

从《大圣归来》到《姜子牙》 ——中国动画电影海报设计中的传统元素分析

王 芸

(无锡城市职业技术学院, 江苏 无锡 214153)

摘要: 1926年, 中国第一部独创动画片《大闹画室》问世, 随后, 我国动画电影开始大放异彩, 从《骄傲的将军》《小蝌蚪找妈妈》到《大闹天宫》等, 每一部电影都别具特色, 融合了京剧、水墨等传统元素。在后面的一段时间, 因为国外动画电影、电视的引入, 我国动画电影模仿国外的趋势, 但不断地摸索, 也逐渐形成了自己的风格, 融入了本民族的特点。

关键词: 中国动画电影; 传统元素; 分析

转眼中国动画电影已经走过了90余年, 如今, 中国动画电影在慢慢崛起, 近几年优秀的国漫电影中, 如《大圣归来》《大鱼海棠》《姜子牙》等等, 无论是电影本身的风格, 抑或是在海报的设计上, 设计师都大量加入了中国传统元素。因为中国文化的博大精深, 可以借鉴的元素也是非常之多, 传统元素的运用能为电影海报锦上添花。

本文以《大圣归来》《大鱼海棠》《姜子牙》为例, 中国动画电影海报中的传统元素设计具体体现在以下几个方面:

一、色彩搭配

(一) 中国传统五色运用

古人认为“青、赤、白、黑、黄”这五种颜色为宇宙大地的基本色调, 这是基于对自然长期观察和研究的结果, 古人将这五种色彩与季节、方位等相联系。五色中的青代表东方, 也代表木, 代表植物, 所谓“青色为主, 生物生长之色”, 青色的重要性显而易见。赤代表南方, 太阳的颜色, 也对应火, 有积极热情的意味。黄代表地, 土地的颜色, 也代表光, 日光的颜色。红色和黄色在古代都是尊贵身份的象征。譬如帝王将相的服装、用品及居所会大面积用到这两种颜色。白色代表西方, 在传统的丧葬上, 白色用的比较多。黑色对应北方, 有厚重、严肃的意味。这五种颜色相搭配, 从侧面能传达出一种浓厚的中国气质, 进一步凸显传统色彩搭配的独特性。在《大圣归来》《大鱼海棠》《姜子牙》这几部动画电影海报中都大面积得运用到了红、青两种颜色, 使用黄色作为辅助, 黑白两种颜色作为中间色进行调和, 使色彩的构成颇具有东方美学质感。

(二) 互补色的运用

《大圣归来》的海报设计中, 大圣的红色披风和背景的青色云海产生鲜明反差; 《大鱼海棠》的电影海报设计中, 海水的青色与鱼身的红色形成对比, 而在《姜子牙》的海报设计中,

背景的青色和海报右侧的红色搭配产生强烈的视觉效果。从色彩心理学来分析, 红蓝绿互补色进行搭配, 营造了一种冲突对抗的效果。冷暖色调的对比也暗示了反抗与力量。青色作为冷色调, 呈现出压迫与严肃的感觉。红色作为暖色调, 显现出醒目、诡异的视觉效果。鲜明浓郁的互补色的运用容易吸引观者的视线。但在搭配中, 如果运用不好整体会产生不协调。所以在海报中, 设计者做了两点调整, 一方面降低两种互补色的饱和度, 将红色的饱和度降低, 绿色更偏蓝, 使整体搭配比较舒服, 且又非常具有张力; 另一方面改变两种颜色在画面中所占比例, 三张海报中都是青色占主导地位, 使整个画面不会太过跳跃, 加上中间色的辅助, 色彩感觉更加和谐。在中国传统文化中, 青和红的运用可以说是非常广泛, 从诗词歌赋、书法绘画到日常生活等等, 可以说青色和红色是极具代表性的东方色彩。这种互补色的运用在近几年的动漫电影海报中非常常见, 因为颜色本身蕴含着强烈的国画元素, 也充斥着中国文化的内涵与灵性。

(三) 颜色的象征意义

每一种颜色都是具有象征意义的, 不同的物体与不同的色彩相结合, 可以从侧面传达出一些隐藏含义。在所有的色彩中, 红色最能唤起人们强烈的情绪。在民间戏曲中, 红色代表忠勇。中华民族向来崇尚红色, 喜庆的日子都会添置红色物品装饰。海报中的红色也和动画电影中的角色整体形象相呼应, 有一种隐喻作用。冷暖色的对比运用也传递出故事的另一种信, 高明度的蓝绿调会让整个画面清新自然, 层层叠叠的云朵、神秘蔚蓝的海水营造出一种压抑与紧张的氛围。虚实深浅的对比, 也体现了中国画中的透气感, 具有传统国画的美学要素。

二、笔墨韵味

笔墨是中国画的核心, 浓淡墨的相互渗透、干湿交融、疏密配合、层次叠加, 水墨与宣纸接触后产生丰富的晕染效果, 变化的细节非常的多变和微妙, 产生一种恰似水流动的效果。笔墨韵味也渗透在这几张海报设计中, 在《大圣归来》海报中, 孙悟空的红色飘带贯穿于整张海报中, 对人的视线起到一个引导作用, 同时有种中国画中大气磅礴的感觉; 《大鱼海棠》海报设计中运用白色的线条勾勒出海水的微妙层次; 《姜子牙》海报中运用了类似工笔画的效果, 整个画面都充斥着手绘线条的变化性。另外海报的字体设计也体现了中国书法的气韵。



三、构图分析

在《大圣归来》电影海报中，整个画面以孙悟空的背景作为主体，后面的背景比较简单，减少了设计元素堆砌带来的无序感。在有限的空间内凝练出更为重要的信息。设计的虚实搭配、颜色的深浅对比、画面的简单复杂对比，提升了整个设计的美感，能第一时间吸引观者的注意力。海报的上半部分，要进行了留白，强化了画面的空间感，然画面有了给观者进一步想象的空间。同样，在《姜子牙》海报中，S型、“之”字型构图，带给人一种画面灵活流动、迂回曲折的感觉，姜子牙飘动的长发也对观者的视线起到一个很好的引导作用。而《大鱼海棠》海报中，右上角的花卉的位置安排颇具国画意味，海水的面积占据整个海报超过三分之二的大小，让观者的视线可以更加集中在人物身上，与国画中的留白有异曲同工之妙。

四、启示

现如今的中国动画电影立足于传统文化，对原著经典形

象进行重新打磨，并且融入现代理念，这种创新让中国动画电影焕发出新的生命力，同时也打破了观者年龄和性别的界限。传统文化是中国动画电影发展的宝贵财富，充分借鉴和利用传统符号，可以使中国动画电影更具本土特色，将中国元素推向世界。

参考文献：

- [1] 牛嘉莹. 中国动画电影形象探析——以《西游记之大圣归来》为例[J]. 视听, 2020(09): 84-85.
- [2] 张书端, 马楠楠. 中国动画电影民族性的表达困境及其进路[J]. 电影文学, 2020(18): 123-126.
- [3] 赵舒. 中国动画电影产业的创意发展及其路径探索——基于动画电影的技术和人才分析[J]. 美与时代(下), 2020(07): 116-119.