

翻译与传播的融合：数智化赋能桑植民歌国际传播路径研究

黄嘉辉, 牛 博

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

桑植民歌作为首批国家级非物质文化遗产, 承载着土家族的文化基因和历史记忆, 其国际传播是推动中华文化国际交流的重要实践。在科技飞速发展的时代, 数智化成为引领各领域变革的关键力量。本研究旨在探讨如何借助数智化技术提升桑植民歌的国际传播效能。基于翻译传播学理论, 从主体、译者、媒介、受体四个维度出发, 结合数智化技术提出系统性策略, 以应对当前传播中存在的挑战。本研究不仅为数智化与翻译传播的融合提供了具体的实践方案, 也为其他非物质文化遗产的国际传播提供了有益的参考路径。

关键词

桑植民歌, 国际传播, 数智化, 翻译传播学

The Integration of Translation and Communication: A Study on the International Communication Strategies of Sangzhi Folk Songs Enabled by Intelligent Digital Transformation

Jiahui Huang, Bo Niu

Foreign Languages College, Jishou University, Zhangjiajie Hunan

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

Abstract

As one of the first batches of national intangible cultural heritage, Sangzhi Folk Song embodies the cultural genes and historical memories of the Tujia ethnic group. Their international communication serves as a crucial practice for advancing the international exchange of Chinese culture. In an era marked by rapid technological progress, intelligent digital transformation has emerged as a key catalyst for driving transformations across various areas. The aims of the study are to investigate the methods that utilize digital intelligence technologies to enhance the international communication effectiveness of Sangzhi Folk Song. Guided by the translational communication studies, it proposes systematic strategies by integrating digital intelligence technologies from four dimensions—subject, translator, medium, and receptor—to address the challenges inherent in current dissemination efforts. Not only does this study provide a concrete practical framework for the integration of digital intelligence and translation communication, but it also offers a valuable reference for the international communication of other intangible cultural heritage.

Keywords

Sangzhi Folk Song, International Communication, Intelligent Digital Transformation, Translational Communication Studies

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

全球化与数字技术革命的双重背景下,非物质文化遗产的国际传播已从“单向输出”转向更加注重交流与反馈的数字化传播新阶段。发源于武陵山脉腹地与澧水发源地,桑植民歌以其节奏明快、旋律优美的艺术魅力,在人类学、民俗学、社会学、音乐学等等领域具有极高的研究价值,是探索桑植社会的百科全书。从跨学科的角度思考、融合新兴技术对于有效推动桑植民歌的国际传播、促进文化多样性与跨文化理解具有重要意义。

Alena 通过分析非物质文化遗产在当代媒体中的呈现效果,指出媒体应成为文化记忆的塑造[1],解释传播媒介对文化遗产传播的重要影响。Anastasis 等人通过分析数字工具在文化遗产保护中的实际应用,指出数字技术与文化遗产的深度融合的必要性,且强调了跨学科的重要性[2]。当前,翻译传播学为审视文化外译过程提供了整合性框架,而数智化技术则为破解传播困境提供了新的工具。本研究将二者结合,旨在为桑植民歌的国际传播构建一个适应数字时代的、具有可操作性的路径。

2. 数智化简介

全球化的当下,新一轮的技术革命正推动全球进入数智化时代。数智化是数字化和智能化的融合,既包括对数据的深度挖掘和分析,又具备智能化的决策和执行能力。闫桥等人认为词汇“数智化”具有内生性的特点,结合史宪文教授提出的论点与国际智库 DQ 研究所的阐释,将其定义为数字化转型的更高层级发展,即“智能数字化转型”(Intelligent Digital Transformation)[3]。它的技术层面包含了信息技术革命的成果,比如 5G, 大数据, 区块链, 人工智能等等。在国际传播上,熟练使用数智化技术能够有效提升传播效果,在民歌领域有着广阔的应用前景。

3. 翻译传播学简介

翻译传播学(Translational Communication Studies)是一门融合了翻译学和传播学的交叉学科, 涉及多个不同学科的理论工具, 尹飞舟等人将其定义为研究翻译传播现象及其规律的科学, 是解释人类利用不同语言符号进行信息传递和沟通的理论[4]。该学科根植的两大体系, 一是西方传播学经典理论, 以拉斯维尔(Harold Lasswell)1948年提出的传播过程“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); 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。尹飞舟等人随后在专著《翻译传播学十讲》中系统地构建了翻译传播学的理论体系, 在其中详细阐述了翻译传播过程的四个环节: 发起环节, 此时传播主体起决定作用, 负责传递信息; 翻译环节, 此时译者的作用最重要, 在受到制约的同时需发挥主观能动性, 进行讯息的语言转换; 传输环节, 此时媒介走到中心, 负责携带信息并传播出去; 接收环节, 此时受体站在中心, 接收讯息并提供反馈[5]。随着数智化时代的到来, 翻译传播学的理论视野与实践范畴也正在发生深刻变化。首先, 传播主体的边界变得模糊且多元, 数智平台赋能个体与社群成为重要的传播节点, 形成了“去中心化”与“再中心化”并存的传播网络。其次, 译者的角色从单一的语言转换者, 扩展为需要精通数字工具、善于人机协作的文化阐释与内容生产者。再次, 传播媒介已从静态的渠道演变为智能的、交互的、可定制的传播生态, 能够实现内容的沉浸式体验与精准化分发。最后, 对受体的理解从模糊的群体转向可通过大数据清晰画像的个体集合, 使得双向、个性化的传播与反馈成为可能。这些新变化要求我们在运用翻译传播学理论分析非遗传播时, 必须纳入数智技术的维度, 思考其如何重构传播各要素的关系与效能。

4. 桑植民歌国际传播现状及问题

基于尹飞舟等人提出的翻译传播过程的四个环节, 桑植民歌的国际传播存在以下问题。

4.1. 主体层面

“翻译”的存在说明翻译传播是一项跨文化的交流活动, 主体则需要以跨文化的视角与其他因素互动。目前桑植民歌的翻译传播主体多为政府机关或旅游企业。在笔者的检索范围内, 有政府机构、高校、企业等等主体在进行桑植民歌的翻译传播, 但多数主体侧重于“传播”, “翻译”层面较为缺乏。相关主体通过举办民歌表演活动、建立线上及线下博物馆的方式进行宣传, 但是相关主体的综合素质有待提高。

4.2. 译者层面

桑植民歌的现存英译本极少, 专业译者缺乏。在笔者的检索范围内发现, 桑植民歌的官方权威英译本尚无资料, 现存译本仅为央视演出字幕以及中国音乐的平台翻译。其中的翻译缺乏有效的跨文化适应性。部分译者对桑植民歌音乐性和文化内涵理解不足, 而未能在翻译中传达其文化信息和情感内涵[6]。

4.3. 媒介层面

桑植民歌的传播媒介从原始的口语传播, 进化到诸如报纸一类的印刷文字媒介和以电视为代表的电子媒介, 再到如今的互联网和新媒体, 其经历了从民族化、小众化到大众化、全球化再到兼具多维的整合性的过程[7]。当前桑植民歌的翻译传播媒介主要为报社、期刊杂志社、广播电台、电视台以及网络媒体。近年来, 网络媒体的占比逐渐上升。媒介的演变在为桑植民歌的翻译传播提供许多便捷的同时也带来了许多挑战。一方面是电视媒介创造的大众文化带来的商业化和产业化正侵蚀着桑植民歌的原生态, 另一方面是在网络新媒体的时代下, 桑植民歌缺乏持续的、高质量的内容产出。

4.4. 受体层面

新媒体的出现极大地改变了人们的生产及生活方式,加之网络媒体传播自由化和信息碎片化的冲击,桑植民歌的主要受众已成为当地的中老年群体。国内的传播主要为音乐节和文化展览,针对的是众多民乐爱好者,如2024年9月中共桑植县委等举办2024桑植民歌音乐周暨全国民歌之乡歌手邀请赛[8]。国际传播上主要通过文旅结合,整合桑植及邻近城市的旅游资源,以导游介绍和民歌展演为主,对象为国内外游客。针对不同群体的各种宣传手段虽取得部分成效,但仍存在部分问题。首先,受众“老龄化”严重。青少年接触桑植民歌的渠道较少,对桑植民歌的认知不足,难以形成持续的传播力。再者,对国际受众的关注缺乏。针对国际受众的宣传不足,桑植民歌的外文材料稀少,缺乏精准、统一的翻译,导致国际受众无法准确理解其文化内涵,传播范围受阻。最后,受众反馈的缺乏。传播多为单向输出,未建立高效的反馈机制,无法完整地建立受众的画像,导致传播效率低下。

5. 数智化赋能下桑植民歌的翻译传播路径

5.1. 从主体出发

翻译传播主体在翻译传播活动中的位置基于首端,是翻译传播行为的发起者,并能控制翻译传播的过程和效果。

5.1.1. 与其余要素的互动

翻译传播主体在调试过程中需要与翻译传播中的其余要素积极互动。首先是与译者的互动,时常会出现翻译主体和译者重叠的现象。桑植民歌的翻译传播主体需重视译者团队的选择,甚至自身承担译者的角色。当前正在宣传桑植民歌的主体,多数缺少翻译团队。现存的桑植民歌的翻译材料的翻译质量有待提高。这要求翻译传播主体拥有更高的跨文化交流的意识。第二,要了解受众。如何通过控制传播中的行为来适应目标受众能够直接影响传播效果。目标受众的语言、心理、兴趣等因素都是翻译传播主体的调研对象。

5.1.2. 主体多元化

当下,短视频以其碎片化、娱乐化的传播内容,创新性、互动性的传播方式风靡社会[9],让每个人都有机会成为翻译传播的主体。一些具有跨文化知识且热爱桑植民歌的个体和群体可以通过搭建个人账号,在短视频平台上发布桑植民歌的相关内容,进而实现主体与译者的重合,提升翻译传播的效果。

5.2. 从译者出发

在翻译传播学中,译者不是孤立存在的,译者的语言转换、定位及作用、以及与其他要素的互动都会影响翻译传播的策略。

5.2.1. 强化译者的跨文化阐释能力

桑植民歌中携带大量的文化负载词,如“马桑树儿搭灯台”、“冷水泡茶慢慢浓”等地方性表达,包含着深刻的文化内涵和情感意义。译者需要深入理解这些文化意象的起源及演变,在翻译过程中使用适当的翻译策略,必要时通过注释、附录、说明文字等方式,为国际受众提供文化背景知识。同时,对于民歌中的韵律、节奏和修辞特点,译者在翻译时需要在保证一定的艺术性的同时还要保证其文化可读性。

5.2.2. 培养译者的数字技术应用能力

信息化时代下的译者需要掌握多项数字工具使用技能。“人机协作”的翻译模式是未来的发展方向。在这一模式下,译者负责把握整体的翻译策略、文化调适和艺术再现,而AI系统则承担基础性的术语统

一、背景资料检索、多版本比对等任务, 该模式能有效地提高翻译效率和翻译质量。如使用计算机辅助翻译工具或人工智能翻译工具, 与机器翻译系统协同工作, 提高翻译效率的同时确保翻译质量; 通过建立桑植民歌数据库确保民歌术语翻译的一致性和准确性; 使用大数据模型分析目标受众的文化偏好和接受习惯, 制定更具针对性的翻译策略。

5.2.3. 关注译者团队的优化

桑植民歌的翻译需要多学科团队的协作, 包括民族音乐学者、民俗学者、语言学家和本土歌手等。只有通过这种团队协作, 才能确保民歌翻译在语言、音乐和文化等不同维度的准确和平衡。

5.3. 从媒介出发

无论是同语传播还是异语传播, 传播媒介都是社会信息系统中不可或缺的重要元素。不同媒介的运作规律各有差异, 通过研究并将其应用于翻译传播, 能够提高翻译传播的效果。要提升传播媒介的传播能力, 必须融合如数字技术、网络技术等诸多媒介技术, 以提升翻译传播的速度和效率。

5.3.1. 平台实施区域化运营的策略

针对不同市场选择适配平台: 如针对欧美市场的 YouTube、Spotify, 针对亚洲市场的 TikTok、Joox。基于不同的用户画像数据实现桑植民歌翻译内容的精准推送, 如对年轻受众推送改编版桑植民歌, 对学术用户推送桑植民歌的研究视频。

5.3.2. 构建“构建桑植民歌数据库”

并融合人工智能技术打造虚拟传播空间, 可借鉴中国工艺美术馆·中国非物质文化遗产馆于2024年上演“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, 打造的3D Mapping山体光影秀[10]。在桑植已有的“桑植文化遗产数字博物馆”的基础上设立“数字剧场”, 支持多语言实时互动, 用户可上传自己的改编作品。

5.3.3. 推动民歌与文旅深度融合

如当地的景区设立智能导览博物馆, 游客可以在导游的讲解下初步了解桑植民歌, 或通过人工智能技术实现游客“与传承人对话”; 也可以在景点开发专项线路, 配套导览系统实时讲解歌曲背景。

5.4. 从受体出发

传播受体是翻译传播活动的终点, 是译语讯息的接受者和反馈者, 也是评估传播效果的依据。桑植民歌的国际传播需要解决“向谁传播”的问题, 即明确目标受众并实施精准化的传播策略。

5.4.1. 构建国际受众画像, 实施分层传播

基于大数据分析和人工智能算法, 收集并分析国外受众对中国民歌的认知情况、信息获得渠道、文化背景、审美习惯等, 在此基础上详细勾勒出国人受众的画像。群体可分为以下几类, 一是以汉学家、民族音乐学者为主的受众群体, 他们关注桑植民歌的学术价值与艺术特色, 主要以学术期刊、专业论坛及研讨会为媒介, 记录和报道了大量翔实、精确的第一手资料以及众多研究成果。二是对中国文化感兴趣、来到中国的游客或者是仅仅对中国文化有所了解的一般受众, 他们重视歌曲的美学感受与背后的故事性, 喜欢通过社交平台或者文艺演出及展览等渠道, 收到更多具有中国故事性和通俗易懂的内容。三是年轻受众, 该群体热爱流行事物, 倾向新奇的、互动性强的表达形式, 喜欢通过看短视频、玩游戏或是流行音乐去了解或接触优秀传统文化。通过这些群体画像我们就能设计出有针对性的传播方式和内容策略。

5.4.2. 建立跨文化适应性机制

来自不同文化背景的受众对同一文化产品的理解方式和接受程度存在显著差异。将民歌中的地方文化符号转化为国际受众更容易理解的通用文化符号；在保持民歌本质特色的前提下，适当调整表现形式以适应国际受众的审美习惯；根据目标受众的文化特点，设计他们熟悉且乐于参与的互动方式。通过这些跨文化适应性机制，能够显著降低桑植民歌的国际传播障碍，提高传播效果。

6. 局限性与展望

数智化技术为非物质文化遗产的国际传播带来了前所未有的机遇，但也伴随着潜在的文化风险与伦理挑战，需要在实践探索中保持审慎。首先，技术过度介入可能导致文化“失真”。算法的偏好推荐、为适应平台规则而进行的过度改编，可能会削弱桑植民歌的原真性与文化深度，使其流于浅层的娱乐化产品。其次，数据应用存在隐私与伦理边界。在构建受众画像和进行精准推送时，如何合法、合规地收集与使用数据，保护用户隐私，是需要严格遵守的底线。最后，数字鸿沟问题依然存在。过于依赖高端数智平台和技术的传播策略，可能会将那些数字接入能力有限的地区和群体排除在外，反而限制了文化的普遍可达性。针对上述局限与挑战，未来的研究与实践可朝以下方向努力。一是倡导“有温度的数智化”，在利用技术提升传播效率的同时，建立由学者、传承人、译者组成的文化内容审核机制，确保核心文化价值的准确传达。二是探索“包容性设计”，在开发数字传播产品时，考虑不同地区受众的技术条件，提供多层次、可选择的接触方式，如轻量级网页、广播合作等。三是加强跨学科研究，特别需要引入数字伦理、媒介批判理论等视角，对非遗数智化传播的长期文化影响进行跟踪评估。桑植民歌的国际传播路径探索，正是在不断平衡技术赋能与文化保真、全球触达与本土深植、创新表达与传统内核的过程中向前推进。

7. 结束语

桑植民歌作为承载民族记忆和地域文化的非遗瑰宝，其国际传播是中华文化国际交流的关键一环。当前诸如主体单一、译者缺乏、媒介低效、受众模糊等等困境，制约着桑植民歌的国际传播。本文以翻译传播学为理论框架，着重分析主体、译者、媒介和受众四个维度，借助数智化技术，应对这些挑战的可能路径。在桑植民歌的国际传播中，主体不局限于群体和组织，可借力平台走向多元化；译者不仅需要优秀的跨文化阐释能力，还需要熟练运用数字技术以开展人机协作。依托人工智能技术，结合线上虚拟平台和线下文旅融合来开辟媒介新路径。通过大数据分析，获得国际受众清晰画像，有助于实现双向反馈。数智化技术与翻译传播的有机结合，为桑植民歌的国际传播提供了一个清晰的路径，其经验与反思也为我国其余非物质文化遗产的国际传播提供新的思路与借鉴。

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] Leshkevich, A. (2025) Intangible Cultural Heritage of Belarus and Polish in the Media—Analysis on the Example of the “Koniki” Rite in Dawyd-Haradek and “Walking with a Goat” in Kujawy. *Belarusian Studies*, **18**, 73-92. <https://doi.org/10.17951/sb.2024.18.73-92>
- [2] Mantzou, P., Bitsikas, X. and Floros, A. (2023) Enriching Cultural Heritage through the Integration of Art and Digital Technologies. *Social Sciences*, **12**, Article No. 594. <https://doi.org/10.3390/socsci12110594>
- [3] 闫桥, 陈昌凤. 数智化融合: 逻辑、特征与未来战略[J]. 青年记者, 2023(19): 9-12+17.
- [4] 尹飞舟, 余承法. 翻译传播学论纲[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2020, 44(5): 170-176.

- [5] 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.
- [6] 胡礼群, 汤敬安. 基于跨文化视角的桑植民歌英译研究[J]. 海外英语, 2023(1): 27-29.
- [7] 聂卫华. 传播媒介影响下的桑植民歌变迁研究[J]. 文艺争鸣, 2020(11): 196-200.
- [8] 唐李晗, 罗帅. 民歌潮音探索出圈密码, 让世界听见桑植声音[EB/OL]. 2024-09-29. <http://hn.people.com.cn/n2/2024/0929/c356888-40994311.html>, 2025-05-06.
- [9] 王建. 短视频的传播特点及影响——以抖音 APP 为例[J]. 青年记者, 2019(2): 92-93.
- [10] 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.