

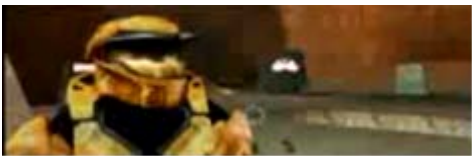
續創論述

科技意想不到的使用：對於「機造影片」之想像

唐旭瑤

傳播的力量，無遠弗屆；科技的腳步，未曾停歇。然而科技的躍進，卻不一定能滿足傳播的需求。如同機造影片的發展，因應電玩遊戲的推出，閱聽人不但是參與遊戲的消費者，同時也能夠成為創建另一視界的能動者。然而，機造影片似乎未能符合大眾傳播的專業場域，面臨的是即將走入歷史的危機。

機造影片（Machinima）是「machine（機器）」和「cinema（電影）」的混合詞，原意指利用電玩遊戲畫面製作而成的動畫影片。機造影片濫觴於 3D 電玩遊戲出現以降，此時玩家已能在遊戲中自由運鏡、記錄遊戲實況。機造影片第一次受到全世界矚目，是在 2002 年後，由電玩遊戲《最後一戰》（Halo）的玩家推出的脫口秀影集「Red VS. Blue」。此系列作品目前發表數量已然破百，並且得到《最後一戰》遊戲發行商微軟（Microsoft）的贊助，成立自己的製作公司「Rooster Teeth」，並公開發行 DVD。

	
「Red V.S. Blue」利用《最後一戰》簡單的遊戲畫面，以幽默的對白豐富影片內容，大受網友以及玩家們的好評。	影片當中僅以顏色區分角色，以脫口秀形式演出影片。
	
偶爾也會配合著談話內容，穿插適當的遊戲畫面。	從頭到尾都只是單純的遊戲錄像，卻傳達出玩家的絕妙創意。

圖一、首部發行DVD的機造影片《Red V.S. Blue》畫面¹

早先，機造影片僅是遊戲玩家記錄自己遊戲實況的工具，以便與親朋好友或是網友們分享有趣的遊戲過程。之後的演變就像電影工業一樣，影片內容漸漸從單純的記錄，轉換為有意義的剪接，機造影片也開始有了深度。致使，美國網站Machinima Filmfest²自 2002 年至 2008 年，經由AMAS(Academy of Machinima Arts and Sciences)

¹ 影像來源：<http://www.youtube.com/watch?v=9BAM9fgV-ts>

² <http://festival.machinima.org/wordpress/>。

贊助，舉辦機造影片競賽，鼓勵遊戲玩家參與機造影片的製作。而在台灣，智凡迪代理的《魔獸世界》(World of Warcraft) 線上遊戲也曾經在 2006 年辦過「晶像獎」，邀請魔獸世界的玩家們製作機造影片，同時發掘了不少有潛力的台灣機造影片團隊。

然而，儘管機造影片的前景看似一片樂觀，前文提及的 Machinima Filmfest 主辦的機造影片競賽卻只持續到 2008 年，甚至官網上的最新消息也尚停留在 2008 年 10 月。另外，儘管台灣曾舉行過「晶像獎」，也僅是曇花一現。因此，即便機造影片是跟隨科技之演進而生，也不見得其在傳播效果上同等的進程。

機造影片之所以無法持續推展，整體來說，主要是箝制於影片的版權問題，儘管影片的創意發想與製作皆是由作者獨立完成，但是影片的素材卻是取自電玩遊戲，因而難以釐清所有權，無法普遍推廣。

機造影片辦影展之所以困難的地方，在於版權還是屬於遊戲公司，而不是影片的作者。當然可以註明作者，但你決定要把這個影片拿去什麼地方參展，而那個影展又有對外售票的話，這就是問題了：收入要給誰？遊戲公司還是影片作者？如果是給遊戲公司的話，影片裡面也有用到其他歌詞的版權，那是不是也要給？所以其實一般影展還沒有辦法真的辦機造影片。

--徐漢強，演講紀實

另外，機造影片由於內容擷取自電玩遊戲，較容易吸引遊戲玩家觀看，至於非玩家的閱聽眾，則較難進入狀況，甚至無法體會機造影片的創意何在。

第二個原因就是機造影片的觀眾不多，機造影片對於一些對遊戲完全沒有興趣的人來說吸引力有限，因為它看起來像是多變形式比較少的 3D 動畫，若沒辦法 catch 到，機造影片為甚麼有趣，是因為它本來是很有限的東西，無法瞭解的話，他看起來就像粗糙的 3D 動畫。

--徐漢強，演講紀實

不過，線上遊戲《Second Life》的高自由度與遊戲的擬真性質，則讓玩家能夠盡情所欲的自由創作，也無需考量遊戲文本是否對廣大閱聽眾形成門檻。由此可見，環繞一般社會大眾習以為常的文本內容，才有較多的空間得以持續發展。因此，即便機造影片在號稱「無疆界」的場域裡流動，仍然得服膺於主流大眾文化。再好的創意，一旦牽扯到收入或是收視率等現實利益的考量，也只能坐以待斃。是以，線上世界 (online world) 完整地再現了線下世界 (offline world) 的分眾區隔，宛若現實世界的復刻品。以機造影片的興衰看來，新科技帶來的美好想像似乎是建立在烏托邦之上，

而非人們生活的現實世界。

不過，線上遊戲《Second Life》（見圖 1）的高自由度與遊戲的擬真性質，則讓玩家能夠盡情所欲的自由創作，也無需考量遊戲文本是否對廣大閱聽眾形成門檻。由此可見，環繞一般社會大眾習以為常的文本內容，才有較多的空間得以持續發展。因此，即便機造影片在號稱「無疆界」的場域裡流動，仍然得服膺於主流大眾文化。線上世界（online world）完整地再現了線下世界（offline world）的分眾區隔，宛若現實世界的復刻品。以機造影片的興衰看來，新科技帶來的美好想像似乎是建立在烏托邦之上，而非人們生活的現實世界。



圖二、《Second Life》遊戲畫面²

儘管如此，機造影片不無死灰復燃的可能性。近兩年來，社群網站「臉書」（Facebook）在台灣瞬間竄紅，「開心農場」、「餐城」、「寵物社區」等遊戲快速佔據廣大閱聽眾的休閒時間。這意味的是網路遊戲的普及，也代表著機造影片能夠藉此得到更多的素材。人們能夠藉由不同遊戲畫面的拼貼，紀錄遊戲狀況，也能夠在製作影片的過程中，開啟更多與朋友互動的話題。另外，機造影片的主要內容，是由玩家在遊戲中的虛擬化身（avatar）所構成，因此，機造影片能夠保留的，將不再受限於玩家的創意展現，而能表露玩家虛擬化身象徵的意涵。也就是說，若將虛擬化身視為身處線上生活裡的玩家，那麼以虛擬化身的角度來拍攝影片，便是對於玩家在線上生活裡作停留的一種尊重，線上世界不再只是一種虛無飄渺的娛樂行為，而是能夠化成實體，回到線下世界還能與親朋好友分享討論的確切資訊。線上遊戲也不再是社會大眾以一

² 圖片來源：<http://www.chiquisoft.com/la-policia-britanica-investiga-una-red-de-pedofilia-en-second-life/>

言蔽之的貶義名詞，透過機造影片，遊戲玩家能夠充分展現自身在線上世界的自我，線上與線下壁壘分明的界線因此逐漸模糊，取而代之的是更多的彼此尊重。

總的來說，當傳播產業逐漸淪為資本主義附庸、科技產業跟隨資本主義漸趨成長之際，傳播與科技並非相輔相成，而是彼此打壓、相互競爭，為的是自身的最大利益。社會大眾乍看之下也許是無辜的犧牲品，最後卻也可能漁翁得利。如同本文對於機造影片的想像，新科技帶來的是網際空間的自由，是閱聽眾更多的選擇權。即使一時無法逃脫大眾媒介主流導向之壓迫，閱聽眾仍然有機會藉由創意與創造，重新引領大眾媒介的關懷焦點，成為傳播與科技的主宰者。