



电子科技大学学报(社科版)

Journal of University of Electronic Science and Technology of China(Social Sciences Edition)

ISSN 1008-8105,CN 51-1569/C

《电子科技大学学报(社科版)》网络首发论文

题目: 数字游戏推动中华优秀传统文化国际传播的实践进路——以《黑神话: 悟空》为例
作者: 李俊欣, 周子涵
DOI: 10.14071/j.1008-8105(2024)-3017
收稿日期: 2024-10-29
网络首发日期: 2024-11-08
引用格式: 李俊欣, 周子涵. 数字游戏推动中华优秀传统文化国际传播的实践进路——以《黑神话: 悟空》为例[J/OL]. 电子科技大学学报(社科版).
[https://doi.org/10.14071/j.1008-8105\(2024\)-3017](https://doi.org/10.14071/j.1008-8105(2024)-3017)



网络首发: 在编辑部工作流程中, 稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定, 且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式(包括网络呈现版式)排版后的稿件, 可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定; 学术研究成果具有创新性、科学性和先进性, 符合编辑部对刊文的录用要求, 不存在学术不端行为及其他侵权行为; 稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准, 正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性, 录用定稿一经发布, 不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容, 只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认: 纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司签约, 在《中国学术期刊(网络版)》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版, 以单篇或整期出版形式, 在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊(网络版)》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物(ISSN 2096-4188, CN 11-6037/Z), 所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

数字游戏推动中华优秀传统文化 国际传播的实践进路



——以《黑神话：悟空》为例

□李俊欣 周子涵

[重庆大学 重庆 401331]

[摘要] 数字游戏是新兴的文化传播载体，在促进中华优秀传统文化国际传播、增强青年群体民族文化自信方面，扮演着愈加重要的角色。本文以《黑神话：悟空》游戏为例，探究游戏中的中华优秀传统文化的表征模式，总结游戏推动中华优秀传统文化国际传播的实践进路。研究发现，《黑神话：悟空》利用游戏媒介所具备的技术性、互动性与社群性特征，打造出具有中式美学风格与中式哲学思想的游戏文化空间，为玩家提供了沉浸式的文化体验。通过深入挖掘文化IP，符码转译与破圈传播，《黑神话：悟空》在国际传播中取得显著效果，为后续基于游戏的“文化出海”提供了有益借鉴。

[关键词] 数字游戏；中华优秀传统文化；黑神话：悟空；国际传播

[中图分类号] F49

[文献标识码] A

[DOI] 10.14071/j.1008-8105(2024)-3017

中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划（简称“十四五”规划）提出，实施文化产业数字化战略，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”，加强国家文化出口基地建设。近年来，中国游戏企业不断布局全球化战略，深耕细作国际市场。《2023中国游戏产业报告》显示，全球游戏用户规模达32亿，中国游戏用户规模达6.6亿；我国自主研发游戏国内市场实销收入2 563.75亿元，自研海外实销收入为163.66亿美元，规模连续四年超千亿人民币^[1]。“游戏出海”成为了中华优秀传统文化国际传播的新兴领域，其在提升全球青年对中华优秀传统文化的认知、喜爱与认同方面，扮演着愈加重要的角色。数字游戏，是对以数字化设备为平台实施的各种游戏的统称，其以“数字信息技术为基础，通过

构建出特定的世界观、时空观的虚拟叙事空间”^[2]的方式，为玩家创设出一种基于主体行动的文化体验^[3]。自20世纪90年代以来，融合了中国传统文化元素的国产游戏，如《仙剑奇侠传》《王者荣耀》以及《原神》等，在全球游戏市场争得了一席之地，推动了中华优秀传统文化的海外传播。在全球文化市场竞争加剧的社会环境下，数字游戏作为文化输出的重要载体，正日益展现出其独特的媒介优势与发展潜力。

2024年8月20日，国产单机游戏《黑神话：悟空》一经发售，便风靡全球。据VG Insights提供的游戏数据显示，截至到2024年9月20日，《黑神话：悟空》在Steam平台上的销量逾2000万份，总收入超过9.61亿美元（约合人民币67.9亿元）。此外，游戏的全球销量有望在2024年达到3 000万至

[收稿日期] 2024-10-29

[基金项目] 中央高校基本科研业务费（2023CDSKXYXW008）；重庆市教委人文社会科学研究重点项目（22SKGH553）。

[作者简介] 周子涵，重庆大学新闻学院研究助理。

[通信作者] 李俊欣，重庆大学新闻学院讲师。E-mail: 1060066040@qq.com。

[引用格式] 李俊欣, 周子涵. 数字游戏推动中华优秀传统文化国际传播的实践进路——以《黑神话：悟空》为例[J]. 电子科技大学学报（社科版）. DOI: 10.14071/j.1008-8105(2024)-3017.

[Citation Format] LI Jun-xin, ZHOU Zi-han. Digital games promote the international communication of fine traditional chinese culture: take black myth: wukong as an example[J]. Journal of University of Electronic Science and Technology of China(Social Science Edition). DOI: 10.14071/j.1008-8105(2024)-3017.

4 000万份, 预计流水将达100亿至140亿人民币。

《黑神话: 悟空》引发了国内外各界人士的空前热议, 为中国的游戏产业发展、中华文化的国际传播提供了新的经验与启示。《黑神话: 悟空》的成功, 一方面源于该游戏取材于中国古典文学名著《西游记》, 制作团队精心细致地考证了中国的神话传说与历史文献; 另一方面离不开对中华优秀传统文化符号的深度挖掘、整合与创新, 尤其是对具有中国风格的山川地貌、建筑遗产进行的高度拟真化的视觉呈现。《黑神话: 悟空》游戏业已形成的社会影响与积极作用不容忽视, 而如何进一步发挥该游戏的审美、娱乐及教育价值, 提升其对外传播中华优秀传统文化的媒介效能, 成为了学界、业界乃至全社会共同关注的热点议题。据此, 研究以《黑神话: 悟空》为例, 在探究数字游戏传播中华优秀传统文化的媒介逻辑基础上, 分析游戏中的中华优秀传统文化的符号表征模式, 进而总结与思考数字游戏推动中华优秀传统文化国际传播的实践进路与发展趋向。

一、《黑神话: 悟空》传播中华优秀传统文化的媒介逻辑

随着信息技术的发展与元宇宙时代的来临, 数字游戏作为一种融合了真实与虚拟、连接了线上与线下的新兴媒介, 其在文化传播中的功用愈发受到学界和业界关注。媒介技术的更迭为开创新的传播模式提供了可能性, 构成了跨文化传播中的重要变量^[4], 而数字游戏以其独特的媒介逻辑, 通过创新性的叙事及其技术手段, 在传播中华优秀传统文化的过程中扮演着愈加重要的角色。

(一) 技术性: 游戏质量与玩家体验

数字游戏不仅是一种娱乐方式, 同时也是历史科普的重要途径^[5], 是重要的文化传播媒介。对于海外玩家而言, 《黑神话: 悟空》游戏有助于促进他们对《西游记》文化的了解, 玩游戏的过程, 亦是了解和学习中华优秀传统文化的过程。游戏的文化影响力, 以游戏的媒介技术为基础支撑。游戏技术, 意指在数字游戏中实现规模化应用的、以丰富和提升人的交互体验为主要目标的技术集群, 具有诸如仿真度高、互动性与沉浸感强等特征。游戏技术, 往往决定了游戏的质量, 而游戏的质量, 决定玩家的游戏体验, 好的游戏体验, 则是产生文化认同的前提。只有当玩家被游戏内容吸引时, 他们才会对游戏所蕴含的文化内容产生兴趣, 建立情感认

同。这意味着, 以媒介技术与可玩性为支撑的游戏质量, 是游戏承载与传播文化的基础, 并直接关乎文化传播的覆盖度与影响力。高质量的游戏, 更容易发挥游戏媒介的“涵化”效应, 使玩家长时间停留在游戏世界中, 潜移默化地感受文化的浸染。

《黑神话: 悟空》是国产3A游戏的代表作。3A游戏(AAA游戏)的说法起源于美国, 意指在游戏中投入了大量的金钱(A lot of money)、大量的资源(A lot of resources)以及大量的时间(A lot of time), 同时意味着高的成本、体量以及质量。3A游戏指向的是具有顶级制作质量、高端前沿的媒介技术及巨大的市场影响力的游戏, 这一游戏类型, 不仅代表了游戏制作行业的最高标准, 也构成了玩家群体中的黄金标杆。《黑神话: 悟空》游戏综合运用了空间计算、全景光追、虚幻引擎等数字技术。例如, 在场景呈现中, 游戏制作团队采用了先进的图形渲染技术, 构建了一个在视觉上高度真实的虚拟环境, 每一个游戏画面不仅细腻生动, 还呈现出东方山河独有的缥缈与壮丽; 通过NVIDIA GeForce全景光线追踪技术, 游戏画面中的光影效果得到大幅提升, 甚至达到与现实世界的真实光线照射运动相媲美的效果。为了更好地还原中式美学, 《黑神话: 悟空》制作团队对全国各地的古建筑和物象, 进行了实景扫描, 打造出专属的信息数据库。游戏中共有三十六处古建筑还原, 如游戏首章“黑熊精”首领关中的古建筑, 原型为福建泉州的“开元寺双塔”, 此外还包括重庆的“大足石刻”、山西晋城的“玉皇庙”等。

通过图像技术, 《黑神话: 悟空》不仅打造出极致的视觉场景, 给玩家带来了审美体验, 同时也在游戏场景中嵌入了大量的中华优秀传统文化符号。在跨文化传播过程中, 相较于文字, 图像更容易突破语言与文化区隔的限制, 更准确地传递信息。文字在传播过程中, 会面临“转译”的难题, 尤其是中国文化中的特定词汇, 具有高度的凝练性与概括性, 需结合具体的文化语境、了解相应的文化背景, 才能较为准确地获悉其含义。图像则能通过直观的视觉呈现, 降低文化理解的门槛与解码难度。《黑神话: 悟空》游戏, 正是基于视觉拟真技术, 塑造出了一个相对低语境的文化传播空间, 从而使海外玩家更为直观地感受中华优秀传统文化的魅力。

(二) 互动性: 化身“天命人”

互动性, 是数字游戏的核心媒介特征。在克里斯·克劳福德(Chris Crawford)看来, 游戏具有呈

现、交互、冲突和安全等特征，其中，交互最为重要，“游戏提供了这种交互性体验，这正是它们的吸引力之关键因素”^[6]。有学者指出，若文化符号只停留在“展示”阶段，容易造成主体隔离在外的“他者”景象^[7]，但在数字游戏中，玩家不再是旁观者，而是参与者，通过与游戏文本的交互，主动接收与感知游戏中的文化信息。

在以《黑神话：悟空》为代表的单机角色扮演游戏（Single-Player Role-Playing Game，简称SRPG）中，化身构成了玩家的“网络化身体”。玩家能够通过化身的主体视角、身体姿态等，建立与游戏世界的交互关系，从中生成不同的游戏进程、经验与理解。《黑神话：悟空》游戏融入了大量的中华优秀传统文化符号，这些文化符号不只存在于游戏的背景故事或场景中，而是被嵌入进游戏的互动机制里，尤其是随着游戏化身的行动被展示、阅读、理解和使用。在该游戏中，玩家扮演基于“孙悟空”形象的“天命人”角色，进行探索、战斗与解密。游戏采用了半线性、半开放的叙事结构，既有开放世界游戏的自由度，也包含线性关卡的剧情导向性。玩家可以相对自由地按照自己的游戏进度，探索游戏世界、与NPC交互，以及选择不同的对话选项，获得个性化的游戏体验。游戏会根据玩家的选择和行动，呈现不同的故事线和结局，正如游戏中“神影图”所提到的，“而他从未听过，两个完全一样的故事”。在扮演“天命人”的过程中，玩家不仅是接收信息的对象，更是内容创造和意义建构的主体，打造出专属于自己的游戏空间。

不同的游戏选择，推动了不同故事情节的发展。在选择与决策的过程中，玩家能够接受和感知游戏互动机制里面蕴含的文化价值观念，获得不同的“天命”隐喻。例如，在“速通结局”中，玩家虽然击败了最终BOSS，但忽视了众多支线任务，在帮助“”孙悟空“”抹掉记忆的同时，自己也被困在无限轮回中。“金箍”象征着“规则与束缚”，若只功利地追求最终结果而忽视过程的玩家，最终反而被规则所束缚。而在“全成就结局”中，“天命人”拒绝戴上“金箍”，拿回了“孙悟空”的所有记忆，成功脱离“紧箍咒”的控制，从中象征个人成长与自我实现。正如伊恩·博格斯特（Ian Bogost）指出的那样，游戏具有程序修辞（Procedural Rhetoric）的效果，能够通过交互程序传达意义，进行劝服^[8]。游戏不仅提供了娱乐体验，还建造出一个平行于现实世界的虚拟空间，玩

家基于化身在这个虚拟空间中行动，获得代入感与沉浸感。在参与游戏的过程中，玩家亦在不同程度上受到文化符号的涵化，潜移默化地接收与理解中国传统文化与哲学思想。

（三）社群性：再造符号文本

随着数字技术的发展，游戏俨然从一种娱乐方式转变为社交中介。玩家不仅能直接参与游戏内的社群活动，还通过社交媒体与游戏制作团队，以及全球各地的其他玩家进行互动，进而形成一种基于游戏媒介的圈层文化。《黑神话：悟空》上线首日，Steam平台的同时在线人数便超过了222万。国内社交平台，如B站、微博、抖音等聚集了大量“游戏迷”，他们就游戏的玩法、情节、故事展开讨论。此外，《黑神话：悟空》在2023年亮相德国科隆游戏展，并获得最佳视觉大奖，也让世界玩家渴望通过游戏了解中国文化。

良好的游戏体验，意味着玩家的主体情感的满足。在此基础上，玩家之间不仅会就游戏本身交流体验和心得，还会自发地二次创作和拓展与游戏相关的内容，如剪辑游戏视频、制作表情包、进行故事续写等。二次创作，是对游戏符号文本的拓展和再造。在亨利·詹金斯（Henry Jenkins）看来，粉丝不只是流行文本的观众，而是参与建构并流传文本意义的积极参与者^[9]。玩家群体在《黑神话：悟空》中的符号文本再造，主要包含三种形式，一是游戏过程的视频剪辑；二是游戏内容的主观解析，如探究游戏中的隐藏彩蛋及文化蕴含等；三是再现现实世界中发生的与游戏相关的事件。玩家二次创作的游戏内容种类丰富，且代表了玩家群体对游戏的看法与意见。经由玩家解码的游戏画面与文化内容，更容易激发其他玩家的游戏兴趣，增进他们对游戏内容的理解，进而提升《黑神话：悟空》在海外玩家群体中的跨文化传播效果。

二、《黑神话：悟空》中的文化符号叙事与表征

（一）扎根“西游记”，重现“取经路”

在游戏中融入中华优秀传统文化符号与叙事体系，体现了新媒体艺术创作过程中的文化溯源与复归，而数字游戏媒介本身，则构成了全球化语境下中华文化软实力的新投射及传承途径^[10]。《黑神话：悟空》游戏的叙事体系，以《西游记》为基础。《西游记》在亚洲地区，乃至欧美社会都具有一定的社会认知度，甚至成为了当代中西方文化关

系表达中的重要隐喻^[1]。《西游记》搭建出一个奇幻瑰丽的神话世界,在丰富的文学性外,还融合了多种中华优秀传统文化元素,为游戏设计提供了文本借鉴。

《西游记》塑造的具有魔幻色彩的虚拟“西游世界”,具有无限衍义的文本特征。《黑神话:悟空》,始于《西游记》,但不止于《西游记》。在《西游记》原著中,“金箍棒”是“孙悟空”的主要武器,其可随“孙悟空”的心意发生变化,这一特质在游戏亦有所体现。但为了给玩家提供更为丰富的游戏体验,游戏制作团队在“金箍棒”的设定上,进一步结合游戏玩法,进行技能调整和改造。比如,玩家可永久维持“金箍棒”的第四段“棍势”,其威力不再随时间而渐弱,可调整暴击率,以及在暴击时可减少法术的恢复时间等。“金箍棒”作为“孙悟空”的武器,意蕴丰富,体现了“孙悟空”的反叛精神,是“孙悟空”勇气与力量的象征。“金箍棒”同样也是推动游戏叙事的重要工具,玩家控制以“孙悟空”形象为基础设计的“天命人”,以“金箍棒”为击杀武器,斩妖除魔,推动故事情节的发展。为了在游戏中更好地展示“金箍棒”的独特魅力,制作团队不仅在视觉上对其纹饰与颜色进行了考究,也注重玩家在使用“金箍棒”打斗时的游戏体感设计,突出其打击感与破坏力,以展示“神兵”的强大力量。此外,《黑神话:悟空》在游戏妖怪的设定上,也从原著中汲取了灵感。“黑风大王”“黄风怪”“虎先锋”等角色,都符合原著的细节描述,在视觉形象与技能上都做到了高度还原。为了体现《西游记》中妖怪可以借助地形等有利因素提升战斗力的细节,《黑神话:悟空》中的妖怪则更具“动态性”与“智能性”,他们能根据玩家的操作,调整自己的攻击方式,从而提升了游戏的可玩性与故事情节的不可预测性。

(二) 审美与思辨: 挖掘与融合中华优秀传统文化符号

数字游戏是传播中华优秀传统文化符号的新兴表达方式。2023年,国家新闻出版署明确将“传承中华优秀传统文化”与“具有国际市场潜力”列为精品游戏出版的重点方向。《黑神话:悟空》游戏,不仅体现了中国游戏产业技术的进步与创意的突破,同时也构成中华优秀传统文化传承及创新的典范。《黑神话:悟空》游戏以《西游记》的故事世界为原型,在此基础上,对原著故事进行了现代诠释和重构,并通过深入挖掘和融合各类中华优秀

传统文化符号,打造出具有中式美学风格的神话空间,传达了蕴含东方哲学思想的价值观念。

1. 中式美学: 打造神话空间

《黑神话:悟空》通过运用新近的虚拟引擎与渲染技术,创设出一个充满中式风格的奇幻神话空间。在整体的视觉呈现上,《黑神话:悟空》极具中国画的特点与神韵。游戏的画面整体色调统一,在低饱和的整体性色彩下,不乏细节刻画,如大面积的茂林修竹之绿、“亢金龙”雪景之白等。游戏场景在统一性的主色调下,通过明度与饱和度的变化,来增强画面的立体感。每当玩家通关章节后,游戏会呈现出具有笔画风格的交互画卷,而没有台词的过场动画也通过写意、工笔、泼墨等中国画技巧,展示出浓厚的中式韵味。例如,在“妖怪名录”神影图中,采用了中国画技法中的“白描”,寥寥几笔便勾勒出神形,颇具中式留白之美。

《黑神话:悟空》的亮点之一,在于其“建筑美学”。游戏制作团队通过实景扫描等方式,使中国古建筑得在游戏空间中焕发新生并永存。这些古建筑既构成游戏的场景,亦是中式美学的重要体现及其传播载体。例如,游戏中“观音禅院”主殿的“抱厦”样式体现了中国建筑的对称美学及层次清晰的布局特点,其原型为“独乐寺”,是中国仅存的三大辽代寺院,以及现存最古老的木结构建筑之一;而以重庆“大足石刻”为原型塑造的精美石刻,实景扫描的切面多达12亿个,以达到更精细化的视觉呈现效果。在视觉美学之外,《黑神话:悟空》也为玩家们带来了一场听觉盛宴。游戏配乐大量使用了古筝、琵琶、笛子等中国传统乐器,营造出浓厚的古典氛围,同时也将传统乐器与现代音乐完美融合。例如,《火照黑云》融合了琵琶乐器的温婉之韵与电子合成器的未来感,营造出“赛博国风”的游戏氛围;在《风起黄昏》中,“无头僧”演绎的“陕北说书”,不仅紧密贴合剧情,还展示出中国西北地区“说书文化”的魅力。

“审美”被认为是审美主体与审美对象间往返交流的心理过程,是具体的、复杂的、动态的个体心理活动^[2]。在《黑神话:悟空》中,玩家在不同的剧情线索中,获得不同的审美体验。游戏将中式美学融入到游戏的交互设计过程中,让玩家去体验、感受和把握其“神韵”,而非限于符号之形。在“审美距离”理论中,审美主体与客体间应当保持一定距离,距离过近容易被功利性束缚双眼,距离过远则容易丧失对细节的观察。玩家对《黑神话:悟空》中具有中式美学风格的符号感知,存在

着不同程度上的差异，尤其是对于以通关为主要目的的玩家而言，其与游戏文本的关系，具有一定的认知与审美距离。在游戏通关后，“再入轮回”的选项，也为玩家创造出一定的审美距离。在不以通关的功利性目标为导向的情况下，玩家有更多机会去探索支线剧情，并关注到不同场景中的游戏美学设计，正如创始人杨翼所言，“踏上取经路，比抵达灵山更重要”。

2. 中式哲学：传递中国文化价值观

《黑神话：悟空》不仅营造出具有中式美学风格的神话空间，同时也传达了特定的中式哲学思想与文化价值观。在一些学者看来，中国的“游戏出海”存在着不同程度上的效果悖论，其中，部分游戏为降低海外玩家的理解门槛，会舍弃文化符号与更高维度的价值观传播，主要追求审美意象带来的视觉刺激^[13]。相较于中式视觉审美，中国的哲学思想更加抽象化，因而也更加难以准确传达给海外玩家。《黑神话：悟空》以《西游记》IP为依托，其哲学思想与文化价值观的传递，具有一定的受众认知基础。《西游记》的故事融合了“儒释道”哲学思想，但《黑神话：悟空》并未以文字或图像的形式直观地传达这类哲学思想，而是将其融入到游戏的规则与玩法中，玩家的游戏通关之路也是文化体验之路，玩家在游戏规则的引导下能够体会中式哲学思想的意蕴。

例如，《黑神话：悟空》的非线性叙事结构，体现了“因果轮回”的佛家思想。玩家在游戏中，基于不同的选择，开启不同的剧情线索，走向不同的游戏结局，在一次次的“再入轮回”中，体会“因果之缘”。“六根”作为游戏的核心设定，具有浓厚的佛教哲学色彩。“六根”指的是眼、耳、鼻、舌、身、意，分别对应着视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉和意识。在游戏中，这些“根器”是“孙悟空”的力量源泉，是玩家在游戏过程中需要收集的关键物品。收集这些“根器”的过程，同时也是玩家自身的修行之路，通过探索每个“根器”背后的故事，在执念与欲望中探寻自我。此外，《黑神话：悟空》游戏中游戏角色的“回血”（恢复状态）方式是“打坐”。“打坐”是一种极具禅意的行为，通过休养生息，进一步提升自我对外界的感知力。对于玩家而言，“打坐”也是与游戏空间的暂时剥离，可以再次投入到现实世界中。“打坐”是游戏中的留白，此处的留白不是空白，而是个体精神达到一定独立性后，与宇宙气息的交融流动。由此，《黑神话》悟空通过“轮回”的游戏叙事结

构、“六根”的属性设定与“打坐”的规则方式，演绎了善与恶、因与果等东方哲学思想。

三、游戏出海：如何打造“新神话”

21世纪以来，媒介技术的飞速发展，深刻影响了文化产业的样态，数字文化成为当下重要的文化形态。在百年未有之大变局下，提升文化软实力成为我国增强综合国力、实现民族伟大复兴的重要环节，数字文化出海是提升我国文化影响力的必然态势。数字游戏，代表了数字技术与中国文化生产的深度融合，正是文化出海的关键着力点之一^[14]。美国人类学家爱德华·霍尔（Edward Hall）将文化分为了高语境与低语境文化，中国文化被认为是典型的高语境文化，即大部分信息存在于物质语境中或内化于交际者的思维记忆深处，沟通时只有很少的信息通过编码清晰的语言传递。高语境文化在进行跨文化传播时常常难以准确传递文化内涵。在对外传播中华优秀传统文化的过程中，由于编码与解码之间存在较大偏差，文化接受者对所传播的文化理解程度较低，甚至会出现误读，这是中国文化对外传播面临的一大难题。相较于其他传播媒介，游戏在对外传播中华优秀传统文化方面，具有特定的优势。这种优势表现为，游戏具有跨越地域、语言和时间限制的“平台性”和“社交性”。玩家参与游戏的过程，是按照游戏空间的规则与各类文化符号互动的过程^[15]，玩游戏的过程本身，也构成一种文化体验，玩家从中感受文化魅力，获得文化经验。

《2023年中国游戏产业报告》显示，自研产品海外实销收入163.66亿美元，规模连续四年超千亿元人民币。国产游戏出海是近年来行业攻坚克难的重点，中国游戏出海整体形势向好，但在国际市场竞争激烈、隐私政策变动等因素的影响下，游戏出海的难度在不断增加。在此背景下，《黑神话：悟空》为中国的游戏出海，提供了有益的理论参考与实践经验。《黑神话：悟空》在全球范围内获得了各个游戏媒体的高度评价。在Steam平台上，《黑神话：悟空》超越了《幻兽帕鲁》，成为2024年最畅销的游戏，好评率高达97.04%。西班牙游戏媒体GamersRD提名其为“年度游戏候选”，高度赞扬了该游戏的艺术概念、视觉场景及配乐。GamingBolt和God is a Geek等知名游戏媒体对《黑神话：悟空》给出了满分评价，称赞其战斗设计和怪物设计，并称其为“年度最佳动作游戏之一”。《黑神话：悟空》在全球范围内发挥着数字游戏应

有的文化传播功能,成为“讲好中国故事”的文化阵地,为国产游戏的文化出海提供了可供参考的媒介路径。

(一) 挖掘文化IP: 优化传播方式

国产游戏出海,以游戏的高质量与可玩性为基础,以文化的包容性与可理解性为核心。在跨文化传播中,数字游戏具有“游戏层”与“文化层”的双重构造^[16],游戏中的人物、剧情等游戏设置,能够成为一种植入公众认知中的集体性文化记忆。

《黑神话:悟空》的成功,离不开其对《西游记》IP的深入挖掘与转化。《西游记》IP是游戏设计常见的灵感来源,基于《西游记》IP改编的游戏主要包括《梦幻西游》《悟空》《西游梗王》以及《黑神话:悟空》等。《黑神话:悟空》作为引发全球广泛关注的国产3A游戏,运用先进的数字技术打造出具有中式美学风格的西游世界、生动形象的“孙悟空”角色,并通过游戏的程序与规则设计,呈现出具有东方哲学底蕴的“取经路”叙事体系,由此在全球范围内引发了“西游热”。以《西游记》为代表的中华优秀传统文化IP,具有丰富的文化底蕴与充实的文化内容,不仅能为游戏的情节故事提供借鉴和参考,还可以通过与化身人物、游戏场景等游戏模型的融合,提升游戏的文化深度,增加游戏可玩性。

国产游戏在挖掘中华优秀传统文化IP时,面临着文化输出与产品输出不同步的难题^[17]。一方面,诸多游戏在设计环节,会有意识地融入中式元素,但海外玩家具有不同的文化背景,且存在着价值观与审美上的差异;另一方面,出于商业利益的考量,部分游戏会选取符合西方刻板印象的文化符号,而舍弃内涵更为深厚的文化内容。高语境文化在跨文化传播过程中,可能面临诸多障碍,如受“认知图示”影响,玩家可能仅会识别自己认识的符号,对其他符号缺乏辨别能力,甚至拒绝吸收^[18]。

《黑神话:悟空》以《西游记》IP为基础,《西游记》的艺术想象,源于佛教和道教的宗教文化,内涵丰富且意义深远,但与此同时,也兼具魔幻色彩、异域情调及人类的普世性情感。《黑神话:悟空》以半开放、半线性的叙事模式展开,游戏剧情能被国外受众理解,游戏中的神魔、正邪之争与转换,也较为符合中世纪西方的骑士精神以及英雄主义崇拜。《黑神话:悟空》采用了冷兵器格斗的游戏玩法,采用了魔幻主义的叙事风格,这使其不仅能够承载中华优秀传统文化符号与故事,还兼有国际化的表达思维。

(二) 符码转译: 降低文化折扣

“文化折扣”(Cultural Discount),指向的是因文化背景差异,国际市场中的文化产品,难以被其它文化群体与地区的受众认同或理解,从而导致价值降低的现象。尽管数字游戏的平台性及其全球范围内的可访问性,使其比其他传播媒介更为轻松地跨越国界,进入全球市场,但在国际传播过程中,依然不可避免地存在着“文化折扣”。“文化折扣”不能被消除,但可以被降低。在叙事上,《黑神话:悟空》基于“天命人”的成长与冒险故事,与全球玩家建立了情感连接,帮助他们理解中国的文化背景和内涵。在此基础上,《黑神话:悟空》重点突出了全球化的内容本地化。

在符码转译方面,游戏大量采用了拼音的方式,如“金箍棒”被翻译为“Jin Gu Bang”,“妖怪”被翻译为“Yaoguai”而非“Monster”。与传统的在外语词汇中寻找近义表达的翻译方式不同,拼音音译最大程度上保留了词语的本真内涵,促使玩家主动去了解符码在不同语境下的具体含义。同时,这也有利于增加外语词汇中的中式专有名词,扩大词汇边界,加强海外玩家对中国文化的理解。但拼音音译对于海外玩家而言,仍然具有一定的理解难度,即使他们通过翻译软件查询到词语意思后,也可能面临文化理解的困境,比如对《西游记》文本故事的把握等。据此,《黑神话:悟空》在追求“还原”的同时,也结合英语特定文化情境,进行本土化的翻译。例如,将“沙僧”译为“Sandy”,其与沙姓的音译“Sand”巧妙相连,且与中文“三弟”的发音有所对应。语言符码转换是文化输出过程中的一道难关,游戏中的符码转换,不仅要注重保留文化符号的原有内涵,还要注意游戏产品的格式转化,如超文本连续性、画面交互等^[19],在提升玩家游戏体验的同时,提供更加顺畅的文化体验,从而减低“文化折扣”。

(三) 游戏破圈: 推进二次传播

玩家是数字游戏的用户,也是文化传播的直接对象,基于游戏的文化出海,要注重玩家作为传播主体的能力建设。但与此同时,文化的传播不能局限于游戏媒介形式的使用者,还应融合各种媒介形式,实现中华优秀传统文化在更广范围内的破圈传播。《黑神话:悟空》作为一款硬核单机游戏,其影响力不仅局限于游戏玩家群体,而是触达了更广泛的社会群体,获得了社会各界的关注。一方面,《黑神话:悟空》的线上传播,借助了各大网络社交平台,通过各类网络社交平台上进行有节奏和

计划的宣发、预热和造势,提升了游戏的社会关注度,较高的网络覆盖率提升了公众对《黑神话:悟空》的期待值;另一方面,《黑神话:悟空》在线下与各个品牌联名,通过完整的商业链,进一步增强其社会知名度。《黑神话:悟空》带来的热度,也带动了相关周边产品的销售,如游戏手柄、PS5游戏机等硬件设备,以及与瑞幸咖啡等品牌的联名产品。

此外,玩家对游戏的二次创作与传播,也是提升游戏全球传播力的关键。与《黑神话:悟空》相关的游戏内容在TikTok上具有较高的播放量,单条视频片头的播放量达到了780万次;在B站上,游戏的实机演示视频播放量也超过了5000万次;在Youtube等国际视频网站,存在着大量由玩家创作的游戏文本,其中不乏其他文化爱好者根据游戏叙事和玩法进行的文化科普,深挖游戏中的文化内涵。《黑神话:悟空》面向全球进行文化输出的方式在于,吸引更多的人主动走进它的游戏世界,感受这个魔幻世界里的各种文化巧思和哲学意蕴。《黑神话:悟空》不只是游戏产品,同时也是重要的文化产品。中华优秀传统文化得以游戏为载体,以玩家为主体,以各类文化爱好者为帮手,实现全球范围内的破圈传播。

参考文献

- [1] 中国音像与数字出版协会. 2023中国游戏产业报告[EB/OL]. (2023-12-15). https://mp.weixin.qq.com/s/aRxt0_aJRUESRoSadgDZCQ.
- [2] 胡钰,朱戈奇. 网络游戏与中华优秀传统文化的当代传播[J]. 南京社会科学, 2022(7): 155-162.
- [3] CRAWFORD G, MURIEL D, CONWAY S. A Feel for the Game: Exploring Gaming "Experience" through the Case of Sports-themed Video Games[J]. Convergence, 2019(5-6): 937-952.
- [4] 田浩,常江. 桥接社群与跨文化传播: 基于对西游记故事海外接受实践的考察[J]. 新闻与传播研究, 2020, 27(1): 38-52+127.
- [5] 林玉佳. 《王者荣耀》是怎样被海外玩家接纳的?——一项基于国产游戏出海的扎根研究[J]. 当代传播, 2024(1): 97-102.
- [6] CRAWFORD C. The Art of Computer Game Design[M]. New York: McGraw-Hill Osborne Media, 1984.
- [7] 徐翔. 在线仪式: 传统文化的网络新构建[J]. 国际新闻界, 2011, 33(4): 68-73.
- [8] BOGOST I. Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames[M]. Cambridge: The MIT Press, 2007: 45.
- [9] 亨利·詹金斯. 文本盗猎者: 电视粉丝与参与式文化[M]. 郑熙青,译. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [10] 李倩倩,王敬仪. “机关术”: 游戏中的技术想象与文化传播多元路径[J]. 探索与争鸣, 2022(2): 146-162+180.
- [11] LIN H. Modern Chinas Ethnic Frontiers: A Journey to the West[M]. London: Routledge, 2010.
- [12] 唐孝祥. 建筑美学十五讲[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2017.
- [13] 曾培伦,邓又溪. 从“传播载体”到“创新主体”: 论中国游戏“走出去”的范式创新[J]. 新闻大学, 2022(5): 94-104+122.
- [14] 周敏,赵晨雨. 叙事构建与技术共生: 中华数字文化出海新逻辑[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(12): 48-55.
- [15] 陈静,周小普. 规则与符号的关系: 游戏传播的另一个研究视角——以《王者荣耀》为例[J]. 当代传播, 2018(4): 41-44.
- [16] 邓剑. 算学文本: 21世纪网络游戏的文化逻辑[J]. 探索与争鸣, 2021(9): 168-176+180.
- [17] 裴永刚,索煜祺. 中华优秀传统文化走出去的创新路径探析——以数字出版中游戏出海为视角[J]. 出版广角, 2022(15): 47-52.
- [18] 郭毅,董鸣柯. 国产游戏对外传播中华文化的现状、困境与对策[J]. 出版发行研究, 2023(1): 67-73+66.
- [19] 周敏,赵晨雨. 叙事构建与技术共生: 中华数字文化出海新逻辑[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(12): 48-55.

Digital Games Promote the International Communication of Fine Traditional Chinese Culture: Take Black Myth: Wukong as an Example

LI Jun-xin ZHOU Zi-han

(Chongqing University Chongqing 401331 China)

Abstract As an emerging cultural communication medium, digital games have played a significant role in promoting the international communication of Fine Traditional Chinese Culture and enhancing national cultural confidence. This article takes the game Black Myth: Wukong as an example to explore the symbolic representation mode and the practical approach of promoting the international communication of Fine Traditional Chinese Culture in the game. The research finds that Black Myth: Wukong uses the technical, interactive and social characteristics of the game media to create a game cultural space with Chinese aesthetic style and Chinese philosophical thoughts, and provides players with an immersive cultural experience. Through in-depth exploration of cultural IP, code translation and breakage circle, Black Myth: Wukong provides a useful reference for the subsequent international communication of game-based culture.

Key words digital games; Fine Traditional Chinese Culture; Black Myth: Goku; international communication

编辑 蒋晓