

新闻游戏: 概念、意义、功能和交互叙事规律研究*

■ 曾祥敏 方雪悦

【内容摘要】 随着媒体融合向纵深开进,媒体融合的形式与手段也越来越多元化,而新闻游戏就是在这样的内容创新重组的背景之下产生的。但新闻与游戏的融合也让新闻游戏在成为人们关注的焦点的同时饱受争议。围绕新闻游戏的概念、意义、功能、从交互叙事规律角度下的文本解构原理以及相对应的分类研究等方面对新闻游戏进行分析,梳理某些新闻游戏的传播现象及背后潜藏的原理,进一步明确新闻游戏是一种新的新闻叙事方式,通过案例分析其叙事规律和模式,为今后新闻游戏的规划、设计、创新等提供建设性的建议。

【关键词】 新闻游戏; 媒体融合; 交互叙事

在媒介科技变革的当下,传统的新闻报道也从单向的故事消费与信息传播发展为用户参与和控制的互动建构,新闻与游戏的结合成为新闻报道产品创新的重要方向。同这个时代许多诸如软信息(infotainment)、专业业余者(pro-am)、产销者(prosumer)等融合化的新产品、新角色一样,新闻与游戏也发生碰撞和交集。

一、何谓“新闻游戏”

在此,我们必须厘清新闻游戏的外延与内涵,它不是一个简单的跨界组合,而是内容与叙事的全新架构与深度融合。那么,在这样两个行业的交互中能碰撞出何种创新与变革?

1. 新闻游戏非简单的消遣与玩乐

一提到游戏,有些人会自然想到消遣、娱乐的表征。因此,当新闻遭遇游戏的时候,许多人会有这样的先入成见,新闻的理性、中立似乎被游戏的消遣和娱乐所解构。苏格拉底曾说过,对于一切事物均借以构成的原始要素是没有说明的。^①因此,对于新闻游戏而言,其定义不能把新闻与游戏的定义简单相结合,但我们可以借助新闻与游戏本身的涵义来理解新闻游戏。从新闻本身而言,新闻是新近或正在发生的事实的报道,但在新闻游戏的概念里,相较于对“新闻”含义的讨论,人们更多关注于“游戏”概念的辨析。因此,我们有必要回到游戏的本义里去理解它给新闻所带来的变化。在此,诸多游戏设计师、游戏历史学家甚至是哲学家都讨论到了游戏的定义。著名的游戏理论家布瑞

恩·萨顿-史密斯(Brian Sutton-Smith)认为游戏是一种自愿参与的控制系统的实现。^②克拉克·C.阿伯特(Clark C. Abt)在他著名的《严肃游戏》一书中谈到:游戏是一种带有规则的语境,他甚至直接指明了每一次选举、国际关系和私人之间的争执都可以称为游戏。^③因此,我们不能把游戏理解成一种纯娱乐性的消遣方式。

事实上,学界早已将游戏本身同玩具、玩乐设计区分开来,区分元素分为两个对立部分:玩乐与游戏、整体与局部^④如图1。游戏与玩乐在生产的目的与过程中是存在区别的,而扩大它们区别的关键就是游戏化设计。有时候我们会难以分辨一个新闻产品是否是好

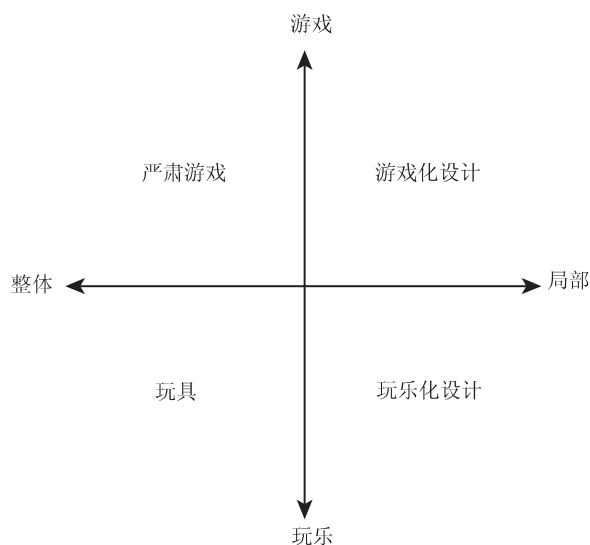


图1 游戏与玩乐

* 本文系教育部人文社会科学基地重大项目“媒体融合背景下广播电视新闻理念与形态发展创新研究”(项目编号:15JJD860005)的研究成果。

的新闻游戏,甚至会质疑其新闻游戏的属性,其最根本的原因就是人们对于新闻产品游戏化的程度和游戏化的价值难以判定。在游戏设计的理论中,所有的好游戏都是游戏化的学习工具,无论它们是否被贴上教育类的标签。^⑤笔者认为这对于新闻游戏产品来说也同样适用,好的新闻游戏一定具有学习、教育以及传播的价值。

2. 新闻游戏是新闻游戏化的产物

追溯溯本,许多人认为“新闻游戏”这一概念最早是由乌拉圭游戏设计师弗拉斯卡(Gonzalo Frasca)于2003年创办Newsgaming.com新闻游戏网站时所提出的。新闻游戏作为交互新闻的一种类型,其区别于其他类别的新闻产品主要是依靠其游戏的特征。

而自2003年至今,新闻游戏已经走过了15年,期间有很多学界与业界的研究者试图为新闻游戏下定义。概括起来,主要有两种,一种是较为粗放的概念,即新闻游戏是与新闻报道有密切联系的一种严肃游戏。^⑥另一种是从形式和功能上的具体解释,即新闻游戏是指将新闻报道与电子游戏相融合,在新闻学的原则之下保证事件的真实性基础上,运用游戏的手段进行媒体传播,目的是为用户群体提供一个真实新闻事件的虚拟体验。^⑦在以上两种说法中,都提到了新闻与游戏的关联,前者较为注重游戏元素,后者则较为注重新闻的特征。

显然,当我们使用新闻游戏这一概念的时候,是站在新闻传播的角度去诠释新闻的一种新形态。而在新闻游戏这一概念中,“新闻”与“游戏”都起到了重要的互补作用,它们是互为表里的关系。新闻事实作为新闻游戏产品最为基础的内容支撑,其传播价值是新闻游戏生产的原动力,而游戏元素的加入则让新闻事实穿上了一件华丽外衣,让后者变得更具有吸引力。而这“穿衣服”的过程并不是简单叠加的过程,而是进化的过程,这个过程就是游戏化的过程。游戏化是在非游戏背景下使用游戏设计元素^⑧,新闻游戏实际上就是新闻游戏化的产物。因此,笔者认为,新闻游戏是新闻信息的游戏化,通过用户的互动参与和控制促成信息的传播与理解。

从新闻信息传播的角度而言,所谓寓教于乐,新闻游戏本质上也是促进信息传播的形式。对于新闻游戏来说,新闻事实是核心,游戏元素是其支撑的结构和形态,它让新闻事实变得更具象,更具有体验的友好性与交互性,更具有传播力。

3. 新闻游戏是内容的价值挖掘与提升

新闻游戏是建立在信息收集、资料研究,传统报道基础上的内容多层次加工。新闻游戏化的过程也是对

内容进行价值挖掘和提升的过程,也是媒体融合语境下的跨媒介叙事。传统的文字、声音与图像媒介的报道形态,可以转化为融合化的交互游戏,从而形成多种层次,多样态的新闻产品。

二、新闻游戏的意义

1. 提高新闻关注度和可读性

游戏先天具备的互动参与性让它成为了极具生命力的信息载体,进而成为了新闻生命力续航的重要保证,似乎凡是与游戏形式沾边的新闻都具有一定的传播力,例如半岛电视台的《盗渔》^⑨用户有80%都是首次登陆半岛电视台网站^⑩,《7种拒绝死亡方式》^⑪的游戏视频被观看260400次,为发布者《华盛顿邮报》带来了十分可观的流量^⑫。新闻游戏正是搭上了游戏的“航母”,占足了游戏化的风头,在新闻游戏化趋势的大背景下,其风格让原本传统的新闻形式获得创新,这也是新闻游戏在近几年层出不穷的重要原因。

同时,游戏的交互性、娱乐性以及新媒体赋予的多种媒介属性让它变成了信息优化的重要手段,过去简单的单向传播变为多向,枯燥的阅读方式成为游戏中的寓教于乐,纯文字信息分化成图文并茂的媒介融合产物。

2. 信息传播透明化

网络新闻与传统新闻相比,其新闻的真实性缺失一直是容易被人们诟病的问题。因此,如何让网络新闻的快速传播能力得到尽可能的发挥,但同时其真实性又能有所保证,这成为所有媒体人需要思考的问题。

笔者发现,目前有很多媒体在此领域做了尝试,早在2012年,CNN就通过《生态圈计划》^⑬(CNN Ecosphere Project)开始试验性地将用户参与生态话题讨论的数据分享在其专设的网络平台上,供更多的用户观赏。该项目最引人注目的一点在于用户的行为可以通过群体传播的方式影响更多的人。用户通过平台所重点关注的信息,并不是通过人工智能算法通过记录用户行为来主动推送的信息,而是由其他的用户行为自主生成的信息矩阵。因此,用户在关注的信息,也许不是他想要的,但一定是他需要的,也是重要的。在此过程中,用户可以看到所有信息交互所产生的传播变化,实际上这也是将信息传播过程透明化,将原来传统媒体幕后的编辑过程通过可视化的方式展现出来。同时,这也是变向将新闻制作流程透明化,信息的产生、内容的生产、传播的路径都一目了然,不仅满足了用户对于信息追根溯源的诉求,还为用户提供了信息求证的渠道。

以上三种游戏类型分别是根据游戏形式、游戏主题两个方面来进行分类,分类方法不在同一逻辑层面上,而且各子类囊括的新闻游戏具有一定的局限性,对于新闻游戏的系统性研究造成了一些困难。因此,笔者通过评估新闻游戏产品的游戏化程度、游戏化策略,将它们分为以下几种类型:文本编辑类、模仿体验游戏类和社会调查类。其中,文本编辑类与模仿体验游戏类同属封闭式解构的大类,而开放式解构类的新闻游戏产品通常都具有社会调查的特征,因此总体还可称之为社会调查类。从总体上看,以上三种类型的游戏化程度有所不同,对于文本信息的解构的程度如表1所示。这几种类型的新闻游戏除了拥有该类型的特征以外,还可以兼容其他类型的特征及职能,但将会以所属类型的特征及功能为主。

表1 不同类别新闻游戏游戏化程度与文本解构程度对比表

新闻游戏类型名称	游戏化程度	文本解构程度	文本解构方式
文本编辑类	低	低	固定式解构
社会调查类	中	高	开放式解构
模仿体验游戏类	高	中	固定式解构

1. 文本编辑类新闻游戏的叙事策略: 线性与非线性结合, 拓展多维融合体验

此类新闻游戏是利用基本交互功能来进行游戏化解构,通过结合传统新闻叙事编排和基本游戏设计来实现初步游戏化,因此它的游戏化程度最低,对于传统文本信息的解构也最为直接。通常这一类型的新闻游戏会以文字为主,并视情况加以图片或视频进行补充说明,可操作性非常强,能够在一定程度上规避一些由于制作周期过长而带来的时效性缺失问题。

《文明》系列游戏的传奇设计师席德·梅尔(Sid Meier)认为“游戏是‘一系列有意义的选择’。”^⑥相比于传统平面媒体通过处理信息先后顺序以及篇幅大小位置来控制读者注意力的方式,这一说法让游戏更具有多变性。新闻生产者在生产文本编辑类新闻游戏过程中会根据新闻选题的内容以及传播目的、渠道等情况来进行文本形式的变换,同时还利用网络媒体的非线性叙事特点解构文本。新闻事件中的时间、地点、事件等几大要素在用户的不同选择后,产生顺序、倒叙、插叙等多种可能,这就让整个事件的叙事由单一的线性叙事变成了线性与非线性相结合的方式。因此,游戏化的叙事结构会变得更加复杂。

例如,发布于2011年的《叙利亚1000天》^⑦是一则最为简单的文本编辑游戏,用户通过第三视角进入游

戏情境,利用类似日记的形式叙述新闻事实。文本中还嵌入了很多超链接,以使用户在阅读中想要着重了解某个关键信息时随时点击深入了解。这样的线性与非线性叙事结合的方式让具有交互性能的超链接将更多的新闻细节连入了新闻本身,从而形成了围绕在新闻事件周围的信息网,事件细节由此被更详尽地呈现出来,既回避了传统新闻中过于冗长的新闻背景阐述,又让整个新闻事件信息量倍增。同时,这种如树状般的文本结构也为用户构建了一个私人订制版的新闻,点击不同的选项会为用户呈现不一样的新闻内容,更符合网络时代用户对于消息主动性接受的趋势。新闻事件本身为树木主干,粗细不一的树枝为有主次详略有别的细节信息,将文本中的信息分解成时间、地点、事件等信息点,然后通过某一新闻要素作为叙事主干串联整体,这样,信息点便可按照一定逻辑关系附着于主干之上,链接方式或直接或间接,用户通过选择既可以向上寻找信息细节,也可以向下探索信息来源。

然而,《叙利亚1000天》与比它晚4年出现的《叙利亚之旅》^⑧相比,其形式上显得过于单调了一些。后者在文字叙事的基础上加入了插画补充说明,内容上也更简约,解构的思路更加清晰,新闻最后阐释的主旨也更加突出。更值得一提的是,《叙利亚之旅》在叙述过程中采用了第一人称的方式,将用户置身新闻事件当中,用沉浸式叙事的方式让新闻文本与用户产生更为密切的互动,完成了简单文本叙事到体验叙事的转变。这一转变是文本编辑类叙事今后发展的重要方向,同时这也是该类新闻游戏向深度文本解构的新闻游戏类型过度的直接表现。

此外,当某些新闻并不存在明显的时空概念而是内容要点时,游戏的非线性叙事对于文本的解构就显得更实用。例如事实核查机构 Politifact 推出的假新闻测试游戏 Factitious^⑨则是突破了事实阐述的叙事角度,利用问答的方式与用户产生互动,将一个个信息点转换为问题,再利用选项的设定以及题目的排序重新组合文本,游戏的意味更加浓厚,让用户在游戏中获得更多信息量。

在该类游戏化的过程中,内容生产者将一种逻辑作为叙事主干,同时以不同的视角和事件中心对象将众多信息点分解开来,然后以主干串联所有信息,形成了用户自主选择接收信息的闭合回路。用户在阅读中的选择行为具有自主性和随意性,但由于解构的范围相对固定,用户很难游离在此范围之外。在这一游戏化水平较为低的新闻游戏类型中,游戏元素主要体现在其赋予了用户选择接受信息顺序和重点的权利,用户的选择解构了新闻文本,同时这样附带产生的非

线性叙事逻辑让新闻信息量变得更大,符合互联网环境下人们消费的需求。换一个角度来看,此类新闻游戏部分的叙事逻辑与传统新闻叙事的编排还有很多相通之处,例如每个独立文本信息中还保留时间、地点、人物、事件等要素信息,文本的语态相对冷静、客观等。因此,该类型并未完全摆脱传统新闻叙事的方法,这也是笔者称之为最基本的新闻游戏的原因。

2. 模仿体验游戏类新闻游戏的叙事策略: 套用游戏环节, 实现用户深度体验

模仿体验游戏类是模仿纯游戏设计并套用游戏环节编排的新闻游戏。随着技术的不断推进,设计概念的逐渐深入,以及行业之间的不断融合,新闻从业者已经不满足于简单的图文结合,而是向着更具有设计感和体验感的全媒体新闻产品的方向发展。模仿体验游戏类的新闻游戏是最脱离新闻形式特征的一类,也是相比其它两种类型产品最具游戏特征的一类,它们通常依托或模仿现有游戏的框架安排新闻信息分布。内容生产者在策划的前期需要根据传播的诉求选择一款或多款模仿的游戏范本,通过罗列范本中可利用的游戏元素为分解新闻文本做好准备。分解的方法很多变,或直接或间接,如利用游戏环节设定在不同游戏节点插入具有新闻信息的内容,或者将信息点转换为图像、声音、视频等,与游戏更为契合。通常两者之间联系越紧密,即对新闻信息的分解渗透进游戏各个环节的程度越高,游戏的效果就越好。同时,笔者通过对比不同案例发现,同样属于模仿体验游戏类的新闻游戏其模仿体验的设计角度与体验感是不一样的。

例如,同样是美国大选的选题,华盛顿邮报做出了与上文中 CNN 不一样的新闻游戏产品,该新闻游戏名为《不确定的候选人》(Floppy Candidate)^③的移动终端游戏,其设计采用高口碑的 Flappy Bird 作为原型,更大胆地运用了各位候选人极具话题性的新闻事件作为关卡的设计元素,声画结合,恰到好处。通过已有游戏元素来类比、对应新闻事件中的各个新闻元素,并将它们一一融合,从而达到游戏化解构的效果。在该作品的游戏角色设定中,原游戏中的小鸟对应各位总统候选人,背景元素对应着与大选相关的元素,如方尖碑、白宫、邮箱服务器、墨西哥与美国的城墙等。游戏环节设定中,游戏过程中或任务失败后,屏幕会弹出有关相应候选人的热点新闻选择题,如果玩家答错还可点击链接进入新闻页面详细了解,在用户游戏失败后还有一段有关选择的候选人最具话题性的话语播放出来,例如选择希拉里游戏失败时就会播放她那句“我想我还是待在家里烤烤饼干、喝喝茶”。这样的系列设计良好

地将游戏设计逻辑与新闻事件叙事逻辑结合在一起,既有趣,又具有一定信息传播价值。内容设计者之所以会选择这样的游戏原型进行改编,除了考虑到制作的可操作性之外,还会考虑制作原型对于改变后产品的影响力。因此,通常在生产此类产品时生产者会选用知名度较高或者已经具有庞大用户资源的游戏作为范本,以便扩大产品的传播力和影响力。《金融时报》推出的《Uber 司机》^④主题互动游戏也属这一类别。

3. 社会调查类新闻游戏的叙事策略: 强互动和强数据

该类型的新闻游戏主要以开放式解构引导用户,以类似社会调查的形式,通过游戏化的互动方式获取用户信息,从而获得新闻附加值。因此,通常它具有极强的互动性,可谓是将新媒体交互功能最大化的一类。一般该类型的新闻作品具有完整的平台设计,问卷、角色扮演、对话等情境的设定是它主要的内容编排方式。过去,我们通过阅读量、收视率、转发量等数据来衡量传统新闻制作的优劣和传播效果,但对于新媒体环境下的新闻游戏来说,后台数据采集比简单的下载量更具有评估的意义。因为,丰富的后台数据不仅可以体现游戏的质量优劣,更可以成为其制定运营策略的依据。这样一来,新闻游戏后台接收到的大量数据,也可以帮助新闻工作者从其中寻找到有价值的内容,甚至制造出更具有意义的信息,预测未来,影响未来。

笔者将该类型新闻作品解构新闻文本的过程分为三个阶段: 第一阶段,半解构新闻即内容生产者将新闻事实的分点罗列。罗列的形式多变,但目的是将信息点分散传播给用户,每个要点之间不设定直接或必然的联系。在此过程中,内容生产者的思维方式由文本编辑类的预先设定转为了开放引导。第二阶段,用户与新闻深入交互的阶段,为后续产生更新的新闻点奠定基础,用户的选择和反馈赋予新闻新的内容。第三阶段,重组新闻信息点即内容生产者将被解构的信息重新组合产生新的新闻文本。在这一阶段中,新的新闻信息与原来的新闻信息融合形成了更为丰富的信息圈,内容生产者可以抓取其中具有新闻价值的信息策略点重新组合,形成新的新闻文本。抓取新闻的逻辑通常服务于第一阶段开放引导的目的。

通常,具有顶层设计思维能力的生产者,在第一阶段工作中就对于第三阶段的内容生产有了预判以及详细的规划,这样第三阶段的新闻文本可以与第一阶段的半解构新闻文本前后呼应,构成完整的新闻叙事体系。这也符合新闻传播中的议程设置理论,即可以通过提供给信息和安排相关的议题来有效地左右人们关注哪些事实和意见及他们谈论的先后顺序。^⑤因

此,在多媒体交互类的新闻游戏中,新闻文本的解构也成为了实现议程设置的工具,解构的实质就是剖析用户对于新闻事件的反馈,让舆论可视化。因此,该类型的新闻游戏通常被应用在具有极强舆论影响力的大型新闻事件中。

上文提到的 Political Prediction Market 游戏运营中,游戏的解构第一阶段使用了问卷调查的形式,问题的设定分散了大选期间各种新闻热点,用户的投票反映了众多新闻点背后潜藏的社会舆论导向。在引导的推动下,内容生产者将信息罗列、分析并得出的结论成为了第三阶段解构新闻文本的最终内容。该新闻游戏在公布之后通过答题环节收到了大量用户使用数据,包括用户的个人信息、对于大选热点问题的看法甚至是政治倾向。这对于正在参选的候选人团队来说,吸引更多的人参与选举是一方面,另一方面数以万计的用户通过该新闻游戏平台透露了自己的政治倾向更对各位候选人的竞选策略制定产生了一定的借鉴作用。该新闻游戏的数据显示希拉里在民主党大选中胜出概率在5月8日为82%²³,而该结果也在两个月后得到了印证。

由此观之,多媒体交互平台所具有的交互性让新闻游戏对文本的解构并不只限于平台外在的使用层面,更深入进平台内部的信息挖掘层面。Google也曾经利用开放式的新媒体交互平台获得数据,制作大量极具视觉冲击力的数据可视化作品。如The Web-GL Globe²⁴是Google实验室将全球范围内的公共数据在浏览器里实现跟地理信息相关联的数据可视化。它可以用3D的方式表现出我们这个星球上的数据,内容包括了世界人口、地震分布等关键词的搜索量。

由此观之,开放式解构类的新闻游戏在过去的大数据分析的基础之上寻找到新的附加价值——新闻价值,这也是游戏交互对于新闻信息的再解读。在此过程中,游戏的交互变成了开放式的叙事逻辑,让用户参与进来,再一次形成信息,OGC、UGC与PGC的融合形成新的叙事逻辑和内容,这样的附加价值也成为了该类型新闻游戏最重要的存在意义。

五、游戏化的实质:选择权的转移

综上所述,不同类型的新闻游戏在坚持了新闻原则的基础上,游戏化策略不尽相同,实质上是它们对于新闻文本的结构与解构的角度和方式不同。从文本编辑类的线性与非线性叙事的交融,到模仿游戏体验类对新闻内容与游戏本身的拆解融合,再到新媒体交互类对于新闻内容的再创造,都是其解构文本的新方式。

同时,由解构引起的新闻功能会发生变化,继而产生奇妙的传播效果。

从使用角度看,以上三种类型游戏都给用户提供了选择的机会,信息选择的权利转移成为了新闻游戏解构新闻文本的最关键之处,这也是新闻游戏为何能够从广阔的交互新闻海洋里分流出来形成自己的领域,也印证了上文提到的“游戏是‘一系列有意义的选择’”的道理。因此,笔者认为所有能够为用户在特定范围内提供内容选择权的交互新闻或是含有新闻信息的交互产品都可以进入新闻游戏的理论范畴内进行讨论。

此外,选择权的转移在不同的解构方式中表现有所不同。在固定式解构中,选择权的转移是有限定范围的,它只能决定用户接受信息的前后顺序以及接受的范围,而开放式解构则赋予了选择权影响的范围,用户的选择可以成为新闻生产的又一推动力。

六、可用于新闻游戏设计的新闻要素

通常使用新闻游戏的新闻选题都是在一定时期或场域内具有强烈影响力的,所以,新闻要素都会很丰富,其中包括了六大要素人物、时间、地点、事件、原因、发生过程。那么,哪些元素最适合新闻游戏的设计,成为了新闻游戏生产的主要攻克难题。换言之,当生产者看到新闻中什么样的元素时,会第一时间想到可以将其转化成游戏化的要素和关键点。笔者将从以下几个方面来分析新闻文本中值得利用的新闻游戏设计要素。

1. 人物:游戏角色

每一个好的新闻故事都需要一张会说话的“脸”,在游戏的世界里也不例外。这张“脸”是推动整个新闻游戏使用进程的动力,是将用户带入新闻游戏情境的引领者。在新闻游戏中,人物的设定分两个方向,一个是深入游戏内部的新闻事件角色设定,即新闻事件的主人公以及相关的人物设定,它让新闻游戏的内容变得更加丰满,是游戏情节构成的基础。另一个是新闻游戏赋予用户的角色,即将用户引入游戏内部的角色设定。无论什么类型的新闻游戏都给予了用户以角色的定位,有的是将用户化身新闻故事的主人公,有的是用户扮演事件的观察者,例如《盗渔》中用户化身调查者的角色设定,以及《Uber司机》中Uber司机的角色设定等。因此,无论是游戏内部的人物设定还是游戏外部的用户角色设定,其目的都是将用户与新闻事件紧紧联系在一起。

2. 地点:游戏场景

游戏是一个拥有设定规则的系统,用户在其中一

定是处于某些特定的环境之中的。对于新闻游戏来说,场景就来自于新闻事件本身所描述的一个或多个地点信息。地点对于新闻可视化来说具有很多优势,无论是其本身自带的图像信息,还是空间感,都为处于二维空间的网络媒体提供了更为广阔的信息承载空间。此外,随着增强现实、VR技术等科技的不断发展,新闻游戏的场景已经超越了我们所理解的空间,慢慢延伸至类似真实的三维空间。在更为广阔的空间中,人们的视角转变、行为改变都可能接触到更丰富的信息维度,因此,利用新闻地点来做场景规划能够为新闻游戏创造更多容纳信息的空间,多个场景的串联便可形成新闻游戏的雏形,例如网易在切尔诺贝利事故30周年之际推出的VR报道《不要惊慌没有辐射》^⑤就利用技术为用户呈现了30年前真实的新闻现场。大部分新闻游戏正是通过提取新闻事件中具有代表性的新闻场景来还原现场,为用户营造游戏氛围。因此,这也是新闻游戏擅长的沉浸式叙事手法最常利用的设计元素之一。

3. 过程: 游戏环节

新闻的发生过程在游戏中可以理解成情节的概念,即用户在游戏中将会遇到的故事化情境,很多优秀的新闻游戏正是依靠其环节设定所提供的体验式叙事方式战胜了传统新闻。通常值得制作新闻游戏的新闻事件都是具有多面性或是冲突性的事件。冲突是故事最具有吸引力的地方,也是最精华之处,在新闻游戏中这个道理依然适用。选择权的转移让新闻结果的表现从新闻文本本身的描述转换为用户的体验效果,内容生产者将新闻结果的褒贬转化为用户情绪上的高涨与低落,让新闻的感染力变得更强,传播效果更好。因此,不同的选择之间具有冲突,用户通过选择体验新闻中的矛盾点是新闻游戏最迷人之处,例如财新制作的《像市长一样思考》^⑥就是将污染对于城市环境的影响转换为不同选择的结果,将新闻的内容揉进游戏环节中,通过游戏环节控制用户情绪,《叙利亚之旅》中用户将会踌躇于选择舒适却昂贵的撤退路线,还是经济却危险的撤退路线;再如《急诊人生》^⑦里的用户会迷失在各种病情缓急的病例之中。

七、新闻游戏的真实之辩

在讨论新闻游戏存在的意义时我们总绕不过对于新闻真实性原则与游戏与生俱来的主观性、虚拟性产生冲突所带来的问题。就“新闻事实”的意义构成看,新闻报道的真实性,“现实性”是基础,“可能性”是真实所在,“解释性”是阐释层面上理解的“真实”;人们所能达到的新闻真实,其实就在于新闻报道对基于事

实的“新闻事件”的描述和对事实意义的“可能性”的理解程度。^⑧而这“理解程度”的高低,取决于人的主观思维方式。无论是生产者还是用户的主观思维在新闻生产和传播过程中对新闻真实性构成了潜移默化的影响,即新闻的生产传播过程就是人的主观思考在符合新闻伦理与规则的前提下在客观事实之上建立起来的过程,新闻游戏亦是如此。在笔者看来,新闻的客观性、真实性与游戏的主观性、虚拟性之间存在的并不是单纯的冲突,而是一种有机的融合。

1. 现实与虚拟的融合

游戏总是从一种模拟或者模仿的角度切入新闻事件本身,通过这样的手法让用户在交互体验中获取新闻信息。无论哪类新闻游戏,它们都是将虚拟与现实有机融合,以现实的内容为基础,构建虚拟的环境、情节等,用虚拟的或假设的主观设定为用户创造更好接受信息的平台,让用户或间接或直接成为第一人称介入新闻实践当中,从而大大优化新闻阅读体验,提高新闻传播的效率。因此,新闻游戏并不是存在与事实对立面上的又一个新“建筑”,而是搭建在事实地基之上的新“旗帜”,它的虚拟与现实的结合让整个新闻体系变得更稳固,新闻产品更具有识别度。

2. 新闻与艺术的融合

新闻游戏为我们提供了一个用艺术的眼光去看事情的方式。自古对于艺术的定义就有很多种,从功能性方面来考虑,艺术可以用来表达情感、引起审美经验等。^⑨此外,从古希腊以来的模仿说、表现说、形式主义理论、接受学等,它们有的以外部世界为中心,有的以作者为中心、有的以作品为中心、有的以读者为中心,都认为艺术有可以辨认的内在统一性。^⑩笔者认为,在新闻游戏中的游戏化元素实际上是一种基于客观事实基础上的情感表达,我们不妨把它看做一种艺术的表现工具,内容生产者对于新闻的再现实实际上就是通过艺术的手法将新闻事实叙述出来。上文中已论证了新闻游戏是新闻的一种新的叙事方式,那么这种叙事方式也可以被视作一种艺术的叙事策略,无论是新闻游戏的视觉优化、多媒体运用还是文本解构方式都是游戏对于新闻的艺术表达。由此观之,新闻游戏成为了新闻与艺术的融合产物。

综上,新闻游戏是一种获取信息的规范机制,它是严肃而认真的,符合新闻的价值观。同时,新闻游戏为我们提供了更为广阔而优化的叙事空间,让用户在虚拟中获取真实信息,以主观的视角了解客观事实,它是主观性极强的艺术与客观性极强的新闻之间激烈碰撞、有效融合的产物。艺术与新闻在碰撞中融合,在融合重生出一种对真实的全新理解。

八、结语

在新闻游戏中,游戏为新闻文本的形态与功能添加了新内容,通过其解构后的新闻文本让新闻行业在新的领域找到了转型突破口,无论是关注度的增加、可读性和可视性的提高还是预测结果的附加价值都是新闻游戏最具价值之处。目前的新闻游戏还大多处于传统新闻的延伸品,其制作通常是依托于传统新闻内容的基础,然而,通过上文中笔者对于新闻游戏解构文本的研究分析,新闻游戏对于新闻文本的内容关注点与传统新闻是存在不同之处的,无论是任务的选择、语态的设计、视角的安排、线索的整理,都具有游戏的独特之处。因此,笔者认为新闻游戏的制作应该出现在新闻事件报道策划的顶层设计当中,与其他多元产品一起,成为传播合力。

我们已然进入了 Web3.0 的社会,它给予我们的

是更有效、更合理的网络信息交流模式,能更有效、更及时的推广知识,使更多受众感受到知识的快乐。^⑩因此,新闻游戏通过趣味化、开放式的叙事模式给用户创造的信息获取环境正符合 Web3.0 的特征。从根本上说,新闻游戏实际上是解构新闻文本的一种方式,“游戏”是它的驱壳,而真正给我们带来意义的是隐藏在驱壳之下的信息接受体验。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,新闻游戏可能只是目前这一时代的一种信息解构方式,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。也许,未来的新闻将不再止于“游戏”,但游戏化对于新闻文本的解构已经在路上了,对其叙事规律的研究也将持续下去。

注释:

- ① 转引自桂宇晖、郑达、赵奎、谭敏《游戏设计原理》,清华大学出版社 2011 年版,第 89 页。
- ② Avedon E, Sutton-Smith B. *The Study of Games*. New York: John Wiley & Sons, 1971. p. 405.
- ③ Abt C C. *Serious Games*. New York: Viking Press, 1970. p. 6.
- ④⑤⑧ 陈京炜《游戏心理学》,中国传媒大学出版社 2015 年版,第 82 页。
- ⑥⑩ 张建中、王天定《迈向新的媒体融合:当新闻遭遇游戏》,《现代传播》2016 年第 11 期。
- ⑦ 武晓立《当新闻遇上游戏——浅谈新闻游戏的现状和发展策略》,《新闻研究导刊》2016 年第 21 期。
- ⑨ Pirate Fishing, Al Jazeera. <http://interactive.aljazeera.com/aje/2014/piratefishingdoc/>.
- ⑪ Gaming Review: 7 Ways to Defy Death by The Washington Post. <http://manshiptools.com/2015/05/08/gaming-review-7-ways-to-defy-death-by-the-washington-post/>.
- ⑫ 张建中《用新闻游戏吸引受众:〈华盛顿邮报〉的创新与实践》,《新闻界》2016 年第 17 期。
- ⑬ Ecosphere, CNN. <http://edition.cnn.com/2012/06/15/tech/cnn-ecosphere-rio/>.
- ⑭ 悦连城《新闻游戏:融合新闻的新尝试——概念、特征与功能》,《现代视听》2016 年第 9 期。
- ⑮ Political Prediction Market, CNN Pivit. <http://edition.cnn.com/2015/12/01/politics/cnn-politics-debate-sweepstakes-rules/index.html>.
- ⑯ Kevin Werbach, Dan Hunter. *How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Zhejiang People's Publishing House, 2014. p. 32.
- ⑰ Simon Parkin, 1000 Days of Syria-turning War Journalism in to A Game. <http://www.1000daysofsyria.com/about/>.
- ⑱ Syrian Journey, BBC. <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-32057601>.
- ⑲ 周羽佳《如何打击假新闻? 美国人说“玩游戏呗!”》<http://mp.weixin.qq.com/s/w3qA7J45S4u34OulDtu1g>.
- ⑳ 《谁过关了就选谁: Floppy Candidate 恶搞美国总统大选》<http://www.18touch.com/shuiguoguanliao.html> 2015 年 12 月 15 日。
- ㉑ 《“传媒业 x 游戏”案例打包: 报道/交互/IP 开发,用脑洞指挥注意力》,腾讯传媒, <http://mp.weixin.qq.com/s/pzXBeuxOp1LU4Fs3ZJUVzw> 2017 年 10 月 19 日。
- ㉒ 魏玲芳《网络时代的“议程设置”》,《新闻世界》2009 年第 2 期。
- ㉓ 悦连城《新闻游戏:融合新闻的新尝试——概念、特征与功能》,《现代视听》2016 年第 9 期。
- ㉔ The WebGL Globe, Google. <http://globe.chromeexperiments.com>.
- ㉕ 罗嘉彧、黄霞《网易课堂 | 如何用游戏化思维做新闻》<http://mp.weixin.qq.com/s/p1nL56Q7nJPURwiqcoTsNg> 2016 年 12 月 22 日。
- ㉖ 罗慧文、曾羽《财新凭新闻游戏拿国际大奖,游戏会不会成为新闻下一个趋势?》<http://mp.weixin.qq.com/s/LVyqt6HnA2SbQQBJGwohpA>, 2016 年 6 月 20 日。
- ㉗ 材料来源: <https://www.twreporter.org/a/opinion-news-game>.
- ㉘ 姚君嘉《新闻真实性的意义阐释》,《社会科学》2007 年第 6 期。
- ㉙⑩ 周建《如何定义艺术——丹托艺术哲学再认识》,华东师范大学博士学位论文 2013 年,第 54、7 页。
- ㉚ 马振萍、杨姗姗《基于 Web3.0 的网络信息交流模式》,《情报资料工作》2011 年第 1 期。

(作者曾祥敏系中国传媒大学新闻传播学部电视学院副院长、教授、博士生导师;方雪悦系中国传媒大学新闻传播学部电视学院硕士研究生)

【责任编辑:刘俊】