

每一代人都在为做公益作出极致努力。没有人不认为公益是好事，但公益并非天然“吸睛”，相反更需要撬动公众的注意力。上世纪八九十年代最躁动的是音乐和电视，以LIVE AID为代表的公益演唱会点燃了人们的公益热情。进入到21世纪，互联网公益渐成火候，呈现“星星之火燎原之势”。现在，越来越多的人开始玩游戏做公益。

在国外，英国一项调研统计显示，58%的受访公益机构过去一年中使用了游戏、VR、AR等方式，鼓励公众参与公益。在国内，一年一度的“99公益日”正在进行，腾讯游戏联动20多款游戏及相关业务推出“游戏公益”场景，带动上亿玩家做公益、献爱心。

游戏特有的机制正在激发人们主动关注和参与公益，并向外界传达出一种声音——游戏正在改变公益。而从游戏端到玩家端，“玩着做公益”也早已不是新鲜事。



“我的午餐，分你一半”公益活动

越来越多的人开始玩游戏献爱心 游戏能改变公益吗？

“游戏公益”由来已久

对于关注游戏和公益的人来说，《沙漠巴士》应该并不陌生。

《沙漠巴士》是一款模拟驾驶游戏，被称为“最无聊的游戏”，这款游戏的设计高度还原现实。游戏中，玩家只需要驾驶一辆大巴车，从亚利桑那州图桑市出发，穿过沙漠抵达内华达州的拉斯维加斯。游戏还原了沿途沙漠风景，游戏中的时间也和现实中同步，也就是说玩家至少要开8个小时大巴才能抵达目的地，并且沿途除了漫漫黄沙，唯一的变化是方向盘会向右跑偏，玩家还不能走神，要及时调整方向盘，不然会陷入沙漠，从头再来。

不过，就是这样一款“无聊”的游戏，却成为了募捐“小能手”。

2007年11月，彼时加拿大喜剧团体Load-Ready Run宣告要挑战这一游戏。他们发起了叫做“通往希望的沙漠巴士”的公益募捐活动。活动中，他们接力玩《沙漠巴士》，每当捐赠金额增加7%，他们就多玩一个小时。

没想到这一活动获得不少关注，他们接力玩了108个小时，最终募集到2万多美元。这些善款最终送到了“Child's

Play”慈善机构，用于帮助全世界的孩子们建造图书馆、学校等设施，也为儿童医院跟儿童医疗项目提供支持。

自此，这一活动延续了下来。2010年他们募集到20多万美元，2014年募集到60多万美元，2021年募集到120多万美元，截至2022年累计募集超900万美元。这是个惊人的数字，以善意为原则，汇聚起来了更多善意。

类似的故事也曾发生在1981年1月。在美国宾夕法尼亚州的一家街机厅里，几位年轻人正接力玩电子游戏。他们旁边放着一个募捐箱，几个人接力玩了130多个小时，最终募集到几百美元。

这些钱最终送到了一位刚失去孩子的母亲手里。原来，她的儿子不幸病逝，但家里无力支付墓碑费用，5位年轻人得知后就出了游戏募捐。这也被认为是有记载的最早的“游戏慈善马拉松”。

这两个故事的共同之处就在于人们自发将游戏和公益挂钩，也由此带来“意外收获”。而现如今，这样的善意之举依旧在发生，比如玩家自发组织献爱心行动，比如越来越多游戏和公益产生强关联。

破题公益难点

我们都知道，公益的出发点是帮助，这就涉及到施助人。公益需要更多人的主动关注和参与，这是公益可持续发展的根本，也是做公益所面临的难点。

现实中很多好的公益项目常面临知晓率和参与度不高的困境。也因此，如今越来越多公益项目不仅仅关注受助对象，也更关注公益参与者。

如何才能真正“找到”并“带动”公益参与者？

其实，在互联网和数字化时代，人们参与公益的方式正在变化。比如“捐步数”做公益、线上种树等公益“新玩法”，因趣味性、互动性、反馈性较强，很好地调动起大众主动参与的热情，甚至形成“公益打卡”的习惯。

从被动接受到主动参与，这背后需要精准把握什么能吸引人们的关注和激发起人们的兴趣，意味着要把公益内容“适时而恰当”地推到公众面前，兼具互动感、参与感、成就感，激发起公众的参与意愿。游戏的设计场景、互动和技术等特质，在激活人们参与公益的积极性方面“有一手”。

据了解，在2022年99公益日期间，腾讯游戏带动玩家做好事，就曾为文物保护、关爱青少年健康成长、乡村振兴、航天科普等共计7个公益梦想目标达到可执行标准，来源于游戏玩家所捐献的小红花占99公益日所有项目总捐花量一半以上。

今年，国风田园模拟经营手游《桃花源深处有人家》联合腾讯基金会发起“我的午餐，分你一半”公益活动。游戏中，玩家只需线上制作和捐赠蛋炒饭和鱼香肉丝，这些爱心会由专业公益组织在湖南常德市桃源县和甘肃武威市凉州区落地执行，变成真实的食物，支持不少于520名乡村困境儿童一学期的营养餐。



《和平精英》熊猫栖息地图

公益新变化

人，是公益的核心，游戏恰恰极易聚集起大量的人。数据显示，中国有6.68亿游戏用户。在日益关注公益参与者的当下，如果能调动起海量游戏玩家的公益热情，势必能激起公益涟漪。

现如今，游戏特有的属性正在为公益带来一些新变化，也在证明着自己的公益潜力。而究其根本无外乎三点，即公益的信息触达、参与方式以及实施效果。

公益本身是一种“难而正确的事”，公益项目并非天然地被人所知道，很多时候人们对参与公益其实没有那么高热情，如何让人们获得公益信息就是第一道坎。而游戏在带动玩家参与公益项目时，为信息传递增加趣味和交互设计，降低信息门槛，加之沉淀的大量玩家，极大扩容公益信息触达范围。

说到这就不得不提2007年上线运营的“免费大米网”网站。网友只需参与网站答题，每答对一道题就会为饥饿人群捐出10粒大米，网站也将广告收入用于捐赠大米。低参与门槛引来无数网友及广告商关注，五年里累计捐出1000亿粒大米。总体来说，明确的目标、清晰的路径、生动的交互、及时的激励、可见的成就，这些游戏特有机制运用到公益中后，产生的效应不可估量。

今年的“99公益日”上，腾讯游戏在《和平精英》《天涯明月刀》《火影忍者》等多款热门游戏上线定制化公益场景，这些场景也悄然戳中人们参与公益的“心”。

大熊猫是大众极度宠爱的国宝，今年更是“火出圈”，也透露出人们对大熊猫等珍稀物种及生物多样性的关注热情很高。热门游戏《和平精英》通过上线熊猫栖息地图，正在吸引人们关注野生大熊猫，玩家通过巡护，可以收获“线上巡护员体验官”和“99熊猫保护大使”勋章，趣味性和公益性戳中大众喜好。

这也说明，游戏以独有的场景塑造，让公众参与公益行为方式变得丰富多样，而只要行为方式足够引人入胜，就能调动玩家的公益热情，带来出乎意料的公益实施效果。

不只是机制，游戏技术也为解决社会问题带来可能。在中国有超1700万视障人士，近3000万听障人士。腾讯游戏MTGPA团队从《和平精英》中探索出振动触觉反馈技术专利，以免费开放许可的形式授权给全社会的公益项目使用。腾讯游戏还利用技术，以高精度三维数据采集及建模，洞窟数字化虚拟修复等形式，将喜峰口长城、敦煌藏经洞搬进线上，让这些历经岁月洗礼的宝贝在数字世界永存，人们还可以通过互动的方式穿越时空，感受传统文化的魅力。

在受众注意力日益稀缺的当下，公益在信息触达和推动参与方面面临越来越大的挑战，大家都在寻求创新的方式做公益。游戏或能为这些症候带来解法，通过丰富的场景、即时的交互、创新的技术激发人们参与公益的热情，影响和改变信息触达、实践方式和实施效果，成为牵引公众共同达成公益目标的“超级数字场景”。

（中国新闻周刊）