

中国健康科普海报的视觉语法分析

付万红, 崔梦晨

重庆交通大学外国语学院, 重庆

收稿日期: 2023年8月24日; 录用日期: 2023年10月2日; 发布日期: 2023年10月10日

摘要

本研究以中国健康科普海报为语料, 基于视觉语法理论, 从再现意义、互动意义以及构图意义三个方面探究了中国健康科普海报是如何运用不同的视觉语法实现意义建构的。研究发现, 图像再现意义的作用在于呈现健康科普中特定主题的核心内容; 互动意义的作用在于建立公众与健康科普场景的互动关系; 构图意义的作用在于增强健康科普海报对公众的吸引力。

关键词

健康科普海报, 视觉语法, 意义建构

A Visual Grammar Analysis of Chinese Health Popularization Posters

Wanhong Fu, Mengchen Cui

School of Foreign Languages, Chongqing Jiaotong University, Chongqing

Received: Aug. 24th, 2023; accepted: Oct. 2nd, 2023; published: Oct. 10th, 2023

Abstract

Using Chinese health popularization posters as the corpus, based on the theory of visual grammar, this research explores how different visual grammar is employed in Chinese health science popularization posters to construct meaning from three perspectives: reproductive meaning, interactive meaning, and compositional meaning. The findings suggest that the reproductive meaning of image is to present the core content of a specific topic in health popularization; the interactive meaning of image is to establish an interactive relationship between the public and the health popularization scene; and the role of compositional meaning is to enhance the attractiveness of health popularization posters to the public.

Keywords

Health Popularization Poster, Visual Grammar, Meaning-Making

Copyright © 2023 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

2023 年政府工作报告指出要继续扎实推进健康中国建设, 强调到 2030 年, 要实现全民健康素养水平大幅提升、健康生活方式基本普及、居民主要健康危险因素得到有效控制的总目标。因此, 在“健康中国 2030”的背景下, 如何推广传播健康知识, 成为亟待解决的问题。

作为健康传播的重要载体之一, 健康科普海报是典型的“由一种以上的符号编码实现意义的文本”, 即“多模态”语篇[1]。健康科普海报主要通过不同符号资源向公众传播健康知识和技能, 提升公众健康素养, 促进公众养成健康行为[2] [3]。纵观现有的健康科普海报研究, 研究对象主要聚焦疫情防控、疾病知识普及等主题海报[4] [5], 忽视了对其他健康科普主题海报的关注与讨论, 且目前鲜有研究对多个主题的健康科普海报进行系统分析; 研究内容多为健康科普海报的传播效果和传播策略[6] [7], 忽略了意义建构对于海报生成和传播的重要作用。有鉴于此, 本研究以中国官方机构发布的健康科普海报为语料, 运用视觉语法理论, 探究海报是如何运用不同的视觉语法进行意义建构从而进行健康科普的。

2. 理论基础: 视觉语法

多模态话语是指运用听觉、视觉、触觉等多种感觉, 通过语言、图像、声音、动作等多种手段和符号资源进行交际的现象[8]。多模态话语分析的研究重点之一是同一语篇中的多种符号资源如何共同实现意义建构。

社会符号学家认为任何一种模态在本质上都是实现意义的社会符号系统, 基于此, Kress & van Leeuwen [9]将系统功能语言学中的三大元功能(语言的概念功能、人际功能和语篇功能)延伸到视觉模态, 提出视觉语法理论, 构建出与之相对应的图像的三种意义: 图像的再现意义、互动意义和构图意义。

图像的再现意义表征图像中人物、环境、地点和事件之间的交际关系或概念关系, 根据图像中是否有矢量存在, 可分为叙事再现和概念再现两大类。叙事图像中存在矢量, 可分为行动过程、反应过程、言语过程和心理过程。行动过程和反应过程又可进一步分为及物的和不及物的两种类型。行动过程中发出动作的参与者被称为“动作者”, 动作的对象被称为“目标”。有“目标”的行动过程是及物的, 否则就是不及物的。同理, 反应过程中发出日光的参与者被称为“反应者”, 目光指向的图像参与者被称为“现象”。有“现象”的反应过程就是及物的, 否则就是不及物的[9]。

图像的互动意义是指图像能建立起图像中的世界与观看者之间的特定关系, 并提示观看者对图像参与者应持的态度, 该类意义通过接触、距离、态度、情态四个层面来实现。“接触”是指图像观看者与参与者之间通过目光接触创建的一种联系。“距离”是指图像观看者与参与者之间的亲密关系程度。图像观看者对参与者的不同“态度”通过不同视角来实现。“情态”是指图像对现实世界的真实反映程度, 包括高、中、低三个量值。

图像的构图意义体现图像再现意义和互动意义是如何相互联系和融合以表征出完整意义的, 通过信

息值、显著性和取景三种资源来实现。信息值是指特定图像成分在整体图像中的位置, 不同位置表征图像成分的不同角色。显著性是指图像元素吸引图像观看者注意力的不同程度, 体现各图像元素的不同凸显度。取景是指图像中有无分割框架的线条, 这些线条连接或割断图像中的各元素, 表示图像各元素分属同一或不同世界。

3. 中国健康科普海报的视觉语法分析

健康科普海报运用文字、图像、色彩等多种符号资源, 致力于向公众传播健康知识和技能, 促进公众养成健康行为。视觉语法理论能够从再现、互动以及构图三个方面阐释图像的意义, 有助于揭示健康科普海报如何建构意义进行健康科普, 提升公众健康素养的。

3.1. 再现意义

Kress & van Leeuwen [10]认为, 叙事图像主要用于表征行动、事件以及变化的过程, 概念图像则主要表征属性、类别、特征以及意义等方面的内容。在中国健康科普海报中, 再现意义的构建主要通过叙事再现和概念再现两种形式。如图1海报1所示, 海报中的各家庭成员之间的相互接触形成的斜线构成矢量, 形成及物的行动过程。在此海报中, 妈妈是“动作者”, 小女儿是“目标”, 妈妈的右手形成矢量作用于小女儿身上: 右手紧抱住小女儿。家庭成员之间通过矢量相互作用, 紧密联系, 强调家庭整体概念。同时, 伞和伞下的所有家庭成员构成矢量, 形成及物的行为过程, 表达了疫苗为健康撑起保护伞、能有效保护广大人民群众的健康和生命安全。此外, “反应者”全体家庭成员看向观看者的目光构成矢量, 形成不及物的反应过程。该目光矢量将图像参与者与观看者之间联系起来, 向观看者传递出及时接种疫苗能让家人安心且对家庭负责任, 体现出中国人“家文化”的伦理规范与责任意识。图1海报1通过种种矢量, 向公众传达出疫苗接种的可靠效果, 在强调儿童预防接种的同时, 也鼓励号召成人主动接种疫苗, 保护自己健康, 也保护全家健康。海报上的文字模态“及时接种疫苗保障生命健康”给出了疫苗接种和生命健康的关键信息, 与图像模态相互补充、相互增强, 共同参与了意义的整体建构。



Figure 1. Poster 1 [10]

图1. 海报1 [10]



Figure 2. Poster 2 [11]

图 2. 海报 2 [11]

概念图像中则不存在矢量，可分为分类、分析和象征过程。分类过程中至少有一组参与者对另一个参与者而言是“从属”的角色，扮演“从属”角色的参与者通常在图像中呈对称分布。分析过程中有两组参与者：承载者(整体)和其具有的特征(部分)。象征过程则是参与者表征其所具有的象征和联想意义。如图 2 海报 2 所示，处于同一个背景中且呈对称分布的各类图标如苹果、体重计、足球等是“健康生活方式”要素的从属，属于同一类别，构成分类关系。同时，各项图标还具有象征意义，例如图标“苹果”、“西红柿”代表“注重合理膳食”；图标“体重计”代表“保持健康体重”；图标“足球”代表“坚持适量运动”。海报 2 通过分类过程和象征过程的应用，向公众清晰地呈现了健康生活方式的具体要求，倡导每个人是自己健康第一责任人的理念，号召全民养成符合自身特点的健康生活方式。此外，语言模态“倡导文明健康绿色环保生活方式，做自己健康第一责任人”则与图像模态形成互补关系：由文字给图像定位，突出了图像表达的核心意义。见图 1，图 2。

3.2. 互动意义

图像的互动意义由接触、距离、态度、情态四个要素来实现。

“接触”表征索取或提供意义。在“索取”类图像中，图像参与者与观看者之间有目光接触，实现交流、建立联系；在“提供”类图像中，图像参与者与观看者之间没有目光接触，仅客观地展现图像中的世界、提供信息。中国健康科普海报主要通过“索取”类图像建构互动意义。如图 3 海报 3 所示，海报中的医生直视观看者，“索取”观看者与其进入一种想象关系的互动，加强了交流效果。同时，医生手指向肝的盾牌的动作，加上文字信息“积极预防 主动检测 规范治疗”，表明了“索取”的内容为：号召观看者积极主动接种肝炎疫苗，主动进行体检了解肝脏健康状况，慢性病毒性肝炎患者接受规范的抗病毒治疗。这幅海报通过医生的目光和手势向公众传达了一个动员式的“图像”行为：全员行动起来，全面遏制病毒性肝炎对人类健康的威胁。如图 4 海报 4 所示，正在跑步锻炼的人物直视观看者，与观看者之间有目光接触，同样“索取”类图像。此外，海报中人物的眼神与笑容表明了他们享受运动并乐在

其中, 并通过“索取”的方式邀请观看者加入他们, 号召公众积极运动, 有助于激发公众热爱运动的热情, 养成健康生活方式。

“距离”是通过镜头取景的框架大小来实现的。特写或近景镜头反映个人亲密距离; 中景镜头反映社会关系; 远景镜头则用于建立公共关系。如图 3 海报 3 所示的医生是通过近景镜头描绘的, 拉近医生与观看者之间的距离, 试图与公众建立起亲密关系。近景镜头的运用更容易唤起观看者的参与感, 达到良好的健康科普效果。然而, 背景处的一家三口则采用的是远景镜头, 向观看者展现了全家身体健康的幸福场景, 借此呼吁公众为了自己和家人健康, 要积极预防、主动检测、规范治疗肝炎。图 4 海报 4 运用中景镜头呈现运动场景: 图像参与者身穿运动服在健身步道上跑步锻炼, 表明参与者沉浸于运动带来的快乐状态中, 并邀请观众近距离观看。

“视角”分为水平视角和垂直视角。在水平视角下, 正面视角能让观看者产生参与其中的体验, 而斜视角会让观看者持有旁观者的态度。垂直视角可分为俯拍角度、平角角度和仰拍角度, 表示观看者的权势高于、平于和低于图像参与者。图 3 海报 3 和图 4 海报 4 都是采用的正面、平角视角, 让观看者感同身受, 表示图像参与者与观看者之间是平等关系。在图 3 海报 3 中, 作为权威人士的医生通过水平视角, 意图与观看者之间进行平等的交流和沟通, 增强了公众对海报宣传信息的接受度。在图 4 海报 4 中, 正面视角的运用让观看者有一种身临其境、置身其中的感觉, 邀请观看者参与到图像所呈现的世界中、参与到他们的锻炼队伍当中来。

“情态”分为高、中、低三个量值, 量值的高低是通过色彩、照明、亮度等多个不同视觉标记来实现的。这些视觉标记能对图像信息的真实性提供导向, 且体现了一定的意义和价值。图 3 海报 3 的背景色调是浅色的, 色彩区分度和饱和度不是很高, 给观看者一种稳定、和谐的氛围, 属于中情态图像, 客观传达了积极防治肝炎是对自己和家人健康负责任表现的含义。图 4 海报 4 中运用高饱和度且丰富的色彩, 主要有蓝色、绿色等, 属于高情态图像, 真实反映了现实生活中的蓝天、绿树草坪、步道等, 还原真实场景, 对现实世界进行了最大程度的再现, 给观看者以亲身体验的感觉。见图 3, 图 4。



Figure 3. Poster 3 [12]

图 3. 海报 3 [12]



Figure 4. Poster 4 [11]

图 4. 海报 4 [11]

3.3. 构图意义

图像的构图意义通过信息值、显著性和框架三种资源来实现。

关于“信息值”，位于图像的上方和下方的元素可表征概括性的和特定性的信息；左方和右方的元素可表征已知信息和新信息；中心和边缘的元素表征重要信息和次要信息。如图 5 海报 5 所示，与吸烟相关的烟头烟盒烟具等被放置在图像左方，遭到破坏的生态环境被放置在图像右方，因此前者传递的是已知信息，后者传递的则是新信息。这表明吸烟所涉及到的物品是常识性的、显而易见的，而烟草业对环境的巨大危害则是观看者在这幅海报中需要给予关注的信息焦点。基于文字信息“烟草威胁环境”，从左至右的信息结构可以理解为：烟草会危害我们赖以生存的环境。同时，位于图像中心的骷髅头图案强调吸烟会严重损害自己和身边人的健康。海报 5 通过将烟草带来的环境危害放置在新信息的位置上，将骷髅头图案放置在重要信息的位置上，呼吁公众为了所有人的健康、为了环境美好，远离烟草、尽早戒烟。如图 6 海报 6 所示的总体布局分为上下两个部分，属于文字上置、图像下置的构图类型。主题文字被放置在海报上方，图像内容被放置在海报下方，因此前者传递的是概括性信息，后者传递的则是特定性信息。这表明主题文字是对宣传主旨的概括与凝练、是海报信息的最显著部分，能引起观看者的注意。图像内容食物金字塔和老年人提供了老年人膳食指南，是贴近实际的细节性信息。从上至下的信息结构可以理解为：改善老年营养、促进老年健康需要落实到老年人日常的饮食状况中。图 6 海报 6 通过这样的信息结构，号召促进健康老龄化，鼓励老年人合理膳食、选择品种丰富的食物。

“显著性”则是通过被放置在前景或背景、大小、色调和鲜明度等方式来实现的。在图 5 海报 5 中，相对尺寸最大且置于前景的骷髅头图案是最凸显的成分，突出吸烟会严重损害自己和身边人的健康，以最大程度吸引观看者注意力。在图 6 海报 6 中，色调鲜明且置于前景的食物金字塔和老年人是最凸显的成分，突出健康饮食生活给老年人带来的幸福生活状态，引起观看者的视觉刺激。海报利用这些显著成分来吸引观看者，增强了健康科普宣传的有效性，从而更好地达到宣传号召的目的。

“取景”是指图像中有无实线或虚线形成的分割框架的线条，这些线条连接或分割图像中的各元素，

表示图像各元素分属同一或不同世界。图 5 海报 5 被分割为左右两个世界, 左方是与吸烟相关的烟头烟盒烟具等, 右方是遭到破坏的生态环境。左右两侧图像的组合, 对比突出了被烟草严重污染的生态系统, 共同表征图像完整意义: 烟草会危害我们赖以生存的环境, 实现了一加一大于二的宣传效果。图 6 海报 6 中没有明显的框架分割线条, 其中的主要图像参与者食物金字塔和老年人形成一个视觉上的整体, 给观看者的感觉是两者属于同一世界, 表征为老年人提供膳食指南的意义。见图 5, 图 4。



Figure 5. Poster 5 [13]
图 5. 海报 5 [13]



Figure 6. Poster 6 [14]
图 6. 海报 6 [14]

4. 总结

以上分析表明, 图像的再现意义、互动意义、构图意义在中国健康科普海报的意义整体建构中的作用体现在以下三个方面:

1) 再现意义: 呈现海报的核心内容

再现意义在中国健康科普海报中的构建主要是为了呈现海报的核心内容, 更加直观地传递海报的主题, 最大程度实现健康科普, 达成科普目的。例如在上文海报 1 中, 海报中的家庭成员和伞作为参与者主体, 通过成员的肢体动作和看向观看者的目光、伞与伞下成员之间的斜线构成矢量, 形成行动过程和反应过程。通过这些参与者和矢量的选取, 海报 1 向观看者呈现了疫苗为紧密联系的全家人撑起保护伞的场景, 进而向公众传达出疫苗保护全家健康的可靠效果。海报 2 选取“健康生活方式”类别下的图标, 通过分类过程和象征过程, 向公众清晰地呈现了健康生活方式的具体要求。

2) 互动意义: 建立公众与海报的互动关系

中国健康科普海报中互动意义的构建主要通过“索取”类图像, 大多采用中近景镜头、正面和平角视角以及中高值情态来建立公众与海报的互动关系。如在海报 3 和 4 中, “索取”类图像的运用加强了医生、跑步者与公众之间的交流; 中近景镜头的应用拉近了医生、跑步者与公众之间的距离; 正面和平角视角的应用让公众置身于锻炼场景中、让公众与医生建立平等关系; 中高值情态的应用还原真实场景, 给公众以亲身体验的感觉。

3) 构图意义: 增强海报对公众的吸引力

中国健康科普海报中构图意义的构建主要是在构图上协调布局, 突出海报的焦点, 吸引公众的注意力, 加强健康科普的效果。在上文的分析中我们可以看到, 在海报 5 中, 烟草带来的环境危害被置于新信息的位置上, 突出了该海报的信息焦点; 骷髅头图案被置于前景且相对尺寸最大, 则能够最大程度吸引观看者的注意力。海报 6 中的主题文字被置于概括性信息的位置上, 同样能够突出海报信息焦点; 食物金字塔和老年人被置于前景且色调鲜明, 最大程度吸引了观看者的注意力。

基金项目

重庆交通大学研究生科研创新项目“中美健康科普海报的多模态对比研究”(2023S0113)。

参考文献

- [1] 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.
- [2] Deccache-Maia, E., Pires-Santos, G., Suarez, A., Fernandes, T., Castro, A. and Trueb, I. (2010) Science Popularization for Preventing Endemic Diseases. *Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical*, **43**, 18-23.
- [3] 黄建始. 健康管理不能没有健康科普[J]. 中华健康管理学杂志, 2009, 3(2): 125-127.
- [4] 刘曼. 新媒体语境下国家形象的多模态隐喻研究——以《人民日报》微信公众号疫情防控海报为例[J]. 外语研究, 2022, 39(4): 23-28.
- [5] Jerome, C. and Ting, S.H. (2022) What's in a Message: A Systemic Functional Analysis of Cancer Prevention Messages. *International Journal of Applied Linguistics*, **32**, 57-75. <https://doi.org/10.1111/ijal.12380>
- [6] 王彩. 疫情防控宣传海报传播效果的眼动研究——以新华社创意海报突击队为例[J]. 科技传播, 2022, 14(16): 63-66.
- [7] Lacsina, N. and Yeh, A. (2022) Keep Social Distance: The Linguistic Landscape of the Major Malls in Jeddah Amid the COVID-19 Pandemic. *Topics in Linguistics*, **23**, 39-61. <https://doi.org/10.2478/topling-2022-0004>
- [8] 张德禄. 多模态话语分析综合理论框架探索[J]. 中国外语, 2009, 6(1): 24-30.
- [9] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2006) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd Edition, Routledge, London & New York. <https://doi.org/10.4324/9780203619728>
- [10] 中国疾病预防控制中心. 2022 年全国儿童预防接种日宣传主题和海报揭晓[EB/OL].

- https://www.chinacdc.cn/yrdgz/202204/t20220418_258488.html, 2022-04-18,
- [11] 中国健康教育网. 健康生活方式和爱国卫生运动系列海报[EB/OL].
<https://www.nihe.org.cn/portal/xwzx/gzdt/webinfo/2023/05/1686466823747615.htm>, 2023-05-23.
- [12] 中国疾病预防控制中心. “世界肝炎日”宣传海报来了[EB/OL].
https://www.chinacdc.cn/jkzt/crb/zl/bdxgy/sjgyr/202207/t20220721_260504.html, 2022-07-21.
- [13] 中国疾病预防控制中心. 烟草威胁环境: 2022 年世界无烟日主题海报发布[EB/OL].
https://www.chinacdc.cn/yrdgz/202205/t20220526_259356.html, 2022-05-26.
- [14] 中华人民共和国国家卫生健康委员会. 国家卫生健康委老龄健康司发布 2022 年全国老年健康宣传周海报及第三批老年健康教育系列科普视频[EB/OL].
<http://www.nhc.gov.cn/ljks/pqt/202207/a3c79eb9c5c2432f995fd087a1a8c3a7.shtml>, 2022-07-25.