



用遊戲創造第二人生 不只是幻想

2007-09-23 報導 / □ 謝佳慧



時間是凌晨一點，一個身穿皮衣、皮褲，上面還印有饒舌歌手「2 Pac」圖像的光頭男子Steve走向我，問我要不要和他一起去個很棒的地方？我接受了他的邀請。在舞廳裡，到處都是穿著牛仔熱褲、緊身褲、垮褲的男人和女人，原來今晚是牛仔褲派對。我和Steve在舞池裡跳舞，一會兒，我們坐到沙發上，開始親吻對方。

這是我的螢幕初吻，就發生在虛擬遊戲Second Life的世界裡。

全球最大的網路虛擬社群

誕生於2003年的Second Life是一款3D虛擬實境遊戲，根據官方數據顯示，截至今年九月，Second Life的註冊人數已突破九百五十萬，值得一提的是，前兩個月就增加了一百三十萬人。Second Life正以前所未見的成長速度快速佔領網路世界，成為全球最大的網路虛擬社群，而其帶來的力量、衝擊和商業利潤也成為各界所關注的目標。

IBM已經在Second Life裡買下12座小島，所有員工皆能在島上進行培訓、會議、交易與各式商業活動，總裁彭明盛也是Second Life的居民，去年11月，宣佈將投入一億美元建設虛擬世界裡的專案計畫。

瑞典外交部於今年一月宣佈在Second Life裡成立瑞典大使館，是第一個由官方控管的大使館，旨在讓網民們更輕易取得瑞典的相關資訊，雖然不會真的核發護照或簽證給你，但會告訴你如何在真實世界中辦理這些文件。

英國通訊權威路透社日前也在Second Life設立新聞中心，原本駐地倫敦的記者Adam Pasick開始在Second Life裡上班，成了路透社駐Second Life分支機構的虛擬總編輯，報導遊戲裡相關的金融股市資訊。



剛下片不久的電影《斯巴達300壯士》日前也在Second Life裡宣傳造勢，除了海報展示外，還在會場播放預告片，電影公司華納甚至免費提供戲服給玩家，增加不少噱頭與人氣。

獨樹一格的遊戲環境吸引了數百萬網民進駐，成了規模最大的虛擬社群平台，是Second Life的創辦人（也是RealNetwork的前任技術長）Philip Rosedale當初始料未及的，他原本只是單純地希望建造出一個3D虛擬實境空間，在這裡，人人都可以創造出與真實世界相似、相仿的場景和物品，如吉他、房子、森林等，就是這麼一個簡單的概念，在真實世界中產生了巨大迴響，模糊虛擬與真實的那條界線。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

使用者創造價值

其實早在數年前網路上就有類似的虛擬實境遊戲，如愛情公寓、模擬市民系列等，但皆未能產生像Second Life般的效應，最主要的原因在於，Second Life提供了「使用者創造價值」，也就是說，遊戲裡的每一個玩家都可以自己建立3D物件，幾乎所有你看得到的場景、物品，都是玩家們自己創造的。

化名為Istary Koba的交大學生黃夙蓮說：「我前天做了一把吉他，花了一整天的時間，但自己親手做出一個物品的感覺真的很棒。」

小至耳環、刺青，大至圖書館，甚或是一座城市，只要你想的到的，都能在Second Life裡做出來，沒有任何規定、限制，製作Second Life的林登實驗室（Linden Lab）也寫了一套類似C語言的Linden腳本語言（Linden Scripting Language），透過這套程式，你可以寫出更複雜或遊戲原本沒有的動作，例如跳舞、接吻等。



數據統計，玩家在Second Life裡的產出量高達30%，幾乎每三個人中，就有一個能夠自己設計、創造，並產出內容。

而這項創舉的遊戲功能也印證了心理學家馬斯洛所提之需求理論：人有五種需求，包括生理需求、安全需求、社群需求、自尊需求以及自我實現。而使用者創造就是一種自我實現，是個人需求的最高層次。

使用者創造價值不僅滿足了玩家們的成就感，更可獲得實質利益，玩家們透過交易販售自己的作品，賺取遊戲中所發行的虛擬貨幣—林登幣（Linden Dollar）。而正是這種自我創造加上交易的機制，讓Second Life擁有自己的經濟規模，企業、政治人物、團體、廣告商紛紛進駐，虛擬世界與真實世界正在相互滲透。

有如真實世界的經濟模式

Second Life吸引了不只是傳統的線上遊戲玩家，還包括來自各行各業看準這塊新商機的人士，因為Second Life早已不單單是一種遊戲，它有如真實世界的經濟模式，讓這個虛擬社會成為一個具有經濟產值的社會。

虛擬貨幣林登幣可以兌換成真正的美金，大約是250林登幣兌1美元，隨市場行情變化，也就是說，林登幣是具有真正價值的貨幣。除了貨幣，Second Life也擁有自己的股市，稱為「Lindex」，和真實世界一樣起伏不定，而Lindex的每日交易額大約是3.67萬美元。

靠著這樣的經濟模式，有人因此在現實生活中成為百萬富翁。在遊戲中化名為Anshe Chung的德國華裔女老師鐘安旭就是一個例子，她收購Second Life的土地，經炒作後轉手賣出，虛擬地產生意讓她至今賺了三億林登幣，約合110萬美元。

據統計，Second Life的單日交易額為26.5萬美元，並以每個月15%的成長速度增加，推算到今年年底，Second Life的總體GDP可能會接近7億美元，此外，約有七千家在遊戲裡設立的虛擬企業開始獲利，種種顯示，虛擬世界所帶來的經濟影響力將不容忽視。

台灣人不玩Second Life?

儘管註冊人數即將突破千萬、儘管使用者創造功能可以滿足自我實現的需求、儘管幾可亂真的虛

擬經濟可能讓你賺進大把鈔票，大部分的台灣人仍然沒有接觸過Second Life。

交大光電系謝毅翰表示：「語言是很大的障礙，全英的遊戲介面讀起來有點吃力，加上大部分的玩家都是外國人，即使遊戲能夠中打其實也沒太大用處，久而久之就不會想再玩了。」對非英語系國家的台灣人來說，全英介面的確令人卻步。

另外，Second Life顛覆傳統線上遊戲的觀念，遊戲裡沒有規則目標，你不用練功升等，也不用組隊打怪，簡單的說，是一種社交型，而非戰鬥型的遊戲。然而，歸納台灣時下熱門的線上遊戲，發現絕大部分屬於戰鬥型，如魔獸爭霸、天堂，而非此類型的遊戲則通常有一個明確、需達成的目標，如跑跑卡丁車等，這也是以社交為主的線上遊戲Second Life至今未能在台灣引起風潮的原因之一。

儘管如此，仍有一群台灣大學生決定善加利用遊戲裡的資源，提高台灣人對Second Life的了解。

交大傳科系畢展總召鄭璋津說：「之所以決定將明年畢展辦在Second Life裡，一方面是因為網路形式符合我們的主題（Loading 97%），另一方面想讓全世界看到我們努力的成果，也希望藉此機會，透過宣傳畢展，讓更多台灣人認識Second Life這個擁有無限潛力的虛擬實境遊戲。」

網路發展日新月異，有人說2005年是MySpace年，2006年是Youtube年，2007年正是Second Life年，沒有人能夠非常肯定地說出未來Second Life會有怎樣的發展，或許將來的人口網站不再是Google或Yahoo，在Second Life裡可以更精確、更快速找到你要的資料，或許將來沒有人會需要坐飛機到世界各地開會，只要在Second Life輸入位置，不到一秒鐘，你的化身就在辦公室裡和各國主管的化身召開會議。Second Life是科技進步下的產物，要怎麼利用、開發這個虛擬世界的無窮潛力，值得大家進一步思索。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP