

不稳定的玩工：游戏模组爱好者和数字游戏产业*

■ 尤里安·库克里奇

代编者按

随着数字技术的发展,用户生成内容(user-generated content, UGC)已经成为数字资本主义新的剩余价值的增长点,包括用户有意识地上载图片、视频、博客和网络搜索关键词资料,义务为网站进行宣传、翻译,甚至参加有偿或无偿的众包任务,这些都被用于生产新的可以被商品化的内容,或者成为商品化内容(如广告)的载体,如此参与式的劳动促进了信息消费的普及。在这种情况下,生产和消费之间的边界因为数字技术而变得不再清晰。一方面,资本将个人的生活方式、欲望和知识等全部裹挟进工作之中;①另一方面,工作和闲暇之间边界的消融恰恰对应了马克思笔下资本对劳动的“形式吸纳”(formal subsumption)转化为“实际吸纳”(real subsumption)的过程。②尤里安·库克里奇敏锐地观察到在数字时代,生产和消费、工作和闲暇之间边界的日益模糊在以游戏模组③爱好者为代表的“玩工”(playbour)④身上表现得淋漓尽致。

本文在作为弹性劳动力之一的“玩工”的学术研究中具有里程碑式的意义,不仅是因为库克里奇在此第一次提出“玩工”的概念,更重要的是他通过对游戏模组爱好者的研究,深刻地阐释了以下三个核心观点。首先,“玩工”(即游戏模组爱好者)是游戏公司重要的创造力来源。他们在不知不觉中为游戏平台吸引了更多的用户,创造了更多的内容,甚至修改游戏中的漏洞以完善游戏的用户体验。他们自发修改和创作的游戏内容成为游戏产业价值和创新的重要源泉,他们的创造性极大地降低了公司在研发和营销上的人力成本和其他费用。其次,“玩工”是“无酬劳动力”。一来游戏公司的现有制度并没有将游戏模组爱好者纳入有保障的、稳定的劳动关系之中,这些公司免费地征用

尤里安·库克里奇:爱尔兰阿尔斯特大学媒介研究中心(Julian Kücklich, Media Research Center, University of Ulster, Ireland)

*本文译自 Julian Kücklich, “Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry,” *The Fibreculture Journal*, No. 5, 2005。

他们的劳动;二来游戏模组作为一种“无酬劳动”形式的事实往往被视游戏模组为休闲活动或娱乐延伸的意识形态所遮蔽;三来模组游戏的知识产权牢牢地控制在游戏公司而非玩家的手中,同时游戏模组爱好者承担着其活动所可能引发的一切经济和法律风险。因此,在整个游戏模组的过程中,游戏公司悄无声息地成了最大的赢家,这也使它们有能力吸引更多的受众和对不同类别、风格的游戏进行模组。最后,“玩工”的普遍化与“弹性资本主义”制度是高度匹配的。游戏模组爱好者为资本积累贡献了大量的社会必要劳动时间,他们对于游戏产业资本积累和增值的贡献已经远远超越了兴趣爱好的范畴,毫不夸张地说,他们是游戏产业的生命线。而将休闲转化为非物质劳动的普遍实践标志着一种新的资本积累模式的形成,即资本主义的弹性积累模式,这一模式正在全球不断扩张和蔓延。^⑤

——姚建华(复旦大学新闻学院)

一、导论

作为创意产业的重要构成,电子游戏产业在近年来发展迅猛,其产业规模甚至已经超过了电影产业(Shuster, 2003)。但与此相伴随的是,电子游戏产业内的兼并现象随处可见——小公司不是被市场淘汰,就是被诸如美国艺电公司(Electronic Arts)或育碧(Ubisoft)这样的大公司收购。然而,面对有限的营利空间以及利润率逐年下降的困境,即使是大公司,也不得不依赖版权和续作维持利润(参见Kline et al., 2003)。出乎意料的是,这些在企业层面风险可控的运作模式受到了来自游戏玩家的挑战。越来越多的玩家开始不仅满足于玩游戏,而且通过使用游戏开发者提供的或自己开发的各种编辑工具来打造专属自己的游戏。

创作游戏修改版本是游戏文化的重要组成部分,同时也是游戏产业价值和创新的重要源泉。基于《半条命》(*Half-Life*)模组的《反恐精英》(*Counter-Strike*)是最流行的联机电子游戏之一。它成功打破了游戏产业市场的保守模式,证明游戏模组不仅延长了游戏产品的生命,更为整个游戏产业注入了难能可贵的创新力量。

除了一小部分游戏模组爱好者因其广泛的知名度而能在游戏产业中轻松地找到工作,大部分模组爱好者很难获得“收入颇丰”工作的机会。游戏模组通常被视为一种休闲活动,或仅仅被当作游戏行为的延伸。因此,游戏模组爱好者作为“无酬劳工”并未被纳入有保障的、稳定的劳动关系之中。这一现象引发我们进一步思考娱乐产业中“工作”和“休闲”的关系,二者之间关系的变化导致了“玩工”这种混合劳动形式的出现。

本文基于传播政治经济学的立场,对模组爱好者群体和游戏产业之间的关系进行了系统的分析。虽然爱好者在模组的过程中收获了喜悦和成就感,但本文试图挖掘并思考的是,这些爱好者是否可以被称为“分散的大多数”(dispersed multitude)? 他们的权力如何能够得到更广泛的关注与认可? 在理论创新方面,本文试图探索创意产业中“工

作”与“休闲”的新边界,并提炼这一现象背后意识形态的变迁过程。

二、游戏模组的历史

20世纪90年代初期开始,数字游戏产业与消费者之间的关系发生了剧变,而背后的推动力量正是游戏模组作为文化实践的普及。如果将20世纪80年代初的《蓝精灵堡》(Castle Smurfenstein)视为最早的模组游戏的话,那么游戏模组文化走向成熟的标志则是1997年id软件(id Software)公司发布的《毁灭战士》(Doom),及后续由玩家自己设计的关卡编辑器的出现。大卫·库什纳(David Kushner)在《大众科学》(Popular Science)上发文写道:“《毁灭战士》编辑器的推出是富含文化参与性的游戏模组产业兴起的标志。任何游戏爱好者都能创造一定复杂程度的游戏关卡并在网上发布,这就像是在图书中创作新的章节,然后通过互联网进行发布一样。”(Kushner, 2002)

《毁灭战士》模组的意外走红给id软件公司带来了大量的机会。瓦格纳·詹姆斯·奥(Wagner James Au, 2002)指出,这种自我监管(self-policing)和共享传统不仅使id软件公司与其粉丝之间的关系更加紧密,而且获得了巨额的商业利益,使《毁灭战士》成为令世人为之震惊的杰作。坐享粉丝创意的可能性逐渐变为现实,因为玩家在游戏初始还需向id软件公司和开发阿帕奇(Apogee)系统的公司支付一定的费用。id软件公司随后开发的《雷神之锤》(Quake)系列具有强大的关卡设计功能,使玩家创造模组的需求不断得到满足。

然而,最为成功的《雷神之锤II》(Quake II)并非由粉丝模组发展而来,而是纯粹的商业产物。威尔乌公司(Valve Corporation)作为该游戏的出品公司,由两位原微软公司工程师麦克·哈灵顿(Mike Harrinton)和加布·纽维尔(Gabe Newell)投入极大的心血组建而成。虽然缺乏任何产业的经验,但他们尝试基于模组设计一款全新的游戏,这就是后来的游戏《半条命》(1998年)。在参观了id软件公司位于美国得克萨斯州梅斯基德的办公室后,他们决定基于《雷神之锤》的3D浏览器内核设计自己的游戏(Au, 2002)。

《半条命》游戏促成了电脑游戏历史上最知名的游戏《反恐精英》(1999年)的诞生。这款游戏由“鹅人”黎明(Minh Le)和他的学生、同事共同创作完成,并很快成为最受欢迎的网络游戏。后来,黎明受聘于威尔乌公司,并将《反恐精英》游戏卖给了自己的雇主,成交金额未知。这款游戏至今仍是威尔乌公司的金字招牌,售出了100多万份。它的单机游戏版本《反恐精英:零点行动》(Counter-Strike: Condition Zero)也在发行之初就大获成功。

鉴于自己的成功模式,威尔乌公司致力于加强模组社区和游戏产业之间的纽带。2002年,威尔乌公司为了“使更多业余的游戏模组爱好者职业化”(Au, 2002),专门搭建了“蒸汽”(Steam)游戏平台。然而,这一职业化过程并不是零成本的。威尔乌公司的创始人之一纽维尔就该平台的商业模式解释道:“我们向模组团队提供995美元的引擎版

权使用费,以鼓励他们在平台上发布模组……一旦某个模组团队拥有了大量的使用者,他们就既可以选择更多的版税,也可以选择在其他平台上发布游戏模组。”(转引自 Au, 2002)

三、游戏模组的经济

正如威尔乌公司授权游戏《半条命》的玩家使用《雷神之锤》的引擎那样,游戏公司经常授权其他公司使用自己的引擎,这一举措使模组社区与游戏产业之间的相似性得到关注。事实上,诸如《半条命》这样的游戏与模组社区其他富有野心的设计产品一样,都是衍生品,具有一定的相似性。然而,就在威尔乌公司支付id软件公司获得授权并启动新的商业游戏项目时,模组设计者却由于游戏安装之初必须签订的具有限制性的“最终用户许可协议”(End User License Agreement, EULAs)而被阻拦在类似的授权支付体系之外。比如,《半条命》的软件开发工具包(Software Development Kit, SDK)的《最终用户许可协议》就包含以下内容:

威尔乌公司在此授权使用者享有非排他性、免版税、可终止、全球性,以及不可转让的权利,被授权者可:(1)使用、复制或修改软件开发工具包(以源代码形式),该条款仅作更新模组使用;(2)复制、传播并合法更新模组(以结果代码形式),该条款仅针对《半条命》的终端用户免费。

事实上,这意味着游戏公司在模组爱好者使用游戏里的软件安装工具包时,享有所有模组的知识产权。乍一看,这并无不妥:游戏模组爱好者本身使用游戏源代码的权利就是游戏公司赋予的,因此他们并没有出售模组游戏的权利。在这个过程中,游戏公司悄无声息地成了最大的赢家。然而,游戏公司为什么是“最大的赢家”呢?我们以《反恐精英》为例。

首先,游戏的开发者和发行商并不需要推广游戏品牌,游戏模组爱好者和玩家“免费”承担了这项职责。这种推广方式对游戏公司来说收益巨大,毕竟市场推广费用一直是游戏公司最大的开销成本之一。一旦一个品牌建立起了声望,该款游戏的卖座也就顺理成章了,因此游戏产业越来越依靠电影和其他版权产品。史蒂芬·克莱恩(Stephen Kline)等学者强调了品牌营销对于数字游戏产业的重要性,他们断言:“作为电子产业的先锋品牌,任天堂(Nintendo)、世嘉(Seга)及其他公司都尝试将游戏包装在一种品牌化的氛围里,这种氛围涉及习俗、神话、社会地位以及秘术(craft-lore)。”(Kline et al., 2003:57)

其次,游戏模组有效地延长了游戏的热度和上架时间。2004年,《半条命:时代》(*Half-Life: Generation*)发布。这款游戏在原本上扩充了《半条命:针锋相对》(*Half-*

Life: Opposing Force)和《半条命：蓝色行动》(*Half-Life: Blue Shift*)两款子游戏,同时打包发布了另两款炙手可热的游戏《反恐精英》与《军团要塞》(*Team Fortress Classic*)。《半条命：时代》的特别之处在于,在首次发布5年后,它仍以全价出售,而大多数游戏在首发1—2年后往往采用半价营销的策略。一般游戏的上架生命约为6个月,而这款游戏的表现异常出色。

再次,游戏模组培育了玩家对游戏的忠实度。威尔乌公司对模组社区的赞助收获了稳定的线上粉丝群体,他们密切关注着公司的动向。截至目前,与《半条命》和《反恐精英》相关的网站数量达到了数百个,这在一定程度上体现了玩家对这两款游戏的喜爱,以及对威尔乌公司的忠实度。公司的产品毋庸置疑是主要的吸引物。公司官网上展示的产品大受欢迎,获得过50多项“年度游戏”的荣誉。同时,《半条命》游戏可供使用的多种模组更增加了公司产品的魅力。《半条命2》的模组甚至在游戏发布前就已经可以供模组爱好者使用,这种“模组能力”(modability)无疑在游戏社区赋予了威尔乌公司产品相当高的可信度和美誉度。诚如赫克特·波斯蒂戈(Hector Postigo)所述:“模组无论对于拉动游戏销售还是扩展粉丝基础来说,都具有非凡的意义。”(Postigo, 2003:596)事实上,这种策略可以被看作品牌战略的一种,它将客户纳入生产环节的方式,有效地使公司和客户之间形成闭环。

此外,游戏模组是数字游戏产业创新的源泉。游戏模组制作社区是游戏公司巨大的“试验田”,同时也是新思想的来源,确保了这些公司在高度竞争的市场环境中处于不败的地位。威尔乌公司将《半条命2》的物理引擎视作开发的核心,这一决定离不开模组爱好者对该游戏前传中基础物理属性的实验与探索,比如他们尝试改变重力和摩擦力。在《反恐精英》的案例里,首创的团队作战模式逐渐成为主流,并被后来很多游戏纷纷效仿。

事实上,游戏模组爱好者的创造性极大地降低了公司在研发和营销上的费用。波斯蒂戈简洁有力地评价道:“在这个过程中,公司成功地以低廉的价格甚至零成本管理具有技术背景的劳动力群体,自此,一种基于网络的劳动剥削形式正在兴起。”(Postigo, 2003:597)这种“免费”的创新型资源的重要性是不可估量的。诚如克莱恩等学者所述:“数字游戏产业是‘永久型创意经济’的一部分。该类经济形式的特点包括需要不断创新的渠道来拓展观众群,以及需要不断创新的类型和风格。”(Kline et al., 2003:66)

最后,游戏模组制作社区是游戏产业的“劳动后备军”。奥指出,由于出色的模组能力,威尔乌公司的雇员经常收到其他游戏公司的橄榄枝(Au, 2002)。游戏模组制作社区中存在大量经过职业化训练的程序员、3D艺术家和动画师,他们都不需要专门的培训,就可以直接从事专业的游戏模组。《反恐精英》的创始人黎明受聘于威尔乌公司就是一个很好的例子。

游戏产业将模组文化与雇佣人才库挂钩也导致了“反馈闭环”(feedback loop)的出现,即公司难以接触到以年轻男性为首的核心用户之外的新市场。拿《反恐精英》举例,

克莱恩等学者指出：

一方面,这种消费者引领的模组模式标志着参与性、民主性设计的出现,公司通过调动玩家的主动性实现一定意义上的共赢。这些参与者主要由喜爱暴力游戏、推崇科技文化的年轻男性组成,这其中包含着必然性……那就是游戏产业已经培养出了一批忠诚且具有较高科技水平的消费者(Kline et al., 2003:253)。

虽然模组创造的经济价值难以估量,但从《反恐精英》的销售量可见一斑(Computer Gaming World, 2003)。模组已然成为发展数字游戏产业的重要推动力量。“从劳动理论的角度来说,模组爱好者为商业游戏贡献了巨大的价值。”(Postigo, 2003:602)毫不夸张地说,游戏模组爱好者对于游戏产业资本增殖的贡献已经远远超越了兴趣爱好的范畴,他们是游戏产业的生命线(Au, 2002)。但是,模组仍然被普遍认为是休闲娱乐活动,爱好者的劳动仍属娱乐范畴,因而不具有营利性。

四、作为“玩工”的模组爱好者

这里需要反思的是,模组爱好者的闲暇被游戏产业不断商品化,虽然对于闲暇的商品化过程已经是个老生常谈的话题。詹姆斯·富尔彻(James Fulcher)写道:“闲暇正是通过商品化的过程成为资本主义创造的产物。”(Fulcher, 2004:8)这一论断点明了闲暇产业不同于以往商业模式的本质,即游戏公司并不是只售卖产品,而是实现(或加速)附着在游戏产品之上的闲暇时光的商品化过程。

为了更好地理解闲暇的商品化过程,将“生产性闲暇”(productive leisure)从一般休闲活动中区分开来是必要的。虽然具有“生产性”的休闲活动已不新鲜,比如针织、木工这类手工艺,或是像打猎、园艺、垂钓等这类古已有之的活动,但这类活动却鲜少是资本社会市场的重要组成部分。这种情况随着大众化数字技术的出现而发生了彻底的改变,现在消费者可以通过数字技术实现高质量数字产品的批量化生产。

从这个意义上来说,游戏模组与开源软件(open-source software)的开发有众多相似之处,后者也是集体生产的数字产品。这两类产品都涉及合作性的、非营利性的文化生产。Linux 系统的案例证明了精巧的包装和市场营销能够实现开源软件的成功商业化,而这些策略在竞争激烈的电脑操作系统市场中也同样有效。然而,开源软件开发与模组的最大区别在于二者不同的文化意涵。包括 Linux 系统和 StarOffice 系统在内的开源软件的商业成功在一定程度上将免费软件的开发视为一种劳动形式,虽然这种劳动不具有典型性。但是,与开源软件开发者的劳动被视为“工作”不同的是,人们总是将游戏模组与“休闲活动”的消极意涵(如闲散、非生产性与逃避)勾连在一起。虽然游戏公司越来越认可模组爱好者的贡献,但他们无意挑战传统的“偏见”。换句话说,将模组视为“休闲活动”正是游戏生产商与模组爱好者之间具有剥削性关系形成的基础。

面对日益下滑的利润,虽然游戏产业对抵制“盗版”和文件共享的呼声极高,但数字游戏厂商实际上正从相似的模式中获得巨额的收益——爱好者在个人电脑上生产模组并以极低的成本在网络上进行发布。在这背后,是一套观念的力量,即与数字游戏有关的一切都是休闲活动,因此它是以“自愿性”和“非营利性”为导向的,而游戏模组的自愿性和非营利性使资本对游戏模组爱好者的剥削变得更为隐匿。我们需要反思的是,工作在当下充满即时性、流动性和制度性的环境中越来越呈现出弹性(flexible)的特征,越来越多的人“为了生计而‘玩’”(play for a living)。

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。

五、作为不稳定劳动的游戏模组

颇具争议的是,“玩工”是“自愿的、无偿的、娱乐的,且受到剥削的”(Terranova, 2000:33),它难以被归属进传统的工作或休闲的范畴。游戏模组和其他“无酬劳动”类似,它们很难被划归为有偿劳动、自由职业或志愿工作,同时,它们也不是严格意义上的休闲、玩乐或者艺术。既然“无酬劳动”或“玩工”具有上述所有的职业特色,那么将其作为独特的类别来理解则是恰当的。

游戏模组爱好者和具有生产性的雇佣劳动力都对他们生产的产品不具有所有权。根据《最终用户许可协议》的规定,游戏生产商对模组修改的成果具有所有权。即使一些爱好者获得报酬,他们仍无法获得版权。游戏模组工作的不稳定性自此显现:爱好者在无法获得知识产权的体系下创造模组。也有学者将模组解释为“一种超越异化的尝试”(Postigo, 2003:601)。作为对罗伯特·托马斯(Robert Thomas, 1997)理论的回应,波斯蒂戈表示:“在托马斯看来,劳动的异化因生产者对生产过程(即使是虚拟的生产过程)享有所有权而消逝。我相信,同样的原因激励着模组爱好者努力工作,并对他们的劳动形成认同。”(Postigo, 2003:601)

与此同时,模组爱好者与自由职业者一样,承担了自身活动所有经济和法律上的风险。《半条命》的软件开发工具包的《最终用户许可协议》中明确规定:

用户需要维护威尔鸟公司的权利。任何由于模组的创作、流通和推广造成的损失,都将被追究赔偿责任……包括本协议在内的任何书面文字都不说明威尔鸟公司对第三方团体或个人生产的产品、服务具有购买意图,更不代表任何第三方团体对当下或未来

产品和服务市场进行承诺……

游戏模组又与志愿工作存在共性——不以直接经济刺激或者“强制性”为基础,而是像波斯蒂戈所指出的,“基于自身经历而产生的社群认同感和归属感是游戏模组的动力之一”(Postigo, 2003:599)。这种认同感也是各种志愿工作的驱动力。然而,志愿工作一般仅局限于非营利性组织,而模组则与高收益的数字游戏产业紧密相连。游戏产业之所以能够招募到数量庞大的志愿军,正是因为它的宣传强调了对高品质游戏的追求,而非背后追逐利润的逻辑。

此外,游戏产业还努力制造一种“共识”,即电脑游戏鼓励个人参与,从而使全民参与成为可能(Huhtamo, 1999,转引自 Skirrow, 1986)。然而,艾尔基·胡塔摩(Erkki Huhtamo)继续解释认为,电脑游戏技术所宣扬的“共同参与性”已成为一种意识形态。这种意识形态导致了游戏模组爱好者“不稳定”的状态,同时遮蔽了游戏模组制作社区运作过程中的权力结构关系。威尔·赖特(Will Wright)也同样断言游戏产业将成为“游戏开发者与玩家共同协作的过程”(转引自 Au, 2002)。这一论断并不出人意料,毕竟赖特的《模拟人生》(*The Sims*)正是在玩家创作的基础上获得了巨额的利益。

总体而言,游戏模组的“不稳定性”表现在诸多方面:工作和休闲边界不断模糊的不稳定状态、被剥夺知识产权的游戏模组爱好者、承担游戏公司外包风险(经济和法律风险)的模组社区,以及通过意识形态将模组形塑为集体协作的过程。然而,游戏产业对模组社区越来越强的依赖性给模组爱好者带来了无法回避的问题:他们是否至少需要为自己“不稳定”的状态承担部分责任?模组社区内部也因此出现分歧,他们对协同合作是不是“出卖(劳动力)”的行为很难达成共识,因此要形成必要的政治组织来改变现有的状态更是无从谈起。

六、作为“分散的大多数”的游戏模组制作社区

作为对游戏模组与其他互联网“无酬劳动”的回应,波斯蒂戈指出:“信息与通信技术使爱好与休闲成为有价值的商品,这些商品被大量地生产和消费,不同的文化形式被大众生产出来,并服务于大众。”(Postigo, 2003:605)虽然由大众创造闲暇并不是一个崭新的话题,但数字媒体的逻辑却真真切切地改变了闲暇的经济结构。大众创造闲暇需要的资本投入要求越来越低,以至于个人或小群体也能因为技术的近用性而成为实践的主体。这样的改变意味着媒体生产者与消费者数量的同步激增,“产消合一”(prosumption)的新模式应运而生。

然而,“产消合一”并不意味着数字媒体中的每一个个体都因同时具有生产者和消费者的身份而被赋予新的权利,事实上,新媒体经济将分发提升至先前生产的位置,用户在这一过程中仍是被排斥在外的。诚如道格拉斯·托马斯(Douglas Thomas)所指出

的：“再生产包含产品流动的意涵，但在当下，它已经变成了分发的同义词。这一转变的结果是，在数字时代，无论是软件还是新媒体的新形式，对盗版和所有权讨论的核心都指向了分发的权利，而非二次创作的权利。”(Thomas, 2002:85)

与此同时，以网络为主要分发渠道的模组游戏是金融和社会资本合力的产物。其中，金融资本的投入主要用于新产品的市场营销。以《反恐精英》和《胜利之日》(*The Day of Defeat*)为例，模组能够轻而易举地凭借创新的游戏机制和模组社区的支持获得巨大的受众资源。然而，模组爱好者自身却鲜少意识到他们在权力结构中所处的位置——作为“分散的大多数”，他们在面对游戏产业的剥削时缺乏权力自觉。此外，模组社区中充斥的不同动机和意识形态更加剥夺了他们成为政治行动者的可能性。

根据库什纳的论述，游戏模组爱好者的处境可以被简洁地概括为：模组生产的动机是对自由的追求，而不需要服从游戏公司的指令，即强调追求自由，不受任何指令和控制。《雷神之锤》模组《都市反恐》(*Urban Terror*)的游戏设计师克里斯·罗吉斯(Chris Rogiss)如是说。仪式娱乐(Ritual Entertainment)公司聘用的模组爱好者汤姆·玛斯泰恩(Tom Mustaine)是另一种相反说法的代表人物。他认为，每一位模组爱好者潜在的愿望都是得到游戏制作公司的认可，即强调迎合游戏企业的利益诉求，为娱乐经济自觉自愿地劳动，进而获得认可与赏识(Kushner, 2002)。

虽然这两种立场体现的是职业主义和商业化之间不同的逻辑，看似难以协调，但长期来看，模组爱好者广泛采纳何种立场将决定游戏模组的未来：成长为文化的反叛者还是被困于游戏产业新自由主义的意识形态之中。职业性和商业化正共同作用于模组，奥转引道：“在游戏模组的过程中，越来越高的产品价值、越来越大的团队，以及越来越长的研发时间已是大势所趋。”(Au, 2002)换句话说，模组越来越像是商业游戏本身，是否得到资金的支持已经成为二者之间唯一的区别。

“追求更高的产品价值”只是“商业力”(commercial viability)的代名词，而一旦游戏模组以市场为导向(市场导向已经是游戏模组的必然趋势)，创新的原动力就消失了。奥言简意赅地询问游戏设计师瑞池·卡尔森(Rich Carlson)：“如果模组的交换或共享不再出于社区共同体的精神或者纯粹对创造的热爱，如果对下载进行收费，你会怎么看？”(Au, 2002)卡尔森坚定地回答道：“这太可怕了！游戏模组的市场化所带来的模组的普遍流行，实质上意味着免费软件和共享模组的终结。”(转引自 Au, 2002)在奥看来，“灵感和投资的双赢”在未来是可能的，只是由于游戏产业对模组社区采取激进的策略，使得这一未来的实现存在极高的不确定性(Au, 2002)。

七、游戏模组的未来

游戏模组爱好者虽数量庞大，但往往是个体的、分散的，而只有通过互联网上其他“无酬劳工”进行合作，数字游戏生产过程的民主化才可能实现。这不但要求游戏模

组爱好者意识到自身的工作具有不稳定性,而且需要他们通过政治化的组织来确认其创新型数字“反文化”先锋的地位。因此,游戏模组制作社区的成员面临着三个问题:首先,如何将自己定位为游戏产业价值的创造者;其次,如何对模组游戏拥有所有权;最后,如何消除游戏模组仅仅是一种休闲活动的意识形态。

希望之光是存在的。2003年,游戏《第二人生》(*Second Life*)的设计者林登实验室(Linden Labs)改变了服务条款,承认设计者对其创作内容享有所有权。在纽约举行的发展大会上,林登实验室的创始人兼首席执行官菲利普·罗斯代尔(Philip Rosedale)强调:“我们的新政策认可了这么一个事实,即坚持不懈的虚拟世界的制造者为创建这一世界做出了巨大的贡献,他们应该拥有其所创造内容的所有权,同时分享那些被他们创造出来的价值。”保护知识产权的行动家劳伦斯·雷斯格(Lawrence Lessig)回应说:“林登实验室的这一步是重要的,它让《第二人生》内容生产者的权利得到了进一步的认可。就像历史一直印证的那样,当人们共享着他们所创造的价值的时候,更大的价值将由此产生。”(转引自Linden Labs,2003)

这一进步对于游戏模组爱好者来说也是福音。当模组社区逐渐成为游戏产业核心的时候,整个产业很难再将模组置于边缘的位置,从而忽略它的经济价值。一旦游戏社区意识到数字游戏世界大部分的创新源自模组,游戏产业就被迫要承认这一事实,无数模组爱好者也将对他们所创作的作品拥有更多的权利。最终,这对数字游戏产业来说是双赢的,否则它将陷入越来越多衍生产品的恶性循环之中。因此,对于游戏模组爱好者的赋权将逐渐成为一种全球性的实践。

作为不稳定的劳工,游戏模组爱好者在夹缝中生存。发现模组工作价值的实践任重而道远,因为游戏模组爱好者直面的是对利润“如饥似渴”的整个数字游戏产业。同时,他们需要不断反思后工业时代“工作”和“休闲”之间的关系,并探索新的“非异化劳动”的模式,真正使游戏模组成为一种文化实践,超越数字游戏的界限和既定的规则。毕竟,游戏模组本身就是超越常规的实践,这一态度对于面对未来社会挑战的意义是不可估量的。

参考文献:

- Au, Wagner James, 2002, “Triumph of the Mod,” *Salon.com*, 16 April, <http://www.salon.com/tech/feature/2002/04/16/modding/print.html>.
- Computer Gaming World, 2003, “The Creators of Counter-Strike,” Interview with Jess Cliffe, October, <http://cgw.1up.com/do/feature?cId=3110900&did=4>.
- Deleuze, Gilles, 1992, “Postscript on the Societies of Control,” *October*, Vol. 59, pp. 3-7.
- Fulcher, James, 2004, *Capitalism: A Very Short Introduction*, Oxford, UK: Oxford University Press.
- Huhtamo, Erkki, 1999, “Game Patch: The Son of Scratch?” *Switch*, <http://switch.sjsu.edu/nextswitch/>

switch_engine/front/front.php?artc=119.

Kline, Stephen, Dyer-Witford, Nick & Greig de Peuter, 2003, *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing*, Montreal: McGill-Queen's University Press.

Kushner, David, 2002, "The Mod Squad," *Popular Science Online*, <https://www.popsoci.com/gear-gadgets/article/2002-07/mod-squad>.

Linden Lab, 2003, "Second Life Residents to Own Digital Creations," Press Release, 14 November, http://lindenlab.com/press_story_12.php.

Postigo, Hector, 2003, "From Pong to Planet Quake: Post Industrial Transitions from Leisure to Work," *Information, Communication & Society*, Vol. 6, No. 4, pp. 593-607.

Shuster, Loren, 2003, "Global Gaming Industry Now a Whopping \$35 Billion Market," *Compiler*, July, http://www.synopsys.com/news/pubs/compiler/art1lead_nokia-jul03.html.

Skirrow, Gillian, 1986, "Hellivision. Gender and Fantasy in Video Games," in Colin McCabe (ed.), *High Theory/Low Culture*, Manchester, UK: Manchester University Press, pp. 115-142.

Terranova, Tiziana, 2000, "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy," *Social Text*, Vol. 18, No. 2, pp. 33-57.

Thomas, Douglas, 2002, "Innovation, Piracy and the Ethos of New Media," in Dan Harries (ed.), *The New Media Book*, London: British Film Institute, pp. 82-91.

Thomas, Robert, 1997, *What Machines Can't Do: Politics and Technology in the Industrial Enterprise*, Berkeley, CA: University of California Press.

注释:

① Jason Read, *The Micro-Politics of Capital: Marx and the Prehistory of the Present*, Albany, NY: State University of New York Press, 2003.

② Vincent Manzerolle, "Mobilizing the Audience Commodity: Digital Labour in a Wireless World," *Ephemera*, 2010, Vol. 10, No. 4, p. 455.

③“模组”是创作游戏修改版本(modifications,简称“mods”)的音译。游戏模组不仅仅是新的地图和皮肤纹理,或者简单地增加新的关卡,而且还会加入新的角色、武器和故事情节。——译注

④“playbour”一词原指“游戏模组爱好者”,后引申为“玩工”,即“游戏劳工”,是“游戏、玩”(play)和“劳工”(labour)的合成词。——译注

⑤ Nicholas Taylor, Kelly Bergstrom, Jennifer Jenson and Suzanne de Castell, "Alienated Playbour: Relations of Production in EVE Online," *Games & Culture*, 2015, Vol. 10, No. 4, pp. 365-388.

(译 / 姚建华、倪安妮 校 / 曹 晋)

责任编辑:周 慧