

研究論文

遊戲媒體文化之男性氣概探索： 文本結構與玩家詮釋

張玉佩、邱馨玉

摘要

男性氣概是潛藏在媒體暴力表象下、關鍵性的社會文化要素。有鑑於數位遊戲為當今媒體暴力研究焦點與青少年熱門的男性氣概探索場域，本文之研究目的，在於從文本結構與玩家詮釋出發，探索數位遊戲文化下的男性氣概運作機制。研究採取文本分析與深度訪談作為研究方法，文本分析以線上遊戲「仙境傳說」遊戲文本與相關產業論述(官方刊物與媒體廣告)為主，並深度訪談訪談20位遊戲玩家的遊戲經驗與詮釋。

研究結果有二。第一，在遊戲的文本結構方面，遊戲敘事的文本故事、媒體論述與互動性特質，遮掩以數值霸權為基底的遊戲規則，同時也合理化遊戲行為的暴力系統。第二，在男性氣概再現方面，男性身體被遮掩與忽略，轉而強調、彰顯戰鬥的內在能力，而作為主要對立客體的女性則以極度誇張的性慾化形象再度被塑造成為媒體凝視的焦點；原本在遊戲文本中被淡化的男性情誼，卻在玩家的遊戲互動過程獲得增強。最後，本文提出，暴力，應重新視為一個空洞的符碼，不只考量其外延義所產生的媒體效果，應重視置於文本脈絡之內含義的定泊過程，在閱聽人玩家的日常生活脈絡中予以詮釋。

關鍵詞：數位遊戲、媒體暴力、男性氣概、敘事分析、性別研究

張玉佩，交通大學傳播與科技學系副教授，研究興趣為媒介批評、閱聽人研究與數位遊戲文化。電郵：yupei@mail.nctu.edu.tw

邱馨玉，交通大學傳播研究所碩士，研究興趣為性別研究及線上遊戲。

* 本文為台灣國家科學委員會專題研究計畫「線上遊戲之敘事結構與敘事合理性探討」(計畫編號：NSC 96-2412-H-009-006)之部分研究結果改寫而成。

Masculinity in Media Culture of Digital Game

CHANG Yupei

CHIU Hsin-Yu

Abstract

Digital games are an expanding popular cultural phenomenon which is one way male adolescents foster, nourish, and practice their masculinity. This article uses narrative analysis and interviews to study masculinity in media culture of digital games.

The study finds two major results. First, the game narratives and interactivity of characters cover the 'number hegemony' as basic game rules. They also rationalize the hegemonic masculinity and violence system of dominant game culture. Second, masculinities represented by digital games ignore and disregard male body, while they focus on the female body as sexualized objects. Further, the violence of game content corresponds with the appearance of hegemonic masculinity and should be articulated in the process of signification.

Keywords: digital game, media violence, masculinity, narrative analysis, gender research

前言：媒介暴力、男性氣概與數位遊戲

遊戲與文化，是相互依賴的關係。遊戲，是社會活生生的鏡子。它是微小、不重要的，也是普同、存在於個別社會；其既是微小、又是普同的特質，讓它得以成為社會文化觀察的要點。(Lauwaert, Wachelder, & van de Walle, 2007: 91)

遊戲，存在於每個社會之中，既是文化實踐，也是人們參與社會的重要機制(Castronova, 2005; Murray, 2006)。孩童們藉由遊戲來成長、學習、進行社會化行為，例如透過伴家家酒來學習角色扮演、性別認同與互動模式；而青少年更藉由遊戲來發展社群、建立同儕關係，包括球類競賽或在線上遊戲世界組隊出團。遊戲行為的「無生產性」(除了獲得遊戲愉悅以外，並不生產實質利益回饋)，讓人們容易對遊戲行為採取微不足道、無關大事的輕忽態度；然而，社會的主流意識型態與規訓機制，往往蘊藏在普同的俗民文化，包括電視與線上遊戲。

數位遊戲受到社會學界的重視，主要與其暴力內容有關。研究指出，68%的數位遊戲含有暴力內容，其中以青少年為主要對象的遊戲則高達90%(Simth, Lachlan, & Tamborini, 2003; Jansz, 2005)；而暴力遊戲引起反社會效果，特別是攻擊性行為，受到學術各界的重視(Grossman & Degaetano, 1999; Thompson, 2002; Anderson, 2004; Anderson & Bushman, 2001; Sherry, 2001)。然而，遊戲暴力與攻擊性行為之間的關連，存在着一個關鍵性的性別養成機制，即「男性氣概的再現」。

男性氣概，是隱藏在媒體暴力表象下、關鍵性的社會文化要素。男性藉由競爭性、冒險性、攻擊性、強硬且主導等行為來確認陽剛特質，展現自己成為權力的支配者(林美枝，1984；Flannigan-Saint-Aubin, 1994；黃德祥，1994；雪兒·海蒂，1995；王浩威，1998；洪文龍，2000；阿龍·葛瑞奇，2001；Connell, 2004；Mackinnon, 2003)。對於傳播效果研究而言，「媒體暴力」與「攻擊性行為」是研究關注的焦點，研究者關心媒體暴力是否誘發更多的攻擊性行為。但是，對於作為閱聽人的玩家而言，媒介內容蘊藏之敘事邏輯結構經常賦予暴力內容合理化的條件，暴力成為因果關係下的一環，展現着男性氣概的雄風。因此，大

眾媒體往往成為體現主流霸權男性氣概的代表 (Connell, 1987)。

換言之，對於研究者而言，他們關注的是媒介暴力內容產生相關效果。但對於閱聽人而言，他們眼中看到的不是「暴力行為」，而是「男性氣概的再現」；他們想要模仿的，不是「暴力行為」本身，而是想要成為敘事邏輯結構建構下之「有情、有義、有擔當，具有英雄氣概的男子漢」。既然「暴力」與「男性氣概」是一體兩面的關係，蘊藏數位遊戲媒介文化裏的男性氣概再現，有值得進一步剖析與探索之處。

數位遊戲，是當代眾所矚目、媒體暴力討論的焦點，也是青少年 (adolescent) 男性氣概熱門的探索場域。遊戲世界裏，充滿極致的英雄主義，一個個雄赳赳、氣昂昂的男性虛擬化身，成為玩家用以駕馭、探索男性氣概的工具；數位遊戲提供一個獨一無二的環境，讓人們探索真實生活所無法經驗的情緒 (極度的憤怒、噁心、恐懼或犯罪感)，除抒發攻擊精力外，更可實驗性地以「超級男性氣概 (hyermasculine)」經歷男性角色的認同 (Jansz, 2005)。因此，在眾多學術研究探索暴力遊戲與攻擊性行為的關連 (Smith, 2004; Smith et al., 2004; Williams & Skoric, 2005; Klimmt et al., 2006; Chory & Cicchirillo, 2007; Eastin, 2007; James & Sriram, 2007; Erica & Ron, 2008) 之餘，本文將數位遊戲之文本結構與玩家詮釋兩端出發，探索遊戲媒體文化下之男性氣概運作機制。

遊戲的文本結構與男性氣概再現

一、遊戲的文本結構

遊戲活動與其他溝通傳播行為一樣，存在於人類社會已久，它不只是文化實踐的方式之一，亦是人類重要的社會化與群體活動 (Murray, 2006)，孩童透過扮家家酒學習性別角色扮演，而透過球類活動亦使得人們學習團體合作與互動溝通。然而，在當今數位化與網路化的傳播新科技衝擊與洗禮後，遊戲活動進入文化工業的場域，它不再只是發生於面對面、直接溝通的在地活動，標準化的大量製作過程，促使它進入跨地域與跨文化的互動層次。以台灣盛及一時的「仙境傳說

(Ragnarok Online) 為例，¹2002年在韓國上市的同年，也在台灣營運，目前已於全球50個國家與地區發行。換言之，不同國家的人們，進入同樣的遊戲場域、遵守同樣的遊戲規則，進行遊戲活動；此種現象，已經普遍發生於大型的數位遊戲場域，例如「網路創世紀 (Ultima Online)」、「天堂 (Lineage)」、「無盡任務 (EverQuest)」、「魔獸世界 (World of Warcraft)」等，都有數以百萬計的人們參與活動。

I. 新舊媒體之別

數位遊戲，作為一新興的媒體平台，其「互動性 (interactivity)」是與傳統媒介的首要差別。媒介互動性，若是指媒介內容與閱聽人之間的「動態關係」，傳統媒介 (如小說或電影) 並非不具互動性，閱聽人仍會藉由解讀文本的過程，與媒介內容產生互動。數位遊戲的數位平台與傳統媒介之間的差別，在於其互動方式不同；數位遊戲的玩家 (閱聽人) 會對於媒介文本產生「直接干預 (direct intervention)」(Salen & Zimmerman, 2004) 的行動，進而促進、改變、活化媒介文本生產的過程。

更進一步地，若根據閱聽人涉入互動系統的程度，將互動性劃分為認知互動性 (cognitive interactivity)、功能互動性 (functional interactivity)、直接互動性 (explicit interactivity) 與文化互動性 (beyond-the-object-interactivity)² 等四個層次 (Salen & Zimmerman, 2004)。可以發現，傳統媒介如電影，其互動性是屬於認知互動性與文化互動性，前者是指人們可以與媒介再現系統產生認知概念上的互動，而後者則是指人們在解讀文本之外的其他迷群互動。然而，數位遊戲的數位平台，除了具有認知互動性、文化互動性之外，尚且包括藉由平台的熟悉 (如對鍵盤、介面設計) 而產生「功能互動性」，以及干預行動而對於遊戲文本的再現系統產生影響 (如改變故事發展情節與角色能力等) 的「直接互動性」。

隨着功能互動性而來的，傳統媒介與數位遊戲的「沈浸感 (immerse)」並不相同。閱聽人在閱讀小說與電影等傳統媒介之內容時，雖會跟隨着敘事情節的鋪陳而沈浸其中；數位遊戲產生的沈浸感，受到遊戲功能互動性的影響，需要考量玩家與物質介面之間的關係，人們需要適應、操控數位科技的介面 (如電腦、遊戲台、滑鼠或搖桿等)。因此，在遊戲互

動性中，「個人與機器是不可分的，行動與反應同時在科技身體與歡愉中流動」(Dovey & Kennedy, 2006: 108)。換句話說，要能沈浸在數位遊戲世界的首要條件，是能夠使用滑鼠與鍵盤、操控介面、下載軟體、設定伺服器等駕馭電腦的行動。

此種功能互動性的特質，形成傳統媒介與數位遊戲的沈浸方式不同。數位遊戲的沈浸感，具有基本門檻特質。玩家必須跨越與機器結合的「模控(cybernetic)」門檻，以「賽伯人(cyborg)」的身份進入遊戲世界之後，才得以享受其沈浸帶來的愉悅。但是，進入門檻之後，隨着玩家的時間與身體不適應性削弱，而其沈浸感也越來越強。此點，有別於傳統媒介，同一部電影的閱讀，其沈浸並不會隨着時間而增強，也因此促成遊戲行為的可重複性比傳統媒介要來得高，因為玩家需要藉由技術的操練而使得其身體與機器結合。

此外，隨着直接互動性而來的，是文本的開放性與閱聽人的行動角色差異。相較於傳統媒介，遊戲玩家投注於遊戲文本意義解讀的角度與方式，並不相同；數位遊戲作為新興的大眾溝通媒介，它的媒介內容需要玩家的參與、活化，才得以完成。以電影文本為例，電影文本是電影創作者拍攝剪輯完成上映，等待觀眾觀看後詮釋給予意義；但是，遊戲文本，則是遊戲設計者完成後的腳本框架，等待玩家來扮演主角進而展開行動。前者，觀眾在一旁觀看影片內主角身處的環境、場景、事物與其進行的活動，文本是固定的，閱聽人是觀看者；而後者，則是由身處於閱聽人方的玩家即扮演起主角的角色，操控、決定、主導着活動的進行，文本是等待玩家來完成的，玩家是行動者。

互動性的特質，並不削弱遊戲文本框架的力量。如同Murray (1997)所言，遊戲的文本創作者彷彿是編舞者，提供節奏、情境與舞步以供展演；而玩家，則是讓此一曲舞步與節奏，得以實際運作。Dovey與Kennedy (2006)提出「優勢展演(preferred performance)」的概念，遊戲過程中，玩家花費大量的時間來提昇、鍛鍊自己的遊戲技能，以便進一步與遊戲內含的策略相互結盟，此種精煉技能(refinement of tactics)的過程，凸顯出遊戲要求的優勢展演。為了成功地完成優勢展演，玩家必須不斷重複地在遊戲中行動，這也構成遊戲與其他文化

消費活動的區隔，遊戲具有超乎常態的重複現象，玩家會在同一場域重複鍛鍊、活動、展演。

II. 遊戲文本結構探索：遊戲敘事學

互動性的玩家行為，是植基於遊戲文本的設計而產生的。遊戲文本，提供玩家基礎的活動框架，其明確的規則性建構玩家行動的基礎準則與方向 (Eskelinen, 2001; Aarseth, 2004; Juul, 2005)，而遊戲規則所藏身的遊戲故事與再現系統，則共同定泊遊戲行為的意義、價值階層與世界觀 (Murray, 1997; Salen & Zimmerman, 2004; Kirkland, 2005; Carr, 2006; Dovey & Kennedy, 2006)。Schneider 等人的研究顯示，遊戲內容的敘事存在與否，會影響玩家在遊戲世界裏感受的存在感 (presence)；換句話說，存在感與敘事之間的正向關連，有故事性的遊戲比沒有故事性的遊戲更加讓玩家具有存在感 (Schneider, Lang, Shin, & Bradley, 2004)。

為甚麼人們會受到遊戲敘事的吸引呢？

因為，「說故事 (story-telling)」是人類與生俱來的能力 (Burke, 1962; Fisher, 1987; Foss, 1989)。早期的唱遊詩人 (storyteller) 穿梭遊歷於村落間，傳送着古老的歷史故事與英雄事蹟，現在則由大眾傳播媒介扮演着唱遊詩人的角色，在新興的電子媒介裏重複着傳奇故事。敘事理論，即是重視人們對於象徵符號的使用，認為人類運用象徵符號體系詮釋並解建構其所經歷的世界；而故事塑造社會文化的世界觀，也保存人們的文化。

對於敘事的廣義定義，是將人類所有溝通的行動，都視為是敘事者運用象徵符號，來創造不同故事型態作為溝通 (Fisher, 1978)；窄義的敘事定義，則特別是指人們針對某一事件或行動，運用包含場景、角色與行動的故事方式進行溝通 (Rybacki & Rybacki, 1991)。換句話說，當人們運用任何象徵符號體系 (包括語言、文學創作、戲劇表演，甚或新聞等) 嘗試描述某一事件時，即已經進入敘事的運用。敘事幫助人們組織與解釋世界的事物，定義核心行動以及行動的意義 (Foss, 1989)。

敘事架構可以拆解為論述 (discourse) 與故事 (story) (Chatman, 1978; Rybacki & Rybacki, 1991)。論述是指媒介如何述說與呈現故事內容的方式，屬於Foss (1989) 所說的敘事形式分析 (analysis of the form of narrative)，可以再細分為兩種形式：(1) 過程陳述 (process statements)，指驅動整體故事發展的進程，通常是由角色對話或動作來呈現；(2) 靜態陳述 (stasis statements)，指故事被停滯下來、特別強調的技巧與形式，例如配樂、特效或旁白等。

故事，則是指敘事實際的故事內容，即Foss (1989) 所說的敘事本質分析 (analysis of the substance of narrative)，包含場景 (setting)、角色 (character) 與情節 (plot)。場景是指故事產生的時空環境，會對敘事內容的氛圍與情調產生影響，通常可分為虛構場景與非虛構場景。角色是指故事裏出現的人物或其他神怪、精靈或動物等擬人化者，故事經常透過角色的描繪讓閱聽人自行認知善惡等價值分類體系。情節是指故事裏發生的一連串問題、危機、衝突、解決等行動，研究者經常試圖對於情節進行類型分析 (typologies)；情節按照重要性可以分為核心事件 (the kernel) 與衛星事件 (the satellites)，核心事件是故事裏的重要情節，會決定故事主要發展的方向，衛星事件則是次要情節，對於故事邏輯影響不大，主要的功能在於美化故事。

敘事分析將人類視為符號的使用者，人們創造劇碼 (drama) 以用來解釋與詮釋他們所身處世界。敘事理論經常被使用到分析文學、哲學、人類學、傳播學等領域，雖然這些學科都以敘事指稱「故事」或「說故事」，但是敘事可能意指「結構 (structure)」、「類型 (genre)」或者是「典範 (paradigm)」(Rybacki & Rybacki, 1991)。本文敘事分析，以「結構」意涵為主，企圖找尋數位遊戲如何「說故事」的結構因素。

遊戲的規則系統，隱藏在遊戲文本的敘事結構與再現系統之中，因此，本文以敘事文本框架的分析為基底，進而探討遊戲學派 (ludology)³ 強調的遊戲規則系統，包括資源分配、獎賞與懲罰平衡之遊戲經濟以及晉級制度 (advancement system) (Juul, 2005; Carr & Burn, 2006)。根據遊戲文本分析之敘事學 (narratology) 的討論，本文將遊戲文本敘事分析分為下列三個層面。

1. 場景與空間特質。遊戲空間的探索，讓玩家扮演觀察者與文化

探索者，可以享受掌控時間的樂趣，此種探索是是一種非目的導向、即興式扮演 (Dovey & Kennedy, 2006)。因為穿越空間而同時使得時間產生流動，故事時間等同於主角空間漫遊時間，玩家的空間移動促使故事開展，也因而增強玩家操控空間與時間的樂趣。

2. 角色再現與功能。遊戲世界裏同時存在着人工智慧角色與真實玩家扮演角色，兩者交錯的多元關係 (robot/human diversity) 刺激劇情與社會關係的發展 (Castronova, 2005)。其中，虛擬化身是玩家「再度身體化」(re-embodiment) 的重要媒介，角色再現的特質 (representational trait，指再現真實世界的特質) 與功能性的特質 (角色的能力、潛能與技巧等) (Dovey & Kennedy, 2006) 共同影響遊戲的敘事框架。

3. 行動情節與時間特質。傳統的敘事分析結構，故事時間 (事件發生的時間) 與論述時間 (故事訴說的時間) 並不一定等同；但遊戲文本是種「同時敘事 (simultaneous narration)」(Carr, 2006)，玩家在基礎故事線的設定下，是由自己決定行動發展的方向與選擇等，玩家的行動本身就是情節的演進，因此，故事時間與論述時間被結合起來 (Eskelinen, 2001)。

二、男性氣概與媒體文化

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。Macdonald (1995) 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」。Connell (1995) 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」。

Clatterbaugh (肯尼斯·克拉特鮑，2003) 與 Brod (1987) 則提出，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。

I. 霸權男性氣概

社會上普遍接受的男性氣概，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，假設男性與女性於行為與個性截然不同，男性位於公領域，女性處於私領域(Kaufman, 1993)。社會的普同價值，亦傾向於以二元對立的方式來定義男性氣概，包括男性應以能力聚類(competence cluster)，應表現獨立、不情緒化、具競爭性、主動等特質，而女性則應表現溫柔、安靜、需要安全感、不粗鄙等溫暖表達聚類行為(warmth-expressiveness cluster)(黃德祥，1994)；台灣傳統性別結構中，也呈現男主外、女主內，男性重視理科培育、女性重視文科培育，以及男性被過度期待獲致成就、女性則否(畢恆達，2003)。此種二元對立的思維，不只是呈現性別差異，也隱藏着優劣之分與權力關係(畢恆達，2000)。

換句話說，雖然男性氣概應具有多元的意涵，但是父權價值在多種男性氣概中有引導主流價值的權力，將男性氣概簡化為中產階級白人異性戀下的文化宰制。Connell(1987)、Gitlin(1987)、Carrigan等人(1987)與Hanke(1992)，稱此種由社會價值傾向所認同的男性氣概典型，為「霸權男性氣概(hegemonic masculinity)」，此種典型以「排除法(exclusion)」定義自身，例如邊緣化女性與其他男性(例如具柔性特質的男性或同性戀者)，並且鞏固其象徵的性別角色價值；一方面散布大眾對於男性氣概的「常識」，另一方面也確保性別關係系統的宰制。

大眾傳播媒體，則是扮演起霸權男性氣概建立的威權機制，建立並散布着「超級男性氣概」的理想型(Connell, 1987、1995)。性別角色的建構，是經由社會化的學習而來；在性別社會化的學習機制裏，大眾傳播媒體往往是次於家庭與同儕、最重要的主要來源，它們複製且傳遞主流價值，成為兒童與青少年學習的對象(Flannigan-Saint-Aubin, 1994；黃德祥，1994；雪兒·海蒂，1995；王行，1998；Connell, 2004)。Papalia與Olds指出，一般高中生畢業時已觀看過35萬6千則電視廣告，強烈吸收性別角色刻板化的態度並媒體內容的楷模，在性別意識發展易傾向配合媒體內容的性別角色期待(黛安娜·巴巴利亞、莎莉·歐茨，1994)。

II. 男性氣概的媒體再現

大眾傳播媒體建構霸權男性氣概理型的機制，可以區分為「身體」、

「對立客體」、「暴力」與「男性情誼」等四大元素 (Mackinnon, 2003)。

首先，身體是社會實踐的客體，也因此男性氣概建構過程中扮演關鍵性角色 (Horrocks, 1995; Messner, 1990)。具有男性氣概的身體塑造，通常包括肌肉、性器與衣着等三個方面。肌肉顯示出男性欲求 (Wieggers, 1998; Katz, 2002)，而性器更以強大武器的比喻出現在大眾文化，象徵着暴力、控制與權力的意涵 (Fiske, 1987; Caputi, 2002)。男性服裝，剪裁凸顯與強調寬厚肩膀、肌肉發達的胸膛、細腰等，暗示男性身體之健壯，而強調肩膀墊得挺直的西裝或中山裝象徵着男性的權力與強者姿態 (Hollander, 1997; 王浩威, 1998)。

第二，暴力，是另一個強化男性氣概的表現方式。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。而多數男性暴力行為的展現，並非歸因於男性激進的天性，而是以「未準備好決鬥的人是可恥的、傷害男性氣概的」方式、將攻擊作為捍衛男性特質的存續 (Kaufman, 1998; Caputi, 2002)。消費文化裏的超級英雄或激烈活動的運動員等形象，都刺激着消費者購買該產品，以補足其不夠強壯有力的現狀 (Katz, 2002)。

第三，傳統男性氣概價值在男性情誼的形成扮演重要角色。女性情誼奠基於親密、自我揭露、撫育、情感支持等；而二元對立的性別塑造要求男性降低女性特質線索，造成男性間交往多半抱持情感距離，促使多數男性無法從父親身上得到心靈親密感，而同輩同性友人的交往卻也常受到同性戀感覺的侵噬，也因此滋養出以活動分享 (包括工作、運動與專業知識) 為主的男性情誼發展 (Rubin, 1985; 雪兒·海蒂, 1995)。

第四，對立的客體，則是透過排除的方式，以「甚麼不是男人應有的樣子」做為定義男性氣概的管道。此種二元對立的思維，使得女性往往在大部分的媒體文本中扮演着對立客體，協助定義男性與凸顯男性角色行為。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。(Kaufman, 1993; Macdonald, 1995; 畢恆達, 2000)

大眾傳播媒介的內容，在男性氣概的再現結構，呼應着上述的四大元素。在劇情片方面，傳統刻畫男性氣概的主流電影包括西部片、

動作片與恐怖驚悚片等，充滿着異性戀的價值體系(Horrocks, 1995; Mackinnon, 2003)。電視連續劇裏冒險動作類型的節目，亦經常強調超級男性氣概的典型，以強硬與宰制著稱(Mackinnon, 2003)。林芳玫(1995)針對台灣連續劇的研究亦發現，男主女從、男外女內的二元對立關係，強調男性的主動性與女性的被動與弱勢。

在運動員的媒體形象塑造上，研究顯示，新聞媒體的報導經常邊緣化女性運動員、強化男性運動員光明、強壯與英雄氣質，並未忠實反應女性在運動方面的參與，而將運動視為男性特徵的保存手段；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。(Sabo & Jansen, 1992; Horrocks, 1995; MacKinnon, 2003)。

在廣告裏的男性氣概再現研究發現，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(McArther & Resko, 1975; Brownlow & Zebrowitz, 1990)。特別是在男性商品的廣告，女性往往以妻子或情人的角色出現，以販賣感性、溫暖為主。台灣的廣告研究亦發現，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(王宜燕, 1991; 陶福媛, 1991; 顧玉珍, 1991; 黃裕華, 1995; 劉宗輝, 1998; 林靜雯, 1999)。

近年來由於性別意識的覺醒與同性戀平權運動的萌發，女性議題與同性戀素材的媒體素材逐漸出現；雖是如此，卻難以動搖霸權男性氣概在媒體內容的權威。男同性戀者的出現，成為另一個取代傳統女性角色、被邊緣化的客體(Aronson & Kimmel, 2001)；而男性感性面向雖然浮現，但卻被傳統陽剛氣質掩蓋與包裝(陳佩君, 2004)；男性商品代言人雖已出現傳統男性(獨立、主動、事業成功等)、男孩(純真性格)的陽剛氣概以及女性的陰柔特質(長髮、明眸、溫柔細語等)等多元特質，但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着為商品增添感性與可信度的效果(徐振傑, 2004)。

研究目的、研究問題與研究方法

有鑑於數位遊戲(特別是多人線上角色扮演遊戲, massive multi-player online role-playing game, 簡稱MMORPG) 成為當今青少年鍛鍊與發展男性氣概的重要場域,⁴ 本文之研究目的, 是「從文本結構與玩家詮釋角度, 探索數位遊戲媒體文化下的男性氣概運作機制」。具體的研究問題如下:

第一, 遊戲蘊藏之文本結構力量的框架為何? 本文同時分析遊戲文本與周邊之媒體論述形象, 以厚描的方式描繪文本端的男性氣概運作機制。

第二, 遊戲玩家如何面對數位遊戲文化蘊含之男性氣概? 玩家間彼此互動的方式是否影響其對男性氣概的解讀? 本文試圖從遊戲玩家的日常生活經驗, 來理解遊戲媒體文化之男性氣概。

因此, 本文同時採用文本分析與深度訪談作為研究方法。文本敘事分析的對象, 包括遊戲文本、官方刊物與遊戲廣告, 而深度訪談則以玩家經驗為主, 試圖從文本端與玩家端, 共同探討遊戲文本端之男性氣概再現機制。而分析的基礎架構, 將以男性氣概媒體再現的四大元素: 「身體」、「對立的客體」、「暴力」與「男性情誼」, 為理論概念架構。

文本分析的對象, 以台灣地區營運之線上遊戲「仙境傳說 Online (Ragnarok Online)」(以下簡稱仙境傳說) 為主。該款遊戲在台灣營運時間已經超過七年, 台灣地區註冊帳號突破30萬, 平均約5萬左右之上線人口,⁵ 在台灣屬於營運時間較長、會員人數眾多、邁入成熟期之遊戲。本研究並同時蒐集前43期官方刊物《e-joy RO x RO》與台灣地區歷任遊戲代言人的廣告片,⁶ 作為分析對象。

在玩家訪談方面, 本研究共訪談20位遊戲玩家。訪談於2006、2007年進行, 同時透過遊戲網站與混雪球方式進行招募, 訪談問題鎖定在其遊戲經驗與其性別之間的關係與看法; 訪談時全程錄音, 並事後轉錄為文字以利分析。整體而言, 20位訪談對象中, 男生15人、女生5人, 年齡在17歲到26歲之間, 大致符合台灣遊戲玩家的人口結構(張玉佩, 2009), 學歷包含高職、專科學校、大學與研究所。多數玩

家均從小(小學或國中)開始接觸遊戲，而其線上遊戲經驗，不限於仙境傳說，「天堂」系列與「魔獸世界」等亦皆為普遍的遊戲經驗。訪談對象的基礎資料，整理如文末附件1。

遊戲文本敘事框架與男性氣概再現

遊戲文本的敘事框架，再現遊戲世界預設的男性氣概理想典型，也成為玩家探索、發展自我風格的基本依歸。依據敘事的三大要素場景、情節與角色的分析可以發現，遊戲世界的場景以戰鬥、對抗為主，情節則是依據玩家的任務行動的選擇安排串連而成，玩家並藉此任務行動的進程、累積虛擬化身的數值人格而建構遊戲角色；男性氣概的再現機制，在此遊戲敘事框架下醞釀發展，並藉此而獲得增強與極化的展現。

一、遊戲文本敘事框架

遊戲的文本敘事框架，由場景空間、角色功能以及行動情節等三個要素建構而成；其中，數字人格與階級結構的特質，是遊戲有別於其他傳統文本最顯著的特質，也建構遊戲活動的基礎規則。

I. 對抗為主、社交為輔的遊戲場景

仙境傳說的場景同時存在中古北歐神話與當代資訊革命的傳統現代衝突；前者，以信仰崇拜、效忠王室建構神聖戰場的遊戲氛圍，而後者則強調科技與人性的合作與衝突，凸顯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。

在上述場景設定出以「對抗」為主、「社交」為輔的行動規則。對抗的場景包括「人與環境」以及「玩家與玩家」間的對抗。前者包括野外狩獵與迷宮地下城任務，玩家藉由獵殺怪物與撿取寶物來累積經驗與提升等級，玩家間也經常以團隊合作的方式共同對抗充滿怪獸的場景。而後者則包括個人對抗賽與公會團體對抗賽，公會團體對抗的場景有助於滋養遊戲社群的成立。社交場景則包括旅館、教堂、商店、冶煉

場所、職業訓練所等場域，提供玩家「安全」（沒有怪獸與敵人）休憩、買賣物品與聊天交際的場所。

II. 數字人格的遊戲角色

遊戲角色雖然可以分為由電腦人工智慧操控與玩家操控，但是兩者均是以量化的數值呈現能力與等級。電腦人工智慧的角色，包括怪獸 (robots 或稱 mobile objects)、機器人 (non-players characters, NPC)、寵物等，怪獸提供玩家征服與挑戰的對象，而機器人與寵物則協助玩家在遊戲世界裏的行動與扮演陪同遊戲的任務。

玩家操控的角色，即是一般所稱的虛擬化身 (avatar)，以外觀、基礎等級 (生命特性) 和職業技能等級 (生存技巧) 具象化方式建構玩家彼此之間的差別；除了名字與職業之外，其餘身份內容皆以數值標示。數值能力建構遊戲世界裏上對下的階層制度，也形成玩家對自己角色的基礎認知。如前述互動性的探索指出，玩家在跨越與機器結合的「模控」門檻之後，沈浸感會隨着時間與身體的不適應性削弱 (功能互動性)，漸漸以直接干預的方式進入角色的培育與養成，互動性地建構故事人物關係 (直接互動性)。

III. 任務行動組合之情節

遊戲行動的同時敘事特質，玩家行動不只是串連故事情節，亦建構故事的時間節奏，故事敘事線由此開展。雖然遊戲行動是玩家自由意識選擇的安排，但是遊戲系統以「任務」型態規範、限制與激發遊戲玩家的行動；換句話說，玩家行動是被限制與結構在遊戲嚴密的設計系統之下。

在遊戲世界裏的玩家行動，可以區分為個人能力培育、戰鬥活動、社交活動等三種。玩家在遊戲世界裏接受職業訓練與狩獵，提升自己的生存能力 (能力培育)；藉由參與戰鬥活動，建立自己的聲望，參與遊戲內的政治事務 (戰鬥活動)。此外，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，活動範圍包括社交、交易與家庭構成，分別代表協助、資源取得與情感扶持三端 (社交活動)。

二、遊戲文本的男性氣概再現

遊戲文本裏的男性氣概再現，以身體、暴力與對立客體為主要的彰顯方式，男性情誼則被以淡化的方式處理。

I. 身體：性徵顯露為成長標誌

仙境傳說對於男性身體的塑造，充滿着極化的形象元素。所有的男性虛擬化身，均有着單一的美學標準，雖然男性角色外型往中性化游移(深邃的大眼睛、纖細的腰部、長腿、「七頭身」比例⁷)，但結實的肌肉是不變的性別象徵。

在遊戲世界裏，角色會隨着玩家的經營而逐漸成長，但是其成長的過程，卻存在以「性徵的顯露程度」作為標識，等級越高的玩家，擁有越明顯的性別特徵；男性角色越來越高大勇猛，女性角色則越來越風騷性感。性徵的顯露，亦伴隨着服裝外貌的設計。基本上，男性服裝注重實用，女性服裝注重性感；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、長褲突顯身體肌肉曲線；而女性角色強調第二性徵，短裙、短褲、低胸上衣與吊帶網襪為重要的衣着符號，藉以襯托豐滿胸部、細腰與翹臀。根據繪圖團體成員於官方月刊表示，兩性對立的衣着設計，是基於商業的考量，根據玩家期望所設計出來的結果(官方月刊36、38期)。

除了透過衣着設計所顯露的性別特徵等靜態身體形象外，遊戲預設的肢體語言亦呈現和傳統性別刻板印象一致的取向。在角色的坐姿上，表現出性別對於身體的認知態度。男性角色通常採取跨坐或盤腿而坐、雙手外張的開放姿勢；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。在戰鬥準備姿態上，男性手持武器、擡動肩膀並激動喘氣，女性則是扭動腰臀、晃動胸部。

II. 性別化的暴力展現

攻擊、戰鬥等暴力行為，是遊戲玩家培育角色能力的基礎活動，如前述對於場景空間與行動情節的分析指出，遊戲世界是以戰鬥為

主、社交為輔所建構出來的世界。據此，無分男女，凡是角色都具備有戰鬥的技能，暴力行為是無可避免的活動。然而，暴力行動的攻擊潛能與特質，卻出現性別化的差異。

男性角色的攻擊，以理性、幽默與團隊合作為主，以男性角色吟遊詩人為例，他的「冷笑話」技能，可以使敵人冰凍、無法移動，而其技能文本也透露出勇於戰鬥，以及對女性身體產生具侵略性的想像，如：

每天都要推倒蘿莉，⁸身心才會健康...

你這未能推倒蘿莉的廢材給我收聲啊~~

小服快長大露大腿給我看~

愛麗絲!! 乖乖讓我推倒吧!! (奸笑)

(吟遊詩人之冷笑話技能文本)

相對於男性的幽默與理性，女性的攻擊顯得非理性與情緒化的特質，重視感情宣洩勝於戰鬥。相對於吟遊詩人冷笑話技能，同等階級之女性角色舞孃擁有「驚聲尖叫」的技能，尖叫技能文本內容充滿着大量的驚嘆號：「不管別人怎麼說……我不在乎！因為我愛你！我愛他！這是罪嗎？！」而歇斯底里的女性情緒也成為攻擊的方式之一，例如技能文本內容所述「你碰我的話……我就哭給你看！！」

III. 淡化處理的男性情誼

遊戲世界對於男性情誼的觀點，展現在遊戲任務文本之中。任務，是玩家行動的基礎構成單位，玩家點閱任務文本內容，從認識自己身處的位置、應扮演的角色以及接下來的行動方針。在仙境傳說的任務世界裏，男性情誼展現在冒險犯難、勇氣測試、外冷內熱與團結同盟等行為上。以「好朋友任務」為例，三個結盟的主角，在違抗長輩的警告下，彼此結盟、誓生共死，藉由打敗怪獸的冒險犯難來共同追求英雄潛能的發揮；種種行為，呈現出傳統的男性情誼展現。但整體而言，遊戲文本的敘事故事，出現男性情誼描述部分稀少，71個任務文本僅有1個強調以男性情誼為主的任務工作(1%)，因此，男性情誼部分的男性氣概再現，在遊戲敘事文本被以淡化的方式處理。

IV. 對立的他者：「待征服的性感女神」與「受豢養的馴化女僕」

在異性戀主導的遊戲世界裏，女性是男性氣概主要的客體化對象。除了玩家角色外，仙境傳說的女性故事角色(包括怪獸、NPCs與寵物等)，可以概括分為兩類，分別是「待征服的性感女神」與「受豢養的馴化女僕」。

第一類「待征服的性感女神」，經常出現在任務文本與怪獸角色。以女神頸鍊任務的菲依雅女神為例，她為了換取寶石首飾，而同意與四個矮人發生性關係，其任務文本充滿着性慾的暗示，如「四矮人工匠密語……我們幸福了四天四夜」。而遊戲世界的女性魔物，亦迎合異性戀父權體制對於女性身體的征服幻想，如金字塔迷宮的怪物蛇女伊絲，擁有裸露的乳房和不斷扭動的臀部，在展現性魅力的同時，也以「扭腰擺動」與「柔聲吟叫」來回應玩家的征服快感。

第二類「受豢養的馴化女僕」，則出現在NPCs角色與寵物系統。NPCs是導引玩家進入遊戲系統的主要媒介，仙境傳說最大宗的系統服務「卡普拉服務人員」，是一組陣容龐大的女僕團隊，白色花邊圍裙與褶邊頭巾是女僕裝的標準配備，她們確保玩家受到帝王般的服務。此外，仙境傳說的寵物系統中，70%是女性寵物，而寵物對白文本裏，也突顯「追求美貌」、「服侍主人」的寵物思維。女僕與寵物，共同造就男性的主導氣勢與英雄氣概。

遊戲媒體論述與男性氣概再現

遊戲世界對於男性氣概的再現機制，不只是存在於遊戲文本之間，也同時在遊戲行銷的媒體系統中運作。透過遊戲周邊產品、遊戲官方月刊以及遊戲電視廣告等論述系統的分析，本文發現，相對於遊戲文本的數字人格、戰鬥升級系統、性別化暴力等男性氣概的再現，遊戲媒體論述強調透過「女性」作為對立他者的柔性、感性論述來建構男性氣概。

遊戲文本敘事框架所建構出來的世界，可以描述如下：賽伯空間裏充滿危險與挑戰的對抗場景，玩家透過不斷的戰鬥(任務行動)來建

立自己的數字人格，遊戲社會也因此透過數值系統建立量化的階層體系。我們可以稱此遊戲世界為「理性化的暴力體系」。於此，「暴力戰鬥」被視為是玩家生存的基本技能，在套上「性別化」的外貌（如極化的兩性身體與角色功能）後，男性氣概以強壯威猛、攻擊性、理性幽默、高階領導等作為彰顯方向。但是，相對於遊戲文本，遊戲媒體論述則模糊「戰鬥」與「攻擊性」等文本建構之男性氣概特質，轉而以強調「情感」等柔性主題；換言之，男性氣概裏的理性、攻擊、戰鬥特質不再出現在遊戲媒體論述裏，轉而以感性主題與「性慾對象」（對立的客體）為要點。

一、「浪漫情感」包裝「戰鬥暴力」

仙境傳說的角色發展與遊戲主要活動，是基於以數字為建構基礎、暴力為修練途徑的遊戲行為；然而，在遊戲代理商的行銷主題，卻多半以感性訴求為主。

仙境傳說自2002年於台灣發行至2007年為止，共進行12次改版，而其改版主題的標題，充滿着浪漫、感性與夢想的愛情詞彙，例如愛情、情人、夢幻、夢想、花嫁、天使、甜蜜等；原屬暴力的戰鬥活動，都被此種浪漫的情感詞彙給包裹着。以第12次的改版為例，原始改版目的在於導入忍者和神槍手二項新職業，遊戲內容亦以此二項職業的暴力技能為號召，但總標題仍冠上「愛情」與「甜蜜」，以淡化遊戲內容本身的暴戾之氣。

此種以「浪漫情感」包裝「戰鬥暴力」的作法，不只出現在改版主題，相隨而來的改版平面廣告、行銷活動、實體安裝光碟和周邊產品命名，亦同樣充滿着感性詞彙，例如將改版光碟組合命名為「幸福展翼包」、「甜蜜99包」，將明信片收藏本命名為「甜蜜酷卡包」，以及將筆記本組合命名為「幸福記事包」等。此種包裝與轉移的作法，以感性建構仙境傳說的媒體形象，減低遊戲本身的殺戮戰鬥等氛圍，也因此使得媒體形象與實際遊戲內容產生落差。

二、清純與冶艷並置的女性圖像

以男性為主要訴求對象的商品廣告中，女性身體經常成為主要的展現對象，數位遊戲的商品廣告與行銷活動也不例外。特別的是，數位遊戲商品的虛擬特質，讓女性身體同時並置「清純」與「冶艷」等兩種形象，「清純」存在於現實世界裏的女性代言人形象，而「冶艷」則出現在遊戲文本裏的怪獸、NPCs與官方月刊裏的虛擬角色繪製。兩種看似矛盾的女性形象，其實是共同建構異性戀父權體制下、男性氣概裏對於慾望客體的想像。

首先，女性代言人的電視廣告分析可以發現，廣告內容與遊戲內容並無關係，場景是與遊戲世界迥異的現代社會，穿著現代服裝的女性代言人透過故事情節表達都會女性的心情故事。以蕭亞軒代言之第8次改版廣告為例，廣告內容於遊戲內容新增之「競技場」毫無關係，反而是呼應該次行銷主題「PS.你今天微笑了嗎?」，傳達對於和平、樂觀與歡笑的渴望。所有遊戲電視廣告之女性代言人形象，共同指向清純、樂觀、溫柔且愛好和平的女性形象。

表1：官方月刊的封面人物性別統計表

封面人物性別	期數	百分比
女	34	79 %
男	5	12 %
男女共存	4	9 %
總計	43	100 %

然而，在遊戲虛擬世界裏所建構的女性形象，迥然不同於女性代言人的清純，官方月刊的封面女郎清一色以冶艷著稱。八成左右官方月刊以虛擬女性角色做為封面女郎，皆共同強調豐胸、細腰、長腿的身體美感標準，此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。此外，雖然在遊戲世界裏以戰鬥為主，但封面女郎卻少有戰鬥姿勢，反而以扭腰舞蹈、托腮微笑等肢體動作散發出性吸引力。

以第27期《e-joy ROxRO》封面為例，女戰士的裝備與衣着，用來

襯托其性感而豐滿的身材，胸罩幾乎無法遮掩的半裸乳房成為封面視覺焦點，加強對於理想女性身體標準的期待；相對於第36期《e-joy ROxRO》封面的男性戰鬥怒顏，清一色的溫柔笑臉將女性定位為清新可人的接待者。

三、數量稀少但擁有主導力量的男性形象

在柔性浪漫愛情的遊戲行銷基調下，愛戀的兩性關係被突顯出來，其餘的人際關係(如家庭親子、同性同儕等)均被排除，也因此，男性情誼在此種男性氣概的論述框架下，幾乎消逝。此項論點，與遊戲文本敘事分析的結果相同。

由於男性氣概的剛硬特質與遊戲媒體論述基調不符，也使得男性角色出現在媒體的數量較少，只有21%的官方月刊封面出現男性角色，男廣告性代言人也僅出現過一位。相對於女性角色的矛盾性慾特質，媒體論述系統下男性角色特質較為一致，分別是電視廣告男性角色展現之「內斂的主動決策者」與男性虛擬角色表現之「擁有戰鬥力之強健男兒」形象。

在遊戲電視廣告的英雄美人傳說中，男性角色扮演著體貼、少言、面無表情、堅貞而願意自我犧牲的主動行動者角色。遊戲文本發展出之「男主動、女被動」的敘事公式，在電視廣告則演變為「男犧牲、女等待」的情節公式，「日夜戀人篇」、「夢想天空」與「守候永恆的愛篇」等廣告內容都重複出現類似的情節。女性在故事敘事安排下均扮演默默接受命運安排、等待愛情與他人照顧的角色；而男性則是主動改變命運、推動愛情與情節發展者，他們皆具有內斂與理性的特質，鮮少激動面部表情特寫。

在月刊封面與平面廣告的男性角色，多是根據遊戲內容繪製的虛擬角色，他們呼籲著遊戲文本敘事分析的結果，均展現出強健體魄的戰鬥角色，其姿態多呈現施展拳腳、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。

整體而言，無論是電視廣告、平面廣告或月刊封面，男性角色所

展現的男性氣概是彼此互補、相互融合的，均共同屬於傳統保守主義下主動、強健、具戰鬥力的決策者形象。

玩家詮釋

透過遊戲玩家的訪談發現，遊戲媒體文化裏，男性氣概的能力是與暴力相互結合；而原始在遊戲文本中被淡化的男性情誼，卻在遊戲互動的過程中，獲得增強。不變的是，女性依舊成為襯托男性英雄的對立他者角色。

一、能力與暴力結合的男性氣概

雖然Mackinnon (2003)認為，身體作為社會實踐的客體，男性身體的塑造如肌肉、性器與衣着，都是形塑男性氣概的關鍵角色；但是，對於男性玩家而言，「能力」才是男性玩家們建立認同、辨認彼此身份位階的首要依據，玩家們花費大量的時間與精神，投入角色能力的培育，讓自己享受高人一等的成就。

多數男性玩家表示，角色的能力是他們重視與投注的關鍵。M13與M15的說法，代表着多數男生的心聲，M13說：「男生花很多時間培育自己的角色，喜歡比裝配、比等級，為了證明自己的能力」，M15則提出：「能力較強，可以受到尊敬。」換句話說，男性玩家重視角色的能力勝於外貌長相。此點，與文本結構的研究相符，角色的外貌需強調功能實用性。

然而，此處之功能實用性，在目標導向的遊戲機制之下，與暴力能力相互結合；武器與裝備以攻擊力或防禦力作為比較的依據，讓男性玩家驕傲地對外展現的，往往是「高級的武器(即殺傷力很大的武器)」與「高度的技巧」。熱愛CS的玩家M1操控槍擊的策略與方法顯現玩家的實力，而且是「殺越多越爽」；M7在訪談中亦曾描述，他與男性友人之間正在有計畫地鍛鍊、培養公會人才，要以「殺人殺得很兇的菁英公會」作為前進目標。

因此，在量化導向的等級制度之下，男性玩家重視能力與暴力結合，共同成為男性氣概形塑的基礎；男性玩家以此建構自身角色，也

以此作為與其他男性朋友間的競爭依據。周遊多款遊戲的玩家M8表示，他現階段選擇黑色陰謀的原因，是為的與同學「較勁」，因為班上有五、六位同學玩得很囂張，在班上高談闊論，因此，他也進入該款遊戲，在短時期內「衝等、升級」，以享受比他人強的感覺。

二、「練功」成為男性情誼發展的管道

相對於在遊戲文本中被淡化處理的男性情誼，男性玩家在現實世界裏的「練功」行為，卻成為男性情誼發展的重要管道。幾乎所有的男性玩家均描述，現實生活裏的其他男性玩伴或友人與其共同遊戲的經驗，多數男性玩家進入遊戲世界，都是由現實生活裏的玩伴一同陪伴進入，包括兄弟、表兄弟、同學、朋友、鄰居等，遊戲世界對他們而言，如同另一個玩騎馬打仗的場域，只不過現實世界裏的木劍換成虛擬世界裏的寶劍，而遊戲的場所從現實巷弄轉移到網路空間。在這個轉移的過程中，男性情誼仍舊持續發揮對男性氣概的影響力，網路更是跨越物質空間的限制，讓玩家們可以在疏離的個別空間持續互動。

據此，伴隨男性玩家遊戲的伙伴，以現實生活男性同儕居多，而多數對此種「哥兒們」間互動的情誼，感到相當快樂與興奮。受訪者M1描述其對遊戲同伴互動的期待，他說「我每次回去、行李放下第一件事，就是去表哥那邊玩電動，玩到天昏地暗都不會回家（面露微笑）」。與同學共組公會的M7表示，其對遊戲的選擇是依朋友而調整，他表示「只要跟同一群好友玩遊戲，因此不同的遊戲玩起來都一樣好玩，可以一起聊天、練功，如果他們想要選擇別款遊戲，他也會想要試試看」。

由於線上遊戲被視為是男性情誼發展的重要管道，男性氣概裏的「講義氣」也同樣出現在玩家間的互動描述。在練功過程中，男性玩家強調應該要「濟弱扶傾」，幫助較弱的隊友培植實力；而朋友間應該要共同成長，不可「自行偷練」；出團的過程中，更不可以拋下隊友。由於男性情誼間的人際羈絆，成為男性玩家難以離開遊戲世界的主要因素。

相對於男性玩家，女性玩家在現實生活裏的玩伴即相當稀少。一方面，現階段線上遊戲的設計與發展多以男性玩家品味為主，較少針對

女性玩家設計；另一方面，網路被視為是不安全的交友環境，多數女性玩家都曾經受到其他友人的警告：「交網友很危險」、「與網友互動很白痴」等。F1與F3皆曾表示，因為「女生比較少玩遊戲」，她們無論高中或大學，都很難找到女性朋友一起玩遊戲，她的遊戲行為反而被同班女生因此而視為異類。因此，女性間的情誼，較少出現在遊戲世界。

三、對立他者：性別刻板印象的延伸

如同前述遊戲文本與媒體論述的分析指出，女性角色在遊戲世界裏，複製傳統男強女弱的性別刻板印象；扮演女性角色，可以獲得較多的關注，被搭訕、問候等人際互動較多，也可以獲得較多練功升級方面的直接幫助。多數男性玩家認為，在遊戲世界裏應該主動給予女性幫助與建議，此種幫助可以獲得較高的成就感，而寶物、裝備等資源餽贈，更可以做為男性氣概的表現。而女性玩家則將男性主動示好的態度視為「理所當然」，所有女性玩家受訪者均不避諱曾經受過男性玩家的幫助。此種男強女弱的互動方式，延伸到極致，即是張玉佩、呂育璋(2006)所稱之「公婆制度」，男、女在遊戲世界裏依循着夫妻模式而建構出相互依賴的關係，女性提供溫柔可人的陪伴，而男性提供武力保護與寶物的餽贈。

由於此種性別互動的權力關係，使得男性玩家「羞於」承認曾經進行性別轉換的經驗；因為扮演女性，彷彿就是扮演弱者，依賴他人為生，而自己的能力也相形削弱。在本次的訪談過程中，男性玩家們多數表示「不恥」於扮演女性角色來騙取寶物的行為，M7甚至表示，如果發現互動的女性角色是由其他男性玩家扮演時，會覺得「很無恥、很賤」。於此，女性角色再一次複製傳統媒體文化裏之對立他者的角色，用以襯托、輔助男性氣概的英雄之姿。

結 論

回應研究問題，本文之研究結果可以分為兩點，第一，在遊戲的文本結構方面，遊戲敘事的故事、論述與互動性特質，遮掩以數值霸

權為基底的遊戲規則，也同時合理化遊戲行為的暴力系統。第二，在男性氣概方面，男性身體被遮掩與忽略，轉而強調、彰顯戰鬥暴力的內在能力，而作為主要對立客體的女性則以極度誇張的性慾化形象再度被塑造成媒體凝視的焦點。

一、遊戲文本結構：「故事」與「互動性」遮蔽「數值霸權」的基底

首先，在遊戲文本結構方面，本文透過場景、角色與行動情節的遊戲文本敘事分析發現，遊戲文本存在着「故事與互動性為表象、數值霸權為基底」的文本結構。以對抗為主的遊戲場景，建構充滿挑戰的空間氛圍，玩家透過可以換算為數值結果的任務行動、建構自己的數字人格，虛擬化身間的數字人格差距累積成為等級階層，進而將數位遊戲世界構築為階級分明、等級清晰的數值霸權社會。在此世界裏，行動報酬可以換算為經驗數值（打倒一隻怪獸等於若干經驗值），而此經驗數值具象化玩家的等級能力（累積若干經驗值可以升等一級），玩家間的階級比較可以直接從玩家背後所代表的等級數值進行判斷（30級的玩家可以不費吹灰之力打倒20級玩家）。

然而，數位遊戲媒介平台的互動性特質，使得玩家個人成為此數值霸權運行的主要驅動者。所有的玩家在進入遊戲之初，都是經驗值零、等級零的初心者⁹，他們藉由直接互動性創造自己的故事任務情節，也進而逐步累積經驗值、晉升較高等級。玩家在驅動整個遊戲故事情節發展的同時，也成為遊戲行為結果的承擔者。相對於傳統故事文本結構既定的電視文本或電影文本，閱聽人是在旁觀看故事敘事線的發展，他們並不能改變故事人物角色或情節。但是，在遊戲世界裏，玩家透過干預行為驅動故事敘事線的發展，在驅動的同時也成為數值霸權的執行者，承擔着維繫數值霸權的責任。

然而，數值霸權與暴力系統是一體的兩面，共同成為建構階級分明之階層制度的兩大支柱。於遊戲階層系統裏，暴力/戰鬥行為，成為玩家推進自我階級程度的主要行動；象徵理性、量化的數值系統，確認玩家行動的依歸。在此基礎上，玩家角色是由虛擬化身與數字組

合(經驗值、技能值等)結合而成的行動者，暴力/戰鬥行為是玩家生存的基本技能，也是升級的唯一道路。

雖然暴力系統結合數值霸權，成為遊戲敘事文本建構之規則基底；但是，在遊戲媒體形象的塑造(特別是電視廣告、改版主題等)，卻忽略遊戲的暴力/戰鬥本質，轉以「情感」作為訴求焦點，將戰鬥為主的遊戲世界「裝扮」為充滿戀愛機會的甜美場所。遊戲世界的實質內容與其媒體行銷建構的形象，也因此產生落差。

二、男性氣概在遊戲文化的極化與矛盾

在男性氣概的再現上，本文根據身體、暴力、對立客體與男性情誼等四項霸權男性氣概形塑的要素(Mackinnon, 2003)，做進一步的說明。

首先，在身體方面，男性的身體是被遮掩、忽略、不重視的。遊戲世界裏的男性角色，雖然以肌肉線條與體態大小作為階級成長的主要標的，但是其著裝以實用為主要考量，盔甲、護具等裝配將身體包裹起來，連同備戰肢體語言(持武器、預備出擊)，一齊顯現男性角色的戰鬥力與攻擊性。此外，在遊戲的媒體形象塑造，呼應遊戲文本對男性身體的「忽視處理」方式，男性身體極少出現在媒體運作的文本之中，不只是廣告代言人僅有一位，官方月刊的男性封面人物也相對稀少。整體來看，遊戲世界裏的男性身體，並「非」為凝視焦點，男性角色的塑造並不以吸引他人目光為主要考量，因此無須暴露或招搖，男性角色的身體描繪以其內在攻擊能力(裝備，如盔甲、寶劍等)為主要考量。

第二，在暴力方面，男性氣概形塑的暴力機制，是與前述的數值霸權體性相互呼應。數值霸權體系，不只是「科學理性」的象徵，也成為「性別假性平等」的基石。在仙境傳說中，初心者虛擬化身的性別，並不影響其各項能力數值的構成；換言之，同一種族與職業的角色，遊戲數值設定並不因為性別而產生差異，她們/他們具有相同的戰鬥力(暴力能力)。但是，在戰鬥暴力的質上，卻出現性別化的結果，女性角色的非理性、歇斯底里的攻擊方式襯托着男性角色的幽默、攻擊性，而其他角色外型的設定更呼應着性別二元的刻板印象。對於男性

玩家而言，暴力數值成為彰顯能力的指標，越強的暴力數值具有越大的攻擊能力，也使得玩家越能感受到男性氣概的增長。

第三，透過遊戲文本敘事的研究發現，男性情誼是遊戲文本與遊戲媒體形象建構兩方共同忽略之處。遊戲文本裏的任務行動，僅出現一次強調男性情誼的任務文本(好朋友任務)，而電視廣告更是清一色以異性戀戀情為主。相對於文本論述體系內被淡化的男性情誼，玩家實際的遊戲經驗，卻使得「玩遊戲」行為本身成為男性情誼發展的重要管道；男性玩家們呼朋引伴地共同進入遊戲世界，在練功過程中相互扶持、共同抵抗怪獸，此種遊戲經驗成為凝聚「哥兒們」情誼的重要管道。

第四，在對立客體方面，在異性戀為主導性慾傾向(sexuality)的社會氛圍下，女性被形塑為唯一的對立客體。相對於男性身體被以忽視的態度處理，女性身體則是以誇張的性慾化方式彰顯，使得女性再度成為眾人目光凝視的焦點。雖然女性廣告代言人皆以清純風格呈現，但是，在透過媒介創造的虛構女性影像(包括女性虛擬化身、女性NPCs與女性寵物)，則是反映父權偷窺體制的極盡想像：豐滿裸露(半裸露)的乳房、扭動的腰臀、無助又待征服的面孔神情、SM的皮鞭裝、受養的女僕裝……。除外顯的身體特質外，女性的內在特質也以歇斯底里、情緒化、溫柔、被動、渴望戀愛與家庭等保守傳統道德主義為主要呈現方式。

比較特別的是，遊戲的媒體形象塑造(如電視廣告)會遷就現實符號系統(如代言人)的考量，以較為溫和的方式處理女性作為對客體的展現；但是，在遊戲文本與系統(如遊戲角色與官方月刊)等，對於女性做為客體的極化則偏向更為誇張的呈現。換言之，當遊戲符碼脫離現實世界符號(如代言人影像)的束縛、進入純然虛幻創造的想像空間(如動畫、漫畫等)時，對女體的窺視與剝削，更容易傾向極端的表現。此外，遊戲世界男性氣概的建構，也透過「排除法」將「非男性氣概」男性角色行為(如感情裸露、缺乏照顧異性的能力、體能不足、怯於殺敵等)，透過嘲弄的方式，予以排除，並藉此建構標準化的男性行為價值、鞏固遊戲敘事文本對於男性氣概的隱性期待。

最後，本文認為，「暴力」作為媒體研究長期以來的關注焦點之

一，它的意義建構，不應只是考量其暴力符碼的「外延義 (denotation)」(如「刀劍砍殺」的影像)所產生的相關效果(如反社會行為與攻擊性行為)；此種量化研究所產生研究結果，並無助於瞭解閱聽人 玩家對於暴力行動的意義詮釋過程。

暴力符碼，應重新將之視為一個空洞的符碼，放置在文本脈絡下定泊意義，在閱聽人 玩家的日常生活脈絡中給予詮釋。如同Hall (1980)所言，「內含義 (connotation)」才是意識型態鬥爭的場域。單純刀劍砍殺怪獸的暴力影像，社會大眾共同可以理解的外延義是攻擊行為；但是，在遊戲世界裏，它不只是遊戲世界裏的基本生存行動，它可能是救助伙伴、示意友善的表現，它亦可能是彰顯男性氣概的英雄意識。重新脈絡化暴力影像的意義，無論是從文本結構端的分析或是從閱聽人詮釋端的理解，都將有助於媒體暴力研究的拓展。

本文研究從「男性氣概」的角度出發，着重男性玩家與文本結構之間的對話，缺乏對於女性玩家以及遊戲對於女性結盟的討論；對於性別研究而言，此點是另一個值得進一步探索的遊戲文化現象，未來研究可持續觀察。此外，遊戲文化在數位遊戲不斷增長的同時，文本結構逐趨複雜且多元，「非攻擊性」的遊戲任務如探索地圖、買賣交易、公會互助合作等，逐漸增多，皆同時鼓勵玩家從事非競爭性的活動。此類活動，在本文擷取之數位遊戲文本框架之外，亦值得未來研究進一步探索。

註釋

- 1 資策會電子商務研究所(2003)調查顯示，「仙境傳說」是當時最主要的線上遊戲之一。
- 2 認知互動性，指個人與系統互動時，在心理、情緒及智力等方面的參與、反應，例如觀看小說時的想像性互動。功能互動性指個人與系統的物質介面的互動，如人機介面的互動。直接互動性則是指與遊戲「文本」的互動，例如選擇、隨機事件、動態模擬等，以及其他構成遊戲經驗的程式化過程，例如超文本小說的非線性連結。文化互動性則是只發生在單一系統外的互動，例如迷群社群的創造。(Salen & Zimmerman, 2004)
- 3 學術界對於遊戲文本的分析，一直處於遊戲學與敘事學之間的抗爭，兩者

戰火自 Murray (1997) 以傳統敘事學探索遊戲文本之後，就綿延至今，遊戲學者 Aarseth (2004) 甚至批評運用到遊戲研究的敘事主義與視覺主義，是一對「邪惡的雙胞胎 (the twin evils)」。兩方主要的批評論點，在於遊戲學派批評敘事學派，將傳統的敘事結構分析強加到遊戲文本之上，忽略遊戲文本的特質；而敘事學派則批評遊戲學派，只重視遊戲的規則系統，將遊戲純粹視為研究客體，忽略遊戲的社會文化脈絡。

- 4 根據資策會 2007 年的調查，網路使用者最常採用的網路娛樂服務為線上遊戲，而台灣地區線上遊戲市場佔有率以 MMORPG 佔 70%，居所有遊戲之冠。(資訊工業年鑑編纂小組，2008)
- 5 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 52,633 位玩家登入數。
- 6 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)、孫燕姿 (2003 年)、蕭亞軒 (2004 年至 2005 年) 與龔詩嘉 (2005 年至 2007 年)。
- 7 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)，但衣着、身體曲線與特徵和角色設定圖一致。
- 8 「蘿莉」一詞，源自於日本漫畫界，用來指涉可以作為性慾對象的小女孩角色，例如穿着小學生制服、但擁有豐滿身材與性感眼神的女孩。被視為是戀童癖所喜好的理想女性客體。
- 9 初心者在遊戲世界的行話中，指剛進入遊戲的新手。

參考文獻

- Hollander, A. (1997)。《時裝·性·男女》(楊慧中、林芳瑜譯)。台北：聯經。
(原書 Hollander, A. [1994]. *Sex and suit*. New York: Knopf.)
- 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。
- 李美枝 (1984)。〈性別角色與兩性差異〉。吳靜吉 (編)，《心理學》(頁 561-578)。台北：國立空中大學。
- 阿龍·葛瑞奇 (2001)。《這就是男人》(張美惠譯)。台北：張老師文化。(原書 Gratch, A. [2001]. *If men could talk: Here's what they'd say*. Boston: Little, Brown.)

- 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。
- 肯尼斯·克拉特鮑(2003)。《男性氣概的當代觀點》(劉建台、林宗德譯)。台北：女書文化。(原書 Clatterbaugh, K. [1997]. *Contemporary perspectives on masculinity: Men, women, and politics in modern society*. Boulder: Westview Press.)
- 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》，第12期，頁47-50。
- 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》，第3卷第2期，頁133-159。
- 張玉佩(2009)。〈遊戲、人生：從線上遊戲玩家探討網路世界與日常生活的結合〉。《新聞學研究》，第98期，頁1-45。
- 張玉佩、呂育璋(2006)。〈網路促進女性解放的可能？從線上遊戲談起〉。《中華傳播學刊》，第9期，頁113-150。
- 雪兒·海蒂(1995)。《海蒂報告：男性氣概》(林瑞廷譯)。台北：張老師文化。(原書 Hite, S. [1981]. *The Hite report on male sexuality*. New York: Alfred A. Knopf.)
- 畢恆達(2000)。〈走入歧途的男性氣概養成過程〉。《兩性平等教育季刊》，第12期，頁44-46。
- 畢恆達(2003)。〈男性性別意識之形成〉。《應用心理研究》，第17期，頁51-84。
- 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。
- 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。
- 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。
- 資訊工業年鑑編纂小組(編)(2008)。《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。
- 黛安娜·巴巴利亞、莎莉·歐茨(1994)。《發展心理學》(黃慧真譯)。台北：桂冠。(原書 Papalia, D. E., & Olds, S. W. [1992]. *Human development*. New York: McGraw Hill.)

- 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。
- Aarseth, E. (2004). Genre trouble: Narrativism and the art of simulation. In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan, (Eds.), *First person: New media as story, performance and game* (pp. 45–56). Cambridge, MA: MIT Press.
- Anderson, C. A., & B. J. Bushman. (2001). Effects of violent games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science, 12* (5), 353–359.
- Anderson, C. A. (2004). An update on the effects of playing violent video games. *Journal of Adolescence, 27*, 113–122.
- 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.
- 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., & Zebroswitz, L. (1990). Facial appearance, gender, and credibility in television commercials. *Journal of nonverbal behavior, 14* (1), 51–60.
- Burke, K. (1962). *A grammar of motives and a rhetoric of motives*. Cleveland: The World publishing company.
- Cameron, D., & Carroll, J. (2004). The story so far...: The researcher as a player in game analysis. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy, 110*, 62–72.
- Caputi, J. (2002). Everyday pornography. In G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race, and class in the media: A text-reader* (pp. 434–450). London: Sage.
- Carr, D., & Burn, A. (2006). Defining game genres. In D. Carr, D. Buckingham, A. Burn & G. Schoot, *Computer games: Text, narrative and play* (pp. 14–29). Cambridge: Polity Press.
- Carr, D. (2006). Games and narrative. In D. Carr, D. Buckingham, A. Burn & G. Schoot, *Computer games: Text, narrative and play* (pp. 30–44). Cambridge: 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.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic world: The business and culture of online games*. Chicago: The university of Chicago press.
- Chatman, S. (1978). *Story and discourse, narrative structure in fiction and film*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

- Chory, R. M., & Cicchirillo, V. (2007). The relationship between video game play and trait verbal aggressiveness: an application of the general aggression model. *Communication Research Reports*, 24 (2), 113–119.
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Oxford: Blackwell.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. (2004). Globalization, imperialism, and masculinities. In M, Kimmel, J. Hearn & R. Connell (Eds.), *Handbook of studies on mens and masculinities* (pp. 71–89). London: Sage.
- Doohwang, L., & Robert, L. (2007). A socio-cognitive model of video game usage. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51 (4), 632–650.
- Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). *Game cultures: Computer games as new media*. Berkshire: Open University Press.
- Eastin, M. S. (2007). The Influence of competitive and cooperative group game play on state hostility. *Human Communication Research*, 33 (4), 450–466.
- Erica, S., & Ron, L. (2008). First-person shooters and the third-person effect. *Human Communication Research*, 34 (2), 210–233.
- Eskelinen, M. (2001). The gaming situation. In *Game studies: The international journal of computer game research*, 1 (1). Retrieved March 17, 2010 from <http://gamestudies.org/0101/eskelinen>
- Fisher, W. R. (1987). *Human communication narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia, SC: University of South Carolina Press.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London and New York: Routledge.
- Flannigan-Saint-Aubin, A. (1994). The male body and literary metaphors for masculinity. In M. Brod & M. Kaufman (Eds.), *Theorising masculinities* (pp. 239–258), London: Sage.
- Foss, S. A. (1989). *Rhetorical criticism: Exploration and practice*. Illinois: Waveland.
- 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.
- Grossman, D., & DeGaetano, G. (1999). *Stop teaching our kids to kill*. New York: Crown.
- Hanke, R. (1992). Redesigning men: Hegemonic masculinity in transition. In S. Craig (Ed.), *Men, masculinity, and the media* (pp. 185–198). London: Sage.
- Horrocks, R. (1995). *Male myths and icons: Masculinity in popular culture*. New York: St. Martin's Press.
- James D. I., & Sriram, K. (2007). The effects of technological advancement and violent content in video games on players' feelings of presence, involvement, physiological arousal, and aggression. *Journal of Communication*, 57 (3), 532–555.
- Jansz, J. (2005). The emotional appeal of violent video games for adolescent males.

- Communication Theory*, 15 (3): 215–241.
- Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional world*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Katz, J. (2002). Advertising and the construction of violent white masculinity: From Eminem to Clinique for men. In G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *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.
- Kaufman, M. (1998). The construction of masculinity and the traid of men's violence. In M. S. Kimmel & M. A. Messner (Eds.), *Men's lives* (pp. 4–17). Boston: Allyn & Bacon.
- Kirkland, E. (2005). Restless dreams in Silent Hill: Approaches to video game analysis. *Journal of Media Practice*, 6 (3), 167–178.
- Klimmt, C., Schmid, H., Nosper, A., Hartmann, T., & Vorderer, P. (2006). How players manage moral concerns to make video game violence enjoyable. *The European Journal of Communication Research*, 31 (3), 309–328.
- Lauwaert, M., Wachelder, J., & van de Walle, J. (2007). Frustrating desire: On repens and repositio, or the attractions and distractions of digital games. *Theory, Culture & Society*, 24 (1), 89–108.
- Macdonald, M. (1995). *Representing women: Myth of femininity in the popular media*. London: Edward Arnold.
- MacKinnon, K. (2003). *Representing men: Maleness and masculinity in the media*. New York: Oxford University Press.
- McArther, L., & Resko, B. (1975). The portrayal of men and women in American television commercials. *Journal of Social Psychology*, 97, 209–220.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Murray, J. H. (2006). Toward a cultural theory of gaming: Digital games and the co-evolution of media, mind, and culture. *Popular Communication*, 4 (3), 185–202.
- Rubin, L. (1985). *Just friends: The role of friendship in our lives*. New York: Harper & Row.
- Rybacki, K. & Rybacki, D. (1991). *Communication criticism: Approaches and genres*. Belmont, CL: 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*. London: The MIT Press.
- Schneider, E. S., Lang, A., Shin, M., & Bradley, S. D. (2004). Death with a story: How story impacts emotional, motivational, and physiological responses to first-person shooter video games. *Human Communication Research*, 30, 361–375.

- Sherry, J. L. (2001). The effects of violent video games on aggression: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 27 (3), 409–432.
- Smith, S. L. (2003). Popular video games: Quantifying the presentation of violence and its context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47 (1), 58–77.
- Smith, S. L., Lachlan, K., Pieper, K. M., Boyson, A. R., Wilson, B. J., Tamborini, R., & Weber, R. (2004). Brandishing guns in American media: Two studies examining how often and in what Context firearms appear on television and in popular Video Games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48 (4), 584–606.
- Smith, S. L., Lachlan, K. & Tamborini, R. (2003). Popular video games: Quantifying the presentation of violence and its context. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47, 58–76.
- Thompson, C. (2002). Violence and the political life of video games. In L. King (Ed.), *Game on: The history and culture of videogames* (pp. 22–32). London: Barbican.
- Wiegiers, Y. (1998). Male bodybuilding: The social construction of a masculine identity. *Journal of Popular Culture*. 32 (2), 147–161.
- Williams, D., & Skoric, M. (2005). Internet fantasy violence: A test of aggression in an online game. *Communication Monographs*, 72 (2), 217–233.

附件 1：訪談對象基礎資料整理表

代號	性別	年齡	教育程度	線上遊戲資歷	現階段之主要遊戲
M1	男	23	研究所	6年	CS
M2	男	21	大學	9年	完美世界
M3	男	17	高中	9年	飛飛
M4	男	22	大學	8年	魔獸世界
M5	男	21	大學	6年	搞鬼
M6	男	24	大學	7年	魔獸世界
M7	男	18	高中	7年	魔獸世界
M8	男	19	高中	9年	黑色陰謀
M9	男	24	研究所	3年	童話
M10	男	25	大學	4年	仙境傳說
M11	男	25	高中	4年	三國群英傳
M12	男	26	高中	5年	三國群英傳
M13	男	20	大學	4年	仙境傳說
M14	男	25	研究所	4年	神之領域
M15	男	25	大學	5年	仙境傳說
F1	女	21	大學	5年	楓之谷
F2	女	22	大學	6年	仙境傳說 魔獸世界
F3	女	21	大學	5年	魔獸世界
F4	女	23	大學	3年	魔獸世界
F5	女	20	專科	3年	仙境傳說