

国产网络游戏《黑神话：悟空》中的角色命名与文化传播研究

童园¹, 李圃²

¹新疆大学中国语言文学学院, 新疆 乌鲁木齐

²新疆大学国际文化交流学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2025年3月5日; 录用日期: 2025年4月15日; 发布日期: 2025年4月28日

摘要

国产网络游戏《黑神话：悟空》在角色命名上体现了中国传统文化，通过游戏内的元素与传统文化相结合，以游戏作为文化传播的重要媒介，成功将丰富的文化元素传播至全球，引发广泛的讨论与共鸣，展现了游戏在推动文化交流与传承中的独特价值。

关键词

国产网络游戏, 《黑神话：悟空》, 角色命名, 文化传播

Study on the Character Naming and Cultural Dissemination in the Domestic Online Game "Black Myth: Wukong"

Yuan Tong¹, Pu Li²

¹College of Chinese Language and Literature, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

²College of International Exchange and Culture, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: Mar. 5th, 2025; accepted: Apr. 15th, 2025; published: Apr. 28th, 2025

Abstract

The domestic online game "Black Myth: Wukong" demonstrates Chinese traditional culture in the naming of its characters. By integrating in-game elements with traditional culture, it uses the game as an important medium for cultural dissemination, successfully spreading rich cultural elements globally and triggering extensive discussions and resonances. This showcases the unique value of games

in promoting cultural exchange and inheritance.

Keywords

Domestic Online Games, “Black Myth: Wukong”, Character Naming, Cultural Dissemination

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

文化是一个永恒的话题，文化的发展和传播要不断与时俱进。网络游戏作为一种新兴的传播媒介，其为中国传统文化在网络时代更好地传播提供了平台，网络游戏为了承担更多的社会责任取得长久的发展，“游戏 + 文化”的传播形式开始流行，《黑神话：悟空》便是其中的佼佼者。“中华优秀传统文化是中华民族的突出优势，是我们最深厚的文化软实力”[1]。因此，中国网络游戏逐渐在国际市场成为提升国家软实力和中华文化影响力的重要一环。通过国产网络游戏进行文化传播也是提升文化软实力的表现之一。

关于国产网络游戏元素传播中国文化的研究，於志东(2005)的研究表明了网络游戏产业在互联网上迅速发展成为重要的组成部分。然而，我国的网络游戏市场在快速发展的同时，也暴露出如何促进国产网络游戏产业的发展，使其能够在国际市场上与国外产品竞争的问题[2]。而罗斌(2007)的研究结果说明国产网络游戏具有其独特的文化内涵，作为中国网络游戏产业的后起之秀，在继承和发扬中华优秀传统文化方面有非常重要的作用[3]。龚余辉、陈彦君(2020)等人的研究提出了在各国网络游戏市场上游戏内容创新和其体现的文化软实力竞争激烈[4]。蒋多、尹航(2024)则从文化研究视角出发，表明网络游戏通过虚拟符号体系实现跨文化传播，国产网络游戏在主体、内容和受众方面展现出特定趋势。未来可通过多种路径提升网络游戏跨文化传播的效能并总结出用游戏成功传播文化的原因、经验[5]。聚焦中国传统文化元素，有研究者详细分析了《原神》《王者荣耀》《梦幻西游》《天龙八部》中体现的中国传统文化元素和中国历史。

综上，现有研究对于国产网络游戏传播中国文化采取了不同的研究视角，为本研究提供了值得借鉴的经验。但目前的研究情况还存在一些局限：主要是研究主题较为单一，用网络游戏传播中国文化的传播主体、内容与方式等多维度进行综合研究的相对较少，且缺少针对性。因此，本文选取《黑神话：悟空》中的角色命名进行针对性分析，对国产网络游戏传播中国文化进行探讨，以期促进中国文化的传承和发展，为推动社会进步和文明发展作出贡献。

2. 国产网络游戏《黑神话：悟空》概述

国产网络游戏《黑神话：悟空》以西游故事中的孙悟空为原型，重新构建角色身份，打破了文学背景下的传统形象认知，给予人物角色一定的神秘背景。《黑神话：悟空》主要讲述小说《西游记》之后的故事，玩家在游戏中扮演一位“天命人”，为了探寻昔日的真相，踏上一条充满危险与惊奇的西游之路。2024年8月20日，《黑神话：悟空》正式发行。游戏平台 Steam 数据显示，不仅在中国，在全球热销游戏排行榜上，《黑神话：悟空》都持续霸榜第一名。全球游戏评分网站 Metacritic 统计显示，截至8月19日，54家全球媒体平均给出82分的评价，其中权威评分机构 IGN 中国更是给予《黑神话：悟空》满分

评价, 并称其为中国游戏行业的里程碑。据 SteamDB 数据显示, 8 月 20 日上午 10 时, 历时 7 年开发备受期待的国产游戏《黑神话: 悟空》在 PS5 和 PC 平台正式上线一小时左右, 同时在线玩家数已突破 100 万, 并持续攀升¹。

国内外多家媒体对国产网络游戏《黑神话: 悟空》进行了报道和评论。据 2024 年 8 月 21 日北京青年报报道², “不少外国网友晒出正在努力学习《西游记》的动态。如观看 1986 版《西游记》电视剧, 精心研读各种译文版小说, 只为玩好《黑神话: 悟空》”。2024 年 8 月 31 日, 中国驻美大使谢锋在华盛顿中国文化节上提及《黑神话: 悟空》的火爆, 他表示, “文学经典与现代游戏技术结合, 吸引了全球超 300 万玩家, 玩家因悟空的品质和中华文化魅力着迷”。谢锋呼吁, 大家在游戏中领略《西游记》后, 也应亲身体验中国旅行³。英国著名游戏媒体 VGC 发文称: “《黑神话: 悟空》预示着中国游戏产业崛起并在西方站稳脚跟”; 波兰游戏开发商 CD PROJEKT 也在《黑神话: 悟空》的 B 站评论区留下赞誉“太酷了”等评论⁴。

与国外同类型游戏《宇宙机器人》《艾尔登法环》《小丑牌》相较而言, 《黑神话: 悟空》不仅获 2024 年度金摇杆终极游戏奖, 而且斩获 2024 年 TGA 最佳动作游戏奖⁵和玩家之声奖。此次获奖实现了中国游戏史上多个“零的突破”, 也让全球游戏爱好者对中国游戏刮目相看。这款游戏体现了中国游戏行业的崛起, 也展示出中国文化在全球化背景下的独特魅力。

总的来说, 《黑神话: 悟空》是一款优秀的游戏作品, 更是中国文化传播与创新、文化出海与国际交流的重要载体。它凭借自身独特的文化内涵和高品质的游戏制作, 成功吸引了国内外玩家的关注和喜爱。这不仅有助于提升中国文化的国际影响力, 也让更多外国人通过这一载体了解和认识中国文化。

在《黑神话: 悟空》获得全球关注的现象背后, 角色命名作为文化符号的载体, 成为连接游戏与传统文化的重要纽带。

3. 角色命名

命名是一种语言和文化的表达形式, 是为特定事物或概念确定名称的行为或过程。名称可以传达关于事物特征和属性的信息, 帮助人们更好地理解 and 认识事物。命名的起源可以追溯到古代, 当时人们为了交流和记忆, 便开始给事物取名字。命名是文化传承和发展的重要手段, 通过命名可以传递历史、文化、价值观等信息[6]。

《黑神话: 悟空》中的角色十分丰富, 而且命名具有创意性。其中部分角色是源于中国四大名著之一的《西游记》, 这样的角色设计可以使玩家在游戏过程中代入西游记的故事, 在一定程度上促使玩家更好地理解传统文化, 加深游戏对玩家的传播效果。由于这款游戏的角色设置是基于西游记, 因此本文对游戏角色进行分类, 选取其中具有创新性的角色进行分析, 试图寻找出游戏角色命名中蕴含的文化内涵。

(一) 角色命名的分类

通过游戏官方网站收集到的角色有 206 个, 其中有部分角色名称无实际意义未作分类统计。

通过表 1 发现, 以身份特征和物种特征命名的角色数量较多, 占比较大。对角色进行分类便于人们清楚角色的身份及所属的性格特征。

根据游戏角色大致分为以下五类:

¹《黑神话: 悟空》火爆全球, 外国网友: 从今天起我就叫孙悟空_腾讯新闻。

²今天热搜爆了!《黑神话: 悟空》火遍全球, 外国玩家猛啃《西游记》_新浪财经_新浪网。

³第 22 届中国文化节华盛顿举行 中国驻美大使谢锋: 中国敞开怀抱欢迎全球友人_中国日报网。

⁴“悟空”靠什么吸引全球玩家_央广网。

⁵《黑神话: 悟空》斩获 TGA 最佳动作奖, 央视祝贺, 玩家期待新佳作!

Table 1. Character naming statistics
表 1. 角色名称统计表

角色名称分类	玩家角色	非玩家角色					总量
		职衔命名	身份特征命名	物种特征命名	背景特征命名	含亲属称谓词命名	
数量	1	49	79	63	3	9	204
比例	0.50%	24.01%	38.73%	30.88%	1.47%	4.41%	100%

1) 玩家角色：天命人。

2) 非玩家角色人物类：

按职衔命名：黄袍员外、王灵官、牛魔王。

按身份特征命名：猪八戒、小张太子、铁扇公主、龟将、翠笠武师、白衣秀士、皓斧力士、灵吉菩萨、无头僧、鹤仙人、黑手道人、二郎显圣真君、弥勒、大圣残躯、萍萍、袁守诚。

按物种特征命名：灵狐、寅虎、申猴、老猴子、通臂猿猴、辰龙、戌狗、石中人、马天霸、红依。

按背景特征命名：小西天土地、黑风山土地、火焰山土地。

3) 非玩家角色头目类：

按含亲属称谓词命名：石父、石母、石子、大姐、二姐、三姐、四姐、五妹、六妹。

按身份特征命名：百目真人、海上僧、沙僧、靡道人、疾如火、快如风、火灵元母、水木兽、跳浪蛟、疯虎、广智、广谋、沙大郎、不能、不空、不净、不白。

按职衔命名：沙国王、魔将·劫波、魔将·莲眼、魔将·妄相、牯护院、虫总兵、燧统领、燧先锋、毒统领、凤翅将军。

按物种特征命名：地狼、无量蝠、老人参精、琴螂仙、百足虫、右手虫、金甲犀、步云鹿、碧臂螂、赤尻马猴、虎伥、浪里个波、浪里个浪、波里个波、波里个浪、浪波波、波浪浪、云里雾、雾里云、兴烘掀、掀烘兴。

4) 非玩家角色妖王类：

按职衔命名：黄眉大王、金池长老、虎先锋、石先锋、黑风大王、夜叉王、毒敌大王、晦月魔君、百眼魔君、亢金星君、魔将·妙音、黄风大圣。

按物种特征命名：红孩儿、赤髯龙、亢金龙、灵虚子、小黄龙、小骊龙、青背龙、阴阳鱼、黑熊精、紫蛛儿、壁水金睛兽、螭螭、石敢当、大石敢当。

5) 非玩家角色小妖类：

按身份特征命名：拂尘道士、狼剑客、执杖道士、提炉僧、泥塑金刚、蝎太子、迎客僧、阴兵·黑脸鬼、阴兵·力士、监院僧、阴兵·火牛、御剑道士、牛力士、阴兵·焦尸、焰蝠、赤发鬼、雪僵尸、隼居士、狼力士、狼弓手、鸦香客、鼠弩手、火灵童子、炉僧、戒刀僧、狼斥候、骨灵精、山匪头子、海罗刹、阴兵·弓手、冻饿鬼、双刀僧、支应僧、地罗刹、穿云鬼、五行战车、骨嶙峋、石苍苍、小呱呱、石双双、石磷磷、巫山小妖、幽灯鬼、夜叉奴、疾蝠、巡山鬼、骨悚然。

按职衔命名：蛇司药、鼠校卫、火长老、虫校尉、鼠司空、鼬侍郎、牛侍长、掌灯狱使、犬天兵、牛校卫、狼校卫、狼侍卫、蛇巡司、鼠都尉、狸侍长、狼护法、雷长老、蛇捕头、鹰天兵、豺天兵、牯都督、天将、焦面鬼王、鼠禁卫。

按物种特征命名：小菌君、傀蛛士、蜻蜓精、青蝠、干尸、地莲精、小灵芝精、蚂蜂精、蜚虫精、石蛛、小人参精、儡蟀士、琴螂幼虫、青冉冉、鳖宝、火烈烈、炎赫赫、行什、虫羽士、利爪茧。

一些角色命名中含有“仙”、“精”、“士”、“僧”、“魔”等字眼,可以看出这类角色是游戏创作者吸取了国内神话传说元素。还有一些命名含有“鳌”、“鼬”等一些罕见物种吸引人们的眼球,吸引人们去学习与这些物种相关的知识。角色命名的表层符号之下,隐藏着更深层的文化内涵。

(二) 角色命名中文化内涵的分析

1、体现文化传承与创新

《黑神话:悟空》在保留经典命名的基础上,引入了一些新角色,这些新角色的命名既体现了对传统文化的借鉴,也融入了现代创意,使得游戏角色更加丰富。下面列举几个典型句子进行说明。

1) 天命人

天命人是《黑神话》游戏中的主要角色,是“猴子猴孙”中的一员。在中国传统文化中,天命人本义是被天命所选中的人,通常指的是在某种仪式或重大节庆活动中担任重要角色、承担使命和责任的人。在游戏中它作为孙悟空的化身,其不畏强权、坚守正义、英勇善战、智慧人性的塑造,让玩家在游戏中深切感受到其使命担当,从而找到了文化认同和归属感。天命人的成功塑造反映了英雄主义和冒险精神的追求,同时鼓励人们在面对困难和挑战时需保持坚定的信念。

2) 石敢当

石敢当的命名源于山东省泰安市的传统民俗,是国家级非物质文化遗产之一,具有深厚的历史积淀。泰山石敢当习俗⁶在民间广为流传,石敢当是中国民间信仰中的一位守护神,主要以小石碑砌于房屋墙壁,上刻“石敢当”或“泰山石敢当”之类字样,以禁压不祥。它所表现的“吉祥平安文化”,体现了人们普遍渴求平安祥和的心理。如今人们仍然会在一些重要场所或住宅中摆放泰山石敢当,以祈求平安和吉祥。如此在游戏中石敢当这一角色充分融合了民间信仰和英雄主义的精神,体现了中国传统文化的魅力。

3) 亢金星君

亢金星君的命名融合了古代星宿文化和神话元素。亢金龙为东方青龙第二星宿,亢金星君则是亢金龙的人形态,体现了古代中国人对星空的敬畏和想象。其命名不仅体现了对古代星宿文化的引用,还体现了对古代文化的传承。

4) 辰龙、戌狗、申猴

生肖作为悠久的民俗文化符号,在游戏中也有所体现。如:辰龙,辰意为希望、光明,是地支的第五位,对应生肖是龙,而龙是中国古代神话传说中的神异动物,象征着祥瑞、吉祥如意等含义。戌狗,戌是地支的第十一位,对应生肖是狗,这类属相的人有淳朴正直、诚实友善、忠实可靠的特点。申猴,申是地支的第九位,对应生肖是猴,这类属相的人具有幽默、机智、活泼、性格宽厚的特点。游戏中相应角色的命名正是体现了以上特点。

5) 火灵童子、水木兽、小人参精

五行学说在中国传统文化中占有重要地位,而《黑神话:悟空》这款深受传统文化影响的游戏也有所体现。如:火灵童子,“火”表明其火属性,在五行中代表光明、热情、活力,“灵”则与敏捷和智慧相关,“童子”则表明其身份。水木兽的命名具有水和木两种属性,在五行中分别代表流动、生长、滋养。“兽”表明其身份。小人参精在游戏中是由人参化成精怪,“小人参”是一种中药药材,具有土行属性,象征大地的力量,在五行中具有坚韧、耐心、勤劳等特质,“精”则表明其身份。

2、体现情感

《黑神话:悟空》中一些新角色富有情感色彩,其命名暗含身份背景、性格特点,有些通过命名来

⁶泰山石敢当习俗_百度百科。

传达角色的内心世界和情感状态, 还有些通过隐喻或象征的手法来传达情感, 这种命名方式让玩家在游戏中更容易产生共鸣和情感投入[7]。

1) 赤髯龙、小黄龙

赤髯龙, “赤”字表示了其鳞片可能是呈红色或赤褐色, 而“髯”则指长在两边的龙须, 这里可能形容龙须的浓密。小黄龙的“小”和“黄”代表其外形, “龙”在此都表示物种。在中国传统文化中“龙”含有富贵、腾飞、团结之意, 也从侧面体现了中国人对“龙”的喜爱。我国的龙文化源远流长, 龙的形象已深入到社会的各个角落, 成为中华民族的象征之一, 中国人也被称为“龙的传人”⁷。因此, 游戏中相应角色的命名也体现出以上特点。

2) 牛力士

牛力士, “牛”代表勤劳、坚韧和力量, “力士”表明了它的力量特征。在中国古代, 牛是农业生产中的工具, 也是中国人生活中不可缺少的一部分。所以将角色命名为“牛力士”, 或许是在向这种传统文化致敬。

3) 蛇司药、蝎太子、鼠司空

蛇司药、蝎太子、鼠司空的命名中含有“蛇”、“蝎”、“鼠”等让人们感到恐惧且厌恶的动物, 人们常用含这类动物的词来暗喻品行不端之人, 以此表达人们鄙夷的情感。而司药、太子、司空则是古代的一些官职。正因如此, 以上命名在游戏中都对应对了反面角色。

4) 红依、紫蛛儿、青冉冉

红依、紫蛛儿、青冉冉三个角色在《黑神话》中分别指蛇、蜘蛛和柏树。这三个角色命名中的“红”、“紫”、“青”分别代表三种颜色, 而“依”含有依赖之意, “蛛”指的是蜘蛛, “冉冉”有缓慢、轻盈的意思。在中国文化中, 红色象征吉祥、喜气, 更是中华民族文化和民族认同的重要标志。紫色象征高贵和浪漫, 青色象征年轻和活力。在古代青色体现了道家崇尚自然的力量, 青和冉冉正是结合了树的形象和人的情感。所以由这几种颜色构造的角色较容易让人们带上喜爱的感情色彩。

5) 阴兵·黑脸鬼

阴兵·黑脸鬼, 阴兵指的是阴间的鬼差, 黑脸鬼表明了角色的身份特征。“黑”这个颜色象征神秘、阴暗、深沉, 这个角色在游戏中作为阴间的差使, 带给人一种神秘、未知的感觉, 让人感到好奇和恐惧。

通过角色分析得知不同人喜欢的动物、颜色不完全相同, 却也存在共性。从感情色彩上来看, 中国人偏好龙、虎、牛等动物, 这类动物常含褒义色彩, 在游戏中一般被塑形为正面角色。反之, 中国人对长相丑陋、价值小以及对人们生活造成危险的动物有一些厌恶的消极情感[8], 如: 蛇、蝎、鼠这类动物常含贬义色彩。人们通常偏好红、黄、青、紫这几个颜色, 包含这几个颜色的命名多表褒义色彩。通常厌恶黑色, 因人们害怕黑夜会带来未知的危险和恐惧, 所以含这类颜色的命名多表贬义色彩。这类在游戏中通常被塑形为反面角色。

综上, 角色命名从侧面体现出游戏开发者在创作过程中对中国传统文化的尊重和借鉴。他们不仅保留了神话传说中的经典元素, 还通过创新和想象, 为这些角色赋予了新的生命和意义。这种对传统文化的传承和创新既丰富了游戏的文化内涵, 也通过游戏向玩家传递了传统文化的魅力和价值[9]。当游戏中的文化符号完成现代转译后, 其传播效力通过网络被无限放大。

4. 文化传播

由于《黑神话: 悟空》是一款国产网络游戏, 因此游戏宣传从预热起就在互联网上进行, 随着游戏

⁷ 龙文化_百度百科。

知名度越来越大, 其所延伸的文化传播产业链也越来越丰富, 并出现了与一些平台、主播等联名的跨界互动和周边产品。通过这些衍生品, 以期借游戏将文化传播影响力达到最大。

(一) 游戏内的文化传播

1、融入中国传统文化元素

游戏中的每一个场景和角色都是精心设计且充满了浓郁的中国风。场景包含繁华的古都、幽静的竹林、金碧辉煌的宫殿、云雾缭绕的仙境, 这每一处都能让人感受到中国文化的博大精深^[10]。游戏中的角色更是独具匠心, 主角天命人的形象保留了原著中的经典元素, 同时融入了现代审美, 使这一角色焕发出新的生命力。

2、充分体现文化自信

“人们在特定文化背景下形成的观念是受制于所使用的语言的”^[11]。《黑神话: 悟空》在向外传播时, 翻译成不同国家的版本, 但为了翻译的准确性, 保证了忠实原文的文化韵味和风格。比如一些中国传统文化里特有的概念和名词, 游戏维持了原汁原味且准确的“中文发音”。如“孙悟空”译为“Wukong”, “妖怪”翻译为“YaoGuai”, 龙翻译为“Loong”, 金箍棒翻译为“JinGuBang”, 黑熊精翻译为“Black Bear Guai”^[12]。这些运用汉语拼音的翻译既保留了原本词汇的音韵美, 使国外玩家听或读这些词时, 也能够感受到中文的独特魅力。这种方式有助于玩家更深入地了解中国文化, 激发对中国文化学习的兴趣和探索欲望。

通过游戏这个桥梁促进文化交流, 借助汉语拼音的翻译连接了国内外玩家, 体现了文化自信。

3、深入挖掘价值观念

《黑神话: 悟空》中还有一些通过游戏 + 文化的方式, 潜移默化地影响玩家, 如一些涉及中华文化精神层面的思想和价值观念。游戏对《西游记》进行了深入挖掘, 通过剧情和角色的设计, 游戏还融入了一些如儒家、道教、佛教等中国传统文化元素, 向玩家传递了忠诚、勇敢、智慧等积极正面的思想价值观念。这些增加了游戏的文化底蕴, 使游戏成为一种跨文化交流的媒介^[13]。

(二) 游戏外的文化传播

1、社交媒体与直播平台的宣传

游戏公司通过社交媒体、直播平台等渠道加大力度推广宣传, 与知名主播合作, 利用联名营销的方式扩大了《黑神话: 悟空》的知名度和影响力。

这种多维度的方式吸引了大量玩家的关注, 而且成功吸引了许多非游戏玩家的目光, 使更多人开始了解和接触中国传统文化。

2、与游戏涉及的相关文旅部门合作

随着《黑神话: 悟空》热度的不断上升, 游戏公司对全国多处著名的历史遗迹进行了实景扫描, 多个地区的相关文旅部门借势宣传, 邀请游客探索游戏中的实景地。这种合作促进了旅游业的发展, 让更多人有机会亲身体验到中国传统文化的魅力, 也为文化遗产的数字化保存作出了贡献。

3、与游戏联名的周边产品

“融合了传统文化元素的网络游戏既是虚拟文化空间, 也是数字文创商品”^[14]。《黑神话: 悟空》与一些品牌或文化产品的联名合作, 比如与瑞幸、致态硬盘、中信出版等超过 10 家知名品牌进行合作, 推出限定版周边产品。这些联名营销式的合作既丰富了游戏的文化内涵, 也使传统文化以更加多样化的形式呈现在人们面前。

(三) 跨文化传播

1、跨文化传播引起的文化探索

通过游戏, 一些外国玩家为了更好地理解《黑神话: 悟空》的文化背景, 开始去阅读《西游记》原

著, 深度探索与之相关的中国传统文化。由此引起的文化探索是最有效的文化输出方式之一。

游戏中的许多细节都经过精心雕琢, 便于不同文化背景的玩家更好地理解。这体现出游戏作为文化载体的强大影响力, 展示出高品质文化产品在国际传播中的作用, 为全球文化的交流互鉴注入了活力。

2、跨文化传播引发的思考

《黑神话: 悟空》的成功为中国传统文化的国际传播提供了宝贵的经验。它表明传统文化 + 现代游戏可以创造出具有吸引力和创新性的产品, 又是一种文化传承 + 创新的体现形式。

未来, 游戏开发者可以通过持续关注国际玩家的动态, 深入挖掘中国传统文化元素并结合现代游戏理念, 创造出具有独特魅力的文化产品, 更好地适应国际玩家的需求。这种跨文化传播方式高效且深入人心, 能让更多人体验中国传统文化, 为中国传统文化在海外传播树立了良好的形象。

5. 结论

《黑神话: 悟空》以中国传统文化经典《西游记》为题材, 展现出了深厚的文化内涵和创意。游戏中的角色命名既保留了原著《西游记》中的经典元素, 又进行了创新。这些命名易于记忆和识别, 还具有较强的传播效应快速形成话题, 增加游戏的知名度和影响力, 增强游戏的文化韵味。

《黑神话: 悟空》通过深度挖掘中华优秀传统文化, 将传统文化与现代科技相结合, 实现了传统文化的创造性转化和创新性发展。游戏中的角色命名既植根于中国传统文化的土壤之中, 又不失创新, 使得传统文化在新的媒介中焕发新生。《黑神话: 悟空》的文化传播实践表明, 数字游戏已突破“文化容器”的工具性角色。玩家通过与《黑神话: 悟空》游戏中的角色互动, 激发了对中华文化的认同感和自豪感。游戏通过全球多语言上线, 将中华文化推向了世界舞台, 增强了中华文化的国际影响力。

《黑神话: 悟空》实证了国产 3A 游戏具备文化破圈能力, 未来的文化传播将不止于“让世界看到中国”, 下一阶段是让游戏本身成为文化“隐形教科书”, 在玩家无意识中完成价值传递。

6. 结语

《黑神话: 悟空》通过文化传播在加强精神文明建设方面发挥了积极作用。它弘扬了中华优秀传统文化, 激发了文化认同感和自豪感并提升了社会文明程度。从此, 中国游戏不再是简单的娱乐, 它承载着文化的重量, 肩负着传播的使命。

参考文献

- [1] 王志东. 中华优秀传统文化是当代中国最深厚的文化软实力[EB/OL]. 光明日报. (2019-01-16) <http://theory.people.com.cn/n1/2019/0116/c40531-30544538.html#>, 2024-12-20.
- [2] 於志东. 浅谈我国网络游戏市场的营销制胜策略[J]. 商场现代化, 2005(22): 57-58.
- [3] 罗斌. 论国产网络游戏对中国传统文化的继承[J]. 东南传播, 2007(8): 102-103.
- [4] 龚余辉, 陈彦君. 论国产网络游戏中民族文化建设的重要性[J]. 设计艺术研究, 2020, 10(2): 27-29, 34.
- [5] 蒋多, 尹航. 国产网络游戏跨文化传播的实现机制、实践特征与效能提升路径[J]. 北京文化创意, 2024(4): 70-75.
- [6] 命名的定义[EB/OL]. <https://zhidao.baidu.com/question/723259546269845965>, 2024-06-16.
- [7] 李津. 国产动画片角色名称研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2012.
- [8] 王美霖. 《现代汉语词典》(第 6 版)感情色彩词语研究[D]: [硕士学位论文]. 温州: 温州大学, 2021.
- [9] 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.
- [10] 刘琪, 陈刚. 从《黑神话: 悟空》的传播与接受看中国游戏文化产业的发展[J]. 北京文化创意, 2022(6): 90-96.
- [11] 孙英春. 跨文化传播学导论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008: 194.

-
- [12] 李轩. 数字游戏赋能中华优秀传统文化“两创”的实践探索——以《黑神话: 悟空》为例[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2025, 37(2): 143-154.
- [13] 汪玉迪. 浅析跨文化传播视域下游戏视频《黑神话: 悟空》的“文化出圈”[J]. 科技传播, 2023, 15(13): 115-119.
- [14] 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.