

电影海报《长津湖之水门桥》的视觉语法分析

王楠, 孙乃玲

兰州理工大学外国语学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2023年6月15日; 录用日期: 2023年7月18日; 发布日期: 2023年7月28日

摘要

电影海报融合了文字、图片、色彩和布局等多种元素, 不仅展示了独特的视觉效果和美感, 而且还高度概括了电影的主题和风格, 具有丰富的内涵。本文采用定性分析法, 将Kress与Van Leeuwen的视觉语法理论作为理论框架, 并分别从再现意义、互动意义以及构图意义三个维度对电影《长津湖之水门桥》的宣传海报进行视觉语法分析, 探讨该电影的宣传海报是如何通过图像、色彩、文字等元素体现人物关系及电影主题并达到宣传效果。

关键词

电影海报, 《长津湖之水门桥》, 视觉语法分析

Visual Grammar Analysis of the Movie Poster *The Battle at Lake Changjin II*

Nan Wang, Nailing Sun

School of Foreign Languages, Lanzhou University of Technology, Lanzhou Gansu

Received: Jun. 15th, 2023; accepted: Jul. 18th, 2023; published: Jul. 28th, 2023

Abstract

Movie posters combine various symbols such as language, images, colors and layout, presenting not only unique visual effects and aesthetic impact, but also highly condensed the theme and style of the movie, containing profound significance. Based on the visual grammar theory of Kress and Van Leeuwen, this article uses qualitative analysis to analyze the visual grammar of the promotional poster of the movie *The Battle at Lake Changjin II* from three dimensions: reproduction meaning, interactive meaning and composition meaning. It explores how the promotional poster of the movie reflects the relationship between characters and the movie theme through elements such as images, colors and text, and achieves promotional effects.

Keywords

Movie Posters, *The Battle at Lake Changjin II*, Visual Grammar Analysis

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

随着信息化时代的来临,我们在日常生活中遇到了越来越多的非文字信息,如图片、色彩、音频等,仅仅依赖文字信息已无法满足人们沟通的需求。20世纪90年代,Kress与Leeuwen[1]提出了视觉语法理论,并在已经出版的图书*Reading Images: The Grammar of Visual Design*中进行详细阐述。国外许多学者已在此领域取得了显著成果,而国内虽然起步较晚,但李战子[2]等学者也在理论引进和应用方面做出了重要贡献。

电影《长津湖之水门桥》是《长津湖》系列的第二部电影,以抗美援朝战争中的第二次战役,即长津湖战役为故事背景,讲述了七连的战士们在敌军撤退关键位置“水门桥”进行生死搏斗的故事。2023年1月1日,据国家电影局消息,《长津湖之水门桥》单片累计票房达40.67亿元,获得2022年度票房榜冠军,位居中国影史票房榜第八位。《长津湖之水门桥》作为一部优秀的反战影片不仅受到观众的好评,而且它延续了前部电影逼真的战争场景,展现了志愿军英勇无畏的战斗精神,生动地诠释了抗美援朝精神,也激发了全民爱国热情。观众可以通过此电影更加深入地了解这场战役,且能对抗美援朝战争有更深入的了解,也领悟到我们如今拥有的幸福生活离不开英雄先烈的无私奉献。基于此,本文将对电影《长津湖之水门桥》在上映前官方发布的主题海报(见图1)展开分析,旨在探究海报在电影宣传中的作用,为电影解读提供了一个不同的视角。



Figure 1. The promotional poster of the movie *The Battle at Lake Changjin II*

图 1. 电影《长津湖之水门桥》的宣传海报

2. 研究背景

2.1. 理论框架

系统功能语言学者们自 20 世纪 90 年代起开始系统的研究话语的多模态特征, 其中较突出的包括三大流派——互动社会语言学、认知语言学以及社会符号学。在这三大流派中, 影响力最大的流派之一是社会符号学, 它的理论基础来自 Halliday 的系统功能语言学。语言功能被 Halliday 归为三大元功能: 人际功能、语篇功能以及概念功能。其中, 人们通过语言构建与维系关系的是人际功能; 一连串杂乱松散的结构能够被语言汇集成统一且具有连贯性的语篇是指语篇功能; 人们用语言来表征经验的是概念功能 [3]。

语言被社会符号学家们视为符号系统的一个典范, 因此, 语言可适用的理论其他符号系统应该也能够适用。Kress 与 Van Leeuwen [1] 受到元功能理论的启示也视图像为一种社会符号系统来进行研究, 并将系统功能语法应用于电影和广告中的图像, 随后扩展到视觉符号领域, 并通过语言的概念功能、人际功能、语篇功能提出了视觉图像的再现意义、互动意义以及构图意义的分析方法。Kress 与 Van Leeuwen 说, 视觉语法可以用于解释图像中的地点、人物和事物等元素形成何种不同程度的复杂含义, 就像语言的语法描述单词如何形成句子和文本一样 [1]。因此, 他们将有关语言符号的研究进一步扩展到视觉符号的研究, 并设计了图像和文本分析的框架。他们的视觉语法理论得到了学者们的广泛认可并成为多模态话语分析理论发展的基础。

2.2. 文献综述

在现代社会交际中, 传统的辅助语言, 即形象、色彩、动作, 声音等不再仅起辅助作用, 它们与语言符号一同参与建构意义。西方学者依照视觉语法, 为海报研究开辟了一条崭新的路径。法国著名符号学专家 Roland Barthes [4] 最早将视觉图像作为话语意义的表征之一。在 *Rhetoric of the Image* 中, 他从视觉意象中符号元素的互动关系出发, 揭示了视觉修辞学的本质。在 *The Discourse of Advertising* 一书中, Cook [5] 探讨了当代广告话语的社会意义。他的研究发现, 广告话语并非一个孤立的文本, 而是一种多模态话语, 期间文本、音乐、图像符号等相互作用。随后, 学者们研究的重要对象逐渐延伸为更多的模态形式, 例如 Van Leeuwen [6] 研究声音与音乐、Lemke [7] 研究科学课本等, 还有学者们对其他不同的参照物进行研究。随着电影的发展, 许多学者将目光转向了电影海报。

在运用多模态话语分析对电影海报进行解读的方面, 刘伟华 [8] 通过运用视觉语法对 OPPO 手机的微博广告进行了深入研究, 探讨了多模态话语的构建; 而张妙青 [9] 则以视觉语法为基础, 对电影《我和我的祖国》(前夜) 的海报展开了多模态话语的分析; 王雨童和陈洁 [10] 研究了 TOP50 豆瓣电影海报的多模态隐喻, 但这些研究在理论基础方面还有待完善且关于电影海报《长津湖之水门桥》的多模态话语分析尚未涉及。据此, 本文以视觉语法理论为理论框架, 探讨《长津湖之水门桥》海报中的各种模态, 希望为此方面研究提供更多参考。

3. 《长津湖之水门桥》电影海报的视觉语法分析

3.1. 再现意义

图像中参与者(如人、目标、事物)之间的关系由再现意义所描述。Kress 与 Van Leeuwen 将再现功能分为叙事性再现和概念性再现。这是依据图像中有无矢量的参与进行的分类。强调动作或行为的动态展示过程为叙事性再现。概念性再现与叙事性再现有很大的不同, 它可划分为分析、分类以及象征过程, 强调参与者在类别或结构上的一种持久、稳定、静态关系 [11]。

从叙事性再现上看, 在电影《长津湖之水门桥》海报中, 主要人物占据了三分之一的空间, 位于突出位置。由吴京饰演的七连连长伍千里呈现在画面的中心, 与几位主演一起, 目光坚毅、一致向前。这形成了海报中的一个矢量。他们即将发起最后一次炸桥行动, 战士们都心存只许成功, 不许失败的视死如归的信念, 属于反应过程。此外, 战士们手握枪的方向也是一个矢量, 表示他们随时准备发起这场最后的行动。战士们背后在炮火中的美军营地也构成了一个矢量, 展现了美军的最强兵团北极熊兵团遭受重创, 千疮百孔。

在概念性再现方面, 象征过程也被该海报包含其中。海报中大雪纷飞, 美军军营炮火连天, 象征着作战环境的恶劣, 战争的残酷, 进一步体现了志愿军们不畏吃苦, 顽强拼搏, 无私奉献的精神。

3.2. 互动意义

互动意义在图像中则呈现了与语言的人际功能相对应的效果。图像观众、图像参与者和图像创作者之间的虚拟关系是依靠接触、社会距离、视角和情态这四个维度来创建的。同时, 观众对图像中参与者的态度也是通过互动意义来表现的[11]。

1) 接触分析

依照参与者与观看者之间是否在图像中存在直接的眼神交流, Kress 与 Van Leeuwen 将图像划分为索取信息类和提供信息类。索取信息类意味着观看者与参与者之间在图像中有直接的视线交流。而提供信息类则不包含目光接触, 表明图片参与者在传递信息时, 没有与观看者产生直接的视线联系[11]。电影《长津湖之水门桥》海报中的人物目光直视前方, 与观众没有直接的眼神接触, 这属于提供信息类图像。在此情况下, 观众更像是观察者, 全面客观地看待这场战役。这一方面体现了长津湖水门桥战役与我们的时空差异, 另一方面也表明了影片拍摄者中立的立场。

2) 社会距离分析

海报中的参与者与观看者之间的社会距离或亲密程度可以透过镜头的远近体现出来, 视觉距离越近越能使观众更容易感同身受地领会图像中人物的心情与经历并衍生出深刻的情感共鸣。创作者在海报中赋予的多样深层意义被不同的镜头选择传递, 依据高度, 取景框可划分为远景、中景和近景。远景展现完整人物, 甚至是所有人物; 中景指的是涵盖膝盖及以上部位; 近景则是包括人物的肩膀及以上部分[11]。在《长津湖之水门桥》的电影海报中, 社会距离的建构主要依赖于中景的运用: 观察者只能看见膝盖以上的战士, 他们持枪站立, 目光坚毅, 准备发起最后的总攻。这一距离属于个人远距离, 与观众建立起较亲密的关系, 能让观众感受到此刻进攻的紧张氛围; 同时也与观众保持了一定的距离, 是战士们在战役中做出的贡献才为我们国家赢得了今日的“繁华盛世”, 昔日的动荡与不安已经成为历史。

3) 视角分析

水平视角和垂直视角为两种不同的视角分析视角类型。水平视角包括斜面视角和正面视角, 反映了海报中的人物是否准许观众进入他们所处的场景。垂直视角则包括仰视视角、平视视角和俯视视角, 揭示了观众与图片中人物之间的权势关系。仰视指的是观看者处于低一些的位置, 享有较少的权势; 平视是指一种平等的关系; 而俯视则表示观察者位于更高的地位, 拥有更大的权力[11]。这张海报的设计使用了平视角度和正面视角, 展现了观众与图像的平等关系。此类视角布局使观众更易投入其中, 有助于拉近观众与海报中人物之间的距离。

4) 情态分析

可以通过图像内容的可信性和真实程度来判断海报的情态, 依据色彩的饱和度, 可以将其分为高、中、低三个层次。色彩越饱和, 情态越高; 相反, 如果图片使用黑白色调, 则表示情态较低[11]。在该海报中, 主要颜色为红色、白色和黑褐色, 三者区分明显。主题颜色为红色, 黑褐色和白色呈现出不同的

色调。此外, 整幅图像细节描绘清晰, 比如士兵脸上的伤痕, 破损且带有血迹的作战服。综上分析, 电影《长津湖之水门桥》海报属于高情态的图像, 富有真实感。

3.3. 构图意义

语篇内部的连贯性、协调性和联系性受语篇功能所关注着。同样, 图片整体的空间布局被构图意义所描述。构图意义的实现包含三个关键因素: 信息值、显著性和取景[11]。

1) 信息值分析

图片中不同位置的元素代表着不同的信息含量。上下结构、左右结构和中心边缘结构是 Kress 与 Van Leeuwen 提出的三种基本构图策略。通常情况下, 上方展示的是理想化信息, 而下方则呈现现实中的具体细节信息; 左侧表示已知或过去的信息, 右侧则代表未知的信息; 位于中央的是核心信息, 而位于边缘的则是次要辅助类信息[11]。该电影海报采取构图方式是上下结构。位于海报图片正中央的是七连连长伍千里, 这突显了连长伍千里的领导能力, 为这场战役付出的巨大努力以及他的实力。海报最上边采用红黄渐变色的字体颜色写的是影片上映时间, 因为是新年贺岁片的原因, 采用了喜庆的红黄渐变色, 也暗示了导演对票房有一定的期待, 所以是理想信息。海报底部展示了总制片人和主要演员的名字, 与其他位置的信息相对比, 这部分的信息更为真实和确定, 故而被视为已知信息。此外, 8 位志愿军战士的姿态让观众感受到中国志愿军不畏艰难, 顽强拼搏的革命精神。

2) 显著性分析

在这个例子中, 设计师将图像主人公置于前景, 同时使用大字号和高对比度的白色作为标题“长津湖之水门桥”, 增强了标题的显著性, 在海报中占据明显位置, 极具凸显性, 白色标题底部的些许红色更像是志愿军战士们的鲜血染红的, 向观众阐述了战争的艰难与残酷。中文标题“长津湖”“水门桥”的字体远大于英文标题“THE BATTLE AT LAKE CHANGJIN II”, 突出了主次关系, 表明该部电影的主要受众群体是中国观众。标题中“水门桥”的字体大于“长津湖”的字体, 既表明了该部电影是前一部电影《长津湖》的延续, 又突出了该部电影的主题。标题中红色的“之”字是尺寸最小的, 对应于它的功能, 连接第一部电影《长津湖》和第二部电影《长津湖之水门桥》之间的一种语法功能。标题之下的监制/导演的信息同样运用了白色, 以突出导演制作阵容的强大。

3) 取景分析

此海报中清晰的前景与背后炮火纷飞的美军军营形成鲜明对比, 将图像划分为两个区域。炮火连天的美军军营和 8 位志愿军战士的形象形成鲜明的对比, 既体现了战争的残酷, 又体现了我军在装备, 人数远不及美军的情况下, 靠着精明的作战计划, 顽强的意志力, 敢于拼搏和无私奉献的爱国主义精神, 击败美军部队的壮举。被置于前景的 8 位志愿军战士的轮廓清晰, 强调了他们作为主人公的地位。然而, 他们所代表的更是无数参与抗美援朝、捍卫国家的勇敢战士。他们目光坚毅, 视死如归, 保卫我们的祖国不受侵犯, 唤醒出观众的爱国认同感, 更让观众相信, 任何国家也休想侵犯我们的祖国, 犯我中华者, 虽远必诛。

4. 结语

本文以 Kress 与 Van Leeuwen 的视觉语法理论为理论框架, 采用定性分析法, 对《长津湖之水门桥》的电影海报进行了多模态话语分析。研究发现, 色彩、图片、文字等元素一齐参与了多模态话语意义的构建, 对电影的主旨核心和情景进行了有效传达并达到了一定的宣传效果。再现意义、互动意义和构图意义三个方面相辅相成, 相互融合, 准确呈现了电影的主题, 使观众迸发出观影热情, 从而达到宣传效果。

本文也证明了视觉语法对分析图像的可行性, 为电影海报设计者呈现了新思路, 同时也为电影分析提供了一个不同的视角。然而, 为了提高研究的可信性与客观度, 以后的相关研究应当采用更丰富的语料进行定量分析。

参考文献

- [1] Kress, G. and Van Leeuwen, T. (1996) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, London.
- [2] 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.
- [3] Halliday, M.A.K. (1985) *An Introduction to Functional Grammar*. Arnold, London.
- [4] Barthes, R. (1964) *Rhetoric of the Image*. Bedford, New York.
- [5] Cook, G. (1993) *The Discourse of Advertising*. Routledge, London.
- [6] Van Leeuwen, T. (1999) *Speech, Music, Sound*. Routledge, London. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-27700-1>
- [7] Lemke, J.L. (2002) Travels in Hypermodality. *Visual Communication*, 1, 299-325. <https://doi.org/10.1177/147035720200100303>
- [8] 刘伟华. 视觉语法理论下的微博广告多模态话语建构——以 OPPO 手机新年“奇”遇记的微博广告为例[J]. 开封教育学院学报, 2019, 39(10): 61-62.
- [9] 张妙青. 视觉语法视角下电影海报的多模态话语分析——以《我和我的祖国》(前夜)电影海报为例[J]. 大众文艺, 2020(16): 71-72.
- [10] 王雨童, 陈洁. TOP50 豆瓣电影海报的多模态隐喻研究[J]. 宁波开放大学学报, 2022, 20(4): 122-128.
- [11] Kress, G. and Van Leeuwen, T. (2020) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 3rd Edition, Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>