



# 体育电影海报设计中视觉语言符号的运用

## ——以5部国外优秀体育电影海报为例

李雪,杨滨\*

**摘要:**通过分析研究体育电影的特征,以及体育电影海报中的视觉符号,运用视觉符号所传递信息的特点及视觉符号要素:文字符号、图形符号、色彩符号,以国外5部优秀体育电影海报设计作品来分析其中视觉语言符号的运用,探讨体育电影海报设计中视觉符号的应用规律,再根据体育电影的宣传诉求来寻找合适的视觉符号要素进行设计,从而达到快速、准确、直接的信息传递,引起观众情感的共鸣,通过体育电影海报在观众与体育电影中建立良好通畅的沟通,并吸引观众观影,达到推广体育电影的目的。

**关键词:** 体育电影; 电影海报; 视觉语言符号

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2016)04-0071-05

### Application of Visual Language Symbols in the Design of Sports Movie Posters: Taking the 5 Excellent Chinese and Foreign Movies as an Example

LI Xue, YANG Bin

(School of Design, Jiangnan University, Wuxi 214122, Jiangsu, China)

**Abstract:** The paper focuses on the characteristics of sports film, the visual symbols in sports movie posters, the characteristics of using visual symbols to transfer information and the elements of visual symbols such as text symbols, graphic symbols and color symbols. 5 Excellent Chinese and foreign sports film posters are taken as an example for analyzing the application of visual language symbols and exploring the law of application of visual symbols in sports movie posters. According to the advertising appeals of sports movies, suitable visual symbol elements can be found for design. Thus fast, accurate and direct information transmission can be achieved in order to cause emotional resonance of the spectators. Sports movie posters may establish good and smooth communication between audience and movie, attract the audience to the cinemas and finally reach the goal of promoting sports films.

**Key Words:** sports film; movie poster; visual language symbol

体育电影作为一种类型片已经走过了百来年的风风雨雨,产生了一部又一部值得我们深思和探索的经典之作。尽管随着电影艺术与技术在不同时期的发展,电影的内容与类型越来越丰富,分类也越来越精细繁多,但体育电影作为电影这门艺术的一个重要组成部分,也受到喜爱电影的观众的追捧。体育活动是人们生活的重要组成部分,通过体育锻炼既能强健我们的身体,同时挑战自我,在与团队协作的过程中也娱乐、释放着我们的心灵,因而深受人们的喜爱。竞技体育以赛场上激烈的对抗、爆发的力量、成功的汗水、失败的泪水令观众心潮澎湃。体育活动中,激情与梦想的碰撞、力量与美感的结合是其成为绝好的电影题材的先天优势,因此根据这些题材产生的体育电影,作为一种独立的电影类型也有着极强的生命力。通过电影艺术的呈现,体育电影将体育运动与人类生命价值紧密联系,追寻与探索生活的本质、生命的价值、人生的意义,给观众带来除了激情以外无限的感动与思索,这正是

其现实意义与社会意义的体现。从体育电影的发展来看,长期以来大部分的体育电影都是取材于真实故事,以体育运动作为故事题材,通过塑造英雄人物来传达励志的核心价值以及团队精神的重要意义,虽然故事情节套路多有重复,但展现主人公真实的普通人的生活更能让观众感同身受,抓住观众的心理需求,即实现相同的境遇下自己在现实中无法实现的目标,所获得的满足感。体育电影的这一特点,使得其中想要传达的体育精神、价值观念更加地平易近人也更有说服力,这是其他类型电影所无法替代的。

### 1 体育电影海报的作用

体育电影海报在体育电影宣传过程中发挥着不可忽视的重要,它浓缩了体育电影的精髓,是体育电影主旨精神的集中反映。电影海报就像是电影的名片,是电影最主要的宣传形式。通过电影海报中的视觉语言符号作为信息传播的媒介,设计师将电影要传达的主要信息经过编码转

收稿日期: 2016-04-20

基金项目: 2015年江苏省哲学社会科学基金重点课题(15YSA001)。

第一作者简介: 李雪,女,在读硕士研究生。主要研究方向:视觉传达设计。E-mail:296794230@qq.com。

\* 通讯作者简介: 杨滨,副教授。主要研究方向:信息设计与设计管理。

作者单位: 江南大学设计学院,江苏 无锡 214122。



化为视觉要素传递给观众,观众再根据已有的经验来对海报中的视觉语言符号所承载的信息进行解码展开联想,从而完成电影海报与观众之间的信息传播,使观众和电影信息产生情感上的共鸣。因此,视觉语言符号在电影海报设计里的合理运用,是实现电影关键信息重构与快速准确的传达,引起观众的关注进而引发观影需求的关键所在。电影海报设计的好坏对电影的宣传有着直接显著的影响,在作为平面设计作品的艺术价值之外还有着很高的商业价值和传播价值。

本文试图通过分析研究经典体育电影海报设计作品,来探索体育电影海报是如何通过恰当地运用视觉语言符号来准确快速传达电影关键信息以及体育精神。在对体育电影海报的视觉符号语言的分析中引入符号学的分析方法,从符号学的角度来重新审视体育电影海报的设计,解读体育电影海报中隐藏的符号,对体育电影海报的构成进行合理地分析,将设计的内在结构和语言符号从体育电影海报的表层之下挖掘出来,以此再对体育电影海报设计的内在规律和外在表现的关系做一定的探寻和揭示。

## 2 视觉语言符号在体育电影海报中的作用

符号是意义的载体,依附于物质载体携带意义使得人们能够将信息进行存储,通过语言符号及非语言符号传达情感思想,从而实现信息的交流与传达以及延续与发展。体育电影海报作为一种信息传达的物质载体,也是符号所依附的一种形式,承载着体育电影所要传达的核心内容及设计师的情感,通过不同的表现手法、技术传递出更深层次的思想与精神。视觉语言符号是通过基本的视觉要素,即点、线、面、色彩等表面特征,来传递更深层次的思想与精神,具有显著的直观性与形象性。根据索绪尔符号学中对于“能指”与“所指”关系的论述,视觉语言符号中的“能指”和“所指”有着高度的统一性。观众由于视觉符号的这种特性可以通过感性与经验来解读视觉语言符号所传达的信息,也可以在对现实世界的感受的基础上激发创造性思维对视觉语言符号发挥想象,这也是视觉语言符号的传播功能特征。

体育电影海报在与观者互动的过程中通过视觉符号作为交流的认知语言来实现比较准确、高效、生动的沟通,从而达到传递体育电影核心内容的目的。体育电影海报以体育运动为主要的表现题材,在设计作品中反映和再现了与体育运动有关的活动情景,如田径、球类、拳击、游泳、武术等等,具有突破语言、跨越种族的障碍振奋人心,催人上进的人文特质。观众与体育电影通过海报为载体实现了一个信息由“编码”到“解码”的过程,不同的视觉符号在“编码”过程中融入的思想情感不同,在“解码”的过程中传递出的思想情感也不同。视觉符号不仅仅是单纯的作为某一形象而存在,更是承载着图像背后的深沉精神层面的意义。体育电影中的主题特征主要受到体育电影题材的影响,同时也与体育电影所传达的精神内涵密切相关,这些体育精神即关于人类的拼搏向上、积极励志、文明健康的价值观念和行为习惯。正如现代奥林匹克运动由最初顾拜旦所强调的奥林匹克的独立性,发展到已不只是简单的体

育竞技活动,奥林匹克中承载的内容更多地表达了文化意识形态、政治经济甚至是军事等方面,同样体育电影中展现的也不仅仅只是体育运动本身,而是常常透过体育竞技揭示出更深层次的社会问题,例如种族歧视、贫困人群、残疾人群、战争、失业、拜金主义等等。

## 3 体育电影海报中视觉语言符号的分析

一般来说电影海报中的视觉符号包括3个主要元素:一是文字符号,主要是指以语言文字为表达形式的视觉符号,能够直接清晰地把内容传达出来;二是图形符号,通过拼接组合、重构变异等处理方式将视觉信息以抽象或具象的图形传达给观众;三是色彩符号,通过不同色彩结合人的视知觉经验来达到营造氛围、烘托突出主题的作用。本文接下来将通过具体的案例分别对这3个视觉符号要素在体育电影海报信息传达的过程中起到的作用进行初步的阐述。

### 3.1 体育电影海报中的文字符号分析

文字作为人们日常生活中最常见的符号,大部分的信息都是通过文字来传播与接收的,文字符号本身就是人们交流思想情感、记录传递信息的符号。视觉符号中的文字符号主要起到记录和交流思想感情的作用,在人们的交流及文化传播过程中起到不可替代的作用。我们在生活中接触与使用最普遍、最广泛的视觉符号就是文字符号。电影海报中的文字符号的主要作用就是在不同的文化背景和情感需求的目的下快速准确地展示影片的主题。电影海报的编排设计中,文字符号不仅通过语义传达影片的重要信息同时通过文字的结构、重构、组合变形,使得文字符号也具备了图形符号的一些特征,形成较强的形式美感,为电影海报增添了视觉上的美的享受。文字符号在海报中的作用也要服务于海报整体的传播目的,根据海报的内容在表现形式上做相应的调整变化,通过设计文字符号的表现形式传递出电影的精神内涵,同时丰富的表现形式也增添了电影海报强烈的视觉冲击力,成为电影海报在宣传中点睛之笔。

文字符号在体育电影海报中的主要作用是传达影片的基本信息,即片名、导演、主要演员等,剧情介绍的介绍甚至都可以省略由图像来传达。观众通过浏览电影海报来获得影片基本信息时最主要的来源就是文字,因此设计师在对电影海报上的文字进行具体的编排时,也要尽可能地用最简最短的文字传递最多的影片信息,让观众能在较短的浏览时间里获得完整的影片信息,同时还要做到最大程度吸引观众的注意。作为体育电影文字符号核心的片名通常采用稳重而富有力量感的字体,直观地表现出体育的力量之美,以及坚持不懈的毅力的厚重感。从信息的层级角度来划分,片名是最重要的信息,通常以最粗、最大的字体出现在海报的视觉中心。

1976年上映的由约翰·G·艾维尔森执导,西尔维斯特·史泰龙、塔莉娅·夏尔等主演的美国体育电影《洛奇》(Rocky),讲述了一个寂寂无名的拳手洛奇获得与重量级拳王阿波罗争夺拳王头衔的故事,并获得了1976年奥斯卡最佳影片等奖项<sup>[1]</sup>。如影片《洛奇》的系列海报中(图1),第一至第三部的片名都编排在主角的头顶,第四部和第五



部编排在主角视线的焦点,而第六部则编排在海报主题的人物剪影形成的“V”字形线条汇聚的下方,观众的视线自然由画面主体引导向片名。其他信息如主要演员、导演及凝练剪短的剧情介绍则作为辅助文字出现,在海报构图中形成文字的块面与片名呼应,起到平衡的作用,因此不需要做过多的装饰,也无需追求过多的视觉冲击力,准确清晰地传达出基本信息即可。《洛奇》系列电影自1976年第一部上映到2006年的第六部经历了整整30年,这么长的时间跨度虽然难以保证参演人员及导演始终不变,但主演史泰龙已成为该系列的标志性符号。系列电影除了主演的品牌效应,在海报宣传上营造系列感也是重要的手段。系列电影中的经典情节或者是经典人物是具有高度辨识度、富有特色的视觉语言符号,系列电影的海报利用这些视觉语言符号作为设计元素来形成系列电影的品牌效应。《洛奇》系列电影的海报中,主标题“ROCKY”均处在显眼的位置,且都采用粗壮有力的黑体字以及与海报背景区分开的白色,序号标明在片名的右侧,而标志性人物史泰龙的名字则标注在片名之上。这些文字符号的反复出现,以及相同的组合形式在有效准确地传递系列电影的重要信息的同时,也形成了一种类似于商标的作用。《洛奇》系列电影海报除了在背景场景上有稍微的变化,整体都是以主演史泰龙的图像为主要视觉语言符号,并结合美国国旗图形或色彩的变形的元素以传递小人物通过奋斗实现梦想的经典美国梦这一主题。这些特点在传递电影主题特色的同时也突出了重点,使得电影海报更具视觉冲击力,在电影宣传中发挥了重要的作用<sup>[2]</sup>。

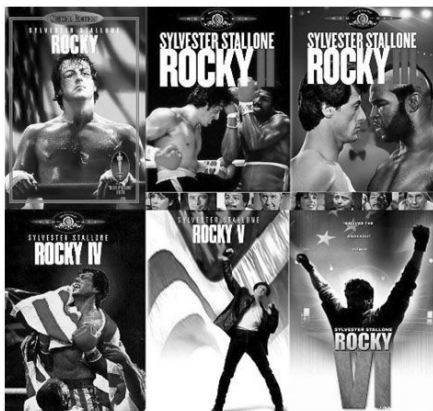


图1 电影《洛奇》1-6海报  
Figure 1 The Poster of Rocky film I to VI

### 3.2 体育电影海报中的图形符号分析

图形符号多是以点、线、面等构成的信息载体,它是人们对现实世界、思想情感根据经验及约定俗成的观念形象化后产生的符号,具有指示性和象征性的特性。它作为一种符号是人们观念意识的物态化,是表达人类的情感最直接的视觉语言符号,人们对于现实世界、精神世界的思想情感都可以通过图像符号抽象或具象地表现出来。图形符号直观、快速、准确地传递信息的特性,甚至不受时间空间、语言、国界、种族的限制,因而也被认为是世界的语言。合理利用图形符号做到简洁富有创意的同时,也让不

同地域文化背景的观众都能快速准确地理解电影海报的主题,才是好的电影海报设计。

#### 3.2.1 作为指示符号的图形符号

利用作为指示符号的图形符号来传达电影内容的核心,在电影海报的设计中是比较常见且较为有效的方式。图形符号的指示性使得它能与其他符号建立一种很强的联系,从而让观众看到图形符号就能直观地解读出其中蕴含的意义,并与海报产生共鸣。同时以图形符号作为海报的视觉重点也易于展现电影的主要人物及场景氛围,使得电影海报更加丰富,更容易引起观众的注意。在图形中指示图形符号具有较强的指示性,是电影海报在信息传递中最有效、最直接的手段。电影海报可以通过指示图形来引导观众的思维,从而实现表现意图的有效传达。

例如1981年上映的《胜利大逃亡》(Victory)是由约翰·休斯顿导演,西尔维斯特·史泰龙、贝利等主演的体育电影。影片讲述第二次世界大战末期,德国纳粹在巴黎举行一场足球赛,比赛双方为训练有素的国家队和盟军的战俘队。战俘中不乏好运动员,但无意真正比赛,只想趁机掘地道逃走。但在正式比赛时,他们在5万法国观众的鼓舞下,改变逃亡计划,在球场上大败德军<sup>[3]</sup>。影片《胜利大逃亡》海报(图2)背景中的铁丝网圈、穿着二战时期军装的军官、以及纳粹鹰徽都指示了影片故事发生的时代背景,而作为海报视觉中心的3个主要人物挥手呐喊的姿势巧妙地组成了胜利(Victory)的首字母“V”,与片名相呼应。体育海报中指示性图形符号的作用更为明显,海报设计中使用足球、篮球、拳击手套等运动器材,以及棒球场、游泳池、拳击擂台等运动场地作为视觉元素都明确的指明了影片的内容题材,一目了然,是合理使用指示性图形符号最为常见的方式。《胜利大逃亡》海报中传达足球这个内容题材的指示符号,除了背景中左右两队正在比赛的球员的剪影以外,更为巧妙的则是位于前景视觉中心的纳粹鹰徽与足球的结合变形。通过将纳粹鹰徽其中的“卐”字花环与足球这两个符号的同构,以及鹰爪拨动花环的与踢球相近的动态,一箭双雕地传达出了电影时代背景和题材的信息,对于二战历史和足球运动稍有认识的观众在看到海报时都能通过这些指示图形符号对电影内容展开想象,同时这种图形创意的设计方式也使得观众在欣赏电影海报时更多了一些趣味性。



图2 电影《胜利大逃亡》海报  
Figure 2 The Poster of Victory



### 3.2.2 作为象征符号的图形符号

图形符号具有象征性,这一特性使得图形符号可以借助人们固有的经验或约定俗成与其他符号产生联系,引发人们的联想。例如人们看到齿轮就会联想到工业,看到灯泡就会联想到发明,而看到类似基因双螺旋的图形排列方式就会联想到医学或者健康等等。但相同的图形符号在不同的文化语境下也有可能代表着不同的象征含义,因此在图形符号的使用中也应当注意不同地域、不同信仰、不同民俗文化、不同生活习惯的差异,从而使信息能够更有效准确地传达。

2004年上映的美国电影《百万宝贝》(Million Dollar Baby)由克林特·伊斯特伍德执导,克林特·伊斯特伍德、希拉里·斯万克、摩根·弗里曼等主演。影片讲述了一位有名的拳击教练法兰基因为太过投身于拳击事业而陷入了长期的自我封闭和压抑,一位学徒麦琪凭借坚毅的决心软化了法兰基,并成出色的女拳击手<sup>[4]</sup>。影片《百万宝贝》的海报(图3)除了主角照片和片名,并没有对影片剧情的介绍,但通过在视觉中心的女主角那富有光泽的肌肉、健壮的身影却可以推测出她作为拳击手的身份,也让观众感受到了体育电影特有的力与美的身体美学。大多数以拳击为题材的体育电影海报也都是以锃亮饱满的肌肉作为力与美的象征符号。同时《百万宝贝》的海报构图极其简洁,作为海报主要图形的3个人物在阴影中浮现出来,作为前景的女主角神色凝重坚毅,阴影中另外两位老者的眼神沉重而略带哀伤,他们一同望向画面外,3个人虽然目光没有交集,但各自神情却引发观众的思索,与置身海报外的观众形成了一种互动:他们之间究竟发生了什么样的故事?



图3 电影《百万宝贝》海报

Figure 3 the Poster of Million Dollar Baby

图形符号大都有其基本的象征意义,这些基本的象征含义也就形成了一种定式,虽然便于海报设计作品的解读和识别,但也使得电影海报时常出现相似和缺乏独特性的现象。因此在选择适合的图形作为象征符号之后,应当在此基础上对图形的意义进行更深层次的联想和拓展,赋予图形符号更具延展性的象征意义,从而达到传播电影主题的更好的效果。

### 3.3 体育电影海报中的色彩符号分析

色彩作为视觉语言符号中的重要元素,在设计作品中总是先于图形和文字被人感知。特别是在电影海报中,色彩是烘托气氛、奠定基调、表现深层次心理与精神的重要象征符号。人们对于色彩的联想和认知主要来源于现实生活的经验与体会,因此通过色彩符号的运用来唤起人们的联想、达到情感的共鸣是电影海报设计行之有效的手段之一。

自从彩色电影诞生,色彩就是电影中烘托气氛、奠定主题基调的重要形式。不同的色彩象征着不同的情绪。红色代表热情奔放,也有可能代表鲜血和杀戮;蓝色代表纯净深沉,也有可能代表冷酷无情。明亮轻快的颜色是轻盈、活泼积极向上的代名词;而深沉的颜色则往往代表严肃而不可侵犯。电影海报中出现的极具代表性的颜色衬托着电影的主题,在代表主人公宣泄电影中的情感的同时也带着观众的情绪<sup>[5]</sup>。

色彩符号在电影海报的设计中存在着一定的科学性。从光学上讲,各种色相是由射入人眼的光线的光谱成分决定的,通过人的视觉形成感知。相较于其他的视觉语言符号,色彩符号更容易形成视觉语言,对于人的视觉刺激也表现得更为强烈。当人们看到不同的色彩时,通过视、知觉的感知过程会快速地建立起与自己的情绪、思想等记忆的联系,从而产生不同的感受,如冷暖的温度感、物体的轻重感、酸甜苦辣的味觉等心理作用。合理地运用色彩心理学中的对比手法、色彩均衡、色彩象征等,可以通过设计在电影海报中使画面在色彩上产生一定的节奏感和韵律感。人们对于色彩的这些心理感受是在长期的生活经验中慢慢积累并形成具有普遍共性的感知,依附于色彩符号的情绪与记忆正是海报设计过程中设计师表达电影的情感的关键点<sup>[6]</sup>。

色彩符号在电影海报的设计中存在着一定的真实性。利用色彩符号能够更形象、更真实地将电影的主题反映给观众,使得观众对于电影的故事情节的真实性更加信任。在电影海报中利用色彩对比的设计手法可以产生更强的视觉冲击力,从而增强电影海报的表现力,更利于吸引观众的注意。由于色彩符号具有象征性和联想性,它可以通过视觉感知引发人们的想象使得电影海报具有很强的煽动性。同时不同色彩所具有的不同象征,使得色彩在电影海报中还具有很强的提示性,针对不同类型的电影合理地利用这一特性,可以让观众更好地解读电影主题。

体育电影海报在内容与主题上通常是积极向上的励志类主题为主的,因此在色调上也多数偏向充满阳光的暖色调,表现昂扬的斗志与追逐梦想的不懈动力。1993年上映的关于橄榄球的电影《追梦赤子心》(Rudy)由大卫·安斯鲍夫执导,西恩·奥斯汀、乔恩·费儒等演出。影片讲述了喜爱橄榄球的平凡的鲁迪,心怀梦想,冲破碌碌无为的生活的困扰,克服天资不足的障碍最终加入了球队。成为队中一名陪练员,但却没有上场比赛的机会,为了证明给一直不相信他成为球队一员的家人看,他通过不懈的努力,赢得了教练的信任、队友的尊重,最终在冠军争夺战中上场,实现了儿时的梦想<sup>[7]</sup>。《追梦赤子心》的电影海报(图4)选取的是主角站在球场上的场景,主色调为暖色调,逆光

站立低明度的主角与占海报画面主要面积的高明度的金色草坪形成了强烈的对比,既突出了海报的视觉中心,同时逆光的角度更能营造出主角坚毅的形象。作为背景的球场外的天空也同样运用了强烈的色彩对比,通过暖色调的阳光与冷色调的蓝天的对比增加了画面的视觉冲击力,冲破云层的阳光也暗喻着主角追逐梦想,不懈努力突破重重困难,与电影主题相呼应。

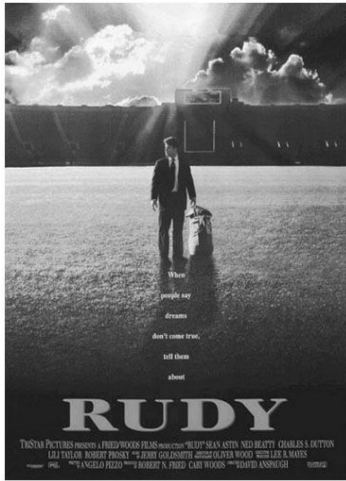


图4 电影《追梦赤子心》海报  
Figure 4 The poster of Rudy

与大部分走传统励志题材套路的体育电影不同,一些影片更侧重于运动员个人性格和复杂的社会关系的变化,来深入地揭示职业体育圈存在的问题,使得影片的寓意更加意味深长。表现在电影海报上的视觉符号也不同于传统的励志类体育电影海报,色彩多为深色以表现严肃的主题<sup>[8]</sup>。1980年上映的《愤怒的公牛》(Raging Bull)是由马丁·斯科塞斯执导,罗伯特·德尼罗、乔·佩西、凯西·莫拉蒂联合主演的体育传记片。该片根据前世界中量级拳王杰克·拉莫塔的真实经历改编,讲述的是一代拳王杰克·拉莫塔一生中从成功到失败,在黑暗的拳击圈中逐渐放纵自我,并走向自我毁灭的故事<sup>[9]</sup>。该片作为一部黑色体育电影反映了一定的社会问题,尤其是体育圈本身存在的职业体育的残酷性、逐利性等问题。《愤怒的公牛》的电影海报(图5)以黑白为主色调,只有在片名及主演名字采用了红色。黑白色调的主要视觉符号不仅给人以严肃沉重的心理感受,同时也更容易使观者将视线集中在占画面主要面积的主角面部大特写,这种强烈的视觉效果的中心是一双怒视着画面外的眼睛,似乎透露着野兽一般的疯狂。同时红色的片名“Raging Bull”与黑白的海报图像形成了强烈的色彩对比,红色作为带有危险、狂热的情感色彩的符号在这里也与电影主题相呼应,在沉重的黑白色调中传递出一种令人不安躁动的情绪。上文中提到的电影《百万宝贝》的海报在色彩上也一反体育电影励志特性的常态,海报采用大面积的黑色中浮现出主要的人物形象的方式,一方面有利于展现人物的肌肉的力量感,同时也营造出一种庄严肃穆的氛围,使它超越了一般的体育励志电影具有更强的穿透力和

震撼力,这也与影片中探讨的生命与尊严、梦想和真爱的命题以及隐隐透露出的凄凉无奈相契合。



图5 电影《愤怒的公牛》海报  
Figure 5 The poster of Raging Bull

#### 4 结语

本文通过分析研究体育电影的特征,以及体育电影海报中的视觉符号,运用视觉符号所传载信息的特点及视觉符号要素:文字符号、图形符号、色彩符号,以国外5部优秀体育电影海报设计作品来分析其中视觉语言符号的运用,探讨体育电影海报设计中视觉符号的应用规律。希望通过本文对完善体育电影海报设计,探索体育电影海报设计的理论依据发挥一些作用。

#### 参考文献:

- [1] 百度百科.洛奇[EB/OL].<http://baike.baidu.com/subview/22250/8978933.htm>.2016-03-25.
- [2] 张俊霞.浅析《速度与激情》系列电影海报的视觉符号[J].电影评介,2015,16(总第522期):107-109.
- [3] 百度百科.胜利大逃亡[EB/OL].<http://baike.baidu.com/subview/335012/12166905.htm>.2016-03-25.
- [4] 时光网.百万美元宝贝[EB/OL].<http://movie.mtime.com/20762/>.2016-03-25.
- [5] 邢悦.浅析奥斯卡获奖电影海报的视觉语言符号[J].电影文学,2013,15(总第588期):155-156.
- [6] 张引良.电影海报设计的视觉符号研究[D].西安工程大学,2012.
- [7] 百度百科.追梦赤子心[EB/OL].<http://baike.baidu.com/subview/2358122/6929061.htm#viewPageContent>.2016-03-25.
- [8] 杜剑峰.作为类型电影的体育电影——评介新世纪以来的几部中外体育故事片[J].当代电影,2008,08(总第149期):45-49.
- [9] 百度百科.愤怒的公牛[EB/OL].<http://baike.baidu.com/view/401089.htm>.2016-03-25.

(责任编辑:杨圣韬)