

十四运志愿者形象宣传片的隐喻图景建构

曹艳琴¹ 姚兆宏²

(1.西安培华学院 陕西西安 710125; 2.西安电子科技大学外国语学院 陕西西安 710126)

【摘要】本文利用认知隐喻图景分析方法,解读十四运志愿者形象宣传片中的多模态隐喻和转喻,结合隐转喻产生的历史、文化、意识形态等社会资源,以及认知情感、语境、语言、图像、声音、动作、手势等符号表征手段,不仅从认知角度分析了大众解读隐转喻的认知加工过程,而且解释了隐转喻的使用动因和认知功能。同时,本文还尝试构建了体育类政治语篇的隐喻图景架构模式。

【关键词】十四运志愿者; 宣传片; 多模态隐喻; 隐喻图景分析; 认知功能

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i7.50520

志愿者 (Volunteer) 被联合国定义为“自愿进行社会公共利益服务而不获取任何利益、金钱、名利的活动者”,具体指在不为任何物质报酬的情况下,能够主动承担社会责任而不获取报酬,奉献个人时间和行动的人。志愿服务具有志愿性、无偿性、公益性、组织性四大特征。志愿服务的精神就是“奉献、友爱、互助、进步”。志愿者形象是指由志愿者价值理念、行为方式等要素作用于社会公众而形成的一种综合认知的结果,是志愿者组织及其成员通过自己的活动与行为显现出来的外观给予人们的直观感受和印象^[1]。媒介作为志愿者形象塑造的中介,很大程度上影响甚至决定着公众对于志愿者的认知和身份认同。

国内外学者对志愿者的研究涉及传播学、教育学、文化学、符号学、语言学、社会学等多个学科领域,主要围绕着志愿者教育、管理、志愿服务培训、志愿者激励机制、志愿者管理系统设计与应用等方面展开。有关志愿者形象的研究,比较有代表性的集中在传播学领域。叶梦晗^[1]以杭州 2018 年世界短池游泳锦标赛为例,结合企业形象识别系统理论,分析该赛事的志愿者形象塑造情况,了解公众对志愿者形象塑造的评价,进而探寻大型赛会志愿者形象塑造的途径,从视觉、行为、理念三个方面提出志愿者形象塑造的策略。徐鹏、都佳^[2]通过对 90 后抗疫志愿者的新闻报道进行内容分析,展示了国家级、省市级和其他类型媒体共同塑造的这一群体多元化的媒介形象,并从功能论角度分析了 90 后抗疫志愿者的媒介形象所彰显的社会传播功能。高蕾^[3]以《人民日报》和《泰晤士报》对本国奥运会志愿者的报道为例,从消息来源、引语、叙述模式、志愿者形象建构等方面对中英媒体关于本国奥运会志愿者报道进行了对比研究,进而为提高国外受众对我国奥运会志愿者形象的接受程度提出了建议。文献分析表明,鲜有从隐喻视角出发探讨志愿者形象宣传话语的思维机制和认知、思维、修辞和宣传功能的研究。

将于 2021 年 9 月 15 日~27 日在陕西省西安市举办的第十四届全国运动会不仅是一次全国性的体育盛会,而且为西安和陕西向全国乃至全世界宣传自身形象提供了一个精彩的舞台。志愿者群体是赛场内外一道亮丽的风景

线,塑造良好的志愿者群体形象是城市政治、经济、文化、社会风尚的集中体现,有利于提升西安的综合实力,彰显城市形象,使举办城市西安乃至陕西更具关注度和独特魅力。本文将从认知隐喻图景角度分析十四运宣传片中的多模态隐喻和转喻,探究其创作的历史、文化、意识形态的社会动因以及个体的认知情感体验、对语境的认知和语言资源对于隐喻使用的作用力^[4],并解释话语理解的认知过程。

1 理论基础

当代认知语言学研究使得隐喻和转喻不再囿于修辞学的范畴,它们被定格为“人类赖以生存”的思维手段、行为方式和认知工具^[5]。隐喻图景分析 (metaphor scenario analysis) 是 Musolf 教授基于对政治隐喻的研究和概念隐喻理论及批评话语分析理论进行反思的基础上提出的全景式、情景化、本土化的方法论,特别强调在隐喻分析中理解历史、社会和政治场景的重要性^{[6][7][8]}。图景是由话语社团中称职的成员提出的一系列关于概念原型要素的假设,与社会态度和情感立场相联系,在各自的话语社区中十分普遍,包括参与者、“戏剧性”故事情节、必然结果以及有关这些要素的道德评价^{[6][7][8]}。图景 (scenario) 是框架 (frame) 的一个子类别,相对于框架,图景的抽象图式性减弱,它包括特定的叙事和评价视角,以便于政治话语和政策规划时进行强有力的推理使用。

结合国内外有关志愿者形象建构话语的前期研究成果,本文以认知隐喻图景理论为依托,深入挖掘十四运举办背景下志愿者媒介形象建构话语宣传片,分析其隐喻和转喻的基本特征、认知机制、隐喻图景架构模式,旨在为志愿者群体媒介形象建构话语创作提供建议,从而构建同城市发展定位、全运会理念和志愿者精神相适应的媒介话语体系,丰富和推进相关领域研究向纵深发展。

2 十四运志愿者形象宣传片的隐喻图景分析

十四运志愿者形象宣传片作为一种典型的体育类政治语篇,蕴含丰富的多模态隐喻。隐喻不仅扎根于人类的

思维,并在语言运用中得以体现,更是交际中传达使用者思想、情感和意识形态的重要手段。细细品味宣传片的语言、图像、音乐、手势、动作等,就可以发现多种感官如何协同作用,共同促成多模态隐喻和转喻,宣传西安形象,传播“团结友爱、奉献进步”的志愿服务精神。

2.1 十四运志愿服务是舞台

苗阜作为陕西青年志愿者协会会长,以其为本人视角录制并由他本人担任解说的十四运志愿者形象宣传片,本身就体现了概念转喻“典型人物代表整个群体”的认知操作,根据认知映射的邻近性原则,苗阜作为志愿者协会会长具有的突显性的身份,其形象和宣传对于塑造十四运志愿者的群体形象具有引领和示范作用。

宣传片开始,苗阜身着标志性的相声表演长衫、面对镜子仔细整理好长衫的纽扣,款款走向由他创立的民间相声组织——青曲社的相声舞台,向观众鞠躬致意后,醒木一拍便开始上下五千年侃侃而谈的相声表演画面,并且配有独白“我热爱相声,它是融入我血液的东西。因为它,每一字每一句,都是在讲授生活,我不停地探索,为了与大众诉说着人间喜乐;我不断地练习,为了更美好的自己”。相声表演舞台孕育了苗阜的成长,独白以苗阜的励志成长故事为叙事框架,这就是发生在相声表演这一场景中,突显语义角色是相声演员苗阜,隐含语义角色是观众,角色属性是对生活和相声事业的热爱和孜孜不倦地探索,画面中展示的青曲社大舞台,就是实现语义角色互动的场景,正是在这里,苗阜不断成长,获得了大众的认可,也成就了自己的事业追求。随即画面切换到苗阜手拿折扇行走在古巷和历史文化景点,折扇是相声演员常用的表演道具,体现了“工具代表相关活动”的概念转喻,手拿折扇也寓意着苗阜时刻不忘从生活的点点滴滴中为相声艺术创作搜集思想和创作源泉。西安的历史文化和个人对生活的体验为相声创作提供了灵感,同样根据画面和语言的协同作用,不难看出通过服务赛事,十四运也为志愿者健康成长、共筑青春、宣传介绍陕西新形象提供了一个精彩的舞台。

2.2 传统文化是志愿服务的驱动力

西安作为一座极具特色的历史文化名城,宣传片中的钟楼、城墙、书院门、碑林、大雁塔、兵马俑、丝绸之路群雕、秦腔等文化标记激活了传统文化的隐喻靶域。该靶域以转喻“实体代表特征”的认知机制为基础,由这些具体的文化符号激活了传统文化的抽象范畴。同时,画面中的高楼大厦、现代交通工具和技术手段也象征着城市的飞速发展,结合语境,以及赛事主办方服务于运动员、服务于国家、服务于人民、办好赛事的政治立场,激活了西安城市发展借着全运会的东风,要在继承传统文化的同时不断进步和创新的主旨。

宣传片还借助很多耳熟能详的诗词、成语,宣传西安悠久的历史。比如“晨钟暮鼓”不禁使人联想起唐代诗人李咸用的《山中》诗:“朝钟暮鼓不到耳,明月孤云

长挂情”,在古长安“以钟鼓司晨”由来已久。“晨钟暮鼓”承载着这座城市厚重的文化,并唤起大众对于古代西安城市生活秩序的集体记忆,容易获得大众的情感认同。这里的隐喻图景基于体育宣传语篇的语境和其劝说、宣传的语篇功能,因此语言使用配合画面的视觉效果,共同建构了西安历史文化名城的人文之城形象。

2.3 共存就是共现

宣传片中古老的西安城墙和现代化的高楼大厦同时出现在镜头中,并且城墙位于画面的中央。空间方位隐喻“中心位置是重要的地位”是基于人类对自身身体的认识而产生,因为位于身体中央的心脏等脏器对于人类比躯干等更为重要。同样,城墙的突显位置也隐含地表明西安在发展经济、社会、文化的同时,始终坚定不移地继承传统文化的发展观。需要注意的是,这里隐喻的源域是由具象化的城墙和高楼大厦表征,体现了以概念转喻“实体代表特征”的认知机制为基础的隐喻映射,转喻激活了推理的心理通道,使得观众通向西安悠久的历史积淀和传统的靶域,形成了基于概念转喻的隐喻映射。

2.4 志愿者是东方升起的太阳

宣传片中,位于西安城东的世园会长安塔和风景优美的生态湿地塑造了“生态西安”的形象,配合解说词“我将尽己所能,为大家分享一个全新的陕西”连同画面,进一步隐喻青年志愿者就如同冉冉升起的旭日,充满青春活力,定会不负众望,担当起做好志愿服务、讲好陕西故事的小秦宝。

2.5 拟人隐喻

拟人是最明显的本体隐喻,它使我们可以通过人类的动机、特点和活动来理解关于非人类实体的各种经验^[9]。解说词“西安,正带着他千年的智慧,大步向前”和画面中秦腔、碑林、钟鼓楼等体现西安智慧的文化符号的共现,以及“我看着他,以包容的态度接纳万千气象……”共时配置了航天科技四院“大国工匠”徐立平身着工服认真工作的画面,以及体现西安高科技产业、先进装备制造业的生产场所。西安被赋予人的特征,像是一个继承过去、拥抱未来的人,体现了政府部门自觉地以悠久的历史传统文化为前行根基,借举办全运会的契机,加快城市建设步伐,将西安建设成为更加包容、更加开放、更具创新精神的文化之都、人文之都、科技之都、生态之都的决心。

2.6 种植隐喻

宣传片中苗阜在赛场内高呼“全新的体育精神,将由这里播撒全国”,激活了种植隐喻。播撒种子、种植庄稼自古以来就是人类基本的生产劳动,以举办十四运会为契机,“更高、更快、更强”的体育精神和“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神,也定会如同快速生长的种子一样,从西安播种发芽,在中华大地上开花结果。

2.7 志愿行动是旅程

人类生活在世界中,无时无刻离不开运动。基于人类

反复发生的生活体验,产生了来源—路径—目标的意象图式,并形成了“人生是旅程”的概念隐喻。宣传片中,“志愿行动是旅程”的隐喻主要由伴随着场景变化的人物活动开展。苗阜从相声舞台出发,之后镜头切换到他大步向前行走在城市街头,为他的相声艺术寻找生活的给养,再到他微笑着用手抚摸城墙跑步向前,配有独白“体育的旗帜,将高挂在这里的每一寸土地”,之后苗阜来到了赛场,在田径赛场上跨过起跑线并挺胸奔跑,再到他张开双臂,激情表白“体育的精神将被这里永远铭记”。基于“动作表情感”的转喻,微笑、奔跑、张开双臂都显示了志愿者以积极的状态为全运会保驾护航的行动力和坚定信心,同时也预设了主办方和主办城市已经做好充分准备,以积极、开放、包容的精气神,为全国人民奉献一场精彩赛事的决心和信心。宣传片以苗阜为缩影,讲述为了迎接十四运的召开,志愿者们辛勤付出的历程,从满怀热情报名应选、经历层层选拔、接受严格培训再到赛场内外的精心、耐心和爱心服务,志愿者们奉献爱心,服务十四运,“奉献一己之力,为全运添光彩”,传递志愿服务精神,带领大家了解一个全新的陕西。

3 十四运志愿者形象宣传片的隐喻图景架构模式

通过分析宣传片中的多模态隐喻,可以发现宣传片的制作是以中华民族传统的“和合”道德价值观为根本,依照其蕴含的和谐、包容、乐观、奋斗的原则,根据十四运赛事和志愿服务的主旨设置议程,并且结合中华民族和西安的历史、文化特色,以服务于党、服务于政府和人民为

宗旨,构建了具有特定修辞和评价功能的体育类政治语篇隐喻图景,并利用大众喜闻乐见的方式,用易于获得大众情感认同的隐喻和转喻加以诠释,使得大众可以自然而然地进行“开放、包容、奋进的西安,热情、乐观、专业的志愿服务”的推论,符合志愿者“服务十四运,奉献我的城”的叙事角色。

4 结语

通过对苗阜代言的十四运志愿者形象宣传片的多模态隐转喻分析,发现隐喻和转喻是实现语篇连贯的重要手段。本文结合隐转喻产生的历史、文化、意识形态等社会资源,以及认知情感、语境、语言、图像、声音、动作、手势等符号表征手段,不仅从认知角度分析了大众解读隐转喻的认知加工过程,而且解释了隐转喻的使用动因和认知功能。同时,本文还尝试构建了体育类政治语篇的隐喻图景架构模式。本研究选取语料有限,后续研究可以拓宽语料收集范围,以更深入地探讨隐喻图景在体育类政治语篇中的动态构建机制。

作者简介:曹艳琴(1976.12—),女,山东潍坊人,硕士,副教授,研究方向:认知语言学,应用语言学;姚兆宏(1972.9—),男,陕西宝鸡人,硕士,副教授,研究方向:应用语言学。

基金项目:本文为2021年西安市社科基金项目“十四运志愿者群体的媒介形象隐喻图景建构研究”(项目编号:WL24)的阶段研究成果。

【参考文献】

- [1] 叶梦晗. CIS视角下大型赛会志愿者的形象塑造——以杭州2018年世界短池游泳锦标赛为例[J]. 青少年研究与实践, 2020, 35(3): 25-31.
- [2] 徐鹏, 都佳. 90后抗疫志愿者: 媒介形象表述及其社会传播功能研究[J]. 中国青年研究, 2020(5): 24-29+35.
- [3] 高蕾. 中英媒体对本国奥运会志愿者报道的差异研究——以《人民日报》《泰晤士报》对本国奥运会志愿者的报道为例[J]. 新闻知识, 2014(2): 95-97.
- [4] Charteris-Black, Jonathan. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis* [M]. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2004.
- [5] 曹艳琴, 姚兆宏. 西安城市形象宣传片中多模态隐转喻的架构研究[J]. 兰州教育学院学报, 2018, 34(4): 38-40+43.
- [6] Musolf, A. *Political metaphor analysis: Discourse and scenarios* [M]. London: Bloomsbury Academic, 2016.
- [7] 孙毅, 李全. 政治隐喻与隐喻政治——基于特朗普总统就职演讲的隐喻图景分析[J]. 山东外语教学, 2019, 40(5): 35-47.
- [8] 方菁, 郭继荣. 非传统安全研究的语言学途径: 以安全话语隐喻图景建构为例[J]. 情报杂志, 2021, 40(1): 89-98.
- [9] Lakoff, G. & M. Johnson. *Metaphors We Live By* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980.