

“文化出海”视角下内江圣水寺对外传播的价值与策略

钟桂玲¹, 牟华林^{2,*}

1. 贺州学院, 马克思主义学院, 广西 贺州, 542899

2. 贺州学院, 文化与传媒学院, 广西 贺州, 542899

摘要: 在全球化进程加速的当下, “文化出海”已成为提升国家文化软实力与国际影响力的重要途径。本研究聚焦内江圣水寺, 探讨其在“文化出海”背景下的对外传播价值与策略。通过文献研究法, 深入剖析内江圣水寺的文化内涵, 包括唐宋摩崖造像的艺术价值、“圣水”灵泉传说的文化寓意以及寺庙建筑布局的宗教意义。研究发现, 内江圣水寺在文化、经济、外交层面具有显著传播价值, 可运用数智技术、多路径传播等策略实现有效对外传播。本研究对推动佛教文化“走出去”, 促进国际文化交流具有重要意义, 同时也为其他文化对外传播提供了有益借鉴。

关键词: 文化出海; 内江圣水寺; 对外传播; 价值; 策略

The Value and Strategies of International Communication of Neijiang Shengshui Temple from the Perspective of "Cultural Going Global"

Guiling Zhong¹, Hualin Mu^{2,*}

1. School of Marxism, Hezhou University, Hezhou, Guangxi, 542899, China

2. School of Culture and Communication, Hezhou University, Hezhou, Guangxi, 542899, China

Abstract: In the current era of accelerating globalization, "Cultural Going Global" has become a crucial pathway for enhancing a nation's cultural soft power and international influence. This study focuses on Neijiang Shengshui Temple, exploring its value and strategies for international communication within the context of "Cultural Going Global." Through literature research, the study conducts an in-depth analysis of the temple's cultural significance, including the artistic value of its Tang and Song Dynasty cliffside carvings, the cultural implications of the legendary "Sacred Water" spiritual spring, and the religious meaning embedded in its architectural layout. The research finds that Neijiang Shengshui Temple possesses significant communicative value culturally, economically, and diplomatically. Effective international communication can be achieved through strategies such as leveraging digital and intelligent technologies and adopting multi-channel dissemination approaches. This research holds importance for promoting the "going global" of Buddhist culture and fostering international cultural exchange, while also providing a useful reference for the international communication of other cultural heritage.

Keywords: Cultural Going Global; Neijiang Shengshui Temple; international communication; value; strategies

习近平总书记在党的二十大报告中指出: “增强中华文明传播力影响力”, “讲好中国故事、传播好中国声音, 展现可信、可爱、可敬的中国形象”^[1]。《“十四五”文化发展规划》明确要求“扩大中华文化国际影响力”“面向不同国家和地区, 搭建开放包容的文明对话平台, 促进文明互学互鉴、共同发展”^[2]。这些顶层设计为中华文化“出海”提供了有力的政策支撑。

作为一种软实力的体现, 文化“出海”不仅是展示国家形象的关键路径, 更是提升国际话语权

与影响力的重要手段。正如高旭红所言,文化“出海”能够在一定程度上缓解国际偏见误读、打破西方文化霸权,并为全球治理贡献中国智慧,从而“塑造中国亲和的国际形象,增强中华文明的生命力、吸引力、传播力和影响力”^[3]。与此同时,“跨越时空的网络空间为文化的交流共享提供了更为便捷的渠道”,“成为中国对外文化传播的重要甚至主要平台”^[4],使中华文化得以通过数字化手段跨越地理限制,实现更广泛的传播。在此背景下,“文化出海”被赋予了新的时代使命,即通过讲好中国故事、传播中国声音,向世界彰显中华文化的核心价值与独特魅力。这种文化传播不仅是对外宣传的重要工具,更是促进跨文化理解与认同的桥梁,从而为国家之间的友好合作奠定坚实基础。

作为川南佛教文化的重要载体,内江圣水寺历史悠久,拥有丰富的文化遗产与深厚的宗教积淀。寺内保存完好的唐宋时期摩崖造像,有着独特的艺术风格和精湛的雕刻技艺,体现出中华民族兼容并蓄的文化精神,不仅是佛教艺术的瑰宝,更是中华文明连续性与创新性的生动体现。而“圣水”灵泉传说又赋予了该寺独特的文化寓意,使其成为民间信仰与宗教仪式交汇的重要场所。因此,深挖内江圣水寺潜在的文化内涵,探索其对外传播的价值与策略,可为中华文化“走出去”提供一个鲜活的微观案例。这不仅有助于推动佛教文化的国际化传播,还能对其他类似文化遗产的对外传播提供借鉴,从而为提升中华文化的国际知名度与影响力贡献智慧和力量。

1 内江圣水寺的文化内涵

内江圣水寺系四川八大丛林之一,寺内古迹遍布,高僧大德辈出,是川南佛教文化的重要载体,被誉为“中川第一禅林”。该寺由唐代水观禅师率众于咸通年间(860—874年)兴建,因后山“圣水”灵泉得名。北宋初年更名兴慈禅院,南宋末年复名为圣水寺。此后经兵燹和重建,得以传承至今。2013年,圣水寺被列为第七批全国重点文物保护单位。圣水寺现占地面积约20000平方米,建筑面积8000平方米,主体建筑包括天王殿、大雄宝殿、古大悲殿、藏经楼、圆觉楼和说法堂,共有大小庙房170余间庙房,属典型汉传佛教寺庙格局。圣水寺内不仅保存着自唐至明清的摩崖造像67龕450躯(含唐代千手观音、宋代十二圆觉像),还保存着较完好的历代文人墨客的题刻20余处,蕴含丰富的佛理禅机,兼具历史、艺术与宗教等多方面价值^[5]。

1.1 唐宋摩崖造像的艺术价值

内江圣水寺的唐宋摩崖造像以其独特的艺术风格和造型特点,在佛教艺术史上占据重要地位。这些造像不仅展现了唐代雕塑艺术的雄浑与宋代雕刻技艺的细腻,还融合了中原文化与地方特色的审美追求。从艺术风格来看,唐代摩崖造像以圆润饱满、气势恢宏为主要特征,体现了当时社会对佛教信仰的崇敬与敬畏;而宋代造像则更注重细节刻画与精神表达,呈现一种内敛而深邃的美学特质。在造型特点上,这些造像既遵循佛教经典的仪式规范,又融入了本土文化的象征元素,例如莲座、祥云纹饰等,充分展现了中华文化的包容性与创新性。此外,这些造像在佛教艺术史上的地位同样不可忽视,它们不仅是研究中国古代宗教艺术的重要实物,也是探讨佛教本土化进程的关键切入点。通过这些造像,可以窥见唐宋时期佛教文化的传播路径及其与中国本土文化的深度融合,从而为当代佛教文化的对外传播提供历史借鉴与艺术启示。

1.2 “圣水”灵泉传说的文化寓意

据传,“圣水”灵泉得名于水观禅师见水开悟,后被信众赋予疗愈疾病的功效,因而在民间流传颇为广泛。这一传说不仅反映了佛教文化中关于自然与人和谐共生的理念,也体现了民间对佛教神迹的崇敬与依赖。作为内江圣水寺的一个核心文化符号,“圣水”灵泉承载着丰富的佛教文化寓

意与深厚的民间信仰内涵。从佛教文化寓意的角度来看,“圣水”象征着清静与觉悟,是佛教核心教义“解脱”与“慈悲”的具体化表达。同时,这一传说在民间广泛流传,逐渐演变成为一种地方性的信仰习俗,便成为连接佛教文化与世俗生活的纽带。民众通过朝拜“圣水”祈求平安与健康,这种信仰不仅强化了佛教文化对地方社会的影响力,也为其对外传播提供了丰富的叙事素材与情感共鸣点。因此,“圣水”灵泉传说不仅是内江圣水寺文化内涵的重要组成部分,更是推动其对外传播的重要文化资源。

1.3 寺庙建筑布局的宗教意义

内江圣水寺的建筑布局严格遵循佛教寺庙的传统规制,充分体现出佛教理念与传统文化。其整体布局以中轴线为核心,呈对称分布,这不仅彰显了佛教宇宙观中的秩序与和谐,也反映了中国传统文化对“天人合一”理念的一贯追求。具体而言,该寺的山门、天王殿、大雄宝殿、藏经楼等主要建筑依次排列于中轴线上,每一座建筑都承担着特定的宗教功能与象征意义。例如,山门作为寺庙的入口,象征着从世俗世界进入佛教圣地的过渡;天王殿内供奉的四天王则寓意着护持佛法与四方平安;大雄宝殿作为寺庙的核心建筑,是举行佛事活动与信徒朝拜的主要场所,其庄严宏伟的气势充分彰显出佛教的崇高与神圣。此外,寺内的其他辅助建筑(如配殿与回廊等)则围绕中轴线展开,形成了一个完整而有序的空间体系。这种建筑布局不仅便于信徒进行宗教仪式与修行活动,还通过视觉与空间的引导,强化了佛教教义的精神感染力。因此,内江圣水寺的建筑布局既是佛教理念的物质化表达,又是其文化传统的重要载体,这就为圣水寺的对外传播提供了直观而深刻的文化体验。

2 内江圣水寺对外传播的价值

在“文化出海”的大背景下,内江圣水寺具有重要的对外传播价值,主要表现在如下几方面:

2.1 文化层面

首先,有助于促进佛教文化的国际交流。佛教文化自古以来便是中华文明与外部世界交流的重要纽带,内江圣水寺作为川南佛教文化的重要载体,其对外传播能助推佛教文化的国际化进程。该寺所承载的唐宋摩崖造像艺术、“圣水”灵泉传说以及独特的寺庙建筑布局,为佛教文化的跨区域传播提供了丰富的资源与深厚的历史积淀。通过对外传播,这些文化元素能够为不同地区的佛教文化交流搭建桥梁。尤其是在当今全球化背景下,佛教文化的国际传播不仅有助于深化各国对中华文化的理解,还能促进中华文化在全球范围内的创新与发展。陈先红认为:“要聚焦中华儒释道思想中的优秀先进文化,进行创造性转化、创新性发展,激活其生命力,让中华文明同其他文明一道,为人类提供正确精神指引^[6]。”内江圣水寺的对外传播,恰好能在国际舞台上展现中华文明的时代价值与普世意义,并为推动构建人类命运共同体注入持久的文化力量。

其次,能丰富世界文化的多样性。高旭红指出:“世界民族的多样化,决定了文化的多样化。作为全人类的共同遗产,多样性是世界文化交流交融、变革创新的源泉与基础^[7]。”内江圣水寺有着独特的文化内涵,恰能为丰富世界文化内涵提供新资源。一方面,该寺的唐宋摩崖造像不仅体现了中国古代雕刻技艺的精湛水平,还融合了佛教哲学与中国本土文化的深刻表达,因而这种艺术形式有着独一无二的审美价值与文化意义。另一方面,“圣水”灵泉传说所蕴含的民间信仰与佛教思想有机结合的文化特质,进一步凸显了中华文化“和而不同、兼收并蓄”的包容性与创新性。因此,在全球化语境下,“圣水”灵泉这一文化符号不仅能为世界文化多样性注入新的活力,还能为全球文化发展提供新的视角与灵感。

2.2 经济层面

首先,能带动当地文化旅游产业发展。内江圣水寺的对外传播,能够吸引海外游客前往参观游览,不仅可以增加旅游收入,还能提升当地文化旅游品牌的国际知名度。例如,该寺的唐宋摩崖造像艺术与“圣水”灵泉传说,能够吸引大量对佛教文化与历史遗迹感兴趣的国际游客,从而带动相关旅游产业链(如酒店、餐饮、交通等服务业)的发展,助推地方经济增长。黎芮池认为,地方特色文化“能够实现深层的情感认同,构建起中国与世界人民的情感纽带”^[8]。内江圣水寺作为四川地区具有地域特色的文化资源,其蕴含的诸如“慈悲”“平等”“因果”等佛教核心教义,能跨越语言与宗教的隔阂,引发不同文化背景下受众的广泛共鸣和情感共振,能帮助构建中国与世界人民的情感纽带,因而其对外传播能有效提升地方文化旅游的吸引力,并为区域经济注入新的活力。

其次,能推动相关文化产业发展。一方面,以内江圣水寺文化为核心元素发展文创产业,对当地经济增长具有潜在价值。例如,将圣水寺的佛教艺术、传说故事与现代设计相结合,可以开发出一系列具有文化特色的创意产品,如书籍、工艺品、数字媒体内容等。这些文创产品不仅能满足国内外消费者对文化消费的需求,还能通过市场化运作进一步扩大圣水寺的传播范围。另一方面,处于数字媒体时代,“传统文化得以与VR、AR等先进科学技术进行结合,使得传统文化的传播更加现代化和时尚化”,从而“让更多的年轻人可以接触到和喜爱传统文化”^[9]。内江圣水寺顺应时代潮流,也对寺内部分重要资源进行了数字化。2018年,委托成都文物考古研究院运用三维激光扫描技术,对寺内摩崖造像进行全维度数据采集,生成了高精度的“电子档案”^[10]。2020年,上线VR“云参观”,用户可360度沉浸式观看观音殿、圆觉楼、藏经楼等景观^[11],进一步拓展了受众范围。这种文化产业的创新不仅能为圣水寺文化的传承与传播注入新动力,还能为地方社会创造新的经济增长点。

2.3 外交层面

首先,能增进与传播对象国的友好关系。学诚认为:“一种文化、一种价值观要得到其他民族、其他文明、其他国家人民的认同理解与欣赏,必须具有超越政治制度、意识形态的普世价值,必须具有超越一个民族、一种文明、一个国家、一己私利的世界视野,应该说中国佛教乃至整个中国文化就具有这样的价值和视野,也只有具备这样的价值和视野,文化资源才能转化成现实的文化软实力,从而有利于世界的永久和平和共同繁荣”^[12]。作为川南佛教重镇,内江圣水寺一样具有跨越国界的普世价值,其对外传播能够增进与传播对象国之间的友好关系,进而促进民间外交的发展。例如,通过举办佛教文化体验营、国际学术研讨会等活动,可以让海外受众深入了解圣水寺所承载的佛教思想与中华文化精髓,从而建立起情感上的共鸣与文化认同。

其次,有助于提升国家文化形象。研究表明,“地方特色文化的对外传播在国家形象塑造中扮演着重要角色”,“有助于构建真实、立体、全面的中国形象”^[13]。内江圣水寺作为一种内涵丰富、特色鲜明的地方文化,是中华文明不可或缺的组成部分,其对外传播不仅丰富了真实、立体、全面的中国形象,还“迎合了海外受众对神秘东方和异域风情的心理期待”,成为“有效传播中华文化、让世界深入形象地认知中国”的文化名片^[14]。因此,在“文化出海”战略背景下,圣水寺能够更好地向国际社会展示中华文化的独特魅力与时代价值,有助于塑造更加积极、正面的国家文化形象,对提升国家文化软实力、增强国际影响力具有不可忽视的重要意义。

3 内江圣水寺对外传播的策略

我们认为,内江圣水寺的对外传播,一是要用好数智技术,二是要实现多路径传播。

3.1 强化数智技术应用

首先,要进行三维激光扫描与数字化保存。在数字化时代,三维激光扫描技术为文化遗产的保护与传播提供了全新的解决方案。“利用高精度三维激光扫描仪,将物体表面的特征信息采集下来,并进行数字化处理。通过计算机对扫描数据进行分析、处理,可生成三维实体模型,完成文物的数字化建模工作”,作为“一种非接触式的测量手段,它可以在不接触被测物体的情况下完成测量工作”,“对于文物保护与重建工作有重大意义”^[15]。这种数字化保存方式不仅有助于文物的长期保护,还为后续的文化传播提供了丰富的素材资源。前文已述及,受内江圣水寺委托,成都文物考古研究院于2018年运用三维激光扫描技术,已对唐宋摩崖造像进行全维度数据采集,解决了“位置高、易风化、观测难”的文物保护难题,生成了高精度的“电子档案”。但是,除了唐宋摩崖造像外,内江圣水寺还有更多文物和文化遗迹面临自然侵蚀与人为破坏的双重威胁。因此,内江圣水寺有必要继续借助数字技术,为每一处文物和文化遗迹都生成高精度三维模型,建立完备的数字档案库,并转化为可全球共享的电子资源,不仅可供学者远程研究,更便于公众随时欣赏。这样处理,就既能避免实体损耗的风险,又能为跨文化传播奠定永续在线的基石。

其次,要实现VR“云参观”与线上展览。有研究表明,VR技术具有沉浸感、交互性和多感知性,能构建深度沉浸场景、增强交互性、打破时空限制,为传统音乐文化的传播带来新机遇^[16]。虚拟现实(VR)技术同样适用于的内江圣水寺的对外传播。前文已提及,内江圣水寺2020年已上线VR“云参观”,用户可360度沉浸式观看观音殿、圆觉楼、藏经楼等景观。但是,内江圣水寺只实现了重要文化遗迹的VR“云参观”。接下来,还需通过VR技术,实现全部文物和文化遗迹的VR“云参观”。这样,用户就可以在虚拟环境中,突破地理和时间限制,“身临其境”地体验圣水寺的建筑布局、摩崖造像的艺术魅力以及“圣水”灵泉的文化氛围。此外,“数字媒体时代要利用新兴技术拓宽传统文化的传播内容和表现形式,做到‘返本开新’,凸显数字时代中国文化的国际影响力^[17]。”疫情期间,一些博物馆、文化馆正是借助超越时空局限的线上展览,将中华文化传播到海外,扩大了中国文化的国际影响力。有鉴于此,内江圣水寺也可通过高清影像、短视频讲解、交互式地图等多媒体形式呈现其文化资源,并依托线上展览平台,把这些多媒体模块整合为“一站式”数字展厅,既能为不同文化背景的受众提供即时、立体且可回放的多样化体验,又能提升内江圣水寺的国际知名度。

3.2 做好多路径传播

首先是学术互鉴,这是推动内江圣水寺文化对外传播的重要途径之一。通过举办国际学术研讨会、发表学术论文等方式,可以在学术领域深入探讨圣水寺的历史价值、艺术特色及其在佛教文化中的地位。例如,围绕唐宋摩崖造像的艺术风格、“圣水”灵泉传说的文化寓意等主题展开研究,不仅能够吸引国际学者的关注,还能促进中外学界的合作与交流。而研究成果的公开发表则有助于提升圣水寺文化的学术影响力,为其对外传播奠定坚实的理论基础。值得注意的是,学术互鉴应有跨学科视角,结合艺术史、宗教学、民俗学等多个领域的研究方法,以全面揭示圣水寺的多元文化内涵。

其次是民间互动。研究表明,“民间交流机制更具有亲和力”“为了减少文化交流对象国的误解和疑虑,借助民间力量和淡化官方色彩应当成为开展中华文化国际传播活动的首选”^[18]。内江圣水寺的对外传播,同样也可采取民间交流方式,通过开展佛教文化体验营、寺庙开放日等活动,可以让海外民众亲身感受圣水寺的文化魅力,增进他们对中国佛教文化的理解与共鸣。例如,组织参

与者学习佛教礼仪、体验禅修活动或参观饮用“圣水”灵泉,不仅能够拉近文化传播者与受众之间的距离,还能激发他们对圣水寺文化的兴趣与好奇。

再次是官方协同。官方文化交流项目与外交活动在江圣水寺对外传播中扮演着重要角色。例如,借助国家层面的文化外交活动,将圣水寺的文化资源纳入对外文化交流项目,向海外受众展示其独特价值。此外,还可通过建立国际合作机制,推动圣水寺与国外文化机构的合作,共同开展文物保护与研究工作。这不仅有助于提升圣水寺文化的国际地位,还能为其对外传播创造更多机会。

4 结语

在“文化出海”背景下,探讨江圣水寺对外传播的价值与策略是有意义的工作。研究发现,江圣水寺作为川南佛教文化的重要载体,其独特的文化内涵具有显著的传播潜力。在传播价值方面,江圣水寺不仅能促进佛教文化交流,丰富世界文化多样性,还能带动文化旅游产业和相关文化产业发展,推动地方社会经济增长。此外,江圣水寺的对外传播还能增进与传播对象国的友好关系,提升国家文化形象,进一步增强中华文化的国际传播力。

研究成果对推动佛教文化“走出去”具有重要的理论与实践意义。理论意义在于,通过对江圣水寺文化传播策略的系统分析,能为佛教文化在国际传播中提供可操作的路径与方法。实践意义在于,通过多路径传播策略,不仅能提升佛教文化传播的层次,还能增强其在国际社会中的认同感与接受度。

本研究还为其他类似文化的对外传播提供了有益借鉴。例如,研究提出的数智技术应用与多路径传播策略,同样适用于其他文化遗产或地域文化的国际化推广。这些策略的应用能够帮助其他文化更好地“走出去”,从而在全球范围内提升中华文化软实力和整体影响力。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N]. 人民日报, 2022-10-26(1-5).
- [2] 中共中央办公厅 国务院办公厅. “十四五”文化发展规划[EB/OL]. 中国政府网. (2022-08-16) [2025-08-07].
- [3] 高旭红. 文化“出海”的中国底色与传播策略[J]. 湖湘论坛, 2023, 36(6): 42-51.
- [4] 刘胜枝. 做好网络空间的对外文化传播[J]. 人民论坛, 2021, (31): 36-39.
- [5] 王瑶. 内江圣水寺 中川第一禅林 川南避暑胜地[N]. 华西都市报. 2013-08-02(d14).
- [6] 陈先红. “走进去”与“走出去”: 儒释道思想国际传播战略研究[J]. 学术前沿, 2023, (2): 58-72.
- [7] 高旭红. 文化“出海”的中国底色与传播策略[J]. 湖湘论坛, 2023, 36(6): 42-51.
- [8] 黎芮池. 融媒体视域下四川特色文化对外传播策略探析[J]. 西部广播电视, 2023, 44(14): 28-30.
- [9] 陈敏. 数字媒体对传统文化传播的推动作用[N]. 中国文化报. 2023-07-07(3).
- [10] 四川内江圣水寺: 科技考古“助攻”文保 打造“电子档案”[DB/OL]. 中国新闻网. (2020-09-17) [2025-08-07].
- [11] 颜雪. 被誉为“中川第一禅林”四川内江圣水寺可以用VR“云参观”了[DB/OL]. 成都市文化广电旅游局. (2020-09-17) [2025-08-07].
- [12] 学诚. 加强国家文化软实力建设——在全国政协十一届一次会议第三次全体会议上的发言[J]. 法音, 2008(3): 3-5.
- [13] 黎芮池. 融媒体视域下四川特色文化对外传播策略探析[J]. 西部广播电视, 2023, 44(14): 28-30.
- [14] 李锦云. 新时代民族文化对外传播的问题与策略[J]. 中南民族大学学报: 人文社会科学版, 2023, 43(2): 157-164.
- [15] 刘丽惠. 基于三维激光扫描技术的文物保护与重建研究[J]. 地矿测绘, 2024, 7(11): 97-99.
- [16] 周晋羽, 余能保. VR技术赋能中国传统音乐文化传播: 困境、机遇与策略[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(4): 429-433.
- [17] 王晏殊. AIGC新赛道“数字丝绸之路”视域下传统文化视听作品“出海”策略探析[J]. 电影评介, 2023, (24): 69-74.
- [18] 罗长青. 剧本杀作为中华文化国际传播创新路径的学理阐释[J]. 武汉大学学报: 哲学社会科学版, 2024, 77(3): 20-28.

基金项目：2024-2025 年广西文艺评论家协会专项课题“广西网络文艺品牌调查及新媒体传播研究”（RH2400001111）研究成果。

¹ **第1作者简介：**钟桂玲（1990-），女，学士，讲师，贺州学院马克思主义学院，研究方向：地方文化。E-mail: zgl900827@163.com。

*** 通讯作者简介：**牟华林（1970-），男，博士，教授，贺州学院文化与传媒学院，研究方向：中国文学，地方文化。E-mail: rensheshijieyanjiu@126.com。