

現身或隱身： 掌上型遊戲機玩家特質、連線行為研究

劉佳惠¹

《摘要》

掌上型遊戲機突破了傳統電腦中介傳播的侷限，兼具了電腦中介傳播（CMC）與面對面溝通（FTF）的不同遊戲型態，使玩家能恣意選擇「遠距在場」或「近距現身」於遊戲世界中。本研究以新力的 PlayStation Portable（簡稱 PSP）與任天堂的 Nintendo DS（簡稱 NDS）連線玩家為觀察對象，並結合電腦中介傳播相關論述，集中討論同為連線，玩家的「外向性」與「自我效能」程度是否影響其選擇「在家單機連線」或「面對面群聚連線」不同的連線行為以及這樣的連線行為在理論上具有何種意義。

而研究發現，傾向於面對面連線玩家其人格特質中的外向性有別於在家單機連線的玩家，達顯著標準，支持 H1，亦即玩家外向性愈高，採取面對面的連線方式的頻率愈高。而玩家的自我效能高與低，在面對面連線或在家單機連線不同的連線行為玩家檢定的結果沒有明顯的差異，因此 H2 未獲支持。

關鍵字：外向性、自我效能感、連線、掌上型遊戲機、電腦中介傳播

¹ 本文作者劉佳惠為國立政治大學廣播電視研究所研究生。

壹、研究背景與動機

掌上型遊戲機的熱潮自 1980 年代起發展，市場產值逐年追加，2008 年全球市場產值約 120 億美元，熱潮遍布世界，台灣也不例外。走在台北地下 頭可以發現一群群玩家拎 掌上型遊戲機等 與人交戰，也有許多玩家寧可透過無線網路隱身在家中獨自沈浸在掌上型遊戲中，而曾有研究指出不同使用場域會影響使用者的樂趣與社會互動行為 (Lee, 1999)，以及不同人格特質的使用者與其使用科技產品的方法也會有所相異 (Bonebrake, 2002)。

特殊的是，掌上型遊戲機突破了傳統電腦中介傳播的侷限，兼具了電腦中介傳播 (computer- mediated communication, CMC) 與面對面溝通 (face to face ,FTF) 的不同遊戲型態，使玩家能恣意選擇「遠距在場」或「近距現身」於遊戲世界中，因此，遊戲世界與真實世界開始有所重疊。自古以來，人們會找各種方式來彌補他們覺得科技產品溝通不足的地方，也就是說，當「在家單機連線」這樣的方法無法滿足玩家盡情的使用掌上型遊戲機時，玩家就會尋求另一個用法 - 「面對面連線」替代原本的使用方式，以求溝通效率的方便。藉由思考掌上型遊戲機面對面連線這樣的群聚行為，發現到電腦中介傳播的定義與論述已不再能夠貼切適用於現在，卻也能夠顯示出電腦中介傳播與人們之間的關係開始有了細微的改變。

以往電腦中介傳播的研究，大多較為 重於手機、電腦網路與線上遊戲等討論，而掌上型遊戲機的相關研究甚少，人與遊戲機的關係為何是本研究欲關切的問題。從社交訊息處理觀點 (social information processing perspective, SIP) 來看，Walther 提出 CMC 的使用者會想盡各種方式來彌補 CMC 視覺 / 聽覺線索的不足，繼續在 CMC 場域中發展良好的使用經驗 (Walther,1992)。因此，掌上型遊戲機發展出「面對面連線」這樣的遊戲型態，成為一種「面對面的電腦中介傳播」，這樣獨特的現象，更值得我們去探討。

基於上述原因，本研究以新力的 PlayStation Portable (簡稱 PSP) 與任天堂的 Nintendo DS (簡稱 NDS) 連線玩家為觀察對象，並結合電腦中介傳播相關論述來瞭解「玩家個人特質 - 不同連線行為」關係的運作邏輯，集中討論同為連線，玩家的「外向性」與「自我效能」程度是否影響其選擇「在家單機連線」或「面對面群聚連線」不同類型的連線行為。本文檢視的問題是：(1) 玩家的人格特質：外向性、以及自我效能感，對其連線方式是否具有差異？(2) 「在家單機連線」與「面對面群聚連線」玩家的線上活動型態在 CMC 理論上具有何種意義？

貳、文獻回顧

一、遊戲的起源與遊戲機遊戲，是人的一種娛樂活動。它誕生已久，其起源與根據曾被一些學者說成是過剩生命力的發洩 (Johan Huizinga, 1999)。Rieber (1996) 對遊戲定義如下：(1) 遊戲通常是自願的；(2) 遊戲的動機是內隱的 (intrinsically motivating)；(3) 遊戲牽涉某種層次的主動參與；(4) 虛構的特質 (轉引自楊東震、吳政仲，2003)。而在《人：遊戲者》中提到，心理學與生理學對於遊戲的討論都是從遊戲與生活的角度來探討，Huizinga (1999) 針對遊戲的定義為「完全有意置身於日常生活之外的，但同時又強烈吸引遊戲者的自由活動。」也就是說，當我們在進行遊戲時，現實生活變得無關緊要，在此遊戲被體 成一種與現實生活不同的活動。

隨 電腦科技的進步，遊戲開始以不同型式出現在不同的數位媒體上，傳統的分類方式將電玩娛樂市場依照操作平台的不同，分為大型投幣式電玩遊戲機 (arcade game)、電視遊樂器 (video game / TV game)、個人電腦娛樂軟體 (pc game)、掌上型遊樂器 (handheld Game) 等 (陳冠宇，1999)。最早的遊戲機可追溯到西元 1958 年美國人 Will Higinbotham 推出的大型電視遊戲機，由於體積太過龐大，因此毫無市場可言。之後，西元 1975 年 Atari 業者將遊戲機

結合電視帶入家庭市場，並在市場上造成暢銷。然而十年間 Atari 業者重硬體輕忽軟體，使得軟體商技術無法跟進硬體研發速度，最後市場銷售逐漸下滑而失利，因而退出市場。直到 1977 年由任天堂 (Nintendo) 推出一系列掌上遊戲機兼手錶 (game and watch)，市場反應佳，因此任天堂公司開始大膽的投資電子遊戲機市場，並於 1983 年推出第一代紅白機，結合多家軟體業者共同開發紅白機市場，為任天堂帶來不少的利潤 (陳冠宇，1999)。

爾後，1994 年到 1996 年 Atari、Bandai、NEC 等電子大廠紛紛推出自家遊戲機產品，但都落而退出市場，只有 Sega 與 Sony 拉攏眾多軟體業者開發軟體，呈現遊戲機三強爭霸的局面，瓜分遊戲機這塊大餅 (資策會 MIC，2003)。發展至今，掌上型遊戲機市場丕變，根據市場研究機構 In Stat 報告，前幾年還在市場打得火熱的 N-Gage、Tapwave Zodiac 與 Gizmondo 等掌上型遊戲機，最近一年開始銷聲匿跡，目前只剩下任天堂與 Sony 兩家掌上型遊戲機的廠商 (科技政策研究與資訊中心，2006)。兩家廠商均內建 WiFi 無線通訊技術，只要玩家互相保持相當距離即可連線，一同連上伺服器合作或對打，玩家也可另購無線網卡在家連線，而不論是在何處連線，都能在遊戲世界中創造一個 CMC 世界。

二、CMC 理論之於遊戲機

掌上型遊戲機屬電腦中介傳播發展下的產物之一，「電腦中介傳播」目前仍然是一個相當通行的名詞，Decemder 提出電腦中介傳播是藉由電腦而達到人類傳播過程，其中包括了人、位於特定環境，以及為了各式各樣的目標去形塑媒介的使用過程。另有一個定義，由 Herring 所提出，她認為電腦中介傳播發生在人類與電腦工具之間 (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2006 / 謝光萍、吳怡萱譯，2006)。從傳播的角度來看，Walther 對 CMC 的定義為「同步或非同步的電子郵件和電腦視訊會議，藉此，傳播者利用這個系統製作訊息，傳送到接收者的電腦，是一種書寫的傳播形式。」

由以上對電腦中介傳播定義可歸納出，電腦中介傳播是一種中介式的溝通，包括 email、手機、語音留言、聊天室、即時通訊軟體、電子佈告欄等，電腦中介傳播理論的應用也相當廣泛，值得注意的是，中介的概念一直被此領域所強調，根據 Chamber 的《二十一世紀 典》，中介意指傳送或是輸送某物，或某事的中介媒體。但從中介的概念來檢視掌上型遊戲機獨特兼具的連線方式，發現這樣的連線方式已不全然適用中介這樣的概念。以下擬以電腦中介傳播理論的相關論述來討論掌上型遊戲機玩家連線行為研究。

電腦中介最早的概念，來自於一群工程師將彼此的電腦連結，互相傳送資料、簡單的訊息來達到溝通的目的。隨 網路出現後，連線行為使得每一個人可以無須面對面接觸就能夠互相傳遞訊息與溝通互動，傳播學者對於各種新傳播科技媒介的研究也更加有興趣，開始從不同角度深入討論人們在電腦中介下的互動行為，提出各種面向的 CMC 理論。早期的 CMC 理論主要以科技為中心的觀點關注電腦中介系統對於傳播有什麼影響；而現今的研究則集中於討論人們用電腦中介系統作些什麼 (O' Sullivan , 2000)。

整合各家所論及的電腦中介傳播理論後，大致上分為「媒介選擇」與「社會影響取徑」兩種取徑，前者取徑在討論媒介特性與媒介選擇之間關係，列出社會臨場感理論與媒介豐富理論，此取徑皆認為人們會視媒介傳輸線索多寡作為選擇的依據，主要探討媒介本身的特質對於使用行為上的影響。後者取徑則認為人們選擇電腦中介行為不見得全然是理性考量下的結果，而會考量社會脈絡所提供的資訊來作決定 (古玲玲，1999；吳姝倩，1996)。以下，本文將針對與不同連線行為有關的理論加以探討。

(一) 媒介豐富理論

媒介豐富理論由 Daft 和 Lengel (1986) 提出，以(1) 立即回饋的能力 (instant feedback)；(2) 是否可傳遞多重線索，例如肢體語言以及口氣音調；

(3) 語言多樣性；(4) 個人化焦點等四項準則，將不同媒體所能提供的線索做出排序，並認為人們偏好使用「豐富」的傳播媒介進行傳播任務。Trevino (1987) 將傳播通道區分豐富 (rich) 和貧乏 (lean) 兩類，也就是說，當人們進行一項較為複雜、需立即性回饋工作時，較有可能採取豐富性較高的媒介，如面對面。依照媒介豐富理論 (media richness theory) 的論點，人們選擇媒介時會根據任務需要，再依媒介的資訊豐富度加以選擇 (郭書祺，2002)，不過隨 電腦科技的進步，電腦中介傳播的媒介豐富性已經大幅增加，媒介豐富理論的觀點需要再進行調整，且經由實證研究檢測後，許多學者更發現不能再單純的以資訊的豐富度做為媒介選擇的依據，於是出現了社交訊息處理觀點 (Rice, Chang, & Torobin, 1992)。

(二) 社交訊息處理觀點

Fulk & Steinfield (1987) 根據社交訊息處理觀點，提出媒介的採用並不是只由媒介通道能負載的資訊量來決定，而會因為個人因素、人際網路以及社會性因素，影響人們對媒介感知、態度與使用行為。Walther (1992) 進一步提出 CMC 使用者會藉由文 資訊的傳送使得原本陌生的雙方形成簡單的人際印象。且經歷一段時間發展後，雙方會漸漸發展類似親身傳播的人際關係。

此觀點與 Fulk 等人所提的社交訊息處理觀點有所差異，Walther 原為人際傳播領域的學者，因此他利用人際傳播研究的理論，利基於社會認知以及人際關係的發展面向，指出 CMC 的使用者會想盡各種方式來彌補 CMC 視覺 / 聽覺線索的不足，繼續在 CMC 場域中發展良好的使用經驗，他認為人跟人之間即使在缺乏聲音、表情語言與動作，也會利用一些語言、文 線索來彌補非語言線索的不足，他曾進一步宣稱：

若在人際印象形塑以及關係發展的累積上給予足夠時間和訊息交換，並且其他條件一致，則在電腦中介傳播與面對面傳播的晚期都能達到相同的品質 (Walther ,1992 : 69)。

他指的是我們在電腦中介傳播與面對面傳播中，我們仍舊想要與人們連接，即使以文 為基礎的電腦中介傳播實際上也是一樣的，當人們習慣了電腦中介傳播，就會發展出補償 CMC 不足的方法，以 Walther 專用的詞彙來說，他們學會一種「以言語表現有關係的內容」的新方法 (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2006 / 謝光萍、吳怡萱譯，2006)。

電腦中介傳播發展至今，展現了與過去理論發展當時截然不同的互動情境。電腦中介傳播最新的發展，是電腦硬體持續增加功能性以及硬體尺寸的縮小，「隨時上網」的成真、無線通訊技術 WiFi 的採用，讓使用者可以在任何時刻、任何地點參與電腦中介傳播。雖然目前遊戲機已成為休閒文化中的一環，但有關掌上型遊戲機的玩家心理以及其使用情形卻相對較為缺乏。隨 掌上型遊戲機的熱潮，正好提供一個良機來瞭解新興娛樂形式的玩家心理。

三、玩家人格理論與遊戲行為

(一) 玩家「外向性」

人格 (personality) 這個詞，源自於拉丁與 (persona)，其本意指戲劇演員所戴的面具，代表每個人獨特且一致的行為表現，而人格特質 (personality trait) 是指一個人不管在各種不同的情境下，都保有特殊的行為方式，也是一種持久的先天特徵 (陸洛、高旭繁譯，2006 : 20)。心理學領域曾先後針對人格發展出許多不同理論及觀點，包括心理分析學派、行為學派、特質學派、生物學派以及社會認知學派，這些學派強調觀點各有不同。

而本研究重於探討玩家的人格與其媒介使用行為之關係，而特質論對人類行為的思考提供了一般的通則，因此，在眾多人格理論中，挑選特質論 (Trait Theory) 作為人格衡量的理論依據。Allport、Cattell、Eysenck 為特質論中的巨擘，認為特質是人格結構的基本單位，代表人們會以某種特定方式反應的內在行為傾向，這些內在行為傾向稱為特質 (黃堅厚，1999)。Pervin (1993) 曾說過：「人格特質會不斷的影響人類的外顯行為。」

根據 Eysenck 的說法，提出外向性為最基本的人際關係構面，與社會互動的品質相關，因此主要的行為表現是交遊廣闊，好與人交談。又如 Hogan 所說，外向性是藉由企圖心和社會化這兩個構面所組成。且外向特質比內向特質更有社交性與社會性、喜歡往外行動、喜歡宴會、有許多朋友、渴望刺激 (Pervin,1993)。另一實證研究結果證實了 Eysenck 的理論，Campbell & Hawley (1982) 發現學生在圖書館選擇座位的時候，個性較為外向性者多會選擇聚會式，以及可以談話或討論的座位，接收外界刺激較高的地方，故中途停頓工作的次數也較多，工作時社交活動的重要性也比較高；而內向性者會選擇比較安靜、不許談話的座位，接受外界刺激比較低的地方，社交活動對他們不具重要性 (黃堅厚，1999)。鄭玉珠 (2006) 在人格特質與休閒活動偏好之關係上發現，外向性特質得分愈高者，偏好「社交活動」的程度愈顯。

因此綜合以上歸納，過去研究顯示具有外向性人格特質的人有喜歡聚會的傾向，也喜歡參與團隊的事物 (Hogan,1986 ; Pervin,1993)。換言之，玩家參與面對面連線群聚的型態也是一種聚會、團隊，不僅有同好彼此之間的溝通與互動，也同時具有某種程度上的合作與競爭，據此提出本研究的第一個假設如下：

H1：玩家外向性愈高，採取面對面的連線方式的頻率愈高。

(二) 玩家自我效能感

在社會心理學相關研究中，自我效能與個體的人格特質有相當密切的關係，並且是人格特質與環境交互作用下的產物。自我效能感 (self-efficacy) 為一重要研究領域，在 Bandura 提出的「三因素交互決定論」說到，人類行為不只受到內在力量的驅使，亦受到外在環境的影響，行為是個人與環境交互作用的結果。而個人的認知因素對行為有決定性的影響，而認知的核心則為自我效能。如圖一：

個人 (person)

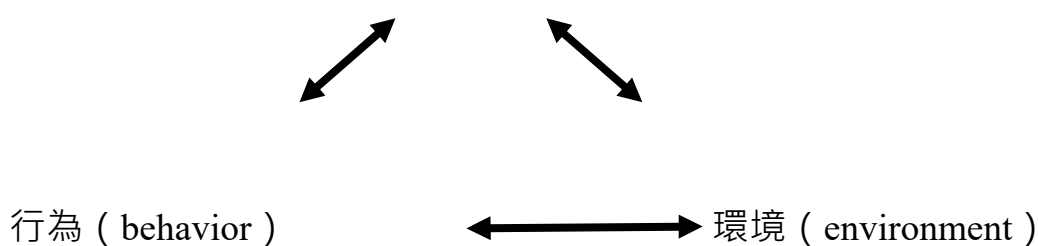


圖 1：Bandura 之三因素交互決定論

資料來源：《人格心理學》(頁 327)，黃堅厚，1999，台北：心理。

在自我的觀念中，Bandura 最重視的即為「自我效能感」，那是指一個人對自己在某種情境下表現某種行為之能力的預測。我們不難察見一個人的自我效能和他的目標、行為動機以及其表現的成果 (黃堅厚，1999)。根據 Bandura 的看法，一個人的「自我效能」信念將決定其動機的強度，這在他從事有關工作努力的程度，和遇到困難時持續的時間上就會顯示出來。也就是說，一個人的自我效能感會影響個人面對不同情境的行為以及努力程度，通常自我效能高的人，他的努力程度越大，面對困難會更加努力，會勇於追求挑戰性，因此花更多的時間與精力於此活動上 (黃希庭，1998)。因此，自我效能分為三種影響 (陳國文，2007)：

1. 選擇行為 (choice behavior)

是指一個人決定如何從事一項行為，以及決定花多少時間投入。這些決定包括活動的選擇和社會環境，其中有一部份是由個人自我效能來判斷決訂的。

2. 努力程度與持續性 (effort expenditure and persistence)

效能跟能力是由持續的努力而達成，自我效能較弱的人會很容易放棄自己能力無所及的事情，而自我效能較強者，越有動力來增加他們的努力程度與時間。

3. 思考型態與情緒反應 (thought pattern and emotional reactions)

一個人對自己能力的判斷，會影響他在環境中活動的情緒反應和思考型態，因此自我效能較高的人較會運用他們的努力和注意力去解決所面臨的困難。在此看來，自我效能與人格特質相當類似，但其實並不相同，人格特質較為呈現個人內在的行為傾向，但自我效能則像是個體內部的評估機制。再者，自我效能是一種能力的信念，會影響個人感知、思考以及行為，因此不少針對自我效能的研究發現，自我效能高的人較於勝任各種任務，較傾向於挑戰難題 (李茂興譯，1998)。

由此觀之，玩家對自己玩掌上型遊戲機的評估，應是決定其投入多少時間的因素，又自我效能較高的玩家較容易傾向面對面群聚連線來增加不同的挑戰。據此，遂形成本研究另一假設

H2：玩家玩掌上遊戲的自我效能越高，採取面對面的連線方式的頻率愈高。

參、研究方法

一、研究方法與對象

本研究的資料蒐集方法為網路自填式問卷與實地發放問卷，以兼顧在家單機連線與面對面同好連線兩類玩家，由於電子布告欄（BBS）以及各遊戲論壇網頁經常會聚集此類召集連線玩家以及在家連線玩家參與討論，故參考過去相關研究，

以立意抽樣方式在有關 PSP、NDS 以及掌上型遊戲機等遊戲討論版與電子佈告欄張貼訊息，來尋找自願填問卷的受訪者（林鶴玲、鄭芳芳，2004；林培淵，2007）。

除了實地發放問卷外，本研究其中一部份問卷使用電子布告欄（BBS）以及各遊戲論壇網頁作為資料蒐集之方法，在樣本結構上就存在願意填答者與不願意填答者的差異，因此抽樣問題和自我選擇偏差（self-selection bias）會破壞了研究結果的代表性與準確度（李政忠，2003）。而本研究不將研究發現推論超出那些決定填答問卷的玩家，並於網路問卷部分做到監控回答者的 IP，排除重複 IP 的回答。

二、研究架構與問卷設計

本研究之獨變項為玩家「外向性」以及對使用掌上型遊戲機之「自我效能感」，而「玩掌上遊戲時間」、「面對面連線時間」、及「面對面連線頻率」則為本研究預測產生之效果，是為依變項。故研究架構如下：

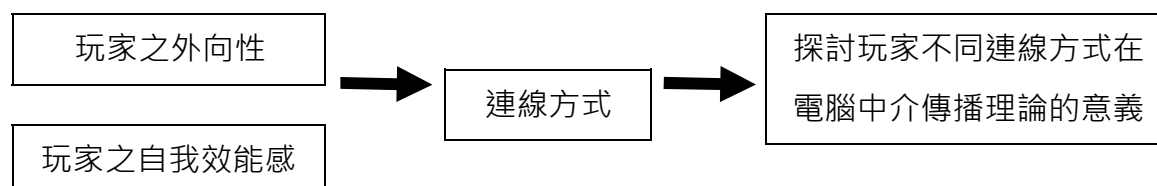


圖 2：本研究架構圖

H1：玩家外向性愈高，採取面對面的連線方式的頻率愈高。

H2：玩家玩掌上遊戲的自我效能越高，採取面對面的連線方式的頻率愈高。

（一）獨變項

獨變項之外向性採用 Cheek and Buss (1981) 的外向與內向性量表，此量表為反面測量。此量表共有 14 題，包括有：「參加社交活動時，我會覺得害羞」等之題目，其中八題為反向題目。此量表採用李克特五點量表填答，由受試者依照自己實際情況來作答。每一題共有五個選項，一表示完全同意；五代表完全不同意。總共 14 題之答案須加總平均。其數值越小，代表外向性越高，數值越大，代表內向性越高。

自我效能採用 Lee and LaRose (2007) 之量表，此量表共有四題，測量受試者對於在玩掌上型遊戲時的信心及自我技巧掌控的態度。此量表的例句如：「我有自信面對遊戲的挑戰。」(李克特五點量表，一代表完全同意；五代表完全不同意)。

（二）依變項

本研究依變項為「玩掌上遊戲時間」(以小時計)、「面對面連線時間」(小時)、及「面對面連線頻率」，在此部分「面對面連線頻率」將以「面對面連線之時間」除以「每週使用掌上型遊戲時間」。此數值反應玩面對面連線頻率之多寡。

三、資料蒐集與處理

問卷回收後，剔除填答不完整以及胡亂填答之問卷，將資料輸入電腦，進行 SPSS 的統計處理與分析，研究假設以多元回歸分析 (multiple regression analysis) 來探討多個解釋變數與一個反映變量間的關係；自我效能、與外向性

(反向) 為獨變項；一週玩掌上遊戲時間，面對面連線時間，與面對面連線頻率為依變項。

肆、研究分析與結果一、樣本結構

本研究屬初探性研究，在此先瞭解樣本的特性，進而再針對研究問題進行推論性統計分析。參與本研究的有效樣本玩家人數共 155 人中，經統計結果顯示，其中男性 79 人，女性 73 人，有三人沒有留下性別資料，顯示本研究中掌上型遊戲機玩家的男女比例相當，與以往連線遊戲相關研究男性玩家多於女性玩家結果不同，推測原因為以往連線遊戲研究通常會擇一遊戲題材作為個案，而男女玩家的比例，可能與遊戲的題材有關，例如林培淵 (2007) 以「魔獸世界」為研究對象，男女比例為 82.36% 與 17.64%；楊棠安 (2005) 以「天堂」為研究對象，男性佔 88.8%，女性佔 11.2%，男性也明顯多於女性。而本研究不限定遊戲題材，注重於使用掌上型遊戲機玩家，故推論因此男女比例相當。在年齡部分，受試者年齡分佈在 9 歲至 35 歲之間，平均年齡為 22 歲 (S.D.=4.529)，從圖 3 來看，掌上型遊戲機玩家目前以年輕族群為主要對象，可能是因為年輕族群有較多閒暇時間可以運用，因此對於新興掌上型遊戲機接受度較高。

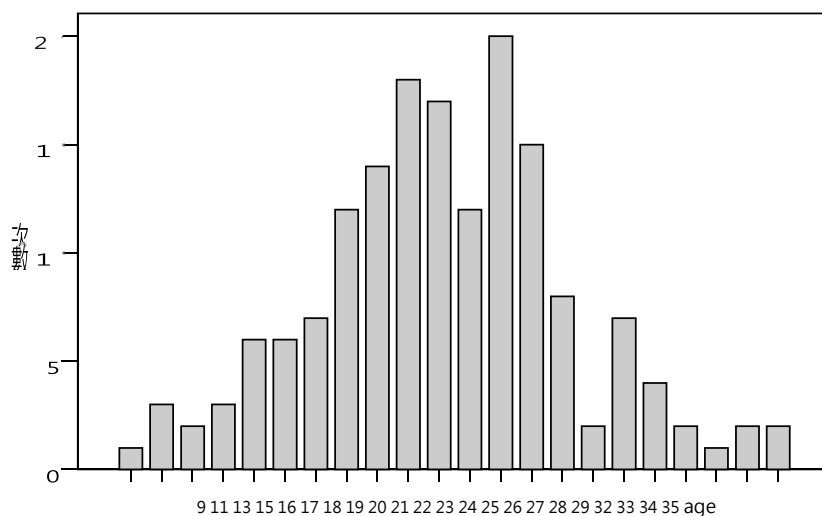


圖 3：掌上型遊戲機玩家年齡分佈情形

其中，有 63.2% (N = 98) 的玩家使用 NDS，34.8% 使用 PSP，有三位玩家使用 GBM。受試者平均一個禮拜玩掌上型遊戲的時間為 16 個小時 (S.D.=11.57)，而平均花再面對面連線的時間為一個禮拜 2.95 小時 (S.D.=5.69)。受試者對於自己面對面連線的頻率則為 2.74 (S.D.= 2.37，李克特七點量表，一代表沒有面對面連線；七代表經常面對面連線)。此變項和面對面連線時間的相關性為 $\alpha=.788$ ($p < .001$)。

二、假說檢定結果

由於在真實世界中，一個反映變量通常受多個解釋變數之影響。研究假設以多元回歸分析來探討多個解釋變數與一個反映變量間的關係；一週玩掌上遊戲時間，面對面連線時間，與面對面連線頻率為依變項，自我效能、與外向性（反向）為獨變項。表 1 列出所有變項間之相關係數與信度。

表 1：變項間之相關係數與信度

	2	3	4	5	6	信度
1. 外向性 (反向)	-.499**	-.142	-.441**	-.399**	-.085	.873
2. 自我效能	1	.152	.252**	.139	-.015	.842
3. 一週玩掌上遊戲時間	--	1	.482**	.220**	.033	--
4. 面對面連線時間	--	--	1	.800**	.003	--
5. 面對面連線頻率	--	--	--	1	-.045	--
6. 性別	--	--	--	--	1	--

** $p < .01$

在相關分析中，無論不論玩家的外向性高與低，其一週玩遊戲的時間沒有顯差異，但這些玩家的外向性與連線時間、連線頻率是有顯 差異的，越外向的玩家，面對面連線的時間以及頻率都傾向較高。而玩家自我效能與玩家面對面連線時間成正比，但卻與連線頻率無相關，故推測自我效能高的玩家不一定常約出去，但或許只要一出去就會玩得很久。

總地來說，外向性與自我效能這兩個獨變項皆無法與一週玩掌上型遊戲機時間有顯 相關，因此，可以初步預測不論是外向性高或低玩家，其一週玩掌上型遊戲機的時間是差不多的，自我效能高或低玩家之一週玩掌上型遊戲機時間亦相同，推估這兩個群體一週玩掌上型遊戲機的總時間沒差異。

在多元回歸分析結果發現，外向性（反向）顯 預測受試者面對面連線的時間 ($F(1,134) = 22.91; p < .001$)，以及面對面連線之頻率 ($F(1,134) = 23.35; p < .001$)，並且為高度相關。但是外向性並不顯 預測一週玩掌上型遊戲的時間 ($F(1,134) = .54; p > .05$)。結果支持 H1。

而在多元回歸中，自我效能均沒有顯 預測受試者三個依變項（一週玩掌上型遊戲的時間： $F(1,134) = 1.49; p > .05$ ；面對面連線的時間： $F(1,134) = .36; p > .05$ ；面對面連線之頻率： $F(1,134) = 1.101; p > .05$ ）。結果不支持 H2。

伍、結論與建

回應前言中所陳述之研究目的，本研究以玩家不同的外向性與自我效能感為出發點，探討其使用掌上型遊戲機的連線行為。其結果顯示，傾向於面對面連線玩家其人格特質中的外向性有別於在家單機連線的玩家，達顯 標準，支持 H1。外向性高的個體，較具有社交性與社會性、喜歡往外行動、喜歡宴會、有許多朋友、渴望刺激 (Pervin,1993)，因此較為傾向面對面連線以滿足自身往外行動的渴望。近期研究曾發現，連線遊戲所提供的社交活動能夠帶給玩家更

多的樂趣，而外向性的人較喜歡參與社交活動 (McCrae & John, 1992)，因此，藉由面對面連線能夠真實的接觸人群，與更多不認識的人進行互動，帶給外向性個體強烈的社交樂趣。

而玩家的自我效能高與低，在面對面連線或在家單機連線不同的連線行為，玩家檢定的結果都沒有明顯的差異，因此 H2 未獲支持。原因可能為面對面連線的連線方式可能同時吸引自我效能高、低的個體；自我效能較低的玩家，可能為了想增加自己的遊戲技巧，會傾向於出去面對面連線與人學習，學習他人較佳的技巧與撇步；而自我效能較高的玩家，也可能為了想展示自己高超的遊戲技巧，而傾向於出去面對面與人切磋，相抵的結果造成自我效能的變項在本研究不顯。名的傳播學者 Erving Goffman (1959) 提出，運用劇場表演解釋我們如何在日常社會互動中展示自我，人類互動是一種表演，如何玩遊戲也是一種表演，掌上型遊戲機為舞台，因此後續研究可藉由線上遊戲玩家自我展演論述來討論。

從 Walther 的社交訊息處理理論來看「在家單機連線」與「面對面群聚連線」，玩家連線行為的不同型態，電腦中介傳播實際上並沒有削減人們真實的人際關係，而過去曾有學者指控電腦中介傳播為無社會性的、冷漠的，降低了面對面傳播的互動 (Rutter, 1987)，然而相對的，許多連線遊戲研究曾暗示人跟人之間已經懂得如何克服電腦中介環境的溝通障礙，Walther & D'Addario (2001) 認為人們經常將電子郵件中的表情符號視為非語言線索的替代品 (substituting for nonverbal cues)。楊可凡 (2001) 提到青少年使用網咖的動機在於「在網咖時大家可以邊打邊叫囂，還能即時求救，使人有強烈地參與感」。潘美岑 (2004) 認為網路語言的表情符號 (emoticons) 能彌補 CMC 非語文線索的不足。以上合乎 Walther 的論述，屬於 CMC 中的玩家會想盡各種方式來彌補 CMC 視覺 / 聽覺線索的不足，繼續於遊戲中獲得樂趣與良好的連線經驗。

而掌上型遊戲機面對面連線行為既為人們發展出的一種彌補電腦中介傳播不足的方式，也為一種「面對面的電腦中介傳播」，這樣連線模式打破了以往電腦中介傳播的結構，因此後續研究可藉由討論新興的連線行為來修正電腦中介傳播理論的遺漏。除了在 CMC 中人們可以盡情享受線上扮演角色的樂趣，也能利用面對面來發展遊戲經，漸漸的會發展出特定連線關係，真實世界逐漸受到虛擬世界的影響，虛擬世界亦同受到真實世界的影響，暗示了虛擬與真實之間的界線瓦解，而且變得容易互相滲透 (Turkle, 1995)。本研究的掌上型遊戲機的玩家特質與連線行為來探討其之間關係，並沒有將可能促成不同連線行為的外在環境因素考慮進去，後續研究可增加研究變數，深入玩家連線動機、玩家社會支持程度、同儕影響、家庭影響以及玩家如何看待真實與虛擬生活的切換做探討。

再者，連線行為具有社會的本質 (Walther & Parks, 2002 : 530) 以及社群性，前者非面對面玩家屬虛擬社群的一種實踐，後者面對面玩家為真實社群的一種體現；「社群」這個詞彙對人們而言，有如此的複雜性與重要性，大多數社群的研究多來自社會學者，如德國社會學家 Ferdinand Tonnies 在多年前提出了一項觀點：即社群與社會的區別；社群代表小型的、農村的、親密的社群；相反的，社會代表的是大型的、都會的、冷漠的社會 (Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, 2006 / 謝光萍、吳怡萱譯，2006)。如今已經很少在有人居住於如上述概念的小型農村社群中，加上新傳播科技的發展，顯得社群的概念顯然需要改變，就本研究來說，面對面玩家與非面對面玩家的社交性差異就可能有所差異，因此後續研究可朝社群的定義與論述做討論，並加入其社群認同感的探究。

陸、研究限制

由於本研究受限資源以及地區的限制，實地發放問卷僅選擇以台北市地下群聚連現場所作為紙本問卷調查範圍，然而，台灣中區、區亦有掌上型遊戲機玩家

的聚集，除網路問卷外，實地發放問卷鮮少能實際接觸到這些地區的玩家，因此建議未來相關研究可以針對不同區域或擴大區域進行研究。

由於自陳式問卷的限制，實地發放問卷的受試者在填答當下情境或情緒容易受到周遭環境或人干擾，因此未能深入瞭解受試者真實心理狀態，建議未來可針對此方法加以修正。再者，受限於母體數的限制與玩家群聚時間有限，每一位掌上型遊戲機玩家都為本研究很珍貴的受試者，因此本研究並未做較大規模的前測。

問卷前測僅以研究者本身身旁好友五位，以線上作答並提供問卷部分語句上的修正，而這樣的方法難以兼顧問卷的完善，是本研究問卷最主要的限制之處。

附 錄

您好：

我們想要了解大家對玩掌上型遊戲機的看法及經驗。所有答案均沒有對錯，請您依照您的看法及經驗據實回答。所以資料均會保密、絕不公開，資料僅供本研究用，敬請放心填答。感謝您的幫忙！

(1) 說明：在這一部分，我們想知道您掌上遊戲機使用的狀況，請選出最符合您實際情況的選項。

1. 請問您平均一個禮拜總共玩掌上遊戲機的時間：_____小時
2. 請問你找同好連線玩掌上遊戲機，一個禮拜有_____小時

(同好連線指和原本不認識的同好相約一個地方連線玩掌上遊戲，或是到有同好聚集的場所找人連線)

(2) 以下的問題針對您現在用掌上型遊戲機玩遊戲時的經驗。請依照你同意各句的程度，在框框中打勾 (□1=非常不同意，□5=非常同意)。

	非常 不同 意	不同 意	普通	同意	非 常 同 意
1. 我有自信面對遊戲的挑戰。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
2. 我有自信我能夠達到更高等級。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
3. 我有自信我能夠做出正確的動作。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
4. 我有自信我可以掌控一切。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

(3) 以下問題是有關於你。請依照每項句子中的情況，在代表你的答案的框框中打勾。

	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 在社交活動中，我會有點不知所措。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
2. 我不覺得和陌生人交談是件困難的事。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
3. 當我和我不喜 的人相處時我會感到緊張。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
4. 當和人說話時，我擔心會說些蠢話。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5
5. 當我和上級或有權威的人說話時，我會感到很緊張。	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5

6. 當我參加舞會或其他社交場合時，我經常感到不自在。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

7. 參加社交活動時，我會覺得害羞。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

8. 我不喜 直視他人的眼睛。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

9. 我與異性相處時，我會更害羞。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

10.我喜 與人群聚在一起。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

11.我喜 和他人交流的機會。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

12.我喜 和他人一起工作，勝於單獨一個人做。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

13.我發現比起其他事物，和人們接觸更令我覺得興奮。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

14.假如我無法和他人接觸時，我會感到不快樂。 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

(7) 以下想請問你的一些基本資料性

別：_____ 年齡：

謝謝您的參與!

柒、參考文獻

古玲玲 (1999)。〈電腦中介傳播研究：回顧與展望〉，「1999 傳播與科技研討會」，國立交通大學傳播研究所。

成窮譯 (1998)。《人：遊戲者》。貴陽：貴州人民出版社。

吳姝蓀 (1996)。《電腦中介傳播人際情感親密關係之研究--探訪電子布告欄 (BBS) 中的「虛擬人際關係」》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。

李茂興譯 (1998)。《教學心理學》。台北：弘智文化。

林鶴玲、鄭芳芳 (2004)。〈線上遊戲合作行為與社會組織 - 以青少年玩家血盟參與為例〉,「2004 台灣社會學會年會暨研討會」,新竹清華大學。

林培淵 (2007)。《線上遊戲玩家成癮行為之研究》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

陳冠宇 (1999)。〈電子娛樂軟體市場研究〉。台北市：資策會。

陳國文 (2006)。《高中學生族群網路使用行為、成癮及戒減自我效能之研究》。國立東華大學企業管理所碩士論文

郭書祺 (2002)。《企業運用網路公關之研究初探—從電腦中介傳播談起》,國立交通大學傳播研究所論文。

陸洛、高旭繁譯 (2006)。《心理學：日常生活中的應用》。台北：湯姆生。(原書 Wayne Weiten, Margaret A. Lloyd (2006) .Psychology applied to modern life : adjustment in the 21st century)

黃希庭 (1998)。《人格心理學》。台北：東華。黃堅厚 (1999)。《人格心理學》。台北：心理。

楊可凡 (2001)。〈網咖使用對青少年的研究傳播樂趣經 與社會性使用分析〉。 「Tanet 2001 台灣區網際網路研討會」,嘉義：中正大學。

楊東震、吳政仲 (2003)。〈線上遊戲玩家行為之初探研究〉,「2003 電子商務與數位生活研討會」, 1341 - 1357。

楊棠安 (2004)。《線上遊戲玩家表現與其人格特質之研究—以「天堂」為例》。靜宜大學企業管理研究所碩士論文。葉修毓 (2007)。《即時通訊使用行為影響因素之初探研究》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

鄭玉珠 (2006)。《國小教師人格特質與休閒活動偏好相關性之研究》。 華大學
旅遊事業管理研究所碩士論文。

謝光萍、吳怡萱譯 (2001)。《電腦中介傳播 - 人際互動與網際網路》。台北：韋
伯。(原書 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic[2006].Computer mediated
communication social interaction and the Internet)

譚天、吳佳真譯 (1998)。《虛擬化身：網路世代的身分認同》。台北：遠流。

(原書 Turkle · S.. Life on The Screen: Identity in The Age of The Internet.)

Bonebrake, K. (2003).College students' internet use, relationship formation, and
Personality correlates, *Cyber Psychology & Behavior*, 5(6),551-557.

Cheek, J. M., & Buss, A. H. (1981). Shyness and sociability. *Journal of Personality
and Social Psychology*, 41, 330-339.

Darft, R. L., & Lengel R. H. (1986). A proposed integration among information
requirement media richness, and structural design. *Management Science*, 32,554-571

Lee, D. & LaRose, R, (2007). A socio-cognitive model of video game usage. *Journal
of Broadcasting & Electronic Media*, 51(4): 632-650.

O'Sullivan, P. B.(2000).What you don't know won't hurt me: Impression management
function of communication channels in relationship in relationships.
Human Communication Research, 26(3), 401-431.

Rice, R. E., Chang, S. J. & Torobin, J. (1992), Communicator Style, Media Use,
Organizational Level and Evaluation of Electronic Messaging. *Management
Communication Quarterly*, 6(1), 3-33.

Rutter,M. (1987) . Psychosocial resilience and protective mechanisms. *American
Journal of Orthopsychiatry*,57(3),316-331

Turkle , S.(1995).*Life on the screen : Identity in the age of internet*. New York:
Touchstone

Walther, J. B.(1992).Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*. 19(1), 52-90

Walther, J. B., & Parks , M. R. (2002). Cues Filtered Out, Cues Filtered In : Computer-Mediated Communication and Relationships, *Handbook of interpersonal communication .3rd ed.*, 529-563. Thousand Oaks, CA: Sage.

Williams, F., Rice, R .E., & Dordick, H.S.(1982). Behavior Impact in the information age. *Information and Behavior*, 1, 165-181.

To Appear or To Hide :

The players' personality and online activities with handheld game consoles

Jia-Huei Liu

《Abstract》

The hand-held game consoles break the limit of traditional CMC theory, combining two different types of games: CMC and FTF. It offers choices for players to choose whether “To Hide” or “To Appear” during playing games at will . The observe subject of this research are PlayStation Portable and Nintendo DS. Players. There are two goals in this research: First goal is that trying to explore if their extroversion and self-efficacy will affect their choice of stay home to be online or go out to be online with others. Second goal is, what’s the meaning of their choice in theory.

Based on the results of the research shows that we have sufficient evidences to indicate players with extrovert characteristics tend to get online outside with other players than those who are introvert. That is, the more extrovert they are, the higher portion of them choose online participation game. And there is no obvious difference between high self-efficacy players and others.

Keyword : extroversion, self-efficacy, online, Hand-held game, CMC theory