

中国企业海外社交媒体传播的符际融合隐喻

——以#CNPCfamily推文为例

对外经济贸易大学 英语学院 孙 亚 苟迪聪

[摘 要] 数字文明时代催生认知竞争新场域,即社交媒体,其逐步发展成为当前中国企业开展国际传播的关键渠道。当前社交媒体传播呈现出战略传播的认知转向,隐喻是认知竞争时代的关键信息编码路径。本文提出符际融合隐喻的概念及其分析框架,以中国企业海外社媒发文为例,探索了符际融合隐喻的超语表征、认知机制、隐喻场景构建及其融合类型。研究发现,符际融合隐喻存在梯度化建构模式:多模态符号单元构建隐喻场景时,核心超语资源和其他超语资源直接呈现隐喻识解趋同,形成同构型符际融合隐喻;其他超语资源需依附核心超语资源呈现隐喻识解趋同,形成依附型符际融合隐喻;核心超语资源和其他超语资源需通过高层图式聚合呈现隐喻识解趋同,形成聚合型符际融合隐喻。本文揭示了符际融合在隐喻识解维度上的双重协同机制,即互文性和隐喻增生,深化了符际融合在隐喻维度的阐释,以期推动社交媒体语境下隐喻研究的理论发展,为中国企业海外社交媒体传播中的多模态协同提供参考,为优化中国企业海外社交媒体传播效能提供启示。

[关键词] 符际融合隐喻 超语表征 认知机制 隐喻场景

引 言

数字文明时代催生认知竞争新场域即社交媒体,它“不仅是信息基础设施,更是潜在的认知干预工具”(熊李力、朱萌,2025:18)。社交媒体凭借其内在的超语属性(Li, 2023)与多模态信息协同机制(熊李力、朱萌,2025),正逐步发展成为当前中国企业开展国际传播的关键场域(包国强、黄继晨,2025;孙亚、王琼,2024)。

新形势下社交媒体传播体现了“战略传播的认知转向”(林克勤、曾静平,2023:101)。隐喻是认知

[收稿日期]2025-08-26

[基金项目]本文为2024年国家社会科学基金一般项目“中国企业在海外社交媒体上的超语实践及其对中国形象的溢出效应研究”(批准号:24BYY157)阶段研究成果

[作者信息]孙亚,男,对外经济贸易大学英语学院教授,研究方向:认知语言学、语用学、商务话语、企业社交媒体话语,电子邮箱:sawyersun@126.com;苟迪聪,男,对外经济贸易大学英语学院外国语言学及应用语言学专业博士研究生,研究方向:认知语言学、语用学、商务话语、企业社交媒体话语,电子邮箱:felixgdc@163.com

竞争时代的关键信息编码路径(喻国明、颜世健,2022),因其被视为普遍认知机制(Lakoff & Johnson, 1980),体现为从具体认知域向抽象认知域的系统映射(大堀壽夫,2002)。随着研究视野的拓展,隐喻分析已超越纯粹的理论探讨,广泛应用于政治、经济、商务、社会、教育及公共卫生等多元话语体系,成为应用语言学、社会科学与人文学科的重要研究工具(Cameron & Maslen, 2010)。

社交媒体是多模态符号资源交互与意义生成的场域(Li, 2023)。首先,多模态符号资源构建意义时在符号表层呈现符际互补与符际平行(Zappavigna & Logi, 2024),在识解层面如视角框架、隐喻映射等方面形成了符际融合(Hart & Marmol Queralto, 2021)。其次,社交媒体中的隐喻常呈现多模态特征,即源域与目标域通过不同模态共同表达,形成多模态隐喻(multimodal metaphor)(Forceville, 2024)。然而,现有研究未明确文字、图像、表情包等多种符号资源形成的符际融合在隐喻识解维度上的具体操作机制与协同程度。

符际融合(intersemiotic convergence)指“语言与图像等多模态符号在事件结构、视角框架、注意分配、隐喻映射等认知识解维度上的协同表征”(Hart, 2021: 529)。本文在此基础上提出“符际融合隐喻”(intersemiotic convergence on metaphor)的概念,即交际者运用超语资源协同交际时,借助互文性和隐喻增生机制,共同实现隐喻识解、构建整体性隐喻场景的情形。本文拟构建符际融合隐喻分析框架,以中国石油天然气集团公司(CNPC)在X(推特)上的发布的含标签#CNPCfamily的推文为案例,探索符际融合隐喻的超语表征、认知机制、隐喻场景构建及其融合类型。以期推动隐喻研究在社交媒体语境的理论发展,为优化中国企业海外社交媒体传播效能提供参考。

1 符际融合隐喻的基础

符际融合隐喻的概念起源于系统功能语言学和认知语言学,系统功能语言学关注符号表层的融合,而认知语言学则聚焦符际融合的深层认知机制。

1.1 系统功能语言学视角的符际互补/平行

系统功能语言学认为,符号间、模态间存在符际互补(intersemiotic complementarity)与符际平行(intersemiotic parallelism)。符际互补指多模态符号通过差异性分工构建完整意义,如“语言和视觉模态符号在文本中互补,运用各自特有的手段投射意义”,实现意义协同,形成“图像-文本/语言”的动态复合体(Royce, 2007: 63)。例如,国家形象宣传片中视觉、听觉与语言等模态资源以符际互补的方式,协同构建了多维立体的国家形象(毛浩然、黄思琦,2025)。符际平行则关注模态间的形式对应关系,即“语言与图像通过相似形式结构建立的连贯性”(Liu & O'Halloran, 2009: 372)。例如,垃圾分类宣传片中语言、图像、声音等符号以符际平行的方式在语篇层面共筑信息连贯(韩艳方,2022)。符际互补与符际平行被进一步阐释为“跨模态融合”(intermodal convergence),即“多模态文本中不同符号系统协同产出连贯意义的机制”(Zappavigna & Logi, 2024: 245)。

系统功能语言学视角的符际互补/平行聚焦模态互动的表层形式,忽视了多模态符号融合的深层认知过程。

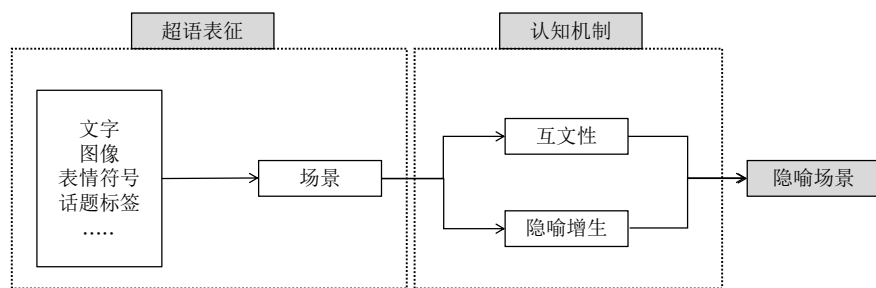
1.2 认知语言学视角的符际融合

认知语言学视角下的符际融合聚焦多模态符号互动背后的认知机制即识解操作(construal operation)。识解操作指“经验被框架化的方式,即说话人如何概念化意欲传达的经验”(Croft & Cruse, 2004: 19)。识解操作的四大实现机制为:通过图式化与格式塔实现架构,借助范畴化与隐喻构建比较框架,利用颗粒度调控注意焦点,依托视角完成定位操作(Hart, 2017;张辉、杨艳琴,2019)。认知识解与语言表达与之间相互作用,并影响人们表达意识形态、观点以及立场(孙成志、王成一,2023)。根据认知语言学的“认知承诺”原则(Croft & Cruse, 2004),识解操作不仅作用于语言交际,还统摄手势、图像等非语言符号的意义构建。Hart & Marmol Queralto(2021)在此基础上提出了“符际融合”的概念,即“语言与图像等多模态符号在事件结构、视角框架、注意分配、隐喻映射等认知识解维度上的协同表征”。例如,在移民议题的新闻报道中语言叙事与新闻图片通过共享的图式结构、观察视角及注意焦点形成认知共振,从而强化特定意识形态的传递效果(Hart & Marmol Queralto, 2021)。

认知语言学视角阐释了多模态符号融合的深层认知机制,但还需进一步揭示在隐喻识解维度上的具体操作机制与协同程度。

2 符际融合隐喻的分析框架

本文在上述基础上提出“符际融合隐喻”的概念,即交际者运用超语资源协同交际时,借助互文性和隐喻增生机制,共同实现隐喻识解、构建整体性隐喻场景的情形。本文拟构建符际融合隐喻分析框架(如图1所示),考察各类超语资源表征场景的融合度,以及在构建隐喻场景时实现隐喻识解的融合度。



资料来源:作者根据本节分析自行绘制。

图1 符际融合隐喻的分析框架

2.1 符际融合隐喻的超语表征

符际融合隐喻立足于超语资源的协同性和整体观。首先,超语是超越不同语言之间、语言与其他符号之间界限的整体语库(repertoire)(李嵬、沈骑,2021)。超语理论“将语言重新概念化为多语言、多符号、多感官和多模态的资源库”(Li, 2018: 22),“关注更广泛的多符号资源以及多样化手段的组合和协调”(Li, 2022: 2)。例如,留学生在学术实践中有意识地运用超语策略、整合多种语言资源,以加深对

学科知识的理解与掌握(刘佳琦、邱译曦、郑咏滢,2023)。超语的协同性和整体观在社交媒体中尤为显著。例如,微博用户通过融合多语资源(如中英文混用)、多模态资源(如图片、表情符号、视频)以及多符号资源(如话题标签、重复标点),协同构建自夸言语行为(Ren & Guo, 2024)。

其次,超语是超越语言与认知界限的交流实践(李嵬、沈骑,2021)。超语本能是内在的认知能力,它使人们能够利用所有认知和符号资源来解释意义(Li, 2018)。超语观强调语言与认知的相互联系性,这与认知语言学的主要假设不谋而合,即语言不是自主的认知能力(Language is not an autonomous cognitive faculty),语言能力涉及到其他心理过程和认知能力(Croft & Cruse, 2004)。隐喻被视为普遍的认知能力,即“人们的思维过程大都是隐喻的”(Lakoff & Johnson, 1980: 6),这为理解多符号资源如何在认知层面协同运作提供了基础。

由此,本文提出的符际融合隐喻强调交际者调动其整体语库协同表征场景而建构隐喻的情形。

2.2 符际融合隐喻的认知机制

如1.2所述,多模态符号互动背后的认知机制即识解操作之一为隐喻建构,本文认为其具体的认知机制为互文性(intertextuality)和隐喻增生(addition of metaphor)。

互文性为隐喻建构激活认知框架。互文性指“引用或借鉴之前的文本(包括语言和视觉元素),以便激活框架而理解当前文本中描述的情景”,“引用的文本与目标情景属于不同的框架时,互文性就为隐喻性解读提供了工具”(Hart, 2017: 9)。首先,隐喻的互文性是基于“文化互文性”,即引用、暗示或转化其他抽象的社会价值观念以建立意义关联的现象,如通过引用广为人知历史事件原型(如世界大战)或文化符号(如战壕、冲锋)激活受众基于文化记忆的隐喻思维,使抽象价值观念(罢工冲突)更具象化,从而形成互文性(Zinken, 2003)。其次,隐喻的互文性还体现在伴随图像的语言隐喻(Hart, 2017)。由于图像解释具有开放性和主观性,语言隐喻的作用在于引导交际者向预设的理解方向靠拢。

隐喻增生为隐喻建构加快认知过程,形成话语连贯。隐喻增生指“人们在理解话语时可能会在心理上添加隐喻,即在心理上用话语本身未使用的隐喻性表达来理解话语”(Barnden, 2020: 13)。首先,隐喻增生能简化与加速认知机制,即将抽象概念(目标域)锚定于具体概念(源域),显著降低认知负荷并提升信息处理效率。其次,隐喻增生促进了话语连贯。交际者在理解直义与隐喻义表达混合的文本中,并非简单合并直义与隐喻义,而是通过“将直义表达隐喻化”实现意义整合,从而使直义与隐喻义表达形成连贯叙事。

据此,本文提出的符际融合隐喻强调互文性引导交际者激活隐喻框架,在心理上添加隐喻,加速认知过程并促进话语的连贯。

2.3 符际融合隐喻的隐喻场景构建

符际融合隐喻是整体性隐喻(holistic metaphor),即多模态符号单元(如社交媒体发文)表征的场景(含场景中的实体或事件)作为整体使交际者激活其他场景,从而建立两个场景之间的隐喻映射关系。隐喻场景识别程序(procedure for identifying metaphorical scenes, PIMS)(Johansson Falck & Okonski, 2023)旨在跨越短语、句子等更长文本片段,聚焦多模态符号资源所激活的场景,确定场景或场景要素

是只能直接理解还是以其他经验间接理解,其他经验通常指更基础的经验,如具体的、五官能感觉到的、与身体动作相关的经验(Steen *et al.*, 2010)。PIMS 依据“直接理解”和“间接理解”两种方式来判断场景的隐喻性。

隐喻场景的识别步骤如下:

- (1)确定多模态符号资源所表征的场景及其相关要素;
- (2)确定场景的每个要素:a)只能直接理解或b)可由其他经验间接理解;
- (3)确定每个场景:a)只能直接理解或b)可由其他经验间接理解;
- (4)若答案是b),即要素或场景任何一方为间接理解,则该场景为隐喻场景。

2.4 符际融合隐喻的类型

社交媒体发文等多模态符号单元中,多种超语资源在表征场景、隐喻识解、隐喻场景构建的协同度上呈现差异,从而形成不同类型的符际融合隐喻。

为具体阐述符际融合隐喻的类型,本文以中国石油天然气集团公司(CNPC)在X(推特)上的发文以研究对象,以含标签#CNPCfamily的推文(2023-2024年)进行案例分析。首先,CNPC自2001年以来在《财富》世界500强榜单长期位居前列,肩负着以国资央企以及世界一流企业的海外形象助推中华文明传播力的使命。此外,CNPC在2024年度中国央企海外网络传播力综合指数榜单单位列首位,在X上的信息发布量与互动活跃度均领先于其他央企。而且,标签#CNPCfamily蕴含的“家文化”是具有跨文化普适性的企业文化价值观。“家文化”指“一种以家庭为中心,强调家庭成员间和谐共处、相互扶持、共同发展的文化体系”(钱永红, 2025: 22),既是中国传统文化体系又是西方文化价值体系的重要组成部分(Peters & Dush, 2009)。

本文的研究过程如下。第一,确立#CNPCFamily为核心超语资源,因为它是这组推文的话题标记。它显性表征了[家庭]场景,直接激活了[家庭]隐喻,构建了隐喻场景[公司是家庭](简称[家庭]隐喻场景)。核心超语资源锚定了其他超语资源的理解,引导其他超语资源激活[家庭]隐喻。第二,根据Li (2018)和Ren & Guo (2024)提出的超语资源分类框架,识别推文中的超语资源,如表情符号、图像、文字、阿拉伯数字、其他标签等;再依据语义知识库框架网(FrameNet)判断上述各类超语资源是否表征相同的场景,然后分析它们协同表征场景的融合度;之后判断其他各类超语资源与核心超语资源#CNPC-family所表征的场景是否一致。第三,判断其他超语资源协同表征的场景与[家庭]场景之间的认知距离,解析其他超语资源协同表征的场景如何依据互文性激活[家庭]隐喻,而实现[家庭]隐喻增生。认知距离(cognitive distance,或称概念距离)主要指人类认知中概念之间的心理接近程度(Hudson, 2007)。第四,根据认知距离、互文性方式和隐喻增生的方式,分析核心超语资源和其他超语资源构建[家庭]隐喻场景的融合度,从而总结出三类符际融合隐喻。囿于篇幅限制,本文选取了三条典型推文以阐释三类符际融合隐喻。

2.4.1 同构型符际融合隐喻

同构型符际融合隐喻指多模态符号单元构建隐喻场景时,核心超语资源和其他超语资源直接呈现

隐喻识解趋同。以图2为例,在超语表征层面形成了双场景即表层不连贯。标签#CNPCFamily和文字(如make them feel like family)表征了场景[家庭],而其他超语资源表征了场景[职场庆生]。图2中图像(如船员围聚蛋糕的画面)和文字(如celebrated his 53rd birthday、celebrating each crew member's birthday)描绘和叙述了生日庆祝场景。表情包(🎂、👏)、图像(船员、轮船)和文字(cake、captain、the crew、OC-NPC BGP's Oriental Exploration No. 3)分别呈现该场景核心要素<蛋糕><寿星><庆生人员><庆生场所>等,上述超语资源在表征场景时形成了符际间的完全融合。



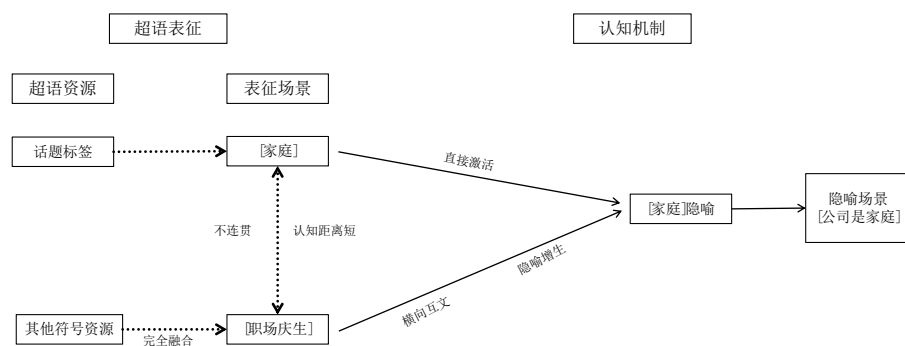
资料来源:CNPC推文截图。

图2 推文截图:职场庆生

其次,在认知机制层面,超语资源表征的双场景直接呈现隐喻识解趋同。如上所述,核心超语资源#CNPCfamily显性表征了[家庭]场景,直接激活了[家庭]隐喻。基于共享的文化知识和社会体验,其他超语资源表征的场景[职场庆生]涉及的<庆生活动>(含核心要素<蛋糕><亲密群体>)是[家庭]场景的一种高度程式化事件,前者无需调用其他图式即可规约性地激活[家庭]场景,因而该场景与[家庭]场景之间的认知距离短。该场景触发横向互文,即以场景[家庭庆生]理解场景[职场庆生],实现[家庭]隐喻增生。

如图3所示,由于超语资源表征的双场景之间的认知距离短,核心超语资源和其他超语资源在构建

[家庭]隐喻场景时,直接呈现隐喻识解趋同,协同凸显家庭的温暖与凝聚力。

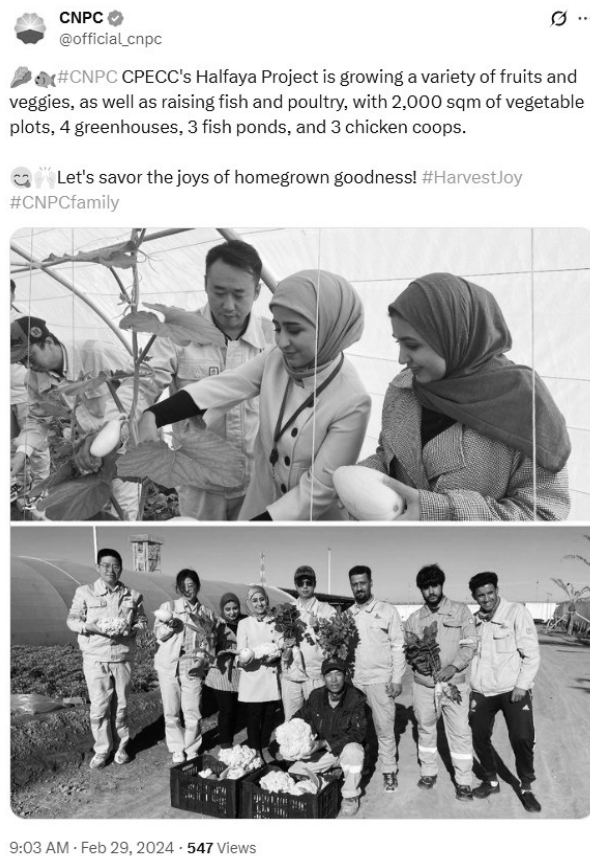


资料来源:作者根据本节分析自行绘制。

图3 同构型符际融合隐喻的超语表征与认知机制

2.4.2 依附型符际融合隐喻

依附型符际融合隐喻指多模态符号单元构建隐喻场景时,其他超语资源需依附核心超语资源呈现隐喻识解趋同。以图4为例,在超语表征层面形成了双场景即表层不连贯。标签#CNPCfamily表征了



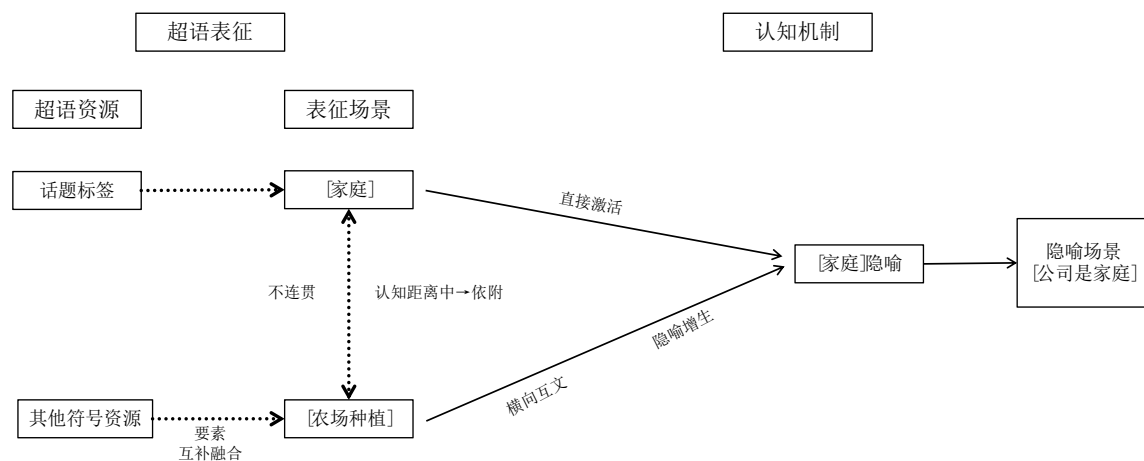
资料来源:CNPC推文截图。

图4 推文截图:农场种植

场景[家庭],而其他超语资源协同表征了场景[农场种植]。图4中数字(2,000 sqm等)、表情包(🍄、🐔)、图片(如温室、果蔬、员工)和文字(fruits、veggies、fish、poultry、vegetable plots、greenhouses、fish ponds、chicken coops等)多重呈现该场景的核心要素<产品><地点>等。文字(如growing fruits and veggies和raising raising fish and poultry)侧重呈现该场景的要素<过程>,而图像(采摘果蔬的图片)侧重呈现该场景的要素<结果>。文字表达相较于其他符号表达要更具体、提及的要素更多,上述超语资源在表征场景时形成了符际间的要素互补融合。

其次,在认知机制层面,超语资源表征的双场景通过依附性呈现隐喻识解趋同。如上所述,核心超语资源#CNPCfamily显性表征了[家庭]场景,直接激活了[家庭]隐喻。其他超语资源表征的[农场种植]场景不直接指向[家庭]场景,需调用[家庭农耕]图式、经过认知链[共同劳动—照料—养育—家园]才能隐性地激活[家庭(传统)]场景。再者,[农场种植]场景是传统农业社会中[家庭]场景的规约性要素,因而二者间认知联结性强;但[农场种植]场景已不再是现代工业社会[家庭]场景的规约性要素,存在一定的历时与文化间隔,因而二者间认知联结性弱、认知距离处于中等水平。该场景触发纵向互文(借助历时语境互文性),即[家庭(传统)]场景依附[家庭(现代)]场景,因而能以[家庭]场景间接理解[农场种植]场景,实现[家庭]隐喻增生。

如图5所示,由于超语资源表征的双场景之间存在一定的认知距离,核心超语资源和其他超语资源在构建[家庭]隐喻场景时,后者需依附前者再呈现隐喻识解趋同,协同凸显家庭的愉快氛围(如标签#HarvestJoy和文字savor the joys)。



资料来源:作者根据本节分析自行绘制。

图5 依附型符际融合隐喻的超语表征与认知机制

2.4.3 聚合型符际融合隐喻

聚合型符际融合隐喻指多模态符号单元构建隐喻场景时,核心超语资源和其他超语资源需通过高层图式聚合呈现隐喻识解趋同。以图6为例,在超语表征层面形成了双场景即表层不连贯。标签#CNPCFamily表征了场景[家庭],而其他超语资源协同表征了场景[户外游戏]。图6中文字符号(young employees)、表情包(👉)和图片(年轻员工)协同呈现该场景的核心要素<户外游戏参与者>等。



资料来源:CNPC推文截图。

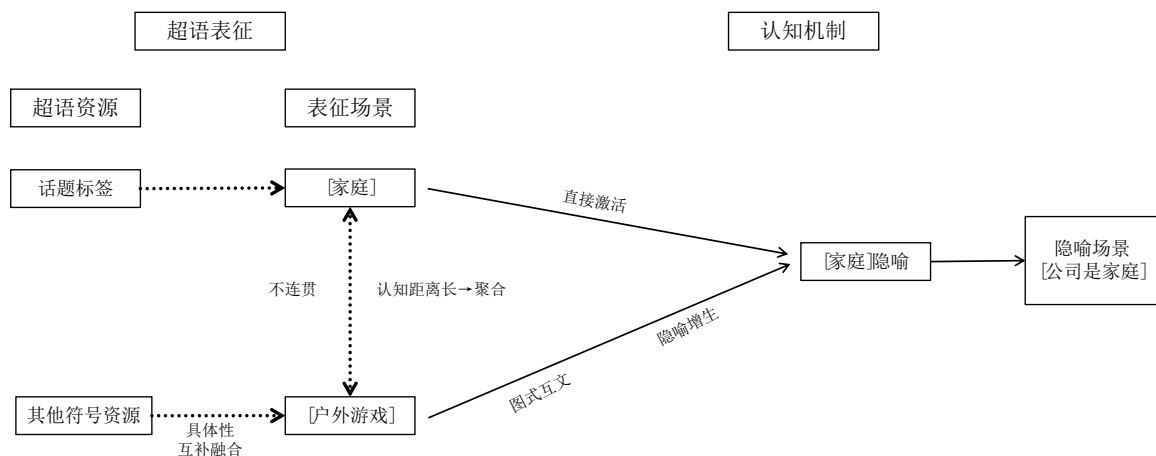
图6 推文截图:户外游戏

然而,文字(如 outdoor activity, friendly competition)叙述户外活动的概括性信息,图像(如拔河、同舟共济等游戏竞赛图片)直观呈现了户外活动的具体性信息。上述超语资源在表征场景时形成了符际间的具体性互补融合。

其次,在认知机制层面,超语资源表征的双场景通过聚合性呈现隐喻识解趋同。如上所述,核心超语资源#CNPCfamily显性表征了[家庭]场景,直接激活了[家庭]隐喻。其他超语资源表征的场景[户外游戏]与[家庭]场景无直接关系,激活图式[娱乐、竞技与团队协作],其核心关系是功能性或情境性的伙伴关系。但[户外游戏]与[家庭]场景同是[合作]隐喻家庭(COOPERATION metaphor family)的核心成员,共享高层图式“两个及以上参与者为达成共同目标自愿采取统一行动”,以及蕴含着“合作者在实现目标过程中集体的力量大于部分的力量之和”(Morgan, 2008: 499; 孙亚, 2022: 27)。因此,场景[户外游戏]调用二者共享高层图式,借由认知链[团队互动—亲密关系—合作—家庭归属]才能转喻地激活[合作]隐喻家庭及其成员[家庭],因而二者之间无规约性的认知联结、认知距离最长。

如图7所示,超语资源表征的双场景之间的认知距离长,核心超语资源和其他超语资源在构建[家庭]隐喻场景时,二者在高层图式层面聚合,从而呈现隐喻识解趋同,协同凸显家庭的轻松愉快和团结

协作(如标签‘#happyCNPC’、表情包、文字 exhilarating、friendly)。该发现有别于传统商务话语中发现的体育运动隐喻,其多传递商业环境的对抗性与角逐性(孙亚、崔子璇,2020)。



资料来源:作者根据本节分析自行绘制。

图7 聚合型符际融合隐喻的超语表征与认知机制

3 讨 论

首先,本文在 Hart & Marmol Queralto(2021)的基础上首次提出了“符际融合隐喻”的概念,认为企业社交媒体发文中的各类超语资源协同构建了符际融合隐喻,如同个人社交媒体发文中的超语资源协同实现自夸言语行为(Ren & Guo, 2022)。本文发现了超语资源分别以完全融合、要素互补融合和具体性互补融合的方式协同表征场景,这明晰了超语协同性与整体观的具体实现方式,进一步拓展了 Li(2018;2023)提出的超语协同性与整体观。

其次,本文明确了符际融合在隐喻识解维度上的双重协同机制即互文性和隐喻增生。如上述例子所示,#CNPCfamily调用普遍共享的家庭文化(Peters & Dush, 2009),锚定了推文建构的整体隐喻场景[公司是家庭],进一步引导交际者以此间接理解其他超语资源所表征的场景,如[职场庆生]、[农场种植]与[户外游戏],加快认知过程,形成话语连贯(Barnden, 2020)。同时,本文也揭示了符际融合隐喻存在的梯度化建构模式。同构型符际融合隐喻中,场景[职场庆生]激活场景[家庭]时认知距离短;依附型符际融合隐喻中,场景[农场种植]激活场景[家庭]时存在一定认知距离;聚合型符际融合隐喻中,场景[户外游戏]激活场景[家庭]时认知距离长。

再次,本文认为符际融合隐喻是整体性隐喻,将隐喻研究的单元从传统的词汇层面拓展到了更长文本片段(社交媒体发文)的场景层面,即多模态符号单元(如社交媒体发文)表征的场景[职场庆生]、[员工农场种植]与[员工户外游戏]作为整体激活场景[家庭],从而建立场景[家庭]和[公司]之间的隐喻映射关系。这也验证了隐喻识别程序(Johansson Falck & Okonski, 2023)在社交媒体语境下的适用性与可行性。

再者,本文提出的符际融合隐喻与传统的多模态隐喻存在一定差异。第一,符际融合隐喻比多模

态隐喻更强调超语资源的协同性和整体观。符际融合隐喻认为意义生成的载体是符号系统,关注多符号协同表征场景要素并构建隐喻场景。相比之下,多模态隐喻则主要关注不同模态分别表征源域和目标域而实现的跨模态映射(Forceville, 2024),依赖感官通道即感知信息的物理载体如视觉、听觉和触觉。第二,符际融合隐喻比多模态隐喻更强调隐喻性。符际融合隐喻在认知距离呈现的连续统特征符合Müller & Tag(2010)提出的隐喻性,即隐喻的激活程度随语境动态变化,跨域映射过程具有渐进性特征(Harrison & Fleming, 2019)。相较之下,多模态隐喻则聚焦源域与目标域之间的映射关系,未关注映射关系的强弱渐进性,因而未能有效揭示隐喻性。第三,符际融合隐喻比多模态隐喻更强调隐喻的整体性。符际融合隐喻关注多模态符号单元(如社交媒体发文)表征的场景作为整体激活其他场景,从而建立两个场景之间的隐喻映射关系。相较而言,多模态隐喻的源域和目标域则由不同的场景要素呈现,并通过二者之间的映射关系实现隐喻激活(Forceville, 2024),因而未能体现隐喻的整体性。

此外,本文发现的三类符际融合隐喻彰显了社会文化在隐喻建构中的补偿机制。如上述推文例示,符际融合呈现的场景[职场庆生][农场种植][户外游戏]是具有普遍性的社会文化符号,它们激活了中外企业价值观中共享的家文化(Örtenblad, 2024),易于海外社交媒体受众接受,跨文化传播中的语义损耗低,体现了较高的传播价值。

最后,本文或能为中国企业海外社交媒体传播提供一定的启示。中国企业在海外社交媒体传播中可充分利用平台可供性,系统性整合文字、图片、标签、表情符号等超语资源,构建符际融合传播体系。中国企业还可在社交媒体发文中设置隐喻标签(如#CNPCfamily),发挥其锚定作用,引导受众认知方向,实现高效传播,引发受众情感共鸣(赵新利, 2021)。中国企业可选择全球普适性的社会文化符号,构建全球价值共振的传播策略(张小锋、刘蓓, 2025),缩小海外社交媒体受众理解偏差,从而提高跨文化传播效能。

4 结 语

本文构建了符际融合隐喻的分析框架,探索了符际融合隐喻的超语表征、认知机制、隐喻场景构建,界定了同构型、依附型与聚合型三类符际融合隐喻。研究发现,符际融合隐喻存在梯度化建构模式:多模态符号单元构建隐喻场景时,核心超语资源和其他超语资源直接呈现隐喻识解趋同,形成同构型符际融合隐喻;其他超语资源需依附核心超语资源呈现隐喻识解趋同,形成依附型符际融合隐喻;核心超语资源和其他超语资源需通过高层图式聚合呈现隐喻识解趋同,形成聚合型符际融合隐喻。本文揭示了符际融合在隐喻识解维度上的双重协同机制即互文性和隐喻增生,深化了符际融合在隐喻维度的阐释,推动隐喻研究在社交媒体语境的理论发展。研究发现或能为中国企业海外社交媒体传播中的多模态协同提供参考,为优化中国企业海外社交媒体传播效能提供启示。此外,未来研究可扩大研究语料规模,或引入眼动实验、神经认知实验等方法测量认知距离,验证本文分析框架的适用性。

参考文献

毛浩然,黄思琦.中国国家宣传片国际传播的认知效能研究——基于眼动实验的多模态解码[J].日语学习与研究,2025(3).

- 包国强,黄继晨.四十年来中国企业传播研究的学术图景与演进趋势——基于CiteSpace的可视化分析[J].新闻爱好者,2025(3).
- 刘佳琦,邱译曦,郑咏滢.全球化背景下的赴日留学生多语学术实践研究[J].日语学习与研究,2023(2).
- 孙亚.英汉商务话语隐喻对比研究——基于认知语料库语言学[M].上海:上海外语教育出版社,2022.
- 孙亚,王琮.中美企业微博与推特语域变异的多维对比研究[J].外语导刊,2024(6).
- 孙成志,王成一.日本主流报纸中环境风险话语的批评认知语言学分析[J].日语学习与研究,2023(5).
- 李晔,沈骑.超语实践理论的起源、发展与展望[J].外国语(上海外国语大学学报),2021(4).
- 张小锋,刘蓓.数字时代中华文化国际传播的意义、困境与进路——以李子柒现象与《哪吒2》为中心[J].日语学习与研究,2025(5).
- 张辉,杨艳琴.批评认知语言学:理论基础与研究现状[J].外语教学,2019(3).
- 林克勤,曾静平.认知战略传播:关涉题域、核心诉求与实践范式[J].西安交通大学学报(社会科学版),2023(5).
- 赵新利.共情传播视角下可爱中国形象塑造的路径探析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(9).
- 钱永红.家文化视角下的和谐关系管理话语实践研究[J].外语与外语教学,2025(4).
- 韩艳方.多模态话语中模态协同的多维分析:系统功能视角[J].外语学刊,2022(1).
- 喻国明,颜世健.认知竞争时代的传播转向与操作策略[J].东南学术,2022(6).
- 熊李力,朱萌.数字时代的政治议程重构:社交媒体的干预机制及国家应对路径[J].太平洋学报,2025(8).
- 大堀壽夫.認知言語学[M].東京:東京大学出版会,2002.
- Barnden J. Metaphor thoughtfully[C]. In Baicchi, A. (Ed.), *Figurative Meaning Construction in Thought and Language*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2020.
- Cameron L, Maslen R. Metaphor Analysis: Research Practice in Applied Linguistics, Social Sciences and the Humanities[M]. London: Equinox, 2010.
- Croft W, Cruse D A. Cognitive Linguistics [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- Forceville C. Identifying and interpreting visual and multimodal metaphor in commercials and feature films[J]. *Metaphor and Symbol*, 2024(1).
- Harrison S, Fleming D H. Metaphoricity in the real estate showroom: Affordance Spaces for sensorimotor shopping[J]. *Metaphor and Symbol*, 2019, 34(1).
- Hart C. Metaphor and intertextuality in media framings of the (1984-1985) British Miners' Strike: A multimodal analysis[J]. *Discourse & Communication*, 2017(1).
- Hart C, Marmol Queralto J. What can cognitive linguistics tell us about language-image relations? A multidimensional approach to intersemiotic convergence in multimodal Texts[J]. *Cognitive Linguistics*, 2021(4).
- Hudson R. Word Grammar[C]. In Dirk G. and Hubert C. (Eds.), *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford: Oxford University Press. 2007.
- Johansson Falck M, Okonski L. Procedure for identifying metaphorical scenes (PIMS): The case of spatial and abstract relations [J]. *Metaphor and Symbol*, 2023, 38(1).
- Lakoff G, Johnson M. *Metaphors We Live By*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- Li W. Translanguaging as a practical theory of language[J]. *Applied Linguistics*, 2018 (1).
- Li W. Translanguaging as method[J]. *Research Methods in Applied Linguistics*, 2022 (3).
- Li W. Translanguaging[C]. In W. Li, H. Zhu, and S. James (Eds.), *Routledge Handbook of Applied Linguistics*. London: Routledge, 2023.
- Liu Y, O'Halloran K. Intersemiotic texture: analysing cohesive devices between language and images[J]. *Social Semiotics*, 2009(4).
- Morgan P S. Competition, cooperation, and interconnection: "Metaphor families" and social systems. In G. Kristiansen and R. Dirven (Eds.), *Cognitive Sociolinguistics: Language Variation, Cultural Models, Social Systems*[C]. Berlin, New York: De Gruyter Mouton, 2008.
- Müller C, Tag S. The dynamics of metaphor: Foregrounding and activating metaphoricity in conversational interaction[J]. *Cognitive Semiotics*, 2010(1).
- Örtenblad A. *The Oxford Handbook of Metaphor in Organization Studies*[M]. Oxford: Oxford University Press, 2024.
- Peters H E, Dush C M K. *Marriage and Family: Perspectives and Complexities*[M]. New York: Columbia University Press, 2009.

- Ren W, Guo Y. Translanguaging in self-praise on Chinese social media[J]. *Applied Linguistics Review*, 2024(1).
- Royce T D, Bowcher W. *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse* (1st ed.) [M]. New York: Routledge, 2007.
- Steen G J, Dorst A G, Herrmann J B, *et al.*, A Method for Linguistic Metaphor Identification: from MIP to MIPVU [M]. Berlin: John Benjamins Publishing Company, 2010.
- Zappavigna M, Logi L. *Emoji and Social Media Paralanguage* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2024.
- Zinken J. Ideological imagination: intertextual and correlational metaphors in political discourse [J]. *Discourse & Society*, 2003(4).

Intersemiotic Convergence on Metaphor in Chinese Enterprises Communication on Overseas Social Media: A Case Study of Tweets with #CNPCfamily

SUN Ya & GOU Dicong

(*University of International Business and Economics*)

Abstract: The digital civilization era has given rise to new arenas of cognitive competition, notably social media, which has progressively evolved into a critical channel for Chinese enterprises in conducting international communication. Contemporary social media communication exhibits a cognitive turn in strategic communication, with metaphor serving as a key pathway for information encoding in this age of cognitive competition. This study proposes the concept of “intersemiotic convergence on metaphor” and its analytical framework. Taking the overseas social media posts of Chinese enterprises as a case study, it explores the translanguaging representation, cognitive mechanism, metaphorical scene construction and types of intersemiotic convergence on metaphor. The study finds that intersemiotic convergence on metaphor follows a gradient construction model. First, when a multimodal sign complex constructs a metaphor scene, core translanguaging resources and other translanguaging resources directly converge in metaphor construal, forming isomorphic intersemiotic convergence. Second, when other translanguaging resources rely on core translanguaging resources to realize the convergence of metaphorical construal, they form a dependent intersemiotic convergence on metaphor. Third, when core translanguaging resources and other translanguaging resources achieve the convergence of metaphorical construal only through the aggregation of high-level schemas, they form an aggregative intersemiotic convergence on metaphor. This paper systematically reveals the dual cognitive mechanism of intertextuality and addition of metaphor, thereby deepening the theoretical interpretation of intersemiotic convergence on the dimension of metaphor. The study is expected to advance the theoretical development of metaphor research in social media contexts, to provide guidance for multimodal coordination in overseas social media communication by Chinese enterprises, and offer insights for optimizing the effectiveness of such communication.

Keywords: intersemiotic convergence on metaphor; translanguaging representation; cognitive mechanism; metaphorical scene

(责任编辑:李广悦)