

电子游戏的认识转变、泛娱乐化倾向和应对策略

文/张琛 何抑北 李佳丽

摘要：电子游戏能锻炼人的手脑协调与团队合作能力，其在艺术、教育等领域的优秀特质都有待被解读和挖掘。然而，针对电子游戏影响青少年健康成长的强烈批判一直占据着网络舆情的主流。在相关事实依据的支撑下，这种批判实则指向无孔不入的成瘾机制和泛娱乐化的危害。如何应对电子游戏带来的影响和如何抵制消费享乐主义占据上风的文化行为模式成为社会广泛关注的议题。文章尝试对现有的游戏设计与属性进行剖析，探索扭转泛娱乐化的策略，从而引导创作者和受众理性做出正确的选择。

关键词：电子游戏；受众分析；玩工；应对措施

根据《辞海》定义，游戏是指以直接获得快感为主要目的且必须有主体参与互动的活动。不少研究认为，游戏允许在模拟环境下挑战和克服障碍，可以帮助人类开发智力、锻炼思维和反应能力、训练技能、培养规则意识等。随着个人计算机和电子设备的网络化，包括游戏在内的传播新媒介愈发受到年轻群体的喜爱，起源于西方的电子游戏改变了人们的现实生活。

截至2021年第一季度，我国游戏用户已达6.66亿人，市场实际销售额为770.35亿元，同比增长5.32%^[1]。根据第三方市场研究结论，我国已成为全球第一大游戏市场。与此同时，“游戏化”（Gamification）机制也在渗透教育学习、健康医疗、企业管理等非游戏领域，全球产业规模将以24.8%的速度快速增长。

20世纪末期，单机游戏网络化在西方国家十分活跃，重塑了网络参与行为和人际传播模式。笔者认为游戏已从“人类追求精神世界需求满足的社会活动”转变为“由游戏受众产生的新媒体文化”。作为具有极强交互属性的新兴媒介，游戏带来了更加鲜明的用户群体行为特征，应加以研究和运用。

电子游戏的认知转变

“电子海洛因”

20世纪80年代初，日本任天堂公司的FC游戏主机传入内地后，游戏迅速走进了大众的视野。街机游戏厅的出现吸引了大量的青少年驻足，遭到了许多媒体的谴责。2000年5月，一篇刊登于《光明日报》的文章《电脑游戏：瞄准孩子的“电子海洛因”》敲响了远离游戏的警钟^[2]。2000年6月12日，文化部发布《关于开展电子游戏经营场所专项治理的意见》，禁止电子游戏设备的生产和销售活动。当时，电子游戏的价值和意义受到社会的质疑。

“艺术形式”

近年来，电子游戏逐渐摘下了“电子海洛因”等负面头衔，被美国国家艺术基金的项目申报指南赋予了一个全新定位：媒介中的艺术（The Arts in Media）。电子游戏可以把几代受众带入一个艺术、文化、现实和情感碰撞的世界^[3]。随着休闲手机游戏和多人在线竞技游戏的普及和发展，电子游戏的形象有所改观。这些年，各式各样的游戏公司纷纷崭露头角，随着受众规模的不断

壮大，电子游戏尤其是手机游戏迎来发展的黄金时代。2013年，手机游戏用户迎来了爆发式增长，用户规模达到3.1亿人，同比增长248.4%。腾讯出品的手机游戏《王者荣耀》在一个季度中的营业收入相当于221家上市公司的营业收入加总^[4]。以游戏为题材改编的影视作品极具品牌价值，初步形成技术驱动和内容引领的产业格局。

传播新媒介

随着电子游戏逐渐合法化，人们也开始接受游戏带来的愉悦感和自我实现的成就感，电子游戏作为传播新媒介受到关注。然而在现实社会中，电子游戏的发展一直受到争议。一方面，人们的价值观念转变需要时间和过程，在“电子海洛因”观念的持续影响下，前几辈人很难做到理性看待电子游戏。从青少年教育和社会管理的角度来看，青少年接触部分竞技类电子游戏可能会失去对暴力的敏感性，导致监护人对电子游戏报以防范的心态。另一方面，游戏制造商无底线以市场需求为导向，向电子游戏中不断增加娱乐元素以提高游戏吸引力，无疑会对青少年造成负面影响。

以《王者荣耀》为例，截至2017年5月，该游戏注册用户已达2.01亿人，日活跃用户已达5412.8万人^[5]。其中，上班族占68.7%、学生群体占24.5%、在校大学生占21.8%、中小學生占2.7%。该游戏在没有皮肤和特效设计的加持之下，大量的基础角色脸部原型和身材比例几乎完全相同^[6]。有学者认为，在丰富的视觉环境中，游戏究竟提供何种类型的审美参与是非常重要的问题^[7]。当今的游戏制作和运营应当注重对于游戏文化的塑造和传播，寻找具有正能量的文化内核，在符合大众审美潮流的基础上开拓创新，不能一味附和大众审美或不计后果地追求用户流量。

电子游戏体验及其受众分析

马斯洛的“高峰体验”

心理学家马斯洛的自我实现理论中提到“高峰体验”，他称这种体验可能是瞬间产生的、压倒一切的敬畏情绪，也可能是转瞬即逝的极度强烈的幸福感，甚至是欣喜若狂、如痴如醉、欢乐至极的感觉。在电子游戏中，当人们获得一场胜利或通过一个关卡后，此时他们的心理状态具有与“高峰体验”完全相同的表现。

美国游戏理论研究者珍·克高尼在TED演讲《游戏让这个世界变好》中提到，电子游戏玩家在《魔兽世界》中获得“史诗般的胜利”时充满了乐观的情绪，并积极、愉悦地投入到游戏再生产中，由此体现出了宏大的意义感。由此能看出，游戏的收获也许因为玩家高度专注解决了一个复杂的问题，最终得到超出自身想象的满足感。当然，虚拟游戏中的“高峰体验”是否与现实生活中一致，还需要进一步探讨。

电子游戏中的沉浸式体验

心理学家米哈里的心流理论指出，一个人处在高挑战、高技巧的状态下，且自觉十分专心、深富创造力、相当满意之时，会忘记时间，甚至没有了情

感。诸多媒体的报道已经让人们将游戏的沉浸感与游戏的成瘾性相关联，人们普遍认为沉浸感是导致游戏成瘾的主要原因，但电子游戏的沉浸感本应体现出更多的审美体验与教育意义。

电子游戏泛娱乐化倾向

手机游戏中的消费与强迫

手机游戏中，最为典型的是以集换式卡牌游戏和模拟养成游戏为基础的卡牌收集养成类游戏。这类游戏衍生出了大量的网络名词，最典型的还数被大众广泛讨论的“氪”与“肝”。“氪”是“氪金”的简称，由日语“かきん”演变而来，该词语起初意为支付费用，在日语中多指购买电信业的增值服务，而在后来特指网络游戏中的充值行为。“肝”则特指不分日夜地做一件事，逐渐成为网络用语的动词。

从这两个网络词汇的诞生可以发现手机卡牌游戏的规则与策略，即以充钱消费为主的“氪金”快感转移，也就是将玩家本身对游戏的难度体验追求转移为用户对消费的快感追求。这种手机游戏的收集要素和传统意义上的收集是截然不同的概念，是一种通过并不困难但数量庞大的可获取内容和关卡游戏来逼迫玩家重复体验的、单一的游戏机制。

玩家游戏快感的转移

玩家的游戏体验被“必须不浪费时间”“必须赶紧做完任务”所代替，然后付出的劳动投入到重复性极高的任务中，这不禁让人想到尤里安·库克里奇提出的“玩工”概念^[8]，非充值玩家几乎等同于所谓的“玩工”。带有目的性的“氪”与“肝”，使得手机游戏的快乐不存在任何内涵，只是一个享乐的被迫选择。人们从事娱乐活动的原因已经不是“我想玩游戏”，而是“今天的任务还没做”。当这样的状态成为主流，部分公众不会将其视为产品的设计问题，而会把责任归咎于电子游戏本身。

结语

电子游戏作为文化传播的载体，其独特的交互感和吸引力让其拥有了巨大的用户规模。电子游戏对于青少年三观的形成、知识的获取和兴趣的培养都产生了深刻的影响，游戏品质的优劣直接影响受众的文化素养与价值追求。但不可否认，电子游戏在文化建设等方面具备一定意义，在教育领域也发挥了特殊的作用。从此角度出发，游戏制作人和运营商应当注重于对游戏文化的塑造和传播，尽可能地依据其游戏类型和游戏属性来进行定位，让电子游戏走上高品质化、精品化、艺术化的发展道路。

参考文献：

- [1]中国音数协游戏工委.2021年第一季度中国游戏产业报告[R/OL]. <http://www.cgigc.com.cn/info/22239.html>,2021-04-20.
- [2]夏斐.电脑游戏:瞄准孩子的“电子海洛因”[N].光明日报,2000-05-09.
- [3]Melissinos C,O'Rourke P,Mika M, et al.The Art of Video Games: From Pac-Man to Mass Effect[M]. New York: Welcome Books.2012.
- [4]人民网.《王者荣耀》有多赚钱?一组数据告诉你[EB/OL]. <http://game.people.com.cn/n1/2017/0622/c40130-29356324.html>,2017-06-22.
- [5]极光大数据.王者荣耀研究报告[R/OL].<https://www.jiguang.cn/reports/72>,2017-05.
- [6]吴斯.性别僭越与年龄迟滞——《王者荣耀》中的身体拟像研究[J].中国青年研究,2019(1):57-63.
- [7]Atkinson P, Parsayi F.Video Games and Aesthetic Contemplation[J]. Games and Culture,2021(5):519-537.
- [8]尤里安·库克里奇,姚建华,倪安妮.不稳定的玩工:游戏模组爱好者和数字游戏产业[J].开放时代,2018(6):196-206.

注：本文系国家留学基金管理委员会资助项目，项目编号：201600160048

作者单位：张琛、李佳丽，北京工商大学传媒与设计学院；何抑北，北京工商大学计算机学院、英国赫瑞瓦特大学数学与计算机科学学院

（责任编辑：譙娇）