

象主义、超现实主义、达达主义等多种流派，之后化身作为一种创意的精神，在平面设计、包豪斯设计等生活、商业领域起着广泛的指导作用。

信息化时代内在地要求更高效的生产节奏。无法想象，如何才能从严丝合缝的写实绘画中频频生发出创意。毕加索给了后来的创作者们崭新的想象空间。数媒时代的创作逻辑仍离不开拼贴，如何使用好拼贴语言仍是基础议题。今天的艺术家之所以不会感到创作之艰难，是因为毕加索这批现代艺术家提供了先行的经验。在尽可能保留更多画面信息的需求下，平面性法则显示出其美观、高效、普遍适用的优势，成为当代图像创作者集体采用的方法论。一旦离开这个法则，今天的所有区别于写生的绘画方式都会显得举步维艰。

穿越屏幕的战斗美少女：二次元游戏中的中国形象

Battling Otome Across the Screen: The Chinese Image in ACG

张成 ZHANG Cheng

摘要 本文探讨了二次元游戏在传播中国文化中的作用，分析了其国际传播中的优势和面临的挑战。游戏是跨媒介的文化载体，能够同时利用文字、图像等多种媒介叙事。中国制作的二次元游戏形成了独特的视觉艺术风格，通过互动性和沉浸式体验，不仅展示了中国传统文化的现代诠释，也反映了中国在全球文化交流中日益增长的影响力，还为全球玩家提供了一个理解中国故事的新窗口。然而，文化误读、刻板印象以及创作中的自我东方化等问题，仍然是二次元游戏在文化传播过程中需要解决的挑战。

关键词 二次元游戏；电子游戏；角色消费；中国文化；中国形象；自我东方化

Abstract: This paper discusses the role of ACG (Anime, Comic, and Games) in disseminating Chinese culture and analyzes their advantages and challenges in international communication. Games serve as cross-media cultural carriers, utilizing narratives through various media such as text and images. Anime games produced in China have developed a unique visual art style. Through interactivity and immersive experiences, they not only present a modern interpretation of traditional Chinese culture but also reflect China's growing influence in global cultural exchanges, providing a new window for players worldwide to understand Chinese

stories. However, issues such as cultural misinterpretation, stereotypes, and self-orientalism in creation remain challenges that anime games need to address in the process of cultural communication.

Keywords: ACG (Anime, Comic, and Games); video game; character consumption; Chinese culture; Chinese image; self-orientalism

当下学术界关于“如何讲好中国故事”的学术讨论方兴未艾，这是一个涉及国际传播、文化自信以及如何在全球舞台上展示中国特色的复杂议题。自2013年以来，该话题在学术界引起了广泛关注，特别是在如何通过故事讲述传达中国的现代性特征、传统文化的现代表达，以及中国人的主体性认知等方面。

学者们认为，讲好中国故事不仅仅是媒体的责任，更是所有在国际传播中的信息承载者的共同任务。这包括如何在全球化的背景下，保持和传达中国的价值观念和社会发展的故事，建构传播中国形象的“中国观”“叙事观”和“传播观”^[1]。此外，还有学者提出，讲好中国故事应该注重具体事实，均衡各方观点，并顺应受众习惯，这样才能在国际社会中建立起更加积极和真实的中国形象。^[2]

而在数字时代，“叙事”二字可以蕴含的内容已经脱离了最初的概念，图像视觉艺术亦在叙事中扮演重要角色——“人类历史至少可以分为口语文化、印刷文化和新媒介文化三个阶段。直到印刷文化时代，信息存储与交流仍以文字语言为主体，视觉的方式因为技术与观念局限仅作为辅助和补充。直到以摄影、动态影像为代表的电子的、数字化的新媒体时代才彻底颠覆了以往的信息生存状态和文化传播模式，特别是数字化、交互式网络新媒体的出现，加速了这一进程。”^[3]

电子游戏作为一种文化载体，是视觉与文字艺术的结合体，又先天具有高互动性，在塑造中国文化形象上

[1] 陈先红、宋发枝：《“讲好中国故事”：国家立场、话语策略与传播战略》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2020年第42卷第1期，第40—46+52页。

[2] 阮静：《文化传播背景下讲好中国故事的原则和策略》，《西南民族大学学报（人文社科版）》2017年第38卷第5期，第178—184页。

[3] 狄野：《视觉叙事中的图像建构与传播》，《装饰》2015年第2期，第130—131页。

具有独特的优势和潜力。已有学者对游戏的国际传播作用进行探讨，如游戏对本国文化的传承和对外来文化的借鉴^[4]；也有学者对游戏遭受的非议进行辩护，认为中国游戏中常见的武侠、修仙、江湖等元素没有得到足够的肯定和理解，常被视为俗物甚至糟粕，但文化传播的先决条件是受众自愿接受，游戏的娱乐性不仅能带来经济效益，还能寓教于乐地进行文化推广。^[5]

需要重视的是，游戏的文化价值不仅存在于文本层面——游戏是跨媒介的文化载体，可以借助多种媒介进行叙事，包括文字、图像、音乐、动画等，可以承载的文化信息类型也十分广泛，能够有效地传播不同文化之间的信息和价值观。作为现代传播媒介，电子游戏在国际文化交流中独树一帜。其互动性质提供了沉浸式体验，使玩家成为故事的共同创造者，从而加深了文化理解和记忆。高质量的视觉和听觉设计吸引了全球玩家，而文化适应性则允许开发者根据不同文化背景的玩家需求调整游戏内容。互联网的普及使得电子游戏能够轻松跨越国界，实现全球可达性。社交元素的融入促进了玩家之间的交流和文化交换，而其教育价值则是在娱乐中传授语言、历史和文化知识。此外，成功的游戏可以为开发者带来显著的经济效益，进一步推动高质量游戏的开发和国际传播，电子游戏的更新和扩展性也为长期文化影响提供了可能。

总而言之，电子游戏以其独特的传播优势和美学风格，成为国际文化交流的重要工具，为全球文化多样性的理解和欣赏提供了新的视角和平台。学者赵东川称赞中国国产游戏“对中国文化的认识和表现，已经不再局限于作为历史记忆的古代中国传统文化，也不再拘泥于展示传统文化中的建筑、服饰、造型这些外在的显性符号，而是开始以更大的文化包容性吸纳多元文化素材，注重将中国文化及蕴含其中的国家立场、思考逻辑、价值观念融入作品。”^[6]

在游戏媒介的诸多维度中，本文将着重论述游戏视觉艺术的文化和意义。游戏在塑造和传播中国形象

[4] 赵新利、宫效喆、陈曦：《作为国际传播媒介的游戏》，《青年记者》2020年第6期，第80—81页。

[5] 聂庆璞：《网络游戏的文化价值论辩》，《文艺理论与批评》2012年第1期，第71—77页。

[6] 赵东川：《从“素材提供”到“思想阐释”：中国文化在电子游戏中的呈现与变迁》，《艺术评论》2024年第1期，第127—140页。

方面发挥着越来越重要的作用，游戏中的美术不仅仅是视觉的装饰，更是文化内涵的传递媒介。精心设计的美术元素，如传统服饰、建筑风格以及色彩运用，成功地将中式美学艺术融入游戏世界，从而在全球范围内推广了中国文化。游戏的互动性和沉浸性也为玩家提供了一个特殊体验的赛博空间，赛博空间超越了传统媒介的局限，允许玩家通过直接参与来深入体验和空间中的视觉美学。亭台楼阁、山川河流等传统美学元素通过艺术加工转化为数字形式，创造出一种超越现实的体验。这些元素虽然根植于中国丰富的历史和文化传统，但在游戏中得到了新的生命，变得更加生动和具有互动性。游戏中的艺术空间不仅仅是对现实世界的模仿，它还扩展了现实的界限，创造出一个既熟悉又奇异的世界，让玩家能够在其中自由探索和体验。

在众多美学风格的游戏，“二次元游戏”这一美学类型的作品在中国游戏出海中的表现一骑绝尘。“二次元画风”本是舶来品，它起源于日本漫画和动画，经过中国艺术创作者的吸收和改编，孕育出了独特的视觉艺术风格。本文将《原神》和《崩坏：星穹铁道》两部在国际市场收获极大成功的游戏为案例，分析二次元风格的视觉艺术在游戏中的重要作用，以及它们在中国传统文化元素的运用和呈现方面所取得的成效，并探讨二次元游戏在国际文化交流中的机遇和挑战。

一、二次元游戏文化的源起与发展

在过去的十余年中，中国二次元游戏产业经历了显著的发展和演变。在2013年以前，国内鲜少有二次元手游。彼时游戏市场上手机游戏发展初现苗头，以轻度休闲、卡牌和MMO类游戏为主。然而，随着盛大代理引入的《扩散性百万亚瑟王》成为国内第一款真正意义上的二次元手游，二次元游戏的序幕被拉开。随着时间的推移，中国本土开发者开始创造出具有原创性和本土特色的二次元游戏，这些游戏不仅在国内市场取得了成功，

也在国际上产生了一定程度的影响。本土作品的涌现标志着中国二次元游戏迈出初步探索的一步，与此同时，“娘化”^[7]风潮的兴起也影响了国产二次元游戏的发展，例如受日本“娘化”游戏《舰队Collection》的影响，在国内掀起了万物皆可化身美少女的风潮，催生了《战舰少女R》等游戏。2016—2018年是中国二次元手游产品的爆发期。在这个阶段，中国涌现了大量原创IP二次元手游产品，2016年网易《阴阳师》的爆火是中国本土二次元游戏进入爆款频出阶段的代表之一，同年的《崩坏3》也凭借其独特的美术风格和深入的游戏机制，成为市场上的热门产品。这些游戏不仅在单日销售榜上表现优异，而且拥有较长的生命周期，持续保持高额流水进账。

随着二次元游戏在市场上站稳脚跟，激烈的竞争也随之而来。二次元游戏赛道进入美术内卷阶段，美术质量成为竞争的焦点，例如《明日方舟》等游戏在立绘和用户界面设计上达到了新的高度。市场竞争加剧，游戏格局不断洗牌，二次元游戏开始寻求新的突破。它们尝试在作品中通过高度风格化的方式呈现“中国性”的内容，在更好地进行本土化的同时向海外传播中国文化，既扩展市场，也维持国内的政治合法性。

这一现象标志着中国二次元游戏发展进入文化输出阶段，成为国家文化输出的重要组成部分。《原神》等游戏不仅在国内市场取得了成功，也在国际市场上获得认可，为中国文化走出去作出了积极贡献。中国二次元游戏产业的发展历程不仅展示了技术进步和市场扩大的成果，也反映了中国在全球文化交流中日益增长的影响力。随着更多原创性和创新性的游戏作品的出现，中国二次元游戏有望继续在全球范围内扩大其影响力，成为全球游戏产业中不可忽视的力量。

在中国，不管是游戏研究还是御宅文化/二次元文化研究，都尚处于起步阶段，被视为热门话题。相比之下，日本的御宅文化发展较早，已经建立了一个成熟体系。日本在这一领域的学术研究成果丰富，为中国学术界提供了宝贵的参考资源。这些研究成果不仅涵盖了文化的

[7] “娘化”指的是将原本非女性的事物，例如男性人物、历史人物、动物、植物，甚至是无生命的物体，以女性化的形象进行二次创作。“娘化”通常会赋予这些事物女性的身体特征、性格特点和服饰打扮，使其更加符合人们对“萌”的审美，在ACG文化圈内十分流行，也被广泛应用于游戏领域。娘化游戏通常以娘化角色为主要卖点，通过收集、养成、战斗等玩法来吸引玩家，题材十分广泛，常见的有舰娘、刀娘、枪娘、兽娘等。

各个方面，还包括了与之相关的经济、社会和技术影响。大塚英志是日本亚文化和御宅文化研究的一位重要学者，他的研究领域包括漫画表现史、民俗学以及现代文学史，特别在青年亚文化领域有着重要影响。大塚英志在20世纪80年代受到“新学院主义”思潮的影响，开始研究商品和文化内容的符号消费现象。在代表作《物语消费论》，及其后来的增补版《物语消费论改》中，大塚英志以鲍德里亚的符号价值理论为基础，分析了御宅族等群体如何通过消费商品中的物语碎片来获得重组和再造物语的体验，以弥补宏大叙事缺失带来的“饥饿感”，提出“故事消费”的概念。^[8]大塚英志认为，在互联网社会出现之后，受众的媒介接触和内容消费方式发生了显著变化，受众对于大叙事内容的追求已经从“叙述的欲望”转型为“公开的欲望”，人们不再仅仅为了获得内容的碎片而消费，而是为了将内容的碎片整合后，满足完整叙事的欲望而消费。^[9]

大塚英志的理论对后来的学者，如东浩纪的“数据库消费”理论产生了重要影响。东浩纪在其著作《动物化的后现代》中反驳了“物语消费论”，认为御宅族的消费已经从传统的物语消费转向对符号、数据的动物性消费。在东浩纪看来，二次元文化塑造了与游戏本质相似的现实感，二次元角色的塑造是“游戏一样的存在”^[10]。东浩纪进一步指出，“资料库消费”这种消费方式反映了后现代社会中大叙事的衰落。在他看来，御宅族对这些“萌要素”的追求，实际上是在寻找一种新型碎片化的叙事形式，这种形式不再需要连贯的故事线，而是由各种可以自由组合的元素构成，这一理论争论反映了日本二次元文化中物语消费形态与构造的变化。^[11]

东浩纪以《铃铛猫娘》（*Di Gi Charat*）（图1）为代表，认为角色“数码子”（*Dejiko*）“排除了设计师的个人特性，而是取样自近年来御宅族系文化中的有力元素，加以组合而成”^[12]。猫耳、铃铛、女仆装和呆毛^[13]等都是二次元爱好者喜爱的视觉符号，它们叠加在一起拼凑出人气角色“猫娘女仆”数码子。学者韩若冰则用“角



图1.《铃铛猫娘》（*Di Gi Charat*）是东浩纪论述中“萌要素”的代表。

[8] 大塚英志：《定本物语消费论》，角川文库，2001，第7—54页。

[9] Otsuka E, "Steinberg M. World and variation: The reproduction and consumption of narrative," *Mechademia* 1, no.5(2010): 99-116.

[10] 邓剑：《日本游戏批评思想地图——兼论游戏批评的向度》，《日本学刊》2020年第2期，第58—75页。

[11] 东浩纪：《动物化的后现代：御宅族如何影响日本社会》，大鸿艺术股份有限公司，2012，第66—86页。

[12] 同上书，第70页。

[13] 东浩纪在原文中把数码子头顶竖起的一缕头发称为“有如触角般的翘发”，这一描述所指称的对象在简体中文互联网中被统称为“呆毛”。本文采用“呆毛”这个二次元社区中更常用的词汇。

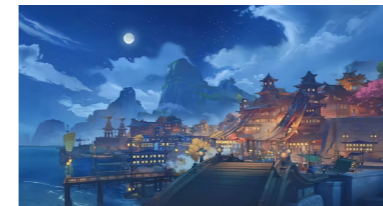


图2.《原神》璃月场景设计。

色消费”来指代这种“将角色符号化，并将角色纳入另一种社会话语表达系统”的消费模式，并指出二次元文化对“美少女”形象的设计和消费，是“男权社会环境中男女（两性）之间的一种性政治游戏”。^[14]

在上述研究和讨论中，二次元文化总是被描述为一种“大叙事”衰落后通过“萌要素资料库”来生成商品化角色的典型“小叙事”。然而在当代数字游戏领域，中国二次元游戏如《原神》和《崩坏》系列，却展现了一种独特的叙事结构，它们融合了传统的“大叙事”世界观与现代的“角色消费”模式。不仅构筑了一个宏大的世界观，涵盖了丰富的历史背景、地理环境和神话故事，同时也通过角色消费机制——抽卡系统，向玩家售卖角色的使用权。这种结构不仅反映了文化产品消费的新趋势，也揭示了全球化背景下文化交流的复杂性。

诚然，“角色消费”在二次元游戏中具有极高的重要性。消费者对角色形象的追捧和消费，是现代二次元游戏中的核心元素，玩家通过收集和培养具有独特背景故事和技能的角色，体验游戏带来的乐趣。这种消费模式强调了个性化和碎片化的文化体验，玩家可以根据自己的喜好购买消费戳中自己“XP”^[15]的角色。然而，与东浩纪提出的“资料库消费”理论相比，这些游戏并没有完全放弃传统的“大叙事”。相反，它们通过构建一个宏大的世界观和连贯的故事线，为角色消费提供了背景和框架。例如，《原神》中的世界观涵盖了多个国家、文化和历史事件，玩家在探索游戏世界的同时，也在逐步揭开一个庞大叙事的面纱。这种“大叙事”在大塚英志、东浩纪和宇野常宽等学者看来只是真理凋敝后的代偿，也已经随着消费社会和后现代社会的到来而衰落。

上述结合了角色消费和大叙事的游戏模式，反映了中国二次元游戏的独特性——虽然已处于高度符号化、商品化的消费社会，却仍对“大叙事”有较高的需求。以《原神》为例，它在“大叙事”层面设定了一个包含多个不同国家和文化的幻想世界，每个国家都有其独特的文化特色和历史故事。例如，璃月区域（图2）的设计

[14] 韩若冰：《日本动漫角色与角色消费研究》，山东人民出版社，2015，第5页。

[15] “XP”为二次元流行语，在二次元游戏中，“XP”通常指的是玩家对某个角色或元素有特别的喜好或兴趣。

灵感来源于中国的传统文化和地理特征，从建筑风格到节庆活动，无不体现出中华文化的韵味。而在“小叙事”层面，通过角色的个人故事和互动，厂商努力向玩家兜售角色的“萌点”，玩家也可以更加细致地体验到每个角色的背景故事，并在二次创作中对角色进行解构和重塑。

这种大与小的叙事结构，为玩家提供了宏观世界观的沉浸式体验，也满足了玩家对个性化角色故事的探索欲望。同时它也使得游戏能够在全球范围内传播多元文化，尤其是中国传统文化——当作为“中国文化”的“大叙事”被解构为一系列“萌要素”后，借由拼贴后重组为商品化的角色，更容易为非本土玩家接受。通过游戏这一现代数字媒介，传统文化得以以新颖的形式被全球玩家所接触和理解，实现了文化传承与创新的有机结合。

二、跨文化传播中的二次元

二次元游戏作为一种文化产品，其独特的艺术风格和叙事方式在全球范围内受到了广泛的欢迎。这些游戏通常采用鲜明的动漫风格，结合幻想和现实元素，创造一个既熟悉又异国的虚拟世界。在这个过程中，二次元游戏成为了中国文化元素跨文化传播的新渠道，有效地降低了“文化折扣”。所谓的“文化折扣”指的是文化产品在跨文化传播时，由文化差异导致的接受度下降。^[16]文化折扣的存在是不可避免的，因为它源于文化差异，而文化差异又是在人类社会的发展过程中形成的，是不同文化群体在历史、地理、经济、政治等方面差异的综合反映。语言、价值观、风俗习惯等因素都可能导致文化作品传播过程中异文化群体接受困难的情况出现。

二次元风格具有较强的通用性，在跨文化传播中更容易为海外消费者理解接受。二次元人物形象通常不具有明显的种族特征，创作题材涵盖了各种各样的主题，从日常喜剧到科幻奇幻，能够满足不同受众的需求，理解时不那么依赖于特定文化背景，作品中的主题和情感表达往往是普遍性的，如友情、冒险、爱情等，这些主



图3. 游戏《原神》中《神女劈观》插图。

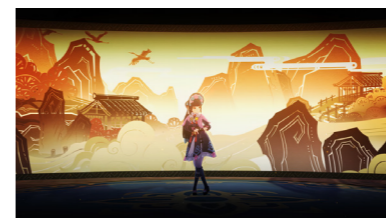


图4. 游戏《原神》中《神女劈观》舞台与角色云堇造型设计。

题在全球范围内都能引起共鸣。与此同时，二次元文化具有较强的互动性，“资料库消费”模式鼓励受众参与创作，同人文化十分兴盛，能够增强受众对文化产品的认同感。

二次元游戏通过其普遍吸引力和易于接受的视觉风格，使得中国文化元素能够以更加轻松和吸引人的方式呈现给全球玩家。例如，游戏中的服饰、建筑、历史故事等元素，虽然根植于中国文化，但在二次元的艺术处理下，它们被重新解读和呈现，从而减少了文化差异带来的障碍。此外，游戏的互动性质也为玩家提供了深入体验中国文化的机会。玩家不仅是被动的观察者，更能通过角色扮演、故事推进等方式，积极参与到文化探索中。

作为文化输出的成功范例之一，《原神》在传播中国传统文化方面的成果也早已获得肯定^[17]。《原神》中的“璃月国”的美术设计以古代中国为原型，其美术设计融合了多种元素，展现了一种独特的东方美学。璃月的建筑风格借鉴了中国古代建筑，尤其是唐代的风格。屋顶曲线优雅，屋檐翘起，装饰以精美的木雕和彩绘，彰显着唐代建筑的恢弘大气。自然景观则运用了山水画设计灵感，山川、湖泊与云雾的场景设计给玩家以宁静而深远的美感，仿佛置身于一幅徐徐展开的山水画卷之中。此外，璃月的服饰设计也深受中国传统服饰的影响，如汉服的流畅线条和丰富的色彩，展现了中国传统服饰的独特魅力。

《原神》中《神女劈观》这一段以京剧为范本设计的动画，是“传统文化的现代表达”之典范。《神女劈观》作为一段创新的京剧动画，巧妙地将二次元文化、中国古典绘画艺术与传统京剧表演艺术结合在一起，创造出一种新颖的艺术表现形式。动画采用了二次元风格的角色设计和视觉效果，使得传统京剧的形象更加符合现代年轻人的审美习惯。如图3和图4所示，角色云堇的服饰和妆容设计基本保留了京剧的传统元素，但在色彩和线条上进行了现代化的调整，使其既有传统韵味又不失时尚感。动画中的山水、亭台楼阁等元素，都采用了

[16] 考林·霍斯金斯、斯图亚特·迈克法蒂耶、亚当·费恩：《全球电视和电影：产业经济学导论》，新华出版社，2004。

[17] 朱丽娜：《游戏为媒，讲好多彩中国故事》，《中国新闻出版广电报》2024年2月29日，第006版。

具有中国特色的水墨画风格，这不仅呼应了京剧中的舞台布景，也为观众提供了一种如诗如画的视觉享受。此外，动画在叙事和节奏上也借鉴了京剧的表演技巧，使得整个故事既有戏剧张力又不失流畅性。

通过这种跨界融合，京剧动画《神女劈观》不仅为传统京剧艺术注入了新的活力，也为二次元文化和中国古典绘画提供了一个展示自身魅力的新平台。它展示了如何通过创新手段将传统艺术与现代流行文化相结合，从而达到文化传承与创新发展的双重目的。这种融合不仅让全球观众能够以新的视角欣赏中国传统艺术，也为文化的国际传播和交流开辟了新的可能。总的来说，璃月国的美术设计是对中国传统文化的一次现代诠释，它通过游戏这一媒介，让全世界的玩家都能感受到中国文化的魅力和深度。这种设计不仅增强了游戏的沉浸感，也为全球玩家提供了一扇了解中国文化的窗口。

三、前进与困局：中国传统形象自我东方化

在全球化的浪潮中，中国传统文化的现代转译不仅是一种文化复兴的尝试，也是对国际舞台上文化认同的一种表达。然而，这一过程中出现的自我东方化现象，暴露了维系自我主体性与文化输出之间的复杂关系。本文接下来将以《崩坏：星穹铁道》及其运用中国传统文化设计的“丝绸朋克”（SilkPunk）风格地图为案例，讨论文化输出、文化交流过程中的前进与困局。

“丝绸朋克”术语来自科幻小说作者刘宇昆，他在创作《蒲公英王朝》系列小说时提出了这一“用未来想象重塑往昔世界”的美学风格。^[18] 丝绸朋克风格的兴起试图将中国古代的美学与未来科技相结合，创造一个既有古典韵味又充满机械感的新世界观。这种风格的探索，是对传统文化的一种现代演绎，同时也是对现代社会问题的反思和批判。它挑战了传统保守势力对文化解释权的垄断，试图争夺传统文化的定义权与话语权，将传统文化进行现代化改革以适应现代生活。丝绸朋克强

调的是中国元素，特别是那些由想象力可及的极致发展，并以此为基础构建一个独特的科幻宇宙。

然而，自我东方化的问题在此过程中变得尤为突出。例如《崩坏：星穹铁道》中的“罗浮仙舟”采用了丝绸朋克风格，将中国古代的工程技术和美学与未来科技相结合，构建出一个既有古典韵味又充满机械感的世界观。罗浮仙舟的设计融合了丝绸朋克风格的关键特征，建筑设计巧妙地结合了中式古典建筑的美学和工业机械的元素，呈现出一种古典与未来并存的视觉效果。徽派风格的建筑特色与现代化设施的结合，在游戏世界中创造了独特的历史感和时代感。在罗浮仙舟中丝绸朋克风格还包括科幻与玄幻的结合——生物科技的发展在游戏中占据重要位置，仙舟的交通工具“星槎”由生物科技培育而来，这不仅符合丝绸朋克的主题，也反映了当代中国对于科学技术发展的执着。这些设计元素共同构成了一个兼具古典韵味和机械科技感的世界观。

在一些玩家和评论者看来，它被视为一个成功的“国风出海”的案例，其中结合了古代东亚文化特征与工业科技，创造了一个既有中国风又具科技感的世界，被看作对中国传统文化的现代演绎和游戏表达。另一方面，在探讨电子游戏中的文化表现时，特别是《崩坏：星穹铁道》的罗浮仙舟这种以“国风”包装其他文学形式的设计，我们可以观察到一种值得商榷的现象：游戏通过中式语言和文化符号构建了一个科幻背景下的社会。这种设计虽然充满想象力，却也可能仅仅是表面上的文化符号替换，如将“手机”替换为“玉兆”，用“大衍观阵”替换“量子计算机”，而没有深入地融合传统文化与科幻元素。这种简单的替换可能导致游戏世界与玩家预期之间的违和感，因为它缺乏对文化深层次意义的探索和表达。在游戏中，仙舟居民虽然居住在徽派建筑的园林房舍中，穿着古典服饰，却过着现代化的生活：使用通信设备、观看直播、进行网购，所有这些“丝绸”元素似乎都是附加在“朋克”核心之上的。也就是说，丝绸和朋克各自独立，朋克的核心理念被一层丝绸外衣包裹，

[18] Ken Liu, "What is 'Silkpunk'?" March 8, 2023, accessed March 19, 2024, <https://kenliu.name/books/what-is-silkpunk/>.

这层外衣可以被任何其他文化符号所替换。

《原神》可以轻易通过玄幻架空的手法，将古代中国的元素进行创新性改编，这是由于古代中国在时间上的遥远和文化上的差异，它相对于现代中国而言已经成为了一个遥远的他者。这种历史和文化的距离使得古代中国更容易被作为一种资源来利用和改编，因为它不直接接触及现代社会的敏感性和复杂性；而《崩坏》在采用丝绸朋克风格时，未能彻底避免自我东方化的倾向，这在某种程度上反映了对现代中国文化内涵的浅层理解，以及文化自我理解的缺失，在创造过程中未能充分挖掘和利用文化元素的内在价值。它是“国风的空洞化危机”^[19]的具体表现，也是现今学界在试图进行表达时必然遭遇的问题——要么言必西人、要么言必古人，现代中国在公共场域中是失语的，它虽然存在却无法用语言来描述自己。为了实现真正的文化融合，游戏设计师需要深入了解文化本身，并思考如何将元素自然地融入游戏的世界观和机制中。这样，游戏不仅能够展现出文化的独特性，还能够在全球文化交流中发挥更加积极的作用。

结 论

综上所述，本文探讨了二次元游戏在跨文化传播中的独特优势，以及这些游戏如何刻画和传播中国文化。二次元游戏以其丰富的视觉艺术、独特的美学风格和引人入胜的叙事，为全球玩家提供了一个理解中国文化的新窗口。这些游戏不仅展示了中国传统文化的现代诠释，还通过角色设计和故事情节，让玩家亲身体验中国故事。

然而，尽管二次元游戏在传播中国文化方面取得了显著成就，但在全球化背景下，它们在传播过程中也可能遇到一些问题。文化误读和刻板印象的产生可能会影响游戏对中国文化的真实呈现。此外，文化元素的商业化使用有时可能会导致文化的表面化，而非深层次的理解和欣赏。在全球化的浪潮中，随着中国游戏在国际市场的影响力日益增强，如何描绘中国形象成为了一个重

要议题，中国游戏制作人也面临着如何准确展现中国文化的挑战。中国游戏制作者在创作过程中，应当深刻认识到避免“自我东方化”的重要性。自我东方化是指创作者在作品中有意无意地强调或夸大西方观众可能持有的关于中国的刻板印象，这虽然也能起到提升海外受众接受度的作用，但它也可能导致文化的误读，还可能加剧文化的异化和边缘化。

未来，二次元游戏的开发者需要在创造吸引人的游戏体验的同时，更加深入地挖掘和尊重中国文化的多样性和复杂性。通过这种方式，二次元游戏将继续作为一种强有力的文化载体，在全球范围内促进对中国文化的深入理解和真诚欣赏。

[19] 邓剑：《国风游戏批判：从在场性的诞生到整体性的坍塌》，《中国青年研究》2021年第10期，第14—21页。