

○引进与诠释

编者按:本栏目刊发5篇文章,它们共同凸显3个主题:语言的主观性或者说说话人在语言中的重要作用、语言的系统性与平衡性、具体语言(俄语)语音系统的当代变化。语言是人的存在方式,因此主观性是语言的标志性特征,须要进一步系统引进与诠释。同时,无论语言怎么变化,都在语言系统中发生、发展,而且在旧的平衡遭到破坏时新的平衡必然形成。于是,系统性尽管不是新论题,但是依然具有重要的研究价值。至于平衡,是新近才发现的课题。

## 叙事结构的评价韵律与 多模态叙事语篇的交际功能\*

董敏 冯德正

(北京航空航天大学,北京100191;新加坡国立大学,新加坡119077)

**提 要:**评价意义可以超越语篇微观结构,在语篇宏观结构如叙事结构中形成韵律。根据元功能假说,叙事结构中,评价意义在概念元功能维度的活动目标中断与目标实现的交替支配下,在移情介入和预期介入的语篇机制作用下,基于叙事阶段和语篇片段编织中性、正面、负面情感意义交替更迭的波形韵律模式。电视广告语篇在叙事结构融合产品、归化产品效果和移情介入、预期介入两种语篇机制作用下,由语言与视觉图像在语篇片段中共同构建产品或者服务引发改变的宏观评价韵律,实现其劝说功能。

**关键词:**评价韵律;叙事结构;活动目标;语篇机制;多模态叙事语篇的交际功能

中图分类号: H030 文献标识码: A 文章编号: 1000-0100(2013)04-0033-6

### Appraisal Prosody in Narrative Structure and Communicative Function of Multimodal Narrative Discourse

Dong Min Feng De-zheng

(Beihang University, Beijing 100191, China; National University of Singapore, Singapore 119077)

Appraisal meaning can go beyond the micro-structure of discourse and form prosody in such macro-structure as narrative structure. According to Meta-function Hypothesis, under alternate regulation of activity goal disruption and goal fulfillment on the ideational dimension, appraisal meaning in narrative structure operates on narrative stages and discursive phases and construes wave-oriented prosodic pattern with neutral-positive-negative affect meaning alternating regularly, enacted by discourse mechanisms of empathetic engagement and expectancy engagement. In multimodal narrative discourse of TV advertisement, macro-appraisal prosody is co-construed in discursive phases by language and visual image in the activity of bringing about change on the part of product or service advertised, enacted by the two discourse mechanisms of contextualization and naturalization of narrative structure as well as empathetic engagement and expectancy engagement, thereby realizing its persuasive function.

**Key words:** appraisal prosody; narrative structure; activity goal; discourse mechanism; communicative function of multimodal narrative discourse

\* 本文系教育部人文社科研究项目“科技话语逻辑语法隐喻实证研究”(10YJC740025)和北京市社科基金项目“基于历时语料库的科技语篇跨符号隐喻研究”(12WYB014)的阶段性成果。

### 1 评价韵律与叙事结构

根据 Halliday 提出的元功能假说 (Halliday 1994, Martin 1992), 评价韵律在人际元功能维度的话语基调主导调控的同时, 在概念元功能维度的话语范围和语篇元功能维度的话语方式 (主要指体裁结构, 如叙事结构) 的协同作用下, 建构人际意义和语篇的交际功能。本节探讨评价韵律在叙事结构中的运作, 探讨评价韵律与话语范围中的目标要素的关系以及实现语篇交际功能的语篇机制。

在经典叙事理论中, 叙事语篇的宏观体裁结构一般包括开场、指向、进展、评价、结局和回应 6 个部分 (Labov & Waletzky 1967), 显然评价是一个叙事阶段, 而非散布于整个语篇的人际资源。Martin & Rose 对该理论进行两点重要发展: “1) 在 Lemke (1998) 的基础上提出评价范围概念, 认为叙事结构中的评价阶段能够通过评论进展阶段和预示结局阶段而影响整个语篇; 2) 更重要的是, 引入语篇片段 (简称语段) 概念, 在更大的精密阶上考察叙事阶段的构建” (Martin & Rose 2008)。

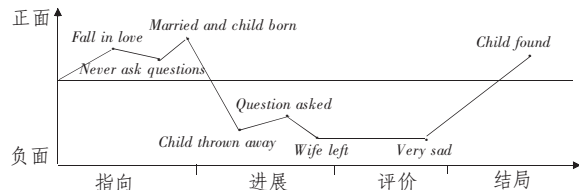
表<sub>1</sub> 叙事语篇的叙事阶段和语篇片段  
(改编自 Martin & Rose 2008: 84)

叙事阶段	语篇片段	故事情节
指向	背景	Once upon a time, the king of Hastinapura, called Shantenu, went to the riverside to hunt. While hunting, he saw a very beautiful woman.
	反应	Having seen that woman, he fell in love. It was her he wishes to make a wife.
	问题	But she said “I will become your woman, but you may never ask me any questions.
	解决办法	He then married her, and to him a child was born.
进展	问题	However, the child she threw into the river. and
	反应	He asked why.
	解决办法	She said “I am going to leave you because you asked me questions”.
评价		Shantenu the king was very sad in the palace
结局	问题	One day he caught the sight of a small boy. But he didn't know it was his son.
	解决办法	His wife arrived and said “that is your son and you may take him to the palace.

语段指元功能特征高度一致的一段语篇, 由 Gregory & Malcolm (1981) 提出, 并广泛应用于叙事分析 (Martin 1996) 以及动态语篇分析 (Thibault 2000)。Martin & Rose 提出背景、事件、效果、问题、反应和解决办法等叙事语篇中常见的语段种类 (Martin & Rose 2008)。就评价而言, 语段的意义在于它包含态度意义尤其是情感意义 (反应语段) 以及引发态度意义的叙事要素, 如问题语段、解决办法语段和效果语段。叙事阶段由一个或多个这样的语篇片段构成, 包含或引发态度/情感的语段, 可以在不同叙事阶段重复出现, 从而形成串联整个语篇的评价韵律。此外, 不同语段的搭配构建不同的评价韵律。这种韵律特征在叙事语篇中具有普遍性并具有重要的人际功能。

下面用一个简单的例子说明叙事结构中语篇片段的循环性及其对评价韵律的构建。该故事被分为多个叙事阶段和语篇片段, 如表<sub>1</sub> 所示。

该叙事语篇中主人公的评价 (情感) 韵律可大致表示为图<sub>1</sub>。横轴表示叙事发展, 纵轴表示情感意义的变化。显然, 评价意义不再仅仅是叙事结构中的一个阶段, 而是贯穿于整个语篇的人际意义要素。同时, 作为语篇纽带, 评价韵律将构造语篇的各个事件 (图<sub>1</sub> 中黑点所示) 联结成为一个连贯的整体。



图<sub>1</sub> 叙事语篇的评价韵律

### 2 评价韵律与活动目标

概念元功能维度的话语范围这一情景语境变量指“正在发生的事情, 可以解读为某一目的支配下的活动序列” (Martin 1996: 128), 主要包含动作与目标两个要素 (Hasan 1995)。根据元功能假说, 笔者认为话语范围中的目标实现与目标中断通过基于叙事阶段和语篇片段的语篇宏观结构运作, 调控评价/情感韵律。

根据认知心理学理论 (Frijda 1986), 目标实现引发正面情感, 目标中断引发负面情感。情感/评价韵律就是基于问题语段与解决办法语段编织的波浪形语篇发展模式, 在目标中断与目标实现的交替调控下构建的。在背景语段发生的事情与人物活动为语篇人物的日常生活 (平衡状态), 情感意义为中性或稍显正面。

图<sub>1</sub>展示在目标实现与目标中断的交替下,指向、进展和结局等宏观叙事阶段编织的正面-负面交替循环的评价韵律。在指向阶段,事情和活动处于平衡状态(目标实现),因此人物情感的强度较低,一般为中性或正面情感。图<sub>1</sub>中,反应语段 *Fall in love*——问题语段 *Never ask questions*——解决办法语段 *Married and child born* 交织成指向阶段,实现活动目标,呈现正面评价韵律。在进展阶段,平衡被打破(目标中断),情景意义变为强烈负面,人物情感随之变为悲伤、愤怒等强烈负面情感。图<sub>1</sub>中,问题语段 *Child thrown away*——反应语段 *Question asked*——解决办法语段 *Wife left* 交织成进展阶段,打破了活动目标,呈现负面评价韵律。在这一阶段,故事情景意义会发生多次改变,形成正面-负面循环,人物情感也随之经历正面-负面的更迭,也就是说,问题语段与解决办法语段交替出现。在结局阶段,平衡得以恢复(目标实现),因而情感意义变为正面,如欣慰和高兴等(Tan 1996)。图<sub>1</sub>中,解决办法语段 *Child found* 结束整个故事,重新实现活动目标,呈现正面评价韵律。

值得注意的是,该叙事结构中的评价阶段作为对进展阶段的评论,以 *Very sad* 延续了进展阶段的负面评价韵律,同时预示了结局阶段会提出相应的解决办法,恢复正面评价韵律。这说明经典叙事理论中的评价阶段不仅仅是一个单独的叙事阶段,而且形成语篇纽带,依靠其中的正面或负面词汇语法评价资源主导整个语篇的评价韵律的发展曲线,进而构造概念、人际、语篇和谐一致的连贯的语篇整体。

这样,评价韵律与概念元功能维度的活动目标要素和语篇元功能维度的宏观体裁结构互动交织成一个意义网络,实现语篇连贯与交际功能。这一元功能模型为考察实现叙事语篇的交际功能的语篇机制提供了理论支撑。

### 3 评价韵律交际功能的语篇机制

基于上述评价韵律的元功能模型,结合叙事心理学理论,本文提出叙事语篇吸引读者的两种机制:(1)移情介入(empathetic engagement)。移情介入的前提是观众对故事人物的认同感(Carroll 2003)。就叙事结构而言,认同感通常发生在叙事的指向阶段,尤其是其中的背景语段。就话语范围中的事件或者活动而言,语篇通过构建故事人物在“日常生活”中的活动(如职场生活、家庭生活等)表明他/她是“我们”中的一员,或者通过赋予人物正面品质使读者喜欢他/她。在电影

语篇中,人物品质主要由他/她的行为(动作过程)和外貌、衣着等概念过程构建(Kress & van Leeuwen 1996)。对故事人物的认同感形成以后,叙事进展阶段包含故事人物的目标中断与目标实现,引发其负面情感与正面情感的交替。在移情作用下,观众的情绪也随着主人公变化,直至最后结局阶段的欣慰、满足或者悲伤。这种移情介入是实现电影语篇交际功能的最基本策略(Tan 1996)。(2)预期介入(expectancy engagement)。移情介入是以观众对故事人物的情感为依据的,其概念元功能基础是目标中断或目标实现。但是,目标中断或实现之前的情节占据了叙事语篇的大部分篇幅,因此叙事语篇吸引读者的第二种机制是在目标实现或中断之前所制造的悬念。构成悬念的两个主要要素是读者对目标结果(解决办法语段)的期望与结果本身的不确定性(Carroll 2003)。读者期待正面人物的目标能够实现以及反面人物的目标能够中断,在结果出现之前,读者保持对情节发展的关心与兴趣。就整体的叙事结构而言,在指向与进展阶段,观众的预期得到多次引发与解决,直至在结局阶段悬念得到最终解决。

综上所述,叙事语篇对读者(观众)的吸引主要有两个方面。首先,对叙事角色的认同能够激发读者对其情感发展的模仿,因此叙事角色的目标中断与目标实现能够引发观众悲喜交替的情感韵律。其次,认同感同时引发读者对叙事角色命运的关心,在叙事角色目标实现或中断以前,读者预期是其保持情感投入(兴趣)的重要基础,因此以人物目标为基础的语篇片段即成为激发观众期待心理与移情介入的驱动(Martin & Rose 2008: 83)。

### 4 电视广告叙事语篇的评价韵律及其劝说功能

当代电视广告几乎都不是直白的推销,而是包含各式各样社会生活的叙事语篇,如家庭、学校、时尚和商务等。叙事语篇为宣传产品提供一个日常语境,其中评价韵律对其宏观叙事结构的构造以及交际功能的实现具有重要意义(Feng & Wignell 2011)。本节从语篇语义和多模态资源分析典型广告的语篇片段(语篇元功能)中的事件或活动及其目标(概念元功能)与评价韵律的互动关系<sup>①</sup>。

在背景语段,某一社会活动正在进行,如家庭生活和商务活动等。此阶段类似于会话分析中的预备话步,跟广告产品尚未建立联系。对广告人物而言,该语段构建他们的日常生活,其情感价值

为中性或偏向正面。就图像表征而言,背景语段通常是远景或中远景拍摄,为定场镜头。广告中人物与观众无眼神接触,构建该语段的客观性,同时画面的高情态值也增强了情景的客观性(Kress & van Leeuwen 1996)。接下来是问题语段<sup>②</sup>,在这一语段,背景语段的日常场景被破坏,人物目标中断,因此情感价值为负面。该语段通常是近景拍摄,突显人物的面部表情,明确表征难过、不满和不安等负面情感。然后是解决办法语段,由于产品的出现,情景意义变为正面,人物目标得以实现,情感价值变为正面。该语段也是近景拍摄,突显人物的笑容,表达高兴、满足等正面情感。广告中通常附加一个效果语段,将场景拉回背景语段,以加强对产品功能的渲染。简言之,广告叙事设计的是一个问题-解决办法语篇模式(语篇元功能),在概念元功能上由目标中断与目标实现构建,并引发从负面到正面的评价韵律(人际元功能)。须要指出,这一模型只是叙事性电视广告的典型结构;有些广告可能不会包含所有上述语段,而有些可能含有多个问题语段或解决办法语段。就叙事结构而言,叙事者可以任意安排各个语段的位置,以实现特定的交际效果(Brewer & Lichtenstein 1982)。

由此我们可以全面考察电视广告实现劝说功能的两种语篇机制:1) 与其他叙事语篇不同,广告通过叙事结构融合产品,归化产品效果;2) 广告通过人物的情感韵律,渲染产品效果,吸引观众感情。

叙事融合指产品效果不通过直白陈述构建,而是通过语境重构表征为某一问题的解决办法或者从坏到好这一改变的诱因(Feng & Wignell 2011)。这种“产品解决问题”,“产品挽救事业、爱情”的语篇模式非常普遍。更重要的是,在视觉语篇中,由坏到好的改变并非表征为因果关系,而是间接地通过时间顺序实现。这种逻辑转换具有重要的劝说功能,因为叙事语篇会被观众解读为真实情景的再现,产品效果不是以直白陈述的形式强加给观众,而是由观众自己推论得出。广告学者 Jeong 认为这是视觉劝说的重要方面,因为“人们更容易被自己构建(而非别人强加)的意义说服”(Jeong 2008)。

第二个机制是人物的情感韵律引发移情介入。如上节所述,移情介入的前提是观众对广告人物的认同感,由背景语段实现。在背景语段,广告人物被赋予各种各样的社会或家庭角色,比如商人、父母等,成为“我们”中的一员,观众因此关

心广告人物的情感发展并在一定程度上感同身受。在此前提下,评价韵律包含从负面到正面的变化,在叙事结构上体现为问题语段与解决办法语段。我们理解广告人物所遇到的问题,同情他们,并期望问题得到解决(预期介入)。后来问题得以解决,广告人物的事业或爱情等获得成功并表现出正面情感。观众同样理解这种喜悦并渴望同样的情感,因此对产品产生心理需求。这种圆满结局通过满足观众渴望成功与正面情感的心理,增强产品的合意性(desirability),具有重要的劝说功能。这种评价韵律恰好与广告的工作机制相吻合,即广告叙事构建一种幻觉——购买产品能够解决所有问题,实现观众的“理想世界”。

### 5 广告语篇实例分析

第一个例子是高露洁牙膏的一则电视广告,转录见表<sub>2</sub>。这则广告是典型的背景-问题-解决办法-效果叙事结构。在背景语段,画面是远景拍摄的美容院,美容师正在为顾客服务。正在发生的事情是美容师的日常活动,情感意义为中性。接下来是问题语段,正在发生的事情是顾客因为美容师牙齿黄而失去兴趣,这对美容师而言是目标中断,因此她的情感意义为负面,表征为近景拍摄的面部表情,该语段是由语言陈述和视觉画面共同构建的。第三幅画面是解决办法语段,高露洁牙膏解决了美容师的问题,因此她面带笑容向观众展示产品。最后在效果语段,画面返回到美容师正常的日常生活,此时情景意义变为正面,美容师和顾客的情感意义也都是正面。

表<sub>2</sub> 高露洁广告(<http://www.youtube.com/>)

	视频画面	画面描述	音频
背景		美容师在为顾客服务。	牙齿黄黄的,美容心得再好,都没说服力。
问题		美容师与顾客都表现负面情感。	那次,顾客发现了,左讲右讲她都没兴趣,很想用美白牙膏,却怕没了日常的防蛀保护。
解决办法		美容师面带笑容,向观众介绍高露洁牙膏。	现在都有了。 新高露洁防蛀美白牙膏,含珍珠盐白因子和氟钙。它帮助去除牙渍,同时有效防蛀。
效果		美容师为顾客服务,他们都面带微笑。	美白又能兼顾牙齿,笑一笑,效果就不一样。

在情感韵律与观众认同方面,该广告中的主人公是服务行业的职业女性,这一社会角色使她

成为观众中的一员,而不是产品推销者,所以会引发观众的认同而非排斥,她从负面到正面的情感韵律既能够让观众理解、甚至同情她的处境,也能够分享她的喜悦。但是在解决办法语段,她扮演了推销者的角色,所以在效果语段语篇回归到她的日常生活,从而引发观众对这一理想情景的渴望,并将渴望投射到产品上。总之,该广告的叙事结构把产品功效重构为语篇要素并通过情感韵律将其效果理想化。同时,广告人物的情感韵律引发观众认同及对所展示的理想情景的渴望,而由于产品被融入叙事结构,观众的渴望被投射到产品上。通过活动(目标)、叙事结构与评价韵律的互动,该广告实现对观众理性与情感的双重吸引,实现劝说功能。

有些语篇可能对典型叙事结构加以调整,以实现特定的交际效果,这是著名的结构情感理论(structural affect theory)的核心思想(Brewer & Lichtenstein 1982)。该理论认为叙事结构安排与读者情感形成因果关系,如推迟故事结局会引发悬念,而将结局置于进展之前则会引发好奇。与本文的元功能框架相比,其弱点在于只考察叙事结构(语篇元功能)这一维度。当然,组篇方式与语篇交际功能的关系是不可忽视的,语篇片段概念使我们能够更细致地考察叙事结构的组织方式。以另一则广告为例探讨组篇方式的交际功能。

表3 Purplefeather 文字服务公司广告  
(http://www.tudou.com/programs/view/)



该语篇是一则关于文字服务的电视广告。它与高露洁广告以及大多数电视广告不同的是解决办法语段被置于效果语段之后,以此引发读者的好奇心。这则广告主要是视觉叙事,背景是一个盲人在乞讨,问题是没有人向他施舍,而问题的原因是他面前纸板上的陈述平凡乏味。接下来在第四幅画面中,一位女士在纸板背面写下几个字

(解决办法),但具体内容却没有显示给观众。然后在效果语段,每个人都向他施舍。这种叙事设计引发观众对纸板的新内容的好奇。经过第六幅画面女士与盲人的交谈,纸板内容最终在下一画面展示给观众。观众的好奇得到答案。叙事结构到此为止,但后面两个语段与叙事内容密切相关,不可或缺,因为我们到目前为止仍无法明确该语篇的主题,更不知道该广告要宣传什么。第八个画面通过语言明确表征语篇主题——整个叙事语篇就是为了说明文字内容的重要性。最后,语篇指向广告主信息,实现语篇的最终目的,即说服观众使用该公司的文字服务。

该语篇结构的交际功能可总结如下:叙事结构吸引读者好奇心,并使语篇主题具有说服力,而语篇主题与广告目的形成因果关系(因为文字重要,所以要使用文字服务),最终实现劝说目的。该广告的评价韵律同样由概念元功能维度上正在发生的事情构建(无人施舍与有人施舍),在问题解决办法结构中形成负面到正面的改变,此处不再赘述。

### 6 结束语

目前评价韵律研究仍集中于评价意义在语篇句际微观结构和衔接联结等局部语篇资源中的扩散与渗透。本文基于元功能假说,提出了叙事语篇评价韵律在宏观叙事结构中交织概念、人际和语篇意义网络的元功能模型。评价韵律在概念元功能维度的活动目标中断与目标实现的交替支配下,在移情介入和预期介入的语篇机制作用下,在叙事阶段和语篇片段的宏观叙事结构中编织中性、正面、负面情感意义交替更迭的波形韵律模式,实现叙事语篇的交际功能。根据该评价韵律的宏观结构运作框架,深入分析了电视广告语篇在叙事结构融合产品、归化产品效果和移情介入、预期介入两种语篇机制作用下实现说服观众接受产品和服务的交际功能。由此可以认为,将评价韵律置于语篇宏观结构并与其他元功能结合能够有效阐释叙事语篇的整体连贯及其交际功能。

### 注释

- ①因为广告通常只有二十秒左右,通常语篇片段不会重复出现,因此没有必要使用叙事阶段这一概念。
- ②我们将反应语段包含在问题语段中,因为在电视广告中问题与反应一般密不可分,甚至同时出现,分别由图像和语言表征。

## 参考文献

- 张大群. 评价的组篇功能研究 [J]. 外语教学, 2010 (2).
- Brewer, W. F. & E. H. Lichtenstein. Stories are to Entertain: A Structural-affect Theory of Stories [J]. *Journal of Pragmatics*, 1982(6).
- Carroll, N. *Engaging the Moving Image* [M]. New Haven: Yale University Press, 2003.
- Feng, Dezheng & P. Wignell. Intertextual Voices and Engagement in TV Advertisement [J]. *Visual Communication* 2011(4).
- Frijda, N. *The Emotions* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- Gregory, M. & K. Malcolm. Generic Situation and Discourse Phase: An Approach to the Analysis of Children's talk [J]. *Mimeo, Applied Linguistics Research Working Group*. Glendon College, York University, Toronto. 1981.
- Halliday, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar* [M]. London: Edward Arnold, 1994.
- Hasan, R. The Conception of Context in Text [A]. In P. H. Fries & M. Gregory (eds.). *Discourse in Society: Systemic Functional Perspectives* [C]. Norwood, NJ: Ablex, 1995.
- Hood, S. The Persuasive Power of Prosodies: Radiating Values in Academic Writing [J]. *Journal of English for Academic Purposes*, 2006 (5).
- Jeong, S. Visual Metaphor in Advertising [J]. *Journal of Marketing Communications*, 2008(1).
- Kress, G. & T. van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar of Visual Design* [M]. London: Routledge, 1996.
- Labov, W. & J. Waletzky. Narrative Analysis [A]. In J. Helm (ed.). *Essays on the Verbal and Visual Arts* [C]. Seattle: University of Washington Press, 1967.
- Lemke, J. L. Resources for Attitudinal Meaning: Evaluative Orientations in Text Semantics [J]. *Functions of Language*, 1998 (1).
- Martin, J. R. *English Text: Systems and Structure* [M]. Amsterdam: John Benjamins, 1992.
- Martin, J. R. Evaluating Disruption: Symbolising Theme in Junior Secondary Narrative [A]. In R. Hasan & G. Williams (eds.). *Literacy in Society* [C]. London: Longman, 1996.
- Martin, J. R. & P. P. R. White. *The Language of Evaluation* [M]. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- Martin, J. R. & D. Rose. *Genre Relations: Mapping Culture* [M]. London: Equinox, 2008.
- Tan, Ed S. *Emotion and the Structure of Narrative Film: Film as an Emotion Machine* [M]. Mahwah, N. J: Lawrence Erlbaum, 1996.
- Thibault, P. The Multimodal Transcription of a Television Advertisement: Theory and Practice [A]. In A. Baldry (ed.). *Multimodality and Multimediality in the Distance Learning Age* [C]. Lampo: Campo Basso, 2000.
- Thompson, G. & J. Zhou. Evaluation and Organization in Text: The Structuring Role of Evaluative Disjuncts [A]. In S. Hunston & G. Thompson (eds.). *Evaluation in Text* [C]. Oxford: Oxford University Press, 2000.

收稿日期: 2012 - 08 - 23

【责任编辑 谢 群】