

从玩家到电子游戏的产消者： 游戏模组爱好者“产-消”行为约束规则的演变

顾兴正 白 畅

摘要: 游戏模组文化经历了从对游戏规则制定霸权的反抗到积极参与游戏内容生产的变迁。围绕规则的演变,研究阐释模组爱好者在从“玩家”向“产消者”转变的过程中,其“产-消”行为所受的三重约束:“拒斥规则”“参与规则”和“雇佣规则”。研究发现:在资本主义从“生产”向“产品”的转型的背景下,游戏模组文化促使游戏公司不再以技术霸权拒斥玩家参与制定游戏规则,部分地向玩家让渡游戏内容的生产权和游戏规则的制定权,以对话、合作、鼓励创新的协商方式为模组爱好者设置约束他们参与生产的规则。模组爱好者在闲暇时间的休闲活动兼具了生产性,由其组成的网络社区也成为游戏公司选取优秀员工的“劳务市场”,模组爱好者的“产-消”行为进一步受到来自游戏公司基于市场监控的雇佣规则约束。

关键词: 游戏模组;规则;产消者;参与;劳动

中图分类号: G206 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-5443(2023)06-0091-15

基金项目: 国家社会科学基金一般项目(19BXW086)

互联网时代,电子游戏产业、电子游戏文化迅速发展,游戏成为重要的新兴媒介,在经济、文化和传播领域产生了重要影响,游戏社区、游戏粉丝、游戏的跨文化传播、数字“玩工”和游戏经济等也成为学界关注的重要议题。协调和约束玩家与电子游戏厂商之间的规则,深刻地影响着玩家之间、玩家与厂商以及社区的权力关系和文化建构,影响着游戏行业的生产与发展,定义着玩家的身份与权利。

就传统游戏而言,没有所谓的游戏生产商,玩家参与游戏的制定,很大意义上游戏是玩家长期互动和实践的结果;就现代电子游戏而言,游戏公司逐步通过技术和资本垄断了游戏的制定权,玩家一度失去了对游戏规则的制定权和影响力。但随着游戏改装技术的发展,电子游戏文化的发展以及网络游戏社区的建立和壮大,玩家和厂商之间就玩家是否应该参与游戏的制定,以及如何参与游戏的制定等问题,进行了基于“规则”的互动和博弈。玩家的身份也经由了从“玩家”到游戏“产消者”的演变;电子游戏产业的生产模式也经历了范式上的变化。由此,研究将聚焦“游戏模组爱好者”这一典型的、具有创新性的游戏玩家群体,在解析其身份的建构与变化,分析电子游戏制定规则演变的逻辑与路径,并阐释其传播学意义。

一、文献综述

(一) 游戏模组的概念、制作动机以及社区

长久以来,游戏模组(game mods)作为一种游戏现象,其概念并没有一个具体的解释,也不存在被玩家、模组制作者、游戏行业或游戏相关研究者都共同认同的分类。^[1]从字面意思来看,“模组”(mod)是“modify”或“modification”的缩写,有“修改”“改变”“改动”之意。由是,当一款游戏无论是

代码还是内容等方面发生了变化,不可避免地会产生新的结构与玩法,与原始游戏形成差异性。基于此,有学者尝试性地将游戏模组定义为通过修改程式语言所产制的新游戏内容与规则^[2],或者删除某些游戏中的代码以及功能^[3]。由此可见,只要对游戏公司所生产的原始游戏代码、内容、规则等进行修改、删除或创新等都可被纳入游戏模组的范畴。但值得我们关注的是,这种游戏的改装行为几乎完全源自用户或玩家,而不是游戏公司或行业内部的专业人士。由是,有学者在“modification”这一定义的基础上,将游戏模组限定在游戏模组爱好者针对商业游戏产品展开的改装行为。^[4]

也正是因为游戏模组的商业属性,必然地引发游戏版权之争。游戏模组最早是以游戏补丁(game patch)之名进入学术视野^[5],Huhtamo 在分析了游戏补丁的历史、特征、类型和意义以及它们与游戏产业、游戏文化和媒介理论的关系后认为,游戏补丁是一种对游戏媒体的批判性干预,展示了游戏玩家的创造力和反抗力^[6]。但这种在一定程度上由玩家主导的具有反抗性的生产方式,使得模组爱好者的游戏改装行为很快被认为是对知识产权的侵犯^[7],这种态度导致了版权所有者和游戏模组爱好者之间的紧张关系,迫使部分模组爱好者不得不停止制作模组。而版权所有这一立场不仅受到模组爱好者的质疑,也受到个别律师的反对,他们认为游戏模组的制作应该属于合理使用的范畴,游戏爱好者对游戏的道德所有权(moral ownership)超出了法律限制,因此他们有权获得适当的权利。^[8]因此,相当一部分研究关注游戏公司与模组爱好者之间的这种利益关系,特别是版权冲突。^[9-10]

然而,在20世纪90年代,游戏模组的爆火使得游戏开发商与模组爱好者之间的版权争端,开始让位于对游戏模组逐渐突显的经济价值的追求。游戏模组不仅能够促进游戏的销售,还能产生“长尾”效应,对游戏产生持续的影响^[11],比如,游戏《武装突袭2》(Armed Assault 2)因为一个模组的发布,在游戏发布三年后的七周内仍然售出了30万份^[12]。游戏行业心态的转变推动了游戏模组研究的转向,学者们开始呼吁更广泛、更开放地接受玩家在游戏开发中的共同创造角色。^[13]受 Sarah Coleman 与 Nick Dyer-Witheford 等学者的影响,模组爱好者的改装行为被视为粉丝文化与参与文化的一种表现形式,游戏模组意味着数字“DIY”实践在游戏文化中的回归。^[14]这一转向同时也引发了学界对模组爱好者制作动机与玩家社区的关注。

在制作动机方面,绝大部分研究采用定性方法,通过审查游戏、博客、论坛、模组作者和游戏玩家的反馈以扩大对游戏模组文化的理解。林应嘉在通过对游戏模组爱好者的深度访谈后概括出“获得不同种类的愉悦感”“满足个人创作欲望”“维护人际关系”“获取金钱和知识”等四类基本动机。^[15]另外,Postigo 还发现“对艺术性的追求”“增加对游戏的认同”“获得工作”是游戏模组爱好者改装游戏的三大核心动力。^[16]除此之外,“对游戏内容的需求”“黑客遗产”“检查代码”“自我表达”“爱好者间的共同合作”等也是引发模组爱好者改装游戏的重要动机。^[17]

在游戏社区方面,最常见的研究主题是模组作者和模组社区之间的关系,以及社区对模组爱好者来说意味着什么,模组爱好者之间被证明具有强烈的社区意识,考虑到模组爱好者之间强烈的社区感和他们之间社会互动与协作所产生的价值。学者们将模组社区描述为社交和互动的空间^[18]、“一种学习途径”^[19]或“第三方”^[20],身处模组社区的社区成员能够比在线下更加开放地表达自己的兴趣,他们强调互动、协作以及创造性生产的重要性。除此之外,林应嘉还将模组社区的功能概括为模组作者展示自我和获得成就感的场域,也提供集体知识的累积和交换,是模组玩家的创作能量来源。^[15]而 Marone 甚至将模组社区定义为一种“话语式工作室”,以便于成员分享并提高彼此的能力,以设计出能够改善自己和他人的游戏体验的作品。^[21]

(二)从游戏玩家到游戏产消者的转变

“产消者”(prosumer)一词通常被认为是阿尔温·托夫勒在《第三次浪潮》中提出,以此来解释参与生产活动的消费者。他认为,在农业社会以“为自用而生产”的产消(prosumption)模式占据人们日常生活的主导地位,但随着工业革命招致的市场化浪潮,社会分化导致生产与消费功能逐渐分离,促

使生产者与消费者的形成,但信息化的第三次浪潮又使人们在“为自用而生产”的同时也“为交易而生产”,自助服务的生活形态逐渐形成,兼顾消费与生产的产消者逐渐回归。^[22]特别是在 Web2.0 时代,内容生产与消费之间不断变化的关系、公共领域的私人化信息发布等都揭示了工业时代的消费者在商品生产端发挥着越来越积极的作用^[23],基于企业和消费者间互动的“价值共创”正在成为价值创造的中心^[24]。一方面,Web2.0 的核心意识形态将互联网视为参与和协作的平台^[25-26],另一方面,社会的游戏化(ludification)激发了创造性参与文化的发展,使得消费者能够参与内容的生产和再创造之中。这样一来,游戏的编码、编辑与设计不仅是一种“可见的”“物质性的”劳动,其所包含的创造性、传播、情感、合作也可被视为一种非物质劳动。^[27-28]

由是,在游戏领域,借由计算机和互联网的民用化普及,作为游戏消费者的玩家,其休闲行为中所蕴含的生产性逐渐显现。在此之前,玩游戏一直被概念化为与日常工作相对的非生产性行为。但就像 Pearce 指出的那样,互联网的延伸、网络基础设施建设等使我们意识到游戏不是企业所拥有、出版和发行的产品,而是游戏参与者在特定地点、文化和背景下创造、改变和重新配置的结果。借此,他提出“生产性游玩”(productive play)的概念,以此来批判当时游戏研究中将游戏视为与生产相对的休闲的主流观点。^[29]Wirman 基于此将游戏中的“生产力”分为使用技术手段更改游戏结构与机制的“工具性生产力”(instrumental productivity)以及修改视觉表现、角色和叙事的“表达性生产力”(expressive productivity),而游戏模组处于两者的交叉地带。^[30]在此,游戏模组作为极具代表性的研究对象,Kücklich 更是提出“玩工”(playbour)来特指那些“玩”(play)与“劳动”(labor)同时进行的模组爱好者,且他们常常进行无偿的、受剥削、不稳定的劳动。^[31]

综上所述,尽管先前的研究更多集中在对模组爱好者金钱与非金钱动机、版权、劳动剥削等方面,且在這些研究中“规则”都时常被提及,但真正从规则入手思考游戏公司与模组爱好者的关系,以及模组爱好者作为产消者,其在消费与生产游戏模组内容时所受的隐性规则约束的研究仍是游戏研究的空缺。毋庸置疑,约束模组爱好者“产-消”行为、游戏模组文化发展的规则是多重的,它们体现出数字时代具有创造力与生产力的数字大众的生存困境,也使得从游戏模组现象出发,探索构建具备公平性、合理性与协商性的规则体系的意义凸显。

二、拒斥的规则:电子游戏厂商对游戏制定权的垄断及玩家的反抗

回顾电子游戏的历史,其所依赖的计算机技术在 20 世纪中后期成为娱乐工业的重要基础。因游戏公司对游戏制作的计算机技术的长时间垄断,致使他们一直掌握着对游戏规则的制定权,利用对技术的霸权制定了拒斥的规则,即将“玩游戏”与一个设备或一套技术系统进行了绑定,游戏内容的生产以及游戏规则的制定不再是参与游戏的主体在“玩”的实践过程中基于交往理性展开的实践前提或结果,游戏公司从生产端就完全垄断了对内容与规则的制定权,利用设备与系统所展现出的技术理性把玩家隔离在制定游戏规则的主体之外。但到了 20 世纪 80 年代末 90 年代初,随着计算机技术的民用化,特别是由玩家自己可以设计关卡的编辑器的出现,用户生产或用户驱动的游戏模组文化在此时孕育而生。在此,模组爱好者则被贴上违反游戏规则的“搅局者”的标签,他们“违反了操作规则,即实际的游戏规则……偷偷摸摸地采取规则所不允许的行动”^[32]。即便修改游戏程序的行为不被允许,且被认为是一种黑客行为,但同时也标志着游戏公司在游戏规则制定上的绝对权力在一定程度上的丧失,游戏模组爱好者以这种破坏性的反抗方式,争夺游戏规则制定上的话语权。

(一)从动态协商到“前提”约束:玩家制定游戏规则的主体性丧失

首先我们应该意识到,游戏规则本身就具有一定的社会属性。尽管约翰·赫伊津哈认为,“由于游戏的实质倾向于超出人类实际生活的圈子,它也就难以在任何理性的关联中有它的基础,因为这会使这只限于人类”^[33],但若将其看作媒介,那么“玩”这一活动的构成则不能脱离各方主体参与的社会性范畴,这就意味着“玩家”的行为将受到关系和规则的限制,以确保游戏的有序进行,进而达到

“玩”的目的,生产“玩”的意义。由是,游戏的规则系统必然要基于参与者的某种共识,是对“怎样玩”的主观规定,体现着参与者对彼此在“玩游戏”过程中内在联系与行为准则的理性认识。游戏作为人类的一项基本活动,游戏参与者的“玩”的行为始终受到规则的影响与限制,无论是对于传统古典游戏还是电子游戏来说,规则都是“玩”的基础。而规则的基础是约束^[34],当约束作为游戏参与者“玩游戏”的前提时,规则决定着“玩”的方法与顺序。可规则不是一成不变的,也不是天然的,它是游戏的所有参与者在不同情景和目标下对游戏规则的协商结果。当约束作为结果时,其体现了参与者对规则制定上的协商能力与权力。进而在这种情况下,遵守规则是以共识(社会规范)来约束“玩游戏”的行动,以此获得对“玩游戏”在“方法”和“顺序”上的合理性解释。即使“玩游戏”的行动主体只是个人,其对现有规则的遵守也体现他与社会同步的意愿。这就如约翰·赫伊津哈所意识到的那样,破坏游戏规则的人损害了游戏共同体的存在,破坏了人们“在一起游戏”的聚集。^[33]

但在电子游戏的发展过程中,“玩游戏”的方式改变了,游戏规则也必然随之改变。“玩游戏”则不可避免地和一个“设备(装置)”联系起来,但这个设备背后意味着一个预设的规则系统。在这个规则系统下,游戏从多方共同参与与创作发展为“生产与消费”的结构关系,玩游戏的主体不再参与游戏规则的制定,而是作为游戏的消费者,只受到约束作为前提的限制。一方面,设备自身有它使用层面的技术规则,它的功能规定着玩家“玩游戏”的方式方法;另一方面,无论是设备还是内存于设备的“游戏”,依赖于设计师和研究人员的设计和创作,“玩游戏”成为玩家与被编码(coded)的子系统间动态且复杂的交互。游戏规则进入 Bogost 所描述的“程序修辞”图景,程序通过代码对用户行为的规则进行动态构建,“在计算中,这些规则通过编程实践在代码中被编写”^[35]。在此,游戏活动中遵守规则的性质从“基于共识的理性交往”转变为对设备及其代码集的运行机制的遵从,因为这个机制已经为“玩游戏”的方法和顺序提供了合理性解释,但“玩游戏”看似摆脱了传统游戏中“社会规范”带来的约束,却又陷入设备使用的约束之中,玩家任何违背技术规则的行为都会招致惩罚性的后果,甚至象征意义上的“死亡”(游戏结束),它决定着“玩”应该重新开始还是即刻结束。由是,玩家实际上是将其在游戏规则制定上的理性认识让渡于设备所呈现的技术理性。设备以其技术规则影响人们“玩游戏”的行为逻辑,技术人员已然在设备中预设了玩家“玩游戏”的价值。

对此,尽管部分学者持有积极态度,甚至兴奋地表示电子游戏(特别是电脑游戏)是一种鼓励并允许所有希望参与者去参与的人民技术^[36],但这一语境下的“参与”忽视且遮蔽了坐拥“人民技术”的游戏公司对游戏规则的霸权,玩家行为公共性的缺失使游戏沦为“消遣”。好比安德鲁·芬伯格所意识到的那样,拥有设备的这些技术霸权者对权力和利益的追逐已成为一种惯例。^[37]即便游戏公司十分在意玩家对游戏的意见,但在由游戏公司承担大部分的开发和设计的传统模式中,游戏公司与玩家在游戏更新迭代之中实际上是一种话语权的争夺,而因成本和时间上的投入,游戏公司更愿意让玩家去适应设计的方案,以获取游戏的稳定性和维持对技术的操纵,最终实现其营利目的。比如,游戏《星球大战:前线2》(Star Wars:Battle Front II)曾因推出“战利品箱系统”受到玩家和评论家的强烈反对与抵制,该系统使用了一种可以用真钱或游戏货币购买随机奖励的机制,被许多玩家认为给了那些花更多钱的人更多的优势,是不公平的、剥削性的。^[38]该设计甚至引起了全球各地的媒体、政客和监管机构的关注,他们质疑战利品箱作为一种赌博形式的合法性和道德性,而游戏开发商 Electronic Arts 则为他们的设计辩护称他们想要给玩家提供一种成就感和进步感。^[39]由此可见,当大量的用户协议、游戏攻略出现在“玩游戏”的过程中,游戏规则真正地走进文本,这些文本开始规定并指导玩家“玩游戏”的方法和顺序。但模组爱好者并非循规蹈矩的普通玩家,他们为了多元化的游戏体验刻意规避那些规则文本,同样用技术手段来创造“玩”的新方法和新顺序。像芬伯格所说:“个人开始意识到由于他们与技术的牵连而被忽略、压制或受到威胁的他们的生存的一些方面。当他们能够清楚地表达他们的利益的时候,就有机会根据人类需要和能力的更广泛的范围来重新构造技术体系。”^[37]模组爱好者以“玩游戏”之名重塑游戏规则。

(二) 模组爱好者基于反抗的自我表达

随着计算机技术的大众化,玩家意识到他们同样拥有这项制作技术并可使用这项技术积极地重返游戏规则与内容制作的主体之列,在文化层面体现参与者彼此在行动准则制定上的理性认识,在技术层面重拾“玩游戏”过程中的操作自主性,以及在政治层面上作为一种反意识形态对绝对权力的颠覆。在此,玩家的反抗意味着他们对游戏公司所设置的拒斥规则的拒斥,即,对游戏公司所设定的游戏规则作为“玩”的前提约束的否定,企图在一定程度上重新将游戏规则视为参与者对“玩”的方法与顺序进行协商的结果。

由是,游戏规则成为模组爱好者“玩游戏”的对象。首先,模组爱好者作为游戏规则的“搅局者”,通常被认为是一个“不良玩家”(bad player),他们不会像“优质玩家”(good player)那样“遵守游戏规则,按照常规设计和设计师的期望来玩游戏”^[40],而是在刻意规避、转换和违反这些游戏规则。“优质玩家”“玩游戏”是在一定程度的限制内进行具有相对确定性的行动,这对游戏设计者来说是十分重要的,因为这不会破坏游戏的平衡和他们的意愿。而“不良玩家”“玩游戏”却是游戏的作弊行为,是“自由软件运动”(Free Software Movement)所遗留下的“黑客遗产”(hacker legacy)。比如,在《光环》(Halo)中,有玩家发明了一种名为“野猪跳”(Warthog Jumping)的技巧,可以将玩家的化身推到高空,从而跨越障碍,见证本不该让玩家看到的游戏景观或者只是为了好玩。这些“不良玩家”以游戏的不确定性结构(玩法、走向等)挑战程序所设定的方法和顺序,以此宣誓“玩家文化”(player cultures)在制定游戏规则上的重要性。当他们从个体汇集成群体时,这些“不良玩家”在与“规则”对抗的过程中构建并体验着他们的身份与角色。他们的作品被更多的人所接受,并在社区中以异质的身份(黑客、搅局者)获得尊重,“为他人对抗”的奉献精神在玩家群体中被歌颂。

其次,游戏模组意味着玩家的技术性表达。他们和游戏设计师又都具有同样的身份——技术人员。但他们与设计师的不同之处在于,设计师在设计和开发游戏补丁和可供下载的游戏内容^[41],而模组的制作是一种挑战、重新定义,甚至是颠覆游戏开发者所设定的规则,在这个过程中展现自己的技术并以此获得乐趣^[2]。虽然部分实证研究表明,模组爱好者进行模组制作的动机在于基于“专有经验”的自我满足,在专属或自制的规则内获得乐趣,但这也从侧面可以看出,这些模组爱好者的乐趣实际上源自有意识的反规则行为,以“玩”的创新实践挑战“游戏”的结构化规则,是对“工业游戏文化(industrial game culture)日益增长的同质性和程式化”^[6]的反抗。这是与游戏公司同样掌握技术的专属权力——游戏公司可以在众多理性化选择中,不用过多考虑玩家的意向而进行策略性的选择,而模组爱好者同样不用过多考虑游戏公司的利益而进行个性化的意向选择,来体现在“玩游戏”过程中的“操作自主性”(operational autonomy)。

进而,在这个自制的环境中,不仅游戏公司开发的游戏得到了扩展,游戏模组爱好者的表达也具备了政治性。正如前文中所述,“玩家”对游戏公司在游戏规则制定上的霸权反抗本身就可以被理解作为一种对自我意识形态的倾向性表达,或者作为一种反意识形态,对占主导地位的意识形态的反对。并且,这些模组爱好者在自己的作品里加入个人偏好,甚至是政治理念^[42],通过对游戏的改装来传播其政治倾向,甚至是教育其他玩家。与此同时,模组爱好者作为拥有游戏改装技术的“黑客”,他们通过对游戏代码的修改来完成对游戏设定的难度、场景、角色等方面的限制。这在大部分时候被认为是一种作弊,或者是对既定规则的无视,对制定规则者的反叛^[32],以此回归“玩”的自由。正如Flusser认为,游戏的规则和元素制约了玩家的自由,而“作弊”作为一种“游戏能力”使玩家从欺骗中分离出来,使游戏的规则与结构变得开放。^[43]

三、参与的规则:基于协商的玩家参与模式与约束

这种具有对抗性质的游戏模组在Huhtamo那里被视为“战术媒介”(tactical media):游戏受众通过与工业媒体文化(industrial media culture)所生产的活动与产品进行创造性/破坏性对话,从而找到

一种“与媒体对话”的路径。它们试图寻找渗透媒介文化主导形式的方法,并通过对主流媒体的工具和产品进行挪用,修改其输出内容,努力将自身所创造出的内容变体重新投入到主流媒体之中。^[6]在此,模组爱好者的反抗行为试图在“对话”过程中夺回“玩家”在“玩游戏”上的自主话语权。但如果将这种争夺视作一种对游戏产品生产的参与,那么一方面,对于模组爱好者来说,这种行为可以是积极的,因为模组爱好者能够因此获取一些游戏资本,从而获得更好的“游戏”体验;另一方面,模组爱好者这种反抗性质的参与行为对游戏开发商来说也并不是完全有害的,游戏模组因其对游戏的多元表达而增加了游戏的魅力,提高了玩家与游戏的黏合度,不仅为模组爱好者自身,甚至为游戏与游戏公司都带来了较为稳定的粉丝群体。由是,原本玩家对游戏规则制定权的争夺对于游戏公司来说反而在一定程度上带来种种利好。面对玩家的反抗以及多重积极效应的驱动,游戏公司开始以协商的态度来设置玩家在游戏内容生产上的参与规则。

对游戏模组进行考古不难发现,在20世纪90年代末,《毁灭战士》(*Doom*)、《雷神之锤》(*Quake*)、《半条命》(*Half-Life*)等模组(或基于模组而开发的游戏)的火爆使游戏公司意识到粉丝群体带来的巨额商业价值。由是,在21世纪初期,随着互联网通信、模块化、客户产值等因素产生的巨大作用和影响,各大公司(不仅仅游戏公司)开始尝试将客户参与作为信息来源(customer involvement as an information source)、客户参与作为共同开发者(customer involvement as co-developers)和客户参与作为创新者(customers involvement as innovators)的运营模式^[44-45],粉丝的集体智慧作为新产品开发所需的知识开始参与游戏生产,对话、合作与驱动创新则成为游戏公司为玩家在参与上所设置的规则的关键词。

(一)对话:作为信息来源的参与式玩家

由粉丝主导的“参与文化”被Jenkins视为“媒介粉丝的集体智慧”(the collective intelligence of media fans)。^[46]粉丝的集体智慧为他们在“玩游戏”过程中争夺到更多的话语权与自主权,他们可以利用草根力量来拯救其爱玩的游戏,同时也可以集体抗议那些不受欢迎的规则限制。并且,随着模组爱好者群体的不断扩大,他们自发地组建社区、交流游戏心得,并以游戏模组为交往货币与媒介,形成持久且紧密的联系与游戏产业难以忽视的庞大规模。这也使得游戏模组不可避免地成为数字游戏的重要组成部分。同时,由于可以增加游戏的吸引力和口碑,从而提高游戏的销售额,部分游戏模组因此受到原游戏的开发商或发行商的支持或授权。例如,《上古卷轴5:天际》(*The Elder Scrolls V: Skyrim*)就有一个官方的创意工坊(Creation Club),让玩家可以购买由专业制作人员和社区成员制作的高质量模组。在过去,制作游戏补丁、模组是“个人在未经公司同意的情况下,擅自黑入现有游戏的代码并进行修改”^[47]的黑客行为,但随着这类做法在如《毁灭战士》等商业游戏中得到正式认可,游戏模组发展历史中具有冲突性的方面也被选择性遗忘,取而代之的是游戏行业和模组爱好者之间的相互赞美,这一历史性的转折甚至被讴歌成游戏公司与玩家相互尊重的结果^[47]。

游戏公司将粉丝的集体智慧看作信息的来源,既为游戏内容的生产以及游戏后续的更新提供更广泛的信息,同时也为平息那些隐性的反抗苗头提供了可行路径。一方面,在对话中,粉丝将他们的集体智慧作为一种“免费商品和服务”奉献给游戏产业,企业只需收集并“倾听”他们无私的意见,以超越金钱交易的“礼物经济”(gift economy)实现粉丝对“参与”的想象;另一方面,社区是模组爱好者“获得感”的主要来源,模组社区内的共享精神是显而易见的,基于对游戏与社区的热爱而劳动也是许多模组爱好者共通的情感,个体的“免费”奉献实际上与他们“免费”获取的群体收益相比显得微不足道。在此,由模组爱好者所创造的模组文化使媒体内容的生产与消费超越了抵制与收编的简单对立^[48],这种文化并不把游戏视为固定资产,而将其视为持续的集体创作的原料。玩家与游戏公司的理想化对话关系中,玩家的话语被游戏公司关注被认为是一种尊重,玩家的参与使得游戏规则制定的正当性得以体现。即使这些作品最终会回归商品形式,它们也享有持续的、通常是无限的自由

流通,从而使更多的玩家受益。

(二)合作:作为共同开发者的参与式玩家

在“客户参与作为共同开发者”的模式里,玩家不仅仅需要将具体的需求信息转移至游戏公司,还需要与游戏公司进行合作,参与解决需求的方案制定。如果说“客户参与作为信息来源”模式还是将模组爱好者看作消费者,那么“共同开发”则直接打破消费者-生产者的关系设定。其重新设计扰乱了工业时代由组织主导的专业知识封锁范式。^[49]

合作意味着玩家与游戏公司在理想化实践上的主体间性,一种基于互惠的潜在参与规则逐渐显现。一方面,在传统意义上,公司内部对游戏的开发被认为是通过技术对外部修改实践的限制,而这种“共同开发”巩固了“共同开发者”在生产过程中的认知努力(cognitive effort),模组爱好者通过对生产过程的参与,不仅能够找到生产的意义,还能够以生产者的身份获得某种满足感与荣誉感^[50];另一方面,按照 Au 的说法,模组爱好者们存在“自我监管”(self-policing)的规则意识^[5],他们遵循相互理解的主体间承认,按照游戏公司的要求只修改游戏的注册版本,让游戏公司在商业上受益。

在此,游戏的生产与消费不再是一个自上而下的结构,消费者与游戏公司共同成为游戏的生产代理。但模组爱好者与游戏公司的这种关系是既具有创造性又具有破坏性的。它在为整个游戏产业带来活力与创造力的同时,也关注那些具有生产能力的消费者在“玩”的过程中的能动性,为他们创造自我价值。虽然这种参与模式破坏了原本的生产结构,但同样它也利用了玩家的这种自我价值来破坏他们原本组织起来的反抗。像 Id Software 一样,部分游戏公司不仅将游戏代码向用户开源,还为用户提供技术性支持,提供开发工具包。^[51-52]甚至 Valve 公司向模组爱好者提供 Steam 游戏平台,支持游戏模组的上传、管理与下载,使模组爱好者更加职业化。用合作的话语来约束模组爱好者的参与行为,将反抗的声音彻底转化为参与生产的和谐曲调,甚至是对他们自我价值的维护与认可。

(三)驱动创新:作为创新者的参与式玩家

虽然“客户参与作为共同开发者”模式是一个合作的过程,但生产依旧发生在游戏公司的内部,而“客户参与作为创新者”模式从本质上看,游戏公司放弃了了解玩家对产品需求以及对生产的追求,而是为模组爱好者配备了从小幅修改到重大创新的设计和开发工具,将生产的过程转移至公司外部,进一步在由玩家驱动的创新实践中实现玩家对操作自主性的追求。一方面,模组文化作为一种亚文化,驱动了玩家的 DIY 生产,并作为话语影响着消费者对这些生产技术的调动。玩家通过自主开发的形式将自我的需求进行直接表达,在具体的实践中强调他们的粉丝属性,以此宣誓“参与的胜利”;另一方面,这些模组的制作者还可能是粉丝群体之外的游戏开发者。他们热衷于检查和测试代码的细节,将对模组的改装当作一种媒介表达形式^[17],甚至以此寻找志同道合的伙伴或以此获得工作或收入。在此,游戏公司不再向玩家直接输出产品,而是提供一种全方位的技术服务。面向游戏改装水平参差不齐的玩家,为高技能玩家提供源代码,为低技能玩家提供标准化工具包,以此鼓励更多的玩家参与游戏的自主创新,进而稳固或吸引粉丝群体甚至是维持或提高整个游戏产业的活力。

尽管玩家的参与文化总是存在种种积极影响,但当批判地接近用户参与时,模组爱好者在具体的参与实践中所体现的自我价值也总是能被游戏产业所捕获,并被转化为可生产与消费的商品。模组作为模组爱好者所生产的“作品”,从一种无私奉献的“礼物”转化为有利可图的商品,以将开发工作转移至粉丝群体的形式帮助游戏公司规避初始投资上的风险。模组文化本身作为“自由软件运动”的遗产,不由渗透了自由软件开发者的“著佐权”(copyleft)思想。当游戏公司向玩家免费开源后,模组爱好者基于此进行的改装也应免费向其他玩家开放。但在 Steam 的例子中,作为允许模组爱好者创建和上传、下载模组的回报,他们必须向 Valve 支付引擎版权使用费来获得这项平台服务,而有些本就不免费的游戏软件以及专用软件引擎代码,经过大量游戏模组爱好者的涌入,从而增加了

游戏公司产品的销量。游戏模组爱好者开始为“参与”而付费。这看似是以把创新路径转移给玩家的形式将游戏规则的制定权力重新归还给玩家,但这实际上已经超越了游戏本身,游戏公司在游戏之外掌握了设置玩家参与规则的主动权。

玩家的“免费”奉献被游戏公司以“对话”的方式剥夺为无酬参与的“自由劳动”,又或者利用玩家在游戏生产方面的能力与智慧,为玩家冠以共同开发者和创新者的头衔为他们设置参与规则,间接控制玩家参与生产的过程。如此,被游戏爱好者所追捧的游戏模组作为数字“DIY”实践回归游戏文化之中^[14],这对于游戏行业来说,由模组爱好者组成的模组社区(modding community)既是创新的源泉,也是行业的“人才库”,“玩家”在与游戏公司对话合作的过程中被赋予了“玩工”(playbour)的特殊身份。

四、雇佣的规则:产消者的形成及其社区的劳务市场化

“玩工”一词最早出现在 Kücklich 对游戏模组爱好者的描述中,用来指涉玩家的无酬劳动已成为游戏公司重要的生产与创造源泉。^[31]在这个基础上,我们还需要意识到,游戏公司正是利用玩家这种几乎无酬的劳动方式,为游戏模组爱好者们设定了雇佣规则,即在一定程度上融合玩家的消费与生产行为,在方法上控制着如何使用与排除他们的生产技能,直接挑选在市面上(特别是网络社区)已被“大众认可”(网络社区中点赞、评论、下载较高)的优秀产品与员工,在顺序上整合他们闲暇与工作时间,实现对玩家日常“产-消”一体化的控制。这在数字经济中玩家的无酬劳动既保证了游戏内容的生产,也进一步促进了玩家群体本身对游戏的积极性消费。他们的实质是接受自身的消费被转化为生产活动,在其所渴望参与的生产活动中创造自身与产品的价值,在闲暇消费活动中体会积极参与所带来的种种利好。作为消费者的玩家在游戏公司所提供的相关修改工具与源代码的加持下得到赋能与赋权,进而成为能够参与生产活动的“产消者”。而由这些作为产消者的模组爱好者所汇聚的模组社区,不仅仅是他们互相交流、上传与下载游戏模组的场所,同时也被整个游戏产业所监视,成为游戏公司选择优秀产品与工人的“劳务市场”。随之,在游戏模组文化中,整个产业结构与雇佣关系发生重大变化。

(一)从规训到控制:闲暇与工作的不稳定性所引发的玩家“产-消”一体化

在 20 世纪 90 年代,计算机的普及带来了资本主义的突变,自由的办公地点、更加开放的生产形态占据主流,特别是一些较为发达的国家,资本主义私有制对个体在物质劳动的剥削逐渐成为历史,非物质劳动、机器的“死劳动”成为资本使用并排除工人劳动的手段。而游戏模组文化在这种时代背景下的出现彰显着对自由与平等的追求。但相反,也正是计算机带来的对自由的想象致使人们的闲暇时间与工作时间高度融合,人们的休闲行为被资本主义所关注,消费在资本主义的监控下被赋予了生产的功能,“产-消”一体化的模式逐渐凸显。

1. “闲暇-工作”时间的解构以及对工人技能的使用与排除

库克里奇等在对“玩工”这个概念展开系统论述时认为:

从规训型社会到吉尔·德勒兹定义的控制型社会的转变(Gilles Deleuze, 1992),带来的是对工作的“去管制化”(deregulation)。在该阶段,服从不再主要来源于个体所在的组织,而来源于自身。正是自我规训的框架使得人们在信息社会将休闲活动定义为新的劳动形式成为可能,或者说,用“自由”和“规则”来描述劳动成为可能。个人玩家便是典型,他们赞同已有的规则仅仅是因为服从规则所获得的乐趣,因此,他们的自由建立在对游戏规则的服从之上。^[53]

按照 Deleuze 的说法,计算机技术带来了资本主义的突变:一方面,封闭的工厂让位于分散的公司,从在封闭空间内,对工人的集中规训转变为无具体地点的波动控制;另一方面,资本主义不再是生产的,而是产品(销售或营销)的资本主义,它不再参与生产,而是掌握对产品的营销权利。^[54]这在

20世纪90年代,互联网所展现出来的自由和包容景观使得每个人都设想通过计算机在互联网上获利。也正是计算机技术所招致的分散的地点将工作的过程从工厂转移到了社会,形成了Terranova口中的“社会工厂”(social factory),特别是依托数字技术的新媒介的崛起,被视为基于“非物质劳动”的认知资本主义新阶段。^[55]在此,资本主义不再是简单地将工人聚集在固定的空间内,对工人劳动的剩余价值进行榨取而获取利润,人们在互联网上作为工作之外“玩”的休闲活动也被整合至生产的过程之中,视为某种无偿和自愿的自由劳动。

当下,在闲暇时间(leisure time)进行的休闲活动被转化为生产劳动的例子也屡见不鲜(如看广告)。但我们必须意识到“闲暇时间”其实源自资本主义的工作方式,其目的是应对长时间工作所带来的效率低下(inefficiency)问题^[56],这在规训社会中是生产带来的劳动与休闲的对立。生产规定约束了工人在工作时间的持续劳动,而与劳动时间相对的闲暇时间使工人自由活动和追求精神生活。但正如马克思所意识到的,资本主义私有制所导致的“异化劳动”致使人在劳动中感受到的是压抑而不是幸福,闲暇时间反而是追求幸福的途径,保证人更好地劳动以提高生产效率。^[57]另外,工人在劳动的过程中,他们的技能(skill)也在一定程度上决定着生产的效率,使用工人的技能成为提高效率的手段。而闲暇时间正是被马克思认为可以使工人接受教育来提高劳动技能的时间。^[58]但随着机器自动化的发展,工人的技能逐渐被排除出生产,机器的“死劳动”成为资本支配工人“活劳动”的手段,白领的智力变成资本支配工人劳动的权力。^[59]而公司依靠知识管理策略来提高这些知识工作者(knowledge worker)的生产力,以此提升自身在竞争中的生存能力。^[60]资本主义“不再购买原材料,也不再出售商品:它购买成品或组装零件。它想卖的是服务,想买的是股票”。^[54]这种从工厂到办公室,从生产到服务的转变已被广泛认可,其共识在于基于体力的物质生产劳动逐渐开始让位于基于脑力的非物质性劳动,也就导致资本主义在榨取工人劳动中获得的利润将大大降低,而这些出售的“服务”也并不是任何可以直接售卖的物质商品,是来自思想的自由流通所形成的创造力而非劳动力。在此,虽然我们可以清晰地发现劳动者(无论是工人还是白领)在劳动上的方法与顺序在资本主义的转变中不断变化,但资本主义始终控制着这些劳动的方法和顺序,也就拥有了对雇佣规则的控制权力。资本主义制定并控制雇佣规则,在顺序上决定着劳动者工作与闲暇的时间,在方法上决定着“使用”与“排除”劳动者的技能。

2. 在游戏消费中渗透的不稳定自由劳动

当这一逻辑运用于游戏产业时,意味着越来越多与作为休闲的游戏的相关对象和交互被商品化。一方面,基于互联网的数字游戏,人们一切“玩”的行为都曝光于包括玩家和公司在内的整个游戏产业的视野下,在一个暴露的空间内以“玩”的名义进行自由劳动,自由和自主性是数字劳动的最大吸引力。另一方面,游戏模组作为游戏行为的延伸自然也被置于资本主义经济的剥削对象之列。“资本对物质劳动的工资剥削在数字经济中已经让位于一种建立在包围和控制非物质劳动所产生的文化共性之上的经济制度”^[61],个人基于互联网使用而产生的数据已然被资本主义所“监控”并以此来积累资本。虽然这时常被人们认为是一种资本主义剥削方式,但互联网的灵活性(自由的交流、无地点约束的工作等)有时并不会使人们感到压抑,反而是自由的象征。“免费的”“愉悦的”“不被强加的”思想充斥着人们在互联网上的交流与交换过程当中。但也正是如此,互联网打破了工作时间与闲暇时间的对立,当人们歌颂远程办公解放了空间束缚的同时,工作也成为随时随地可进行的劳动,休闲与劳动的界限被互联网营造的自由幻象所打破。

Terranova在论述“自由劳动”时强调,“自由劳动”的出现是数字经济价值创造的关键时刻,来自文化和情感上对创造性生产的渴望与资本主义对知识作为主要增值来源的强调之间的艰难的、实验性的妥协。^[55]由玩家驱动的游戏内容生产在某些程度上本是为了避免将玩家的集体智慧转移给公司,但粉丝的集体智慧作为一种新产品开发所需的知识,不由成为企业知识管理的目标。在此,获得

“组织支持”(organizational support)不仅仅是企业知识管理的方法,而且还是在暗示游戏是由玩家参与的“共同生产”和“创新”的产物,以此来宣传他们对玩家自由度和自主性的倡导。并且,游戏模组爱好者这种免费服务和共享所有权的精神在21世纪初期为游戏产业带来了巨大的利润。即便是像基于《半条命》而生产的《反恐精英》(Counter-Strike)这种被Valve公司收购的例子虽不在少数,但这也几乎是在以一种不具有前期风险的情况下去购买模组爱好者的“脑力”。Epic Games的前创意总监Cliff Bleszinski就指出:“在mod社区中,用户有时能够承担设计者认为过于激进或可怕的设计风险。”^[5]

由是,库克里奇等认为“玩工”极具不稳定性,即工作与休闲边界的模糊状态、因无法获得版权(或报酬)而导致的不稳定的劳动认同、承担经济和法律的不确定性风险、鼓励个体间共同参与的“不稳定共识”。^[53]但在这种不稳定性的自由劳动中,形成了可以向游戏公司提供生产服务活动的稳定性劳务市场。

(二) 模组社区的劳务市场化

在游戏模组文化中,如何引导与稳固模组爱好者的参与,进而更好地生产受玩家欢迎的模组作品以引发与保持游戏的热度,是游戏公司重点关注的对象。游戏模组的普及催生了如Nexus、Bioware Social Network、ModDB、Neverwinter Nights Vault等大规模的模组分发网站。其中,Nexus Mods是世界上最大的游戏模组网站,已有400多万名注册用户以及11万以上的作者提供了2000多个可修改的游戏的近50万个模组,且这个数量还在不断增加。用户可以在该网站上下载、上传、分享和评价各种游戏模组,也可以通过教程和指南学习如何制作和使用游戏模组,并且,大部分模组分发网站同时是活跃的社区,用户可以和其他玩家交流、参与竞赛和阅读新闻。同时,这类网站都预置了能够潜移默化地塑造用户知识、影响个人理解、下载和制作模组方式的软件和代码,在种种算法层面的技术控制的加持下^[62],训练模组爱好者提高他们对游戏模组的热情以及改装的熟练度,使其成为行业理想的生产力。模组分发网站成为监控和笼络模组爱好者的基础设施。

在这样的游戏模组社区中,几乎涵盖了玩家与游戏公司之间的三种协商模式,且对于模组爱好者来说更加开放与自由。在社区中,不用特别去组织市场调研来了解玩家的需求,进而展开“用户参与作为信息来源”的协商模式。他们的关注点不是以价格为中心,而是以对其他玩家需求的观察为中心,社区内自由流通的信息交换天然地成为模组爱好者了解玩家需求的有效途径。与此同时,如Nexus Mods等网站会向模组爱好者汇总并提供改装工具,以供他们在网络社区内更好地参与和其他爱好者间的共同开发以及创新。此时的生产完全发生在公司外部,且基于网络社区的生产方式无论是“游戏规则的制定”还是“参与规则的设置”,都宣称玩家自主性的回归,以此满足玩家对“玩游戏”的主体性的追求。但就像Banks和Potts所认为的那样,这种基于社交网络的消费者的共同创作看似是非市场行为,但实质也具备市场动机。^[63]它既在合作中产生社区规范、身份,又在外部催生新型商业模式、薪酬策略、合同以及市场机会。

进而,这些模组分发网站成为游戏公司选取优秀员工的劳务市场,并以“大众认可”的方式设定雇佣规则。他们将用户的点击、下载和评论纳入网站设计逻辑,通过加标签、点赞、评级、评论等评价机制,将游戏模组从单纯的游戏产品(game product)转化为模组爱好者生产水平的衡量标准,这种衡量标准能够反映、灵活分析并重新配置模组爱好者的潜力、影响和能力,使其成为更符合行业要求的生产者。基于这些标准,虽然只有少数模组爱好者的作品会被选中,成功地获得收益或工作,但即便是没被游戏公司选中的游戏模组爱好者,也会被这些公司所监督,以保持整个游戏模组产业的活力。这完全符合后工业时代的特征,游戏公司不断鼓舞模组爱好者加入游戏改装的行列,把他们的精力从对规则的反抗当中吸引到自由的幻象之中,使他们成为随时可被选择的后备知识工作者。

但同时,非常值得关注的是,这些后备知识工作者沉迷于被游戏公司认可与选择,甚至开始在他

们的项目中植入营销、品牌以及部分公关。就像 ACPaco (Gamespy 公司的特约撰稿人) 在 Gamespy 的 Half-Life 社区中写道:

一些模组团队似乎总是认为他们模组发布的那一天将会是自《胜利之日》或《反恐精英》之后最受欢迎的,而忽略了这些模组的幸运并不是必然的。如果你看看他们的网站,他们对待他们的模组就好像它是一个即将到来的重大商业发布,就等着被 Valve 公司买断。他们的整个态度似乎是围绕着“卖出”,而不是因热爱而改装。这些团队没有意识到的是,这种态度会让很多人反感。此外,模组有某种魅力,它是一种“爱的劳动”,而不是一份简历填充项。^[64]

游戏模组越来越商品化,模组爱好者也逐渐成为某种商业产品。他们在试图开发商品的同时也在开发自身资产或者自身作为商品的价值,并在这种劳务市场中,以供游戏公司随时“买入”。

面对游戏产业这个庞然大物,作为共同创作者的模组爱好者并非没有力量,既有事实早已证明,模组爱好者并不是对自身现状完全无所察觉,他们能够意识到参与过程中所遭遇的不对称条款 (asymmetrical terms),并通过发起动员来挑战将他们的工作商品化的企图。^[65-66]但积极层面的社区归属感、分享模组的自我成就感、集体协作的参与感、收益分红,与消极层面的知识产权归属、风险承担、工作与闲暇时间的模糊等之间的冲突并不意味着模组爱好者将停止参与和创作,他们所坚持的是与游戏产业完全不同的文化价值和经济价值。而与工业时代截然不同,此时游戏公司在面对这种价值观上的冲突时,并非直接地对模组爱好者进行劳动剥削,而是以协商的态度来设置雇佣规则,获取已经经受市场考验的产品或模组爱好者的无酬劳动,进而巩固或重构自身的权力。

五、结论与讨论

我们既纵向梳理了游戏模组从反抗到与游戏公司协商的过程与结果,也在整个过程中论述了游戏公司在不同阶段对游戏模组爱好者的“产-消”行为设定了具有针对性的“拒斥规则”“参与规则”以及“雇佣规则”。进而,在考察这种转变的原因时,不仅关注游戏模组出现在资本主义从“生产”向“产品”转变这一时代背景,同时也将原因归结于玩家与游戏公司为解决权力争夺而展开协商的结果。

在拒斥规则方面,因电子游戏天然地与设备相关联,致使游戏公司利用对技术的霸权来排除玩家在游戏内容生产和游戏规则制定方面的主体实践。但因游戏模组在概念上注重“修改”这一特殊性,模组爱好者所掌握的游戏改装技术却使得他们可以挑战由游戏公司所制定的游戏规则对他们“玩游戏”这一行动的约束前提。与此同时,不可否认的是在这个反抗的过程中,游戏模组文化的经济利益逐渐凸显,模组以及游戏都收获了大量的粉丝,进而增加了游戏公司的收益。由是,游戏公司开始以协商的态度来回应玩家需求,鼓励玩家积极参与内容生产,并为其设定具体的参与规则来约束他们的参与行为,以意见收集、共同创作、提供生产工具与原料(源代码)驱动创新的方式为他们设置对话、合作与创新的参与规则。游戏公司放弃了对玩游戏的方法与玩游戏顺序上的技术性约束,而通过制定参与规则来约束模组爱好者参与生产的过程。其结果是带来了模组爱好者从消费者到产消者的身份转变,游戏公司通过协商将玩家从反抗的愤怒转向对参与的渴望,在模糊他们工作与闲暇的同时,为他们的休闲活动附加了生产的功能与价值。与此同时,模组爱好者汇聚而成的社区成为游戏公司选择优秀产品和工人的“劳务市场”,进而将生产活动转移到公司外部,并以“大众认可”的方式设定雇佣规则。在这个劳务市场只有习得先进的技术和投入巨大的精力并经受大众认可的模组爱好者才能被行业所选择。而这个结果对于模组爱好者来说则带来了他们之间日益激烈的竞争以及其本身福祉的损耗,但对于游戏公司来说却降低了前期投入的风险以及提升或保持整个游戏产业的活力。

但是,游戏模组爱好者不仅仅是“玩工”概念下被游戏公司剥削进而提供具有不稳定性的无酬劳

动,也是玩家从生产的非参与者向参与者的主动卷入,以此创造属于他们的游戏模组文化。在此,资本与文化并不是绝对的力量碰撞,而是两者通过协商展开的相互适应,也是对文化价值和经济价值的共同创造。特别是当下我国的游戏模组仍处于发展阶段,虽已有如“3DMGAME”等类似的模组分发网站,但大多数游戏模组仍是以搬运国外的游戏模组为主。无论是早期《半条命》、《生化危机》(Resident Evil)系列,还是近年来《我的世界》(Minecraft)、《侠盗猎车手5》(Grand Theft Auto 5)等模组在我国的火爆,都使整个游戏产业无法忽略游戏模组爱好者及其社区的创造力以及玩家参与所带来的文化和经济价值。只是在这个过程中总是含有没有被明确表达的隐性规则的存在,约束着模组爱好者的消费与生产行为。而这些隐性规则作为黑箱,对玩家和游戏公司在文化和经济价值上的理想化共同创造、游戏粉丝及其社区文化的构建、游戏的跨文化传播等方面提供了研究方向。

参考文献:

- [1] S. K. Thiel, P. Lyle. Malleable Games—A Literature Review on Communities of Game Modders//Proceedings of the 9th International Conference on Communities & Technologies-Transforming Communities, New York, 2019: 198-209.
- [2] 简宏安,李政忠. 游戏模组的类型、创作动机与互文挪用. 资讯社会研究, 2019, 37: 13-48.
- [3] R. Wallace. Modding: Amateur Authorship and How the Video Game Industry is Actually Getting it Right. *BYU Law Review*, 2014(1): 219-255.
- [4] S. Flowers. Harnessing the Hackers: The Emergence and Exploitation of Outlaw Innovation. *Research Policy*, 2008, 37(2): 177-193.
- [5] W. J. Au. Triumph of the Mod: Player-created Additions to Computer Games Aren't a Hobby Anymore—They're the Lifeblood of the Industry, 2002-04-16. [2023-05-26] <https://www.salon.com/2002/04/16/modding/>.
- [6] E. Huhtamo. Game Patch-the Son of Scratch. SWITCH, 1999-07-16. [2023-05-26] http://switch.sjsu.edu/archive/nextswitch/switch_engine/front/front.php%3Farte=119.html.
- [7] H. Postigo. Video Game Appropriation Through Modifications: Attitudes Concerning Intellectual Property Among Modders and Fans. *Convergence*, 2008, 14(1): 59-74.
- [8] Harvard Law Review. Spare the Mod; In Support of Total-conversion Modified Video Games. *Harvard Law Review*, 2012, 125(3): 789-810.
- [9] Y. M. Kow, B. Nardi. Who Owns the Mods? *First Monday*, 2010, 15(5). [2023-05-27] <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2971>.
- [10] B. J. Siders, K. A. Damman. Emerging Challenges in Tabletop Gaming: Player Modifications, Third-party Parts, and Disruptive Technology. *Landslide*, 2015, 7: 52.
- [11] T. Goodfellow. Civilization Chronicles Interview with Brian Reynolds. *Civilization Fanatics Center*, 2006-09-29. [2023-06-01] <https://www.civfanatics.com/misc/interview-with-brian-reynolds/>.
- [12] W. Usher. DayZ Helps Arma 2 Rack up More than 300,000 in Sales. *Cinema Blend*, 2012-07-01. [2023-06-02] <https://www.cinemablend.com/games/DayZ-Helps-Arma-2-Rack-Up-More-Than-300-000-Sales-44161.html>.
- [13] D. Volk. Co-creative Game Development in a Participatory Metaverse//Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008. Bloomington, 2008: 262-265.
- [14] S. Coleman, N. Dyer-Witthford. Playing on the Digital Commons: Collectivities, Capital and Contestation in Videogame Culture. *Media, Culture & Society*, 2007, 29(6): 934-953.
- [15] 林应嘉. 在个人、社群与产业三构面下之游戏模组玩家的行为意义. *资讯社会研究*, 2014, 26: 1-30.
- [16] H. Postigo. Of Mods and Modders Chasing Down the Value of Fan-based Digital Game Modifications. *Games and Culture*, 2007, 2(4): 300-313.
- [17] O. Sotamaa. When the Game Is not Enough: Motivations and Practices Among Computer Game Modding Culture. *Games and Culture*, 2010, 5(3): 239-255.
- [18] H. Puente, S. Tosca. The Social Dimension of Collective Storytelling in Skyrim//Proceedings of DiGRA 2013: DeFrag-

- ging Game Studies. Atlanta, 2013. [2023-10-19] http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_78b.pdf.
- [19] B. Monterrat, E. Lavoué, S. George. Learning Game 2.0: Support for Game Modding as a Learning activity//Proceedings of the 6th European Conference on Games Based Learning. Cork, 2012:340-347.
- [20] C. S. Ang, P. Zaphiris, S. Wilson. Computer Games and Sociocultural Play: An Activity Theoretical Perspective. *Games and Culture*, 2010, 5(4):354-380.
- [21] V. Marone. From Discussion Forum to Discursive Studio: Learning and Creativity in Design-oriented Affinity Spaces. *Games and Culture*, 2015, 10(1):81-105.
- [22] 阿尔温·托夫勒. 第三次浪潮. 黄明坚译. 北京: 中信出版社, 2018:274-298.
- [23] D. Beer, R. Burrows. Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. *Sociological Research Online*, 2007, 12(5):67-79.
- [24] C. K. Prahalad, V. Ramaswamy. Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 2004, 18(3):5-14.
- [25] A. Bellucci, A. Malizia, P. Diaz. The Anatomy of Web 2.0: The Web as a Platform to Promote Users' Participation and Collaboration//F. V. Cipolla-Ficarra. *Quality and Communicability for Interactive Hypermedia Systems: Concepts and Practices for Design*. Hershey: IGI Global, 2010:36-63.
- [26] E. Constantinides, S. J. Fountain. Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 2008, 9:231-244.
- [27] N. Dyer-Witford. Empire, Immaterial Labor, the New Combinations, and the Global Worker. *Rethinking Marxism*, 2001, 13(3/4):70-80.
- [28] L. Sloniowski. Affective Labor, Resistance, and the Academic Librarian. *Library Trends*, 2016, 64(4):645-666.
- [29] C. Pearce. Productive Play: Game Culture From the Bottom up. *Game and Culture*, 2006, 1(1):17-24.
- [30] H. Wirman. On Productivity and Game Fandom. *Transformative Works and Cultures*, 2009, 3. [2023-09-27] <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/145>.
- [31] J. Kücklich. Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry. *The Fibreculture Journal*, 2005-12-01. [2023-10-24] <https://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precariou-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>.
- [32] 章戈浩. 屈机、攻略、外挂: 游戏与作弊的本体论. *新闻与写作*, 2023, 1:40-46.
- [33] 约翰·赫伊哈津. 游戏的人. 多人译. 杭州: 中国美术学院出版社, 1996:4:1-96.
- [34] 童世骏. 论规则. 上海: 上海人民出版社, 2015:16.
- [35] I. Bogost. *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: The MIT press, 2007:29.
- [36] G. Skirrow. *Hellivision: An Analysis of Video Games*//C. MacCabe. *High Theory/Low Culture: Analysing Popular Television and Film*. New York: St. Martin Press, 1986:115-142.
- [37] 安德鲁·芬伯格. 技术批判理论. 韩连庆, 曹观法译. 北京: 北京大学出版社, 2005:22.
- [38] GameSpot Staff. Star Wars Battlefront 2's Loot Box Controversy Explained. *Gamespot*, 2017-11-22. [2023-07-10] <https://www.gamespot.com/articles/star-wars-battlefront-2s-loot-box-controversy-expl/1100-6455155/>.
- [39] B. Gilbert. The Latest Major "Star wars" Game Finally Dropped Its Most Controversial Aspect—But It May Be too Late. *Business Insider*, 2018-03-16. [2023-09-03] <https://www.businessinsider.com/star-wars-battlefront-2-drops-loot-boxes-2018-3>.
- [40] D. Myers. *The Video Game Aesthetic: Play as Form*//B. Perron, M. J. P. Wolf. *The Video Game Theory Reader 2*. New York and London: Routledge, 2008:49.
- [41] N. Poor. Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community: A Mixed-methods Approach. *New Media & Society*, 2014, 16(8):1249-1267.
- [42] A. V. Moshirnia, A. C. Walker. Reciprocal Innovation in Modding Communities as a Means of Increasing Cultural Diversity and Historical Accuracy in Video Games//Proceeding of DiGRA 2007 Conference, Tokyo, 2007:362-368.

- [43] V. Flusser. Games. *Flusser Studies* 32, 2021-11-18. [2023-05-25] <https://www.flusserstudies.net/sites/www.flusserstudies.net/files/media/attachments/flusser-games.pdf>.
- [44] S. Thomke, E. von Hippel. Customers as Innovators: A New Way to Create Value. *Harvard Business Review*, 2002, 80(4): 5-12.
- [45] A. S. Cui, F. Wu. Utilizing Customer Knowledge in Innovation: Antecedents and Impact of Customer Involvement on New Product Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2016, 44(4): 516-538.
- [46] H. Jenkins. Interactive Audiences? The Collective Intelligence of Media Fans//D. Harries. *The New Media Book*, London: British Film Institute, 2002: 157-170.
- [47] R. Hong. Game Modding, Prosumerism and Neoliberal Labor Practices. *International Journal of Communication*, 2013, 7: 984-1002.
- [48] O. Sotamaa. Computer Game Modding, Intermediality and Participatory Culture. [2023-10-19] http://www.yorku.ca/caitlin/futurecinemas/coursepack2009/Sotamaa_modding.pdf.
- [49] J. Banks. Co-creative Expertise: Auran Games and Fury—A Case Study. *Media International Australia*, 2009, 130: 77-89.
- [50] H. Postigo. From Pong to Planet Quake: Post-industrial Transitions from Leisure to Work. *Information Communication & Society*, 2003, 6(4): 593-607.
- [51] D. Lee, D. Lin, C. P. Bezemer, et al. Building the Perfect Game—An Empirical Study of Game Modifications. *Empirical Software Engineering*, 2020, 25: 2485-2518.
- [52] E. von Hippel, R. Katz. Shifting Innovation to Users Via Toolkits. *Management Science*, 2002, 48(7): 821-833.
- [53] 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. *开放时代*, 2018, 6: 196-206.
- [54] G. Deleuze. Postscript on the Societies of Control. October, 1992, 59: 3-7.
- [55] T. Terranova. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 2000, 18(2): 33-58.
- [56] O. Sotamaa. "Have Fun Working with Our Product!": Critical Perspectives On Computer Game Mod Competitions// *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views—Worlds in Play*. Vancouver, 2005. [2023-10-19] <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06278.00528.pdf>
- [57] 马克思. 1844年经济学—哲学手稿. 刘丕坤译. 北京: 人民出版社, 1979: 47-48.
- [58] 董瑞华. 马克思的闲暇时间理论与休闲经济. *当代经济研究*, 2002, 1: 60-63.
- [59] 哈里·布雷弗曼. 劳动与垄断资本. 方生, 朱基俊, 吴忆萱等译. 上海: 商务印书馆, 1978: 163-211.
- [60] P. F. Drucker. Knowledge-worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Management Review*, 1999, 41(2): 79-94.
- [61] R. Wilkie. Gaming Labor: Class, Video Games, and the "General Intellect". *Minnesota Review*, 2016(87): 119.
- [62] D. Beer. Power Through the Algorithm? Participatory Web Cultures and the Technological Unconscious. *New Media & Society*, 2009, 11(6): 985-1002.
- [63] J. Banks, J. Potts. Co-creating Games: A Co-evolutionary Analysis. *New Media & Society*, 2010, 12(2): 253-270.
- [64] ACPaco. Mistakes Mod Teams Make (2006-11-16). [2023-09-01] <https://planethalflife.gamespy.com/Viewacf3.html?view=Editorials.Detail&id=20>.
- [65] H. Jenkins. The Moral Economy of Web 2.0 (Part One). *Pop Junctions*, 2008-03-18. [2023-05-03] http://henryjenkins.org/blog/2008/03/the_moral_economy_of_web_20_pa.html.
- [66] G. Ritzer, N. Jurgenson. Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 2010, 10(1): 13-36.

From Players to Prosumers of Video Games: The Evolution of the Rules That Constrain the "Production-Consumption" Behavior of Modders

Gu Xingzheng, Bai Chang (Wuhan University)

Abstract: The game modding culture has experienced a change from resisting the hegemony of game rule-making to actively participating in game content production. Around the evolution of rules, the study explains the three constraints on behavior of modders in the process of transforming from "players" to "prosumers": "rules of rejection", "rules of participation" and "rules of employment". The study finds that, against the background of the transformation of capitalism from "production" to "products", game modding culture prompts game companies to no longer reject players from participating in game rule-making with technical hegemony, partially transfer the production rights and rule-making rights of game content to players, and set rules for modders to participate in production in a consultative way of dialogue, co-operation and encouraging innovation. Modders' leisure activities in their spare time have both productivity and their network community also becomes a "labor market" for game companies to select excellent employees. The prosumption behavior of modders is further constrained by the rules of employment from game companies based on market monitoring.

Key words: game mods; rules; prosumers; participation; labor

■ 收稿日期: 2023-06-30

■ 作者单位: 顾兴正, 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院; 湖北武汉 430072
白 畅, 武汉大学新闻与传播学院

■ 责任编辑: 肖劲草