

亞洲大學心理學系

學士論文

探討單機遊戲內遊戲動機
與人際關係中社會價值取向

蕭榆宸

指導教授：蔡芬芳 博士

中華民國 113 年 1 月

摘要

隨著全球遊戲玩家人數逐年增長，電子遊戲成為研究人格特質與行為模式的重要載體。本研究聚焦於單機遊戲玩家，探討其遊戲動機與社會價值取向之間的關聯性。研究採用問卷調查，依據 ACE2 模型測量遊戲動機，並以 Murphy 等人(2011)的滑塊測驗評估社會價值取向。結果顯示，單機遊戲玩家的遊戲動機與社會價值取向無顯著相關，且遊戲動機無法預測玩家的社會價值取向。未來建議結合質性方法或分析遊戲行為數據，深入探討遊戲內外行為與心理歷程的交互影響，從而揭示遊戲動機與現實行為之間可能的潛在關聯性。本研究旨在為單機遊戲與心理學相關研究提供新的視角與方向。

關鍵字：單機遊戲、遊戲動機、人際關係、社會價值取向

目錄

第一章 緒論	4
第一節 研究背景	4
第二節 研究動機	4
第三節 研究問題	5
第二章 文獻探討	6
第一節 遊戲	6
第二節 遊戲動機	6
第三節 人際關係	6
第三章 研究方法	7
第一節 研究架構及假說	7
第三節 研究工具	8
第四節 研究程序	10
第四章 資料分析	11
第一節 描述統計	11
第二節 信度與效度分析	13
第五章 結論	15
第一節 討論與結論	15
第二節 研究限制	15
第三節 研究建議	16
參考文獻	17
附錄	18

第一章 緒論

第一節 研究背景

隨著數位娛樂與電子科技的發展與普及，電子遊戲作為一種娛樂形式，吸引越來越多人成為遊戲玩家，根據遊戲市場調查公司 Newzoo 資深顧問 Devan Brennan 在 2024 Devcom 開發論壇(Devcom Developer Conference)「2024 年全球遊戲市場趨勢與預測」演講，2024 年全球遊戲玩家的人數約 34 億，且玩家人數每年都在持續增長，與 2023 年相比，2024 年的玩家人數約增加了 4.5%。在 2024 聯合國世界人口展望報告指出 2024 全球人口約為 81.6 億人。可以說全球有近一半的人都是遊戲玩家。

儘管在 2014 年 4G 網路普及，手機遊戲市場大肆興起，甚至在 2017 年成為最大產值的遊戲遊玩設備。然而在

這些遊戲不僅提供沉浸式的個人體驗，還可能潛在地影響玩家的心理狀態及其人際關係。研究單機遊戲內的遊戲動機，對理解玩家在遊戲中追求的目標及其與現實行為的關聯具有重要意義。

雖然已有研究探討多人遊戲與人際行為的關聯，但對於單機遊戲中玩家動機如何反映或影響其社會價值取向的研究卻相對稀少。本研究試圖填補這一空白，探討單機遊戲中的內在動機與玩家在人際互動中的社會價值取向之間的關聯。

本研究的結果不僅有助於遊戲設計師更深入地理解玩家需求，也可為心理學領域提供有關遊戲體驗對現實人際行為影響的洞察，為未來在遊戲化教育及心理干預中的應用提供參考。

第二節 研究動機

在數位遊戲產業蓬勃發展的背景下，單機遊戲因其沉浸式體驗和個人化選擇，成為全球玩家的重要娛樂形式。然而，遊戲中的內在動機是否影響玩家的現實行為，特別是在社會互動中展現的價值取向，仍是一個值得深入探索的議題。

遊戲動機研究多集中於多人遊戲，特別是探討玩家在協作或競爭情境下的行為，但對單機遊戲玩家的內在驅動力及其心理影響的研究卻較為稀缺。單機

遊戲玩家雖然通常孤身進行遊戲，但其偏好和動機，例如追求成就或探索未知，可能暗示其面對現實挑戰或選擇資源分配時的價值觀。

另一方面，社會價值取向（SVO）作為衡量個體在人際互動中合作或競爭傾向的心理學工具，提供了一個有效的框架來分析的行為特徵。然而，目前較少有研究將單機遊戲動機與社會價值取向結合起來進行探討。

本研究希望通過結合遊戲動機與社會價值取向的分析，揭示單機遊戲如何影響或反映玩家的心理與行為模式。不僅如此，這些結果還可能為遊戲設計師提供重要參考，幫助他們更精準地設計符合玩家需求的內容。

第三節 研究問題

根據上述的研究目的，本研究的研究問題如下：

一、單機遊戲玩家的遊戲動機是否與其社會價值取向之間存在顯著關聯性？

二、單機遊戲的內在動機是否可以作為預測玩家現實社交行為模式的指標，特別是在資源分配與人際互動的情境中？

第二章 文獻探討

第一節 遊戲

Haizel 等人(2021)的研究表明，遊戲中玩家的行為可以反映其個人特質。相較於多人遊戲強調即時的社交互動與合作競爭，單機遊戲提供了一個較為純粹的虛擬空間，玩家在其中的行為不會受到其他真人玩家的干擾，能更直接反映其內在的心理狀態。因此，探討單機遊戲中的玩家行為，對於理解個體在排除外在社交壓力下的純粹心理表徵具有獨特價值。

第二節 遊戲動機

Bartle(1996)基於大型線上多人遊戲(MMO)首次提出了玩家動機模型，將玩家動機分為探索者、成就者、社交者與殺手，為理解玩家的行為提供了早期的理論框架。

Dam & Bakkes(2019)進一步發展出了 ACE2 模型，此一框架更適用於現代電子遊戲，將玩家劃分為成就者、探索者、參與者與創作者。重點在個體內在動機與遊戲行為。

第三節 人際關係

社會價值取向(Social Value Orientation, SVO)描述個體在人際關係中資源分配的偏好，通常分為利他者、親社會者、個人主義者及競爭者。該理論在行為經濟學與社會心理學中已有廣泛運用，用於探討個體在合作或競爭情境中的選擇偏好。

已有研究多聚焦於多人遊戲中的玩家行為。Anderson 與 Bushman(2001)的研究發現，在競爭性遊戲中，玩家的攻擊行為可能與現實中競爭傾向相關。Velez(2014)指出，合作遊戲能夠促進玩家在現實中的合作行為。

然而，針對單機遊戲玩家的研究相對稀少。單機遊戲中雖沒有真人玩家，但玩家與非玩家角色(NPC)之間的互動、在虛擬世界中的道德抉擇與資源分配仍可能映射出玩家在現實中的人際關係互動。

第三章 研究方法

第一節 研究架構及假說

本研究旨在探討單機遊戲玩家的遊戲動機與其社會價值取向之間的關聯性。根據研究目的，採用量化研究方法，利用網路問卷收集資料。研究資料來自遊戲玩家及遊戲開發社團中的成員，探究不同玩家在遊戲動機和社會價值取向上的差異。

一、 研究架構

本研究之自變項（IV）為「單機遊戲玩家之遊戲動機」，採用 ACE2 模型之四個構面（成就者、探索者、參與者、創作者）進行測量；依變項（DV）則為玩家在 interpersonal 關係中的「社會價值取向（SVO）」，以滑塊測驗計算出之 SVO 角度及類型作為評估指標。本研究之整體研究架構如下所示：

[自變項：遊戲動機 (ACE2)]→[依變項：社會價值取向 (SVO)]

二、 研究假說

根據研究目的及文獻探討，本研究之假說如下：

成就型玩家偏向競爭取向。

創作型玩家偏向親社會取向。

探索型玩家偏向個人取向。

投入型玩家偏向利他取向。

第二節 研究對象

一、 研究對象的選取標準

(一)年齡分佈：

本研究的目標年齡範圍設定為 18 歲至 45 歲，這些年齡層的玩家是主流單機遊的核心玩家群體，也是遊戲設計與行銷的主要目標客群。且這些年齡層的玩家通常已具備有成熟的利益分配及決策能力以及擁有自我獨立的價值觀，更容易理解及回應遊戲動機及社會價值取向相關問題。

(二)性別比例：

儘管遊戲玩家性別差異在近年逐漸縮小，但在資料收集上仍可能呈現男性偏多的情況。本研究會特別注意女性玩家資料的收集，以減少性別比例差距過大的情況。

(三)遊戲經驗大多為單機遊戲：

研究對象有長時間單機遊戲的遊玩經驗，單機遊戲能更直接反應個人對遊戲內元素的偏好，避免受到與其他真人玩家交互產生的人際、社交或其他因素所產生的干擾或影響。除此之外，單機遊戲的玩家動機通常以內在驅動力為主，與本研究的核心概念相符。

(四)涵蓋多種遊戲類型玩家：

一款單機遊戲中可能包含多種的玩法及元素，不同玩家可能偏好於特定的遊戲類型。盡量收集具不同遊戲偏好的玩家群體，可以確保樣本的多樣性。有助於探索不同遊戲類型可能包含或具備的動機特徵，也可為未來遊戲設計與玩家分類相關研究提供支持。

二、 研究資料的收集方式

本研究使用 Google 表單製作問卷以做為資料收集的方式。問卷透過多個台灣的 Facebook、Discord 等社群平台，並從中挑選活躍度較高且涵蓋較多種遊戲類型玩家的遊戲相關交流討論及開發社團或群組發放。

第三節 研究工具

一、 個人背景資料

(一)使用的遊戲平台

包括電腦主機(PC)、遊戲主機、掌上型遊戲機、手機或平板。

(二)遊戲類型

參考年度遊戲大獎 The Game Awards(TGA)中的遊戲類型獎項，包括有:敘事、角色扮演、動作/冒險、射擊、格鬥、體育/競速、模擬/策略、家庭/休閒。另外，參考 Dam 及 Bakkes(2019)在 ACE2 模型問卷中的遊戲類型，加入沙盒這一類型。

二、 遊戲動機

本研究中的遊戲動機使用 Dam 及 Bakkes(2019)提出的 ACE2 模型(由 成就者、探索者、參與者、創作者 四個構面組成)，由於以往常用來評估玩家遊戲動機的 Bartle's Player Taxonomy(由 成就者、探索者、殺手、社交者 四個構面組成)是出於 MMO 大型多人遊戲發展出來的遊戲動機模型。相較於 Bartle 模型，ACE2 更適用於現代電子遊戲，尤其是單機遊戲，可以更全面的解釋和預測現代遊戲玩家的行為及動機。

使用了其中的問卷排除問卷中為評估 ACE2 模型與 Bartle 模型比較而放入的 Bartle 模型中的「殺手」和「社交者」兩類型，使用成就者、探索者、參與者和創造者四個構面。其中成就者包含三個題項，探索者包含四個題項，參與者及創造者各包含三個題項。研究對象依最近遊玩時間最長的單機遊戲進行自評，以反映其在單機遊戲中的主要動機。

三、 社會價值取向

本研究中的社會價值取向採用 Murphy (2011)所提出的滑塊測驗，主要用於測量受測者的社會價值取向。測驗由六個初級項目和九個次級項目組成，所有題項都採用相同的方式。初級項目是滑塊測驗的主要測驗目標，用以測量個體的 SVO 角度和類型。受測者依據每個項目選擇出的分數，以下列公式計算得出該受測者的 SVO 角度分數： $SVO^\circ = \arctan [\sum (Po-50) / \sum (Ps-50)]$ ，Po 是每個項目中分給他人的點數，Ps 則是分給自己的點數。計算所得出的 SVO 角度代表的

尺度越大，表示受測者越在意他人的收益。

次級項目是本滑塊測驗的可選項目，檢測不平等厭惡動機。因與本研究所要探討的主題相關性不大，並沒有納入研究工具中。

第四節 研究程序

一、 確定研究主題

以電子遊戲動機與人際關係作為主要研究目標。過去研究大多在探討線上遊戲與線下人際關係。提出或許可以以自身由玩遊戲的內在動機與人際之間是否有關連性。

二、 相關文獻蒐集

進行相關文獻的蒐集與整合，檢索國內外關於單機遊戲動機、社會價值取向與人際關係文獻，整理理論脈絡，奠定本研究理論架構與假說。

三、 研究問卷設計

研究以量化方式進行，並設計問卷內容，將遊戲動機及社會價值取向的題項整合至網路問卷，並進一步確保問題的清晰度與合適性。

四、 問卷發放

透過網路方式將問卷發放於多個遊戲及遊戲開發社群平台，並設有填答說明，解釋問卷的研究目的及匿名性。問卷將持續收集一定數量樣本以達成統計需求，預計收集不少於特定數量的有效樣本。

五、 資料分析：

針對收集的樣本進行統計分析，以檢驗遊戲動機與社會價值取向之間的相關性。本研究之資料處理使用 PSPP 軟體進行統計分析。

六、 撰寫論文

將研究撰寫成學術論文。

第四章 資料分析

本研究共收集了 116 份有效問卷。先對樣本進行描述統計，接著進行信效度分析，最後驗證本研究假說。

第一節 描述統計

表 4-1、樣本基本資料次數分配及百分比

樣本特性	測量項目	填答次數	百分比(%)
性別	男	73	62.9%
	女	39	33.6%
	其他	4	3.4%
	總和	116	100%
最高學歷	國中(含)以下	1	0.9%
	高中職	14	12.1%
	大學	87	75%
	研究所及以上	14	12.1%
	總和	116	100%
年齡	18 歲以下	3	2.6%
	18-25 歲	43	37.1%
	26-35 歲	49	42.2%
	36-45 歲	20	17.2%
	46-55 歲	1	0.9%
	總和	116	100%
幾歲開始 遊玩電子遊戲	6 歲以下	26	22.4%
	6-10 歲	53	45.7%
	11-15 歲	29	25%
	16-20 歲	7	6%
	20 歲以上	1	0.9%
	總和	116	100%
主要使用平台	電腦主機	73	62.9%
	遊戲主機	20	17.2%
	掌上型遊戲機	2	1.7%
	手機/平板	18	15.5%
	都有	3	2.7%
	總和	116	100%

遊玩遊戲是否大	是	84	72.4%
多為單機遊戲	否	32	27.6%
	總和	116	100%
平均每週遊玩單	小於 5 小時	33	37.9%
機遊戲時間	6-10 小時	21	27.6%
	11-20 小時	22	27.6%
	21-40 小時	22	28.4%
	40 小時以上	6	5.2%
	總和	104	100%
在這款遊戲上	小於 10 小時	5	4.5%
目前所花費遊戲	11-30 小時	13	11.6%
時數	31-70	20	17.9%
	71-100	16	14.3%
	101-200	18	16.1%
	201-500	25	22.3%
	大於 500	15	13.4%
	總和	112	100%
這款遊戲著重的	敘事	50	43.1%
玩法	角色扮演	60	51.7%
	動作/冒險	58	50%
	射擊	10	8.6%
	格鬥	3	2.6%
	體育/競速	1	0.9%
	模擬/策略	35	30.2%
	家庭/休閒	9	7.8%
	沙盒	13	11.2%

由上表可得知，本研究樣本男女比例約 6:4，分別有 73 名男性占 62.9%以及 39 名女性占 33.6%。其中為單機遊戲主要目標客群的 18~45 歲年紀群體佔 96.5%；以 26-35 歲為主，佔 42.2%，其次為 18-25 歲，佔 37.1%。

主要使用的遊玩平台方面，主要為電腦 PC 玩家，共有有 73 名，佔 62.9%；其次為使用遊戲主機的有 20 名，佔 17.2%；使用手機及平板進行遊戲的有 18 名；佔 15.5%使用掌上型遊戲機的有兩名，佔 1.7%。且遊玩的大多數遊戲為單機遊戲的玩家達七成，共有 84 名，佔 72.4%。

每周遊玩時數大於 10 小時的有 50 人，佔 43.1%。在遊玩時數最長之單機

遊戲所花費十數超過 100 小時的共有 58 人，佔總群體的 50%。遊玩遊戲的主要玩法以角色扮演類最多，佔 51.7%；其次為動作/冒險，佔 50%；敘事則有 43.1%。

第二節 信度與效度分析

信度分析目的在於瞭解問卷中不同子項目的內部一致及穩定程度，本研究採用 Cronbach's Alpha 作為檢驗指標，一般來說， α 值應大於 0.7 以上具有良好內部信度，小於 0.5 則表示內部一致性較差，無法有效進行測量。本研究在 ACE2 遊戲動機中的成就者共有 3 題， α 值為 0.51；探索者有 4 題， α 值為 0.51；參與者共有 3 題， α 值為 0.71；創作者有 3 題， α 值為 0.58(表 4-2)。其中參與者大於 0.7 具有較高的信度，成就者、探索者、創作者信度較低，不過由於本量表的題數較少，且依然有高於 0.5 的信度，此結果尚可接受。

表 4-2、ACE2 遊戲動機信度摘要表

遊戲動機	題數	信度(Cronbach's Alpha)
成就者	3	.51
探索者	4	.51
參與者	3	.71
創作者	3	.58

SVO 角度計算結果為:利他者佔 1%，親社會者佔 90%，個人主義者佔 9%，競爭者 1%。不適合使用上述方式進行檢驗。因此，對比過往文獻結果進行比較，以確保資料的有效性，在張振等人(2015)的研究中，分布模式為:親社會者最多(65.6%)，個人主義者次之(31.1%)，競爭者(3.1%)，以及利他者(0.3%)。Van Lange 等人(1997)的研究中，使用三優勢測量在美國與荷蘭也顯示類似的分布狀況，即合作型取向的人較多，競爭型取向的人較少。因此我們可以認為此研究樣本的社會價值取向具有一定可信程度。

表 4-3 遊戲動機與社會價值取向之單因子變異數分析 (N=116)

變異來源	<i>Fc</i>	顯著性
成就者	.59	.626
探索者	.49	.691
參與者	1.90	.133
創作者	.85	.468

表 4-4 社會價值取向與遊戲動機之迴歸分析 (N=116)

預測變數	<i>Beta</i>	<i>T</i>	顯著性
常數	.00	3.10	.002
成就者	.00	.03	.977
探索者	.04	.39	.700
參與者	.13	1.40	.165
創作者	-.04	-.42	.675

第五章 結論

第一節 討論與結論

研究結果顯示，單機遊戲玩家的遊戲動機與其在人際關係中的社會價值取向並無顯著關聯性，且遊戲動機亦無法預測玩家的社會價值取向。這樣的結果揭示了在單機遊戲中，玩家的動機可能更多的受到遊戲內容的影響，與外部人際互動需求較無關聯。

值得注意的是，現代電玩遊戲通常設計了多樣化的玩法和內容，以滿足不同玩家的體驗。本研究的樣本顯示，即便是遊玩相同單機遊戲且遊玩時間較長的玩家，其主要遊戲動機也存在差異。這反映了現代單機遊戲在滿足個人內在動機的多樣性，同時也說明在人際互動，尤其是涉及資源分配的行為中，與個人內在動機可能缺乏關聯性。

在本研究的背景資料中，顯示有 50% 的玩家在單機遊戲上花費了超過 100 小時以上的時間，且在玩法偏好上，集中於角色扮演(51.7%)、動作/冒險(50%)以及敘事(43.1%)，這三類遊戲通常具備豐富的虛擬角色互動及劇情抉擇，反映出單機遊戲玩家的核心驅動力可能與這類遊戲中的要素具有高度相關。將此樣本特徵與研究結果結合來看，可以推論單機遊戲玩家在虛擬世界中進行有價值的行動時更傾向內在的自我實現與對遊戲內容的追求。由於單機遊戲不存在與真人共享、爭奪資源的現實情境，玩家在遊玩時並不需要啟動現實中的社會價值取向。

第二節 研究限制

統計顯示 SVO 高度集中於親社會者(65.6%)與個人主義者(31.1%)，此一結果雖與過去研究結果相似，可能也因此限制了統計分析辨識顯著差異的能力。

本研究採用的 ACE2 遊戲動機量表，在成就者、探索者及創作者構面上的 Cronbach's Alpha 值較低。這可能與該量表在各構面的題數較少(僅 3~4 題)有關，在統計學上尚可接受，但仍反映量表在玩家群體中的一致性與穩定度具有提升的空間。

收集資料使用的問卷調查法完全依賴自我呈述，玩家填答時可能受到社會期許效應的影響，或無法精確回憶在遊戲中的行為與動機。量化數據亦無法捕

捉玩家在遊戲中做出行為時的心路歷程。

第三節 研究建議

這些結果表明，遊戲中的內在動機與現實中的人際行為可能存在更複雜的交互。本研究採用問卷調查法，雖然能收集到量化數據，但無法深入了解玩家在遊戲內外的行為決策與心理歷程。因此未來研究可以考慮結合質性方法，例如藉由訪談了解遊戲歷程、觀察遊戲行為或是透過收集遊戲內數據，進一步探討遊戲動機如何影響玩家的心理特質與行為模式。

此外，若是可以收集遊戲中選擇和資源分配的數據，特別是在具備大量道德抉擇的敘事以及角色扮演遊戲中的決策經驗，並與現實中人際關係中的社會價值取向進行分析，或許可以幫助我們發現問卷所無法捕捉到的潛在關聯性。

參考文獻

1. Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. *Journal of MUD research*, 1(1).
2. Dam, T.J., & Bakkes, S.C. (2019). The ACE2 Model: Refining Bartle's Player Taxonomy for Creation Play. *20th annual European GAME-ON Conference*.
3. Haizel, P., Vernanda, G., Wawolangi, K. A., & Hanafiah, N. (2021). Personality Assessment Video Game Based on The Five-Factor Model. *Procedia Computer Science*, 179, 566–573.
4. Murphy, R. O., Ackermann, K. A., & Handgraaf, M. J. J. (2011). Measuring Social Value Orientation. *Judgment and Decision Making*, 6(8), 771–781.
5. The Game Awards. (n.d.). *Award categories*. <https://thegameawards.com/>
6. 張振, 張帆, 原勝, 郭丰波, & 王益文. (2015). 社會價值取向滑塊測驗中文版的測量學分析. *心理與行為研究*, 13(3), 404–409.
7. 【GC 24】2024 年全球玩家人數達 34 億人 PC 平台成長率高於其他平台. (2024, August 20). 巴哈姆特, <https://gnn.gamer.com.tw/detail.php?sn=272537>

附錄

單機遊戲內遊戲動機與社會價值取向之關係

親愛的玩家您好:

感謝您抽空填寫問卷，這是一份探討「單機遊戲內遊戲動機與社會價值取向之關係」的學術研究問卷。

此份研究旨在為未來單機遊戲相關開發、市場分析及心理研究提供幫助。

本問卷共有四個區段，共 29 個問題，您的回答對本研究的完成極為重要。

本問卷僅作為學術用途，個別內容及資料只做為研究分析使用，不對外公開，也不會做任何評判或負面影響，僅分析結果對外發表，請您放心作答。

私立亞洲大學 心理學系

指導教授: 蔡芬芳 助理教授

專題生: 蕭榆宸

E-mail: 109014104@live.asia.edu.tw

基本資料

1. 您的性別?
☐男 ☐女 ☐其他_____
2. 您目前的最高學歷是什麼?
☐國中(含)以下 ☐高中職 ☐大學 ☐研究所及以上
3. 您的年齡?
☐18 歲以下 ☐18-25 歲 ☐26-35 歲 ☐36-45 歲 ☐46-55 歲 ☐56-65 歲
☐65 歲以上
4. 您大概是從幾歲開始遊玩電子遊戲?
☐6 歲以下 ☐6-10 歲 ☐11-15 歲 ☐16-20 歲 ☐20 歲以上
5. 您主要使用哪個平台進行遊戲?
☐電腦主機(PC) ☐遊戲主機(PlayStation, Xbox, Switch TV 模式)
☐掌上型遊戲機(Switch 掌機模式, SteamDeck) ☐手機/平板
6. 近半年內，您遊玩的遊戲中是否大多為單機遊戲?
☐是 ☐否
7. 近半年內，您平均每週會花多少時間遊玩單機遊戲?(單位 小時)

最常遊玩的單機遊戲

1. 近半年內，您遊玩時間最長的單機遊戲?

2. 您在這款遊戲上目前所花費遊戲時數?(單位 小時)					

3. 這款遊戲著重的玩法是?					
☐ 敘事 ☐ 角色扮演 ☐ 動作/冒險 ☐ 射擊 ☐ 格鬥 ☐ 體育/競速 ☐ 模擬/策略 ☐ 家庭/休閒 ☐ 沙盒 ☐ 其他_____					
遊戲動機					
請在以下問題中選擇您在遊玩單機遊戲時，最為重視的部分。	5	4	3	2	1
5 分為非常重視，這是您願意在遊戲中投入時間的主要原因；1 分為完全不重視，您不會因為這些原因而遊玩遊戲或是遊戲中不包含這樣的元素。					
成就者					
精通遊戲。 (在遊戲中磨練技巧並變得越來越厲害)					
獲得勝利。 (在遊戲中通過關卡或擊敗對手)					
取得積分。 (增加遊戲中的經驗值、金幣獎勵或達成成就)					
探索者					
尋找不一樣的策略。 (使用以不跟主流方法相同的方式通關，或嘗試新的方式來完成任務)					
尋找遊戲元素之間的互動效果。 (發現遊戲中的各種元素如何相互作用，或測試遊戲引擎的極限)					
找尋最佳解決方法或設置。 (探尋謎題的最佳解決方案，或尋找有最多提升和加成的裝備與武器組合)					
探索尚未被發現的區域。 (尋找遊戲中尚未到達或其他玩家很少發現的地方)					
參與者					
體驗遊戲的視覺美學。 (遊戲提供令人驚豔的景色或具有特別的美術風格)					
與遊戲中非玩家角色互動。 (和電腦控制的角色進行對話或以其他方式與他們進行互動)					
體驗遊戲的敘事。 (沉醉於遊戲提供的豐富的故事情節中)					

創作者					
創造自己的敘事。 (在遊戲中創建屬於自己的故事，或使用遊戲製作影片)					
創作新關卡。 (建造可供其他人遊玩的關卡)					
創作自己的結構、場景或視覺元素。 (使用遊戲作為創意的出口。例如建造房屋或像素繪製)					
心理測驗					
請想像一個情境，您和某個現實中的「他人」一起完成了任務，而您和「他人」互不相識，任務完成後也不會再有任何互動。此時讓您選擇獎勵組合，每個選項都會分配你和「他人」不同數量的「點數」，獲得的點數越多越有利。 以下為一個範例： 獎勵組合 您得到/他人得到 30/80 35/70 40/60 45/50 50/40 55/30 60/20 65/10 70/0 斜線的左邊為您得到的點數，右邊為他人的到的點數。假設您選擇 50/40，則您將會獲得 50 點，他人會獲得 40 點，他人並不會知道你得到多少點數，也不會知道點數是由您分配的。 以下有六種獎勵組合情境，每一個情境都是獨立的，請根據您的偏好選擇點數分配方案。請記住，每一個點數都是有價值的，但您的選擇沒有對錯，只要根據自己的偏好選擇即可。					
情境一（您得到/他人得到） ☐ 85/85 ☐ 85/76 ☐ 85/68 ☐ 85/59 ☐ 85/50 ☐ 85/41 ☐ 85/33 ☐ 85/24 ☐ 85/15					
情境二（您得到/他人得到） ☐ 85/15 ☐ 87/19 ☐ 89/24 ☐ 91/28 ☐ 93/33 ☐ 94/37 ☐ 96/41 ☐ 98/46 ☐ 100/50					
情境三（您得到/他人得到） ☐ 50/100 ☐ 54/98 ☐ 59/96 ☐ 63/94 ☐ 68/93 ☐ 72/91 ☐ 76/89 ☐ 81/87 ☐ 85/85					
情境四（您得到/他人得到） ☐ 50/100 ☐ 54/89 ☐ 59/79 ☐ 63/68 ☐ 68/58 ☐ 72/47 ☐ 76/36 ☐ 81/26 ☐ 85/15					
情境五（您得到/他人得到） ☐ 100/50 ☐ 94/56 ☐ 88/63 ☐ 81/69 ☐ 75/75 ☐ 69/81 ☐ 63/88 ☐ 56/94 ☐ 50/100					
情境六（您得到/他人得到） ☐ 100/50 ☐ 98/54 ☐ 96/59 ☐ 94/63 ☐ 93/68 ☐ 91/72 ☐ 89/76 ☐ 87/81 ☐ 85/85					