



Научно-исследовательский журнал «*Modern Humanities Success / Успехи гуманитарных наук*»  
<https://mhs-journal.ru>

2025, № 8 / 2025, Iss. 8 <https://mhs-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070.4

## Развитие игровой индустрии и формирование имиджа государства – на примере игры "Чёрный миф: Укун"

<sup>1</sup>Сунь Сывэнь,

<sup>1</sup>Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

**Аннотация:** в условиях глобализации культурная коммуникация играет ключевую роль в формировании имиджа государства. Бурное развитие китайской игровой индустрии все отчетливее демонстрирует ее значимость в сфере культурного обмена и формирования имиджа государства. В данной статье на примере игры «Чёрный миф: Укун», эта игра сочетает традиционную культуру с современными технологиями, вызвав интерес за рубежом и культурную идентификацию, что способствовало усилению международного влияния выдающейся китайской традиционной культуры. Автор анализирует использование китайских элементов в игре, исследует формируемый ею имидж государства и его позитивное воздействие, раскрывая уникальную ценность и значение отечественных игр в построении национального имиджа в новую эпоху. В результате делаются три вывода: цифровые инновации как инструмент культурной коммуникации, формирование премиального бренда, активизация гражданского потенциала и подготовка кадров. Надеемся, что данная статья сможет послужить ориентиром для формирования новых подходов к построению национального имиджа в новую эпоху, а также предоставить рекомендации по обеспечению устойчивых движущих сил развития.

**Ключевые слова:** игровая индустрия, имидж государства, культурная коммуникация, китайская культура, культурный экспорт, Чёрный миф: Укун

**Для цитирования:** Сунь Сывэнь Развитие игровой индустрии и формирование имиджа государства – на примере игры "Чёрный миф: Укун" // *Modern Humanities Success*. 2025. № 8. С. 52 – 56.

Поступила в редакцию: 5 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 3 июня 2025 г.; Принята к публикации: 18 июля 2025 г.

\*\*\*

## The development of gaming industry and the formation of national image – a case study of Black Myth: Wukong

<sup>1</sup>Sun Siwen,

<sup>1</sup>Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

**Abstract:** in the context of globalization, cultural communication plays a pivotal role in shaping national image. The rapid development of China's gaming industry increasingly demonstrates its significance in the sphere of cultural exchange and national image formation. This article examines the game Black Myth: Wukong as a case study – a game that blends traditional culture with modern technology, generating international interest and cultural identification, thereby enhancing the global influence of China's outstanding traditional culture. The author analyzes the use of Chinese elements in the game, explores the national image it projects and its positive impact, while revealing the unique value and significance of domestic games in constructing a national image in the new era. Three key conclusions are drawn: digital innovation as a tool for cultural communication, the creation of a premium brand, and the mobilization of civil potential and talent development. It is hoped that this article can serve as a reference for developing new approaches to national image-building in the new era, while providing recommendations for ensuring sustainable drivers of development.

**Keywords:** gaming industry, national image, cultural communication, Chinese culture, cultural export, Black Myth: Wukong

**For citation:** Sun Siwen The development of gaming industry and the formation of national image – a case study of Black Myth: Wukong. Modern Humanities Success. 2025. 8. P. 52 – 56.

The article was submitted: April 5, 2025; Approved after reviewing: June 3, 2025; Accepted for publication: July 18, 2025.

## **Введение**

В условиях глобализации формирование и продвижение государственного имиджа приобретает критическую важность. Он представляет собой не только внешнюю презентацию государства на международной арене, но и концентрированное воплощение совокупной мощи, культурного наследия и ценностных ориентиров.[1] Видеоигры, являющаяся динамично развивающейся культурной силой, признается наиболее быстрорастущим сектором с исключительными рыночными перспективами. Данная сфера постепенно трансформируется в значимый канал культурного экспорта и ключевой элемент формирования имиджа государства. Игра постепенно выходит за рамки узкого определения как «просто развлекательной деятельности», её культурная ценность получает всё более глубокое раскрытие и интерпретацию [2].

В отличие от западных игровых продуктов, ориентированных на приключенческие, научно-фантастические и хоррор-сюжеты, китайские игры преимущественно черпают творческие ресурсы из глубины исторического наследия и богатства традиционной культуры. Разрабатывавшийся в течение семи лет «Чёрный миф: Укун», выпущенный в августе 2024 года, немедленно занял лидирующую позицию в глобальном рейтинге продаж платформы Steam. Данный игровой продукт искусно интегрирует классические литературные произведения, элементы нематериального культурного наследия и известные исторические достопримечательности, сохраняя при этом игровую привлекательность и одновременно актуализируя традиционная культура.

В данной статье посредством анализа экспорта традиционной китайской культуры в проекте «Чёрный миф: Укун» исследуется достигнутый прорыв в формировании имиджа государства и его глобальное воздействие. Результаты исследования формируют методологическую основу для разработки эффективных стратегий формирования и трансляции имиджа государства.

## **Материалы и методы исследований**

В исследовании применялся системный подход для анализа влияния игры «Чёрный миф: Укун» на формирование имиджа Китая через призму культурной коммуникации и технологических инноваций. Использовались методы анализа и синтеза,

сравнительно-сопоставительный и контент-анализ отзывов игроков и медиаматериалов. Материалами послужили сама игра, научные публикации по теме и статистические данные о её коммерческом успехе и культурном воздействии. Результаты позволили выявить ключевые механизмы влияния игровой индустрии на национальный имидж.

## **Результаты и обсуждения**

### *Элементы традиционной китайской культуры в «Чёрном мифе: Укун»*

**Мифы и легенды.** Игра основана на одном из четырёх классических романов Китая «Путешествие на Запад», соединяя игрой с китайской мифологией. Во-первых, Укун является представительным персонажем китайской мифологии, его «72 превращения» и «облачный прыжок» представляют уникальные фантастические элементы китайских мифов. Во-вторых, игра воспроизводит множество сюжетов и персонажей из «Путешествия на Запад», таких как бунт в Небесном дворце, кража рясы чёрным медведм-оборотнем, битва у Огненной горы, что не только предоставляет богатый материал для построения игрой, но и позволяет игрокам ощутить уникальное очарование китайской классической мифологии.

**Традиционные инструменты и народная музыка.** 40 музыкальных композиций игры включают элементы китайского стиля, в них используются традиционные китайские инструменты: гучжэн, пипа, эрху, бамбуковая флейта, суона, а также интегрированы элементы пекинской оперы и региональных народных театров, таких как шаньбэйские сказы.

**Дизайн игровых сцен с китайскими элементами.** Использование передовых технологий сканирования и цифрового моделирования позволило точно воссоздать многочисленные исторические достопримечательности, включая храм Юйхуанмяо в Шаньси и каменные рельефы Дацзу в Чунцине. В сценах присутствует многочисленные элементы традиционного китайского искусства и обычаев: традиционные постройки как пещерные храмы Юньган, деревянная пагода Инсянь; традиционные виды искусства – цветная скульптура, фрески, маски, одежда, доспехи; а также традиционные обычаи: жертвоприношения, алхимия, земледелие, храмовые ярмарки.

### **Формирование имиджа государства в игре «Чёрный миф: Укун»**

**Имидж культурной державы с богатым историческим наследием.** Популярность игры вызвала всплеск интереса иностранных игроков к оригинальному произведению, появилось множество научно-популярных видео и статей о «Путешествии на Запад», что способствует более глубокому пониманию культурного подтекста и философских идей. Древнекитайские мифы демонстрируют концепции мужества, честности, стойкости и сотрудничества, соответствующие ценностям современного общества.

**Имидж прекрасной державы с величественными пейзажами.** Впечатляющий дизайн игровых сцен производит сильное визуальное воздействие, а воссозданные достопримечательности стали популярными туристическими объектами, турпоток в провинции Шаньси вырос на 156%, а количество посетителей в районе Сюситянь увеличилось более чем на 300% [3], что демонстрирует положительное влияние игры.

**Имидж инновационной державы с развитыми технологиями.** Как первая китайская игра уровня AAA с инновационным геймплеем и оригинальным сюжетом, проект достиг мировых продаж в 28 миллионов копий[4], подтверждая высокий уровень игровой индустрии и технологические возможности Китая.

#### **Позитивное влияние «Чёрного мифа: Укун»**

**Образец интеграции традиционной культуры и современных технологий.** Интеграции традиционной культуры и современных технологий является одним из ключевых способов современного выражения национального имиджа. Ключевой аспект культурного экспорта заключается в передаче глубины культурного наследия. [5] Эта игра представляет глобальной аудитории культурное богатство «Путешествия на Запад» через современные игровые механизмы. одновременно благодаря выдающемуся графическому дизайну, анимационным технологиям и интерактивному опыту, «Чёрный миф: Укун» значительно усиливает выразительность повествования. Использование передового 3D-движка и технологии захвата движения создаёт потрясающие визуальные эффекты, оживляя мифологический мир игры. Глубокое осмысление и новаторская интерпретация традиционной китайской культуры в игре демонстрируют усилия и достижения Китая в сфере культурных инноваций. Она не только находит отклик у отечественных игроков, но и пробуждает интерес зарубежной аудитории к традиционной китайской культуре. Например, в процессе игры иностранные игроки глубже знакомятся с китай-

ской историей, культурой и системой ценностей через игровые локации, персонажей и сюжет. Они активно делятся своими впечатлениями и новыми знаниями о китайской культуре в социальных сетях, такой культурный обмен помогает преодолевать барьеры и укреплять взаимопонимание между людьми из разных стран.[6] Такой симбиоз технологий и культуры усиливает глобальное влияние китайских культурах, открывает новые пути для международного коммуникации культуры.

**Укрепление культурной уверенности китайского народа.** «Чёрный миф: Укун» демонстрирует духовную сущность и культурные ценности китайской цивилизации. Наглядный пример - переводческие решения в игре: вместо адаптации к западным концепциям был выбран более точный вариант - "Укун" вместо "Царя обезьян" ("Monkey King"), "Яогуай" вместо "Монстров" ("Monster"). Эти изменения в переводе отражают не только фундаментальные различия между китайской и западной культурами, но и подчеркивают независимость и уверенность в китайским культурном самовыражении.

**Укрепление международного признания китайской культуры.** Вопрос имиджа государства по своей сути является вопросом потребности в идентификации. [7] В условиях доминирования западного дискурса «Чёрный миф: Укун» добился прорыва, установил рекорд продаж среди одиночных игр на Steam с 96% положительных оценок [4]. Высокое качество производства получило международное признание, одновременно усиливая глобальное понимание и позитивное восприятие китайской культуры, побуждая мировую аудиторию к самостоятельному изучению подлинного, многогранного Китая.

### **Выводы**

#### *Откровение от успеха игры «Чёрный миф: Укун»*

**Цифровые инновации как инструмент культурной коммуникации.** Игра обеспечивает международной аудитории непосредственный доступ к китайской культуре, преодолевая пространственно-временные ограничения. Интерактивная природа видеоигр трансформирует пользователей в активных субъектов, деконструируя традиционные однонаправленные модели коммуникации и обогащая восприятие.

**Формирование премиального бренда.** Как подчеркивал продюсер Фэн Цзи: «Трансляция китайских нарративов зарубежной аудитории аналогична преподнесению дара – насильственное навязывание контрпродуктивно. Эстетичная „оболочка“ в виде визуального ряда и спецэффектов формирует первоначальный интерес, тогда как вскрытие упаковки позволяет оценить подлинную цен-

ность – культурное ядро» [8]. Формирование имиджа государства требует приоритизации качества контентного наполнения [9].

**Активизация гражданского потенциала и подготовка кадров.** «Чёрный миф: Укун» продемонстрировал значительные возможности гражданских командов в сфере культурных инноваций. В этой связи критически важными становятся стимулирование творческой активности гражданских командов и развитие кадрового потенциала. Необходимо увеличить объемы финансирования для поддержки команд, создающих продукты с национальным колоритом; сформировать комплексную систему подготовки специалистов и мо-

тивационные механизмы, обеспечивающие устойчивую кадровую базу.

Игры как современный инструмент усиления коммуникационного потенциала государства, построения международной системы коммуникации и презентации многогранного имиджа государства [10]. «Чёрный миф: Укун» позволяет мировому сообществу увидеть более подлинный Китай. Синтез традиционной культуры и технологических инноваций создаёт новый формат повышения эффективности культурного распространения, открывая новую главу в формировании имиджа государства.

### Список источников

1. 李彦.新时代国家形象的塑造与传播[J].人民论坛,2019(17):124-125. (Ли Янь. Формирование и продвижение национального имиджа в новую эпоху // Народный форум. 2019. № 17. С. 124 – 125.)
2. 杨奇光,张宇.国产游戏出海的可能性空间与 策略启示—以《黑神话：悟空》的火热出圈为例[J].对外传播,2024(10):45-49. (Ян Цигуан, Чжан Юй. Пространство возможностей и стратегические выводы по выходу китайских игр на международный рынок: на примере вирусного успеха «Чёрный миф: Укун» // Внешние коммуникации. 2024. № 10. С. 45 – 49.)
3. 曹英,尹琳岑.山西文旅让“悟空效应”变成长效流量.中国经济时报, 2024.08.30 (Цао Ин, Инь Линьцэн. Туристическая отрасль Шаньси превращает "эффект Укуна" в устойчивый поток посетителей // Экономическая газета Китая. 2024.08.30). URL: [https://www.fjlib.net/zt/fjstsgjcxx/gddt/202408/t20240830\\_476676.htm](https://www.fjlib.net/zt/fjstsgjcxx/gddt/202408/t20240830_476676.htm)
4. 卢扬,刘曼华.《黑神话：悟空》销售额破 90 亿 国风游戏 2025 年迎投资好时机.北京商报,2025.01.16. (Лу Ян, Лю Маньхуа. «Чёрный миф: Укун» достиг объёма продаж в 9 миллиардов юаней: 2025 год станет удачным временем для инвестиций в игры китайского стиля // Пекинская коммерческая газета. 2025.01.16) URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1821405092420258900>
5. 吕岩.中华优秀传统文化国际传播精准化：要素、困境与实现路径.江淮论坛, 2025 (1) : 13-19 (Люй Янь. Прецизионная международная трансляция превосходной традиционной китайской культуры: элементы, проблемы и пути реализации // Цзянхуайский форум. 2025. № 1. С. 13 – 19.)
6. 张秀丽, 窦博乐, 操诗悦.以连接促可知: 新时代国际传播的媒介化可见考察.新媒体 与社会, 2024 (2) : 359-367 (Чжан Сюли, Доу Болэ, Цао Шилюэ. Продвижение узнаваемости через связность: изучение медиатизированной видимости международных коммуникаций в новую эпоху // Новые медиа и общество. 2024. № 2. С. 359 – 367.)
7. 王清.中国网络游戏对外传播与国家形象的海外建构[D].浙江工商大学,2023 (Ван Цин. Международное распространение китайских онлайн-игр и зарубежное формирование национального имиджа // Чжэцзянский университет коммерции.) DOI: 10.27462/d.cnki.ghzhc.2023.001567
8. 韩维正. 冲! 跟着游戏体验中国（“融”观中国）. 2025.01.27. (Хань Вэйчжэн. Вперёд! Исследуем Китай через видеоигры ("Интеграционный" взгляд на Китай) // Жэнъминь жибао). URL: [https://paper.people.com.cn/rmrhbhw/paper/202501/27/content\\_30054209.html](https://paper.people.com.cn/rmrhbhw/paper/202501/27/content_30054209.html)
9. 张秀丽, 聂玉治.以数字游戏为媒: 中华优秀传统文化国际传播效能提升的实践进路.中国编辑, 2025 (3) : 70-76. (Чжан Сюли, Нé Юйчи. Использование цифровых игр в качестве медиа: практические подходы к повышению эффективности международной трансляции превосходной традиционной китайской культуры // Китайский редактор. 2025. № 3. С. 70 – 76.)
10. 张毓强,潘璟玲.国家形象的建构与传播[J].新闻战线, 2021. (19) : 42-45. (Чжан Юйцян, Пань Цзинлин. Формирование и распространение национального имиджа // Фронт журналистики. 2021. № 19. С. 42 – 45.)

## References

1. 李彦.新时代国家形象的塑造与传播[J].人民论坛,2019(17):124-125. (Li Yan. Formation and promotion of a national image in a new era. People's Forum. 2019. No. 17. P. 124 – 125.)
2. 杨奇光,张宇.国产游戏出海的可能性空间与策略启示—以《黑神话：悟空》的火热出圈为例[J].对外传播,2024(10):45-49. (Yang Qiguang, Zhang Yu. Opportunity Space and Strategic Conclusions for Entering Chinese Games into the International Market: A Case Study of the Viral Success of “Black Myth: Wukong” . External Communications. 2024. No. 10. P. 45 – 49.)
3. Cao Ying, Yin Lincen. Shanxi's Tourism Industry Turns the “Wukong Effect” into a Steady Flow of Visitors. China Economic Newspaper. 2024.08.30). URL: [https://www.fjlib.net/zt/fjstsgjcxx/gddt/202408/t20240830\\_476676.htm](https://www.fjlib.net/zt/fjstsgjcxx/gddt/202408/t20240830_476676.htm)
4. 卢扬,刘曼华. 2025.01.16. (Lu Yan, Liu Manhua. "Black Myth: Wukong" Achieved 9 Billion Yuan in Sales: 2025 Will Be a Good Time to Invest in Chinese-Style Games. Beijing Commercial Newspaper. 2025.01.16) URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1821405092420258900>
5. The Chinese-style game industry has a long history of developing and producing games: Chinese-style games, Chinese-style games, and Chinese-style games. 2025 (1): 13-19 (Lu Yan. Precise International Broadcast of Excellent Traditional Chinese Culture: Elements, Problems, and Ways of Implementation. Jianghuai Forum. 2025. No. 1. P. 13 – 19.)
6. (2024) Promoting Recognition through Connectedness: Studying the Mediatized Visibility of International Communications in the New Era. New media and society. 2024. No. 2. P. 359 – 367.)
7. 王清.中国网络游戏对外传播与国家形象的海外建构[D].浙江工商大学,2023 (Wang Qing. International distribution of Chinese online games and overseas formation national image. Zhejiang University of Commerce.) DOI: 10.27462/d.cnki.ghzhc.2023.001567
8. 韩维正. Han Weizheng. Forward! Exploring China through Video Games (An "Integration" View of China). People's Daily. 2025.01.27. URL: [https://paper.people.com.cn/rmrhbhw/pic/content/202501/27/content\\_30054209.html](https://paper.people.com.cn/rmrhbhw/pic/content/202501/27/content_30054209.html)
9. 张秀丽 · 聂玉治.以数字游戏为媒：中华优秀传统文化国际传播效能提升的实践进路.中国编辑 · 2025 (3) : 70-76. (Zhang Xiuli, Nie Yuzhi. Using Digital Games as Media: Practical Approaches to Enhance the Effectiveness of International Broadcasting of Excellent Traditional Chinese Culture. Chinese Editor. 2025. No. 3. P. 70 – 76.)
10. China: Digital Games and Games in the Media and the International Broadcasting of Excellent Traditional Chinese Culture [J]. Chinese Journal of International Relations, 2021. (19): 42-45. (Zhang Yuqiang, Pan Jingling. Formation and Dissemination of National Image. Journalism Front. 2021. No. 19. P. 42 – 45.)

## Информация об авторе

Сунь Сывэнь, аспирант, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-6315-5753>, SPIN-код автора: 5287-1734, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, 1042238226@pfur.ru

© Сунь Сывэнь, 2025