

## 数字游戏的社会文化现象探析

○ 冯 馥<sup>1,2</sup>

- (1. 上海交通大学 媒体与设计学院, 上海 200240;  
2. 上海师范大学 美术学院, 上海 200234)

**[摘要]**目前数字游戏是许多民众的休闲娱乐选项之一,玩家通过数字游戏的在线社群功能来进行互动交谈,其影响程度日渐增加,已经逐步成为新社会文化的趋势。本文主要利用心理学、人类学和社会学等理论,描述、分析并解释数字游戏所产生的社会文化特质,同时从文化批判的视角审视此种文化现象所潜伏的危险性,引起人们对数字游戏文化的反思,并提出净化数字游戏文化环境的解决策略。

**[关键词]**数字游戏;社会文化;净化文化环境

数字游戏的产能与影响力正逐渐超越电影等其他文化产业,目前更是最受欢迎的大众娱乐媒体之一,通过广告、营销策略以及与VR等新技术结合,游戏画面艺术化、互动机制人性化、感官体验逼真化与游戏种类多样化,吸引了不同年龄层的消费者参与此产业的成长,甚至在国际经济危机造成全球经济衰退的时候,游戏的成长率还持续创新高,可见数字游戏正逐渐形成了全球“文化”,且无限地扩大中。利用心理学、人类学和社会学等理论可以描述、分析并解释数字游戏所产生的社会文化特质,同时从文化批判的视角也可以审视此种文化现象所潜伏的危险性,引起人们对数字游戏文化的反思。

### 一、数字游戏的社会文化特质

游戏是人类历史中重要的社会文化现象。事实上,在文化存在之前,传统游戏早已广泛地出现,它伴随着人类文化的发生,从初始到现阶段的文明发展,都

---

作者简介:冯馥,上海交通大学媒体与设计学院2014级博士生,上海师范大学美术学院讲师,研究方向:艺术与媒介创新。

能见到游戏的内涵渗透于其中。游戏不仅仅是文化的起源或温床,其本身就是文化的一部分。“游戏是人类心灵生活的戏剧模式……它是亲密而安全的,使我们能够分享自己内心最深层的幻想。”<sup>[1]</sup>马歇尔·麦克卢汉的研究就曾有效地证明游戏已经构成了人类文化的基本要素,并且发挥着不可忽视的作用。随着技术革命的不断推进,经过长久时间的累积与消费习惯形成后,数字游戏已经自然转变成影响全球的娱乐媒体产业,进而在当今社会文化中扮演着重要的一角,数字游戏的文化特质主要体现在具有感官体验性强、互动性高和文化扩张性大这三个主要方面。

西方重要的美学家席勒提出“游戏冲动”理论,强调艺术就是人们于身心愉悦时,自由自在所表现出来的游戏行为,游戏想象力可使人们的各种活动行为提升至审美的层次。席勒更在《美育书简》中强调,人们只有在一种精神游戏中才能彻底摆脱实用和功利的束缚,从而获得真正的自由。所有动物都有生命保存和种族保存的本能,人类除了这两大本能外,会将多余的精力转到无所为而为的活动上,自由自在的快乐活动,这也就是游戏。<sup>[2]</sup>人是高等动物,它不需要以全部精力去从事维持和延续生命的物质活动,因此有过剩的精力,这些过剩精力体现在自由的模仿活动中,就有了游戏活动,游戏活动满足了人类基本的审美心理需求,数字游戏更是通过各种技术手段满足游戏玩家的视觉心理期望,并引发参与者的情绪满足程度高低来决定游戏的存在价值,这种由游戏参与者直接感官体验决定的特质更增强了游戏特有的文化精神。

在最受欢迎的网游调查中发现,2015年排名最靠前的仍然是WOW、LOL和DOTA这类以英雄为主导,神话为背景的多人在线战术竞技游戏。这些游戏的成功归因于满足玩家的“英雄体验”,每个英雄都有自己史诗般的背景故事,在玩的过程中不仅仅只有游戏,身临其境地遨游史诗般的世界版图后,每个人都想成为英雄本人。勒庞的《乌合之众》中提及群体意见的直接因素中就包括:幻觉,在所有的文明起源中都能发现群体更喜欢幻觉而不是真理。<sup>[3]</sup>数字游戏通过高科技和动漫角色营造幻觉,在这个虚拟世界里,人们仍然是在追求一种成就感,这种成就感来自与自我价值的实现,无论是靠孤身一人或者与队友协同作战击败一波又一波的敌人。虽然游戏的世界里有所谓的失败,但正因为它是游戏,可以重新开始再玩一遍,因此比起面对现实的无奈,它始终给人希望,这也符合积极心理学说的安慰剂理论,非真实的“真实”体验,就是数字游戏带给我们的安慰剂效应:我们的真实生活没有发生什么,但是,我们却是真切地体验了发生的一切,并因此获得满足。我们的疲劳、紧张、压抑消失了,并且我们得到了感动、启迪和激励。

如果消费市场中有单款游戏能够流行数年,甚至数十年之久,又跨越了时间与国度的限制,如暗黑破坏神、魔兽世界、天堂等,足以证明该游戏必然具有某种吸引大众的内涵,而这种内涵的主要表现模式则是数字游戏的互动性。根据皮亚杰的理论认为,游戏是具体经验及抽象思考间的桥梁,游戏者凭着自己的经验

去想象各种事物,就是创造能力的开始。随着 VR 技术的崛起,数字游戏已经改变了身份,不同于其他大众文化,在数字游戏所创造的文化环境中,观众不仅仅停留于“观看”行为,更多地是“参与者”和“创造者”,这是由数字游戏文化的互动性特质所赋予的。通过无所不在的计算,数字游戏可以超越时间和空间的限制,并且创造现实世界中不可能存在的整合平台,实现实时的全球互动,这种开放式的互动可以实现尼采的“重新制造自我”,因为玩家可以根据自身的意愿对游戏施加影响进行再创造,并且体验与自身行为选择产生实时回应,进入数字虚拟世界的人,意味着进入了一个多感交互的新的经验世界。

游戏所提供的社会文化内涵模式是交互性的,通过参与者对虚拟世界的不同反应,扩大参与者对相同主题所反映出不同思想或议题的持续讨论。这样的文化扩张性在游戏内涵体验达到一定深度时,游戏的社群玩家们就会主动出现且进入这种内涵的话题交流区,当议题广泛到形成社会话题时,自然就会产生专门研究这种特定议题内涵的组织。等相关研究到达一定规模时,研究行为本身也会被纳入到研究的范围中,结果将使得经由游戏所带来的思想和思想的对象,直接超出了游戏本身的局限,产生游戏的文化扩张性,该特质源于参与游戏者感官体验和精神上的需求,并通过互动性特质而发展,这是游戏与广义大众文化一个不同的特点。正如源于日本动漫的“二次元”世界在成为游戏市场热词之后,资本大量涌入二次元市场,成功开发了诸如十万个冷笑话、奇迹暖暖、战舰少女等游戏,2016年1月23日国内首次召开了二次元春晚,二次元、宅一族和00后人群共同扩张形成了新的二次元文化群体。

社会文化的形成需要时间的积累,经过长久时间的累积与消费习惯形成后,数字游戏在为社会创造了大量物质财富的同时,也塑造了其独有的社会文化环境。感官满足的特质可以带给玩家情绪舒缓的渠道,互动性的特质开拓了思维多向度的交流,数字游戏的文化扩张性促进新思维、新表现形式以及新的社交群体的形成,这类依托于新媒体而不断强大的文化产业,将会形成社会的一股强势文化。然而,从技术批判性的视角观察数字游戏所产生的社会文化,会发现这种依托新技术而催化发展的文化也潜伏着一定的危险性,当人们沉溺于科技的优势环境中,有时不自觉地会掉入科技的陷阱之中,尤其是当缺乏控制力的青少年长期处于这种具有感官体验性强、互动性高和文化扩张性大的文化环境中会产生诸多不良影响。

## 二、数字游戏文化所产生的不良影响

数字游戏构建了人与机器的共生关系,人创造了和人一样的机器,使得机器被赋予了人的灵魂,同时人也被机器所赋形,被赋予了机器属性的人势必会陷入被控制的泥沼,人不再被传统意义上的自然世界所控制,而被自身创造的世界重新改造,从而建立马修·格雷所认为的“后人类的生活模式”。在这种后人类的生活模式中,人的价值观也被重新建构了。功能主义的社会学理论代表帕森斯

认为:价值观来自于文化系统;人们在社会系统中了解到相应的标准化要求和社会对他们的角色期待。在数字游戏中广泛流行的异域探险题材产品中,玩家通过打怪练级,这些怪物往往被设定为原始、没有思想仅供杀戮的对象,在打怪练级的过程中寻找到的自身价值,是建立在认定自身更文明更先进的基础上,然而现代人类学的理论证实:人类所有的文化都是平等神圣的,都有不可剥夺的权利。因此在被机器控制的数字游戏文化环境中,人所建立的价值观会有错误的倾向。

其次,在数字游戏的设计中广泛使用的“沉浸式设计”很容易使人们的感官体验达到契克森·米哈赖所认为的心流状态,心流理论的核心认为当人的自身技能与所面对的挑战相匹配时就能进入心流状态,这种状态可以使人感受到强烈的幸福感。数字游戏的沉浸式设计就是让人专注在由游戏设计者所营造的情境下接受挑战,这种预先设定的挑战不会太困难以至于让人太挫败,也不会太简单让人感觉乏味,处于数字游戏所营造的心流状态中的人会觉得愉悦和满足,废寝忘食地沉溺其中而忘记真实世界的情境。在这种文化环境中,人会逐渐失去自我意识并对时间产生错觉,人的感官受到刺激,各种欲望得以宣泄,肉体与精神沉浸于享乐之中,从而产生迷恋,数字游戏文化生产成为了满足这种迷恋的方法与手段,这是这个时代所面临的危机。

我们应当意识到,心流状态所产生的幸福感仅仅是一种低层次的幸福感,马丁·塞利格曼曾在《真实的幸福》中指出,人类的幸福体验应当分为三种,第一种叫明确感觉到幸福的“快乐情绪”,第二种是处于心流状态的人,由于积极投身于一件事情之中,感受不到时间的存在,因此由于“积极参与的人生”而产生幸福感,除了这两种较低层次的幸福感之外,还有第三种不同于前两者集中于“自我”体验的“有意义的人生”,而要在比自我更大的事业中,比如公益事业中帮助他人,在真实的外部世界中与真实的人的互动中找到归属感,这种幸福感是最高层次的幸福感,也是数字游戏文化环境中所无法体验到的。

另外,根据法兰克福学派的基础理论,“大众文化不是对现实的真实再现,而是对现实的逃避,而且,它剥夺了人们对现实进行反抗的欲望和能力”,<sup>[4]</sup>数字游戏的文化扩张性正逐渐侵蚀一些城市居民,尤其是三线城市居民文化生活的多样性。根据中国音数协游戏工委发布的《2015年中国游戏产业报告》显示,2015年中国数字游戏(包括网络游戏市场、移动游戏市场、单机游戏市场等)用户数量4亿人中60%的手游用户聚集在三线城市。对于三线城市居民的主要娱乐活动调查发现,由于信息不对称不明显,在一二线城市移动互联网应用普遍与生活息息相关的当下,三线城市类似于O2O类的应用比如订餐、送外卖、打车的需求基本看不到,就算在互联网如此发达的今天,除了对少数国家大事、体育有认知以外,上过门户科技类、财经类资讯网站的屈指可数,PC台式机基本等于游戏机和电视机,加上图书馆、博物馆、艺术馆、美术馆、演唱会、音乐厅和歌剧院等公共设施的匮乏,所以三线城市居民基于电视传播为基础的媒介娱乐方式还是主流,除此之外他们中间的大部分的活跃时间还是在手机上最多,互联网的基

本作用基本停留在社交、娱乐、购物这个阶段。因此以手机游戏为代表的娱乐方式受到三线城市居民的广泛的追捧,手机在中国三线城市普遍娱乐化的现象足以说明手机作为移动媒介早已脱离了它原本作为通讯工具的基本功能,如同尼尔·波兹曼认为电视将大众带入娱乐业时代一样,手机更进一步地论证了这一点,我们的文化已经开始采用一种新的方式处理事务,文化话语的性质改变了,除了娱乐业没有其他行业。<sup>[5]</sup>

尼尔·波兹曼同时还指出了由媒介自身表现出来的证据说明,儿童和成人的趣味和风格上越来越融合,儿童正在消失,成人已经变成了儿童化的成人,所以对儿童来说最熟悉的和热爱的游戏行为也已经成为成人世界的主要文化行为。英国《泰晤士报》曾用“孩童化的成人(kidult)”的概念来说明在游戏世界中,成人与孩子间的界线越来越模糊的社会现象;日本近年来弥漫着“Cute一族”的风潮。当代的文化生产充分捕捉和满足了人的这种消费需求,标榜追求“童真”“童趣”和“赤子之心”,加之借助互联网等现代传播媒介,以产业化的形式得以充分地自我生产和复制。这种成人儿童化的文化现象淡薄了人的社会责任感,使人在真实社会中无法面对困难与压力,因此选择不断沉溺于数字游戏的世界中,数字游戏给这群“啃老族”提供了一种逃避现实的环境,不利于其身心的发展,长此以往也将对整个社会的发展产生严重的后果。

桑内特在《新资本主义的文化》中指出,新资本主义经济最重要的特点是碎片化、短期化。“在不稳定的、碎片化的社会环境中,只有特定种类的人能够如鱼得水。他们以短期关系为取向,专注于潜在的能力,愿意放弃已有经验。而大多数人并不是这样子的,他们需要持续的生活叙事,他们以某项专长为荣,他们珍惜有过的经历。”<sup>[6]</sup>新机构使人们焦虑,焦虑则是因为并不确定将会发生什么事情,逐步脱离科层组织的中国社会,确实面临着各种焦虑的问题。游戏是大众的艺术,是针对任何文化的主要驱动力或行动所做的社会集体反应。数字游戏可以产生反制或调整的作用,是在回应社会群体所强调的专业化所带来的压力。因为游戏是人类意志的延伸,是人类对复杂文化状态所做出的重新评估。这个时代需要数字游戏,关键在于如何合理利用数字游戏,并避免产生这些不利的影响,从而构建健康的文化环境。

### 三、净化数字游戏文化环境

从传播方式来看,数字游戏营销主要通过口碑传播为主,因此净化数字游戏文化环境意见领袖起到关键作用。就手游流行度最高的三线城市来说,三线城市圈子普遍存在“熟人文化”现象,以口碑传播为主,最主要的特征是圈子小,年轻的外来务工者或者本地人都有自己的生活圈子,而在这其中,突出的、受欢迎的圈中人将成为圈内的“意见领袖”,他们的意见对于圈子来说起着举足轻重的作用,往往能带动整个圈内人讨论某个话题。对于游戏从业者来说,利用“意见领袖”将成为手游社交传播的关键。这部分人共同特点是在年轻人中受欢迎,

颜值高(面容英俊或靓丽),并且在社交软件、论坛中发言多。

因此,从业者可以针对其特点,在论坛多推出针对“意见领袖”的活动。作为“意见领袖”也应当注意引导缺少自制力的人,尤其是青少年,不要过度沉迷于游戏而影响生理和心理健康。注意避免成为马尔库塞《单向度的人》中所批判的人的异化:人与其创造的客体的分离。人的异化就是本来由人所生产和创造出来的应当属于人的东西不再属于人,而成为异己的,与人对立和反对人的东西。一方面,数字游戏给人们虚拟出了一个热闹繁荣的多彩世界,通过“物质”(幻觉的)的充溢把人渐渐“非人”化,使之沦为整日为物质而疲于奔命的忠实奴隶,使之渐渐失去了“自然人”的自由。<sup>[7]</sup>如果人们过于沉溺于数字游戏,而忘记了亲自锻炼去体验大汗淋漓的快乐,只会在虚拟空间上与素不相识的陌生人敞开心扉,吐露心声,而忘记怎样与身边的人交流沟通,忘记亲自踏上那些未曾去过的神秘辽阔土地的喜悦,也失去了对现实世界的信任和亲近,那将是一种“非人”的生活状态。所以在享受新媒体高科技带给人无限快乐的同时,也应当以批判的角度不断审视快乐的本质和人性的内涵,“意见领袖”在这一问题上当仁不让,应当推动舆论的健康发展,从而使数字游戏玩家以及游戏开发商整体素质普遍提高。

作为文化的生产者不应持有过度的利己主义思想,更应当在了解消费者正确需求的基础上,针对不同性质的消费者,创造出更健康适合的游戏,同时发挥数字游戏的文化特质,提供一个发挥想象力与发泄情绪的绝佳渠道,更多地开发其教育功能,研究已证实数字游戏在训练大脑与身体(眼、手、脑)的协调能力,对儿童智力与学习的发展方面有相当大的帮助,网络在线游戏需要玩家之间的互动,学者认为这也是促进青年大众提早社会化与社会参与的有利渠道。总之,数字游戏与参与者的关系如同车轮与方向盘一样,人是扮演着方向盘的角色,游戏是否能成为正面的社会文化,需要看“人”如何操控此工具。

最后,国家文化管理部也应当处理好积极引导和加强监管的关系。引导数字游戏文化向有序良性的方向发展,并配合硬性的措施,开展严打、集中整治和专项整治活动,法律法规的不断完善也可以帮助净化数字游戏文化环境,同时建立社会文化信息监管和自制机制,填补执法机构的监管漏洞。

### 注释:

- [1][加]米歇尔·麦克卢汉:《理解媒介》,何道宽译,商务印书馆,2000年,第293页。
- [2][德]席勒:《席勒美学信简》,高燕、李金伟译,金城出版社,2010年,第37页。
- [3][法]古斯塔夫·庞勒:《乌合之众》,冯克利译,中央编译出版社,2014年,第82页。
- [4][英]约翰·斯道雷:《文化理论与大众文化导论》,常江译,北京大学出版社,2010年,第75页。
- [5][美]尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,广州师范大学出版社,2009年,第253页。
- [6][美]桑内特:《新资本主义的文化》,李继宏译,上海译文出版社,2010年,第58页。
- [7][美]赫伯特·马尔库斯:《单向度的人》,刘继译,上海译文出版社,2014年,第49页。

[责任编辑:弘 亭]