

关于新闻游戏的冷思考

李泓江

摘要：新闻游戏在不少研究中都视为新闻业创新实践的重要方向，但事实并非如此。文章分析了新闻游戏为何会被不少人认为是未来发展趋势的原因，以批判性、反思性的视角分析了高时间制作成本、高可替代性等新闻游戏实践中蕴含的否定性因素，并提出了新闻游戏可能难以在未来新闻图景中占据重要位置的基本论断。我们对新闻传播活动进行分析时，切忌走入技术解释泛化的误区，而是要结合具体语境，以反思性、批判性的视角全面深入思考。

关键词：新闻游戏；可替代性；时间成本；表意系统；新闻创新

作者简介：李泓江，男，博士生。（中国人民大学 新闻学院，北京，100872）

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2019) 04-0072-06

新闻游戏是以电子游戏作为新闻之外在传播形式上的新兴新闻形态。技术变革语境下，似乎不少论述都将新闻游戏视作一种新闻实践发展的趋势，“电子游戏正在成为一种重要的传播媒介，新闻游戏也成为不少媒体新闻实践创新的重要方向”^[1]，“‘新闻游戏’逐渐从边缘走向中心，以常态化的面貌进入专业领地和大众视域”^[2]，“在新兴可穿戴技术和更便宜虚拟现实设备的刺激下，游戏和虚拟现实技术正在改变新闻生产故事的方式”^[3]。这些言之凿凿、几乎以肯定性话语出现的陈述，笃定新闻游戏会在未来之新闻传播图景中占据重要位置。但有趣的是，沿着“已然如此”“必然这般”面貌呈现出来的预测性话语，于所在语境上下寻索，却不曾寻得见经得起推敲的有力论据与逻辑支撑。因此，本文感兴趣的研究问题是：为何新闻游戏会被不少人认为是新闻实践发展的趋势？从新闻游戏自身潜含的内在逻辑及所处现实位置来看，能否真的像前述话语所传递出的那样，从边缘走向中心，成为用以表征新闻的重要方式？

一、技术解释的泛化

细细揣度，这些学者的表述背后或许暗含了这样一种似乎不言自明的逻辑：技术是推动新闻实践创新的根本性力量，技术可以解决新闻所面临的几乎所有难题，新闻游戏的出现是以技术方式解决新闻难题的新兴传播形态，所以，新闻游戏会成为未来新闻业发展的重要方向。

这种逻辑，在相关论述中有着较为显见的、清晰的痕迹，对于技术的乐观和新闻游戏未来的前景被一些学者强行串联在一起，“未来我们还会迎来 Web4.0、Web5.0 甚至更多丰富的信息交流时代……VR 技术的流行、IP 概念的深入、不同行业的融合已让我看到了今后还会出现更多更为有效的信息解构和重组形式，新闻游戏的未来具有太多的可能性”^[4]，“由于媒体技术的发展，利用游戏这种方式来讲述当下发生的新闻故事，已经变得越来越容易”^[5]，“新媒体在我国的兴起为新闻游戏准备了前所未有的技术条件”，“历史证明：新闻完全可以通过多种媒体发布。在数码游戏已经成为深受大众欢迎的游戏形式下，新闻若与游戏结合，可以创造出新形式”^[6]。

如果放在严肃学术语境下，这种以技术来佐证信念、以技术来憧憬未来的话语是需要推敲和质疑的。技术毫无疑问在传播结构改变、新闻样态转换方面发挥了革命性的作用，甚至不少技术决定论者

将其视为变革发生的根本因素。但上述学者所忽视的一个问题在于，承认技术对新闻传播形态变换的革命性作用，不代表承认游戏技术的革命性作用。游戏技术仅仅是众多新兴技术的一种，且是一种尚未经过充分的市场考验、思想论争的传播技术形态，从逻辑上不能直接推出其将成为未来新闻业发展重要方向的结论，如果强行推导，势必违背基本的形式逻辑。

这意味着，当然要承认技术在社会发展、传播演进中的关键作用，但在分析具体问题时，我们却务必要结合具体语境，结合所关注问题的具体情境进行针对性的解释和思考，否则很有可能泛化技术的解释作用，以致陷入片面的、肤浅的境地，甚至会产生一种盲目的技术迷思。进一步来说，这种简单的、化约式的归因方式无疑会窄化媒介研究的分析路径，“研究中技术功效以外的其他重要维度往往被遮蔽”^[7]，问题背后所蕴含的复杂而丰富的现实性、可能性以及具有深厚意涵的“人”之特性均被技术乐观主义赤裸裸地剥夺和淹没。事实上，在我们的现实新闻实践中，新兴新闻活动、新兴新闻现象的产生、形成往往是由复杂因素共同型构的，恰如有学者所说，这些新活动、新形态、新现象“通常是由于可感知的需要、竞争和政治压力，以及社会和技术革新的复杂相互作用引起的”^[8]。

前述论述在对新闻游戏做出“从边缘走向中心”这一预测的背后，事实上便潜含着这样一种脱离具体语境、忽视其他因素、将技术解释泛化的思维方式，过去及当下所存在的新闻游戏是电子游戏技术进步的结果，新闻与游戏相糅合而产生的种种问题、矛盾皆可通过技术进步得以解决与克服。这固然描绘出一幅色彩斑斓、令人欣喜的未来图景，却掩饰了新闻游戏这一崭新新闻形态背后所蕴含的否定性力量。而这些否定性力量，或许是羁绊与阻碍技术作用发挥，甚至是促使新闻游戏成为明日黄花的关键性因素。

二、自诞生与被扶持的“试验品”

前文以相当的笔墨，分析了学者们为什么会认为新闻游戏会成为新闻实践未来发展的重要方向。不得不承认的是，近年来，的确出现了不少新闻游戏。在提出本文之核心性观点及论证之前，我认为有必要从根源上说清为何会出现这些新闻游戏。

从本质上来看，新闻游戏是作为内容之新闻与作为呈现形式之游戏的结合体。对于意义之表达、传递而言，形式与内容间的关系向来是无法回避的考量要素，“意义产生于形式与内容的交汇之中——亦即传播的话语、体裁和形式之中”^[9]。同文字、图片、声音、视频等其他传播形式一样，新闻游戏是新闻信息的另一种呈现方式，一如伊恩·博格斯特（Ian Bogost）和西蒙·费拉里（Simon Ferrari）在其《新闻游戏：游戏中的新闻学》一书中所指出的那样，新闻游戏的本质是一种程序性修辞，一种通过计算机程序组织新闻内容的方式^[10]。从这个角度来看，游戏本身即是一种充满互动性、参与性的意义体系，必然需要由相应的内容进行填充和补足，新闻又可理解为对新近发生之事实的报道，呈现内容、传递意义构成了新闻的天然特征，故而二者之间存在着一定的契合性。数字技术发展的语境下，新闻与游戏结合而成的新闻游戏应运而生。

相关研究显示，最早的新闻游戏源起于乌拉圭游戏设计师冈萨罗·弗拉斯卡，其于2003年创办了新闻游戏网（NewsGaming.com），并发布了以9·11恐怖袭击为背景的新闻游戏^[5]，随后，其他新闻游戏产品以零星的方式出现。新闻游戏于近年来的增多，虽然具有独特的时代语境和职业语境，但其更多的是作为一种“试验品”的面貌出现。新兴媒介环境下，人们的新闻收受方式发生了革命性的变化，新闻业遭遇了前所未有的危机和挑战。这种语境下，技术成了解决新闻业困境的有效路径，新闻实践颇有饥不择食、慌不择路之感，诸如VR新闻、数据新闻、智能新闻等多种新兴新闻实践犹如雨后春

算,新闻游戏也是在这波潮流中出现的新事物。但这众多试验品也有自身的生命特征,有茁壮成长的,如数据新闻、智能新闻等,也有像本文认为的后劲不足的新闻游戏。

当然,上述时代性特征、技术性特征仅仅是新闻游戏重现的表层原因。就像布尔迪厄所指出的那样,新闻场域是被严格限制的文化生产场域的一部分,其会被政治力量和商业性力量所左右,也就是说,新闻场域是具有高度他律性的。^[11]从根源上来说,这些年诞生的新闻游戏,是技术逻辑、市场逻辑和政治逻辑等多种力量相互交合的产物。新闻游戏并不像诸如自媒体等其他时代潮流下的传播活动,可以依赖更为多元化的社会力量进行生产和传播,游戏的生产与制作往往需要雄厚的财力支撑,新闻游戏亦是如此,例如国外引领近年来新闻游戏潮流的有《纽约时报》、美联社、CNN,国内引领新闻游戏潮流的主要是网易、财新、《人民日报》,这些新闻游戏生产者或为主流新闻媒体,或为实力雄厚的互联网公司。

外在力量的卷入,说明新闻游戏从一种自然诞生的“天然产品”转向为外力所推动与滋养的“试验品”。这种外在力量的试验品意味着,若是其能够产生足够的效果,便会被外在力量扶持,若是效果不佳,则会为外在力量所抛弃,而决定其效果和影响力的因素,更多地在于新闻游戏这种传播形态自身生命力的强弱。毕竟,技术只能决定是否会有新兴传播形态出现,而人们是否接受,这种新兴传播形态是否能够经受得住市场的考验,才是决定其能否长期存在、能否长期广泛存在的根本原因。在此意义上,笔者认为新闻游戏的未来,并没有一些学者所预测的那般乐观。一如前文所说,近年来,新闻游戏是在包括市场、政治等在内的多种因素作用下出现的。在新闻游戏这一具体语境中,对其未来前景之分析,不能仅仅着眼于技术,还要考虑到其作为一种产品或工具本身的意义和价值,而新闻游戏自身潜在的矛盾和否定性因素,是新闻游戏生命力不足的重要体现,这意味着不能简单地论断新闻游戏会成为未来新闻业发展的趋势和潮流。

三、时效性与高时间、成本间的矛盾

以历史眼光来审视,不断会有新事物得以诞生,但诞生是一回事,能否经得起时间考验、成为未来新闻的常态化表达方式又是另外一回事了。决定一种新闻呈现形态生命力强弱及其能否经受住时间考验的,是多种复杂的、综合性的因素。具体至新闻游戏的分析中,在笔者看来,从新闻生产的角度看,作为形式的游戏与作为内容的新闻具有难以调和的矛盾,尽管已有一些学者就游戏之虚拟性、参与性与新闻之真实性、客观性之间的矛盾进行了探讨和分析^①,但这些更多涉及伦理、规范性的命题并不构成新闻游戏生命力不足的根本原因。恰恰是新闻游戏较高的时间制作成本以及其高度可替代性,使得新闻游戏很难走入新闻呈现形式体系的中心地带。

相较于报纸、广播、电视以及互联网等其他新闻呈现形式而言,新闻游戏显然存在着更长的开发周期和制作时间,这是作为表意方式的游戏与具有极强时效性要求的新闻之间的第一层冲突。对于其他多数新闻传播方式而言,新闻生产的时间主要可以区分为资料收集时间和文本制作时间两个部分。例如,以文字为传播形式的新闻生产主要包括采访与写作两个环节,以视频为传播方式的新闻生产包括现场视频录制与后期视频剪辑两个环节,较为简洁、少量的生产流程和生产环节使得新闻生产迅速而快捷,从而保证新闻时效性的基本要求。相对而言,新闻游戏的生产环节显得更为复杂。一款新闻游戏往往是一个内容复杂的意义体系。这在某种程度上说明,相较其他新闻呈现形式而言,新闻游戏的

① 较有代表性的探讨和观点可参见:李俊欣.符号叙述学视角下的新闻游戏及其伦理反思[J].新闻界,2018(9);周敏,侯颖.新闻边界视角下的新闻游戏探究[J].现代传播,2016(1).

生产和制作流程更为复杂。从逻辑环节上来看，一方面，其所需原始资料、素材往往更为丰富，故而在资料收集上需要花费更多的时间成本；另一方面，原始的资料、素材只有经过精心、巧妙的构思与设计才能得以构成一个有效的意义系统，新闻游戏存在着大量的构思与设计上的时间成本；除此之外，在构思与设计完成的基础上，亦即确定过脚本之后，还要进入游戏制作环节，只有以完整的、可供使用的产品形态呈现时，新闻游戏的生产才算完成。在技术乐观主义者看来，技术能够大幅缩短新闻游戏的生产时间，但其所谓的“缩短”，更多的是游戏制作环节所需的时间，而资料收集、复杂意义体系的构思与设计等更多需要人力来完成的环节，因多种情况下与技术并无实质性关联，故而并不会因为技术的进步而产生具有突破性意义的改观。

难以缩减的生产周期，在游戏与具有极高时效性要求的新闻之间制造了难以跨越的沟壑。快速、及时传播是新闻传播的时间要求，“所有能够公开传播的信息传播中，及时传播可以说是新闻最突出的特征，也是新闻传播规律的内在要求”^[12]，而在当前的新闻环境、传播生态中，高时效性更是成了新闻之基础的、必备的属性，“速度（speed）、即时性（immediacy）、同步性（simultaneity）成为新闻的压倒性时间要求”^[13]。长生产周期与高时效性要求之间存在着本质层面的不可调和性，不论是对于新闻生产者而言，抑或是对于新闻消费者而言，这种不可调和性都是难以接受的，因而构成了新闻游戏黯淡前景的根本原因。

与此同时，较长的时间周期，精心巧妙的设计与构思，所伴生的是新闻游戏的高制作成本。众所周知，游戏是一个要投入较高成本的领域，根据《中国游戏产业发展报告（2017）》调查显示，游戏产品已经呈现出越来越明显的精品化趋势，“研发成本越来越高”^[14]。恰如学者潘亚楠所说，“新闻游戏的制作周期较长，如《拯救海地》的报道就耗时4个月，花费2.24万欧元，当游戏制作出来后，这一新闻事件的热度可能已经冷却”^[15]。对于其他游戏产品而言，高成本更有可能带来高收益，但对于新闻游戏而言，高成本与高收益之间还存在着一个根本性的难题，这一难题根植于游戏与新闻之间的内在矛盾——游戏是一种可重复性的意义系统，而新闻则为少频次乃至一次性的快速消费产品。游戏的可重复性所带来的是消费者持续地投入时间、金钱、精力，而新兴媒介环境下，“受众对新闻产品的阅读越来越偏向快餐式阅读”^[16]，新闻游戏很大程度上意味着消费者的投入是短时期甚至一次性的，故而新闻游戏之高成本所面临的结果大概率是低投入产出比，甚至极有可能为负投入产出比。这种情形与新闻媒体自身的目标之间存在着南辕北辙般的差异，市场经济环境下，如何更好地实现盈利是新闻媒体所面临的最为重要的现实命题，在此意义上，新闻游戏几乎不可能成为作为理性市场主体的新闻媒体的正确选择。

四、两种竞争场域与高可替代性

如果以经济学的视角考虑，新闻游戏之所以前景黯淡的另一个重要原因，在于新闻游戏往往是高度可替代性的产品。在现代经济学视域中，影响交易达成的因素主要有两个：一个是消费者的个人偏好，指向市场；另一个则是产品的不可替代性，指向产品本身。而所谓的不可替代性，是指“产品具有的不可被其他产品所替代的性质”，“产品的不可替代性就是一个产品或者说一种类型的产品存在的理由”^[17]。“替代”一词本身潜含着比较之意味，因此，一种产品是否具有不可替代性，要在其与所属类别、种属中其他产品的相互比较中才能得以显示和呈现。新闻游戏是作为内容的新闻与作为形式的游戏结合而成的产品形态，对于新闻游戏之可替代性的考察，一方面要将新闻游戏放置于新闻表达的形式体系之中，另一方面，还要将新闻游戏放在众多游戏的种类之中，进行具体的分析和比较。换言

之,即将新闻游戏置于由多种呈现形式构成的新闻场域和由多种类别构成的游戏场域,分别进行审视,从而判断新闻游戏的竞争力和生命力。

在新闻表达的形式体系中,新闻游戏显然不具备不可替代性。麦克卢汉在《理解媒介:论人的延伸》中曾说:“任何媒介(即人的任何延伸)对个人和社会的任何影响,都是由于新的尺度产生的;我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术),都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”^[18]对于麦克卢汉之语,我们亦可做出反向的阐释与解读:只有为个人和社会引入新的尺度,才可被承认一种具有较高价值的媒介(表意系统)。从这个角度来看,作为意义承载形式的游戏,对于人们的新闻收受活动并未带来新的尺度,换言之,新闻游戏更多的是一种已有表意手段、形式的复合与叠加,其所带来的更多是体验上的增量和产品形态上的增量,而无表意形式上的增量、认识论意义上的实质性增量。

这里,笔者想说明的意思主要包括三层:(1)新闻游戏是一种多种意义承载形式的聚合,尽管新闻游戏是一种较为新兴的新闻传播产品形态,但是其传达意义的方式依然是文字、声音、视频、动画等传统表意形式和传播手段,通过游戏来实现的新闻传播,完全可以借由其他传统表意方式诸如报纸、广播、电视得以实现,在此意义上,新闻游戏于表意形式上而言,并未产生新的变量与增量,所以是一种高可替代性的表意形式;(2)人们使用新闻游戏更为重要的目的在于获取新闻而非进行游戏,在新闻优先而非游戏优先的目的取向下,人们完全可以通过其他方式获知新闻信息,且其他获取信息的方式更为快速高效,收受和阅读的时间成本更为低廉;(3)新闻游戏最为关键的特征之一在于其参与性和交互性,这对于新闻收受者带来的仅仅是使用体验上的增量,而对于新闻活动本身并无实质性的突破,并不像数据新闻那样拓展了人们认识现实世界的维度,也不像智能新闻那样带来了新闻生产与传播方式的革命性变化,所以,新闻游戏所带来的更多是产品形态上的改变,而不是认识论意义或传播关系模式的变革,且这种产品形态上的改变很容易为其他新闻产品所替代。一言以蔽之,以前瞻性的眼光来看,仅仅带来体验和形态上增量却又存在着高度可替代性的新闻游戏,恐怕并不能像本文开篇时所列举的典型观点所认为的那样,从边缘走向中心,成为新闻实践发展的趋势和重要方向。

进行视点转移显然是必要的。以往研究更多讲的是新闻游戏相较于其他新闻呈现方式的优劣势,某种程度上却忽略了新闻游戏与游戏、新闻游戏与人之游戏目的间的关系。若是进行视点转移,将新闻游戏放置于游戏领域进行审视,情况同样不容乐观。人们之所以进行电子游戏,主要在于获取不同于日常生活之或欢乐、或幸福、或刺激的情绪体验,“游戏最重要的特征之一是它在空间上与平常生活的脱离”^[19],电子游戏通过营造出虚拟性空间和场景,调动人们各种各样的情绪。新闻游戏作为众多电子游戏中的子类别,像其他各类电子游戏一样,其所提供的主要也是情绪体验,这意味着,人们在进行游戏时,具有多样化的选择,新闻游戏仅仅是多种游戏类型中的一种,因此具有非常高的可替代性。更为重要的是,当以娱乐为主的游戏与天然带有严肃性的新闻结合而成新闻游戏时,其所具有的娱乐性往往在无形之中就被中和与削弱了。这种娱乐性的削弱,很大程度上意味着新闻游戏在众多电子游戏中,并不具备迎合消费者的优势,新闻游戏仿佛戴上了“无形的镣铐”,在与其他游戏进行市场竞争之时,从一开始便落了下风。

从游戏本身之发展趋势来看,新闻游戏之前景也十分黯淡。受制于成本、时效性等因素的影响,新闻游戏的最佳类型选择是轻量级的网页游戏,以往较为典型的新闻游戏几乎也都为网页游戏,国外的例如《杀手资本主义》《刺杀肯尼迪》《预算英雄》等,国内的如《逃跑人的日常》《重走长征路》等。然而,在客户端游戏、移动端游戏市场的竞争压力下,“网页游戏产品的吸引力正在降低,市场逐步萎缩,市场实际销售收入不断降低,用户数量减少”^[20],新闻游戏作为一种网页游戏,它并不符合游戏市

场的发展趋势，在优胜劣汰、适者生存的竞争环境下，具有高度可替代性的新闻游戏并不具备发展成为潮流的特质。

五、结论及余论

需要重申的是，本文想要表达的核心意思，在于新闻游戏并不像一些学者所乐观估计的那样，会成为未来新闻实践的重要方向，相反其自身的内在特征及否定性因素，这些特征与因素或许会致使其依然以零星的、散落化的样态存在。

尽管技术是以一种革命性的面目出现，但技术迁移、适用往往要与其他社会因素、社会条件以及所应用领域的特征存在深度契合才能得以显扬，并经得住时间的考验。脱离具体语境，对技术功用的盲目乐观解释并非一种严谨认真的思考方式和研究取向。因此，当我们在分析新闻传播活动时，务必要将其放置在具体的语境之中，充分挖掘其背后更深层次、更为丰富复杂的意涵空间，辅以反思性、批判性的立场，如此方能逐渐占有事物之规律，达成相对立体、准确、合乎实际的判断与认识。

参考文献：

- [1] 陈映. 当新闻游戏遇上严肃议题：冲突与机遇 [J]. 新闻界, 2017 (9).
- [2] 刘丹凌, 黄秋彤. 新媒体语境下新闻游戏的生成逻辑 [J]. 现代传播, 2017 (9).
- [3] 张建中. 朱莉·波塞蒂, 艾比盖尔·盖齐. 2015 年新闻编辑室的九大发展趋势 [J]. 青年记者, 2015 年 8 月上.
- [4] 曾祥敏, 方雪悦. 新闻游戏：概念、意义、功能和交互叙事规律研究 [J]. 现代传播, 2018 (1).
- [5] 张建中. 用新闻游戏吸引受众：《华盛顿邮报》的创新与实践 [J]. 新闻界, 2016 (17).
- [6] 黄鸣奋. 数字化语境中的新闻游戏 [J]. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 2014 (5).
- [7] 李萌. 技术迷思与发展传播研究 [J]. 国际新闻界, 2013 (2).
- [8] [美] 罗杰·菲德勒. 媒介形态变化：认识新媒介 [M]. 明安香译. 北京：华夏出版社, 2000: 19.
- [9] [丹] 克劳斯·延森. 媒介融合：网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 [M]. 刘君译. 上海：复旦大学出版社, 2012: 88.
- [10] Ian, B. & Simon, F. (2010), *News Games: Journalism at Play*. Cambridge: MA: The MIT Press.
- [11] [美] 罗德尼·本森, 艾瑞克·内维尔·布尔迪厄与新闻场域 [M]. 张斌译. 杭州：浙江大学出版社, 2017: 44-49.
- [12] 杨保军. 新闻理论教程 [M]. 北京：中国人民大学出版社, 2005: 128.
- [13] 王海燕, 范吉琛. 新闻的时间性变迁：生产、文本与消费 [J]. 新闻记者, 2018 (10).
- [14] 孙立军, 刘跃军. 中国游戏产业发展报告 (2017) [M]. 北京：社会科学文献出版社, 2017: 66.
- [15] 潘亚楠. 新闻游戏：概念、动因与特征 [J]. 新闻记者, 2016 (6).
- [16] 周懿瑾, 吴暖暖. 移动网民新闻阅读的特征、使用习惯和动机 [J]. 新闻记者, 2013 (10).
- [17] 杨立华. 产品的不可替代性——产品交易、产品交易效用、分工的物的原因、产品和组织存在的理由分析 [J]. 新疆社会科学, 2004 (1).
- [18] [加] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介：论人的延伸 [M]. 何道宽译. 南京：译林出版社, 2011: 18.
- [19] [荷] 约翰·赫伊津哈. 游戏的人：文化中游戏成分的研究 [M]. 何道宽译. 广州：花城出版社, 2017: 25.
- [20] 中国动漫游戏产业年度报告课题组. 2017 年中国动漫游戏全年产业报告 (摘要版) [J]. 出版发行研究, 2018 (10).

[责任编辑：赵晓兰]