

在個人、社群與產業三構面下之遊戲模組玩家的行為意義

林應嘉

摘要

本文以數位遊戲模組玩家為研究中心，探討其模組之動機以及模組的意義和價值。主要研究目的在於勾勒模組玩家所處情境脈絡的多重面貌，以及這些因素如何與其模組經驗構連。透過文獻探討與深入訪談，得知國內模組玩家基本動機為獲得不同種類的愉悅感、滿足個人創作慾望、維護人際關係、獲取金錢和知識等。遊戲社群則是模組作者展示自我和獲得成就感的場域，也提供集體知識的累積和交換，是模組玩家的創作能量來源。雖然模組可能危害遊戲公司的權利，但在無法全面禁止與管制的情況下，遊戲產業儘可能地吸納模組活動，而進一步地將所有的遊玩商品化。

◎ 關鍵字：遊戲模組、外掛程式、玩家生產內容、參與文化、數位遊戲

◎ 本文作者林應嘉任職於輔仁大學影像傳播系，聯絡方式：069160@mail.fju.edu.tw。

◎ 本論文為國科會計畫「台灣地區遊戲者模組動機與實踐之探究」（NSC99-2410-H-030-062）之研究結果。作者在此感謝受訪者和兩位助理黃熙菡、凌誠佑的協助，以及兩位匿名評審的建議。

◎ 收稿日期：2013/06/07 接受日期：2013/08/21

The Motivations and Practices of Taiwanese Game Modders

Ying-Chia Lin

Abstract

The purpose of this paper is to explore the meanings of modding from the perspectives of game modders. There are three analytical categories used in the research: 1. modders' personal motivations and pleasure-seeking needs, 2. their relations to other players in the game communities and, 3. their relations to the game industry. Results of qualitative interviews indicate that, modders make mods to gain pleasures, to construct and maintain social relations and to get money and knowledge. Game community is the site where modders can express themselves, gain the sense of accomplishments and share collective knowledge. Despite there is possible copyright violation by game modders, the game industry still works to accommodate with the modding culture in order to further commodify gameplay and maximize profits.

⊙ Keywords: game modding, plug-ins, player-generated content, participatory culture, digital games

⊙ Ying-Chia Lin is Assistant professor in the Department of Communication Arts, Fu Jen Catholic University.

⊙ Received: 2013/06/07 Accepted: 2013/08/21

壹、研究背景

晚期資本主義彈性化的生產模式及大眾文化中對業餘媒介生產的宣揚，致使媒介內容生產者與消費者間的界線逐漸模糊，促成了「參與媒介文化」（participatory media culture）的興起（Jenkins, 2006b）。在參與媒介文化中，媒介使用者不再是消極地閱讀或觀賞媒介內容，而是可進一步地根據自身的需求，將媒介內容儲存、挪用或改寫，例如以既有的電影人物為藍本，延伸書寫成小說或外傳等。於此，媒介內容的消費者也是內容生產者，形成了所謂的「生產消費者」（prosumer, producer-consumer）（Herman, Coombe & Kaye, 2006; Lister, Dovey & Giddings, 2003）。與傳統媒介相比，數位媒介由於其特徵，如以數字運算為基礎的資訊處理方式、模組化（modularize）等，其內容更容易被再製、變更與重組（Manovich, 2000）。擁有相關科技知識與技能者，比之過往更能隨意地變更媒體中全部或部分的內容。顧名思義，「數位遊戲」乃是以數位科技為基礎，利用數字與程式計算設計而成的遊戲，因此也具備了數位媒體的特徵，內容的變更相對較為容易，因此有許多玩家開始動手更改遊戲，從遊戲中的顏色、人物、對話到難易程度，皆有「玩家作者」（player-authorship）（Poremba, 2003）進行不同程度的變更，而這些參與生產或變更遊戲內容的行為被統稱為「模組」（modding）¹。

創造模組本身涉及不同程度的電腦技能與知識，創建高階的模組需要原始程式碼，且需投注相當多人力與時間。此外，就現有法律而言玩家是無法販售或宣稱其著作財產權，甚至有可能觸犯遊戲公司的著財權。然而為何有如此多的遊戲玩家投身於模組？其動機為何？模組對於玩家本身又有些什麼樣的意義？模組又能幫玩家們達成什麼樣的目的？目前在國內外都有相當數量的模組玩家，顯然模組已經成為遊戲文化中重要的一環，對遊戲模組的研究可促進對於遊戲玩家、社群與產業的瞭解，是研究

1 「Modding」一字是從英文的modification而來，意謂「（部分地）更改、修改」。而進行「modding」的玩家被稱為「modders」，由模組玩家所製作的軟體則統稱為「mods」。國內遊戲專有名詞多半移植自國外，早期遊戲社群成員以音譯方式將「modding」譯為「模組」。在此必須澄清的是，此「遊戲模組」（game modding）和另外一個常用的「模組」（module）意義完全不同，後者指得是將組織或結構分成不同的組件。在本文中根據遊戲社群的慣用法，將「modders」稱為「模組玩家」或「模組作者」。

遊戲文化不可忽略的一部份。然而目前對此一現象探討的研究卻相對闕如，因此本文主要的目的之一即希望能填補此一研究缺口，對遊戲玩家的模組動機、經驗和意義提出初探性研究。

貳、遊戲模組簡介

遊戲模組泛指玩家對遊戲所做部分或完全地更改變動，通常透過修改遊戲內部程式碼、參數或是外加程式達成，有時透過硬體更動，如外加晶片等。模組被視為數位遊戲中重要的媒介參與方式之一。Herman 等人（2006, p.194）便指出，在數位遊戲中至少有四種利用其科技特色而產生的媒介參與模式：一、利用遊戲中所提供的資源在遊戲中創造出新的角色、物件或空間；二、將其他媒體的形式或內容重現在數位遊戲當中；三、利用遊戲開發者所提供的軟體設計引擎（engines）或原始碼（source code）創造另一個新遊戲；四、後設遊戲（meta-gaming）：例如在網路或虛擬社群中建立或散佈遊戲模組、批次檔和遊戲破解秘笈等。

目前在數位遊戲中常見的模組種類包括了「外掛程式」、「插件」、「臉皮」和「批次檔」、「地圖」等。但在此必須特別說明的是，這些名稱的使用和功能有時相互重疊，例如在國內「機器人程式」就常以「外掛」統稱之。茲將常用的模組名稱及功能整理列表如下：

表一：數位遊戲常見模組與功能

名稱	主要功能與說明
外掛、插件 (add-ons, plug-ins)	外加在遊戲上的程式，其功能和種類繁多。通常是使遊戲變得容易，例如：變更或增加角色能力、積分，新增武器、交通工具等物件，或獲取遊戲的捷徑、改變遊戲介面等。
皮膚或臉皮 (skins)	改變物件或人物外表顏色或質地的檔案。
批次檔、補丁 (patches)	修補程式中的錯誤，更新遊戲或提升遊戲的功能。
地圖 (map)	地圖為遊戲中的虛擬場景，可透過遊戲所提供之地圖編輯器 (map editor) 完成。地圖編輯器必須和特定的遊戲引擎搭配，可讓玩家設計新地圖、任務，甚至新物件。

機器人程式 (bot)	具有人工智慧的自動功能，可在無人控制的情況下自動操作遊戲角色，幫助玩家節省時間練級數。
全遊戲更改 (total conversion)	利用遊戲引擎或原始碼，製作新的遊戲。例如將單人射擊遊戲變更為日本武士格鬥遊戲。

遊戲模組歷史悠久，遊戲本身的發明即是工程師的業餘創作，因此早在1980年代即有玩家進行遊戲模組，而到1990年代後，模組透過網路快速散布（Egenfeldt-Nielsen, Smith & Tosca, 2008）。在當時此類程式多半由玩家自行開發，但隨著模組逐漸流行，遊戲公司也提供了相關工具，例如將掌控遊戲運作的程式（遊戲引擎）與外在視聽呈現（人物顏色、聲音等）的程式分開，開放遊戲中原始碼，及在遊戲中增設開發工具或地圖編輯器等。

每個遊戲公司對於模組的看法有所不同，部分公司以捍衛著作財產權及維護遊戲平衡，不鼓勵玩家進行模組。然而越來越多公司試圖吸納此種遊戲方式以從中獲利，模組已成為某些遊戲公司重要的商業實踐（Kücklich, 2005; Moshirnia & Walker, 2007）。尤其是遊戲引擎的開發成本甚高，可視為重要資產，而利用既有引擎開發新遊戲可節省可觀成本。其中最經典的例子莫過於單人射擊遊戲《雷神之鎚》（Quake）、《顫慄時空》（Half-Life）與《絕對武力》（Counter-Strike）等三款遊戲間的關連。《顫慄時空》是根據《雷神之鎚》的原始碼所設計的，而《絕對武力》又是根據《顫慄時空》所開發的。這兩個由模組玩家所開發的遊戲後來都被遊戲公司包裝販售且大受歡迎，甚至開發者也被網羅至遊戲產業工作（Barret, 2005; Kücklich, 2005）。對擁有《顫慄時空》的Valve公司而言，模組不僅可省錢，還可以獲得新的創意及遊戲社群的認同。而今雖然模組經驗非每個玩家皆有，但已成為遊戲文化中重要的一部份，代表著玩家另一種消費文本、與文本互動的方式。

參、模組脈絡：玩家愉悅、遊戲社群與產業

由於本研究主要目的在於深入理解遊戲玩家創作模組動機及其對玩家的意義與價值，因此採取質化的詮釋取徑。根據詮釋學派基本觀點，人對世界的認識來自於其

與外在世界以及他人的互動過程與結果（Miller, 2004），據此，其所在的社群與社會提供了意義來源，並成為行動的基礎，但此一意義非固定而是可能是變動的。研究者的目的並非尋找科學式的不變真理或因果關係，而是試圖瞭解產生行為意義的過程，而實際的意義更必須以行動者（被研究者）的解釋為解釋（翁秀琪，1999）。對於詮釋學者而言，欲瞭解媒體使用者或閱聽人，必須考慮脈絡因素，也就是媒體使用者對於所處情境的解讀，以及根據此解讀與環境中人、事、物的回應與互動。模組是因數位遊戲產生的，是交錯於遊戲、玩家與產業等多方影響下的產物，是廣泛遊戲文化中的一項實踐，其意義和實踐方式既受到既有遊戲文化的影響，也受到外在物質條件，例如媒介特質與產業結構的型塑。正如Kow與Nardi（2010, p.39）所言，「創意從未單獨存在或遠離它所在的層層基礎上，而是持續地與其所在的時空中的挑戰及複雜性對話」。因此以下將針對遊戲規則與玩家愉悅、社群及產業等與模組間的連結作一闡述。

一、規則與規則之外：遊戲愉悅與模組

幾乎自有人類以來，就有尋求愉悅感的遊玩（play）。隨著人類社會的發展，單純的遊玩被進一步地具體化成有特定規則的遊戲（game）（Caillois, 1959/2006）。規則是遊戲的基礎，遊戲是在有明確規則下進行的系統（Juu, 2005; Salen & Zimmerman, 2004）。即使遊戲（包含各種賽事）演變至今已具備各種社會與文化功能，但對玩家而言，最基本與主要的目的仍是尋求愉悅感。

有關遊戲愉悅感的相關研究不少，多數研究以問卷或訪談結果整理出愉悅類型。例如，Yee（2006b）研究中指出，大部分玩家進行線上遊戲的動機有三大類，第一類為「成就感」，這其中包含了因遊戲而產生能力的進步、累積、挑戰他人及宰制等。第二類為「社交」，包括了交友、聊天陪伴、情感支持、團隊合作等。第三類為「沉浸感」（immersion），包含探索、角色扮演、幻想、放鬆、逃避現實等。Moshirnia和Walker（2007）也將遊戲的動機分為三項：（一）愉悅感：產生自幻想、操控感、創造、社會互動、媒體沉浸感（immersion）以及可對系統產生影響的快感；（二）慾望：包括好奇心、解決問題的慾望、競爭和逃避；（三）遊戲刺激感：來自遊戲中的

新發現、衝突、懸疑、學習和意外。張玉佩（2011）整理相關理論文獻後，將遊戲愉悅感分為四種：控制性愉悅、社交性愉悅、敘事性愉悅與展現性愉悅。

綜合以上，玩家的主要樂趣來源之一為遊戲提供的操控感，而操控性則與遊戲規則所容許的自由度有關。Kerr（2006）指出遊戲的自由度也界定和區分了不同的遊戲模式和類型，例如，大型線上遊戲（Massively multiplayer online game，簡稱MMOG）的樂趣主要為操控感、空間探索、團隊合作和社交等，解謎遊戲則無法提供太多的社交和身份展演的樂趣。然而遊戲的玩法有很多種，遊戲愉悅不一定僅來自遵守遊戲規則。Marshall（2002）認為，遊戲規則是可以被玩家推翻和重新建構的，因此對某些人而言，樂趣並非來自遵守遊戲規則，而是從中找到轉換與顛覆規則的方式，獲得控制和展演的樂趣。

因此，當玩家採取表面上遵守、暗地裡不遵守遊戲規則，也就構成「作弊、偷步」行爲（Consalvo, 2007）。各類的作弊行爲代表玩家以自由、不受約束的方式和遊戲文本互動。作弊的方式有很多種，常見的方式包含：利用商業出版或網路上的破解秘笈幫忙過關；以特殊軟體增強玩家的能力；或是解除一些遊戲限制，讓玩家「不死」；以及使用硬體晶片改機，讓玩家可以解開被鎖住的關卡，不需破關就能前進。這些都可讓玩家不需以特定方式進行遊戲，挑戰了遊戲開發者所設定的「從優解讀」（preferred reading），重新定義了遊戲經驗和遊戲界線的主宰權（Consalvo, 2007）。林鶴玲（2011，頁23）也認為遊戲攻略的使用，並非只是找到標準答案一路抄下去的作弊，而是主動調控資訊以將遊戲樂趣最大化的行爲。作弊提供了刺激與掌控的愉悅感、成就感，以及自我展演的機會。

玩家對遊戲的掌控性樂趣亦不受限在原有遊戲本身，還可利用既有的遊戲內容、故事或程式碼創造新的或新舊混雜的內容，可視為數位文化中的「文本盜獵」（textual poaching）。「文本盜獵」一詞是de Certeau（1984）用來形容文化消費者（閱聽人）對既有文本進行另類解讀並加以挪用，從而創造出新的文本。例如，以某部電影的故事或人物藍本，自行創作小說。文本盜獵者拒絕作為被動的消費者，他們根據自身經驗、想像與所擁有的資源，主動地對原始文本挪用、裁剪、新增或改寫（Jenkins, 1988）。De Certeau（1984, p.174-175）形容在這樣的過程中，「讀者就是旅行者，他們穿越屬於他人的土地，就像游牧民族沿路盜獵不屬於他們的領域，掠奪

埃及的財富供自己享用」。閱讀就像一連串的「前進和撤退，是和文本玩的戰術和遊戲」。

閱讀如遊戲一般，在文本中創造屬於自我的樂趣。而數位遊戲也如閱讀，玩家穿梭數位文本之中，解讀遊戲做出回應。Raessens（2005）便認為遊戲的「參與」包括了詮釋（interpretation）、重組（reconfiguration）和建構（construction）三個面向。玩家不僅需要詮釋遊戲中的符號、象徵和對話等，更需要瞭解遊戲規則，選擇路徑和採取行動。而藉由控制遊戲中的人物、物件或遊戲控制器，玩家可探索不同的路徑和遊戲空間，並因此得以創造一個故事線（或敘事），遊戲空間也在此過程中不斷地被重組。從Raessens的分析可知，數位遊戲和閱讀相似之處：讀者和玩家皆在符號與文字組成的空間中穿梭。遊戲文本具有高度的流動性，由可拆解的內容組成，故事（如果有的話）更為鬆散。這樣的文本特質，更給予了遊戲玩家「盜獵」的空間，模組也就如同「和（遊戲）文本玩的遊戲」。與「文本盜獵」有關的研究（Jenkins，1988）指出，文本盜獵代表著閱聽人的能動性，可使他們在主流宰制的媒體文本中尋求另類詮釋的樂趣，甚至獲得群體認同和歸屬感。換言之，文本盜獵是閱聽人或讀者，發揮創意力與自我實現的重要方式。

駭客文化（hacker，或譯「黑客」）也是形塑遊戲玩家創作精神的重要因素。一般大眾文化多半將駭客描述成非法入侵、破壞他人電腦系統的人。然而駭客的原始意義指的是學有專精的電腦高手，駭客的行為是「為了真實的樂趣而進行風格化的技術創新」（Haddon, 1988，引自Coleman & Dyer-Withford, 2007, p.936）。駭客的倫理包括了「讓資訊自由/免費」、「使用知識創造更新又有趣的東西」（Levy, 1984），以及「熱情與自由，社會價值與開放性活動與關懷和創造性」（Himanen, 2001 / 劉瓊云譯，2002）。由此可知，駭客文化強調的是自由、有趣的創作以及免費分享的觀念。電腦遊戲本身的出現和駭客文化有直接的關係，最早的遊戲即是電腦工程師在閒暇時利用手邊電腦資源進行未授權實驗下的產物。因此在遊戲文化中鑲嵌著駭客文化，由玩家自己動手製作或更改遊戲，並且開放分享給他人的觀念由來已久，遊戲也被認為是持續集體創作的素材，而非專屬的財產（Coleman & Dyer-Withford, 2007）。

綜合以上，玩家獲得愉悅感的方式不僅限於在遊戲所設定的規則與機制之中，透過「作弊」與「文本盜獵」等方式，在遊戲與遊戲規則之外，皆可能提供操控感、展

演、自我實現等愉悅，甚至產生不同的意義。而駭客文化的精神也已鑲嵌於遊戲文化之中，對於遊戲玩家而言，改機、破解遊戲或將遊戲作為創作素材，並且以開放的方式與他人分享創作成品，更是常見的日常實踐，這些都將形塑玩家對模組行為的詮釋意義。

二、人際關係、社交網絡與模組

玩家會因遊戲而與其他玩家形成人際關係，例如，結伴玩相同的遊戲，或彼此交換遊戲心得和資訊。這樣的人際關係有不同的形式，有些鬆散和短暫，而另外一些則緊密而長久，甚至可形成社群。遊戲社群可包含兩大類：第一類是線上遊戲中玩家所組成的社群，也就是遊戲中的社群（in-game community），其範圍小自數個玩家形成的小團體、大至多人組成的血盟、公會等組織；第二類為遊戲之外由玩家所組成的友誼或人際團體，這類社群可以存在於虛擬空間如討論版，或實體空間如辦公室、網咖等，或兩者兼具。遊戲中的社群與遊戲外的社群也可能相互重疊，例如，某些在同款線上遊戲中共同作戰的玩家，也可能在日常生活中相約外出，或在其他討論版上一起發表言論。遊戲社群可提供社交網絡與支援系統，以及提供遊戲知識的來源，這兩項功能都對玩家是否能勝任某項遊戲有重要的影響。

研究線上遊戲的Taylor（2006）指出，由於網路遊戲具有高度的社交特性，因此玩家有建立社交網絡的必要性，如果玩家沒有足夠的社交支援，很難在遊戲中立足。新手玩家在剛進入遊戲世界時，如果沒有老手或同伴的支援，在網路遊戲的架構設計下，通常無法立即上手，角色也無法快速升級，甚至容易造成角色的死亡。她並指出網路遊戲中三個與社交資源和社群相關的要素：聲譽、信任和責任。「聲譽」是玩家是否可成功的重要因素，因為長期而言，玩家需要藉由好名聲來使自己進入固定的團隊或是獲得交換良好裝備的機會。在需要高度合作才能晉級的網路遊戲中，玩家間還必須有高度的信任感，才能完成複雜的攻城或任務。而在線上社群（公會或血盟）中，強烈的責任感也是凝聚團隊的要素。當組織召喚玩家參與攻城或任務時，玩家必須將個人正在進行的事放在一旁，立即加入戰鬥。

由於名聲、信任和責任感的培養，往往非一朝一夕。因此有相當多的玩家將真

實世界的人際關係延伸到線上遊戲中，他們和同事或友人相約玩遊戲，也因此增強了既有的人際關係。Williams 等人（2006）即以「魔獸世界」中的公會組織為例，發現在個人層次上，遊戲中的公會（社群）具有強化真實世界社交網絡的功能。因此，Steinkuehler 和 Williams（2006）認為，線上遊戲可說是介於工作與家庭之間提供非正式社交的「第三空間」。

遊戲社群也是提供知識和資源的重要來源，不論是破關秘笈、模組包、遊戲資訊，或是疑難雜症的解答。而提供這些資訊的玩家，有機會成為團體中的專家，可擁有聲譽以及隨之而來的社交資源。綜合上述，在遊戲社群中玩家可建立聲望、進行人際互動，並且在某些情形下透過信任與責任感形成群體認同，獲取遊戲相關知識，這些都將有助於遊戲資本的獲得和累積。

Consalvo（2007, p.4）借用布狄厄文化資本的概念，將遊戲資本定義為「一個由偏好和可支配資產組成的系統，用以區分階級」。換言之，遊戲資本像是某種「貨幣」（currency），讓玩家具有優勢，可用來區分自己與其他人的階級，使其成為更好、更強或更特殊的玩家階級。不過Consalvo認為遊戲資本極具彈性，會隨著時間、玩家和遊戲而不同。遊戲資本的來源相當多樣化，不僅來自遊戲中的經驗，也可從各類、網站及商業出版品中的知識獲得，甚至作弊模組。

使用作弊模組和成為社群成員兩件事，雖然都對累積遊戲資本有助益，但卻不一定能同時發生。使用作弊模組固然可以使玩家變得更強，累積個人遊戲資本，但另一方面也可能對遊戲社群造成衝擊，使玩家間產生衝突，減損個人聲望與信任度。根據Egenfeldt-Nielsen 等人（2008, p.155）所引用的一項調查中指出，41%的玩家經常或總是覺得因其他玩家使用作弊外掛或PK（玩家殺玩家）而感到困擾。因此，考量遊戲社群對玩家的重要性，遊戲社群中的規範對於模組建立的動機和方式是否有所影響？模組玩家又如何評估所屬社群對使用模組或外掛的看法？

三、遊戲產業與模組

遊戲場域中形塑遊戲文化的不僅有玩家，遊戲產業也在其中扮演重要的角色。數位遊戲作為一種產品，其內容與設計受到生產者（遊戲產業）的影響，玩家與遊戲互

動的基本方式受限於遊戲產業所設定。然而，如前所述，玩家本身的能動性使其與遊戲的互動方式多樣化，不再侷限於遊戲本身規則設定，使遊戲玩家與遊戲產業的關係不再是單向關係。

雖然玩遊戲（gameplay）的本質是尋求樂趣、作為勞動工作之外的休閒，然而現今許多遊戲中往往需要建立物件或塑造人物，也常設計了需要高度投入才能完成的任務，令玩家不得不花費許多時間在遊戲上，使玩遊戲與勞動的界線更加模糊，成為「有樂趣的勞動」（labor of fun）（Yee, 2006a）。此種將遊戲勞動化的情形更展現在遊戲產業對於玩家創作的吸納上，尤其是將遊戲玩家創建的模組吸收成為可販售的商品，玩家成了 Kücklich（2005）口中的無償「玩家勞工」或「玩工」（player-labour, playbour）。Nieborg 和 van der Graaf（2008）以知名遊戲公司 Valve 為例，說明遊戲產業吸收模組玩家的策略包括：（一）主動開放遊戲引擎與相關程式碼，提供有關的軟體開發工具組；（二）公開比賽，招募模組；（三）與模組玩家的社群保持高度互動，參與其活動等；（四）在論述上則把模組定位為遊戲的一部份或是遊戲的延伸。而由於「絕對武力」的成功，該公司也的確因此吸引了許多懷有成功夢想的模組玩家前仆後繼地投入模組開發，模組似乎是對遊戲玩家和遊戲公司雙贏互利的作法。

然而對玩家而言，雖然有機會更改遊戲內容，但在現行的法律下，遊戲公司依舊掌控了遊戲的核心程式（遊戲引擎）的所有權。未經授權利用遊戲引擎創建模組，在法律上已然侵害遊戲公司的著財權。許多遊戲公司在使用者授權條約中即明文聲明，一旦使用該原始碼或遊戲所提供的工具組建立模組，即同意將版權歸遊戲公司所有，不能有任何商業行為。因此不論模組玩家付出的努力有多少，對所製作的模組並沒有實際的著財權（Kücklich, 2005），也不能出售模組獲得金錢回饋。在此情形下，不免產生遊戲公司與模組玩家權益上的衝突。Postigo（2008）便認為在現行的著作權規定下，模組玩家與遊戲公司在此事上的爭議將阻撓了彼此互惠互利的機會，也會削弱玩家參與模組的動力。

不過侵權問題引發的衝突情形仍視遊戲公司與玩家間的協商而定，Unger（2012）即指出，雖然表面上有法律作為保障，實際上遊戲產業幾乎是無法也不可能控制現有的模組文化，僅能以部分壓制或收編的方式應對。其原因在於遊戲模組玩家人數眾多，且許多模組以集體創作的方式在網路上進行，難以進行訴訟或追蹤。模

組既可增加遊戲玩家的忠誠度，過度壓抑反而得罪廣大玩家社群。因此如同 Sotamaa (2007) 所認為，遊戲產業與玩家的關係有多層次與複雜的關係，常視遊戲類型與情境而定。他認為在現今遊戲商品化 (commodified play) 的年代，玩家和遊戲公司的關係是隨著情境不斷地變動，協商與折衷彼此的利益。從樂觀的角度看來，玩家可展現其創造力，甚至有反抗的空間。但從較為悲觀的角度則可以說，遊戲產業對新創意的投資更為保守，轉而依賴玩家的創造力。

以上文獻以國外 (美國為主) 的模組玩家及社群作為研究的對象，不一定能完全適用於瞭解國內模組玩家與其外在脈絡關係。首先，在遊戲類型和規模上，美國數位遊戲產業側重製作團隊與成本龐大的遊戲類型，台灣則因為產業特色、地理環境、政策等因素側重線上遊戲，尤其是以角色扮演型遊戲為主 (張玉佩, 2012)。由於線上角色扮演遊戲的特質 (開放網路系統)，適用於封閉系統 (單機或即時戰略遊戲) 的地圖編輯器，便幾乎不見於國內自製遊戲中，國內公司自然也少有如上述 Valve 公司吸收模組玩家的策略，也不太可能主動開放程式碼。再者，國內網路遊戲的免費機制，使許多玩家抱怨寶物更難取得、導致作弊行為增加，會影響玩家間公平性與遊戲品質 (Lin & Sun, 2011)。這些非善意的模組或外掛程式很可能造成遊戲玩家間的衝突，然而玩家社群集結與衝突協商的方式，也可能會因文化而不同，因此有必要進行遊戲模組的在地化研究。

肆、研究問題與方法

一、研究問題

本文主要的研究目的在於勾勒模組玩家所處情境或脈絡的多重面貌，以及這些多重因素與模組經驗構連的方式和意義產生的過程。因此根據以上的問題意識，以三個分析範疇討論之：個人層次、社群社交與玩家和產業的關係，從而發展出以下三個主要的研究問題：

- (一) 玩家個人創作模組的動機以及模組對玩家的意義為何？
- (二) 遊戲社群中的人際關係、社群規範等與玩家創作模組的動機與行為意義有何關

連或影響？

(三) 從玩家角度而言，遊戲產業對模組的策略、方式與其模組的動機與行為意義有何關連或影響？

二、研究方法與分析步驟

本研究的資料蒐集以半結構式的深度訪談法為主，亦即根據研究問題發展出數個訪談問題大綱，而在訪談中根據受訪者回答進行更進一步的提問。本研究共計訪問了十七位曾創作模組的玩家。受訪者主要透過網路招募，由研究助理人員在PTT討論版及相關論壇上刊登訊息。因本文為初探型研究，因而此次招募並未在事前限定模組方式或模組種類，僅以說明模組定義方式（曾製作或修改過遊戲）於網路公開招募，對招募訊息有疑問者另以網路訊息、郵件或電話進一步說明。此外，另有兩位受訪者是透過人際關係招募。訪談主要採取面對面方式，但有兩位受訪者因地處較遠之縣市，改以線上視訊通話軟體Skype進行訪談。所有訪談除現場筆記外並進行錄音後轉為逐字稿，之後將逐字稿匯入質性分析軟體Nvivo10進行編碼、分析等步驟。每次訪談時間約在1至1.5小時之間。訪談進行期間在2011年一月至2011年六月間。

在招募到的受訪者中，以性別而言，僅有一位女性。受訪者的年齡分佈在20至35歲之間。就職業而言，數量最多者為學生，其餘有六位為上班族，而其中有兩位本身即從事遊戲產業。此外，雖然製作模組不一定需要電腦資訊的專業教育背景，但此次招募到的受訪者多半擁有相關科系背景。

訪談對象所製作的模組類型主要有三類，第一類為外掛程式，通常為線上角色扮演類遊戲所用。其中常見的又可分外掛（作弊）及介面更改。外掛（作弊）的功能包括了幫玩家自動練功、補血、使移動和攻擊速度變快、盜取他人裝備、寶物和帳號等。介面更改則是單純在玩家端改變介面或角色人物的外觀，並不會影響到角色本身能力，在其他玩家看來外貌也不會有改變，只有玩家自己看得到。使用網遊外掛的受訪者多半會同時使用多種不同功能的外掛。第二類則為使用內建的地圖編輯器或工具組，最常見的是利用即時戰略遊戲《星海爭霸》、《魔獸爭霸》、《世紀帝國》等遊戲中的地圖編輯器。受訪玩家不僅用地圖編輯器來建立「地圖」（也就是新場景），

也用於創作新物件甚至新遊戲。第三類則是以遊戲的原始碼（遊戲引擎）來編寫新腳本、角色與對話內容等，通常是已遭到破解、歷史較久的單機版遊戲，如早期三國系列或任天堂遊戲。下列表二為受訪者的基本資料以及主要模組方式：

表二

代號	年齡	性別	職業類別/科系	主要模組方式
A	30	男	廣告傳播	網遊外掛
B	26	男	學生 / 資訊工程	網遊外掛
C	22	男	學生 / 資訊管理	網遊外掛
D	21	男	學生 / 資訊工程	網遊外掛、私服
E	22	男	服役中 / 資訊工程	網遊外掛
F	21	女	學生 / 資訊管理	網遊外掛
G	22	男	服役中 / 土木	網遊外掛
H	32	男	上班族	以原始碼寫新腳本
I	29	男	法務人員	以原始碼寫新腳本
J	21	男	學生 / 資訊管理	製作場景（地圖編輯器）
K	23	男	求職中 / 資訊工程	製作場景、製作小遊戲（地圖編輯器）
L	24	男	學生 / 資訊傳播	製作場景（地圖編輯器）
M	30	男	遊戲軟體工程師	網遊外掛製作物件、修改角色（地圖編輯器）
O	26	男	銀行業 / 具資工背景	製作小遊戲（地圖編輯器）
P	20	男	學生 / 無資工背景	製作場景（地圖編輯器）
Q	30	男	遊戲企劃	網遊外掛；製作場景、遊戲腳本設計、（地圖編輯器）
R	30	男	自營店 / 無資工背景	製作場景、物件（地圖編輯器）

伍、研究發現

一、模組動機及對玩家的意義

根據此次訪談結果，對國內玩家個人而言，有四種基本的模組動機和意義：獲得愉悅感、建立或維護人際關係、獲得金錢與獲得知識，以下將分別說明。

（一）獲得愉悅感

在模組中獲取愉悅感是大部分受訪者所提及的最基本動機，玩家們通常用「爽」、「成就感」來形容模組創作的動機和感受。但仔細分辨這些愉悅感又可分為四類。首先，模組可提供「操控愉悅與優越感」。線上遊戲中雖然玩家無法改變遊戲世界，但外掛可令其不用遵守遊戲規則，享有操控自由或超越他人的優越感。受訪者A直言「可以挑戰遊戲公司」是其樂趣之來源。受訪者R以「有一種神的感覺」來形容可以任意操控遊戲中的種種設定。受訪者D認為雖然同樣是花費時間，將精力耗在模組和練等級上的感受相當不同：

今天有一隻怪物等級1，那我隨便一敲就死，那另外有一隻等級99的怪物，我要打很久甚至我可能被他打死這樣子，那我今天透過修改，那我今天等級1的怪物也是一樣一擊必殺，那等級99的也是一擊必殺，那我覺得我從中間就是得到一些……嗯……爽快的感覺。就覺得那種怪物其實沒有什麼，可是別人打得要死，我只要一拳就把他打死這樣子，會比較……會比較有優越感。（受訪者D）

第二類則是「自我實踐」愉悅感，也就是透過模組實踐其創意或特定的目的，包括了對遊戲的想像以及自我身份的標示等。Moshirnia 與 Walker（2007）在有關「文明帝國四」（Civilization IV）的模組研究中發現，玩家會將他們個人偏好、信仰與政治理念等在模組中呈現，作者將其稱之為「數位存在主義」（digital existentialism）的展現。Postigo（2007）也發現，玩家們會採用對本身有特殊意義的符號或象徵。此次受訪者多半是以日常生活作為出發點，將含有本地特色或日常經驗的內容融入遊戲中，例如，受訪者I表示會將認識的朋友當作創作遊戲故事的題材。其他還有如將國內球員的外貌做成「臉皮」模組，安裝在以美國職棒為背景的遊戲中，取代其中的美國球員，或以台北捷運為背景製作射擊遊戲場景等。這些製作地圖或單機遊戲的受訪者常表示自己是某遊戲的迷，他們想要透過模組實踐自己對該遊戲的計畫。如受訪者M所說：

我想大部分喜歡做遊戲的……甚至喜歡玩遊戲的人都一定有想過，如果什麼東西我能夠做，我也可以做，我也想做，那編輯器這東西提供一個這樣的環境，能夠把自己idea弄出來，這個是我一個很大的一個動力。（受訪者M）

第三類則是「展示和公開認同」的愉悅感。大部分的模組玩家都會將自製遊戲或地圖上傳網路，分享在遊戲玩家聚集的虛擬社群，藉此獲得公開認同的成就感。受訪者E認為做外掛可以「對朋友炫耀」，受訪者F認為可以在朋友稱讚時「滿足虛榮心」。

然後每次放圖就是一傳上去，我就開始在那邊看，看那個下載數，然後一直跳一直跳，跳一千，跳兩千，然後不只下載，還會有人回文說，會有人說要再繼續加油，就一篇、兩篇、三篇，你在那邊看半個小時，那個其實很……當你自己一個人做辛苦了三、五個小時，做那樣子的修改，被那樣肯定過後，你會覺得那些花的時間是值得的……如果你的圖沒有人玩，你自己是享受不到最後的樂趣，所以往往來說我說，modder的樂趣是來自於人群。（受訪者Q）

最後，玩家藉由更改介面（變身檔）可獲得「視覺愉悅感」。由於介面更改的難度較低，網路上也有現成圖檔等豐富資源，對於不滿原先介面設計的玩家而言，此類模組較容易著手。

像變身檔有些數據像我們真的在做的時候，大概就是，就有一些就是純粹為了外觀開心爽度問題，……譬如在裡面大家最喜歡變身的是死亡騎士的檔案，那我覺得死亡騎士很酷，可是我的等級沒有到那邊，這個時候我就可以經由我這個變身檔案來去改成死亡騎士，……就是說一個爽度問題。（受訪者B）

（二）建立或維護人際關係

部分受訪者表示創作模組的初衷來自於和他人的連結，模組是他們做為維繫社

交關係和獲取同儕認同的工具。如前所述，網路遊戲主要的樂趣之一來自社交，而要在網路遊戲中存活或成功也必須維持好的人際關係。模組或外掛成爲一項「虛擬禮物」，用來強化玩家與他人的連結，並在此過程中提高自己的地位。此外，將外掛贈與同一血盟的盟友，還可增進群體的戰鬥力，利人又利己。受訪者B是資工系學生，擁有比別人更多的程式能力，因此當朋友請求時，喜歡社交的他就答應：「我開始做外掛是因爲朋友叫我做的。」受訪者N也基於維護友誼而開始模組：

我並不是說我想要、特別想要做一個遊戲，所以我去做一個遊戲，嗯，好像出發點不能這樣講，應該出發點是說我只想跟老朋友之間的那種……的一個分享就對了（笑），跟老朋友一起聯絡感情，換一個不一樣的……遊戲方式，然後只是侷限在跟老朋友之間。（受訪者N）

（三）獲得金錢

雖然多數業餘玩家把創作模組當作興趣，不求任何金錢的回報，但有許多模組仍可以讓玩家獲取實際的金錢回饋，尤其是網路遊戲所用的外掛，甚至成爲一個地下產業。其獲利的模式有：1. 販售外掛，向使用玩家收取月費；2. 以外掛增強角色能力，再以販賣贏取的裝備和虛擬貨幣獲利；3. 架設私人伺服器，也就是盜取正版網路遊戲伺服器的程式原始碼，利用其架設（非正式）伺服器，吸引玩家前來從中獲利。而本研究受訪者幾乎皆爲業餘模組玩家，不以營利爲主要目的，但也多少曾因外掛而獲得金錢回饋，最常見的是販賣所擁有的裝備或寶物。而受訪者D曾經協助架設私人伺服器，也曾利用遊戲中的程式錯誤複製或提升自己的裝備後轉售，因而賺了不少的零用錢。國外先前有玩家將所創作的模組與遊戲公司合作發行而獲利，但受訪者認爲在國內鮮少有類似的例子。

（四）獲得知識與經驗

超過一半的受訪者爲具有相關科系背景的學生或上班族，他們表示製作模組可協

助其獲得程式寫作方面的技術和經驗的成長，是兼顧興趣與增加專業知識的好方式。

那我學到這些規格我會比較……我會處理這東西之後，我之後出去工作，遇到類似的東西我會比較快速上手，就是學一些經驗跟技術啦。（受訪者D）

我覺得其實反而是寫外掛……讓我的資訊系唸得比較輕鬆這樣。（受訪者E）

綜合以上四項主要動機可知，對於受訪者而言，模組是可提供不同樂趣或帶來不同回饋的重要資源。但從訪談中也發現，模組的方式與玩家模組的動機和意義有所關聯。對於以網路外掛為主的模組玩家而言，在遊戲中獲得裝備、減少練功時間和建立社交友誼相對較為重要。甚至有玩家直言，某些遊戲升級難度過高，因此不得不採用模組以求在遊戲中存活。而對以製作地圖或自製小遊戲的玩家而言，滿足創作慾望和自我實踐則是模組主要目的。

二、身處遊戲社群的模組作者：互動與協商

如前所提，遊戲玩家在遊戲社群中的位置、人際關係可能會影響遊戲資本多寡和在遊戲中的表現。然而模組玩家在社群中的位置卻非固定，而是隨著其他人的需求、社群內的共識和玩家自身的模組行為等而變化。例如，在多數人皆想使用機器人程式來縮短無聊且漫長的練功過程時，此類外掛作者便可能成為眾人歡迎的對象。而當玩家社群強調遊戲公平性時，外掛作者或使用者則可能成為抵制對象。以下針對訪談者自述與一般遊戲玩家，以及和其他模組作者的互動情形作一整理說明。

（一）模組作者 vs. 一般玩家（非模組作者）

模組作者與社群中他人的關係存在可友可敵的關係，端看模組被使用的方式和目的。就彼此互惠的關係而言，模組作者常將作品公諸於世，因其需要一般玩家協助測試、除錯或提供遊戲心得建議等，還可由此獲得成就感與社群認可，提升個人聲譽。對一般玩家而言，模組創作者的存在意謂著可獲得各類免費的模組、地圖等，增加了

遊戲的多樣性與附加價值。但當模組玩家在網路遊戲當中使用損及他人利益和破壞公平性的作弊程式，則會引起玩家間的衝突。

在線上遊戲環境中，社群規範是由遊戲公司與玩家、玩家與玩家間多方協調產生。根據訪談內容，當發生衝突時，由於一般玩家並沒有實際懲罰外掛玩家的能力，通常所採取的應對方式有三種：最常見的是在網路上以言語譴責，這常引起雙方口角，但沒有實質的抵制能力；第二種方式是在遊戲中反制，例如非外掛使用者相互結盟，來攻擊使用外掛者；第三種方式則是退出遊戲，在某些網路遊戲當中，因外掛使用者過多，不使用外掛的人幾乎無法達到可以與他人競爭的級別，會選擇退出遊戲，如此可帶給遊戲公司壓力，促使其採取進一步行動。

面對來自非外掛使用者的責難或批評，模組作者也有其因應方式。受訪者A說爲了避免爭端，會盡量隱藏不讓他人發現自己製作和使用外掛。但對大多數的玩家而言，最重要的仍是從遊戲中獲得的樂趣，他們尤其強調「遊戲平衡度」，當遊戲變得太簡單或太難，都會讓遊戲變得不好玩。受訪者F便會自我限制，不要把外掛功能做得過於強大：

大家的等級水準是差不多的就好了，不要太強如果沒對手也不好玩啊，（笑）比如說你這樣跑讓人家追不到你，感覺也很……就跑一跑累也沒事做了嘛！（受訪者F）

由此可見，玩家在嘗試遊戲過程中，根據自己的經驗和判斷與其他玩家以及遊戲環境進行協商，在多方的考量下取得遊戲樂趣的平衡，也會盡量避免和一般玩家或遊戲公司的爭端。

但對某些玩家而言，遊戲模組是一項重要的資源，而擁有這資源的模組作者成了他人關注甚至追逐的對象，這也影響了模組作者持續創作的動機。受訪者M所製作的模組因受到歡迎，他人的認同成爲責任感來源：

現在的東西已經做到一個程度而且一直有人在玩，那自然就不會去停掉它，這是我覺得是一種……使命感（笑），還有榮譽感那種，就是你會覺得有在中間得到

一些……算是……可能大家就會認識你，然後或是說大家會給你一些意見，會回饋你一些東西，那你會覺得那你就不能停掉它。（受訪者M）

除了讚賞以外，模組作者也受到來自各方的評斷，有些建議會被納入成爲集體智慧的一部份。但面對過度嚴厲批評或瑣碎的要求時，多數受訪者表示多少心情會受到影響，甚至影響持續創作的動機。受訪者H說自己的遊戲沒受到很多負面的回應，但「有一些遊戲改一改分享之後，大家七嘴八舌意見又多，有的作者就不爽就不做了」（受訪者H）。此外，社群名聲也會帶來其他的困擾或壓力，大多數的受訪者都遇過陌生或不熟的網友索求模組，有些要求導致不愉快的經驗。受訪者I歷經過不認識的網友一再要求特殊更改。受訪者B曾在半夜接到完全陌生者的來電，要求提供外掛程式，甚至最後因其製作的外掛太過出名，被網咖盜用作爲宣傳，導致後來製作外掛的意願低落。受訪者G則發現製作給同一血盟戰友的外掛，不知爲何流到敵對一方的手中，導致與盟友間產生嫌隙，甚至因此換到新的血盟中。模組作者最終必須學會面對批評，平衡得失之間，才會持續地製作模組：

那如果說你都要花時間去回應這些東西的話，很累啊（笑），為了一個別人都……你都不瞭解，你都不認識的人去牽動你的喜怒哀樂，是很不智的。最早我還會看說我的分享別人的回應怎麼樣，或者是別人喜不喜歡，但是現在我漸漸學會無視。（受訪者R）

（二）模組作者 vs. 模組作者

和線上遊戲玩家間較爲緊密的聯繫相比，多數受訪者認爲模組作者之間的互動較爲鬆散，且多半發生在網路上，現實生活中鮮少有聯絡，甚至於不認識彼此。互動也多半以資訊和知識交流爲主，僅有極少部分的人會組成團隊。現有研究指出線上教學與技術支援一直都是模組玩家社群重要的知識來源（Sotamaa, 2010），訪談也證實受訪者們主要學習途徑爲網路。各式的討論版組成了一個規模龐大、可跨越國界的模組知識社群。有幾位受訪者表示除了國內網站外，還經常利用來自境外模組社群的資

源。例如受訪者I利用在大陸遭到破解的日本遊戲《三國志》原始碼建構新故事，其相關資源和知識也多取自大陸網站。受訪者J熟悉日文，即利用日本網站上提供的任天堂遊戲資訊，設定新的數值創建新遊戲。受訪者K曾留學澳洲，便以英文網站作為其使用地圖編輯器的知識來源。受訪者A提到透過網路將模組知識轉譯至國內的過程：

他們會先去國外吸收那種更高的知識，通常都是從國外流傳出來的，然後……等他使用完一段時間後，再把它翻譯成中文，然後我們看得懂再去使用。（受訪者A）

有關遊戲知識和資源（程式碼）不僅在網路上集結延續，模組也成了遊戲知識和資源「全球本地化」（glocalization）（Robertson, 1995）的實踐場所。就以受訪者Q曾參與的知名模組遊戲《DotA》版的《信長之野望》為例，《DotA》本身即是國外模組玩家根據《星海爭霸》地圖編輯器所創作的地圖，而《信長之野望》則是根據《DotA》由國內玩家所創作。此外，國內玩家還利用類似的模式製作了《三國無雙》、《金庸無雙》等更接近本地文化題材的模組遊戲。

不過雖然在國外常有團隊創作模組，甚至將團隊合作的樂趣視為模組動機的來源之一（Sotamaa, 2010, p.8），但受訪玩家通常選擇獨立作業，僅有少數曾經參與固定工作團隊（如受訪者Q）。選擇獨立作業的受訪者認為主因是合作需要許多溝通的時間，彼此也可能有衝突，不希望與他人協調創意，所以傾向不與他人合作；另一原因則是大部分的問題都能靠著網路知識社群解決，玩家可以從網路上獲得需要的支援，例如程式碼、圖片，甚至於內文翻譯都可以請網友協助。這種具有彈性的「虛擬合作」取代了實體的、固定的合作關係，因此沒有必要依賴特定的工作團隊。但也因此在人力時間有限的情況下，這些受訪者所建立的模組規模較小，且常常處於半完成的狀態。

多數受訪者也表示彼此間沒有固定的或具有強制力的社群規範或共識來協調衝突。尤其是涉及作品被轉賣或盜用時，受訪者看法並不一致。例如受訪者M對此不贊同但也十分無奈：

別人有你的地圖，他能夠運作，那事實上他就能夠破解你的地圖，去取得你的技術……這個部份可能就比較有問題，因為甚至他可能、甚至破解你的地圖之後，他直接用你的地圖然後用你的名義，欸……更正，用他自己的名義去發表新版本的地圖，就是盜圖的行為，這個部份其實在這一塊是沒有辦法去作規範的。（受訪者M）

但也有受訪者表示作品被挪用是常態無所謂，因為某些模組本身的製作即是建立在被破解的程式碼上，玩家們也深知自己無法主張任何著作財產權。在個人很難獨力完成作品，需要倚賴網路上集體創作資源的情形下，玩家挪用彼此創作被視為可接受的行為。此種觀點比較接近Coleman 與 Dyer-Witheford（2007）所說的遊戲模組文化中，傾向將數位遊戲視為人人可使用、共享的公共財（commons），而非具有獨佔性的商業貨品（commodity）。例如受訪者A以一部車來比喻模組（外掛）：

因為一台車子要跑，那一台車子的零件上有可能有板金、有輪胎、有汽缸，但是這些零件不會全部都屬於同一家公司，有可能輪胎是屬於某某公司，然後汽缸是屬於某家公司的。所以在外掛的情況裡面也是會這樣子。（受訪者A）

三、模組玩家與遊戲產業：衝突協商與模組商品化

遊戲產業是技術平台、著作財產權及遊戲機制最主要的掌控者，因此除社群外，遊戲公司對模組的態度和經營策略也是影響模組創作動機和方式的重要因素。遊戲公司間對模組或外掛的政策可能有很大落差，例如由韓國NCSoft公司發行的《永恆紀元》（AION）網路遊戲禁止任何外掛使用，而知名的遊戲《魔獸世界》則有限度地允許更改介面，而其他如《文明帝國》則鼓勵玩家建立合法的模組（Scacchi, 2010）。一般遊戲公司對盜版和作弊程式多採取不認可的態度，差別只在於是否採取積極的行動，或者行動是否有效果。

多數受訪者覺得早期在由亞洲廠商，如韓國和大陸廠商所開發的遊戲中使用外

掛，廠商採取的行動並不特別嚴格²。廠商常見的作法包括邀請外掛作者「聊聊」做道德勸說、封鎖IP、移除帳號等方式，鮮少提起訴訟，除非涉及較嚴重的經營大型私人伺服器，因此受訪的外掛玩家多半宣稱未感到太大的壓力。此外，有經驗的玩家會知道哪款遊戲和哪個公司會有較嚴格的規定和作法，而採取應對的策略。尤其對不以營利為主要目的，純粹追尋愉悅感的模組玩家而言，並無必要以身涉險。

那我們一般來說先確保自己，然後也不要說破壞遊戲的平衡破壞太大。（受訪者B）

因為我的電腦還不會算很差啦，所以就不要說改得太離譜，可是因為我朋友知道我會改，所以我就會給免費給他們使用，然後他們就會跟我說想要需求是怎麼樣怎麼樣，可能就太過於過分啦，所以就遊戲公司就把他們鎖帳號七天。（受訪者G）

除外掛程式外，盜用遭破解的遊戲原始碼也可能引起遊戲公司和玩家間衝突。非法破解的程式碼可在網路上取得，尤其是由非大型遊戲公司所開發或是年代久遠的遊戲，如早期的任天堂遊戲等。小型遊戲開發商通常不會也無能力對盜用者採取積極的追查行動。受訪玩家都知道自己作弊或應用程式碼的行為是違法的，但這並未影響其繼續製作外掛或遊戲，他們也常合理化這些行為，例如宣稱其未獲得金錢上的回饋，或者遊戲太老、公司本身不行動、應該不介意等。較為特別的是受訪者I曾見過大陸網友國族主義式的回應：

但是我沒有像大陸那麼恐怖，我這邊只是覺得理虧，所以我就不太敢，就是不太敢太明目張膽，他們都直接說「小日本的東西哪有什麼版權？」，就這樣大刺刺地說，「別跟我提小日本的東西！」（受訪者I）

在不可能完全監控的情形下，遊戲公司也試圖透過模組文化將利潤最大化，例如

2 有關遊戲公司的外掛政策，在此所陳述的是受訪者一般性的感受。而目前的確有許多遊戲大廠紛紛公開地強調打擊外掛的決心和作法。

鼓勵玩家使用內建工具組或地圖編輯器，甚至曾公開（無償）募集翻譯或配音模組，以減少本地化的支出（Lin, 2010）。國外研究指出（Barret, 2005; Kücklich, 2005）好的模組作者可能會被遊戲產業網羅，不過相比之下，本土的遊戲開發商卻顯少藉由模組招募工作人才。國內遊戲產業規模較小且以網路遊戲為主，開發商無能力也無需開發成本昂貴的地圖編輯器等工具。玩家製作的模組規模不大也不易受到重視，因此對於受訪者而言，進入遊戲產業工作並不是創作模組的原因。甚至有些受訪者直接提到遊戲產業工作環境艱辛（工時長、薪水低），連對在遊戲產業工作都產生疑慮，更遑論形成如歐美市場中的「模組工業」（Nieborg & van der Graaf, 2008）。

雖然玩家自製模組不太可能由遊戲公司收購，但在面對網路遊戲的「外掛（作弊）」盛行，也促成了「內掛」的興起，也就是由遊戲公司所提供可讓一般玩家購買的作弊程式。這既滿足市場需求，也可增加收入。在線上遊戲公司擔任系統設計師的受訪者M說：

因為大陸遊戲的引進啊，所以現在大部份的遊戲已經沒有那麼care外掛這件事情了，因為我們都會作內掛。你們想要用外掛就很簡單嘛！你就是要自動地作一些採集技能，你要作一些自動打怪嘛，你想要自動升級嘛，那我們都幫你做好了，你就用我們的就好了。所以你也不用去買那些，你就是玩……我們的要求就是只有一個就是你來玩，因為只要有人玩的遊戲就會有錢賺，即使它是免費。（受訪者M）

由於市場競爭激烈，線上遊戲逐漸以免費方式來吸引玩家，遊戲公司的收入來自所提供的額外付費服務，使玩家可以快速地獲得遊戲的愉悅感，或者克服遊戲中的挫折感。換言之，也就是遊戲公司將作弊程式商品化，也再度回應了Sotamaa（2007）遊玩商品化（commodified play）的看法，為了尋求最大收益，遊戲產業將所有可以提供愉悅感的遊戲方式包裝成商品販售。

陸、結論與未來研究建議

遊戲模組發展至今，早已不是少數人所從事的活動，而成爲遊戲文化中重要的一部分，然而模組相關研究卻「極度地缺乏」（Sotamaa, 2010, p.239）。本文以模組玩家爲中心，以涵蓋三個範疇的分析架構，對模組動機與行爲意義進行探討，至少具有下列四項在理解遊戲文化方面的意義：一、對玩家能動性與遊戲意義的再定義與擴充，玩家遊戲的方式和愉悅感來源不再是根據原本遊戲（產業）的設定，而是由玩家自行定義，可隨其意志根據外在條件主動調控。二、透過分析模組玩家與社群的關係，瞭解遊戲文化中集體知識集結和創作的情形，以及遊戲模組 / 程式碼在玩家社群中作爲公共財與虛擬禮物的角色。三、瞭解玩家與遊戲產業間相互影響、彼此建構的關係。玩家以模組的方式回應原有遊戲，而遊戲產業則可據此調整經營策略，甚至吸納模組文化或將其中創意納入遊戲設計中，從而建構了一個雙向式、協商式的「媒介生產者－消費者」關係。而這也正如Jenkins（2006a, p.3）在論及新媒體「匯流文化」（convergence culture）時所強調的，生產者和消費者都是「根據我們所不完全瞭解的新規則而彼此互動的參與者」。四、作爲瞭解全球化下遊戲景觀的實證案例之一。玩家在跨越國境的網路世界中擷取所需的素材，將其挪用產生本地化的意義，模組具備了文化混雜化的特性，成爲「全球本地化」的實踐場所，顯示全球數位遊戲生產與再生產、流動與消費的多層次面貌。

雖然本文從個人、社群和產業三個範疇進行分析，但這三者並非各自獨立存在，而是彼此鑲嵌形成一個整體的遊戲環境，而模組是交錯於此三個構向下的活動。從玩家所自述的個人動機看來，模組的意義在於獲得各種對玩家本身生活有意義的資源，不論是遊戲愉悅感、人際關係、知識與金錢，這些也同時有助於玩家持續投入並順利進行遊戲，增加遊戲資本的持續累積。但玩家面臨的卻不是一個毫無限制的情境，而必須根據自身的能力和 demand 時時與周遭環境進行協商，玩家所處的遊戲社群及遊戲產業便是重要的環境因素。

遊戲社群的主要功能有三：首先，社群是模組作者展示自我和獲得成就感的場域，提供了創作動力的來源；其次，網路社群提供了主要的知識和資源，若無集體知識的累積和交換，模組玩家無法獨自創作；最後，社群提供了調節和規範的功能。尤

其在網路遊戲中競爭性與合作性並存，玩家雖然可令遊戲角色在能力上勝過他人，但另一方面也要維持人際和諧避免不必要的爭端，使得玩家必須平衡與調控外掛的設定，而非無節制地擴充能力。

遊戲產業的特質和策略也會影響玩家模組，例如在台灣以免費網路遊戲為主的環境下，便形成和國外些許不同的模組景觀。一般而言，遊戲公司鼓勵玩家以內建的工具組或編輯器創作模組，而反對作弊外掛、盜用原始碼（遊戲引擎）。但國內免費網遊的獲利方式不以月費為主，而以販售「內掛」（作弊模組）作為獲取利潤的來源之一。雖然許多公司紛紛聲明打擊作弊外掛的決心，然而在實際的作法上，則需顧慮玩家接受度和實際執行難度。此外，國內遊戲產業受限於資金、技術、市場營利模式等，無法開發如地圖編輯器一類的工具。加以國內模組玩家對在產業內工作的意願並不高，模組製作也多為業餘創作，其品質與持續性主要依賴玩家本身的自我承諾或同儕和社群的期待。當模組玩家有時間和精力時，其作品可持續創作，一旦面臨其他的責任或不同的生命階段時，創作便很容易中斷，模組很難如國外一般成為遊戲產業用來尋求人才的主要管道之一。

最後，針對本文所採取之研究目標設定、過程及研究發現提出以下兩點檢討和未來研究建議。一、本文問題意識核心在於以模組玩家角度出發，探究其如何在不同層次上詮釋個人模組的動機和行為意義，因此並未對一般非模組遊戲玩家以及遊戲產業界人士進行訪談。文中對一般遊戲玩家以及遊戲產業的看法來自模組玩家的評估和詮釋，因此未能周全。故建議未來可針對這兩個群體進行深入訪談，以進一步地瞭解其對模組意義的詮釋，以及他們在形塑模組群文化中的角色。特別是遊戲產業為掌控遊戲基本機制和技術的關鍵，其態度至關重要。二、由於此次為初探型研究，訪談招募時並未鎖定特定模組方式和類型，而以願意接受訪談者為主。但在研究過程中逐漸浮現，模組的細項分類甚多，玩家投入的動機和方式都有些許差異，而本次研究中無法一一詳述，建議未來可進一步地分別討論個別模組方式。例如可如Unger（2012）所建議的，對模組建立一個「形式」上的分析架構，分為敘事層面、聲音、圖像和介面等。在這之中甚至可涵蓋對模組「跨文本」元素的討論，例如本地或流行文化元素如何與遊戲結合等等。如可將此遊戲形式分析與玩家研究結合將可達到更為精緻和深入的研究結果。

參考書目

- 林鶴玲（2011）。〈從玩家到研究者、從研究者到玩家：遊戲經驗與遊戲文化研究〉，《新聞學研究》108：19-24。
- 張玉佩（2011）。〈線上遊戲之閱聽人愉悅經驗探索〉，《中華傳播學刊》，19：61-95。
- 張玉佩（2012）。〈台灣線上遊戲的在地情境與全球化文化流動〉，《新聞學研究》，113：77-122。
- 翁秀琪（1999）。〈多元典範衝擊下傳播研究方法的省思從口述歷史在傳播研究中的應用談起〉，《新聞學研究》，63：9-34。
- 劉瓊云譯（2002）。《駭客倫理與資訊時代精神》，台北：大塊文化出版社。（原書Himanen, P.[2001]. *The hacker ethic, and the spirit of the information age.*）
- Barret, V. M. (2005, Dec. 12). It's a mod, mod underworld. *Forbes*, 176, 64.
- Caillois, R. (1959/2006). The definition of play and the classification of games. In K. Salen & E. Zimmerman, (Eds.), *The game design reader: A rules of play anthology* (pp. 122-155). Cambridge, MA: MIT Press.
- Coleman, S., & Dyer-Witheford, N. (2007). Playing on the digital commons: collectivities, capital and contestation in videogame culture. *Media, Culture Society* 29(6), 934-953.
- Consalvo, M. (2007). *Cheating: Gaining advantage in videogames*. Cambridge, MA. London, England: MIT Press.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Egenfeldt-Nielsen, S.E., Smith, J.H., & Tosca, S.P. (2008). *Understanding video games: the essential introduction*. New York: Routledge.
- Haddon, L. (1988). Electronic and computer games: The history of an interactive medium, *Screen* 29(2), 52-73.
- Herman, A., Coombe, R. J., & Kaye, L. (2006). Your second life? Goodwill and the performativity of intellectual property in online digital gaming. *Cultural Studies*, 20(2-

- 3), 184-210.
- Jenkins, H. (1988). Star Trek rerun, reread, rewritten: fan writing as textual poaching. *Critical Studies in Mass Communication*, 5(2), 85-107.
- Jenkins, H. (2006a). *Convergence culture. Where old and new collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006b). *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. New York and London: New York University Press.
- Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between rules and fictional worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Gamework/gameplay*. London: Sage.
- Kow, Y. M., & Nardi, B. (2010). Culture and Creativity: World of Warcraft Modding in China and the US. In W.S. Bainbridge (Ed.), *Online worlds: Convergence of the real and the virtual* (pp. 21-41). London: Springer.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *Fibreculture*, 5, Article 5. Retrieved March 15, 2012, from <http://www.journal.fibreculture.org/issue5/kucklich.html>
- Levy, S. (1984). *Hackers: Unsung heroes of the computer revolution*. Garden City, NJ: Anchor Press/Doubleday.
- Lin, H., & Sun, C.T. (2011). Cash trade in free-to-play online games. *Games and Culture*, 6(3), 270-287.
- Lin, Y.C. (2010). Playing as producing: Convergence culture and localization of EA digital games in Taiwan. In Dal Yong Jin (ed.), *Global media convergence and cultural transformation: Emerging social patterns and characteristics* (pp. 311-324). Hershey: IGI Global.
- Lister, M., Dovey, J., & Giddings, S. (2003). *New media: A critical introduction*. New York: Routledge.
- Manovich, L. (2000). *Language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Marshall, D. (2002). The new intertextual commodity. In D. Harries (Ed.), *The new media book* (pp. 69-82). London, BFI.
- Miller, K. (2004) *Communication theories: Perspectives, processes, and contexts*. New York: McGraw-Hill
- Moshirnia, A., & Walker, A. (2007, September). *Reciprocal innovation in modding communities as a means of increasing cultural diversity and historical accuracy in video games*. Paper presented at the annual meeting of Proceedings of DiGRA 2007 Conference: Situated Play, Tokyo, Japan.
- Nieborg, D.B., & van der Graff, S. (2008). The mod industries? The industrial logic of non-market game production. *European Journal of Cultural Studies*, 11(2), 177-195.
- Poremba, C. (2003). *Player as author: Digital games and agency*. Unpublished Masters Thesis, Simon Fraser University, Burnaby, BC, Canada.
- Postigo, H. (2007). Of Mods and Modders: Chasing down the value of fan-based digital game modifications. *Games and Culture*, 2 (4), 300-313.
- Postigo, H. (2008). Video game appropriation through modifications: Attitudes concerning intellectual property among modders and Fans. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 59-74.
- Raessens, J. (2005). Computer games as participatory media culture. In J. Raessens & J. Goldstein (Eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 373-388). Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25-44). London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Scacchi, W. (2010). Mods, modders, modding, and the mod scene. *First Monday*, 15(5). Retrieved from <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2965>
- Sotamaa, O. (2007). Let me take you to the movies: Productive Players, commodification

- and transformative play. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13(4), 383-401.
- Sotamaa, O. (2010) When the game is not enough: Motivations and practices among computer game modding culture. *Game and Culture*, 5(3), 239-255.
- Steinkuehler, C., & Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "Third Places". *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, 885-909.
- Taylor, T.L. (2006). Play between worlds: Exploring online game culture. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Unger, A. (2012). Modding as part of game culture. In J. Fromme and A. Unger (Eds.), *Computer games and new media cultures: A Handbook of digital games studies* (pp.509-523). Berlin: Springer Sciences+Business.
- William, D., Ducheneaut, N., Li, X., Zhang, Y., Yee, N. & Nickell, E. (2006) From tree house to barracks: The social life of guilds in world of Warcraft. *Games and Culture*, 1, 338-361.
- Yee, N. (2006a). The labor of fun: How video games blur the boundaries of work and play. *Games and Culture*, 1(1), 68-71.
- Yee, N. (2006b). Motivations for play in online games. *Cyberpsychology & behavior*, 9(6), 772-775.