

游戏产业文化符号的全球化传播：以《原神》为例探讨如何减少文化折扣

陕 朔

华中科技大学新闻与信息传播学院，武汉

收稿日期：2025年2月7日；录用日期：2025年3月5日；发布日期：2025年3月13日

摘 要

随着游戏产业的全球化发展，如何有效减少文化折扣成为亟待解决的问题。本研究以《原神》为例，从符号学视角探讨游戏产业减少文化折扣的策略。研究发现，《原神》通过创新性的视觉、听觉和叙事符号设计，构建了一套兼具文化特色与全球认同的符号体系。在传播路径上，通过本地化、全球化和互动策略的有机结合，实现了文化符号的有效传播。研究认为，游戏产业应在文化符号的巧妙运用、叙事策略的优化和传播路径的拓展等方面进行创新，构建多元化的传播矩阵。这些发现为数字文化产品的跨文化传播提供了新的理论视角和实践启示。

关键词

文化符号，文化折扣，游戏产业，全球化传播，《原神》

Cultural Symbols in Global Communication: A Case Study of *Genshin Impact* on How Gaming Industry Reduces Cultural Discount

Shuo Shan

School of Journalism and Information Communication, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Feb. 7th, 2025; accepted: Mar. 5th, 2025; published: Mar. 13th, 2025

Abstract

With the globalization of the gaming industry, effectively reducing cultural discount has become an urgent issue to address. This study takes *Genshin Impact* as a case and explores strategies for the gaming industry to mitigate cultural discount from a semiotic perspective. The research finds that

***Genshin Impact* has constructed a symbolic system that integrates cultural distinctiveness with global recognition through innovative visual, auditory, and narrative symbol designs. In terms of communication pathways, the effective dissemination of cultural symbols is achieved by combining localization, globalization, and interactive strategies. The study suggests that the gaming industry should innovate in the skillful use of cultural symbols, the optimization of narrative strategies, and the expansion of communication pathways to build a diversified communication matrix. These findings provide new theoretical perspectives and practical insights for the cross-cultural communication of digital cultural products.**

Keywords

Cultural Symbols, Cultural Discount, Game Industry, Globalized Communication, *Genshin Impact*

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

在全球化的背景下，文化产品跨越国界的传播变得越来越普遍，但“文化折扣”(cultural discount)¹现象仍然是制约文化输出的重要因素[1]。随着数字技术的进步，游戏产业作为一种新兴的文化传播方式，在跨文化交流中显示出了其独特的优势。例如，由米哈游开发的开放世界角色扮演游戏《原神》自2020年推出以来，在全球范围内取得了巨大的商业成功，首年收入超过20亿美元，活跃用户遍布200多个国家和地区[2]。这一成功案例引起了学术界对游戏产业如何有效减少文化折扣的关注。

当前学术界对文化折扣问题的探讨多集中于电影电视剧等传统媒体产品领域。相比之下，作为强互动性的数字文化产品，游戏在传播机制上与传统媒体存在本质差异。游戏中的文化符号通过玩家的主动参与和深度互动得以有效传递，这种独特的传播方式为降低文化折扣开辟了新路径。以《原神》为例，该游戏成功实现了东方美学与全球化叙事的有机融合，在保持鲜明文化特色的同时实现了跨文化传播，为游戏产业规避文化折扣提供了有益借鉴。值得注意的是，《人民日报》曾专题报道，《原神》通过将中华优秀传统文化与前沿数字技术相结合，不仅在全球市场取得商业成功，更向世界展示了中国文化的独特魅力，成功赢得全球年轻群体的广泛青睐[3]。

本研究计划从符号学的角度，以《原神》为例，探讨游戏产业如何通过创新设计和运用文化符号来减少文化折扣。研究将重点关注游戏中文化符号的设计策略、传播方式及其效果，旨在为数字文化产品的跨文化传播提供新的理论视角和实践指导。

2. 《原神》中的文化符号设计

2.1. 视觉符号的设计

《原神》通过精心设计的视觉符号系统，巧妙地将中国传统文化元素与现代游戏美学相结合，构建了一个具有深厚文化内涵的视觉体系。游戏在角色设计、建筑风格等方面展现出鲜明的文化特色，同时

¹文化折扣(Cultural Discount)是指在跨文化传播过程中，由于文化差异的存在，某些文化产品在不同文化背景下的接受度和理解度有所下降。该概念解释了文化差异如何影响文化产品的传播效果，尤其是电影、电视节目、音乐等内容在不同国家或地区的表现。文化折扣强调了文化背景、语言、符号和社会价值观等因素对跨文化传播的影响，可能导致某些文化产品在目标市场的接受度低于原始市场。

又兼顾全球受众的审美需求。

在角色设计方面，游戏以璃月为代表的区域角色融入了大量中国传统服饰元素。云堇的造型设计借鉴了戏曲旦角的服饰特点，裙摆与水袖的设计灵感源自传统戏服；钟离的服装则融合了古代文人服饰的特征，立领、盘扣等细节都体现了传统汉服的审美特点。通过这种创新性的视觉设计，游戏既展示了中国传统服饰文化的精髓，又迎合了现代玩家的审美偏好。

在建筑场景设计上，《原神》对中国传统建筑进行了系统性的研究和艺术重构。璃月港的整体布局参考了江南水乡的空间结构，标志性建筑如荻花洲、望舒客栈等，都融入了明清建筑的特色元素。研究表明，这种基于文化原型的视觉符号设计，能够有效降低跨文化传播中的认知障碍[4]。游戏中的建筑不仅在形制上还原了飞檐翘角、斗拱等传统建筑特征，更在细节处理上融入了石雕、彩画等传统工艺元素。

环境艺术设计方面，《原神》借鉴了中国山水画的意境表达。游戏中的自然景观如层峦叠嶂的山峰、飘渺的云海，都体现了“疏可走马，密可居人”的传统山水画美学理念。同时，游戏通过现代3D建模技术，将这种东方美学以更具互动性和沉浸感的方式呈现给玩家。这种创新性的视觉表达，为传统文化符号的全球化传播提供了新的可能性。

值得注意的是，《原神》在保持文化特色的同时，也注重了视觉符号的常见性设计。通过对传统文化元素的提炼与重构，游戏创造出既有文化辨识度，又易于为全球受众理解接受的视觉语言，有效降低了文化折扣。

2.2. 听觉符号的设计

《原神》的听觉符号设计涵盖了配乐、音效与配音等多个维度，通过对中国传统音乐元素的创新运用，构建出富有文化特色且具有国际化表达的声音体系。这种多层次的听觉符号设计不仅增强了游戏的文化氛围，更为跨文化传播提供了重要的听觉支持。

在音乐配乐方面，《原神》的璃月地区采用了以中国传统乐器为主的交响编曲。游戏原声带《璃月的晴空》中融入了古琴、笛子、二胡等传统乐器，并与现代管弦乐队完美结合，创造出既有东方韵味又具有国际化表达的音乐语言。正如王元翠指出，传统与现代的融合使得东方音乐元素能够更容易被全球受众接受和理解[5]。

在环境音效设计上，游戏对中国传统声音元素进行了系统性的采集与重构。璃月港的环境音效中加入了风铃、木鱼等具有东方特色的生活音响，增强了场景的文化真实感。研究表明，这种基于文化原型的声音设计能够有效提升玩家的文化沉浸体验[6]。

角色配音方面，《原神》采用了多语言配音制作，但在中文版本中特别注重对传统文化元素的声效表达。以云堇角色为例，其配音不仅需要表现日常对话，还包含了昆曲唱段的演绎，这种创新性的设计为传统戏曲艺术的传播开辟了新途径。这种多维度的配音设计既有利于保持文化的原真性，又照顾到了不同语言使用者的接受习惯。

值得关注的是，《原神》的听觉符号设计采用了“层级化”策略。表层的音乐旋律和音效具有广泛共鸣，易于被全球玩家接受；深层的传统音乐元素则为对中国传统文化感兴趣的玩家提供了深入了解的机会。这种策略性的听觉符号设计，有效平衡了文化特色的展现和跨文化传播的可接受性。

通过精心设计的听觉符号系统，《原神》不仅成功地传达了中国传统音乐文化的魅力，更建立起了一座连接东西方音乐审美的桥梁，为数字游戏中的文化符号传播提供了创新范例。

2.3. 叙事符号的设计

《原神》的叙事符号设计体现了对中国传统文化内涵的深度挖掘与创新性表达，通过故事情节、角色对话和任务设计等多个层面，构建了一个既有文化深度又具有通用性的叙事体系。这种多维度的叙事

策略不仅丰富了游戏的文化内涵，更为跨文化传播提供了有效的叙事框架。

在世界观构建方面，《原神》借鉴了中国传统文化中“天人合一”的哲学思想。璃月区域的设定融合了道教文化中关于仙人治世的理念，通过“七星”治理体系的设计，将中国传统的政治智慧与幻想世界观相结合。基于文化原型的世界观设计，既有助于保持文化的独特性，又具有较强的跨文化理解性。

在角色塑造方面，游戏通过精心设计的人物背景故事和性格特征，展现了中国传统文化中的价值观念。例如，钟离一角通过对“契约”的坚守体现了中国传统文化中的“信”的理念；魈的设定则融入了道教文化中的“守正”思想。这种深层的文化价值观植入，为全球玩家提供了理解中国传统文化的新视角。

在剧情任务设计上，《原神》采用了“多层次解读”的叙事策略。表层的剧情富有娱乐性和互动感，适合所有玩家体验；深层则蕴含着丰富的文化典故和历史隐喻。例如，“海灯节”任务线既是有趣的游戏内容，又融入了中国传统节日文化的内涵。周怡璐(2024)的研究表明，这种分层式的叙事设计有效降低了文化理解的门槛，同时为感兴趣的玩家提供了深入了解中国文化的机会[7]。

在对话系统设计方面，游戏通过巧妙的语言转换，实现了传统文化元素的现代表达。璃月角色的对话中融入了古诗词典故、谚语俗语等传统文学元素，但又通过现代化的表达方式，使其易于为当代受众理解和接受。这种创新性的语言设计，为传统文化的全球传播提供了新的范式。

值得注意的是，《原神》的叙事符号设计特别注重“共情性”的情感传递。通过不同的情感主题(如亲情、友情、责任等)作为叙事基底，在此基础上展现文化特色，这种策略有效降低了文化折扣，增强了全球受众的情感认同。

3. 《原神》的跨文化传播路径

3.1. 文化符号的本地化策略

《原神》在文化符号的本地化策略上展现出精准而系统的设计思路，成功实现了文化符号在不同地区市场的差异化呈现。本地化策略的核心在于根据目标市场的文化背景、审美偏好和用户习惯，对游戏中的文化符号进行适应性调整，同时保持原有文化内涵的完整性。

在视觉呈现方面，《原神》针对不同地区市场采取了细致的本地化调整。例如，在日本市场的推广中，游戏UI界面的设计融入了更多符合日本用户审美习惯的视觉元素，如日本的玩家通常偏好简洁、清新且富有层次感的设计，尤其是喜欢使用较为细腻的字体和清晰的视觉层级感。因此，《原神》的界面在字体选择上，采用了更加圆润、柔和的日文字体，以符合日本用户对字体细节的审美要求。在北美市场，则对部分服装设计进行了适度调整，以符合当地的文化认知和审美标准。例如，一些角色的服饰颜色更加饱和，使用红色、黑色、金色等强烈对比色，以增加角色的力量感和视觉冲击力。此外，角色服装的纹理和材质处理也更趋向于真实感和实用性，符合北美玩家对“现代性”和“实用性的重视”。

文本本地化方面，《原神》采用了“创造性转化”的策略。游戏在进行文本翻译时，不仅注重语言转换的准确性，更重视文化内涵的本土化表达。例如，在处理中国传统典故时，会根据目标市场读者的文化背景，选择相应的表达方式，使其既保持原有意涵，又便于本地用户理解。

在营销推广层面，《原神》针对不同地区开展了富有本土特色的推广活动。如在日本市场推出与当地动漫文化相结合的宣传内容，在欧美市场则更注重游戏的开放世界特性和游戏性体验的传播。差异化的本地化营销策略有效提升了游戏在各区域市场的接受度。

《原神》的本地化策略始终遵循“核心文化保持，表达方式调整”的原则。在进行本地化改良时，既确保了中国传统文化元素的完整性，又通过灵活的表现手法使其更容易被目标市场接受。这种平衡策略为游戏文化符号的跨文化传播提供了有益借鉴。

3.2. 文化符号的全球化策略

《原神》在文化符号的全球化策略上体现出独特的创新性，通过构建具有跨文化接受度的文化表达体系，实现了文化符号在全球市场的有效传播。这种全球化策略的核心在于寻找文化的共通点，创造跨文化理解的桥梁。

在内容创作层面，《原神》采用了“文化融合”的全球化策略。游戏不仅包含了璃月(中国)、蒙德(欧洲)、稻妻(日本)等不同文化背景的区域设定，更在故事构架中融入了普世价值观念。这种多元文化并置的设计方式，有效降低了单一文化符号可能带来的理解障碍，使游戏获得了更广泛的全球认同。

在艺术表现方面，《原神》建立了一套具有国际化表达特征的视觉语言。游戏在角色设计、场景布局等方面，虽然保留了各地区的文化特色，但在艺术风格上采用了二次元风格，这种处理方式既保持了文化识别度，又具有较强的国际市场亲和力。

在技术实现层面，《原神》通过先进的游戏引擎和精良的制作，打造了符合全球玩家审美的高品质内容。游戏的高质量画面表现和流畅的操作体验，为文化符号的全球化传播提供了坚实的技术支撑。这种“质量优先”的策略，有效提升了游戏在全球市场的竞争力。

在传播渠道方面，《原神》构建了完整的全球化发行体系。通过与全球主流游戏平台的深度合作，建立统一的更新机制和运营策略，确保全球玩家能够同步体验游戏内容。这种标准化的全球发行模式，为文化符号的大规模传播提供了有力保障。

《原神》的全球化策略并非简单的文化同质化，而是在保持文化多样性的基础上，寻求更具包容性的表达方式。通过建立共通的游戏语言和价值体系，实现了文化符号的有效全球化传播。这种策略不仅促进了跨文化理解，也为数字文化产品的全球化传播提供了新的范式。

3.3. 文化符号的互动策略

《原神》通过创新性的互动设计，构建了一套促进全球玩家文化认同的互动体系。这种互动策略不仅体现在游戏机制层面，更延伸至社区运营和用户参与等多个维度，形成了完整的文化互动生态。

在游戏机制层面，《原神》设计了多层次的互动体验。通过任务系统的分层设计，玩家可以根据个人兴趣深度选择性地了解文化内容。李玫茹(2024)的研究发现，这种弹性化的互动设计显著提升了玩家对文化内容的接受度[8]。例如，“尘歌壶”系统让玩家能够主动参与到传统建筑美学的创作中，通过亲身实践加深对中国传统园林文化的理解。

在社区互动方面，《原神》建立了全球化的玩家社区体系。游戏官方通过社交媒体平台(如 Facebook、Bilibili 等)与不同地区的玩家保持互动，并鼓励玩家创作和分享游戏相关的二次创作内容。这种社区互动策略有效促进了跨文化交流，形成了活跃的全球玩家社群。

在用户参与层面，《原神》通过线上线下结合的活动策略，增强玩家的文化参与感。线上举办的“网页活动”和线下的“原神交响音乐会”等活动，为玩家提供了多样化的文化体验机会。调查显示，这些互动活动显著提升了海外玩家对中国传统文化的兴趣和认同感[9]。

在内容创作参与方面，《原神》积极采纳玩家反馈，通过“角色演示页面”等功能，让玩家在游戏更新前就能参与到内容体验和优化中。这种开放式的互动模式，不仅提升了玩家的参与感，也帮助开发团队更好地理解不同文化背景玩家的需求。

《原神》的互动策略特别注重“共创”理念的实践。通过鼓励全球玩家参与内容创作和文化讨论，形成了一个多元文化共生的互动社区。这种基于用户参与的互动策略，既促进了文化符号的有效传播，也构建了跨文化理解的新平台。通过系统性的互动设计，《原神》成功实现了文化符号从单向传播到多向互动的转变，为数字文化产品的全球化传播提供了创新范例。

4. 减少文化折扣的建议

4.1. 文化符号的巧妙运用

基于对《原神》文化符号传播策略的分析，游戏产业减少文化折扣的首要策略在于文化符号的巧妙运用。这种运用不应局限于简单的文化元素堆砌，而是需要通过深入理解和创新性转化，实现文化符号的有效传播。

在视觉符号方面，游戏产业应注重建立“多层次”的视觉表达体系。表层设计需要符合全球玩家的基础审美认知，通过普遍性的艺术风格建立初步连接；深层设计则可以融入独特的文化符号，为对特定文化感兴趣的玩家提供深度体验。这种层次化的设计策略既能确保基础可接受性，又不失文化特色。

在符号转化方面，游戏产业需要建立起传统文化符号与现代表达形式之间的桥梁。这要求开发团队既要深入理解传统文化的内核，又要掌握当代审美趋势，在保持文化本质的同时，赋予其现代化的表现形式。例如，在角色设计中，可以将传统服饰元素与现代时尚审美相结合，创造出既有文化辨识度又具当代感的造型。

在符号互动方面，游戏产业应当充分利用数字媒介的互动特性，让玩家通过主动参与来加深对文化符号的理解。这种互动不应停留在表面的点击操作，而是要设计能够让玩家深入体验和理解文化内涵的互动机制。通过精心设计的互动环节，使文化符号从静态展示转变为动态体验[10]。

在文化符号的组合运用方面，游戏产业需要建立科学的符号体系，确保不同类型的文化符号能够和谐共存，形成完整的文化表达。这种系统性的符号设计，能够帮助玩家更全面地理解和接受文化内容，从而有效降低文化折扣。

总的来说，文化符号的巧妙运用需要在保持文化特色与促进跨文化理解之间找到平衡点，通过创新性的设计实现文化的有效传播。这不仅需要对原有文化符号的深刻理解，更需要具备将其转化为现代化表达的创新能力。

4.2. 叙事策略的优化

首先，游戏产业应构建“双线叙事”结构。主线叙事应着重于广泛的情感主题和价值观，如友情、成长、勇气等全人类共通的情感体验；支线叙事则可以深入展现特定的文化内容，让对文化感兴趣的玩家能够主动探索 and 了解。这种分层的叙事结构既确保了基础可玩性，又为文化传播预留了深度空间。

其次，在角色塑造方面，应采用“多维度”的人物刻画方法。角色设计不应局限于文化符号的表层应用，而是要通过性格特征、行为方式、价值观念等多个维度的塑造，展现立体且富有说服力的人物形象。这种深度的角色塑造能够帮助不同文化背景的玩家产生情感共鸣。

在剧情设计方面，建议采用“渐进式”的文化内容展现方式。游戏初期应以易于理解的剧情为主，随着玩家的深入参与，逐步引入更多文化特色内容。这种循序渐进的叙事策略，能够降低玩家的文化认知门槛，提高文化接受度。

对于任务系统设计，应强调“情境化”的文化体验。通过将文化元素自然融入游戏任务中，让玩家在完成的过程中自然接触和理解文化内容。避免生硬的文化说教，而是通过情境化的体验来传递文化价值。

在对话系统方面，需要建立“灵活多变”的语言表达机制。在保持文化特色的同时，应根据不同语言版本的特点，采用适当的表达方式，确保文化内容能够准确传达。这种本土化的语言处理，能够有效降低文化理解障碍。

最后，在故事节奏的把控上，应注重“张弛有度”的叙事节奏。通过合理安排剧情发展的节奏，在文化内容的展现和游戏性之间取得平衡，避免过度密集的文化信息影响玩家的游戏体验。这种平衡的叙事

节奏设计，能够让玩家在轻松愉悦的氛围中自然接受文化内容。

4.3. 全球化传播路径的拓展

首先，游戏产业应建立“多平台联动”的传播矩阵。除了传统的游戏平台外，还应充分利用社交媒体、视频平台、直播平台等多元渠道，构建完整的传播生态。不同平台的内容呈现应各有侧重，既保持统一性，又能突出各自特色，从而实现传播效果的最大化。

其次，在社区运营方面，建议采用“分区互通”的运营策略。针对不同地区玩家的文化特点和使用习惯，设计差异化的社区活动，同时通过跨区域的互动活动，促进不同文化背景玩家间的交流。这种互动式的社区运营，能够加深玩家对多元文化的理解和认同。

在内容创作方面，应鼓励“用户共创”模式的发展。通过建立开放的创作平台，鼓励全球玩家参与游戏周边内容的创作，如同人创作、攻略制作、艺术作品等。这种自下而上的创作模式，能够丰富文化传播的形式，增强文化认同。

在营销推广层面，需要构建“全域营销”的传播体系。结合线上线下活动，如电竞赛事、文化展览、音乐会等多样化形式，打造立体化的品牌形象。这种全方位的营销策略，能够让玩家从多个维度感受和理解文化内容。

在技术支持方面，应着力打造“智能化”的传播工具。利用大数据分析、人工智能等技术，精准把握不同地区玩家的文化需求和接受习惯，实现传播内容的个性化推送。这种数据驱动的传播方式，能够提高文化传播的精准度和效率^[11]。

最后，在跨文化合作方面，建议建立“战略联盟”机制。通过与各地区的文化机构、教育机构、媒体机构等建立合作关系，拓展文化传播的深度和广度。这种多方协作的模式，能够为文化传播提供更专业和多元的支持。

通过以上路径的系统性拓展，游戏产业能够构建起更加完善的全球化传播体系，实现文化的有效传播，最终达到减少文化折扣的目标。这种多维度的传播路径优化，将为数字文化产品的全球化发展提供新的可能。

5. 结论

本研究以《原神》为例，探讨了游戏产业如何通过文化符号的创新设计与运用来减少文化折扣现象。研究表明，游戏作为一种互动性媒介，在文化传播方面具有独特优势，通过精心设计的视觉、听觉和叙事符号系统，能够有效降低文化理解障碍，促进跨文化传播。

《原神》的成功实践表明，文化符号在游戏中的应用应遵循“多层次”原则。通过构建既有文化特色又具通用性的符号体系，在保持文化独特性的同时确保全球受众的理解和接受。同时，游戏的本地化、全球化和互动策略的有机结合，为文化符号的有效传播提供了系统性支持。

研究建议游戏产业在文化符号运用、叙事策略优化和传播路径拓展等方面进行创新。通过建立多元化的传播矩阵、促进用户共创、发展全域营销等方式，构建更加完善的文化传播体系。这不仅有助于减少文化折扣，也为数字文化产品的全球化发展提供了新的思路。

未来研究可以进一步探索数字技术发展对文化符号传播的影响，以及如何利用新兴技术提升文化传播效果。同时，跨文化传播中的受众反馈机制和文化认同建构过程也值得深入研究。

参考文献

- [1] 陈文泰, 孙仲伯, 李卫东. 权力让渡、话语冲突与空间建构——跨文化传播中多级文化折扣的逻辑理路[J]. 新闻与传播研究, 2024, 31(10): 38-53+127.

- [2] 程前, 王蕾. 基于文本挖掘的国产游戏国际传播路径研究——以《黑神话: 悟空》与《原神》为例[J]. 传媒论坛, 2025, 9(2): 4-8.
- [3] 人民日报图文数据库(1946-2021) [Z/OL]. 人民日报.
http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2023-11/20/nw.D110000renmrb_20231120_6-14.htm#, 2023-11-20.
- [4] 张秀丽, 聂玉治. 以数字游戏为媒: 中华优秀传统文化国际传播效能提升的实践进路[J/OL]. 中国编辑, 2025: 1-12. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.4795.G2.20250123.1302.002.html>, 2025-02-10.
- [5] 王元翠. “国潮”背景下中国传统舞蹈的影像化创作与传播研究[J]. 四川戏剧, 2025(1): 123-125.
- [6] 贺艳, 李慧敏. 竖屏微短剧的声景创构与提升路径研究[J]. 中国电视, 2024(12): 61-68.
- [7] 周怡璐. 基于虚拟现实技术的秦淮灯彩数字展馆设计研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京信息工程大学, 2024.
- [8] 李玫茹. 基于互动体验的交互动画设计与创作探析[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东工艺美术学院, 2024.
- [9] 何杨. 新媒体时代茶艺文化的传播路径[J]. 福建茶叶, 2025, 47(1): 190-192.
- [10] 徐敬宏, 渠润泽. 数字时代娱乐传播的跨文化想象——以《黑神话: 悟空》为例[J/OL]. 中国编辑: 1-10.
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/11.4795.G2.20250122.1604.002.html>, 2025-02-10.
- [11] 李旸. 数字技术促进精神生活共同富裕的现实阻碍与优化路径[J]. 决策与信息, 2025(2): 19-30.