



80後集體記憶 AR科技助夢想成真

Pokémon 超時空精靈陪你「GO」



寵物小精靈(又譯精靈寶可夢)手機遊戲Pokémon GO昨日登陸香港，而它早前在歐美等地推出時，人氣已是一時無兩，成為社會現象。Pokémon GO的玩法並非首創，它的前身Ingress幾年前開創結合擴增實境(AR)與地圖定位的遊戲方式，為何它竟會一夜爆紅？有專家指出，這一切都是「集體回憶」使然，尤其是與比卡超等小精靈一同長大的80後和90後一群，Pokémon GO的玩法絕對是將他們小時候的夢想化為真實。

■香港文匯報記者 余家昌、陳景明

對於這次熱潮，《紐約時報》評論一針見血地指出：「它證明了一直被視為年輕一代的千禧世代，已經開始上年紀了。Pokémon GO是他們第一個大規模消費的懷舊產品。」第一代寵物小精靈遊戲於1996年推出，旋即風靡亞洲以至歐美多國，無數小朋友為此瘋狂。這些精靈訓練員如今已20至30多歲，他們當年或多或少都幻想過小精靈在現實世界出現，與他們一起冒險，因此Pokémon GO正正給他們重溫童年的機會。

遊戲用上全球定位系統、相機等現今世代已使用熟悉的技術，玩家自然容易上手，並可輕易尋得樂趣。不過也有意見認為，Pokémon GO如果撇除寵物小精靈這個主題，遊戲的玩法可謂乏味，能令萬人瘋狂始終要靠集體回憶，曾出書分析電子遊戲心理學的馬迪根醫生表示，「若集體回憶發揮作用，它便會轉化成正面情緒，玩家會將問題由『這是否一隻好遊戲？』轉換成『它是否會令我開心？』」

互動成關鍵 認識新朋友

不過，英國牛津大學互聯網研究院心理學家普日爾斯基認為，Pokémon GO成功的要素，主要是難度適中及能夠與其他玩家互動。它以一般人都熟悉的手機技術操控，只要願意踏出家門，捕捉小精靈絕對不成問題。在街上隨處可見玩相同遊戲的人，自然可以增加互動，一眾玩家互相分享捕捉小精靈的苦與樂及竅門，並可能因此成為好友。

長年研究「集體回憶」的美國北達科他州立大學心理學教授勞特利奇亦說：「集體回憶不僅關於過去，也是關於將來。Pokémon GO玩家會在過程中結識擁有共同回憶的新朋友，對於這點我絕對不會感到驚訝。」

「Pokétopian」烏托邦 。另一角度看世界

近年全球各地充滿戾氣，到處都有恐襲，網上仇恨言論氾濫成災。有評論認為，Pokémon GO創造了一個烏托邦世界(Pokétopian)，讓玩家在虛擬世界中，從另一角度觀看現實世界，既把人們抽離於當下，但又不至於讓玩家沉淪於遊戲之中。

只要拿起手機，便能用鏡頭在街上捕捉到各種虛擬的小精靈角色，即使在那裡曾令你有過不快回憶，只要看見小精靈，便能重新投入兒時在遊戲中的理想社區。網上亦出現不少與GO有關的溫馨小故事，例如有男童設計出發光臂章，讓玩家在黑夜可安全玩遊戲，或者透過它讓玩家重新探索郊野公園等。



一仗功成

●Pokémon Company
1996年
基於日本遊戲設計師田尻智的概念，首代寵物小精靈遊戲面世
1998年
登陸美國掀起熱潮
1999年~2013年
第二至第六代推出，平台由GameBoy變成3DS

The Pokémon Company

廿年耕耘

●Niantic
1996年
創辦人漢克就學期間，參與研發大型多人線上遊戲Meridian 59
2000年
漢克創造首款衛星定位3D地圖，4年後獲Google收購
2010年
漢克在Google內部創立Niantic，兩年後推出Ingress



遊戲面世

2014年
Google地圖推出愚人節活動「寵物小精靈大挑戰」，漢克受此啟發，決定開發寵物小精靈版Ingress
2015年
Niantic獲任天堂、Google及Pokémon Company注資，脫離Google獨立
2016年7月6日
Pokémon GO面世



fans 數目龐大 成功方式難複製

手機遊戲市場競爭激烈，熱門遊戲往往旋即遭到同行仿效，但分析認為，Pokémon GO的成功建基於多重獨特條件，任何人都不能複製，幾乎可說是「後無來者」。

從技術上來說，Pokémon GO使用的地圖定位技術雖然不算最新，但絕非一般遊戲開發商能夠掌握。曾經開發類似遊戲的Red Robot Labs創辦人霍利說：「你不可以單靠索取定位資料便放進遊戲，這要花很多時間和金錢。這技術不是蘋果公司服務的一部分，也不是Unity(Pokémon GO遊戲開發引擎)的一部分。」

霍利指出，複製Pokémon GO的最大難度，在於沒有如此龐大的用戶群。「世界很大，對於一個要求與他人互動的遊戲而言，必須擁有龐大用戶群才可行。像Pokémon GO那樣有2,000萬活躍用戶的遊戲，自然隨便走到哪裡都可遇到其他玩家。如果沒有那麼多用戶，當某個城市中只有一名玩家，你怎樣令他滿足？怎樣令他投入遊戲？」

