

互联网语境下工艺设计伦理研究

朱彬 王雯馨 潘玲霞

景德镇陶瓷大学, 江西景德镇, 333403;

摘要: 本研究聚焦“国潮”背景下陶瓷纹样在当代服饰设计中的转译与消费认同, 旨在系统梳理纹样的转译方法, 并深入探究消费者认同机制。研究首先对陶瓷纹样进行类型学分析, 揭示其作为文化符号的能指与所指; 其次, 从形式、技术与工艺层面, 归纳出纹样在服饰设计中的创新路径, 并结合品牌案例进行解读; 进而, 从文化认同、审美认同和社会认同三个维度, 剖析消费者对转译后纹样的接受心理, 并探讨品牌叙事、名人效应、设计品质等关键影响因素。最后, 反思当前纹样转译中存在的误区与挑战, 提出深度开发、科技赋能体验、构建中国时尚话语权等可持续的创新策略。研究不仅丰富了设计符号学与文化认同理论的交叉研究, 也为设计师提供了文化创新方法论, 为品牌提供了文化营销策略参考, 对构建文化自信时代中国时尚设计身份具有重要意义。

关键词: 互联网语境; 工艺设计; 设计伦理; 可持续性

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 10. 043

引言

随着“互联网+”战略的深入推进, 传统手工艺正经历一场深刻的数字化转型。电子商务、社交媒体、短视频平台以及众筹模式, 为手工艺的复兴与发展提供了前所未有的机遇, 使其能够突破地域限制, 触达更广阔的市场, 并构建起线上共同体^[1]。然而, 这种数字化转型并非一帆风顺。互联网的流量逻辑、速度文化以及全球视野, 与工艺设计的慢工细作、地域性、身体性特征之间产生了剧烈的碰撞^[2]。

1 核心概念界定: 互联网语境与工艺设计

1.1 互联网语境的再审视: 对手工艺生态的重塑

互联网语境并非仅仅指技术层面的网络基础设施, 而是一种包含技术、文化、社会和经济等多重维度的复杂生态系统^[3]。在这一语境下, 手工艺生态经历了深刻的重塑: 其一、赋能。互联网打破了地域限制, 为手工艺品拓展了前所未有的市场空间。通过电商平台、社交媒体等渠道, 手工艺人可以更便捷地触达潜在客户, 实现产品销售和品牌推广。

1.2 工艺设计的独特性: 价值锚点

第一、材料性。手工艺品往往选用天然材料, 如木材、陶瓷、纺织品等。材料的质地、纹理和色彩赋予了手工艺品独特的触感和视觉效果。第二、身体技艺。手工艺的制作过程需要手工艺人运用身体技艺, 通过手工操作将原材料转化为具有审美价值和使用价值的产品。

第三、时间性。手工艺品的制作需要耗费大量时间, 每一个细节都蕴含着手工艺人的心血和智慧。第四、文化特定性。手工艺品往往与特定的地域文化和历史传统相关联, 承载着丰富的文化内涵和象征意义。第五、叙事性。每一件手工艺品都讲述着一个故事, 包括材料的来源、制作的过程、手工艺人的经历等。这些价值锚点构成了工艺设计的独特性, 也是其区别于其他类型设计的重要标志。

1.3 伦理焦点的交汇

互联网语境下工艺设计的伦理问题, 是工艺伦理与互联网伦理交织与张力的结果。首先是工艺伦理强调工匠精神、传承谱系、材料尊重等, 要求手工艺人秉持精益求精的态度, 传承传统技艺, 尊重自然资源。其次互联网伦理强调透明、公平、隐私、责任等, 要求互联网平台和用户遵守网络行为规范, 保护用户隐私, 承担社会责任^[4]。

2 互联网语境下工艺设计的核心伦理议题

2.1 文化维度: 真实性与文化完整性的危机

互联网的全球连接和快速传播特性, 加剧了手工艺领域真实性与文化完整性的危机。具体包括: 第一、文化挪用的加剧。全球电商平台使得异地文化符号被更方便地抽取和商业化, 脱离其原初语境。设计师或商家可能未经授权, 将其他文化的图案、纹样或工艺技法直接挪用到自己的产品中, 造成文化不尊重甚至文化侵权^[5]。

这种文化挪用不仅损害了原文化持有者的权益，也稀释了手工艺品的文化价值。第二、工艺叙事的简化与曲解。为了适应短视频等短平快传播，深厚的文化内涵被简化为猎奇的故事梗概。第三、“伪手工艺”与机器仿制的混淆。互联网的信息不对称性为“伪手工艺”和机器仿制品的泛滥提供了可乘之机。

2.2 生产与消费维度：工匠精神与流量逻辑的冲突

在互联网语境下，工匠精神与流量逻辑之间产生了尖锐的冲突。其主要表现为：第一、“快消式”手工艺的兴起。为了追求销量和利润，一些手工艺人或品牌背离了“慢工出细活”的准则，牺牲工艺复杂度、材料品质，生产“快消式”的手工艺品。这种“快消式”手工艺不仅降低了产品的质量，也损害了手工艺的文化价值。第二、工匠的异化。在流量至上的互联网语境下，手工艺人可能从创作者沦为算法和流量压力的奴隶。为了迎合市场需求，他们不得不放弃自己的创作理念，模仿流行的设计风格，甚至抄袭他人的作品。这种创作自由的挤压，导致手工艺人的创造力受到限制，也扼杀了手工艺的多样性。第三、消费期望的扭曲。线上展示难以完全传达工艺品的质感与价值，导致消费者对价格和交付时间产生不切实际的预期。

2.3 技术与环境维度：可持续性与公正性的挑战

互联网语境下的工艺设计也面临着可持续性与公正性的挑战。其一、“绿色漂洗”，即一些商家在线上营销中夸大工艺品的环保属性，例如，将普通染料宣传为“天然”染料，将非环保材料宣传为“可回收”材料。这种“绿色漂洗”行为欺骗了消费者，也损害了环境。其二、材料溯源的真实性。难以通过网络验证珍贵或环保材料的真实来源（如 ethical sourcing）。一些商家可能虚报材料产地，或者使用非法开采的资源，损害了环境和当地社区的利益。其三、数字鸿沟。缺乏数字技能和资源的老一代匠人被边缘化，导致技艺传承断层。

2.4 经济维度：公平贸易与收益分配

互联网平台为手工艺人提供了更多的销售渠道，但也带来了一系列经济伦理问题。例如：平台抽成、营销费用是否挤压了手工艺人的合理利润？一些平台为了追求自身利益，向手工艺人收取高额的抽成和营销费用，导致手工艺人的利润空间被压缩。众筹模式对支持者的承诺能否兑现（设计与品控）？一些手工艺人通过

众筹模式筹集资金，但由于设计能力不足或品控不严，导致产品质量不达标，无法兑现对支持者的承诺。

3 互联网工艺设计伦理原则的构建

3.1 文化尊重原则

第一、溯源性。公开、尊重并注解设计灵感的文化来源。设计师或品牌应明确标明其设计灵感来源于哪种文化，并尊重该文化的传统和习俗。例如，如果设计灵感来源于某个少数民族的传统纹样，应明确注明该纹样的来源，并获得该民族的授权（如果需要）。第二、完整性。致力于传达工艺背后的完整文化叙事，而非碎片化符号。避免将文化符号简单地抽取和商业化，而应深入了解其文化内涵，并以负责任的方式进行传播。例如，在介绍某个传统工艺品时，不仅要介绍其外观和功能，还要介绍其历史、文化背景以及制作工艺。第三、合作与惠益分享。与源文化社区建立公平的合作关系。在利用其他文化元素进行设计时，应与源文化社区建立合作关系，并确保其能够从商业活动中获得公平的收益。例如，可以与当地的手工艺人合作，共同开发产品，或者将部分利润捐赠给当地社区，用于文化保护和发展。

3.2 真实性原则

真实性是手工艺的核心价值之一。该原则强调诚实守信，避免虚假宣传和欺骗行为。其一、材料与工艺真实。如实标注制作方式（手工、半手工、机制）、材料成分与产地。清晰地告知消费者产品的制作方式、材料成分以及产地，避免以次充好或以假乱真。例如，如果是手工制作的产品，应明确标明“手工制作”，如果是半手工制作的产品，应标明“半手工制作”，并说明哪些环节是手工完成的。其二、叙事真实。避免对创作背景和工艺过程进行误导性宣传。真实地讲述产品的创作故事和制作过程，避免夸大或虚构。

3.3 可持续性原则

可持续性原则强调在满足当代人需求的同时，不损害后代人满足其需求的能力^[6]。首先、环境可持续。优先选择本地、可再生、低环境影响的材料，并透明沟通。选择对环境影响较小的材料，如本地产的天然材料、可再生材料等。同时，公开透明地告知消费者产品的材料来源和生产过程，以便其做出明智的选择。其次、社会文化可持续。支持技艺传承，公平对待每一位劳动者，弥合数字鸿沟。通过培训、资助等方式支持传统技艺的

传承,确保手工艺后继有人。公平对待每一位劳动者,保障其合法权益。

3.4 人道主义原则

人道主义原则强调以人为本,尊重人的尊严和价值。首先是尊重匠人,保障其创作自主权、合理报酬与署名权,反对异化。尊重手工艺人的创作理念和风格,保障其创作自主权。给予手工艺人合理的报酬,使其能够维持生计。尊重手工艺人的署名权,让其作品得到应有的认可。反对将手工艺人视为生产工具,使其沦为流量和算法的奴隶。其次要尊重消费者。提供充分的产品信息,保障其知情选择权。向消费者提供充分的产品信息,包括材料、工艺、尺寸、价格等,以便其做出知情选择。

4 践履路径

4.1 主体层面: 工艺师/品牌的伦理自觉

工艺师和品牌是工艺设计伦理实践的核心力量。其一、签署并践行《负责任的工艺设计宣言》。由行业协会或相关机构发起,制定一份涵盖文化尊重、真实性、可持续性和人道主义等核心伦理原则的《负责任的工艺设计宣言》,鼓励工艺师和品牌自愿签署并践行。其二、在品牌叙事中主动融入伦理沟通。将伦理理念融入品牌故事,向消费者传递品牌的价值观和责任感。

4.2 平台层面: 构建支持伦理实践的基础设施

互联网平台是连接工艺师、品牌和消费者的重要桥梁,其行为对工艺设计伦理的实践具有重要影响。其一、设立“手工艺认证”标签体系,建立溯源机制。建立一套完善的手工艺认证体系,对手工艺品的制作方式、材料成分、产地等信息进行认证,并颁发相应的标签。同时,建立溯源机制,让消费者可以追溯产品的生产过程和材料来源,确保信息的真实性和透明度。其二、优化算法,推荐有深度、重伦理的内容,而非仅关注销量和热度。改变以流量为导向的推荐机制,将伦理因素纳入算法考量,优先推荐那些具有文化内涵、注重工艺品质、践行可持续发展理念的内容,引导消费者关注更有价值的手工艺品。其三、为传统匠人提供数字化技能培训支持: 针对缺乏数字技能的老一代匠人,提供免费或低价的数字化技能培训,帮助他们适应互联网时代的新型营销模式,更好地推广自己的作品。

4.3 行业与消费者层面: 共建伦理生态

行业协会和消费者是构建伦理生态的重要参与者。一要行业协会制定细分领域的伦理准则。针对不同的手工艺领域,制定更具体、更细致的伦理准则,为工艺师和品牌提供更明确的指导。开展消费者教育,提升其对工艺价值和文化伦理的鉴别力,用购买投票。二要通过线上线下活动、媒体宣传等方式,开展消费者教育,提升其对手工艺价值和文化伦理的认知,引导其理性消费,用购买行为支持那些践行伦理原则的工艺师和品牌。

5 研究结论

研究以互联网语境为切入点,深入探讨了工艺设计所面临的伦理挑战,构建了一套由文化尊重、真实性、可持续性和人道主义构成的伦理原则体系,并提出了相应的践履路径。研究旨在为手工艺生态的健康发展提供伦理指导,促进手工艺的传承与创新。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心(CNNIC):《中国互联网络发展状况统计报告》,2024年,第45-56页。
- [2] 赵星:《速度与控制:数字时代的文化逻辑》,文艺争鸣,2019,第1期,第123-128页。
- [3] 卡斯特:《网络社会的崛起》,社会科学文献出版社,M,2006年,第63-64页。
- [4] 邱林川:《网络伦理学》,北京:中国人民大学出版社,2018年,第123-145页。
- [5] Young, J.O. Cultural appropriation and the arts. John Wiley & Sons. 2010.
- [6] 世界环境与发展委员会:《我们共同的未来》,1987年。

作者简介:1、朱彬,景德镇陶瓷大学设计艺术学院,副教授、硕导;

2、王雯馨,单位:景德镇陶瓷大学设计艺术学院,讲师;

3、潘玲霞,单位:景德镇陶瓷大学设计艺术学院,副教授、硕导。

基金项目:江西省社会科学基金《互联网语境下的设计伦理研究》(项目编号:19WT17)。