

# 新时代国家形象的内涵与多模态隐喻建构

李霞

(天津外国语大学英语学院 天津 300204)

**【摘要】** 中国特色社会主义已经进入新时代, 国家形象的内涵界定、多维建构与传播已经成为国家宏观战略中的重要一环。国家形象宣传片通过多模态隐喻的认知机制, 使观众产生情感共振和价值共鸣, 是构建大国形象的新兴重要途径之一。这些宣传片通过巧妙的构思, 以及影像、文字、声音等多模态的联动, 以受众可以接受的隐喻方式, 亲切地讲述着中国故事, 让受众自然而然地达到“共情”。近年来的几部宣传片成功地塑造了中国文明大国、东方大国、负责任大国、社会主义大国的新时代大国形象。

**【关键词】** 国家形象; 多模态隐喻; 中国一分钟

**DOI:** 10.18686/jyyxx.v3i6.47808

习近平同志在十九大报告中明确指出: 中国特色社会主义已经进入了新时代, 这是我国发展新的历史方位。在这一特定的历史时期, 建构良好的国家形象, 加强中国在国际上的话语权和影响力, 打破西方世界对我们传统的刻板印象, 是我们新的历史使命和新的挑战。因此, 国家形象的内涵界定、多维建构和立体传播, 已经成为国家宏观战略中的重要一环。

国家形象宣传片是构建大国形象的重要途径之一。作为典型的多模态文本, 国家形象宣传片可以同时利用画面、声音、文字、色彩等符号具化价值内容, 综合展现一个国家的历史文化和精神面貌, 凝聚价值认同。这些宣传片克服了传统传播手段自话自说、传而不通的局限性, 以巧妙的隐喻方式, 对我国大国形象进行表述与传播, 激发受众心理认同, 让受众自然而然地达到“共情”。这其中, 多模态隐喻的建构是宣传片制作的重要一环, 是体现文化内涵和传递价值理念的重要手段。

在过去的数年中, 国家先后制作发行了一系列宣传片, 如《中国进入新时代》《厉害了, 我的国》《中国一分钟》等。这些宣传片一经推出, 在国际和国内社会引发热烈反响, 对我国传统文化和价值观的展现、良好大国形象的树立、友善国际环境的营造具有十分重要的战略意义。本文将《中国一分钟》为具体案例, 以多模态隐喻认知机制为视角, 阐释国家形象宣传片中新时期大国形象的内涵和建构策略, 以期能够为国家形象宣传片的制作提供策略参考和案例分析。

## 1 新时代中国国家形象的内涵与定位

国家是一个由政治、经济、社会、地理、历史、文化、民众等诸多要素组成的客观实体, 而国家形象是“对一个国家认知和感受的评估总和, 是一个人基于这个国家所有变量因素而形成的总体印象”<sup>[1]</sup>, 具有很强的主体性, 是国家“软实力”的重要范畴, 需要媒体等外界因素辅助建构和传播, 所以努力提升国家客观的“形”和主观的“象”是我们长久以来的核心任务。在中国共产党的领导下, 经

过长期不懈的艰苦努力, 我国已全面进入中国特色社会主义新时代, 需要我们把中国的新面貌和当代中国的价值观念充分展现给世界, 引导国际社会了解真实的中国, 让西方对新时代中国的大国战略和发展方向有较为清晰的认知。要做到这一点, 首先, 必须要明确我们想要建构和展现什么样的国家形象, 要对新时期国家形象的内涵给予清晰的界定。

2013年12月30日, 习近平在主持十八届中央政治局第十二次集体学习时强调“要注重塑造我国的国家形象, 重点展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象, 政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象, 坚持和平发展、促进共同发展、维护国际公平正义、为人类做出贡献的负责任大国形象, 对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的社会主义大国形象。”<sup>[2]</sup> 习近平的讲话清楚地诠释了新时代国家形象的新内涵, 是国家外宣战略的理论基础和指导方针。

## 2 多模态隐喻的认知机制与研究综述

认知语言学认为, 隐喻是基本的人类认知机制, 是人类认识世界、表达思想和组织意义的重要机制<sup>[3]</sup>。作为人对世界的基本认知模式之一, 隐喻不仅存在于文字模态中, 在很多影像、漫画、声音、颜色、背景设置等其他模态的语篇中也有大量运用, 这种多个模态协同作用, 激发受众联想, 展现隐喻的源域和目标域的手法称为多模态隐喻。Charles Forceville 在认知隐喻理论、概念整合理论和关联理论的基础上, 提出了“视觉隐喻”(visual metaphor) 和多模态隐喻的概念, 即“源域和目标域分别或主要有两种的不同符号模式呈现的隐喻现象”。<sup>[4]</sup> 借助图像、音乐、文字等多种模态联动进行感性传播, 既契合人的认知图式, 又符合人的认知规律<sup>[5]</sup>, 有利于主流意识形态的传播和新时代国家形象的建构。目前国内外学者对多模态隐喻十分关注, 很多学者从认知语言学的视角研究多模态隐喻的认知机制与建构, 如冯德正探讨了多模态语篇分析的

基本问题<sup>[6]</sup>、赵秀凤研究了多模态反讽与概念隐/转喻的互动整合等<sup>[7]</sup>。也有些学者对政治漫画、广告、影视作品等多模态作品做案例分析研究,如王佳和黄乐平以 Broadcast 为例研究了服装广告中的多模态隐喻等<sup>[8]</sup>。但是,对多模态隐喻的研究目前还都是在沿用语言隐喻研究路径,聚焦隐喻的认知操作机制,对多模态隐喻的文化交互的效果和社会维度展开系统研究的相对较少。故本文将以此为切入点,对国家宣传片中国家形象的多模态隐喻建构模式与效果进行深入探究。

### 3 大国形象的多模态隐喻建构

作为国家形象系列宣传片《中国一分钟》以“一分钟”为时间维度,利用直观的数字以及文字、音乐和画面场景之间的协同配合,对社会各个领域的发展以微观的形式进行全景式触达,以观众更加可感的方式展现了党的十八大以来中国在各方面取得的历史性成就,让西方世界对新时代中国特色社会主义大国机制有了进一步的良好认知,有效地打破了过去宣传片中国家形象被“盆景化”“简单化”“技术化”的僵局。<sup>[9]</sup>下文将通过剖析影片中大量存在的多模态隐喻源域对目标域的映射,来揭秘宣传片对中国文明大国、东方大国、负责任大国和社会主义大国形象的建构策略和效果。

#### 3.1 文明大国形象的建构

中国是一个具有五千年历史的文明古国,创造了悠久的历史传统和博大精深的灿烂文化,是世界上唯一文明传统未曾中断的国家。自古以来,中国一直被世人称为“礼仪之邦”。中国深厚的历史底蕴,璀璨的传统文化,均在影片中以多模态联动的方式有所映射,有效展现了中国文明大国的新形象。

##### 3.1.1 悠久历史的隐喻

影片每集都是以三个计时器运行的画面开始,画面首先是一个钟表的内部齿轮在慢慢地旋转,然后是细沙从倒置的沙漏计时器中缓缓流出,接下来是一个古代计时用的日晷半插在黄土大地里,在阳光的照射下,一束阳光在旋转计时。在这些画面的背后,背景音乐呈现为舒缓的钢琴曲。不言而喻,这三个计时器转喻了时间,他们的运作代表着历史的进程,这一视觉模态和听觉模态的结合和相互补充,激活了“历史悠久”概念域下的语言映射,隐喻“中国是有着深厚历史底蕴的文明古国”。

另外,第一集《瞬息万象》中展现的“9.3 大阅兵”时年近百岁的老兵坐在车上向人民敬礼的场景,以“个体代表总体”的模式转喻了为新中国的诞生浴血奋战的所有爱国人士。这一画面激发了人们对中国近百年顽强奋战、抵御外敌的历程的回忆,铿锵激情的背景音乐和屏幕上的一行文字“一分钟,告慰一段岁月”,与画面影像形成了联动与互补,既增强了视觉感染力,又巧妙地完成了对历史的映射,成功隐喻了中国历史的厚重。

##### 3.1.2 璀璨文化的隐喻

在第三集《美美与共》的开始部分,屏幕上清楚地展现了一行大字:“一分钟,55名外国人来到中国领略华夏文明”,同时,画面背景为中国故宫宏伟磅礴的古代建筑群,一个外国人漫步在红色的宫墙之间,想从这个皇家的宏伟建筑群以及其藏品之间一窥中国传统文化的精髓。这一外国人游故宫的视觉模态有效地映射出中国历朝历代积累流传下来的璀璨独特的华夏文明。

另外,影片中厨师烹饪、外国人学唱京剧、给大红福字拍照、书法家挥笔泼墨的画面,无不展现了中国源远流长的传统文化。作为一种高品位的悠久区域文化,中国的饮食是有效代表中国文明的符号之一,而京剧更是中华民族的艺术瑰宝,以其无限的艺术魅力被称为“国粹”。屏幕上醒目的大字“一分钟,中国美食飘散一种味道”,“一分钟,中国文化传播一种韵味”,在轻快的背景音乐的衬托下,文字模态与听觉、视觉模态一起映射了中国文化多样、多元一体和谐的文明大国形象,可谓多模态隐喻的典例。

#### 3.2 东方大国形象的建构

中国是一个位于亚洲东部,拥有约960万平方千米陆地面积,1.8万多千米大陆海岸线,约470多万平方千米内海和边海的水域面积,与14国接壤,与8国海上相邻的东方大国。自改革开放以来,我国在政治、经济、文化、军事等各方面有了飞速的发展,取得了傲人的成绩,被冠以“新时代东方大国”的称号。

##### 3.2.1 政治清明的隐喻

影片从第一集开始,连续播放了天安门、改选后中国七大新常委记者见面会,以及五星红旗迎风飘扬的场景。同时,在激昂的背景音乐中,响起了习主席亲切的讲话声音:“经过长期努力,中国特色社会主义进入了新时代”。这组视觉、听觉多模态相互配合的画面,清晰地勾勒出中国自十八大以来在反腐倡廉、从严治党方面所取得的成就。天安门是开国元勋和老一代革命家检阅中国发展的地方,是中国政治典型的符号代表,形成有效的建筑隐喻。接下来,改选后的七大常委身着笔挺的西装,精神抖擞,庄重而亲切,缓缓走上台中央与记者见面,集中展示了新一代党的领导人的新面貌。近几年,以习近平为核心的党中央对党内腐败现象和不作为现象进行了大力度的整顿,加强反腐倡廉建设,健全党内监督体系,有效遏制了党内腐败现象的蔓延,保持了党的先进性和纯洁性,赢得了国内和国际社会的一致好评。与这一隐喻联动的是接下来的红旗飘飘的画面,鲜红的五星红旗更是引发了观众的共鸣,激活了中国政治清明的东方大国形象。

##### 3.2.2 经济发展的隐喻

对经济发展这一隐喻的目标域,影片使用了大量的视觉符号做始源域来从各个角度映射中国在各个领域里的发展成就,这其中主要可以分为以下几个部分:①第一集

《瞬息万象》的开始部分,出现了建筑工人、厨师、白领接线员和纺织女工工作的画面,转喻了中国的工人阶层和劳动人民,他们在工作的隐喻场景,再加上文字模态的配合应用,暗示出中国依靠自身的努力和发展,成功解决了普通百姓的就业问题,创造了大国奇迹。②影片中空中飞行的民航客机、人们在旅行中的笑脸以及繁忙的商场都作为源域映射了人民生活水平提高,生活质量得到改善,隐喻了经济发展的伟大成果。③接下来影片展现的是中国互联网方面的快速发展以及互联互通的发展环境。影片使用了大量的视觉和文字符号,如互联网一分钟流量的数字展示、人们用手机购物的场景、装满货物的货轮行驶的画面,快递流水线运作以及快递小哥送货的场景等,同时一行行文字给出了一个个惊人的数字,展现了在中国互联互通的大环境下,每一分钟都发生着不可思议的交易额,中国GDP增长迅猛,进出口贸易额逐年递增。这一组组画面在文字的互动下,伴着慷慨激昂、节奏明快的音乐,以多模态联动的方式引发观众联想,隐喻了中国快速经济发展的繁荣景象。④影片中连续出现了蛟龙号下水、复兴号行驶、神威超算、天眼等画面,展现我国自主创新领先世界的科技成果,同时,文字给我们展示了一个数据:“一分钟,333万元投入研究和实验”,这一画面和文字的联动隐喻了中国以创新驱动发展的最新发展理念,以及从投资驱动向创新驱动转变的新发展模式。综上所述,众多源域符号一起清晰地展现了中国是经济发达的东方大国的形象。

### 3.2.3 青山绿水、山河秀丽的隐喻

在第一集影片中,古老的民宅、骑共享单车出行的路人、蓝天白云的美丽天空、自由飞翔的海鸥、开垦荒地的农民、郁郁葱葱的山林、草地上赤脚奔跑的小女孩等画面,辅以“一分钟骑行共享单车减少碳排放超13.2吨”、“一分钟造林210亩”等字样,共同展现了中国保护生态环境,坚持绿色发展、可持续发展的理念,隐喻了近年来中国在保护生态环境方面所取得的伟大成就。“青山绿水便是金山银山”,中国青山绿水、山河秀丽的东方大国形象在影片中初步形成。

## 3.3 负责任大国形象的建构

改革开放以来,中国综合实力有了很大的提升,在参与和推动全球治理体系变革中发挥着越来越重要的作用。中国在助力世界经济、应对气候变化、国际人道主义援助行动、国际维和行动等全球性重大活动中始终扮演积极角色,展现中国担当,贡献中国智慧,展现了负责任大国的国际形象。

### 3.3.1 中国经济发展助力世界经济的隐喻

影片第三集《美美与共》主要展现了中国和世界加速融合,助力世界经济发展,共建人类命运共同体的美好景象。画面中两架飞机在机场起落、游客拉着行李箱在机场行走、老夫妇在国外坐热气球观光、小伙子拿着录取通

知书去外国求学、游客坐雪橇、吃帝王蟹欢乐无比等,配以文字标注的一组惊人的数据:“一分钟,272位国人出境寻访大千世界”“一分钟中国人在境外旅游消费36.07万美元”,这些视觉符号和文字符号隐喻了中国旅游业在近几年的迅猛发展,中国游客在境外的消费给很多国家带来了丰厚的收入,成为东道国重要的经济来源之一。另外,画面中从深圳开出中欧班列、国产手机销往全球、进出口货轮海上航行、外国超市货品种类丰富繁多、大型中资工厂在国外兴建都隐喻了中国的进出口贸易对世界经济的贡献,画面中文字的展现和激昂的音乐更渲染了气氛,增加了效果。影片中还有两个视觉符号也传达了重要信息,那就是不同肤色的外国人骑共享单车微笑出行,以及外国人用支付宝结账。被外国人称为中国“新四大发明”的高铁、共享单车、移动支付和网购都给世界经济注入了新的活力,尤其中国人在金融支付领域的改革创新更是走在了世界的前列。这两个画面隐喻了中国的科技创新给世界发展带来了强劲的动力,助力和引领经济的发展。

### 3.3.2 中国方案助力人类共同发展的隐喻

第三集《美美与共》中,两个LED灯制作的大熊猫向世界发出北京冬奥会的邀请,映射了中国的热情好客和对外开放。影片最后很多来自不同国家,有着不同肤色的人们纷纷对着屏幕会心地微笑,这是典型的笑脸隐喻,通过屏幕和观众互动,引发观众的共鸣,激发观众的认同感,让观众体会到中国开放包容、各民族和谐共处的大国姿态。习近平提出的构建人类命运共同体的伟大构想,为世界发展秩序的变革提供了一缕新的阳光。为了建设一个开放包容、不同文明和谐共存的世界,中国贡献着自己的智慧,履行着自己的职责。作为世界上最大的发展中国家,中国在参与全球事务中不断提升中国的国际影响力、感召力、塑造力,负责任大国的形象日益形成。影片最后再次响起了习主席庄重而又亲切的讲话声音:“中国人民愿同各国人民一道,推动人类命运共同体的建设,共同创造人类的美好未来!”之后令人振奋的音乐响起,黑色屏幕中央出现一道亮光,这道亮光打破了黑暗,带出光亮的几个大字“中国奇迹,与世界共精彩!”不难看出,满屏黑色隐喻了目前世界政治经济秩序混乱的现状,亮光则暗示中国方案的提出给世界新型大国关系的框架提出了新的思路。影片中画面、声音、色彩、文字多模态形成了隐喻链,极大地引发观众的共鸣,有效地构建了中国负责任大国的形象。

### 3.4 社会主义大国形象的建构

中国特色社会主义的发展道路,是党和人民经过90多年的奋斗寻找到的最适合中国国情的发展道路,是历史的自然选择。沧桑的历史和现在的发展成就都充分证明了只有坚定不移地走社会主义道路,坚持中国共产党的领导,团结全国各族人民,才能全面建成小康社会,创造人民的美好未来。所以,向世界展示一个对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的新时代社会主义大

国形象是构建我们国家整体形象的重要一环。而社会主义国家的建设要以人民为主体,人民是国家的主人,国家的每一个进步和发展都离不开广大人民群众的努力和奋斗。

在第二集《跬步致远》中,影片首先通过快速切换镜头,展现了在工作岗位上辛勤劳作的各行各业的普通劳动人民,如铁路质检员、纺织工、研究员、农民、采油地质工、钢铁工人、环境检测员、游泳运动员、军人等,然后黑色屏幕中央的一道亮光显示几个大字:“一分钟的努力,汇聚中国力量”。这一片段中的几个工人代表着成千上万的普通工人,在完成“以个体代整体”的转喻后,屏幕中的文字模态让观众把握了隐喻的目标域,那就是正是每一个普通人的付出和奉献,汇聚了中国力量,成就了中国特色社会主义大国。接下来,影片通过多个视觉符号集中展现了普通人创造的伟大成就:中国人兴建公路的惊人速度、港珠澳大桥的最后接头、北京三元桥的快速拆卸、南海可燃冰的开采、粮食的丰收、一年创造GDP的总额、体育夺冠世界、天眼眺望外太空等。这样的中国速度,创造了中国奇迹,只有社会主义制度才有这样的体制优势,只有人民才是历史的创造者。影片最后再次汇集了普通人民对着屏幕的极具亲和力的微笑。伴随着张张笑脸,习主席浑厚的声音再次响起,“广大人民群众坚持爱国奉献、无怨无悔,让我感到千千万万的普通人最伟大,同时让我感到幸福都是奋斗出来的!”这样的微笑、这样的话语能

够极大地引起观众的共情,让观众感受到在中国共产党的领导下,在新时代社会主义道路上,我们一起前行,一起走向光明的未来。由此,开放、亲和、充满希望和活力的社会主义大国形象成功建构。

#### 4 结语

在伟大的复兴之路上,中国必须在努力走好自身发展道路的同时,清楚地对国家形象的内涵予以定位,高度重视国家形象的建构和对外传播,让世界更加了解中国这一文明大国、东方大国、负责任大国和社会主义大国,打破西方对中国传统的刻板印象,让世界以更加开放包容的姿态适应和接受中国的存在和崛起。为了达到这一目的,我们可以制作更多像《中国一分钟》这样优秀的国家形象宣传片,充分利用其多模态的表达工具,以受众可以接受的隐喻方式,建构中国形象,传达中国精神,引领世界了解最真实的中国。

**作者简介:**李霞(1979—),女,天津人,硕士,讲师,研究方向:政治话语翻译与传播研究。

**基金项目:**天津市哲学社会科学项目“习近平“一带一路”倡议在亚洲英文媒体的传播研究”(TJWYZDWT1901-07),天津外国语大学校级科学规划项目“多模态视阈下中国政治话语中的隐喻认知构建研究”(19WX01)。

#### 【参考文献】

- [1] 范红.国家形象的多维塑造与传播策略[J].清华大学学报(哲学社会科学版),2013,28(2):141-152+161.
- [2] 习近平.习近平谈治国理政[M].北京:外文出版社,2014.
- [3] 潘艳艳,张辉.多模态语篇的认知机制研究——以《中国国家形象片·角度片》为例[J].外语研究,2013(1):10-19+112.
- [4] Forceville C. Non-verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research[C]// Kristiansen et al. Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2006: 379-402.
- [5] 李晓阳.新时代主流意识形态感性传播的功能探析[J].宜宾学院学报,2020,20(5):65-71.
- [6] 冯德正.多模态语篇分析的基本问题探讨[J].北京第二外国语学院学报,2017,39(3):1-11+132.
- [7] 赵秀凤.多模态反讽与概念隐/转喻的互动整合——以图文反讽为例[J].外语教学,2019,40(5):8-12.
- [8] 王佳,黄乐平.服装广告中的多模态隐喻解读——以播(Broadcast)为例[J].现代语言学,2021,9(1):8.
- [9] 陈一.“纪录片塑造国家形象”:观念误区与应对之道[J].中国电视,2019(10):82-86.