



21 世纪

动画专业核心教材

动画角色造型的思维与技法

陈果 红方 编著

中国传媒大学出版社





21 世纪

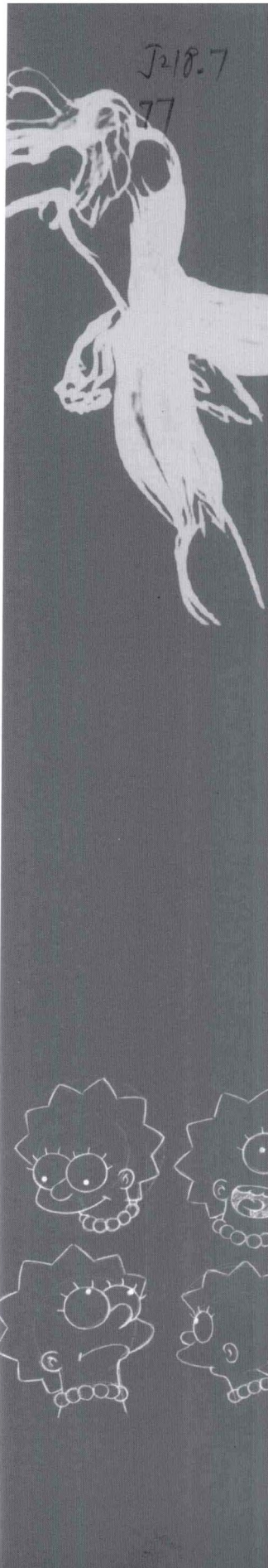
动画专业核心教材



动画角色造型的 思维与技法

陈果 红方 编著

中国传媒大学出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

动画角色造型的思维与技法/陈果, 红方编著. - 北京: 中国传媒大学出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5657 - 0092 - 7

I. ①动… II. ①陈… ②红… III. ①动画 - 造型设计 IV. ①J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 216434 号

动画角色造型的思维与技法

编 著 陈 果 红 方

策划编辑 冬 妮

责任编辑 张 旭

责任印制 范明懿

封面设计 阿 东

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 65450532 或 65450528 传真: 010 - 65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 1092 毫米 1/16

印 张 9.75

版 次 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5657 - 0092 - 7/J · 0092 定价: 49.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

动画行业的发展绝不只取决于动画片,
动画片的发展绝不只取决于角色造型,
但这一庞大行业的一切,皆从对角色的感动开始,并以对角色的记忆来延
续……

那么,我们的学生如何学好角色造型?

我们的动画片如何做好角色造型?

我们的行业如何用好角色造型?

本书抛砖引玉,将与您一起关注并研究这些问题,一同为促进我国动画行业的发展出一份力。

由于时间有限,编著过程难免留下遗憾和疏漏,欢迎广大读者交流指正。衷心地感谢我的老师,谢谢您在我编写此书过程中给予的所有启悟!陈立恒先生、彭商容女士为我提供了无限的关怀和帮助,在此一并深深地致谢!

最后,让我们一同期待:

中华文化,盛世复兴!

中国动画,再创辉煌!

作者

庚寅年七月

目 录

序.....	1
第一章 角色造型是动漫产业链的“链”	1
——动画造型的定义、作用及影响	
第一节 角色造型的定义和作用	1
第二节 动画角色造型的深远影响	4
第二章 我们的造型怎么做.....	10
——动画造型在各国的发展和在我国的现状	
第一节 简介世界各地动画造型的优势	10
第二节 中外动画造型的穿插交流	38
第三节 我们的动画造型怎么做	47
第三章 妙用传统 善用当代.....	49
——本土动画新造型	
第一节 事实证明:盲目复制行不远	49
第二节 回顾上海美术电影制片厂的造型经验	53
第三节 传统与当代	69
第四节 本土动画新造型欣赏	78

第四章 准确、夸张加精简	82
——各类别动画造型共通的标准	
第一节 准确	82
第二节 夸张	90
第三节 精简	95
第五章 画出一个有生命的演员	100
——造型图稿的要求和画法	
第一节 动画角色是有生命的演员	100
第二节 角色造型设计稿的画法	103
第六章 基本造型技法	131
——实战篇	

角色造型是动漫产业链的“链”

——动画造型的定义、作用及影响

第一节 角色造型的定义和作用

动画角色造型是指由设计师根据剧本或其他文字材料的叙述,绘制出动画中角色的相貌、表情、体态、服饰等,以此设定出符合要求的角色视觉形象。

就如同一本小说对角色的文笔描写一部电影对角色的演员安排一样,动画作品的角色造型也是所有工作中最重要的一个环节,因为它对于整部作品起着举足轻重的作用。无论二维动画、三维动画、网络动画还是逐格动画,都是如此。

在动画作品中,角色造型通常起着两方面的重大作用:

其一是带动剧情。

角色是动画片中最大的动体,故事情节被角色的运动——带出。一部90分钟的剧场版、一部20分钟的TV版、一部6分钟的短片,观众都会在整个看片过程中自觉地寻找片中的角色,借此来理解剧情。哪怕是场景空间迷乱多变,时间跨度闪烁跳跃,只要能从一个接一个的镜头里看到熟悉的角色,观众就依然能够跟上剧情的节奏。



图1-1

《千与千寻》中角色对剧情的带动作用

在这个过程中,角色造型的易辨识性、各个角色造型的区别以及角色在各个时空状态中应有的变更性,都为带动剧情起到了不可替代的穿插作用。



图1-2

《玩具总动员》主角胡迪最初被设定为一个辛辣、俏皮、有一点负面的造型。想想看,如果胡迪的造型真是那样的,他也许就不会像今天这样吸引全球这么多的影迷。图中上部分为胡迪的最初造型,下部分为最终造型

其二是吸引、打动观众。

角色是观众首要关注的对象,可以说是整部作品能否吸引观众的最关键因素。这通常涉及编剧对角色性格特征的描写和角色造型师的视觉阐述。从角色的造型来讲,如果角色的形象很有美感、很有亮点,招人喜欢,让人耳目一新,自然会令观众喜欢上这个角色,并吸引和打动观众。更重要的是,观众会将这种好感扩大到整部动画作品,甚至是欣赏完作品之后。



图1-3

《功夫熊猫》主角造型惹人喜爱,加强了观众对整部动画作品的好感



图1-4

《招财童子》造型可爱新颖,契合国内观众的审美

第二节 动画角色造型的深远影响

一、角色造型是链条 串联整个产业

显而易见,近年来我们身边一下子多了许多可爱、俏皮的动画形象:卖场的米奇气模、车窗玻璃上的史努比、手机链上的维尼熊、雨伞上的机器猫……

动漫装饰品和收藏品不再只属于小众商品、私人爱好,局限在一些年轻的动漫迷圈子里。附着动画造型的告示、路标、平面广告在公共空间也是随处可见,甚至警务或银行这样以理性、严肃形象示人的部门,也开始动用动画角色来表现亲和力,试图拉近与大众的距离。同样,中小学生的教材里也附有日式动画的造型作范例插图……照这样下去,未来的某天我们会不会像推广上百个动漫形象在日本三丽鸥公司宣称的那样,发现动画角色被用在了“你能想到的一切装饰上”?



图1-5

上海动画警察街头站岗



图1-6

香港某银行的麦兜信用卡

一部动画片从场景、角色造型到特效、音效,观众欣赏完整部片子之后,(专业制作人员分析作品时除外)留下最深印象的无疑是片中的角色。这也是为什么衍生产品以角色造型为主题并能大受欢迎的原因。在整个动画产业中,观众后续的衍生消费可占到90%以上。也就是说,当产业火车健康前行的时候,作品只是一个车头,而串联各节车厢的正是角色造型这条“链”。



图1-7

角色衍生产品展销

二、角色对受众的影响不可估量

解剖产业的成因以后,我们再将视角切换到消费者的身上。动画造型随着商业推广充斥在各类消费品中,自然也对消费者本身产生了多方面的影响,这些影响又将反过来促进人们对动画的消费。

(一) 装饰和审美

凡以购买、欣赏、收藏动画物品为乐的人,必然会在自我的装饰上显现出相同的喜好,从发型、着装到饰品都投射出动画造型



图1-8

动漫造型影响时尚造型多年之后的今天,在公共场合见到这类古怪发型,我们已见怪不怪



图1-9

网店上销售的按照《火影忍者》角色设计的服装

的影子。时尚的风潮是被各种文化元素综合带动的。随着近年来动画产品的大受欢迎,动画形象已成为影响人们装饰和审美时尚的一个不容小觑的元素。

曾几何时,人们的发型从整齐为美,转变成以动画人物

式的分缕、凌乱为美;衣裤的剪裁也从突出匀称、健美的体形为美,转而极度束腰紧臀,以彰显精瘦、中性化的体形为美;另外,酷似少女类动漫中的男性角色,尖脸、瘦高、手脚修长的男子形象成为女性审美的标准;而年轻人从头到脚的各类饰品,也越来越像是照搬动画Cosplay秀上的物件。



图1-10

《火影忍者》角色Cosplay 秀/厦门漫舞金秋COS展图片

(二) 言行举止和心理倾向

如果说衣装打扮的影响是表面的、直接的,心理层面的影响则是内在的、慢渗的,也是难以消除的。

近年来动漫产品消费群的数量和年龄段呈现出逐渐扩大的趋势,而青少年一直是动画消费的主力。年龄阶段的生理和心理特征,使这部分受众能够迅速且不

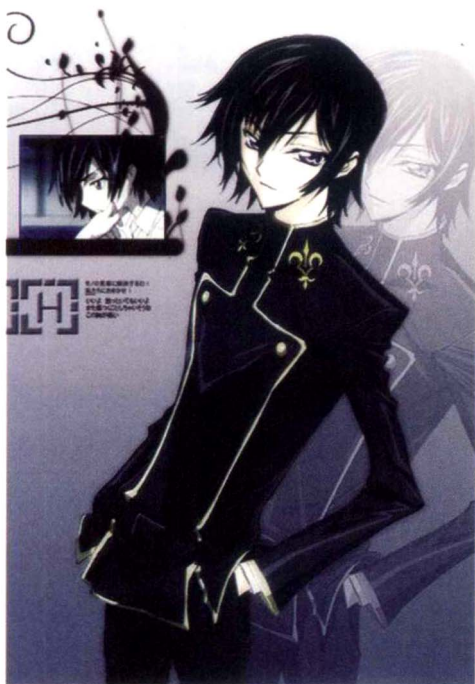


图1-11

日本人气动画《反叛的鲁鲁修》主角形象



图1-12

日本人气动画NANA

加选择地跟从所感兴趣的事物。

如果看到身边的同学,遇事突然全身一震,双手握拳托着下巴,我们须知那是来自Q版角色的习惯动作。如果是经常把“哇噻”、“啊勒”、“我萌……”、“我控……”等词语挂在嘴边,也可以立刻鉴定出他/她是一个动漫迷。

年轻人的整体性情似乎也随动画角色发生了潜移默化的改变。阳光不再是追求,取而代之以“颓废”;儒雅不再是追求,取而代之以“狂放”;热情笑脸怎么也帅不过双手插裤袋、冷面斜瞅人的“酷毙”。同样是源于某些商业动画的影响,反叛、高傲、撒野、搞怪等也悄悄成为其受众的性格基因。



图1-13

凯蒂猫是1974年由日本三丽鸥公司创作发行的动画造型,现已成为全世界最受欢迎的日本动画偶像之一;图为香港举行的凯蒂诞生30周年纪念活动现场

也许还不只如此,在高段位的动画迷心目中,钟爱的虚拟角色一直真实地伴随在他们左右:每年有成千上万人为凯蒂猫过生日;米奇收到的影迷来信比任何一位好莱坞明星还多;从2008年开始,更有上千个日本青年申请政府立法,准许他们同动画角色注册结婚……



图1-14

据日本东森新闻网报道,日本有一男子因为醉心于动漫,为“与动漫人物结婚立法”在日本联署网上发起联署,两个月内已有多达3000人参与。他还说,如果这项计划成功,他要跟“凉宫春日”系列中的主角朝比奈实玖留正式结婚



图1-15

有的动画角色甚至直接影响到科技领域。名古屋大学机器人学教授Tohio Fukada曾说,日本机器人学家在不同程度上都渴望造一个像阿童木那样的机器人;上图为《铁臂阿童木》主角造型



图1-16

美国科学家戴维·汉森耗时5年,以“阿童木”为原型制造出一个机器人

第二章

我们的造型怎么做

——动画造型在各国的发展和在我国现状

第一节 简介世界各地动画造型的优势

角色造型的产生与发展,建立在动画的发展基础上。从动画的历史中把“角色造型”的发展过程相对地抽离出来,也不失为一部繁杂的分类史。下面我们就以获取经验为目标,删繁就简地审视不同国家和地区动画造型的典型优势,抱着一种环游采风的心情和取长补短的态度,共同了解各国各地具有代表性的动画造型及其发展状况。

一、美国动画造型的商业运作

美国的动画起步早,由于商业的刺激发展很快。美国早期的动画造型,是全球动画造型在创意、制作和商业推广方面的起始点,它不仅为美国动画的造型方法开辟了主流大道,而且对世界动画的发展也作出了重要贡献。在动画诞生初期,美国的动画先驱就在角色造型方面进行了勇敢的开创性探索,并从一开始就迅速将探索导入了产业链中。

温莎·麦凯被称作“美国动画电影之父”,影响了包括沃尔特·迪斯尼在内的很多人。世界上首个动画形象“小尼摩”,出自麦凯的第一部动画作品《小尼摩游梦土》。1914年,麦凯的动画电影《恐龙葛蒂》在芝加哥的宫廷剧院公映,被认为是前迪斯尼动画时代不朽的杰作。这部影片的唯一表演者是一头古老的史前野兽,一种巨型梁龙。其独特的造型、生动的表演,使普通观众和动画同行

都被其深深吸引。恐龙葛蒂是世界动画史上第一个有名有姓有性格的原创动画形象。

麦凯不是动画的发明人,但却是第一个注意到动画艺术潜能的人,也是最早

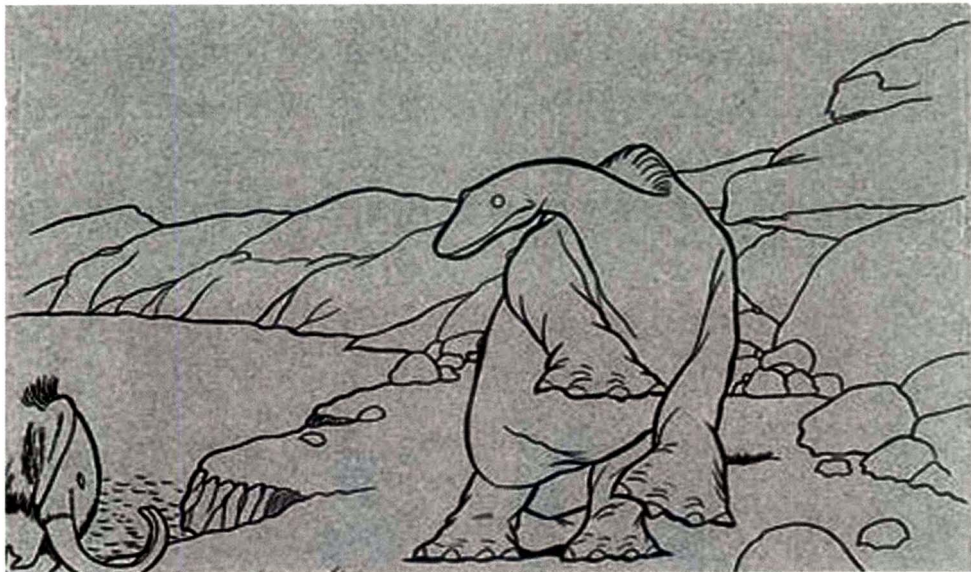


图2-1

这是世界动画史上第一个有名有姓有性格,并申请版权保护的原创动画形象——恐龙葛蒂

对动画艺术性和商业化进行建设性探索的动画艺术家。《恐龙葛蒂》于同年申请了版权,成为第一部由纯艺术作品走向艺术工业的商业动画片。葛蒂即是第一个拥有经济价值又受版权保护的动画形象。据当时的公告称,福克斯为动画片的生产发行而新成立了专职部门,全力安排“恐龙葛蒂”的市场运作。这部动画片的成功意味着全球商业动画的开端。

在接下来所有的早期动画中,菲利克斯猫是最具有强烈屏幕个性的动画角色。1919年,菲利克斯猫在帕特·苏利文公司员工奥图·梅斯麦的构思下,在《猫的闹剧》中首次登台。菲利克斯猫的影片包含了很多表现动画特性的视觉趣味,梅斯麦沿袭了麦凯创造葛蒂的诀窍,赋予菲利克斯猫独特的个性,并设计了好几款表情和姿势,使得它在众多动画角色中脱颖而出。后来他们又对菲利克斯猫的形象加以修改,强化它爱拥抱的标志性动作,并着力刻画它富于同情心的个性。最重要的改变就是简化它的口鼻部分,使之线条简单、易于绘制,从而适应大工业生产。