

# 基于语料库的中国文化形象研究

## ——以敦煌文博会新闻短讯为例

杨璟哲

兰州交通大学 外国语学院

DOI:10.12238/er.v8i11.6594

**[摘要]** 该研究以丝绸之路（敦煌）国际文化博览会（简称敦煌文博会）官网英文版中回顾六届文博会的41篇新闻短讯为研究对象，运用扩展概念隐喻理论，探究新闻短讯中的概念隐喻类型、生成机制及其对中国形象的建构作用。研究发现，短讯中主要存在敦煌文博会是桥梁，敦煌文博会是舞台，敦煌文博会是枢纽三类核心概念隐喻。在形象建构层面，建构出中国文明联通者、文化自信传播者和文化参与者的形象。本研究在理论上为扩展概念隐喻理论在新闻报道中的应用提供参考，在实践上助力国内外受众理解敦煌文博会价值，推动国际文化交流与合作。

**[关键词]** 丝绸之路（敦煌）国际文化博览会；拓展概念隐喻理论；中国形象

中图分类号：G206 文献标识码：A

Corpus-Based Study on the Image of Chinese Culture

—A Case Study of News Briefs about the Silk Road (Dunhuang) International Cultural Expo

Jingzhe Yang

School of Foreign Languages, Lanzhou Jiaotong University,

**Abstract:** This study takes 41 news briefs from the English official website of the Silk Road (Dunhuang) International Cultural Expo (short for Dunhuang Cultural Expo) as its research object. By applying the Extended Conceptual Metaphor Theory and combining quantitative methods and qualitative analysis, it explores the types of conceptual metaphors in the briefs, their generation mechanisms, and their role in constructing the image of China. The study finds that there are three conceptual metaphors in the briefs: SRICE is a bridge, SRICE is a stage, and SRICE is a hub. In terms of generation mechanisms, four types of contexts provide metaphors with realistic anchors, logical networks, sensory foundations, and cognitive frameworks. Moreover, metaphors achieve hierarchical construction through image schemas, domain mapping, frames, and mental space integration. In terms of image construction, the bridge metaphor shapes China's image as a civilization connector, reflecting China's initiative to break down civilizational barriers and promote equal dialogue; the stage metaphor shapes its image as a confident disseminator of culture, demonstrating China's innovative inheritance of its own culture and its commitment to openness and sharing; the hub metaphor shapes its image as a participant in cultural communication, highlighting China's active role in integrating global cultural resources and promoting global cultural governance. Theoretically, this study provides a reference for the application of the Extended Conceptual Metaphor Theory in news reports; practically, it helps domestic and international audiences understand the value of the Dunhuang Cultural Expo and promotes international cultural exchange and cooperation.

**Keywords:** Silk Road (Dunhuang) International Cultural Expo; extended Conceptual Metaphor Theory; image of China

### 引言

丝绸之路（敦煌）国际文化博览会（简称敦煌文博会）旨在传承丝路精神，促进与“一带一路”共建国的文明互鉴与文化交流。1980年 Lakoff 与 Johnson<sup>[1]</sup>提出概念隐喻理论，后该理论面临问题，Kövecses<sup>[2]</sup>整合研究提出扩展概念隐喻

理论。本研究将运用扩展概念隐喻理论，从认知视角对敦煌文博会官网英文版中回顾六届敦煌文博会的新闻短讯展开研究，基于概念隐喻的多层级视角剖析演讲中的概念隐喻，揭示其中所蕴含的中国文化形象。本研究主要包含三个目标：第一，通过自建语料库与数据分析工具，识别敦煌文博会官

网英文版中回顾六届敦煌文博会的新闻短讯中所运用的隐喻类型；第二，以扩展概念隐喻理论为基础，分析这些概念隐喻的生成机制；第三，尝试解读回顾的短讯中如何通过这些概念隐喻构建中国形象。理论上，本研究可深化对相关概念隐喻的理解、丰富研究，为 ECMT 在新闻报道中的应用提供参考；实践上，能清晰构建中国形象，助力国际文化交流与合作。

1 研究设计

1.1 研究问题

本研究的具体问题如下：（1）敦煌文博会官网英文版中回顾六届敦煌文博会的新闻短讯中，主要运用了哪些概念隐喻？（2）这些概念隐喻在短讯中是如何构建中国形象的？

1.2 研究对象

本研究所有数据均来源于敦煌文博会官网英文版（http://silkroadexpo.gogansu.com/）。语料库中最终收集到 41 篇回顾短讯，总字数 7966 字。

1.3 研究方法

本研究采用定性与定量相结合的研究方法。

定量分析借助语料库工具 Wmatrix 5.0，凸显特定概念隐喻的重要性。运用语料库工具的定量方法聚焦关键词及其出现频率，提供所选数据的关键统计信息。

定性分析则用于在具体语境中识别隐喻、将其归类为不同概念类别，并阐释六届敦煌文博会的回顾短讯中构建的中国形象，同时阐明概念隐喻选择背后的机制。

1.4 研究工具

Koller<sup>[3]</sup>与 Kövecses<sup>[4]</sup>指出，基于语料库的隐喻分析需结合定量与定性方法；为保证客观性，应将人工分析与计算机工具相结合。因此，本研究采用 MIPVU 与 Wmatrix 5.0 进行语料库分析。

2 理论框架

扩展概念隐喻理论（Extended Conceptual Metaphor Theory, ECMT）由 Zoltán Kövecses 提出。Kövecses 认为，隐喻的本质在于连接两个领域的认知过程<sup>[2]</sup>，因此提出扩展概念隐喻理论（ECMT），将动态语境纳入考量，并提出概念隐喻的多层次视角。

扩展概念隐喻理论认为，语境在语篇隐喻的生成过程中发挥着重要作用。概念隐喻均由广义语境催生，而语境决定了我们的思维如何通过隐喻构建<sup>[5]</sup>。该理论认为，语境包括情境语境、语篇语境、身体语境与概念认知语境。隐喻概念化过程即人们与语境中各类要素及属性发生认知互动的过程<sup>[6]</sup>。扩展概念隐喻理论还认为，概念隐喻具有层级性，即概念隐喻源于纵向组织的层级体系<sup>[7]</sup>。各层级的概念隐喻由意象图式、域、框架、心理空间层面的隐喻构成。

3 研究结果

3.1 概念隐喻的分布情况

借助 Wmatrix 与 MIPVU 工具，本研究确定了敦煌文博会官网英文版中回顾六届敦煌文博会的新闻短讯中的三种隐喻类型：敦煌文博会是桥梁（SRICE IS A BRIDGE）、敦煌文博会是舞台（SRICE IS A STAGE）、敦煌文博会是枢纽（SRICE IS A HUB）。

3.2 主要隐喻类型的构建

本部分基于扩展概念隐喻理论，对敦煌文博会官网英文版中回顾六届敦煌文博会的新闻短讯的隐喻进行解读。

3.2.1 敦煌文博会是桥梁的图式化层级

新闻短讯将敦煌及丝绸之路比作连接不同文明、地域、文化群体的实体桥梁，强调其促进交流与沟通中的中介作用。

意象图式 路径（PATH）域

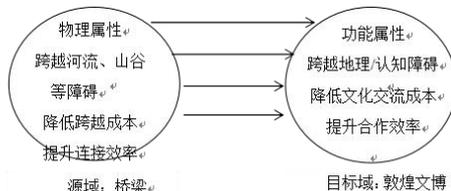


图 1 敦煌文博会是桥梁

框架 参与者框架、行动框架

心理空间 敦煌文博会可以连接各国文化

该例中的意象图式为路径图式。该隐喻通过将“桥梁”这一具体实体的属性与功能，映射到“敦煌文博会”的交流平台，构建了人们对文博会价值的认知。该例体现了“参与者框架”和“行动框架”。同时该隐喻通过构建“桥梁空间”与“文博会空间”两个心理空间的叠加，让受众借助桥梁的具象认知，理解文博会的价值。

3.2.2 敦煌文博会是舞台的图式化层级

该隐喻通过将“舞台”的实体属性、功能逻辑与场景意义，映射到“敦煌文博会”这一抽象文化交流平台，帮助受众具象化理解文博会的展示、交流与传播价值。

意象图式 边界图式（Boundary）域

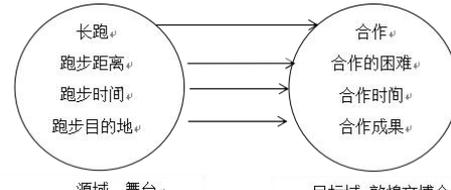


图 2 敦煌文博会是舞台

框架 角色框架、行为框架

心理空间 敦煌文博会可以展示各国文化

该案例中的意象图式为边界图式，完整迁移至敦煌文博会的功能认知中，形成文化展示与交流的专用空间。源域的属性、功能系统性映射到靶域敦煌文博会。隐喻激活了舞台表演的日常认知框架，并转化为文博会文化交流框架，框架包含角色和行为两大核心要素。该隐喻通过构建“舞台”与“文博会空间”的叠加，让受众借助对舞台的具象认知，理解文博会的抽象价值。

3.2.3 敦煌文博会是枢纽的图式化层级

该隐喻帮助受众具象化理解文博会在资源聚合、文明联通与价值辐射中的核心作用。

意象图式 路径图式 (PATH)

域

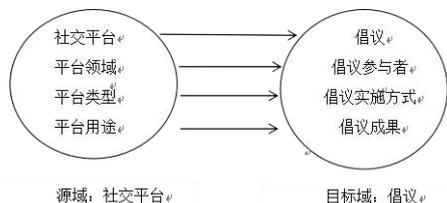


图 3 敦煌文博会是枢纽

框架 角色框架

心理空间 敦煌文博会可以汇集各国文化

该隐喻的核心路径图式为路径图示，构建了文化资源与文明交流的网络路径。该隐喻通过构建“枢纽”与“文博会空间”的叠加，让受众借助对“枢纽”的具象认知，理解文博会的抽象价值。该隐喻激活了枢纽运行的日常认知框架，并转化为“文博会文化交流”框架。

3.3 语境对隐喻构建的影响

在隐喻构建过程中，四类不同语境发挥着重要影响作用。

情境语境指隐喻使用时的具体事件、时间、地点与参与主体<sup>[2]</sup>。文博会的举办时间与核心事件，直接决定隐喻的功能侧重。文博会的举办地与参与主体，为隐喻补充空间与角色细节。

语篇语境指隐喻所在的文本段落、上下文逻辑与语篇主题<sup>[2]</sup>，其通过串联文博会的不同信息，强化隐喻的说服力与连贯性。不同届次文博会的语篇主题，如 2021 年的“传统与创新融合”，决定隐喻的意义侧重。

身体语境指受众通过身体感官（视觉、听觉、触觉）获得的日常经验<sup>[2]</sup>，其将文博会的隐喻与受众的身体感知记忆关联，让抽象的文化交流价值转化为可触摸、可观看、可参与的感官体验，降低隐喻理解门槛。文博会中受众可参与的活动。

概念认知语境指受众基于日常知识<sup>[2]</sup>形成的“概念范畴”，其帮助受众用熟悉的认知框架理解文博会的抽象价值。受众

对“桥梁”“舞台”“枢纽”的日常概念认知，是隐喻映射的“认知起点”。受众对“丝绸之路”“敦煌文化”的文化认知，为隐喻赋予更深层的文化意义。

4 讨论

通过分析三大概念隐喻的认知机制，研究者可构建起一个文明联通者、文化自信传播者、参与者的中国形象。

桥梁隐喻建构“文明联通者”的中国形象。该隐喻通过文博会连接不同国家、文明与文化群体的实践，将中国塑造成主动打破隔阂、促进双向交流的文明联通者。

舞台隐喻建构“文化自信传播者”的中国形象。该隐喻通过文博会对敦煌文化及中国各地文化的创新呈现，将中国塑造成珍视自身遗产、乐于展示文化魅力的自信传播者。

枢纽隐喻建构“文化参与者”的中国形象。该隐喻通过文博会汇聚全球文化主体与资源、推动成果向外扩散的实践，将中国塑造成主动整合全球文化资源、引领文明交流网络建设的核心参与者。

研究发现，语料库中主要存在桥梁隐喻，舞台隐喻和枢纽隐喻，并建构了中国的文明联通者、文化自信传播者和文化参与者的形象。本研究能够助力国内外受众理解敦煌文博会价值，推动国际文化交流与合作。

[参考文献]

[1]Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.

[2]Kövecses, Z. (2020). *Extended Conceptual Metaphor Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

[3]Koller, V (2004). *Metaphor and Gender in Business Media Discourse: A Critical Cognitive Study*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

[4]Kövecses, Z. (2018). *Metaphor in media language and cognition: A perspective from conceptual metaphor theory*. In *Legearis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Warsaw: De Gruyter Open, 3(1), 124-141.

[5]孙毅. 扩展概念隐喻理论视阈中的视觉隐喻研究[J]. *山西大学学报(哲学社会科学版)*, 2021(5): 39-46.

[6]李春晖, 程荣. 扩展概念隐喻理论框架下隐喻型冬奥体育术语的认知解析[J]. *中国科技术语*, 2024: 1-9.

[7]马俊杰. 《扩展的概念隐喻理论》述评[J]. *外语教学与研究*, 2022(1): 150-154.

作者简介:

杨璟哲 (2000.11-), 女, 汉族, 河南信阳人, 研究生, 研究方向为认知语言学。