

# 从语言内在生态环境看大足石刻文化对外传播

冉维筠 赵芩 谭爱玲 吴馨 肖琴

重庆工程学院, 重庆, 400900;

**摘要:** 大足石刻作为世界文化遗产, 其对外传播需依托语言内在生态环境理论, 通过差异化语言表达、跨文化翻译适配、多语种平台构建及文化创新路径, 突破国际传播中的语言与文化障碍。本文结合文献研究、实地考察与案例分析, 提出分层传播策略: 针对普通游客采用故事化叙事强化情感共鸣; 面向学者构建专业术语体系, 结合多模态翻译传递宗教意象; 依托新媒体平台实现线上线下多语种联动; 培育具备语言转换、文化阐释与技术应用能力的跨文化人才; 通过方言活化、数字文创推动文化符号现代转译。研究强调语言生态与传播效能的动态平衡, 为文化遗产的全球化传播提供理论与实践范式。

**关键词:** 大足石刻; 语言内在生态环境; 跨文化传播; 翻译策略; 文化创新; 多语种平台

DOI: 10.69979/3041-0673.25.08.089

## 1 研究背景与意义

大足石刻造像肇始于初唐高宗永徽时期, 历经各朝代变迁延续至今, 南宋淳熙至淳祐年间的宝顶山石刻使其达至鼎盛。它巧妙利用自然环境开展摩崖造像, 却遭受雨水、风力侵蚀等自然威胁, 旅游热度的提升也带来新难题, 所幸政府与专家已积极落实保护举措(童登金, 2003)。作为世界八大石窟之一, 大足石刻在1999年被列入《世界遗产名录》, 代表着9-13世纪世界石窟艺术的顶尖水准, 堪称人类石窟艺术的最后丰碑。其以佛教造像为主, 融合道教、儒教元素, 呈现出“三教合一”的独特风貌, 具备极高的历史、艺术与科学价值。此前爆火的国产游戏《黑神话: 悟空》, 为大足石刻的对外传播提供了新思路。但相较国际知名文化遗产, 大足石刻在国际上的知名度与影响力仍有提升空间。

语言是文化传播与传承的核心载体(徐柯, 张晓君, 2020: 9-12), 其内在生态环境影响着文化信息的传递与接受。本文综合运用文献研究法、实地考察法、案例分析法、访谈法(中英文导游、中外籍游客)、问卷调查法(899名受访者)、比较分析法与跨学科研究法等多种研究方法, 从语言内在生态环境下的文化传播策略、跨文化翻译策略的适配与创新、多语种传播平台的构建与实践、跨文化传播人才的核心能力培养、语言生态资源驱动的文化创新路径五个维度, 深入探讨提升大足石刻国际知名度与影响力的有效路径。

## 2 语言生态与文化传播的互动机制

### 2.1 理论基础与概念界定

语言生态学作为交叉学科, 主要研究语言系统与其所处社会环境、文化环境及自然环境的互动关系。该理论强调语言发展与环境因素的动态平衡, 关注语言多样性保护与文化传承的内在联系。关键理论模型如下: 其一是系统互动模型, 语言作为开放系统与外部环境持续进行信息交换; 其二是文化适应模型, 语言形态随文化环境变迁而动态调适; 其三是生态平衡模型, 语言发展需要维持内部环境与外部环境的协调。

语言内在生态环境概念复杂, 目前国内外尚未形成完整理论体系。它大致涵盖语言结构(含词汇丰富度、语义关系及语法规则)、语言使用者和语言发展这几个层面。各层面相互交织, 共同构建起语言内在生态环境, 影响着语言信息的传递与接受, 左右着语言的发展走向。

### 2.2 语言与文化的共生关系

在大足石刻文化的传播中, 语言与文化呈现出紧密而复杂的相互关系。季羡林(1996)老先生曾说过:“文化有一个特点, 一旦产生, 它就要传播, 在民族内部传播, 又传播到民族地区以外去, 这就形成了文化交流”。语言对文化有着积极的促进作用, 如语言的文化承载功能, 信息编码, 通过专业术语体系记录文化内涵; 价值传递, 借助语言符号系统实现文化传承; 身份建构, 方言特征强化地域文化认同。文化对语言有着塑造作用, 如词汇增生, 产生文化专有名词体系; 推动语体形成, 发展特色表达方式; 确立规范, 建立特定使用场景的语用规则。

### 2.3 传播效能的实现机制

语言内在生态环境为文化传播提供基础, 正如罗

曼·雅各布森 (Roman Jakobson) 在《论翻译的语言学问题》(On Linguistic Aspects of Translation) 中提出的语言的诗学功能, 雅各布森认为语言除了基本的表意功能外, 还具有通过声音、节奏、意象等元素营造艺术氛围的诗学功能 (Roman, 1959)。在大足石刻文化的对外传播中, 要构建基础维度, 如多元表达, 即学术语言与文学语言互补; 信息保真, 术语标准化避免文化误读; 寻求情感共鸣, 利用修辞手法增强感染力。跨文化传播路径也应寻求分层传播, 差异化满足受众需求; 实现文化转译, 建立多语种对译规范; 利用技术赋能, 通过数字技术拓展传播渠道。

### 3 大足石刻文化对外传播的现状与问题

#### 3.1 传统媒介与新媒体: 大足石刻文化传播的稳固基石

传统媒介在大足石刻文化传播中仍发挥着重要作用。传统媒介如《大足日报》、《大足石刻全集》等纸质媒介系统记录了大足石刻的历史文化知识, 内容权威专业。电视媒体如中央电视台的《大足石刻》系列纪录片和重庆卫视的特别新闻直播节目, 以规范语言和生动影像为大足石刻文化传播搭建了大众化桥梁, 传播广度高。实物媒介如宣传栏、广告牌、标识语等, 在日常生活中频繁出现, 结合文字阐述, 全方位传播大足石刻文化内涵, 大足石刻景区官方宣传语“精美的石刻会说话”就是对大足石刻旅游文化最直观的宣传。

新媒体为大足石刻文化传播提供了新的途径和广阔的空间。微信公众号、微博、抖音等新媒体平台通过发布展览信息、文物历史等内容以及生动直观的讲解视频, 以讲故事和结合网络热点的方式吸引用户关注, 适应了当下人们的信息获取习惯。4K 宽银幕电影《天下大足》以及数字博物馆等技术, 将大足石刻文化故事转换

为更直观易懂的场景, 打破了语言隔阂, 增强了受众的接受度和记忆点。

#### 3.2 评估传统与新媒介: 大足石刻传播影响力几何

传统媒介在传播大足石刻文化方面内容专业权威、语言优化, 但传播范围有限、信息承载量有限。纸质媒介语言组织及内容准确性高, 但受发行渠道及成本限制, 难以覆盖全球。电视媒体节目传播广度高, 但对小众语言和方言呈现较少, 翻译时存在妥协, 不利于文化多样性的维护。

新媒体传播具有互动性强、覆盖面广等积极效果, 但碎片化信息易导致认知浅层化, 核心价值传递不足。多平台互动虽然为多语种宣传大足石刻文化提供了广阔的展示空间, 但随着互联网传播方式的不断发展, 受众普遍以图文、视频等碎片化传播方式接收信息, 该类信息传递的信息简短且深度不够, 难以形成全面系统的认识。

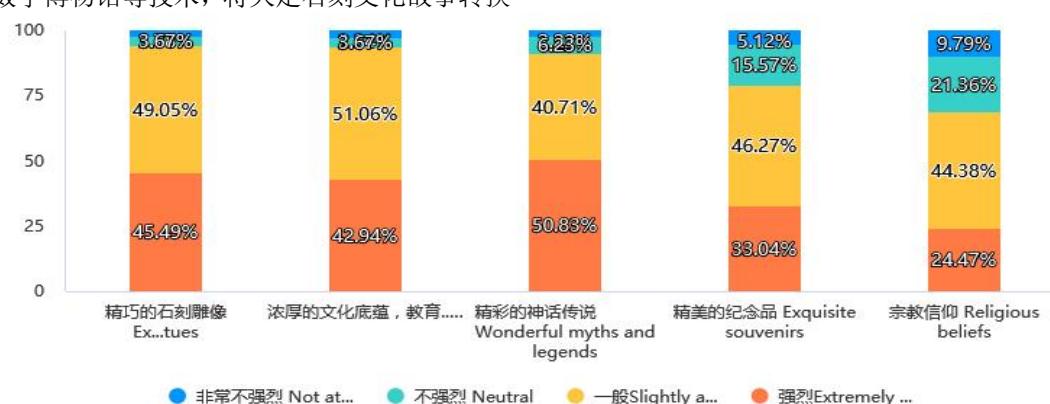
#### 3.3 语言与文化障碍

国际传播中翻译质量和文化差异导致理解偏差, 需加强本地化语言建设和跨文化阐释。国际展览中佛教造像和宗教寓意对普通观众陌生, 专业术语影响外国观众理解。旅游推广中宣传资料、

标识牌翻译语言有限, 其他语言背景游客难以准确理解大足石刻文化内涵。

#### 3.4 传播深度不足

新媒体内容多聚焦表面元素, 需通过深度报道、专题节目等形式挖掘文化内涵, 推动从观光旅游向文化体验转型。旅游推广侧重展示大足石刻的自然风光、著名景点等表面元素, 对其背后深刻的文化内涵挖掘不够, 游客对大足石刻所承载的文化内涵等了解甚少。



大足石刻各文化资源受众吸引力调查图

(图表源于作者即将出版的同名专著《从语言在生态环境看大足石刻文化的对外传播》)

## 4 基于语言内在生态环境的大足石刻文化对外传播策略

### 4.1 语言内在生态环境理论框架下的文化传播策略

大足石刻作为世界文化遗产，其文化对外传播需依托语言内在生态环境理论，将语言视为动态的文化载体，通过适应不同文化背景的受众需求，实现文化价值的有效传递。在语言表达层面，需针对普通游客与专业群体采取差异化策略。对于普通游客，可通过故事化叙事增强文化感知力，例如将石刻建造过程融入地方民间传说，借助本雅明（2022）提出的“叙事传递经验”理论，构建“篝火旁工匠倾述雕刻故事”的场景，使游客在情感共鸣中形成文化记忆。而针对学术研究者，则需强化专业语言生态，借鉴潘诺夫斯基（1983）的图像学方法，从雕刻技法（如高浮雕与浅浮雕的工艺差异）、风格演变（唐宋时期佛像造型的写实性转变）等维度进行深度解析，确保学术交流的精准性。此外，多媒体技术的应用可突破语言单一性局限，结合格里尔逊（2016）纪录片理论，通过四季光影变化纪录片与AR实景导览，构建“视觉-听觉-触觉”联动的语言生态，使游客在雨滴滑落石刻纹路的动态画面中直观感受艺术生命力。

### 4.2 跨文化翻译策略的适配与创新

翻译作为跨文化传播的核心环节，需兼顾术语准确性与文化可及性。基于奈达（1964）的“动态对等”原则，专业翻译团队需完成双重任务：一是建立术语标准化体系，例如将“石刻”统一译为“stone carvings”，“六道轮回”优化为“Buddhist Wheel of Life”并补充六道释义；二是处理文化负载词的文化转码，如“涅槃”采用“nirvana (a state of Buddhist enlightenment)”的注释策略（Lopez, 2008），既保留源语言文化特质，又通过括号内的解释消解目标受众的理解障碍。值得注意的是，多模态翻译手段可显著提升传播效果，例如在英文解说视频中，以舒缓的梵音配乐烘托千手观音像的庄严感，配合“Each hand holds a unique ritual object, symbolizing omnipresent compassion”的解说词，通过声画同步强化宗教意象的跨文化传递（Kress & van Leeuwen, 2001）。

### 4.3 多语种传播平台的构建与实践

在传播渠道构建上，需建立线上线下协同的多语种

生态系统。线上平台需注重分众化与互动性：官方网站可设置多语种文化专栏，例如日语版结合《正见：佛陀的证悟》（宗萨蒋扬钦哲，2017）的哲学解读，深入阐释圆觉洞的禅宗思想；社交媒体则需适应平台特性，如在抖音发布15秒石刻雨景短视频，搭配“石刻在雨中苏醒”的拟人化文案，利用算法推荐触达年轻群体。线下场景则需强化体验式语言交互，例如在景区设置多语种智能导览桩，当游客驻足华严三圣像前，设备自动播放对应语言的雕刻技法讲解，并关联《中古中国与外来文明》（荣新江，2001）中关于丝路艺术融合的论述，使文化解读兼具学术深度与大众亲和力。

### 4.4 跨文化传播人才的核心能力培养

跨文化传播人才的培养是策略落地的关键支撑。人才需具备三重核心能力：其一，语言转换能力，要求精准处理专业术语，例如将“毗卢遮那佛”译为“Vairocana Buddha”时，需同步说明其作为法身佛的宗教地位；其二，文化阐释能力，可借助格尔茨（2014）的“深描”理论，在讲解牧牛图时，不仅说明“以牛喻心”的象征意义，还需结合目标文化中的类似隐喻（如西方“驯服野马”的哲学意象）进行类比；其三，技术应用能力，需熟练使用AI翻译工具优化术语库，例如通过机器学习分析国际游客的常见问题，动态调整讲解词中的文化背景信息占比。此外，需建立“高校-景区-国际机构”联动培养机制，例如邀请法国哥特艺术专家开展对比研究，从“sculpture gothique”（哥特雕塑）的视角解读大足石刻的空间叙事逻辑，促进学术话语的跨文化共生。

### 4.5 语言生态资源驱动的文化创新路径

文化创新是提升传播可持续性的内在动力。一方面，需挖掘地方性语言资源激活文化认同，例如将方言词汇“錾子”（雕刻工具）纳入导览词，通过实物展示与工匠访谈视频，揭示工具演进背后的技术传承；另一方面，可通过文创产品实现文化符号的现代转译，例如设计“石刻哲学”系列首饰，以摩崖纹样为基底，嵌入“菩提”“莲花”等佛教符号，产品说明采用多语种诗化文案，如英文版“The lotus rises from the stone, as wisdom emerges from suffering”（石生莲花，慧由苦生），在商品消费中植入文化价值。值得注意的是，数字技术为创新提供新路径，例如开发VR项目“回到

南宋工匠坊”，用户可通过手势模拟雕刻动作，系统实时生成英、日、韩语反馈，如“The curvature of this drapery reflects the Song Dynasty's pursuit of naturalism”（衣纹曲度体现宋代写实追求），使文化体验突破语言边界。

### 参考文献

- [1] Jakobson R. On linguistic aspects of translation[J]. Harvard UP, 1959.
- [2] Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen. Multi modal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication[M]. Arnold, 2001.
- [3] Lopez, Donald S. Buddhism and Science: A Guide for the Perplexed[M]. University of Chicago Press, 2008.
- [4] Nida, Eugene. Toward a Science of Translating[M]. Brill, 1964.
- [5] 季羨林. 中外文化交流漫谈[M]. 北京: 北京大学出版社, 1996: 1.
- [6] 克利福德·格尔茨. 文化的解释[M]. 韩莉, 译. 译林出版社, 2014.
- [7] 迈克·摩尔, 孙豆, 邱丽. 迈克·摩尔纪录片摄制 13 项原则[J]. 北京电影学院学报, 2016, (03): 60-65.
- [8] 潘诺夫斯基. 视觉艺术的含义[M]. 傅志强, 译. 辽宁人民出版社, 1983.
- [9] 荣新江. 中古中国与外来文明[M]. 生活·读书·新知三联书店, 2001.
- [10] 童登金. 大足石刻的保护与展望[J]. 文物保护与考古科学, 2003, (03): 57-60.
- [11] 瓦尔特·本雅明. 讲故事的人[M]. 方铁, 译. 文津出版社, 2022.
- [12] 徐珂, 张晓君. 从语言内在生态环境看敦煌文化的对外传播[J]. 甘肃高师学报, 2020, 25(01): 9-12. 宗萨蒋扬钦哲仁波切. 正见: 佛陀的证悟[M]. 新星出版社, 2017.

作者简介: 冉维筠 (1996), 女, 汉族, 河北泊头, 讲师, 大学英语课程负责人, 硕士, 重庆工程学院, 社会语言学/大学英语教学。重庆市大足区。

基金项目: 2024 年重庆市大足区社会科学规划项目“从语言内在生态环境看大足石刻文化的对外传播” (2024DZSKGH19)