

辽篮赛前海报火了 揭秘

海报背后的故事

本赛季,辽宁本钢男篮的赛前海报突然就火了!

要知道,每一张优秀的海报,不仅仅是一次对球队的激励,更是一次创意的迸发,是一次文化的交融,是一次价值的传递。

而辽篮在本赛季,似乎在这方面做得格外出色,几乎每一期的海报,都能收获一片好评之声。在大家感叹这些海报设计精美或创意十足之余,本报记者也专门采访辽篮海报设计团队的负责人姜雪松,由他来为读者朋友们揭秘那些海报背后更为精彩的故事。

海报呈现已不局限二维世界

作为CBA多元文化的一部分,比赛海报在近两年开始逐渐成为一种流行趋势,到了本赛季几乎每家俱乐部都在尝试独具风格的海报,来为球队即将到来的比赛进行造势。

对于辽篮来说,本赛季他们也同样在海报上下了不少的功夫,而且效果显然还不错,有很多期都能够被球迷津津乐道,甚至在一些网站进行的评选中颇受好评。

而且和其他俱乐部相比,辽篮不但在海报的创意上花费了不少心思,还在呈现的方式上做出了很多尝试,比如将静态的海报升级为动态的动画,让很多创意可以在动态效果之下呈现得更为精准。

将辽篮的海报创意呈现推至巅峰的,则是常规赛第十七轮主场迎战吉林队时,推出的那一款《切磋》。因为除了常规的静态海报和动画表现之外,辽篮还尝试将海报中所描绘的两队吉祥物坐下来切磋电子游戏“坦克大战”这一场景,从二维世界搬入了活生生的三维世界,由两位身着各自主队球服的球迷当着现场近万名观众的面,在球馆大屏幕上尽兴地PK了一把。

这一次尝试,在当时引起了相当大的轰动效应。从辽吉两队的球迷来说,不但将海报中原本传达的“兄弟温情”很好呈现,还通过现场球迷的互动来使主题进一步升华;而从整个CBA层面来讲,也是为紧张激烈的职业联赛,增添了一份轻松和娱乐化的价值传递,在更广泛的领域引起了关注与讨论。

精彩创意来自团队智慧

截止到目前,辽篮已经为常规赛发布了22款海报。每轮一款,从未缺席。

这些海报从风格上来说比较多元,比如揭幕战前写实风格的《豹发力》,第五轮迎战同曦队的手绘风《豹款》,第十轮挑战山西队时寓意深藏的《无酒不欢》,第十三轮做客浙江时玩起了文字游戏的《几家欢喜几家愁》等等……

显然,这些海报不但在表现形势上力求精美,在创意层面上更是花费了不少心思,甚至让不少球迷惊呼,辽篮这海报设计上的脑洞实在

是一个接着一个,有点厉害!

事实上,在这些精彩创意的背后,并非一人之功,而是一支多达九人的设计团队在不断贡献着他们的集体智慧。

姜雪松是这支团队的负责人,身为一名抚顺小伙,他说自己从小就是辽篮的铁杆粉丝,后来在沈阳求学并打拼了几年后,如今已经拥有了自己的公司,主要就是做传媒与设计。而他和辽篮能够以海报结缘,则是因为上赛季季后赛时的一次即兴之作。

当时辽篮在季后赛遇到福建,福建就出了一款主题为《拉开你所恋》的海报,非常巧妙地表达了要击败辽篮的寓意。姜雪松当时就和公司里的小伙伴一起动脑,设计了一款《铁锅炖大鱼》的海报作为回应,没想到一下子就在网上火了,而且还引起了辽篮的转载与关注。

本赛季,姜雪松带着他的团队正式开始为辽篮制作官方海报,每一轮比赛前都需要九个人在群里各自提交自己的脑洞创意,然后再优中选优。这也是为什么今年辽篮的海报,会给人一种风格多样的感觉。

“我感觉海报的风格尽可能不要固定,给球迷和球队一种不同的感觉”,姜雪松说道。

海报创意需要考虑很多细节

当CBA的海报文化开始逐渐繁荣之后,其实很多以前从未遇到过的问题也会随之而来,尤其是在海报的设计上,其实并不是随意地去表达和创作,而是有很多需要注意的细节。

关于这一点,姜雪松也介绍了他们团队的创作心得。他认为当前最需要注意两个问题,首先就是要避免版权纠纷,其次则是在创意表达上注意把握相关的尺度。

以辽篮的这些海报为例,为了避免陷入版权纠纷,每一期的素材他们都尽量来通过原创实现,包括图形和字体大多都是手绘完成的,这也是为什么大部分海报都会呈现一种比较卡通的风格。

比如在第十四轮辽篮客场挑战广州队的时候,曾推出了一款名为《走进新时代》的海报,海报主体是一段手写的歌词。姜雪松说,那一段歌词其实是自己一笔一笔写出来的,“我平时其实写不出这么好的字,但为了避免字体遇到版权问题,不敢直接用网上的,所以就借鉴了一些字帖,然后自己一遍一遍地慢慢临摹。”一共30个字,让他足足写了一个多小时。

而对于创意尺度的把握,其实也很费心思,因为既然是比赛的海报,多少需要带一点点的“攻击性”,但是又需要格外注意不能够太过分,尤其是不给对手俱乐部造成侮辱。这一点,其实是很有难度的。

比如常规赛第八轮辽篮主场迎战北京队的海报,原本在最先出炉时使用的文案是“毫无鸭力”,但是在最后定稿的时候,姜雪松觉得不太妥当,因为当时北京队势头很盛,而辽篮在开局阶段比较坎坷,如果用“毫无鸭力”不但显得有些自大轻狂,也显得不太尊重对手。因此这款海报最终将文案修改成了“顶住鸭力”,更为精准地传递出了两支足球队当时各自所处的局面。

海报文化使CBA更多元化

一张好的海报,能够给整个联赛带来怎样的“增色”?

当海报文化开始在CBA突然升温之后,给整个联赛带来了许多新鲜的活力。球迷们在关注比赛之余,也逐渐开始关注起每一轮的赛前海报,并且形成了固定的话题,这也使得CBA的文化输出变得更加多元化。

而在海报设计师的眼中,这些海报还能够起到文化交融的作用,“其实以前来说,很多球迷都是只关心自己的主队,很少会关心对手的情况,更不用说去了解对手的球队或者俱乐部文化。但是现在随着各家都在制作海报,就给了球迷们一个横向对比的机会,去通过海报了解到不同球队的风格、文化”,姜雪松说道。

因此,在辽篮本赛季的海报中,也尽量有意地去突出对手的文化特点,通过海报这种形象和符号化的输出,使得辽宁的球迷能够更多地去了解其他俱乐部。

比如在常规赛第十一轮辽篮客场挑战四川队,以及第十五轮主场迎战同曦队时,分别发布了主题为《大鲸失色》和《猴子捞月》两款海报。这两款海报有很多共同之处,一方面都是采用了传统成语或者寓言故事的文化内核,来预示辽篮击败对手的信心。同时,也在设计元素中,使用了鲸鱼和猴子两种动物,来隐喻了对方俱乐部的核心文化。

“当海报刚推出来的时候,真的是有很多球迷来问我们,为什么和四川比赛的海报要画一条鲸鱼?为什么和同曦队的比赛要画猴子?”姜雪松解释说,这是他制作海报过程中印象最深刻的一点感受,就是很多球迷原来真的不太清楚,四川队的LOGO就是一只鲸鱼,而同曦队的LOGO则是以“大圣”为原型的猴王。

海报文化在联赛中发挥更大的作用还有很大的潜力,比如衍生更多的周边文化产品,对于整个联赛的经济或许也会有所促进。而这些,则是一个更成熟的联赛应该拥有的。

辽沈晚报、聊沈客
户端首席记者 高鹏



辽篮海报设计团队负责人 姜雪松

