

电影海报的中西融合及创意设计

邢宏亮

(沈阳航空航天大学, 沈阳 110136)

摘要: **目的** 研究中西方电影海报设计文化的融合方式,以及提升电影海报艺术品位的方法。**方法** 通过对中西方电影海报设计理念、设计特征、设计风格的差异比较和对电影海报经典作品的分析,阐述了提高电影海报创意设计艺术的可行性途径。**结论** 中西方设计文化必将逐渐走向视觉语言的融合,中国电影海报设计只有立足本国实际,充分吸收、借鉴西方现代设计理念、风格与先进手段,以崭新的艺术视角、新思维寻找属于自己独特的视觉语言,才能更具特色,更富活力。

关键词: 电影海报; 创意设计; 融合

中图分类号: J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)04-0017-04

Chinese-Western Integration and Creative Design of Movie Poster

XING Hong-liang

(Shenyang Aerospace University, Shenyang 110136, China)

ABSTRACT: Objective It studied the integration ways of Chinese-Western movie poster design culture and methods of promoting the art taste of movie poster. **Methods** Through comparison of design ideas, characteristics and style differences of Chinese-Western movie poster and analysis of classical works, it elaborated the feasible ways to improve creative design art of movie poster. **Conclusion** Chinese-Western design culture must be gradually integration of visual language. Based on domestic actual situation, taking advantage of western modern design and advanced technologies, and obtaining own unique visual language with new artistic vision and new concept, Chinese movie poster design will be more particular and more energetic.

KEY WORDS: movie poster; creative design; integration

电影海报是推销电影作品的重要形式,是电影宣传手段的视觉表现方式,是电影宣传方和海报设计师创意智慧的结晶。它不仅具有商业价值,更具有极高的艺术价值。在世界政治、经济、文化都在朝向多元化发展的今天,东西方文化的交流与合作给电影海报设计提供了新的平台和契机。如何去粗取精,在保证高质量视觉传达的同时保持民族文化的多样性和互融性,无疑成了电影海报设计中又一国际化的新命题。

1 电影海报的中西融合

电影诞生至今已有100余年的历史,其间,《爵士歌王》使电影跨越了从无声到有声的界限,《浮华世界》使电影迈过了从黑白到彩色的鸿沟。电影海报,又称为电影宣传画,具有传递电影信息、吸引观众注意、刺激电影票房收入的作用,因此,也被称为电影的“名片”。

收稿日期: 2013-08-13

基金项目: 辽宁省教育厅人文社会科学项目(W2012028)

作者简介: 邢宏亮(1983—),男,沈阳人,硕士,沈阳航空航天大学讲师,主要从事品牌设计的教学与研究。

电影海报设计,是平面广告设计的一种,来自不同国家的电影海报处处体现着民族文化间的巨大差异。在中西方电影海报的设计中,由于民族文化和美学背景的差异决定了电影海报设计必然带有本民族自身的特质^[1]。来自不同国家的电影海报,形成了各具特色的艺术形式,充当着不同时期世界各地民族文化的“记录者”和“见证人”。

1.1 西方电影海报设计理念

美国作为世界电影第一大国,不论在艺术上还是商业上均取得了极高成就。进入新好莱坞时期,美国影片所宣扬的主流价值观依然影响着各个国家观众的情绪,这与其说是民族精神的传扬,不如说是文化软实力的渗透。如经典影片《乱世佳人》的海报设计,见图1,海报以冲天的鲜红火光为主色调,男女主人公在前景热烈拥抱,眼神中传达出浓浓的爱意,既交代了战争的时代背景,又宣扬了爱的主题。法国电影有着悠久的历史传承,无论是从绘画借鉴的先锋主义、印象主义,还是从小说借鉴的新浪潮与左岸派,都与法国电影的诗意传统有着密切的关联。如电影《碧海蓝天》的海报设计,见图2,海报以蓝色铺满整个画面,写意十足,诗情盎然。德国虽然是现代设计的发祥



图1 《乱世佳人》电影海报

Fig.1 "Gone with the Wind" movie poster



图2 《碧海蓝天》电影海报

Fig.2 "The Big Blue" movie poster

地,但德国传统文化中的隐忍和刚毅在其电影海报中也有着突出体现,并且德国人自身对历史以及人性的反思也渗透到了电影海报中。

1.2 东方电影海报设计特征

在东方文化内部,包括中华民族、大和民族以及朝鲜民族,他们秉持着传统的儒教思想,却又各具特色,这种细微的文化差异对电影海报设计存在着重要的影响。由于文化间的差异,导致朝鲜人在设计中较注重平衡性理念,推崇中庸思想;日本人崇尚简约的设计风格,反映出平和、细腻的文化风貌^[2]。在中国电影海报设计中,人们可以经常感受到水墨、中国红、中国意境等浓浓的中国情韵,如电影《小街》的海报设计,见图3,海报用简单的笔墨和留白设计,通过构图布置和黑白对比,形成了一幅带有审美意义的画面,给观众造成了强烈的视觉冲击。



图3 《小街》电影海报

Fig.3 "Narrow Street" movie poster

1.3 东西方电影海报的互融

电影海报在发展早期,世界各地不论是创作手法还是表现风格,都深深地受着欧美电影海报的影响。20世纪80年代末,各国设计师纷纷结合本国的形式特质及文化精神进行电影海报创作,用全球化的视野与视觉语言传达新时代的电影海报内容和精神,电影海报设计由此进入多元化的发展局面^[3]。亚洲所特有的东方元素的色彩、构图逐渐被西方设计师所接受,作为民族主题形式存在的“东方情调”强烈地吸引了西方人的眼球,这些民族文化符号给世界电影海报设计带来了新的冲击力。中国电影海报属于舶来品,是跟随着别国的发展脚步成长起来的,逐渐形成自己的风格,彰显特色并积极走向世界^[4]。东西方设计文化伴随着东方元素与西方形式的互融,必将走向视觉语言的融合。

2 电影海报的创意设计

创意设计是电影海报的灵魂,是电影海报成功与否的关键。一个好的创意,凝聚了设计师的智慧,决定着海报自身的艺术价值与商业价值,它能够吸引观众,让观众具有货真价实的感觉,同时带动电影的商业利益。然而,当前能够引人入胜的电影海报作品为数不多,相当一部分电影海报存在模仿、套用,甚至抄袭国外优秀作品之嫌^[5]。如何提升电影海报的艺术品位,使之具有创意的构思、生动的艺术形象、强烈的视觉效果,笔者认为应做到以下几点。

1) 创意设计者应具有丰富的视觉语言。电影海报可以说是影片艺术创作的一种延伸与补充,它与影片相得益彰,其独特的艺术性其他艺术所不能取代的。电影海报创意设计者不但应该有扎实的基本功,还应该有丰富的艺术语言。如影片《喋血双雄》的海报设计,人物摆放得当,黑白设计点题,画面中一条不规则的白线是整幅海报的黄金分割线,文字的色彩也由此线各分黑白。海报的效果很见力度与深度,充分表达了影片的主题与立意。在此电影海报中,如黑、白、灰的处理,点、线、面的运用,虚与实、疏与密的思考,节奏与章法的表现,色彩冷暖关系的把握等,如果没有这些专业知识和深厚的艺术功底,那么海报作品就难以表现。

2) 创意设计者应具有深厚的文化底蕴。中国拥有悠久的历史和丰富的文化资源,这些都成为了电影海报创意设计的主题和源泉。然而,对电影主题的探索、领悟的深浅与设计者的文化积累关系甚大,它决定着海报作品品位的高低。好的海报设计是将自己的感受、情感、思考投入其中,是设计者智慧升华的必然结果。一张优秀的电影海报,也是一张非常好的装饰画,画面内容与影片的主题融合,有效地传达给观众影片所营造的氛围。如电影《泰坦尼克号》的海报设计,见图4,海报中的冷与暖、死亡与爱情、恐惧与坦然等的强烈对比,既透露出影片强烈的灾难片色彩,又让人们知道这是一部典型的爱情片。

3) 创意设计应讲究艺术个性风格。个性是电影海报的风骨与神韵,好的设计家都会千方百计地避开那些司空见惯的设计套路,寻求个性化的设计风格。对比中国传统电影海报浅显直白的剧情式或肖像式



图4 《泰坦尼克号》电影海报

Fig.4 "Titanic" movie poster

的表现手法,目前的中国电影海报蕴涵了更为深刻的哲理和寓意。艺术贵在出新、出奇、出巧,以及在创意设计的深度上下功夫,作品才会有个性,有个性的电影海报才能为影片张目,为影片包装。如电影《山楂树之恋》的海报设计,见图5,男女主角在阳光下,开心而又纯情地微笑,在那个物质匮乏的年代,人们追求的是心灵与情感的满足,海报展现出了男女主角对爱和未来的憧憬。电影海报设计应具有艺术感染力,要调动形象、色彩、构图、形式感等因素形成强烈的视觉效果^[6]。



图5 《山楂树之恋》电影海报

Fig.5 "The Love of the Hawthorn" movie poster

4) 创意设计应遵循图形简洁的原则。电影海报中直观形象的图形能给观众产生明确而又深刻的印象。图形的形象要主次分明,主要形象应与设计诉求的目标相一致,为电影主题服务。图形的形象还要做到情与理的高度统一,以情感人,以理服人。如电影《黑暗中的舞者》的海报设计,见图6,斑驳的黑色背景,散落的白色文字,凸起的盲文,不需要具体的形象,简洁的画面就让人们留下了足够的想象空间。情理交融的形象有助于调动人们的感情因素,图形的情感色彩越浓重,就越能激发起人们的兴趣并使之产生情感上的共鸣。

5) 创意设计应折射现代时尚信息。随着时代的

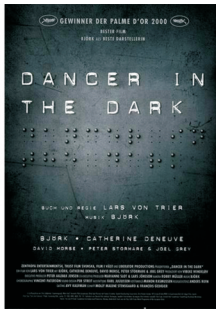


图6 《黑暗中的舞者》电影海报

Fig.6 "Dancer in the Dark" movie poster

发展,人们在关注电影的同时,越来越多地注意到流行与时尚的信息^[7],敏感的人能从电影海报中窥探到流行的趋势。如果一部电影符合人们的审美观点,能够带给大众愉悦与震撼,那么过不了多久,电影中的一些细节就会被人格外地关注,变得流行起来。如电影《杜拉拉升职记》的海报设计,见图7,气质出众的女主角身穿红衣,手拿文件,一副凌厉的职场女性装扮,当仁不让地站在最前面,作为陪衬的其他人物,或干练或妩媚,个个英姿飒爽,气势不凡。对于观众来说,其时尚信息可能比故事情节还要吸引他们的眼球,因为大家印象中的传统职场精英,在服饰上无非以黑、白、灰等色的选择居多,本幅海报所展现的时尚元素,能让观众耳目一新。



图7 《杜拉拉升职记》电影海报

Fig.7 "Go LALA Go" movie poster

3 结语

电影海报具有艺术和商业的双重价值。在全球化背景下,中西文化的互动和双赢已成为世界多元文化的发展趋势。作为一个成功的电影海报设计者,只有将不同地区、不同文化背景下人的共通性意念,通过民族化装饰方式表现出来,免去因文化、地域、语言

等使人们交流产生阻碍的因素,通过视觉图形进行心灵沟通,形成自己独特的设计风格和具有民族特色的设计之路^[8],才能设计出更加经典的电影海报作品。

参考文献:

- [1] 张佳会. 中国电影海报设计风格及其流变探析[J]. 包装工程, 2011, 32(4): 104—107.
ZHANG Jia-hui. The Exploration of the Chinese Movie Poster Design Style and Its Trend[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(4): 104—107.
- [2] 栾丽, 康立超. 中国电影海报设计中符号的民族性和时代性[J]. 牡丹江大学学报, 2008(6): 96—98.
LUAN Li, KANG Li-chao. The National Characters and the Epochal Characters of the Symbol in Chinese Movie Poster Design[J]. Journal of Mudanjiang University, 2008(6): 96—98.
- [3] 李艳. 建国五十年间电影海报的风格演进[J]. 电影评介, 2007(3): 26—27.
LI Yan. The Evolution of the Movie Posters in the Past Five Decades[J]. Movie Review, 2007(3): 26—27.
- [4] 马菁. 探议电影海报中的视觉要素[J]. 电影文学, 2009(13): 50—52.
MA Jing. The Exploration of the Visual Elements in Movie Posters[J]. Film Literature, 2009(13): 50—52.
- [5] 李戴维. 图式与符号——后现代电影海报设计的创意突围[J]. 电影评介, 2010(3): 22—24.
LI Dai-wei. Schema and Symbol: Creative Breakthroughs of the Post-Modern Movie Poster Design[J]. Movie Review, 2010(3): 22—24.
- [6] 靳埭强. 视觉传达设计实践[M]. 上海: 上海文艺出版社, 2005.
JIN Dai-qiang. Design Practice in Visual Communication[M]. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing House, 2005.
- [7] 欧新菊. 民族设计审美内涵的文化特征及表达[J]. 包装工程, 2009, 30(10): 119—121.
OU Xin-ju. The Cultural Characters and Expression of National Design Aesthetic Connotation[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(10): 119—121.
- [8] 程亚鹏, 曾洁, 李湘媛. 水墨艺术与平面海报设计融合的魅力[J]. 包装工程, 2010, 31(20): 89—92.
CHENG Ya-peng, ZENG Jie, LI Xiang-yuan. Glamour of the Mix Ink Painting with Poster Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(20): 89—92.