

【视觉传达设计】

北京 2022 年冬奥会文化符号设计与传播价值研究

张蕊, 王瑾

(北京林业大学, 北京 100083)

摘要: **目的** 分析基于符号的传播特性、文化符号的内涵和视觉性, 对北京 2022 年冬奥会文化符号的设计进行分析, 旨在为未来冬奥会文化符号的设计提供有益借鉴。**方法** 以符号学和文化符号为理论基础, 从符号的符形与符义、能指与所指等角度, 对北京冬奥会文化符号设计理念与造型设计进行分析, 引申出北京冬奥会文化符号的意指内涵, 从而得出北京冬奥会文化符号的设计特征。此外, 北京 2022 年冬奥会文化符号具有很大的传播价值, 可以传递本国的文化价值、彰显深厚的审美价值、凝聚奥林匹克的社会价值。**结论** 冬奥会文化符号是向世界传递冰雪文化和民族文化的重要媒介, 是世界文明进行交流与沟通的桥梁, 其设计理念要传承民族传统文化的内涵, 设计形式要注重创新和突破, 从而实现与世界文化的交融。

关键词: 北京 2022 年冬奥会; 符号; 文化符号; 传播价值

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)10-0190-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.10.023

Cultural Symbol Design and Communication Value of Beijing 2022 Winter Olympics

ZHANG Rui, WANG Jin

(Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: The paper intends to analyze the design of cultural symbols of Beijing 2022 Winter Olympic Games based on the communication characteristics of symbols, and the connotation and visuality of cultural symbols, with the aim of providing useful reference for the design of cultural symbols of future Winter Olympic Games. Based on the theoretical basis of semiotics and cultural symbols, the design concept and design of Beijing Winter Olympic Games cultural symbols are analyzed from the viewpoints of symbolic form and symbolic meaning, signifier and signified, and the meaning of Beijing Winter Olympic Games cultural symbols are derived from their design characteristics. Meanwhile, the cultural symbols of Beijing 2022 Winter Olympic Games are of tremendous cultural transmission value to promote the Chinese cultural value, express profound aesthetic value and unite the social value of Olympic Games. The cultural symbols of Winter Olympic Games are important media for transmitting winter culture and national cultures, and they bridge the communication of world civilization. The design concept of the symbols should carry the connotations of the traditional culture and the design form should focus on innovation and breakthrough, so as to realize the blending with the world culture.

KEY WORDS: Beijing 2022 Winter Olympics Game; symbols; cultural symbol; cultural transmission

冬奥会是体育运动和体育文化发展的重要载体, 是一种特殊的人类文化活动形式, 具有传播冰雪文化、弘扬民族文化、传递奥运精神和人文理念的功能。第 24 届冬季奥林匹克运动会由北京和张家口联合举

办, 这不仅能让更多的国人了解冰雪体育文化, 也有利于向世界传递中华民族传统文化的内涵。冬奥会文化符号是对奥林匹克精神和民族文化内涵最好的诠释, 其设计手法随着时代和科技的发展不断发生改

收稿日期: 2021-12-12

作者简介: 张蕊 (1993—), 女, 硕士生, 主攻艺术设计。

通信作者: 王瑾 (1973—), 男, 硕士, 副教授, 主要研究方向为艺术教育。

变,但其符号的所指意义和精神内涵却百世不易。例如冬奥会的会徽、吉祥物、海报、奖牌、火炬等,无疑是向世界展示举办国和举办城市历史文化及奥林匹克精神的重要符码,在与世界文化的沟通与对话中扮演着重要的角色。基于此,从文化符号的视角,对北京冬奥会的会徽和吉祥物、比赛场馆的设计理念及符号的传播价值等进行分析和探讨,从而为未来冬奥会文化符号的设计提供参考与借鉴。

1 文化符号

1.1 符号学的源起

符号指事物的表象,是精神外化的一种呈现,而符号学是关于符号意指过程的一种科学。符号一词的出现,与古希腊语 *semeion* 有着密切的关联,*semeion* 是医学专业词汇,由西方医学之父希波克拉底创造。启蒙时期,英国哲学家约翰·洛克将符号纳入哲学范畴,对现代符号学的发展具有重要的启迪作用。瑞士结构主义语言学家索绪尔和美国数理逻辑学家皮尔斯在20世纪初同时开创了符号学这一学说^[1],二人分别从不同的哲学角度阐释了符号的意义,对当时欧洲和美国符号学的发展产生了深远影响。索绪尔从结构主义语言学角度提出符号是能指和所指组成的有机统一,即从形式到观念的统一,并认为符号学的本质是语言学,这引发了结构主义语言学的大潮。皮尔斯指出,一个符号有3样东西:符号本身、符号指代对象和符号解释项^[2]。在皮尔斯看来,人的所有思维都是在符号中进行的^[3],世界上任何事物在一定情况下都可以成为一个符号,只要这个符号能够给人带来一定的意义。美国实用主义哲学家莫里斯继承了皮尔斯实用主义符号学思想,奠定了现代符号学的科学地位,指明了现代符号学的发展方向^[4]。

1.2 符号的传播特性

符号具有一定的物质性和思想性,是社会物质信息的载体,能够传播和表达一定的价值意义,并不局限于符号表面所传递的信息。传播需要媒介和渠道,而媒介本身就是一种符号象征,正如雅克布逊关于符号言语交际模式的表述:符号在其中扮演媒介这一角色,它能够将发送者所要表达的信息传递给接受者,形成一个交流沟通的传播渠道。国内学者赵毅衡^[5]认为:符号是用来承载意义的,没有符号无法表达、传递、理解的意义,符号学即意义学。符号具有传播和表达意义的特性,没有不表达意义的符号,符号的本质就是向客观世界阐释意义,形成以符号为媒介的信息传播过程。符号之所以重要,是因为主体在与世界交流时,符号的可解释能力向主体释放出意义,塑造出有指向性的价值语境,形成一种基于情感的非语言交流沟通渠道,在视觉、听觉、触觉上传播符号指代事物的内部意义和所指意义。冬奥会会徽和吉祥物是

冬奥会符号的典型代表,其视觉形态和设计理念具有传播冬季奥林匹克精神、冰雪文化和东道国精神文化价值等功能,其价值意义远超文字语言表面所传递的内容。冬奥会文化符号是奥林匹克主体思想的形式载体,是人类表达奥林匹克精神的媒介和工具,举办国和举办城市的文化思想要想实现与世界的交流,需要借助冬奥会会徽和吉祥物等符号形式来进行传播。

1.3 文化符号的内涵

文化符号是一种跨度大、内容繁杂的特殊符号形态,是一种将思维活动以抽象到具象的转换方式进行符号意指的过程。20世纪后期,著名文化符号学家洛特曼提出了文化符号这一概念,从此将符号学研究转向文艺学和文化文本研究方向,为文化符号理论的发展提供了指导思想和理论基础。英国伯明翰学派领军人物斯图尔特·霍尔认为:文化总是体现为各种各样的符号,文化的创造在某种程度上就是符号的创造^[6]。换言之,符号是承载文化内指意义和外延意义的载体,是文化文本的存在空间。中国著名符号学家李幼蒸^[7]认为文化符号指对包含语言在内的文化与思想符号学的研究,并以人类社会历史的思想形态为分析对象。文化符号将世界文化的思想内涵和意识形态作为研究对象,以符号学的方法贯穿文化文本的精神外壳和物质外壳。德国哲学家卡西尔把人类文化的各个方面视为符号化行为的结果,人类文化的各种现象:语言、宗教、艺术、科学等,都以符号的形式构成了人类的知觉世界^[8]。人类文化所构成的世界只不过是人类自身一种符号化行为的衍生品,把文化世界符号化是人类思维活动和精神活动特有的功能,人类运用符号诠释整个世界,以期达到形式与观念的统一。随着人类文明的出现,各种文化语言和艺术语言也应运而生,古代文明出现的各种文字、绘画、音乐、雕塑、诗歌、书籍等,以及现代文明的装置艺术、行为艺术、数字传媒、摄影和电影等都属于文化符号的阐释行为。冬季奥林匹克运动会的会徽、奖牌、火炬、比赛场馆、图标、吉祥物、邮票、开幕式、闭幕式及核心图形等都属于文化符号的表征系统。文化符号将主观世界与客观世界之间的交流转换成视觉图像,超越各种“语言”传递信息的限度,从而实现不同民族、不同种族之间的内部交流和外部交流。

1.4 文化符号的视觉性

视觉文化与符号研究相结合是符号学发展的产物,文化符号的视觉性既从属于视觉文化研究,也从属于符号学研究,通过符号学解读和阐释文化视觉性是符号研究的直接途径。一切事物的表象即文化现象的视觉形态,皆以符号的能指为外在形式,用符号视觉性来进行阐释和解读,可以更好地理解文化的意蕴。文化符号的视觉语言是人类情感对精神世界的创造和表达,是文化思想内容和形式结构相互联系的媒

介。苏珊·朗格^[9]认为：一个符号总是以简化的形式来表现它的意义，这正是人们可以把握它的原因。文化符号的视觉性表现正是将符号的内部意义以象征的形式，来实现文化从抽象到具象的转化，具有艺术形式的文化符号，更能唤醒人类艺术情感的知觉和共鸣。文化符号的视觉语言并不是永恒不变的，而是随着时间维度的变化和媒介的革新不断孕育出新的艺术生命力。随着地域和时间维度的变化，冬奥会文化符号的视觉语言具有强烈的地域特色和个性特征，并通过对民族符号的转换和创新，创造出新的具有艺术审美特征的视觉形态，使世界各国人民能够更好地理解举办国和举办城市的艺术审美和文化意蕴。

2 北京冬奥会文化符号设计分析

随着北京 2022 年冬奥会的举办，能代表中国文化符号的设计在顺应时代发展和艺术审美的潮流下应运而生，北京冬奥会文化符号采用现代设计手法和表现形式，挖掘中华民族传统要素和精神要义，在形式和内容上独辟蹊径，成为令世人瞩目的艺术符号创作。

2.1 民族性与时代性相结合

法国著名符号学家罗兰·巴特指出，在一个文本中，不同程度地存在着令人熟悉的旧的文本，例如先前文化的文本和周围文化的文本，任何文本都是过去引文的一个新织体^[10]。简言之，先前文化也就是历史文化体现文化符号的民族性和地域性，周围文化也就是新兴文化彰显文化符号的时代性和创新性。历届冬奥会文化符号设计亦遵循符号的意义阐释过程，吸收转化不同时期、不同民族的传统文化内涵，与现代审美认知视域相融合，形成新的意义阐释。北京冬奥会


文化符号无不体现着举办国和举办城市的民族文化特征，不同国家、种族的人民，都能从北京冬奥会文化符号中体会到东道国浓厚的文化气息和强烈的民族情感。冬奥会文化符号民族性和时代性的比较分析见表 1。

北京冬奥会会徽“冬梦”的符号形式来源于中国古老的汉字文化，汉字作为中国文化符号的代表，具有典型的象征意义。会徽的能指是中国传统符号元素——汉字“冬”，将文字与书法以抽象的表现形式与会徽设计理念相融合，彰显中国独特的书法文化韵味，使会徽独具东方文化特色和深厚的民族文化底蕴，从而实现符号的意指过程。“BEIJING 2022”这几个字体融合了中国书法和剪纸的表现形式，赋予了文字独特的文化内涵和民族情感。汉字、书法和剪纸是中国文化符号的象征，会徽以抽象的符号能指形式阐释背后隐藏的所指内容和文化内涵，将民族文化与现代国际形势融为一体，独特的创意表现形式使会徽极具中国意蕴和国际化的审美特征，符形与符义彼此相互交融，形成独特的双向符号空间。北京冬奥会会徽符号既具有时代性符号指代特征又兼具民族性符号解项特征，在传递本土文化和奥林匹克精神的基础上，延伸出人文、绿色、共享、开放的奥运理念。

冬奥会文化符号在充分表达民族文化的同时，使用了现代主义和国际主义的表现手法，体现了民族性与时代性的结合。通过这些服务于情感的文化符号，观者与东道国在文化的相互交流中产生了情感的共鸣，这是言语之外的沟通符码，通过其充满时代性的表现形式来探析其深层所蕴含的民族文化内涵，由符号的显性特征探及隐性内涵，便是文化符号的意义所在。

表 1 冬奥会文化符号民族性和时代性的比较分析

Tab.1 Comparative analysis of the nationality and times of the cultural symbols of the Winter Olympic Games

符号	符形（民族性）	符义（民族性）	符形（时代性）	符义（时代性）
标志 	汉字“冬” 书法 剪纸	传承汉字文化 弘扬传统文化	飘带 运动员动态 色彩	传递冰雪文化 凝聚奥林匹克精神
吉祥物 	国宝“熊猫” 灯笼	塑造中国形象 传播中国文化	冰晶外壳 彩色光环 冰雪	传播地域文化 映射奥运理念 关联未来和科技感
冬奥场馆 	冰丝带 玉如意	凝练传统思想 连接古今文明	冰雪元素 竞赛赛道 流线型	体现中国速度 构建冰雪文化

2.2 共性与个性相结合

冬奥会文化符号是一个庞大的符号体系, 虽然符号的意义阐释有所不同, 但是其遵循的符号视觉形态表征形式却如出一辙, 以“形”表“意”, 用能指形式承载符号的内部意义。冬奥会是东道国向世界人民展现奥林匹克精神、冰雪文化及民族文化的重要平台, 冬奥会文化符号设计除了要展现本国独特的文化魅力之外, 更要突出“公平竞争、互相理解、友谊团结”这一符号语义。历届冬奥会文化符号的具象表现形式虽各不相同, 但是蕴含的抽象意义却异曲同工。通过将北京冬奥会吉祥物与历届冬奥会吉祥物符号的符形和符义进行比较分析可以得出, 冬奥会文化符号在具有共性特征的同时, 又充满独特的个性语言。历届冬奥会吉祥物特征比较见表 2。

表 2 历届冬奥会吉祥物特征比较
Tab.2 Comparison of the characteristics of the mascots of the previous Winter Olympic Games

历届冬奥会	吉祥物	符号语义	个性特征	共同特征
温哥华	米加、魁特奇	传承民族文化	连接土著神话传说	传承本土文化, 不断创新, 求新求变, 传递奥林匹克精神和冰雪文化
索契	雪豹、北极熊、兔子	追求自然和谐相处	传统与现代的结合	
平昌	白虎	表达独特文化情感	韩国语言文化创新	
北京	冰墩墩	传递文化价值观	关联未来和科技感	

温哥华冬奥会吉祥物的符形创意灵感来自不列颠哥伦比亚原住民的神话传说, 米加和魁特奇分别以滑雪的北极熊和留着胡须、戴着耳罩的北美野人形象展示在世人面前^[1], 用拟人手法传递出加拿大友好、和平、热爱自然的精神符义, 见图 1。索契冬奥会吉祥物的符形源自俄罗斯的濒危动物, 以及最具代表性的动物形象, 由雪豹、白熊和兔子组成^[2], 分别代表俄罗斯不同的视觉形象, 反映出俄罗斯人民热爱动物、追求人与自然和谐相处的精神符义, 见图 2。平



图 1 温哥华冬奥会吉祥物
Fig.1 Mascot of the Vancouver



图 2 索契冬奥会吉祥物

Fig.2 Mascot of the Sochi Winter Olympics Winter Olympics

昌冬奥会吉祥物的符形是一只白虎“Soohorang”（见图 3），其名称源于韩语词汇，在韩国历史文化中，白老虎被韩国人视为守护神，平昌冬奥会以白虎欢乐、激情、可爱的视觉形象向世界传递韩国独特的艺术文化和语言文化。北京冬奥会吉祥物的符形源于中国特有的“熊猫”形象，名为“冰墩墩”（见图 4），“熊猫”是中国的国宝，亦是中国专属的文化符码，“冰墩墩”符形设计的特殊性在于将熊猫形象与极具冰雪元素的冰晶外壳相结合，其形象酷似宇航员，极具未来感和科技感，引起世人对动物的珍惜和保护，传达出中国包容、开放、传统与现代结合的精神符义。



图 3 平昌冬奥会吉祥物
Fig.3 Mascot of the Pyeongchang Winter Olympics



图 4 北京冬奥会吉祥物
Fig.4 Mascot of the Beijing Winter Olympics

对比近 4 届冬奥会吉祥物的符形与符义可以发现: 冬奥会吉祥物符形设计的共性是都选用了本国特有的动物或上古神话中的奇异动物作为原型, 并运用现代设计手法, 从本国传统文化符号中汲取创作灵感, 符义的情感意义均指向本国的民族文化情怀, 以独特的艺术表现形式传递出民族精神和文化内涵。冬奥会吉祥物是一种“像似符”, 可以通过不同的抽象图像来引申不同的所指意义和符号语义, 它们所隐喻的文化内涵和表征属性也截然不同。温哥华冬奥会吉祥物源自当地原住民的神话传说, 是对传统文化的一种传承和保护; 索契冬奥会吉祥物源自俄罗斯极具特色的稀有动物形象, 体现出热爱生命、人与自然和谐相处的冬奥理念和民族精神; 平昌冬奥会吉祥物源自韩国独特的语言文化, 向世界塑造了一个欢乐、激情

的韩国国家形象；北京冬奥会吉祥物通过深度挖掘中国独特的文化符码内涵，向世界传递了爱护动物和保护自然的人文理念，彰显了中国追求和谐发展的价值观。

2.3 传统与创新相结合

文化符号的阐释意义和表征形式并不是亘古不变的，而是随着时间维度和审美价值的变化不断催生出新的图式和内涵。把握不同民族文化对文化符号的影响，有利于历史文化的传承与发展。皮尔斯认为符号具有强大的包容性和开放性，能够与多种文化形式和语言进行交融，并获得不同的艺术形态和文化情感，产生不同的符号意义形式。运用创新思维和创意形式来演绎本民族传统文化的内涵，创造出独特、个性的视觉语言是冬奥会文化符号设计首要考虑的因素。北京冬奥会比赛场馆设计在创新方面有着很大的突破，设计理念和表现形式别具一格，将中国传统符号以新的审美知觉进行创新，在创新基础上又不失中国本土文化的意蕴。

国家速滑馆“冰丝带”，从符号的能指来讲，首先要满足室内滑冰竞赛的功能，因此，速滑馆的外形必然是起点与终点重合的圆形。从符号的所指来讲，丝绸文化一直是中国文化符号的象征，将坚硬的冰巧妙地设计成柔软的丝带，使场馆充满了速度感和韵律感，体现了中国人对冰雪文化的深度思考以及对古人刚柔并济思想的理解，更是对民族文化的传承与发扬，见图5。“冰丝带”并不是传统意义上的丝带，而是将丝带与冰雪文化和冬奥会的速度感巧妙地结合在一起进行的设计，是独具传统文化意蕴和未来科技感的冬奥会文化符号，将丝带以独特的表现形式与比赛场馆相融合，赋予了场馆更浓厚的文化意蕴和精神内涵。



图5 国家速滑馆
Fig.5 National Speed Skating Oval

国家跳台滑雪中心场馆名为“雪如意”，是从中国古代的传统饰物“如意”衍生而来，见图6。从符号的所指来讲，如意这个符号在中国具有典型的吉祥如意象征。国家跳台滑雪中心将中国传统符号代表“玉如意”的器物形象融入建筑设计中，无疑是对民族文化的创新与再现。同时，从符号的能指来讲，跳台滑雪场地呈现出的具有巨大高低落差的条带状，正是用来满足从高处向下滑落的跳台滑雪竞赛的需求。



图6 国家跳台滑雪中心
Fig.6 National Ski Jumping Center

因此，“雪如意”这一文化符号在能指与所指的二元释义中，巧妙地围绕着传统与创新相结合的理念，把跳台滑雪中心场馆的物质功能与精神功能体现得淋漓尽致，不仅给来自世界各地的运动员带来了专业的竞赛体验，而且让受众更深入地理解了中国的传统文化蕴意和民族精神。

通过北京冬奥会比赛场馆的设计可以看出，冬奥会文化符号设计的趋势将是不断突破传统，通过新的形式技艺来展现本土文化、奥运精神及冰雪文化，既保留传统民族文化的精髓又向传统文化注入新鲜和活力，使文化具有象形的意味，同时又不失现代设计的美感，使大众通过场馆这一冬奥符号更透彻地了解传统文化和冰雪文化的引申含义。

3 北京冬奥会文化符号的传播途径

3.1 色彩系统传播文化内涵

色彩在文化符号系统中属于“非语言符号”类别，在信息传播过程中能够超越“语言符号”所产生的局限，使信息接受者获得更多的内体感受和视觉冲击力。在中国的历史文化中，色彩拥有浓厚的历史底蕴，是中国传统文化的符号象征。古人对颜色的命名和运用极其讲究，中国古代山水画“青绿山水”的创作形式，便以中国古代矿物质颜料作为山水的主色，使绘画作品具有独特的文化意境，传递出中国独特的历史韵味。色彩系统设计亦是北京冬奥会文化符号的重要组成部分，2022年北京冬奥会拥有专属的色彩符号系统，冬奥会色彩系统将中国传统文化的意蕴融入色彩符号设计中，将民族文化的内涵直接呈现在世人眼中，成为传播中国冬奥文化和冰雪文化的重要媒介。北京冬奥会色彩系统的设计灵感源于中国古代的矿物质颜料，是对中国传统色彩文化的深度挖掘，使北京冬奥会色彩系统具有醇厚的历史韵味，以独特的符号形式向世界传递中国的传统审美意象，以抽象化的语言形态诉说着民族情感和传统哲学。北京冬奥会色彩系统的设计，将北京、延庆及张家口3个比赛地区独特的冬季色彩和传统文化色彩融入设计中，呈现了举办国和举办城市对冰雪文化和冬季奥林匹克精神的会意，向世界传递了中国专属冰雪文化的魅力和民族情感，实现了跨地域、跨民族之间的文化交流。

3.2 造型设计塑造国家形象

中国古人历来讲究“以形写意”和“以形媚道”,通过事物的外在形态探究事物的本质,将形式与内容融为一体,形成特殊的文化语境,传递中国文化的精神要义。北京冬奥会文化符号将中国传统哲学精神融入造型艺术形态设计中,向世界传递了中国美学理念和文化精神,塑造出独特的国家形象和文化形象。北京冬奥会会徽将中国传统的汉字作为会徽的艺术表现形态,其造型是将中国汉字“冬”与书法形态进行创意结合,赋予了会徽浓厚的东方文化意蕴,塑造出中国独特的汉字文化形象,向世界传递了中国历史文化的内涵和底蕴。冬奥会吉祥物以中国的符号象征“熊猫”作为设计原型,熊猫是中国形象的代表,也是中国对外交流的重要符码。“冰墩墩”将熊猫形象与现代科技相结合,以可爱、有趣、充满未来感的熊猫形象向世界传递了中国追求人与自然和谐的人文理念,塑造出友好的国家形象和民族情感。国家跳台滑雪中心比赛场馆的造型源于中国传统饰物“玉如意”,通过中国传统元素如意的形态,能够让观赛者和参赛者在体验冰雪文化运动的魅力同时,亦能感受到中国传统文化的意蕴,彰显了冬季奥林匹克精神中国文化的表达,向世界展示了国家独特的文化形象和精神意蕴,彰显了东方文化魅力。

4 北京冬奥会文化符号的传播价值

文化符号的传播就是符号动态的意指过程,产生动态过程的关键介质就是符号的视觉语言,其实质便是文化符号的阐释过程。由于受到地域和语言的限制,人们在进行文化交流时会受到阻碍和隔阂,文化符号以其生动的视觉性特点成为跨文化交流的媒介和桥梁。冬奥会文化符号的视觉语言,将冬季奥林匹克运动精神和奥运信息以视觉和图像形式传播给信息接收者(文化符号意义的阐释者),以此形成冬奥会文化符号的传播系统。

4.1 传递文化价值

文化符号是一个国家传统文化的象征形式系统,是一个地区乃至一个民族经过历史长河洗礼沉淀下来的精神缩影,人们可以通过北京冬奥会文化符号来感知中国独特的地域文化和历史文化,了解本国文化意蕴和民族力量,从而实现我国文化价值的繁荣、和谐发展。冬奥会文化符号通过具象的视觉图像符号传递文化的本质内涵,可以让世界更加了解北京和张家口2座举办城市的人文价值观和文化艺术情感,传递北京冬奥会奥林匹克精神和冰雪文化,促进我国冰雪文化与世界冰雪文化的交融。例如“冬梦、冰墩墩、雪融融”等文化符号的设计,从形式到观念多角度地表现奥林匹克理念和民族文化内涵,用抽象的视觉表征形式传递更深层次的人文理念和文化价值观,将本

民族文化与世界文化进行交流与融合,不断丰富中华民族的文化符号内涵,促进中国传统文化的传承与发展。冬奥会文化符号全国性的广泛传播,将有利于我国冰雪体育运动文化的建设与拓展,也正如古德温·多尔泰伯所言,奥林匹克教育提供了一种通识教育,或者说是促进人全面发展的教育^[13]。大众通过北京冬奥会文化符号,从全方面深层次理解北京冬奥会物质文化和精神文化,可以促进我国冰雪文化教育和绿色发展的,有助于形成中国地域特色的冰雪文化,从而不断丰富我国的冰雪文化内涵。

4.2 彰显审美价值

中国传统审美文化思想追求意象和写意之美,讲求形意结合,以可见的“形”表深层的“意”,并认为真正的美不在于写实的物象,而在于意象,用抽象概括的符号形式象征寓意中国传统深厚的美学思想;中国审美思想常常以书法入画,讲究笔墨韵味,崇尚简约、自然之美,并将隐喻手法融入文化符号的表达中。例如,北京冬奥会会徽的设计巧妙地将中国书法文化融入设计中,用行云流水的笔墨动势展现出运动员潇洒恣意的身姿,使会徽充满韵律感和中国传统的审美意蕴。这种主观情意和美学认知,创构出了超越符号本身客观意象,并具有愉悦身心的审美价值的视觉形态,在符号的能指形式上体现出东道国的审美意识知觉,在视觉上体现出民族色彩和地域文化,更好地传播了举办国和举办地独特的审美趣味和审美价值。北京冬奥会会徽通过符号的图形、色彩、文字,向观众传递出一种具有中国审美意境的视觉盛宴,映射了中国独特的审美意识形态和创造力,彰显了深厚的中国审美价值。

4.3 凝聚社会价值

北京冬奥会文化符号既具有文化价值和美学价值,还具有社会价值,它对社会所产生的影响和意义是不可估量的,远超它所潜在的平面视觉意义。文化符号是否能维持长久的生命力,并不完全取决于它的视觉艺术,更取决于它是否含有“隐含义”、是否能衍生出隐蔽的价值意义、能否产生社会价值。人们可以通过北京冬奥会文化符号的符形和符义,更透彻地了解“以运动员为中心、可持续发展、节俭办奥”的中国冬奥会举办理念^[14],让更多的人了解冬季奥运会的魅力,带动更多的人参与到冰雪运动中来,进而体现出我国政府建设体育强国的国家意志。例如,憨态可掬的“冰墩墩”以熊猫形象出现在世人眼中,更能激发人类对野生动物、自然环境的爱护,可以促进环境的可持续发展,以及人与自然是生命共同体理念的逐步形成。北京冬奥会城市基础设施和奥运场馆的建设,为世界文化增添了奥运绿色遗产,这亦是传播国家文化的重要符码,可以内聚人心、外塑形象,从而促进举办城市经济和文化旅游业的发展。利用北京冬

奥运会文化符号展现自信、包容、开放的人文价值观,向大众传递冰雪体育精神和冬季奥林匹克精神,有助于“进一步提升社会的奥林匹克价值观”^[15],为奥林匹克事业献出中国力量。

5 结语

冬奥会文化符号是一种具有时代性和民族性的特殊的语言符号系统,能够实现跨文化、跨地域的情感交流,拥有无限的传播价值。北京冬奥会的会徽、吉祥物、场馆,既在内容上延续了本土传统文化的内涵意蕴,又在形式上进行了大胆的创新和突破,用现代表现形式呈现了传统文化内容,充满现代审美个性,彰显了冬奥会文化符号的精髓。北京冬奥会文化符号的设计理念在内容上找到了传统与现代的平衡点,以现代设计手法表现出中国传统文化所独有的艺术魅力和审美特征,展现了中国文化发展的新常态及中国梦等文化价值观,在进行文化传播的同时,传递了中国的艺术审美和社会主义核心价值观,促进了东方文明与世界文明的交流与融合,展现了中国文化的新面貌和新观念,这对塑造中国新形象有重要意义。

参考文献:

- [1] 赵星植. 21世纪以来重要符号学新流派的发展趋势[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2019, 40(8): 184-191.
ZHAO Xing-zhi. The Development Trend of Important New Schools of Semiotics Since the 21st century[J]. Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Science), 2019, 40(8): 184-191.
- [2] 季海宏. 皮尔斯符号学思想探索[D]. 南京: 南京师范大学, 2011.
JI Hai-hong. Exploration of Peirce's Semiotics[D]. Nanjing: Normal University, 2011.
- [3] PEIRCE C S. Philosophical Writings of Peirce[M]. New York: Dover Publications, 1955.
- [4] 张良林. 莫里斯符号学思想研究[D]. 南京: 南京师范大学, 2012.
ZHANG Liang-lin. Research on Morris' Semiotics Thought[D]. Nanjing: Normal University, 2012.
- [5] 赵毅衡. 符号学作为一种形式文化理论: 四十年发展回顾[J]. 文学评论, 2018(6): 146-155.
ZHAO Yi-heng. Semiotics as a Theory of Formal Culture: A Review of the Development of Forty Years[J]. Literary Review, 2018(6): 146-155.
- [6] 刘平云. 民族性与世界性——论北京冬奥会吉祥物的时代特征[J]. 美术观察, 2020(5): 74-75.
LIU Ping-yun. Nationality and Cosmopolitanity: On the Characteristics of the Times of the Mascot of the Beijing Winter Olympics[J]. Art Observation, 2020(5): 74-75.
- [7] 李幼蒸. 理论符号学导论[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1993: 570.
LI You-zheng. Introduction to Theoretical Semiotics[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 1993: 570.
- [8] 林玲. 卡西尔与“文学符号学”新探——重读《人论》札记[J]. 改革与战略, 2003(11): 83-85.
LIN Ling. A New Probe into Cassirer and "Literary Semiotics": Rereading Notes on an Essay on Man[J]. Reformation & Strategy, 2003(11): 83-85.
- [9] 苏珊·朗格. 情感与形式[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1986: 32.
SUSANNE K L. Feeling and Form[M]. Beijing: China Social Sciences Press, 1986: 32.
- [10] 何瑞清. 翻译研究中的互文性误读、误用与滥用[J]. 上海翻译, 2018(6): 1-5.
HE Rui-qing. Intertextual Misreading, Misuse and Abuse in Translation Studies[J]. Shanghai Journal of Translators, 2018(6): 1-5.
- [11] 石晶. 审美视阈下第22届冬奥会吉祥物设计的衍变及启示[J]. 冰雪运动, 2013, 35(3): 45-49.
SHI Jing. Development and Revelation of the 22nd Winter Olympic Mascots Design from the Aesthetic Viewpoint[J]. China Winter Sports, 2013, 35(3): 45-49.
- [12] 阙军常, 张宏宇, 董宇, 等. 都灵、温哥华、索契冬奥会文化创意的比较分析[J]. 首都体育学院学报, 2015, 27(6): 546-551.
KAN Jun-chang, ZHANG Hong-yu, DONG Yu, et al. Comparative Analysis on Cultural Creativity between the Winter Olympic Games in Torino, Vancouver and Sochi. Journal of Capital University of Physical Education and Sports, 2015, 27(6): 546-551.
- [13] 张蕾. 奥林匹克教育与人的全面发展——北京奥林匹克教育国际论坛综述[J]. 教育科学研究, 2008(3): 62-63.
ZHANG Lei. Olympic Education and People's All-round Development: a Summary of Beijing Olympic Education International Forum[J]. Educational Science Research, 2008(3): 62-63.
- [14] 徐子齐, 孙葆丽, 董小燕. 北京2022年冬奥会赛事理念从申办到筹办嬗变探究[J]. 体育文化导刊, 2018(6): 25-29.
XU Zi-qi, SUN Bao-li, DONG Xiao-yan. Research on the Concept Evolution of Beijing 2022 Winter Olympics from Bidding to Preparation[J]. Sports Culture Guide, 2018(6): 25-29.
- [15] 何振梁. 奥林匹克价值观与奥林匹克普世性——在2009年奥林匹克大会上的两次讲话[J]. 体育文化导刊, 2010(4): 1-2.
HE Zhen-liang. Olympic Values and Olympic universality: Two Speeches at the 2009 Olympic Congress[J]. Sports Culture Guide, 2010(4): 1-2.

责任编辑: 马梦遥