

数字游戏媒介下中国文化传播现状和趋势研究——基于 CiteSpace 的文献计量分析

李雨桐¹ 韩煦^{2*}

1. 澳门科技大学, 中国·澳门 999078

2. 香港科技大学(广州), 中国·广东 广州 511400

摘要: 随着游戏行业的发展, 其在文化传播上的作用日渐彰显。2035 年建成“文化强国”的目标也要求数字游戏的内容创作与中国文化应达成更紧密的结合。采用文献计量学软件 CiteSpace 对中国知网(CNKI)数据库中 2013—2023 年收录的 460 篇有关中国文化的数字游戏传播研究的期刊文献进行可视化处理, 勾勒了该领域研究的发展脉络和研究热点。研究发现, 目前数字游戏的中国文化传播研究处在爆发期, 应推动中国文化与技术的多层次融合, 挖掘数字游戏的社会价值, 并以国际视野将数字游戏与中国文化传播结合。

关键词: 数字游戏; 中国文化传播; CiteSpace; 文化出海

【作者简介】李雨桐(2001-), 女, 湖北荆门人, 硕士, 澳门科技大学互动媒体艺术(游戏设计)专业。

【通讯作者】韩煦(2000-), 女, 北京人, 硕士, 香港科技大学(广州)计算媒体与艺术专业

0 引言

随着科技发展，游戏行业在全球范围内受到广泛关注，中国游戏市场规模也在迅速拓展。据《2023 年中国游戏产业报告》统计，2023 年中国游戏市场实际销售收入 3029.64 亿元，首次突破 3000 亿元⁽¹⁾。同时相关研究表明，在 2012 年 1 月到 2022 年 1 月，传播中国传统文化的国产游戏占比为 41.6%⁽²⁾，这彰显了数字游戏在文化传播上的作用。

“十三五”期间，科技部等多个部门印发了《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》，指出应将中华文化元素和标识融入内容创作生产⁽³⁾。2021 年 3 月，中共中央提出应鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”，加强国家文化出口基地建设。由此可见，如何利用数字游戏进行中国文化传播是现阶段游戏创作的重点。

除此之外，数字游戏本身具有交互性、沉浸性等特点，以及智能手机的普及，使得其在便携性和传播维度上得到了进一步的提升，能够增进玩家对中国传统文化的更深层次了解和认同。

综上，本研究以中国知网（CNKI）数据库中的中国文化的数字游戏传播相关文献作为数据来源，使用文献计量学软件 CiteSpace v.6.2.R6 进行文献可视化分析，通过发文量统计、作者分析、关键词分析来研究该领域的研究脉络，并通过热点演进趋势分析发展方向，以期在未

来学者在中国文化的数字游戏传播领域研究提供一定的参考借鉴，打造更多具有中国文化特色的数字游戏产品，增强中国文化的影响力并给予更多维度的文化传播视角。

1 资料与方法

1.1 数据来源

本研究的中文文献以 CNKI 为检索平台，在高级检索中选择篇名含“游戏”AND“传统文化+中国文化+民族文化”为检索条件，检索类型设定为“学术期刊”。为了保证研究的前沿性，选择了近十年的文献数据，初步检索出 1263 篇相关文献。为确保数据有效性，通过人工方式对搜集的数据进行筛选，剔除新闻报道等无关文献共 803 篇，最终得到 460 篇文献。将 460 篇文献作为原始数据，使用 CiteSpace 对样本进行处理。

1.2 研究方法

通过 CNKI 采集数据并进行人工处理，将 460 篇相关文献利用 Excel 和 CiteSpace v.6.2.R6 软件进行可视化分析。首先利用 Excel 图表进行发文量统计，接着将数据导入 CiteSpace，最小时间切片设为 1 年，通过增减比例参数 $k=25$ 调节网络的大小，设定阈值 Top N 为 50，进行研究机构、作者、关键词等多项内容的可视化图谱研究和分析，以探究中国文化的数字游戏传播的研究现状和发展规律。研究流程如图 1 所示。



图 1 研究流程

2 结果

2.1 发文量统计分析

发文数量可以在一定程度上反映某一主题的研究热度⁽⁴⁾。本研究在使用 CiteSpace 进行

可视化分析前，先对已发表的相关文献进行近十年年度发文量统计。如图 2 所示，总体来看，近十年国内关于数字游戏的中国文化传播研究发文量呈现波动上升的趋势。在 2018 年之前，

文献的年平均发表量均在 30 篇以下，这表明该领域研究尚在探索阶段。进入 2018 年后，发文量呈现逐年上升的趋势，这与游戏行业的发展密切相关。2017 年《王者荣耀》的上线为腾讯公司带来了 30 亿元的月流水，游戏商业价值带动了大众对文化价值的关注，光明网等官方媒体开始着力探索“手机游戏+传统文化”的传播渠道，相继推出了《春联对对对》等民俗游戏，为市场提供范式。在 2023 年，发文量达到顶峰 111 篇，占近十年累积发文量的 24%。

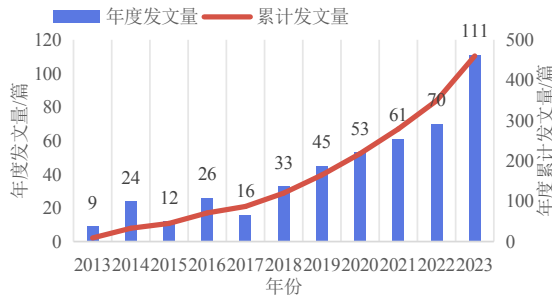


图 2 数字游戏的中国文化传播研究年度发文量

统计学术期刊能了解研究的学科背景并展现发文质量。统计分析显示，数字游戏的文化传播文献的来源期刊有 244 种，分布呈现多样性，多为科技类、艺术类和传播学类，展现出多学科融合的特点。如表 1 所示，发文量较多的期刊有《科技传播》《美与时代（上）》和《新媒体研究》等 15 种普通期刊，占比约为 65.14%。而在核心期刊上的发文量占比较小，约 1.74%。这说明该领域的发文质量有待提升，未来在高质量期刊上发文存在较大上升空间。

2.2 研究机构与作者分析

2.2.1 研究机构共现分析

梳理发文机构有助于促进该领域内的学术交流与合作，明确学术成就的评价标准。以“发文机构”为节点，研究纳入发文机构 225 个，连线 37 条，网络密度 0.0015。发文机构共现图谱见图 3。发文量最多的机构是清华大学新闻与传播学院，共发文 6 篇。图谱显示各个机构的研究相对独立，分布较为分散，上海理工大学出版印刷与艺术设计学院就该课题建立了最多的合作关系，共 3 次。

表 1 发文量 TOP16 期刊

序号	期刊名称	发文量 / 篇	占比 / %
1	科技传播	15	3.26
2	美与时代（上）	12	2.61
3	新媒体研究	12	2.61
4	鞋类工艺与设计	10	2.17
5	包装工程	8	1.74
6	文化产业	8	1.74
7	今传媒	8	1.74
8	对外传播	7	1.52
9	艺术教育	7	1.52
10	新闻研究导刊	7	1.52
11	传媒论坛	7	1.52
12	传播与版权	7	1.52
13	电脑知识与技术	7	1.52
14	中国民族博览	7	1.52
15	大众文艺	7	1.52
16	设计	7	1.52

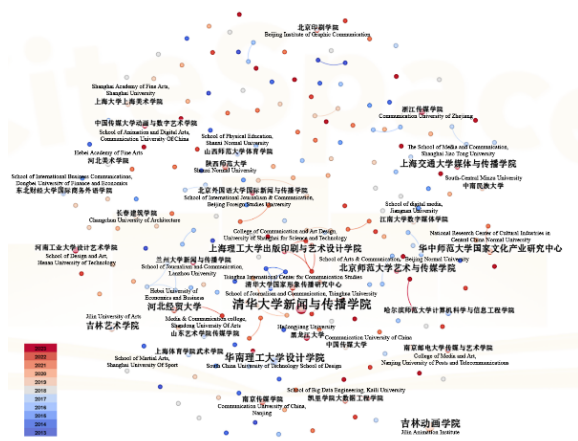


图 3 发文机构共现图谱

根据发文机构情况，可分析出中国文化的数字游戏传播研究特点如下：

①使用人文社科专业的基本研究方法。综合所有研究机构来看，“新闻传播学院”是研究中国文化与数字游戏相结合的主力军，其次是一些艺术传媒院校。这类院校所开设的专业较为前沿，通常拥有国内较专业化的研究团队和教学资源，可利用社会科学、艺术学以及传播学的交叉学科方法探索数字游戏与中国文化的融合，以及相关的社会和文化影响。

②未来合作研究趋势向好。从数据可见，虽然不同机构在该领域研究活跃度和合作频次的差异较大，但机构之间的合作的频率在不断上升，体现了电子游戏在中国文化传播领域合

作研究的趋势有积极走向。

综上所述，通过对发文机构的特点进行分析，可以更好地了解电子游戏与中国文化传播融合研究的现状和趋势，为进一步的学术交流和合作提供参考和指导。

2.2.2 作者共现分析

以作者为节点，研究纳入作者 258 位，连线 65 条，网络密度 0.0019。作者共现图谱见图 4，其中节点大小代表该作者发文数量多少，连线为作者间的合作发文。图谱显示该领域学者以独立研究为主，合作研究以机构为单位进行联系。作者共现网络显示发文最多的作者是清华大学国家形象传播研究中心的何佳雨，发布了共计 4 篇相关话题的文章，与范红合作两次，其重点关注电子游戏与国家形象的关系，认为电子游戏对于中国文化的传播能够起到正向作用⁽⁵⁾。同时，闫欢、朱玥均、于延、张润哲也形成了以哈尔滨师范大学计算机科学与信息工程学院为单位的合作网络。各学者不同的专业背景证明数字游戏的文化传播研究这一话题是融合学科，包含多个视角和潜力。作者共现次数年切如表 2 所示。

通过 CiteSpace 的年切片计算，2014 年发表该课题研究的合作作者最多，共计 12 次合作；2015 年位列其后，合作发文共计 10 次。说明在研究起步时期，学者们倾向于进行合作研究，借力不同学科间的知识为数字游戏的文化传播研究奠定基础。随着游戏行业发展和国内游戏研究体系的逐步建立，各学者更倾向于基于自身学科背景进行独立研究，这为该数字游戏的文化传播研究构建了丰富的视角。

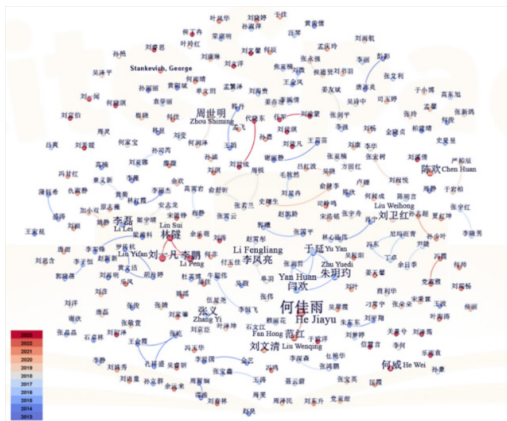


图 4 作者共现图谱

表 2 作者共现次数年切片

年份	合作次数
2013	3
2014	12
2015	10
2016	7
2017	8
2018	7
2019	4
2020	3
2021	1
2022	2
2023	5

2.3 关键词分析

2.3.1 关键词共现分析

关键词是作者高度提炼的文献信息内容，比较不同发展阶段的关键词词频数据可以呈现某一领域研究热点的变化⁽⁶⁾。通过中文文献关键词可视化图谱得到 275 个节点，连线 466 条。关键词共现图谱见图 5，其中节点大小代表词频大小，连线为关键词之间的联系。除去搜索词“传统文化”和“游戏”外，较多频次的关键词分别为网络游戏（50 次）、游戏设计（24 次）、文化传播（21 次）等。

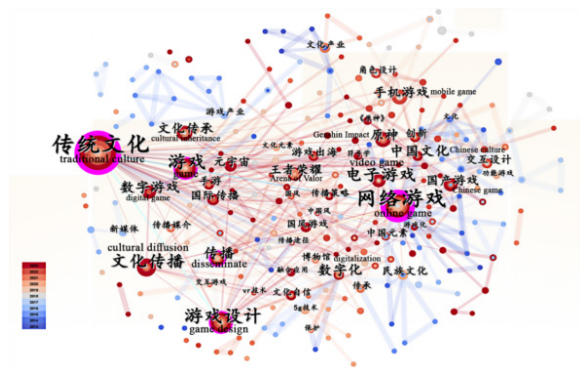


图 5 关键词共现图谱

2.3.2 关键词聚类分析

关键词聚类分析能体现聚类间的结构特征。聚类模块值(Q 值)大于 0.3，平均轮廓值(S 值)大于 0.7 时，可认为聚类效果显著⁽⁷⁾。如图 6 所示，Q=0.6403，S=0.8782，表明聚类结果显著且可信度高。聚类排序也可反映聚类规模大小和重要性。使用 CiteSpace 进行分析，得到 #0 网络游戏、#1 游戏设计、#2 中国文化、#3 文化传播、#4 创新、#5 电子游戏、#6 数字化、

#7 游戏、#8 文化产业 9 个聚类，编号 #0-8 代表聚类排序，聚类规模从 #0 到 #8 依次递减。

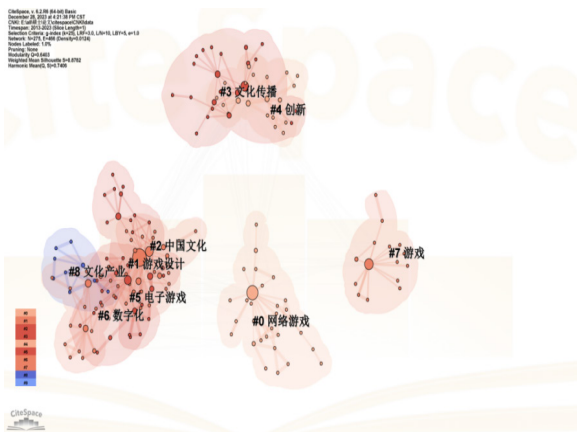


图 6 关键词聚类图谱

关键词聚类时区图谱（图 7）可以分析该领域研究的核心主题并从时间角度展示主题变迁。通过对聚类标签和热点关键词合并，并结合文献可将研究分为三个方向：文化传播视角下数字媒介的探索，数字游戏视角下中国文化元素的应用，中国文化与数字游戏的融合研究。

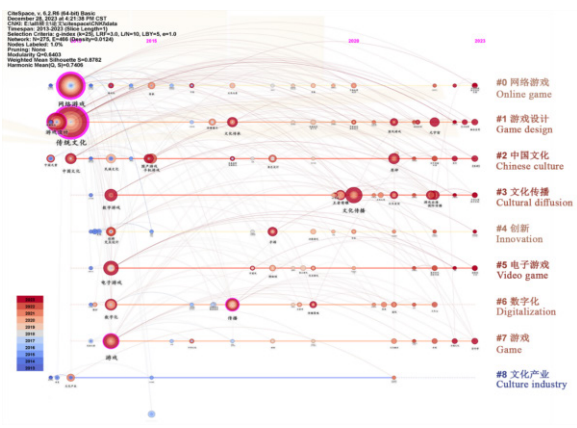


图 7 关键词聚类时区图谱

①文化传播视角下数字媒介的探索。

该部分研究包括聚类 #8 文化产业、#4 创新、#2 中国文化和 #3 文化传播。在早期，“十二五”规划将文化创意产业列为重点扶持产业之一，因此该领域的研究主要集中于文化产业的创新发展，学者对于数字游戏在文化传播上的作用更多的是提出愿景。

随着游戏的文化媒介作用愈渐彰显，《原神》《王者荣耀》等游戏的“破圈”，证明了“游戏出海”推动“文化出海”的可行性，让学界

更多关注到游戏在文化传播上的作用。2023 年，《数字中国建设整体布局规划》的发布，以及疫情后游戏行业回暖，促使数字游戏进入了“走出去”的新阶段。因此，当前研究的关键词是“游戏出海”和“国际传播”，注重挖掘中国文化借力数字游戏进行国际传播的潜力。

②数字游戏视角下中国文化元素的应用。

数字游戏视角下中国文化元素的应用从游戏领域切入，以跨学科角度分析游戏与文化元素结合的可能性，包括聚类 #0 网络游戏、#5 电子游戏和 #7 游戏。以某款游戏为案例进行综合分析是常见手段，这得益于国产游戏在文化元素上的应用。如孟飞和彭昱剑基于《王者荣耀》的研究将游戏中的文化符号进行总结。该研究从宏观强调从世界观、人物设定等进行设计，构建起成体系的文化背景⁽⁸⁾。微观则关注文化元素的拼贴，主要集中在视觉和文字上。

除此之外，文化元素也可融入游戏底层逻辑设计。叶玲红等人以游戏《说剑》为例⁽⁹⁾，认为其将书法描红技巧和游戏主人公学剑的玩法融合，充分利用了游戏的交互性，加深玩家对于传统文化的理解。

③中国文化与数字游戏融合研究。

中国文化与数字游戏融合研究与技术发展联系密切。包括聚类 #1 游戏设计和 #6 数字化。2016 年后虚拟现实（Virtual Reality，简称 VR）产业进入爆发期和 2021 年“元宇宙”概念的普及，学界致力于探索多类型、多平台的数字游戏和文化的融合。基于新技术的研究强调实践和多媒体应用产出，关注游戏的教育、医学等多重意义，向社会传递正向价值，这与功能游戏的概念深度契合⁽¹⁰⁾。

相较于普通数字游戏来说，VR 游戏、元宇宙等具有更强的沉浸感，并能创造出人造的可感知的存在⁽¹¹⁾。学者们在融合应用领域主要致力于传统文化的保护和重现，如大唐曲江池遗址和皮影戏等⁽¹²⁾，同时将功能游戏的运用扩展到博物馆和课堂等教育环境，体现了游戏跨领域应用的潜力。

2.4 研究热点趋势变化

突现词可以判断某一概念或热点研究在各

个时间段的热点趋势变化⁽¹³⁾。在关键词分析基础上,选择“Burstness”,设置时间间隔为1年, γ 系数为0.4,共得到25个关键词,如图8所示。从整体上看,该领域的前沿研究呈现出热点多、变化快的特征。结合前文可将数字游戏的中国文化传播研究分为三个阶段。

Top 25 Keywords with the Strongest Citation Bursts



图8 关键词突现分析

2.4.1 起步阶段（2013—2017年）

在起步阶段,数字游戏的文化传播研究主要从产业宏观角度展开。最初依托文化产业研究被提及,学者普遍认为游戏可作为数字文化产业发展的重点之一⁽¹⁴⁾。

随着游戏产业在 market 占比和产值上已成为出版产业的重要组成部分,突现词“游戏产业”持续时间达两年且强度为2.16,数字游戏的独特价值显现。这一时期的网络游戏多以中国历史传奇故事作为创作基石,以引起玩家对游戏的共鸣⁽¹⁵⁾。同时《梦幻西游》等网络游戏走红,引发了“网络游戏”研究热潮。多名学者以电子游戏为案例探讨网络游戏与中国文化融合的可能性和创新性,关注点集中在中国文化与游戏世界观、美术设计的结合。

2.4.2 发展阶段（2018—2022年）

在2018—2022年,数字游戏的文化传播研究进入发展阶段。研究内容更多元化,游戏逐渐作为独立学科被学界认可,且在游戏类型演变上呈现出“科技先行、创作紧跟”的特点。随着智能手机普及和中国进入5G商用元年⁽¹⁶⁾,关键词“手机”“手机游戏”等被频繁提及,研究由传统网络游戏转向手机游戏、VR游戏、元宇宙等。这些研究倾向于采用实证研究的方法,通过分析具体的游戏案例或开发游戏原型,来验证数字游戏作为文化传承工具的实用性和有效性⁽¹⁷⁾。

2018年2月,腾讯公布了首批功能游戏产品,促进了大众对游戏社会价值的认可,游戏与文化的融合研究兴起。关于功能游戏的讨论主要是设计方法探索,荆丽娜和王海峰强调应探索游戏机制与文化的深层次结合⁽¹⁸⁾。无独有偶,刘卫红和李海石的研究也提到了机制设计,他们结合“元素四分法”,将功能游戏设计分为故事、美学、机制三个维度⁽¹⁹⁾。学者对于游戏机制的关注彰显了游戏研究领域逐步深入的趋势,由表层的视觉、故事等转向规则设计。

2.4.3 爆发阶段（2023年至今）

2023年后,多项利好游戏行业的政策颁布,以及疫情后游戏行业销售收入同比大幅增长,促进了数字游戏的文化传播研究进入爆发阶段。游戏出海和中国文化的国际传播一跃成为当下热点。多名学者提到应坚持文明交流互鉴理念⁽²⁰⁾,在保留中国文化内核的基础上融入世界文化。

由于人们的观念受到他们所处的特定文化环境和使用的语言的影响,游戏本地化研究伴随着游戏出海出现,这吸引了许多具有翻译和语言研究背景的学者加入。蒲怡霖以《原神》中的戏曲翻译为例,提出应采用“归化为主、异化为辅”的策略进行游戏本地化⁽²¹⁾,张江浩也认为应注意翻译问题,以增加中国文化国际传播的“亲和性”⁽²²⁾。游戏出海势必将吸引更多专业学科背景的学者进行探索,为数字游戏的文化传播研究提供多元视角。

3 数字游戏的中国文化传播研究的展望

基于上述分析,可以预见数字游戏的中国文化传播充满了活力和潜力。越来越多的中国文化元素开始融入游戏中,这种趋势将进一步推动中国文化在全球范围内的传播。数字游戏的中国文化传播研究未来将重点着力以下三个方向。

3.1 科技与文化的融合

随着5G技术、虚拟现实技术、数字孪生等新兴科技的不断发展,游戏的表现形式呈现出多样性。同时,数字游戏的互动性和多样性让其成为一个极佳的讲故事平台。这使得文化传播出现了新的形式和渠道,紧跟潮流,关注技术的发展是未来趋势。目前关于游戏技术和文化传播的结合研究多采用实证方法,以单一案例或者制作游戏原型来验证可行性,缺乏定量研究数据。因此,在未来研究中应更注重探索新技术和文化传播结合的规律,通过设计实验、分析数据等多种方法建立设计方法论,为市场的未来数字产品提供更加具有普适性和客观的理论支撑。

3.2 挖掘游戏社会价值

功能游戏与一般数字游戏不同,强调其表现出的社会价值。对游戏社会价值的发掘体现了游戏行业的社会责任和正向价值观。目前关于功能游戏的研究仍在探索阶段,大多数学者通过案例分析等方法来确立文化类功能游戏的设计框架。但这些框架缺乏实践验证,同时市场上此类产品质量参差不齐,因此未来应聚焦功能游戏的实践,创作出群众认可的强有力的产品来为研究提供范例。

3.3 游戏出海与国际传播

随着中国数字游戏产业的快速发展,越来越多的带有中国文化元素的游戏作品走向国际市场,这将为中国文化提供更多的机会和平台,进一步提升其在国际上的影响力和知名度。同时,在全球化视角下,中国文化进入海外市场必将经历“保留”和“融合”的过程。从“保留”角度可继续深入研究中国文化融入数字游戏的

方式,由表及里,不再局限于美术表现和故事层面,而是发掘更深层次的表现手段。在“融合”角度,应以跨学科的视角进行分析,关注游戏本地化翻译、与其他文化的融合再创造,找到中国文化国际传播的合适途径。

4 总结

本研究利用Citespace软件对数字游戏的中国文化传播现状和未来发展进行了可视化分析,展示了该领域的主要研究团队、热点问题以及发展趋势,为未来相关研究提供了有益参考。目前,这一主题的研究热度正在不断上涨,处于爆发阶段,各研究机构也在积极地合作探索数字游戏和中国文化的有机结合。结合5G技术和数字化等新兴概念的出现,未来数字游戏将在更广阔的发展平台上助力中国文化的传播,并不断扩大其在国内外的知名度,中国文化也将借助数字游戏这一载体继续深挖潜力、绽放光彩。

【参考文献】

- (1) 新华网.《2023年中国游戏产业报告》正式发布[EB/OL].(2023-12-15)[2024-01-03].<http://www.xinhuanet.com/ent/20231215/f670a4330eac41d6859e9f11d9226d5b/c.html>.
- (2) 何威,牛雪莹.数字游戏开展中华优秀传统文化国际传播的趋势、方式与特点[J].对外传播,2022(9):21-25.
- (3) 科技部,中央宣传部,中央网信办财政部,等.关于促进文化和科技深度融合的指导意见[EB/OL].(2019-08-13)[2024-01-03].https://www.gov.cn/xinwen/2019-08/27/content_5424912.htm.
- (4) 赵亮,许娜,张维.我国数字孪生研究的进展、热点和前沿——基于中国知网核心期刊数据库的知识图谱分析[J].实验技术与管理,2021,38(11):96-104.
- (5) 范红,何佳雨.数字时代电子游戏助力塑造国家形象路径浅析[J].对外传播,2022(11):22-25.
- (6) 周朴雄,潘美钰.图书情报领域数字化转型研究热点演化与趋势——基于CiteSpace的可视化分析[J].图书馆工作与研究,2023(12):65-71.
- (7) 陈悦,陈超美,刘则渊,等.CiteSpace知识图谱的方法论功能[J].科学学研究,2015,33(2):242-253.
- (8) 孟飞,彭昱剑.文化融会与元素接合:《王者荣耀

耀》的符号构建研究[J].杭州师范大学学报(社会科学版),2021,43(6):92-101.

(9) 叶玲红,谈薛莲.中国风独立游戏中传统文化元素的应用及意义[J].包装工程,2019,40(24):144-149+163.

(10) 喻国明,刘彧晗.功能游戏:基于场景的社会嵌入与认知互动——试析功能游戏媒介的轻量化、日常化与生活化[J].青年记者,2023(15):76-77.

(11) 张晴.中国博物馆在展览中运用虚拟现实技术的互动表达与语言转化——以VR皮影游戏“田忌赛马”的开发与应用为例[J].中国博物馆,2020(2):121-126.

(12) 王高远,卢珊,温雅.数字博物馆“遗址再现”融入虚拟现实游戏化呈现的意义与实践[J].新西部,2019(27):105-106.

(13) 张晗,李凌好.中国网络剧研究热点与趋势探析——基于Citespace的知识图谱分析(2014—2023)[J].传媒,2023(22):91-93.

(14) 张宪超,李孟刚.我国数字文化产业发展研究[J].广西社会科学,2014(7):184-187.

(15) 黄朝斌.民族文化继承与网络游戏设计[J].湖北民

族学院学报(哲学社会科学版),2014,32(2):62-65.

(16) 黄永林,余欢.5G技术助推文化产业创新发展[J].理论月刊,2020(4):94-103.

(17) 谢欣.基于Cave系统体感游戏设计的敦煌壁画艺术传播研究——以壁画故事《张骞出使西域》为例[J].文化遗产,2017(4):149-156.

(18) 荆丽娜,王海峰.功能游戏的文化价值与交互设计——以《尼山萨满》为例[J].通化师范学院学报,2020,41(11):1-7.

(19) 刘卫红,李海石.非遗文化类功能游戏的本体设计和社会功能[J].科学咨询(科技·管理),2019(4):56-57.

(20) 薛强,何晓琪.中国网络游戏在东盟的国际传播研究[J].传媒,2023(15):61-64.

(21) 蒲怡霖.归化与异化视角下国产游戏翻译策略研究——以《原神》原创戏曲《神女劈观》为例[J].英语广场,2023(16):19-22.

(22) 张江浩.突破、坚守、树立:中国游戏出海的跨文化探索[J].新闻知识,2023(1):84-88+96.