体裁与多模态话语意义建构及模态选择与配置

同济大学　张德禄*

[提　要]　本文致力于探讨体裁概念在多模态话语建构，及体现它的模态及其配置中的作用，探讨了多模态话语，相对于语言话语，所具有的特点、分类标准，以及如何根据体裁概念来建构多模态话语的“建构路线”，不同体裁的多模态语篇的基本构型，以及多模态话语建构的不同路径和基本模式。本文发现：体裁概念在多模态话语建构中能够起主导和统领作用。它能够决定多模态语篇的整体结构及其类型，以及整体和次级组织架构，同时，也间接支配对体现语篇整体意义及其组成成分的模态及其配置模式的选择。

[关键词]　体裁；多模态话语；模态；模态配置；多模态话语建构

1. 引言

自20世纪80年代开始，语言学研究的重点开始由词汇、词素、语法向话语（语篇）转移。而代表话语的基本特征及整体特征的是体裁（genre）。它一方面表现了话语的类型，另一方面也表现了话语使用的目的和用途，以及话语的组织模式、部分之间的相互关系等。据此，体裁涉及范围广泛，不仅语言学家、社会语言学家、人类（人种）语言学家开始研究体裁，修辞学家、哲学家、文学批评家等也都开始研究体裁。

同时，随着现代科技的发展，特别是计算机、网络、数字技术和人工智能的迅速发展，人类的交际变得越来越多模态化（Cope & Kalantzis, 2000），交际方式以视觉、听觉、触觉等多种感觉，语言、图像、音乐、动画等多种模态同时在

*　作者简介：张德禄，同济大学外国语学院特聘教授，博士生导师，研究方向：系统功能语言学、功能文体学、语篇分析、多模态话语分析、外语教学。邮箱：dlzhcn@163.com。通信地址：200092，上海市杨浦区四平路1239号，同济大学外语学院同文楼201室。

交际过程中出现为主，而且，交际的主要方式由线性语言交际方式转化为以空间为主要组织方式的多模态交际方式。以页面为主的交际组织方式被以屏幕为主的交际组织方式所替代。而屏幕具有动态性、灵活性、重组性、易插入性等特点，使语言之外的其他模态很容易进入交际中。这样，交际话语成为由多种模态共同体现的话语，即多模态话语（Kress, 2003: 2-4）。

多模态话语的产生也促使人们把体裁研究的重点由语言体裁转向多模态体裁。Kress和van Leeuwen 早在1996年就提出了图画体裁（pictorial genres）和视觉体裁（visual genres）概念（Kress & van Leeuwen, 1996: 126）；后来Kress（2003: 87）在研究多模态与读写教学时也探讨了多模态体裁。与此同时，其他多模态研究的先驱（如van Leeuwen, 2005; Andersen & van Leeuwen, 2017; Bateman, 2008; Bateman & Schmidt, 2012; Bateman et al. 2017）等也对多模态体裁做了研究。

然而，在多模态体裁研究方面还存在很多不足：一方面需要从理论模式和模型上，以及在应用的基本机制和操作模式上做更加深入的研究，另一方面，在体裁在多模态话语建构中的作用上也还没有学者进行认真和有效的研究。本文重点在理论上探讨多模态体裁的基本模式和范畴，同时，探讨多模态体裁理论在多模态话语建构中的作用，并用实例说明。

2. 多模态体裁与多模态话语建构

体裁是一种在一定的社会文化中，由社团成员进行的、受目的和意图驱动的、具有很强复现性的社会活动类型（Martin, 1984）。传统上，体裁主要指通过语言活动完成的社会交际任务。高科技时代的到来使人类从事交际的资源越来越丰富，由语言扩展到听觉和视觉同时起作用的多媒体交际方式，而且视觉交际变得越来越重要和普遍，如图像、手势、动画、音乐等可以同时在同一个交际环境、同一时间在屏幕等媒介上出现。这种多媒体交际工具可以使意义通过多模态和多感知通道实现（如视觉、听觉、触觉等）。每一种模态都具有表现其媒介特征的供用特征（affordances）（Gibson, 1979/2015）。多模态社会交际大大扩展了人类社会中可交际意义的范围，把通常不通过语言体现的意义，或者通过语言体现，但不精确、不准确的意义，通过选择其他的相关模态来体现，由此，多模态体裁成为人类进行社会交际适用的交际活动类型。多模态话语是由多种模态共同建构或体现的话语。这些模态的选择是根据所建构的话语意义模式及体裁类型决定的。（1）当话语的功能主要是提供或传播信息时，发话者则主要通过选择语言等符号性模态来交流信息，这样就会产生新闻报道、书面通知、口头报告等信息交流性体裁。（2）当话语的主要功能是进行社会交流，包括交流信息、物品、服务等时，所选择的体裁要具有较强的交流性，如对话、辩论、买卖活动等。（3）当话语的主要功能是给受话者提供欣赏品，使其感到愉悦、快乐，激发受话者心灵上深层次的感悟、灵感等时，所选择的模态要具有能够激发受话人

的内心感受和情感，使其感到愉悦、高兴、悲伤、颓丧等的功能。（4）如果话语是通过实物和实体展示事物的价值、本质、特性，或者使其产生特殊的情感、心灵感受等，所选择的模态类型需要具有表现事物的本质和特性的供用特征，即它们需要具备物质性、生命性的供用特征。

多模态话语的建构是一种意义建构过程，是将所选择的模态的供用特征通过模型分配、定框、布局等方式，形成一定的意义模式。供用特征中的意义是符号化的模态所携带的意义。对符号意义的选择是通过对模态的选择实现的。

3. 多模态体裁结构的“建构路线”

体裁是用于实现交际目的的一种交际模式，因此它具有潜在的行动性，也就是说，任何体裁都涉及通过交际做事，实现某种目标或目的。而做事总是要通过一定的过程来完成。在语言体裁中，由于语言的线性特征，体裁的行动模式都是时间性的，空间从属于时间。这样，研究体裁结构（generic structure）就需要把体裁的整个交际过程划分为不同的阶段(stages or phases)，并且在每个阶段都要完成总体交际目的的一个组成部分（Martin, 1984）。这样，体裁可以从动态的角度分为不同的阶段或步骤，也可以从静态的角度分为不同的结构成分(elements)。

在多模态体裁的建构中，多模态话语大都不是通过时间建构的，而是通过空间或者时空一体化建构的。这样，多模态语篇的体裁结构成分呈现多样性，包括由时间决定的阶段和步骤，由空间决定的整体部分关系、处于不同时空位置的成分等。每个成分都在话语整体建构中有一定功能，实现交际者的某个或某些在更微观层面上的目标或目的。例如，视觉公益广告的结构是空间性的；在空间布局中，整体和部分（成分）的关系是通过位置来决定的：在左边还是在右边；在上还是在下；在中心还是在边缘，在表层或是在深层等。据此，Kress & van Leeuwen（1996/2006/2020）提出了“阅读路线”（reading path）概念，表示对多模态语篇的阅读方式和路径，包括从起始到结束等。在多模态话语建构中，同样，多模态语篇不是在同一时间、同一空间建构出来的，而是也要通过一定的程序和路线来完成的。这个过程可以称为“建构路线”（construction path）。

多模态话语的“建构路线”的形成也是主要由交际者的交际意图和目的决定的。他要考虑如何建构多模态语篇才能更好地实现其交际意图，包括选择什么体裁结构成分，以什么顺序或位置排列成分，突出什么成分，背景化什么成分，使什么成分之间相关联等。

多模态话语体裁的目的驱动性决定了它的体裁结构的相似和相同性，即属于同一体裁的话语在体裁结构上具有相同性或相似性。这种相同性和相似性使话语体裁具有了规约性：当发话者意欲实现某种交际目的时，他就要选择相应的体裁来从事交际活动，据此也就运用了这个体裁的由必要成分组成的体裁结构。

这样，在这个社团及其文化中就产生了用于达到这个交际目的的体裁结构潜势。它在这个社团的交际中就成为一种常规的、典型的用于达到此交际目的的交际方式。

本文以公益广告为例，探讨平面多模态体裁结构的构成模式和特点。下面，我们选择40篇公益广告作为语料，分析每个公益广告的体裁结构建构模式，并探索它们共享的体裁结构建构模式。（具体统计数据因篇幅所限略。）这40个公益广告分为三个大类：环保类、健康类和社会文明类。三个类别之间在体裁结构模式上没有区别，其主要区别表现在它们各自适用的领域上。这一点可以从不同成分在40个体裁结构中的基本分布情况看出来。

从体裁结构成分在体裁结构中的出现情况来看，公益广告的体裁结构模式可以简单描述为：

(主题)↔(宏观理念)↔核心思想↔图像展示↔(阐释)↔(内嵌)↔(设计者)↔(用途)↔背景①。

在这九个成分中，有三个成分的出现频率达到了100%，分别是：核心思想（40）：100%；图像展示（40）：100%和背景（40）：100%。另有两个成分的出现频率超过了50%，分别是：主题（31）：77.5%和宏观理念（22）：55%。由此可见，公益广告的主要目的是推广“核心思想”，也就是说，任何公益广告都必须推广一种核心思想。同时，由于所选择的公益广告是图文公益广告，因此，核心思想就需要通过图像展现出来，并突出出来，这样在这类体裁中，图像展示达到100%。同时，它还要在一定的背景中展现，因此，“背景”的出现频率也达到100%。背景需要具有凸显“核心思想”的作用，可以提供接近实际的背景，如青年人放飞梦想是在“蓝天白云”的环境中进行；也可以提供一种色调，如灰暗的背景衬托“雾霾”形成的环境。很显然，这三个成分都必须是必要成分，即所有的公益广告中都应该有这三个成分。理论上讲，必要成分就是必须要在任何属于该体裁的语篇中出现的成分，但也有两种例外。一是设计者只是考虑核心思想必须推广，因此它必须出现，但没有很好地设计如何才能最有效和完整地推广核心思想，也就是说，没有按照体裁结构潜势所规定的基本结构来设计它；二是核心思想之外的其他成分出现的必要性较低等。

另外两个最有可能成为必要成分的是：“主题”（主位）和“宏观理念”。这是因为“核心思想”比较具体，一般包括在某个更加流行的主题之内；再一点就是它可能是更加宏观的框架中的一个组成部分。如果在公益广告设计中，把这两个成分明确出来，会使受话人更加清楚地认识到该公益广告所倡导的核心思想。另外的四个体裁结构成分不是必要成分。“阐释”是在核心思想需要做进一步解释时做的进一步说明；“内嵌”是通过内包的形式展示一些具体信息；“设

① 符号说明：（ ）表示括号内为可选择成分，无括号的为必选成分；↔表示连接，方向是多向的。

计者”和“用途”可以明确，也可以不明确，因为它们在推广“核心思想”方面不是必须出现的因素。这样，图文公益广告的体裁结构成分的必要性程度可以表示为：

核心思想→图像展示→背景→主题→宏观理念→阐释→设计者→用途→内嵌

从设计者与受话者的关系的角度讲，公益广告是一种“劝诫式”话语，主要目的是引导受话者接受公益广告所传播的“核心思想”，因此，它要设计得有说服力，不仅需要把核心思想表示明确，还需要做展示、阐释、说明等，并赋予核心思想一定的情感和美感，或者创造出一定的气氛和氛围等。颜色在很大程度上表现了语篇的人际意义特征。例如，在图1-1中，灰暗的背景颜色与动物困于笼中的景象相衬托，表现了悲观和悲伤的情感和氛围。而在图1-2中，蔚蓝的天空与白云相互衬托，表现了温暖欢快的心情和气氛。同时，语篇内部的参与者的面部表情以及目光也表现了一定的情感和交际意向。例如，在图1-3中，儿童灿烂的笑容表现了充满希望的情感；而在图1-4中，夫妻把孩子举过头顶时的欢快笑容，与相互搀扶的背影形成鲜明的对比，表现了失望和无助的情感（见图1）。

图1　公益广告示例

从话语建构与组织架构情况来看，公益广告所推广的“核心思想”不仅要出现，而且要特别凸显出来，使其处于前景化的位置，其他成分则根据其交际功能和与核心思想的关系而分布在不同的位置和层次上。

由此可见，平面（图文）公益广告的基本建构路线包括以下几个方面：

1. 根据语境（文化语境和情景语境）和交际目的确定本公益广告所推广的“核心思想”是什么，它所涉及的主题是什么，指导该核心思想的宏观理念是什么？主题及宏观理念在所建构的语篇中是否需要明确化？

2. 是否需要对核心思想及所涉及的理念进行进一步阐释和展示？是否需要附加设计者的信息及用途等？

3. 用什么样的背景来展示和凸显这些思想和理念等？

4. 以什么样的布局来使本公益广告更好地实现设计者的交际目的，取得最佳效应，包括：（1）核心思想：①置于中心位置，如果是某个模态独自体现核心思想，如通过文字或者图像凸显，或，②上文下图，或上图下文，上下并列，相互衬托和强化；（2）主题：①置于左顶，理想位置，或，②下中或下右，与

新信息融合；（3）宏观理念：一般没有固定位置，可以根据版面布局的需要置放；（4）阐释：一般在文字或图的下方，也可以在其他位置；（5）内嵌信息：一般在主图中，或与主图的部分融合为一体表现出来；（6）用途：一般置于左上或中上位置，也可以置于右下位置；（7）设计者：一般置于中下或右下位置；（8）背景：一般有两个选择：①选择一个与该核心思想相关的典型事件情景为背景；②选择适合与弘扬所推广的核心思想一致的颜色作为背景，如“热烈”或“革命”用红色背景等。

当然，这只是一个比较常规性的设计思路，其他的任何模式，只要有利于实现设计者的核心思想，都是可取的，而且在这个领域还需要不断进行创新和探索。

4. 多模态体裁构型的选择模式

当体现意义的模态由语言扩展到可以体现相关意义的任何符号及其系统时，似乎世间的任何交际活动都可以通过多模态话语研究框架进行探索。这样，多模态话语研究实际上成为一种如何看待客观世界、人类社会和符号世界的视角，即人类认识世界中的意义选择和表达的视角。这样，在具体的多模态话语研究中，研究者一般都把研究重点聚焦于某个领域、由某个或某几个主要的模态来体现的交际事件上。

如何选择把自己的研究重点聚焦于某个特定领域也需要做一定的探索，因为随意的、直感驱动的选择经常会造成常识化、习惯化倾向。大家都集中研究某个领域，而忽视同样需要研究的其他领域。从这个角度讲，选择适合自己研究目标的研究领域也需要按一定的程序进行。根据以上对多模态体裁的研究，可按以下步骤进行：

1. **确定态势**：首先需要确定所建构的多模态话语是动态的还是静态的。前者的决定因素是时间；后者是空间。

2. **确定维度**：多模态话语总是以不同的维度呈现在受众面前，所以，多模态话语建构第二个需要确认的因素是多模态话语的维度，一般分为四个：一维、二维、三维和四维。

（1）一维话语或称线性话语以点的延续方式发展语篇，例如，口语根据时间发展语篇，书面语则是以线性方式在空间移动形成话语。在一维话语中，内容成分的功能主要根据它所占据的位置确定，可置于前部、尾部，或中部。例如，在前部的成分为主位（主题），尾部的一般为新信息，中间为两者的过渡成分。

（2）二维话语是根据空间展开的，在一个平面空间内布局，因此，内容成分（单位）可以从上下、左右和内外三个视角来布局，安排它们的位置，以及它们之间的关系。根据Kress & van Leeuwen（1996/2006/2020），置于顶部（上部）的成分一般体现理想信息，而置于底部的成分体现实际信息；置于左边的成

分表达已知信息，在右边的表达新信息；置于中心的为核心信息，外围的成分体现具体、非核心信息。三者在页面或任何平面中，都相互作用，相互融合，共同为设计者提供实现其交际意图的页面布局。例如，把最需要突出的信息置于中心偏上位置来使它既理想又凸显，而中心偏下的位置则既实际又是核心（见图2）。

图2　二维图文多模态语篇信息分布趋势图

另外，多模态语篇都可以划分为更小的单位，称为“成分”，每个成分都可以包含其次级成分；每个成分可以由体现它的模态中的相关形式单位体现，即这些成分是可以通过“框定”（framing）确认的。

（3）三维话语也是根据空间展开的，但它是从三个维度定义的，如果二维话语有一个平面，三维话语则可以有多个和多种类型的面展示出来。自然界中的实物，不考虑时间维度，都是三维物体；艺术品，如雕刻就是三维语篇。三维语篇的建构需要根据这个语篇内在的组织结构和模式来进行，一般是按照从小到大、由内向外、从开头到结尾的模式进行建构，如视频故事等。但也有的需要从外向内进行建构，如雕刻。

（4）四维话语是时空中的话语，既是三维的，又根据时间不断变化，所以，是最复杂的多模态话语类别，如电影、动画、录像等。这类话语的建构是在一定的三维空间内，以时间为变项，创建四维话语，需要用特殊的设备进行，如摄像机、录像、监控设备等。

在根据语境和交际意图确定了所建构的多模态话语的态势和维度等话语建构模式以后，下一步是把整个话语的内容划分为不同的意义模块（modules）。

3. **划分模块**：多模态语篇是一个意义整体，但在建构过程中，发话者需要把语篇整体根据功能和用途划分为不同的意义单位，每个这样的意义单位就是一个“模块”(Kress, 2010: 99)。人类的经历模块是空间型的，不同的意义单元分布于语篇意义整体的不同位置，共同形成语篇整体。据此，在多模态语篇中，模块是语篇的“次级单位，派生于语篇的功能及用途”(Kress, 2010: 148)。同时，模块和模态之间存在必然联系，因为模态的供用特征和模块的意义特征相互联系，模态因模块的意义特征而被选择，成为多模态语篇的一个组成部分。这样，语篇通常由多个意义模块组成，同时，也由多个模态体现。每个模块都由一个或多个模

态体现。从这个角度看，Kress（2010）提出的“模块”理论为多模态语篇的建构提供了一个具有可操作性的框架。而且，每个这样的模块一般相当于一个体裁结构成分，成分之间相互联系，在语篇的不同阶段和位置行使不同的功能，共同形成语篇的意义整体。最后，根据每个模块的意义特点和功能，理清楚它们在语篇整体意义结构中的位置，整理出多模态语篇的体裁结构模式。

4. **应用框定思路**：根据上面探讨的“模块”理念，通过框定方式，可以设计对语篇进行布局的框架，包括以下几个部分：

（1）首先，根据意义模块分布情况，识别在本语篇中存在的不同框架（frames），以及它们在体现语篇体裁结构成分中的作用；

（2）确定每个框架体现的功能和用途，如哪是凸显信息（核心信息、新信息）、外围信息、主题、已知信息、理想信息、实际信息、辅助信息等，同时，把它们划分为不同的层次，使某些框架的信息统领其他框架的信息；

（3）确定不同框架的内容出现的顺序；并且将出现顺序与凸显顺序相互结合，把凸显信息与已知信息、外围信息、实际信息，与事件发生的顺序相结合，设计出合理的语篇构成模式；

（4）最后，将语篇的意义模块，与框架和体裁结构成分相联系，确定它们之间的关系，构建出由相应的模态体现的多模态语篇体裁结构模式。

5. 讨论

无论在语言话语中，还是在多模态话语中，体裁的选择都是由发话者的交际目的决定的。这样，在人类社会文化中，就形成了一系列规约化的、稳定的与实现某个交际目的相关的体裁及其结构。对体裁的正确选择，可以说，是能否很好地完成交际任务，实现交际目的的重要前提条件。

选择了体裁，接着就需要选择相应的体裁结构。确定交际目的实际上相当于提出一个在社会交际中需要解决的问题。而要解决这个问题，就需要通过一定的程序来完成，这就使每个体裁形成了它所特有的体裁结构。在语言话语中，体裁结构是线性的，无论是口语体裁，还是书面语体裁，都呈现线性结构。这样，从动态的角度讲，体裁结构是阶段性的、按步骤进行的，如口语的体裁结构；从静态的角度讲，体裁结构是由结构成分组合而成的，如书面语的体裁结构。但在多模态话语中，除了一维话语外，还有二维、三维和四维话语，从而使话语的体裁结构更加复杂：话语模式可以是平面的、立体的，还可以是动画式的，等等；可以是多层框架式的、也可以是多维动态性的，等等。据此，我们需要在多模态话语建构中，首先选择体裁类型及其所包含的意义模块，然后需要选择多模态话语的态势和维度。这样，对体裁结构的研究就需要把维度、态势（静态、动态）等纳入其中，作为重要参数来处理。

交际者需要确定符号的物质性、生命性特点是不是多模态话语意义模式的

重要组成部分。在语言模态中，体现话语意义的媒介和物质特征是声音和书写符号，因此，其物质性特点不突出，不会成为话语整体意义模式的重要组成部分。但在多模态话语的意义模式中，在有些体裁中，所选符号的物质性、生命性和社会性是语篇意义模式的重要组成部分，例如在用餐话语中，食物的颜色、口味、气味、口感成为话语的重要组成部分。

鉴于上面讨论的语言话语与多模态话语的区别，多模态话语具有与语言话语不同的、更加复杂的体裁结构模式。实际上，多模态话语建构模式是根据其交际功能在长期的社会交际实践中逐步形成的，并没有像语法规则那样的固定模式，而是原则性的、可变的。

6. 结语

从以上研究可见，体裁在多模态话语建构中起着主导和统领作用。首先，多模态话语的整体结构是由体裁类型决定的。其次，多模态语篇的每一个组成成分都是体裁结构成分，是组成语篇意义整体的一个组成部分。再次，体现语篇整体意义及其组成成分的模态及其组合模式也是主要由体裁结构决定的。最后，在每个体裁结构中的具体意义选择、发展和变化也是由语篇的体裁类型从宏观上统领的。本研究希望能对多模态话语的建构，包括意义模式选择和模态及其配置的选择有一定启示。

参考文献

Andersen, T. & van Leeuwen, T. 2017. Genre crash: The case of online shopping. *Discourse, Context and Media* 20: 191-203.

Bateman, J. A., 2008. *Multimodality and Genre: A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents*. London: Palgrave Macmillan.

Bateman, J. A. & Schmidt, K.H. 2012. *Multimodal Film Analysis: How Films Mean*. London: Routledge.

Bateman, J. A., Wildfeuer, J. & Hiippala, T. 2017. *Multimodality: Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*. Berlin: De Gruyter Mouton.

Cope, B. & Kalantzis, M. 2000. *Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures*. London: Routledge.

Gibson, J.J. 1979/2015. *The Ecological Approach* to *Visual Perception*. Boston:

Houghton Mifflin. Republished by Psychology Press (New York & London), 2015.
Kress, G. R. & van Leeuwen, T. 1996/2006/2020. *Reading images: The Grammar of Visual Design.* London: Routledge & Edward Arnold.
Kress, G. 2010. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication.* London: Routledge.
Kress, G. 2003. *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.
Martin, J. R. 1984. Language, Register and Genre. In F. Christie (ed.). *ETC 418. Children's Writing: A Reader*. Geelong, Vic.: Deakin University Press. 21-30.
van Leeuwen, T. 2005. *Introducing Social Semiotic*. London: Routledge.

Genre and Meaning Construction, Mode Selection and Their Configuration in Multimodal Discourse

Abstract: The present article is dedicated to exploring the role of the concept of genre in the construction of multimodal discourse, as well as the choice of modes and the configurations that realize it. It studies the characteristics and classification standards of multimodal discourse relative to language discourse, as well as the "construction path" of how to construct multimodal discourse on the basis of the concept of genre, the basic configurations of multimodal discourse in different genres, and the different paths and basic models of multimodal discourse construction. It is found that the concept of genre can play a leading and guiding role in the construction of multimodal discourse. It can determine the overall structure and type of multimodal discourse, as well as its overall and sub-generic structures. Additionally, it indirectly governs the choice of modes and the configurations that realize the overall semantic structure and its components of the discourse.

Key words: genre; multimodal discourse; modes; configuration of modes; multimodal discourse construction

（责任编辑：高彦梅）