

文章编号: 1673-1646(2025)06-0129-09

# 经典文化意象的创新性改编与场景化传播： 作为跨媒介艺术的《黑神话：悟空》

吴悦

(湖北美术学院 视觉艺术设计学院, 湖北 武汉 430060)



**摘要:** 国产游戏《黑神话：悟空》为传统文化的创新性改编与对外传播提供了范例。该游戏的成功，得益于其对经典文化意象的跨媒介改编。游戏场景对文化意象的“静观”式空间构建，吸引玩家参与图像再创作，形成跨界的图像传播链，也为玩家参与构建游戏社群、形成游戏文化场域提供了优质内容。经典文化意象的创新性改编图像，还成为游戏从个人体验转向集体体验的重要媒介，使媒体与玩家共同建构了一个以游戏图像为主要媒介、内容持续扩展的图像传播场景，推动着游戏的讨论与传播，也为文化产品的价值构建与设计提供了借鉴。

**关键词:** 文化意象；场景化传播；跨媒介艺术；《黑神话：悟空》

**中图分类号:** G212 **文献标识码:** A **doi:** 10.62756/xbsk.1673-1646.2025155

**引用格式:** 吴悦. 经典文化意象的创新性改编与场景化传播：作为跨媒介艺术的《黑神话：悟空》[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2025, 41(6): 129-137.

## Innovative Adaptation and Scene-based Dissemination of Classic Cultural Images: *Black Myth: Wukong* as the Cross-Media Art

WU Yue

(School of Visual Arts Design, Hubei Institute of Fine Arts, Wuhan 430060, China)

**Abstract:** The domestic game *Black Myth: Wukong* provides an example for the innovative adaptation and external communication of traditional culture. The success of the game is inseparable from its cross-media adaptation of classic cultural imagery. The “contemplative” space shaping of cultural images by game scenes attracts players to participate in image reproduction, forms a “out of circle” image transmission chain, and also provides high-quality materials for players to participate in the construction of game communities and the formation of game cultural space. The innovatively adapted images of classic cultural imagery have become an important medium for games to transfer from individual experience to collective experience, have made media and players jointly construct an image communication scene with game images as the main medium, continuously extend and expand the content, and promote the discussion and communication of games, and also have provided reference for the value construction and design of cultural products.

**Key words:** cultural images; scenario-based dissemination; cross-media art; *Black Myth: Wukong*

游戏对经典文化意象的改编并非新近出现的产物，《三国志》系列、《霍格沃茨之遗》等游戏即是

对经典文艺作品的改编与重构。《黑神话：悟空》的成功离不开中国玩家的支持，而中国玩家的支持

收稿日期: 2025-03-10

基金项目: 2023年度湖北省教育厅哲学社会科学项目: 红色文化基于新媒体图像的视觉叙事策略研究(23Q062); 湖北美术学院2023年度科研启动项目: 荆楚文化符号的时空叙事研究(KYQDJ-2023-007)

作者简介: 吴悦(1995-),女,讲师,博士,从事专业:艺术学。E-mail: 2023427@hifa.edu.cn。

与热情则得益于该游戏对经典文化意象的大量使用和创造性改编。玩家在体验游戏时,也积极参与到理解、改编、重述经典的过程中,通过游戏摄影与二次创作等方式参与游戏图像的二次创作,丰富了文化意象的内涵,扩大了文化传播的范围,并以创作的图像为媒介,扩展了游戏场景。本文以《黑神话:悟空》为例,探讨游戏对经典文化意象的改编,在游戏场景中对传统文化意象的挪用,以及玩家如何参与到“用户生产内容”的潮流中,最终使电子游戏走出个人体验的场景,成为文化传播、文旅振兴的重要媒介。

## 1 《黑神话:悟空》游戏场景的呈现:从文化意象到文化空间

2024年,由游戏科学工作室出品的电子游戏《黑神话:悟空》成为中国当年的现象级文化产品。截至2024年12月31日,该游戏在各平台的全球总销量超过2800万份<sup>[1]</sup>。该游戏引发了文化传播的“蝴蝶效应”:在线上,它带动了传统武术、汉服科普、文物科普、人物仿妆、游戏图像再创作、相关音乐、相关图像与游戏理论等领域的讨论;在线下,它推动了山西、福建、重庆等地的文旅发展,国庆期间游戏取景地的旅游人数远超同期,“小西天”取景地山西临汾隰县小西天景区人满为患,远远超出了景区的承载能力。《黑神话:悟空》作为中国第一款3A(高成本、高质量、高体量)游戏,其成功的原因是多样化的。何成洲、刘珍珍认为,《黑神话:悟空》的特色是借由图像、过场动画、图画点评等方式,再现了《西游记》原著的古典叙事特征,将古典小说的叙事形式带入跨媒介创作过程中,创造出既接续传统又富有新意的艺术作品,通过新媒介中的诗学形式拟仿,赋予古典诗学以新的时代价值<sup>[2]</sup>。陈新儒认为,《黑神话:悟空》在设计及传播中的“出圈”思路包括游戏的游戏性与观赏性的平衡、数字媒介与现实媒介的平衡等<sup>[3]</sup>。熊硕认为,《黑神话:悟空》在国家层面是“文旅经济的爆发点、文化输出的样板和文化反攻的号角”;在文化输出方面,碰巧遭遇西方玩家反击“政治正确”的时机;在游戏本体层面,得益于传统文化的创意性表达、经典传统人物“悟空”的叙事重构与游戏玩法本身的引人入胜<sup>[4]</sup>。这些思路的成功都离不开游戏对经典文化意象的借用与创新性的视觉呈现。凭借其市场成功,国产游戏也逐渐成为引领中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,并向世界讲好中国故事的重要途径<sup>[5]</sup>。

### 1.1 游戏对经典文化意象的跨媒介改编

《黑神话:悟空》作为游戏的复合文本,是由动画、综合视觉文本、台词等文字文本、声音文本结合而成的多种媒介形态的联合体,包含了几乎所有的文本形态。其中的图像、文字、动画、声音文本,都由经典文化意象改编而来,共同构成了玩家所熟知的“悟空”背景故事。换言之,作为四大名著之一的《西游记》,其中所蕴含的精神内涵和文化资源价值,是《黑神话:悟空》火爆出圈的前提和基础<sup>[6]</sup>。该游戏共分为六个章节,每一章场景的风景特征各不相同,营造出了黑风山(见图1)、黄风岭(见图2)、小西天(见图3)等特征鲜明、风景如画的不同游戏区域。场景空间、场景任务与角色特征分别由《西游记》原著第十七回《孙行者大闹黑风山 观世音收伏熊罴怪》、第二十回《黄风岭唐僧有难 半山中八戒争先》、第六十五回《妖邪假设小雷音 四众皆遭大厄难》等章节中摘编而来,大多数玩家对其耳熟能详,更容易进入游戏设定的故事空间。还有的角色设定是从央视86版《西游记》电视剧中获取灵感,如第五章《日落红尘》中的红孩儿化作被抓住的小狐狸精,其被吊在树上向玩家求救的姿态与电视剧中一致,引来不少玩家的会心一笑,使他们能迅速推断该角色的身份与立场。

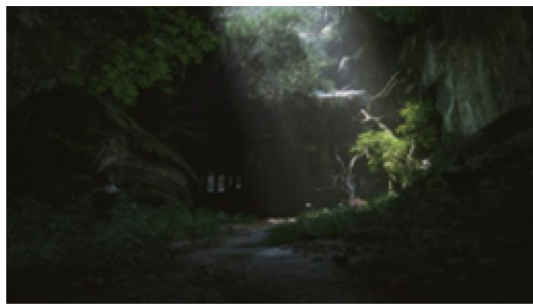


图1 游戏场景:黑风山



图2 游戏场景:黄风岭

游戏从《西游记》原著文字中提取信息,并以视觉和交互的方式呈现给玩家。游戏中主角“天命人”继承了悟空的意志,外表与孙悟空相似,呈现猴子的形

象, 战斗时使用的棍法来自传统武术, 具有高度观赏性。通过现代视觉设计, 《黑神话: 悟空》成功地将《西游记》中的经典符号(如孙悟空、金箍棒等), 转化为具有强烈视觉冲击力的游戏元素, 使游戏更易被全球玩家接受<sup>[7]</sup>。在游戏第六章《花果山》中, 玩家可以完成一系列任务, 获得原著第三回中悟空从龙王处获取的藕丝步云履、锁子黄金甲、凤翅紫金冠与如意金箍棒, 集齐“大圣套装”, 满足玩家变身为“美猴王”的愿望。这种扮演式沉浸体验, 是以往的文字、电视媒介无法提供的。同时, 由于形象的经典性, 视觉元素成为其吸引玩家, 尤其是轻度玩家及“云玩家”的主要方式。持金箍棒的猴子形象, 易为中国玩家带来亲切感, 无需游戏背景解释, 玩家与观看者即可共同沉浸故事空间之中, 通过图像实现游戏乐趣的“替代性满足”, 完成虚拟感受向亲身体验的转化<sup>[8]</sup>。



图 3 游戏场景: 小西天打坐点

游戏对经典文化的改编, 不仅体现在《西游记》原著及其视觉的衍生作品中, 还充分体现在游戏的各个视觉元素之中。例如, 主角携带的酒葫芦道具、各类丹药、武器形态、披挂形态及细节、佩戴的各种珍玩, 均源自中华传统文化, 从名称到外观, 再到用法, 都与西方设计的游戏道具截然不同。游戏场景亦是如此: 游戏中大量使用了现实建筑的建模, 如山西大同的云冈石窟、善化寺、悬空寺, 朔州的崇福寺、应县木塔等, 涉及数十处名胜古迹, 跨越十多个省市。开发者通过扫描建模, 将其有机地嵌入游戏场景之中, 形成了脱离原文化语境的新图像(见图 4)。以重庆大足石刻中的“千手观音”摩崖石刻为例(见图 5), 在游戏化过程中, 千手观音意象经历了“图像化—场景建构—视觉再提取”的过程, 这一文化符号脱离了重庆大足宝顶山的原始语境, 成为游戏玩家与该场景人物“不空”战斗的背景, 以及游戏“有情众生”一节的场景元素。在这一过程中, “千手观音”视觉符号的意义在不断叠加, 而其带来的视觉冲击力未减, 而是以另一种方式得到了传播。



图 4 游戏场景: 小西天悬塑

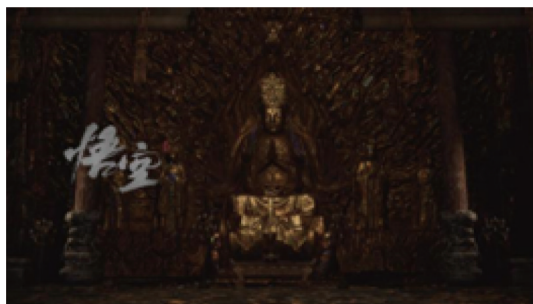


图 5 游戏场景: 千手观音

总之, 《黑神话: 悟空》包含大量对经典文化意象的跨媒介改编, 通过“悟空”这一经典形象与《西游记》场景的跨媒介再现, 使游戏场景蕴含丰富的中国传统文化元素及视觉美学, 这些视觉元素是中国玩家熟悉的, 易于唤起玩家的认同感, 玩家的游戏文本创作与传播行为正是基于对游戏的认同感自发产生。

## 1.2 图像衍生塑造游戏场景: 文化意象的静观

在《黑神话: 悟空》中, 游戏场景的设计是其亮点之一。在游戏的视觉设计方面, 中式美学贯穿始终, 很好地将中国传统美学融入场景设计, 让玩家在体验游戏时有一种文化的熟悉感和自豪感。例如, 在游戏中与角色“火焰山土地”战斗时, “火焰山土地”作为太上老君的弟子, 将道家“阴阳”体系引入战斗场景, 该场景的美术风格以黑白水墨为主(见图 6)。



图 6 游戏场景: 战斗场景

游戏的存档点以“土地庙”的形式存在, 符合中国玩家熟知的传统民俗, 既照顾玩家游戏体验, 在

视觉上也不显得突兀。不同场景中的土地庙各不相同,如火焰山的土地庙造型,在玩家初次点击时会燃起两团火焰,贴合火焰山的场景特征(见图7)。游戏的中式美学贯穿始终,一步一景,留白等传统绘画美学特征随处可见(见图8),也有借景等传统园林美学的特征。

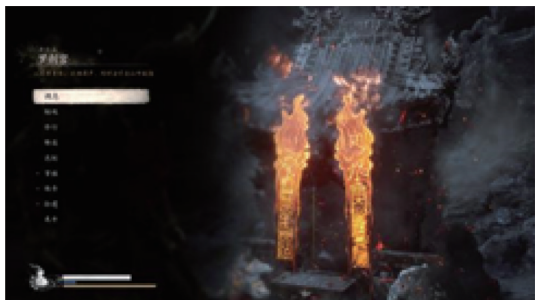


图7 游戏界面设计:火焰山土地庙



图8 游戏场景:苦海北岸

游戏始终呈现出中国文化元素与中式美学,为此甚至不惜部分牺牲游戏体验。很多游戏中,设计者通过不同形态文本的巧妙结合,为玩家提供沉浸感的故事空间,玩家得以沉浸其中并享受虚拟世界的故事带来的快感。在游玩过程中,玩家通过与空间的互动与游戏的世界建立关系,从而空间与玩家形成征服与被征服、探索与被探索、观照与被观照的不同权力关系。游戏本身是对规则的遵循,正是世界的内在秩序性产生游戏的玩法<sup>[9]</sup>;因此,根据游戏任务设定、游戏空间呈现与游戏互动性的不同,玩家与游戏场景的关系也不同。在许多开放世界游戏中,如《荒野大镖客2》和《赛博朋克2077》中,游戏为玩家提供了广阔的自由地图,玩家可以自由地在地图中探索,与游戏空间中的角色和物品互动,并完成任务,这样的游戏空间作为被探索和被征服的对象等待玩家进入。

《黑神话:悟空》并未提供开放式地图,地图中由A点到达B点的路线是预设且唯一的,这削弱了玩家探索的自由度;由于地图场景庞大复杂,玩家容易迷路,为玩家完成主线任务造成障碍。此外,游戏还存在“空气墙”,即视觉不可见但实际阻挡角色行进的空间边界,也对玩家探索空间带来阻碍。

游戏设定的空间规则是为了更好地呈现游戏空间的视觉效果(如不将“空气墙”设置为实际墙体,是为了不阻碍游戏景观),在这款游戏中,游戏设计者预设玩家以空间“观赏者”的身份存在,如游戏中的重要场景“打坐点”设置在地图中风景最好的位置,玩家“打坐”时会进入预设好的风景动画,以此获得“顿悟”,使角色获得属性成长(见图3),这也可以说明游戏景观对视觉性的强调。“它把游戏审美本身当做游戏的一部分提供给了玩家”,也即是说,游戏将“静观一景观”的观看方式交给了玩家,让玩家能够沉浸式欣赏传统文化与古建筑带来的震撼之美。“展示人文景观”是重要的艺术目标,它的游戏空间是游戏/文化表达的双重空间,游戏“把审美本身当做游戏的一部分提供给了玩家”<sup>[10]</sup>。

游戏设计者对视觉的强调让游戏场景具有中国传统美学的场景,也为玩家“游玩打卡”提供了基础。富含中国文化元素的游戏界面与传奇志怪角色形象,与风景优美的场景一起,构成了沉浸式的东方奇幻世界。在这个虚拟世界中,玩家可自由地欣赏风景、观察和体验古建筑,从而提升游戏整体体验,并通过静观或欣赏重新理解空间意义。

### 1.3 游戏社区的讨论与文化空间的形成

游戏中的文化意象丰富,为其传播与交流提供了基础,也为游戏文化空间的形成提供了绝佳的媒介。游戏文化空间并非游戏的体验空间;体验空间是指玩家在体验该游戏的时候“所处环境与空间、用户现实状态、用户社交环境与氛围”<sup>[11]</sup>,概念更广泛。体验空间对于电子游戏来说也是重要的,它会影响到用户对于该游戏的舆论感知、游戏过程中的所思所想,甚至会影响到玩家在游戏时的选择和行为,从而影响到用户购买游戏的意愿、对游戏的整体评价以及游戏文化生态。游戏的文化空间可视为体验空间的延伸。电子游戏的使用场景,在“私人移动、私人固定、封闭公共、开放公共四大传播场景”<sup>[12]</sup>中,通常以“私人固定”为主,不过,玩家整体的游戏体验过程却远超私人固定场景,从线下到线上,游戏体验的“开放公共”特性表现得极为明显。《黑神话:悟空》是单机游戏,游戏没有内置的社交元素,玩家只能独自完成全部游戏流程。但在游戏发售后的两天至两个月中,产生了大量的攻略视频、游戏摄影作品、玩家二次创作作品,优质内容不断出现,引起玩家的共鸣、讨论和分享。据统计,相关话题在抖音平台上的短视频播放量累计超

390 亿次，B 站平台上的二创视频也有很多获得了“百万+”播放量<sup>[13]</sup>(见图 9)，评论及弹幕的积极互动催生了社交网络上的多个热门话题，最终形成了以游戏为核心、以视觉为媒介的游戏文化空间。游

戏超越单机特征而形成文化空间，背后是玩家间的情感和文化关联：对“天命”精神的内涵理解为玩家创造了共同的文化身份，而基于游戏社区的文化交流进一步强化了玩家的情感连接<sup>[14]</sup>。

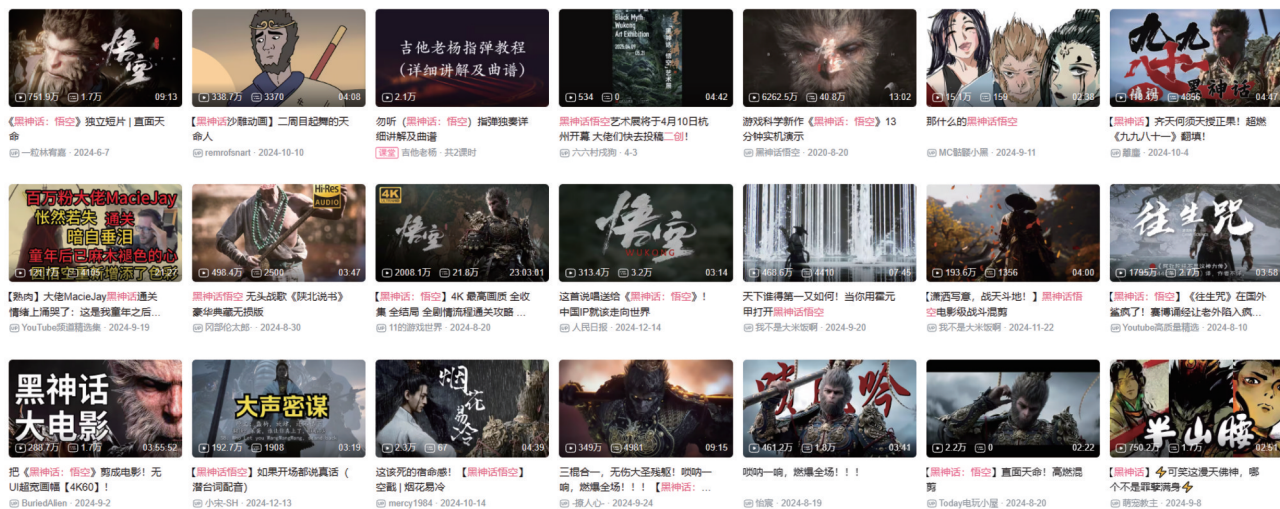


图 9 《黑神话：悟空》在某平台上的衍生作品

在游戏空间之外，网络空间也成为玩家提升游戏体验、寻找游戏乐趣的场所。传统文化的创新转化是近年来学者关注的热门话题，然而应该如何进行传统文化的有效转化与传播，各方仍在不断探索。文化产品在进行传播时很看重“破圈”的概念，这一概念是指文化产品打破了其原有受众所形成的社区，对全阶段、全年龄的受众形成广泛覆盖的传播图景。《黑神话：悟空》则很好地展示了一种传播方式，通过对游戏中众多景观的探寻和静观，中介化的数字记忆成为文化转型的媒介和投射<sup>[15]</sup>，玩家能够自主营造出相关的社交场景，并将游戏从线上转到线下，完成跨时空、跨媒介的传播。凭借这些，游戏回答了传统文化传承不可或缺的问题(如何出圈？如何传播？如何提升产品体验并与社区分享相结合?)，最终达成了数字媒介和现实媒介的微妙平衡。

## 2 用户生成内容介入经典文学图像的再生产

《黑神话：悟空》对传统文化意象的创意改编以及富含中国文化元素的场景呈现成为游戏的主要特色之一。由于其视觉上独特的中式美学与传统文化呈现，该游戏的“二次创作”成为了游戏发售与传播过程中的一大亮点。用户生成内容使游戏与网络社区相联系，并与现实玩家社区与文化产业相联系，图像创作成为游戏用户连接电子游戏与社区空间、个人体验与集体叙述、线上空间与线下空间的主要媒介。通过游戏图像的再创作，用户在游戏

体验中完成了对游戏空间的掌控与叙述视角的转换，突破游戏空间对用户的限制，改变用户与空间的权力关系，让用户得以在这一过程中完成主体性找寻。图像不再只是“图像链接”<sup>[16]</sup>，通过游戏图像这一具有多重意义指涉的游戏超文本，用户得以与其他用户发生互动，使体验场景从单机游戏本体扩展至社交媒体领域，社交互动与游戏情境相互促进。

### 2.1 《黑神话：悟空》玩家的二次创作与改编

众多游戏中都存在二次创作的情况。当游戏足够精彩且玩家数量庞大时，他们常常不满足游戏本身的游玩体验，尝试与游戏进行更广更深的互动，进而通过重写、复写或戏剧性改编文本等行为，满足自身的表达性和社会性需求<sup>[17][119]</sup>。当下的游戏形态已经是复合文本，游戏文本的综合性、沉浸性、互动性更强，整体改编难度大，粉丝仅能在有限的媒介形态中进行游戏文本的再创作，将复合文本转译为自身可创作利用的模式。通常玩家会选择写作或绘画(如同人小说)的方式进行文本再创作；而随着图像成为传播主流，图像再创作也成为了电子游戏玩家的文本再创作的主流。《黑神话：悟空》的粉丝作品，包括 3D 打印、插画、黏土、像素游戏和妆造复原等。玩家广泛运用不同的材料和工艺重新展现游戏世界的美学观念。游戏设计者有意为玩家提供图像创作的空间和便利，如为

玩家提供了游戏内摄影模式。当玩家在游戏中触发特定按键即可定格并进入摄影模式。原本在摄影艺术中,创作者便可以对表现对象的造型、色彩、时间、空间、运动等方面进行重构,从而生成符合主体意向的文本内容。在游戏的“摄影模式”中,玩家能够以屏幕为取景框,尽可能地模仿现实中的拍照行为。得益于游戏提供的奇幻场景与角色设计,玩家能够自由构图、选择拍摄视角、调整人物角色的外表和动作,借助游戏内特效,产生极具张力的图像。《黑神话:悟空》的摄影模式允许玩家调整画幅、摄像机角度、景深、亮度、对比度、滤镜、服装细节、图像比例尺寸等参数(见图10),还提供了不同样式的贴纸,玩家可以直接使用该模式内置的贴纸,让《黑神话:悟空》的游戏摄影图像极具辨识度与传播性。内置的摄影模式鼓励玩家探索、观察、记录、传播游戏场景,玩家得以亲自参与并重塑了游戏中文化意象的意义与当代价值。



图10 《黑神话:悟空》游戏的摄影模式界面

玩家还自发地利用自身熟悉的创作形态对游戏文本进行改编。例如,针对游戏的图像创作,如平面创作(单格漫画、连环漫画、动画),玩家以不同风格、质感的画面和笔触还原或扩展游戏角色故事,此外还包括对游戏中人物服装、造型、道具、动作的还原。由博主“夏至大暑”创作的《黑神话:悟空》二创漫画(见图11)获得了1100条互动,近万条点赞。以游戏人气角色为参照进行的仿妆图文与视频数不胜数,且相关内容的互动量(点赞量、评论量、正面评价)较高。游戏摄影与二次创作行为并非新产物,但在《黑神话:悟空》文化生态中体现得尤其突出,玩家自主创作与图像传播极大地推动游戏打破媒介壁垒,扩大传播范围。玩家二次创作的作品与现实社区、网络社交媒体互动的可能性,体现玩家积极回应文化意象传播,在二次创作过程中,游戏文化形成鼓励创作、挖掘讨论文化元素的情境与氛围。在游戏传播的过程中,玩家相互滋养、催生彼此的创作,使原始游戏文本得以跨媒

介不断生产,从而扩展并超越了游戏本身。



图11 博主“夏至大暑”的二次创作(漫画)

## 2.2 文化意象的价值联想与创新性改编

游戏中的二次创作屡见不鲜,但在《黑神话:悟空》之前,中国并没有出现过如此大规模的图像生产、传播与文化讨论。该游戏的独特之处在于为玩家提供了基于中国文化的、高价值联想的图像空间。将游戏视为一种整体的文化产品,玩家在游戏过程中的价值联想成为游戏体验的构成部分之一。用户使用媒体产品时,会考虑到媒体的“品牌特征、信息的编码和解码以及媒体符号的能指和所指”<sup>[18]</sup>,这些要素影响着用户对产品的评价、文化生态及用户使用中产生的身份认同等问题。《黑神话:悟空》提供的联想价值高且稀缺。

首先,游戏提供了作为中国人的骄傲与自豪,将游戏与国家认同联系起来。从玩家身份认同来看,玩家的图像再创作让玩家在社区中获得作为中国、作为游戏玩家的多重身份认同。作为中国首款3A游戏,赋予玩家作为中国玩家的荣誉感;在游戏过程中,游戏景观使中国玩家多次为中国文化瑰宝而震撼,并带来文化的熟悉感和自豪感,这些使玩家以前所未有的心态和参与方式面对游戏场景,这是以往游戏无法达到的。游戏中的重要传播

事件如“国外评分机构被打脸”“国外主播玩黑悟空感动到流泪”“越南玩家自发进行游戏本地化翻译”等,均以“我国/他国”的身份差别构建出了基于身份认同的国家叙事。

其次,以图像作为载体,游戏为玩家提供了参与公共议题、满足公共动机的手段。玩家在游戏时有着不同的动机,大体可以分为三类:再现动机、娱乐动机和公共动机<sup>[19]</sup><sup>138</sup>。其中,公共动机表现为共有的期待、广泛的网络文化以及游戏所分享的外部世界。《黑神话:悟空》的传播过程为玩家满足公共动机提供了充分的环境。要将单机的电子游戏转化为公共领域中的议题,图像是最好的媒介。社交媒体为玩家之间提供了交流的机会,并由此派生出价值,借助游戏摄影或截图的作品、二次创作形成的图像,玩家得以将个人游玩体验和议题带入到游戏文化生态中,玩家的经验“彼此化合、增殖、混合、相互启发”,玩家作为自媒体博主亦从互动中获得情感反馈与情感支持<sup>[20]</sup>,从而与其他玩家共享游戏的快乐。

最后,游戏让玩家能够亲自参与文化符号的传播,成为文化符号意义的赋予者。一个文本中的符号总是携带着它在其他语境中使用的相关承载物。当一个符号从其产生的语境进入到另一个语境中时,将会成为能指的材料,用以表达新的含义,同时又携带着来自更广阔的文化其他意义网络。在《黑神话:悟空》中,玩家对游戏的评价来源于自身的游戏经验,这是玩家群体自我生产、彼此共享的一套游戏领域通行的经验和话语体系<sup>[21]</sup>。其中跨语境、跨文化的符号也数不胜数,如“悟空”这一形象就承载原著中的悟空、历年影视作品中的悟空、游戏中构建的叛逆者悟空、叛逆者悟空在现实社会中影射的革命精神,以及玩家心中的自我代入和童年想象。在多重意义符号的建构之下,悟空成为意义丰富的文本,也成为足以沟通交流的符号。玩家在游戏过程中,根据自身的理解、社区的讨论及新视觉形象的建构,为悟空相关文化符号提供了更多意义空间。

综上所述,文化意象在游戏中的融入为游戏提供了极高的价值关联,让玩家积极主动地参与图像创作与传播,并在这一过程中获得满足。借助文化意象的图像符号,玩家的自豪感得以在游戏社区乃至更广泛的网络社区中不断巩固和加强,进而强化了游戏提供的“价值联想”。

### 3 图像传播场景化: 游戏社区推动文化传播

如前所述,游戏的价值联想很大程度上也是由社区文化所推动的。在主流媒体的报道中,《黑神话:悟空》成为中国文化的讲述者和传播者。在各大论坛和社交平台中,对该游戏的讨论热度一直居高不下。在游戏的传播过程中,各层级的媒体都发挥着作用,共同构建出一个以游戏图像为主要媒介,内容不断延伸和扩展的图像传播场域,推动游戏的讨论与传播。

#### 3.1 图像: 个人到集体场景的转化媒介

游戏作为“第九艺术”,不仅是一种娱乐媒介,更是一种具有强大表达力和艺术价值的文化载体<sup>[22]</sup>。游戏的文化性与视觉性是玩家主动参与“二次创作”的契机,而玩家的创作在很大程度上也是一种创新性的视觉衍生,这种视觉性的创造为场景化传播提供了条件。电子游戏带给玩家的场景有两种:一种为游戏场景,一种为体验场景。游戏场景即游戏内部的空间与景观,而体验场景则是指玩家在体验该游戏时的“处环境与空间、用户现实状态、用户社交环境与氛围”<sup>[23]</sup>。体验场景对于电子游戏来说也是重要的,电子游戏的使用场景,在“私人移动、私人固定、封闭公共、开放公共四大传播场景”<sup>[24]</sup>中,通常以“私人固定”为主,这是因为电子游戏需要一定质量的固定设备(如游戏主机或游戏屏幕)。随着人们消费情境的扩展,一些商场出现了共享游戏机,成为具有开放公共特质的游戏新场景。不过,玩家整体的游戏体验已远超私人固定场景,从线下到线上,游戏体验的“开放公共”特性极为明显。正因游戏体验包括线上公共开放领域的氛围,借助图像媒介进入公共领域成为一种必然。“各种艺术越发展,互相交流定义的机会也越多”<sup>[25]</sup><sup>131</sup>,当下图像生产与传播的手段成为推动游戏文化发展的桥梁。

从场景的实时状态来看,游戏摄影作为游戏的实时状态与现实社交的实时状态相结合的锚点。在“黑神话:悟空”摄影大赛等活动引导下,优质内容不断出现,引起玩家的共鸣、讨论和分享,相关视频的播放量、评论与弹幕的数量都非常高,催生了社交网络上的多个热门话题。可见,在游戏空间外,网络空间也成为玩家提升游戏体验和寻找游戏乐趣的场所。在询问游戏技巧、分享游戏体验的过程中,游戏截图与游戏摄影成为主要的传播手段。

通过图像,玩家得以将个体游玩体验分享到整个玩家群体的讨论中。通过网络实时更新的“大部分玩家进度”与自身游戏进度互动,单机游戏也能产生与现实关联的实时场景。游戏中的图像再生产从玩家角度来说,是玩家主体性的体现,成为玩家积极主动探索游戏场景的重要诱因;而从场景化传播来说,游戏中图像再生产过程则为玩家提供了难得的再媒介化手段。这一过程是无门槛或低门槛的,因此玩家只要愿意都能够参与,而在游戏场景与传播场景的双重场景中,玩家图像生成与图像传播的过程都成为游戏体验与场景传播的一部分。媒体用户体验的场景要素包括了用户的个体习惯、社交氛围、场景的实时状态、空间与环境等要素。在玩家进行游戏摄影的同时,游戏的场景发生变化,这些变化也同时改变着用户的体验。

### 3.2 游戏文化生态推动图像传播场景化

在成长发展过程中,个体与多元化情境间持续不断的变化,双向的互动关系构成了人类发展的本质过程。在此过程中,个体与环境之间构成了双向交互关系,彼此制约又相互塑造。这是发展情境理论的基本模型,由此可知在游戏体验情境中,个体习惯成为影响游戏行为的关键因素,而场景反过来也不断改变和塑造着个体的游戏行为。游戏中的截图摄影与游戏外的图像传播形成了鼓励图像生产、鼓励游戏交流的舆论氛围,甚至出现了“黑神话游戏摄影大赛”等颇具讨论度的自发活动。这样的行为并非个例,在相关社群中,《黑神话:悟空》的攻略视频吸引广泛关注,玩家在互动中分享游戏心得、战斗技巧与故事理解,也通过社交习得游戏中的技能,在游戏文化的各层面的社交实践中扩展游戏体验,获得认同感,游戏成为一种形成社区、获得身份认同感的学习形式<sup>[26][170]</sup>。

非遗的数字化传播是利用多种技术方式对非遗内容进行兼具多元特性的数字传播行为。数字影音、虚拟现实等技术手段在非遗传播中广泛运用,已形成时代潮流<sup>[30]</sup>。《黑神话:悟空》向玩家呈现大量风景名胜和文化遗产的图像景观、个性鲜明的角色形象、富有中式美学的界面设计,为玩家关于图像的二次创作提供了丰富的可能性,也为玩家走出个体游戏体验,加入集体游戏叙述提供了媒介。如果说“游戏空间—网络空间”的联结形成了游戏体验场景的延伸,那么由媒体和地方文旅主导的“虚拟空间—现实空间”的联结则为玩家提供了从游戏数字媒体到现实文旅体验的方向。游戏中的场景体现了中华物质文明、思想

哲学文明、文化艺术文明与科技文明的遗产,而游戏场景到现实场景的扩展为玩家的身份认同与游戏爱好提供了现实出口。《黑神话:悟空》中的许多视觉意象,本就是通过对物质进行媒介化生产得来的视觉符号,其意义只会不断叠加而不会被取代,玩家的现实文旅体验在某种程度上也可视为一种符号消费,是玩家对游戏中具有文化表征意义的文化意象的现实追寻。《黑神话:悟空》是一个以文学经典为蓝本创作、以视觉图像媒介为核心的复合媒介文本,它提供了沉浸式体验的游戏空间,在此过程中《西游记》这一文学经典及其相关影视作品并未从前景退为背景,而是以意义叠加的方式不断出现、不断闪回,与游戏本身共同成为玩家的体验资源。相应地,游戏的跨媒介生产也转向以体验为中心<sup>[28]</sup>,体验从电子游戏走进现实,实现了从虚拟世界的沉浸到现实世界的沉浸,完成了游戏场景的扩展,也超越了机制上游戏化的功利主义,成为社会系统的文化运作<sup>[29]</sup>。

## 4 结语

国潮正在持续动态发展且前景广阔,如何进行传统文化的当代转化,则需要持续思考探索。“媒介即叙事”<sup>[7]</sup>,电子游戏作为一种融合了美术与音乐等多元艺术形式的新兴文化传播媒介,在文化传播中的作用日益凸显。一旦能够形成“出圈”的传播效应,该产品将拥有更广泛的潜在用户,也能更好地对现实经济形成拉动效应,实现对中国优秀传统文化的传承并参与对当代文化的塑造。游戏《黑神话:悟空》回答了传统文化传承的关键问题:如何实现跨圈层传播;如何提升产品体验并与社区分享相结合;以及如何将数字媒介与现实媒介相联系。通过对经典文化意象的跨媒介改编,游戏吸引玩家参与游戏图像的体验与再生产。在玩家体验游戏的过程中,社交动机、游戏文化、游戏本身与玩家自身相互作用,共同潜移默化地塑造着玩家的游戏习惯,媒体和玩家共同建构出一个以游戏图像为主要媒介、内容不断延伸和扩展的图像传播场域,让“图像生产—图像传播”成为玩家游戏体验中重要的一部分,这也是为何玩家积极超越单机游戏主动将游戏场景扩大到社交网络的原因。该游戏也为之后中国文化产品的价值构建与设计提供了借鉴。

### 参考文献

- [1] 檀思源,黄雨茜.从本土神话到全球共享:《黑神话:悟空》的跨文化传播策略研究[J].北京印刷学院学

- 报, 2025, 33(7): 9-16.
- [ 2 ] 何成洲, 刘珍珍. 游戏的跨媒介叙事与文化传播:《黑神话: 悟空》赋能中国文化的全球传播[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2025, 33(1): 33-43.
- [ 3 ] 陈新儒. 再媒介化: 理解《黑神话: 悟空》的成功之匙[J]. 艺术学研究, 2024(5): 71-74.
- [ 4 ] 熊硕. 五种舆论空间中《黑神话: 悟空》的大众传播[J]. 艺术学研究, 2024(5): 65-70.
- [ 5 ] 何威, 李玥. 符号、知识与观念: 中华优秀传统文化在数字游戏中的创新转化[J]. 江苏社会科学, 2024(1): 232-240.
- [ 6 ] 张新新, 黄笑语, 李志飞, 等. 由《西游记》到《黑神话: 悟空》: 文化资源优势转化为文化发展优势的现象、机理与策略[J]. 中国编辑, 2025(3): 53-63.
- [ 7 ] 郭汀妍, 秦瑞丽. 基于扎根理论的国产游戏跨文化传播: 以《黑神话: 悟空》为例[J/OL]. 中北大学学报(社会科学版), 2025-03. doi: 10. 62756/xbsk. 1673-1646. 2026045.
- [ 8 ] 周淑萍, 刘玮博. “第三空间”视域下《原神》的文化输出策略研究: 以璃月港游戏部分为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2024, 40(3): 111-116.
- [ 9 ] 周思好. 积极主体与自律的“绝对过程”: 基于 Switch 平台的体感运动游戏研究[J]. 中国图书评论, 2022(6): 32-41.
- [ 10 ] 周思好. 反游玩中心主义与《黑神话: 悟空》中的空间权力[J]. 艺术学研究, 2024(5): 75-80.
- [ 11 ] 黄慧. 短视频原生广告的场景化传播[J]. 传媒, 2021(14): 75-77.
- [ 12 ] 陈曦, 宫承波. 场景理论视野下智能音频用户体验模型探究[J]. 当代传播, 2021(2): 89-92.
- [ 13 ] 孙瑞. 跨媒介、跨情节、跨文化:《黑神话: 悟空》的改编模式、叙事形态及主体话语[J]. 东方艺术, 2024(6): 47-55.
- [ 14 ] 徐敬宏, 袁宇航. 数字游戏如何讲好中国故事:《黑神话: 悟空》的跨文化传播路径分析[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2024, 45(12): 130-137.
- [ 15 ] 李红涛, 杨蕊馨. 把个人带回来: 数字媒介、社会实践与记忆研究的想象力[J]. 新闻与写作, 2022(2): 5-15.
- [ 16 ] 李森. 论超文本叙事的符号变异与美学困境[J]. 华文文学, 2015(6): 40-46.
- [ 17 ] 安德鲁·伯恩. 文本再创作: 网络上的粉丝文化[C]// 电脑游戏: 文本、叙事与游戏. 丛治辰, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015.
- [ 18 ] 宫承波, 梁培培. 从“用户体验”到“媒体用户体验”: 关于媒体用户体验几个基本问题的探析[J]. 新闻与传播评论, 2018, 71(1): 66-73.
- [ 19 ] 安德鲁·伯恩, 戴安娜·卡尔. 动机与网络游戏[C]// 电脑游戏: 文本、叙事与游戏. 丛治辰, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015.
- [ 20 ] 丁方舟, 幸剑鸿. 超越异化: 短视频博主情感劳动中的主体性生产研究[J]. 青年记者, 2023(20): 60-63.
- [ 21 ] 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.
- [ 22 ] 徐敬宏, 渠润泽. 数字时代娱乐传播的跨文化想象: 以《黑神话: 悟空》为例[J]. 中国编辑, 2025(2): 71-80.
- [ 23 ] 黄慧. 短视频原生广告的场景化传播[J]. 传媒, 2021(14): 75-77.
- [ 24 ] 陈曦, 宫承波. 场景理论视野下智能音频用户体验模型探究[J]. 当代传播, 2021(2): 89-92.
- [ 25 ] 爱·摩·福斯特. 小说面面观[M]. 苏炳文, 译. 广州: 花城出版社, 1985.
- [ 26 ] 加雷恩·肖特, 玛利亚·坎伯里. 社交性的游戏与学习[C]// 电脑游戏: 文本、叙事与游戏. 丛治辰, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015.
- [ 27 ] 廉同辉, 陈佳, 张璐. 非物质文化遗产数字化传播策略探究: 以苏州为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2025, 41(5): 79-84.
- [ 28 ] 赵敏. 作为一种知识体验: 传统文学经典在虚拟技术下的“再媒介化”[J]. 艺术传播研究, 2023(3): 24-33.
- [ 29 ] 周海晏. 嬉玩: 数字时代游戏出版物的文化负熵: 基于《黑神话: 悟空》的媒介学研究[J]. 现代出版, 2024(11): 30-38.