

## Is Cross-Cultural Communication Influenced by Users' Cultural Identity? A Study on The Overseas Communication of "Wukong" Image

### 跨文化传播是否受用户的文化认同心理影响？“悟空”形象的海外传播研究

| Liu Xian<sup>1,\*</sup> | Chen Rui<sup>2</sup> |

<sup>1,2</sup>School of Literature and Journalism, Xihua University, Chengdu, China

\*19302833342@189.cn

chenrui@mail.xhu.edu.cn

#### ABSTRACT

*Black Myth-Wukong* is an electronic game adapted from the Chinese novel *Journey to the West*. The game exhibits distinct cross-cultural characteristics in its dissemination process. We believe that individual schema differences can influence users' cross-cultural acceptance behaviors. Utilizing comment data collected from the internet, we conducted a programmatic grounded approach to study and process the data. Our research revealed that users' schema differences can lead to individuals developing different cultural psychologies, including cultural identification, cultural resonance, and so on. These cultural psychologies may ultimately impact the cross-cultural dissemination of artistic works.

#### KEYWORDS

Schema; Cross-Cultural Research; Cultural Communication; Wukong

#### 引言

长期以来人们对个体的认知差异感兴趣，对此皮亚杰在他的专著中提到了基模理论，基模理论旨在解释个体在接受新事物时的认知接受过程。首先是生物体在成长的过程中不断适应环境，表现为对“遗传系统”的不断发展和自动调节；其次是在构建自己的结构过程中不断的调整自己获得的情报，这一方面取决于渐进的内部协调，另一方面是取决于通过经验获得的信息调整；这不仅仅是主体内部的结构展开，同时涉及到主体与外部世界持续互动而形成。(Inhelder, Chipman, & Zwingmann, 1976)在皮亚杰的理论基础上，一些人提出对“激进的”建构主义知识模型。(Bodner, 1986)有一些研究已经证明年龄的因素会影响到个体基模的形成，对个体的认知产生影响。(Harter, Susan, Monsour, & Ann, 1992)Bidell提出了基模的研究模型，总结出基模理论的研究特点，其中提到了基模对于情绪的影响，是描绘情感发展的工具，包括情感分裂和文化塑造。

从广泛的研究可以发现，个体的基模会随着不断接受的新鲜事物发生改变，在受到时间因素的影响同时，个体的文化和情感与基模理论之间存在着一定联系。个体的文化背景受到多方面因素的影响，主要包括爱国主义、民族主义心理影响、语言文字影响，(Sedmak & Zadel, 2015)受到这些因素的影响不同国家的网络用户往往会出现认真偏差，甚至有些少数族裔群体会每天调整自己的文化身份，可以看到，文化认同心理会随着个体基模调整而产生相应的改变，这一理论特点在中国电子游戏《黑神话·悟空》的传播过程中有新的发现。

“悟空”是中国传统四大名著中《西游记》的神话角色，“悟空”形象在中国乃至东南亚历史文化圈都有着较高的知名度，诞生过不少与“悟空”相关的文艺作品和神话人物。《黑神话·悟空》是一款根据《西游记》改编以“悟空”作为主角的电子游戏，从2020年开始该游戏公司开始在视频社交网站bilibili和YouTube上发布实际演示视频，在国内外都广受好评，截止目前视频的全网播放量已经超过了1亿，引起了各个文化地区用户的广泛讨论。作为改编作品，《黑神话·悟空》相比较原著《西游记》有着较大的改动，这与用户基模中以往的文化认知发生了矛盾，在YouTube和bilibili的用户评论中有大量关于文化改编现象的讨论。皮亚杰的基模理论认为，个体在处理新信息时会对认知基模产生两种影响：如果处理结果与原有基模相吻合，原有基模会得到强化；如果有矛盾之处，则会修改原有基模，形成新的认知基模。在《黑神话·悟空》的海内外宣传片的对比评论中，我们发现了文化认同心理会影响用户认知基模在接受新信息时的变化。从此现象入手，本研究将解决以下三个问题：

- Q1: 《西游记》的跨文化传播是否会受到用户的文化背景影响？
- Q2: 对《西游记》有文化认同感的用户是否更倾向调整自我基模？
- Q3: 基模是如何影响《西游记》的跨文化传播的？

基模理论最早是由皮亚杰在研究儿童心理发展时正式提出的理论概念，理论中提出皮亚杰自己的观点。首先是生物体在成长的过程中不断适应环境，表现为对“遗传系统”的不断发展和自动调节；其次是在构建自己的结构过程中不断的调整自己获得的情报，这一方面取决于渐进的内部协调，另一方面是取决于通过经验获得的信息调整；这不仅仅是主体内部的结构展开，同时涉及到主体与外部世界持续互动而形成。(Inhelder et al., 1976)皮亚杰的基模理论和认知理论在学术界产生了很大的影响，其中包括有对“激进的”建构主义知识模型，(Bodner, 1986)Bodner描述了这个模型与皮亚杰的智力发展理论的关系，并概述这个模型如何帮助我们理解发生在化学课堂上的一些事情。皮亚杰的发展理论受到了批评，理由是它在概念上是有限的，在经验上是错误的，或者在哲学和认识论上是站不住脚的。也有学者认为关于他的理论的许多争议在概念上得到澄清之前，是可以从经验上或方法上得到解决，(Louren O & Machado, 1996)这种指责忽略了对皮亚杰理论的各种修改，特别是1970年之后的修改，忘记了皮亚杰对人类发展的独特方法的辩证性、建构性和发展性。因为理论的实际应用往往能澄清理论，所以从皮亚杰建构主义的角度对维果斯基理论的一些教育延伸进行了批判，相反，也注意到了对维果斯基工作的建构主义教育的解释意义。(Rheta & DeVries, 2000)后续在皮亚杰理论产生影响力的

领域论文有许多，(Dasen & P., 1972; Dasen, 1984; Ribaupierre & Anik, 2015; Spelke, 1991) 皮亚杰的认知基模理论随着这些学者的研究渗透到多个领域。

从皮亚杰在作品中对基模理论的描述可以看到，基模会随着时间和年龄的发展产生改编，根据基模成长性的特征，后续被成功应用到了教育学、传播学和信息技术等学科当中。在青少年的成长研究中，运用皮亚杰理论研究发现，尽管青少年可以构建关于自我认知的单一抽象概念，但对于个人来说还不能同时比较这些抽象的自我属性，例如开朗或者内向、快乐或抑郁。在青春期中期，人们会培养比较而不是解决相互矛盾的自我属性的能力，将不同性格属性对比分析。在青春期后期，出现了协调、解决和规范看似矛盾的属性的能力，减少了自我理论中的冲突体验，更加善于利用和解决矛盾。这一研究解释了皮亚杰基模理论中动态成长的过程，从更加微观的角度分析了个体面对矛盾时由于年龄差异的不同变化，后来学者针对基模不多发展变化的特征展开研究，总结出了基模理论的结构特点，(1) 是出现认知能力，形成发展和学习的普遍尺度；(2) 是分析微观发展和学习途径的方法；(3) 描绘情感发展的工具，包括情感分裂和文化塑造；(4) 连接认知成长和大脑发展的模型，(Fischer & Bidell, 2007) 这对于基模的研究具有重要意义。

值得注意的是，基模理论已经用于多个学科领域，并广泛的用于传播学研究。随着网络社交媒介的发展，跨文化交流逐渐增多。从研究可以看到，基模会随着人的认知产生变化，已经有研究表明年龄会影响个体的基模形成。在中国神话人物“悟空”的传播过程中，我们发现了文化因素可能也会对个体的基模产生影响，前期的基模研究中也表明基模可以用于描个体的文化塑造，这对于我们的研究起到了帮助作用。

在本次研究中，我们以“悟空”形象的跨文化传播作为案例，分析文化认同对个体基模的影响。通过这次分析旨在解决三个问题，首先不同文化背景的用户面对新文化时会表现出哪些不同？其次，在面对这些新事物时，有文化认同感的用户是否更容易调整自我基模？受到文化背景影响的个体基模，是如何影响跨文化传播的？

## 研究方法

本研究采用的是程序化扎根的方法，对收集到的数据进行整理，然后进行开放式编码，将获得的用户评价进行初级的概念提取。在开放编码的基础上再总结内在逻辑，完成主轴编码最后我们结合基模理论，用故事线的方式总结主轴编码结果，完成选择编码。

## 方法介绍

本研究利用扎根理论指导编码，扎根理论主张通过不加预设的模式对原始数据编码，通过原始资料总结归纳出内涵，最后上升到理论探讨。在利用扎根理论进行的相关研究中，使用最多的就是程序化扎根理论，程序化扎根理论是由 Glaser 和 Strauss 所提出。(Glaser & Strauss, 1968) 本团队将采用程序化扎根的方式，对收集的实验数据进行编码，程序化扎根主要包括三个部分，开放编码、主轴编码、选择编码。

### 样本收集

本研究主要选用三方样本数据，包括本土文化用户的问卷调查数据、YouTube 的视频平台评论数据、微博用户评价数据。用户问卷调查主要是收集中国本土文化用户评价，关于“悟空”形象的海外传播看法；YouTube 和 bilibili 视频平台用户数据主要收集《黑神话·悟空》中关于“悟空”形象的海外评价；微博用户评价是收集社交平台关于《黑神话·悟空》的传播讨论，基于三方数据进行质性研究，符合三角验证原则，(Norman, K., & Denzin, 2012)满足三角验证的结构效度和理论效度，如下方图 1 所示。

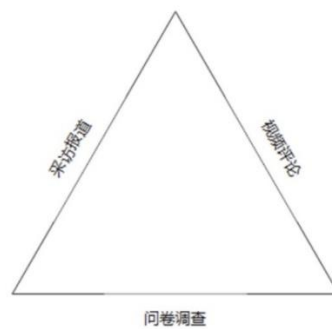


图 1. 三角验证图示

问卷调查数据主要用于获取一手用户数据，调查中国本土文化用户对待“悟空”形象改变的看法，观察本土用户的认知基模在面对矛盾事物时是否会主动调整。YouTube 视频用户评论主收集海外用户评价，观察海外用户对于“悟空”形象的看法，在缺乏文化认同的前提下，用户产生认知矛盾时，还是否愿意积极的调整自我认知基模。采访报道主要将第三方媒体对“悟空”改编情况的报道，从侧面收集本土文化用户对于文化改编的宏观看法。

表 1. 研究数据来源统计明细

数据来源	类别	条目	字数	编号	时间
Youtube	评论	523	44246	样本 1	2023 年 1 月 10 日
采访	开放式问题	6	31205	样本 2	2023 年 4 月 14 日
问卷	开放式问题	213	27077	样本 3	2023 年 4 月 16 日

## 编码

### 开放编码

评价数据采用 Nvivo 质性分析软件编码，首先在开放编码阶段我们对收集到的数据进行初级归纳，将用户的原始评价总结为一般性概念。

表 2. 开放编码

编号	初始范畴	原始材料示例
1	赞美游戏	“太想玩了。这个传说永远不会过时，游戏看起来就像一个杰作。”
2	游戏内容	“我喜欢结局中的四大天王。我知道悟空可以变成敌人的脸，但我不记得他能使用他们的力量。”
3	游戏剧情	
4	游戏设计	“画面很精彩。控制/战斗机制看起来很困难，它可能是沿着 Nioh 或 Sekiro 的路线，而不是一个典型的砍杀。”
5	玩家期望	“我很高兴它将在 PC 上发布！！迫不及待地想让它全面发布。它看起来绝对不可思议”
6	其他游戏	“他们都在模仿《英雄联盟》的角色，这并不新鲜。”
7	文化疑问	“哪里可以找到英文翻译？”
8	文化启发	“悟空在日语中的发音是一样的。”
9	文化联想	“我很确定孙悟空的原型就是哈努曼。”
10	文化介绍	“也是他缩小了武器，把它放在他的耳朵里”
11	游戏公司科普	“白骨之后，重游西游。不是中国玩家应该不太懂，而且剧情没太大关系，是跟这个工作室有关，与这个工作室之前做的网游《斗战神》有关。”
12	视频背景介绍	“不是，是中国的神话故事”
13	游戏评价	“这就像《巨人的影子》、《王朝的战士》、《灵魂》、《海贼王》都融为一体了。如果游戏能提供所展示的内容，这可能是有史以来最伟大的游戏之一。”
14	文化评价	“我的天啊，我已经喜欢上这个了。我喜欢中国的神话，而孙悟空是我最喜欢的传奇人物之一。”
15	悟空讨论	“每个亚洲孩子在 8 岁的时候都想成为孙悟空。”
16	剧情猜想	“主角很可能是六耳猕猴，而不是悟空本身。虽然我们在最后看到了他”



17 西游原著 “基本上，如果你是亚洲人，《西游记》节目和小说是每个 80 90 后孩子的最爱。”

### 主轴编码

在第二阶段，我们将获得的开放式编码的结果进行进一步整合，对编码结果中具有相似内在逻辑的范畴归纳到一起，形成新的主范畴。经过主轴编码的整合，最终 19 个初始范畴可以归纳为 3 个主范畴，分别是游戏讨论、文化讨论和改编评价，具体情况如下方表 2 所示。

表 3. 主轴编码

主范畴	副范畴	节点计数
游戏讨论	赞美游戏	103
	游戏内容	75
	游戏剧情	16
	游戏设计	39
	玩家期望	41
	其他游戏	65
文化讨论	文化疑问	81
	文化启发	32
	文化联想	143
	文化介绍	129
	游戏科普	49
	视频背景	93
	游戏评价	35
改编评价	文化改编	59
	原著讨论	73
	悟空讨论	48
	悟空讨论	36
	剧情猜想	

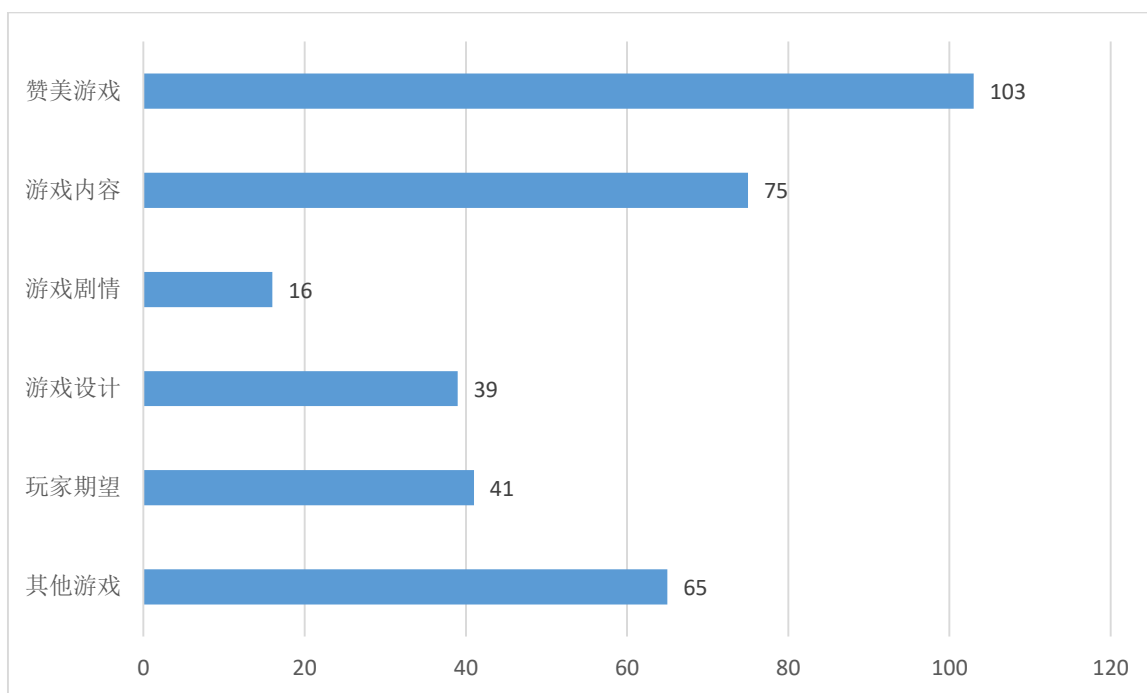


图 2. 主范畴游戏讨论的编码结果展示

如图 2 是关于主范畴文化讨论的编码结果图，共有 6 个副范畴，分别是赞美游戏、游戏剧情、游戏内容、游戏设计等等。共有 339 个编码节点，在下属副范畴中赞美游戏的编码节点最多，共有 103 个。

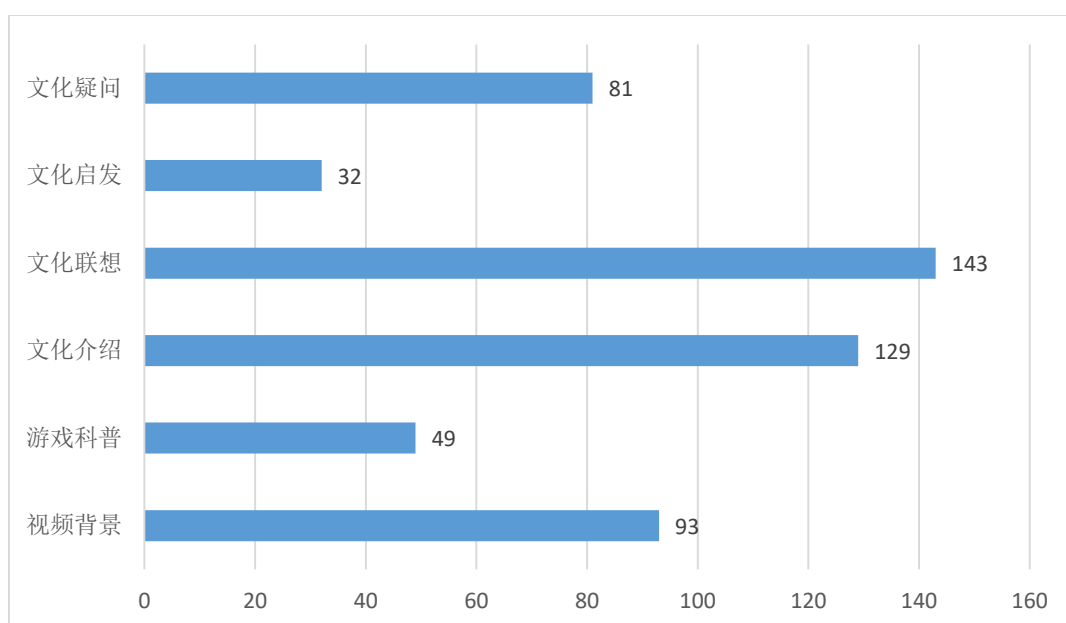


图 3. 主范畴文化讨论的编码结果展示

如图 3 是关于主范畴游戏讨论的编码结果图，共有 6 个副范畴，分别是文化联想、文化介绍、文化疑问等。一共有 527 个编码节点，是主范畴中编码节点最多的，在下属副范畴中文化联想的编码节点最多，共有 143 个

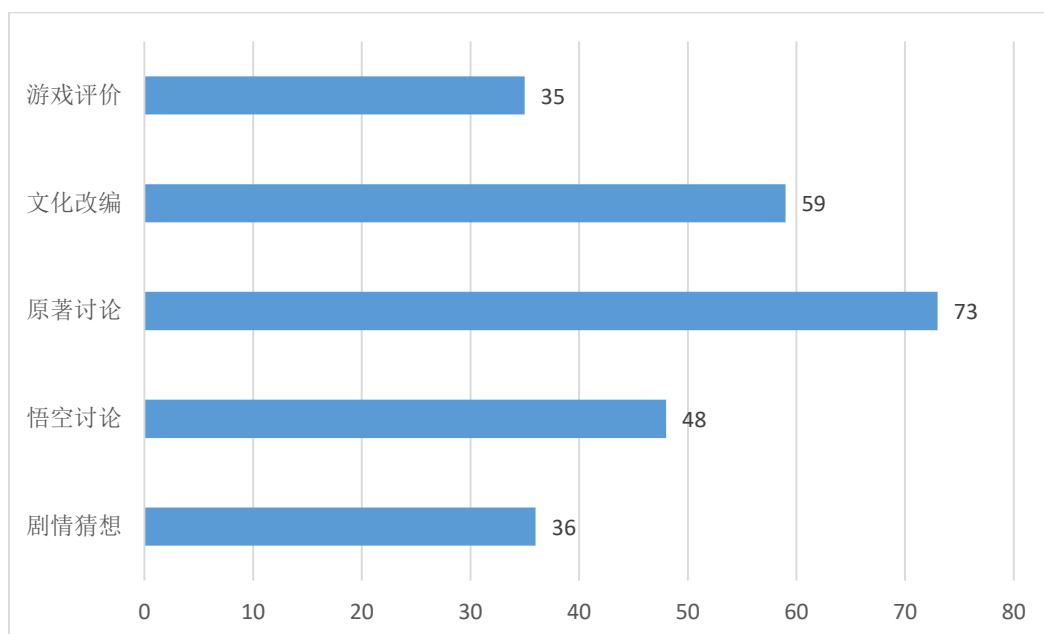


图 4. 主范畴改编评价的编码结果展示

如图 4 是关于主范畴改编评价的编码结果图，共有 5 个副范畴，分别是文化改编、原著讨论、悟空讨论等。共有 251 个编码节点，在下属副范畴中原著讨论的编码节点最多，共有 73 个。

### 选择编码

最后我们在主轴编码的基础上进行选择编码，用“故事线”的方式引导范畴指向研究问题的方向，找到各个主轴编码结果之间的联系。在本次研究中，用户的认知反应是我们研究的主要目标。通过游戏所展示的视频内容刺激用户的认知基模，用户面对感官刺激在文化背景的影响下，产生文化认同、文化误读等文化心理现象，在编码中体现为文化探讨部分。用户的这些不同文化心理，是面对改编的《西游记》故事背景，认知基模动态调整的结果。用户对这种改编的文化现象，表达了自己的看法，我们归纳为用户的改编评价。根据上述的发展逻辑，我们总结出文化接受-认知基模-评价反馈的关系结构进行选择编码。

表 4. 选择编码

关系结构	内涵
文化—基模—传播	游戏视频所展示的文化内容影响了用户的个体基模，用户基模由于文化心理差异，呈现出不同的反馈调节
游戏讨论：文化—基模	游戏视频中出现了大量的文化内容，外部刺激影响着个体基模
文化探讨：文化—基模	文化背景形成了不同的个体基模，个体调用以往的经验与基模配对



改编评价：基模—传播

面对文化传播出现的改编现象，用户因为个体基模不同，给了各种反馈，包括剧情和文化的猜想

### 研究结果及探讨

社会心理学家佩蒂认为，每个人都会以两种不同方式处理信息，一种是以详尽的方式，用严谨的思考，沿着“核心路径”处理信息；另一种是以较为简单粗略的方式，沿着“边缘路径”来处理信息。详尽分析发生的概率与当事人的动机与能力相关，当个人与信息涉及的问题关系密切、有较强的认知需求、或较强的责任感，并且具备相应认知能力之际，会沿着“核心路径”进行详尽分析，反之则沿“边缘路径”进行一般处理。在同一信息处理过程中，这两种路径可能同时存在。由核心路径的详尽信息处理所引起的认知结构或基模的变化更深刻。

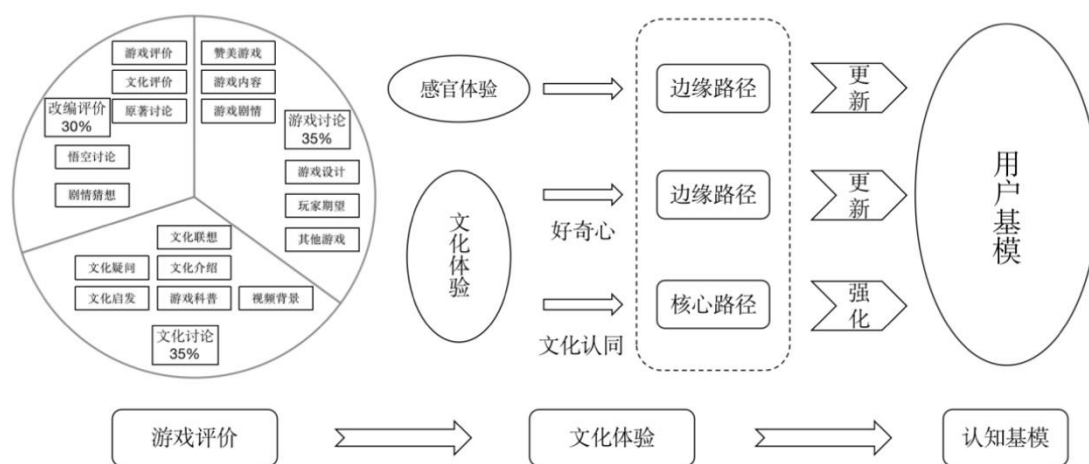


图 5. 跨文化传播情境下用户基模调节过程激励模型（基于选择编码）

上方图 5 是根据《黑神话·悟空》的用户评价数据编码结果结合理论绘制的模型图。模型图左边部分为编码结果展示，编码结果显示评论中关于游戏的讨论占比为 35%、文化讨论占比 35%、改编评价占比 30%。其中关于游戏的讨论主要是用的关于游戏视觉带来的感官体验，包括赞美游戏、游戏内容、游戏设计、玩家期望等等。改编评价主要是用户对游戏中的改编元素讨论，有关于剧情猜想、悟空形象讨论、原著讨论等。文化讨论主要是玩家对游戏中的文化元素展开评价，包括文化启发、文化疑问、文化联想、文化介绍等。根据详尽分析可能性路径选择，将用户这些评价主要分为两部分，感官评价和文化评价。当用户受到感官刺激影响并发出评价时，一般会选择边缘路径来处理信息。对文化信息处理时用户会出现两种情况，无文化认同感的用户会选择边缘路径，有好奇心的用户会选择核心路径处理信息。最终边缘路径的用户会更新自我基模认知，而核心路径的用户会选择强化自我原有基模认知。

### 文化共鸣源自基模的边缘路径处理

边缘路径概念是由社会心理学家佩蒂提出的理论，她认为人们在面对信息使自己态度发生改变时，会选择核心路径或者边缘路径来进行处理。(Cacioppo & Petty, 1984)“边缘路径”是指个体面对信息时，采用一种简单粗略的方式来处理信息。影响个体路径选择的原因有很多，其中包括情绪、注意力、参与动机等等，“情绪”因素符合本研究的样本表现。“情绪”是指用户如果感觉到心情愉悦，那么他们就不再愿意去思考，更加遵循“边缘路径”的方式。

文化共鸣所指的是群体对某种文化产生共鸣，这其中有归属感、认同感，包括对共同的文化特性、道德文化、宗教特性等产生认同和尊重。游戏本身的吸引力是有利于文化传播的，优秀的电子游戏产品能够吸引更多青年群体关注。在《黑神话·悟空》的实机演示宣传片中，创作团队向玩家展示了一段游戏中的操作视频。从编码结果看，在实机演示视频的评价下方，关于游戏内容玩家的评价更多是积极的正向的，青年群体更容易对电子游戏产生好感。其中包括对游戏制作质量的好评，还有游戏内容、游戏剧情、游戏设计等等。这些好评首先说明作品《黑神话·悟空》本质制作质量精良，受到消费者的青睐。其次是电子媒介本身具有的传播特性，相比传统的传播媒介，电子游戏更具有沉浸感、互动性、画面精美，并不需要玩家参与到想象带入的过程，直接将视觉奇观投射到用户面前。这种视觉和听觉上的震撼，更能带给游戏玩家感官上的刺激，使用户产生愉悦的心情，在评价中表现为对游戏内容的认同感，也更容易与其他用户的观点产生共鸣，如图3所示。



图 6. 《黑神话·悟空》游戏截图<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 图片来源：游戏科学官网[EB/OL]. [2023年7月24日]. <https://www.heishenhua.com>

例如游戏中精美的视觉呈现，视觉效果带给了游戏玩家最直观的感受，在副范畴“游戏设计”中有游戏玩家意识到了这一点。

*“这次可能会..... 我们已经被西方所谓的 AAA 级作品骗了很多次了..... 可能东方有一些王牌..... 不管怎样，对玩家来说都是一种胜利。”*

玩家情绪受到视频内容影响，AAA 级别的画面制作，连贯的叙事内容带给了用户愉悦的情绪。关于游戏画面内容，带给用户更多的是身心上的愉悦，在这种背景氛围下，在游戏制作和画面上的讨论个体更愿意用直观感受来评价，而不带有更多的思考，选择“边缘路径”来处理信息。体现到评论中就是用户对游戏内容的评价，从用户评价可以看到，用户对于游戏内容部分更容易产生共鸣，即使用户都是在未接触到实体游戏的情况下。“边缘路径”让用户选择更少的思考，从外围角度来评价信息，可以不受自身原有基模的影响，就当前情况来考虑问题，因此更加容易产生共鸣。例如，YouTube 上点赞数量最高的评论，

*“我真的希望这个游戏..... 能到西方去。”*

有超过 20 万的点赞数，2.8 万人进行了相同观点的回复。对于游戏内容的肯定，不论各个地域的玩家都表达了相同的观点和共鸣。

基模理论认为，用户会受到信息带来的愉悦感的影响，从而选择“边缘路径”处理信息，这种处理信息的方式，不会调用个体以往的基模认知，是基于信息的外部特征进行判断。在对《黑神话·悟空》的评价信息中我们发现，用户“边缘路径”的选择会绕开个体基模中的文化因素影响，面对信息会表达更直观的感受，从而使用户之间更容易产生认同心理。

### 文化认同心理机制影响了用户核心路径下的基模调整

“核心路径”是指个体遇到信息时，利用详尽的方式和严谨的思路，沿着“核心路径”来处理信息。影响个体选择“核心路径”作为处理方式的原因有很多，“理解”就是其中之一，当用户遇到无法理解的信息时，他们就会倾向于从类似的信息中来尝试理解，而不再通过原始信息来理解，在这个过程中往往会调用用户过往的认知基模，并对个体基模进行调整。以往的观点认为，当用户选择“核心路径”进行思考，与信息产生冲突时，个体会乐于调整基模，更新自我基模。但是在我们的研究中发现，当用户受到文化认同心理机制的影响时，会呈现出不同的心理状态，这对跨文化传播研究来说是有一定意义的。

《黑神话·悟空》是由中国传统小说《西游记》改编而来，游戏内“悟空”角色在多个东亚国家中都有类似的形象存在，也有许多以此改编的文艺作品，包括小说、电影、动漫、电子游戏等等。例如，日本动漫《七龙珠》中的“悟空”，就是参照中国神话故事中的“悟空”形象进行改编，无论是名字、形象还是技能特征都和“悟空”类似。不止是中国传统神话中有“神猴”形象，亚洲其他国家也有类似的神话角色，在印度史诗《罗摩衍那》中的神猴“哈奴曼”就是以猴子为原型。神猴“哈奴曼”是印度教中的神话人物，拥有四张脸和八只手，可以说算得上是印度神话中的精品，“哈奴曼”不仅在印度是家喻户晓的神话人物，在东南亚不少的国家都将他信奉为英雄。



在对《黑神话·悟空》视频的评论数据进行编码时我们发现，由于文化的相似性，不同文化背景的用户在面对“悟空”时基模的调整方式有着明显的差异。《黑神话·悟空》是由中国经典的神魔小说《西游记》所改编而来，用户对视频中的文化元素的讨论热度很高。在文化讨论的主范畴中，关于文化联想的节点最多，不少游戏用户看到《黑神话·悟空》中的文化元素后，根据自己的文化背景，表达了本国文化的联想。其中有对中国文化认可的正向评价，也有对自己国家本土文化游戏化的期待，引发最多讨论的是关于“悟空”形象的探讨。由于“悟空”的改编形象曾经出现在多部文艺作品之中，因此许多用户对“悟空”的印象深刻，甚至认为它是以动漫游戏作为原型改编的。而印度神猴“哈努曼”也是以猴子为原型的神话人物，与“悟空”的形象有着相似之处，不少印度的本土用户认为二者之间存在联系，从而在社交媒体中表达了自己的看法。我们发现这些用户对“悟空”形象进行评价时，选择的往往是核心路径，会根据自己的文化背景对比接受到的信息，从而进行理解。

*“原版龙珠漫画中的孙悟空就像模仿孙悟空，但后来变成了更像超人的系列。”*

*“这个游戏让我希望我们有一个基于印度神话的视频游戏。（特别是哈努曼）。哈努曼和孙悟空非常相似。”*

“悟空”是游戏中具有文化符号特征的角色，在用户的评价文化角色时，更加倾向采用核心路径来处理信息，调用以往文化经历进行对比。例如，了解日本文化的用户，会用日本流行动漫中的角色来解释“悟空”的形象，而部分了解印度文化的用户，在看到“悟空”形象时，首先联想到的是印度经典神魔“哈努曼”的形象。我们认为，在面对文化信息时，用户更倾向选择核心路径来调整自己的基模。

值得关注的是，当用户选择核心路径来分析信息时，用户的文化背景会影响用户个体基模的调整。“基模”理论指出，当用户的个体基模与接受到的信息一致时，信息会强化用户的基模认知；当用户的基模与信息产生矛盾时，用户会调整自身的基模。在用户对《黑神话·悟空》中“悟空”形象的讨论中我们发现，当这些信息与用户的文化背景产生关联时，会出现与以往不同的情况，用户在面对与自身基模产生矛盾的信息时，反而强化自我的基模认知。

*是的，研究人员的一些理论说他受到了哈努曼的影响，因为哈努曼的故事在中国文学界也很有名，因为他与印度宗教和佛教有关。但他也受到其他中国民间故事的影响，所以哈努曼只是一个元素。*

*这听起来很有趣，我有时间的话会去读哈努曼的故事。所以其实和悟空有更多的相似之处。悟空也可以改变他的身体大小。他的武器，一根棒子，也可以改变成任何长度。我现在更相信这个人物是受哈努曼影响的。*

评论显示，有些印度用户在看到“悟空”形象之后，会发现“悟空”形象与“哈努曼”有着类似的特征，虽然明显二者并不是同一个角色形象，但是依旧有不少用户认为“悟空”是以“哈努曼”为原型，受到“哈努曼”的影响。而没有文化认同的用户则会表现不同，会受到科普信息的影响从而选择调整基模。因此我们认

为，文化认同会影响用户调整基模，从而产生与理论观点不同的现象。用户不在愿意主动调整自我基模，甚至会强化自我的原有基模特征。

“哈努曼有一个非常重要的武器，他的长尾巴。他的尾巴相当于孙悟空的金箍棒。他在冒险中取得了巨大的成就。哈努曼的尾巴已经成为他的象征之一。至于孙悟空，不难发现，早期版本的孙悟空根本就没有尾巴。到了《西游记》，吴承恩给他加上了，而且只提了三次。但这三次，他的尾巴就成了累赘，这使得孙悟空总是很累赘、不吉利。”

“可能有一些相似之处，你可以看到“西方”在谈论印度，而他们旅行的目的地是印度。但历史学家倾向于认为，中国神话中一个叫“无支祁”的怪物是悟空的原型，因为与“哈努曼”相比，“无支祁”与悟空的特征更接近，有更多的共同点，而且，这个形象在历史上更早，它最早出现在3000年前。”

“我认为哈努曼很可能是影响了原小说的作者，因为吴刚的一些滑稽行为与哈努曼相似；他们也都能驾驭云彩。”

从用户评论可以看到，有文化认同的用户，在接受到与个体基模相冲突的信息时往往不会立刻改变自我基模认知，反而会在第一时间强化个体基模。在上面的评论中，无论是中国用户还是印度用户，都没有采纳对方的信息来改变自我基模的认知。因此我们发现，当用户接触文化信息时，往往会选择核心路径来分析信息，如果这些信息与用户的文化认同产生冲突，用户会出现强化个体基模的情况，这与以往“基模”理论中的观点不同，产生这一观点的主要原因是由于用户的文化认同心理影响。个体在社会分类中对自己群体成员进行认同，产生内部群体偏好和外部群体贬损，(Tajfel, 1982)这些文化认同心理的特殊机制，很显然文化认同心理的机制对用户的基模调整产生了影响，用户选择核心路径处理文化信息也是其中的原因之一。

### 《西游记》在虚拟社区的跨文化传播受认知基模差异影响

从上述的分析中可以看到，用户在文化认同的心理机制影响下，会对个体的基模调整产生影响。文化心理可能会对用户造成更加封闭的认知，不再客观理性的接受新的信息，这对文化传播和虚拟现实产业而言都会造成影响。电子游戏作为媒介而言，本质上更加注重带给玩家的感官刺激和沉浸式的体验。当用户不了解电子游戏中的文化元素时，用户更倾向于对电子游戏中的画面信息采用边缘路径处理，用户群体更容易对媒介产生好感，更注重电子媒介带来的情绪价值。当用户存在文化认同心理时，更倾向于选择核心路径来处理信息。在案例中，了解东亚文化的用户第一时间会调用基模中的类似知识来进行对比。例如对日本动漫了解的用户会思考“悟空”和《七龙珠》之间的关系，了解印度文化的用户会将“悟空”与“哈努曼”进行对比，甚至认为“悟空”是由“哈努曼”改编而来。

在这种多元文化的背景下，用户文化认同心理机制影响下的认知基模可能会产生极端认知，不能客观中立的思考，形成对文化的消解性认知。具体的影响包括对文化的理解和对于艺术作品的偏见，基模理论认为，当用户的接收到的信息与以往的认知基模产生矛盾时，用户会调整自我基模，从而实时的更新自我认知。但是

文化认同心理机制会带来外部贬损效应，用户更倾向于强化自我的原有基模，这对文化的传播是不利的。跨文化传播往往是在不同文化背景的用户之间传播，接受信息并更新自我基模认知是文化传播的前提。反过来对于自我基模和本土文化的过度保护，一方面不利于文化多样性的发展和跨文化传播，另一方面从用户的角度来说，这种认知基模的差异化表现，会让用户失去更好的游戏体验和文化体验。除了文化传播之外，对于电子游戏的发展和体验也是不利的，用户从边缘路径来评价和体验电子游戏往往能够更加客观，当从核心路径出发处理游戏中的文化信息时，往往会受到文化认同心理的外部贬损机制影响，对电子游戏的评价标准也会更加复杂。

## 结论

本研究表明，用户的文化背景差异会对用户的基模认知产生影响，在这其中主要是因为用户的文化认同心理。这一发现有助于解释互联网虚拟社区的文化传播复杂差异现象，面对文化信息，用户呈现出不同的态度。没有文化认同感的用户在面对信息时更容易调整认知基模，这些用户在面对文化信息时会选择边缘路径处理，会随着接受信息更新认知基模。这种心理行为是有利于文化传播的，例如在电子游戏的传播过程中，往往会附带诸多的文化元素在其中，对文化背景不了的游戏玩家更容易接受这些文化信息，并且在体验过程中产生了极大的好奇心。在好奇心的驱使下，用户更容易选择接触新信息，在认知基模的调节作用下，用户更倾向根据新信息调整自我基模，综合作用下有利于文化传播。在另一种情况下则更利于电子游戏传播，当用户更注重游戏的感官刺激时，也会选择边缘路径处理，对游戏的评价往往会依据视觉、听觉等感官的直观感受，并不会选择以往的信息进行对比，这时游戏用户之间更容易产生共鸣，影响用户共鸣的客观因素就是游戏作品的质量。具有文化认同感的用户会产生最明显的基模差异，这主要是因为文化认同心理的影响下，用户的心理机制会产生外部贬损效应。当文化认同感的用户面对类似的文化信息，并不会第一时间更新基模，反而会对新文化产生抵触情绪，从而巩固自身原有基模。这解释了电子游戏虚拟社区中玩家面对文化的矛盾冲突行为，首先矛盾冲突双方是文化背景不同且分别具有文化认同感的用户。其次这一行为的根本原因是核心路径下，巩固个体基模带来的群体认知偏差。最后要解决这一矛盾需要游戏社区在植入相关文化时，给出官方的最终解释声明，利用边缘路径用户群体的共鸣，提升游戏社区在文化界定上的权威性，从而给出矛盾的最终解释权，在用户产生矛盾之前解决问题。

《黑神话·悟空》中的文化传播现象有着重要的启示意义，对文化的跨群体传播给予了一定的启发，联系当前的新媒体发展背景同样具有利用价值。随着互联网时代到来，虚拟社区存在于人们生活的各个角落，电子游戏只是新媒介组成中的一部分，社交、视频、新闻等媒介平台同样占据重要地位。中国传统文化正在新媒体时代产生着转变，(Qian, 2022)这带来了新的机遇和挑战。例如《哪吒》在海外传播过程遇到的“文化折扣”现象(Lu, 2022)和中国传统文化的刻板印象，(WANG, 2022)这些都反映出文艺作品在传播过程中所遭遇的困境。根据上述案例的启发，平台维护者和网络参与者应该意识到，在某些情况下，对于用户的文化背景和文化心



理应当给予特殊对待。对缺乏文化认同感的用户，应当在保证信息质量的同时给予用户更多的新鲜感，以此满足其好奇心，培养用户基模的爱好兴趣。对于具有强烈文化认同感的用户，应当在尊重对方文化的前提下，给予官方公开的文化解释，利用官方平台引导公众舆论，避免事件发酵从而影响文化传播。

本研究也存在着一定的局限性，目前解决这些问题，主要是为了以后推广开来获得更广泛和全面的结果。首先在样本选则上，我们选择的是《黑神话·悟空》作为的案例，搜集与之相关的访谈调研、采访文稿、评论数据。作为电子游戏的研究来讲，在媒介中的文化传播影响而言具有一定的代表性，但是作为后续带给多种媒介的启示意义上来说，样本选择还是有一定的局限性，在后期研究中可以选择多种媒介代表作品，采取对比研究的方式调研，以获得更加丰富多样的样本表现。然后是在用户的详尽可能性路径分析过程中，对于用户边缘路径与核心路径的选择中，仅针对了用户对媒介的现实反馈，并没有考虑用户的场外个人因素，例如兴趣爱好等等。在今后的广泛性研究中，应当更加注重用户的多元性，不光从文化背景出发，结合用户的个人兴趣爱好得出更多创新性的结果。

### 参考文献

- [1] Bodner, G. M. (1986). Constructivism: A theory of knowledge. *Journal of Chemical Education*, 63(10), 873. doi: 10.1021/ed063p873
- [2] Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1984). THE ELABORATION LIKELIHOOD MODEL OF PERSUASION. *Advances in Consumer Research*, 19(4), 123-205
- [3] Dasen, P. (1984). The Cross-Cultural Study of Intelligence: Piaget and the Baoule
- [4] Dasen, & P., R. (1972). Cross-Cultural Piagetian Research: A Summary. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 3(1), N/A
- [5] Fischer, K. W., & Bidell, T. R. (2007). *Dynamic Development of Action and Thought: Handbook of Child Psychology*.
- [6] Glaser, B., & Strauss, A. L. (1968). The Discovery of Grounded Theory: Strategy for Qualitative Research. *Nursing Research*, 17(4), 377-380
- [7] Harter, Susan, Monsour, & Ann. (1992). Development analysis of conflict caused by opposing attributes in the adolescent self-portrait. *Developmental Psychology*, 28(2), 251-260
- [8] Inhelder, B., Chipman, H. H., & Zwingmann, C. (1976). Piaget and His School: A Reader in Developmental Psychology. *Springer-Verlag*
- [9] Lu, Y. (2022). Chinese Storytelling in Domestic Animation Films from the Perspective of Cross-Cultural Communication——Take the Movie “Nezha” as an Example: 跨文化传播视角下国产动画电影的中国故事讲法——以电影《哪吒之魔童降世》为例. *MANDARINABLE : Journal of Chinese Studies*, 1(2), 75-82. doi: 10.20961/mandarinable.v1i2.447
- [10] Louren O, O., & Machado, A. (1996). In defense of Piaget's theory: A reply to 10 common criticisms. *Psychological Review*, 103(1), 143-164
- [11] Norman, K., & Denzin. (2012). Triangulation 2.0. *Journal of Mixed Methods Research*
- [12] Qian, Y. (2022). The Collision of New Media Era and Chinese Culture. *MANDARINABLE : Journal of Chinese Studies*

- [13] Ribaupierre, D., & Anik. (2015). International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences || Piaget\'s Theory of Cognitive Development, 120-124
- [14] Rheta, & DeVries. (2000). Vygotsky, Piaget, and Education: a reciprocal assimilation of theories and educational practices. *New Ideas in Psychology*
- [15] Sedmak, M., & Zadel, M. (2015). (Mixed) cultural identities: Construction and deconstruction
- [16] Spelke, E. S. (1991). Physical Knowledge in Infancy: Reflections on Piaget's Theory. *Epigenesis of Mind Essays on Biology & Cognition*
- [17] Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*
- [18] WANG, Y. (2022). Analysis of the Dilemma of Overseas Cross-cultural Communication of Chinese Animation Movies and the Strategy of Cross-cultural Communication in the New Media Environment: “Nezha: Birth of Demon” as An Example: 中国动画电影海外跨文化传播困境与新媒体环境下跨文化传播策略探析 ——以《哪吒之魔童降世》为例. *MANDARINABLE : Journal of Chinese Studies*, 1(1), 30-36. doi: 10.20961/mandarinable.v1i1.329