非遗外宣中语言服务与平台运营研究

冉羽聃　任宏佳　王红丽　吴雪娇　李志鹏
东北林业大学外国语学院　黑龙江哈尔滨　150040

摘　要：本文探讨语言服务在非物质文化遗产（非遗）外宣中的作用，分析新媒体平台运营经验与跨文化传播策略。研究指出，非遗外宣面临文化差异、语言障碍及传播渠道局限等挑战，而精准的语言服务结合新媒体平台可有效提升其国际传播效果。研究基于非遗翻译现状，指出当前非遗翻译存在错译、漏译及文化内涵传达不准确等问题，强调优化语言服务与借鉴平台运营策略的重要性，旨在为非遗文化的国际传播提供理论支持与实践指导。

关键词：非遗；外宣；语言服务；平台运营

非物质文化遗产是人类文明的重要组成部分，承载着丰富的历史记忆与文化内涵，是民族文化认同和自信的重要基石。在全球化背景下，非遗外宣对提升国家文化软实力和促进国际文化交流意义重大，但面临着文化差异、语言障碍和传播渠道局限等挑战。语言服务作为跨文化交流的关键环节，通过精准翻译与文化解读，能够打破语言壁垒，促进非遗的国际传播。

随着数字技术发展，新媒体平台如抖音、小红书、微博、哔哩哔哩、今日头条等为非遗传播提供了新契机。这些平台用户群体广泛、传播速度快、互动性强，能有效提升非遗文化的可见度与影响力。例如，李子柒通过新媒体展示中国传统乡村生活与非遗技艺，吸引了全球数亿观众，成为非遗外宣的成功案例。这表明，新媒体平台与语言服务的结合，能让非遗文化在国际舞台上焕发生机。

本文旨在探讨语言服务在非遗外宣中的作用，总结新媒体平台运营经验，分析跨文化传播策略，为非遗文化的国际传播提供理论支持与实践指导。根据《2023 中国翻译及语言服务行业发展报告》，当前非遗翻译存在错译、漏译及文化内涵传达不准确等问题，严重影响传播效果。因此，优化语言服务与借鉴平台运营策略，提升非遗外宣质量，具有重要的现实意义。

1. 非遗外宣中的语言服务现状

1.1 翻译质量参差不齐

非遗外宣材料因其专业性和独特性，对翻译质量提出了严格要求。然而，当前众多语言服务平台在非遗翻译领域存在明显短板。部分平台过于依赖直译，忽略了文化背景与语境的传递，导致译文生硬且难以理解。还有一些平台则过度意译，虽传达了基本意思，却丧失了原文的文化精髓。例如，越剧《西厢记》中的“崔相国”，若直译为“Cui Xiangguo”，易被误认作人名，实际上“相国”乃官职名称，源自春秋时期晋国，后成为秦及汉朝大臣的最高职务。所以应意译为“Chancellor”，以传达其职责与地位。

1.2 文化内涵传达缺失

非遗的魅力在于其深厚的文化内涵与历史底蕴。然而，当前许多语言服务平台在非遗外宣中忽视了这一点，仅注重表面展示，导致外国受众仅能看到其“形”，而无法领略其“神”。以东北秧歌为例，若将“扭秧歌”译为“do the yangko dance”，则无法传达其“扭”的动态美感。因此，译者需在两种文化间寻求意义或形式对等，以促进非遗的国际推广。

1.3 受众反馈机制不完善

受众是非遗外宣的最终接受者，其反馈对评估语言服务平台效果至关重要。然而，当前众多平台在受众反馈机制方面存在不足。部分平台缺乏有效反馈渠道，导致受众意见无法及时传达。另一些平台虽设置了反馈渠道，却未能及时处理和回应受众反馈，导致受众满意度和参与度不高，进而影响非遗的国际传播效果。

2. 平台运营与语言服务经验

为了深入探究新媒体平台的运作机制，并优化语言服务以促进非遗的国际传播，我们精心策划了一系列与非遗相关的图文及视频内容，在抖音、微博、哔哩哔哩、小红书、今日头条等平台发布。经过两个月的流量监测与数据分析，我们发现各平台表现差异显著：抖音最高播放量达 1075 次，

微博最高阅读量 1637 次，哔哩哔哩最高播放量 65 次，小红书浏览量峰值 129 次，今日头条展现量最高 3954 次。用户群体方面，抖音、小红书、哔哩哔哩及微博以青少年为主，而今日头条则倾向于中老年用户，且用户活跃度与粘性相对较低。这些结果表明，需根据平台特性和受众特征制定差异化传播策略。运营中还面临推送机制、创作激励和社群文化的挑战，需因地制宜调整内容和运营方式。

在总结实践经验时，我们亦需广泛汲取媒体平台运营的成功案例作为参考借鉴。以李子柒为例，她的短视频在国内外平台影响力显著，成为了展现中国故事、弘扬中国文化的典范之作。深入分析其运营模式，不难发现，她充分利用技术手段，不断提升内容质量，这是其能够赢得广泛社会认可与巨大影响力的关键因素所在。她运用现代化技术手段，用影像美学营造东方禅意意境，增强吸引力和转发率。另外，她将新媒体与传统媒体结合，以个人为主体传播，拉近与受众的距离，减少文化隔阂，更有利于进行文化传播。李子柒的案例为外宣和平台运营提供了宝贵经验。

3. 内容创作与文化内涵传达

3.1 翻译策略在非遗外宣内容创作中的应用

（1）平衡精确性与可读性：翻译非遗相关内容时，译者需在忠实于原文文化内涵的同时，兼顾目标受众的语言习惯，采用直译、意译、归化等技巧，确保译文既准确又易读。（2）文化适应性翻译：非遗包含丰富文化元素，译者应根据目标文化的接受度，适当调整难以理解的概念，使其更易被接受。（3）注释与补充信息：必要时，译者可通过添加注释或补充信息，帮助受众理解非遗背景和深层含义，减少文化差异带来的理解障碍。

3.2 文化背景介绍在非遗外宣中的应用与作用

在非遗外宣内容创作中，可采用讲故事、案例分析、历史回顾等方式介绍非遗的文化背景，并借助图片、视频、音频等多媒体手段直观展示非遗魅力。其作用有：

（1）建立文化桥梁：通过介绍非遗的历史、地理和社会背景，帮助受众建立基本认识，减少文化隔阂。（2）增强文化吸引力：讲述非遗背后的故事，激发受众兴趣，提升非遗文化的吸引力。（3）促进文化认同：深入浅出地介绍文化背景，帮助受众更好地理解并认同非遗的文化价值。

在非遗外宣中，翻译策略与文化背景介绍相辅相成，只有有机结合，才能有效传达非遗内涵，推动其在全球范围内的传播与认可。

4. 用户互动与反馈机制设计

随着数字化技术的发展，短视频平台已成为非遗国际传播的重要媒介。非遗外宣短视频凭借直观性和高效传播性，突破了传统传播模式的时空局限，但目前仍存在单向传播、互动不足的问题。本项目在抖音短视频平台上的点赞与评论比例约为 1.88，反映出用户互动的不足。对此，我们总结并设计了用户互动机制模型，通过系统化互动设计提升传播效果和用户参与度。

4.1 模型名称

双向循环互动模型

4.2 模型结构

（1）内容输出①故事化叙事：将非遗融入生活场景，增强情感共鸣。②视觉化呈现：运用特效剪辑等技术提升观赏性。③文化融合：结合现代元素吸引年轻受众。

（2）用户互动①评论区互动：设置开放性话题，及时回复评论。②私信沟通：提供非遗知识答疑，征集用户故事。③直播互动：设置投票、抽奖等环节提升参与感。④挑战活动：发起非遗主题挑战，鼓励用户创作分享。

（3）反馈收集①数据化分析：收集点赞、评论数据，利用情感分析工具识别情绪倾向。②用户调研：通过问卷或私信了解满意度和改进建议。③社群观察：监测用户社群讨论，捕捉潜在需求。

（4）内容优化①内容形式优化：根据用户偏好调整视频时长、叙事风格和视觉呈现。②文化表达优化：结合反馈调整文化表达方式，避免误解和疏离感。

该模型通过内容输出、用户互动、反馈收集和内容优化的闭环设计，有效提升了非遗文化的传播效果和用户参与度。未来可结合 AI 技术进一步优化互动效率，推动非遗外宣的发展。

5. 数据分析与平台优化

5.1 数据分析概述

通过对进行非遗外宣的平台的用户数据、内容数据和行为数据进行分析，得到以下关键指标：（1）用户活跃度：包括访问量、注册用户数、活跃用户数等。（2）内容表现：涉及阅读量、分享量、点赞量等。（3）用户留存率：反映用户在平台上的持续活跃情况。（4）转化率：用户从浏览到参与互动的比例。

5.2 数据分析发现的问题

（1）用户活跃度不高：日活跃用户数低于预期，用户粘性不足。（2）内容吸引力不足：部分阅读量、分享量较低，未能有效吸引用户。（3）用户留存率较低：新用户注册后短期内流失严重。（4）转化率偏低：用户互动行为少，参与度低。

5.3 后期运营改进方法

（1）优化内容策略：根据用户行为数据，调整内容类型和发布频率，增加优质内容，提升吸引力。（2）提升用户体验：简化操作流程，优化页面布局，提高加载速度。（3）加强用户互动：举办线上活动、设立互动话题，激发用户热情，提高活跃度和留存率。（4）个性化推荐：利用大数据为用户推荐个性化内容，提升满意度和转化率。（5）多渠道宣传：结合社交媒体和合作伙伴，扩大平台知名度和影响力。

通过以上改进，可有效提升非遗外宣平台运营效果，促进非遗文化传播。

6. 跨文化传播策略

在全球化语境中，非遗外宣面临文化差异带来的传播障碍，不同文化背景的受众对非遗文化的理解与接受程度存在差异，因此需要采取针对性的传播策略。首先，充分介绍文化背景是跨文化传播的基础。通过深入解读非遗的历史渊源、社会功能与文化内涵，帮助受众建立文化认知框架。例如，在介绍中国传统剪纸艺术时，不仅要展示其技艺，还需阐释其在节日庆典中的象征意义及与民间信仰的关联。其次，优化翻译策略是关键。非遗文化中包含大量文化专有项与民族特色词汇，直译难以传达其深层含义。因此，翻译应采用归化与异化相结合的方法：归化翻译便于目标语言受众理解，异化翻译则保留非遗文化的独特性与异质性，增强吸引力。例如，翻译“皮影戏”时，可采用“Shadow Play”这一归化译名，并在注释中介绍其表演形式与文化价值。此外，多媒体与多渠道传播策略能有效提升传播效果。结合短视频、直播等形式，非遗文化能以更生动直观的方式呈现给全球受众。例如，“中国文化年”在法国的活动中，通过展览、演出、讲座等多种形式，结合当地媒体与社交平台推广，成功吸引了大量观众。这表明，跨文化传播策略应注重文化适应性与传播多样性，以满足不同文化背景受众的需求。

综上所述，跨文化传播策略应从文化背景介绍、翻译策略优化以及多媒体多渠道传播三个方面入手，以提升非遗文化的国际传播效果。通过这些策略的实施，非遗文化能够在跨文化语境中更好地展现其独特魅力，促进不同文化之间的交流与理解。

7. 利用平台进行语言服务非遗外宣中的问题与挑战

7.1 文化误解与翻译错误

文化误解和翻译错误是非遗外宣的重要制约因素。文化误解常源于对非遗内涵的片面解读或简化，例如在短视频中，非遗常被简单标签化为“传统手工艺”，忽视其深厚的历史和文化内涵。翻译方面，专业术语和文化特色导致信息不对等、错译或漏译。如“非遗技艺面食”被误译为“Non-heritage skill pasta”，“象山竹根雕”中的“返璞归真”若直译为“Return to simplicity and truth”易引发误解，应译为：“Xiangshan bamboo-root carving breaks away from traditional material selection, utilizing roots and tendrils. This demonstrates the charm of straightforward material choice, transforming bamboo roots from ordinary to extraordinary.”

7.2 用户流失

在非遗外宣中，用户流失问题不容忽视。以抖音为例，非遗内容受众有限，部分短视频虽制作精美，但缺乏创新和互动性，难以吸引用户。此外，非遗内容的专业性和文化性对普通用户存在理解门槛，也导致用户流失。

7.3 成因分析

上述问题的成因主要包括：一是对非遗文化内涵的挖掘和呈现不够深入；二是翻译和传播策略不够精准；三是传播方式缺乏创新和互动性。

7.4 解决方法

（1）深化非遗文化内涵的挖掘与解读，避免片面化和标签化，同时提升观众参与感和互动性，增强信息传递效果。（2）优化翻译策略，确保专业术语精准并兼顾文化语境，遵循“外宣三贴近原则”，以目的语为依归，考虑读者表达习惯，实现信息传递最大化。（3）创新传播模式，运用 VR/AR 技术打造沉浸式体验，融入互动元素，吸引并留住用户。

8. 平台运营的可持续发展策略

非遗短视频的可持续发展对非遗文化的传承与推广至关重要，需从内容创新、用户增长、传播路径等维度制定系统化运营策略。

8.1 注重内容打造，提升文化价值

（1）深度挖掘非遗故事与精神：非遗不仅是技艺展示，

更是历史与文化的传承。应深入挖掘非遗背后的故事，如传承人的经历和技艺渊源，增强内容的感染力。（2）创新表达形式：尝试多样化内容形式，结合服装、美食、手工等元素，制作动画或微电影，以生动直观的方式呈现非遗文化，增强吸引力。

8.2 拓展交流范围，提升用户情感

（1）线上线下联动：结合线上主题活动与线下展览、工作坊，形成联动效应。通过直播带货、非遗市集等形式，推动非遗市场化发展，打造独特品牌。（2）强化社交属性：通过评论、分享、社群互动等方式，吸引用户参与非遗传播。建立爱好者社群，举办线上交流活动，增强用户归属感。设置知识问答、互动投票等，提升用户黏性。

8.3 探索多元化传播路径，提升国际传播效能

注重国际化传播，通过多语言字幕和跨文化叙事，向全球推广非遗文化。抓住外国用户入驻平台的机遇，制作英文版短视频，提升中国文化国际影响力。

9. 结论

在全球化背景下，非遗对外传播意义重大，它有助于提升中国国际形象、增强国际话语权，为全球问题提供中国智慧，彰显文化软实力。然而，非遗传播面临诸多挑战，如翻译市场对专业人才的高需求、翻译人才学历化趋势以及多语种能力需求增长等。当前，非遗语言服务在翻译精准度、文化内涵传达和受众反馈机制方面存在不足，暴露出其在国际传播中的局限性。

通过实践探索，我们在非遗传播与平台运营方面积累了经验，涉及内容创作、用户互动和数据分析等维度，并深刻认识到语言服务在传递文化精髓、用户互动价值以及反馈促进内容优化等方面的重要性。基于数据分析和传播效果评估，我们制定了平台优化策略，研究了跨文化语境下的有效传播策略，剖析了文化误解、翻译准确性、用户流失等问题的成因，并提出解决方案。同时，我们探讨了非遗平台的可持续发展策略，包括内容创新、用户增长等。

未来，我们在利用平台进行非遗外宣时将强化语言服务精准度，深化跨文化理解，创新内容形式，优化用户体验，构建多元化互动机制，并借助数智化技术实现精准推送与个性化服务，推动非遗文化走向世界，促进平台长期繁荣发展。

参考文献：

[1] 王颖 . 近十年来非物质文化遗产外宣翻译现状与对策探析 [J]. 兰州工业学院学报 ,2022,29(03):120-123.

[2] 李志丹 . 河南外宣语言服务的现状、原则及对策 [J]. 漯河职业技术学院学报 ,2020,19(04):71-74.

[3] 鞠倩 . 文旅融合视角下黑龙江省非遗外宣现状及路径探究 [J]. 新楚文化 ,2023,(28):94-96.

[4] 傅蝉妮 , 马玥 , 刘心怡 , 等 . 从李子柒系列短视频探索中华优秀传统文化传播的有效途径 [J]. 广西科技师范学院学报 ,2022,37(01):80-85.

[5] 冯莹莹 . 跨文化语境下非物质文化遗产外宣翻译及对外传播策略 [J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报 ,2023,14(05):152-155.

[6] 彭慧 , 秦枫 . 互动仪式链视角下非遗短视频用户互动研究——以抖音“非遗合伙人”为例 [J]. 未来传播 ,2021,28(03):84-90.

[7] 时璇 . 扩维与失焦：传播仪式观视域下非遗短视频数字化互动效果研究 [J]. 东南传播 ,2024,(10):102-106.

[8] 廖丁莹 , 张琴琴 . 互动仪式链视域下抖音非遗短视频传播优化策略研究 [J]. 新闻研究导刊 ,2024,15(16):95-98.

[9] 汤天甜 , 雷晨雨 . 国家文化数字化战略背景下非遗短视频的情感互动与价值耦合 [J]. 视听界 ,2024,(02):12-17.

[10] 陈芳蓉 . 文化多样性与非物质文化遗产的译介 [J]. 浙江师范大学学报 (社会科学版),2013,38(03):64-69.

[11] 李宇明 . 语言服务与语言产业 [J]. 东方翻译 ,2016,(04):4-8.

[12] 徐倩 , 马慧 . 目的论视角下非物质文化遗产外宣翻译策略探究 [J]. 济宁学院学报 ,2023,44(02):52-57.

[13] 张洁 . 非物质文化遗产外宣翻译策略探析 [J]. 辽宁高职学报 ,2017,19(03):103-105.

[14] 刘梦琴 . 非遗短视频的传播困境与应对之策 [J]. 西部广播电视 ,2024,45(12):117-120.

[15] 周烜 , 王文斌 . 非遗短视频国际传播叙事模式与话语体系建构 [J]. 中国出版 ,2024,(11):40-43.

[16] 王同明 . “互联网 +”视域下河北非遗短视频传播发展研究 [J]. 中国民族博览 ,2024,(09):53-55.

基金项目：

东北林业大学大学生省级创新训练计划项目资助《文旅热潮下的非遗译介创新研究—数智化语言服务平台助力非遗外宣》；项目编号：S202410225019。