

# 多模态话语视域下中国园林文化的 对外话语建构

——以中国园林博物馆外宣材料为例

卢 桦, 何乐琪, 姚欣钰, 吴 意, 李 芝\*

北京林业大学外语学院, 北京

收稿日期: 2024年3月25日; 录用日期: 2024年5月17日; 发布日期: 2024年5月29日

## 摘 要

在世界全球化背景下, 国家文化形象的塑造与传播日显重要。中国园林文化作为中华优秀传统文化之一, 向世界宣传中国园林文化的独特魅力以及展示中国人与自然和谐共生的优秀成果有其必要性。本文利用多模态话语分析理论, 对中国园林博物馆有关中国园林文化的外宣材料进行了分析, 探究了中国园林文化的对外话语建构途径, 并对中国园林博物馆对外宣传提出了提升建议, 以构建博物馆文化的国际传播范式, 推动中国园林文化走向世界。

## 关键词

多模态话语, 对外话语建构, 中国园林文化, 中国园林博物馆

# Foreign Discourse Construction of Chinese Garden Culture from the Perspective of Multimodal Discourse

—Taking the Foreign Publicity Materials of The Museum of Chinese  
Gardens and Landscape Architecture as an Example

Hua Lu, Leqi He, Xinyu Yao, Yi Wu, Zhi Li\*

School of Foreign Languages, Beijing Forestry University, Beijing

Received: Mar. 25<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 17<sup>th</sup>, 2024; published: May 29<sup>th</sup>, 2024

\*通讯作者。

文章引用: 卢桦, 何乐琪, 姚欣钰, 吴意, 李芝. 多模态话语视域下中国园林文化的对外话语建构[J]. 现代语言学, 2024, 12(5): 351-360. DOI: 10.12677/ml.2024.125368

## Abstract

In the context of world globalization, the shaping and dissemination of national cultural image is becoming increasingly important. As one of the outstanding traditional Chinese cultures, it is necessary to publicize the unique charm of Chinese garden culture to the world and show the excellent achievements of harmonious coexistence between Chinese people and nature. In this paper, we use the multimodal discourse analysis theory to analyze the foreign propaganda materials of The Museum of Chinese Gardens and Landscape Architecture about Chinese garden culture, explore the ways of constructing foreign discourse of Chinese garden culture, and put forward suggestions to improve the foreign propaganda of The Museum of Chinese Gardens and Landscape Architecture, so as to construct the international communication paradigm of museum culture and promote Chinese garden culture to the world.

## Keywords

Multimodal Discourse, Foreign Discourse Construction, Chinese Garden Culture, The Museum of Chinese Gardens and Landscape Architecture

Copyright © 2024 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

在当今世界全球化的大背景下，国家文化形象的塑造与传播日显重要。各国都在不断积极推广自己的文化，以提升国家软实力及扩大意识形态的影响力，从而促进国际交往。中国园林文化是中国文化中的重要文化符号之一，具有深厚的内涵以及独特的外延。中国作为世界三大园林发源地之一，园林文化历史悠久，在园林规划设计方面积累了诸多造景的成功经验。而中国园林博物馆作为中国第一座以园林为主题的国家级博物馆，已成为在国际上传播中国园林文化的重要平台。

随着全球科技的不断进步，文化传播的方式不再局限于单一的语言传播信息的方式，而是能够通过语言、图像与声音等多种模态组合形成动态语篇，实现文化意义的全方位传播。目前国内外对于中国园林文化的研究相对较少，更多的局限在中国园林文化的精神内涵。因此，本文用多模态话语分析的方法来解构中国园林博物馆外宣材料话语的呈现，对深入研究中国园林文化对外话语体系的建构具有重要的现实意义和学术价值，为中国园林文化走向世界提供参考。

## 2. 多模态话语分析理论

模态(Modality)是指信息沟通的渠道。视觉语法理论中指出，语言不是表达意义的唯一媒介，其与多种模态(如图像、声音、文字等)结合也可以传递意义，不同模态之间的相互作用会产生新的意义[1]。20世纪90年代以来，对于话语研究的分析逐渐由单模态扩展到多模态，即传播行为和事件中不同符号模态的组合，例如，语言和声音的结合。多模态话语是指运用听觉、视觉、触觉等多种感官模式，通过语言、图像、动作、声音等多种手段和符号资源进行交际的现象[2]。多模态话语分析的主要理论基础是英国语言学家 Halliday 创立的系统功能语言学，并融合了 Charles Sanders Peirce 等人的符号学理论[3]。近年来，更多的学者致力于将理论与现实相结合，将多模态话语分析运用到实践中，结合电影、宣传片、新闻节

目等多种动态语料,不断扩展了多模态话语分析理论的丰富内涵。

### 3. 中国园林博物馆外宣材料的多模态话语分析

#### 3.1. 文本语篇

##### 3.1.1. 建立文本数据库

首先在中国园林博物馆英文版官网(<https://www.gardensmuseum.cn/>)以及北京旅游(BEIJING TOURISM)国际版官网(<https://r.visitbeijing.com.cn/>)检索所有中国园林博物馆相关的外宣材料,搜索关键词包括中国园林博物馆(Museum of Chinese Gardens and Landscapes Architecture)和中国园林(China/Chinese Garden),检索时间范围为2013年1月1日至2023年12月31日,去除重复和无相关文本,共计40篇中国园林相关信息及报道,并建立中国园林博物馆外宣材料文本语料库。

##### 3.1.2. 功能语言学视域下的文本话语分析

在中国园林博物馆40篇关于中国园林文化的语篇材料中,除去中国园林博物馆英文版官网中8篇未标明发布时间的外宣材料外,32篇材料中有90.6%为2015年以后进行发布,呈现峰值特征。2015年,中共中央国务院发布《中共中央国务院关于进一步推进生态文明建设的意见》,呼吁全国加大自然生态系统和环境保护的力度,加快推进生态文明建设,健全生态文明制度体系。在此政策的引导下,生态文明建设的重要性被多次强调。中国园林博物馆顺应国家号召,以外宣材料向世界阐述中国生态文明建设、与自然和谐共生的积极成果,不断传播中国独特的园林文化。

功能语言学是语言分析的强大理论基础,根据韩礼德系统功能语言学观点,语言系统中有3种表示意义的元功能,即概念功能、人际功能和语篇功能[4]。结合以上三大元功能能够更加清晰地来分析中国园林博物馆有关中国园林文化外宣材料的内容主旨、情感表达以及话语结构。语篇材料的标题是对语篇内容的清晰概括,可以直接反映出语篇主旨。因此,本文单独提取语篇标题,整理成单独的标题文本语料库。本文将结合扎根理论研究法,运用系统化的程序,针对某一现象来发展并归纳式地引导出扎根的理论,对外宣材料语篇内容进行归纳概括的定性研究[5]。本文将中国园林博物馆的基本信息、展馆分区、展馆内容等归结为信息化;中国园林博物馆不定期的对外社会活动、除基本展馆外增加的限时展览预告等归结为普及化;中国园林博物馆内基于各国游客提供相应的语言景观以及语言服务,如双语指示牌、多语导览等归结为国际化;中国园林博物馆对于中国新年的祝福、游客参观中国园林博物馆的感受、文化情感共鸣等归结为情感化。相关中国园林文化语篇主旨聚类编码详见图1。

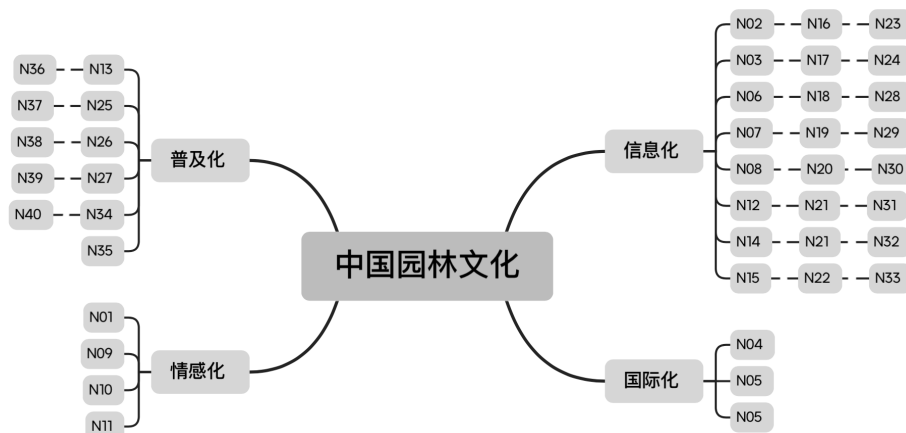


Figure 1. Clustering coding graph of main idea in discourse

图1. 语篇主旨聚类编码图

通过扎根理论的聚类编码,中国园林博物馆对于中国园林文化外宣材料语篇呈现出信息化、普及化、国际化和情感化等特征。其中,信息化和普及化的语篇数量最多,占比分别为 57.50%、27.50%;国家化和情感化占比分别为 10.00%和 7.50%。

除了基本的表达信息以外,在功能语言学的人际功能中还有一个很重要的概念,也就是语言情感交流的功能。根据对中国园林博物馆有关中国园林文化的外宣材料进行分析,发现有关材料更多的侧重客观事实,以旁观者视角进行中国园林文化的阐述,共计 36 篇,占比 92.5%。在外宣语篇材料中,文本本身大多用动词来陈述客观事实,因此在中国园林博物馆外宣材料语料库中进行动词检索,分析中国园林文化外宣过程中的动态建构性以及情感表达。将中国园林博物馆外宣材料语料库中的动词内容按出现的频率绘制如下云图(图 2)。



注:词云图中字体的大小代表词频出现的高低。

Figure 2. Cloud chart of title verb in text

图 2. 文本标题动词云图

图 2 中出现词频较高( $\geq 6$  次)的动词为 display、include、design、make、show、guide、take、work、cover、provide、deposit、bring、reflect、locate、collect、line、create、open、yearn、study、build、present、hope、eave、focus、write、visit、feature、know、understand、showcase、witness、contain、cause、combine 和 enlighten, 见表 1。

Table 1. Word frequency statistics of verb in the discourse

表 1. 语篇动词词频统计

单词	计数/n	加权百分比
display	30	3.3%
include	23	2.6%
design	17	1.9%
make	16	1.8%
show	16	1.8%
guide	15	1.7%
take	13	1.4%

续表

work	12	1.3%
cover	12	1.3%
provide	12	1.3%
deposit	12	1.3%
bring	11	1.2%
reflect	11	1.2%
locate	10	1.1%
collect	10	1.1%
line	10	1.1%
create	10	1.1%
open	9	1.0%
yearn	9	1.0%
study	8	0.9%
build	8	0.9%
present	8	0.9%
hope	8	0.9%
eave	8	0.9%
focus	7	0.8%
write	7	0.8%
visit	7	0.8%
feature	7	0.8%
know	7	0.8%
understand	6	0.7%
showcase	6	0.7%
witness	6	0.7%
contain	6	0.7%
cause	6	0.7%
combine	6	0.7%
enlighten	6	0.7%

词表中的 display、include、make、show、guide、take、work、cover、provide、deposit、bring、reflect 等词表现了中国园林博物馆正在不断对外宣传有关中国园林文化的基本信息；create、open、yearn、study、build、present、know、understand 等词表现中国园林博物馆已成为公众了解中国园林文化的重要平台；hope、visit、showcase、witness、contain、cause、enlighten 等词展现中国园林博物馆在宣传中国园林文化方面起到积极的推动作用。根据词汇的情感表达功能，可将其分为积极、中性和消极三类。将出现 6 次以上的动词分类后显示，积极的词汇有 11 个、中性词有 25 个、消极词汇 0 个，见表 2。

**Table 2.** Classification statistics of emotional polarity

**表 2.** 情感极性分类统计

情感极性	积极词汇	中性词汇	消极词汇
词汇	provide, deposit, bring, create, open, yearn, study, hope, know, understand, enlighten	display, include, design, make, show, guide, take, work, cover, reflect, locate, collect, line, build, present, eave, focus, write, visit, feature, showcase, witness, contain, cause, combine	/
总数	11 个	25 个	0 个

从情感极性分类统计结果看，中国园林博物馆有关中国园林文化的外宣材料所用中性词汇较多，其次为积极词汇，无消极词汇，说明外宣材料所持态度大多真实客观，直接表现中国园林文化取得的各项成果。

### 3.2. 视觉语篇

#### 3.2.1. 建立图片数据库

中国园林博物馆有关中国园林文化的外宣材料中 72.5%为有图材料，图文并茂，本文截取此外宣材料中的图片以及中国园林博物馆英文版官网中的其他图片，形成图片数据库，共计图片 69 张，分为园林景观、人物活动、展品和宣传海报四类，分别占比 24.6%、47.8%、15.9%和 11.6%。

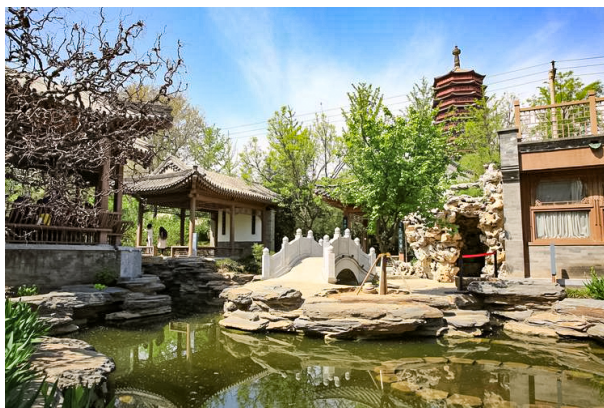
#### 3.2.2. 视觉语法理论视域下的图片话语分析

Gunther Kress 和 Theo Van Leeuwen 将韩礼德的理论进行延伸，形成了视觉语法框架，也就是图像具



**Figure 3.** Character activity

**图 3.** 人物活动



**Figure 4.** Chinese gardens landscape

**图 4.** 园林景观



Figure 5. Exhibits  
图 5. 展品



Figure 6. Poster  
图 6. 宣传海报

有三大意义：再现意义、互动意义和构图意义[6]。这三个意义分别阐述了图片表达的具体内容、和读者产生的共鸣与情感连接以及与文本的语义关系。本节选取图片资料库四类图片中较有代表性的四张图片进行图片话语分析。

图 3 为 人物活动类图片，为 中国园林博物馆中在 2019 年春节期间举办的大众园林科普活动。中国园林博物馆通过传统插花和非物质文化遗产技艺，向公众还原了 26 幅历代书画名家的画作，解密中国传统园林文化的无穷魅力。桃花坞木刻年画、造型各异的岭南彩灯，游客们可以漫步在苏州园林和岭南园林的山水间，欣赏着当地的民间艺术精品，感受民乐、书法、园林的自然和谐，传播新年最美好的祝愿。本图选取国际游客游览场面，意在说明中国园林博物馆国际化程度之高，也从侧面体现中国园林博物馆关于中国园林文化外宣成果。图 4 为 园林景观类图片，结合了中国园林博物馆内地形、地貌和植被，建设了实景园林。利用现状地形高差和植被等要素，集中运用不同的传统山地造园手法，充分展示传统山地造园在建筑布局、地形处理、假山路径、植物配置等方面的成就。图 5 为 展品类图片，体现本展厅以中国园林所蕴含的文化、诗词、意境、图画为主题，展现中国古典园林建筑与中国传统哲学、文学、书画、戏剧、音乐等艺术形式的互动，游客可体会中国园林建筑的多重功能、文化内涵和文化影响。图 6 为 宣传海报，是中国园林博物馆不定期向公众展示的主题园林，本海报主要介绍晋祠，点明展览的时间

以及地点。采用双语排版,能够更好地向国际游客阐释中国园林文化的丰富内涵。

在视觉叙事中,语言和图像之间存在两种语义关系,分别是扩展和投射。语言的投射是图文语料中常见的关系,将语篇内容直接呈现在图片中。而扩展则表现为图像和文字各自具有独立的意义,二者相互关联,相互解释、补充或增强[7]。结合相关文本语料,图3和图4为投射相关语篇信息,图像与文本形成了重复关系[8],图5和图6则为语篇扩展,补充说明中国园林文化的相关信息。

## 4. 中国园林博物馆对外话语建构的路径分析

美国学者 H·拉斯维尔提出了五种基本要素,并按照一定顺序排列,共同构成了传统意义上的传播过程,叫作“五 W 模式”或“拉斯维尔程式”,即 Who (谁)、Says What (说了什么)、In Which Channel (通过什么渠道)、To Whom (向谁说)、With What Effect (有什么效果)[9]。本节将基于拉斯维尔的 5W 模式,结合中国园林博物馆有关中国园林的外宣材料,分析其是如何构建中国园林文化的对外话语体系的。

### 4.1. 语料的内容传播

在中国园林博物馆的外宣材料中,处处体现了中国园林文化的独特内涵。中国园林拥有三千多年的丰富历史,形成了独特的民族精神特色和价值体系,成为中华民族的精神主轴。中国园林集山水、亭台楼阁于一体,综合东南西北的地点方位以及春夏秋冬的四季变化,注重细节的同时不失整体呼应,保留了中国古典建筑风格。每一处风景都呈现出情景交融的文化现象。园林不仅仅是一种建筑形式,更是一种文化的体现。它润泽心灵,启迪生活,是中国传统文化的重要组成部分。中国园林于自然中汲取智慧,投目光于人间草木,探寻人间至味。

### 4.2. 传播的表达方式

中国园林博物馆在中国园林文化的对外传播方面保持高度真实的内涵,向世界表现中国园林文化的发展以及人与自然和谐共生的生态文明建设成果。在对外宣传的过程中,中国园林博物馆意识到园林文化对外国游客可能相对来说过于专业以及难以理解,所以在外宣材料语篇中大多采用了简单易懂的表达,多数采用意译的翻译方法,将复杂的概念简单化,以帮助外国游客更好地了解中国园林文化。

### 4.3. 传播媒介的运用

中国园林博物馆在进行中国园林文化的相关外宣时,采用多平台共同宣传的方法。中国园林博物馆在自身官网、北京旅游网以及社交媒体上进行中国园林文化的对外宣传,塑造中国特有的园林形象。同时,中国园林博物馆善用多种话语形式,如视频、文本、图像等,传播中国园林文化的丰富内涵。中国园林博物馆与高校合作,提升博物馆自身建设能力,打造中国园林品牌文化。在线下,中国园林博物馆也会不定期举办特色展览活动,吸引众多国际游客,提升中国园林文化的知名度和美誉度。

## 5. 中国园林博物馆外宣建议

习近平总书记在党的二十大报告中指出:“要增强中华文明传播力影响力,坚守中华文化立场,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象,推动中华文化更好走向世界”。由此可见推动中国园林文化走向世界的重要性。

### 5.1. 创新语料内容,迎合时代主题

语言是文化传播最重要的媒介,文化传播就是相关话语从产生、发布到被受众接受的过程[10]。为了增加报道的深度和系统性,中国园林博物馆可以考虑创建专栏,将相关报道组织成系列,以更全面、深



入地探讨中国园林文化的各个方面，从而有助于读者更好地理解主题，并提高语篇内容的吸引力。在国家不断重视生态发展的背景下，中国园林博物馆外宣材料可以与其相结合，强调中国园林文化的内在思想理念和文化寓意，提升国际影响力[11]。除此以外，在外宣材料中可以融入故事性元素，如讲述中国园林师傅的生活经历、园林建设的故事等，以吸引读者的情感和好奇心，在国际上讲述独属于中国园林文化的故事。

## 5.2. 加强图文关联性，提升图片传播效果

中国园林博物馆需确保图片与文本之间的关联性的紧密程度，使图片能够有效地呈现文本所述内容。使用相关图片来展示中国园林的美丽景观、建筑细节、艺术元素等，以更好地补充文本信息，更加准确地表现中国园林文化的独特魅力。中国园林博物馆可利用图片来混合再现中国园林的时空元素，包括传统工艺、现代化技术等，以展现中国园林的多维度魅力和情感交流，增加图片的艺术表现力和审美性。此外，利用图片传播时，可以结合地方性知识和文化，以展示中国园林文化的多样性和丰富性，为观众拓展中国园林文化的内涵。

## 5.3. 利用新媒体技术，增加视频语料数量

随着现代科技的不断发展，中国园林博物馆可以通过 VR、AR 等科学技术，使原本晦涩难懂的中国园林知识简单化，实现对中华园林文化的通俗化表现，使观众能够身临其境地参观，从而提升园林文化的真实性体验，增强观众的互动性和沉浸感[12]。中国园林博物馆可以增加视频语料，加入丰富的内容和独特的创意，让中国园林文化“活”起来，让观众感知中国园林文化的内涵与魅力[13]。

## 6. 结语

总的来看，中国园林博物馆有关中国园林文化的外宣材料采用多模态的方式，结合文字、图片、视频等多种形式，有助于向世界展示中国园林文化的独特内涵以及我国人与自然和谐共生的丰硕成果。本研究发现，中国园林博物馆在对外宣传时，在中国特有的园林文化的基础上将复杂的内容简单化，利用多平台复合传播，构建了中国园林文化独特的对外话语体系。但中国园林文化在国际上的传播效果仍有限，中国园林博物馆可结合时代主题以及先进的科学技术，创新传播内容，提升传播效果，以构建国际传播新范式，助力中国园林文化走向世界，推动中国生态文明建设取得突破性的进展。

## 基金项目

北京林业大学“国家级大学生创新创业训练计划”(项目编号: 202310022093)。

## 参考文献

- [1] Kress, G. and Leeuwen, T. (1996) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, London.
- [2] 张德禄. 多模态话语分析综合理论框架探索[J]. 中国外语, 2009, 6(1): 24-30.
- [3] 朱永生. 多模态话语分析的理论基础与研究方法[J]. 外语学刊, 2007(5): 82-86.
- [4] Halliday, M. (1995) *An Introduction to Functional Grammar*. *Language*, 71, 831-832. <https://doi.org/10.2307/415759>
- [5] 毛燕玲, 潘祖志. 经典扎根理论新视角: 认识不足、应用原则与操作流程[J/OL]. 图书馆论坛, 2024: 1-12. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/44.1306.G2.20240109.1740.002.html>, 2024-05-23.
- [6] 李战子. 多模式话语的社会符号学分析[J]. 外语研究, 2003(5): 1-8+80.
- [7] Painter, C., Martin, J.R. and Unsworth, L. (2013) *Reading Visual Narratives: Images Analysis of Children's Picture Books*. Equinox, London, 106.
- [8] 崔璨. 中国国际媒体“双碳目标”英语新闻的多模态话语分析与对外传播研[J]. 黄山学院学报, 2023, 25(4): 92-96.

- [9] 陈航. 5W 模式下的商务英语口语教学实践研究[J]. 现代职业教育, 2023(34): 45-48.
- [10] 王彦, 任欢. 文化话语研究视角下的非物质文化遗产国际传播——基于《中国日报》网站和“网络新闻语料库”的对比分析[J]. 外国语言与文化, 2023, 7(3): 144-156.
- [11] 陈星聚, 张发勇. 中国园林文化对外传播的现状与改进措施[J]. 英语广场(学术研究), 2019(7): 56-58.
- [12] 詹雯丽, 江文豪. 基于多模态话语分析短视频账号的传统文化传播——以《典籍里的中国》抖音号为例[J]. 新闻世界, 2023(10): 118-120.
- [13] 贺鹏云. 中国故事国际传播的策略研究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(24): 47-50.