

Multimodal discourse analysis under visual grammar framework— Take the 2024 Paris Olympic promotional video as an example

Yunhui Zhao

North China University of Technology, Beijing, 100043, China

Abstract

In the era of new media, videos and posters have become popular ways of publicity. Images, sounds, and words, whether visual, speech, or sound, provide a meaning potential. The core of multimodal analysis research is how different modes cooperate to convey meaning. The continuous innovation of science and technology promotes the application of multimodal analysis in the research of various discourse, while few scholars analyze dynamic discourse. This study uses the theoretical framework of multi-modal discourse analysis, and with the help of visual grammar theory to discuss how the multi-modal information in the propaganda video of the Paris 2024 Olympic Games, which will help people around the world to better understand the concept of the Paris Olympic Games as a sports event, and stimulate the enthusiasm of the masses to participate in the event.

Keywords

multimodal discourse analysis; visual grammar; 2024 Paris Olympic promotional video

视觉语法框架下的多模态话语分析——以巴黎 2024 奥运会宣传片为例

赵云慧

北方工业大学, 中国·北京 100043

摘要

在新媒体时代, 视频和海报成为流行的宣传方式。图像、声音和文字, 无论是视觉模态、言语模态还是声音模态, 都提供了意义潜势。多模态分析研究的核心是不同模态如何协同传达意义。科技的不断创新促使多模态分析应用于各种语篇的研究中, 而分析动态语篇的学者较少。本研究采用多模态话语分析的理论框架, 借助视觉语法理论探讨巴黎2024奥运会宣传片中的多模态信息如何协同构建并传达意义, 有利于全球人民更好地理解巴黎奥运会这一体育赛事的理念, 激发群众参与到赛事中的热情。

关键词

多模态话语分析; 视觉语法; 巴黎2024奥运会宣传片

1 引言

自 1952 年 Harris 发表了一系列关于话语分析的论文以来, 世界各地话语分析学家都致力于各种不同语篇的相关理论研究中。随着科技的发展, 人们开始使用不止一种符号模式即多种模态进行交流, 如动态图像、声音、口头语言等。多模态话语是指运用语言、图像、声音、颜色和音乐等在内的多种模态进行交际, 语言与非语言资源在其中共同建构话语的意义 (Kress, G. & van Leeuwen, 2001)。在 20 世纪 90 年代, 多模态语篇分析作为一种新的研究领域引起了许多学者的关注, 并被广泛应用于各类多模态语篇研究中, 奥运会宣传片也被选作语料进行分析。本文研究的主体为巴

黎 2024 年奥运会宣传片。奥运会之父的故乡巴黎在一个世纪后再次获得了奥运会的主办权, 成为仅次于伦敦的三次举办奥运会的城市。本研究以视觉语法为基础, 运用定性分析的方法, 探究该宣传片中视觉模态的意义构建及视觉模态与言语模式在实现整体意义时的协同关系。国内对多模态话语分析的研究开始于 2003 年, 对奥运会宣传片中的多模态研究较少。因此, 在实践上, 本研究帮助观众深入了解巴黎 2024 奥运宣传片的内容, 从视觉语法的角度来欣赏奥运会宣传片。从理论上讲, 本研究将为今后多模态话语分析视角下的奥运宣传片研究提供研究数据。

2 视觉语法理论

在系统功能语法中, Halliday 将语言看作是一种社会符号, 并总结出语言的三大元功能即概念功能、人际功能、语篇功能 (Halliday, 2004)。在此基础上, Kress 和 van

【作者简介】赵云慧 (2000-), 女, 中国山东临沂人, 硕士, 从事功能语言学研究。

Leeuwen 提出应用于图像语篇分析的视觉语法理论, 包含概念意义、互动意义和构图意义。

再现意义对应系统功能语法中的概念功能, 用来分析图像中各参与者之间的关系, Kress 和 van Leeuwen 根据图像中是否存在矢量将再现意义分为叙事性再现和概念性再现。叙事性再现中存在矢量, 主要以图像参与者之间构成的斜线形式呈现, 包含动作过程、反应过程和环境。概念性再现中不包含矢量, 分为分类过程、分析过程和象征过程。

互动意义强调读者与图像参与者之间的交互关系, 主要通过接触、社会距离、视角和情态四个方面来实现。接触指的是图像参与者与观看者之间通过视线建立起来的关系, 分为“提供”和“索取”两类; 社会距离反映图像参与者与读者之间的亲疏关系, Kress (Kress, G. & van Leeuwen, 2006) 将距离划分为五类: 个人近距离、个人远距离、社会近距离、社会远距离和公共距离; 视角指的是可以从不同的角度对图像进行分析, 包含水平视角和垂直视角; 情态指图像通过色调、深度等表达色彩的手段。Kress 和 van Leeuwen 从色彩的饱和度、明暗度等方面对情态量值进行了研究。情态量值分为高值情态、中值情态和低值情态三类: 高值情态使用高饱和度色彩, 中值情态指色彩不太饱和, 低值情态只有黑白 (张红、周迪, 2018)。

构图意义将再现意义和互动意义联系起来, 通过信息值、显著性和取景来表达整体意义。信息值与图像中元素放置的位置有关, 元素位置不同, 所传达的信息则不相同。显著性是图像中最吸引观众的元素, 一般通过尺寸、色彩和视角等方式来实现。有无取景指的是有无分割的线条将图像中的元素联系或隔开, 若有线条则有取景, 反之则无。(李战子 2003)

3 巴黎 2024 奥运会宣传片的多元模态话语分析

3.1 视觉语法分析

3.1.1 再现意义

再现意义根据图像中是否有矢量元素可分为叙事性再现和概念性再现。叙事性再现表现为动作的展开、过程的变化, 以及短暂的空间安排, 可进一步分为动作过程、反应过程以及言语心理过程。(乔卉 2021) 动作过程包含动作者和目标两个参与者, 图一中图像参与者是正在表演芭蕾舞的两名法国青少年, 图像中的矢量是由二人的视线构成的, 而小女孩右手的伸展动作构成了图像的目标, 向观众展现出了法国芭蕾舞的优雅与魅力。图二的参与者主要是一群围绕凯旋门骑行的人^[1], 骑行者弯曲的膝盖构成矢量元素, 重心下沉的上半身作为动作发出者, 公路车蹬子作为动作目标, 体现出巴黎体育的公众参与精神, 积极响应巴黎 2024 奥运会的口号“奥运更开放”, 允许民众广泛参与到公路骑行活动中来, 并鼓励现代人进行身体锻炼, 给广大骑行爱好者提供了更多的机会。图三与前者不同的是, 图像中没有目标, 该图包含两个动作者, 一是塞纳河沿岸的人们, 二是塞纳河上正在航行的观光船。矢量则是由人们走路的方向和观光船行

驶的方向构成的。塞纳河作为巴黎之河, 也是巴黎重要的货运通衢, 强调巴黎快速发展的水运为奥运赛事提供便捷; 而日暮下塞纳河畔的人们则尽显巴黎的浪漫与自由, 吸引全世界的人们前来巴黎游玩^[2]。



图一



图二



图三

3.1.2 互动意义

互动意义强调图像中的元素与观看者之间的交互关系, 通过接触、社会距离、视角和情态四个方面来实现。接触指的是根据图像中的元素与观看者之间是否有目光交流, 分为索取类图像和提供类图像。图四主要展示了一位法国女士直接看向图像外观看者的画面, 她通过目光与观众进行眼神交流, 属于索取类图像。从她的凝视中感受法国人的明亮, 吸引读者去巴黎参与到奥运盛事中。视角指的是从不同的角度对图像进行分析, 分为水平视角和垂直视角, 前者从正面、侧面或边缘进行分析^[3], 后者则从俯视和仰视的角度进行分析。图五中图像的主要参与者是凯旋门, 拍摄者采用的正面、仰视的角度给观众带来一种庄严感, 并且, 凯旋门元素的选择也蕴含了巴黎寄予本次申奥成功的期盼。情态强调图像对现实的还原度, 可以通过色彩、语境化等来实现。图六主要采用了蓝色和白色两种颜色, 属于真实还原了人在泳池中游

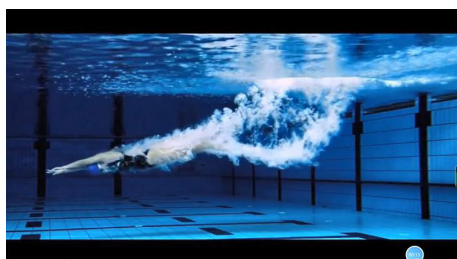
泳时的场景，泳池瓷砖映射出来的蓝色以及人进入泳池时冲击出来的白色气泡反映出泳池水质清澈透明，能够清晰地看清瓷砖的纹路和水面的粼粼波光^[4]。



图四



图五



图六

3.1.3 构图意义

构图意义关乎文本的布局。通过分析图像中不同元素的空间布局，可以得出这些元素的信息值。上方为理想，下方为现实；左边往往是已知，右边是新知；中间的是核心信息，而边缘的为附属信息（Kress, G. & van Leeuwen, 2021）。图七是巴黎 2024 奥运会会徽，暂且抛开“PARIS 2024”和五环标志，会徽由三部分构成：奥运金牌、奥运圣火和法兰西共和国象征——玛丽安娜女神。奥运金牌象征着坚不可摧的运动精神^[5]；奥运圣火体现奥运精神代代相传；而玛丽安娜女神代表着平等、分享与慷慨。图八用分割的线条，呈现出以凯旋门为中心的辐射状巴黎城市布局，环绕在凯旋门周围的环路将居民区分割成各个小格，展现出凯旋门的雄伟。

3.2 视觉模态和言语模态合成分析

在这段宣传视频中，言语模态包含字幕、画外音、呐喊、欢呼和背景音乐，而视觉模态则包括各种符号学资源，如动

作、色彩、取景等。视觉模态在宣传中起着重要作用，语言模式起着辅助作用。这两种模态之间的协同作用可以概括为突出、解释、延伸和强化，下面将分别通过实例进行分析^[6]。



图七



图八

3.2.1 突出

突出指的是一种模式具有前景功能，而另一种模式则提供背景信息以强调前者。如，图九展示了在社区打篮球的主要参与者，这表明生活与运动之间的和谐关系。这个镜头中的语言模态画外音“Games in the very heart of the city”，它介绍了巴黎是第一个在城市最中心举办奥运会的城市，有助于观众充分理解这一画面的意义。因此，正是具有前景特征的图像和提供背景信息的画外音共同强调了在市中心举行的奥运会^[7]。

3.2.2 解释

解释表示一种模态对另一种模态想要呈现的意思作出进一步阐释。如图十所示，一名残疾运动员站在操场的跑道上，歪着头用似乎带有挑衅的目光看向观众，可以归类为索取行为。虽然这名运动员运动起来或许没有正常人方便，但他也有足够的训练和充足的信心来挑战任何人。主要语言模态是指画外音“*And that inspire us to sport and support us as we do it*”^[8]，这解释了这个形象所传达的含义：优秀的赛事可以不带有任何歧视地鼓励每个人参与到体育运动中去，并带给人们极大的信心。在这里，语言模态让观众对这个图像有一个更加清晰和全面的理解。

3.2.3 延伸

延伸指的是一种模态对另一种模态的意思进行扩展。图十一—十二是将画外音“*a way to keep Olympic spirit into action like never before*”的意思进行了延伸。奥林匹克精神包括友谊、团结和公平竞争。这四张图像想要表达巴黎将以不同于以往的行动展现奥运精神的承诺，这给观众留下了悬念，使他们对巴黎将要举办的 2024 年奥运会抱有很高的期望^[9]。



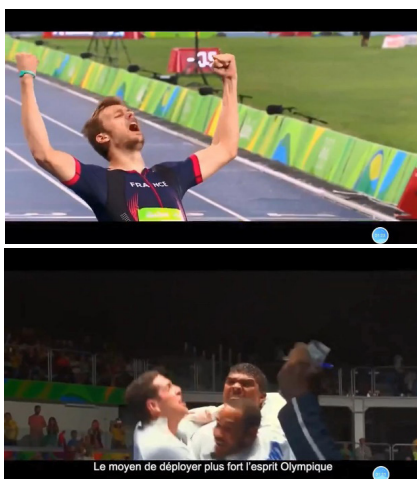
图九



图十



图十一



图十二

3.2.4 强化

强化是指一种模态能够独立表达意义，而另一种模式强化表达其效果的关系。图十三主要呈现了一个兴奋的羽毛球运动员弯曲她的手臂对着相机。在这个图像中没有线，

所以它属于提供行为。这表明运动员正在向观众分享获胜的喜悦。这幅图像中的语言模态包括她胜利的呼喊和画外音“Paris 2024 will be about sharing the best that we have to offer”，画外音说明了兴奋的效果。因此，语言模态起着强化的作用^[10]。



图十三

4 结语

本文基于 Halliday 的系统功能语法和 Kress & van Leeuwen 的视觉语法理论，对巴黎 2024 奥运宣传片进行了多模态话语分析，以探讨奥运宣传片中的多模态信息如何协同构建并传达意义。分析发现，通过再现意义，显示出精彩的奥运赛事及巴黎民众办奥的热情；通过互动意义，使观看者与图像参与者进行互动，切实体会巴黎奥运会的氛围以及城市巴黎的魅力；通过构图意义，展现出奥运宣传片中不同图像元素的重要程度，以突出宣传片主题。宣传片中的三个意义相互协同，既能体现巴黎 2024 奥运会的口号——“奥运更开放”，又能激发观众的观奥热情，吸引观众积极参与到奥运盛事中去。

参考文献

- [1] Halliday, M.A.K. An introduction to functional grammar[M]. London: Edward Arnold, 2004.
- [2] Kress, G. & van Leeuwen, T. Reading Images[M] 3rd ed. London: New York: Routledge, 2021.
- [3] Kress, G. & van Leeuwen, T. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication[M]. London: Arnold, 2001.
- [4] Kress, G. & van Leeuwen, T. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication[M]. London: Arnold, 2006.
- [5] 李战子. 多模式话语的社会符号学分析[J]. 外语研究, 2003(5): 1-8+80.
- [6] 乔卉. 对外传播视阈下李子柒短视频的多模态话语分析[D]. 杭州: 浙江传媒学院, 2021.
- [7] 秦雪. 基于视觉语法对北京申办冬奥会宣传视频的多模态话语分析[D]. 重庆: 重庆大学, 2016.
- [8] 张红, 周迪. 多模态话语分析视域下解读内蒙古整体形象的意义构建过程——基于内蒙古自治区70周年纪念邮票[J]. 内蒙古师范大学学报(哲学社会科学版), 2018, 47(03): 48-52.
- [9] 邹硕. 申奥片的视觉文化分析研究——日本申办2016和2020年奥运会申奥片的比较研究[J]. 浙江体育科学, 2016(02): 22-27.
- [10] 朱永生. 多模态话语分析的理论基础与研究方法[J]. 外语学刊, 2007(5): 82-86.