

# 数智赋能下桑植与陕北民歌外译传播的创新路径比较

黄忻然, 杨梦雪

吉首大学外国语学院, 湖南 张家界

收稿日期: 2025年11月25日; 录用日期: 2025年12月19日; 发布日期: 2025年12月29日

## 摘要

在文化强国战略与数智技术深度融合的背景下, 中国民歌的外译传播迎来新的发展契机。本文以桑植民歌与陕北民歌为研究对象, 从翻译传播学理论出发, 比较二者在外译传播中的传播主体、译者策略与媒介融合等方面的异同。研究发现, 陕北民歌较早形成以政府、高校与专业协会为核心的传播体系, 译介成果丰富但数智技术融合仍显不足; 桑植民歌虽起步较晚, 但凭借文旅融合与AI技术赋能, 在数字化传播中展现出较强潜力。本文进一步提出, 应构建“政府-高校-文旅-传承人”四位一体的协同机制, 推动翻译策略的跨文化适应, 并借助VR、AI、多模态平台等数智手段, 实现从“文本译介”到“场景化传播”的转型, 为中国民歌参与全球跨文化对话提供创新路径。

## 关键词

翻译传播学, 中国民歌, 技术赋能

## Comparison of Innovative Pathways for Translating and Disseminating Folk Songs from Sangzhi and Northern Shaanxi through Digital Intelligence Empowerment

Xinran Huang, Mengxue Yang

School of Foreign Languages, Jishou University, Zhangjiajie Hunan

Received: November 25, 2025; accepted: December 19, 2025; published: December 29, 2025

## Abstract

Against the backdrop of the deep integration between the strategy of building a cultural powerhouse and digital-intelligent technologies, the translation and dissemination of Chinese folk songs abroad have ushered in new development opportunities. This paper takes Sangzhi folk songs and Shaanbei folk songs as its research subjects. Based on translation studies theory, it compares the similarities and differences between the two in terms of dissemination entities, translator strategies, and media convergence in their translation and dissemination abroad. Research reveals that Northern Shaanxi folk songs established an early dissemination system centered on government, universities, and professional associations, yielding abundant translation outcomes but showing limited integration of digital and intelligent technologies. Although Sangzhi folk songs started later, they demonstrate strong potential in digital dissemination through cultural-tourism integration and AI-driven empowerment. This paper further proposes establishing a four-pronged collaborative mechanism involving government, universities, cultural tourism, and inheritors to advance cross-cultural adaptation of translation strategies. By leveraging digital and intelligent tools such as VR, AI, and multimodal platforms, it aims to facilitate a transition from “textual translation” to “scenario-based dissemination”, offering an innovative pathway for Chinese folk songs to engage in global cross-cultural dialogue.

## Keywords

Translation and Communication Studies, Chinese Folk Songs, Technology Empowerment

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

桑植县位于湖南省张家界市,是多个少数民族的聚居地,被誉为民歌之乡。而陕北是一片位于中国黄土高原中心,连接陕、晋、蒙、甘、宁五省区的区域。陕北独特的地理环境为民歌提供了自然淳朴的民风题材。2020年10月26日党的十九届五中全会明确提出了到2035年建成文化强国的远景目标。当下,推动中国传统民歌的外译传播是“促进中国文化的国际交流与传播”是落实目标的重要措施。两地的民歌虽在世界民族音乐史上也具有独特的艺术价值,但其外译传播途径各有优势与不足,如传播主体单一、译文质量不高、传播媒介陈旧等。这些共同痛点,正是数智技术可以介入并重塑的关键环节。因此,本文试以翻译传播学理论为核心,从传播主体、译者与传播媒介对桑植民歌与陕北民歌进行比较研究,阐述异同。同时不仅关注民歌在外译传播的效率,更将深入剖析,在数智环境下,如何实现歌词文本、文化意象等民歌符号的有效转换与整合传播,以克服深层的文化隔阂,从而探索适用于中国民歌外译传播的创新路径。

## 2. 翻译传播学的研究

翻译传播学作为新兴交叉学科,其理论框架呈现出显著的国际化与本土化双重特征。从学科渊源来看,该领域主要植根于两大理论体系:一是西方传播学经典理论,以拉斯维尔(Harold Lasswell, 1948)提出的传播过程“5W”模式为典型代表,该模式系统解析传播活动的五大要素——传播主体(Who)、传播内容(Says what)、传播渠道(In which channel)、传播对象(To whom)和传播效果(With what effect) [1];二是传

统翻译学理论体系,特别是译者主体性研究的相关成果。从理论上,Venuti(2022)提出,翻译不仅是语言转换,更是文化身份建构的动态过程,强调译者在意识形态操控中的“抵抗性”策略[2]。该研究探讨了翻译如何影响国际话语权的分配,为跨语言交际提供了新的理论路径。聚焦国内,我国学者在继承国际学界研究成果的基础上进行了创造性转化。尹飞舟、余承法率先提出翻译传播学的学科定义,将其界定为“研究跨语言信息传播现象及其规律的科学,是阐释人类多模态符号系统交互传播的知识体系”。研究团队后续通过系列研究进一步完善理论架构,突出表现为两大创新:其一,构建跨学科知识框架。在整合翻译学与传播学方法论的基础上,有机融入语言学、符号学、社会学及心理学等学科的理论工具,形成具有多维度的研究范式。其二,完善传播过程模型。在拉斯维尔经典模式基础上创造性添加“译者”(Who translates)这一核心要素,构建翻译传播特有的“6W”分析框架[3]。该创新模型强调译者作为跨文化传播枢纽的关键作用,要求传播过程中各要素实现动态协同,通过消除传播障碍、塑造文化形象等手段,最终达成优质的翻译传播效果。

翻译传播学的跨学科研究路径在近年得到进一步拓展,学科的逐渐成熟,为民歌外宣提供了理论基础。例如,Bassnett 和 Lefevere(1990)提出的文化转向理论,为分析民歌外宣中的文化身份建构提供了理论支撑[4]。Hermans(1999)的操控学派理论则揭示了翻译过程中意识形态和诗学因素对传播效果的影响,为优化民歌外宣策略提供了指导[5]。在技术应用层面,Schäler(2022)对机器翻译中文化适应的探讨[6],以及O'Hagan(2023)关于AI翻译伦理的研究均为构建“人机协作”的民歌外宣模式提供了实证依据[7]。国际上已有学者运用翻译传播学进行民歌传播研究,如Jones(2010)关注全球化背景下民歌翻译与传播的跨学科研究,涵盖非洲、欧洲等多地区案例[8]。但在中文语境下以翻译传播学为研究的非遗文化中鲜有涉及民歌研究,导致目前运用翻译传播学研究民歌外宣的文献屈指可数。

### 3. 桑植民歌与陕北民歌概况

桑植县地处湖南西北部武陵山脉腹地、湘鄂边界,以土家族、白族、苗族为主体的各族人民,在漫长的生活实践中孕育了婉转悠扬,质朴粗放的桑植民歌。2006年,桑植民歌被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。桑植民歌的体裁极其丰富,主要包括山歌、小调、礼仪歌、傩腔等,另有花灯调、劳动号子(如含80多种样式的“澧水号子”)、薅草锣鼓和革命历史歌曲等,其中山歌高亢嘹亮、小调悠扬婉转,最具代表性。在艺术特色上,其曲式结构严谨,曲体多样,尤其是“无衬不歌”的衬词运用,使民歌在烘托气氛、抒发人物情感等方面达到了极高的艺术境界[9]。此外,桑植民歌的唱腔融入甩腔、收腔、抖腔等独特润腔方法和气声演唱技巧,且以桑植方言演唱,“儿化音”和卷舌音的广泛运用形成“腔随字走”的风格,极大地丰富了民歌演唱理论,成为吸引众多艺术家采风的“金色的旋律”。

陕北地处黄土高原腹地,勤劳淳朴的陕北人民在漫漫历史长河中依靠得天独厚的优势和自己的智慧创造出动人心魄的陕北民歌。陕北民歌属于西北官话,也是陕北劳动人民带给世界民族音乐史的宝贵财富。2008年,陕北民歌被列入第二批国家级非物质文化遗产名录。陕北民歌种类很多,主要包括山歌(如信天游)、小调、号子、秧歌、酒曲、陕北套曲、风俗歌等,其中以信天游最富有特色、最具代表性。陕北民歌在唱腔、歌词表现等方面都具有浓厚的地域特色。在唱腔层面,陕北以其悠久厚重且朴素的历史文化,塑造了质朴率真的音乐风格。当地民歌多采用原生态唱法,即一种未经专业训练与艺术雕琢的自然发声方式。在歌词层面,陕北民歌最大的特点在于融合陕北地方方言,口语化特征较为明显,节奏轻快。

### 4. 桑植民歌与陕北民歌外译传播的创新路径比较

#### 4.1. 传播主体多元化与专业化比较

传播主体为翻译传播活动的发起者,在这个环节产生传播意图,决定翻译传播的内容、媒介及信息

呈现形式等, 还要提供翻译传播的必要条件, 如解决作品翻译版权的授予等。翻译传播主体还需要选择译者, 并与译者互动, 使作品翻译符合传播意图。当主体自己承担翻译或与其他译者共同翻译时, 此时翻译传播主体与译者合二为一。传播主体还要预设翻译传播活动要达到的传播效果, 思考如何通过与各个环节的商榷和协调达到预期效果[3]。

随着中国优秀传统文化走向世界, 数智技术赋能“非遗”, 提高了中国传统民歌外译传播的效率。具体而言, 桑植民歌与陕北民歌的传播主体均呈现出从单一化走向多元化的趋势, 然而两地在主体构成与合作模式上各有特色。

在当前桑植民歌的对外翻译传播实践中, 已初步形成了以政府, 传承人、科技企业为赋能的多元主体协同格局。这一格局与翻译传播学对传播主体的要求相契合, 具体而言, 政府层面, 张家界市政府通过瑞士日内瓦世界知识产权组织“版权在中国”主题展览, 以图文、视频及现场表演向全球展示桑植民歌魅力, 政府文化部门通过策划组织“桑植民歌音乐周”等活动, 邀请中外歌手同台演绎, 为传统民歌搭建了对外交流的平台。政府通过国际展览、音乐周等活动搭建平台, 履行了策划内容、组织资源与开拓渠道的主体职责。传承人如尚生武通过赴波兰、德国等国家的实地演出, 实现了文化内容的原真性传递, 体现了传播主体对内容呈现形式的直接把控。特别值得注意的是, 科技企业的参与为传播模式带来了创新突破, 例如湖南广电 5G 智慧电台在活动中发起的“桑植民歌 AI 创作大赛”, 运用人工智能技术对经典曲目《冷水泡茶慢慢浓》进行重新编曲与演唱, 展现了传播主体在技术赋能下对信息形式与传播媒介的选择, 推动传统民歌向“数字民歌”转型。这些举措共同反映了传播主体从单一走向多元、从传统走向融合的积极调整。由此可见, 桑植民歌的外译传播实践, 正是翻译传播主体通过多元协作与数智赋能, 主动构建内容、形式与渠道, 进而实现传统文化有效对外传播的生动例证。

陕北民歌音译本研究的发展历程要比桑植民歌的更早, 且研究方向、研究人数相较于桑植民歌数量更多。陕北民歌的传播主体主要包括陕西省政府和其下外宣机构、专业协会和高校以及博物馆。政府大力支持, 通过组织文化交流活动, 系统性地推动中国民歌的海外演出。而陕西省翻译协会牵头启动“陕北民歌翻译介绍工程”, 联合省内 6 所高校和近百名外语专家进行翻译工作。2009 年 9 月“陕北民歌译介工程”启动, 开启了第一届陕北民歌译介全国学术研讨会。翻译传播主体为西安音乐学院、陕西省翻译协会、延安大学外国语学院及南开大学外语学院等单位, 陕北民歌的英译步入了快速发展阶段。相比起其他地区的民歌研究, 陕北民歌的研究主体更多, 受到多个权威性学术机构的扶持。

同时, 陕西省文化和旅游厅与陕西师范大学共建的省级科研机构, 2012 年成立陕西文化资源开发协同创新中心, 2018 年通过陕西省教育厅、财政厅联合验收并正式认定为省级科研平台。该中心由陕西省文化和旅游厅与陕西师范大学协同共建, 遵循“三位一体”建设思路, 整合校内外资源推动文化资源开发研究, 创新了民歌与数智化技术的结合。此项目为陕北民歌的数字化保护与传播提供了学术支持。陕北民歌博物馆作为国内唯一一座以陕北文化为元素、陕北民间音乐为主题的专题博物馆, 已成为陕北民歌传播的重要平台。同时, 以贰强、张尕怂为代表的民间艺人通过短视频平台自发传播民歌, 利用数智化媒体, 进一步丰富了陕北民歌的传播主体构成。尽管陕北民歌在数智技术的应用结合上稍显滞后, 但其依托高校与专业协会构建的传播体系具有不可替代的价值。高校的学术研究为民歌译介奠定了规范的理论基础, 专业协会的协作培养了大批兼具翻译与音乐素养的专业人才, 而博物馆与科研机构的参与则推动了陕北民歌文化研究的深度挖掘, 这些成果为民歌的跨文化传播提供了坚实的学术支撑。

## 4.2. 传播译者数智化翻译策略比较

在翻译环节, 译者居于中心位置并与其他要素进行互动。翻译是翻译传播过程的关键环节, 是翻译传播与一般传播相区别的地方, 翻译传播的效果受到译者翻译能力和翻译风格的制约。在翻译传播过程



之中,译者若发挥其主观能动性,与传播者、原作者、传播媒介等积极互动,就能更好地保证翻译作品所能达到的预期的传播效果[3]。

译者在桑植民歌跨文化传播中扮演着重要角色,他们是连接原文化与目标文化的桥梁与纽带。然而,目前桑植民歌的译本整体缺乏权威性,除宋祖英在维也纳金色大厅演唱的《马桑树儿搭灯台》具备较为通行的英译字幕外,多数译本仅为高校或音乐发行商所作的翻译尝试。针对这一现状,某高校研究团队对现有译本进行了分析,发现其普遍问题在于译者多专注于语言转换,而对桑植民歌独特的音乐特性与文化内涵把握不足,导致译文在节奏感、衬词处理和地域文化意象传达上有所缺失。翻译传播学强调译文的准确性、可接受性和传播效果,力求实现文化信息的有效传递。基于上述研究发现,该团队指出,译者在翻译过程中必须采取针对性的策略以平衡文化保真与艺术表现。具体而言,针对桑植民歌歌词中如“马桑树”、“灯台”等独特的民族符号与意象,应采用音译加注释、意象替代或创造性重构等方法,在英语中寻求文化对等。同时,在数智技术辅助下,利用语音合成工具评估译文的可唱性与节奏还原度,保留民歌的音乐性,具体可采用语音模拟和节奏再现等手法,力求在译文中还原原作的韵律与歌唱感。然而,技术手段虽能提升翻译效率,却无法完全替代译者对地方文化情感的感悟与创造性转换。因此,译者在借助 AI 工具的同时,仍需深入田野,理解民歌背后的生活语境与集体记忆,避免翻译过程中的文化失真。

在陕北民歌的外译传播实践中,高校学者构成了译介主体的核心力量,其代表性成果为三部系统性的英译合集。第一部为王宏印于 2009 年出版的《西北回响:汉英对照新旧陕北民歌》,其翻译原则强调在文化转码中实现诗学平衡[10]:即将方言口语化、句式简略化,并兼顾译文的诗性品质与通俗可读性;同时注重保留比兴手法的象征关联,对诸如方言等文化特色以异化策略为主,必要时辅以中文注释。第二部为刘育林与杨孝明合著的《陕北民歌:中国民间艺术的一颗明珠》[11](2019),全书以英文撰写,致力于保留原文语言风格,但在称谓等文化负载词的处理上(如“五哥”直译为“Wuge”),可能因未加阐释而影响目的语读者的理解。第三部为王占斌 2021 年出版的《陕北民歌歌词译》,收录民歌 90 首,提出了“等量迁移”与“等效迁移”两种策略,前者注重形式与文化要素的完整传递,后者则侧重目标语读者的审美接受与传播效果[12]。总体而言,陕北民歌外译从文本转译向传播与接受拓展的演进趋势显著,但译者并未充分利用数智化技术来辅助译介工作。两种民歌的译介经验可相互借鉴,桑植民歌可吸收陕北民歌的学术译介方法,平衡译介中特色文化的可理解性和独特性;陕北民歌则可参考桑植民歌的舞台译介策略,提升译文的实践适配性。

### 4.3. 传播媒介融合与创新比较

在翻译传播的传输环节,媒介居于中心位置并与其他要素进行互动。从人类最初的口耳相传、语言和文字符号的产生、文字与纸张结合到印刷技术电子音像的崛起、互联网和新兴媒介诞生及蔓延,人类社会的传播工具不断进步[3]。

在数智化技术快速进步下,民歌的传播渠道不再是简单的听,而是可以通过调动多种感官来传播,极大提高受众对民歌兴趣,进一步提高民歌外译传播的有效性。桑植与陕北民歌均积极整合传统与数字平台,但侧重点不同,形成了各有特色的传播渠道体系。

桑植民歌外译传播的媒介呈现传统和现代技术相结合的模式。桑植民歌的传统传播媒介以线下场景为根基,延续着非遗文化的活态传承脉络,更成为连接国际受众的文化桥梁。专业舞台与民俗空间成为核心载体,国家级传承人不仅登上国家大剧院,更走向海外重要文化舞台:2025 年 1 月,传承人向佐斌登上泰国曼谷国际华人春晚,向全球华人展现桑植民歌的独特韵味;早在 1987 年,传承人尚生武便作为中华民族民间艺术团代表,赴波兰参加国际民间歌舞联欢会并斩获多项大奖,还曾赴莫斯科、德国开展

非遗推介演出, 让桑植民歌首次在异国他乡回响; 经典曲目《马桑树儿搭灯台》更是经由宋祖英在维也纳金色大厅的演绎走向世界, 成为国际舞台上的中国民歌代表。魅力湘西大剧院作为每年接待数百万海内外游客的文化地标, 通过现代舞台技术将民歌与湘西山水、民族风情深度融合, 外国观众虽未必通晓歌词深意, 却能被真挚情感与原生艺术魅力打动, 谢幕时的经久掌声成为跨越语言的文化共鸣。张家界旅游发展大会、桑植民歌音乐周等活动不设门槛, 吸引数千群众现场参与, 村歌赛更覆盖全县 23 个乡镇, 以“现场竞技 + 师徒对唱”的形式让歌声扎根乡土, 让乡土韵味成为国际受众感知中国民俗文化的窗口。传统技术媒介同样发挥作用, 《桑植民歌精选》等丛书、光碟留存原生态曲调, 央视《民歌中国》等专题节目曾让经典曲目走向全国, 而传承人进课堂、红色旧址非遗公开课等形式, 让民歌融入教育与日常场景。

在数字时代, 新媒体技术发展日趋完善、媒介大融合为桑植民歌的传播与发展带来了新的机遇[13]。新媒体打破了传统的“传播主体”向“传播受体”单向传递信息的屏障, 让“传播主体”与“传播受体”之间达到了双向互动, 这有利于扩大桑植民歌的传播范围。抖音、微信视频号、快手等新媒体平台成为传播主力, 村歌赛相关视频超 2300 条, 累计直播时长 8300 多分钟, 全网流量突破 2.4 亿, 单场直播在线人数超 50 万; 桑植民歌音乐周的线上话题传播量超 3000 万, 网友自发分享讨论形成文化热潮。技术赋能让传播形式不断创新, 5G 智慧电台通过《田间地头大联播》触达全国千余个县级融媒体, 收听量超千万次, AI 编曲、演唱打造的《冷水泡茶慢慢浓》等“数字民歌”, 更吸引了年轻受众关注。然而, 也应注意数智技术在提升传播效率的同时, 亦存在一定的局限性。例如, AI 编曲虽能快速生成新颖的音乐形式, 但在一定程度上可能削弱民歌的地方性知识, 例如桑植民歌中随劳动节奏变化的拖腔、基于方言语调的衬词运用, 以及演唱时的情感起伏与现场互动, 均依赖于桑植文化的语境。而 AI 目前多基于模式化数据训练, 易导致作品趋于标准化, 丧失原生民歌的灵魂。总体来看, 自媒体与 UGC 内容创作持续发力, 旅拍短视频、民歌改编作品让传播突破地域限制, 形成了桑植民歌传统与现代表达相结合的传播模式, 这也为陕北民歌的传播提供了可借鉴的范例。

追溯历史, 纸质传播方式是最为普遍也是最早出现的。目前, 陕北民歌的英译本多由高校教师独立承担, 尚未形成成熟的翻译团队。在此过程中, 王宏印作为国内翻译界的杰出学者, 显著提升了《西北回响: 汉英对照新旧陕北民歌》在学界的关注度。相比之下, 《陕北民歌歌词释译》与《陕北民歌: 中国民间艺术的一颗明珠》自问世以来, 并未引发学界的广泛瞩目与深入研究。从多模态的传播方式来看, 科技快速发展下, 更多技术赋能“非遗”, 将民歌可视化, 以视觉、听觉、触觉来让听众身临其境, 创新传播媒介。例如中国工艺美术馆·中国非物质文化遗产馆于 2024 年 1 月 1 日至 1 月 14 日上演“榆林陕北民歌展”榆阳区专场, 展览以影、音、形等多种展陈形式, 展现黄土高原劳动人民的文化精髓, 利用投影机, 打造的 3D Mapping 山体光影秀, 将黄土高原更生动地呈现给观众。陕西师范大学打造的“基于人工智能的民歌智能创作与场景重建研究”项目, 由民歌智能计算与服务技术文化和旅游部重点实验室承担。主要让访客佩戴上虚拟现实眼镜, 沉浸在系统构建的多样化演唱场景中。项目利用人工智能技术、物联网与传感器技术、5G 通信技术以及虚拟现实技术, 对民歌的智能汇集、智能生成与创作等开展研究, 内容包括智能解析与标注、音乐智能生成、音乐风格迁移, 以及民歌场景智能解析与场景重构等[14]。陕西师大通过做好民歌资源的数字化和智能解析, 对每一首入库的歌曲做好标识后进行储存, 从而构建民歌资源库。人机交互技术, 还能构建一个与民歌特征契合的虚拟场景, 表演者的表情、姿态、声音等能实时迁移到数字人身上。此外, 访客还可以佩戴上虚拟现实眼镜, 沉浸在这一独特的体验之中。表演结束后, 系统还会对歌曲演唱质量进行评分, 并提供二维码供访客扫描下载自己的表演视频。这些新型传播媒介, 无一例外利用科技赋能民歌, 让受众不仅局限于听觉, 而是将民歌可视化, 通过多模态方式呈现, 达到更好的传播效果。陕北民歌依托高校构建的数智传播体系虽在市场化传播层面节奏较慢, 但其

在技术应用的学术性与规范性上具有优势, 所搭建的民歌资源库与智能创作系统, 为民歌的数字化保护提供了可复制的学术范式, 这一经验也可作为桑植民歌的数字传播提供理论与技术支撑。

## 5. 中国民歌翻译传播创新策略提出

### 5.1. 多元传播主体协同合作

在数智赋能视域下, 为推动民歌外译传播的体系化与创新化发展, 各方主体需协同构建多层次、跨媒介的传播生态。政府层面应发挥引导作用, 通过设立专项基金、组织国际音乐节与文化交流项目, 为民歌外译与传播提供制度与资金保障, 并鼓励其与数智技术的深度融合, 拓展传播覆盖面。高校与学术机构则应加强合作, 深化民歌英译理论与实践研究, 在保留方言特色的基础上提升翻译质量, 并积极借助数智技术推动译本归档、语料库与专业数据库的建设。地方文旅部门可与民歌传承人协同开发线上线下联动的民歌体验项目, 如虚拟对唱、人机互动展演等, 增强公众参与度, 促进文化遗产与旅游发展的良性循环。传承人亦应主动运用 TikTok (国际版抖音)、小红书等短视频平台, 以可视化方式推动民歌的跨境传播与当代化表达。因此, 通过构建“政府-高校-文旅-传承人”四位一体的协同机制, 能够在数智赋能下系统化提升民歌外译传播的效能与国际影响力。

### 5.2. 拓展智慧化翻译路径

译者在翻译时, 要采用适当的翻译策略, 融合传统翻译理论与数智化技术, 构建适应翻译传播的路径。结合陕北英译研究者的翻译原则, 可以总结出以下的翻译原则:

#### 5.2.1. 文化可理解性原则

翻译时需兼顾文化忠实性、诗意表达和语言流畅性。民歌存在许多文化负载词, 对于如“五哥”“马桑树”等具有特定文化内涵的词汇, 不宜简单音译, 而应采用“音译+注释”等策略, 实现文化信息的有效传递。在数智语境下, 可进一步借助文化语料库与 AI 辅助翻译系统, 对文化专有项进行自动识别与多版本译写建议, 提升译文的可读性与文化还原度。

#### 5.2.2. 诗意整体性原则

民歌翻译不只是语言转化, 翻译时还需考虑音乐性、节奏感与诗意风格。翻译时不必强求与原文一字一句地对等, 可以适当精简字数、调整语序, 采用弹性句式、韵律重构与节奏再现等手法, 在译文中还原原作的歌唱性与情感张力。在技术赋能方面, 可引入语音合成与节奏分析工具, 辅助译者判断译文的可唱性与韵律匹配度, 实现从“文本翻译”到“可演唱译本”的跨越。

#### 5.2.3. 关注历史语境重现与情感特质显现原则

在准确传递歌词字面意义的基础上, 通过历史背景注释、革命意象强化及情感逻辑显化, 将桑植民歌、陕北民歌中蕴含的与中国共产党革命历史相关的文化和精神(如革命理想、家国情怀、牺牲精神)转化为目标语读者可感知的价值符号, 避免因文化差异导致的精神内核流失。

译者还应利用数智化技术妥善保存纸质版英译本, 以更好地对外传播。可以利用高精度扫描技术对现存的民歌纸质英译本进行全面数字化处理, 建立云端数据库。这种方案不仅能支持多语言检索, 还能确保资料的长期保存与可访问性。这种数字化存档方式不仅能完整保存现存纸质英译本, 更能通过建立全球可访问的网站, 显著提升桑植民歌的国际影响力。

### 5.3. 传播媒介策略

比较桑植与陕北民歌的既有传播经验, 可以发现数智时代下仅仅依赖纸质文本或者单一的媒介传播,



普遍面临影响力减弱、受众面狭小等问题,且对于外国受众吸引力不强。因此,依托数智技术、走进国内外社交平台,形成新的民歌外宣传播样态,为民歌的外宣从“单一听觉接受”转变成“多重感官体验”,对于桑植民歌、陕北民歌以至中国民歌向外推广和长远发展都大有帮助。首先,要让民歌“可视化”,打造沉浸式体验。借鉴陕北民歌用 VR、3D Mapping 的经验,民歌翻译、传播不只是文本上的歌曲译介加演唱,还要运用 XR、CG 动画等技术“架设画面视觉”。比如像《马桑树儿搭灯台》这样的代表民歌,再配上湘西山水、土家风情以及歌内故事发生的时代背景,把歌中抽象的内容象征整体具象化。这样的民歌对外解读与适应差异相对减少,国外的受众将身临其境地看着画面,深刻体会到民歌里的感情和文化内涵。当然,VR 体验在构建沉浸式传播场景的过程中,也存在固化受众文化刻板印象的风险。当前陕北民歌的 VR 场景多聚焦于黄土高原、窑洞等标志性符号,这种选择性的场景构建容易让海外受众形成“陕北民歌 = 黄土高原”的单一认知,忽视了民歌文化的多样性与动态变化。因而,VR 体验可以增加多元地理与文化场景,VR 场景不应局限于黄土高原与窑洞,可融入陕北、桑植不同区域的民歌表演场景,展现民歌与不同自然环境、生活空间的互动关系。同时可以嵌入“语境化解说”机制,在 VR 体验中设计文化注释点(如点击符号触发语音解说),说明场景的典型性与局限性。其次,运用海外社交平台“精准互动”外宣。桑植民歌在抖音、视频号的火爆,证明了社交媒体的传播效力。面向世界,我们得主动借助于 TikTok、YouTube、Instagram 等国际平台,还要做本土化落地。比如在 TikTok 发起 AI 编曲民歌赛,YouTube 推出“桑植民歌文化”短纪录片系列,然后依照平台内的算法来精确地推送人群。目的就是为了让走进国外受众的生活圈子,用高频、能互动的民歌让他们原本是被动地接受着传播,变成愿意主动地去做分享、去做二级创作,引发全球性热潮。这种“由点及面”的传播效应,能显著提升中国民歌的国际知名度与影响力。另外,靠 AI 赋能,让创作和互动更有新意。参考陕西师范大学“民歌智能创作”项目的思路,对外传播中可以用 AI 实现两大突破:一是让 AI 进行编曲,把民歌和流行、电子等世界音乐风格结合,用外国人熟悉的听觉感受吸引他们;二是打造个性化互动体验,比如制作一种在线工具,用户输入名字、选个场景,就能生成专属的 AI 民歌短视频,或者让“数字人”歌手用多语种虚拟演唱、实时互动。这样一来,民歌传播就从单向输出变成了双向共创,能大大提升受众的参与感和归属感。

## 6. 结论

综上,通过比较桑植与陕北民歌在数智赋能背景下的外译传播路径,本文发现两地虽在传播主体、译者策略与媒介融合方面存在差异,但均体现出从传统译介向技术驱动、多维互动转型的趋势。陕北民歌依托高校译介与机构协作,构建了较为系统的外译体系,但在数智技术应用层面仍以数据库建设与 VR 体验为主,尚未形成深度融合的传播模式;桑植民歌则借助旅游推广与 AI 内容生成,实现了在短视频平台与国际舞台的广泛传播,展现出较强的媒介适应性与创新活力。通过对比两者的外译传播路径,为创新中国民歌的外译传播提出相应策略,应进一步强化数智赋能,推动以下三方面整合:一是构建多元主体协同传播机制,联动政府、高校与企业资源;二是拓展智慧化翻译路径,融合语料库、AI 译审与文化注释提升译介质量;三是打造沉浸式传播场景,通过 VR、数字人、跨平台交互等手段突破文化隔阂,实现从“听得懂”到“体验得到”的传播升级。唯有在传承中创新、在融合中传播,方能使中国民歌真正参与到跨文化对话之中,成为不同文化间交流互鉴的载体。

## 基金项目

湖南省大学生创新创业训练计划项目(S202510531104)。

## 参考文献

- [1] Lasswell, H. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L., Ed., *The Communication*



- of Ideas*, Institute for Religious and Social Studies, 79.
- [2] Venuti, L. (2022) *Translation and the Construction of Cultural Identities*. Palgrave Macmillan.
  - [3] 尹飞舟, 余承法, 邓颖玲. 翻译传播学十讲[M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2021.
  - [4] Susan, B. and Lefevere, A. (1990) *Translation History and Culture*. Cassell.
  - [5] Theo, H. (1999) *Translation in Systems*. St. Jerome Publishing.
  - [6] Martin, S. (2022) *Cultural Adaptation in Machine Translation*. Springer.
  - [7] Minako, O. (2023) *Ethics of Machine Translation*. Routledge.
  - [8] Jones, M. (2010) *Folk Music in a Globalized World: Translation and Transmission*. Oxford University Press.
  - [9] 舒达. 论桑植民歌[J]. 怀化学院学报, 2010, 29(4): 16-18.
  - [10] 王宏印. 西北回响[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2009.
  - [11] 刘育林, 杨孝明. 陕北民歌: 中国民间艺术的一颗明珠[M]. 西安: 陕西人民出版社, 2019.
  - [12] 王占斌. 陕北民歌歌词释译[M]. 天津: 南开大学, 2021.
  - [13] 谢颖. 新媒体时代桑植民歌的活态传承与传播路径研究[J]. 美与时代(下), 2021(9): 68-70.
  - [14] 李荣坤. “民歌智能交互体感厅”问世[EB/OL]. 2025-01-06.  
<https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7517400647/1c0126e4705906epti>, 2025-05-06.