

多模态视角下中国生态话语的国际传播路径研究

周硕，喻翠萍，史纹丹，明艳如，王宗慧

东北林业大学 外国语学院，黑龙江 哈尔滨 150040

DOI:10.61369/IED.2025080010

摘要：本文以多模态传播理论为框架，探讨“双碳”目标下中国生态话语的国际传播路径，分析话语的文化与政治特征，并从视觉符号、听觉叙事、跨媒介联动三个维度提出传播策略，旨在提升中国生态文明理念的国际认同与话语影响力。

关键词：多模态传播；中国生态话语；国际传播路径

Research on the International Communication Pathways of China's Ecological Discourse from A Multimodal Perspective

Zhou Shuo, Yu Cuiping, Shi Wenda, Ming Yanru, Wang Zonghui

School of Foreign Languages, Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040

Abstract : This paper, framed by multimodal communication theory, explores the international communication pathways of China's ecological discourse under the "dual carbon" goals. It analyzes the cultural and political characteristics of the discourse and proposes communication strategies from three dimensions: visual symbols, auditory narratives, and cross-media collaboration, aiming to enhance international recognition and discourse influence of China's ecological civilization concept.

Keywords : **multimodal communication; Chinese ecological discourse; international communication pathways**

在全球气候变化挑战日益严峻的当下，生态治理的国际话语权竞争日趋激烈。作为负责任大国，中国提出的“双碳”目标与生态文明理念亟需以更有效的方式为世界所理解与认同。然而，传统的、以语言文本为中心的传播模式在当下多媒介融合的数字时代面临效能瓶颈。因此，突破单一模态限制，探索整合视觉、听觉及跨媒介联动的立体化传播路径，已成为提升中国生态话语国际影响力与感召力的关键课题。本研究旨在从多模态理论视角出发，系统分析中国生态话语的特征，并构建其在国际传播中的创新实践路径，以期为增强我国在全球环境治理中的话语效能提供学理参考与实践指引。

一、理论基础

在数字技术飞速发展的时代，意义的生成与传播早已突破单一纸质媒介的局限。图像、影像、超链接等多模态媒介已成为人们认知世界、参与互动的重要方式。这种基于多元符号的意义构建与传递过程，具有纸质媒介难以企及的传播速度、视觉直观性与交互体验的生动性。(吴赟 & 牟宜武, 2022)

在当下传播环境中，多模态翻译跳出了传统以语言为中心的翻译框架，将文本生成与传播过程中涉及的多种符号形态同时作为翻译的对象与目标。所谓“多模态”，指的是在信息表达中综合运用语言、图像、声音、颜色等多种表意符号共同构建意义体系。在这一视角下，语言符号被置于更广阔的符号网络之中，与

图像、声音等其他模态具有同等的重要性，共同参与文本意义的构建与传递。不同模态之间并非孤立存在，而是通过互动与配合，形成整体性的表意结构，最终共同构成受众所接收的完整信息内容。(袁小陆 & 乃瑞华, 2022)

在社会符号学与系统功能语言学的理论视野下，Royce提出的符际互补理论为理解多模态传播中符号间的协同机制提供了重要框架。该理论认为，在多模态语篇中，语言、图像、声音、颜色、版式等不同符号并非孤立存在，而是通过意义互补与结构互动共同建构整体信息。符号之间可能形成强化关系（如图像具象化语言描述的抽象概念）、扩展关系（如补充语言未覆盖的细节或情感维度）或对比关系（通过符号间张力引发深层解读），从而生成超越单一模态的复合意义。(李晨 & 靳琰, 2025)这一理论

基金项目：东北林业大学大学生省级创新训练计划项目资助

项目名称：《“双碳”目标下的中国生态话语翻译策略及多模态传播研究》

项目编号：S202510225146

基金项目：黑龙江省教育科学规划课题，面向新质生产力需求的外语教学改革和人才培养创新研究

项目编号：GJB1424130

突破传统语言学对文本的单一关注，将多模态传播视为一个动态的意义生态系统。它强调，传播效果的实现依赖于不同符号资源在特定文化语境中的有机整合与策略性协作。

二、中国生态话语特征分析

中国生态话语在长期实践中形成了一套内涵深刻、特色鲜明的表达体系，其核心特征根植于深厚的文化传统，与现实发展道路紧密结合，展现出独特的哲学基础与实践逻辑。

从价值内核看，这一话语体系深受“天人合一”传统智慧滋养，强调人与自然并非主宰与被主宰的关系，而是共生共荣的生命共同体（李世书，2025）。诸如“绿水青山就是金山银山”、“尊重自然、顺应自然、保护自然”等表述，超越了将自然视为人类发展工具的狭隘视角，赋予了生态以内在价值与伦理地位，体现了谋求人与自然和谐永续发展的根本诉求。这种整体性、有机性的自然观，构成了中国生态话语区别于某些西方生态叙事的深刻文化底色。

在实践层面，中国的生态话语呈现出高度的战略融合性与问题导向性。它并非孤立的环境议题，而是被系统地嵌入国家发展总体布局，成为衡量发展质量的关键维度。“绿色发展与生态文明建设是关系中华民族永续发展的根本大计”等表述，清晰地表明生态议题已从边缘走向核心，与经济、政治、社会、文化建设深度融合。这种话语实践旨在从根本上扭转发展方式，推动形成节约资源、保护环境的空间格局、产业结构与生活方式。

在责任建构上，中国生态话语塑造了一种多元主体共治的框架（李全喜 & 李培鑫，2025）。它既强调“党政同责、一岗双责”的制度刚性，明确政府的主导责任与企业的主体责任；也通过“美丽中国，我是行动者”等倡议，积极动员社会组织和公众的广泛参与。这种话语体系试图构建政府、企业、社会与公民之间的环保责任网络，引导形成全社会共建共享生态文明的行动自觉。

此外，中国生态话语还具有鲜明的全球视野与导向。它倡导“共谋全球生态文明建设”，提出“构建地球生命共同体”等理念（许峰 & 高意，2023），在坚持公平和“共同但有区别的责任”原则基础上，积极通过“一带一路”绿色发展等国际合作平台，分享经验、贡献方案。这展现了中国作为负责任大国，推动全球环境治理体系向更加公正合理方向发展的意愿与努力。

三、中国生态话语多模态国际传播路径分析

（一）视觉符号传播

在语境、交际和话语意义层面，多模态话语交际和单模态的语言交际间存在共通性，但根据 Lim(2004)提出的理论框架，图画和语言作为核心模态，二者协同承载意识形态传递、体裁适配、语域匹配等功能，协同完成话语意义的建构。因此，结合 Halliday 的系统功能语言学（魏博文 & 李春，2017）和 Lim 的理论框架可以得出：不同模态间并非孤立存在，视觉符号需要不同模态之间的相互配合来取得最大化交际效果（张德禄，2009）。

视觉符号需兼具生态与文化的双重表征。生态表征方面，将抽象的生态理念、生态实践转化为可感知、具体的符号载体，清晰地传递生态话语，例如用“三江源冰川（视觉符号）”表征“中国原生态保护”的生态意义（陈微微，2024）。文化表征方面，使视觉符号既体现出生态内涵又承载中国特色的文化元素（何伟，2021）。

为实现国际传播，视觉符号需要进行跨文化转化。依据 Royce 的符际互补理论，模态间的互补关系可分为强化型互补与非强化型互补。其中，强化型互补更适合短平快的传播情景，如社交媒体海报和短视频开头，而非强化型互补更适合深度传播情景，如宣传片和纪录片，需要传达“生态 + 文化 + 实践”的复杂含义。因此，在多模态国际传播中应根据传播内容和传播目的以不同方式结合听觉、音效、文案和解说词等模态组合。

最后，还需要对视觉符号的效果进行评估。采用案例编码法和 ELAN 工具，先对视频、音频数据进行多图层管理和可视化分析，统计不同视觉符号的出现频率和时长，再逐级提炼、范畴化，将原始数据转化为结构化观点（方宏蕾，2025）。二者并非各自独立，ELAN 标注为案例编码提供精准数据，而案例编码则将 ELAN 数据转化为传播策略，以此对传播效果进行全面客观地评价。

（二）听觉叙事传播

在跨文化传播领域，听觉叙事为生态话语的国际传播提供了新的可能。听觉叙事不仅关注声音本身的表达，更强调对声音的感知与接收过程，能够有效弥补传统视觉中心叙事模式下情感传递与体验深度的不足（傅修延，2021）。在“双碳”目标背景下，中国生态话语的国际传播亟须构建多模态、立体化的传播体系，而听觉叙事正是其中不可或缺的一环。

从理论层面看，听觉叙事强调“语音唯一性”和“声音景观”的构建，能够通过声音传递具身化、情感化的生态体验（张泽兵，2021）。在生态话语传播中，自然声响（如鸟鸣、水流、风声）、人类活动声音以及语音叙事（如讲述生态故事的人声）共同构成丰富的“音景”，增强受众的沉浸感与认同感。傅修延（2021）指出，听觉具有空间包容性与情感唤醒能力，能突破视觉文化的平面化局限，推动受众在聆听中实现“现场还原”，从而更深刻地理解生态议题。

在实践路径上，听觉叙事可通过多种载体融入中国生态话语的对外传播。例如，依托音频媒体平台制作系列生态主题播客、有声纪录片，邀请国内外受众“聆听”中国生态文明建设的故事；在多媒体产品中嵌入自然音效与人文访谈，构建具有中国特色的生态声景；在跨文化翻译中注重语音、节奏、声调的情感传递，避免单纯文字转换导致的声音特质流失。此外，可借鉴“聆听”这一概念（周志高，2018），在传播过程中注重受众的听觉参与与反馈，形成双向互动的声音叙事交流。

听觉叙事亦有助于应对跨文化传播中的“感知失衡”问题。在全球化与数字化进程中，视觉信息过载往往导致生态话语传播的表面化与符号化。通过听觉渠道，能够唤起受众对自然环境的感官记忆与情感共鸣，提升生态话语的感染力与说服力（周志高，2018）。尤其在英语译介过程中，应注重保留原文的声音意

象与文化音景，通过音译、拟声词重构、声景描述等策略，实现听觉维度的“生态话语转译”。

听觉叙事为中国生态话语的国际传播提供了情感化、具身化的路径。在“双碳”目标引领下，构建具有听觉温度的叙事体系，不仅能够丰富话语表达形态，更有助于在跨文化语境中传递中国生态文明的深层价值，推动全球生态治理的共鸣与协作。

（三）跨媒介联动传播

习近平总书记强调，要“深度参与全球环境治理，增强我国在全球环境治理体系中的话语权和影响力”，而跨媒介联动正是落实这一要求的重要路径。从实践成效来看，我国官方生态话语的国际传播已形成规模化布局：全媒栏目《绿色中国》成功实现海外落地，COP28“中国角”将“线下实体展台+线上3D云展厅+TikTok实时直播”三通道并行，拓宽境外受众覆盖。这表明，通过跨媒介联动，不仅能提升中国生态话语的国际传播力与认同度，也能在全球生态治理话语体系中有效融入中国视角。

在传播策略上，可将传统媒体与新媒体深度融合：一方面以纸质媒体首发，同步在政府门户网站、Amazon Kindle等平台上线全文，提供多终端适配格式，满足差异化需求；另一方面，将核心内容转化为图文卡片和短视频，在Twitter、Facebook等社交平台推送，实现从长文本到社交图文的跨媒介跳转。如2025年抗战胜利80周年报道中，中央广播电视台统筹多媒介平台，推出多元内容，以85种语言全平台推送；纪念大会融媒直播实现“大屏+小屏”同步，全媒体总触达339.4亿人次，海外2386家主流媒体采用其信号，形成立体传播格局，彰显跨媒介联动凝聚情感与共识的独特价值（赵睿，2023）。

同时，可依托社交媒体开展互动，利用人工智能的实时感知与自适应调优能力使生态话语兼顾权威性与文化适配性，持续提升传播精准度与亲和力。例如，舞蹈诗剧《只此青绿》的媒介转换实践及受众反馈数据能映照中华文化海外传播情况，为中国生态话语跨媒介表达提供有益范本。

实践证明，跨媒介联动模式通过资源整合、形式创新与精准适配，能显著扩大中国生态话语的海外受众覆盖面，提升跨文化情感共鸣，为破解国际传播中“传而不通、通而不信”的现实瓶颈提供了系统性解决方案。

四、结语

综上所述，在“双碳”目标引领全球生态治理的宏大背景下，中国生态话语的国际传播必须超越单一的语言文本翻译，迈向深度融合视觉符号、听觉叙事与跨媒介联动的多模态战略。通过理论辨析与路径构建，本研究指出，唯有将“天人合一”的文化内核、融合发展的实践逻辑与负责任大国的全球视野，转化为适配不同文化语境、契合数字传播规律的复合型符号文本，才能有效突破传播壁垒，实现从“传出去”到“听进去”、从“信息触达”到“理念认同”的深刻转变。这不仅是提升中国生态话语国际感召力的必由之路，更是主动参与塑造全球生态文明叙事、推动构建人类命运共同体的时代责任。

参考文献

- [1] 吴赟,牟宜武.中国故事的多模态国家翻译策略研究[J].外语教学,2022,43(01),76-82.
- [2] 袁小陆&乃瑞华.“文化中国”国际传播多模态话语意义建构研究[J].外语教学,2022,43(05),23-29.
- [3] 李晨&靳琰.“数字敦煌”多模态协同的国际传播范式研究[J].兰州文理学院学报(社会科学版),2025,41(06),41-49.
- [4] 李世书.中国式现代化进程中的生态话语范式转型[J].信阳师范大学学报(哲学社会科学版),2025,45(04),1-8.
- [5] 许峰&高意.话语分析视角下中国国家生态形象自塑研究——以习近平主席外交话语为例[J].中国地质大学学报(社会科学版),2023,23(05),145-156.
- [6] 李全喜&李培鑫.知识生产、话语建构与价值引领:生态文明话语权的三维向度[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版),2025,52(03),1-8.
- [7] 魏博文&李春.视觉语法视角下“一带一路”宣传片的多模态分析[J].哈尔滨学院学报,2017,38(01),130-135.
- [8] 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(01),24-30.
- [9] 陈微微.多模态生态话语分析视角下“低碳”宣传片对中国国家生态形象的建构[J].传媒论坛,2024,7(12),47-50.
- [10] 何伟.“生态话语分析”:韩礼德模式的再发展[J].外语教学,2021,42(01),20-27.
- [11] 方宏雷.“一带一路”宣传片的多模态话语分析[D].曲阜师范大学,2025.
- [12] 傅修延.(2021).听觉叙事研究的缘起、话语创新与范式转换[J].中国文学批评,2021,(04),89-97+157.
- [13] 周志高.(2018).叙事学中的听觉转向与研究范式[J].外语教学,39(06),108-113.
- [14] 张泽兵.听觉叙事的问题意识与理论建构[J].江西社会科学,2021,41(11),108-115.
- [15] 赵睿.叙事、认同、沉浸:多模态国际新闻报道中的情感转向.中国出版,2023,(12),11-16.