女的劳动智慧, 承载着普遍的价值观念和朴素的哲学思想^[3]。陶瓷的实用功能与审美价值在历史长河中形成了内涵丰富的陶瓷文化。陶瓷文化传播是推动陶瓷文化传承与发展的基础方式, 能够充分展现陶瓷文化的历史意义和当代价值。随着数字时代的到来, 陶瓷文化的数字化传播已成为将传统陶瓷文化与现代数字技术相融合, 并运用数字媒介形式将陶瓷文化的外貌特征、制作工艺、内涵价值等进行数字化呈现的创新方式。这一传播方式既能保证传统陶瓷文化的延续传承, 又能有效扩展

陶瓷文化传播空间,为陶瓷文化的创新发展提供良好契机。

其一,有利于实现陶瓷文化多模态呈现。习近平总书记指出:“高扬中华民族的文化主体性,把历经沧桑留下的中华文明瑰宝呵护好、弘扬好、发展好。”^[4]在数字时代,陶瓷文化数字化传播成为呵护、弘扬与发展陶瓷文化瑰宝的新方式,能够凭借多样化的数字技术使陶瓷文化实现传递方式和媒介形式的多模态呈现。比如,图像识别、三维建模、混合渲染等技术将陶瓷文化艺术品转化为数字形式,使陶瓷艺术品的光泽、纹理、釉色等工艺特征能够在数字空间中转化为可量化分析的视觉化数据,推动陶瓷实现从器物实体到数字符号的跨越式转变。同时,在数字化传播中,虚拟现实、增强现实等新型技术成为促进陶瓷文化沉浸式体验的有力支撑,能够使受众在数字化场景体验、时空交互等多模态感观呈现中感受陶瓷文化的独特魅力。

其二,有助于激活陶瓷文化发展新动能。数字化传播为陶瓷文化产业提供新的生存空间,催生陶瓷文化产品新形态和新模式,进而推动产业链的兴起与发展。依托相关产业链有助于推动陶瓷文化存量资源转化为新的生产要素,促进陶瓷文化数字化资源供给体系的更新与发展。同时,陶瓷文化数字化传播能够促进陶瓷文化产业与文化事业互利共生,在产业蓬勃发展中不断培养高水平、专业化人才。例如,景德镇的“陶溪川”在传统产业风貌基础上,融合陶瓷文化、数字科技、教育培训等发展模块,充分融合历史痕迹和传统元素,营造了以陶瓷文化遗产带动经济复兴的良好生态,为更多陶瓷文化爱好者提供集生产、消费、学习于一体的多维发展空间^[5]。

其三,有助于促进陶瓷文化国际化传播。习近平总书记在党的二十大报告中指出:“加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音。”^[6]在数字化传播中,数字技术使陶瓷文化内涵的中华文明基因和精髓跨越时空界限,在世界范围内流传,使世界各国人民了解陶瓷文化。同时,陶瓷文化传播主体在数字化传播中不断更新陶瓷文化叙事方式,有助于创造性地讲好中国陶瓷的故事,有利于陶瓷文化故事以更加生动、有趣的形式呈现在国际友人眼前,使更多受众全面、深入地了解陶瓷文化、了解中国,为提高国家文化软实力和推动社会主义文化强国建设注入创新活力。

2 陶瓷文化数字化传播的现实问题

陶瓷文化数字化传播为陶瓷文化的呵护、弘扬和发展注入创新动力,使中华儿女对陶瓷文化的认知与情感不断加深,但也存在传播深度不足、纯粹性不够以及竞争力不强等影响陶瓷文化数字化传播效果提升的问题。

2.1 价值转化问题限制陶瓷文化数字化传播深度

数字技术是中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要助推器,利用数字技术传播中华优秀传统文化,首先要解决文化价值核心的技术转换问题^[7]。在受众对精神文化产品需求不断升级的情况下,数字化传播尤其需推动陶瓷文化核心价值的符号化转化,但当前陶瓷文化价值数字化转化的不足限制了数字化传播的深度。例如,有学者认为,尽管宜兴能够运用微信平台等数字化形式进行陶瓷“非遗”技艺的呈现,但多采用新闻和人物介绍的方式,对于宜兴特色陶瓷的发展历史、艺术

形式、技艺特点和文化价值等内容的数字化梳理和研究还有所欠缺^[8]。

究其原因,一方面在于陶瓷文化数字化传播更多注重陶瓷器物外在表征的呈现,而忽视陶瓷内在价值的数字化转化,导致陶瓷文化数字化传播从深厚的价值背景中抽离。在数字化传播中,陶瓷文化仅表现为纯理性的数字符号,缺乏感性内容的转化与传播,阻碍了陶瓷文化核心价值的充分表达。另一方面,随着数字技术的迅猛发展,各类短视频平台成为受众获取信息的主渠道,使受众获取信息由整体性转变为短暂的快速浏览。为提高陶瓷文化的浏览量与关注度,传播主体运用网络平台等数字化形式传播陶瓷文化,使陶瓷文化的内涵与价值传播不可避免地出现讲解深度不够的问题。加之网络空间的去中心化使全体网民皆可在网络上发表观点、创造作品,共同生产信息,这也对陶瓷文化数字化传播的质量造成一定影响。例如,在自媒体影响下,许多从业人员“各显神通”,出现了很多鱼龙混杂的所谓“大师”“名人”,给大众的陶瓷文化认知带来很多困惑,让很多喜爱传统工艺文化的群体望而生畏^[8]。长此以往,陶瓷文化的价值转化难题将日益突出,使受众对于陶瓷文化价值的探索兴趣逐渐降低、情感发生淡化,不利于形成和深化对陶瓷文化的认同。

2.2 资本逻辑淡化陶瓷文化数字化传播纯粹性

数字时代,“以文化创意为轴心,以科技创新为脉络”的数字创意产业成为中国在全球“文化竞合”格局中推进文化自信的重要战略^[9]。受众的精神文化需求升级也推动了传统文化与数字技术相融合,然而文化消费主义、流量至上等传播现象也随之产生。例如,在抖音、小红书等短视频直播间,部分主播运用“开窑建盏”等

戏剧化视觉刺激吸引观众,以廉价艳丽的工业瓷器和敲碎瑕疵品的夸张行为获取流量,使陶瓷文化数字化传播变为“开盲盒式”的猎奇活动,以此提高陶瓷产品的销量^[10]。

采用具有视觉冲击的直播形式是陶瓷文化数字化传播的创新之举,但受资本逻辑的影响,受众易产生文化消费主义和审美降级的倾向。

一方面,文化消费主义导致陶瓷文化数字化传播的功利化。文化消费主义在本质上是受资本驱动并蕴含资本主义意识形态的一种非主流文化^[11]。在此观念的影响下,部分主播忽视陶瓷文化数字化传播的真实性和完整性,使陶瓷文化成为消费者“解压”的手段和包装自身的“道具”,导致受众消费陶瓷与陶瓷文化不再因喜爱与欣赏,而是出于对文化消费主义和虚拟身份的盲目追寻。同样地,有学者认为唐山陶瓷发展模式重视发展经济利益,忽视文化效益的转化与传播,导致了唐山陶瓷缺少文化内涵与价值的承载^[12],使受众难以自觉形成对于陶瓷文化数字化传播的敬畏与尊重。

另一方面,流量至上导致审美降级。一个民族在长期历史发展中沉淀形成的反映其主流生活方式和审美追求的审美趣味,是了解民族整体性格特点、文化特征和精神氛围的窗口^[13]。陶瓷文化作为中国美学观的重要组成部分,其数字化传播的美学传递能够折射出中华民族的审美旨趣。然而,在流量经济的主导下,瓷碗开窑、紫砂壶断水检验等类似直播忽视陶瓷文化的审美价值,以做工粗糙的工业瓷器和视觉冲击的形式代替文化内涵阐释,为陶瓷文化数字化传播“披上”流行文化的“外衣”,使得陶瓷文化成为流量的附庸和吸引观众眼球的工具。在这一过程中,陶瓷文化中蕴含的东方哲学变为娱乐性元素,不

利于陶瓷文化审美价值的阐释与受众审美旨趣的提升。

2.3 多元文化弱化陶瓷文化数字化传播竞争力

当前,数字技术的便捷化促使各民族文化持续交流碰撞,形成了各具特色、多元开放的文化格局。然而,随着媒介技术的飞速发展和全球化程度的不断加深,跨文化间的交流交锋交融也日趋频繁^[14]。这为陶瓷文化数字化传播带来了多元文化交流的繁荣局面,也使其竞争力面临前所未有的冲击与挑战。

一方面,多元文化冲击影响陶瓷文化传播的效能。为吸引更多受众的关注和喜爱,部分数字化传播者在传统陶瓷文化基础之上利用数字化技术融合多样文化元素,以期在快速发展的多元文化环境中提升陶瓷文化数字化传播的竞争力。然而,在数字化传播过程中,部分传播者与设计师产生了“浮躁”心理,在引入或融合多元外来文化中未能把握合适的尺度,面临陶瓷文化创作和传播困境。有学者指出,《china·瓷》作为国际合拍项目,拥有鲜明的主题定位和数字化的媒介支持,但受海外受众观影习惯的制约,一定程度上削弱了自身的民族性和历史性,较难进行真正意义上的文化交流^[15]。长此以往,陶瓷文化数字化传播的内容将缺乏个性化,使陶瓷文化数字化传播的竞争力不断减弱,影响我国受众对于陶瓷文化的信心。

另一方面,多元文化冲击一定程度上挤占陶瓷文化传播空间。在多元开放格局影响下,开放的数字化传播渠道使受众接受来自各国的多元文化,但令人眼花缭乱的多元文化一定程度地分散了受众的注意力。例如,以传递西方文化价值为主的《钢铁侠》《指环王》等数字化影视作品

具有较强的吸引力,在我国拥有可观的传播空间。相比之下,我国陶瓷文化数字化传播的吸引力相对欠缺,在同多元且新颖的外来文化交流碰撞中缺乏竞争力,使其传播空间受到挤压。加之数字平台的受众以年轻人为主,他们较易受多元文化吸引,对于陶瓷文化的点击量与关注度相对较少。最终,由于较难形成集中且持续的传播效应,陶瓷文化数字化传播的竞争力遭到一定程度的削弱。

3 陶瓷文化数字化传播的对策建议

为有效解决陶瓷文化数字化传播过程中的现实问题,传播主体须平衡理性数字技术与感性文化价值、健康文化审美与资本逻辑干扰、中华文化特色与多元文明冲突之间的矛盾,为陶瓷文化数字化传播提供针对性的对策建议。

3.1 创新技术应用,深化价值认同

面对陶瓷文化价值转化问题,需积极贯彻文化数字化建设战略,完善并创新数字技术应用,将陶瓷文化的核心价值转化为发展优势,以此深化受众对于陶瓷文化价值的认同感。

一是构建陶瓷文化基因库,提升价值转化精准度。在数字技术浪潮中,陶瓷文化价值转化问题产生的原因主要在于部分数字技术对于陶瓷文化解码的表层化。为破解这一传播困境,构建陶瓷文化数据库、汇集“基因式”的陶瓷文化信息是适应陶瓷文化数字化传播的有效举措。传播主体应运用数字化技术,对陶瓷进行全方位的扫描和分析,精准提取其中的文化历史、工艺、哲学等元素,开发陶瓷文化价值解读技术并将相关信息进行存储。例如,借鉴中共中央宣传部文化体制改革办公室牵头建设的中国文化遗产标本库、中华民族文化基因库等相关大数据体系,构

筑“陶瓷样态标本库”“工匠精神记忆库”等陶瓷文化数据库,以便充分利用各库数据,挖掘陶瓷工艺背后的深厚价值。

二是创新价值转化技术,增强陶瓷文化认同感。在三维建模、数字影像等传统数字和传媒技术应用中,应注重对陶瓷文化价值的阐释、解读和转化,确保受众在欣赏陶瓷文化数字化作品中理解其背后的历史文化渊源。在此基础上,运用扩展现实、人工智能等先进技术模拟陶瓷制作的历史文化场景,使受众在互动体验中深刻感受陶瓷文化的价值。例如,设计类似于火爆全球的游戏《黑神话:悟空》等以陶瓷文化的内容、价值为道具元素的游戏或动漫,使受众在娱乐时体验数字化作品隐喻的陶瓷文化价值,在潜移默化中增强受众对陶瓷文化历史、艺术和精神价值的深刻认识,充分感受中华文明中蕴含的造物智慧。此外,在陶瓷博物馆、科技馆等线下展馆中,要利用手势识别、眼球追踪等数字技术,精准识别受众的情感价值需求。也要进一步运用算法推荐、混合现实等技术使受众感受到符合自身情感需求与认知水平的陶瓷文化数字化传播内容,实时更新数据并动态调整陶瓷文化数字化传播的侧重点,通过信息建库、数据转化、情感共鸣的传播链条,使数字化传播成为充分展示陶瓷文化价值的智能化传播方式。

3.2 规范产业发展,优化传播环境

文化供给的健康发展要坚持社会效益和经济效益双丰收,做到量大质优^[16]。面对陶瓷文化数字化传播的资本冲击,应将社会效益摆在首位。在标准制定、环境优化、审美升级中,优化陶瓷文化数字化传播方案,提升陶瓷文化数字化消费观念与审美旨趣。

一方面,健全文化产品生产标准,形成健

康消费观念。为纠正陶瓷文化数字化传播主客体的消费观念,相关部门应以我国的《数字遗产保护章程》为依据,健全陶瓷文化数字化传播的产品认证标准,严格审核陶瓷文化商业直播与应用,保证陶瓷文化数字化传播内容与形式的客观性、真实性。同时,传播者应秉持对陶瓷工艺历史的尊重和文化的敬畏,为陶瓷文化产品的数字化生产注入工艺价值和历史深度。基于此,陶瓷文化数字化传播产品的质量将不断提升,进而使得消费者能够形成积极健康的消费心理。消费者在获取陶瓷文化产品中能够认识到消费陶瓷文化产品不只是物质享受,更是精神追求和文化遗产,逐步提高受众对陶瓷文化的认知和理解。

另一方面,优化文化传播环境,提升受众审美追求。在纠正陶瓷文化消费观念的基础上,应优化数字技术与陶瓷美学相结合的传播环境,以纠正流量至上的消极观念。陶瓷文化数字化传播平台需建设算法审查机制,剔除以引流和娱乐化为目的的陶瓷文化数字化传播活动。实时追踪受众对于“泛娱乐化”内容的关注度,必要时触发“审美纠偏”程序,确保符合主流审美的陶瓷艺术品和产品的推送。传播者和设计师更应在坚定陶瓷文化自信的基础上从陶瓷文化中获取美学灵感,结合数据创作出既符合大众审美又富有深意的陶瓷文化数字化传播作品。此外,面对丰富的陶瓷文化数字化传播资源,受众应保持清醒头脑,透过现象发现其背后消费主义的本质,在明辨消费主义中坚定文化自信,成为有品位、有追求的陶瓷文化数字化消费者。

3.3 弘扬民族特色,拓展传播空间

习近平总书记在党的二十大报告中指出:

“推进文化自信自强,铸就社会主义文化新辉煌。”^[6]面对多元文化的冲击,陶瓷文化数字化传播首要的是坚定文化自信,充分把握好中华优秀传统文化与外来文化的关系,在全球文化交融中保持中华文化的独特性,实现陶瓷文化数字化传播的高质量呈现,不断拓展陶瓷文化传播空间。

一是弘扬民族特色,增强品牌影响力。陶瓷文化数字化传播主体应将区块链和人工智能等数字化技术与陶瓷文化的样式、风格等相结合,形成可交互式的陶瓷文化图谱。依托数字化传播平台,全方位宣传与展示中国陶瓷的鲜明特色,如釉彩工艺、景德镇的青花瓷、耀州窑的剔花等亮点内容。同时,合理吸收多元文化成果,开发出既具中国特色又有国际风采的陶瓷文化数字化传播创意产品。此外,相关部门应积极鼓励各类陶瓷文化传播主体依托数字技术,立足我国陶瓷文化特点,打造具有影响力的国际品牌。例如,积极宣传“陶溪川”文化品牌,形成类似“亚马逊景德镇陶瓷专区”的品牌矩阵,建设海内外陶瓷文化数字化传播体验馆,打造陶瓷文化国际品牌集群,进而实现陶瓷文化传播与品牌发展深度融合,提升陶瓷文化品牌的国际影响力。

二是搭建国际交流平台,提升陶瓷文化知名度。政府和相关部门应积极搭建国际陶瓷文化数字化传播交流平台,通过开展常态化的陶瓷文化数字化传播交流论坛、“一带一路”共建国家陶瓷文化交流峰会等,吸引来自各国的陶瓷爱好者共同探讨陶瓷文化的内涵价值、实践成果和市场动态。一方面,运用全媒体手段推送陶瓷文化元素的图文、影视作品,增强国内受众文化自信,提升陶瓷文化海内外知名度。例如,2025年春

节档爆火的动画电影《哪吒之魔童闹海》,其中的“七色宝莲”“玉液琼浆瓶”造型富含陶瓷文化元素,是数字技术和陶瓷文化相结合的成功案例,使陶瓷文化在轻松愉悦的氛围中得到广泛的传播,获得海内外受众尤其是青年群体的高度关注。另一方面,通过设立陶瓷文化传播国际频道或打造专题纪录片,使陶瓷文化以多语种及跨文化的方式,在保持中国陶瓷文化特色的同时减少“文化折扣”的影响,在国际化与本土化之间找到和谐的“平衡点”,实现文化价值的传递与共鸣,不断拓展陶瓷文化的传播范围,提升中华优秀传统文化国际影响力。

4 结束语

陶瓷文化是中华民族的瑰宝,蕴含着丰富的历史文化内涵。习近平总书记强调:“探索文化和科技融合的有效机制,实现文化建设数字化赋能、信息化转型。”^[4]陶瓷文化数字化传播即为陶瓷文化建设数字化赋能的新方式,能够助推陶瓷文化价值朝着多模态、产业化、国际化方向深化。在对陶瓷文化数字化传播案例与现象的剖析中发现,陶瓷文化数字化传播存在文化传播深度不够、纯粹性不足等问题,为此采取创新技术应用,深化价值认同;规范产业发展、优化传播环境;弘扬民族特色,拓展传播空间等对策方式,破解当前陶瓷文化数字化传播中的难题,以期实现陶瓷文化数字化传播的新突破,使承载着千年哲学智慧与美学艺术的陶瓷文化瑰宝在新时代焕发出更加璀璨的光芒。

参考文献

- [1] 习近平在江西考察时强调 解放思想开拓进取扬长补短固本兴新 奋力谱写中国式现代化江西篇章 蔡

- 奇陪同考察[N].人民日报,2023-10-14(1).
- [2]中共中央,国务院.中共中央 国务院印发《数字中国建设整体布局规划》[EB/OL].(2023-02-27)[2025-03-20].https://www.gov.cn/xinwen/2023-02/27/content_5743484.htm.
- [3]贾聚鑫,孙晓明,戚彬.浅析中国陶瓷文化中的惜物价值观[J].山东陶瓷,2022,45(2):9-15.
- [4]习近平.锚定建成文化强国战略目标 不断发展新时代中国特色社会主义文化[N].人民日报,2024-10-29(1).
- [5]肖绚,曹昕,陈致敏.基于空间生产的陶溪川陶瓷文化空间研究[J].陶瓷学报,2018,39(4):511-515.
- [6]习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].(2022-10-25)[2025-03-20].https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [7]高卫华,贾梦梦.传统文化数字化传播有待解决的几个问题[J].当代传播,2016(2):43-45.
- [8]邓举青,刘东升.“陶都”宜兴传统陶瓷“非遗”技艺的数字化保护研究[J].美术大观,2020(11):131-133.
- [9]元冉,李凤亮.数字创意产业推进文化自信自强的“全球—地方”创新[J].理论月刊,2023(7):71-79.
- [10]本报记者.“开窑砸盏”是真实惠还是智商税?[N].消费日报,2022-09-15(A4).
- [11]曹洪军,雷宜静.文化消费主义消解主流文化的内在逻辑、运行机理与作用方式[J].南通大学学报(社会科学版),2024,40(5):23-33.
- [12]张亚楠,全丹.唐山陶瓷文化的数字化传播策略研究[J].国际公关,2024(18):130-132.
- [13]郝凝曦,骆冬青.中国传统文化的审美意蕴及其时代创新[J].南京社会科学,2024(8):121-128,141.
- [14]张明,陈波.中华优秀传统文化国际传播感召力建构研究[J].湖北社会科学,2021(8):157-162.
- [15]张静.中国陶瓷文化纪录片的跨文化传播研究[D].济南:山东师范大学,2023:78.
- [16]张振鹏.供给侧改革:助推我国文化产业转型升级[N].光明日报,2016-01-07(16).

(责任编辑:朱艳红)