[亚运美学的国家形象设计研究]

国家形象的身份认同建构与亚运美学的设计语境锚定

成朝晖
中国美术学院 创新设计学院,杭州 310012

摘要:国家形象的身份认同建构与亚运美学的设计语境锚定之间的互为逻辑,成为国家形象的亚运美学建构的理论基础,其中,文化叙事与亚运美学是一种逻辑链接。通过剖析全球视野的中国文化叙事,阐释作为国家形象的文化表征与价值解读,表达了文化叙事助力塑造国家的文化传承与创新塑造、文化传播与沟通交流的因果关系与有效路径;通过亚运美学的身份认同建构与设计语境锚定的关系,阐述了"原型"唤醒的亚运美学设计价值的表达;通过亚运美学与设计理念融合的核心图形的视觉语境、多元形象的多维协同构建东方诗意的形象景观系统、开创新局的智能科技运用,展开杭州亚运美学形象的自塑分析,以期为未来国家重大赛事的整合设计与系统传播提供些许思路和方向。

关键词:国家形象;亚运美学;身份认同;设计语境锚定
中图分类号:J0 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-6946(2024)06-0019-06
DOI:10.19798/j.cnki.2096-6946.2024.06.003

Identity Construction of National Image and Design Context Anchoring of Asian Games Aesthetics

CHENG Zhaohui
School of Design & Innovation, China Academy of Art, Hangzhou 310012, China

Abstract: The mutual logic between the construction of the identity of national images and the anchoring of the design context of Asian Games aesthetics has become a theoretical basis the construction of Asian Games aesthetics of national images, in which cultural narrative and Asian Games aesthetics are logically linked. This paper expounds the cultural representation and value interpretation of national images by analyzing the global perspective of Chinese cultural narrative, and expresses the causal relationship and effective path of cultural narrative in shaping national cultural heritage and innovation, and cultural communication and exchange. Through the relationship between the construction of identity and the anchoring of the design context of Asian Games aesthetics, the expression of the design of Asian Games aesthetics awakened by "prototype" is elaborated. By integrating the core graphics of Asian Games aesthetics and design concepts, and constructing an image landscape system of oriental poetic imagery through multi-dimensional collaboration of diverse images, and pioneering the use of intelligent technology, this paper conducts self-shaping analysis on the aesthetics image of Hangzhou Asian Games, so as to provide some ideas and directions for the integrated design and systematic communication of major national events in the future.

Key words: national image; Asian Games aesthetics; identity recognition; design context anchoring

收稿日期:2024-11-20
基金项目:国家社会科学基金艺术学重点项目(23AG015)

全球化带来世界文化的多元交流与文明互鉴，在此背景下，通过博大精深的文化内涵和饱满的精神状态塑造良好的国家文化形象，讲好中国故事、重构中国文化身份成为中国文化面对全球发展的理性选择。一方面，需要让世界更好的认识和理解中国；另一方面，也需要为世界发展贡献中国智慧和弘扬中国文化价值。

在各国文化与文明互鉴中，重大体育竞赛对国家乃至主办城市的发展起着重要作用，也是促使国家形象和城市形象塑造进入全新的阶段。亚运美学是指在第19届亚洲运动会中，通过形象视觉、场馆营建、景观系统、文化展示和多元互动等设计方式及跨国传播，展现东道国的中国国家形象、文化特色和美学理念，彰显杭州作为主办城市的独特文化和深远价值。

一、全球视野的中国叙事：文化表征与国家形象

全球化背景下的中国文化叙事构建是一个涉及多方面因素的复杂任务，是中国向世界提供中国方案、展示中国形象、传播中国声音。它不仅涉及到文化自信的提升，还直接影响到国家形象的塑造。面对语言和文化差异的挑战，中国文化的理解和接受程度在全球范围内并不均衡。这并不仅是文化传播的问题，更是文化自信和国家形象构建的关键，应积极面对挑战而拓展有效的设计与传播策略。文化自信是中国形象构建的基础，也是我们对自身的国家文化价值的坚定信念与高度认同，更是培育具有国际认同感的思维逻辑、表现方式和表达方法。全球视野的中国文化叙事通过特定的话语和叙述方式，传达中国历史、价值观、文化精髓等内容，以此在国内外构建和传播中国的国家形象。这种叙事不仅是对历史和文化的简单陈述，也是包含了对国家文化记忆的传承、表征与价值解读。

（一）作为国家形象的文化表征

国家形象涵盖政治、经济、文化等多个方面的内容，也反映出国家形象建构的多样性和复杂性。这意味着国家形象的建构具有多面向，其过程是多元且立体的。国家形象的建构是动态的，会随着世界局势、国家政治、经济和文化等因素与时俱变。正如斯图尔特·霍尔（Stuart Hall）认为："表征是某一文化的众成员间意义产生和交换过程中的一个必要组成部分，它的确包括语言的、各种记号的及代表和表述事物的诸形象的使用"[1]。"形象是对身份的认知和评价，身份由文化来表征。[2]"国家形象建构引出哲学中关于"我是谁"的身份表征，"国家形象的建构不是单一表征运作的结果，而是一系列表征意指实践的过程，是国家形象表征链聚合并实现意义表达和认同的过程。[3]"可见，国家形象是需要通过国家各类活动而塑造的。

国家形象是一个国家在全球舞台上的形象和声誉，它影响一个国家的国际关系、经济发展和意识形态，涉及一系列跨越时空、超越国度的信息输入和输出产生的结果。国家形象的文化表征则是构建国家形象过程中的重要元素。文化表征是通过文化符号、文化产品、文化活动等方式来展现国家形象的各个方面。在尊重不同国家文明特色和价值取向的基础上，作为中国国家形象文化表征，承载着中国独特的文化内涵表达范式、时代精神和价值认同。这种文化表征的呈现可以理解为一方面遵循着西方的"世界观 "，一方面"涵化"着中国传统的"天下观"[4]。在世界的秩序与逻辑中，涵化中国文化与外部世界的关联。

国家形象与文化表征有着相互关系且密不可分。国家形象通过文化体现和传递，而文化表征是国家的独特标志和形象的重要组成部分，也是一个国家的独特标志和身份认同。通过展示和传承自己的文化，一个国家可以树立具有辨识度和独特性的形象，从而影响国际关系、经济发展和民众意识形态。国家形象包含着多元的文化内涵，契合时代主题、文化表征和公众期待，是文化表征的聚合和文化符号及其文化意义的叠加、演变与更迭。第19届亚运会作为一个典型案例，充分展示了亚运美学的丰富内涵和多元表现形式，在亚运会这一国际舞台向各国展示文化特色与国家形象。通过中国和江南文化表征的集合展示中国厚重的文化底蕴、杭州独特的灵秀特质和包容。文化表征不仅引发情感共鸣，也构建和塑造了积极、开放和真实、立体、全面的国家形象，植入国际公众的心智而获得深度认同。

（二）作为国家形象的价值解读

国家形象的研究包括国家形象的影响与因素、塑造与提升、设计与传播等，不仅是一个理论研究课题，也是一个实践性强的工作领域。中国国家的发展正逐步谋求从量的积聚转向质的进步，如何通过核心价值建设使国家和公民理性地看待发展、对待现实中出现的问题，使国家形象得到国内社会更为广泛的认同？

其一，文化叙事有助于塑造国家的文化传承与创新塑造。每一个国家有自身独特的文化遗产，深入挖掘文化根基和传承中华优秀传统文化是助力国家形象提升的重要途径。这不仅涉及到如何有效地向世界展

示中国的文化特色和价值观，还包括如何在全球范围内获得理解和认可。作为国际性体育赛事，亚运美学在全球视野下是一种融合多元文化元素、具有广泛影响力和独特价值的美学体系，中国文化叙事是文化传承与创新的重要契机。第19届亚运会通过深入挖掘和运用本土文化进行创新挖掘和现代转化，在赛事策划和举办过程中，通过文化叙事展示中国独特的文化底蕴、反映中国人的思维方式、审美情趣、价值取向和精神追求。通过文化叙事和美学塑造，寻求最大公约数和最大的同心圆，提升中国文化软实力，让世界更好地认识和理解中国。

其二，文化叙事有助于增强国家之间的交流与文化传播。文化叙事的情感逻辑与理性逻辑结合的多维形式成为提升国家形象价值的有效途径。一个国家积极开展国际性的文化交流，通过开展国家会议、国际赛事、文化年、国际艺术展览、国际文化展演等文化交流的平台，提升世界高度的互联互通。第19届亚运会的赛事期间，在亚运村的文化屋通过传统服饰、表演艺术、东方美食设计等中国非物质文化遗产的展示，促进文化的多元互动。以文化叙事的真实性和生动性将中国文化包容四海、兼纳百川的气度推向世界，这是文化对话与观念互通、内容叙事与情感共鸣的相互结合，提升中国国家形象价值。

二、亚运美学的国家形象自塑：身份认同建构与设计语境锚定

身份认同是国家形象塑造的重要基石，是一个国家通过挖掘和展示中华优秀传统文化的精髓。“身份”的英文是“identity”，含有“身份”“识别”和“认同”之意。“‘身份’是一种对自我主体性的追问，即回答‘我是谁’的问题；‘认同’则是基于某种同一性产生的情感认知。在全球社会中，一国如果能清晰地定义自我，即回答‘我是谁’，不仅对内能够增强国家认同感和凝聚力，也能区别于他者彰显自身独特性，成为民族国家建立身份认同与他者想象的重要参照。[5]”这包括了对国家历史、文化、价值观的传承和发展，以及在全球化背景下的自我定位和角色扮演。身份认同建构的成功与否，直接影响到国家的国际声誉和外交关系。

“在跨文化传播中，国家形象的塑造主要有两种形式：一种是主动的以本国为传播主体的自我形象的塑造；另一种是国家形象被动地被他国塑造。[6]”国家形象的自塑是多维度的，可以通过文化维度的视觉符号、价值内涵、生活方式与审美取向等展示国家形象，通过艺术、文化、设计等方式，塑造具有美感和吸引力的国家形象。亚运美学的国家形象自塑则更加强调国家形象的艺术性和审美性价值，通过视觉、听觉等多种感官，加深国际社会对国家的正面印象。以中国式现代化的内涵逻辑与价值理念，突破西方的话语围猎，营造有利的国际传播。诚然，国家形象是一种无形资产，其塑造和传播不仅仅是对外展示的方式，更是国家综合实力和文化自信的体现。通过认同建构和国家形象自塑，提升国家的国际影响力和话语权，为国家形象营造良好的国家声誉。

（一）原型唤醒：亚运美学设计价值的表达

原型唤醒源自卡尔·容格（Carl Jung）的“原型论”美学理论（1919）。容格在其《本能与无意识》中提出了“原型”概念，指出“本能与原型同样出自集体无意识”[7]。原型，在美学和艺术领域中，可以被看作是一种潜藏在人类集体无意识中的原始意象或模式，“是一种发端于人类祖先、具有某种普遍性的、无数同类经验的心理凝聚物。[7]”它能够引发人们内心深处的共鸣。“原型”是集体潜意识的基本组成部分，通过象征物或象征行为显现，反映了人类共有的基本心理结构和情感需求。原型唤醒是人类文化和社会生活中一个普遍的现象，它涉及到个体心理、道德教育、文化传承等多个方面。

美学是亚运会成功筹办的重要推动力量，亚运美学是社会公众、参赛选手和国际来宾了解举办城市文化、中国文化及其亚洲文化最直观的来源。在亚运美学设计实践中的原型唤醒的表达可通过设计唤起人们对某种原型的共鸣和联想，是基于人类过去的经验、智慧和文化传统的深层次文化和精神层面。

其一，普遍价值的“原型”文化激活与情感唤起。在亚运美学中，原型唤醒能够挖掘出人类共有的文化记忆和情感共鸣。通过第19届亚洲运动会的国际化平台，将杭州的文化特色与现代美学理念相结合，向世界展示独特的文化魅力。“原型”文化激活人们共有的文化记忆。杭州作为亚运会的举办地，有着丰富的文化底蕴，其“原型”文化包含着江南文化的西湖文化、丝绸文化等。这些文化元素是人类共有的文化记忆的一部分。让杭州的“原型”文化激活，显现出江南山水城市诗性的韵味和美感。例如，第19届亚洲运动会的标志和开幕式设计，皆以“潮”为设计意向。标志“潮涌”，以钱江潮头表达“九域同燃亚运情，钱塘起舞共潮生”的奥林匹克精神和时代气息。开幕式以“潮起亚细亚”为主题，将钱塘江潮这一自然现象融入其中，以“潮”体

现浙江地域特色，将交叉潮、一线潮、回头潮、鱼鳞潮等不同形态的潮水涨落、更迭；以自然之潮、国风之潮、运动之潮、科技之潮、数字之潮等展现“水浪之潮”“体育之潮”“时代之潮”的蓬勃景象。这背后蕴含着生生不息的自然律动的“原型”文化，与亚洲文化中对自然力量的尊崇和敬畏相契合。当这种“原型”文化在亚运会开幕式中被运用时，江南山水城市诗性的韵味和美感唤起人们对美好、诗意生活的向往之情（见图1~2）。虽然这种情感是跨越国界，无论是国内观众还是国际观众是有文化差异的，但都因为对“潮”这一元素所潜在的文化认知而唤起情感共鸣。这种共鸣不仅限于特定的文化群体，而是跨越文化和地理界限，触及更广泛的受众。从而更好地理解和接受其中蕴含的亚运美学价值，包括中国文化的展示和体育精神的表达等。通过将这样的“原型”文化唤醒并融入亚运会开幕式的美学设计中，将亚洲文化中的自然观等内涵展示给世界，丰富了亚运美学的文化深度和广度。它不仅仅体现文化和精神的传递，也触及人类共同的文化根基，从而唤起情感共鸣。

其二，国家形象的“原型”身份复苏与认同建构。我们需要认识到，中国文化的活化设计与传播并非易事。由于语言和文化差异，中国文化的理解和接受程度在全球范围内并不均衡。中国文化的深度和广度也使其传播与认同变得复杂。尽管各国文化存在差异，但人类在一些基本的文化原型上有相似性，可以找到不同文化之间的共通点。第19届亚洲运动会开幕式的设计就是以“水”为串联，利用原型唤醒来表达多维度的奥林匹克精神，传达坚韧、奋斗等普遍价值。在中国文化中，“水”是一种具有深厚文化“原型”意义的元素，水是灵性和柔性的情感象征，无论是水墨画中的水景，还是江南的烟雨，水都被描绘成一种充满美感和诗意的存在。这种美感不仅体现在视觉上，更深入到心灵层面，反映了人们对自然之美的追求和对宁静生活的向往。水也是动态美的力量传达，水的力量不仅仅体现在其物理属性上，更象征着运动、前行的动力。亚运会开幕式的迎宾表演，以“水”文化展现中国良渚古城水利系统的中华民族智慧。开幕式展演上篇《国风雅韵》的“水”，是水墨入诗画的宋韵画卷，以东方美学诗境与国际视野画境的交融图景。中篇《钱塘潮涌》的“水”演绎为潮起之江的动感浪花，以中国风范、亚洲情怀和世界对话的交相辉映，展现出弄潮儿“力与美”的飒爽英姿与拼搏精神。下篇《携手同行》的“水”是生态文明的绿水青山，寓意着中国与亚洲各国携手构建人类命运共同体。水作为一种自然“原型”元素，跨越国界，连接着不同的文明和民族，它不仅是地理上的链接，更是文化和情感上的纽带（见图3~4）。这种融合

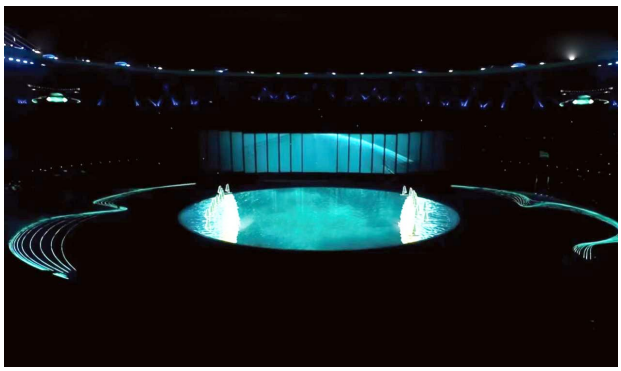

图1 第19届亚运会开幕式以“潮起亚细亚”为主题

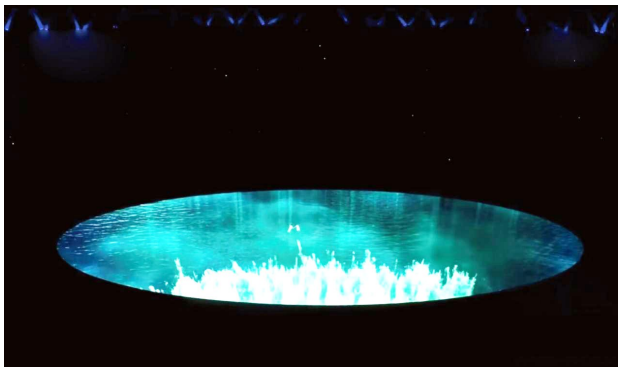

图2 第19届亚运会开幕式自然之潮的涨落，实现人与潮、力与美的双向奔赴

图3 第19届亚运会开幕式的黄河之水天上来

图4 第19届亚运会开幕式数字人踏浪而来

传统与现代的深邃表达的亚运美学，蕴含着丰厚的江南意蕴、鲜明的中国叙事表达，展现出中华民族的大气与开放包容的大国胸怀。进而获得中国形象的“我者”文化身份认同，促进多元文化之间的交流与互鉴。

（二）设计语境锚定：亚运美学形象的自塑

设计语境锚定基于国家形象建构中的各种文化符号、行为和表述的定位和指向，如同一个指南针，通过确定叙事所处的语境，如特定的历史、文化、社会背景等，来明确文化符号的正确意义，从而准确地传达国家形象。国家的历史文化元素在不同的语境下被赋予不同的意义。通过设计语境锚定，可以将文化元素与特定的国家形象联系起来，让国内外受众在特定语境中更好地理解和接受文化元素背后的价值与意义。

1. 亚运美学与设计理念融合：核心图形的视觉语境

亚运美学的精髓是尽善尽意的东方之美的追求。第19届亚洲运动会设计中的美学价值是亚运形象自塑的核心。所谓东方之美，是在中国文化与美学精神内核下，体现出中国的文化内蕴、杭州的地域特质，并引发人们的心灵感知、视觉感受与空间体悟等形成的五感联觉与身心认同。例如，亚运核心图形设计追求的正是这种能够唤醒杭州“原型”的自然山水灵性与历史人文的艺术智性的叙事，营造意境无穷的东方诗意美境。

其一，文化内涵的深厚性。丝语“原型”文化：杭州是丝绸之乡，亦是海上丝绸之路的重镇，代表着杭州的精致、优雅和繁荣。亚运核心图形“润泽”的视觉形态源于杭州丝绸文化。“润泽”图形展现了丝绸温润柔美、飘逸灵动的神韵，这是对丝绸文化在视觉上的生动诠释。线条的流畅性和柔和性如同丝绸在风中飘舞，对丝绸质感的表现通过设计手法呈现，进而使人们感受到杭州的丝绸文化以及杭州这座城市深厚的文化底蕴。

杭韵“原型”特征：亚运核心图形“润泽”中的五条线分别代表东方人文的丝蕴之线、自然灵韵的水意之线、品质生活的生态之线、智慧网云的科技之线、亚运力量的运动之线，这五条线是代表杭州亚运的五个特质。整个图形从左到右呈现从“幽”到“放”的丝韵轻舞、绸带飞扬的姿态。图形高低起伏、起承转合的三个部分，分别代表杭州西湖之水的灵韵、钱塘之水的澎湃和运河之水的绵长，这是对杭州独特的“原型”文化的诠释，是“润泽”山水的表达；图形中心的部分包含杭州的人文，体现了“温润万方、泽被天下”的气韵与胸襟，展示了“润泽”文化的表达；图形涵盖了杭州的自然、生态、人文、科技和体育等多个方面，是杭州地域“原型”文化的综合体现，彰显了“润泽”气象[8]。通过这样的设计，“润泽”成为杭韵“原型”特征的一个视觉符号，向世界展示了杭州的独特魅力（见图5）。

其二，视觉语汇的独特性。复合图形构建：亚运核心图形“润泽”是一个视觉构成独特的复合图形，包含手绘勾勒和电脑矢量的设计，元素表达采取了点、线、面的多种方式，使图形既有手绘的艺术感和生动性，又有电脑设计的精确性和现代感。手绘的部分为体现一些不规则的线条和独特的笔触效果来传达出一种自然、随性的感觉；电脑设计部分则确保核心图形在不同媒介上的精准性和规范性。点作为细节的点缀，线勾勒出形状和动态，面则形成图形的主体部分，点、线、面元素的综合运用与相互配合构建出“润泽”的丰富性和层次感的视觉形象。

动态与静态融合：“润泽”的图形设计融合了动态与静态表现。例如，在核心图形发布视频中，以古韵与现代结合的原创音乐，配合了古琴弹拨、水滴、鼓声等音乐特效，鼓点与形色动态契合，从静到动的律动，逐

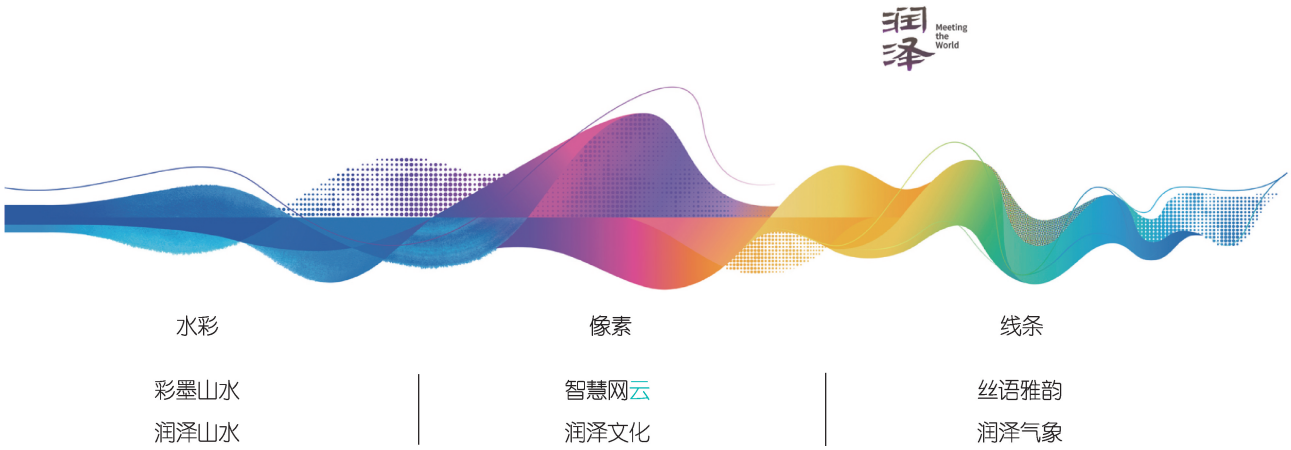

图5　第19届亚运会核心图形意象之美

渐把核心图形的创意叙事和音乐声效等推向高潮。这种动态的展示方式与静态的图形设计相结合，使“润泽”图形更加生动、鲜活。在静态时，图形本身以丰富的视觉元素呈现文化内涵；而在动态展示时，水彩的肆意潇洒被赋予了运动生命，传达出图形所蕴含的亚运精神。

其三，设计语意的灵动性。水彩意象运用：“润泽”图形中的水彩元素是灵动性的语意表现。笔者提炼出四笔水彩作为核心图形中的局部运用。水彩的运用符合杭州丹青彩墨的温润意象，也迎合水意杭州的氤氲意境。水彩在不同的纸张媒介上很大的变化性，似山似水地呈现出丰富的视觉肌理与酣畅淋漓的质感，跃然于纸张上的水彩元素表现出中国传统文化艺术的神韵，为“润泽”图形增添了独特的艺术魅力。同时，水彩元素的运用也使图形在色彩和质感上更加柔和、自然，与丝绸文化所传达出的温润细腻形成对比。

点彩视效设计：“润泽”图形中特别设计了“点彩”视效，这是不同于历届奥运和亚运会核心图形的创新之处。无数的彩色像素点在视觉中叠加，跳脱出美好的形色相融，呈现出“让色彩唱歌”的新生命。尤其在环境空间运用中，原色的圆点和色彩会呈现叠合效果。这种点彩视效的设计运用，不仅增加了图形的视觉趣味性和现代感，还能更好地体现杭州作为互联网之都的科技感，体现智慧网云的概念。虽然对点彩效果的使用有取舍、主次和比例，但它仍然是“润泽”图形中一个极具创新性的设计元素（见图6~8）。

主题字体点睛：“润泽”的主题文字既是书法，也是设计。字形是由笔者根据汉隶意象的书法形态而设计的字形。保留中国汉隶书法“蚕头燕尾、清劲秀雅”的独特特征，以汉隶的浑穆古拙和古雅秀逸，在奇古与流丽之中透着端庄与静穆之美。这种传统与现代的平衡，使亚运美学形象既具有深厚的文化底蕴，又符合现代观众的审美需求。色彩融合亚运主题色彩，由虹韵紫渐变为水墨黑色，让“润泽”主题以一种柔和、细腻的润物细无声，晕染出主题字体的光晕和质感，也是一种墨韵之内蕴，具有飘逸多姿、纵横跌宕的超然且峻逸的神采。

2. 多元形象的多维协同构建：东方诗意的形象景观系统

设计语境锚定通过明确视觉传播语境，更好地理解中国文化发展的逻辑和意义，避免和减少因文化差异导致的对国家形象的误读。亚运美学在国际化视野下以独特的方式呈现中国元素，涵盖了视觉美、文化美和功能美等多个层面传达国家形象身份认同。

亚运美学概念的提出和设计实践，是构建富有“东方诗意 中国窗口”的形象景观系统。例如，杭州亚运会核心图形“润泽”蕴含着特定的文化寓意，结合色彩系统“淡妆浓抹”的设计在亚运的各个场景中广泛应用，从场馆氛围布置到宣传物料运用，从赛场端到城市端，都成为亚运美学价值表达的重要载体组成。以亚运核心图形设计为“链接器”，将视觉元素整合而形成合力的系列图形演绎，使形象景观的塑造和传播更为集中而有力，旨在创造亚运会独特、完整且具有整体“和合”境界的以视觉形象为目标的设计系统[8]。将具有东方诗意的亚运图形、色彩等视觉元素组构为整合的规范形式，将杭州的自然山水和典型文化融入核心图形与色彩系统“淡妆浓抹”的设计中，在赛场内外、城市入口、门户等布置（见图9~10），使整个亚运会呈现独特的东方之美，体现在亚运美学元素与现代设计理念完美融合的形象自塑中。这种东方特色的形象景观系统与西方文化景观形成鲜明对比，突出了中国文化的独特性，进而在国际社会中构建起中国作为东方文化代表的国家形象。

3. 数字技术与亚运美学融合：开创新局的智能科技运用

亚运美学传达不仅仅是传统的视觉和文化展示，而且是数字技术的创新应用。信息传播的方式也在不断演变，从传统的“读图时代”到现代的“读屏时代”，这种变化不仅影响了人们获取信息的习惯，也对大型活动的形象景观系统提出了新的要求。第19届亚洲运动会作为一个国际性的体育盛事，引入智能科技和创新设计，极大地丰富了其形象景观系统的延展性。在构建多元形象时，也从不同思维方式所对应的知识领域进行整合。

从科学技术角度，融入最新的数字技术成果；在第19届亚洲运动会开幕式，将数字技术与现实世界、科技与艺术实现东方美学和西方艺术的完美融合。借助高科技以裸眼3D视效与虚拟影像的结合，采用飞奔的数字人点燃主火炬；采取虚拟电子烟花照亮夜空，传达绿色亚运理念。通过运用高科技、智能化或声光电、人工智能等科技模块介入，创造了一系列交互体验公共艺术景观。这种融合让观众深刻感受到了亚运美学中的文化美和视觉美。赛场中应用的四足机器人“导盲犬”，通过激光雷达、摄像头等传感器获取环境信息；利用地图构建和定位算法，并通过语音交互设备提醒用户避障，确保用户安全。在亚运村和媒体村还展示了人工智能技术的集成。AR智能巴士，不仅让乘客享受到L4级自动驾驶技术带来的安全高效，车内大屏还能

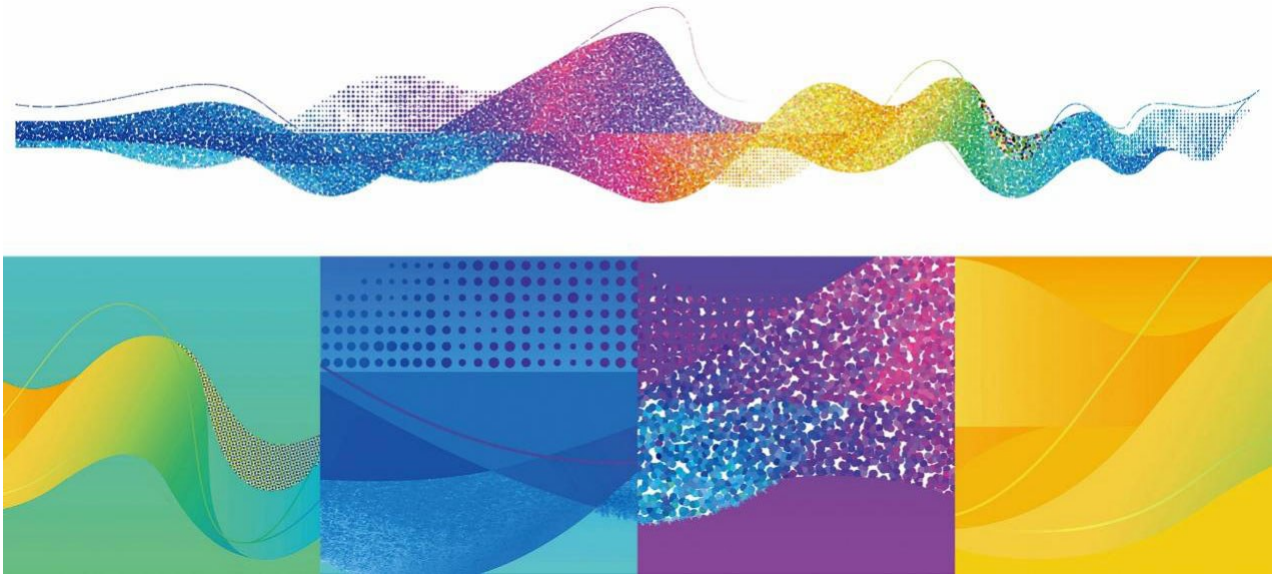

图6　第19届亚运会核心图形点彩表现

图7　第19届亚运会核心图形点彩运用视觉效果之一

图8　第19届亚运会核心图形点彩运用视觉效果之二

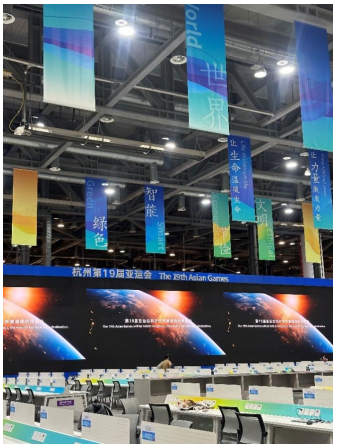

图9　第19届亚运会媒体中心形象景观

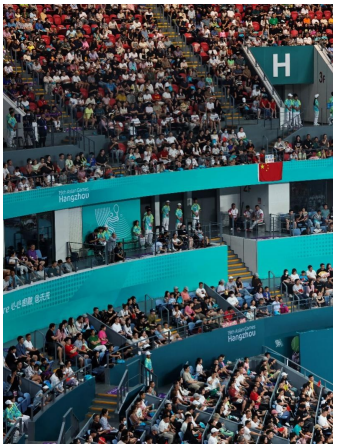

图10　第19届亚运会网球赛场形象景观

将杭州的历史文化元素与现实景象叠加，让乘客在现实与虚拟之间感受更多乐趣。

从设计人文方面，融入了杭州的历史文化、诗词文化，注入丰富的文化内涵，根据具体的形象目标构建开发。将良渚文化中的玉鸟穿越五千年“飞”到开幕式现场，集中体现了东方人文风采，彰显了体育和人文、艺术、设计融合的别样精彩。杭州亚运会主题展借助VR等技术为观众提供虚拟现实的亚运美学体验。通过打造虚拟的亚运场馆参观体验，让受众可以在虚拟环境中近距离欣赏场馆的建筑美学、内部装饰等。提供虚拟的亚运文化展览，使受众能够身临其境地感受亚运美学中的文化元素，如欣赏亚运文物、了解亚运历史文化等。

三、结语

亚运美学的国家形象设计，反映在国际重大体育赛事相关的专业管理、系统设计和品牌运营方面，利用数字技术将中国传统文化场景与现代的舞台艺术相结合，展现了中国传统文化的历史底蕴和现代活力，“娓娓道来”一个中国与亚洲与世界的文化交融的宏大叙事，向世界呈现了一场精妙绝伦的亚运美学盛宴，这正是基于国家形象的身份认同建构与亚运美学的设计语境锚定。

（下转第46页）

在“后亚运时代”的时间维度里，“亚运美学”将作为一种珍贵的艺术、文化和精神遗产继续传承和发扬，通过符号化叙事，进一步提炼亚运美学的符号语义，推动中国江南文化走向世界；通过多主体共创，进一步创新亚运美学的话语体系，表达亚洲人民“美”的追求和共同心声；通过品牌化传播，进一步拓宽亚运美学的应用场景，助力打造“国际赛会之城”城市品牌。让追求卓越的竞技魅力、公平竞争的规则意识、多元包容的人文精神、欢乐共聚的美好图景，历经时空变迁和代际传递而依旧熠熠生辉，从而迈向“体育创造美好的世界”之终极目标愿景。

参考文献

[1] 习近平在亚洲文明对话大会开幕式上的主旨演讲（全文）[EB/OL].（2019-05-15）[2024-06-08]. http://www.2019cdac.com/2019-05/15/c_1210134648.htm.

[2] 吴海庆. 伽达默尔与杜夫海纳关于审美存在的时间性观念[J]. 河南师范大学学报（哲学社会科学版），2001，28（1）：31-34.

[3] 成朝晖. 寻觅东方：国家形象的亚运美学叙事[J]. 美术观察，2024（10）：18-22.

[4] 谭晓英，王雪莲，张钢花. 2022年北京冬奥会视觉形象设计的审美策略分析[J]. 体育视野，2021（11）：4-6.

[5] 陈卫强. 大力弘扬亚运美学 用“美”讲好杭州故事[J]. 杭州，2022（2）：34-37.

[6] 袁由敏. “曲水流觞”与互联共享——杭州亚运会体育图标创作札记[J]. 美术大观，2022（12）：129-135.

[7] 吴军，特里·N. 克拉克. 场景理论与城市公共政策——芝加哥学派城市研究最新动态[J]. 社会科学战线，2014（1）：205-212.

[8] 新华社客户端. “亚运妆”上线 杭州亚运会、亚残运会形象景观总体规划发布[EB/OL].（2021-01-29）[2024-06-08]. https://h.xinhuaxmt.com/vh512/share/9732375?d=13461d1.

[9] 新华网. 第78届联合国大会通过巴黎奥运会和残奥会奥林匹克休战决议[EB/OL]. [2023-11-22]（2024-06-08）. http://www.xinhuanet.com/world/2023-11/22/c_1129988001.htm.

[10] 周鑫慈，范红. 身份·媒介·情感：中华文化全球传播的逻辑与方向[J]. 出版广角，2022（15）：42-46.

[11] 刘烁. 罗兰·巴特对索绪尔能指所指理论的重构[J]. 美与时代（下），2024（9）：29-32.

[12] 孙英春. 跨文化传播学[M]. 北京：北京大学出版社，2015：266-269.

[13] 易剑东，范英丽. 从奥运会看2022年杭州亚运会品牌规划、传播和运维[J]. 北京体育大学学报，2020，43（6）：45-52.

[14] 范红，何佳雨. Z世代体育精神的新内涵与新传播策略设想[J]. 新闻战线，2023（19）：39-42.

[15] IOC.Legacy Strategic Approach:Moving Forward[EB/OL].（2017-12-01）[2024-01-10]. https://library.olympic.org/doc/syracuse/173146.

（上接第25页）

参考文献

[1] 斯图尔特·霍尔. 表征：文化表象与意指实践[M]. 徐亮，陆兴华，译. 北京：商务印书馆，2003：28.

[2] 孟建，孙祥飞. 论国家形象跨文化传播中的身份认同与价值适应[J]. 廊坊师范学院学报（社会科学版），2012，28（6）：1-6.

[3] 刘丹凌. 国家形象建构：作为表征意指实践的“文化循环”[J]. 南京社会科学，2016（4）：106-112.

[4] 孟建. 2010上海世博会“中国国家形象建构”分析——基于视觉文化传播理论的世博诠释（上）[J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2011，33（2）：86-89.

[5] 范红，周鑫慈. 奥运会对国家形象的建构逻辑与整合策略——对北京2022年冬奥会国际传播的新思考[J]. 对外传播，2021（11）：4-8.

[6] 刘震 著；江作苏. 多元与多源：奥斯卡获奖纪录片研究[M]. 武汉：华中师范大学出版社，2015：136.

[7] 曾繁仁. 容格“原型论”美学评析[J]. 山东大学学报（哲学社会科学版），1995（4）：1-5.

[8] 成朝晖. 润泽 杭州2022年第19届亚运会核心图形创意思维与美学营造[J]. 新美术，2020，41（11）：10-18.