

# 俄译旅游文本的话语分析

## ——以《全方位俄语导游指南及西安导游词》为例

徐 妍, 卓 悅

西安外国语大学俄语学院, 陕西 西安

收稿日期: 2025年12月1日; 录用日期: 2026年1月19日; 发布日期: 2026年1月29日

### 摘要

本文基于系统功能语言学理论, 以俄译西安旅游导游手册《全方位俄语导游指南及西安导游词》为研究对象, 通过话语分析方法, 探讨旅游文本在不同语境下人际意义, 概念意义与语篇意义的实现方式。研究重点关注旅游生活语境中人际意义如何通过语气结构体现, 以及在旅游讲解语境中, 概念意义如何通过物性结构表达, 语篇意义如何借助主位结构构建, 进而揭示俄译旅游话语的语言特征。

### 关键词

人际功能, 概念功能, 语篇功能, 旅游文本

# A Discourse Analysis of Russian-Chinese Translated Tourism Texts

—A Case Study of “A Comprehensive Russian Guidebook and Tour Commentary for Xi'an”

Yan Xu, Yue Zhuo

School of Russian Studies, Xi'an International Studies University, Xi'an Shaanxi

Received: December 1, 2025; accepted: January 19, 2026; published: January 29, 2026

### Abstract

Based on the framework of Systemic Functional Linguistics (SFL), this study examines the Russian-translated travel guidebook “A Comprehensive Russian Guidebook and Tour Commentary for Xi'an” through discourse analysis. It explores the realization of interpersonal, ideational, and textual meanings across various contexts within tourism discourse. The research focuses on how interpersonal

**meaning is expressed through mood structure in daily travel contexts, how ideational meaning is conveyed via transitivity structures in guided commentary contexts, and how textual meaning is constructed through thematic structure. The study aims to uncover the linguistic characteristics of Russian-translated tourism discourse.**

## Keywords

**Interpersonal Function, Ideational Function, Textual Function, Tourism Text**

Copyright © 2026 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

旅游文化是我国文化事业和文化产业的重要组成部分，党的二十大报告指出，“要坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展”，强调了旅游发展的战略地位和文化路径。在旅游过程中，旅游话语是旅游文化的重要载体，旅游话语研究逐渐吸引国内外学者的关注。旅游话语是旅游行业中各机构、专业人士在各种旅游环境中使用的特殊话语，具有语言使用及其他表达方式的规约性，用以讨论与旅游相关的各种话题、传递旅游信息、达到与旅游相关的各种交际目的[1]。

自 20 世纪 90 年代起，逐渐有国外学者开始关注旅游话语，主要从社会语言学、批评话语分析和系统功能语言学等视角展开研究。旅游话语分析的社会语言学研究代表人物是 Dann (1996) [2]，其专著《旅游语言：社会语言学视角》开辟了旅游话语研究的道路。其他研究成果包括多语旅游视频修辞分析(Fusari, 2009) [3]、酒店用语研究(Stellin, 2012) [4]和(Ruffolo, 2015) [5]等。批评话语分析视角下的旅游话语分析通过分析不同的旅游话语，探究其反映的社会现象和问题。主要研究成果包括旅游从业人员话语和旅游传播话语研究(Thurlow, Jaworski, 2010) [6]等。系统功能语言学方面的代表学者是 Castello (2002) [7]，他采取基于语料库的跨语类研究法，总结各种旅游文本实现情景语境的语言学特征。Pierini (2009) [8]、Salmaso (2012/2013) [9]和 Marza (2011) [10]利用语料库分析法，重点关注旅游网站话语的宣传功能。近年来，多模态理论视角已成为旅游话语研究新趋势。

在俄罗斯网站 КиберЛенинка (<https://cyberleninka.ru>)上以“туристическая дискуссия”为主题词进行搜索，在“языкознание и литература”项目下共查找到相关文献 327 篇。从系统功能语言学角度进行研究的有旅游话语共性特征研究(Кислицына, Рак, 2016) [11]、广告旅游叙事认知策略(Меньшикова, 2023) [12]等。随着国外相关研究的发展深入，中国学者也开始关注旅游话语分析，研究话语大多为中文或英语，在中国知网上以“旅游话语分析”为主题词进行搜索，共查找到相关文献 211 篇。其中，话语语言特征和策略研究的论文占大多数，主要采用系统功能语言学和生态语言学等研究理论。

系统功能语言学的代表性研究成果包括景点介绍文本的话语策略(赵芃, 2008) [13]、英语旅游文本中评价意义构建的特点(康宁, 2011) [14]、景区标示语研究(陈子娟、耿敬北, 2016) [15]等。近年来，许多旅游话语研究者开始关注以功能语言学为基础的多模态理论，最新研究包括旅游宣传用语分析(刘瑛、宋洁, 2016) [16]和旅游目的地宣传策略分析(夏锦萍, 2014) [17]；梁兵、蒋平, 2015 [18]；刘瑛、宋洁, 2016 [16])等。生态语言学视角方面的研究论文为《生态语言学视角下旅游话语主位分析——以 Lee 谷地区公园旅游评论为例》(张鹏飞, 2019) [19]等。

梳理国内外旅游话语分析成果可以发现，虽然理论多元、内容多样，但仍存在研究空间。一方面，

采用系统功能语言学理论的研究中，所选语料大多为汉语和英语的旅游文本，对中译俄文本，特别是俄译导游词的关注不足；另一方面，研究对象为外宣旅游话语的论文大多关注其翻译层面的特征，鲜少从系统功能语言学对该话语进行语言学视角的分析。

本文以目前唯一的西安俄译导游手册为研究对象，拓宽系统功能语言学话语分析在俄语旅游领域的应用范围。研究选择从情景语境到语义再到词汇语法特征的研究路径，重点关注旅游生活语境下人际意义怎样通过语气结构得到体现；旅游讲解语境下，概念意义怎样通过及物性结构得到体现，语篇意义怎样通过主位结构得到体现，为其他同类文本的编译提供可资借鉴的研究范本，助力寻求中国优秀旅游文化对俄宣传的最优解。

## 2. 人际功能与语气结构

与以往的传统语法不同，系统功能语言学着重关注语言的内在问题，并充分考虑社会因素，认为语言同时具有三种元功能：表述经验意义的“经验功能”(experimental function)或“概念功能”(ideational function)；建立和维护语言使用者交流关系的“人际功能”(interpersonal function)和构造语义连贯的“语篇功能”(textual function)。每项功能都通过一系列相关的选择系统来构建、协商和表达意义，其中，人际功能通过语气系统(mood system)来编译人际意义(interpersonal meanings) [20]。韩礼德认为人们在日常生活中通过语言来建立和保持社会关系，在实际交往中不断交换交际角色，但无论角色如何变化，交流的目的只有两种，即“给予”(giving)和“需求”(demanding)。所给予与所需求的可以是货物与劳务(goods-services)，也可以是信息(message) [21]。这样两交际角色与两交换物组合起来，便构成了四个言语功能——陈述、提问、提供和命令，这些功能主要通过语气结构的选择来实现，包括陈述语气(declarative)、疑问语气(interrogative)、祈使语气(imperative)和意态疑问语气(modulated interrogative)，见表1：

**Table 1.** Types of speech functions  
**表 1.** 言语功能类型

	货物和劳务	信息
给予	陈述(statement)	提供(offer)
需求	问题(question)	命令(command)

俄译西安旅游导游手册——《全方位俄语导游指南及西安导游词》作为目前唯一正式出版的针对西安旅游的中译俄导游手册，是一本兼具系统性和指导性的旅游文本。篇幅所限，本文以该导游手册的第三章即旅游生活语境下的一段旅游会话为例来探讨言语功能与语气结构对会话文本的阐释及其所表达的主观性与交互主观性，为方便起见，本文用数字1、2、3等来标记小句出现在文本中的前后顺序：

(Г 指导游，Т 指游客)

游客离开酒店时与导游的对话：

Г (1): Добрый день! Все собрались?

Т (2): Здравствуйте! Саша, можно чуть-чуть подождать? Света задержалась в номере. Она за пять минут всё сделает. Багаж уже у меня.

Г (3): Хорошо. У нас в запасе ещё 20 минут. Ключ у вас?

Т (4): Сейчас посмотрю, да, да.

Г (5): Тогда дайте мне ваши ключи, Я отдаю их администратору-

Кстати, вы не брали напитки и пиво в холодильнике?

Т (6): Я выпил бутылку минеральной воды.

Г (7): Вы не будете обижены, если я вам напомню, что за напитки нужно заплатить?

Т (8): Нет. Когда вы спросили, я вспомнил, что надо заплатить. Я ещё пользовался доступом в интернет.

Г (9): Это бесплатно. Вот вам счёт. С вас всего 150 юаней. В счёт включается оплата за стирку белья. Правильно посчитали?

Т (10): Всё правильно.

Г (11): Так, ключ мы сдали, счёт подвели, вы ничего не забыли в номере?

Т (12): Ой, кошмар, я забыл сувенир в камере хранения.

Г (13): Да! Это был небольшой бронзовый журавль. Сейчас попрошу открыть камеру.

Т (14): Вот он. Можно сдать её в багаж?

Г (15): Можно. Больше ничего не забыли?

Т (16): По-моему, нет. Но человека забыли.

Г (17): Свету. Вот она бежит. Только напомнили, и она уже здесь! легка на помине. Света, у вас всё в порядке?

Т (18): Да. извиняюсь. Голова вдруг у меня стала болеть, я искала таблетки. В сумке не было, потом распаковывала рюкзак, тут лежат.

Г (19): Ничего. голова сильно болит?

Т (20): Скоро пройдёт. Не беспокойтесь.

Г (21): Ладно. Подойдём к машине. Отправляемся.

旅游会话是利用人际的交流状态来传递信息、交流思想和观点，所以其交流过程是由陈述、祈使、疑问、感叹四种语气结构构成的。Г (3)与 Т (4)是一对问答对子，导游发出疑问，需求信息，使用疑问语气，是听者指向，表示说话人对所问命题或其焦点不知然否；游客使用陈述句，给予信息，陈述语气是言者指向，所传命题具有现实性，实现问题与陈述两种言语功能。Т (2)是个疑问语气，听者指向，却用来表达给予信息的提供功能，话语的交互主观性主要表现为对说话人的态度，回答 Т (1)的疑问，其语气形式自然与用陈述句来表达给予信息不一样。这种用疑问语气来表达提供功能常暗示说话人并非真想知道答案，传递给受话人一个明确无误的信息：人没有到齐，希望受话人等待房间中的斯维塔。Т (7)用疑问形式，听者指向，却表达命令功能，话语的交互主观性主要表现为对受话人的提醒及其程度与风格，希望得到受话人肯定的回答，委婉地传递给受话人一个明确无误的信息：希望受话人付酒水钱。通过上述对语气结构的分析可知语气结构的主观性取决于其所传命题是否具有现实性。

### 3. 概念功能与及物性结构

在韩礼德(M.A.K. Halliday)功能语法里，概念功能(ideational metafunction)是语言对人们在现实世界(包括内心世界)中的各种经历的表达。概念(ideational)包括经验(experiential)和逻辑(logical)，是分析小句承载的人类经验的主要语法手段。在识解经验方面，功能语法把小句识解为表征事件或活动的构型(figure)。这些构型可以通过及物性系统(transitivity)加以分析。韩礼德认为及物性系统包括六种过程类型：物质过程(Material Process)、心理过程(Mental Process)、关系过程(Relational Process)、行为过程(Behavioral Process)、言语过程(Verbal Process)和存在过程(Existential Process)。每种过程都是由其参与者(Participant)完成的，每种过程的发生或存在都可能与一定的环境成分(Circumstantial Elements)发生关系。

物质过程是表示做某件事的过程(a process of doing)。这一过程一般由动态动词、动作者及目标等要素构成。它反映了学习者对于句子所描述的“发生或做(了)什么事情”的最原初的认识。物质过程既包括

具体动作(如“造房子”),也包括抽象行为(如“取消会议”),并具有主动与被动语态的区别。心理过程是表示心理活动的过程,可进一步细分为描述感觉(perception)、反应(reaction)和认知(cognition)等心理活动的过程(a process of thinking)。心理过程一般只有两个参与者,即感知者(sensor)和现象(phenomenon),心理过程的感知对象是一种“元现象”(metaphenomenon),在语法上可实现为一个小句,这明显区别于物质过程。时态等使用也不同于物质过程。关系过程是反映事物之间处于何种关系的过程,这一过程涉及两个不同的实体,表达了这两个实体之间的关系(a process of being),又可进一步分为归属和识别,简言之,就是表示“是”或“属有”或“时空状态”关系的过程,可进一步分为内包式(intensive)、环境式(circumstantial)和所有式(posessive)。行为过程是描述包括呼吸、哭笑等生理活动的过程(a process of behaving),一般只有一个参与者,即行为者,一般是指有思想意识的动物实体,尤指人,与心理过程相似,与物质过程不同。行为过程与只有一个参与者的物质过程经常难以区别,要看活动是否与生理有关。而当有两个参与者时,则可看作是物质过程。言语过程是“通过讲话交流信息的过程(a process of saying)”,受话者可以作为参与者出现,讲话内容可以是某个信息,也可以是要受话者做的某件事。与心理过程不同的是,言语过程的参与者不一定是有思想意识的动物实体,讲话者可以指任何发出信号的实体,如告示、书等。存在过程是表示有某物存在的过程(a process of existing),主体是存在者,所体现的是某些事物的存在或发生。此处以导游手册第五章“Тексты для экскурсионного рассказа о Сиане”(西安导游词)中关于鼓楼的导游词为例(徐莉 2008: 184):

Барабанная башня – «сестра» Колокольни. (1) Она находится к северо-западу от Колокольни, на улице Бэйоаньмэнъ. (2) Была построена в 1380 г. в период династии Мин. (3) Барабанная башня высотой в 33 м. и занимает площадь 1999 квадратных метров. (4) Архитектурная площадь башни составляет 1804 квадратных метров. (5) В башне висел барабан для сообщения времени вечера. (6) А теперь барабан демонстрируется как символ башни. (7) В него, если хотите, можно быть. (8) Архитектурная конструкция башни состоит в применении повторяющихся антаблементов с функцией трёхразового падения капли дождя на крышу, и глазированной черепицой для крыши и карнизов, украшенных деревянными консолями. (9) По архитектурному замыслу, красоте и величию эту башню можно сравнить с Колокольней. (10)

通过对这段旅游词的及物性结构分析,其过程统计如表2:

**Table 2.** Process usage  
**表 2. 过程使用情况**

过程类别	物质	言语	关系	心理	存在	行为
过程数量	4	0	5	1	1	0
百分比(%)	36.4	0	45.5	9.1	9.1	0

上表的及物性分析结果表明,这段旅游词中关系过程所占比例最高,占全篇11个过程类型的45.5%,其次是物质过程,然后是心理过程和存在过程。一般来说,表示描述意义的过程是关系过程、存在过程和心理过程,而表示叙述意义的则多为物质过程(黄国文 2001: 168) [22]。由分析结果可见,关系过程、存在过程和心理过程占总过程的63.7%,而物质过程只占36.4%。这意味着这段旅游词的语篇特点是描述型(descriptive)为主,叙事型(narrative)为辅。这段旅游词涉及关系过程主要是第1、2、4、5、9句,关系过程的使用,将鼓楼范畴化和特征化,塑造了一个稳定、可被定义和测量的核心经验现实。这是游客认

知的基础。涉及物质过程的为第3、4、7、8句，动物体动作者(即物质过程中的行动过程)在这段旅游词中占了大量篇幅，主要由建造者、管理员和访客充当。散落在语篇各处的非动物体的动作者(即物质过程中的事件过程)即鼓楼。这个分布表明，文本在叙述鼓楼的动态方面时，主要聚焦于与人类互动的历史和现状。涉及心理过程的是第10句，涉及存在过程的则是第6句，这两种过程共同为客观现实注入了历史纵深和文化价值。存在过程锚定了历史语境，而心理过程则建构了情感与评价的维度。这段旅游词通过精心的及物性过程选择，将客观数据、历史叙事、互动邀请与文化评价编织成一个连贯的整体，动态地建构了一个既真实可感又富有吸引力的经验世界，从而有效地实现了其作为旅游文本的交际功能与概念表达。

#### 4. 语篇功能与主位结构

“人际功能”和“概念功能”都需要通过语言表现出来，而这种有意义的表述的集合体就是语篇(text)。在语义层中，把语言成分组织成语篇的功能即为语篇功能。语篇功能是使语言成为有效交际工具而非仅仅是符号系统的关键，主要通过以下三种方式得以体现：主位结构、信息结构和衔接。本研究聚焦主位结构这一关键机制。任何一个句子或小句都可以被划分为主位和述位两部分，其中主位是信息的起点、说话的出发点，通常表示“我要谈论的这个”。围绕主位展开的叙述，是句子的核心内容所在。韩礼德根据主位结构本身的复杂程度，将其分为单项主位(simple theme)和复项主位(multiple theme)。单项主位指的是只包含一个概念成分的单一主位，而复项主位则是由语篇、人际和概念成分按序组成的复合主位。胡壮麟等指出，语篇层面的文本分析重点不仅仅是孤立小句的主位结构，而是整个语篇的“主位推进”(information flow)及其对信息流动(information flow)的影响(胡壮麟等 2005: 168) [23]。最常见的主位推进模式包括放射型、聚合型、阶梯型和交叉型。放射型指几个句子的主位相同，而述位不同；聚合型即几个句子的主位各不相同，但述位相同；阶梯型指后一个句子的主位是前一个句子的述位；交叉型，即后一个句子的主位和述位与前一个句子相互交叉或部分交叉。一般情况下，主位表达的信息是已知信息，述位所表达的信息是新信息。按照主位推进模式我们可以准确把握讲话者讲话的起点和想要传递的信息。语篇中常见的是多种推进模式混合使用的模式，且主位推进模式常常与语篇的体裁相关。旅游文本作为一种特殊体裁的文本，常以地名和时间作为句子的主位。此处以导游手册第五章“Тексты для экскурсионного рассказа о Сиане”(西安导游词)中关于钟楼的导游词为例(徐莉 2008: 184)：

Колокольня является символом города Сианя. Она и памятник провинциальной категории. Башня колокола расположена в самом центре города, на перекрёстке четырёх главных проспектов города, ведущих к востоку, западу, югу и северу. Если смотреть с башни, то можно любоваться старым городом. Колокольня была построена в 1384 г., при первом императоре Минской династии Чжу Юаньчжан. Город Сиань был столицей нескольких династий. Иначе говоря, здесь было самое подходящее место для настоящих сыновей неба (императоров).

这段旅游词主要采用放射型的主位推进模式，大部分句子的主位都围绕着 Колокольня(钟楼)这一地名展开。以“钟楼”为线索：第1、2、4句的主位都是 Колокольня 或 Башня колокола(钟楼)。放射型的主位推进模式保证话题的集中和连贯，帮助导游迅速吸引外国游客的注意力，并确立了语篇的核心主题和主要信息——介绍钟楼本身。而第6句则使用了阶梯型模式，述位 был столицей(是首都)说明了西安的历史地位，紧随其后的第7句中，主位 здесь(在这里)承接这个地点概念，并对其进行阐释。此处说话者混合使用多种推进模式，避免了导游词形式上的单调和重复，改善外国游客的听感。

#### 5. 结语

本研究表明，俄译旅游话语并非简单的信息转换，而是一个在特定语境下，综合运用语言资源以实

现人际、概念和语篇三大元功能的复杂符号系统。对语气、主位及物性结构的分析，揭示了该类型文本在跨文化传播中如何有效传递信息、构建关系并组织话语的内在机制。基于分析结果，本研究从功能语言学视角提出以下具有实践意义的编译原则：在概念功能层面，应优化经验建构，平衡描述与叙事。建议译者在处理描述性文本时，有意识地提高关系过程、存在过程和心理过程的比例。通过使用大量归属、识别、存在及认知类表达，系统呈现事物的属性、状态、历史与文化价值，从而为游客构建一个稳定、客观且信息丰富的认知框架。在人际功能层面，需调整语气策略，增强互动与亲和力。建议在处理互动性内容时，应尽量避免生硬的祈使语气，建议更多采用情态化的疑问句或陈述句来替代直接命令，这种策略能有效缓和指令语气，体现对游客的尊重，拉近双方的心理距离。在语篇功能层面，要合理规划主位推进，确保信息流畅连贯。建议在段落或语篇开头确立一个核心、稳定的主位，并在一段内容中优先采用放射型主位推进模式，确保话题集中，便于游客抓住主线。综上所述，本研究不仅深化了对俄译旅游文本功能特点的理论认识，也为同类文本的编译提供了可资借鉴的功能语言学视角。运用这些原则，有助于更有效地构建信息清晰、互动自然、逻辑连贯的旅游话语，从而提升中国旅游文化对俄传播的效果，实现“以文塑旅、以旅彰文”的深度融合，更好地完成对俄旅游文化宣传。

## 基金项目

西安外国语大学研究生科研基金项目；立项类别：一般项目；项目名称：俄译旅游文本的话语分析——以《全方位俄语导游指南及西安导游词》为例；立项编号：2024SS034。

## 参考文献

- [1] 赵德芳. 旅游话语分析：回顾、思考及展望[J]. 天津外国语大学学报, 2019, 26(1): 126-137.
- [2] Dann, G. (1996) *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. CAB International.
- [3] Fusari, S. (2009) Multilingual Tourist Videos as Specialized Discourse: The Case Study of Val Gardena. *Centro di Studi Linguistico Culturali*.
- [4] Stellin, B. (2012/2013) “Where to Stay” in the UK and Italy: A Comparative Study of the Language of Holiday Accommodation Advertisements. *Universita Degli Studi di Padova*.
- [5] Ruffolo, I. (2015) The Greening of Hotels in the UK and Italy: A Cross-Cultural Study of the Promotion of Environmental Sustainability of Comparable Corpora of Hotel Websites. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, **198**, 397-408. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.459>
- [6] Thurlow, C. and Jaworski, A. (2010) *Tourism Discourse: Language and Global Mobility*. Palgrave Macmillan.
- [7] Castello, E. (2002) *Tourist-Information Texts: A Corpus-Based Study of Four Related Genres*. Unipress.
- [8] Pierini, P. (2009) Adjectives in Tourism English on the Web: A Corpus-Based Study. *Girculo de Linguistica Aplicada a La Comunicacion*, **40**, 93-116.
- [9] Salmaso, S. (2012/2013) A Corpus-Based Analysis of On-Line Texts Promoting Tourist Accommodation in the UK and in the USA. *Universita Degli Studi di Padova*.
- [10] Marza, N. (2011) A Comprehensive Corpus-Based Study of the Use of Evaluative and Adjectives in Promotional Hotel Websites. *Odisea*, **12**, 97-123.
- [11] Кислицына, Н.Н. and Рак, А.Н. (2016) о некоторых аспектах изучения туристического дискурса//ученые записки крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. филологические науки. №2-1.
- [12] Меньшикова, Е.Е. (2023) когнитивная стратегия лаудативности в рекламном туристическом нарративе//филологические науки. вопросы теории и практики. №12.
- [13] 赵芃. 景点与游客：景点介绍文本的语言学分析[J]. 天津商业大学学报, 2008(5): 42-45.
- [14] 康宁. 基于语料库的中、英、美网站英语旅游文本中的评价语言对比研究[D]: [博士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2011.
- [15] 陈子娟, 耿敬北. 景区提示标示的多模态语篇分析与构建策略研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2016(2): 28-41.
- [16] 刘瑛, 宋洁. 全球化语境下湘西对外宣传和旅游推广话语的多模态分析[J]. 贵州民族研究, 2016(4): 49-52.

- 
- [17] 夏锦萍. 江西旅游推广广告的多模态话语分析[J]. 江西社会科学, 2014(3): 244-246.
  - [18] 梁兵, 蒋平. 旅游语篇多模态话语分析与中国文化对外传播[J]. 外语学刊, 2015(2): 155-158.
  - [19] 张鹏飞. 生态语言学视角下旅游话语主位分析——以 Lee 谷地区公园旅游评论为例[J]. 河北北方学院学报(社会科学版), 2020, 36(5): 51-54.
  - [20] 沈家煊. 语言的“主观性”和“主观化” [J]. 外语教学与研究, 2001(4): 268-275+320.
  - [21] 邓青. 语域分析理论对语篇《雨中的猫》的文本诠释[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2005(6): 365-368.
  - [22] 黄国文. 语篇分析的理论与实践[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
  - [23] 胡壮麟, 朱永生, 张德禄, 李战子. 系统功能语言学概论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.