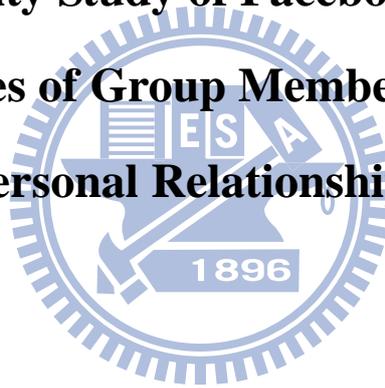


國立交通大學
傳播研究所
碩士論文

臉書遊戲社交性研究：玩家團體「角色」
與人際「關係類型」觀點

A Sociability Study of Facebook Games : The
Perspectives of Group Member Roles and
Interpersonal Relationship Types



研究生：曾琳

指導教授：李峻德博士

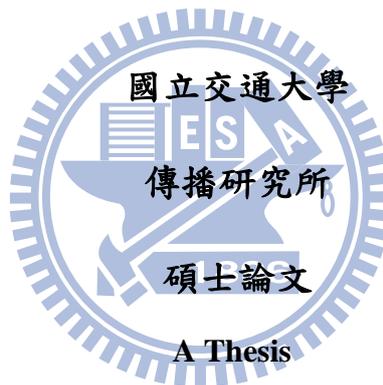
中華民國九十九年十二月

臉書遊戲社交性研究：玩家團體「角色」
與人際「關係類型」觀點

**A Sociability Study of Facebook Games : The
Perspectives of Group Member Roles and
Interpersonal Relationship Types**

研究生：曾琳
指導教授：李峻德 博士

Student: Lin Tseng
Advisor: Jim Jiunde Lee, Ph. D.



**Submitted to Institution of Communication Studies
National Chiao Tung University
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
in Communication Studies**

**December 2010
Hsinchu, Taiwan, Republic of China**

中華民國九十九年十二月

臉書遊戲社交性研究：玩家團體「角色」 與人際「關係類型」觀點

學生：曾琳

指導教授：李峻德博士

國立交通大學傳播研究所

摘要

遊戲在人類社會與各種文化發展中扮演重要的角色。隨著新科技的發展，遊戲也延伸至社交導向的網絡社群空間，讓人們得以與親朋好友一同在各式社交平台中追求娛樂並產生互動，對當今人們的社會關係和互動形式產生重大影響。眾多學者與遊戲設計者便指出，遊戲社交互動活動對於玩家獲得樂趣、形塑社群關係相當重要，儘管如此，過往學者多聚焦於遊戲中因規則、角色職業而衍生的社會互動，較忽略實際生活中玩家與他人交際的行為習慣和親疏關係，如何影響玩家的遊戲互動行為。

據此，本研究之目的，欲從電腦人機互動研究中的「社交性」觀點出發，並援引小團體動力學研究之團體「角色」和人際互動研究之「關係類型」概念，探討玩家如何透過遊戲進行不同層面之社會互動，期能從中釐清社交性與社交遊戲之關係，並作為遊戲設計上提昇玩家互動之參考。本文以臉書(Facebook)遊戲作為研究場域，挑選一班級團體，以日誌和深度訪談等方法蒐集玩家互動資料，並以活動理論作為分析的依據架構。

分析後發現，玩家於臉書遊戲中的活動型態與其在人際團體中扮演的角色特質密切相關，任務特質、關係特質與自我特質玩家主要遊戲動機分別為「獲得成就」、「維繫關係」和「滿足好奇心」，隨著遊戲情境改變，亦觸發玩家不同的動機傾向，並進一步影響其社交需求和行為。本文認為，過往學者多視「社交」等同於「建立親密和睦關係」的概念並未符合所有臉書遊戲玩家需求，因此在臉書遊戲社交性設計上更應兼顧不同性質玩家之社交需求。

關鍵詞：社交性、社會互動、角色、關係類型、活動理論、臉書

A Sociability Study of Facebook Games : The Perspectives of Group Member Roles and Interpersonal Relationship Types

Student: Lin Tseng

Advisor: Jim Jiunde Lee, Ph. D.

**Institute of Communication Studies
National Chiao Tung University**

Abstract

Historically, games have long been an important role in human culture. As the progress of digital technology, players can now interact with his/her virtual companions disregard the limitations of time and locations through login to various online social platforms. Such new change has prompted significant impact on people's social relationship and interaction modes. Although the increasing appeals from scholars and game developers constantly stress the importance of exploring issues such as virtual community and social interaction of games, few studies have managed to discuss how interaction and relationship triggered by gameplay activities might influence player's interaction in a virtual group. The primary focus of the present thus tried to explore the sociability issues of Facebook games in terms of the "group member roles" and "interpersonal relationship types". Activity theory was used as the major framework to analyze research data collected by user diary and interview.

The results indicate that (1) the activities of players in Facebook games are closely related to the interpersonal characteristics of the group member roles ; (2) each role shows unique gaming motivations: "Achievement", "Maintain relationship", and "Curiosity"; (3) as the game situations change, the player's intentions might be initiated, which further influence their needs of sociability and behaviors; (4) the sociability concepts of desining closer or harmonious relationships do not meet the needs of all Facebook gamers. The Facebook game design should take into account the social needs of players with different motivations and interpersonal characteristics.

Keywords: Sociability, Interpersonal relationship types, Activity theory, Facebook

誌謝

如果把寫論文的過程比喻為一場遊戲，我想這是一趟時而孤獨、時而驚險刺激、又時而充滿歡笑的精彩旅程。在遊戲中，你可以依循著規則獨自練功、逐步闖關，你也可以拋開規則、嘗試天馬行空的冒險，並網羅各路好漢的幫助(文獻、師長、學長姐和同學)，彼此交流意見、辯證觀點，有時候雖然會掉入無人的絕境裡，或者遇到心魔逼你放棄，但只要定下心來冷靜思索，便能披荊斬棘、柳暗花明又一村！在這過程中，我選擇了看似冒險的一條路，但感謝一路上陪伴相挺的各路好手，當冒險旅程到達了盡頭時，我想最珍貴的不是看見自己能站得多高，而是擁有了面對問題的勇氣、解決問題的能力和數不清的動人回憶。

這本論文的完成，最感謝的是提攜我三年的指導教授李峻德老師，感謝您帶領我從人機互動的領域中探索「人際關係」的奧妙，協助我把微小興趣發展成一個紮實的研究架構，並不時提供生活中各種爆笑實例(且自己也身體力行)，激盪出思緒的火花，讓我知道人機互動研究議題不是只限於冰冷的電腦介面，更可延伸至實際生活，與我們習習相關。感謝莊明振老師在口試時提出精闢的觀點與問題，不僅啟發引人興趣的思考之光，更讓我在後續檢視並修改論文時能更縝密並補足邏輯缺失。感謝鄧怡莘老師的細心檢閱，點出我在活動理論分析上的疏忽，費心地替我努力的成果做最後的品質把關。

此外，這本論文的完成最大的功臣是屬於傳播所 96 級的全班同學。回想初踏入傳播所的那一刻，充滿著緊張與不安，但老大(正王亭)爽朗的笑聲開啟了我往後三年的笑穴，也在那一刻起我們成為了最好的朋友，一起經歷量化大熬夜、東港之旅、所學會和神的恩典等等，妳細膩又總是能鼓舞人心，在低潮時給了我很多勇氣；徐小龜貼心的舉動也總是令我感動，帶領我進入香港的世界又陪我一起瘋演唱會，釋放不少壓力；郁凌媽咪聰慧、幽默的話語，每每在夜闌人靜時溫暖了我，在寫論文的日子里頭腦清楚的她提供了我非常多寶貴意見；小玉米(蕭裕民)那學者似的思維也處處點醒了我，他熱情奔放的愛爾蘭舞著實讓研究室增添身處於火焰之舞的快樂氛圍；以及機幫的精明大掌櫃郁晴，總是可以從他人的談話中點出笑破肚皮的笑點，瞬間讓我嘴角上揚到不行，還有國際觀很強的阿洸，在北京之旅中和老大製造了難忘的回憶，希望老了之後咱們若曬太陽無聊時還能拿來說嘴；貼心的小貓在找工作階段不斷彼此打氣，是機幫裡認真的效率高手。同時也再次感謝你們總是在我論文卡到時，放下手邊事情，陪我聊聊論文。

李小倩走冷面笑匠路線，常常在不經意時給我溫暖的打氣；感謝淳喬在統計和社會網絡分析上的解說，讓我從迷霧中看見曙光；詹查理蝴蝶般的身影和幽默，和老大、郁晴、小龜、小倩合體總是有難以招架爆笑魅力；志華、Manny 哥倆好總在

談話中給人出乎意料的爆點，虹魚、容瑩、安純、婉雲、偉璋、怡芳和詩芸的溫暖祝福及論文上的幫忙都令我感動不已，也是我生命中的貴人。

此外，也感謝機幫的學長智先在我撰寫論文時給予我不少寶貴的建議，每每在我腸思枯竭時點醒了我，不論在社交性研究、未來工作建議上都開啟了我的眼界，真的由衷的感謝他。而孟潔、立煒、恩綺、雅婷學長姐也在求學時給了我不少鼓勵，讓我覺得研究所真是一個溫暖的大家庭，也謝謝機幫學弟妹大媽、同凱、育寧、小豬、韻婷在計畫上的幫忙並將機幫推向更多彩多姿、潛能開發的境界；此外，也感謝怡靖、迎綺、沐怡平時的糖果甜點，真是研究室念書的一大動力(笑)，還有感謝林姐的平日幫忙，妳那幽幽的長髮和淺淺的笑，不時和我們一起天馬行空的大談，是我在傳播所最精彩的回憶之一。最後感謝佑全、諾昕、書暉、秉霆等學弟妹平日的幫忙與協助。

回首過去求學之路，總是感謝老天讓我能覓得知心夥伴，大學時期陪伴我至深的室友小岱、品彥、法蘭等一大團成員，雖已各奔前程，但時不時的彼此加油、分享近況就好像自己仍身處高雄大學時，一起追逐知識、友情、愛情時的那段青春歲月，充電後又讓我更有動力。幽默又認真的昆原學弟、認真踏實的康康學長、細膩細心為我打氣的小曹、笑聲超可愛的吳波西、天生幽默的大帥以及所有曾經為我加油的同學們，真的謝謝你/妳。

最後，感謝我生命最重要、最親愛的家人：爸爸、媽媽、大姐、二姐、喜歡玩我鍵盤的小布丁、大姐夫和二姐夫，你們默默無悔、無私的支持和鼓勵是支持我完成碩士學業的最大動力，也謝謝你們總是相信和尊重我的各種決定，承受我各種論文碰壁時的無理抱怨，這一路上辛苦你們了！想著你們的笑容，未來不管路途多麼艱辛，我必能走下去，這本論文是獻給你們，我最親愛的家人。

也感謝所有曾在我生命中出現的人，因為有你/妳才有今天的我，最後感謝爸媽賜給我樂觀開朗的個性和傻勁，小鹿，妳終於辦到囉唉唷威呀！

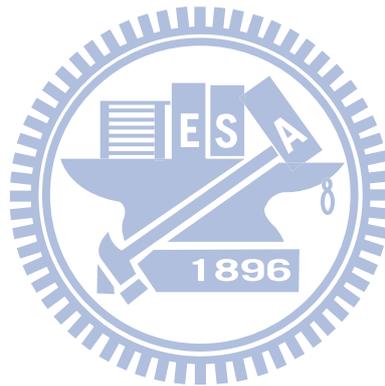
曾琳 謹致 2010, 11 月

目錄

摘要.....	I
Abstract.....	II
目錄.....	V
表目錄.....	VIII
圖目錄.....	X
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究流程	7
第四節 名詞解釋	8
第二章 文獻探討	9
第一節 社交網絡遊戲(Social Network Games, SNGs)	9
一、何謂社交網絡遊戲?	9
二、社交遊戲類型.....	12
第二節 遊戲與社交性	16
一、遊戲的本質.....	16
二、社會互動與社交性.....	18
三、遊戲研究.....	25
一、角色的概念.....	32
二、角色(Role)的定義	32
三、角色類型與行爲.....	33
第四節 人際關係類型	42
一、人際關係的定義.....	42
二、關係之類型.....	43
三、人際關係理論.....	46
五、小結：「社交性」、「關係類型」、「角色」與社交遊戲.....	57
第五節 活動理論	62
一、活動理論的概念.....	62
二、活動理論的應用.....	68
三、小結：社交遊戲互動與活動理論.....	70
第六節 研究目的與問題	74
第三章 研究方法	76
第一節 研究參與者篩選程序	78
(一) 確認研究對象代表性.....	78
(二) 團體內角色特質分類.....	81

第二節 研究方法的選定	86
一、日誌法(diary study)	88
二、訪談法	92
第三節 研究平台選擇與研究設計	99
一、研究平台選擇	99
二、《臉書》社交網絡遊戲機制與基本使用型態	100
第四節 資料蒐集過程與分析方法	104
一、徵詢受訪團體成員參與研究意願	104
二、聯繫研究參與者並正式執行	105
三、資料分析方法	106
第四章 資料分析	109
第一節 任務角色特質玩家分析	110
一、競爭比較	111
二、升級進步	114
三、搗蛋性活動	117
第二節 關係角色玩家分析	121
一、互惠分享	123
二、透過遊戲建立共同話題	127
三、裝飾遊戲化身與空間	130
第三節 自我特質活動玩家分析	132
一、自我娛樂	134
二、探索遊戲內容與特殊獎品	137
三、與陌生人進行遊戲互動	139
第四節 、小結	142
一、角色之遊戲動機、遊玩型態	142
二、角色與角色間互動型態及使用功能	145
第五章 結論與未來研究建議	150
第一節 研究發現	152
一、角色特質：進入遊戲後受動機影響而產生不同角色行爲	152
二、不同角色特質玩家於遊戲中的活動發展脈絡	152
三、不同角色玩家遊戲活動中的社交需求	157
一、遊戲中特定角色行爲隨動機的轉換	166
二、所謂「社交」，不是只有「建立親密和睦關係」	166
三、與不同關係類型玩伴的「互動策略」影響玩家對遊戲功能的運用	167
四、社交需求差異造成玩家間互動衝突	169
五、社交遊戲宗旨與社群角色需求衝突	171
第三節 結論與整體設計建議	171

第四節 研究限制與未來研究建議	175
一、研究限制.....	175
二、未來研究建議.....	177
參考文獻.....	178
中文部分.....	178
英文部分.....	182
附錄.....	193
附錄一 社交遊戲玩家使用程度評估表	193
附錄二 角色特質互評表(Peer Evaluation Scale).....	196
附錄三、遊戲使用型態與人際關係類型定義表	198



表目錄

表 2-1 社交遊戲類型分類	13
表 2-2 社交性準則及其設計方法	22
表 2-3 團體成員的任務特質角色、關係特質角色和自我特質角色之分類	35
表 2-4 際團體成員角色分類	37
表 2-5 國內外學者針對人際關係之定義	43
表 2-6 黃光國「情感性/工具性/混合性」的關係分類	45
表 2-7 人際關係發展理論之比較	51
表 2-8 關係類型互動行為分類	52
表 2-9 社交遊戲使用型態與定義	59
表 2-10 活動標記法(Activity Notation)	69
表 3-1 主要研究與相關問題列表	76
表 3-2 國內外社交網絡遊戲使用行為調查結果彙整	79
表 3-3 團體內玩家詳細基礎背景表	80
表 3-4 參與研究團體成員角色特質分類表	84
表 3-5 參與研究者(團體成員)角色特質分類暨遊戲背景表	85
表 3-6 日誌問題內容	91
表 3-7 訪談大綱問題項	96
表 3-8 社交遊戲使用型態分類表	103
表 3-9 研究參與玩家意願徵詢文案	104
表 4-1 任務特質玩家偏好之遊戲類型與採用動機	110
表 4-2 任務導向玩家與不同關係類型遊戲對象的「競爭比較」互動模式	113
表 4-3 任務導向玩家與不同關係類型遊戲對象的「搗蛋性活動」互動模式	119
表 4-4 團體建構與維繫導向玩家喜好遊戲類型與採用動機	121
表 4-5 關係特質玩家與不同關係類型玩家的「互惠分享」活動模式	126
表 4-6 關係特質玩家與不同關係類型玩家的「共同話題」活動模式	128
表 4-7 自我特質玩家喜好遊戲類型與採用動機	133
表 4-8 三類角色特質玩家主要動機、次要動機傾向與遊玩型態	143
表 4-9 任務特質玩家針對團體內三類導向玩家的遊戲互動模式	147
表 4-10 關係導向玩家針對團體內三類導向玩家的遊戲互動模式	148
表 4-11 自我特質玩家針對團體內三類特質玩家的遊戲互動模式	149
表 5-1：研究問題與分析結果概述整理表	150
表 5-2 社交遊戲三類角色性格玩家行為特質與動機輪廓	156
表 5-3 任務特質玩家的社交需求、互動對象與社交性建議(準則、技術結構)	158
表 5-4 關係特質玩家的社交需求、互動對象與社交性建議	160

表 5-5 自我特質玩家的社交活動型態、互動對象與社交性建議 162

表 5-6 各特質玩家與整體社交性需求比較 164

表 5-7 關係特質玩家「贈送虛擬禮物」活動 168

表 5-8 社交遊戲社交性準則總整理 173



圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	7
圖 2-1 中國社會的差序格局(費孝通, 1948).....	44
圖 2-2 人際關係發展六階段	49
圖 2-4 活動中介模型圖(Kuutti, 1996)	65
圖 2-5 活動系統結構圖(Kuutti, 1996)	66
圖 2-6 活動階層結構圖(Kuutti, 1996)	67
圖 2-7: 研究概念架構圖	73
圖 3-1 資料蒐集與分析方法流程圖	77
圖 3-2 社交遊戲介面簡介(以開心農場為例).....	102
圖 3-3 畫面截取軟體 Screen Hunter5.1.145 Free(圖片屬原軟體公司版權所有) .	105
圖 3-4 資料分析流程圖	107
圖 4-1 任務導向「競爭比較」活動系統圖	112
圖 4-2 任務導向玩家「升級進步」活動系統圖	116
圖 4-3 任務特質玩家搗蛋性活動系統圖	118
圖 4-4 關係角色玩家寵物與其他玩家寵物互動圖	124
圖 4-5 關係特質玩家「互惠分享」活動系統圖	125
圖 4-6 關係特質玩家透過遊戲「建立共同話題」活動系統圖	128
圖 4-7 關係導向玩家「裝飾」活動系統圖	131
圖 4-8 關係特質玩家(F10)拜訪高等級玩家遊戲空間圖	131
圖 4-9 關係導向玩家公佈遊戲成果與討論	132
圖 4-10 自我特質玩家「自我娛樂」活動系統圖	136
圖 4-11(左圖)自我導向玩家於遊戲中所蒐集之稀有道具—專業作物種植牌、(右圖) 玩家目前所蒐集之所有專業作物種植牌(紅色框線內).....	137
圖 4-12 自我特質玩家「探索遊戲內容與特殊獎品」活動系統圖	138
圖 5-1 社交遊戲動機象限圖	157

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

遊戲是一種人類心智與肢體的活動過程，在人類社會與各種文化發展過程中，遊戲始終是重要的基本活動之一(Huizinga, 1955)。透過遊戲，孩童們扮演角色、共同建構活動，精煉了他們心智發展與社交技巧，學習如何協調和妥協、解決衝突、建立信任，以及發展基本的社交溝通的策略(Rubin, Fein & Vandenberg, 1983)；遊戲學者 Sutton-Smith(1997)指出，其實人類終其一生都在玩遊戲，在平日生活中，藉由休閒活動或團體聚會遊戲，成人能感受到自己為團體中的一份子，獲得互相陪伴的「共在感」(communitas)(Tutner, 1969; De Koven, 1978)，並增加社會接觸(social contact)的機會，如休閒活動¹(Mueller, Agamanolis & Picard, 2003)。因此，遊戲不僅一方面在人類心智發展及文化生成的過程中扮演重要角色(Donald, 1991; Tomasello, 2000；轉引自 Murray, 2006, p.185)，更能夠使人們藉由遊戲表達自己以及消除陌生和距離感。

上述遊戲的社會互動特質也隨著結合新科技而更顯重要。玩家得以透過網際網絡跨越時空的特性，與他人一同在遊戲環境中追求娛樂並產生互動(Kerr, 2006)，對當今社會中人們的社會關係與互動形式產生重大影響。眾多學者與遊戲設計者指出，社交互動對於玩家獲得樂趣、形塑社群而言相當重要，而社群更是增加遊戲黏著度的關鍵要素(Lazzaro, 2004; Ducheneaut, Yee, Nickell & Moore, 2006)。

近年來，隨著線上人際互動媒介—社交網絡網站(Social Network Sites, SNSs)日盛，如 Facebook、Myspace 或 Twitter 等陸續開放遊戲應用程式²開發業者進駐這些平台，「社交網絡遊戲」(Social Network Games, SNGs)逐漸成為社交媒介眾多服務中的重要一項，締造新社會互動型態(Gjoka, Sirivianos, Markopoulou & Yang, 2008)。

¹ 休閒活動作為遊戲的一種形式，不論身分、種族或年齡，參與者聚在一起不只是為了身體活動，也同時維繫朋友、團結家庭成員和鞏固新認識朋友的友誼，並且提升個人整體的生活品質和健康(Mueller, Agamanolis & Picard, 2003)。

² 社交網絡網站 Facebook 於 2007 年進行增加網站吸引力的關鍵創新—開放 Facebook 平台讓第三方的(the third party)軟體研發者進入並開發與 Facebook 核心功能整合的應用程式或遊戲(Gjoka, Sirivianos, Markopoulou & Yang, 2008)。

社交網絡網站與傳統社群、交友網站不同之處，在於使用者並非投入於陌生的社群網站(如早期的聊天室或交友社群)中認識新朋友或建立新關係，而是以自身的人脈網絡為出發點，將實體人脈網路化之後，再藉由參與包括遊戲在內的各類活動逐步拓展與維繫自實體社交中延伸的交友關係，形成了一張虛實交錯的新人脈網絡圖(Boyd & Ellison, 2007)。因而，內嵌於社交網絡上的「社交網絡遊戲」便非常依賴玩家的實際社交圈，如學校、部門和居住地等所相識的朋友以提供一個聯盟和互動的框架。相對於大型多人遊戲中常需與陌生玩家團隊合作或競爭，其更專注從既有人際脈絡中創造互動(Rao, 2008)。

同樣的，在設計上，社交網絡遊戲設計目標亦不在於企圖使玩家完全沉浸於遊戲中，而是和諧地與玩家的日常事務並存，因而遊戲動作多以日常可見的互動形式呈現，如幫助(澆水、試菜)或偷取等(Järvinen, 2009)。其輕快、活潑和充滿樂趣的特質，使其成為使用者與遠近朋友互動的重要交流工具，並與休閒(casual)、放鬆相關(Rao, 2008)。Inside Social Game³調查機構研究者 Collen(2009)亦指出，透過遊戲進行社交互動並獲得樂趣已非鮮事，多人線上遊戲已以此種方式存在許久並廣受青睞，然而，社交網絡遊戲不僅促使玩家們透過遊戲維持既有朋友關係，更因從中創造新遊戲關係而更顯獨特。

根據資策會資訊市場情報中心⁴公佈的「2009年玩家遊戲行為調查」顯示，Facebook 是最多台灣民眾使用的社交網絡網站⁵，除了中文化、設計介面因素以外，社交網絡遊戲是吸引人的主要關鍵。依據 Pollster 波仕特線上市調⁶針對國人在 Facebook(臉書)使用行為進行調查也顯示，67%的使用者最常玩社交網絡遊戲，顯見社交網絡遊戲所帶來的娛樂效果廣受到使用者青睞。而一份針對美國及英國 2010 年社交網絡遊戲使用調查報告書⁷指出，60%的玩家因朋友、親戚或同學的推薦而選擇參與某種特定的社交網絡遊戲，且在遊戲中，62%玩家與其他玩家的關係為真實世界中的朋友，由此可見，社交網絡遊戲的確建立於玩家網絡化後的實體社交圈上而運作。

隨著近年線上大型多人角色扮演遊戲(Massively Multiplayer Online Role Playing Games, MMORPGs)市場日漸飽和及成長速度趨緩(徐紹強，2008)，以休

³ Inside Social Games 調查機構提供社交網絡遊戲與社交遊戲新聞與市場調查服務，專注於追蹤遊戲與社交平台匯合之趨勢與現況，取自：<http://www.insidesocialgames.com/>

⁴ 資策會資訊市場情報中心(Market Intelligence Center, MIC)，本文以下皆簡稱資策會 MIC。

⁵ 調查顯示，受訪者使用的社交網站前五名為 Facebook、Windows Live、Plurk、hi5 與 MySpace，比例各為 70.3%、26.6%、23.7%、17.1%、11.1%。

⁶ 此調查針對波仕特線上市調網 15~65 歲已加入 Facebook 的會員進行問卷調查，蒐集了 4,909 份有效樣本，調查時間為 2009/09/28~2009/09/30，在 95% 的信心水準下，抽樣正負誤差為 1.40%。

⁷ 美國休閒遊戲發行商 PopCap Games 委託 Information Solution Group (ISG; www.infosolutionsgroup.com)於 2010 年 1 月 7 日至 1 月 12 日進行美國與英國社交網絡遊戲使用調查，蒐集了 1202 份有效樣本，在 95% 信心水準下，抽樣誤差值為正負 2.5%。

閒和社交取向的「社交網絡遊戲」(social network games, SNGs)逐漸引領另一股遊戲風潮(Mayer, 2009)。資策會 MIC 於 2008 年所作的台灣線上遊戲市場發展趨勢調查顯示，包含社交網絡遊戲在內的休閒遊戲，其市場規模也逐步追上傳統 MMORPGs，兩者比例將於 2010 年達到 49 : 51。由此可見，社交網絡遊戲已漸在遊戲市場上成爲舉足輕重的角色。

綜上述，無論從學術、社會或經濟市場角度觀點而言，玩家的遊戲型態和結構都逐漸在轉變當中。玩家間的互動皆被多數學者視爲是遊戲樂趣的重要面向之一，但更細膩的檢視遊戲環境，仍可發現構築於多人遊戲與社交網絡遊戲上的遊戲型態、互動對象和衍生的影響效果大不相同。社交網絡遊戲較大型多人遊戲更強調實體人際脈絡，因而玩家在遊戲中的行爲已不僅是進行單純的娛樂消遣活動，也透過遊戲場域，經營其人際關係與滿足各類心理需求；互動設計學者 Aki Järvinen(2009)便指出，社交網絡遊戲混合了參與交際(socializing)、遊戲(play)和遊戲競賽(gaming)三種特質，因此使用的脈絡爲遊戲設計帶來更複雜的面向。

總結而言，有關玩家在社交網絡遊戲中的互動行爲，以及實體人際關係如何影響玩家從事各類社會互動顯得相當重要。承前文可知，社交網絡遊戲不僅是「遊戲」，更是玩家從事各類社交互動、交流分享之虛擬環境空間，且依存於玩家平日實體社交圈而運作，與過往大型多人遊戲環境脈絡相異，因而遊戲環境如何支持、輔助玩家達成其社交目標更形重要。是故，本研究之動機，即在於探討實體人際互動脈絡在社交網絡遊戲中之影響與重要性。

第二節 研究目的

過往針對遊戲的研究焦點最主要集中於心理學領域(psychology)(Federman, Carbone, Chen & Munn, 1996)。特別是討論是否造成玩家侵略行爲或喚起(arousal)的面向(Anderson & Bushman, 2001)，其他關注的層面包含上癮(addiction)、技巧發展(skill development)、健康結果(health consequences)和學習(learning)(Sherry 2001)。這些研究的確產生了許多珍貴的結果和洞見，然而，關於遊戲與社會互動的相互影響研究是近 20 年來才漸受重視。Mitchell 於 1984 年首先從有安裝家用遊戲主機的家庭開始進行研究，發現家庭成員、兄妹手足之間彼此的互動和情感因玩家用遊戲而增加，並逐漸取代橋牌、象棋等桌上遊戲，成爲人際互動的重要活動(轉引自 Lucas & Sherry, 2004)。

隨著電腦、網路科技的進步與普及，人與人的社會互動也自面對面延伸至電腦網路平台，影響了當今社會中人們的互動形式與社會關係，因此，過往以使用者爲中心(User-centered Design, UCD)的主軸、長期聚焦於單一使用者與獨立電腦

系統互動的人機互動研究領域(Human-Computer Interaction, HCI)，也逐漸將焦點自單純個人與電腦的「人機互動」(Human computer interaction)，拓展至使用者透過電腦中介環境彼此互動的「人際互動」(person interaction)，如電腦輔助合作工作(Computer-Supported Cooperative Work, CSCW)⁸ (Bock & Marca, 1995)。而人際互動觀點在電腦中介的休閒娛樂互動層面中，也漸成爲不可忽視的議題 (Shneiderman & Plaisant, 2005)。近年來，隨著越來越多使用者依藉著系統與其他使用者進行溝通、遊戲和社交等人際互動，「社交性」(sociability)概念自人機互動研究領域的出現，即顯示出人際互動等社會面向影響因素納入系統設計過程考量之重要性(Preece, 2001)。

「社交性」在人機互動領域中代表系統設計時的一種概念準則，關注個人或社群如何透過電腦系統介面與他人進行互動，以達成共同目標的技術層次上 (Preece, 2000; 2001; 潘育絜, 2008)。然而，隨著社交性概念於人機互動各子領域中廣泛應用，雖產生不同於以往的嶄新突破，但同時也暴露了無法涵蓋所有互動面向的缺失。譬如過往社交性概念所提出的時間與其所參考發展準則的媒介平台，多以文字交流溝通爲主，缺乏針對如線上遊戲等虛擬環境中以化身(avatar)做爲互動中介，或以其他非語言互動形式爲主的社交互動探討。因而有關如何提升如線上遊戲等娛樂休閒性虛擬環境系統之社交性，在設計參考依據上仍屬匱乏 (陳智先, 2009)。

此外，雖然已有學者提出線上遊戲場域具有社會互動與人際溝通潛力 (Ducheneaut, Yee, Nickell & Moore, 2006)，但實際上，結合社會互動概念之遊戲研究仍舊將焦點置於遊戲規則所衍生的各種互動方式和情感支持。遊戲研究學者 Salen 與 Zimmerman(2004)區分遊戲的社交(social)傾向可泛指發生於玩家互動時的兩種層面：

(1)社會互動(social interaction)是由遊戲「內在」的(internally)因素驅動：玩家依據遊戲規則扮演不同的角色(roles)而衍生而出各種互動方式，遊戲因此得以持續運作，例如線上多人遊戲玩家可各自扮演不同角色職業，如團隊隊長、發動攻擊者、補血隊友等以共同合作或彼此競爭達成目標。

(2)社會互動是「外在」於(externally)遊戲的因素而產生的：現實生活中的友誼、親疏關係影響了遊戲策略選擇，並且也透過遊戲影響了彼此間的溝通。遊

⁸ 自80年代中期起，電腦輔助合作工作(Computer-Supported Cooperative Work/CSCW)研究領域興起。面對全球化市場競爭，企業界必須在維持品質、控制收支的情況下，使用更有彈性、迅速應變的方法來運作企業組織。於是，選擇引進CSCW的群體軟體系統(Groupware System)，為的就是讓工作團隊之間訊息流通更爲快速，並且維繫成員間關係。而有些企業組織為吸引全球各地菁英，成立虛擬團隊，更需要透過群體軟體輔助以便跨越時區、地域的限制進行工作上的合作(Bock & Marca, 1995)。

戲中的互動方式與生活中的社會互動方式強烈相關，與對方在人際關係中的親密、信任與否、友善或敵對，是影響其產生不同遊戲方式的重要因素。

目前針對第二種層面—「社會互動是外在於(externally)遊戲的因素而產生」之相關遊戲研究仍舊較缺乏(Lucas & Sherry, 2004)，故也甚少有人機互動相關研究探討實體人際關係如何影響遊戲的社交性。而社交網絡遊戲環境在運作特質上，因與明確的團體成員、情境相關(a specific group of persons, a specific occasion)以驅使遊戲運作(Rao, 2008)，實則與第二種互動層面相符。據此，本文認為在探討遊戲社交性上，應從玩家於實體人際脈絡中的社會互動行為角度切入較為適當。

近年來，由小團體面對面互動研究衍生而來的「團體成員角色分析」(group membership roles analysis)逐漸成為學者們檢視線上人際互動的新觀點。個人在實體社會情境中表現的行為、習慣和人格特質，即「角色」(role)，亦能夠影響使用者在虛擬平台上與他人互動的行為(Maloney- Krichmar & Preece, 2005; Pan, Kuo & Lee, 2007)。在虛擬線上娛樂的互動環境中，歸納玩家展現的角色行為有助於瞭解玩家在互動情境下的需求和情緒(Peña & Hancock, 2006)。本文的目的之一，即在於嘗試從團體「角色」的概念切入，檢視玩家在實體人際團體中，所扮演的角色特質如何影響玩家於社交遊戲中的互動行為。

另一方面，Robert & Boogart(2006)發現，約 46%的使用者對於社交網絡網站上所謂的「朋友」抱持著普通或疏離的情感。因此，即使科技促使個人在線上的社交網絡較實際生活中來得廣泛，但其中實質的友誼關係卻仍深淺不一(Tong, Heide, Langwell & Walther, 2008)。DeVito(2002)指出，人與人之間的關係可區分為認識者(acquaintance)、朋友(friends)和親密夥伴(intimates)等「關係類型」，在其中彼此的互動行為、情感表達方式也各異；據此，本文也納入玩家所認知與其他玩家在現實生活中的親疏關係，即「關係類型」，作為觀察人際關係如何觸發玩家發展社交互動脈絡的潛在變項。

綜上述討論可知，在觀察與分析玩家社會互動、需求與遊戲環境間關係意義上，必須自一個可檢視此些元素之間動態關係的觀點，來審視玩家的遊玩行為如何被自己的動機、遊戲情境或遊戲中的他人所觸發。活動理論(Activity Theory)源自於蘇聯社會學和文化歷史心理學，在分析上著重社會文化情境等因素，恰好彌補過往人機互動研究領域源自於認知科學，並聚焦於微觀、個人的心理現象差異之分析觀點，有系統地歸納人類活動具備的基本要素，最後結論出適合作為觀察使用者需求、互動、任務與物品間動態關係(Kuutti,1991)。而本文主要想自玩家的觀點角度出發，探討社交遊戲玩家的遊戲互動行為及社交需求。據此，本文

認為在以社會、人際面向切入探討社交遊戲玩家的遊戲動態過程和意義時，活動理論在觀點與分析架構上與本文皆較契合，據以援引為本文主要分析架構。

總結上述，將本研究目的條列如下：

1. 延伸自實體人際互動領域研究之觀點，探討玩家在社交網絡遊戲中的動機與互動需求。
2. 瞭解遊戲中，玩家與玩家間如何透過遊戲類型選擇與遊戲活動，維繫彼此之間的關係。
3. 採用活動理論為分析架構，試圖從檢視各個活動中要素動態關係來發展社交網絡遊戲之社交性建議準則。



第三節 研究流程

本文共分為五個章節，首先在本章陳述研究背景與動機、研究目的以釐清整體研究方向，第貳章概要介紹社交網絡遊戲，其次針對遊戲社交性、團體角色、人際關係類型與社交網絡遊戲之關係深入探討，最後以活動理論作為分析上的依循架構，並提出研究問題。第參章依序陳述研究方法、研究平台如何選定、研究參與者篩選條件與招募方式、玩家日誌與訪談大綱設計，並說明資料蒐集與分析方式；第四章本文將根據蒐集的 player 資料做詳細的歸納與分析，並於第五章針對本文發現結果做整理，同時與過往文獻論點進行對照和討論，最後提出本文研究的限制與建議。

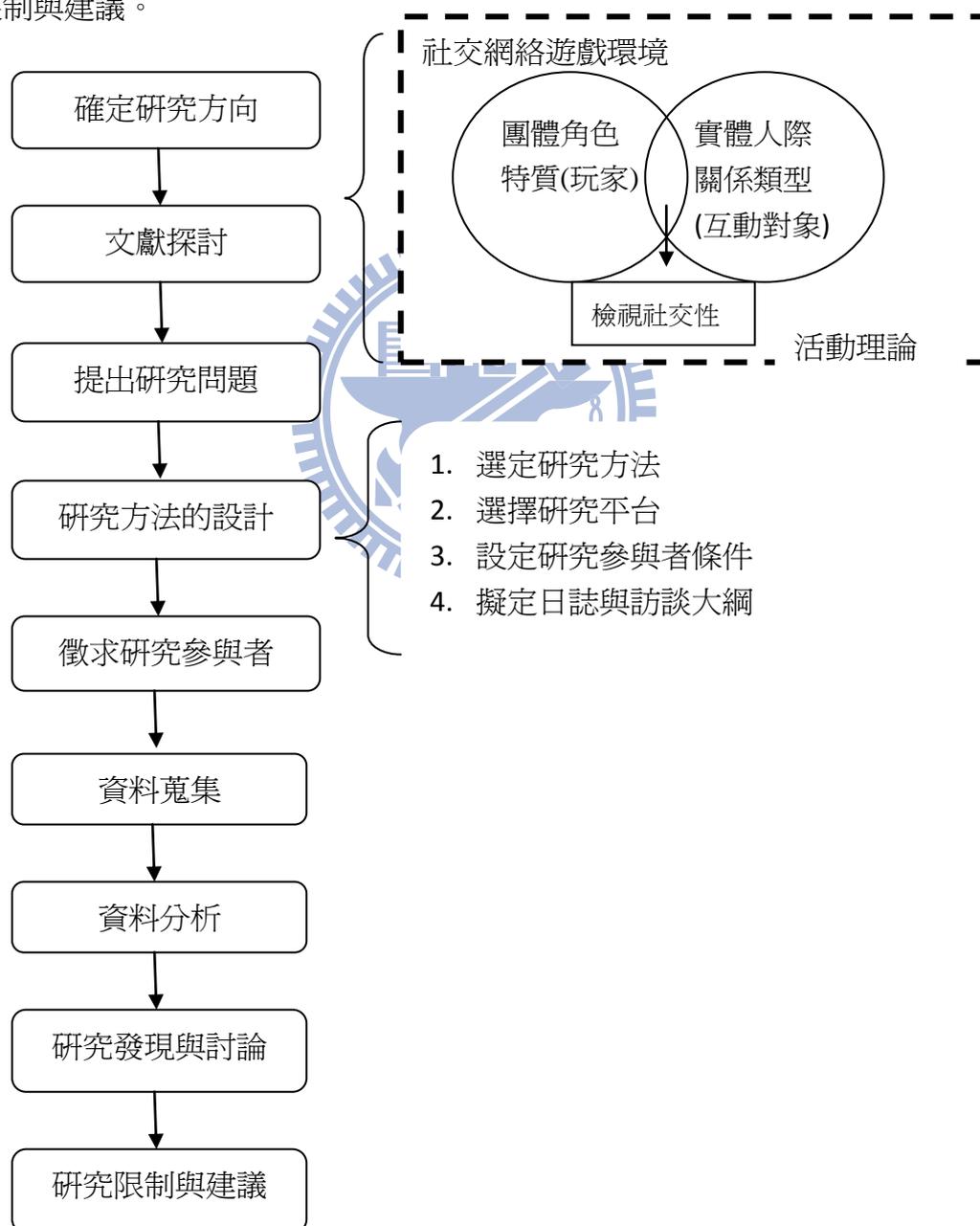


圖1-1研究流程圖

第四節 名詞解釋

(一) 社交網絡遊戲(Social Network Games, SNGs)

社交網絡遊戲為內嵌於社交網絡網站(Social Network Sites, SNSs)的一種應用程式(applications)，與休閒遊戲(casual games)性質接近，但較休閒遊戲融合了更多社交互動(socialization)元素(Järvinen, 2009)。其遊戲種類繁多，在功能設計上多模擬或延伸自日常生活中的人物、活動或平日互動形式，並且非常依賴網絡化的實體社交脈絡(如學校、部門和居住地等所相識的朋友)驅使遊戲運作(Hyantt, 2008 ; Rao, 2008)。本文以下內容皆簡稱社交遊戲。

(二) 社交性(Sociability)

在電腦人機互動研究領域中，「社交性」代表系統設計時的一種概念準則(潘育絜，2008)，主要關注人如何透過電腦系統介面與他人進行互動(Preece, 2000; 2001)，且重視系統設計如何支持使用者間社交關係。相較於傳統人機互動研究議題，其更注重情境，且重視系統設計如何支持使用者間社交關係(潘育絜，2008；陳智先，2009)。關於其概念發展、定義及相關研究，本文於第二章將有更詳細說明。

(三) 角色(roles)

對於角色的認定，因領域不同或所持論點之差異而見解不同。在小團體動力學研究中，有三大主要的角色理論分別針對角色採取不同定義：(1) 角色期望和扮演理論：角色為所有團體成員對某一成員行為之認知、評估和期望；(2) 角色與組織地位理論：主張角色為成員按照自己在組織中的地位，產生一組與這地位有關、被期望的行為和活動；(3) 角色與情境理論：角色是個人或團體在某一情境下的行為面特性(Behaviors characteristic in a context)(呂婉瑜，2000)。

(四) 關係類型

關係類型由於社會網路中個人與個人或個人與群黨間具有不同的熟悉和親密程度所致。人們習慣於依個人與交往對象的熟悉程度，將自己與有關係的人區分為認識的人(acquaintance)、朋友(friends)與親密的人(intimates)等三類，彼此間互動或交換內容也會依此而有所差異(Devito, 2002)。

第二章 文獻探討

根據前文研究動機，本文針對過往相關文獻進行回顧與討論。本章分為六小節，首先第一節針對社交網絡遊戲特徵和運作性質進行介紹，其次第二節探討遊戲與社交性之關係，瞭解目前社交遊戲社交性發展不足之處，第三、四節分別自小團體研究之「角色」與人際互動研究之「關係類型」概念切入分析。最後，本文於第五節將援引活動理論作為分析之基礎，並說明此理論與上述概念間關係，最終，第六節帶出本文的研究問題。

第一節 社交網絡遊戲(Social Network Games, SNGs)

網際網路為基礎的線上社交網絡網站(Social Network Sites, SNSs)已快速的成為近年來最受歡迎的社群網站(Gjoka et al., 2008)，其部份成功的原因可歸因於其開放「研發者平台」⁹ (Developer Platform)，提供各種軟體開發者能夠在此創造各種促進互動的應用程式¹⁰ (applications)(Nazir, Raza & Chuah, 2008)，因此使用者於社交網絡網站已不只是彼此溝通，更透過包括遊戲在內的社交應用程式互動，維繫或創造彼此關係。然而，相對於社交網絡遊戲的蓬勃發展，關於社交網絡遊戲的相關研究才正起步，以下即針對社交網絡遊戲的性質、類型及相關研究進行檢視與回顧。

一、何謂社交網絡遊戲？

「社交網絡遊戲」(Social Network Games, SNGs, 以下簡稱社交遊戲)是整合了趣味感(playful)、遊戲性(game-like)和參與社交(socializing)元素，並且內嵌於社交網絡網站(Social Network Sites, SNSs)的一種應用程式(Järvinen, 2009)。根據 Facebook(臉書) 研發者維基百科(Facebook Developer Wiki)¹¹，應用程式的目地在

⁹ 自 2007 年五月，社交網絡網站《Facebook》嘗試一個增加網站吸引力的關見創新：開放 Facebook 平台讓第三方 (third-party)、至是外行的研發者進入。Platform 由以下部分所組成(1)FB API：能夠讓研發者藉此將使用者方面的資料：個人檔案、好友和相片、活動等社交情境加入應用程式中，(2) FB Query Language (FQL)，從 FB API 中能夠處理相似於 SQL 介面處理的資料，(3) Markup (FBML) and Java Script (FBJS)，允許開發者建構一個個應用程式，應用程式可以透過個人檔案、首頁動態(News Feed) and 個人動態(Mini-Feed)等功能滲透入使用者的 FB 使用經驗，使其在 FB 環境內可任意接觸到該應用程式(Gjoka, Sirivianos, Markopoulou & Yang, 2008)。

¹⁰ 設計者能夠創造各種應用程式，增加 Facebook 的功能性或做為第三方網頁基礎服務的前端，各種小遊戲因此應運而生，譬如寄送虛擬禮物或象棋等，讓使用者可以邀約同在平台上的朋友一起遊戲，在這類的遊戲中，網頁會存取使用者的一個動作，允許下一個動作可以在任何時候產生，而不需要馬上即時反應(Gjoka, Sirivianos, Markopoulou & Yang, 2008)。

¹¹ Facebook Developer Wiki : <http://developers.facebook.com/docs/guides/canvas/>

於創造更多使用者分享與連繫的方式。Nazir, Raza 與 Chuah(2008)發現社交網絡網站應用程式的發行確實已造成網站的高流量與使用者對網站的黏度增加，此種建立於網絡化實體人際脈絡的遊戲漸浮現而成爲人際間一種重要的社交互動方式。

在過往單機的電腦遊戲中，玩家與系統軟體的互動是單方面的回饋循環 (feedback loop)，例如玩家下達指令、遊戲給予回應。然而在多人遊戲中，系統因爲涵蓋多位玩家的行動和關係而變得更爲複雜。Järvinen(2009)即指出，在社交遊戲中，互動元素由所提供的服務平台(例如 Facebook 開發者平台)、個人玩家和社群所組成，因此玩家在參與社交遊戲時，互動的方式與回饋來源也更爲獨特。本研究整理近年社交網絡遊戲研究，歸納社交遊戲主要四項特徵和運作模式：

1. 依賴現實生活社交情境

Hyantt(2008) 的研究指出，社交遊戲非常依賴實體社交脈絡(如學校、部門和居住地等所相識的朋友或同事)以提供一個聯盟和互動的框架。遊戲的應用程式系統會通知玩家網絡上哪些朋友也是這個遊戲的成員，並建議玩家邀其爲遊戲中的「鄰居」或「隊友」，因此遊戲中所連結的使用者群可能都具備了相似的社會情境，並且都知曉彼此身分，更激發玩家們直覺地參與或競賽的可能性；Rao(2008)更以 Oldenburg(1999)所稱的「第三場域」(third places)的社交 (socialization)特質來描述社交遊戲：人們一天工作後所休憩的場所，帶有放鬆、詼諧且單純「在一起」(just “be” together)氛圍的社交場域(socialization areas)。

2. 體態象徵性(Symbolic Physicality)

Rao(2008)發現社交遊戲應用程式多會利用象徵元素，模擬身體的表現增加至趣味互動 (playful interactions)內，例如戳(poke)¹²、飲一杯 (drinking beer)¹³以及擁抱(Hug)¹⁴等遊戲應用程式功能，嘗試藉由實際的體態特徵將人性溫暖增加至無法面對面互動的線上環境內。

3. 自發性(Spontaneity)

¹² 使用者能夠藉由傳遞虛擬的「輕推」動作訊息以引起另一位使用者的注意(接著會有通知告訴目標使用者他被「戳」了)。然而，利用這個方式引起他人注意是否適宜仍不得而知，許多 Facebook 使用者利用此功能引起他的好友注意或做爲打招呼方式，傳遞「哈囉」之意(Michael Arrington, 2005)。

¹³ 相似遊戲爲“Pass a drink”，玩家登入「飲一杯」應用程式，從各種飲料圖象中選擇數張圖片，點選發送名單內的友人，傳遞後該友人個人檔案上會出現飲料圖示，並伴隨簡短文字訊息，如「來喝一杯吧」或其自定訊息(不超過 20 字)(本研究整理)。

¹⁴ 遊戲操作方式意同「飲一杯」遊戲(本研究整理)。

社交遊戲的最主要特徵是顯而易見的簡單特質。設計者將一組複雜的遊戲動作簡化為一個個單獨的滑鼠點擊動作，以支持使用者行為上的自發性(滑鼠點擊動作)。在網絡遊戲的設計脈絡中，自發性非常接近於近用性(accessibility)和熟悉性(familiarity)，遊戲設計靈感來源多汲取自平日生活中相似的動作和主題(例如送禮物或停車遊戲)或普遍的文化情境(如經營旅館遊戲)，許多上述提到象徵體態的遊戲也具備此自發性特質。由於使用者對於遊戲中的進行方式和常規都有一定熟悉的基模，因此不僅沒有太多繁複規則，也能很快上手(Järvinen, 2009)。

4. 非同步性(Asynchronicity)

大部分社交網絡內的遊戲都具有非同步性的特質，在這類的遊戲中，網頁會存取使用者的一個動作，允許下一個動作可以在任何時候產生，因而玩家不需要即時反應(Gjoka et al., 2008)。遊戲設計學者 Bogost (2004)指出非同步性遊戲(asynchronous play)的特徵為：(1)支持多人玩家的遊戲任務，但並非按照一前一後的順序(supports multiple players playing in sequence, not in tandem)(2)它以一個所有玩家能夠影響的持續狀態呈現，而此狀態也會影響所有的玩家(it requires a persistent state which all players affect, and which in turn affects all players)(3)由許多中斷時間(breaks)所組成。

綜上述針對社交遊戲特徵的討論可知，相對於大型虛擬即時線上遊戲，社交遊戲的介面和遊戲情境通常是簡單易懂的，操作方法普遍來說只需一或兩次的滑鼠點擊動作，通常不需要技巧(skills)。每次遊戲進行時間也不長，並且大部分會藉由文字來提供動作結果和遊戲事件的描述(narration)，例如當玩家在遊戲中升級，遊戲會讓玩家決定是否讓這則消息張貼在社交平台上供自己的好友瀏覽(Rao, 2008)，換言之，玩家不需花費太多精神、時間和技巧操作，即能獲得獎勵和與朋友分享自己的遊戲經驗。

在遊戲操作上，融合社交服務的社交遊戲，跳脫過往大型多人線上角色扮演遊戲(MMORPG)之追求精緻設計的虛擬場景、複雜多樣的遊戲動作和需投入大量精神和心力克服遊戲挑戰的設計風格(Järvinen, 2009)；Rao(2008)進一步針對社交遊戲和大型多人線上遊戲本質上進行比較，他發現，社交遊戲的設計目標，不在於企圖使玩家完全沉浸於遊戲中，而是和諧地與玩家的日常事務並存。社交遊戲的虛構性(fictionality)非常低，即使有，也多模擬或延伸自日常生活中的人物、活動或元素，所謂大型多人線上遊戲玩家常感受到的強烈相信虛構世界為真、暫時將存疑懸置、時間彷彿暫停的沉浸經驗，在玩社交遊戲時卻非常微弱。即使如此，社交遊戲仍與一個個明確的團體成員、情境相關(a specific group of persons, a specific occasion)，它非常依賴社交性(sociability)驅使遊戲運作，在目標上也和休閒(casual)、放鬆相關。

綜上述可知，由於社交網絡網站開放各種軟體開發者在此創造各種促進互動的社交網絡遊戲，因此在網站中形成蓬勃多元的遊戲風氣。在社交網絡網站中，使用者的身分亦是玩家，其參與多種不同的遊戲類型，因而遊戲類型對玩家採用動機上占重要影響地位。本文以下即說明社交網絡網站具體的遊戲類型與互動方式。

二、 社交遊戲類型

Gjoka, Sirivianos, Markopoulou 與 Yang(2008)發現社交遊戲的種類/類目 (type/category)是影響使用者採納遊戲的主要因素之一。根據 Facebook 官方網站資料分類，互動應用程式共可分為 9 大類型¹⁵，但此類分法卻仍存在著令人混淆的狀況；Rao(2008)發現，有些受歡迎的遊戲應用程式被官方列入遊戲類目(Games)之下，但部分具有些微遊戲特徵的應用程式卻被列入和遊戲無關的類目內，例如象徵體態動作、如擁抱(Hug Me)或戳(poke)等引起對方注意的互動應用程式，他認為，這些程式雖然不需使用者專心投入、思考遊戲策略，但仍可視為觸發「社交遊玩」(social play)的一種遊戲(Rao, 2008)。

Gjoka et al. (2008)則自 2008 年 3 月份挑選 Facebook 前 100 個最活躍的應用程式，並分為七大類型進行 170 天的觀察，分別為：

1. 「好友比較」(Friend Comparison)：讓使用者可以發布最好的朋友為誰以及比較朋友特色的應用程式。
2. 「休閒溝通」(Casual Communication)：讓使用者可以交換訊息，以及在彼此的「塗鴉牆」上留訊息。
3. 「評分、興趣配對和推薦」(Rating, Taste Matching and Recommendations)：使用者可以瀏覽、比較和推薦從音樂到餐廳的各項事物。
4. 「手勢、姿態」(Gestures)：讓使用者能夠表現虛擬的姿勢，例如戳、咬、擁抱等。
5. 「自我表達」(Self Expression)：讓使用者能夠表達心情、政治意見等。
6. 「送禮物」(Gifting)：讓使用者能夠交換虛擬禮物。
7. 「認識人」(Meeting People)：特別設計為線上約會服務的應用程式。

他們發現「好友比較」和「休閒溝通」應用程式類是最受歡迎的。這表示 Facebook 的服務滿足了「使用者發布他們對朋友的感受」和「交換訊息」的需

¹⁵ Facebook 官方分類分別為：商業類(Business)、實用類(Utility)、教育類(Education)、生活類(Lifestyle)、純好玩(Just for fun)、綜藝娛樂類(Entertainment)、親朋好友類(Friends & Family)、體育類(Sports)和遊戲中心(Games)；這些應用程式有些是由 Facebook 官方技術人員所開發，有些則是由外部開發商所提供。取自：<http://www.facebook.com/apps/directory.php>

求。有趣的是，第四種類目—「手勢、姿態」在一開始時非常受歡迎，但接著卻被「自我表達」和「認識人」兩種類目的應用程式趕上。Gjoka 等人提出可能的解釋是，起初使用者們基於好奇心，對像是「引起對方注意型」的遊戲瘋狂，但最後成爲一種惱人的東西，相形之下，其它類目的應用程式反而變得比較好用。

然而，如同Facebook官方以受歡迎的主題類目(thematic categorizations)進行分類、未能從應用程式的使用型態上觀察(Rao, 2008)，Gjoka等人的分類方法亦無法確切描繪社交網絡遊戲的本質。Rao(2008)觀察社交遊戲與休閒遊戲(casual games)¹⁶之相似性，指出社交遊戲雖類似休閒遊戲，但更簡易、亦融合了重要社交互動(socialization)元素，共可分爲八種類型：格鬥動作(Action)、擬真(Simulation)、經營策略(Strategy)、角色扮演(RPG)、猜謎/心理測驗(Puzzles/Quizzes)、博奕(games, gambling)、體態動作(Physical actions)和純好玩型(Just for fun)，並舉出各相對應的遊戲實例；Rankin與Sampayo(2008)、Nazir et al.(2008)亦自遊戲互動方式賦予這些遊戲型態定義，綜合整理如下(見表2-1)：

表2-1社交遊戲類型分類

社交遊戲類型	遊戲特徵	遊戲名稱
動作格鬥遊戲(Action)	動作遊戲多強調身體物理上的挑戰，包括手眼協調和反應時間等。遊戲中常含有動作的因素在其中，且有關卡設計。然而在社交網絡內，由於遊戲多爲非即時的，因此多以象徵性的圖形、敘述點擊代替即時互動(Nazir, Raza & Chuah, 2008)。	Fight Club、Mafia Wars、義氣子女online
擬真型(Simulation)	擬真型遊戲可被視爲模擬實際或虛構系統的一種模型(mock-up)，其設計可分爲高保真度圖形擬真遊戲(high fidelity graphics)和非真實虛構擬真遊戲(unreal fictional elements simulating)，前者可讓玩家獲得高程度的涉入和沉浸感(immersion)，甚被用以做爲訓練教材，如飛機駕駛訓練；後者代表幻想世界(fantasy worlds)的呈現，常令人著迷，在遊戲過程感到愉悅和享受，Facebook的擬真型遊戲類型多爲後者(Rankin & Sampayo, 2008)。	My Aquarium、FarmVille、開心農場

¹⁶ 休閒遊戲(Casual game)是一種「容易學習、無須多重點擊、大人小孩都可以玩(幾乎沒有暴力)、快速獲得獎勵、原諒玩家錯誤、簡易控制和遊戲操作的」一種遊戲(Kuittinen, Kultima, Niemelä, & Paavilainen, 2007)。

經營策略型 (Strategy)	遊戲設計者創造規則和目標，而玩家則透過這些規則進行判斷操作，以達成目標；在此過程中玩家需要學習許多概念和技巧，包括決策制定技巧。傳統上，策略型遊戲即俱備多項優點：熟悉、易上手、容易學習，以及培養問題解決(problem solving)能力。	Café World、樓一棟、Restaurant City、Hotel City
角色扮演型 (RPG)	玩家在遊戲世界中負責扮演一個或數個角色在特定場景下進行遊戲，角色根據不同的遊戲情節和統計數據而如真實人物般會成長，並具有不同的能力，有關於人物本身的諸多細節可供玩家調整。	Vampires、Pet Society、全民偶像
趣味心理/測驗 (Puzzles/Quizzes)	趣味/心理測驗遊戲則以 Q&A 的方式進行供使用者填答，測驗內容多樣且生活化，個人可選擇是否將測驗結果發布於個人檔案上供他人瀏覽，可激發比較和回應(McClard & Anderson, 2008)。	你與什麼品種的狗狗有緣、九型人格測試、Quizzes、What color are you?
博奕型 (games, Gambling)	傳統上，博奕型遊戲是以金錢或等價的東西下注一個不確定結果的活動，其主要意圖是贏得更多的金錢/物質；社交網絡內的博奕型遊戲中，多以累計的虛擬積分代替上述實質的籌碼，如德州撲克牌、線上麻將等。	Texas Hold'em Poker、MindJolt Games、德州撲克
體態動作 (Physical actions)	以模仿人類生活中表達情感的體態動作和口語文字為主，以圖形呈現。類例如擁抱、飲酒、送禮等，玩家只需幾次點擊便可將搭配訊息的圖形傳送給對方，為一種表達友善或嘻鬧的社交遊戲。	Hug Me、Superpoke、Pass a drink、喝一杯吧!
純好玩型 (just for fun)	傳送象徵性圖示(非體態動作)以示自己對他人的關懷。	iHeart(類似送你一顆心)、送你一個手做小物

資料來源: Rao(2008)；Rankin & Sampayo(2008)；Nazir et al. (2008)

由上表可知，社交遊戲類型多元，其特質為輕快、活潑和充滿樂趣。Hart, Ridley, Taher, Sas 與 Dix (2008)便指出，社交網絡網站不僅將人與人之間的人際關係延伸至虛擬網路，使用者亦可透過許多簡易趣味的遊戲應用程式「自我表達」

(self-expression)或與朋友互動，讓其獲得「社交愉悅」(socio-pleasure)。

綜上述討論，「遊戲互動」實則是使用者加入社交網絡網站後用以連繫情誼的重要模式(Fogg & Iizawa, 2008)。隨著「遊戲」與「社會互動」逐漸匯流，遊戲設計研究領域也逐漸聚焦於遊戲與人際互動間的關係與影響性，近年來更關注玩家如何透過遊戲構連友誼、合作或社交互動，產生了豐碩成果，然而也面臨了仍待探索的空間和挑戰(Bartle, 1996; Choi & Kim, 2004; Yee, 2006; 陳祈年，2005; 黃鈺棠，2007; 陳智先，2009)。據此，本文於下節首先自遊戲本質與社會互動概念的角度上出發，並檢閱過往遊戲相關研究，試圖透過文獻的討論、比較和對話中發展出適合做為社交遊戲的探討框架。



第二節 遊戲與社交性

一、 遊戲的本質

長久以來，學者自不同領域探討遊戲的本質，從歷史學、人類學、社會學、教育和心理學等領域累積許多相關研究，然而對於何謂遊戲，卻很少有一致明確的共識。人類學家 Johann Huizinga(1955)在其著作《Homo Ludens》指出，遊戲是一種人類心智與肢體的活動過程，在人類社會與各種文化發展過程中，遊戲始終是重要的基本活動之一。

遊戲理論學者 Avedon 與 Sutton-Smith(1971)在其著作《The Study of Games》提出對於遊戲的精闢定義：遊戲是一種自願行使的系統，在其中有本領的較勁並且由規則所約束以產生一個不均衡的結果¹⁷(Avedon & Sutton-Smith, 1971)。此外，遊戲設計師 George Costikyan(1994)定義遊戲為：遊戲屬於一種藝術的形式，當中的參與者，也就是所謂的玩家，透過策略決定與遊戲中的各類表徵(文字或圖像形式)，管理控制資源，以達到遊戲中預設的目標¹⁸(轉引自 Salen & Zimmerman, 2004)。

由上述定義可知，遊戲為一種系統(system)，涉及一些物理上或智力上活動的型態，具備較明確、正式的規則，並且由於遊戲本身即為一目標狀態，當遊戲結束時，遊戲規則能夠衡量出玩家輸或贏，或呈現一些類似數字性等量化結果(quantifiable outcome)，也因此促使人們能夠產生明確的成就感(張玉佩，2009)。

然而，雖然遊戲精確簡鍊的機制和邏輯規則的確創造了令人沉醉的內在本質，但若沒有玩家參與、進行互動的動作，遊戲僅能是一堆靜態的規則和道具(Salen & Zimmerman, 2004)，換言之，遊戲是一種極度依賴主動的參與行為、決策的活動，透過遊戲表徵，玩家亦與其他玩家溝通，因此在進行遊戲時，不僅與遊戲系統本身互動，也與其他參與者產生交流(Zagal, Nussbaum & Rosas, 2000)。

多數人認為一旦成長為大人，便脫離所謂的遊戲和遊戲的心情，認為參與「遊戲」必定是參與「具有規則」的遊戲。然而，其實人類終其一生都在玩遊戲

¹⁷ 原文為 Games are an exercise of voluntary systems, in which there is a contest between powers, confined by rules in order to produce a disequilibril outcome(Avedon & Brain Sutton-Smith, 1971).

¹⁸ 原文為 A game is a form of art in which participants, termed players, make decisions in order to manage resources through game tokens in the pursuit of a goal(Costikyan, 1994).

(Sutton-Smith, 1997)。任何活動具備了以下六種特徵：(1)內在的獎勵(intrinsically rewarding)，(2)自願的(voluntary)，(3)愉悅的(pleasurable)，(4)專注的(absorbing)，(5)自我表達(self-expression)，(6)扮演或逃避(make-believe, or escape)¹⁹，便可稱之為「遊戲」(Bammel & Burrus-Bammel, 1992；涂淑芳譯，1996)。

透過遊戲與他人產生社會互動是培養人際間情感交流的重要模式，因為在進行這些動作或玩遊戲時，不論是語言表達或非語言表達都是處在愉快、歡笑的氣氛下，因此有一種不帶期望、誇張的或異於日常的一種正向情感的交流²⁰(Johnson, Christie & Yawkey, 1987)。如此的形式也存在於台灣獨特的團體康樂活動(即團康，英譯為 Group-Recreation-Activity, GRA)文化²¹中，透過團康遊戲活動所製造出的歡樂氣氛與互動(例如猜謎、小隊分組活動)，使參與者能在很短的時間內解除彼此之間的陌生感與距離感，達成創造樂趣、聯誼、生理平衡、智力運用、情緒體驗與鬆弛等目的(桂景星，2002)，許多傳統性的社交障礙及拘泥形式在此自然遁形，並達到「社交潤滑劑」(social grease)的功效。

綜上所述，遊戲的確在人際互動中扮演重要的角色，不僅培養玩家的心智能力與思維，也提供機會去表達對同儕的親密感和情感，這些都是友誼關係的主要元素，帶給個人社交愉悅的感受，遊戲作為社會互動的面向因此更值得去加以探究(Rubin, Fein & Vandenberg, 1983)。據此，本文以下針對社會互動概念與內涵進行詳細闡述，盼能透過理論檢閱，提出遊戲在社交互動上的定位與具體聚焦的面向。

¹⁹ 內在的獎勵，係指遊戲「本身就是目的」，是相當自我滿足的活動，遊戲者並非因外在獎勵而有從事該活動的動機；自願的，係指遊戲具備自願和自由參加的特性，人們為了享受活動本身而自願參加的活動就可稱之為「遊戲」，然而此特徵卻並未適用於所有的遊戲，例如有些玩家可能是被朋友說服加入遊戲；愉悅的意指遊戲讓人在自己選擇的活動中獲得立即的滿足所以是愉悅的；專注的意指當個人對活動產生動意並發生興趣時，其熱忱與專注使遊戲的型為得以持續下去；自我表達為因個體具備的動機與慾望，使其尋求自我表達的機會，人們更容易因遊戲方式不同表現出人格特質；扮演或逃避為個人在遊戲中不再被外在和社會通行的日常規矩和法律所限制，遊戲中，真和假的區別暫時停止(Bammel & Burrus-Bammel, 1996)。

²⁰ 例如在遊戲中，可以不以社會期待的規範方式拿握玩物，而是用丟的；不用走路來迎接玩伴，而是用跑的；吃東西時不張大嘴而是開口來迎接食物以期望對方誇張反應等(Johnson, Christie & Yawkey, 1993)。

²¹ 政府遷台後，由於中國青年救國團每年辦理的假期青年自強育樂活動，將團康活動的實施帶到另一個高峰，使團康活動在國內蓬勃發展(桂景星，2002)。

二、 社會互動與社交性

(一) 社會互動的概念

「社會互動」之概念主要源自於社會學傳統的研究範疇，過去許多社會學者曾對其下過定義。Broom & Selznick(1963)將社會互動定義為從事理解他人，並依他人反應而調整本身反應之過程(朱岑樓，1967)。Turner(1978；轉引自謝高橋，1982)認為，社會互動是一種過程，成員彼此會相互影響，進而創造、維持或改變彼此行動的模式。張荳雲(1987)則認為，社會互動概念與日常生活中「往來」意義相同，指社會成員之間的相互往來以及往來所造成的影響，且個人透過此一過程習得社會文化價值規範。

由上述可知，人類的行為特質、個性發展是來自於不斷地與他人互動所形塑而成。社會學家 Charles Cooley(1902；轉引自侯崇文，2000)便在《Human nature and the Social Order》一書中，提出社會是一個有機體²²的主張，意即，社會由許多不同部門所組成，每個部門皆有其特殊功能。此有機體為一複雜個體，有它靜態的一面，也有動態的一面，各部門彼此互動，大家也相連在一起，互相影響。

Cooley 特別強調「初級團體」(primary group) 成員的社會互動(social interaction)是人格發展的基礎。初級團體指的是較為小的、親密、親近的團體，也是彼此能面對面(face to face)溝通的團體，大學同班同學中較好的朋友是初級團體，家裡的人也是初級團體。Cooley 認為初級團體對人格具有深遠的影響，它更是較大社會結構的基礎。初級團體的特性是團體的成員有「自家人」的感覺，彼此之間有直接的合作，也有衝突；而在其中，人類的人格與情感可以完全自由的表達，在這樣的情境中發展出對於各種事物的看法(侯崇文，2000)。

隨著電腦、網路科技的進步與普及，人與人的社會互動也自面對面延伸至電腦網路平台，影響了當今社會中人們的互動形式與社會關係。本文所探討的社交遊戲環境，其成員也是由個人的許多初級團體構成，遊戲中的成員為玩家所處的一個個社交圈內的朋友、家人或同事，彼此透過社交遊戲達到社會互動。電腦人機互動(HCI)最終的目標，亦是探討電腦媒介如何形塑使用者間達到最理想的「社會互動」，產生良好的系統設計，而社交性概念與準則便是人機互動研究學門在企圖整併社會文化研究與應用軟體設計時產生的新領域。在尚未有許多研究者探索之際，本篇研究希望能運用社會學與人際互動研究領域之成果，針對社交遊戲玩家社群動態產生更深入的理解，以能夠描繪出此類玩家的動機與整體輪廓，之

²² 事實上，Cooley 的理論被稱為「有機體理論」(Organic theory) (侯崇文，2000)。

後奠基於這樣的基礎之上能夠設計出在結構上、功能上、概念上符合社交遊戲群體需求的遊戲環境。以下將詳細闡述社交性相關概念與研究發現。

(二) 「社交性」之定義

過往人機互動研究領域源自於電腦科學與認知工程兩大學門，而後逐漸納入認知心理學，瞭解人類在生理、心理及過去經驗框架如何影響使用模式²³(Farooq & Dominick, 1988)。隨著近年使用者透過電腦中介環境彼此互動的「人際互動」逐漸受重視，人機互動領域結合社會文化領域研究學門知識，發現在系統、軟體設計上應不能單純地透過介面觀察，如此可能忽略了社會、文化與傳播面向並減損互動設計的豐富度，應納入使用者間真實的「社會互動行為」(Social interaction)(Prece & Maloney-Krichmar, 2003; Manninen, 2003)。因此，「社交性」(Sociability)的概念逐漸由人機互動研究領域所重視，成爲一嶄新且緊密結合使用性脈絡的設計概念 (潘育絜，2008)。

「社交性」概念最早源自於社會學，首先爲社會學家 Simmel(1949)提出。他將「社交性」定義爲：「一種從社會現實生活中萃取出的一種獨特連結關係，且此連結過程本身就是價值與滿足來源...社交性爲從生活中抽離出的一種純粹的同在感(togetherness)，一種因他人陪伴而產生的愉悅。²⁴」(Simmel, 1949；轉引自陳智先，2009)。因此，「社交性」意謂一種因互動而產生的共同、平等的陪伴關係，且此關係是由參與者彼此因愉悅互動產生的連結而成，代表一種人與人相處時互動的特質和傾向，是一種友善、傾向與他人相處以及親密和睦之關係，可說是「社會互動」最終欲達成的目標(潘育絜，2008；陳智先，2009)。

然而，「社交性」在人機互動領域中卻代表系統設計時的一種概念準則，與人機互動領域中的「使用性」(usability)彼此緊密相關，卻關注介面設計中不同面向之概念。「使用性」主要關注於人與電腦系統介面間的互動，而「社交性」主要關注個人或社群如何透過電腦系統介面與他人進行互動，以達成共同目標的技術層次上。(Prece, 2000; 2001; 潘育絜，2008)。

²³ Farooq 與Dominick (1988) 以「認知模式」(Cognitive model) 描述個人完成任務的心智過程。在人機互動領域中，心智模式則指稱爲使用者與周遭事物產生互動，並透過觀察、導引與推理的過程，在內心逐步形成的觀念，此種心智模式並無精確標準，但必須可以實際操作，以作爲使用者預測和解釋互動行爲的基礎，亦即使用者學習如何使用系統與瞭解系統運作的知識(李孟潔，2009)。

²⁴ 原文” a distinct social form that distills out of the realities of social life the pure essence of association, of the associative process as a value and a satisfaction[...]Sociability extracts the serious substance of life leaving only “togetherness”, the sheer pleasure of the company of others.” (Simmel, 1949, p.254-255)

爲了能夠具體將社交性概念應用至社群網站設計上，Preece(2000)進而發展出一「以社群爲中心之參與式發展架構」(participatory community-centered development, PCCD)，作爲線上群體社交性設計之依循，之後也被成功運用于許多社群網站開發設計上。此一架構一方面欲在軟體設計上達到使用性，另一方面也支援、引導線上社群發展，即支持社交性之運作。此一架構包含四步驟(Preece & Maloney, 2003)：

- 1.社群成員需求評估與使用者任務分析(task analysis)，包含了解社群之社會面向需求、個人溝通任務需求以及考量技術結構之限制等。
- 2.發展社群空間之概念模型並選擇，建立符合使用性之軟體，並開始考量支持社交性需求之功能技術。
- 3.精緻化(refining)社交性與使用性。
- 4.使參與者進入此一社群網站，並吸引更多參與者進入，引導此社群之發展直到其可自給自足爲止。

此外，Preece & Maloney(2003)根據此一 PCCD 架構整理過往研究，指出社交性設計關鍵組成要素包含社群目的(purpose)、社群成員(people)和規範措施(policies)，以幫助指引線上行爲。分述概念如下：

- 1.目的(purpose)：清楚定義社群目的，讓潛在參與者能立即發現社群目標，並能讓社群產生歸屬感所需的共享利益、需求、資訊和支援(Kim, 1998; Preece, 1999c, 2000)。
- 2.參與者(people)：了解社群成員之組成、個人差異與群體需求有助於設計者發展適合的線上社群。例如不同宗教信仰，其網站其特徵皆大不相同。
- 3.規範(policies)：社群在發展過程中會漸漸產生其文化、價值、制度和規範。而在開發一新網站社群時，決定哪些規範策略是所需的對於社群互動與運作相當重要。規範、策略需要夠強制以指引社群行爲，但同時也要有彈性讓社群發展同時能被適度改變。

由上述文獻中我們可以知道，社交性代表的是一種人與人相處的互動特質和傾向，是具有友善、傾向與他人相處的和諧關係。而當社交性概念應用至網站設計時，則形成社交性準則和原則，偏重用以規劃社群共享目標及群體成員間的社

會互動的措施(policy)和技術結構(Preece, 2001; Barab, Makinster, Moore & Cunningham, 2001)。意即，社交性研究學者希望透過符合這些社交性準則之引導與編製，致使系統、軟體則擁有較高的社交性特質，線上社群的成員也越能達到其共同的目標，同時在進行互動時也越為順利。據此，本文援引潘育絜(2008)針對社交性準則之定義：「一種協助引導社群網站建立的社交性政策和技術結構，可以促進社群成員親密和睦地相處，透過平台產生的空間彼此陪伴，產生愉快友善的溝通過程，進而可以支援社群共享的目標以及群體成員間的互動。」作為本文針對社交性準則之重新定義。

(三) 社交性相關研究

當應用社交性概念與準則於各類性質之網站時，多著重於如何促進各類不同性質網站中社群成員之互動，進而提升社交性。Maloney & Preece(2005)整理之前學者初步歸納出的社交性準則，用以評估健康協助社群（health support community）網站，發現適度的政策說明、網路禮節指引與註冊的政策等有助於提升網站社交性與成員滿意度。

Rutter & Smith(1999)研究新聞群組的文章張貼認為，社交性和透明度有密切關係。他認為有四種論述特質可以產生歡樂的社會活動(convivial sociability)。以下進一步將這四種特質整理歸納為系統的設計準則。

- (1)展示刊登文章者的位置、職業等背景資料，並且有選擇給單一個人還是給群體觀看的彈性選擇。
- (2)使用者可以一次將自己的問題、困擾和意見讓許多人知道。
- (3)在回文的過程中，允許在具有前文脈絡的情境下產生趣味效果。
- (4)維持討論主題內容及回文者的適當性(包含權威和資格的認可)。

此外，線上社群中容易充斥著只瀏覽不發表、不與成員互動的潛水者（lurkers），常是許多社群發展者所頭痛的問題。Webster & Vassileva (2006)針對知識分享社群中，如何激勵潛在參與者(潛水者)和社群成員互動進行社交性研究，認為可藉由相互評分機制(閱讀、評分、回覆、評論)讓社群中成員的知識貢獻程度視覺化，並且應設計社群中的活躍者(發表者)和潛水者彼此可相互察覺的連結工具，使貢獻知識者可與針對其貢獻有興趣的潛水者進行互動。研究發現視覺化成員彼此連結元素可更促進社群成員之間的互動。

Keenan & Shiri(2009)探討社交網絡網站(Social Network Service)如何鼓勵社交性。他們認為過往的社群網站可被定義為「以活動為主的」主題網站²⁵，強調透過網站特定內容達成社交互動；然而，以人為主的社交網站透過「使用者為導向的個人化內容」(user-driven personal content)強調社會互動在近年逐漸浮現，例如 Facebook 和 MySpace。如此的社群內容聚焦於個人檔案(profile)或使用者的首頁(home page)。資訊提供的程度和量則由使用者本身所決定。他們指出臉書(Facebook)藉由以下五種特徵創造舒適且熟悉的社交環境以鼓勵社交性，使用者研究可以證明哪些社交表徵被使用頻率最高或基於使用者行為上被認為是促進社交性：

- (1) 使用正確的名稱(using legal names)
- (2) 檔案近用性(restricted profile access)
- (3) 創造社交桌面體驗環境(social desktop experience environment)
- (4) 簡易的媒體介面(simple media interface)
- (5) 增加多樣化的社交功能特徵(adding various social features)

簡言之，臉書在促進社交性上嘗試提供使用者一個虛擬的社交操作系統，其中包含了幾乎所有的社交功能特徵(資訊、照片、影片、事件、活動分享、即時通訊)，企圖讓使用者在單一網頁環境中就能進行所有電腦中介社交互動。由於社交功能特徵多樣且繁多，因此使用者研究可以證明哪些社交表徵被使用頻率最高或基於使用者行為上被認為是促進社交性。

由上述社交性研究與概念分析可知，過去社交性目標、準則與技術結構較籠統且層次不一，本文彙整過往社交性相關研究如表 2-2 所示。由表 2-2 的整理也可清楚發現，大部分有關社交性設計的研究結果多著重在社交性政策的陳述，而較忽略技術結構上的建議。

表2-2社交性準則及其設計方法

社交性(Sociability)		
社交性政策	社交性技術結構	學者
(1)清楚定義社群目的。 <ul style="list-style-type: none"> • 潛在參與者能立即發現社群目標 • 讓社群產生歸屬感所 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提供具有法律效力的名稱。 ➢ 藉由相互評分機制(閱讀、評分、回覆、評論)讓社群中成員的知識貢獻程度視覺化。 	Preece(2000, 2003)、Webster & Vassileva (2006)

²⁵ 網站特定內容通常是一個個的主題，讓網站的使用者可以針對特定主題貢獻自己的內容，例如健康論壇、電子佈告欄、粉絲專頁等，或現今非常流行的 Flickr (分享照片), del.icio.us (書籤), Lavalife (約會), Youtube (影音) 和 Soundclick (音樂)，都可稱為以活動為主的社交網站(Keenan & Shiri, 2009)。

需的共享利益、需求、資訊和支援		
(2) 增加多樣化的社交功能特徵	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提供資訊、照片、影片、事件、活動分享、即時通訊等功能。 ➢ 視覺化社群中的活躍者(發表者)和潛水者彼此可相互察覺的連結工具。 	Keenan & Shiri(2009)、Webster & Vassileva (2006)
(3)維持討論主題內容與回文的適當性	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在回文的過程中，允許在具有前文脈絡的情境下產生趣味效果。 	Rutter & Smith G.(1999)
(4)了解社群成員個別差異與群體需求	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 展示刊登文章者的位置、職業等背景資料，並且有選擇給單一個人還是給群體觀看的彈性選擇。 ➢ 使用者可以一次將自己的問題與意見讓許多人知道，或只給單一個人知曉。 	Preece(2003)、Rutter & Smith G.(1999)
(5)發展網路禮節指引與註冊的政策		Preece(2000)
(6) 規範、策略需要夠強制以指引社群行爲，但同時也要有彈性讓社群發展同時能被適度改變		Preece(2003)

資料來源：本研究整理

由上表可發現，雖然過去研究者將社交性概念應用於各種網站設計中，但是多聚焦於抽象的概念層次，同時也暴露了隨著網路互動科技日新月異社交性準則無法提供新型互動型態設計參考的缺失。而Preece(2001; 2003)所提出社交性概念的時間與其所參考發展架構的媒介平台，其中的成員多以文字溝通為主，卻缺乏針對如線上遊戲等虛擬環境中以化身(avatar)做為互動中介，或進行其他非語言互動行爲之描述。因而有關如何提升如線上遊戲等娛樂休閒性虛擬環境系統之社交性，在設計參考依據上仍屬匱乏(陳智先，2009)。

其次，隨著近年來社交網絡網站逐漸崛起，誠如 Keenan & Shiri(2009)所述，社交網絡網站較「活動內容導向為主」的社群網站更強調「使用者為導向的個人

化內容」²⁶，因此，同樣嵌在社交網絡中的社交網絡遊戲也形成以「個人為互動單位」的遊戲互動，若沒有玩家在網絡中的社會連繫關係，則難以開啓遊戲競賽的可能性²⁷。在此情境下，社交遊戲延伸了實體社交情境(social situations)與事件(events)，讓玩家能在團體中彼此溝通，允許人們能夠運用各種社交表徵(features)表達自己的情感或與朋友互動(Rao, 2008)，不再是單純文字交流的互動環境。然而，Preece 評估網際網路社交性的原則則體現了一個早期「特定話題」為主、使用者為輔的社交網站的架構²⁸(或概念)(Keenan & Shiri, 2009)。Preece & Maloney(2003)便指出，PCCD 架構雖適用於發展各類型媒介科技平台上之社群，然各媒介平台技術有相當大的差異，也各具有不同的優缺點，因而支持線上社群互動之方式也會有所不同。此外，由於社交性概念在人機互動領域仍算新興之議題，因而在分析架構上，在未來仍需更進一步的探索。

Ducheneaut, Moore & Nickell (2007)亦指出，線上遊戲近年來受世界各地玩家歡迎，儘管其在七零年代末期已出現，然一直以來卻鮮少受到學術研究關注，尤其與遊戲社交性設計相關的社會學取徑研究更是稀少。並且從前文相關定義也可發現，在人機互動領域中對於社交性之定義較為刻板，並且以任務為其主要思考取向（潘育絜，2008），若應用此準則至其他非以工作、任務完成為導向，而為強調娛樂、社交等虛擬環境(如線上遊戲)時，會有適用上之問題(陳智先，2009)。

社交遊戲更整合了趣味感(playful)、遊戲性(game-like)和社交(socializing)元素(Järvinen,2009)，其非常依賴社交性(sociability)驅使遊戲運作，更顯示「遊戲」與「社交互動」匯合的強烈趨勢(Rao, 2008)，玩家社群間的互動相較於單純文字互動網站環境勢必更為複雜，因此在社交性分析上應有不同的考量及觀點。本文認為，在探討社交遊戲此類休閒娛樂群體軟體之社交性時，也應有別於人機互動領域過去以完成群體任務、工作為導向之研究，才能確切找出適用於此一虛擬遊戲環境之社交性設計準則。社交網絡遊戲情境上依賴玩家的線下人際團體所組構而成，因而在考量社交遊戲社交性上，更應思考玩家的社會面向需求，同時此一觀點也符合社交性設計關鍵要素之一：了解社群成員之組成、個人差異與群體需求有助於設計者發展適合的線上社群(Preece & Maloney, 2003)。

²⁶ Facebook 與 MySpace 是最受歡迎的「以使用者為導向的個人化內容」為主的社交網站，而 Facebook 在近年來則成為造訪次數最多的社交網絡網站(AFP, 2008)。

²⁷ 當玩家投入社交遊戲時，則遊戲會通知玩家哪些網絡上的連絡人也投入這個遊戲，因此遊戲中所連結的使用者群可能都知曉彼此身分(Rao, 2008)。

²⁸ Preece 的測量法主要針對以「特定話題」為主的線上社群網站(topic-specific communities)，特別是留言板、多使用者領域、電子佈告欄和線上論壇等等。在 Web 2.0 版本的社交網絡(例如 Facebook & MySpace)還未大量擴張興盛前，社交網站實際上幾乎是由利基族群(niche groups)所組成的。意即，一群熱心者針對一個特定或共同有興趣的主題建構一個線上社群，並且在其中討論此話題、分享意義與交流。社群圍繞著以特定主題的討論為中心，以討論串(thread)的方式呈現。因此，Preece 所建構的測量方式是設計為評估這些以興趣為目的的社群網站，而非關注於「個人」以及和其「關聯的身分認同」(collective identity)的社交網絡網站(Keenan & Shiri, 2009)。

因而，本文依此觀點，在以下回顧過往探討遊戲行為之相關研究，試圖透過文獻的討論、比較和對話中發展出適合做為探討社交遊戲玩家(使用者)的需求和使用情境上之研究概念與框架，期盼藉此描繪出支持遊戲社會互動的準則與技術結構建議。

三、遊戲研究

過往，針對玩家遊戲行為的相關研究，多自「玩家」或「使用者」本身的角度切入，探討其動機和個人特質如何影響其遊戲遊玩行為，並獲得豐碩成果。本研究彙整相關研究取徑分述如下：

(一) 玩家動機取徑

動機是指個體作某些行為或追求此目標的一種狀態或情境，協助個體選擇目標，並使其行為朝向此目標的動力，但是動機是無法直接透過觀察而得，因此，想要了解個人的動機，可以從其行為或其他相關資料來推論(李明芳，2004)。

Malone(1980, 1981；轉引自陳祈年，2005)探討遊戲參與者的一連串內在動機因素(intrinsically motivating)，研究結果發現，參與遊戲的個人動機(individual motivations)主要包含以下四項：

1.挑戰性(Challenge)

挑戰性意指在遊戲中和他人一起比賽或挑戰遊戲中困難的部分，太簡單的遊戲則不具任何挑戰性。因而為了提供遊戲的挑戰性，遊戲必須提供目標(goal)，配合遊戲者的能力與進程，提供各階段不同程度的挑戰，以增加遊戲的驚奇感與不確定性，並配合回饋訊息來建立玩家的自我正面評價。

2.好奇心(Curiosity)

好奇心指的是期望不一致、新奇或不常見事物對感官(sensory)或認知(cognition)上的滿足。透過遊戲環境中優化的資訊複雜度(optimal level of information complexity)，與差異性以及驚奇的感覺，誘發或喚起玩家的好奇心，激發出想要繼續探索類似事物的慾望，其方式可以經由知覺或認知上的變化來創造(Malone, 1980)。

3.控制性(Control)

控制性指的是人的自由感或特權的滿足感，即使用者在遊戲中所能掌控的程度。若是以外在的獎勵來驅使人們從事某種活動，則會減弱此自發性的內在動機。而人們在環境中掌握控制力的程度，則取決於環境提供的控制程度。陳祈年(2005)在其研究中指出玩家在遊戲中的控制感來自於遊戲的介面功能特性與使用性²⁹(Fabricatore, Nussbaum & Rosas, 2002)以及遊戲系統的運作機制³⁰(Federoff, 2002; Desurvire, Caplan & Jozef, 2004)。

4.幻想性(Fantasy)

意指喚起一個對使用者來說實際上不存在的心靈印象或社會情境。Malone(1980)描述幻想性的情緒面向時，認為玩家會依照其情感需求來進行幻想以使自身獲得滿足，所以當遊戲化身具有高度情感上涉入的幻想空間時，或是在遊戲內容上呈現戰爭或競爭的方式，會較受歡迎。Rouse(2001)亦指出，在遊戲進行過程中，玩家認為最有趣之處，大多是被引導出「創造性」的地方，也就是每當玩家發揮了自己的想像力並嘗試不同玩法的時候，就會特別覺得不可思議與感動，這正是電動遊戲吸引人的地方。

除此之外，Rieber(1996)、Crawford(1997)及 Sherry & Lucas (2003)亦陸續指出玩家的參與動機可能有以下幾項：

- (1)進步(Progress)：主要目的是在於從遊戲之中學習，並獲取有用的經驗，玩遊戲是一種提升或滿足心理或社會需求的方式(Rieber, 1996)。
- (2)權力(Power)：遊戲為一種競爭或比較狀態，遊戲參與者們皆某種程度地參與衝突，遊戲最終結果會產生明確的勝利者與失敗者，如足球或棋藝比賽(Rieber, 1996)。
- (3)自我/證實自我(Self/ Proving Oneself)：遊戲為一種達成完美生活經驗(Optimal life experiences)的過程，在此過程之中建立自我價值³¹(Rieber,

²⁹ 遊戲的介面功能特性與使用性為玩家與遊戲互動的裝置，是應用於遊戲上實體控制，例如搖桿、滑鼠、鍵盤等；同時它是一種軟體視覺呈現的操控，以提供遊戲玩家在遊戲進行中，能夠設定、操控遊戲，讓玩家得以在遊戲中控制移動，即時觀察他們目前在遊戲中的狀態，存取或離開該遊戲等控制。一旦介面設計過糟，便可能讓玩家無法享受整個遊戲的樂趣(陳祈年，2005)。

³⁰ 遊戲的運作機制為遊戲當中的物理概念，透過動畫與電腦編制程序的結合，讓玩家在遊戲環境中自由移動，例如行走、跳躍、駕駛車輛、左轉、右轉或駛出路面等，動畫師(Animators)建構了這些元素，而程式設計師則將他們置入並應用於遊戲環境中讓遊戲本身能夠被執行，最後，層級設計師則是將這些物件置入遊戲環境中，此三程序造就了所謂的遊戲運作機制(陳祈年，2005)。

³¹ 原文：Play as progress concerns the belief that the purpose of play is to learn something useful. Play is a means to improve or enable psychological or social needs. Play as power refers to contests or

- 1996)；藉由遊戲證明自己的英勇與非凡高超的本領，或是藉由打敗對手產生證實自我能力的成就感(Crawford, 1997)。
- (4)反社會規範(Nose-Thumbing)：在遊戲中可推翻社會約束，或是進行許多現實生活無法接受的行為(Crawford, 1997)。
- (5)社交潤滑/社會互動(Social Lubrication/Social interaction)：因遊戲可建構出良好的社交或人際關係，培育人際間交流的互動性(Crawford, 1997)。
- (6)運動(Exercise)：運動可能是身體或心理兩者皆有，如練習認知技巧或身體行動技巧(Crawford, 1997)。
- (7)需要他人的回應與互動(Need for Acknowledgement)：遊戲中的互動關係相當重要，藉由遊戲的互動經驗，可增進彼此的互相了解(楊斐羽，2004)。
- (8)娛樂(Diversion)：消磨時間或消除無聊(Sherry & Lucas, 2003)。
- (9)激越(Arousal)：想享受遊戲刺激經驗(Sherry & Lucas, 2003)。

由上述學者的研究結果發現，玩家遊戲的樂趣來源，漸自個人獨享的經驗，擴展至與他人互動帶來的愉悅。因此，近年來，許多遊戲學者進而關注玩家在遊戲中產生何種特殊遊玩行為，並以此更細緻地推估其遊戲動機(趙芝儀，2008)。如學者 Bartle(1996)將 MUD(Multi-User Dungeon, 1978 年出現在英國的一個連線遊戲)當中的玩家依照其活動樂趣來源將其分為「征服者」(Achievers)、「探險者」(Explorers)、「社交者」(Socialisers)與「殺手」(Killers)四種類型，不同類型玩家偏好的遊戲活動以及與他人的互動型態有相當的差異³²。

然而，Yee(2006)則認為，Bartle(1996)的分類方式過於武斷的將人的動機化分為具有單一動機的個體，忽略了其實玩家是帶著高低程度不同的遊戲動機參與遊戲，因而在遊戲世界中衍生出不同的遊玩行為。Yee(2006)進一步運用問卷調查法方式累積 6700 份有效問卷，重新歸納出「成就」(The achievement component)、「社交」(The social component) 與「沉浸」(The immersion component)

competitions in which winners and losers are declared. Such examples center around players or participants involved in some source of conflict, whether that be a game of football or chess. Play as fantasy refers to play's role in liberating the mind to engage in creative and imaginative thinking. Play as self is the most recent of themes. It places value on play's role as a way to achieve optimal life experiences. What is valued is the quality of the experience and not other secondary outcomes (such as learning). The main issue here is the intrinsic worth of an experience(Rieber, 1996)。

³² 原文: I) Achievers are interested in doing things to the game, ie. in ACTING on the WORLD. It's the fact that the game environment is a fully-fledged world in which they can immerse themselves that they find compelling; II) Explorers are interested in having the game surprise them, ie. in INTERACTING with the WORLD. It's the sense of wonder which the virtual world imbues that they crave for; other players add depth to the game, but they aren't essential components of it, except perhaps as sources of new areas to visit. III) Socialisers are interested in INTERACTING with other PLAYERS. This usually means talking, but it can extend to more exotic behaviour. Finding out about people and getting to know them is far more worthy than treating them as fodder to be bossed around. The game world is just a setting; it's the characters that make it so compelling. iv) Killers are interested in doing things to people, ie. in ACTING on other PLAYERS. They wish only to demonstrate their superiority over fellow humans, preferably in a world which serves to legitimise actions that could mean imprisonment in real life (Bartle, 1996).

三大遊戲動機與其在遊戲中對應的遊玩行為³³。Yee 強調，其分類與 Bartle(1996)相異之處，在於此三大動機並非彼此衝突，玩家可能同時具備三種遊戲動機的行為特質，例如某一玩家社交類動機較另兩種動機高，依據其遊戲行為又可細分為社交型、遊戲關係型或組隊型三種層面。

國內研究中，林培淵(2007)針對線上遊戲《魔獸世界》的玩家進行調查，分析出該遊戲玩家的參與遊戲動機包含自我肯定與成就感、逃避宣洩、娛樂交友、角色扮演與幻想等。陳祈年(2005)在廣泛調查線上遊戲玩家的遊戲參與動機與對線上遊戲沉浸程度的關係後，歸納國內玩家多擁有「表現操控能力與自我肯定」、「幻想與角色扮演」、「滿足好奇心」等個人動機，與「社交互動」、「尋求挑戰競爭樂趣」動機等人際動機。

上述以玩家動機探討遊戲選擇或行為的研究中，可清楚發現學者仍多偏重於歸納以任務取向為主的多人線上遊戲玩家動機，缺乏針對整體遊戲環境為社交情境之玩家動機探討，因此，如何自觀察與分析中掌握社交型遊戲玩家之行為與動機，也是本文所關注的重點之一。

上述研究多將玩家視為帶著不同遊戲動機的獨立個體，進而調查彙整其想玩遊戲的因素。如此以個人動機出發的角度，雖的確將個人與遊戲行為緊密扣連，但仍有部分缺陷尚未能完全釐清。Ducheneaut, Yee, Nickell & Moore(2006)經由長時間質性資料蒐集與分析發現，線上遊戲環境已儼然成為許多玩家進行社交互動的場域，在其中，社交因素(social factor)—「與其他玩家的社會互動，而非遊戲本身」成為令玩家著迷的主要因素(Lazzaro, 2004)，他們於是指出，玩家的遊玩行為已非單純能以遊戲動機調查足夠解釋，玩家在遊戲中與他人社交的目的已不止於單純想建立關係或獲得歸屬感，研究者亦必須深入觀察其遊戲活動、觸發其產生特殊遊玩行為的環境脈絡和他人(遊戲中的其他玩家)，才能確切掌握玩家遊戲社交行為的具體內涵與動機。

(二) 人格特質取徑

³³ 原文:I) The Achievement Component: 1) Advancement : The desire to gain power, progress rapidly, and accumulate in-game symbols of wealth or status. 2)Mechanics : Having an interest in analyzing the underlying rules and system in order to optimize character performance. 3)Competition. The desire to challenge and compete with others. II)The Social Component: 1) Socializing. Having an interest in helping and chatting with other players. 2)Relationship. The desire to form long-term meaningful relationships with others. 3)Teamwork. Deriving satisfaction from being part of a group effort. III)The Immersion Component: 1)Discovery. Finding and knowing things that most other players don't know about.2)Role-Playing. Creating a persona with a background story and interacting with other players to create an improvised story. 3)Customization. Having an interest in customizing the appearance of their character.Escapism. Using the online environment to avoid thinking about real life problems(Yee, 2006).

使用者的人格特質(personality traits)概念亦為近年遊戲研究所考量的重要預測變項。例如 Phillips, Butt & Blaszczynski(2006)探討手機遊戲與使用者人格特質的關聯性，發現低親和性(low agreeableness)的使用者偏好利用手機來玩遊戲；Teng(2008)自 130 對有玩線上遊戲與不玩遊戲的受訪者配對樣本中，經其自我評量發現，玩線上遊戲者較不玩者在人格特質上具有較高程度的開放性(openness)、負責性(Conscientiousness)與外向性(Extraversion)；Buffardi & Campbell(2008)則發現越偏好在社交網絡網站進行大量社交活動與製造和自己相關內容(個人照片、個人狀態)的使用者則人格上越有自戀傾向(Narcissism)。

Sung, Bjornrud, Lee, & Wohn(2010)採用量化的調查法(survey)，以「五大性格特質」(Big Five Personality Traits)³⁴探討社交遊戲玩家人格特質(personality traits)和性別(gender)與遊戲行為的關聯性。他們發現，雖然人格特質與社交遊戲使用和強度上無顯著相關，但在遊玩行為上卻有許多重要且微妙的關聯。譬如外向性(extraversion)特質高者，特別喜愛在社交遊戲中進行空間客製化(space customization)³⁵、互惠³⁶的活動，神經特質(neuroticism)越高者則玩社交遊戲時間越少，也較不傾向對遊戲角色進行裝扮或設定；此外，女性較男性每天平均花更多時間在玩社交遊戲上，且更喜愛從事遊戲中的「禮物贈送」³⁷(Gifting)活動。因此，Sung et al. (2010)推論，社交遊戲為何特別吸引女性玩家投入，是因為它讓單一玩家，能夠透過非同步的互動，與其他玩家產生一種社會互動的印象所致。

然而，Sung et al. (2010)亦指出未來欲待釐清的部分，例如為何外向性人格者特別喜愛從事遊戲空間客製化？神經質高者為何較不信任社交遊戲？以及女性較男性偏好玩社交網絡遊戲的實際原因為何？其所喜愛的「禮物贈送」活動背後的确切原因為何？如同多數調查性研究憑藉的是受測者對自己使用模式的印象和回憶，Sung (2010)等人認為其所產生的結果可能仍與實際使用情況有所差異，因此，這些問題極需進一步觀察或訪談才能確切地被回答。

依據上述討論，可以發現玩家的個人特質和動機的確影響其遊戲活動，然而，卻因聚焦於個人心理動機和素質，而容易忽略玩家可能受其所處的社會情境影響所產生的多元遊玩行為。尤其社交遊戲位於一個充滿實體人際關係的網絡平

³⁴ 「五大性格特質」(Big Five Personality Traits)又稱五大人格性質，最早由 Tupes & Cristal(1961)所提出，後陸續由 Costa & McCrae(1992)與 Goldberg(1993)所拓展使之完整。五大人格特質分別為外向性(extraversion):個人喜歡與人互動交談、活潑開放、喜歡冒險的程度；親和性(agreeableness):描述個人性情溫和、有禮貌、容易與人合作的程度；負責性(conscientiousness):描述個人負責、謹慎的程度；情緒穩定性(emotional stability/neuroticism):描述個人情緒敏感、焦慮、緊張、憂鬱的程度；對經驗的開放性(openness to experience):描述個人富想像力、對藝術的敏銳性、優雅、聰慧的程度(Goldberg, 1993)。

³⁵ 以遊戲資源裝飾遊戲空間，使之獨特。

³⁶ 利用遊戲機制互相贈送禮物、幫忙等活動。

³⁷ 在社交遊戲中，虛擬禮物的作用有三，一為贈送和接受虛擬禮物可以幫助玩家在遊戲中升級，二為可以裝飾遊戲空間，三則為表現親密的一種方式(Wohn, Lee, Sung & Bjornrud, 2010a)。

台內，玩家彼此間多為平日生活中所認識的人、好友、家人，甚少出現如玩大型多人角色扮演遊戲(MMORPG)才結識為「遊戲朋友」或發展「網絡友誼」等情況，因此，社交遊戲的玩家遊戲行為更可能容易受到平日生活中的社會互動所影響；此外，社交遊戲性質上也注重人際活動設計，相對於傳統大型多人遊戲較多合作解任務、PK、下戰場或殺敵等任務導向性活動，社交遊戲傾向激勵玩家間彼此互動、情感交流，因此活動性質更為溫和且充滿社交意味。若單純觀察玩家個人心理動機或人格特質可能難以描繪透過遊戲進行的社交互動全貌。

(三) 團體角色特質取徑

團體成員角色特質是由 Benne 與 Sheats (1948)所發展的一組角色類目基礎，即三大團體成員角色特質：(1)任務角色(task roles)，常進行團體內任務的協調和執行、(2)團體關係建構與維繫角色(group building and maintenance roles)，時常嘗試凝聚、提升、維持或修補團體的社會情感面向，以及(3)自我角色(individualistic roles)，其行為是以滿足個人需求為主要目的。自 1950 年起團體成員角色分析(Group Membership Roles Analysis)即應用於分析各種面對面互動團體和團體中的互動(行為)模式，在過往多應用於協助訓練工作團隊，例如人力資源發展、教育、社區發展、員工管理、健康照護和社交工作等，被用以確認一個團體的規範和價值，以及在其中的主導行為型態(predominant forms of behavior)，幫助團體中的領導者了解團體互動動態(dynamics of interaction)，並協助診斷團體互動、合作上發生的問題(Benne & Sheats, 1948; Bales 1951, 1958; Brown, 2000; Forsyth, 1999; Hiltz et al, 1986; Mudrack and Farrell, 1995; 轉引自 Maloney-Krichmar & Preece, 2005)。Brown(2000)指出，由於角色可以作為一種慣例(norms)，隱含對團體中某個個人可預期的行為，因此也提供了團體成員在日常生活中的秩序(order)和可預測性(predictability)。

由於團體成員角色分析是從面對面團體研究中發展而來，雖被廣泛應用於探討各種面對面類型團體，但被運用於分析非面對面、電腦中介互動社群研究上是近年才逐漸興起的一種方向，其分析方法為依據個人的行為和與他人的互動過程，來分析個人在團體中扮演的角色和其互動模式。Kozinet(1999)指出，個人在社會情境中所扮演的角色(role)，不僅會影響其人格特質，亦能夠預測其行為；Pan, Kuo & Lee (2007)主張在探討支持多人線上互動系統(例如遊戲)的使用者時，應考量到使用者的行為(user's behavior)會受其在線下團體中扮演的角色影響，因為角色不僅影響其人格特質，亦能夠預測其行為及與他人互動模式(Benne & Sheats, 1948; Bales, 1951, 1958; Belbin, 1981, 1993; Kozinet, 1999)。Peña & Hancock(2006)首先將角色分析應用至線上遊戲的溝通互動中，發現玩家在進行線上團隊遊戲時，經常出現關係維繫角色行為，包括利用幽默(笑、笑話)舒緩緊張氣氛、表達團結和凝聚感等，而與執行任務相關時，則有給予命令、建議或詢

問任務資訊等溝通訊息出現；當遇到敵對或未遵守規則之玩家，則會表達不贊同，或以冒犯語言等自我角色行為進行個人攻擊和表達緊張感。

由前述社交網絡背景介紹可知，社交遊戲非常倚賴玩家的實際社交圈，以形成遊戲互動的框架(Hyantt, 2008)，而社交網絡網站正是提供此一框架的來源(Ellison, Lampe & Steinfield, 2009)³⁸。因而社交遊戲的玩家(或稱使用者)的遊戲行為不僅與社會互動密切相關，也由於社交遊戲框架由平日實際生活中的互動網絡—玩家所在的人際團體所建構，因此在遊戲時更貼近實際團體互動。

據此本研究推論，在由實際交友圈延伸而成的社交網絡遊戲中，玩家與他人的互動行為，仍受其在現實生活所屬的社會團體內所扮演的角色影響。因而團體成員「角色特質」觀點可能亦涵蓋「動機」和「人格特質」層面而更能說明玩家的社交遊戲互動行為面向，及其如何影響遊戲類型的選擇。

總結上述討論，人機互動領域之社交性觀點，著重瞭解特定性質網站、社群之使用者的使用目標和需求，以符合解決使用者實際問題為前提，納入該社群使用者本身觀點和互動使用情境來考量社交性，光是倚賴過往原則進行介面設計並不能完全解決使用者在操作上、工作上或娛樂互動上的需求。因此，在探討社交遊戲此類休閒娛樂群體軟體之社交性時，也應有別於人機互動領域過去以完成群體任務、工作為導向之研究，納入社會學、人際互動相關觀點，並考量使用者的實際社交模式，才能確切描繪出適用於此一虛擬遊戲環境之社交性設計準則。而應用團體研究「角色」概念於虛擬平台上之相關研究，亦注重人於實體團體中所扮演的「角色」(roles)，探討使用者如何將與他人平日互動的慣例及行為帶入虛擬平台或社群中，呼應了社交性研究的旨趣。由前述將角色概念應用於虛擬遊戲平台的初步研究也發現，玩家在遊戲的社交活動中的確表現出不同的角色特質與行為(Maloney-Krichmar & Preece, 2005 ; Pan et al., 2007)，提供研發者在設計上一個參考方向。

此外，現實生活中的友誼、親疏關係亦影響了遊戲策略選擇，並且也透過遊戲影響了彼此間的溝通。遊戲中的互動方式與生活中的社會互動方式強烈相關，與對方在人際關係中的親密、信任與否、友善或敵對，是影響其產生不同遊戲方式的重要因素(Salen & Zimmerman, 2004)。據此，在社交網絡遊戲玩家的互動過程中，玩家之「角色」特質與互動玩家之「關係深淺」也成為重要的影響因素。本文研究之目的，主要欲透過「角色」與「關係類型」兩角度切入，分析、歸納此兩面向如何影響玩家透過社交網絡遊戲產生社會互動，以此歸納互動介面設計

³⁸ 社交網絡網站將使用者的實際人際網絡透明化，並延伸至網際網路內，因此，社交網絡網站亦成為個人與其所隸屬之團體互動場域，例如玩家與其高中、大學好友、興趣團體或公司成員皆可在社交網絡網站中彼此連繫與瞭解近況(Ellison, Lampe & Steinfield, 2009)。

上之社交性要素。以下即回顧過往相關研究，進一步整理、探討角色與遊戲互動間之關聯。

第三節 角色

一、角色的概念

「角色(role)」一詞源自戲劇的用語，指希臘與古羅馬時代將戲劇的某些情節寫在滾筒上，以方便演員閱讀作為提醒之用，後來演變成演員在舞台上扮演的人物(蔡侑蓉, 2009); 約於 1930 年代, 經 Mead(1934)、Moreno(1962)及 Linton(1936)等學者的努力, 才將角色的概念引進社會學(Clifford, 1996)。Mead 使用此概念旨在說明人們的交往中可以預見的互動行為模式, 以及說明個人與社會的關係, 他認為角色在互動過程中形成, 角色表演並沒有一個先定的劇本, 文化只能為角色表演規定大致的範圍; Moreno 受 Mead 的角色扮演概念激發, 認為角色行為是學習的歷程, 包括角色行為的獲得、維持及消失等; 人類學家 Linton 則對於身分和角色做了經典的區分: 身分(status)簡指人們可以擁有的權利與義務的合集, 而角色則表示身分的動態面貌, 當人使組成身分的權利與義務生效時, 便在扮演一個角色(陳筱明, 2003)。如今角色一詞已被廣泛引用在社會認知學、人類學、心理學與組織行為學等研究領域。

二、角色(Role)的定義

學者之間對於角色的認定, 因領域不同或所持論點之差異而有不同的定義。Salazar(1996)認為在小團體動力學研究中, 有三大主要的角色理論: 1. 角色期望和角色扮演(Role expectations and behaviors supposed to perform)理論、2. 角色和組織地位(Role and organization position)、以及 3. 角色與情境(role and context)。三者對角色定義和概念各有不同, 分別描述如下(呂婉瑜, 2000):

(一)角色期望和角色扮演(Role expectations and behaviors supposed to perform)理論

角色期望和扮演理論將角色定義為所有團體成員對某一成員行為之認知、評估和期望(Perceptions, Evaluations, and Expectation), 團體成員根據當事人(Focal person)個人的人格特質(Personality traits)而對其行為產生期望, 而當事人同時也

知道其他團體成員對他的期望，於是他會依據此期望而在團體中使他的權利與責任產生影響，此時便在扮演某一特定角色了(Bormann, 1990)。

(二)角色和組織地位(Role and organization position)

角色與組織地位理論從組織觀點探討團體成員的角色，主張成員會按照自己在組織中的地位，產生一組與這地位有關、被期望的行為和活動。Katz 和 Kahn (1978)提出角色段落(Role episode)闡明組織地位對成員角色扮演之影響，認為角色傳遞者(Role sender)經由產生期望(Expectations)、傳遞期望(sending expectations)、接收期望(Receiving expectations)和表現期望(Behaving)四個階段將角色期望傳遞給當事人，使其感到被期望而履行其角色。

(三)角色與情境(Role and context)

角色與情境理論主張角色是個人或團體在某一情境下的行為面特性(Behaviors characteristic in a context)，此行為特性會隨時間與空間而改變，所以成員的角色會在互動的過程中產生與再生(Produced and reproduced in interactions)(Biddle, 1979)。

在人際互動與溝通的過程中，Rogers(1995)即指出「互動」即兩造雙方角色可以彼此互換並控制相互間論述的參與程度，意即溝通角色與任務是輪流扮演，訊息發送者與接收者是共同參與且互相交換(Rafaelli, 1988)，是維持互動的延續的重要因素。此種具情境特性的角色分類相當符合團體成員角色不斷變化的動態特質，故本文採用角色與情境理論的觀點來定義團體成員在團體互動過程中所扮演的角色。

三、 角色類型與行為

人類是社會和心理動物，個體所表現的行為，受其心理特性與社會身分的影響，沒有人能完全脫離社會離群而居，角色正是個人於社會中存在的表徵。而團體是由不同的個人組合而成，因此在任何類型的團體中，每位成員都帶著其熟悉或慣有的獨特方式與他人互動或執行任務(Belbin, 1981, 1993 ; Hare, 1994)。這些不同的方式形塑了團體中的角色，亦造就了不論在正式組織或非正式組織內的身分位置，例如主席、秘書或激勵者、丑角(jokers)等(Davies & Kanaki, 2006)。

過去許多探索團體成員互動行為的研究中，嘗試將團體中成員的角色加以分類，Benne 與 Sheats(1948)最早期提出團體中的角色類型，認為在一個團體中，

每位成員皆可能扮演不同角色，並表現出不同行為特質。角色功能並無熟優熟劣之分，成員角色與團體成長和成就相關，必須要清楚界定每種角色的特質，方能助於團體成員理解彼此和運作，他們定義出三種團體中的角色特質，分別為團體任務角色(group task roles)、關係建構與維繫角色(group building and maintenance roles)及自我取向角色(individual roles)，並細分出此三類角色特質之下 29 種子角色行為(見表 2-3)(Benne & Sheats, 1948)：

(1)團體任務角色(Group Task roles)

這組角色與團體內所要執行或將要執行的任務有關，人們履行這些角色任務目的在於激發與協調完成共同任務的抉擇與界定，企圖支援其他同樣圍繞工作、任務運轉的他人，本文以下簡稱任務特質角色。

(2)關係建構與維繫角色(Group building and maintenance roles)

此類型角色時常嘗試凝聚、提升、維持或修補團體的社會情感面向，他們目的在於加強或維持團體關係於不墜，他們幫助滿足團體成員的人際和情感需求，本文以下簡稱關係特質角色。

(3)自我角色(Individual roles)

此類角色和上述兩種類任務和關係維繫無關聯，其行為是以滿足個人需求為主要目的，強調自己的需求超過團體的需求。

Benne 與Sheats(1948)指出，由於團體的運作和互動是所有團體中角色一起參與而形成，因此在研究觀察或團體訓練上不可忽略任何一方。Brown(2000)亦指出，團體角色俱備三項作用，其一為提供工作分配的依據，以防止少數人負荷過重；其二，角色形塑了團體成員個人的自我身份和他們在團體中的地位。最後，角色提供了團體在日常生活中的秩序(order)和可預測性(predictability)，因為角色可以作為一種慣例(norms)，隱含對團體中某個個人可預期的行為和情況。譬如任務特質角色傾向激發團體成員朝向他們目標的同時，也對其他人給予命令、約束其行為選擇權或敦促他們行動，因此也容易產生更多緊張、敵對或不同意情況，而關係特質角色則容易降低緊張、接受命令和解決問題，這種區別隨著時間變得更為顯著。

表2-3團體成員的任務特質角色、關係特質角色和自我特質角色之分類

團體任務角色(Group Task Roles)	行為描述
(1)發起者或貢獻者 (initiator-contributor)	建議新的意見或給予新的界定，或提出解決的辦法。
(2) 資訊探求者(information -seeker)	尋求對議題、任務的正確瞭解，或尋求與完成任務相關的權威消息與事實資料。
(3) 資訊提供者(information-giver)	提供與任務相關的經驗或資訊。
(4) 意見探求者(opinion- seeker)	不問事實原因，只問團體中成員意見。
(5) 意見提供者(opinion-giver)	對任務或議題提出看法和意見，並會暗示成員應有何種態度。
(6) 推敲者(elaborator)	舉例說明或推理出合理的解釋，並且嘗試推演提案(議)一旦被採納時會如何運作。
(7) 協調者(coordinator)	為各種意見搭起橋樑，並在各次團體穿梭，嘗試將意見與行動整合在一起。
(8) 導引者(orienter)	指出意見的意向，導引目標，或提供討論方向，當團體討論離題時，會將成員們心思拉回正在討論的主要議題。
(9) 批判者(evaluator-critic)	提出一些標準來評估、質詢團體討論的實施、邏輯或程序問題。
(10) 加油者(energizer)	鼓動團體決策或採取行動、或刺激團體達到高潮。
(11) 程序專家(procedural technician)	促成團體行動、管制進度、安排會議細節或設備、分配任務。
(12) 記錄者(recorder)	提議的草擬與記錄，結論的登載。
團體關係建構與維繫角色(Group Building and Maintenance roles)	行為描述
(1) 鼓舞者(encourager)	使用讚美、溫暖與團結的態度對待他人，並且表現對他人觀點的瞭解與贊同。
(2) 調和者(harmonizer)	企圖使用不同意見取得協調，並消除緊張與衝突，使場面輕鬆。
(3) 妥協者(compromiser)	當自身意見與他人有衝突時，會尋求折衷辦法或與之妥協、甚至承認錯誤以維持團體凝聚。
(4) 守門員 (gate-keeper)	保持溝通孔道暢通，並且促成成員的參與互動，激發溝通。

(5) 標準設定者 (standard-setter)	為團體設下一些運作的指標。
(6)情感表達者(feeling expresser)	明確表達在團體中的感受、心情和關係，並會與其他成員分享感受。
(7) 追隨者(follower)	善於追隨團體行動，或多少接納他人意見，在團體討論與決策中，經常是一位聽眾。
自我角色(Individual Roles)	行為描述
(1) 攻擊者(aggessor)	經常使他人洩氣，反對他人的價值、行動與感受，攻擊團體與團體目標。
(2) 阻撓者(blocker)	對他人意見表是頑強反對，不惜代價阻止其所反對的意見被通過。
(3)退縮者(deserter)	不參與或表現冷漠，時常偏離主題或進行一些與討論議題無關的對話。
(4) 認可尋求者(Recognition- seeker)	運用誇張或炫耀的各種方法來引起別人的注意，唯恐天下不知己。
(5) 支配者(dominator)	喜愛打斷他人談話，並常滔滔不絕的冗長發言，具有權威並常占據他人時間。
(6) 遊客(fellow-traveler)	是團體中的過客，到此一遊，志不在此。
(7) 丑角(comedian)	好以不適當的幽默嘲諷別人，缺乏率直與誠懇的投入。
(8) 玩世者(playboy)	以外來人或遊蕩人物的姿態，表示對團體活動的不屑參與或嘲諷。

資料來源：Benne & Sheats(1948), Journal of Social Issues

由上表可知，即使某一群人具備類似角色導向，但彼此仍會展現出細微不同的角色特質，因而嶄露不同的行為與活動。譬如同樣具備任務導向特質者，則因其慣有之待人處事方式不同，如有人善於提供創新意見，而有人則擅於執行任務，因而分別成為團體中常見的發起者(initiator-contributor)和程序專家(procedural technician)角色。

在後續的研究中，不同領域的研究者大部分也以 Benne 與 Sheats(1948)的角色分類為基礎，配合其研究主題進行修正與調整。Bales(1950)就其所觀察面對面團體的角色溝通行為，提出了任務性溝通行為(task behaviors) 與社會情感性溝通行為(socioemotional behaviors) 兩大行為類目，並發展成為探討「互動歷程分析」方法—Interaction Process Analysis(IPA)³⁹ (Peña & Hancock, 2006)。

³⁹ IPA 由十二種訊息類目所組成，包括六種社會情感性訊息和六種任務性訊息。社會情感訊息依

由於 Bales(1950)所發展的溝通行為類目包含了 Benne 與 Sheats(1948)的任務導向角色、團體建構與維繫導向角色，以及自我導向角色的主要溝通內涵，因此廣受後續研究者青睞(Davies & Kanaki, 2006; Pianesi et al., 2008)，成為影響面對面團體互動與電腦中介傳播研究至深的一種方法(Walther, 1992)。後續針對團體互動行為的相關研究，多數學者也延續 Benne 與 Sheats(1948)和 Bales(1950)的角色概念為分類基礎，配合場域特性進行了修正與調整，本研究將之整理成如表 2-4 所示。其中，Pianesi et al. (2008)針對團體面對面學習小組進行研究，將成員角色歸納為三種：任務性角色、情感性角色、負面情感性角色。任務性角色包括帶領大家來執行任務、發起討論或是提供資料以執行任務；情感性角色較通常會肯定組員表現，協調組內不安的氣氛並激勵士氣；至於負面情感性角色，則較重視自我，常不參與組內的合作或對於不同意見不輕易妥協，往往會造成團體氣氛凝重。雖然不少學者企圖將成員的角色加以分類，但在大部分的人際團體中，成員角色多可被歸納入任務性角色、關係性角色及自我性角色三類型中。

表2-4際團體成員角色分類

相關研究	角色類型		
	任務性	關係/社會情感性	自我/個人性
Benne & Sheats(1948)	激發與協調團體完成共同任務的抉擇與界定。	加強或維持團體關係於不墜。	強調自己的需求超過團體的需求
Bales(1950)	任務性角色	正向社會情感角色	負向社會情感性角色
Forsyth(1999)	領導者、強力執行者、決策者	鼓舞者、傾聽者、追隨者	攻擊者、逃避和自我表白者、放浪形骸者、自大者
Wenger, McDermott & Snyder (2002) 探討組織內成員角色	組織團體運作、是團體內核心角色，同時也是活躍成員	協調團體內不同意見，使緊張關係舒緩、善於激勵他人	是團體的邊陲成員，較少被注意；過度被忽視或排擠則成為局外人
Pianesi et al. (2008)	激發任務性的討論	肯定組員，並會協調	對於不同的意見不

其性質又可分為三種正向(positive)和三種負向(negative)社會情感訊息，前者(正向社會情感訊息)包括：(a)表現團結和友善、(b)解除緊張、笑、笑話和戲劇化，及(c)同意和理解，相近於 Benne 與 Sheats(1948)的關係角色的行為特質；後者(負向社會情感訊息)包括：(d)不同意或被動拒絕、(e)製造緊張，以及(f)攻擊對方，則相近於 Benne 與 Sheats(1948)的「自我導向角色」的行為特質。而任務性訊息則可分為三種詢問性訊息(questions)和三種回覆性訊息(attempted answers)，皆與完成任務或程序相關，且無正負價值之分。前者(詢問性任務訊息)包括：(a)詢求意見、評估或分析、(b)尋求指引、資訊和重複確認，及(c)尋求建議、方向和可能的行動辦法；後者(回覆性訊息)包括：(d)提供意見、評估或分析(e)提供方向、資訊並確認，及(f)提供建議、方向或命令；上述六種任務性訊息相近於 Benne 與 Sheats(1948)的「任務導向角色」的行為特質(Peña & Hancock, 2006)。

探討學習小組成員角色	或是帶領團體執行任務	組內氣氛、支持成員情緒	輕易妥協，甚至是不參與組內的合作
Hobson, Strupeck & Szostek(2010) 探討組織中的領導力	發起任務、開啓討論、提供資訊、尋求意見價值、協調意見、澄清事實	就事論事，而不涉及個人、適當的使用幽默幫助團體放鬆。	阻撓團體的決策、強加自己的意見在他入身上、逃避、分散注意力、炫耀。

資料來源：本研究整理

而由上述研究結果的討論也發現，個人不僅可在團體中身兼多個角色特質，自我特質角色也並未完全對團體有害。本文整理後分別詳述如下：

1.個人可兼有多種角色特質

許喬雯、岳修平與林維真(2010)探討角色對團體學習的影響性，發現團體中成員也會因情境的改變而同時兼具兩種以上不同的角色特質。Mudrack與Farrell(1994)發現，同儕團體中具主導地位之個人傾向兼有任務導向角色(例如發起者)和自我導向角色(例如攻擊者)特質，但卻未具備團體建構與維繫角色特質；在另一項團體角色研究中，Mudrack與Farrell(1995)則發現此三種角色類目彼此關聯，具有任務角色特質者通常兼有維繫角色特質，此外，任務角色與維繫角色於其活動中所感知團體凝聚感之程度，明顯高過自我導向角色所能感知。

2.自我導向角色未必對團體有害

早期多數主題聚焦於團體如何共同合作及決策，並達成具體目標，因而研究結果大多發現任務性角色和關係維繫性角色對團體發展有益，而自我導向角色因為個人主義濃厚、重視自我，對於不同的意見不輕易妥協，甚至不參與組內的合作，成為具有負面特質的角色，因而較無益於團體合作發展⁴⁰(Forsyth, 1999)。然而，亦有研究發現個自我導向角色是團體運作中不可或缺的一員，例如 Wenger, McDermott 與 Snyder (2002)指出，邊陲成員(peripheral people)也是促成團體凝聚的要素之一⁴¹ (Wenger et al., 2002, p. 4)。

⁴⁰ Forsyth (1999) 指出在團體合作過成中，個人性角色中會出現比較負面的角色特質，如因為利己主義而產生反團體的行為，如攻擊者 (aggressor)、阻礙者 (blocker)、支配者 (dominator)、告密者 (informer)、逃避和自我表白者 (evader and self-confessor)、求救者 (help seeker)、尋求認可者 (recognition seeker)、放浪形骸者 (playboy/girl)、獨佔者 (monopolist) 與自大者 (self-righteous moralist) (Forsyth, 1999)。

⁴¹ Wenger, McDermott 與 Snyder (2002) 分析出五種促成團體凝聚的要素，同時也是五種參與程度的角色：核心角色(core members)、活躍成員(active members)、邊陲成員(peripheral people)、局外人(outsiders)，以及協調者(coordinator)。

在國內研究中，蕭宏文(2001)依據 Benne 與 Sheats(1948)的三大角色類目，分析出小組學習中的十一種角色，並發現小組內的協調者(coordinator)、鼓舞者(encourager)、支配者(dominator)、遊客(fellow-traveler)的人數會影響到小組的成績⁴²；玩世者(playboy)與遊客很容易會產生輟學的情形，遊客通常不喜歡上傳檔案，而程序專家通常較常展現上傳檔案等學習行為特徵；許喬雯等人 (2010)亦發現團體中若有成員表現過度鮮明的個人性角色，確實可能會破壞團體的和諧氣氛，但是輕微的個人性角色在多數情況下仍會融入團體，甚至引導團體進行討論，促使團體氣氛融洽，也更易達成目標。由上可知，以上這三大類組的角色，有積極性的，也有消極性的，但並不是負向的角色就對團體的發展不利，也不是任何正向的角色就對團體有利(蕭宏文, 2001)，此亦呼應 Benne 與 Sheats(1948)所稱一團體的運作和互動是所有團體中角色一起參與而形成，因此在研究觀察上不可忽略任何一方。

綜上述討論可知，角色特質深刻影響團體內成員如何運用其慣有行為模式或策略達成目標或與他人相處。透過細察團體內成員的溝通行為與互動方式，研究者才得以全盤了解成員間的互動歷程。近年來，角色行為研究的觸角也逐漸從面對面互動延伸至線上虛擬空間，如電腦輔助合作、學習系統、線上支持社群和虛擬遊戲等，企圖觀察該社群或平台內，成員們產生何種角色導向的活動或互動行為，藉以了解成員如何藉由媒介或虛擬平台上的功能達成目標。本文以下深入檢視角色特質與遊戲互動關聯性之相關研究。

四、 角色與遊戲互動

Maloney-Krichmar 與 Preece(2005)首先應用 Benne 與 Sheats (1948)及 IPA 方法於虛擬社群中，他們針對線上膝蓋健康照護社群成員的訊息互動，進行為期二年半的觀察分析。研究結果發現，透過團體角色行為分析，研究者得以更具體的確認團體內的活動型態和行動者。過去研究只能確定虛擬社群裡面的幾個主要活動，如要求、給予資訊和提供支持等(Preece, 1998, 1999)，但透過團體角色行為分析，研究者得以更深入掌握團體成員間的互動動態，並了解行動者的角色特質，以及角色之間的行為、需求、分工和互動。即使是人數有限的虛擬線上社群，成員們仍能扮演不同角色，並且所扮演的角色類型即代表該社群的價值。例如在該社群中，成員扮演著資訊提供者、意見給予者、激勵者和評論家等角色，他們的行為也幫助該社群達成目標，同時也滿足該社群成員的期待，意即，成員們能

⁴² 小組中協調者、鼓舞者、支配者、遊客的人數會影響到小組的成績，其中協調者、鼓舞者、支配者的人數越多對小組成績有正面的影響，而遊客的人數越多對小組成績則有負面的影響(蕭宏文, 2001)。

在此社群中找到所想要的資訊、注意並提供他們建議的人們以及被鼓勵和關心 (Maloney-Krichmar 與 Preece, 2005)。

Peña & Hancock(2006)首先將互動歷程分析(Interaction Process Analysis, IPA)應用至線上遊戲的溝通互動中。他們採用 Bales(1950)所提出的兩大類角色行爲模式—社會情感性導向和任務性導向溝通，來分析玩家間彼此傳遞的文字訊息。玩家在進行線上團隊遊戲時，經常以正面情緒溝通爲主，包括利用幽默(笑、笑話)舒緩緊張氣氛、表達團結和凝聚感等，而與執行任務相關時，則有給予命令、建議或詢問任務資訊等溝通訊息出現；當遇到敵對或未遵守規則之玩家，則會表達不贊同之意，或以冒犯或直接了當的語言進行個人攻擊和表達緊張感。

Pan et al. (2007)則探討《巴哈姆特電玩線上資訊社群》內玩家的互動，共可依玩家目標分爲任務性和關係維繫活動型態，前者如建立規範並有效率的執行、促使溝通管道暢通和主動提供團體合作相關的活動資訊，皆爲該社群版主所進行的活動；後者則如創造引起互動(聊天)的主題(例如分享遊戲角色的造型照片)、渴望獲得回應和其他短訊息(例如生日祝賀等)以及一對一私下溝通，都是玩家常在該社群中進行的活動。

Dannecker et al. (2008)亦應用 Bales(1950) 所提出的兩大類角色行爲模式進行《魔獸世界》玩家的訊息傳遞內容分析，發現團隊中的領導者常出現下達命令、方向和建議的行爲，而在緊湊的格鬥中，玩家常因壓力和緊張而表達出負向社會情感行爲和訊息，如緊張、逃離、被動拒絕、攻擊他人和使他人洩氣。

綜前述研究討論可知，任務、關係與自我性角色導向之行爲貫穿了大部分線上遊戲活動，可見在線上遊戲環境中，玩家們基於自身目的和環境所提供操作功能，而展現出不同的遊玩行爲。當玩家渴望透過遊戲中的社會互動，以達成任務、表達情緒或建立關係時，則同時也正展現其在遊戲中所扮演的角色。

然而，上述應用 Benne 與 Sheats(1948)或 Bales(1950)團體角色分析的遊戲相關文獻研究中，其所探討的環境多爲大型線上多人遊戲(MMOGs)。相對於社交網絡遊戲基於玩家實際社交脈絡，大型線上多人遊戲多充斥來自四面八方、彼此不相識，因遊戲任務而即時合作的遊戲夥伴。因此在上述角色與遊戲的研究中，研究者關注的焦點多爲歸納「遊戲互動過程中出現哪些角色行爲」，而無法瞭解玩家在實體人際脈絡中的角色特質如何影響其遊戲行爲。

換言之，受限於大型多人線上遊戲玩家之實體人際脈難以掌握，則所能觀察之焦點多只能聚焦於「玩家在遊戲中的行爲」，而難以得知玩家行爲是否受其實體生活中「與他人慣有的相處行爲」使然。相較於此，社交遊戲因遊戲建立於人

際脈絡之上，且遊戲所設計的元素和玩家的活動型態亦貼近日常生活的社會互動模式，因此研究者除了掌握遊戲中玩家展現了哪些角色行為，更重要的是，需瞭解玩家在實體人際脈絡中的角色特質如何影響其遊戲互動行為。

據此，本文認為，社交網絡遊戲玩家本身在實際人際團體中所扮演的「角色」及其擁有的角色特質，的確可能影響其在社交網絡遊戲中的遊玩行為或採取不同遊戲策略達成社交互動目標。本文將參照「角色特質」此概念，做為探討社交網絡遊戲玩家之遊玩行為，一個分析的角度與詮釋方向。

總結上述討論，針對人們如何透過遊戲創造、維持關係和互動，若只觀察遊戲單一面向，則可能會掩蓋潛在的重要貢獻，更需檢視玩家間透過遊戲的人際動態(interpersonal dynamics)，才能更臻完整(Lucas & Sherry, 2004)。社交遊戲為玩家提供了一個人際互動、發展社會關係的虛擬場域，在其中，玩家進行遊戲行為，不只是為了獲得操作遊戲時的愉悅感，亦透過虛擬遊戲連結人際互動，並揉合微妙的社交互動和同儕比較元素，從中獲得社交愉悅 (Kerr, 2006)。據此，本研究認為，在探討使用者如何透過社交網絡遊戲與他人互動前，必須也瞭解使用者個人在實體生活中，與深淺關係不同之他人的社會互動方式，以瞭解其如何將實際生活的人際互動延伸至虛擬的社交遊戲空間。以下將詳述人際關係與關係類型之內涵。



第四節 人際關係類型

使用媒介來滿足人們社會互動需求，在 1974 年 Roengren 在討論媒體的使用與滿足模式(uses and gratification model on media)時即發現。他指出，愛與隸屬感是促使閱聽人使用媒介的主要需求之一，人們透過媒體使用來建立與家人、朋友間的情誼發展。Salen & Zimmerman (2004)亦指出，影響玩家在遊戲中的社會互動，除了遊戲本身的規則和機制外，現實生活中的友誼、親疏關係也會影響玩家的遊戲策略選擇，並且也透過遊戲影響了彼此間的溝通。遊戲中的互動方式與生活中的社會互動方式強烈相關，與對方在人際關係中的信任與否、友善或敵對，是影響其產生不同遊戲方式的重要因素。

儘管社交網絡網站在累積和管理社會資本中扮演了重要的角色 (Lampe, Ellison & Steinfield, 2006)，但 Boogart & Robert(2006)卻發現，約 46% 的使用者對於 Facebook 上所謂的「朋友」抱持著普通或疏離的情感。因此，即使科技促使個人在線上的社交網絡較實際生活中來得廣泛，但其中實質的友誼關係卻深淺不一(Tong, Heide, Langwell & Walther, 2008)。由於社交遊戲內嵌於社交網絡網站中，玩家的遊戲互動對象也幾乎是同為「朋友」標籤底下的人們，但對於玩家來說實際上卻仍有親疏之分，如與知己或點頭之交，其遊戲行為則可能不一。

故本研究在此節首先自實體人際關係相關理論角度出發，歸納不同深淺關係的人際關係類型及互動內涵，其次，討論遊戲中的人際互動行為，最終期盼能瞭解實際生活中，不同親密程度之關係類型如何影響虛擬遊戲之互動歷程及社交目標。下文將進行闡述探索。

一、 人際關係的定義

人際關係，顧名思義，就是人與人之間的關係(陳皎眉、鐘思嘉，1996)。打自呱呱落地，人們就開始學習這套知識，每天我們必須有效地與他人互動以影響別人或被影響、幫助或接受幫助。這一切的行為都必須在人際關係的背景下發生，同時也回饋而影響我們的人際關係。

爲了要能瞭解人際關係的涵義，以下將引述若干學者專家對人際所下具有代表性的定義，並加以綜合歸納、整理如表 2-5 所示。人際關係的定義通常會因研究者主觀興趣或研究取向，而有不同見解或說法，然而基本內涵卻是大同小異(陳忠正，2005)：

表2-5 國內外學者針對人際關係之定義

國內外學者	人際關係定義
Schutz(1958)	是指二個或二個以上的人，爲了某種目地的交互作用。
Brammer(1993)	意指人與人之間互相交往、交互影響的一種狀態，是一種社會影響的歷程。又稱「人群關係」。
Davies(1995)	「關係」爲在網絡中的社會互動，且網絡中的成員同樣地和他們認識的個體持續重覆這個遊戲。
楊孝燦(1982)	人與人之間的關係，亦是指個體與個體之間的關係，個體與群體之間的關係，甚至可說擴充至個體與社會之間的關係。
張春興(1995)	係指人與人之間交互的關係。關係和諧與否，維繫於個人待人處事的態度與能力。
林建良(2005)	是生命這一段過程中，人與人之間彼此經由思想、感情、行爲等文化模式與過程所構成的社會互動關係。簡單的說，便是人與人的相處之道。
陳忠正(2005)	人際關係爲人與人之間將思想、情感透過語言或非語言的行爲方式交互作用、相互影響促進關係的和諧達成某種共同目的的社會歷程。

資料來源: 本研究整理

綜上述觀點可知，當人與人之間產生交互影響的作用，即思想、情感或行爲上透過語言或非語言的行爲方式進行交流，便構成了人際關係。Littlejohn & Foss(2005, p. 207)即指出：「關係是在傳播當中被形成、維持，以及改變的。」人際關係與人際傳播是一體兩面的概念，若沒有傳播的過程，則無法發展人際關係(葉毓修，2007)。人際傳播(interpersonal communication)是一種過程，過程中使用語言和非語言線索來傳遞和接收訊息，試圖引發特別的意義，特別注重兩個個體之間的互動(Defleur, Kearney & Plax, 1992, p.132)。

人際關係發展多元且複雜，因此也影響了相互交往的人們所持有之關係類型，及其交往行爲(陳忠正，2005)。針對關係類型的分類，國內外皆有學者提出許多相似又不盡相同的概念，並促成許多研究討論，本研究將爬梳相關重要研究，並彙整人際關係理論觀點，嘗試歸納出關係類型的分類依據。

二、 關係之類型

人與人的關係可以分成好幾種類型，並且可以從不同的角度觀之，如依發展

內容的不同視之，有人我取向的人際關係與工作取向的人際關係，或依互動層次的不同，有深層次的人際關係與社交層次的人際關係(DeVito, 2002)。在探討人際關係類型上，中外學者常分別以不同面向和角度切入闡釋，促成了許多研究的發展。

中華學者中，針對關係分類最經典的研究是人類/社會學家費孝通(1948; 轉引自邱建璋，2004)在「差序格局」概念基礎上形成的「自家人/陌生人」的畫分。在《鄉土中國》中，他指出：西方個人主義中的個人，像一枝枝的木柴，他們的社會組織將他們網綁在一起，成爲一捆捆的木柴。中國社會的結構則好像是一塊石頭丟在水面上所發生的一圈圈推出去的波紋。每個人都是所推出去的圈子的中心，而跟圈子所推及的波紋發生連繫(見圖 2-1)。



圖2-1中國社會的差序格局(費孝通，1948)

費氏主要提出家族主義的說法，指出農村人際關係最簡單的分類是將最接近自己的一圈人稱爲「自家人」，其他叫作「外人」，並且各格局（自家人、外人）的界限是由行動者自行做解釋劃分，隨情境而有伸縮性。費孝通的論述啓發後續社會心理學家在關係研究上的分類；譬如黃光國(1988)在「人情與面子：中國人的權力遊戲」中便引述費孝通的「差序格局」概念，認爲中國人常常用不同方式對待和自己關係不同的人(邱建璋，2004)。

黃光國(1988；轉引自邱建璋，2004)以請託者的行爲和資源支配者的心理歷程說明中國人如何以「人情」和「面子」影響他人的理論架構，他將資源支配者的關係判斷分爲：情感性關係(expressive tie)、工具性關係(instrumental tie)及混合關係(mixed tie)三類(見表 2-6)。第一類「情感性關係」是一種長久而穩定的關係，個人和他人建立的關係主要以滿足關愛、溫情、安全感、歸屬感等情感方面需要，例如家人、密友、朋儕團體等原級團體(primary group)中的人際關係。此時華人家庭中主要的社會交易和資源分配法則是「各盡所能、各取所需」的需求法則；第二類「工具性關係」是指個人在生活中和他人建立關係，目的是爲了獲得他所期望的某些物質，此種關係是短暫而不穩定的，例如陌生人、公車司機與乘客等，

其社會交易法則是講究「童叟無欺」的「公平法則」以進行純計算式的獲取資源；第三類「混合性關係」則是指關係中的雙方彼此認識且具有一定程度的情感關係，但其情感關係又不像情感性關係中的情感那麼深厚，例如親戚、師生、鄰居、同事、同學等。此種人際交往的本質是特殊性和個人化的。亦即因人而異，採用的法則是「人情法則」，透過受恩回報來維持與經營關係。

表2-6 黃光國「情感性/工具性/混合性」的關係分類

關係類型	特徵	成員交往行爲	交往法則
情感性關係	長久而穩定	成員彼此很少有顧忌存在，能夠表現出較多真誠行爲。	需求法則
工具性關係	短暫而不穩定	普遍化與非個人化	公平法則
混合性關係	有一定程度的感情關係，但又不像情感性關係中的情感那麼濃厚	特殊性和個人化	人情法則

資料來源：黃光國(1988)；邱建璋(2004)

在西方針對「關係」研究中，Rands 與 Levinger (1979)試圖從「情感」和「行爲相互依賴程度」兩面向，來檢視個人與他人的關係類型，他們認為點頭之交、朋友、好朋友、愛人、伴侶這幾種關係的差異，是呈現一線性關係，點頭之交間擁有最低的情感與行爲依賴，而伴侶擁有最高的情感與行爲依賴性(轉引自吳毓淳，2002)。吳齊殷、李文傑(2001)指出社會關係的歧異主要是由於社會網路中個人與個人或個人與群黨間不同的親密程度所引起；因此，與他人在交往過程中產生的社會交換，其交換內容也會因為所交換之對象的親密程度不同而有所差別。Devito(1994)則認為人們習慣於依個人與交往對象的熟悉程度，將自己與有關係的人區分為認識的人(acquaintance)、朋友(friends)與親密的人(intimates)等三類。

由上述研究探討可知，中外學者雖皆針對關係類型提出相近的概念，但仍有明顯不同。首先，華人的關係探討層面可分為兩部分，一為既有關係，一為交往關係，但研究華人人際關係的學者多重視既有的關係研究，而研究西方人際關係學者則卻又偏重於交往關係的形成(楊中芳，1999)。景鴻鑫、陳柏伶(2009)指出，中華文化的本質，係著重關係本位，即倫理型文化，其所認知的群體得以有很多分類，如既有的先天血緣關係—父母、兄弟姐妹等，以及具有共同經驗的雙方—如師長、朋友、同儕、同鄉等；而西方個人主義文化強調以個體為本位，僅有的關係基礎不足以建立堅強的關係，換句話說，人們需藉由人際之間的互動，才能與人建立鞏固的關係(Dunfee & Warren, 2001)。因此可以說人際之間親疏的感覺是人際間互動產生的結果(Argyle, 1998)。

其次，學者們對關係類型的評斷標準，雖然似可以「親近程度」作為一貫穿中外學者研究之共同點，然而，對親近程度所採取的界定各方標準仍各有不同。吳毓淳(2002)指出，若使用認識時間的長短、見面的次數、主觀情感親近性等作為評估親近程度之標準，則可能因為這些標準在實證研究中往往缺乏一致性，甚或因為取用單一的標準，致使研究在概念上產生推論的缺失。例如以見面的頻率作為是否為朋友的標準，將忽略了許多非地理上親近性的因素（如心理上的親近性等）。取用單一因素作為判定標準將會忽略關係的複雜性及其因素間相互干擾的可能。

儘管中外學者論點各有所長，研究者仍須視研究目的作為主要依據，並在定義上給予明確的解釋。由以上對於關係的解釋可知，華人的「關係」是「由於特殊連帶關係的存在，而產生特別的關係」（鄭伯壘，1999），而人際關係的親疏遠近則如楊中芳(1999)所述：一般人提到人際關係的親疏遠近時，主要考慮兩方面，一是既有關係的強弱，二是交往關係的深淺，所謂既有關係即指先天的關係，如血緣；交往關係則屬後天努力，如朋友。綜合上述既有關係和交往關係的討論，在本論文所探討的社交網絡遊戲，其遊戲對象多為具有共同經驗的雙方—如朋友、同儕或同事等個人，屬於既有關係；但人與人因玩遊戲所形成的互動經驗，又可視為人際間透過遊戲形成的交往關係。因此，若採用單方面分類觀點實不符合分類客觀程度。在接下來的章節中，本研究將進一步從西方人際關係相關理論中探討促成關係形成與持續的因素，選擇較關鍵的因素，綜合本節華人既有關係研究之分類內涵，利用此些面向作為關係類型之分類依據，試圖擴充關係類型概念在行為互動上的意義深度。

三、 人際關係理論

多數學者將人際關係畫分為幾個階段，在不同的階段中，關係、行為與溝通策略等也會不同。社會心理學家 Levinger 與 Snock (1972；引自 Levinger, 1974) 將人際關係的發展區分為三個階段：單向注意階段(unilateral awareness)、雙邊表面接觸階段(bilateral surface contact)和互相捲入階段(mutuality)⁴³；DeVito(2002) 提出人際關係發展六階段論，將關係發展分為接觸期(contact stage)、涉入期

⁴³ 單向注意階段：一方注意到了另一方的外在特點，但另一方並沒有意識到有人正在觀察他獲評斷他；雙方並沒有互動。其次是表面接觸階段：雙方有初步的、淺層的互動，亦即兩人互相意識到對方的存在，並對對方及相互的關係形成某種印象和態度，然而彼此僅限於暫時性的角色對映關係，談不上什麼深度與親密度；也就是沒有走進彼此的私我領域。一般的泛泛之交就停留在這一階段。第三是相互捲入(mutuality)階段：雙方向對方開放自我，分享信息和感情，這是友誼發展的階段；隨著互動程度的增加，兩人自我揭露(self-disclosure)的程度也愈深(Levinger & Snock)。

(involvement stage)、親密期(intimacy stage)、惡化期(deterioration stage)、修復期(repair stage)和解體期(dissolution stage)六階段(圖 2-2)，每階段互動內涵如下所述：

1.接觸期(contact stage)：

當個體首度進行知覺的接觸，這就被視為關係發展的開始，個體會看見、聽見甚至聞到他人身上的氣味。透過這種行為個體能夠獲致對方一個生理上的概念，如性別、外貌、大概的年齡和身高等，體格在此階段尤其重要，因為它是最快被看見的部分。經過感官知覺後，通常會有互動的接觸，這種接觸通常是膚淺且相對來說較無法顯露個人深度的特質，例如打招呼或交換基本資料，然而，透過對方傳遞語言或非語言上的行為，如體態動作或面部表情，諸如友善、溫暖、開朗和活力等較明顯的特質仍會顯現，也會成為評估對方的資訊。

2.涉入期(involvement stage)：

在此時期，人們互相探索對方興趣，並且尋找共同點。在此階段的初期，人們會採取試探行為，想證明自己在接觸期所做的最初判斷是正確的，藉由詢問對方在哪裡工作、興趣和目標，個體企圖對另一個人有所了解。如果想更進一步了解這個人，便會繼續與對方互動，增強關係的涉入程度。如果這是一段浪漫的關係，個體便可能開始約會，若是友誼關係，則個體應開始分享彼此的興趣，例如一起去看電影或共同從事某項休閒活動。在此階段，彼此都將視對方為獨特的個體。

3.親密期(intimacy stage)：

更多的自我揭露會帶來信任感與親密感(Wahlstrom, 1992, p.120)，個體之間的關係也逐漸趨於正向、穩定的發展，並走向親密的階段。在這個過程中，談話方式會越來越不正式，常使用第一人稱或較親暱的稱呼，有屬於兩人共同的符號、更多的情感表達，扮演著彼此問題的解決者(Knapp & Vangelisti, 2000 : 42)。此外，親密期中，雙方進一步有了私密承諾，而後可能是對家人或朋友做出公眾性承諾，也可能透過正式公告，對整個大眾作出承諾。在這個時期的最後，兩人成為一體，代表在彼此心理和在雙方所屬的社會群體眼中，成為公認的一對伴侶。

4.惡化期(deterioration stage)：

一旦雙方因為衝突、外在環境的改變，彼此個性不合等因素，而使連繫在一起的結合力量開始衰微時，就是進入惡化期⁴⁴。在非語言表現方面，如彼此疏離、需要更多私人空間、疏於眼神接觸；而在口頭上表現也包含較少的談話，尤其更少部分的聆聽，欺騙的情形也增加。亦可能產生否定對方的言語攻擊或爭辯。毫無疑問的，惡化階段的雙方也減少了自我揭露的部分(DeVito, 2002)。

5.修復期(repair stage)

修復期涉及個人內在修復，例如個體會分析自己哪裡做錯了，並思考解決爭端的方法。當個體開始與對方討論是否修復這段關係時，便進入人際修復階段，試圖改善兩人關係。如果關係無法修復時，就進入解體期，也代表對一段關係的放棄狀態。

6.解體期(dissolution stage)

切斷將個體連繫在一起的力量，最初以人際分離的形式呈現，假如分開的情形比原本的關係更好，個體便進入社會或公眾的分離階段，會避開對方，恢復「單身」或「我與對方非好友」的關係。



⁴⁴ 關係惡化的第一階段通常是個人內在的不滿：個體開始感覺該段關係不如事先預期的重要，也不如預期的令人滿意。假如個人內在的不滿持續著，個體便逐漸進入第二階段，也就是人際惡化。在這個階段，個體從關係中退出且漸行漸遠，越來越少的空閒時間是和伴侶一起度過的，衝突發生的頻率更高且難以解決。處在關係惡化期的人們，常以獨特的方式進行溝通。

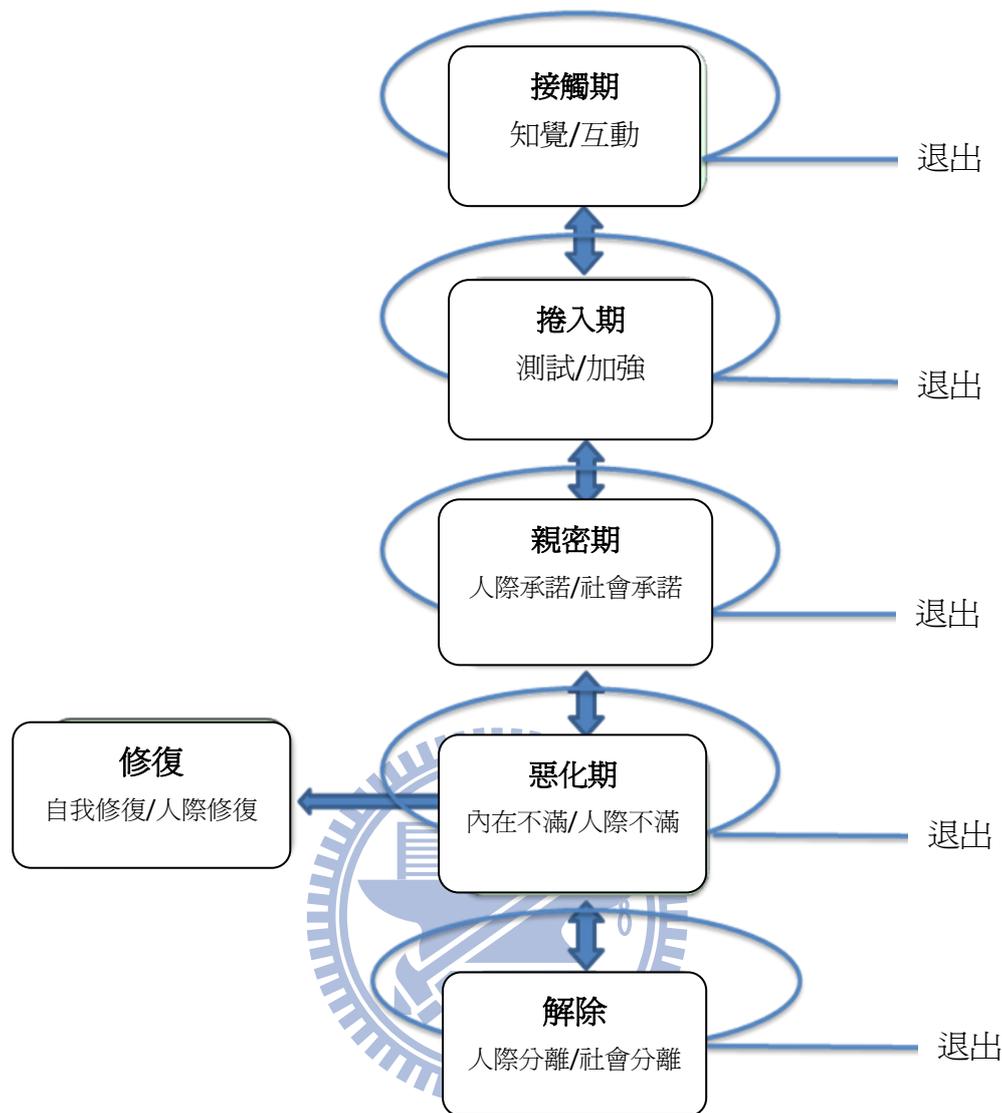


圖 2-2 人際關係發展六階段⁴⁵ 本研究繪製

值得注意的是，人際關係發展六階段論特別強調人際關係並非是線性方向依序發展的，人們在每一階段皆有三種選擇：離開對方不再繼續發展、移動至下一關係階段或退回到先前所建立的階段、以及停留在某一階段，意味著人際關係並非永遠遵循一定的方向發展，也可能在任何一階段即穩固下來，不再變動。換言之，每一種階段皆可代表個人與他人的關係型態(DeVito, 2002)。

⁴⁵ 人際關係發展六階段三種箭頭代表三種選擇：出口箭頭表示每個階段都提供機會可以退出該關係，例如在說「嗨」之後，你可以說再見並離去。在每個階段間的垂直或移動箭頭代表我們可以從此階段移動到其他階段，不管是往更深的階段(例如，捲入到親密)或往較弱的階段(例如，由親密到惡化)，也可以回到先前建立的階段重新建立一個比較舒服的關係。反身箭頭代表任何關係可以在任何階段穩定停留，例如將關係維持在親密階段，不致惡化或回到捲入階段，或者可以停留在「嗨，你好嗎？」的接觸階段，而不需有進一步的投入。

此外，在不同關係狀態中，人們會揭露高低不等的自我資訊，如口語上的話題或非口語的肢體動作，代表著人際之間的交情深淺。社會滲透理論(Social Penetration Theory)和降低不確定性理論(Uncertainty Reduction Theory)便是兩個在討論人際關係發展深淺與資訊交換時，常被提到的理論(Miller, 2005)，分述如下：

1.社會滲透理論(Social Penetration Theory，SPT)

社會滲透理論以社會心理學的角度出發，說明了兩人如何經由淺而深的自我揭露（self-disclosure）而發展不同涉入程度的關係(Altman & Taylor, 1973)。在人際交往的過程中，個人對親疏度不同的交往對象，會揭露不同親密值的話題。Altman & Taylor(1987)將人與人關係發展分為四個階段：

(1)互動的初期階段(Orientation)⁴⁶:對談中彼此的語調都非常小心翼翼且試探性的。關係中的雙方會細察對方以確保其互動行為合乎社交規範。

(2)情感探索階段(exploratory affective exchange)：此階段代表話題豐富度擴張，原本初期處不易透露的各性格面向在此階段顯露更多，並且也卸下了一些防衛心，在此階段的關係通常更為友善和輕鬆。

(3)情感交換階段(affective exchange)：親密的友誼和愛情關係為此階段特徵，互動的活動更不拘禮節和拘束，彼此的互動是開放的且頻率也越趨升高，雖然仍有一些戒心，但大致上雙方仍對於親密的探索保持開放態度，此階段的重點在於一旦雙方間的障礙被突破，則會了解到更多彼此的事，此階段是轉向更高一層的親密交換的轉換期。

(4)穩定階段(stable stage)：特徵為持續的開放、以及在私人的各層面上皆有豐富互動，公開和私密溝通變得非常有效率，原因為雙方非常了解彼此，並可以很有把握的解讀和預測對方的情緒和可能行為。除了語言交流，此階段囊括了大量的非口語線索的交換，例如身體姿勢、手勢、微笑、接觸和眼神凝視。

2.關係不確定感理論(Uncertainty Reduction Theory，URT)

Berger與Calabrese(1986)主張人際關係最初的發展，其實是為了減少對他人不確定感的一種過程。當個體欲獲得更多對方資訊以判斷關係是否可行時，便會

⁴⁶ 在此初期接觸上，個人只讓自己的某一小部分資訊為他人所能夠獲得，彼此可供評估的資訊非常少，也極力避免爭吵的情況發生(Altman & Taylor, 1973)

尋找減少不確定性的互動策略，主要有三種：(1)被動策略：從旁觀察目標對象、(2)互動策略：直接和目標對象展開直接的傳播活動、(3)主動策略：主動搜尋有關目標對象的資訊。而人際關係發展亦可分成三階段：

(1)進入階段(entry phase)，雙方對話內容都偏向禮貌性與客套性的談話。

(2)熟絡階段(personal phase)：當個體進入此階段時，雙方互動變得比較自然，談話內容也較偏向特定資訊。

(3)離開階段(exist phase)：此階段主要深思是否與對方繼續來往，並非單指離開對方。

彙整上述人際關係發展理論並進行比較，可以發現個人在各種交往層次中會與他人產生不同的互動和溝通型態。Levinger 與 Snock (1972)的人際關係相互依賴模式和 Altman 與 Taylor(1973)的社會滲透理論⁴⁷皆較注重人與人交往初期的人際關係，而 Berger 與 Calabrese(1986)的降低不確定性理論則描述人際關係從發展到結束的概略過程，偏向雙方間的資訊察覺面向；而 DeVito(2002)的人際關係六階段論則顯示了大部分關係發展的社會互動行為(如表 2-7 所示)。

表2-7人際關係發展理論之比較

	DeVito(2002)	Levinger & Snock (1972)	Altman & Taylor(1973)	Berger & Calabrese(1986)
接觸	○	○	○	○
探索	○	○	○	○
熟絡	○	○	○	
惡化	○			
分離	○			○

資料來源：本研究整理

事實上，人際關係發展中的各階段是「獨立卻又相互關聯的層面」，意即，每個人皆可在某一階段停留而不繼續與他人進到下一階段，久而久之便成為吾人與他人穩定的人際互動型態，例如，若與對方持續以打招呼、淺談而不相互進行探索或親密的方式互動，則在彼此的認知中都是「點頭之交」(DeVito, 2002)。

⁴⁷ 原始的社會滲透理論對人際關係發展的傳播過程是很重要的理論，不過它假設關係是呈線性發展的說法，亦遭到質疑。現在的社會滲透理論相信，社會滲透的發展方向是呈現來迴環狀的，一旦關係惡化則會呈現「反滲透」，即所有關係發展模式倒轉、回到最初的初期階段(Littlejohn & Foss, 2005:195)。

據此，本研究以 DeVito(2002)人際關係六階段論為基礎，以關係「類型」(type)、而非帶有方向發展意味的「階段」(stage)之觀點，將人際關係相互依賴模式、社會滲透理論和降低不確定性理論所述之各階段「人際互動行為」，依據其描繪的相似程度，綜合歸納為三種關係類型：基本接觸型、互相探索型、親密關係型（下表 2-8）。在基本接觸的關係類型中，兩人之互動行為多限於觀察與禮貌性的談話，彼此甚少自我揭露私人資訊；而在互相探索關係中，共同話題漸增多甚至邀約出遊、參與活動等，但仍未走進彼此的私我領域；最終，親密關係型中的雙方不僅溝通頻率高，非口語線索與情感的交流亦多，親密程度也最高。

此三種關係類型亦可對應於 Devito(1994)所賦予的認識者(acquaintance)、朋友(friends)和親密夥伴(intimates)名稱標籤，亦呼應黃光國(1988)所稱情感性關係(expressive tie)、工具性關係(instrumental tie)及混合關係(mixed tie)的三種關係類型內涵。其中，由於惡化期、修復期與解除期之互動行為在觀察上較困難，故在本研究中不予討論該人際關係型態。下表 2-8 條列並歸納出各關係類型中人們所展現的互動行為。

表2-8關係類型互動行為分類

關係類型	互動行為	黃光國(1988) 「情感性/工具性/混合性」 的關係分類
認識者 (acquaintance)	1.會觀察對方性別、外貌、大概的年齡和身高、體格等；觀察對方體態動作或面部表情，以判斷方較明顯的人格特質(DeVito, 2002)。 2.打招呼、禮貌性與客套性的談話、交換基本資料(Berger& Calabrese, 1975; DeVito, 2002)。 3.一方注意到了另一方的外在外特點，但另一方並沒有意識到有人正在觀察他或評斷他；雙方並沒有互動(Levinger & Snock,1972)。 4.個人只讓自己的某一小部分資訊為他人所能夠獲得，彼此可供評估的資訊非常少，互動行為合乎社交規範且小心翼翼。(Altman & Taylor, 1973)。 	工具性關係/ 短暫而不穩定
朋友(friends)	1.探索對方興趣、工作和目標；邀請約會、共同從事某項活動，分享彼此的興趣(DeVito, 2002)。	混合性關係/ 有一定程度的 感情關係，但

	2.共同話題漸增多(Altman & Taylor, 1973)。 3.對對方及相互的關係形成某種印象和態度，但仍談不上深度與親密度；也就是沒有走進彼此的私我領域(Levinger & Snock, 1972)。	又不像情感性關係中的情感那麼濃厚
親密夥伴 (intimates)	1.彼此互動頻率高且不拘小節或約束，公開和私密溝通變多；非口語線索(nonverbal cues)的交換頻率高(例如身體姿勢、手勢、微笑、接觸和眼神凝視) (Altman & Taylor, 1973)。 2.和對方有私密的承諾，只有彼此知道(DeVito, 2002)。 3.對朋友和家人做出公眾性承諾，讓大家知道你和對方是公認的一對(伴侶或死黨) (DeVito, 2002)。 4.談話內容也較偏向特定資訊(Berger & Calabrese, 1975)。 5.有屬於兩人共同的符號、更多的情感表達，扮演著彼此問題的解決者(Knapp & Vangelisti, 2000 : 42)。	情感性關係/ 長久而穩定

本小節綜合了關係類型概念與理論，主要的目的乃期待獲得人際關係類型的明確定義與互動內涵，而關係類型和人際關係理論亦提供文後分析的討論依據。在遊戲世界中，透過遊戲形成的人際互動是一重要且基本的現象，在社交網絡遊戲中，尤其具備與不同實體「關係類型」的其他玩家互動之潛質，因而本文援引「關係類型」概念做為分析遊戲中的社會互動。以下將歸納、檢視人際關係與遊戲互動相關研究，希冀能探索影響遊戲互動行為的潛在人際面向。

四、 遊戲中的人際互動

近年來，已有大部分遊戲研究自傳播領域中浮現，檢視遊戲為一種具備社會互動與人際溝通潛力的場域，並發現其提供了創造穩固友誼的機會以及社會支持(social support)的場域(Hogg, Dennis, Wilkinson, Szabo & Brzozowski, 2008)。例如許多遊戲為促進玩家間的社交互動，在功能上設計一對一的溝通頻道或聊天室等，或提供即時通訊列表，讓玩家可加入某些特定玩伴為「好友名單」，隨時可知曉對方是否在線上(Chan & Vorderer, 2006)；然而，亦有遊戲刻意結合獎勵誘因，例如玩家於遊戲中增加越多好友則能獲取寶物或增加經驗值，也讓人質疑此現象失去了鼓勵互動的初衷(Steen, Greenfield, Davies & Tynes, 2006)。本小節之

目的，即在於進一步瞭解玩家在線上遊戲場域中的人際互動行為樣貌及影響因素。

關於玩家在遊戲中的人際互動研究，目前仍多半關注玩家在遊戲媒介或互動規則下衍生的新人際關係，如與陌生玩家建構的新友誼、親密感、認同感甚至網路戀情，以及這些連結關係對玩家心理上，如沉迷(addiction)、滿足感、寂寞感(loneliness)和社會焦慮感(social anxiety)、以及實體人際關係(real world relationship)的影響(陳怡安，2002; Whang, Lee & Chang, 2003; Lo, Wang & Fang, 2005)。由於大多數學者的觀點多仍將玩家在遊戲中的人際脈絡與其實體人際脈絡分成兩個不同世界看待，因此研究結果多大同小異。譬如 Lo et al. (2005)發現當玩家習慣性大量玩虛擬遊戲時，則其實體人際關係品質越低落; Kraut, Patterson & Lundmark(1998)亦指出越是重度網路使用者者，愈少和朋友或家人溝通，玩家投入遊戲的時間量越多，則其在真實世界與他人互動產生越多負面影響。

相對的，實體人際關係如何影響玩家遊玩行為，相關研究仍屬匱乏。Lucas & Sherry(2004)便探討真實世界中人際關係如何影響男女不同性別玩家的電玩遊戲選擇，發現女性和男性青少年皆為獲得同儕認同和避免打破性別刻板印象，前者多避免接觸電玩遊戲，後者則被鼓勵玩電玩遊戲，不論他/她們內在真正興趣的遊戲為何；另一方面，國內研究中，鄭朝陽、江羽慈及林珊如(2007)針對建立在相識團體的遊戲進行探討，發現由於青少年重視同儕間互動與認同感，並希望在遊戲中建立良好人際關係，使得「與他人的關係」也成了最能預測遊戲後活力狀態的因素。

不論實體或虛擬人際關係如何影響遊戲互動，Rouse(2001)在其《Game Design : Thoery & Practice》一書中即指出，「社交」(Socialize)是影響玩家參與遊戲的重要動機：遊戲本身即為一種溝通行為，許多玩家玩遊戲是為了和家人朋友得到交際經驗。

Wohn, Lee, Sung & Bjornrud(2010)亦針對社交遊戲的遊玩行為進行探討，發現四種玩家對玩社交遊戲的期待：建立共識(common ground)、互惠(reciprocity)、紓解壓力(coping)和消磨時間(passing time)，使得玩家們產生不同的遊戲使用模式，分述如下：

1.建立共識(common ground)

具有建立共識期待的玩家表示玩社交遊戲可以做為一種獲得或增加與其他玩家的共同參與興趣的方式，並在日常生活中產生話題。他們傾向投入更多精力去個人化(customization)他/她的遊戲角色或空間、公佈其遊戲狀態於塗鴉牆上與

人分享，甚至花費實際金錢購買遊戲資源。Wohn et al. (2010)亦推論，個人化遊戲化身和空間並公佈給他人觀看，某種程度是玩家的一種自我風格展現與表達，研究顯示亞洲的使用者較西方使用者更喜愛進行此活動；然而，此類玩家卻較少在遊戲中尋求真正的人際互動，多是藉由遊戲而在平日生活中與朋友產生話題上的互動。

2.互惠(reciprocity)

Wohn et al. (2010)發現，玩家們的互惠行為多是由遊戲設計所激勵的，在遊戲中以「幫助」或「支持」或「贈送虛擬禮物」(Gifting)等方式呈現。Wohn et al. (2010)指出，在遊戲中，虛擬禮物的作用有三，一為贈送和接受虛擬禮物可以幫助玩家在遊戲中升級，二為可以裝飾遊戲空間，三則為表現親密的一種方式，且女性較男性更喜愛從事遊戲中的「禮物贈送」活動。而具有互惠期待的玩家會送遊戲的虛擬禮物給其他玩家，以期未來也能收到禮物，換句話說，玩家在社交遊戲中的互惠行為是基於遊戲所設計之利益交換機制所激發，與表現人際親密感較無關聯。然而，Wohn et al. (2010)仍強調未來研究需嘗試分辨遊戲中互惠行為的本質，是否是一種真正的社會互動，並探討這種遊戲設計是否可以創造一個真正的人際潤滑結果。

3.紓解壓力(coping)

具有紓解壓力期待的玩家也喜愛公佈(publishing)自己的遊戲狀態。Wohn et al. (2010)認為公佈自己遊戲狀態於塗鴉牆上可以做為一種遊戲邀約，引起共同有玩此種遊戲或其他尚未參與此遊戲的玩家注意，一起加入遊戲或引起討論。此外，公佈亦讓玩家能與朋友分享其遊戲成就，Wohn et al. (2010)認為公佈本身也是另一種互惠形式，其他玩家藉由點擊公佈的遊戲訊息而可能獲益，企圖使玩家們持續黏著於遊戲。然而，Wohn et al. (2010)卻未明確說明疏解壓力動機與公佈(publishing)之間的因果關係，本文認為需進一步深究。

4.消磨時間(passing time)

Wohn et al. (2010)發現，希望藉由遊戲消磨時間的玩家大多獨自遊戲，以抒發無聊，其遊戲使用模式只和進步(advancement)有關，例如只一心想讓自己升級或購買虛擬遊戲設備以增加自己的遊戲等級。

綜上述討論可知，人們玩社交遊戲以創造一個相同興趣的園地，達成日常生活中的另一種社會互動形式—話題交流，真正在遊戲中進行互動的情況則不多見。然而，Wohn et al. (2010)雖然指出社交遊戲玩家的大致動機與行為樣貌，但

其在研究限制的討論上，亦指出該研究只透過問卷衡量玩家的感知，缺乏實際的行為數據，因此結果可能無法推論至社交遊戲整體玩家特徵上(Wohn et al., 2010)。此外，Wohn et al.(2010)推論獨自遊戲之玩家其背後動機僅為消磨時間或進步，本研究在此簡略的推論，採取獨自遊戲的玩家，其實際動機和行為意義可能較消磨時間或進步來得更為複雜，需更深入瞭解其深層想法或動機。

Ducheneaut et al. (2006)透過長期質性訪問發現，事實上在遊戲中，大部分玩家主要喜愛在遊戲世界中獨自地玩，其並未參與組隊、出團等合作性活動，也較少與其他玩家溝通交際。然而，這些玩家仍偏好在多人遊戲的平台內玩，而非玩一個純粹的單機遊戲。如此「單獨卻在一起」(alone together)的獨特現象引起Ducheneaut等人的好奇，透過長期觀察與訪談，他們提出除了合作活動和社交外，喜愛在多人遊戲中獨自遊戲的玩家的三種「社會」因素—由其他玩家的存在所構成的「觀眾」(an audience)、「臨場感」(a sense of social presence)和「景觀」(spectacle)。這些因素超越單純的任務支持感或同志間友愛忠誠，吸引這些獨自遊戲的玩家持續投入多人遊戲之中。以下分述此三類因素所衍生的遊戲行為：

1.與觀眾互動(interacting with an audience)

對玩家來說，遊戲亦可為一榮譽機制，在遊戲化身(avatar)上所穿戴的配件，實際上是一種建立玩家身分的象徵。它能夠傳播玩家的地位和權力，並回饋給玩家一種成就感(a sense of achievement)(Yee, 2006)。而若缺少其他玩家作為觀眾，那麼這些權力地位的象徵能夠展示給誰看呢？因此，玩家進行遊戲任務或與其他玩家組隊出團，只是一種達成目的的手段，這個目的是一個菁英(elite)玩家的身分(identity)。換句話說，不是遊戲使人沉癮，而是「自其他人那得到的自我的形象」(the image of myself I get from other people)的自戀或炫耀感使人沉溺。

2.被其他人所圍繞著(Being surrounded by others)

在大型多人線上角色扮演遊戲中，溝通系統(例如聊天頻道)能夠克服距離限制，提供玩家間即時的文字或語音互動。在Ducheneaut等人的觀察中，發現獨自遊戲的玩家實際上很少在這些管道中聊天，但即使如此，他/她仍喜愛身處於一群玩家聊天所構成的訊息背景中，因為這給予了他/她一種重要的「社會臨場感」(social presence)。在一個有其他玩家存在的遊戲世界中遊玩，彷彿身處於一個擁擠吵鬧的咖啡廳裡讀一本書，在其中，玩家不需要選擇與哪個玩家互動，但身處在一個公開的社交場合卻足夠吸引他/她去進行個人活動，提供了一種有人陪伴卻並非必需產生互動的連結感(connectedness)(Oldenburg, 1989)。

3.嘲笑以及與他人共處 (Laughing at and with others)

其他玩家的存在，也可以是一個娛樂來源。在遊戲世界遨遊時，玩家可以看見其他玩家對自己角色或遊戲空間的裝扮，有些滑稽可笑，有些令人嘆為觀止。因此，其他的玩家也造就了一種景觀(spectacle)，擴大了幽默互動的機會，因此也深刻的造就了遊戲中的社交氛圍。

Ducheneaut et al. (2006)所探討的遊戲環境，雖然是大型多人線上角色扮演遊戲(MMORPGs)，與社交遊戲環境不同，但其所觀察之「單獨一起玩」(alone together)的遊戲現象，亦呼應 Rouse(2001)所述單獨自由自在的樂趣，也相近社交遊戲以「個人」為互動單位的非同步遊戲情境⁴⁸。

綜上述針對遊戲中人際互動的研究可知，長期觀察與分析玩家在遊戲中的社會互動行為，可獲得較調查統計更深入且多元的動機及行為面向。本研究認為，社交遊戲中的人際互動，除了包括玩家在遊戲外能夠建立話題、遊戲內互惠、競爭，即使表面看似獨自遊戲的玩家，也可能展露如 Ducheneaut et al.(2006)所述之「與觀眾互動」、「被其他人所圍繞著」以及「嘲笑以及與他人共處」等人際行為。而這些人際互動行為是否因玩家本身的角色特質，以及與不同關係類型玩家互動而異，值得進一步透過觀察與訪談進行瞭解。下文將進一步闡釋遊戲中「角色」、「關係類型」與「社交性」之關係，並描繪出本文對於三者間關係之概念框架及問題意識輪廓。

五、小結：「社交性」、「關係類型」、「角色」與社交遊戲

根據前文相關討論可知，社交遊戲是非常依賴玩家實際社交情境的遊戲，由於社交網絡遊戲所設計的元素和玩家的活動型態貼近日常生活的社會互動模式，因此亦經常成為團體成員間的社交互動場域，且玩家間彼此亦有一定程度的認識，較一般大型多人線上遊戲玩家多為彼此不熟識者來得更為特殊。因此，本文援引「團體角色」與「關係類型」概念，作為分析社交遊戲「社交性」之切入角度有其適用性。然而，回顧上述研究成果，仍有部分概念缺陷未能完全釐清，以下即從社交網絡遊戲與團體「角色」概念、「關係類型」的關係，進行逐一檢視與討論。

⁴⁸ 社交網絡遊戲的非同步性(asynchronicity)特徵，讓每一位玩家能就自己的時間單位內玩遊戲，當遊戲系統接收到玩家的動作後，便更新了遊戲狀態，此狀態也會影響其他自不同時間登入遊戲的玩家，形成了看似獨自一個人在遊戲，但其背景仍是眾多玩家存在、圍繞和互動的狀態(Järvinen, 2009)。

Benne 與 Sheats(1948)指出，在一個團體中，每位成員皆具備不同角色性格，並表現出不同行為特質。在角色行為與遊戲的相關文獻探討中，亦發現遊戲社群中玩家們展現了不同角色導向(任務、關係與自我)之遊戲行為，本文認為此些發現與結論仍有待再度檢視，並據以引為本文觀察重點。

(一)瞭解玩家的團體角色性格如何影響其社交遊戲行為

首先，在第二節中，應用 Benne 與 Sheats(1948)或 Bales(1950)團體角色分析的遊戲相關研究中，其所探討的環境多為大型線上多人遊戲(MMOGs)，玩家多彼此陌生，因遊戲任務而彼此成為夥伴。相對的，社交遊戲則是非常依賴玩家實際社交情境的遊戲，玩家間彼此亦有一定程度的認識，且社交網絡遊戲所設計的元素和玩家的活動型態亦貼近日常生活的社會互動模式，因此亦經常成為人際團體的社交互動場域。所以在大型多人遊戲的角色研究中，由於受限於大型多人線上遊戲玩家之實體人際脈絡難以掌握，研究者關注的焦點多為歸納「遊戲互動過程中出現哪些角色行為」，因而無法瞭解玩家在實體人際脈絡中的角色性格如何影響其遊戲行為。相較於此，社交遊戲因建立於人際脈絡之上，因此研究者除了掌握遊戲中玩家展現了哪些行為，更需瞭解這些行為背後是否受到玩家在實際團體中所具備的角色特質所影響。本文認為，在此一部分唯透過瞭解玩家動機才能夠闡述「角色特質」與「遊戲行為」之間的關聯性，為本文關注的重要面向。

(二)檢視玩家在遊戲中的互動動態而非僅文字訊息

其次，Bales(1950)所提出的互動過程分析方法仍較偏向口語、文字上的意向分析，因此，若進入圖像化互動的虛擬平台上，如充滿非語言互動的遊戲環境內，其觀察範圍仍較狹隘(Littlejohn & Foss, 2005)。譬如 Peña & Hancock(2006)與 Dannecke 等人(2008)便是基於觀察玩家於溝通頻道或社群內所傳遞的文字訊息，來評估該遊戲中任務、關係與自我導向活動出現的比例，因而玩家在遊戲環境中具體的互動行為，如攻擊、交換配件等圖象式、非口語活動，若玩家未經由文字訊息表達則難以被觀察。因此上述研究結果多呈現的是玩家口語上的意向，如下達命令、提供建議和表達緊張感等，所能觀察到的角色行為也較有限。由於社交遊戲所設計的元素多模仿平日人們彼此互動的形式，企圖讓人們以生活中熟悉的方式維繫關係(McClard & Anderson, 2008)，常以圖形呈現，因此，若應用角色溝通分析方式，單就玩家傳送的文字訊息進行檢視，而不檢視玩家在虛擬環境中如何透過遊戲或他人互動，則可能有失焦之虞。

就最後一項疑慮而言，Wohn et al. (2010)針對社交遊戲環境特性，並改編遊戲學者 Yee(2006)⁴⁹的遊戲使用型態分類，歸納出反映社交遊戲特徵的七種基本

⁴⁹ Yee(2006)將玩家的遊戲活動共分為十種型態，分別為進步(Advancement)、瞭解機制

使用型態，包括個人可自行完成或與個人較相關的遊戲使用型態，如化身個人化 (avatar customization)、空間個人化(space customization)、瞭解遊戲機制 (Mechanics)、花費(spending)和晉級(advancement)；以及具有對象性或偏向人際性的遊戲使用型態，如公佈(Publishing)與發送與接收虛擬禮物(Gifting)。

除了上述 Wohn et al.(2010)所歸納的七種活動型態以外，在幾乎所有遊戲種類中，經常使他人洩氣，攻擊其他玩家的搗蛋性功能也是社交遊戲的互動設計重點之一，例如偷菜、攻擊對方等故意激怒其他玩家的行為。此外，本文經長時間觀察和與專家討論發現，遊戲中的其他活動，如邀請他人加入遊戲、幫助其他玩家，或是聊天、傳送訊息等活動，皆普遍與社交互動相關。因而，在觀察玩家在社交遊戲中的社會互動上，本文參考上述 Wohn 等人(2010)所歸納使用型態、平日之觀察與專家討論，歸納出社交遊戲 13 種「基本使用型態」(見表 2-9)。在第三章研究設計上，本文依據此些使用型態作為觀察記錄參考之用。

表2-9社交遊戲使用型態與定義

使用型態	定義	來源
(1)拜訪/瀏覽	拜訪或瀏覽其他玩家的遊戲空間或紀錄，觀看其他玩家的排名、等級或遊戲資源、遊戲角色或空間的裝扮或佈置。	本研究整理
(2)探索遊戲新任務或特殊獎品	進行大多數玩家不知道的任務、收集遊戲中特殊物品、設備或服裝。	本研究整理
(3)瞭解遊戲機制	嘗試盡可能地瞭解越多遊戲規則和遊玩方式。	Wohn et al.(2010)
(4)組隊	與其他玩家共同組成一團體以互相合作解決特定遊戲任務。	本研究整理
(5)晉級	提升或累積遊戲資源、品項、金錢、經驗值或等級	Wohn et al.(2010)
(6)幫助	協助其他玩家(包括幫忙澆水、治療動物等)或與其遊戲角色互動(跳舞、打招呼等)，其活動結果對對方和自己都有利。	本研究整理
(7)聊天	在遊戲活動中與其他玩家聊天。	本研究整理
(8)傳送與接收禮物	傳送禮物(包括愛心、擁抱等圖示)給	Wohn et al.

(Mechanics)、競爭(Competition)、社交(socializing)、建立長久遊戲關係(relationship)、組隊(Teamwork)、探索(Discovery)、角色扮演(role-playing)、個人化(Customization)和逃避(Escapism)(Yee, 2006)。

	其他玩家；接受朋友從遊戲中傳送給我的禮物。	(2010)
(9)邀請	發出邀請，請還未加入遊戲的他人參與遊戲。	本研究整理
(10)攻擊或偷竊	故意激怒其他玩家(例如偷菜、攻擊、驚嚇對方)，其活動結果只對自己有利。	本研究整理
(11)裝飾遊戲角色或空間	創造、裝飾自己的遊戲角色造型或遊戲空間/環境，使角色和空間個人化。	Wohn et al.(2010)
(12)花費實際金錢	花費實際的金錢購買虛擬貨幣、遊戲資源，包括購買遊戲贊助廠商所推出的商品行銷等優惠活動。	Wohn et al. (2010)
(13)公佈遊戲訊息	將遊戲中的成就/任務相關的訊息/公佈於塗鴉牆上。	Wohn et al. (2010)

資料來源：Wohn, Lee, Sung & Bjornrud(2010)與本研究整理

(三)關注人際關係類型對遊戲互動的影響性

另一方面，就遊戲與互動對象的「關係類型」而言，由於社交遊戲的運作建立在玩家實際人際脈絡上，且遊戲活動型態貼近實體社會互動模式，本文推論當遊戲互動對象多為實際社交圈中的朋友時，不同關係類型者，則彼此間遊戲互動模式也可能相異。據此本文在觀察和訪談設計上，也以前述所歸納之認識者、朋友和親密夥伴為依據，仔細檢視玩家與其不同關係類型朋友間的遊戲互動，藉此挖掘其中可能的衝突點或增進情誼的模式，以做為發展社交性設計之參考依據。

總結上述討論，遊戲行為，即玩耍(play)，促使了遊戲蓬勃的運作；而構成玩耍的靈魂人物—玩家本身，其「角色特質」與「關係類型」是本文聚焦的兩大大面向，亦是社交性關鍵要素之一，意即，瞭解社群「參與者」(People)的個人差異、需求和意圖，能夠有助於遊戲設計者發展適合的互動設計和遊戲環境。據此，本文認為應依照前文所述，首先理解玩家在入際團體中的角色導向定位，其次觀察其在遊戲中遊玩行為以及與不同關係類型玩家互動之模式，進而歸納彙整不同導向玩家之典型遊戲互動行為與需求，從中討論遊戲社交性意義及不足之處；本文盼能藉此促進各類不同性質社群成員之互動，進而提升社交性，最終反饋至社交遊戲整體目標—促進良性社會互動上。

由於個人的行為與互動會受到其所處情境、使用的媒介、互動之人群與其個人目標所互相影響，因而在分析不同導向角色玩家的社交網絡遊戲行為上，應援引一同時兼顧玩家觀點，並顧及社會、文化層面以及情境之理論觀點架構(陳智

先，2009)。換句話說，在分析上同時應考量「情境」和「行爲」等因素，才能以較全觀的角度，分析遊戲中的玩家活動行爲，以及其與社交性的關係。

而在人機互動領域中，近年來常被運用的「活動理論」(Activity Theory)即具有此項特徵(黃鈺棠，2007；陳智先，2009)。此一理論從俄國文化歷史心理學之角度，在同時考量「社會情境」與「個人行動」的觀點框架下，結構性的分析人類活動行爲之歷程發展。因此，其不僅僅是一套理論觀點，更是一套強調架構性與邏輯性的分析方法。下一節本文將介紹活動理論之源起、概念和應用，並於最後提出本文之研究主要研究問題。



第五節 活動理論

人機互動學者一直被鼓勵要多瞭解使用者情境脈絡(context)、情況(situation)與實踐(practice)，以求在設計與評估的過程中，能更豐富的描繪使用者情況(Nardi, 1996a)。然而，過去人機互動領域研究主要以認知科學(cognitive science)為理論根基，多半關注人類心智表現，相當不重視人造物(artifacts)的研究，因而如何有架構的分析使用者情境，並依據真實世界裡人類活動來設計物品的相關研究較少被琢磨(陳智先，2009)。

而活動理論(activity theory)的出現，卻提供了包含使用者情境中社會、文化與心理等面向，以及著重人造物、情境與人類活動關係之分析觀點，其不僅不否認認知科學，還同時延伸認知科學之研究，因而更能全面理解使用者之需求(Mwanza, 2001)。自 1990 年代起，在人機互動領域，陸續有將活動理論應用於電腦支援協同工作(Computer-Supported Cooperative Work, CSCW)或群體軟體等領域研究(Bodker, 1996; Kaptelinin, 1996; Kuutti, 1996; Kuutti, 1991a; Nardi, 1996)，直至近年更有許多遊戲研究者將活動理論架構應用於線上遊戲中玩家合作互動、社交行為的分析上(黃鈺棠，2007；陳智先，2009)⁵⁰，活動理論的確能銜接、補足認知科學觀點在人機互動領域研究上之侷限。

因此，在探究社交遊戲「社交性」上，本文認為因涉及網絡軟體系統如何支持玩家進行社會互動、追求樂趣之行為，同時也需考量玩家本身之需求、角色特質、遊戲情境、任務如何影響玩家的遊玩行為，因而活動理論在分析本文所聚焦之遊戲互動脈絡上確有其適用性。以下首先闡述活動理論的背景和核心概念，其次說明活動理論之應用架構，最後再次詳述本文採用活動理論作為分析社交遊戲玩家活動行為之原因。

一、活動理論的概念

「活動」的概念源起於 18、19 世紀康德(Kant)至黑格爾(Hegel)時期的古典德國哲學，強調想法、思考(ideas)的歷史性發展和人類主動及建構性的角色，之後為馬克斯(Marx)與恩格斯(Engels)更加詳細闡述(Jonassen & Rohrer-Murphy,

⁵⁰ 黃鈺棠(2007)針對大型線上多人遊戲之玩家資訊察覺需求，結合活動理論分析架構進行探討，發現團體合作活動中，成員因在遊戲中扮演之職業角色不同，隨著情境差異因衍生不同的資訊察覺需求。陳智先(2009)亦針對大型線上多人遊戲環境之「第三場域」，結合活動理論分析架構進行探討，研究結果發現不同導向玩家社交活動特質與「第三場域」間具有不同關係，也具有相異的社交需求。

1999)；而「活動理論」主要則由蘇聯文化歷史學(Soviet cultural-historical psychology)學者 Vygotsky、Leontev、Luria 等人所提出(Kuutti, 1996)。廣義而言，「活動理論」為一研究哲學架構，從心理學發展而來，但同時適用於教育、社會科學、文化研究、人類學等其他領域，在同時考量個人與社會層次下，分析不同形式的人類實踐及活動發展歷程(Kuutti, 1991a; Kuutti, 1996)。

活動理論是一個強而有力的社會文化和社會歷史觀點，關注人類在一社群情境中如何使用人造物與社會互動，主張銜接個人心理學與社會心理學之鴻溝，透過活動理論我們可以分析幾近所有類型的活動形式(Andriessen, 2003)。由於人生來即存在於自然情境之中，因此，活動理論主張從社會生態學與社會文化學的角度出發，在兼顧考量環境、文化、社交情境等因素下，分析個人或多人的想法與行為（李青蓉、魏丕信、施郁芬、邱昭彰，1998）。

「活動理論」概念包含幾項要點，分述如下(Kuutti, 1996; Kaptelinin & Nardi, 1997; 黃鈺棠，2007; 陳智先，2009)：

1. 活動為基本分析單位：

在行為科學或社會科學中，時常將個人行動(human action)作為分析單位並設計實驗流程，但是，也由於是從真實狀況中抽離出來至實驗室裡，因而難以同時兼顧個人主體性(human agency)與情境脈絡(Kuutti, 1991; Kuutti, 1996)。而活動理論則視活動為一匯聚個人行動與情境脈絡而成的現象，提供一分析架構，將個人行動相關的情境意義也考量到分析的基本單位中，此基本單位稱為「活動」(activity)。因情境同時包含在分析單位中，所以即使研究重點在於個人的行為也不會忽略情境的影響性(Kuutti, 1996)。

2. 目的導向(objected-oriented)：

Nardi(1998)指出，活動的內容與過程會被一個預期的結果導引而成，自活動形成到最終活動被實現的這段期間，活動內容依循著這個預期結果並因應所面臨的情況，被不斷的協調且具體化以實現活動。而這個預期結果可視為一個目的，依循這個目的，人們就能在任何發生的情況裡，隨時調整、校正活動。所以目的對活動而言是一關鍵要素，其引導整個活動走向，即目的導向(objected-oriented)，而活動與活動之間可依據目的被區分(Kuutti, 1991b)。

目的可以是實質的，也可以是意念的，並且不受限於物理、化學和生物特質，最重要的是，它還包含社會特質(Nardi, 1998)。Hackos 與 Redish(1999)在其所著的《User and task analysis for interface design》一書中指出，多數的使用者在接受

訪談或被觀察時，會告知觀察者他/她進行活動所欲達成的目的，然而，這些目的實際上可能只是任務(task)或次級目標(secondary goal)，研究者必須更深入瞭解使用者進行任務的原因，以及觀察任務與任務之間的關聯性，以發現可能連使用者自己都不知曉的高層次目的(higher level goal)或動機(Hackos & Redish, 1999. P. 255)。例如，程式工程師的目的是寫程式，但是可能這個不是他的動機，他的動機是成為最好的程式工程師，寫程式只是有助於引導他將活動實現，讓他可以進一步地達成動機。因此，動機與目的可以是相同的，但彼此間似乎又可以存在著某種層次關係(Nardi, 1998)。

3. 內在化(internalization)與外顯化(externalization)：

活動具有雙重本質，可區分為內在化與外顯化的活動(Nardi, 1998)。內在化是將外部活動轉換為內在活動，活動理論認為此過程不只侷限在某人腦海中某區域的心智呈現，而是包含運動神經的律動與人工製品的使用等，例如學算術一開始會配合著手指來數，等到內化後，不用配合手指就能心算，這就是一個外部活動轉換為內在活動的例子；再者，內在化的活動可以讓人們在還沒有真正執行實際操作時，就能預測其在真實環境中大概呈現什麼樣子，意即在還沒真正的執行外顯化的活動時，透過內部化活動模擬，可以幫助我們決定最佳的行為。繼續上述的例子，算數時如果當數值太大無法用心算算出答案，就必須使用紙筆來輔助運算，這就是內在化活動轉換為外顯化活動。當內在化活動無法達成目標，就會藉由外顯化活動來進行修補(Nardi, 1998)。

過往認知科學對於心智過程之研究，僅限於內在化的活動討論，活動理論則強調如果內在化與外顯化的活動被切割開來作分析，內在化活動則無法被理解，因為此兩者之間是交互轉換的(Kuutti, 1996; Nardi, 1998)。這表示一個人的心智養成，需要與外在的社會歷史連結，才能形成其意義與模式，而這個意義與模式是其它人透過團隊活動或社會交際轉換給他的(Kuutti, 1996；黃鈺棠，2007)。

4. 人造物(artifacts)與中介(mediation)：

活動理論重視介於人跟環境之間的社會因素與互動，因而中介的人造物(artifacts)往往是研究的核心。活動理論認為，活動中的各元素間關係是間接的，且被不同人造物所中介。在活動的發展過程中，人造物被人創造或改變，同時也受其所處的特殊文化影響與支配。人造物包含工具、符號、程序、機器、方法、法律、組織型態等，並不一定完全為具體物品(Kuutti, 1991a; 陳智先，2009)。

根據前述內在化與外顯化的原則，形塑外顯活動時，同時也形塑內在活動。當人遭遇問題並嘗試解決時，常會創造出一個讓活動進行更順暢的人工製品，而

此創造或改變人造物的經驗歷程，就累積成一種如何使用人工製品的知識(Nardi, 1998)。所以，人工製品可視為一個社會知識累積與轉換的成果，並且帶有其特殊文化(Kuutti, 1996)。

5. 活動的基本結構(the structure of an activity)：

活動由目的引導，且能將目的轉換為一個成果(outcome)。依據目的可將活動進行區分，一個目的可以是實質有形的東西(產品)、半有形的東西(企劃)或無形的東西(概念)，它可以被分享給活動中的每位參與者一同操作以及轉換(transformation)。而在活動過程中，目的與動機隨時都有可能改變(Kuutti, 1996)。

在活動的分析結構上，一開始主要奠基於1978年Vygotsky所提出的人類活動中介模型(mediational model)(圖2-4)。後來又納入1987年Engestroom援引Leont'ev社會、文化面向之分析層次而發展出的系統性活動基本架構，包含目的(object)、主體(subject)、社群(community)三個構成要素，而此三要素之間又為人造物—工具(tool)、慣例(rules)與分工(division of labor)所中介、聯繫，如圖2-5所示(Kuutti, 1996；陳智先，2009)。

1. 主體與目的之間的關係由工具做為中介，工具可以是在轉換過程中使用的任何東西，包含實質工具或思想工具，如圖2-4所示(Kuutti, 1996；黃鈺棠，2007)。
2. 主體與社群之間的關係由慣例做為中介，慣例涵蓋明確或隱含的規範、規則、社群中的社會關係等，如圖2-5所示(Kuutti, 1996；黃鈺棠，2007)。
3. 目的與社群之間的關係由分工做為中介，分工是指將目的轉換為結果過程中，明確或隱含的社群組織工作，如圖2-5所示(Kuutti, 1996；黃鈺棠，2007)。

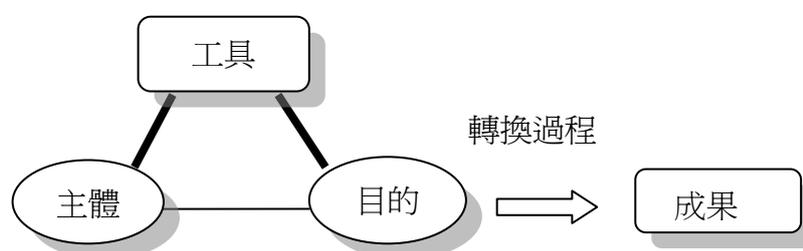


圖2-4活動中介模型圖(Kuutti, 1996)

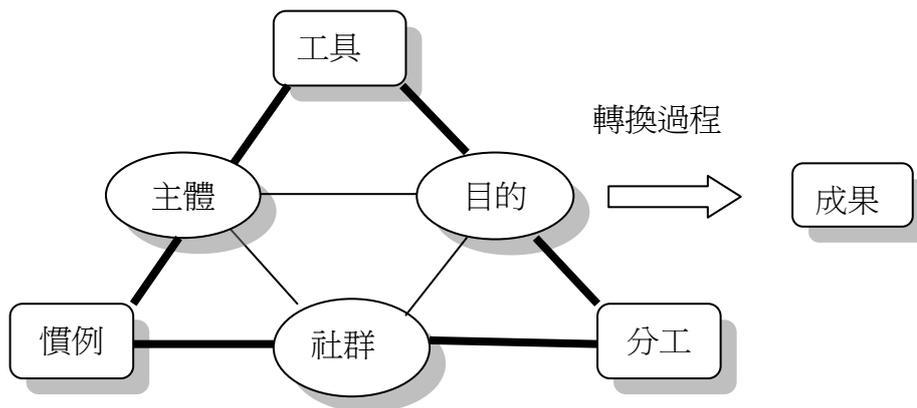


圖2-5活動系統結構圖(Kuutti, 1996)

6. 活動的層級(levels of an activity)：

活動並非是一個已知或靜止的事實，而是動態的過程(dynamic) (Kuutti, 1996)。Leont'ev(1974)指出，活動是由主體(subject)、目的(object)、行動(action)和運作(operation)所組成，主體是指參與在活動中的一個群體或個人，主體掌握並依循目的給予的具體方向，激發應對的活動(Nardi, 1998)。目的在活動過程中可能會改變，但是不會瞬間改變，而是透過一步一步地轉變(Kuutti,1996)。

- (1)活動階層結構中，最高層是以動機(motive)為方向的活動(activity)；再者，行動隸屬在活動(action)之下，以目標(goal)為方向；而最下層為運作(operation)，會因外在的狀況(conditions)而有所變動(圖2-6)，此三層級相輔相成，共同組成「活動」(activity)以達成動機(motive)。
- (2)行動(action)是一個目標導向(goal-directed)的過程，是執行、實現目標的有意識(conscious)行爲，不同的行動可能是爲了達成相同的目標，而這個目標之下可以有其它目標，也就是目標(goal)與次目標(sub-goal)的概念。
- (3)運作(operation)是指行動被真實執行的方式，隨著實踐重複執行，運作就會轉變爲規律且無意識的自動化動作(Nardi, 1998)。

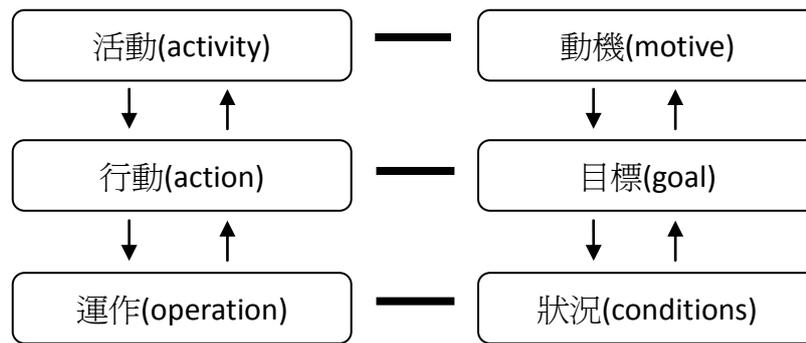


圖2-6 活動階層結構圖(Kuutti, 1996)

人們在不同的挫敗中，會有不同的應對行爲。當狀況(conditions)改變，操作無法順利進行時，此時的挫敗不會造成太大的困擾，人們會自動地改變運作以迎合新的狀況。當目標遭遇挫敗時，人們通常不會有太多的負面情感，而會嘗試去設定新的目標。但是一旦動機遭受困難時，人們就會很苦惱，此時也最難以預測他們接下來的行爲(Kaptelinin, 1996)。

7. 歷史沿革與發展(history and development)

Cluts(2003)詮釋活動階層間可能發生的挫敗爲活動過程中的重點，因爲這代表了活動的動態發展與衝突。雖然外在的一些因素可能改變活動裡的一些元素，造成元素之間的不平衡，但這就是活動發展的源頭。事實上，活動總是發生在解決矛盾(contradiction)的過程中⁵¹，因此，活動理論主張需仔細分析歷史沿革與發展(History and Development)，並從中了解導致當前狀態的因果，以真正理解活動(Kuutti, 1999)。活動非靜止不變，它們是持續在變動發展的，且發展方向也是非線性、不規則且間斷的方式。當活動在發展時，有一部分舊時期的活動會嵌入新活動中，這表示每個活動也存在著自己本身的歷史沿革脈絡(黃鈺棠，2007)。

由上述可知，相較於認知科學的研究觀點，活動理論更強調活動動態發展與情境因素之重要性，並結合「人造物」、「中介」等概念，以及結構、層級性的分析方式，使其應用於人機互動領域之研究時，所觀察與分析的面向不再僅侷限於個人內在認知與電腦系統兩端之反應互動(陳智先，2009)，更能納入此兩者所處情境、他人以及文化等相關因素影響的分析。以下整理活動理論過往相關研究，並對其在分析上之實際應用做進一步討論。

⁵¹ 活動理論使用「矛盾」一詞來表示在活動元素內、元素間、不同活動間或單一活動裡的不同階段中，所發生的不平衡現象(Kuutti, 1996)。

二、活動理論的應用

在活動理論的實際應用方法上，Mwanza(2001)以電腦系統設計為案例，發展出活動理論在方法論層次上之應用架構，共包含六項執行步驟。每一步驟的詳細內容說明如下(Mwanza, 2001；黃鈺棠，2007；陳智先，2009)：

(一) 步驟一：將觀察所得到的活動情境模式化(model the situation being examined)

首先，將所要分析的情境活動，依照活動結構圖之架構將組成要素找出，包含八項開放式問題：

- (1)感興趣的活動: 對於什麼類型活動感到有興趣?
- (2)活動的目的:活動發生的原因為何?
- (3)活動發生的主體:誰參與? 執行此一活動?
- (4)活動中介的工具:主體藉由什麼工具完成此項活動?
- (5)中介活動的慣例:有何規範管制或文化慣例影響活動的執行?
- (6)中介活動的分工:活動執行過程中，每個人所扮演的角色如何組織? 各自所負責的為何?
- (7)執行活動時所處的社群:執行活動時所處的環境為何?
- (8)完成活動後所欲達成的結果為何?

(二) 步驟二：將所分析的情境發展成一活動系統(produce an Activity System of the situation being investigated)：

回答上述步驟一 8 個問題有助於研究者獲得活動的最基本知識，將其對應至到Engeström 的活動系統圖時(圖2-5)，有助於辨識研究中應注意的事項，此外，在分析資料時，也能夠協助決定什麼資訊才是最重要的。

(三) 步驟三：解構此情境之活動系統(decompose the situation's Activity System)

Mwanza(2001)提出活動標記法(Activity Notation)，將活動系統圖解構為更易於分析之次單位。在活動標記法中，主要有三個依據要點，分別為執行者、中介與目的，且三者間能解構為六種關係，如表2-10所示：

- (1) 執行者(actors)代表在活動結構圖中的主體或社群
- (2) 中介(mediator)代表活動中的工具、慣例和分工
- (3) 目的(object)代表活動著重的焦點

表2-10 活動標記法(Activity Notation)

執行者	中介	目的
主體	工具	目的
主體	慣例	目的
主體	分工	目的
社群	工具	目的
社群	慣例	目的
社群	分工	目的

資料來源：Mwanza(2001)

(四) 步驟四：發展研究問題(generate research questions)

問題可以結合活動標記法，即以一個次活動的三角形來呈現，然後發展出一系列的基本問題：

- (1) 主體使用什麼工具達成目的？如何使用？
- (2) 什麼慣例會影響主體達成目的？如何影響？
- (3) 分工如何影響主體達成目標之方式？
- (4) 工具如何影響社群達成目的之方式？
- (5) 哪些慣例會影響社群達成目的？如何影響？
- (6) 分工如何影響社群達成目的之方式？

(五) 步驟五：實施更詳細之調查(conduct a detailed investigation)

運用步驟四所發展的問題執行更詳細的調查、檢視。這些問題可做為諸如執行觀察法、問卷調查法或是深度訪談訪時的依據指標，以發展問項或決定觀察法所應關注的焦點。

(六) 步驟六：詮釋發現(interpret findings)

Engestroom(1987)認為矛盾在活動中是相當重要的，是理解活動如何發展的關鍵核心。因此，藉由活動理論中的「矛盾(contradiction)」概念作為切入點，分析、詮釋所蒐集到之資料，有助於了解整體活動發生的問題或活動系統之間的阻礙(Kuutti, 1996)。而步驟四中的問題也可用來辨識活動系統中的矛盾部份。

承上述可知，Mwanza(2001)應用活動理論進一步將其分析架構拆解成能逐

步依循之六項分析步驟，使其他研究者能明確理解活動理論在實際分析上之應用方法，並據以規劃其研究設計與執行方式。以下將針對本文問題意識與活動理論之關係做進一步釐清與聚焦，並於第三章闡述活動理論於本文研究方法設計上之應用。

三、小結：社交遊戲互動與活動理論

隨著活動理論觀點於 90 年代初期廣受國際人機互動及相關研究社群所注意與討論，其後也漸被人類學、教育及傳播、心理學和資訊系統設計等領域採納，作為研究、評估動態情境、現象之援用。承上述討論可得知，活動理論之分析架構對於人機互動、由 CSCW 所延伸之電腦支援協同遊戲(CSCP)有其適用性(Kuutti, 1991; 黃鈺棠, 2007; 陳智先, 2009)。而社交遊戲玩家雖然在遊戲中可能以彼此競爭、社交或獨自玩耍等多元方式遊戲互動，然而最終意圖仍在於追求遊戲所提供之愉悅感，並且涉及遊戲系統軟體支持玩家間的社交互動，故本文認為，有關社交遊戲「社交性」之研究也適宜沿用此理論觀點進行分析。以下分別自理論發展背景、分析架構及本文問題意識三方面，闡述本文欲以活動理論探討問題之適用性。

(一) 活動概念的引入，旨在關注「情境」如何影響遊戲活動

過往人機互動研究領域相關理論多源自於認知科學，且多半以實驗法方式進行研究。然而，認知科學聚焦於微觀、個人的心理現象差異之分析觀點，如心智模式(mental model)、認知地圖(cognitive map)等，忽略了如社會、文化、個人所處環境、情境等巨觀因素，以及這些因素對於個人與科技產品互動過程影響的重要性，因而形成其在分析上的盲點與限制(陳智先, 2009)。

活動理論發源自古典哲學，同時受社會學和文化歷史心理學等領域影響，在分析上著重人類在相關社會文化情境之下的活動(activity)與意識(consciousness)之間的交互運作，恰好可以彌補過往認知科學分析觀點的不足。如此的觀點也對於分析遊戲活動特別重要，因為玩遊戲是目的導向的(activity-oriented)，因此，遊戲設計者也更必須關切情境中玩家的表現和行為。而本文主要想自玩家的觀點角度出發，探討社交遊戲玩家的遊戲互動行為及衍生之意義，因此，在分析過程中納入玩家的活動和情境作為最終建構社交性準則之參考是重要的。而活動理論作為一個整體活動歷程和實踐是一個有效的架構(Bodker, 1991a)，據此，本文認為，在以社會、人際面向切入探討社交遊戲玩家的遊戲動態過程和意義時，活動理論在觀點與分析架構上與本文皆較契合，據以援引為本文主要分析架構。

(二) 活動理論作為描述性研究之分析架構有其適用性

研究可依研究之目的(purpose)或功能(function)及研究問題的本質區分為描述性研究(descriptive study)、解說性研究(explanatory study)和預測性研究(predictive study)，描述性研究通常針對某一特定事件(變數)進行了解其特徵，通常會進行第一手資料蒐集，並聚焦於回答誰(who)、發生何事(what)、何時(when)、哪裡(when)及如何(how)等事實性問題；解說性研究則以理論、假設為基礎，描述變數之間的關係(正相關/負相關)及強度；而預測性研究則強調因果關係(cause & effect)，了解變數關係後，進一步提出變數發生之預測(康龍魁，2009)。

透過第二節針對遊戲研究取徑的整理，本文發現過往遊戲研究模式，多以解說性及預測性研究方式，探討玩家個人動機、人格特質與特定遊戲行為之間關係，聚焦於個人心理因素與行為，較忽略周遭個人與團體所扮演之角色。由於社交遊戲特性為建立於實體社交圈上運作，與過往任務和競爭取向的大型多人遊戲在環境上大不相同，相關的遊戲研究仍匱乏，在尚未掌握確定性的變數、因素之前，

本文認為，在探討社交遊戲玩家之互動社交上，應有別於過往聚焦於個人心理素質的研究模式，而應視玩家為與情境不斷互動之主體，隨時可能碰到限制或採取其他方式而發展不同活動，也易受情境中的他人的影響而改變遊戲方向；據此，本文納入玩家真實生活中與他人交際的行為習慣以及互動對象之關係深淺等因素，以觀察這些因素如何影響玩家在遊戲中社交互動過程，便於具體瞭解社交遊戲玩家動機與行為間的關係。因而，依據本文研究目的，可視本文為描述性研究，重視第一手資料的收集和現象釐清。

而活動理論在分析架構上，除了重視活動之個人(主體)，亦關注活動中的他人(社群)和情境因素對活動發展的影響。分析架構以「活動」為基礎單位，注重導引活動之「目的」、相關中介物對活動發展的影響以及活動最終所產生之有形或無形的「成果」(outcome) (Kuutti, 1996)。此一兼顧動態與結構的分析觀點，除了能幫助研究者釐清活動中相關情境因素之關係，還能協助掌握活動發展的變化歷程。本文認為活動理論靈活的分析框架，能納入不同性質的使用者，幫助研究者得以分析玩家如何將其平日內在的思考、交際行為與習慣，即「角色特質」帶入遊戲場域中，能具體回答本描述性研究目的。

(三) 遊戲類型扮演活動「工具」之角色

由前述第一節針對社交遊戲介紹可知，社交遊戲類型多元且各能創造不同互動型態和社交氛圍。譬如猜謎/趣味測驗(Puzzles/Quizzes)型遊戲在遊戲機制和旨趣上，便與強調競爭與策略之運用的經營策略型(Strategy)遊戲不同，所形成之互

動型態也相異(Rao, 2008)。因而本文認為，帶有不同角色性格的玩家，選擇哪些遊戲類型、如何應用遊戲提供的功能形塑其「平日作風」和達成目的(譬如成就感、關懷或炫耀等)，是欲加以透過活動理論分析架構所觀察和歸納的要點。而活動理論分析上亦特別注重主體使用了哪些中介物(工具、慣例、分工)達成目的以及最終如何影響成果，當人遇到問題並嘗試解決時，常會創造或利用一個讓活動進行更順利的人工製品或中介物，而此創造或利用中介物的歷程，就累積成如何使用中介物達成目的的知識。據此，本文將遊戲類型和遊戲功能視為活動中的「工具」，因為它們是玩家將內在化動機和知識轉換為外顯化(成果)的轉折點，同時，此一部份也與社交互動設計上密切相關，玩家在操作工具過程中是否順暢、有無遇到挫敗以及是否確實能滿足其動機，皆為思考社交性準則或發展社交性技術結構的切入機會。

藉由活動理論之「主體」-「中介物」-「目的」的分析架構，以及玩家自身角度對其遊戲行為的詮釋，可以幫助本文分析不同角色性格玩家的如何在遊戲中發揮其角色特質，邏輯性地連結起遊玩行為與動機之間的關係意義。

(四) 不同關係類型玩家所扮演之「社群」角色

最後也最重要的是，社交遊戲中的「社群」，實則就是玩家網絡化後的實際社交圈，遊戲社群是由許多相識的朋友所組成。如同第四節小結所討論，由於社交遊戲的運作建立在玩家實際人際脈絡上，因此現實生活中的友誼、親疏關係影響了遊戲策略選擇，並且也透過遊戲影響了彼此間的溝通和互動方式(Salen & Zimmerman, 2004)。據此，本文認為當遊戲互動對象多為實際社交圈中的朋友時，彼此間親疏程度則可能影響社交遊戲玩家的互動模式。

而活動理論在分析架構上，同樣重視與主體互動的其他參與者，即「社群」，所扮演的角色。主體與社群之間的關係常以「慣例」作為中介，慣例含蓋明確或隱含的規範、規則和社群中的社會關係等(Kuutti, 1996)，如此同時兼顧活動的個人和社會層次的觀點，能幫助研究者以全觀的角度分析玩家與不同關係玩家間的互動歷程和中介因素，尤其，具備不同角色性格的玩家，其平日與朋友相處的方式是否也會帶入社交遊戲場域中、如何透過遊戲與朋友互動以及欲達成何種社交目的等問題，皆可以透過活動理論分析架構，並輔以觀察、訪談而清楚歸納。

本文認為，活動理論具有層次性、全觀且動態的分析特性，在探討遊戲中玩家互動行為與動機之關連性上，有助本文以系統性的方式，瞭解玩家進行社交活動時的動態發展歷程以及相關情境影響因素，釐清玩家「角色」、「動機」與「關係類型遊戲夥伴」之關連性，進而能描繪出具體的社交遊戲玩家類型和遊戲行為，期盼提供設計者在遊戲環境設計上支援玩家進行良好社交互動，提升遊戲「社

交性」的參考(見以下本文研究概念架構圖 2-7)。

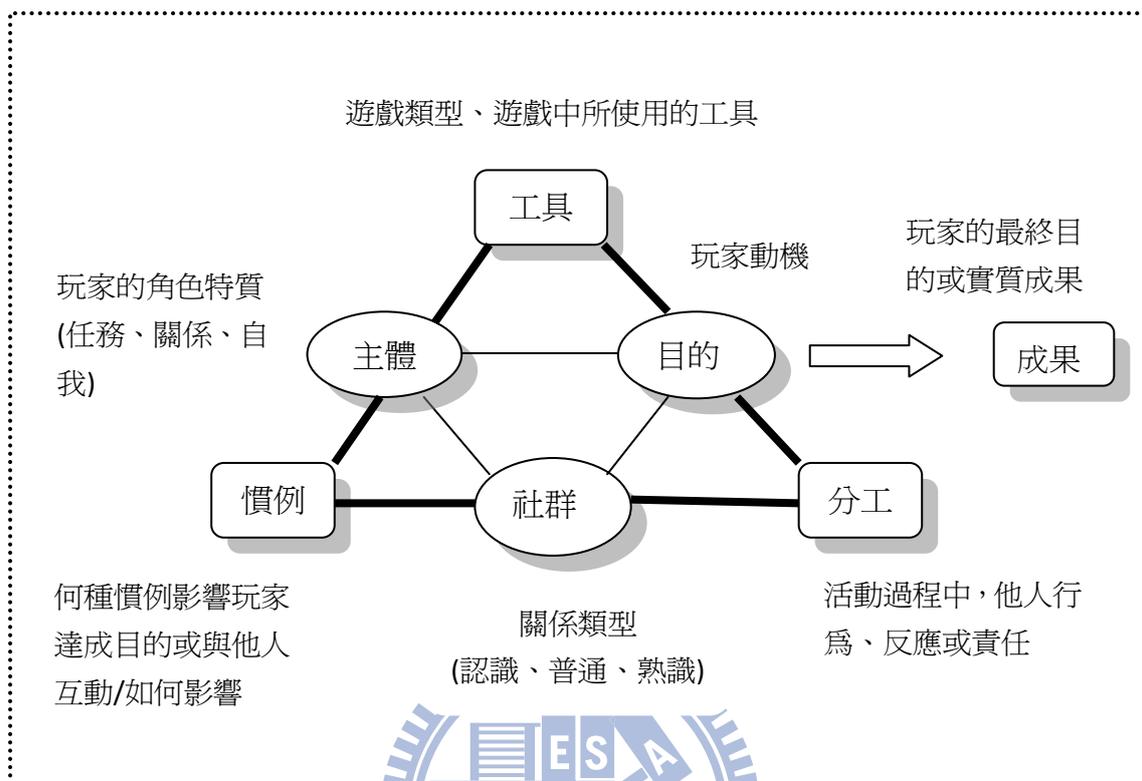


圖2-7：研究概念架構圖

據此，本文在研究概念架構上，欲以活動理論作為分析時之依據，針對不同角色特質玩家於遊戲環境中進行的各類社交活動進行分析，歸納整理出各活動的內容過程，同時探討各類活動中，玩家如何與不同「關係類型」遊戲夥伴互動。一方面在動機層面上釐清各類活動中玩家產生特殊遊玩行為之因素，另一方面，藉由活動理論系統性的分析方式，歸納出各類活動中玩家的互動需求，作為遊戲設計者發展設計準則、提升整體「遊戲社交性」之參考依據。本文以下依據活動理論觀點，總結前述有關「角色」、「關係類型」與「動機」文獻的討論，並進一步提出本文之研究目的與問題。

第六節 研究目的與問題

人機互動領域學者對於遊戲社交性愈來愈重視，因而對於系統設計如何支持使用者間社交關係，以達到理想的「社會互動」和愉悅的「社交性」，成為遊戲領域中的新興議題。經由文獻檢閱發現，有關如何提升如娛樂休閒性虛擬系統社交性之相關研究仍屬匱乏。因此，本研究試圖將研究平台拉至結合實體人際脈絡與虛擬互動空間特質之社交網絡遊戲空間內，期盼從實際觀察玩家的互動過程中，探討玩家如何透過遊戲進行不同層面之社會互動，以確切找出適用於此一虛擬遊戲環境之社交性準則。

Lucas & Sherry(2004)指出，針對人們如何透過遊戲創造、維持關係和互動，若只觀察遊戲單一面向，則可能會掩蓋潛在的重要貢獻，更需檢視使用者之間透過遊戲互動時的人際動態(interpersonal dynamics)。社交遊戲獨特之處，即在於倚賴使用者的實際社交網絡，激發玩家們直覺地參與與互動，意即遊戲中所連結的玩家群多知曉彼此身分(如公司的同事、學校內的好友)(Hyantt, 2008)。如此將實體人際關係延伸至虛擬網絡的特質，激發本研究從使用者實際人際關係類型上出發，探討玩家的社交遊戲使用型態。

過往遊戲研究學者，如 Malone(1980, 1981)等人所主張之遊戲動機，譬如挑戰性(Challenge)、好奇(Curiosity)、控制性(Control)與幻想(Fantasy)等，其所依據的遊戲環境仍多以任務和競爭取向為主，與本研究所關注整體環境為社交情境、建立於實體人際脈絡而運作的社交遊戲截然不同。據此，本文認為納入玩家真實生活中與他人交際的行為習慣，以及實體人際關係因素，輔以玩家本身的觀點詮釋，以描繪出更精確的社交遊戲玩家動機與遊玩行為樣貌。

在納入玩家真實生活的行為習慣上，Pan, Kuo & Lee (2007)主張在探討支持多人線上互動系統(例如遊戲)的使用者時，應考量到使用者的行為(user's behavior)會受其在線下團體中扮演的角色影響，因為角色不僅影響其人格特質，亦能夠預測其行為及與他人互動模式(Belbin, 1981, 1993; Kozinet, 1999)。另一方面，在實體人際關係因素上，Salen 與 Zimmerman(2004)指出個人所認知到與他人深淺不一的交往深度，意即人際關係類型(例如點頭之交或親密好友)，亦影響其與他人的互動動機，進而可能影響使用者透過社交網絡遊戲與他人互動的方式。

為了有系統地探討人際脈絡上兩個重要面向—玩家本身之「角色」導向與互動對象之「關係類型」，如何影響玩家社交遊戲動機和遊玩行為，並考量社交網

絡多樣的遊戲類型、玩家遊戲動機與行為間的關聯，本研究採用活動理論分析架構，在兼顧個人與社會情境層次上，將「主體」定位為 Benne 與 Sheats(1948) 所提出之三類導向角色(團體任務角色、社會情感角色、個人角色)，以及將「社群」定義為自文獻推導出的三類關係類型(認識者、朋友、親密者)做為活動分析中兩大面向。總結文獻探討結果，可以推導本研究問題：

研究問題一： 玩家進入遊戲後，其於實際社會中所扮演的角色是否會受遊戲動機影響而改變角色行為？

研究問題二： 在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家的遊戲活動型態及動機為何？

研究問題三： 在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家如何與不同關係類型朋友互動？

研究問題四： 如何提昇社交遊戲系統之社交性？

根據以上研究問題，本文於下一章節中，將詳細說明回答上述問題所採行之研究參與者選擇、研究方法設計、平台的篩選，以及實際執行研究之方式。



第三章 研究方法

本章以解答研究問題為目標，進行研究設計，內容配置為：第一節根據研究目的與文獻探討後歸結的研究問題，篩選研究參與者；第二節說明研究方法的選擇與設計；第三節說明如何選擇研究平台；第四節說明資料蒐集流程與分析方法。以下首先說明研究問題及相關細項(表 3-1)以及資料蒐集流程(圖 3-1)。

表3-1主要研究與相關問題列表

研究問題一：玩家進入遊戲後，其於實際社會中所扮演的角色是否會受遊戲動機影響而改變角色行為？
研究問題二：在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家的遊戲活動型態及動機為何？
2-1 不同角色特質之玩家(任務角色、關係角色、自我角色)最常在什麼情況下從事哪些類型的社交遊戲?為什麼特別偏好該遊戲類型? 2-2 遊戲活動的發展脈絡為何?
研究問題三：在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家如何與不同關係類型朋友互動？
3-1 玩家如何在遊戲活動中與不同關係類型朋友互動?為什麼? 3-2 互動過程中的社交需求為何?
研究問題四：如何提昇社交遊戲系統之社交性？
4-1 與角色特質、關係類型相關的社交性準則是什麼?

本研究資料蒐集流程分為：徵詢受訪團體成員參與研究意願、審核團體成員是否符合本文研究參與者代表性、日誌與訪談執行方式三大部分，下圖為整個資料蒐集流程的全貌。

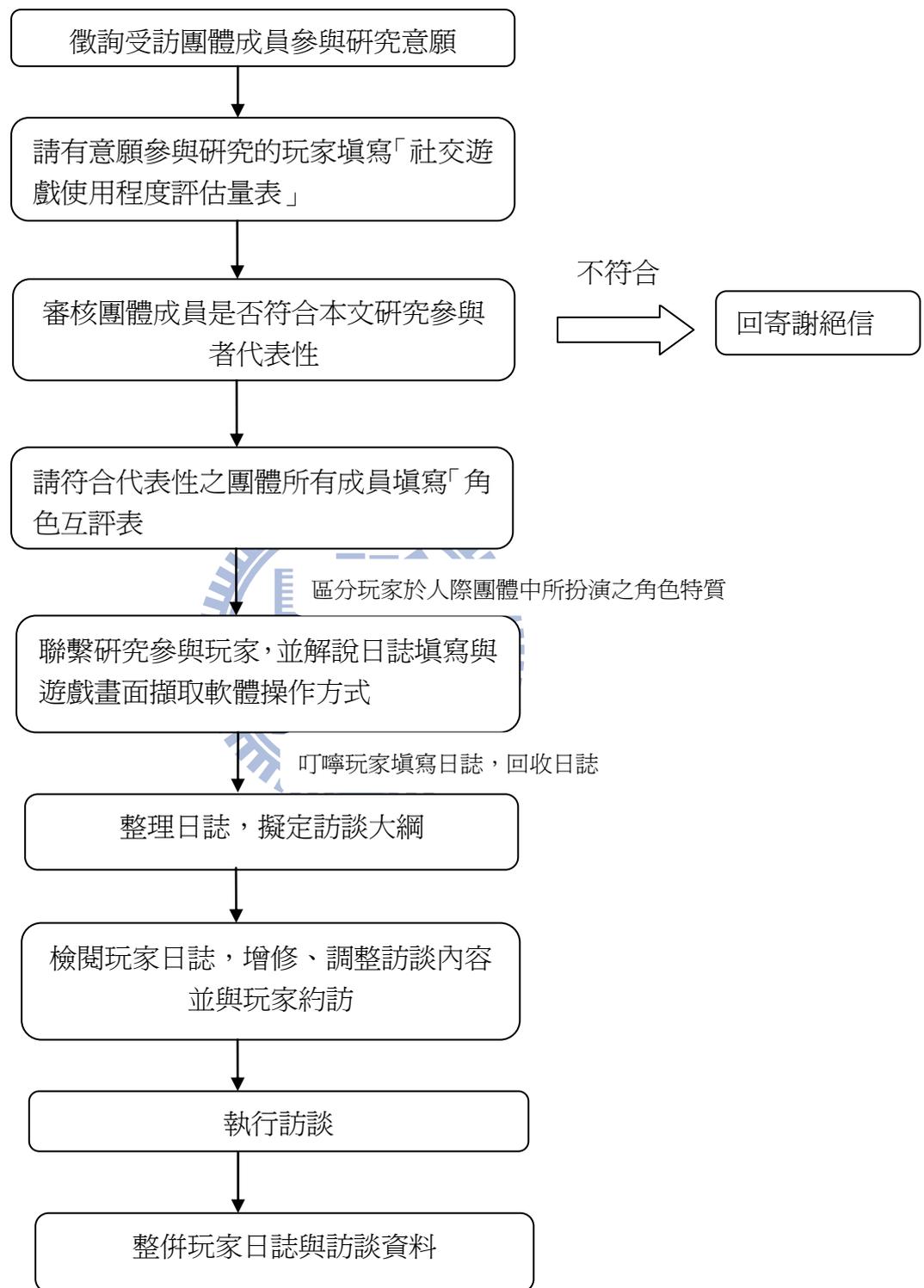


圖3-1資料蒐集與分析方法流程圖

第一節 研究參與者篩選程序

本文之研究目的，在於探討俱備不同角色特質(任務角色、關係建構與維持角色、自我角色)之玩家，於社交網絡遊戲中的遊玩行為以及與不同人際關係類型友人(認識者、普通朋友、親密夥伴)互動的模式，以作為發展社交網絡遊戲社交性準則之參考。

而由前文可知，社交網絡遊戲脈絡依存實體人際脈絡驅使遊戲運作，形成大量與朋友互動的方法，因此遊戲中玩家群通常與明確的人際團體相關(a specific group of persons) (Hart et al., 2008 ; Rao, 2008)。因而在選定研究參與者上，本文認為應選擇一具備社交網絡遊戲經驗之實體人際團體作為觀察對象，並且在該人際團體中也分別具備任務角色、關係建構與維持角色及自我角色特質之成員，才得以符合本文之研究目的與範圍。而此一人際團體透過社交網絡遊戲彼此互動的頻率、社交遊戲經驗的豐富性及成員的角色特質，是本文非常重要的考量標準。

Benne & Sheats(1948)之主張，團體成員間經由越長期的互動，個人所具備的角色特質則越明顯。據此，本文欲選擇一班級團體作為觀察對象，由於班級團體多歷經一至三年互動過程，包括共同課程、團體討論與平日活動等，團體內成員彼此有一定的熟稔程度和共事經驗，符合可做為角色辨識之團體。而針對前述社交遊戲使用程度與區別成員角色特質上之考量，本文共擬定二項評估策略，希冀透過此二策略獲取符合本文研究目標之受訪團體。首先，(1)透過問卷前測進行初步調查，確定目標團體成員俱備一定程度的社交網絡遊戲使用代表性。即使團體成員皆有註冊為Facebook成員，若未俱備遊戲使用上的活躍度(即多數人甚少玩社交網絡遊戲，或註冊後甚少登入Facebook)，則將不考慮該團體為研究對象。其次，若該團體符合第一項評估標準，則開始進行團體內成員角色特質分類，意即(2)以同儕互評法區分該團體內每位成員的角色特質(團體任務角色、關係維持角色、自我角色)。本文以下分別詳述此二策略採用方法與結果。

(一) 確認研究對象代表性

承前文可知，社交網絡遊戲種類豐富，且有多種不同的遊戲互動機制，因此玩家的社交網絡遊戲使用程度必然影響與其他玩家社交互動之經驗豐富度。據此本文在研究對象的篩選上，與其平均社交網絡遊戲年資、使用頻率和與朋友透過遊戲互動之程度，皆是本研究重要依據標準。

由於社交網絡遊戲近年來風靡國內外，休閒社交遊戲風興起，也相對改變

了許遊戲玩家的使用程度與結構。國內相關調查發現，超過半數(67.43%)的台灣Facebook用戶最常使用的網絡功能為社交網絡遊戲⁵²，且與國內外社交網絡遊戲人口在使用時間量與頻率上皆相似，平均每天玩30分鐘至1小時且一天玩數次，而在玩家性別比例與年齡上，女性玩家數量皆高於男性玩家，年齡層則聚集15~34歲年輕族群(詳見表3-2)。

表3-2國內外社交網絡遊戲使用行為調查結果彙整

調查問項		結果	來源
社交 網絡 遊戲 玩家 使用 概況	時間 量	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 62%的玩家一天玩數 ➢ 平均每天玩30分鐘至一小時 ➢ 平均一周內玩1~5小時 ➢ 遊戲經驗：至少六個 ➢ 男女比例：45% vs. 55%，女性略高 	2010 Social Game Research(PopCap Games, 2010) ⁵³
	遊戲 對象	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 與個人(真實世界)中的好友(包括目前同學)玩遊戲 	
	次數	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 約63%的台灣社交遊戲玩家一天玩數次社交網絡遊戲(同國外研究) 	資策會(2009) ⁵⁴
	性別	台灣社交遊戲玩家比例女性高於男性(女70.86%，男61.51%)(同國外研究)	波仕特線上市調公司(2009)
	年齡 層	台灣社交遊戲人口年齡集中在15~34歲	

資料來源：2010 Social Game Research(PopCap Games, 2010)、資策會(2009)、波仕特線上市調公司(2009)

承上述，為尋求符合代表性之社群網站使用者，本研究參照上述調查結果，編製「社交遊戲使用程度評估量表」(附錄一)，在接近性和地緣便利性考量下，首先針對新竹市交通大學某一研究所之一班級所有成員進行社交遊戲使用程度評估調查。參與調查者共19人，具有社交網絡網站「臉書」(Facebook)會員資格者有17人，由於本文研究平台為臉書上之社交網絡遊戲，因此以具有會員資格的此17人進行檢驗。初步描述性統計結果如表3-3所示，在性別、年齡分佈上，團體成員符合前述統計資料之遊戲人口特性：女性玩家約為男性玩家的兩倍，女性

⁵² 此調查針對波仕特線上市調網15~65歲已加入Facebook的會員進行問卷調查，回收有效樣本為4,909份，調查時間為2009/09/28~2009/09/30，在95%的信心水準下，正負誤差為1.40%。資料來源：<http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=00040577>

⁵³ 美國休閒遊戲發行商PopCap Games委託Information Solution Group於2010年1月7日至1月12日進行美國與英國社交網絡遊戲使用調查，蒐集了1202份有效樣本，在95%信心水準下，抽樣誤差值為正負2.5%。

⁵⁴ 本文參考資策會電子商務研究所公佈之「2009年玩家遊戲行為調查」：有玩社交遊戲的受訪者約有63%一天玩數次，17%一天一次，至於10%是二至三天一次。

人數比例略高，年齡分佈介於20~28歲之間；在玩家社交遊戲使用頻率上，團體內幾近全部玩家(15人)每天約玩30分鐘以上、超過半數(56%)玩家一天內至少玩一次或數次，顯見團體內成員參與社交網絡遊戲的情況普遍活躍，且符合上述國內外社交網絡遊戲使用行為調查結果之標準。

此外，在遊戲與社交關係上，本文調查結果顯示，對於有玩社交遊戲的成員來說，73.3%受到朋友、親戚或同學的推薦而玩社交網絡遊戲，幾乎每位同學透過社交網絡遊戲互動的對象為自己現實生活中的朋友或同學，亦符合前述文獻與調查中社交網絡遊戲互動對象多為實際親友之特性。據此，該團體符合本文研究對象之代表性，據以選擇為本研究之資料蒐集對象，並進一步進行該團體成員之角色特質分類。

表3-3團體內玩家詳細基礎背景表

編號	性別	年齡	每天平均遊戲時間	遊戲頻率	遊戲資歷	一起遊戲對象
M1	男	25	3-4小時	一天數次	1-2年	實體社會的朋友與同學
M2	男	25	31-59分鐘	一天1次	4-6個月	實體社會的朋友與同學
M3	男	25	31-59分鐘	一天數次	1-2年	實體社會的朋友與同學
M4	男	25	31-59分鐘	一周2-3次	1-2年	實體社會的朋友與同學
M5	男	25	少於30分鐘	一周2-3次	1-3個月	實體社會的朋友與同學
F1	女	25	1-2小時	一天數次	4-6個月	實體社會的朋友與同學
F2	女	25	31-59分鐘	一周2-3次	1-2年	實體社會的朋友與同學
F3	女	26	少於30分鐘	2~3周一次(偶爾)	1-3個月	實體社會的朋友與同學
F4	女	24	31-59分鐘	一天數次	4-6月	實體社會的朋友與同學
F5	女	26	少於30分鐘	2~3周一次(偶爾)	1-3個月	實體社會的朋友與同學
F6	女	26	31-59分鐘	一天一次	7-11個月	實體社會的朋友與同學
F7	女	25	1-2小時	一天數次	1-2年	實體社會的朋友與

						同學
F8	女	25	3-4小時	一天數次	7-11 個月	實體社會的朋友與 同學
F9	女	27	7-8小時	一天數次	1-2年	網路上的陌生人
F10	女	25	31-59分鐘	一天數次	4-6 個 月	實體社會的朋友與 同學
F11	女	25	31-59分鐘	一天數次	1-3 個 月	實體社會的朋友與 同學
F12	女	25	少於30分鐘	2~3周一次(偶 爾)	1-3 個 月	實體社會的朋友與 同學

(二)團體內角色特質分類

透過前述文獻歸納，得出人際團體中三類行事、人際交往風格之角色特質－任務角色、關係建構與維持角色和自我角色，成為本研究區分研究參與者特質之主要依據。綜觀探討團體成員屬與角色之相關研究，其方法依循研究目的、情境之不同而多元，但大致可分為焦點團體法(Focus group)與同儕評估法(peer accessemnt)(Paswan & Gollakota, 2004)，前者依據Bales(1950)所提出之「互動過程分析」(Interaction Process Analysis, IPA)，由研究者從旁觀察與紀錄研究場域中之個案小組的互動和溝通行為，最後配合內容分析法進行編碼與分析；而後者則在團體進行活動後，發放互評問卷要求成員們針對其他成員之表現進行評價，又可細分為同儕提名⁵⁵(peer nominations)與同儕互評⁵⁶(peer ratings)和二種方式。

在1970年代，同儕提名法被認為最具信度與效度(Kane & Lawler, 1978)，同儕互評法雖較提名法能更有效地透過同儕互評獲得團體中每位成員的表現資訊，但卻因測驗目的多用以提供職場或校內監督者進行成績或表現考核，填答者因感知測驗目的性而產生填答偏差(bias)導致信度與效度低落(Farh, Cannella & Bedeian, 1991)；直至90年代，Farh, Cannella & Bedeian(1991)重新檢視同儕互評法在適用情境(context)與受訪者接受度(acceptance)上的差異，發現以學術或研究發展為主之「發展性」(developmental)目的的互評測驗結果，其在信效度上較以攸關升遷或考績表現的「評估性」(evaluative)目的來得高，且受訪者接受度也較高。因而同儕互評法也獲其他研究支持並廣泛做為學術性研究之用(Scullen, Mount & Judge, 2003; Geister, Konradt & Hertel, 2006)。由於同儕評估法較研究者

⁵⁵ 同儕提名法要求團體中每一位成員依據問卷或研究者所設定的一組特定特質、標準或表現的陳述，將自認為符合該陳述的其他成員之代號或姓名填入 (Kane & Lawler, 1978)。

⁵⁶ 同儕互評法要求團體內每一位成員依據問卷或研究者所設定的一組特定特質、標準或表現的陳述，分別針對團體內其他每一位成員給予分數或同意程度等數值(Kane & Lawler, 1978)。

從旁觀察與紀錄更為客觀且具信效度，因此本研究採取「同儕互評法」進行班級內團體內成員的角色分類。

本文結合李克特五點量表(Likert Scale)與Benne & Sheats(1948)所提出之三類團體角色特質定義陳述，建立《團體角色互評表》(附錄二)發放予團體中每位成員進行填寫，逐一回收後採用統計檢定每位成員所具備之角色特質(任務、關係維持或自我)，以下概述《團體角色互評表》設計與結果。

1. 評估面向

由於同儕互評法是由團體內成員依據問卷或研究者所設定的一組特定特質、標準或表現的陳述，分別針對團體內其他每一位成員給予分數或同意程度等數值，據此，依據前述文獻探討，本文針對團體角色特質的區分以Benne & Sheats在1948年發展出的團體三大角色行為特質作為區分班級內團體成員特質的概念化定義，以下將根據理論與實際平日班級活動內容，分別將三類角色特質給予操作化定義：

任務導向角色特質

此類角色特質與團體內所要執行或將要執行的任務有關，包括：他/她時常激發與協調團體成員完成共同任務，主動參與團體合作之作業或報告的討論，並提供有價值的意見或建議、努力完成所被分配的工作、具有某領域的專業知識、經驗和能力，經常為團體解決問題、統整並協調團體爭論與意見，記錄討論結果並安排進度與分配任務。

關係導向角色特質

此類型角色時常嘗試凝聚、提升、維持或修補團體的社會情感面向，目的在於加強或維持團體關係於不墜，其特質包括：友善、溫暖且喜愛回應他人、善於傾聽和幫助他人，並常以面部表情或言論讚許對方的貢獻、適當的使用幽默幫助團體成員放鬆、與團體內各次團體成員皆保持不錯的關係、在活動上常激發所有成員共同參與，有時候也很樂意服從他人。

自我導向角色特質

此類型角色特質以滿足個人需求為主要目的，其特質包括具有個人原則與風格，較不善交際，有時候是獨來獨往的不主動參與（活動）；較堅持己見，有時會強加自己的觀點於他人身上；是團體中的過客，到此一遊，與大家都要好，但

實際上不歸屬任何一個團體；有時會以不同的方式或行為引起他人(或團體成員)注意或與他人互動。

2. 建立《團體角色互評表》

本文首先於《團體角色互評表》的填答說明欄中列出上述任務、關係與自我角色特質定義，並請填答者分別針對班上每位同學平日的表現或互動，給予其在三種角色特質上的同意程度分數(1=非常不同意、2=不同意、3=普通、4=同意、5=非常同意)。此外，依據Farh et al.(1991)主張，在「發展性」互評填答說明上，研究者應先確實說明互評結果僅做學術或研究發展之用，並且不會洩漏填答者任何隱私資訊，以確保填答者瞭解互評之用途。據此，本文在填答說明中亦特別註明本互評表之目的僅供於學術採用途並妥善保密，以符合Farh et al.(1991)之「發展性」目的陳述標準。如下所述：

親愛的同學您好：

以下互評表目的僅用於探討角色特質和社交網絡遊戲使用關係。不論您已畢業或仍在學，請您就此二至三年來與班上其他同學的互動情況(例如上課、小組討論、共同活動、班遊或平日活動等)，分別針對班上每位同學，在下表填答您認為他／她符合該角色特質的同意程度(角色特質如下所述)，並且不需填答自己那一欄。

※您提供任何資訊，本研究者將予於保密與妥善處理，此份問卷結果在本論文中只會以概述的方式呈現，並且目的僅用於學術發展研究之用，絕不會影響您個人成績，您的個人姓名絕不會在論文中被透露，請您安心填答。

3. 統計成員互評結果

回收全體班成員的互評問卷後，本文採用重複量數單因子變異數分析(one-way ANOVA, repeated measures)⁵⁷統計方法，針對每一樣本(同學)所獲得之他人對其三種角色特質評估分數比較(任務vs.關係vs.自我)，逐一檢驗每位同學在團體中被認為的角色特質程度高低及是否達到顯著，結果如表3-4團體成員角色特質分類表所示。在此班級團體中，每位同學在不同角色特質評估下，所獲得的分數的確有所不同，其後，針對每個樣本(每位同學)的三個水準平均數進行兩兩比較。從事後比較可以發現，在全班17個樣本之中，13個樣本在某一特質中所獲之

⁵⁷重複量數單因子變異數分析之使用目的：比較同一個群體三個(含)以上的平均數的差異。使用時機：同一個群體，每個受試者都有三次(含)以上的得分(邱皓政，2007)。

平均數較另兩特質高，亦達顯著水準；3個樣本(F3、F7和F11)各別在「任務與自我」、「關係與任務」和「自我與關係」中平均數均顯著；而有1位樣本(F4)在三項角色特質中所獲之平均數均未達顯著水準。

另外，全班17人，任務、關係和自我各角色特質平均值分別為：任務特質全班平均值為3.25、關係特質全班平均值為3.08、自我特質全班平均值為3.06。本研究亦以此三類平均值做為基準，將成員超過該平均值之分數予以註記。

結果顯示，在此班級中，具有任務角色特質者為3人(M1、F1、F6)、關係角色特質者為6人(M2、M3、M4、F2、F8、F10)、自我特質者4人(M5、F5、F9、F12)；此外，誠如Mudrack與Farrell(1995)所言，團體中也會出現某些成員兼有兩種特質，在此團體中共有3人(F3、F7、F11)表現出兼有兩種角色之特質；最後，班級中有一位樣本(F4)在團體成員互評中未被評估為具有某一特定角色特質，即其角色特質皆不顯著，因此本文不納入該樣本為受訪對象。總計本文最終確定受訪對象為16人，詳見表3-5。

表3-4 參與研究團體成員角色特質分類表

編號	SS	df	MS	Mean(由上至下分別為任務、關係、自我平均值)	角色特質	F
M1	44.48	2	22.24	4.50✓ 3.03 2.28	任務	41.58**
F1	5.48	2	2.74	3.28✓ 2.50 2.94	任務	4.69*
F3	40.33	2	20.17	4.11✓ 2.28 4.11✓	任務兼自我	23.11**
F6	17.37	2	8.69	4.00✓ 3.05 2.61	任務	14.32**
M2	16.33	2	8.17	2.83 4.00✓ 2.83	關係	13.66**
M3	7	2	3.5	2.39 3.22✓ 3.0	關係	4.53*

M4	1.33	2	0.67	2.72 3.06✓ 2.72	關係	0.97*
F2	30.33	2	15.18	3.22 4.17✓ 2.50	關係	24.57**
F7	29.48	2	14.74	4.17✓ 4.39✓ 2.72	關係兼任務	15.41**
F8	68.78	2	34.39	3.17 4.11✓ 1.39	關係	76.81**
F10	15.59	2	7.8	3.89 3.94✓ 2.78	關係	4.93*
M5	51.37	2	25.67	3.22 2.06 4.44✓	自我	24.74**
F5	40.7	2	20.35	3.00 1.72 3.83✓	自我	28.88**
F9	8.26	2	4.13	3.11 2.50 3.44✓	自我	4.62*
F11	11.59	2	5.79	3.06 3.94✓ 4.11✓	自我兼關係	11.109**
F12	59.11	2	29.56	2.11 1.56 4.00✓	自我	34**
F4	2.48	1.61	1.54	1.78 2.17 2.28	無明顯特質	1.57

*p < .05 ; **p < .01

表3-5參與研究者(團體成員)角色特質分類暨遊戲背景表

編號	年齡	角色特質	每天平均 遊戲時間	遊戲頻率	遊戲資歷	遊戲對象
M1	25	任務	3-4小時	一天數次	1-2年	實體社會 的朋友與 同學
F1	25	任務	1-2小時	一天數次	4-6個月	同上
F3	26	任務兼自 我	少於30分 鐘	2~3周一 次(偶爾)	1-3個月	同上
F6	26	任務	31-59分鐘	一天一次	7-11個月	同上
M2	25	關係	31-59分鐘	一天1次	4-6個月	同上
M3	25	關係	31-59分鐘	一天數次	1-2年	同上
M4	25	關係	31-59分鐘	一周2-3次	1-2年	同上
F2	25	關係	31-59分鐘	一周2-3次	1-2年	同上
F7	25	關係兼任 務	1-2小時	一天數次	1-2年	同上
F8	25	關係	3-4小時	一天數次	7-11個月	同上
F10	25	關係	31-59分鐘	一天數次	4-6個月	同上
M5	25	自我	少於30分 鐘	一周2-3次	1-3個月	同上
F5	26	自我	少於30分 鐘	2~3周一 次(偶爾)	1-3個月	同上
F11	25	自我兼關 係	31-59分鐘	一天數次	1-3個月	同上
F12	25	自我	少於30分 鐘	2~3周一 次(偶爾)	1-3個月	同上
F9	27	自我	7-8小時	一天數次	1-2年	網路上陌 生人

資料來源:本研究整理

總承上述，本文同時依據玩家在入際團體內角色特質、玩家遊戲資歷和頻率，以及參考台灣社交網絡遊戲人口背景資料等，區分出三類目標受訪玩家。本文認為除了玩家對於遊戲熟悉程度影響研究結果的準確性外，玩家本身於入際團體中的角色特質亦影響其遊戲行為，因此需確實掌握玩家之角色特質，才得以描繪深刻且豐富的遊玩行為輪廓。以下繼續說研究方法的選定與設計。

第二節 研究方法的選定

Maloney-Krichmar & Preece(2005)指出，社交性首先應考量社群成員具有個人和社會面向及溝通任務需求，進而思考並解決技術結構之限制等。而透過電腦中介環境的人際互動研究較過往人機互動更需考量具有自由創新的人類思考模式，因此使用者的多樣性導致難以採行受控的實驗方法，此外，資料過於龐雜也可能造成分析上的困難。雖然在團體心理學、組織行為、社會學、人類學等學門都能提供有用的研究典範，但研究者仍需依循研究目的所需，採行、擬定合適的研究方法(Shneiderman & Plaisant, 2003)。

社交網絡遊戲玩家雖然不似大型多人遊戲玩家集中在同一虛擬遊戲場域中彼此互動，然而也都在同一系統介面(社交網絡網站)中透過各自選擇的遊戲類型，對社交圈內其他玩家進行頻繁的遊戲互動，因此，彼此都具有共同追求娛樂活動之目的，亦面臨上述電腦中介人際互動研究方法上之問題。經過前述第壹章與第貳章對於本文研究目的的概念探討與研究問題聚焦，瞭解本研究首先必須找出各導向角色玩家偏好的社交網絡遊戲類型與活動內容，接著再延續人際互動觀點，探討玩家透過遊戲與不同關係類型友人的互動情況下的社交需求。而活動理論分析架構相當注重活動發展的脈絡與情境，本文認為此特性相當適合做為觀察玩家互動情境之分析單位，因而本文在研究方法的選定上，主要依循Mwanza(2001)針對活動理論在方法論層次上之應用架構。

Nardi(1996)指出，活動理論在方法論上有四的必需注意的要點：一、由於活動是一長期性的型態，目的無法被瞬間轉換為結果，所以需要長時間研究，才能瞭解使用者目的；(2)應注意整體的活動格局，因不連貫的活動片段無法揭露活動的整體方向與涵意，雖然瞭解各別事件有時具有幫助，但不應將他們孤立看待；(3)應使用多元的資料蒐集技巧，包含訪談、觀察、錄影和歷史素材(historical material)，且不過於依賴任何一個方法；(4)需從使用者的觀點來理解事物(黃鈺棠，2007; 陳智先，2009)。由上述可知，活動理論的方法論貼近質化研究基本精神，意即，注重個人行為與所處文化情境間整體關聯性，同時強調被研究者的個人經驗與意義建構的詮釋理解，以及和在自然情境下進行研究之特性(陳向明，2002)；而社交性概念於線上虛擬遊戲環中仍屬一新興探討議題，尚缺乏完整之理論基礎與評估準則，因此以長期、全觀性的方式，並以使用者中心之觀點捕捉玩家的親身經歷與詮釋想法，皆能夠幫助研究者揭露多元事實與創造更深層的洞見。

考量上述，針對研究問題一、二、三，有關不同導向角色之玩家(任務角色、關係角色、自我角色)平日所從事的社交網絡遊戲活動過程和社交互動上，本文首先採用日誌法，請玩家親自記錄平日於遊戲中的互動過程與內容，其後，收集整體玩家日誌後，本文配合活動理論之分析架構，辨識出遊戲中玩家選擇的遊戲類型、活動模式和初步的原因；其次，藉由上述資料所獲得的使用者活動相關知

識作為本文發展深度訪談問項之依據，有助於針對玩家在活動過程中的動機和想法進行更深入的釐清，並瞭解玩家於活動中的社交需求，以及遊戲所提供之措施與其需求上之衝突或矛盾，進一步掌握社交性之具體發展方向，以回答本文研究問題三。本文以下即分別簡介日誌法及訪談法，及本研究日誌與訪談大綱設計。

一、日誌法(diary study)

在人機互動領域上，蒐集使用者日常使用行為資料等方式有數種，如「脈絡探索法」(contextual inquiries)，就是親身進入使用者實際環境中觀察使用者在使用軟體時的情況，雖能獲得龐大豐富資料，但卻需耗費大量時間與資源才能執行；而「問卷調查法」(survey)雖可以接觸到數量龐大的使用者，然而如同在受控環境下觀察使用者使用產品狀況的實驗室觀察法一般，因將使用者抽離實際生活，而難以發現和真實使用情境相關的使用性問題。日誌法則恰好能解決上述問題，透過參與研究者主動記錄之方式，瞭解事件發生時使用者的意圖和行為(Carter & Mankoff, 2005)。

日誌法是一種間接觀察、記錄使用者活動經驗的方法，源自於心理學與人類學(Gillham, 2005)。有時因研究者直接觀察使用者，這些觀察活動也會對被觀察者造成影響，例如使用者感到不自在或所欲觀察的使用者分散各地，日誌法便是一種因應方式。Preece, Rogers & Sharp(2002)指出，當面臨無法直接親身觀察使用者的長期活動時，研究者就必須採取接間追蹤之方式，而日誌法正是這樣的一個研究方法，提供研究者從使用者平日的記錄資料中，重新建構事件和尋找操作上的問題(黃鈺棠，2007)。

日誌法是一個自我報告的結構，因此主要需選擇一小群具有代表性之使用者，鼓勵其在一段時間內記錄日常生活有關之資訊(Gillham, 2005)。在日誌格式中通常切分成多個區間，每個區間約15至30分鐘，記錄方式是採用研究參與者自己本身慣用的描述。Rieman(1993)指出，日誌記錄的整體時間一般建議一到兩個星期，過多的時間可能反而造成研究參與者的負擔，然而，記錄時間上的控制，主要還是依據研究目的做調整，而日誌內容通常需要經過後續研究或訪談做為補充，才能算是完整的執行完畢(黃鈺棠，2007)。

由於執行日誌法必須確定研究參與者是否可被信賴以記得按時完成記錄任務，所以需要些許的誘因(Koskinen, 2002)，如以小禮物或獎金作為酬謝。不過日誌法的實際執行費用並不昂貴，因為不需要特殊的設備，適合長期性的研究計畫(Preece et al., 2002/2006)。其主要應用，可以建立研究參與者的簡報、輪廓，或者可以做為一個辨識議題的前置研究(pilot study)(Koskinen, 2002)。

在人機互動研究領域中，有許多學者也採用日誌法來蒐集資料，做為軟體系統創新、開發或設計的主要依據(Czerwinski, Horvitz & Whilhite, 2004; Brown, Sellen & Hara, 2000; Adler, Gujar, Harrison, Hara & Sellen, 1998)。近年亦有社群網絡、遊戲研究者使用日誌法來觀察研究對象的日常行為，從中衍生出支援社交互動軟體之設計方向。Sas, Dix, Hart與 Su(2009)爲了要瞭解使用者在社交網絡網站中如何藉由互動經驗而衍生正向或負向情緒(emotions)，執行兩星期的使用者日誌法，要求使用者主動記錄每天使用社交網絡網站過程中最值得紀念的經驗。研究結果發現，人們使用社交網絡網站管理自我形象，並善於藉由分享動作來衍生並累積正向情緒。幾乎在所有日誌中可皆發現玩家在情感維繫和娛樂兩個面向上感到最愉悅，此發現結果也提供使用者經驗設計納入連結感(connectedness)和娛樂(entertainment)層面。

本文研究問題一、二，主要想瞭解玩家遊戲互動過程內容及相關情境因素，因此在資料收集上，應同時包含日誌法與使用者觀點之特性，一方面紀錄玩家社交活動之內容與頻率，另一方面也開放讓玩家記錄其認為重要之資訊，如平日執行此活動之目的、與他人互動之動機或可能遭遇之困難，以期挖掘使用上豐富面向。經由本研究初步整理與歸納後，可做為擬定訪談大綱以進行後續訪談之基礎。此外，訪談過程中，研究者也能利用日誌做為喚起研究參與者平日玩遊戲之記憶，以避免遺漏重要資訊。

(一) 本研究日誌設計

本研究中，日誌法主要是想瞭解玩家於社交網絡遊戲中遊戲情形以及透過遊戲與不同關係類型玩家社交互動的實際情況，因此不採用將一天分成24小時切分成多個區間的記錄方式，而是讓玩家有登入社交網絡遊戲時才需要記錄。

爲使玩家能瞭解日誌題項意義與內容，並真正蒐集本文所需之玩家資訊，本文於研究執行的兩個月前即開始登入社交網絡網站《Facebook》中，實際從事各項社交網絡遊戲活動，記錄各種遊戲所預設玩家從事互動之機制與規則，並且依照本文依據第貳章參照Wohn et al.(2010)所整理之社交遊戲活動特性進行初步分類，同時也針對各類遊戲活動中的術語及專有名詞進行瞭解，最後根據上述記錄與分類，以玩家熟悉的術語來擬定日誌題項。

日誌開始時，首先以文字方式簡述日誌填寫注意事項與指引說明，詳細告知玩家日誌填寫方式，並留下本研究者任何聯絡方式，讓玩家在填答過程中有任何問題時，能即時與本文連繫詢問。此外，爲讓玩家確切瞭解日誌題意以及「關係

類型」定義，本文在指引說明上，亦附上各類遊戲使用型態的術語及專有名詞及第三節所推導之關係類型定義，製作為「遊戲使用型態與人際關係類型定義表」（附錄三），請玩家們先閱讀後再開始進行填寫，以確保填寫資料之正確性。

親愛的同學您好：

感謝您願意參與本研究，在填寫本日誌時，麻煩留意以下幾點：

- 填寫前請先閱讀附件一<遊戲使用型態與人際關係類型定義表>，確定瞭解內容後再開始填寫。
- 本日誌總共包含六大題，請根據當日玩社交網絡遊戲的實際情況與經驗感受回答以下問題。
- 填寫時請不要有壓力，把它當作遊戲後的小紀錄，盡量依照自己記得的情況填寫即可。
- 在記錄方式上，您可以用任何形式來記錄這個日誌(例如，可貼出您透過遊戲與朋友互動時的照片或寫出您和朋友遊戲後的感受，字數不限)
- 共需撰寫五天，如在期間內有一天沒有登入社交網絡遊戲，則順延。

您所寫的這些日誌內容不會被公開，僅供研究使用，謝謝!

在日誌設計上，本文依據Mwanza(2001)所提出6個活動理論應用步驟中，步驟一的開放式問題設計共六大題，以細察玩家的社交遊戲活動內容、工具、社群與初步動機。首先，為瞭解研究參與者平日從事的遊戲類型或活動，所以設計問題一與問題二，試圖從玩家回答中瞭解他們所選擇的遊戲類型、原因和進行活動前的習慣，另一方面，也嘗試從問題二中瞭解玩家在進行活動時，習慣使用到遊戲公司提供的哪些內建功能或其自行製作的人造物(artifacts)以使其遊戲活動順利。

由於社交活動類型眾多，而玩家偏好遊戲種類可能至多到4、5項，因此自問題三開始即特別請玩家針對該日使用頻率最高之遊戲進行填答問題三至六，其次再就其第二頻率遊戲複製三至六問題再填答。故設計問題三3-1、3-2瞭解玩家在此遊戲從事之活動和原因。而考量日誌填寫上的繁複性可能造成玩家填寫不易，故在問題3-2上，參照《2010 Social Game Research》所歸納玩家採用社交遊戲的相關原因，將可能的採用動機以複選題項方式呈現供玩家填選，增加日誌填寫便利性與作為深度訪談玩家動機之初步依據。

檢閱過去社交網絡遊戲相關研究，發現玩家的遊戲活動可依據是否需要其他互動對象參與，而分為可自行完成的「個人性」活動，包括晉級、裝扮或裝飾遊戲角色或空間、探索、花費與公佈；以及具有對象性之「互動性」活動，包含回覆遊戲訊息、邀請、幫助、攻擊或偷竊、聊天、接收禮物、傳送禮物和競爭比較，這些多為玩家需特別針對另一(或多個)玩家所進行之活動。故依據上述活動特質，設計問題四與問題五，瞭解玩家平日進行個人性活動與互動性活動之情形，

並使用社交遊戲哪些功能以順利推動遊戲進展。

特別的是，針對頻繁多元且具有對象性的互動性活動，為求瞭解玩家平日多藉由哪些互動性活動與哪些關係類型玩家互動，故在問題5-1中請玩家分別就不同關係類型玩家(包括班級內同學)，填入與其進行的互動性活動代碼，並簡述過程、原因或感受。本文希冀藉此進一步瞭解玩家如何透過遊戲建立、維繫與他人之關係，深入瞭解社交遊戲如何支持玩家完成社交目標。

最終，問題六則為補充題項，主要讓玩家抒發在遊戲中與其他玩家互動後的感想與想法，蒐集前述題項中可能未包含之額外資訊，作為回答研究問題三之參考。

為避免問項或整體日誌結構過於艱澀令玩家困惑，當日誌問項擬訂完畢後，本文請兩位社交網絡遊戲資深玩家協助檢視日誌的問項設計，並給予修正建議。修正後日誌內容參見表3-6。

表3-6日誌問題內容

日誌內容問項		依據活動理論
問題一、今天玩了哪些社交網絡遊戲?為什麼?		活動內容、動機與慣例
問題二、在進行這個(些)遊戲時，你會先進行哪些準備?有什麼特殊的習慣或者例行工作?為什麼?(請填寫)		
問題三、挑選一至二項今日你最常玩的遊戲名稱遊戲分別回答	問題3-1、今天進入____遊戲後，你大概做了什麼事? 為什麼?	活動內容與動機
	問題3-2、什麼原因激發你今天想玩此遊戲?(請勾選答案)	活動內容與動機
問題四、若今天在遊戲中進行個人性活動 ⁵⁸ ，請回答以下問題。	問題 4-1、今天透過此遊戲做了下列哪些 <u>個人性</u> 的遊戲活動?(請勾選)	活動內容、工具
	問題 4-2、承上題，在做這些個人性的遊戲活動時，有使用社交遊戲哪些功能? 或發生什麼特殊狀況嗎?(請填寫)	
問題五、若今天在遊戲	問題5-1請在與你遊戲互動的玩家中，挑出三位與您的關係為(1)親密好友、(2)普通好友和	活動內容、社群(三種關係類型)

⁵⁸ 個人性活動為一個人即可完成之活動，包含升級、裝扮或裝飾遊戲角色或空間、探索、花費與公佈。

<p>中進行互動性⁵⁹活動，請回答以下問題。</p>	<p>(3)點頭之交的玩家(包括班上同學)，並將對她/他們做的遊戲活動代碼填入下填空處：</p> <p>我與他/她進行_____活動(請填入代碼 8~15)，並請簡述你選擇利用這個(些)活動與他/她互動的過程、原因或感受。</p>	<p>朋友)與動機、工具</p>
	<p>問題 5-2 承上題，在做這些互動的遊戲活動時，有使用社交遊戲哪些功能? 或發生什麼特殊狀況嗎?(請填寫)</p>	<p>活動內容、工具</p>
<p>問題六、今日玩此遊戲或與其他玩家社會互動過程中有無其他特別心得?或是認為《社交遊戲》應提供什麼額外功能，方便你與朋友夥伴互動?</p>		<p>額外題項</p>

二、訪談法

訪談法(Interview)是一種研究性交談，被視為是「有目的性的談話」(Kahn & Cannell, 1957)，為研究者透過口頭談話方式自被研究者那裡收集、建構第一手資料的研究方法，包含四種形式：「開放式」(open-ended)、「結構式」(structured)、「半結構式」(semi-structured)和「焦點團體」(group interviews)(Fontana & Frey, 1994)。前三者差別取決於訪談者事先能夠掌控多少問題，而焦點團體則是由研究者引導一個小群成員針對特定主題進行討論。研究依據其研究目標、訪談將提出的問題等，來選擇訪談方法(Preece et al., 2002)。

相較於日常生活中的談話，訪談是一種有特定目的和規則的研究性交談。在社會科學意義建構與詮釋的研究領域中，訪談法十分有用且常被使用(陳向明, 2002)。因此依據本文之研究問題，在訪談上採取半結構式之訪談，其原因為本文欲深入瞭解社交遊戲玩家在活動過程中的經驗與想法，並進一步搭配日誌追溯、挖掘其平日遊戲行為之原因與詮釋。尤其在瞭解研究問題二、三上，為求確實理解玩家與不同關係類型朋友，為何採取不同遊戲方式互動的動機，以及其操作系統的感受與建議，尚需與玩家進行口頭上的探詢與瞭解。

半結構式訪談之特性，在於結合了結構式與開放式訪談之特徵，同時包含開放性與封閉性問題。訪談人員須先擬出一份訪談大綱，並依循此份大綱引導不同受訪者針對相同一主題做出回答。在執行上，一開始訪談人員可先順著訪談大綱

⁵⁹ 互動性活動性質具有對象性，為玩家特別針對另一(或多個)玩家所進行之活動，包含回覆遊戲訊息、邀請、幫助、攻擊或偷竊、聊天、組隊、接收禮物、傳送禮物和競爭比較。

提問，再進一步詢問受訪者，給予其足夠的思考與說話時間，促使他們更詳細的說出答案與相關想法，等待其至無法再說出新資訊時，才進行下一個主題(Preece et al., 2002)。

Preece, Rogers & Sharp(2002)建議可依循下列步驟設計訪談大綱：

- 1.應先作一段前言(introduction)：自我介紹並說明訪談目的，同時詢問其是否介意留下一些紀錄(包括錄音、拍照等)。
- 2.訪談熱身(warm-up)：提出一些簡單不具威脅性的問題。
- 3.訪談主題(main)：此部分應按容易至困難的順序，有邏輯性地提出問題。
- 4.訪談降溫期間(cool-off period)：包含一些簡單的問題或詢問受訪者是否想做任何補充說明。
5. 訪談結束(closing)：關掉錄音機及收拾筆記，做些表示訪談結束的動作，並達謝受訪者。

在質化研究中，視研究者本身即為「研究工具」，是故研究的優劣取決於研究者的技巧、能力以及工作嚴謹度（簡春安、鄒平儀，2004；黃鈺棠，2007）。陳向明（2002）更指出，研究者既身為研究工具，本身需實際進入研究場域進行長期觀察，才能真正理解被研究者所處文化環境、日常生活以及這些環境對其思想和行為之影響。考量上述，研究者為了能與受訪玩家對談時，充分理解其平日遊戲中使用的術語、描述、情境的舉例以及遊戲中介面功能操作等，本文於研究正式執行前兩個月，開始登入《Facebook》平台上之各類社交遊戲，平均每週進行遊戲時間約15小時，並瀏覽、閱讀社交遊戲相關網站討論區、論壇社群或電子佈告欄的玩家討論文章，閱讀的內容包含理解玩家慣常的社交遊戲使用型態和各遊戲任務討論。以期在訪談過程中能更確切掌握、理解玩家提供的資訊與表達之想法。

最後也最重要的是，Denzin(1978)曾提出四種適用於質化研究之多元交叉法(triangulation)，意即使用兩種以上資料來瞭解特定某現象，包含理論、方法、觀察者與資料等，以增加研究過程之嚴謹度(Padgett, 1998)。據此，本文採取學者提出之多元交叉法，以增進本研究嚴謹性。而根據本文研究目的、問題與資源限制，選擇以日誌法搭配訪談，並在資料收集上包含文字記錄與影像等進行交叉對照，以提升本文研究之可信度。

(一) 訪談大綱設計

本文進行訪談的主要目的，在於進一步深入瞭解玩家平日於社交網絡遊戲中採取遊戲活動的真正動機，以及對於透過遊戲活動與不同關係類型朋友互動的想法與意義詮釋。誠如Nardi(1998)與Hackos & Redish(1999)於活動理論所述，多數使用者所知的目的可能只是任務或次級目標，因此研究者必須深入觀察或透過訪談進一步構連出可能連使用者本身都不知道的高層次目的(higher level goal)或動機。因此，在訪談大綱擬定上，根據玩家所填寫之日誌內容，歸納出團體成員經常進行的一些社交網絡遊戲活動後，結合第貳章第三節的人際關係類型概念與第五節的研究問題，採取半結構方式進行。一方面針對玩家日誌中的活動內容進一步提問，追溯其平日活動狀況與詮釋，另一方面則探詢玩家如何透過遊戲與朋友互動，互動後對彼此關係所衍生的感受或想法等，此兩部分皆會隨玩家平日在遊戲中活動類型差異而有所不同。

本文從研究參與者所撰寫的日誌中，歸納整理出團體成員經常執行的幾種活動，包括進步、探索、瞭解遊戲機制、幫助、邀請、傳送與接收禮物、聊天、回覆遊戲訊息、攻擊或偷竊、裝飾遊戲角色或空間、花費實際金錢、競爭比較和公佈遊戲訊息。

其中，發現玩家最常與其他玩家進行人際導向活動，這種現象經常發生在各種類型社交遊戲類型裡，誠如Järvinen(2009)與Wohn(2010a)在研究中指出，社交網絡遊戲確實能促進玩家們產生社會互動，且這樣的互動關係是種常態。另一方面，由於社交遊戲的任務較大型多人線上遊戲簡易，不需組隊團體合作便能完成，因此日誌中發現幾無玩家進行「組隊」活動，故在本研究將不討論此活動。依據研究目的與問題，本文參考Preece et al.(2002)所建議之訪談架構，將訪談階段分為簡介(introduction)、暖身(warm-up)、主要核心(Main)、收尾(cool-off period)與結束(closing)五個部份，見表3-7。訪談流程與問項擬定依據如下所述：

1. 流程(Introduction)

訪談初始，就本文研究大致內容與訪談進行方式向受訪者解說，讓受訪者對過程能有初步了解，並以暖身性質的問題開頭，一方面讓玩家緩和心情，另一方面引導玩家進入狀況，並徵求全程錄音的意願。

2. 流程(Warm-up)：瞭解角色玩家個人的遊戲使用習慣

由於《社交網絡遊戲》內建於社交網絡網站 Facebook 內，因此若想玩遊戲

則必須先登入 Facebook。從日誌中(見下述 M1 與 F7 日誌)，發現登入社交網絡遊戲前，大部分研究參與者會先瀏覽 Facebook 中非遊戲的功能區—首頁或朋友們的塗鴉牆上，了解朋友們更新的近況後再登入遊戲。然而，亦有部分玩家傾向直接進入遊戲中，而不停留在首頁或塗鴉牆了解其朋友近況，形成強烈對比。

「進入 FB 頁面後，我會先看上面的訊息欄有沒有朋友回覆的最新消息，然後再去看看今天有誰在塗鴉牆貼了新文章。之後再去注意有沒有人生日，然後就開始玩我的 Flash 小遊戲囉！」(M1,日誌 0811)

「我都不看朋友動態，直接進入《開心農場》就開始玩遊戲了。」(F7,日誌 0812)

另一方面，登入遊戲後，大部分玩家每天第一件所做的事大同小異，最常使用的是遊戲的內建日誌，觀看哪些玩家來拜訪過自己的遊戲空間、做了什麼事，以及遊戲成果的累積狀況。因此，針對流程 Warm-up 設計 1 至 4 題，以更深入了解角色個人的遊戲使用習慣，以及做這些行動的背後意義。

3.流程 Main

由日誌內容可知，許多玩家的遊戲行為多因其他玩家而被觸發(見下述 F11 日誌描述)，故此部分主要想瞭解二層面向，第一、玩家選擇哪些遊戲類型與他/她的朋友互動？其原因為何？第二、進入遊戲後，玩家的遊戲互動情形。

「在找好玩的測驗時，看到趣味測驗遊戲—「超難蠟筆小新 10 問」，所以就連進去...玩玩看，結果自己玩了兩次才 pass，覺得很對不起已故白井儀人(作者)，為了向他致敬以及好奇朋友自稱蠟筆小新達人的等級，於是特地問他十題都會嗎？結果就引發一連串積極找答案的討論！」(F11,日誌 0815)

因此，5 至 8 題便設計為瞭解角色平日如何透過遊戲與朋友互動，活動內容是否與其關係親疏深淺有關？以及進行遊戲後對彼此友誼的看法。

其次，參考第二章第四節所歸納之「社交遊戲基本使用型態」與日誌內容，依據遊戲活動型態的性質，分為：

- a.個人性活動(晉級、探索、瞭解遊戲機制)
- b.人際性活動(幫助、邀請、傳送與接收禮物、聊天、回覆遊戲訊息)
- c.負面性活動(攻擊或偷竊)，以及
- d.其他活動(裝飾遊戲角色或空間、花費實際金錢、競爭比較和公佈遊戲訊息)

分別進行 9-12、13-16、19-21 以及 23-26 的問項設計，希望瞭解玩家進行這些活動的方式、對象和隱含動機。最終，統整研究參與者日誌記錄和所需資訊，

於 27 至 29 題針對研究問題 3—社交網絡遊戲是否能支持玩家達成社交互動目標以及整體上對友誼的影響進行提問。

4.流程 cool-off period

第 30 至 33 題，詢問研究參與者使用社交遊戲過程的想法，特別針對遊戲介面資訊提供和操作上的心得、建議與需求進行探詢，希望能瞭解不同角色屬性之玩家使用上最重視的環節

5.流程 Closing

根據 Preece et al.(2002/2006)建議，訪員需要做些表示訪談結束的動作，故在此階段關閉錄音裝置，遞上酬謝。訪談大綱問題問項請見表 3-7



表3-7訪談大綱問題題項

程	問題內容
---	------

Introduction	<p>您好！首先感謝你熱心幫忙參與本研究。我的論文主要想了解玩家於社交網絡遊戲中的活動以及與其他朋友互動的情形。接下來訪談過程中我也會針對你之前寫的日誌內容進行發問，你可以放鬆心情，盡量把你的想法、感受和所知告訴我即可，謝謝。訪談過程中會錄音，但請不用緊張，因為錄音指示作為後續分析使用。</p>
---------------------	--

Warm-up	社交網絡遊戲使用和接觸情形	
	<p>1. 每天一登入 Facebook 時，你大概先做什麼事？為什麼？</p> <p>2. 對於哪些社交網絡遊戲感到有興趣？為什麼喜愛玩？</p> <p>3. 在進行這些遊戲以前，你會進行哪些準備？有什麼特殊的習慣或者例行工作？為什麼？</p> <p>4. 平常一登入這個(些)遊戲時，都先做什麼？為什麼？</p>	
	遊戲類型與他人(人際關係類型): 請問你與下列不同友好程度的班上同學，透過哪些遊戲類型進行互動？	
	親密好友	<p>5. 為什麼想透過這個(些)遊戲與他/她互動？與他/她進行這個(些)遊戲後，對你們之間的友誼關係有何看法？若無，則平日使用何種方法與其互動？</p>
Main	普通朋友	<p>6. 為什麼想透過這個(些)遊戲與他/她互動？與他/她進行這個(些)遊戲後，對你們之間的友誼關係有何看法？若無，則平日使用何種方法與其互動？</p>
	點頭之交	<p>7. 為什麼想透過這個(些)遊戲與他/她互動？與他/她進行這個(些)遊戲後，對你們之間的友誼關係有何看法？若無，則平日使用何種方法與其互動？</p>
	<p>在與上述不同友好程度的朋友進行遊戲時，你會做哪些準備？有什麼特殊的習慣或者例行工作嗎？為什麼？</p>	
	a. 個人性活動概況 (進步、探索、瞭解遊戲機制)	
<p>8. 通常在什麼情況下，會進行升級、探索、瞭解遊戲機制、公佈任務訊息活動？為什麼？</p> <p>9. 大多透過什麼方法、工具或功能完成這個(些)活動？如何完成？</p> <p>是否有身為玩家的班上同學參與？大約是哪些人呢？你們各自從事了哪些事情？</p> <p>10. 承上題，進行這個(些)活動後，對你們之間的友誼關係有何看法？</p>		
b. 人際性活動概況(幫助、邀請、傳送與接收禮物、聊天、回覆遊戲訊息)		
<p>11. 通常在什麼情況下，會進行幫助、傳送禮物、聊天、公佈遊戲趣味結果的活動？為什麼？</p>		

親密好友	12. 為什麼想透過這個(些)活動與他/她互動? 為什麼? 13. 與他/她進行這個(些)遊戲活動後, 對你們之間的友誼關係有何看法?
普通朋友	14. 為什麼想透過這個(些)活動與他/她互動? 為什麼? 15. 與他/她進行這個(些)遊戲活動後, 對你們之間的友誼關係有何看法?
點頭之交	16. 為什麼想透過這個(些)活動與他/她互動? 為什麼? 17. 與他/她進行這個(些)遊戲活動後, 對你們之間的友誼關係有何看法?
18. 大多透過什麼方法、工具或功能完成這個(些)活動? 如何完成? 19. 在與上述不同友好程度的朋友進行遊戲時, 你會做哪些準備? 有什麼特殊的習慣或者例行工作嗎? 為什麼?	
c. 負面性活動(攻擊或偷竊)	
20. 通常在什麼情況下, 你會對其他玩家進行攻擊或偷竊? 為什麼? 21. 在進行攻擊或偷竊時, 有什麼特殊的習慣或者例行工作嗎? 為什麼? 22. 你通常會對班上哪些玩家進行攻擊或偷竊活動? 為什麼選擇對他/她進行這個(些)活動? 23. 承上題, 進行這個(些)活動後, 對你們之間的友誼關係有何看法? 為什麼?	
d. 其它遊戲活動(裝飾遊戲角色或空間、花費實際金錢、競爭比較、公佈遊戲訊息)	
24. 通常在什麼情況下, 你會進行上述這些活動? 為什麼? 25. 大多透過什麼方法、工具或功能完成這個(些)活動? 如何完成? 26. 你通常會與上哪些玩家進行上述哪個(些)活動? 為什麼選擇與他/她進行這個(些)活動? 你們在活動中從事了哪些事情? 27. 承上題, 進行這個(些)活動後, 對你們之間的友誼關係有何看法?	
<p>統整研究參與者日誌記錄和受訪者說明所需資訊, 接著追問整體遊戲活動與友誼關聯性</p> <p>(開啟遊戲介面輔助受訪者說明)</p> <p>28. 你覺得其中哪個(些)活動最重要? 為什麼? 請排序或選擇最重要的。</p> <p>29. 你覺得哪些遊戲活動使你和其他同學的關係更緊密? 哪些遊戲活動則可能對友誼有殺傷力?</p> <p>30. 在什麼情況下, 你會想拒絕別人的遊戲邀請或禮物? 為什麼?</p>	

Cool-Off Period	<p>31.你覺得過去玩的遊戲裡,有哪些地方是你覺得做得比社交網絡遊戲更好的?</p> <p>32.針對遊戲系統提供該活動的操作方式,你是否有建議?(可開啟遊戲介面操作說明)</p> <p>33.你覺得遊戲介面上,哪些資訊應該更加明顯?哪些是多餘的資訊?為什麼?建議該怎麼做才好?</p> <p>34.訪談即將結束,請問您還有想要補充分享的資訊嗎?</p>
Close	<p>關閉錄音裝置</p> <p>感謝你今天的大力幫忙,這是我準備的小禮物跟車馬費,代表一點心意。</p>

第三節 研究平台選擇與研究設計

一、研究平台選擇

在研究平台選擇上,依據本研究目的,為求瞭解玩家在社交遊戲中活動與需求,以及探討實體人際關係如何影響玩家間遊戲互動型態,本研究所選擇之研究平台為社交網絡網站《臉書》(Facebook),原因分述如下:

(一)遊戲種類豐富,互動形式多元

臉書因於 2007 年五月開放研發者平台(Developer Platform),讓各類遊戲應用程式(application)開發業者進駐,因此創造出各種整合社交網絡功能的各類社交遊戲。根據臉書官方統計數據(AppData)⁶⁰資料,自 2008 至 2010 年,目前臉書平台已經累積超過五十五萬個活躍的應用程式,其中三分之二皆為遊戲,且每月活躍用戶(Monthly Application Users, MAU)排行榜前十名也都為各類型社交遊戲,雖然不少社群網站公司也陸續推出類似的遊戲應用程式,但皆無法超越臉書遊戲使用人數。

臉書社交遊戲雖然數量龐大,但整體上可依據其遊戲特質和功能型態區分為八種類型,分別為格鬥動作(Action)、擬真(Simulation)、經營策略(Stratgy)、角色扮演(RPG)、猜謎/心理測驗(Puzzles/Quizzes)、博奕(games, gambling)、體態動作(Physical actions)和純好玩型(Just for fun) (Facebook application directory; Rao, 2008)。在遊戲細部互動設計上,多模擬平日所熟悉之社會互動形式,例如養魚、種菜、收成、煮菜、佈置、擁抱、澆水、偷取和驚嚇等(Järvinen, 2009)。

⁶⁰ <http://www.appdata.com/>

而本文研究目的之一即在於探討不同角色特質之玩家的在遊戲中社會互動行為，因此Facebook社交遊戲的豐富的互動型態可適切作為本文觀察玩家如何運用發揮之依據。

(二) 建立於實體社交圈上運作，強調社群關係與社交活動

社交遊戲非常依賴實體社交脈絡(如學校、部門和居住地等所相識的同事或朋友)以提供一個聯盟和互動的框架(Hyantt, 2008)。因此遊戲機制多揉合微妙的社交互動形式和同儕比較元素，採取獎勵機制鼓勵玩家邀請朋友一起註冊遊戲，所以通常社交遊戲中的玩伴，亦是現實生活中的朋友們(Hart, Ridley, Taher, Sas & Dix, 2008)。而本文之研究目的之一即在探討實體人際關係類型如何影響玩家間之社交互動內容，因而選擇臉書遊戲做為觀察分析平台有其適切性。

(三) 玩家數量龐大穩定，市場上具代表性

臉書不止在北美發源地擁有極高市占率，更在 2007 年開放 API 的產品策略之下，以及近年來中文化、介面設計優化的趨勢下，致使其在亞洲、歐洲甚至南美洲都有驚人的市場成長曲線出現。截至 2010 年 7 月為止，臉書在全球的總用戶數已突破五億，成為全球第一大社交網絡網站；在台灣，資策會 MIC 調查也顯示調查顯示，臉書為台灣網路族群使用的社交網站第一名(70.3%)，其比例遠超過第二名 Windows Live(26.6%)。不少知名社群網站公司也陸續推出類似 Facebook 的應用程式與遊戲，但皆無法超越 Facebook 遊戲使用人數。截至 2010 年七月，Inside Social Games 調查臉書社交遊戲排行榜中前 25 名的社交遊戲維持每月活躍用戶(MAU)最高六千三百萬玩家，最低五百二十萬玩家⁶¹，也遠高於第二大社交網絡網站 Myspace 社交遊戲前 25 名的 MAU 使用人數(最高：一千四百萬、最低：一百七十二萬)⁶²。顯見玩家於臉書平台上的社交遊戲使用頻率維持穩定程度，並最具市場代表性。

綜上述原因描述可知，臉書平台上的社交遊戲在內容與設計上除了符合本研究目的所欲觀察之環境條件外，使用人口和穩定度都超越其他社交網絡網站，更重要的是，它依存於網絡化後的實體人際脈絡，能讓本研究了解玩家與玩家間實體人際關係類型如何影響虛擬社交活動，因而能更清楚明白玩家的需求，因此本文認為以臉書社交遊戲作為研究平台具有適切性。

二、《臉書》社交網絡遊戲機制與基本使用型態

(一) 遊戲種類

⁶¹ 資料來源：《Top 25 Facebook Games For July 2010》(Mack, 7/1/2010)，網址：<http://www.insidesocialgames.com/2010/07/01/top-25-facebook-games-for-july-2010/>

⁶² 資料來源：《Top 25 Myspace Games For July 2010》(Mack, 7/1/2010)，網址：<http://www.insidesocialgames.com/2010/07/01/top-25-myspace-games-for-july-2010/>

由前述第二章第一節針對社交遊戲運作特質和種類介紹可知，臉書可區分為八種典型社交遊戲類型(Facebook application directory；Rao, 2008)。玩家在臉書平台中可依照其興趣和喜好加入不止一種的遊戲，並可隨時跳出遊戲或終止不玩，不同於大型多人線上遊戲需全螢幕操作，玩家需投入完全專注力，社交遊戲則是與玩家日常事物並存，因此可常見許多玩家同時參與社交遊戲，同時正在做其他事物的情境。

(二)遊戲機制與內建基本介面介紹：

當玩家進入遊戲後，遊戲的應用程式系統會通知玩家在社交網絡上哪些朋友也是這個遊戲的成員，並建議玩家邀其為遊戲中的「鄰居」或「隊友」，或者邀請還未加入遊戲的Facebook朋友註冊遊戲。遊戲開始時多為一預設遊戲空間，依遊戲主題可種植作物、飼養動物或經營旅館、餐廳。玩家自遊戲內建虛擬商店購買遊戲品項(如種子、動物、原料、裝飾品)後，便可置入其遊戲空間內進行飼養、培育或裝飾，隨著時間漸長(培養時間從5分鐘到24小時不等)遊戲品項也漸成熟或結果，這時玩家可以進行採收，將所獲成果再賣出後，便可累積遊戲金幣或等級。

當遊戲累積越多人數時，則此遊戲不僅競爭性越高，玩家能從中獲得的資源也越多(例如竊取他人遊戲成果，或者幫助越多玩家則也可累積越多經驗值)。遊戲介面上也提供玩家可隨時檢視其他玩家名次、等級之名次列表，點選後可隨時進入他人遊戲空間，進行幫助或竊取等動作。本文以《開心農場》介面為例(見圖3-2)。



圖3-2 社交遊戲介面簡介(以開心農場為例)

(三)遊戲使用型態：

依據遊戲種類不同，其互動功能設計上也有所差異。但大致來說，社交遊戲機制在互動功能設計上，有七種使用型態：花費(spending)、化身個人化(avatar customization)、空間個人化(space customization)、公佈(Publishing)、瞭解遊戲機制(Mechanics)、進步(advancement)和送與接收虛擬禮物(Gifting) (Wohn, Lee, Sung & Bjornrud, 2010)；然而，上述分類仍未竟所有社交遊戲使用型態輪廓。譬如，經常使他人洩氣，偷竊其他玩家遊戲成果的搗蛋性遊戲功能也是社交遊戲的設計重點之一。

據此，本文再次檢視社交遊戲各項機制，並且結合專家討論與社交遊戲相關調查機構之報告⁶³，於第四節小結中區分出13種社交遊戲介面上與互動功能上之使用型態。整理出下表3-8，作為在社交遊戲使用型態分類認定上之參考依據。

⁶³ Inside Social Games 調查機構提供社交網絡遊戲與社交遊戲新聞與市場調查服務，專注於追蹤遊戲與社交平台匯合之趨勢與現況，網址如下：<http://www.insidesocialgames.com/>

表3-8社交遊戲使用型態分類表

使用型態	定義	來源
(1)拜訪/瀏覽	拜訪或瀏覽其他玩家的遊戲空間或紀錄，觀看其他玩家的排名、等級或遊戲資源、遊戲角色或空間的裝扮或佈置。	本研究整理
(2)探索遊戲新任務或特殊獎品	進行大多數玩家不知道的任務、收集遊戲中特殊物品、設備或服裝。	本研究整理
(3)瞭解遊戲機制	嘗試盡可能地瞭解越多遊戲規則和遊玩方式。	Wohn et al.(2010)
(4)組隊	與其他玩家共同組成一團體以互相合作解決特定遊戲任務。	本研究整理
(5)晉級	提升或累積遊戲資源、品項、金錢、經驗值或等級	Wohn et al.(2010)
(6)幫助	協助其他玩家(包括幫忙澆水、治療動物等)或與其遊戲角色互動(跳舞、打招呼等) <u>其活動結果對對方和自己都有利。</u>	本研究整理
(7)聊天	在遊戲活動中與其他玩家聊天。	本研究整理
(8)傳送與接收禮物	傳送禮物(包括愛心、擁抱等圖示)給其他玩家;接受朋友從遊戲中傳送給我的禮物。	Wohn et al(2010)
(9)邀請	發出邀請，請還未加入遊戲的他人參與遊戲。	本研究整理
(10)攻擊或偷竊	故意激怒其他玩家(例如偷菜、攻擊、驚嚇對方)， <u>其活動結果只對自己有利。</u>	本研究整理
(11)裝飾遊戲角色或空間	創造、裝飾自己的遊戲角色造型或遊戲空間/環境，使角色和空間個人化。	Wohn et al.(2010)
(12)花費實際金錢	花費實際的金錢購買虛擬貨幣、遊戲資源，包括購買遊戲贊助廠商所推出的商品集點等優惠活動。	Wohn et al.(2010)
(13)公佈遊戲訊息	將遊戲中的成就/任務相關的訊息/公佈於塗鴉牆上。	Wohn et al.(2010)

資料來源:整理自Wohn et al.(2010)以及參與研究玩家訪談過程中說明

第四節 資料蒐集過程與分析方法

一、徵詢受訪團體成員參與研究意願

由於本文研究對象為團體中的成員，因此在招募上以團體為目標，在地緣便利性和接近性考量下，首先針對交通大學傳播研究所一班級團體寄送徵詢參與研究訊息，並發佈於班級電子佈告欄上，發佈期間自 2010 年 6 月中旬至 7 月上旬，團體成員可以電子郵件或電話回覆方式回覆，徵詢參與研究意願之文案參見表 3-9。

在篩選上，如同前文所述，經核定團體內成員遊戲經驗代表性和角色特質顯著性，並剔除不符合篩選要件之樣本(角色特質不顯著者)，最後參與研究玩家共 16 人，三類角色特質組別分別有 3 人、6 人和 4 人，兼有角色特質者 3 人。參與研究團體成員角色特質分類見表 3-5。

各位親愛的傳播所同學們好：

我目前正在進行有關社交網絡遊戲玩家社會互動相關研究，因此希望班級中有參與 Facebook 社交網絡遊戲的同學們能幫忙。有意願參與者請下載「社交遊戲使用程度評估(含基礎背景資料)量表」進行填寫並回覆至信箱

██████████@gmail.com, 謝謝您。

由於本研究需以角色特質為成員分類依據，因此確定符合本研究社交遊戲使用程度評估要件後，會進一步執行角色特質評估、日誌填寫(五天，每天約 10~15 分鐘)與一次深度訪談(約一小時)相關研究程序。

社交網絡遊戲體現「遊戲」與「社會互動」的匯合潮流，納入更多使用者間互動的遊戲經驗，遊戲不再是一個人的玩具，而是你我的交流工具。因而，遊戲設計不能再只靠設計師單面發想，更需結合玩家寶貴想法與意見，指引未來社交網絡遊戲設計方向。雖本研究僅能提供微薄酬勞，但代表萬分感激之意，希望各位能夠踴躍參與研究，謝謝！

再次感謝您的熱心幫忙！

交大傳播所研究生 曾琳 敬上

二、聯繫研究參與者並正式執行

透過其填寫之「社交遊戲使用程度評估(含基礎背景資料)量表」，經審查確認社交遊戲使用程度代表性後，本文選定此一交大傳播所三年級班級團體成員為研究對象，以口頭或電子郵件書面方式向團體內所有成員解說日誌填寫方式。其中，針對團體內社交遊戲使用程度極輕度的玩家⁶⁴，本研究考量其難以透過日誌作答平日極少接觸的社交遊戲使用情況，因此不發放日誌給予該 4 名成員，但仍針對他們不喜愛從事社交遊戲之情況進行深度訪談，意即，本文也希望透過探詢不採用社交網絡遊戲的使用者意見，瞭解社交網絡遊戲設計上可能需改進或導致滿意度低落之關鍵缺陷。

此外，由於本文鼓勵玩家在日誌填寫過程中截取遊戲畫面貼於日誌輔助說明，因此寄送給玩家日誌資料中，同時另寄給玩家畫面擷取軟體安裝壓縮檔及安裝操作說明，方便玩家運用此軟體進行擷取與紀錄。本文建議玩家使用的畫面擷取軟體為操作介面簡易上手的 Screen Hunter 5.1.145 Free (圖 3-3)。安裝後，玩家可按此軟體預設的快捷鍵(F7)，無次數限制或定時擷取遊戲畫面，且擷取的遊戲畫面可自動轉存 jpg 或 BMP 檔於此軟體預設的資料夾內，玩家於遊戲結束後可至此資料夾尋找圖片，並張貼於日誌中即可。

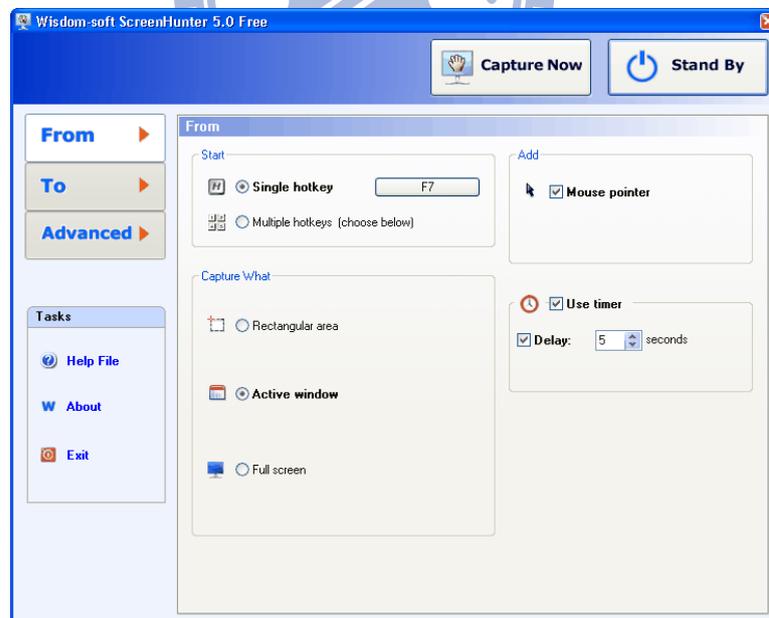


圖3-3畫面截取軟體Screen Hunter 5.1.145 Free(圖片屬原軟體公司版權所有)

發放日誌給參與研究玩家後，約每隔二至三天以電子郵件或電話連絡方式，

⁶⁴ 分別為 M5、F3、F5 和 F12 成員，四名成員平均每天遊戲時間皆低於 30 分鐘，頻率上為 2~3 周一次。

叮嚀提醒參與研究玩家日誌填寫事宜，或詢問玩家在填寫過程上是否遭遇困難。在檢閱、彙整日誌資料後，本文大致了解玩家平日於遊戲中的活動內容，並據此增修、補充訪談大綱，同時會與玩家約定訪談時間與地點。在訪談方式上，本研究會攜帶筆記型電腦與玩家日誌電子檔，以前文所擬訪談問項逐步詢問，當必要時會與玩家一同瀏覽其填寫的日誌，並進一步瞭解玩家對其特定遊戲活動或行為上的意義詮釋。訪談過程會以錄音裝置紀錄，方便之後資料登錄與分析使用，並於訪談前徵詢受訪玩家同意。每次訪談時間約 1 到 2 小時不等。詳細訪談步驟與內容參見前文「訪談設計」部分。

本文執行訪談主要目的在於瞭解玩家從事社交網絡遊戲之情況與真實動機，以及玩家平日與其他玩家互動情形，追溯玩家對於透過遊戲進行社會互動之想法。誠如 Nardi(1998)與 Hackos & Redish(1999)於所述，多數使用者所知的目的可能只是任務或次級目標，因此研究者必須深入觀察或透過訪談進一步構連出可能連使用者本身都不知道的高層次目的(higher level goal)或背後動機。因此在訪談進行過程中，本文參考陳智先(2009)所述之「訪談著重要點」，力行下列幾點：

1. 重述玩家的回答內容，確認本文理解的概念與玩家所欲表達的想法是否有所出入。
2. 詢問訪談大綱問題，請其進一步陳述、解釋平日該事件發生的情況，必要時提示玩家在日誌中填寫的內容，以輔助其回憶重要遊戲片段與心境。
3. 依據玩家回答內容，進一步刺探追問，引導玩家更詳細陳述、表達其想法，直到沒有新的想法想在訴說為止。
4. 當玩家於陳述過程中提到某個有趣、特別事件或議題時，為不打斷玩家思緒與想法表達，會先行記錄，事後再請玩家對該事件、議題作進一步解釋。

待訪談執行完後，本文將每位參與玩家的受訪錄音內容逐一轉錄為文字形式，方便與日誌內容進行統整對照並進入分析階段。

三、 資料分析方法

在結束資料蒐集階段後，總計本研究前後共蒐集了任務、關係和自我角色特質之三類玩家社交遊戲使用程度評估初步結果(由玩家填寫社交遊戲使用程度評估量表而來)、玩家日誌與訪談逐字稿三種資料。Preece et al.(2006)指出，在討論

資料分析方法時，無論分析是概略性、精緻的、以理論為導向，或僅在尋找行為中的偶發事件或模式，建議研究者都需要一個明確架構以掌控和記錄資料(黃鈺棠，2007)。是故，本研究主要以活動理論在方法論層次上之分析架構為資料主要分析依據。

Kuutti(1996)探討活動理論時，指出隨著目的導引才能產生活動，然而，活動亦為一個長期型態，其目的會隨時間、情境改變，所對應行動活執行方式亦有所轉變，因此建議必須進行長時間研究，才能瞭解使用者的真正目的。Hackos & Redish(1999)亦指出，多數使用者所知的目的可能只是任務的次級目標，因此研究者必須進一步自訪談或觀察中分析隱藏於使用者內心深處的最終、亦最抽象的動機或期待。

承上述，本文認為在資料分析方法上，首先歸納具體的玩家遊戲行為、情境和互動之現象，其次結合玩家於訪談中所述之深層動機與意義詮釋等相關資訊，找出這些不同行動所共同追求之相似目標，最終以玩家這些相似之最高層次目的(higher level goal)為依歸，才能具體而微瞭解不同角色特質玩家從事社交遊戲活動之真正動機，以及慣於採用哪類遊戲類型、與朋友間進行何種活動以滿足其需求。而上述之資料分析流程、方式亦如同 Kuutti(1996)所述人類「活動的層級」(levels of an activity)概念，由具體分散現象歸納至抽象明顯動機，描繪資料分析流程圖如圖 3-4 所示：

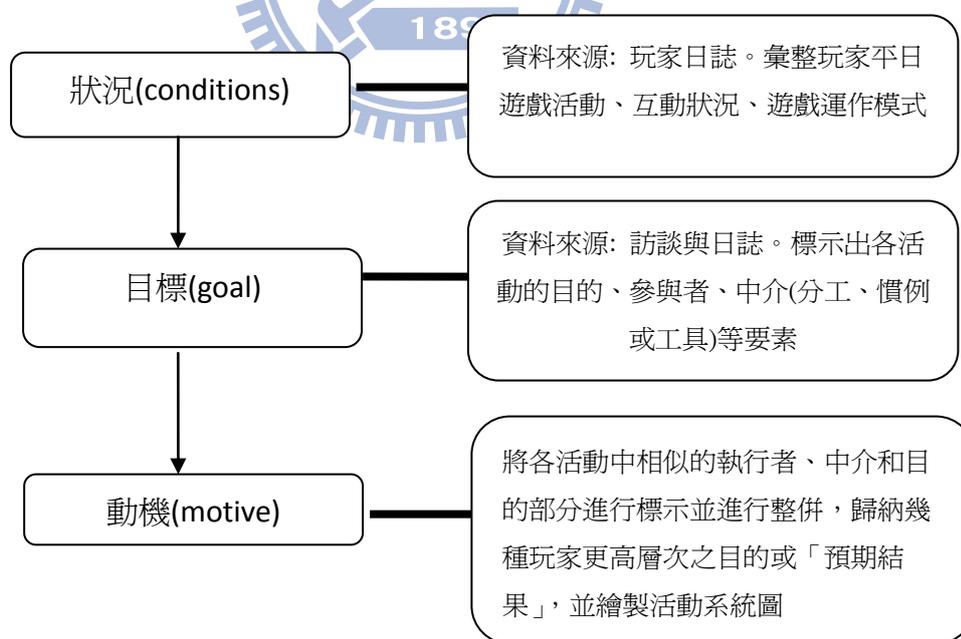


圖3-4資料分析流程圖

因此，首先本文回收日誌後，即對照 Yee(2006)與 Wohn et al.(2010)針對活動型態之定義，於訪談前初步分類出團體成員於社交網絡遊戲中經常執行的幾種活

動類型(見訪談設計)，其次，結合隨後訪談所獲之玩家活動情形與目的詮釋，依照 Mwanza(2001)提出之分析架構，以「活動」為單位，標示出每一活動中的「目的」、「主體」及「社群」等組成要素，同時也將訪談內容中玩家對於與不同關係類型玩家互動的相關看法、詮釋進行整理。

最終，逐步歸納、整理玩家進行各類活動之目的與相關詮釋資料後，本文依據 Mwanza(2001)應用架構步驟二至六，將各活動中相似的執行者(actors)、中介(mediator)和目的(object)部分進行標示並進行整併，從中發展並歸納出幾種玩家主要動機(Nardi, 1998 ; Hackos & Redish, 1999)，並依此為依歸描繪由各動機(即預期成果)帶領下之活動系統圖。值得注意的是，為避免在一開始資料分析時即將玩家分類造成歸納結果偏頗，本文於此最後步驟中才對照各活動中相似的執行者在團體內扮演的角色特質，更能確認角色特質是否影響玩家的遊戲行為。最後，依據一個一個活動分別探討不同角色特質玩家的遊戲社交性需求。詳細分析內容結果請見第四章。



第四章 資料分析

在本節資料分析上，主要依照前文所述的人際團體內角色特質與活動理論架構來進行，由於分析過程會引用許多社交遊戲相關專有名詞，為助於閱讀過程上理解，本文將專有術語名詞，以及參與研究玩家於訪談過程中的說明，以註腳方式標記於每頁下方。

本文透過全體玩家日誌與訪談資料分析發現，玩家個人於人際團體中所具備的角色傾向的確會影響其社交遊戲行為，以及其如何透過遊戲與他人互動。此項特質在與不同關係類型朋友互動時，更為顯著。此外，每位玩家於遊戲中有一主要從事的遊戲活動，同時也會進行其他類型之活動來輔助主要遊戲活動之進行，因此這些活動與主要活動彼此間有交互關聯。

每位玩家於社交網絡網站中有一主要的使用模式，而玩社交網絡遊戲為主要使用模式之一，意即，團體內有部分使用者熱衷於社交網絡遊戲，但也有少部分使用者甚少玩社交網絡遊戲，其社交網絡網站的使用型態僅單就非遊戲的網站功能，例如瀏覽與回覆訊息等進行使用。而團體內多數玩家的社交遊戲使用程度則是介於極度熱衷遊戲與一般功能的社交網絡使用者，符合 Hart, Ridley, Taher, Sas & Dix (2008)所發現的社交網絡使用者經驗，即同時玩遊戲以及使用瀏覽、回覆訊息等一般社交功能。

活動理論在分析上著重活動之「目的」，認為活動能依據其目的之差異做進一步劃分，且整個活動情境與發展脈絡也會因活動目的之差異而有所不同。經由本文分析玩家日誌與訪談資料發現，玩家的遊戲行為和社交活動，除了會受其內在角色特質所影響外，其所抱持的遊戲目的、與互動對象關係類型的不同，這些因素亦進而對玩家的遊玩行為及活動發展歷程產生差異。

據此，本研究以玩家在團體中的「角色特質」為依據，分為「任務特質」、「關係特質」和「自我特質」三種玩家特質，並依據其日誌與訪談資料所記錄之最常從事的遊戲活動與動機，詳細分析該角色玩家所偏好之遊戲類型、活動型態和透過遊戲進行人際互動之情況，以及上述遊戲行為之目的。此外，由於玩家可能玩多種遊戲，在引述資料上，為避免讀者混淆，玩家日誌與受訪口述資料以正標楷體表示，並於其後註明來源為日誌或訪談資料，以及遊戲名稱。

第一節 任務角色特質玩家分析

彙整玩家的相關日誌與訪談資料後，本文發現團體內任務特質使用者可分為兩類，一為視社交網絡網站為日常生活中獲得朋友近況、資訊的工具之一，而不熱衷於玩網站內的社交遊戲，其多偏好《純好玩型》遊戲類型以消磨短暫時光或紓解壓力；另一種使用者則不僅喜愛使用社交網絡網站獲悉朋友近況，更熱衷於社交網絡遊戲，並將平日縝密的處事習慣帶入遊戲中，認真看待遊戲中各項任務並確實完成，亦從中獲得極大成就感；喜愛「征服遊戲機制」、享受自「遊戲中獲得的優越感」，並視團體中共同遊戲之他人為「假想敵」和「競爭對手」，是任務導向玩家參與遊戲最主要的樂趣來源，其偏好《經營類》和《擬真類》型遊戲。

對於任務特質使用者來說，社交網絡網站是一個能夠瞭解朋友近況的工具之一，但並非用以拓展新友誼或認識陌生人。除此之外，對於喜愛玩社交網絡遊戲的任務特質玩家而言，遊戲亦做為他/她和其他朋友較勁的場域(見表 4-1)。

表4-1 任務特質玩家偏好之遊戲類型與採用動機

受訪者	性別	偏好的遊戲類型	採用動機(受訪者回應)
M1	男	經營類《café world》、擬真型《動物樂園》、《快樂水族箱》	我現在很喜歡玩簡單但有競爭性的遊戲，現在因為競爭因素很強大，有兩個同學一直在跟我爭排名！我必須要捍衛我遊戲地位才行！
F7*	女	擬真型《開心農場》	主要是想要有成就感吧！我喜歡贏的感覺，因為這樣，所以我玩遊戲不在多，只在精！
F1	女	純好玩型《寶石方塊》 ⁶⁵	單純覺得無聊，想殺時間吧！而且是以前熟悉的遊戲所以就玩玩看。
F6	女	純好玩型《打小人遊戲》 ⁶⁶	我主要還是用 Facebook 的塗鴉牆功能看大家留言，關心朋友的近況和消息。偶爾有玩一些小遊戲，反正上班族很需要打發時間和發洩一下壓力囉！
F3*	女	趣味/心理測驗型	不太會常玩遊戲，非常偶爾時會玩一下心

⁶⁵ 寶石方塊遊戲(Bejeweled Blitz)：益智遊戲的一種，在限定時間內利用旋轉功能將相同顏色的寶石變成相連一線或三角形就可以消除，玩家可單獨操作不需與其他玩家互動(本研究整理)。

⁶⁶ 點擊滑鼠遊戲，遊戲方式為計算玩家在一定時間內能夠點擊幾次滑鼠，點擊目標可以是遊戲提供的圖形，如小人、老鼠或單純滑鼠圖示，操作方式簡單且可公布於網絡內供朋友比較(本研究整理)。

			理測驗;FB 我通常拿來瀏覽一下普通朋友的近況而已，和朋友的互動多以面對面聊天、電話或 skype 進行。
--	--	--	---

*F7 玩家為兼具任務與關係特質角色、F3 玩家為自我兼任務特質角色，故本文在本節皆納入其遊戲行為進行討論。

在社交網絡遊戲中，《經營類》遊戲的主要運作模式為每位玩家在遊戲中各自經營一家虛擬餐廳或商店，而《擬真類》型遊戲則為系統模擬農場或水族箱等生活常見實物，供玩家進行操作。兩類遊戲系統會皆依據每位玩家操作遊戲所累積的等級或經驗值進行排名，因此越多玩家參與共同遊戲，則遊戲的競爭性就越強烈。據此，本文依據長時間投入遊戲之任務特質玩家—M1 與 F7 的日誌與訪談資料紀錄，歸納出該導向玩家偏好進行的三項主要活動 —「競爭比較」、「升級進步」和「搗蛋性活動」，在進行活動時，玩家亦針對不同關係類型的其他玩家，產生不同的遊玩互動行為。以下進一步分析此三項活動型態對任務特質玩家的意義，以及其遊戲模式。

一、競爭比較

在任務特質玩家的日誌和訪談資訊中，可以發現「比較自己和朋友的名次和等級」幾乎是每一天進入遊戲時必定進行的重要活動。在社交網絡遊戲過程中，「其他玩家的遊戲成績」是影響玩家排名順序、等級等遊戲地位象徵的重要因素。玩家在遊戲社群內的成就，是經由與其他玩家進行比較而被系統決定，為「相對」而來的結果，並非取決於單獨征服多少遊戲關卡或任務。因此，玩家經常透過比較來檢視自己在遊戲團體中的地位，見如下描述：

「我會去看看我跟其他的人的等級差異。以前比人家低的時候會關心自己還差人家多少點，現在則是關心自己的經驗值有沒有跟人家的差距拉大，有拉大心情就很漂亮，如果差距被朋友拉近我就會心情不美麗，就會想辦法煮一些等級經驗值比較高的菜，然後一天會上個 5,6 次關心一下進度。」(M1, 日誌, café world)

F7:「他的等級比我高很多，對我來說只有兩種選擇，一嘛刪掉他、二嘛超越他。因為刪掉他太過份，所以我決定超越他。」(F7, 訪談, 開心農場)

對於任務特質玩家來說，能夠做為遊戲團體中的領導者或領先者至關重要，因此，任務導向玩家非常善於利用各種遊戲察覺功能，例如整體玩家排行榜(等級、經驗值、遊戲貨幣等)，目的在於獲悉遊戲中其他競爭玩家的相關資訊，如經驗值、等級等數，以瞭解自己與其他玩家的差距，便於提升或維持自己在玩家間的地位；而此時而超越、時而落後的遊戲過程，如同高潮迭起、打敗其他對手

脫穎而出的刺激變化性，正是吸引任務導向玩家不斷投入遊戲的重要因素(見下述)。

M1:「我玩一段時間後，那個排名如果讓我有覺得我有機會、有這個潛力可以衝進前三名、搶到第一名的話，就會讓我血液整個沸騰，好像獅子一樣很想去奪標!」(M1，訪談，動物樂園)

F7:「因為我不想輸他，就開始燃燒起鬥智了!你知道人總需要假想敵才能往上爬嘛!我怕他不玩，我會整個怠惰不想玩了!這是一種樂趣和動力。」(F7，訪談，開心農場)

由上述玩家所言可知，競爭比較活動首重遊戲所提供的玩家資訊是否正確與清晰，以及否能馬上靈敏反應出玩家間等級、名次、經驗值等順序概況，因而才能使玩家確定其在遊戲中的地位和與他人的差距，進一步採取遊戲策略。

以活動系統圖分析，在競爭比較活動中，「主體」為玩家，而能夠顯示其他玩家的遊戲資訊的排行榜或數值列則是輔助玩家察覺資訊的「工具」；玩家透過工具以獲悉其他玩家遊戲結果，最終則轉換為脫穎而出的成就感。在此活動中，「慣例」扮演中介玩家(主體)與社群(其他玩家)的重要角色，玩家時常一天之中重覆登入遊戲數次，以檢視自己及其他玩家的遊戲進度，是重要的遊戲習慣(見圖 4-1)。

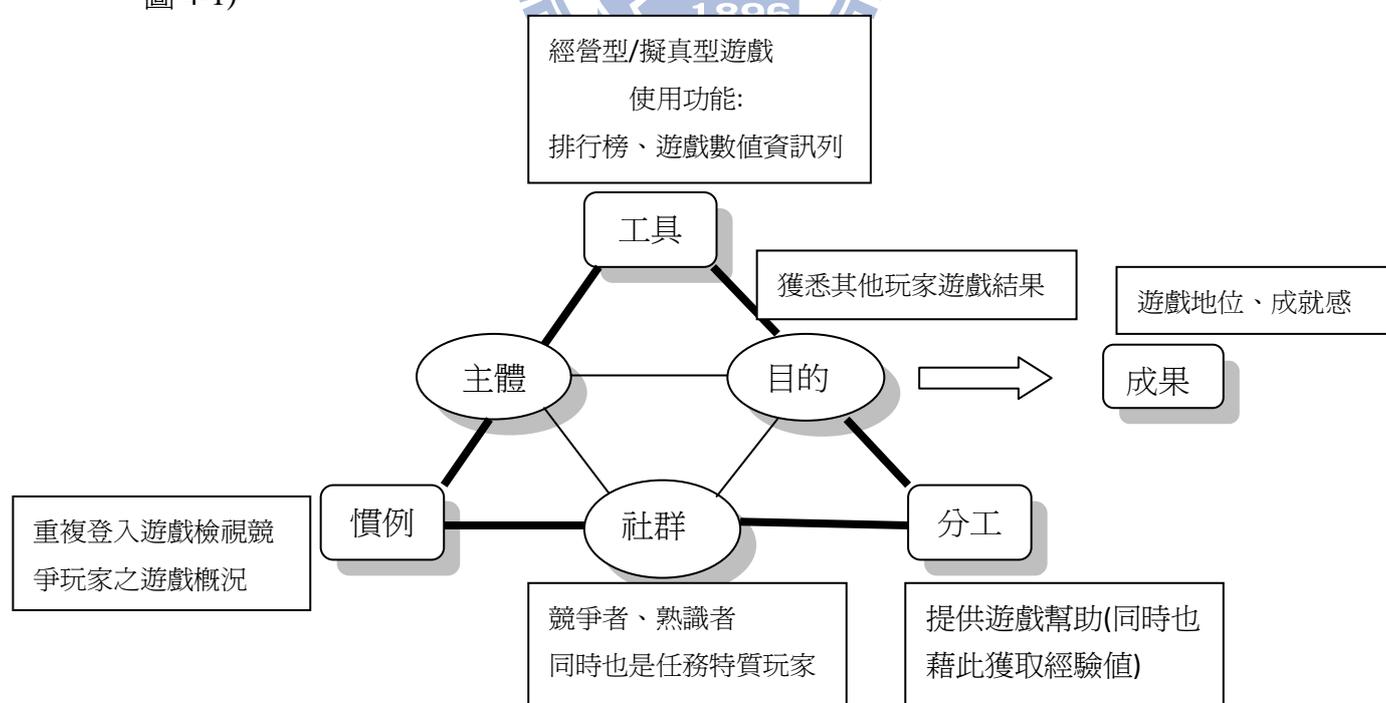


圖4-1任務導向「競爭比較」活動系統圖

值得注意的是，任務特質玩家所檢視及互動的玩家對象，即「社群」，多為遊戲排行榜中比鄰最近的競爭者以及實際生活中已熟識的玩家，同時，這些玩家通常也是班級團體中的任務特質者；而對於普通朋友或點頭之交，若在遊戲中未威脅到他/她的地位，則玩家幾乎省去檢視他們的動作。進一步瞭解任務導向玩家與他人的互動內容，可以發現即使與親密好友在遊戲中產生互動，也多以「獲利」的工具性動機出發，即「有條件」的提供幫助，目的在於也希望獲得對方的回饋或遊戲獎勵。此外，由於任務導向玩家的強烈競爭意識，使其會特別關心遊戲中與其名次相近之競爭者的狀態和進度，即使玩家與該競爭者平日甚少連絡或關係疏遠，但仍成為玩家最常互動比較的對象，如同 F7 玩家所述是「最熟悉的陌生人」(見表 4-2)。

表4-2任務導向玩家與不同關係類型遊戲對象的「競爭比較」互動模式

受訪者	不同關係類型遊戲對象		
	親密好友	普通朋友	點頭之交
M1	<p>1. 我會幫 F7 試菜，現在幫人試菜有幫助我升級喔，會增加我跟其他玩家互動的意願！</p> <p>2. <u>強烈競爭者</u> (關係為親密好友)：我會看他的經驗值到哪裡了！我的等級明明比第二名的，可是排名顯示他是第一名，讓我很不高興，我高他好幾萬點耶！</p>	<p>好久沒有去人家那邊幫忙得到經驗值，有路過的話就幫忙試個菜或加一些料進去，想說幫個忙可以得到經驗值，就沒計較這麼多</p>	<p>就去澆水或治療動物，可以增加一點經驗值。</p>
F7	<p>我會看哪些比較好的朋友送給我的虛擬禮物。有些朋友雖然等級不高，但他們會送他們等級能力所能送的禮物給我，從這邊可以感覺得到他們的用心，我就馬上回送他們遊戲籌碼，籌碼價值等於一農幣，非</p>	<p>不會特別幫哪個玩家，因為平常幾乎不看這些玩家的農場啦！但之前在拼升級的時候，我都從頭到尾(每個玩家)都幫到底，因為可以加經驗值。</p>	<p>1. 不會特別幫忙，也不常看他們的農場。</p> <p>2. <u>強烈競爭者</u> (關係為點頭之交)：我平常都只看他的農場、等級、錢，還有看他在遊戲裡面做什麼！我發現他最近都</p>

	常珍貴!		在種甘藍菜，那是投資報酬率最高的!
--	------	--	-------------------

另一方面，遊戲中的競爭比較活動亦延伸至日常生活中成為玩家們聊天的話題。但對於任務導向玩家來說，友誼關係卻不會因此而加深或後退，而只是多了一個和親密好友共同討論的話題，成為調和彼此關係的趣味性。

M1：「會增加我和親密朋友之間的話題，比如說有天我和他聊天，會故意酸他：『你在動物樂園等級真高阿!』然後，他就會回我說：『你也不賴啊!』就互相恭維這樣，很好笑!但僅止於多了一個話題啦;普通朋友或點頭之交的話，因為連在遊戲都很少互動了，平日就很少討論這些了!」(M1，訪談，動物樂園)

綜上述討論可知，競爭比較對於任務特質玩家來說是重要的遊戲活動型態。隨著名次上升下降，遊戲場域逐漸成為一種朋友間較勁的比賽，共同參與遊戲的玩家朋友，亦被任務導向玩家想像為一道道「關卡」或「挑戰」，因此追趕、超越朋友是最大的樂趣來源。而競爭的同時，對於親疏關係不等的玩家好友，玩家與之互動的型態亦有差異，甚至延伸至日常生活中成為調劑友誼關係的話題，但對彼此關係程度卻無明顯影響。

二、升級進步

在上述競爭比較活動型態討論可知，任務特質玩家求勝若渴的心態會促使其進一步採取任何能超越其他玩家的遊戲策略。從日誌和訪談資料中發現，升級進步活動幾乎是任務導向玩家每日進行的遊戲活動。相較於其他導向玩家，任務導向玩家更傾向思索和模擬任何破關升級技巧，並且更縝密且有組織的進行各項遊戲行為，包括瞭解遊戲機制、探索遊戲獎品或新任務，以及口語交流傳授秘訣等，皆為求達成升級進步目標。

F7：「因為種的作物是有投資報酬率的，現在都在種甘藍菜是最賺的!我會在(虛擬遊戲)商店那邊計算作物種子的成本、時間還有最後賺多少錢。」(F7，日誌，開心農場)

「比較特別的是，今天推出只要安裝 Zynga 的工具列在瀏覽器上，我閱讀 Café world 的活動規則，安裝後就可以得到 10 張遊戲票券，我看了龍心大悅，趕緊去安裝了一下。」(M1，Café world，日誌)

「我目前已經煮完初級、中級和高級的食譜，還有法國菜、越南菜、日本料

理和西餐食譜，現階段我想進行的是，再次將我過去煮的每一道菜等級都煮到滿，看看會發生什麼事，這是我目前還未能探索到的境界。」(M1，Café world，日誌)

由上可知，為求累積遊戲資源或升級，任務導向玩家投注更多心力在於瞭解遊戲各種玩法，組織遊戲策略以獲得晉級，其目的為保持其在遊戲團體內的地位或超越他人，因此特別注重遊戲升級機制的公平性與正確度。而玩家為求升級，甚至不惜花費實際金錢取得遊戲資源，但多是購買資助遊戲之廠商廣告商品，如下所述

F7: 「我有買二次分享包商品，然後刮開才 2、3 塊農民幣。我還為了這個請其他朋友幫我找找看還有這個商品，我才不要用信用卡花錢買(遊戲金幣)。」(F7，

訪談，開心農場)

此外，對於共同玩同類遊戲的其他成員，任務導向玩家與其他的口語交流活動更為頻繁，多為互相傳授新玩法和遊戲策略，且這些對象也多為班級內任務特質玩家。然而，由於口語的交流僅止於遊戲技術、秘訣的討論，對於彼此關係的提升與否，似乎未有深刻的感受或影響，如下所述：

F7:「頂多就多了一個話題吧!我想到就會問一下 M1，他有沒有發現什麼 BUG 或新玩法，一個禮拜不定時聊兩次這樣，不過因為覺得跟 M1 關係本來也就不錯，就覺得還好，沒有因此關係更親密或更深，也沒有變淺。」(F7，訪談，開心農場)

其中值得注意的是，兩位任務特質玩家皆習慣在玩遊戲時關閉社交網站即時通訊管道，並設定為隱藏狀態，目的在於專注於遊戲活動不受打擾，以及使競爭對手心防鬆懈，如下所述:

F7: 「因為以前的朋友會突然跳出來找我聊天，要跟他們講話有點累，所以我都會設離線。而且之前我拼升級的時候阿，不想讓他(競爭對手)知道，我都刻意設離線，讓他以為我沒在經營，鬆懈他心防。」(F7，訪談，開心農場)

M1: 「在玩遊戲時我幾乎設定為隱藏狀態，因為我不想玩遊戲時被打斷、還要回人家話。」(M1，訪談，動物樂園)

由上述可知，玩家喜好嘗試各種方法使自己經驗值和等級提升，目的皆是為達成瞭解遊戲機制、探索遊戲獎品或新任務，最終達成升級進步目標。此時，人

際間的溝通互動內涵在於幫助玩家了解如何升級，成爲一種「慣例」，但是幫助即時溝通的管道，卻被玩家視爲一種干擾遊戲專注力的外來紛擾；換句話說，面對面溝通和線上即時溝通管道皆被玩家依是否能協助其達成進步目而運用，因此多與社交目的無關。而在溝通的對象選擇上，因玩家重視對方能否提供有效的遊戲資訊，因而實際人際關係深淺未對其遊戲行爲產生明顯差異(見下圖 4-2)。

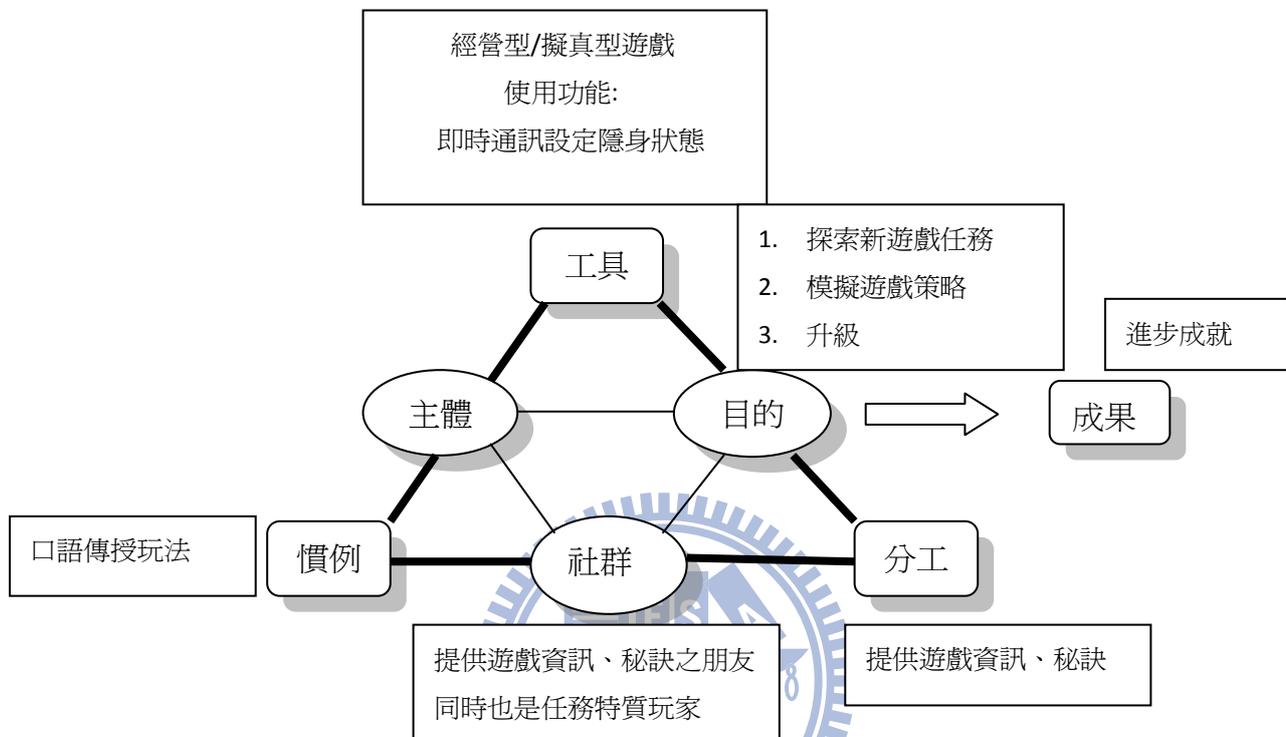


圖4-2 任務導向玩家「升級進步」活動系統圖

綜上述討論可知，社交遊戲之所以吸引任務特質玩家，在於其能夠透過遊戲獲得一種在遊戲團體占重要地位的成就感。而由前述「競爭比較」和「進步升級」活動來看，由於此兩活動爲功利目的導向，因此玩家在活動過程中講求嚴謹性與鑽研各式升級技巧，與他人互動性較低；然而，因社交遊戲內嵌於社交網絡內，因此一些促進成員間社交互動的重要通訊功能，可能對任務特質玩家來說非必要，意即，在考量設計社交遊戲中的語音或通訊功能時，應需彈性地考量功能設計，以兼顧不同導向玩家之需求。

另一方面，社交遊戲爲促使玩家間彼此互動，大多設計了正向與負向社會互動兩類互動型態，前者如「幫助他人」、「傳送禮物」，後者則爲「搗蛋性活動」，藉由參與此兩類活動，玩家亦可從中獲取獎勵。在社交網絡遊戲中，搗蛋性活動是一重要的遊戲活動，亦是多數遊戲機制中所具備的基本功能，本文在以下詳細闡述。

三、搗蛋性活動

搗蛋性活動為玩家利用遊戲中提供的負面互動功能，如偷竊、攻擊、驚嚇、加料等遊戲行為來獲得他人的遊戲成果(或遊戲金幣)，意即這些遊戲資源並非由玩家自己努力執行本份內遊戲任務所累積而得，而是透過攫取他人努力累積的遊戲成果而得，因此常容易造成其他玩家的不悅。

由前述活動分析中，可以發現玩家執行正向遊戲互動型態頻率較低，且明顯只針對特定關係類型玩家，即親密好友，同時也是任務特質玩家；而搗蛋性活動雖是獲得獎勵的一種較負面的遊戲互動模式，但在任務特質玩家的日誌與訪談中，發現其採取搗蛋性活動的頻率明顯大於正向遊戲互動型態，亦高於其他特質玩家。在搗蛋性活動中，玩家將自己樂趣建立在捉弄、攻擊其他玩家上，並且藉由竊取或攻擊其他玩家的遊戲成果以累積些許自己的遊戲資源和經驗值，因而同時得到「違禁」與「獎勵」的雙重快感：

「我幫 M1 加了料，這樣他百分之十的菜都會是我的，上次他跟我說她會來我這邊加料，真是讓我氣得牙癢癢，但是我就了解原來有這個偷吃步的方法，雖然我不是每天都會去加 M1 的料，但是想到會去加一下。」(F7, 日誌, Café world)

「今天有成功偷到一些人的蛋很開心喔，因為以往都很難偷。」(M1, 動物樂園, 日誌)

由上述玩家所言可知，偷竊或任何造成其他玩家損失、自己獲益的遊戲行為，是一普遍且常見的遊戲方式。玩家混合著渴望「得利」和「樂趣」的心態進行偷竊或攻擊，相對的，當自己被偷竊或惡作劇時，玩家亦因損失遊戲些許資源而產生負面情緒，並思索如何再度從其他玩家那邊「討回來」，此負面、違規性的行動產生「復仇」的快感，並將樂趣建立在其他玩家的痛苦上。如此循環往復的過程，也提高了遊戲的緊張感和刺激，是導致任務特質玩家不可自拔的重要因素。

在搗蛋性活動中，「主體」為玩家，利用遊戲所設定之「偷竊」或「驚嚇」等負面導向遊戲功能為「工具」，「目的」在於獲得經驗值和賺取虛擬貨幣，或單純只想捉弄或報復其他玩家。此外，觸發玩家展開搗蛋性活動的因素，多來自於玩家每日觀看遊戲內建的「紀錄功能」，即「日誌」⁶⁷的習慣。由於記錄功能會詳細記載玩家在遊戲中從事的任何活動，也包括其他玩家前來偷竊、驚嚇或幫助

⁶⁷ 內建於遊戲中的遊戲記錄功能，在遊戲中多稱為「日誌」或「新鮮事」

等行爲。因此，當玩家瀏覽遊戲日誌而知悉誰前來進行偷竊時，多會對其展開「以牙還牙」的偷竊活動，「檢視遊戲日誌」成爲搗蛋性活動中不可或缺的「慣例」（見以下描述及圖 4-3）。

「我照例會去看日誌看誰來我家偷寶物，然後把它列為黑名單，可能就會去他那邊偷回來！」(M1，日誌

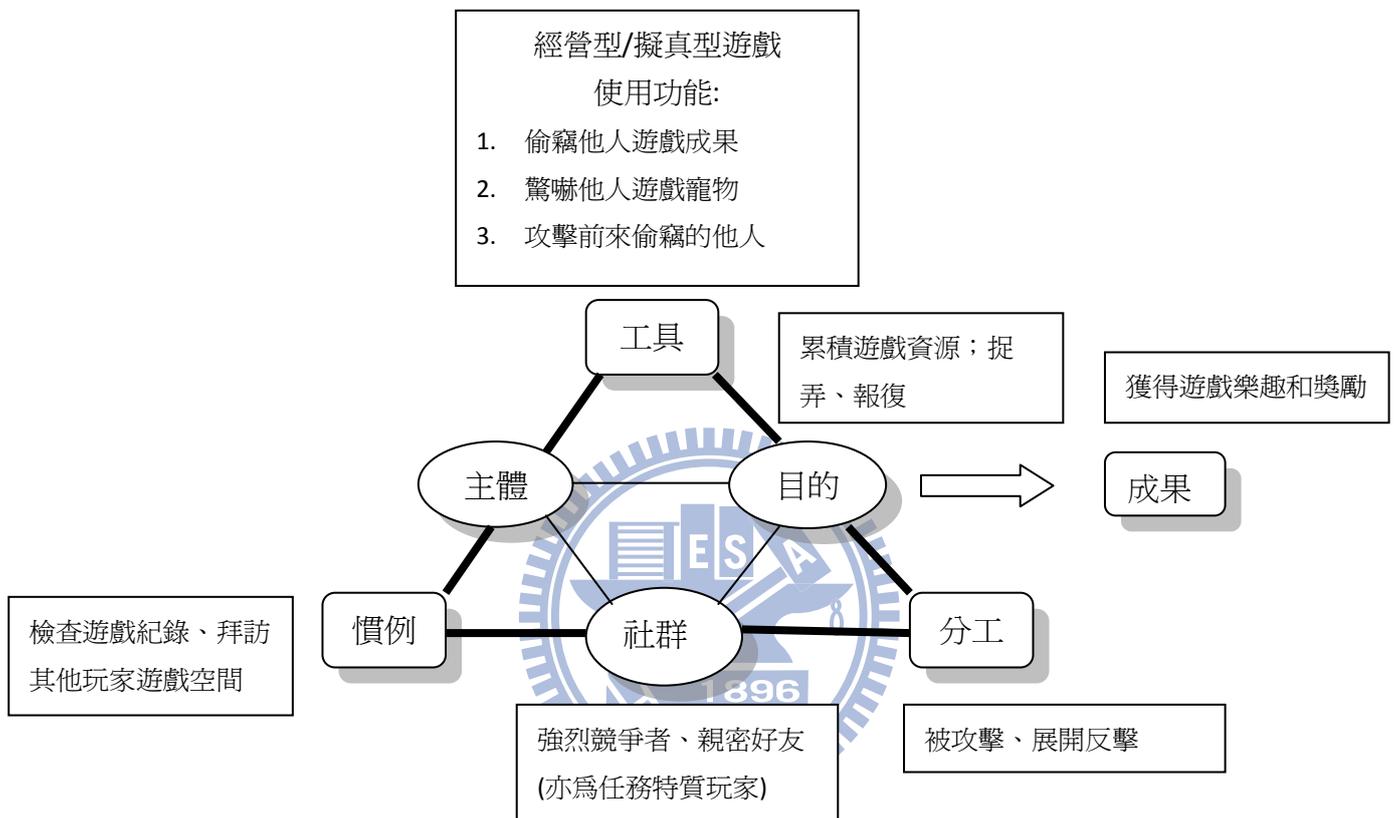


圖4-3 任務特質玩家搗蛋性活動系統圖

有趣的是，即使搗蛋性活動在遊戲中是普遍常見的互動方式，但任務特質玩家所搗蛋的對象爲遊戲社群中的「強烈競爭者」和「團體內的親密好友」，如下所述：

F7: 「我發現他(指競爭者)明明自己等級很高還來偷我東西，我就覺得很不爽。我回到以前那樣很認真的在顧(農場)，時間到就去收成，決不讓他有機可趁，我也會去偷他的，我只會偷他的！」(F7，訪談，開心農場)

M1: 「如果是偷寶物和動物的話，我幾乎每一位玩家都偷，因為可以增加一點經驗值，而且反正大家彼此都偷來偷去，我覺得沒關係；不過動物樂園的話，我會特別去驚嚇親密好友的動物。」(M1，日誌，動物樂園)

問：「為什麼？」

M1：「因為親密好友我們會互通有無阿！如果我去嚇他的動物，若他治療後那隻動物的產量就會增加，然後我也常請她趕快來嚇我動物，我們有默契存在。但是如果是不熟的普通朋友或點頭之交，我絕對不敢對他們做這些事。」

問：「為什麼不敢？」

M1：「因為我會對人家不好意思。就是會有一種實體社會的禮節，我會把與他在實際生活中的社會互動，以移情的心態移到遊戲裡面，因為畢竟覺得偷人家東西或嚇他的動物這是一件讓人家不舒服的事，我自己被嚇也會覺得不高興，所以我想對方可能也不會高興吧。」

由上述玩家所言可知，由於遊戲成果(如作物或寶物等)可以提升玩家之經驗值，與等級可否提升密切相關，因此當玩家察覺強烈競爭者前來偷取自己的遊戲成果，會產生強烈不滿情緒，並因此產生遊戲中的報復行為。然而，當任務特質玩家執行負面的遊戲行為時，仍會考量互動對象之親疏關係，並將現實生活中的社會互動禮節和模式移情至遊戲中，因而產生迥異的遊玩方式。

由此可知，即使進行搗蛋性活動能夠獲利，任務特質玩家仍會將實體社會的互動規範會不由自主的套用到遊戲互動上面。對於親密朋友的偷竊行為則採取寬容的心態視之；對於關係類型為普通或點頭之交，則仍考慮實體社會禮節約束，會盡量避免以竊取或驚嚇的方式奪取他們的遊戲成果；然而，當遊戲互動對象為可能威脅到玩家地位的強烈競爭對手時，則玩家不僅也會採取偷竊等遊戲策略，對競爭對手的偷竊行為也會產生負面情緒。有趣的是，這一負面情緒卻容易被關係深淺所調劑，意即，當競爭對手與玩家關係為親密好友時，則玩家傾向原諒其偷竊行為，當與玩家關係為點頭之交時，則會感到憤怒並嘗試在遊戲中進行報復（見表 4-3）。

表4-3任務導向玩家與不同關係類型遊戲對象的「搗蛋性活動」互動模式

受訪者	不同關係類型遊戲對象			
	親密好友	普通朋友	點頭之交	強烈的競爭對手
M1	我們兩個是默契相當好的搭檔，只要她有空她就會順便嚇我家動	1. 偷竊:我幾乎每一位玩家都偷，因為可以增加一點經驗值，而且反正大家彼此都偷來偷去，我覺得沒關係。		與競爭對手關係為親密好友: 今天我那個排名第二的朋友有來偷我家的

	物增加產量，我也會去驚嚇她的動物！	2. 驚嚇: 絕對不敢對他們做這些事，會感到不好意思。如果對方玩家身分是老師的話，既不敢偷也不敢嚇。	蛋，原本覺得不爽快，但後來想說算了，就讓你吧，反正升級升得那麼辛苦。
F7	不會去偷他們的，若他們來偷我也沒關係，但他們大多偷不到，因為我會定期收成。	1.對普通朋友和點頭之交:很少去偷竊。	與競爭對手關係為 <u>點頭之交</u> : 決不讓他有機可趁，我也會去偷他的，我只會偷他的!超爽!!但有一次，我去偷(他的作物)就被他炸到了!還掉了金幣!這樣他的遊戲紀錄上就會顯示我偷他、還被炸，我現在腦子裡面都是那畫面，覺得很受辱、很屈辱耶!

本文認為，玩家之所以會對親密好友玩家採取搗蛋性遊戲行為，一方面因為遊戲提供機制彌補搗蛋性活動後果(如治療後就可增加經驗值)，另一方面則由於建立在深厚關係基礎上，因此親密朋友間得以彼此不受禮節拘束進行負面遊戲行為。

事實上，不論在遊戲中遭受任何偷竊或攻擊，任務特質玩家仍視其活動為一種遊戲「樂趣」，因為隨時可再度「報復」或「討回」，使得遊戲的刺激度提升。即便在遊戲中出現負面情緒，但卻不影響與該偷竊者間的實體人際關係，反而增添幾分自我想像和詮釋，如下所述：

F7:「不會因為玩這個遊戲，對他(強烈競爭者)增加好感或增加憎恨。對我來說，他只是一個遊戲裡面的一個與我競爭玩家，我對他完全沒有寄存任何情感!有時候就覺得被他炸(攻擊)到很不爽，感覺他在暗處笑我。不過玩這遊戲很多是我內心個人的獨角戲，因為我覺得這是個樂趣。」(F7，訪談，開心農場)

M1:「每次我看到有人來我家(遊戲空間)偷我的動物，我就會很不高興說:『好阿!我一定會偷回來!』，後來一有機會我也馬上偷了他的動物，我覺得他一定覺

得很氣吧!哈哈! 不過我真的覺得我玩遊戲大部分的樂趣都來自我的想像和自導自演!」(M1, 訪談, 動物樂園)

綜上述可知, 玩家彼此於遊戲中的負面遊戲行爲, 最終皆會轉換爲一種享樂過程, 在此過程中, 玩家的想像、詮釋和人際關係三者構成負面遊戲行爲之下所隱含的樂趣意義。如同 Malone(1980) 以及 Lapper 與 Malone(1983)所指出的「幻想性」動機, 玩家會依照其情感需求來進行幻想實際上不存在的心靈印象或社會情境以使自身獲得滿足, 所以當遊戲具有高度情感上涉入的幻想空間時, 或是在遊戲內容上呈現戰爭或競爭的方式, 會受到歡迎。在本文中, 任務特質玩家尤其喜愛透過社交遊戲的操作來體驗如此的想像與違禁樂趣。

第二節 關係角色玩家分析

關係角色玩家非常重視遊戲是否能傳情達意、表現個人風格和紓解壓力, 注重培養「綿密、長久的友誼關係」和「輕鬆、愉悅的互動」更勝於個人等級提升或競爭比較。在社交網絡網站中, 玩家不僅喜愛使用社交網絡遊戲與他人互動, 也同時長時間使用網站瀏覽、回覆訊息功能來瞭解朋友近況, 以及維持友誼關係。

F10: 「我覺得遊戲對我來說, 就是可以很單純的表達對某些人的關心或是一種打招呼的方式。就算現在沒見面或是說我們沒有在塗鴉牆有互動, 至少你看到我有送你心心, 我想你還是會覺得說我有記得妳。」(F10, 訪談, Give Hearts)

「Facebook 是我目前主要和其他人互動方式, 查看訊息和回應訊息是我對外聯絡的重要管道。」(F8, 日誌)

因此具有團體建構與維繫導向的玩家, 確實傾向利用包括遊戲在內的各項社交網絡功能來維持人際情誼。而其所偏好使用的遊戲類型, 主要爲心理/趣味測驗型、純好玩型以及擬真型遊戲, 其採用動機如下表 4-4 所述。

表4-4團體建構與維繫導向玩家喜好遊戲類型與採用動機

受訪者	偏好的遊戲類型	原因(受訪者回應)
M2	心理/趣味測驗	競爭、養成類的遊戲對我來說好無聊喔! 玩心理遊戲可以比較了解自己和對方, 比如星座或血型, 看到朋友有回覆我的測驗結果, 會很開心, 覺得他/她有在關心我。
M4	心理/趣味測驗	單純覺得無聊, 想殺時間吧!如果看到朋友動態中有有趣的測驗, 內容愈妙的愈會點入玩玩看。

F2	純好玩型《點點樂》、心理/趣味測驗	想用小遊戲來比較自己和其他朋友的遊戲結果，另外，也玩心理測驗來理解自己的個性。
M3	純好玩型《拉廁紙遊戲》	覺得無聊、純粹殺時間啊! 而且我想藉由遊戲結果來激怒其他也有玩的朋友，呵呵!
F10	純好玩型《Give Hearts》	我選擇這遊戲可能是因為覺得這種遊戲比較單純，我不會去玩太複雜的遊戲，像 Café World 對我來說就有點複雜。因為就很單純，可以蒐集到很多不同的心心，也可以表達我對朋友的關心。
	角色扮演型《Pet Society》	因為這個遊戲也是蠻單純的!我就不喜歡那種要掛網或像開農那樣又要顧自己的菜，以防被偷走，我覺得好累喔! 就是不要太複雜的遊戲，我就覺得還 ok。
F8	經營型《Hotel City》	我很喜歡玩經營類的東西，我可以一個小時都掛在遊戲上，看著人(遊戲中的 NPC)走來走去，想想就會換一個布景，不否認，我就是想炫耀，讓大家看到這個空間有設計感、有用心在經營。
F7*	擬真型《開心農場》	主要是想要有成就感吧!我喜歡贏的感覺，因為這樣，所以我玩遊戲不在多，只在精!
F11*	趣味/心理測驗型、博奕類《德州撲克》	因為心理測驗或德州撲克可以自己一個人或跟不認識的玩，其他遊戲還要一定跟認識的人一起玩才能弄到什麼點數升級的，就覺得很麻煩；還有規則太多的遊戲我也不想看。

*F7 玩家其兼具任務與關係角色特質、F11 玩家兼具關係與自我角色特質，故本文在此中皆納入其遊戲行為進行討論。

由上述玩家所述其偏好的遊戲類型與採用動機可知，關係特質玩家在遊戲類型的選擇取向上偏好操作單純、易懂，且能夠讓社交網絡中其他朋友觀看、共同討論和分享遊戲結果的類型，多為能夠表達人我間互動情誼的遊戲種類；而其主要動機通常涵蓋一至二種層面，譬如同時能夠放鬆，也能夠與朋友交流並維繫關係。

有趣的是，可以發現團體中兼有特質者 F7(兼有關係與任務特質)與 F11(兼有關係與自我特質)其遊戲動機仍與其兼有的特質相關，例如 F7 玩遊戲的目的為成就感，將遊戲視為競爭而非社交場域；F11 玩家則相當排斥必須納入認識者互動才能運作的遊戲，偏好獨自遊玩，本文觀察發現，此兩玩家將其關係特質發揮在

日常實際生活中，例如擅於在實際社交場合中與他人聊天、關懷和鼓舞他人，而非在遊戲場域內。換句話說，在本文中，兼有特質者在遊戲場域中只較明顯表現出某一項特質，並將社交遊戲和實際社交生活清楚區分開來。

經由日誌歸納與訪談發現，相較於任務特質玩家喜愛「競爭比較」、「升級」和「搗蛋性活動」等活動，團體關係特質玩家在遊戲中反而較常從事「互惠(傳送與接收禮物)」、「建立共同話題」和「裝飾遊戲角色與空間」等互動型態，且其遊戲行為因與不同關係類型友人互動而異，本文以下進一步分析此三項活動型態對關係特質玩家的意義，以及其遊戲模式。

一、互惠分享

在社交網絡的遊戲設計中，傳送虛擬遊戲禮物或象徵圖形幾乎是每一種遊戲必備的功能。由日誌記錄與訪談資料分析中發現，關係特質玩家以此功能進行「互惠分享」活動的頻率較其他特質玩家更加明顯，即使是採用不同遊戲類型的玩家，其目的和預期結果卻相仿，皆希望透過遊戲中的贈送、幫助與分享，讓其他玩家感到溫暖和關懷，以建立良好關係。

由於社交網絡遊戲多設計為非同步互動(asynchronous interaction)，因此遊戲多發展社交情境預設動作或線索置入於遊戲介面中，利用簡單的擬社會互動功能讓遊戲化身及非玩家角色(Non-Player Character, NPC)呈現人際互動的特質。這樣的設計在角色扮演型遊戲中最常見，譬如在互動設計中融入感謝、讚美回饋、簡單的互動動作和動態圖示回應，因此，即使玩家間並未即時互動，化身(avatar)或遊戲空間(space)也會代替其遊戲主人與其他玩家進行簡單社交互動⁶⁸(見下述與圖 4-4)。

「我會固定拜訪 F11 的寵物，今天和她一起跳舞喔!有時也會順便幫她洗澡，不然會有蒼蠅。」(F10，日誌，Pet Society)

⁶⁸ 當玩家與另一玩家的化身(如寵物)欲進行互動時(如發出跳舞邀請)，該化身也會代替其遊戲主人(另一位玩家)與之進行社交互動(跳舞)，待另一位玩家登入遊戲後檢視遊戲日誌即可發現上述互動歷程。



圖4-4 關係角色玩家寵物與其他玩家寵物互動圖

上述設計明顯的改變了玩家對非同步遊戲中其他玩家化身的行為和態度，使玩家將自身對朋友的關心情感投射於遊戲之中，並以人與人的社會禮儀基準待之。玩家常透過遊戲的「拜訪」(Visit)機制檢視其他玩家空間，並「贈與虛擬禮物」(Gifting)或「提供幫助」以協助其他玩家填補遊戲進度，同時也延伸日常生活中的朋友分享、互助意義至遊戲場域中。這些互動模式皆為建構與維繫導向玩家維繫與促進情誼的方式(見下述)。

「接著去拜訪每個朋友的旅館，但是到了F2(親密朋友)的旅館後，我特別觀察了一下，發現她好像沒有好好經營所以旅館目前歇業。所以我決定要送她禮物讓她好好裝飾一下她的旅館。」(F8，日誌，Hotel City)

F10:「送禮物很有趣! 就像跟好朋友分享的感覺，因為平常就覺得送禮可以表達一種關心和親切的感覺，所以我就覺得說，會送對方禮物，就代表想關心對方，和表達一種友好的感情。」(F10，訪談，Pet Society)

由上述遊戲行為可知，互惠分享行為對關係特質玩家來說是相當普遍且高頻率的互動方式。本文歸納玩家互惠分享活動結構後，繪製如下活動系統圖(圖4-5)。

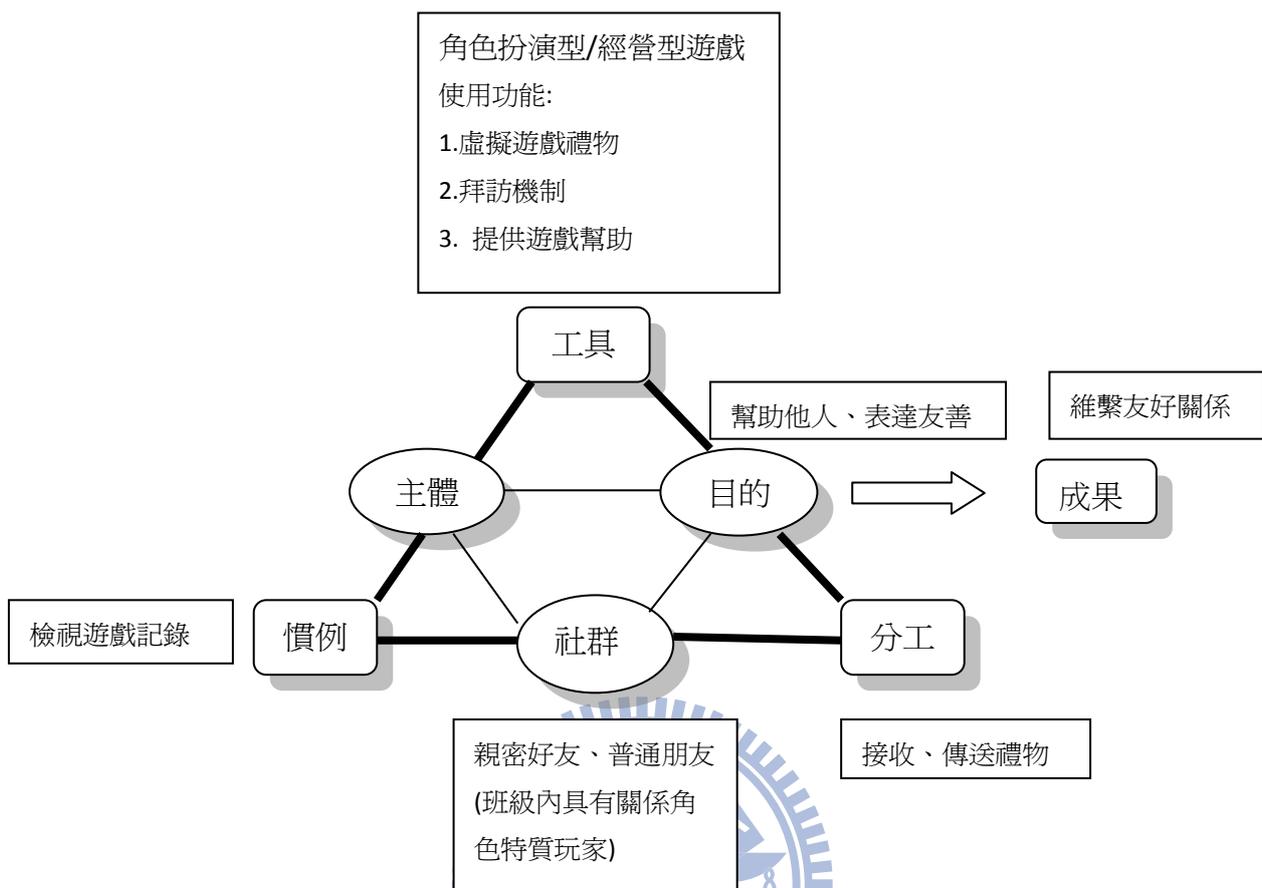


圖4-5關係特質玩家「互惠分享」活動系統圖

由上圖可知，在互惠分享的活動中，「主體」為玩家，其主要「目的」在於幫助他人使遊戲結果更為順利，並表達友善情感，最終希望達成維繫友好關係的預期結果。在此活動中，「慣例」扮演中介玩家(主體)與社群(其他玩家)的重要角色，在玩家日誌中，不難發現「遊戲記錄功能」是觸發其與社群成員展開互惠行為的關鍵慣例因素：

「一進入 Facebook 時，先看記錄欄那邊有無朋友贈與遊戲中的禮物，若有我會優先點選接收後才會進入遊戲，然後我就會回送，因為我覺得要禮尚往來麻！我覺得如果送別人，別人回送的機率也會比較高！」(F8，日誌，Hotel City)

然而，有趣的是，關係特質玩家所選擇互惠分享的對象，意即「社群」，多為團體內親密好友或普通朋友等關係類型，並且也多為班級團體內具有關係特質角色的玩家；針對前者(親密好友)，玩家會特別挑選精緻程度高、意義特別的虛擬禮物贈送，而與普通朋友則分享大眾化的虛擬禮物；在考量是否欲透過遊戲與點頭之交(即交情淺薄)的朋友互動時，則會反覆推敲對方反應和想法，並將對方是否產生「反感」的負面情緒列入考量，最終不與其產生進一步的遊戲互動，

或只進行「接收」但不主動「給予」的遊戲行為(見下表 4-5)。下表為受訪者針對不同關係類型友人的遊戲互動型態。

表4-5 關係特質玩家與不同關係類型玩家的「互惠分享」活動模式

受訪者	與遊戲互動對象的關係類型		
	親密好友	普通朋友	點頭之交
F10	我挑選心心要送給他/她時，就會送涵義特別的心心，比如說鑽石和幸運草心心，因為覺得這意義不一樣。	若我覺得這東西可以跟很多人分享，然後看朋友名單有那種很久沒連絡的朋友的話，我就會想，好，那送個一顆音樂心心給他，也可以變成有一種打招呼關心方式，這樣我就會送。	因為我怕對方會反感，所以在送點頭之交時，我還是會想一下人選，會想他們收到的反應是什麼，至少是對方應該也不會反感的那種人。
F8	會特別注意對方的動態，還會送她很多遊戲虛擬禮物。會特別關心朋友遊戲進度和瀏覽她的遊戲空間，玩起遊戲會特別勁!	我不會特別去他/他的遊戲空間逛，但會送對方禮物，因為遊戲有機制會顯示哪些人在玩這個遊戲，我就全部一起送。	不會特別在乎他在遊戲上的動態也不會特別送他/她禮物，但對方若送我禮物，我會收因為這樣可以升級。

由上述玩家與不同關係類型朋友之遊戲互動模式可知，親密程度越高者，則玩家越善於使用越多遊戲工具(如禮物或幫助模式)與對方或對方的遊戲化身(avatar)或空間(space)產生互動，產生「利他」、「互惠」和「分享」的正向社交行為，幫助玩家鞏固與他人的關係；而所認定親密程度越低者，則與其互動的考量則越趨工具性，多為「利己」性的互動模式。因此可以發現，雖然由本文第貳章第一節介紹可得知社交網絡遊戲設計之目的，在於促進使用者間的社會互動和關係，但對於關係導向玩家而言，隱藏於遊戲行為之下的意涵仍隨著與互動對象的實際「親疏關係」而有差異，玩家遊戲互惠行為亦隨著關係越疏離而遞減。

二、透過遊戲建立共同話題

由日誌記錄與訪談中發現，觸發關係特質玩家進入遊戲的因素，不僅來自於希望透過遊戲放鬆或維繫關係，同時，亦有玩家因觀察到其他朋友(玩家)參與某項遊戲，而衍生想共同參與、從事該項遊戲活動的渴望與行為。因此，對關導向玩家而言，朋友們在社交網絡中的遊戲行為，也是影響其遊戲種類選擇、遊戲行為的重要外部因素，此現象在偏好玩心理/趣味測驗類型遊戲及純好玩遊戲類型者身上更為明顯。如下所述：

「會玩打小人遊戲是因為看到 F6 玩，感覺很不賴，她說：『感覺跟抽面紙遊戲差不多』，我覺得她的形容很生動，所以應該很有趣。」(F2，日誌，純好玩遊戲)

「因為看到朋友玩這個遊戲，也想測測看自己可以拉到多少公尺，看能不能超越他們的記錄。而且玩了這個遊戲感覺滿紓壓的！」(M3，日誌，純好玩遊戲)

因此，具有較高程度關係特質的玩家容易受他人影響而參與遊戲。此外，具有關係特質玩家較其他角色導向玩家更喜愛利用遊戲的「公佈遊戲訊息」機制，將自己玩的遊戲結果公佈於遊戲外部的塗鴉牆⁶⁹上，藉以讓其他玩家或朋友瀏覽，其目的為引起其他玩家的注意或幽默詼諧的回應。值得注意的是，關係特質玩家也特別容易針對網絡中他人的遊戲分享訊息給予以讚美和回應訊息。由此可見，關係特質玩家不僅善於利用遊戲製造話題，亦喜愛友善的回應他人，形塑針對同一活動的談天氣圍，無形中也創造了彼此共通的話題(見下述)。

M2:「我會看頗要好的朋友們玩過哪些心理測驗，然後自己也做做看，再發布遊戲結果到塗鴉牆上，讓他們看到比較。平常遇到他的話也會吐槽他說你上次做的結果都不準，哈！」(M2，訪談，心理/趣味測驗)

「我發現如果筆電鍵盤上的小滑鼠左鍵和大滑鼠左鍵如果同時一起按的話，可以拉(廁紙遊戲)特別快。結果我發佈後就成功激怒了我朋友，然後一堆人看到我的成績不可置信，超爽的。他們不知道我到底怎麼辦到的，看到這些訊息我通通給他們一個讚。」(M3，日誌，純好玩遊戲)

⁶⁹ 塗鴉牆(wall)不屬於任何一種遊戲範圍，是使用者可用以發佈自己近況(文字、照片、影片)、留言和回覆他人訊息的社交網絡功能，又可稱個人檔案。社交遊戲的「公佈遊戲訊息」機制常連結至塗鴉牆，以供玩家將在遊戲內部遊玩的成果訊息(升級訊息、發送禮卷訊息、幫遊戲化身或空間拍的照片)發布於塗鴉牆上，一方面可引起尚未參與遊戲者的注意因而加入遊戲，另一方面可以幫助玩家分享榮耀或喜悅。玩家在網絡中的任何朋友都可看到該遊戲訊息並可在訊息底下留言。

因此，「瞭解他人遊戲概況」成爲玩家連接自己與他人遊戲情況的關鍵行爲。在社交網絡網站中，玩家們本是一個個單獨遊戲的個體，藉由遊戲的公佈 (publishing) 機制，玩家得以彼此瞭解遊戲狀況，以互相調侃或成爲採用另一項遊戲的參考來源。因而遊戲的公佈機制成爲「建立共同話題」活動之重要工具，即使遊戲結果並未有實質上的意義(如名次、升級等)，但最終則會塑造一種心靈上共同參與活動之歸屬感(見圖 4-6)。

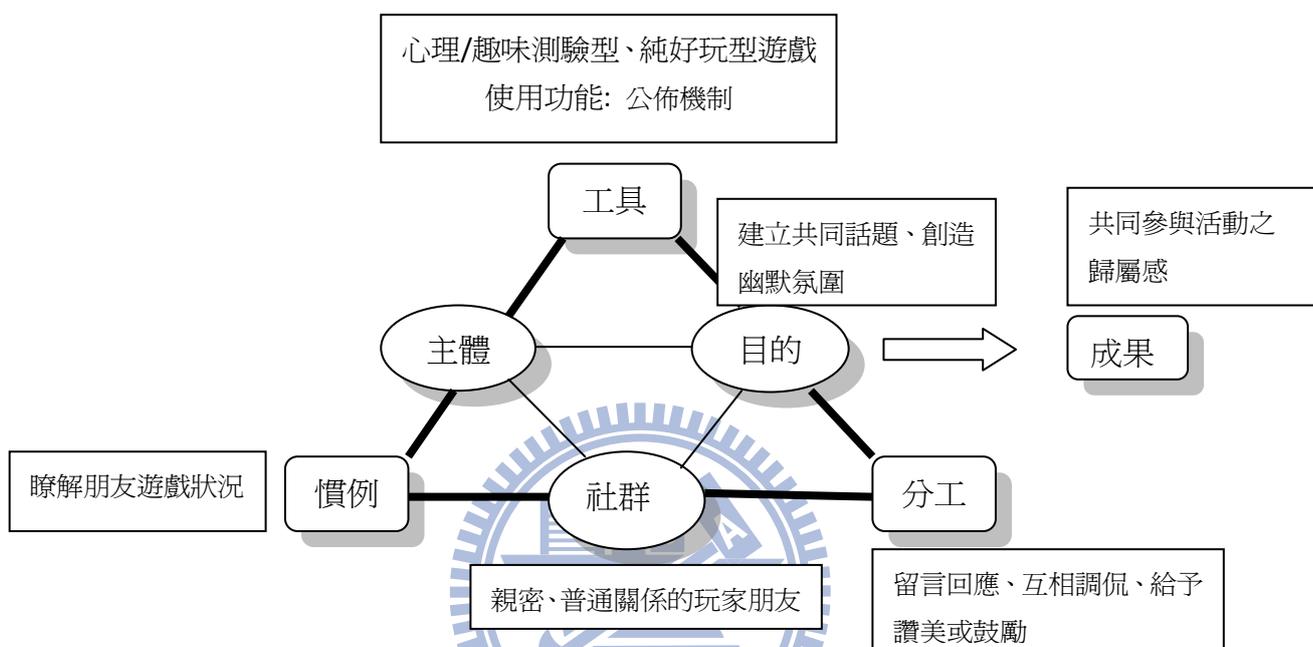


圖4-6 關係特質玩家透過遊戲「建立共同話題」活動系統圖

由圖 4-6 可知，在建立共同話題的遊戲活動中，「主體」爲玩家，而「瞭解朋友遊戲狀況」則是主體在選擇欲玩的遊戲種類前，或玩完遊戲後進行的「慣例」動作，透過與其他玩家(即社群)的互動，達成建立話題或創造幽默氛圍的「目的」，甚至延伸至實際日常生活中，成爲平日閒聊話題。值得注意的是，玩家參考遊戲來源的對象多爲熟識或普通朋友，在回覆他人遊戲結果的行爲上，所回覆的「他人」亦多半爲熟識者或普通朋友。因此在團體中，此活動亦成爲與不同親疏關係之成員間的交流途徑(見表 4-6)。

表4-6 關係特質玩家與不同關係類型玩家的「共同話題」活動模式

受訪者	與遊戲互動對象的關係類型		
	親密好友	普通朋友	點頭之交
M2	熟的話我才會回他的遊戲訊息。如果有朋友做出心理測驗結果	以前生活中有過一定交集的話就會回，或就點“讚”來回覆這樣。	不熟的話我不敢吐槽，怕觸怒他們。

	出來，我若不能苟同，我會留言說這個不準啦，但要夠熟。		
F2	我會想看我跟他/她遊戲結果的評比，對我與朋友相互了解跟互動是比較有幫助的。	我覺得 F6 會玩的遊戲應該不會太難，所以我就想說那就玩玩看。朋友就是一個借鏡、一個參考，讓我知道最近大家玩什麼，什麼是可以嘗試看看的，玩得時候會感覺自己比較與朋友有無形中的互動，感覺比較不疏離。	我其實不想把自己玩的遊戲結果公佈出來，因為這樣很多餘，並沒有意義。但又覺得發布的話，也讓無聊的人可以一起玩玩看，可能可以增加與不熟朋友之間的互動，雖然我覺得多數人看到之後會覺得很想刪除這種無聊的遊戲結果。
F8	哈! 升級時會發佈，想炫耀一下之類的，可以讓她們知道我在遊戲中的成就，日常生活也會多了一個共通的話題和樂趣。	會因為透過這個遊戲有互動後，在平常會漸有互動了!從不是很熟到我們一起玩這個遊戲之後，漸漸的就會關心到她日常生活的近況。	我不喜歡加不認識的人為 FB 朋友，因為對我來說這還是比較私密的地方，不想太多人看到我的近況，所以這些不熟朋友也看不到我遊戲狀況。

由上述玩家與不同關係類型朋友互動的情況描述可知，公佈遊戲結果雖可以使自己的遊戲結果與大眾分享，但卻可能造成不熟識的他人社交網絡中感到訊息紛亂的憂慮；對於偏好趣味測驗與純好玩型的關係特質玩家來說，反而造成他/她在「想與熟識者分享遊戲結果」和「擔心造成普通、點頭之交困擾」間掙扎矛盾，減低其參與遊戲的動機。

由上述日誌與訪談紀錄中可發現，關係導向玩家們多希冀有一專屬的遊戲管道可供瀏覽熟識朋友遊戲的結果，以進行比較、閒聊。但社交網絡網站為求促進更多不熟識者彼此交流、建立友誼，普遍不設置遊戲專屬發布管道，而「半強迫性質的」要求玩家公佈於大眾所瀏覽的文字訊息版面中，造成版面視覺紛亂。因此，對於追求普遍共同互動的社交網絡網站設計來說，適度提供玩家分享遊戲的

隱私權(所分享對象、內容)是目前值得考量的設計方向。

三、裝飾遊戲化身與空間

在遊戲中，玩家能藉由遊戲機制(如完成遊戲任務、遊戲節慶活動、每日登入獎勵、升級、遊戲貨幣購買等)，或自上述所討論的互惠分享中(其他玩家贈送的虛擬禮物)獲得稀有或裝飾性的道具、配件或物品，可用以裝飾自己的遊戲化身(avatar)或空間(space)。相似於任務特質玩家之目的，關係特質玩家亦經常於遊戲中進行此項活動，希望能透過裝飾展現自己獨具的巧思和個人風格。

F10: 「我會注意遊戲的新活動，對寵物本身的裝飾興趣大於空間裝飾，我買衣服和配件的機會比我買家具來得多，因為我覺得寵物本身就代表你自己嘛! 就算家裡裝飾得再好看，但那就只是空間而已。」 (F10，訪談，Pet Society)

F8: 「我喜歡玩這遊戲是因為可以裝飾我的旅館，有新的房間(設備)就會向大家炫耀，像有其他朋友來參觀我的旅館，還大開眼界，我就會感到很開心!」 (F8，訪談，Hotel City)

由上述裝飾性活動行為的描述可知，經由裝飾化身和空間，玩家建立起自身在多人遊戲中的獨特性和身分認同，並從遊戲中想像其他玩家拜訪、瀏覽時的看法，再將此想像投射回自己的遊戲化身和空間，因而逐漸強化他/她進行裝飾的動機。透過遊戲的拜訪機制，玩家也進而時常比較自己與他人的遊戲空間、角色造型，其活動結構如下圖所示:

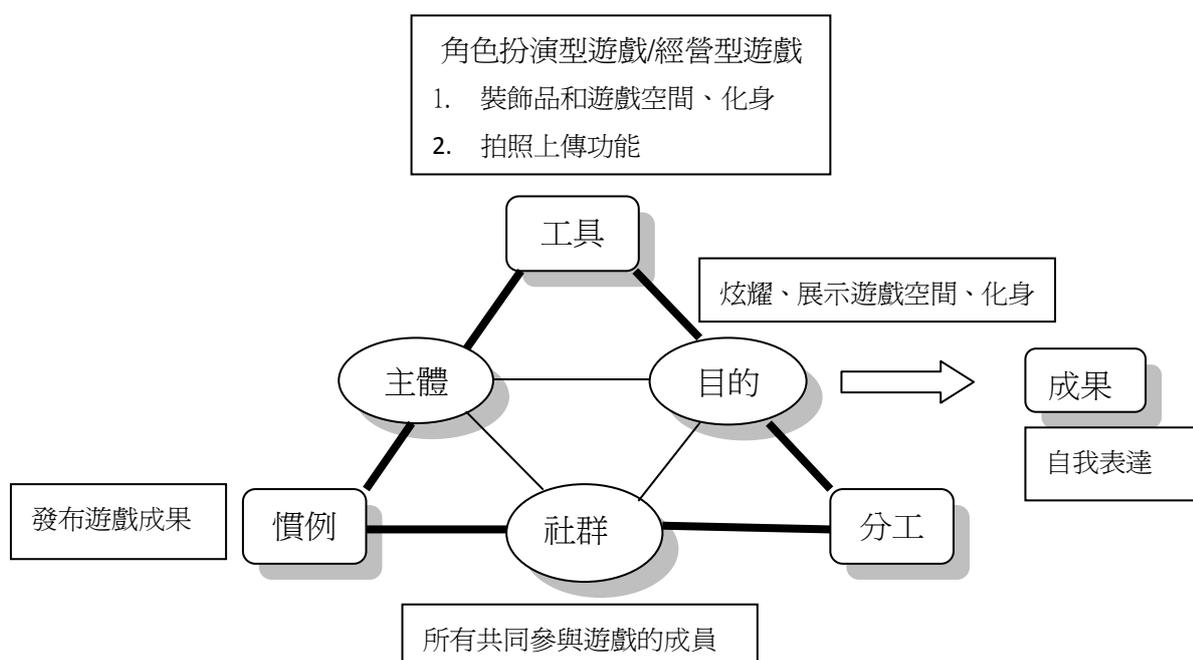


圖4-7關係導向玩家「裝飾」活動系統圖

在「裝飾遊戲角色和空間」的活動中，活動的主體為「玩家」，「社群」則為所有共同參與遊戲的成員，活動的目的在於想要藉由炫耀、展示自身遊戲空間和角色的獨特性，沉浸在自我表達(self-expression)的愉悅中。活動的「工具」為裝飾品(如特殊造型的帽子、豪華禮車等)，大多數裝飾品雖不一定具有實質功能(如等級或技能)，但卻需要玩家不斷的進步(如等級提升和遊戲貨幣增加)才能在遊戲中購買更多、更特殊的裝飾物，因而裝飾物也象徵著玩家精湛的遊戲能力；此外，由於此活動偏向玩家個人單獨進行，因此群體成員並無分工活動，亦無與不同關係類型朋友參與。

儘管裝飾物能夠使玩家感到「自豪」，但追求裝飾所需付出的心力和遊戲資源仍對關係建構導向玩家造成壓力。因此在裝飾物的獲得上，遊戲應提供更多元的管道或機制讓玩家以不同遊戲玩法取得，避免只提供單一管道(等級或遊戲貨幣提升才能購買)造成玩家壓力而放棄遊戲。如 F10 日誌所記錄。

「看到我朋友中最高等級的，覺得還真是有錢啊，買了好多東西，家裡有好幾間房間，每間都佈置得美輪美奐的。看到這樣會讓我很想升級嗎？我覺得反而萌生怯意，因為升級之路漫漫長，如果玩遊戲要一直拚升級才能買裝飾的話有點累。」(F10，日誌，Pet Society)



圖4-8 關係特質玩家(F10)拜訪高等級玩家遊戲空間圖

此外，關係導向玩家們較其他導向玩家更善於運用遊戲公佈機制，例如遊戲內建的拍照上傳分享機制，使玩家得以將引以為傲、具有個人風格的遊戲成果公布於社交網站中，引起回響與討論(如下圖 4-9 所示):



圖4-9關係導向玩家公佈遊戲成果與討論

由上得知，相較於任務導向玩家喜愛從遊戲數值、排名榜中獲得成就感和虛榮感，關係特質玩家則偏好從遊戲裝飾物展現個人風格和向他人炫耀，兩者獲得成就和虛榮感的途徑大不相同。而關係導向玩家更傾向透過遊戲的各種分享機制將遊戲成就、自我風格公佈於社群網絡中，引起他人注意。本文認為，在輔助玩家分享遊戲成果上，以裝飾為主題之遊戲應考量設計多樣化的分享互動機制，譬如遊戲精彩過程錄影分享機制、遊戲空間內留言、即時通訊功能以滿足玩家表達獨特風格和與他人分享之需求。

第三節 自我特質活動玩家分析

相對於任務特質玩家重視升級進步、關係特質玩家偏好透過遊戲維繫既有關係，自我特質的社交網絡使用者的使用習慣則呈現兩極，一部分玩家甚少使用社交網絡網站，因此玩遊戲的頻率甚低；而另一部分玩家則對社交網絡遊戲抱持高度興趣，非常重視遊戲的趣味性和新鮮感更勝於升級進步或社交互動。本文彙整自我導向玩家所述動機如下表 4-7 所示。

表4-7 自我特質玩家喜好遊戲類型與採用動機

受訪者	偏好的遊戲類型	採用動機(受訪者回應)
F3*	趣味/心理測驗型	不太會常玩遊戲，非常偶爾時會玩一下心理測驗；FB 我通常拿來瀏覽一下普通朋友的近況而已，和朋友的互動多以面對面聊天、電話或 skype 進行。
F5	趣味/心理測驗型	覺得很妙所以玩一下，但不會把結果公布出來。
F9	擬真兼經營型 《FarmVille》、 《Country Story》、格鬥類 《Mafia Wars》	遊戲玩法很多樣，而且時常更新功能，會有很多有趣、可愛的新獎勵品，加深我持續玩的念頭，我一年前就玩到現在了。
F11*	趣味/心理測驗 型、博奕類《德州 撲克》	因為心理測驗或德州撲克可以自己一個人或跟不認識的玩，其他遊戲還要一定跟認識的人一起玩才能弄到什麼點數升級的，就覺得很麻煩；還有規則太多的遊戲我也不想看。
F12	無	只用 Facebook 瀏覽我需要的資訊，但很少看朋友的近況，比較常用電話或 msn 連絡。而遊戲也幾乎都沒在玩，覺得玩遊戲只是浪費時間而且沒興趣。
M5	趣味/心理測驗	主要登入 Facebook 想瞭解朋友近況和發佈自己心情，偶爾玩玩心理測驗，因為有時候它的答案滿無厘頭的，覺得滿有趣的。

*F3 為任務兼自我特質角色；F11 玩家為自我兼關係特質角色。

由上述玩家所述其偏好的遊戲類型與採用動機可知，自我特質玩家在遊戲類型的選擇取向上偏好遊戲內容新奇有趣以滿足自己的好奇心和愉悅自己，如兼具擬真和經營特質的《FarmVille》遊戲；在操作方式上多半偏好不需要與其他熟識者互動、個人即可完成的遊戲類型，如趣味/心理測驗和博奕類遊戲；而團體中，也有部分自我導向特質者並未將社交網絡網站視為主要的朋友互動場域。他/她與朋友間交流則以面對面、即時通訊軟體等媒介完成，偏好能立即獲得對方回應之管道，如下所述：

F12：「Facebook 就很像簡訊不能立刻知道對方意思，我覺得不用也不會怎樣。我喜歡用 MSN 或電話，可以更快更確實傳遞我的意思。我對遊戲都沒興趣，蠻無聊的，而且 Facebook 那個即時佈告的功能讓我覺得很沒隱私，因為朋友連來連去好像把資訊詔告天下一樣。」(F12，訪談)

由上述自我導向使用者所言可知，遊戲對該使用者而言是附屬於社交網絡中的功能，平時極少使用也不感興趣。而社交網絡網站為促進社交互動的即時近況動態公布功能，也容易激發自我導向使用者的不安全感。對於他/她說，與朋友間的互動內容是屬於私人範疇，更需置於隱私權的保護下。

由於本文研究目的聚焦於社交網絡遊戲之使用行為上，因此，以下所分析之日誌與訪談記錄，仍多來自於較高頻率玩社交網絡遊戲的自我導向玩家，而在第五章研究討論與建議中，則納入非社交遊戲玩家之社交網絡使用者模式，做為探討介面改進與建議之重要參考依據之一。

本文發現自我特質玩家喜愛進行「自我娛樂」和「探索遊戲內容與特殊獎品」活動型態。值得注意的是，自我導向玩家較傾向與陌生人進行遊戲互動，而非社交網絡內的或實體社會上的朋友，因而其與不同關係類型玩家之互動模式也較另外兩導向玩家特殊。本文首先聚焦於自我導向玩家偏好「自我挑戰」和「探索遊戲內容與特殊獎品」的活動型態結構，並分析其隱含動機，再衍生探討自我特質玩家「與陌生人互動」的遊戲行為及遊戲類型選擇的意義。

一、自我娛樂

分析自我特質玩家之訪談和日誌資料可發現，其明顯偏好從事不需其他網絡朋友幫助或互動才能完成之社交網絡遊戲類型，遊戲選擇多樣，可獨自完成的心理/趣味測驗型遊戲占較大部分。然而，相對於關係導向玩家偏好瀏覽其他朋友所從事之遊戲而衍生想共同參與的渴望，自我導向玩家則傾向在社交網絡的「遊戲中心」⁷⁰主動尋找喜愛的心理/趣味測驗，甚少瀏覽或參照朋友所玩的遊戲而選擇該遊戲，並且也很少進一步公布遊戲結果於社交網絡網站內供他人瀏覽、回覆，與關係特質玩家的行為相反。

「我大多去遊戲中心找我想玩的趣味測驗，比較少看朋友的。我玩心裡測驗大部分都一個人默默玩！會這樣的原因是因為如果有人沒興趣我還公佈或叫他們一起玩，這樣覺得我很厚臉皮。」(F11，日誌，心理/趣味測驗)

「有些遊戲結果公布出來還蠻白痴的，而且我想維持我版面清潔，因此都不會公布出來。」(F5，日誌，心理/趣味測驗)

⁷⁰ 社交網絡網站所內建的遊戲中心，展列各種遊戲類型供玩家在其中自行挑選嘗試。

M5:「我不一定會看哪些好朋友玩哪些遊戲就去玩耶，就大概看首頁出現什麼有趣的心理測驗，我就會去玩玩看。」(M5，訪談，心理/趣味測驗)

由上述玩家所言可知，自我特質玩家注重遊戲所投射出的個人形象，並未視遊戲為社交互動主要工具。然而，即便如此，自我特質玩家仍舊希望與對此一遊戲主題有共同興趣的朋友展開討論、比較，因此會私下寄送遊戲邀請函或詢問特定他人的遊戲結果，甚至加入遊戲論壇與不認識但共同參與某項遊戲之玩家們討論。換句話說，自我特質玩家透過遊戲而產生之社會互動建立在「共同興趣」，而非「關係深淺」上，見如下所述

「我想要我邀請的某個朋友能夠直接先看到我的答案!但是我整個不知道怎麼轉貼，我只好傳送私人訊息問他玩的答案，因為對方好像以前玩過但也沒有公佈在他的塗鴉牆上!」(F11，日誌，心理/趣味測驗)

F9:「因為我會去 ppt 臉書版上面看有玩那個遊戲的玩家們的遊戲心得，也會在他底下回覆或推文。」(F9，訪談，FarmVille)

綜上述玩家所言，自我特質玩家傾向雖然看似獨自遊戲，但事實上，仍會透過遊戲邀請機制選擇特定的、共同興趣的玩家討論和分享遊戲結果，因此遊戲的邀請機制在自我特質玩家活動中就顯得格外重要。

多數心理/趣味測驗類型的社交網絡遊戲中，除了具備公開的「公布遊戲結果」(publishing)功能之外，會設置「邀請名單」(invitation)功能，提供玩家針對名單內朋友發出遊戲邀請，邀請其一起嘗試此遊戲，而自我特質玩家偏好使用此項功能邀請共同興趣玩家「私下的」進行比較討論，其目的不在於建構融洽關係，而是互相了解其他遊戲玩家結果或討論遊戲玩法，本文將上述自我角色特質玩家的自我娛樂活動結構繪製如下圖 4-9 所示：

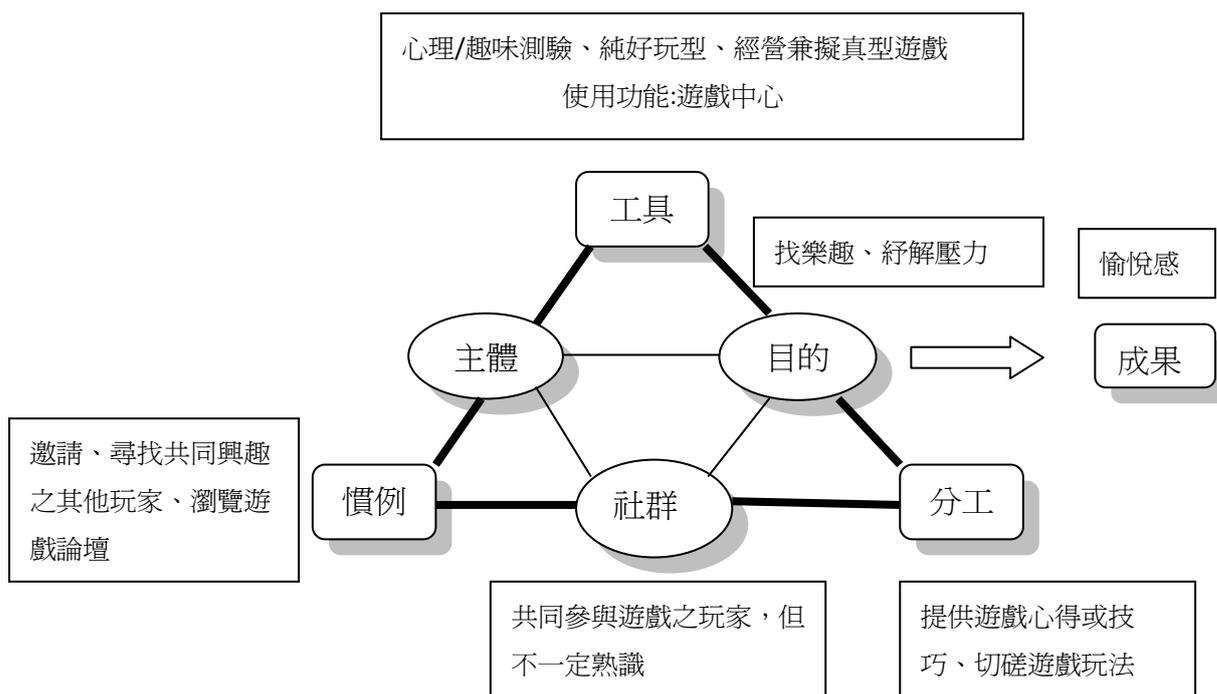


圖4-10自我特質玩家「自我娛樂」活動系統圖

由自我特質玩家「自我娛樂」活動系統圖可知，主體為自我導向玩家，其最終預期成果為愉悅感，在整體活動結構中，「偏好尋找其他共同興趣玩家」的遊戲習慣，對社交網絡遊戲而言，應是一項關鍵設計因素。

由於社交網絡遊戲設計目的期盼促進所有社交網絡朋友共同遊戲，因此遊戲的邀請機制經常在玩家操作遊戲後，自動發送遊戲邀請給該玩家的所有社交網絡朋友。換言之，社交網絡遊戲基於「促進關係聯繫」為出發點，針對網絡內「所有」（不盡然都有玩該遊戲的）朋友發出遊戲邀請函，但卻與自我導向玩家「只想尋找共同興趣者」的遊戲心態衝突。社交網絡遊戲此機制不僅導致自我導向玩家惱怒而不願觸碰遊戲，如 F11 玩家所言：「邀請朋友時，一開始畫面就跳出邀請選擇，於是我就對幾個朋友寄出邀請。然而玩完結果後，FB 很無聊的把我的 mail 名單的人全部勾選，自動邀請這些人，好煩！」，更容易使其他使用者將「遊戲邀請函」視為擾人的垃圾訊息，歸咎於喜愛玩趣味/心理測驗玩家。

綜上討論可知，固然促進交流互動是社交網絡網站和遊戲宗旨，但過度強制使用者將遊戲結果與他人分享，則恐適得其反。而遊戲也甚少設定「拒絕接收邀請函」的反饋機制，也可能導致玩家一廂情願認為他人願意接受遊戲邀請，但事實上卻可能造成他人困擾。因此，遊戲設計者應思考玩家遊戲習慣行為，避免使社交網絡遊戲在看似和樂融融的表象下，仍有使用者感到負擔並產生負面情緒。

二、探索遊戲內容與特殊獎品

由前文可知，自我特質玩家重視遊戲的趣味和新奇性，而在日誌記錄與訪談資料中，也可以發現自我特質玩家喜愛收集遊戲中稀奇有趣的道具，越別具意義或特殊、難解的遊戲結果越能引發自我特質玩家的好奇心，進而努力探索或完成任務。相對於關係玩家喜愛收集「裝飾物」裝飾其遊戲空間或角色，「稀奇道具」多半清楚象徵玩家在遊戲中的成就，而非用以裝飾。

F9: 「本來遊戲模式只有耕田，它(遊戲)現在有更新一個新功能，非常的好，就是若你種作物種次數很多，比如說辣椒種了 6500 次，遊戲就會給你一個種辣椒的認證牌子，就有點像是代表你種這個作物的專業能力。目前有 60 幾種作物的牌子我都拿到了，我都會插在農場上面，人家來看就會知道我玩多久，就是很努力的在種田，可是這跟升級比較無關，就是一種特別的意義(見下圖 4-11)。」(F9，訪談，Farm Ville)



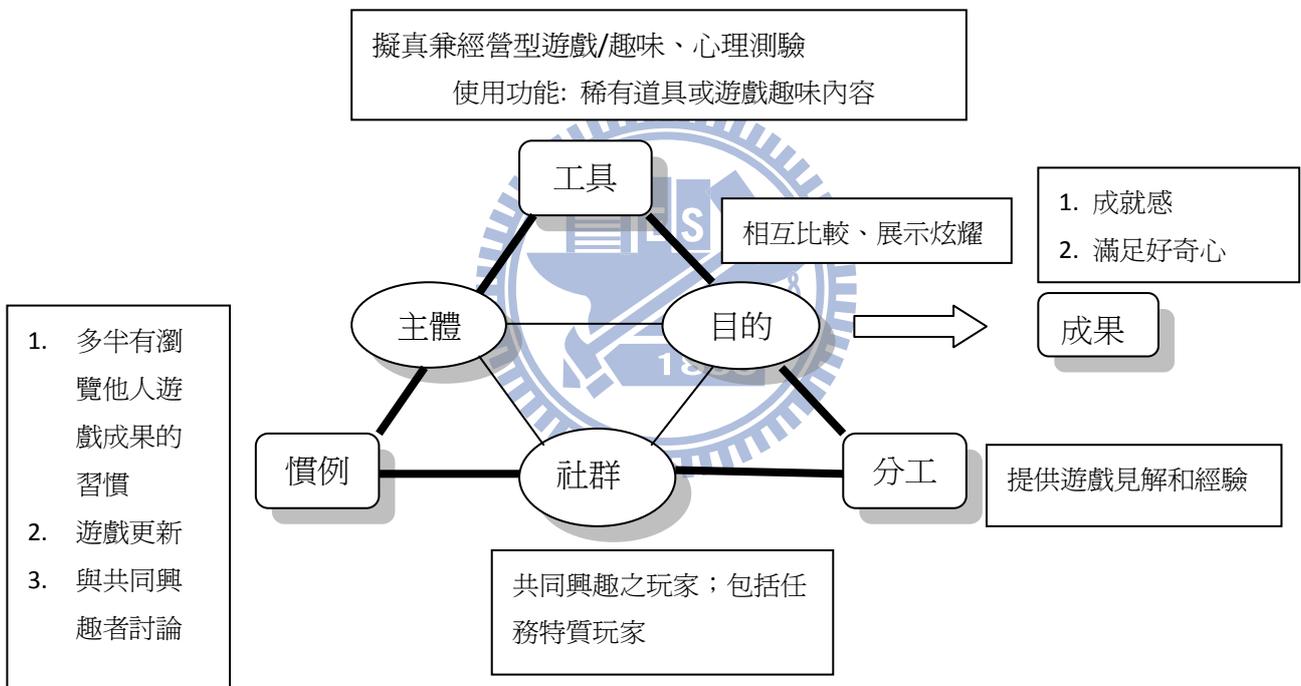
圖4-11(左圖)自我導向玩家於遊戲中所蒐集之稀有道具—專業作物種植牌、(右圖)玩家目前所蒐集之所有專業作物種植牌(紅色框線內)

而自我特質玩家經常藉由這些「收藏品」與其共同參與之遊戲夥伴相互比較、展示炫耀，因而遊戲中的稀有道具對於引發自我特質玩家互動扮演重要之觸媒角色。由前文玩家「自我娛樂」行為可知，自我特質玩家除了尋找新奇、有趣的遊戲內容外，也會花費時間與針對該遊戲有相同興趣之玩家分享討論，炫耀其從遊戲中獲得的另類成就。而恰巧的是，任務特質玩家亦成為自我特質玩家彼此交流討論的對象之一，因為任務特質玩家的遊戲經驗能夠成為話題素材，使兩者能交換遊戲資訊。因此，此類活動雖然不一定當時會直接與他人有所互動，然而對於後續引發玩家與他人互動卻相當重要。

F9: 「就我跟我同學(遊戲內其他玩家)有時候晚上就會在那邊聊說我最近又拿到什麼牌子了,很好笑。而且只要最近遊戲一有更新,或推出什麼活動,我就會和他開始討論怎麼用。加上它(遊戲)是英文介面,有些我不一定看得懂,所以就會和朋友研究這個是做什麼的。」(F9, 訪談, Farm Ville)

而即使是文字類型的趣味測驗,也由於自我特質玩家對高難度測驗結果的好奇心,因而與對遊戲主題有共同興趣的其他玩家進行討論與求證,如下所述:

「在找好玩的測驗時,看到趣味測驗遊戲—「超難蠟筆小新 10 問」,所以就連進去...玩玩看,結果自己玩了兩次才 pass,覺得很對不起已故白井儀人(作者),為了向他致敬以及好奇 M1 自稱蠟筆小新達人的等級,於是特地問他十題都會嗎?結果就引發一連串積極找答案的討論!」(F11, 日誌, 心理/趣味測驗)



由上圖可知,在「探索遊戲內容或特殊獎品」活動中,「主體」為玩家,主要是想透過獲得遊戲中的稀有道具、遊戲結果達成相互比較、展示炫耀自己在遊戲中特殊成就之「目的」,最終轉化為成就感或滿足好奇心的「成果」;而他人在此活動中的角色,則扮演提供與遊戲主題相關之見解與經驗分享,滿足玩家好奇與求知欲望。

然而,值得注意的是,觸發玩家渴望獲取特殊道具或與其他玩家聊天之「慣例」,除了玩家平日的瀏覽行為外,遊戲本身的「更新程度」也是重要關鍵。當

遊戲的遊戲內容與玩法愈推陳出新時，則自我特質玩家愈躍躍欲試，因為當玩法越多樣、內容越趣味時，則玩家更不需只透過升級或與他人互動等單一管道才能累積遊戲資源，亦能享受遊戲的樂趣；同時，也能夠將這份遊戲新鮮感融入與其他玩家討論的話題內。因此，「更新程度」對於觸發自我特質玩家社交互動扮演相當重要的角色。

三、與陌生人進行遊戲互動

在社交網絡遊戲中，雖然許多遊戲任務不需其他玩家共同合作才能完成，卻有許多遊戲資源需透過與其他玩家互動才得以獲得，例如玩家所贈送的虛擬禮物可以作為另一位玩家完成某項任務的材料或法力。社交網絡遊戲企圖利用此方式促成「一個拉一個朋友」加入之連鎖效應，以擴大其遊戲人口。然而，此遊戲模式對自我導向玩家而言，卻產生憂慮，主要原因為玩家在社交網絡上的朋友數量過少，因此難以透過實體人際脈絡(在社交網絡中實際朋友數量)來充分享受遊戲娛樂。本文以下分析自我特質玩家朋友數量過少原因。

1. 視社交網絡內的交流內容為高度隱私之資訊

如同其他未偏好社交網絡遊戲之自我導向使用者，自我導向玩家對於其社交網絡內的交流內容亦視為高度隱私之資訊。對他／她而言，社交網絡網站如同易暴露個人資訊、情感和想法之玻璃盒，一旦加入他人為網絡朋友，則他人能清楚窺視一二。因此，自我導向玩家甚少在社交網絡網站中發表個人想法、感觸或情緒等資訊，其「加為好友」的對象也多半為身邊熟識和信任者，因此數量極少。

然而，由於社交網絡遊戲機制極度依賴玩家網絡中的朋友彼此擔任玩家（即遊戲鄰居）以互通有無，因此若網絡內朋友數量過少，則玩家在遊戲中所能累積之資源也相對減少。因此，喜愛玩遊戲的自我導向玩家便傾向參與其他玩家幾乎為陌生人之遊戲（見 F11 所述）；或採取結交「陌生玩家為社交網絡朋友」之方法（見 F9 所述），以擴大互動機會獲取其遊戲所需資源。

F11:「嗯...我的 Facebook 朋友超少的，我不喜歡加不熟的人成為朋友，因為我覺得 Facebook 還蠻私人的吧！但有些遊戲又要找認識的人才能玩得起來就滿麻煩的，因為我朋友很少。我比較喜歡玩那種只要對那遊戲有共同興趣，不論熟不熟都可以被系統一起加入即時連線一起玩的遊戲。」(F11，訪談，德州撲克)

F9:「因為有些遊戲需要更多互相幫忙才能拿到更高獎勵，可是班上同學太少了，所以我會特別去 ppt 臉書遊戲討論版徵一起玩的玩家，或看到有人徵玩家

我也會去加他/她。我們只為了遊戲所以互加為 Facebook 好友，所以我也不喜歡在 Facebook 塗鴉牆上發布我自己的近況，我也很少看人家的近況，因為其實也不熟，我把 Facebook 當作玩遊戲的地方。」(F9，訪談，Farm Ville)

由上述玩家所言可知，由於自我導向玩家非常注重個人資訊之隱私，因此社交網絡上的朋友數量極少，而當這與社交網絡遊戲方式衝突時，則玩家傾向與遊戲興趣相同之陌生玩家共同遊戲；即使如此，兼有關係導向之 F11 玩家仍傾向保留些許隱密社交空間，而選擇不需增加社交網絡朋友而仍可順利運作的社交網絡遊戲，如博奕類遊戲⁷¹；而高程度自我導向之 F9 玩家則相反，其主動納入陌生玩家為社交網絡遊戲朋友，因為對其來說，社交網絡網站不再是個社交空間，而是一個純粹「玩遊戲」的地方。

由前文可知，自我導向玩家與陌生人互動的傾向較其他導向玩家更為明顯，而此份建立在「遊戲興趣」的互動關係，亦隨著與對象關係為非實際社交圈的陌生關係，而產生不同遊戲行為，事實上，與不同關係類型朋友之社交禮儀準則，也處處影響了自我導向玩家與陌生玩家的遊戲互動行為，以下進一步闡述。

1. 實際生活社交禮儀準則之影響

如前所述，在社交網絡遊戲中，自我導向玩家偏好與陌生玩家展開遊戲互動。然而，當涉及搗蛋性遊戲行為時，如偷竊、攻擊等，則由於彼此沒有一定的熟稔程度，因此玩家間極少進行此類搗蛋性活動，深怕因冒犯而造成對方反感。如 F9 玩家所述：

F9: 「在 Facebook 版(論壇)上，大家都會討論說很怕使用偷竊或攻擊他人的功能，我自己也不敢用。」(F9，訪談，Farm Ville)

問: 「為什麼?」

F9: 「因為我們通常加的都是一些不認識的網友，那如果說你沒有先告知對方，然後去偷他東西，這樣的話，對方會覺得你是來坐享其成的。」

問: 「可是偷竊或攻擊等搗蛋性活動通常是很常見的遊戲活動，而且也會增加錢或經驗值不是嗎?」

⁷¹ 在社交網絡網站中，博奕型遊戲多由遊戲系統，依據玩家能力與等級直接媒合正在參與遊戲的玩家，使其彼此之間至同一遊戲場域(譬如牌桌或遊戲室)，或由玩家自行挑選線上不同等級之玩家進行挑戰，因此遊戲節奏快速且即時，輸贏結果可立即分曉，不需像經營類或角色扮演類遊戲需執行長期任務後再等待成果以獲得經驗值或資源。

F9：「因為你偷他的錢或東西，那東西可能是他要種很久才會有的，這樣他就會不高興，有些人還會因此刪朋友或公佈黑名單在討論區上！即使遊戲機制有設定偷東西會有獎勵，我也不敢偷，因為怕被討厭或刪掉，跟不熟的網友玩，所以大家就會有一種基本的禮貌，除非要偷之前先跟對方確認可不可以偷，這樣才敢偷。」

由上述玩家所言可知，自我導向玩家與陌生人共同遊戲的遊戲行為，如同關係導向玩家與點頭之交的朋友遊戲互動般，會套用實際生活中的互動禮儀，反覆考量對方的想法或反應，並避免使用可能冒犯他人的遊戲互動功能；而若進行搗蛋性活動時，陌生玩家間的遊戲互動更恪守社交禮儀，避免產生遊戲關係決裂等嚴重後果；相較於任務導向玩家因遊戲同伴為所熟悉之「團體內朋友」而有心理默契，自我導向玩家會更小心翼翼的觀察，甚至確認他人「被偷」意願，此種遊戲考量在玩家採用兼有互惠與互相搗蛋的遊戲類型中更為常見。

另一方面，在社交網絡遊戲種類中，博奕類和格鬥類遊戲機制較其他社交遊戲特殊，不需要依賴玩家的實際社交圈即能構成遊戲運作，亦受自我導向玩家歡迎。當玩家加入遊戲時，遊戲會自動媒合網絡上有共同興趣之玩家進行即時對戰、對奕。對於自我導向玩家來說，這是一種便捷、快速、不需仰賴既有關係(社交網絡朋友數量)的遊戲方式。同時，這類遊戲具有的非輸即贏特質，使自我導向玩家較能不受實際社會情感拘束地與陌生玩家進行遊戲，意即，當玩家的遊戲夥伴為實際社交圈內的朋友時，則自我導向玩家也容易受實體社會互動的移情作用影響，而對於贏得「朋友」的遊戲資源感到抱歉；然而，當對象為完全不認識、與自己生活無關之玩家時，則可放手一搏、盡力投入，因為「反正對方也不認識自己」。

F10：「像我很喜歡玩《德州撲克》，因為一進去那個程式，裡面就一大堆陌生人，然後就跟他玩，贏他們的錢也比較爽。因為你想想看，如果贏朋友的錢，雖然也爽，但總是有點不好意思。」(F10，訪談，德州撲克)

由上述自我特質玩家遊戲「自我娛樂」和「探索遊戲內容與特殊獎品」活動行為分析可知，自我特質玩家在選擇遊戲類型時，不僅期盼兼顧趣味性和遊戲內容的更新頻率和新奇性，也非常在乎系統能否快速、方便的促使共同興趣的玩家彼此互動，因此在其遊戲選擇上，多偏好俱備此特質的遊戲類型。

總結上述分析討論可知，在一團體內，每個人隨其行事作風不同，共可區分為「任務特質角色」、「關係特質角色」及「自我特質角色」三種人際互動角色類型，而此三類角色的動機也進而影響其遊戲活動的發展脈絡，對於社交需求也有差異。本文認為，在論及如何提升社交網絡遊戲的社交性時，應考量社交遊戲

環境依賴實際社交圈的特性，將玩家與他人交際的風格、偏好以及如何與其他關係類型朋友互動的方式納入考量，才能更細緻地釐清社交遊戲玩家的需求差異。本文進一步自上述分析歸納本節團體內三類角色玩家的互動型態，綜合分析比較三種特質玩家之差異。

第四節、小結

一、角色之遊戲動機、遊玩型態

據前文分析，可概略理解玩家於社交網絡網站所偏好的主要遊戲類型以及其他相關社交活動之發展脈絡。從分析中也可以發現，不同導向玩家的遊戲動機有相當大的差異，因而也隨著情境衍生不同的互動模式與氛圍。本文以下承前文三種角色特質玩家之活動內容，進一步歸納此種以社交為導向之社交遊戲環境中，玩家的主要遊戲動機、次要遊戲動機傾向與遊玩型態。

首先，由本文分析可知，玩家於人際團體中之角色特質的確會影響其社交遊戲的操作與互動，並且可清楚發現，社交遊戲玩家的動機型態的確與過往由任務、競爭取向遊戲環境發展而出的動機類型有所差異。Malone(1980, 1981a)指出遊戲動機分別只有挑戰性、好奇心、控制性與幻想性，因缺乏人際互動為主的社交性動機，所以難以涵蓋所有社交遊戲玩家動機，如「維繫友好關係」與社會互動極為相關，也是社交遊戲玩家的重要動機，卻較難以在以合作或任務取向的遊戲玩家身上發現。

而自玩家主要遊戲動機觀之，前述由活動理論分析的結果發現，任務、關係與自我特質玩家的主要遊戲動機分別可歸納為獲得「成就感」、「維繫友好關係」和「滿足好奇心」三大類，然而，隨著遊戲情境和互動對象的轉變，玩家進而被觸發而產生不同的次要動機。譬如，任務特質玩家懷抱著欲獲得成就感的目的進入遊戲，但在遊戲中被遊戲機制(如獎勵機制)、其他玩家的名次(如排行榜)或活動(如偷竊)等條件所影響，因而衍生不同遊玩行為，如升級、同儕競爭或搗蛋；同樣的，關係特質玩家主要動機為維繫友好關係，也因互動對象、遊戲類型之不同，而衍生不同型態的遊玩行為，而自我特質玩家亦是。由此可知，即使具有相同特質、相同主要動機之玩家，也會受情境影響而產生不同活動行為，本文整理如下表 4-8 所示。

其次，由玩家遊玩型態和採用遊戲類型的角度觀之，不同角色特質玩家的確

有其偏好的遊戲類型，如任務特質玩家多偏好經營類和擬真型遊戲，此類遊戲多半內建清楚顯示遊戲等級的名次排行榜或經驗數值，滿足玩家追求榮譽的渴望；關係特質玩家多偏好角色扮演和純好玩型遊戲，此類遊戲多置入許多擬似人際互動的社會線索於化身中，引起玩家投射人際情感於其中；而自我特質玩家則偏好博奕型和擬真兼經營型遊戲，此類遊戲多含有快速、即時、遊戲玩法多樣且內容更新快速等特質，因此多受喜愛獨自探索、好奇心強的自我特質玩家歡迎。然而，由上述歸納中亦可以清楚發現，關係和自我角色特質玩家，皆會偏好玩心理/趣味測驗型遊戲，尤其對關係特質玩家來說，玩測驗型遊戲目的為創造幽默的氛圍，從對測驗結果的回應和留言中產生與他人交際的感受；而對自我特質玩家而言，卻是因為測驗內容有趣或可以獨自完成而玩測驗型遊戲，因此，抱持著這兩種不同遊戲目的的玩家便衍生不一樣的遊戲方式，意即，前者(關係特質玩家)喜愛在作完趣味測驗後公佈遊戲結果，希望讓朋友們看見討論，而後者(自我特質玩家)則是偏好做完後觀看結果自我娛樂一番，較不喜愛公佈於公共的社交空間內(Facebook 外部塗鴉牆上)。

另一方面，人際「關係類型」對關係特質角色玩家產生的影響最大。關係特質玩家傾向透過遊戲建立關係，但卻非一味與遊戲中每位朋友社交。在對待親疏關係不同的朋友上，他們會保持與不同關係類型朋友的禮儀與互動行為，意即將實際生活中與不同關係類型朋友的互動方式延伸至遊戲空間中，因而可模擬多元人際互動的角色扮演型和可以贈送多樣虛擬禮物的遊戲類型最為關係特質玩家所偏愛。譬如對待親密朋友關係型的玩伴，關係特質玩家喜愛贈送虛擬禮物和提供遊戲幫助，並且平日也產生許多口語上的互動交流；與關係為普通的玩家，則較少透過遊戲關心對方，而針對關係疏遠的玩家，則甚少對其產生社交互動，與其互動的考量則越趨「工具性」，意即當對方對我進行有益之行為(送禮、幫助)時，才會回饋對方，或在發送虛擬禮物之前反覆推敲對方收到禮物時的想法，探索對方的喜好。由此可知，即使社交遊戲之目的在於促使玩家間產生良好的社會互動與關係，但是即使是最喜好利用遊戲與他人交際的關係特質玩家，也會因實體人際關係親疏差異而產生不同互動行為與需求，可見實體人際關係的確能夠影響並觸發玩家產生迥異的互動模式。

表4-8 三類角色特質玩家主要動機、次要動機傾向與遊玩型態

玩家角色特質	主要動機	次要遊戲動機傾向	遊玩型態	偏好的遊戲類型
任務	成就感	紓解壓力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 視社交網站為日常生活中獲得朋友近況、資訊的工具。 ➤ 不熱衷社交遊戲，僅在 	純好玩型遊戲：《打小人》、《寶石方塊》、《滑鼠點

			<p>忙碌之餘玩以消磨短暫時光或紓解壓力。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 喜好玩容易上手、不需費心經營以及可快速看見遊戲結果的遊戲。 	擊遊戲》
		競爭進步	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 熱衷於社交遊戲，認真看待遊戲中各項任務並確實完成。 ▶ 善於利用遊戲中各種察覺功能來獲悉其他競爭玩家的相關資訊。 ▶ 謹慎計算遊戲中執行各種任務後的獲利差異，思索、交流各種技巧以克服遊戲機制。 	經營類《café world》、擬真型《開心農場》、《動物樂園》、《開心水族箱》
		違禁樂趣	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 喜愛使用負向遊戲功能，對遊戲中其他玩家進行搗蛋、捉弄行爲。 ▶ 從中享受報復和獲利(些許經驗值或遊戲資源)的快感，並想像他人受挫驚訝的反應而自喜，爲一種由想像、詮釋和人際關係三面向所構成的樂趣。 	經營類《café world》、擬真型《開心農場》、《動物樂園》、《開心水族箱》
關係	維繫關係	維繫友好關係	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 喜愛拜訪其他玩家朋友的遊戲空間，並幫助其遊戲化身。 ▶ 挑選精緻且別具意義的虛擬禮物贈送予關係爲親密好友的玩伴，爲表達親密的一種方式。 ▶ 將日常生活中朋友分享、互助經驗套至遊戲互動中。 	純好玩型《Give Hearts》、社交取向的角色扮演型《Pet Society》、經營型《Hotel City》
		共同參與活動之歸屬感	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 參考其他玩家朋友在網絡中所玩之遊戲種類，進而採納該遊戲。 ▶ 喜愛利用「遊戲公佈機 	角色扮演型《Pet Society》、純好玩型《Give

			<p>制」，將自己遊戲結果公佈以製造話題。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 對朋友公佈的遊戲訊息也善給予回應，產生幽默、和諧的氛圍。 	<p>Hearts》、《拉廁紙遊戲》、趣味/心理測驗型</p>
		自我表達	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 偏好裝飾遊戲中的化身與遊戲空間，展現自己獨具的巧思。 ▶ 想像其他玩家拜訪自己遊戲化身或空間時的看法。 ▶ 喜愛使用遊戲內建之照相功能與遊戲公佈機制發佈自己的裝飾成果，引起討論。 	<p>角色扮演型 《Pet Society》、純好玩型《Give Hearts》、經營型《Hotel City》</p>
自我	滿足好奇心	自我愉悅	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 偏好個人獨自即可完成之遊戲，甚少公佈遊戲訊息與他人分享。 ▶ 遊戲互動對象建立在對遊戲有「共同興趣」上，而非「關係深淺」。 ▶ 喜愛參與由遊戲自動媒合玩家(多為陌生玩家)一同參與的即時遊戲。 	<p>博奕型《德州撲克》、擬真兼經營型 《Farm Villie》、趣味/心理測驗型</p>
		好奇	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 喜好參與內容為新奇有趣的遊戲類型。 ▶ 喜愛探索並蒐集其他玩家不知道或難以獲得之稀奇有趣道具、別具意義之象徵物。 ▶ 重視遊戲本身「更新程度」和玩法的多樣性，厭惡玩法單調，或需透過與人互動才能累積遊戲資源的遊戲方式。 	<p>擬真兼經營型《Farm Villie》</p>

二、角色與角色間互動型態及使用功能

Cluts(2003)詮釋活動階層間可能發生的挫敗為活動過程中的重點，因為這代表了活動的動態發展與衝突。事實上，活動總是發生在解決矛盾(contradiction)的過程中⁷²，因此，活動理論主張需仔細了解導致當前狀態的因果，以真正理解活動(Kuutti, 1999)。在本研究分析中，發現不同角色特質玩家，在與團體內其他角色特質進行社交遊戲互動的過程中，雖有密切的交流，但亦不可避免地發生互動上的衝突，而此些衝突情況的發生與不同特質玩家的需求差異有關，以下分別依序闡述任務、關係和自我特質玩家與其他角色的互動型態：

1.任務特質玩家與其他角色玩家的互動型態

在團體內，任務特質玩家與其他角色特質的遊戲互動上，仍舊與任務導向玩家產生最頻繁的交集。由於任務導向玩家善於執行複雜遊戲任務、鑽研技巧、提升成就與累積遊戲資源等，皆與團體內其他任務導向玩家興趣相符，因此兩者間不僅皆偏好玩較複雜的《經營類》型的社交網絡遊戲，也常使用遊戲中的攻擊、偷竊功能彼此竊取遊戲成果與競爭，並時常在日常生活中討論切磋，形成雙向互動。

相對於此，任務特質玩家與關係特質玩家所玩的遊戲類型各異，因此彼此間遊戲互動頻率不如任務導向玩家間來得頻繁多樣。即便如此，任務特質玩家仍常收到關係特質玩家寄送的友好關心象徵，譬如藉由《純好玩類》型遊戲寄送虛擬禮物或情感圖示來表達對任務玩家的關心。然而，對任務特質玩家而言，這些虛擬禮物或圖示多無法幫助其玩遊戲升級進步，因此經常省略或刪除這些象徵情感的虛擬禮物，形成互動上的衝突情況。即使是在自己所喜愛的遊戲中，任務特質玩家亦不喜愛進行傳送禮物的活動。

M1:「我不喜歡傳送禮物，第一，因為我很懶，第二，我都不曉得要送誰，很麻煩。除非他送的禮物很貴重，或是我需要的我才會單回送他一個人；至於沒玩的遊戲，別人送我我會堆到很多，然後我會全部按略過，因為我覺得那有點無聊。」(訪談)

而對於團體內自我特質玩家，由於任務特質玩家與自我特質玩家之遊戲目標時常吻合，經常產生互惠的遊戲型態。兩者幫助彼此順利完成遊戲任務，則任務導向可在遊戲中獲得經驗值的提升，而自我導向玩家則可進一步獲得特殊遊戲獎品；然而，長時間遊戲過程中，由於遊戲系統的更新程度和玩法狹隘，對任務特質玩家來說雖仍具有升級樂趣，但對自我導向玩家而言卻漸感無趣而減少玩該遊戲的頻率，因而任務導向玩家時常利用遊戲的邀請和提醒功能提醒自我導向玩家

⁷² 活動理論使用「矛盾」一詞來表示在活動元素內、元素間、不同活動間或單一活動裡的不同階段中，所發生的不平衡現象(Kuutti, 1996)。

回流到遊戲中。任務導向玩家與團體內其他導向玩家的遊戲互動模式列於表 4-9。

表4-9 任務特質玩家針對團體內三類導向玩家的遊戲互動模式

玩家角色		團體內三類角色導向		
		任務導向角色	關係導向角色	自我導向角色
任務導向玩家	遊戲類型	《經營類》	《純好玩類》	《經營類》
	功能需求	觀看排行榜比較 互相偷竊、攻擊、討論遊戲技巧	略過或刪除遊戲虛擬禮物	寄送遊戲邀請語提醒

1.關係特質玩家與其他角色玩家的互動型態

在團體內，關係特質玩家偏好透過遊戲與他人產生社會互動，不論是透過遊戲的隱喻暗示或文字、口語上的交流，關係導向玩家喜愛形塑輕鬆、愉悅的聊天氛圍，因此偏好透過能引起話題討論的《純好玩類》和《趣味/心理測驗》遊戲類型；然而，承上述可知，當關係導向玩家寄送情感象徵的遊戲禮物給予任務導向玩家時，經常產生「有去無回」的狀況，意即，互動是單向的而缺乏任何回應。對於任務特質玩家而言，當虛擬禮物無法對他在遊戲上有實質幫助時，則任務特質玩家經常忽略此類訊息，造成單向溝通。

相對於此，團體內關係導向角色彼此間則多為雙向互動，且擅長使用較多的遊戲類型創造話題、傳遞關心或是「幽自己一默」，如《趣味/心理測驗》、《純好玩型》和《擬真型》類型遊戲。因而，關係導向玩家彼此間的互動頻率亦較與其他導向玩家高，彼此間會利用遊戲的公佈機制、留言回覆、收禮機制互相傳遞友善訊息，也較少出現拒絕禮物或刪除、略過情感圖示的行為，避免「傷害他人情感」。

最後，關係導向玩家對自我導向玩家的遊戲情形，亦如同與任務導向互動情況，時常傳送代表關心的虛擬禮物或情感圖示。然而，同樣因為遊戲的特殊性和特色不足，多數自我特質玩家對此類型遊戲的反應亦較冷淡，因此也常造成單向互動的遊戲狀況出現，即自我特質玩家並未對關係特質玩家的遊戲邀請或禮物有任何回應。關係特質玩家與團體內其他導向玩家的遊戲互動模式列於表 4-10。

表4-10關係導向玩家針對團體內三類導向玩家的遊戲互動模式

玩家角色		團體內遊戲互動對象的角色導向		
		任務導向角色	關係導向角色	自我導向角色
關係特質玩家	遊戲類型	《純好玩類》	《趣味/心理測驗》 《純好玩型》 《擬真型》	《純好玩型》
	功能需求	寄送遊戲虛擬禮物或邀請、幫助	公佈遊戲狀況、寄送遊戲虛擬禮物、利用留言功能回覆	寄送遊戲虛擬禮物或邀請

1.自我特質玩家與其他角色玩家的互動型態

由於自我導向玩家主要重視遊戲本身的新奇和趣味性，而非透過遊戲社交互動，因此，當遊戲玩法只剩升級、進步或傳遞感情作用時，則會漸對遊戲失去熱情。起初當自我特質玩家與任務導向玩家有共同的遊戲興趣時，會產生蓬勃的雙向互惠，譬如彼此在遊戲中彼此幫助。然而最終當遊戲玩法逐漸只剩升級一途，而未推出任何趣味多樣的互動活動時，則自我導向玩家便逐漸抽離遊戲，轉而尋找其他更新穎多變的遊戲類型。

F9：「就是玩法很單一，就是雖然會開很多新動物，但玩法就是養動物、養大、賣掉，然後累積經驗值這樣而已，互相幫助的模式也很不多樣，而且等級高的人永遠都會在上面，有點無聊，後來有一陣子我就跳出玩別的類似版本，可是也還好。」(F9，日誌，Farm Ville)

而面對關係特質玩家傳遞的遊戲互動訊息，自我特質玩家時常省略或甚至不知道團體內關係導向角色有傳來訊息。事實上，自我導向玩家較少利用遊戲做為社交互動工具，因此也極少感知他人的遊戲圖示或虛擬禮物為情感訊息，因此常出現關係導向玩家傳遞虛擬情感禮物或圖示，而自我導向玩家視而不見的單向互動情況出現。但即使如此，仍有極少數自我導向玩家回應關係導向玩家的情感訊息，其原因為與該關係特質玩家的關係為「親密朋友」所致，是特殊的例子。如F11 玩家所述：

「因為從以前他就找我玩送出心心遊戲，基於愧疚心理，就花了5svp 購買特別版心心回送他，為了應景才講個狼”心狗”肺，故意用笨拙掩飾自己害羞想送心心的真正心意！」(F11，日誌，純好玩型遊戲)

最後，團體內自我特質玩家與自我導向玩家間並沒有因相同興趣而參與的遊戲，因此也甚少出現遊戲互動，在遊戲類型和互動型態上幾乎無交集，也無私下口與交流或討論，呈現零互動的狀態。自我導向玩家針對團體內三類導向玩家的遊戲互動模式見表 4-11 所示。

表4-11自我特質玩家針對團體內三類特質玩家的遊戲互動模式

玩家角色		團體內遊戲互動對象的角色導向		
		任務導向角色	關係導向角色	自我導向角色
自我特質玩家	遊戲類型	《擬真型》、《經營型》	《趣味/心理測驗》 《純好玩型》	無
	功能需求	互相幫忙、透過留言回覆功能討論破關秘訣	偶爾互動	無

以下將於結論與建議中，進一步討論社交遊戲玩家的互動型態以及社交性設計建議，並回答本文之研究問題。



第五章 結論與未來研究建議

人機互動領域學者對於遊戲社交性愈來愈重視，因而對於系統設計如何支持使用者間社交關係，以達到理想的「社會互動」和愉悅的「社交性」，成為遊戲領域中的新興議題。經由文獻檢閱發現，針對整體環境為社交導向、建立於實體人際脈絡而運作的社交遊戲，相關的玩家互動與動機研究仍屬匱乏，因此也導致尙未能有聚焦於社交遊戲系統之社交性評估和技術結構建議出現。本研究試圖將研究平台拉至結合實體人際脈絡與虛擬互動空間特質之臉書遊戲空間內，納入小團體研究中之「角色」行為特質觀點和自人際互動研究中歸納「關係類型」互動型態，探討社交遊戲玩家互動需求，並援引活動理論分析架構作為分析社交遊戲玩家活動要素之依據。期盼從實際觀察玩家的互動過程中，探討玩家如何透過遊戲進行不同層面之社會互動，據以確切描繪出社交遊戲玩家的動機和遊玩行為輪廓，用以參考並發展適用於此一虛擬遊戲環境之社交性設計準則。

有關研究問題與分析結果整理概述如表 5-1 所示，簡要介紹本文分析結果與發現，其次，本章頭三節提出研究發現、相關討論與設計建議，第四節則提出本研究的研究限制與未來建議。

表5-1：研究問題與分析結果概述整理表

研究問題	分析結果
一、玩家進入遊戲後，其於實際社會中所扮演的角色是否會受遊戲動機影響而改變角色行為？	實體人際團體中三種「角色」的行為特質—任務、關係與自我，的確影響玩家的遊戲行為；然而，隨著玩家面臨到不同的遊戲情境，其內在動機會隨之轉變，並衍生不同的遊玩型態。
二、在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家的遊戲活動型態及動機為何？	
2-1 不同角色特質之玩家最常在什麼情況下從事哪些類型的社交遊戲？為什麼特別偏好該遊戲類型？	<p>(1) 任務特質玩家：主要動機為獲得成就感。常採用經營型、擬真型等社交遊戲，偏好使用遊戲中察覺功能(如名次排行榜)和負面互動(攻擊或偷竊)等功能，從同儕競爭和搗蛋活動中滿足紓解壓力、進步和違禁的樂趣。</p> <p>(2) 關係特質玩家：主要動機為維繫友好關係。常採用純好玩型、心理/趣味測驗和角色扮演型遊戲，偏好使用遊戲中贈送虛擬禮物、拜訪、公佈和裝飾功能，從社交互動中滿足維繫關係、歸屬感和展現個人風格之次要動機。</p>

	<p>(3) 自我特質玩家：主要動機為滿足好奇心。常採用內容豐富、玩法多樣的擬真兼經營類遊戲或由遊戲系統媒合陌生玩家之博奕類遊戲；透過探索活動將遊戲樂趣建立在「滿足自己興趣」而非「促進關係」上，滿足好奇心和自我愉悅之次要動機。</p> <p>相關遊戲活動型態見下述。</p>
2-2 遊戲活動的發展脈絡為何?	<p>(1) 任務特質玩家：偏好進行競爭比較、升級和搗蛋性活動。</p> <p>(2) 關係特質玩家：喜好互惠分享、建立話題和裝飾遊戲化身與空間活動</p> <p>(3) 自我特質玩家：偏好獨自娛樂和探索遊戲內容與特殊獎品。詳細活動發展脈絡於第一節闡述。</p>
三、在社交遊戲環境中，不同角色特質玩家如何與不同關係類型朋友互動？	
3-1 玩家如何在遊戲活動中與不同關係類型朋友互動？為什麼?	<p>(1)任務特質玩家：檢視其遊戲概況、攻擊或偷竊對方遊戲成果、切磋遊戲技巧，為求保持遊戲中的地位。<i>互動對象</i>：強烈競爭者、親密好友</p> <p>(2)關係特質玩家：幫助其遊戲關卡、公佈自己遊戲狀況與回覆、評論他人遊戲狀況，傳達關心和塑造幽默社交氛圍。 <i>互動對象</i>：親密好友、普通朋友</p> <p>(3)自我特質玩家：分享遊戲成就和與共同興趣玩家討論遊戲新奇處，為求了解更多不為人知的有趣獎勵品或結果。 <i>互動對象</i>：共同遊戲興趣之朋友(包括不認識之陌生玩家)。</p>
3-2 互動過程中的社交需求為何?	詳細社交需求於第一節闡述。
四、如何提昇社交遊戲系統之社交性？	
4-1 與角色特質、關係類型相關的社交性準則是什麼?	詳細社交性準則與設計建議於第三節闡述

第一節 研究發現

一、角色特質：進入遊戲後受動機影響而產生不同角色行爲

由第四章活動理論分析所描繪出社交遊戲玩家遊玩行爲與動機可發現，社交遊戲玩家的遊玩行爲確與過往以任務、競爭遊戲取向爲主的玩家遊戲行爲有相當的差異，因而所發展出的遊玩型態也跳脫合作、組隊、殺敵等競爭活動，以更多元豐富的形式呈現。

仔細檢視玩家遊戲活動過程可發現，實體人際團體中三種「角色」的行爲特質—任務、關係與自我，的確影響玩家的遊戲行爲。因遊戲解除了實際生活的常規與限制，玩家更能在遊戲中，將潛藏的角色特質在遊戲活動中發揮顯現，任務、關係和自我特質玩家的主要動機分別爲獲得成就、維繫關係和滿足好奇心。但歸結本文觀察三類角色特質玩家的遊玩行爲可發現，即使具有相同特質玩家的確擁有相似動機並表現出類似的遊玩行爲，然而，隨著玩家面臨到不同的遊戲情境，其內在動機會隨之轉變，並衍生相關的遊玩型態，譬如當任務特質玩家爲求其經驗值提昇並超越他人，便在遊戲中執行增添遊戲配備的動作，此時玩家便在「競爭成就」的動機之下執行，然而一旦玩家檢視遊戲紀錄功能發現其他玩家曾前來竊取其遊戲設備或資源，則會展開報復的攻擊行爲，此時玩家內在動機便轉換爲「違禁樂趣」並繼續衍生相關遊戲動作，角色也從任務特質轉換爲自我特質取向中的攻擊者。因此，我們不能任意獨斷地由動機來畫分玩家固定的遊玩行爲，而是需從「遊戲情境會觸發玩家產生不同動機」之角度，來考量玩家的遊玩行爲。而在本文中，可以發現同一角色特質玩家，雖然具有相同主要動機，但隨著遊戲情境轉變，其內心在相似的幾個動機間轉換，進而產生不同的遊戲行爲。

另一方面，互動對象與玩家之間的人際關係深淺，即「關係類型」，是觸發玩家採用特定遊戲類型與功能來與對方進行互動的關鍵因素。當玩家透過遊戲與對方互動時，則會考量現實生活中與對方的交情深淺，並將互動禮節移情至遊戲中，因而選擇特定的遊戲類型或功能與之互動，以達成不同層次之社交目的。

二、不同角色特質玩家於遊戲中的活動發展脈絡

而針對本文研究問題二，有關「不同角色特質玩家於遊戲中的活動發展脈絡、動機」以及研究問題三中「不同角色特質玩家如何與不同關係類型朋友互動」

之提問，本文依據前一章之分析結果，將「任務」、「關係」和「自我」特質玩家的社交活動類型、相關特質以及偏好的遊戲類型歸納整理在以下詳細描述，並進一步描繪三類角色特質玩家之遊戲行為與動機輪廓於表₁所示。

(一)任務角色特質：

具有任務角色特質之玩家主要動機為獲得成就，隨著遊戲情境發展而最常出現「紓解壓力」、「競爭成就」和「違禁樂趣」三種動機傾向。其中，比較特殊的是，紓解壓力傾向的玩家視社交網站為日常生活中獲得朋友近況、資訊的工具，並不熱衷社交遊戲，因此也並未視玩遊戲為獲得成就感的主要來源，僅在忙碌之餘或閒暇時玩社交遊戲以消磨短暫時光或紓解壓力。由於想在短暫時間內獲得放鬆，因此其喜好玩容易上手、不需費心經營、可單獨完成以及可快速看見遊戲結果的遊戲，如純好玩型遊戲。

競爭成就傾向之玩家，熱衷於挑戰社交遊戲內各項機制與其他玩家，喜愛將自己平日縝密的處事習慣帶入遊戲中，認真看待遊戲中各項任務並確實完成，渴望擁有遊戲內各項權力。謹慎計算遊戲中執行各種任務後的獲利差異，並排定任務執行順序和組織遊戲策略，不喜歡太簡單不具任何挑戰性之遊戲類型；善於利用遊戲中各種察覺功能（如排行榜、等級經驗數值列）來獲悉與自己關係為熟識者和強烈競爭者的玩家資訊，以掌握自己與他人的差距和等級狀況。喜好玩經營類或擬真型遊戲，因這些遊戲都內建了名次排行榜或經驗數值表，供玩家隨時進行比較，也是其成就和優越感來源。

違禁樂趣傾向之玩家喜愛使用負向遊戲功能（如偷竊、攻擊和驚嚇），對遊戲中其他競爭玩家或親密朋友進行偷取遊戲成果、驚嚇、攻擊等搗蛋、捉弄行為，從中享受惡作劇和獲利(些許經驗值或遊戲資源)的快感，並想像他人受挫驚訝的反應而自喜，為一種由想像、詮釋和人際關係三面向所構成的樂趣。因而，即使在號稱促進社交的社交遊戲環境中，違禁樂趣傾向玩家仍偏好選擇具有競爭性的遊戲種類，因此包含較多負向互動功能。此外，針對關係類型為不熟的普通朋友或點頭之交，因玩家將現實生活中的禮儀互動移情至遊戲中，則甚少對此兩類型玩家朋友使用此類負向互動功能，避免造成對方不悅。

(二)關係角色特質：

具有任務角色特質之玩家主要動機為維繫關係。但隨著遊戲條件和社交互動，衍生「維繫友好關係」、「創造歸屬感」和「展現個人風格」三種動機傾向和遊玩風格；其中，維繫友好關係傾向的玩家經常延伸日常生活中朋友分享、互助意義至遊戲場域中。喜愛拜訪其他玩家朋友的遊戲空間，並與其遊戲化身互動。

另外，此傾向玩家也特別喜愛贈送虛擬遊戲禮物，對他/她而言，贈送禮物為表現親密的一種方式。然而，上述「拜訪」和「贈送虛擬禮物」的互動行為，卻因互動對象的「關係類型」而異：

- 對於親密的朋友，則會挑選別具意義或精緻的虛擬禮物贈送之；
- 對於關係為普通朋友的朋友，則贈送大眾化的虛擬禮物；
- 針對交情淺薄的朋友，多不與其產生遊戲互動，或只「接收」(虛擬禮物)但不「回送或贈與」。

因此，此類玩家特別喜愛玩能夠表達自己情感、內建多樣擬社會互動方式之遊戲，如純好玩型中的送禮遊戲和社交取向的角色扮演型遊戲。

傾向創造歸屬感的玩家喜愛利用「遊戲公佈機制」，將自己遊戲結果公佈於遊戲外部之塗鴉牆上引起注意，甚至常藉由遊戲自嘲，引起討論。此傾向玩家喜好觀察其他玩家朋友在網絡中所玩之遊戲種類，進而採納該遊戲，企圖建立共同話題或相同經驗；當網絡中其他親密、普通關係的玩家朋友公佈遊戲訊息時，其也偏好直接在網絡中給予文字回應或讚美，產生幽默、和諧的氛圍。偏好具有「公佈機制」之趣味遊戲，如純好玩型或趣味/心理測驗型。

自我表達傾向玩家偏好裝飾遊戲中的化身與遊戲空間，展現自己獨具的巧思，並想像其他玩家拜訪自己遊戲化身或空間時的看法。此外，他/她也喜歡瀏覽他人遊戲空間與化身，作為自己裝飾空間、化身的參考來源。因此在遊戲的選擇上，偏好具有多樣裝飾素材、內建拜訪、照相功能與公佈機制的遊戲，以公佈自己的裝飾成果，引起討論，如角色扮演型和可展現個人風格之經營型遊戲。此遊玩型態多半可單獨完成，並讓網絡內的所有玩家瀏覽，因此並無特定互動對象。

(三)自我角色特質：

具有自我角色特質的玩家主要動機為滿足好奇心，隨著遊戲情境變化，發展出「自我愉悅」與「好奇」兩種動機傾向和遊玩風格。其中，自我愉悅傾向玩家偏好個人獨自即可完成之遊戲，如趣味/心理測驗型遊戲，但甚少公佈遊戲訊息與他人分享。視社交網絡為一具有隱私性的個人空間，因此常透過其他外部較私人之通訊媒介(即時通訊、信件)與共同興趣玩家討論、分享遊戲技巧與成果。而若其參與的遊戲需與多人互動才能完成，則具有此傾向的玩家喜愛參與由遊戲自動媒合共同興趣玩家(多為陌生玩家)一同參與、不需自己找人的即時遊戲，如博奕型或心理/趣味測驗遊戲。

具有好奇傾向之玩家則喜愛探索並蒐集其他玩家不知道或難以獲得之稀奇

有趣道具、別具意義之象徵物。重視遊戲本身「更新程度」和玩法的多樣性，厭惡玩法單調，或需透過與人互動才能累積遊戲資源的遊戲方式。此類玩家喜好參與內容新奇有趣、時常更新遊戲獎勵品、玩法多元的遊戲類型，如擬真兼經營型遊戲。當獲得別具意義或稀奇的遊戲獎品、結果時，則會與有共同參與此遊戲的玩家透過遊戲以外的媒介(電子佈告欄、即時通訊)分享，但彼此之間不一定有實際人際關係。

而由自我特質玩家的動機傾向和遊玩行為來看，似乎也反映了 Malone(1980, 1981)所稱的「好奇心」動機和遊戲設計概念：「期望不一致、新奇或不常見事物對感官(sensory)或認知(cognition)上的滿足。因此設計者可以藉由優化遊戲環境的資訊複雜度，塑造差異性以及驚奇的感覺，經由知覺或認知上的變化來誘發或喚起玩家的好奇心，激發出想要繼續探索類似事物的慾望」，由此可知，自我特質玩家的遊玩行為，的確受遊戲種類、環境豐富度和變化程度影響，確與 Malone(1980)的主張一致，因而在滿足自我特質型玩家的遊戲設計上，可特別思索如何創造遊戲內容認知與知覺上的差異性。

以下彙整上述三類角色性格玩家行為特質與動機輪廓如表 5-2 所示，並描繪為遊戲動機象限圖如圖 5-1 所示：



表5-2社交遊戲三類角色性格玩家行為特質與動機輪廓

不同角色特質玩家之遊戲活動型態			
角色特質	任務特質	關係特質	自我特質
主要動機	獲得成就	維繫關係	滿足好奇
次要動機	<紓解壓力型> 簡易上手、消磨短暫時 光、發洩情緒	<維繫友好關係型> 拜訪、幫助、維繫關 係、贈送虛擬禮物	<自我愉悅型> 獨自完成、保有隱私、 私下詢問他人遊戲結果
互動對象	無	熟識者、普通朋友	共同興趣(或陌生)玩家
遊戲類型	純好玩型	純好玩型、角色扮演型	博奕型、趣味測驗
次要動機	<競爭成就型> 權力、升級、計算、攻 略、察覺、比較	<創造歸屬感型> 公佈、回應、製造話 題、關注他人玩什麼遊 戲	<好奇型> 探索、蒐集別具意義之 象徵物、重視遊戲玩法 多樣性
互動對象	熟識者、強烈競爭者	親密、普通朋友	共同興趣(或陌生)玩家
遊戲類型	經營型或擬真型	純好玩型、趣味測驗	擬真兼經營型
次要動機	<違禁樂趣型> 搗蛋、捉弄他人、報復 他人、想像、獎勵	<自我表達型> 裝飾、瀏覽他人、想 像、拍照、公佈、引起 回響	
互動對象	競爭玩家、熟識者	無特定對象	
遊戲類型	經營類、擬真型	角色扮演型、經營型	

資料來源：本研究整理

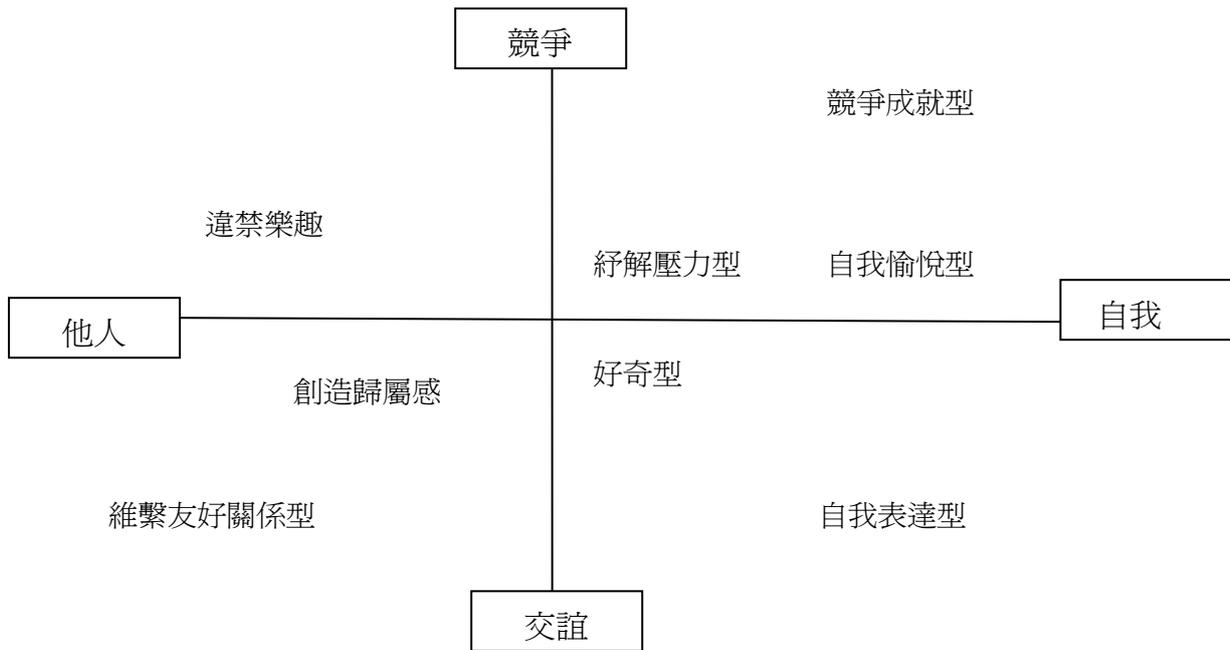


圖5-1 社交遊戲動機象限圖

由上表社交遊戲玩家遊玩型態與動機分類可發現，過往 Malone(1980, 1981) 所述之個人動機戲：挑戰性(Challenge)、好奇心(Curiosity)、控制性(Control)與幻想性(Fantasy)，在以社交導向為背景的遊戲環境內、自角色與關係類型為觀點之分析下，已無法涵蓋所有玩家動機和遊玩型態。在以社交為目的之遊戲環境中，遊戲動機構連社會互動，玩家創造幽默氛圍、引起話題等動機與傳統合作、競爭、挑戰心態大不相同，也顯示玩家在遊戲中的需求將更有別於以往。

三、不同角色玩家遊戲活動中的社交需求

前述已彙整出三類角色特質玩家之遊戲型態、互動對象及遊戲類型，而實際上，深入每一特質玩家的遊戲脈絡中，可發現隨著在遊戲中與不同「關係類型」互動對象的接觸，玩家在活動中也產生不同的社交性需求。根據本文分析結果，遊戲中「他人與自己的關係」的確深刻影響玩家對遊戲工具上的選擇、使用和活動慣例。為回答研究問題三之「互動過程中玩家的社交需求為何?」，以下本文將針對每一特質玩家彙整其在活動中的社交活動需求，並在最右方欄提出本文所建議之社交性準則和技術結構，歸納整理如表 5-3、5-4 和 5-5 所示:

表5-3 任務特質玩家的社交需求、互動對象與社交性建議(準則、技術結構)

活動型態	社交活動需求	互動對象	社交性建議(準則、技術結構)
紓解壓力	活動型態:消磨短暫時光、發洩平日壓力、多獨自遊戲暫無社交需求	無特殊對象	暫無
競爭比較	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 挑戰社交遊戲內其他玩家，渴望從同儕競爭中獲成就。 ➢ 檢視排行榜中比鄰最近的競爭者的玩家資訊，以掌握自己與他人的差距和等級狀況。 ➢ 以「獲利」的角度幫助他人，目的在於也希望獲得對方的回饋或遊戲獎勵。 	熟識者和強烈競爭者	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供遊戲中利於即時察覺其他玩家進度之功能。 2. 在互相幫助機制上，提供提醒對方玩家「回饋」機制。 3. 在名次排行榜或遊戲數值上保持數據精確，避免玩家感到不公允。
升級進步	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 口語交流互相傳授新玩法和遊戲策略。 ➢ 習慣在玩遊戲時關閉即時通訊管道，並設定為隱藏狀態，目的在於專注於遊戲活動不受打擾。 	共同玩同類遊戲的人際團體內其他成員	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在設計社交遊戲中的語音或通訊功能時，應需彈性設計，提供可隱藏功能。 2. 提供或協助成立資訊平台，讓玩家得以發佈或分享資訊、攻略。
搗蛋活動	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 由捉弄、攻擊其他玩家獲得樂趣。 ➢ 藉由竊取或攻擊其他玩家的遊戲成果以累積些許自己的遊戲資源和經驗值 ➢ 當自己被偷竊或惡作劇時，會再度從其他玩家那邊進行報復或「討回 	強烈競爭者、親密好友	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供完善遊戲「紀錄功能」，幫助記錄玩家在遊戲中從事的任何活動，也包括記錄其他玩家前來偷竊、驚嚇或幫助等行為，供玩家採取回饋或報復行動之參考。 2. 提供黑名單警示功能：將高頻率「慣

	來」。		竊」玩家列為黑名單，當此玩家登入遊戲時即發布警訊，讓玩家預先收成遊戲成果，避免遭竊。 3. 提供遭負面攻擊後之彌補機制。
--	-----	--	---

就任務特質玩家而言，在遊戲中主要與他人互動的模式為挑戰、有目的性的幫助、搗蛋、口語交流互相傳授新玩法和遊戲策略，對象多半為對自己具威脅之競爭者和一般親密朋友。前者可激發玩家遊戲鬥智，後者則多半能幫助玩家升級進步，彼此有共同默契。

就「競爭比較」活動而言，玩家因需時刻關注比較自己與競爭對手的遊戲進度，因此極度仰賴遊戲中的排行榜、經驗值顯示功能，亦從排名中獲得遊戲權威感。但是當社交遊戲玩家逐漸增多，則排行榜必須在眾多玩家資訊中更靈敏、明確顯示玩家在所有遊戲社群中的地位或階段。藉由顏色的變換或字體彈性放大，可幫助玩家從眾多資訊中掌握自己和他人的差距，利於其採取遊戲行動。

就升級進步活動而言，玩家喜好與共同玩同類遊戲的朋友進行口語交流，以互相傳授新玩法和遊戲策略。因此可提供或協助成立資訊平台，讓玩家得以發佈或分享資訊、攻略；另一方面，玩家習慣在玩遊戲時專注於遊戲活動不受打擾，因此若遊戲內建促進交流之即時通訊工具，則需提供彈性功能選擇，如離開、上線、隱藏，而非只有「線上」或「登出」兩種狀態。

最後，就搗蛋活動而言，其性質近似於 Bartle(1996)分類理論中「殺手」型玩家的行為特質。玩家偏好藉由竊取或攻擊其他玩家的遊戲成果以累積自己的遊戲資源和經驗值，雖此一互動行為容易引起他人負面情緒，但同時也能夠製造遊戲緊張度，造成其他玩家的挫折與痛苦為樂，使任務特質玩家欲罷不能。因此，考量到容易引起他人負面情緒，以及可能造成現實生活中的情誼傷害，遊戲可提供遭負面攻擊後之彌補機制，讓受損害玩家得以恢復至某一程度，但避免完全復原，一方面確保遊戲中的資源損失不致擴大，造成玩家放棄遊戲，另一方面不致失去遊戲輸贏意義。以下討論關係特質玩家之社交活動型態與社交性建議。

表5-4 關係特質玩家的社交需求、互動對象與社交性建議

活動型態	社交需求	互動對象	社交性建議(準則、技術結構)
互惠分享	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 拜訪、進入其他玩家朋友的遊戲空間。 ➢ 與其他玩家之遊戲化身進行擬人際互動。 ➢ 喜愛贈送虛擬遊戲禮物給網絡內其他朋友，贈送禮物為表現親密的一種方式。 	親密好友、普通朋友、點頭之交	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供多元豐富之遊戲餽贈機制，尤其在虛擬禮物設計上，可讓玩家個人化禮物風格，因此在贈送上可更具意義。 2. 遊戲系統可記錄玩家間互動頻率，在遊戲禮物贈送名單上，自動調列出最常互動玩家、次常互動的玩家名單，供玩家快速方便地選擇送禮對象。 3. 提供多樣、有趣且表達善意的相關道具，增添玩家彼此表達善意或維繫情誼關係之功能。 4. 在遊戲化身或空間中，發展更多元且貼近人際互動之情境線索(如打招呼、語音回應)置於遊戲介面中，使玩家間即使並未即時互動，化身也可代替其遊戲主人替前來拜訪之玩家進行簡單社交互動，從而引發玩家對化身的親切感受與認同感。
建立共同話題	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公佈遊戲結果於塗鴉牆上引起他人注意，甚至常藉由遊戲自嘲，引起討論，以創造幽默氛圍。 ➢ 喜好觀察其他玩家朋友在網絡中所玩之遊戲，一方面 	親密、普通關係的玩家朋友	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遊戲(特別是趣味/心理測驗)需提供作玩遊戲測驗後，玩家間可即時互相瞭解對方遊戲結果之專屬管道，同時也可在該管道進行回覆，讓玩家不用特地需連結至某一玩家塗鴉牆看該玩家的遊戲結果。 2. 提供多樣且有趣的互動媒介(如化身的表情動作)或設計非成就導向性的

	作為自己採納遊戲參考，一方面給予文字回應、吐槽或讚美，產生幽默、和諧的氛圍。		團體娛樂功能吸引玩家運用。
裝飾化身與遊戲空間	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 偏好裝飾遊戲中的化身與遊戲空間並展示於公眾以表達自我風格。 ➢ 也好瀏覽他人遊戲空間與化身，作為自己裝飾空間、化身的參考來源。 	網絡內所有朋友，並無特定互動對象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供多樣且特殊稀有的裝飾道具（如服裝飾品或家具）供玩家收集與交流。 2. 逢節日可舉辦節慶活動，提供玩家主題布置或裝扮的參考或素材，以能進一步引發玩家間的互動行為（如分享、展示）。 3. 裝飾素材的取得途徑多元化，避免只有升級一途才能獲得更多素材。

就關係特質玩家而言，其在遊戲中主要從事的活動皆與「社交」及「自我表達」相關，可歸納為「互惠分享」、「建立共同話題」和「裝飾化身與遊戲空間」三大類。其中，互惠分享為玩家活動主軸，其互動對象包含了所有關係類型，因此常高頻率地使用遊戲餽贈機制，作為傳情達意的主要工具。遊戲越能協助玩家表達關心或意思，則越可提高贈送行為上的意涵，因而，遊戲中虛擬禮物之風格與造型直接影響玩家是否想贈送朋友的意願。另一方面，鑒於玩家經常使用虛擬禮物餽贈機制，因此在「選擇其他玩家為贈送對象」的步驟上，應儘量讓玩家越有效率的完成(選擇贈送對象)越好，因為一旦玩家的朋友名單眾多，每次要讓玩家重新勾選贈送對象，則花費不少時間，同時也可能減低了玩家贈送意願。因而遊戲系統應每次記錄玩家贈送和互動對象，在玩家下次欲選擇對象時，將玩家平日互贈頻率最高的幾位玩家名單優先列出，可提高玩家操作步驟上的效率。

另一方面，拜訪玩家遊戲空間與化身、提供幫助亦為互惠分享活動中的主軸。然而，由於社交遊戲多為非同步遊戲，被拜訪玩家可能無法立即操控化身與前來拜訪玩家即時互動，因此，在遊戲設計上，應在互動化身或空間上中置入擬似人際互動的社會線索，讓化身呈現人性特質，例如在接收拜訪玩家的幫助後，以簡單的感謝文字、語音、表情符號或擁抱動作回應，可以讓玩家自然的產生友好與親切感，建立化身與玩家間的親近關係，從而提升玩家與玩家間的信任與親密感。而若將此功能更推進，可提供玩家自行製作互動的社會線索，如自己撰寫

感謝文字、設計表情符號或回應動作，可更貼近玩家本身性格，賦予拜訪玩家親切感受與認同感。

在建立話題活動上，玩家的遊戲模式為：「瀏覽」他人玩的遊戲、「回應」他人遊戲結果、自己「嘗試」遊戲、「公佈」遊戲結果。如此往復循環，在不斷地與他人互動中建構幽默的氛圍。在現有的趣味／心理測驗遊戲分享機制上，多需將遊戲結果公佈於外部塗鴉牆中供該玩家所有朋友瀏覽，同時可能也造成了塗鴉牆中版面擁擠。因此，遊戲應提供作玩遊戲測驗後，玩家間可即時互相瞭解遊戲結果之專屬管道，讓玩家不用特地需連結至某一玩家塗鴉牆看該玩家的遊戲結果，同時也可在該管道進行回覆，避免造成塗鴉牆中訊息混亂。

而在裝飾化身與遊戲空間活動中，玩家喜好展示自己的裝飾成果與網絡內所有朋友分享。針對玩家喜愛展示、表達自我的心態，遊戲逢節日舉辦節慶裝飾活動，提供玩家布置或裝扮的主題參考和素材，如此能進一步引發玩家間的互動行為(如分享、展示)；此外，使玩家取得裝飾素材的途徑多元化(如抽獎、交換活動等)，避免只有透過升級、競爭一途才能獲得更多素材，容易使剛加入遊戲的玩家卻步。以下討論自我特質玩家社交活動型態、互動對象與社交性建議。

表5-5自我特質玩家的社交活動型態、互動對象與社交性建議

活動型態	社交需求	互動對象	社交性建議(準則、技術結構)
自我娛樂	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 偏好個人獨自即可完成之遊戲，但甚少公佈遊戲訊息與其他玩家互動 ▶ 喜愛參與由遊戲自動媒合共同興趣玩家(多為陌生玩家)一同參與、不需自己找人的即時遊戲。 	共同興趣玩家(多為陌生玩家)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遊戲系統可即時媒合有共同遊戲興趣之陌生玩家彼此互動、展開遊戲。 2. 遊戲(特別是趣味/心理測驗)需提供作玩遊戲測驗後，玩家間可即時互相瞭解對方遊戲結果之管道，同時也可在該管道進行回覆，讓玩家不用特地需連結至某一玩家塗鴉牆看該玩家的遊戲結果。 3. 遊戲邀請函之「邀請選擇」應彈性且個人化，不應為求達成社交目的而強迫玩家發送給網絡內所有朋友。
探索遊戲內容與特殊獎品	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 重視遊戲玩法的多樣性，厭惡需透過 	共同興趣玩家(包括一	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供多樣、有趣且特殊稀有的道具(如特殊專長認證牌、動物、服裝飾品)供玩家收集。

	<p>與人互動才能累積遊戲資源的遊戲方式。</p> <p>➤ 當獲得別具意義或稀奇的遊戲獎品、結果時，則會與有共同參與此遊戲的玩家透過遊戲以外的媒介(電子佈告欄、即時通訊)分享心得。</p>	<p>般朋友與陌生玩家)</p>	<p>2.提供或協助成立遊戲專屬之資訊平台，讓玩家得以尋找共同興趣的陌生玩家並分享遊戲心得。</p> <p>3.設計交友預設功能，使玩家可接受其他陌生玩家為「遊戲朋友」，系統提供「遊戲朋友」與此玩家共同參與遊戲之訊息，無法提供該玩家其他隱私或個人資訊。</p>
--	---	------------------	--

自我特質玩家參與社交網絡網站大部分的時間都是為了玩遊戲，而非社交。因此，自我特質玩家在以社交為導向的社交遊戲場域中，所遭遇到的困難也較其他特質玩家來得多且特殊。在大部分社交遊戲裡，玩家被鼓勵增加越多網絡好友為遊戲夥伴，則越能獲得獎勵或升級，遊戲藉此擴大遊戲人口。然而，自我特質玩家在社交網絡中的朋友數量較少，便難以透過其實體人際脈絡來增加遊戲玩伴、獲得遊戲獎勵或升級(在社交遊戲中，若要增加他人為遊戲玩伴，則該玩伴也必須為玩家社交網絡中的朋友)。因此，為解決此一困難，自我特質玩家傾向尋找並增加陌生玩家為朋友，以進一步獲得遊戲資源，如此的做法，也同時捨棄了社交網絡中的個人隱私，因此在遊戲外部的個人塗鴉牆上，自我特質玩家甚少發佈自己近況、想法或活動，避免陌生玩家觀看。換句話說，為求達到遊戲目的，自我導向特質傾向犧牲社交網絡的社交功能，而偏重遊戲功能。

上述遊戲與社交間的衝突現象，近年越趨明顯且成為社交遊戲一個隱憂。唯有當社交網絡網站和社交遊戲系統共同尋求一個解決的平衡點，並支持玩家的遊戲經驗，才能對整體玩家和遊戲研發者有益。因此，本文參考社交遊戲調查研究機構 Eric von Coelln(2009)之建議⁷³，提供以下可能解決辦法，希望能同時滿足玩家要求，但仍能忠於社交網絡網站之交友宗旨。

1.在社交網絡網站中，創造一個新型的「朋友」類型，即「遊戲朋友」(game friend)，遊戲朋友無法接觸到彼此任何一方的個人資訊。

⁷³ 參考 Coelln(2009)在 12/10/2009 於《Inside Social Games》網站所發佈之《Should Facebook Create a New Type of Relationship for Game Friends?》一文，網址：
<http://www.insidesocialgames.com/2009/12/10/should-facebook-create-a-new-type-of-relationship-for-game-friends/>

2.藉由預設功能，當使用者接收其他陌生人的交友邀請時，系統可讓使用者選擇以對方哪種「身份類型」作為其朋友，即「一般好友」和「遊戲朋友」；前者可獲悉使用者的個人資訊、在塗鴉牆中的近況或活動等，為目前預設之社交網絡朋友資格；後者在資訊上，只能獲悉與此使用者共同參與遊戲之訊息，無法獲知該使用者其他隱私或個人資訊。相同的，當玩家對其他陌生人發出交友邀請時，也是由對方選擇是否認可其為「一般好友」或「遊戲朋友」，亦有「拒絕」選項。

上述方法讓玩家在起初接受陌生人為朋友時，能夠依照其需求、在系統保護之下與對方互動，而不致讓自己個人資訊遭陌生玩家瀏覽。而一旦遊戲互動過程順利或想與對方進一步溝通，則系統可提供配套措施如下：

3.玩家能夠有彈性或有條件地選擇是否與其分享個人檔案(塗鴉牆)資訊。當一個玩家想從遊戲分享或公佈遊戲訊息時，他們能夠有權利選擇是否可只發佈給「遊戲朋友」或全部的「一般朋友」。

4.玩家擁有讓對方由「遊戲朋友」轉換為「一般朋友」的選項，反之亦然。

綜前述歸納可發現，玩家個人特質、動機和遊戲中的他人觸發了玩家產生相異的社交需求。就本文從玩家實際遊戲活動分析出的結果而言，社交遊戲玩家偏好主要包含「挑戰」、「社交」與「新奇」三種遊戲機制，分別反應出「競爭」、「交誼」與「探索」等玩家互動型態和樂趣來源，而其中因社交活動特質和對象關係深淺不同，而衍生各自相異的社交性需求，以下歸納各特質玩家與整體社交性需求比較如表 5-6 所示：

表5-6各特質玩家與整體社交性需求比較

玩家團體角色特質	整體社交性需求	整體社交性建議
任務導向	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 比較 ➤ 競爭 ➤ 在群體競爭建立權威地位 ➤ 交流技巧與破關秘訣 ➤ 攻擊、對他人惡作劇(搗蛋) ➤ 專注於進步時避免社交活動(關閉遊戲社交功能) 	<p>遊戲前：提供玩家交流平台供分享破關、升級所需資訊。</p> <p>遊戲中：正確、公平反應玩家遊戲地位之排行榜、靈敏反應其他玩家資訊、進度之察覺工具以及能彈性隱藏身分之即時通訊選項。</p> <p>遊戲後：提供遭負面攻擊後之彌補機制，讓玩家得以快速復原。</p>

關係導向	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 炫耀(成就) ➤ 透過遊戲進行人際互動 ➤ 傳遞關心 ➤ 分享 ➤ 建立共同話題 ➤ 維繫情感 ➤ 享受群體歸屬感 ➤ 炫耀(個人風格) ➤ 塑造幽默的社交氛圍 ➤ 瀏覽他人遊戲成果 ➤ 回覆他人遊戲訊息 	<p>遊戲前：提供多元豐富且可個人化的虛擬禮物、幫助形式和裝飾物，增添玩家彼此表達善意和裝扮遊戲化身、空間的素材。</p> <p>遊戲中：發展多元且貼近人際互動之情境線索置於遊戲介面中，使玩家化身能替代玩家在遊戲活動進行簡單社交互動，以與拜訪玩家建立擬似人際互動的親近感。</p> <p>遊戲後：提供可即時公佈遊戲成果、照片之公佈機制，建立互相瞭解對方遊戲結果之專屬管道。</p>
自我導向	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 偏好單獨遊戲 ➤ 偏好即時共同遊戲、不想等待 ➤ 厭惡玩遊戲還需加入認識者才能運作 ➤ 喜愛保有隱私，遊戲結果不輕易與他人分享 ➤ 偏好與對遊戲有共同興趣者互動(不論對方為陌生人與否) 	<p>遊戲前：快速媒合玩家與陌生玩家處於同一遊戲場域，增加展開遊戲互動的機會。</p> <p>遊戲中：時常更新遊戲內容、提供多元新奇的稀有道具，擴大玩家彼此分享、討論的機會。</p> <p>遊戲後：提供或協助成立遊戲專屬之資訊平台，讓玩家得以尋找共同興趣玩家並分享遊戲心得。</p>

資料來源:本研究整理

由上述討論可知，就玩家的角色特質、活動導向和社交需求而言，任務、關係、自我特質玩家皆相異，但一致的是人與人之間的互動行為的確容易受外在於遊戲的社會互動影響至深，遊戲外與互動對象的親密、友好程度與遊戲中的人際互動方式強烈相關。

第二節 研究相關討論

一、遊戲中特定角色行為隨動機的轉換

如文獻探討時所討論到的角色形成三大理論觀點，角色期望理論以及角色組織地位理論皆認為角色是在既定體制下被賦予，例如母親、上司、教師、部屬；另一種則是角色與情境理論，主張角色是個人或團體在某一情境下的行為面特性，具有可塑性和彈性，角色本體固然重要，但更重要的是在與他人互動之後角色的再生與轉變，如此一來一往的互動過程才是真正形成角色之過程。

在本研究中，考量遊戲環境的多變性，僅在研究前針對受訪玩家在實體人際團體中的行為處事風格做大致分類，區分為三大角色取向—任務、關係和自我角色，並未先賦予其在人際團體中扮演的特定角色，如資訊探求者(information -seeker)或調和者(harmonizer)等。而透過分析玩家在遊戲中的互動脈絡，可以發現玩家所扮演的特定角色隨著其目的、使用工具和互動對象而變化，呼應前述角色與情境理論觀點。

譬如在遊戲中，關係角色玩家將遊戲視為一維繫團體成員情感的工具，因而喜好利用遊戲鼓舞團體中的他人，建立共同話題，甚至自我幽默解嘲一番，這些行為符合 Benne & Sheats(1948)所述的鼓舞者(encourager)⁷⁴和情感表達者(feeling expresser)⁷⁵行為，然而，當玩家詢問其他玩家如何完成遊戲任務時，則角色轉變為資訊探求者(information -seeker)⁷⁶。此外，平日善於激發團體合作的任務角色玩家，在遊戲中因經常使用攻擊或偷竊等負面遊戲功能，也使得其在遊戲中成為 Benne & Sheats(1948)所述自我角色特質之下的攻擊者(aggessor)⁷⁷，形成對比。因此，在分析遊戲或虛擬社群時，我們無法期盼玩家扮演既定的角色內涵，更多的證據顯示，角色隨著玩家的動機而時刻變換。

二、所謂「社交」，不是只有「建立親密和睦關係」

由前文描述可發現，玩家皆有其社交渴求，但社交的動機和實踐行為卻不一致。本文的發現說明了遊戲中的社交互動精神不必然符合社會學所述之社交性：社交性為一種從社會現實生活中萃取出的一種獨特連結關係，且此連結過程本身

⁷⁴ 使用讚美、溫暖與團結的態度對待他人，並且表現對他人觀點的瞭解與贊同。

⁷⁵ 明確表達在團體中的感受、心情和關係，並會與其他成員分享感受。

⁷⁶ 尋求對議題、任務的正確瞭解，或尋求與完成任務相關的權威消息與事實資料。

⁷⁷ 經常使他人洩氣，反對他人的價值、行動與感受，攻擊團體與團體目標。

就是價值與滿足來源...社交性為從生活中抽離出的一種純粹的同在感(togetherness)，一種因他人陪伴而產生的愉悅(Simmel, 1949；轉引自陳智先，2009)。由此可知，社會學中的社交性較偏向指涉人與人之間的親睦和睦關係，但在社交遊戲中，卻因玩家所帶的動機傾向和特質不同，而非只有「陪伴」一種實踐方式。以任務特質玩家來說，其偏好從同儕競爭中獲得成就感，因而，這類玩家的社交方式便是與他人「競爭、比較」，甚至「攻擊」以造成他人痛苦，其目的不在於建立親密和諧關係，而是透過他人彰顯自己和獲益。

相對的於任務角特質玩家將遊戲視作競爭場域，關係特質玩家則將遊戲視做一個社交場域，透過社交遊戲維繫關係，喜歡贈送遊戲禮物、發送遊戲邀約，更愛公佈自己遊戲內容供他人瀏覽討論，進而創造幽默和諧的社交陪伴氛圍。因此這類玩家的善於利用遊戲作為社交工具，其目的在於維繫、創造、修補人際情感，達到親密和諧關係，與社會學者所稱的「社交性」⁷⁸意義最為接近。

最後，自我特質玩家則是視社交遊戲為一個滿足自己興趣和好奇心的場域，玩遊戲是因為可以從多樣的活動中學習、探索和激發自己能力，對此類玩家而言，他人在遊戲中扮演的是促使遊戲運作的角色，實際在私底下的生活中較無往來；但是，若說這樣的玩家沒有社交面向時是錯誤的，因為玩家透過遊戲實踐了他/她的興趣和好奇，就也想與其他玩家分享這份新發現或成就感，只是選擇與這些「其他玩家」互動的原因不是因為彼此熟識，而是對方有參與過這個遊戲、也對這個遊戲有興趣，因此，自我角色特質常在公共的遊戲論壇上分享以及回應他人的遊戲心得。自我角色特質的社交遊戲行為，某種程度上的確反映了 Benne & Sheats(1948)之定義，其行為是以滿足個人需求為主要目的，強調自己的需求超過團體的需求。

由上述可知，與他人社交的目的，對於每個玩家來說皆大不相同，因此我們也不能說在遊戲中，玩家的社交動機皆為「建立親密和睦關係」。而第貳章所援引之社交性準則之定義⁷⁹也不必然適用於規劃設計所有玩家的社交互動方式，因為這樣的社交性準則定義較偏重於如何規劃以達成「建立親密和睦的關係」。據此，本文認為，需針對不同角色特質玩家的需求來規劃系統之社交性結構，並納入彈性調整以利於所有特質玩家操作和達成目標。

三、與不同關係類型玩伴的「互動策略」影響玩家對遊戲功能的運用

⁷⁸ 社交性為一種從社會現實生活中萃取出的一種獨特連結關係，且此連結過程本身就是價值與滿足來源...社交性為從生活中抽離出的一種純粹的同在感(togetherness)，一種因他人陪伴而產生的愉悅(Simmel, 1949；轉引自陳智先，2009)。

⁷⁹ 社交性準則定義：「一種協助引導社群網站建立的社交性政策和技術結構，可以促進社群成員親密和睦地相處，透過平台產生的空間彼此陪伴，產生愉快友善的溝通過程，進而可以支援社群共享的目標以及群體成員間的互動。」(潘育絜(2008))。

由第貳章第四節所歸納的三種「關係類型」—認識者(acquaintance)、朋友(friends)和親密夥伴(intimates)的互動行為內涵可知，當人與人間彼此熟稔程度仍在認識者(acquaintance)階段時，互動方式禮貌客套，或只讓自己的某一小部分資訊為他人所能夠獲得，彼此可供評估的資訊非常少，互動行為合乎社交規範且小心翼翼。而隨著交往越深，則彼此間交換越多非口語線索(nonverbal cues) (例如身體姿勢、手勢、微笑、接觸和眼神凝視)或共同的符號(Altman & Taylor, 1973 ; DeVito, 2002)。由此可知，人類在與不同關係類型朋友交往互動中，不論是面對面或透過電子媒介，皆產生不同的「互動策略」，譬如，當彼此熟稔程度仍在認識者(acquaintance)階段時，表現禮貌、客套、打招呼、觀察對方體態動作或面部表情、只顯露自己某部份資訊，這些行為都可視為此時的互動策略；而當互動場域轉移至社交遊戲中時，玩家則將遊戲功能替代為實體人際互動中的互動策略，來與他人互動。

在本文分析結果中，尤其對對關係特質玩家來說，此種「將遊戲功能替代為實體人際互動中的互動策略」影響其遊戲行為最為深刻；以贈送虛擬禮物為例，對關係特質玩家來說，虛擬禮物為表現親密的一種方式，可視為實際社交互動中的情感符號和非口語線索，隨著關係越親密則越趨特別，玩家則挑選越具特殊意義之虛擬禮物，此時，虛擬禮物成為兩人之間互動的共同符號，不僅贈送頻率高也代表著更多的情感表達；而當彼此關係為普通朋友(friends)時，則虛擬禮物則成為一種關心、引起對方興趣、邀約手段，目的在於表示自己有關心對方、或表達希望對方一同加入某項遊戲的訊息；當關係越趨平淡或陌生時，則玩家越不輕易發出禮物訊息，保持在互不打擾的狀態，若真的要寄送虛擬禮物時，也會在三考慮是否造成對方反感（見下述玩家受訪說明）。這些考量和社交行為都與 Altman & Taylor(1973)、Devito(2002)所述的人際關係階段內互動行為相似。

F10：「我挑選心心要送給他/她（親密朋友）時，就會送涵義特別的心心，比如說鑽石和幸運草心心，因為覺得這意義不一樣；若我覺得這東西可以跟很多人分享，然後看朋友名單有那種很久沒連絡的朋友的話，我就會想，好，那送個一顆音樂心心給他，也可以變成有一種打招呼關心方式，這樣我就會送。對於點頭之交，因為我怕對方會反感，所以在送他/她時，我還是會想一下人選，會想他們收到的反應是什麼，至少是對方應該也不會反感的那種人。」（F 10，訪談）

表5-7關係特質玩家「贈送虛擬禮物」活動

關係類型	親密夥伴 (intimates)	朋友(friends)	認識者 (acquaintance)
面對面互動策略	互動頻率高、非口語線索、有屬於兩	探索、邀請、共同從事某項活動、分	觀察、打招呼、禮貌性與客套性的

	人共同的符號、私密的承諾、更多的情感表達	享彼此的興趣	談話
社交遊戲內互動策略	特殊意涵虛擬禮物、給予幫助、討論遊戲內容	大眾化的虛擬禮物、戳(引起對方注意)、寄送遊戲邀請	觀察對方、考慮對方收到後是否反感

由上述可知，虛擬禮物的相互贈送行為的確佔遊玩家社交互動的重要部份，Wohn et al.(2010a)指出，在遊戲中，虛擬禮物的作用有三，一為贈送和接受虛擬禮物可以幫助玩家在遊戲中升級，二為可以裝飾遊戲空間，三則為表現親密的一種方式。

在三類角色特質玩家的互動脈絡中，關係特質玩家的傾向透過遊戲作為維繫關係的媒介，尤其將贈送虛擬禮物視為「表達親密與關懷」的一種方式；而任務特質玩家則傾向將遊戲視為幫助自己「升級」的工具；自我特質玩家則不常發送也不常接收禮物。

本文認為，當應用這項發現於社交設計上時，則可以考量「社交遊戲的虛擬禮物功能如何支持玩家的社交活動？」尤其對於經常使用此項功能的關係特質玩家來說，更應提供多樣化的虛擬禮物造型或協助其可個人化(customize)虛擬禮物，支持玩家在傳情達意上更增添個人想法與意念。

四、社交需求差異造成玩家間互動衝突

Preece & Maloney(2003)指出，當虛擬社群開發者設計成員間的互動模式時，應考量三項社交性因素，即社群目的(purpose)、社群成員(people)和規範措施(policies)，尤其，了解社群成員之組成、個人差異與群體需求有助於設計者發展適合的線上社群，亦是本文觀察重心。

承前述針對玩家的社交需求歸納可知，不同角色特質玩家有其獨特的社交需求，引導其產生偏好的社交互動方式；然而，本文透過日誌與訪談發現，不同角色特質玩家的社交互動方式可能造成彼此間衝突。如關係導向特質玩家傾向利用遊戲作為關心他人的工具，對社群內朋友發送遊戲邀請或贈送虛擬禮物，以表達自己友善的關懷，然而，當關係導向玩家寄送情感象徵的遊戲禮物給予任務導向玩家時，經常產生「有去無回」的狀況，意即，互動是單向的而缺乏任何回應。對於任務導向玩家而言，當虛擬禮物無法對他在遊戲上有實質幫助時，則任務導

向玩家經常忽略此類訊息或感到困擾，造成單向溝通，如下述：

「我發現最近很多人寄心心給我，我覺得回覆有點麻煩，所以就沒有理會，可能等哪一天有空的時候再去清理一下。」(M1, 玩家日誌)

此外，關係導向玩家對自我導向玩家的遊戲情形，亦如同與任務導向互動情況，因自我特質玩家並未視遊戲為社交互動場域，因此面對關係特質玩家所傳遞的代表情感象徵的虛擬禮物或遊戲邀請，自我導向玩家時常省略或反應冷淡，也常造成單向互動的遊戲狀況出現。上述任務特質玩家與自我特質玩家常難以回應關係特質玩家的遊戲邀請與禮物贈送，以至於長期以來呈現單向互動狀態，或導致遊戲版面訊息混亂或甚至關係疏離。因此，社交遊戲設計者應考量不同角色特質玩家的社交需求和個人差異，適時提供拒絕的反饋機制，使不同需求之玩家間亦能達到良善順暢的互動。

而另一個值得注意的現象是，不喜愛玩社交遊戲的社交網絡使用者對於社交網絡的使用情形。在本研究中，亦有三至四名成員不偏好玩社交遊戲，但仍會長期使用社交網絡網站做為獲得朋友近況的資訊攫取工具。這類使用者雖不玩社交遊戲，大多厭惡遊戲需與認識者結盟、遊戲娛樂性不足或需不斷重覆進入遊戲維持進度才能運作的遊戲規則，這類使用者在日常生活中多偏好玩更即時的大型多人線上遊戲或甚少接觸遊戲，主要透過其他媒介與朋友娛樂互動或將社交網絡網站做為獲得資訊的管道，如 M5、F3 與 F12 所述：

M5: 「我覺得社交遊戲就還蠻無聊的，沒什麼競爭性！頂多我會玩那種很難的心理測驗可以看到很準的結果，其他時間我都玩大型線上角色遊戲啊！那才比較吸引我。」(訪談)

F3: 「我平常根本不玩社交遊戲耶！那太浪費時間了，有些要一直重覆登入遊戲照顧菜幹嘛的，對我來說很麻煩。」(訪談)

F12: 「我對電動都覺得沒興趣，不管是電腦或是遊戲機等，覺得很浪費時間，和興趣不符吧，我都會去一些特定的美容網站或討論區或品牌官網看資訊。」

由上述可知，社交遊戲本質上企圖拉攏玩家網絡內相識者作為遊戲運作的手法，容易招致不偏好玩社交遊戲的使用者之反感。因此社交遊戲在設計上更應謹慎注意遊戲運作不可過度倚賴玩家社交人脈，應在遊戲機制上思考增加多樣不同的玩法或關卡，激發玩家本身之遊戲創造力，而非只有拉攏朋友才能運作遊戲一途。社交遊戲若想吸引不喜愛玩遊戲的網絡使用者，在未來可以針對遊戲的趣味性、競爭性方面提升，或結合特殊主題推出可在遊戲中獲取商品資訊、獎勵的活

動。尤其此類使用者多具有自我角色特質，偏好可單獨操作、立即看到結果的遊戲，因此若社交遊戲想引起此類使用者興趣，建議可增加遊戲玩法，讓玩家即使獨自遊戲仍有足夠資源能夠發揮自我創造力，將遊戲當作紓解暫時壓力，放鬆心情的場域。

五、社交遊戲宗旨與社群角色需求衝突

社交遊戲雖以「促進關係」為出發點，鼓勵玩家間彼此社交互動，但隱藏於看似和樂的社交表象下，實際上仍遭遇許多無法滿足各別玩家需求的問題。除了上述關係特質玩家社交活動可能造成他人的困擾或形成單向互動外，社交遊戲本身為求能擴大遊戲人口，並達到互動交流之目的，經常設定分享機制與獎勵，鼓勵玩家將遊戲結果或內容分享給網絡內所有朋友，然而，卻常造成特定玩家的困擾，尤其是偏好將互動建立在「共同興趣」而非「關係促進」上的自我特質玩家，見下述：「邀請朋友時，一開始畫面就跳出邀請選擇，於是我就對幾個朋友寄出邀請。然而玩完結果後，FB 很無聊的把我的 mail 名單的人全部勾選，自動邀請這些人，好煩！」(F11,自我特質玩家，日誌)。

事實上，自我角特質玩家的遊玩行為非常相似於前述第貳章 Ducheneaut, Yee, Nickell 與 Moore(2006)所述之偏好「單獨卻在一起」(alone together)的玩家行為，這類玩家雖偏好獨自的遊戲且不與他人互動，但仍喜愛享受隱匿在一群人之中的感覺，原因是這樣的遊戲氛圍給予了他/她們一種陪伴感。身處在這樣的多人活動的空間中獨自進行自己活動，滿足了他/她們既不希望被過度打擾，但又並未與世隔絕的期望。這類玩家就像喜歡在咖啡廳內單獨讀書的消費者，而關係特質玩家則如同喜愛參與團康或聯誼活動的交際者，兩者對社交的需求程度不同，也造就了不一樣的遊戲社交行為。因此，如此鼓勵機制對於偏好透過遊戲分享自己心意和傳遞關懷之關係特質玩家來說，並未感到太大的困擾或不悅。由此可知，遊戲設計者應思考玩家的社交需求程度和遊戲習慣，在功能面向上設計不合同社交需求程度之功能，避免使社交網絡遊戲在看似和樂融融的表象下，仍有使用者感到負擔並產生負面情緒。

第三節 結論與整體設計建議

總結本文前述之分析與歸納可知，在探討社交遊戲社交性時，玩家於人際團體中扮演的角色特質和遊戲中的活動型態具有關鍵的影響性。雖然過往已有學者針對遊戲中的玩家活動型態進行研究，然而這些成果尚未運用於探討遊戲的社交性議題上。本文經由實際分析玩家互動內容後發現，玩家角色特質之差異確實會

產生對於遊戲社交性之不同需求，因而在研究社交遊戲社交性上，玩家的角色特質是重要的考量點之一。

本文運用活動理論分析歸納後發現，玩家於遊戲中的活動並不能一概而論，而是會隨著玩家本身的遊戲目的、角色特質而有所差異，進而影響其整體社交遊戲發展脈絡。經文獻歸納，玩家於人際團體中的角色可分為任務、關係與自我，各自在遊戲中活動目的主要可分為「成就」、「交誼」和「好奇」，且會透過「競爭」、「社交」和「探索」的活動型態來滿足其遊戲目的，活動型態也因玩家人際「關係類型」的影響會有不同的社交活動型態和社交需求。

因此，在提升社交遊戲社交性上，針對任務特質玩家，在設計上應著重於玩家參與活動前後過程中資訊(包括破關技巧討論)的交流與其他玩家遊戲狀態察覺功能的使用，提升玩家升級效率，並設計公平的競爭機制協助玩家達成目的並獲得獎勵。針對關係特質玩家則可提供豐富多元的擬社會互動功能、情感象徵圖形、道具、裝飾品或獎勵供其作為與他人交流之工具，促進其與他人進行互動，且活動後公佈機制的使用性也是設計上的重要考量要點。而針對自我特質玩家，由於其在遊戲活動上強調高度隱私性和即時性，並且皆厭惡需增加認識朋友才能進行遊戲運作，因此應提能夠即時媒合玩家與共同興趣玩家互動遊戲之機制，並且在遊戲資訊交流上提供專屬管道或平台，使其能夠與共同興趣玩家分享遊戲心得，但不致於被未參與遊戲的朋友看到，破壞其想保有遊戲隱私的動機。

由於社交性是十分重視社會互動的研究主題，過去相關研究也一直在持續探索相關的理論有哪些，因為除了考量介面本身之外，也需思考社會關係如何影響整體設計，所以與其他理論的整合應用也是相當重要(潘育絜，2008)。因此社交性研究者應跳脫使用性概念去重新發現到底什樣的態度和社交性相關，該如何去設計比較能夠符合不同使用者的需求差異；在本文中發現，如「互動對象」這一部分，使用性則較少談到這一塊，但對於社交性來講是相當重要的，從本文活動理論分析中可以看出，他人的關係類型、互動對象的角色特質對玩家如何運用遊戲功能來說很重要，也可看出他們如何透過與社群互動以達成各自目的。

過去有關社交性準則的研究方式主要是先制定網站所要輔助目標社群的面向是哪些，要達到什麼樣的作用，依據這樣的社交性目標產生社交性準則(Preece & Maloney-Krichmar, 2003; Maloney-Krichmar & Preece, 2005; Rutter & Smith, 1999; Webster & Vassileva, 2006; Keenan & Shiri, 2009)。然而每個網站的社交性目標不一致，也就是說目標會因網站性質的類型、屬性來區分社交性準則(潘育絜，2007)。

本研究有別於以網站類型做分類，改以概念為依歸，統一以文獻訂出的社交

性定義「一種社交性的政策和技術結構，用以輔助團體合作，達成群體目標。」為社交性準則所要達成的最終目標，這樣的研究結果相較於過去的研究更可看出分析的結構，並且可以對照可能的效果以及實際執行的方式，更能讓設計者做為參考的依據。除此之外，由於社交遊戲社群有共同的類似的遊戲經驗，因此，社交遊戲的設計範例對於日後其他與社交相關之遊戲社群的設計更具有參考的價值。

結果也發現，角色特質與關係類型會互相影響，因為角色代表個人在人際團體生活中最基本的人際互動模式，類似玩家在實體社交圈中的行為輪廓，當進入遊戲後又因為解除了平日生活限制，而可以使用遊戲多元功能來實踐他/她的角色特質；而互動對象的關係類型、角色特質，也會影響角色與對方的互動意願和策略。

下表 5-8 整合學者整理出來的社交性準則以及此次本文整理出來的社交性準則，並依據各角色主要目標、次要目標、使用功能和經常互動對象列出社交性的相關政策和技術結構，很多皆可對應到玩家個人角色特質和關係類型互動的社交性政策和技術結構，回答本文研究問題四之如何提昇社交遊戲系統之社交性：

表5-8社交遊戲社交性準則總整理

角色特質	主要需求	互動對象/遊戲類型	次要目標	社交性政策和技術結構	
				功能需求	技術結構
任務特質 玩家	滿足玩家彼此互相比較動機	任務特質玩家、自我特質玩家/ 《擬真型》、《經營型》遊戲	玩家間可清楚察覺其他玩家的遊戲進度或狀態	規劃彈性的察覺管道或工具	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提供整體性的察覺工具，如名次排行榜、經驗數值列，並輔以顏色來提升能見度。 ➢ 遊戲內個人性察覺工具如即時通訊管道增設隱藏、線上、離開等狀態，而非只有線上與離線兩種功能。
	同時兼顧玩家仍想保有不被察覺的權利		讓玩家在 同儕競爭 中獲得成 就感		

	獲得違禁樂趣	任務特質玩家/《經營型》遊戲	避免受攻擊的不滿情緒蔓延	提供遭受攻擊後的彌補機制，但避免完全復原，否則失去遊戲意義	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提供被竊取、被驚嚇、被攻擊後的彌補措施，如被偷竊後該土地經過施肥可更快速提高產量。
關係特質玩家	提昇互動的愉悅感	關係特質玩家/《角色扮演型》遊戲	拜訪、幫助其他玩家遊戲化身時能即時獲得友善回應（即使其他玩家未在遊戲中）	在遊戲中設置擬似人際互動的社交情境線索，使化身更具人性特質，引發玩家產生親切感受與認同感	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在化身或空間上置入感謝、讚美回饋訊息(文字/語音/動態表情符號)，製造即時的擬社會互動之情景，更可提供玩家自行撰寫感謝語、讚美語，使化身在反應上更貼近個人個性。
		關係特質玩家/《純好玩型》、《心理/趣味測驗》遊戲	在與特定對象分享遊戲結果時有專屬溝通管道	保障玩家遊戲活動的隱私不被過度公開	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 在遊戲中設置專屬分享管道，且能供玩家寫入遊戲心得、上載遊戲照片或錄影畫面，而非只有公佈於塗鴉牆(大眾且公開管道)一途。
	提昇互惠效率	任務、關係、自我特質玩家/《純好玩型》、《角色扮演型》遊戲	寄送虛擬禮物上的程序需有效率且便利	使寄送步驟簡潔且有效率，避免冗常造成玩家放棄	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 記錄玩家時常寄送邀請、禮物之對象，並在玩家每一次選擇寄送名單時浮現選項：(1)近三天來寄送頻率最高之名單、(2)網絡內所有朋友、(3)遊戲所有玩家、(4)自行選擇對象，供玩家選擇。
自我特質玩家	考量玩家需求之差異	網絡內全體玩家(包括陌生玩家)/《純好玩型》遊戲	避免強制過度交流、給予玩家選擇權	遊戲機制不應自動幫玩家寄送遊戲邀請或公佈遊戲訊息	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 給予玩家選擇寄送遊戲邀約對象的權利，在分享與邀約機制上應設計：寄送給全部朋友、全部玩家、自行勾選對象三種選項 ➢ 若遊戲並未提供選擇權並強迫發佈，則

					<p>玩家有檢舉此遊戲為不良遊戲之途徑。</p>
免除過度社交的困擾	關係特質玩家/《純好玩》型遊戲	避免造成玩家厭煩感	設立適當的遊戲邀約拒絕反饋機制		<p>➤ 目前遊戲拒絕機制途徑有二：封鎖該遊戲所有邀請、封鎖該玩家傳遞的所有邀請，應設立第三種拒絕機制：封鎖該玩家在此遊戲傳遞的所有邀請</p>
立即的娛樂互動	網絡內全體玩家(包括陌生玩家)/《博奕型》、《經營兼擬真型》遊戲	能夠不需加認識朋友即可立即運作遊戲	協助媒合偏好此遊戲之其他玩家共同進入同一遊戲場域		<p>➤ 自動且快速的媒合機制，並提供玩家選擇挑戰不同等級之互動對象。</p>

總結上述，本文援引「角色特質」和「關係類型」來探討遊戲社交性，經由分析後發現相較於過去社交性準則研究，更能將焦點放在玩家個人需求和社交關係上，並衍生具體的社交技術結構建議。而社交遊戲是一社會互動場域，注重遊戲帶來的人際潤滑和愉悅，因此從玩家(使用者)的角度觀察，的確描繪了遊戲中玩家相互陪伴、互惠、同儕競爭與群體認同歸屬之特質，某種程度上有助於探討遊戲設計上的社交性議題；然而基於團體角色仍屬於實體人際互動範疇之概念，是否能依此畫分虛擬社交遊戲玩家之特質，本文認為未來在此議題探討上可運用更多其他觀點以補足其分析上之限制。以下即針對本文研究之侷限與未來相關研究建議進行討論。

第四節 研究限制與未來研究建議

一、研究限制

本文依據活動理論作為分析架構，嘗試探索釐清玩家「角色特質」、互動對象「關係類型」與線上遊戲社交性間的關係。承前文歸納、整理相關研究發現後，以下針對本文在理論或方法上的不足與限制處作進一步說明。

(一)研究觀察環境之限制

本文選擇線上社交遊戲《Facebook之社交遊戲》平台作為研究的單一觀察環境，玩家的互動模式與活動型態勢必受遊戲機制、規則的設計所影響，因而在歸納玩家活動型態及社交活動分類上有其侷限性，並未涵蓋其他款線上社交遊戲中玩家可能的互動類型。

(二) 聚焦於單一團體與玩家數量、年齡層之限制

本文基於玩家對遊戲的熟悉程度與以角色需自團體中分類之考量，選擇一所有成員使用社交遊戲程度符合國內外調查結果之班級團體，對團體成員進行研究與訪談。但因只聚焦於單一團體，因此角色特質玩家代表性有待商榷，如任務特質玩家僅以最常玩遊戲的兩名受訪者資料為依據分析，故分析結果可能無法推論任務特質角色的遊玩行為及動機，亦較無法推論至廣大母群體或其他角色特質皆不顯著之團體，為本文在分析之限制。

(三) 研究分析方法之限制

本文為初探性質之研究，依循活動理論的觀點作為方法和分析之基礎，主要以質性研究的方式進行，目的在於歸納出玩家於社交遊戲中的玩家遊玩型態、社交活動類型，並找出相關社交性需求。然而基於質性研究取徑觀點，以及研究時間、資源上之限制，本文的研究成果需進一步輔以其他研究方法增加其推論性。

(四) 關係類型認知差異之限制

本研究在關係類型的區分以及觀察玩家如何不同關係類型玩伴互動上有三大缺失：

1. 遺漏「關係模糊」者：本研究歸納人際關係理論，將關係類型分為點頭之交、普通朋友和熟識者三類，然而，在實際生活中人與人之間的交際分野可能並未如此武斷，譬如彼此情誼可能介於點頭之交和普通朋友之間而並未落在任何一關係類型內。故與玩家關係處於模糊地帶者，彼此間的遊戲互動情況則可能在受訪玩家自我陳述時被遺漏，為本研究主要缺陷。

2. 並未能確實掌握團體內社交情況：由於社交遊戲種類多樣，並非所有班級同學皆共同參與某一種遊戲，而本研究為求挖掘玩家與不同關係類型朋友社交互動之豐富資料（例如玩家如何在經營型遊戲中與不同關係類型友人互動），在日誌中並不設限玩家所陳述之親密、普通、點頭之交對象需為班級內同學，僅在訪談時請玩家描述，故並未能確實掌握團體內玩家與不同交情深淺同學社交遊戲互動情況。

3. 僅能了解單方面遊戲行爲：本研究主要由受訪玩家閱讀關係類型之定義後，在日誌和訪談中描述與該關係玩家互動情況，此自我陳述方式具有強烈主觀性，缺點是受訪者認知其與他人關係為親密好友，但對方並未視受訪者為親密好友，彼此關係認知實際上不一致。故本文僅能從受訪玩家角度了解他／她對自己認知為親密、普通、點頭之交朋友進行的遊戲「單向」行爲，並未能確實掌握雙方彼此皆認知為親密、普通、點頭之交的遊戲「互動」行爲。

二、未來研究建議

承上述限制，本文提出些許方向，期待未來相關之研究能做進一步探索：

(一)增加玩家社交活動類型及推論性：

由於本文為初探性的質性研究，在玩家活動型態及動機推論性上較為薄弱。本文建議後續研究可以本文歸納成果做為基礎，納入遊戲中不同玩家年齡層和職業性質因素之考量，或與其他社交網絡平台的社交遊戲作比較，補充、增加其他可能的玩家活動類型，輔以量化性質之研究方法，增加社交遊戲中玩家社交活動類型之豐富性和推論性。

(二)可基於本研究推論之玩家動機和遊玩型態輪廓發展量化性問卷：

承前文所述，本文在研究結果上推論出八類社交遊戲玩家遊玩型態及動機傾向，後續相關研究可應用此推論成果發展社交遊戲玩家動機問卷，並可藉由觀察玩家在每種動機傾向之高低程度上，推論其可能的遊玩行爲和團體中的角色特質；或在進行團體角色與遊玩行爲之關聯性上的研究時，採納本研究推論之成果進行比較與映證，應可獲更豐富多元之發現與成果，可供未來社交性議題或可玩性議題上進一步探索和比較。

(三)針對關係類型認知差異的研究建議

未來研究應可挑選成員人數較多的團體(如30-40人)，利用社交網絡分析法(SNA)確定成員之間各種關係型態(即節點和節點之間的關係)，再搭配日誌法和深度訪談法，對這些不同關係型態的成員進行社交遊戲互動的觀察和動機追蹤，如此在一客觀且確定的關係型態下應可挖掘更豐富的互動資料。

(四)針對線上多人角色扮演遊戲與社交遊戲兩者社交性進行比較

線上多人角色扮演遊戲與社交遊戲型態雖迥異，但玩家身分卻有許多重疊之處。許多喜好玩社交遊戲之玩家本身也玩過數種線上多人遊戲。過往研究中即有針對線上多人角色扮演遊戲之社交性的相關研究，如陳智先(2009)的線上遊戲社交性研究，即分類出不同社交活動型態之線上遊戲玩家，並據此規劃社交性準則與建議。未來研究可基於本研究與過往相關研究之基礎，針對不同類型遊戲之社交性進行比較、歸納與驗證，對遊戲社交性的促進可有更大貢獻。



參考文獻

中文部分

朱岑樓（譯）（1967）。《社會學》。台北市：三民。（Broom, L. & Selznick, P., 1963）

李孟潔（2009）。《前注意感知在資訊介面設計與認知風格上對資訊搜尋成效

- 之研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。新竹。
- 呂婉瑜（2000）。《功能性角色對虛擬團隊效能之影響》。國立中山大學資訊管理研究所碩士論文。高雄市。
- 林建良（2005）。《人際關係》。台中：領航文化出版社。
- 林培淵（2007）。《線上遊戲之玩家行為初探研究：以《魔獸世界》為例》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。嘉義縣。
- 邱建璋（2004）。《組織內同儕關係類型、形成歷程及其互動內容之研究：社會網絡之觀點》。屏東科技大學企業管理系研究所碩士論文。屏東縣。
- 邱皓政(2007)，《量化研究與統計分析》，台北市：五南文化。
- 波仕特(Pollster)線上市調(2009年10月19日)〈Pollster 波仕特線上市調：六成七 Facebook 用戶最常玩小遊戲〉，上網日期：2010年6月18日，取自：
<http://www.cna.com.tw/postwrite/cvpread.aspx?ID=00040577>
- 侯崇文（2000）。〈青少年偏差行為—社會控制理論與社會學習理論的整合〉。犯罪學期刊(6), 35-62.
- 吳齊殷、李文傑（2001）。〈青少年友誼網絡的特質與變遷：長期追蹤研究〉。青少年生命歷程與生活調適研討會，中央研究院社會學研究所主辦，2001年6月28-29日。
- 吳毓淳（2002）。《誰在八卦？一個社會網絡的分析》。國立政治大學社會學研究所碩士論文。台北市。
- 徐紹強（2008）。《線上休閒遊戲商城介面優使性之研究》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文，嘉義縣。
- 涂淑芳 譯(1996)·Bammel & Burrus-Bammel 原著 Leisure and Human Behavior 2nd ed.。休閒與人類行為。台北：桂冠。
- 桂景星（2002）。《桃園縣國民小學教師對團康相關概念之調查研究》。國立新竹師範學院學校行政研究所碩士論文。新竹。

張苙雲（1987）。〈社會互動與社會結構〉。載於詹火生、張苙雲、林瑞穗（主編）《社會學》（頁 135-166）。臺北縣：國立空中大學。

張玉佩（2009）。〈媒體愉悅的理論性探索〉。發表於台灣資訊社會研究學會年會暨學術研討會，新竹：國立交通大學。

許喬雯、岳修平、林維真(2010)。〈專題式學習小組溝通行為與成員角色之研究〉。圖書資訊學刊，8(1)，137-164。

張春興（1995），《現代心理學》，台北，東華出版社。

陳智先（2009）。《線上遊戲社交性研究: 玩家社交活動與第三場域的觀點》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。新竹。

陳祈年（2005）。《動機、可玩性與社交性對於多人線上角色扮演遊戲玩家沉浸經驗之影響》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。新竹。

陳皎眉、鐘思嘉（1996）。《人際關係》。台北：幼獅文化。

陳忠正（2005）。《人際關係與工作壓力對工作滿意度影響之研究—以高屏地區大專校院行政人員為例》。高雄師範大學成人教育研究所在職專班碩士論文，高雄市。

陳向明（2002）。《社會科學質的研究》。台北市：五南。

陳筱明（2003）。《臨床護理教師的角色、角色壓力、社會支持與組織承諾》。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。桃園。

陳怡安（2002），〈線上遊戲的魅力〉，《資訊社會研究》，3：183-214

鄭伯壘（1999）。〈華人人際關係研究的困境與出路〉。《本土心理學研究》，12，203-214。

楊孝燦（1982）。《中西文化在人際關係上的異同》。台北：中央文物供應社。

資策會資訊市場情報中心（2009年11月25日）。〈2009年玩家遊戲行為調查〉，上網日期：2010年6月15日，取自：

<http://mic.iii.org.tw/intelligence/reports/pop_Doc_review.asp?docid=CDOC20091125001>

資策會資訊市場情報中心 (2008 年 9 月 23 日)。〈台灣網友線上影音娛樂行為調查〉，上網日期：2010 年 6 月 13 日，取自：

<http://blog.xuite.net/hinet_marketing/blog/19312682>

黃光國 (1988)。《人情與面子：中國人的權力遊戲》。見黃光國 (主編)《中國人的權力遊戲》，頁 7-55。台北：巨流圖書公司。

黃鈺棠 (2007)。《大型多人線上角色扮演型遊戲中團隊合作過程之資訊察覺研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。新竹。

楊中芳 (1999)。《人際關係與人際情感的構念化》。本土心理學研究，12 期，105-179 頁。

景鴻鑫、陳柏伶 (2009)。《關係梯度對組員資源管理的影響》。國立成功大學民航研究所。航空服務管理學系會議論文。台南市。

趙芝儀 (2008)。《線上角色扮演遊戲中任務類型與遊戲動機對玩家知識形成之研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。新竹。

潘育絜 (2008)。《遊戲社群網站之社交性設計準則研究：角色扮演與互惠觀點》。國立交通大學傳播所碩士論文。新竹。

蔡侑蓉 (2009)。《人力資源事業夥伴角色類型之探討》。中央大學人力資源管理研究所未發表碩士論文。桃園。

謝高橋 (1982)。《社會學》。台北市：巨流。

蕭宏文 (2001)。《以網路群組作品及活動依角色分析之群組合作監控系統》。國立中央大學資訊工程研究所碩士論文。桃園。

鄭朝陽、江羽慈、林珊如 (2007)。〈線上玩家的遊戲動機、玩興與主觀活力狀態、自尊之研究〉。TANET2007 臺灣網際網路研討會論文集。

英文部分

- Adler, A., Gujar, A., Harrison, B. L., Hara, K. O., & Sellen, A. (1998). A diary study of work-related reading: Design implications for digital reading devices. In proceedings of the *CHI'98*, Los Angeles, CA, USA.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1987). Communication in interpersonal relationships: Social Penetration Theory. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Interpersonal processes: New directions in communication research*, (pp.257-277). Newbury Park, CA: Sage.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York, Holt : Rinehart & Winston.
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: a meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science Volume 12*(5), 353–359.
- Andriessen, J. H. E. (2003). *Working with Groupware Understanding and Evaluating Collaboration Technology*. London: Springer.
- Avedon, E. M., & Sutton-Smith, B. (1971). *The Study of Games*. New York: John Wiley & Sons.
- Arrington, J. Michael. (2005). 85% of college students use facebook. (2005, September). *TechCrun*. Last retrieved on August 22, 2010: <http://www.techcrunch.com/2005/09/07/85-of-college-students-use-facebook>
- Bales, R. F. (1951). *Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups*. Cambridge, MA : Addison-Westley Press, Inc.
- Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1992). *Leisure and Humanbehavior* (2nd ed.). Dubuque, IA: Wm.C.Brown Publishers.
- Barab, S. A., MaKinster, J. G., Moore, J. A., Cunningham, D. J., & ILF Design Team. (2001). Designing and building an on-line community: The struggle to support sociability in the inquiry learning forum. *Educational Technology Research and Development*, 49, 71-96.
- Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit muds. *Journal of MUD Research*, 1(1). Last retrieved on May 10, 2010: <http://www.mud.co.uk/richard/hcdis.html>.
- Belbin, R. M. (1981). *Management Teams: Why They Succeed or Fail*. Oxford, U.K.: Butterworth Heinemann.
- Belbin, R.M. (1993). *Team Roles at Work*. Oxford, U.K.: Butterworth

- Heinemann.
- Benne, K. D., & Sheats, P. (1948). Functional Roles of Group Members. *Journal of Social Issues*, 4, 41–49.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1986). Some explorations in initial interaction and beyond: toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Biddle, B.J. (1979). *Role Theory: Expectations, Identities and Behavior*. New York: Academic Press, Inc.
- Bock, G. E., & Marca, D. A. (1995). *Designing Groupware: A Guidebook for Designers, Implementors, and Users*. New York: McGraw-Hill.
- Bodker, S. (1996). Applying activity theory to video analysis: How to make sense of video data in human-computer interaction. In B. A. Nardi (Ed.), *Context and Consciousness: Activity theory and Human-Computer Interaction*(pp.147-174). Cambridge, MA: The MIT press.
- Bogost, I. (2004). *Asynchronous Multiplay: Futures for Casual Multiplayer Experience*. Last retrieved on June 10, 2010 : <http://itu.dk/op/papers/bogost.pdf>.
- Bormann, E. G. (1990). *Small Group Communication: Theory and Practice* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303–1314.
- Brammer, L. M. (1993). *The Helping Relationship: Process and Skill*. New York: Allyn & Bacon.
- Brown, R. (2000). *Group Process: Dynamics With and Between Group* (2nd ed.). London: Blackwell Publishing.
- Brown, B., Sellen, A. J., & O'Hara, K. P. (2000). A diary study of information capture in working life. In *Proceedings of ACM CHI 2000*, 438-445.
- Carter, S., & Mankoff, J. (2005). When Participants do the capturing: The role of media in diary studies. In *Proceedings of CHI 2005*, 899-908.
- Chan, E., & Vorderer, P. (2006). Massively multiplayer online games. In P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*, 88–101.
- Choi, D., & Kim, J. (2004). Why people continue to play on- line games: in search of critical design factors to in- crease customer loyalty to online contents. *Cyber Psychology & Behavior*, 7, 11–24.
- Clifford, C. (1996). Role: a concept explored in nursing education. *Journal of Advanced Nursing*, 23, 1135-1141.

- Cluts, M. M. (2003). The evolution of artifacts in cooperative work: Constructing meaning through activity. Paper presented at the ACM SIGGROUP' 03, Sanibel Island, Florida, USA. ACM Press, 2003, 144-152.
- Collen, E. (2009). Should Facebook Create a New Type of Relationship for Game Friends? (2009, December 10). Last retrieved on July 20, 2010:
<http://www.insidesocialgames.com/2009/12/10/should-facebook-create-a-new-type-of-relationship-for-game-friends/>
- Cooley, C.H. (1902). *Human Nature and The Social Order*. New York: Scribner.
- Costikyan, G. (1994). I have no words & I must design. Last retrieved on May 27, 2010: <http://www.interactivedramas.info/papers/nowordscostikyan.pdf>
- Crawford, C. (1997). *The Art of Computer Game Design*. Last retrieved on May 29, 2010: <http://www.vancouver.wsu.edu/fac/peabody/game-book/Coverpage.html>
- Czerwinski, M., Horvitz, E., & Wilhite, S. (2004). A diary study of task switching and interruptions. Paper presented at the CHI 2004, Vienna, Austria.
- Dannecker, A., Richter, S., Lechner, U., Fabisch, S., Dreßner N., & Ilsemann, A. (2008). Towards world of warcraft as an experiment platform for teams. In *Proceedings of the Fourteenth Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*, Toronto, Canada.
- DeFleur, M. L., Kearney, P., & Plax, T. G. (1992). *Fundamentals of Human Communication*, California: Mayfield.
- De Koven, B. (1978). *The Well-Played Game: A Player's Philosophy*. New York: Anchor.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Desurvire, H., Caplan, M., & Jozef, A. T. (2004). Using Heuristics to Evaluate the Playability of Games. In *Proceedings of CHI' 04, Conference on Human Factors in Computer Science*, Vienna, Austria.
- Devito, J. A. (1994). *Human Communication: The Basic Course*(6th ed.). New York: HarperCollins College Publishers.
- Devito, J. A. (2002). *Human Communication: The Basic Course*(9th ed.). New York : Longman.
- Ducheneaut, N., Moore, R. J., & Nickell, E. (2007). Virtual “third places”: a case study of sociability in massively multiplayer games. *Computer Supported Cooperative Work, 16*, 129-166.
- Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E., & Moore, R. J. (2006). Alone together? Exploring the social dynamics of massively multiplayer online games. In *Proceedings of human factors in computing systems CHI' 06*, Montreal, Canada, 401-416.

- Dunfee, T. W., & Warren, D. E. (2001). Is guanxi ethical? A normative analysis of doing business in China. *Journal of Business Ethics*, 32, 191-204.
- Ellison, N., Lampe, C., & Steinfield, C. (2009). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. *Interactions Magazine*, 16 (1), 6-9.
- Engeström, Y., Brown, K., Christopher, L., & Gregory, J. (1997). Coordination, cooperation and communication in the courts. In M. Cole, Y. Engeström & O. Vasquez (Eds.), *Mind, culture and activity: Seminal Papers from the Laboratory of Comparative Human Cognition* (pp.88-97). Cambridge: Cambridge University Press.
- Fabricatore, C., Nussbaum, M., Rosas, R. (2002). Playability in action videogames: a qualitative design model. *Human-Computer Interaction*, 17(4), 311–368.
- Farh, J. L., Cannella, A. A., & Bedeian, A. G. (1991). Peer ratings: the impact of purpose on rating quality and user acceptance. *Group & Organization Studies*, 16(4), 367-386.
- Farooq, M.U., & Dominick, W.D. (1988). Survey of formal tools and models for developing user interfaces. *International Journal of Man-Machine Studies archive*, 29(5), 479-496.
- Federman, J., Carbone, S., Chen, H., & Munn, W. (1996). *The social effects of electronic interactive games: An annotated bibliography*. Studio City, CA: Mediascope, Inc.
- Federoff, M. (2002). Heuristics and Usability Guidelines for the Creation and Evaluation of Fun in Video Games. Thesis at the University Graduate School of Indiana University.
- Fogg, B.J., & Iizawa, D. (2008). Online persuasion in facebook and mixi: a cross-cultural comparison. In *Proceedings of Persuasive 2008*, 35-46.
- Forsyth, D. R. (1999). *Group dynamic* (3rd ed.). CA: Wadsworth Publishing Company.
- Geister, S., Konradt, U., & Hertel, G. (2006). Effects of process feedback on motivation, satisfaction, and performance in virtual teams. *Small Group Research*, 37, 459-489.
- Gillham, B. (2005). *Research interviewing: the range of techniques*. Maidenhead: Open University Press.
- Gjoka, M., Sirivianos, M., Markopoulou, A., & Yang, X. (2008). Poking facebook: characterization of osn applications. In *Proceedings of the first workshop on Online social networks*, 31-36.
- Hackos, J. T., & Redish, J. C. (1998). *User and Task Analysis for Interface Design*. New York: Wiley.
- Hare, A. P. (1994). Types of roles in small groups: A bit of history and a current

- perspective. Small Group Research, 25*, 433-448.
- Hart, J., Ridley, C., Taher, F., Sas, C., & Dix, A. (2008). Exploring the Facebook experience: a new approach to usability. In *Proceedings of Nordi CHI 2008*, ACM Press, 471-474.
- Hertel, G., Geister, S., & Konradt, U. (2005). Managing virtual teams: a review of current empirical research. *Human Resource Management Review, 15*, 69-95.
- Hobson, C., Strupeck, D., & Szostek, J. (2010). A behavioral roles approach to assessing and improving the team leadership capabilities of managers. *International Journal of Management, 27* (1), 3-15.
- Hogg, T., Wilkinson, D. M., Szabo, G., & Brzozowski, M. (2008). Multiple relationship types in online communities and social networks. In *Proceedings of the AAI Symposium on Social Information Processing*, 30-35.
- Huizinga, J. (1955). *Homo Ludens: A Study of the Play-element in Culture*. Boston: Beacon.
- Hyatt, N. (2008). What's wrong with Facebook games? (2008, January). Last retrieved on August 10, 2010:
<http://nabeel.typepad.com/brinking/2008/01/whats-wrong-wit.html>
- Järvinen, A. (2009). Game design for social networks: interaction design for playful dispositions. In *Proceedings of the 2009 ACM SIGGRAPH Symposium on Video Games*, New Orleans, Louisiana.
- Johnson, J. E., Christie, J. E., & Yawkey, T. D. (1987). *Play and Early Childhood Development*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Jonassen, D. H., & Rohrer-Murphy, L. (1999). Activity theory as a framework for designing constructivist learning environments. *Educational Technology Research and Development, 47*, 61-79.
- Kahn, R. L., & Cannell, C. F. (1957). *The Dynamics of Interviewing : Theory, Technique and Cases*. New York : John Wiley and Sons.
- Kane, J. S., & Lawler, E. E. (1978). Method of peer assessment. *Psychological Bulletin, 85*, 555-586.
- Kaptelinin, V. (1996). Activity theory: implications for human-computer interaction. In B. A. Nardi (Ed.), *Context and Consciousness: Activity Theory and Human-Computer Interaction* (pp.53-59). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Kaptelinin, V., & Nardi, B. A. (1997). Activity theory: basic concepts and applications. Paper presented at the Conference on Human Factors in Computing Systems, 158-159.
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations* (2nd

- ed.). New York: Wiley.
- Keenan, A., & Shiri, A. (2009). Sociability and social interaction on social networking websites. *Library Review*, 58 (6), 438 – 450.
- Kerr, A. (2006). *The Business and Culture of Digital Games: Gamework/Gameplay*. London: SAGE Publications.
- Knapp, M. L., & Vangelisti, A. L. (2000). *Interpersonal Communication and Human Relationships*. Boston: Allyn and Bacon.
- Koskinen, I. (2002). Presentation about “self-documentation in the social science”. Last retrieved on July 21, 2010 :
http://smart.uiah.fi/luotain/pdf/probes-seminar/self-documentation-social-sciences_koskinen_ilpo.pdf
- Kozinet, R.V. (1999). E-trivialized marketing? The strategic implications of virtual communities of consumption. *European Management Journal*, 17, 252-264.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being. *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Kuutti, K. (1991a). Activity theory and its applications to information systems research and development. In H. Nissen, H. Klein, & R. Hirschheim (Eds.), *Information systems Research: Contemporary Approaches and Emergent Traditions* (pp. 529-549). BV, North Holland: Elsevier Science Publishers.
- Kuutti, K. (1991b). The concept of activity as a basic unit of analysis for CSCW research. In *Proceedings of the second conference on European Conference on Computer-Supported Cooperative Work*, Amsterdam: Kluwer Academic Publisher, 249-264.
- Kuutti, K. (1996). Activity theory as a potential framework for human-computer interaction research. In B. A. Nardi (Ed.), *Context and Consciousness: Activity Theory and Human-computer Interaction* (pp.17-44). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A face(book) in the crowd: social searching vs. social browsing. In *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer-Supported Cooperative Work*, 167-170.
- Lazzaro, N. (2004). Why we play games: four keys to emotion without story. In *proceedings of Game Developer Conerence*, San Fransisco: ACM press, 1057-1058.
- Leont'ev, A. N. (1974). The problem of activity in psychology. *Soviet Psychology*, 13(2), 4-33.
- Levinger, G. (1974). A three-level approach to attraction: toward an understand of pair relatedness. In Huston, T. L. (Ed.), *Foundations of interpersonal*

- attraction* (pp.99-120). New York: Academic Press.
- Linton, R. (1936). *Lo studio dell'uomo*. Mulino: Bologna.
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2005). *Theories of Human Communication* (8th ed.). Belmont: Thomson-Wadsworth.
- Lo, S. K., Wang, C. C., & Fang, W. C. (2005). Physical interpersonal relationship and social anxiety among online game players. *CyberPsychology & Behavior*, 8, 15–20.
- Lucas, K., & Sherry, J. L. (2004). Sex differences in video game play: a communication-based explanation. *Communication Research*, 31, 499-523.
- Malone, T.W. (1980). What makes things fun to learn? A study of intrinsically motivating computer games. Technical Report CIS-7, Palo Alto, CA: Xerox Palo Alto Research Center.
- Malone, T. W. (1981). Toward a theory of intrinsically motivating instruction. *Cognitive Science*, 4, 333-369.
- Maloney-Krichmar, D., & Preece, J. (2005). A multilevel analysis of sociability, usability, and community dynamics in an online health community. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 12(2), 201-232.
- Manninen, T. (2003). Interaction forms and communicative actions in multiplayer games. *The International Journal of computer game research*, 3(1). Last retrieved on June 20, 2010. <http://gamestudies.org/0301/manninen/>
- Mayer, A. (2009). Ten reasons that social games may eat the casual market. *Inside Social Games: Tracking Innovation at the Convergence of Games and Social Platforms*. Last retrieved on July, 3, 2010: <http://www.insidesocialgames.com/2009/02/10/ten-reasons-that-social-games-may-eat-the-casual-market/>
- McClard, A., & Anderson, K. (2008). Focus on facebook: who are we anyway? *Anthropology News*, 49(3), 10-12.
- Mead, G. H. (1934). *Mente, Sé e società*. Firenze : Giunti Barbera.
- Miller, K. (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Moreno, J.L. (1962). Role theory and the emergence of self Group. *Psychotherapy*, 15, 114-117.
- Mueller, F., Agamanolis, S., & Picard, R. (2003). Exertion interfaces: sports over a distance for social bonding and fun. In *Proceedings of CHI 2003*, ACM-Press, New York, 561–568.
- Mudrack, P. E., & Farrell, G. M. (1995). An examination of functional role behaviour and its consequences for individuals in group settings. *Small Group Research*, 26(4), 542-571.

- Murray, J. H. (2006). Toward a cultural theory of gaming: digital games and the co-evolution of media, mind, and culture. *Popular Communication*, 4(3), 185-202.
- Mwanza, D. (2001). Where theory meets practice: a case for an activity theory based methodology to guide computer system design. In *proceedings of INTERACT' 2001: Eighth IFPI TC 13 Conference on Human-Computer Interaction*, Tokyo, Japan, 342-249.
- Nardi, B. A. (1996). Activity theory and human-computer interaction. In B. A. Nardi (Ed.), *Context and Consciousness: Activity theory and Human-Computer Interaction* (pp.7-16). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Nardi, B. A. (1998). Introduction to a web on the wind: the structure of invisible work. *Issue of Computer-supported Cooperative Work*, 8, 1-2.
- Nazir, A., Raza, S., & Chuah, C. N. (2008). Unveiling facebook: a measurement study of social network based applications. In *proceedings of the 8th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement*, 43-56.
- Oledenburg, R. (1999). *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*. New York: Marlowe & Company.
- Pan, Y. C., Kuo, L., & Lee, J. J. (2007). Sociability design guidelines for the online gaming community: role play and reciprocity. *Online Communities and Social Computing*, 4564, 426-434.
- Paswan, A. K., & Gollakota, K. (2004). Dimensions of peer evaluation, overall satisfaction, and overall evaluation: an investigation in a group task environment. *Journal of Education for Business*, 79(4), 225-231.
- Peña, J., & Hancock, J. T. (2006). An analysis of socioemotional and task-oriented communication in an online multiplayer video game. *Communication Research*, 33, 92-109.
- Pianesi, F., Zancanaro, M., Not, E., Leonardi, C., Falcon, V., & Lepri, B. (2008). Multimodal support to group dynamics. *Personal and Ubiquitous Computing*, 12(3), 181-195.
- Phillips, J., Butt, S., & Blaszczynski, A. (2006). Personality and self-reported use of mobile phones for games. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1146-1153.
- Preece, J. (2000). *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. Chichester, England: John Wiley & Sons.
- Preece, J. (2001). Sociability and usability in online communities: determining and measuring success. *Behavior and Information Technology*, 20(5), 347-356.
- Preece, J., & Maloney-Krichmar, D. (2003). Online communities: focusing on sociability and usability. In J. Jacko & A. Sears (Eds.), *Handbook of*

- Human-Computer Interaction* (pp. 596-620). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Preece J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. New York : Wiley & Sons.
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: from new media to communication. In R. Hawkins., J. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. CA: Sage.
- Rao, V. (2008). Facebook Applications and playful mood: the construction of facebook as a "third place". In *Proceedings of the 12th international conference on Entertainment and media in the ubiquitous era*, Tampere, Finland. ACM Press, p. 8-12.
- Rands, M., & Levinger, G. (1979). Implicit theories of relationship: an intergenerational study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 645-661.
- Rankin, J. R., & Sampayo, S. (2008). A review of serious games and other game categories for education. In *proceedings of SimTect2008 conference*. Melbourne, Australia, 305-311.
- Rieber, L. P. (1996). Seriously considering play: designing interactive learning environments based on the blending of microworlds, simulations, and games. *Educational Technology Research & Development*, 44(2), 43-58.
- Rieman, J. (1993). The diary study: a workplace-oriented research tool to guide laboratory efforts collecting user-information for system design. In *Proceedings of ACM INTERCHI'93 Conference on Human Factors in Computing Systems*, New York, 321-326.
- Robert, M., & Boogart, V. (2006). *Uncovering the Social Impacts of Facebook on a College Campus*. MS Thesis, Kansas State University (August 2006). Last retrieved on May. 5, 2010: <http://krex.k-state.edu/dspace/handle/2097/181>
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: a paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives of Gratifications Research* (pp. 269-286). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rouse, R. (2001). *Game Design: Theory and Practice*. Plano, Texas: Wordware Publishing.
- Rubin, H., Fein, G., & Vandenburg, B. (1983). Play. In E. M. Hetherington & P. H. Mussen (Eds.), *Handbook of child psychology : Socialization, personality & social development* (pp.698-774). New York: John Wiley Sons.
- Rutter, J., & Smith, G. W. H. (1999). Ritual aspects of cmc sociability. In Kathy Buckner (ed.), *Esprit i3 Workshop on Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*,

- Edinburgh: Queen Margaret College, 113-122.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Sas, C., Dix, A., Hart, J., & Su, R. (2009). Emotional Experience on Facebook Site. In *proceedings of the 27th international conference on Human Factors in computing systems*, 4345-4350.
- Schutz, W. C. (1958). *FIRO: A Three-Dimensional Theory of Interpersonal Behavior*. New York: Rinehart and Company.
- Scullen, S. E., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2003). Evidence of the construct validity of developmental ratings of managerial performance. *Journal of Applied Psychology*, 88, 50-66.
- Shneiderman, B., & Plaisant, C. (2005). *Designing the User Interface: Strategies For Effective Human-Computer Interaction* (4th ed.). Boston: Addison-Wesley.
- Sherry, J. L. (2001). The effects of violent video games on aggression: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 27(3), 409-431.
- Shneiderman, B., & Plaisant, C. (2005). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Boston, MA: Addison-Wesley.
- Simmel, G. (1949). The sociology of sociability. *American Journal of Sociology*, 55, 254-261.
- Sung, J., Bjornrud, T., Lee, Y., & Wohn, D. Y. (2010). Social network games: exploring audience traits. In *Proceedings of the 28th of the international conference on Human factors in computing systems*, 3649-3654.
- Sutton-Smith, B. (1997). *The Ambiguity of Play*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Steen, F. F., Greenfield, P. M., Davies, M., & Tynes, B. (2006). What went wrong with the sims online: cultural learning and barriers to identification in a massively multiplayer online role-playing game. In P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences* (pp. 307-324). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Teng, C. I. (2008). Personality differences between online game players and non-players in a student sample. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 232-234.
- Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. B. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 531-549.
- Turner, V. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. New York: Aldine.
- Vygotsky, L. S. (1978). Mind in society: the development of higher

- psychological processes. In M. Cole, V., John-Steiner, S. S., & E. Souberman (Eds. & Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated communication: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52-90.
- Webster A.S., & Vassileva, J. (2006). Visualizing personal relations in online Communities. In V.P. Wade, H. Ashman & B.Smyth (Eds.), *Adaptive Hypermedia and Adaptive Web-Based Systems*(pp. 223–233). Berlin Heielberg: Springer.
- Wenger, E., McDermott, R., & Snyder, W. M. (2002). *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*. Boston: Harvard Business School Press.
- Whang, L. S., Lee, S., & Chang, G. (2003). Internet over –users’ psychological profiles: a behavior sampling analysis on internet addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 6, 143–150.
- Wohn, D. Y., Lee, Y. H., Sung, J., & Bjornrud, T. (2010). Building common ground and reciprocity through social network games. In *Proceedings of CHI’10 the 28th of the international conference extended abstracts on Human factors in computing systems*, 4423-4428.
- Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775.
- Zagal, J. P., Nussbaum, M., & Rosas, R. (2000). A model to support the design of multiplayer games. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 9(5), 448-462.
- 2010 Social Game Research. (2010, Jan. 12). Washington, Bellevue: Information Solution Group. Last retrieved on June 29, 2010:
http://www.infosolutionsgroup.com/2010_PopCap_Social_Gaming_Research_Results.pdf

附錄

附錄一 社交遊戲玩家使用程度評估表

親愛的朋友，您好！

這是一份學術研究問卷，目的在於獲悉您的社交網絡遊戲使用概況。本問卷的答案沒有對錯之分，請您依據經驗和自我觀感填答。

在填答之前請您先閱讀以下說明：

※說明：「社交網絡遊戲」是內嵌於社交網絡網站(例如 Facebook)的遊戲應用程式，可依遊戲特徵分為以下八大類型：

1. 動作格鬥型(例: Fight Club、義氣子女 Online 等)
2. 擬真型(例:開心水族箱、FarmVille、開心農場等)
3. 經營策略型(例: Café World、樓一棟、Restaurant City 等)
4. 角色扮演型(例:Vampires, 寵物會社、全民偶像等)
5. 益智/測驗型(例:各式心理和趣味測驗、寶石方塊、好友排行榜等)
6. 博奕型(例:神來也麻將、Texas HoldEm Poker 等)
7. 體態動作型(例:給你一個擁抱、戳等)
8. 其他(純好玩)(例:送你一顆心、一起飲一杯、食物大戰等)

本問卷蒐集所得之資料，將只會作學術研究之用，請安心填答。
向您致上最大的敬意

交大傳播所研究生 曾琳 敬上 中華民國 99 年 7 月

1.姓名		
2.性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	
3.年齡		
4.職業	<input type="checkbox"/> 學生(包含研究生) <input type="checkbox"/> 軍公教 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 商 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 其他 _____ (請註明)	
社交網站 Facebook 使用概況		
5. 您是否為社交網站《Facebook》的成員?	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否(若您回答否，則不需回答以下問題，即可交卷)	
6. 過去一個禮拜，您平均每天約花多少時間在 Facebook 上?(單選)	<input type="checkbox"/> 少於 30 分鐘 <input type="checkbox"/> 31-59 分鐘 <input type="checkbox"/> 1-2 小時 <input type="checkbox"/> 3-4 小時 <input type="checkbox"/> 5-6 小時 <input type="checkbox"/> 7-8 小時 <input type="checkbox"/> 9-10 小時 <input type="checkbox"/> 超過 11 小時以上	
7. 您在 Facebook 上的朋友數量約有幾個?(單選)	<input type="checkbox"/> 10個或少於10個 <input type="checkbox"/> 11-50個 <input type="checkbox"/> 51-100個 <input type="checkbox"/> 101-150個 <input type="checkbox"/> 151-200個 <input type="checkbox"/> 201-250個 <input type="checkbox"/> 251-300個 <input type="checkbox"/> 301-400個 <input type="checkbox"/> 超過 400個	
整體社交網絡遊戲使用概況		
8. 過去一個禮拜，您是否玩過社交網絡遊戲?(單選)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 我從不玩社交遊戲(若您勾選此選項，則不需回答以下問題，即可交卷)	
9. 您最常拜訪去玩社交遊戲的社交網絡網站為何?(單選)	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> My Space <input type="checkbox"/> Hi5 <input type="checkbox"/> Friendster <input type="checkbox"/> 愛情公寓 <input type="checkbox"/> 其他_____ (請填寫)	
10. 以下哪些社交遊戲類型您至少一個禮拜玩一次(可複選，並請以阿拉伯數字排序您玩的頻率，例如：1為最常，2次之，3...等依此類推)	<input type="checkbox"/> 動作格鬥型(例: Fight Club、 義氣子女 Online)	_____ (排序數字)
	<input type="checkbox"/> 擬真型(例:開心水族箱、 FarmVille、 開心農場等)	
	<input type="checkbox"/> 經營策略型(例: Café World、Restaurant City、Hotel City)	
	<input type="checkbox"/> 角色扮演型(例:Vampires、 寵物會社、 全民偶像)	
	<input type="checkbox"/> 博奕型(例:神來也麻將、 Texas HoldEm Poker、 暗棋無雙等)	
	<input type="checkbox"/> 體態動作型(例:給你一個擁抱、 戳)	
	<input type="checkbox"/> 其他(純好玩型)(例:送你一顆心、 一起飲一杯、 食物大戰等)	
11. 您最常玩的社交遊戲名稱為何?	_____ (請填寫該遊戲名稱)	

12. 每一次玩社交遊戲的時間約多久?(請就您最常玩的社交遊戲來思考)(單選)	<input type="checkbox"/> 少於 5 分鐘 <input type="checkbox"/> 6-10 分鐘 <input type="checkbox"/> 11-15 分鐘 <input type="checkbox"/> 16-30 分鐘 <input type="checkbox"/> 31-59 分鐘 <input type="checkbox"/> 1-2 小時 <input type="checkbox"/> 3-4 小時 <input type="checkbox"/> 5(含)小時以上
13. 您每隔多久玩一次社交遊戲?(就您最常玩的社交遊戲來思考)(單選)	<input type="checkbox"/> 一天之中好幾次 <input type="checkbox"/> 一天一次 <input type="checkbox"/> 一個禮拜 2-3 次 <input type="checkbox"/> 一個禮拜一次 <input type="checkbox"/> 偶爾(2~3 個禮拜一次)
14. 一個禮拜內約玩多久的社交遊戲?(就您最常玩的社交遊戲來思考)(單選)	<input type="checkbox"/> 少於 15 分鐘 <input type="checkbox"/> 16-30 分鐘 <input type="checkbox"/> 31-59 分鐘 <input type="checkbox"/> 1-5 小時 <input type="checkbox"/> 6-10 小時 <input type="checkbox"/> 多於 10 小時
15. 您曾玩過幾種社交遊戲?	<p style="text-align: center;">_____ 填寫數目即可</p>
16. 當你想嘗試新的社交遊戲時,以下哪項因素最能影響你對社交遊戲的選擇?(單選)	<input type="checkbox"/> 對遊戲名稱的熟悉感/曾在其他網站玩過類似遊戲 <input type="checkbox"/> 遊戲在該社交網站內打的廣告 <input type="checkbox"/> 遊戲由我信任的品牌廠商所製作 <input type="checkbox"/> 其他網站上(不限於該社交網站)的廣告 <input type="checkbox"/> 透過搜尋引擎(如 Google、Yahoo!)瀏覽得知 <input type="checkbox"/> Email 等廣告信函 <input type="checkbox"/> 報章雜誌或電視上的廣告 <input type="checkbox"/> 在部落格或其他網誌上看到
17. 在社交遊戲中,您與大多數其他玩家的關係為?(單選)	<input type="checkbox"/> 個人(真實世界)中的好友(包括目前同學) <input type="checkbox"/> 朋友的朋友(因 Facebook 上的友人關係而互加為好友) <input type="checkbox"/> 網友(未曾面對面互動過) <input type="checkbox"/> 網路上的陌生人 <input type="checkbox"/> 親戚
18. 社交遊戲的哪個特色功能最吸引你?(單選)	<input type="checkbox"/> 朋友間的競爭(排名、累積的虛擬貨幣、魅力值等成就) <input type="checkbox"/> 遊戲的互動性 <input type="checkbox"/> 有機會可以贏得獎賞(包括虛擬獎金、獎品或禮物等) <input type="checkbox"/> 可以與其他玩家合作達成遊戲目標 <input type="checkbox"/> 廣告主所提供的試用和優惠方式讓我能升級 <input type="checkbox"/> 其他(請著名): _____

附錄二 角色特質互評表(Peer Evaluation Scale)

填答說明

以下為了解團體中各成員所扮演的角色屬性，不論您已畢業或仍在學，請您就此二至三年來與交大傳播所 96 級其他同學的互動情況(例如上課、小組討論、共同活動、班遊或平日活動等，不需一定是全班皆參與的活動)，分別針對班上每位同學，在下表填答您認為他／她符合該角色特質的同意程度(角色特質如下所述)，並且不需填答自己那一欄。

同意程度： 1=非常不同意、2=不同意、3=普通、4=同意、5=非常同意

※您提供任何資訊，本研究者將予於保密與妥善處理，此份問卷結果在本論文中只會以概述的方式呈現，並且目的僅用於探討角色特質和社交網絡遊戲使用關係，您的個人姓名絕不會在論文中被透露，請您安心填答。

(1)任務導向角色特質 (Task roles)

此類角色特質與團體內所要執行或將要執行的任務有關，包括：他/她時常激發與協調團體成員完成共同任務，主動參與團體合作之作業或報告的討論，並提供有價值的意見或建議、努力完成所被分配的工作、具有某領域的專業知識、經驗和能力，並經常為團體解決問題、統整並協調團體爭論與意見，記錄討論結果並安排進度與分配任務。

(2)關係導向角色特質(group building and maintenance roles)

此類型角色時常嘗試凝聚、提升、維持或修補團體的社會情感面向，目的在於加強或維持團體關係於不墜，其特質包括：友善、溫暖且喜愛回應他人、善於傾聽和幫助他人，並常以面部表情或言論讚許對方的貢獻、適當的使用幽默幫助團體成員放鬆、與團體內各次團體成員皆保持不錯的關係、在活動上常激發所有成員共同參與，有時候也很樂意服從他人。

(3)自我導向角色特質(personal roles)

此類型角色特質以滿足個人需求為主要目的，其特質包括具有個人原則與風格，較不善交際，有時候是獨來獨往的不主動參與(活動)；較堅持己見，有時會強加自己的觀點於他人身上；是團體中的過客，到此一遊，與大家都要好，但實際上不歸屬任何一個團體；有時會以不同的方式或行為引起他人(或團體成員)注意或與他人互動。

姓名(在本範例中不透露姓名)	任務導向角色特質：					(2)關係導向角色特質：					(3)自我導向角色特質：					
						1	2			5	1				4	5
同意程度																
1																
2																
3																
4																
5																



附錄三、遊戲使用型態與人際關係類型定義表(在日誌填寫說明中被稱為附件一)

※說明: 請在填寫日誌前, 仔細閱讀以下 1.遊戲使用型態定義與 2. 人際關係類型定義表

1.遊戲使用型態定義

遊戲使用型態	定義
個人性活動	
1.【升級】	提升或累積遊戲資源、品項、金錢、經驗值或等級；對遊戲所顯示的確切數目、紀錄和百分比感到有興趣。
2.【裝飾遊戲角色或空間】	創造、裝飾自己的遊戲角色造型或遊戲空間/環境。
3.【瞭解遊戲機制】	嘗試盡可能地瞭解越多遊戲規則和遊玩方式。
4.【探索遊戲獎品或新任務】	喜愛進行大多數玩家不知道的任務、收集遊戲中特殊物品、設備或服裝；參與或瞭解遊戲每日提供的優惠活動。
5.【花費實際金錢】	花費實際的金錢購買虛擬貨幣、遊戲資源，包括購買遊戲贊助廠商所推出的「遊戲結合商品行銷」等優惠活動。
6.【公佈遊戲訊息】	將遊戲(包括趣味/心理測驗)結果、升級消息公佈於塗鴉牆上與朋友分享。
社交互動性活動(註: 社交遊戲互動多為非即時性、非同步的)	
7.【競爭比較】	瀏覽其他玩家的遊戲空間或紀錄，比較自己與其他玩家的排名、等級或遊戲資源、遊戲角色或空間的裝扮或佈置。
8.【回覆遊戲訊息】	會注意並回覆朋友們在塗鴉牆上分享的遊戲(包括心理/趣味測驗)結果或狀況。
9.【邀請】	發出邀請，請還未加入遊戲的他人參與遊戲。
10.【集結】	集結其他玩家或他人完成遊戲任務。
11.【幫助】	協助其他玩家(包括幫忙澆水、品嚐、製作菜餚、治療動物等)或與其遊戲角色互動(跳舞、打招呼等)； <u>其活動結果對對方和自己都有利。</u>

12.【攻擊或偷竊】	故意激怒其他玩家(例如偷菜、攻擊對方)； <u>其活動結果只對自己有利。</u>
13.【聊天】	針對遊戲活動與其他玩家友善的聊天、傳送訊息。
14.【接收禮物】	接受朋友從遊戲中傳送給我的禮物(包括愛心、擁抱等圖示)
15.【傳送禮物】	傳送禮物給同樣玩此遊戲的朋友(包括愛心、擁抱等圖示)。

2.人際關係類型定義表

關係類型	定義
認識者 (acquaintance)	彼此會觀察對方、外貌、大概的年齡和身高、體格等；觀察對方體態動作或面部表情，以判斷方較明顯的人格特質；打招呼、禮貌性與客套性的談話、交換基本資料。 一方注意到了另一方的外在特點，但另一方並沒有意識到有人正在觀察他或評斷他；雙方並沒有互動。只讓自己的某一小部分資訊為他人所能夠獲得，彼此可供評估的資訊非常少，互動行為合乎社交規範且小心翼翼。
朋友(friends)	會探索彼此興趣、工作和目標；邀請約會、共同從事某項活動，分享彼此的興趣。共同話題漸增多。 對對方及相互的關係形成某種印象和態度，但仍談不上深度與親密度；也就是沒有走進彼此的私我領域。
親密夥伴 (intimates)	彼此互動頻率高且不拘小節或約束，公開和私密溝通變多；非口語線索(nonverbal cues)的交換頻率高(例如身體姿勢、手勢、微笑、接觸和眼神凝視)。 和對方有私密的承諾，只有彼此知道。 對朋友和家人做出公眾性承諾，讓大家知道你和對方是公認的一對(伴侶或死黨)。 談話內容也較偏向特定資訊。 有屬於兩人共同的符號、更多的情感表達，扮演著彼此問題的解決者。