

Visual Rhetorical Analysis of Chinese International Communication Teaching on Instagram in The Digital Era: A Case Study of “Silk Mandarin”

数字时代汉语国际传播在 Instagram 上教学的视觉修辞研究——以《丝合汉语》为列

| Irvan Aditya Tela^{1,*} | Zhang Yu² | Dian Sari Unga Waru³ |

^{1,2}College of Arts and Media,
Tongji University, Shanghai,
China

³Faculty of Cultural Sciences,
Hasanuddin University,
Makassar, Indonesia

irvanadityatela@gmail.com

zy2008beijing@sina.com

diansariungawaru@unhas.ac.id

ABSTRACT

Silk Mandarin (丝合汉语), as a Chinese language teaching organization, exemplifies the growing global interest in Mandarin. By leveraging platforms such as Instagram, Silk Mandarin actively promotes and disseminates Chinese language education internationally through visual media, including images and short videos. This research aims to investigate the role of visual rhetoric in the international dissemination of Mandarin and to analyze the types of content that are most effective in promoting Chinese language education. To achieve this, a comprehensive analysis of visual rhetoric is conducted, employing content analysis and literature review. The findings indicate that the global promotion of Mandarin is primarily facilitated through educational, cultural, and tourism-related content, predominantly conveyed through visually engaging media. Notably, linguistic messages, coded iconographic messages, and uncoded iconographic messages emerge as the primary vehicles for dissemination. Furthermore, Silk Mandarin adeptly utilizes these three forms of visual semiotic messages as integral components of its marketing strategy. This multifaceted approach not only ignites the audience's interest in learning Mandarin but also significantly influences their perceptions, encouraging them to appreciate the allure of China through the lens of an alternative image presented by the medium.

KEYWORDS

Chinese Teaching; Chinese International Communication;
Digital Era; Instagram; Visual Rhetoric

引言

汉语作为一种国际语言，对世界的发展产生了巨大的影响。随着新媒体的发展，汉语国际传播已经成为中国与各国建立合作和进行文化交流的重要桥梁。在数字时代，汉语国际传播方式不断发展，教学形式也变得多种多样，通过社交媒体作为媒介推动全球汉语教学，充分证明了新媒体的强大推动作用。Instagram 是目前最广泛使用的社交媒体之一，也是推广普通话的重要平台之一。根据网站 (statiska) 的引述，截至目前，Instagram 在全球已拥有 2 亿用户 (Dixon, 2023)。尽管在中国无法直接访问 Instagram，但据观察众多影响者和团体通过该平台提供在线汉语课程，这象征着数字汉语国际传播在自媒体时代的强大能力。在汉语国际传播理论中，必须明确汉语国际传播能力的核心内涵。该内涵涵盖了语言学、传播学和教育学等多个学科的交叉与融合，同时与国家语言战略的实施密切相关。其重点在于展现中国独特的文化魅力，提升中国的软实力，并推动中外文化交流与经贸合作 (何干俊, 2022)。

在多媒体技术与网络技术应用方面，随着现代信息技术的迅猛发展，汉语教学逐步从传统的课堂模式向多样化、互动化和智能化转型 (郑艳群, 2017)。社交媒体创造了一个真实的语言互动学习环境，这有助于提升学生的语言技能及其他相关能力 (G. Wang et al., 2022)。数字化阅读呈现出显著增长的趋势。相比于传统的纸质书籍，越来越多的人选择通过手机或电脑进行在线阅读 (Qian, 2022)。数字化教学过程与传统教学过程的显著差异在于，学生更倾向于选择数字阅读而非传统阅读方式。这一现象的主要原因在于，数字平台提供了种类繁多的阅读资源，显著提升了资源的可获取性 (Ke & Hemchua, 2023)。此外，数字阅读支持快速的信息搜索与检索，使学习过程更加高效。同时，文本、图像与音频的多元整合为读者带来了更具吸引力和互动性的体验。汉语国际传播在 Instagram 中主要通过照片和短视频的视觉修辞展示形式呈现，其内容通过图像或标识、语言以及背景音的有机结合，在理解教学内容的过程中形成了深刻的内涵和广泛的外延。数字社交媒体在编码与解码过程中采用的主要策略是视觉修辞的运用。首先“修辞”一词源自古希腊和罗马时期，最早指的是一种通过技巧性语言表达来加强说服力的方式。随着修辞概念的不断扩展，修辞学研究逐步融入了多个领域。尤其在图像广告逐渐普及的过程中，人们意识到，广告中的每一个视觉元素都经过精心设计和安排，其目的在于最大化传播效果，而非随意或无意的选择 (冯丙奇, 2003)。视觉修辞是一种通过语言创造生动、形象描述的方法，旨在引起读者或听众的感官体验。通过运用生动的形容词、比喻、象征、排比等修辞手法，在视觉修辞上使文字更具图像感和感情色彩。这种修辞手法常常通过描述视觉、听觉、触觉等感官经验，使读者或听众更深刻地感受到文字所表达的内容。这样的修辞手法能够激发人们的感官想象力，使其更直观地理解和体验所描述的情境。

本研究对象是 Instagram 上粉丝最多的汉语教学机构之一——丝合汉语 (Silk Mandarin)。《丝合汉语》是一种对外汉语培训机构，在 Instagram 上拥有 279 千粉丝，该机构总部设在上海和苏州，提供多种课程方向，包括少儿汉语、日常与商务汉语课程，以及中国夏令营课程。他们在 Instagram 中的内容以图片和短视频的形式呈现，涵盖了教授普通话和中国文化的重要价值。例如，其内容包括日常单词和语法、汉语表达技巧，以及对中国文化的解释。因此，本研究将重点分析《丝合汉语》Instagram 内容的视觉修辞，巴特 (Barthes) 的三类图像视觉讯息分析，以探究丝合

汉语 Instagram 内容在国际汉语传播中的指称和内涵意义，同时也对《丝合汉语》的视觉修辞框架策略进行分析。《丝合汉语》不仅是为了推广和营销其机构，更是作为一种丰富而有深度的汉语国际传播形式。

研究方法

2.1 内容分析法

数字媒体技术，也称为多媒体技术，是一种通过数字形式处理和传播文本、图像、声音和视频等媒体元素的技术(Y. Wang, 2024)。内容分析法是一种研究和评估文本、图像、音频或其他媒体内容的方法。内容分析法可以帮助作者识别和量化特定主题、模式、趋势或其他关键因素。通过这种分析方法，能够全面揭示《丝合汉语》Instagram 内容如何传播汉语数字化教学。本文选取的样本为 2023 年《丝合汉语》发布的图像与短视频内容，覆盖近一年的数据。选择该时间段的目的是为了更全面、深入地观察全球大流行结束后国际汉语教学传播的演变过程。这一时期标志着国际汉语传播进入了一个新的阶段，在全球化挑战与技术算法的推动下，普通话的国际传播模式和策略呈现出新的特征。

2.2 视觉修辞分析法

本研究采用视觉修辞分析法，聚焦于图像意义的建构体系。视觉修辞的理论基础源自罗兰·巴特 (Roland Barthes)，尤其是他在《图像的修辞》一文中提出的关于图像“神话”的分析。该分析方法强调图像的二级符号系统，即图像超越直接意义 (denotation) 的隐含意义 (connotation) (吴春彦, 2023)。也可以说，视觉图像并非对现实的中性记录，而是通过视觉元素的有意组合，旨在传递特定的意义 (Martikainen, 2019)。图像的内涵编码既不是自然形成的，也不是个人随意创造的，而是历史和文化的产物。这意味着，解读图像时，读者需要具备特定的社会文化背景知识，才能像理解语言一样对图像进行破译。正是内涵编码的存在，使得照片的“言语活动”得以传达其真正的意义，从而实现传播的效果 (盛佳, 2010)。巴特将视觉图像信息划分为三类：语言性信息、非编码图像信息与编码图像信息，后两者与视觉修辞理论密切相关 (刘涛, 2017)。本研究基于巴特的符号学框架，选取 Instagram 上《丝合汉语》发布的图片与短视频，旨在剖析这些视觉内容如何通过隐含意指传递汉语教学与中国文化的丰富内涵。

研究结果及探讨

3.1 《丝合汉语》的图像讯息分析

修辞作为语言学中的核心概念，指的是一种用于组织话语并增强语言表达效果的策略与技巧。修辞性表达的应用无疑提升了语言作为符号系统的表现力与吸引 (张静, 2013)。巴特的图像修辞学研究之所以深刻，是因为他明确认识到了图像的非语言学本质，并从图像与语言的差异处入手，研究了图像修辞学的特殊性。他将视觉图像分析的讯息划分为三个层次：语言性讯息、非代码图示性讯息和代码图示性讯息。语言讯息指文字，用于对图像进行补充说明；代码图示性讯息 (直接意指、外延图像) 指的是知识，解读不需要符号；而被代码图示性讯息 (含蓄意指、内涵图像) 指代的是象征符号、修辞、文化。任何语言因素或者视觉因素都不可能孤立地运用。在感知和接受的过程中，视觉性和文本性是完全结合在一起的。视觉修辞实质上是语言与视觉对峙或者交融的修辞。视觉修辞这一范畴或类型的构词法可能就是这种次级地位的强调的无意识的结果。也就是说，“修辞”必须在前面加上“视觉”这个前缀才能特指视觉的修辞，而没有任何前缀时就只能专指言语修辞或者文本修

辞（刘晓燕，2008）。《丝合汉语》的 Instagram 内容以图片和视频为基础，旨在传递知识的同时宣传该机构。

3.1.1、语言讯息

在《图像-音乐-文本》（Image-Music-Text）中，巴特指出，在文字信息层面，文本或多或少地以直接、或多或少地以片面的方式回答了“这是什么？”的问题。文本帮助纯粹而简单地识别场景元素和场景本身，这实际上是对图像进行指称描述的问题，尽管这种描述往往是不完整的。用赫姆斯列夫（Hemslev）的术语来说，这是一个锚固的问题。相对于内涵而言，表意功能恰恰相当于通过使用术语来固定对象的所有可能（表意）含义。说到“代码性信息”，语言讯息不再是识别的指南，而是解释的指南，它构成了一种抑制内涵意义扩散的机制。这种机制限制了信息过于个性化的扩散，从而限制了形象的投射力，也限制了情感障碍的价值扩散（Barthes, 1977）。简单来说，语言性讯息主要对图像性讯息进行“锚定”（anchor）或接“力”（relay），包括以文字对图像进行补充说明。锚定功能指的是语言在应对图像多义性时，通过固定所指和明确概念来减少歧义的技术。语言信息通常回答“这是什么？”这一问题，从而引导对图像的理解，防止内涵（象征意义）无限扩展。相比图像所指的开放性，语言的所指具有一种抑制性功能，即通过明确概念来限制解读的自由度（张静，2013）。视觉修辞语言性讯息致力于以生动的语言表达方式，使读者在阅读过程中能够更加深刻地体验和理解作者所传达的信息。通过运用形象生动的形容词、引人入胜的比喻、深刻的象征以及富有节奏感的排比等修辞手法，在视觉修辞上丰富其表达方式，并向其注入感情的色彩，使得读者在文字中产生更为饱满的感受。而通过描述视觉、听觉、触觉等感官，这种修辞手法能够激发读者的感官想象力，使其更为直观地融入作者描绘的场景，进而深入领会和感知文本所要传达的深层信息。

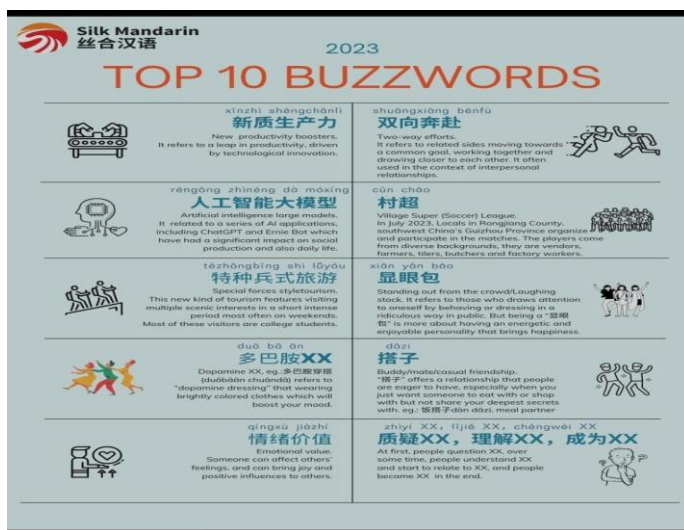


图 1. 《丝合汉语》Instagram 内容

图像意义与语言的结合象征着讯息在构图过程中的重要性，在图 1 中，图像和语言结构直接传达了其外延，使受众很容易理解图像所要表达的讯息目的。标题为“语言学期刊《咬文嚼字》最近发布了 2023 年十大中文流行语。一起来看看吧！”

(The linguistics journal Yaowen Jiaozi 《咬文嚼字》 released 2023's top 10 Chinese buzzwords recently. Let's check it out!)”。在图像上“TOP 10 BUZZWORDS”这句话采用大字体和大写字母，标志着图像内容的“标题”。在每个词汇的叙事解释中运用小标志，会产生更强的外延效果。选择符合词汇含义的徽标策略对理解词汇含义的过程产生影响，进而加快理解速度。通过结合每个受众的想象能力，图像中的意义过程能够更迅速地被受众所吸收。因此，图表 1 中由标志和语言叙事构成的结构，不仅可以更迅速地传递讯息，同时还能够通过观众的想象力呈现更为清晰的画面。



图 2. 《丝合汉语》Instagram 内容

图 2 也包含外延，即“书本上的汉语与实际应用中的汉语存在差异”。图中两种狗动画的象征意义呈现了汉语中现实差异的概念。一只肌肉发达的狗的动画形象象征着一本书，即《汉语》学习教材，其中涵盖丰富的词汇和语法知识。对于外国学习者而言，通过研读这本汉语技能书籍，可能会自信地认为已经达到了流利的语言水平。小狗眼泪涌动的动画形象象征着汉语在日常生活中的现实意义。图画语言“我听不懂、我是谁、我在哪儿、不知道、别说了”象征着汉语学习过程的现实。借助这一框架，《丝合汉语》以间接方式宣传了他们的课程。一方面，图片传递给受众中国大陆汉语的使用情境和相关信息；另一方面，通过语言讯息，《丝合汉语》在潜移默化中影响了受众的心理，激发了他们参加日常汉语课程的兴趣，引导其报名参加。不仅如此，《丝合汉语》在其帖子中采用了借助互联网流行文化元素的技术策略。例如，帖中的这张狗的图片便是网络世界中广为人知的“梗图”之一，常用于社交娱乐交流。许多网民通过这张图像传递信息，广泛应用于聊天软件中的贴纸或表情符号。这表明，《丝合汉语》通过融入社会热点与流行趋势，成功地吸引了全球受众。这种创新策略在 Instagram 内容的编码与解码过程中发挥了重要作用，反映了社会创新对传播效果的深刻影响。

3.1.2、非代码图与代码图示性讯息

非编码图指是直接意指或外延图像，巴特认为，在所有视觉类信息中（如电影、电视、戏剧、图画、绘画和摄影等），摄影照片是唯一由外延构成的信息。这是因为图像作为真实世界的机械复制品，其主要信息完全依赖于物理实在，几乎不为第二

层次的象征性意义留出空间（龙金顺，2012）。被代码图指是内涵图像。“代码”是符号学中的核心概念，简单来说，它指的是解读符号时所依据的习惯和规则。符号的意义取决于它所嵌入的代码系统，无法脱离上下文孤立存在。巴特指出，图像的内涵编码并非自然生成或人为构造，而是受到历史和文化因素的影响。正因为存在这种内涵编码，对图像的解读类似于对语言的解析过程。同样需要读者在特定社会文化环境中去习得有关知识，照片的“言语活动”才能真正表义，达到传播的目的。正如他所说：“这个图像只有至少在第一次内涵过程即语言的各种范畴的内涵本身之中被浸没的情况下，才在社会上存在的”（盛佳，2010）。从《丝合汉语》的教学视频来看，这两层含义得到了体现。在叙事中，教学过程呈现的视觉效果不仅具有文化含义，还具备传播的内涵。



图 3. 《丝合汉语》Instagram 内容

《丝合汉语》不仅提供给观众富有创意的教学视频，同时在这些视频中体现了文化价值。在图 3，画面是有一位老师和学生在讨论“在中国如何称呼陌生人”（How to address strangers in China）。在视觉框架中，叙事显示，当学生询问老师有关称呼女孩、成年男女、爷爷、奶奶和大家的问题时，视频将插入与学生提问相符的图像。通过直述的过程，外延信息在视频的取景中清晰可见，女性、老年人和群体中每个成员的形象在教学视频中被直接、清晰地描绘，使观众更迅速、更准确地领会所呈现的视觉意义。从被编码图像的角度来看，正如巴特所言，图像的内涵并非自给的。因此，从这张图片的标题“在中国如何称呼陌生人”来看，可以推断出图像的含义需要通过上下文或其他信息来解读，第一个图像信息很明确，致力于向观众提供教育，而第二个图像的目的是向观众传递关于中国文化的信息。视频中老师解释的汉字结构指的是“家庭”字的意思，“小姐姐，小哥，大爷，阿姨和家人们”的字面意思是“家庭成员”。在视频的最后，还加入了一群人形成的动画效果，形象地呈现了“家庭”的概念。基于视频解说的概念，图像的内涵价值象征着中国文化中将所有人视为“家庭”一员、消除差异的价值观。这种价值观可以被描述为社会生活中的团结和宁静。



图 4. 《丝合汉语》Instagram 内容

图 4 的主题是“5 个实用的汉语旅游语法” (5 Useful Chinese sentences for traveling)。视频中包含三个含义，其中主要含义或外延是教学，而另外两个含义则包括中国旅游的推广和弘扬中国美的价值。根据视频画面与学习材料之间的关系，画面所包含的图像内容象征着中国吸引了许多国际游客。视频中的外国演员也为中国的国际传播价值做出了贡献，进一步强化了这一价值，因此，这一内涵象征着象征着中国旅游的推广价值。在视频中，第三个问题中演员问“请问附近哪里好玩”，这种语言表达带有“中国有很多好的旅游景点”的内涵。尽管演员没有直接言明，但这个问题强调了说完之后的效果。在这个教学视频中出现的效果，可以通过询问“选择的对象”与语法作文联系到汉语现实。简单来说，这个概念表达了如果存在选择的对象，那么就会有各种各样可供选择的地点。通过观众的想象力，这个内涵的意义就转变为“中国有很多好的旅游景点”的概念。第四题和第五题象征着中国人好客的价值观。其中，提问“可以帮我叫辆车吗”和“请问这里怎么走”都是求助的语言形式。这两种语言形式所包含的内涵是，游客在中国总是能感受到安全和舒适，因为他们不仅知道如何表达求助，而且最重要的是他们可以感受到中国人在提供帮助时所展现出的好客精神。

每一个《丝合汉语》的教学内容视频在结束时都展示了一张图像（图 4），这张图像不仅充当了视频的封面，更是该机构的标志和口号的代表。作为促销和广告的一部分，这个图像在视频结尾的位置扮演了重要的角色，旨在巧妙地传达机构的品牌形象和核心理念。这个标志性的图像承担了多重功能，首先，它在视觉上引人注目，吸引受众的眼球。通过巧妙的设计和鲜明的颜色，这个图像能够立即吸引观众的关注，让他们对机构的教学内容产生浓厚的兴趣。其次，这个图像作为视频的封面，不仅表示了教学内容的结束，更强调了该机构对品质和专业的承诺。观众在看到这个标志性图像时，会立刻联想到《丝合汉语》所代表的高质量汉语教学服务。

除此之外，这张图像在品牌推广方面起到了关键的作用。它是机构的标志和口号的具体呈现，通过这一形象，机构能够在受众心中建立更加鲜明的品牌识别度。这对于在竞争激烈的汉语教学市场中脱颖而出至关重要。观众通过这个标志性图像，不仅记住了机构的形象，也深深铭记了机构所宣扬的教学理念和承诺。更进一步地说，这个图像的选择经过精心设计，以确保符合机构的整体品牌定位。色彩的运用、图案的设计以及与口号的呼应，都在视觉上传递了机构的专业性、创新性和对教学

质量的执着追求。这种图像不仅是视频封面，更是机构品牌在数字媒体上的代表，通过多层次的信息传递，成功地激发了受众的兴趣和信任。

3.2、《丝合汉语》Instagram 帖子的视觉修辞策略

基于图片和视频，帖子《丝合汉语》的框架也包含了“推广”的价值。视频结尾的广告旨在吸引学生加入并在该机构学习。在具体的修辞实践中，视觉修辞研究的任务是发现视觉文本的意义建构策略（李红，2015）。《丝合汉语》Instagram 内容的框架结构分为两个内涵，一是教学价值，二是推广价值，这两种内涵分别体现在视频和图片帖子上，相互辅助，相得益彰。

3.2.1、徽标用途：作为指代的桥梁

对于图像教学和视频教学的价值，存在两种不同的观点。在图片中，各种标识充当了一种“图像语言”，通过图像传递信息给受众。同时，图片中显示的文字是了解图片含义的一部分，文字不能脱离图片单独存在，二者共同构成一个统一的整体。这种综合运用图像和文字的方式能够更全面地向受众传递知识，使得信息更为生动和具体。而关于图像教学和视频教学的价值，可以从两个不同的观点来探讨。首先，在图片中，各种标识充当了一种“图像语言”，通过这种图像语言向受众传递信息。这种方法通过图像和符号的巧妙组合，以非语言的方式传达复杂的概念，使得观众更容易理解和记忆所呈现的内容。这种视觉语言的运用在图像教学中起到了承上启下的作用，能够激发受众的兴趣，引导他们更深入地学习。

其次，在图片中显示的文字也是了解图片含义的一个重要组成部分，文字和图像形成了一个统一的整体。这种综合运用图像和文字的方式使得信息传递更为全面，文字可以进一步解释和强调图像中的信息，为观众提供更多的背景和细节。文字和图像的结合在教学过程中能够满足不同学习者的需求，以多重感官的方式帮助他们更好地理解教学内容。这种融合图像和文字的教学方法，不仅使得信息更为生动和具体，而且有助于加深学习者对知识点的理解和记忆。通过视觉与文字的双重呈现，教学内容更具有说服力，能够更好地吸引学生的关注力，提高学习效果。



图 5. 《丝合汉语》Instagram 内容

汉语声调具有提高语言表达效果的功能，即修辞功能。汉语声调的高低变化，加上元音本身的乐音性质，使得汉语在听感上“抑扬顿挫”，具有旋律性的变化。我国齐梁时代沈约所著《四声谱》将汉语声调分为平、上、去、入四类声调。汉语声调的辨义功能即能够区别字义和词义。通常情况下，一个汉语音节由三部分组成，即声母、韵母和声调，其中韵母和声调是不可缺的要素。汉语中有意义的音节约有400个，带有特定声调的音节约有1300个，汉语声调使得汉语能够用有限的音节记录复杂的语言。有了不同的声调，同一个音节也能表示出不同的意义，这就体现出声调是区别词义的重要语音手段（李瑾皓，2022）。因此，在解释音近词时使用“标志”是一种有效的教学方法，它是区分两个同音词的重要标识。标志的外延意义间接影响受众对词汇的想象力和理解能力。通过词语的组合和语气，受众能够看到并想象理解相关的图像。

3.2.2、视觉传播：短视频宣传

图像教学内容与视频教学内容的显著区别在于，图像专注于结构，直接向受众传达教学价值；而在视频框架中，《丝合汉语》更趋向于根据日常生活现象进行叙述和宣传。在《丝合汉语》的教学视频内容中，汉语国际传播价值观的传播不仅依赖于语言传播，更体现在文化、教学以及中国旅游目的地传播的综合交融。

短视频作为视觉文化在网络场域中的重要表现方式，以“影像”为主要输出模式成为日常生活的一部分。短视频所带来的短暂视听体验不仅满足了受众对即时性和个性化视觉消费的需求，也构成了一种独特而普遍的文化景观。通过短视频视觉修辞生成的“可见”的视觉影像与内涵的“不可见”的意识形态和价值隐喻，成为时刻影响并塑造着受众集体记忆建构的关键要素（周宣辰，2022）。《丝合汉语》的短视频中蕴含丰富内涵，这些多样的内涵都具备推广其产品和服务的目的。

每个教学内容视频结束时呈现的图像都是《丝合汉语》品牌推广战略的巧妙体现。在强调教学内容的完结的同时，它通过形象生动的设计，成功地将机构的品牌形象和核心理念深深植入受众的心中。这张图像既是视觉上的吸引力，更是品牌认知的重要元素，为《丝合汉语》在国际汉语传播领域的影响力提供了强大的支持。



图 6. 《丝合汉语》Instagram 内容

根据图 6 可见,《丝合汉语》不仅注重语言教学,还专注于推广中国旅游目的地,从视觉修辞的角度来看,这段视频的标题是“你的下一个目的地‘中国’”(Your next destination "China")。视频标题与视频的视觉内容相结合,象征着中国的美丽价值。同时,通过这种视觉符号,受众会因为视频中展现的中国魅力而获得前往中国旅游的心理共鸣。因此,短视频的目的和策略一方面是为了传播中国旅游,另一方面则是为了提升“营销”的价值。通过观察《丝合汉语》的结构和所提供的服务,可以发现视频中“营销”的含义与“教学”的含义之间存在关联。在图 6 中,发现营销价值是基于视频框架与视觉修辞的相互关系。通过观察《丝合汉语》的结构和所提供的服务,可以发现视频中“营销”的含义与“教学”的含义之间存在关系。在图 6 中,发现营销价值是基于视频框架与视觉修辞的相互关系。《丝合汉语》提供的夏令营服务,是一项引导外国学生游学并享受中国旅游的服务。有关中国旅游的视频被视为一种营销策略,通过提供的服务从心理层面影响受众的学习愿望。视频采用“神话”的形式和视觉选择策略,成为影响受众心理的主要因素。

结论

随着科技的飞速发展,社交媒体已成为人们生活中不可或缺的一部分。其迅猛而灵活的交流方式对于人类的国际传播起到了积极作用。汉语国际传播的一种重要形式便是通过社交媒体进行的汉语教学。在线汉语教学中,《丝合汉语》将 Instagram 推广视为其推广的基石。他们在 Instagram 上基于图片和视频的教学内容为传播汉语、文化和中国旅游构建了强大的框架。

巴特认为,如果我们的解读足够令人满意,那么被分析的照片将传递出三类信息:语言信息、编码的图像信息,以及非编码的图像信息。(耿晨,2016)。通过视觉修辞分析发现,教学短视频和图像所涵盖的外延和内涵是密不可分的。教学、文化和营销价值巧妙地融合在视觉叙事中。视觉语言构成与徽标相结合作为一种教学方法,能够向受众传递编码,让受众在解读图像的过程中理解语言的含义和意义。因此,受众的语言信息能够得到完美的传达。在营销策略方面,短视频中的内涵通过视觉修辞的构架方法包含了能够影响受众心理的语言。通过选择标识、图像、标题以及叙事内容的语言策略,提供的信息能够吸引受众通过该机构进行学习或度假。在吸引全球受众的过程中,《丝合汉语》积极顺应并应用互联网中的流行现象。其策略之一是运用在特定时期广受网民关注的视觉趋势,从而提升其内容在 Instagram 数据系统中的可见性。通过这种方式,该账号不仅能有效吸引大量用户浏览内容,还能间接引导网民对汉语与中华文化产生兴趣并进行更深入的了解。最后,《丝合汉语》通过结合视觉策略与全球趋势,从文本内容到视觉设计等多角度入手,为其教学内容增添了吸引力与趣味性。这种多模态的组合不仅丰富了教学内容的内涵和外延,还特别强调简洁、有趣和互动性的信息呈现形式,使全球受众更易于理解并接受汉语的传播,同时感知中华文化的全球化进程。

参考文献

- [1] Barthes, R. (1997) *Image Music Text* (Essays selected and translated by Stephen Heath). London: Fontana Press.
- [2] Dixon, S.J. Most popular social networks worldwide as of October 2023[EB/PL]. [2023-12-10].<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- [3] Ke, Y., & Hemchua, S. (2023). A Cognitive Semiotic Interpretation of Chinese Culture

- Through Digitalized Reading: When Digitalization Meets Cross-Cultural Education. *International Journal of Computer-Assisted Language Learning and Teaching*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/IJCALLT.332230>
- [4] Martikainen, J. (2019). Social representations of teachership based on cover images of finnish teacher magazine: A visual rhetoric approach. *Journal of Social and Political Psychology*, 7(2), 890–912. <https://doi.org/10.5964/jspp.v7i2.1045>
- [5] Qian, Y. (2022). The Collision of New Media Era and Chinese Culture. *MANDARINABLE: Journal of Chinese Studies*, 1(2), 69–74. <https://doi.org/10.20961/mandarinable.v1i2.446>
- [6] Wang, G., Zhou, G., & Li, Z. (2022). Research on the Application of Chinese Teaching Based on Social Media Video Platforms. *International Journal of Distance Education Technologies*, 20(1), 1–16. <https://doi.org/10.4018/ijdet.296699>
- [7] Wang, Y. (2024). Application of Digital Media Technology in Teaching Chinese as a Foreign Language Culture (Issue Hwesm, pp. 428–439). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-253-8_52
- [8] 冯丙奇（2003）视觉修辞理论的开创——巴特与都兰德广告视觉修辞研究初探，《北京理工大学学报》第3期。
- [9] 耿晨（2016）论罗兰巴特符号学视域下的图像修辞，《山东工会论坛》第8期。
- [10] 李红（2019）再论视觉之势：传统、内涵及其合法性——基于中西比较的视野，《南京社会科学》第2期。
- [11] 李瑾皓（2022）不同母语背景汉语学习者声调习得研究，云南大学硕士学位论文。
- [12] 刘涛（2017）媒介·空间·事件：观看的“语法”与视觉修辞方法，《南京社会科学》第9期。
- [13] 刘晓燕（2008）修辞学视野中的视觉文化研究，《深圳大学学报(人文社会科学版)》第3期。
- [14] 龙金顺（2012）罗兰·巴特的新修辞理论的探讨与启示，《西南民族大学学报(人文社会科学版)》第3期。
- [15] 盛佳（2010）从结构主义到后结构主义：论罗兰巴特对视觉图像的符号学分析，西南交通大学硕士学位论文。
- [16] 张静（2013）论罗兰·巴特符号学与视觉传播理论，《人文杂志》第9期。
- [17] 周宣辰（2022）视觉·情感·价值：“短视频转向”视域下青年集体记忆建构的三重向度《理论导刊》第9期。
- [18] 吴春彦（2023）融媒体视域下汉语国际传播及教育路径探究，《国际传播》第22期。
- [19] 盛佳（2010）从结构主义到后结构主义：论罗兰巴特对视觉图像的符号学分析。西南交通大学。
- [20] 郑艳群（2017）汉语教育技术研究的新进展与新认识，《国际汉语教学研究》第4期。