

# 企业愿景的多模态话语建构

徐宗钰

北京化工大学文法学院, 北京  
Email: xuzy@mail.buct.edu.cn

收稿日期: 2020年9月22日; 录用日期: 2020年10月7日; 发布日期: 2020年10月14日

---

## 摘要

本文运用视觉语法理论和多模态隐喻和转喻相关概念, 以中石化企业愿景栏图文语篇为例, 分析文字和图像等多种模态如何协同作用构建企业形象, 揭示除语言文字以外的其他符号资源同样是语篇意义的重要来源, 是企业形象建构的重要手段。

## 关键词

视觉语法, 多模态话语分析, 多模态隐喻, 企业愿景

---

# Multimodal Discourse Construction of Enterprise Vision

Zongyu Xu

Faculty of Humanities and Law, Beijing University of Chemical Technology, Beijing  
Email: xuzy@mail.buct.edu.cn

Received: Sep. 22<sup>nd</sup>, 2020; accepted: Oct. 7<sup>th</sup>, 2020; published: Oct. 14<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

Drawing on visual grammar and multimodal metaphor and metonymy theory, this paper analyzes how text, image and other semiotic modes collaborate to build corporate image by taking the texts in Sinopec enterprise vision column as an example. It reveals that other semiotic resources than language, are equally important resources for constructing textual meanings, thereby important means of corporate image construction.

## Keywords

Visual Grammar, Multimodal Discourse Analysis, Multimodal Metaphor, Enterprise Vision

Copyright © 2020 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

企业愿景指企业的长期愿望及未来状况，关乎企业的组织发展蓝图，体现组织永恒的追求[1]。它是企业立场和信仰的集中体现，也是企业文化和企业形象的重要诠释[2]。在数字媒体时代，企业愿景往往运用多种符号资源即多模态，以形象化方式呈现，向大众宣传企业发展理念，塑造企业形象，以增强社会对企业的正面认知，提升美誉度。因此，有必要运用适用于多模态的话语分析框架[3] [4]，对具体企业的愿景话语进行分析，以揭示企业愿景的多模态意义生成机制和社会文化功能。

多模态话语分析最适用的理论框架是视觉语法[3]，由 Kress 和 van Leeuwen 于 1996 提出，其主要框架为视觉图像的三大意义及其图像符号实现方式。视觉语法提出的三大元功能包括：再现意义 (Representation)、互动意义(interaction)和构图意义(composition)，对应于系统功能语言学提出的三大元功能。每个功能有多种具体的视觉手段来实现。

本文以本世纪初中石化企业主页中企业愿景栏三个愿景图文语篇(见图 1~图 3)为例，运用视觉语法分析框架，并结合认知语言学的概念隐喻、转喻等概念[5]，尤其是多模态隐喻和转喻理论[6] [7] [8] [9]，从再现意义、互动意义以及构图意义三个方面，解剖文字、图片等多种社会符号是如何协同作用，传达中石化在新世纪伊始对企业的定位和展望，塑造企业形象的。

## 2. 再现意义

图像的再现意义相当于语言的概念功能。图像的再现意义由两类过程体现：叙事性过程和概念性过程[1]：59。



Figure 1. Creating a better tomorrow

图 1. 让明天更美好



Figure 2. Innovation changes the world

图 2. 创新改变世界



Figure 3. Leading a low-carbon life

图 3. 低碳引领生活

图 1 的再现意义主要由叙事过程实现，而图 2、图 3 主要由分析过程呈现。图 1 中，小女孩手捧一盆向日葵幼苗，两者之间存在一种明显的矢量关系，同时，女孩与向日葵幼苗之间形成一种身份类比关系，都代表阳光和美好，都面向未来，结合图中文字“让明天更美好”和该图文所在的栏目语境，读者会很容易做出如下双重解读：一方面，隐喻解读——中石化企业被隐喻为女孩、向日葵幼苗，即图像所呈现的是源域，把源域的阳光、美好、面向未来等属性跨域映射入目标域——中石化企业，从而完成对企业未来形象的定位和形象塑造；另一方面，转喻解读——图像中所呈现的阳光、美好等图景“以果代因”，转喻突显致使关系，即中石化作为一个能源公司，可为如此美好的未来提供动力保障，是实现图像所表征的美好未来图景的重要手段。由此，图 1 充分利用图文的协同作用，以极其形象化的艺术手法，塑造了积极、阳光、正面的企业形象，令读者对中石化的未来充满期待。

与图 1 不同，图 2 和图 3 中的再现意义主要由分析过程实现。分析类图像由载体和属性构成，其主旨是彰显载体的具体特征。

图 2 中，节能灯泡是一个载体，突破常规灯泡形状，以转喻方式彰显创新性，与右侧的文字及“创新改变世界”相呼应，以形象化方式，图文结合，突显公司的理念“创新”。同时，右侧的图像，以虚拟化的方式，表征家人欢乐、健康的生活场景，该场景的图像本身具有叙事性，但从整体图像结构来看，左侧的节能灯泡处于图像的焦点，所以，以分析过程为主，同时，左侧的灯泡和右侧的叙事场景之间也可以理解作为一种转喻关系表征，左侧的节能、创新与右侧的欢乐图景存在因果关系，从而再次彰显中石化为未来美好生活提供保障的大型能源企业身份，意在承诺中石化能够通过创新、节能为人们创造美好未来。

图 3 中，绿色枝叶也是一个载体，以转喻的形式激活读者对绿色、低碳、生态的联想，绿色枝叶与磕头机并置，也突显两者之间的相似性，构成一种多模态隐喻，隐含两者之间的跨域映射关系，即磕头机代表的传统采油被绿色、低碳化了，所生产的产品同绿色枝叶一样环保、生态，该图像隐喻与右侧文字“低碳引领生活”相呼应，引导读者确定对中石化生态形象的联想和认识。

此外，在分析类图像中，背景通常是以低情态的模糊方式出现，劝说功能被前景化，指示功能被背景化。仔细研究图 2，可以发现，节能灯及右侧的文字部分“创新改变世界”被前景化了，置于图像的前景位置，以彰显劝说功能，说服观众相信该企业“创新改变世界”的发展理念。图 3 中，绿色枝叶以及右侧文字“低碳引领生活”同样被置于图片前景位置，突显企业的前景定位。

### 3. 互动意义

每个图像都代表一种图像行为(image act)，所表征的图像信息可以分为索求和提供。索求图像行为的突出特征是参与者的眼神和受众之间形成一个凝视向量。

图 1 中，身着白色衬衣的小女孩作为图像中的参与者，目光直视画面外的观众，小女孩直视的视线及微笑的面部表情都呈现出一种邀请的姿态，仿佛在请求观众和她一起进入某种状态，也就是位于图片右侧的文字“让明天更美好”的心态。这一视线可以看作是女孩和观众之间的一个矢量，通过女孩的视

线,建立起和观众的一种接触,从而将观众带入图像制造者所期望的状态。

同时, Kress & van Leeuwen [1]: 124 把视觉交流中的社会距离分为三种:近景/近距离、中景/一般社交距离和远景/非社交距离。近景指图像或画面中只展示人物肩部以上的部分或是物体的上端。日常交际中,不同的社会距离决定不同的社会关系,反之亦然。在视觉交流中,表征参与者和活动参与者之间的距离选择同样反映出表征参与者和互动参与者之间的社会关系。图 1 中,图像制作者采取近景手段,将小女孩腰部以上作为拍摄的重点,拉近了与观众的社会距离,使小女孩和观众建立起一种较为亲密的社会关系,更容易得到观众的心理认同。此外,图 1 拍摄者采取正面水平视角,使观众获得与小女孩平等的心理感受,传达了希望观众参与到图像所表达的状态中来,体验“让明天更美好”的企业愿景。

情态即真实度或可信度也是传达互动意义的一个要素。从色彩饱和度和协调度来看,以上三幅愿景图选用黄、绿、蓝、白等具有高情态的色彩,颜色区分和对比较为明显,给观众以清新、明了的视觉冲击。作为三幅图像的两种基准色,绿色是大自然和环境的代表色,表示真实自然、环保友好,给观众以亲切的感觉;而蓝色则是天空、未来的代表色,表示向往未来、高瞻远瞩,给观众以希望。绿色和蓝色相映衬,使中石化的企业愿景明朗、清晰,使观众对其企业愿景理念“创新、低碳、明天更美好”有了更直观的感受,更直接的心理体验。

#### 4. 构图意义

图像的构图意义来源于图像中构图元素的组合方式。在 Kress & van Leeuwen [1]: 186 看来,不同组合方式反映了不同的信息值。在图像中,一些元素被置于顶层,其他元素被置于底层。置于顶层的元素代表的是“理想”状态,而置于底层的元素则代表着“真实”。“理想”往往是信息的理想化或概括性精髓,因此往往是最为显著的部分。“真实”是具体的、更为实用的信息[1]: 197-198。在图 3 中,图像绿色枝叶以及文字“低碳引领生活”被置于整幅图片的顶层,表示一种理想状态,即:中石化的发展理念和方向为引领低碳生活。同样,位于顶层的绿色枝叶以及“低碳引领生活”位于整幅图像的中心位置,形象突显,体现了这一发展理念的重要地位,表明中石化走低碳路线的愿景。

#### 5. 结语

本文以中石化企业愿景栏的多模态话语为例,运用视觉语法理论框架,并结合认知语言学的概念隐喻与转喻,充分揭示了在数字化时代,企业如何通过充分利用图像、颜色、文字等社会符号资源构建企业愿景,向公众展示企业的定位与经营理念,这种多模态分析方法让我们得以深刻、充分理解多模态话语的整体意义[10] [11] [12],加深对企业形象建构的认识,拓宽企业形象研究范畴。

#### 参考文献

- [1] 杜娟. 企业愿景的形成过程及其价值诉求[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2008(5): 101-105.
- [2] 田光成, 甘亚平. 刍议企业愿景、使命与独特形象塑造[J]. 商业时代, 2010(36): 76-77.
- [3] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2006) *Reading Images*. Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9780203619728>
- [4] van Leeuwen, T. and Jewitt, C. (Eds.) (2000) *Handbook of Visual Analysis*. Sage, London.
- [5] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live by*. University of Chicago Press, Chicago and London.
- [6] Forceville, C.J. and Urios-Aparisi, E. (2009) *Multimodal Metaphor*. De Gruyter, Berlin. <https://doi.org/10.1515/9783110215366>
- [7] 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+112.
- [8] 赵秀凤. 多模态隐喻构建的整合模型——以政治漫画为例[J]. 外语研究, 2013(5): 1-8+112.

- 
- [9] 冯德正, 赵秀凤. 多模态转喻与图像语篇意义建构[J]. 外语学刊, 2017(6): 8-13.
- [10] 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.
- [11] 韦琴红. 论多模态话语的整体意义构建[J]. 天津外国语学院学报, 2008(6):16-22.
- [12] 张德禄. 多模态话语分析综合理论框架探索[J]. 中国外语, 2009(1): 24-30.