

# 國立交通大學

傳播研究所

碩士論文

身體、暴力與他者：遊戲文本框架下的男性氣概探索

Body, Violence, and the Opposite: A Study about Representation of Masculinity  
in Game Context



研究生：邱馨玉

指導教授：張玉佩 博士

郭良文 博士

中華民國九十七年六月

身體、暴力與他者：遊戲文本框架下的男性氣概探索

Body, Violence, and the Opposite: A Study about Representation of Masculinity in Game

Context

研究生：邱馨玉

Student：Hsin-Yu Chiu

指導教授：張玉佩

Advisor：Yupei Chang

郭良文

Liangwen Kuo

國立交通大學

傳播研究所

碩士論文



Submitted to Institute of Communication Studies

College of Humanities and Social Sciences

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

in

Communication Studies

June 2008

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十七年六月

# 身體、暴力與他者：遊戲文本框架下的男性氣概探索

研究生：邱馨玉

指導教授：張玉佩 博士

郭良文 博士

交通大學傳播研究所

## 《中文摘要》

本研究在將多人線上角色扮演遊戲視為論述實踐場域之前提下，探討遊戲透過規則設計、故事內容與遊戲行銷傳播等三個動力所塑造的男性氣概樣貌。在論述分析的架構上，本研究採用由遊戲學派與敘事學派混生的分析架構，進行遊戲的內容歸納；在男性氣概的檢視架構上，則以身體、暴力、男性友誼與對立的客體四大視角，探索遊戲在創作與行銷兩端的男性氣概論述實踐。在研究個案選擇上，本研究選擇引進國內六年且受到歡迎的「仙境傳說 Online」為主體，結合周邊行銷傳播物，進行男性氣概的展演探究。

研究發現，在數字與規則為基礎的遊戲世界中，暴力是玩家規訓自我的中心活動，並藉由遊戲故事內容的陳述，建立暴力與男性的緊密關係，將男性引至遊戲的核心位置。而身體是最重要的具象化工具，透過性徵與服裝等符號工具，遊戲中的男性身體展演呈現強健、剛硬、肌肉發達的單一美學標準。男性友誼則是呼應傳統的兄弟結義情結，重視理性與成就表現的交往內涵。女性在遊戲世界中是被大量運用襯托男性氣概的客體，透過性感體態與故事內容中溫柔被動的陳述，女性的性別角色行為價值協助定義男性對於女性具有性慾需求、目的與權威性，女性在遊戲世界中是男性的配角，並映襯男性的英雄氣質。

在遊戲內容以男性為中心，呈現極化強硬男性氣概的同時，遊戲廠商在行銷傳播手法上，反以女性為敘事主角，並大量採用女性做為視覺主體。然而，其性別意識型態仍呼應遊戲世界的展現，女性的柔弱與男性的理性剛強仍是廣告行銷的重心，且呈現更極化單一的傾向。

從遊戲設計理念與行銷媒體機制的角度檢視遊戲的性別展現，可發現男性氣概的論述呈現單一片面化的傾向，且透過排除、對立與否定的他者，將男性氣概的剛硬理想典型推崇至頂點，使得多人線上角色扮演遊戲在創作端並未發揮其身為網路媒體的開放論述特質，反映其同為大眾文化商品，順應社會主流男性性別期待的面向。

關鍵字：多人線上角色扮演遊戲、男性氣概、遊戲敘事、線上遊戲

# Body, Violence, and the Opposite: A Study about Representation of Masculinity in Game Context

Student: Hsin-Yu Chiu

Advisor: Yupei Chang  
Liangwen Kuo

## Abstract

This thesis is to study the representation of masculinity in digital game context. From the basic acknowledge that digital game is a field for discourse, this thesis focuses on how rule-design, story contents, and marketing communication tools form masculinity values in the digital game. This study chooses one of the most prevailing game, "Ragnarok Online", as research target, uses a hybrid structure from ludology and narrative theory developed by the researcher to induce game contents, and look into the discourse of masculinity through the aspects of body, violence, male friendship, and the opposite.

According to the result of analysis, the world of massive multi-player online role-playing game is full of numbers and rules. All the players in the game must use violence as self-discipline tool. Moreover, game itself makes close connection between male roles and violence through storytelling. Body is the most important tool in game narrative, and male body always shows in strong aesthetic standard. Male friendship in game context is full of symbols of work-and-fight relationship and lack of emotional clues. Female characters are the most important "others". Female roles are sexy, tender, and emotional, in order to help defining male-hegemonic responsibility. Female characters in the game world are always supporting roles, and male ones are main roles with heroic spirit.

From the aspect of marketing communication context, female roles are main characters in commercial films, magazines, and other merchandise. But the value of sex-role behavior in these pieces is still a reflection of the game. Male roles are strong, and female roles are tender and weak. And this kind of sex-role standard is strengthened through marketing process.

In conclusion, both game narrative and marketing communication of game companies present masculinity in single way. Using excluding strategy, the ideal type of traditional and strong masculinity becomes the only way to describe "what a man must do". Digital game narrative still obeys the mainstream male role expectation and shows its tendency toward other mass communication contents.

**Keywords:** Game Narrative, Masculinity, Massive Multi-player Online Role-playing Game, Online Game

## 誌謝

偶然，進入線上遊戲的世界，我展開了一段虛擬英雄之旅，在娛樂生活與研究所生涯中留下印記。這篇論文的付梓，不僅代表一個研究論著的產出，同時也象徵一段遊戲歷程的總結。在探索這個領域的過程中，得到許多人支持與指教，謹此表達感謝之意。

感謝玉佩老師和郭老師三年多來的照顧，無論中華傳播學刊的工作或論文寫作上，你們的傾囊相授與悉心指導，助我走出時而出現的思考泥沼。同時也感謝柯舜智老師撥冗閱讀拙作，於口試時提出精闢見解，使我獲益良多，並使修改後的論文增色不少。

在資料蒐集的過程中，智冠的許耀仁先生與張漢斌先生，不厭其煩地回答我連珠串的問題，並出借全套刊物，使得這篇論文在資料豐富度上更臻完整，特此深表感謝。

謝謝台灣仙境傳說 ISA 伺服器「發光二極體」公會的呆哥、天使祭司、勇者彈珠汽水，「翻雲覆雨」公會的喬艾斯、比叔，「仰望半夜的月空」公會的小 G、書劍、阿娘，還有小穗、狼魂、呆秉和兜兜。因為有你們幫助和陪伴，我在探索遊戲故事的旅途上並不寂寞，團練、吃王、城戰、PK 與競技，都將成為我難忘的回憶。

在傳播所的日子有苦有甜。曉貞和培音，感謝妳們在我兩年宿舍生活中同室相伴。群典、育絮、家瑜、鈺棠、幼婷和怡靖，因為有你們，修課時充滿歡笑，啃原文書的苦總能轉化為優游於學海的恬適。宣蘋和智先，謝謝你們時常在 Lab 陪我聊天解悶，伴我暫時逃離文獻的牢籠。國洲學長，感謝你在我研一時對我的關懷，我永銘在心。

謝謝美君、昀萱、達文與所有台北樂府的夥伴，第十二季的 DCI 比賽滋潤了我的碩士班生涯，和你們共同奮鬥的點點滴滴是我在撰寫論文遭逢困難時再次振作的動力。

士彰，謝謝你這八年來與我共度求學時代時而顛簸、時而喜悅的時光，儘管自己曾經迷失方向，你仍不離不棄。每一個重要時刻有你的存在，我很幸福。

最後要感謝我的父母和妹妹，在我求學過程中包容我的任性，並在背後給予極大的支持，沒有你們無怨無悔的付出和關懷，就沒有今天的我。

遊戲世界的化身我，揮劍邁向最終戰士殿堂。現實生活的真我，新的旅程正要開始。

感謝你們，祝福你們！

交通大學傳播研究所研究生 邱馨玉  
TRO ISA 伺服器 DCmania

2008 年 6 月 於新竹

## 目錄

<b>第一章</b>	<b>緒論</b> .....	<b>01</b>
第一節	研究背景與動機.....	01
第二節	研究目的與重要性.....	05
<b>第二章</b>	<b>男性氣概與遊戲結構</b> .....	<b>06</b>
第一節	男性氣概.....	06
一、	男性研究與男性氣概觀點.....	07
二、	男性氣概的標準：普世價值面向.....	10
三、	男性氣概的形成途徑.....	12
四、	霸權男性氣概.....	14
五、	大眾流行文化中的男性氣概.....	15
六、	大眾媒體中的男性氣概再現.....	19
第二節	多人線上角色扮演遊戲.....	26
一、	多人線上角色扮演遊戲發展源流.....	26
二、	多人線上角色扮演遊戲的特質.....	31
三、	多人線上角色扮演遊戲的內容結構.....	32
四、	多人線上角色扮演遊戲的敘事特質.....	34
五、	國內近年相關研究論著與性別議題.....	40
第三節	研究問題.....	44
<b>第三章</b>	<b>研究方法</b> .....	<b>45</b>
第一節	遊戲敘事分析架構.....	45
第二節	遊戲公司刊物分析與代理商訪談.....	51
一、	代理商訪談.....	51
二、	遊戲官方刊物與其他宣傳物分析.....	52
第三節	遊戲文本選擇.....	53
<b>第四章</b>	<b>研究發現</b> .....	<b>55</b>
第一節	遊戲環境設計與背景意涵.....	55
一、	遊戲場景.....	55
二、	角色.....	60
三、	事件.....	66
第二節	遊戲敘事的男性氣概再現.....	74
一、	極化的男性身體形象.....	74
二、	性別化的暴力展現.....	80
三、	理性的男性情誼.....	83
四、	極端弱化的他者：女性角色.....	85

第三節	遊戲產業的性別氛圍	95
一、	感性主題包裝戰鬥內容	95
二、	以女性為行銷主要視覺元素	97
三、	與戰鬥連結的男性角色形象	101
四、	兩性關係的片面再現	102
<b>第五章</b>	<b>結論與展望</b>	<b>107</b>
第一節	研究發現回顧	107
一、	身體:極化性徵與單一美學標準	107
二、	暴力:人格的組成要素與性別暴力成見	108
三、	男性友誼:理性的男性浪漫	109
四、	對立的客體:女性柔弱化與兩性失衡	110
第二節	理論回應與總結	111
一、	環境設計限制性別氛圍塑造的基礎	111
二、	遊戲敘事呈現的男性氣概典型:單一、強壯與順應傳統期待	112
三、	文本內與文本外:深化性別氣質標準與再現重點不一致	113
四、	與其他媒體文本的男性氣概論述實踐比較	114
第三節	研究限制與後續研究建議	115
	<b>參考文獻</b>	<b>118</b>
附錄一	訪談大綱	131
附錄二	任務文本編號表	132
附錄三	寵物對白文本編號表	135

## 表目錄

表 4-1	仙境傳說 Online 歷次改版主題、時間與主要更新內容……	96
-------	--------------------------------	----

## 圖目錄

圖 2-1	線上遊戲玩家年齡與職業組成……	29
圖 2-2	網友付費使用項目分析……	29
圖 2-3	線上遊戲玩家喜好遊戲類型……	30
圖 2-4	線上遊戲玩家偏好遊戲風格……	30
圖 2-5	超文本敘事產出結構……	35
圖 3-1	遊戲敘事分析架構……	47
圖 4-1	仙境傳說玩家基本資料表……	61
圖 4-2	仙境傳說玩家職業發展流程……	62
圖 4-3	玩家角色外型與個人素質列表……	64
圖 4-4	仙境傳說初心者訓練場所……	68
圖 4-5	仙境傳說玩家狩獵景況……	69
圖 4-6	仙境傳說玩家打敗 MVP 怪物畫面……	70
圖 4-7	仙境傳說已婚玩家蜜月畫面……	73
圖 4-8	仙境傳說男鐵匠與男刺客角色設定圖……	75
圖 4-9	仙境傳說男性角色成長示意圖……	76
圖 4-10	仙境傳說刺客造型……	77
圖 4-11	武術宗師坐姿……	80
圖 4-12	仙境傳說二種女性魔物……	88
圖 4-13	卡普拉服務人員……	89
圖 4-14	仙境傳說電視廣告「PS. 你今天微笑了嗎」……	98
圖 4-15	e-joy ROxRO 封面……	100
圖 4-16	仙境傳說「傾城之戰」平面廣告……	101
圖 4-17	仙境傳說電視廣告「日夜戀人篇」……	103
圖 4-18	仙境傳說電視廣告「夢想天空」……	104
圖 4-19	仙境傳說電視廣告「守候永恆的愛」……	105



# 第一章 緒論

多人線上角色扮演遊戲（massive multi-player online role-playing game，簡稱為 MMORPG）的問世，為台灣娛樂產業帶來市場經營面的衝擊，同時也造成許多新型態社會現象，促使各學域之相關研究興起，學門遍及社會、心理、行銷、教育、資訊工程等<sup>1</sup>。而在近年萌發的眾多研究中，性別成為重要的議題，反映了性別始終是大眾流行文化研究範疇內熱門取向之事實。由於多人線上角色扮演遊戲相較於其他大眾媒體在使用族群上具有青少年男性採用者大量聚集的特性，遊戲內容所呈現的男性氣概 (masculinity) 形象與價值也往往成為青少年在學習性別角色行為上的仿效對象之一，其影響性不容小覷。

為求本研究於社會現象與學術兩面向之研究動機與知識的完整，以下即分為二部分推導本研究之目的。第一部分以多人線上角色扮演遊戲的崛起為始，分別論述其商業背景、社會現象和目前學門研究現況，彰顯男性氣概與遊戲內容研究在目前的線上遊戲研究中實為缺口；第二部分則是承接前述脈絡，提出本研究的目的與重要性。

## 第一節 研究背景與動機

寬頻網路於台灣的盛行<sup>2</sup>與連線遊戲的圖像化，促使線上遊戲（online game，簡稱為 OLG）快速竄升為網路使用者擇用主要服務之一。根據資策會資訊市場情報中心（Market Intelligence Center，簡稱為 MIC）2007 年 7 月至 8 月針對台灣網路娛樂行為的調查統計結果，線上遊戲位居首要網路娛樂服務<sup>3</sup>，同時在網路使用者願意付費的服務

<sup>1</sup> 社會學與心理學取向以賴柏偉(2002)、林鶴玲與鄭芳芳(2005)、侯蓉蘭(2002)與陳士哲(2005)的研究為代表；行銷學取向以葉志輝(2002)、蘇凱如(2003)、徐孟達(2004)、吳唯農(2005)等研究為代表；教育與心理學面向以黃瓊慧(2000)、吳聲毅與林鳳釵(2004)等研究為代表；資訊工程面向的研究則以陳祈年(2005)、盧貞吟(2003)等人針對遊戲設計元素進行的研究為代表。

<sup>2</sup> 根據資策會 MIC 的統計，直至 2006 年 12 月底，台灣經常上網人口已達 979 萬人，普及率為 43%，寬頻用戶數也於同年達到 455 萬戶（資訊工業年鑑編纂小組，2007）。

<sup>3</sup> 根據資策會 MIC 於 2007 年 7 月至 8 月所進行的調查統計指出，網路使用者最常採用的網路娛樂服務

類別排行中亦名列第一（劉楚慧、周樹林，2008）。

而在線上遊戲中，又以角色扮演類型居於主流地位。根據資策會MIC統計指出，2005年台灣地區線上遊戲市場佔有比率上，MMORPG佔70%，休閒遊戲(casual game)佔30%（資訊服務產業年鑑編纂小組，2006）。另外，資策會MIC於2008年1月發佈的《台灣網路娛樂行為分析》報告則指出，台灣線上遊戲玩家最喜歡的遊戲類型為角色扮演類<sup>4</sup>（劉楚慧、周樹林，2008）。前兩項調查結果足見MMORPG在台灣遊戲市場中佔有重要地位。

台灣地區自從「萬王之王」於1999年問世之後，線上角色扮演遊戲正式進入圖形介面時代，之後的「石器時代」、「天堂」、「仙境傳說」等多人線上角色扮演遊戲正式營運，引起風潮，除了對於遊戲產業（尤其是單機遊戲）產生強烈衝擊與市場比重轉向之外，許多因遊戲而生的社會現象接踵而至，其中包含經濟、暴力與兩性互動的議題，引起學界相關研究領域興起（例如對於遊戲虛擬社群<sup>5</sup>、兩性互動<sup>6</sup>、遊戲涵化效果<sup>7</sup>、玩家特性與沉浸<sup>8</sup>等研究主題）。

近年關於多人線上角色扮演遊戲的研究快速成長，其中以社群合作、暴力、沉浸、成癮行為、兩性互動、經濟（如虛擬資產保護與交易）與行銷廣告之議題為主。由於多人線上角色扮演遊戲強調互動，目前主要研究多為針對玩家遊戲經驗與心理模式為主。其中，青少年玩家的線上行為與社會化影響為最重要的議題之一。根據資策會MIC的統計指出，線上遊戲玩家人口主要年齡層位於15~24歲之間。另外，從職業別而觀，學生

---

依序為線上遊戲、線上影視、部落格、網路相簿、線上音樂等（劉楚慧、周樹林，2008）。

<sup>4</sup>根據資策會MIC於2007年7月至8月所進行的調查統計指出，線上遊戲玩家喜歡的遊戲類型依序為角色扮演（喜好比例75.4%）、動作（喜好比例43.4%）、競速（喜好比例為23.8%）等（劉楚慧、周樹林，2008）。

<sup>5</sup>以賴柏偉(2002)的研究為例，其研究內容指出多人線上角色扮演遊戲提供的虛擬社群與互動功能，提供玩家一個共同想像生活空間的機制。

<sup>6</sup>侯蓉蘭(2002)、陳軼辰(2003)及張玉佩與呂育璋(2006)等人的研究以兩性玩家在多人線上角色扮演遊戲中的遊戲表現與互動特質為主要關懷，其研究結果指出多人線上角色扮演遊戲有著有利於男性，並反映傳統兩性互動的傾向。

<sup>7</sup>例如陳士哲(2005)的研究以多人線上角色扮演遊戲對青少年玩家的涵化程度為主題，其結果指出遊戲對青少年玩家的涵化作用與過去針對暴力電視節目的涵化研究結果相似。

<sup>8</sup>遊戲成癮與沉浸的研究以黃瓊慧(2000)針對玩家對於多人線上角色扮演遊戲的沉浸與黏著程度的研究為代表之一；玩家特性的代表研究分別為吳聲毅與林鳳釵(2004)對於中小學生玩家的遊戲動機與喜好的研究，及林鶴玲與鄭芳芳(2005)分析玩家在遊戲中的活動情形，研究結果顯示青少年玩家在虛擬世界的角色培養並非單純抱持遊玩心態為之，而是帶有自我經營和社會學習的態度。

為最主要族群，15~19 歲之學生玩家佔了約三成左右。在遊玩習性統計上，15~19 歲為輕度（1 小時內）與重度（4 小時以上）玩家之最大族群，分佔 32.5%與 29.7%，角色扮演類型之線上遊戲為喜好主要類型（資訊服務產業年鑑編纂小組，2006）。15 至 24 歲為建立自我認同與社會化的重要時期，尤其，性別角色發展更是重要的環節<sup>9</sup>，生理變化、性別氣質形成為主要的部分。在社會學習論的觀點中，家庭、學校、同儕團體與大眾媒體的影響為青少年型塑性別角色的重要影響因素。在網路普及的近十年中，網路媒體與遊戲逐漸成為學生族群主要的媒體娛樂來源，影響力佔居重要地位。近年線上遊戲的崛起（尤以多人線上角色扮演遊戲為最），使得線上遊戲成為青少年主要的娛樂來源之一，線上遊戲的時間獨佔性使得線上遊戲的影響力不亞於電視、電影、流行音樂與廣告等媒體。

因此，線上遊戲的性別特質成為研究議題，而近年較常被討論的議題在於玩家性別氣質與兩性玩家互動議題上，張玉佩與呂育璋(2006)曾以兩性玩家互動的角度出發，訪問多人線上角色扮演遊戲之男女玩家，歸結出多人線上角色扮演遊戲具有娛樂取向、男性中心與身體再具體化之特質，極化了現實世界的父權制度，並強化男強女弱的互動關係。陳軼辰(2003)的研究則指出，生理性別（先天）與性別氣質（後天）同時影響了玩家的線上遊戲參與行為，性別氣質更影響了玩家參與線上遊戲的動機與心理需求，尤其非玩家的男性氣質較玩家的男性氣質低，非玩家的女性氣質較玩家的女性氣質高，該研究推論線上遊戲被視為較男性化，屬於男性的休閒活動。在侯蓉蘭(2002)的研究裡則是針對少年在多人線上角色扮演遊戲中的認同形成有所著墨，透過少年玩家訪談，發現玩家在多人角色扮演遊戲中進行角色與性別實驗，透過網路的匿名性和高互動性，進行角色變換，或是透過遊戲過程進行性別角色的窺探，但對於兩性互動方式卻存在著物化與工具化的本質。

目前既有的性別取向研究，均以玩家之角度出發，透過玩家的看法，推論了多人線上角色扮演遊戲的男性傾向特質，遊戲經驗中存在著單一片面化的男女形象與兩性關

---

<sup>9</sup> 黃德祥(1994)曾指出，性別角色發展是一種個人認同社會可接受的兩性行為模式的歷程，在此過程中，個人習得在社會中區分男女，並以適當的行為表現。

係，在研究取徑上以廣泛的兩性議題或以女性地位的探討為主，專門探究男性議題的研究則付之闕如。另者，綜合資策會 MIC 於 2005 年 7 月的統計中線上遊戲玩家之男女比約為 6 比 4（9.9%比 6.1%）的現象（資訊服務產業年鑑編纂小組，2006）與青少年族群佔遊戲人口較多數的現象觀之，青少年中的男性族群是多人線上角色扮演遊戲的主要消費者，伴隨著長時間的遊戲時數，遊戲內容的性別價值觀對於青少年玩家的影響不容忽視，故本研究在研究焦點上進一步聚焦於男性氣質的形成，試圖透過遊戲內容分析與遊戲產業操作男性氣概過程的檢視，驗證或反證前述研究中對於多人線上角色扮演遊戲強化傳統男性中心與兩性互動的推論，從文本理念對於青少年可能造成的性別認知做出證明與回應。



## 第二節 研究目的與重要性

多人線上角色扮演遊戲的流行，使其成為大眾傳播與流行文化的一部分。而縱觀其他現有大眾媒體文本的內容，其性別意涵一直存有偏向父權意識鞏固與弱化女性之現象，雖然近年已有部分強調感性男性的敘述，但多從商業考量出發，以吸引目標消費者為目的（徐振傑，2004），並未刺激性別氣質多元化成為現代大眾文化內容的典範意識。多人線上角色扮演遊戲身為網路媒體之一，其性別意涵的呈現是否和其他大眾媒體內容一般？或彰顯了同為網路媒體的論述解放特質，為本研究的一個重要動機。

另者，有鑑於男性研究在國內仍處於起步階段，尤其在大眾媒體研究甚少有專門著述與研究，加以多人線上遊戲作為近幾年來竄起的重要媒體之一，研究其內涵，補足目前於線上遊戲研究領域中不足的文本取向區塊，實屬重要，故本研究在探討男性呈現之餘，也試圖整理出多人線上角色扮演遊戲內容研究的架構。

目前對於多人線上角色扮演遊戲的內容分析取徑，仍在發展階段，Aarseth(2004)曾指出，多人線上角色扮演遊戲在文本敘述上的特殊性（例如任務的組成與反情節式的遊玩方式等），使得多人線上角色扮演遊戲的內涵研究無法單純地以傳統敘事分析的方式進行。量時間與能力所限，本研究將試圖以融合與部分修正、詮釋的方式，作為探究遊戲內涵的工具進行研究。

綜合此二節所述前述動機與重要性，本研究之目的，欲透過解析遊戲規則結構、文本內容與行銷傳播文本內容，探究多人線上角色扮演遊戲作為一個媒體文本所傳遞的男性氣概意涵，並透過此探索過程，理解遊戲架構元素與男性氣概展演的關係。另外，透過前述探索成果，也將比較遊戲與其他媒體的男性氣概再現價值。

## 第二章 男性氣概與遊戲結構

理論概念的耙梳與歸納，是引導研究問題架構的基石。此章分別探究男性氣概與多人線上角色扮演遊戲兩大主題元素的結構，回顧其特質、相關理論與現有研究成果回顧，分別歸納男性氣概在大眾媒體文化中的再現形式與多人線上角色扮演遊戲內容結構元素，並於末尾交會出本研究之理論與研究架構。

男性氣概是近年來新興的研究論域。國內外許多學者的著述分別從男性氣概的定義、社會真實與媒介真實等角度出發，為此研究領域注入活泉。男性氣概實非單一性的概念，但在社會化機制與大眾文化內容的形塑與強化下，現今的男性氣概社會實踐有著強調傳統男性氣概標準並弱化其他可能性的傾向。

另一個要探討的，是多人線上角色扮演遊戲，亦為本研究探討的男性氣概實踐場域。多人線上角色扮演遊戲近年成為學界新興研究媒體，其中包含市場特性、使用者特質、其引發的社會現象與遊戲文本結構的認知辯論。由於多人線上角色扮演遊戲是一個以規則為基礎建立的文本與環境結構，對於遊戲敘說故事的內容與型態皆有其影響性。

當男性氣概遇上多人線上角色扮演遊戲，呈現了玩家實踐與遊戲內容的媒介真實兩大面貌。現階段對於遊戲中的男性實踐研究偏向兩性玩家在遊戲環境中的互動與平等探討。然而，遊戲內容所呈現的男性價值卻是遊戲研究領域中失落的一角，值得探究並與玩家互動的現象作一回應。

### 第一節 男性氣概

在社會學、心理學與教育學等層面針對性別意涵的探究上，常以生理性別與社會性別的概念區別論域。生理性別取決於天生既存的生理結構，而社會性別則是透過社會、文化形塑產生的性別差異（Deaux, 1985；轉引自陳軼辰，2003）。在社會性別的範疇中又以性別特質為重要動力，並在兒童與青少年兩性化發展中扮演重要角色。

在性別特質的研究領域中多半從男性氣概(masculinity)與女性特質(femininity)兩方面進行探究，但相較於女性特質因女性主義研究高度發展而受重視的景況，男性氣概的研究，在性別研究中是較被忽視的環節，早期多隱身於廣泛性別研究與女性研究的小幅篇章中，直至 1970 年代後，男性研究才開始生根，並產生許多流派。

男性氣概究竟是什麼？事實上，男性氣概是一個具有多元意涵的概念，而多元的意義來自不同的時空脈絡。有學者曾以功能性論之，將男性氣概定義為「在特定文化脈絡中約定俗成，規範身為一個男性應有之性別行為的屬性」(Macdonald, 1995)。也有從社會實踐角度的詮釋：「男性氣概既是性別關係中的位置，亦為男性和女性透過實踐確定位置的實踐活動，以及這些實踐活動在身體的經驗、個性與文化中產生的影響」(Connell, 1995)。

作為本研究主題重要的理論元素，對於男性氣概的認識實屬重要。以下即以理論觀點、社會真實與媒介真實三個層次，回顧男性研究的源流、男性氣概的定義、男性氣概的形成與男性氣概在大眾文化內容中的呈現，最後對於男性氣概在多人線上角色扮演遊戲中的呈現提出疑問與連結，引導至下一部分的遊戲相關論述。



## 一、男性研究與男性氣概觀點

從 1970 年代之後，男性運動興起，受到女性主義運動刺激，開始發現男性角色內在壓力和外在環境之間的衝突，繼而衍生各種和男性運動相關的組織與研究，延伸的派別亦開始成長。從 Clatterbaugh (1997；劉建台、林宗德譯，2003) 與 Brod(1987)的觀點來看，男性氣概應以複數形(即 masculinities)表示，因為沒有絕對單一的標準與行為可以概括全世界的男性。

根據 Clatterbaugh (1997；劉建台、林宗德譯，2003) 對於美國社會男性氣概流派的整理，當代男性氣概的定義與觀點共分為八個派別，其基礎理念與男性氣概現實如下。

1. 保守主義：保守主義觀點認為傳統對於性別的概念是以本質觀點出發，認為男性與女性是相對的，男性氣概表現領導者的氣質，女性特質位居從屬地位；

2. 擁女主義：擁女主義者省思目前社會的父權結構，並展現在對女性社會現實的關注，並與女性主義學派保持友善關係；
3. 男權運動：男權運動倡議者認為，性別不平等的現象亦發生在男性身上，男性並不比女性優越，在社會上無能為力<sup>10</sup>，是沒有權力的受害者；
4. 神話創作：神話觀點主張男性應主動追尋失落的靈性，釋放情感，並透過學習部落男性成長儀式的方式尋回亡失已久的男性氣概；
5. 社會主義：現代男性氣概根植於經濟結構，以職業階層類比生產關係而言，男性藉由職業、薪資與社會位階表現其男性氣概，男性氣概使男性持續將各種責任轉化為男性責任，此種性別社會現實唯有在結構翻轉後才得以改變；
6. 男同志的：同志派批判異性戀思維指導下的男性氣概，由於在傳統男性氣概養成過程中，「恐同」為重要的手段，同性戀傾向與陰柔特質為傳統男性氣概所攻擊與邊緣化，於是同志派以男性氣概的多元性迎擊單一片面的男性氣概。在同志派的認知中，男性氣概與性別角色價值是由社會所建構的；
7. 非裔美人：非裔美國男性的男性氣概研究主要是挑戰傳統男性氣概中的種族歧視，這同時也可類推至對黑人男性的研究；
8. 福音派：福音派以基督教教義觀點出發，強調性的純潔與女性的從屬地位，認同異性戀結構，並認為男性天生就有與耶穌親近的私人關係，是上帝在世界上的代理人。男性氣概就是「充分了悟上帝置入男身的特質，能為上帝在世界上得目標持續出力」，男性氣概是男性能明智、敏感、熱情、堅定及涉入上帝的事業的可靠基礎。

前述Clatterbaugh的研究係針對美國國內性別社會現象提出男性氣概流派，在台灣本土的研究部分，則正處於起步發展的階段。近年來關於男性氣概的研究多以軍隊、職場

---

<sup>10</sup> Goldberg(1976)與 Kimbrell(1995)曾提出男性無能為力之說的社會觀點，以賺錢養家的社會壓力為例，男人若無法在事業成功，有能力賺錢養家，會被視為失敗者。



與校園文化為主<sup>11</sup>。

王浩威(1998)曾以連載專欄的形式，引介數個台灣男性性別角色議題，包括男人不輕言、對親密關係的處理無能、性探索與性遊戲、成長儀式、自戀情結與同性情誼等，並指出，台灣男性氣概價值深受父權結構影響，透過傳統教育環境的訓練，男性被要求獨立、不依賴，並作為權力的擁有與支配者。男性在此結構中獲益，卻也同時遭其束縛，對於親密關係的焦慮，促使權力征服式的兩性關係產生，台灣男人囿於社會期待中，佔優勢卻受壓抑。

進一步以各個男性氣概的儀式來看，在軍隊文化面向上，洪文龍(2000)曾撰文指出，兵役的內容實為一種由男孩轉變成男人的成長儀式，藉由當兵中的體能鍛鍊、身體觀視與性體驗，將內在假想的敵手—女性特質完全去除，以成為「真正」具備男性氣概的男性，在這個過程強化了過度男性氣概(hypermascularity)、異性戀關係中的權力支配與對女性的醜化仇視。

在職場文化方面，楊駿北(2004)以空服員職場為例，探究男性進入女性化職場的經驗，其結果指出，男性擔任空服員同時歷經正／反面的性別刻板印象<sup>12</sup>，但經常為正面印象的受益者，社會輿論並不因空服員行業的女性化而對於男性空服員的男性氣概產生質疑，男性儘管進入男性少數的職場環境（如社工、護理等），仍依循主流男性氣概價值行事。黃淑玲(2003)的研究則是探究特殊但卻普遍的男性職場文化—應酬與酒廊文化，指出了台灣喝花酒文化實為促進認同傳統男性氣概的制度儀式，在強化傳統男性角色行為價值的過程中扮演了重要角色。

在校園文化方面，郭怡伶(2004)曾針對校園裡的「阿魯巴」性遊戲進行研究，其內容指出，此類性遊戲同時具有友誼表達與欺負他人的意涵，並成為養成男性氣概的一個操演工具。校園裡建構的男子氣概（包括異性戀價值、恐同、排斥女性化特質等）經由「阿魯巴」和其他活動以他律、彼此監督形成，這樣的現象反映了在校園中男性氣概的形

<sup>11</sup> 根據畢恆達(2003)的整理，目前國內已發表的男性氣概研究中，以針對男性進入傳統非男性職業領域的經驗研究為主，例如社會工作面向（葉明昇，1999）、護理工作（徐宗國，2001；楊政議，1998）、家政（李惠恩，2002）、小學教育（陳佑任，2002）、楊駿北(2004)針對男性進入空服員職場經驗的研究等。

<sup>12</sup> 根據楊駿北(2004)的整理，男性進入空服工作場域的正面印象多以生理特質為主，如體力的優勢為主，負面印象則包括俊帥外型迷思、陰性化刻板印象、情慾流動等等。

成是在一個深怕不符合前述男性氣概迷思的前提下進行，同時這樣的男性氣概認同是十分虛幻且脆弱的。

兩相對應 Clatterbaugh 對於男性氣概的論域劃分與近期台灣近期的實證研究，可看出台灣目前的男性氣概現象研究偏向探討傳統男性氣概的養成過程與刻板印象的批判，呈現較多保守主義的面向，在對於台灣的男性氣概主流價值與實踐進行批判的同時，另存有同情，且傾向 Clatterbaugh 的分類中男權運動的觀點。由於台灣與美國的國情有異，非裔美人派所代表的弱勢觀點與福音派及神話所代表的宗教觀點在台灣的男性研究領域中或可暫擱，但社會主義的階層觀點是值得發展的研究取向。另，對於男同志派別所倡導的多元男性氣概理念，亦值得在今後的台灣男性氣概研究領域中成為新的基礎理念。

男性氣概的研究與再認知，是補滿性別研究地圖的一個重要圖塊，此取向的研究在台灣已萌芽，且持續延伸至各種社會化機制環境的探討，無論在心理、教育、社會層面上皆有其重要性。



## 二、男性氣概的標準：普世價值面向

前一部分男性氣概研究領域中的男性氣概價值，是由學術流派的觀點進行考察，而男性氣概實為社會價值運作產生的結晶，並透過隱性和顯性的社會工具複製、散播與鞏固。那麼，社會上普遍接受與散播的男性氣概的樣貌為何？

根據 Kaufman(1993)的看法，社會上普遍接受的男性氣概，也就是傳統男性氣概的理想型是源自於 19 世紀對於公／私領域劃分的性別角色行為預設基礎，在假設男性與女性於行為與個性截然不同的前提下，將男性定義為「源生自公領域、具行動力、強壯、獨立、有權力的、宰制的、積極的、能將一切行為握在掌控之中的」。相對而言，女性往往與私領域相連結，被視為「被動的、附屬的、具依賴性的、無權力的、擔任培養角

色的」。畢恆達(2000)進一步指出，這樣對應在兩性的二元對立思維，除了顯現男女之間的差異之外，這些特質也存在優劣之分：獨立優於依賴、積極優於被動、有權力優於無權力…等。

李美枝(1984)則針對台灣男性大學生特質進行實證研究，統計出三十種男性主要呈現的特質，如：粗獷的、剛強的、個人主義的、偏激的、靠自己的、有支配能力的、冒險的等等。

Hite (1981；林瑞廷譯，1995)的實地調查與研究則將男人對於男性氣概的定義整理如下。

1. 男人應自我肯定、無所畏懼、一切操之在我、獨立自主、不依賴；
2. 男人必須要有領導能力與支配力；
3. 男子漢是負責任的；
4. 男人要成功（尤其在金錢方面）；
5. 男人必須忠誠信實；
6. 男人應該努力工作；
7. 男人應該維護家庭，做強壯的父親；
8. 男人應該參與男人的活動，且被其他男人接納為「團體的一份子」；
9. 外表上看起來像男人（肌肉、嗓音、儀容、不禿頭、性器很挺）；
10. 懂得處理與女人的關係；
11. 對於女人有性慾，懂得把女性當作崇拜的對象來欣賞。



Broverman 等人（1972；轉引自黃德祥，1994）將性別角色印象劃分為能力聚類 (competence cluster) 與溫暖表達聚類 (warmth-expressiveness cluster) 兩端。男性的能力聚類行為（如獨立、不情緒化、具競爭性、主動…等）與女性的溫暖表達聚類行為（如溫柔、安靜、需要安全感、不粗鄙…等）較受歡迎，相反則受厭惡。

另外，Gratch（2001；張美惠譯，2001）將男性氣概定義為：1. 男兒有淚不輕彈；2. 感情淡漠；3. 不安全感；4. 自我凸顯；5. 具攻擊性；6. 自毀；7. 以「性」溝通。

Hite、Gratch 與 Broverman 等人的看法正好和台灣傳統上的男性形象不謀而合。畢

恆達(2003)曾針對國內性別角色行為現況指出，在傳統性別結構中，男性與女性分別被授與不同，甚至是相對的性別角色期待，例如男主外—女主內，與男性重視理科培育—女性重視文科培育等，男性被過度期待獲致成就，對於女性則不報期望。另外，早期歐用生(1988)、李元貞(1988)、魏惠娟(1994)與黃振傑(1995)等人針對國內教科書內容的研究曾指出，教科書的內容與插圖呈現了以男性為主體的父權結構，「男主外、女主內」的性別角色價值成為兩性人格特質的標準（轉引自呂興忠，2002）。近期陳明敏(2003)、古玉英(2003)與粟慧文(2003)等人的教科書內容分析亦指出男性特質偏於強健有力、勇敢、愛冒險，職業上偏向專業化，如醫生和律師職業，角色類型偏向決策者和知識提供者，經常被描繪成對社會具高度貢獻，促進社會進步，作為表揚的典範。在媒體內容上，男性經常被描繪成事業有成的男性，專注於工作之上，強調男性主導能力，掌控方向，屬於優勢階級（洪嘉菱，2003；林俊良，2002）。

綜合前述對於男性氣概的社會普遍認知標準，可看出幾點趨勢：1.以二元對立的標準劃分性別氣質領域；2.男性氣質多與理性、科學和有形易見之成就連結，女性則多與感性、文藝和家庭連結；3.兩性氣質往往以相對排除的方式定義。而這趨勢引領著家庭、教育等社會化機構或媒體，訴求同一類的男性氣概典型。

### 三、男性氣概的形成途徑

男性氣概的學術和普世認知，已於前二部分呈現與歸納。在實際運作上，男性氣概是如何形成，並成為男性性別角色行為的中心價值，在社會心理學與發展心理學的領域中已有學者進行相關論述與模式產生，以下茲引介男性氣概形成的各種動力，並提示大眾媒體與網路科技在形成機制上的角色。

Connell(2004)認為，性別角色是經由社會化學習而來的，男性與女性是建構出來的一種轉化過程，男性藉由學習以展現男性氣概。

至於男性氣概的形成途徑，在 O'Neil 等人(1980)的歸納中，則將影響性別角色社會化的因素分為家庭因素、社會因素、情境因素、社會經濟因素、個人因素與心理情緒因

素等。其中，家庭因素中的早年兒童期楷模、父母親角色楷模與社會因素中的教育經驗、同儕影響、大眾傳播媒體為主要動力（轉引自黃德祥，1994）。Connell(1995)亦有相同看法，其論述指出男性氣概可經過家庭、學校同儕團體、大眾文化等環境形塑而成。

男性氣概與女性特質的穩定，象徵著社會性別角色系統的維持，在穩定的過程中，男性多為此種體制（父權制度）的受惠者，但同時亦需付出相應的代價。

從家庭環境的面向而觀，Flannigan-Saint-Aubin(1994)、Hite(1981；林瑞廷譯，1995)與王行(1998)皆提及家庭環境中的男性氣概養成，常遭遇對於女性特質可能上身的的不安全感，而這樣的不安全感和家庭所給予的期待與教養有關。父親在男性成長中扮演著示範與規範男性氣概原則的角色，追求成功、權力與掌控力的社會期待促使了閹割情節的產生：男人害怕自己不像個男人。

這樣的期待促進了對支配力發展的渴求，因此，除了家庭經驗外，學校男性同儕、軍旅生涯中的一些儀式，例如古代的祭祀、狩獵、武術，與現代的阿魯巴、校園霸凌、軍中老鳥欺負菜鳥、集體嫖妓等，成為確保男性陽剛特質的社會化過程。

另外，在男性氣概形成的過程中，女性扮演了重要角色。Bourdieu(2001)曾指出，男性氣概與女性特質是透過相對、二元的意識型態運作產生，藉由軀體習性(bodily hexis)與內化的實行價值(ethos)展現，除了男性在權力的支配之外，對於女性同時的征服（性行為）與排斥（排斥女性特質）也是重要的機制之一（轉引自黃淑玲，2003）。

相較於家庭、社會儀式與女性，大眾媒體在男性氣概形成的過程中沒有提供儀式類的親身經驗，但其內容不斷複製與傳遞的價值觀提供了兒童與青少年仿效的模範。Papalia 與 Olds (1992；黃慧真譯，1994)就曾指出一般高中生畢業時已觀看過三十五萬六千則電視廣告，並吸收了強烈性別角色刻板化的態度。接收許多大眾媒體資訊的兒童與青少年多半會模仿媒體內容中的楷模，在性別意識發展上容易傾向配合媒體內容中的性別角色期待。

前述家庭、儀式、女性與大眾媒體的形成動力，是根據社會心理學和發展心理學的基礎而論。Burrill(2001)則是綜合這些因素並加上科技的影響，提出另一層次的觀點。

Burill(2001)認為，無論是何種意識型態主導的男性氣概，其形式均以兩種類別為之：1. 行動的模式：持續性地展演男性氣概；2.藉由科技的假體(prosthesis)、數位化和互動性產生。這兩者持續地強化男性氣概。男性氣概的產生與運作除了透過一般社會化機構(如家庭、學校等)之外，更特別地展現在新科技的發展、監視科技與暴力行為之中。

#### 四、 霸權男性氣概

普世價值所認同的男性氣概形象，透過家庭、教育、同儕與大眾媒體等途徑傳佈並造成影響。其中，大眾傳播文化的再現對於主流男性氣概的鞏固居功厥偉，在兒童與青少年的性別角色意識形成上扮演重要角色。大眾傳播內容中的男性氣概以什麼樣的意識型態體系運作？R.W. Connell 發展的霸權男性氣概(hegemonic masculinity)概念正提供一個明確的結構。

Connell(1987)以 Gramsci 的霸權概念為基礎發展了霸權男性氣概理念，認為其指陳了中產白人異性戀的文化宰制。霸權男性氣概不僅是一種男性角色行為的認知，更是一種邊緣化女性與其他男性(如感性男性或同性戀者)的男性氣概類型。Connell 的敘述反映了男性氣概的多元性，同時也反映傳統父權價值在多種男性氣概中握有引導主流價值的權力。

霸權男性氣概的定義為何？根據 Hanke(1992)整理歸納 Connell(1987)與 Carrigan 等人(1987)的結果，霸權男性氣概被定義為一種由社會價值傾向所認同的男性氣概典型，這個典型定義了大眾對於男性氣概的「常識」，確保對於性別關係系統的宰制。

至於霸權男性氣概如何在社會中進行運作，Connell(1987)以男性氣概的層次架構展現。Connell指出，除了以過度邊緣化女性作為定義男性氣概的方式之外，男性氣概本身以一組體系層次(hierarchy)存在，最核心為霸權男性氣概，其次為保守男性氣概(conservative masculinity)，最外圍則為邊緣化的男性氣概(subordinated masculinity)。在

這組架構中，霸權男性氣概透過排除(exclusion)的方式<sup>13</sup>，定義自身並鞏固其象徵的性別角色價值。Kimmel(1993)亦曾指出，霸權男性氣概在社會制度中的運作時，致使男性霸權不但剝削女性，同時也剝削「非男性」的男性。尤其在女性自主工作權越益抬頭的現代，男同性戀(gay men)與感性取向的男性成為新的邊緣化客體。

在 Connell(1987)的觀點中，霸權男性氣概仰賴權威力量的建立，而在大眾媒體的呈現上，則需要藉由過度男性氣概之理想型的建立來進行。過度男性氣概通常隱含著強硬(toughness)與宰制(dominance)的特性，在媒體文本中的代表題材多為西部、戰爭與動作等類型。

MacKinnon(2003)指出，霸權男性氣概定義了當代宰制的「怎樣才是個男人」的價值，但其確是一個流動的概念，隨著社會文化與實踐而有所變異。但一個事實是可以確定的：無論所有的男性是否據以實踐，大多數的男人都因霸權男性氣概的存在而得到優勢。



綜合前四段落理論面與社會真實面向的回顧，並審視 Macdonald(1995)與 Connell(1995)功能與社會實踐面向對於男性氣概的定義，本研究認為，男性氣概有其多元的展現形式，但仍有其中心定義。歸納前面幾個段落的論點，本研究將男性氣概綜合定義為「透過文化或社會實踐產生的性別氣質標準，而這標準指導男性的性別行為，並和其他個體產生交互影響，而影響可以是正面的增強確定或相互衝突的激盪重述」。

## 五、大眾流行文化中的男性氣概

理論面與社會真實對於男性氣概的描繪，指出男性氣概的理論多元本質與社會實踐的標準趨勢：理性的、主外的、重視成就與能力的傳統期望。而大眾文化所呈現的「男性真實」，透過影像與聲音，擁有不同的面貌。

Connell(1995)曾指出，大眾文化是重要的性別角色形成因素之一。在家庭、學校與

---

<sup>13</sup> Gitlin(1987)曾指出，霸權意識型態的運作是透過排除(exclusion)以持續其「常態」。

大眾文化等影響因素中，大眾媒體的內容較為強烈地以再現的形式將男性氣概的標準描繪而出，同時，也容易持續地反應出整體社會的性別價值觀。Horrocks (1995)就曾認為，透過大眾媒體來不斷複製與再教育，性別神話得以建立與維持，穩定性別角色行為。

至於大眾傳播媒體中男性氣概形成的重要元素，在許多相關研究中多有著墨。本研究以MacKinnon(2003)著作首章綜論為基礎，根據其整理過去學者的看法，提出大眾傳播媒體中，男性氣概呈現的四個重要的元素，分別為身體、對立的客體、暴力與男性友誼<sup>14</sup>。以下共分為四部分來敘述。

### (一) 身體

19世紀以降，男性身體轉變為極度重要的符號(Horrocks, 1995)，並成為男性氣概建構的關鍵角色。Messner(1990)認為，身體是社會實踐的客體。在女性研究的取向上，男性身體更扮演重要角色：男性身體的可視性(visibility)彰顯了女性特質在男性主體性之下的扮演著承受的角色之景況(Thomas, 2002)。

至於在大眾文化中最常用以形塑男性氣概的身體特徵，在過去的研究中已畫出架構，分別為肌肉、性器與衣著。

1. 肌肉：Wiegers(1998)曾指出肌肉的重要性。肌肉與男性慾求具有深遠關係，而這樣的渴求是透過消費文化和大眾文化帶動的，運動（例如健身）即為一個重要的意象與活動。Marchetti(1989)更指出，許多以動作冒險主題為主的電視／電影作品中特別強調男性身體的理想特徵，肌肉發達、力量、殺戮效率與承受肉體折磨的能力都是其重點。Katz(2002)也認為，男性發達的肌肉是大眾媒體塑造男性氣概理想型的一個重要工具。
2. 性器：Fiske(1987)曾指出，男人的陽具象徵其進入男性氣概場域的工具。陳佩

---

<sup>14</sup>本研究是以多人線上角色扮演遊戲作為一個媒體文本為基礎出發，探討再現與其意涵，但在實際社會運作中，男性氣概的形成催生要素實有更多面向，無法窮盡，故以普遍媒體文本取材並放大之部分作為研究理論與對照基礎。



君(2004)亦曾歸納 Lacan 的觀點指出，陽具代表父親的存在，且確保父權結構的象徵秩序。在大眾媒體表現上，Caputi(2002)則指出，將男性性器以強大武器比喻的現象在大眾文化文本中隨處可見，性器象徵著暴力、控制與權力的意涵。

3. 衣著:除了健壯的體態以外,男性穿著也可強化其身體特徵。Hollander( Hollander 著;楊慧中、林芳瑜譯,1997)曾指出,男性西裝剪裁凸顯與強調寬厚肩膀、肌肉發達的胸膛、細腰等,暗示了男性身體之健壯。王浩威(1998)則指出,強調肩膀墊得挺直的西裝或中山裝象徵著男性的權力與強者姿態。

## (二) 對立的客體

Kaufman(1993)與畢恆達(2000)皆指出社會普遍性的性別氣質概念是以二元對立思維為基礎,並存在兩性行為截然相對的假設。在這樣的假設下,男性氣概的內涵構建往往透過排除的方式,也就是「甚麼不是男人應有的樣子」做為定義的方式。是故,在二元對立前提下,必須存在一個排除的對象。此即 MacKinnon(2003)所指陳的對立客體概念。

女性在大眾的媒體文本中扮演著對立客體,協助定義男性與凸顯男性角色行為。許多研究顯示,男性與女性在社會期待上亦呈現二元對立的僵化定義。例如李美枝(1984)的整理研究中,男性與女性特質呈現了強烈對立性的情形,男性理想角色行為多偏向工具性,女性則是感性取向。

除了個性氣質的分界以外,女性身體更是重要的對立定義來源。Macdonald(1995)曾指出,身體在女性特質的定義與再定義上扮演重要角色。對於男性的存在而言,女性身體不但以第二性徵做為和男性相對定義的具象指標,同時也成為男性行使部分行為以彰顯男性優勢的客體。以羅燦煥(1998)針對港台強暴電影的分析為例,其研究歸納出女性在強暴電影中扮演受害者角色,在性別刻板印象的建構下,女性的身體成為被動、物化、被男性賞玩的對象,相對地反襯了男性的性權力,並規範與強化男性在性需求上狂熱與隨時準備好性交的特質。

另外，由於社會風氣轉變、同志族群意識抬頭與女權運動的興起，部分媒體文本為了順應社會變遷，討好女性閱聽族群，同性戀傾向與陰柔特質的男性亦成為用以襯托傳統男性氣概的對立客體。

### （三）暴力

除了以對立客體彰顯男性特質之外，暴力也成為強化男性氣概的表現方式之一。Kaufman(1998)曾指出，男性會建構一種以暴力為導向的男性氣概，其中包含了男性對女性、男性對男性，及其對自身的暴力。Hearn(1990)更進一步地認為，男性的力量與暴力使用已被正常化，甚至制度化，並於少年時期即開始展現。Gilligan（1996，轉引自 Caputi, 2002）則道出男性暴力的源頭：大多數的男性暴力行為展現並非肇因於男性的天生激進，而是未準備好決鬥的人是可恥的、傷害男性氣概的，必須攻擊以捍衛男性特質的存續。

進一步以廣告再現的面向為例，Katz(2002)的研究指出，廣告企劃者在塑造商品的男性氣質時，會使用運用暴力的男性角色（例如特別突出的超級英雄與激烈活動的運動員等）以刺激並促使消費者購買該產品以補足其不夠強壯、有力的現狀。另外，援引大眾熟知歷史中的暴力（如戰爭）與運動形象也成為創造商品吸引力的途徑。

另外，在過去電視遊樂器的相關研究中顯示，暴力是許多遊戲的關鍵成分(Jansz, 2005)，且暴力遊戲也在近年逐漸擴展至線上遊戲，除了第一人稱射擊遊戲（first person shooting，簡稱為FPS）之外，線上多人角色扮演遊戲也加入力量，甚至是暴力的使用，以吸引玩家投入。

### （四）男性友誼

許多社會學與心理學研究都證實了 Rubin(1985)的觀點：女性友誼奠基於親密、自我揭露、撫育情感支持；男性友誼則是奠基於活動的分享，包括工作、運動與專業知識。

傳統男性氣概價值在男性友誼的形成上扮演了重要角色。在男性被要求降低女性特質線索下，男性間的交往多半有著情感上的距離。根據 Hite (1981；林瑞廷譯，1995) 的觀察，大多數男性無法從父親身上得到心靈親密感，但和同輩同性友人的交往卻也常受到同性戀感覺的侵噬。如此的情誼交流模式在部分大眾文化中以夥伴、好兄弟的形式存在，帶有些許英雄神話的成分，以運動賽事的再現為例，Ducan、Messner 與 Williams(1990)的研究發現，男性運動賽事常常被喻為「男子漢的對決」，並強調男性運動團隊成員間的合作患難情誼，男人們共同奮鬥，為成功揮汗，並受人尊敬。英雄惜英雄與重情義的形象，常與男性友誼相連。

## 六、大眾媒體中的男性氣概再現

過去關於大眾媒體男性氣概與男性形象的研究，多附於大篇幅女性討論中的一些短篇段落中，在本研究將多人線上角色扮演遊戲視為大眾媒體與流行文化之一部分的前提下，茲把梳數類型大眾媒體（電影、電視劇、廣告）中的男性形象與男性氣概再現形式，以供本研究回顧與形成問題。

Horrocks(1995)與 MacKinnon(2003)曾對於數種大眾媒體進行男性氣概的探究，其中以電影、電視、運動媒體（如體育賽事轉播、體育新聞）、廣告等為代表內容形式。

### （一）電影

根據 MacKinnon(2005)、Horrocks(1995)的研究，較多刻劃男性氣概的電影題材分別為西部／動作與恐怖（含驚悚）等主題。

西部題材為傳統性別價值的代表型。根據 Horrocks(1995)的整理，西部片主題大部分為兩性關係、自然、語言與暴力。其中，暴力為其重心。在西部片中，男性透過許多不同的途徑來否認女性世界，女性角色在西部片中邊緣化，淪為受男性主角救贖之對象或是男性決鬥的獎賞，女性被視為交換商品(exchange commodity)。除了扮演英雄的男性

主角外，反派角色多亦為男性，無論是正義或邪惡者，皆強調戰鬥能力、耐力與智力。

恐怖電影則為另一種彰顯男性勇氣與英雄能力之類型。在恐怖電影（尤其是鬼魅電影）中，男性多為對抗怪物或是鬼魂等災難的領導者，甚至，有女性鬼魅與怪物角色，將女性角色妖魔化。然而，吸血鬼揉合男性女性特質之形象（尤以吸血鬼德古拉公爵的傳說為代表）所帶來的性別重新思考與第二次世界大戰後的發展，使得恐怖電影的性別角色產生轉向：男性角色從理性英雄典範轉移至時有心理受創或變態傾向；女性角色則從被救贖或性感／妖魅形象轉為女性英雄，展現克服困難的力量(Horrocks, 1995)。

另外，MacKinnon(2003)以綜觀的方式，整合了電影發展歷程，他指出，現代主流電影中的男性氣概核心問題在於過度堅持異性戀價值的陳述。以 Connell 的角度延伸而言，過去的男性氣概定義奠基於女性與感性男性的相對者，現代則由於職業婦女與男同性戀議題的大量出現，女性在電影中的呈現不再歸於傳統觀念中「女主內」(domesticated)的一方，男同性戀者取而代之成為另一個用以邊緣化的客體(Aronson & Kimmel, 2001)。而為了維持這樣的對立得以存續，男同性戀經常以無性慾但卻關切其女性好友的戀愛生活之形象呈現。



綜合論之，男性在主流商業電影中的形象大多以二元相對排除的方式呈現，強化傳統男性價值，甚至是更過度的詮釋，無論是女性、感性男性或是同性戀者，皆成為被迫與男性對立以彰顯傳統男性氣概的他者。

## （二）電視劇

關於電視劇的研究方面，歐美部分學者已針對電視節目中的男性氣概型塑運作進行探究。特殊的是，電視節目的多元類型，使得男性氣概的呈現有著些許不同的樣貌。冒險動作類型的節目經常塑造過度男性氣概的理想型，講求強硬與宰制。但隨著社會現代化、新興職業興起、女性投入職場與女性電視觀眾占大宗的商業考量發展，部分類型影集（如家庭喜劇類型、描述中產階級的情境劇）提供了傳統男性氣概解放的可能性，較

軟性的感性男性氣概類型出現(MacKinnon, 2003)。Lehrer(1989)與 Butsch(1991)等人的研究指出，在描述中產階級生活型態的影集中，人際關係、婚姻與家庭問題成為重心，男性對於其心靈感受的疑問與探求成為主題之一，傳統主流價值與性別不平等的現況在故事內容中不斷出現、衝突與擺盪(Horrocks, 1995)。

在台灣的研究中，早期針對男性角色的分析散落在女性研究文獻或是兩性互動研究中。林芳玫(1995)曾針對台灣連續劇進行研究，並指出男性與女性互動多呈現男主女從、男外女內等特性，強調男性在兩性關係中的主動性，女性處於較弱勢的位置。在身體美學上，男性以強壯、高挺為主流價值，女性則為纖細、豐滿，無論是男性與女性，肥胖與相貌較醜之外型在呈現上若非負面，就是擔任丑角。

吳心欣(1999)針對國內電視劇內容公式的研究也指出，電視文本中存在著兩種特性，一為女性角色在電視文本中邊緣化，二為電視劇中的兩性互動多為男強女弱之形式，男性的專業表現多優於女性，即使文本敘述「女強人」的樣貌，也會傾向塑造成異類或負面的形象。

近期陳佩君(2004)的研究，和過往以女性為主題的趨勢不同，將男性氣概作為電視劇分析主題。其針對電視劇「橘子紅了」中男性權力關係進行文本考察，從文本內容中的角色塑造與互動，發現了男性雖有感性的面向，但卻被傳統的陽剛氣質掩蓋與包裝，社會建構男性的同時，也將無形的精神壓迫加諸其上。

綜而論之，電視節目相較於其他媒體而言，是一個特殊且容易迅速順應收視群眾需求的類型，與觀眾的接觸頻率較高，節目數量也較多，在戲劇文本公式化的製作文化中，男性氣概的呈現雖然和傳統男性氣概價值中的主動、高能力、專業、不輕易面露情感等理想接近，卻也存在著感性陳述與反轉傳統性別刻板角色等多元的可能性。

### (三) 運動媒體(mediated sport)

Horrocks(1995)曾指出，運動在 19 世紀的西方世界扮演重要角色，不但強化了白人

男性優於黑人男性的迷思，更將運動的形象定位為男性化、強壯與非女性化的活動。隨著運動的職業化發展，運動賽事逐漸成為高度商業化活動。電視賽事轉播與體育報導成為大眾獲得運動資訊的管道，運動員的形象也開始成為焦點，不僅是男性運動明星，女性運動員也開始參與職業活動，並於各大媒體出現。然而，運動的「性別差異」卻存在於媒體再現中。

根據 Woolard(1983)與 Coakley(1986)等人針對運動員於新聞版面出現次數的統計，男性運動員出現的次數遠較女性多（轉引自 Sabo & Jansen, 1992）。除此之外，男性運動員經常被塑造為現代戰士，具有光明、強壯與英雄氣質。Duncan、Messner 與 Williams(1990)曾經針對 1989 年美國網球公開賽與 NCAA 籃球賽的新聞報導進行研究，其結果發現大量的性別化符號呈現其中，例如播報員以女孩(girls)或年輕小姐(young ladies)稱呼女性運動員，對男性運動原則以男人(men)稱呼；對於男性較常以姓氏稱呼，女性則是以名字稱呼；在播報過程中也對於男性球員出場的比賽喻為大比賽，並在用語上多採用較激進的用詞（例如攻擊、衝鋒等）；女性在體育賽事的呈現上往往呈現被邊緣化與小常識化(trivialization)的傾向，外貌與魅力成為報導主題，運動所代表的力量展現與成功則較少成為焦點。MacKinnon(2003)則歸結過去多位學者的研究，將媒體內容中的運動呈現視為男性特徵的保存手段，女性運動員受邊緣化，媒體並未忠實地反映女性在運動中的參與，男性運動員的成功在媒體的幫助下總是自動地受到尊崇，女性運動員則是必須持續地爭取注意與尊重。男性運動者的健壯身體、激進、競爭與運動下的合法暴力持續地被強化，成為現代新類型的英雄。

綜合論之，運動這項在過去被視為十分男性化的「公領域」活動，在二十世紀起接受女性的參與，然而在媒體依然以傳統性別氣質觀念再現兩性運動員形象下，英雄式的男性氣概再度受到強化與鞏固，女性的運動參與反而成為陽剛運動場域中的紅花綴飾，媒體再現的女性「柔性力量」襯托了男性的剛強與成就。

#### (四) 廣告(commercial film)

歷年來以性別為研究核心的廣告研究中，多半將議題分為代言商品性質（產品的性別氣質）、廣告內容主從角色、外型、引介旁白(voiceover)等構面。其中，專門針對男性氣概及其形象的研究甚少，多散落在女性形象為主的廣告研究之部分篇章，內容則多以男、女性刻板印象為主。

在歐美研究成果方面，以代言品類面向而觀，Barthel(1992)曾指出，女性在所謂的男性狀態商品(men's status goods)中較少出現，當女性出現時，亦以妻子或情人的角色出現，以販賣感性、溫暖為主，例如俏麗服飾、香精油等，男性則多為酒類與汽車等。從專業形象的塑造而觀，McArther 與 Resko(1975)和 Brownlow 與 Zebrowitz(1990)的研究皆指出廣告中的男性角色多半呈現了專業與權威性，反映傳統性別刻板印象中對於男性較客觀與具邏輯性的一面。這樣的印象也延伸至廣告旁白，由於主流社會價值肯定男性的權威特質，男性旁白不僅在以男性為銷售目標的廣告中出現，亦經常出現於以女性為目標的廣告中(MacKinnon, 2003)。

在國內研究成果方面，陶福媛(1991)、顧玉珍(1991)、黃裕華(1995)、王宜燕(1991)、劉宗輝(1998)與林靜雯(1999)，皆針對整體兩性角色呈現或專對女性形象進行研究，透過對於平面雜誌廣告與電視廣告的內容探究，發現廣告持續複製以父權意識型態為主的性別關係體系，無論在廣告內角色分配、外型呈現、代言品類、職業角色、旁白介紹等，皆塑造了傾向男性主導世界觀的形象。值得一提的是，在這些研究當中，分析的廣告多半以 1970~1990 年代中末期為主，在該段時期廣告中雖已出現男女平等、男性開始重視衣著形象及男性女性相互跨足彼此的傳統家庭角色情形，但都十分緩慢。綜合前述所提之研究，1990 年代末期之前的廣告（平面及電視）中，男性形象的再現特性如下。

1. 角色比重：男性擔任主要角色居多，相對地，女性多擔任陪襯角色。若是以女性為主角的廣告，該產品特性傾向家庭用品（如清潔劑、鍋具）、化妝品與日常生活用品，女性主角也多以妻子這一類「女主內」的角色出現。

2. 性別關係：兩性關係在廣告中多以愛情與婚姻互動為主<sup>15</sup>，男性在廣告中以掌握主控權、一家之主，或較女性具專業知能的形象出現。
3. 產品特質：男性以代言非家庭用品為主，以建築、機器、運動用品、汽車等商品為代表。另外，帶有專業知識性質的產品（如藥品與產險等）也多以男性為主要代言人。
4. 職業特性：在電視廣告中，男性角色多以職業角色出現，並帶有專業人士的氣質，隨著此項特質，男性角色出現的場所多為戶外與工作場所，展現傳統性別角色期待中「男主外」的特質。
5. 引介旁白：產品說明旁白者大多由男性擔任，將男聲視為具專業性、權威性，且具說服力的。
6. 外型再現：男性在廣告中的裸露頻率甚少，相對地，女性在部分廣告中以性感及部分裸露呈現情形較多。



徐振傑(2004)針對女性商品中的男性代言人研究則道出當今廣告男性形象的轉變。其研究透過 1996 年至 2003 年八則男性代言女性商品的廣告中，歸結出男性形象在傳統性別角色呈現大勢下的變遷，在這樣變遷下所展現的新男性形象有著同時具有男人（獨立、主動、事業成功等）與男孩（純真性格）的陽剛氣概與女性的陰柔特質（該研究中所指女性陰柔特質有長髮、明眸、溫柔細語等），並存在多元特質。在身體呈現上，部分男性代言者展現了陰柔化特性，但這樣的陰柔化身體特質多半具有符號消費性，在女性商品廣告中有著為商品增添感性與可信度的效果。

儘管前述研究提示了廣告中男性氣概呈現隨著社會趨勢與商業需求產生變化的現象，但其發展仍緩慢漸進，多數廣告中仍賦予男性陽剛特質，並不斷複製父權意識型態，加強男性氣概與女性特質的二元區隔。

---

<sup>15</sup> 目前國內性別取向的廣告內容研究中，多以兩性關係為主題，同性關係研究甚少，男性間關係的研究付之闕如，故在性別關係方面，本研究僅溯至兩性關係。



## 小結

男性氣概的形成有許多構面，而大眾文化在性別角色行為的形成上扮演了再現「模範」的作用。Horrocks(1995)指出，文化活動是一種維持社會性別觀穩定的工具。因此，大眾文化作為一種宣傳(propoganda)並鞏固價值觀的動力，透過神話(myth)的塑造，將性別，更進一步地，男性的「想像」，塑造成特定價值以穩定社會的優勢觀感與常識。

在前幾部分針對電影、電視劇、運動媒體與廣告中的男性氣概呈現探討可以發現，大眾媒體內容普遍呈現社會文化中對於傳統男性所期待的樣貌，並存在著霸權男性氣概的痕跡。在這個傳統男性氣概的「同」之外，各媒體類型對於男性的呈現仍存在些許變異：現代商業電影對於男性的角色塑造偏向英雄神話，並大量運用二元對立的模式呈現理想的英勇男性形象，利用「男人不是甚麼」的陳述來襯托理想的價值，在各種類型的電影中皆可看到二元的襯托客體，而這客體往往是女性或是顛覆傳統印象的弱勢男性；電視劇相較於電影來說，提供較多元的男性觀點，由於電視劇的市場特性，探討男性心靈感性面的作品逐漸出現，並有著同情一般男性受傳統社會期待束縛的面向；運動媒體內容相較於電視和電影而言，在「運動是男性的活動」的意識型態下，對於男性形象的呈現有著穩固僵化的一面：男性是鍛鍊自我超越巔峰的英雄，女性只不過是陪襯品；廣告相較於前幾種媒體形態而言較具多元性，雖然在大方向上順應著傳統兩性的觀點，卻也保留了偶爾顛覆的彈性。

雖然隨著社會發展與商業訴求考量，男性形象展開了緩慢的變革，但傳統的男性氣概典型仍為主流，並普遍受大眾文化產製者的認同，這樣被普遍認同的男性氣概，就如 Caputi(2002)所言，是一種「男性應如機械一般剛強，永遠處於已準備好和剛硬的狀況(*be ready and hard*)」的概念，真正的男人身上必須不存任何女性特質的線索。

線上多人角色扮演遊戲如今已成為大眾文化之一，而且以 Burill(2001)的看法而言，其科技假體（如角色紙娃娃、虛擬化身）的特質更為新的男性氣概展現形式，其男性再現意涵與傳統大眾文化是否有相符或相異之處？網際網路所帶來的開放與改革性是否影響了線上多人角色扮演遊戲的內容上展現？其內容是否暗示了男性氣概的彈性，進而提供性別角色行為解放之可能，成為本研究重要的核心議題。

## 第二節 多人線上角色扮演遊戲

根據普遍定義，線上遊戲意指任何一種玩家透過網路連線至遊戲伺服器，與其他玩家進行互動的遊戲形式（傅鏡暉，2003；吳聲毅、林鳳釵，2004；Mulligan & Patrovsky, 2003）。

而線上遊戲依照服務內容可分為多人線上角色扮演遊戲與休閒遊戲，目前在台灣則是以武俠或奇幻類的多人線上角色扮演遊戲為主流。綜合Mulligan與Patrovsky(2003)、傅鏡暉(2004)、Kelly(2004)與Castranova(2005)等人的定義，多人線上角色扮演遊戲意指一個虛擬世界環境，玩家透過網路連線進入其中，操控自行創造的虛擬化身，進行探索環境、消滅怪物、戰鬥、尋找寶物、社交與任務解謎等活動。多人線上角色扮演遊戲的特殊性在於其「角色扮演」的核心活動本質，藉由生命點數、技能分配、等級、練功等源自紙上角色扮演遊戲所建立的機制運作(Mulligan & Patrovsky, 2003)<sup>16</sup>。

多人線上角色扮演遊戲近年成為遊戲市場主力，同時也成為青少年主要的娛樂來源之一，其帶來之影響不可小覷，其中為數較多的男性青少年玩家在消費遊玩之餘，亦不知不覺受其內容影響，致使遊戲內容的性別意涵成為亟需探究檢討的議題。以下各段落將依序從多人線上角色扮演遊戲的發展源流為始，進而介紹其類型、特質、內容元素與敘事特性，最後回顧耙梳近年國內研究與性別相關問題，以回應前一節男性氣概的論述與其在大眾文化中的再現型態，形成研究問題與理論架構。

### 一、多人線上角色扮演遊戲發展源流

角色扮演遊戲的線上化，自 1970 年代末起，歷經文字型態、簡單圖像化、2D 圖像、半 3D 圖像型式，最後達到 3D 型態，同時也從免費的社群化活動至商業化的大型跨全

---

<sup>16</sup> 近年來關於多人線上角色扮演遊戲的研究漸興，在許多相關研究中均以「線上遊戲」稱之，但線上遊戲實為更廣義的說法，多人線上遊戲為線上遊戲的一個分支類型，在休閒型線上遊戲逐漸成為市場主流之一的同時，本研究以「多人線上角色扮演遊戲」之名詞，將研究之遊戲類別做一更聚焦式的範圍定義。

球娛樂，發展迅速，成為近年網路媒體中最受歡迎的休閒活動之一。由於多人線上角色扮演遊戲初創於美國，並經過發展革新，在商業化後進入台灣，為求歷程論述分明，以下分為二部分進行整理。第一部分以多人線上角色扮演遊戲的初創發展為始，概述其設計發展與商業化過程，第二部分則是陳述多人線上角色扮演遊戲在台灣的發展情況與使用者特性。

### (一) 多人線上遊戲的始祖與圖像商業化過程

多人線上角色扮演遊戲的原型為文字型網路遊戲—多人地下城堡(multi-user dungeon，簡稱為 MUD)，由 Richard Bartle 與 Roy Trubshaw 於 1979 年研發而成。MUD 意指一個在網路上提供多人參與的虛擬實境，在遊戲世界中，人物行動與世界地圖是以使用者文字敘述的方式呈現，提供一個讓許多身處不同地點的使用者可同時聚集在同一個幻想世界中扮演角色的空間。由於 MUD 創造了一個給予使用者可以自行以文字共同創作與集體經營的豐富想像空間，Curtis 與 Nichols(1993)因此而認為，MUD 是「社會虛擬實境」(social virtual realities)的實踐型態之一（轉引自陳怡安，2003）。在 MUD 出現後，MOO、MUCK 與 MUSH 等類似型態遊戲出現，文字型線上角色扮演遊戲開始蓬勃發展。

1996 年，美國 3DO 公司推出全世界第一款圖形介面的線上角色扮演遊戲 Meridian59，將虛擬文字的敘述世界正式轉化為可見之圖形介面。緊接著於 1997 年 9 月，美國經典圖形介面的多人線上角色扮演遊戲 Ultima Online（網路創世紀）誕生，使用了半 3D(2.5D)的技術後，圖像化線上遊戲成功地進入商業化時代。同年，Diablo（暗黑破壞神）發行，亦大受歡迎，更進一步地讓圖形化多人線上角色扮演遊戲受到重視。

1999 年，第一人稱視野的線上多人角色扮演遊戲 EverQuest（無盡的任務）正式上市，將 3D 繪圖技術運用於遊戲場景中，玩家迅速成長，成為美國重要線上遊戲之一，美國四大多人線上角色扮演遊戲—Everquest、Ultima Online、Dark Age of Camelot（卡麥洛蘭世紀）與 Asherons' Call（亞敘朗的呼喚）成為經典代表作(Mulligan & Patrovsky,

2003)，並影響了美、歐、韓等地多人線上角色扮演遊戲的設計理念。至今，多人線上角色扮演遊戲已成為遊戲市場中重要之一部分，也每每成為各大電玩遊戲展中的主角之一。

多人線上角色扮演遊戲除了在美國佔得市場一席之地外，也成為韓國重要的文化創意產業之一，其自行研發內容與技術的能力近年來已廣受肯定，服務範圍遍及全世界，其代表產品為 NCSOFT 於 1997 年推出的天堂(Lineage)與 Gravity 於 2002 年推出的仙境傳說(Ragnarok Online)。其中，天堂所引發的熱潮，證明了線上遊戲可以是網路的殺手級應用(killer application)，並能創造出玩家對於付費線上遊戲的黏性（官振萱，2002）。

## （二）多人線上角色扮演遊戲在台灣的發展

台灣早期盛行於各大學校園的網路遊戲為文字介面的 MUD，直到 WWW 盛行，伴隨著之後台灣寬頻網路的佈建與普及，線上多人角色扮演遊戲「萬王之王」於 1999 年問世之後，台灣線上角色扮演遊戲市場正式進入圖形介面時代，2000 年出現的「石器時代」則成為台灣第一款成功商業化的線上遊戲。多人線上角色扮演遊戲的大量盛行則是在韓國線上遊戲「天堂」於 2000 年 7 月引進台灣之後，「仙境傳說」、「魔獸世界」(World of Warcraft)、「大航海時代」……等遊戲進入台灣，同時也刺激了台灣遊戲公司自行研發遊戲（例如「金庸群俠傳 Online」、「新絕代雙嬌 Online」、「戀愛盒子 Online」等）。另外，新型態的休閒型遊戲近年亦大量出現，台灣的線上遊戲市場漸臻成熟。

根據 Netvalue 於 2002 年 9 月公布對於台灣線上遊戲人口分佈的調查指出，線上遊戲主要年齡層落於 15~24 與 35~49 歲兩大族群。其中，15~24 歲線上遊戲玩家多為學生，約佔了 55.8% 的線上遊戲人口，亦為多人線上角色扮演遊戲的主要族群。另外，資策會 MIC 於 2005 年 7 月所作之調查亦顯示，線上遊戲主力玩家為 15~19 歲（佔 30.6%）及 20~24 歲（佔 28.4%）的學生人口（詳細數據如圖 2-1 所示）。

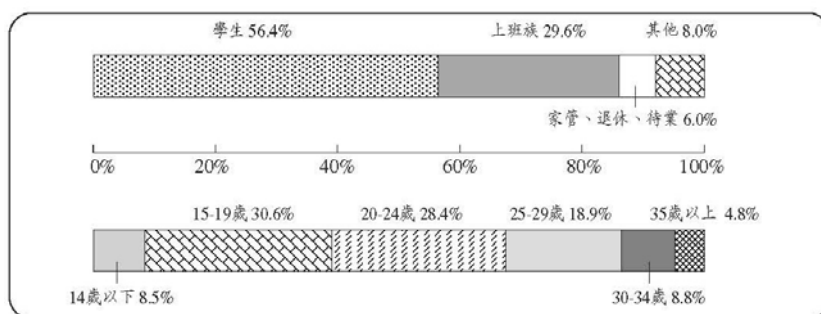


圖 2-1 線上遊戲玩家年齡與職業組成

資料來源：資策會 MIC，2005 年 7 月

再進一步以性別來看，根據 Netvalue 於 2002 年的統計，線上遊戲玩家的性別比例為 6:4（林于勝，2004），而資策會 MIC2005 年 7 月的調查結果亦呈現相似之比例（如圖 2-5 中線上遊戲使用的男女比所示），據此足見男性玩家為線上遊戲的主力族群。

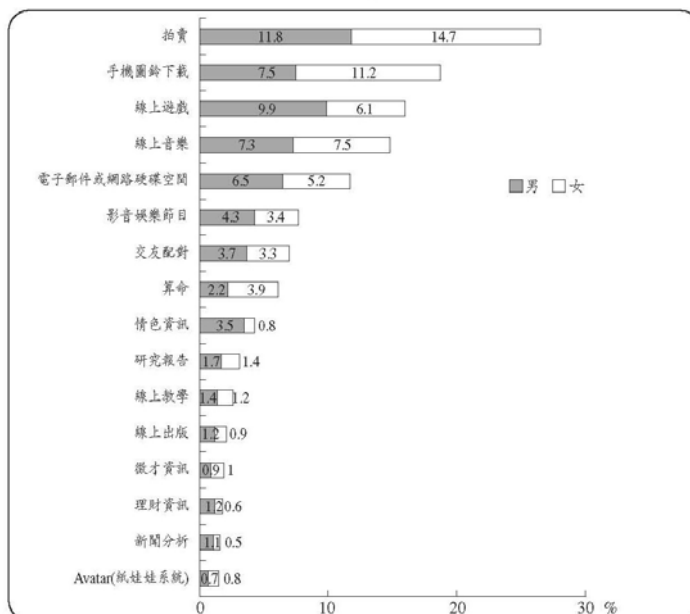


圖 2-2 網友付費使用項目分析

資料來源：資策會 MIC，2005 年 7 月

另一方面，在多種線上遊戲類別中，角色扮演類為最受玩家歡迎之類型（如圖 2-3 所示）。而在玩家所喜好的風格方面，大部分玩家喜歡的風格以可愛（佔 57.5%）與中古奇幻風（佔 37.4%）為主（如圖 2-4 所示）。

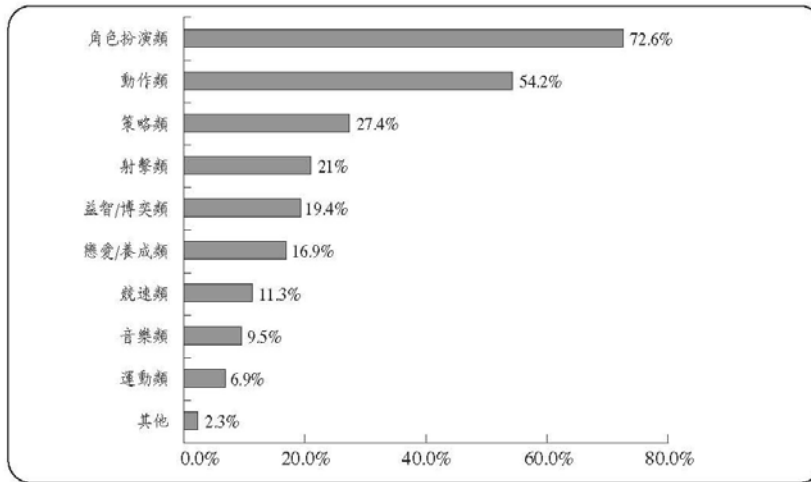


圖 2-3 線上遊戲玩家喜好遊戲類型

資料來源：資策會 MIC，2005 年 7 月

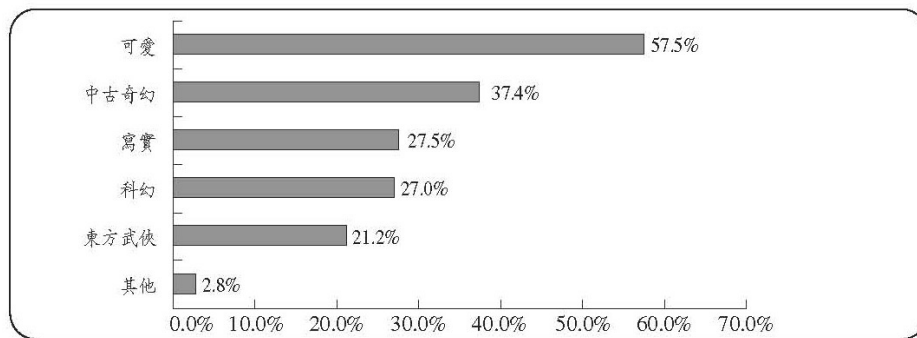


圖 2-4 線上遊戲玩家偏好遊戲風格

資料來源：資策會 MIC，2005 年 7 月

綜合前述，台灣的線上遊戲發展歷程由外來引進為始，本土研發緊追其後，其中又以角色扮演型為市場先鋒，造就目前遊戲市場的經營主力轉向。再進一步歸納線上遊戲主力玩家族群的特性，以 15~24 歲間的男性學生族群為主，其中尤以青少年為核心玩家。而最受台灣玩家歡迎的線上遊戲類型為可愛、中古風格的角色扮演型遊戲，這樣的特性和台灣目前盛行的線上遊戲十分契合。

## 二、多人線上角色扮演遊戲的特質

根據 Mulligan 與 Patrovsky(2003)的看法，與電腦單機遊戲相較，多人線上角色扮演遊戲具備以下特色：

1. 遊戲本身以虛擬世界的型態呈現，玩家可創造一個角色且操縱之。角色會隨著時間成長、變化；
2. 按月收費，玩家參與遊戲後會傾向留在遊戲中，且付費好幾個月甚至是好幾年。

柯舜智(2004)認為，多人線上角色扮演遊戲結合了單機版電腦遊戲與網際網路的特質，有著：1.時空與人物的流動性；2.匿名隱藏性；3.高度涉入感；4.高度互動性；5.專注性與排他性；6.不確定性等等。

陳祈年(2006)則整理了多人線上角色扮演遊戲的特色如下：

1. 人物屬性的設定：玩家可扮演的角色可分為創造角色與預設角色，多人線上角色扮演遊戲通常兼具創造角色與預設角色兩端。通常玩家容易將本身真實自我投射在遊戲的虛擬化身之中。
2. 戰鬥方式：可分為即時制(real-time combat)與回合制(turn-based combat)。但無論是即時制或回合制，皆重視經驗值的設計。角色扮演遊戲重視戰鬥的原因在於「經驗值」(experience points, 簡稱為EXP<sup>17</sup>)的累積，藉由經驗值的累積，玩家可在一定的目標達成之後為其化身(avatar)升級，提升各項屬性。在遊戲世界中，不斷努力戰鬥以累積經驗值升級成長的過程稱為「練功」或「升級」(leveling)<sup>18</sup> (葉明彰，1997；Mulligan & Patrovsky, 2003)。
3. 迷宮地下城的設計：地下城與迷宮的設計是角色扮演遊戲中重要的一環，練功所需的怪物寓於其中，同時也暗藏著完成遊戲任務的線索與寶物等物品，提升玩家探險的樂趣與挑戰性。

<sup>17</sup>根據 Mulligan 與 Patrovsky(2003)的定義，經驗值意指經由遊戲裡的活動（例如打怪練功），而累積的一種數值，作為衡量角色強大程度的指標。

<sup>18</sup>根據 Mulligan 與 Patrovsky(2003)的定義，升級的定義是指遊戲裡為了提高角色的經驗、等級或技能而進行的一種活動，這類活動通常含有殺害系統自動化生物的行為。

4. 社會性要素：MMORPG 透過多人連線的方式，在共享的環境中與其他玩家進行互動，完成任務。此為 MMORPG 與一般單機角色扮演遊戲最大的差異。

綜合前述，本研究將多人線上角色扮演遊戲的特質以四個面向加以整理：

1. 娛樂面向：多人線上角色扮演遊戲以虛擬世界型態呈現，玩家創造人物，並藉由在原野和迷宮地下城戰鬥、狩獵的方式換取經驗值，促使角色等級成長，獲致成就感；
2. 社交性面向：多人參與，並具有高度互動性，玩家不只與 NPC 互動，也與其他玩家所扮演之角色互動，遊戲中部分事件的改變可以藉由玩家的合作或衝突產生；
3. 社會現象面向：多人線上角色扮演遊戲中存在高度匿名性，提供一個玩家可從事性別或角色轉換實驗的環境。另，多人線上角色扮演遊戲具有時間和空間的流動性，相較於單機電腦遊戲而言，環境、人物與經濟狀態是瞬息萬變的，使得遊戲世界如同現實社會，有其內部政治，對於遊戲世界內部事件的高度涉入可能連結引發現實生活中的現象（例如遊戲成癮、親子疏離、真實生活中的暴力詐騙行為等）；
4. 營運面向：多人線上角色扮演遊戲的高度排他性與黏著性創造出遊戲市場的新營運方式，如按月收費制或是免月費—虛擬寶物販賣制，使得遊戲市場經營方式更加多元化。

### 三、多人線上角色扮演遊戲的內容結構

多人線上角色扮演遊戲的特質中，高度互動性與娛樂特質必須透過遊戲內容的建構達成，整理多人線上角色扮演的內容元素與整體文本結構實屬必要。此部分探討多人線上角色扮演遊戲的內容結構，透過過往研究成果，理解作為遊戲文本血肉的內容元素為何。



Pearce(2002)曾經在定義遊戲時舉列六個普遍適用於所有類型遊戲的內容元素：1. 目標（與數個子目標）；2. 難題(obstacles)；3. 資源(resource)；4. 報酬；5. 懲罰(penalties)；6. 資訊。

而進一步針對多人線上角色扮演遊戲內容元素進行分類，Mulligan 與 Patrovsky(2003)提出了以下數個元素：1. 遊戲背景故事；2. 遊戲介面；3. 人物種族、職業、階級、能力、素質；4. 人物角色的創造與成長；5. 世界觀（包括區域、環境等）；6. 遊戲中所能進行的活動（例如交易、戰鬥、結盟、結婚、飼育寵物等）；7. 圖像設計；8. 遊戲中出現的怪物；9. 遊戲中的任務、人員與物品。柯舜智(2004)的研究則將前述元素歸類整理為背景故事、故事所處場域、人物／怪物／物件、遊戲規則等四個面向。Kelly(2004)則指出，多人線上角色扮演遊戲的內容含有以下的基本要素：1. 解釋遊戲世界歷史的背景知識；2. 玩家可選擇的種族；3. 角色可學習的技能；4. 可供玩家遊歷的地下城、迷宮與怪物分布；5. 遊戲中如何進行任務(quest)。

Castronova(2005)則提出較不同的看法，以經濟學角度將線上遊戲內容建制分為地域技術(technology of place)、沈浸技術(technology of immersion)、遷移技術(technology of migration)與人工智慧等。

綜合前述看法，多人線上角色扮演遊戲的內容元素歸納為以下數項：

1. 背景故事：遊戲的基礎設定、背景、世界觀與史詩；
2. 人物屬性（含種族、素質、職業、技能等）：Mulligan與Patrovsky(2003)、柯舜智(2004)與陳祈年(2006)皆指出，玩家的人物屬性多包含力量、敏捷、熟練度、智力、幸運、體質等。柯舜智(2004)更進一步整理指出，目前盛行的多人線上角色扮演遊戲皆有劍士、弓箭手、商人、服事（神職者）、盜賊與魔法師等基礎職業<sup>19</sup>。在技能方面，則是依職業特性有遠距離攻擊型技能、近身戰鬥型物理攻擊

<sup>19</sup> 柯舜智(2004)的整理中所歸納的普遍職業是以中古奇幻風格的遊戲為主，但目前武俠主題的多人線上角色扮演遊戲亦十分熱門，在該類型遊戲中的職業結構則是以中國古典俠士等為主，但此結構仍可與西方

技能、魔法攻擊技能與輔助技能等等；

3. 遊戲場景：在大多數的多人線上角色扮演遊戲中，玩家扮演著冒險者的角色，藉由進入充滿怪物、寶藏的地下城與迷宮，讓角色藉由戰鬥成長，並透過這些區域的設計瞭解、並融入遊戲世界中；
4. 遊戲規則：規則是遊戲的基礎(Juul, 2004)，玩家在遊戲世界中根據研發者所訂定的行動準則體系進行角色成長、名譽提升、物品換取與人際交往等活動。在角色扮演遊戲規則體系中常見與必備的項目有經驗值體系、人物等級階層、任務組織、怪物分布與層級、掉落物品（含取得方式與物品價值）、戰鬥規則、技能層級等等。

其中，遊戲規則所設計的任務被視為其特殊之處，Aarseth(2004)認為，任務的存在促使玩家進行遊戲並獲致樂趣，Kelly(2004)亦指出任務是多人線上角色扮演遊戲的基本構件。由於線上遊戲只建構了背景故事與可遊歷的地圖，在缺少指定情節的情況下，玩家在線上遊戲的「生命歷程」中是以自由地選擇要進行的活動組成，以反情節的方式遊玩(play against the plot)。



#### 四、多人線上角色扮演遊戲的敘事特質

內容元素在遊戲文本形成上扮演著血肉的角色，而敘事架構則為遊戲內容的骨幹。對於多人線上角色扮演遊戲的敘事結構特質的理解，有助於遊戲內容意涵的探究。此部分即透過耙梳現階段針對遊戲敘事架構的研究，提出多人線上角色扮演遊戲的整體敘事結構，並將前部分內容元素融入此架構中，以臻完整。

電腦遊戲的發展，對於敘事理論領域產生新的衝擊。由於網路超文本具有複雜性、片斷性、流動性、矛盾性、浮現性、自我組織性，其敘事風格是以後敘事(post-narrative)的型態出現（轉引自 Ryan, 2004），多向、網狀相交錯的體系取代了傳統媒體文本的線性敘事概念，網路媒體文本的「說故事」方式必須重新探索。

---

奇幻風格的英雄傳說人物結構相映照。

近年來已有部分學者針對遊戲的敘事結構進行研究，並和傳統敘事理論進行對照與重新詮釋，但由於網路媒體的特殊性，使得目前並未有多人線上角色扮演遊戲敘事架構的確定架構，以下茲歸結過去針對遊戲的文本結構特質的研究，並和 Chatman(1978)的敘事架構對話，產生有助於本研究進行文本意涵探索的架構。

### (一) 程式觀點的架構

程式設計觀點以 Juul(1999)在其論文回顧中提出的遊戲運作結構為代表。

Juul(1999)的研究曾針對非線性的超文本提出敘事過程模型，並將此模式適用於電腦遊戲。這個模式由程式(program)與內容(material)二元引導結果(output)組成的三元架構(模式架構圖如下)。程式意指決定內容如何組合的規則，包括遊戲的功能與使用者可以閱讀或取得某些內容的權限。而內容則是指遊戲的文字、圖像與聲音等，當使用者遊玩過程中達到遊戲規則訂定之目標時，即觸發結果畫面。產出結果亦為文字、圖像與聲音的結合，可能是遊戲故事中的下一對話場景，亦可能為達到角色等級的升級畫面等等。

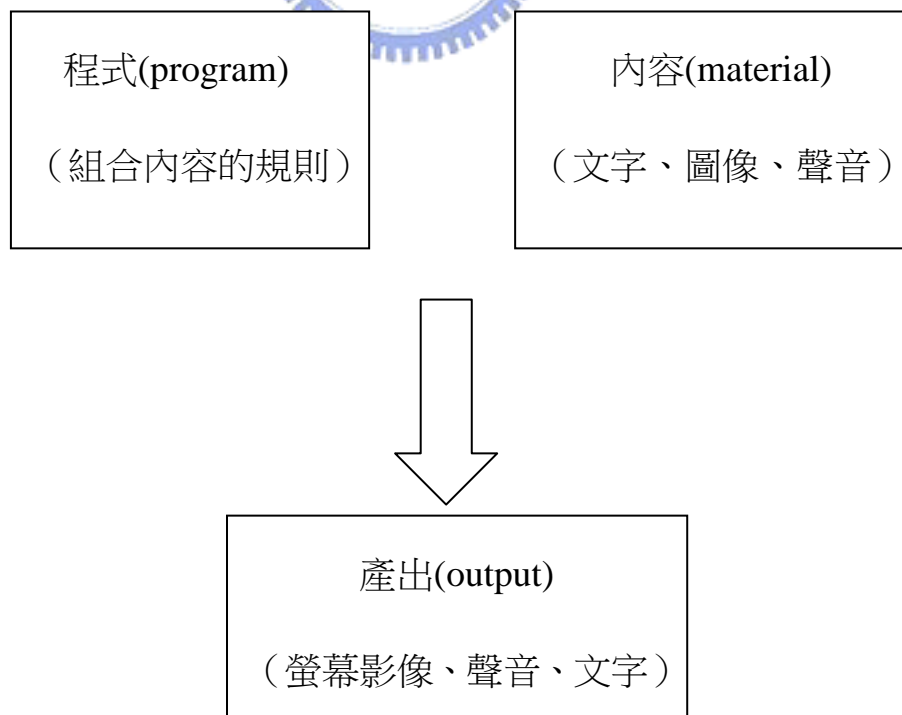


圖 2-5 超文本敘事產出架構

資料來源：Juul(1999)

## (二) 遊戲敘事與傳統敘事理論的適用性探索

Juul(1999)的結構顯示了遊戲中程式組織事件的運作原理。而隨著電腦遊戲（無論是單機版還是線上版）的盛行，許多遊戲領域研究者開始針對遊戲敘事進行多種取向的研究，傳統敘事理論架構是否適用？遊戲是否有敘事的存在？遊戲領域研究者展開一連串的嘗試驗證或體系發展，如今未有定論。後二部分即引介整理兩大重要分析領域（遊戲學派與敘事派別）對於遊戲分析取徑的看法，並於其後歸納提出本研究的分析觀點與結構。

## (三) 遊戲學派(play theory; ludology)

遊戲學派的論點基礎為遊戲的基本定義，Kerr(2005)將遊戲定義歸納整理為在「以規則為基礎」與「以目標為導向」中有著明確贏家與輸家的狀態活動。而在遊戲學派中，Huizinga(1949)、Caillois(2001)與 Sutton-Smith(1997)為三個關鍵的理論提出者，定義遊戲的本質與結構元素。其中，Caillois(2001)提出了遊戲的重要分類依據，將探索（Caillois以 *paidia* 稱之）與規則基礎（Caillois 以「規則基礎」的拉丁文 *ludus* 稱之）作為光譜的兩端以供遊戲分類之用。有明確目標與輸贏導向的遊戲偏向規則基礎之端，反之則偏探索端。Sutton-Smith(1997)則是提出九種遊戲形式，並指出遊戲有著多樣的形式，無法被中立單一化地詮釋。

遊戲學派取向的遊戲研究者對於遊戲的特質和結構有著紛陳不一的看法，但「所有的遊戲皆存有規則」是此取向學者的共識(Salen & Zimmerman, 2004)，也是遊戲學派中重要的論述基礎。

遊戲學派的研究者皆主張對於數位遊戲（digital game，包含單機電腦遊戲、線上遊戲與電視遊樂器遊戲等）的研究需要另外發展新的理論與模式為之，對於遊戲存有敘事的主張採取反對的態度。Juul(2004)即曾指出遊戲學派的研究者主張遊戲並非敘事基於三個理由：首先，遊戲並不屬於傳統敘事媒體（例如電視、電影、小說）生態的一份子；

其二，遊戲中的「時間」運作方式和傳統媒體不同；另外，傳統媒體的「創作者—文本—閱聽者」的關係與「玩家—遊戲」的關係不同。

具體針對數位遊戲分析架構，並徹底反對傳統敘事觀點涉入遊戲分析領域的學者以 Aarseth(1997, 2004)、Frasca(1999)、Juul(1999)與 Eskelinen(2001)為代表。Aarseth(1997)曾經分析文字型式的遊戲 Adventure，提出了遊戲的內部四結構：資料(data)、處理機制(processing engine)、介面(interface)與使用者(user)，其中以處理機制為核心動力，決定了遊戲中的行動程序、遊戲世界的狀態、遊戲規則與呈現給玩家的結果等等，傳統敘事的故事觀並不適用於超文本與遊戲的分析。而在 Aarseth(2004)近期的著作中，則整理出分析遊戲的三個面向：規則、內容／符號系統(material/semiotic system)與遊玩(gameplay，意指在遊戲世界中依循規則產生的結果或事件)。Frasca(1999)曾以符號學的取徑進行超文本分析，其結果指出符號學分析系統並不能完整地詮釋遊戲，相較於遊戲的「再現」，對於行動的模擬更為分析遊戲的關鍵元素(Kerr, 2005)。

Eskelinen(2001)對於遊戲結構特殊性的看法則是出於規則與時間性。其著作內容指出，遊戲是由特殊的程序規則組成，玩遊戲是一種透過規則所定義與許可的行動，使用物品與器材以達成目標的活動。而電腦遊戲與傳統敘事最大的差異在於時間特性，傳統敘事概念強調的是故事時間(story time，意指事件已然發生的時間點)與論述時間(discourse time，意指說故事的時間)的關係，電腦遊戲則是強調使用者時間(user time，意指玩家的行動)與事件時間(event time，意指遊戲發生的事件)。傳統敘事的故事時間永遠是已然發生，而遊戲中的時間卻是即時的，故對於遊戲的結構探究必須以新的取徑為之。Eskelinen(2001)對於遊戲的觀察面向和大部分遊戲學派研究者相似，以理解遊戲的組成元素：規則、內容與組成遊戲狀態的事件等三面向為之。

Juul(1999)的研究則指出在電腦遊戲中，「遊戲性」是多於「故事性」的，他認為將敘事理論用以分析遊戲的困難在於遊戲中的遊戲特性(gamelike feature)遠比敘事特性重要。此觀點和 Eskelinen(2001)的論點相似：對於遊戲而言，故事只是裝飾品或附帶贈品，將研究重點放在這個銷售工具上只是徒費成本(轉引自 Dovey & Kennedy, 2006)。

前述觀點是以極端提倡遊戲特殊性為基礎，將傳統敘事取徑適用的可能性排除，然

而近年來線上遊戲已有採用跨媒介再現策略(intermedial representational strategy)的趨勢，主流遊戲亦有豐富的再現愉悅內容以增進遊戲的機制完整(Dovey & Kennedy, 2006)，遊戲觀點是否在理解遊戲上仍有不足之處？下一部分即透過敘事理論取向的論點，和遊戲學派的看法相對照，以推衍本研究適用之理論架構。

#### (四) 敘事派別的角度

在遊戲理論批判以傳統敘事理論研究遊戲的不適用性之外，仍有部分學者探索遊戲的敘事特質和傳統敘事理論在遊戲分析的發展可能性，對於傳統敘事(如 Chatman(1978)的敘事結構)方法採取溫和的態度。關於遊戲敘事觀點的討論，本研究以三個方向進行整理回顧，一是針對遊戲敘事本質的探討觀點，二是空間探索取向的新興觀點，最後則是直接探討傳統敘事理論在遊戲分析的對照應用。



##### 1. 遊戲的敘事特質

認為數位遊戲是敘事類型的學者多指出數位遊戲是一種新型態的互動戲劇，在實際理論探討上以 Laurel(1993)與 Murray(1997)為代表。

Laurel(1993)認為數位遊戲是一種新型態的戲劇，數位遊戲的介面設計使得遊戲除了單純的人物操控之外，增添了參與性。而 Murray(1997)進一步指出數位科技的發展提供新敘事型態產生的可能性，數位遊戲是一種新的說故事形式，且模糊故事與純粹遊戲之間的界線，但在目前的數位遊戲中僅有很薄小、自其他媒體轉介來的敘事內容，在未來仍有繼續發展的潛力，以提供更多新的戲劇體驗(dramatic experience)。

##### 2. 空間探索(spatial navigation)的觀點

Manovich(2001)與 Jenkins(2004)則是以空間探索的觀點提出遊戲敘事的產生。Manovich(2001)提出了遊戲是一種探索空間的想像活動(navigable space

imagination)，Jenkins(2004)則是提出遊戲中存在著敘事，但這種敘事是透過玩家對於遊戲世界的空間探索形成的。進一步從 Manovich(2001)的觀點出發，其研究指出玩家在遊戲中的主要任務就是進行空間探索旅行。一般文學、電影等大眾文化內容中角色間的互動是透過心靈空間層次的情感緊張形成，但電腦遊戲的空間探索使得玩家回到了古老的敘事方式：情節是由主角(通常是英雄角色)的空間活動產生(轉引自 Dovey & Kennedy, 2006)。

Dovey 與 Kennedy(2006)在空間探索觀點的整理回顧上，則進一步指出早期角色扮演遊戲(例如「龍與地下城」(Dungeons and Dragons))深受托爾金的小說魔戒(The Lord of the Rings)的影響。在托爾金以中古文化作為背景的小說中，以勇者的旅行、克服困難與挑戰，建立了「旅行→戰鬥→繼續旅行→下一場戰鬥」的內容模式典範，這樣的模式影響了「龍與地下城」的模式，並延伸至現代多人線上角色扮演遊戲的設計理念。



### 3. 傳統敘事理論在遊戲分析中的應用可能

前述的遊戲敘事觀與探索敘事觀皆在視遊戲為敘事體的前提下進行探討，針對敘事內容的產生過程提出理論看法，而 Carr(2006)的研究則是以實證探討的方式，將遊戲的內容結構與敘事分析結構的內涵對應，明確指出遊戲敘事的特性。

Carr(2006)的研究是直接針對角色扮演遊戲 *Baldur's Gate* 進行敘事型態和傳統敘事理論的適用性討論。在該分析中提出了以下四個遊戲結構特色：

- (1) 角色扮演遊戲是根據一組規則而成，目的為達成各項目標；
- (2) 遊戲中蘊含數個規模不一，目標各異的任務(quest)，組成遊戲故事內容；
- (3) 遊戲中的事件分為基礎故事線(baseline)與玩家行動產生的即時事件(real-time event)；
- (4) 遊戲中一些事件形式符合傳統敘事結構，一些則是部分符合。另外也有著不符合傳統敘事觀點，純粹以娛樂為主或提升角色素質的任務活動。

上列的研究發現，指出角色扮演遊戲仍然有傳統「說故事」的特質，但同時也含

有其他微含或不合傳統敘事，純以愉悅為導向的事件活動，故此兩者皆須分析，以盡詳全。

遊戲學派與敘事觀點對於遊戲的內容分析結構有著截然不同的看法，遊戲學派主張建立新的分析理論體系，並認為故事僅為遊戲的裝飾品，敘事觀點則仍認同遊戲中敘事的存在，並提出遊戲故事的可能產生模式。本研究則認為，在多人線上角色扮演遊戲的分析上，宜採取混合(hybrid)的途徑，在前一部分 Carr(2006)的研究中指出遊戲中同時存有傳統故事與純娛樂的元素，故結合遊戲學派對於遊戲內容的認知與傳統敘事理論的故事觀點方能使遊戲分析結果周全。

## 五、國內近年相關研究論著與性別議題

自從多人線上角色扮演遊戲在台灣逐漸盛行後，直接或間接造成新的社會現象。除了對於娛樂產業之經營型態產生影響之外，遊戲內活動衍生的社會現象也成為不可忽視的一環，其中包括經濟、暴力、犯罪、人際關係等議題。在經濟方面，遊戲虛擬貨幣買賣和遊戲世界內外部市場平衡成為重要議題，例如外掛程式導致遊戲內物價失衡，或是玩家將虛擬寶物另外透過網路平台交易換取現金等。在暴力方面，遊戲內部個人或公會紛爭曾經引發真實械鬥等問題亦曾登上新聞版面。在犯罪方面，盜取玩家帳號、利用遊戲漏洞複製虛擬寶物<sup>20</sup>、虛擬寶物詐騙等問題不時發生。人際關係方面則多為社群（例如公會組織特性與內部成員連結）與兩性議題（遊戲內的公婆制度是最佳代表議題之一）。另外，多人線上角色扮演遊戲的黏著性使得網路成癮問題更受到重視，兒童福利聯盟曾公布《2006 台灣地區兒童少年上網行為報告》，其中指出 62%的國中小學生最喜歡打線上遊戲，其造成的網路成癮與親子關係疏離不得不重視（聯合報，2006 年 6 月 29 日）。

---

<sup>20</sup>例如 2006 年 7 月~10 月某玩家利用仙境傳說 online 程式漏洞大量複製虛擬寶物，不當取得利益，並造成該公司伺服器資料庫記憶體損壞（聯合報，2007 年 1 月 17 日）。



上述社會現象促進許多相關研究的誕生，研究取向大致可分為設計與行銷管理廣告等商業面向與社會學／心理學面向等，分別反映了多人線上角色扮演遊戲在社會各層面造成的影響，以下茲分列整理各面向研究成果，並針對性別取向的現階段成果與不足之處，提出本研究的旨趣方向。

### （一）設計與商業面向

設計面向的研究多以強化遊戲可玩性、吸引力與美學為主，例如陳祈年(2005)針對動機、可玩性與社交性的遊戲設計議題研究和盧貞吟(2003)以問卷調查方式歸結線上角色扮演遊戲增強吸引力誘因的研究等。

行銷管理廣告面向的研究多從廣告置入效果與整合行銷傳播的角度為之，例如葉志輝(2002)針對利用線上遊戲作為商品行銷工具的初探研究、蘇凱如(2003)與徐孟達(2004)分別針對不同線上遊戲行銷傳播策略與效果進行的的個案研究、吳唯農(2005)針對台灣線上遊戲廠商關係品質影響因素的研究與陳茂勇(2005)針對台灣線上遊戲整合虛實行銷工具與策略的研究等。

### （二）社會與心理學取向

社會學與心理學取向的研究，則多從教育觀點（如青少年網路成癮、沉浸）與人際互動觀點出發，探討多人線上角色扮演遊戲的互動性對於玩家遊戲與生活經驗的影響。在虛擬社群概念取向方面，賴柏偉(2002)曾以哈伯瑪斯「想像共同體」的概念探究多人線上角色扮演遊戲中虛擬社群的功能，指出多人線上角色扮演遊戲所具備的網路空間虛擬實境特質與角色扮演機制，提供了玩家用以想像一個共同生存環境的機制，同時，在遊戲中的互動提高了玩家的社群感。

在玩家特性與活動方面，近年來的研究多以玩家動機、感受、成癮與社會影響為主。黃瓊慧(2000)以心流經驗(flow experience)進行網路使用行為的研究，發現玩家對於網路

遊戲的沉浸度高，男性尤其為特別容易沉浸遊戲情境中的族群。李君如與楊棠安(2005)以統計分析的方式，將玩家在遊戲世界中的表現與五大人格特質（神經質、外向性、經驗開放性、親和性與嚴謹性）的關係作一分析歸納，探究其關聯性。吳聲毅與林鳳釵(2004)的研究分析統計了中小學生玩家族群的遊戲動機、對於遊戲負面影響的感受與喜好遊戲類型等，結果顯示玩家多半喜好角色扮演型遊戲，遊戲的視覺美感對於青少年玩家的心理需求滿足有著重要的影響力，另外，紓解壓力與社會學習也是玩家進入遊戲的因素，但遊戲世界中可能存在的衝突與負面影響值得進一步探究。

林鶴玲與鄭芳芳(2005)曾針對青少年玩家在遊戲中的活動進行研究，其結果指出，青少年玩家在多人線上角色扮演遊戲中學習自我形象、財產與人際關係經營，並非以遊玩之心態看待其遊戲中的虛擬化身，在面對充滿風險的虛擬世界有著理性行事的行為取向。另外，陳士哲(2005)研究則是針對多人線上角色扮演遊戲對於青少年玩家是否有顯著的涵化效果進行探討，其結果指出遊戲對於青少年玩家產生之涵化影響和過去美國對於電視暴力的涵化研究結果相似，尤其對於重度玩家而言，回響效果發生的可能性更高，相較於電視電影的制式直線發展劇本，強調互動性的多人線上角色扮演遊戲所營造出的類真實世界使得玩家更沉浸與受其影響。

### （三）性別取向

在社會／心理面向的研究範疇中，性別研究取向逐漸成為重要議題之一，其中，性別取向較常被討論的議題為玩家性別氣質與兩性玩家互動。侯蓉蘭(2002)的研究發現多人角色扮演遊戲提供玩家角色與性別實驗的場域，遊戲中的匿名性和高互動性，方便玩家進行角色變換，或是透過遊戲過程進行性別角色的窺探，但兩性互動方式卻存在著物化與工具化的本質（女性依附與陪伴、男性狩獵與包養）。張玉佩與呂育璋(2006)亦有類似之發現：該研究藉由多位男女玩家的訪談，歸結出多人線上角色扮演遊戲具有娛樂取向、男性中心與身體再具體化之特質，極化現實世界的父權制度，並強化男強女弱的互動關係。在柯舜智(2004)的研究中也提及，現實社會中的性別不平等情況延伸至遊戲世

界中，儘管在遊戲世界創造了一個類似烏托邦，人人平等的世界，但角色的性別仍然影響了玩家在遊戲中所受到的待遇，在男性玩家多於女性的遊戲世界裡，女性角色的出現會受到更多注意與照顧。

陳軼辰(2003)的研究，則是以量化研究取向進行，其結果指出，生理性別（先天）與性別氣質（後天）同時影響了玩家的線上遊戲參與行為，性別氣質更影響了玩家參與線上遊戲的動機與心理需求，尤其非玩家的男性氣質較玩家的男性氣質低，非玩家的女性氣質較玩家的女性氣質高，該研究推論線上遊戲被視為較男性化，屬於男性的休閒活動。李君如與楊棠安(2005)研究結果亦統計出，男性玩家在遊戲中的遊戲表現普遍較女性為高，無論在財富成就或擔任工會組織領導者比例上皆同。

前述研究皆從玩家與社群生活的角度評析，對於遊戲內容的性別與社會意涵僅附於論述中的小部分段落，並未成為研究的中心旨趣。在遊戲內容與機制部分，賴柏偉(2002)、陳怡安(2003)、柯舜智(2004)、李君如與楊棠安(2005)和其他坊間相關書籍曾做過程度深淺不等的整理與介紹，以成為其論述的背景資訊。在前述所列之研究中，儘管未對多人線上角色扮演遊戲的內容本質進行深入探究，卻皆曾指出，多人線上角色扮演遊戲中的活動多帶有暴力、財富與偏男性化活動的傾向。多人線上角色扮演遊戲的內容帶有甚麼樣的性別意識？是否真的有偏男性化之傾向？更進一步地，內容中的性別意識是否單一化而概化了性別角色，尤其是男性印象？都是本研究欲探究的議題。

## 小結

多人線上角色扮演遊戲的問世，對於遊戲產業經營型態產生衝擊，同時也引發各種社會現象與其相應研究。在現有研究成果中，對於性別議題多從玩家互動面向出發，然而，在大部分研究中普遍地提及遊戲的暴力內容、社會衝突、遊戲世界內經濟糾紛與公婆文化造成的性別解放可能性降低的同時，對於遊戲內容的意涵（包含故事、世界觀、生存的本質…等）卻尚未探究。故本研究欲透過對於多人線上角色扮演遊戲的內容結構探析，探究其意涵，並特別以男性氣概論述作為主題，印證（或反證）與回應將多人線上角色扮演遊戲視為男性休閒活動的看法。

### 第三節 研究問題

根據前述文獻回顧，本研究在視多人線上角色扮演遊戲視為一論述形構之前提下，將從環境設計、文本結構內容與廠商行銷媒體機制等三個面向探討男性氣概在遊戲形構中的論述實踐，與此三動力對男性氣概形塑之影響，詳細研究問題如下。

#### 一、多人線上角色扮演遊戲如何透過環境設計與文本內容呈現男性氣概論述？

規則、環境設計與文本內容是多人線上角色扮演遊戲的骨與血，其設計理念與組成元素對於遊戲的男性氣概形成有甚麼樣的影響？是否協助服膺傳統男性氣概價值？或者是提供了中性且平等的性別角色行為可能性？另，多人線上角色扮演遊戲在「說故事」的同時，傳遞了何種男性氣概價值觀？遊戲系統中的文本設計與角色外型設定是否服膺於傳統男性氣概價值？或提供了中性且平等的性別角色行為觀念？



#### 二、遊戲產業的媒體機制如何呈現多人線上角色扮演遊戲的男性氣概？

除了透過環境設計與文本內容傳遞遊戲世界的性別價值之外，遊戲營運者是如何透過宣傳與社群工具，在與玩家進行溝通的同時，塑造多人線上角色扮演遊戲的文化與性別氛圍？而這個氛圍是如何與遊戲文本內容相輔相成，增強其性別氛圍的意識價值？

#### 三、多人線上角色扮演遊戲與其他媒體文本的男性氣概展現有何異同？

多人線上角色扮演遊戲近年已成為大眾文化之一部分，與其他既有媒體文本的男性氣概再現相較，遊戲的男性氣概論述是否展現網路開放論述與性別解放的可能？或與其他大眾媒體文本一般，展現同為商業化娛樂，順應主流性別角色價值的趨向？

### 第三章 研究方法

本研究以探討多人線上角色扮演遊戲的男性氣概意涵為主旨，採取能深入核心的質性研究取向進行。陳向明(2002)指出，相對於量的取徑，質的研究取向的特色在於研究內容以故事、事件、過程、意義與整體探究為主，透過對於語言、影像的描述分析、歸納，尋求概念和主題。另外，由於本研究是針對單一遊戲個案為例進行研究，藉由探索遊戲文本內容與遊戲公司塑造的遊戲文化以理解多人線上角色扮演遊戲的男性氣概文化特質，若採用量化取向的內容分析法對於探究本研究主旨意涵上較無法細緻詮釋，故仍採取質化取向的研究方式。

在實際研究架構上，本研究以遊戲文本分析為主體，並輔以遊戲官方刊物內容分析與遊戲代理商訪談內容，探究多人線上角色扮演遊戲的性別內涵。

遊戲文本分析的旨在於理解多人線上角色扮演遊戲的敘事型態與男性氣概呈現，遊戲官方刊物與代理商訪談則是探究遊戲公司是如何藉由設計理念和官方溝通工具塑造男性氣概的文化氛圍。本研究將透過前述方式，分析文本的內涵與遊戲外圍的性別氛圍，以譜出多人線上角色扮演遊戲的男性氣概論述真實。

為求本研究在研究工具基礎上之詳全，以下分述本研究的方法工具。第一節論述本研究的遊戲文本敘事分析架構，以遊戲學派和敘事觀點混生的基礎出發，推演多人線上角色扮演遊戲的敘事分析架構，並針對此架構中的各個元素進行定義；第二節提出探索遊戲公司塑造男性氣概氛圍之途徑，分別為遊戲官方刊物和遊戲創作理念；最後則是介紹本研究選擇研究之遊戲個案—仙境傳說 Online，說明選擇之理由與劃明本研究範圍。

#### 第一節 遊戲敘事分析架構

本研究在遊戲敘事內容與男性氣概意涵探索上，以遊戲學派和敘事觀點混生的精神，推演出遊戲敘事結構，進行遊戲文本意涵探索。在遊戲學派觀點的引介上，由於目

前說法眾多，本研究以 Eskelinen(2001)與 Aarseth(2004)的遊戲三面向（規則、內容系統與遊玩）概念為推演架構的動力之一。在敘事觀點上，則採取 Foss(2004)和 Rybacki 與 Rybacki(1991)對於敘事批評架構的概念為基礎。另外，亦加入本研究對於目前市場上熱門多人線上角色扮演遊戲的觀察，組合出遊戲特有的敘事架構。

根據 Foss(2004)的定義，敘事意指一種藉由描述角色、行動與場景交織呈現世界觀的方式，人們透過敘事以詮釋並了解世界。而在敘事批評分析的領域中，方法紛陳，但 Chatman(1978)、Rybacki 與 Rybacki(1991)與 Foss(2004)皆指出探索敘事中的事件(event)、角色(character)與場景(setting)為了解敘事意涵的重要元素。在前述研究元素的適用性上，Juul(2004)論述中曾指出遊戲與傳統敘事有著結構特性上的共通點，但其說故事的方式和傳統媒體（如電視、小說等）相異，故本研究認為，在遊戲敘事的探索上仍可以傳統敘事的元素為基礎，但在元素的定義與子元素上需納入遊戲之特性與遊戲學派的觀點，重新詮釋組織。

在實際架構推演上，本研究以傳統敘事元素為基礎，將遊戲敘事分為事件、場景、角色三部分，各自的子元素結構則綜合 Juul(2004)針對遊戲與傳統敘事特性的比較結果、本研究於第二章第二節針對遊戲內容元素的整理，與對於目前台灣熱門的多人線上角色扮演遊戲的觀察，重新定義與歸結成遊戲敘事架構，如圖 3-1 所示，並分述各項元素之定義。



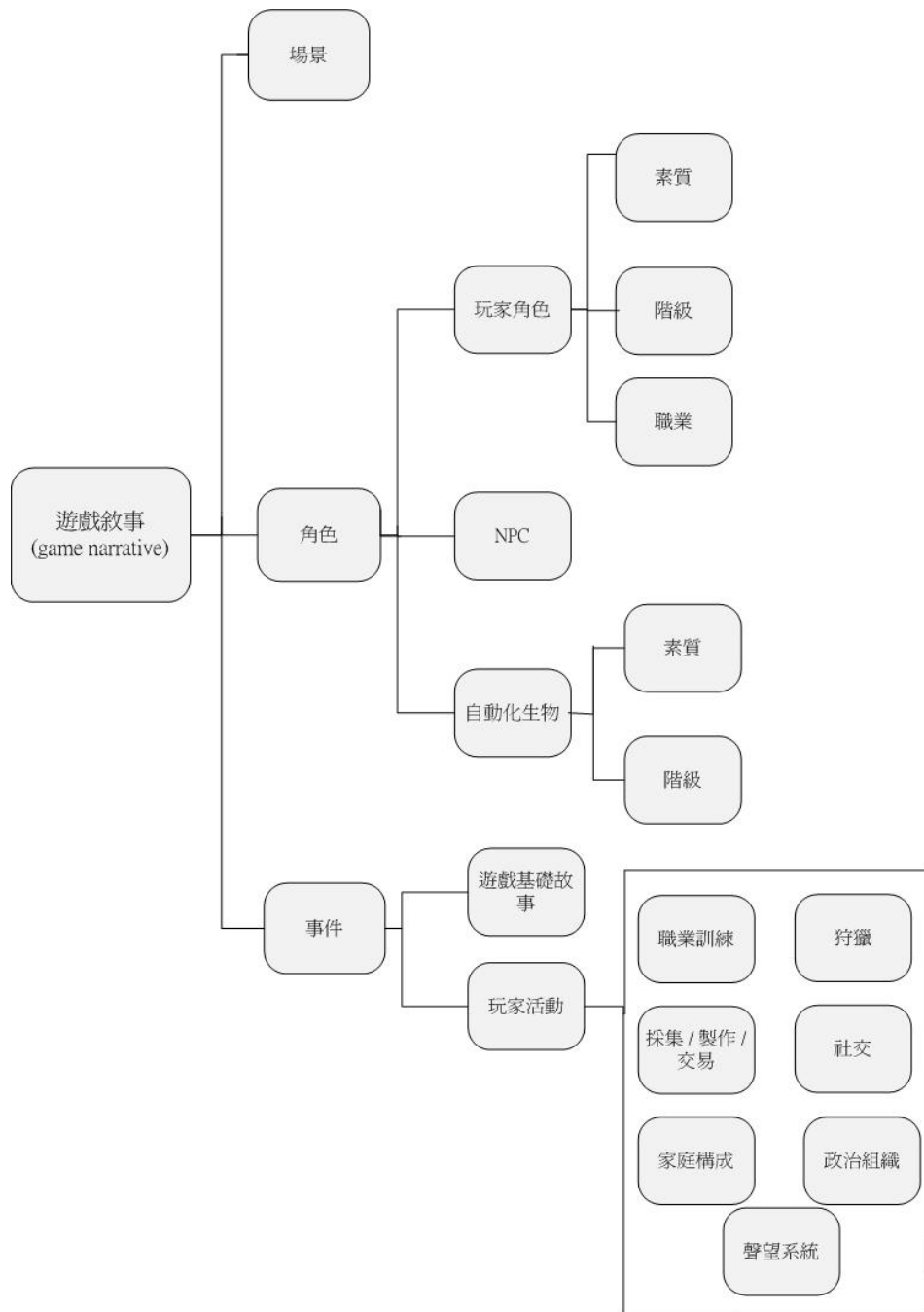


圖 3-1 遊戲敘事分析架構

資料來源：本研究

## 一、場景

場景意指故事中的角色思考與行動的場所(Foss, 2004)。場景對於敘事內容的氛圍、聲調、情緒產生影響，在配合情節與角色的特色下，才能達成故事的連貫性及合理性。故事場景的差異性，在分析和實務方面會有不同的聚焦點：當故事是非虛構性的內容(例

如新聞、紀錄片等)時,敘述中的場景呈現會受到事件發生當時的時空、社會與政經因素影響;如果故事是虛構性質的,場景仍不會太背離閱聽人的常識,並帶有寓意(Rybacki & Rybacki, 1991)。

## 二、角色

在傳統敘事觀點的認知中,敘事內容中的角色是參與事件發展的行動者,至於故事中角色的定位則透過在故事中所作的行動而產生的價值而決定(Rybacki & Rybacki, 1991)。

在多人線上角色扮演遊戲的領域裡,角色的定義和傳統敘事觀相仿,但塑造角色特質的型態卻有著截然不同的呈現方式。在 Juul(2004)針對遊戲與電影敘事的比較當中,遊戲的角色除了有事件中的行動者之外,玩家的在遊玩過程中的地位(play position)為一重要的角色形成元素。另外,除了玩家角色之外,NPC 與系統內的自動化怪物亦為重要元素,以下係針對此三類角色的定義與特色進行論述。

(一) 玩家角色: 玩家角色為遊戲敘事的主角,透過遊戲所規範認可的活動成長,進行狩獵、社交與建立聲譽等活動。在玩家角色的呈現上,除了透過外型的再現之外,角色的能力是透過素質的配置建立的,在系統規範的有限範圍內,根據所屬等級將固定數值分配於力量、敏捷、智力、體力等素質上,以增進自己狩獵打鬥的能力。在玩家角色中有三個重要的元素,一是素質、二是階級,三則是職業結構,以下即分別引介定義之:

1. 素質: 素質規範了玩家在遊戲中的能力限度。玩家在遊戲系統規範的制度下,每提升一個等級方能獲得一個有限的數值,自由分配在各素質上。素質的點數分配象徵著玩家角色在遊戲中的生存能力與特徵,並實際展現在狩獵怪物所呈現的攻擊數字上;
2. 階級: 多人線上角色扮演遊戲的階級結構是區辨玩家成就的有形化工具,在遊戲中多以「等級」表示。遊戲系統規範了最低等至最高等的可運用素質分配數值,



並以經驗值需求為唯一晉升動力，玩家必須狩獵累積至規定數值，以啟動遊戲系統對該玩家的升級權限；

3. 職業：遊戲敘事中另一個型塑玩家角色的元素為職業。在多數的多人線上角色扮演遊戲中，職業體系為必存元素，除了提供玩家多樣化的角色選擇之外，職業各異的功能也是促進玩家必須組隊合作的動力之一。

(二) NPC (non-player character, 非玩家角色)：根據 Mulligan 與 Patrovsky(2003) 的定義，NPC 意指在線上遊戲世界裡，執行某些功能，替玩家服務的人工智慧體，例如商店主人、移動服務提供者等，不受玩家的直接控制。另外，玩家進行遊戲時對話的視角色們亦為 NPC。

(三) 自動化生物(mobile)：自動化生物意指玩家在遊戲中狩獵的怪物，為玩家累積經驗值以提升素質和採集物品的對象。自動化生物在遊戲系統中除了以多樣化的外型呈現之外，在大多數遊戲設計中也有附與種族和屬性（例如風、火、水等）的趨勢。至於構成自動化生物的要素包含了素質和階級兩端，以下即分別敘述和定義：

1. 素質：在部分多人線上角色扮演遊戲中，自動化生物有著和玩家角色相應的素質系統，使得自動化生物有著「擬人」的特性，其素質的種類和玩家角色的相仿，以方便玩家研究其弱點攻略。

2. 階級：在部分遊戲中，自動化生物也有其階級系統，規範各種怪物的強度，以利玩家練功升級。低等級怪物經驗值較少，戰鬥無需耗費太長時間，對於低等級玩家而言，狩獵時不易死亡，且能得到相應的經驗值；高等級怪物素質偏高，較難擊敗，但擊敗後可獲得高價值寶物，提供高等級玩家打鬥與取得高等級寶物的成就感。

### 三、事件

Chatman(1978)將事件按重要性分為核心事件(kernel)和衛星事件(satellite)。核心事件意指故事中的重要情節，掌控著整個故事的發展邏輯。相對於核心事件，衛星事件意

指較次要的情節，對有著美化故事的作用<sup>21</sup>。

而在多人線上角色扮演遊戲中，事件亦分為兩大類。一為玩家活動，另一則為遊戲基礎故事。玩家活動的定位和核心事件類似，因為玩家的角色被定位為故事中的主角，故玩家自己活動所產生的回饋與內容是玩家在進行遊戲時必然感受到的故事，此類活動的選擇與結果都是由玩家可決定的。遊戲基礎故事則是指遊戲內的史詩與周邊任務，其作用在於幫助玩家理解遊戲世界的背景故事，並達到認同遊戲世界觀與沉浸虛擬環境的功能，這一類的事件是無法藉由玩家的力量改變的。

再進一步詳探玩家活動的組成要素，經由本研究歸納各大遊戲的玩家活動內容，整理出共通且必備的七項活動，並分別定義如下。

1. 職業訓練：角色扮演是多人線上角色扮演活動的重心，而角色的發揮則以玩家的職業功能為基礎，故遊戲中所提供的職業訓練是玩家在遊戲中活動的基礎。在本研究遊戲敘事架構的範疇中，職業訓練包含初心者訓練、轉換職業考試與技能學習等；

2. 狩獵：狩獵在遊戲文化中的俗稱即為「打怪」，是指藉由獵殺遊戲系統提供的自動化生物，已取得提升素質的經驗值或撿取掉落寶物的行動；

3. 採集、製作與交易：在多人線上角色扮演遊戲中取的遊戲貨幣的方式是以採集狩獵所得之寶物，賣給其他玩家或遊戲內的 NPC 為主。另外，採集之物品也可重新混合製作成其他物品，例如補充玩家血量的消耗品或是其他武器、裝飾品等等；

4. 社交：社交活動是多人線上角色扮演遊戲彰顯互動性的重要形式，大部分遊戲系統所提供的社交工具為組隊狩獵機制、個人／團體聊天室等等。

5. 家庭構成：多人線上角色扮演遊戲模擬家庭組織的方式多以結婚功能呈現，玩家透過系統設計的儀式成為夫婦，並享有伴侶的特殊功能。另外，部分遊戲也提供收養其他玩家作為兒女的功能，同樣享有和一般玩家不同的功能與素質差異；

6. 政治組織：多人線上角色扮演遊戲中的政治組織多以公會(guild)稱之，是一種由遊戲的機制所支援的正式的、遊戲特定的組織。公會組織除了促進玩家之間的社交發展

---

<sup>21</sup> Barthes(1977)的論述也有提及類似的概念，認為核心事件（Barthes 並未稱此為 kernal）可決定故事的進展與各事件的優先性，衛星事件則是較為例行性(routine)與次要的情節（轉引自 Rybacki & Rybacki, 1991）。

之外，遊戲機制中所規劃認可的城堡搶奪戰爭更為其發展重點，公會藉由奪取城池獲得遊戲系統的獎賞以壯大組織，同時也促生遊戲世界中的政治文化。

7. 聲望系統：聲望系統意指遊戲系統訂定的排名制度。而聲望的累積活動隨著遊戲內容風格而各有不同。大部分的聲望排名制度是以累積製作藥水和武器的數量、競技場的成績與玩家對決成績等為主，玩家可透過系統指令查詢排名，進入排行榜者在某些遊戲功能和效果上享有利益。

## 第二節 遊戲公司刊物分析與代理商訪談

在遊戲的性別文化氛圍分析上，除了透過遊戲文本的再現意涵探究之外，遊戲公司如何利用媒體機制創造並維持遊戲文化，增進玩家認同與參與亦為值得探討之處。

本研究在創作與行銷媒體機制上，以探究創作者理念和遊戲公司文化塑造兩個方法為之。在創作者理念上以訪談遊戲公司企劃相關人員為主，遊戲公司的氛圍創造則是從遊戲官方刊物與相關宣傳物分析出發，探討其內隱的性別文化意涵。以下即分別針對企劃人員訪談與宣傳物分析兩方面進行說明與範圍界定。

### 一、代理商訪談

在創作理念探究上，因本研究選擇之遊戲為韓國研發之代理遊戲，故以訪談台灣代理商代之，力求創作端環節之完整性。

在台灣代理商部分，本研究訪談對象為仙境傳說 **Online** 在台代理商遊戲新幹線公司專屬企劃文宣部旗下「e-joy ROxRO」（仙境傳說專門月刊）的執行主編。e-joy 部門在遊戲新幹線公司的定位為宣傳與社群經營，和營運團隊獨立分治，並直接接受韓國官方之業務指示和稿件提供，甚至透過業務合作，直接與韓國官方企畫人員聯繫，執行主編許耀仁先生亦為仙境傳說長期玩家，故為理想之訪談對象。

在訪談技術方面，根據陳向明(2002)的整理，訪談的執行依結構可分為三類：結構

型、無結構型和半結構型。由於在半結構型訪談中，研究者可利用訪談大綱對於訪談的結構有所控制，但受訪者仍能積極參與，故為本研究採取的訪談形式。訪談於 2006 年 11 月 10 日於遊戲新幹線公司 e-joy 編輯部執行，訪談內容採用半開放式訪談法，以根據研究問題（另輔以其他與該遊戲相關知識之問題）擬定之訪談大綱為核心，進行 2 個小時的深度訪談與討論，訪談大綱如附錄一所示。

## 二、遊戲官方刊物與其他宣傳物分析

在遊戲的媒體文化氛圍形成中，遊戲公司與玩家的直接溝通亦為重要動力，故本研究將遊戲公司的傳播內容納入研究範圍。目前許多熱門遊戲皆以出版遊戲攻略刊物作為和玩家溝通的方式<sup>22</sup>，除了提供玩家更容易在遊戲中達成目標的方法外，刊物中的專欄與遊戲創作團隊訪問亦幫助玩家認同與了解遊戲精神。

本研究分析的刊物為仙境傳說 Online 在台灣的官方月刊「e-joy RO x RO」。該刊物於 2003 年 7 月創刊，每月發行一冊，至 2007 年 1 月共發行 43 期，內容提供攻略、職業介紹、怪物與武器探源、漫畫、同人小說、活動訊息與韓國創作團隊專訪。

另者，遊戲公司在行銷遊戲時亦製作廣告片與其他宣傳物，為求文化氛圍的探究完整度，亦列為分析對象。廣告片部分計有四支，分別為「日夜戀人篇」、「夢想天空」、「PS. 你今天微笑了嗎」與「守候永恆的愛」。其他宣傳物則包含刊物附贈的卡片、書籤、月曆等。

---

<sup>22</sup> 目前台灣定期發行遊戲攻略刊物的多人線上角色扮演遊戲有天堂、楓之谷、仙境傳說、魔獸世界等等。

### 第三節 遊戲文本選擇

由於時間之限制，本研究僅選擇一款遊戲作為分析之代表樣本，其中，選擇遊戲之主要標準是參考遊戲於台灣營運時間長短、目前上線人口、於台灣所獲得獎項等相關數據為主，選擇由韓國 Gravity 公司設計，台灣智冠子公司遊戲新幹線代理之「仙境傳說 Online (Ragnarok Online)」為分析對象。

Gravity公司於 2002 年正式推出仙境傳說Online，目前服務範圍已達全世界 50 個國家與地區，並於 2005 年達到 460 萬會員數。在台灣營運歷程方面，2002 年仙境傳說Online 於台灣正式營運，至今已滿四年，最高同時上線人數曾達 15 萬人次，2003 年註冊帳號數突破 30 萬，同年並獲得經濟部最佳代理線上遊戲之獎項。目前該遊戲仍穩定維持平日約 5 萬左右之上線人口<sup>23</sup>。2007 年 2 月 7 日推出免月費—虛擬寶物販售制的伺服器，目前共 3 個，於 2007 年 5 月達到 45 萬會員數。除了會員人數眾多之外，該遊戲更兼具玩家喜歡之風格特色前二名（可愛與中古奇幻風格）。再者，考量仙境傳說Online研發六年的成熟度與遊戲中玩家所扮演之角色均屬人類，較能與過去大眾媒體男性形象研究相對應。另者，仙境傳說Online自營運至今，於台灣網路娛樂業產生許多社會效應，其影響力與線上遊戲「天堂」齊名，在跨媒體文本的性別氣質再現比較上能發揮較普遍化的回饋效果，故亦為選擇此遊戲作為個案之因。

仙境傳說 Online 原名為 Ragnarok Online，改編自韓國漫畫家李命進以北歐神話「諸神的黃昏」為背景繪製的漫畫。遊戲中初始城市、怪獸、神祇皆與「諸神的黃昏」內容相同，伺服器名稱亦以該神話之神祇為名，目前遊戲內有豐富的職業養成、任務執行、道具製作與寵物飼育系統，每年均進行主篇史詩更新與地圖擴展更新，分季推出更新資料遊戲片。

本研究在遊戲敘事結構做為研究工具之前提下，分析資料以遊戲之背景故事、人物成長事件、任務、玩家可扮演之角色、NPC、遊戲內活動系統為主，並從中擷取關於男

<sup>23</sup> 此數據為研究者於 2007 年 1 月 10 日、1 月 15 日與 1 月 20 日三日晚間 8 時實際登入各伺服器統計之平均值，實際數字為 52633 位玩家登入數。

性氣概再現的元素與遊戲文本間的互動關係。由於仙境傳說 Online 研發廠商並無公布完整線性的故事內容，為求本研究在資料上的正確性，文本內容皆以遊戲中已公布與存在的場景、背景故事和任務為主，玩家在遊戲論壇（如巴哈姆特）發表之同人故事創作不列入文本分析標的。

另外，由於線上多人角色扮演遊戲之營運特性是以經常性更新內容以維持與提升遊戲耐玩度，為了能窮盡範圍，本研究將遊戲內容時間限定於 2007 年 1 月 15 日前的版本，台灣代理商的主遊戲主題版本為「RO 第四樂章—愛情忍法與甜蜜左輪」。

本研究在分析資料的引用方面，計使用任務文本、角色技能文本、寵物對白文本與刊物等，在引用時以「文本名稱編號」標示。任務文本與寵物對白文本的詳列編號表如附錄二與三所示。



## 第四章 研究發現

本章由三部分組成：第一節以本研究發展之遊戲敘事架構呈現與分析仙境傳說 Online 的環境設計、敘事背景與世界觀意涵；第二部分依循文獻探討的脈絡，結合大眾傳播文本內容中的男性氣概「身體」、「對立客體」、「暴力」與「男性情誼」四要素與第一節的敘事背景意涵，由設計者鋪陳的內容解析男性氣概的呈現形式與意義；第三部分則是從遊戲文本外圍，遊戲公司行銷遊戲的媒體機制出發，探討經營者行銷遊戲所使用的傳播文本內容對於增強遊戲商品本身男性氣概意涵的影響。

### 第一節 遊戲環境設計與背景意涵

仙境傳說 Online 的敘事內容是由遊戲環境（場景）、玩家與遊戲中 NPCs（角色）與遊戲背景故事及玩家可從事之活動（事件）所組成。其中，階級結構的設計是此遊戲中最顯著的特色，階級結構是由一組數字與等級名稱所構成，組成玩家的個人特性，並指導了遊戲活動的本質。以下茲分述敘事內容的各種重要元素。

#### 一、遊戲場景

仙境傳說 Online 將遊戲的虛擬世界場景定位於北歐神話裡諸神交戰後的世界，以中古世紀的城市、原野風貌為美學基調，將玩家們的精神想像從資訊革命後的現世引至充滿英雄傳說的中古國度。

在遊戲中的領域構建上，仙境傳說 Online 的世界以兩大國度—盧恩·米加爾德王國與秀發茲共和國為主要活動範圍，玩家在此二國度的城市與原野中狩獵、生活。此二國度分別象徵著仙境傳說 Online 的兩個重要敘事主旨，茲分述如下。

(一) 神話與聖戰：盧恩·米加爾德王國是以信仰崇拜與效忠王室為主題的國家，也是玩家在通過新手訓練後誕生地，大部分的職業訓練所皆設於此國度的城市中。在建築與人文風格上，盧恩·米加爾德王國以中古歐洲風格為主，北歐神話引發的史詩在此國度開展，玩家在該國度所遭遇的任務故事多與神人關係、道德勇氣和維繫和平等主題有關，各城市的建築風格則是呼應世界各地中古時代的樣貌<sup>24</sup>。

在盧恩·米加爾德王國中，人民是效忠國王，並崇敬上帝的勇者，在尋找眾神留下的遺跡時，秉持著對與和平的理念，進行戰鬥。相對於人民對於國王和宗教的忠誠，原野或洞穴中許多惡魔屬性的黑暗怪物與魔王（例如黑暗之王、迷幻之王、死靈等）為反正義的代表，玩家在王國中所承接的任務中往往會認識到這些惡魔怪物的罪行，並在任務故事結末與其戰鬥，以淨化邪惡的力量。不過，魔王的背後通常隱藏著悲傷的故事，他們在成為魔王前，多半是參與討伐黑暗勢力的戰士，最後卻遭惡勢力吞噬，成為沒有靈魂，徒存暴性的怪物。以闇黑祭司的故事為例，他在變為魔王前是惡魔討伐隊的成員，但最後反被黑暗勢力捕捉洗腦，他在即將喪失正義良知前，留下遺言，要求後進冒險者打敗他以解放靈魂。是故，在盧恩·米加爾德王國所留傳的史事與玩家面對的怪物，襯出了宗教與黑暗的善惡對立主題，玩家斬妖除魔，以更接近神，並進一步取得具有神性的武器，維護世界和平。在此國度中，善惡的二元對立為所有故事的中心意識，玩家為主持正義的一方，在任務中協助故事主人翁斬妖降魔，歌頌神性的偉大。

(二) 科技與人性的合作與衝突：秀發茲共和國的主題則是以科技與人之間的合作衝突為主題的國家，其首都朱諾是一個飄浮在天空中的城市，象徵著此國度的高科技發展度。在這個國度中，寓居著研究者、科學家與企業家，科學與工業的發展同時為人民帶來正反面的結果。在工業發展上，其帶來富裕與華麗，卻同時蒙受了工廠林立帶來的環境汙染和富裕與貧窮的對立，工業發達的富裕城市艾音布羅克與貧窮的礦山部落艾音貝赫便各自代表富有的唯利價值和飽受剝削的勞工悲哀。

---

<sup>24</sup>例如夢羅克的回教圓頂建築和金字塔群、斐揚村的中國古代建築結構與商業城市艾爾貝塔的地中海藍頂白牆平房等等。



在科學發展上，科學研發同時對科技產品和研發者本身產生影響：不人道的人體實驗產生了失敗品，最後成為秘密實驗所中的魔王怪物，生體實驗研究所中的各種和玩家長相相同的怪物為最顯著的例子，這個科學實驗失敗品的駐足場所是整個遊戲世界中狩獵難度最高的區域。另外，對於科技熱愛最終也引發科學家的瘋狂，症狀輕微者在城市中經常喃喃自語，得需要靠玩家承接任務阻止其瘋狂行為，症狀嚴重者則成為洞穴迷宮中的大魔王，其代表為優佩雷斯遺跡中的貝斯波魔王，在成為怪物前，貝斯波是一位科學家，最後瘋狂成魔，構築了自己專有的迷宮，並帶領著他研發的機器人小兵，對前往探險的玩家展開殘酷的殺戮行為。

秀發茲共和國的敘事主題強調智慧、科技與工業的價值，但其中心意識仍與盧恩·米加爾德王國相同，以二元對立的方式敘述科學的兩面性：科技在物質效益上的正面理性價值，與科技知識可能帶來的瘋狂反面結果。玩家在此國度中扮演的角色為協助弭平瘋狂所帶來的危害，以確保科技與知識在社會發展中的正當性。

前述的場景分類是以世界觀為主，但進一步以玩家活動為劃分標準而觀，仙境傳說 Online 的場景可劃為三類：人與環境對抗之場景、人際對抗場景與社交場景等，以下即分述此三場景的內容特色。


### （一）人與環境對抗之場景

人與環境的對抗場景是玩家對抗環境以求生存和成長的重要場所，其中最重要的活動就是狩獵。狩獵是玩家累積經驗值升級與採集物品的主要方式，而在仙境傳說遊戲世界所建置的狩獵場所以城市外原野和迷宮地下城兩種型態呈現，以下即分別敘述此二場景的內容與其重要性。

1. 原野：城市外原野的景況呼應現實世界裡的未開發區域，包括森林、草原、沙漠、海洋、洞窟等地形，並根據地圖與城市的距離，將各原野的怪物強度作一分配

設置。距離城市越遠的原野內，怪物等級越高，數量越密集，也越不利單一玩家生存，相反地，城市周圍的原野中，怪物等級較低，對於低等級玩家而言較容易達到快速升級的效果。

2. 迷宮地下城：迷宮地下城則是伴隨著遊戲史詩產生的探險地帶。和原野不同的是，玩家可經由原野間的連結，抵達其他城市，而迷宮地下城是城市內或原野某處的高危險地區，除了入口外並沒有連結外界的道路，玩家進入迷宮地下城後，返回城市等安全區域的方式唯有循原路返回迷宮入口或使用虛擬道具兩種方式。迷宮地下城的出現多半伴隨著仙境傳說中的史詩或是特殊任務，玩家必須透過個人解謎或團隊參與，才能取得進入權或進入地下城的深部結構中。以達納托斯塔台為例，玩家必須和系統簽訂契約，才可進入高達十三樓的塔台進行冒險，在途中必須完成系統交付的任務，以取得進入頂樓的權限，挑戰魔王等級怪物「達納托斯的記憶」，以獲取大量經驗值和高價值掉落物。



人與環境對抗的場景，提供玩家在獵殺怪物與撿取寶物，並增進個人角色發展的場域，同時也注重美感以增加玩家探索與觀光的樂趣。另外，場景內怪物群攻引發的團隊合作也成為促進玩家社交性的動力之一。

## （二）人際對抗場景

除了玩家和環境相爭，以求成長和生存之外，另一個和玩家本身戰鬥能力運用有關的場景是玩家之間的對抗場景。對抗場景分為個人 PK 場與公會領地（公會戰時各公會搶奪的城池），兩者均透過系統的規則權限劃分範圍，玩家必須支付金錢或加入公會組織才能參與戰鬥，相對於狩獵場景所促生的個體發展與合作精神而言，戰鬥場景多帶有對立意涵。以下即分述個人 PK 場與公會戰場景的特色。

1. 個人PK場<sup>25</sup>：PK場的地圖樣貌與城市相同，玩家必須支付 500zeny<sup>26</sup>才得以進入。在PK場中，玩家以個人為單位進行殺戮其他玩家的活動，並透過系統統計的PK場排名得知戰況與個人實力。
2. 公會領地：公會領地是公會戰的搶奪目標，在系統開放公會戰鬥時，領地內玩家可動武殺害敵對公會的玩家，享受團隊戰爭的樂趣。在平日，公會領地可做為佔有該領地公會的秘密聚會場所，並享有在公會領地專屬洞穴狩獵的權利。

### （三）社交場景

交易居住場景意指城市與其中的各類型活動場所，包含旅館、教堂、商店、冶煉場所、職業訓練所等等。相較於前述的狩獵與戰鬥場景，系統並未將怪物設置於城市中，以提供玩家狩獵或戰鬥完可以安全休憩、買賣物品與聊天交際的場所。在美學風格上，城市隨所屬國家民情而各有不同之處，但城市內的生活機能結構卻幾乎相同：商店提供狩獵戰鬥所需物資；旅館提供體力恢復服務；冶煉場提供玩家精鍊與修理武器裝備等服務；系統服務人員提供儲存重生點、倉庫提存與交通傳送服務等等。在交易居住情景內的活動較狩獵與戰鬥場景多元，並在完整安全僻護的前提下進行，但就角色扮演養成活動的過程而言，交易居住場景的鋪陳相對較次要，而仍以狩獵和戰鬥場所為遊戲敘事內容的主要場景。

總而論之，仙境傳說的遊戲敘事場景依循著兩大世界觀主題，分為以宗教崇仰為主的北歐神話世界，以及討論科技人文衝突兩端，以玩家活動劃分則以狩獵、戰鬥、交易居住等三個場景為主。儘管美學風格伴隨遊戲開發者的設定，個別揉入不同國家的元素，但在系統機能有著一致的基礎上，玩家於三處場景中遵守系統的規則與權限，進行

---

<sup>25</sup> 個人 PK 場是仙境傳說 Online 提供玩家相互對戰切磋技巧的封閉場所，其入口多設置於各城市的旅館內，玩家必須支付金錢以進入戰鬥。PK 場中的成績計算採取個人計分制，以玩家在場內殺人數與存活時間作為排名依據，排名僅為玩家間的名聲較量，系統並不會給予優勝者任何物值報酬。

<sup>26</sup> zeny 為仙境傳說世界中的貨幣基礎單位。

角色生命敘事中的各項重大活動，在了解仙境傳說史詩的同時，也創造了自己的歷史傳奇。

## 二、角色

由本研究推演的遊戲敘事結構而觀，仙境傳說 Online 中出現的角色可分為玩家角色與系統設計的人工智慧體。玩家角色和人工智慧體最大的差異在於玩家角色的素質與能力是可透過玩家的數字分配而展現特殊性，人工智慧體則已受到系統的限制，素質、能力和行動種類均已確定，玩家除了人工智慧體的生死之外，無法改變其特性。以下進一步詳細敘述玩家角色與人工智慧體的角色特質與任務，並陳述其對於遊戲敘事的地位與影響。

### (一) 玩家角色與數字人格



基於玩家主動進入遊戲世界經歷事物的前提，故事唯一的主角是玩家所扮演的角色。玩家身為遊戲中的主角，扮演著遊戲所定義的冒險者角色。

在仙境傳說 Online 中，玩家的特質以量化的數值呈現，素質的數字分配決定了玩家的能力範圍，在實際設計上以外觀、基礎等級（生命特性）和職業技能等級（生存技巧）具象化為主要方法。由於遊戲必須對於玩家角色發展訂立可見、公平公正，且簡明具體的規則，數值成為基礎，玩家的個人特質是透過有限數值規範下的素質分配和職業技能選擇確立。

玩家的基本資料是由一張「身分證」顯示（如圖 4-1 所示），這張「身分證」的內容由名字、職業、生命係數(hp)、精神值(sp)、基本等級、職業等級、人物能力屬性狀態(status)、所持物品(items)、職業技能(skill)、裝備(equip)、負重量、所持金錢與所屬工會名稱組成。除了名字與職業之外，其餘內容皆以數值標示。玩家在參與戰鬥時，可透過生命係數與精神值的液柱消長查知自己是否需要補給，基本等級與職業等級的液柱則可得知目前累

積經驗值的多寡，並預估晉升至下一級所需的時間。這些數據化的線索，使得玩家外型上為人型，實質上是一些數字和階級標示的組合，但對於探索遊戲世界的玩家而言，對於自身角色的認知是透過這些數據達成的，並且，這些數據往往成為遊戲內活動的基礎。



圖 4-1 仙境傳說玩家基本資料表

資料來源：本研究

玩家角色的「數字人格」形塑主要以職業、素質與階級結構形構而成，以下分別敘述此三元素。

1. 職業：玩家必須擇定自己所扮演的職業，職業形象透過外型與技能確立，玩家角色在初入遊戲時皆為初心者(novice)，透過經驗值累積和職業訓練，在達成目標後轉換下一個進階職業。職業的選擇決定了玩家的基礎外型與可使用的技能型態和範圍，且技能皆與狩獵戰鬥活動相關。

進一步探索仙境傳說 Online 的職業體系結構，是以兩組三階結構結合而成，第一組為「初心者→一轉職業→二轉職業」，第二組為「進階初心者→進階一轉職業→進階二轉職業」，如圖 4-2 所示，玩家必須從第一組開始發展角色，並在二轉職業成熟後進入第二組的循環，以至最終等級。

除了前述的發展模式之外，部分擴充的職業則是以一轉職業為角色發展終點，戰鬥能力較主要職業不足，但對於玩家而言可增加另一類型的樂趣。

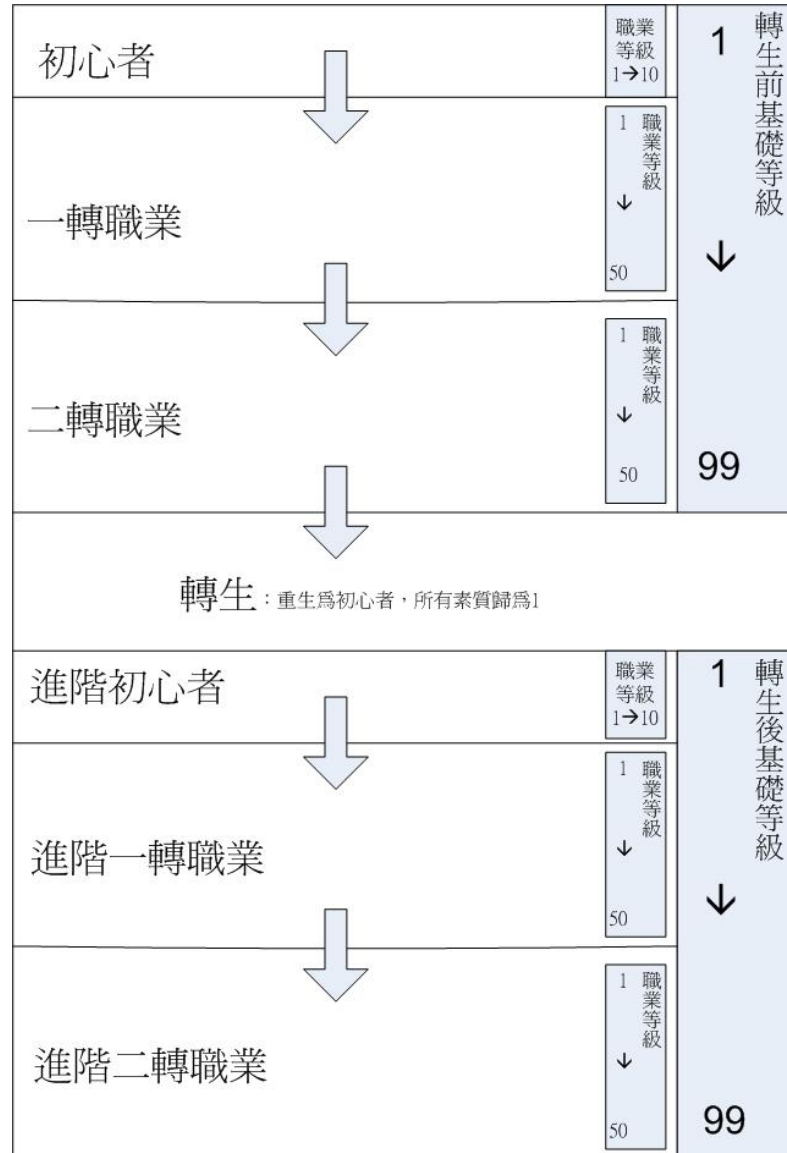


圖 4-2 仙境傳說玩家職業發展流程

資料來源：本研究整理

前述職業發展過程說明了玩家角色在遊戲生命中的職業層級轉換，而這些可供玩家選擇扮演的職業。

在職業晉升過程中，玩家一開始皆扮演入門的初心者，直至等級足夠時，選擇晉升一轉職業。一轉職業限制了二轉職業的選擇<sup>27</sup>，而轉生職業群則為二轉職業所決定，藉由再一次轉生提升等級，在轉生職業時技能與能力均較轉生前強勢。

<sup>27</sup>例如，劍士只能選擇在未來轉職為騎士或十字軍，服事只能選擇選擇在未來轉職為祭司或武僧。

2. 素質：素質是玩家在遊戲中能力的量化表徵，以在系統規定的範圍內分配的數值呈現（如圖 4-3 左上角人物能力屬性狀態所示）。在仙境傳說 Online 中，玩家可設定六項素質，分別為力量、敏捷、體力、智慧、靈巧與幸運，極值皆為 99，其特性與執掌能力如下。

- (1) 力量(STR)：力量主掌玩家自身的物理攻擊破壞力，隨著力量素質的增加，玩家的物理攻擊性增強，能承負物品的能力亦提升。
- (2) 敏捷(AGI)：敏捷主掌攻擊的速度和迴避對手攻擊的機率，對於以物理攻擊為主的職業是重要的素質之一。
- (3) 體力(VIT)：體力影響玩家角色的生命係數（也就是血量）和防禦能力，數值越高，防禦力越高。
- (4) 智慧(INT)：智慧主宰玩家角色的魔法攻擊力與魔法防禦率，另外也提升玩家的 SP 數值。
- (5) 靈巧(DEX)：靈巧影響玩家的攻擊命中率，數值越高，命中率越高。同時，靈巧也影響製作物品的機率。
- (6) 幸運(LUK)：幸運值影響玩家製作物品的機率與會心一擊（在仙境傳說 Online 的玩家討論中以「爆擊」稱之，意指無視對手防禦仍可造成重大傷害）發生率。

而這六項特質，可進一步歸納入身體與心理兩個面向：力量、敏捷與體力屬於身體範疇，而智慧、靈巧與幸運屬於心理範疇的素質類別。身體範疇的素質

六項素質影響玩家各類型的攻擊能力，由於可供分配的數值有限，六項素質無法同時達到極值，故玩家必須針對自己想呈現的職業特色分配素質多寡，以發揮玩家想要呈現的個人風格。



圖 4-3 玩家角色外型與個人素質列表

資料來源：本研究

3. 等級：Mulligan 與 Patrovsky(2002)與 Kelly(2004)皆指出線上多人角色扮演遊戲中階級設計的必要性。在仙境傳說 Online 中，將階級分為基本等級(base level)與職業等級(job level)，玩家同時擁有二種等級屬性，藉由與遊戲內魔物戰鬥所獲取之經驗值累積提升等級。基本等級的發展分為二階段，第一階段玩家由 1 級提升至 99 級，經由遊戲世界內的女戰神巴基力加護後重回初心者，展開第二階段的轉生發展過程，再一次地由力量薄弱的 1 級提升至 99 級，直至無法再成長為止。

基本等級與素質相關，當玩家狩獵累積經驗值到達系統訂定的需求值時，玩家便提升一級基本等級，除了升級瞬間玩家身上會出現天使顯靈的升級慶祝畫面之外，另提供玩家固定數值以分配在力量、靈巧、敏捷、智慧、幸運與體力等素質上，各種素質之上限為 99。當玩家的基本等級達到 99 級的時候，等級達到極致並無法再提升，玩家角色的腳底將呈現光環（如圖 4-3 中玩家角色下的藍色光環），此光環為常態性常駐的外型狀態，以彰顯該角色在遊戲世界中辛勤狩獵提升自我能力的成就。



職業等級亦由經驗值累積，但影響部分為玩家可使用之技能多寡，初心者職業等級共 10 級，一轉與二轉職業群為 50 級，轉生職業則為 70 級。

## (二) 人工智慧

系統所設計的人工智慧是玩家無法變動其特性的自動化生物，在遊戲世界中扮演著玩家狩獵對象、系統服務提供者、輔助玩家者、任務故事人物等提供玩家便利與樂趣的角色。在實際分類上可分為敵對角色、協同戰鬥角色與遊戲協助者三種，以下茲分段陳述其特性與重要性。

1. 敵對角色：怪物在遊戲世界中扮演著玩家狩獵對象的角色，把守各大原野與地下城迷宮的過路權。眾多的怪物以種族、屬性與等級分門別類，以利玩家考量自己的等級與能力，使用適當的武器與能力相當的自動化生物戰鬥。

進一步探究怪物的素質與等級系統可發現，怪物亦有著 1 至 99 級的階級性體系，玩家打倒的怪物等級越高，所獲得的經驗值越高，同時，掉落物品更為值錢。另外，各怪物也有玩家具備的六項素質和職業技能，但和玩家角色不同之處在於，怪物的素質並無上限，部分高等級怪物甚至有數值 100 以上的屬性。

2. 協同戰鬥角色：協同戰鬥角色類似傭兵的功能，幫助玩家戰鬥，且有其成長系統與技能。在仙境傳說 Online 的世界中，只有扮演鍊金術士的玩家可召喚飼養協同戰鬥的角色「人工生命體」。人工生命體共有四種，分別為麗芙、艾咪斯可魯、飛里樂與巴尼米樂斯，各自擁有其特殊技能以輔助玩家戰鬥。人工生命體和玩家一樣，依循遊戲所設定的經驗值需求系統，以狩獵的方式成長進化，逐步增加其生命係數和技能種類。同時，玩家也可餵食人工生命體，享受飼育寵物的樂趣。
3. 遊戲協助者：遊戲協助者意指提供遊戲世界中生活機能的人工智慧體，包含商店人員、旅館服務生、地圖導遊、職業訓練所人員、交通服務人員與系統功能服務人員等。其中，各大城市的系統功能服務人員—卡普拉職員提供玩家最基礎的機能服務，包括儲存玩家重生點、空間傳送、商人職業租借手推車與倉庫儲物等等。

4. 任務故事人物：任務故事人物為遊戲基礎故事內的主要角色，包括委託玩家解決難題的任務起始 NPC、提示玩家線索的輔助角色、玩家對抗的邪惡人物與玩家拯救的人物等等，以對話內容呈現個性與狀態。遊戲的基礎故事有著不可變更的特質，所以任務故事人物的命運已然確定，玩家只能認識故事人物的遭遇，經由任務行動的選項，查知人物們的最終命運。
5. 其他：除了前述四類型角色之外，仙境傳說世界中亦存在著其他為玩家帶來樂趣的人工智慧角色，例如城市與原野中一些和任務無關的居民，點擊該人物可看到關於該區域的一些民情介紹與個人想法。另外，玩家在狩獵過程中抓取的寵物也提供玩家另一類型的樂趣，當餵食寵物達到高度親密感時，寵物即會開口說話，陪伴玩家渡過狩獵與社交時光。

### 三、事件



仙境傳說 Online 的事件包含遊戲基礎故事與玩家活動二端，遊戲基礎故事描述了仙境傳說的整體世界歷史和國家內部存在的人物小故事和民間傳說，從開始到結末，玩家只能觀看與協助，無法進行歷史故事的推翻改寫；玩家活動則是遊戲敘事中的故事主體，玩家使用遊戲系統所設定與認可的工具，在遊戲世界中發展自我，撰寫屬於自己的故事。以下即分別針對遊戲基礎故事與玩家活動進行陳述與整理。

#### （一）遊戲基礎故事

仙境傳說 Online 中的基礎故事提供玩家遊戲世界的歷史背景知識，同時幫助玩家認同遊戲世界的風格和生存方式，玩家藉由認知仙境傳說初始的故事和幫助任務故事中的角色解決困難增進對於遊戲世界的認同感。另外，部分任務在玩家完成後，系統亦會給予玩家酬賞（例如經驗值和物品等），提供玩家狩獵活動之外的另一類型樂趣。遊戲基礎故事以劇情重要性共區分為三種類型，一為背景神器史詩，二為區域民情故事，最後

則為小遊戲型態的短故事，三類型故事均以任務型態出現，玩家必須經由點選遊戲協助角色觸發故事內容。

1. 神器史詩：在戰亂結束後的世界裡，眾神祇在世界的某些角落裡留下了神祇用以維持世界和平的器具的線索。主角藉由吟遊詩人和耆老傳唱的線索，證明諸神存在的真實性，最後促使神的器具重現於世，成為斬妖除魔的力量。這個尋求世界源頭的故事由四大神器任務組成，分別為「史雷普尼爾之靴」、「雷神腰帶」、「女神頸鏈」與「雷神之錘」任務。
2. 區域故事：主角在掙扎成長之餘，也在遊戲世界中認識許多朋友，甚至對一些亟需幫助的人伸出援手，完成他們未竟的心願。在幫助他們的過程中，對於這個世界的風土民情，有更進一步的了解。而這些具有人情味的故事，透過下列各個任務組成：影子任務、好朋友任務、總統任務、企業任務、伊美勒心臟碎片任務、戀人任務、尋找叛變礦工任務、雪人任務、吟遊詩人任務、凱渥寶樂格家的詛咒任務、烏龜島任務、海莉翁寶石任務、毀葛的藥、魔女鋼琴鍵任務、黨主時豔文的劍、修劍的情報、通行證任務、閃亮老虎任務、藍寶戒指任務等等。
3. 小遊戲型態短任務：小遊戲型態的短任務的內容主要以小型短暫的怪物狩獵或猜謎遊戲為主，玩家透過此類型遊戲可獲得少量報酬。而這些小遊戲任務通常反映了該城市或原野的風土民情。以哎哟泰雅的「泰式 BBQ 任務」為例，玩家在泰國風格的城市中尋找泰式酸辣海鮮料理的食材，最後交由餐廳中的廚師烹調，獲得可食用的泰式小吃。

## （二）玩家活動

玩家活動為遊戲敘事的中心事件，亦為玩家經歷與理解的遊戲主要內容，相對於前一部分敘述的遊戲基礎故事而言，玩家無須參與遊戲基礎故事，但玩家的各項活動則事關角色的培育成長，故重要性遠大於遊戲基礎故事。

以玩家整體人生的觀點而言，玩家角色的生命故事可續述如下：「主角誕生於北歐

諸神混戰結束後的混沌世界，在打敗怪物，取得生存資源的過程中逐漸成長為具有智慧或力量來拯救世界的英雄。從初心者只有簡單武器與能力，經過一轉職業與二轉職業的技能學習，獲得更多探索世界，討伐強大魔王怪物的能力…直到身心素質達到頂峰的那一天，拋下所有身外之財，由巴基利女戰神洗淨自己的傷痕，重新誕生，拾起自己的過往能力，直達生命的最頂峰，成為捍衛神、人、魔族共生平衡，永生不朽的光榮戰士」。而玩家在這個不斷追求自我已達到巔峰的過程中，運用了系統所定義的合法工具，創造了自己的故事，以下即分述三種重要的玩家活動面向：個人能力培育、戰鬥與社交，並於其下列舉要素，以明遊戲內部的活動體系。

### 1. 個人能力培育活動

個人能力培育是玩家在遊戲世界中的最基礎活動，其內容包含接受職業訓練與狩獵，提升自己的生存能力，及採集物品，以換取生活物資。以下即分述個人培育活動的三項重要子項目。

(1) 職業訓練：玩家在遊戲的一開始便面對生存技巧的訓練課程（如圖 4-4 所示），在初心者訓練場中，訓練協助者指導玩家如何使用滑鼠與鍵盤進行狩獵活動，並提示穿戴裝備、飲食等功能的使用方式。在初心者訓練場中，玩家的基本等級逐漸提升，並在最後透過性向測驗，由系統分配降生於各城市中。



圖 4-4 仙境傳說初心者訓練場所

資料來源：本研究

初心者在職業等級達到系統訂定的 10 等級時，得以申請轉為一轉職業，而一轉職業同樣有職業訓練的部分，訓練的方式以轉職考試和任務技能學習為主。大部份的轉職考試涉及玩家的狩獵技巧，同時輔以職業相關歷史常識，通過考驗後，玩家即可轉職為各類一轉職業，再一次透過不斷的狩獵過程累積經驗值，以迎接二轉職業的訓練，擁有更多的狩獵技巧。

(2) 狩獵：狩獵是玩家累積經驗值與獲得物品維繫生存的最主要活動，在個人狩獵上根據各職業能力，採取物理或魔法攻擊，攻擊怪物的成果以傷害數值的方式呈現，紅色數值為怪物傷害玩家時玩家所損失的生命係數，白色數字為玩家攻擊怪物所產生的傷害值，黃色數字則為連續攻擊技能下白色數字的累計值（如圖 4-5 所示）。



圖 4-5 仙境傳說玩家狩獵景況

資料來源：本研究

除了個人狩獵與團隊狩獵的練功型態狩獵之外，挑戰 MVP 級怪物的狩獵亦為仙境傳說 Online 中的重要活動。由於 MVP 級怪物的挑戰難度高，數量亦少，遊戲系統對於打敗 MVP 怪物的獎勵較平時狩獵為多。除了傷害值呈現之外，在

打敗怪物的瞬間也會出現「MVP」（如圖 4-6 所示）的字樣，提供玩家更進一步的成就感。



圖 4-6 仙境傳說玩家打敗 MVP 怪物畫面

資料來源：本研究

(3) 採集：雖然狩獵是玩家提升個人能力的最主要活動，但其所需物資必須透過生產物資與交易買賣而來。在狩獵過程中，怪物死亡除了增加玩家的經驗值外，玩家可採集掉落物品售予遊戲系統的商人或其他玩家以換取金錢。另者，蒐集物品以製作特定器具（例如裝備、武器等）亦有助於玩家在遊戲世界中的生存。

## 2. 戰鬥活動

除了藉由狩獵自我培育之外，玩家藉由參與戰鬥活動，與其他玩家較量修練成果，在遊戲世界內逐步建立自己的聲望，並進一步參與遊戲內的政治事物，最終得以參與遊戲的主要神話故事。在戰鬥活動的範疇內含兩個重要的子活動，分別為政治組織與聲望系統，茲分述如下。

(1) 政治組織：玩家的社會活動除了聊天交友之外，政治結社也是重要的活動之一，而系統所允許並定義的政治組織即為公會。

公會為玩家間組成之盟幫組織，使用特殊道具「華麗金屬」即可成立，最大公會人數可達 56 人，公會除了增進玩家交誼之外，另具備共同狩獵與參加公會戰的功能。公會組織在系統設計層面上也凸顯其階層特質，呈現一個由經驗值堆築而成的 45 等級結構，公會等級上升一級，公會可收容人數即可增加，公會會長

可使用的公會戰鬥技能也有發展的可能性。而經驗值的堆築，是仰賴公會會員捐獻狩獵經驗值而來。

在公會戰方面，如同戰鬥場景部分對於公會戰爭的敘述，在每週兩次的固定時間內，各公會激烈爭奪城堡領地，以公會標幟長久彩印在領地旗上為目標。公會戰的贏家除了可獲取城堡密穴魔物狩獵權利之外，領地寶箱內的物品亦為重要利益，遊戲主故事線中的神器製作材料只有透過領取寶箱才可獲得。

除了公會的集體功能之外，公會會長的特殊權力亦為不可忽視的部分，打贏公會戰後，只有公會會長有開啟領地寶箱的權限，故神器材料經常掌握於工會會長手中。另外，在神器製作任務中，也為有公會會長能和神器製作人物對話，故公會會長在統御公會之外，另享有接近強大力量與財富的權力。

(2) 聲望系統：玩家除了以等級高低形塑自我特質之外，遊戲系統中的部分活動亦提供排名系統以增加玩家知名度與聲譽。在仙境傳說 Online 中有聲望系統的活動為鐵匠的武器鍛造排名、鍊金術士的藥水製作排名、跆拳道少年的「太拳任務」排名與競技場優秀過關記錄等等。經由系統所定義的計算方式，部分職業玩家的技能與戰鬥成就得以登錄於系統中，每個玩家皆可使用指令查詢排名。同時，使用榜內玩家所製造的物品可展現額外的正面效益，跆拳道少年的「太拳任務」排名者可享有連續技能連結的效果。聲望系統除了提升玩家知名度外，更直接地反映在狩獵戰鬥的表現上。

### 3. 社交活動

社交活動是玩家在遊戲世界內培養人際關係，獲得協助、資源與情感扶持的管道。在社交活動的範疇中，共有社交、交易與家庭構成，分別代表協助、資源取得與情感扶持三端，詳細內容茲分述如下。

(1) 社交：多人線上角色扮演遊戲中的互動性為其最重要的特色之一，故遊戲系統提供完善的人際溝通工具。在仙境傳說 Online 中社交活動可透過聊天頻道和組隊功能為之，尤其在聊天頻道的設置上，另細分為公共廣播頻道、區域頻道、

組隊頻道、公會頻道與一對一密語頻道等層級，方便玩家掌控其社交活動的私密性程度。

(2) 交易：玩家為了在遊戲世界中生存，必須將採集的物資與遊戲系統角色（如商店）或玩家交換物資或金錢，以補充消耗品（如飲水）與武器裝備。遊戲系統規範了三種交易的方式：一為玩家與系統設計的服務者（如商店）交換物資金錢；二為玩家之間的一對一交易；三則是部分擁有開設商店技能的玩家可以開設流動店鋪販賣物資。交易的行為，除了能使玩家間的物資互通有無，並協助玩家累積遊戲內的虛擬資產之外，同時促進了合作或競爭關係的發展。

(3) 家庭構成：遊戲世界中男性與女性玩家可透過遊戲內特定儀式結婚，婚後可增加特殊技能，並能將另一玩家收為養子。在結婚條件上，系統訂定了玩家可結婚的等級與必備經濟條件：結婚雙方的基本等級必須在 45 級以上，象徵兩者在遊戲世界中已成長至能力足夠的青年期。另外，男方必須備有 130 萬 zeny、燕尾服與鑽戒，女方須繳交 120 萬 zeny、婚紗與鑽戒，共同組隊至教堂內籲請盧恩·米加爾德王國的國王福證成為夫妻。夫妻之間擁有一般玩家無法擁有的特殊技能，同時也享受到蜜月島旅遊的權限（如圖 4-7 所示）。

另外，遊戲中已結婚的男女玩家可收養其他玩家為養子。系統以尚未二轉象徵未成年，已婚的男女玩家可邀請一位未二轉玩家成為養子，養子在遊戲畫面上以縮小身體的型態呈現，在素質分配上有著諸多限制。

相對於結婚，遊戲亦提供離婚機制，無意持續夫妻關係的玩家可單方面前往死亡之都尋找小惡魔，付出 250 萬 zeny 以解除婚姻誓約和專屬技能。





圖 4-7 仙境傳說已婚玩家蜜月畫面

資料來源：本研究

(4) 除了前述與玩家個人特質與生命故事發展直接相關的活動之外，仙境傳說 Online 亦提供以增加樂趣為主的活動，包含寵物飼養與料理製作等。

寵物是玩家在狩獵過程中以誘餌捕獲並馴化的怪物，雖然並沒有協助戰鬥的功能，但平日跟隨玩家四處冒險，時而發出表情和不少幽默話語，提供狩獵外的樂趣。另外，寵物在飼養初期並不會說話與表演，但隨著定時餵養增加親密度，寵物能表演的表情越多，在最近親密時即開口說話，對於玩家而言也是一種成就感的來源。

料理製作是另一種以樂趣為主，不涉角色發展的活動。玩家蒐集各項材料，藉由組合烹調成各式消耗食品，這些食品通常可短暫增加玩家的素質，以促進戰鬥效率。

綜合上述，仙境傳說 Online 的遊戲敘事以玩家為核心，在遊戲環境塑造的人與環境對抗場景、人際對抗場景與社交場景中，進行以狩獵為基礎的成長發展活動，並藉由基

本等級數值的分配，展現其能力的特殊性。另外，玩家藉由任務解謎窺探遊戲世界的背景史詩，並在此基礎上，利用系統所認可的工具和活動形式，拓展自己生命的無限可能性。而這樣的敘事內容呈現了何種男性氣概價值？在第二節將以本節所呈現的敘事內容和文獻探討中所引導的大眾文化男性氣概四元素：身體、對立的客體、男性友誼與暴力作一對照詮釋。

## 第二節 遊戲敘事的男性氣概再現

第一節針對仙境傳說 Online 遊戲環境設計概念的整理回顧，將玩家所進入的文本故事定位為狩獵與戰鬥等主體事件組成的生命腳本，暴力在此遊戲世界中扮演著故事的推動主力，數字與其構築的階層系統主導玩家拓展生命故事的能力。本節則進一步以此基礎出發，針對遊戲文本內的性別意涵與男性氣概呈現特質進行分析。在論述取徑上，本節以 Mackinnon(2003)的身體、暴力、男性情誼與對立的客體為論述基礎，將男性氣概於遊戲文本中的呈現特質作一闡述與歸納，並透過對於遊戲內容對性別的再現與其後之意識形態進行比較。

由於多人線上角色扮演遊戲主張玩家在遊戲世界中創造自己的故事，本研究的分析文本為遊戲的固定文本，分別為遊戲規則設計與任務故事兩部分。以下即歸納分析由規則設計與故事陳述所形成的男性形象特質。

### 一、極化的男性身體形象

遊戲角色與行為的具象化特質，是多人線上角色扮演遊戲在多人參與及高度互動外的一大特點，同時也是玩家相互辨識彼此與社交的基礎。仙境傳說在角色外貌的設計上，利用體態、衣著與肢體動作等視覺工具，將兩性特徵鮮明區辨。以下分別由靜態的身體形象面與動態的肢體行為面，分述仙境傳說中極化的身體形象元素。

### （一）高度性別化的身體形象

數值化的個人能力，使得玩家角色的特質可被簡單計算與區分強弱，而另一個具體的符號則是玩家角色在遊戲中的化身軀體。玩家藉由遊戲系統提供的身體化身在遊戲世界中狩獵與社交。在特定的美學標準指導下，透過性徵與服裝等工具，兩性玩家得以明確區辨。

仙境傳說的系統中，以職業作為區別外型的標準。玩家的主要身體形象是由扮演職業確立，轉換職業才能使服裝改變，但遊戲世界內選擇同類職業者眾，玩家只能藉由改變髮型、髮色與配戴不同的頭飾凸顯個人風格。

在職業身體形象塑造上，儘管仙境傳說設定依照國家、城市與寓居著許多不同國家和種族的角色，但在玩家角色外型上卻呈現單一的美學標準：深邃的大眼睛、纖細的腰部、長腿、發達的肌肉，且在角色的設定上有著「七頭身」比例<sup>28</sup>。另外，在繪製筆觸上，男性角色外型有著往中性化游移的趨勢。以圖 4-8 的男鐵匠與男刺客的角色設定外觀為例，男性擁有大眼與結實肌肉，並透過緊身褲裝凸顯修長的腿，另外，繪圖曲線也以較柔和而不粗曠的筆觸呈現。



圖 4-8 仙境傳說男鐵匠與男刺客角色設定圖（左：鐵匠；右：刺客）

資料來源：韓國仙境傳說官方網站 available: <http://www.gravity.co.kr/>

<sup>28</sup> 根據韓國研發廠商重力社的角色設定圖為七頭身（頭部：頭部以下部位= 1：7），在實際遊戲中玩家的角色外型則是三頭身（頭部：頭部以下部位= 1：3），但衣著、身體曲線與特徵和角色設定圖一致。

而進一步以遊戲對於角色發展的外型變化設定，有著以下特質。

### 1. 以性徵的展現象徵角色成長：

仙境傳說遊戲設定中對於玩家成長的過程並非完全以現實生活中人類的成長變化模式為依據。在現實生活中的人類成長經過嬰兒、兒童、青少年、青年、中年與老年等階段，並有著身體自小而大的過程。但仙境傳說 Online 從角色誕生之始，自等級至巔峰的階段中，身體大小無顯著差異，在角色發展後期不賦予老化特徵，僅以職業的轉換與性徵的顯露程度作為成長的標識，並以服裝樣式暴露身體部位的程度代表角色的成長度。以圖 4-9 為例，男性角色從初心者轉職至商人與鐵匠的過程中，衣著由初心者者的簡單護脰和燈籠褲等不顯露性徵的形式，轉換至商人的長袖襯衫與綁腿褲，直至鐵匠時的捲袖且解開扣子露出肌肉的白襯衫牛仔裝扮，歷經性徵模糊至明顯的特徵，並象徵著角色在遊戲中的成長。在成長的過程中，玩家的臉型並沒有變化，單純以性徵暴露程度為主要的方式，將角色的成長賦予單一固化的特質。玩家角色的成長只介於職業轉換間，其他成長的線索則仰賴素質提升後的數值呈現，並據以激勵玩家。

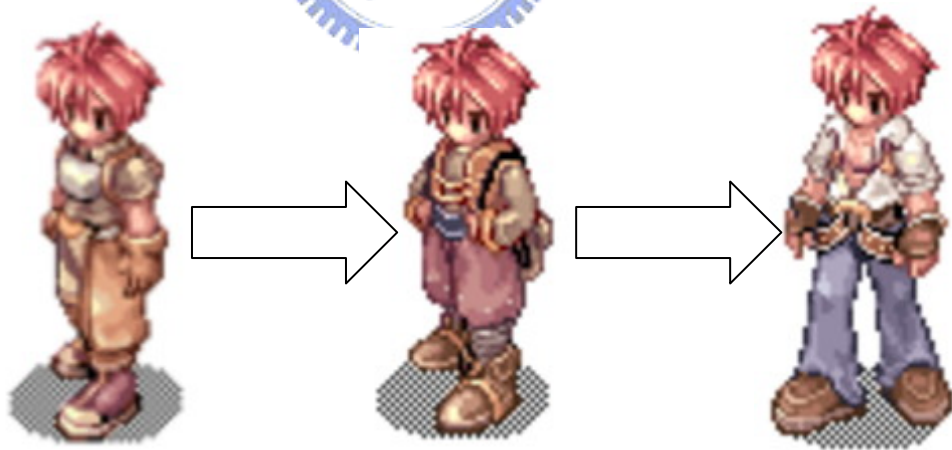


圖 4-9 仙境傳說男性角色成長示意圖

資料來源：本研究

### 2. 以暴露程度區辨兩性玩家

性徵除了用以具象化角色成長的程度之外，同時也是辨別兩性玩家的重要指標，而服裝為重要的呈現工具。男性和女性雖然可平等扮演各種職業，但其衣著

外觀設計上有著「男性注重實用，女性注重性感」的標準存在：男性角色的服裝強調實用性，忠實呈現其穿著的防具和配戴的武器，並以盔甲、長褲凸顯身體肌肉曲線；而女性角色強調第二性徵，短裙、短褲、低胸上衣（包含肚兜與背心）與吊帶網襪為重要的衣著符號，藉以襯托豐滿胸部、細腰與翹臀，即使兩性扮演同樣職業，且穿著同樣之裝備，女性的裸露程度依舊不變。舉例而言，圖 4-10 中的男女刺客穿著同樣裝備與配戴相同武器，但男刺客大部分部位以衣著覆蓋，肩膀以堅硬的護甲象徵強健的力量，並以手臂之肌肉凸顯體格，女性則為低胸露背上衣與短褲穿著，露出大腿、乳房上半部與細長手臂等部位。



圖 4-10 仙境傳說刺客造型，左為女性刺客，右為男性刺客

資料來源：仙境傳說紙娃娃系統，available <http://page.freett.com/clytie>

另外，「男實用，女性感」的標準並不因職業的性質而有所變異。祭司、神官、武僧、武術宗師等宗教聖職的裝扮亦一反現實社會對於神職人員衣著保守的印象，女性祭司與神官穿著吊帶網襪，並穿著高叉裙，現實社會中的性感符號（吊帶網襪）與神聖保守、強調道德的職業內涵在仙境傳說的世界中交錯混合。

### 3. 以外型轉變為激勵機制

角色外型在轉生前後亦有所變化，未轉生職業之衣著遠較轉生職業保守許多，行動姿勢亦不同（如坐下與站立之姿勢）。這顯示除了更多樣化的技能使用

外，遊戲內以更暴露的穿著吸引玩家升級，而這樣的設計與開發者的素材設計理念、參考資料與玩家回應有著重要關係。仙境傳說的繪圖團隊即指出，其轉生衣著設計受到漫畫與動畫等影響。

Gravity 開發 1 室 2D 繪圖部門卜雪熙：其實初期基本的概念及感覺，大部分都會由初期的企劃負責團隊提供，有時候會以相關照片提示感覺……有時候還會透過動畫或漫畫來獲取靈感。

(刊物編號 38)

許耀仁：基本上當然是要想辦法吸引玩家去轉職啊，所以就是要設計的可愛一點、華麗一點或漂亮一點。像是舞孃會露比較多，除了因為她是跳舞的之外，同時也去參考了一些現實生活和歷史記載裡舞孃、舞姬的外觀設計，按照她的樣子來決定裝扮的。



(訪談編號 1)

玩家的回應對繪圖團隊繪製衣著形象亦有重要影響，以轉生的女性刺客為例，繪圖團隊本將女十字刺客的衣著設計成保守且不利凸顯身體曲線的燈籠褲，但是玩家得知後反應需求，於是從燈籠褲改為僅包覆臀部的短裙。

Gravity 開發 1 室 2D 圖像組張火德：……當時我畫轉生職業群的草稿不知為何被流到網路上公開，於是相關網站上就有很多玩家對我的草稿提出意見，大家的意見對最終定案也產生不少的影響。舉例來說，女十字刺客剛開始穿的是燈籠褲，不過在收集玩家們的意見後變就此作罷（笑）。

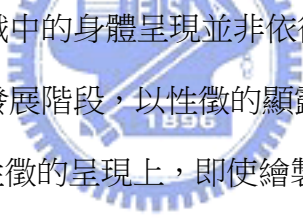
(刊物編號 36)

儘管在外型上強化了男性與女性的生理區別，遊戲中的技能與初生素質卻無性別之分，只有職業之分。Kelly(2004)曾指出，玩家可自由選擇性別，但性別不

會影響玩家可使用之技能。在仙境傳說中男性與女性角色可扮演相同的職業，且不受性別的影響<sup>29</sup>，足見在素質與能力的基礎設計上採取平等一致的觀點。但對於開發者而言，男性與女性數值上的特性平等有著商業化的考量，設計性別化職業與否和遊戲是否以此為賣點並產生銷售成長有關。

許耀仁：在 RO 裡面不管是男角或是女角在開始時的素質都是自己搭配的，那當然有些遊戲會把男角和女角的初始能力規畫得不一樣，不過這都是出於企劃者的意念，那基本上，韓國官方的研發者並不認為這是一個要拿來訴求的重點…這樣說好了，以性別來區分能力並不是一個趨勢，而是企劃人員認不認為強化這樣的設定是不是和遊戲有關，以及它會不會有一定的賣點…

(訪談編號 1)



綜而論之，仙境傳說遊戲中的身體呈現並非依循現實世界中人類的成長過程發展，而是擷取了青少年至青年的發展階段，以性徵的顯露為主要標準，並成為刺激玩家狩獵升級的誘因之一。同時，在性徵的呈現上，即使繪製角色外形的美學手法有往中性游移的趨勢，但男性仍以健壯肌肉的呈現為主，並在部分職業以厚重的盔甲比喻男性發達的肌肉，另外，遊戲並沒有訴求男性性器的展現。相對地，女性玩家角色的外型上仍反映傳統對於女性的期待，雖然男性角色與女性角色在遊戲初始的素質設定是站在公平的出發點，但女性在職業衣著上仍以暴露越多的身體部位為要，同時並強化乳房和纖細腰部為主，無論是近身攻擊系列的劍士、盜賊類職業或是以魔法和生產為主的魔法師、商人類職業，儘管和男性角色穿戴裝備相同，女性角色的衣著仍以露出大腿和乳房的短褲、短裙與短上衣為主，極化性徵。

<sup>29</sup> 仙境傳說的藝人類型職業則為例外。藝人職業採男女分流，男性為詩人，女性為舞孃，兩者可使用之輔助技（歌唱或舞蹈）效果不同，但有著相對的平衡性。

## （二）性別化的肢體語言

除了靜態身體形象外，遊戲中預設的肢體語言亦呈現和傳統性別刻板印象一致的取向。

遊戲中角色的坐姿呈現了男性與女性對於第二性徵態度的認知，總體概念而言，男性角色通常採取跨坐或盤腿而坐，雙手外張的開放姿勢。然而，女性角色的坐姿常以雙腿併攏的跪姿為主，並將雙手置於雙腿上，或雙手相握，呈現保護私密處的姿勢。以圖 4-11 為例，女性武術宗師（圖 4-11 左）和男性同職業角色相較，女性採取跪姿，並將雙手置於大腿上，按住裙擺，呈現保護姿態；男性武術宗師則是跨坐，雙臂自然置於身體兩側。



圖 4-11 武術宗師坐姿（左：女性角色；右：男性角色）

資料來源：仙境傳說紙娃娃系統，available <http://page.freett.com/clytie>

在角色動態行為上，受攻擊或戰鬥結束時，男性手持武器、擡動肩膀並激動喘氣，女性則是扭動腰部與臀部、胸部上下晃動。男性角色無論在衣著與動作上，皆被系統附與實用不失武術能力的展現，女性角色則多強調第二性徵所帶來的魅惑特質。

## 二、性別化的暴力展現

暴力是仙境傳說 Online 中主要的角色培育活動，在角色描繪的方面皆強調在強調兩性皆有職業扮演權的基礎上，女性可以和男性一般進行殺戮。但如同前一段落所述，兩



性的角色攻擊後動作有著「男性奮勇戰鬥，女性賣弄性感」的樣態。進一步探討仙境傳說中的暴力展現，可透過舞孃與吟遊詩人這兩個職業的攻擊力展現加以觀察。

舞孃與吟遊詩人是仙境傳說 Online 中唯一性別化的職業，這一組角色是藝術導向職業下以性別區隔而成，主要作用為輔助戰鬥，且能組隊合奏。

吟遊詩人的技能象徵著理性、幽默，並多數為幫助同伴速度增加、增強的角色。舞孃的技能則象徵感性與作為性慾對象的魅力。以兩者干擾敵人的一組技能為例，吟遊詩人的「冷笑話」和舞孃的「驚聲尖叫」同為使敵人無法動彈的技能，但透過不同的敘述包裝，呈現了十分迥異的行為表現內涵，以下茲分舉這兩種敘述形式的內容與其象徵的性別特質。

#### (一) 吟遊詩人的幽默：冷笑話

吟遊詩人的冷笑話作用在於讓敵人遭受冰凍，無法移動，其施展內容透過文字呈現在螢幕上，為仙境傳說中僅有的「文字暴力」。在冷笑話的施展內容中，可窺見遊戲背景設定中，對於男性角色勇於戰鬥與在兩性關係中採取主動權的期待。以下茲舉兩個冷笑話中對於男性角色行為的期待。

1. 男性必須勇於戰鬥：每日戰鬥是男性的天職，且對於怯於戰鬥的男性可以嘲弄與斥責之。

每天都要推倒蘿莉，身心才會健康...

你這未能推倒蘿莉的廢材給我收聲啊~~

(角色技能文本編號 1)

2. 對於女性的慾望與身體控制：對女性的身體存有性慾想像，並有著駕馭、把女性視為征服目的企圖。

小服快長大露大腿給我看~

愛麗絲!! 乖乖讓我推倒吧!!(奸笑)

(角色技能文本編號 1)

## (二) 舞孃的情緒暴力：驚聲尖叫

相對於吟遊詩人的笑話，舞孃的同等技能是驚聲尖叫，作用亦使敵人無法移動。相較於吟遊詩人的冷笑話的幽默與理性，舞孃的尖叫內容使用大量的驚嘆號，具有情緒化的特質。同時，文字內容明確呈現女性關注感情經營遠勝於戰鬥。

不管別人怎麼說.. 我不在乎! 因為我愛你!

這樣啊! 我愛那個人. 我愛他! 這是罪嗎?!

(角色技能文本編號 2)

同時，對於兩性關係與家庭生活亦將主動權推責予男性。

負責我女兒啊!!

對我們的女兒負責啊!! 這壞傢伙!

我們的女兒你要怎麼負責啊!

(角色技能文本編號 2)

另外，在遭遇困境時，女性亦以激烈的情緒作為解決之道。

你碰我的話... 我就哭給你看!!

(角色技能文本編號 2)

綜合前述，仙境傳說在角色暴力施為的面向上，亦存在並呼應傳統的刻板印象。尤其，透過吟遊詩人與舞孃此二職業的施為內容，可見遊戲內容對於兩性的角色行為期待有著極端化的設定，男性著重公領域、戰鬥表現與成就累積，並視女性為附屬品與性期待的對象；女性則是關注於另一端感性的精神生活，愛情是生活中最急需關注的事務，當遭遇困難時，往往以情緒的發洩應對，展現其極端感性的面向。

### 三、理性的男性情誼

作為一個以玩家自行體驗創造生命故事的媒體形式，多人線上角色扮演遊戲只能賦予玩家一個化身，和規範成長考驗方式，玩家間情誼的線索，被歸於互動的範疇中。然而，玩家透過解決任務過程中認識的人們，就如同現實生活裡的遭遇和聽聞般，對於遊戲世界中的人倫運行原則有所理解。

Hite (1981; 林瑞廷譯, 1995) 與 MacKinnon(2003)皆提及男性友誼的建立受限於對同性戀感覺的「威脅」，男性之間的交流以聚焦於工作與運動等議題以迴避親密感的產生。這一類型的關係以許多型態出現於仙境傳說的任務內容中，包括好友間的信任與共同探險、對於邪惡力量的團結對抗，以及能力競爭與權力爭鬥。在仙境傳說的世界中，更帶有英雄的色彩，強調善惡分明與男性的英雄責任。透過任務故事中與戰士養成相關的儀式鋪陳，男性該經歷的成長考驗與男性友伴之間的相處模式，以下即分述仙境傳說中呈現的二種重要男性情誼特質。



#### (一) 勇氣測試的相互自我肯定

男性的幼年成長經驗，除了受到父親影響外，與同性嬉戲的內容與經驗也反映了男性友誼的本質和社會期待。「朋友任務」中三位主角達伊戈次、麻痺與班卡依史丁在少年時代，將冒險作為壯膽的遊戲與儀式，藉由違抗長輩的警示和攻擊怪物相互證明自己是勇敢的、具冒險性的、有英雄潛能的。在冒險的過程中，同伴相互督促，確保自己具備「男兒本色」。

與達伊戈次、麻痺一起到村外探險，雖然大人們阻止我們去，但我們是誰啊，偷偷溜出去看了一下…最重要是因偷偷摸摸的快感，讓我們爽歪歪……這種快感曇花一現，突然出現了魔物！我本來說趕緊逃跑，但麻痺和達伊戈次這倆傢伙提議說去打敗魔物後，當一次英雄怎樣？…我也在萬不得已下試圖攻擊魔物，結果能保住小命就不錯了，反而被打的很慘，回到家後又被罵個臭頭…

(任務文本編號 06)

三位主角在少年的壯膽旅行中，達伊戈次與麻痺主動提出探險，並以反抗長輩的阻撓為建立男性氣概的方式，而班卡伊史丁則是被動跟隨的角色，雖然班卡伊史丁對於探險和挑戰魔物有所顧忌，但仍在其他兩人的慫恿之下，嘗試挑戰怪物，儘管最後落得遍體鱗傷的下場，但卻藉由這樣的過程確認與達伊戈次和麻痺的情誼，並強化鞏固了男孩成長中的「膽識確認」的價值。

## (二) 內斂的男性浪漫

男性之間的情感交流，在許多大眾文化題材中常以講道義、重然諾的方式呈現。同樣地，在描述男性友情的「朋友任務」中，對於男性間情誼的描述也呈現了「男子漢的浪漫」。

在「朋友任務」的回憶中，一次達伊戈次因為重感冒在家休養。麻痺與班卡伊史丁都很擔心他，但兩人對於達伊戈次的情感表達卻有所不同。

達伊戈次這小子因感冒在家中，病病殃殃的躺了三天……

身為朋友還蠻擔心他的，可見我是個極重情義之人，雖然麻痺那小子嘴裡笑他是個笨蛋、蠢啦什麼的，但是看他著急的一直催促我去探病，可見他也是很喜歡達伊戈次吧，真是個不誠實的傢伙！

(任務文本編號 06)

班卡伊史丁對於達伊戈次的病情是直率地表達關心，並陳述自己重視情義，但麻痺卻是較為內隱，不輕易表達感性的一面，表面上嘲笑達伊戈次體弱，但另一方面仍不停叨念囑咐班卡伊史丁前去探望。麻痺對於達伊戈次的表達形式，反映了男性雖然內心存有澎湃的情感，但卻趨於直接化為言語，常藉由開玩笑的方式遮掩自己的心緒。

類似的「男子漢浪漫」也出現在三位主角結拜的橋段。

今天就像三國演義一樣，我們三人結為桃園三結義，以後不管發生任何事我們的友誼永不改變，發誓雖不能同年同月同日生，但願同年同月同日死。即使我們

分隔異地，唯有我們的心永遠在一起。

麻痺和達伊戈次因感到不好意思，所以不敢保證說彼此的友情不會改變，但都說會永遠陪在身邊，不誠實的傢伙們…

(任務文本編號 06)

麻痺與達伊戈次對於說出友情不變的承諾感到不好意思，取而代之地以實質的陪伴言明彼此的友情，對於彼此友情的深厚，以生命相諾，男性間的友誼價值，在結拜語中的「但願同年同月同日死」中可看出端倪。

綜合前述男性情誼的特質可發現，在仙境傳說中的男性友誼有著內心澎湃卻理性於外的特質，在同儕活動中也存在著集體監督與規訓傳統男性價值的再現現象。在充滿英雄傳說的仙境傳說世界中，藉由男性的勇敢與義氣塑造出的情誼價值，不斷地流傳著。

#### 四、極端弱化的他者—女性角色



女性在多人線上角色扮演遊戲中常扮演著美化與為遊戲的戰鬥本質增添柔和色彩的角色。而在仙境傳說 Online 的世界中，女性除了作為戰鬥內容的美化者之外，同時也藉由其特性的塑造，成為襯托男性的他者，並間接定義男性的行為價值。

仙境傳說 Online 世界裡的女性展演形式，可透過角色的再現與兩性關係兩大面向來考察。

##### (一) 女性角色再現

女性角色的再現可透過女性玩家角色特質與遊戲史詩所塑造的女性來觀察，除了前述玩家角色身體再現之外，遊戲故事中的女性角色類型，可分為性慾象徵、服從／受養角色與柔弱待助者等，以下即分述其特徵與意涵。

## 1. 性慾象徵

女性性慾象徵中分為代表性幻想與崇敬的性感女神，與觀賞和施為性慾的女性怪物，此二者皆在外型與行為上，扮演了作為受男性觀視並投射性慾的對象。

### (1) 女神形象：崇敬與性幻想

女神在神話故事中扮演重要角色，在以北歐神話為背景的仙境傳說 **Online** 中更是如此。在遊戲環節與任務故事中最具代表性的是女武神巴基力與象徵愛與美的菲依雅女神。

女武神巴基力在玩家轉生的殿堂終端負責引領玩家走向轉生的旅程，同時也撫平玩家前生征戰的傷口，並讚揚其前生成就。另外，巴基力女神也在女神頸鏈任務中擔任引渡悲劇女戰士羅原·艾利尼的靈魂解放重生的角色。僅管該神祇的名稱中有著武神二字，在戰爭頻仍的世界中，她的地位仍在撫慰戰士，讚揚其成就上。

在被不斷傳頌的神器傳說中，菲依雅女神為另一個女神的代表型。菲依雅被視為愛與美的神祇，巴基力神以「被風飄的那髮梢，閃爍的那眼神」來頌揚其魅力，而神器「女神頸鏈」的材料中，則包含了菲依雅女神的眼淚。

女神流下的眼淚，成為美麗的寶石…女神的眼淚滲入的冰雪，自己守著自己的存在。

(任務文本編號 03)

另外，也有這樣的敘述：

阿普利戈：隨風而來的那香氣，每一步掉下的眼淚，魅惑的紅唇，我把身體與靈魂都給了她。

(任務文本編號 03)

除了美麗之外，菲依雅同時也象徵愛慾，在女神頸鏈的傳說中，菲依雅為了獲得四個矮人工匠製作的頸鏈，同意和四個矮人發生性關係，以換得綴滿寶石的美麗首飾。

喚醒四矮人工匠密語：

溜下來的頭髮用任何金屬也無法模仿

打鐵砧的鐵鎚不知何時敲著我的心臟

那指尖想要閃爍的頸鏈

我們想要魅惑的，愛的女神

我們幸福了四天四夜

(任務文本編號 03)

前述兩位女神在仙境傳說的史詩中，扮演重要角色，雖然，此二神祈在傳說中可與其他男性神祈齊名並論，但在其神性上仍以撫慰、引導玩家與做為男性慾望的性感象徵為主。

## (2) 性慾施為對象

除了用以崇敬的性感女神之外，遊戲世界中的女性魔物更進一步地成為受性慾施為的對象。除了外型較玩家角色更為性感與大膽之外，其受到攻擊時的聲音與肢體反應，同時象徵著性慾的施為快感與征服。

仙境傳說 Online 的世界中有眾多男性所想要「推倒」的女性魔物，其中兩個最具代表性的是蛇女伊絲與艾斯恩魔女，以下即分別敘述此二種女性魔物象徵的性感形象與意義。

蛇女伊絲是在金字塔迷宮中出現的女性怪物，其外型以赤裸的上半人身和蛇型的下半肢體組成（如圖 4-12 左），玩家除了可以打倒她以獲得寶物之外，亦可使用誘餌捕捉並馴化為寵物。蛇女伊絲裸露的乳房和移動時扭動腰部的姿態，象徵性魅力的施展，同時，也讓玩家打敗她的時候透過其肢體動態與柔聲吟叫的聲音等回饋獲得性征服的快感。

艾斯恩魔女（如圖 4-12 右）是古城迷宮中的怪物，外型特色在於僅只遮掩三點的性感裝扮和手中的皮鞭。大量性徵裸露使得性吸引力大為提升，同

時皮鞭也另外象徵折磨的刺激體驗。艾斯恩魔女可以馴化為寵物，但因其重生時間長，飼育親密度的難度亦為所有寵物中最高者，故「性感卻難以接近」是艾斯恩魔女在玩家間與官方刊物中最常使用的描述語句。和蛇女伊斯相異之處，在於她除了透過性徵裸露與服裝帶來性慾的征服慾望之外，皮鞭所象徵的另一層面：折磨與防衛，更進一步地強化追求性慾征服的動力。



圖 4-12 仙境傳說二種女性魔物：蛇女伊絲（左）與艾斯恩魔女（右）

資料來源：本研究

## 2. 服從、受馴化與輔助男性的角色

除了作為男性性慾幻想與施為的對象之外，服從的女性服務者與可受豢養的女性寵物象徵並暗示男性的權威行為正當性，以下即分述此二種權威對象的特質。

### (1) 服從與輔助：女僕幻想與形象

由於遊戲世界中與武器相關的活動侷限在武器店的範圍，玩家較常見的服務者多為提供交易與接待等軟性服務的女性 NPCs。而這些女性角色在穿著上有統一的標準：女侍服裝，白色花邊圍裙與摺邊頭巾是共通的標準配備。以最常見的系統服務者「卡普拉服務人員」為例，她們即為一組陣容龐大的女僕團隊，玩家最基礎的服務必須仰賴她們，並且為各個地方最易見的地標。圖 4-13 為三個卡普拉服務人員的外型，圍裙是重要的符號，並另外運用其他配件元素（例如吊帶網襪）襯托其誘人特質。這些女僕們擔任最基礎的服務工作，同時也成為衣著俏麗的點綴人物。





圖 4-13 卡普拉服務人員

資料來源：本研究

## (2) 馴化與豢養女性

馴養寵物，是仙境傳說活動中較次要的小型娛樂活動。寵物在玩家練功冒險往往扮演最佳陪伴者的角色，同時，也會對於玩家當下的狀態發出語言回應。在七種具有明確性別特徵的寵物中，有 5 種女性寵物，在其回應行為中，可窺見對於豢養女性與女性對男性期待的價值觀：

第一，女性需要維持外貌，以討男性歡心。

為了維持美麗的髮質，要付出相當的努力...

哪裡會有像我這樣的女人啊？在魔族中我也以卓越的美貌而自豪呢！

（寵物對白文本編號 27）

第二，女性往往自願成為受保護者，並期望男性的成就。

我好喜歡...為了漸漸變強壯而努力的主人^^

聽說這世界上有很多的變態...主人你要從那些人那裡保護我呀

（寵物對白文本編號 26）

主人我知道你很強！打贏了我就親你一下！

（寵物對白文本編號 18）

第三，受豢養的女性以服務尋求男性注意。

我更努力的打掃的話，相對的你會更愛愛麗絲嗎？

只要是主人願意的我什麼都可以做！去市場買菜，料理蔬菜，擦窗戶，打掃等...

(寵物對白文本編號 26)

更有甚者，受豢養的女性往往表現出不重視自我戰鬥成就，喜好與家庭和自身相關的事務的傾向。

其實愛麗絲我也有夢想的...就是做女僕制服的設計師！只要用想像的就很棒吧？

(寵物對白文本編號 26)

由前列女性寵物特色可發現，其對自我的期待與男性的要求，和遊戲任務故事中的女性表現有著一致的標準取向：女性居於內並期待男性的成就與保護，女性的基本要求在於將自己修練得具有美貌、性吸引力與顧全非戰鬥事物，以襯托男性的能力，增進男性對於女性的權威感。

### 3. 柔弱待助的女性

除了透過女性的性吸引力和服從態度反襯男性應有的主動權威行為價值外，仙境傳說 Online 世界中也存在另一種女性形象：柔弱待助者。柔弱待助的女性不但強化男性在遊戲故事中的英雄情節，同時也是大部分遊戲故事的起點與最終目的。柔弱待助的女性可從二方面觀察，一是仍在遊戲故事中力求上進但遭逢困境的女戰士，另者則為被動等待救助的一般女性，以下即分述此二類型角色的再現樣貌。

#### (1) 感性的女戰士

雖然，仙境傳說的男女主角們在客觀平等的前提下進入世界，但這個世界裡英勇的女性仍不脫柔弱與感性的特質，女十字軍羅原·艾利尼的故事為其代表。在仙境傳說世界的神器「女神頸鏈」傳說中，她是身體虛弱卻勉力跟隨軍隊戰鬥的十字軍團成員。在隨團討伐邪惡魔物中，因為害怕恐懼，放下眼前敵人逃跑，而飽受責難。在世人誤解下，她重回戰場，成為遊魂。然而，

因為恐懼，羅原無法打敗心魔以見巴基力武神，成為英魂。在玩家借其肉身幫助羅原克服心魔後，巴基力則為她的人生下了註腳。

巴基力：羅原·艾利尼，悲傷的騎士，妳是用妳那柔弱的心，自己傷害自己的人，我以主神之意，當作艾因嗨瞭樂...

(任務文本編號 03)

透過任務故事中羅原與巴基力的陳述，女性戰士仍帶著較多嬌柔的特質，在這個故事裡，體弱多病仍然被置於主角身上，儘管她是一位願為和平捐軀的戰士亦然。

## (2) 等待被救贖／受幫助的女性

仙境傳說 Online 的任務的起始 NPCs 中，有部分請託玩家幫助的女性角色，相對於男性起始角色要求幫忙的內容在於調查案件（例如尋找叛變礦工任務、工廠維修任務、總統任務、閃亮老虎任務等等），女性角色往往呈現為情所困或因病而苦的形象。

以「幫助病人」任務為例，故事由一位啜泣且虛弱的女子作為開端，為了未婚夫的失蹤而心傷，玩家必須幫助該女子恢復健康，並促成其遲來的婚禮。另一個顯著的例子則是戀人任務，玩家負責將男女兩方不能傳達的愛情。

綜合前述論點，在仙境傳說 Online 的內容裡，無論大部分的任務劇情還是故事背景上，女性所擔任的角色較多為配角，在許多以征服魔物、維護和平的故事中，男性抗敵的題材較多，而女性之間的友誼缺席了。在遊戲的任務與故事當中，女性雖仍扮演必存角色，但在故事中卻往往成為輔助者（或提示線索者）、尋求幫助者或是被追蹤的人物。和傳統的冒險英雄故事相互對照，可發現男性間的義氣被強化，征服是必然，女性作為一個對立的角色，往往被化約為被救贖者、輔助者、被掠奪者等具有目的性的角色，以凸顯男性在社會中的主動者關係位置。

## （二）失衡的兩性關係

仙境傳說透過身體形象設計與故事內容敘述，呈現鮮明的兩性形象，男性立於理性、強壯與關注戰鬥的位置，女性則是站在感性、性感與重視情感及非戰鬥事物的相對襯托位置。此鮮明的二元呈現標準可進一步從遊戲世界中的兩性地位進行詮釋。兩性在遊戲的活動中相遇並產生衝突時，兩者的競合關係之爭往往走向男主女從的結果，以下分別從二面向探究兩性地位在仙境傳說世界中的失衡狀態。

### 1. 強調戀愛情誼的兩性關係

仙境傳說中的男女關係，以強調戀愛情誼為主。其他形式的異性關係，如母子（或父女）和男女同輩間的競爭（或合作）則是鮮少出現，較不受強調。而遊戲中戀愛情誼的描述，藉由玩家可選擇體驗的婚姻制度與遊戲任務故事中 NPCs 的境遇呈現其對兩性在戀愛關係中的互動形式與主從地位。

在玩家體驗部分，結婚系統的出現，將其兩性社會秩序納入遊戲世界觀裡，映照當代社會價值。Connell(1987)認為，性別秩序(gender order)與性別配置(gender arrangements)是性別角色行為標準建立最重要的功能。仙境傳說內容中對於主角（玩家）的設定，將性別的秩序以婚姻家庭系統方式為之，在這個系統指導下，只有異性才能結合。除了規範家庭的構成以虛擬化的專屬技能將真實生活家庭中的親情有形化：夫婦間的「只呵護妳」技能，象徵著以自己的生命能量增強伴侶的生命活力，呼應了現實家庭的物質相持；「只為你犧牲」技能，象徵著犧牲自己的精神力使伴侶恢復狩獵精神係數，呼應了現實生活中夫婦的情感扶持；「想念你」技能則將現實生活中伴侶間的思念化做虛擬世界中的實際行動，放大以及完成現實生活中不可能達成的，跨越物質距離的「立即相見」。

另外，結婚的條件反映了社會對於男性能力的要求，雖然男方與女方必須各自準備婚禮服飾和婚禮費用，但男方需準備的金錢較女性為多（男方為 130 萬 zeny，女方為 120 萬 zeny），暗示著在遊戲世界中對於男性經濟能力的期待較女

性為高。

除了從玩家可經歷的婚姻歷程探知男性在遊戲世界中被賦予的經濟能力期待之外，任務中的男性角色也受著同一個價值的引導，甚至被要求。戀人任務便為最具代表性的例子。

戀人任務敘述著因貧富差距而無法圓滿的情緣，有待玩家協助牽線。在這故事中男主角克黎澤在窮困的採礦村落中擔任礦工，女主角卡拉則為工業都市一個大戶人家的千金小姐，兩人相愛卻又各自囿於其能力條件而被女方父母反對，只能兩地相思。卡拉在陳述困擾中即提及與呼應普世價值中的男性期待。

...其實我也很思念他。只是現實裡我們是無法見面的，由於我家裡的父母非常討厭克黎澤，正確的說是討厭沒錢的克黎澤。說是"家世很重要，不能和一個沒錢、沒地位的王老五談戀愛，理所當然絕對不准結婚".....

(任務文本編號 12)

另外，對於男性的精神特質中勇氣與主動性的要求，在這個故事裡也透過角色們的對白呈現。男主角克黎澤的母親在對白中明喻了男性需要展現魄力的社會期待，而女性的求變與求進步的魄力則不被期待與要求。

卡依潔妲：咻嗚...目前站在這種處境的那沒出息的兒子和卡拉小姐，彼此想辦法努力改變現狀才可以啊...

卡拉小姐是女生還情有可原，可是我那兒子由於氣魄不足，看不出任何韌性，吱吱...

(任務文本編號 12)

除了窮困造成的貧富差距之外，仙境傳說世界裡也存著悲戀故事，最著名的悲戀以「回憶之樹」任務為代表。

毀葛回憶之樹任務訴說著生死情緣，爾相特與卡那音的戀情因卡那音病逝驟然而止，爾相特因此變得暴戾無情，甚至想砍倒過去約會地的大樹，最後卡那音藉由附身於妹妹身上，對爾相特喻之以情，爾相特才重心拾回對社會的關懷，並對卡那音存有無限的思念。在這個任務故事中，男女主角以生死相隔，對於彼此

的思念形式大不相同：在卡那音對爾相特喻之以情前，爾相特以封閉情感，以唯利是圖的態度對待周遭的人物，而卡那音則是在死者國度中遙遙思念，對於爾相特充滿疼惜與不捨。男性與女性面對情感挫折的應對模式在這個故事中兩極化：失去愛情的男性以物質和權力生活規避，女性則以溫柔、感性的話語成為男性心靈的滋潤者。

## 2. 兩性職能的刻板印象

兩性的地位失衡除了展現在互動的形式外，遊戲世界中 NPCs 的設置亦呼應仙境傳說內容對於兩性角色行為的期待。儘管玩家可隨意扮演任何職業不受限制，但遊戲世界中協助玩家的角色卻有固定的性別印象：男性 NPCs 多為耗費體力的生產提供者，女性 NPCs 則是提供交易、接待等軟性的服務。

在仙境傳說遊戲世界中，系統提供的服務包含道具販賣、武器鍛冶、休息、飲食、儲存傳送與租賃等。在性別分配上，女性擔任大部份的靜態銷售工作，包含玩家最常接觸的卡普拉服務人員、道具商人、牛奶商人、水果蔬菜商人等，男性則負責耗費體力與技術的服務，包含武器銷售、武器精煉、礦石提煉、裝備修繕等。

綜合仙境傳說 Online 內容對於兩性關係的陳述，可發現遊戲的規則設計與故事內容對於兩性關係的期望與「男主外，女主內」的傳統社會期待相符，並有著強化的傾向。男性在兩性互動中被賦予理性、主動追求女性、不直言情感、須具有較強經濟能力的形象，而對於女性的設定則與男性處於相對的另一端，仙境傳說中的女性感情豐沛、被動期待男性追求或拯救、容易表達內心感受，且較不受期待獲致成就。對於男性而言，女性是具有目的性的性慾幻想施為對象，同時，對於女性施以威權對待也成為遊戲世界中的常識之一。

綜合本節所述，遊戲文本內容透過高度性別化的身體形象區辨兩性的身體意象，並

透過二元對立的故事陳述手法，塑造理想的男性：強壯、理性、重情義並保護女性。女性在遊戲文本中居於映襯的角色，身體性吸引力與感性特質用以映襯對男性的角色期待，在文本內與男性處於失衡的弱勢，並透過女僕與嬌柔寵物形象的傳遞，滿足男性豢養的觀看期待。

### 第三節 遊戲行銷媒體機制與男性氣概再現

在遊戲內容設計之外，遊戲廠商對於遊戲的形象塑造、行銷包裝與社群溝通內容也從外圍與遊戲文本共同形成遊戲產品的性別氣質論述。仙境傳說 Online 的台灣營運商以電視廣告、社群刊物「e-joy ROxRO」與相關商品為媒介，傳達其欲消費者理解的遊戲故事概念及內容，鞏固既有玩家與吸引新進玩家。這些行銷文本擷取遊戲中的部分活動，並加以擴大詮釋，呈現此遊戲的大眾傳播印象。然而，行銷內容與遊戲文本的性別氛圍間存有兩性基礎印象的「同」與關注焦點落差的「異」，而這些異同可透過以下三點針對遊戲廠商的行銷特質做一觀照。

#### 一、感性主題包裝戰鬥內容

根據第一節與第二節的歸納整理，仙境傳說 Online 在角色基礎發展與遊戲世界主要活動是一個以數字為建構基礎、暴力為修練途徑的理性活動。然而，在遊戲代理商的行銷主題上卻多半以感性訴求為主。

自 2002 年仙境傳說 Online 進入台灣市場，至本研究所選擇的分析時間點為止，共歷經 12 次更新改版，遊戲廠商亦訂定改版主題名稱，且設計圍繞主題的相關行銷活動。表 4-1 為仙境傳說 Online 自上市至今的 12 個遊戲改版標題，在這些改版主題中，除了第四次改版的「傾城之戰」說明遊戲的戰鬥活動，與第十次改版的「人工生命體」忠實呼應遊戲內的職業技能之外，其餘主題以夢想與情感關係為主。其中，第十二次改版的

主要內容為導入忍者和神槍手兩項新職業，遊戲內容亦以此二項職業的暴力技能為號召，但在總標題上仍冠上愛情與甜蜜兩個感性取向的詞彙，並反映在其平面文宣與廣告詞上。

表 4-1 仙境傳說 Online 歷次改版主題、時間與主要更新內容

資料來源：本研究整理

改版次序	改版主題名稱	改版日期	遊戲主要更新內容
01	愛情競技場	2002 / 12 / 5	玩家間 PK 場與規則
02	口袋情人	2003 / 1 / 29	寵物飼育系統
03	夢幻之島	2003 / 5 / 28	新探險地圖
04	傾城之戰	2003 / 9 / 22	公會間戰爭
05	夢想天空	2003 / 12 / 17	增加新二轉職業群
06	櫻之花嫁	2004 / 3 / 18	玩家結婚系統
07	黑色派對	2004 / 8 / 4	玩家離婚系統、轉生系統
08	PS.你今天微笑了嗎	2005 / 1 / 31	競技場
09	新世代的誕生	2005 / 7 / 9	競速場、領養系統、技能平衡
10	人工生命體	2005 / 12 / 14	鍊金術師新技能
11	天使想念的季節	2006 / 7 / 6	新增跆拳道系列職業
12	愛情忍法&甜蜜左輪	2007 / 1 / 3	新增忍者與神槍手等職業

感性詞彙的使用不僅止於改版主標題，仙境傳說 Online 的平面廣告與行銷活動中亦大量使用感性標語與敘述內容，其中最常使用的詞彙為「幸福」、「戀愛」、「甜蜜」、「浪漫」等，「戰爭」、「榮耀」、「巔峰」、「權力」等在遊戲內容中的戰鬥活動相關語彙鮮少出現。以平面廣告副標題而言，「愛情忍法與甜蜜左輪」的副標題為「幸福歐趴，戀愛冒險開賣拉！」，「PS.你今天微笑了嗎」的副標語為「神器降臨美夢成真，戀戀新城繽紛風情」，「天使想念的季節」的副標語則為「思念大無限，深情啟動不思議的浪漫新冒險」等。在平面廣告的內容配置上，以「愛情忍法與甜蜜左輪」的平面廣告為例，實際



的遊戲活動內容被限縮至下方，僅以數句大綱簡述遊戲特色，幸福與戀愛的元素為呈現的重點。

另外，在實體安裝光碟和週邊產品的命名上，亦大量使用感性詞彙，例如改版的光碟組合曾出現「幸福展翼包」、「甜蜜 99 包」，明信片收藏本命名為「甜蜜酷卡包」，以及以「幸福記事包」為名的筆記本組合等。

感性行銷主題包裝以戰鬥活動為基礎的遊戲，使得仙境傳說 Online 行銷形象在大多數時期定調為重視情感，並較不著墨於遊戲本身的殺戮升級，和遊戲世界內容的主要活動產生落差。此主題取向也可從經營者對於遊戲的認識及宣傳定位相互驗證。此遊戲的研發廠商 Gravity 的社長曾於受訪時提及，他認為仙境傳說 Online 遊戲本身並不如遊戲英文原名「諸神的黃昏」一般沉重，反而帶有輕鬆的感覺，並期待以遊戲的推廣，傳播遊戲情感面向與光明正向的世界觀。

金正律：“Ragnorok”的語源是北歐神話裡登場的單字，代表著「眾神的黃昏」之意，但遊戲本身並沒有如名字一般沉重，反而十分可愛。……我的願望就是希望利用遊戲文化傳播正面的能量，使遊戲和這個世界充滿了「情」。

(刊物編號 02)

在遊戲文本中，柔性元素僅存在於少部分技能中，並在成為任務故事中增添氣氛與精彩度的佐料。而在遊戲廠商的認知與行銷態度上，情感面卻取代戰鬥、暴力的主要角色培養活動，成為向消費者宣傳的最主要意象。而這意象原則亦引領遊戲廠商在選擇代言人與設計傳播內容上，一反遊戲內以男性為主要角色的原則，以女性為行銷元素，並將之與感性訴求結合。此現象即於下一部分說明。

## 二、以女性作為行銷主要視覺元素

承續前一段落的整理發現，仙境傳說 Online 的行銷廣告大量使用柔性詞彙，並以愛情相關的元素作為主題。更進一步地觀察此概念連結的視覺主體，則幾乎全為女性。女性作為主要行銷視覺元素可從以下二方面觀察。

(一) 以女性藝人為主要代言人，傳達感性訊息

自 2002 年至 2007 年 1 月，仙境傳說Online的遊戲代理商共聘任五位演藝人員擔任遊戲代言者，其中一位為男性，四位為女性<sup>30</sup>。而這四位女藝人在廣告內容中皆以呈現感性面貌為主，並藉由廣告內容呈現女性對於仙境傳說Online的形象認知與期待。

遊戲的殺戮戰鬥在這些以女性代言人為主角的電視廣告中鮮少出現，除了許紹洋與陳怡蓉拍攝的電視廣告為遊戲內容為背景的延伸劇情之外，其餘女性代言人拍攝的廣告內容與遊戲內容並無直接關聯，甚至連場景也是和遊戲世界迥異的現代社會，穿著當代服裝的女性代言人透過故事情節表達其對感情生活的期待與感受，畫面中只以遊戲代表怪物「天使波利」象徵代言人與遊戲的連結，廣告雖以仙境傳說 Online 的商品行銷為名，實則述說與遊戲文本無關的女性心情故事。以「PS.你今天微笑了嗎」電視廣告為例（如圖 4-14 所示），廣告女主角蕭亞軒在現代場景裡以笑容和花束化解生活周遭人物各種不愉快的情緒，廣告中僅有一句台詞「你今天微笑了嗎？」呼應行銷主題語，傳達對於和平、樂觀與歡笑的渴望，並連結至該次改版名稱。然而，廣告內容並沒有介紹遊戲的商品本體，尚未接觸此遊戲的消費者若單憑廣告的印象，無法得知遊戲本身的活動主旨。電視廣告的形象只能接受到清純、樂觀、溫柔且愛好和平的女性形象與其對社會的熱情。



圖 4-14 仙境傳說電視廣告「PS.你今天微笑了嗎」

資料來源：本研究

<sup>30</sup> 仙境傳說 Online 在台灣的歷任產品代言人為許紹洋(男)與陳怡蓉(2002 年 8 月至 12 月)、孫燕姿(2003 年 1 月至 12 月)、蕭亞軒(2004 年 3 月至 2005 年 7 月)與龔詩嘉(2005 年 12 月至今)。

除了電視廣告之外，環繞著女性代言人的其他行銷活動與商品亦有以感性面為主的形象，並將女性代言人與清純、溫柔以及愛情連結。以活動為例，2006 年台灣遊戲代理商曾舉辦「RO 天波盃攻城戰」，參與者可獲得的其中一項重要獎項為由女性代言人相伴的浪漫餐會，虛擬戰爭的戰功，在真實世界有機會得到美麗溫柔女性的陪伴做為報酬。而在相關商品方面，女性代言人亦印製在部分商品上，以吸引消費者購買，例如蕭亞軒與孫燕姿兩位藝人的圖像曾印製於遊戲光碟包裝上。其中，以孫燕姿為封面的光碟組合更命名為「我愛燕姿包」，以表對其女性魅力的愛慕之意。

女性代言人在仙境傳說 Online 的行銷活動中扮演重要角色。然而，一反遊戲中強調女性身體的性感與曲線，這些女性代言人並不傳遞直接的身體吸引力。在電視廣告與代言活動中的服裝與造型，並不強調身體的曲線，甚至，四位女性代言人穿著較保守，多以學生制服、長袖洋裝、牛仔服飾為主要衣著風格。



## (二) 女性角色圖像的大量運用

除了真實世界的女性代言人之外，遊戲雜誌與其他產品上刊載的遊戲角色亦扮演傳遞遊戲產品形象的重要角色。與前段敘述的代言人不同的是，女性藝人傳遞清純形象，虛擬的女性遊戲角色則擔負責弄性感的任務，而這些性感圖像大量運用在社群刊物「e-joy ROxRO」、遊戲官方網站與遊戲相關商品中，其中又以「e-joy ROxRO」使用的圖像最多，一期 95 頁的月刊中隨頁可見各種繪畫風格的人物角色圖作為報導文章的陪襯插圖。

「e-joy ROxRO」是仙境傳說 Online 的台灣代理商用以和玩家進行社群溝通的媒介，內容主體為打怪練功活動秘訣、怪物背景介紹與遊戲環境介紹等與遊戲世界內戰鬥活動相關的分析專欄。但吸引消費者購買的封面與內文插畫多數以女性角色為主。在本研究作為分析資料的 43 期「e-joy ROxRO」中，單以女性為封面人物的次數為 34 次，遠多於 5 期以男性角色為封面之數量。相較於封面男性角色多數以騎士與獵人等擅長力量運

用和正面攻擊的職業為主，「e-joy ROxRO」的 34 個封面女性則涵括遊戲設定的所有職業類型。但在封面形象展現有著二項趨勢。

1. 強調豐胸、細腰、長腿的身體美感標準：如圖 4-15 的兩個封面為例，渾圓碩大的乳房藉由服裝的樣式襯托，圖左的女忍者是以緊身上衣凸顯玲瓏的腰線與半裸的胸部，圖右則是以無法完全包覆乳房得比基尼背心襯托乳房這個重要的女性性徵符號，並以極短的褲裝造成腿部修長的效果。這項身體美學標準與遊戲世界中對於女性角色的設定相呼應，並且因為不受遊戲內必須固定設計的限制，在封面上呈現多樣化的性徵展現方式，服裝也展現多元性。
2. 少有戰鬥姿勢，並傳遞樂觀訊息：在這些單以女性為視覺主體的封面中，鮮少有呈現戰鬥姿勢的動態美感，多數以併腿跪坐、彎腰前傾、扭腰舞蹈、托腮微笑等肢體動作呈現柔和的氣質。同時，這些肢體動作再突出性徵以散發性吸引力的功能上扮演重要角色，以圖 4-15 左為例，女忍者以雙臂輕夾胸部，並採取向前傾的半彎腰姿態，凸顯半裸乳房為封面視覺焦點，加強了對於理想女性身體標準的期待。另外，在所有的女性主角封面中，並無笑容之外的面部表情，與部分封面男性的戰鬥怒顏呈現強烈對比，這也暗示了女性被定位為歡迎、樂觀的接待者。



圖 4-15 e-joy ROxRO 封面（左：第 36 期；右：第 27 期）

資料來源：本研究

### 三、與戰鬥連結的男性角色形象

在大量以女性魅力與感性為號召的行銷傳播文本之外，以男性作為主角的傳播內容往往與戰鬥、力量及成就連結，且在量的方面較女性角色遜色不少。

在社群刊物的視覺呈現上，承前一部份針對女性圖像的統計，在本研究分析的 43 期「e-joy ROxRO」中，以男性為唯一封面主角的僅有 5 期，男女共同封面為 4 期。封面男性的職業計有劍士、騎士、弓箭手、獵人、拳聖與神官等 6 種角色，大部分為運用體力的戰鬥角色，除了封面人物占有率低之外，對於封面男角的職業再現也侷限於武力形象。

另者，從平面廣告內容而觀，仙境傳說 Online 2002 年至 2007 年之間的主要平面廣告中，唯有「傾城之戰」的宣傳主體為男性角色，文案與圖像概念則是扣連戰鬥與體態鍛鍊等。圖 4-16 為「傾城之戰」的平面廣告，其廣告語為「爭奪顛峰榮耀的國戰之役，王者角力天使不夜城」，其餘標題中亦出現「榮耀」、「決戰」、「強敵」等與戰爭行為相關的詞彙。廣告中的主視覺意象——男性獵人也以戰鬥姿勢呼應主題，展現運動狀態的身體曲線美感。同樣的男性呈現模式也反映在封面的男性角色呈現上。在男性登場的 9 期「e-joy ROxRO」封面中，男性多半呈現施展拳腳、揮舞刀劍或呈防禦姿態的形象，與封面女性角色多半雙腿併攏、跪坐、眨眼誘惑和托胸等展現性吸引力的姿態大相逕庭。



圖 4-16 仙境傳說 Online 「傾城之戰」平面廣告

資料來源：第 3 期 e-joy ROxRO (2003 年 9 月 15 日) 封面裡

男性角色在遊戲外圍的宣傳文本中在量的層面居於弱勢，委身於以情為主的柔性行銷基礎調性內，而在形象塑造上，強調攻擊的職業、戰鬥姿態的設計與藉由肌肉線條呈現的運動美感共同形成遊戲代理商欲傳達給消費者的單一固定形象。

#### 四、兩性關係的片面再現

儘管遊戲的規則理念強調兩性皆可接觸相同的職業，並具有同等自我實現的可能性。但遊戲廠商仍以傳統英雄故事的男女角色行為期待強化遊戲的性別氛圍，呼應遊戲任務故事所描述的戀愛情節，並將此第二手詮釋的遊戲形象傳遞予大眾。仙境傳說 Online 的台灣代理商自 2002 年至 2007 年初所攝製的廣告影片中即具有下列兩項重要的特質。

##### (一) 過度簡化兩性關係的可能性



遊戲本身的規則與任務故事雖然多所著墨於兩性的戀愛情誼，主張男性在感情關係中的主動地位與責任，但仍保留其他女性角色行為的典範與兩性互動的可能性（例如女性戰士與男性同袍的衝突、女神的主動展現愛慾等）。然而，作為協助潛在消費者認識遊戲特質的簡短廣告片，其內容卻將兩性氣質與互動關係限縮至僅有戀愛關係，並多為帶著哀傷氣氛的英雄美人愛情傳說。以廣告「日夜戀人篇」為例（如圖 4-17 截圖所示），男女主角為一對無法同時在日間共處的情侶，女主角白晝可現身於世，入夜則必須回歸畫中，男主角則只能在夜晚世界中自由行動，日間的他軀體石化僵直，無法行動。兩人只能在日夜交替的短暫時刻相擁相惜，相愛卻礙於環境因素無法長久相守。最終，男主角為了女方的幸福，哀傷地永遠離開愛人身邊，徒留女主角手持男主角的披肩、黯然神傷的身影。

在這則廣告中，兩位主角對於彼此的感情的方式反映了傳統兩性互動形式的認知：男主角並不直接以言語或行動向情人表達愛意，且鮮有激動的面部表情，象徵男性內斂

理性的一面；女主角則是在情人相會時以主動奔向對方擁抱表達對於終身相依相守的期待，有著明顯的情緒起伏。而在對於戀愛關係中的互動責任而言，女性經常是等待者，並時常顯露情緒與對愛情的感受，男性則是體貼不多言的行動者，在戀情的走向上扮演主要行動與決定者的角色。



圖 4-17 仙境傳說電視廣告「日夜戀人篇」

資料來源：本研究

將兩性戀愛關係作為廣告訴求，是仙境傳說 Online 在行銷傳播文本上的重要特色，在相關商品上亦有以情人為主要訴求的商品（例如曾推出的「甜蜜情人包」商品），為以戰鬥為主的遊戲產品穿上全然愛情的外衣。

## （二）公式化的「男犧牲，女等待」敘事模式

承第四章第二節的分析結果，遊戲文本透過規則與任務故事賦予男性追求金錢與成就、主動追求女性、鍛鍊狩獵勇氣與必須拯救女性的行為責任，而女性則在兩性感情關係中扮演被動接受、等待救贖與對伴侶痴心忠誠的角色。這樣的互動模式在仙境傳說 Online 的電視廣告中進一步成為敘事公式：男性犧牲自己，承受愛人不知曉的痛楚，只願守護愛人的幸福；女性夢想和愛人的美滿生活，愛人遭逢變故時癡情等候，期盼愛人歸來並給予幸福。仙境傳說 Online 的三個著名廣告影片<sup>31</sup>中即運用不同的時空人物場景，述說十分相似的「男犧牲，女等待」愛情故事。以下即分別簡述「夢想天空」與「守

<sup>31</sup> 此三個廣告影片分別為許紹洋與陳怡蓉演出的「日夜戀人篇」、孫燕姿演出的夢想天空改版廣告與龔詩嘉主演的「守候永恆的愛篇」。

候永恆的愛」兩支廣告影片的內容，並加以比較與回應前述的內容公式。

#### 1. 夢想天空改版廣告（影像如圖 4-18 所示）

夢想天空廣告由第二任女性代言人孫燕姿擔任女主角。影片內容敘述一對幸福的情侶因為女主角曾逢意外，戀情產生波折。女主角昏迷不醒，男主角守候在病榻旁，輕撫女主角，並向上天許願以生命交換女主角甦醒。情人的犧牲換回女主角的生命，默默地自人間消失，化身為天使波利作為無形的護衛者，而女主角在多次聯絡未果與一段日子的等待後，接受了負責醫治她的醫師的追求，最後女主角在教堂歡喜和醫師成婚，男主角的魂魄則是心疼、無奈地觀看、祝福。



圖 4-18 仙境傳說電視廣告「夢想天空」

資料來源：本研究

在這支廣告中，男主角以犧牲自我生命權利的方式表達愛情，其用心無法傳達，使女主角知曉，女主角只能等待、感傷，甚至最後被動接受另一位男性的溫柔，最終仍得到婚姻的幸福結局，影片開頭的「只要相信…夢想就會實現」指陳了女性的愛情夢，只要相信與等待，戀愛奇蹟便會降臨。影片中的兩位男性，無論是犧牲自我換取愛人性命的男主角，或爾後主動關懷追求女主角的醫生，皆象徵主動推動愛情進展和主動給予女性夢想的行動者。



## 2. 守候永恆的愛篇（影像如圖 4-19 所示）

「守候永恆的愛篇」亦為女性等待情結的再現代表類型。這則廣告由第四任女性代言人龔詩嘉演出，故事描述男女主角是一對自幼年便相戀、互許約定的情侶，男主角經常在趕赴約會時遲到，女主角則是害羞而體貼地對情人說「沒關係，我也才剛到」。在兩人結婚的當日，男主角半路發生車禍，成為植物人，女主角獲悉後不離不棄，日夜照顧並守貞至老，等候男主角再度回到自己身邊。當男主角終於甦醒時，身旁照護他的女主較早已髮絲斑駁，男主角第一句話便是「對不起，我遲到了」，女主角則是泛著淚光說著「沒關係，我也才剛到」，並以兩人深情對望作結。



圖 4-19 仙境傳說電視廣告「守候永恆的愛」

資料來源：本研究

這個故事呈現一個重要主題，即女性的忠貞與等待。女主角從小到大包容男主角愛遲到的個性，儘管在約定地點長時等候，在情人抵達後，以自己也才剛到的話語化解其不安，展現女性溫柔體貼的部分。在男主角長期昏迷不醒時，女主角並未放棄與主動尋覓下一段戀情，反而是長年主動擔任照顧的角色，相信奇蹟，並展現對情人的超越歲月的愛意。對伴侶的忠誠化為長期的等待，而最後以男主角的甦醒，重起戀愛的發展。雖然男性昏迷不醒，無法實際作為，但女性仍等待，男性的回歸與作為仍扮演主動推動兩性關係的關鍵角色。

歸結此二則廣告與前一段落對於「日夜戀人篇」角色與故事發展的分析可發現，「男犧牲、女等待」的情結在仙境傳說 Online 的主要廣告故事中為重要的基礎發展邏輯。女性在戀愛關係中總是被賦予被動、忠實、願意等待的特質，「被動式的永不放棄」是女性重要的愛情行動原則。男性則是被賦予主動並具行動力的特質，無論自身情況如何，都必須擔負推動戀情發展與結局的責任。

綜合這一節對於遊戲廠商塑造遊戲產品外圍性別氛圍的特質，可發現遊戲文本與其周圍的行銷傳播物之間存在著以下之異同：

1. 相同處：兩者對於兩性個別氣質的預設立場相同，皆賦予男性主動、有力量、具戰鬥力的期望，女性則是溫柔、重情感、被動等特質。對於身體意象的呈現亦具有相同的「男強壯、女性感」概念。
2. 相異處：在遊戲文本中，男性的英雄傳說是遊戲背景故事的主線，男性間惺惺相惜、理性以對的友誼與征服怪獸與敵人的過程為遊戲故事中強調的部分。然而，遊戲廠商對於仙境傳說 Online 的形象包裝卻是以女性呈現為主，重視感性表達，並放大愛情的部分成為遊戲的對外形象，並僅呈現兩性戀愛關係，忽略兩性其他競合互動型態的可能性，亦缺少對於同性別之間情誼的描述。

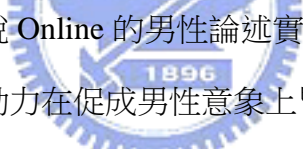
囿於遊戲廠商對於行銷基礎形象的設定，男性氣概的形塑，僅只於平面體態展現與廣告文本中男性的守護情懷，無論在質與量上，皆呈現少數與單一行為趨向的特質。

## 第五章 結論與展望

多人線上角色扮演遊戲做為性別氣質的論述實踐場域，透過規則的制定、身體形象的創造與故事鋪陳，建構男性角色行為期待的價值體系。這個男性氣概價值體系的整體樣貌為何？環境設計、文本內容與行銷傳播在男性氣概論述的動力關係為何？本章將以三者關係的扣連為始，引入總結，並提出未來展望。

本章共分為三部分，第一節總結第四章研究發現，譜出遊戲所塑造的男性整體意象；第二節將遊戲的男性氣概論述實踐現況與理論對話回應，提出本研究之結論；第三節則是檢討本研究的研究限制，並提出未來延伸研究可能性。

### 第一節 研究發現回顧



回顧第四章對於仙境傳說 Online 的男性論述實踐分析，遊戲的環境設計、文本內容與行銷傳播媒體機制等三個動力在促成男性意象上皆扮演重要角色，並提供建構遊戲男性氣概價值的元素。透過 MacKinnon(2003)的傳播媒體男性氣概展現元素，本研究將遊戲男性性別行為展現的整體意象從四個面向整理呈現，並探討其中三個動力的相互激盪與影響性。

#### 一、身體：極化性徵與單一美學標準

身體是遊戲世界中最顯著的符號，也是環境設計、文本內容與行銷傳播文本中最常運用以描繪角色特徵的符號工具。這些層面對於身體的再現有著不同的手法。

- (一) 環境規則與文本內容在玩家角色的人格與身體塑造上扮演基礎定義的角色，數字象徵人格特質的構成，並指導遊戲的理性堆疊運作機制，視覺的呈現以

性徵為重要區辨方式與鼓勵玩家成長的機制，透過服裝與身體曲線等符號工具，將玩家角色的身體美感標準定於一尊：男性的強調肌肉鍛鍊、身長比例與重視衣著實用性；女性則強調誇張的渾圓大乳房與纖細的腰部。隨著角色成長，服裝更襯托了性徵的顯現。儘管在繪製手法上有著中性化的趨勢，遊戲的角色設計仍將男性的理想體態與肌肉和高身長為主，雖然並未強調性器的重要性，但以盔甲、武器等裝備暗示男性應有的剛硬強健，硬式盔甲與緊實包覆的服裝另提示了男性應重視實用性的趨向。在遊戲故事的陳述中也不斷強調男性對於鍛鍊自我體能的重要性，呼應角色虛擬化身的身體美學價值。

(二) 行銷傳播文本在呼應遊戲內容的單一極化身體美學下，亦展現重視肌肉、武裝等符號的趨向。較為特殊的是，一反遊戲內容的男性中心，女性是行銷傳播的視覺主體，男性在廣告與刊物中反而扮演陪襯角色。儘管如此，男性身體與強健體力、完美肌肉與擅戰的形象仍緊緊扣連，此現象可從刊物封面對於男性職業角色的擇定觀察。另外，廣告文本對於男性角色的呈現也部分呼應遊戲內容的身體價值，救贖癡情女子的男性勇士穿著剛硬的披肩，揮劍抗敵，在現代場景的廣告影片中，行銷團隊擇定的男性角色也有著身體高又挺拔與專業的形象（例如「夢想天空篇」中的男醫師）。

## 二、暴力：人格的組成要素與性別暴力成見

暴力的運用是仙境傳說 Online 世界運轉的重要動力，同時也是玩家規訓的必經活動。暴力與玩家成長與累積成就的緊密關係，是由前述理性的身體人格數值系統規則所引領的，無論性別為何，在遊戲世界中的人格與生命特質，皆透過打敗怪物累積數字的方式養成，暴力成為成長的唯一法則。

暴力與遊戲活動的扣連關係除了顯現於角色成長過程之外，遊戲文本內容的推展也與暴力有著緊密的關係，從玩家在體驗任務時必須透過打鬥以完成故事之外，暴力在任

務故事中也多與男性連結，例如「朋友故事」中男性必須以打鬥證明自己是個男人；「女神頸鍊」任務中女戰士羅原只有抗惡的靈魂，已無軀體實際殺敵，是故，在故事的中段藉由男性的身體，作為暴力代理者，以完成打敗惡魔的任務。

另者，兩性玩家在遊戲世界內的暴力展現，部分呈現了不一致並帶有傳統價值成見的趨向。以第四章所提的男女詩舞者而言，透過文字呈現與肢體動作詮釋，男性被賦予理性、幽默、對女性帶有性慾與威權的形象，女性則是被賦予感性、重視愛情、情緒化的形象。

綜而論之，暴力是遊戲世界中的基礎動力，並透過故事的敘述與男性連結，這個現象進一步地將男性推至遊戲的中心。兩性雖同樣可施以暴力，但在實際展現上卻有著帶有僵化成見的傾向。

### 三、男性友誼：理性的男性浪漫



男性友誼的敘述在遊戲世界中發揮了協助定義男性行為標準的功能。在遊戲任務故事中，男性之間有著以暴力為中心的競合關係，也有著男人之間的真摯友情。男性的友情在遊戲中具有理性、講求成就和理性浪漫的特質。理性浪漫的男性情誼是由成長過程的共同暴力規訓和重視情義的情結形成，在仙境傳說的世界中，類似「桃園三結義」的男性情感描述是遊戲重視的價值，男性會共同戰鬥、實質互助以求共同成長，同時也願意為彼此犧牲，以成大業，這一種英雄特質在仙境傳說世界中也引領著背景故事的推展，並提示玩家知曉遊戲文化價值。

然而，男性友誼的描述在行銷傳播中是失落的一角。由於廣告重視並強化兩性關係的敘述，男性情誼的價值線索在行銷傳播文本中無法探知，並未忠實呼應遊戲內容對於男性關係的陳述。

#### 四、對立的客體：女性柔弱化與兩性失衡

在遊戲世界中，女性是最常被運用襯托男性的對立客體，女性在定義男性氣概上提供兩個重要途徑。

##### （一）排除的作用

女性的再現對於說明「什麼不是男人」和「對於男性而言女性是什麼」兩方面發揮重要功能。透過對於文本內容的詮釋，本研究發現遊戲中對於女性的定義以性慾（性吸引力）的象徵、柔弱待助與服從受制三個層面呈現，暗示著男性必須扮演強壯、有性慾、欣賞極度完美女體、必須幫助女性、主導兩性關係與對女性施展權威的角色。這種排除的對立手法，在環境規則與文本敘事中隨處可見，即使女性在遊戲中亦可成為戰士，卻是個感性、仍輸給男性的行為者。

行銷傳播文本的敘寫方面，則是部分呼應了遊戲內容中的排除手法，但廣告內容只片面呈現女性柔弱與等待的形象。遊戲廠商選擇形象清純、穿著保守的玉女形明星做為代言人，她們只展現柔弱與被動的樣貌，施展性感的任務落在虛擬人物身上。廣告中的清純保守、個性柔美的女代言人與遊戲世界中身材性感火辣但內心溫柔嬌弱的女性角色們，呈現不一致的現象，廣告宣傳與遊戲內容的女性形象風格衝突由此可見。

##### （二）提示男性行為準則

除了透過任務故事中所描述的英勇打鬥男性以呈現男性必須勇敢擅戰的期望之外，規則系統、故事與行銷傳播文本另透過陳述兩性關係，提示男性的行為價值與對女性的「責任」。

首先，遊戲規則以具像化的數字規範男性在兩性關係中的責任。當一對戀人要步入結婚禮堂前，男性玩家必須付出較多的金錢與物資，這暗示著男性必須有較強的經濟能力，扮演照顧女性的角色。

二者，透過遊戲故事的推展，男性經常扮演主動與救贖的角色。故事總是由女性的哭泣或癡情為開端，男性英勇救美或壯烈犧牲為結。女性對於男性而言是疼愛的對象，同時也是「目的」，因為當救了女性，任務也就結束，女性的得救如同終點一番，與任務終結所獲得的獎品扣連，展現了男性對於女性具有目的性的觀點。

再者，行銷廣告的內容更進一步地呼應與強調男性的英勇、犧牲、救贖等價值，女性雖然是廣告中的主視覺焦點，但仍呈現更單一的柔美待援形象，男性在兩性關係中的推展責任更顯重大。

## 小結

從遊戲設計的本質而觀，男性與女性進入遊戲時具有相同的數字人格基礎，兩性皆有公平發展自我的機會。然而，透過定義暴力為活動內容的基礎，與進一步和男性的扣連，暴力之於男性展現自然關係。同時透過對於女性的陳述，男性氣概的價值更被推至極化的端點。遊戲世界中的理想男性是身體強健、力量強大、勇於付出、不允懦弱、主導一切、欣賞女體、有性慾、對女性施以威權，這個單一片面的價值在遊戲的內容架構與行銷傳播策略中隨處可見，男性氣概的價值建構在遊戲的體系中展現了捍衛傳統男性氣概價值並進一步放大的趨勢。

## 第二節 理論回應與總結

總結前述對於環境設計、文本敘事與產業行銷三動力構築的遊戲男性氣概論述架構，對於男性性別行為塑造有著以下的特質。

### 一、環境設計限制性別氛圍塑造的基礎

多人線上角色扮演遊戲藉由規則的設定與環境的美學設計，構築遊戲敘事的主要場

域。透過對於仙境傳說 Online 的環境與規則結構的分析可以發現，數值系統是引領整體遊戲運作與玩家生命故事歷程的主要基礎。有形且象徵理性的數值系統架構了玩家在遊戲中的數位人格，並建立了一套由數字累積而成的生命歷程進度表。在此基礎上，每一個玩家角色都是由虛擬化身與一組數字結合而成的行動者，素質或等級變高成為成長唯一的證明。結合遊戲背景故事的戰爭神話背景，遊戲系統將練功打怪設定成玩家數值累積的主要方法，暴力成為所有玩家認識遊戲的第一步，同時亦為必學的生活本能。

前述遊戲規則、數值系統與暴力的相連關係，使得遊戲敘事圍繞著暴力、戰爭、等級等主題發展，雖然遊戲數值設定沒有性別差異，但透過具像化的角色外型設計與系統角色職能配置，遊戲研發者仍傳送性別角色標準的訊息，將暴力、身體鍛鍊與工具性劃為男性範疇，溫柔、體態性感與照顧（或服務）劃為女性範疇。這一組性別標準設定與大眾文化的男性主流價值相互呼應，同時，暴力成為主要活動的同時，也使得與其連結的男性成為遊戲敘事的中心。



## 二、遊戲敘事呈現的男性氣概典型：單一、強壯與順應傳統期待

透過仙境傳說 Online 遊戲文本的探究，本研究發現遊戲文本對於性別角色行為存在截然相對的預設立場，即男性與女性行為、個性，甚至是身體樣態都截然不同，有時會分處完全極端的兩側。這個遊戲世界內的社會基礎假設與 Kaufman(1993)及畢恆達(1990)對於現實社會的兩性基礎觀點相互呼應，這顯示多人線上角色扮演遊戲作為大眾流行文化的一部分，也不免走向與社會主流常識相呼應的道路，以促使消費者容易接受並採用。

在截然相對的兩性行為假設下，二元對立成為遊戲性別再現的主要論述手法，透過外型設計與故事內容強化兩性的性別氣質標準，兩性藉由極端特質相互定義彼此。以 MacKinnon(2003)所提的四項男性氣概再現元素（身體、對立客體、暴力、男性情誼）敘述遊戲內容塑造並強調的性別氣質理想典型，可以將男性氣概的預設期待描述為「擁有強健的肌肉和修長的身材，勇於戰鬥並善於利用力量，理性且不隨意哭泣，重視兄弟情誼，並且保護或擁有女性的英雄」，而女性則為「擁有性感的身材與魅惑異性的外表，



不擅戰鬥無所謂，重視情感，並期待男性救贖與照顧的美人」。這樣的性別角色塑造，使得遊戲除了預設的數值與職業扮演權的平等之外，有著地位失衡的現象。遊戲敘事裡的女性，除了環境擔任服務者的角色之外，更在某些功能上扮演被豢養的角色，並透過語言的形式，再一次重述極端的性別形象，並襯托男性。

更有甚者，失衡的現象不僅只於男性與女性之間。遊戲敘事對於男性的描述亦透過排除的方式建立單一的標準男性行為價值，不僅表現於單一的體格美學標準上，透過戰士養成相關的儀式與童年經驗陳述，將「甚麼是男人該有的行為」置入其中，並以否定其他類型的表現（如感性、沒有照顧異性的能力、體能不足、怯於殺敵等）來鞏固遊戲文本中對於男性氣概的隱性期待。這種以排除否定的方式確立遊戲世界中男性行為常識的運作過程與 Connell(1987)的霸權男性氣概產生概念有著相應之處，遊戲文本中的唯一男性氣概常識不但利用外型設計與故事角色比重及鋪陳弱化女性地位，使之在理應人人平等的遊戲世界中成為陪襯男性、甚至被賞玩的對象之外，不重視成就，甚至是有「女孩子氣」的男性也成為被邊緣化的客體，以鞏固此男性氣概典型成為主流、宰制、不容異議的中心意識。



### 三、文本內與文本外：深化性別氣質標準與再現重點的不一致

環境設計與文本故事塑造了以男性為主角，女性扮演襯托者與被觀看對象的性別氛圍，並大量運用二元對立的手法鞏固理想的男性氣概典型。但在遊戲廠商的行銷傳播策略上，卻一反遊戲故事的男性中心傾向，以女性擔任宣傳遊戲的角色。然而，女性並非遊戲內暴力與戰爭活動的帥氣代言者，她們呼應遊戲故事內對女性的角色期待，情感豐富、溫柔、被動，僅關注愛情的誓約。遊戲廠商為仙境傳說 Online 產製柔性愛情故事的包裝，塑造愛戀與感性的大眾傳播印象，與遊戲世界內以暴力為主的故事基礎大相逕庭。從本研究對於傳播物的觀察可見，仙境傳說 Online 的大眾傳播形象有著更進一步深化單一性別氣質標準的現象，並將兩性角色行為固化成單一模式，為男性行為標準套上責任枷鎖。傳播文本內的男性雖然戲分少，但仍盡忠依循仙境世界 Online 內的主流男性

氣概行動，扮演著堅強、願意犧牲與守護女性的角色，無論在情感上或肢體語言上，皆表現出剛硬理性的一面；另一方面，女性與感性形象緊緊扣連，扮演著以美麗外貌和情感特質吸引玩家進入遊戲世界的迎賓小姐。由此可見，遊戲文本與行銷傳播對於遊戲有不同的詮釋方式，但兩者皆訴求同一類型的男性氣概典型。

#### 四、與其他媒體文本的男性氣概論述實踐比較

仙境傳說 Online 的敘事世界，是以規則、暴力和神話故事鑲嵌的體系為基礎構築的「英雄美人」世界，大量運用二元對立與排除的方式，建立剛硬、理性的男性氣概價值，並反映在遊戲故事人物與男性玩家角色的形象塑造上。透過對於仙境傳說 Online 的觀察，可以探知多人線上角色扮演遊戲在男性論述實踐上有單一宰制標準的傾向，並鮮少允許其他類型男性氣概的敘述，更有甚者，當代已出現在部分電視電影文本中的男同志、感性男性與溫柔漢等論述未能在遊戲中出現，而是以婚姻制度和愛情故事強化男強女弱的異性戀霸權。與其他大眾媒體文本的男性氣概的論述實踐相較，多人線上角色扮演遊戲與商業電影、電視劇、運動媒體及廣告同樣依循傳統的性別行為期待描繪文本中的男性，但在男性氣概的展現層次上，由於運用單一的外型標準和過度強化男性主動角色與弱化女性地位，遊戲在放大與強化傳統男性氣概價值的強度更甚於其他大眾媒體文本的表現，且未展現如其他媒體文本一般偶然順應社會潮流與商業需求的彈性，呈現僵化的面向。

#### 結語

多人線上角色扮演遊戲近年成為重要的網路娛樂服務，並為許多青少年採用，其內蘊的性別觀點，對於長時間沉浸的玩家之影響不可不視。近年的研究多從玩家的觀點出發，透過質化的訪談與量化的調查，推論多人線上角色扮演遊戲的男性中心屬性。而本

研究從文本與產業行銷傳播的視角，分析創作端置入遊戲內的性別氣質意識，再一次地檢視遊戲與男性之間的關係。

多人線上角色扮演遊戲是否是一個「男性的休閒活動」？歸結本研究對於遊戲的性別敘事分析，遊戲在設計與數值的概念上採取平等的觀點，兩性初入遊戲世界時並沒有優劣勢之分，然而透過反映並誇大傳統性別期待的具象虛擬化身，以及遊戲任務故事中直接扣連暴力與男性的敘事手法，使得男性在暴力為基礎的遊戲中成為中心，遊戲也因而成為一個喻示傳統剛硬男性形象的場域，多人線上角色扮演遊戲作為大眾休閒活動的本意也因此窄化為注重男性極化行為標準的僵化養成活動。

作為大眾娛樂媒體，多人線上角色扮演遊戲極端化性別氣質的樣貌，塑造了更對立的男性神話，網路媒體的解放論述理想在遊戲世界中未能實踐。「遊戲真實」向大眾文化與社會回應的男性氣概面貌，明示了性別增權的理想在面對商業獲利的考驗下難以伸展的事實。



### 第三節 研究限制與後續研究建議

回顧本研究的執行，有以下限制。

#### 一、單一個案研究，缺少橫向對照

本研究為求深入探究男性氣概在遊戲中的展演，採用質化研究取向進行研究，礙於時間限制與論文規模考量，僅選擇單一個案作為分析文本。本研究在選擇遊戲上，考量遊戲發展時間與市場佔有率的狀況，選擇仙境傳說 **Online** 為代表，進行深入探究。然而，藉由此遊戲所歸結出來的男性氣概意識是否為多人線上角色扮演遊戲的論述實踐通則，則有待未來相關的個案研究或橫向的多遊戲文本分析驗證或反證。

#### 二、採用非國內研發遊戲，研發概念的探究未能詳全

本研究顧及遊戲發展成熟度與在台灣的市場佔有率，選擇熱門的仙境傳說 **Online**

為分析個案，然而，此遊戲為韓國公司所研發，礙於時間與語言因素，無法親訪研發團隊，故於創作理念的探討上，採用分析韓國團隊的訪談報導內容為折衷方案。未來如有相關主題之研究，建議可選擇國產遊戲，在創作概念的探討上能更加完整。

### 三、遊戲暴力的定義採用有其情境限制

本研究對於暴力的觀點是採用傳統社會學和大眾媒體對於暴力的詮釋與定義，將遊戲中的殺戮功能與遊戲故事情節中的打鬥劃入其範疇。然而，現代網路遊戲娛樂中的打怪與玩家對決在數值和血腥的物理性施虐外，有著另一面，即友善社交行為的詮釋可能。囿於本研究需將暴力元素的範圍確立，並與既往媒體文本的男性暴力再現於同一基礎上對照，故採用此定義，在分析情境上有其限制。線上角色扮演遊戲中的暴力行為本質，則有待後續研究的進行，以重新定義詮釋數位觀點面向的暴力定義，再一次修（或補）正遊戲文本的暴力意涵。



### 四、以靜態文本再現分析為主，在動態建構過程面向未盡詳全

礙於個案選擇國外研發遊戲與本研究將研究焦點定於文本再現後的內涵，對於動態的遊戲文本和行銷機制建構過程並未深入探討，研究結果侷限於靜態呈現的再現結果，此為另一研究情境之限制。未來相關研究可透過遊戲產製參與者和其流程的探究，補足動態製碼過程觀點，並與靜態文本再現結果相互驗證或修正。

展望未來，本研究提出以下後續研究建議。

#### 一、探討玩家與遊戲文本和行銷傳播物的詮釋關係

近年與多人線上角色扮演遊戲相關的性別取向研究，著重於玩家在遊戲世界中的互動特質，較少著墨於玩家對遊戲環境與故事的解讀詮釋形態。本研究以文本內容出發，探究了文本傳遞的性別意識，而後續研究可反從玩家如何看待遊戲故事的角度出發，探討玩家作為一個媒體閱聽者，對於遊戲內容的詮釋與理解。

另外，本研究在探討文本內與文本外的行銷傳播內容時，發現遊戲文本與行銷傳播

的形象重點產生衝突：遊戲文本以男性為主角，重視武力展現，發揚英雄傳說；行銷傳播文本則是以女性為主角，將遊戲包裝為愛戀情懷的商品。玩家對於遊戲本身與其廣告的解讀又會是如何？也是值得探究的議題。

## 二、以量化的方法分析遊戲文本內容

本研究採用質性研究的觀點，進行內容的結構與性別意識論述，未來建議可使用量化的內容分析法，透過類目的統計比較，與本研究對男性氣概展現的論述作一對照。

## 三、橫向、跨遊戲的遊戲文本研究

承續本研究在執行上的限制，對於多人線上角色扮演遊戲中的「單一且極化傳統價值的男性氣概」研究結論是否為遊戲產品的性別展演通則？值得透過後續跨遊戲的研究加以驗證。近年台灣線上遊戲市場十分蓬勃，許多外商與國產的多人線上角色扮演遊戲紛紛推出，並以開發新玩家族群為目標，遊戲的性別設計內涵是否因為順應商業拓展需要而產生變革，展現多元性，也是值得探討的議題。



## 參考文獻

中文部分（引文部分）

Clatterbaugh, K.著(1997)；劉建台、林宗德譯(2003)。《男性氣概的當代觀點》。台北：女書文化。（原書：*Contemporary perspectives on masculinity: Men, women, and politics in modern society*. Boulder: Westview Press.）

Gratch, A.著(2001)；張美惠譯(2001)。《這就是男人》。台北：張老師文化。（原書：*If men could talk...here's what they'd say*. Boston: Little, Brown.）

Hollander, A. (1994)著；楊慧中、林芳瑜譯(1997)。《時裝·性·男女》。台北：聯經。（原書：*Sex and suit*. New York: Knopf.）

Hite, S著(1981)；林瑞廷譯(1995)。《海蒂報告：男性氣概》。台北：張老師文化。（原書：*The Hite report on male sexuality*. New York: Alfred A. Knopf.）

Papalia, P.與Olds, S.著(1992)；黃慧真譯(1994)。《發展心理學》。台北：桂冠。（原書：*Human development*. New York: McGraw Hill）

王行(1998)。《解放男人》。台北縣：探索文化。

王宜燕(1991)。《電視廣告的性別角色分析》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

王浩威(1998)。《台灣查甫人》。台北：聯合文學。

古玉英(2003)。《國小啟聰班國語教科書性別角色之內容分析》。國立台東大學教育研究所碩士論文。

吳心欣(1999)。《兒童電視觀看之性別刻板印象解讀型態研究》。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。

吳唯農(2005)。《台灣線上遊戲產業關係品質研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。

吳聲毅、林鳳釵(2004)。〈Yes or No? 線上遊戲經驗之相關議題研究〉，《資訊社會研究》，7，頁235-253。

呂興忠(2002)。〈土地、性別與教科書：高中國文課本的再檢討〉。在謝臥龍主編，《性別平等教育－探究與實踐》(頁71-88)。台北：五南。

李元貞(1988)。《反對性別歧視，國民教育：兩性平等教育手冊》。台北：婦女新知叢書。

李君如、楊棠安(2005)。〈線上遊戲玩家表現與其人格特質之研究—以「天堂」為例〉，《高雄師大學報》，19，頁85-104。

李美枝(1984)。〈性別角色與兩性差異〉。在吳靜吉編，《心理學》(頁561-578)。台北：國立空中大學。

李惠恩(2002)。《非傳統科系的選擇：家政領域學生就學經驗之探討》。嘉義大學家庭教育研究所碩士論文。

林于勝(2004)。《遊戲產業現況與發展趨勢分析》。台北：財團法人資訊工業策進會資訊市場情報中心。

林芳玫(1995)。〈電視連續劇觀眾研究：由觀眾詮釋模式看女性與社會規範的互動關係〉，「政治大學新聞教育六十週年研討會」論文。台北，木柵。

林俊良(2002)。《閱讀汽車廣告—廣告文本的性別與空間分析》。國立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

林靜雯(1999)。《雜誌中男性角色的變遷研究》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。

林鶴玲、鄭芳芳(2005)。〈青少年在線上遊戲中的交友與風險管理〉，《性別平等教育季刊》，30，頁94-99。

官振萱(2002)。〈打造東方好萊塢〉。在楊瑪利等著(2002)，《韓國，佔線中：從經濟破產到文化征服》（頁107-118）。台北：天下雜誌。

侯蓉蘭(2002)。《角色扮演的網路遊戲對少年自我認同的影響》。東海大學社會工作研究所碩士論文。

柯舜智(2004)。〈虛擬空間，真實經驗：青少年與線上遊戲的互動意涵〉，《玄奘資訊傳播學報》，2，頁43-70。

洪文龍(2000)。〈哥哥爸爸真偉大？當兵的男性經驗〉，《兩性平等教育季刊》，12，頁47-50。

洪嘉菱(2003)。《運動新聞文本的性別意涵分析》。國立體育學院體育研究所碩士論文。

徐孟達(2004)。《線上遊戲的整合行銷傳播效果研究：以「仙境傳說Online」為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。

徐宗國(2001)。〈拓邊照顧工作：男護士在女人工作世界中得其所〉，《台灣社會學刊》，26，頁163-210。

徐振傑(2004)。〈女性商品，男性代言：電視廣告中的「新」男性形象與再現意涵〉，《傳播與管理研究》，3:2，頁133-159。

張玉佩、呂育璋(2006)。〈網路促進女性解放的可能？從線上遊戲開啟的反思〉，《中華傳播學刊》，9，頁113-150。

畢恆達(2003)。〈男性性別意識之形成〉，《應用心理研究》，17，頁51-84。

-----(2000)。〈走入歧途的男性氣概養成過程〉，《兩性平等教育季刊》，12，頁44-46。



陳士哲(2005)。《我的世界是「天堂」？線上遊戲「天堂」對青少年涵化效果之初探》。  
國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

陳向明(2002)。《社會科學質的研究》。台北：五南。

陳佑任(2002)。《他們的故事：三位國小男性教育人員的生命史研究》。新竹師範學院  
國民教育研究所碩士論文。

陳佩君(2004)。〈描繪男人形象：從「橘子紅了」看男性權力關係與兩性性別替代〉，  
「性別、媒體與文化研究學術研討會」論文。台北，世新大學。

陳怡安(2003)。《線上遊戲的魅力—以重度玩家為例》。南華大學社會學研究所碩士論  
文。

陳明敏(2003)。《臺海兩岸前期中等教育國文教科書性別偏見比較研究》。國立暨南國  
際大學比較教育研究所碩士論文。

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》。交通大學傳播研究所碩士論文。

陳茂勇(2005)。《台灣線上遊戲業虛實整合行銷模式之研究》。中原大學資訊管理研究  
所碩士論文。

陳軼辰(2003)。《線上遊戲參與行為—消費者性別角色認同之探討》。長庚大學資訊管  
理研究所碩士論文。

陶福媛(1991)。《我國雜誌廣告中的性別角色分析》。國立政治大學新聞研究所碩士論  
文。

郭怡伶(2004)。《磨蹭的快感？—阿魯巴的男子氣概建構》。國立台灣大學建築與城鄉  
研究所碩士論文。

- 傅鏡暉(2004)。《線上遊戲產業之道：數位內容、營運經驗》。台北：上奇科技。
- 粟慧文(2003)。《國小教科書性別角色內容分析：以語文領域為例》。國立新竹師範學院課程與教學碩士班碩士論文。
- 黃振傑(1995)。《多元文化社會課程取向》。台北：師大書苑。
- 黃淑玲(2003)。〈男子性與喝花酒文化：以Bourdieu的性別支配理論為分析架構〉，《台灣社會學》，6，頁73-132。
- 黃裕華(1995)。《廣告中性別角色描繪趨勢之分析：臺灣與美國雜誌廣告的比較》。國立交通大學管理科學研究所碩士論文。
- 黃德祥(1994)。《青少年發展與輔導》。台北：五南。
- 黃瓊慧(2000)。《從沈浸(flow)理論探討台灣大專學生之網路使用行為》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 楊政議(1998)。《台灣南丁格爾的觀點：專業發展生涯路徑》。國立台灣大學護理研究所碩士論文。
- 楊駿北(2004)。《性別化社會下的男性氣概—以男空服職場性別經驗與社會形象為例》。國立東華大學族群關係與文化研究所碩士論文。
- 葉志輝(2002)。《線上遊戲作為網路行銷工具之初探--以大安銀行e-guess猜謎網為例》。元智大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 葉明昇(1999)。《男性社會工作者之職業選擇歷程》。高雄醫學院行為科學研究所碩士論文。
- 葉明彰(1997)。〈永無止境的冒險：角色扮演遊戲之過去、現在與未來〉，《電腦玩家》，71，頁108-113。

資訊服務產業年鑑編纂小組編(2006)。《2006資訊服務產業年鑑》。台北：資策會市場中心。

資訊工業年鑑編纂小組編(2007)。《2007資訊工業年鑑》。台北：資訊工業策進會。

劉宗輝(1998)。《國內電視廣告性別角色描繪之研究》。雲林科技大學企業管理研究所碩士論文。

劉楚慧、周樹林(2008)。《台灣網路娛樂行為分析》。台北：資訊工業策進會資訊市場情報中心。

歐用生(1988)。〈國民小學教科書中的性別意識型態〉。在陳柏璋編，《意識型態與教育》(頁255-272)。台北：師大書苑。

盧貞吟(2003)。《強化線上遊戲吸引力之策略研究：以線上遊戲〈天堂〉為例》。國立成功大學工業設計研究所碩士論文。

賴柏偉(2002)。《虛擬社群：一個想像共同體的形成—以線上角色扮演遊戲〈網路創世紀〉為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。

羅燦煥(1998)。〈性暴力的文化再現：港台強暴電影的文本分析〉，《新聞學研究》，57，頁159-190。

蘇凱如(2003)。《整合行銷傳播應用於線上遊戲之研究---以遊戲橘子之商品天堂為例》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

聯合報(2007年1月17日)。〈鑽漏洞複製寶物 仙境被搞到當機〉。C4版。

----- (2006年6月29日)。〈線上遊戲對壘不爽 兩幫打群架〉。D7版。

顧玉珍(1991)。《解讀電視廣告中的女性意涵》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

## 英文部分

Aarseth, E. (2004). Quest games as post-narrative discourse. In M. L. Ryan (Ed.), *Narrative across media: The languages of storytelling* (pp.361-376). Nebraska: University of Nebraska Press.

----- (1997). *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*. Baltimore: John Hopkins University Press.

Aronson, A., & Kimmel, M. (2001). The saviors and the saved: Masculine redemption in contemporary films. In P. Lehman (Ed.), *Masculinity: Bodies, movies, culture* (pp. 43-50). New York: Routledge.

Barthel, D. (1992). When men put on appearance: Advertising and the social construction of masculinity. In S. Craig (Ed.), *Men, masculinity, and the media* (pp.137-153). London: Sage.



Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.

Bourdieu, P. (2001). *Masculine domination*. Cambridge, UK: Polity Press.

Broverman, I., Vogel, S., Broverman, D., Clarkson, F., & Rosenkrantz, P. (1972). Sex role stereotypes: A current appraisal. *Journal of social issues*, 28, pp.59-78.

Brod, H. (1987). Introduction: Themes and theses of men's studies. In H. Brod (Ed.), *The making of masculinities* (pp. 1-17). Boston: Allen & Unwin.

Brownlow, S. & Zebrowsitz, L. (1990). Facial appearance, gender, and credibility in television commercials. *Journal of nonverbal behavior*, 14(1), pp.51-60.

Burrill, D. (2001). *21st century digital boy: Masculinities, performance, interactive games*

*and the digital imaginary*. PHD dissertation, University of California, San Diego.

Bustch, R. (1991). *Class and gender in four decades of TV families: Plus ça change....* Unpublished manuscript.

Caputi, J. (2002). *Everyday pornography*. In G. Dines & J.M. Humez (Ed.), *Gender, race, and class in the media: A text-reader* (pp.434-450). London: Sage.

Castranova, E. (2005). *Synthetic worlds: the business and culture of online games*. Chicago: The University of Chicago press.

Caillois, R. (2001). *Man, play and games*. Trans. M. Barash. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

Carr, D. (2006). *Games and narrative*. In D. Carr, D. Buckingham, A. Burn, & G. Schott (Ed.), *Computer games: Text, narrative and play* (pp.30-44). Malden: Polity Press.

Carrigan, T., Connel, B., & Lee, J. (1987). *Hard and heavy: Toward a new sociology of masculinity*. In M. Kaufman (Ed.), *Beyond patriarchy: Essays by men on pleasure, power and change* (pp.139-192). Toronto: Oxford University Press.

Chatman, S. (1978). *Story and discourse*. Ithaca and London: Cornell University Press.

Coakley, J. (1986). *Sport in society: Issues and controversies*. St. Louis: Time Mirror/Mosby.

Connell, R.W. (2004). *Globalization, imperialism, and masculinities*. In M. Kimmel, J. Hearn, & R. Connel (Ed.), *Handbook of studies on mens and masculinities* (pp.71-89). London: Sage.

----- (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.

----- (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Oxford: Blackwell.

Curtis, P. & Nichols, D. A. (1993). *MUDs grow up: Social virtual reality in the real world.*

New York: Xerox PARC.

Deaux, K. (1985). Sex and gender. *Annual review of psychology*, 36, pp.46-92.

Dovey, J. & Kennedy, H. (2006). *Game cultures: Computer games as new media.* Berkshire:

Open University Press.

Duncan, M., Messner, M., & Williams, L. (1990). *Gender stereotyping in televised sports.*

Los Angeles : The Amateur Athletic Association of Los Angeles.

Eskelinen, M. (2001). The gaming situation. *Game studies*, 1(1). Available:

<http://gamestudies.org/0101/eskelinen/>

Fiske, J. (1987). *Television culture.* London and New York: Routledge.

Flannigan-Saint-Aubin, A. (1994). The Male Body and Literary Metaphors for Masculinity. In

H, Brod. & M, Kaufman. (Ed.), *Theorising masculinities* (pp.239-258), London: Sage.

Foss, S. (2004). *Rhetorical criticism: exploration and practice.* Waveland Press.

Frasca, G. (1999). Ludologists meets narratology: Similitudes and differences between

(video)games and narrative. Available: <http://www.kuvalehdet.fi /index.jsp>

Gilligan, J. (1996). *Violence: Reflections on a national epidemic.* New York: Random House.

Gitlin, T. (1987). Prime time ideology: The hegemonic process in television entertainment. In

H. Newcomb (Ed.), *Television: The critical view* (pp.507-532). New York: Oxford

University Press.

Goldberg, H. (1976). *The hazards of being male: Surviving the myth of masculine privilege.*

New York: Signet.

- Hanke, R. (1992). Redesigning men: Hegemonic masculinity in transition. In S. Craig (Ed.), *Men, masculinity, and the media* (pp. 185-198). London: Sage.
- Hearn, J. (1990). "Child abuse" and men's violence. In The violence Against Children Study Group, *Taking child abuse seriously: Contemporary issues in child protection theory and practice*. (pp.63-85). London: Unwin Hyman.
- Horrocks, R. (1995). *Male myths and icons: Masculinity in popular culture*. New York: St. Martin's Press.
- Huizinga, J. (1950). *Homo ludens: A study of the play element in culture*. Boston: Beacon Press.
- Jansz, J. (2005). The emotional appeal of violent video games for adolescent males. *Communication theory*, 5(3), pp.219-241.
- Jenkins, H. (2004). Game design as narrative architecture. In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan (Ed.). *First person: new media as story, performance and game* (pp.118-130). Cambridge: MIT Press.
- Juul, J. (2004). *HALF-REAL: Video games between real rules and fictional worlds*. PhD dissertation, IT University of Copenhagen.
- (1999). *A Clash between game and narrativ: A thesis on computer games and interactive fiction*. Master's thesis, IT University of Copenhagen.
- Katz, J. (2002). Advertising and the construction of violent white masculinity: From Eminem to Clinique for men. In G. Dines & J.M. Humez (Ed.), *Gender, race, and class in the media: A text-reader* (pp.349-358). London: Sage.
- Kaufman, M. (1993). *Cracking the armour: Power, pain and the lives of men*. Toronto:

Viking.

----- (1998). The construction of masculinity and the traid of men's violence. In M.S. Kimmel & M.A. Messner (Ed.). *Men's lives* (pp. 4-17). Boston: Allyn & Bacon.

Kelly, R. V. (2004). *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company.

Kerr, A. (2005). *The business and culture of digital games: Gamework/ gameplay*. London: Sage.

Kimbrell, A. (1995). *The masculine mystique: The politics of masculinity*. New York : Ballantine.

Kimmel, M. (1993). Invisible masculinity. *Society, September/October*, pp.28-35.

Laurel, B. (1993). *Computers as theatre*. Workingham: Addison-Wesley.

Lehrer, J. (1989). The new man: That's entertainment. *Media & values*, 48, pp.8-11.

Macdonald, M. (1995). *Representing women: Myth of femininity in the popular media*. London: Edward Arnold.

MacKinnon, K. (2003). *Representitng men: Maleness and masculinity in the media*. New York: Oxford University Press.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Marchetti, G. (1989). Action-adventure as ideology. In I. Angus & S. Jhally (Ed.), *Cultural politics in contemporary America* (pp.182-197). New York: Routledge.

McArther, L. & Resko, B. (1975). The portrayal of men and women in American television



- commercials. *Journal of Social Psychology*, 97, pp.209-220.
- Messener, M. (1990). When bodies are weapons: Masculinity and violence in sport. *International review for the sociology of sport*, 25(3), pp.204-219.
- Mulligan, J. & Partrovsky, B. (2003). *Developing Online Games: An Insider's Guide*. Berkeley: New Riders.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The future of narrative in cyberspace*. Cambridge, MA: MIT Press.
- O'neil, J., Ohlde, C., Barke, C., Prosser-Gelwick, B., & Garfield, N. (1980). Research on a workshop to reduce the effects of sexism and sex-role socialization on women's career planning. *Journal of counseling psychology*, 27, pp.529-634.
- Pearce, C. (2002). Story as play space: Narrative in games. In L. King. (ed.) *Game On: The history and culture of videogames* (pp.112-119). London: Laurence King.
- Rubin, L. (1985). *Just friends: The role of friendship in our lives*. New York: Harper & Row.
- Ryan, M (2004). Will New Media Produce New Narratives? In M. Ryan (Ed.) (2004), *Narrative across media: the languages of storytelling* (pp.337-360). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Rybacki, K. & Rybacki, D. (1991). *Communication Criticism*. California: Wadsworth.
- Sabo, D., & Jansen, S. C. (1992). Images of men in sport media: The social reproduction of gender order. In S. Craig (Ed.), *Men, masculinity, and the media* (pp. 169-184). London: Sage.
- Salen, K. & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge: MIT Press.

Sutton-Smith, B. (1997). *The ambiguity of play*. Cambridge: Harvard University Press.

Thomas, C. (2002). Reenfleshing the bright boys; or, how male bodies matter to feminist theory. In J.K. Gardiner (Ed.), *Masculinity studies and feminist theory: New directions* (pp.60-89). New York: Columbia University Press.

Wiegiers, Y. (1998). Male bodybuilding: The social construction of a masculine identity. *Journal of Popular Culture*. 32(2), pp.147-161.

Woolard, H. (1983). *A content analysis of women's and girls' sports articles in selected newspapers*. Master's thesis, University of Iowa.

## 中文部分（非引文部分）

李姿瑩編(2006)。《仙境傳說—官方攻略秘笈VOL.8》。台北：智冠科技。

## 網站資源（非引文部分）

韓國重力社官方網站 <http://www.gravity.co.kr/>

台灣遊戲新幹線仙境傳說官方網站 <http://ro.gameflie.com/default.asp>

仙境傳說Online紙娃娃系統 <http://www.geocities.co.jp/SiliconValley-Cupertino/9230/>

天野幻境 <http://www.roidv.com/>

巴哈姆特仙境傳說Online大百科 <http://wikigoto.gamer.com.tw/RO.html>



## 附錄一 訪談大綱

### 一、仙境傳說的設計理念來源？

- (一) 世界觀
- (二) 背景故事

### 二、仙境傳說職業群的理念為何？

- (一) 職業分工
- (二) 職業能力平衡
- (三) 職業的陽性 / 陰性
- (四) 轉職考試的意涵

### 三、仙境傳說中男性與女性外型設計理念為何？

- (一) 職業群內的男性/女性差異
- (二) 在職業 / 等級晉升過程中，外型上的差異的源由？
- (三) 男 / 女角色是否有初始數值上的差異？

### 四、仙境傳說遊戲本身的主要活動概念為何？為什麼會有這樣的設計？

- (一) 狩獵行為 (怪物設計)
- (二) **Player v.s. Player**
- (三) 競技場
- (四) 公會戰爭

### 五、遊戲公式與性別平等性

## 附錄二 任務文本編號表

編號	任務名稱	參與玩家限制	任務報酬
遊戲史詩故事			
01	史雷普尼爾之靴	基本等級 70 以上	道具
02	雷神腰帶	基本等級 60 以上	道具、經驗值
03	女神頸鏈	基本等級 70 以上	道具
04	雷神之錘	基本等級 70 以上	道具
遊戲世界內衛星事件			
05	影子任務	基本等級 70 以上	經驗值
06	好朋友任務	基本等級 50 以上	經驗值、地圖通行權
07	抓賊任務	無	道具
08	潛入任務	基本等級 60 以上	地圖通行權
09	總統任務	基本等級 60 以上並已通過潛入任務	道具、經驗值
10	企業任務	基本等級 60 以上並已通過潛入任務	道具
11	伊美樂心臟碎片任務	基本等級 60 以上	無
12	戀人任務	無	道具、經驗值
13	飛空艇任務	無	道具
14	飛空艇賭場任務	無	無
15	工廠維修任務	無	經驗值
16	烹飪師任務	無	道具
17	尋找叛變礦工任務	無	經驗值
18	礦工任務	基本等級 40 以上	道具
19	阻止瘋狂科學家	無	道具
20	發仁發鎮的研究	無	道具
21	飛行船魔物任務	基本等級 60 以上	經驗值
22	雪人任務	無	道具
23	猜數字遊戲	無	無
24	吟遊詩人任務	無	經驗值
25	凱渥寶樂格加的詛咒任務	基本等級 60 以上	

26	交換紅色藥水任務	無	道具
27	劍士互勉	職業為一轉劍士者	道具
28	召喚死者	基本等級 80 以上	道具
29	出發到艾爾貝塔	無	地圖通行權
30	前往蜜月島	已結婚玩家角色	地圖通行權
31	更換魔力礦石	無	道具
32	娃娃交換任務	無	道具
33	前往龜島的方法	無	地圖通行權
34	烏龜島任務	無	道具
35	海利翁寶石任務	基本等級 60 以上	道具、經驗值
36	學習汶巴拉的語言	無	
37	屬性的結合與分解	無	
38	魔女鋼琴鍵的任務	無	無
39	解除魔咒任務	無	無
40	研橋含的家傳短劍	無	道具
41	黨主時豔文的劍	無	道具
42	修劍的情報	無	道具
43	競技場試煉	無	地圖通行權
44	天津通行證任務	無	地圖通行權
45	明蝦壽司名人尋找材料	無	道具
46	出版社職員小遊戲	無	道具
47	鍊金術師任務	無	道具
48	召還丹任務	無	道具
49	四龍轉入湯任務	無	玩家可使用公用頻道廣播一次
50	改革任務	無	道具
51	泰式 BBQ 任務	無	道具
52	閃亮老虎任務	無	地圖通行權
53	藍寶戒指任務	無	無
54	魔劍前置任務	無	無
55	妙莉妮爾的官祿	無	無

56	魔劍任務	無	道具
57	Ths Sign	基本等級 50 以上	地圖通行權
58	四級武器組合任務	基本等級 70 以上	道具
59	黑輪湯外送任務	無	
60	擠牛奶任務	基本等級 50 以上	
61	尋找父親任務	基本等級 50 以上	道具、經驗值
62	毀葛的藥	基本等級 60 以上	經驗值
63	回憶之樹	基本等級 50 以上	道具、經驗值
64	病床的父親	基本等級 50 以上	道具、經驗值
65	毀葛的武器		經驗值
66	奧汀神殿挖掘團任務	基本等級 60 以上	經驗值
67	傭兵的反叛		道具、經驗值
玩家生命故事			
68	初心者訓練	無	道具、經驗值
69	一轉職業轉職考試	職業等級 10 的初心者	晉升一轉職業
70	二轉職業轉職考試	職業等級 40 以上的一轉職業	晉升二轉職業
71	轉生者的戰士殿堂	轉生前基本等級 99	進入轉生後階段，基本等級回歸為 1，重新開始成長過程

### 附錄三 寵物對白文本編號表

編號	寵物名稱	寵物種族	寵物性別
01	小惡魔	惡魔	無
02	土人	惡魔	無
03	土波利	植物	無
04	搖滾蝗蟲	昆蟲	無
05	瘋兔	動物	無
06	僵屍	不死	女
07	小巴風特	惡魔	無
08	妖道	不死	男
09	畢帝特地龍	龍族	無
10	沙漠幼狼	動物	無
11	小野豬	動物	無
12	鬼女	惡魔	女
13	狸貓	動物	無
14	綠蒼蠅	昆蟲	無
15	魔菇	植物	無
16	獸人戰士	人形	男
17	溜溜猴	動物	無
18	蛇女伊絲	惡魔	女
19	蒼蠅	昆蟲	無
20	大嘴鳥	動物	無
21	波利	植物	無
22	毒魔菇	植物	無
23	波波利	植物	無
24	小雞	動物	無
25	赤蒼蠅	昆蟲	無
26	愛麗絲女僕	人形	女
27	艾斯恩魔女	人形	女