

什麼是遊戲化(ludification)?

從媒介化與傳播形定找答案

賴麒全

國立政治大學 傳播學院碩士學位學程

碩士生

116 台北市文山區指南路二段 64 號 傳播學院大樓

+886-917-441-010

105461010@mail2.nccu.edu

什麼是遊戲化(ludification)? 從媒介化與傳播形定找答案

《中文摘要》

本文從遊戲化(ludification)被紛亂使用的現況入手，企圖沿著媒介化理論的發展軌跡，找尋看待遊戲化的方式，並且在考究的過程中引介媒介化理論的現況及其一套方法論傳播形定(communitive figuration, Hepp & Hasebrick 2018)。除第一小節緒論部分之外，文章規劃如下：在說明遊戲化的去規範化(第二節)與擴散觀(第三節)之後，本文轉化了傳播形定概念工具提出一套方法論(第四節)，並且透過精靈寶可夢系列遊戲實際演示這套方法(第五節)。文末結論部份將討論遊戲化對於電玩研究/研究電玩的啟示以及傳播形定取徑的限制。

關鍵詞：傳播形定、媒介化、遊戲化。

What is ludification? Implications from Mediatization and Communicative Figuration

Lai, Chi-Chuan

ABSTRACT

This article begins with the unclear using of ludification which is currently similar to the early development of mediatization. By referring to mediatization, this article provides an alternative way that is more certain to see ludification. The author firstly explains that ludification should be understood with none-normative sense and diffusing modality; then introduces communicative figuration (Hepp & Hasebrick 2018) approach to research ludification with a case study. In the concluding section, the author discusses implications for video game studies and reflects shortness of communicative figuration approach.

Keywords: Communicative Figuration, Mediatization, Ludification

壹、緒論：遊戲時代來臨了？

2013/09/09 美國遊戲設計師 Eric Zimmerman 在遊戲社群部落格 Kotaku 發表了一篇〈遊戲世紀宣言〉(Manifesto for a Ludic Century)，他主張在 20 世紀資訊革命的基礎下，21 世紀的資訊已然被用於嬉戲(play)，像遊戲一樣的經驗會取代電影、影音等線性媒介，人們莫不是直接消費遊戲，就是尋求與遊戲類似的經驗。所以人們需要像遊戲設計師一樣具有遊戲素養，不只是瞭解資訊系統如何運作，還要在這些系統中找到維繫遊戲性的方法，遊戲素養關係著未來未知的許多議題之解決之道(Zimmerman 2015, p19-22)。這則短文發表後曾引起一波批評，例如 Stein 以數位落差(digital divide)的角度質疑 Zimmerman 行文中的「我們」究竟指涉何人，科技的資源分配從來都不是平等民主的分配，遊戲世紀的說法似乎只服務於優勢階級(Abe Stein 2013/09/17)。Zimmerman 最後自己總結了三個遊戲世紀宣言的問題：身為遊戲設計師的自吹自捧、對於遊戲過於欣喜樂觀以及說明過於簡短(Zimmerman 2013/09/12)。

這篇短文後來也被收錄在麻省理工學院 2015 年出版的 *The Gameful world* 一書中。2016 年手機遊戲〈精靈寶可夢 GO〉(後稱 PG)上線後，〈遊戲世紀宣言〉曾被芬蘭遊戲學者 Frans Mäyrä 引用來討論 PG 的意義。Mäyrä 認為目前遊戲在各類文化活動中仍屬邊陲，不過 PG 猶如走進遊戲社會(ludic society)的大門，PG 鼓勵玩家走訪實體空間進行遊戲的同時，也促成了一種對於遊戲和社會文化之間關係的討論，PG 玩家進行遊戲時的遊戲心態和實踐(ludic mindset and playful practices)會延續至更複雜技巧與文化實踐的養成，成為更廣大社會遊戲化(ludification of society)的基礎(Mäyrä 2017)。台灣學者黃厚銘(2016)也說 PG 有現實的社會建構之效果，他甚至在《什麼是遊戲》(Chauvier, 2016)的推薦序末尾提及「當今的時代堪稱『遊戲時代』」。雖然用語不同，但到底什麼是遊戲世紀(The Ludic Century)、遊戲社會(the Ludic Society)、遊戲時代？若以 Mäyrä 行文中提及的 ludification(本文譯為遊戲化)一以貫之，討論什麼是遊戲化其實就是在目前紛亂的討論中給予一個較為統合性的說法，也是嘗試處理遊戲如何影響廣大社會文化的提問。

其實遊戲化(ludification) 這個詞並非首見於 Mäyrä 的文章。早在 1998 年荷蘭學者 Joost Raessen 開展一系列有關個人、文化認同(personal and cultural identities)與電腦遊戲等數位科技的研究就發現，電腦遊戲以及其他數位科技促生了嬉戲性認同(playful identities)之建構，從 J. Huizinga 遊戲人(Homo Ludens)的角度來看，嬉戲性認同也強化了文化的遊戲化(ludification of culture, Raessen 2006)。Raessen 在 2015 年與其他學者合編著作中，甚至說「人類活動中沒有一個嚴

肅領域豁免於遊戲化」(no single “serious domain” within human life is exempt from “ludification”, p21)。這些學者說到遊戲化時，是從個人認同或遊戲機制設計的微觀(micro)層次直接跳到文化社會整體巨觀(macro)轉變的討論，就像是 Zimmerman 描繪遊戲世紀中整體社會文化的樣貌欠缺「如何發生」詳細說明，遊戲化被當作一種先驗、普遍性的聲稱，理論化的精細度是有待加強的。遊戲化究竟指涉為何？如何發生？在哪發生？如何研究？這些都是有待釐清的問題。

然而這些提及遊戲化的學者所發展出來的論述有一個一致的共通點，那就是他們對遊戲化的想像都起緣於科技：Zimmerman 遊戲世紀宣言開頭就說數位科技讓遊戲有了新的相關性(Digital technology has given games a new relevance)，Raessen 研究的核心關懷是電腦遊戲與數位科技如何影響個人認同，Mäyrä 是因為討論了手機遊戲 PG 才提及社會的遊戲化；而黃厚銘在《什麼是遊戲》的推薦序中提及「當代堪稱遊戲時代」之前說道：「遊戲概念也隨著當代的線上遊戲、電競實況、PTT、PG，甚至是開放原始碼運動等，日漸得到一般社會大眾與學界重視。」這段話除了強化遊戲概念的重要性，也指出了遊戲概念之所以重要與一些資訊科技事件脫不了關係。四位學者的著述片段都透露了科技是遊戲化發生的必要條件，這讓近期歐陸傳播學界熱烈討論的媒介化(mediatization)理論成為了理論化遊戲化的破口。

媒介化在不同時期有不一樣的意涵，甚至有點眾說紛紜。2013 年左右較為通行的定義就包括：「社會建制的運作逐漸採行媒介運作的邏輯，進而轉化原本建制運作的方式」(Hjarvard 2008, 蔡博方 2017)、以及「社會文化真實的傳播建構過程」(Kortz 2009, Hepp 2012, Couldry & Hepp 2017)兩種，這兩種定義分別代表建制論與社會建構論兩個理論傳統(Couldry & Hepp 2013, Hepp 2013)。Deacon & Stanyer(2014)觀察到 2002 年至 2012 年高達 81%出版於媒介與傳播研究期刊的文章在使用媒介化時都沒有給予切確定義，進而質疑媒介化是否只是學術界的流行語，引發媒介化學者 Andreas Hepp, Stig Hjarvard & Knut Lundby(2015)聯合交鋒回應，這場辯論後媒介化指導經驗研究的原則逐漸浮現，後續也陸續有概念工具依照這些原則發展出來(唐樂水, 2018)。到了 2018 年，Andreas Hepp & Uwe Hasebrink 出版《傳播形定》專書後，媒介化的意涵體現在傳播形定概念中，似乎就統合了前述理論傳統的區別，甚至更靠近社會建構論的理論立場(Schröder, 2018 ,p409)。

本文用以討論遊戲化的媒介化與傳播形定主要是 Hepp, Hjarvard & Lundby(2015)所討論的媒介化以及 Hepp & Hasebrink(2018)所說明的傳播形定，原因在於媒介化與遊戲化都在意資訊傳播科技(或媒介)對於社會文化的全面性影響，且都曾未經定義被曖昧使用，遊戲化目前的狀態多半也都被當作先驗的存

在，而傳播形定作為媒介化相應而生的概念工具，能夠適應領域特殊性(domain specificity, Hepp & Hasebrink 2018, Schröder 2018)，在《傳播形定》專書中也有討論遊戲的篇章出現(Wolf & Wudarski, 2018)。因此，向媒介化與傳播形定取徑探問什麼是遊戲化、該如何研究變得可能，這對於遊戲研究(game studies, Raessens 2006, Frissen et al. 2015) 或 電玩研究(video game studies, Egenfeldt-Nielsen, Smith & Pajars 2008, Shaw 2010)深具意義；於此同時，以媒介化與傳播形定說明遊戲化也能夠澄清、演示這兩個傳播領域的「新」概念，這是本文的兩大要旨。

需要特別區分的是，本文所討論的遊戲化 ludification 與行銷溝通遊戲化(gamification, 吳岱芸, 2015)是截然不同的兩個概念，遊戲化 gamification 的內涵是特定社會領域(特別是行銷溝通)採用遊戲的機制與形式運作，作為該領域的問題解決方案，類似的討論也出現在教育領域(周庚瑜, 2011)，而 ludification 指的是一種社會文化的全面性改變(Mäyrä, 2017)。在英文學界 gamification 與 ludification 曾被並排討論(Bouça, 2012)，這兩者並非毫不相干，Koorevaar(2012)就曾探討在當前遊戲化文化(ludified culture)中，gamification 如何成為可能。下文因行文需要，文中出現「遊戲化」所指皆為 ludification，若需要區別兩種遊戲化則會以英文書寫做出區別。

貳、數位時代遊戲已然復甦？沿著媒介歷史循跡

Johan Huizinga (1938)的《遊戲人》與 Marshall McLuhan(1964)的《認識媒體》分別代表當代遊戲研究與媒介研究的經典著作，這兩本著作的寫作都以歷時的方式描述了近代文化的轉折，Huizinga 主要是從 18 世紀開始考察遊戲因素在 20 世紀的文化活動中已然消逝，McLuhan 則以各種技術媒介為主題區分出三個傳播階段(李信漢、杜綺文, 2007)。下文將先以這兩本經典著作的內容進行對話，後引述數位時代遊戲學者的論述，探討數位時代的遊戲因素該當何解。

McLuhan 描繪線性、畫一的機械文化(mechanical culture)是以印刷術為前提的，活版印刷技術形成一種讀寫文化，在人們心理造成一種疏離與感性脫節，個人能夠抽離事件與感情進行跨時、跨地的閱讀與思考，這同時人也發展出了理性的向度。然而 Huizinga 對於印刷術看法可說是愛恨交織，談到知識發展，Huizinga 認為一切知識在本質上是競賽的遊戲，凡是產生嶄新、偉大精神的年代皆是激烈爭論(遊戲)的時代：印刷術小規模的通行讓 17 世紀如繁花盛開的自然科學，伴隨著宗教、權威與古代社會的崩解一併發生；18 世紀初不同國家學者之間活躍的知識交流，微妙地適應了嚴肅或無足輕重的筆戰，沙龍、洛可可風格相應誕生

造就令 Huizinga 羨慕的年代。

不過 Huizinga 認為印刷術過分的通行反而變成了令人苦惱的文化特徵 (Huizinga, 2013 頁 193)。伴隨著印刷術逐漸通行，Huizinga 說：「自 18 世紀以來，文化中的遊戲因素就處於衰退之中，儘管在當時盛極一時。今天的文明已不再遊戲了，甚至當文明顯得仍在遊戲之處，它也是虛假的遊戲。」(Huizinga, 2013, 頁 246)。對 Huizinga 來說，18 世紀末的浪漫主義是西方文化進展中展現遊戲精神的最後一個時期(Frissen, Lammes, De Lange, De Mul & Raessens, 2015)，浪漫主義企圖對啟蒙時代以來的貴族專政文化進行顛覆，以藝術和文學反抗對於自然的人為理性化。

機械文化發展到 19 世紀攝影術通行之後，遊戲體現在 Huizinga 的考察中，以運動賽事為例，已經在大眾觀看下受到人們越來越嚴肅的對待，規則也逐漸變得嚴格與精密，專業運動員因為缺乏自發性與隨意性，已經不具有遊戲精神，這其中少不了攝影術的推波助瀾：「從 19 世紀前半葉以來，人們都熟知那些戴高帽的板球手令人激動的照片。」(Huizinga, 2013, 頁 238)。對於運動賽事是如此，其他藝術形式的欣賞也是如此：「19 世紀末，藝術欣賞因照相複製的便利而普及於文化程度不高的廣大群眾。藝術成了公共財的同時，大眾對獨創性的病態迷戀歪曲了藝術家的創作衝動。」(Huizinga, 2013, 頁 242)。些許是因為對純粹的遊戲有種趨近「潔癖」的執著，Huizinga 對於攝影術的大眾化、政治化力量不如 Walter Benjamin 樂觀，所以他說：「19 世紀似乎沒有為遊戲留下太多空間。」

對 Huizinga 來說，浪漫主義可說是機械文化時期結束前遊戲的迴光返照，但這卻不足以恢復遊戲的純粹性，由純粹遊戲推展的文明的進展也就停滯了。他對遊戲的考察隨著進入 20 世紀而結束，這個轉折也是 McLuhan 電子文化(electric culture)的開端。由廣播、電視等電子媒介主導的電子文化中，由於人們再次經由聆聽、觀看的方式認識外部世界，所以電子文化造就的是一種強調觸覺向度的口語文化(oral culture)、部落文化復甦，不過由於電子媒介要求觀眾集體參與煽情風格，個人無法再如同機械文化時代以抽離、無涉的方式閱讀媒介，人也喪失了部分的理性向度。

既然 Huizinga 考察文明進展中遊戲因素衰退的起點是從 18 世紀印刷術全面通行後展開的，而在 McLuhan 描繪的 20 世紀電子文化與 18 世紀更早之前的口語文化有某些類似性，那麼在電子媒介出現後，遊戲是否有復甦的可能性呢？這很難說，必須取決於我們談的是「遊戲」還是「Huizinga 的遊戲」。Huizinga 在書末終章以一種「雖然…但是…」的悲觀論調為讀者舉隅 19 世紀「看似」具有遊戲因素的文化活動實際上並非遊戲，相較於 McLuhan 在書中「遊戲與賽事」章節提到：「遊戲是眾人回應每日工作壓力之延伸，成為反映文化的忠實模型。」

遊戲將文化全部人口的行動、反應，都併入動態的形象之中。」(McLuhan, 2015, 頁 275)，遊戲在 McLuhan 筆下就不曾因任何因素消逝，遊戲甚至可以反映文化。這不只是悲觀或樂觀的區別，更是一種規範觀點(normative perspective)與非規範觀點的差異。

其實「去規範化」曾是媒介化學者 Stig Hjarvard 於 2004 年針對媒介化所訴求的理論定位，當時媒介化還沒有被妥善定義時，面對 Habermas(1989)使用「媒介化」這個字說明公共領域消逝和中介化公共性的興起，以及某些政治媒介化的討論將媒介化視為異常的政治運作方式(唐士哲, 2014b)，Hjarvard 主張媒介化應該與價值判斷脫鉤，因為從古至今民主的理念型都受到媒介所供給的傳播實踐相當程度的影響，沒有媒介介入的民主政治與文化幾乎是不可能實現(Hjarvard, 2004)。回到遊戲的討論，Huizinga 所謂文明進展停滯其實隱藏的是將他將他開篇定義出的遊戲概念視作規範性理論的結果，Hjarvard 說規範性觀點隱藏的是一種永恆衰退(permanent decline)，當今文化中的遊戲性確實不可能回到 Huizinga 心之所向的 18 世紀，但這並不意味著 18 世紀之後所有時代都沒有遊戲。換句話說，前述討論文化進展到 20 世紀電子文化時期文化活動的遊戲性是否有所復甦，若有，那也不會是 Huizinga 所指稱的純粹遊戲。

台灣教育學界討論遊戲人的論述中曾有將遊戲放在「規範化」的視角下檢視，方永泉(2003)承襲 Huizinga 對遊戲的看法，認為當代人生活在在擬像(simulacrum)中，應該要能夠在遊戲中區分遊戲空間與生活空間，並且尊重遊戲規則。周庚瑜(2011)則以詮釋學方法提出具有教育方法與目的合法性的「理想遊戲人」概念。這兩位教育學者的解釋都承襲了 Huizinga 的遊戲人精髓，但對於旨在討論文化變化的本文來說，討論不能在「規範化」觀點提供的理想圖像中進行，就像 Strömbäck(2008)受到 Hjarvard 的影響進而將政治媒介化的討論轉向過程，討論實然發生的文化現象都不能放在「規範化」的前提下進行。

將討論遊戲的視野去規範化之後，診斷當代數位環境中人們的文化活動中是否恢復了遊戲就變得可能。歐洲學者 Frissen et al. (2015)曾援引媒介考古學家 Errki Huhtamo 的考究，說 19 世紀許多許多提供娛樂的裝置是伴隨著許多大型器械生產過程一起出現的，這甚至是 20 世紀中葉電腦遊戲誕生的基礎，所以他們駁斥 Huizinga 認為遊戲與科技不可相容(incompatible)的看法，由機緣(affordance)立論，指出目前的數位媒介科技本質上(essentialist qualities)是具有遊戲性的(ludic media technologies)，從而討論數位科技如體現了 Huizinga 區分出來的六個嬉戲(play)特性。

第一，嬉戲是人類自由的表現，其中使用數位媒介科技的自由有三個意義：(1)決定嬉戲的自由指的是在實際的媒介使用中，嬉戲中的自由與強制並不像是

Huizinga 所說的那樣對立，例如使用手機嬉戲就有 play on, play with 和 play through 三種方式 (Ling, 2015)。(2) 產生意義上的自由指的是 WEB2.0 開始的數位媒介參與特性，這讓使用者一定程度上的掌權。(3) 逃離外在限制例如教育透過遊戲的方式進行，人們也會以世俗的方式做嚴肅神聖的事。第二，嬉戲的假裝 (pretending) 特性就像是 Roger Livingstone(1999)說媒介文化有著我們對世界的認識是基於假裝(as-if-ness)的默識，中介化的資訊提供的可能是一個世界的樣貌，但絕非客觀的真實。第三，嬉戲的樂趣(或非樂趣)體現在人們對數位科技的適應，可能享受著沈浸或延伸的樂趣，但也有可能造成等待、無聊或上癮等挫折經驗，比起傳統媒介數位媒介科技更可以提供更複雜多樣的複雜愉悅經驗。第四，嬉戲是限定在特定時間和空間中的活動受到數位科技無處不是運算的運作方式影響，人們可以隨時隨地保持上線的同時也被強制進入了持續觸及(constant reachability)。第五，嬉戲的規則就像是 Stuard Hall(1996)的優勢閱讀(preferred reading)概念一樣，人使用數位科技享有自由發揮空間的同時，其實已經先默認了一套事先設計好的規則。第六，嬉戲產生的秩序則體現在社會群聚的形成上，網路的去中心化特性讓草根性的社會運動得以崛起，讓參與者可以透過嬉戲性的社會抵抗感受到社會運動中抽象的概念。

Frissen et al. (2015)對數位科技如何復甦遊戲活動的說明一定程度上一種隱喻的做法，雖然脫離了 Huizinga 將遊戲定位在規範性理論的視野，但放回六個遊戲定義性解釋一一檢視時又顯得斷裂與不連續。隱喻是選擇性地照亮某些概念所以許多數位媒介發生的現象都可以在遊戲這個框架中被安置，以遊戲描述數位媒介不會造成根本上的錯誤，那麼問題就變成了遊戲與數位時代的隱喻關係凸顯出了數位時代哪些特性。Zimmerman 說明遊戲世紀資訊被用於嬉戲時所舉的例子為維基百科(Wikipedia)去中心化的知識生產，是在混亂(chaotic, messy)的系統下進行的，他最後轉而強調在這種混亂的系統中保持遊戲性是一種素養(literature)，遊戲世紀所強調的似乎是 Huizinga 遊戲定義中的自由。另外，也曾有理論家以遊戲代稱後現代文化：「後現代文化是一場沒有目標的遊戲，一種沒有目的地的嬉戲」(Minnema 1998)，在這個隱喻中凸顯的是遊戲的無目的性。

這不禁讓人想問究竟什麼是遊戲。2005 年 Espen Aarseth 與 Henry Jenkins 曾在瑞士有個定義遊戲研究為新興領域的辯論，辯論中他們都同意遊戲(game)並不是一個被定義完臻的學術字眼(as cited in Raessens, 2006, p54)，也正是因為如此 Zimmerman 的遊戲世紀宣言造成了許多誤解，有論者認為他指的遊戲是電玩等特定科技產品(Stein, 2013)，最後他自己還說這套說法是遊戲設計師的自吹自捧。Chavier(2016)說列舉制式遊戲的共通點與獨特點來回應「什麼是遊戲」擺明是徒勞，因為遊戲是具有超越性的字眼，少部分的人做了某些事可以稱作遊戲，人類整體活動也可以稱作遊戲，Raessens(2006)以及 Frissen et al. (2015)診斷個人

認同中的遊戲性就是沒有將遊戲的超越性納入考量才會直接跳入了整體社會文化遊戲化的聲稱，但這麼做出通則性的聲稱也沒有錯，只是做為理論概念就像是 Deacon & Stanyer(2014)質疑媒介化的區辨力(discriminatory power)何在，遊戲化就算是作為概念觸發型(sensitizing concept, Jensen 2013)的理論概念，其理論意義也必須透過落地於經驗研究才能得到說明，否則遊戲化這個概念將蒙蔽得比解釋得多。

總的來說，「數位時代的遊戲因素該當何解」和「什麼是遊戲」這兩個提問可能都沒有通則性的解答。針對「什麼是遊戲」本文同意 Chauvier 從遊戲概念自發性補充的角度，不再透過分類、描述不同的遊戲來給出遊戲定義，而是透過反思過程與經驗，讓遊戲的意義自然而然地在個別的經驗場域中浮現其意義。至於「數位時代的遊戲因素該當何解」這個提問，本文認為這正是 Raessens(2006)以及 Frissen et al. (2015)提出遊戲化概念想要回答的問題，很顯然地這個問題的答案對他們來說是肯定的，不過這也只是對數位文化的一種說法而已，數位文化究竟是什麼，遊戲化若要在這個討論通往真理或是更完備的理論之路，那就必須落地於經驗研究。下文將討論有別於 Raessens(2006)以及 Frissen et al. (2015)看待遊戲化的方式，沿著媒介化的討論與現有文獻中的線索發展其他遊戲化的可能性。

參、從遊戲到遊戲化：是「滲透」還是「擴散」

大概不是巧合，有些談遊戲如何影響其他領域或社會文化的學者使用了「滲透」(permeate, Shaw 2010, p416)或「穿透」(penetrate, Neitzel & Nohr 2006, as cited in Frissen et al. 2015, p9)這樣的字眼，媒介化學者也曾使用「滲透」來指涉媒介如何影響其他領域或社會文化(Hjarvard 2013, p2)。若回到自然科學的定義，滲透與穿透大致上意義相同，指的是水分子經過半透膜移動的現象，其成立的必要條件為「半透膜」之存在，與滲透類似的分子移動現象還有「擴散」(diffuse)，擴散指的是任何分子在絕對零度以上環境中的熱力學運動，擴散作用的發生就不要求「半透膜」之存在，澳洲學者(Hjorth & Richardson, 2014)專注於討論行動媒介遊戲(mobile media gaming)的文章，就使用了擴散這個字描述環繞性嬉戲(ambient play)。本小節沿著「半透膜」有或沒有的這個區別，我想談的是遊戲學者如何處理數位媒介中遊戲的限定性問題，進一步釐清遊戲化該當何解。

Hjarvard 使用滲透指涉媒介對社會文化的影響，與他的建制論立場有關係，在他的許多論著中所探討的研究主題，大多都是藉由媒介邏輯(media logic)如何被社會建制採納來提問，這種提問方式借用「滲透」這個隱喻所凸顯的是媒介與

社會建制本身有所隔離。而遊戲學者使用滲透指稱遊戲對社會文化的影響有兩個可能性，一為研究視野集中在特定電玩遊戲產品與玩家，二為受到 Huizinga 描述的魔法圈影響。

針對第一點，Shaw (2010) 發現遊戲文化(game culture)的研究者通常是藉由描述玩家本身以及他們如何玩、玩什麼而區分出來的，這種方式區隔了文化有主流和非主流之分，他進一步討電玩文化(video game culture)也以同樣方式劃分研究對象會產生的問題，其中一個就是研究視野會集中在玩家，卻忽略了不同種族、階級、性別或年齡都有可能是玩家，他說電玩會滲透教育、博物館展場、工作場域或家庭互動等，所以他倡議將電玩放置在文化中研究而不是把電玩當作文化研究。

針對第二點，Huizinga 的遊戲理論描述了遊戲活動存在在有別於日常生活中的魔法圈，但是當數位遊戲的遊戲景觀延展至其他媒介形式的時候就會產生問題。Calleja(2015)發展出了兩個不能將虛擬經驗視為與現實經驗有別理由，第一個是他觀察到魔法圈和 Bernard Suits 的遊戲態度(lusory attitude)對進入遊戲的門檻要求都是玩家必須進入一種獨特的心境，這會忽略數位遊戲在社會情境中可溝通的面向，數位遊戲是一組被事先設計好的程式，若採用遊戲態度的看法就會辦法考量程式沒有預測到的玩家，將某些遊戲態度下產生的行為排除於遊戲之外。第二個是虛擬經驗被視作非真實的，虛擬和真實有明確的分界和早期論者對網路的理解有關，疆界(frontier)、領地等隱喻出現在新聞媒體上，連帶地導致網路經驗是非真實的認知，但是在數位遊戲(特別是有網絡特性的)中一位玩家的輸出是另外一位玩家的輸入，在這之間又涉及系統資料結構的改變，所以玩家在遊戲中看似虛擬的行動其實是有實在影響的，Calleja 隨後批評了沈浸(immersion)這個描述玩家的方式，並且提出聚合(incorporation)取而代之。

基於上述兩點，使用「滲透」這個隱喻描述遊戲對社會文化的影響似乎就會重蹈覆轍遊戲與非遊戲經驗的區別所造成的認識障礙，因為他根本上暗示了一個「半透膜」的存在，劃分出了遊戲與其他領域的界線，這種調整認識方式的必須性在近期逐漸主流化的行動媒介遊戲(mobile media gaming)看來再明顯不過。澳洲遊戲學者 Larissa Hjorth & Ingrid Richardson(2014)探討行動遊戲的專書曾提出環繞性嬉戲(ambient play)的概念，環繞(ambience)多用於形容聲音或光線這兩個建構空間的體驗，Hjorth & Richardson 使用這個字眼就是為了脫離魔法圈的視野，研究無處不在的科技與社會體(social-somatic)交織的空間意義(p74)，他們從親密(intimacy)與共在(co-presence)的觀點去描述行動遊戲中介特性是一種「擴散」的模態(modalities)，這種模態強調的是地方性與動態(locality and movement)，在實踐的層次上所看見的趣味性(playfulness)也說明了廣泛文化層面的遊戲轉折

(playfulness informs the lusory turn in culture more broadly)，換句話說 Hjorth & Richardson 眼中的遊戲化是由適地性應用程式(location-aware mobile applications)、線上社群網絡(online social networking)和行動遊戲(mobile gaming)共同促發的，這些傳播科技把人際、社會、溝通和適地性實踐變成趣味性的活動(p18)。這種定睛於行動媒介遊戲特性的解釋已經完全脫離了魔法圈所給予的「滲透觀」，成就了一種「擴散觀」的影響模式。

回到遊戲化的討論，Frissen et al. (2015)的理論從機緣(affordance)立論建構遊戲媒介科技的說法之後，對於遊戲化的解釋是再加上詮釋學者 Paul Ricoeur 的敘事認同(narrative identities)理論進一步討論例如網路、電腦或手機等科技如何在人的認同建構過程中作用，產生所謂的嬉戲性認同(playful identity)。美國學者 Koorevaar(2012)討論為何遊戲化(gamification)在現行的文化中是可行時也是機緣的立論立場。然而這種「微觀理論」要通往整體社會文化遊戲化的理論建構時就會發生問題。Frissen et al. (2015)合集著作的研究篇章大多只針對一種資訊傳播科技進行討論，例如電腦(computer, Cermak-Sassenrath 2015)或魔獸世界(World of Warcraft, Aupers 2015) 等，確實這些資訊傳播科技的確會影響人的認同形塑過程，但是這並不表示整體社會文化遊戲化得到了充足的說明。與之相較，Hjorth & Richardson 的研究視野就包括手機內的應用程式生態(p70)。

這兩者的差異非常像 Deacon & Stanyer(2014)在質疑媒介化理論家聲稱的媒介影響，以及媒介化學者 Hepp, Hjarvard & Lundby(2015)交鋒回應後浮現出的媒介中心(media-centric)與媒介關鍵(media-centered)取徑差異。Deacon & Stanyer(2014)質疑無論是建制論或是社會建構論取徑的媒介化學者，都過度放大了資訊傳播科技或媒介的影響能力，資訊傳播科技或媒介若真的有社會變遷的因果連結，那也得將非資訊傳播科技或非媒介的影響因素納入考量，並且放置在微觀、中觀和巨觀情境彼此相關的脈絡下討論。Hepp, Hjarvard & Lundby(2015)回應他們誤把媒介化的媒介關鍵取徑理解成媒介中心取徑，媒介中心指的是一種單面向理解媒介、傳播、社會與文化之間關係的研究取徑，而媒介關鍵指的是一面關注各種作用中的社會力長期整體的影響過程，一面考察這個過程中的媒介因素(Hepp, Hjarvard & Lundby 2015, Livingstone 2010)。很顯然地，Frissen et al. (2015)著作中的經驗研究在關注媒介與資訊傳播科技對人們認同的影響時，就落入了媒介中心的指控，而 Hjorth & Richardson(2014)針對行動媒介遊戲的討論，因為有考量到應用程式的生態以及拍照和分享還有在這之中的社會互動，他們在關注空間意義生產時就比較接近媒介關鍵取徑。這並非貶低 Frissen et al. (2015)著作中的經驗研究，只是對於遊戲化的討論，這種媒介關鍵與媒介中心的差異必須被詳細討論。Frissen et al. (2015)著作中的經驗研究少有透露「滲透觀」的蛛絲馬跡，不過 Hjorth & Richardson(2014)的討論中看見的「擴散觀」確實是認識遊戲化比

較精準的方式，因為具備跨媒介視野，所以並不會落入媒介中心取徑的指控。

台灣採取媒介化路數的學者唐樂水(2018)，認為媒介化典範化後續發展出的概念工具都依照著 Hepp, Hjarvard & Lundby(2015)與 Deacon & Stanyer(2014, 2015)的辯論所浮現的原則在發展，其中 Hepp & Hasebrink(2018)出版專書所論的傳播形定(communicative figurations)就能夠將 Hjorth & Richardson(2014)行動媒介遊戲研究中的「滲透觀」體現出來，也不會落入媒介中心的指控之中，在引入傳播形定之前需要說明 Hepp & Hasebrink 對於當代媒介環境以及傳播實踐轉型中的診斷。

深度媒介化(deep mediatization)是 Hepp & Hasebrink 引介傳播形定概念工具的前景，他們把媒介化定位成概念觸發型理論的同時，在媒介化前加入深度二字就是要強調我們已經來到了更全面的數位化(digitalization)時期，因為媒介所帶來的變遷都是藉由數位科技成就的，藉由區分出特定社會領域來捕捉媒介影響已經變得比較不合宜。深度媒介化要觸發研究者的就是研究視野應該加入社會領域「正在變遷」的認知，Hepp & Hasebrink 提出了五個傳播實踐可能的變遷方向，包括區隔化(differentiation)、連結性(connectivity)、無處不在(omnipresence)、快速創新節奏(rapid pace of innovation)和資料化(datafication)，其中媒介的無處不在(omnipresence)和 Hjorth & Richardson 用無所不在(ubiquitous)來描述空間中媒介的現況相當類似。Hepp & Hasebrink 說過往許多不與媒介關聯的實踐，例如面對面對談或是在社會情境中行走，都受到行動傳播科技影響而變得與媒介相關，這個說明正是 Hjorth & Richardson 研究行動媒介遊戲的景況，只是 Hjorth & Richardson 把這個條件當作現況(a given)來研究，而 Hepp & Hasebrink 則是要把研究者推向探問社會領域中媒介變得無處不在的「過程」。

總結本小節討論看待遊戲化的方式，本文認為從現有的文獻中已經看到充滿行動媒介的環境中以「擴散觀」理解實踐中體現出的遊戲性較為合宜，而藉著 Hepp & Hasebrink 所發展的傳播形定工具也能夠將這些較為抽象的討論落地在經驗研究中，下文將藉由轉化傳播形定概念工具，實際操演有別於從微觀(micro)考察直接跳進巨觀(macro)聲稱的遊戲化，從中觀(meso)角度切入經驗研究，讓遊戲化在過程導向的研究設計中浮現。

肆、遊戲化是什麼？傳播形定作為方法論

「擴散」就像是在一杯清水中滴入了一滴紅墨水，是清水隨著時間染紅的過程，遊戲化研究遊戲對社會文化的影響就是在研究這個染紅的過程，而傳播形定

(communicative figurations, Hepp & Hasebrink 2018)這組概念工具就是要來捕捉清水變成紅水之過程，或是兩杯紅水的差異。

形定(figuration)原本是 Norbert Elias (1978) 在個人和社會是相對自主但共同依存這兩個前提下企圖捕捉社會變遷所用的措辭，形定是行動者的網絡，例如任何集體或組織，而行動者會透過互動建構更廣泛的社會實體，所以形定對 Elias 來說就是一個用以捕捉社會領域交織過程的概念模型工具。Hepp & Hasebrink 轉化形定的基本精神主張，與社會學「向實踐轉」結合，主張社會領域可以透過行動者的傳播實踐進行描述，因為在深度媒介化的前景下，許多傳播實踐都變得與媒介有關，所以當今的許多形定都是藉由媒介使用而成立、都可以視作「傳播的」(communicative)形定，其內涵是行動者透過傳播實踐所交織出來的紋理。

傳播形定用於經驗研究，為了捕捉深度媒介化在不同社會領域的特殊性，Hepp & Hasebrink 先是定義了社會領域(social domain)的概念，用以捕捉日常生活中任何有意義的空間範疇，這個定義涵蓋過往有明確定義的社會實體，例如家庭、同儕團體、社區、教會或學校等。社會領域這個字的定義保留了很大程度的模糊性，為的就是經驗研究保有領域特殊性，透過將社會領域理解成傳播形定，進而比較不同時期的傳播形定來確認媒介的影響，以及社會實體的意義轉變。

傳播形定的切入是由中觀(meso)著手，媒介(the media)在這個層次稱為媒介整體(media ensemble)，指的是特定社會領域內所有行動者採行的媒介總和，上升至巨觀(macro)層次為媒介環境(media environment)，為現行所有可得的媒介，下降至微觀(micro)層次為媒介劇目(media repertoire)，為個別行動者在社會領域(媒介整體)中選用的媒介。這樣理解媒介的方式也提供了另外一種研究跨媒介實踐的方式(詳見 Hepp & Hasebrink 2017)。

傳播形定具體而言包含三個組件，第一個為行動者雲集(constellation of actors)，指的是行動者相互關聯、相互溝通所形成的網絡，是一個傳播形定的結構基礎；第二個為關聯性框架(frames of relevance)，指的是指引傳播形定建構實踐的意義架構，這些框架決定了個別傳播形定的主題；第三個是傳播實踐(communicative practices)，指的是與其他社會實踐交織的實踐樣態，一個傳播形定中的傳播實踐會利用媒介整體並與之交纏。

Hepp & Hasebrink 認為要讓深度媒介化在經驗研究中自然而然被說明，可以透過傳播形定的三個組件對特定社會領域進描述，再比較不同時期的傳播形定而來，如此就可以將具有預測性的宏大聲稱(或稱概念觸發型理論)透過經驗浮現，本文前述討論的「擴散觀遊戲化」其實就是與深度媒介化同等位階的概念觸發型理論。也就是說透過轉化傳播形定的操作，可以讓 Raessens(2006)以及 Frissen et

al. (2015)所討論的遊戲化透過實際經驗得到說明，至於遊戲究竟意義為何，從本文第二小節的討論來看，遊戲的意義應該也是相對的，並無法被事先定義，就像詮釋學者 Hans-Georg Gadamer(1990)在《真理與方法》中透過遊戲來說明藝術作品的存有方式，對 Gadamer 來說遊戲與人的關係應該是「遊戲玩人」，人在鑑賞藝術作品時的位置是相對客體，是藝術作品引導人進入遊戲，藝術作品雖然是相對主體但卻不獨立存有，必須透過人做為遊戲者或是觀看者的參與，藝術作品才能演出。以這個說法來解釋人與電玩，電玩是由遊戲者和觀看者所共構的系統，人在電玩中相互依存，參與的人也對電玩持續補充，遊戲的意義應該是遊戲者在這個系統中體驗得到的意義，這個意義也是遊戲者的自我表現。

也就是說，遊戲化一定程度上也是不能事先說明的，因為這得依靠在電玩遊戲的系統中參與的人而定，遊戲化作為一個等同於深度媒介化的概念觸發型理論，其要引導研究者思考的就是電玩產品與人共構的系統，介入社會領域作用後混雜編織出的意義。然而透過傳播形定概念工具，看似虛無飄渺的遊戲化概念就可以在透過傳播形定的三個組件考察特定電玩產品所存有的社會領域後得到說明。下文我將透過實際案例操演，透過傳播形定說明遊戲化的意義。

伍、案例討論：Pokémon 遊戲與遊戲化社會

一、以 Pokémon 討論遊戲化的顯著性

精靈寶可夢(英文 Pocket Monster, 簡稱 Pokémon)是日本 90 年代後期最重要的全文化輸出產品之一。在 Anne Allison(2006)的民俗誌研究中，當時日本任天堂公司推出掌上型遊戲機 GameBoy 攻佔了世界各地的兒童玩具市場，打破美國寡占的局面，日本這一波的文化輸出也促成全球化發展，在這之中 Pokémon 因為其產品線涵蓋電影、電視動畫、卡牌與相關周邊產品等多媒介形式，被日本相關產業視作發展典範。經過 20 年左右，日本任天堂公司歷經了網際網路與個人電腦、行動網路與智慧型手機普及兩波大衝擊，終在投資 Google 旗下新創公司 Niantic Lab，合作開發出以智慧型手機為平台的擴增實境遊戲 Pokémon GO(後稱 PG)後再次翻紅(呂珮如 2016)。在台灣的情境中，這兩波 Pokémon 產品的推出都引發相當程度的風潮，這固然是因為電玩產品的創新體驗而起，不過也少不了其他媒介的相互推波助瀾。從這簡短的發展歷史來看，以 Pokémon 討論遊戲化社會的最大顯著性在於這些橫跨各種媒介形式產品的影響至今方興未艾，且存在的場域橫跨年紀、種族、性別，相較於其他電玩產品而言對於巨觀社會的討論而言並不會太過狹隘，可以合乎 Shaw (2010)「在文化中研究電玩而非把電玩當作

文化研究」的主張，也可以貼近本文主張電玩產品猶如一滴紅墨水的擴散觀。

二、 方法與操作說明

由於 Pokémon 產品的推出是歷時性的，對應到傳播形定概念工具對於中觀社會領域的操作必須引入世代(cohort, 翁志遠 2016)的概念加以說明。cohort 是源自人口學的專有名詞，指的是在同一段時間經歷某個相同生命事件的一群人，例如 2016 年入學、學號 105 開頭的同一群學生就是一個 cohort。cohort 與 generation 在英文學界中常被混用，在中文對應的翻譯也多為「世代」，但中文的世代則多對應到 generation，指的人類繁衍週期大約 20 年左右的時間，然而本文將 cohort 翻譯為世代指的並不是特定時間週期所劃分出的人群，而是歷經同樣生命事件，在性別、種族、年齡上具有超越性的一群人，雖在觀察上 cohort 有年齡近似的基礎但主要還是透過事件區分出來的。

考量 Pokémon 產品的歷史，主要可以區分出兩個世代，Pokémon 第一世代玩家世代(後簡稱 PC1)為 90 年代末期就「持續接觸」寶可夢電玩以及相關產品的玩家，或是在 GameBoy 產品發展線上進入消費並持續接觸到今日的玩家，這個玩家世代目前年齡層約落在 20-30 歲，Pokémon 第二世代玩家世代(後稱 PC2)為 2016 年 PG 爆紅後「才接觸」到寶可夢電玩產品的玩家，在這個世代內的高峰為 40 至 50 歲的年齡群。區分出這兩個玩家世代後，傳播形定所要求的「中觀切入」就可以被操作。

翁志遠(2016)說世代(cohort)這個概念和各式社會研究議題之具有關聯性，世代的成員身分足以深刻地影響個人行為，應該和其他重要的社會結構特徵一樣受到關注，引入世代概念區分出實際上紊亂無章的玩家結構，在概念上對應到的是 Hepp & Hasebrink 定義的社會領域，在操作上則是對應到傳播形定。至於兩個世代所共構的玩家結構是一個形定還是兩個形定，正如 Christine Lohmeier & Rieke Böhling(2018)說明在形定研究中區分出研究邊界的必要性，由於形定這個概念具有延展性(scalability)，一個人可以稱作形定，一個整體社會也可以稱作形定，這取決於研究者在概念化時所要觀察到的變化或要說明的題旨為何，本文所處理的題旨是從中觀角度切入說明巨觀的遊戲化社會，PC1 與 PC2 分別代表兩個形定，而 PC1 加上 PC2 則代表整體玩家結構上升到巨觀層次的討論。下文的初步分析中，本文將轉化研究者長期累積的民俗誌資料，透過傳播形定的三個組件描述 PC1 與 PC2 以及 PC1+PC2，進一步討論這個玩家結構中所體現的遊戲化社會樣貌。

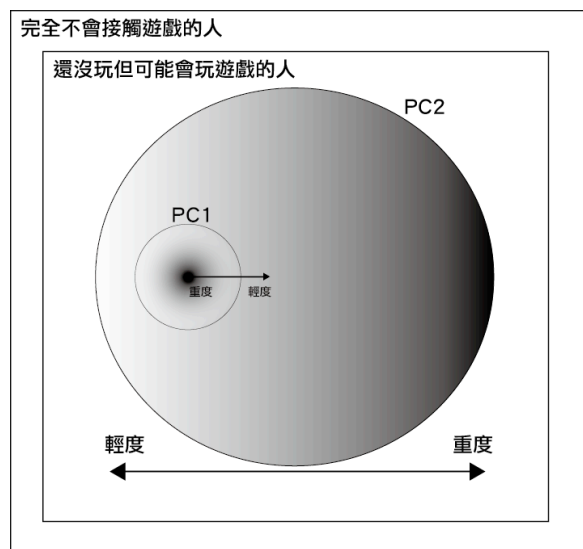
三、 初步分析

初步分析我將以第一人稱敘事方式佐以相關理論說明：

我是屬於 PC1 甚至有點重度的玩家，我原本已經在對戰上稱霸我的朋友圈，但 2017 年初我開始參加台灣的公開比賽，開始看他們的部落格戰報分享、Twitch 實況、YouTube 影片才發現有比我更重度、更專業、更把寶可夢對戰當作嚴肅的事的玩家。

從我的視角看來，我會認為通常 PC1 的玩家都有不同程度地接觸 PG，只是多半不會上升至如同新聞報載「15 機寶可夢阿公」的瘋狂程度。2016 年 9 月時，我的朋友們(同樣是 PC1 的玩家)邊玩 PG 對我說這是給外行人玩的，他在體驗完 PG 內所有的遊戲功能後就沒有繼續玩下去了，他甚至還把手機內的 app 刪掉，我也因為手機壞掉而沒有繼續玩 PG。但到了大約是 2017 年中，PG 的遊戲內容開始變得豐富後，他們又回重新下載來玩了，我也在 2018 年中因為有了新的手機而重新下載來玩。其實 2016 年我大多數一起玩寶可夢遊戲的朋友退出 PG，和我們引頸期盼的 3DS 遊戲《精靈寶可夢 太陽/月亮》上市有關，這次的版本是首度中文化的版本，甚至有許多人為了玩這款遊戲而買了一台 3DS 主機。當時我們一起宅在家裡破關、孵蛋，當然就沒有時間出門「追寶」了。

從我的這些玩家經驗來看，用輕度-重度(casual-hardcore)的二分法將 PC1 與 PC2 的玩家分別做出更細緻區分的話，結構會長成這樣：



圖一：寶可夢遊戲的行動者雲集圖

圖一中的玩家結構小圈代表 PC1，大圈代表 PC2，這兩個圈的深淺代表重度

與輕度玩家的區別，顏色越深代表越重度，內層的方框代表會透過大眾傳播、人際溝通受到玩家社群影響的人群，他們可能礙於工作或其他身份等沒有時間玩遊戲，但他們本身並不排斥接觸遊戲，外層的方框代表不會也不想接觸遊戲甚至對於遊戲有點反感的人。

從 Roger Caillois(1958)發展出的由細分類來看，無論是 PC1 或是 PC2 的重度玩家都發展出了競玩(ludus)的樣貌，PC1 的重度玩家目標很明確是在每年 Video Game Championships 地區賽取得參與全球總決賽資格，但因為寶可夢對戰有時很靠運氣，所以縱使他們在努力，積極地研究國內外部落格戰報、實況影片，洞悉每隻寶可夢的技能、屬性、性格、特性，還有寶可夢之間可能的配合戰略，在對戰中以最精準、最快速的方式做出對戰指令，也未必能進入全球總決賽，2017 年台灣好像只有三位選手取得全球總決賽資格。而 PC2 的重度玩家則是緊緊跟隨每週或每半個月推出的活動或是新釋出的色違寶可夢，每每只要抓到很厲害的寶可夢必定會在線上 Facebook 社團或是 Line 群組截圖炫耀一番的玩家，通常這種訊息一出來，其他玩家表示很羨慕的同時，發訊息的人會回應說「繼續努力」，這種機率分配的模式在實際遊玩與分享的操演上，造成的似乎是一種效仿以及互相督促繼續付出時間的效果。PC2 重度玩家還有一個特性就是他們似乎有很多時間與金錢可以挹注在遊戲上，我在 PG 的 Facebook 社團總會看到玩家貼出孵蛋成果的遊戲截圖，然而要持續的孵蛋就代表著他有在用實體金錢轉換孵蛋器道具，光靠遊戲內供給的一個孵蛋器根本不可能在短時間內做出這樣的成果。

而 PC1 或是 PC2 的輕度玩家也都有較接近嬉玩(paidia)實踐，PC1 中我大多數一起玩 3DS 寶可夢遊戲的朋友都屬於輕度玩家，他們能夠瞭解並實踐遊戲內很耗時的孵蛋機制，也會研究每隻寶可夢的特性籌組自己喜歡的隊伍，我與他們一起玩的似乎不能太過嚴肅，因為太把對戰當一回事會讓遊戲變得不好玩，所以我與他們對戰最後的是用我精心配置的「青蛙隊」來維持遊戲的趣味性，我還一位朋友在主線劇情中用「嗑藥的伊布的打敗四大天王」，這些都是在遊戲給的限制內，維繫好玩感知的具體作法。而在 PC2 的輕度玩家中，趣味性實踐就更加豐富了，在線上社團曾經看到有位寶友說她弟弟因為吃了火龍果得大出了「色違」的大便，還有各種 AR 照相機拍的有趣畫面，或因為遊戲程式問題而出現的趣味畫面分享，以及寶友討論遊戲內化身的穿搭與夥伴寶可夢。

整理上述藉由玩家類別而描述的經驗，我們可以整理出以下表格：

	第一寶可夢玩家世代 PC1		第二寶可夢玩家世代 PC2	
	重度玩家	輕度玩家	重度玩家	輕度玩家
傳播實踐	競玩(ludus)	嬉玩(paidia)	競玩(ludus)	嬉玩(paidia)
相關性框架	虛擬實境遊戲經驗		擴增實境遊戲經驗	
媒介整體	部落格戰報、Twitch 實況、YouTube 影片、PGL、寶可夢百科網站等、Nintendo Switch 等		Facebook 社團、Line 群組 YouTube 網紅影片、雷達程式、個體值查詢程式、手機相機截圖錄影功能等	
媒介劇目	部落格戰報、Twitch 實況、YouTube 影片、PGL、寶可夢百科網站等	寶可夢百科網站、Nintendo Switch 等	Facebook 社團、Line 群組 YouTube 網紅影片、雷達程式、個體值查詢程式等	Facebook 社團、Line 群組、個體值查詢程式、手機相機截圖錄影等

表一：寶可夢遊戲的整體傳播形定

這個玩家結構發展到今天其實是相對穩固不動的，而且 PC1 和 PC2 的玩家之前其實有難以交流的傾象。從任天堂於 2018 年 11 月中推出的 Nintendo Switch 遊戲《精靈寶可夢 Let's Go 皮卡丘/伊布》(後稱 Let's Go!)以及這款遊戲的相關行銷策略可以看出些端倪。

2018 年 9 月的 PG 的社群日活動結束後，遊戲畫面中無預期出現了外型特殊的「神秘寶可夢」，玩家在捕捉這隻寶可夢後都盡數化身為百變怪，引發玩家間線上線下的大量討論。隨後 Pokémon 的官方 YouTube 頻道上發佈了一系列關於這隻寶可夢的「研究」影片，影片中手機遊戲 PG 的維羅博士與 Switch 新遊戲 Let's Go! 的大木博士進行視訊通話，互相交換對於這隻神秘寶可夢的研究成果，Let's Go! 上市後，這隻神秘寶可夢無論是在 Let's Go! 或是 PG 的獲得方式都得靠這兩款不同平台遊戲的相互連線。Let's Go! 的故事背景重製了 1996 年《精靈寶可夢 紅/綠》經典原案，遊戲操作上結合了 PG 的投球捕捉方式、寶可夢現身地圖與寶可夢糖果遊戲機制。從上述幾點來看不難察覺任天堂正在網羅 PG 的玩家。那麼任天堂成功了嗎？從我的觀察來看，Let's Go! 上市後二日台北新莊某小吃店首度透過社群平台發起了來店消費就送神秘箱子(捕捉神秘寶可夢的道具)活動，隨後擁有 Switch 以及 Let's Go! 的少數玩家群起效仿，我也因為能夠提供神秘盒子而被親朋好友要求「幫忙」，就此看來似乎實際購買 Switch 以及 Let's Go! 的 PG 玩家仍佔少數。

四、 初步結論：遊戲化社會是一種部落化的社會

上文中我以圈內人的視角描繪了 PC1 與 PC2 兩個玩家社群的傳播形定，從最後的觀察看來 PC1 與 PC2 似乎很難有所交流。也就是說兩滴不同的紅墨水滴入同一杯清水中，並不會均勻地擴散到整杯水變成同一、無差異的紅水，而是在一段時間後，凝結成一個結晶形狀的樣態，這也就說明了 Mäyrä(2017)曾說 PG 猶如進入遊戲社會的大門是有謬誤的，遊戲並不會對整體社會有所影響，被影響的只是少部分人，而且不同的人被影響的程度也呈現不均值的狀態。

這個擴散的樣態很像部落化的社會，恰好合乎 McLuhan 所謂電子文化中的再部落化，以及 Michel Maffesoli (1996)新部落主義，或黃厚銘、林意仁(2013)提出的流動的群聚(mob-ility)概念所描繪的那樣，以傳播形定探問什麼是遊戲化的結果，我們所看到的部落化社會更包含了一個個人化(individualization)作用向度(Kortz, 2009)。Ulrich Beck(1994)討論個人化的三個層次包括(一)個人逐漸脫離社會集群的整合，例如鄰里、村落及其類比關係，以至於遠離關於如何生活、行動、思想、感覺的傳統概念，個人為自己負責但也失去獲得制度保障的生活形式；(二)失去傳統的固定面向如信仰、價值以及規範；(三)人們日漸依賴市場條件與社會制度重新整合。Beck 言盡於此，然而社會的個人化進程似乎不會無限上綱至分子化的境界，反而在消費主義興起後，重視感覺、情感的風格取代了種族、國籍等機械文化中用以區分人類社會分野的條件，成為較為強勢的社會區分方式。

以上初探性說明來自研究者透過觀察所撰寫的民俗誌資料，為了讓書寫順暢進行採行了許多二元對立的分析架構，雖不影響說明滲透觀的遊戲化概念，但閱讀起來也顯得呆板僵硬。未來可以結合深度訪談獲得更深度的厚描經驗，進而發展有別於例如嬉玩-競玩或重度-輕度玩家傳統遊戲學區遊戲類別的描述架構。

陸、代結語：遊戲化作為媒介化的一個變體

Hjarvard(2018)區分媒介化與中介(mediation)的差異時說明：中介是使用媒介進傳播活動的樣態，其中凸現的傳播者與受播者的線性關係以及訊息內容的樣態，相較之下媒介化指的是不同文化或社會領域中結構的改變。遊戲化(ludification)和遊戲化(gamification)也就是這個區別，目前 gamification 已經有所定論，指的是社會領域轉而採取遊戲形式或元素運作，進而解決該領域問題的方式，是一種

中介方式的改變，而 **ludification** 的企圖則是在更廣泛的社會文化範疇中，探問 **gamification** 為何可能(Koorevaar 2012)，或是社會文化遊戲性的增減，完全地貼合媒介化所欲了解的結構變化過程。

本文由遊戲化(**ludification**)被曖昧使用的現況入手，將遊戲化定位為如同媒介化一般的概念觸發型理論，觸發研究聚焦於電玩遊戲如何影響社會文化的討論。必須認清這只是遊戲化一個可能的面貌，提及遊戲化的學者 Zimmerman(2015)、Mäyrä(2017)、Raessen(2006)或 Frissen et al. (2015)筆下的遊戲化可能是更大個描述範疇，本文礙於篇幅未能針對遊戲化作為概念觸發型理論進行完整論述，這則有待未來更細緻的考究與歸納。

透過向媒介化取徑，本文對於電玩研究、遊戲研究中的啟示在於，提出一套轉化傳播形定的方法論用以研究電玩產品如何影響社會文化，這套方法論可以歸納出以下六個針對電玩產品執行經驗研究的原則：

(一)認識論：從行動者(**actor**)的角度認識玩家，其中就包含人和人、人和物的互為主體性，正如前述引用 Gadamer(1990)對於藝術作品的解釋，電玩作為一藝術作品是遊戲者和觀看者所共構的系統，人在電玩中相互依存，參與的人也對電玩持續補充，數位遊戲或是行動媒介在認識論的層次都該包含人和人、人和物的互為主體性。

(二)遊戲作為隱喻：遊戲在轉向「去規範化」的理論定位後，就變得很像隱喻一樣的存在。目前討論遊戲化的範疇仍集中在研究電玩產品如何影響其他領域或社會文化，然而遊戲化若要解釋其他嚴肅社會領域因媒介而變得比較像遊戲，那麼必須問遊戲作為一個隱喻是否是最佳的隱喻。

(三)由中觀切入：遊戲研究受到詮釋學的影響轉而探討微觀層面個人認同與遊戲意義，然而遊戲化在解釋整體社會文化如何受到媒介影響的層次上並不能止於微觀分析，必須透過中觀的分析讓巨觀的文化變遷聲稱和微觀的經驗有所連結、相互補充說明。

(四)過程導向的研究：正如媒介化學者將媒介化定位成概念觸發型理論，這種在生活中可能有所體會但難以落實在經驗研究中的文化變遷聲稱都該轉向探問「如何走到今天這步」的過程導向研究，透過歷時性或跨時性的比較研究設計說明。

(五)跨媒介視野：研究電玩產品的意義特別是在今天的媒介環境中更需要將視野跨出電玩產品的單一媒介本身，許多與電玩相關的媒介實踐都必須納入考量範疇。

(六) 研究者的實際遊戲經驗變成必須：不同人玩同一個電玩產品可能會得出不一樣的意義，對於具有玩家身分的研究者來說要適時的跨出個人玩家經驗所造成的限制，而對於不具有玩家身份的研究者來說，則需要克服遊戲的進入障礙體會遊戲經驗。

再者，針對傳播形定的轉化與操演，本文提出兩點反思：第一，偏向媒介中心(media centric)的問題意識之操作問題，由於本文關心電玩產品的影響，一定程度上更接近媒介中心取徑，本文的操演中是將跨媒介實踐納入考量，從而迴避媒介中心的指控，對於未來的研究來說，如何同時聚焦於某項媒介的影響又不淪為媒介中心的因果式推論，則變成一個可以省思的問題。第二，使用傳播形定三大組件進行描述工作的寫作問題，本文不否認進行傳播形定取徑的簡單案例演示時書寫淪為呆板且線性，然而從中可以討論的是，這是否是傳播形定讓研究有更明確執行步驟的必要之惡，是否有更靈活的書寫方式則是未來研究可以反思的問題。

參考文獻

中文部分

- 方永泉(2003)。〈從「遊戲」意義的轉折來反思當代遊戲文化的特徵及其引發的教育思考〉。《教育研究集刊》49:3, pp63-92
- 呂珮如(2016)。〈Pokémon Go 結合虛擬與現實 顛覆互動新模式〉。工研院 IEK ITIS 計畫 2016 年 7 月
- 吳岱芸(2015)。〈從遊戲到遊戲化：行銷溝通遊戲化理論初探〉。《新聞學研究》124: 215-251
- 成窮[譯](2013)。《遊戲人：對唔話中遊戲因素的研究》康德，台北。原書 J. Huizinga. Homo Ludens. A Study of the Play Element in Cilture
- 李信漢、杜綺文(2007)。〈Web 2.0，麥克魯漢知多少？〉。《新聞學研究》92:183-192
- 周庚瑜(2011)。《惠欽格(J. Huizinga)的「遊戲人」(Homo Ludens)人類圖像及其在教育上的蘊義》。國立臺灣師範大學教育學系碩士論文，台北市
- 唐士哲(2014a)。〈重構媒介？「中介」與「媒介化」概念耙梳〉，《新聞學研究》，121: 1 - 39
- 唐樂水(2018)。《嘻哈中國：媒介化視野下的次文化研究》。世新大學博士學位論文。
- 黃厚銘(2016/08/23)。〈POKEMON GO、擴增實境與遊戲的社會學意義〉。巷子口社會學，取自：<https://twstreetcorner.org/2016/08/23/huanghouming-4/>
- 黃厚銘、林意仁(2013)。〈流動的群聚（mob-ility）：網路起關的社會心理基礎〉。《新聞學研究》115: 1-50
- 鄭明萱 [譯](2015)。《認識媒體：人的延伸》。貓頭鷹，台北。原書 M. McLuhan. Understanding media: The extensions of man(1964)
- 蘇威任[譯](2016)。《什麼是遊戲》。開學文化，台北。原書 S. Chauvier. Qu'est-ce qu'un jeu
- 蔡博方(2017)。〈基德勒與魯曼的相互參照：從社會理論視角出發的一次交流〉。《傳播研究與實踐》7,2,pp93-122

英文部分

- Allison, A. (2006). *Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination* (Vol. 13). Univ of California Press.
- Beck, U. (1994) 'The Debate on "Individualization Theory" in Today's Sociology in Germany', *Soziologie, Journal of the Deutsche Gesellschaft für Soziologie*,

- Special Edition 3: 191–200.
- Caillois, R. (2001). *Man, play, and games*. University of Illinois Press.
- Calleja, G.(2015). Ludic identities and the magic circle In *Playful Identities: The Ludification of Digital Media Cultures*. Frissen et al. (ed). P211-224. Amsterdam University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23, 191-202.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: Media Events and its enduring legacy. *Media, Culture & Society*, 40(1), 114-117.
- Deacon, D. & Staney, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, 36(7),1032-1044.
- Deacon, D. & Staney, J. (2015). ‘Mediatization and’ or ‘Mediatization of’ ? A response to Hepp et al., *Media, Culture & Society*, 37(4),655-657.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H., & Tosca, S. P. (2013). *Understanding video games: The essential introduction*. Routledge.
- Elias, N., & Jephcott, E. (1978). *The civilizing process* (Vol. 1). Oxford: Blackwell.
- Frissen, V., Lammes, S., de Lange, M., de Mul, J., & Raessens, J. (Eds.). (2015). *Playful identities: The ludification of digital media cultures*. Amsterdam University Press.
- Habermas, J., & Habermas, J. (1989). *Jürgen Habermas on society and politics: A reader*. Beacon Press.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2),314-324..
- Hjorth, L., & Richardson, I. (2014). *Gaming in social, locative and mobile media*. Springer.
- Hjarvard, S. (2004). From bricks to bytes: The mediatization of a global toy industry (pp. 43-63). na.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. *Nordicom review*, 29(2), 102-131.
- Hjarvard, S.(2018). The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction. In Thimm, C., Anastasiadis, M., Einspänner-Pflock, J. (Eds.) *Media Logic(s) Revisited. Modelling the Interplay between Media Institutions, Media Technology and Societal Change* (pp 63-84). The Palgrave Macmillan.
- Krotz, F. (2007). The meta-process of mediatization as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256-260.
- Koorevaar, R. (2012). *Ludified Culture: Gamficcation* (Master's thesis).

- Hepp, A., Breiter, A., & Hasebrink, U. (2018). Rethinking transforming communications: An Introduction. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Ed.), *Communicative Figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*, pp, 3-13. The Palgrave Macmillan.
- Hasebrink, U., & Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, 23(4), 362-377.
- Hepp, A. (2012). *Mediatization and the 'molding force' of the media*.
- Hepp, A., & Hasebrink, U. (2018). Researching transforming communications in times of deep mediatization: A figurational approach. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Ed.), *Communicative Figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*, pp. 15-48. The Palgrave Macmillan.
- Jensen, K. B. (2013). Definitive and sensitizing conceptualizations of mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 203-222.
- Kuipers, G. (2018). Communicative figurations: Towards a new paradigm for the media age? In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Ed.), *Communicative Figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*, pp. 425-436. The Palgrave Macmillan.
- Lohmeier, C. & Bohling, R. (2018). Researching communicative figurations: Necessities and challenges for empirical research. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Ed.), *Communicative Figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*, pp. 343-362. The Palgrave Macmillan.
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
- Mäyrä, F. (2017). Pokémon GO: Entering the Ludic Society. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 47–50. <https://doi.org/10.1177/2050157916678270>
- Minnema, Lourens. 1998. Play and (post) modern culture. An essay on changes in the scientific interest in the phenomenon of play. *Cultural Dynamics* 10 (1): 21-47.
- Raessens, J. (2006). Playful identities, or the ludification of culture. *Games and Culture*, 1(1), 52-57.
- Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and culture*, 5(4), 403-424.
- Shroder, K. (2018). Communicative figurations and cross-media research. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Ed.), *Communicative Figurations:*

- Transforming communications in times of deep mediatization*, pp. 407-424.
The Palgrave Macmillan.
- Stein, A. (2013/09/17). The Uncomfortable Politics of the “Ludic Century”. Kill Screen, retrieved:
<https://killscreen.com/articles/uncomfortable-politics-ludic-century/>
- Wolf, K., & Wudarski, U. (2018). Communicative figurations of expertization: DIY_MAKER and multi-player online gaming (MOG) as cultures of amateur learning. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink, (Eds.), *Communicative Figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*, pp. 123-149. The Palgrave Macmillan.
- Zimmerman, E. (2015). Manifesto for a ludic century. In Walz, S. P., Deterding, S. (Eds.), *The gameful world: Approaches, issues, applications* (pp. 19–22). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Zimmerman, E. (2013/09/12). What’s wrong with the Ludic Century? Available:
<https://ericzimmerman.wordpress.com/2013/09/12/whats-wrong-with-the-ludic-century/>

誌謝 〈〈本文修改自課程期末報告，感謝方念萱老師的悉心教導〉〉