

《黑神话：悟空》海外成功之路：文化传播与技术创新的融合

罗瑞

重庆交通大学, 重庆 400074

摘要: 本论文旨在深入剖析《黑神话：悟空》在海外爆火的原因，并探讨其对文化传播的重要启示。通过分析游戏的内容特色、营销策略以及背后的文化价值，揭示其在全球范围内获得高度关注的关键因素。同时，从跨文化传播的角度出发，阐述该游戏如何为中国文化在国际舞台上的传播提供有益借鉴，包括如何创新文化表达方式、拓展传播渠道以及增强文化认同感等方面，希望能为推动中国文化的国际传播提供理论与实践参考。

关键词: 《黑神话：悟空》；文化传播；营销策略

DOI: 10.63887/jc.2025.1.4.11

引言

在全球化的时代背景下，文化传播成为各国展示软实力的重要途径。电子游戏作为一种新兴的文化载体，逐渐在全球文化交流中发挥着重要作用。2024 年强势推出的《黑神话：悟空》这款国产游戏在国内外引起了巨大关注和讨论，这款游戏不仅在商业上取得了巨大成功，更为中国文化的国际传播带来了新的契机。从画面到玩法，《黑神话：悟空》以精湛技术还原中国神话场景，融入传统武术、建筑等文化符号，让全球玩家在沉浸式体验中直观感受中华文化的独特魅力。探究其如何破圈和有效地传播了中国文化的背后原因对新时代中华文化的传播具有重要意义。

1 《黑神话：悟空》海外爆火成因分析

1.1 技术性文化认同

跨文化传播之父——爱德华·霍尔根据不同文化在信息传递交流方式以及人们对意义理解上的差异的角度提出了语境文化的概念。以中国为代表的亚洲和中东等部分国家信息多通过语境、非语言线索及背景知识传递，表达间接含蓄属于高语境文化。而像北美和西欧多国属于低语境文化，他们更倾向直接明确表达。爱德华·霍尔在他的著作《无声的语言》中将文化分成了显性文化、隐性文化、技术性文化三个层次。技术性文化是跨文化传播中最容易实现的认同，无门

槛就能理解的技术亮点，是吸引低语境国家人群的首要原因。不同于有着共同文化背景的文化吸引原则，国外玩家在接触一款游戏的初期，并没有太了解游戏的文化背景和含义，那些国人心中触动他们的细腻富有深意的点，可能外国人完全不懂也没法感受^[1]。

《黑神话：悟空》号称国内首款“3A”游戏吸引了国内外许多游戏爱好者的关注，“3A”游戏一般都指的是有着超高水准的游戏，“3A”代表了高质量、高投入、高回报。大家带着期待或是怀疑都想见识一下中国的“3A”游戏的水准。《黑神话：悟空》采用了先进的游戏引擎和技术，使得游戏画面达到了极高的水准。游戏中的场景细节丰富逼真，游戏中对中国古代寺庙、山林场景做到了扫描般的还原，宏伟的古代建筑、神秘的中国雕塑、细腻的自然景观，每一处都展现出令人称奇的质感，玩家仿佛置身于真实的神话世界中。角色设计上也做到了精致且各具特色，无论是主角孙悟空还是各种妖怪形象，都具有独特的造型和生动的表情动作，动画效果也很流畅自然。在玩法设计上，《黑神话：悟空》同样展现出极高的技术水准。其创新的战斗系统融合了中国传统武术的精髓，招式动作流畅且富有节奏感，玩家能在操作中感受到拳拳到肉的打击感。此外，游戏的关卡设计巧妙，解谜元素与战斗环节紧密结合，利用先进的 AI 技术让敌人具备不同的战斗策略，为玩家带来极具挑战性和趣味性的游戏体验。

验, 这些技术性亮点无疑进一步强化了游戏在跨文化传播中的吸引力。游戏的音效设计十分出色, 战斗中的武器碰撞声、技能释放声以及环境音效都十分逼真, 增强了游戏的沉浸感^[2]。

1.2 情感共识

从欧美的电影、游戏、神话传说我们不难发现, 崇尚个人主义的他们对《黑神话: 悟空》的单个主角开启奇幻冒险的设定不陌生, 主角孙悟空在游戏中一直是挑战权威、追求自由的象征, 玩家在扮演“天命人”的过程中, 也能体会到这种精神的力量, 从而引发情感共鸣。同时《黑神话: 悟空》创作的背后故事及面临的处境, 更是成为了他们的情感刺激点, 符合低语境国家人民喜欢的英雄主义叙事。《黑神话: 悟空》最开始的创造团队仅仅只有三十个人, 小团队为了游戏理想努力钻研默默耕耘做出了大公司都很难做出的成果。从发布预告到最终发行的几年间, 《黑神话: 悟空》一直面临着国外媒体抹黑唱衰, 创作团队不屈不挠, 不受外界干扰潜心创作, 终于交出了令人感到惊叹的答卷, 谣言和诋毁不攻自破。这种“小人物逆袭”的叙事, 恰似欧美文化中大卫战胜歌利亚的经典母题。团队成员为打磨一帧画面反复推敲, 为还原一个动作日夜揣摩, 将匠心与热血注入代码与模型。玩家在体验游戏时, 不仅能触摸到虚拟世界的奇幻, 更能感受到创作者跨越文化的拼搏精神, 从而达成深层的情感共振。

1.3 丰富的文化内涵

1.3.1 传统文化的创新演绎

游戏以中国古典神话《西游记》为蓝本, 进行了富有创意的改编和拓展。在基础的故事背景下, 构建了全新的框架。以“天命人”寻找六根开启游戏体验、还有像孙悟空残躯的对决的情节设置, 既保留了原著的神话色彩, 又增加了故事的悬念和深度。游戏对中国的一些传统文化元素也进行了巧妙的运用, 像游戏中的法术、变身等技能设计灵感来源于《西游记》中的神通, 还在诸多细节处深度融合中华传统文化。场景中的牌匾楹联, 多采用行草篆隶等传统书法字体, 内容多化用经典诗词, 或是暗藏佛道玄机, 与古刹山

水相映成趣。游戏中的角色设定更是扎根于民间传说, 比如游戏中的蜘蛛精以《西游记》为原型, 结合传统志怪小说中妖物的诡谲气质, 服饰纹样融入云纹、饕餮纹等元素, 战斗招式设计借鉴戏曲身段, 一招一式尽显东方韵味。此外, 游戏中还穿插了傩戏面具、敦煌壁画等非遗元素, 让玩家在游戏过程中感受到神秘而又新奇的中华文化的魅力^[3]

1.3.2 东方美学的异文化冲击

《黑神话: 悟空》中为人津津乐道的是游戏的画面展现, 游戏对诸多中国知名古建筑进行一比一还原, 像重庆大足石刻、山西隰县小西天、杭州灵隐寺等, 将飞檐斗拱、雕梁画栋等传统建筑特色展现得淋漓尽致, 让玩家置身于古雅且韵味十足的东方建筑环境中。游戏切换时的各种自然场景也十分还原, 崇山峻岭、茂林修竹、江河湖海, 仿佛亲身置身于中国如墨如画的山水之间, 体现了道家“道法自然”理念, 展现出东方文化对自然景观独特的审美与呈现。游戏中借由光影、场景布置、故事发展, 营造出神秘、空灵、悠远的意境, 云雾缭绕的仙山、幽静深邃的古刹, 独特的东方美学韵味都带给了玩家不可言说的震撼。从小在中华文化圈长大的国人, 在游戏体验中尚且被惊艳到仿佛血脉觉醒, 而对于其他文化圈的国外玩家, 东方美学的深厚而又独特的意蕴更是给他们带来了强大的冲击, 带给他们前所未有的游戏体验。

1.3.3 音乐的传承与创新

《黑神话: 悟空》团队配乐也是根据游戏环节和不同的场景, 大量运用了唢呐、琵琶、二胡等中国传统乐器, 战斗场景中唢呐一响, 热烈激昂的气氛瞬间就烘托了出来, 故事铺垫的过场环节, 笛声箫声悠扬宁静, 玩家身临其境, 感受浓厚的民族文化的氛围。陕北说书这一非物质文化遗产融入其中, 在“无头战歌”《黄风起兮》中, 无头僧手抱三弦, 腿绑甩板, 自弹自唱, 说唱相间, 极具地域特色的民族文化, 丰富了游戏的文化底蕴。所谓推陈出新, 《黑神话: 悟空》团队在良好地继承重现了传统文化的同时也不忘结合时代潮流, 在保留传统音乐特色的基础上, 融入现代电子音乐元素。佛教寺庙诵经《往生咒》被改编为赛博佛经RAP, 利用西藏喉音演唱技巧与铜锣等传统乐器

碰撞，赋予古老文化以现代生命力，洗脑式的节奏韵律使得国外玩家也非常上头，纷纷模仿。

1.4 有效的营销策略

1.4.1 社交媒体的广泛传播

游戏制作团队在社交媒体平台上积极发布游戏相关信息，游戏正式发布是在 2024 年 8 月 20 日，但早在 2020 年制作团队就不断发布高质量预告片、实机演示视频等，吸引了大量玩家的关注。这些视频在社交媒体上迅速传播，引发了玩家的热烈讨论，吊足了国内外玩家的眼球。同时在创作阶段主创团队利用社交媒体的互动性，与玩家进行积极的沟通和互动，回复玩家的评论和提问，听取玩家的建议，增强了玩家对游戏的参与感和归属感。制作团队深谙“话题营销”之道。他们围绕游戏中的经典场景、角色彩蛋，发起创意挑战活动，鼓励玩家以绘画、二创视频等形式参与，众多 UGC 内容在 Reddit、抖音等平台自发传播，形成裂变效应。

1.4.2 跨平台合作与推广

在国际头部的 Steam 游戏平台上，游戏上线后通过平台的推荐、社区讨论等方式，吸引了大量玩家的关注。游戏还在多平台同步发行，扩大了游戏的传播范围。《黑神话：悟空》还在全球范围内与多家主流媒体及多位具有一定知名度的网红主播开展合作，通过他们创作多样化的内容并进行传播，扩大了游戏在海外的知名度和影响力，吸引更多的海外玩家关注和尝试。除此之外，游戏团队积极与其他品牌和 IP 进行合作，开展联名活动，推出联名周边产品，进一步提高了游戏的知名度和影响力。

2 《黑神话：悟空》对文化传播的启示

2.1 融合现代技术与传统文化

利用现代科技手段，为传统文化的呈现提供新的形式。可以打造沉浸式文化体验项目，让观众更加身临其境地感受传统文化的魅力。《黑神话：悟空》这款游戏虽然给玩家带来了极致的感官体验，但如果能够开发基于《黑神话：悟空》的 VR 游戏体验，就能让除游戏玩家外更多的人群能利用技术进入虚拟世界中亲身感受孙悟空的神通广大和神话世界的奇幻，扩大

了文化传播范围。还可以结合 AR 技术，开发线下文旅互动项目。比如在古寺庙宇等景点，游客通过手机扫描特定区域，就能触发《黑神话：悟空》中的虚拟角色与场景，让千年古迹与神话故事碰撞出火花，既丰富游览体验，也以新颖方式传播传统文化精髓。将传统文化元素融入现代数字内容创作中，如动漫、影视、游戏等，通过创新的剧情设计和表现手法，使传统文化焕发出新的活力^[4]。

2.2 拓展文化传播渠道

借助互联网和数字平台，打破地域限制，实现文化的全球传播。像 Steam 等游戏平台汇聚了全球各地的玩家，为文化产品提供了广阔的传播空间。中国的文化企业可以积极利用这些平台，将更多优秀的文化作品推向国际市场。整合多种媒体资源，进行全方位的文化传播。将游戏、动漫、影视、音乐等不同媒体形式有机结合，形成协同效应。以《黑神话：悟空》为例可以开发动漫、影视改编作品，同时推出相关的音乐专辑，通过跨媒体的整合传播，扩大文化产品的国内外影响力。还可探索新兴传播路径，与海外热门短视频平台、社交媒体深度合作。通过定制文化科普短片、举办趣味挑战活动，将《黑神话：悟空》的文化内核拆解成易于传播的碎片内容。同时，搭建多语言社区论坛，鼓励玩家自发翻译、创作同人作品，以 UGC 内容进一步延伸文化传播的广度与深度^[5]。

2.3 寻找文化共识促进文化交流

在文化传播过程中，注重挖掘文化元素中的情感因素，通过故事、角色等引发观众的情感共鸣。《黑神话：悟空》中孙悟空的反抗精神和命运抉择，能够触动玩家的内心，使他们对中国文化产生更深刻的理解和认同。鼓励不同文化之间的交流与互动，通过文化产品的传播，增进各国人民对彼此文化的了解和尊重。《黑神话：悟空》在海外的爆火，吸引了众多外国玩家对中国文化的兴趣，为文化交流提供了契机。此外，还可围绕游戏开展文化衍生活动，如举办以“悟空精神”为主题的国际征文、绘画比赛，鼓励全球玩家分享自己对角色与故事的理解。通过这些互动，将游戏中的文化符号转化为跨越国界的情感纽带，让不同文

化背景的人们在交流碰撞中，共同构建对中华文化更立体、多元的认知图景。

结论

《黑神话：悟空》这款游戏是一个非常成功的中华文化传播与输出的典型案例，它不仅使国人增加了文化认同感和文化自信，通过创新文化表达方式、提高技术呈现、拓展传播渠道，更使得中国文化能够在

国际舞台上获得了广泛的传播和认可。也让我们看见了新时代中华文化的创新传播思路，我们应充分借鉴《黑神话：悟空》的成功经验，不断推动中国文化走向世界，提升中国文化的国际影响力，让更多的人了解和喜爱中国文化。同时，也应鼓励更多的文化企业和创作者积极参与文化创新和传播，共同打造具有中国特色和国际竞争力的文化产品，为文化强国建设贡献力量。

参考文献

- [1]姜明. 爱德华·霍尔的文化理论研究[D]. 黑龙江大学, 2024.
- [2]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)
- [3]孙伊斌. 《黑神话：悟空》国际传播的策略及对中国电影出海的启示[J]. 电影文学, 2024, (24): 24-34.
- [4]张燕, 王昱茗. 技术变革·艺术创新·文化出海——论《黑神话：悟空》的创作探索与文化传播[J]. 电影文学, 2024, (24): 4-10.
- [5]姚旭, 钟祥铭, 钟耀樟. 明心见性, 悟透成空: 符号互动论视域下的《黑神话：悟空》传播逻辑[J]. 未来传播, 2024, 31(06)