

《黑神话：悟空》的文化符号转译与全球文化传播效果

项煜宸

韩国国立群山大学人文系, 韩国 群山

收稿日期: 2025年6月24日; 录用日期: 2025年8月21日; 发布日期: 2025年8月29日

摘要

研究以国产3A游戏《黑神话：悟空》为核心案例，聚焦其在全球文化传播中的文化符号转译方式与传播效果，研究内容涵盖游戏中对中国传统神话与视觉元素的当代表达、国际玩家的文化接受反馈，以及国家政策对文化游戏“出海”的支持路径。研究方法主要包括符号学分析与案例研究相结合，结合跨文化传播理论探讨其传播机制与文化认同构建。研究发现《黑神话：悟空》有效转译中国文化符号，增强了文化输出的表现力，体现了游戏产品在提升国家文化软实力中的独特价值，对中国文化传播策略具有现实启示意义。

关键词

《黑神话：悟空》，文化符号，全球传播，中国文化输出，文化软实力

Translation of Cultural Symbols and Global Cultural Dissemination Effect of “Black Myth: Wukong”

Yuchen Xiang

Department of Humanities, Kunsan National University, Gunsan, Korea

Received: Jun. 24th, 2025; accepted: Aug. 21st, 2025; published: Aug. 29th, 2025

Abstract

This study focuses on the cultural symbol translation methods and dissemination effects of the domestic 3A game “Black Myth: Wukong” in global cultural dissemination. The research content covers contemporary expressions of traditional Chinese mythology and visual elements in the game,

cultural feedback from international players, and the support path of national policies for cultural games to “go global”. The research methods mainly include the combination of semiotic analysis and case studies, combined with cross-cultural communication theory to explore its communication mechanism and cultural identity construction. Research has found that “Black Myth: Wukong” effectively translates Chinese cultural symbols, enhances the expressive power of cultural output, reflects the unique value of game products in enhancing the country’s cultural soft power, and has practical implications for Chinese cultural dissemination strategies.

Keywords

“Black Myth: Wukong”, Cultural Symbols, Global Dissemination, Chinese Cultural Export, Cultural Soft Power

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

《黑神话：悟空》是由杭州游科互动科技有限公司开发，浙江出版集团数字传媒有限公司出版的西游题材单机动作角色扮演游戏，该作以中国四大名著之一、吴承恩所著长篇小说《西游记》为背景设定，借用《西游记》自身的故事作为前传，讲述取经之后孙悟空因放弃佛位引发天庭对其再次征伐之后的故事，《黑神话：悟空》作为国产高质量 3A 游戏代表，以中国传统神话为叙事根基，融合东方美学与现代技术展现出强烈的文化自信与艺术表达力。游戏预告片在全球范围引发热烈反响，凸显了中华文化符号在数字媒介中的传播潜力。围绕该游戏展开研究，有助于深入理解文化符号如何被有效转译并为国际受众接受，同时为中国文化走向世界提供具体案例与传播路径的启示。

2. 游戏中的文化符号转译

2.1. 神话母题重构

《黑神话：悟空》以《西游记》为叙事基础，游戏摒弃了传统文本中对大圣形象的单一塑造，转而呈现出一个具有悲剧色彩与人性挣扎的“黑神话：悟空”，打破了以往正邪对立的简单结构，这一过程中悟空的神性、妖性与人性相互交织，使其成为一种超越传统寓言的人格符号，表现出文化中的复杂张力 [1]。妖怪体系的设定不再拘泥于神魔二元对立，而是引入更多地域文化与民间信仰的意象，强化了怪异之美与神秘氛围，形成高度本土化的审美系统。同时道教与佛教的文化观念被深度嵌入角色设定与剧情结构之中，展现出中国哲学关于轮回、因果与自我修行的核心命题，让传统宗教思想转化为可感知的游戏叙事张力。

2.2. 叙事风格本土化

《黑神话：悟空》在游戏叙事中故事往往围绕人物的心理变化与命运纠葛展开，强调宿命感与因果关系的不可逆转，而非单纯的目标驱动与任务系统，这种结构反映出中国传统文学中重情重义、重缘重果的叙事传统，打破了西方主流游戏中以个人英雄主义与逻辑推演为主导的线性叙事结构，英雄形象的塑造方面游戏并未直接强调主角的力量与胜利，而是注重展现其在磨难与迷失中不断追寻本心的过程，这种东方英雄观体现了“修身齐家治国平天下”的文化思维模式，使英雄成为一种文化精神的承载者而

非单一行动者[2]。剧情推进以意象铺陈与环境叙事相互融合的方式展开，不依赖大量对白与说明文字而是根据场景的情绪、音乐的节奏以及角色的互动细节，构建出一个层层递进的叙事空间。

2.3. 视觉符号与艺术风格

游戏整体美术风格延续了水墨画的留白哲学与线条美感，根据色彩的克制运用和笔触的厚重感营造出肃穆而神秘的氛围，与故事设定的悲剧美相辅相成，场景设计大量借鉴古代园林、山水构图与佛教建筑体系，具备真实的历史空间质感的同时也在视觉层面传达出天地有序、生死轮回的文化意识。部分关卡中的石窟造像直接参考了敦煌壁画与云冈石雕的造型语言，人物服饰则还原了魏晋南北朝至唐宋时期的衣冠制度，并在细节上体现对纹样、色彩与材料的考据与还原，让玩家在感知审美的过程中潜移默化接受传统文化的象征体系。怪物与敌对角色的视觉表达上，艺术团队融合中国民间志怪、山海经意象以及地域鬼神信仰，让这些原本抽象的神魔形象转化为具体可感的动态视觉符号，在保持文化根源的同时强化视觉冲击力与辨识度。国际玩家对这种东方视觉语言表现出高度兴趣与接受度，不仅因为其美术风格的新颖性与艺术性，也因其所承载的文化意义具有丰富的解读空间[3]。视觉设计不仅是艺术表达的手段，也是游戏作为文化传播载体所依赖的重要中介，使中国传统文化在形式与精神层面上实现更有效的全球传播。

3. 国际传播路径与反馈

3.1. 跨文化传播策略

《黑神话：悟空》作为国产 3A 游戏的代表作品，在国际传播策略上展现出极强的规划意识与全球视野，开发公司游戏科学并未将目光局限于国内市场，而是有意识地借助全球化平台与多语种传播手段将游戏产品推向国际受众，Steam 平台作为全球玩家最为集中的数字分发渠道，为《黑神话：悟空》的首发预热和持续关注提供了强有力的基础支持。游戏上线 Steam 愿望单后迅速攀升至全球榜单前列，说明其传播策略在平台选择与目标定位上具有明确的海外导向特征。宣传内容设计方面官方发布的预告片多次使用中英文双语字幕，并对宣传节奏、叙事氛围以及剪辑节奏进行了国际化调整，让不同文化背景的玩家都能在短时间内捕捉到游戏核心信息与美学特色。官方团队还在 YouTube、Twitter、Reddit 等国际主流社交平台上设立账号，针对不同地区玩家的关注重点发布定制化内容，这种跨平台内容运营方式提升了互动频率与舆论热度，形成用户参与感与社区归属感。部分宣传短片还借助国际媒体平台进行首发以增强权威性与覆盖力。

3.2. 海外玩家的文化接受

海外主流媒体 IGN、GameSpot、Eurogamer 等纷纷给予游戏较高关注与积极评价，称赞其画面表现与战斗机制，更强调其独特的东方神话叙事和文化氛围是区别于西方主流奇幻设定的重要特色，玩家群体在社交平台上形成了关于“悟空是谁”“这个神话讲了什么”的广泛讨论，其中不少人根据预告片中的符号与角色设定对中国神话产生兴趣，并自发查阅相关资料进行理解与分享，YouTube、Reddit 与 Steam 社区中，关于游戏文化背景、角色设定及剧情推测的讨论数量持续上升，表明玩家对游戏背后的文化内容具有较强的认知欲望。部分内容创作者与评论者将《黑神话：悟空》视为中国文化输出的一次范式转变，强调其在视觉艺术、音乐美学与神话架构上的系统性呈现为全球玩家提供了一种崭新的叙事体验[4]。这种文化接受不只是对表层视觉效果的兴趣，更体现出跨文化传播中“认同-理解-再创”的文化流动过程。虽然部分玩家在初始阶段对某些文化隐喻或符号存在误读，但在持续的内容更新与社区互动中，游戏逐渐成为一种引导海外玩家接触和理解中国文化的中介。海外接受的积极态势表明，《黑神话：悟

空》作为游戏产品在内容深度与文化表达之间找到了良好的平衡点，使玩家不仅沉浸于玩法与画面，也能在潜移默化中接触到传统文化的内在精神。

3.3. 文化误读与沟通机制

海外玩家对于中国传统神话缺乏系统了解，容易将游戏中复杂的宗教意象或人物设定与西方宗教或流行文化进行类比从而形成语境错位，部分用户将悟空等角色误认为类似希腊神话中的神祇或将妖怪系统理解为纯粹的幻想生物，忽略了其背后的文化根源与哲学背景，佛教雕塑与道教建筑在场景设计中的融合，有时被误读为“东方玄幻”或“亚洲幻想”标签下的统一表达，削弱了其在中国文化语境中的历史连续性与思想深度。这种文化误读并不意味着玩家缺乏理解能力，而是反映出文化传播过程中文本与观众之间的认知鸿沟。游戏开发团队对此采取了较为积极的沟通策略。官方在宣传资料中增加对设定的简要说明，并在社交平台或问答中回应海外用户的问题，向用户解释角色原型与文化背景的差异。一些海外内容创作者与文化研究者在评论中主动引入对《西游记》或相关哲学背景的解释，为观众提供跨文化解读的桥梁。游戏科学也与部分海外媒体进行合作，允许其参与试玩并发表深度解析文章，从专业角度引导玩家理解游戏内在文化逻辑[5]。游戏本体的内容设计中开发团队有意识地设置文化缓冲地带，让文化核心在多元解释中依然保持辨识度。这种沟通机制减弱了文化误读带来的负面效应也提升了玩家的文化参与感和接受度。

4. 中国文化输出的政策支持

4.1. 国家政策助力

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中明确提出要加强国际传播能力建设，提升国家文化软实力与中华文化影响力，鼓励优秀文化内容以数字形式创新表达，这一顶层设计引导下文化和旅游部、国家新闻出版署等主管部门相继出台政策，对网络游戏出海提供政策引导与资金扶持，包括“国家文化出口重点项目”评选机制、“文化走出去”专项资金、“丝路工程”等配套项目。游戏作为文化新业态的重要组成部分，其创意表现、技术集成与内容叙事已不再被简单归类为娱乐消费，而是被定位为具有文化价值的传播媒介。在近年政策导向中，“数字文化出海”已成为内容产业升级与国家软实力建设的重要任务路径，强调根据游戏、动画、影视等融合载体讲好中国故事，增强中华文化全球认知度。具体到游戏行业，政策支持不仅体现在行政审批与出口通道优化方面，也涉及税收减免、海外市场开拓资金补贴及多语种本地化服务支持，为企业国际化运营提供制度性保障与发展动能。游戏科学在《黑神话：悟空》的海外传播实践中，正是顺应了这一政策导向，在项目立项、技术开发与宣传输出层面获得政策结构性的鼓励与支持，使其文化属性不仅限于产品内部表达，更上升为国家文化输出战略的一部分。

4.2. 游戏产业与文化软实力

《黑神话：悟空》所体现的文化张力与技术实力代表了中国数字内容产业在全球语境中竞争力的跃升，全球游戏市场的竞争格局中叙事方式、文化符号与技术融合能力已成为评判产品影响力的核心指标。国产游戏在经历初期以模仿与外包为主的阶段后，逐步进入原创能力与文化表达并重的发展阶段，技术自主权与内容原创性成为衡量其文化价值与传播潜能的关键要素。《黑神话：悟空》在视觉审美、叙事结构与交互机制上构建出独特的东方语境，填补了全球游戏市场中中国文化表达的空白，强化了国家文化符号在国际语境下的表达。相比单纯依靠政府主导的文化传播方式，高质量游戏产品具有更强的用户黏性、文化感染力与市场接受度，能在潜移默化中完成文化认同的建构与文化价值的渗透。游戏的沉浸

式体验机制天然具备文化传播的优势，使其成为链接本土叙事与全球语境的桥梁，特别是在年轻用户群体中所形成的文化影响力已远超传统宣传路径。从产业视角看游戏不仅是内容产品，也是技术平台与文化系统，其背后的算法、引擎、分发平台与社区互动机制共同构成一种全新文化传播生态。

4.3. 企业与政府协同路径

《黑神话：悟空》的开发过程并非孤立进行，而是嵌入了较为完整的文化政策体系与行业资源网络，政府的支持企业出海过程中所提供的战略性资源包括文化出口专项资金、本地化内容指导、海外展会平台对接及政策解读服务等，有助于企业在文化输出过程中减少制度成本与传播误差，企业在内容策划阶段可以依托文化主管部门的专家资源与项目评审机制，将传统文化元素进行系统整理与创意转化，让输出内容更具专业性与传播效率。国际市场推广阶段企业可借助政府主办的国际传播品牌活动、国家级展会或驻外机构渠道，建立更稳定与合法化的品牌形象，提高文化符号的信任度与接纳度。舆论协调方面企业面对复杂多变的国际舆情环境需要建立快速反应机制与文化风险防控能力，政府可在重大事件中提供战略指导与公关资源协助，共同应对文化误读与价值观差异带来的舆论压力。这一协同路径的形成需要在制度层面建立稳定的沟通机制与信息共享平台，让企业能更高效地利用政策红利与资源网络，政府则可借助企业市场化机制提高文化传播精准度与文化项目落地率。随着中国文化软实力建设的不断深化，这种以企业为文化输出主力、以政策为结构支撑、以协同机制为保障的运行模式将成为数字文化出海的重要推动力。

5. 结论

《黑神话：悟空》所实现的文化符号转译不仅扩大了中华文化的全球可见度，也验证了国产游戏作为文化传播载体的潜力与价值，围绕其构建的政策支持体系与传播机制，展现出企业与国家在文化软实力建设中的良性互动，为未来中国文化产品走向世界提供了现实路径与可持续模式。

参考文献

- [1] 茆博, 潘丽霞. 多模态话语视域下《黑神话: 悟空》字幕翻译策略——以过场动画《夜生白露》为例[J]. 英语广场, 2025(17): 19-22.
- [2] 叶震泉, 杨琴, 陈俊言, 等. 创造西游世界: 《黑神话: 悟空》的跨媒介叙事[J]. 大众电视, 2025(12): 48-51.
- [3] 吴斐. 从《黑神话: 悟空》看数字游戏赋能传统文化传播[J]. 南方论刊, 2025(6): 88-90+97.
- [4] 吴佳奕, 唐斌. 从《黑神话: 悟空》看中华文化的传播与影响力[N]. 松原日报, 2025-06-04(004).
- [5] 张琳琳. 新媒介时代文学作品的经典化路径——从《黑神话: 悟空》谈起[J]. 当代作家评论, 2025(3): 70-74.