

[文章编号] 1003—4684(2019)03-0112-04

全媒体语境下动态电影海报设计的视觉衍变

程亚军, 陈 平

(湖北工业大学艺术设计学院, 湖北 武汉 430068)

[摘 要] 为了适应全媒体语境下传播方式的改变,动态电影海报拓展出丰富的视觉衍变。以动态电影海报设计的视觉呈现为切入点,通过分析全媒体语境下的时代特征,分别从视觉要素、视觉构图、视觉表现手段三个方面,结合动态电影海报设计实例,进行整体特征分析、归纳与总结。全媒体语境下,动态电影海报设计视觉要素的丰富化、视觉构图的个性化与视觉表现手段的多元化,有效地强化动态电影海报设计的艺术表现力和视觉效果,充分地适应全媒体形式、内容、渠道、功能的多方位融合,达到全时间、全空间、全人群信息展示与推广目的,为电影文化的传播提供了有效途径和方法。

[关键词] 全媒体; 动态电影海报; 视觉衍变

[中图分类号] J904

[文献标识码] A

国家“互联网+”战略的提出,直接推动了传统媒体与新媒体的融合,我国随之迈入全媒体时代。全媒体是综合文字、图片、影像、动画、声音等多种媒体表现手段,利用电视、音像、网站、杂志等不同媒介形态,整合广电网络、电信网络和互联网络,衍生出更全面的传播形态^[1]。电影海报作为电影的前端代言,以文字、绘画、摄影等视觉艺术元素和灵动、准确的构图为电影提炼卖点和精华^[2],成为电影宣发的重要手段。电影海报设计经历了从无色到有色、从纯手绘到电脑绘制、从静态到动态等视觉衍变过程,以独特的视觉艺术审美形式展现出丰富的文化内涵。全媒体语境下,动态电影海报以它的高艺术性、高吸睛和高信息容量,成为电影票房转化率的重要因素。因此,全媒体语境下动态电影海报设计的视觉衍变研究成为一项重要的课题。

1 全媒体语境下的时代特征

当今电影海报传播形式得到了极大的更新与拓展。比如,电影《无敌破坏王 2》尚未上映,传统媒体还未宣发,微博、微信就已将其交互式动态海报广泛散发给大批受众,成为影片宣传初期主要推广平台。这得益于全媒体语境下,信息传播有效地突破了地

理与时间限制,可以快速覆盖全社会每一个角落^[1],具有四个鲜明的时代特征。

1)视觉习惯的改变。随着交互式广告、APP 短视频等动态影像的出现,以及智能手机、Ipad 等移动设备的普及,人们已不再习惯于碎片化被动式视觉接触,渴望动态沉浸式视觉信息,由读图的平面媒体时代,进入了视图的全媒体时代。

2)信息技术的进步。以三网融合、高性能集成电路为代表的新一代信息技术,以实时交互、增强现实为代表的高端软件技术,使得电影海报突破时空的约束,垂直渗透进受众日常点滴,营造出全新的视觉体验。

3)社交空间的更新。全媒体语境下,区别于家庭、工作场所与消费场所,更具内容、传播、媒介属性价值的网络空间,成为源于共同兴趣的第四社交空间,人们的新需求直接推动了动态电影海报的视觉衍变。

4)新型媒介的拓展。网络媒体和自媒体为主^[3],如微博、微信等,拓展了人们视觉体验渠道,加速了电影海报动态化衍变。

这些时代特征,催生了动态电影海报,推动并丰富了其视觉形式与衍变,以适应在社会空间与新型

[收稿日期] 2019—02—11

[基金项目] 湖北省教育厅人文社会科学研究项目(14Q038);湖北文化创意产业化设计研究中心 2017 年度开放基金项目(HBCY1204)

[第一作者] 程亚军(1977—),女,湖北天门人,湖北工业大学副教授,研究方向数字媒体交互设计理论与方法

[通信作者] 陈 平(1990—),女,湖北浠水人,湖北工业大学硕士研究生,研究方向动画设计

媒介上的全方位、多层次传播。

2 全媒体语境下动态电影海报设计的视觉衍变

全媒体语境下,动态电影海报的视觉要素、视觉构图和表现方式产生了众多衍变。

2.1 视觉要素的丰富化

由于媒介版面和内容的限制,传统电影海报的图形色彩单调,层次感较弱;文字呆板,缺乏灵动性。在全媒体语境下,图形运动、色彩动差、文字动画等衍变特征,丰富了动态电影海报设计的视觉要素,迎合了人们视觉习惯的改变,为适应全媒体语境创造了有力的视觉基础。

2.1.1 图形运动 图形,包括角色、道具、场景等,其运动化成为电影海报衍变方向。图形元素从局部到整体的运动,使动态海报每一帧的形态都是一幅完整的静态画面,运用重组、聚合、分散、游离等处理手法,使运动演变过程更加趣味化,调动观众的好奇心^[4]。《电锯惊魂6》动态海报(图1),引导受众视觉焦点无意识地跟随图形运动,通过画面比较,挑选感兴趣的信息,来完成内化的认知活动。

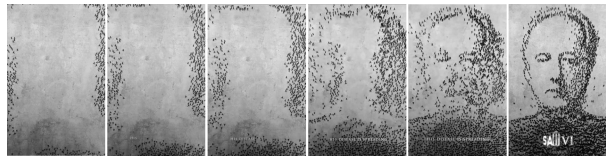


图1 《电锯惊魂6》动态海报的系列静帧

2.1.2 色彩动差 作为视觉第一感知的色彩,在确定海报画面基调、营造画面气氛和意境表达方面有着不可替代的作用。根据形式美法则,动态电影海报以受众的审美为标准,将符合主题内容的色彩打乱后,再进行面积配比,在统一的整体基调中,寻求动态差异交替,形成色彩动差,避免画面用色单调或杂乱^[4]。电影《蜘蛛侠3》动态海报(图2),采用色彩动态差异,能拉开画面信息层次,吸引视觉焦点,更能强化画面纵深感和层次感。

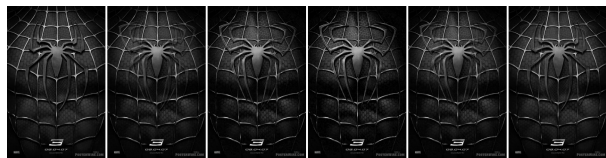


图2 《蜘蛛侠3》动态海报系列静帧

2.1.3 文字动画 动态文字集动画运动规律、夸张、想象等特点于一身^[5]。在动态电影海报中,文字意形变化尤为明显,巧妙的造型变化及编排,符合电影的风格,使文字形象化,视觉化,情景化,传达更广阔的表现内容、更多样的表现手段,使海报设计起到

画龙点睛的作用。电影《港囧》动态主题海报(图3),通过强化文字视觉元素,展现出独特的另类表现空间和趣味性,从而提高了其审美价值。



图3 《港囧》动态主题海报系列静帧

2.2 视觉构图的个性化

构图是各元素之间的巧妙组合形成的视觉语言。传统电影海报设计,通过对比来表现主题,倾向于静态性绘画构图。全媒体语境下,动态电影海报设计采用自由多角度、动态光色渲染、有序景别交替等个性化视觉构图,在时间、空间、运动中,组织布局画面元素的空间位置关系、人物的情感关系和剧情的逻辑关系,是绘画和电影融合式构图。两者之间都是以视觉画面构图来传递信息,同时也具有较大差异性。

2.2.1 自由多角度 摄影机与被摄对象的协同运动,呈现出动态开放式画面^[6],形成自由多角度构图。因此,在全媒体语境下,常采用自由多角度构图,突破时间、空间、运动等物理约束,衍生出“构图结构边界非边框,构图元素游移于边框外”新理念。电影《功夫熊猫3》动态海报(图4),通过构图元素的运动方向来表现画面内外的空间关系,进而增加了构图的空间感,使影片富有感染力和戏剧性效果。

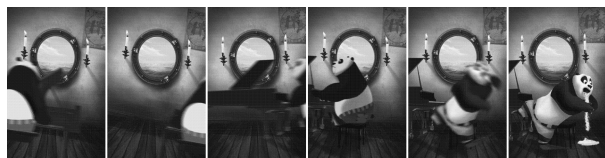


图4 《功夫熊猫3》动态海报系列静帧

2.2.2 动态光色渲染 光色决定海报设计的整体视觉力度效果,视觉要素均依赖于光色体现^[7]。光色的合理运用,能使视觉观感提升层次。动态电影海报利用光线位置与强弱的可塑性、可变性、可控性,通过光域网、区域渲染、光色混合等手段综合,产生千变万化的视觉效果,将海报设计推向新高度。电影《萤火奇兵》动态海报(图5),随着镜头运动,光色产生变化,强化了主角与背景之间的空间位置关系,通过冷暖不同色调,赋予主体不同的质量感和空间感,视觉更加生动灵活、炫丽夺目。

2.2.3 有序景别交替 传统电影海报的景别无法产生局部化构图,与现代审美趣味相脱轨^[8]。而动态电影海报的景别,通过摄影机推拉摇移等运动,使得全景、中景、近景、特写发生有序交替,在受众视觉



图 5 《萤火奇兵》动态海报系列静帧

中心合理变化时,根据故事情节的需要和画面前后的逻辑关系,形成局部化构图形式,从而传达出更丰富的视觉信息。电影《功夫熊猫 3》动态海报(图 6),采用景别交替,优化了构图编排的美感,传达出阿宝表情变化的可信性。



图 6 《功夫熊猫 3》动态海报系列静帧

2.3 视觉表现手段的多元化

传统电影海报设计是以铅笔、水彩等为工具,表现手段、制作手段单一,视觉冲击力弱^[9]。全媒体语境下,结合信息技术,动态海报不仅具有绘画美,而且具有镜头影视美^[10]。其表现手段因人们视觉习惯、信息技术、社交空间、媒介而改变,趋向于多元化,利用动态化的视觉元素、构图,引导视觉焦点和心理情感变化,传达出更多的影片信息,引导观众加强对影片的关注。

2.3.1 轻量短视频 轻量短视频以其短小精悍、垂直化传播等优点,成为动态电影海报的重要表现手段。其充分利用三维角色的运动(表情和动作变化)、二维文字的动态输入、白色场景的无限空间遐想(是二维或是三维或是现实场景)、色彩明度的对比等丰富的视觉元素,平视到俯视的多角度拍摄、层次分明的光色、流畅的景别变化等个性化的视觉构图,呈现出二维和三维相结合的动态表现效果,在短时间内,达到极高的传播效率。

电影《港囧》倒计时动态海报(图 7),由一系列 10 秒轻量短视频组成,每天高频发布推出。该海报系列常以香港为背景,或是采用电影主角的幽默动态表情或姿势,引发受众的喜悦之情,或是运用网言网语,调动受众情绪,制造悬念,激发其坚持追寻真相的热情,传达出影片的主题,勾起观众深入了解影片的念想。

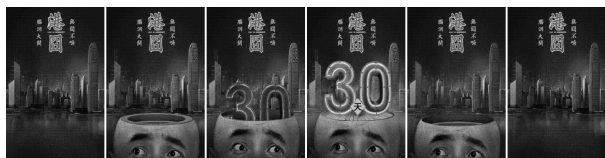


图 7 《港囧》倒计时动态海报系列静帧

2.3.2 实时交互 实时交互表现手段,是伴随着全媒体技术,对不同媒介交互重组叠加而成的新表现手段,如二维与三维交互、二维和实拍相交互等。交互式电影海报设计,在注重电影作品的想象、互动、参与等交互体验的同时,实现了对非线性叙事方式的再现,传达出更多信息量,加深了观众对影片的认知和记忆,更是提供人机交互的娱乐性,吸引了更多受众的关注和参与。

电影《无敌破坏王 2》动态海报(图 8),表现手段采用网络搜索的形式,在搜索框输入“是谁大闹互联网?”,箭头则指向了主角拉尔夫,可以看出角色的表情和动作变化传达出一幅洋洋得意,无所畏惧的样子,拉近了观众与角色的距离。这种人机互动的海报设计,不仅新颖独特,有效的传达出影片的主题信息,也拉近了影片主体角色与观众的互动交流,使观众对影片有了更深刻的记忆和认知。

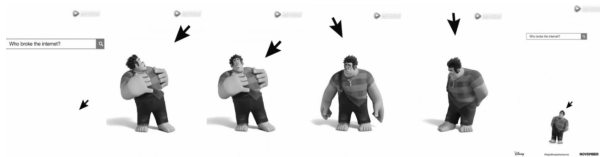


图 8 《无敌破坏王 2》动态海报系列静帧

2.3.3 增强现实 增强现实,这一创新表现手段,利用目标追踪、三维建模等技术,让动态电影海报获得质的飞跃。它通过受众智能手机或平板电脑的摄像头与海报相对准,电影角色就可以在手机屏幕中活动起来,立即让受众视觉集中于屏幕,完全沉浸于电影增强现实体验之中。这种易于获取的沉浸式全新体验,吸引受众,特别是年轻群体的眼球,真正实现了海报由被动式短暂接触向主动式持续引导的转变,更可实现全时间、全空间、全人群的信息覆盖,完全贴合了全媒介的特征。

电影《头号玩家》的增强现实海报(图 9),将平面电影海报形成模板图像,利用摄像头视频帧,来识别平面海报,匹配成后,将电影角色三维动画上传至受众手机,以便受众可以即时身处电影体验之中。通过这一将电影与消费者相连接的新手段,不仅有效地将电影信息及时推广出去,而且给受众带来了极大的体验惊喜。



图 9 《头号玩家》动态海报系列静帧

3 结束语

动态电影海报设计是传统电影海报在全媒体语境下衍变出的一种独特视觉形式,丰富的视觉要素、个性化的视觉构图、多元化的视觉表现手段,在强化海报表现力和视觉效果的同时,完美抓住了观众的眼球,适应了全媒体形式、内容、渠道、功能的多方位的融合,有效地实现全时间、全空间、全人群的信息展示与推广,是信息时代的必然产物。全媒体语境下,电影海报不再是单纯的外在视觉美,更具有互动行为所隐藏的内涵美。现今增强现实技术高速发展,人们将进入一个虚拟的现实世界,电影海报设计在增强现实技术下又会有怎样的视觉衍变,值得设计师和观众共同参与及深入探讨。

[参 考 文 献]

[1] 彭然, 罗天昱. 论全媒体环境下动画审美与功能的变

迁[J]. 当代电影, 2018(7): 173-174.

[2] 解丽红, 王国庆. 论电影海报中的视觉表现[J]. 包装工程, 2017, 38(12): 232-234.

[3] 陈秋漪, 袁平, 王昌文. 新媒体语境下图形图像语言在平面设计中的蜕变[J]. 包装工程, 2017(8): 29-33.

[4] 唐雪婧. 新媒体环境下动态海报的设计表现研究[D]. 上海: 上海师范大学, 2017.

[5] 陈昕. 字体的“动画化”创作研究[D]. 南京: 南京艺术学院, 2014.

[6] 孟军. 动画电影视听语言[M]. 武汉: 湖北美术出版社, 2006: 98-158.

[7] 王蕾. 电视舞蹈节目视觉美感蜕变与创新模式思考[J]. 当代电视, 2017(9): 88-90.

[8] 孙国鹏. 让画面逍遥“法”外—动画电影《Zooks》画面构图的解构语式分析[D]. 沈阳: 鲁迅美术学院, 2016.

[9] 马晓军. 新媒体语境下中国独立动画表现形式研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2018.

[10] 陈茜. 二维与三维结合动画电影的视觉表现及作用研究[D]. 陕西: 陕西科技大学, 2015.

Visualization Evolution of Designing Dynamic Movie Poster in the Omnimedia Environment

CHENG Yajun, CHEN Ping

(School of Arts and Design, Hubei Univ. of Tech., Wuhan 430068, China)

Abstract: Dynamic movie poster reveals rich visualization evolution so as to adapt to the transformation in transmission modes against the omnimedia environment. This paper starts with an introduction into the visual presentation of dynamic movie poster design. It then analyzes, induces and summarizes the overall features of the dynamic movie design from such aspects as visual elements, visual composition, and visual expression, by analyzing the epochal characteristics in the ominimedia environment, together with examples of dynamic movie design. Omnimedia promotes genuine advances of dynamic movie poster design, including enriching visual elements, personalizing visual composition, and diversifying visual expression forms. These improvements effectively strengthen artistic impression and visual effect of movie poster, and adequately accommodate the integration of forms, contents, distribution and function of media in the omnimedia environment. They also help achieve the goal of exhibiting and propagating movie information anytime and anywhere to anyone, thus providing effective ways for disseminating movie culture.

Keywords: omnimedia; dynamic movie poster; visualization evolution

[责任编辑: 裴 琴]