



# “文化折扣”到“数字共振”：中国传统文化在 3A 游戏中的具身传播机制研究 ——以《黑神话：悟空》为例

王焯

(广州软件学院,广东广州,510900)

**版权说明：**本文是根据知识共享署名－非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制，只需要注明原作者和文章来源，并禁止将其用于商业目的。

**摘要：**长期以来，中国传统文化的国际传播受困于“文化折扣”的结构性难题，即高语境的文化文本在跨文化解码中不可避免地遭遇信息衰减与意义流失。然而，作为一种融合了技术、艺术与交互的新型媒介，国产 3A 游戏《黑神话：悟空》在全球范围内的现象级成功，提示了一种传播范式的深刻转型。本文基于身体现象学与程序修辞理论，构建了“感官—机制—叙事”的三维分析框架，探讨该游戏如何通过数字异托邦的感官重构、身体规训的程序修辞以及普世价值的叙事对齐，将晦涩的东方符号转化为可感知的生命体验。研究发现，3A 游戏通过“具身传播”机制，让海外受众从被动的“他者凝视”转向主动的“身体涉入”，从而在本体论层面消解了文化折扣，实现了从认知理解到情感共鸣的“数字共振”。这为中国文化从“符号出海”向“体验出海”的战略升级提供了重要的理论参照。

**关键词：**文化折扣；具身传播；3A 游戏；程序修辞；数字共振；黑神话：悟空

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i5.947>

## 一、问题提出：文化“走出去”的语境焦虑与媒介迭代

在数字全球化的浪潮中，提升国家文化软实力已成为中国的一项核心战略。然而，尽管中国拥有浩如烟海的传统文化资源，但在“走出去”的实践中，常遭遇“文化折扣”的顽疾<sup>[1]</sup>。传播政治经济学者柯林·霍斯金斯指出，扎根于特定文化背景的媒体产品在进入异质文化市场时，由于受众缺乏相应的背景知识、情感能力或审美习惯，其吸引力和价值会大打折扣<sup>[2]</sup>。

对于中国而言，这种折扣尤为明显。中国文化属于爱德华·霍尔所定义的“高语境”文化，其意义

---

**作者简介：**王焯（1989-），男，助教，研究方向：华夏传播学、网络舆情监督、口语传播，E-mail：[wangzhuoalan@qq.com](mailto:wangzhuoalan@qq.com)。

**基金项目：**无。

高度依赖于历史潜台词和哲学隐喻<sup>[3]</sup>。传统的文化传播主要倚重文学、电影、戏曲等“表征型媒介”。在这些媒介中，受众处于“观众”的位置，通过视觉符号的解码来获取信息。然而，对于不熟悉《西游记》谱系或佛教因果律的西方受众来说，这种单向度的符号展示往往沦为缺乏深度的猎奇式凝视，难以触达文化的精神内核。然而，2024年国产3A游戏《黑神话：悟空》(Black Myth: Wukong)的横空出世，似乎打破了这一魔咒。该游戏不仅在销量上取得了商业奇迹，更在文化层面引发了罕见的“逆向考据”热潮——大量海外玩家为了通关，主动购买《西游记》原著，逐字逐句翻译陕北说书的唱词，甚至在Reddit等社区展开关于佛教“空性”哲学的深度讨论。

这种现象迫使我们重新审视媒介本体属性在跨文化传播中的作用。麦克卢汉曾言“媒介即讯息”，当传播载体从“书页/银幕”转向“游戏/界面”，受众从“阅读者”变为“操演者”，文化的传播机制是否发生了根本性的位移？本文试图引入“具身传播”与“程序修辞”的理论视角，以《黑神话：悟空》为个案，剖析3A游戏是如何通过身体经验的介入，修补断裂的文化语境，实现从“文化折扣”到“数字共振”的跨越。

## 二、理论视阈与分析框架

### (一) 具身传播：身体作为传播的媒介

传统-传统传播学长期奉行“离身”的认知主义范式，将传播视为符号在心智间的传递。然而，梅洛-庞蒂的身体现象学指出，身体不仅是感知的对象，更是感知的媒介，“我是通过我的身体来理解世界的”。近年来，国内学者进一步将这一视角引入传播学，强调“具身传播”是媒介进化的新阶段，身体的感知觉系统、运动神经与环境的交互是意义生成的源头<sup>[4]</sup>。在电子游戏中，玩家通过手柄与屏幕的反馈回路，产生了一种“人机合一”的赛博格体验，这种“具身性”为跨越语言障碍提供了生理基础。

### (二) 程序修辞：从叙事说服到规则说服

伊恩·博格斯特提出的“程序修辞”理论认为，电子游戏区别于其他媒介的核心在于“过程性”。游戏通过制定规则、建立模型来模拟系统的运行逻辑，从而对玩家进行说服<sup>[5]</sup>。玩家在遵守规则、习得机制的过程中，不仅是在玩游戏，更是在内化设计者预设的价值观，正如阿萨斯所言，这种“遍历性”的文本需要读者付出非平凡的努力才能穿越。对于文化传播而言，这意味着可以将抽象的文化逻辑转化为具体的游戏规则，让玩家在“做中学”中体认文化精神。基于此，本文构建了“感官-机制-叙事”的三维分析框架：

1. 感官层：视听符号的超真实重构与情感动员；
2. 机制层：游戏玩法的身体规训与文化逻辑习得；
3. 叙事层：普世价值的对齐与文化认同的达成。

## 三、感官重构：数字异托邦与前反思性通达

### (一) 视觉奇观：从“陌生化”到“崇高感”

福柯将“异托邦”描述为一种既真实存在又不同于日常生活的“反空间”。《黑神话：悟空》利用虚幻5引擎(UE5)的纳米光栅化和全局光照技术，将中国古建筑（如大足石刻、悬空寺、小西天）和山水地貌进行了像素级的数字孪生。对于西方玩家来说，这些东方的神佛雕像、飞檐斗拱无疑是陌生的“他者”。然而，技术的极致逼真产生了一种本雅明在机械复制时代所担忧消逝、却在数字时代回归的“灵韵”。当玩家在游戏中仰望一尊高达数十米的巨型佛像，光影在斑驳的石刻上流转时，这种巨大的尺度感和细节的真实感触发了康德美学中的“崇高感”——一种由敬畏与恐惧交织的审美愉悦。

这种崇高感是普世的，它瞬间悬置了文化差异带来的认知隔阂。玩家无需先理解佛教教义，就能被这种庄严的美学征服。这种“在场感”将玩家从现实抽离，沉浸于纯粹的东方美学场域中。此时，文化符号不再是需要费力翻译的“文本”，而是构成生存体验的“环境”。通过视觉奇观，游戏成功将文化的“陌生感”转化为审美的“神秘感”，激发了玩家探索的欲望。

## （二）听觉修辞：非语义性的情感动员

声音在跨文化传播中往往扮演着情感潜意识的角色<sup>[6]</sup>。游戏中大量使用了陕北说书、传统民乐（唢呐、三弦）以及梵文唱诵。例如，在“黄风岭”关卡中，陕北说书人苍凉高亢的唱腔贯穿始终。根据情感传播理论，音乐是一种非语义性的符号，能够绕过理性的语言中枢，直接作用于边缘系统，引发情绪共振。尽管绝大多数西方玩家听不懂“黄风起兮沙飞扬”的歌词含义，但那种粗砺、狂野、悲怆的声学质感，直接传递了中国西北大地的苍凉意象。这种听觉体验是具身的、直觉的。此外，战斗音乐中大量使用的打击乐与快节奏旋律，与玩家的心跳节奏发生同频共振。当《云宫迅音》的变奏响起，无论玩家身处何地，那种源自经典的史诗感和战斗的紧张感被瞬间唤醒。这种基于生理本能的情感启动，为后续深度的文化理解奠定了情感基调，证明了审美的共情可以先于认知的理解发生。

## 四、机制破壁：身体规训与东方哲学的算法化

### （一）苦难叙事与动觉共情：身体层面的“修行”

如果说视听体验仅仅是文化的表层皮肤，那么游戏机制则是其骨骼。在《黑神话：悟空》中，中国传统哲学的核心概念被转译为可操作的算法规则，玩家通过身体的操演来习得这些文化逻辑。《黑神话：悟空》在玩法上借鉴了“类魂”的高难度动作机制。这种机制的核心特征是：高强度的敌人、严苛的死亡惩罚以及有限的资源。这不仅仅是游戏难度的设定，更是一种关于“苦难”的程序修辞。

在《西游记》的原著语境中，“九九八十一难”是成佛的必经之路，苦难本身具有本体论的意义。在游戏中，玩家必须亲自操作“天命人”，在一次次被BOSS击败、甚至在同一关卡卡关数小时的挫败中，体验这种修行的艰辛。梅洛-庞蒂强调“身体图式”在认知中的核心作用<sup>[3]</sup>。当玩家紧握手柄，手心出汗，肌肉紧绷，在大脑飞速运转中寻找敌人的破绽时，他们不仅是旁观者，而是与其操控的角色达成了“肉身融合”。这种“动觉共情”远比阅读文字来得深刻。玩家不是“读到了”悟空的顽强，而是“通过身体体验了”这种顽强。每一次死亡后的重生，都在身体层面重演了“轮回”与“精进”的佛教主题。通过这种高强度的身体规训，西方玩家得以在生理层面理解中国文化中“吃得苦中苦，方为人上人”的意志论哲学。

### （二）技能隐喻与策略习得：道家哲学的具身化

游戏中的技能系统设计，同样充满了东方哲学的隐喻，并将其转化为具体的战术选择<sup>[7]</sup>。例如，“定身术”不仅仅是一个控制技能，它对应着神话中的法力；“铜头铁臂”对应着金刚不坏；“毫毛分身”对应着千变万化。更重要的是，游戏鼓励的战斗风格并非西方骑士式的硬碰硬，而是具有东方韵味的“闪避”与“借势”。玩家在战斗中需要时刻关注“棍势”系统的积累与释放。这种“积势”与“释放”的节奏，暗合了《孙子兵法》中“其疾如风，其徐如林，侵掠如火，不动如山”的军事辩证法。玩家如果一味贪刀（贪婪攻击），往往会被反杀；唯有懂得进退、观察时机、虚实结合，才能克敌制胜。在这个过程中，玩家实际上是在通过手指的微操，学习并内化一套东方的生存哲学。文化不再是静态的知识条目，而是变成了必须遵守的“生存法则”。这种“做中学”的机制，成功将“只可意会不可言传”的高语境文化，降维成了全球通用的“高互动”操作体验。

## 五、叙事对齐与价值共振：从神话重构到普世认同

在感官与机制的铺垫之后，叙事层面的价值共振成为文化传播的最高阶目标。不同于简单的原著复述，《黑神话：悟空》通过对神话的现代性重构，实现了与全球当代受众的价值对齐。传播学者霍米·巴巴提出的“杂糅性”概念，为理解该游戏的跨文化策略提供了钥匙<sup>[8]</sup>。《黑神话：悟空》展现了一种成熟的杂糅智慧：它在“形式”上完全遵循了西方主导的3A游戏工业标准（好莱坞式的线性叙事、电影化的运镜、UI交互逻辑），正如詹金斯所言，这是一种全球融合文化语境下的必然选择；但在“内容”与“精神”上，却保留了极高浓度的中国性。这种“中学为体，西学为用”的策略，极大地降低了文化准入的门槛。西方玩家不需要重新学习一套叙事语法，就能顺畅地进入故事。这种熟悉的工业外壳，包裹着独特的东方内核，使得文化输出不再是一种生硬的强推，而是一种润物细无声的渗透。

约瑟夫·坎贝尔在《千面英雄》中指出，英雄之旅是全人类共有的神话原型<sup>[9]</sup>。孙悟空本身就是一个极具反叛精神和悲剧色彩的英雄，这与西方文学中的“拜伦式英雄”或现代流行文化中的超级英雄有着天然的亲缘关系。

《黑神话：悟空》的叙事并未停留在“打怪升级”的浅层，而是深入探讨了宿命、自由意志与权力的异化等严肃议题。游戏展现了一个“后西游”的暗黑世界，这种带有存在主义色彩的悲剧美学，与当代全球青年普遍面临的精神困境（如阶层固化、意义虚无）产生了强烈共鸣。当海外玩家在论坛上讨论“为什么孙悟空成佛后仍不快乐”、“紧箍咒究竟象征着什么”时，他们实际上已经跨越了文化背景的差异，在人性论和价值观的层面与中国文化产生了深度连接。这就是本文所定义的“数字共振”——在虚拟的交互场域中，不同文化主体基于共同的生命体验（哪怕是虚拟的）而产生的情感与价值同频。

## 六、结论与讨论

《黑神话：悟空》的成功并非偶然，它标志着中国传统文化国际传播正在经历一场深刻的范式革命：从“基于文本的符号展示”转向“基于身体的经验生产”。本文认为，3A游戏作为一种具身媒介，具有消解“文化折扣”的独特潜能：

1. 在感官层面，它利用超真实的技术奇观，营造“数字异托邦”，通过“崇高感”悬置陌生感；

2. 在机制层面，它利用程序修辞和身体规训，将晦涩的东方哲学转化为可操作的生存法则，实现“动觉共情”；

3. 在叙事层面，它利用工业标准与普世原型的杂糅，实现价值观的“数字共振”。

对中国未来的文化传播战略具有重要的启示意义。正如彭兰所展望的“游戏化社会”图景，未来文化生产将越来越深地卷入数字技术与身体体验之中。未来的文化出海，不应仅满足于将京剧、武术、书法作为静态的符号陈列，而应思考如何利用VR、AR、游戏引擎等数字技术，将这些文化资源转化为可交互、可感知、可涉入的“中国体验”。唯有如此，我们才能打破“他者凝视”的藩篱，让世界在“玩”的过程中，真正读懂中国，实现从“物理接入”到“心灵共振”的深度传播。

## 利益冲突

作者声明，在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1]陈岑.“一带一路”视域下我国发展新质生产力推动科幻电影“走出去”研究[J].电影评介,2024,(23):47-52.DOI:10.16583/j.cnki.52-1014/j.2024.23.011.
- [2]马燕,黄鸿业.跨文化传播中的情绪感染:一个观察“海外用户涌入小红书”的视角[J].河北师范

- 大学学报(哲学社会科学版),2025,48(03):57–66.DOI:10.13763/j.cnki.jhebnu.psse.2025.03.018.
- [3]宋德孝,李昕怡.以新质生产力激活中华优秀传统文化生命力:以《黑神话:悟空》为例[J/OL].中北大学学报(社会科学版),1-8[2025-12-06].<https://link.cnki.net/urlid/14.1329.C.20250905.1020.002>.
- [4]张文娟.具身传播研究:一种作为观念的元范式变革[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2023,56(06):80–89.
- [5]徐莹,杨斯予.中国电子游戏国际传播的文化外交潜能探析——基于想象群际接触假说[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(02):105–115.DOI:10.19997/j.cnki.xdcb.2025.02.004.
- [6]梁琨,王恒乾.跨文化背景下听觉传播的价值与运用[J].国际传播,2025,(04):39–47.DOI:10.26989/j.cnki.gjcb.2025.04.005.
- [7]徐开玉.“影游融合”视域下的传统文化再生与产业拓展——以《黑神话:悟空》为例[J].电影文学,2025,(02):28–32.
- [8]项歆妮.论科马克·麦卡锡西部小说的美利坚性与民族间性[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2014,45(05):127–132.DOI:10.13764/j.cnki.ncds.2014.05.021.
- [9]张明浩,满胜宠.AIGC时代电影神话学建构及其“算法–神话”论——算法时代“想象力消费”理论的“接着讲”[J].电影评介,2025,(20):13–20.DOI:10.16583/j.cnki.52–1014/j.2025.20.003.