

剖析《加勒比海盗》电影海报设计元素

刘 华

(新乡学院, 新乡 453000)

摘要: 从文字、图案、色彩3个方面设计元素着手,分析了《加勒比海盗》电影海报的文字组合、图形组合与色彩组合。研究表明,电影海报作为电影宣传的一个重要角色,观众可以通过海报上的相关内容获取有关电影的讯息,而这些信息对观众判断是否观看电影起着重要的作用。

关键词: 《加勒比海盗》; 海报设计; 视觉感受; 电影发展

中图分类号: J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0116-04

Analysis of "Pirates of the Caribbean" Movie Poster Design Elements

LIU Hua

(Xinxiang University College of the Arts, Xinxiang 453000, China)

Abstract: From the three aspects of text, pattern, color design elements, it analyzed the "Pirates of the Caribbean" movie poster of text, graphics and color combinations. Research showed that an important role of movie posters of the marketing campaign for the film, the audience can get through posters about the film's message, which determined whether the information on the audience to watch movies played an important and decisive role.

Key words: "Pirates of the Caribbean"; poster design; visual experience; film development

随着我国经济实力的不断提升,人们在物质生活得到满足的条件下逐渐追求感官上的享受,大众这一需求的转变也促使了我国电影行业的发展。为了开发这一潜力市场,电影制作企业在宣传手段上下了许多功夫,包括采用先进的科技提升画面效果,采用特效制作成逼真的场景等。在面对快节奏的生活时,观众想通过观看电影的方式放松自己,并愿意花时间与金钱在电影中,所以,电影公司应该牢牢抓住这一机会,尽最大地努力把观众吸引住。而如何吸引观众、让观众在完全不了解电影内容的情况下愿意花钱进去观看,这是现在所有电影公司所关心和必须面对的一个问题。其实电影海报就在其中扮演着一个很重要的角色,观众可以通过海报上的相关内容获取有关电影的讯息,而这些信息对观众判断是否进行观看起着重要的作用。这里将通过剖析电影《加勒比海盗》宣传海报中的设计要素,讨论海报对现在电影宣传的作用。

1 《加勒比海盗》故事梗概

加勒比海盗系列一共包括四部,分别为“黑珍珠的诅咒”、“聚魂棺”、“世界尽头”、“锦绣怪浪”。此系列故事始终围绕着一名叫“杰克”的海盗船长展开,而这个海盗船长的形象不同于以往故事中帅气、英勇的船长,他是一个诙谐的小人物,遇到危险第一想到的是逃跑,没有什么野心,就想拥有一艘属于自己的船。

这四部电影的主要场景是船和海,每一个精彩的画面都离不开“杰克船长”以及它的“海盗船”。并且在海上进行的战斗更具有刺激性,能够增加故事的惊险程度,从而更加确定了该系列电影的定位是“冒险之旅”。虽然每一部都有不同的故事情节,但是故事的感情基调基本上是一致的,更加偏向于电脑特效制作,以满足现代人对刺激的追求以及视觉感官上的满足也是电影卖座的一个关键。在电影宣传期就应该以该特点为主要突破口,以吸引大批观众的眼球。

收稿日期: 2012-10-27

作者简介: 刘华(1977—),女,江苏丰县人,硕士,新乡学院讲师,主要从事艺术设计研究。

2 《加勒比海盗》电影海报设计元素

对《加勒比海盗》系列电影的内容进行简单概括以后,不难发现该系列的电影在制作上具有很多的亮点,而这些亮点也是吸引观众的主要卖点,因此,在制作电影宣传海报时应该以此为基础,努力将电影中的优势展现出来,以吸引观众走进电影院观看电影。对于海报设计而言,主要包括3个方面的设计要素,分别是文字、图案和色彩,而这3个要素对整个海报的设计效果有着重要的影响。评判电影海报的好坏主要是以是否符合电影主题内涵为主要依据,同时兼顾海报宣传风格与电影感情基调的一致性,让电影的主要特点以及电影的性质可以直接从海报的设计中体现出来,因此每一款海报的设计都离不开对电影内容的了解,也离不开对电影特点的掌握。如何把电影风格特点通过海报设计要素的有机结合反映出来是需要一定的设计水平的,这就依赖于设计者的理解与设计素养。电影海报不仅仅是对电影内容的一个真实反映,更是对美观的一种另类形式的呈现,影响着观众对电影的直观感受。

2.1 电影海报的文字组合

在文字、图形和色彩中对电影相关信息解读最为清晰的要数文字了,它对信息传达的准确度最高,并且有利于不同年龄观众对这一信息的接受。在电影海报设计中这是不可或缺的设计要素之一,对电影介绍有着举足轻重的影响。

在电影海报设计中应该让标题文字避免采用过于繁杂凌乱的形式,用更加清晰明了的样式构造文字,使观众更容易获取信息,便于电影主题的传达。同时通过海报中的文字样式可以对整个海报的设计起着链接的作用,让海报在风格上达到整体性。

在《加勒比海盗1》的海报宣传中就突出了文字的作用,见图1,“the curse of the black pearl”就直接道出了电影的内容,即与“黑珍珠号”有关。该张海报中的文字形式采用了简单明了的字体,有助于观众知晓其中的主要内容。

文字属于电影海报的一部分,所以在风格上也应该遵从海报的整体布局,同时与电影风格特征相呼应。不能够为了凸显出文字的重要性而与整体风格背道而驰,更不能脱离电影情感基调,这样做不



图1 《加勒比海盗1》宣传海报

Fig.1 "Pirates of the Caribbean 1" poster

利于观众对电影的了解,从而会影响到电影的宣传效果。文字的风格主要与文字采用的字体有关,不同的字体有着不同的感觉效果,而这种效果也影响着观众对电影的判断。

一般文字的特性大概分为以下几种:端庄秀丽展现出的是一种优美华丽的风格;坚固挺拔透出的是一种坚强刚硬的英雄气概,它通过较强的现代感展现出男人的霸气;深沉厚重体现出的是一种重量,而这种重量给人以更多地思考;欢快轻盈强调的是一种轻快的节奏感和韵律感;苍劲古朴是一种透着时光感的字体,它满含着古韵,诉说着过去的故事。

在《加勒比海盗2》的宣传海报中,见图2,文字采



图2 《加勒比海盗2》宣传海报

Fig.2 "Pirates of the Caribbean 2" poster

用的是刚硬的字体,而这种字体在表达上更加倾向于展现男性的魅力,所以在这一海报中通过文字可以知道这部电影更加侧重于讲述男人之间的角逐,女性的角色可能偏弱。

2.2 电影海报的图形组合

《加勒比海盗》电影海报中的图形主要以图片为主,给人以直观、明确、视觉冲击力强的感受,并且对

电影内容的反映也起到重要的作用。在图片的选择上一般以电影中的主人公图像以及主要场景为主,让观众能够直接对电影主演以及电影基本发生场所有一个确切地了解,并且也可以通过人物的着装知道电影故事发生的年代以及发生的背景。

图片在电影海报设计中占有很大的一块面积,并且通过与色彩相结合共同形成了海报的视觉中心,首先呈现在观众的眼前。图片对于电影海报的设计而言是十分重要的一个环节,影响着观众对整张海报的视觉感受。所选图片应给人以悬念,让观众深思,进而调动观众的兴趣,增强他们观影的欲望。

在《加勒比海盗1》的宣传海报中可以看到有4个人物图像,从左到右分别是伊丽莎白、特纳、杰克以及巴博萨。这4人的表情也耐人寻味,让观众对这4个人的关系产生了兴趣。巴博萨嘴角浅浅的笑是什么意思? 杰克船长放在脸旁边的2把剑是神兵利器吗? 杰克是不是一个心狠手辣的人? 从这4个人的着装可以看出这个故事发生在十七八世纪。

《加勒比海盗4》宣传海报见图3,从海报中的图片



图3 《加勒比海盗4》宣传海报

Fig.3 "Pirates of the Caribbean 4" posters

内容观众可以了解到此部电影中增加了一个新的角色——美人鱼,人身鱼尾的美人鱼,坐在岩石上,恬静娴雅,美艳绝伦,成为第4部电影的一大卖点,紧紧抓住了观众的眼球。

2.3 电影海报的色彩组合

每一种颜色都有不同的情感,对人的视觉也会产生不同的效果。在对电影海报中的色彩进行处理的时候主要把握电影主题与海报宣传的一致性,切不可颠三倒四,降低信息的穿透力度。不仅要注意色彩本身的选择,还要注意各色彩之间的对比,不同色彩的撞击可以产生不同的火花,对海报整体效果的表现有

不同的效果。

海报颜色或鲜丽、或明亮、或灰暗、或典雅,而这些直接的色彩对整个电影感情基调的反映是十分重要的。观众一般可以通过海报中主题色彩的基调知道该部电影是悲是喜,而这也有助于观众对电影类型的选择与把握。

在《加勒比海盗》的电影海报中可以发现该系列海报的主题色选用的是黑色与黄色,黑色与黄色的对比更加突出了战争场面中战火燃烧的凶险,也从侧面突出战斗进行的激烈程度,并将电影中的卖点凸现出来。人物背景的黑色则暗示着这部电影不会是轻快的喜剧,这4个人之间的关系也让人深思。海报的整体色彩是低沉、暗淡的,增添了电影的厚重感,也预示着该系列的电影不是简单的角逐,而是蕴含着更多的阴谋与诡计。这样色彩的选择给观众提供了许多遐想的空间,也极大地调动了观众的兴趣。《加勒比海盗》宣传海报见图4。



图4 《加勒比海盗》宣传海报

Fig.4 "Pirates of the Caribbean 4" posters

3 结语

每一款海报都是为了更好地宣传电影,都是为了吸引观众进入影院观看电影。在海报这样有限的空间里为观众提供更多的电影信息、创造更多的悬念是一门技术活,涉及到对文字、图形和色彩的运用与组合,不同的组合形式有着不同的呈现效果,也就影响着观众对该部电影的选择。设计师应该以观众的审

美需求为主要的出发点,保证整个电影海报与电影在主题反映以及感情基调上的一致性,从而提升海报的可读性以及增强海报的信息传递能力,并尽可能的刺激观众的观影欲望。

参考文献:

- [1] 王岩.广告设计[M].沈阳:辽宁美术出版社,2005.
WANG Yan.Art and Design[M].Shenyang: Liaoning Fine Arts Publishing House,2005.
- [2] 李爱平,李红强.浅析电影海报中设计要素的配合[J].电影评介,2008(14):23.
Li Ai-ping, LI Hong-qiang.On the Movie Poster Design Elements[J].Film Review,2008(14):23.
- [3] 贾磊磊.电影语言学导论[M].上海:复旦大学出版社,1996.
JIA Lei-lei.Film Linguistics[M].Shanghai: Fudan University Press,1996.
- [4] 霍华德·苏伯.电影的力量[M].李迅,译.北京:中国人民大

学出版社,2008.

HOWARD Suber.The Power of Film[M].LI Xun, Translate. Beijing: China Renmin University Press,2008.

- [5] 杭间,何洁.岁寒三友:中国传统图形与现代视觉设计[M].济南:山东画报出版社,2005.
HANG Jian, HE Jie.Chinese Traditional Graphic and Modern Visual Design[M].Jinan:Shandong Pictorial Publishing House,2005.
- [6] 闫长胜,冯伟一.跳动的脉搏——论当代海报设计的新趋势[J].美术大观,2009(12):200—201.
YAN Chang-sheng, FENG Wei-yi.The Beating Pulse the New Trend of Contemporary Poster Design[J].Art Panorama,2009(12):200—201.
- [7] 汤义勇.海报设计[M].上海:上海人民美术出版社,2004.
TANG Yi-yong.Poster Design[M].Shanghai:Shanghai People's Fine Arts Publishing House,2004.

(上接第91页)

- [3] 托德·布歇尔[EB/OL].(2010-11-03).<http://baike.baidu.com/view/2000933.htm>.
BOONTJE Tord[EB/OL].(2010-11-03).<http://baike.baidu.com/view/2000933.htm>.
- [4] 王受之.世界现代设计史[M].北京:中国青年出版社,2002.
WANG Shou-zhi.The History of Modern Design in the World [M].Beijing: China Youth Press,2002.
- [5] Project of Lights[EB/OL].<http://tordboontje.com/projects/ligh->

ts/.(余不详)

- [6] 鲁迅.比亚兹莱画选[M].上海:朝花社,1929.
LU Xun.Selected Paintings of Aubrey Beardsley[M].Shanghai: Dawn Blossoms Press,1929.
- [7] 浅谈跨界设计[EB/OL].凡知观点.(2011-09-21).<http://shfaithbrand.com/views/detail.php?id=197>.
About the Cross-border Design[EB/OL].Faithbrand Opinion.(2011-09-21).<http://shfaithbrand.com/views/detail.php?id=197>.

(上接第105页)

参考文献:

- [1] 徐育忠.动漫文化中的商业包装[J].包装工程,2007,28(6):147.
XU Yu-zhong.Commercial Packaging in Cartoon Culture[J].Packaging Engineering,2007,28(6):147.
- [2] 孟凡骞.我国动画品牌传播中的问题与对策研究[J].东北师范大学学报,2008(1):47.
MENG Fan-qian.China's Animation Brand Communication Problem and Countermeasure Research[J].Journal of North-east Normal University,2008(1):47.
- [3] 瓮森.重视包装设计提升品牌形象[J].郑州轻工业学院学报(社会科学版),2006(6):44.

WENG Miao.Attaching Importance to Package Design and Promoting Brand Image[J].Journal of Zhengzhou University of Light Industry (Social Science Edition),2006(6):44.

- [4] 黄杰.国内动漫周边产品的包装与设计[J].美术大观,2009(7):23.
HUANG Jie.The Domestic Animation Peripheral Products and Packaging Design[J].Art Panorama,2009(7):23.
- [5] 叶凤华.品牌形象在动漫周边产品包装设计中的重要性[J].包装世界,2010(4):77.
YE Feng-hua.Brand Image in the Animation Product Surrounding the Importance of Packaging Design[J].Packaging World,2010(4):77.