

国家安全话语的多模态分析

——以警察形象宣传片为例*

◎ 潘艳艳 江苏警官学院基础课教研部
◎ 马如坡 江苏警官学院计算机信息与网络安全系

摘 要 近年来警察形象危机频发，影响了警察机关的执法能力和公信力。为提升警察形象，更有效地打击犯罪，维护社会治安，需要对有关警察形象的话语进行研究。本文运用社会符号学的视觉语法理论，以警察形象宣传片《因为有你》为例，对其图像互动意义进行分析，在此基础上结合转喻的相关研究，分析其中隐含的意识形态以及问题所在。本文的研究意义，一是尝试说明视频分析必须结合相关的电影理论，要针对不同的语类及其特征采取不同的视角或分析框架；二是尝试探讨如何有效建构正面、积极的警察形象，并为今后该类话语的研究提供一定的借鉴。

关键词 警察形象；图像互动意义；转喻；意识形态

1. 引言

话语指特定历史和文化关系中人们运用语言及其他手段和渠道所进行的具有某种目的和效果的社会交往活动（施旭，2017）。“一言可以兴邦”“一言可以丧邦”说明话语在国家安全方面的重要作用。周恩来总理曾说过：“国家安危，公安系于一半。”然而近

* 通讯作者：潘艳艳

联系地址：江苏省南京市（210031）浦口区石佛寺三宫 48 号，江苏警官学院基础课教研部

电子邮件：calmdown2013@126.com

年来,由于警察形象危机频发,使得警察机关的执法能力和公信度备受考验。“当警察执法形象弱化到一定程度时,就难以保证社会秩序结构的稳定,这时就会出现治安失控、社会动荡。”(周寅:2009:125)

由此可见,作为国家安全话语的重要组成部分,有关警察形象的话语亟须研究。但就目前的研究现状来看,大部分研究是从传播学的角度讨论如何更有效地改善警察形象,如李恒、周密(2017)探讨了警察应当充分借助自媒体平台打破“刻板印象”,通过强化警务自媒体建设、有效利用非官方自媒体效应、主动开展舆情引导等工作,塑造出正面、立体、丰富的警察形象,进而掌握舆论引导的主动权。宋琳琳、段相君(2015)进行了涉警网络舆情传播与警察形象保卫策略研究,指出公安机关在新媒体环境下,应科学认识、正确对待涉警网络舆情,转变观念,完善机制,快速反应,顺势而为,牢牢掌握工作主动权。王子元(2013)从传播学的角度探讨从警察队伍自身建设和对外传播两方面寻求有效对策,从而实现良好警察形象的塑造。

以上研究让我们看到了警察形象出现危机的原因和改进的方向,但是如何利用传统媒体、新媒体和自媒体进行主动传播?在警务工作中使用什么样的话语策略才能建构正面、积极的警察形象?也就是说,怎样具体运用语言、图片、视频、微电影等媒介和符号资源实现警民有效交流,从而建构积极的警察形象,目前还没有具体的方法和手段,亟须进一步的深入研究。针对这一现状,本文拟从多模态话语分析的视角,结合具体的话语实例——2017年5月17日公安部宣传局推出的中国警察宣传片《因为有你》(片长1分37秒),探索在话语实践中如何树立警察形象,从而改善公安机关的执法能力和公信度。

2. 多模态话语分析

话语研究将一切社会生活的事件和活动都看作人际言语交往现象,而多模态话语研究则是对话语研究的进一步发展,它将语言、图像、色彩、手势、声音等多个符号模态层面纳入研究范围,目的主要有三个:(1)将隐性的话语事实、规律、关系等揭示出来;(2)赋予不清晰或存有争议的话语对象一定的意义;(3)为社会实践活动提供相关的话语指导和建议。多模态话语分析的蓬勃发展以 Kress 和 van Leeuwen (1996)出版的《阅读图像——视觉设计语法》(*Reading Images: the Grammar of Visual Design*)为标志。经过二十多年的发展,目前多模态话语分析的研究路径主要有9个:系统功能语言学多模态话语分析、社会符号学、多模态认知分析、多模态互动分析、会话分析、地理符号学、多模态民族志、多模态语料库分析以及多模态感知分析(潘艳艳、李战子,2017)。多模

态话语分析的研究对象也从先前的漫画、广告、电影海报、网页等静态的多模态语篇延伸至诸如影视作品、电视访谈、舞台演讲、课堂教学等动态的多模态话语篇。本文主要借鉴社会符号学和多模态认知分析。

2.1 社会符号学

社会符号学 (Social Semiotics) (Van Leeuwen, 2005; Kress, 2010) 以《阅读图像——视觉设计语法》(Kress & van Leeuwen, 1996/2006) 一书中提出的视觉语法为主要理论, 借用 Halliday (2004) 的语言三大功能假说 (语言的概念功能、人际功能和语篇功能), 提出与这三大元功能相对应的视觉图像分析的三个层面: 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、地点和事件之间的交际关系或概念关系。图像的互动意义体现图像的观看者与图像中的成分之间的特定关系, 主要通过 (目光) 接触 (contact)、距离 (distance) 和视角 (perspective) 三方面的共同作用, 构建出观看者和再现内容之间复杂、微妙的关系, 也可以表示观看者对所再现的景物应持的态度。例如, 图像中的人通过矢量 (目光) 和面部表情, 连接了画面中的人和观众。这样的构图有两个功能: 一是形成和观众的直接交流; 二是构成了“图像行为”, 要求和观众建立某种社会关系, 寻求观众接受、赞同他们的观点和想法。图像的构图意义包括三个方面: 信息值 (information value)、显著性 (salience) 和框架 (framing)。图像的上下、左右、中心和边缘分别传递出不同的信息值: 从左到右是“已知信息→新信息”; 从上到下是“理想→现实”; 从中心到边缘是“重要→次要”。显著性表明图像中的成分可通过被放置在前景或背景、相对尺寸、色调值的对比、鲜明度的不同等方式, 体现出吸引观看者注意力的不同程度; 框架指的是图像中有无空间分割线条, 这些线条表示图像中各成分之间在空间上被分离或被连接的关系。

社会符号学强调符号意义的社会性, 认为符号使用者的意图、兴趣决定他们对符号资源的选择, 因此意义是选择的结果。社会符号学将语言符号之外的其他符号系统 (例如语言文字、图像、数字、色彩和面部表情等) 纳入研究范围, 旨在发现各种符号模式的普遍规律, 致力于描述每一种模态在多模态语篇中的功能、模态之间的关系以及模态意义形成中的社会和文化因素。在多模态语篇中, 图像和文字是最主要的信息载体, 也是主要研究对象。van Leeuwen (2005: 230) 将图文关系总结如下:

表 1 图文关系

图文关系		
详细阐述 (Elaboration)	具体化 (Specification) 解释 (Explanation)	图像使文字更具体 (illustration)。 文字使图像更具体 (anchorage)。 文字解释图像或图像解释文字。
延伸 (Extension)	相似 (Similarity) 对比 (Contrast) 补充 (Complement)	文字内容与图像内容相似。 文字内容和图像内容形成对比。 图像内容进一步补充文字信息或文字内容进一步补充图像信息 (relay)。

社会符号学关注不为人所注意的、日常使用的符号模态的社会效应和意识形态效果，指出社会符号学对多模态分析要体现出多模态话语的“批评”作用，即对多模态语篇在设计、产生和传播过程中权力和意识形态的作用进行揭示。例如，根据电影理论，Kress 和 van Leeuwen (1996/2006) 认为，如果图像里的人物是从很高的角度拍摄（俯拍），那么观众是从权力的视角（point of power）观看他们；如果是从低角度拍摄（仰拍），那么则是图像里的人物从权力的视角看观众；如果图像和观众的视线持平（at eye level），即平角角度，那么双方是平等的视角，没有权力的差异。

2.2 多模态认知分析

受到社会符号学的启发，认知语言学的学者们将社会符号学、隐喻理论、转喻理论以及关联理论相结合，认为隐喻不仅表现于语言，还表现在其他符号模态中，因此提出了多模态隐喻（Forceville, 1996, 2006; Forceville & Urios-Aparisi, 2009），即源域和目标域分别或主要由两种不同符号模态呈现的隐喻现象，在很多情况下，其中一个符号模态为语言符号。同理，多模态转喻指源域和目标域分别或主要由两种不同符号模态呈现的转喻现象。转喻指处在邻近关系的两个概念中的一个概念为理解另一个概念提供心理可及性（Radden & Kövecses, 1999: 21）。转喻的理解在于对源域所指代的目标域——某个概念或复杂事件的推理上，这一推理建立在与源域相关的普遍信仰、民间习俗以及百科知识的基础之上。多模态隐喻分析一开始主要关注多模态语篇中隐喻和转喻的表征和解读以及两者之间的关系，后来也和社会符号学一样，开始关注隐喻和转喻所蕴含的意识形态特征和情感态度取向，重视“批评”，通过源域的推理来揭示隐喻和转喻使用者的社会身份、视角、立场和态度。

隐喻和转喻现象和语类密切相关，因为每一种语类都是语篇、认知、语境三者结合的产物，具有鲜明的风格、规约和交际目的。也就是说，并不是每一种语类的语篇中都

有隐喻和转喻现象。隐喻是象征主义和诗歌语言（symbolic and poetic language）的主要特征，而转喻则是现实主义文章（realist prose）的主要特征（Jakobson, 1971: 96）。因此，诗歌、小说、故事片、政治漫画、广告等语类中有很多概念隐喻，而在政治语篇和新闻报道等现实性语类中，隐喻则比较少，而转喻相对比较多（潘艳艳、张辉，2013）。

除了多模态隐喻和转喻，近年来还有学者将认知语法等认知语言学理论运用到多模态话语分析中，如张辉、罗一丽（2017）运用认知语法的主要概念和理论框架对战略情报话语进行批评认知分析，Hart（2014）描述了作为语言模式的语法在揭示社会和政治语境下话语的意识形态特征所起的作用。以上这些分析方法统称为多模态认知分析。

2.3 国家安全话语的多模态分析框架

从研究视角来看，社会符号学分析和多模态隐喻分析其实是多模态话语分析的两个层面，前者从符号功能层面进行分析，注重话语分析的社会性；后者是从认知层面进行分析，注重隐喻、转喻这两个人类认知现象的研究和阐释。在进行具体分析时，可以将二者结合起来。

2.3.1 图像的互动意义

宣传片针对不同目标观众有重点、有针对、有秩序地进行策划、拍摄、录音、剪辑、配音、配乐、合成输出，制作成片，目的是为了说服目标观众，获得他们的认同，进而接受某种思想、产品或服务（潘艳艳，2017）。鉴于宣传片的这一语类特征，本文的分析着重图像互动意义的分析。根据 Kress 和 van Leeuwen（2006: 148），图像的互动意义主要以拍摄角度和高度等方式来实现：

表 2 互动意义的实现方式

图像行为（image act）	实现方式（realization）
索取（Demand）	凝视观众（Gaze at the viewer）
提供（Offer）	没有凝视（Absence of gaze at the viewer）
亲密的/个人的关系（Intimate/personal）	近景镜头（Close shot）（人物的胸部以上）
社会关系（Social）	中景镜头（Medium shot）（人物的腰部以上）
非个人的（Impersonal）	远景镜头（Long shot）（表示人物与环境的关系）
参与（Involvement）	正面视角（Frontal angle）（人物正对观众）
超然（Detachment）	斜视角（Oblique angle）（人物不正对观众）
观者的权力（Viewer power）	俯拍角度（High angle）
平等的关系（Equality）	平角角度（Eye-level angle）
图像中人物的权力（Represented participant power）	仰拍角度（Low angle）

除了以上 Kress 和 van Leeuwen (2006) 提到的镜头, 影视作品还经常会用到特写镜头和各种构图方法来表达互动意义。特写镜头指用近距离拍摄的方法, 把人或物的局部加以放大, 脸部特写主要表现人物的内心活动, 具有对观众的情感召唤性。一个道具或演员被置于画面内某一特殊位置, 便会有不同的含义, 形式本身就是内容。一般而言, 中央部位通常留给最重要的视觉形象, 传达主体的支配感和权威性; 顶部表现权力、威望和雄心壮志, 一般用来塑造英雄; 边缘常用来表示受到挤压、排斥, 渺小而无力量; 下方具有从属、脆弱和无力的特性 (张菁、关玲, 2013: 53)。

2.3.2 认知机制分析

宣传片与其他影视作品的最大区别是其现实性 (realistic) 特征, 即所展现的内容必须真实存在, 不能虚构, 否则说服效果会大打折扣甚至适得其反。而转喻是现实主义文章 (realist prose) 的主要特征, 因此本文对认知层面的探讨主要围绕转喻分析。本文主要参考 Peirsman 和 Geeraerts (2006: 276-277) 提出的 23 种转喻模式: 空间部分与整体 (SPATIAL PART & WHOLE)、时间部分与整体 (TEMPORAL PART & WHOLE)、方位与所在 (LOCATION & LOCATED)、先前与后果 (ANTECEDENT & CONSEQUENT)、次事件与复杂事件 (SUBEVENT & COMPLEX EVENT)、特征与实体 (CHARACTERISTIC & ENTITY)、生产者与产品 (PRODUCER & PRODUCT)、控制者与被控制者 (CONTROLLER & CONTROLLED)、容器与被容纳物 (CONTAINER & CONTAINED)、物质与客体 (MATERIAL & OBJECT)、一件衣物与人 (A PIECE OF CLOTHING & PERSON), 等等。以上分类基于转喻的基本机制, 即建立在邻近性基础上的部分—整体关系 (part-whole) 或原因—结果关系 (cause-effect)。

综上, 笔者将社会符号学和认知语言学的相关理论相结合, 着重分析图像的互动意义、背后的认知机制以及意识形态特征, 同时指出中国警察形象宣传片《因为有你》中存在的问题。

3. 实例分析

3.1 图文关系

本文使用截频软件, 以秒为单位, 将中国警察宣传片《因为有你》进行截频。去除因截频间隔短而重复的画面后, 共截图 97 帧。该宣传片共有 8 个场景 (scene)。前 4 个是警察因为工作原因不能陪伴家人的场景, 后 4 个是警察执行任务的场景, 为前面 4 个场景的缺席提供原因。整个叙事结构为“结果—原因”的顺序。下表是对 8 个场景的简

介和与场景同步出现的字幕：

表 3 《因为有你》场景和字幕简表

	场景（图）	字幕（文）
场景 1	在孩子临睡前，没有父/母讲故事	他的睡前故事里 没有你
场景 2	见对方父母时，男友没有出现	她最在乎的日子 没有你
场景 3	在妻子生产时，没有丈夫陪护	宝宝的第一眼里 没有你
场景 4	一家人团聚时，没能出席	不该错过的团聚里 没有你
过渡		因为
场景 5	暴雨如注的雨夜，指挥交通的女警察	在每一个不平静的夜里 有你
场景 6	在见女友父母的路上抓小偷	在每一个挺身而出的时刻 有你
场景 7	在火场救人	在每一个关乎生死的地方 有你
场景 8	将迷路的小女孩送回家	在每一个默默坚守的岗位 有你
结尾	点着红灯笼的街道	岁月静好，只因有人为你负重前行
		感谢 有你

从表 3 可以看出，《因为有你》的图文关系主要是“详细阐述”和“具体化”关系，即图像使文字更具体，文字解释图像，对图像意义进行概括。该片有着清晰的叙事结构，前面的“没有你”和后面的“有你”形成对比，前面是结果，后面是原因，整个宣传片的叙事模式为“结果—原因”，意在展现警察无私奉献、英勇无畏、尽职尽责的职业精神和爱民情怀，增进人们对公安工作的理解和支持，提升警察的形象。

3.2 互动意义的分析

通过对视频中每一帧画面的仔细观察，在 Kress 和 van Leeuwen（2006：148）总结的基础上，加上特写镜头和画面位置的统计，现将各种表示互动意义的镜头运用情况统计如下：

表 4 《因为有你》的互动意义统计

图像行为	实现方式	使用情况统计（以“帧”为统计单位）	所占比例
索取	凝视观众	0	
提供	没有凝视	59	61%
亲密的/个人的关系	近景镜头	23	24%
社会关系	中景镜头	17	18%
非个人的	远景镜头	25	26%
参与	正面视角	22	23%
超然	斜视角	3	3%

续表

图像行为	实现方式	使用情况统计 (以“帧”为统计单位)	所占比例
观者的权力	俯拍角度	7	7%
平等的关系	平角角度	89	92%
图像中人物的权力	仰拍角度	1	1%
图像中人物的情感	特写镜头	8	8%
支配和权威	画面中央位置	3	3%
权力和威望	画面的顶部位置	0	
受挤压、排挤, 渺小无力	画面的边缘位置	0	
从属、脆弱、无力	画面的下方	0	

表 4 的统计表明, 该宣传片使用最多的拍摄角度是平角角度, 共 89 帧, 占 92%; 其次是“提供”类的画面 (61%), 即画面中的人物和观众没有任何矢量联结, 即没有目光交流, 观众没有被画面中的人物邀请建立某种关系, 画面仅仅提供了某种信息。平角是摄像机处于被拍摄对象水平的位置, 是常用的拍摄角度, 符合人正常情况下观察世界的角度, 画面有平稳感, 拍摄的人物也比较客观 (张菁、关玲, 2013: 31)。然而, 由于“提供”类画面的大量使用, 画面中的人物和观众没有任何目光交流, 没有要求和观众建立某种关系, 索取观众的情感共鸣, 因此, 观众只是旁观者。例如:



图 1



图 2

图 1 和图 2 讲述了在妻子生产时, 没有丈夫陪护的场景, 画面的拍摄角度适合观众观察, 但是画面中的人物和观众没有目光交流, 没有形成图像行为“索取”, 仅仅是一种信息的“提供”, 观众只是被动地接受信息。因此, 平角角度的过多使用和目光矢量的缺乏, 导致该片缺乏情感上的震撼力和感染力, 观众不能切身体会作为警察妻子或父母的感受。

第三个是远景镜头 (26%) 的运用, 主要用于叙事, 交代人物、地点、事件等信息。例如图 3 和图 4 表现了警察在去见女友父母的路上遇见小偷, 而没能准时到达见面地点, 女友焦急等待的场景:



图 3



图 4

从观众的视角来看，这样的远景镜头仅仅是叙事，其情绪的感染力比起特写镜头要弱得多。为了调动观众的共鸣，该片运用了近景镜头（24%）（如图 5）、正面视角（23%）（如图 6、7）和中景镜头（18%）（如图 6、7）。这三种镜头的互动意义在于和观众建立较为亲密的关系，向观众传递人物的内心情感和心理状态，有些中景镜头同时也是正面视角，两者共同用来叙事、塑造人物形象，同时邀请观众的参与。

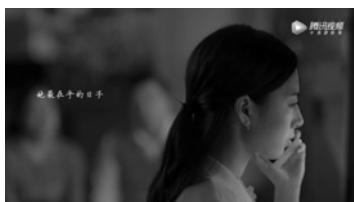


图 5

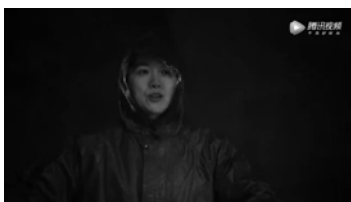


图 6



图 7

如图 5 表现画面中人物给警察男友打电话没人接的焦虑，图 6 是在雨夜里指挥交通的警察的尽职尽责，图 7 是警察去见女友的路上挺身而出、勇抓小偷奋不顾身的形象。然而，由于缺乏画面中人物和观众的目光接触，感染力仍然不够，缺乏情感的召唤性。

特写镜头一般用来表现人物的神态特征，捕捉细微表情变化，强调某些异常、值得注意的细节（张菁、关玲，2013：19）。如图 8 中孩子期盼在雨夜中指挥交通的警察妈妈回来；图 9 中面对火情、义无反顾救火的警察的坚毅眼神；图 10 中知道孩子顺利诞生后幸福的眼神。



图 8



图 9



图 10

然而片中的特写镜头所占比例偏少,仅有 8%。也就是说,特写镜头在该片中没有得到充分的运用,因为“特写镜头具有对观众的情感召唤性,在画面造型上能产生视觉冲击性,能起到很好的传播效果”(张菁、关玲,2013:19)。

片中俯拍角度的画面只有 7%,主要用于体现环境的宽广和规模,强调环境、空间及人物在其中的位置,有一种宏观表达的意义,常被用作片头、片尾的镜头吸引观众,将观众带入或带出故事(张菁、关玲,2013:32-33)。例如,图 11 用俯拍的街景结束该片,画面里的红灯笼象征着祥和,而警察的背影就在这片祥和的景象中,该画面和字幕“感谢有你”表达了该片对警察这一职业的肯定。然而画面中警察的背景非常模糊,因此人物形象不够鲜明。



图 11

画面中央位置用来表现严肃、庄严的气氛,在中央部分的主体具有支配感和权威性。中央位置的画面一般是近景画面,片中只有 3%这样的画面,但是出现在画面中央位置的并不是警察,而是两个孩子(图 12、13),图 12 是走失的孩子,由警察找到并送回了家,图 13 是妻子在生产,而警察在执行任务,不能陪伴,只能通过手机看孩子的照片。图 12 体现了警察工作的本质就是“为人民服务”,图 13 则体现了因为“为人民服务”而不能看见孩子出生的苦涩,体现警察的付出和贡献。图 12 和 13 体现了警察的行为受到“为人民服务”这一思想的支配,人民群众的利益才是权威。



图 12

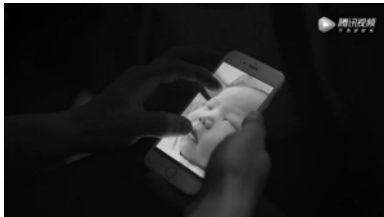


图 13

片中的斜视角只有 3%,与正面视角邀请观众的参与不同,斜视角表现的是一种“超

脱”或“远离”。根据 Kress 和 van Leeuwen (2006: 138), 正面视角表示“你所看到的是我们所参与的世界的一部分”, 斜视角表示“你所看到的不是我们的世界, 而是我们不参与的他者的世界”。因此, 图 14 的斜角拍摄传达的意义便有了“这是别人家的团聚, 家里缺一位和我们没有关系, 我们只是在听故事”这样的画外之意。因此, 斜视角在此处的使用不够恰当。

用得最少的拍摄角度是仰拍 (1%), 仰拍指摄像机镜头低于拍摄主体视平线的拍摄方式 (张菁、关玲, 2013: 33)。该片中只有一帧仰拍的画面, 画面的主体不是警察, 而是警察送回家的走失儿童, 体现了儿童相对于观者而言所处的主导地位。说明孩子的安全是人们最关心的, 高于一切的。



图 14



图 15

此外, 表 3 的统计表明, 画面的顶部位置、边缘位置和下方都没有, 这说明该片不寻求观众的参与, 也不树立权力和威望, 不表现受挤压和排挤、渺小无力、从属、脆弱、无力等形象。

3.3 意识形态分析

上述互动意义的分析表明, 《因为有你》中大量使用了平角角度、“提供”类画面以及较多的远景镜头, 该片按“结果—原因”的结构叙事, 通过“次事件代表复杂事件”(SUBEVENT FOR COMPLEX EVENT)这一转喻机制, 用四个场景的次事件说明警察的日常工作这一复杂事件。尽管《因为有你》是警察形象宣传片, 但是 97 帧画面中只有 36 帧是有警察的画面, 其中以正面、近景形式出现的警察形象仅有 11 帧, 似乎警察并不是这部宣传片的主角。大量的镜头都在讲述“不能陪伴孩子”“见女友父母迟到”“妻子生产不能陪同”“家庭聚会不能参加”这四个次事件以及造成这四个次事件的原因, 即“女警察因在暴雨如注的雨夜指挥交通而不能陪伴孩子”“在见女友父母的路上抓小偷而约会迟到”“在火场救人而不能在妻子生产时陪在身边”“将迷路的小女孩送回家而不能参加家庭聚会”。由于转喻蕴含的意识形态特征和情感态度取向, 因此这一转喻说明, 宣传片作者是从普通民众对于警察的期望这一视角来拍摄和剪辑的。而近景镜头、正面

视角、中景镜头所表现的次事件参与者的情感状态则是对警察工作的辛苦和其默默奉献这一定位的间接表达,体现了该片的制作人——公安部宣传局,即官方对于中国警察的定位和要求。

该定位对于缓解形象危机有一定的作用,但是却忽视了我们公安机关的根本职能,即公安机关是武装性质的国家治安行政力量和刑事司法力量,主要职责是维护社会秩序、保护公民权利,是法律的执行者和公平正义的维护者。然而在现实生活中,警察的工作似乎和人们生活的方方面面都相关,人们也对警察赋予了很高的期待值,“一些地方党政部门往往将公安机关当成万能钥匙,通过行政命令使公安机关承担很多原本不应承担的责任。如计划生育、征粮派款、房屋拆迁、制止群众上访等等,这些本应由政府的其他部门承担的工作都由公安机关出头,无形中扩大了公安机关的对立面,甚至造成公安民警在正常执法过程中也得不到群众的理解,引起围攻和起哄,损坏了警察的形象”(周寅,2009: 126)。

因此,本文认为,中国也应该像发达国家一样,逐步完善警察体制,其主要职责是打击犯罪,维护社会治安。我们更需要通过各种信息载体(如图像和视频等多模态话语),强调中国警察在打击犯罪、维护社会治安方面的作用。例如美国2018年1月推出的警察形象宣传片,就是以警察成功抓捕犯罪嫌疑人为主题,树立美国警察的英勇形象和威信。不论是图像还是视频,都是话语形式的一种,都在再现事件的同时参与社会实践和构建新的社会关系(田海龙,2009)。采取有效、广为接受的方式树立警察的权威,保障警察的良好形象,才能更好地维护社会秩序,保证国家的安全。

4. 结语

本文运用社会符号学的视觉语法理论,分析了警察形象宣传片《因为有你》中图像的互动意义,并在此基础上结合转喻的相关研究,分析了其中隐含的意识形态以及问题所在。本文的研究意义,一是尝试说明视频分析必须结合相关的电影理论,要针对不同的语类及其特征采取不同的视角或分析框架;二是尝试探讨建构正面、积极的警察形象的有效途径,为国家安全话语的研究贡献微薄之力,为今后该类话语的研究提供一定的借鉴。

致谢:

本文在撰写过程中,得益于和扬州警察培训学校张煜警官的讨论,特此致谢。

注释:

本文为 2018 年度江苏高校哲学社会科学研究基金项目“警察公共形象建构的话语策略研究——多模态视角”(编号: 2018SJA0447)和 2018 年度江苏警官学院哲学社会科学创新团队项目“国家安全话语体系研究——警务视角”(编号: 2018SJYTD16)的阶段性成果,并受到“江苏高校‘青蓝工程’”资助。

参考文献:

- Forceville, C. 1996. *Pictorial Metaphor in Advertising*. London: Routledge.
- Forceville, C. 2006. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitive framework: agendas for research. In Kristiansen, G., M. Achard, R. Dirven, & F. Ruiz de Mendoza (eds.). *Current Applications and Future Perspectives*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Forceville, C. & Urios-Aparisi, E. 2009. *Multimodal Metaphor*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Hart, C. 2014. *Discourse, Grammar and Ideology: Functional and Cognitive Perspectives*. London: Bloomsburg.
- Kress, Gunther R. 2010. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London/New York: Routledge.
- Radden, G. & Kövecses, Z. 1999. Towards a theory of metonymy. In Klaus-Uwe Panther & Radden, G. (eds.). *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam: John Benjamins.
- van Leeuwen, T. 2005. *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge.
- 李恒、周密, 2017, 打破“刻板印象”——自媒体环境下的警察形象再塑造,《北京警察学院学报》,第 6 期,58-63 页。
- 王子元, 2013, 关于传播学视角下警察形象塑造问题的思考,《山东警察学院学报》,第 4 期,153-156 页。
- 潘艳艳、李战子, 2017, 国内多模态话语分析综论(2003—2017),《福建师范大学学报》,第 5 期,49-59 页。
- 施旭, 2017,《什么是话语研究》,上海:上海外语教育出版社。
- 宋琳琳、段相君, 2015, 涉警网络舆情传播与警察形象保卫策略研究,《湖北警官学院学报》,第 1 期,15-17 页。
- 田海龙, 2009,《语篇研究: 范畴、视角、方法》,上海:上海外语教育出版社。
- 张辉、罗一丽, 2017, 战略情报话语的批评认知分析——认知语法的视角,《外语研究》,第 6 期,4-10 页。

张菁、关玲, 2013, 《影视视听语言》, 北京: 中国传媒大学出版社。

周寅, 2009, 袭警背后的警察形象危机及其有效应对, 《云南行政学院学报》, 第6期, 125-128页。

**A Multimodal Discourse Analysis of National Security Discourse:
a Case Study of the Police Image promotion video *Because of You***

Pan Yanyan, Jiangsu Police Institute

Ma Rupo, Jiangsu Police Institute

Abstract: The image crisis of China's police force in recent years greatly affected the police's law enforcement ability and credibility. As an important part of national security discourse, discourse on the police remains untouched. It is urgent that police discourse should be studied so that it can provide some enlightenment for the promotion of the image of the police, which in return will be helpful for the police to effectively combat crimes and safeguard public order. Based on the Visual Grammar Theory of social semiotics and studies on metonymy, this paper takes "Because of You", a police image promotion video, as an example to investigate its interactive meaning, ideological characteristics and problems. The significance of this study is twofold: one is to illustrate that video analysis should be done with reference to film theories and the analytical frame should be adopted according to the genre it belongs to; the other is to discuss how to effectively build a positive image of the police, and provide some suggestions for future research of police discourse of the same genre.

Key words: image of the police, interactive meaning, metonymy, ideology

作者简介:

潘艳艳, 女, 博士, 江苏警官学院副教授。研究方向: 话语分析、认知语言学。

马如坡, 男, 博士, 江苏警官学院讲师。研究方向: 公安安防。