

# 从静态符号到网络显眼包 吉祥物成顶流, 不止靠“整活”

■ 陈正达

最近,第十五届全运会吉祥物“喜洋洋”“乐融融”凭借倒立、甩尾等非常规动态在短视频平台掀起全民二创热潮;今年火热的江苏“苏超”赛事里,城市吉祥物“常宝”“南南鸭”等则借助方言梗与表情包实现跨圈层传播……在数字媒介深度重构传播生态的当代语境下,吉祥物的功能已突破传统文化象征的范畴,从静态符号逐渐演变为集文化叙事、情感联结与社交传播于一体的复合型文化载体。

这一转变不仅是形式革新,更是文化表达逻辑的深层变革。今年走红的现象级案例共同揭示着当代吉祥物设计正经历从“被凝视的符号”向“可交互的数字伙伴”范式转型。这一转型不仅是设计手段的变化,更是文化叙事方式的革新、传播规则的重塑,以及大众评判标准的全面升级。

## 全民参与、共同演绎

传统吉祥物设计遵循“三定原则”逻辑,强调固定姿态、标准表情、规范场景,以确保视觉符号辨识度与寓意稳定性。这种范式源于工业时代对机械标准化生产的路径依赖,却与数字时代用户共创的开放传播逻辑产生冲突。

吉祥物“喜洋洋”“乐融融”通过设计动态表情包与“萌力”十足的场景化行为,构建具备可交互视觉语言系统,

以充满活力方式诠释粤港澳大湾区“突破常规、协同向上”的精神内核,在科学

真实与象征表达之间有机平衡。这种

设计策略将吉祥物从“单向传播载体”

转化为“可二次创作母体”。江苏“苏超”赛事中火出圈的吉祥物“常宝”“南南鸭”,通过公众二次AI短剧创作,成为

全民参与、共同演绎的创意主角,在一次次分享与传播中解构与重构城市

文化基因库。

当网友纷纷为“乐融融”创作粤语

表情包、把社交平台头像换成“南南鸭”时,吉祥物已从文化符号升华为情

感共同体,传播效能远超单一渠道宣

传。这种“官方设定+民间解读”的模

式,契合接受美学的核心观点——艺术

价值源于被解读的过程,彰显当代设计

从设计者中心走向用户参与的时代转型。

## 有些吉祥物因何被吐槽

在吉祥物文化表达层面,传统设计常陷入文化符号简单堆砌与形式挪用,未能深入理解符号背后意义与情感逻辑。大阪世博会吉祥物的争议就暴露出传统设计的局限:追求“独特性”却忽视符号情感兼容性。反观以中华白海豚为设计原型的“喜洋洋”“乐融融”,因造型



“喜洋洋”与“乐融融”(右四)在全运会比赛间隙为观众表演节目。新华社发

酷似粤菜,被网友戏称为“白切鸡”“豉油鸡”,这种官方叙事与民间解读之间形成张力,构建起多层次意义传递体系。设计团队通过共情引发共鸣,公众发挥灵感和创意赋予吉祥物“新的灵魂”,形成“设计—传播—再设计”的共创新生态。

第十五届全运会吉祥物设计团队从三重维度构建文化逻辑,以“中华”符号凝聚民族认同,借白海豚的生态敏感性展开生态叙事,并通过其群居习性诠释体育精神。这种符号学框架确保每个视觉元素皆有文化溯源,相较于下部分吉祥物曾因文化符号误用而引发争议,或因传统图腾与现代元素的简单拼贴而导致语义混乱。这警示设计者:文化融合绝非元素堆砌,而需建立可被多元语境解读的符号系统。

## 避免降维为“数据商品”

数字平台的算法机制正在重塑吉祥物的传播轨迹与接受语境。来自著名图片素材库Shutterstock的威廉泰尔企鹅表情包被网友利用AI技术突破静态限制,形成动态魔性舞蹈动作,并通过短视频平台算法获得病毒性传播。娱乐效果的背后是算法对“魔性”“反差”等元素的精准捕捉和放大所驱动,而非源于其本身设计的文化内涵。这正揭示了技术逻辑与文化价值间的深层矛盾——当流量成为唯一指标,吉祥物原本承载的文化价值便有被稀释的风险,甚至可能沦为流量逻辑的牺牲品。在此背景下,技术需以“尊重人的自主性”为前提,避免将吉祥物降维为“数据商品”。更严峻的挑战来自AI生成技术。迪士尼联手环球影业起诉Midjourney模型能轻易生成与其经典角色(如蜘蛛侠、小黄人)高度相似的图像方案, AI工具效率虽高却导致严重同质化,缺乏文化锚点的“数据吉祥物”,正在消解设计的人文内核。

技术赋能同时推动文化表达的精准化。第十五届全运会在开幕式场馆引入AR导览与AI自由视角系统,为观众提供了沉浸式的观赛体验。这一将现代科技融入大型体育文化活动现场

的实践,为文化表达提供了新范式。但技术中立的幻象已然破灭, AI深度伪造技术不仅盗用名人形象,更以假乱真直接篡夺了本尊在文化语境中的身份和意义,甚至出现了“分身”驱逐“真身”的荒诞局面,有力地证明了技术如何从工具演变为文化意义的篡改者。吉祥物设计者需在著作权法框架下明确知识产权边界,并制定AI交互伦理准则,防止文化符号被技术资本异化。

## 内涵和情绪价值怎样平衡

当前吉祥物评价存在“双轨制”:官方评选侧重文化内涵,网络传播强调情绪价值。此种割裂使优秀设计易陷入“叫好不叫座”困境。建立多维评价体系迫在眉睫,需整合文化准确性、传播效能、商业价值、情感联结等指标。正如中国设计智造大奖引入“大众评审团”机制,暗示评价权力的转移——数字传播时代,吉祥物的最终价值需由其在社会文化场域中的实际效能所定义,而非设计者的自我阐释。

传播实证数据正改变设计决策逻辑。当前,设计团队通过分析短视频平台互动数据优化动作设计,监测社交媒体舆情调整衍生品开发方向。这种“设计—传播—反馈”的循环,让开发从“凭感觉拍板”变成了“看数据做决定”。但数据不可替代人文判断,近期美国公共利益研究组(PIRG)测试发现,多款AI智能玩具因过度收集用户数据引发争议,警示技术伦理规约同等重要。未来或形成实体形象承载文化记忆、虚拟形象负责互动传播的模式。此虚实结合生态亟需建立技术标准与伦理规范。

## “Greater Bay Chickens”能长红吗

全球化语境下,吉祥物已成为跨文化传播的轻骑兵。第十五届全运会吉祥物以“地方性叙事”实现国际化表达。海外社交媒体上,地方色彩浓郁的“喜洋

洋”“乐融融”被昵称为“Greater Bay Chickens”(大湾鸡),并围绕此昵称衍生出丰富的多语种解读与创作,其内涵在跨语境解读中衍生新意义,在保持文化基因的前提下,构建可多元语境解读的符号表达系统。反观某些大型赛事吉祥物因追求普适性丧失文化辨识度。这启示我们,设计者既要保留文化基因,也要构建可被多元语境解读的符号系统。

在2022年卡塔尔世界杯赛事结束后,吉祥物拉伊卜(La'eeb)便热度消退,这一现象暴露了赛事吉祥物经济的周期困境。而2022年北京冬奥会冰墩墩则通过后续研发“墩墩墩”“马墩墩”等新春特别版,实现从网红到长红的持续高光,探索构建持续消费场景的可能。此类长尾运营的成功,关键在于IP自身人格的持续塑造与迭代。

## 流动中锚定永恒

从“喜洋洋”“乐融融”的破圈传播到城市吉祥物的文化赋能,我们见证着吉祥物设计的范式革命。这场革命并非否定传统,而是借技术赋能实现文化表达的迭代。当吉祥物从“静态符号”转为“活态IP”,其价值已超越商业营销,成为数字时代文化传承的创新载体。设计者需以开放姿态拥抱变革,需要在文化深度与传播效能、技术应用与伦理约束、本土特色与全球对话等多重维度间建立辩证的平衡。既要深挖文化基因,构建意义丰厚的符号系统,亦需理解技术逻辑,掌握数字传播密码。唯此方能创造兼具文化深度与传播活力的新一代吉祥物,令这些“文化使者”在虚实交织中赓续人类文明的精神谱系。

正如传播学家麦克卢汉所言:“媒介即人的延伸。”在数字时代,吉祥物作为文化媒介的延伸,正以“活态IP”的新形态成为连接过去、现在与未来的文化桥梁,构建更加包容、多元且充满人文关怀的文化图景。

(作者系中国美术学院教授、博士生导师)



“乐融融”在比赛开始前表演倒立,与观众互动。新华社发

## 科技飞升了

# 武侠精神却掉线了

■ 文韵平

热播剧《赴山海》近日备受关注。作为根据长篇武侠小说《神州奇侠》改编的作品,它原本可借经典IP实现一次风格鲜明的回归,但最终却因浮夸特效与失真动作戏遭遇口碑“滑铁卢”。

观众对种种离奇镜头颇有怨言:“刀还没碰到人,对面就整队后翻”“悬崖飞马,骑手在空中停好几秒”……三亿元投资,投出了割裂感——亮丽的视觉效果不少,但“武侠味”始终飘在空中。

真正的问题不在于“能不能飞”“能不能慢动作”。观众要看的,不是特效有多高级,而是刀背的温度,是拳风里的筋骨,是建立在真实动作、真实重量与真实意志上的武侠精神。

## 这是功夫,还是魔法

武侠谈武侠,总有几幅典型画面浮现——蒙着尘土的客栈、夜雨里的长街、高手对决时一招一式所带来的紧绷感……经典武侠剧镜头简陋、布景简单,可只要演员提刀亮相,那股从动作到神态的能量,便能让人物站成立体的存在。

而许多当下武侠作品则像是在拍“玄幻版时尚大片”:风静止,但头发自动飞扬;人尚未落地,却在半空中停驻数秒;招式一出,敌人像是接到了系统指令:“请立即后退五米,为主角让出帅气空间。”观众自然会忍不住发问:“这究竟是练拳的,还是霍格沃兹魔法学院毕业的?”

传统武术的劲道、节奏、精气神,都在过度包装下变得模糊。许多本可展现人物性格的细节——掌心的旧伤,试探性的步伐、临敌时的微妙眼神,都被光影涂层覆盖得无影无踪。取而代之的,是被技术拉扯的身形,是被程序代替的虚无感。

于是,一个尴尬的矛盾就出现了:当所有角色都靠特效“外挂”行走江湖,一刀能劈出天光万丈,轻轻一挥便能连环击倒数十人——观众看的还是“武功”吗?他们的失望并非针对技术本身,而是因为技术之下没有真实的内容支撑,呈现出一种空洞的声响。

## 是“神”的设定,还是“人”的意志

武侠的魅力,并不取决于“能打多少”,而在于“为何而打”。金庸在《射雕英雄传》中借郭靖之口说:“侠之大者,为国为民。”这句话之所以被反复引用,是因为武侠的价值并非在于“神性”,而是源自人的选择。令人心动的武侠精神,是人在极端处逼出的勇气,是面对

力量差距仍愿意站出来的担当,是明知可能迎来失败,仍选择拔剑的倔强。

江湖里的刀不会自动锁定敌人,侠客的武功也不是按技能冷却时间释放的。那些本应体现角色成长的设计——训练、积累、突破、领悟,如今却常常被一套法术似的万能技能替代。角色变得像“神仙”,却失去了“人味”。既然不是凡人,他们自然也难以承载武侠所表达的价值重心。

武功只是外壳,侠义才是骨架。武侠故事本质上是讨论“我是谁”“我愿意成为什么样的人”“我将如何与世界对话”。郭靖守襄阳、萧峰处理辽宋冲突、令狐冲打破成见——这些瞬间之所以令人动容,是因为它们讲述的是价值判断,是在个人与更大世界之间做出的选择。

## 特效不是敌人,但边界在哪里

技术进步本身不存在问题,它完全能为武侠提供新的表达方式。关键在于:特效是用来协助叙事,还是取而代之?

徐克在《龙门飞甲》中的尝试便提供了正向例证。技术被用来强化打斗的力度与清晰度,而非将动作变成光效堆叠。观众能够看清力量从何而来、去往何处;桌椅碎裂与沙暴翻腾也不只是视觉炫技,而是让武侠世界的物理逻辑更真实可信。特效在这里是“助推器”,而非“遮羞布”。

因此,关键不在于“用不用特效”,而在于“特效是否替代了动作本身的意义”。只有当武功本身能够被可信地呈现时,特效才有资格成为锦上添花的存在。缺了“锦”,花自然无处可落。

## 武侠剧靠什么打动人

武侠世界并不是神话,它始终在现实之上有所投射:刀剑代表选择,江湖隐喻人生,习武象征修己,侠客体现修心。如果一个武侠剧中的角色无需练习、无需判断、无需承担后果,只要套上几道光效便能所向披靡,那它描绘的不是武侠,而是虚幻。

科技可以不断飞升,但武侠必须落地。落在人物命运的泥土里,落在选择与矛盾的重量里,落在普通观众能够共情的挣扎与坚持里。如今我们说武侠精神消失了,其实不是精神不见了,而是角色的“人性”被拍得越来越淡。

当创作者重新意识到武侠的根基在“人”,而技术只是辅助,人们期待的武侠故事与精神才有可能真正回归。如此,科技与武侠之间不再彼此抵触,而是在合适的边界内实现互相成全。

(执笔 汪文羽)

## 镜头不是发号施令的工具

■ 李治钢

庙会的铜锣刚响,非遗市集的绣架前、皮影戏的灵动光影旁已聚起人潮……临近年底,各地即将迎来精彩的民俗庆典。这些场景自然成了摄影爱好者们的焦点。可镜头扫过之处,“特权”乱象却格外刺眼:有人按住舞狮队队员姿势,有人拽着剪纸老人反复转头找角度,更有甚者为拍特写,擅自挪动展演道具。镜头本应记录美好,不该沦为干扰秩序的指挥棒,这种越界之举绝非摄影应有之义。

“艺术高于一切”成了这类行为的借口。在部分摄影者眼中,民俗现场是“免费布景”,参与者是可调度的“模特”,他们举着相机便自称掌握“创作权”。

绣娘飞针时被要求“慢下来笑一笑”,糖画师傅熬糖时被催着“举高些再举高”,这些生硬干预早已背离记录真实的初衷。他们忘了,民俗的生命力从不在刻意完美里,而在剪纸刀尖的颤动、糖画凝固的纹路、参与者发自内心的情感中,这些真实细节才是民俗文化最动人的底色。当摄影者用“摆拍美学”强行介入,让匠人机械重复动作,让老人刻意做出“淳朴表情”,本质上是对

文化的粗暴解构。原本鲜活的民俗,最终沦为镜头下空洞的视觉符号。

镜头不是发号施令的工具,而是发现真善美的眼睛;摄影人不该是主导者,而应是心怀敬畏的记录者。真正的民俗摄影,藏在“等”与“守”的耐心里——是静待阳光洒在剪纸宣纸的刹那,是守望孩子们围着糖画灶嬉闹的画面;藏在“敬”与“让”的姿态中——尊重手艺人的节奏,不打断专注神情,不强行索取“完美画面”。优秀的纪实摄影者从不用镜头干预民俗流转,只会以谦卑视角融入现场,这种不打扰的记录,既守住了对民俗的尊重,也留住了摄影的本真。

破除这类越界乱象,亟待行业内外形成合力。摄影从业者要卸下“艺术至上”的傲慢,明白民俗摄影的价值在于记录而非创造,传递温度而非制造完美。活动组织方可划定拍摄区域,通过志愿者引导、发放文明提示等举措,兼顾摄影需求与民俗秩序。媒体与摄影行业协会更要引导风向,推广充满生活质感的影像,让摆拍“精致照”失去市场。当尊重民俗成为摄影人自觉,良性创作生态自会形成。

(作者系浙江省摄影家协会会员)

## 微评

### 影视宣发,能不这么吵吗

当下影视宣发短视频正被千篇一律的抖音神曲“占领”。无论何种剧情,都配上那几段喧闹旋律,生硬嫁接,声画割裂。这不仅消解了作品独特的配乐美学,更以简单粗暴的听觉刺激,替代了本应沉静细腻的观赏体验。在高分贝轰炸中,影视剧原有的格调以及观众的兴致都在迅速流失。

——河北省沧州市读者@刘辰

### 线上惊艳,线下打折

近年,多部国外摇滚音乐剧的官方演出片段以充满节奏感与爆发力的音乐编排,在视频平台吸引大量年轻观众。然而当这些剧目在国内巡演时,无论是舞美还是演员现场的演唱水准,都与精剪的官方版有明显落差。在剧情本身较单薄的前提下,若连作为核心卖点的现场演唱都难以保障,这股摇滚音乐剧热潮恐将因观众的失望而退场。

——湖北省武汉市读者@Olivia

■ 王沁雯

在现代生活的快节奏与高压之下,

心理健康的议题日益凸显,越来越受到

公众关注。近年来,艺术疗愈在我国

呈现爆发式增长,成为一种引人注目的

社会文化现象。短短数年间,它便从专

业的心理学领域破圈,一路拓展至美

术疗愈工坊、社区的“非遗扎染减压课”,

乃至线上热销的治愈系绘画课程,

俨然成了一种备受追捧的潮流、一种应

对心理困扰的时髦选择。

然而,当绘画、音乐、戏剧纷纷被打

上“疗愈”标签时,我们不禁要问:这股

热潮,为疗愈付费的人们,究竟买了

什么?

艺术疗愈并非横空出世的新概念,

它有着深厚的学术背景和实践基础。

从被誉为“美国艺术治疗之母”的奠

基人玛格丽特·南姆伯格在20世纪30