

穿梭虛實之間：上班族玩家在 線上遊戲的社會資本運作之探討*

黃書瑋**

摘要

線上遊戲已成為人們重要的休閒娛樂選擇，其中上班族更是最主要的遊戲族群。爬梳以往研究，強調人際關係是上班族玩家參與線上遊戲的主要原因之一，但卻鮮少有研究或專文探析原是娛樂取向的線上遊戲，是如何轉變成上班族經營人際關係的重要工具？據此，本研究以線上遊戲、第三空間與社會資本理論為核心，探討上班族玩家在虛實空間中社會資本的運作。研究採取民族誌對玩家所處空間與社會資本間的關聯性做深入討論。本研究提出線上遊戲對於企業、個人在社會資本上有著正面與負面兩種影響，線上遊戲若使用得宜，有助於上班族玩家轉換社會資本與創造協作的可能性；若玩家彼此間對於遊戲的認知與價值產生差異，就有可能導致衝突的發生，造成社會資本的消逝。

關鍵詞：上班族玩家、社會資本、第三空間、線上、線上遊戲、線下

* 感謝匿名評審、編輯委員會的耐心指教與建議，以及政大 EMA 師長，在本文撰寫期間所提供之幫助。

** 黃書瑋為政治大學傳播學院在職專班碩士，Email: george.huang1019@gmail.com。

投稿日期：2021/4/17；通過日期：2021/11/01

壹、前言

隨著網路科技的快速發展，臺灣網路人口逐年增加，根據財團法人臺灣網路資訊中心（2020）《2020 臺灣網路報告》結果顯示，臺灣 12 歲以上民眾上網率達 83.8%，代表著資訊科技與網際網路正改變著民眾生活與休閒娛樂方式。此外 YouTube 委託 Ipsos 進行的「臺灣遊戲玩家行為大調查」指出，有超過 65% 的網路人口是遊戲玩家（Edward，2019 年 10 月 1 日），意謂線上遊戲做為網路休閒娛樂之重要性。在臺灣電子遊戲市場部分，資誠（2019）在《2019-2023 臺灣娛樂暨媒體業展望》調查報告中推估，市場規模將從 2018 年的 18 億美元，成長至 2023 年的 25 億美元；再加上智慧型手機的可攜性與高滲透率等影響，臺灣線上手機遊戲市場在 2023 年將達到 14 億美元，占整體電子遊戲市場的 57.4%，可看出臺灣遊戲市場的消費力道，以及手機遊戲迅速成為線上遊戲的重點，而線上遊戲的相關研究，更成為學界矚目的焦點。

近年來，臺灣對於線上遊戲之研究非常多元，包含：「參與遊戲動機」（林娟娟、蘇政泓，2007；陳禹辰、尚榮安、陳東龍、鄭靜婷，2012；楊淑晴、黃凱琳，2011）、「遊戲獲得的愉悅感」（張玉佩，2011）、「遊戲與現實生活的互動」（柯舜智，2004；孫春在，2011）、「遊戲中的行為與態度」（邱淑惠、陳家綺、陳重均，2010），抑或是「社會資本角度看玩家參與線上遊戲」（江志倫，2015；張玉佩，2013）等，都成為線上遊戲研究討論之焦點。然而，這些研究目標或取樣數據結果都以學生為主要族群，對於上班族之研究則相當缺乏。但根據 Yahoo 奇摩在 2017 年公布的《Yahoo 奇摩電玩大調查》，發現臺灣遊戲人口中，25 歲以上族群的線上玩家佔 58%。Schultheiss（2007）對於網路遊戲所作的使用者分析，發現在玩家分佈上，擁有固定職業之上班族占最大比例，其次則為大專以上學生。這些研究與調查都指出，職場上班族是線上遊戲人口中的最大族群。此外，104 資訊科技針對求職會員進行遊戲電競行為調查，有 88% 的會員有參與遊戲電競（周之鼎，2018）。這都反映在工作與家庭雙重壓力下的多數上班族，已習慣透過線上遊戲做為其休閒娛樂的選擇。

若回顧少數線上遊戲中以上班族或成年人為研究對象的文獻，則

大多側重於參與線上遊戲之動機探討，像是使用程度相關因素（黃于瑄，2009）、參與的行為意圖（莊詠晴，2009）等。這兩篇研究中，黃于瑄（2009）研究指出成年人透過線上遊戲與他人互動並結交世界各地朋友；莊詠晴（2009）研究表示上班族取得線上遊戲管道的來源，大部分來自於同事或同學的口耳相傳。這些研究都主張人際關係是上班族玩家參與線上遊戲的主要原因之一。但可惜的是，少有研究或專文探析原是娛樂取向的線上遊戲，是如何轉變成上班族經營人際關係的重要工具？

人際關係關切的是人與人之間的互動情形，在現代社會中的重要性不可言喻。Peng & Heath（1996）指出關係在華人企業界資源運用的功能相當顯著，一為跨越組織疆界協助建立連結，另一為獲得有價值的資源。楊宜音（2000）認為關係是人們展現差別對待的基礎與過程。這也代表人際關係提供上班族，解決工作困難的社會資源來源。Völker, Flap, & Mollenhorst（2009）發現上班族除了原有的家庭、校園、宗教等環境所認識的朋友外，最容易建立新人際關係的地方就是職場，但跟其他環境比起來，職場的友誼增添了利害關係，因此，有目的的社會結構愈趨重要。Bourdieu（1986）在運用社會資本時，闡述部分行動者參與團體活動是有工具性目的，想透過參與社交活動而取得資源。因此本研究假設，上班族有可能帶有工具性目的參與線上遊戲，來接觸群體，希冀藉由良好的職場人際關係，建構社會資本，達成工作目標。

貳、遊戲的社會性與發展

遊戲在人類社會中是富有價值意義的活動（McCue, 1988）。Huizinga（1955／何道寬譯，2007）認為遊戲是人們的本能活動，遊戲在文化出現前早已廣泛出現，它伴隨著文化的發生，也一直滲透進文化中。從 Huizinga 的觀點中，人類社會的文化形式與遊戲息息相關，遊戲不僅是人類創造力的根源，更是人類文化發展的催化劑。Huizinga 的人類文化與遊戲的關係理論，也影響著 Caillois（2001）的遊戲研究與理論，此研究除了專注人類文化與遊戲間的關係外，還以社會學與結構主義的方式深入探討遊戲與社會之間的關聯性。Huizinga 與 Caillois 的研究是專注於群體，因為兩人皆主張遊戲是社會性，重點在於遊戲與文化之間的關係，所以無需涉及遊戲的一切可能

形式，而只限於它的社會表現。

遊戲指的是有組織、規範以及具有競爭性的遊戲，有人群聚集與社會性之意（Huizinga, 1955／何道寬譯，2007; Linder, Roos, & Victor, 2001）。Statler, Roos, & Victor（2009）指出遊戲是社會性與理性，人們常帶有特殊目的參與遊戲，遊戲成為工具性的手段。換言之，遊戲不是個人獨自做的白日夢，而是一種「現實的社會建構」（黃厚銘，2016）。隨著科技演進、遊戲興盛、商業化與全球化的發展，遊戲進入數位化與電子化（張玉佩，2009）。遊戲依附電子科技產品，開發出所謂的電子遊戲，其演進過程中，遊戲畫質從平面到立體、觀玩視角從旁觀到主觀、遊玩對象從電腦程式轉變成其他玩家，徹底改變了人們對於虛擬世界的感受，遊戲滲入現實生活，線上與線下間逐步模糊，人與遊戲間產生質變，人們從事遊戲時間增加，遊戲與人生相融為一，甚至取代真實的人生（方永泉，2012）。

電子遊戲是指人們透過電子設備進行的一種娛樂方式，從電子遊戲的發展歷程可知，電子遊戲在設計上，是逐步從玩家單獨遊玩發展到協同聚集與合作分工。針對電子遊戲在互動程度的演進，本研究整理如表 1。

Walther（1992）的社會資訊處理理論（social information processing theory, SIP）認為，人們可以如其他媒介般，在電腦中介傳播中，經由文字、語言、符號來進行互動與發展社會關係。線上遊戲（online game）¹，一般指多名玩家透過網際網路進行互動娛樂的電子遊戲，亦是電腦中介傳播的場域。柯舜智（2004）強調線上遊戲是由眾多玩家持續互動下所展開的創作故事與歷程。Kobayashi（2010, p. 546）蒐集日本的線上遊戲玩家調查數據指出，網際網路提供連結社會資本的途徑，促進異質性人群聚集，間接地增加在現實生活中的弱連結。這意謂，不同的玩家，產生不同的互動，而使遊戲產生不同的情節，線上遊戲等同於一個虛擬社會，玩家希冀自己的付出也會得到相同回報，甚至強化其現實生活之社會關係。陳佳靖（2003，頁 142）描述線上遊戲玩家彼此間的互動，線上與線下的生活場域彼此滲透影響且相續不分。因此，本研究認為隨著網路世界與現實生活的界線逐漸模糊，人們的想像與經驗會在虛實等不同空間上流動與延續，在線上遊戲的自我延伸，也會在線下的現實生活發生，線上遊戲成為人與人接觸的媒介。

表 1：電子遊戲遊玩地點與玩家互動方式演進

年代	玩遊戲地點	指標性遊戲或服務	互動技術	玩家互動方式	互動程度
1950~1960	實驗室	Tennis for Two、Spacewar!		僅能在旁觀賞其他人玩遊戲	低
1970	娛樂場所，並逐步進入家庭中	Computer Space、Pong、Atari 2600	雙人機臺控制器	各自玩自己的遊戲機，互動不顯著	低
1980	娛樂場所與家庭	Family Computer、Game Boy	Game Boy 連接線	玩家可以互相對戰，遊戲成為大家共同的興趣與話題	中
1990	家庭與網咖	網路創世紀	文字訊息	可透過連網跟全世界的玩家接觸	高
2000	任何地方	線上遊戲、行動遊戲	VoIP 實現了線上遊戲的即時語音交流	可透過連網跟全世界的玩家接觸	高

資料來源：本研究整理

參、研究問題

網際網路幫助人們聚在一起建立聯繫，促進人際信任與建構社會資本（Best & Krueger, 2006, pp. 404-406）。林南（2004）指出社會資本是一種人際關係的投入。Putnam（2000）則認為因工作型態產生的網絡通常偏向工具型目的，而非社交型目的。以此推論，透過線上遊戲媒介的仲介，上班族玩家有機會拓展人際網絡，累積社會資本。因此本研究以上班族玩家為研究對象，希冀透過社會資本理論，來研究玩家在 interpersonal 網絡及線上遊戲間的關係與影響。

社會資本理論主張個人在現實社會中，與其他人會形成某些聯結關係，即所謂「社會網絡」（Coleman, 1990）。透過動員社會網絡的

關係，可以促成個人的目標實現。在遊戲中，人們如遊牧民族般悠遊於網路世界，可以隨意變換空間與位置，在此空間與全球各地的玩家交流，玩家們有著不同的文化、經歷與知識，這如同歐洲文藝復興時期的沙龍，匯集各領域知識份子，彼此間知識交流，並激發創意；也類似春秋戰國時的貴族公子，透過養眾多食客來壯大自己的實力，如此看來，線上遊戲也許可以成為，為人們帶來許多幫助的輔助工具。

基於前文概述，本研究對於理論面提出三個討論方向：

- 一、遊戲、社交性與上班族玩家之間的關係；
- 二、線上遊戲與社交空間的概念關係；
- 三、社會資本在虛實空間中的運作脈絡。

本研究旨在探論，上班族玩家參與線上遊戲時如何與其他玩家互動並建構社會資本，其中又涉及了玩家在虛實空間中的互動，因此有必要在更多元的文化脈絡下，試圖了解上班族在線上遊戲、人際網絡、社會資本間的互相交錯影響。因此本研究從現象面進一步探問：

一、上班族玩家在遊戲虛擬空間與真實世界中，與其他玩家交錯互動、合作，並強化了兩個不同空間的人際關係，這些社會資本是如何影響他們職場工作上的參與、認知、態度與行為？以及線上與線下的社會資本運作脈絡？

二、線上遊戲的媒介使用，對於上班族玩家在職場、家庭與社交行動中造成哪些影響？

肆、線上遊戲與第三空間的關係

Oldenburg（1989）認為在真實的日常生活中，家庭是「第一空間」，工作場所是「第二空間」，「第三空間（the third place）」則是非傳統社交空間，像是酒吧、咖啡店、公園、社區服務中心等，這些地方提供人們建立聯繫關係與社會互動。

Oldenburg（1989）提出的第三空間，是人們方便可及與來去自如的地方，開放給任何人駐足與交流對話，成員之間無階級地位之分，任何人都可以參與討論。因為一切是如此自然與容易，因此人們會習慣前往第三空間與熟人或陌生人聊天交流，久之對此會產生家的歸屬感。Hall（2011）進一步指出第三空間提供人們在自願的基礎上與有類似興趣的人建立聯繫，並且發展出共同的文化認同。換言之，

人們頻繁地在某特定空間聚集，其目的是為了與他人建立聯繫，也同時為自己創造集體第三空間的聯繫。基於這些原因，Oldenburg（1989）認為擁有第三空間更顯珍貴，因為這裡的社會關係創造有利於個人功能、機會、選擇的網路。

第三空間是一種獨特的環境，尤其在環境變遷快速發展的情況下，更是吸引許多關注。在 1990 年代後，學界一直對於電子網路媒介與社會組織之間的關係有諸多討論，Oldenburg（1989）曾指出人們對電子娛樂媒介的依賴日益加深，並取代非傳統社交空間的直接參與。這是對電子娛樂媒介做為非傳統社交空間與參與的替代控訴，並未承認電子娛樂媒介的螢幕後面正在建構與維護非傳統社會空間。亦有學者表達相同見解，Nie（2001）研究認為，網際網路讓人專注於線上的互動，而減少現實生活的社會互動，影響人們對於公共事務的參與。但其他學者卻有不同或混和之觀點，Putnam（2000）就表示電子媒介使用侵蝕社會資本，導致人們參與社區活動、公共事務的趨勢雖逐漸式微，但網際網路可能是潛在的解決方案之一，將有助於社會參與。Jensen, Danziger, & Venkatesh（2007）則藉由研究同一群人在線上和線下，進行社會與政治參與時發現，線上參與屬於線下參與的延伸，而且頻率確實較線下行為多，其不論任何社會經濟地位皆然，顯示網際網路所創造的空間與社會參與、互動呈正相關。

隨著網際網路與電腦科技的發展，許多學者開始討論電腦中介傳播與網路世界成為人們新的第三空間，Rheingold（1993）研究指出網路聊天室，提供人們輕鬆對話的環境並建立互動關係；Yuen & Johnson（2017）認為社交媒體廣泛地被人們做為社交聯繫的方式；Delamere（2011）將多人在線的線上虛擬世界描述為電腦所形成的第三空間。在線上遊戲與第三空間的研究中，Steinkuehler & William（2006）認為線上遊戲為工作場所和家庭之外的社交互動和關係提供空間。Steinkuehler（2005）進一步指出，線上遊戲是一種新型態非傳統社交的第三空間。網際網路超連結的指引讓人快速進入寬廣虛無的空間，這時候人們可以悠遊於網路世界，隨意變換空間與位置，有更多的機會與他人互動、合作，並建立社會關係。

第三空間聚集著不同背景與文化的成員，彼此之間建立人際關係與社會互動，若從文化角度上來看，第三空間處於多元文化交會、融合的中間地帶，具有開放性與融合性。石曉玲（2015）表示第三空間

不是簡單的多個文化的混合物，而是彼此融合之後的新綜合體，是一種協同作用的產物。Steinkuehler & William (2006) 更提出線上遊戲提供人們社會參與的機會，具有建立社會資本的潛力。而本研究設定的上班族玩家社群，彼此之間可能早已認識，並非匿名參與遊戲，因此，探討第三空間的特徵時，需要帶入本研究田野的背景，討論與以往研究的異同。

伍、上班族的社會資本

友誼的關係是經由個人與他人互動行為所建構，受到行動者自身所佔有的歷史、社會、經濟等結構位置影響 (Allan & Adams, 1998, p. 183)。因此，社會結構的力量，必將透過個人在環境的角色扮演，而滲入友誼關係的社會過程 (羅中峰，2003)。職場是人們追求共同利益、相互合作、意見交流與經驗分享的場所。職場人際互動常存在之生活圈差異、職業性質、經濟狀況、乃至喜好興趣等狀態遞移，將導致好友間互動樣貌的轉變 (Wood, 2010；轉引自吳皓筠，2015)。Berman, West, & Richter (2002) 指出上班族在職場中與同事之間的人際關係稱為職場友誼。

社會資本一詞最早由 Hanifan (1916) 提出，他觀察 20 世紀初期美國農村社區居民對於傳統習俗活動參與日漸衰退，造成社區互動發展停滯與家庭間的孤立，他力倡透過社會資本，鼓勵居民投入社區活動，這將有助於民主的發展；但當時社會資本並未受到重視，直到近 30 年，社會資本的理論與研究才受到熱烈的討論。

Bourdieu (1986) 提出社會資本概念，認為社會資本與經濟資本、文化資本並列為資本的三個基本樣態，並且可以相互轉換，而社會資本是群體上的資源、關係、影響和支持的網絡。社會資本是人所聯結的規模，以及規模所擁有的資本總量，資本可被當成信賴而被成員加以使用，資本就是團體的資產，成員持續投資或生產此一關係，將會維持並強化其效用。Coleman (1990) 認為社會資本是某種社會結構，社會資本有助結構內的行動者的特定行為。Coleman 主張社會資本是透過社會關係取得的資本，影響社會關係的因素包含了人際互動、以及建構中個體所擁有的共同認知、脈絡和語言。Putnam (1995, 2000) 則是將社會資本從個人層級提升至社區團體層次，他

把社會資本區分為信任、規範與網絡，並強調社會團體的參與程度跟社會資本程度呈正比，主張社會資本是群體所共有的資本，有越多社會資本的組織或社會越能累積更多的社會資本。Lin（1982）指出社會資本是經由社會關係所得到的資本。在此種取徑之下，資本被視為由行動者在其所屬的網路與團體中，有利於聯繫資源與取得資源而產生的社會資產。Lin（2001／林祐聖、葉欣怡譯，2005）提出位於特定策略位置與階層地位的社會連帶，能夠提供個人其他位置無法獲取關於機會與選擇的有用資訊。Lin 認為社會資本存在個人與社會兩種資源類型，是個人可以加以取得與使用，個人資源是由個人所擁有的資源，社會資源則是透過個人的社會連帶所取得的資源。

綜合上述學者觀點，雖然對於社會資本的定義不盡相同，但大體意義是一致的，即社會資本是一種鑲嵌（embedded）在社會結構的資源，它存在於網絡中的個體與群體間，透過社交互動得以累積與建構，成員必須依循社群的規範，透過信任創造資源與資訊的互惠，有助於問題的解決與目標的達成。

對於上班族來說，除了日常職場互動外，另增加線上遊戲這媒介平臺，這是從現實空間拓展至虛擬空間的歷程，重點在於描述人際關係在線上／線下如何彼此滲透、相互影響，而個體與群體間的社會資本在虛實的空間中，如何相互運作。此外，參考社會資本理論運用在線上遊戲玩家之實證研究，張玉佩（2013）抽取社會資本中的「網絡」、「規範」與「資源」構面為分析架構，討論國小學童玩家在家庭、學校與線上遊戲等三個空間的資源分配、累積與轉換；鄭佑漢（2015）運用「網絡」、「規範」、「信任」為分析架構，探討玩家進入即時戰略遊戲後的互動方式與信任建立。由於本研究欲探究上班族玩家在職場、現實生活與遊戲等空間的社群網絡發展、社群互動、規範與信任過程、社會資本的建構與資源的累積，再綜合上述學者之研究與討論，故將社會資本區分為「網絡」、「資源」、「規範」與「信任」等四個構面，做為進一步分析之基礎。

一、網絡：人與人所構成的結構

Putnam（2000）將社會資本區分為「聚合型社會資本」與「聯外型社會資本」。聚合型社會資本，指的是強連結並具有社會凝聚特質，像是家庭成員、好友；聯外型社會資本，指涉為較為薄弱的連

結，但具有跨接式特質，像是一些志願組織或透過朋友認識的朋友。Woolcock (2001) 則補充社會資本在不同社會階層之間的連結，提出了「貫聯型社會資本」。貫聯型社會資本強調不同社會地位之間的連結，像是公司主管與部屬間的關係。聚合型社會資本強調「與既屬舊識群體關係的聯繫與狀態更新」，聯外型社會資本強調「人際關係的延伸，以及非生活周圍資訊的取得」（郭峰淵、曾智義、吳守宏，2012）；貫聯型社會資本強調「不同權力與階層的關係整合」。

個人網絡中的連結強度，依據聯繫時間、網絡密度、互動強度等組成，可區分高密度、相似性（同質性）的強連結（strong ties），以及低密度、差異性（異質性）的弱連結（weak ties）兩種（Granovetter, 1973; Portes, 1998）。強連結泛指情感與互動強度高的親人與好友關係，弱連結則是情感與互動強度低的點頭或泛泛之交。對於行動者而言，強連結有助於鞏固與強化現有資源，弱連結有利於獲取缺乏的資源。在線上遊戲的研究，張玉佩（2013，頁 200）也提到強連結的網絡關係，擁有較強的信任、規範與懲罰，因此經常被視為容易促成社會資本的累積，而弱連結則是因為結構的開放性與成員的異質性而容易帶來新的知識與資源。

二、資源：透過網絡關係獲取之資源

Lin (1982) 所謂的資源，也就是物質（如身體能力）或象徵財（如知識）。資本是對資源的投資，以期在市場上獲得回報。換言之，資本是一種資源，人們投資或動員資本藉以獲取利潤（Lin, 2001 / 林祐聖、葉欣怡譯，2005）。

本研究關注的虛實空間，資源可區分為職場資源、日常生活資源以及虛擬資源三大類。社會資本中的職場資源來自於職場網絡，職場資源主要包括：助於求職（Lin & Dumin, 1986）、同事資源交換與組織創新（Hansen, 1999）、跨部門組織的溝通與效率提升（Rosenthal, 1997）、組織內部學習（Kraatz, 1998）等；日常生活資源部分，像是其他休閒活動之參與；線上遊戲中的虛擬資源，包含遊戲的知識、金幣、隊友數量或是隊友強度等，虛擬資源的獲取大部分是透過現實資源轉換而成的，包含個人時間的投入與社會網絡的支持，至於擁有越多虛擬資源的玩家，是否更易提取人際關係的各種資源，也更容易拓展網絡？也是本研究欲探究的重點。

Lin (2001／林祐聖、葉欣怡譯，2005) 指出個人或集體為取得資源，可能有情感性與工具性的行動產生。情感性行動是為了取得情感資源，工具性行動則是單純為了取得利益。在職場中，同事之間遇到工作壓力時，透過訴苦來獲得安慰，另一方面經由人際關係解決工作問題，這些都是透過情感性與工具性行動交織下取得資源。社會資本包含行動者在組織內外部所獲取的知識、資訊與資源 (Griffith & Harvey, 2004)。不論是職場或遊戲的網絡關係都是創建在互惠互利的基礎之上，價值與資源交換是維繫彼此聯繫的關鍵，資源鑲嵌在社會結構中，而社會結構指的是位置、權威、規則與佔有者 (Sewell, 1992)。資源是依附在位置之上，所以位置上的行動者，透過權威與規則才可以運用資源，因此社會資本需要藉由人際接觸等社會行動而得以孕育與發揮作用。

三、規範：支配行動者的行為規則與責任

Bourdieu (1986) 表示，社會資本是持續性的相互認識與認同的制度化關係所形成的網絡。規則與程序為社會位置之間帶來統一的行動與互動，因此資源的價值得以維護，並且以集體行動的意志擴展這樣的資源 (Lin, 2001／林祐聖、葉欣怡譯，2005)。

在虛擬社群中，群體規範是成員角色溝通的重要工具，有助於個人瞭解如何與其他成員進行互動與解決問題 (Chatman & Flynn, 2001)。在線上遊戲裡，玩家就是遊戲世界中的居民 (Pearce, 2009)，遊戲也透過規則來對玩家行動的約束 (Huizinga, 1955／何道寬譯，2007)，為了追求公平性，玩家也同樣需要遵守遊戲中所設定的規範。規範等於是遊戲中的權利與義務，其設定來自於遊戲製造商設計的平臺懲罰與獎勵。玩家彼此之間也會建立行為準則，成員之間在互動過程中，會將現實生活的價值判斷、行為態度、社會階層與規則帶進虛擬世界，並內化形成規範，影響玩家的行為、溝通與關係的建立。若玩家違反遊戲規則，可能面臨遊戲商停權與公布個人帳號等懲罰，玩家彼此間可刪除遊戲好友，切除連結。此外，現實生活的規範放在虛擬世界中也一體適用，在遊戲中違法交易與公然污辱皆是犯法行為。反之，玩家若在遊戲世界中謹守群體規範，有助於遊戲或現實世界的地位提升，獲取同伴的信任。

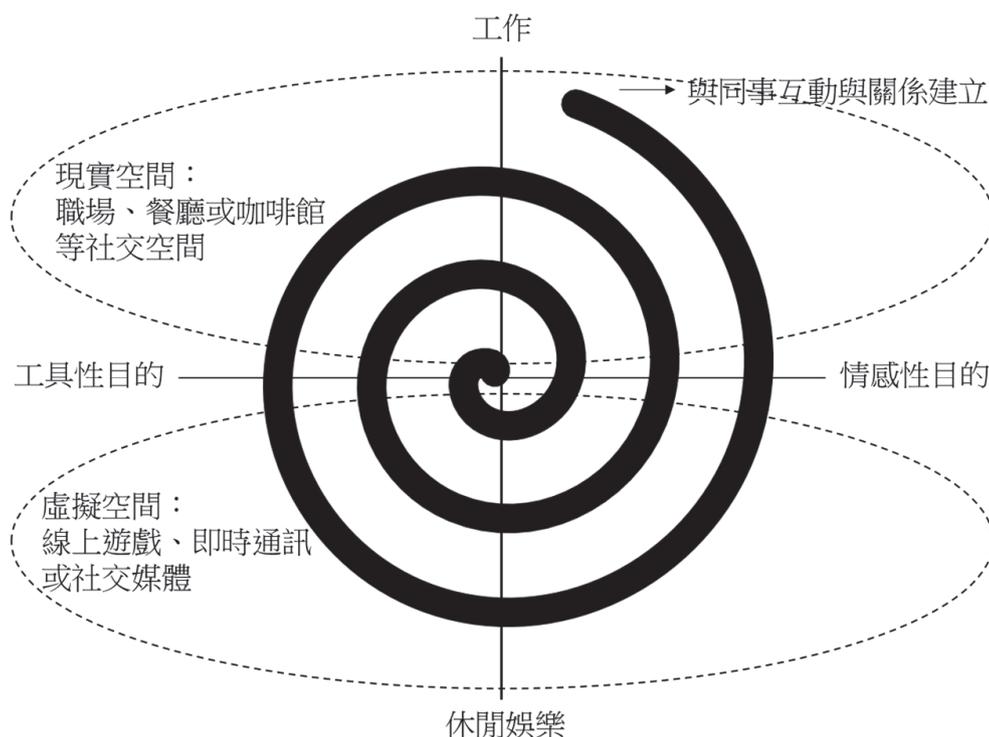
四、信任：互惠互惠、群體參與

Putnam (1995, 2000) 認為以信任為核心的社會，其社會資本包含互惠互惠的規範以及群體參與網路。信任是社會遵守道德規範下的產物，並強調信任的高低影響著社會秩序與經濟發展 (Fukuyama, 1995 / 李宛蓉譯, 2014; Fukuyama, 2001)。擁有信任關係，可以提高成員的凝聚力，有利於個人或群體資源分享，人與人的信任度高，有助於組織的擴大與社會資本的建構，因此信任是社會資本的重要內涵。

探討線上遊戲的信任關係時，團隊合作與目標是息息相關的課題，而是否遵守遊戲或群體的規範，可能會影響玩家彼此間的信任感。Ahmad (2012) 研究 MMOGs 玩家之間的信任，認為信任是線上遊戲玩家的一種社會資本，而其中可分為玩家彼此間的信任、組織內部的信任、組織與組織間的信任。Dalisay, Kushin, Yamamoto, Liu, & Skalski (2014) 發現遊戲玩家僅能建立遊戲中的團隊合作信任，但因為缺乏真實世界的社會信任與支持，因此難以延伸信任關係。倘若玩家在遊戲的網絡延伸於現實世界的人際網絡中呢？張玉佩 (2013) 指出複合現實與虛擬網絡的玩家，是擁有分工合作、凝聚共識與相互扶持的情誼關係。

線上遊戲提供了人們新的非傳統社交空間，並成為人與人接觸的媒介；在線上遊戲世界中，人們不受時空的侷限，有更多機會與他人互動並建立網絡，繼而建構社會資本。線上遊戲成為上班族職場工作與社交生活融合協作下的空間，對於上班族玩家來說，他們不斷在線上／線下空間中流動，包含在現實生活的職場上與同事協作與討論公事，在餐廳、咖啡館等的社交互動；在模控空間的線上遊戲中組隊合作挑戰任務、即時通訊軟體與社交媒體分享遊戲知識與經驗等。本研究假設，上班族玩家是有著工具性與情感性目的，跟同事互動建立網絡關係，透過各式空間的規範取得信任關係並獲取資源，如圖 1：

圖 1：玩家跟同事互動、關係建立之空間與目的



陸、研究方法

由於本文研究之問題與目的，在於了解上班族在線上遊戲、人際網絡、社會資本的彼此交錯過程與內容，還有在各空間互動之關係及背後衍生的意義與脈絡，因此在研究過程中會面臨以下問題與挑戰：

一、上班族玩家在虛實等多元空間互動，有其複雜之脈絡。

二、玩家在虛擬世界的溝通資料難以取得，此外現實空間玩家的表情或動作等身體語言稍縱即逝。

三、人們的互動方式在不同空間中會有不同特徵，若僅透過訪問等方法，受訪者可能因個性或不善言辭，導致難以探索玩家內心深層的想法。

本研究想瞭解上班族玩家在現實世界與線上遊戲等虛實空間，與其他玩家互動過程中，所創造之現象與事物，因此需要透過深度的描述並分析他們互動關係。由於民族誌特性在於透過群體的文化架構與脈絡的釐清，因此本研究採用民族誌做為研究方法。

民族誌研究主要是藉由參與觀察與訪談等方式蒐集資料，並了解田野中研究對象參與線上遊戲的動機、歷程、態度與做法等，因此首

先需釐清研究概念與問題；而本研究著重於上班族玩家在線上／線下的互動形式、社會資本如何運作，再來則是鎖定研究場景情境、人物關係以及所發生的相關事件。相關研究實施方式整理於表 2。

表 2：研究實施方式

	線上	線下
研究方法	民族誌	民族誌
概念	線上／線下的互動形式 線上／線下社會資本如何運作	線上／線下的互動形式 線上／線下社會資本如何運作
場景	線上遊戲、即時通訊、社群媒體	職場、餐廳、咖啡館等社交空間
人物	被觀察者線上的網絡關係	被觀察者線下的網絡關係
事件資料蒐集與紀錄	田野參與觀察、筆記、線上文字記錄、連結、截圖等數位資料	田野參與觀察、筆記、訪談

民族誌研究方法重視研究資料的深度描繪（Geertz, 1973），田野的知識建構是研究者與被研究者間互動所產生的，為了深入瞭解某一職場中社群的人際關係與互動狀況，因此在研究對象選取部分，挑選筆者所服務企業之員工親友所組成的遊戲社群，以助於獲取研究對象在遊戲、網路社群與職場等虛實空間的田野資料。

本研究從 2020 年 6 月至 11 月，進行 6 個月的觀察與訪談。由於員工參與的線上遊戲種類多元，每個線上遊戲的成員僅部分重疊，因筆者在人力與時間上無法全然了解所有線上遊戲之遊玩方式與規則，也無法參與所有遊戲社群，以致無法進行較大範圍之遊戲社群研究。因此在線上遊戲挑選上，以該企業最大的線上遊戲社群為主。經調查了解，該企業最大遊戲社群為手機遊戲《傳說對決》²，原因在於《傳說對決》的三路推塔 MOBA 玩法，³可搭配 10 位玩家的英雄選擇與策略思考，再加上平均一場大約 10-20 分鐘的對戰，玩家可透過零碎時間參與遊戲，因此非常適合上班族，故而選其為本研究之研究虛擬空間與文本。

研究目標在於獲取資訊之豐富性，因此本研究群組徵求 9 位研究

對象。由於研究對象可能受內外勤等職務類型影響，所以研究對象包含 IT、總務、客服、企劃、業務、人資等職務類型。為顧及觀察與訪談對象隱私，因此採用代稱方式，相關資訊列於表 3。此外，本次研究還會用到筆者 2019 上半年訪問過，部分研究對象的訪談資料。

表 3：訪談對象基本資料表

姓名	性別	職場所屬產業	職務類別	婚姻	訪談日期
Andy	男	媒體	IT	已婚，小孩兩歲	2020/09/23
Ben	男	媒體	IT	未婚	2020/09/25
Cevin	男	媒體	總務	未婚	2020/09/29
Dick	男	媒體	業務	已婚，小孩三歲	2020/10/25
Ethan	男	金融	客服	未婚	2019/05/07 2020/10/14
Fox	男	不動產經營	業務	未婚	2019/05/07 2020/10/15
Amy	女	媒體	企劃	已婚，小孩為國二生	2019/05/10 2020/10/19
Betty	女	媒體	業務	未婚	2019/05/10 2020/09/30
Christine	女	旅遊	人資	已婚，小孩未滿周歲	2020/11/04

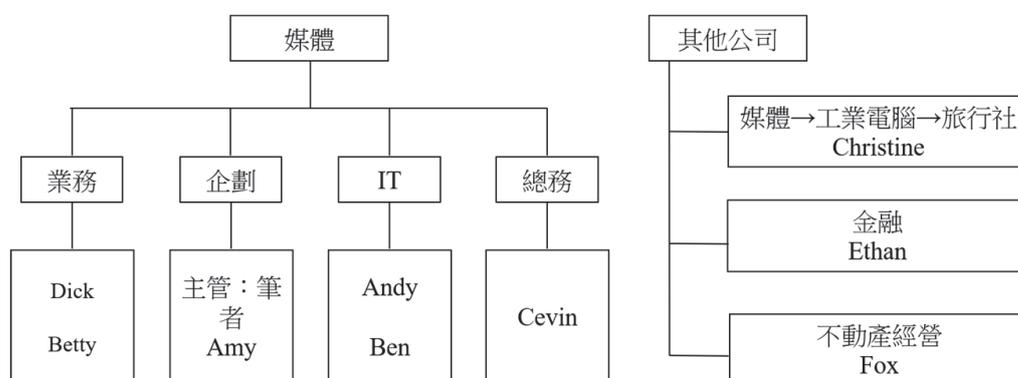
柒、資料分析

一、線上與線下的網絡交織

田野中成員以單一企業之同事為主體，成員包含業務 Dick 與 Betty、企劃的 Amy 與筆者、IT 的 Andy 與 Ben、總務的 Cevin；非公司成員則包含前同事 Christine。另外筆者、Cevin 跟幾位志同道合的朋友另外開設遊戲群組，包含在金融機構的 Ethan 與在不動產經營服務的 Fox。非公司同事則較少涉及我們服務的媒體公司事務。相關成

員之職務與職位關係圖請參考圖 2。

圖 2：行動者職務與職位關係圖



參與線上遊戲前，成員除了同部門同事，或是在職場上有專案的合作與資訊交換外，平日鮮少接觸與往來，而線上遊戲不但成為產生互動變化的敲門磚，也是令彼此關係增溫的催化劑。同在公司的成員會在公司或網路上邀約團戰，若是其他朋友或成員的親友，則會透過遊戲語音、工會組織或 LINE 等即時通訊來進行遊戲的資訊交流與情感互動，並組成不同的網絡關係。

上班族在線上遊戲的網絡形成分為社會網絡與遊戲網絡，社會網絡主要是玩家在現實生活已經建立的人際網絡，其遊戲社群的成員多為職場同事、親友等所共同組成，人際網絡較為堅固；遊戲網絡中的朋友則是在線上遊戲中結識，透過加入公會或其他跟遊戲相關之社群而建立的人際關係。群組中除了 Ethan 是受同學邀約外，其餘的上班族玩家都是受到職場中同事影響而參與線上遊戲。

本研究的主體為「人」，是社會資本運作的「行動者」，身份是埋首於職場與家庭事務的「上班族」，其重視職場中的友誼關係。職場對於上班族而言，是群聚且具有社會性的組織，不同職務職位的人們，仰賴職場關係實現社會支持，例如內勤人員透過線上遊戲中的人際互動來獲取社交性愉悅。廣招各部門同事下載遊戲的 Andy：「在工作場合之中，可以輕而易舉地找到志同道合的夥伴」；重視社交互動遊戲的 Ben 會跟感情佳的同事玩線上遊戲：「這遊戲要多人玩才好玩……後來 Andy 找我，因為大家平常就很多交集，感情也不錯，所以我馬上就加入」。

外勤業務工作者則積極於創建互惠互利的職場關係，參與遊戲動

機多了工具性目的，Betty：「與各部門同事保持良好關係，會對我工作有很大幫助」；Fox：「我從基層業務幹起，從以前就知道要投同事跟客戶所好，所以我會跟他們一起打電動」。業務工作者因為職務性質而積極拓展人際關係，人際關係吃得開，有助於職場上左右逢源、得心應手。對他們來說，線上遊戲成為拓展人脈的媒介。

社會資本無法由行動者自行產生，而是行動者彼此在某種「環境」下所發生關係的過程與產物，而這環境就是本研究第二個重點「空間」。在本研究中，不論是虛擬的線上遊戲、社群媒體或現實中的社交空間，都提供網絡成員一個聚會交流的場所，此處是大家暫時遠離工作的第三空間。由於智慧型手機的便捷、《傳說對決》每場遊戲時間短暫，以及網路社群即時的特性，讓大家可以隨意自由進出。Cevin：「下班的時候，或者是空閒時間比較短的時候，因為遊戲時間很短，所以可以隨時加入」。

對於上班族而言，為了拓展社交圈與經營人際關係，會加入各類型企業社團或參與聚餐、球賽等社交聚會，但這些第三空間皆有場地與時間上的限制，對於忙於職場與家務的上班族，因為線上遊戲的易參與性、調適性與歡愉的基調，不受時間與空間限制的特性，符合上班族快節奏生活時間碎片化的特徵。線上遊戲讓資訊交流、尋找認同、心情抒發比起過往透過社團或聚會等面對面形式溝通來得容易，因而更能促進人際關係互動（谷玲玲、蘇惠君、陳泊均、黃彥翔，2005）。

以本研究來說，上班族參與線上遊戲是一種從線下拓展到線上的過程，成員並未因遊戲減少在職場上與同事接觸的機會，反而透過遊戲彌補或刺激了線下的社交需求，例如在職場上木訥寡言的 Ben，在線上世界卻展現健談與樂於分享的面貌，幫助擴大與豐富他與其他同事的連結性，也激發各式合作的主動參與並強化彼此的社會連結，這是職場、社交空間界限模糊化表現的集結社群，結合現實與虛擬的社會結構，讓分散在各式網絡中的溝通與協作成為可能。

二、資源的建構與轉換

資源依據線上以及線下等空間，區分為虛擬資源、日常生活資源以及職場資源三大類。虛擬資源是屬於遊戲世界中的資源，包含遊戲知識、金幣、帳號、隊友數量、實力強度等。虛擬資源是參與線上遊

戲的入場券，也是上班族玩家在虛擬世界中必備的資源與人際交往能力，例如遊戲實力佳的 Dick 就普遍受到群體歡迎，頻繁地受同事邀請組隊；相對地，缺乏虛擬資源，將造成線上遊戲中的人際互動窒礙難行，因此上班族會自主投入時間心力累積與投資虛擬資源，包含與戰友互相討論戰局、觀看 YouTube 和 Facebook 中遊戲實況主的影片、在遊戲論壇研究攻略等。

虛擬資源的獲取大部分是透過現實資源轉換而成，包含時間以及個人社會網絡。對於上班族玩家而言，每日忙於工作與家庭之中，提取現實資源更顯不易，尤其是有孩童的家庭。Amy 每日晚上九點小孩就寢後，才有時間玩遊戲；Andy 則是為分擔家庭事務與照顧小孩，約莫晚上十一點後方能登入遊戲，對他們而言，虛擬資源的獲取，是用自己每日僅剩的時間轉換而成，也因為是玩家自願投入，因此彌足珍貴。

在日常生活資源上，以休閒活動參與最為顯著，行動者因為自身興趣或是從眾等因素而投入，Fox 即經由遊戲中朋友獲取休閒娛樂資訊：「有次我假日要帶女朋友出去，不知道去哪，就有熱心玩家提供我相關旅遊與餐廳資訊」。除了旅遊聚餐等資訊外，許多上班族玩家也會討論《天堂》、《暗黑破壞神》、《黑色沙漠》等其他線上遊戲，並且加入相關遊戲的虛擬社群，這代表上班族玩家再度加入新的網絡，猶如遊牧民族般「逐遊戲而玩」、「逐興趣而聚」，透過遷移流動性，拓展出更廣大的人際網絡。

上班族玩家在資源的運作上，除了虛擬、日常生活資源外，也同樣推進職場資源的分享。在職場中，成員們各自有不同的職務角色，職務角色亦代表上班族在職場組織結構中的位置、權責以及資源的使用，因此職場人際關係的經營與維護，有助於大家獲取職場資源。例如 Amy 常在群組裡提醒 Dick 與 Betty 交稿時間，這樣既可幫助兩人提早與客戶收稿外，亦有助於自己避免遇到交稿延誤導致加班之情形。此刻，群組成為企劃與業務的重要事項公佈欄以及確認工作進度的空間。

除了提醒工作注意事項外，群組也有著意見交流與知識匯集的功能。由於成員來自於各部門，有不同的專長與工作經驗，在知識分享上有著不同的關切點。例如在群組中最常討論，如何提升 EDM 的開信率，業務會提供客戶的成功案例做為參考、企劃則從發信主旨與設

計文案等面向提出觀點，至於 IT 則會分享哪些格式與設計較能避免電子郵件系統判別為垃圾郵件。同事們的內隱知識，透過群組分享與討論，有效地擴大個人與企業的知識範圍。

由於上班族玩家通常會透過遊戲社群接觸到更多其他部門的同事，讓以往只有公事交集的同事，因為遊戲而有更多互動，對於工作上有著不少幫助。受訪者所服務的媒體公司，業務部門的廣告 AE 提供客戶廣告、廣編等各式整合行銷服務，企劃部門則負責廣告與廣編的管理，兩部門理應取得良好合作關係來服務客戶，替企業獲取最大利益；但廣告執行過程中，客戶因為不同原因，導致素材延誤或即時處理，就需要請企劃同事破例或加班，對此，企劃同事滿腹牢騷：「獎金都是業務在領，都是他們不守規定，為什麼我要配合業務」，也常聽業務訴苦：「不是我不守規則，是客戶無法掌控，而且獎金這麼好拿，為何你們不來當業務」。為了讓 AE 遵守規定，主管就會設定更嚴格的 SOP，但結果只是讓雙方部門埋怨更深。

廣告 AE 想要在網絡結構中取得關係，行動者必須有所行動，筆者在遊戲與 LINE 群組觀察到，由於 Amy 的遊戲實力並不強，所以在遊戲中，她的表現往往比較畏縮，而實力強的 Dick 就在遊戲世界中多次帶領 Amy 獲勝，因為這層關係，Dick 常透過遊戲群組，請求 Amy 即時上廣告與廣編，即使偶爾違反規定與時程，Amy 亦睜一隻眼閉一隻眼給予放行。對於 Dick 來說，透過虛擬資源，拓展其社群與人際關係，獲得即時上刊的職場資源，這樣可以提升他在客戶面前的影響力，獲取更佳的業績，也保障與促進他在公司的地位；對於 Amy 而言，在群組中提供 Dick 在工作上的提醒或協助，是在虛擬空間展演另一個自我，在職場上 Amy 與廣告 AE 的相處非常強勢，但在遊戲的 LINE 群組中卻展現溫柔的一面，會主動提醒且樂於助人，其目的是展演給群中的同事，自己並非鐵面無私，另一方面則是預期得到回報的社會資本投資。

除了職場同事可以協助工作完成以及解決問題外，在遊戲網絡認識的玩家，也可以幫助上班族玩家在職場中遇到的問題。Amy 之前跟其他遊戲玩家求助 EDM 發送的難題：「之前有 IT 同事無法解決的 EDM 排版問題，沒想到社群中的遊戲好友，就告訴我是某語法問題」。此外，Cevin 與 Fox 在工作之餘也同步發展個人兼差副業，亦靠著社會連帶來連接著不同行動者或組織，延伸他們個人的社交網，

增加更多的弱連結，來穩定他們的事業運作。

同樣地，有求職需求的 Christine，期盼轉職到重視媒體行銷的科技公司，會有比較多行銷發展機會，由於筆者服務的媒體公司以服務科技業為主，所以熟悉科技業的行銷運作模式，因此 Christine 會透過遊戲的 LINE 群組請教我們：「大家對科技業比較熟，也知道業界的眉角與消息，所以我不可能去問其他對這科技業不熟的朋友。而且大家若講到哪間公司比較好，我會把這些公司列到 104 的追蹤名單上」。

從上述例子，可以了解行動者透過工具性目的進行異質性的互動，來獲取難以取得與價值高的資源，以 Christine 為例，我們的網絡變成 Christine 的資源，行動者藉由直接或間接連帶而接觸，獲得資源的行動便能獲得較佳的滿足。這也意味著，這不僅是不同行動者的連結，也是不同行動者所佔據的社會位置的互動（Lin, 2001／林祐聖、葉欣怡譯，2005）。

群組除了促成組織溝通、合作等正面助益外，亦有負面影響，像是抱怨公司與工作負擔等：「工作都推來推去的，某某部門推給某某，某某又推給我，還要我自己去找外包」。這種抱怨如同傳染病般，迅速在群組蔓延，其他人也會響應抱怨取暖：「真好，某某部門又有人升官了，但忙這專案的又不只有他一個」。透過捕風捉影將不正確的訊息傳達在群組上，其他群組成員可能觀測到群組的氛圍或意見大宗，為避免被冠上不合群的一方，而選擇在群組沉默，甚至有成員會私下傳訊給筆者：「你要不要請他先別一直嘴了，有執行力一點，他抱怨到我心好累」。不論是抱怨與負面八卦，大多是成員在職場中的個人感受或聽聞，再透過線上傳遞訊息，這些內容會對同事與企業產生破壞力，降低組織向心力。此外，不斷抱怨，亦會給人不好的印象，減少自己的社會資本。

上班族玩家經由線上遊戲建立自己的人際連結，資本的挪用是透過社會資本在進行，由於遊戲本身是新興的網路媒介，也是互動交流的平臺，遊戲成為人與人溝通的中介管道。張玉珮（2013）發現社會資本的轉換是雙向，特別是以資源形式存在的社會資本。職場資源、日常生活資源、虛擬資源之間彼此互相牽連環環相扣，上班族玩家擁有的資源並非固定不變，透過資源的使用、轉換與分享等，能使玩家的社會資本數量增長。

此外，在遊戲場域所累積的資本，並不是只停留於遊戲場域中，而是能擴展至玩家所在職場和日常生活；反之職場或日常生活累積之資本也可運用在遊戲場域。如同邱誌勇（2016，頁 103）所述，社群的集結與想像被視為一種可能性，一種可造成變異（mutation）的方法，線上與線下的社會資本可以相互轉換，這與 Bourdieu & Wacquant（1992, p. 144）的場域論述相呼應，即不同的社會空間之間存有相對應關係。

三、規範支持行動者的目標、利益與需求

當網絡的成員在線上／線下空間參與互動，會因不同群體、價值觀導致衝突，最明顯的就是社會對於線上遊戲的負面觀感。扮演多重身份的上班族其行為表現，不論在職場上或家庭都備受期待，由於上班族接觸線上遊戲後，因為不同空間的角色、行為與時間等因素間的不相容，導致個體產生壓力與衝突。

在職場中最主要任務為公司事務，大家即使是在休息時間共同玩線上遊戲，仍被其他同事認為是異類的存在。Amy 就被其他部門同事與主管暗示少打線上遊戲：「我們中午在餐廳打電動，常引來其他同事側目」。此外，較為年長的主管擔心我們吸引更多同事加入群體，助長打電動的風氣，造成公司競爭力低下。Andy 甚至被人資部門主管關切，希望大家減少在公司遊玩線上遊戲，業務部門主管還提醒過 Dick 與 Betty 不要過度沉迷，避免影響業務同仁業績拓展。張玉佩（2013，頁 196）也表示，屬於數位移民的舊世代，經常憂心傳播科技進入人們日常生活，會造成人際關係的疏離。為此，大家縮減在公司玩線上遊戲的次數，並跟主管溝通玩遊戲是為了凝聚同事的向心力與工作舒壓等。後透過群體的自束、遊戲場域的轉移，才逐漸減少與公司的衝突。

當遊戲的場域逐漸從公司移往家庭，衝突也連帶地移動。擁有婚姻關係的同事，最頻繁的在家庭與線上遊戲中發生衝突，因為他們在家庭中扮演著夫妻或是父母的角色，有義務維護婚姻與親子關係，但許多上班族的家人並不支持他們在家中玩線上遊戲，擔心其會犧牲家庭的時間。為此，玩家必須在家庭與線上遊戲之間取得平衡，Andy 必須整理完家務才可以玩線上遊戲，Amy 則是須在小孩熟睡時方能上線，大家僅能在破碎下的時間，短暫把握跟戰友團戰與社交的時光。

與 Oldenburg (1989) 提出第三空間的背景時代相較，現代社會生活步調節奏甚於以往，讓平時埋首於第一空間「家庭」和第二空間「職場」的上班族，更無暇參與社交活動。這意謂家庭、職場與社交這三個空間在相互爭奪上班族的時間與注意力。然而網際網路的發展，資通訊技術融入日常生活之中，助長時間走向碎片化，僅需短暫時間遊玩，可以任意進出的線上遊戲與遊戲社群，讓奔波於家庭與職場的上班族有個歇腳喘息的綠洲，其更符合第三空間的易參與性與調適性，可以依成員的時間與計畫，共同協商彼此的參與時間。

遊戲群體組成的初期，共約集體上線團戰是大家共同的目標與認知。在團練的過程中，為了達成遊戲勝利，溝通非常重要，所以在合作過程中需要頻繁的溝通協調。每次遊戲都會開語音訊息 Ethan 說：「遊戲會透過語音互動或打字……我可以在語音中大吼大叫，把我情緒表達出來，例如我被追的時候我就會大聲喊：來救我啊！相對的我也可以聽到朋友大喊：來救我啊！這會讓我感覺大家就在身旁」。

因為溝通互動，線上遊戲對上班族玩家而言，不只是遊玩而已，同時也是經營虛擬或現實世界中的人際關係。在現實世界中可能出現的歡愉、懊悔、眾志成城等情緒，也會流動到遊戲世界中，尤其競賽時，同隊戰友同擔風雨的感覺，最是遊戲迷人之處。Betty 只要遇到有玩家透過文字或語音訊息責罵好友時，都會跳出來予以反擊：「只要有人罵我朋友，我就會罵回去」。在線上遊戲虛擬社群中，玩家們義氣的展現與歸屬感之需求，使玩家樂於經營人際互動關係，並在過程中獲得心理上的滿足。

不論是遊戲或組織的運作，溝通皆是意見交流與整合的合作方式，但除了促進職場友誼外，卻也是常造成衝突發生的主要原因。由於現實生活中同事之間的職位與利害關係，受到職場規範與制度的限制，因此在溝通過程中，大家會謹守界線避免衝突，Amy 跟同事、網友在遊玩的溝通過程中就展現很大差異，對她而言，跟同事在遊戲世界中更要謹言慎行：「我若跟親人或網友玩會吵架，反正平常都在罵來罵去，但跟同事玩會比較克制，畢竟公事上有需要幫忙，若關係不好會很麻煩」。

若上班族玩家對於目標或溝通過程無法達到共識，產生對立的互動關係，就有可能造成爭執的狀態。有別於一般匿名性的線上遊戲，因為玩家彼此並不認識，所以也無須對衝突付出太多代價，但當彼此

身處熟識的職場空間，在線上遊戲的衝突，就會一併延伸到線下的職場，造成網絡的瓦解。Andy 與 Betty 就是在遊戲溝通過程中無法取得共識，繼而產生對立與衝突。其他人在遊戲過程與事後討論中也會發生零星的摩擦，但因為群體的規範是希望保持和諧，若有摩擦發生也會有同事挺身而出維持秩序。例如有人指責隊友失誤時，其他人會說：「只是娛樂，大家玩好玩就好」、「剛剛我也有失誤，是我的錯」；或者是透過轉移話題，來緩和氣氛維持群體的融洽。

溝通分寸的拿捏不僅存在遊戲空間，也包含在 LINE 與職場的社交空間中，若該空間的成員組成仍是遊戲玩家身分，在溝通部分會以社交為主，而職場資源的交換僅為相互幫助，而非遊戲玩家的責任與義務，所以成員有公事需求，必須客氣請求，而非命令口氣。若公事有其時效性與重要性，則需使用公司各式協同工具做為溝通平臺，否則很容易造成群組同事的困擾。換句話說，上班族玩家彼此間有著維繫彼此關係的準則，即使沒有明文規定，但參與者會致力遵守這些隱含的規範。

綜上所述，溝通對話是遊戲群組中最主要的活動，溝通會因為不同群體與不同目的，而賦予空間不同的涵義，在遊戲世界中，成員可以從對話中獲取愉悅與遊戲知識，在現實生活職場中討論與協調職場資源的運作。但溝通除了促進職場友誼與協作外，抑是造成衝突發生主因，紛爭會在線上與線下中流動。為避免發生衝突，溝通分寸的拿捏成為群體的潛規則，若有發生摩擦，群組其他成員會有類似糾察隊之行為來維持群體和諧。

四、信任創造集體意識之凝聚

在線上遊戲所構成的網絡關係，最主要是遊戲中的公會組織與好友機制。公會是遊戲玩家在遊戲世界中所組成的組織，其功用在於讓公會玩家們產生凝聚力、增加遊戲依賴度，曾創立公會跟擔任公會會長的 Andy 指出成立公會的重要性：「我創立公會，是要讓同事明白自己是代表誰、代表哪個公司，這是一個公司的形象，大家的每一個動作都跟公司是有關聯的，不可以讓公司丟了面子，另外通通在同一個公會，我就方便管理，而且這樣才有約束力」。

公會為了凝聚向心力，也規定成員在遊戲帳號的名稱前加入公會名稱，讓其他玩家知道成員是隸屬哪個公會，Dick 就提及公會對他的

意義：「我們公會成員都會在自己的帳號名稱前加上戰隊名稱，只要我們組隊比賽，敵方透過帳號名稱馬上就知道我們是同一隊，這是一種氣勢、一種團結、更是團隊的榮耀」。

除了加入公會與冠上公會名稱外，玩家在遊戲 ID 名稱上的設計也展現出團隊的歸屬感。Ethen 認為取類似 ID 有很重要意義：「是兄弟就要取相同的名字，不管兄弟做什麼我都支持他」；Cevin 則認為團隊出征更有氣勢，更容易獲得遊戲的愉悅感：「這樣更有氣勢，同樣的名字，同樣殺光對方，這樣更爽」。

不論是冠上公會的名稱或是遊戲 ID 取類似名稱，都是玩家將現實生活中的網絡挪移到線上遊戲的行為，目的是希望可以跟現實生活的朋友一起玩遊戲，展現集體意識，向敵方與戰友宣示我們是同一群人，經由集體行動找尋歸屬感。一般玩家在線上遊戲採匿名方式，一面對未知網友的謾罵，會對於人際交往帶來風險性；若在熟識的群體中，玩家的行動較不會受到責難，這是一種擁有安全感的遊玩方式。換言之，與熟識的同事玩線上遊戲，是一種較無風險的娛樂形式，面對線上遊戲戰局的變化，以及處理其他玩家溝通訊息內容所需的認知負荷更低，因此更容易達到愉悅與放鬆的需求。

上班族玩家的戰友大多在線下空間中相識，因此人際信任會轉換到線上遊戲世界中。此外，線上遊戲所設計的各项機制，包含排位、勝率、英雄角色熟練度等，也同樣地為人際信任扮演輔助性的功用。像是擁有較高排位的玩家，⁴ 可以獲得更多遊戲官方所贈送的虛擬資源，也較容易取得其他玩家的信任與組隊的意願，更容易促成網絡的拓展與資源的分享。此外，玩家會在乎自己和隊友在 **Garena App** 的各项數據，⁵ 因其可以讓玩家隨時查戰績、看戰況，成員可以輕易觀察自己與其他戰友各項戰力的優缺點，等於提醒玩家該補強之處為何，促成遊戲知識的搜尋與分享。

透過數據資料可以體會同事對於遊戲的態度，若使用勝率高或是熟練的英雄來參與團練，顯示同事是以認真的態度面對比賽，而其他同事也會積極面對，這代表著成員擁有相同的信念，因此容易建構彼此的信任關係。這種遊戲製造商設計的機制，給予大家遊戲互動時的信賴與安全感，亦提供了日常討論遊戲的話題，強化大家的人際關係。

林宛瑩與張昕之（2012，頁 258）社會支持依賴於社會資本中的

人際信任、人際互動與互惠精神。之前提及上班族玩家在職場資源、日常生活資源與虛擬資源的使用、轉換與分享等，就是社會支持的實例，玩家彼此間的社會支持包含著情感性與工具性支持。日常群組除了討論工作、遊戲與生活等事外，亦有群體吐訴心事的功能：

問題都很急，但是要查很久，然後萬般確認後，證明不是 IT 問題後，就被草草回覆說沒事了……然後查太慢會被罵之外，主管也會關切，查太快又說太草率，IT 真的不好做。（Andy）

每個工作都不好做，都有為難之處，我也整天聽客戶該該，客戶罵哭我，習慣就好……主管以前也沒站過業務角度，有主管等於沒主管一樣。（Betty）

信任的產生，涉及信任者與被信任者之間的瞭解與互動狀況，是一種關心、傾聽到回應的過程，同事間透過了解與認同彼此的價值觀，建構出群體的信任，將他們緊緊聯繫在一起，有助於群體的團結與穩定，信任的產生，涉及信任者與被信任者之間的瞭解與互動狀況（熊欣華，2007）。如同群組中，大家有協議私密訊息不對群組外成員透漏，因為此項規範，讓同事在闡述心事時，無須擔心資訊外洩的風險與不確定性。

在許多企業中，主管、部屬與同事之間因為職務差異、權力不對等、利害關係或是本位主義等因素而產生距離。上班族為了獲取資源與扮演好自己的角色，因此在跟同事的合作與互動上，會戴著職場面具來隱藏自己真實的個性與情緒。但透過線上遊戲的參與，大家多了戰友的身分，相處的空間從只有線下的職場，增加了線上的遊戲世界，重複地參與線上／線下的群體，彼此間有著共同的目標、價值與信念，過程中不知不覺中摘下自己的職場面具，釋放出個人內心渴望與真實個性，大家對於彼此的瞭解也更加深入。遊戲與公會發起人 Andy 就認為線上遊戲讓他更認識同事：「玩遊戲可以增加彼此了解的機會，而且眾多人在壓力的工作中，可以在遊戲中看出他們的真性情，這在平常工作中是看不到的」。

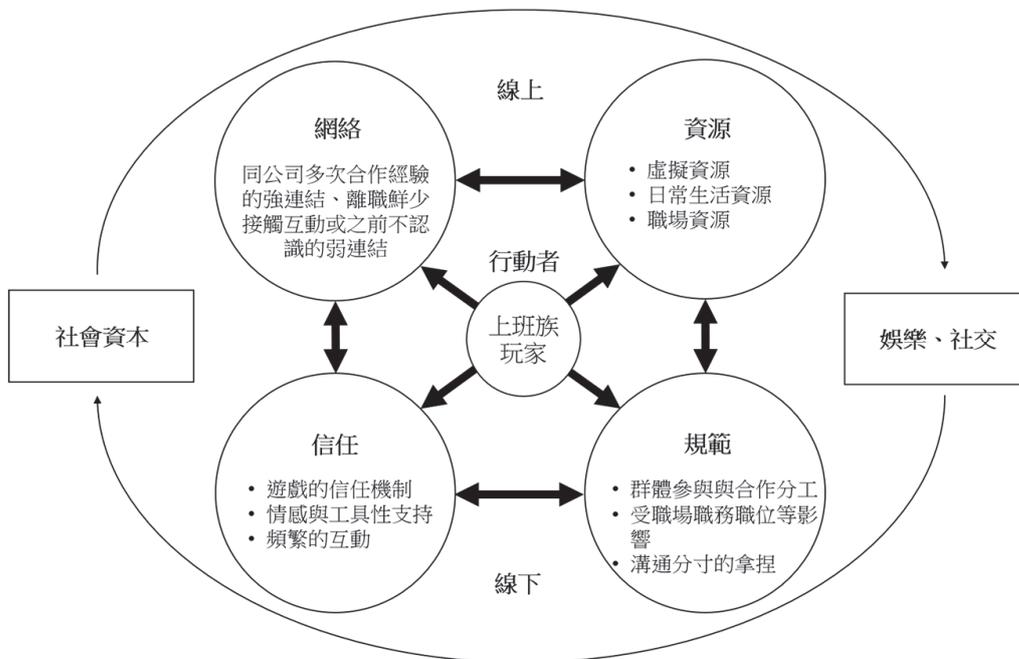
但是頻繁與深度的互動並不見得與信任呈正相關，甚至有可能傷害到職場友誼，在群組中，Andy 與 Betty 原本交情深厚，透過長期工

作上的合作、相似的興趣而取得相互信任，但雙方經過數次的共玩線上遊戲後，皆認為對方在參與遊戲前後的個性截然不同，彼此無法接受這樣個性的轉變。Andy 認為 Betty 在遊戲中逐漸展現控制欲，並且會在遊戲中責難隊友；Betty 則指出 Andy 玩遊戲的方式與大家有所差異，難以融入團隊，雙方信任破滅漸行漸遠，除非公司事務合作上非彼不可，否則都會找該部門其他同事協助。換言之，信任的破滅會減少或停止行動者對於線上遊戲與職場的參與，造成遊戲、職場網絡的破壞與社會資本的消逝。

五、研究綜合分析與發現

本研究的社會資本運作，是上班族玩家其個人與群體的社會背景、現實空間的參與、虛擬空間的參與、社交所形成的產物。由於空間的行動者是在線下已認識的上班族，因此線上遊戲除了社交與娛樂導向之功用外，亦是工作協作導向的媒介。線上遊戲成為成員聯繫與互動的渠道，讓職場關係從線下拓展到線上，職場延伸至日常生活之中；相同的，戰友關係從線上複製到線下，日常生活觸及到職場，網絡、資源、規範與信任等社會資本也得以相互運作，如圖 3。

圖 3：線上／線下社會資本運作脈絡



社會資本的基礎是網絡，網絡是行動者對於群體的積極參與、投資才得以創立與發展，但上班族彼此間的社會關係並非處於相同距離，因為興趣、工作互動、職務職位等不同，有著不同的網絡關係。從圖 3 看出，上班族玩家（行動者）在職場與日常生活中的網絡，有同公司多次合作經驗的強連結、離職鮮少接觸互動或之前不認識的弱連結，彼此之間可能因為相互支持與社交娛樂等情感性目的、獲取社會資本的工具性目的而參與線上遊戲，對於成員而言，網絡互動空間從線下拓展到線上。由於上班族的戰友大部分來自於現實空間的職場同事，導致虛擬的第三空間交雜了職場空間的元素，與 Oldenburg（1989）所主張第三空間的中立性、沒有階級地位差異等特徵產生出差異。

對於成員而言，除了下班時間的參與，群組的成員在上班時段仍不斷透過即時通訊軟體進行社交互動，網絡互動空間不斷流動於職場與社交、線上與線下，促使虛擬、日常生活與職場資源的相互轉換與分享。研究也發現，有別於一般玩家在線上遊戲身處於匿名狀況，上班族玩家的線上遊戲戰友，有很大比例是現實空間中的職場同事或日常親友等，網絡內的成員相互連結密度較高，除了有助於資源快速流動外，在社會資本的規範與信任構面上，亦呈現較強的約束力。在互動過程中，線上與線下的規範與信任等社會資本相互影響。

成員重視群體的目標，在乎自己在社群中的貢獻，依據自身的專業與興趣來參與，另外，信任是行動者在群體裡謀求共同利益或轉換社會資本的過程，這受到遊戲設計機制與人們在現實生活中相處的規範所影響，因此參與遊戲的行動者，需要不斷服從他們普遍接受的道德原則，為了維持彼此利益而相互尊重。換言之，線上與線下的流動代表行動者人際關係的延伸，促進社會資本在虛擬與現實空間中被建構與運作。此外，行動者參與群體動機不論是企求社會資本或社交娛樂，在線上與線下的互動空間，抑或社會資本中的網絡、資源、規範與信任之間，皆非停止不變的狀態或線性過程，而是彼此間動態的來回往復與相互形塑。

捌、結論

一、上班族參與可任意穿梭與群體交會的第三空間

現代生活節奏忙碌，酒吧、咖啡店、公園、餐廳等第三空間受到家庭與職場空間的擠壓；社團與聚餐等活動，因時間與空間上的限制，讓上班族難以頻繁參與。故擁有便利性、易達性的線上遊戲成為上班族加入第三空間的新選擇，線上遊戲的參與有助於職場網絡催化出多個傳播網絡的機會。

空間的特性是空間環境與成員間協力塑造，線上遊戲社群有賴成員集體創作與參與方得以維繫，成員所扮演的角色將會影響其行動，對於多數的上班族玩家，在遊戲世界的參與行為，通常是透過現實生活中最頻繁接觸的職場人際關係所拓展開來，因此線上遊戲的社會網絡，是線下職場空間社會網絡的再現，促使同事在職場空間外的再交會，強調社交功能的第三空間，融入職場第二空間的功用，同事彼此的線上互動對線下關係產生刺激，建構出線上與線下交織的社會網絡。

二、催化網絡關係的複雜

上班族玩家透過線上遊戲這媒介的催化，不斷與同事在線上／線下空間中流動，包含在現實空間中的職場與社交場所、虛擬空間中的線上遊戲與各式網際網路應用。換句話說，這是混合著線上空間與線下空間所組成的「混合空間」。在動機與目的上，有人透過情感性行動與他人互動來獲得安慰、安全感與歸屬感，這是情感性關係；有人透過工具性行動來獲取轉職資訊、兼差收入、職場資源等，這是工具性關係。從研究發現，因為群體意見、資訊交流、資源獲取多元，因此工具性與情感性的行動與關係無法截然劃分，而是一個交雜兩種行動的「混合性行動」與兩種人際關係型態的「混合性關係」。

此外，上班族玩家們在職場中是同事，在線上遊戲中是戰友，因為長期的互動與資源的分享，建立起朋友關係，亦是一種混合性關係。綜上所述，本研究提出上班族玩家透過混合性目的與行動參與線上遊戲，在遊戲與職場交織下的混合性空間與同事間發展出混合性關係，促使個體與群體之間轉換社會資本。

三、上班族在虛實空間的社會資本運作

大家共同參與線上遊戲並且加入遊戲的社群，成為彼此建立人際關係、訊息交流與社交互動的媒介，如同 Oldenburg（1989）所述非傳統社交的第三空間。但與一般匿名性遊戲不同，本研究的上班族玩家彼此之間早已認識，是職場關係的集合體，再透過線上遊戲與其他網際網路應用等互動，形成一種結合職場「地域」與遊戲「興趣」的社群。對於上班族而言，這種交織工作與社交的第三空間已產生質變，形成遊戲與工作結合下的產物。

線上遊戲做為一種休閒娛樂與人際關係經營的參與，提供上班族玩家合作模式與協同創作的平臺。上班族玩家在遊戲世界中有著共同的目標與利益，產生出合作的協議，並且同意按照遊戲世界的規則，參與群體的行動並且相互尊重，這些主動的積極作為有助於群體網絡的發展。最重要是，玩家們在參與的過程中，可以認識與理解其他夥伴的興趣喜好以及有哪些共享資源，彼此之間創造互惠與互利的正向體驗，為成員的人際信任扮演輔助性的功能。

因為信任有助於成員在線上／線下頻繁與深度的互動，大家會視自己為群體的一部分，並且努力實現群體或其他成員所提出的目標，促使大家更積極地參與群體各項事務，產生職場、日常生活、虛擬等資源的運作，同樣地，資源可依個體跟群體的需求作提取與轉換。

四、對於企業協作，線上遊戲兩面刃

上班族玩家不論是情感性或工具性目的參與線上遊戲，都是個體自主參與而非企業強迫，這裡聚集著不同職務、職位、知識的成員，每個人擁有各自獨特的社會資本。除了參與目的外，線上遊戲的社交功能，有助於大家對於社群的積極參與，強化與擴大群體的網絡，讓社群建構更多的社會資本，促進職場資源的累積。即使是與工作看似不相關的日常生活資源或虛擬資源，也因為個體跟群體的需求，亦有可能轉換成自己或其他人的職場資源。對於企業而言，上班族玩家自主加入的遊戲社群，對於企業協作也產生積極影響。

社群對於企業協作有著正面的輔助性效應外，亦有負面影響，例如透過抱怨企業組織或分享八卦消息來抒發情緒，希冀從群體獲得情感安慰，但這些行為卻造成反效果，對同事、組織與企業產生破壞

力，造成信任的瓦解，亦會造成社會資本的消逝，不利於企業的協作。

五、研究貢獻

本研究檢視 Bourdieu (1986)、Coleman (1990)、Putnam (1995, 2000)、Lin (1982, 2001/林祐聖、葉欣怡譯, 2005) 等社會學家所提的社會資本概念，並參考 Oldenburg (1989) 與 Steinkuehler (2005) 學者提出的第三空間文獻，加入人事時空環境背景等探討，塑造出本研究的研究架構。本研究提出傳統的第三空間是實體的地理空間，與家庭、職場之間，如同楚河漢界般互斥；線上遊戲則是虛擬的第三空間，沒有地域與疆界的界定，但參與的成員卻是有地域關係的職場同事，早已相識的上班族玩家在其閒暇與片段時間中投入，導致虛擬的線上遊戲空間闖進現實的家庭與職場空間，空間成為混合的綜合體，不再僅是單純的社交空間，在此，網絡產生交會與重疊、合作成為共識、資源得以轉換，具有發展社會資本的潛力。換句話說，第三空間因為資通訊的介入與參與角色的不同，展現出戰略與目的性社交之特質。

在實務現象面，本研究以上班族玩家為研究對象，線上遊戲為媒介，分析社會資本在線上／線下不斷交織下的運作過程，提出線上遊戲對於企業、個人在社會資本建構的正負面影響。由於資通訊技術的進步，線上遊戲隨著網際網路的普及與快速發展下，成為上班族主要的休閒娛樂，更是重要的社會與文化形式。本研究期盼藉此研究給予社會或企業對於線上遊戲不同的觀點。以往，線上遊戲的討論大部分聚焦在對人或組織的負面傷害，而非可能的益處，甚至有公司不鼓勵員工共組社群參與線上遊戲，但卻忽略遊戲是一種組織的活動，是富含娛樂與教育目的。因此，企業與組織在面對員工群體參與線上遊戲的現象，與其排斥限制，不如好好理解與善用線上遊戲的社交性，適當地融合企業的文化與規範，紓解員工工作壓力，並促成與輔助員工累積與轉換社會資本，為企業帶來協作與創新的環境。

註釋

1 線上遊戲 (online game) 泛指多名玩家透過網際網路，同時連上

遊戲伺服器，在虛擬世界中進行互動；換句話說，不論是使用桌上型電腦、筆記型電腦、智慧型手機、掌上型遊戲機抑或是家用遊戲機等任何載具，只要是玩家可透過網際網路進行遊戲與互動，本研究皆視為線上遊戲。

- 2 《傳說對決》是一款多人線上戰鬥推塔的手機遊戲，於 2016 年 10 月上市，廣受臺灣許多玩家支持。《傳說對決》在 2017 年開辦臺灣 GCS 職業聯賽，同年成為 Yahoo 奇摩 10 大熱搜電競遊戲第一名，2018 年成為亞洲運動會電子競技電子競賽示範項目，臺灣 GCS 賽區所派出電競職業隊，於 2017~2020 年期間共獲得四次《傳說對決》世界冠軍。
- 3 MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) 這類遊戲將玩家區分為兩隊，兩隊在遊戲地圖中互相競爭，同隊玩家彼此相互合作，以打倒敵方隊伍的建築為勝利條件。
- 4 《傳說對決》內部排位賽系統，由上至下的階級分別為永恆傳說、戰場傳說、星耀、鑽石、鉑金、黃金、白銀、青銅，玩家在遊戲排位中取得勝利，獲得向上攀升階級的星星，反之則扣星，階級也會隨之降低，玩家的排位也代表著自身在遊戲世界中的實力。玩家的排位等級，會有相對應的階級徽章，顯示於遊戲內玩家的基本資料上，供其他玩家查看，此外在遊戲過程中也會呈現在玩家角色的邊框上，以代表玩家在遊戲中的地位。
- 5 《傳說對決》的 Garena App，可以顯示即時戰況，同步顯示隊伍與對手資訊，讓玩家可以隨手查戰績、看戰況。另外也分析伺服器上所有玩家的數據，顯示最熱門英雄、英雄勝率排行，藉此讓玩家掌握全體英雄最新趨勢。最後 App 每個月都會統計數據，讓玩家知道自己前一個月的整體表現，並透過最強隊友的呈現，讓玩家知道誰是你最強戰友和最雷隊友。

參考書目

- Edward (2019 年 10 月 1 日)。〈YouTube 調查指出臺灣有 65% 網路人口為遊戲玩家 女性占 49% 每日上網時間達 5.6 小時〉，《巴哈姆特 GNN 新聞》。取自
<https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=186474>
《Yahoo 奇摩電玩大調查》(無日期)。取自 <https://drive.google.com/file/d/0BwlKufznZS4IZzU1cElXVXAwLXc/view>
- 方永泉(2012)。《遊戲、文化及教育》。臺北：學富文化。
- 石曉玲(2015)。〈跨文化外語教育的“第三空間”理論及其技術實現〉，《唐山學院學報》，5：99-102。
- 江志倫(2015)。《社會資本對線上遊戲玩家之遊戲忠誠度研究-以英雄聯盟線上遊戲為例》。銘傳大學企業管理研究所碩士論文。
- 何道寬譯(2007)。《遊戲的人：文化中遊戲成分的研究》。廣東：花城。(原書 Huizinga, J. [1955]. *Homo ludens: A study of the play-element in culture*. Boston, MA: The Beacon Press.)
- 吳皓筠(2015)。《社群網站之多重帳號使用戰術與人際關係研究——以上班族為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 谷玲玲、蘇惠君、陳泊均、黃彥翔(2005)。《線上集結、線上社群與線上動員》。(行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告 NSC92-2412-H-002-018)。臺北市：臺灣大學新聞研究所。
- 李宛蓉譯(2014)。《信任：社會德性與經濟繁榮》。臺北：立緒。(原書 Fukuyama, F. [1995]. *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York, NY : Free Press.)
- 邱誌勇(2016)。〈實體與虛擬的並置參與：當代自造者運動的社群集結與想像〉，《考古人類學刊》，85：83-108。
- 邱淑惠、陳家綺、陳重均(2010)。〈兒童在《楓之谷》做些甚麼？探討兒童玩線上遊戲的行為與態度〉，《教學科技與媒體》，94：25-39。
- 周之鼎(2018 年 1 月 24 日)。〈僅 12% 臺灣人不玩遊戲！104 公開調查報告：65% 臺灣人月花千元玩遊戲〉，《ETtoday 遊戲雲》。取自 <https://game.ettoday.net/article/1099900.htm>
- 林南(2004)。〈教育制度與社會資本〉，《教育研究集刊》，

50(4)：1-16。

- 林祐聖、葉欣怡譯（2005）。《社會資本》。新北：弘智。（原書 Lin, N. [2001]. *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.）
- 林娟娟、蘇政泓（2007）。〈以社群觀點研究線上遊戲使用者參與動機〉，《電子商務研究》，5(1)：31-53。
- 林宛瑩、張昕之（2012）。〈「隱形少年」現形記：香港御宅族網際網路使用與社會資本建構初探〉，《新聞學研究》，112：233-270。
- 柯舜智（2004）。〈虛擬空間，真實經驗：青少年與線上遊戲的互動意涵〉，《玄奘資訊傳播學報》，1：123-149。
- 孫春在（2011）。〈當數位遊戲進入校園〉，《新聞學研究》，108：33-39。
- 財團法人臺灣網路資訊中心（2020年10月）。〈2020臺灣網路報告〉。取自財團法人臺灣網路資訊中心網頁 <https://www.twNIC.tw/doc/twrp/202012e.pdf>
- 郭峰淵、曾智義、吳守宏（2012）。〈社會網絡科技設計賦能與社會資本研究〉，《資訊管理學報》，19(1)：51-80。
- 陳佳靖（2003）。〈網路空間·人際關係：線上線下·生活世界〉，《資訊社會研究》，4：141-179。
- 陳禹辰、尚榮安、陳東龍、鄭靜婷（2012）。〈遊戲動機與線上遊戲持續參與意圖之研究：不同玩家族群之比較〉，《資訊管理學報》，19(2)：349-387。
- 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》，98：1-45。
- 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（2013）。〈穿梭虛擬世界的遊戲少年：他／她們的社會資本之累積與轉換〉，《中華傳播學刊》，23：195-227。
- 莊詠晴（2009）。《上班族對線上遊戲之行為研究》。明道大學管理研究所碩士論文。
- 黃于瑄（2009）。《成年人線上遊戲使用程度相關因素之探討》。臺中教育大學諮商與應用心理學研究所碩士論文。

- 黃厚銘 (2016)。〈推薦序：遊戲——人類文明發展的推手〉，蘇威任 (譯)，《什麼是遊戲？》，頁 4-10。臺北：開學文化。(原書 Chauvier, S. [2007]. *Qu'est-ce qu'un jeu?* Paris, FR: Librairie philosophique J. Vrin)
- 楊宜音 (2000)。〈“自己人”：一項有關中國人關係分類的個案研究〉，《本土心理學研究》，13：277-322。
- 楊淑晴、黃凱琳 (2011)。〈國中生參與線上遊戲經驗與自我概念、生活適應與幸福感之研究〉，《教育資料與圖書館學》，48(3)：407-442。
- 資誠 (2019)。〈2019-2023 臺灣娛樂暨媒體業展望〉。取自 pwc 網頁 <https://www.pwc.tw/zh/publications/topic-report/assets/taiwan-entertainment-and-media-outlook-2019-2023.pdf>
- 熊欣華 (2007)。〈組織間信任〉，鄭伯壘、姜定宇、鄭弘岳編《組織行為研究在台灣：回顧與展望》，頁 411-430。新北：華泰文化。
- 鄭佑漢 (2015)。《從社會資本觀點探討即時戰略遊戲玩家之人際互動——以線上遊戲「英雄聯盟」為例》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 羅中峰 (2003 年 6 月)。〈論社會脈絡中的友誼定位——一個社會學的觀點〉，「論友誼——一個哲學，社會學和政治學的跨學科觀點研討會」，宜蘭縣礁溪。
- Ahmad, M. A. (2012). *Computational trust in multiplayer online games*. Unpublished doctoral dissertation, University of Minnesota, Minnesota.
- Allan, G., & Adams, R. G. (1998). Reflections on context. In R. G. Adams, & G. Allan (Eds.), *Placing friendship in context* (pp. 183-194). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Berman, E. M., West, J. P., & Richter, M. N., Jr. (2002). Workplace relations: Friendship patterns and consequences (according to managers). *Public Administration Review*, 62(2), 217-230.
- Best, S. J., & Krueger, B. S. (2006). Online interactions and social capital: Distinguishing between new and existing ties. *Social Science Computer Review*, 24(4), 395-410.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.),

- Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NY: Greenwood Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Caillois, R. (2001). *Man, play and games*. Champaign, IL: Illinois University Press.
- Chatman, J. A., & Flynn, F. J. (2001). The influence of demographic heterogeneity on the emergence and consequences of cooperative norms in work teams. *Academy of Management Journal*, 44(5), 956-974.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Dalisay, F., Kushin, M. J., Yamamoto, M., Liu, Y.-I. & Skalski, P. (2014). Motivations for game play and the social capital and civic potential of video games. *New Media & Society*, 17(9), 1399-1417.
- Delamere, F. M. (2011). Second life as a digitally mediated third place: Social capital in virtual world communities. In G. Crawford, V. K. Gosling, & B. Light (Eds.), *Online gaming in context: The social and cultural significance of online games* (pp. 236-248). New York, NY: Routledge.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York, NY: Basic Books.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Griffith, D. A., & Harvey, M. G. (2004). The influence of individual and firm level social capital of marketing managers in a firm's global network. *Journal of World Business*, 39(3), 244-254.
- Hall, M. L. (2011). Anchoring and exposing in the third place: Regular identification at the boundaries of social realms. *M/C Journal*, 14(5). doi: 10.5204/mcj.422
- Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The ANNALS of The American Academy of Political and Social Science*, 67(1), 130-138.
- Hansen, M. T. (1999). The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 82-111.

- Jensen, M. J., Danziger, J. N., & Venkatesh, A. (2007). Civil society and cyber society: The role of the internet in community associations and democratic politics. *The Information Society*, 23(1), 39-50.
- Kobayashi, T. (2010). Bridging social capital in online communities: Heterogeneity and social tolerance of online game players in Japan. *Human Communication Research*, 36(4), 546-569.
- Kraatz, M. S. (1998). Learning by association? Interorganizational networks and adaptation to environmental change. *Academy of Management Journal*, 41(6), 621-643.
- Lin, N. (1982). Social resources and instrumental action. In P. V. Marsden, & N. Lin (Eds.), *Social structure and network analysis* (pp. 131-145). Beverly Hills, CA: Sage.
- Lin, N., & Dumin, M. (1986). Access to occupation through social ties. *Social Networks*, 8(4), 365-385.
- Linder, M.-O., Roos, J., & Victor, B. (2001). Play in organizations. (Imagination Lab Working Paper No.2). Abstract retrieved from <https://imagilab.org/wp-content/uploads/2021/01/WP2.pdf>
- McCue, K. (1988). Medical play: An expanded perspective. *Children's Health Care*, 16(3), 157-161.
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420-435.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place: Cafes, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangout and how they get you through the day*. New York, NY: Paragon House.
- Pearce, C. (2009). *Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual world*. Cambridge, MA: The MIT press.
- Peng, M. W., & Heath, P. S. (1996). The growth of the firm in planned economics in transition: Institutions, organizations, and strategic choice. *Academy of Management Review*, 21(2), 492-528.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the*

- electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Weley.
- Rosenthal, E. (1997). Social networks and team performance. *Team Performance*, 3(4), 288-294.
- Schultheiss, D. (2007). Long-term motivations to play MMOGs: A longitudinal study on motivations. *DiGRA 2007 Conference*, 4, 344-348.
- Sewell, W. H., Jr. (1992). A theory of structure: Duality, agency, and transformation. *American Journal of Sociology*, 98(1), 1-29.
- Statler, M., Roos, J., Victor, B. (2009). Ain't misbehavin': Taking play seriously in organizations. *Journal of Change Management*, 9(1), 87-107.
- Steinkuehler, C. A. (2005). The new third place: Massively multiplayer online gaming in American youth culture. *Tidskrift Journal of Research in Teacher Education*, 3(3), 17-32.
- Steinkuehler, C. A., & Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 885-909.
- Völker, B., Flap, H., & Mollenhorst, G. (2009). Changing places: The influence of meeting places on recruiting friends. In R.-M. Hsung, N. Lin, & R. L. Breiger (Eds.), *Contexts of social capital: Social networks in markets, communities and families* (pp. 28-48). New York, NY: Routledge.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52-90.
- Wood, J. T. (2010). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (6th ed.). Boston, MA: Wadsworth.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 65-88.
- Yuen, F., & Johnson, A. J. (2017). Leisure spaces, community, and third places. *Leisure Sciences*, 39(3), 295-303.

Between Real and Virtual Worlds: The Social Capital of Online Gaming for Office Workers

Shu-Wei Huang*

Abstract

Online gaming has become a common form of leisure and entertainment, and office workers are a key target group. Studies have revealed that interpersonal relationships are a strong motivation for office workers to participate in online gaming, but few studies have analyzed how online gaming, which was originally entertainment oriented, has transformed into a tool for office workers to manage their interpersonal relationships. This study explored theories of online gaming, the notion the third place, and how office workers use the social capital of online gaming in both virtual spaces and reality from an ethnographic perspective. In addition, this study analyzed the correlation between players' online, offline and social capital. Finally, this study proposed that online gaming has both positive and negative effects on the social capital of enterprises and individuals. When used effectively, online gaming can help office workers convert social capital and create opportunities for cooperation. However, differences among players' understanding and evaluation of online gaming may lead to conflict, reduce group trust, and cause the loss of social capital.

Keywords: office worker, social capital, the third place, online, online gaming, offline.

* Shu-Wei Huang is Master of M.A. Program in Communication, College of Communication, National Chengchi University, Taipei, Taiwan. Email: george.haung@gmail.com