



Rubbish Normal

游戏IP出海与文化传播对讲好中国故事的影响——一次关于跨文化交际的普瑞

辈子高¹, *小红书ID(788506655), 过嚯²小红书ID(5876672503)

^{1, 2}Rubbish Normal编辑部

*alpha@lab.edu

随着全球化进程的加速，文化输出成为国家软实力的重要组成部分。近年来，中国文化IP（知识产权）通过游戏、影视、文学等形式逐渐走向国际舞台，成为传播中国文化的重要载体。本研究以国产游戏《黑神话悟空》、《原神》为例，探讨文化IP出海对中国文化输出的影响，特别是在国际文化传播视角下，如何通过文化IP讲好中国故事，并根据笔者在跨文化交际课上做Presentation的实况进行讨论。本研究结合相关文献，分析游戏中在文化符号塑造、文化传播、文化内涵输出等方面的成功经验，并探讨在这一过程中如何助力中国文化输出。

关键词: 文化传播; IP出海; 讲好中国故事; 跨文化交际; 大学生普瑞

1 引言

在全球化进程加速的当今时代，中国文化输出成为提升国家文化软实力的重要途径。游戏作为一种新兴的文化产品和文化产业的重要分支，在中国文化出海方面展现出巨大的潜力。《黑神话悟空》、《原神》等作为在全球范围内取得巨大成功的中国游戏，为中国文化通过文化IP出海讲好中国故事提供了独特的案例。从跨文化交际视角出发，探究游戏对中国文化输出讲好中国故事的影响，有助于深入理解文化IP在跨文化传播中的作用机制，为进一步推动中国文化在世界的传播提供有益借鉴。

2 研究背景

诚如本文标题与摘要所写，本文是笔者根据一次课程作业做presentation开展实况进行撰写的，本文的研究背景就是做“讲好中国故事”这个主题的案例分享；研究意义在于指出游戏文化IP对中华文化传播与讲好

中国故事的影响。

3 研究方法

1. 文献研究法

笔者在做普瑞前梳理了相关研究文献作为观点支撑，符合学术规范。

2. 个体叙述法

笔者以自身玩游戏感受代入叙事，在普瑞时以饱满的热情与跌宕起伏的情感表达进行演说，令部分在场听众亦潸然泪下。

4 游戏空间视域下对现实文化的映射与输出

4.1 显性文化符号

显性文化符号指的是我们日常生活中看得见、摸得着的具体的物质文化事物，包含在衣食住行等各方面。游戏可以作为一种文化的载体，它能够通过视觉、听觉等多种感官体验，塑造出丰富的文化符号。其包含了场景与建筑、角色与服饰、音乐与音效等方

面。如《原神》成功地将丰富的中国文化符号融入游戏内容中，为玩家呈现了一个充满东方魅力的虚拟世界。

以游戏中的“璃月”为例，其建筑风格、自然景观和人文元素都深深植根于中国传统文化。从古色古香的建筑到山水画般的自然风光，再到充满中国特色的服饰和饮食文化，巧妙地将这些元素融入游戏场景和角色设计中，为来自不同国家的玩家提供了沉浸式的中国文化体验，同时给本土玩家带来了强烈的文化认同感（李嘉琪，2024）。

4.2 隐性文化符号

隐性文化符号指的是我们习以为常的一些岁时节日、民俗信仰、生活在同一文化社区的人们共同认知的行为习惯等方面。游戏对现实场景的映射，常常以节日庆典、神话传说等方式表现。

李嘉琪（2024）指出，这种虚拟节日符号的建构不仅增强了游戏的文化内涵，还成为传播中国文化的重要载体。截至目前，《原神》中仅有海灯节作为固定的

仪式在每年的新春期间开展，游戏节日与传统节日相结合の設定成为《原神》“文化出海”的方式之一。海灯节中的民俗仪式虽然是虚拟的，但也部分保留了现实传统民俗的基本元素和参与方式，玩家通过参与节日仪式、观看节日剧情达到节日沉浸的效果。

同时，游戏中以神话传说等奇幻元素为线，也吸引着大量玩家参与并体验。这些元素集中体现在关于角色的背景故事中，与剧情的相互牵引，涉及到了中国神话中的神兽、仙人、民族英雄等，塑造出充满传奇色彩的中国故事。《黑神话悟空》以明清神话小说《西游记》为蓝本，直接采用了中国神话体系创造了游戏空间；《原神》则化用神话传说，将神话故事融入角色背景，通过沉浸体验来进行故事叙事，如《神女劈观》化用《李寄斩蛇》的故事，玩家在经历一系列任务后与“神女”申鹤一同击败跋掣，“亲身”经历了神女的事迹，把传说的故事变成了经历中的故事。最后一段同名京剧戏歌的表演，将这段神话传说般的经历化入传统戏曲表演的艺术光影中，深深地烙印在每一位

玩家心中。

5 游戏对文化符号的传播

文春英等（2024）指出，《原神》通过其独特的文化混搭策略，成功地在全球游戏市场中占据了一席之地。游戏将中国传统文化元素与日式动漫风格、西方奇幻元素相结合，创造出一种既具有东方特色又能被全球玩家接受的混搭风格。这种文化混搭策略不仅降低了文化折扣性，更增强了游戏的文化包容性和吸引力，从而吸引了大量海外玩家，成为中国文化传播的重要窗口。

随汉青（2024）分析了《原神》出海营销传播中的文化混搭策略，指出其制作方米哈游通过多个社交媒体、直播平台、线下打卡、二创奖励等多元化渠道，与全球玩家建立了紧密的互动关系。同时，游戏文本还通过本地化翻译、文化适配等方式，确保让不同文化背景的玩家都能理解和欣赏游戏中的中国文化元素。

6 游戏对文化IP出海的影响

史安斌等（2024）从数字华流的角度分析了《原神》的国际传播效能，认为游戏不仅提升了中国文化的国际影响力，还为其他文化IP的出海提供了宝贵经验。2024年8月游戏《黑神话悟空》问世，首发之日，其销量便已超过450万部，同时在Steam平台上，以220万玩家的峰值在线人数刷新了单机游戏在线人数的历史纪录。同时，其销售额超过10亿美元，更是创下了国产游戏史无前例的纪录。

游戏空间视域下对中国文化元素的传播，亦激发了全球玩家对中国文化产品的兴趣，推动了相关文创产品的消费和传播，如前文提到的因《神女劈观》而兴起对戏曲艺术的欣赏、因游戏角色设计而喜欢上中国服饰与饮食文化，促进来华旅游业增长、为了读懂游戏文本而产生学习中文的动机等。总之游戏逐渐成为讲好中国故事的又一新兴媒介。

7 正向文化输出的重要性

7.1 美国的文化输出——以美国电影为例

7.1.1 美国电影对人物形象的塑造

美国电影在全球范围内具有广泛的影响力，通过电影中的人物形象塑造，美国成功地向世界输出了其文化价值观，如个人英雄主义、自由民主观念等。如好莱坞电影中的超级英雄形象，不仅代表了美国的个人主义精神，还传递了美国的所谓正义观和道德观（赵晶，2014）。通过好莱坞大片在全球的广泛放映，将这些价值观融入电影的情节、角色塑造等方面，让全球观众在观影过程中接受（刘东恩，2020）。

美国电影通过塑造各种人物形象，传递美国的价值观和生活方式。电影中的主角形象往往被塑造成具有鲜明个性的形象，有勇敢、善良、孤独的超级英雄，也有孤僻、怪异、内心黑暗的杀人狂魔，这些形象不仅吸引了全球观众的喜爱，也潜移默化地传播了各类美国的文化价值观。此外，美国电影还通过剧情设计和场景设置，展现美国的社会风貌和文化特色，进一步增强了其文化输出的效果。

7.1.2 “迪士尼公主”并不来自全世界

美国电影对人物形象的塑造，尤其是迪士尼公主系列，虽然号称来自全世界，以全球各地的童话故事为背景，但实际上多以欧美文化为主导，其核心价值观仍然是美国式的。如原本富有悲剧色彩的丹麦童话小美人鱼，在迪士尼系列电影里，艾利儿和王子幸福生活在一起，还有一个对自由与大海很渴望的女儿；花木兰的故事传颂自中国南北朝时期的一首《木兰诗》，我们所熟知的“花木兰”仅讲述了木兰为了孝道替父从军，最后不要功名回归家庭的故事，但在迪士尼电影中却加入了“木须龙”和巫婆阵营等奇幻形象，并在后续塑造了木兰与李翔的爱情线，整体内容核心已经是西方奇幻电影架构，只是运用了中国人熟知的女英雄事迹为背景。通过“迪士尼公主”们的形象，美国成功地向全球输出了其文化价值观，运用这种强势的文化输出策略使得美国文化在全球范围内具有广泛的影响力。

7.1.3 美国的强势性文化输出

美国的文化输出具有明显的强势特征。

好莱坞规模化的电影工业使得“美国大片”的上映间隔不必太久，有些时候同一个系列的电影续集，在条件充沛的情况下，其拍摄和制作周期最久不会超过三年便可以搬上银幕。通过好莱坞电影的全球发行，美国文化得以迅速传播到世界各地，美国电影以强势姿态占领全球院线多年，其中的英雄主义、个人主义等价值观念，也逐渐成为全球观众认同的文化符号。这种强势的文化输出策略，使得美国文化在全球范围内具有较高的认知度和极强的影响力。

7.2 中国的文化输出

7.2.1 开放包容的文化态度

随着中国经济、科技水平的提高，人民物质生活条件富足，精神需求多元化的今天，我们也逐渐意识到文化遗产与传播的重要性。在经济政治上，中国已有了举足轻重的地位，因此发展文化软实力，树立文化自信、助力国家全面发展成为新时代文化工作的重心。

中国文化的包容性古来有之，这让我们面对不同文化背景的人，可以有一定跨文化意识，同时，当代人从小树立的文化自信，让我们可以做到与不同文化背景的人自然而大方得体地进行交流。此前，tiktok被美政府以文化入侵和监控用户等不正当理由禁用，大量外国网友采取“报复性转移”，于是中国另外的社交平台一夜之间涌现大量“tiktok refugees”，而中国网友迅速“接纳”了他们，并顶着时差热聊了起来。同样，随着中国与许多国家开放入境免签，“China travel”也吸引力各国游客。全世界各地的人们无论从线上还是线下，都可以清晰地了解到当今的中国，体味到中国文化的魅力。

7.2.2 从文化服务转变为文化创新和IP打造

以前，我们的文化产品往往只是为某个IP而服务，即只依照经典IP既定背景制作文化产品而没有创新。如对“四大名著”的多版影视翻拍。而今我们对文化产品的塑造有了创新性的表达与发展。

2025年春节档《哪吒之魔童闹海》以迅雷不及掩耳之势抢占票房榜首，并于2025年2月13日正式超100亿人民币，刷新中国影史

百亿票房记录的电影，也是目前中国影史上票房最高的本土电影。该片于美国时间2025年2月14日正式在海外上映，当天海外收入4千万票房，后跻身全球影史票房前列。而同样在经典IP的背景下，“哪吒”系列电影避免了落入俗套，用诙谐的叙事方式讲述了我们这个时代的家庭故事，这也是抛开“过去的哪吒”作为封建时代产物的时代局限性而进行的创新。

7.2.3 从“人类命运共同体”谈文化输出

1. 中国文化出海的必要性

从经济角度看，中国文化出海可以带动全球文化产业的发展，创造更多的经济价值和就业机会；从文化交流角度看，中国文化出海有助于维护全球文化多样性，为世界文化宝库增添新的元素，同时有助于打破文化壁垒，促进不同文化之间的交流与理解，为世界文化多元融合提供宝贵资源；从政治角度看，中国文化出海有助于增强中国在国际的话语权，打破西方占据文化主导地位，实行一言堂的局面，平衡全球文化格局，避免单一文化霸权，促进文化多元共存。

2. 世界需要中国声音

(1) 维护世界和平，促进和谐外交

2023年3月，沙特阿拉伯与伊朗两国代表在中国北京握手言和，宣布正式复交，此次由中国促进的中东国家恢复和平外交，对于全世界来说都是一项重要举措。2024年7月，巴勒斯坦14个派别的高级别代表在北京签署《北京宣言》，这是巴14个派别首次齐聚北京举行和解对话。这是推动解决巴勒斯坦问题、实现中东和平稳定方面促进巴勒斯坦民族团结的重要一步。中国也强烈呼吁要根据联合国有关决议实现巴勒斯坦真正的独立建国。中国在维护世界和平，促进和谐外交事务上扮演着越来越重要的角色，也积极承担着作为常任理事国的大国责任。

(2) 实现共同发展，共享繁荣

“一带一路”倡议提出以来，在多项国际事务中惠及了沿线国家。如中国与沙特阿拉伯合作，建成并开通了“麦麦高铁”，这是中东地区第一条高铁线；中国与克罗地亚合作，帮助克罗地亚修建“佩列沙茨大桥”，让克两个城市之间的“距离”缩短，同时利用中

国水产技术，在大桥沿岸发展生蚝养殖业，促进当地经济增长，帮助民众就业。

(3) 成功经验的借鉴

游戏《原神》中纳塔地区是战争的国度，其映射了亚非拉地区诸多第三世界国家的斗争史。纳塔地区的主题曲用非洲三大本土语言之一的“斯瓦西里语”创作，并邀请了许多非洲（裔）、拉丁美洲的艺术家参与创作。在米哈游发布的纳塔交响乐音乐会视频中，有黑人男演员领唱、有许多非洲和美洲印第安乐手以他们传统的乐器伴奏，向全世界展示出真正属于非洲和美洲的语言、音乐，这是在过去西方文化霸权下极少被世人知道的璀璨文明。而今，非洲大陆通行法语、英语，其本土的语言因多种因素逐渐消逝。

而今，亚非拉地区仍有第三世界国家在为争取民族独立而斗争。B站up主“食贫道”，曾多次前往巴勒斯坦、以色列等中东争端地区拍摄了如《迦南孤儿》、《无愈之殇》等纪录片，将战争的残酷，以血淋淋的真实场景向观众诉说。

回顾过去，中国近代史堪称一部救亡图存、保家卫国，争取民族独立斗争的史诗。试想如果中国没有成功驱除侵略者，如今我们所说的语言会是什么样？中国的成功无疑是亚非拉第三世界国家民族运动的典范，是一代代爱国先贤和革命斗士负重前行，才换来今日的山河无恙。我们从被侵略，经历贫苦，走向繁荣复兴，值得将中国的宝贵经验向全世界分享，共同塑造一个没有战争，和平解放的世界。。

结语

本文从跨文化交际的视角，探讨了文化IP出海对中国文化输出和讲好中国故事的影响，并以游戏《黑神话悟空》、《原神》为例进行分析。本文兼对比美国电影对美国文化价值观输出的作用，分析中国文化输出的目的与途径较之不同之处，并探讨了文化内涵与民族精神对于正向文化传播的重要性。通过文化出海，让世界听到中国的声音，同时，也让中国力量可以持续地帮助世界上其他国家，一起互助共荣，生生不息。文化IP出海为中国文化输出和讲好中国故事提供了

新的可能性。《原神》、《哪吒之魔童闹海》等IP的成功经验表明，通过创新的文化表达和有效的传播策略，中国文化可以在全球范围内产生广泛影响。未来，随着更多优秀文化IP的涌现和国际化发展，中国文化将在世界舞台上绽放更加绚丽的光彩。

本文是根据笔者此前跨文化交际课程作业做Presentation时所搜集资料集合而成。为展示笔者的投稿诚意，遂把当初手搓的文稿进行重新编辑。但为避免因“过于学术”而与底刊风格不符，遂加入当初做普瑞时的情感叙事，同时基本复制粘贴于笔者作业文章，又完成了旧文新发的“不端”行为，符合底刊特色。标出参考文献，是避免文献作者们知识产权受到侵害，也为底刊投稿增添严谨色彩。但笔者在文中时而称将本文为“本研究”，又给了可以抠字眼的空间，贴合底刊诙谐的特色。

本研究是以文创IP热点入手，只关注其做得成功与否，影响的广度。先说结论，有影响且有市场，但相关讨论与风评等不在本

研究范畴内，所以很高兴你也喜欢中华文化，并有自己的见解。Let's 玩儿！

致谢

感谢*Rubbish Normal*编辑部大力支持。

参考文献

- [1] 李嘉琪.游戏空间中节日符号的意义建构与传播策略研究[D].云南师范大学,2024.
- [2] 随汉青.网络游戏出海营销传播中的文化混搭策略研究[D].北京外国语大学,2024.
- [3]刘恩东.好莱坞电影史中的价值观输出研究[J].国际传播,2020,(03):25-35.
- [4] 史安斌,张自中,朱泓宇.数字华流视域下国际传播的增效赋能——以《原神》为例[J].当代传播,2024,(03):88-94.
- [5] 文春英,蒋多,隋欣,等.中国游戏出海提升国际传播效能的策略研究[J].北京文化创意,2024,(04):76-84.
- [6] 赵晶.好莱坞电影中的美国文化价值输出[J].电影文学,2014,(23):22-23.

