

大数据赋能乡村非遗双语传播的路径探索——以攸县打铁水技艺为例

聂琦辉, 李佳菲, 周子曼

湖南工商大学 湖南长沙

【摘要】乡村非物质文化遗产的国际传播面临“文化折扣”与“语言壁垒”的双重困境,大数据技术的介入为破解这一困局提供了新的可能。本研究以湖南省非物质文化遗产“攸县打铁水技艺”为研究对象,构建“数据采集—受众分析—策略制定”的研究框架,探索大数据赋能下乡村非遗双语传播的实践路径。研究发现:打铁水技艺的视觉奇观性天然具备跨文化传播优势,但现有传播素材存在文化内涵译介缺失、叙事方式单向度等问题;海外受众的兴趣点集中于“视觉震撼”“技艺难度”“节庆仪式感”三个维度。基于此,本研究提出“分层译介+场景适配”的双语传播策略,为乡村非遗的国际传播提供兼顾理论逻辑与操作性的范式参考。

【关键词】大数据;非物质文化遗产;双语传播;攸县打铁水;跨文化传播

【收稿日期】2026年4月19日

【出刊日期】2026年5月7日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260168

Exploring the path of bilingual dissemination of rural intangible cultural heritage empowered by big data: A case study of Youxian iron-making technique

Qihui Nie, Jiafei Li, Ziman Zhou

Hunan University of Technology and Business, Changsha, Hunan

【Abstract】The international dissemination of rural intangible cultural heritage faces the dual dilemma of “cultural discount” and “language barriers.” The intervention of big data technology provides a new possibility for breaking this predicament. This study takes the Hunan Provincial Intangible Cultural Heritage “Youxian Iron-Making Technique” as the research object, constructs a research framework of “data collection—audience analysis—strategy formulation,” and explores the practical path of bilingual dissemination of rural intangible cultural heritage empowered by big data. The study finds that the visual spectacle of the iron-making technique naturally possesses cross-cultural communication advantages, but existing dissemination materials suffer from problems such as a lack of translation of cultural connotations and a one-dimensional narrative style; overseas audiences’ interests are concentrated in three dimensions: “visual impact,” “technical difficulty,” and “festival ritual.” Based on this, this study proposes a bilingual dissemination strategy of “layered translation + scene adaptation,” providing a paradigm reference that balances theoretical logic and operability for the international dissemination of rural intangible cultural heritage.

【Keywords】Big data; Intangible cultural heritage; Bilingual communication; Youxian iron-making; Cross-cultural communication

引言

非物质文化遗产是民族文化的基因库,也是文明对话的通用语。然而,在中华文化“走出去”的战略语境下,传播资源高度集中于少数“明星级”非遗项目,大量根植于乡土社会的省级、市县级非遗长期处于“养在深闺人未识”的境遇。攸县打铁水技艺正是这一群体的缩影——2013年被列入湖南省第三批省级非物质文化遗产名录^[1],2025年初登央视非遗晚会^[2],技艺本身具备极强的视觉冲击力和节庆感染力,但其国际能见

度与技艺水准严重不匹配。当前,中国非遗在海外传播声量明显不足,尚未有效突破文化圈层^[3]。

近年来,大数据技术开始介入非遗传播领域。上海大学“智传非遗”团队通过分析海外社交媒体近千万条非遗相关数据,揭示出传播主体与受众之间的认知错位^[4];贵州省凯里“村T”项目以草根化表达撬动150亿次网络话题播放,验证了“本土基因+国际表达”模式的可行性^[5];上海外国语大学非遗记译团队连续六年开展多语种非遗传播实践,建立了系统化的译介数据

库^[6]。上述实践表明,大数据能够帮助传播者在内容生产之前精准把握受众需求,实现从“我们想说什么”到“受众想听什么”的范式转换。数字技术为中国非遗对外传播开辟了新路径,发挥大数据分析作用开展个性化推荐和精准营销,已成为提高非遗传播精准度的关键路径^[7]。

本研究以攸县打铁水技艺作为研究对象,试着回答三个问题:第一,属于打铁水技艺本身,其所蕴含的文化内核中,有哪几种要素是可以进行译介,可以被译介的?第二,其海外受众所具有的、对其同类别非遗项目的哪几种特质感兴趣?第三,其传播策略是怎样的?从数据洞察中可以得出来,做好这几种要素之间有何种差异性的、双语性的传播方案。

1 研究设计与方法

本研究采用“数据驱动与人文解读并重”的混合研究设计,构建三阶段研究框架。

第一阶段:技艺文化内涵的多源数据采集。研究者从四个渠道采集基础数据:一是通过攸县文化馆获取非遗申报文本、传承人口述记录等官方档案;二是采集2025年央视非遗晚会打铁水表演片段及相关报道;三是对传承人宁金华、宁喜龙等人的公开采访资料进行整理;四是在抖音、哔哩哔哩等平台采集打铁水相关短视频的用户评论数据。通过多源数据交叉比对,形成对技艺文化内涵的整体把握。

第二阶段:海外受众认知与兴趣分析。鉴于打铁水技艺目前暂未形成海外传播规模,论文采用了“类比分析+标杆对照”的研究方法:将与打铁技艺类别同似的河南确山打铁花、河北蔚县打树花等非遗项目作为对标参考;利用YouTube Data API获取对标参考项目视频的标题标签、视频播放量、评论内容及受众地区分布等数据,并利用Google Trends获取对其相关检索词的热度分析结果。数字时代非遗传承与跨文化传播的实践表明,揭秘不同国家受众的传播偏好差异,是做好非遗项目有效对外传播的突破口。

第三阶段:双语传播策略建构与验证。基于以上两个阶段的结果,从内容生产、平台、译介策略三个角度搭建双语传播的路径,关注译介重点,解决技巧类术语英译的难点,注意译介的可读性和文化可感性。

2 技艺解构:攸县打铁水的文化基因与传播价值

打铁水是一种凝结着工匠精神、节庆民俗与身体技艺的复合型文化事象,其文化基因可从三个维度把握。

技艺的神奇性与视觉冲击力。打铁水的核心魅力

在于“人”与“火”之间的共舞。空手打铁水表演者掬起熔点1200℃至1500℃的铁水抛至上空,一般高度在4至6米左右,铁水抛上空中时就像天女散花,散落地上时就像泼金撒银^[8]。这种“肉身与烈焰”的极限反差,天然具备跨文化传播的视觉语言优势。高风险技艺引发的“敬畏情绪”具有跨文化普遍性,使打铁水在短视频传播时代具备“三秒抓睛”的优势。研究指出,攸县打铁水在过去被作为辟邪、祈求平安的表演形式深受喜爱,但现代面临传承危机,需要多方共同努力方可长久发展^[9]。

民俗基因与情感共鸣点。打铁水起源于明末清初,最初是补锅匠在完工后馈赠主家的祝福仪式,后演化为节庆民俗,寓意“铁水圆圆,团团圆圆”^[1]。国内短视频平台的用户评论分析显示,观众高频提及的情感词汇是“年味”“乡愁”“儿时记忆”——这表明打铁水的传播力不仅来自视觉刺激,更来自其唤醒集体记忆和情感认同的能力。在跨文化传播中,“技艺+仪式+情感”的复合叙事远比单纯的技艺展示更具穿透力。

传承人故事与人文附加值。非遗传播区别于普通文化传播的关键在于“人”的存在。打铁水传承人宁金华继承补锅匠技艺并独创徒手抛洒法,其子宁新义组建团队推动技艺走向专业化,年均演出超百场。传承人身上承载的不仅是技艺,更是一种“在滚烫铁花中来回行走”的敬业精神与生命态度。这种“匠人故事”具有跨文化共情力,超越了具体文化符号,触及人类共同珍视的品质。非遗海外传播研究指出,应构建非遗海外传播共同体,讲述有温度的中国非遗故事^[10]。

3 受众洞察:海外传播的认知地图与机会窗口

在对同类型的非遗项目进行海外传播数据分析的基础上,本研究发现海外受众认知呈现三个特征。

感兴趣的是“视觉奇观”而非“历史深度”。对YouTube的打铁花平台视频进行相应标签词频分析可知,在打铁花相关的众多视频标签中,高频标签有,“amazing”“incredible”“fireworks”“dangerous art”词语等,其中涉及历史年代与地域归属的就显得稀少。高赞评论区以惊叹技艺难度、询问表演原理为主,少有评论进入更深层次的历史渊源中。提醒传播者:对于打铁水的技艺而言首先要向观众强调其视觉震撼性,历史文化类的信息内容可作为“第二层内容”。跨语言文化遗产知识图谱的建立正成为学术前沿,这为本研究所探究的双语化非遗遗产知识地图的构建提供了对标参照。

节庆语境是跨文化传播的最佳切入点。打铁水在原生文化中与中秋、开业、建房等节庆仪式深度绑定^[1],

这一“技艺为仪式服务”逻辑和西方“烟花为庆典助兴”源流的自然映照,利用 Google Trends 可检索到“Chinese traditional fireworks”检索热度在西方新年、中国春节前后呈现规律性高峰,可见海外受众对于“节庆+火艺”的组合持有稳定的组合认知模版,而直接将打铁水定位为“中国传统庆典中的火艺奇观”会减少一定程度的折扣损耗。

短视频平台算法逻辑给非遗“破圈”提供了支点的杠杆,根据其在 TikTok 同类非遗技艺类短视频内容流传的数据来看,长度仅有 15-30 秒的竖版短视频的相关完播率、互动率远超过大长视频部分的,算法自动偏好、高视觉冲击和感染性强的竖版短视频的——打铁水技艺正是具有这样的内容基因,这意味着乡村非遗的国际传播,完全可以借助短视频实现“弯道超车”,一拆解整个表演变成“熔铁一击打一绽放一收势”的叙事弧线便是整个策略的落脚点和执行逻辑。非遗海外传播面临传播主体协同度、传播内容记忆度、传播媒介接受度等现实困境,新兴传播媒介实现了非遗的创造性转化与创新性发展,已成为非遗海外传播的助推器^[10]。

4 策略建构:“分层译介+场景适配”的双语传播路径

综合以上研究,本课题提出了“分层译介+场景适配”的双语传播策略框架,其主要逻辑为:基于渠道和受众特征进行文化信息内容分层:引流层、认知层、共情层。进行差异化译介策略和内容形态适配。

分层译介:从“全盘直译”到“策略性阐释”。打铁水技艺知识中地方性知识量较大,直译难免理解困难。分层译介策略主张:第一层进行行专业术语的“功能对等翻译”;译“煨子”为“clay crucible”,“罗布手巾”译为“cotton shoulder cloth”,确保准确性;第二层进行文化意象的“阐释性转化”;让“铁水圆圆,团团圆圆”译文转变为“molten iron blooms into perfect spheres, symbolizing reunion and togetherness”。嵌入文化性解释;第三层进行价值理念的“普适性提炼”;提炼技艺中的精神性为普世价值理念“the courage to create beauty from danger”。与人类价值共识产生价值鸣响。数字化时代非遗对外传播话语体系的构建,需要有效利用翻译技术开展多语言传播,结合故事讲述制作专题内容^[7]。

场景适配:平台特性决定内容形态。YouTube 长视频适合承载“认知层”内容——制作 8-15 分钟微纪录片,完整呈现打铁水全部工序,嵌入传承人访谈与历

史背景。TikTok/Instagram Reels 适合承载“引流层”内容——15-30 秒竖版短视频,以慢镜头捕捉铁水绽放瞬间,配合强节奏感音乐。短视频平台是非遗数字记忆的重要载体,而数字记忆在非遗的活态传承与发展中具有巨大的优势与前景^[11]。

可持续运作:从“项目制”到“生态化”。乡村非遗的国际传播不应是一次性的“翻译项目”,而需建立可持续的内容生产机制。本研究建议:在主体层面,构建“非遗传承人提供技艺内容+县级融媒负责影像采集+高校团队承担译介与运营”的协作网络^[4];在内容层面,建立打铁水技艺的多模态语料库,系统积累不同场景的表演影像、传承人采访等素材;在传播层面,把握春节、中秋等跨文化节庆节点实施周期性传播。同时应构建非遗海外传播效果评价体系,建立用户互动和反馈机制,根据用户实际需求持续优化传播策略^[10]。

5 结语

当 1500℃的铁水在攸县的夜空飞溅,它所点亮的不仅是湘东山村的过节时分,更折射出乡村非遗迈向世界舞台的可能性。本研究以攸县打铁水技艺为镜,其实是为了回答一个更普遍的问题:生长于乡村社会的非遗如何找到注意力资源极度匮乏的全球传播场域的地位?既要向内探求可跨越文化内核的普适性价值,又要向外借助数据引力,精准捕捉受众诉求。“分层译介+场景适配”这一过程的核心,是求证文化深度与传播效能的动态均衡。

本研究仍有很大局限性:受限于打铁水技艺走上世界舞台尚在起始阶段,受众分析部分依托大量打铁水技艺相关同类非遗类比数据,相关结论的迁移效度尚需经实战检验。本研究在后续的发展中可以延展为两条线路:一是在传播的实际过程中进行 A/B 测试,量化对比在内容形态、译介策略上存在传播效果差异的同类非遗实践;二是在实践过程中将视野扩张至其他实践类型丰富的乡村非遗,考证本次研究的策略框架是否能实现较高的解释力和可推广程度。

飞铁作笔,以夜空为纸;译语为桥,让匠心传世。当攸县的铁花与世界的目光相遇,非遗就不再仅仅是博物馆里的静态陈列,而是文明对话中那个闪耀亮眼的瞬间。

参考文献

- [1] 株洲市文体广电新闻出版局. 攸县打铁水[EB/OL]. [2026-04-14].
- [2] 张坚煜,符冬媛. 攸县打铁水亮相央视非遗晚会[N].

- 湖南日报, 2025-02-03.
- [3] 周晓英等. 中国非物质文化遗产价值评估蓝皮书(2025) [R]. 北京: 新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室, 2025.
- [4] 何艳, 徐朗益. 沪高校实践团队: 以非遗为桥, 让世界听见中华文化的声音[EB/OL].(2025-04-07)[2026-04-14].
- [5] 彭诗美. 150 亿次刷屏背后: “村 T” 是怎么让非遗 “破圈” 变潮的? [EB/OL]. (2025-10-23)[2026-04-14].
- [6] 柯知春, 王焯捷. 上外学子连续 6 年用多语种传播 “中国非遗” [N]. 中国青年报, 2025-05-09.
- [7] 数字化时代中国非遗对外传播话语体系研究[N]. 中国文化报, 2025-06-26.
- [8] 李文峰, 刘珠昱. 传统技艺 “打铁水” 重兴攸县[N]. 湖南日报, 2010-03-26(5).
- [9] 赵畅. 攸县打铁水技艺的传承与发展[J]. 大众文艺, 2017(5): 43.
- [10] 李宝贵, 陈海峰. 非物质文化遗产海外传播的现状、困境与纾解[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版), 2025(5).
- [11] 朱和平, 周倩. 技术赋权与数字记忆: 短视频平台在非遗传播中的媒介作用反思[J]. 湖南包装, 2025, 40(4): 118-121, 152.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS