

# 数字游戏为媒：中华传统文化国际传播的修辞对话模式建构

李蔓 彭白羽

西安外国语大学 陕西 西安 710128

**【摘要】**：数字游戏正成为中华传统文化国际传播的新兴载体。本研究基于跨文化修辞理论与多模态话语分析，构建“语言—符号—叙事”修辞对话模型，设计涵盖诗词、剪纸、丝路贸易主题的2D双语游戏，并对留学生（N=12）开展“认知—情感—行为”三维实证测评。结果表明：认知传播成效显著但不均衡；情感触发积极而共鸣不足；推荐意愿高但个别关卡存在操作瓶颈。研究为数字游戏驱动中华文化柔性传播提供了可操作框架，未来需拓展样本范围并开展跨文化比较。

**【关键词】**：数字游戏；中华传统文化；国际传播；修辞对话

DOI:10.12417/2982-3846.25.06.012

## 1 引言

在全球化与数字媒介普及的语境下，中华传统文化国际传播亟需从单向“文化展示”转向双向“跨文化对话”。传统文化符号的海外传播长期依赖艺术展览、典籍译介或影视传媒等传统静态输出模式，易因文化折扣、高低语境差异及海外受众的先验认知不足，导致文化内涵碎片化或误读。数字游戏作为“第九艺术”，凭借叙事性、视觉表现力与沉浸互动性，已跃升为跨越语言与国界、传递文化价值观的新型数字话语空间。

本研究聚焦中华传统文化国际传播的时代需求，以数字游戏为载体，从视觉性、互动性、叙事性维度建立文化元素评估指标体系，解构诗词、非遗、历史等文化元素，推动文化符号由静态展示向动态交互转化。基于跨文化修辞理论，从角色、场景与任务系统着手，设计“语言—符号—叙事”三维对话模型，探索中外文化平等对话、深度交流的有效路径。在此基础上，本研究构建“认知—情感—行为”三维评估模型，结合一款中英双语的2D任务式游戏进行实证测评，科学检验传播效果，以期中华传统文化国际传播提供参考。

## 2 国内外文献综述

数字游戏与中华文化国际传播的跨学科交叉研究日益受到关注。在宏观层面，胡钰和朱戈奇指出网络游戏已成为中华文化传播的创新渠道，而青年群体是传播主体<sup>[1]</sup>。郭毅与董鸣柯剖析了海外传播中的本地化困境与利益矛盾，并提出精准传播与产研对接的策略<sup>[2]</sup>。张鑫和邱凌进一步强调，提升传播效能需依托数字媒介的沉浸感，协同内容生产、传播渠道与价值表达<sup>[3]</sup>。王鹏威以《黑神话：悟空》为例，论证了传统文

化精髓与国际化游戏语言结合的跨文化传播威力<sup>[4]</sup>。

在中微观层面，多模态话语分析与符号学为解构游戏内涵提供了工具。张德禄构建的多模态话语分析综合框架，为解构游戏中的图像、声音与文本协同作用奠定基础<sup>[5]</sup>。Wildfeuer与Stamenković针对电子游戏语篇结构的研究表明，多模态语义互动对构建游戏的说服力论证框架至关重要<sup>[6]</sup>。

在游戏设计机制与受众体验评估领域，学者致力于寻找连接文化内容与玩家心理的桥梁。Hunicke等提出了“Mechanics—Dynamics—Aesthetics”（MDA）的游戏分析工具<sup>[7]</sup>。Chen等的研究证实，基于MDA框架的美学感知直接影响玩家的文化接受度与持续游玩意愿<sup>[8]</sup>。

## 3 理论框架与模型建构

中华传统文化的国际传播并非文化符号的单向位移，而是意义双向建构的过程。为此，本研究整合多学科理论，构建从元素评估到修辞对话的系统性框架。

### 3.1 文化元素评估指标体系的设计逻辑

将诗词、非遗与历史文化融入游戏，需先确立科学的筛选与评估标准。本研究结合诺曼的情感化三层理论<sup>[9]</sup>与MDA框架，从视觉性、互动性、叙事性三维构建评估体系。

视觉性维度对应MDA的“机制”与情感化的“本能层”，追求好看、易认、有文化味，重点考察文化符号在游戏美术与UI设计中的辨识度与风格统一性。互动性维度对应MDA的“动态”与情感化的“行为层”，旨在好用、有趣、有文化感，重点评估操作能否自然映射传统文化行为，如将某种非遗技艺转

作者简介：李蔓，2005年2月，女，汉族，西安外国语大学高级翻译学院在读本科生

彭白羽，1987年5月，女，汉族，西安外国语大学高级翻译学院讲师

基金项目：本文系2025年西安外国语大学大学生创新创业训练计划项目成果（项目编号：S202510724073）

化为直觉化的鼠标拖拽或点击动作。叙事性维度对应 MDA 的“美学”与情感化的“反思层”，追求有内涵、能共鸣、有记忆点，强调文化内容具备基本的内涵与可读性，使玩家形成初步的文化感知与情感共鸣。该三维评估体系为文化符号从静态展示转向动态交互提供了量化指导。

### 3.2 “语言—符号—叙事”三维修辞对话模型

为使海外用户顺畅理解中华文化，避免文化霸权和刻板印象，本研究基于符号学与跨文化传播理论，针对角色、场景与任务系统，构建“语言—符号—叙事”三维对话模型。

语言对话层聚焦跨文化适配的词汇与文本转码，采用“文化修辞分层翻译”策略：诗词等经典内容，选用许渊冲等权威英译本，保证文化意境与内涵的精准传递；玩法提示、关卡说明等功能性文本简洁直译，兼顾信息传达的准确性与海外玩家的理解成本。符号对话层以剪纸、生肖、年画、年兽等典型文化符号为载体，转化为游戏的视觉元素与交互道具，依托符号的文化内涵设计关卡挑战逻辑，使玩家通过视觉感知与交互操作读懂文化寓意。叙事对话层以“大殿受损—闯关集物—修复大殿”为线性主线，将诗词、剪纸、丝路贸易三大文化主题融入对应关卡支线，以简单清晰的任务逻辑引导玩家逐步解锁内容，实现柔性的跨文化传播。

### 3.3 游戏构成与多模态转码实践

本研究依托上述理论模型，结合实际开发需求，设计并完成了一款面向海外群体的 2D 任务式双语游戏。游戏通过三个核心关卡将理论设计转化为具体的多模态话语实践，整体玩法轻量化、操作简易，以科普中华文化为核心目标。

#### 3.3.1 关卡一：诗词小镇（语言对话层的实践）

本关卡以中国古典诗词作为转码对象。玩家邂逅以唐代诗人李白为原型的 NPC，完成诗词相关挑战获取信物“月光酒壶”。挑战涵盖五言、七言诗和诗词意象，诗词选材于《唐诗三百首》，英文翻译选用许渊冲等权威译本，既保留诗词的韵律美与意境美，也降低海外玩家的认知门槛。在多模态话语视域下，游戏不仅呈现诗词文本，更辅以水墨风格的视觉背景与古风音效，构建沉浸式的感官场域。

#### 3.3.2 关卡二：剪纸工坊（符号对话层的实践）

本关卡聚焦非遗剪纸与十二生肖传统民俗文化，核心玩法为年画娃娃追逐年兽，途中玩家需选择对应的十二生肖剪纸图案破除障碍，通关后可获得“岁节之钥”。每一道障碍破除前，游戏会给出对应的文化提示，如“羊肠小道”“力大如牛”。美术设计遵循传统文化审美，年画娃娃、年兽的造型古朴可爱，十二生肖剪纸贴合传统纹样与形制，背景采用喜庆的传统红

色，烘托民俗文化氛围。通过视觉临摹与内涵解码，让静态的剪纸艺术赋予活态生命力。

#### 3.3.3 关卡三：丝路驿站（叙事对话层的实践）

本关卡以古代丝绸之路为背景，以轻量化的历史知识问答为核心。玩家与商人 NPC 对话后，开启贸易商品选择挑战，通关后获得“诚信印玺”。系统会给出不同国家，玩家需结合历史知识选择该国与古代中国贸易的商品，关卡会提供文化背景提示辅助作答。本关卡不设置贸易博弈，聚焦丝绸之路的中外文化交流内涵，让玩家在简单选择中了解古代中外贸易的文化联结，感受丝绸之路作为文明交流纽带的历史意义。

## 4 实证分析与传播效果评估

为科学检验游戏原型的跨文化传播效果，本研究构建“认知—情感—行为”三维评估模型，分两阶段开展数据收集与分析。

### 4.1 前期调研：国内群体的文化认知基准

开发初期，项目组依托问卷星平台面向国内群体发放《游戏文化接受度问卷》，回收有效答卷 53 份，作为文化原产地参照基准。数据显示，92.45% 的受访者对中华文化“非常熟悉”或“比较熟悉”，并对将太极、剪纸、节气等文化元素融入游戏持高度认同。然而，即使在本土高熟悉度群体中，亦存在认知偏差。例如，高达 52.83% 的受访者误认为“二十四节气”基于月球运行周期并用于占卜。此发现提示，跨文化传播不可预设玩家具备先验基础，需在游戏修辞中强化事实认知的准确性，以此为后续评估提供对比基准。

### 4.2 试玩测试：海外留学生的反馈与评估

为检验海外传播效果，本研究组织在校留学生试玩并回收有效问卷 12 份。基于三维评估模型对试玩反馈进行量化与质性分析，核心结果（N=12）见下表。

表 1 认知层面测评结果

测评指标	测评结果	说明
诗词意象识别率	91.67%	传播效果显著
生肖剪纸识别率	66.67%	认知门槛较高，需强化呈现
丝路贸易商品识别率	91.67%	与任务设计关联度高
主动阅读文化提示	91.67%	文化内容关注度高
认为游戏有助于理解文化	75%	教育价值获普遍认可
通过互动学到传统文化知识	91.67%	互动设计有效促进知识传递

表2 情感层面测评结果

测评指标	测评结果	说明
情感共鸣强度（1-5分）	平均分 3.75	低于文化吸引力，为明显短板
文化吸引力（1-5分）	平均分 4.25	文化内容自身吸引力强
画面第一眼吸引力	33.33%非常吸引，25%不太吸引	视觉吸引力分布不均
体验积极情感（好奇/感动等）	100%	情感触发普遍存在
对中国文化产生共鸣	75%	多数玩家产生文化共鸣

表3 行为层面测评结果

测评指标（1-5分）	测评结果（平均分）	说明
整体操作顺畅度	3.44	中等偏易，关卡差异显著
诗词接龙关卡顺畅度	2.42	主要操作瓶颈
十二生肖剪纸关卡顺畅度	3.75	操作体验良好
丝路贸易关卡顺畅度	4.17	操作体验最佳
向他人推荐游戏的意愿	4.25	推荐意愿高

参考文献：

[1] 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.

[2] 郭毅,董鸣柯.中国游戏在海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.

[3] 张鑫,邱凌.中华文化国际传播效力提升的路径研究——以网络游戏出海为视角[J].出版广角,2024(19):36-41.

[4] 王鹏崴.从“文化折扣”到“文化共鸣”:国产游戏跨文化传播的路径突破研究——以《黑神话:悟空》为例[J].国学, 2025,13(5):830-836.

[5] 张德禄.多模态话语分析综合框架[M].北京:外语教学与研究出版社,2019.

[6] Wildfeuer,J.,&Stamenković,D.The discourse structure of video games:A multimodal discourse semantics approach to game tutorials[J].Language&Communication,2021(82).

[7] Hunicke R,LeBlanc M,Zubek R.MDA:A formal approach to game design and game research[C].Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game Artificial Intelligence.Pittsburgh:AAAI,2004:1-5.

[8] Chen,Y.,et al.Players'perceptions of game aesthetics:A quantitative approach based on the MDA framework[J].Frontiers in Communication,2025(10).

[9] 唐纳德·A·诺曼.情感化设计[M].付秋芳,程进三译.北京:电子工业出版社,2005.

认知传播成效显著但不均衡（见表1）。诗词和丝路贸易的识别率均超90%，生肖剪纸仅66.67%，表明符号对话层的视觉与交互设计有待优化。

情感触发普遍积极，但共鸣强度不足（见表2）。全体玩家均体验积极情感，但共鸣强度均值低于文化吸引力与推荐意愿。

行为层面推荐意愿高，但个别关卡存在瓶颈（见表3）。诗词接龙关卡顺畅度仅2.42分，远低于其他关卡，警示文化内容的游戏化转码不可牺牲操作流畅性。

5 结语

数字游戏跨文化传播的本质是玩家与文化文本之间的修辞性对话。本研究发现，认知层面的文化传递较易实现，情感共鸣与操作体验的平衡则是游戏化文化传播的难点。受样本规模所限，结论的普适性仍需检验。未来研究应扩大样本，引入跨文化对比与纵向追踪设计，探索不同文化圈层对同一游戏修辞策略的差异化响应，持续优化修辞对话模型，推动数字游戏从“文化展示”真正走向“文明互鉴”。