

多模态符号学视角下牡丹图形符号多样化呈现研究

梁雅明

(河南科技大学, 洛阳 471003)

摘要: **目的** 在信息多元化呈现与交流的今天, 牡丹图形符号作为中国传统文化的物化形态, 探讨如何在新媒体环境下, 将牡丹图形符号的创新设计加入新的“活跃”的元素, 让它们重新焕发新的生命力。

方法 依照多模态语篇的社会符号学的理论框架。**结论** 分析了牡丹图形符号成为中国富贵、吉祥符号的形成过程; 牡丹图形符号语篇传达的社会心理背景; 牡丹图形符号在现代数码时代下的不同种类与形式; 牡丹图形符号的不同展示场合与受众接受心理变化。

关键词: 牡丹图形符号; 多模态; 信息多元化

中图分类号: J51 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)14-0181-04

Diversity of Peony Graphic Symbols from the Perspective of Multi Modal Semiotics

LIANG Ya-ming

(Henan University of Science and Technology, Luoyang 471003, China)

ABSTRACT: In the information multiplication and exchange, peony graphic symbol is as the material form of traditional Chinese culture, it explores how the creation design of peony graphic symbols is integrated into new "active" elements to renew vitality in the new media environment. This paper is based on the theory of multimodal discourse. It analyzes the forming process of the peony graphic symbol, the symbol of the peony, the social psychological background, the different types and forms of the peony graphic symbol in the modern digital era, and the psychological changes of the audience.

KEY WORDS: peony graphic symbol; multi modality; information diversity

多模态语篇的社会符号学分析方法是韩礼德的系统功能语言学理论为基础来研究社会符号学的, 韩礼德在他的功能语法中提出了语言的三大元功能, 即表示概念意义的概念功能, 表示说话人和听话人关系以及说话人对所说内容的态度的人际功能, 以及表示语篇意义的组篇功能^[1]。该理论的主旨就是将语言看成社会符号, 从语言与社会文化情景的互动关系来研究语言。众所周知, 交际和再现意义经常需要多种符号编码, 即多模式, 如图像、手势、身体语言等, 音响设备、网络、周围的环境因素等, 语言只是众多交际模式中的一种^[2]。

这里依照多模态语篇的社会符号学的理论框架, 牡丹图形符号表达意义具备 3 个要素: 牡丹图形的生产场域、牡丹图形的自身构成的场域和牡丹图形被受众观看互动交流的场域。作为信息多元化呈现与交流的今天, 牡丹图形符号的呈现应用集合了听觉、视觉、触觉等多种感观接受信息, 通过语言、图像、声音、动作等多种手段和符号资源进行交际, 通过现代装饰、服饰、网络、户外、新媒体等多种现代化的载体来展现^[3]。这里重点分析牡丹图形符号成为中国富贵、吉祥符号的形成过程与图形符号语篇传达的社会心理背景; 形式层面牡丹图形符号在现代数码时代下的不同

收稿日期: 2016-03-12

基金项目: 2016 年度河南省人文社科重点项目: 多模态视角下牡丹图形符号多样化呈现与创意产品开发研究 (2016-zd-043);

2016 年度河南省社科联调研课题: 新媒体视角下河洛文化发挥主流正能量的图形符号传播研究 (SKL-2016-1871)

作者简介: 梁雅明 (1977—), 女, 河南人, 硕士, 河南科技大学讲师, 主要从事视觉传达设计、创意产品设计研究。

种类与形式；语境层面牡丹图形符号的不同展示场合与受众接受心理变化^[4]。

1 牡丹图形文化符号语篇传达的社会文化背景

牡丹作为一种装饰纹样在魏晋南北朝时期初现于装饰领域，在此之前中国装饰纹样多以几何、动物、云纹为主；其后随着佛教的广为传播，牡丹与“莲花”结合，与忍冬、飞天、缠枝纹一起成为隋唐时期的最为绚烂装饰纹样；宋代牡丹进入了百姓家，融入百姓衣食住行的现实生活，生活中的很多器物以牡丹装饰，牡丹装饰以宋元为全盛期；明清时期牡丹纹饰在中国锦缎上的应用达到最辉煌绚烂的时刻，其频频出现在各种高级华贵的皇家贵族权贵的衣裳和绚丽璀璨的云锦装饰品中，同时明清牡丹对吉祥图案中的世俗化应用也体现在中国建筑装饰、器物、服饰等各个领域。

唐代是中国牡丹纹样发展的最为绚烂时期之一。唐代中国唯一的女皇帝武则天贬百花之王“牡丹”到洛阳的故事虽然是一个传说，但牡丹的发展繁荣与武则天也有密切关系，武则天长时期定居于洛阳，作为当时权式最高的女性，酷爱牡丹，将长安牡丹带到洛阳，再次推动了牡丹文化的发展。唐代在当时作为国际性大都会，社会安定、经济富庶、文化上兼收并蓄，盛世、繁荣昌盛的情感需求占了上风。另外，唐代科举制的推广，使得一些寒门儒士跻身上流社会，逐渐瓦解了旧的贵族体系。潮领时代文化的出身低微的新贵更加热衷于对现实盛世的歌颂，从现存的大量表现牡丹题材的诗词中不难看到，当时人们对于牡丹的热爱达到了痴狂的状态。牡丹时刻与功名相伴、与喜悦相随，承载了不同背景看花人的不同心理需求，具备了成为一种大众流行纹饰的得天独厚的条件，登堂入室，装饰着当时的织锦、蜡染、铜镜、金银器、彩绘、石刻等各个领域，因其艳丽雍容的姿容而成为唐代的富贵之花。

宋元时期士大夫文化的兴起，使纹样凸显儒雅精神，纹样理性化、诗意化，显得格外精致清新，平民文化的渐进，又使高雅纹样平民化、宗教纹样通俗化，主题形象皆富生活情趣^[5]。明清时期繁花似锦的牡丹纹样装饰的云锦，是皇帝龙袍、后妃风衣、文武官员官服等御用贡品。“云锦是物质的精华，又是精神的承载^[6]”，它反映了人们对权力、幸福、财富等的追求与向往，表达了中国吉祥文化的核心主

题，其中牡丹纹饰的设计应用也达到极致的华美。

华夏民族 5000 年的悠久历史，造就了牡丹图形符号形态的基本造型特点及与人类认知世界意义的关联。正是由于人类对这一植物纹样狂热的喜爱，通过不断的抽象认知、视觉呈现，才有了后代充满生机、想象力与绚烂的牡丹图形文化。

2 形式层面牡丹图形符号在现代数码时代下的不同种类与形式

数码时代新媒体与新技术的发展，使得图形传播信息的比重增大，视觉图像成为人类认知社会、传播信息、记录社会的重要形式。以视觉文化为中心的图形符号传播系统正逐渐替代传统的语言文化符号传播系统，符号的使用方式及形式有了很大的变化^[7]。牡丹图形符号从平面图形标志到空间立体装饰，到数字图像，存在于人类社会的各个领域，已经具备当代信息社会最具影响力的媒介特征。

2008 年 11 月中国国际航空股份有限公司首架“牡丹号”彩绘飞机图案喷漆成功，见图 1，首次在飞机机身装饰上采用闪光漆喷涂技术，表现牡丹主题装饰，其机身上的牡丹花花瓣、花心和花蕊都使用渐变喷涂工艺，表现了牡丹花细腻的色彩，另外，在喷涂材质上特别采用了云母粉，其反射特点让整个飞机在阳光下自然闪烁出耀眼光芒，具有绸缎般的视觉效果。国航用吉祥、富贵的牡丹图形符号来装饰机身，“牡丹号”融注了及表达了国航对旅客吉祥如意的祝福，在牡丹图形装饰应用上也是一次全新的尝试。

在数字图形领域，近几年的电脑辅助绘图设计方兴未艾，牡丹图形也结合了大量矢量图形元素，与以往写实、装饰表现手法不同，更加抽象、概括。《手绘洛阳》插画设计见图 2，图中重点选取洛阳代表性元素：卢舍那大佛、白马寺、关羽、洛阳牡丹等，以矢量图形的表现方式，用生动的图形语言，表现洛阳的传统与现代，图中的牡丹图形符号既是洛阳的象征，又与祥云一同起到分隔画面的装饰作用。

洛阳作为牡丹之都，自 1983 年始已举办过 30 多届牡丹花会，以花为媒，推介洛阳，在其间对于牡丹的宣传也是重中之重，从旧有的平面媒介和新的影视、多媒体媒介已经全面互动。已经上映的表现牡丹主题的动画片《牡丹仙子之瑞春花开》见图 3，是第三十一届中国洛阳牡丹文化节献礼影片。2013

年 1 月，另一部牡丹主题动画——《牡丹：花魂归来》预告片亮相美国纽约时报广场的电子大屏幕，这是中国动画电影首次亮相“世界的十字路口”。央视新闻联播在报道中，给予了“代表中国 3D 动画最高水平电影作品”的评价。“动画是一个城市的光荣与梦想”。现代数码时代下的传播媒介的发展与牡丹图形符号多样化的形式之间是相辅相成、互相影响的关系。传播媒介的发展为图形呈现提供了多样的载体与视觉效果，也是图形设计方式是否成功的标尺^[8]。牡丹图形符号的宣传热潮，催生了传播媒介的发展，同时也使传播更具有影响力。



图 1 “牡丹号”彩绘飞机图案

Fig.1 "Tree peony" painted aircraft pattern



图 2 《手绘洛阳》插画设计

Fig.2 "Hand drawn Luoyang" illustration design



图 3 《牡丹仙子之瑞春花开》动画形象

Fig.3 "The flowers open" peony fairy rui animation image

3 语境层面牡丹图形符号的不同展示场合与受众接受心理变化

从 2008 年奥运颁奖服上的刺绣装饰纹样到国际时装周模特身上的牡丹团花图案；从日本老织物上的“唐花”到荷兰世界园艺博览会中绽放的中国牡丹；中国牡丹近年作为中国国际舞台上的交际编码频频出现在国际领域。作为中华民族的图腾，龙纹、凤纹当之无愧，但与牡丹图形比起来又多了几分霸气与神秘。牡丹元素以其自然、亲切、丰富、多样的外形与吉祥的象征寓意更易传达出一种祥和、和谐的气氛。牡丹图形也多次出现在中国顶级奢侈品品牌 Ne·Tiger 高级定制华服系列主题中，“华夏礼服”即是华服，是代表中华民族精神的礼服，也被称为中国人的国服，国服中

的图案与工艺凝汇呈现了数千年华夏礼服的文明。如 2010 年 NE·TIGER 公司创制、织造绝技堪称国宝级巅峰巨制的“鸾凤双栖牡丹”缙丝华服，得到首都博物馆永久的珍藏，见图 4。

进入数码时代以来，牡丹图形所呈载的载体也更为多样，数字化视觉传播改变了现代人类认知图形信息的心理，受众通过媒体间的交流互动引发新的讨论热点，沟通更为快捷，反馈更加直观、迅速^[9]。2012 年 9 月，上海一位网友无意间在微博上吐槽，并配了一张印有浅红牡丹花图案的老式棉布床单的图，这条老床单及图案引发了众多网友的讨论及转发，超过 3 万多次，这就是上海民光床单厂生产的“国民床单”。微博等网络载体相比传统纸制媒体更为高效、直观，传播的面更广泛，可以在短期内引发大量网友互动^[10]。应对现代新型信息传播媒体，如何在图形分析中把多种媒体和多种模态结合起来进行分析解读是现代图形学研究，特别是图形应用研究应该特别注意解决的问题。牡丹图形成为此次话题的焦点也不是偶然，正是因为牡丹是长期以来在中国人生活中的重要图形编码，面对网络中的信息，受众才主动并热衷于成为此次话题的传播者。牡丹主题再次成为人们主题讨论的热点，近年来网络信息传播的“蝴蝶效应”已被商家充分运用到营销活动中。无独有偶，第 68 届戛纳国际电影节开幕红毯上，中国女星张馨予以一身“凤戏牡丹”大花布礼服现身，赚足了中外记者和观众的眼球，见图 5。牡丹这一中国本土的古老而时尚的图形符号多次被世人所关注，中国设计师也再一次认识到本土传统文化的价值，本土的才是长久的、个性的、时尚的。中国人正在回归几千年沉淀下来的传统文化，各种中式风格与品位正在得到重新认识。



图 4 “鸾凤双栖牡丹”缙丝华服

Fig.4 "Peony" luanfeng amphibious Kesi costumes



图 5 女星张馨予的牡丹礼服

Fig.5 Actress Zhang Xinyu peony dress

4 新媒体环境下牡丹图形符号的创新设计

新媒体环境下牡丹图形符号不再是以单一平面

图形的形式出现在传统平面媒体上,伴随着每一次人类信息传播方式的改变,引发新的设计方式出现,图形符号设计也加入了更多立体、动感元素^[1],如洛阳的“牡丹瓷”用坚硬的瓷塑造出形象逼真、花色自然、花叶薄如纸张的牡丹花头;衍纸爱好者用彩色的纸带创作出现代牡丹壁画;利用富媒体,3D全景技术,虚拟体验等技术支持,人们随时随地可以欣赏到牡丹花开的繁盛景象。可以将牡丹图形的创新设计作为一种文化创新,与商业产业相结合,以商业利益促进图形文化的发展。其次对牡丹图形进行全新解构、重组,结合现代人的审美心理进行再创造,新的牡丹图形元素应是具有时代感和中国意味的设计新元素。图形创新时也要结合相应传播媒介,以一种全新的样式适应不同现代媒介,取代旧有的图形符号,而嬗变成为新的艺术形式,取牡丹之形,延中国传统文化之意,传中华民族之神。作为多媒体发展的今天,牡丹图形符号不仅依靠多种载体传递信息,更通过媒体的传播过程达到分享人类经验、情感的互通作用。文化层面,作为一种表现呈祥、喜庆的图形符号,牡丹图形符号依然在现代人的文化生活中起积极、正能量的作用。

5 结语

牡丹纹饰是牡丹文化的视觉符号,它已经成为中国在国际舞台上交流和沟通的重要符号编码。牡丹以其雍容华贵的气质,大气华丽及多变的外形,变化多样的色彩、在国际上崭露头角,呈献了中国传统文化特色。作为一种图形符号,面对多媒体与数字化时代的到来,牡丹图形符号的展示空间正在进行极大的提升,它不仅作为一种图形符号,更作为一种中国特有的文化语言符号,综合了视、声、时间、空间多模态与维度全方位的呈现,也承载了更多的中国人追求富贵、吉祥、平安、幸福的心理需求。

参考文献:

- [1] 李战子. 多模式话语的社会符号学分析[J]. 外语研究, 2003(5): 1.
- [2] 张德禄, 丁肇芬. 外语教学多模态选择框架探索[J]. 外语界, 2013(3): 39.
- ZHANG De-lu, DING Zhao-fen. Exploration of Multimodal Selection Framework for Foreign Language Teaching[J]. Foreign Language Circles, 2013(3): 39.
- [3] MARGI B. Multimodality and Social Semiosis: Communication, Meaning-Making, and Learning in the Work of Gunther Kress[M]. Routledge, 2013.
- [4] 韦琴红. 视觉环境下的多模态化和多模态话语研究[M]. 北京: 科学出版社, 2015.
- WEI Qin-hong. Studies on Multimodality and Multimodal Discourse in Visual Surroundings[M]. Beijing: Science Press, 2015.
- [5] 张晓霞. 中国古代植物装饰纹样发展源流[D]. 苏州: 苏州大学, 2005.
- ZHANG Xiao-xia. Development of Chinese Ancient Plant Decorative Patterns[D]. Suzhou: Soochow University, 2005.
- [6] 张道一. 南京云锦[M]. 南京: 译林出版社, 2013.
- ZHANG Dao-yi. Nanjing Brocade[M]. Nanjing: Yilin Press, 2013.
- [7] 季涛频. 数字化时代图形传播的未来模式[J]. 装饰, 2007(2): 16.
- JI Tao-pin. The Future Mode of Graphic Communication in the Digital Age[J]. Zhuangshi, 2007(2): 16.
- [8] 朱永明. 视觉语言探析——符号化图像形态与意义[M]. 南京: 南京大学出版社, 2011.
- ZHU Yong-ming. The Analysis of Visual Language, Symbolic Image Form and Significance[J]. Nanjing: Nanjing University Press, 2011.
- [9] 杨长春, 王天允, 叶施仁. 微博意见领袖影响力评价指标体系研究——基于媒介影响力视角[J]. 情报杂志, 2014(8): 178.
- YANG Chang-chun, WANG Tian-yun, YE Shi-ren. Research on the Evaluation Index System of Micro Blog Opinion Leaders, Perspective of Media Influence[J]. Information Journal, 2014(8): 178.
- [10] 李明文. 视觉文化传播时代: 大众传媒的理性反思[J]. 新闻界, 2013(11): 13.
- LI Ming-wen. The Era of Visual Culture Communication: a Rational Reflection of Mass Media[J]. Press, 2013(11): 13.
- [12] 孟建. 图像时代: 视觉文化传播的理论诠释[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2005.
- MENG Jian. Image Times: Theoretical Interpretation of Visual Culture Communication[M]. Shanghai: Fudan University Press, 2005.