

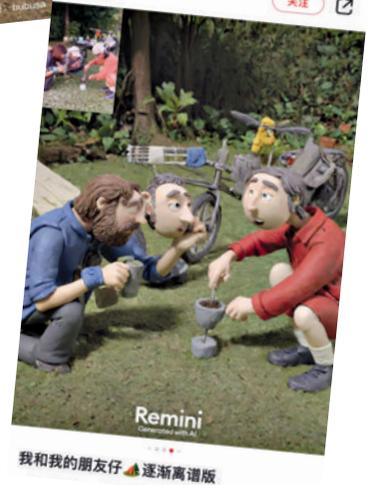
## 青年发现

从“五一”假期至今,不少人的微信朋友圈、小红书上都被一款“黏土风”的照片“硬控”了。不同于美颜照片,这种黏土AI生成的照片有点丑丑呆呆的,但正是这种独特的“丑萌”风,独得年轻人喜爱,甚至玩得“上头”。

青年报记者 刘晶晶



黏土风格不需要提前上传自拍照制作个人数字分身,新用户在几秒时间就可以生成正片。除了丑萌,盲盒式的开图方式也让用户玩得乐此不疲——如果你觉得这一张不够“丑”,那么期待下一张吧!



## 被“黏土风”硬控

## 年轻人为何独宠“丑萌”风

## 丑丑“黏土”特效照片火爆

上传一张照片,就可以将任意图片打造成黏土风格的照片。正是因为其中的“黏土”特效,这款AI修图软件“意外”火爆,曾在“五一”假期悄悄登上了苹果中国区Appstore免费榜的榜首,一度超越抖音。甚至到现在,还处于人气飙升Top15的App之一。

截至5月23日,在抖音上,“黏土世界的另一个我”话题播放量达到4.4亿次,“遇到了已读乱回的黏土特效”话题播放量达1729.3万次。小红书上的“黏土滤镜”话题浏览量达到3236.4万次。

最开始是一组《甄嬛传》剧照广为传播,接着蔓延到各种电影电视人物和表情包,玩上头的网友们甚至开始搭建一个“黏土

世界”,真实世界里的照片在这里被玩坏了。玩别人不上瘾,又开始玩起了自己,从日常照片、旅行照片,再到家人朋友、风景宠物,“一切皆可黏土”。

甚至有人琢磨出各种黏土滤镜攻略,比对不同App的质感,分享如何加载其他模型搭建出动画效果。“场景色调一致,人物动作夸张,选日常照不要精修”“不要怼脸照、大头照”“不要露牙齿”……大家还总结出了各种“出片”经验。

有意思的是,这种“出片”,不是一般意义上加上滤镜后变得更美,而是为了变得“更丑”。大小眼是“基操”,眼白比眼黑多是日常,厚嘴唇人人值得拥有,

斗鸡眼更是随机掉落,用一位爱好者的话说就是“丑得让人很安心”。“就很好玩呀,一开始还觉得生成的照片丑到让人崩溃,后来就逐渐上瘾,各种传照片,看能被AI丑化成什么样,特别搞笑。”95后的Josie告诉记者。

怪诞、搞笑,虽然不美,却俏皮生动,很多年轻人表示,这正是“黏土世界”的魅力。“你说它丑吧,其实又有种荒诞的萌感,而且特别有那种复古的动画电影的感觉,很有戏剧效果。”平时就喜欢看动画的00后大学生何睦告诉记者,每次上传照片,看到提示语里说的“正在重塑现实”,就会让人暗自期待。



## 在“丑萌”中找寻治愈和感受生活

当代年轻人为何钟爱“丑萌系”?东华大学学习设计的00后学生钟爱云这样概括:“因为美的东西千篇一律,丑的东西各有不同啊。”对于追求个性和时尚的年轻人来说,他们的选择可能更倾向于流行元素里的独特和个性化。

当美颜滤镜将所有人都“美化”得如一个模子里出来的时候,写实又夸张的“黏土风”滤镜让年轻人体验到了更有趣的自己。每一次AI都会抓住脸部一种不一样的特征,生成一款像你又不像你的黏土娃娃,让人想要一直拉动,看看这次生成的是什么效果。同一张照片,多次生成也会生成一些小变化,比如人物的表情、衣着、背景环境。“就跟开盲盒似的,十分令人上瘾!”会玩的年轻人也会用这种特性,自发生成“梗图”,从一款照片滤镜生发,形成了社交互动的“场域”。

“丑萌丑萌,其实重点更落于后面的‘萌’字,因为这是描述者主观情感的投射。”上海市心理学会注册高级心理咨询师卫兰表示,丑萌的东西通常具有惊人的疗愈功能,因为看到就能让人发笑,减压效果立竿见影。她认为,“丑萌”文化其实表达的是当代青年常有的一

种心理状态,其中既有强烈的幽默感、自嘲感,也有对真实和真诚的追求。

“一方面,以夸张滑稽的形象带来感染力,既给自己带来了快乐,也愉悦了他人,获得满满的‘情感价值’。另一方面,与朋友包括在社交媒体上分享‘丑’的一面,从某种意义上是向他人展示你最真实的本性,在收获到‘好萌’的评价时,也以轻松愉快的交流方式让人们可以在短时间内建立起亲密关系,加强社交互动。”

同样,使用各种丑萌的表情包,共享穿衣搭配上的流行风格,年轻人也得以更加自由地表达自己的情感和观点,是青年人之间一种全新的表达方式和“社交货币”。

而在学习设计的“文艺青年”钟爱云看来,“丑萌”文化并不是真的“审丑”,而是让年轻人跳出了传统的审美框架,有了更自由的表达方式,并借由这个舞台发挥出自己“极致”的创造力。“许多小伙伴会制作和分享丑萌的表情包、视频和艺术作品,都很有创意和才华。”她表示,年轻人喜欢“马踏飞燕”“黏土风”,进而做出更多“二创”作品,可能并不是真的“爱丑”,而是一种发掘事物不同面的好奇心与让“丑”变可爱的能力的体现,而这,正是热爱生活的表现。

## 年轻人热衷的“丑萌”风处处可见

事实上,类似于“黏土风”照片的“丑萌”风,在年轻人中早已刮了有好一阵了。小红书上,甚至有人分享“丑娃”,前面加的定义是“丑进心巴”“超可爱”,能听出的只有浓浓的宠溺和骄傲。还有自发的“丑东西大赛”,越丑越爱,看谁能拔得头“丑”。

不少丑萌IP的火爆程度更是毫不逊色于“黏土风”滤镜。比如凭借丑萌的外形出道即巅峰的丑萌IP鼻祖之一屁桃君。这颗酷似一颗屁屁造型的桃子虽然与美完全不搭嘎,却恰恰莫名戳中了大家的少女心,成为丑萌系代表,甚至与美妆护肤这类适合女孩的消费品联名。业界老网红“悲伤蛙”更是因为一副悲伤的表情成为年轻人的表情

包常客,“商业版图”也扩展到贴纸、盲盒甚至主题餐厅,让粉丝们大呼“蛙蛙出息了”。

除了玩偶、动画IP,“丑萌”风还刮到了文创界,“丑萌”风格的文创产品硬是让年轻人带火出圈,也成为不少文创产品的“流量密码”。甘肃省博物馆推出的一款“马踏飞燕”玩偶,绿色的铜奔马龇着大白牙,脚下踩着“飞燕”则白眼上翻,一脸不满,让网友们直呼“被可爱到了”!玩偶上架不到半个月,线上线下全部售罄,甘肃省博物馆的淘宝官方旗舰店还为此打出公告:疯狂踩缝纫机中,国宝值得等待。

这个“丑萌”国宝,还与苏州博物馆的“吴王夫差毛绒剑”、三

星堆的小铜人打麻将摆件、陕西历史博物馆的金怪兽毛绒玩具等被列入淘宝“丑东西大赛”的评选。提起这个已经举办四届的“丑东西大赛”,最让人记忆深刻的应该就是一夜之间让年轻人放飞自我的首选装备“绿头鱼”头套了。

最近风头很劲的户外风中,“丑萌”的户外装备穿搭也成为不少年轻人拥趸的对象。圆头圆脑,更注重实用价值而无法兼顾美观,原本常被人嫌弃笨重、难看的户外登山鞋、溯溪鞋,如今却成为年轻人的最爱。“单看不好看,但谁穿谁知道,上脚丑萌丑萌的,笨头笨脑的多可爱啊,关键舒适无比,山系少女狠狠拿捏!”一位爱好者表示。