

视觉符号视角下悬疑类电影海报 跨媒介叙事研究

张宏锦

鲁东大学新闻与传播学院, 山东 烟台

收稿日期: 2025年5月21日; 录用日期: 2025年6月17日; 发布日期: 2025年6月27日

摘要

悬疑类电影海报通过视觉符号构建跨媒介叙事体系, 不仅在艺术性与商业性上承担着重要作用, 还与电影情节建立深度联系, 极大丰富了观众的情感体验和叙事参与感。在跨媒介叙事中, 海报通过封闭空间对情节世界的延展、符号的联动以及观众的多重解读实现叙事扩展, 为电影叙事提供了新维度。增强了影片的传播效应和文化意义。

关键词

跨媒介叙事, 视觉符号, 悬疑类电影, 视觉元素

A Study on Cross-Media Narration of Suspense Film Posters from the Perspective of Visual Symbols

Hongjin Zhang

School of Journalism and Communication, Ludong University, Yantai Shandong

Received: May 21st, 2025; accepted: Jun. 17th, 2025; published: Jun. 27th, 2025

Abstract

Suspense films' posters construct a cross-media narrative system through visual symbols. They not only play a significant role in both artistry and commerciality, but also establish a deep connection with the film's plot, greatly enriching the audience's emotional experience and narrative participation. In cross-media narratives, the posters achieve narrative expansion through the extension of the plot world in a confined space, the linkage of symbols, and the multiple interpretations by the

audience. This provides a new dimension for the film's narrative and enhances its dissemination effect and cultural significance.

Keywords

Cross-Media Narrative, Visual Symbols, Suspense Films, Visual Elements

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

海报作为电影的视觉传达工具，扮演着至关重要的角色。其通过视觉符号和语言来传递电影的核心信息和深层含义，与观众建立起视觉层面的沟通。在当今电影市场竞争激烈的背景下，电影海报的设计质量及其审美和文化价值成为了影片与观众沟通的关键。在悬疑电影海报的视觉符号表达上，设计师们巧妙地将复杂的视觉元素与电影情节相结合，创造出“海报 + 电影”的跨媒介的叙事传播模式。这种跨媒介的叙事传播范式不仅丰富了电影的表现形式，也为观众提供了更加深入的电影体验。

2. 电影海报创作中的视觉符号因素与运用

海报设计中视觉符号因素主要包括四大部分，分别为点线面、文字、图形、色彩，四大类因素共同组成了二维形式的视觉符号体系，成为传达视觉符号信息的基本载体[1]。

2.1. 视觉符号的构成要素

电影海报作为电影宣传的重要媒介，是视觉符号运用的典型载体，其核心任务是通过图形、文字、色彩等视觉元素的综合表达，快速传递电影主题与情感内涵。图形作为电影海报的基础视觉符号，能够在瞬间吸引观众的注意力同时传达影片的内容与情感。文字作为电影海报的重要信息补充，不仅承担着内容说明的功能，还能通过字体设计增强视觉表现力，文字形式的设计感使其从单纯的信息载体转变为具有象征意义的符号语言，进一步提升了海报的艺术感染力。此外，色彩与光影是传递情感与塑造氛围的关键因素，色彩能够直接作用于观众的视觉感官，引发情感共鸣[2]。

2.2. 视觉符号的表现手法

电影海报设计中，视觉符号的表现手法是实现内容表达与观众互动的重要途径。图文结合是一种经典的表现手法，通过图片与文字的协同作用实现信息的多维传递。电影《达芬奇密码》的海报以《蒙娜丽莎》为主图，揭开的画角象征密码被解开，同时搭配简洁的片名文字，巧妙地将影片的悬疑主题与艺术内涵融为一体。此外，海报中的文字通常通过变形、排列等设计手法提升视觉效果。《黑客帝国》的海报文字被设计为信息符号从天而降的样式，不仅突出了影片的科技感，也赋予海报独特的视觉美感。电影海报通过二维与三维元素的空间构建结合，营造多层次的视觉叙事效果，电影《普罗米修斯》海报以巨大的外星神庙为主体，通过冷光投射的手法增强画面的立体感，突显人类在未知宇宙中的渺小与无助。这种从平面到立体的转变，延展了电影海报的叙事维度。极简符号化设计也是电影海报一种独特的表现手法。电影《画皮》的海报仅用血色字体勾勒出片名，以强烈的视觉冲击传递影片的恐怖主题。这种极简设计通过对符号的高度提炼，使观众在短时间内迅速捕捉到影片的核心情感与信息。

2.3. 视觉符号的传播作用

视觉符号在电影海报中的传播作用体现在其艺术性与商业性的双重属性上。海报通过符号化设计,迅速吸引观众的注意力,实现影片与观众的高效连接。《E.T.外星人》的海报通过局部光影设计,将观众的目光集中于人与外星生物的情感交流上,激发观众的猎奇欲。其次,视觉符号的文化承载性使电影海报成为跨文化传播的重要媒介,电影《白银帝国》的海报以水墨画风格展现中国文化的神韵,不仅获得了国内观众的共鸣,也引起了国际观众的兴趣[3]。随着数字媒介的兴起,电影海报中的视觉符号还能够通过线上传播扩大其影响力。在社交媒体平台上,海报中的符号元素常被重新解读与加工,形成二次传播。如电影《冰河世纪3》的海报通过自然图形符号冰雪,营造整体环境背景,直观表现了影片的“冰雪”背景主题。这种符号不仅在传播过程中保持了原有的视觉感染力,还赋予了观众更广阔的想象空间,进一步增强了影片的视觉传播效应。

3. 悬疑类海报中的视觉符号

3.1. 色彩与光影的表现

色彩与光影是视觉艺术中极具影响力的构成元素,它们能够直接触动观者的情感。明亮的色彩往往传达出愉悦和欢快的情绪,而暗沉的色彩则能够表达出深沉和复杂的情感。光影的巧妙运用,更是增强了海报的艺术感染力,通过色彩与光影的搭配,电影海报成为了传递电影情感和故事的有力媒介,让观众在观影前就能对电影的情感基调有所预感,从而增强了电影的吸引力和期待感。

在悬疑类海报中,色彩与光影是塑造紧张氛围与表达情感张力的核心手段。通过明暗对比,能够突显海报视觉焦点,强化叙事张力。悬疑类电影海报通常选择冷色调为主,如黑、灰、蓝等,传递出压抑、神秘或未知的气息,突出海报中的特定元素,引导观众的视线,增强海报的立体感和深度感。同时,冷色调的使用在视觉效果上与悬疑电影中常见的紧张和不确定性相呼应。如电影《消失的她》的海报通过冷蓝色调和阴影的巧妙运用,成功营造出了一一种迷雾重重的心理悬疑感,海报中的梵高自画像背景和变色龙的元素,暗示了人性的善变和伪装,海报中的油画与大海融为一体,画中人物和现实重叠,隐晦表达了剧情的虚实难辨。电影《坚如磐石》的海报则利用局部的光亮,投射出紧张与危险,渲染了影片悬疑氛围的极致效果,海报中人物下方不见腿,而是化作红色和蓝色的光影,暗示了人物和剧情的走向。这些设计不仅直观传递了电影的主题,而且在视觉层面上激发了观众的想象与情感共鸣,为观众提供了一种超越直接视觉体验的深层次交流。

3.2. 符号隐喻与象征意义

电影海报的叙事手法丰富多样,既包括直接反映电影文本的明显叙事,也包括更为微妙的隐喻叙事[4]。悬疑电影海报尤其擅长利用符号和隐喻来传达更深层次的信息,在这种隐喻叙事中,物体、图像和文本不仅仅是表面的装饰,它们被赋予了更深层次的意义,用来构建一种隐喻,通过符号与象征、物体与其内涵之间的共性来传达信息,这种共性往往体现在物体的外形与它们所代表的概念之间的相似性上。电影海报设计师在视觉元素上会选择具有象征意义的物体,将电影的复杂情节和深刻寓意转化为简洁而直观的视觉符号隐秘的呈现在海报上[5]。

具体而言,电影海报中的符号可以分为具体物件和抽象意象两类。具体物件如钥匙、日记、信封、刀具等,往往与故事的核心情节或关键道具直接相关。在《小岛惊魂》的电影海报中,蜡烛与影子的图案不仅传达了影片的悬疑氛围,还隐喻了角色之间复杂的关系。另一方面,抽象意象如迷雾、阴影、几何构图等则通过渲染电影的氛围,传递观众对叙事情境的初步认知,这些符号在电影文本中进一步发展,通过反复出现和动态表现深化叙事意义。在《唐人街探案》系列电影中,“放大镜”这一符号反复出现,

成为故事与角色智力推理能力的象征。通过在电影海报、预告片以及衍生网剧中的跨媒介延续，观众能够迅速识别并记忆这一符号，并将其与整个叙事体系建立联系。

3.3. 视觉叙事策略与心理暗示

电影海报是一种多模态图像叙事语篇，克瑞斯与勒文提出的视觉语法框架为图像分析提供了理论依据[6]。悬疑类电影海报在视觉语法框架的基础上，形成了具有独特叙事策略的视觉表达，其特点主要体现在非线性叙事、错位布局以及多义性符号的综合运用。这种视觉语法特点通过对传统语篇意义构建的突破，为悬疑电影的主题表达提供了更加复杂且具有心理暗示性的叙事模式。

悬疑类电影海报通过“断裂式信息布局”实现非线性叙事感，即在画面中有意设置视觉空白或叙事断点，以模糊关键元素的呈现，使观众在信息不完整的情况下产生解读上的悬念，比如让人物面部仅露出一部分，或核心道具被置于阴影之中，从而强化未解事件的神秘感。其次，悬疑海报的构图常采用“视觉错位”策略，通过打破传统的中心化或对称性布局，以偏离中心的图像摆放、不对称的取景以及倾斜视角，营造画面上的失衡感。这种布局方式不仅增加了视觉张力，还进一步突显叙事中的不确定性与危机感。多义性符号的使用同样也是悬疑类电影海报的重要叙事手段，画面中常出现具有隐喻功能的视觉元素，如模糊的人影、破碎的玻璃、斑驳的光影等，这些符号超越了对具体情节的直观呈现，成为对电影叙事主题或人物心理状态的象征性表达。这种符号的多义性为观众提供了解读的自由度，潜移默化达到心理暗示的效果，形成了更为丰富的叙事空间。

4. 悬疑类电影海报的跨媒介叙事

美国传播学者亨利·詹金斯(Henry Jenkins)在 2003 年提出跨媒介(Transmedia Storytelling)的概念：“一个跨媒介叙事的故事穿越不同的媒介平台展开，每一个平台都有新的平台展开，每一个平台都有新的内容为整个故事做出有差异的、有价值的贡献[7]。不同媒介的转化叙述生成不同的艺术变种，故事的接合形成跨媒介增生的集群效应”过去[8]。电影海报出现伊始，主要是为了向观众传递电影核心信息，电影名、播出时间、演员等创作者主导海报内容，观看者只能进行被动的接受，而现在观众可以通过这个海报中所传递的视觉符号进行自行理解，自主对海报内容进行个性理解，而且这个动作可以发生在观影前和观影后，都可以与电影本身产生跨媒介叙事范式。对于悬疑类电影来说，海报中所呈现的视觉符号可以较为紧密的实现“电影 + 海报”的跨媒介叙事传播。

4.1. 从封闭空间到情节世界的延展

悬疑类电影的叙事建构中，封闭空间往往被作为叙事起点与情节核心，这些具有高度封闭感的空间，不仅为情节发展提供了逻辑上的必要性，更在心理维度上影响了观众对故事的期许和猜测。随着叙事的推进，这些封闭空间逐渐向更大的情节世界扩展，展现出更复杂的叙事结构，从而打破观众的心理局限，将他们引导至一个多维的故事世界之中。

从跨媒介叙事的角度来看，封闭空间不仅作为单一叙事文本的核心，还能够通过多媒介的协同进一步外延其叙事功能，成为情节世界构建的基础。在这一框架下，电影海报作为叙事链条的初始环节，不仅承担着视觉化的传播任务，更通过符号建构和叙事预设的故事世界中埋下伏笔。海报通过空间的视觉呈现、符号的隐喻性暗示，以及构图对叙事氛围的塑造，将封闭空间的特质显性化，并为后续文本提供了叙事依据。如经典悬疑电影《东方快车谋杀案》的海报中，通过列车的狭窄走廊、微弱灯光和剪影人物，海报不仅强化了事件的空间封闭感，还暗示了角色之间复杂的互动关系与叙事冲突。这种设计让观众在观影前已经获得了对故事核心空间及其叙事氛围的初步认知，从而为多平台叙事的延展提供了可能性。在媒介叙事延展中，封闭空间的扩展不是简单的物理空间的拓展，而是叙事内容的深化和意义层次

的丰富。在这一过程中，封闭空间被逐步解构，不断填补情节世界中的空白，最终实现跨媒介叙事的协同化构建[9]。

4.2. 符号的跨媒介联动与记忆符号的构建

电影海报以其高度浓缩的视觉语言，在有限的空间内传递核心叙事符号。这些符号不仅作为吸引观众关注的传播元素，还通过其他媒介形式的联动呈现，逐渐发展为受众记忆的关键点，从而推动了叙事的多元化与深入化[10]。通过符号的重复使用与多层次表达，电影跨媒介叙事实现了信息的统一性与记忆的可识别性。

符号元素的使用使得悬疑的“谜底”或隐藏的“彩蛋”视觉象征元素都以隐喻或象征的方式呈现在海报上，不论是观众在看完电影后再回顾海报还是在认真解读海报后再去观看电影，都会产生海报和电影的双向互动感，不仅增强了海报的叙事深度，也提升了海报与观众之间的跨媒介互动性。通过这种方式，悬疑电影海报能够以一种更加引人入胜和富有挑战性的方式，吸引观众的注意力，激发他们对电影故事的好奇心和探索欲。如此一来，电影海报中的视觉符号既含蓄又引人深思，强调了图像背后的含义和暗示，它不仅传递信息，更激发情感和思考，为观众提供了一种超越直接视觉体验的深层次交流，创造出一种富有内涵的美学体验。

海报中的视觉符号跨媒介联动还通过对叙事细节的补充与强化。以悬疑片《小岛惊魂》的电影海报为例，电影海报中的烛光与影子的交织既隐喻了角色之间复杂的关系，也指向了影片核心悬念。随后在影片预告片中，这些视觉符号进一步被动态化，配合角色对白和情节片段，延展了符号的叙事意义。在电影上映后，这些符号还以周边产品的形式继续出现，强化了观众对电影叙事主题的记忆，使其不仅局限于单一媒介的传播。这种跨媒介联动的叙事策略，强调符号在不同媒介平台中的相互呼应和多层次联结，目的在于通过符号的反复呈现和强化，形成一种受众共同记忆的叙事文化。观众在与这些符号反复接触的过程中，逐渐将其内化为叙事理解的关键线索。这种符号的记忆构建不仅增加了受众对叙事的参与度和投入感，也成为跨媒介叙事得以拓展的重要支撑点。

4.3. 观众解读与叙事参与

跨媒介叙事的一个核心特征在于观众作为叙事主体的参与性。在这一框架下，观众不再是单纯的被动接受者，而成为叙事网络中的“共创者”。这一点在悬疑类电影海报的设计与传播中表现得尤为明显。通过对符号、构图与叙事线索的解读，观众在心理上对叙事世界的构建已经提前展开，而这种主动性解读也成为叙事延展的基础动力。

海报的叙事功能不仅在于其作为媒介文本的静态信息传递，更在于其符号系统为观众提供了多重解读路径。这种解读机制本质上是一种叙事“激活”，即观众通过对文本的符号分析和空间想象，初步构建对叙事世界的认知框架。在跨媒介叙事中，观众对海报的解读行为是叙事网络生成的前提条件，通过媒介之间的互文性和叙事线索的联动，观众完成了不同媒介内容的意义建构。

此外，观众的叙事参与行为体现了一种“叙事权力”的转移。传统叙事中，海报设计者作为唯一的叙事主体掌握着叙事的解释权，而在跨媒介叙事框架下，叙事权力逐渐向观众与海报的互动转移。这种转移不仅体现在观众通过解读生成意义，还表现在观众作为叙事网络的“连接点”，通过多媒介的协同体验丰富了叙事的层次。叙事学认为，观众的参与行为能够促成“叙事的开放化”，即通过观众的多重解读实现叙事的动态生成，从而打破单一文本的静态封闭性，形成更加复杂的叙事体系。在跨媒介叙事的视域下，观众解读海报与观看电影叙事参与的过程是媒介间互文关系的重要组成部分。通过对海报中视觉符号的联想、对线索的猜测以及对文本间关系的建构，观众不仅丰富了自身的叙事体验，也推动了电影海报对跨媒介叙事系统的运作和扩展。

5. 总结

视觉符号在海报中的运用不仅传递影片主题，还通过隐喻和象征激发观众的情感共鸣与对电影内容解读的兴趣，从而延展了海报的跨媒介叙事功能。悬疑类电影海报以视觉符号为核心，融入叙事策略和跨媒介传播形式，实现了电影内容和情感的多维表达，使其海报成为悬疑类电影叙事的重要环节，为观众提供了更深层次的互动体验。通过探索更具创新性的符号表达和跨媒介叙事策略，可以进一步提升电影海报的传播力与艺术价值，创造电影多元传播以及跨媒介互动的新范式，有助于我国以电影为核心的整个叙事体系的建立。

参考文献

- [1] 苏丹. 系列化发展视域下华语电影的跨媒介叙事研究[J]. 四川戏剧, 2022(6): 98-102.
- [2] 刘欣. 跨媒介叙事视角下网络平台自制剧传播路径研究——以《隐秘的角落》在微博平台传播为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(23): 32-38.
- [3] 胡华芳. 电影海报的图像叙事及其美学意蕴[J]. 江西社会科学, 2021, 41(7): 240-246.
- [4] 吉敏. 同人创作及文化: 独特的青年亚文化景观[J]. 中国报业, 2019(14): 60-61.
- [5] 陈慧姝. 电影海报中的视觉传达表现[J]. 包装工程, 2019, 40(12): 313-318.
- [6] 李诗语. 从跨文本改编到跨媒介叙事: 互文性视角下的故事世界建构[J]. 北京电影学院学报, 2016(6): 26-32.
- [7] 赵翠萍. 电影海报的多模态话语分析——以电影《小时代》海报为例[J]. 电影评介, 2016(12): 110-112.
- [8] 刘芳, 鲍丙峰. 艺术的视觉宣言——揭示视觉符号语言在电影海报中的应用[J]. 电影评介, 2016(2): 110-112.
- [9] 潘道生. 电影海报设计的视觉构成与表现手法[J]. 电影评介, 2015(24): 110-112.
- [10] 陈建文, 许蕊. 叙事的教育意涵[J]. 高等教育研究, 2015, 36(2): 56-61.