

投稿類別：資訊類

篇名：

高中職生對行動遊戲的使用態度與意圖之探討-以神魔之塔為例

作者：

陳品珊。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 12 組
馬婉瑜。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 12 組
甘佳民。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。職高資處科 3 年 12 組

指導老師：

施玉情 老師

壹●前言

一、研究背景

「遊戲」一詞自遠古時期便存在於人類社會，該詞的本意不變，但其進行的方式卻隨著人類文明及科技日新月異。娛樂一直為人類所需之項目，儘管工作、學習、家庭生活等在生活中佔了絕大部分，卻不能缺少娛樂為日常的潤滑劑。隨著行動裝置逐漸普及，全球行動上網人口逐年增加，國內行動應用服務內容包含行動資訊、行動娛樂、行動交易及行動定位，目前手機娛樂為最主要應用，個人消費市場以行動遊戲最具成長潛力。隨著移動網絡和手機終端的發展，手機遊戲產品的種類也日益豐富，手機遊戲開發商及運營商隊伍逐漸完善，手機遊戲的市場規模也越來越大，包括手機內的預裝遊戲軟體、下載的離線遊戲、需要接取線上資源的遊戲，以及購買已經安裝在可移動媒體的遊戲內容。

二、研究動機

數位科技的進步與行動裝置的普及，以及人們對於娛樂的需求，許多企業廠商投入龐大的遊戲設計市場，數位行動遊戲成為新一代數位產品的重點，於是數位行動遊戲的介面開發設計也顯得日益重要。數位行動遊戲在科技日新月異的進步下，許多介面的使用上已有別於一般傳統式的遊戲介面。根據 Okazaki(2008)指出，手機遊戲使用者對於手機遊戲體驗價值的總體感受，會去影響使用者玩手機遊戲的意圖，當手機遊戲符合使用者的需求時，使用者會玩手機遊戲。

資策會 MIC(2011)調查，2011 年全球行動遊戲軟體營業額達 48 億美元，較 2010 年的 37 億美元成長 29.7%。預估 2014 年全球營業額將達 73 億美元，意即 2 年後市場規模比今年增 50%。在遊戲軟體市場中，行動遊戲(mobile games)占整體遊戲軟體市場比重亦可望從 2010 年的 15% 提升至 2015 年的 20% 成長機會最大。消費者最為偏好的遊戲方式為使用行動網路進行連線遊戲，約佔 28.2%，而近年來社群網站的興起，消費者習慣利用社群網絡維持人際關係，在掌握好友的動態之餘也能進行相關遊戲。

三、研究目的

本研究主要目的在探討高中職生對行動遊戲的使用態度與意圖的影響。本次研究目的，希望從使用態度及意圖的角度，分析高中職生對於行動遊戲的科技使用態度影響。主要分為以下幾點：

- 1、不同使用者使用態度、意圖對於選擇遊戲行為的影響
- 2、使用者的人際互動將對玩家選擇遊戲行為影響
- 3、使用者的主觀規範將對玩家選擇遊戲行為影響

四、研究流程

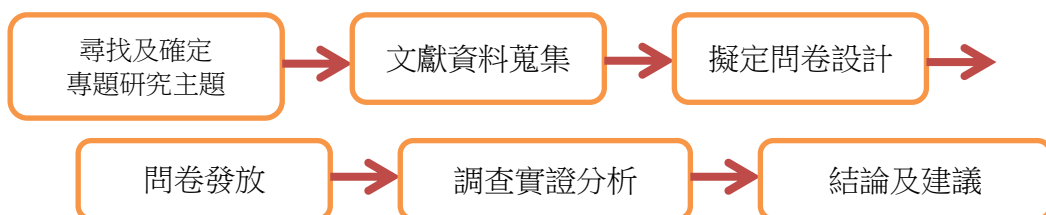


圖 1、研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 科技使用態度

(1) 使用態度

「使用態度」意指「個人對某種行為正面或負面的感受與評價」(Ajzen, 1985)，在理性行為理論中，「態度」指的是個人在特定行為表現時所擁有的正面或負面的感覺；「主觀規範」則是指其他人針對這一特定行為，認為當事人應該做與不做的看法，而這些相關人士對當事人而言是重要的，當主觀規範愈高，則行為意圖愈高，。反之當主觀範圍愈低，則行為意圖愈低；「行為意圖」是指個人在表現特定行為時所展現出來的意圖強度。

(2) 使用者行為

- (A) 「基礎行為」：利用數位科技和網路進行瀏覽的活動操作。例如：瀏覽網頁搜尋資料、收發 Email 等。
- (B) 「娛樂行為」：利用數位科技或網路進行遊戲玩樂達到娛樂滿足。例如：線上遊戲、手機應用軟體遊戲、電腦內建遊戲等。
- (C) 「社交行為」：利用數位科技和網路進行互動交流維繫社交網路。例如：即時通訊軟體使用、維持社群網站資訊、網路聊天室等。
- (D) 「產製行為」：利用數位科技或網路進行檔案上下載和製作檔案成品。例如：文書作業軟體編寫、上下載音樂、製作相片和影片。
- (E) 「學習行為」：利用數位科技或網路進行自我學習或互動學習的行為。例如：搜尋和下載作業相關資訊、上網同步與非同步學習、有聲書學習等。

(二) 使用者影響因素

計劃行為理論認為個人的行為的產生是受到行為意願的影響，而行為意願會三個因素所影響一是受到個人對該行為所持的態度，二是個人所認知的主觀規範、加上修正理性行動理論所新增認知行為控制。計劃行為理論與理性行動理論不同的地方在於態度、主觀規範外，增加了第三個變項「認知行為控制」(Ajzen & Madden, 1986)。分述計劃行為理論各變項說明如下：

- (A) 行為態度：指個人對某一行為所持的正面或負面評價程度。當個人對某一行為的態度信念的強弱，決定個人從事某一行為的意願(Fishein & Ajzen, 1975)。行為態度是由行為信念所決定，而行為信念則連結行為的價值結果與其它因素屬性(Ajzen, 1991)。
- (B) 主觀規範主要是延續理性行動理論來的。主觀規範是指社會對於個人從事特定行為與否給予的壓力。指個人想要從事某一行為時，重要的他人或團體對個人就會影響個人是否產生行為意願，當主觀規範愈強時，則個人的行為意願就會愈強烈(Ajzen, 1991)。
- (C) 認知行為控制是指為了作這個行為所需要資源和機會可以控制行為執行的程度。其決定因素有：時間、能力、資源與機會等。換言之，個人認知自己具有能力、擁有充足的時間、資源，並掌握了時機，則個人從事

高中職生對行動遊戲的使用態度與意圖之探討-以神魔之塔為例
某一行為的意願將會提高(Ajzen, 1991)。

(D)行為是一種清楚可觀察到的外顯活動。行為的變化是個體透過經驗、練習以及心理歷程的結果。有些行為的變化是可以立即觀察到的，例如學電腦打字，有些行為的變化是無法立即顯現出來的，必須再適當的時候或場合才會表現出來。

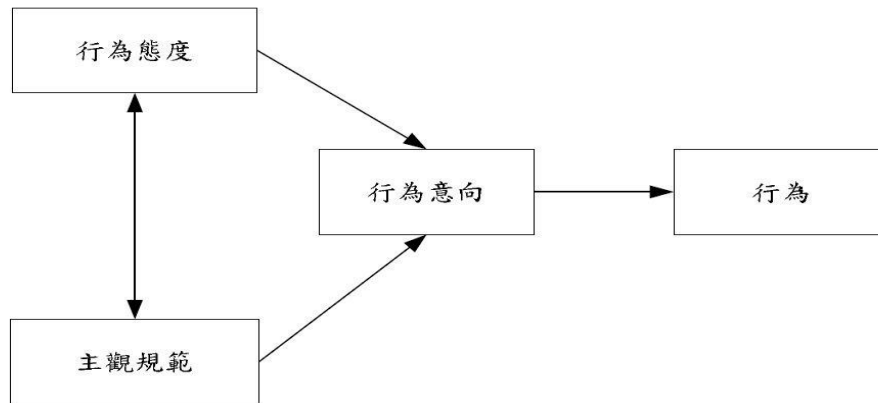


圖 2、理性行為理論模型(Ajzen & Fishbein, 1975)

(三)行動遊戲

(1)行動遊戲的定義

行動遊戲(Mobile Game 或 Wireless Game)，一般係指消費者利用隨身攜帶並具有廣域無線網路連線功能(：GSM 或是 CDMA)行動終端設備(如：行動電話)或 PDA，能隨時隨地所進行的遊戲。(王正傑, 2004)

(2) 神魔之塔遊戲簡介

由 Mad Head Limited 開發的《神魔之塔》，是一款集寶石收集召喚獸、育成於一體的角色扮演手機遊戲。《神魔之塔》以古人類為了成為神而建造了能通向天界的以諾塔作主題，講述在建塔的過程中，惡魔欲利用以諾塔入侵天界。而身為召喚師的玩家肩負了解開召喚獸封印的重任，一步一步登上塔頂，尋找神的協助。

二、研究設計

(一)研究架構圖

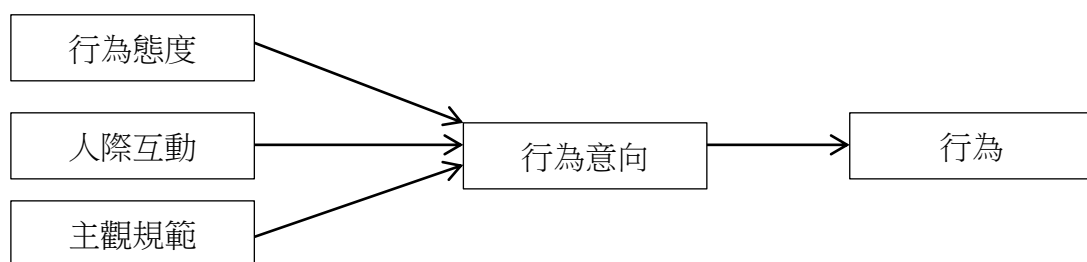


圖 3、本研究架構圖

(二)研究方法

本研究是採用文獻探討法及問卷調查法。藉由網路、書籍等文獻整理法歸納出兩部份：一部分是不同的人格特質選擇遊戲的影響，另一部分是各種遊戲類型、音樂、風格影響玩家的選擇因素。

問卷調查法方面，則依據文獻整理出的相關資料，了解玩家選擇遊戲的因素、以及會如何選擇，了解性格、遊戲的諸多因素是否會影響玩家們的選擇。

(三)問卷設計

本研究是以『高中職生對行動遊戲的使用因素』調查問卷取得資料。此問卷主要依研究目的及文獻探討所得區位因子，加以歸納設計而成。問卷內容是由三大部分所組成：

第一部分為曾經使用過智慧型手機中的行動遊戲軟體使用者們一些資本資料調查，例如：科別、年級、性別。第二部分則是行動遊戲的型態是否會影響高中職生的選擇，例如：類型、動機、時間...等。第三部分則是對行動遊戲經驗與感受。

(四)統計分析方法

本研究對資料處理科學生隨機發放 100 份問卷，有效問卷為 100 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

三、抽樣調查實證分析

(一) 樣本性別比例

經過分析後發現，受測者的性別比例為男性佔 57%，女性佔 43%。

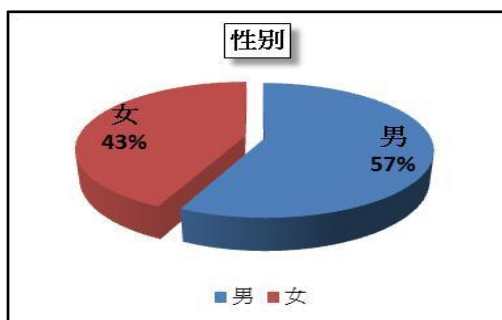


圖 4、樣本性別比例圖

(二) 樣本年級比例

經過分析後，發現受測者的年級比例，分別為三年級 43%，二年級 32%，一年級 25%，以三年級居多

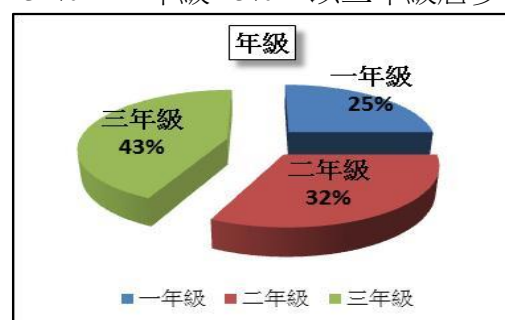


圖 5、樣本年級比例圖

(三) 樣本科系比例

經過分析後發現，受訪者以資料處理科佔 32% 為最多，其次是餐飲科 21%。

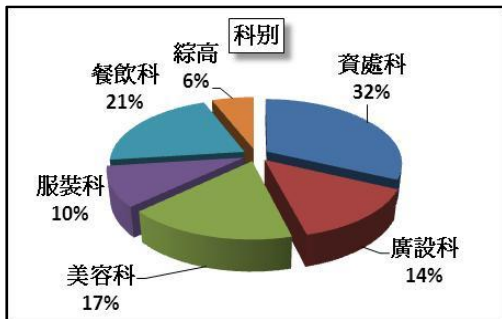


圖 6、樣本科系比例圖

(四) 樣本喜好行動遊戲的類型比較

經過分析後發現，發現受訪者喜愛行動遊戲的類別，以動作遊戲為主，佔全部的 32%，益智遊戲則佔以 24%，位居第二。

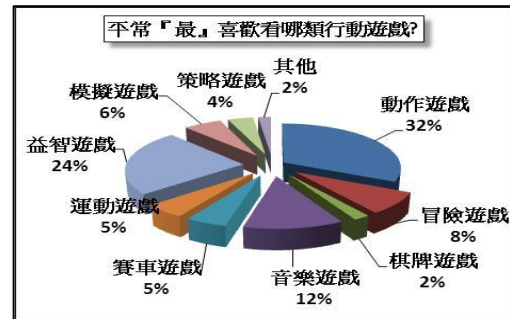


圖 7、樣本類型比例圖

(五) 使用行動遊戲的動機比例

經過分析後發現，有 36% 的受訪者玩行動遊戲的動機是用來打發時間的，有 35% 受訪者認為只是純粹好玩。

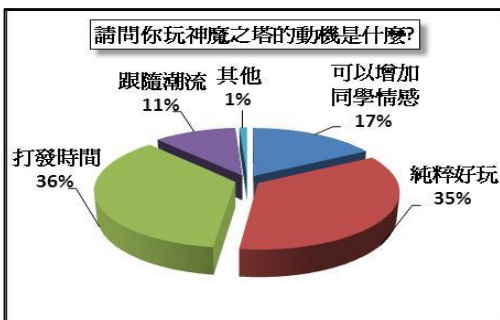


圖 8、樣本動機比例圖

(六) 如何得知行動遊戲比例

經過分析後發現，有 60% 受測者是透過朋友告知來得知行動遊戲，其次 26% 為自行找到。

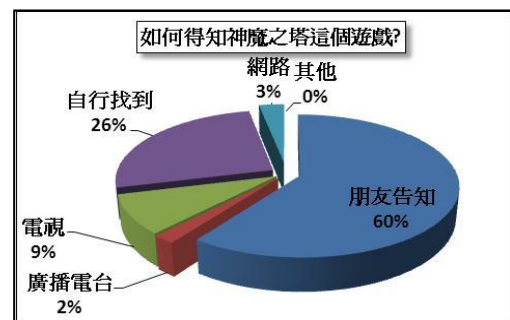


圖 9、如何得知行動遊戲比例圖

(七) 因朋友介紹而下載新遊戲比例

經過分析後發現，有 63% 受測者會因為同儕的介紹而去下載最新行動遊戲和朋友一起玩樂。

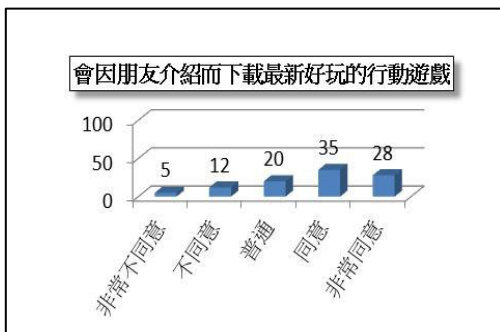


圖 10、因朋友介紹而下載新遊戲比例圖

(八) 對於生活而言是有趣的比例

經過分析後發現，有 71% 受測者認為手機行動遊戲對於他們的生活是有趣的。

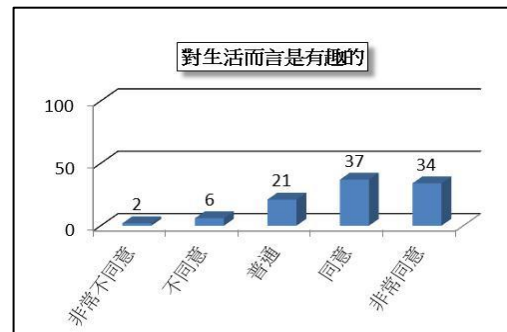


圖 11、對於生活有趣比例圖

(九)討論遊戲可以增廣人際關係比例

經過分析後發現，有 69% 受測者認為對於討論遊戲可以增加朋友和增加互動是有利的。由此可推論，大部分的高中職生認為可以透過討論遊戲，對於自己的人生關係是有幫助的。

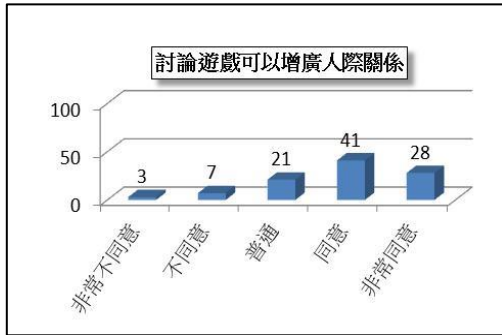


圖 12、增廣人際關係比例圖

(十)行動遊戲是訓練個人的反應能力

經過分析後發現，有 68% 受測者認為有許多行動遊戲都是可以訓練反應能力的益智遊戲。由此可推論，大部分的高中職生認為行動遊戲可以訓練生活中不同的能力。

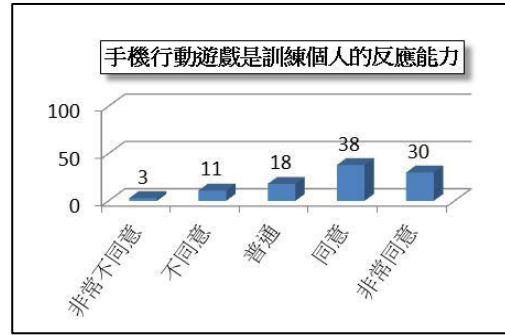


圖 13、訓練個人的反應能力比例圖

(十一)手機行動遊戲是不同的視覺感受

經過分析後發現，有 52% 受測者認為從行動遊戲的畫面中，可體驗不同的視覺感官感受。

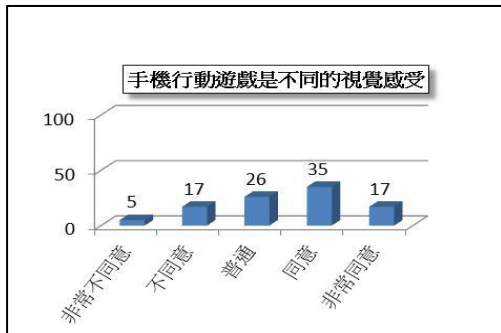


圖 14、不同的視覺感受比例圖

(十二)行動遊戲是一種流行趨勢的指標

經過分析後發現，有 54% 受測者認為行動遊戲是一種帶動流行趨勢的指標。由此可推論，行動遊戲在高中職生的生活中，佔有一席之地。

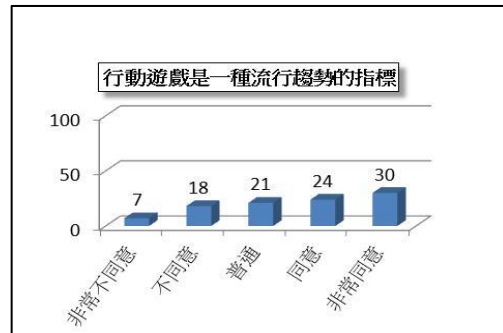


圖 15、流行趨勢的指標比例圖

(十六)一定玩手機遊戲，否則渾身不對勁比例

經過分析後發現，有 63% 受測者每一天都一定要玩手機遊戲，否則會覺得渾身不對勁。由此可推論，有過半數的高中職生使用者都遊戲成癮的現象。

(十四)容易分心無法專注課業比例

經過分析後發現，有 62% 受測者認為行動遊戲容易讓自己分心無法專注於課業，但有 38% 的受測者認為是不會引響的。由此可推論，行動遊戲對於高中職生的課業是有負面影響的。

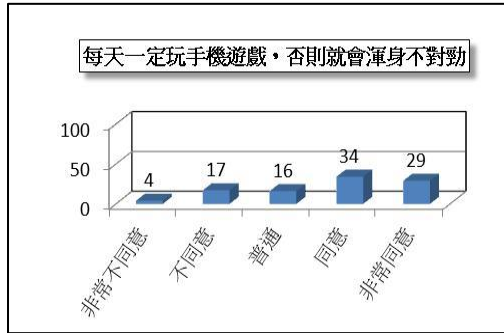


圖 16、不玩會渾身不對勁比例圖

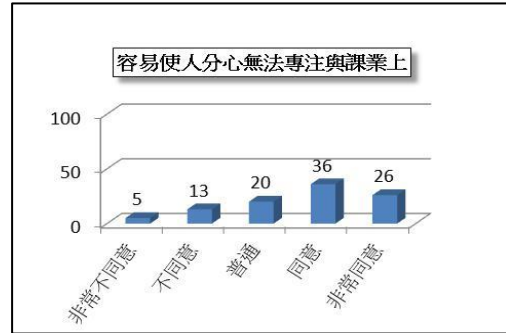


圖 17、容易分心無法專注課業比例圖

(十五)不玩顯得我自己很落伍比例

經過分析後發現，有 69% 受測者認同如果不玩行動遊戲，在同儕團體中會顯得自己很落伍，所以在手機裡一定要有行動遊戲。由此可推論，對於高中職生而言，人際關係較個人感官為重要。

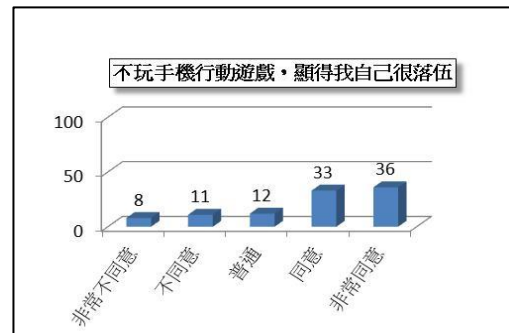


圖 18、不玩顯得我自己很落伍比例圖

參●結論

一、研究結論

隨著通訊科技的演進，行動電話已不再只是一個單純的通訊科技產品，逐漸演進為智慧型裝置，具有更強勁的運算能力，更多功能性的選擇。再加上移動辦公及對通訊的強勁需求將使得行動電話與個人電腦的融合趨向加速。隨著智慧型手機的進展，全球行動遊戲產業亦快速的成長。行動遊戲產業快速成長所帶來的市場商機，使得各家行動遊戲業者紛紛進入市場搶奪這塊大餅，因此了解玩家玩行動遊戲的行為意圖儼然成為了研究重點。

本研究主要採用問卷調查法，以抽樣的方式選取參與行動遊戲高中職生來進行研究。綜合研究主要發現與討論，本研究歸納發現，高中職生會使用行動遊戲主要理由是「打發時間」，其次依序是「純粹好玩」、「可以增加同學情感」、「跟隨潮流」。簡單易懂的行動遊戲的操作介面、與社群成員分享玩手機遊戲的心得、社群的歸屬感及玩行動遊戲所帶來的愉悅感與好奇心等會提高玩家玩行動遊戲的行為意圖。

二、建議

(一)高中職生的部分

雖然手機的行動遊戲帶給我們許多樂趣，但發明的背後往往忽略一些問題，例如：長時間的使用智慧型手機，會造成視力嚴重衰退，眼睛直盯著狹小的螢幕看，不僅造成視力衰退，更會產生頭痛等等的問題，更重要的是，長時間使用手機，低頭一直使用，會因為姿勢的不良，而造成肩頸痠痛。我們更應該要去注意、重視這些問題，千萬不要使用到產生了一堆疾病，才開始注重健康，不要因為一時的好玩，而造成了永遠無法挽回的遺憾！

(二)廠商的部分

在高中職生使用行動遊戲特性上，能夠吸引使用者，就要有好的互動性，廠商可以針對手機所擁有的特性，例如：簡訊、即時視訊…等，提供不同於線上遊戲的差異。再者，廠商也需注意本身的形象、名譽等，這些對於使用者都具有一定的影響力。

肆●引註資料

1. 王正傑(2003)，大學生採用行動遊戲服務影響因素之研究，銘傳大學傳播管理研究所碩士論文
2. 何英煒(2013)，行動遊戲市場二年內倍增，工商時報科技新聞。
3. 吳凱琳(2013)，另一門好生意 臉書搶攻行動遊戲市場，天下雜誌。
4. 呂建緯(2010)，手機遊戲產業經營模式與策略之探索性研究，實踐大學資訊科技與管理學系碩士論文
5. 神魔之塔官方網站(2013)，擷取日期：2012年10月17日，網站來源：
www.towerofsaviors.com
6. 創市際市場研究(2012)，行動遊戲 APP 篇，擷取日期：2012年10月17日，網站來源：http://www.insightxplorer.com/specialtopic/2012_11_26.htm
7. 楊亦婷(2006)，數位行動遊戲人機介面使用性之探討—以 PDA 遊戲為例，銘傳大學設計創作研究所碩士論文
8. 廖正雄(2012)，電子遊戲的遊戲性分類研究—以 APP STORE 遊戲為例，國立中央大學管理學院高階主管企管碩士論文