

# 非遗外宣语言服务平台模型搭建理论方案

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：**本文旨在构建一个专门针对非物质文化遗产外宣的语言服务平台模型，结合非遗文化的特殊性，解决现有翻译平台在非遗传译中的不足，如错译、漏译及文化背景缺失等问题。通过体系化、个性化与国际化的语言服务，提升非遗文化的国际影响力，探索非遗与现代科技的深度融合，为全球非遗保护与传承贡献中国智慧。

**关键词：**非遗；外宣；语言服务；平台模型；理论

**DOI:**10.69979/3041-0673.25.03.077

## 1 引言

### 1.1 研究背景

非物质文化遗产作为人类文明的瑰宝，承载着丰富的历史与文化内涵，是民族文化认同和自信的重要基石。在全球化背景下，非遗的保护与传承不仅需要政策支持，更需借助现代科技手段实现国际化传播。近年来，随着文旅产业的蓬勃发展，非遗文化作为特色旅游资源的地位日益凸显，其外宣翻译与传播工作面临着前所未有的机遇与挑战。

### 1.2 研究意义

本研究致力于构建一个体系化、个性化与国际化的非遗语言服务平台模型，以满足不同用户群体的多元化需求。该平台将非遗保护翻译与数字化外宣相结合，通过精准的语言服务提升非遗文化的国际影响力和“可见度”，为全球非遗保护与传承贡献中国智慧。此外，研究将探索非遗文化与现代科技的深度融合模式，为非遗文化的可持续发展提供理论支持与实践路径。

### 1.3 研究目的

近年来，语言服务平台在跨文化传播中发挥着重要作用。但现有平台在非遗传译方面存在诸多不足，如错译、漏译及文化背景缺失等问题。因此，搭建一个专门针对非遗文化的语言服务平台模型具有重要的现实意义。该平台不仅能够提供精准的翻译服务，还能通过多语种支持和文化背景注释，促进非遗文化的国际传播。

## 2 平台模型的理论基础

本部分探讨平台模型的理论基础，包括语言服务理论、跨文化传播理论和用户体验理论。这些理论在平台搭建中相互作用，指导模型设计与优化。

### 2.1 语言服务理论

强调语言在信息传递中的桥梁作用，指导平台关注用户语言需求，提供精准服务。例如，Netflix 通过字幕和配音选项满足不同语言用户的需求，显著提升了观看体验。

### 2.2 跨文化传播理论

探讨跨文化背景下的信息传播，帮助平台尊重多元文化，促进文化广泛传播。例如，Airbnb 通过本地化住宿体验，推动旅游业多元化，加深用户对异文化的理解。

### 2.3 用户体验理论

该理论关注用户在使用产品或服务时的感受和满意度，指导平台优化设计，提升互动质量。例如，Apple Inc. 以用户为中心的设计理念，通过不断迭代产品和服务，赢得了全球用户的青睐。

综上所述，语言服务理论、跨文化传播理论和用户体验理论在平台模型中相互交织、相互促进。在“文化+科技”模式下，这些理论的应用有助于构建高效、包容且用户友好的平台。

## 3 平台模型功能模块设计

本平台以非遗文化对外传播为导向，融合机器翻译、语音处理、知识图谱等前沿技术，构建六大核心功能模块，旨在解决非遗外宣翻译中的文化语义传递难题，助力非遗外宣。

### 3.1 实时翻译模块

采用神经机器翻译（NMT）技术，集成 Transformer 架构与注意力机制，针对非遗术语构建专业语料库。融合机器翻译与人工翻译，创新性引入用户互助翻译功能，确保文化信息的准确传递。

### 3.2 语音转换模块

设计分层处理架构，前端部署基于深度学习的 ASR

语音识别系统，后端对接 TTS 语音合成引擎。针对非遗中的方言（如戏曲中的吴语），开发方言语音识别模型，支持方言实时转换，消除方言障碍。

### 3.3 文化背景注释模块

构建动态语义网络，通过命名实体识别技术自动标注非遗文本中的文化元素。采用三级注释体系：基础释义层（概念定义）、关联知识层（历史渊源）、活态应用层（当代价值）。

### 3.4 文化解读模块

引入专家系统架构，整合人类学研究成果与传承人口述资料。采用知识蒸馏技术生成可解释性强的文化分析报告，支持多维度文化解读。

### 3.5 多语种支持模块

突破传统翻译平台的语言局限性，集成全球主要语言及部分濒危语言的语料资源，构建多语言平行语料库。采用跨语言迁移技术，实现非遗文化的跨语言传播，提升平台国际化程度。

### 3.6 用户互动模块

设计多维度用户互动社区，结合 UGC（用户生成内容）与 PGC（专业生成内容）。平台定期发布非遗多语言宣传图文及视频，用户可通过评论、点赞、分享等方式互动，传承人及其他用户可上传原创作品，形成动态非遗语料库。此外，非遗传承人账户与 AI 技术深度融合，构建基于 NLP 的智能对话系统，用户可与 AI 非遗传承人实时对话，获取个性化非遗文化解读与咨询服务。

## 4 平台模型的用户需求分析与个性化服务

### 4.1 用户需求深度剖析

非遗传承人希望展示技艺、传承文化；研究者需要丰富的非遗资料；爱好者期待获取知识和互动体验；国际用户则需要多语言服务和国际化交流平台

### 4.2 非遗语言个性化服务策略

#### 4.2.1 非遗传承人服务

（1）术语翻译与字幕定制：提供专业术语翻译及宣传视频字幕定制，助力国际传播。

（2）社交媒体支持：协助建立国际社交媒体账号，提升知名度。

#### 4.2.2 研究者服务

（1）文献翻译与资料库：提供文献翻译、构建研究资料库，助力学术研究。

（2）学术交流平台：组织线上研讨会，推动非遗

研究发展。

#### 4.2.3 爱好者体验服务

（1）文化体验活动：推广非遗体验活动，满足参与需求。

（2）社区建设与内容推送：建立互动专区，定期推送非遗相关内容。

#### 4.2.4 国际用户拓展服务

（1）多语种界面优化：提供多语种界面与内容，确保易用性。

（2）非遗专题与旅游融合：策划非遗专题，整合旅游线路，提供文旅融合体验。

#### 4.2.5 专业工具库建设与优化

##### 1 构建非遗多语种术语库

广泛搜集非遗领域专业术语，确保多语种翻译准确且符合文化背景。科学分类编码，建立术语关联，便于快速检索和使用。

##### 2 应用翻译记忆库

采用智能匹配算法和自动对齐工具等技术，提高存储和复用效率，严格质量控制，并建立反馈机制持续优化。

##### 3 扩充非遗知识语言库

构建涵盖非遗知识的语言库，收录常用表达、成语、俗语等，配备语境模拟功能，帮助翻译人员理解术语和表达方式。

##### 4 建立易错翻译案例库

系统性搜集典型错误案例（误译、漏译、文化误解等），分析原因并提供解决方案，避免类似错误再次发生。

综上所述，平台需满足传承人、研究者、爱好者及国际用户的不同需求，提供个性化服务，并加强专业工具库建设，确保非遗的有效传承。

## 5 平台模型的翻译质量保障机制

在构建非物质文化遗产语言服务平台模型的过程中，精准传达文化内涵至关重要。鉴于不同种群、民族及地域间的文化差异，翻译过程中文化内涵的精确传达常面临模糊性问题。特别是文化内涵词，其翻译易产生两种障碍：一是原语词义内涵超出译入语词汇承载范畴，引发欠额翻译；二是译者不当添加额外信息于原词本义之外，导致超额翻译。因此，非遗语言服务平台在构建初期需确立科学合理的翻译策略。具体而言，平台翻译实践应遵循直译与意译相结合的原则，在确保语言准确性基础上，有效传达文化精髓，推动中华优秀传统文化

国际传播。同时,平台应引入文化适应性翻译策略,审慎运用归化与异化手法,确保译文既尊重并保留原文化独特性,又符合目标语言读者文化背景与认知习惯,实现文化信息有效沟通。为辅助读者深入理解非遗文化内涵,平台设计应注重文化背景信息嵌入,包括非遗项目历史渊源、地域特色、象征意义等详尽介绍。此外,平台应采用多媒体形式(如图文并茂、视频展示等)丰富文化信息呈现方式,增强用户沉浸体验与理解深度,促进非遗文化广泛传播与深入交流。

为精准表达文化内涵、提升平台声誉及凸显平台特色,非遗语言服务平台模型还需构建完善的翻译质量保障机制。平台应采取技术手段与人工审核相结合模式,确保翻译质量。技术手段方面,平台可利用自然语言处理(Natural Language Processing, NLP)技术辅助翻译,提高效率,并引入机器翻译译后编辑(Machine Translation Post-editing, MTPE)模式,结合人工智能与人工智慧,优化翻译质量。自然语言处理(NLP)技术为研究复杂特征集和合一语法、语言学研究中的词汇主义、语料库方法和统计语言模型做出了巨大贡献。而单纯机器翻译的质量还远远无法与专业人工翻译相提并论。作为平衡翻译效率和质量的一种手段,MTPE 已经成为语言服务行业中的一种新型有效的生产模式并逐渐得到广泛应用。人工审核方面,平台应设立严格翻译质量审核流程,包括初审、复审和终审,并强调专家参与,确保翻译内容文化准确性与语言地道性。此外,平台还需构建翻译质量评估标准与改进机制,参考 ISO 17100 等国际翻译质量标准,制定平台翻译质量评估体系,综合考虑翻译准确性、流畅性、文化适应性及用户满意度。同时,设立用户反馈机制,定期收集并分析用户对翻译质量的评价,根据反馈结果不断优化翻译流程和策略,提升翻译质量。

## 6 平台模型的跨文化传播策略

在跨文化传播中,语言服务平台不仅是信息传递的工具,更是文化内涵的载体。本研究分析了非遗语言服务平台模型如何通过语言服务促进非遗外宣。通过借鉴故宫博物院的非遗文化传播策略,提出基于平台的跨文化传播策略,包括文化背景注释、互动反馈机制和个性化推送。

非遗文化的国际传播受文化差异制约。文化多样性是非遗译介的重要背景,但文化差异易导致信息误解。因此,平台模型需要通过文化背景注释,帮助用户理解非遗文化的核心价值和独特性。例如,“中国文化网”

在非遗翻译实践中添加文化注释和背景介绍,有效提升了信息的可理解性。此外,互送反馈机制可增强用户参与感,平台设置评论区、问答区和直播互动等模块,通过与用户的实时互动及时获取反馈,优化传播内容和方式。同时,定期举办线上文化交流活动,邀请非遗传承人与国际用户进行交流,进一步促进文化传播。最后,个性化推送策略依据用户兴趣和文化背景精准推荐非遗内容,提升用户参与度和传播效果。

综上,非遗语言服务平台模型的跨文化传播策略应综合考虑文化差异、传播效果和用户需求,通过技术手段和内容优化,实现非遗外宣。

## 7 平台模型的运营与推广策略

### 7.1 内容运营策略

7.1.1 差异化内容生产:建立“PGC+UGC+OGC”协同创作机制。联合非遗传承人、专家生产专业内容(PGC),鼓励用户分享体验(UGC),与政府机构合作开发官方内容(OGC)。通过内容分级,满足不同用户需求。

7.1.2 智能化内容推送:利用数据分析和 AI 技术,构建精准推荐系统。基于用户数据(如浏览历史等)及时间、地域维度,推送个性化非遗内容,提升信息获取效率和体验。

7.1.3 IP 化内容运营:打造平台专属文化 IP,开发系列化、主题化内容产品。如非遗旅游地图、文创产品等。

### 7.2 用户运营策略

7.2.1 分层用户运营:建立用户画像系统,将用户分为传承人、研究者、普通大众等群体,提供个性化服务。为传承人开发专属工具包,为研究者提供数据支持,为大众设计轻量化应用。

7.2.2 社群化运营:借鉴小红书模式,构建垂直兴趣社群。通过话题讨论增强用户粘性。设立“非遗外宣大使”认证体系,激励用户共创内容。

7.2.3 数据与反馈驱动运营:搭建用户行为分析系统,实时监测内容传播效果和用户活跃度。设立人工客服,基于反馈优化服务。

### 7.3 推广策略

7.3.1 跨界合作推广:与教育机构合作开发非遗语言课程,与旅游平台联合推出文化体验线路,与文创品牌合作开发衍生品,拓展应用场景。

7.3.2 事件营销推广:策划“非遗语言日”“非遗翻译挑战赛”等活动,邀请文化名人担任推广大使,提



升品牌影响力。

7.3.3 精准投放推广：基于用户画像进行精准广告投放，在抖音、小红书等平台开展定向推广。

7.3.4 国际化推广：与海外文化机构合作，举办非遗语言国际论坛，开发多语言版本平台，推动非遗文化走向世界。

## 7.4 策略实施保障

7.4.1 团队建设：组建专业化运营团队，包括内容策划、用户运营、数据分析等专业人员。

7.4.2 资源整合：建立非遗翻译语料库、传承人资源库、专家智库，与相关机构建立战略合作关系。

7.4.3 资金支持：争取政府文化项目资助，探索商业化运营模式，确保平台可持续发展。

## 8 数据分析与平台模型优化

数据分析对非遗外宣语言服务平台模型的优化至关重要。借鉴小红书的成功经验，非遗平台模型应通过用户行为分析、内容传播评估和平台优化策略，满足用户多元需求，创新内容形式，推动非遗国际传播。

### 8.1 用户行为深度剖析

8.1.1 用户画像构建：整合注册资料、浏览轨迹、互动行为等数据，构建精准用户画像，实现个性化服务。

8.1.2 行为路径动态追踪：实时监测用户行为路径，识别关键流失节点，优化页面布局，降低用户流失率。

8.1.3 互动行为量化分析：化点赞、评论、分享等行为，评估用户兴趣，调整推送内容，实现精准匹配。

### 8.2 内容传播效应评估

内容传播效应的量化评估是衡量平台内容质量的关键指标，具体策略包括：

8.2.1 内容热度评估：统计浏览量、点赞量、评论量等数据，评估内容受欢迎程度，加大热门内容推广力度。

8.2.2 内容多样性评估：富文化元素和呈现形式（如图文、视频等），提升内容多样性，吸引更多用户。

### 8.3 平台优化策略

8.3.1 结合用户画像与行为路径数据，优化个性化推荐算法，提供精准内容推荐。

8.3.2 针对用户流失节点和互动反馈，升级页面设计与交互体验，提升用户满意度。

8.3.3 根据内容热度与多样性评估结果，调整内容制作计划，确保内容高质量。

## 9 平台模型的可持续发展策略

以哔哩哔哩为例，探讨其可持续发展策略，并提出具体措施。

### 9.1 具体措施

9.1.1 内容生态多元化：从二次元文化拓展至教育、科技、生活等多领域，丰富内容种类，吸引更多用户群体，增强长期吸引力。

9.1.2 用户参与度提升：通过弹幕、评论、投稿等功能，鼓励用户创作和分享，营造社区氛围，提高用户参与度和忠诚度。

9.1.3 技术创新与投入：加大人工智能、大数据分析等技术投入，优化内容推荐算法，提升用户体验。

9.1.4 品牌形象塑造：通过品牌活动（如拜年祭、Bilibili Macro Link 等）塑造年轻、活力的品牌形象，吸引年轻用户。

平台模型的可持续发展需实现内容生态多元化、提升用户参与度、加大技术创新投入和塑造品牌形象。这些措施有助于其在市场竞争中保持竞争力，实现长期稳定发展。

## 10 结论

非遗语言服务平台模型的构建旨在借助现代科技提升非遗文化的国际影响力，满足多元用户需求。其以语言服务、跨文化传播和用户体验理论为基础，实现非遗文化的精准传达与广泛传播。其中，语言服务理论为翻译和语言转换提供框架；跨文化传播理论指导非遗信息在不同文化背景下的有效传递；用户体验理论则确保其易用性和吸引力。这些理论相互融合，共同支撑平台模型的搭建。

其主要功能包括实时翻译、语音转换、文化背景注释、文化解读、多语种支持和用户互动等，围绕非遗文化精准传达和用户便捷体验设计。通过技术与人性化设计，实现了非遗文化的广泛传播和用户的深度参与。针对非遗传承人、研究者、爱好者和国际用户等群体，平台通过个性化推送、专业解读和互动社区等功能，满足其多样化需求。同时，采用技术与人工审核相结合的方式保障翻译质量，并通过翻译质量评估与改进机制，优化翻译流程，提升翻译质量。

在运营策略上，平台注重内容创作、用户互动和用户增长，通过优质内容、丰富互动和有效推广吸引用户，

并利用数据分析优化运营,提升用户体验和平台效益。通过语言服务和跨文化传播策略(如文化背景注释、多语种支持、个性化推送等),进一步增强了非遗文化的国际影响力。

展望未来,该平台应继续加强技术创新,招纳语言、科技、数据等领域的人才,推动平台升级与优化。同时,注重用户增长和品牌建设,通过精准市场定位和有效营销策略提升平台知名度。此外,还需关注文化差异对传播效果的影响,不断优化跨文化传播策略,确保非遗文化在不同文化背景下得到有效传播。

### 参考文献

[1] 续鲁庆. 基于认知理论的用户体验评估模型与产品设计研究[D]. 齐鲁工业大学, 2019.

[2] 张博宇, 刘艺珍. 我国语言服务研究的回顾与展望——基于 CiteSpace 的文献计量分析(2008—2022 年)[J]. 桂林师范高等专科学校学报, 2024, 38(04): 63-71. DOI: 10.16020/j.cnki.cn45-1302/z.2024.04.006.

[3] 屈哨兵. 新时代语言服务研究的三个概念集群[J]. 语言文字应用, 2024, (04): 2-14. DOI: 10.16499/j.cnki.1003-5397.2024.04.001.

[4] 何光凝, 李常谦. 北海旅游语言服务平台的设计与建设[J]. 信息与电脑(理论版), 2023, 35(21): 100-103.

[5] 杨东东, 蒋宇鹏. 基于语料库的语言服务平台建设[J]. 科教导刊(下旬刊), 2016, (31): 143-144+155. DOI: 10.16400/j.cnki.kjdxs.2016.11.069.

[6] 陈嘉言, 任东东, 李文斌, 等. 面向小样本学习的轻量化知识蒸馏[J]. 软件学报, 2024, 35(05): 2414-2429. DOI: 10.13328/j.cnki.jos.006958.

[7] 郑瑶, 夏婷婷. 基于知识图谱的辅助教学问答 AI 助手设计与实现[J]. 信息与电脑(理论版), 2024, 36(02): 235-237.

[8] 章钧津, 田永红, 宋哲煜, 等. 神经机器翻译综述[J]. 计算机工程与应用, 2024, 60(04): 57-74.

[9] 李义辉. 关于民间法对非物质文化遗产保护的思考——以非物质文化遗产传承人为切入点[J]. 原生态民族文化学刊, 2016, 8(04): 63-71.

[10] 崔启亮, 郑丽萌. 语言服务行业发展与学科建设研究——基于京津冀协同发展的语言服务调查[J]. 外语电化教学, 2021, (05): 48-54+7. DOI: 10.20139/j.issn.1001-5795.2021.05.006.

[11] 刘亚峰. 跨境电商平台语言翻译服务的应用研究[J]. 辽宁经济职业技术学院. 辽宁经济管理干部学院学报, 2021, (01): 60-62.

[12] 徐琨. 文化内涵词——翻译中信息传递的障碍及其对策[J]. 解放军外国语学院学报, 2001, (02): 77-81.

[13] 黄昌宁, 张小凤. 自然语言处理技术的三个里程碑[J]. 外语教学与研究, 2002, (03): 180-187+239.

[14] 王华树, 陈涅奥. 中国语言服务企业机器翻译与译后编辑应用调查研究[J]. 北京第二外国语学院学报, 2021, 43(05): 23-37.

[15] 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.

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

[17] 王晓雪. 新媒体时代平台运营与内容编辑的黄金法则[J]. 新闻文化建设, 2024, (05): 85-87.

[18] 汝子报. 新零售模式对非遗传承平台转型升级的启示[J]. 陇东学院学报, 2020, 31(02): 26-31.

[19] 高彬. 口译信息加工模型的构建与研究方法[J]. 外语教学, 2014, 35(06): 110-113. DOI: 10.16362/j.cnki.cn61-1023/h.2014.06.015.

[20] 刘瑞琪. 传媒内容生产的主体多元化研究[D]. 华中农业大学, 2019. DOI: 10.27158/d.cnki.ghznu.2019.000207.

[21] 孙韬. 社会化媒体中提升用户参与度的关键因素研究[D]. 北京大学, 2013.

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。