

Research on the Integration Path and Cross-cultural Communication Effect of Traditional Cultural Elements in Domestic Online Games

Suyuan Liu

Guangdong Polytechnic of Light Industry, Guangzhou, Guangdong, 510300, China

Abstract

Under the construction and development of a culturally strong country, domestic online games have become a key carrier for the inheritance and dissemination of traditional culture. This article takes the integration of traditional cultural elements into games as the research focus, and the theory in the context of the three-level integration of “symbols, knowledge, and concepts” serves as the fundamental support. “Black Myth: Cases such as “Wukong” and “Call Me Big Boss” have been used for analysis, thereby meticulously dissecting the actual situation of the integration approach, the process of cultural and identity establishment, as well as the actual achievements of dissemination. Moreover, it has been found that the multi-layered characteristics of the current integrated development are becoming superficial and homogenized, which is of unique significance in shaping the cultural recognition of the youth group and the output of the country’s cultural soft power. By providing methods and ideas related to technical support means to deepen content processing and update communication concepts, it offers some reference suggestions and guiding directions on how to deeply explore the connection between the two.

Keywords

Traditional cultural elements Domestic online games; Integration path Cross-cultural communication effect

传统文化元素在国产网络游戏中的融入路径与跨文化传播效果研究

刘溯源

广东轻工职业技术大学, 中国·广东广州 510300

摘要

文化强国构建与发展下, 国产网络游戏成了传统文化传承与流传的关键载体。本文把传统文化要素游戏融入当作研究重点, “符号、知识、观念”三层面交融处境下的理论作为基础支撑, 《黑神话: 悟空》《叫我大掌柜》等案例被用于分析, 从而细致剖析融入方式的实际情况、文化和认同建立过程以及实际传扬成果, 并且找到了当下融合发展的多层特征存在浅表化和相同化的状况, 在青年人群体的文化承认塑造和国家文化软实力输出上独具意义之处, 经由提供有关技术加持手段深化内容加工并更新传播理念等方面的方法思路, 给如何使两者相互联结深入地进行探究给予一些参考建议路径方向上的引导作用。

关键词

传统文化元素; 国产网络游戏; 融入路径; 跨文化传播效果

1 引言

当前推动中华优秀传统文化“创造性转化、创新性发展”, 数字游戏作为当代流行媒介形态, 正成为文化传承的“新容器”。2023年中国游戏市场收入超3000亿元, 6.6亿玩家, 海外市场规模连续四年超千亿元人民币, 触达数亿海外用户, 具有强大的文化传播潜力。但传统文化融入游戏还存在符号堆砌、认同转化不足、跨文化适配不畅等困境, 已有研究多从单个案例出发, 缺乏对融入路径、认同建构与传

播效果的整体探究。本文基于行业实践与学术缺口, 以解析典型案例和调研数据为手段, 探析三者关系, 为游戏赋能文化传播提供新思路。

2 传统文化元素在国产网络游戏中的融入现状

2.1 符号层融入, 视听维度的文化呈现常态化

符号融入作为最基础的融入形式, 已广泛应用于国产游戏创作中。视觉层面, 《QQ飞车》复刻敦煌、三星堆等文化风貌, 《绘真·妙笔千山》还原青绿山水画风, 《归龙潮》运用海派旗袍、祥云纹等45种传统元素; 听觉层面, 《神都夜行录》以箜篌等传统乐器配乐, 《王者荣耀》联合谭盾复原尺八、箏等古乐器音色, 甚至登上冬奥舞台。据调研,

【作者简介】刘溯源(1988-), 女, 中国安徽人, 博士, 讲师, 从事用户体验设计研究。

81.56%的用户会被音乐类传统文化元素吸引,71.58%对语言类元素感兴趣,显示符号融入已具备广泛受众基础,但多停留在表层意象借用^[1]。

2.2 知识层融入, 考据型内容传播薄弱性分析

知识层加入重视真实文化信息传递,有成功例子但整体比例不高,《大唐诗录》经由答题讲解唐诗,《匠木》细致表现榫卯工艺,《我的非遗宝藏》系列靠互动知晓醒狮,龙舟等非遗知识,《龙舟之旅》互动人次超18万,不过行业里存在考据缺少现象,有些游戏出现历史年代搞混,非遗技艺误解状况。数据显示,只有四成在运作的国产游戏流传传统文化,营收前100手游虽八成牵涉,但是知识类内容占比大多低于20%,寓教于乐作用没有完全发挥出来^[2]。

2.3 观念层融入, 价值内核渗透尚处探索阶段

观念层融入以叙事互动传递文化精神,属于融入的高阶形态,目前还是头部作品占主导,《明日方舟》“画中人”玩法传达东方哲学思辨,《叫我大掌柜》用宋朝商贸文化作为底层逻辑诠释“诚信经营”,《百工灵》把“工匠精神”融合进故事线,此类游戏有助于推动文化认同,56.73%用户会因为游戏而主动去学习相关知识,不过大部分中腰部游戏缺少对价值内核的深入挖掘,存在“重形式轻内涵”的现象,难以形成持久的文化影响^[3]。

3 传统文化元素融入网络游戏的多元意义

3.1 推动传统文化跨界传播, 触及年轻受众

网络游戏有着庞大的用户基础,其中Z世代群体尤为突出^[4]。根据中国音数协游戏工委数据,2024年Z世代游戏用户占比超过65%。因此网络游戏也成为传统文化“年轻化传播”的重要载体,《原神》的璃月地区就是个典型例子,它不仅模仿苏州园林、福建土楼来设计城池风貌,在剧情中也借由钟离这个角色的台词自然融入契约精神、五行相生这些传统思想,并且推出诸如海灯节、逐月节之类的活动,既还原了元宵赏灯、中秋祭月这样的习俗又设置了制作霄灯、烹饪月饼之类的游戏互动玩法——玩家们在完成任务的过程中就会自觉地去贴吧或B站上搜索节日起源及其背后的文化意义,该话题曾经多次登上微博热搜榜单,“原神海灯节文化解读”这一话题视频播放量更是超过了5亿次。更有玩家自创璃月主题同人插画,剧情解析视频,甚至高校汉服社团以“璃月服饰”为灵感设计走秀服装,“沉浸式体验+趣味互动+二次创作”的传播链路,彻底打破传统文化“书本化”“博物馆化”的刻板印象,在娱乐中让年轻群体自然接受文化熏陶,实现传统文化的“破圈”^[5]。

3.2 通过丰富游戏内容层次提升产品竞争力

传统文化元素给网络游戏带来了大量优质创作素材,很好地解决了当下游戏市场“打怪升级”模式同质化的问题。《逆水寒》“大宋江湖”版本1:1复刻宋代市井生活场景(勾栏瓦舍杂剧表演、活字印刷作坊排版过程)、融入苏绣、青瓷、

古琴等20余项非遗技艺:玩家可在“苏绣支线任务”中学习劈丝、盘金技巧,制作带“缠枝莲纹”“云纹”的游戏角色服饰;通过“古琴演奏系统”弹奏《广陵散》《梅花三弄》,不同曲目会有专属剧情彩蛋(如弹《高山流水》可解锁“知音NPC”);还能参加“宋代科举”模拟考试,考题包括《论语》解读、宋代典章制度等等。游戏还和故宫博物院合作了“清明上河图”数字场景,在游戏中玩家可以在画中行走,与汴河码头的高贩、虹桥上的行人互动,体验宋朝都城的繁华。这些设计将游戏从简单的“战斗”升级为有娱乐性也有文化感的“虚拟文化空间”。根据《逆水寒》官方运营数据可知,该版本上线后日均在线时长增长40%,留存率比普通版高25%左右,成为同类型武侠游戏中的差异化竞争产品,并且在市场上也获得了认可^[6]。

3.3 激发用户文化认同, 强化情感归属感

传统文化中的符号、故事和价值观,可以与玩家产生情感上的链接,唤醒他们潜意识里的文化归属感。像《王者荣耀》推出的“传统文化系列皮肤”,在视觉上融入传统元素:王昭君“乞巧织情”皮肤灵感来源于七夕“乞巧”习俗,裙摆绣有“牛郎织女”纹样,技能特效是“穿针引线”的效果;韩信“飞衡”皮肤则从汉代青铜器“错金铜鼎”的纹样中汲取灵感,武器设计还原了汉代环首刀的形制,在皮肤上线时会配合推出“文化解读视频”,邀请历史学者讲解七夕习俗起源于何时、汉代兵器都有哪些工艺特征等等……玩家们使用这些皮肤的时候不仅能享受到视觉上的愉悦,还会有种因为“熟悉的文化符号”而产生的心理共鸣——有人会在社交平台上分享自己看到韩信“飞衡”皮肤纹样的时候,“突然想到小时候爷爷收藏的那个青铜摆件,原来传统文化离我这么近啊”;还有人喜欢上了“乞巧织情”这个皮肤之后开始学着刺绣,想试着做一顶同款纹样的手帕。游戏还有“传统服饰共创活动”,让玩家投票决定下一款皮肤的文化主题,增强了用户的参与感和认同感,这种情感上的联系使得玩家对游戏的黏性大大提升,腾讯游戏做过调查,买过传统文化系列皮肤的人,每个月平均登陆次数比其他玩家多8次^[7]。

3.4 文化与游戏产业协同创造复合价值

传统文化与网络游戏的融合,能形成“1+1>2”的产业协同效应,兼具文化价值与商业价值。一方面,游戏为传统文化IP注入新活力,如《永劫无间》与非遗“龙泉宝剑锻制技艺”合作,不仅在游戏中还原龙泉剑“覆土烧刃”的锻造工艺,推出同款武器皮肤,还联合龙泉宝剑厂推出实体复刻版,上线后3分钟内售罄,带动龙泉宝剑实体产品销量同比增长120%;《梦幻西游》与苏州园林合作,在游戏中还原拙政园“小飞虹”“香洲”等景点,同步推出“线上游园+线下打卡”活动,数据显示,活动期间拙政园游客量较往年增长35%,其中超40%游客表示是受游戏影响。另一方面,传统文化为游戏衍生产业提供支撑,例如《剑网3》基于游戏中的唐代服饰设计线下汉服,推出“唐制齐胸襦裙”“圆

领袍”等款式,销量突破百万件;其还结合游戏剧情开发《剑网3·侠肝义胆沈剑心》动画,融入“侠义精神”“江湖礼仪”等传统价值观,播放量超10亿次,衍生出漫画、小说、舞台剧等系列产品。更有游戏公司成立“传统文化研发中心”,像网易游戏联手高校创建“国风游戏创作实验室”,培育兼具游戏开发和文化研究能力的复合型人才,这种“游戏+文化”的协同发展模式,促使传统文化由“保护”走向“活化”,做到产业化落地,并给游戏产业开拓出“内容IP+衍生消费”的新盈利空间。

4 优化传统文化融入与传播效果的实施策略

4.1 内容创新,现代语境下传统文化表达的重构

打破“单向输出历史”的传统模式,用当代用户喜闻乐见的形式来重构内容内核。比如把非遗技艺与现代生活场景结合起来,像苏绣技艺和轻奢服饰品牌合作推出“非遗元素日常穿搭”系列,在短视频里展现苏绣匠人从选线到刺绣的过程,并且讲解图案背后蕴含的吉祥寓意(如缠枝纹代表生生不息),这样就能让传统文化不再只是“博物馆里的展品”,而成为可以触摸、使用的美好生活美学;再者就是挖掘传统文化中能够引起情感共鸣的部分,比如说围绕着“传统节日里的家庭记忆”展开制作一系列微纪录片,记录各个地方的家庭在春节或者中秋时有哪些特别的传统习俗,然后配以细腻的画面语言以及走心的文字描述,从而让用户产生对传统文化的情感认同感,进而提升整体的内容传播力和感染力^[8]。

4.2 渠道适配,打造“线上+线下”立体化传播矩阵

根据不同的受众群体的触媒习惯,精准匹配传播渠道。线上:搭建分层内容矩阵,在抖音、快手等短视频平台发布“1分钟非遗小课堂”(如快速教学剪纸基础纹样)、“传统文化冷知识”等内容适配用户碎片化阅读;在B站、西瓜视频推出《非遗技艺发展史》系列长视频、“传统文化直播”(汉服形制科普直播)等深度内容满足核心爱好者的求知欲;在小红书鼓励KOL创作“传统文化融入生活”的场景化内容(用传统纹样装饰家居、端午自制香囊教程),以“种草”模式带动大众参与。线下则瞄准场景渗透,在商圈搞“传统文化体验快闪店”,活字印刷,古法造纸这种简易项目;和中小学联手做“传统文化进校园”,非遗传承人上堂课,传统戏曲表演这些形式让青少年近距离感受传统文化的魅力,形成线上带线下沉淀的传播闭环。

4.3 互动深化,通过参与感提升用户粘性与传播意愿

为了进一步让“体验+共创”模式与网络游戏场景深度融合,在网游里加入《千里江山图》AR互动副本——玩家完成前置剧情后,可通过游戏内AR功能进入画中世界,与宋代画师、樵夫等NPC对话获得“山水临摹”任务,在临摹过程中系统会根据笔触流畅度和色彩还原度实时给出

点评,并且在达到一定完成度时解锁画师讲述《千里江山图》颜料采集的幕后故事,同时穿插宋代“皴法”“点染”等绘画技法动画讲解;景区里的“传统文化剧本杀”也可以联动到网游之中,不同的景区剧本对应着专属“文化信物”,比如杭州西湖副本中的“断桥荷纹笺”、敦煌莫高窟副本中的“飞天藻井佩”,玩家解开谜题之后就可以同步在游戏中兑换对应的贴合景区文化的专属道具,“荷风轻语”的发布、“飞天流云”的飘带。共创活动,传统纹样大赛可增设“游戏皮肤设计赛道”,获奖纹样除制作文创外,还将被开发成网游限定角色皮肤并附带专属技能光影特效;非遗体验营的Vlog在社交平台发布时,带上指定游戏话题即可参与网游福利抽奖,奖品包括限定坐骑“瑞鹿踏云”、高级修为丹等,这能进一步激发玩家创作热情,使UGC传播与游戏福利挂钩,既扩大了传统文化的传播范围,又增强了玩家对游戏和文化的双重归属感。

5 结语

综上所述,国产网络游戏和传统文化融合,既是产业高质量发展的必要选择,也是文化传承更新的时代课题。从符号化的表现,到观念性的渗入,从国内认可再到全球流传,游戏正在改变文化传播的样式与走向,如今已产生了《黑神话:悟空》《叫我大掌柜》等标志性作品,但还需冲破浅层化、同质化的瓶颈情况,以技术强化沉浸体验感,靠内容挖掘价值内核,并且革新传播方式实现跨文化的对话交流,这样就能达到“娱乐产品”跟“文化载体”的双重价值一致效果出现,“娱乐产品”可让青年群体形成文化自信心,“文化载体”可以使得中华文化依靠数字媒介跨越国家界限,在世界舞台引发更深的共鸣感受,给创建文化强国赋予强大的动力支撑。

参考文献

- [1] 刘欣,高山冰,杨凌琳.数字游戏本体论视角下国产游戏“中华性”建构的历史逻辑与范式创新[J].出版广角,2024,(22):31-38.
- [2] 牛朝阁.第三季度市场收入超900亿元国产游戏版号年内发放破千[J].中国经济周刊,2024,(21):88-89.
- [3] 李大泉.探究中华优秀传统文化传承与发展的新路径——以网络游戏《黑神话:悟空》为例[J].新传奇,2024,(39):47-49.
- [4] 蒋多,尹航.国产网络游戏跨文化传播的实现机制、实践特征与效能提升路径[J].北京文化创意,2024,(04):70-75.
- [5] 雷颖轩,陈思杨,孙予轩,等.国产游戏出海传播中国文化的现状与提升策略[J].北京文化创意,2024,(04):85-93.
- [6] 刘梓杰.以网络游戏《原神》为例分析国产游戏的传统文化艺术表达特点[J].鞋类工艺与设计,2024,4(13):195-197.
- [7] 余乐萌.透视国产网络游戏文化出海之路——以米哈游为例[J].国际公关,2022,(24):192-193.
- [8] 龚余辉,陈彦君.论国产网络游戏中民族文化建设的重要性[J].设计艺术研究,2020,10(02):27-29+34.