

引用:冉再洋,叶青,王秀妹.国际体育新闻中的中医药文化视觉修辞研究[J].中医导报, 2025,31(11):1-8.

海外中医

国际体育新闻中的 中医药文化视觉修辞研究*

冉再洋,叶青,王秀妹
(北京中医药大学,北京 102488)

[摘要] 以中国国际新闻网站自2008年以来在世界体育赛事报道中发布的中医药新闻图片为研究对象,基于视觉修辞学,运用符号学分析法,探讨国际体育新闻中中医药图片在视觉叙事中的隐喻和意象特征。研究发现,视觉隐喻从空间、文化、时间等维度呈现中医药全球性、传承性、历史性等特征,以科技、围观、奇观的视觉意象塑造中医药与时俱进、世界认同、博大精深的形象。未来,中医药新闻应完善视觉修辞运用,创新视觉叙事策略,优化视觉传播效果,促进中医药国际传播。

[关键词] 中医药国际传播;视觉修辞;国际体育赛事

[中图分类号] G212;R2-03 [文献标识码] A [文章编号] 1672-951X(2025)11-0001-08

DOI:10.13862/j.cn43-1446/r.2025.11.001

Research on the Visual Rhetoric of Traditional Chinese Medicine Culture in International Sports News

RAN Zaiyang, YE Qing, WANG Xiumei

(Beijing University of Chinese Medicine, Beijing 102488, China)

[Abstract] This study took the pictures of traditional Chinese medicine (TCM) in the news reports of global sports events on Chinese international news websites since 2008 as the research object. Based on visual rhetoric and by applying semiotic analysis, it explored the metaphorical and imagistic features of news pictures of TCM in visual narration. The study found that visual metaphors presented the global, inheritable and historical characteristics of TCM from the dimensions of space, culture and time. Through the visual imagery of technology, onlookers and wonders, TCM was endowed with the images of keeping pace with the times, being recognized worldwide, and being broad and profound. In the future, the news of TCM should improve the use of visual rhetoric, innovate visual narration strategies, optimize visual communication effects, and promote the international dissemination of TCM.

[Keywords] international dissemination of TCM; visual rhetoric; international sports events

中医学包含中华民族几千年的健康养生理念及其实践经验,凝聚着中国人民和中华民族的博大智慧,是国家文化软实力的重要组成部分。推动中医药走向世界,对于弘扬中华优秀传统文化、增强民族自信和文化自信、促进文明互鉴和民心相通、推动构建人类命运共同体具有重要意义。习近平总书记在党的二十大报告中强调,加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音^[1]。如何讲好中医药故事,成为了中医药国际传播的重要话题。随着《“十四五”中医药发展规划》的出台,促进中医药与体育演艺等融

合发展成为创新中医药文化传播方式的重要途径之一^[2]。

体育新闻可以提升人们的健康理念,达成健康共识。大众传播理论先驱帕克指出:体育新闻更应该传播医学系统化知识,以填补体育报道知识特性的匮乏^[3]。近年来,各项大型全球体育赛事接连举办,为中医药国际传播提供了广阔平台。新闻媒体成为我国向世界展现中医药文化的重要媒介。体育新闻的高时效性与全球传播优势,通过运动员中医药康复等视觉文本突破文化壁垒,传递中医药的科学性与人文价值,为中医药国际传播提供信息渠道与情感支持。在当今视觉文

*基金项目:北京中医药大学中央高校基本科研业务费“揭榜挂帅”项目(2022-JYB-JBRW-010);2025年北京中医药大学研究生自主科研课题(ZJKT2025039)

通信作者:叶青,女,副教授,研究方向为中医药国际传播与交流、学术英语写作教学

化时代,新闻图像的叙事地位越发凸显,既能跨越语言障碍,打破信息传递的地域限制,又能通过视觉修辞增强中医药故事的吸引力和记忆点,加深观众对主题的理解和共情。

2025年北京依托“双奥之城”的优势,体育事业迈上新台阶,预计将举办20项国际顶级赛事。2025年8月成都将举办世界运动会,作为中国大陆第一次举办世界运动会,预计将吸引大量国内外运动员与观众。促进中医药与体育事业融合发展,以体育热点带动中医药文化传播成为重要议题。然而,目前外国受众对中华文化主流价值的认知多停留在文化符号表层,对符号背后的意涵理解不充分、不深入,如何让国际传播穿越符号表层,展现传播内容背后的文化智慧,是下一阶段的重要任务^[9]。因此,本文以中国国际新闻网站2008—2025年重要国际体育赛事英文报道中的中医药文化新闻图片为研究对象,基于视觉修辞理论,分析其视觉修辞特征和发展,为促进中医药文化国际传播和讲好中医药故事提供参考和借鉴。

1 新闻图片的视觉修辞研究

中医药跨文化传播过程中必须符号先行,形成对相关文化知识的语境激活和心理定势,从而优化跨文化传播效力^[9]。视觉修辞是通过对视觉符号的策略性使用,以及视觉话语的策略性建构与生产,达到劝服、对话与沟通功能的一种实践与方法^[6]。探讨图像如何以修辞的方式作用于观看者,从而揭示图像的意识形态内涵,其关注的核心概念是“修辞结构”,即“隐喻和暗指等修辞形式所激活的认知-联想机制”,在方法论上体现为对“视觉隐喻”“意象生产”等一系列有关视觉表征的“命题可视化”问题的深入探究^[6]。

视觉隐喻是一种通过视觉元素来表达抽象概念或思想的修辞手法。它以图像、形状、颜色等可视元素为载体,借助元素间的相似性、关联性或对比性,将原本抽象、难以直接表达的意义转化为具体可感的视觉形象,从而引导观众通过联想和解读来理解其深层含义^[6]。视觉意象是指在视觉思维活动中形成的、具有一定意义和情感内涵的心理形象,是形式与象征的统一^[6]。隐喻和意象紧密相关又各具特性。在微观层面,视觉隐喻的工作原理是符号的“凝缩”^[6];在宏观层面,其工作原理是挪用意象话语本身的逻辑体系,从而获取图像象征意义建构的认知资源和意义系统^[6],常借助具体、熟知的事物来阐释抽象概念,其中承载隐喻意义的符号往往具有相对固定性和相似性。而当图像符号开始形成意象,它便不再是一个静观的客体,而是融入了创作者主观情意的客观物象,作用于观看者的认同领域,并发挥某种劝服性的话语功能^[6]。因此,隐喻符号的相对固定性为意义传达提供了稳定框架,受众能够基于普遍认知来理解隐喻的内涵;而意象的相对流动性、灵活性则为视觉修辞增添了丰富层次与多元视角,满足不同的表达需求。

近5年,视觉修辞理论广泛应用于新闻漫画、视频、画报等分析,关注政治、战争等新闻主题,研究国家形象建构和文化认同,聚焦隐喻、象征、意象等多种修辞手法^[7-9]。体育新闻图片的视觉修辞研究较少,如2023年俞鹏飞通过视觉构建、符号运用和意象生产等角度分析《点石斋画报》(1884—1898年)

中的图像,发现西方体育传播时被赋予科学、时尚等隐喻内涵,围观、身体和奇观等意象推动对西方体育的认同^[9]。研究结论有助于理解视觉修辞如何影响受众认知与态度,为视觉传播理论提供了案例支撑,进一步明晰视觉传播在劝服受众、引导认同方面的规律。中医药文化传播应充分考虑传播内容的准确性、科学性和艺术性^[10]。在现代技术下,新闻图片对事件的还原性更高、真实性更强,因此,聚焦现代新闻图片,探讨如何将拥有劝服意义的视觉修辞,借由色彩的象征、构图的引导、元素的选取,在有限的画面中凝聚力量,让受众在直观的视觉冲击下,与新闻事件产生深度共鸣,对于实现新闻从信息传递到价值引导的进阶,助力公众理解复杂的文化现象具有更为重要的意义。

当前以中医药文化新闻为对象的视觉修辞研究较为匮乏。中医药新闻传播研究仍多聚焦于语言文本,围绕主题词、搭配词、索引行、情态词等开展批评话语分析和话语策略研究^[11-12]。虽然近三年中医药新闻传播研究出现了多模态视域下的话语研究,但多采用视觉语法等经典系统功能语言学理论开展研究^[13-14]。相关成果有限,多聚焦于传统文字报道与简单配图的组合分析,而对图像、音频、视频等新模态的分析深度不足。在当下的“读图时代”,中医药文化国际传播仍需在“入眼、入脑、入心”,在图像、图表、图示、效果图、漫画与文字互补等方面不断努力^[15]。因此,本文从视觉隐喻、视觉意象两个方面,深入探究体育新闻的中医药图像所呈现的视觉修辞特征,以期助力提升中医药新闻图片的质量,进一步推动新闻多模态叙事在理论与实践层面的深入发展。

2 研究设计

2.1 语料来源与概况 随着互联网时代的到来,中国国际新闻网站已经成为国外了解中国的重要窗口。根据国家2020年8月公布的中央重点新闻网站名单,本文选取了7家面向大众并主要以图文方式开展报道的综合性国际新闻网站(见表1)。截至2025年2月21日(2025哈尔滨亚冬会闭幕后1周),在上述中国国际新闻网站以“Traditional Chinese Medicine (TCM)+ Games/Olympic/sport”为搜索关键词,人工阅读,剔除重复报道或与中医药无关的图片,共收集新闻图片106张,主要涉及2008年北京奥运会、2016年里约奥运会、2022年北京冬奥会、2023年成都大运会和杭州亚运会等重大国际体育赛事。表1显示,中医药文化图片这一生动的视觉报道方式在国际体育新闻中得到广泛使用,在China Daily和China.org.cn出现最多。两者分别为覆盖全球的中国英文媒体和国家重点新闻网站。中医药文化报道已经成为中医药走向世界、世界了解中医药的重要窗口。

表1 我国综合性国际新闻网站中医药体育新闻图片发布概况

网站名称	网址	图片数量/张
People's Daily Online	http://en.people.cn/	11
China Daily	http://www.chinadaily.com.cn/	31
Xinhua	https://english.news.cn/home.htm	3
China.org.cn	http://www.china.org.cn/	32
Ecns.cn	http://www.ecns.cn/	3
GMW	https://en.gmw.cn/	14
Global Times	https://www.globaltimes.cn/	12

2.2 研究方法

2.2.1 符号学分析法 本文应用符号学分析法,通过识别视觉符号-分析符号意义-研究符号关系的研究路径,对视觉文本中的符号进行识别和分类,包括图像、色彩、形状等基本元素,探究其在中医药文化和体育新闻语境中所承载的内涵和象征意义,考察符号如何共同构建出中医药文化的整体意义和修辞效果。为确保研究信效度,研究小组将视觉文本基于符号特征(主题、形态、色相)、传播语境(文化传承、社会意义、时代特征)等标准分类,进行符号识别-语义解析-语境推理的递进式分析,在研究小组内进行多轮讨论,建立交叉核对机制和争议符号的集体决策流程,分析过程中图像和文字解读相结合,提高视觉符号能指与所指阐释的准确度。

2.2.2 专家访谈 本研究采用半结构化专家访谈法,邀请国内中医药传播领域2位专家开展深度访谈。其中一位专家为国际新闻传播方向博士,在中医药院校长期从事英语语言与传播学教学科研工作;另一位为中医博士,多个中医药国际推广和交流项目的负责人,拥有十余年中医药国际传播与留学生教学的实践经验。访谈时长控制在15~20 min,访谈提纲围绕“国际体育新闻中的中医药文化视觉修辞”核心议题展开,涉及传播现状、现存困境、突破路径等方面共5个问题。访谈全程经专家授权后进行录音,结束后由研究者转写形成原始文本,并通过交叉核对完成文本校正,最终形成3 406字的有效访谈语料。两位专家分别从理论建构与实践操作的双重视角,为优化中医药文化在新闻传播中的视觉修辞策略提供多元专业见解。

3 国际体育新闻中的中医药文化视觉修辞分析

3.1 视觉隐喻修辞分析 中医药新闻图片运用了大量的隐喻修辞,借助具体且熟知的人或事物阐释抽象概念,形成了以空间、文化、时间多维度的视觉叙事。根据视觉修辞的喻体,研究者将图片的隐喻符号进一步分为国家/地域符号隐喻、圆形隐喻和黑白隐喻,其中以国家/地域符号隐喻和圆形隐喻最为常见,分别占据语料的38.68%和31.13%。

3.1.1 国家/地域符号隐喻:中医药的全球化发展 现代大型体育赛事不仅仅是各国运动员力量与速度的竞技场,也是世界各国展示形象、科技、文化与体育融合的大舞台。国旗、队服、运动明星等赛事期间常见的国家或地域符号,通过在新闻图片语境中与中医药文化元素共现或互动,构成了中医药文化传播的国家/地域符号隐喻。(见表2)

在表2中,国家/地域的主要喻体是国旗和服装。图1中以带有各国国旗的针灸器具为喻体,持针者作为中医支持者将不同国旗插入头部的穴位,如同中医药国际传播的“战略沙盘”,表达广大中医支持者向世界推广针灸的坚定信心。随着时代的发展,隐喻本体出现多样化的趋势,从最初主要展示加拿大、美国等国家运动员接受中医药治疗的图片,到逐渐涵盖多个一带一路沿线国家以及非洲地区,很好地反映了中医药国际传播过程中地理范围的扩展和民众认知的提升。国际体育赛事为中医药文化的全球传播提供了广阔平台,越来

越多国家的运动员在赛事期间开始主动接触、了解并接受中医药,寻求中医治疗和保健服务。

表2 国家/地域符号隐喻本体、喻体对应表

赛事	本体	喻体
2008年北京奥运会	中国	姚明、志愿者、中医支持者
	加拿大	教练
	世界他国	国旗
2016年里约奥运会	美国	菲尔普斯、泳帽上的国旗、泳帽上的运动员名字
2022年北京冬奥会	中国	谷爱凌、队医制服
2023年成都大运会	中国	队医服装、志愿者服装
	新加坡	运动员队服、国旗
	匈牙利	队服上的国家缩写
	拉脱维亚	工作人员服装上的国旗
	斯里兰卡	运动员肤色、队服
	博茨瓦纳	运动员肤色
世界他国	运动员肤色、面容、国旗	

注:本研究中本体与喻体的映射关系对应,除依托视觉符号外,同时纳入新闻图片下方的文本阐释作为补充依据。



注:图片来自China Daily, Reuters best photos at Beijing Olympics(2008-08-23)。

图1 中国中医支持者以针灸迎奥运

除此之外,中医药新闻图片在国家/地域符号的选择上着重对运动员的刻画,如姚明、菲尔普斯、谷爱凌等富有时代特性、具有国际影响力的运动健儿作为中医药的支持者、体验者、获益者,成为了中医药疗效的代言人。如图2,在这张人物特写中,奥运冠军肩头具有中医药特色的罐印和泳帽上的国旗和名字同图出现,将美国国家隐喻带入中医药文化的传播语境,用图像事实直观展现西方运动员运用拔罐疗法,表达对拔罐疗效的肯定。2023年成都大运会,以运动员为国家/地域符号的运用更加频繁,如图3,借助运动员的面容、肤色等非本土化的外貌特征表达“中”“外”差异,从原本较为具体的单一国家隐喻概念,拓展至更为广泛的海外范畴,体现中医药文化交流与传播的深入发展。运动员作为体育赛事的核心主体,他们对中医药的体验和接受成为了新的隐喻焦点。他们与中医药产生意象联系时,能够更加生动地传递中医药文化的价值,通过强调“人”在中医药体验与传播的主动性,使中医药文化以一种更加亲和的姿态融入国际体育赛事报道,为中医药文化在全球范围内的传播营造了更为宽松和友好的氛围。



注：图片来自People's Daily, Rio 2016: Chinese traditions and products proliferate Olympic village(2016-08-09)。

图2 菲尔普斯罐印展示图



注：图片来自China.org.cn, TCM goes viral at the Chengdu Universiade(2023-08-07)。

图3 运动员体验中医诊脉

由此可见,中医药文化借助国际舞台推动全球体育文化的多元化发展和中医药跨文化交流,新闻图片中的国家/地域符号隐喻通过融合中医药元素,共同构成了一幅中外文化交流与碰撞的画卷,出现了地域多元化和符号人物化的发展趋势。

3.1.2 圆形隐喻:中医药“圆”文化的传承 “圆文化”指以“圆形”为象征的各种文化现象,在中医药文化中,圆代表“和谐生万物”的哲学原理,是阴阳互根互用的和谐之圆,是天地混沌承载万物的包容之圆;是个体自我的生命整合,也是自然而然的生命本真^[9]。中医药“圆”文化在国际体育赛事中的视觉隐喻内涵经历了逐步演变和丰富的过程,这与体育赛事的发展、文化交流的加深以及社会认知的变化密切相关,本文对语料图片中的“圆”喻体进行梳理,探索其发展变化阶段。(见表3)

表3 中医“圆”文化在体育赛事图片中的喻体

赛事名称	“圆”喻体
2008年北京奥运会	艾塔、姜片、火罐
2016年里约奥运会	罐印、火罐
2022年北京冬奥会	八卦图投影、太极图、圆形星宿符号、药膳餐具
2023年成都大运会	按摩锤、香囊、药碾、太极图、太极拳、展示屏幕中的圆元素、火罐、气罐
2023年杭州亚运会	笛箫

早期阶段(2008年北京奥运会至2016年里约奥运会),“圆”主要以中医药诊疗工具的形态为喻体,如在2008年北京奥运会新闻图片中出现的艾塔、姜片、火罐以及2016年里约奥运会新闻图片中的罐印等“圆”文化元素。火罐,作为典型的圆形器具(图4),在运动员身上留下圆形罐印,通过对身体局部气血循环的调节,缓解与治疗运动员肌肉疲劳、伤痛等问题,帮助运动员恢复身体机能。圆形的艾塔和姜片(图5)利用

天然药材的特性来改善身体状况,保持身体的温暖和经络的通畅,从而使运动员能够更好地投入到后续的训练和比赛中。



注:图片来源于China Daily, Faith in TCM(2008-06-11)。

图4 拔火罐



注:图片来源于China Daily, East or West Both works best (2008-04-18)。

图5 艾灸在西方流行

在国际舞台上,火罐等圆形元素成为中医药文化的直观符号。罐身圆形,既寓意圆满和谐、平衡调和,又在物理层面形成稳定负压环境,均匀受力、贴合肌肤,保障了拔罐效果。从文化视角看,圆形罐印象征人体气血循环、经络通畅,尽显圆文化在传统医术细节的渗透。向世界展示中医药不同于西方医学的治疗手段,其背后蕴含着古老智慧和文化底蕴,开启了中医药“圆”文化在国际体育赛事中的传播之旅,为后续更深入的文化隐喻奠定了基础。

2022年北京冬奥会期间,八卦、太极、星宿等“圆”文化元素使视觉隐喻内涵得到了拓展和深化。如图6,投影灯下的八卦阵和太极图的圆形光影与中医药哲学思想紧密相连,太极图的阴阳平衡对应人体阴阳和谐,藏象、经络学说中蕴含八卦哲理。墙壁上,圆点汇聚成星宿,展现古人对宇宙和人体生命的深刻认知,如《黄帝内经》中所应用的历法就内含了“北斗历法”,为中医理解人体与自然的关系提供了时间和空间上的坐标体系。圆形图案及其承载的哲学体系,在体育赛事语境中被具象为身心和谐、动静平衡、顺应自然的运动健康观念,抽象的隐喻内涵得到了情景化的阐释,有效降低了海外受众理解和接受的难度。



注:图片来源于People's Daily Online, TCM display area unveiled at Winter Olympic Village in Beijing(2021-12-28)。

图6 2022年冬奥会中医展示区

2023年成都大运会和杭州亚运会期间的新闻图片则更多呈现中医药功法、技艺和文创元素,“圆”文化的喻体得到进一步拓展和丰富。2023年成都大运会,太极拳、药碾、香囊等“圆”文化元素出现。如图7,图片中不再以具象的太极图为喻体,而是化繁为简,直接以最朴素的圆形场地隐喻阴阳平衡的中医药思想,展现太极拳这一中医传统功法在现代运动中的实用价值。笪笪作为一种中国传统的盛物器具,圆形居多,主要用于中药的晾晒、分拣和盛放,承载了中药制作的传统工艺与智慧。2023年杭州亚运会的新闻图片中,笪笪与老师傅、亚运会吉祥物同框出境(图8),构建出传统与现代交织,体育和文化并行,历史与未来交融的独特意象。



注:图片来源于China.org.cn, TCM goes viral at the Chengdu Universiade(2023-08-07)。

图7 工作人员示范太极拳和八段锦



注:图片来源于Global Times, The wonders of TCM(2023-06-06)。

图8 杭州亚运会吉祥物观看中医药展览

中医药“圆”文化在国际体育赛事中,从最初的基础治疗和保健功能展示,让世界各地运动员和观众直观感受中医药的实用价值;到后来逐步深入到对中医药传统文化的介绍,将蕴含其中的哲学思想、人文理念等传递给全球受众;如今,更是聚焦于传承与创新,以与时俱进的姿态融入现代体育语境。这一过程映射出中医药文化在国际传播中持续发展、主动适应时代需求的动态轨迹。

3.1.3 黑白隐喻:中医药文化的时间呈现 颜色隐喻是指通过颜色来传达特定的意义、情感或概念,将颜色与非颜色的事物、情感等建立起象征或类比关系^[7],在视觉修辞中有塑造情感、传递文化内涵等功能。黑白作为人类最早、最基本的色彩知觉,被赋予了特殊隐喻意义。在中医药文化中,黑色深沉、内敛,代表阴,象征宁静、滋养与收藏;白色明亮、纯净,代表阳,寓意生发、蓬勃与舒展。二者相互对立又彼此依存,共同构筑起中医药阴阳学说的基石。

黑白视觉图片将观众带入最质朴的阴阳哲学世界^[8]。物

体只表现为黑、白,使得主题更加突出,赋予照片古朴、永恒的色调。黑白画面往往具有厚重的历史感,现在发生的事情在图片记录中以黑白隐喻的形式展现出来,图片所定格瞬间的时间维度被拉长,给读者以穿越古今的感觉。虽然彩色图片技术已十分普及,然而在中医药体育新闻中仍会使用黑白图片,这种富有深意的视觉选择发挥着独特的作用。

2016年里约奥运会菲尔普斯拔罐报道在里约和中国国内等多个地方引起拔罐热潮。新闻以此为背景,着重介绍拔罐步骤与知识,并展示了在中国本土道场中的一场拔罐仪式(图9)。道场、道士等极具历史性的文化符号与“拔罐”这一热点事件相碰撞,用黑白图片来展现正在进行的拔罐仪式,在视觉上营造出浓厚的历史氛围,诉说着中医药文化与道家思想的渊源,增强了新闻的故事性和文化价值。通过明暗、黑白对比,图片以一种超现实性的色彩表达,在展示拔罐操作的同时聚焦和激活其文化的历史记忆。



注:图片来源于China daily, Olympic swimmers spark interest in cupping therapy(2016-08-14)。

图9 道场拔罐展示

综上所述,视觉隐喻围绕空间、文化、时间维度展开视觉叙事,在体育新闻图像中展现中医药医疗手法、彰显中医药文化内涵,讲述中医药与世界各国运动员的故事。隐喻符号选择应围绕国家战略与时代发展需要,不断调整传播策略,逐步形成稳定的中医药文化视觉符号。视觉隐喻的相对固定性虽然有利于中医药文化的传播,但过度使用也会导致中医药视觉符号刻板化,不利于展现中医药文化的丰富内涵,因此引入和创造新的视觉意象十分必要。

3.2 视觉意象的运用与解读 视觉意象通过对既有视觉元素或意象进行重新组合、变形等操作,将抽象的概念转化为具体可感的视觉形象,极大地丰富了信息的表意层次。中医药新闻图片通过视觉意象对中医药形象展开创新塑造与多元拓展,让受众能够更直观、真切地领略中医药文化的深厚底蕴与独特魅力,感受中医药文化穿越时空的生命力。

3.2.1 科技意象构建与时俱进的中医药形象 历史文化积淀赋予中医药古朴厚重的传统形象。在当今全球化与科技飞速发展的时代背景下,新闻图片中的科技意象为中医药形象注入了新时代的活力^[9]。2022年2月15日,People's Daily Online名为“TCM shines at Beijing 2022(中医药闪耀北京2022)”的新闻,展现了北京冬奥会中医药体验馆的中医药数字化智能讲解屏(图10)。它内置海量的中医药知识图谱,支持多种交互方式,通过动画演示来模拟、帮助使用者直观地

认识中医药的奥秘。图片通过结合千年传承的中医药文化与当下时兴的电子科技,体现中医药文化的数字化发展。



注: 图片来源于People's Daily Online, TCM shines at Beijing 2022(2022-02-15)。

图 10 中医药文化讲解屏

2023年9月27日,People's Daily Online以名为“Experience Chinese culture at Hangzhou Asian Games(在杭州亚运会体验中国文化)”的新闻,展现了3D技术在展示八段锦等传统功法的运用(图11),包括全方位拆解动作,清晰呈现肢体细节;实时动作捕捉对比学习者动作,精准反馈纠正偏差;依个人情况定制方案,提供沉浸式体验,激发了国内外受众尤其是年轻人对传统文化的兴趣,展示了中医药文化在现代科技背景下的生机和活力。



注: 图片来源于People's Daily Online, Experience Chinese culture at Hangzhou Asian Games(2023-09-27)。

图 11 3D 八段锦练习展示区

科技的飞速进步成为中医药现代化的关键驱动力,科学技术的融入为中医药产业注入新活力,推动产业效率提升,促使中医药在新时代实现高质量发展。2022年2月8日GMW名为“Tongrentang Zhima Health: TCM culture meets modern lifestyle amid Olympics(同仁堂芝麻健康:奥运之际中医文化邂逅现代生活方式)”的新闻中,制作工艺讲究和繁琐的传统中医药产品与24 h工作的快节奏机器臂出现在同一画面(图12),直观展现中医药产业的科技化生产与销售模式,塑造中医药产业自动化、高效率的崭新形象,象征传统中医药正借助科技力量实现从传统到现代的华丽转身。



注: 图片来源于GMW, Tongrentang Zhima Health: TCM culture meets modern lifestyle amid Olympics(2022-02-08)。

图 12 同仁堂 24 h 无人售货机

中医药新闻图片在理论解读、实操体验和生产销售三方面,融合“触摸屏”“3D技术”“机械臂”等科技符号与中医药传统文化元素,全方位展示出中医不仅具有深厚的传承性与丰富的经验性,更具备与时俱进的创新性,成功塑造出中医药紧跟时代步伐、不断发展创新的现代化意象,有力地证明中医药在新时代正借助科技力量焕发出新的生机与活力。

3.2.2 围观意象构建世界认同的中医药形象 “围观意象”通常表现为一群人围绕某个焦点聚集,形成一种集体关注的场景。围观源于两种基本的心理驱使: 第一是好奇,第二是从众^[20]。对于外国人,中医药是不同于本土文化的新鲜事物,中医药在体育赛事中的治疗效果和体验设施让他们对中医药文化充满好奇。

2023年8月3日,China.org.cn名为“TCM experience attracts youth at FISU Games(中医药体验吸引大运会上的年轻人)”的新闻记录了外国代表团参观中药标本的图片(图13)。图片中的人物都抬头仰视墙上悬挂的中药标本,表现出对中医药文化的浓厚兴趣。2023年10月25日,China.org.cn名为“‘Asian Para Games’ media center hosts TCM culture day(亚残奥会媒体中心举办中医文化日)”的新闻(图14),展现了亚运会期间记者和工作人员排队等待接受中医诊疗的场景。活动将场地设置在媒体中心,国内外媒体记者能够亲身体验、实时记录中医药的诊疗过程。



注: 图片来源于China.org.cn, TCM experience attracts youth at FISU Games(2023-08-03)。

图 13 外国代表团参观中医药文化区



注: 图片来源于China.org.cn, Asian Para Games' media center hosts TCM culture day(2023-10-25)。

图 14 杭州亚运会中医药文化日排起长队

直观的体验让海外人士和媒体记者对中医药的疗效产生更强烈的信任感,而将这一场景再现为视觉图片,通过新闻媒介传播,观看新闻者也间接性地加入了这场“围观”。通过聚集和围观生产群体性的信任,让其在群体中获得安全感,基于实践观察的信任会更容易转化为对中医药治疗理念和方法的认同,使人们更愿意接受中医药作为一种有效的医疗手段。

3.2.3 奇观意象构建博大精深的中医药形象 中医药的神奇疗效、运动员们的美好体验以及中医师的高超技术等内容如何在视觉上得以呈现,是中医药视觉化的一个难题。目前,中国国际新闻媒体多通过语言和视觉文本的互文来解决这一问题。如图15,通过采访的形式,结合受访运动员的话语字幕“把一下脉就什么都知道了”,不需要通过多项的、复杂的仪器检查,经验丰富的中医师通过把脉就可以了解患者的身体状况,甚至患者的生活习惯,展现了中医药的奇特之处。



注:图片来源于China.org.cn, TCM experience attracts youth at FISU Games(2023-08-03)。

图 15 新加坡运动员接受采访



注:图片来源于GMW, Tongrentang Zhima Health: TCM culture meets modern lifestyle amid Olympics(2022-02-08)。

图 16 同仁堂全球最大中药调剂台展示图

除此之外,奇观意象的视觉构建还可通过聚焦、缩放等视觉策略实现。如图16,全球最大的中药调剂台作为“世界之最”本身就是一种奇观,但新闻图片没有选择全景拍摄,而是将镜头聚焦调剂台上陈列的古籍,利用微距镜头,在视觉符号系统中构建具有认知冲击力的文化奇观,同时封面的皇帝画像和文字为其制造了神秘感,打造了有别于受众原文化认知的“奇观”意象,使受众感叹中医药的博大精深。视觉与文字符号同时出现在图片中,二者相互辅助、相互印证,提高了信息可信度。

综上所述,体育新闻图片通过科技意象、围观意象、奇观意象助力构建积极、饱满的中医药形象,推动中医药文化传播与发展。中医药文化符号的可视化既可体现在视觉意象内部结构中,又能体现在多个视觉意象之间,促使视觉意象与文化认知发生联系,但目前新闻图片中的意象营造还比较割裂,在未来多种意象可以同框出现,相辅相成,增强视觉效果。

4 中医药视觉修辞的反思与建议

国际体育新闻图片通过巧妙运用视觉隐喻,成功营造丰富的视觉意象,精准捕捉和直观呈现了中医药治疗手段、效果以及文化内涵等多个关键瞬间,在受众心中构建起关于中医药的认知图式,助力中医药跨越文化界限,实现向国际社

会与民众的有效传播。基于对专家访谈内容的分析,研究从传播策略、符号建构、文化认知3个层面进行系统反思,指出当前仍面临的困境与挑战:(1)在传播策略层面,叙事性不足,缺乏对不同文化受众的认知特点和情感需求分析,未能有效结合国际受众的视觉认知习惯进行话语创新;(2)在符号建构层面,现有视觉修辞多停留在表层符号呈现,缺乏对中医药整体理念的深度阐释,且视觉力量性与美感不足,视觉传播未能深度激发其对中医药文化内涵的认知与兴趣;(3)在文化认知层面,因其特殊性,中医药理论体系与西方科学话语体系存在壁垒,且存在依赖特定文化背景才能理解的内容,降低了视觉表达的普适性与传播力,导致视觉传播中文化内涵难以准确传达。为了弘扬中医药文化和构建中医药话语权,应进一步挖掘中医药文化中独特的符号元素,拓展和优化视觉修辞策略和运用,持续强化中医药文化在国际新闻传播中的影响力。

4.1 明确符号内涵,保障中医药文化视觉隐喻理解 在传播策略方面,通过对国际受众的视听符号解码逻辑,为跨文化语境下的视觉修辞重构提升传播效能。深入研究受众的文化心理和审美偏好,打造清晰易懂的视觉符号,规避文化误解。视觉隐喻具有高度复杂性,单一符号可能具备多层隐喻,单一隐喻也可以对应多个符号,因此在缺少文化语境的情况下,受众容易出现隐喻解读偏差。鉴于中医药视觉隐喻的复杂性与文化壁垒,在传播的过程中要以多种方式明确符号内涵,帮助受众理解隐喻。传播者应充分考虑受传者的文化和知识差异,在创造视觉隐喻时首先基于大众熟知的文化符号作为隐喻符号。其次,要深度挖掘多模态表达的潜力,综合运用文字、图片、音频、视频等多元方式,对蕴含中医药文化独特内涵的隐喻符号予以精准阐释。如,隐喻符号涉及复杂的中医概念或历史文化,图片可以附上简要文字说明。最后,要关注并收集受众对视觉隐喻的反馈信息,了解他们在理解过程中遇到的困难和误解点。根据反馈,可以在新闻下发布相关解释评论,帮助受众理解隐喻的含义。

4.2 优化隐喻符号,提升中医药文化的视觉效果 在符号建构层面,中医药视觉修辞呈现明显的表象层的图形化叙事,中医药文化视觉符号的刻板化往往由媒体传播惰性、数字鸿沟、信息茧房等原因导致^[9],要创新打造富有生命力、感染力、积极贴近时代脉动的视觉符号。因此要从内、外两方面着手解决问题。一方面要深度挖掘中医药文化宝库,拓宽灵感来源,提炼出新颖的视觉概念。同时,积极融合现代文化元素,借助前沿科技^[9],以崭新视觉隐喻展现中医药文化,如结合时尚潮流,把中医药与当下流行的赛博朋克风格混搭,用充满科技感的光影线条诠释古老针灸经络。另一方面,要推进跨文化交流互鉴,探寻中西方医学共通之处,为中医药文化本体在西方文化中寻得对应的喻体,并广泛吸纳国际受众反馈,依据不同文化背景下的理解差异,持续优化和创新视觉隐喻符号,使之契合多元认知,全方位激活中医药国际新闻视觉隐喻的表达活力。

4.3 丰富意象表达,塑造饱满的中医药形象 在文化认知层面,在保持中医药文化独特认知模式的前提下,通过对既有

意象进行重新组合、变形等操作^[6],以一个核心主题为线索,将不同类型的意象串联起来,组成图片合集,形成一个相互呼应、相辅相成的视觉整体,结合多模态手段做到连贯性、情境化塑造,最大限度弥补中医药文化符号化过程中可能会出现意义丢失和解释鸿沟。单一的意象使用难免会导致形象的极端化,如孤立地强化奇观意象可能对中医药的科学性产生影响等,因此,一方面要注重意象融合创新,建立意象系列化呈现模式,以特定主题为线索,组织相关意象图片成组发布,加强意象间逻辑联系。另一方面,要拓展多元意象素材,除了常见的诊疗场景,可纳入中医药古籍文献、传统炮制工具、民间中医传承故事场景等,展现中医药深厚文化底蕴与传承脉络,丰富意象表达,塑造科学的、积极的、饱满的中医药形象。

5 结 语

在全球化浪潮的席卷下,中医药文化的国际传播已然成为文化交流领域的关键议题,国际新闻作为信息传播的前沿阵地,在展现中医药独特魅力、推动多元文化交流互鉴方面,蕴藏着巨大的能量与潜力。本研究通过深入分析国际体育新闻中医药视觉叙事中的隐喻和意象特征,发现视觉隐喻从空间、文化、时间等维度呈现中医药医疗手法、文化内涵等内容,以科技、围观、奇观的视觉意象赋予中医药与时俱进、世界认同、博大精深的形象。未来,中医药英语新闻应持续探索创新视觉叙事策略,不断优化传播效果,打破文化隔阂,提升全球受众对中医药文化的理解与认同,助力中医药文化在世界舞台上绽放更加绚烂的光彩。

参考文献

[1] 人民网.加强我国国际传播能力建设[EB/OL].[2022-10-27].
<http://opinion.people.com.cn/n1/2022/1027/c1003-32552529.html>

[2] 国家中医药管理局.国务院办公厅关于印发“十四五”中医药发展规划的通知[EB/OL].[2022-03-03].<http://www.natcm.gov.cn/guicaisi/zhengcewenjian/2022-03-29/25694.html>

[3] 陈甜甜,于德山.我国“体育运动健康理念”的媒介话语建构分析:以《中国体育报》城市马拉松赛事报道为例[J].首都体育学院学报,2018,30(5):418-421.

[4] 余清楚,郭迎春.中华文化主流价值国际传播路径研究[J].中国出版,2024(17):5-10.

[5] 陈洪,刘家僖,何清湖,等.文化符号在中医药跨文化传播

中的应用初探[J].湖南中医药大学学报,2020,40(4):507-510.

[6] 刘涛.视觉修辞学[M].北京:北京大学出版社,2021.

[7] 杨明星,李莹莹.外交视觉修辞基本原理与话语权生成[J].外语电化教学,2023(3):25-31,112.

[8] 刘子瑜.“他者”的景观:法国《巴黎竞赛画报》(1949—1966)的新中国形象建构[J].湖南师范大学社会科学学报,2024,53(6):147-155.

[9] 俞鹏飞.图绘体育:晚清西方体育的视觉建构与修辞:基于对《点石斋画报》中西方体育图像的报道探析[J].成都体育学院学报,2023,49(5):139-146.

[10] 焦辉川,王军永,郑江山,等.基于CiteSpace的中医药文化传播研究可视化分析[J].江西中医药大学学报,2025,37(1):102-106.

[11] 张道振,罗嘉雯.中医药对外传播中的形象建构:基于英语网络传媒语料库的考察[J].上海翻译,2023(5):24-30.

[12] 蒋继彪.中医药在英国的跨文化传播策略研究[J].亚太传统医药,2022,18(11):1-5.

[13] 宋梅,严暄暄,何清湖.多模态话语分析视域下的《中国日报》中医药形象构建及传播策略研究[J].中医药文化,2023,18(6):513-523.

[14] 王越.新冠疫情背景下CGTN中医药英语新闻的多模态研究[D].南昌:江西中医药大学,2023.

[15] 刘彦臣.评析近十年《中国日报》有关中医文化的国际传播[J].学术交流,2014(10):186-191.

[16] 肖慧丽,何星亮.中国圆文化的研究概况及其特点[J].学习与探索,2024(3):128-136.

[17] 王真,刘航.诗意的象征:医疗纪录片《人间世第二季》的影像表达[J].中国电视,2020(3):37-40.

[18] 张鸞鸞,武涛,张文涛.成都大运会官方体育图标“十八墨宝”的文本建构与媒介传播[J].包装工程,2025,46(4):314-324.

[19] 陈思怡,胡旭然,吴奥坤,等.数字赋能中医药文化传播的SWOT分析与路径选择[J].湖南中医药大学学报,2025,45(2):356-362.

[20] 刘涛.图绘“西医的观念”:晚清西医东渐的视觉修辞实践:兼论观念史研究的视觉修辞方法[J].新闻与传播研究,2018,25(11):45-68,127.

(收稿日期:2025-04-01 编辑:罗英姣)