

# 新媒体时代下景德镇陶瓷文化的传播路径探讨

黄雨昕 李淑琛 吴偲喆<sup>1</sup>

(景德镇陶瓷大学 管理与经济学院, 江西 景德镇 333403)

**【摘要】:** 随着互联网技术的快速发展, 数字化新媒体呈现出蓬勃发展的趋势。新媒体作为当下最先进的传播媒体, 是文化传播的重要途径。新媒体的发展也给陶瓷文化的传播带来了新的机遇和挑战。本文从新媒体的内涵出发, 分析了新媒体为陶瓷文化传播带来的变革, 并在新媒体的时代背景下, 从政府和企业两个层面, 为景德镇陶瓷文化传播提出了新的路径。

**【关键词】:** 新媒体 陶瓷文化 传播路径

**【中图分类号】:** F2 **【文献标识码】:** A

科技的发展, 催生了新媒体时代。陶瓷作为我国古代贸易的主要成交品之一, 在我国的发展有数千年之久。陶瓷文化作为我国传统文化之一, 其传承与发展是我国坚定文化自信的内容之一, 应当利用如今万物相连的大环境, 利用新媒体来推进陶瓷文化的传播。随着 5G 时代的到来与移动智能终端的普及, 网络直播与短视频逐渐成了人们生活中重要的娱乐活动, 借以其为主要载体的新媒体, 传播陶瓷文化是一种可行的路径。利用新媒体传播陶瓷文化可以在节约成本的同时, 提高宣传的广度, 景德镇传统陶瓷文化应当抓住新媒体时代带来的契机, 提升景德镇陶瓷文化的传播广度与频率, 以陶瓷文化为抓手, 形成一整套线上和线下融合的产业链, 发展以陶瓷文化为特色的经济, 带动景德镇周边区域的经济, 让陶瓷文化的保护与传承成为一件可持续的工作。

## 1 新媒体的内涵

### 1.1 新媒体是什么

媒体是一种传播信息的媒介, 新媒体也是如此。但新媒体“新”在何处? 笔者认为技术。无线通信技术和网络技术的发展为移动终端普及创造了条件, 无线网络的问世又为信息传播提供了媒介。因特网将四散的资源整合起来, 方便人们自由获取信息。借用匡文波教授对于新媒体的界定, 新媒体是借助计算机(或具有计算机本质特征的数字设备)传播信息的载体, “数字化”和“互动性”是新媒体的根本特征。

### 1.2 新媒体的优势与劣势

新媒体相对于传统媒体来说也更依赖于技术。技术上的进步使新媒体更加适应数字化时代大众对于信息获取的需求, 也为陶瓷文化传播提供了更加便捷的途径。基于数字化特性, 新媒体能做到即时性、信息的海量性以及检索便捷、个性化以及分众性, 但是以网络直播和短视频为主要形式的新媒体, 会不可避免地出现同质化、片面化和套路化的现象, 这为陶瓷文化的传播同时带来了机遇和挑战。

**作者简介:** 黄雨昕(2000-), 女, 汉族, 经济学在读本科生, 研究方向: 国际经济与贸易;

李淑琛(2000-), 女, 汉族, 经济学在读本科生, 研究方向: 国际经济与贸易;

吴偲喆(2000-), 女, 汉族, 经济学在读本科生, 研究方向: 国际经济与贸易。

**基金项目:** 国家级大学生创新创业项目“‘西洲’手机应用软件——传统文化的传播与推广”(201919408038)的阶段成果;

---

优势之一是即时性。相对于传统媒体,新媒体能全天候地对信息进行加工和发布,打破时间局限。加之移动终端的普及为条件,打破了对于地点以及载体的桎梏,有利于用户更早地获取所需信息。

优势之二是信息的海量性以及检索便捷。数字化与互联网的存在使得信息的存储变得便捷,只用在搜索引擎中输入关键词,就能找到大量的新媒体信息,有利于用户对于信息的搜集及筛选。

优势之三是个性化以及分众性。根据大数据对于新媒体发布的信息关键词以及用户本人搜索引擎的统计与交叉结果,网页或者 APP 页面会向用户自动推荐信息,有利于用户对于同一信息不同方面的了解以及信息的整合。

优势之四是互动性。传统媒体因其传播媒介的特殊性,以至于用户难以将自己的观点传递给信息发布者。而新媒体通过点赞、评论和转发等互动方式能让信息发布者与用户达成良好的互动性。

劣势之一是同质化和套路化。为了流量和关注,很多发布者会照搬一些其他高流量的作品,这样会使内容缺少特色,显得过于娱乐化,易引起大众的反感。

劣势之二是片面化。新媒体的使用者大多数不是专业人士,他们发布的内容大多数娱乐性较强,难免会导致作品内容的片面化,不足以让大众体会到更深层次的文化内涵。

总的来说,新媒体具有较高商业价值,方便进行较低成本的传播,因此有利于商户或企业的产品宣传等宣传活动,对陶瓷文化的传播利大于弊。

### 1.3 新媒体带来的变革

新媒体改变了传统的传播方式,打破了传统的信息获取方式。人们可以从移动设备来获取大量高效且免费的信息,并传播信息。新媒体的时代甚至可以被称为“全民皆媒”的时代。

对于经济生活而言,促进了新兴职业的产生。自媒体工作者的增加从一定程度上缓解了就业困难,商户、企业借助新媒体来推广产品也能在一定程度上节约成本。

对于文化生活而言,使教学模式不再拘泥于传统模式。用户可以通过网课自学课外内容,对课内内容查漏补缺。同时,学生与老师可以在评论区或其他形式进行互动沟通。

对于娱乐生活而言,新媒体给予了娱乐更多的互动性。用户可以在移动设备界面发表自己的看法,与其他用户或是作者进行互动,打破了沟通在时间空间上的局限,从一定程度上达到开阔视野和扩展社交范围的作用。

## 2 景德镇陶瓷文化传播的困境

景德镇陶瓷文化是中国陶瓷文化的集大成者。景德镇瓷器瓷质有“白如玉,薄如纸,明如镜,声如磬”的特点,以及独特的玲珑瓷工艺。底蕴深厚的陶瓷文化却没有传播到全国各地,可见景德镇在陶瓷文化传播方面做得还远远不够。目前景德镇陶瓷文化存在着传播力度弱、输出面小,文化吸引力弱,对新媒体利用不充分,文化展现切入口小等问题,打破当前困境的关键在于如何解决这些问题。

困境之一是传播力度弱、输出面小。传播力度小主要表现在以下两个方面:第一,陶瓷文化仅在景德镇本地有一定的普及度。

---

在其他城市,很少有人对景德镇的陶瓷文化有充分的了解。第二,几乎每个人都能分辨出青花瓷,但不是每个人都能分辨出四大名窑产出的瓷器,这说明人们对于陶瓷文化的体系并不了解,陶瓷文化的传播流于表面,没有渗透到陶瓷文化体系中。

困境之二是文化吸引力度弱。陶瓷文化不像传统戏曲,能够融入流行音乐元素中,也不像汉服,能与现代服饰相融合。寻常人家中常备的餐具、杯子都有陶瓷材质的,但并不会引起过多关注。近年来因为一些电视节目的缘故,一些年轻人对陶瓷文物有了一定的兴趣,但他们感兴趣的可能只是文物背后的故事或历史,而非陶瓷文化。

困境之三是对利用新媒体不充分。以汉服为例,如今在各大社交平台基本上都可以看见身着汉服的帖子。而景德镇陶瓷文化目前还是以传统媒体传播为主,没有充分发挥新媒体的传播优势。

困境之四是文化展现切入口小。大多数人对于陶瓷的了解只在于陶瓷成品上,而非陶瓷文化。导致了人们对于陶瓷的了解比较微观且片面。利用新媒体的优势,可以展示出陶瓷制成品、陶瓷背后的故事以及制作陶瓷的工艺,展示出陶瓷文化的多样性。

### 3 新媒体是促进景德镇陶瓷文化传播的有效途径

#### 3.1 新媒体传播范围更广

从技术上来讲,传统媒体的传播受到地域空间的限制,无法扩大陶瓷文化的影响力,以新媒体为工具的创作者,借助互联网将自己想要传达的内容以较低的成本传递到更广的空间。

从内容上来讲,陶瓷文化与我国的茶文化、诗词、建筑文化等文化相辅相成。将陶瓷文化与这些贴近大众生活的文化相结合,利用新媒体制作成更具吸引力的内容来传播陶瓷文化,使陶瓷文化与当地特色文化互为摇篮与载体,为更多人所接受。

#### 3.2 拓展陶瓷文化传播空间

新媒体短视频这样陶瓷文化就不只是干巴巴的专业知识,而是具有娱乐性质的文化。在新媒体的帮助下,使得更多的大众,特别是青少年,对这种土与火的艺术产生了兴趣,对亲手制作陶瓷有了一定的渴望,能在实践操作过程中,逐渐转变了对陶瓷的认识,感受到陶瓷文化的魅力。

#### 3.3 创新传统文化传播方式

传统的文化传播方式,大部分都是通过单一的感觉将内容传递给用户,比如广播是通过人们的听觉传递信息。电视可以用到听觉和视觉,但是固定的放送时间限制了受众的规模,新媒体可以更好地将以上三者的优点结合起来。比如,视频与文字彩图的结合,或是直接借助VR技术,帮助大众群体能够更加直观地从各个角度去观察、了解一件陶瓷器皿的真实样貌。

#### 3.4 新媒体提高了陶瓷文化传播效率和精准度

新媒体可以陶瓷文化相关信息即时传送给信息接收者。信息的标题简练地概括了内容,方便人们快速检索所需信息,提高了传播效率。同时,因其大部分内容制作考究,文化传播精准度更高,出现误传的几率更小,避免造成对陶瓷文化的错误解读。

总的来说,利用新媒体的方式来传播陶瓷文化具有很大潜力,但在当前新媒体时代下,纷繁杂乱的各类文化和新颖的技术手段,依旧会对陶瓷文化产生新的冲击。想要真正运用好新媒体,继续传承陶瓷文化,将优势扩大,需要克服很多困难。

---

## 4 新媒体时代下景德镇陶瓷文化传播的对策与建议

在新媒体时代下,景德镇需要将新媒体作为陶瓷文化传播的工具。政府要发挥主导作用,但是不应当大包大揽,某些营利性较强的工作应该交给企业去做,某些正外部性较强但营利性较弱的工作,应当由政府亲自完成或者给予企业适当的补贴,同时要鼓励对陶瓷文化感兴趣的个人应用新媒体去传播景德镇传统的陶瓷文化。

### 4.1 企业层面的建议

从企业层面来讲,企业要从自身的利益出发,在宣传陶瓷文化的同时,利用新媒体平台产生的流量,做一些低成本广告宣传,达到营利的目的。

首先,创建手机应用软件。开发陶瓷文化相关专属应用,集陶瓷文化宣传、普及、兴趣者沟通交流,陶瓷作品展览为一体的综合性软件,实现社交化、个性化、商城、学习等集约型推广。专门针对陶瓷文化的传播,为人们提供更加便捷的渠道了解陶瓷文化。

其次,利用社交软件传播陶瓷文化。社交软件可以利用较低成本解决陶瓷文化传播力度小的问题。利用抖音短视频 APP 向用户展示手工匠人盘泥条、拉坯、画瓷器、上釉的过程。抖音是目前用户基数较大的手机应用之一,传统文化以短视频的形式进行传播的用户接受度较高。有关京剧话题“我变脸比翻书还快”相关视频播放量接近 60 亿。利用微博,可以和相关领域的大 V 合作,利用名人效应为传统文化进行推广。

最后,借助自媒体平台有利于解决陶瓷文化渗透度低的问题。利用微信公众号发送有关陶瓷文化的图文推送,也可以将制作陶瓷器皿的完整过程以微型纪录片的方式上传至哔哩哔哩。以便于更加系统地讲述陶瓷器皿背后的故事,具体详尽地构建一个陶瓷文化知识体系。

### 4.2 政府层面的建议

从政府层面来讲,政府要做好监督工作,对机会主义行为进行限制,对歪曲陶瓷文化的行为进行处罚,另外,要限制企业的过度创新,不能为了娱乐大众,而将陶瓷文化以一种过于片面化和娱乐化的方式传递给大众。同时政府需要借助新媒体平台,在教育 and 科普方面做出努力,为大众提供学习与欣赏陶瓷艺术的平台。

首先,联合相关事业单位或研究机构,在网课平台开设陶瓷文化课程。专业的老师讲解成体系的陶瓷文化内容,能将人们平时积累的碎片化知识整合起来。开展陶瓷文化理论知识,让更多的人了解到陶瓷文化的多元性以及包容性等;开展陶瓷文化实践课程,让人们了解陶瓷工艺制作等。参与到课程中的人,与老师互动,请老师答疑,有利于自主学习,让兴趣“专业化”,在一定程度上解决文化传播碎片化的问题。

其次,与相关艺术博物馆合作举办展览或设立专门展厅。利用各大博物馆的知名度,来引起大众对于陶瓷文物的重视,博物馆的方式具有集中性,可以对比出不同朝代陶瓷的区别,提升陶瓷展览的趣味,同时吸引陶瓷文化爱好者,有利于陶瓷文化的传播。

最后,建立陶瓷线上展览的网站。利用 AR 技术,开展线上展览,充分展示每一件陶瓷作品,让观展者切身体会到陶瓷作品的魅力。同时,线上展览打破了空间和时间的限制,可以随时随地,欣赏陶瓷大师的作品。

### 参考文献:

---

[1]匡文波. 到底什么是新媒体?[J]. 新闻与写作, 2012, (07):24-27.

[2]吉琳玄, 马知遥, 刘益曦, 等. 新媒体时代非物质文化遗产的传播与传承[J/OL]. 民族艺术研究, 2020, (04):137-143[2020-09-15]. <https://doi.org/10.14003/j.cnki.mzysyj.2020.04.16>.

[3]潘理安, 唐嘉蔚. 从共鸣到共享: “抖音”的中国传统文化传播策略[J]. 传媒, 2020, (03):88-90.