

2021.9.17 星期五

责编 白云 校对 裴秀玲 联系电话:8222179

太原晚报

21版



《雄鸡凝视》

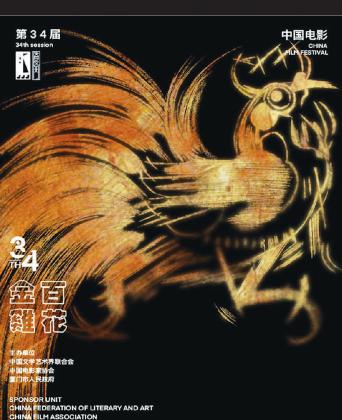


The 34th China Golden Rooster Awards

中国 CHINA

厦门 XIAMEN

金鸡奖



其他入围作品

今年金鸡奖海报先出卷



《金鸡啼晓万象争鸣》

《巍巍雄鸡, 东方破晓》

在和网友们确认过眼神后,第34届中国电影金鸡奖海报设计大赛入围作品《雄鸡凝视》火了。“金鸡奖”设立40年以来,首度面向公众公开征集金鸡奖主题海报及海报创意元素——第34届中国电影金鸡奖海报设计大赛网络人气投票日前截止,一只颇具有个性、睥睨众生的“雄鸡”出尽风头,在网友主动“送它出道”的助力下,以领先第二名4万票的绝对优势夺得了“断层第一”。

这只“雄鸡”真的能够一路高鸣,成为金鸡奖的最终海报吗?显然还有很多不确定的因素,因为它受到的赞美和争议一样多。

网友争相送《雄鸡凝视》出道

据悉,此次的海报征集大赛共有1600多张作品初选报名,其中有的来自专业设计机构和设计师,有的来自国内八大美院以及海外的麻省理工学院、伦敦大学等院校的学生投稿,还有一小部分来自于电影或者设计爱好者。经过初选,选出了100强,从8月27日至9月5日进行网络投票。活动共吸引超过130万人次点击,累计投票数量突破166万。《雄鸡凝视》《金鸡啼晓万象争鸣》《巍巍雄鸡,东方破晓》等作品位列前茅。

据介绍,起初,《雄鸡凝视》的得票率在100幅作品中是远远落后的,而它在网络社交平台上经过传播之后,迅速破圈,激发了网友们的投票热情。短短20分钟的时间,《雄鸡凝视》便逆袭反超,很多网友主动要“送它出道”,甚至为其拉票:“你不投我不投,金鸡何时能出

头。”

《雄鸡凝视》的作者MR.Q本人是一名自由插画师,小动物、小怪兽是他的一贯风格。据悉,他画《雄鸡凝视》大概用了一周时间构思色彩如何分布、需要哪些要素、整体表现力等,然后用两天时间来下笔完成。至于灵感来源,MR.Q表示,自己并没有去参考以前的金鸡海报,因为不想被套路,最终,选择的是根据自己的风格来进行原创,“具体的灵感很难描述,我就是在契合金鸡主题的基础上,把平时生活中提炼出来的意象画出来。”目前,MR.Q也并不想对《雄鸡凝视》进行解读,他认为每位观者都有自己的理解,不需要把思维固化。

网络投票刚开启时,MR.Q的妻子和朋友还在热心帮着“拉票”,后来发现,已经没有这个必要了,《雄鸡凝视》的画面清奇,收获了太

多的“路转粉”——这只手绘的彩色雄鸡外表憨憨的,但嘴角微微上扬,目光充满傲娇,横扫一片。网友开玩笑地认为这只颇有毕加索风格的插画金鸡在凝视着中国电影,并用不屑和嘲讽敲打那些演技不好的演员的心。

对于《雄鸡凝视》在网络投票中位列第一,MR.Q表示没有想到大家会有这样的热情,也没有想到自己的作品能够入选第二轮评审。“采用我的方案的专家们,对于艺术和审美的态度是开放的,这是一件特别好的事,也是一个特别积极的方向,只有不把自己局限起来,才能有更多不同的事物出现。”

《雄鸡凝视》目前收获了足够的网络关注度,也将很多爱电影的观众和金鸡奖聚集在了一起。很多网友表示,冲着这只鸡,今年的金鸡奖将记忆深刻。

第二名第三名同样设计出色

尽管《雄鸡凝视》在网络投票中甩开了第二名4万票,然而,它是否真能“出道”还有悬念:一方面,海报征集大赛还有后续的两轮评选,先由电影人、美术界、设计界专家组成的团队参考网络人气投票结果,从电影性、艺术性、创新性与技术性多角度对作品进行复审,最后再由影协主席团进行终评;另一方面,风头强劲的《雄鸡凝视》也面临着不少争议,甚至引发了“恶搞”质疑,觉得它

缺少电影节的元素、缺少标识度、与电影金鸡奖的调性多少有些不符。

中国电影家协会分党组书记、秘书长闫少非对《雄鸡凝视》印象深刻。作为评审之一,他曾经主推这幅海报入围100强:“我觉得它在看似简单(的形象)中体现了设计者的功底,有它自己的气度在,是一个具有严肃性的作品,同时也让观众感到亲近。”至于这只“网红”雄鸡未来的前途如何?闫少非

什么样才是好的电影节海报

以往国内太多的电影节海报,刚一出炉便会引发“审美”热潮,其古板、僵化、毫无创意的“土味”令太多的观众倒了胃口。2015年,北京国际电影节曾“悬赏”6.5万元(一等奖3万元),为第二年的电影节征集海报。第34届中国电影金鸡奖海报设计大赛设立了最高10万元的奖金,显然,主办方注意到了长久以来,电影节海报都难有佳作。

随着中国电影的影响力在不断扩大,以及全社会审美品位的变化与提升,人们对于电影节海报的期待也越来越高。此次,金鸡奖的海报征集活动引发的热议,恰恰说明了人们对于电影节海报设计的美感和新意的渴望。

《雄鸡凝视》到底表达了什么?它究竟是美是丑?这些都因人而异,然而,它之所以给人留下如此深刻的印象,是因为它的独特性、对于墨守成规传统的一种冲击。

由此,人们至今还会记得2019年第22届上影节发布了一张好评如潮的主视觉海报——这张黄海

设计的海报以经典动画《大闹天宫》为元素,鲜活生动,颇有美感,一扫上海电影节多年来以金爵奖奖杯为背景的沉闷。

纵观国内外优秀的电影节海报设计,其风格一直在不断演变中,但都会让人与电影产生一种期待和沟通、一种亲切感。早期的戛纳、柏林、威尼斯国际三大电影节在海报中都会使用与电影有关的元素,如胶片、放映机、电影院等等。与此同时,不同的电影节为了自身的特色,会加入与奖项相关的线条、图形,或是明显的地域元素。比如,早期的戛纳电影节的海报中,就运用了椰树、海滩等“地标式”元素;而柏林电影节则一直离不开那只“熊”出镜;威尼斯电影节则是“金狮”和胶片的各种组合。

近年来,国际电影节海报也在寻求突破,“放飞自我”,脱离了一些电影的固有元素,把致敬经典或者致敬影迷的主题体现在海报上,放大电影节的意象。比如,第59届戛纳电影节海报,选用了张曼玉在《花样年华》

表示目前无法定论,但他透露,今年的金鸡奖也许不止一张海报,

“也许有主有副”。

《雄鸡凝视》的竞争对手也都表现出色——比如,第二名的《金鸡啼晓万象争鸣》用胶片元素和大地群山组成了“金鸡”造型,水墨画的手法很有国风底蕴,而且大气磅礴;第三名的《巍巍雄鸡,东方破晓》中,“金鸡”的尾羽是由电影胶片组成的,设计巧妙,其写意泼墨很有视觉冲击力。

中的唯美背影,令人产生无限遐想;第65届戛纳电影节海报则明暗对比强烈,选用了玛丽莲·梦露吹灭蛋糕上蜡烛的画面,有一种追忆岁月的惆怅;2015年,第72届威尼斯电影节的官方海报以手绘风格和前后构图的方式,让德国女演员娜塔莎·金斯基和法国男演员让-皮埃尔·利奥德成为海报中的主角;第78届威尼斯电影节的海报风格则变成强烈的插画感,主题为带有抽象感的两位舞者在一种纠缠对抗中互相拍照;第73届的柏林电影节为了拉近与影迷的距离,则采用红衣影迷拉开蓝色幕布的画面作为主海报。

电影节海报如同是电影节的“门面”,代表着美感和创意。中国电影金鸡奖作为电影节的“国家级”奖项,通过海报征集活动,与民间电影爱好者的沟通已经起到了效果,中国的电影节“海报设计”也在进步之中。凭借着用心的态度,对于创意的尊重,相信电影节海报会变得更令人惊艳。

据《北京青年报》肖扬