

# 中国文明国际宣传片《CHN》中的多模态隐喻分析

管文洁

首都师范大学外国语学院, 北京

收稿日期: 2025年6月23日; 录用日期: 2025年7月28日; 发布日期: 2025年8月7日

## 摘要

本研究以中国文明国际宣传片《CHN》为研究对象, 基于多模态隐喻理论, 系统识别和解码其通过视觉、语言、听觉等模态符号建构文化象征意义的机制。研究发现, 影片借助拟人化隐喻、历史与现代对比、时空辩证关系及全球化互动等多模态隐喻策略, 将中华文明抽象概念转化为可感知的符号系统, 实现了文明理念的具身化表达、传统与现代的时空对话及全球互动理念的视觉叙事。研究揭示了多模态隐喻在跨文化传播中对文明理念具象化表达的关键作用, 为国际传播中实践中的文化叙事策略提供了理论参考。

## 关键词

多模态隐喻, 文化叙事, 文明传播, 宣传片, 跨文化叙事

# A Multimodal Metaphor Analysis of Chinese Civilization International Promotional Video "CHN"

Wenjie Guan

College of Foreign Languages, Capital Normal University, Beijing

Received: Jun. 23<sup>rd</sup>, 2025; accepted: Jul. 28<sup>th</sup>, 2025; published: Aug. 7<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

This study examines the promotional video "CHN" of Chinese civilization, analyzing how it employs multimodal strategies to construct cultural meanings through visual, linguistic, and auditory symbols, based on multimodal metaphor theory. The research finds that the video transforms the

abstract concept of Chinese civilization into a perceptible symbolic system through multimodal metaphor strategies such as personification, historical-modern contrast, time-space dialectics and global interaction. It realizes the embodied expression of civilizational subjectivity, temporal-spatial dialogue between tradition and modernity, and visual narration of global community consciousness. The study reveals the key role of multimodal metaphors in the concretization of civilizational concepts within cross-cultural communication, providing theoretical insights for cultural narration in international communication practices.

## Keywords

Multimodal Metaphor, Cultural Narrative, Civilization Communication, Promotional Video, Cross-Cultural Narrative

Copyright © 2025 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

作为中国文明国际传播的代表性文本,《CHN》宣传片以第一人称叙事视角为叙事主线,通过地理景观、历史遗产与价值观念的多维交织,系统呈现中华文明的深厚底蕴与当代活力。视频综合运用视觉符号、语言、音效等多种模态元素,构建了一个多维度的中华文明表达。本研究基于多模态隐喻理论框架,采用系统的内容分析方法,聚焦视频中不同模态的符号隐喻生成机制,探讨其如何通过跨模态映射实现中华文明理念的具象化表达,进而揭示多模态隐喻在跨文化传播中的认知建构功能。

## 2. 多模态隐喻理论概述

多模态隐喻理论是概念隐喻理论的延伸。概念隐喻理论最初源于莱考夫(Lakoff)和约翰逊(Johnson)(1980)在其开创性著作《我们赖以生存的隐喻》(*Metaphors We Live By*)中的论述[1]。传统的隐喻理论主要关注语言表达,而多模态隐喻理论则不仅涵盖语言,还包括视觉、听觉及其他感官沟通模式。该理论认为,隐喻可以在不同的符号模态(如图像、声音、手势、甚至空间布局)中实例化,从而形成一个超越单一模态的、复杂的、相互关联的意义建构系统。

多模态隐喻理论的核心原则是:隐喻运作于多种沟通模态之间,从而实现对观念更丰富、更复杂的表征。例如,视觉隐喻可以唤起运动或转变的观念,而听觉隐喻则可能唤起进程或成长的感觉。这种跨模态的映射使得意义比单一模态的表达更加细腻和多面化。一个视觉元素可以放大语言信息,或者一个音效可以改变对视觉图像的感知,创造出层次丰富的意义体验[2]。该理论还强调不同模态之间的互动。一个视觉元素可能强化语言信息,或者一个音效可能改变对视觉场景的感知,形成依赖于模态组合的层次化意义[2]。因此,多模态隐喻中的意义不仅产生于单个模态,也产生于模态之间的关系与互动之中。

多模态隐喻理论的最新研究探索了不同媒体形式如何利用跨模态隐喻来传递文化意义。Forceville(2007)指出,视觉隐喻常常利用熟悉的符号来唤起特定的情感或观念,而多模态隐喻则将这些视觉元素与语言和听觉元素相结合,创造出连贯的信息[2]。在国家身份与文化传播领域,学者已将多模态隐喻理论应用于国家广告、宣传片等推广材料的分析。这些材料常常使用隐喻来构建并向全球受众呈现特定的文化叙事。例如,廖玉慧(2017)将多模态隐喻理论应用于宣传片《不同方式游中国》,探讨视觉和语言隐喻如何协同作用,揭示了“山水意象-国家精神”的视觉隐喻转译机制,呈现中国国家形象的连贯叙事[3]。

同样,刘熠和张文烨(2020)分析了《北京周报》经济主题封面中的多模态隐喻,以突出视觉和语言元素如何构建中国的经济形象,展示一个创新、自信且积极参与全球事务的国家[4]。因此,本研究聚焦于《CHN》宣传片,为多模态隐喻在现实媒体中的作用提供了一个实证分析。通过考察在这一特定宣传语境下视觉、听觉和语言元素如何互动,本研究有助于理解当代媒体如何运用多模态隐喻来构建和传播特定的文化叙事与价值观。

3. 研究方法与分析框架

为确保分析的系统性与可验证性,本研究采用基于 Forceville (2007, 2009)多模态隐喻分析框架的结构化内容分析法,并借鉴 Kress 与 van Leeuwen (2006)的视觉语法理论[2] [5] [6]。具体研究流程始于对宣传片的反复观看与初步观察,旨在熟悉其核心主题、叙事结构及主要模态元素,并记录初步印象及隐喻性表达出现的场景。在明确研究目标后,界定分析单元是核心步骤。本研究以视频中具有相对完整意义表达的场景作为基础隐喻识别单元,每个单元通常包含一个相对独立的概念或事件。在每个分析单元内,进一步识别并分离构成该场景的主要模态符号:视觉模态(V)、语言模态(L)、听觉模态(A)。

隐喻识别与编码遵循概念隐喻理论[1]和多模态隐喻理论[2]的核心原则,即识别分析单元中存在的跨域映射。操作化过程包含四个关键环节:首先,明确该单元试图表达的核心抽象概念作为目标域(如“中华文明”“传统”“现代性”);其次,在视觉、语言或听觉模态中,识别用于表征目标域的具体意象或概念作为源域(如“熊猫”“金线”“传统音乐/现代音乐”“我(第一人称)”);第三,分析源域的特征、属性或结构如何被系统地映射到目标域上(例如:将“熊猫”的“温和”“可爱”映射到“中华文明”的“亲和力”);最后,考察不同模态在构建同一隐喻映射时的作用,分析其是相互强化、补充还是矛盾。这一过程通过预先设计的编码表进行记录,涵盖时间戳、核心目标域、核心源域及所属模态、模态协同方式及初步归类(见表 1)。

Table 1. Example of multimodal metaphor coding table for “CHN” (The complete coding includes 14 scenes)  
表 1. 《CHN》多模态隐喻编码表示例(完整编码含 14 个场景)

| 时间戳         | 核心目标域 | 核心源域                                     | 模态协同方式        | 归类      |
|-------------|-------|------------------------------------------|---------------|---------|
| 00:00:27-34 | 文明连续性 | V: 金线贯穿宇宙、美食、中国功夫<br>A: 恢弘交响乐            | V 主导、A 强化     | 时空辩证    |
| 00:01:48-55 | 文明双重性 | V: 烟花、古建筑<br>L: “坚守,创新,我一直前进着”<br>A: 烟花声 | L 主导、V + A 强化 | 历史与现代对比 |
| 00:02:26-32 | 全球共同体 | V: 冬奥标志、儿童托地球<br>L: “我追求天下为公、天下大同”       | V 主导、L 补充     | 全球化互动   |

在完成对所有单元的编码后,进入隐喻归类与模式提炼阶段。通过对编码数据的汇总分析,根据源域-目标域映射关系的共性特征和模态协同模式,将识别出的多模态隐喻归纳为具有代表性的策略类型,并提炼每种策略类型中典型的模态组合方式、映射机制及其实现的叙事效果。

4. 《CHN》宣传片中的多模态隐喻分析

《CHN》宣传片采用第一人称视角,引导观众通过互动对话,逐步理解中华文明的深层特质。视频开篇介绍了熊猫、兵马俑、美食、功夫等中国象征元素,引发观众对国家的联想。随着叙事推进,影片深入展现了中国的地理风貌、历史遗产、文化传统以及现代科技成就,展示了中国文化的丰富性与发展。视频结尾强调了中国开放包容的特质以及对全球和谐与和平的贡献。隐喻思维贯穿整个话语,视听元素

与观众互动，全面表达了中华文明的主题。在多模态语境下，各种模态或符号相互作用，形成概念隐喻，传达视频的整体意义。

#### 4.1. 拟人隐喻：主体性的跨模态映射

在《CHN》宣传片中，中华文明的拟人化是通过主体性的跨模态映射实现的。第一人称代词“我”的使用创造了一种能动性和意识感，将中华文明抽象概念转化为具有自我意识的叙事主体。关键视觉元素，如熊猫、兵马俑和传统文化符号，被部署为源域，在隐喻映射中将类人特征投射到文明本身。例如，作为中国广为人知的象征，熊猫不仅被呈现为自然的代表，还隐喻性地赋予了文明以温和与亲和的特质。同样，兵马俑代表着坚韧与耐力，赋予文明以力量和历史延续感。

一个重要的视觉模态是贯穿视频不同场景的“金线”(见表 1)。这条金线在隐喻上与中华文明深厚历史根源的概念相连。金线与宇宙意象的结合创造了一个隐喻映射，将中华文明描绘成一个不仅限于地域的实体，而是跨越广阔时空维度的存在。金线充当了不同视觉场景之间的桥梁，并辅以强调中华文明深度和延续性的语言元素。语言系统对拟人化隐喻形成深度强化，如“我辉煌过、失意过，但从没放弃过。”等表述，通过动词谓语句赋予文明主体以行为能动性，进一步拟人化了文明，将其呈现为一个积极、自省的实体。视觉符号的具象化呈现与语言叙事的抽象化表达形成互补，强化了文明的拟人化，使观众能够将中华文明感知为一个拥有自身叙事轨迹的实体。

#### 4.2. 历史与现代对比隐喻

在《CHN》宣传片中，一个关键的多模态隐喻是通过历史与现代元素的并置构建的，形成了一种强烈的对比，象征着中国古老文化遗产与其当代成就的共存。这种对比通过交替的视觉、听觉和语言表达得以描绘，共同强调了中华文明的动态性和演进性。视频运用视觉隐喻来说明中国深厚的历史根基与其现代化之间的互动。例如，长城、兵马俑、古建筑风格等传统符号，与卫星、摩天大楼、高科技城市景观等现代成就并置呈现。这些图像的相互作用创造了一个关于中国文化身份双重性的视觉隐喻，过去与现在交织在一起。

背景音乐加深了这种对比。传统中国音乐，如《春江花月夜》和《文字》，营造了一种舒缓、庄重、反思的氛围。这些以鼓声和琵琶共鸣为特色的乐曲，唤起深沉的传统感、敬畏感和延续感。相比之下，当叙事进入更现代的部分时，音乐转变为如《银河落九天》这样更富活力、节奏感更强的曲目，象征着中国当前时代的快节奏和动态特质。

视频中的语言隐喻通过旁白表达。短语“我既古老又年轻”概括了这一核心主题，直接点明了中国身份的双重性。旁白者进一步强调这种共存：“坚守、创新，我一直前进着”，强化了中国文化活力不仅在于传统的保存，更在于对创新的承诺。这一隐喻在编码表中对应“文明双重性”场景，体现语言主导、视听强化的协同模式(见表 1)。《CHN》宣传片中的古今对比创造了一个隐喻，囊括了中华文明的精髓：植根于古老传统，同时不断演进并适应现代世界。

#### 4.3. 时空辩证法隐喻

在《CHN》宣传片中，时空通过代表中华文明历史连续性的视觉隐喻融为一体。卷轴、中轴线等视觉符号的运用构建了“时间是空间运动”的隐喻。这些符号不仅在视觉上引人注目，同时也作为中国历史展开性与延续性的隐喻。卷轴徐徐展开，揭示中国地理与文化的丰富多样性，呼应了历史如同广阔、不断延展之旅的观念。中轴线作为中国古代哲学和建筑原则的象征，连接了各种历史和现代元素，将时间呈现为线性进程与循环体系的统一。

在这个隐喻空间中，黄河与长江磅礴地流淌过屏幕，代表着中华文明的广阔时间维度。这些河流被描绘为“流动”，暗示了一种“液态时间”的隐喻，象征着历史发展的连续性与动态性。这一意象与“固态时间”隐喻形成对照，后者通过日晷和二十四节气等符号体现。这些符号反映了对时间更具结构性、周期性的感知，展现了中国历史中稳定性、和谐性与精确性的重要性。“液态”与“固态”时间形式之间的张力创造了一种历史连续感，其中灵活性与结构并存。在这些层叠的视觉隐喻中，时间与空间交织在一起，映射出中华文明的深厚历史连续性。

#### 4.4. 全球化隐喻

在《CHN》宣传片中，全球化被呈现为一个隐喻，强调中国既是全球交流的贡献者，也是接受者。视频中的视觉元素在传达这一全球化隐喻中扮演核心角色。冬奥会等场景中，各国运动员齐聚一堂；不同国籍的儿童共同托起地球的图像，都体现了中国的开放性和对全球事务的参与。外国人欣赏京剧、中国明星在海外表演新疆舞蹈等跨文化交流的画面，进一步强化了中国作为一个不仅分享自身文化、也拥抱他者文化的全球实体的理念。这些视觉元素唤起了一种人类命运共同体的感觉，将中国定位为既是其古老文化的自豪守护者，也是具有前瞻性的国家。

视频中的语言元素强化了这一全球化隐喻。旁白强调了中国对世界的开放态度。诸如“我是民族的，也是世界的”等短语凸显了中国日益增长的国际存在感；而“兼收并蓄，海纳百川”等表述则强调了中国致力于应对全球挑战的决心。这些语言隐喻强化了合作、和平的全球共同体理念，这些话语传达了一种愿景：中国不仅是一个拥有深厚历史的国家，更是一个积极参与全球对话的现代文明。

#### 5. 多模态隐喻的文化叙事策略

通过对《CHN》宣传片的分析，可以清晰地看到多模态隐喻在塑造和传达中华文明的文化叙事方面发挥着至关重要的作用。该视频成功运用了视觉、听觉、语言等多种符号模态，构建了一个复杂且多面的中华文明表达。通过这些元素交织在一起，视频为观众提供了沉浸式且情感共鸣的体验，不仅展示了中国文化的丰富性，也邀请人们参与理解其在全球语境中不断演变的角色。

这种构建的核心在于隐喻的策略性运用，它使得抽象概念得以通过具体、可感知的形式被表征。通过拟人隐喻(赋予中华文明以类人的能动性)以及古今元素对比等隐喻手法，视频创造了一个平衡传统与创新、过去与未来的文明叙事。这些隐喻不仅讲述故事，更邀请观众将中华文明理解为动态、演进的实体。此外，影片对全球化的描绘与强调开放的语言元素结合，呈现了中国参与全球文化交流的姿态。更进一步，对这些多模态隐喻的反思突显了在全球化背景下文化传播的意义。《CHN》视频展示了当代媒体作为文化传播的载体，如何运用创新方法来传达文化叙事，同时促进跨文化理解。

#### 6. 结论

《CHN》宣传片有力地证明了多模态隐喻如何能够用于传达复杂的文化叙事。该视频融合视觉、听觉和语言元素的能力，创造了一个丰富、多层次的隐喻景观，诉说着中华文明的深度及其全球互动的理念。这种方法不仅增强了文化传播，也为跨文化传播实践提供了参考。研究表明：多模态隐喻作为认知工具，能够将文明理念转化为视听符号的意义网络，通过跨模态映射机制实现抽象概念的具身化表达；作为传播策略，其通过符号的时空重组与模态互动，在保持文化本真性的同时增强了跨文化沟通的有效性；作为意义建构媒介，其构建的“传统根基-现代活力”与“本土特质-全球互动”的双重表达，为国际社会理解中华文明提供了多维视角。因此，在文化传播中运用多模态隐喻，不仅仅是一种讲故事的技巧，更是在跨文化传播中促进理解与连接的强大手段。

---

## 参考文献

- [1] Lakoff, G., and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- [2] Forceville, C. (2007) Multimodal Metaphor in Ten Dutch TV Commercials. *Public Journal of Semiotics*, **1**, 19-51.  
<https://doi.org/10.37693/pjos.2007.1.8812>
- [3] 廖玉慧. 国家形象宣传片《不同方式游中国》中的多模态隐喻分析[J]. 哈尔滨学院学报, 2017(10): 130-132.
- [4] 刘熠, 张文烨. 《北京周报》经济主题封面国家形象的多模态隐喻分析[J]. 外语研究, 2020(6): 30-35+112.
- [5] Forceville, C. (2009) Non-Verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research. In: Forceville, C. and Urios-Aparisi, E., Eds., *Multimodal Metaphor*, De Gruyter, 19-52.  
<https://doi.org/10.1515/9783110215366.1.19>
- [6] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2006) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd Edition, Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203619728>