

投稿類別：資訊類

篇名：

以技術觀點探討參予線上遊戲行為之研究－以跑跑卡丁車為例

作者：

郭孟綉。私立樹德高級商業職業學校。輪調資處三 51 組

陳志霖。私立樹德高級商業職業學校。輪調資處三 51 組

李國豪。私立樹德高級商業職業學校。輪調資處三 51 組

指導老師：

施玉情 老師

壹●前言

一、研究背景與動機

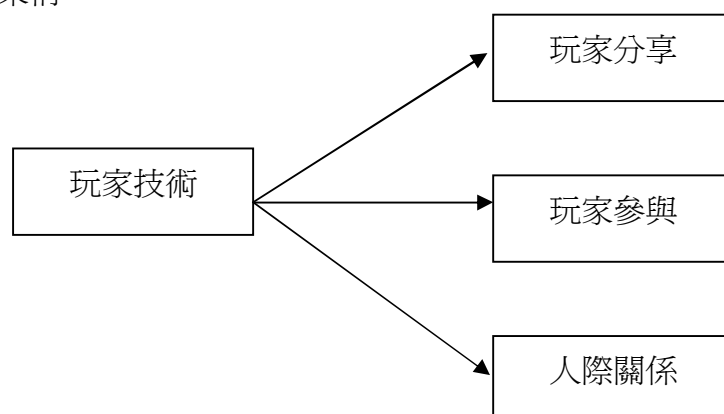
因為現在的網路及行動通訊服務逐漸普及化，線上遊戲也同時成爲全球最大的娛樂遊戲。一個完美的『線上遊戲(Online Game)』能讓一些對線上遊戲有興趣的人，有一個互相認識的虛擬天地。除此之外，線上休閒類遊戲允許許多人在線上共同參與，同一時間一起在遊戲伺服器中進行遊戲。東方線上 2007 年版 E-ICP 資料調查顯示大型線上遊戲有 51.2%，線上休閒類遊戲有 47.5%（王景弘，2007）。由此可見，線上休閒遊戲在遊戲市場中也相當受到民眾歡迎。

現在之所以有那麼多人在玩跑跑卡丁車，大概是因爲電視播出的台灣 open 職業電競聯賽的興起，看到電視上的車手技術如此的熟能生巧。在電視機前的觀眾也想像他們一樣的厲害！線上遊戲之所以像磁鐵般的吸引如此大批玩家的原因，是因爲它是一個高度互動的遊戲方式，遊戲中玩家們可以與其他玩家合作、溝通，甚至是化解糾紛，而玩家們在遊戲中團隊的成敗與本身的各項能力有密切關係。現今網路遊戲千變萬化，休閒賽車競速只是萬眾遊戲的其中之一，本研究希望在休閒賽車競速線上遊戲模式下，藉由玩家的技術風格，探討遊戲玩家參與線上遊戲行爲之影響。

二、研究目的

本研究主要目的，探討在線上遊戲的世代中，分析遊戲玩家的技術分享狀況及動機，並探討線上遊戲對於促進人與人之間的交流互動的影響。玩家爲了遊戲而來，爲了社群而留下，因此可以知道，遊戲中的社交互動對玩家而言，是十分重要的，從過去的研究也可以看到類似的結果，線上遊戲是一個想像的天堂，夢想的國度，每個玩家都可以在線上築夢。

三、研究架構



圖一、本研究之架構圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 技術的定義

世界智慧財產權組織 (World Intellectual Property Organization—WIPO) 指出技術乃指一種有系統化的知識，其目的是為了產品之製造、製程之應用或是提供服務。Martino(1983)定義技術 (Technology)，對人類用來達成某些特定目的的工具、技巧、方法，不侷限於硬體亦包含軟體，不只針對事物，亦包含服務。Souder (1987)認為技術可以不同程度的形態如以產品、製程、型式、樣式或概念存在，或可以在應用、發展或基礎等階段存在，因此技術應包含機器、工具、設備、指導說明書、規則、配方、專利、器械、概念及其它知識等。因此任何可增加人們知識或 Know-how 者，均可稱為技術。

Sharif (1988)同樣認為將特定投入資源轉化為所欲產出的所有主要活動，都可稱為技術，因此技術不僅包含轉換過程中所需使用的有形工具、設備，亦包含為有效使用這些工具、設備所必須具備的相關知識。Steele(1989) 技術乃是一種有系統的知識，用以控制、組合及創造我們社會環境之種種因素。Hulin and Rozonwski(1984) 為一種與智慧或知識實際結合的過程，經由此過程，某種形式的事物可以轉換為一種輸出，而此輸出可用於其他組織或相同組織的次系統中。

(二) 線上遊戲

1. 線上遊戲的定義

廣義來說，線上遊戲是指玩家需要透過網際網路連線到遊戲伺服器 (game server)，與其他玩家進行互動的遊戲(傅鏡暉，2004)。玩家透過網路連線，彼此藉著遊戲本身對於戰爭及魔法使用的相關文字描述來進行遊戲，稱為線上遊戲(陳美芳，2007)。

線上遊戲是一種電腦軟體系統，可供多名使用者(玩家)同時進入系統中去探險，每個進入的玩家扮演或控制一個角色，透過這個角色，玩家可以在系統中任意遊走探險，也可以與其他玩家對話與交往，經由頻繁的互動，一同作戰或交談，產生社群的連結，進而發展出一個新的層級式社會結構(扶志凌，2004)。綜括來說「線上遊戲」即為透過網路連線所進行的遊戲。而本研究將「線上遊戲」定義為「當遊戲進行時，需透過網際網路連線，才能進行的電腦遊戲」。

2. 線上遊戲的分類

- (1) 網頁遊戲 (Web Game)：利用網站架設的方式，呈現的大眾化遊戲，例如微軟的網際網路遊樂場，透過網路連線，玩家們可以和世界上任何地區的同好，一同進行跨國性的競賽，特色是使用方便，不受時空限制，玩家閒暇時，可以在虛擬世界中進行下棋、打牌等等遊戲。
- (2) 單機遊戲 (Network Game)：這類遊戲有特定人數限制(4 人至 8 人為主)，進行回合或即時戰略遊戲，玩家可以選擇彼此合作，攻擊特定的敵人，或是彼此互相對打，也可選擇單獨與電腦對戰，此類遊戲攻擊目標明確，有時間限制，世界電玩高手選拔賽的遊戲，均屬此類。此類遊戲有：「世紀帝國」、「星海爭霸」、「紅色警戒」、「二次世界大戰」等等。
- (3) 線上遊戲 (Online Game)：這類遊戲可以容納千名以上玩家同時上網，即時互動與交談，屬於多人角色扮演遊戲，在這類遊戲中，玩家們如同真實人生，進行交友、發展培養遊戲角色，玩家們可以同盟或組成國家，由於社群的歸屬感與真實的互動，林青嵐 (2003) 的研究結果顯示，遊戲必須要有容易操作的社群聊天功能。玩家之間的關係才是最重要的，像是人與人間的移情作用、同情、玩笑、娛樂、傾聽，甚至只是觀察玩家們進行遊戲都可以獲得滿足。此類 遊戲例如：「天堂」、「石器時代」、「網路三國」、「金庸群俠傳 Online」、「神之領域」、「魔力寶貝」、「戀愛盒子」等等遊戲。

3. 線上遊戲的內容

- (1) 大型多人在線角色扮演遊戲 (Massive multiplayer online role-playing game, MMORPG) MMORPG 是最流行的 MMOG 類型之一。一般 MMORPG 會營造一個架空的遊戲世界，玩家通過 PC 上的操作扮演自己的人物，並在虛擬世界中冒險，比較著名的 MMORPG 有「魔獸世界」、「無盡的任務」、「天堂」、「仙境傳說」等。
- (2) 大型多人在線第一人稱射擊遊戲 (Massive multiplayer online first-person shoot, MMOFPS) 即有多人同時在線上的第一人稱射擊遊戲，比較著名的有「CS 戰慄時空」、「SF 特種部隊」等。
- (3) 大型多人在線競速遊戲 (Massively multiplayer online Racing game, MMORPG) 以競速為主題之遊戲稱之，如「極速快車手」、「跑跑卡丁車」、「光速城市」。

(4)大型多人在線即時戰略遊戲 (Massive multiplayer online real-time strategy, MMORTS)同時有多人進行之即時戰略遊戲稱之,如「C&C 命令」與「征服系列」等。

(5)大型多人在線音樂遊戲 (Massively multiplayer online Rhythm game, MMORGs)以節奏音樂為主的遊戲稱之,如「勁舞團」、「熱舞」、「第五大街」等。

(6)大型多人在線社交遊戲 (Massively multiplayer online Social game, MMOSGs)單純以社交為內容的線上遊戲,如「模擬人生」、「第二人生」。

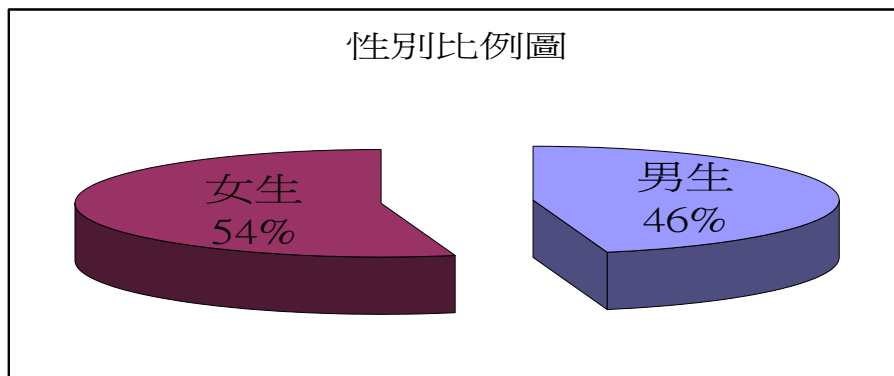
(三) 跑跑卡丁車簡介

跑跑卡丁車 (韓文: 크레이지레이싱카트라이더, 英文: Crazyracing Kart rider), 是南韓 NEXON 公司出品的一個休閒類賽車競速遊戲, 由台灣的遊戲橘子為代理公司。以「瘋狂阿給」為背景的賽車遊戲, 「跑跑卡丁車」已經在大陸及韓國成為家喻戶曉的線上賽車遊戲, 在許多台灣的玩家期待下, 2007 年 1 月終於在台灣開放測試了, 此遊戲是以歡樂為主要的訴求, 所以「跑跑卡丁車」擁有最簡單的超作介面, 最容易的操控方式, 讓玩家能夠快速的上手, 體驗遊戲中的樂趣。

二、分析結果

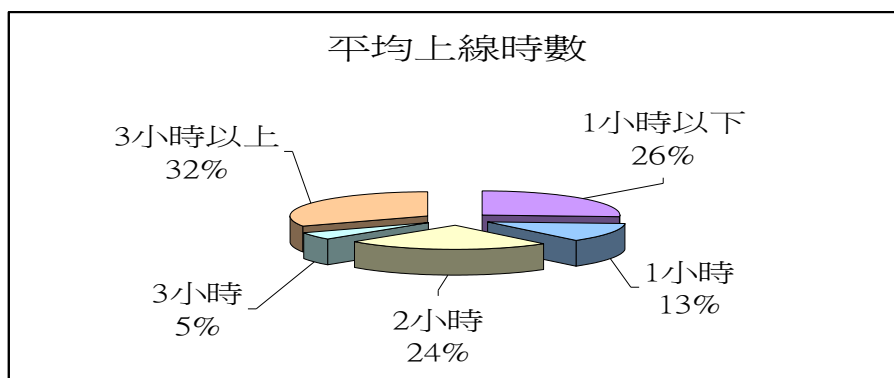
本研究採用「以技術觀點探討參予線上遊戲行為之研究—以跑跑卡丁車為例之間卷調查」問卷表對樹德家商全校隨機發放 150 份問卷, 有效問卷 100 份, 進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 做為分析工具。

1. 樣本性別比例: 經過分析後發現施測的男女生比例為 46%比 54%, 因為樹德全校男女生的比例以女同學居多。



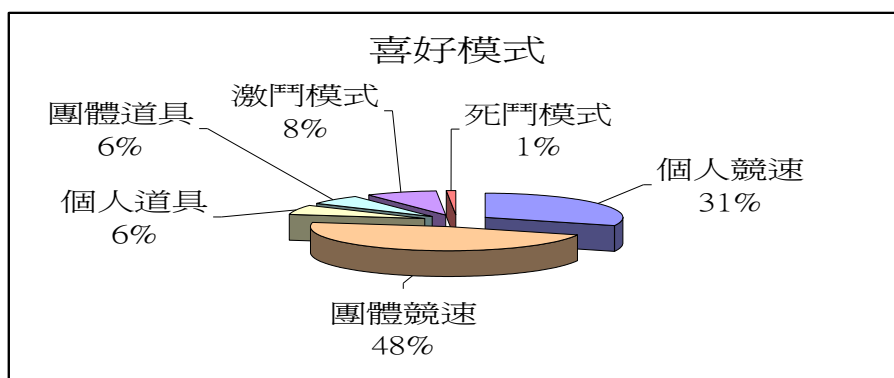
圖二 樣本性別比例圖

2. **平均上線時數**：經過分析調查結果，發現玩家通常平均上線時數，以 3 小時以上為佔最多數，則 1 小時以上位居其次。



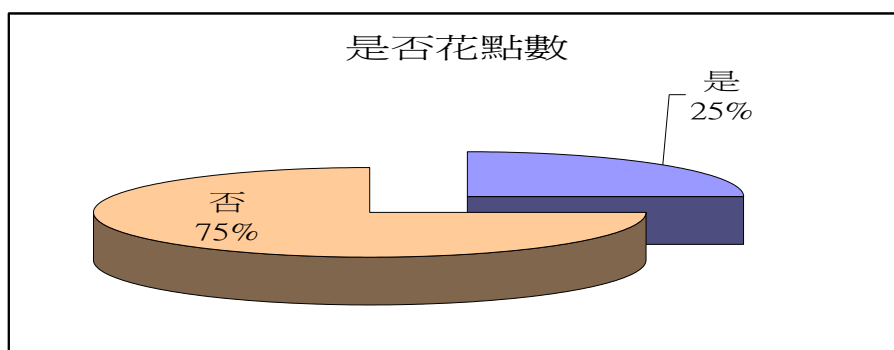
圖三 平均上線時數比例圖

3. **喜好模式**：經過分析調查結果，發現玩家通常喜歡在某一張地圖遊戲，以團體競速模式為佔最多數(約 48%)，則個人競速位居其次(31%)。由此推論，玩家比較團隊合作的模式。



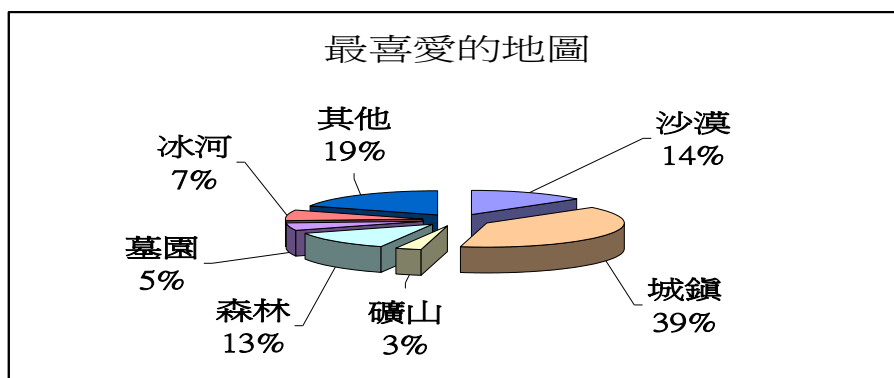
圖四 玩家喜好模式比例圖

4. **是否認同花費點數**：經過分析調查，有 75% 的人不願意花費遊戲點數，但有 25% 的人願意花費遊戲點數。由此推論，雖然線上遊戲很流行，但願意把金錢花在遊戲點數的人少，此現象似乎顛覆了以往的線上遊戲玩家印象。



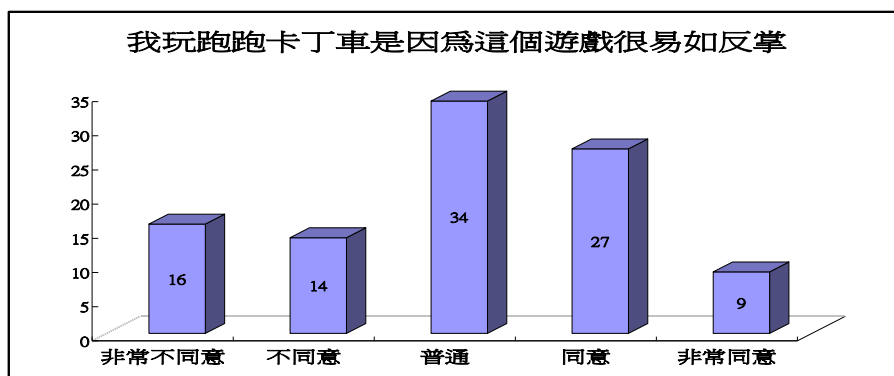
圖五 認同花費點數比例圖

5. **最喜愛地圖：**經過分析調查發現，有 39 % 的跑跑卡丁車玩家喜歡在城鎮類型的賽道奔馳，或許跟平日居住的環境比較類似也有關係。



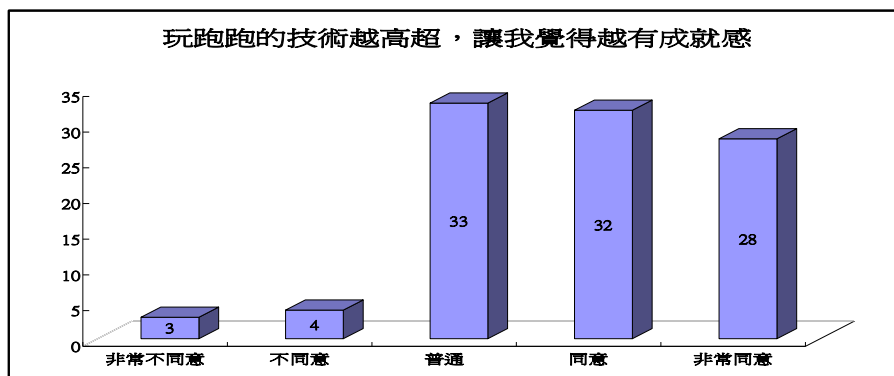
圖六 玩家最喜愛的地圖統計圖

7. **遊戲難易度：**經過分析調查，有 36% 的跑跑卡丁車的玩家認同，此款遊戲很容易上手。由此可知，在於此遊戲的推廣上，應該不會太困難。



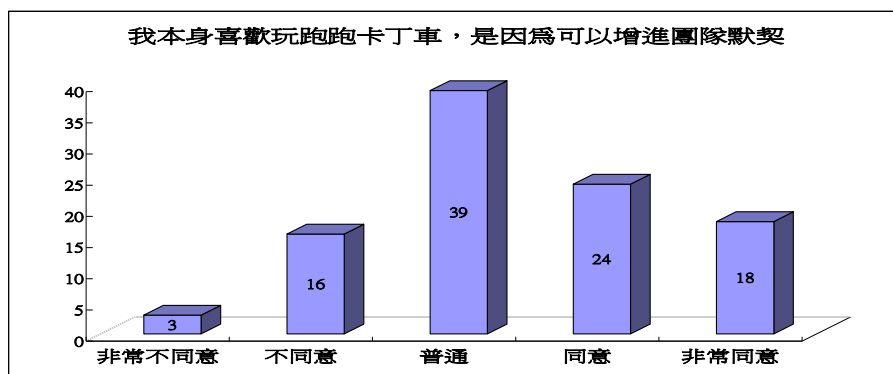
圖八 遊戲難易度統計圖

8. **玩跑跑卡丁車的技术越高超，讓我覺得越有成就感：**經過分析調查發現，有 60% 的跑跑卡丁車的玩家，認為在遊戲裡的技术越高超，會讓自己覺得越有成就感。由此可推論，其實玩家也可以藉由遊戲來肯定自己，增加自己的自信心。



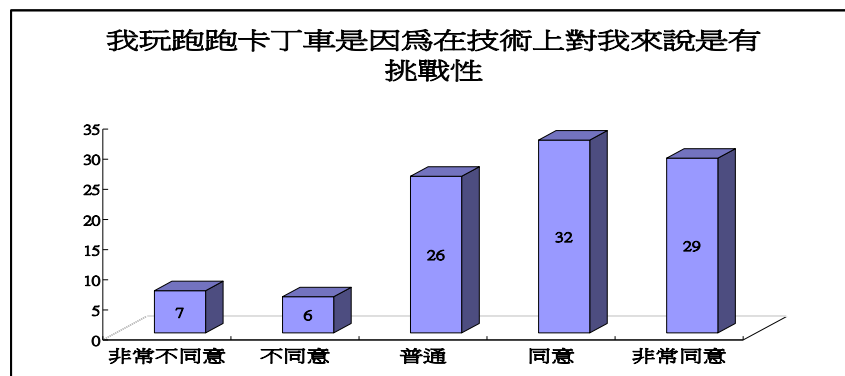
圖九 技術影響觀點統計圖

9. 可以增進團隊默契：經過分析調查，有 42% 玩家認為玩跑跑卡丁車的遊戲可以增進團隊默契。由此推論，除了遊戲技術可以吸引人玩家參與線上遊戲外，團隊合作也是增加玩家參與線上遊戲的因素之一。



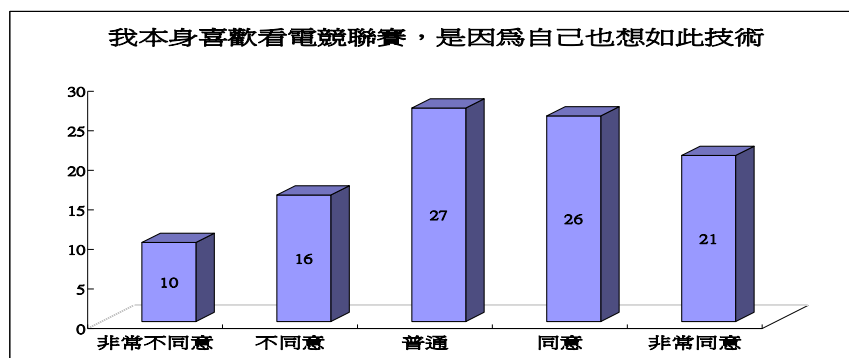
圖十 增進團隊默契統計圖

10. 在技術上是有挑戰性：經過分析後，發現玩跑跑卡丁車的玩家有 61% 的人認為是在這個遊戲中的技術，對玩家來說是有挑戰性。由此可知，遊戲技術上有挑戰性，在玩的過程中一定會感覺比較刺激，所以相對的應該會比較多人願意參與這個遊戲。



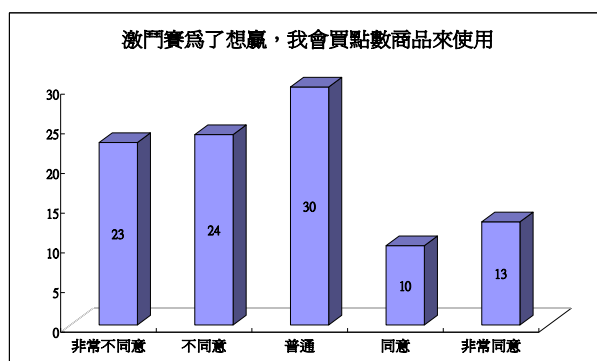
圖十一 在技術上是有挑戰性統計圖

11. 看電競聯賽，是因為想要如此技術：經過分析後，發現有 57% 的玩家喜歡觀看跑跑卡丁車的電競聯賽，是因為自己也想要如此技術。由此推論，玩家其實會透過相關的電視媒體或遊戲書籍來增加自己的遊戲知識。



圖十二 看電競聯賽，是因為想要如此技術統計圖

12. 爲了想贏，會買點數商品來使用：經過分析後，發現爲了想贏會買點數商品來使用的玩家，居然只佔了總受測者的 23%。這個結果可以說很特別，顛覆了傳統線上玩家的印象。



圖十三 會買點數商品來使用統計圖

參●結論

一、研究結論

本研究目的是在休閒賽車競速線上遊戲模式下，藉由玩家的技術風格，探討遊戲玩家參與線上遊戲行爲之影響。主要是採用文獻探討法及問卷調查法。

根據本研究結果統計發現，首先，大部分的玩家認爲玩跑跑卡丁車的技術越高超，自己就覺得越有成就感，因此可以知道其實玩家也可以藉由遊戲來肯定自己，增加自己的自信心，這證明大多數的人認爲技術影響個人在遊戲中的心態大有不同，也藉由遊戲技術的分享，培養團隊精神及人際關係。其次，雖然線上遊戲很流行，但願意把金錢花在遊戲點數的人少，此現象似乎顛覆了以往的線上遊戲玩家印象。最後，發現玩家其實會透過相關的電視媒體或遊戲書籍來增加自己的遊戲知識。總括來說，遊戲技術對於玩家參與線上遊戲有正面影響，不論在於心理、人際關係…等都有影響。

二、建議

1. 線上遊戲的玩家可以說以學生族群居多，但遊戲中的點數商品，價錢太過於昂貴，所以間接的也造成願意把金錢花在遊戲點數的人少，因此可建議遊戲公司，應該以這類族群爲消費目標，訂定出熱愛遊戲此遊戲的玩家，可以達到所能支出的範圍之內的产品，以增加客源。
2. 玩家其實會透過相關的電視媒體或遊戲書籍來增加自己的遊戲知識，建

議遊戲公司除了廣告、電玩展以外，電視節目的知識分享及相關的書籍，都是很好的行銷管道。

3. 許多玩家時常因在遊戲中會發生問題與狀況，而尋求客服中心的協助，但是時常得不到滿意的回應及太過緩慢處理相關問題……等，此問題可能會造成許多玩家的不滿及失望，應該讓客服人員接受專業服務相關課程及輔導，增進客服人員和玩家之間的互動。

肆●引註資料

1. 傅鏡暉(2003)，線上遊戲產業 Happy 書：帶領你深入瞭解 On-Line Game 產業，遠流出版社。
2. 扶志凌(2004)，線上遊戲、遊戲線上，網路社會學通訊期刊，第 42 期
3. 劉傳將(2009)，線上遊戲玩家的社會支持對認真休閒與問題性網路使用的影響-以夢幻運動遊戲與多人線上角色扮演遊戲為例，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
4. 維基百科，索引日期：2010/11/05，資料來源：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>
5. 跑跑卡丁車官方網站，索引日期：2010/11/05，資料來源：<http://tw.kartrider.gamania.com/index.aspx>
6. 台灣 OPEN 職業電競聯賽，索引日期：2010/11/05，資料來源：<http://www.esports.com.tw/>
7. 巴哈姆特討論區，索引日期：2010/11/05，資料來源：<http://forum.gamer.com.tw/>