

Research Article

The Construction of Interpersonal Meanings in the *iPhone 1* Product Launch Presentation: Integrating Verbal and Visual Semiotics

— HUIYU ZHANG, JIEYUN FENG, YUANHONG WEI, AND JIAYU XIA

Abstract— Research problem: *Discourse bridges between the speakers and the audience in product launches. However, how the verbals and the visuals work together in the construction of interpersonal meanings in such communication remains largely underexplored. Research question:* *How were interpersonal meanings constructed via verbal and visual semiotics in the iPhone 1 product launch presentation? Literature review:* *Despite the recognized importance of innovation communication, communication at the launch phase is underexplored. Moreover, communication and management studies have generally neglected the role of grammar-based discourse in promoting innovation, while linguistic studies have paid inadequate attention to language's implications for innovation communication and management. Thus, we address the discursive building of interpersonal meanings in product launch presentations to fill such gaps. Methodology:* *Integrating Halliday's Systemic Functional Grammar and Kress and van Leeuwen's Systemic Visual Grammar, we conduct both verbal and visual analyses to explore the construction of interpersonal meanings in Steve Jobs' iPhone 1 launch presentation. Results:* *Analysis of the verbal strategies suggests that Jobs built different interactive roles as an authority innovation leader and as a close "friend" willing to engage with the audience. Moreover, by combining verbal semiotics with the delicate arrangement of image act, size of frame, and angle, the presentation video was carefully planned to create offer contact, produce close social distance, and present equal and objective attitudes to further enhance the construction of interpersonal meanings, thus contributing to the audience's understanding and recognition of the innovative product. Conclusions:* *This paper offers insights into innovation discourse and communication by investigating the semiotic features of the iPhone 1 product launch presentation, thus adding to the extant literature on professional communication and innovation management.*

Index Terms—*Innovation communication, product launch presentation, interpersonal meaning, iPhone 1, Steve Jobs.*

研究型论文

iPhone 1 产品推出展示件中的人际意义建造：融文字与视觉符号为一体

—HUIYU ZHANG, JIEYUN FENG, YUANHONG WEI, AND JIAYU XIA

提要

问题提出：语篇是产品推出过程中连接发言人和听众之间的桥梁。然而，文字和视觉符号如何共同作用来建造出沟通中的人际意义，这在很大程度上仍然是一块无人探索的荒地。**研究问题：**在 *iPhone 1* 的产品推出展示件中，人际意义是如何通过文字和视觉符号而建造出来的？**文献综述：**尽管人们认识到新产品沟通的重要性，但是，产品推出阶段的沟通问题仍未得到探索。一方面，关于沟通和管理问题的研究，一般忽视了基于语法的语篇在新产品营销中的作用；另一方面，语言方面的研究对新产品沟通和管理中的语言含蓄意义却注意不够。为了填补这一空白，我们研究了产品推出展示件中的人际意义建造问题。**研究方法：**把韩立德的系统功能语法以及 Kress 和 van Leeuwen 的系统视觉语法整合一起，我们对乔布斯 *iPhone 1* 产品推出展示件中的人际意义建造，进行了文字和视觉分析探索。**结果：**文字策略分析结果暗示：作为权威创新领袖，乔布斯建立了一种交互角色；作为愿意和大家一起的密“友”，乔布斯建造了另一种不同的交互角色。此外，通过把文字符号与微妙的形象动作、画面大小、角度相结合，精心设计的展示视频能给人一种“有人在给我东西”的感觉，能使社交距离密切，使自己的态度显得平等客观，进而增强人际意义的建造。于是，受众就会以积极的心态了解并最终接纳创新产品。**结论：**通过对 *iPhone 1* 产品推出展示件中的符号特征的研究，我们就创新品的宣传材料提供了几点洞见，从而丰富了有关职场沟通和创新品管理的现存研究文献。

索引词：创新品沟通；产品推出展示件；人际意义；*iPhone 1*；乔布斯

—Translated by Zhongen Xi

Artículo de Investigación

El construcción de significados interpersonales en el presentación de lanzamiento de la primera *iPhone (iPhone 1)*: integrando semiótica verbal y visual

—HUIYU ZHANG, JIEYUN FENG, YUANHONG WEI, AND JIAYU XIA

Resumen— Problema de investigación: *El discurso conecta los oradores y los audiencias. Sin embargo, permanece inexplorado como trabajan juntos el verbal y visual en el construcción de significados interpersonales.* **Pregunta de investigación:** *¿Como fueron construidos los significados interpersonales a través semiótica verbal y visual en el presentación de lanzamiento de la primera iPhone?* **Revisión de la literatura:** *Comunicación en la fase de lanzamiento está inexplorada a pesar de la reconocida importancia de comunicación innovadora. Además, los estudios de comunicación y administración han descuidado el rol de discurso gramática en el promover de innovación, mientras los estudios lingüísticos han prestado atención inadecuada a las implicaciones para la comunicación y la administración de la innovación de idioma. Así, abordamos la construcción discursiva de significados interpersonales en los presentaciones de lanzamiento para llenar esos vacíos de conocimiento.* **Metodología:** *Nosotros conducimos ambos los análisis verbal y visual para explorar el construcción de significados interpersonales en el presentación lanzamiento de Steve Jobs de la primera iPhone; nos hicimos estos análisis integrando el gramática funcional sistémica de Halliday y el gramática visual de Kress y van Leeuwen.* **Resultados:** *El análisis de las estrategias verbal sugieren que Jobs construyó diferentes roles interactivos como una autoridad de innovación y como un amigo que puede interactuar con la audiencia. Además, al combinar la semiótica verbal con la delicada del acto de la imagen, el tamaño del marco y el alguna, el video de presentación se planeó cuidadosamente para crear un contacto de oferta, producir una distancia social cercana y presentar actitudes iguales y objetivas para mejorar aún más la construcción de relaciones interpersonales significados, contribuyendo así a la comprensión y el reconocimiento de la audiencia del product innovador.* **Conclusiones:** *Este papel ofrenda percepciones de discursivo de innovación y comunicación por investigando los características semióticas del presentación lanzamiento de la primera iPhone, por lo tanto, se suma a ambos la literatura del comunicación professional y el gestion de la innovación.*

Términos índices: *Comunicación de innovación, presentación de lanzamiento de producto, significado interpersonal, iPhone 1, Steve Jobs.*

—Translated by Gabriel Aguilar