

# 宁夏文化多语配音视频制作与传播实践研究

王可心

北方民族大学, 宁夏 银川 750000

DOI:10.61369/HASS.2025050019

**摘要：**在“数字中国”与“文旅融合”战略背景下，地域文化的跨文化传播成为地方发展的重要问题。本研究以宁夏特色文化符号（贺兰山岩画、葡萄酒酒庄、西夏王陵等）为研究对象，聚焦“多语配音短视频制作与传播”的实践路径，结合跨文化传播理论与数字媒介理论，分析多语配音在文化解码、内容生产与传播验证中的作用机制。研究发现：多语配音通过“功能对等”翻译策略降低语言壁垒，通过“受众适配”原则提升情感共鸣，是地域文化数字化传播的有效载体；但实践中需解决文化转译的准确性、配音情感的适配性及传播渠道的精准性问题。

**关键词：**宁夏文化；多语配音；短视频；跨文化传播

## Research on the Production and Communication Practice of Ningxia Cultural Multilingual Dubbing Videos

Wang Kexin

North Minzu University, Yinchuan, Ningxia 750000

**Abstract：** In the context of the "Digital China" and "Integration of Culture and Tourism" strategies, the cross-cultural dissemination of regional culture has become an important issue for local development. This study takes Ningxia's characteristic cultural symbols (Helan Mountain rock paintings, wine wineries, Western Xia royal tombs, etc.) as the research object, focuses on the practical path of "multilingual dubbing short video production and dissemination", and combines cross-cultural communication theory and digital media theory to analyze the mechanism of multilingual dubbing in cultural decoding, content production, and dissemination verification. Research has found that multilingual dubbing reduces language barriers through the "functional equivalence" translation strategy and enhances emotional resonance through the "audience adaptation" principle, making it an effective carrier for digital dissemination of regional culture; However, in practice, it is necessary to address the accuracy of cultural translation, the adaptability of dubbing emotions, and the precision of communication channels.

**Keywords：** Ningxia culture; multilingual dubbing; short videos; cross-cultural communication

## 引言

### （一）研究背景与意义

宁夏回族自治区作为黄河流域文化交汇地，其文化体系融合了黄河农耕文明、游牧文明与西夏文明，形成了以贺兰山岩画（历史遗产）、葡萄酒产业（现代农业）、怀远夜市（市井文化）、北方民族大学（校园文化）、西夏王陵（考古遗址）为代表的特色文化符号。在全球化与数字化浪潮下，宁夏文化的传播面临双重挑战：一方面，传统传播方式（如文字报道、纪录片）受限于语言壁垒，跨文化传播效能有限；另一方面，短视频时代的碎片化传播中，文化符号易被简化为“奇观展示”，缺乏深度叙事。

短视频作为一种全面介入全球各国传播生态的新媒介，有其内在的中介特性、中介机制与中介目标，并广泛影响至各国、各文化圈、各类内容的传播过程中。而多语配音则能突破语言障碍，更好向外宣传宁夏文化。本研究依托北方民族大学：“语”宁相遇，赏夏之美大创项目（项目编号：S202411407033），以宁夏特色文化主题为内容核心，探索“多语配音短视频”的制作与传播规律，为外语专业学生参与地方文化传播提供理论支持。

## 一、文献综述

### （一）国内外研究现状

#### 1. 地域文化的数字化传播理论

国外研究中，Castells<sup>[1]</sup>提出“网络社会”理论，指出数字技

术重构了文化传播的时空边界，使“地域文化”突破地理限制，进入全球传播网络；Jenkins（2006）<sup>[2]</sup>的“参与式文化”理论强调，用户生成内容（UGC）是文化传播的核心动力，短视频的“低门槛创作”特性使其成为大众参与文化传播的主要载体。

在2024泉州经济年会上，北京大学哲学系教授、博士生导师，北

项目信息：获北方民族大学大学生创新创业训练计划项目资助。

大文产院学术委员会主任，中国文化产业促进会副会长陈少峰以“人工智能与文旅产业高质量发展”为主题，提出“文化IP+短视频”的传播模式，认为短视频可通过“轻量化叙事”激活地域文化的现代价值。自移动互联网兴盛以来，以短视频为典型代表的媒介形式使中华文化的大众传播与在地传播趋于融合，在录制、发布、观看短视频及交流互动的多向过程中，全球不同国家用户的文化体验能够以互动性高、代入感强的方式实现跨文化交互，极大程度地重塑了中华优秀传统文化出海的传播生态。

## 2. 多语翻译与视听传播的关联理论

翻译研究领域，Nida的“功能对等”理论强调，翻译需兼顾源语文化与目标语受众的接受习惯，而非单纯追求“语言对等”；Venuti提出“异化—归化”策略，主张在文化传播中保留源语文化特色（异化）或融入目标语文化语境（归化）。国内学者李运兴（2020）<sup>[9]</sup>将此理论延伸至影视翻译，指出“声画同步”是视听翻译的核心原则，配音需与画面动作、情感基调高度匹配。

## 3. 宁夏文化传播的研究缺口

现有研究多关注宁夏文化的文本挖掘（如西夏文字考释、黄河水利史整理）或传统传播渠道（如地方志、旅游宣传册），但对“数字技术赋能下的跨文化传播”关注不足，尤其缺乏多语配音短视频的系统性理论分析。本研究通过结合跨文化传播理论与数字媒介理论，填补这一研究空白。

# 二、理论框架：多语配音视频的传播机制

## （一）核心理论基础

本研究基于以下理论构建分析框架：

1. 跨文化传播的“功能对等”理论（Nida, 1964）：强调翻译需实现“源语文化信息”与“目标语受众认知”的对等，而非语言形式的机械转换。
2. 数字媒介的“参与式文化”理论（Jenkins, 2006）：认为短视频的“用户共创”特性使文化传播从“单向传递”转向“双向互动”，受众不仅是接收者，更是内容的解读者与传播者。
3. 视听翻译的“声画同步”原则（李运兴, 2020）：配音需与画面动作、情感基调高度匹配，避免“声画错位”导致的信息失真。

# 三、宁夏文化多语配音视频的实践分析

## （一）前期调研：文化符号的解码与筛选

文化符号的筛选是多语配音视频制作的基础。项目组通过文献梳理（王超辉, 2022）<sup>[4]</sup>、田野调查（走访贺兰山岩画遗址、志辉源酒庄等文化地标）及专家访谈（宁夏文旅厅研究员），最终选定五大文化主题及对应符号（见表1）。

表1 宁夏文化核心主题与符号梳理

| 文化主题 | 核心符号                            | 传播价值             |
|------|---------------------------------|------------------|
| 历史遗产 | 贺兰山岩画（太阳神岩画、狩猎岩画）、西夏王陵（夯土建筑、碑刻） | 展现早期人类的艺术创造与文明延续 |

|      |                               |                   |
|------|-------------------------------|-------------------|
| 现代产业 | 志辉源酒庄（葡萄种植园、酒窖）               | 体现干旱地区农业现代化的实践成果  |
| 市井文化 | 怀远夜市（辣糊糊摊位、宫廷酥牛肉饼制作）          | 反映当代宁夏人的生活方式与饮食文化 |
| 校园文化 | 北方民族大学（多民族学生社团、非遗工坊、国际学生交流活动） | 展示多元文化交融的现代教育场景   |
| 生态治理 | 西夏王陵周边生态修复区（植被恢复、防沙林带）        | 体现干旱区生态保护的经验      |

筛选标准包括：①文化独特性（如贺兰山岩画为宁夏独有）；②传播普适性（如葡萄酒产业可引发“干旱地区农业”话题共鸣）；③视觉可呈现性（如夜市小吃、岩画图案适合短视频画面展示）。

## （二）内容生产：从文化符号到叙事文本

短视频的传播效能高度依赖“叙事吸引力”。项目组采用“故事化表达+文化解码”的脚本创作策略，具体分为三个步骤：

### 1. 叙事视角的转换：从“官方解说”到“个体叙事”

传统文化传播多采用“宏大叙事”（如“宁夏是西夏文明的发源地”），但短视频受众更易接受“个体视角”（如“一位岩画研究者的日常”）。以《如果国宝会说话》文化类微纪录片为例，采取第一人称的叙事方式，让文物乃至风景、动物以拟人化的口吻直接与观众对话。这样的方式可以提高视频的播出率，能够获得更加有效且广泛的传播。例如，《贺兰山岩画：刻在石头上的史诗》以岩画研究员视角为主线，通过“这些图案是古人留给我们的‘时间日记’”的个人故事，引出岩画的历史价值。<sup>[6]</sup>

### 2. 文化转译的设计：从“专业术语”到“通俗表达”

针对跨文化传播中的“认知差异”，项目组在脚本中预设“文化注释”。例如，在《西夏王陵：沙漠中的神秘古城》中，当展示“夯土建筑”画面时，画面同步标注英文注释“Rammed-earth construction（分层夯打的土建筑）”、法语注释“Construction en terre battue（用工具夯实的土建筑）”、日语注释“版築（はんちく，分层夯打的建筑，帮助观众理解古代建筑技术）”。

### 3. 节奏与结构的控制：从“信息堆砌”到“起承转合”

根据短视频平台的用户习惯，单支视频时长控制在3—5分钟，结构设计为“悬念引入（前30秒）—故事展开（中间2分钟）—主题升华（最后1分钟）”。例如，《怀远夜市：烟火气里的宁夏味道》以傍晚的怀远夜市，路灯下飘着辣糊糊的香气”画面开篇（悬念引入），接着讲述摊主王阿姨“从下岗工人到夜市摊主，30年熬出“非遗级”老味道”的故事（故事展开），最后点明“夜市不仅是吃的地方，更是宁夏人温暖的记忆”（主题升华）。<sup>[9]</sup>

## （三）多语配音：语言转换与文化适配

多语配音是本次实践的关键环节。项目组选择英语（全球通用语言）、法语（欧盟官方语言）、日语（东亚文化圈重要语言）作为首批配音语言，覆盖“一带一路”沿线主要国家及东亚文化圈（见表2）。

表2 多语配音语言选择依据

| 语言 | 目标受众          | 传播价值                             |
|----|---------------|----------------------------------|
| 英语 | 全球观众（北美、欧洲）   | 覆盖国际主流传播市场，便于国际文化交流              |
| 法语 | 法国、“一带一路”沿线国家 | 法语区对“历史遗产+美食”主题接受度高（法国文化遗产保护意识强） |
| 日语 | 日本、韩国         | 东亚文化圈对“市井生活+校园文化”主题兴趣浓厚          |

#### （四）“功能对等”原则下适配文化差异

根据 Nida (1964) 的“功能对等”理论，配音需实现“源语文化信息”与“目标语受众认知”的对等。例如：

英语配音：侧重“信息传递”，采用中性美音，避免地域口音（如避免使用利物浦方言），对“夯土建筑”等技术术语使用“rammed-earth construction”等通用表达；

法语配音：突出“文化质感”，参考法国纪录片《人类星球》的配音风格，用词考究，增强文化厚重感；

日语配音：强调“情感细腻”，参考日本治愈系纪录片《小森林》的配音风格，语气柔和（如将“夜市很热闹”译为“夜の市場はいつも温かい雰囲気です”，意为“夜市总是充满温暖的氛围”），贴合日本受众的情感需求。

## 四、问题反思与优化对策

### （一）实践中的主要问题

#### 1. 文化转译的“准确性”与“通俗性”平衡不足

部分文化专有名词（如“夯土建筑”“辣糊糊”）的翻译过于学术化（如“Rammed-earth construction”“Spicy Paste”），缺乏通俗解释，导致非专业受众理解困难（李运兴，2020）。

#### 2. 传播渠道的“精准性”不足

目前视频主要发布在国内平台（如抖音，小红书），但针对外国受众的精准推送较少，限制了传播覆盖面。

### （二）优化对策

#### 1. 建立“文化—语言”双轨审核机制

在脚本翻译阶段，确保“文化准确性”与“语言通俗性”，对文化专有名词采用“音译+注释”的方式（如“辣糊糊（Là h ú hu, 一种宁夏传统小吃）”），兼顾专业性与易懂性。

#### 2. 实施“精准渠道+KOL合作”传播策略

针对不同语言受众选择垂直平台：法语视频重点推送至法国文化社区（如 Facebook 法语兴趣群组），日语视频投放日本文化类网站（如“日本网”）及美食博主频道；英语视频合作 YouTube 文化类博主，提升传播精准性（Jenkins, 2006）。

## 五、结束语

本研究通过“多语配音短视频制作与传播”的理论分析，验证了数字技术赋能下地域文化传播的新路径：多语配音通过“功能对等”翻译策略降低语言壁垒，通过“受众适配”原则提升情感共鸣，是地域文化数字化传播的有效载体。尽管实践中存在文化转译准确性、配音情感适配性及传播渠道精准性等问题，但通过“双轨审核+文化培训+精准推送”等策略可逐步优化。<sup>[7]</sup>

未来研究可进一步拓展方向：①结合 VR/AR 技术，打造“沉浸式”宁夏文化体验视频；②开展长期跟踪研究，分析多语视频对宁夏文旅经济的实际影响；③探索“多语+方言”的混合配音模式，提升地域文化的原真性。

本研究的理论成果可为外语专业学生参与地方文化传播提供参考，助力“黄河流域生态保护和高质量发展”战略下的地域文化跨文化传播与认同构建。

## 参考文献

- [1] “Manuel Castells: the theory of the network society.” Choice Reviews Online 44.06(2007):44-3593.
- [2] Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide[M]. NYU Press, 2006.
- [3] 李运兴. “字幕翻译的策略.” 中国翻译 04(2001):38-40.
- [4] 王超辉. 铸牢中华民族共同体意识视角下宁夏文化符号的研究. 2022. 北方民族大学, MA thesis.
- [5] 陈婧薇, 马雄鹰. “短视频时代文化类微纪录片的创作、传播及优化思考.” 中国广播电视学刊 .05(2024):76-79.
- [6] 张红芸. 中国文化对外传播的实践经验 and 可行路径——以 YouTube 李子柒短视频为例 [J]. 出版广角, 2020(12):77-79. DOI: 10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2020.12.023.
- [7] 何天平, 蒋贤成. “以短视频为媒: 提升中华优秀传统文化国际传播效能的实践进阶.” 中国编辑 .11(2024):72-80.