

中宣部首批“哲学社会科学期刊重点栏目”：元宇宙与数字经济研究(七)

深度游戏化：游戏媒介驱动社会实践的
逻辑重构与价值升维

喻国明 苏健威 李钊

(北京师范大学新闻传播学院, 北京 100875)

摘要: 深度游戏化区别于传统的游戏化概念, 是以游戏乐趣、心流体验、自我表达的价值禀赋为基础, 以游戏逻辑系统性重构传统社会实践, 使其趋向虚实互融、妙趣横生、自由实践的过程。深度游戏化宏观上呈现社会对人类天性的趋向, 即为社会组织、社会交往、社会生产等行为实践赋予心智意义上的价值升维。深度游戏化彰显媒介对人全部要素连接加深加厚的趋向, 是微粒化社会构造中用户权力的回归和盈余时代媒介竞合的核心逻辑。未来, 深度游戏化将驱动社会关系与社会规则的变革, 促进个体的个性发展与社会系统的自组织涌现, 使人类文明呈现出跨生命、虚实融合、自由实践的特征。深度游戏化为构造数字文明时代社会规则提供新的模式, 即超越工业文明压抑个性发展的规则惯性, 使提供以自我实现、人与环境和谐为内核的社会元规则成为可能。

关键词: 游戏化; 数字化; 社会实践; 元宇宙; DAO**中图分类号:** G206 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-9245 (2025) 00-0000-08

2021年, 元宇宙(Metaverse)概念横空出世, 游戏作为元宇宙实现的核心模式^①, 具有集成未来媒介系统, 重构人类关系与社会结构的巨大潜力。在元宇宙驱动的媒介化浪潮下, 有必要重新思考游戏媒介的价值禀赋, 关注游戏媒介可能对数字文明社会产生的影响。

基于此, 笔者尝试引入深度游戏化(Deep Gamification)概念展开讨论。首先, 讨论游戏在当前社会环境下的价值禀赋以及游戏化如何将游戏机制及其价值禀赋赋能其他社会进程。其次, 探究基于中介化理论阐释深度游戏化及其内涵与特征。最后, 探讨深度游戏化作为一种宏观社会进程如何驱动游戏媒介与数字社会的深度互构。

一、游戏化是游戏媒介对传统社会实践的机制修饰与价值赋能

(一) 游戏彰显社会盈余语境下的独特价值禀赋：乐趣、心流与自我表达

“游戏”是一个难以界定的宽泛概念。荷兰语言学家约翰·赫伊津哈(Johan Huizinga)认为, 游戏是一种完全有意置身于“日常”生活之外的、“不严肃”的同时又强烈吸引游戏者的自由活动。其不与任何物质利益相联系, 无利可图。按照固定的规则并以某种有序的方式在自己的时空范围内进行^②。大卫·凯利(David Kelley)认为“游戏是一种由一系列规则组成的娱乐方式, 有明确的目标和达

收稿日期: 2024-10-29**基金项目:** 本文系北京师范大学博士生学科交叉基金项目“扩展现实技术环境中的人机与情感传播效果”(BNUXKJC2215)的阶段性成果, 受北京师范大学人才培养质量提升专项计划、北京师范大学学生成长发展研究计划支持。**作者简介:** 喻国明, 北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师; 苏健威, 北京师范大学新闻传播学院博士研究生; 李钊, 北京师范大学新闻传播学院博士研究生。

① 简圣宇:《“元宇宙”: 处于基础技术阶段的未来概念》, 《上海大学学报(社会科学版)》, 2022年第2期。

② J.Huizinga.Homo ludens:a study of the play-element in culture,Boston:The Beacon Press, 1950: 13.

到目标所允许使用的手段”^①。由此可见,游戏具有规则、目标,能使人愉悦。在当前的产业经济语境下,“数字游戏”(Digital Games)是较常用的概念,指依托计算机软硬件技术和设备开展的数字化游戏活动,包括电子游戏、视频游戏、网络游戏、手机游戏、家用游戏机游戏,等等^②。

有学者认为,游戏产业的发展与游戏研究处于一种“悖论”状态,一方面,电子游戏的兴旺产生了巨大影响力;另一方面,学术界对游戏的研究十分薄弱^③,这一现象在国内学术场域尤为突出。长期以来,人类社会处于生产力低下造成的物质短缺境况,游戏因不直接创造价值而被人们视为无用,被赋予消极色彩^④。伴随技术迭代和生产力水平的跃升,人们的时间与精力开始出现盈余^⑤,一方面解除了系统性短缺对游戏的污名化;另一方面,时间精力的盈余使游戏表现出独有的价值禀赋——为用户提供乐趣、心流与自我表达。

乐趣体验即游戏为用户带来非功利性的愉悦感。在游戏过程中,游戏自身即目的,通常不涉及物质利益,但体验游戏能给人带来乐趣^⑥。神经学研究表明,游戏可以触发大脑的奖励机制并释放多巴胺^⑦,这与人体产生乐趣的生理过程有关。伴随整个社会媒介化的加深,信息冗余与认知资源短缺或将成为社会常态,带有乐趣体验的游戏媒介将更易于抓住用户注意力并吸引用户驻留。

心流体验是游戏的另一重要价值。1975年,匈牙利心理学家米哈里·契克森米哈赖(Mihaly Csikszentmihalyi)提出“心流理论”(Flow Theory)。心流描述了一种整体的感觉状态和高峰体验,即当某人完全参与并高度专注于某项任务明确、具有一定挑战性的活动时,会忽略自我、时间和外部环境,与活动融为一体,并处于陶醉、兴奋、充实

的状态。使人们在活动中产生心流体验的要素主要包括:热衷于从事的活动;专注于从事的活动;感觉不到时间的流逝和外部环境的改变;有明确的目标;有清晰、即时的反馈;对活动具有合适的操控感;可以排解人的忧虑;难度适当,既具有足够的挑战,又不至于使人产生沮丧和焦虑的心情^⑧。心流体验触发的要素与游戏要素高度相似,在日常生活中,用户沉醉于数字游戏的现象屡见不鲜。由此可见,游戏是能够提供较强心流体验的媒介。

引导用户自我表达也是游戏区别于其他媒介的重要特征。用户可自由选取符合自身需求和偏好的游戏,被选中的游戏媒介将为玩家提供沉浸式空间,允许用户扮演虚拟角色在游戏世界中进行创造性的故事叙事和自我呈现。有研究表明,自定义化和角色扮演的游戏元素有助于玩家塑造理想的自我,满足心理上的探索和表达需求^⑨。这种细微的、筑建在每个用户个性之上的情愫,是传统大众传播、移动互联网分众传播无法捕获和满足的,有望为未来媒介产业创造巨大增量。

游戏所具有的价值禀赋日益被游戏与社会工程师重视,并驱动游戏媒介形成两种趋向:一是游戏要素可以从完整的游戏中抽离,作用并改造其他事物;二是游戏从追求娱乐性变为在娱乐基础上追求一定功能和社会价值。在此基础上,以机制修饰与价值赋能为核心的游戏化(Gamification)逐渐兴起。

(二)从游戏到游戏化:游戏媒介对社会进程的机制修饰与价值赋能

游戏化是游戏研究中的经典概念,意为“在非游戏情境中使用游戏元素和游戏设计”^⑩,使生产生活实践获得游戏般的乐趣,其本质是对现有社会机制的一种修饰。美国学者凯文·韦巴赫(Kevin Wer-

① D.Kelley.The art of reasoning,New York:W.W.Norton & Company,1988:50.

② 何威:《数字游戏批评理论与实践的八个维度》,《艺术评论》,2018年第11期。

③ 何威、刘梦霏:《游戏研究读本》,上海:华东师范大学出版社,2020年版,第1-2页。

④ 喻国明、景琦:《传播游戏理论:智能化媒体时代的主导性实践范式》,《社会科学战线》,2018年第1期。

⑤⑥ 喻国明、杨嘉仪:《乐趣需求与游戏化范式的耦合——“盈余传播时代”的进阶之道》,《编辑学刊》,2018年第5期。

⑦ M. J.Koepp,R. N.Gunn,A. D.Lawrence,et al.Evidence for striatal dopamine release during a video game,Nature,(6682),1998:266-268.

⑧ 吴永萌:《用户参与交互设计新视角》,北京:机械工业出版社,2020年版,第8页。

⑨ A.K.Przybylski,C.S.Rigby,R.M. Ryan. A motivational model of video game engagement,Review of general psychology,2010:154-166.

⑩ [美]凯文·韦巴赫、丹·亨特:《游戏化思维》,周逵、王晓丹译,杭州:浙江人民出版社,2014年版,第13-16页。

bach)认为,游戏化可分解为三个概念——游戏元素(Game Elements)、游戏设计技术(Game-design Techniques)和非游戏情境(Non-game Contexts)^①。游戏化是“在非游戏情境中使用游戏独有的元素以及设计技术,使其表现出游戏的特征”。就游戏化的类型而言,韦巴赫在《游戏化思维》中将游戏化分为三类,即内部游戏化(Internal Gamification)、外部游戏化(External Gamification)和行为改变游戏化(Behavior Change Gamification),分别用于内部激励员工、促进品牌建设或产品销售以及帮助用户形成习惯。

游戏化策略使功能游戏和严肃游戏成为教育、文化等行业革新的重要力量,并在诸多新项目中取得有效成果。例如,Kyungwon等对24名6岁儿童观看增强现实游戏小剧场(Augmented Reality Petite Theater)后的共情能力进行测试,测试报告显示,角色扮演程度和共情行为相较于只观看纸质故事书的同学均有明显提高^②。Gordon等通过设计虚拟城市和游戏规则,使公众可以参与城市设计和决策,提升公众参与度^③。此外,有研究利用增强现实、虚拟现实技术为博物馆游览增添游戏参与元素,为参观者提供超越线下传统游览的观展与互动体验^④。

综上所述,游戏化在产业实践中通常呈现为一种设计巧思或运营策略。如果仅将游戏化局限于实践策略,将忽略其内在的理论生命力和改造现实的潜力。德国学者塞巴斯蒂安·德特丁(Sebastian Deterding)认为,“今天的游戏化站在一个十字路口,一面是选择架构(Choice Architecture),另一面是人文设计(Humanistic Design)。在选择架构中,游戏是用于控制行为的理想策略,使用类似游戏的激励措施来引起人们的

预先计划的行为模式。反对选择架构的方法是一种更具人文主义的游戏设计传统,在其中,游戏可以带来积极的可供性,从而获得丰富的有意义的体验……相比于选择架构,人文设计方法可能更强大,可以实现变革性的变化”^⑤。对人文设计而言,需要将游戏视为更广泛意义的媒介,即其不仅仅是用游戏机制引导人们的行为,更是能够包蕴并重构一定的社会进程,使其彰显人文主义色彩。对此,深度游戏化这一概念提供了一种具有想象力的理论进路。

二、深度游戏化是游戏媒介驱动传统社会实践的逻辑重构与价值升维

娱乐游戏与“修饰性质”的游戏化并不足以代表游戏在传媒实践中的价值。我们需要看到,游戏已经开始系统革新部分传统社会进程,并对社会生产生活产生更加全面且深刻的影响。

(一) 游戏正在超越游戏化的功能范畴,更加深刻地中介着其他社会进程

潘忠党认为,中介化可以理解为两个相区分的元素、成分或过程间的连接,不仅人类的传播或交往经由传媒技术及其相关机制的中介,而且人们的日常生活通过如此中介了的传播或交往得以形塑。同时,他认为中介化包含一种辩证关系,一方面,技术以及与之相应的机构驱动特定形态的传播;另一方面,这种驱动同时受制于历史和社会场景^⑥。从中介化理论视角看,游戏作为一种媒介,以其特有的文化色彩与技术特征中介着人类间、人机间的交往与传播活动,并使这些实践呈现鲜明的特征。法国哲学家罗歇·凯卢瓦(Roger Caillois)提出游戏的共同特质,一是自愿参与。参与游戏的行

① [美]凯文·韦巴赫、丹·亨特:《游戏化思维》,周逵、王晓丹译,杭州:浙江人民出版社,2014年版,第13-16页。

② K.Gil,J.Rhim,T.Ha,et al. AR petite theater:augmented reality storybook for supporting children's empathy behavior,IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality-Media,Art,Social Science,Humanities and Design (ISMAR-MASH'D), 2014: 13-20.

③ E.Gordon,E.Manosevitch. Augmented deliberation:merging physical and virtual interaction to engage communities in urban planning,New Media & Society, 2011: 75-95.

④ T.H.Jung,M.C.tom Dieck. Augmented reality,virtual reality and 3D printing for the co-creation of value for the visitor experience at cultural heritage places,Journal of Place Management and Development, 2017: 140-151.

⑤ S.Deterding. Gamification in management:between choice architecture and humanistic Design,Journal of Management Inquiry, 2019: 131-136.

⑥ 潘忠党:《“玩转我的iPhone,搞掂我的世界!”——探讨新媒体技术应用中的“中介化”和“驯化”》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》,2014年第4期。

为是一种自愿行为，不具有强迫性。二是独立性。所有游戏都在给定的时间和空间进行。三是不确定性（Uncertain）。游戏的参与者不能事先预知游戏的结果。四是非生产性（Unproductive）。游戏本身不是生产性行为。五是规则性。所有游戏都在一定的规则下进行。六是虚构性（Make-believe）。所有游戏行为内都或多或少存在角色幻想和扮演的成分^①。在上述游戏特征影响下，游戏中介的传播通常被限制在某个“场”之中，经由自愿的、角色扮演式的、无法预知结局的交往互动，获取非生产性的价值（例如，自我实现、情感支持等）。

游戏中介人类行为可分为两种类型。第一，游戏媒介中介的社会交往，即人与人（或机器人）的连接。这在各种互联网和局域网游戏中较为常见，例如，RPG 网游中的游戏工会将彼此陌生的玩家凝聚在一起，协作完成困难任务；又如，在现实生活中，朋友间可借助手机游戏进行联机交往和休闲娱乐，形成群体情感记忆。这些游戏中介的社会交往已成为较成熟的游戏传播研究领域^②。有研究认为，游戏社交能够扩大人们的弱关系搭建范围，如同增强现实游戏（例如，Pokemon GO）促进玩家走出家门探索现实空间结交好友^③。此外，共同游戏有助于强化强关系（例如，亲子关系等）^④。

第二，游戏媒介中介的社会实践，即人与事

物或场景的连接。中介化理论强调空间的之间性（In-between），英国学者罗杰·西尔维斯通（Roger Silverstone）借助中介化理论将传播建构为动态的、语境化的过程，这一过程的实现依托媒介技术，同时依托具体社会场景^⑤。从中介化理论视角看，游戏具有的独立性、规则性和角色扮演性，意味着游戏能建构纷繁多样的虚拟场景，既包括现实场景的映射（例如，各类模拟器游戏：经营模拟，钓鱼模拟、卡车司机模拟等），也包括完全虚构的场景（例如，各类冒险、角色扮演类游戏），这种特性使游戏媒介能够中介人与各类事物与场景的连接。具体而言，游戏媒介基于虚拟技术对社会场景进行复现或建构，使媒介用户能够在任意时间、任意地点接入场景，完成社会实践。在生成式人工智能时代，游戏场景制作所需的时间与人力成本大幅下降，进一步强化了游戏媒介连接场景的可供性。

随着游戏用户规模和媒介消费时长的增长，游戏媒介驱动的传播形态日益主流化，影响并构造了社会传播图景。游戏媒介产生的影响不能简单地用游戏化概念进行概括，需要关注游戏媒介在更广泛意义上媒介化层面的潜力——游戏如何以其独有的方式影响并宏观地构造社会？这一问题在元宇宙、生成式人工智能技术背景下尤为重要，为此，有必要引入新的概念——深度游戏化探讨游戏媒介的媒

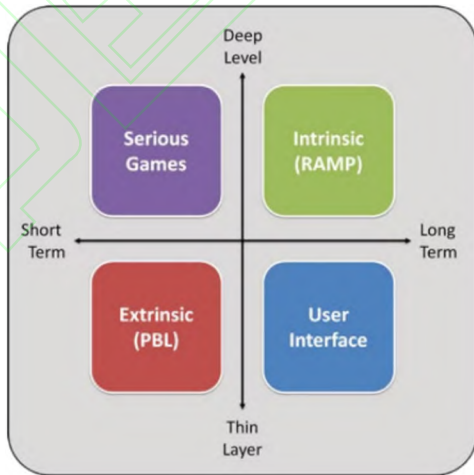


图1 安德烈对游戏化概念的区分图

① R.Caillois.Man, play, and games, University of Illinois Press, 2001 : 9-10.

② 孙晓蓓、李泳志、李欣人：《全球游戏传播的前沿研究图景》，《新闻记者》，2022年第5期。

③ K.Vella, D.Johnson, V. W. S.Cheng.et al. A sense of belonging:Pokemon GO and social connectedness, Games and Culture, 2019 : 583-603.

④ B.Wang, L.Taylor, Q.Sun. Families that play together stay together:investigating family bonding through video games, New Media & Society, 2018 : 4074-4094.

⑤ 王琛元：《欧洲传播研究的“媒介化”转向：概念、路径与启示》，《新闻与传播研究》，2018年第5期。

介化潜力。

（二）深度游戏化：游戏媒介驱动社会实践的逻辑重构与价值升维

为进一步区分更深层次的游戏化和普通游戏化，安德烈·马尔切夫斯基（Andrzej Marczewski）将游戏化概念以深层/浅层、长期/短期两种维度进行划分，分出内在游戏化、外在游戏化、严肃游戏与用户界面四种概念（见图1）。安德烈认为，深度游戏化（Deep Level Gamification）实现真正的参与和解决问题，包括严肃游戏和内在游戏化，二者的区别在于严肃游戏是短期的，问题解决游戏即结束；内在游戏化是一种长期的深度游戏化，是玩家自愿且主动参与的“系统”。相关性（Relatedness）、自主性（Autonomy）、掌握性（Mastery）、目的性（Purpose）使玩家驻足于此，相较点数、徽章、游戏式界面等常见的游戏化元素，内在游戏化的奖励和有意义的附加功能更加深刻^①。

此后，人们逐渐肯定了深度游戏化（Deep Gamification）是游戏化的新类型。伊万（G.Iwan）认为，浅度游戏化（Shallow Gamification）可视是在核心过程中增加一层（Layer）而不改变其本质。深度游戏化可以被定义为增加了能够改变实践核心过程的游戏元素^②。桑托斯（P.A.Santos）进一步完善了深度游戏化概念，他认为相较浅度游戏化，深度游戏化将改变实践的核心过程。浅度游戏化主要需要编程和视觉设计技能，深度游戏化主要需要游戏设计技能，因为设计游戏规则在核心实践中是必要的^③。海因里希·索布克（H.Söbke）认为，深度游戏化的基本标准是真实世界进程的变化，并为用户的动力和参与带来深刻影响^④。

从这些定义可见，深度游戏化的核心在于重构真实社会进程的逻辑，并与游戏融合。这与赫伊津哈提出的“魔环”（Magic Circle）概念相似。赫伊津哈认为，游戏可构建起将参与者与外部世界暂时

隔离的环境，参与者在游戏期间服从暂时性的社会系统^⑤，深度游戏化在此基础上更加强调这一暂时性的社会系统并非用于娱乐，而是既往社会实践在游戏逻辑的重构下成为一种新的实践形式——除原有的价值功能外，将游戏的价值禀赋融合其中。换言之，其实质是对真实世界要素和个体实现一种“媒介包裹”，即将社会实践内嵌于游戏，形成逻辑自洽的社会系统。例如，支付宝内嵌的游戏应用“蚂蚁森林”，用户可通过低碳行为记录获取“能量”，并能够使用“能量”兑换真实的树苗栽种服务。在这一过程中，用户可以收取好友的能量，也可以获得界面徽章皮肤，等等。在深度游戏化驱动下，植树造林的传统逻辑被颠覆，植树意愿与执行成为虚实混融的游戏实践，植树造林成为社会公众的日常性数字实践，蚂蚁森林也因此获得巨大的公益价值。

元宇宙与生成式人工智能时代，用户可以进入高度拟真的虚拟环境，借助人工智能开展丰富的数字生产创造，为深度游戏化提供更加深入的可能——在完全数字化的赛博空间，个体如同构建游戏规则般设计实践规则以形成全新的群体机制和价值创生方式。在乐趣体验、心流体验和自我表达层面的赋能下，一切社会实践都能更好地满足人类的精神需求。

基于此，笔者认为，深度游戏化是社会现实投射并内嵌于游戏，根据游戏逻辑重构，最终趋于虚实互融、妙趣横生、自由实践的过程。深度游戏化与游戏化的核心区别在于，一是深度游戏化比游戏化更加强调被游戏中介的社会实践核心逻辑或核心进程的改变。游戏化通过赋予生产生活实践以心流体验降低实践组织动员成本，提升人们在实践过程中的体验与自我成长。这一赋予过程作为一种优化或修饰，并未改变实践自身核心的逻辑框架。深度游戏化强调以游戏的魅力机制对社会实践展开系统

① Andrzej Marczewski. Thin Layer vs Deep Level Gamification, <https://www.gamified.uk/2013/12/23/thin-layer-vs-deep-level-gamification/>.

② I.Gurjanow, M.Oliveira, J.Zender, et al. Shallow and deep gamification in mathematics trails, In Games and Learning Alliance: 7th International Conference, GALA 2018, Palermo, Italy, December 5-7, 2018, Proceedings 7 (pp. 364-374), Springer International Publishing.

③ P.A.Santos. Deep gamification of a university course. In Conference Proceedings SciTecIN (Vol. 15), Melville, NY, USA: AIP.

④ H.Söbke, J.Londong. Towards integration of deep gamification into formal educational settings, In European Conference on e-Learning, Academic Conferences International Limited, 2019: 519-XVII.

⑤ J.Huizinga, Homo Ludens. Hamburg: Rowohlt, 1956: 236.

性重构，为创造更大的实践自由、乐趣体验、自我表达开辟了广阔空间。

二是深度游戏化并不追求对微观游戏要素的运用，而是呈现为一切社会实践在人类天性使然的基础上得到改造。换言之，深度游戏化为社会组织、社会交往、社会生产等行为实践赋予心智层面的升维。因此，深度游戏化与游戏化存在本质上的区别：游戏化以生产效率为依归，深度游戏化以人性释放为目标。在生产力短缺时代，重复性、密集性劳动使人们难以在生产中获得心流体验，被认为是人类社会中心理成本较高的生产形式。在深度游戏化的社会构造中，人类得以解除一元规制对个性的压迫，使人类在大多数社会场景中能够获取更多积极情感，降低整个社会的组织动员成本。这一过程使社会实践趋向于人类的自然天性，极大地降低了人类获得积极情感所需的行动阈值。此外，深度游戏化带来无尽社会场景的涌现，为人类社会实践提供前所未有的可供性，使人类可以自由进入任何数字场景形成个性化的社会实践，进而找到符合自身特征的实践形式并激发自身潜能，实现个体的自我价值与社会体系丰富性的倍增。

总之，深度游戏化彰显媒介对人全部要素连接加深加厚的趋向。这一特性是微粒化社会构造中用户权力的回归，也是盈余时代媒介竞合的核心逻辑。因此，深度游戏化有望超越游戏媒介、超越作为规则修饰的游戏化，成为媒介化社会和数字文明构造的核心范式。

三、深度游戏化的未来图景：游戏媒介与整个社会的深度互构

加拿大学者马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）提出“媒介即讯息”的观点，认为一个时代真正有意义的表达不是琐碎的信息传播，而是媒介本身。游戏即盈余时代与数字文明时代“有意义的信息”，深度游戏化则是游戏媒介与整个社会深度互构的过程，表现为游戏媒介重构社会关系以及游戏规则与社会规则的拟合。

（一）社会关系的深度游戏化：个体个性发展与社会系统的自组织涌现

1. 个体成为玩家：万千场景与非玩家角色辅助个体实践与个性发展

游戏玩家和非玩家角色（Non-player Character, NPC）是深度游戏化社会的实践主体。二者的区别在于积极互动的行动元一般为游戏玩家，消极被动的信息体一般为NPC^①。此外，传统意义上的NPC具备功能性和固定性两大特征，游戏设定中NPC处于各式各样的场景中并肩负不同职责，其可帮助玩家完成各式各样的任务，赢得丰厚奖励，当玩家完成任务后便“销声匿迹”。

在深度游戏化的社会场域中，微粒化个体将化身游戏玩家投入千态万状的游戏场景之中。游戏NPC在生成式人工智能等技术的加持下成为玩家的智能助理，在游戏化的各场景环节发挥资源调用与会话能力，辅助游戏玩家展开独一无二的社会实践。此外，游戏玩家通过完善细化指令的方式与NPC进行交互，在对话过程中将人类关系、情感等非理性要素内化于机器模型，建立有益的人机关系，还可借助NPC连接志趣相同的其他玩家形成玩家情感支持网络。通过深度游戏化的玩家实践，个体能够充分发展自身个性，赢得个体成长、经济反馈与心灵体验。

2. DAO构造去中心化社会：新型趣缘关系与社会系统的自组织涌现

深度游戏化将促进新型趣缘关系的形成^②，构成深度游戏化社会人际关系的主流和基础。在工业文明时代，人类以前所未有的高效模式实现社会商品的复制生产，满足了各方面的共性需求，但人们的边缘需求未得到充分满足。深度游戏化以游戏逻辑与场景实现人们边缘需求的对接与满足，并在实践场景的涌现机制中对社会的趣缘关系实现链接和凝聚，这将革命性地提升人类社会弱关系的连接效率与效果。

在深度游戏化社会中，分布式自驱组织（Decentralized Autonomous Organization, DAO）有望形成新的功能结构和价值体系，从而成为构造社会群体的基本范式^③。有研究认为，以游戏人为基

① 蓝江：《数字生态下的信息体与智能关联主义》，《中国人民大学学报》，2022年第3期。

② 喻国明、苏健威：《新型趣缘关系：理解未来社会组织协同的关键视点》，《西北大学学报（哲学社会科学版）》，2023年第5期。

③ 喻国明、苏健威：《DAO媒介：驱动未来社会算法化与自组织的元媒介》，《新疆师范大学学报（哲学社会科学版）》，2025年第1期。

本单位的 DAO 社会，有助于实现社会分布式自组织的自运转、自治理和自演化^①。通过构建 DAO 公会，树立共同目标，基于去中心化结构推动游戏玩家自主参与，最终实现价值共创与分配共享。基于 DAO 构建的新型游戏公会超越了传统公会对大众需求和总体价值满足的局限，能够实现个性化需求和边缘价值的激活与连接，聚合具备共同兴趣和愿景的用户，实现真正意义上的群体关系聚拢与自组织涌现，促进深度游戏化社会的共创共治共享。

（二）社会规则的深度游戏化：跨生命、虚实融合、自由实践的未来文明

1. 深度游戏化社会的本质：大型多人在线游戏中的跨生命交往

深度游戏化将游戏特性深刻嵌入数字化社会的构造与规则，为元宇宙时代数字社会构造提供蓝本，并实现数字文明实践的逻辑闭环。目前，元宇宙雏形无一不是基于大型多人在线游戏，因为游戏具有完整的实践要素、实践规则、价值体系等，能够支持人类社会文明基础实践的逻辑闭环。换言之，游戏具有整一性。在工业文明迈向数字文明进程中，技术强力的中介使人类有机会重构社会规则，使其超越肉身和真实物理对现代社会规则的限制，构造数字文明时代全新的社会体系，游戏的整一性为这种构造提供了基础蓝本，可以预见人类社会的数字文明形态极有可能表现为体量巨大的超级多人在线游戏。

有研究指出，在未来生物生命、数字生命和机器生命都能成为生命主体类型，在人工智能加持下的机器生命将与人一同实现跨生命交往^②。如果现代游戏是一场大型多人在线游戏，那么，数字文明社会的形态或许是大型多人在线游戏中的跨生命交往。正如前文提及的 NPC 角色，可实现与游戏玩家的跨生命交往，或作为智能工具发挥增强作用，或作为主体发挥辅助作用。

2. 虚实世界的弥合：无界互联的生产创造与价值分配

深度游戏化社会中跨生命交往的前提是实现现实世界与游戏世界的耦合，以及游戏规则对社会规则的拟合。在此过程中，虚拟世界和现实世界的经济体系将逐渐并轨，实现二者的相互映射。深度游

戏化社会的生产模式将发生天翻地覆的变化，促进生产资料下沉，释放巨大的生产力与创造力。在此阶段，无界互联的生产权力、基于区块链和 DAO 的收益分配将成为新的生产先决条件。

第一，当玩家进入深度游戏化社会时，个体具备无界互联的生产生活能力，一方面可以在现实世界满足低层次的生存与安全需求；另一方面，可以在虚拟世界生活和工作，满足更高层次的精神需求。基于此，以体验和自我价值实现为核心的劳动将替代以生存为目标的劳动成为新的主要劳动形式。人类社会将在网络、电力、算力等基础设施支撑下实现虚实世界的弥合，进而深刻改变第二、三产业的生产方式以及与之匹配的消费模式。第二，在深度游戏化社会，传统的组织结构难以实现合理有效的收益分配，大部分生产劳动将由 DAO 组织实现。DAO 组织通过高度自组织的生产模式变革中心化的收益分配体系，实现去中心化的收益分配方式以促进社会公平。

四、结语：深度游戏化改变未来社会元规则的可能

深度游戏化描绘了一种未来：在数字化支撑的虚实融合的人类社会中，游戏逐渐成为编织社会规则的一种范式，其带有盈余时代彰显的乐趣、心流、自我表达、自我实现的色彩，在能够穿透虚拟与现实物理界限、模拟社会规则、连接微妙情趣与微粒价值的可供性基础上，为构造数字文明时代社会规则提供一种新的模式。

深度游戏化驱动社会进化的本质，源于深度游戏化对社会体系元规则的革命性改写。在历史长河中，社会规则受经济、政治、文化、技术等多元力量的作用和影响，通常呈现某种系统化的趋向，并在持续演进中形成某种惯性。这种趋向和惯性会对后续社会规则的构造发挥强大的定向作用，使新生的规则能够与社会规则体系接壤并构成内部自洽的逻辑系统，可以说，这种惯性和趋向本身构成新规则书写的原则。这种趋向可称为社会体系的元规则（Meta-rules）。

长期以来，社会规则的形成主要从生产实践出

① 刘成晗、喻国明：《游戏作为DAO媒介：数字文明时代社会的“再组织”方式——兼论媒介与人类存在方式的演进》，《新闻界》，2022年第12期。

② 杜骏飞：《ChatGPT：跨生命交往何以可能？》，《新闻与写作》，2023年第4期。

发，能够保证社会体系的基础运转和社会需求的基本实现。其本质是对工业文明时代和生产力短缺时代的系统性妥协。进入数字文明时代，绝对性和系统性短缺被消除，社会呈现盈余特征，为社会元规则提供转向的内驱力。深度游戏化是这种元规则改变的外化表现之一，表现为从人类本身出发，以人性特征为基本锚点（例如，即时反馈，目标与奖励等），通过自组织式地构造多元叙事和多元场景，完成社会规则的生产和涌现。在这一过程中，书写社会规则的权力回归普罗大众，社会规则的书写也

得以脱离工业文明时代社会规则生产的效率趋向，转变为从人类内心出发，以追求人类积极情绪与自我价值实现为目标，实现社会元规则对人心的趋向。生产力水平的盈余使效率下降得到宽容，换取的是整个社会规制的松弛和社会心态的愉悦。

元规则的转向将解构社会规则书写的精英主义逻辑。这一变革将系统性地解放人类的奇思妙想，使千态万状的游戏情景和游戏规则能构成适宜每个人生存和寄托的数字场域，从而促进人类自我与其赖以生存的环境趋于和谐圆满。

[责任编辑：曹晶晶]

[责任校对：王文秋]