

基于ELAN量化分析的高校国际形象多模态建构研究

——以西南大学120周年校庆宣传片*SHINE WITH US*为例

胡伊琳

西南大学外国语学院, 重庆

收稿日期: 2026年6月10日; 录用日期: 2026年7月20日; 发布日期: 2026年7月30日

摘 要

高校国际形象宣传片融合了画面、声音、文字等多种符号资源, 是观察跨文化传播与动态意义生成的重要视听语料。本文以西南大学120周年校庆宣传片*SHINE WITH US*为研究对象, 探讨其如何通过画面、声音与镜头语言的组织, 共同塑造高校国际形象。研究借助多模态标注软件ELAN 7.0, 对宣传片中的声音文字、视觉主题与镜头距离进行多轨道标注与量化统计。在此基础上, 结合视觉语法理论, 对不同模态之间的互动关系及其传播功能展开分析。研究发现, 该宣传片通过历史文化、科研场景与国际交流等视觉元素的协同呈现, 在强化学校学术形象的同时, 也建构出开放、亲和的国际化高校形象。本文希望为中国高校国际宣传片的多模态表达与跨文化传播策略提供一定参考。

关键词

多模态话语分析, 视觉语法, 高校国际形象, ELAN标注

A Multimodal Construction of International Image of Universities Based on ELAN Quantitative Analysis

—A Case Study of Southwest University's 120th-Anniversary Promotional Video *SHINE WITH US*

Yilin Hu

College of International Studies, Southwest University, Chongqing

Received: June 10, 2026; accepted: July 20, 2026; published: July 30, 2026

文章引用: 胡伊琳. 基于 ELAN 量化分析的高校国际形象多模态建构研究[J]. 现代语言学, 2026, 14(7): 1120-1134.
DOI: 10.12677/ml.2026.147746

Abstract

University promotional videos combine images, sound, and language to construct meaning and support cross-cultural communication. This study analyzes Southwest University's 120th-anniversary video *SHINE WITH US* to examine how its international image is formed through visual, auditory, and cinematic resources. Using ELAN 7.0 for multimodal annotation and Visual Grammar theory for interpretation, the study finds that historical culture, research scenes, and international exchanges jointly project an image of academic professionalism and global openness. This paper aims to provide certain references for the multimodal expression and cross-cultural communication strategies of international promotional videos produced by Chinese universities.

Keywords

Multimodal Discourse Analysis, Visual Grammar, International Image of Universities, ELAN Annotation

Copyright © 2026 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

高校形象宣传片融合了图像、声音、文字等多种符号资源，是观察跨文化传播与动态意义生成的重要视听语料。本文以西南大学 120 周年校庆国际形象宣传片 *SHINE WITH US* 为研究对象。该片时长 254.91 秒，以英文旁白贯穿全片，并结合校园地标、科研场景以及师生互动同期声等多种视听元素，呈现学校的历史文化、科研实力与国际化办学形象。作为面向海外受众发布的校庆宣传片，其意义表达并非依赖单一模态，而是通过画面、声音与镜头语言的相互配合，共同完成学校国际形象的塑造。因此，对其展开多模态分析，有助于进一步理解中国高校在国际传播中的形象呈现方式与传播策略。

为减少传统多模态质性分析过度依赖主观阐释的问题，本文引入多模态流媒体标注软件 ELAN 7.0 作为核心分析工具。该软件能够对动态视频进行多轨道切片与精准标注，从而将连续的视听内容转化为可统计的时长与频次数据。研究重点围绕声音文字、视觉主题以及镜头距离三个维度展开量化统计，并结合视觉语法理论，对不同模态之间的互动关系及其传播功能进行分析，以揭示宣传片如何通过多种视听资源的组织与配合，建构高校国际形象。

2. 多模态话语分析

多模态话语分析已逐渐成为语言学与传播学研究的重要方向，研究视角也从单一语言模态扩展至图像、声音、动作与空间等多种符号资源的综合分析。高校宣传片因融合了丰富的视听元素与传播功能，成为当前多模态视频语篇研究的重要对象，同时也承担着高校国际形象传播与跨文化交流的重要作用。

从研究发展来看，早期社会符号学研究主要关注静态图像与文本之间的关系，而近年来，多模态研究逐渐呈现出数字化、量化与跨学科的发展趋势。李梦洁等指出，当前多模态话语分析正在从传统质性研究逐步转向结合量化统计与数智技术的研究路径[1]。随着流媒体语料与数字标注工具的广泛应用，多模态视频的分析方式也更加精细化，研究主题已不再局限于语言特征本身，而开始关注身份建构、跨文化传播以及高校国际化表达的语篇策略表达等更广泛的社会文化议题[2]。

在多模态视频语篇的实践研究中, 高校宣传片作为高校对外传播的重要媒介, 其视听资源的组织方式会直接影响海外受众对学校形象的理解与认知。张霆指出, 高校形象宣传片需要通过故事化叙事与情感化表达, 将宏观的学校形象转化为更易于受众接受的传播内容, 从而塑造高校的国际品牌形象[3]。朱巧莲在高校宣传片视听翻译研究中也提出, 多模态语篇的传播不仅涉及文字翻译, 还需要协调声音、画面与转场等不同模态之间的关系, 以增强跨文化传播中的信息接受效果[4]。此外, 严慧仙在视频语篇研究中指出, 画面、旁白与音乐等多种符号资源的结合, 能够将抽象文化内容转化为更具感染力的视觉叙事[5]。这些研究说明, 多模态资源的组织方式已经成为影响高校国际传播效果的重要因素。

总体来看, 现有研究已经围绕多模态话语分析、高校宣传片传播以及跨文化表达等方面展开了较为丰富的讨论。然而, 相关研究仍存在一定不足。一方面, 已有研究多以宏观描述或纯质性分析为主, 缺乏借助流媒体标注工具进行精细化量化分析的研究路径; 另一方面, 关于高校国际形象的讨论, 多集中于历史文化与人文底蕴的呈现, 对于新时代高校如何通过科研场景、技术创新与国际交流重构自身形象的关注仍相对有限。

基于此, 本文选取西南大学 120 周年校庆国际形象宣传片 *SHINE WITH US* 作为研究语料, 借助 ELAN 7.0 软件对视频进行多轨道标注与量化统计, 并结合视觉语法理论, 对声音、画面与镜头距离等视听资源的组织方式进行分析。本文旨在探讨该宣传片如何通过不同模态之间的配合, 呈现学校兼具历史底蕴、科研实力与国际化特色的高校形象, 并为中国高校国际宣传片的多元表达与跨文化传播提供一定参考。

3. 宣传片宏观结构分析

在利用 ELAN 软件进行微观标注之前, 有必要先从整体层面分析宣传片的叙事结构及其视听资源的组织方式。从多模态角度来看, 该宣传片并未采用线性铺陈的历史叙事, 而是通过画面切换、声音变化以及镜头节奏的调整, 逐步推进不同阶段的叙事内容。

全片前 45 秒可视为第一个叙事单元, 主要用于呈现学校的地域文化与历史背景。这一阶段最明显的特点是语言模态的暂时缺席。英文旁白尚未出现, 听觉层面主要由舒缓的器乐声承担氛围铺垫, 画面则成为意义表达的核心载体。镜头首先以远景呈现重庆两江交汇与洪崖洞等城市景观, 随后转入校园中的中心图书馆、一号门等标志性建筑。此类画面以静态空间展示为主, 更强调环境与文化氛围的呈现。宣传片在开篇有意弱化语言信息, 通过画面与音乐的配合, 使海外受众首先从视觉层面对学校的地域特色与历史底蕴形成初步认知。

从 00:45 至 02:15, 宣传片的叙事重点逐渐转向现代科研形象的呈现, 进入第二个叙事单元。与开篇以画面主导的表达方式不同, 这一阶段开始大量加强声音与画面的同步配合。英文旁白在此正式进入核心位置, 主要采用客观陈述的方式, 对学校的办学理念、科研平台与学术成果进行介绍, 在整体语篇中起到了组织与引导意义的作用。

为了配合旁白中的科研主题, 画面频繁切换实验室操作、类脑设备运行以及智能农业传感器等科研场景。研究人员的视线移动、仪器操作过程以及实验动作的连续变化, 使画面形成了较强的动态感, 也进一步强化了“科技创新”这一核心主题。相比于单纯的信息介绍, 这类视觉呈现将原本较为抽象的科研实力转化为具体、可视的动态过程, 使观众能够更直观地感知学校的科研氛围与技术形象, 同时也与宣传片 *SHINE* 所强调的智慧与创新主题形成呼应。

最后两分钟至影片结束, 宣传片的叙事重心进一步转向校园生活与国际交流场景, 更强调人与人之间的互动关系。这一阶段中, 官方旁白明显减少, 取而代之的是课堂讨论、体育活动、乐团排练等大量真实同期声。相比前一阶段较强的官方叙述色彩, 此时的声音表达更接近日常交流, 也增强了整体语篇的亲近感。

在视觉层面, 影片后期减少了大规模远景镜头的使用, 更多采用中景与近景呈现本土学生与外籍留

学生之间的交流互动。人物直视镜头的眼神接触，以及自然的面部表情与动作，使观众更容易产生参与感与代入感。与此同时，平视镜头的大量使用，也弱化了传统宣传片中常见的距离感与正式感，使学校形象从单纯的制度空间逐渐转向更加开放、日常的校园交流空间。在声音、镜头与人物互动的共同作用下，宣传片最终建构出兼具科研实力与人文氛围的国际化高校形象。

4. 宣传片多模态语篇设计分析

4.1. ELAN 编码与赋码方案

为对校庆国际形象宣传片中的多模态资源进行更为系统的量化统计与质性分析，本文引入音视频多模态标注软件 ELAN 7.0 作为核心分析工具，如图 1。

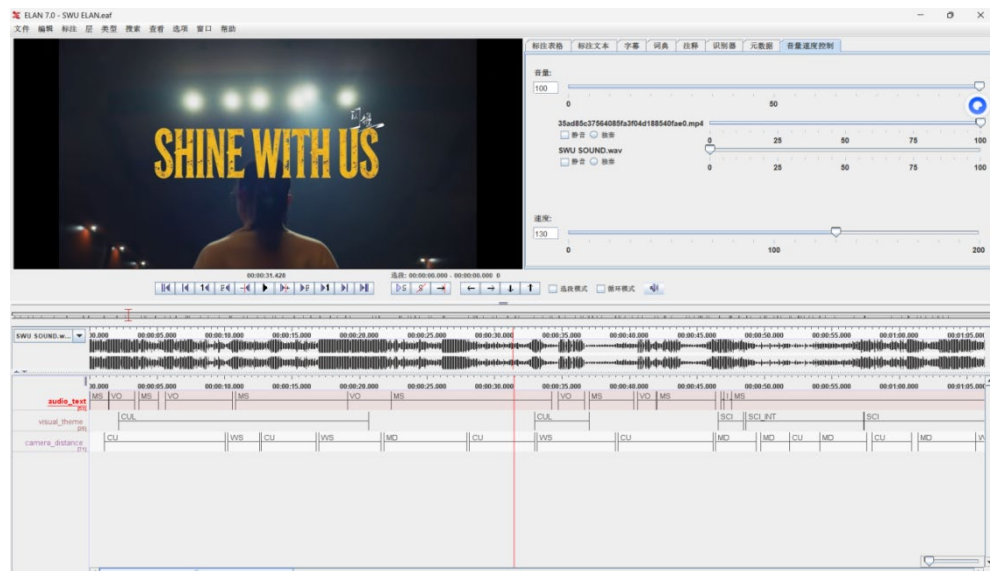


Figure 1. ELAN annotation
图 1. ELAN 标注

本研究以系统功能语言学中的多模态话语分析理论为基础，结合宣传片的视听特征，将语篇划分为三个相互对应的分析层级，并分别设置 9 类具体编码，以对不同模态资源进行分类标注与统计分析。具体的层级划分与赋码方案如下：

4.1.1. 声音文字轨(Audio-Text)

该层级主要对应多模态语篇中的听觉与言语资源，重点分析声音信息在意义表达与跨文化传播中的作用。该轨道共设置 3 类编码，见表 1：

Table 1. Coding scheme of audio-text track
表 1. 声音文字轨道赋码方案

编码	类型	特征
VO (Voiceover)	纯英文旁白/画外音	用于标注英文旁白主导画面的时段
IV (Interview)	中外师生或校友的同期声发言与明确的动态交互场景	涵盖具有明确跨文化交流与学术互动特征的同期声场景，包括课堂讨论、合作交流以及眼神、手势等非言语互动行为
MS (Music)	纯音乐与环境音转场	当视频处于无旁白阶段、画面转场阶段，或背景音乐被明显强化以营造情绪氛围

4.1.2. 视觉画面轨(Visual-Theme)

该层级主要对应视觉语法中的“再现意义”，重点分析宣传片如何通过不同类型的视觉场景呈现学校形象，并构建其国际传播中的品牌认知。该轨道共设置 3 类编码，见表 2：

Table 2. Coding scheme of visual-theme track
表 2. 视觉画面轨道赋码方案

编码	类型	特征
CUL (Culture)	西大历史与校园/地域文化底蕴	该编码主要涵盖学校历史建筑与文化地标，包括校园标志性建筑、校庆文化符号以及重庆城市景观
SCI (Science)	现代科研与智慧火花	对应科研与技术场景，包括现代化实验室、科研仪器、智能农业设备以及师生实验操作等画面内容
INT (International)	国际交流与全球化视野	专门用于标注外籍教师、留学生等跨文化主体出境、互动、授课或沟通

4.1.3. 镜头距离轨(Camera-Distance)

该层级主要对应视觉语法中的“互动意义”，重点分析宣传片如何通过镜头距离与人物呈现方式，调节学校与海外受众之间的心理距离。该轨道共设置 3 类编码，见表 3：

Table 3. Coding scheme of camera-distance
表 3. 镜头距离轨道赋码方案

编码	类型	特征
CU (Close-up)	特写与近景	抓拍师生专注的眼神、面部微笑或实验器具操作细节
MD (Medium)	中景	框取正常的教学、师生交谈、校园日常运动及文艺排练场景
WS (Wide-shot)	远景与航拍	展现宏大的校园全景、教学楼群、缙云山脉及城市大交通景观

4.2. 标注原则与冲突处理说明

为保证 ELAN 量化统计结果的科学性与信度，本文在赋码过程中严格遵循以下原则：

第一，主导模态原则。在背景音乐贯穿全片的情况下，当画面同时出现旁白(VO)或师生出境交流(IV)时，音乐作为背景性听觉资源不单独进行标注，而优先标记具有信息主导功能的语言模态，如旁白或同期声。仅在无言语表达的空镜头转场阶段，或背景音乐显著强化以承担情绪铺垫功能时，才将听觉轨道单独标注为纯音乐(MS)。

第二，视觉显著性原则。当文化底蕴(CUL)与国际交流(INT)在同一镜头中同时出现时，依据视觉焦点与构图重心进行判定。例如在留学生出现在校园历史建筑前的画面中，若镜头以远景或航拍为主，强调空间环境与建筑符号，则优先标注为 CUL；若镜头推进至人物近景或特写，以人物表情与互动行为为视觉中心，则标注为 INT。

通过对上述三个轨道进行平行切片与独立赋码，全片(共计 254.91 秒)共获得 149 个有效标注区间，如图 2，其中声音文字轨 53 个，视觉主题轨 25 个，镜头距离轨 71 个。这些量化结果为后续从再现意义、互动意义与构图意义三个维度展开定性分析提供了客观依据。

4.3. 宣传片模态统计分析

在声音文字轨上，语篇呈现出随着叙事内容的变化不断进行功能转换与相互配合。

统计参数				
层	标注数量	最小时长	最大时长	平均时长
audio_text	53	0.09	22.6	4.357453
visual_theme	25	0.85	22.3	6.752
camera_distance	71	0.725	16.417	3.13669

中间时长	总标注时长	标注时长百分比	恢复时间
2.12	230.945	87.105	0.0
4.95	168.8	63.666	2.15
2.3	222.705	83.997	1.1

Figure 2. Statistical information of the promotional video by tier
图 2. 宣传片分层信息统计

层

选择层:

audio_text

☒ 只显示根层

统计参数

标注	命中	最小时长	最大时长	平均时长
IV	9	0.55	21.15	4.775
MS	17	1.4	22.6	8.344
VO	27	0.09	4.95	1.708

中间时长	总标注时长	标注时长百分比	恢复时间
2.65	42.975	16.209	47.0
5.95	141.85	53.501	0.0
1.83	46.12	17.395	1.44

Figure 3. Annotation information of the audio-text track
图 3. 声音文字轨标注信息

根据统计结果，如图 3，纯音乐与环境音转场(MS)的总标注时长最长，达到 141.85 秒，占声音层总时长的 53.50%。该类声音主要分布在视频开篇的历史文化呈现阶段以及不同叙事单元之间的过渡部分，在整体语篇中承担了重要的节奏调节功能，为意义转换提供了听觉层面的缓冲空间。相比之下，如图 4，纯英文旁白(VO)的总时长为 46.12 秒，占比 17.40%。旁白多采用客观陈述的表达方式，对学校的办学理念与核心成就进行概括性说明，在多模态语篇中起到引导视觉解读与锚定核心意义的作用。此外，中外师生及校友的同期声与互动发言(IV)总时长为 42.98 秒，占比 16.21%。该类声音主要出现在科研协作、体育活动及日常交流等场景中，将相对正式的官方叙事转化为更具互动性的社会化表达，从而增强跨文化受众对学校国际形象的理解与认同。

在视觉主题轨上，宣传片的画面重点逐渐由历史文化展示转向现代科研场景，并以科技创新作为学校国际形象的重要组成部分。

根据 ELAN 7.0 的统计结果，如图 5，现代科研与智慧创新(SCI)的总标注时长最长，达到 78.95 秒，占视觉主题总时长的 29.78%。该类画面主要包括现代化实验室、类脑科研设备以及智能农业等场景，整体视觉重心明显偏向科研与技术创新的呈现。通过连续的实验操作与设备运行画面，宣传片将学校的科

研实力转化为更具动态感和可视化的视觉内容,并进一步呼应了全片“SHINE”所强调的智慧与创新主题。

相比之下,如图6,文化底蕴(CUL)的总标注时长为64.80秒,占比24.44%。该类视觉内容主要通过

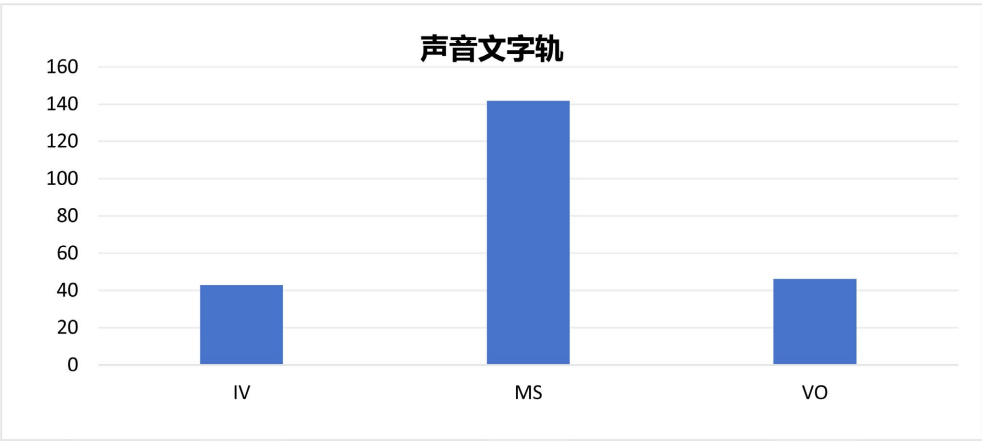


Figure 4. Duration statistics of the audio-text track
图4. 声音文字轨时长统计

统计参数				
标注	命中	最小时长	最大时长	平均时长
CUL	11	1.05	18.5	5.891
INT	4	1.05	10.15	4.075
SCI	9	0.85	22.3	8.772
SCI_INT	1	8.75	8.75	8.75

中间时长	总标注时长	标注时长百分比	恢复时间
05	64.8	24.441	2.15
55	16.3	6.148	202.25
1	78.95	29.778	46.55
75	8.75	3.3	48.6

Figure 5. Annotation information of the visual-theme track
图5. 视觉主题轨标注信息

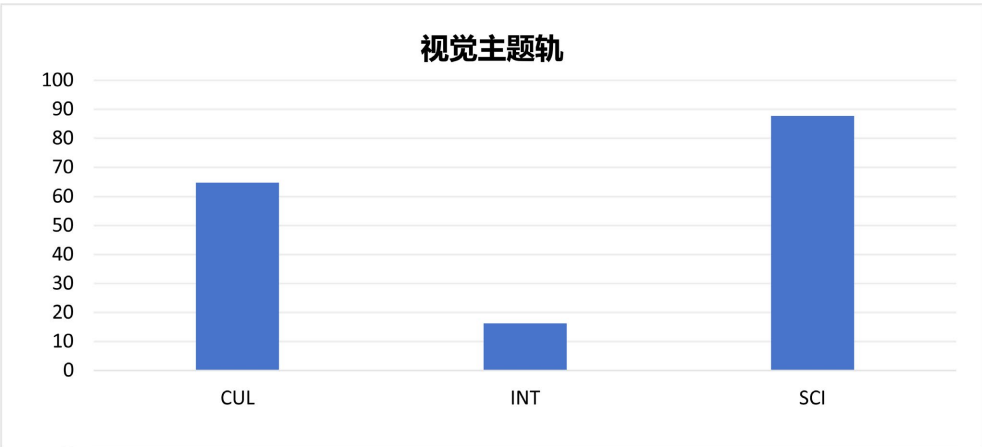


Figure 6. Duration statistics of the visual-theme track
图6. 视觉主题轨时长统计

校园历史建筑与重庆城市地标的组合呈现,强化学校的地域文化特色与历史积淀。国际交流(INT)的总标注时长为 16.30 秒,占比 6.15%;此外,还存在科研与国际交流相结合的复合标签(SCI_INT),总时长为 8.75 秒,占比 3.30%。这类画面通常呈现外籍教师、国际学生参与科研或课堂交流的场景,使学校的科研形象与国际化特征形成结合。不同视觉主题之间的相互配合,共同构建了兼具历史文化、科研创新与国际交流特征的高校国际形象。

在镜头距离轨上,宣传片通过不同景别的切换与组合,不断调节学校形象与受众之间的社会距离。

统计参数				
标注	命中	最小时长	最大时长	平均时长
CU	32	0.725	16.417	3.495
MD	32	0.857	7.272	2.839
WS	7	1.043	5.8	2.859

中间时长	总标注时长	标注时长百分比	恢复时间
2.184	111.84	42.183	1.1
2.457	90.851	34.266	21.8
2.3	20.014	7.549	10.25

Figure 7. Annotation information of the camera-distance track

图 7. 镜头距离轨标注信息

根据 ELAN 7.0 的统计结果,如图 7,特写与近景(CU)的总标注时长最长,达到 111.84 秒,占镜头视距总时长的 42.18%。在视觉语法中,近景与特写能够更清晰地呈现人物的面部表情与眼神变化,从而缩短人物与观众之间的社会距离,增强受众的情感参与感。宣传片中大量使用近景镜头,对师生交流、科研操作以及校园生活中的人物状态进行了细致呈现,使整体语篇在视觉上更具亲近感。与此同时,中景(MD)的总标注时长为 90.85 秒,占比 34.27%。该类镜头主要出现在课堂讨论、体育活动与日常交往等场景中,以相对自然的视距呈现校园生活状态,在保持客观观察感的同时,也增强了画面的真实感与互动感。

如图 8,远景与航拍(WS)的总标注时长为 20.01 秒,占比 7.55%,主要用于展示校园整体环境、城市空间以及大型建筑景观。这类镜头能够在宏观层面交代学校的空间环境与地域特征,并为后续人物叙事提供视觉铺垫。不同视距镜头的交替使用,使宣传片在宏观空间展示与微观人物表达之间形成层次性的视觉结构,从而不断调节学校形象与海外受众之间的心理距离。

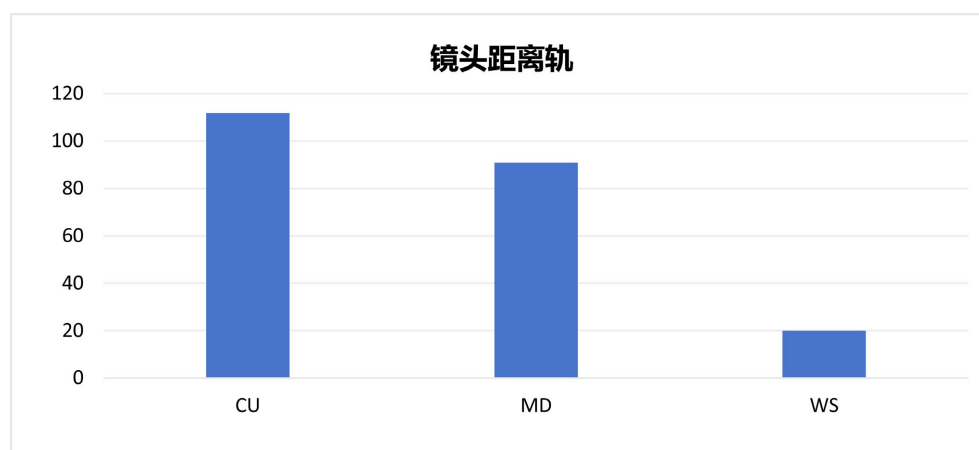


Figure 8. Duration statistics of the camera-distance track

图 8. 镜头距离轨时长统计

4.4. 多模态具像化分析

4.4.1. 再现意义

视觉语法理论将图像的再现意义划分为概念再现与叙事再现。宣传片开篇呈现的两江交汇、重庆城市景观以及校园历史建筑等画面，属于典型的概念再现。这类画面以静态空间展示为主，缺少明显的动作矢量，同时英文旁白尚未进入，仅由舒缓的背景音乐承担情绪铺垫功能。通过对地域文化符号与历史空间的集中呈现，宣传片首先在视觉层面强化学校的地理文化背景，使海外受众在相对缓和的视听节奏中形成对学校历史底蕴与地域特色的初步认知。随着叙事推进，宣传片逐渐转向以动作与互动为核心的叙事再现，通过具有明显动态特征的画面建构学校的现代化形象。在科研场景中，智能农业设备运行、类脑仪器操作以及实验室实验过程等画面形成了连续的动作轨迹，研究人员的视线移动与仪器操作动作共同构成具有方向性的视觉矢量，从而增强了画面的动态感与科技感。这类视觉资源将原本较为抽象的科研实力转化为具体、可视的创新过程，使观众能够更直观地感知学校的科研氛围与技术形象。

在外籍教师授课、留学生合作交流以及学生体育活动等场景中，人物之间的动作互动与视线交流进一步构成了双向交往的叙事关系。这些画面与声音轨中的课堂讨论、人物同期声等听觉资源形成配合，使宣传片在官方叙事之外增加了更具生活化与互动性的交流氛围，从而共同建构出兼具科研实力与开放包容特征的国际化高校形象。

4.4.2. 互动意义

视觉语法理论中的互动意义主要关注画面主体与观众之间的社会关系，其分析维度包括接触、社会距离与态度等要素。在本片中，宣传片通过镜头视角、人物位置以及景别变化，不断调节学校形象与海外受众之间的心理距离。

在接触维度上，宣传片主要通过“提供图像”与“索求图像”的交替使用，引导观众的注意力与情感参与。如图9所示，在展现学校科研实力时，镜头呈现了学生佩戴生理设备进行脑电实验的场景。画面中的实验人员始终专注于实验操作，其视线集中于仪器与数据界面，并未与镜头形成直接的眼神交流，因此属于典型的“提供图像”。在这一过程中，人物并未主动向观众发出互动邀请，而是以相对客观、观察性的方式呈现真实的科研环境。此类画面更强调科研活动本身的专业性与真实性，使观众以旁观者的



图片来源：高校官方宣传片视频截图，版权归原作者所有。

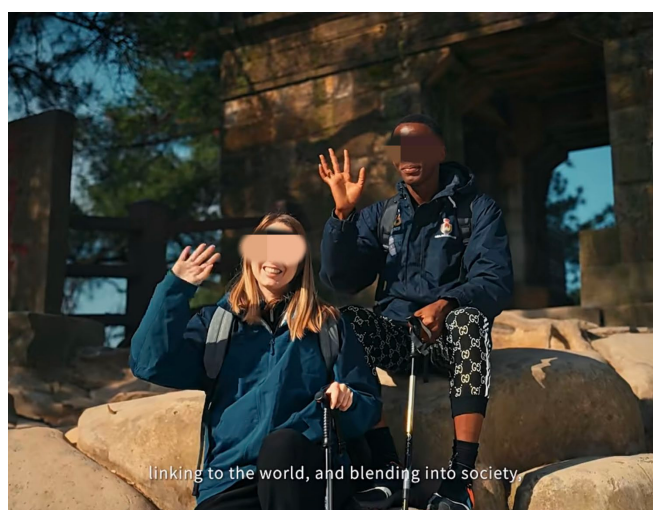
Figure 9. Contact-offer image

图9. 接触 - 提供图像

身份进入实验场景，并将注意力集中于学校所展现出的科研能力与学术氛围。在视觉层面，这种较为克制的互动方式也进一步强化了学校国际形象中的专业性与学术属性。

当镜头转向校园日常交流场景时，画面氛围也由此前相对严肃的科研空间转向更加轻松、开放的户外环境。如图 10 所示，一男一女两位学生正在结伴登山，其中左侧的外籍女学生在行进过程中主动向镜头挥手，并以微笑表情直接注视镜头。这种明确的眼神接触在视觉语法中属于典型的“索求图像”。

与前文科研场景中的“提供图像”不同，此时画面主体主动与观众建立视觉联系，并通过挥手、微笑等动作向屏幕前的受众发出互动邀请。这种直接的交流方式有效增强了宣传片的亲近感与参与感，使海外观众更容易在视觉上产生代入感。与此同时，户外运动场景所呈现出的轻松氛围，也进一步弱化了传统高校宣传片中较强的制度化表达，使学校形象从单纯的学术空间扩展至更加真实、多元的校园生活场景。在这一过程中，跨文化传播中的信息接收也不再停留于被动观看，而逐渐转向情感层面的认同与参与。



图片来源：高校官方宣传片视频截图，版权归原作者所有。

Figure 10. Contact-demand image

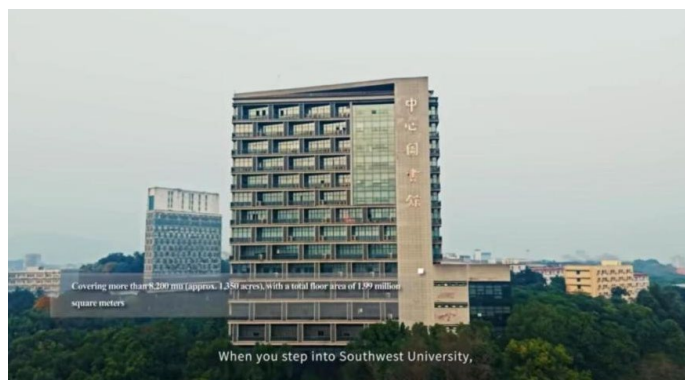
图 10. 接触 - 索求图像

在社会距离维度上，宣传片通过远景、中景与近景的交替使用，不断调节受众与学校之间的心理距离。如图 11 所示，在呈现校园整体环境与宏大叙事场景时，影片主要采用远景镜头。画面将大面积教学楼群与远处山脉共同纳入同一视觉空间，增强了校园环境的空间纵深感。在视觉语法中，这种大视距构图通常会强化观众与画面主体之间的距离感，并通过开阔空间与建筑规模呈现学校作为高等教育机构的整体形象。与此同时，远景镜头也进一步突出了校园环境的稳定性与庄重感，使学校空间在视觉上具有一定的文化象征意味。

相比之下，如图 12 所示，宣传片在展现实验室讨论与师生交流场景时，则更多采用中景构图。该类镜头不再强调宏观空间，而是将镜头距离调整至更接近日常社交的观察视角。通过聚焦师生围坐讨论、合作交流等具体互动场景，画面的视觉中心逐渐由建筑空间转向人物本身，从而增强了校园生活的真实感与互动感。这种较为自然的社会距离，也有助于缩短海外受众与学校之间的心理距离，使观众更容易对画面中的学习与交流场景产生代入感。

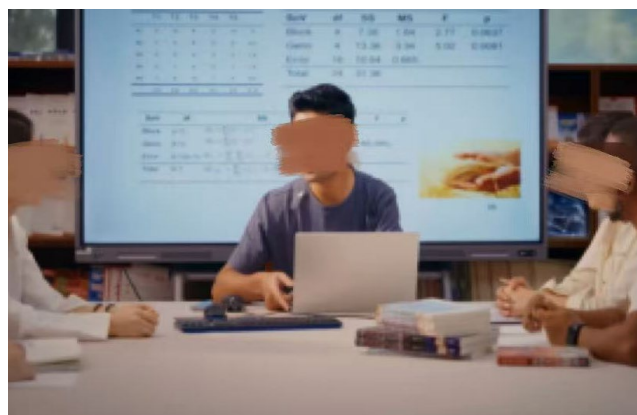
除了宏观空间与日常交流场景之外，宣传片中还大量穿插了近景与特写镜头，将镜头距离进一步推进至更加微观的人物与实验细节层面。如图 13 所示，在展现学校特色科研内容时，镜头以极近距离聚焦

实验人员的手部操作，清晰呈现家蚕与蚕茧实验过程中的细节变化。这类特写镜头将观众的注意力从宏观校园空间转移至具体的科研操作过程，使原本抽象的科研成果转化为更具可视化与真实感的实验场景。



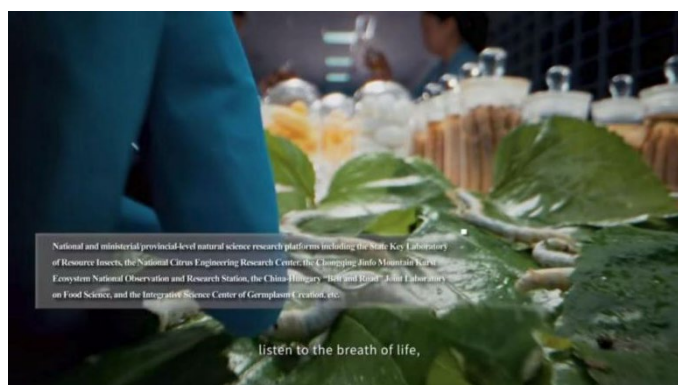
图片来源：高校官方宣传片视频截图，版权归原作者所有。

Figure 11. Social distance-wide shot
图 11. 社会距离 - 远景



图片来源：高校官方宣传片视频截图，版权归原作者所有。

Figure 12. Social distance-medium shot
图 12. 社会距离 - 中景



图片来源：高校官方宣传片视频截图，版权归原作者所有。

Figure 13. Social distance-close-up shot
图 13. 社会距离 - 近景

在视觉语法中,近景与特写通常对应更近的社会距离,能够增强观众对画面内容的参与感与临场感。相比远景所强调的机构规模与空间秩序,此类微观镜头更突出人物行为与科研细节本身,从而弱化了传统高校宣传片中较强的制度化距离感。通过频繁切换宏观空间与微观实验细节,宣传片在整体叙事上实现了从学校整体形象到具体科研实践的视觉转换,使海外受众能够以更加贴近的视角感知学校的科研特色与学术氛围,并进一步增强对学校国际形象的情感认同。

在态度维度上,宣传片主要通过不同垂直视角的切换,传递不同的话语氛围与观看关系。如图 14 所示,在展现校园核心地标与整体环境时,影片采用了俯视角度的航拍镜头。画面将学校一号门及周边校园空间完整纳入镜头之中,使观众以较高视角对校园环境进行整体观察。在视觉语法中,俯视视角通常能够增强画面的空间纵深感,并在一定程度上弱化人物主体的情感参与,使观众保持相对客观、理性的观察位置。通过这种宏观视角,宣传片重点呈现了学校的整体规模、空间秩序与办学环境,从而强化高校作为正式教育机构的庄重感与稳定感。同时,这类航拍镜头也为后续转入校园内部的教学、科研与交流场景提供了空间上的视觉铺垫,使整体叙事在宏观环境与微观人物之间形成自然过渡。



图片来源:高校官方宣传片视频截图,版权归原作者所有。

Figure 14. Attitude-high angle

图 14. 态度 - 俯视



图片来源:高校官方宣传片视频截图,版权归原作者所有。

Figure 15. Attitude-eye-level angle

图 15. 态度 - 平视

宣传片后期则逐渐转向如图 15 所示的平视视角。在课堂讨论与师生交流场景中,镜头高度基本与人物视线保持一致,从而在视觉上建立起观众与画面主体之间相对平等的关系。在视觉语法中,平视角度

通常能够弱化权威感与距离感,使观众更容易以参与者而非旁观者的身份进入画面情境。相比前期俯视航拍所强调的宏观空间与机构属性,此阶段的平视镜头更突出人物之间的真实互动与日常交流氛围。课堂讨论、合作交流以及人物自然的表情与动作,共同营造出开放、包容的校园学术环境。与此同时,这类画面又与声音轨道中大量出现的真人讨论同期声(IV)形成配合,使整体表达由相对正式的官方叙事逐渐转向更加生活化、互动化的交流方式。

通过视角转换与多模态声音资源的共同作用,宣传片在后期有效弱化了传统宏大叙事中较强的单向输出感,并以更加平等、亲近的交流姿态,建构出兼具开放性与亲和力的国际化高校形象。

4.4.3. 构图意义

视觉语法理论中的构图意义主要关注画面中不同视觉元素之间的空间组织方式,以及这些元素如何共同构成具有整体性的视觉语篇。构图意义通常由信息值、显著性与框架三个方面共同实现。在本片中,宣传片通过对人物、空间与环境元素的协调安排,将学校的历史文化、科研实力与校园生活有机融合在同一语篇结构之中。在信息值维度上,宣传片并未严格采用左已知、右新知的线性构图方式,而是更多运用中心—边缘结构突出核心信息。如前文图 15 所示,在实验室师生交流场景中,人物互动与交流行为被置于画面中心,而实验设备与环境空间则分布于周边区域。在视觉语法中,中心位置通常承担主要信息功能,更容易成为观众视觉关注的焦点;边缘元素则更多起到环境补充与氛围支撑作用。通过这种构图方式,宣传片能够在较短时间内迅速强化观众对核心人物与交流行为的关注,使学校的科研与教学活动更加直观地呈现在海外受众面前。

在显著性维度上,宣传片主要通过景深处理、焦点控制以及视觉重心安排,引导观众的观看路径。如图 16 所示,在展现校园体育活动的特写镜头中,前景中奔跑与拼抢的学生人物保持清晰焦点,而背景中的球网、建筑与绿植则被弱化处理,形成明显的虚实对比。这种景深差异有效减少了背景环境对视觉注意力的分散,使动态中的人物主体在画面中具有更强的视觉显著性。通过突出青年学生的动作状态与情绪表现,宣传片进一步强化了校园生活中的活力感与参与感,也使人物主体成为国际化校园形象建构中的核心视觉焦点。



图片来源:高校官方宣传片视频截图,版权归原作者所有。

Figure 16. Compositional meaning-Salience

图 16. 构图意义 - 显著性

在框架维度上,宣传片主要通过强框架与弱框架的交替使用,调节整体画面的节奏与氛围。在展现一号门等历史建筑场景时,影片大量利用建筑本身清晰的几何线条与空间结构形成强框架,将主体建筑

稳定地限定在相对封闭的视觉空间之中。这类构图方式强化了画面的秩序感与稳定感，也进一步突出了高校历史建筑所承载的庄重氛围与文化象征意义。在师生科研讨论、艺术排练以及校园运动等日常场景中，宣传片则明显弱化了线条边界与空间分隔，更多采用开放式的弱框架构图。人物与环境之间的界限相对柔和，画面元素之间也呈现出更自然的流动关系。这种构图方式减弱了传统宣传片中过于正式和封闭的视觉感受，使整体语篇在视觉上更具生活化与互动感。

通过强框架与弱框架之间的灵活切换，宣传片在庄重感与亲近感之间形成了较为平衡的视觉表达。一方面，它保留了高校作为学术机构的稳定性与历史厚重感。另一方面，也通过开放性的空间组织方式，呈现出更加包容、多元与具有国际交流氛围的校园形象。

4.5. 视觉语法的跨文化适用性反思

本研究在分析高校国际宣传片时发现，视觉语法在跨文化和主流视频的分析上存在一些不足。由于该理论主要针对静态画面，虽然本研究用 ELAN 软件对视频时长进行了精确拆解，但视频中的镜头切换带有时间连续性和故事连接性。如果直接硬套左右、上下这种平面布局的划分法则，很容易割裂画面和声音在动态播放过程中的整体效果。

同时，西方理论习惯用批判视角去解构权力关系，这与国内的文化背景有些脱节。在经典理论里，低头俯视的视角或者线条生硬的框架往往被看作是权威压迫或制度束缚。但在国内高校视频中，航拍校园的全景俯视，或者利用中式大门等线条构图，其实是为了展现传统美学里的庄重与秩序，目的是表现学校深厚的学术底蕴。如果直接照搬西方的批判模式，很容易误读这些画面，反而削弱了片中想要传达的集体凝聚力和正面学校形象。

5. 结论

本研究以西南大学 120 周年校庆国际形象宣传片 *SHINE WITH US* 为研究语料，借助多模态标注软件 ELAN 7.0 对宣传片进行了量化切片与轨道统计，并结合视觉语法理论，对其多模态话语建构方式展开分析。研究发现，该宣传片通过再现意义、互动意义与构图意义等多种视觉资源的协同组织，将学校的历史文化、科研实力与校园人文生态融合于统一的国际传播语篇之中，从而建构出兼具学术专业性 with 开放包容特征的国际化高校形象。

本研究采用量化统计与质性分析相结合的方法，在一定程度上减少了传统多模态研究中过度依赖主观阐释的问题，也进一步验证了视觉语法理论在动态流媒体语篇分析中的适用性。研究结果不仅有助于理解中国高校国际形象传播中的多模态话语机制，也可为高校国际宣传片的视觉设计与跨文化传播策略提供参考。受限于语料规模以及缺乏真实受众反馈，本文仍存在一定不足。未来研究可结合眼动实验、问卷调查等方法，进一步考察不同多模态符号组合对海外受众情感认同与传播效果的具体影响，从而为高校国际传播实践提供更具实证性的支持。

声 明

本文所有宣传片截图及相关多模态图像素材，均来源于公开渠道的视频资料。上述素材仅用于学术研究与多模态话语分析，不涉及任何商业用途。视频素材的所有权及版权均归原制作单位及作者所有，特此声明并致谢。

参考文献

- [1] 李梦洁, 冯德正, 邓谊. 国际多模态话语分析的进展与前沿[J]. 现代外语, 2024, 47(3): 419-430.

- [2] 邓若岚, 孙小孟. 从背景到意图: 多模态话语中语境要素的功能转向[J]. 外国语文, 2022, 38(6): 94-101.
- [3] 张霆. 基于讲好大学故事的高校形象宣传片创作理路探微[J]. 四川戏剧, 2019(6): 172-176.
- [4] 朱巧莲. 视听翻译视角下的高校宣传片编译——以上海大学宣传片编译为例[J]. 上海翻译, 2024(5): 19-24.
- [5] 严慧仙. 多模态视频话语分析对跨文化能力培养的启示——以《舌尖上的中国》为例[J]. 外语电化教学, 2015(3): 69-74.