

新媒体视域下麦积山石窟文化国际传播路径探索

许婧漪*, 杨香玲

天水师范大学外国语学院, 甘肃 天水

收稿日期: 2025年7月18日; 录用日期: 2025年8月8日; 发布日期: 2025年8月19日

摘要

在全球化与数字化深度融合的背景下,传统文化国际传播面临新的机遇与挑战。作为中国四大石窟之一,麦积山石窟具有极高的艺术价值和文化内涵,但其国际影响力与自身文化地位尚不匹配。本文基于新媒体传播视角,系统分析麦积山石窟文化国际传播现状,揭示其在语言转换、平台建设、内容呈现和技术应用等方面存在的突出问题。研究从语言适配、平台优化、叙事创新和技术赋能四个维度切入,提出构建高效精准、富有文化感染力的国际传播体系:通过整合新媒体平台优势,结合多模态表达与数字化技术,全面提升麦积山石窟文化在全球范围内的可见度与认同度。这一研究不仅为石窟文化遗产的国际传播提供实践路径,也为中华优秀传统文化的数字化出海探索方法论体系。

关键词

新媒体, 国际传播, 麦积山石窟, 文化输出, 数字化传播

Exploration of the International Communication Path of Maiji Mountain Grottoes Culture from the Perspective of New Media

Jingyi Xu*, Xiangling Yang

School of Foreign Languages, Tianshui Normal University, Tianshui Gansu

Received: Jul. 18th, 2025; accepted: Aug. 8th, 2025; published: Aug. 19th, 2025

Abstract

In the context of globalization and digitalization, the international communication of traditional culture

*通讯作者。

文章引用: 许婧漪, 杨香玲. 新媒体视域下麦积山石窟文化国际传播路径探索[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(8): 1491-1499. DOI: 10.12677/jc.2025.138212

faces both new opportunities and challenges. As one of China's four major grottoes, the Maijishan Grottoes hold great artistic and cultural value, yet their global influence remains limited. This paper, from a new media perspective, analyzes the current state of their international dissemination, highlighting issues in language, platforms, content, and technology. It explores four key areas—language adaptation, platform optimization, narrative innovation, and digital empowerment—and proposes building an efficient, targeted, and culturally engaging communication system. By integrating new media advantages with multimodal expression and digital tools, the study aims to enhance the global visibility and recognition of Maijishan culture. It also offers practical insights for promoting grotto heritage and contributes to the digital outreach of traditional Chinese culture.

Keywords

New Media, International Communication, Maijishan Grottoes, Cultural Dissemination, Digital Communication

Copyright © 2025 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

随着全球化进程的不断推进,跨文化交流呈现出前所未有的多元化态势。自20世纪90年代以来数字技术与互联网的普及引发了传播方式的革命性变革。以抖音、微博、TikTok、YouTube这类社交媒体为代表的新媒体,打破了地域的约束,促使信息与文化实现快速传播,成为当下文化互动的新阵地。

作为中国四大石窟之一,麦积山石窟在中国雕塑艺术发展史上具有里程碑意义。石窟造像姿态多样、壁画技艺精湛,展现出了中华文明的深厚底蕴。近期,“天水麻辣烫”现象使麦积山石窟凭借社交媒体在国内重新受到瞩目,但它在国际传播方面的影响力与自身艺术价值仍不相匹配。

新媒体技术快速进步为麦积山石窟的国际传播提供新机遇,通过图像、视频、互动式内容等多元化传播形式,能够提升国际受众的参与度与文化认同。分析麦积山石窟文化国际传播的现状与困境,以语言、平台、内容、技术四个维度为切入点,构建符合麦积山石窟国际传播的路径体系,旨在提升中国文化遗产的国际话语权,为传统文化走出去提供理论参考和实践方案。

2. 新媒体视域下麦积山石窟文化国际传播的理论基础与研究现状

2.1. 理论基础

本研究主要以“5W”传播理论为出发点,来分析麦积山石窟文化在国际传播中的实际效果和路径。

美国传播学者哈罗德·拉斯韦尔于1948年在《传播在社会中的结构与功能》一文中提出了传播过程的“5W”基本要素,即传播者(Who)、传播内容(What)、传播渠道(Which channel)、受众(Whom)和传播效果(What effect) [1]。

在“5W”模式中,传播被理解为一个目的性的说服过程,即通过改变、调整传播者、传播内容与传播渠道,评估对于受众的传播效果[2]。在传播研究领域5W理论经过了70余年的发展。5W理论分析被广泛应用于新闻传播、贸易经济、高等教育、图书情报、文化和出版等社会各个领域,尤其是在新闻传播学科的应用更为普遍[3]。

在本研究中,我们借助“5W”模型,将麦积山石窟文化的国际传播现状与困境进一步细化为四个关

键维度：语言表达、平台选择、内容呈现和技术支持。这四个方面相互交织，既体现了“5W”各要素之间的互动关系，也帮助我们更系统地梳理麦积山石窟文化在国际传播过程中面临的挑战与机遇。

2.2. 同类型文化遗产国际传播的研究借鉴

在全球文化多元碰撞的新媒体阶段，越来越多学者开始将目光投向中华优秀传统文化，尤其是以敦煌文化、黄河文化、中医药文化等为代表的地域文化在国际传播中的呈现状况。作为丝绸之路上有意义的文化遗产地，麦积山石窟于国际传播中的潜力正慢慢受到重视，而既有的相关研究为我们提供了重要的理论支撑和实践参考借鉴。

从对敦煌文化传播的研究角度看，学界关注的重点是传播路径的多样化以及叙事方式的调整，杨菁菁[4]对 YouTube 视频文本做分析后指出，现阶段敦煌文化的国际传播仍旧面临语言单一、叙事主题模糊不清、传播主体不足的问题，认为应通过内容打造与主体统筹来拓展传播的维度。唐圆鑫和李婉萍[5]进一步强调，敦煌文化正打算与网络游戏、影视作品、小程序等媒介实现结合，在提升国际传播成效上初见一定成效，且强调生成式人工智能技术在推动文化“走出去”方面的作用。

与此同时，区域文化的传播同样在不断做本地化调整，尹悦[6]等人把 YouTube 平台上的黄河文化短视频作为案例，发现视频内容呈现单一，传播形式稍显老套，因此提议采用柔性传播和改善用户体验，从而增进文化“软输出”的亲和力。而罗宾[7]于中医药国际传播研究当中采用“5W”传播模型，从受众特点和视频资料切入，提出跨文化传播时“内容跟用户双向适配”的策略。除内容和技术外，当下研究的一大聚焦点是传播话语权的重构，朱全稳[8]宣称，实现敦煌文化数字化、生活化、全球化发展是扩大其影响力的关键，他宣称要把文化传播从“展品式讲述”引向“日常化体验”，助力国际受众真正“走进来”“安稳留下”。该思路与李子柒短视频传播模式极为相似，潘皓[9]、辛静[10]等学者从李子柒现象中提炼出“共情 + 日常 + 非语言文化符号”的传播组合，为应对文化折扣、提升传播效果提供了实践样板。

虽说麦积山石窟研究的起步相对滞后，但上述成果为探索其国际传播路径提供了大量参考，从理论模型应用(如“5W”理论)、平台筛选选择、内容策略构建，直至叙事途径优化、受众心理的探索，而后到文化身份的树立，现有的研究工作逐步形成了可资借鉴的研究框架。在构建麦积山石窟文化国际传播渠道的时候，我们要借鉴敦煌文化开展数字化与多模态融合的经验，采用“5W”理论，引领麦积山石窟文化在传承进程中创新，在借鉴中实现突破，只有切实建立起适应当代媒介生态的传播逻辑，才能让这座千年石窟真正跨出国家、走进民众心里。

2.3. 麦积山石窟文化的国际传播现状

尽管麦积山石窟文化在国内传播取得了显著成效，但其国际影响力尚显不足。为了系统评估其海外传播效果，本研究选取 YouTube、TikTok 和 Twitter 三大全球性社交媒体平台作为研究对象，系统采集各平台热门内容数据(见表 1~3)，进而对麦积山石窟文化国际传播现状进行量化分析与可视化呈现。

通过对 YouTube、TikTok 和 Twitter 三大国际社交媒体平台的数据分析(表 1~3)显示，麦积山石窟的国际传播效果呈现明显的不均衡特征。YouTube 平台个别视频表现突出，如排名第一的视频获得 29.1 万次播放量(见表 1)，但前十名视频中有 5 个播放量不足 3 万次，平台整体影响力有限。TikTok 平台的内容互动性相对较强，最高点赞量达 3.6 万次(见表 2)，但传播深度不足，评论量普遍低于 100 条。Twitter 平台的传播效果最为薄弱，最高浏览量仅 1.2 万次(见表 3)，且互动量普遍偏低。

数据分析显示，当前麦积山石窟文化在国际传播方面面临三大突出问题：一是跨平台传播存在严重失衡，呈现出“单个平台活跃、多个平台沉默”的现象，尽管 YouTube 上的部分优质视频播放量可达数十万，但 TikTok 与 Twitter 上的传播影响力明显不足，互动量极低，暴露出跨平台传播策略缺失与宣传

力度薄弱的问题；二是内容质量参差不齐，既有播放量超 20 万的高质量视频，也存在播放量不足 2 万的低效内容；三是文化阐释深度不足，大多数内容停留在表层介绍，缺乏对石窟艺术价值的深度解读。这种状况与麦积山石窟作为中国四大石窟之一的重要文化地位形成鲜明对比，国际知名度和网络热度严重

Table 1. Top ten popular video information of Maijishan Grottoes on YouTube platform (May 5, 2025)
表 1. YouTube 平台麦积山石窟的前十热门视频信息(2025 年 5 月 5 日)

序号	视频主题	播放量/次	点赞量/次	评论量/次
1	【CC SUB】 The house in the air dug on the cliff have a history of more than 1600 years.	29.1 万	5500	374
2	Follow Xi’s steps: What’s special about the Maijishan Grottoes.	8.5 万	631	7
3	中国四大石窟之一麦积山石窟，都是泥菩萨。	7.8 万	2000	204
4	带通灵师探索中国四大石窟之一！麦积山石窟！这里的佛像真的很庄严。	4.3 万	1400	109
5	麦积山石窟都有啥？小六身高不够村长将他一把抱起。	3.6 万	487	47
6	Maijishan Mountain Grottoes in Tianshui.	2.8 万	577	18
7	《自游观》丝绸之路 01 - 麦积石窟	2.2 万	233	21
8	The grottoes hanging on the cliffs are one of the greatest sculptures in China. How was it created?	1.7 万	337	45
9	20150714 中华民族：五集纪录片麦积山石窟——第一集、麦积山往事。	1.6 万	108	3
10	带你走进绝壁上的佛国世界！名山胜景·秘境麦积山 20210324 《地理·中国》CCTV 科教	1.1 万	116	1

Table 2. Popular video information of Maiji Mountain Grottoes on TikTok platform (May 5, 2025)
表 2. TikTok 平台麦积山石窟的热门视频信息(2025 年 5 月 5 日)

序号	视频主题	点赞量/次	评论量/次	转发量/次
1	Maijishan grottoes	3.6 万	730	4318
2	Beautiful Maijishan	9014	496	2613
3	British girl explores the majestic Maijishan grottoes a journey through ancient art and history.	2223	73	104
4	麦积山石窟	1178	60	91
5	Maijishan grottoes, one of the tourist destinations in Tianshui city, Gansu province.	952	27	374
6	The Maijishan Grottoes were built in 387-417.	785	7	20
7	The Maijishan Grottoes, is 1800 years old.	591	69	78
8	A Maijishan Grottoes built on a cliff wall is amazing.	424	15	45
9	The most “rich” mountain in China is full of money, but no one dares to pick it up.	126	4	106
10	The Maijishan cave	114	4	1

Table 3. Popular post information of Maijishan Grottoes on the Twitter platform (May 5, 2025)
表 3. Twitter 平台麦积山石窟的热门帖子信息(2025 年 5 月 5 日)

序号	帖子主题	浏览量/次	点赞量/次	评论量/次
1	Maijishan grottoes from 400AD, China is filled with fantastical looking heritage sites.	1.2 万	312	22
2	Maijishan grottoes, carved into Maiji mountain in China from the 4 th to 19 th Centuries.	1 万	120	2
3	麦积山石窟	9500	210	2
4	麦积山石窟	7800	84	6
5	Maijishan, which means “wheat mountain”, is one of the largest Buddhist cave monasteries in China.	3200	117	3
6	The Maijishan Grottoes are truly astonishing.	3100	73	1
7	天水の麦積山石窟	2400	15	2
8	Maijishan Grottoes, Gansu.	1900	45	1
9	麦积山石窟の展示	1800	19	1
10	The Maijishan Grottoes are one of the “Four Greatest Grottoes in China”.	1500	23	2

不足。在全球化传播语境下，麦积山石窟亟需构建多样化的国际传播体系，不仅要优化内容呈现形式，更需制定契合国际受众思维逻辑的叙事策略。未来研究应着力突破传播瓶颈、创新传播手段，使其在国际舞台上展现应有光彩，并为中国文化遗产“走出去”提供可借鉴的路径。

3. 新媒体视域下麦积山石窟文化的国际传播困境

新媒体作为互联网时代和数字技术飞速发展的产物，已成为当今信息传播领域的一股不可忽视的力量[11]。随着新媒体的崛起和数字化时代的到来，世界各地文化交流的日趋频繁，文化全球化是大势所趋[12]。然而当前，麦积山石窟在国际传播的过程中暴露出多个突出问题。从传播内容到语言转换，从平台建设到技术应用，多个维度的短板严重制约了麦积山石窟文化的国际传播效能。要想真正实现文化的有效输出与情感共鸣，需要深入剖析当前存在的问题，并从根本上寻找破局之道。具体而言，麦积山石窟文化国际传播的困境主要体现在以下四个方面。

3.1. 语言壁垒与文化差异

语言和文化差异是麦积山石窟文化国际传播面临的双重挑战。语言是民族文化内涵的反映和折射，既是社会产物，也是人类历史和文化的结晶[13]。而汉语和英语，两种根植于截然不同的历史和社会土壤之上的语言，不仅在结构和表达方式上存在显著差异，更重要的是它们承载了各自民族文化的独特特征[14]。这两种差距明显的语言体系使得麦积山石窟文化的传播不仅是语言的转换，更是一场文化的解读与再表达。尤其在“薄肉塑”“壁塑”“高浮塑”等专业术语中，这些凝聚中国古代匠人智慧与佛教审美的关键词在英文中往往难以精准定位，直译易削弱其文化意蕴，导致艺术精髓流失。因此，理想水平的译文应兼具学术严谨与艺术感染力，译者既要熟知两种语言，更需变成文化的传播者，以受众熟知的叙事方式，将千年石窟艺术转化为动人故事，跨越语言壁垒，激发情感共鸣。同时，文化差异也是制约麦积山石窟文化国际传播效果的重要因素。中西方由于地理环境、发展历程不同，文化理念有诸多的分歧现象，交流期间稍有差错就会引发文化冲突。因此，传播过程中不仅要精准传达内容，更要把受众的文化

背景充分考虑进去, 使国际友人真正明白并赞同石窟文化的独特价值。

3.2. 传播内容单一与叙事创新不足

当前麦积山石窟文化的国际传播存在内容单一和叙事方式陈旧的双重局限, 严重制约了跨文化传播效果的有效提升。潘明静等认为“信息的对外传播一般需让受众经历三个认知阶段, 即信息接收、内心认同、主动宣传”[15]。然而现状显示, 麦积山石窟文化对外传播还停留在“信息接收”的初步状态, 还未激发受众的文化认同感, 原因主要是传播内容太过单一化、表面化。现有的传播多集中到麦积山石窟壁画和造像的视觉呈现范畴, 未对其背后文化与历史展开探索, 难以对受众内心产生触动。传播内容在表达形式上同样缺少新意, 多数依旧沿用“历史沿革 + 艺术特点”的叙述方式, 视角守旧、叙事平淡无奇, 无法引起受众的兴趣。如何打破现有的模式、深入挖掘文化精髓, 采用更具新颖的方法展现石窟魅力, 成为了麦积山石窟文化国际传播工作的燃眉之急。

3.3. 传播渠道有限与全球能见度不足

在新媒体浪潮汹涌浩荡、席卷全球的时候, 信息传播已然踏上快速轨道。渠道的多样化与获取的便利, 重构着全球的信息传播格局。然而麦积山石窟文化在国际宣传期间, 未充分挖掘新媒体的优势。目前在各大海外新媒体平台上, 有关麦积山石窟的视频和图文内容依然匮乏, 且现存内容的质量较差, 尤其缺乏权威的国际传播渠道。全球影响力十分大的社交媒体平台上, 诸如 YouTube、TikTok、Twitter 等, 均未创设专门宣传麦积山石窟的官方账号, 就目前而言, 麦积山石窟只拥有中文版官网, 尚无英文版官方网站, 这让国际受众很难深入领会其艺术价值与文化内涵。此外, 现有的传播内容在更新频率上也未能充分满足海外受众的阅读与观看习惯, 导致传播效率低下、关注度偏弱, 全球能见度的不足直接限制了麦积山石窟文化的国际影响力。因此如何拓宽传播渠道, 打破现有的局限, 提高全球能见度已刻不容缓。

3.4. 传播方式陈旧与现代化技术的缺失

麦积山石窟文化进行国际传播本应承担起提升全球关注度, 增强文化自信的关键任务, 但因传播方式陈旧、手段单一等因素受限, 造成传播效果出现较大折损, 目前的传播主要依赖图文与视频形式, 不易激起国际受众的兴趣与共鸣, 没有把虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、3D 建模等数字技术充分利用起来, 造成传播缺乏沉浸式与现代感体验, 难以与全球传播的互动化、多元化趋势相契合, 若想提升国际影响力, 需要积极采用新技术, 更新传播样式。

4. 新媒体视域下麦积山石窟文化国际传播路径优化

在新媒体时代背景下, 麦积山石窟文化的国际传播需要建立系统化的优化路径。针对当前存在的传播困境, 本研究提出以下优化路径。

4.1. 跨越语言壁垒, 突破文化差异

1. 跨越语言壁垒

为迅速跨越语言藩篱, 提升麦积山石窟文化国际传播的实际效果, 翻译策略、技术支持以及传播渠道这三者缺一不可。翻译策略是搭起桥梁的关键, 麦积山石窟里的佛教象征和东方美学意韵, 好似隐匿的密码, 若采用生硬的直译或是枯燥的百科式表达, 就像把珍珠抛进了沙堆。灵动运用意译、转译等方法, 为译文赋予文学韵味, 才能让这些文化密码重新焕发活力; 技术成为拉动这场文化传播的强劲动力引擎, AI 和大数据技术的整合, 就像兴建了一座智能的“语言生产工厂”, 依靠构建动态双语语料平台, 对文献资料、解说词等资源实施系统整合, 构建“AI 初译 + 专家校审”的翻译体系, 在保证术语精准恰

当的同时, 赋予语言活泼的文化表达力, 让每一个词汇都得以传递石窟文化的独特魅力; 传播渠道类似把文化种子撒向世界的风, 在新媒体的开阔天地范畴中, 充分借助 YouTube、Instagram、TikTok 等平台的长处, 搭建双语传播架构, 随后推出配有中英文字幕及术语注释的短视频, 凭借“术语小课堂”“一分钟看懂麦积山石窟”等相关栏目, 采用直白通俗的方式介绍专业术语, 降低理解壁垒, 增进海外受众的兴趣与赞同, 进而促成麦积山石窟文化的高效传播与深度认知共鸣。

2. 挖掘低语境文化故事

低语境文化是信息传播较低、不依赖传播环境的文化[16]。低语境文化中, 信息传递的意义简单、易于理解, 大量的信息完全置于信息编码之中, 不需要依赖环境去揣摩传播者的意图[17]。不妨想象一下这样的情形: 西方对话者一般从直白言语中抓取核心要义, 而东方交流的场景下, 要结合周边文化方能领会话语深意。这是低语境文化 with 高语境文化本质方面的差异在悄悄起作用, 故而在开展麦积山石窟文化国际传播的过程中, 要特别留意这一语境差异引发的沟通障碍, 传播者须得成为故事挖掘者, 深度挖掘契合低语境思维逻辑的文化故事, 杜绝因文化隔阂出现的误解。在制作面向海外的传播内容的时候, 需充分顾及受众的文化背景与接受习惯, 探求中西方均认可的传播内容, 采用通俗易懂的话语讲好麦积山石窟文化故事, 同时贴合不同国家和地区的语言习惯, 利用地道又生动的英语进行表达, 进一步降低国际受众理解相关内容的门槛, 提高传播效果与文化亲近感。

4.2. 丰富传播内容, 创新叙事形式

1. 丰富传播内容

现今海外平台传播的麦积山石窟视频内容显得单一, 大多只是显露外观, 缺少对历史文化内涵的深入挖掘, 不易引发受众的情感共振。因此, 有必要从更丰富的维度挖掘传播内容, 将石窟背后的工匠精神、佛教思想、历史演变等文化元素系统地整合, 通过人物故事、情景演绎等方式传播, 拓展内容层次, 提升文化输出的质量和深度, 使麦积山石窟文化在国际语境中拥有更强的表达力与说服力。

2. 创新叙事形式

除了内容的丰富之外, 叙事内容形式的创新同样关键。传统的“历史沿革 + 艺术特点”的叙事模式难以适应年轻化的国际受众的需求。因此不妨采用叙事化的表达手段, 把复杂多样的文化内涵转化成易懂内容, 简化叙事的结构, 着眼人物情节与情感矛盾, 用直观手段展现石窟的历史、艺术及宗教精神, 由此增进文化的亲近感与渲染力。同时还应充分发挥新媒体的优势, 利用影视、动画等创新叙事形式。在现今的传播进程里, 影视作品在全球文化市场中占据主导性地位, 因此可以借助电影、电视剧等形式将文化内涵传递到国际受众, 采用石窟中的佛像作为创作原型, 结合历史传说和现代的叙事表达, 打造贴合海外观众审美眼光的影视片作品。今年贺岁档动画电影《哪吒 2》在海外市场大卖, 说明了精良的国产动画具备强大的国际传播潜力, 仿照此类成功经验, 麦积山石窟亦可着手开发面向海外青少年的动画作品, 运用新颖的视觉形式和故事桥段, 挑起年轻群体的兴趣及共鸣, 促进中华优秀传统文化走向国际舞台。

4.3. 拓宽传播渠道, 提升全球能见度

1. 打造优质 IP 账号

在现今新媒体极度发达的信息时代, 社交平台已成为文化传播的重要阵地。具有广泛受众基础和强大影响力的网络“大 V”账号(即 Verified 用户)往往承担起“意见领袖”的角色, 采用图文、视频、直播等多种形式去发布内容, 传达个人看法与价值观念, 在不知不觉里对其受众群体产生长远影响。就拿李子柒举例, 她的 YouTube 频道订阅者数量接近 3000 万, 即便视频里面没有添加字幕, 她仍旧采用直观

的影像话语, 破除语言藩篱, 成功为全球观众呈现出中国传统美食与非遗技艺的独特魅力, 李子柒的作品不但收获了大量海外观众的赞赏, 还改变了一些被西方媒体误导、对中国抱有偏见的人的看法, 成为提升国家形象的文化传播样板。《人民日报》甚至把她称作“中国文化的世界级传播符号”。借鉴此经验, 在开展麦积山石窟文化国际传播的进程中, 也需着重培育如李子柒这般拥有文化魅力和国际影响力的“精神领袖型”传播者, 塑造具有辨识度及感染力的优质 IP 账号, 拓宽传播渠道, 以高质量内容展现石窟艺术的要义, 引来更多海外受众聚焦中国传统文化, 以此提升麦积山石窟文化在国际的影响力以及全球传播强度。

2. 构建麦积山石窟文化英文官网

除了依靠社交媒体的力量, 构建专业化、系统化的官方传播平台同样不可忽视。目前麦积山石窟尚未建立独立的英文官方网站, 这在全球受众获取权威信息的过程中造成了屏障。因此, 应该尽快创设内容丰富、结构清晰的英文官网, 采用图文、视频、虚拟导览等多种形式, 展示麦积山石窟的历史、艺术及学术研究成果。除此之外, 该网站应该运用英语这种全球通用的官方语言去铺设一条文化沟通的途径。该平台不仅有利于消除信息差错, 提高国际传播的公信力与号召力, 也可以协助麦积山石窟文化更出色地走出国门, 真正将麦积山石窟文化推向全球舞台, 增强其在世界文化语境中的能见度与影响力。

4.4. 创新传播范式, 强化数字技术赋能

如今新媒体以及新技术发展速度迅猛, 然而麦积山石窟的传播方式仍停留在传统模式, 较难有效满足国际受众日益多样化、沉浸化的需求, 搭建线上文化博物馆, 采用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字技术已成为提升国际传播效果的必然走向。线上文化博物馆冲破了地理与时间的局限, 国际观众可随时凭借多语言解说、高清图片对麦积山石窟进行“云参观”, 领略其内部架构与艺术风采, 和传统的图文或视频传播相比, 该形式加大了交互性与沉浸体验度, 克服了单向传播受众参与度不足的问题。VR 技术能让体验人群仿若置身当中, 而 AR 技术可借助移动设备将 3D 佛像展现, 获得实时的历史与文化讯息, 增添互动性及趣味性, 凭借这一系列新兴技术的应用, 麦积山石窟可凭借更生动、直观、具象的方法走向世界舞台, 不仅丰富了中华文化在国际上的表达样式, 也展现出中国传统文化在新媒体时代国际传播的创新劲头。

5. 结语

麦积山石窟作为中国艺术与宗教结合的重要文化瑰宝, 不但见证了中华文明的发展阶段, 也寄托着中华文化迈向世界的期望, 然而在如今复杂多变的国际传播大环境里, 传统文化在“走出去”时依旧面临诸多难题, 诸如语言存在障碍、传播平台不够健全、内容形式单一匮乏、技术手段老旧等问题。新媒体的进步为解决这些问题带来了新契机, 依靠更精确的语言表达翻译、更适宜的多平台拓展、更引人入胜的内容讲述方式以及数字技术的运用, 麦积山石窟绝对有能力突破传播上的局限, 走进更辽阔的国际天地, 只有持续革新传播思路与模式, 尊重不同文化之间的差异, 顾及国际受众的接受习惯, 才能真正让中华优秀传统文化传播得更远且更深入人心, 为推进世界文化的交流及互学互鉴贡献中国力量。

基金项目

2021 年国家社会科学基金项目“丝绸之路甘肃段石窟寺叙事文献英译研究”(21XYY011)、2024 年甘肃省哲学社会科学规划项目“麦积山石窟文化国际传播研究”(2024ZX016)阶段性成果。

参考文献

- [1] 王百玲. “文化强省”视域下甘肃文化对外传播研究: 现状、困境与对策[J]. 社科纵横, 2024, 39(6): 72-76.
- [2] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2013.
- [3] 张晓梅. 5W 理论视域下李子柒在 YouTube 的传播研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2022.
- [4] 杨菁菁. 从“感知”到“建构”: 敦煌文化国际传播的多维向度[J]. 黑河学院学报, 2025, 16(6): 10-13, 102.
- [5] 唐圆鑫, 李婉萍. 基于国际传播能力建设的敦煌文化传播策略研究[J]. 丝绸之路, 2024(4): 108-117.
- [6] 尹悦, 姚亚宁. 新媒体视域下黄河文化国际传播的现状、问题与对策研究——以 YouTube 平台上的黄河文化短视频为例[J]. 郑州轻工业大学学报(社会科学版), 2024, 25(4): 69-77.
- [7] 罗宾. 新媒体视域下中医药文化国际传播研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2022.
- [8] 朱全稳. 新形势下中国文化国际传播效能研究——以敦煌文化为中心[J]. 新闻爱好者, 2023(9): 81-83.
- [9] 潘皓, 王悦来. 短视频叙事与中华文化国际传播——以 YouTube 平台李子柒短视频为例[J]. 中国电视, 2020(10): 90-93.
- [10] 辛静, 叶倩倩. 国际社交媒体平台中国文化跨文化传播的分析与反思——以 YouTube 李子柒的视频评论为例[J]. 新闻与写作, 2020(3): 17-23.
- [11] 黄典典, 周霞. 新媒体视域下非遗文化传播策略研究——以北海贝雕为例[J]. 采写编, 2025(3): 68-70.
- [12] 温婉君. 信息时代中华文化海外传播策略分析——以赣南客家文化为例[J]. 新闻传播学, 2025, 13(3): 391-396.
- [13] 丁阳阳. 跨文化语言比较研究: 英汉语言与文化之探索[J]. 现代语言学, 2023, 11(11): 4901-4908.
- [14] 曹曦颖. 英语“文化导入”教学模式研究[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2006, 33(6): 61-66.
- [15] 潘明静, 何秋红. 贵州对外传播话语体系建构的全媒体路径[J]. 华东科技, 2024(4): 68-70.
- [16] 张香湘. 中国故事在海外社交媒体平台的传播研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北大学, 2024.
- [17] 王丽娜, 杨朔. 基于跨文化传播的对外传播内容评价指标建构[J]. 新闻传播, 2021(22): 19-20.