

《黑神话：悟空》与数字时代中国文化软实力的新表达

王月¹ 李权镐²

1.辽东学院 辽宁 丹东 118000

2.韩国新罗大学 韩国

【摘要】：在数字技术深度渗透文化传播领域的当下，文化软实力的表达形式正从传统媒介向数字媒介迭代，数字游戏作为兼具技术性、娱乐性与文化性的新型载体，成为中国文化走出去的重要桥梁。《黑神话：悟空》以中国古典名著《西游记》为文化根基，融合东方美学与现代游戏技术，打破了国产3A游戏的发展困境，实现了文化内涵与数字传播的双向赋能。本文以文化软实力理论为支撑，结合媒介传播、文化创新等相关理论，探析《黑神话：悟空》如何通过文化符号的创造性转化、传播路径的数字化创新、价值内核的跨文化传递，构建数字时代中国文化软实力的新表达范式，剖析其在文化输出中呈现的优势与不足，并提出优化路径，为数字时代中国文化软实力的提升与文化IP的国际化发展提供理论参考与实践借鉴。

【关键词】：《黑神话：悟空》；数字时代；文化软实力；文化符号；文化传播；文化IP

DOI:10.12417/2705-1358.26.05.061

1 数字时代与文化软实力的新特征

数字时代以互联网、人工智能、虚拟现实等数字技术为核心驱动力，重塑了文化生产、传播与接受的全过程，也赋予了文化软实力新的时代特征。与传统时代相比，数字时代的文化软实力呈现出三大特征：一是传播载体的数字化，数字游戏、短视频、虚拟场景等新型载体成为文化传播的主流形式，打破了时间与空间的限制；二是传播方式的互动性，受众不再是被动的文化接受者，而是主动的参与者、传播者与创造者，形成了双向互动的传播格局；三是文化表达的多元化，传统文化与现代元素、本土文化与外来文化相互融合，形成了兼具本土性与全球性的文化表达体系。

2 《黑神话：悟空》中中国文化软实力的数字表达实践

《黑神话：悟空》对中国文化软实力的数字表达，并非简单的文化符号堆砌，而是通过对传统文化之化的深度挖掘与数字技术的创新应用，实现了文化内涵、传播路径与价值内核的三维赋能，构建了数字时代中国文化软实力的新表达范式，具体体现在以下三个方面。

2.1 文化符号的创造性转化：从传统到现代的数字化重构

《黑神话：悟空》以《西游记》为文化根基，深度挖掘其中的传统文化符号，并通过数字技术进行重构与创新，实现了传统文化符号的现代表达。

在角色符号的重构上，游戏打破了传统悟空形象的单一化呈现，塑造了一个兼具神性、人性与魔性的多元悟空形象——既有“大闹天宫”的桀骜不驯，也有“西天取经”的隐忍坚守，更有对自我身份的迷茫与探寻。这种角色塑造，既保留了传统

悟空符号的核心内涵，又融入了现代受众的价值追求，使其更具感染力与认同感。同时，游戏中的其他角色，如唐僧、猪八戒、沙和尚，以及牛魔王、白骨精等妖魔形象，也均基于传统文本进行了数字化重构，既保留了角色的核心特质，又通过细节设计，赋予其更丰富的文化内涵与人格魅力。此外，游戏主角悟空的甲冑设计极具考究，灵感来源于十六国时期的天王甲，涵盖肩甲、胸甲、兽首披覆等多个部件，还加入了明光铠后期形式中的束甲绊，既再现了古代铠甲的实用性，也让全球受众感受到中国古代工艺美术的魅力。

在场景与美学符号的呈现上，游戏融合了中国传统建筑、园林、民俗等多元美学元素，通过数字技术构建了极具东方美学特质的游戏场景。例如，游戏中的花果山、水帘洞，再现了传统文学中“瑶草奇花不谢，青松翠柏长春”的仙境意境；长安古城、雷音寺等场景，则融合了唐代建筑的恢弘气势与佛教文化的庄严神圣，细节之处尽显中国传统建筑的美学底蕴。同时，游戏的画面风格采用了中国传统水墨画的审美意境，虚实结合、浓淡相宜，将传统水墨画的留白、写意等美学特质与现代3D游戏技术相结合，构建了独特的东方美学视觉体系。在音效设计上，游戏广泛应用古筝、二胡、腰鼓等中国传统乐器，将其音色巧妙融入不同游戏场景，战斗场景中激昂的二胡与现代电子音乐结合，探索场景中悠扬的古筝与自然声交融，既增强了游戏的体验感，也传递了中国传统音乐的美学价值。

2.2 传播路径的数字化创新：从单向输出到双向互动的跨文化传播

数字时代的文化软实力传播，打破了传统媒介单向输出的传播模式，构建了双向互动、多元传播的新格局。《黑神话：悟空》依托数字技术，创新文化传播路径，实现了中国文化的

跨文化传播，提升了中国文化软实力的国际影响力。

首先，依托游戏平台，实现文化的全球化传播。《黑神话：悟空》登陆了 PC、主机等全球主流游戏平台，覆盖了全球多个国家和地区的游戏受众，打破了地域与语言的限制。与传统的文化输出形式相比，游戏凭借其娱乐性的外壳，降低了跨文化传播的门槛，全球受众在体验游戏的过程中，能够潜移默化地接受中国文化的熏陶。例如，海外玩家在操控悟空完成游戏任务、探索游戏场景的过程中，能够了解中国传统神话、建筑、美学等文化元素，感受中国文化的独特魅力。同时，游戏支持多语言字幕与配音，进一步降低了海外受众的接受门槛，提升了文化传播的效果，这种以数字娱乐为载体的传播方式，突破了传统文化外交的边界，实现了数字软实力叙事的创新突破。

其次，借助社交媒体与短视频平台，构建互动式传播格局。《黑神话：悟空》在传播过程中，充分利用抖音、Twitter、YouTube 等全球主流社交媒体与短视频平台，发布游戏预告、实机演示、文化解析等内容，引发全球受众的关注与讨论。例如，游戏发布的实机演示视频在 YouTube 平台上播放量突破千万，海外网友纷纷留言讨论游戏中的文化元素、角色设计与画面风格，形成了自发传播的热潮。同时，游戏开发团队通过社交媒体与海外受众进行互动，倾听受众的反馈与建议，甚至根据受众的需求优化游戏内容，这种双向互动的传播模式，不仅增强了受众的参与感与认同感，也实现了文化传播的精准化与高效化。通过分析 YouTube 平台上游戏相关直播的评论可以发现，海外受众不仅赞赏游戏的竞技性与制作水准，更对游戏中蕴含的中国文化元素表现出浓厚兴趣与正面评价，直接体现了游戏在跨文化传播中的积极效果。

最后，依托 UGC 内容生产，实现文化传播的裂变式扩散。UGC（用户生成内容）是数字时代文化传播的重要形式，受众既是文化的接受者，也是文化的传播者与创造者。《黑神话：悟空》上线后，全球玩家自发创作了大量的游戏攻略、剧情解析、角色剪辑、文化解读等 UGC 内容，这些内容通过社交媒体、游戏社区等平台广泛传播，形成了裂变式的传播效应。

2.3 价值内核的跨文化传递：从本土情怀到人类共同价值的表达

文化软实力的核心的是价值内核的吸引力，数字时代的文化传播，不仅需要传递文化符号与文化形式，更需要传递能够被全球受众认可的价值内核，实现本土情怀与人类共同价值的有机结合。《黑神话：悟空》在挖掘中国传统文化价值的基础上，融入了人类共同追求的价值理念，实现了价值内核的跨文化传递，增强了中国文化软实力的国际感召力。

一方面，游戏深度传递了中国传统文化的核心价值理念。《黑神话：悟空》以《西游记》的“取经之路”为叙事主线，

核心围绕“救赎”“坚守”“成长”三大主题展开，传递了中国传统文化中的“仁义礼智信”“自强不息”“厚德载物”等价值理念。例如，悟空在游戏中的成长历程，从桀骜不驯、肆意妄为，到逐渐懂得责任与担当，最终实现自我救赎，这一过程传递了中国传统文化中“修身、齐家、治国、平天下”的人生追求，以及“知错能改、善莫大焉”的价值观念。同时，游戏中的师徒情谊、兄弟情义，也传递了中国传统文化中“重情重义”的价值理念，这些价值理念是中国文化的核心内涵，也是中国文化软实力的重要组成部分。

另一方面，游戏融入了人类共同追求的价值理念，实现了跨文化的价值共鸣。《黑神话：悟空》所传递的“反抗压迫”“追求自由”“坚守信念”“人与自然和谐共生”等价值理念，是人类共同追求的价值目标，能够跨越文化差异，引发全球受众的共鸣。例如，悟空“大闹天宫”的情节，传递了反抗压迫、追求自由的精神，这种精神能够引发不同文化背景受众的共鸣；游戏中对自然场景的呈现与保护，传递了人与自然和谐共生的理念，契合了全球可持续发展的共识。这种将本土价值与人类共同价值相结合的表达，既保留了中国文化的本土特色，又增强了中国文化的国际认可度，符合数字时代文化软实力“和合共生”的传播逻辑，即通过传递全人类共同价值，凝聚文明感召力。

3 数字时代中国文化软实力的优化路径——基于《黑神话：悟空》的启示

以《黑神话：悟空》为借鉴，结合数字时代文化传播的特征与中国文化软实力的发展需求，本文从文化挖掘、传播策略、IP 开发三个方面，提出数字时代中国文化软实力的优化路径，推动中国文化软实力的持续提升与文化 IP 的国际化发展。

3.1 深度挖掘传统文化内涵，实现文化符号的创新性转化

传统文化是中国文化软实力的核心根基，数字时代的文化软实力表达，首先需要深度挖掘传统文化的内涵，打破文化符号的表层化呈现，实现文化符号的创新性转化。一方面，要加强对中国传统文化的深度挖掘，梳理传统文化中的优秀文化符号、价值理念与历史内涵，结合现代受众的审美需求与接受习惯，对文化符号进行重构与创新，赋予其现代意义与时代价值。例如，除了《西游记》，还可以挖掘《红楼梦》《三国演义》等古典名著，以及中国传统神话、民俗文化、传统艺术等多元文化资源，打造具有中国特色的数字文化 IP，避免文化资源的浪费与表层化利用。另一方面，要注重文化内涵的传递，在数字文化产品的内容设计中，不仅要呈现文化符号的外在形式，还要融入文化符号背后的历史背景、价值理念与文化底蕴，通过剧情设计、细节呈现等形式，让受众在体验过程中，深入理解中国文化的内涵与魅力，实现传统文化的数字化传承与现代

表达,减少文化传播中的“表层化”问题,实现“文化增值”。同时,在文化符号的呈现中,可借鉴《黑神话:悟空》的拼音命名方式,在保留文化原汁原味的基础上,提升跨文化适配性。

3.2 优化跨文化传播策略,提升文化传播的针对性与实效性

数字时代的文化软实力提升,需要依托数字技术,优化跨文化传播策略,打破文化差异带来的传播障碍,提升文化传播的针对性与实效性。其一,要立足全球受众的需求,开展精准化传播。深入研究不同国家和地区受众的审美需求、价值观念与文化背景,根据受众的需求,优化数字文化产品的内容设计与传播策略,实现“本土化”传播。例如,在数字游戏、动漫等产品的海外传播中,可结合当地的文化特色,对内容进行适当调整,增加当地受众熟悉的文化元素,降低文化传播的门槛,增强受众的认同感。同时,优化多语言翻译与本地化适配,不仅要实现语言文字的翻译,还要注重文化内涵的本土化转译,避免文化误解。其二,要创新传播载体与形式,丰富文化传播的渠道。除了游戏平台,还要充分利用短视频、直播、虚拟 reality (VR)、增强 reality (AR) 等新型数字载体,打造多元化的文化传播矩阵,实现文化的多渠道、全方位传播。例如,可利用 VR 技术构建传统文化虚拟场景,让全球受众沉浸式体验中国传统文化;利用短视频平台发布传统文化科普、数字文化产品解读等内容,扩大文化传播的覆盖面。其三,要加强与海外媒体、文化机构的合作,搭建跨文化传播平台,借助海外媒体的影响力,推动中国文化的国际传播,同时积极参与国际游

戏展、文化博览会等活动,提升中国数字文化产品的国际知名度,借鉴《王者荣耀》世界冠军杯的传播经验,实现数字娱乐与文化传播的协同发力。

3.3 完善 IP 衍生开发体系,构建文化软实力的长效传播机制

数字文化 IP 是中国文化软实力的重要载体,其长效影响力的发挥,离不开完善的 IP 衍生开发体系。要以数字文化 IP 为核心,打造多元化的衍生产品,构建文化软实力的长效传播机制。一方面,要加强 IP 衍生产品的开发,依托核心 IP,开发动漫、影视、文创产品、主题乐园等多元化的衍生内容,实现 IP 价值的最大化。例如,以《黑神话:悟空》IP 为核心,开发动漫剧集、电影、小说、文创产品等,扩大 IP 的影响力,实现文化的长效传播,借鉴国际成熟 IP 的开发模式,推动 IP 从虚拟走向现实,实现产业价值与文化价值的双重提升。另一方面,要注重 IP 的品牌建设与维护,打造具有国际影响力的中国数字文化 IP 品牌。加强对 IP 的版权保护,规范 IP 衍生开发的流程,保证衍生产品的质量;同时,加强与海外 IP 运营机构的合作,推动中国数字文化 IP 的国际化运营,提升 IP 的国际知名度与影响力。此外,要培育一批具有国际竞争力的数字文化企业,加大对数字文化产业的扶持力度,推动数字文化产业的高质量发展,为中国文化软实力的提升提供产业支撑,依托新质生产力发展机遇,推动数字技术与文化产业的深度融合,提升数字文化产品的质量与竞争力。

参考文献:

- [1] 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.
- [2] 习近平.加快建设文化强国[J].求是,2025(08):1-8.
- [3] 曹书乐,石闵龙,何威.玩法为器,文化为魂:《黑神话:悟空》的国际传播与游戏推动文化走出去的创新机制[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2024(6):119-131.
- [4] 邓智,张志安.游戏出海与中华文化国际传播:视觉赋能与增效反思[J].青年探索,2025(3):30-39.
- [5] 方舟.从虚拟到现实:中国游戏 IP 产业价值创造与文化软实力建设[J].理论月刊,2025(11):88-97+158-159.