

《外交部河南全球推介活动形象片》中的 多模态隐喻及转喻分析

李 雪, 马 欢

(郑州大学 外语学院, 郑州 450001)

摘要:为加深对《外交部河南全球推介活动形象片》的理解,从认知语言学的角度解读了该片中出现的多模态隐喻现象,并对其中出现的多模态转喻类型进行了归纳梳理。研究发现,这部河南推介片以隐喻为认知框架,通过三个主要的多模态隐喻将全片串联起来,同时利用多模态转喻生动形象地展现了河南悠久的历史、特有的区位优势、蓬勃的发展态势等诸多方面。

关键词:河南推介片;多模态隐喻;多模态转喻

中图分类号:H030 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-349X(2019)04-0088-05

DOI:10.16160/j.cnki.tsxyxb.2019.04.015

Analysis of Multi-modal Metaphor and Metonymy in Advertising Video of Henan by Ministry of Foreign Affairs

LI Xue, MA Huan

(School of Foreign Languages, Zhengzhou University, Zhengzhou 450000, China)

Abstract: In order to deepen the understanding of *advertising video of Henan by the Ministry of Foreign Affairs*, this paper interprets the multi-modal metaphor in the video from the perspective of Cognitive Linguistics, and to summarize and sort out the types of multi-modal metonymy. It is found that this video used metaphor as a cognitive framework to connect the whole video through three main multi-modal metaphor and through multi-modal metonymy, it shows that Henan enjoys a long cultural history, unique location advantages, and vigorous developmental speed, and so on.

Key Words: advertising video of Henan; multimodal metaphor; multimodal metonymy

自 1980 年《我们赖以生存的隐喻》一书问世以来,学者们从认知语言学的角度对隐喻进行的研究日渐丰富,该书提出的概念隐喻理论也一度成为学界讨论的热点。从认知语言学的角度来看,隐喻不仅存在于语言中,更渗透于人

类日常的思维及活动中。有学者指出,人类基本的认知方式不应该只体现在文字中,其他模态也应有所体现,例如声音、图像等模态^[1-2]。

2018 年 4 月 13 日,首次公开的《外交部河南全球推介活动形象片》(以下简称《推介片》)

基金项目:教育部人文社会科学研究规划基金项目(19YJA740029)

作者简介:李雪(1975—),女,河南郑州人,副教授,博士,主要从事认知语言学研究。

向全球推介河南:“新时代的中国:与世界携手让河南出彩!”河南的壮美、灵动、厚重与活力浓缩在短短的八分钟里。笔者将以此推介片为研究对象,分析宣传片中的多模态隐喻、转喻现象及其作用,尝试为该推介片的理解和认识提供新的角度,同时希望能为未来宣传片的拍摄以及传播提供借鉴。

一、相关文献综述

多年来,学界围绕认知隐喻所进行的研究不再局限于语言层面,而是逐渐接纳由声音、图像等元素组成的多模态研究范式。

综观国内的多模态隐喻研究,概括起来发现,这类研究起步较晚,在研究的内容上大致形成了两大方向:一种是理论研究,主要是基于 Forceville 和 Urios-Aparisi 的著作《多模态隐喻》^[2],赵秀凤对这部著作中的多模态隐喻理论进行了研究^[3];另一种则是将理论应用于实际案例中的实践研究,比如对政治漫画、广告和教学等具体语篇中出现的多模态隐喻进行分析^[4]。

王艺臻^[5]选取了三部由杭州官方发布的城市形象宣传片作为研究对象,对宣传片中所包含的多模态隐喻和转喻进行了考查,并从出现的方式及互动关系层面着重分析了其中三条主线概念隐喻与四种类型的概念转喻。张蕾^[6]分析了《中国国家宣传片——角度片》中多模态“旅程”隐喻与“表演”隐喻,发现由于声音、画面、文字等多种模态的互相作用,“旅程”这一概念域中出现的“道路”与“前行”的场景,以及“表演”这一概念域中出现的“舞台”的场景,都被激活了,从而生动形象地构建出中国的国家形象正处于快速发展中。王小平、梁燕华^[7]则讨论了电视宣传片中的多模态隐喻及其建构的机制,指出多模态转喻与隐喻的互动性体现在转喻对隐喻概念域的建构性作用方面。

二、理论框架

单个模态就是一个符号系统,每个模态都会通过某个特定的感知过程而被用户识解。多种隶属于不同模态的符号系统都能被人类所感

知,比如:味道、声音、书写、手势、音乐、图像、口语、气味、触觉等。Forceville 和 Urios-Aparisi 对单模态隐喻进行了定义,他们认为,由单个模态,或主要由单个模态来呈现始源域和目标域的隐喻就是单模态隐喻,例如,文字中出现的一些隐喻类表述;若由不同模态,或主要由不同模态来呈现始源域和目标域的隐喻,则被称作多模态隐喻。但是从更严格的角度来讲,由一种模态体现始源域,而以另一种模态体现目标域,才能被称为多模态隐喻。但实际上各自由多种模态来体现始源域和目标域的隐喻也有很多。例如,听觉模态和视觉模态可以被用来共同体现始源域,而目标域也一样可以被这两个模态来一起体现。因此,在上述文章所进行的研究中,这种类型的隐喻也被看作是多模态隐喻。

事实上,在日常的语言现象中,与隐喻相比,概念转喻更经常被人们使用。转喻与隐喻都是借助一种事物来形容另一种事物,但二者的不同之处在于,隐喻中这两种事物分属于不同的概念域,而转喻中的两种事物则都来自于同一个概念域。转喻和隐喻的作用机制也不同,隐喻本质上是跨域映射,而转喻是为了让同一概念域中的不同元素能够被互相理解。在城市宣传片中,视觉符号常常被用来凸显多模态转喻中的始源域,而该多模态语篇的主旨意义更多地依靠视觉模态来展现,即通过镜头里呈现的画面来激活观众大脑中存储的特别场景和概念域。因此,对于转喻的识解重点就落在了阐释多模态语篇里特定画面所指代的事件或概念上。

三、《推介片》中的多模态隐喻、转喻

在《推介片》中,河南用它的壮美、灵动、厚重与活力令全球折服,不仅展现了古老河南的辉煌过往,也描绘了新时代迸发出勃勃生机的开放河南。本文将就片中出现的多模态隐喻、转喻现象进行解读。

(一) 多模态隐喻

《推介片》浓缩自上万字资料,从 6 000 字的文案到最终 1 200 余字的解说词,从开始时的成段筛选到后来的成句精炼,再到最后的

逐字打磨,该片将河南人引以为傲的荣光和不断发展的态势浓缩进有限的八分钟。而这八分钟里,三个隐喻在其叙事主线中多模态地建构起了河南特有的城市形象:“历史是会移动的实物”“河南的区位优势是枢纽”“活力发展是运动”。

“大河迎风东去,历史扑面而来”,这是正片的第一句解说词,“扑面而来”顾名思义就是朝着你的方向过来,可以说风雨雪等扑面而来,而历史指一系列人类活动进程,是个抽象名词,宣传片中将二者结合在一起,用来统领下文,暗指接下来丰富的历史文化底蕴将如一缕缕春风迎面吹过。最早的都城、最古老的文字、最初的商业文明、四大古都、四大发明、六项世界遗产、少林功夫、陈氏太极,每一帧都是河南的名片,这些“会动”的历史名片如一幅画卷在观众眼前缓缓展开。两千年前,“丝绸之路”使河南对外开放交流;一千年前,《清明上河图》描绘了汴京城的繁华热闹;今天,“一带一路”让古老的丝路精神焕发时代生机。由此,时间轴来到了如今现代化的河南。

“今日河南,正在书写新时代的中国速度”,从这句解说词开始,镜头聚焦到河南的区位优势:“这里有中国密度第一的高速公路网,中国高等级的国际综合交通枢纽,中国率先成型的米字型高铁网络,亚洲首座时速 350 公里高速铁路客运枢纽站”。紧接着,片中又总结了河南在三条“丝绸之路”中综合交通枢纽的优势。“陆上丝绸之路”:每周“八去八回”的郑欧班列中国货值最高;“空中丝绸之路”货运航线遍及 24 个国家;“网上丝绸之路”买全球、卖全球,全球每七部智能手机就有一部郑州造。这部分内容集中体现了“河南的区位优势是枢纽”这一主体隐喻。枢纽本意指主门户开合之枢与提系器物之纽,也喻指事物的关键部位、事物之间联系的中心环节。现在多用其比喻义,且喻义已被收录至辞典中,比如《辞海》的解释为“比喻冲要的地点,事物的关键之处”。短短的这一段解说词中,两次使用“枢纽”一词,可见此片想通过该词的喻义,向观众传达出河南所处地理位置之关键。

“改革开放 40 年来,河南经济实力大幅提升”,与该句解说词对应的画面,就是镜头下的 1978 年、1988 年、1998 年、2008 年再到如今的 2018 年的中国,色调也从 40 年前的黑白色到如今霓虹灯下的五颜六色,改革开放以来取得的发展被浓缩进这五个画面,而画面的切换就犹如快速发展中的中国,因而隐喻“活力发展是运动”得以体现。“运动”在这里包含了生产线的运行、交通工具的移动、青少年的晨跑、彩虹跑、骑行以及鸟群起飞等诸多画面。首先出现穿行的车流、飞速运行的高铁等,表现出了当今便利的交通;除此之外,片中还通过技术人员的交谈、生产线的运行等来展现河南正在从“河南制造”向“河南创造”的转变;而一大群鸟儿从湖面上飞起,则喻指城市和乡村要一起快速发展的决心;最后,画面中多次出现一群群的年轻人聚在一起运动的场景,这就体现出河南是一个充满活力的地方。种种“运动”的画面都是在预示着拥有着悠久历史的河南如今正充满活力、生机勃勃。

以上三个主体隐喻都通过图象、语言以及音乐的互动来呈现,分别凸显出“历史悠久”“交通枢纽”“活力发展”三个重要特征,从不同方面建构起了河南的多元形象。例如,正片开头导入语的画面是几位穿着汉服的小朋友手拿古书大声诵读“赵钱孙李,周吴郑王”,以及古式学堂、少林功夫、太极八卦阵、豫剧表演等画面,与鼓点密集、节奏明快、振奋人心的音乐相结合,再辅以解说字幕“海内外华人的精神家园”,这些不同的表现手法为观众呈现出了“历史悠久”的河南。此外,该《推介片》切换了风格迥异的背景音乐来展现各段落不同的突出特征,使宣传更加具有表现力。例如,在讲述河南的区位优势时,分别以“陆上丝绸之路”“空中丝绸之路”和“网上丝绸之路”这三条丝路为侧重点,用列数字的方法,清晰明确地论证了河南作为“枢纽”所发挥的重要作用,在舒缓轻音乐和画面的共同作用下,观众依靠思维推理出该段所要展现的信息,从而在脑海中表征出动态的多模态隐喻。而画面和声音的结合,能使观众产生超

出画面以外的联想。在“河南站在了高质量发展的新起点上”这句鼓舞人心的解说词讲完之后,背景音乐中混入了高亢凌厉的号角声,众所周知,号角在战场上用于发号施令或振气壮威。《推介片》运用图像和声音与观众产生了互动和共鸣:河南具有活力发展的蓬勃态势,邀请全球人民一起见证这场机遇和挑战,河南人民将遵

循共商共建共享原则,大力推进“一带一路”建设。

(二)多模态转喻

除了运用多模态隐喻以外,一系列的多模态转喻也被运用在《推介片》中,以使其主题深化、内容丰富。对片中出现的多模态转喻类型的总结见表1。

表1 《推介片》中的多模态转喻类型

转喻类型	源域	目标域
空间部分—整体	著名景点(少林寺、白马寺、龙门石窟、殷墟遗址)	河南
	代表建筑(四大古都、中国文字博物馆)	河南
成员—范畴	黄帝、甲骨文、四大发明、百家姓、丝绸之路、《清明上河图》、古建筑街景	历史文化
	烩面、牡丹花	河南特色
	剪纸、太极拳、豫剧	传统文化
	骑行、跳舞	健康生活
	年轻人、大学、机器人、生产线、产业园	机遇与挑战
	中信重工、宇通客车	国际品牌
	高楼、交通、绿化	基础设施
单个实体—总体	河南人民	河南
	外国人	国际化
	鸟群	生态文明
单个行为—整体态度	笑脸	幸福感
	奔跑、跳跃	积极活力
	招手	欢迎、希望

“空间部分—整体”,作为城市宣传片中最常用的转喻方式之一,指的是采用不同的部分或地区来呈现空间的整体,常用手段是呈现出该地的著名景点与特色建筑,从而给人留下直观的印象。片中展现了许多河南的著名景点以及标志性建筑,如少林寺、白马寺、龙门石窟以及郑州的二七塔等。

“成员—范畴”是该片出现频率最高、最为重要的一种转喻形式。由于宣传片的目的是要全面展示该地的经济发展、风土人情等方面,而该类转喻正好可以描述多个范畴,从多个不同的角度来营造河南形象。比如,为了突出河南是中华文明的发源地,片中介绍了人文始祖黄帝、甲骨文、四大发明以及百家姓等。

在宣传片中,单个实体代指总体的转喻,是以单个个体通过最短的时长来传达出最丰富的信息。例如,出现在《推介片》中的海外友人被

用来象征国际化;鸟群则被用来代指生态文明等。

最后,宣传片中最常使用的一类转喻就是借助单个个体所呈现出的行为动作,来传达群体的态度。如人们脸上的笑脸代表了生活的幸福感;各行各业的人们一边欢笑和招手,一边说出的“河南欢迎你”表达了对海内外观众的盛情邀请。

四、结语

本文在前人研究成果的基础上,运用认知语言学的研究方法,通过对《外交部河南全球推介活动形象片》的分析,讨论了运用话语、影像、声音等多个模态符号共同呈现概念隐喻、转喻的方式。研究发现,该片通过三个主体隐喻将整个片子联系起来,分别是:“历史是会移动的实物”“河南的区位优势是枢纽”“活力发展是运动”。这三个隐喻分别从不同方面构建出完整

的、丰富的河南形象,表现了其“历史悠久”“交通枢纽”“活力发展”的鲜活特征。此外,还总结了片中出现的多模态转喻类型及范例,发现“成员—范畴”是宣传片中使用率最高、应用最广泛的一种转喻形式,该片利用多模态转喻的方式,生动形象地刻画出河南丰富的历史文化底蕴、活力发展的蓬勃态势以及高效便利的区位优势等。

参考文献:

- [1] 李战子,陆丹云.多模态符号学:理论基础,研究途径与发展前景[J].外语研究,2012(2):1-8.
- [2] FORCEVILLE C, URIOS-APARISI E. Multimodal metaphor [M]. Belin/New York: Mouton de Gruyter, 2009.
- [3] 赵秀凤.概念隐喻研究的新发展——多模

态隐喻研究:兼评 Forceville & Urios-Aparisi《多模态隐喻》[J].外语研究,2011(1):1-10.

- [4] 潘艳艳.政治漫画中的多模态隐喻及身份构建[J].外语研究,2011(1):11-15.
- [5] 王艺臻.城市宣传片中多模态隐喻与转喻的认知构建——以三部杭州城市宣传片为例[J].广西科技师范学院学报,2018(2):94-98.
- [6] 张蕾.国家身份的多模态隐喻建构——以《中国国家宣传片——角度篇》为例[J].湖南城市学院学报,2013,34(2):90-93.
- [7] 王小平,梁燕华.电视宣传片中多模态隐喻与转喻的认知建构[J].通化师范学院学报,2014(9):17-21.

(责任编辑:夏玉玲)

(上接第 87 页)

在表达方式上,王禹偁序文继承了叙事为主的传统,并掺杂了议论和抒情,当然根据行文的不同目的,这一点在不同类型的序文里也是有所区别的,譬如在赠序里,送友人上任的序文中为了阐明自己的为官之道就议论多一些,而送普通朋友和送门生的序文里则叙事和抒情相对多一些;同样在作品序里,个体作品序就比集体作品序抒情成分多一些。

在艺术手法上,王禹偁充分发挥了自己学问渊博的特长和驾驭文字的能力,或对比,或衬托,或铺垫,或用典;或冷静叙事,或写景抒情,或洋洋之论;或长篇大论,或短小精干;或句式整齐,或语言多变;或依序行文,或错落有致;等等,诸如此类让原本平铺直叙的序体文多彩多貌、逸趣横生、文采斐然、韵味十足、文有法度、潇洒跌宕。

参考文献:

- [1] 姚鼐.古文辞类纂[M].北京:西苑出版社,2013:2.
- [2] 刘大櫟.论文偶记[M].北京:人民文学出版社,1959:68.
- [3] 王禹偁.小畜集[M].上海:商务印书馆,1937.
- [4] 茅坤.唐宋八大家文钞文评[M].上海:复旦大学出版社,2007:1804.
- [5] 脱脱.宋史[M].北京:中华书局,1937:9793.
- [6] 王水照.历代文话[M].上海:复旦大学出版社,2007:267.

(责任编辑:李秀荣)