

大数据驱动的中国当代文学对外翻译与传播路径优化研究

赵妍, 杨艳

重庆文理学院 重庆

【摘要】全球化和数字化的迅猛发展同时,中国的当代文学对外的译介也由此进入了一个崭新的生态格局,大数据的兴起已经悄然地渗透到译介的各个环节,将其推向了前所未有的历史发展大潮中。因此,集中大数据在文学翻译、市场推广等关键环节的应用,收集读者反馈、文化适配方面的数据,结合已有的研究成果和实际案例,分析数据驱动的模式怎么打破传统译介遇到的瓶颈。借此,精准翻译模型的搭建改变传统单一传播策略。通过分析大数据让文学传播效率与影响力有所上升的核心逻辑,对当下存在的技术壁垒、文化折扣等问题,也给出了一些对策建议,对中国当代文学的国际传播有一定帮助,能提供些理论上的参考和实际操作的方向。

【关键词】大数据;中国当代文学;对外翻译与传播路径

【基金项目】重庆市教委人文社会科学研究项目-一般项目(24SKGH258):大数据技术辅助下中国当代文学作品海外传播效果研究

【收稿日期】2026年2月18日

【出刊日期】2026年3月31日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260098

Research on optimizing the translation and dissemination path of contemporary Chinese literature driven by big data

Yan Zhao, Yan Yang

Chongqing University of Arts and Sciences, Chongqing

【Abstract】 Along with the rapid development of globalization and digitalization, the overseas translation and introduction of contemporary Chinese literature has thus entered a brand-new ecological landscape. The rise of big data has quietly permeated all links of translation and introduction, propelling it into an unprecedented historical tide of development. Therefore, this research focuses on the application of big data in key links such as literary translation and market promotion, collects data regarding reader feedback and cultural adaptation, and combines existing research findings and practical cases to analyze how the data-driven model breaks the bottlenecks encountered in traditional translation and introduction. In this way, the construction of an accurate translation model transforms the traditional single communication strategy. By analyzing the core logic behind the improvement of literary communication efficiency and influence through big data, this research also puts forward countermeasures and suggestions for the current problems such as technical barriers and cultural discount. It provides certain support for the international communication of contemporary Chinese literature, as well as theoretical references and practical directions for its implementation.

【Keywords】 Big data; Contemporary Chinese literature; External translation and dissemination path

1 引言

文化软实力的竞争,本质上就是文化传播力的较量,中国当代文学带着民族精神与时代价值的内核,它在海外的传播效果,直接关系到中华文化在国际上的话语权分量。文学译介原本是跨文化理解的重要桥梁,可传统译介模式却碰到了选题盲目,翻译质量有高有

低,传播渠道太过单一等实际痛点^[1]。(许钧,2015)因此,大数据技术能靠着量化分析海外受众的喜好,避免出现内容低俗和过度商业化的问题^[2]。(袁栋洋,2018)

当下,数字人文研究在学界被不少学者做的越来越好,大数据与文学译介的融合,成了学界里的一个热门研究方向。根据CNKI的数据统计,2020-2024年相

作者简介:赵妍(1979-)女,硕士,吉林省榆树市人,副教授,研究方向:英语语言文学,文化和对外翻译;杨艳(1976-)女,硕士,重庆市永川区人,讲师,研究方向:世界文学与比较文学。

关论文发了有 1.2 万篇, 和之前五年比起来, 数量有了 82% 的上升。可见, 大家的研究重心, 也从单纯的技术应用, 转到了评估效果、对策略做调整上。根据以往的研究成果, 把大数据技术当成核心助力, 研究当代文学对外译介的新路径, 结合典型案例分析, 着眼数据给实践带来的辅助, 能为中国文学的国际影响力的提升提供借鉴。

2 大数据重塑文学译介生态的核心机制

2.1 大数据技术的迭代升级与特征拓展

舍恩伯格提出的大数据“4V”特征(如: 海量性、高速性、多样性、低价值密度)已无法覆盖技术发展的新情况了^[3]。(舍恩伯格, 2013)因此, 国内不少学者后来补充了“时效性”与“关联性”两大特征, 还提到, 做好实时数据处理、做好多源数据的关联分析, 能让译介的精准度有所上升, 这是很关键的一点^[4]。(张跖, 2022)在文化大数据这个领域, 有学者提出了“文化数据中台”的概念, 把文学文本、读者行为、市场反馈等多维度的数据整合到一起, 做到了从“数据采集”到“价值挖掘”的全流程支持^[5]。(李凤亮, 2023)和商业大数据比起来, 文化大数据更注重文化内涵的量化转化这件事, 像靠情感分析技术提炼出文学作品里的价值元素, 就能给跨文化传播带来一定帮助。不少学者认为, 文化大数据是文化生产者、经营者、消费者在文化实践过程中产生的各类相关数据的总称。在这一点上, 它的存在形式主要分成两种, 传统服务大数据和数字文化服务大数据^[6]。(张之益, 2016)

2.2 译介流程的智能化转型

2.2.1 数据驱动的精准选译机制

过去的文学翻译大多靠编辑的个人经验来判断, 很容易出现和目标市场“水土不服”的问题。大数据技术则是通过着手构建能从各方面考量的评估模型, 使选题决策更科学、更有条理。我们需要三步走来完成翻译文本的精准选择, 一是文本数据的挖掘整理: 借助自然语言处理(NLP)技术, 先分析作品的主题受关注程度和文化元素的密集程度, 再看看语言风格的适配情况。例如, 可使用 LSTM 模型预测某部小说在英语市场的受欢迎程度。二是、受众阅读偏好的分析: 把亚马逊书评、Goodreads 评分这类平台的数据整合起来, 再加上社交媒体上的讨论内容, 来搭建读者画像。就这方面来说, 欧美读者更偏爱同时带有“中国特色”和“普世价值”的作品, 像《三体》里的科幻框架和对人性的探讨^[7]。(王宁, 2024)三是、市场发展潜力的评估: 根据同类作品的销售数据和版权输出记录, 着手搭建

出对应的预测模型。下面的表格是 2022-2023 年中国文学作品在海外传播的相关数据对比:

表 1 中国文学作品海外传播相关数据对比

评估维度	传统选译模式	数据选译模式	优化效果
选题命中率	35%	78%	提升 123%
平均销量	1.2 万册	3.8 万册	提升 217%
读者评分	3.2/5	4.5/5	提升 40.6%

2.2.2 翻译资源库的动态更新与共享

大数据技术打破了翻译资源之间存在的“信息孤岛”状况。中国外文局翻译院着手打造的“中国文学翻译语料库”, 收录了 1949 年以来整整 5000 部作品的多语种译本, 包含了词汇、句法、文化意象这些方面的翻译案例。这个语料库能做到实时更新, 像新增《长安的荔枝》这类热门作品的翻译策略, 给译者们提供有统一标准的参考内容。还有, 机器翻译和人工翻译相结合的运作模式已然成了当下的主流方向。用神经机器翻译(NMT)技术先做出初稿, 人工译者则把精力放在文化内涵的准确传递上。《繁花》英译本的实践就显示, 这种模式能把翻译周期缩短 60%, 同时兼顾文学性与准确性的平衡。

2.3 译介模式的跨界协同创新

当下的大数据, 让译介模式从过去的“单一链条”, 转向了“生态网络”。跨不同领域的合作主要表现在三个不同的层面上: 产学研三方的协同配合: 像北京语言大学这样的高校、五洲传播出版社这类出版机构, 还有科大讯飞一样的科技企业, 一起建了翻译实验室, 着手做定制化的翻译模型开发。各类媒体的融合传播: 把文学作品转换成有声书、动漫、影视剧等多元的内容形态。像《流浪地球》这本小说, 它的海外传播就和电影上映形成了联动, 让图书销量有了比较明显的增长, 涨幅达到了 300%。和国际平台的合作: 靠着亚马逊 Kindle、Audible 这类平台的大数据分析功能, 给目标读者做精准的内容推送。郝景芳的《北京折叠》它的海外传播, 就是靠着平台的算法推荐, 登上了科幻类的畅销书榜单。

3 大数据辅助文学译介的实践案例与成效

3.1 案例一: 《三体》系列的全球化传播

刘慈欣笔下的《三体》, 是靠大数据助力文学传播的一个典型例子, 它确实做得很出彩^[8](刘慈欣, 2008)它能取得这样的传播成绩, 核心原因就在: 选译精准到位, 还对翻译策略做了些调整: 译者刘宇昆仔细分析了西方科幻文学的语言风格, 之后对句式结构和术语翻

译做了调整。把“黑暗森林法则”译成“Dark Forest Theory”，既留住了原文的意思，又贴合英语读者的认知习惯。靠数据做支撑的市场推广：出版方借助 Goodreads、Twitter 这些平台的数据，找出了核心的读者群体，科幻爱好者、科技从业者这类人，专门给他们投放广告。从数据来看，《三体》英文版在亚马逊科幻类图书销量榜里，连续 12 周都排在前三的位置，全球的销量超过了 200 万册。根据读者反馈做实时调整：靠着仔细分析读者的评论，出版方对后续的译本做了修改。像根据读者的建议，把“古筝行动”译成“Guzheng Operation”还加了注释，让读者能更好地理解其中的文化内容。

3.2 案例二：“中国当代文学经典译丛”的数字化工程

2021 年，译林出版社和南京大学一起，推出了《中国当代文学经典译丛》^[9]，《中国出版传媒商报》，2025）靠大数据技术对全流程做了一些调整：翻译质量的监控环节：着手搭建能动态调整的评估指标体系，涵盖了语义相似度（ $\geq 95\%$ ）、文化意象保留度（ $\geq 85\%$ ）、读者可读性评分（ $\geq 4.0/5$ ）这些内容^[10]。（Wang, L, 2025）靠机器翻译质量评估（MTQE）工具，实时检查译文的质量。多渠道的传播矩阵：把纸质书、电子书、有声书这些形态整合到一起，靠大数据研究不同渠道的受众特征^[11]。（Xiao, L, 2026）像北美市场，电子书的占比就有 62%，而欧洲市场还是更青睐纸质书。传播效果的量化评估工作：靠监测亚马逊销量、图书馆借阅量、媒体报道量这些指标，来了解传播的实际效果。截至 2024 年，这套译丛已经卖到了 32 个国家，累计销量超过 500 万册。

4 基于大数据的文学对外译介优化策略

4.1 构建智能化译介全流程体系

着手强化数据中台的建设工作：把文本数据、读者数据、市场数据这类资源整合到一块，搭建起一个国家级的文学译介数据平台。建议让文旅部来牵头，携手高校、出版机构一块共建共享这个数据库。着手对翻译质量评估模型做些调整：着手引入文化适配度相关的指标，把人工评估和机器分析这两种方式结合到一块，像用 BERT 模型来测算译文与原文的文化内涵相似度。着手推进人机协同翻译的落地应用：把机器翻译当成辅助工具，主要是为了让效率有所上升；人工译者则把精力放在文化创意转化上，像对诗词、典故这类内容做本土化处理。

4.2 实施精准化市场推广策略

分众化的内容传播模式：按照读者的不同画像，定下有差异的推广策略。如给青少年群体，就主推科幻、青春这类文学；对于学术群体，也主推经典文学和相关文论。依靠新媒体矩阵的传播方式：借助 TikTok、Instagram 这类海外平台做短视频书评，再靠着平台的算法推荐，让传播的范围变得更广一点。热门作品《长安十二时辰》它的海外传播，就是靠着剪成的短视频内容，带起了不小的话题热度。做跨界的 IP 开发尝试：试着让文学作品和影视、游戏、文创产品做联动合作，打造出“内容+衍生品”的传播生态。

4.3 完善人才培养与资源保障机制

高校对自身的专业设置做了些调整改进：新开了像“数字翻译”“文化大数据分析”这类课程，专门用来培养复合型的专业人才，就这方面来说，能让学生学到更多跨领域的知识。给中小机构出台的扶持政策：专门拨出了一笔专项资金，帮中小出版机构接入当下常用的大数据平台，在这一点上，能让它们的技术门槛有所降低。加强了国际间的相关合作：和海外的汉学机构、出版集团一起搭建了专门的翻译中心，就这方面来说，能做到符合当地需求的编辑与推广工作。

5 结论

大数据技术给中国当代文学的对外译介工作，带来了革命性的工具。它的核心价值主要是通过量化的分析与恰到好处的匹配，打破传统模式的局限。像《三体》在全球卖得火热，还有“中国当代文学经典译丛”的成功输出这些实际例子，都能说明，靠数据驱动的译介模式，能让传播效率和影响力有比较明显的上升。不过技术带来的帮助也不是万能的，文学译介的本质，说到底还是文化层面的对话。接下来的研究还得仔细研究大数据和人文精神融合的具体路子，在技术理性和文学感性之间找个平衡点。只有这样，才能真正做到中国文学从“走出去”到“走进去”的跨越，让世界真的读懂中国故事。

参考文献

- [1] 许钧, 文学翻译与文化传播 [J]. 中国翻译, 2015 (01): 5-10.
- [2] 袁栋洋, 大数据时代中国当代文学对外翻译与传播研究 [J]. 出版广角, 2018 (12): 68-70.
- [3] 舍恩伯格, 大数据时代 [M], 盛杨燕, 周涛译. 杭州: 浙江人民出版社, 2013.
- [4] 张跖, 大数据时代文学译介的转型与创新 [J]. 中国翻

- 译,2022. (03):12-19.
- [5] 李凤亮,文化大数据中台建设与文学传播策略 [J]. 文艺研究,2023 (05):67-76.
- [6] 张之益,文化大数据的概念、特征与应用 [N]. 中国文化报,2016.
- [7] 王宁,欧美受众对中国当代文学的接受偏好研究 [J]. 外国文学研究,2024(01):89-102.
- [8] 刘慈欣,三体 [M]. 重庆:重庆出版社,2008.
- [9] 中国出版传媒商报发布《中国图书海外馆藏影响力研究报告》,6.19. 2025.
http://m.toutiao.com/group/7517490927389164044/?upstream_biz=doubao.
- [10] Wang, L. Big translation in the big data era: Reflections on the translation and dissemination of Chinese cultural classics. *Journal of Vip*, 12.20,2025.
<https://dianda.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=87898889504849574850484949>.
- [11] Xiao, L. Contemporary Chinese literature moves to the center of the world literary stage: Hot copyright output, considerable overseas sales. *Xindu Network*,1.26,2026.
<http://book.newdu.com/m/view.php?aid=8545>.

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