

南 華 大 學
南華大學出版事業管理研究所
碩士論文

小說閱讀沉迷行為之研究

A Study of the Fiction Reading Fandom Behavior



南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩士學位論文

小說閱讀沉迷行為之研究

研究生：蘇慧整

經考試合格特此證明

口試委員：黃浩孝
呂凱文
謝益貞

指導教授：應立志
謝益貞

所 長：應立志

口試日期：中華民國 九十三年 六月 二十九 日

南華大學出版事業管理研究所九十二學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：小說閱讀沉迷行為之研究

研究生：蘇慧堅

指導教授：應立志 鍾燕宜 教授

論文摘要內容：

一本書為何會暢銷?到底是何種歷程催眠著讀者進入閱讀愉悅且著迷的情境中。本研究擬以心流理論為主軸，應用現象學派之閱讀理論，建構出一套「閱讀沉迷行為模式」。以南部大學生為觀察樣本，驗證讀者在小說文本的閱讀活動中，如何與文本世界互動蘊生內部深刻情感，且不自覺地牽動意識進入沉迷階段。研究結果支持「閱讀沉迷行為模式」之建構。閱讀沉迷行為是一種以心流經驗為中介的輸入與輸出的轉換過程。讀者進入心流經驗的前提為個人的文化資本存量，它控制著對閱讀活動的挑戰層次，與文本互動回饋的能力，再透過意識與文本融合的經驗過程中，樂趣成為心流經驗所輸出的酬賞，而此樂趣酬賞又將成為沉迷者重複閱讀的動力根源。依此研究結果，本文並對出版業界提出行銷策略之建議。

Abstract

Why can a book be on top bestseller list? What reading procedure hypnotizes can a reader to get indulged in a pleasurable and fascinated phenomenon? The present study, based on the flow theory, sets out to apply phenomenology to construct a “Fiction Reading Fandom Model.” Sampling students from colleges in southern Taiwan, the purpose of this study is to investigate how a reader interacts in the world of a text, stems one’s deep feeling and emotion, and further, falls into the stage of fandom. The results support “Fiction Reading Fandom Model”. The model is a procedure of transmission from input to output which is based on flow experience as a mediator. Individual’s cultural capital stocks are a preliminary stage before entering flow experience which controls challenges of reading activities and the feedback of capability interacting with text. Fandom is motivation of reading which comes from enjoyment of flow experience. The results of this study can serve as a useful reference for publishers to develop marketing strategies as well as their editing work.

目 錄

中文摘要.....	III
英文摘要.....	IV
目錄.....	V
表目錄.....	VII
圖目錄.....	IX
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究問題與目的.....	6
1.3 研究範圍.....	7
1.4 研究步驟與論文章節架構.....	8
第二章 理論基礎與文獻探討	10
2.1 文本.....	10
2.2 閱讀活動歷程.....	13
2.3 個人文化資本存量.....	18
2.4 心流經驗.....	22
2.5 閱讀沉迷行為.....	38
2.6 文本涉入性.....	43
2.7 強迫需求性.....	43
2.8 大專生的閱讀經驗.....	44
第三章 研究方法	47
3.1 研究架構.....	47
3.2 研究假設.....	51
3.3 閱讀沉迷行為之結構方程模式.....	57
3.4 閱讀心流經驗之結構方程模式.....	58
3.5 變數的操作型定義與衡量工具.....	59
3.6 研究樣本.....	77

3.7 資料分析方法.....	79
第四章 資料分析與結果.....	87
4.1 樣本基本資料分析.....	87
4.2 研究工具信效度之前測分析.....	91
4.3 研究工具信效度正式檢測.....	97
4.4 研究變數相關矩陣分析.....	106
4.5 樣本特徵於文化資本、心流經驗、沉迷行為之差異檢定.....	106
4.6 閱讀沉迷行為之結構方程模式.....	114
4.7 文本涉入度對文化資本於心流經驗之干擾影響.....	117
4.8 強迫需求性對心流經驗於沉迷行為之干擾影響.....	121
4.9 閱讀心流經驗之結構方程模式.....	125
第五章 結論與建議.....	130
5.1 研究發現與貢獻.....	130
5.2 行銷管理意涵.....	136
5.3 後續研究建議.....	141
5.4 結語.....	144
參考文獻.....	145
中文部分.....	145
英文部分.....	149
附錄.....	160
附錄 1 閱讀心流開放式問卷.....	160
附錄 2 閱讀心流經驗正式問卷.....	162

表目錄

表 2.1 階級品位一覽表.....	21
表 2.2 心流概念型或操作型定義.....	26
表 2.3 心流因素分類.....	31
表 3.1 個人文化資本變數因子—文化認知問卷題目.....	61
表 3.2 個人文化資本變數因子—文化情感問卷題目.....	62
表 3.3 個人文化資本變數因子—文化行為問卷題目.....	63
表 3.4 閱讀心流變數因子—閱讀目標問卷題目.....	65
表 3.5 閱讀心流變數因子—即時回饋問卷題目.....	66
表 3.6 閱讀心流變數因子—脈絡掌握問卷題目.....	66
表 3.7 閱讀心流變數因子—全神貫注問卷題目.....	67
表 3.8 閱讀心流變數因子—意識與閱讀活動融合問卷題目.....	68
表 3.9 閱讀心流變數因子—自覺的喪失問卷題目.....	69
表 3.10 閱讀心流變數因子—發生共鳴問卷題目.....	70
表 3.11 閱讀心流變數因子—樂在其中問卷題目.....	71
表 3.12 閱讀心流變數因子—時間感扭曲問卷題目.....	72
表 3.13 閱讀心流變數因子—內在沉迷問卷題目.....	73
表 3.14 閱讀心流變數因子—外在沉迷問卷題目.....	74
表 3.15 文本涉入性問卷題目.....	75
表 3.16 強迫需求性問卷題目.....	76
表 3.17 各分項問卷題數及衡量類型.....	77
表 3.18 問卷調查預計發放數量分配表.....	78
表 3.19 KMO 統計量判斷原理.....	80
表 3.20 信度標準摘要表.....	81
表 3.21 SEM 重要適配指標的判斷準則.....	85
表 4.1 樣本人口統計特徵.....	87
表 4.2 學制與科系別分配表.....	89
表 4.3 取得小說方式與性別分配表.....	89
表 4.4 閱讀小說頻次與性別分配表.....	90
表 4.5 性別於取得小說方式與閱讀頻次之差異檢定.....	90
表 4.6 閱讀頻次集群於小說取得方式之交叉比較表.....	91
表 4.7 文化資本前測信度分析表.....	94
表 4.8 閱讀心流經驗前測信度分析.....	95
表 4.9 沉迷行為量表前測信度分析.....	96
表 4.10 文本涉入性與強迫需求性量表前測信度分析.....	97
表 4.11 個人文化資本因素分析表.....	99
表 4.12 閱讀心流經驗子變數因素分析.....	100
表 4.13 閱讀心流「效果階段」因素分析.....	102
表 4.14 閱讀心流經驗量表因素分析表.....	102
表 4.15 沉迷行為量表因素分析表.....	104
表 4.16 文本涉入性量表與強迫需求性量表因素分析表.....	105

表 4.17	五項量表總題數分析.....	105
表 4.18	研究變數相關矩陣表.....	106
表 4.19	性別在文化資本的 t 檢定差異表	107
表 4.20	性別在閱讀心流因素的 t 檢定差異表	108
表 4.21	性別在閱讀心流經驗動態歷程之 t 檢定差異表	108
表 4.22	性別在沉迷行為之 t 檢定差異表	109
表 4.23	頻次組對文化資本之 t 檢定差異表	109
表 4.24	頻次組對閱讀心流歷程之 t 檢定差異表	110
表 4.25	頻次組對沉迷行為之 t 檢定差異表	110
表 4.26	科系別與文化資本之單因子變異數分析.....	111
表 4.27	科系別與閱讀心流歷程之單因子變異數分析.....	112
表 4.28	科系別對於沉迷行為之單因子變異數分析.....	113
表 4.29	取得小說方式對沉迷行為之單因子變異數分析.....	113
表 4.30	閱讀頻次與沉迷行為之單因子變異數分析.....	114
表 4.31	閱讀沉迷行為模式之路徑係數.....	115
表 4.32	閱讀沉迷行為模式整體適配度評估	116
表 4.33	閱讀沉迷行為模式直接、間接效果參數估計值.....	117
表 4.34	文化資本與文本涉入集群分析表.....	118
表 4.35	文本涉入度、文化資本與心流經驗變異數分析摘要表.....	119
表 4.36	文化資本群組、文本涉入群組對心流經驗之事後比較.....	119
表 4.37	心流經驗、強迫需求集群分析表.....	122
表 4.38	強迫需求組與內、外在沉迷之變異數分析摘要表.....	122
表 4.39	心流經驗於沉迷行為之事後比較表.....	123
表 4.40	強迫需求於沉迷行為之事後比較表.....	123
表 4.41	閱讀心流經驗結構模式路徑係數表.....	126
表 4.42	閱讀心流經驗結構模式整體適配度指標評估.....	127
表 4.43	閱讀心流經驗模式直接、間接效果參數估計值.....	128
表 5.1	出版行銷區隔策略表.....	141

圖目錄

圖 1.1 受社會多元化影響，出版產業將以讀者價值為中心發展.....	2
圖 1.2 出版的五個面向.....	7
圖 1.3 研究步驟與論文章節架構圖.....	9
圖 2.1 文本、讀者的互動而創造意義.....	11
圖 2.2 理性學派的閱讀觀點.....	14
圖 2.3 原始的心流模型.....	27
圖 2.4 四構面的心流模型.....	28
圖 2.5 沉迷行為三階段.....	44
圖 3.1 閱讀沉迷概念圖.....	48
圖 3.2 閱讀心流經驗概念圖.....	48
圖 3.3 研究架構.....	49
圖 3.4 文本涉入度的交互作用.....	53
圖 3.5 強迫需求性的交互作用.....	54
圖 3.6 研究假設圖.....	55
圖 3.7 閱讀心流經驗動態假設概念圖.....	57
圖 3.8 閱讀沉迷行為之結構方程模式概念圖.....	57
圖 3.9 閱讀心流經驗之結構方程模式概念圖.....	58
圖 3.10 檢視研究架構之統計分析方法.....	79
圖 4.1 閱讀沉迷行為之假設模式結果徑路圖.....	115
圖 4.2 涉入度、文化資本於心流經驗之剖面圖.....	120
圖 4.3 強迫需求、心流經驗於內在行為剖面圖.....	124
圖 4.4 強迫需求、心流經驗於外在沉迷剖面圖.....	124
圖 4.5 閱讀心流經驗之結構方程模式路徑圖.....	126
圖 5.1 讀者價值策略觀測圖.....	138
圖 5.2 讀者品味與心流經驗區隔圖.....	139

第一章 緒論

一本書為何令人著迷？為何令人專心致志、渾然忘我？到底是何種閱讀歷程眩惑且觸動著讀者的心弦？一本暢銷書如果沒有令人感動著迷的成因，是不可能持續發燒的。所以本篇將探究在閱讀過程中，心靈意識受到文本召喚的沉迷本質與其他的相關影響因素。

1.1 研究背景與動機

當「哈利波特」的魔法棒，揮向全世界時，著了迷的讀者就像受到魔笛召喚般的小孩，一步一步地緊跟在作者之後，彷彿有種魔力深深地挑動著讀者的催眠神經，令讀者渴望於一次又一次的閱讀，緊緊地旋進想像的情境中，累積體驗滿足的循環再深化，讓全世界讀者幾乎上了「哈利波特」的「癮」。但是如此風靡全球的暢銷書，讀者如何能穿越在閱讀的叢書密林中，覺察一片落葉的聲音呢？

一本書之所以暢銷，雖然有許多偶然與幸運的成分，如果其內容沒有更深層、更明確原因的話，是不可能持續發燒的。換句話說，必須在已經很密實且擁擠的文化傳統或社會意識結構中，找到一塊別人未發現或沒有能力去創造開發的大空間（楊照，2003）。

目前台灣出版界的現況，雖然出版能量、魅力及內容相當驚人（吳昭怡、洪震宇，2003；行政院文建會，2001），但是受社會變遷的影響，大量生產的工業化時代已演變為少量生產的專殊化時代，小眾多元的品味開始解構大眾量化的需求（說明如圖 1.1）。然而多數出版者卻仍緊握著擴張邊際成本的效用主義，以獲致效益極大化的出版法則，設法將少樣多量的同質圖書，賣給所有的讀者，反而形成彼此間，正逐漸遭遇層層剝離的同質競爭。運用大眾市場法則的多數出版社，

在彼此掠奪搶食下，擠壓各自的獲利空間，而導致市場集體衰退，一瞬間出版產業普遍面臨如蠻荒般地生態困境。

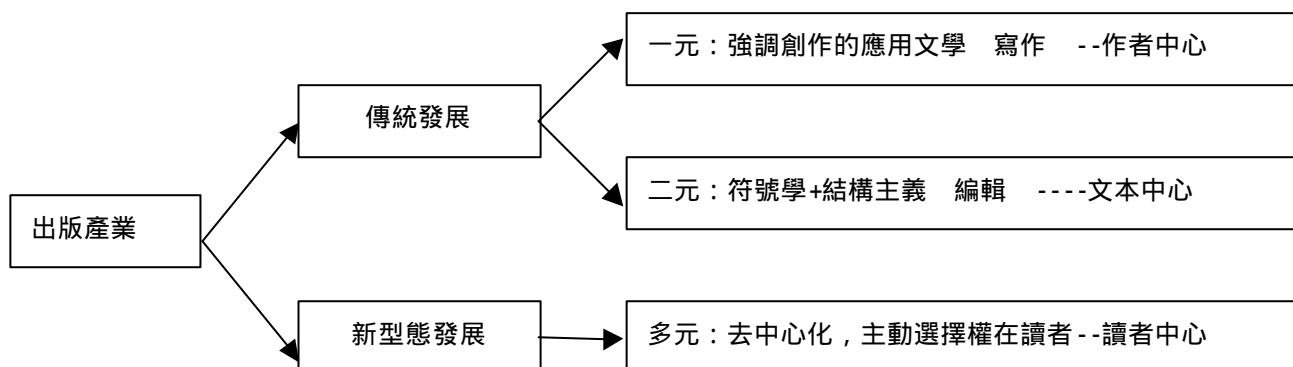


圖 1.1 受社會多元化影響，出版產業將以讀者價值為中心發展
資料來源：本研究整理

所以出版者對於讀者的概念不應該視為一張一張相同表情的臉，應當尊重與欣賞小眾個體的獨特性（周庭銳、黃盈裕，2000），強調「讀者的價值」而非「市場價值」，唯能尊重「讀者的價值」，自然能產生「市場價值」。以深富創造性的讀者導向思考，建構「區隔」與「互補」的利基觀點，取代跟隨性的市場導向思考，如此一來，出版界應該可以建立一個百花齊放的「春秋時代」，而非競爭掠奪的「戰國時代」。

圖書的本質屬性在於人類物質生產與精神活動中，抽離出來有利於積累和傳播文化知識的載體，具有精神文化與商品意識的雙重內涵（羅紫初，1992）。傳統上，消費者行為研究的觀點，認為消費者對產品或服務價值的界定是在於追求效用最大化，強調產品或服務具體屬性的表現（Hirschman & holbrook, 1982），以為消費者將透過產品或服務來解決問題，藉以達到消費目標的工具（如 Nicosia, 1966；

Bettman, 1979)。將消費過程視作一種解決問題的過程，由需求的確認、資訊處理、方案評估到最後的購買決策，使消費者均以「理性觀點」來對待。此觀點認為產品提供價值給消費者時，是以商品的有形品質與效用性作為主要的決定因素 (Hirschman & Holbrook, 1982)。

然而，許多學者開始質疑「資訊處理模式」觀點可能忽略了重要的消費現象 (如 Oisshavsky & Granbois, 1979)，這些消費現象包含休憩活動、感官上的愉悅、做白日夢、美感上的享受與情緒上的反應等；Woods (1981) 則認為消費者在消費過程中，也同時從事於想像的、鑑賞的和情緒的消費經驗，所以讀者從事圖書消費過程中，應該以「經驗角度」的閱讀活動視之，而非幽禁於「商品化」的圖書購買行為，將體驗過程中的精神現象，視為是讀者一種純粹主觀的意識狀態，享受於變化多樣的象徵意義、快感 (pleasure) 反應與審美經驗等

也因此讀者消費書籍的行為，並非等同購買書籍的概念，應當包含讀者願意投入體驗的時間過程，而如此動態的消費過程結束後，體驗的記憶將恆久存在 (Pine & Gilmore, 1999)，則消費經驗中所獲得的價值，才是驅使讀者從事圖書消費的動力泉源。

Schmitt (1999) 認為，每一個消費品項背後，其實反應了一些消費者認可的價值、情感、經歷，每一次消費，從產品的接觸開始，到購買、到使用，都是一次經驗之旅，而這些經驗，將會強化或改變我們原有的消費行為，因此消費的過程是一個完整的經驗，從生活體驗出發，重視的是一種情境、一種令人暈眩又觸動心弦的經驗過程。處在資訊社會，物資豐沛，訊息爆炸的經濟體系裡，唯一匱乏的是注意力，純粹的「資訊消費」、「產品消費」、「服務消費」，對多數消費者

而言，是不夠的，消費者所期待的是更深層的滿足（王育英、梁曉鶯譯，2000），所以，圖書消費的完整過程是不能獨立於閱讀體驗之外的，消費者真正的價值滿足也並非在購買選擇的同時即能表達出來的，因此，從消費決策到消費滿足應當提供一個適當的經驗距離，那就是閱讀活動的體驗過程，這過程產生讀者與特定文本（text）的認知與情感的鏈結因素，「購後滿足」或「認知失調」須在體驗之後才得以詮釋。

但是，閱讀活動的本身是具備什麼樣的形式與內涵？讀者體驗閱讀活動時，內在意識產生哪些的反應？而這些反應與滿足感又可能產生什麼樣的關聯？

圖書的顯現功能並非來自於其本身的自然形式，必須經由讀者過去培育的文化知識背景與文化體驗的存量，透過閱讀經驗的過程與文本（text）共創經驗後，才能賦予圖書的意義（Storey, 1999）。因此，閱讀前，讀者先在的文化消費偏好、習性，累積成個人的文化資本存量，與文本在閱讀的現場互相交會。在閱讀中，書不再是一個物質的實體，它變成依次出現的一系列語辭、意像、觀念。新的存在既不在紙質的對象中，也不在外部空間中，它在讀者最內在的自我中（龍協濤，1997：131）。於是閱讀文本，引領讀者進入自我創造的意境空間，而非真實的情境，隨著閱讀理解的發生，故事召喚讀者，給出了世界，讓文本不再是讀者以外的圖書形式，而成為讀者的閱歷。同時此刻意味著讀者遠離了原本的自覺，其所經歷的互動仿若是乒乓球的高手相互對打，小白球就成為文本與讀者之間意識流動的媒介（余德慧，1993），而這流動的意識狀態酬賞了閱讀經驗中的快感滿足，同時也為了維繫此份內在快感的平衡，將促使讀者期待再次經歷，並且學習

更高的理解以尋求更複雜的文本挑戰。

心理學家 Csikszentmihalyi (1990) 指出當人們沉迷於某種活動時，會因為全心地投入活動中，而忘卻週遭現實空間的環境，並且自我會暫時撤離知覺，對時間的存在效應產生了扭曲感，進入渾然忘我的狀態，僅剩意識穿梭在明確目標與即時回饋當中，享受一種自我實現滿足與靈思泉湧的經驗，這種無上的經驗就是 Csikszentmihalyi 所謂的「心流」(flow)。心流是一種暫時性、主觀的經驗，人們處於此狀態中有種欲罷不能的感覺，當心流結束後，這些元素結合成一種深刻的愉悅感，帶來無比的酬賞，自我的感覺並擴張成極大的能量，這也是人們為什麼願意繼續再從事某種活動的原因 (Webster & Martocchio, 1992; Webster, Trevino & Ryan, 1993; Csikszentmihalyi, 1990, 1997)。

沉迷於閱讀的心流感受，可能是大多數人都有的經驗，而這樣的經驗則可能激起讀者著迷於閱讀特定文本的驅力，因此本篇研究將嘗試利用心流理論來解釋閱讀沉迷中意識狀態的流動場域，針對讀者的文化背景因素探測心流體驗與沉迷的差異，以擷取讀者研究的另一面向。

同時，著迷於閱讀心流體驗，是否會讓讀者對文本產生價值認同，並且建構某種程度上的鏈結關係呢？此種著迷行為 (fandom) 是否會誘使讀者投入更多的金錢與精神能量的支持呢？出版者面臨分眾精緻化的市場，區辨閱讀沉迷的差異化，創造且維繫讀者內在價值滿足的誘因，是出版行銷內涵的當務思維，透過瞭解心流經驗如何穿越讀者詮釋文本的心理狀態與互動情境，將有助於編輯企劃與行銷策

略的操作，預期讀者的體驗反應，在市場競爭的空間擠壓下，使文本深植讀者的意識中。

1.2 研究問題與目的

閱讀活動的發生，是人類穿梭於精神文明與遙遠心靈間的交會國度，同時也為出版產業提供一個演出的舞台。然而多數出版者仍強調圖書「商品化」的市場機制，將主、客體分別獨立於不同的封閉實體，認為讀者是為了滿足「某種需要」而購買書籍的功能思維，忽略了讀者與文本在體驗閱讀活動中，重新組構、自我投射的共創經驗，對其購買決策之影響力。因此，本研究將以心流理論的觀點，探討讀者於動態閱讀過程中，如何在享受專注忘我的心靈樂趣之後，進而與文本發生強烈的認同歸屬，深化閱讀沉迷的可能性。

心流理論提出後，雖然廣泛被學者探究於生活、工作、休閒、運動、購物、教育、電腦軟體學習及網路活動等多種情境。然而，有關閱讀歷程的實證研究，確未見於國內外研究中。期待本研究能為學術界與實務界栽一顆等待綻放的種籽，在未來豐沃的研究環境中，建立起可預測性的閱讀行為模式。

根據上述研究背景與動機，本篇研究目的列舉如下：

1. 透過心流理論的內涵，探討閱讀過程中沉迷行為的形成原因。
2. 閱讀過程中心流湧現程度與沉迷階段的關係。
3. 探討個人文化資本存量與心流經驗的關係。
4. 探討閱讀心流經驗與沉迷行為的關係。
5. 建構閱讀沉迷行為的模式。觀察讀者如何與文本世界互動蘊生內部情感，並不自覺地牽動意識進入沉迷階段，藉以對出版界提供行

銷策略與編輯企劃的建議。

1.3 研究範圍

出版的意涵是透過人類的溝通符號，將知識思想表述出來，運用載體媒介加以傳遞，達到知識思想交換的目的。此意涵含括文本建構與公之於眾的概念，將出版整體焦點界定在文本、讀者、媒介（書籍、報紙、雜誌等）、文化社會、作者等五個面向。在圖 1.2 中，呈現五個面向的彼此關係：

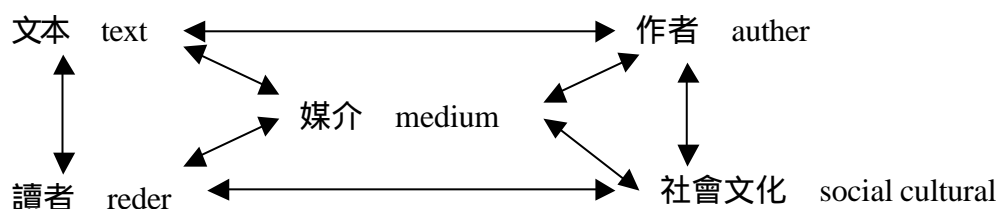


圖 1.2 出版的五個面向
資料來源：本研究整理

透過圖 1.2 有助於了解出版研究的整體範疇。社會文化所代表的是人類溝通的知識符號與認知背景，作者將內在思想，選擇社會文化的溝通形式表述成讀者可閱讀的文本，而文本的內容透過媒介的載體傳遞，達到公之於眾。知識的擴散交換由讀者賦予選擇的目標，透過閱讀，文本的意義才得以交換。因此本研究的範疇將限制在文本與讀者之間的關係研究，針對閱讀活動的歷程，分析讀者不同的內在因素與文本間的最佳經驗。同時，將閱讀的客體，限制在閱讀書籍的活動上，排除廣義的閱讀，如電影閱讀、報紙閱讀、廣告閱讀等。

本研究將以台灣的大學生為研究對象，在各級學校中，大學生

可說是青年的菁英、社會的中堅分子，身處開放、自主的校園中，由於其理想較高，也常有機會一起討論、思考並探究問題，因此對現實社會有較多的期待與批判，加上好奇心與模彷能力強，因而形成屬於大學生的次級文化（陳奎喜，1990）。由於閱讀活動可說是大學生日常生活的一部分，對於閱讀經驗的描述感知可能較為精確。根據郭俊賢（1994）提出處於不同心理狀態的大學生，對於活動探索的經驗就會不同，也就是對活動投入的意願、所感受到的強弱程度有所差別，因此本研究即針對大學生受文化價值所驅使的閱讀活動，以及享受心流樂趣的強弱程度與各面向因素探討。

1.4 研究步驟與論文章節架構

本研究主要瞭解心流理論在閱讀活動上的應用，整體理論建構在心流理論之上，主要以問卷調查法進行研究，以下為本研究行進的步驟：

1. 確立研究目的：針對閱讀心流經驗，發現問題後，選定具備大學生身份的讀者作為研究對象，確立研究的動機與目的。
2. 文獻資料蒐集及撰寫：先建構完整的理論基礎，再針對國內外相關文獻進行收集、研讀、整理、歸納及撰寫等工作，探討過去的研究成果，影響層面，然後確立主要變數。
3. 研究方法擬定：根據研究目的及問題，建立研究架構，與變數之操作型定義。
4. 問卷設計及資料分析方法：進行問卷設計並尋求適當的資料分析方法。
5. 資料分析及解釋：進行問卷資料的輸入、統計、分析及解釋。

6. 提出研究發現與建議：根據蒐集到的所有資料進行分析，綜合整理後撰寫成果報告，提出發現及建議。

本研究經過問題分析後，擬定研究目的，收集相關的次級資料及文獻探討，建立起觀念架構，然後確立主要變數，建立研究假設，再進行問卷設計。經預試、修正後，正式抽樣蒐集資料，接著進行資料分析、驗證架設、分析、歸納、解釋結果，最後提出適當建議。根據研究步驟逐步進行、撰寫章節，以至完成，各章節的架構如圖 1.3 所示。

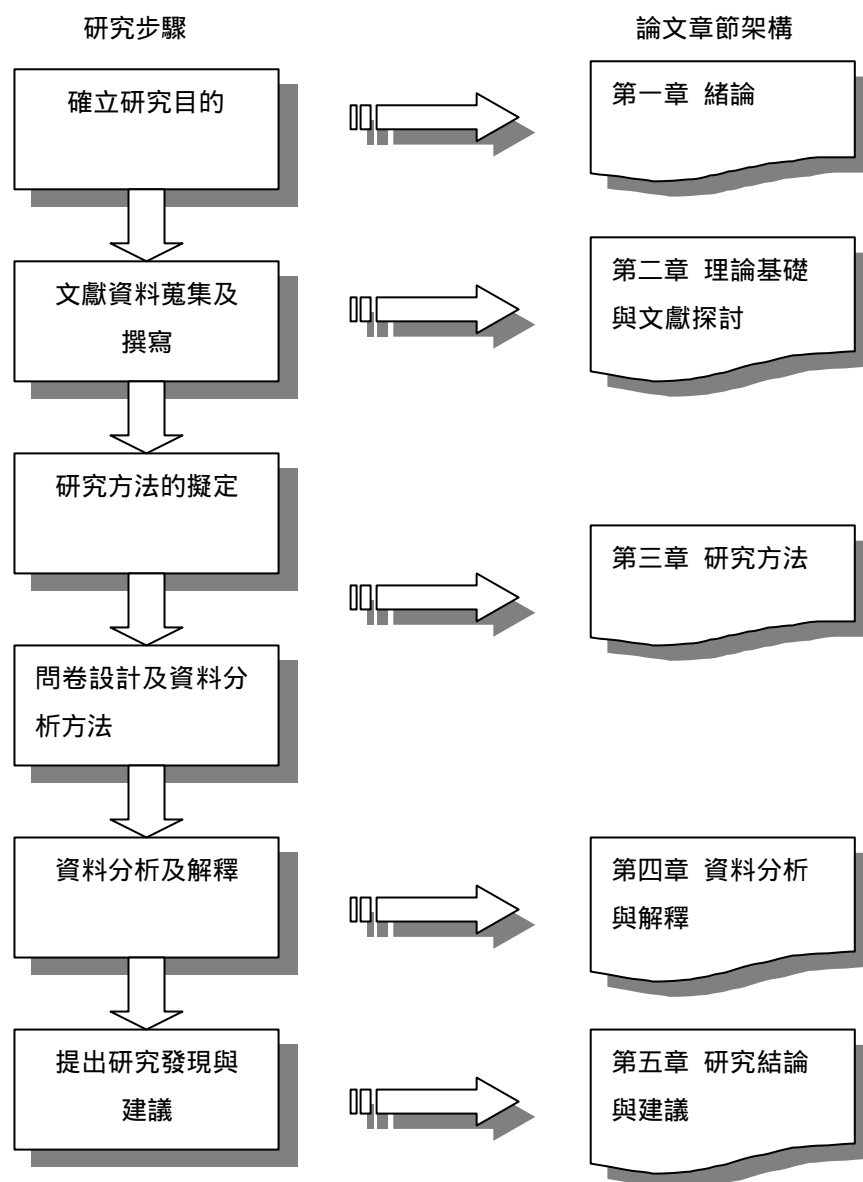


圖 1.3 研究步驟與論文章節架構圖

第二章 理論基礎與文獻探討

本研究的焦點著眼於讀者進行閱讀活動時的心理狀態以及接受的反應，擬採用心流理論 (flow) 來闡述讀者完全沉迷於文本互動時心理所呈現的樂趣與滿足。理論基礎將針對閱讀活動與心流理論分別做說明，並且嘗試從研究文獻中探求閱讀心流經驗的主要變數，從既有的理論模型中建立研究的觀念架構。

2.1 文本 (text)

詮釋學者 Gadamer (1960) 在其著作《真理與方法》(Truth and Method) 一書中指出，對一個文本的理解，必然是從理解者的觀點出發，意義永遠是一個人人在閱讀文本時所製造的。所以他認為讀者在閱讀一個文本時，總是帶著先前的概念 (preconceptions) 與偏見 (prejudices)，唯有如此才能組織解讀文本的方式 (洪漢鼎譯，Gadamer 著，1993)。因此接受理論 (reception theory) 的創始者 Iser & Jauss 繼承 Gadamer 的觀點，認為閱讀行為是一種意義生產的過程 (Iser, 1978 ; Jauss, 1982)，是文本、讀者、及其互動之間的一種論證關係。Iser (1978) 堅信，「意義並不是一個被定義的物件，而是一個被體驗的效應」，同時主張閱讀並不是一種內化，閱讀並不是走單行道，而是文本與讀者之間的一種互動。

另一方面，對符號學派而言 (de Saussure, 1974; Peirce, 1931-58)，文本訊息是符號的建構，並透過與接收者的互動而產生意義，所強調的重點轉移到文本身上，解讀是發現意義的過程，當讀者以其文化經驗中的某些面像去理解文本的訊息時，它也包含了一些對

此本的既有理解，所以不同文化社會經驗的讀者對於同一文本可能會產生不同的意義解讀，因此訊息不只是 A 到 B 如此簡單，它包含在一個三角的模式動態結構當中，文本與讀者持續的互動而創造新的意義 (張錦華譯，Fiske 著，1995)，如圖 2.1。

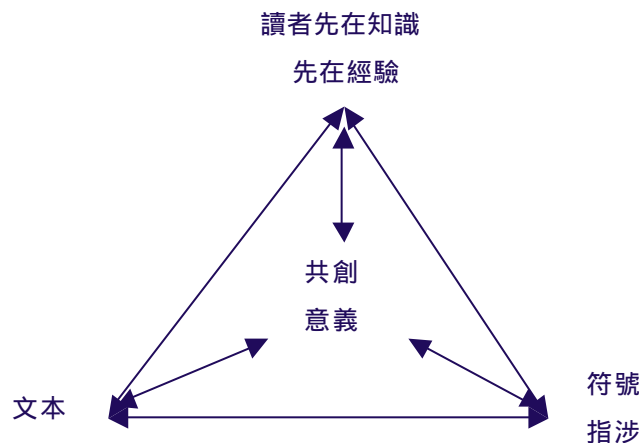


圖 2.1 文本、讀者的互動而創造意義
資料來源：本研究整理

所以文本是源自於符號學派的觀念，認為文本就是具有物理性質的一種訊息，同時也表示了「一種意義生產和交換意義的重心」(楊祖珺譯，1997)。

拉康 (Lacan, 1966) 的閱讀理論曾提到現實 (reality) 與真實 (real) 兩個概念，來解釋文學書寫作品 (work) 與文本 (text) 的區別，他認為「現實」是自行呈現在那裡的東西，而「真實」則是人們所闡述的東西，倘若前一個概念暗含著一個固定的物象，那麼後一概念則包含著一個主體活動的過程。因此本篇研究的客體主軸將如同 Lacan 所談的文本的概念，「作品」意味著某一具有固定形式的、完整的實體，而「文本」則是某種「方法論的領域」(Barthes, 1975)。

文本可視為一種運動、一種活動，在某一生產過程中的體驗，在本研究中作為客體的對象與「作品」的具體存在物不同，不能將圖書的文本內涵視為幽閉在作品形式的圍牆之內。作品在圖書館的書架上佔有空間，拿到手中顯出份量和厚度，它可以在商店裡買賣，端看書名，便知其所對應的所指物。而文本則不同，它不是個人所看到、摸到的固定實體，甚至不具固定的形質，而只是佔有方法論實踐意義上的時空。文本甚至也不受作品邊界的約束，成為貫穿好幾部作品的運動。

一行鉛字、一張書頁或一本書是如此明顯地置放著，可以翻頁、可以手握，以致它似乎是任何聯繫在它之上的價值和意義的唯一容器，它所採取的物質形式使得讀者難以認清它的本質 (Fish, 1980)，但是，作為藝術領域之一的文學並不是這樣的一個客體。文學需要閱讀，閱讀是一種活動，「閱讀是運動著的（書頁的掀動，字行的推移）」，而我們是隨著它一起運動的。因此，文學閱讀是一種動態的藝術，閱讀迫使讀者意識到「它」是一個變化的客體，同時也意識到讀者自己是相應地變化著 (Fish, 1980)。

一般活動或許從行為與現象角度出發的分析能獲得不同面向的客觀，心流理論的閱讀活動也應能從行為現象的角度切入探究，因為閱讀活動識別出意義經驗的流動性，亦即「運動性」，還因為具有引向的動作，即讀者的能動意識的顯現。因此在心流理論的前提下，一本書的意義不是讀者敲開硬殼剝取仁果，而是讀者閱讀過程中的一種經驗，真正賦予的是讀者的頭腦，而非一本書從封面至封底之間印刷書頁或空間 (龍協濤，1997: 59)，意義的生成在讀者的體驗與創造之

中，同時心流的經驗滲注此過程的動力根源。

2.2 閱讀活動歷程

一般閱讀研究的科學重視訊息的傳遞，如 Shannon & Weave (1949) 的系統訊息理論；Watson (1919) & Hull (1943) 的認知與行為理論，關注的面向在於傳送者與接收者如何進行譯碼 (encode) 和解碼 (decode)，以及傳遞者如何使用傳播媒介和管道，探討傳播效果和正確性的問題。從認知心理學的觀點，試圖瞭解讀者認知過程與書面文字意義的差異，隨著文字逐字逐句的出現，理性地分析讀者在接受理解文本意義時的能力，文辭決定著讀者應該朝那個方向解讀意義。此刻讀者與書本的意義在閱讀過程中，是被切割成不同的個體來看待的。做為主體的讀者必須按照書本所安排的理路脈絡來理解客體文本的意義，同時也成為測量個人智力運作與思維的閱讀能力，於是閱讀經驗就受制為一種獲得知識的工具或是方法途徑。

然而，一首動人的音樂是無法僅從樂譜中聆聽到的，品嚐佳餚的美味也無法單從食譜中而體驗的。一個文學文本的意義，並不是一個可界定的實體，文本是將自己提供給讀者「演出」(performance) 的動態發展事件，倘若沒有個別讀者的參與，就不會有任何的演出。雖然文本源於作者的創造，但是賦予文本生命的卻是讀者，唯有在閱讀活動的現場，文本的意義方能實現。因此現象學的經驗觀點，認為讀者閱讀一個文本時，會帶著許多先前的經驗概念與偏見，重組文本的意義，於是閱讀活動的歷程不是一種讀者與文本的互相定義關係，而是一個被體驗實踐的活動效應。

2.2.1 理性認知的閱讀觀點

傳統上閱讀行為的研究核心，大部分學者是由認知學派的「理性觀點」為出發點 (Goodman, 1967 ; Hull, 1943 ; Rayner & Ilatsek, 1989 ; Reichle, 1998 ; Shannon & Weaver, 1949 ; Watson, 1919)，依理性科學的研究方法，認為閱讀歷程就是透過人類的視覺認知，確認書面文字一字一句的意義解析，然後由意義引導思想進而產生心理的內在活動 (李素卿譯，2003：452)，此觀點強調閱讀理解與閱讀能力的重要性，突顯閱讀能力與智力運作的結果，其主要的目的在於提升閱讀學習的績效。如 Balota、Paul 和 Spiele (1999) 認為閱讀是拼字、音韻、字義、句法等不同層次的研究整合；Ellis (1993)也指出閱讀的目的是理解，所以閱讀的歷程是從個別文字中確認及抽取意義的。即是由書面文字成為發訊端，透過讀者的視覺系統分析過程，然後進入腦部活動，以解析文字意義，而輸出端則是讀者解析書面文字意義的準確率，如圖 2.2。

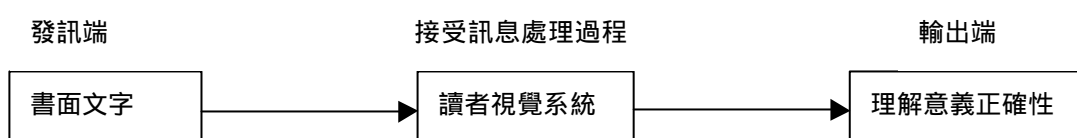


圖 2.2 理性學派的閱讀觀點
資料來源：本研究整理

所以語言學家 Goodman (1967) 認為閱讀必須被視為心理語言歷程 (psycholinguistic process) 來研究，在他發表的一篇「閱讀是個心理語言的猜測遊戲 (Reading as a Psycholinguistic Guessing Game)」

的文章中，提到讀者在使用文章裏的線索時，會帶來他們對世界的知識和認識，以幫助文章的理解。讀者「猜測」文章接下來寫什麼，做預測並下推論 (Goodman, 1967)。當讀者啟動對文本的猜測與預測的推論時，讀者的心理內在是處在高速的互動狀態中，在一種刺激與反應、輸入與輸出的「高效 (efficiency)」動態歷程。一般人相信閱讀理解決定於快速、精確地辨認單字，然後才能產生流暢 (fluency) 性的意義。但是實際上要求精確辨認單字的閱讀是相當的「低效」，因為它妨礙我們使用語言線索去辨識單字，而且使我們不能專注於閱讀所需的意義建構，所以閱讀的活動是個建構性的過程。有效的閱讀並非精確地辨認單字，而是了解意義，而高效的閱讀是指依據讀者現有的知識，使用剛好足夠的可用線索去讀懂文章 (Goodman, 1996)。

由此可知，閱讀就是人們透過視覺器官接受符號所標記的意義的過程；這一過程的目的，就是交流思想、溝通情況 (洪材章等，1992)，閱讀活動是一個人的心理要素整體能量的反映，在閱讀活動中，人的感覺、知覺、注意、想像、聯想、思維、記憶、言語等等因素，無不處於積極的活動狀況之中。此外，個人的需要、興趣、動機、意志、情感、個性等還直接調節與控制著閱讀活動，加速深化著各種心理因素在閱讀活動中的作用 (韓雪屏，2000)，這個活動歷程以「理解」為一中介，充分展現閱讀本身受制於認知心理條件的特質。而「理解意義」正是此認知學派所關心的一個重點，那就是讀者是否能完全貼近書面文字原始意義的指標。

2.2.2 現象學派的閱讀觀點

韓雪屏、曾祥芹於 1992 年曾提出閱讀研究範疇面向的體系架

構，分為閱讀的客體、主體與本體。閱讀客體中如閱讀對象、環境、時間、工具；閱讀主體中如閱讀生理、心理、智力、素養；閱讀本體中如閱讀的本質、閱讀價值、目標、分類等（曾祥芹、韓雪屏，1992）。根據此架構，理性觀點的閱讀歷程是將閱讀活動的黑箱結構拆解為三部分，分別在不同的體系領域內檢視研究，偏重讀者外部性的閱讀動機，如學習、記憶研究、教育心理研究等。反而忽略了那些具有內部性動機為了閱讀而閱讀、為了享受閱讀經驗愉悅的讀者，如休閒性閱讀、文學閱讀等。

美國學者 Edis (1962) 提到：「現象學並不純粹是研究客體的科學，也不純粹是研究主體的科學，而是研究『經驗』的科學。現象學不會只注重經驗中的客體或經驗中的主體，而是集中探討物體與意識的交接點。因此，現象學要研究的是意識的意向性活動 (consciousness as intentional)，意識透過意向性活動不斷地向客體投射而構成自我呈現的世界 (意識作用不斷對現象所做的各種活動，稱為「意向性」)。主體和客體在每一經驗層次上認知和想像等的交互關係才是研究重點」。對胡塞爾 (Husserl) 來說，意識並不是一種狀況或官能，而是川流不息的活動，永遠向客體投射，也因此不可能產生沒有意識對象的意識 (鄭樹森，1991)。

Radway (1987) 進行了一篇以女性閱讀言情小說為主題的研究，研究的閱讀客體是美國俄亥俄州 Smithton 小鎮的婦女讀者，閱讀的本體是言情小說的意義建構，主要是分析閱讀本身對於女性的意義、閱讀在家庭情境下如何被視為一個社會事件或活動。Radway 採用質性研究的民族誌學方式將「閱讀事件本身的重要性」與「文本的詮釋/建構」分開探討，同時也探求其他變項是否也會影響言情小說

的詮釋或使用。研究指出閱讀言情小說的婦女，本體潛藏著對現實環境逃離的心理傾向與角色置換的移情作用，並且指出其實婦女們並不專注於特定的故事文本上，反而是享受在閱讀言情小說的行為經驗中，換言之，閱讀什麼文本並不重要，重要的是所投入閱讀經驗行為中的愉悅感受。

另外，美國學者 James R. Souire 為瞭解讀者在閱讀時的具體反應，直接以學生為對象，進行關於閱讀反應的實驗與定量分析，閱讀研究的結構建立於閱讀主體與主體的解讀範疇。他認為，對於教師來說，研究文學不僅應該考慮到文學作品本身，還應該考慮到學生對文學作品做出的內在反應。

Souire 以 52 名九年級和十年級的學生為實驗對象，把學生在閱讀一篇短篇小說的過程中所說的任何話語詳細紀錄下來，每種反應的表達按文學評價、闡釋、敘述、聯想、自我介入、約定成俗的判斷等類別進行登記，然後進行統計分析。分析結果顯示闡釋類的陳述最多，闡釋的說服力與實驗對象的智力和閱讀能力無關；而自我介入類的陳述與文學評價類的陳述有明顯相類似之處，同一種反應往往同時包括這兩類陳述。他指出，儘管青少年的閱讀反應表現出某種群體性傾向，可是讀者的能力、素質和經驗背景的獨特影響仍然造成了個別的變化(龍協濤，1997：25)。這也代表著讀者的反應是主觀的、它制約著作品的意義，作品的意義並非給予讀者被動的理解，而是讀者創造了作品新的意義詮釋。同時 Souire 也開啟了美國讀者反應理論的一重要領域：從心理學的角度，以實證主義的方式研究文學詮釋的基礎。

由此可知，文學不僅僅是侷限於文本之中而孤立的事實，而是

必須依據讀者的閱讀才能實現其效應的動態過程，文本的意義永遠是一種情境中的意義，在特定的脈絡中產生。因此，現象學派學者主張閱讀歷程的注意力應該從作品的本身轉移到讀者和內在反應上來。文學作品的本體的特徵—敘述、情節、人物性格、文體風格、結構等，都不再被認為是可以客觀的自我展示的了，而是必然地經歷讀者的感受體驗，才能生成文學的意義。在這種感受體驗中包含了讀者期待的滿足、悖逆和延展，文本的意義取決於讀者個人的創造性闡釋（龍協濤，1997：7）。

2.3 個人文化資本存量

「文化」一詞在日常生活裡經常使用於各個層面，但它卻沒有一個具體或具有共識的意義。在學術領域，文化一詞在所有的人文與社會科學裡指涉某種意涵，然而卻缺乏精準的定義，以至於在不同學科中其意義常有不同（Throsby, 2001）。即便如此，歸納過去的研究中，「文化」的意涵仍可以建構出兩個主要面向，廣義與狹義之分（陳學明，1998），廣義的定義是在人類學及社會學架構下，描述任何群體所共有的態度、信仰、習慣、風俗、價值、規範等。如日本文化、台灣文化、青少年文化、企業文化等，以界定群體的特徵與群體的獨特認同。狹義的定義是比較傾向實用導向，標示人類從事的某種活動，而這些活動的產物與人類生活的知識、道德與藝術層面有關（Throsby, 2001），意指人類心智啟發與培育後所從事的精神生產能力或精神產品，如文化消費產品、文化機構、文化產業等。

Campbell (1987) 認為「文化產品提供白日夢的素材，產品本身並不是白日夢」。Storey (1999) 指出文化消費 (Cultural consumption)

是一項社會活動，也是一種日常實踐。文化產品要成為白日夢的素材，就必須先被積極的消費，透過文化消費的實踐，人們創造了文化，也展現了對文化產業的依賴。因此，人們可以實現許多不同的社會與個人目的，個人選擇的消費內容與方式，間接彰顯個人的生活風格，或者想要成為怎樣風格的人。在文化消費的主動過程中，個人的基本活動仍是在於追求歡愉的想像過程，所關心的不是在一個文化產品的意義本身，而是在消費產品的意義性 (Campbell, 1995)。

過去讀者是被視為訊息傳播的受眾者，讀者的反應被侷限在文本的指涉意義，而忽略讀者閱讀文本時的共創經驗。Jauss (1982)¹ 指出，任何一位讀者，在閱讀一部具體文學作品之前，都已處在一種先前理解或先前知識的狀態，若無此種先前結構，任何文本都不可能為經驗所接受。換言之，讀者理解文本創造經驗時，將必先具有一種先在的文化體驗與文化的認知，個人是無法以「真空」狀態去經驗文本。因此，本研究採取狹義的文化觀點，也就是文化是個人歷史經驗的投影，同時也描述出個人的某些特質，具有文化涵養與文化風格的意涵。

這種先驗特性存在著一種概率性的認知，概率認知源自於讀者的背景文化、知識、閱讀技能等經驗投資，投資的積累貯存成一種資本，資本影響讀者較長遠的行為意圖或態度，並且發展成信念 (belief) 與評價 (evaluation)，成為個人文化消費的先驗特質與偏好。誠如經濟學家 Becker (1996) 指出一個人在聽了更多的好音樂以後，會更喜歡好音樂。因此，讀者不斷地投注文化消費活動的時間與技能，累積

¹ Jauss 是 Gadamer 的學生，是一位文學歷史學家與 Iser 同屬康士坦斯學派 (Constance School) 的成員，深受 Gadamer 的詮釋學影響，認為讀者閱讀文本之前，自身會帶著先在概念與先在經驗的理解與文本邂逅，無法像白紙純淨般的接受文本，且在遭遇過程中，可能隨時修正對文本理解的先在觀念，Gadamer 將此一過程描述為「詮釋學的循環 (hermeneutic circle)」。

並維繫自己的文化資本，多接觸文化活動以及多培養文化知識，增加了閱讀經驗的樂趣與時間產量，同時也提升閱讀能力的資本存量。

所以 Throsby (2001) 為文化資本是資產，內含著儲藏與提供文化價值的功能，有其存量 (stocks) 與流量 (flows) 的意涵，隨著時間的經過生產，此資本存量會產生一種服務流量，在消費過程中轉換成閱讀樂趣能量或生產成其他學習目的。個人的文化資本本質上是一種穩定沉靜的封閉資產存量，唯有透過閱讀生產過程的動態作用，存量的形質才能透過流量而彰顯。

Bourdieu (1983) 於《資本的形式》(The forms of capital) 一文中提出「文化資本」(cultural capital) 的定義。Bourdieu 認為文化資本包含語言、意義、思考、行為模式、價值、稟性 (disposition) 等概念；文化資本具有三種形態：內化狀態、客觀化狀態與制度化狀態。內化狀態是指個人內外在此的持久傾向，具有價值取向的意涵；客觀化狀態是指文化商品的消費狀態，如使用習性；制度化狀態是指內化資本以某種形式受社會認同，如文憑、學歷、教育程度等，具有儀式性象徵的意涵。

後來 Bourdieu 又將從事文化消費活動中所呈現的美學品味 (taset) 和活動與藝術熟悉度視為文化資本的指標。同時量化實證分析法國文化消費與品味的基本型態，針對音樂、博物館、攝影以及某些文化愛好的區分現象，作為理論研究的經驗基礎。Bourdieu (1984) 提出社會階級不只取決於一個人的職業、教育程度和收入，更視一個人的品味而定，它展現個人在飲食習慣、身體特質、藝術品味、住家形式等消費面向，並且認為社會階級的三種層次：資產階級、中產階級、

大眾階級，分別發展出不同的生活風格，且各有不同的特質（參見表 2.1）。

表 2.1 階級品位一覽表

	資產階級 (bourgeoisie)	小資產階級 (petite bourgeoisie)	大眾階級 (class populaire)
文化資本量	豐富	中度	少量
品味特質	自由性品味 強調精緻性，講究消費的方法和儀態，也就是消費的儀式。	炫耀性品味 期待被尊重和接受的階級，冀求文化的美譽，對文化充滿虔誠的心態	必須性品味 偏好功能性的、自然的和非形式化的東西
階級特性	傾向維持菁英地位	傾向認同菁英地位	以工具關係對待文化

資料來源：Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.

Aschaffenburg & Mass (1997) 在分析文化生涯與教育生涯的關係研究中，以文化參與做為文化資本的重要指標，意即從小成長環境的「文化培育」與對文化的善意多寡，也影響著文化資本量的高低。Richard Zweigenhaft 研究哈佛畢業生在文化資本與社會資本方面的表現時，即以各種不同的知識與技術形式來衡量「文化資本」（轉引自：Throsby, 2001）。此外德州大學 (University of Texas at Dallas) 學者 Farkas, Grobe, Sheehan & Shuan (1990) 等人嘗試將 Bourdieu 的文化資本概念擴充，藉由學生學習風格與學習習慣做為文化資源的指標。Lamont & Lareau (1988) 以及 Gartman (1991) 甚至提出階級部分應由文化資本的分配來定義，也就是文化資本是解釋變數，同時也是結果變數，一方面是一種資格，另一方面又是一種偏好和行為。

再者，黃毅志 (1996) 研究台灣地區民眾地位取得因果機制中，將家中「報紙、雜誌、電視、收音機、音響設備等器材」之擁有做為 Bourdieu 的客觀化形態文化資本的指標。巫有鑑 (1999) 比較台北市與

台東縣國小的學業成就差異研究中，將學生的「文化品味」及「生活學習習慣」做為學生具備之「文化資本指標」。陳怡靖（1999）在台灣地區社會變遷基本調查三期三次計畫社會階層組的全國性大樣本資料分析研究中，將「父母帶子女聽演奏會或音樂會」，以及「父母帶子女逛博物館或參觀畫展」的頻率做為「文化資本」的指標。

文化資本既是一種文化品味與文化活動的熟悉度（Bourdieu, 1983），又是一種文化的鑑賞知識與技術指標（Zweigenhaft），同時也是文化的參與（Aschaffenburg & Mass, 1997）。雖然多數研究對於「文化資本」的研究指標仍莫衷一是（李威伸，2003），但綜上所述，本研究乃將「文化資本」定義是一種個人的品味偏好和行為。藉由個人文化消費活動的認知、體驗感受與實際參與行為做為文化資本的一種內化狀態的形式，係兼具理性分析與感性體驗的一種深化結構。

所以本篇將從文化的認知、情感與行為等三項指標來取得個人主觀性的文化資本存量的高低，來檢視閱讀歷程中，與心流經驗的關聯性，藉以了解文化認知與體驗較高的個人，是否會有等同的心流經驗湧現？同時也探討文化資本對於特定小說文本的著迷現象是否有密切的相關性。

2.4 心流經驗 (Flow Experience)

心流經驗是 Csikszentmihalyi 在早期研究創造力時，訪談數百位藝術家、運動員、音樂家、棋手、科學家及外科醫生後，發現無論個人從事多麼不同的活動，在進行極其順利時，受訪者所描繪的經驗感覺與心境幾乎完全類似，會出現一種達到全神貫注、完全融入於活動中的心理狀態，同時這種心理狀態帶來快樂與主動積極的感覺。這一驚奇的發

現，成為 Csikszentmihalyi (1975) 建立心流 (Flow)²理論的基礎。

1975 年 Csikszentmihalyi 認為當人們在進行活動時，如果完全的投入情境當中，集中注意力，並且過濾掉所有不相關的知覺，即是進入一種心流的狀態 (Csikszentmihalyi, 1975)。心流是一種暫時性、主觀的經驗，人們處於此狀態中有種欲罷不能的感覺，這種感覺正也是人們為什麼願意繼續再從事某種活動的原因 (Webster, Trevino & Ryan, 1993; Csikszentmihalyi, 1990)。同樣的，閱讀活動為何如此令人沉迷？是因為它也會在過程中為讀者釋放出極度的享受、愉悅的感覺，讓讀者在文本與閱讀的交互作用中，瞥見心流湧現的快感。

2.4.1 心流 (flow)的定義

根據 Csikszentmihalyi 原始的定義，心流是「參與者進入一種共同經驗模式，在其中參與者好像被吸引進去，意識集中在一個非常狹窄的範圍內，以致於一些不相關的知覺和想法都被過濾掉，並且喪失自覺，只對具體目標和明確的回饋有反應，透過對環境的操控而產生一種控制感。」

Csikszentmihalyi (1988) 認為人們會依內在驅力去做自己想做的事，而非外在的因素，其優先順序是依個人的需求而定，而心流經驗即是這類意識狀態真正動機的原型 (prototype)。心流隱含的意義，就像許多人形容自己表現最傑出時那份水到渠成、不費吹灰之力的感覺，也就是運動家所謂的「處於顛峰」、宗教神秘主義者宣稱「聖靈

² 當初 Csikszentmihalyi 採用「Flow」一詞來表示這種意識狀態，並非出於偶然，而是從眾多研究對象口中形容：「好像在漂浮(It was like floating)」或是：「我隨波逐流(I was carried by the flow)」。「Flow」一詞於焉而始，國內學者黃瓊慧與吳得豪譯成「沉浸」，邱連煌譯為「浮流」，杜明城譯為「暢流」，聶喬齡、陳偉睿與王靜惠譯成「流暢」，黃立文譯成「神迷」，而天下出版 Csikszentmihalyi 原著，由陳秀娟、張定綺翻譯則為「心流」，後來國內學者丁志成、陳慶峰則根據此譯名為「心流」，因此本篇也採用國內天下出版專書的譯名，採用「心流」一詞。

充滿」，藝術家及音樂家所說的「靈思泉湧」。

心流理論中，技巧 (skill) 和挑戰 (challenge) 是兩個重要的因素，這二者必須互相平衡，並驅使自我朝向更高更複雜的層次。而由心流產生的是一種自我的和諧，在活動中享受著「意識與活動合一」，因為活動者全心投入在活動中，可能因此完成平時不可能完成的任務，可是活動者卻完全沒有意識到活動帶來的挑戰早已超過以往所能處理的程度，這種感受會讓活動者更加肯定自我，並促使個人更加努力於學習新的技巧 (Csikszentmihalyi, 1988; Csikszentmihalyi & Lefevre, 1989)。而當個人對自我的評價不斷提高之後，則可能衍生出所謂「本身具有目的 (autotelic)」的經驗，亦即個人會不斷尋求這種經驗，因為其帶來的感受是個人內心真正想要得到的，因此個人會持續努力以繼續求得這種感受 (Csikszentmihalyi, 1988)。

Ghani 和 Deshpande (1994) 提出兩個心流的主要特徵：在活動中完全的專心 (concentration) 和從活動中引導出享受 (enjoyment)。心流經驗帶來的效果會讓活動者較重視過程而非結果，以及失去時間感。

Chen、Wigand 和 Nilan (2000) 發現人們進入心流狀態中並不常覺得自己是在操控或是在遭遇挑戰的情況下；心流經驗與閱讀經驗類似，當活動者完全涉入時，會喪失自我意識，如在平時人們會注意自己的形象，可是在心流的情況下，自我防衛會暫時撤離，因為當心流在活動中時必須付出全部的心思，其他的思想則完全被忽略；而且個人會有時間感扭曲的感覺，反之當活動者覺得所從事的活動或經驗處在一種極度確定或極度不確定的情況時，則不可能產生心流經驗。

因此當文本的結構相對於讀者來說是處於某種確定的「套路³」時，或是超越詮釋想像的範疇時，心流經驗則難以發生，這也是閱讀文學的特點就在於文本的未定性與空白，給予讀者以能動反思和想像的充分餘地 (Iser, 1978)。

Privette 和 Bundrick (1987) 認為，心流是一種內在享受的經驗，和心理學家馬斯洛的「高峰經驗」(peak experience) 即「高峰演出」(peak performance) 類似。高峰經驗指的是一種強烈及高度被尊重的時刻；高峰演出則是指個人執行需要較高心靈層級的活動，而且個人的表現明顯與一般情形不同，主要與執行活動所需的能力等級有關，兩者皆是最佳經驗，但並不依附在某種特定行為上，即在任何活動中都有可能發生。Privette (1983) 指出高峰經驗是一種高度愉悅的享受，是一種精神上的樂趣，可能不牽涉任何行為，如聽音樂，且在過程中喪失自我，是一種比心流更高層次的精神樂趣；而高峰演出則是會使個人對目標更加明確，在過程中產生的是一種更為強烈的自我，如賽跑、跳舞等；心流則是一種樂趣 (fun)，是由內在動機決定，在整個活動過程中可能充滿著刺激，其伴隨的是自覺得喪失，如繪畫、閱讀、玩遊戲等。

余德慧 (1993) 認為 馬斯洛是從人類超越性存在的觀點，體驗到自我實現的高峰經驗；這種經驗的達成，雖然與 Csikszentmihalyi 的心流經驗有共同之處-即「忘我」的境界，但是起點完全不同；馬斯洛是從哲學的超越性出發，含有濃厚的內在意念論者的觀點，但是 Csikszentmihalyi 卻從現象學出發—他提出一個基底的問題「人為什

³ 「套路」指一種規則性或公式化的文本脈絡安排，失去開創性、新穎性而成為某種固定的文本結構。

麼會專心致志、渾然忘我？」

從以上的定義可以得知，「心流 (fiow)」是指當個人完全沉迷在一項活動時所產生的心理狀態，個人因自身的目標、興趣而完全融入其中，全心投入在自身專注的活動上，並且喪失其他不相關的知覺，個人的意識與活動的反饋方間形成「立即明晰」的互動，且活動本身像漩渦一般，將個人的意識吸引進去，此種心理現象，即稱為「心流」。

表 2.2 心流概念型或操作型定義

學者	概念型或操作型定義
Csikszentmihalyi (1977)	心流是「當人們專注於其活動產生的整體知覺」。
Privette & Bundrick (1987)	心流是一種內在享受的經驗，與高峰經驗及高峰演出類似。高峰經驗是指易主強烈及高度被尊重的時刻；高峰演出則是指個人執行需要較高心靈層級的活動。本質上心流經驗並非代表最佳愉悅或最佳表現，它可能包含其中之一或兩者皆是。
Csikszentmihalyi (1988)	人們會依內在驅力做自己想做的事，而非外在因素，其優先順序依個人需求而定，而心流經驗就是這類意識狀態的真正動機。心流經驗僅發生在某個挑戰與技巧互相平衡的層次上。
Massimini & Carli (1988)	當挑戰與技巧二個向度的平衡層次較低時，個人會產生冷漠的態度，並不會產生心流的經驗，只有當挑戰與技巧彼此平衡在一定的水準以上時，心流經驗才有可能發生。
Csikszentmihalyi & LeFevre (1989)	當個人專注於高層次挑戰與技巧的活動中，個人不僅在此刻得到享受的經驗，同時會延伸自己的能力，促使個人學習新的技巧，並且對自我的評價會不斷提高，這種最佳的體驗稱為心流。
Ghani, Supnick & Rooney (1991)	心流經驗有主要二個特徵：1、會在活動中完全專心與活動中引導出享受感，2、心流經驗帶來的效果會讓個人重視過程而非結果。
Trevino & Webster (1992)	心流經驗基本上是一種主觀的互動經驗，具有遊戲與探索的特質，個人能主觀的感知愉悅和涉入，而較高的遊戲特質可以得到正面的情緒和滿足，並引發個人進一步探索。 心流是一個從無到強烈的連續變數。
Webster, Trevino & Ryan (1993)	心流經驗主要有四個面向：1.控制感、2.專心致志、3.好奇心、4.活動自發性的樂趣。
Eillis, Voelkl & Morris (1994)	一種源自於個人對於挑戰與技巧之間感知平衡的最優經驗。
Novak & Hoffman (1997)	個人在網路瀏覽狀態下定義心流經驗須具備四種特徵：1.人機互動所促成一連串無法停止、無接縫的反應；2.於活動中的享受感；3.自我意識跟隨著活動而喪失；4.自我的概念增強。 心流是一種複雜且多重面向的構念。

資料來源：本研究整理

2.4.2 心流經驗的理論模式

Csikszentmihalyi (1975) 根據訪談及問卷的資料提出了心流經驗的理論模式，如圖 2.3。當個人覺得技能高於挑戰時，就會覺得無聊 (A2)；反之當個人的技能低於挑戰時，則會產生焦慮感 (A3)，只有當技能與挑戰平衡時，心流才會產生 (A1)。同時個人會因為尋求更高層次的心流樂趣 (A4)，而向更高難度的活動挑戰，並且努力培養自己的技巧以達到相當挑戰水準的技巧，如此一來，個人技能成長的學習效應就由心流的引動而提升。

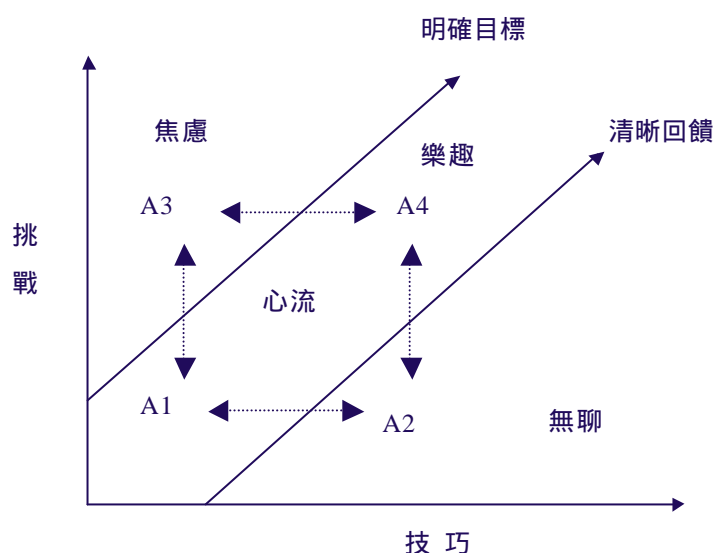


圖 2.3 原始的心流模型 (Csikszentmihalyi,1975)

後來 Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi (1988) 為了更深入研究心流經驗，透過經驗取樣法 (Experience Sampling Method, ESM)，發現低水準的技能與挑戰的平衡會產生冷漠，而不識心流經驗。也就是挑戰與技能的平衡，必須建立在一定的水準之上，心流經驗才得以湧現。因此 Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi 修改原始心流經驗模型，成為如圖 2.4 的四構面心流模型。當外在的挑戰高於個人技巧時，

則會感到焦慮，當個人技巧高於外在挑戰時，則會感到無聊。而當外在挑戰與個人的技巧接低時，則容易感到冷漠，只有在一定水準之上的挑戰召喚出來的個人技巧，個人才能進入心流的狀態。

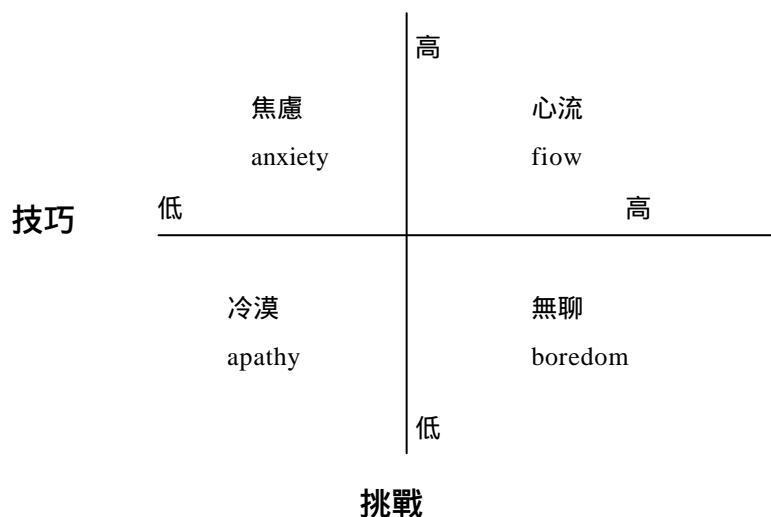


圖 2.4 四構面的心流模型

資料來源：摘自 Jackson & Csikszentmihalyi (1999)

2.4.3 心流經驗的特徵

Csikszentmihalyi (1990) 將心流經驗的因素特質區分為九項，當個人感受到心流經驗時，通常會知覺到以下幾種特徵 (Csikszentmihalyi, 1990, 1993 ; Jackson & Csikszentmihalyi, 1999) :

1. 清晰的目標：指個人在心流經驗中，對於自己的目標有強烈想要完成的知覺，並十分清楚後續將要完成的動作。
2. 即時的回饋：因為有清晰的目標，所以能主導個人在投入活動心流狀態中，得到明確的回饋辨認與評估。也因為在每個步驟或過程中得到即時回饋的判準，才能誘引個人更深刻的沉浸在活動中。

3. 具有挑戰性活動與適度的技巧：當個人有清晰的活動目標，而且有足夠的技巧，使得個人與目標之間的距離在自己的可見的範圍，此時心中就會形成「挑戰」的意義，並且使個人的行動與活動本身形成一種立即明晰的互動，活動的挑戰召喚技巧，同時也逼迫個人意識的回應，如此一來一往而進入心流狀態。

4. 掌控欲如：在心流經驗中個人非主動想去控制活動，而是對於所從事的活動有一種控制的感覺自然地產生，並非真正的控制實際的狀況，而是知覺到自己「掌握了」該活動的感覺。

5. 行動與意識結合：指行動與知覺間的相互協調，當個人完全投入活動後，因行動與意識的協調而忽略了自我的存在，知覺到活動是自動的且自發性完成的，由於深入且毫不費力的投入，所以能將日常生活的憂慮排除於活動之外。

6. 全神貫注：在心流經驗中個人的精神能量與注意力，將被引導觀照在意識與活動之間很窄的互動範圍內，而讓個人忘了其他會使意識分心的不相關訊息。

7. 自我意識喪失：在心流中，一個人面臨作最佳表現，須不斷改善技巧的挑戰，個人並沒有機會可以隨時反省到自我的意識，因此自我的意識雖然存在，只不過是不再感受到自我，而是暫時性的忘我。這是因為個人環境合為一體的感覺所造成的。

8. 時間感扭曲：心流發生時，個人心理上的時間感覺與傳統物理時間的紀錄會產生扭曲感，失去對應性的關聯，有時會覺得時間縮短，有時會延伸。

9. 自成性經驗：指以心流經驗本身為目的的一種性質。個人即

使最初還有其他目的動機從事活動，但後來會感覺到活動的本身就足以構成一種滿足的酬賞了。

以上的敘述大致是心流理論的意涵範疇，不過對其較具體的解釋及操作卻有很大不同，學者們從各種不同的角度分析，以下再針對心流的特質，提出各個學者不同的看法。

首先，心流經驗基本上是隨著個人而有所不同的，挑戰與技巧並不是指某種絕對的能力，而是依個人的感知而不同，並受社會、人格、知識、工作等因素影響，個人會運用不同的技巧因應在不同情境下所面臨的挑戰，所以心流是一種動態的過程 (Chen, Wigand & Nilan, 1999; Trevino & Webster, 1992; Csikszentmihalyi, 1975)。

Ellis、Voelkl 和 Morris (1994) 將心流理論應用在個人生活經驗的分析上發現，個別差異和自我肯定會影響個人在享受和正面影響上的效果，而個別差異在心流指標上是一個很重要的變數。Clarke 和 Haworth (1994) 也認為個人人格會反映在每個人的心流經驗上，所以我們在考慮心流時，應該了解到心流會因個人特質不同而有不同的呈現。

Ghani 等人 (1994) 認為心流指的是對個人而言，不同的情境下行為所代表的特定意義，在人機互動對工作的影響進行研究，發現處於高工作任務上，使用者較願意接受新的技術，且較重視過程中的控制感；而在低工作任務上，使用者較重視技術帶來的挑戰，也顯示心流會因情境的不同而有不同。

Csikszentmihalyi (1990) 將心流相關因素總結成八個，分別是：
1. 清楚的目標和立即的回饋，2. 面臨挑戰和適度的技巧，3. 行動和意識結合，4. 全神貫注在活動上，5. 操控的感覺，6. 自覺的喪失，7. 時間

感的改變，8.本身具有目的的經驗。

而 Novak 等人 (1999) 則將其區分成三個群組：前提 (antecedent conditions), 包含第 1、2 項因素；特性 (characteristics), 包含第 3、4、5 項因素；經驗的結果 (consequences of experience), 包含第 6、7、8 項因素。

Chen 等人(1999) 也將其區分成三個階段：

1. 事前階段 (antecedents)：指為達到心流狀態，活動本身應具備的因素，包括要有清楚的目標、立即得回饋和面臨挑戰的適度技巧等前二項因素。

2. 經驗階段 (experience)：指經歷心流期間感知到的特性，包括行動和意識的結合、全神貫注在活動上、操控的感覺等第三到第五項因素。

3. 效果階段 (effects)：指個人在經歷過心流之後，所產生的內在經驗及影響等，包括自覺的喪失、時間感的改變、本身具有目的的經驗等第六到第八項因素。

Csikszentmihalyi、Novak 等人和 Chen 等人的分類如表 2.3。

表 2.3 心流因素分類

心流因素 (Csikszentmihalyi, 1993)	Novak, Hoffman & Yung (2000)分類	Chen, Wigand & Nilan (1999) 分類
1.清楚的目標和立即的回饋	前提	事前階段
2.面臨挑戰的適度技巧		
3.行動和意識結合	特性	經驗階段
4.全神貫注在活動上		
5.操控的感覺		
6.自覺的喪失	經驗的結果	效果階段
7.時間感的改變		
8.本身具有目的的經驗		

資料來源：轉引自黃瓊慧整理，2000：10

將心流理論應用到文本編輯時，即代表文本內容應提供事前階段中所應注意的事項，如提供明確的主題、意念互動的立即回饋性，就像一般暢銷書的可讀性研究，必須將語言文字的障礙拔除後，意念或情節才能在讀者的內在空間中流動。如果語言文字或是意念表達過於艱深，則難以引導讀者進入心流狀態中。

Csikszentmihalyi & Moneta (1996) 則指出心流有兩個特色：第一是「挑戰」和「技巧」是兩個影響最佳經驗的主觀變數；第二個特色是心流不會有極限存在，也就是個人會持續尋求更複雜及更大的享受。所以當任何活動處於心流狀態時，並不會發生「邊際效用遞減法則」，如經濟學家 Becker 曾以效用函數來證明「一個人聽了許多好的音樂以後，會更喜歡好音樂」(Becker, 1996)。

由以上介紹心流的各項特色，可以歸納出心流特質如下：

1. 心流是一種動態過程，依個人之人格、所處情境不同而變化。
2. 心流包含事前、經驗、效果三個循序的階段。
3. 心流無極大值存在，依個人能力及情境朝向更高處尋求。

從心流定義可以得知，技巧和挑戰是心流理論中關鍵的兩個主要因素 (Moneta & Csikszentmihalyi, 1996)，二者之間必須取得平衡使用者才能進入心流狀態。以讀者閱讀一本書而言，閱讀上可能發生的問題，如對文本的觀念過於生疏，讀者無相關知識的存量或是語言文字難以理解、敘事結構過於複雜容易迷失等，面對這些文本的挑戰，讀者需要尋求解決之道，不同能力程度的讀者會有不同的閱讀經驗。

2.4.4 閱讀活動中的心流經驗

Csikszentmihalyi (1990, 1993, 1997)指出閱讀是被公認能帶來樂

趣的一種活動，它需要集中注意力，亦須瞭解文字的規則。閱讀的技巧不僅包含識字能力，也需要將文字轉為意像，對虛構的角色產生共鳴；辨識歷史與文化背景，預期情節的轉變，批評與衡量作者的風格等。

曾祥芹等 (1992) 認為讀者的閱讀行為受自己的動機驅使，帶有明確的目的性。這種閱讀的目的決定著讀者對讀物和閱讀方法的選擇；同時這種目的意識和意志對於讀者的行為有具有控制和調節力量。因此，閱讀是讀者的一種全身心的活動境界。因為在閱讀行為中表現著讀者的一般心理過程 (感覺、知覺、記憶、想像和思維等認識過程以及情緒和意志過程)和一般心理狀態 (情感、注意、意志等)，表現著讀者的個性心理特徵 (智慧品質、性格、氣質、興趣、能力等)。讀者的閱讀歷史是個人心理過程、心理狀態和心理特徵的完整紀錄，這一紀錄中，保存讀者全部心理活動的動探和靜態的特點，反應著讀者全部心理活動的穩定性和漸進性的特徵 (曾祥芹等主編，1992)。

抽象符號體系提供一個逼真的世界，讓讀者完成在現實世界不可能達到的位置，透過心靈對觀念與想像的掌控，建立規則、目標及取得回饋途徑的心靈的秩序，而這內在秩序就是培養提供樂趣的根源 (Csikszentmihalyi, 1990)。因此，讀什麼並不重要，重要的是怎麼讀。

以下即根據 Novak、Hoffman & Yung(1999)以及 Chen, Wigand & Nilan (1999)等人對心流相關因素分成三類，分別為事前階段、經驗階段、效果階段，再結合前述現象學派的閱讀觀點，建立閱讀過程的心流因素。

1. 期待視野 (事前階段)：

Iser (1978) 指出「期待的視野 (horizon of expectation)」就是文本透過預告、訊號、暗示等為讀者提示一種特殊的接受，以喚醒讀者以往閱讀的記憶，一開始便喚起一種期待。如此一來，文學的接受過程就成為不斷建立、改變、修正、再建立期待視野的過程，並在過程構成新的審美感覺的經驗意境。期待的視野就如讀者遇見文本目標與回饋的距離，在認知的意涵上包含文本挑戰與閱讀能力的距離。距離越小，讀者越容易接受，反之有些優秀作品之所以在誕生之初往往未能贏得廣泛讀者，是因為它徹底打破了讀者原有的「期待視野」。因此期待視野呈現讀者在閱讀過程的一種事前階段因素，具有心流經驗的閱讀目標、回饋與掌握閱讀挑戰的能力與技巧範疇。

(1)閱讀目標與即時回饋：當讀者在選擇閱讀文本時，必先在產生接受性的前提，而此前提則預期將會達到內在目標的滿足，同樣在選擇之前必受個人閱讀動機與情境等影響 (Jauss, 1982)。而閱讀活動的立即回饋，是指讀者透過與文本不斷地經過視覺—感知—語法—語意的連貫循環歷程，每個循環使讀者馬上從閱讀的情境脈絡中建立起對意義的預期 (Goodman, 1996)，而這預期將會影響讀者對文本的理解反饋。讀者的閱讀目的決定著閱讀內容的選擇，有了明確或相對明確的閱讀目的，讀者才能根據這些目的定向選擇閱讀，也唯有如此，閱讀行為才能真正成為一種有目的、有意義的自覺行為 (劉雨, 1995)。

(2)文本脈絡組構 (脈絡掌握)：讀者從文本中尋獲的脈絡為文本的世界，讀者必須從文字的規則、意像轉化、辨識文化與歷史背景等相關元素中 (Csikszentmihalyi, 1990)，重新組構成為讀者自我的意義，倘若能力不足，將無法掌握情節或意義脈絡的而失去閱讀的內在秩序。

2. 自我意識投入 (經驗階段)：

讀者經由文本，迂迴地找到自身的生活意義，文本因為讀者而成為作品，讀者創造了文本更新意義的同時，也意味著讀者找到了自身，這就是自我投入，投入的原始意義就是將客體變成自己的一部分(葉麗莉，2001)。情緒源自人的內在意識狀態，厭煩、擔憂、焦慮、無趣等負面情緒，會在內心產生「精神能趨疲」(psychic entropy)，導致人們無法集中精神處理外在的事物，也無法恢復內在主觀情緒的常態。精神能趨疲是心流經驗的負向能量，讀者的意識活動進入心流與否跟精神能趨疲的干擾因素有很大關聯。意識的內容是心理認知的運作，閱讀活動的意識是精神能量彙整的過程，此一過程將會牽動情緒隨著目標的距離而變化，因此閱讀活動的本身即給出讀者於文本共創經驗的世界(Iser, 1978)，就像文本的列車，提供讀者的意識位置，邁向共同創造文本世界的旅程。所以讀者自我意識將會投入在閱讀過程，在經驗中體現全神貫注、情移、忘我的感覺。

(1) 全神貫注：心流經驗最普遍、最清晰的特質就會在此時顯現；當讀者全神貫注於文本時，一切對於字詞的辨識皆不假思索，幾乎完全自動自發，讀者的知覺甚至泯沒於文本的情節中，人與活動完全合一。首先讀者必先凝聚意識的焦點，才能進入解碼文本的過程，當讀者嘗試進入此過程時，精神的「能趨疲」會暫時消失，平時自由進出腦海的惱人念頭，也會暫時遭到封鎖，因為如此，心流才能提昇經驗的品質，精神能量才能貫注集中地確立意識的秩序、流轉自如。

(2) 意識與閱讀融合(情移作用)：閱讀活動中，讀者進入審美的心理距離，唯有身入其境於文本的世界中，才能深入理解與觀察，充

分發現文本外在與內在意義空間。此種想像的意境，正是王國維(1908)「無我之境，以物觀物，不知何者為我，何者為物」的特點⁴。

(3) 渾然忘我(自覺的喪失)：Csikszentmihalyi (1990)指出，當個人完全投入一項活動時，就沒有餘力再去考慮過去或未來，或者是當前的任何不相干的刺激，在這階段中，與週遭世界有區隔感的自我消失，往往隨之產生一種與環境結合的感覺。文本的情節，給出了讀者的位置，同時也給出了世界，此一世界是文本召喚讀者進入情節的結構(葉麗莉，2001)，透過閱讀活動的投射，轉換了知覺性的自我，因此讀者在心流中，正面臨最佳的表現時，須不斷改善閱讀想像或詮釋能力的挑戰，在這期間，讀者是無法時常回頭反省自我的意義—如果自我意識能隨時恢復，那麼這場經驗就可能不太深刻了(Csikszentmihalyi, 1990)。

3. 閱讀快感 (結果階段)：

法國文學家 Roland Barthes (1975)曾說「快感的閱讀就是用身體去閱讀」。大眾傳播學觀點認為「快感」(pleasuer)，是一種快樂、滿足的感覺，而這種感覺具有增強自我意識的效果。Chen, Wigand & Nilan (1999)認為當一項活動能夠讓人產生高度享受的經驗，即使沒有外在動機或物質的酬賞，個體都會很樂意地重複此項活動。心流狀態在閱讀的引動下，個人的心智意識沉浸在一種享受與探索的經驗中，同時會自我引發行為動機，因為閱讀是愉悅感和刺激不間斷的反覆。因此根據心流理論，個人脫離閱讀狀態後所感受的歡愉快感，具有共鳴、樂趣、與時間扭曲感等因素。

⁴ 源自王國維的《人間詞話》。《人間詞話》最早發表於一九〇八年上海第四十七期《國粹學報》，至一九〇九年第五十期，共發表六十四則。

(1) 產生共鳴：Ingarden (1973) 認為讀者對文本的注意，可能會變成對文本的特殊性「品味」，透過它的存在而顯現。它也可能滿足讀者想與之產生共鳴的願望。當讀者產生的美感經驗一接觸到這種特質，便會形成一股高度認同的知覺，造成某種驚奇、興趣、愉悅，甚至是與文本產生即時共鳴的快感。這種特質，以極其特殊、深入的性質，在讀者心靈上喚起一種情感上多采多姿的經驗及某種驚嘆的氣氛。

(2) 樂在其中：Csikszentmihalyi (1990) 認為心流經驗的一大特色在於心流經驗的本身就是活動的目標了。即使讀者最初懷有其他的閱讀目的，但是在經歷活動的同時，心流經驗本身就構成足夠的報酬。心流經驗的自成目標，產生活動本身欲罷不能的效果，反而經驗心流之後，內在心理又會激起不滿足的焦慮感，促使讀者消弭這股壓力，所以閱讀活動的期待目的，往往跟隨著經驗心流過程而改變，閱讀歷程提升到不同的層次，疏離變成介入，樂趣取代厭煩，無力感也變成控制感，精神能量轉向投注於意識與行動的和諧感，不再浪費在活動外在的目的上。因此，Csikszentmihalyi (1990) 在闡述快樂的概念時，提到「經驗若能產生自動自發的報酬，當下的生命當然有意義，不需要再受制於將來可能出現的報償」(Csikszentmihalyi, 1990)。

(3) 時間感扭曲：Csikszentmihalyi (1990) 也曾提到，一般人描述心流經驗時，最常提及的就是時間感跟平常時不一樣了。一般用來衡量客觀時間標準的物理時鐘，都為活動所要求的節奏推翻了。因此，閱讀活動的心流發生時，時間的感覺與傳統上時鐘紀錄的時間幾乎沒有關聯，當意識與自覺喪失時，時間感便由身體意識的心理時間來接管，內在的時間感覺與活動的節奏產生某種程度的關聯，當閱讀情節進入強烈緊張的狀態時，心理時間感比現實時間快，有時五分鐘的感

覺其實是過半小時之久；當文本內容節奏較為緩慢，常常心理時間感比現實時間慢。

2.5 閱讀沉迷行為

沉迷是讀者對於閱讀過程所導致的一種慢性或週期性的著迷狀態，對於閱讀所帶來的愉悅感會產生一種心理上的依賴，所以沉迷行為顯示在讀者與文本的密集互動上，然而此互動的愉悅感是由什麼因素而產生的呢？對 Csikszentmihalyi (1990) 而言，心流因素就是沉迷行為最佳的解釋因素。

2.5.1 心流經驗與成癮 (Addiction)

Becker & Murphy (1988) 研究認為，人們不但會對酒精、古柯鹼和香菸成癮，同樣也會對工作、飲食、音樂、電視、他們的生活標準、宗教和許多其他活動成癮，因此人們也會對閱讀小說活動產生成癮的現象，而心流雖然是一種暫時和主觀的經驗，卻是個人一再願意繼續從事某種活動的原因 (Csikszentmihalyi, 1990 ; Webster, Trevino & Ryan, 1993)。由於心流經驗具有自成性目標的特徵，在心流湧現的過程中，提供個人鼓勵與享受活動的樂趣，這樂趣的滿足便誘使個人期待再次經歷的動機泉源，此種經驗類似成癮，可能會讓個人沉溺其中 (Chen, Wigand & Nilan, 1999 ; Chen, Wigand & Nilan, 2000)。閱讀文本是一種運動，一種活動，一種生產和轉換的過程、輸入與輸出的迴路，當讀者沉浸在閱讀心流狀態的過程中，常會激發欲罷不能的趨勢，因此 Csikszentmihalyi 明白指出產生心流的活動會令人上癮，上癮的原因並非來自每一次的滿足，而是來自於期待下一次經歷的不滿足所引發的焦慮感。

所以成癮是一再重複的行為 (Becker, 1996)，心流是個人願意再繼續從事特定活動的原因，丁志成 (2002) 的研究顯示，心流經驗所獲致的結果是成癮行為的成因變數。吳得豪 (2002) 針對網路線上遊戲的沉迷行為研究指出，使用者的心流經驗可以提高個人對線上遊戲的忠誠度 (亦即沉迷)，影響著未來的使用行為，從習慣上、時間上或犧牲其他利益等來從事線上遊戲。

2.5.2 成癮 (Addiction) 與沉迷 (Fandom) 行為

過去關於心流經驗影響沉迷行為的研究，大部分學者以精神科醫生 Goldberg (1996) 提出「網路沉迷失序症」一詞中所描述的網路成癮 (Addiction) 行為的七項判定標準為沉迷變數，分別為耐受性、戒斷行為、上網時間超出預期、持續地想停止上網、投注大量時間與網路相關的活動、放棄減少社交活動、即使發現後遺症仍繼續從事等七項 (丁志成，2002；陳偉睿，2001；劉旨峰，2001；楊東震、吳政仲，2003；彭淑芸，2003)，並由 Young (1996) 針對網路沉迷現象設計整理成八題問項，並認為網路沉迷與病態性賭博最為接近。成癮可說是一種病態的行為表現，從心理學的觀點是足以探究使用者沉迷於網路活動中，過度使用涉入的心理本質，所以成癮本身是一種異於常態的行為現象。

本篇所強調的推論是經歷閱讀的心流活動後，是否可能成為著迷的讀者？是否具有再次閱讀相關作品的意圖，所探討的是個人與閱讀文本的現場，是否具有情感上與內在反應上的聯繫？然而此一「成癮」概念的本質，具有作為讀者的主體受制於文本客體的意涵，換言之，讀者的心理為了特定文本所傳達出來的訊息，在精神上或生理上

產生極大的欲求，必須不斷地依賴閱讀的過程，來維持內在焦慮心靈的平衡，也就是成癮者深陷於所從事閱讀活動的框架內，反而失去對自我意識的價值認同，讀者與文本的關係，演變成一種負面效應的鏈結關係。

閱讀活動不同於毒品使用或是線上遊戲，社會對於毒品與線上遊戲仍具有相當的負面評價，但是閱讀不同，文本與讀者的關係，應當是建立在共同創造意義的機制上，讀者希望文本的意義得以彰顯，文本能給出讀者一個世界，因此探究的基礎不該是文本控制著讀者的耽溺行為，而忽略讀者主動的詮釋與選擇權⁵。

對傳播學者 Jenkins (1992) 而言，沉迷行為 (fandom) 具有複雜與多樣的創造生產能力，不再是過去負面印象中，心理不正常、社會適應不良、具有心理疾病的「狂熱份子」，被視為社會的偏差行為。迷是一種「展演的閱聽人」，從媒介原文中援引出豐富的創造性，並群聚成團體，相互交流，形成消費端一股龐大的勢力。因此從傳播學的觀點討論「沉迷行為 (Fandom)」的概念，將視為閱聽人普遍的特質展現，具有更高的投入度與愉悅的享受 (蕭湘文，2002)。Storey (1999) 指出沉迷讀者與其他讀者最大的差異在於知性與情緒的強烈投入，以致構成「讀者既定的價值觀」。一般的讀者是在興趣不斷改變下的脈絡中閱讀，而沉迷讀者則是在沉迷行為的「體現經驗 (lived experience)」中閱讀，就像 Jenkins (1992) 所解釋的「沉迷者的特色就在於，他們比一般人活得更豐富，感覺更強烈，玩得更自由，想像

⁵ 對 Gadamer 而言，理解是「民主」與「自由」的概念，閱讀的權力結構是被轉向讀者的，任何的知覺都已經是一種解釋活動，文本自身只是一個空洞無物的觀念，過去文本中心的結構觀點，將由讀者先在文化知識的經驗，透過閱讀現場，重新賦予文本新的詮釋意義與選擇文本內容的權力。

得更深刻」。

2.5.3 沉迷行為 (fandom) 的概念本質

誠如簡妙如 (1996) 所描述，「沉迷」似乎有某些特別的行為方式，使一般人充滿各種對她們的浮光掠影，但卻無法僅以訊息的接收或媒介商品的消費來理解，著了迷的讀者在幽深的閱讀密林中愉悅，在異境空間的符號裡創造意義，那股執著、難耐的情緒，在「迷」的世界中沸騰了起來，Fiske (1989) 指出，沉迷者顯然是更主動積極的與文本產生互動，具有高度的「認同」(identification) 與「涉入」(involvement) 的核心概念，對所迷的內容藉此而產生某些特定的行為實踐或情感作用。因此沉迷者可說是：為特別的媒介內容的某些特質所吸引，並有相當程度認同與涉入的閱聽人 (簡妙如，1996)。

Turner (1990) 指出閱聽人與文本互動所產生的各種行為實踐與經驗現象，主要是以樂趣 (pleasure) 與意義 (meaning) 為探究的主要面向。「樂趣」指的是閱聽人因與文本互動所產生的歡愉感受，而「意義」則是人們對於自我行動以及與所處社會關係的特定詮釋。

沉迷者與特定文本互動的經驗描述中，「樂趣」是一個重要的感受因素，Tannenbaum (1985) 研究閱聽人為何喜歡重複收看相同電視節目的原因指出，是因為互動的本質上具有樂趣的功能，讓閱聽人某些愉悅情緒被喚起而產生行為。所以對小說、戲劇或音樂的樂趣感受，也同樣是一種情緒或感覺的涉入 (Ang, 1985 ; Grossberg, 1992) ，這與理性的、知識上的認知無關，反而是與個人自我生活體驗、在閱讀活動中獲得情感的愉悅有關。

沉迷者在活動中對於「樂趣」的感知，如同沉浸於心流經驗的

「樂趣」感受，因此沉迷行為的經驗本質，是從與其所迷文本的密集互動中所湧現心流狀態的樂趣經驗。

2.5.4 沉迷特質與文本過度的互動方式

簡妙如 (1996) 認為沉迷行為是一種與文本過度的互動方式具有過度性 (excessive) 與主動性 (activitiness) 兩種特徵⁶。過度性是指沉迷者比一般人更積極地涉入媒介文本，也就是 Fiske 所言，一個「迷」(fans) 與一般讀者之間的真正差別在於「過度」，迷是文本互動過度的閱聽人。主動性是指沉迷者會主動對文本加以選擇、參與、觀察、詮釋或生產意義，並自發地展現出來。迷的主動與過度涉入分別展現在兩種層次上，內在反映的過度與外在行為。

1. 內在反應上的過度：沉迷者與文本過度的互動方式，除了較為顯著、可觀察的外在行為外，似乎有一些面向，是較不具體，但又影響頗深的感受，比如對於所迷文本感到的喜愛、感動、進而崇拜、認同等。沉迷者內在反應的過度性，可說是「情感上」、「意識形態上」的認同運作結果 (簡妙如，1996)，「迷」以這種內心反應上的過度，來標示自己的認同，也以某些認同的建構來合理化並維持自己的過度

2. 外在行為的過度：「迷」外在行為的過度，即在於許多「生產性行為」的表現 (Fiske, 1988)。這些生產行為使個人所喜愛文本的原始形貌被擴展、變形，更充斥在「沉迷」的種種生活實踐中，諸如「迷」所參加的活動，迷們之間的交流言談、社交關係、漫畫迷、影迷等，都可說是由所喜愛文本而在延伸出來的各種文本的生產。沉迷者之所以能夠被突顯出來，即在於其充分發揮、參與了所喜愛文本的

⁶ 簡妙如透過 Fiske 針對與文本過度互動的沉迷行為，呈現外在與內在的兩種反應，整理成過度性與主動性兩種沉迷特徵。

開放性與過度性，使其能自由的詮釋，任意地連結各種想像關係，對於所喜愛文本的擴充行為，進而生產了多種文本與相關意義的活動，因此，沉迷行為的另一種外在的過度行為，是一種生產性的行為。

2.6 文本涉入性

然而讀者的先在經驗知識豐富、文化資本存量愈高，影響其心流經驗就必然愈高嗎？一位具大學學歷的讀者同樣是閱讀「哈利波特」與「靈山」小說，除了文本難度的挑戰外，是否會有相同強烈的心流呢？

Antil (1984) 認為涉入是指在特定的情況下，經由某種刺激引發個人感受到的重要性，以及興趣的程度。Zaichkowsky (1985) 將涉入定義為「個人基於本身的需求、價值與興趣，對某項事務所認知的相關程度」，而 Shoemaker (1989) 從傳播理論的觀點認為涉入是指個人對某事務、情境、媒介或媒介內容在心理上互動的情形，包含關心、意向、注意、興趣、興奮、重要性或是與自己相關的程度。由此可見個人對活動的涉入程度與心流體驗是有顯著的影響的 (Novak & Hoffman, 1996 ; 王靜惠, 1998 ; 黃立文, 1998)，因此讀者對特定文本的涉入程度與關注程度的特性將會增強心流的感受，所以心流經驗的過程會受到知覺上個人「文本涉入性」的影響。

2.7 強迫需求性

Hatter (1994) 將沉迷的過程分為三個階段：第一階段是指當事者經歷活動的時間很短，沉迷者會因為行為活動帶來的樂趣而對活動產生強烈的渴望。這種樂趣是心理上逃避的壓力、衝突或是痛苦的機制，而且渴望獲得這種樂趣的衝動，不斷地重複，具有強迫性的本質。

第二階段是指當事者在此階段內，對活動感受到的愉悅情緒會逐漸消退，個人不斷會出現忍耐、退縮、節制的現象，行為活動不再具有壓力宣洩的作用。進入第三個階段之後，經驗的過程中就不再感受到樂趣、宣洩壓力以及轉移負面情緒的效應，樂趣在經驗中不斷退化、消失、直到毫無感覺，取而代之是不得不做的習慣(見圖 2.5) (轉引自：吳得豪，2002)。

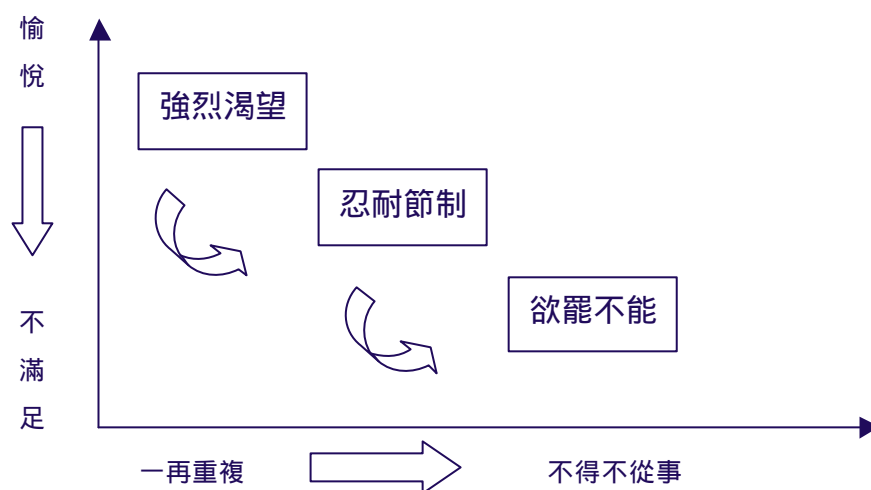


圖 2.5 沉迷行為三階段

資料來源：Hatter (1994)、本研究整理

所以《第五項修鍊》曾提到控制系統理論，控制理論推翻了傳統心理學的增強理論 (reinforcement theory)，它認為偏好習慣的養成不是因為慾望獲得了滿足，正相反地，習慣是來自不滿足 (余德慧，2001：174)，因此當沉迷讀者一再重複於特定文本時，其內在所獲得的情緒可能不是來自於樂趣的滿足，而是消弭渴望閱讀的焦慮感。

2.8 大專生的閱讀經驗

以 1988 年解嚴為分水嶺，閱讀在台灣蓬勃發展受幾方面因素影響：第一社會邁進開放，產生新的閱讀需求；第二大量外文作品進入

台灣；第三媒體變革，誕生許多本土作家；第四連鎖書店提供新的閱讀環境 (Net and Book 編輯部，2001, No.1：57)。Net and Book 雜誌針對台灣閱讀習慣的調查結果顯示台灣地區的人口有 37.7% 沒時間讀書，讀書的人每天平均讀書時間 1.9 小時，讀書習慣隨著年齡增高而遞減，一般集中於 20 - 28 歲的讀者群佔 85.5%，而且讀書習慣和教育程度有密切呼應，大專以上程度的讀者，有時間讀書的比例高達 89.7%，國中程度以下受訪者，有時間讀書比例則只有 19.3%；以性別而言，男女讀書時間的差異不大 (Net and Book, 2001, No.1：60)。

由此可知閱讀活動的密集參與者大部分屬於 20 歲以上的大專生居多，而且該報告也指出，20 歲以上的大專生，從事的閱讀活動的主因來自於「個人興趣」居多佔 62%，最喜歡閱讀的前五類書籍是：1. 休閒小說，2. 文學，3. 休閒娛樂與電腦資訊，4. 語言學習，5. 漫畫等。

一般大專生之年齡介於 18 歲到 24 歲間，根據 Erikson 心理社會發展理論 (Erikson, 1980)，其將個人人格發展分成八個階段，每一個人生階段都有屬於該階段的關鍵問題，其中大專生正處於發展過程中的青年後期 (late adolescence) 到成年初期 (early adulthood)，個人的關鍵問題乃為是否能克服統合危機，到達自我統合與同性或異性擁有和諧之情感交流，其特徵為強調自我負責與決定職業，著重人際間的友誼，以建立信任感、親密感和滿足親和動機，若發展順利則能增進自我成長與建立親密之人際關係，反之，則個人將陷於孤獨寂寞的困境 (李美枝，1983)。

再者，就 Erikson (1980) 心理社會發展理論而言，大專生身處於心理懸宕 (psychosocial moratorium) 時期，須藉著探索而找尋自我，

因為大專生的自我追尋有賴一個自由平等的環境，而大專教育階段正可提供大專生發展自我，以達自我實現的機會。因此，大專生可以透過閱讀活動的激勵，引發個人的閱讀能動與想像關聯，進入渾然忘我的專注情境中，使自我暫時脫離自覺，進入意識與活動的和諧狀態，當短暫的心流經驗結束之後，個人將重新擁有更堅強的自我，與滿足幸福的歸屬 (Csikszentmihalyi, 1990)。

對郝明義來說，閱讀需求的滿足和書籍的種類沒有絕對關係，同樣是小說，有些小說讀者是為了消遣的需求，有些卻為了美學上的需求(天下編輯部，1999)。閱讀小說，並不能單以休閒消遣來認定主要的目的價值，讀者可能為了滿足更深層內在的價值而閱讀，而這樣的現象足以說明，讀者選擇閱讀文本類型的同時，並非只是文本形式所指的類型意義，因此本篇研究雖然以閱讀小說文本類型為客體，但是讀者內在的價值目標仍然存在著不同的差異變化。

第三章 研究方法

本研究旨趣在探討閱讀沉迷行為的內在成因與外在表現的面向，認為閱讀過程中會受到個人長期培育的文化資本存量，以及文本召喚讀者的閱讀交互作用中所湧現的心流經驗，將促使讀者產生強烈的涉入感與認同感進而引發閱讀沉迷的行為。

因此將歸結文獻探討的心得，透過 Csikszentmihalyi (1993)、Chen (1999)、Jackson (1996)、Hoffman & Novak (1999) 等人建立的心流相關因素發展成閱讀活動的心流構面，了解讀者在閱讀活動中是否曾有心流經驗的出現？心流經驗構面與個人文化資本之間具有什麼關係？以及沉迷行為變數是否可成為心流經驗構面的效標？本研究方法將採用問卷調查法，從研究架構、研究假設、研究工具設計、資料收集、資料處理等，詳述內容於後。

3.1 研究架構

本研究架構將分別從兩個層面來說明。第一個層面是個人文化資本、閱讀心流經驗、沉迷行為三個構面來探討。第二個層面是閱讀心流活動之間的動態歷程，從事前、經驗中、結果等三個循序變數來探討，以建立閱讀心流經驗的動態模型。

3.1.1 閱讀沉迷行為模式

傳統上，讀者是被視為訊息傳播的受眾者，讀者的反應端看文本的指涉意義，卻忽略了讀者閱讀文本時的共創經驗。Jauss (1982) 指出，每一位讀者在閱讀任何一部作品之前，都已處在一種先前理解或先前知識的狀態，沒有這種先前結構，任何文本都不可能為經驗所

接受。因此，讀者閱讀文本，將必先具有一種先在理解的個人文化資本存量，這種存量在閱讀經驗的過程中，會成為心流狀態的前提，強化心流的程度，進而深化讀者的沉迷行為。本研究的主要架構認為，個人的文化資本存量本質上是一種穩定沉靜的涵養，當透過閱讀過程的動態交互作用，存量的形質才能賦予流動能量而彰顯。因為如此本篇認為，閱讀沉迷的行為發生，初始於個人經驗所累積的文化資本，再經由閱讀活動中所湧現的心流經驗所致。所以提出第一個概念架構如圖 3.1。

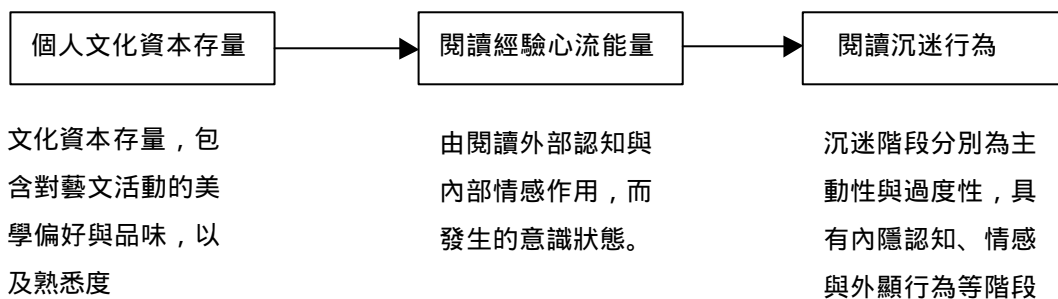


圖 3.1 閱讀沉迷概念圖
資料來源：本研究整理

另外，根據 Hoffman & Novak (1999) 提出心流相關因素的動態效果，本篇將從「事前階段」、「經驗階段」、「效果階段」等三個歷程，以驗證在閱讀活動上是否同樣具有前後層次的序列因素，因此提出閱讀心流經驗的內部模型為研究的第二個概念架構。如圖 3.2。

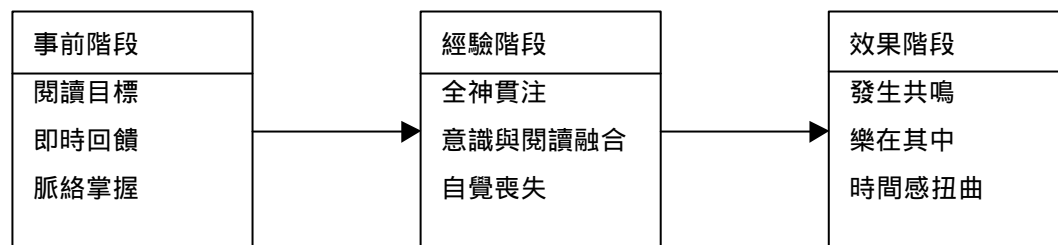


圖 3.2 閱讀心流經驗概念圖
資料來源：本研究

本篇研究嘗試從靜態存量與動態流量的觀點，探討閱讀的沉迷行為，從現象學派的文本觀點與現象心理學家 Csikszentmihalyi (1996) 提出的心流理論，解釋讀者在未來使用特定文本所呈現的沉迷行為。所以將採用 Bourdieu (1983) 的文化資本概念為解釋變數，而心流經驗構面將透過 Csikszentmihalyi (1993)、Chen (1999) 與 Novak & Hoffman (1999) 等人建立的心流因素發展成符合閱讀經驗的心流構面為中介變數，並以文本涉入性與強迫需求性做干擾變數，從傳播媒介的觀點解釋沉迷行為為輸出變數，建立閱讀活動的心流經驗模式。本研究架構如下圖 3.3 所示：

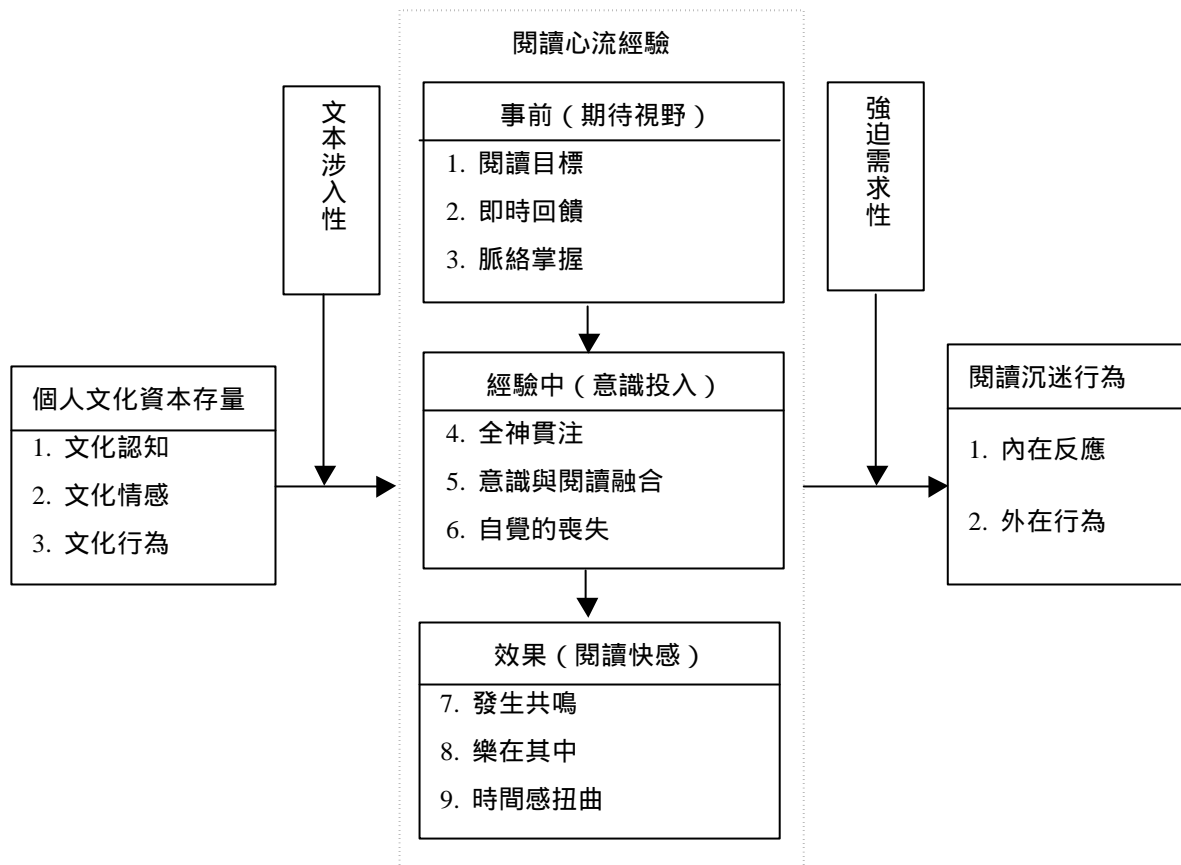


圖 3.3 研究架構
資料來源：本研究整理

3.1.2 小說文本

小說文本是以敘事為主體的文學體裁，本篇研究以敘事體的文本作為閱讀活動的客體對象。楊素芬（1995）曾以新聞體與小說體為例，試圖探討人與文本類型的關係，而且會表現在哪些面向？她採用實驗法進行研究，選擇某國立大學四十位學生作為實驗對象，並將受試者分為兩組，分別閱讀新聞文本和小說文本，結果發現新聞體和小說體除了本質的差異外，在閱聽人的接收態度上也有差異，因此，她認為文本類型的差異，似乎會影響人的閱讀，尤其表現在閱讀時間，閱讀回憶，和閱讀聯想這三個面向上。

本研究選擇小說體的文本類型，主要是根據其體裁的特性以符合閱讀活動過程的互動性，其特性可分為二種；一種是情節結構。情節結構是這個小說的骨架和支柱。什麼叫情節呢？一連串因果相連的事件就是情節，情節之間彼此要有因果互動的關係，是一個完整的事情，亞理斯多德在《詩學》裡率先提出了情節結構的觀念，要有「開始」，有「糾葛」、「衝突」、「高潮」、「逆轉」、「終局」等，情節較容易吸引讀者進入文本的世界中，也較能產生閱讀的流暢性（姚一葦譯註、亞里斯多德著，1992）。

另一種即是人物塑造。人物是小說的靈魂，人物可以提供這個情節發展的動機，儘管情節很重要，沒有情節故事站不起來，但是人物的性格思想不但對人物的行為提供動機，也為整個故事的情節事件提供動機，並且導向它的發展。而人物特性彷彿在情節中，產生與讀者對話的機制和讀者移情作用的視野（樂蘅軍，2001）。

閱讀小說向來被當作是某種消遣。在指明某種活動是消遣時，

通常的意思指並非營生之舉，而是某種調劑，能使人暫時脫離某種嚴苛或呆板的正規活動，這樣的意涵，其實是與心流經驗的「物我兩忘」有類等的意境，於是閱讀小說提供享受情境轉換的一個出口。

葉麗莉 (1997) 指出閱讀活動不等同於日常生活的對談，閱讀小說時，迎向讀者的是文字敘述，並非作者的話語，所以倘若將文本視為作者所說的話，則忽略了文本單獨迎向讀者的情況，讀者並不是透過文本與作者對話；因此小說閱讀的流暢性，在其與文本之間喋喋不休的對話，文本召喚讀者，給予中介位置，讓作品不再是讀者以外的文字敘述，情節與人物的本身，在閱讀的過程中，而成了讀者的閱歷了，這也代表著讀者離開了原本的自己。

3.2 研究假設

對 Jauss(1982)來說，沒有任何一位讀者在其閱讀一部具體文學作品之前，可以「真空」的知識理解而接受文本的閱讀經驗，讀者的背景文化、知識、閱讀技能等經驗累積，會影響讀者的閱讀動機、閱讀目的，同時也會在過程中喚起讀者的閱讀記憶，將讀者帶入一種特定的情感態度之中，這特定的情感透過不斷的循環再深化，讓讀者產生強烈的涉入與認同感，進而反映成讀者的沉迷表現。因此個人對文化消費的培育與善意，表現在平時積累的文化涵養，對文化的認知與體驗感受就成為讀者先在的理解與知識的存量，當讀者遭遇新的文本經驗時，先在的文化資本存量就成為豐富閱讀經驗的元素，在心流狀態湧現時成為增強的前提。所以產生本研究的第一個假設 H1。

H1：個人文化資本愈高，則閱讀心流經驗程度愈高；即個人文化資本與閱讀心流經驗呈現正向的關聯。

Fiske (1989) 指出，閱讀沉迷行為的發生顯然是更主動積極的與文本產生互動，具有強烈的「認同」與「涉入」的核心作用，讀者對文本的過度互動的反應，誠如 Csikszentmihalyi 明白指出產生心流經驗的活動會令人上癮，所以沉迷是一再重複的互動行為 (Becker, 1996)，而心流經驗又是個人願意再繼續從事特定活動的原因，因此丁志成 (2002) 的研究顯示心流經驗所獲致的結果是沉迷 (成癮) 行為的成因變數。同時吳得豪 (2002) 針對網路線上遊戲的沉迷行為研究指出，使用者的心流經驗可以提高個人對線上遊戲的忠誠度 (亦即沉迷)，影響著未來的使用行為，從習慣上、時間上或犧牲其他利益等來從事線上遊戲。所以本篇認為閱讀心流經驗會影響閱讀沉迷行為，而提出第二個假設 H2。

H2：閱讀心流經驗程度愈高，則閱讀沉迷行為愈高；亦即閱讀心流經驗與閱讀沉迷行為呈現正向關聯。

文化消費的偏好與習性，對閱讀活動而言，是一種先在的文化知識背景與文化理解能力。讀者長期存在的文化資本量透過當前的閱讀活動過程，而融合出新的文本意義。不同讀者雖然在相同的文本之下，但由於不同先在的文化資本量而有不同的見解，因此文化資本提供了一個背景平台，成為讀者從事閱讀活動時，所選擇面臨的挑戰與能力的評估，所以文化資本是閱讀活動的前提，讓讀者在閱讀過程中汲取文化資本的養分。

除此之外沉迷行為的本質，是來自於活動樂趣而產生的重複行為，於是閱讀心流活動所產出的樂趣，便成為沉迷行為的來源，藉由閱讀活動歷程的不斷循環累積後，促使閱讀樂趣沉澱在閱讀的沉迷行

為中。因此閱讀心流活動是建立在文化資本的平台，將文化養分輸入到閱讀活動中，而輸出端是樂趣轉移到沉迷行為的結果，所以心流活動是作用於文化資本量與沉迷行為之間互相強化的過程。因此本篇提出本研究第三個假設，H3。

H3：個人文化資本存量及閱讀沉迷行為間，閱讀心流經驗具中介作用。

Novak & Hoffman (1996) 研究指出，個人在活動過程中，對活動的涉入程度會成為個人容易體驗心流的背景因素，Tung (2000) 的研究建議涉入程度是心流經驗及人機互動結果的重要箝制要素之一。另外王靜惠 (1998) 針對瀏覽的涉入與心流體驗之間的相關性進行研究，發現個人涉入程度的高低對心流體驗有顯著的差異；同時黃立文 (1998) 的網路瀏覽研究也顯示心流經驗需要較高的涉入感。有此可見個人對活動的涉入程度與心流體驗是有顯著的影響的 (Novak & Hoffman, 1996；王靜惠，1998；黃立文，1998)，因此讀者對特定文本的涉入程度與關注程度的特性將會增強心流的感受，所以心流經驗的過程會受到知覺上個人「文本涉入性」的影響，說明如圖 3.4。亦即讀者具有一定的文化資本存量，對閱讀文本涉入性高，則心流程度高；若文本的涉入性低，則心流程度較低。

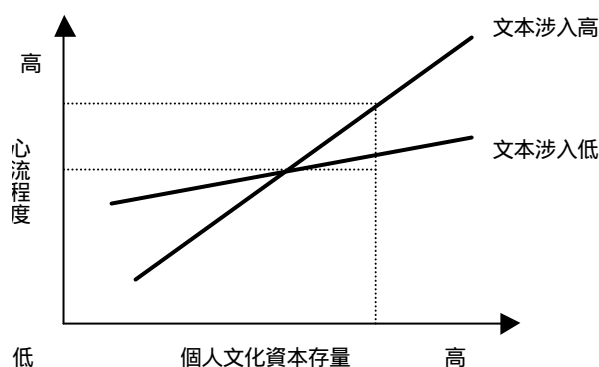


圖 3.4 文本涉入度的交互作用
資料來源：本研究整理

因此不同涉入水準的意涵，表現出高涉入對目標刺激注意力的增加、記憶力被提升，並且激化出更細緻的消費決策，經常表現出對產品的較高互動性與較高滿意度 (Arnould, Price & Zinkhan, 2002), 讀者藉由文本涉入程度的高低區隔出心流經驗的強弱調節。有此可見個人對文本的不同涉入程度與心流體驗將具有交互作用，故提出本研究的第四個假設 H4。

H4：文本涉入度對個人文化資本存量及閱讀心流經驗具交互作用。

當讀者體驗心流結束後，自我對文本會產生一種強烈的融合感與迫不急待再次經歷的焦慮感，而這焦慮感卻也同時受到社會或個人支持性的壓抑，進而影響閱讀沉迷的行為，所以將「強迫需求性」列為心流與沉迷行為的干擾變數。讀者結束一定心流經驗的深度後，期待再次閱讀的強迫性高，則沉迷行為越顯著；當需求的強迫性較低時，則沉迷行為較為內隱。如圖 3.5 說明。

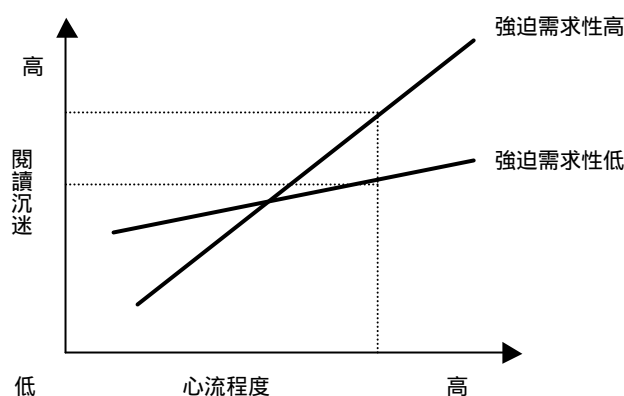


圖 3.5 強迫需求性的交互作用

資料來源：本研究整理

當沉迷者與特定文本產生過度的互動反應，除了獲致鼓勵與享受愉悅的感覺外，可能還會陷入難以自制的窘境，干擾到正常的生活步調，因此 Chan, Wigand & Nilan (1999) 等人指出過度的涉入會令人忽略了其他的工作；同時 Hatter (1994) 認為沉迷的最後階段將使個人成為不得不從事的習慣，所以重度的沉迷者可能不再感受到閱讀的樂趣，而是引起心智活動上難以自拔、難以自制的強迫需求心理。因此本篇認為當在相同程度的心流經驗時，個人會依強迫需求性的高低，而增強或減弱閱讀沉迷的行為表現，所以提出第五個假設 H5。

H5：強迫需求性對閱讀心流經驗及閱讀沉迷行為具交互作用。

依上述假設整理如下圖 3.6

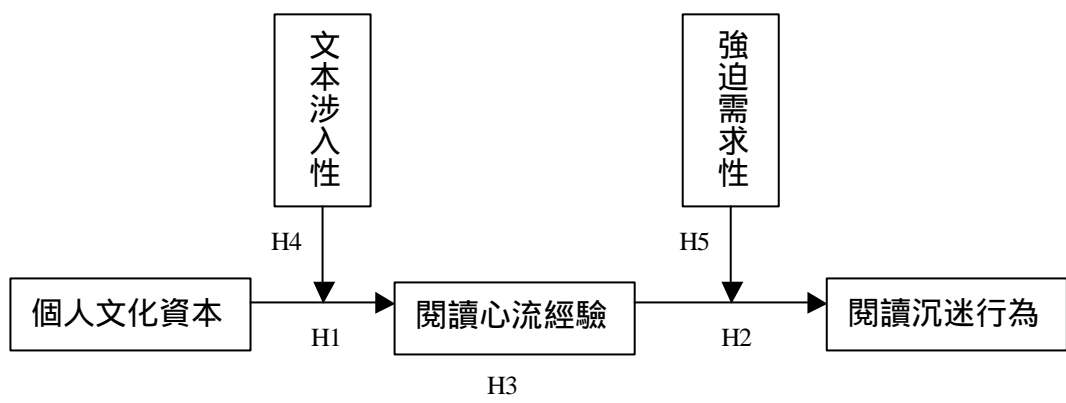


圖 3.6 研究假設圖
資料來源：本研究整理

此外根據 Novak & Hoffman (1997) 與 Chan, Wigand & Nilan (1999) 研究指出，心流經驗基本上是隨著個人而有所不同的，挑戰和技巧並不是指某種絕對性的能力，而是依個人的感知而有所不同，並且會受個人特質、社會、文化等因素的影響，個人會運用不同的技

巧因應在不同情境下的挑戰，所以心流是一種動態的過程。因此再針對 Csikszentmihalyi (1990) 原始提出的心流因素，在內部層次上進行分析，結果顯示，心流因素的目標回饋與挑戰技巧平衡，是心流經驗的必要條件因素，而心流因素中的渾然忘我、全神貫注與知行合一，是心流經驗階段的感知特性，能增加心流狀態的強度，而心流活動結束後所產生的樂趣、期待再次經歷、時間扭曲等意識，是心流經驗所獲致的結果，能成為個人再次經歷的動機。因此這三個層次彼此之間，應當具有互相的因果關聯，因此本篇將從閱讀活動的心流經驗中來探討內部因素相互推摩的相關性，因此提出本篇第六、七、八個假設，H6、H7、H8。

第六個假設 H6 係指當讀者對文本具有明確的閱讀目標、回饋，與掌握文本脈絡挑戰的技巧時，能增強閱讀經驗階段的心流狀態。

H6：閱讀過程的事前階段與經驗階段正向關聯。

當讀者越深入地沉浸在小說的世界中時，讀者事後所感受到愉悅感就越強。所以提出本研究第七個假設 H7。

H7：閱讀過程的經驗階段與閱讀後的效果階段正向關聯。

此外，Csikszentmihalyi (1990) 認為，心流活動一旦展開，其他心流因素就會自然地相繼而來，因此心流活動的事前因素，是否只要在讀者所知覺的文本挑戰與閱讀技巧間達到一定水準的平衡，有著明確目標與即時掌握脈絡的回饋意義，那麼對心流活動的事後結果，是否同樣呈現正面的影響呢？因此提出本研究第八個假設。

H8：閱讀過程的事前階段與閱讀後的效果結果階段正向關聯。

依上述假設整理如下

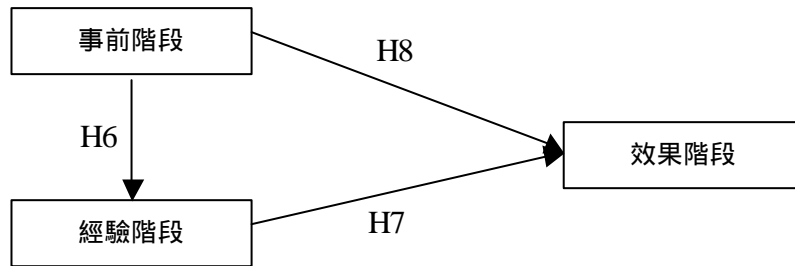


圖 3.7 閱讀心流經驗動態假設概念圖
資料來源：本研究整理

3.3 閱讀沉迷行為之結構方程模式

根據前述研究架構 (圖 3.3) 與研究假設 (H1~H5)，提出本研究假設模型之一「閱讀沉迷行為之結構方程模式」，其結構方程模式概念圖，如圖 3.8 所示。

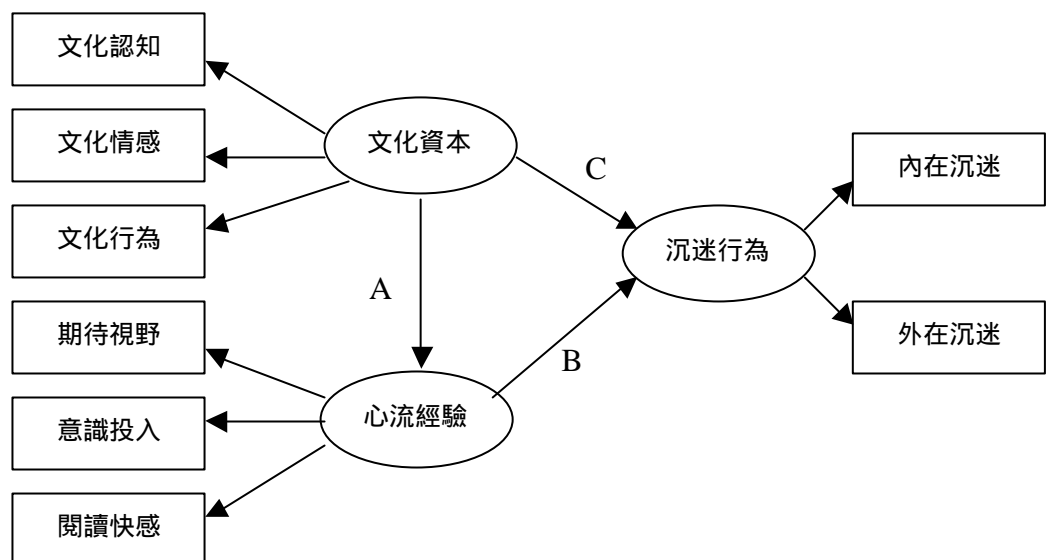


圖 3.8 閱讀沉迷行為之結構方程模式概念圖
資料來源：本研究

根據圖 3.8，此概念模式主要關係脈絡包含 A、B、C 三個路徑，茲分別說明如下。

A 路徑：經由結構方程模式之建立，驗證個人文化資本的存量，對於閱讀心流經驗之影響力。

B 路徑：經由結構方程模式之建立，驗證閱讀心流經驗的程度，對於沉迷行為之影響力。

C 路徑：經由結構方程模式之建立，檢定「個人文化資本存量」與沉迷行為之間的直接與間接效果，以驗證閱讀心流經驗是否能成為解釋與輸出變項之間的中介變數，以符合模型的假設。

3.4 閱讀心流經驗之結構方程模式

根據閱讀心流經驗動態概念（圖 3.2 及圖 3.7）與研究假設（H6~H7），另外提出本研究假設模型之二「閱讀心流經驗之結構方程模式」，其結構方程模式概念圖，如圖 3.9 所示。

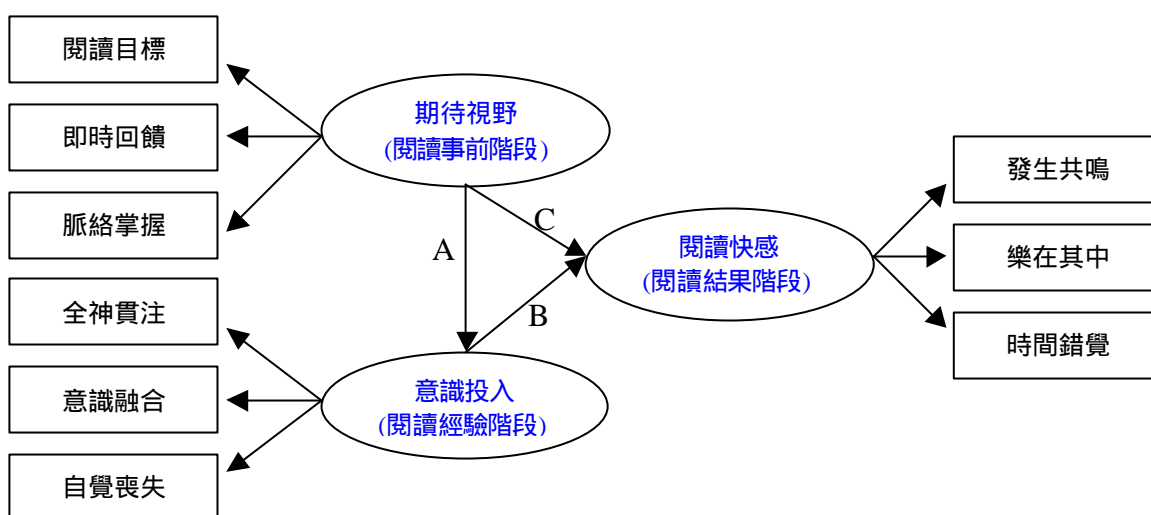


圖 3.9 閱讀心流經驗之結構方程模式概念圖
資料來源：本研究

根據圖 3.9，此概念模式的主要關係脈絡亦包含 A、B、C 三個路徑，茲分別說明如下。

A 路徑：經由結構方程模式之建立，驗證閱讀過程的事前階段「期待視野」，對於經驗階段「意識投入」之影響力。

B 路徑：經由結構方程模式之建立，驗證經驗階段「意識投入」，對於結果階段「閱讀快感」之影響力。

C 路徑：經由結構方程模式之建立，驗證事前階段「期待視野」與結果階段「閱讀快感」的因果關係，同時檢定兩者之間是否具有顯著的間接效果，藉以驗證模型中經驗階段「意識投入」的中介存在。

3.5 變數的操作型定義與衡量工具

本節擬分別說明本研究各項構面所包含的變數及操作型定義，做為問卷內容設計之基礎及衡量。

3.5.1 「個人文化資本存量」衡量工具

在 Bourdieu (1983) 提出文化資本的概念後，許多學者雖相繼投入許多相關研究，但多數研究中「文化資本」的研究指標仍莫衷一是 (李威伸，2003)。文化資本既是一種文化品味與文化活動的熟悉度 (Bourdieu, 1983)，又是一種文化的鑑賞知識與技術指標 (Zweigenhaft)，同時也是文化的參與 (Aschaffenburg & Mass, 1997)。因此本研究將藉由個人文化消費活動的認知、體驗感受與實際參與來呼應 Bourdieu (1983) 對文化資本的概念意涵，認為個人對文化的認知與情感以作為文化資本的一種內化狀態的形式，而對文化消費的從事行為歸類為文化資本的一種客觀化的形式。所以個人文化資本的概

念是：個人對於文化消費活動的認知態度，與審美鑑賞的情緒感受，透過平日不斷的經驗投資積累，而形成一種個人特質的文化涵養與文化品味的資本。

此部分問卷主要參考「古典主義與浪漫主義量表」(Romanticism - Classicism Scale) 的基礎概念 (Holbrook & Olney, 1995)。Holbrook & Olney 認為古典主義隱含著一種目標性的、理性的、有秩序性的、控制的、可理解的反應，而浪漫主義是一種較注重感覺的、心靈的、象徵性的、創意的、感性及其情緒的偏好表現。因此文化認知與文化情感的問卷編製，將採用此一精神來發展，同時參考國內朱元鴻 (1993)、李威伸 (2003)、朱文妮 (2000)、蔡雅純 (1995)、林長青 (1999) 等人所發展的量表來建構此構面的問項。

(1) 文化認知：

Olson & Peter (1999) 指出人類已經發展出一套高度複雜的認知系統，來進行理解、評估、規劃、決策和思考的心智過程。由認知系統而產生思想和意義，個人對周遭環境訊息的認知過程涉及了兩個相關的解析能力--注意力 (attention) 和理解力 (comprehension)。注意力決定個人如何選擇解析哪些資訊或忽略哪些資訊，而理解力是個人如何決定某個資訊的主觀意義，並因此創造個人的知識和信念 (Olson & Peter, 1999)。個人對文化消費活動的認知，表現在個人長期對文化的善意與注意，而對文化消費活動培養出正面的評價信念。因此，本研究將「文化認知」描述為個人平時對文化消費活動的理解與關注的程度，包含對文化的善意與文化培育。自編問卷題目參見表 3.1：

表 3.1 個人文化資本變數因子—文化認知問卷題目

個人文化資本變數因子—文化認知		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
對文化消費活動的善意	平時關注文化消費活動的資訊	李威伸 (2003)
	文化消費是生活中不可或缺的活動	李威伸 (2003)
對文化消費活動的培育	培養文化活動的鑑賞力，對個人有助益	Holbrook & Olney (1995)
	參與文化活動可幫助個人成長	李威伸 (2003) 林長青 (1999)
	個人在文化消費活動的認識比別人深刻	Holbrook & Olney (1995)
對文化消費活動的信念評價	平時參與文化消費活動對個人有重大意義	Holbrook & Olney (1995)
	參與文化活動是有價值的	Holbrook & Olney (1995)
	參與文化活動深深影響著大學生活	朱元鴻 (1993)

(2) 文化情感

Olson & Peter (1999) 認為情感 (affect) 是一種感覺上的反應，它不能事先計畫、下決定，或者有意地嘗試完成一些目標，但是情感卻可以立即且自動地反應出醒目的週遭環境。情感反應表現在四種類型上，由強烈到微弱分別是情緒反應、特殊感覺反應、心情反應、評價反應等，同時當人們經歷情感時，情感似乎是變成身體的一部分 (Olson & Peter, 1999)，因此情感必須是在主體經驗某種訊息或活動時的一種感受反應，所以個人對文化消費活動的情感反應，也必須是個人接觸體驗或實際參與過程所獲致的感覺。由此可知，「文化情感」是描述個人體驗文化消費活動的內在感受。自編問卷題目參見下表：

表 3.2 個人文化資本變數因子—文化情感問卷題目

個人文化資本變數因子—文化情感		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
體驗文化消費活動的情緒	沉醉於一場音樂會或舞台劇中會情緒激昂	Holbrook & Olney (1995)
	逛美術館、博物館或讀到一本好書會特別興奮	
體驗文化消費活動的特殊感覺	被一幅畫、一首詩、一首曲子感動得不能自己	Holbrook & Olney (1995)
	對所感興趣的文化活動會產生滿足感	
體驗文化消費活動的心情	參與文化消費活動會讓生活變得有趣	Holbrook & Olney (1995)
	心情起伏會受到文化活動參與的影響	
體驗文化消費活動的評價	生活中最美好時光就是從文化消費活動中獲得	Holbrook & Olney (1995)
	對所參與的文化活動，個人具有相當敏銳度	

(3) 文化行為

Kotler (2000) 曾提出消費者反應階段模式，這些模式將消費者反應階段分為三個階段，分別為認知、情感、行為的階段，也就是當消費者接受到行銷的資訊與刺激後，消費者會經歷商品的資訊與需求的認知，進而形成情感，最後採取購買的行為。因此，「文化行為」是個人形成對文化認知態度與情感鏈結後，所需體驗消費的行為，著重描述個人實際參與或從事文化消費活動的多寡。自編問卷題目參見下表：

表 3.3 個人文化資本變數因子—文化行為問卷題目

個人文化資本變數因子—文化行為		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
主觀認為自己文化消費的頻次	最近一年來，我看電影的頻率比別人高。	朱文妮 (2000) 朱文增 (1988)
	最近一年來，我欣賞民俗戲曲活動的頻次比別人高。	
	最近一年來，我接觸文化消費活動的次數比別人多。	

	最近一年來，我逛美術館、博物館的次數比別人多。	
主觀認為自己花在文化活動的時間	最近一年來，我每個月平均閱讀課外書籍的時間比別人多。	朱文妮 (2000)
	最近一年來，我平均花在音樂戲劇欣賞的時間比別人多。	
	最近一年來，我特別偏好藝文表演等文化性電視節目。	
主觀認為自己花在文化活動的金額	最近一年來，我平均花在文化消費活動的金額比別人多。	朱文妮 (2000)

個人文化資本問卷共計 24 題，目的在於了解受訪者個人對文化消費活動的態度與參與情況。其衡量採用 Likert 量表，計分方式從「非常符合」的 6 分，依次「大多符合」5 分、「有點符合」4 分、「有點不符合」3 分、「大多不符合」2 分、「非常不符合」1 分，如果未填答則以 missing data 計算，可得出每個人的態度分數。

3.5.2 「閱讀心流經驗」衡量工具

Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi (1998) 認為人們會依內在驅力去做自己想做的事，而非外在的因素，其優先順序依個人的需求而定，而心流經驗就是這種意識狀態真正動機的原型，所以閱讀心流的湧現，將正面的提供讀者閱讀動機的積極力量，成為樂在其中的自成一成性目標。

許多學者指出心流經驗在任何活動均能有顯著的效果 (Trevino & Webster, 1992 ; Novak & Hoffman, 1997 ; Chan, Wigand & Nilan, 1999)，不過大部分心流研究皆屬於具有明顯回饋性的活動，如電腦學習 (Trevino & Webster, 1992) 上網經驗 (Novak & Hoffman, 1996 ; Chan, Wigand & Nilan, 1999)、線上遊戲 (陳慶峰，2001 ; 丁志成，2002 ; 吳得豪，2002)、運動 (Jackson & Marsh, 1996) 等活動，由於

閱讀活動較為抽象、閱讀步驟中沿途的回饋訊息較不明顯，因此本篇在建立閱讀活動的心流指標時，與多位讀者做深度訪談，確知在心流理論的架構下，適配於閱讀活動的是哪些相關因素，整合受訪者的經驗概念後，再形成開放性問卷針對閱讀過程與閱讀結束後的心理感受與知覺，以收集更多不同的概念。

結果發現閱讀能力在主動性閱讀中無法彰顯，反而是讀者在選擇文本而願意付出時間、投注精神能量開始閱讀之前，讀者的內在知覺即形成對此文本艱澀程度的一種評價，此種評價就是心流因素的挑戰，若讀者面臨文本挑戰與自己閱讀能力之間，看見一個可預見的範圍，則讀者才會接受此文本開始閱讀，若否，則會遭遇閱讀的挫折感或是無聊感而放棄閱讀，因此選擇文本閱讀之前，即代表讀者選擇閱讀目標與回饋的清晰呈現。同時「掌控欲如感」也成為閱讀能力的另一種形式表現。

本篇整理 Csikszentmihalyi (1990) 九個心流因素與 Novak & Hoffman (1997) 的心流相關因素分類後，本研究將閱讀心流經驗定義如下：讀者能主動選擇文本且帶有明確的閱讀動機，在過程中對所有文辭皆不假思索地進入一種渾然忘我的狀態中，心情隨之起伏，而享受一種愉悅的共鳴快感。

在問項編製部分，閱讀活動同於傳播媒體的媒介特性，故本研究將 Novak & Hoffman (1996, 1997); Novak, Hoffman, & Yung (2000) 的研究適度做轉化運用，並結合黃瓊慧 (2000)、陳慶峰 (2001)、丁志成 (2002)、吳得豪 (2002) 的問卷設計，以及 Csikszentmihalyi (1990) 提出心流理論的原型而發展成自編問項，試分述如下：

(1) 期待視野 (閱讀事前階段)

為達到心流狀態，閱讀活動本身應具備的前題因素，包括清楚的閱讀目標、即時的回饋與文本情節的脈絡掌握。Novak & Hoffman (1997) 明確指出此一前提對心流經驗而言是必要的條件。

A. 閱讀目標與即時回饋：

Csikszentmihalyi (1990) 認為心流經驗能達到完全的投入是因為目標明確，而且能得到即時的回饋。雖然閱讀的回饋是相當模糊的，但是只要跟個人投入精神能量追求的目標有合理的關聯就能產生樂趣 (Csikszentmihalyi, 1990)。所以確認閱讀目標的召喚，所尋求的回饋也是一份情感的交流。

「閱讀目標」定義為個人能主動選擇閱讀小說文本，對自己要讀什麼小說有強烈的認知感；「即時回饋」定義為閱讀的過程中，個人能瞭解每一段文辭的意義反饋與同時能滿足自己所投注精神能量的回應。自編問卷題目如下表：

表 3.4 閱讀心流變數因子—閱讀目標問卷題目

閱讀心流變數因子—閱讀目標		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
一口氣讀完的想法	當我對特定的小說有興趣時，我會想一次把整本書讀完的念頭。	丁志成 (2002)
主動選擇的強烈認知	當我選定閱讀一本小說時，我很明確知道這是我要的。	Jackson & Eklund (2002)
	我強烈的感覺知道我要閱讀什麼樣的小說。	丁志成 (2002)
	在眾多的小說選擇中，我很清楚知道我就是讀這類型的小說。	Jackson & Eklund (2002)

表 3.5 閱讀心流變數因子—即時回饋問卷題目

閱讀心流變數因子—即時回饋		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
對情節內容的認知反應	在閱讀的過程中，對小說裡所描述的人物，我能很清楚知道他們的角色關係。	丁志成 (2002)
	透過逐字逐句的理解，小說中的人物角色，就一一浮現在我的腦子裡，鮮明地活了起來。	讀者訪談
閱讀沿途的認知反應	隨著小說章節的推移，我能十分清楚體會到每一段故事情節的發展與轉折。	丁志成 (2001)
理解小說意義的反應	閱讀每一段文字所描述的故事，我的內心就能想像出相對應的情境來。	讀者訪談

B. 脈絡掌握

Hoffman & Novak (1996) 定義掌握性是使用者在活動中所知覺到的容易或困難的程度。另外 Webster, Trevino & Ryan (1993) 認為掌握性是使用者對活動的掌控感與使用者本身的技巧和所知覺的挑戰性。因此，在閱讀活動上的「脈絡掌握」是讀者閱讀小說時，對情節、角色的脈絡與情境、歷史背景等所能想像與認知的掌握能力，同時也是對文辭詮釋的能力。自編問卷題目如下表：

表 3.6 閱讀心流變數因子—脈絡掌握問卷題目

閱讀心流變數因子—脈絡掌握		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
對文辭的詮釋能力	在閱讀的這段期間中，我可以很清楚地向朋友描述這本小說的故事情節。	丁志成 (2002)
對情節、角色的掌握能力	將書本的文字逐一組合成一段意義，再將文字意義幻想成一幕幕的故事場景，對我來說是一種艱澀的挑戰。	丁志成 (2002)
	在閱讀過程中，我常常會忘記人物角色的名字與彼此間的關係。	丁志成 (2002)
	我能隨著文字、角色、場景、情節的發生，清楚掌握每一個故事描述，並預期它的發展。	讀者訪談

(2) 自我意識投入 (閱讀經驗階段)

沉迷於閱讀活動期間，個人所感知到的特性，包含全神貫注、意識與閱讀融合、自覺喪失。此階段中自我意識是被文本訊息所召喚而進入閱讀的現場。其實 Csikszentmihalyi (1990) 指出，自我意識並非不在，而是忙於應付所感知的訊息，反而忽略了自我的存在，讓自我的防衛意識暫時撤離了活動的交會點上。因此，「經驗階段」是自我意識投入的階段。

A. 全神貫注

Webster (1992) 等人認為當心流湧現時就像意識的探照燈，完全專注在活動上，注意力集中在一個狹小的範圍內，反應於心智的思考，同時過濾掉不相關的知覺，好像進入一種催眠狀態中。在心流狀態下，閱讀的過程擷獲了讀者的精神能量，使讀者全心全意投入閱讀，心靈完全沒有容納不相干資訊的空間 (Csikszentmihalyi, 1990)。因此，「全神貫注」是在閱讀心流狀態中一種全心全意專注於文本的精神能量。自編問卷題目參見下表：

表 3.7 閱讀心流變數因子—全神貫注問卷題目

閱讀心流變數因子—全神貫注		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
忘記生活中其他事	每次閱讀小說時，我幾乎會忘了生活中其他發生的事情。	丁志成 (2001)
全心全意的專注	當我閱讀小說時，彷彿故事的情節緊緊地抓住我的心神。	讀者訪談
	當我閱讀小說時，常常覺得心思會飄散到其他事物上，而感到閱讀緩慢又乏味。	丁志成 (2001)
	每次閱讀小說時，我的注意力會完全集中心無旁鶩。	Jackson & Eklund (2002)

B. 意識與閱讀活動融合

對 Csikszentmihalyi (1990) 來說，心流經驗的意識中沒有自我存在，並非表示心流狀態下，個人不再控制自己的精神能量，或不知道自己身體或內心發生的一切變化，事實正好相反，因為個人在心流之間，有樂趣的活動目標穩定、規則分明、挑戰與能力水準相當，個人忙於應付活動資訊，以致於忽略自我的存在，取而代之的是面臨活動所需要的專注，對整體形式的掌握反而需要清楚的覺知。因此意識與活動本身融合而變得「隨波逐流」，讀者對小說文本的每一個情節、每一段文辭、每一章節的形式結構，都能有清楚的覺知，在最優經驗下，自我扮演了非常活躍的角色。所以「意識與閱讀活動融合」就是在閱讀活動中，自我意識與情緒跟隨著小說的情節而起伏。自編問卷題目參見下表：

表 3.8 閱讀心流變數因子—意識與閱讀活動融合問卷題目

閱讀心流變數因子—意識與閱讀活動融合		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
情境移入	覺得自己是沉浸在小說中所創造出來的世界裡。	丁志成 (2001)
	隨著小說劇情的結束，彷彿自己也經歷了一趟旅程。	讀者訪談
情緒跟隨起伏	每次閱讀小說時，我的心情就會跟隨情節的變換而起伏。	讀者訪談
	我深刻的感覺到小說主角的喜或悲，會影響到我的情緒。	丁志成 (2001)

C. 自覺的喪失 (渾然忘我)

在心流中，面臨活動的挑戰，需全神貫注地讓自己的技巧跟上挑戰的步伐。在活動目標與即時回饋的來回之間，個人並沒有太多機會反省活動本身對自我的意義，同與週遭世界有區隔感的自我隨之消失了，繼之而起的是一種與環境活動結合的感覺 (Csikszentmihalyi,

1990)。因此，閱讀的過程中，當前任何不相干的刺激都會從知覺中消失，意識被限制在立即的反饋迴路，在意識與文本訊息的交會現場，和自己不相干的知覺都被遺漏在互動的迴圈外。「自覺的喪失」就是在密集的閱讀互動中，忽略對身體、週遭環境的現實感。自編問卷題目參見下表：

表 3.9 閱讀心流變數因子—自覺的喪失問卷題目

閱讀心流變數因子—自覺的喪失		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
忘記身體的感覺	當我在閱讀小說時，好像所有對外在環境的感官知覺都被關掉了。	丁志成 (2001)
	當我閱讀小說時，我常常會忘記身體的感覺。	Novak & Hoffman(2000)
忘記現實週遭的感覺	每次從閱讀小說的情境脫離後，就會覺得好像從另外一個世界回到真實的世界。	Novak & Hoffman(2000)
	每次閱讀小說時，我好像受到催眠，慢慢地走進小說的世界，同時也切斷了我對週遭環境知覺。	丁志成 (2001)

(3) 閱讀快感 (閱讀結果階段)

大眾傳播學者 Stephenson (1988) 認為「快感」(pleasuer) 是一種快樂滿足的感覺，這種感覺對個人的行為具有自我強化 (self-enhancement) 的作用。同時根據 Csikszentmihalyi (1990) 指出，個人在心流結束後，由於克服挑戰必然令個人覺得更有能力和技巧，而加深對自我概念的獨特性 (differentiation) 和整合性 (integration)。其中獨特性是自己與他人區隔開來而覺得朝向獨一無二的方向發展，整合性則是藉著超越自我的觀念和實體與他人產生聯結。Barthes (1975) 認為快感的閱讀就是用身體的閱讀。如此，閱讀心流經驗是具有快樂與滿足的感受，同時也會加深個人對自我內在獨特性與外在人際關係的肯定。

Novak & Hoffman (1997) 研究指出心流經驗的結果包含活動變成是自發性經驗，活動的愉悅感成為活動本身的目的，以及對時間的扭曲感。而體驗閱讀文學的共鳴，是讀者體驗美感品味的高度認同 (Ingarden, 1973)，當心流結束後，讀者便會產生一種閱讀的快感，融合了對美感的共鳴、樂在其中、時間扭曲的意識經驗。因此，「閱讀快感」可分從「發生共鳴」、「樂在其中」及「時間感扭曲」三方面來衡量：

A. 發生共鳴

本篇透過與讀者訪談得知，當讀者沉浸於閱讀樂趣時，在心靈上會喚起情感上多采多姿的經驗與驚嘆的氣氛，主要是文本的意義保留了一個給讀者解讀的空白位置，令讀者在心智運作上有實地參與的感覺，而與文本產生共創的審美經驗。所以與文本「發生共鳴」就是喚起個人心靈情感上與文本共同創造的詮釋經驗。自編問卷題目參見下表：

表 3.10 閱讀心流變數因子—發生共鳴問卷題目

閱讀心流變數因子—發生共鳴		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
心靈情感的共創經驗	當我讀完小說時，久久還不能忘懷箇中的感動情節。	丁志成 (2002)
	雖然已經讀完了，可是我還是一直回想其中的細節。	讀者訪談
	體會這本小說的故事情境，會讓我產生共鳴的快感。	讀者訪談
美感經驗的滿足	當我讀完小說時，我的心靈就會充滿極大的滿足感。	丁志成 (2002)

B. 樂在其中

由於閱讀心流的發生，使得閱讀的樂趣成為閱讀活動的酬賞與快感滿足，享受閱讀過程變成一種自發性的目標而且不須透過任何外在目的，也就是為閱讀而閱讀。Csikszentmihalyi 指出，即使最初懷有其他目的，但是透過心流湧現的經驗，活動過程的本身就足以構成參與的報酬了。因此「樂在其中」就是閱讀過程中的自發性回饋的樂趣目標。此一構面可說是心流的核心，能把生命歷程提升到不同的層次 (Csikszentmihalyi, 1990)。自編問卷題目參見下表：

表 3.11 閱讀心流變數因子—樂在其中問卷題目

閱讀心流變數因子—樂在其中		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
享受閱讀的樂趣 經驗	我非常享受閱讀小說的經驗過程。	Jackson & Eklund (2002)
	讓自己投入閱讀小說的經驗，是一種非常棒的感覺。	Jackson & Eklund (2002)
	有時閱讀小說的經驗過程，是一種樂趣的酬賞。	Csikszentmihalyi (1990)
期待再次經歷	喜愛閱讀小說的經驗，同時會想要再次經歷這種感覺。	Novak & Hoffman(2000)

C. 時間感扭曲

一般人描述在享受生命中最佳時刻，幾乎會覺得時間感跟平常不一樣了。閱讀文本的心智運作有一定的節奏與秩序，讀者進入文本世界中，心靈時間就會受到文辭的筆調、節奏、情節轉換等影響，而與現實時間截斷關聯，所以 Csikszentmihalyi (1990) 指出大部分的心流活動，會讓個人跟隨著活動時間的心理感覺，反而扭曲了對物理時間的感覺。如籃球運動有其步調和紀錄事件順序的方式，網路遊戲也有自己的回饋型態來反應節奏性，然而賽跑選手對時間的一分一秒流逝都非常敏感。因此，在閱讀活動上，意識對實際時間的感覺應當也

有同樣的扭曲感，包括所感知的傳統時間與心理時間上的扭曲感。自編問卷題目參見下表：

表 3.12 閱讀心流變數因子—時間感扭曲問卷題目

閱讀心流變數因子—時間感扭曲		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
對時間感有明顯的錯覺	每次閱讀小說時，總覺得時間一溜煙就過去了。	丁志成 (2001)
	每次閱讀小說時，花費的時間總比預期來的長。	Novak & Hoffman(2000)
	當我閱讀小說時，總覺得時間只花了 30 分鐘，卻已經過了 2 個小時。	Novak & Hoffman(2000)
	當我專注在小說上時，常會覺得時間有時過得很快，有時過得很慢。	Novak & Hoffman(2000)

「閱讀心流經驗」問卷包括九個分量表 (表 3.4~表 3.12)，總計 36 題。衡量方式採用 Likert 6 點計分，計分方式從「非常符合」的 6 分，依次「大多符合」5 分、「有點符合」4 分、「有點不符合」3 分、「大多不符合」2 分、「非常不符合」1 分，未填答則以 missing data 計。

3.5.3 「沉迷行為」衡量工具

讀者與媒體文本的互動似乎並不是在真空的環境中，而是完全的處於整體生活情境，Turner (1990) 指出讀者與文本交互的實踐經驗本質更直接溯源至「樂趣」的歡愉感受，而心流經驗正是召喚「樂趣」的根源。因此，閱讀沉迷行為是來自於心流經驗湧現的樂趣本質，除了對樂趣的追求外，還在特定脈絡中顯示了某些意義 (簡妙如，1996)。而這些意義彰顯了哈利波特為什麼全球風靡？村上春樹成為被談論的對象呢？Fiske (1989) 指出讀者與媒體文本間維繫著一種「認同」與「涉入」的脈絡，在過度的互動下反應出「更為認同」的信仰與崇拜，在特定的熱情或形式中，顯示了「更為涉入的狀態」。因此沉迷者之所以成為「迷」，對文本不只是具有好感或偶爾消費的

一般讀者，而具有更為強烈的內在行為與外在行為的反應過度。此部分問項參考 Fiske (1989)、簡妙如 (1996)、丁志成 (2002)、黃立文 (1998) 等人理論與問卷編製成二項分量表：內在沉迷與外在沉迷。

(1) 內在沉迷

沉迷行為內在反應的過度性，可說是「情感上」、「意識形態上」的認同運作結果。沉迷者以這種內心反應，來標示自己的認同，建構並合理化維持自己的過度行為。所以「內在沉迷」就是讀者對文本一種情感上的熱情認同，與其他人、其他文本產生區辨效應。自編問卷題目參見下表：

表 3.13 閱讀心流變數因子—內在沉迷問卷題目

閱讀心流變數因子—時間感扭曲		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
過度性的閱讀時間	只要一有空，我就想拿起小說來閱讀。	Fiske (1989)
	比起以前，我必須花更多的時間閱讀小說才能感到滿足的快感。	蕭湘文 (2002)
	我常常為了讀小說，而犧牲睡眠時間。	丁志成 (2002)
過度性的情感	閱讀小說，可以帶給我莫大的滿足感。	黃立文 (1998)
	每次讀完小說時，都覺得意猶未盡。	丁志成 (2002)
	當我閱讀小說的這段期間，我會一心一意想著小說上的一切。	讀者訪談
過度性的認同感	我認為自己就是小說迷。	Fiske (1989)
探索行為	我會積極從各種媒體搜尋關於小說的相關訊息。	Novak & Hoffman(2000)

(2) 外在沉迷

Fiske (1989) 指出，「沉迷者」外在行為的過度，即在於許多「生產性行為」(productive practices) 的表現。讀者過度性的將原始文本展現在生活中的各個層面內，透過沉迷者的積極接收、參與並創作過度性的次級文本，使得文本的原始形貌被擴展、變形，進而生產了由

原始文本而衍生的多種文本與相關意義的活動，拓展對原始文本的解釋空間，例如組織「迷」的社群、改編對「迷文本」的劇情創作等，使其能開放地自由詮釋任何與之聯結的各種想像關係，具有社會化組織的傾向。所以「外在沉迷」就是對文本投入密集的想像關係，與組織群眾行為的忠實熱愛者。自編問卷題目參見下表：

表 3.14 閱讀心流變數因子—外在沉迷問卷題目

閱讀心流變數因子—時間感扭曲		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
密集地投入想像的行為	在日常生活中，我會不由自主模仿小說中的情節對話。	Fiske (1989)
	我會繼續想要閱讀我所喜愛小說的相關作品 (如續集、同系列、同類型或同作者等作品)	丁志成 (2002)
熱衷、興奮的群體行為	對於我所喜愛小說的相關讀書會或網路討論區，我都會積極參與。	Fiske(1989)
	我會積極尋求認同我所喜愛小說的讀者，一起討論。	Fiske (1989)
	我會主動參與我所喜愛小說的簽名會或發表會。	Fiske (1989)
主動推薦的行為	我會迫不及待向朋友推薦我所喜愛的小說。	Fiske (1989)
	我會很在意朋友對我所喜愛小說的評價。	讀者訪談
	我會主動地向朋友宣示我就是 <u>XXX</u> 的小說迷。	讀者訪談

沉迷行為量表共計 16 題，其衡量方式也同樣如前述採用 Likert 量表，採 6 點計分，未填答則以 missing data 計算。

3.5.4 「文本涉入性」衡量工具

許多學者認為個人對活動的涉入程度與心流體驗是有顯著的影響 (Novak & Hoffman, 1996 ; Tung, 2000 ; 王靜惠, 1998 ; 黃立文, 1998)。涉入經驗是由個人的動機所喚起的 (Arnoula, Price & Zinkhan, 2002)，隨著長期的累積變化而成特定的刺激，而心流正是內在動機的泉源 (邱連煌, 2000)。讀者對特定文本的涉入程度與關注程度的特性將會增強心流的感受，從個人認知背景來看，讀者對特定文本的高涉入度，也顯示讀者過去曾沉浸於特定文本的心流經驗，因此涉入

度既是心流經驗的強化條件，同時也是心流經驗累積的表現結果。

Arnoula, Price & Zinkhan (2002) 指出一種衡量涉入的方式,可以從情感的、認知的方面來衡量，稱為「修正個人涉入表單」(Revised Personal Invement Inventory, RP2)。本篇「文本涉入性」問項將參考此問卷，並整理成適合於閱讀情境。自編問卷題目參見下表：

表 3.15 文本涉入性問卷題目

變數名稱：文本涉入性		
操作型定義	問卷題目 (閱讀小說對日常生活的影響)	參考文獻
文本的認知影響	重要/不重要，有價值/沒有價值 多元/單調 豐富/貧乏	Arnoula, Price & Zinkhan (2002)
文本的情感影響	有趣/無趣 熱衷/冷漠 期待/厭倦 幸福/蒼白 著迷/無聊	

「文本涉入性」9 題量表因考慮情緒性的感覺不易評量，故採配對的心理狀態描述項目，以左右兩邊代表情緒最強烈的填答方式。6 個等級的計分方式為屬於主動、積極的情緒最大計為 1 分，依此類推最小為 6 分，未填答者計為 missing data。

3.5.5 「強迫需求性」衡量工具

國內學者周榮與周倩 (1998) 以上網經驗描述「上癮行為」是：

由重複使用網路而導致的一種慢性或週期性的著迷狀態，並帶來難以抗拒的再度使用慾望，同時產生想要增加使用時間的張力與忍耐、克制、退縮等現象，對於上網的快感一直有心理及生理的依賴。

由此可知，上網經驗的心流狀態很容易發展成負面效應過度行為，對上網或遊戲會形成一種依賴性的需求焦慮。當此需求遭遇學業、社會適應、生活適應等壓力抑制時 (楊正誠，2002)，個人觀念

中便會浮現某種程度的罪惡感覺知 (陳淑惠, 2000), 產生強迫性的耐受、戒斷等情緒。因此本研究認為雖然主動休閒性的閱讀活動具有正面的文化消費涵養, 然而當讀者面對大學生活的學業壓力、人際壓力、時間分配等相關問題時, 閱讀的衝動便會遭受戒斷, 而發生難耐的情緒。閱讀者在歷經累次心流經驗而沉迷的過程中, 將會受到此戒斷性的干擾, 當知覺到自己強迫需求閱讀的焦慮感越高, 自己投入沉迷的能量也越大; 也就是當抗拒的壓抑愈大, 其著迷的反彈力也愈大。

本篇問項參考心理學者 Young (1998) 所發展的網路成癮的診斷標準。自編問卷題目參見下表：

表 3.16 強迫需求性問卷題目

變數名稱：強迫需求性		
操作型定義	問卷題目	參考文獻
閱讀的戒斷性	某些原因強迫我暫停或不能閱讀小說時, 我會覺得不安、沮喪或是有點暴躁的情緒。	Young (1998)
	閱讀小說結束後, 我覺得一股難耐的衝動, 促使我尋求同類型的作品來閱讀。	
閱讀的耐受性	我無法控制閱讀小說的時間, 一旦讀下去就是停不下來。	楊正誠 (2003)
	我會常常怪自己沉迷小說, 而無法自拔。	
	雖然沉迷小說對我的日常人際關係造成負面影響, 我仍未減少閱讀時間。	
強迫性閱讀行為	曾不只一次想要控制自己沉迷小說的衝動, 但卻無法做到。	楊正誠 (2003)
	即使發現沉迷小說會對我的學業或工作造成負面影響, 我還是無法減少閱讀時間。	
	不管再累, 只要閱讀自己喜愛的小說時, 總覺得精神百倍。	

「強迫需求性」共計 8 題, 衡量方式也同樣如前述採用 Likert 量表, 採 6 點計分, 未填答則以 missing data 計算。

3.5.6 「個人基本資料」及「閱讀習慣」衡量工具

此部分共計 6 題，包含性別、年齡、教育程度、學科別、取得小說方式、閱讀頻次等。

3.5.7 原始問卷設計

本研究自編問卷分成四大部分：第一部份是讀者個人文化資本存量；第二部分為閱讀小說活動心流經驗；第三部分是沉迷行為，第四部份是受訪者個人的基本資料及閱讀習慣。以下說明各部分的設計過程及內容。各分項問卷整理如下表：

表 3.17 各分項問卷題數及衡量類型

衡量變數	問卷題數	衡量類型
文化資本	24 題	區間尺度
閱讀心流經驗	36 題	區間尺度
文本涉入性	9 題	區間尺度
閱讀沉迷行為	16 題	區間尺度
強迫需求性	8 題	區間尺度
個人資料與閱讀習慣	6 題	名義尺度
總計	99 題	

3.6 研究樣本

由於考慮抽樣便利性，本篇以台灣地區南部大專院校的在學學生為研究對象，目前台灣大學院校的升學管道主要可以分成二個體系，一是「綜合大學」，一為「技職學院」。鑑於二者在高中階段學習的課程不同，而且近幾年來許多專科學校紛紛改制成技職學院，技職體系的學生有越來越多的趨勢，因此本研究的抽樣範圍即涵蓋二類學校，並區分成二類進行抽樣。本研究採大學聯招及技職學院聯招的招生資料，從嘉義縣以南計算，便利選擇 13 個大專院校抽樣。根據學者 Gorsuch(1983)的觀點，題項與受試者的比例最好為 1：5 (轉引自：

吳明隆，2003)，由於本問卷提項總數接近 100 題，所以最好回收數有效問卷為 500 份，另外考慮回收比率及廢卷等問題，將發放總數設為 650 份。為減少因學校的文化特性而干擾整體樣本的特性，南部 13 個學校採平均發放，每個學校發放 50 份。而各區內學校的抽取則採方便抽樣，將問卷委託各校園書店、圖書館發放。

另外，為考慮研究樣本半年內仍存有經驗的感知記憶，本研究樣本選取之前提限制乃針對最近半年內曾經閱讀過小說活動的讀者；若受訪者未閱讀小說超過半年以上者，則排除於本研究樣本之外，以符合本研究以體驗活動的精神。以下為預計發給各區學校及份數的分配表：

表 3.18 問卷調查預計發放數量分配表

	綜合大學		技職體系	
	學校	份數	學校	份數
南區	成功大學	50	台南女子科技大學	50
	中山大學	50	南台科技大學	50
	義守大學	50	高雄第一科技大學	50
			高雄應用科技大學	50
			樹德科技大學	50
			高雄師範大學	50
			文藻語文學院	50
			高雄海洋大學	50
			屏東科技大學	50
			正修科技大學	50
總計	3 所	150	10 所	500 份

問卷樣本確立後，即進行發放，時間自 2004 年 4 月 20 日起至 4 月 27 日止陸續發放，透過各校園內書店與圖書館工作人員協助發放，並於 5 月 5 日起開始回收。判定廢卷的標準：(1) 回答不完整者，本問卷共有四部分，任何一部分完全空白極視為廢卷；(2) 明顯亂填者，如填答方式出現某種規則，或某部分全部圈選同一個答案，即視

為廢卷。

3.7 資料分析分法

本研究應用統計軟體 SPSS 10.0 版與 AMOS 4.0 版進行統計分析工具。根據前述之研究目的與所建立之研究假設，使用不同的統計方法加以分析，討論如下：

3.7.1 統計分析方法

以圖 3.3 研究架構為主幹，本研究使用的統計分析方法架構列示如下圖 3.10：

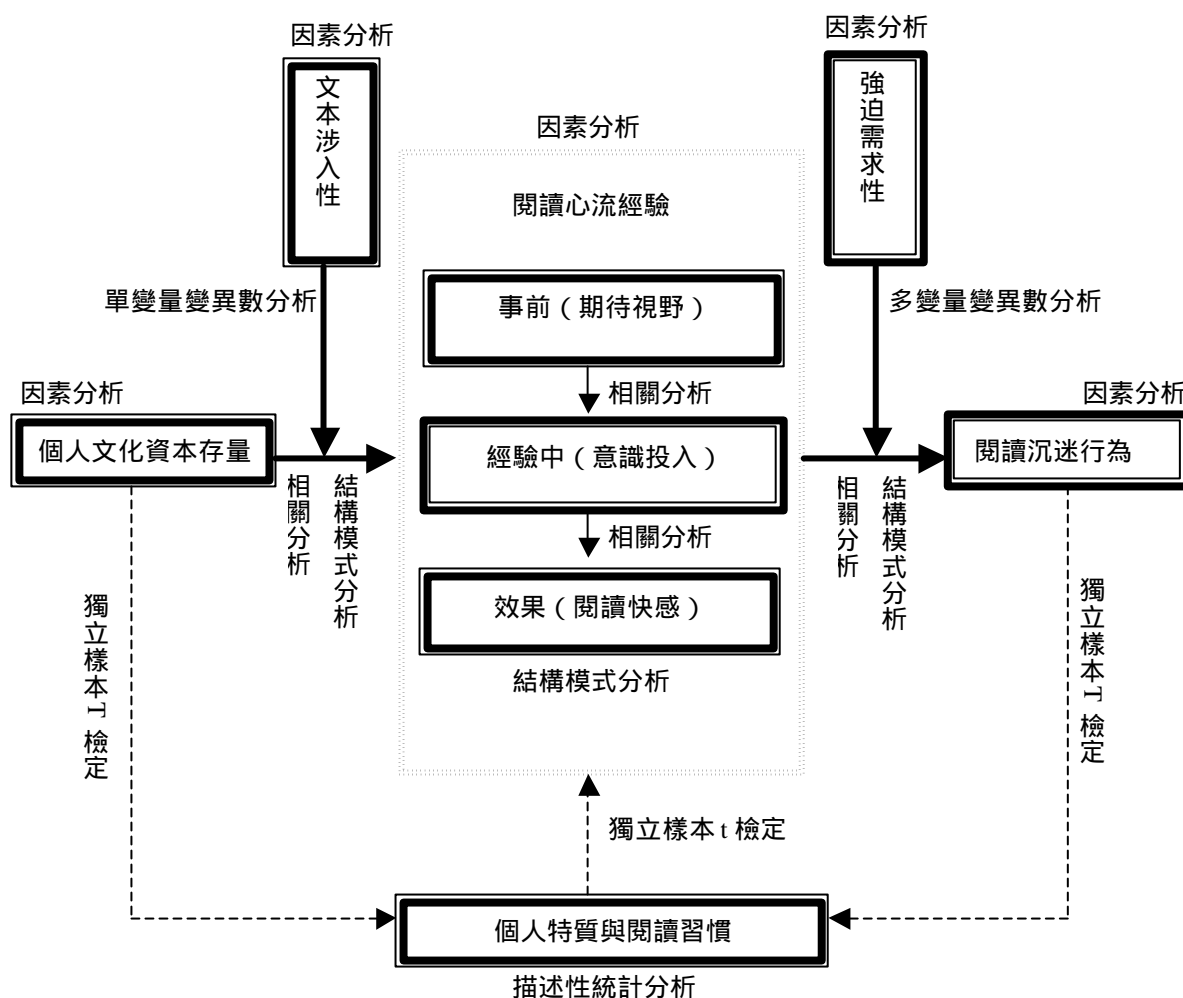


圖 3.10 檢視研究架構之統計分析方法

1. 描述統計方法：以頻率次數、百分比、平均數、標準差等描

述統計方法，敘述各變數的分佈情況。

2. 集群分析 (Cluster analysis)：集群分析是一種變異數分析程序，其目的再於將資料分成幾個相異性最大的群組，而群組間的相似程度最高。因此本篇為了分析驗證「文本涉入」與「強迫需求」的調節變數，將「個人文化資本量」、「文本涉入度」、「閱讀心流經驗」、「強迫需求性」等五個構面，採用適合於樣本大於 200 個以上的 K-Means 集群分析法 (吳明隆，2003)，以歐幾里得距離平方法 (square Eculidean distance)，按各構面觀察值區分為三個群組，建立高度、中度、低度等不同集群做為變異數分析的分類基礎。

3. 因素分析 (Factor analysis)：以因素分析方法檢測「文化資本」、「閱讀心流經驗」、「沉迷行為」量表的建構效度，以檢定本研究之各因素構面的收斂程度，進行簡化問卷。本研究將採用主成分分析法 (principal components solution) 做為抽取因素的方法，並選擇特徵質大於 1 做為決定因素數目的標準，及利用正交 (orthogonal) 轉軸法中的相等最大值法 (equamax method) 做轉軸。此外題項間是否適合進行因素分析，依據 Kaiser (1974) 觀點，可從取樣式切性量數 (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy ; KMO) 值大小來判別，其判斷準則如下表 3.19：

表 3.19 KMO 統計量判斷原理

KMO 統計量	因素分析適合性
0.90 以上	極適合進行
0.80 以上	適合進行
0.70 以上	尚可進行
0.60 以上	勉強可進行
0.50 以上	不適合進行
0.50 以下	非常不適合

第二種用來探討因素分析是否是當的方法為 Bartlett's test of sphericity (球形檢定)。由於因素分析是使用相關係數作為因素抽取的基礎，一般而言，相關矩陣中的相關係數必須顯著的高於"0"，某一群題目兩兩之間有高相關，顯示可能存有一個因素，多個群落代表多個因素，若相關係數偏低且接近，則因素的抽取越不容易。Bartlett's test of sphericity (球形檢定) 即可用來檢驗是否這些相關係數不同且大於 0，顯著的球形檢定表示相關係數足以作為因素分析抽取因素之用。

4. 相關分析

利用相關分析來檢測文化資本中三個子構面、閱讀心流經驗中九個子構面、沉迷行為中兩個子構面，以及兩個調節變數文本涉入性與強迫需求性，兩兩彼此之間的關聯性。

5. 信度分析

信度是用來表示測量工具本身的一致性與穩定性。本研究使用的信度分析工具是量表內部一致性，通常以 Cronbach a 來代表信度係數。內部一致性係用來衡量某一變數量表的多重問項間是否具有的一致性。信度係數愈高表示內部一致性愈高，也就是作為衡量工具的量表愈可靠。吳統雄 (1985) 對信度提出以下建議標準。

表 3.20 信度標準摘要表

信度範圍	結果
Cronbacha 0.30	不可信
0.30<Cronbacha 0.40	勉強可信
0.40<Cronbacha 0.50	可信
0.50<Cronbacha 0.70	可信(最常見)
0.70<Cronbacha 0.90	可信 (次常見)
0.90<Cronbacha	十分可信

資料來源：吳統雄 (1985)

6. 獨立樣本 t 檢定 (t-test)：以 t 檢定檢驗樣本在「文化資本」、「閱讀心流經驗」、「沉迷行為」等高低特質兩組間是否達到顯著差異。我們先進行事前 Levene 檢定，檢查變異數是否同質。當 Levene 檢定 F 值得 $p>0.05$ 時，表示兩組間的變異數同質，將採用 Equal 組的 t 值檢定；若 Levene 檢定 F 值得 $p<0.05$ 時，表示兩組間的變異數不同質，再採用 Unequal 組的 t 值檢定。

7. 變異數分析 (ANOVA)：為檢定樣本的「文本涉入性」在「個人文化資本」與「閱讀心流經驗」的關聯下，是否具有交互性的調節作用，將採用單變量變異數統計分析方法來檢定，由於此檢定方法適合於二個以上的自變數而依變項為單一變數時使用，所以本分析模式的自變項為「個人文化資本」與「文本涉入性」而依變項則為「閱讀心流經驗」；此外為分析檢定「強迫需求性」在「閱讀心流經驗」與「內、外在沉迷行為」的關聯下，是否具交互性的調節作用，將採用多變量變異數統計分析法，此分析方法適合二個以上自變項、二個以上依變項時使用，因此本分析模式的自變項為「閱讀心流經驗」、「強迫需求性」，而依變項則為沉迷行為的「內在沉迷」與「外在沉迷」。在事前檢定上，先採用 Levene 檢定變異數是否同質，當 Levene 檢定 F 值得 $p>0.05$ 時，表示組間的變異數同質，可直接進行變異數分析；若為異質，則須資料轉換使各組的變異數呈現較接近的狀況。當 MANOVA 結果為 F 值之 $p<0.05$ 時，進一步利用雪費法 (Scheffe Method) 進行事後檢定，檢定各變異數組間的差異。

8. 研究模式考驗：本研究提出兩個結構方程模式 (Structure Equation Model; SEM)：包括閱讀沉迷行為結構方程模式 (參見圖 3.8) 與閱讀心流經驗結構方程模式 (參見圖 3.9) 本研究將使用 AMOS 4.0

統計分析軟體 (Analysis of Moment Structure) (陳耀茂, 2003), 以最大概似法 (maximum likelihood) 驗證。有關 SEM 理論、適合度指標及測量模式檢定等內容由下節說明。

3.7.2 結構模式分析工具

本研究是使用結構模式分析方法中 AMOS (Analysis of Moment Structure) 分析工具, 瞭解變數之間的路徑關係, 以呼應前揭之研究目的。茲說明如下:

結構模型分析屬於驗證式因素分析 (confirmatory factor analysis) 方法, 又稱為結構方程模式, 係在研究進入較成熟的階段所用的統計方法, 用來驗證或確定因素分析各個參數的性質或因素的個數。換句話說, 驗證式因素分析, 係指在觀察變數與所萃取之潛在因素, 在一定理論架構之前提下, 為驗證理論架構與實際資料之相容性, 所進行之因素分析。一般而言, 財務、心理等領域之觀察變數與潛在因素有非常強烈的理論架構, 故常用此法加以分析其關係。

本研究以統計軟體進行假說之驗證。茲將結構方程模式的適合度指標 (Index of Goodness of Fit) 與模式修正值 (Modified Index) 說明如下:

(1) 適合度指標

模式適合度評鑑的目的, 主要是判斷研究者所建構的理論模式是否能夠對實際觀測所得的資料予以合理的解釋。以下就配適度指標作一說明:

A. 卡方值 (Chi-Square) 與 NCI (Normed Chi-Square Index)

卡方值是用以對研究者所提出之理論模式與觀察所得資料可以配適的虛無假設進行適合度檢定，因此，若卡方值越大，代表理論模式與實際資料的配適情形越差，但是卡方值對樣本數極為敏感，容易隨著樣本數的大小而改變；當樣本數太大時，卡方值將會相對提高，而容易達到拒絕虛無假設的現象；若樣本數大小，卡方值容易不顯著，使研究者容易接受虛無假設，因此，卡方值並不適宜作為配適度指標。是故學者建議以 $NCI (\chi^2/df)$ (卡方值除以自由度) 作為配適度的判斷指標，當 $NCI < 5$ 時，表示模式配適度可以接受。

B. 調整後的適合度指數 (AGFI)

AGFI 是表示由理論模式所能解釋實際觀測資料的變異數與共變異的量，因此，AGFI 越接近 1 表示此模式的解釋能力越高，配適度越佳。其可對不同自由度的模式進行比較，一般而言，AGFI 的值至少應大於 0.8，此模式的配適度才可被接受。

C. 平均方根殘值 (RMR)

RMR 是配適殘差變異-共變數的平均值的平方根，反映的是觀測資料的變異-共變與推估的變異-共變異的殘差大小，故 RMR 越小，表示理論模式與觀測資料的配適情形越佳；若分析的是相關矩陣，RMR 的可接受標準為 0.05 以下；若分析的是共變異矩陣，RMR 至少需小於 0.1，方可接受。

D. 增益性適合度指標

增益性適合度指標是結構方程式中模式配適度指標的一大類，包括有 NFI、NNFI、CFI 等，其計算時須採用其他模式作為參照點，以評估相較於參照模式，研究者所提出的假設模式對資料模式符合度的進程度。一般以虛無模式作當用的參照模式，虛無模式是假設變數間並無相關的模式，故其參數僅包括各變項間的變異數。學者建議：如果增益性適合度指標小於 0.9，通常表示假設的模式是還能再改善的；一般而言，增益性適合度指標的可接受水準為 0.9 以上。

本研究將參照邱皓政(2003)、張邵勳 (2001)、Bagozzi & Yi (1988) 及 Jöreskog & Sörbom (1989) 建議，選擇十項指標進行研究模式的適配度評鑑 (參見表 3.21)：

表 3.21 SEM 重要適配指標的判斷準則

SEM 適配指標(fit indices)	判斷準則	適用情形	建議學者
χ^2 (chi-square)	愈小愈好	說明模式解釋力	Bagozzi & Yi(1988)
χ^2/df (卡方除以自由度)	< 5	不受模式複雜度影響	Bagozzi & Yi(1988)
適配度指標 (GFI)	> 0.9	說明模型解釋力	Bagozzi & Yi(1988)
調整後適配度指標 (AGFI)	> 0.8	不受模式複雜度影響	Bagozzi & Yi(1988)
基準適配度指標 (NFI)	> 0.9	說明模型較虛無模型的改善程度	Bentler & Bonett (1980)
比較適配度指標 (CFI)	> 0.95	說明模型較虛無模型的改善程度	Bentler & Bonett (1980)
殘差均方根 (RMR)	< 0.05	瞭解殘差特性	Bagozzi & Yi(1988)
平均平方誤差平方根 (RMSEA)	< 0.05	不受模式複雜度影響	Browne & Cudeck (1993)

資料來源：本研究整理

(2) 測量模式的檢定

一般而言，所謂良好的測量模式，必須滿足兩個條件：(i) 研究模式中各觀察變數必須能正確測量出各潛在變數；(ii) 同一觀察變數

不能對於不同的潛在變數都產生顯著的負荷量 (Bagozzi & Yi, 1988)。根據上述學者的建議，研究模式要滿足上述條件，可用的指標有下列五項：個別項目的信度、潛在變數的組成信度、潛在變數的平均變異抽取量、估計參數的顯著水準、標準化殘差等，茲分述如下：

1. 觀察變數之個別信度

係指各觀察變數對其潛在變數的因素負荷量。Hair, Anderson, Tatham & Black (1998) 建議因素負荷量應該都在 0.5 以上。

2. 潛在變數的組成信度

係指所有觀察變數之信度的組成。Fornell (1982) 建議其值為 0.6 以上。若潛在變數之組成信度愈高，則表示其觀察變數愈能測出該潛在變數，易言之，該潛在變數的內部一致性愈高。

3. 潛在變數的平均變異抽取量

係指計算潛在變數之各觀察變數對該潛在變數的平均變異解釋力，愈高則表示潛在變數有愈高的收斂效度及區別效度。Fornell & Larcker (1981) 建議其標準值須大於 0.5。

4. 估計參數的顯著水準

係指檢定觀察變數對該潛在變數的因素負荷量是否達到顯著水準，其 t-value 的絕對值至少要大於 2.00。

5. 標準化殘差

用來計算估計值與樣本值之間的誤差。若測量模式有良好適配度，其值應呈現常態分佈並且絕對值小於 2.58 (Jöreskog & Sörbom, 1989)。

第四章 資料分析與結果

本章主要驗證大專生閱讀沉迷行為的理論模型，以及心流理論中的各種心理狀態，並分析沉迷行為的隱性與顯性的反應表現。

4.1 樣本基本資料分析

本研究針對南部大專生進行問卷調查，於 2004 年 4 月 20 日開始實施發放，為期兩星期，共計發出 650 份，問卷回收 474 份。經過篩檢剔除廢卷 55 份後，有效問卷 419 份，有效問卷比例達 64.4%。

以下將分項說明樣本基本資料結構：(1) 人口特徵包含性別、學科別、教育程度、年齡；(2) 閱讀習慣包含閱讀小說的習慣取得方式與習慣閱讀小說的頻次；(3) 科系主要分為文、商管、理工，並以此做為變異數分析的基礎。

4.1.1 研究樣本結構分析

問卷基本資料經由統計分析結果，茲分別說明如下如表：

表 4.1 樣本人口統計特徵

人口特徵	類別	人數(419)	百分比%
性別	男	116	27.7%
	女	303	72.3%
年齡	19 歲以下	44	10.5%
	20-24 歲	291	69.5%
	25-29 歲	67	16.0%
	30 歲以上	17	4.1%
學制別	專科部	13	3.1%
	四技	165	39.4%
	二技	119	28.4%
	大學部	88	21.0%
	研究所以上	34	8.1%
科系別	文	96	22.9%
	商管	211	50.4%
	理工	112	26.7%

(1) 性別分布

有效樣本 419 位受訪者當中，男性共 116 位 (27.7%)，女性共 303 位 (72.3%)；男女分配比例上約為 1：3。在抽樣上會產生分佈不平均的情況，可能是因問卷設定對象是「半年內曾閱讀過小說的讀者」。依據 2001 年台灣都會區閱讀習慣調查(Nat & Book 雜誌，2001(7)，57-69)所調查結果類似(女性佔 19.1%、男性佔 12.5%)，女性在文學類的偏好比男性高。另外根據天下雜誌 2002 年 10 月份所做的「全民閱讀大調查」(齊若蘭等，2003)，亦顯示休閒時女性比男性喜歡看書(女性佔 17.8%、男性佔 11.4%)。由此可知參與本研究樣本的閱讀偏好上，相當接近市場分析結果，頗具代表性。

(2) 年齡分布

本問卷是以開放性方式在校園內請受訪者填答，樣本涵蓋南部大專院校。在 419 位受訪者中，年齡分布主要以 20-24 歲所佔比例最高，其次為 25-29 歲，以 30 歲以上所佔比例最低。整體分佈與過去針對台灣閱讀習慣調查結果相近(行政院文建會，2001；Net and Book 雜誌，2001，No.1)。

(3) 學制分布

學歷分布以四技生最多，其次是二技生、普通大學生、研究生，最後是專科生佔 3.1%。

(4) 科系別

最多為商管類科，其次是理工類科及文類科。另外，從學制與科系別交叉分析來看，二技商管類科最多，其次是四技理工類科。

表 4.2 學制與科系別分配表

個數		學制別					總和
		專科部	四技	二技	大學部	研究所以上	
科系別	文	1	52	12	27	4	96
	商管	5	41	105	35	25	211
	理工	7	72	2	26	5	112
總和		13	165	119	88	34	419

4.1.2 樣本特徵與閱讀小說習慣

由表 4.3 得知，研究樣本在取得閱讀小說方式上，以圖書館借的項目為最多，其次是租書店及書店購買。由此可知大專生對於休閒閱讀的消費習慣仍偏向經濟實惠的租借考量。此外，租書店型態近已努力改善過去陰暗、雜亂的印象，朝向現代化多元管理，再加上明亮舒適的空間規劃，也是許多讀者願建立長期會員的關鍵因素。

表 4.3 取得小說方式與性別分配表

			性別		總和
			男	女	
取得小說方式	圖書館借	個數	26	91	117
		總和的 %	6.2%	21.7%	27.9%
	書店購買	個數	27	61	88
		總和的 %	6.4%	14.6%	21.0%
	租書店借	個數	18	95	113
		總和的 %	4.3%	22.7%	27.0%
	網路下載	個數	19	18	37
		總和的 %	4.5%	4.3%	8.8%
	朋友借	個數	19	23	42
		總和的 %	4.5%	5.5%	10.0%
	報紙連載	個數	2	6	8
		總和的 %	.5%	1.4%	1.9%
	其他	個數	5	9	14
		總和的 %	1.2%	2.1%	3.3%
總和		個數	116	303	419
		總和的 %	27.7%	72.3%	100.0%

在閱讀習慣分析方面，由表 4.4 及 4.5 得知，閱讀小說的頻次以 2-3 個月以上為最多。此部分結果會受到讀者對所喜愛文本是否在半年出版新續集、新文本有關，同時也會受到大專課內學程影響，而擠

壓休閒閱讀的時間。另外，男、女性在閱讀頻次上無顯著的差異上 ($F=1.056, p=0.305 > 0.05$)，但在取得小說方式上卻有顯著差異 ($F=6.95, p=0.009 < 0.05$)。

表 4.4 閱讀小說頻次與性別分配表

		性別		總和	
		男	女		
閱讀 小說 頻次	1-2天	個數	14	21	35
		總和的 %	3.3%	5.0%	8.4%
	3-5天	個數	5	20	25
		總和的 %	1.2%	4.8%	6.0%
	每週	個數	10	43	53
		總和的 %	2.4%	10.3%	12.6%
	2週	個數	22	33	55
		總和的 %	5.3%	7.9%	13.1%
	1個月	個數	17	51	68
		總和的 %	4.1%	12.2%	16.2%
	2個月	個數	13	17	30
		總和的 %	3.1%	4.1%	7.2%
	2-3個月以上	個數	35	118	153
		總和的 %	8.4%	28.2%	36.5%
	總和	個數	116	303	419
		總和的 %	27.7%	72.3%	100.0%

表 4.5 性別於取得小說方式與閱讀頻次之差異檢定

		個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
方式	男	116	3.03	1.68	6.95	.009
	女	303	2.59	1.50		
	總和	419	2.71	1.56		
頻次	男	116	4.74	2.04	1.056	.305
	女	303	4.97	2.00		
	總和	419	4.90	2.01		

以顯著性 $P < 0.05$ 為比較基礎，性別於取得方式達顯著，頻次上不顯著

就取得小說方式上，再針對閱讀頻次進行非階層式 k 平均數集群，將讀者分為重度閱讀者與一般閱讀者。由表 4.6 得知，發現重度閱讀者向圖書館借書比例最高，其次是到書店購買與向租書店借書；而一般使用者則是以到租書店借閱佔大多數，其次是到圖書館，有意願到書店購買者則明顯減少 7%。顯示不論一般或重度的閱讀者，其

取得閱讀的方式仍考慮校內方便的圖書館，同時也是在經濟考量下選擇到租書店借閱。

表 4.6 閱讀頻次集群於小說取得方式之交叉比較表

方式			閱讀頻次		總和
			一般	重度	
圖書館借	個數		66	51	117
	頻次組內的 %		26.3%	30.4%	27.9%
書店購買	個數		46	42	88
	頻次組內的 %		18.3%	25.0%	21.0%
租書店借	個數		71	42	113
	頻次組內的 %		28.3%	25.0%	27.0%
網路下載	個數		19	18	37
	頻次組內的 %		7.6%	10.7%	8.8%
朋友借	個數		34	8	42
	頻次組內的 %		13.5%	4.8%	10.0%
報紙連載	個數		3	5	8
	頻次組內的 %		1.2%	3.0%	1.9%
其他	個數		12	2	14
	頻次組內的 %		4.8%	1.2%	3.3%
總和	個數		251	168	419
	頻次組內的 %		100.0%	100.0%	100.0%

卡方值=17.560 自由度=6 p=0.007

4.2 研究工具信效度之前測分析

為檢測本研究五項量表-個人文化資本量表、閱讀心流量表、沉迷行為量表、文本涉入度量表及強迫需求性量表之信度與效度，便利抽樣 125 位高雄第一科大學生做前測，茲分別將該五項量表進行前測信、效度結果說明如下：

4.2.1 前測效度檢定

效度 (Validity) (或稱正確性)，是指一衡量工具是否真正能夠測出研究人員所想測量事物的程度。Kerlinger (1986) 認為效度應分為三類：內容效度 (content validity)、準則關聯效度 (criterion-related) 與建構效度 (construct validity) (轉引自周庭銳，2000)。分析如下：

1、內容效度 (content validity)

係指量表所衡量的主題能否足夠涵蓋研究主題的程度 (Cooper & Emory, 1995)。是否具有內容效度，與研究人員之主觀判斷有關，因此發展衡量工具時之程序（也就是文獻整體的探討與學者專家的經驗）十分重要。本研究各問項題目採下列方式分析檢定：

(1) 根據文獻相關理論基礎推導，並與讀者做深度訪談後，整理成開放型問卷。

(2) 以理論飽合觀點，盡量收集讀者關於閱讀心流經驗的概念，直到回收問卷中不再有新的概念陳述為止。因此，便利抽樣在高雄第一科大校園內發放開放型問卷（如附錄一），最後共得 23 份。

(3) 將閱讀活動開放型問卷整理分析後，參考其他文獻的心流經驗問項做修正，建構成量化調查問卷。並經由便利抽樣的 50 位讀者做表面效度分析，根據題意表達、字句邏輯、語句通順、概念清晰等修正語意題項。因此，本問卷在內容效度上應能符合要求。

2、準則關聯效度 (criterion-related validity)

準則關聯效度也稱為效標關聯效度，係指當與其他具有效度的衡量工具相比時，是否具備關聯性，或是所預測之某項事物的結果或估計某現象、行為的正確度。準則關聯效度包括預測效度 (predictive validity) 與同時效度 (concurrent validity) (溫石松，2002)。本篇對於此部分的衡量是選擇將各構面中可代表之整體概念的題項作為效標。「文化資本」構面以「文化情感」第 6 題、「心流經驗」構面以「意識與活動融合」第 1 題、「沉迷行為」構面以「內在沉迷」第 6 題、「文本涉入性」以第 6 題、「強迫需求性」第 5 題等五題為效標，將各構面中題項與該構面的效標做 Pearson Correlation 分析，結果均呈現顯

著相關。本問卷設計具備良好的效標關聯度。

3、建構效度

廣義係指研究中所要求的「研究內部效度」，狹義意指對於變數的意義或衡量使否能真正代表所要研究的概念。建構效度的實際證據在於某概念的理論邏輯相關的一致程度 (吳萬益、林清河，2000)。本研究檢定建構效度的方式是將各題項與構面總分進行 Pearson Correlation 分析 (結果請見表 4.7、4.8、4.9)，並另外獨立隨機抽樣 75 位高雄第一科大學生進行分析。Churchill (1995) 指出，若題項與總分之相關係數 r 低於 0.3 者，理應刪除。結果發現心流經驗中的脈絡掌握構面的第 2 題 ($r = -0.227$)、第 3 題 ($r = 0.117$) 以及全神貫注的第 1 題 ($r = 0.061$) 與總分構面相關性不顯著，其餘皆達顯著水準，顯示本問卷設計在建構效度上是可以被接受的。

4.2.2 前測信度檢定

以下說明各量表的前測信度檢定結果：

1、個人文化資本量表

個人文化資本量表是參考 Bourdieu (1983) 對文化資本三種形態分類而衍生面向，由「文化認知」、「文化情感」、「文化行為」等三構面組成。其中每個構面各 8 題，共計 24 題。由表 4.7 可知：其內部一致性 α 係數分別為 0.9043、0.9037、0.9603 及總構面信度 0.9603，表示此三構面具有良好信度。

表4.7 文化資本前測信度分析表

研究構面	題項 (簡述)	項目-總分 相關分析	分項信度 a	總信度 a
文化 認 知	1.培養對文化消費鑑賞力是有助益的	0.574	0.9043	0.9603
	2.平時關注文化藝術活動的訊息	0.810		
	3.文化相關活動具有重大意義	0.686		
	4.參與文化相關活動可幫助成長	0.599		
	5.參加文化相關活動是較具有價值的	0.723		
	6.文化相關活動影響著大學生活	0.764		
	7.文化藝術活動是生活中的一部份	0.851		
	8.對文化消費活動的認識深刻	0.826		
文化 情 感	1.被文化消費活動所感動	0.653	0.9037	
	2.逛美術館或讀到一本好書會特別興奮	0.682		
	3.沈醉於音樂會或舞台劇中會情緒激昂	0.764		
	4.參與文化活動具有相當的敏銳度	0.782		
	5.所感興趣的文化消費活動會有滿足感	0.632		
	6.最美好的時光就是從文化活動中獲得	0.853		
	7.參與文化活動會讓生活變得相當有趣	0.802		
	8.心情常受到文化活動參與經驗的影響	0.802		
文化 行 為	1.平均閱讀課外書籍的時間比別人多	0.638	0.8954	
	2.平均花在音樂戲劇欣賞時間比別人多	0.647		
	3.看電影的頻率比別人高	0.431		
	4.特別偏好藝文表演等文化電視節目	0.791		
	5.欣賞民俗戲曲活動的頻次比別人高	0.751		
	6.接觸文化消費活動的次數比別人多	0.805		
	7.平均花在文化消費活動金額比別人多	0.855		
	8.逛美術館、博物館的次數比別人多	0.777		

2、閱讀心流量表

閱讀心流經驗量表是參考 Csikszentmihalyi (1993) 心流理論，初期分成九因素獨立構面，然後按 Chen 等人 (1999) 分成為事前、經驗中、效果等三階段構面。九因素構面共計 36 題，每個構面 4 題。由表 4.8 得知：其內部一致性 a 係數分別為 0.8504、0.8784、0.4914、0.5668、0.8547、0.8683、0.8664、0.9098、0.6631，總信度為 0.9628，。

由於，脈絡掌握第 2、3 題與全神貫注第 1 題，不具顯著性，因此本量表將剔除此三題。剔除後信度皆達 0.7 以上，九因素可信度達佳。

表 4.8 閱讀心流經驗前測信度分析

研究構面	題項 (簡述)	總分-項目相關	信度 a	總信度 a
閱讀目標	1.會想一次把整本書讀完的念頭	0.723	0.8504	0.9628
	2.明確知道這是我想要的小說	0.826		
	3.強烈感覺知道閱讀什麼樣的小說	0.715		
	4.清楚知道就是要讀這類型的小說	0.684		
即時回饋	1.小說的人物很清楚知道角色關係	0.755	0.8784	
	2.描述的故事能想像出相對應的情境來	0.757		
	3.小說中的人物角色在腦子裡活了起來	0.810		
	4.清楚體會到故事情節的發展與轉折	0.754		
脈絡掌握	1.很清楚的向朋友描述小說的故事情節	0.741	0.4914	
	2.閱讀小說對我是一種艱澀的挑戰	-0.227		
	3.常常會忘記人物角色的名字與關係	0.117		
	4.掌握每一個故事描述並預期發展	0.679		
全神貫注	1.感到閱讀緩慢又乏味	0.061	0.5668	
	2.彷彿故事的情節緊緊地抓住心神	0.809		
	3.幾乎會忘了生活中其他發生的事情	0.552		
	4.注意力會完全集中心無旁騖	0.768		
意識融合	1.心情就會跟隨著情節的變換而起伏	0.807	0.8547	
	2.沈浸在小說中所創造出來的世界裡	0.753		
	3.劇情的結束彷彿也經歷了一趟旅程	0.669		
	4.深刻感覺小說喜悲會影響到情緒	0.810		
自覺喪失	1.對外在環境的感官知覺都被關掉了	0.767	0.8683	
	2.讀完後覺得從另一世界回到真實世界	0.686		
	3.受到催眠地走進小說的世界	0.737		
	4.常常會忘記身體的感覺	0.725		
發生共鳴	1.讀完小說時心靈就會充滿滿足感	0.787	0.8664	
	2.讀完小說久久還不能忘懷感動情節	0.766		
	3.讀完小說還是一直回想其中的細節	0.750		
	4.產生共鳴的快感	0.845		
樂在其中	1.享受閱讀小說的經驗過程	0.825		
	2.投入閱讀的經驗是一種非常棒感覺	0.857		

	3.閱讀小說經驗是一種樂趣的酬賞	0.752	0.9098
	4.想要再次經歷閱讀小說的這種感覺	0.823	
時間錯覺	1.總覺得時間一溜煙就過去了	0.749	0.6631
	2.花費的時間總比預期來的長	0.398	
	3.覺得花30分鐘卻已過了1、2個小時	0.511	
	4.會覺得時間有時很快有時過得很慢	0.521	

3、沉迷行為量表

沉迷行為量表是根據 Fiske (1989) 對迷行為提出過度的內在與外在反應文獻所編製而成。此量表分為內在沉迷與外在沉迷兩個子構面，每個構面各 8 題，共計 16 題。由表 4.9 得知，內部一致性 a 係數分別為 0.9136、0.9226，總信度為 0.9512，顯示可信度佳。

表4.9 沉迷行為量表前測信度分析

研究構面	題項 (簡述)	項目-總分相關分析	分項a	總信度a
內在沉迷	1.一有空就想拿起小說來閱讀	0.809	0.9136	0.9512
	2.閱讀小說帶給莫大的滿足感	0.748		
	3.會一心一意想著小說上的一切	0.658		
	4.必須花更多時間閱讀才感到滿足	0.682		
	5.認為自己就是小說迷	0.821		
	6.會積極搜尋關於小說的相關訊息	0.799		
	7.為了讀小說而犧牲睡眠時間	0.752		
	8.讀完小說時覺得意猶未盡	0.720		
外在沉迷	1.對於讀書會、討論區會積極參與	0.810	0.9226	0.9512
	2.迫不急待向朋友推薦小說	0.807		
	3.很在意朋友對小說的評價	0.808		
	4.會尋求認同小說讀者一起討論	0.846		
	5.主動參與小說簽名會或發表會	0.750		
	6.不由自主地模仿小說情節對話	0.681		
	7.繼續想要閱讀小說的相關作品)	0.708		
	8.主動宣示我就是XXX的小說迷	0.770		

4、文本涉入性量表與強迫需求性量表

「文本涉入性」是根據 RP2 量表編製，共 9 題；「強迫需求性」根據 Young 所設計的網路成癮問項所編制，共 8 題。由表 4.10 得知：文本涉入性的信度為 0.9440，強迫需求性的信度為 0.9184，顯示此兩個構面可信度佳。

表 4.10 文本涉入性與強迫需求性量表前測信度分析

研究構面	題項 (簡述)	項目 - 總分 相關分析	信度a
文本涉入	1.閱讀小說，對日常生活的影響是「無趣」	0.814	0.9440
	2.閱讀小說，對日常生活的影響是「冷漠」	0.844	
	3.閱讀小說，對日常生活的影響是「貧乏」	0.857	
	4.閱讀小說，對日常生活的影響是「厭倦」	0.880	
	5.閱讀小說，對日常生活的影響是「蒼白」	0.815	
	6.閱讀小說，對日常生活的影響是「不重要」	0.849	
	7.閱讀小說，對日常生活的影響是「單調」	0.822	
	8.閱讀小說，對日常生活的影響是「無聊」	0.808	
	9.閱讀小說，對日常生活的影響「沒有價值」	0.808	
強迫需求	1.我無法控制閱讀小說的時間	0.851	0.9184
	2.強迫我暫停或不能閱讀小說會覺得不安	0.696	
	3.常常怪自己沉迷小說，而無法自拔	0.834	
	4.閱讀小說結束後覺得一股難耐的衝動	0.799	
	5.即使學業造成負面影響仍無法減少閱讀時間	0.832	
	6.對人際關係造成負面影響仍未減少閱讀時間	0.772	
	7.曾想要控制沉迷小說的衝動但無法做到	0.834	
	8.不管再累只要閱讀小說時總覺得精神百倍	0.773	

4.3 研究工具信效度之正式檢測

由五項量表之前測信效度分析結果，做為本研究正式發放施測之工具。為符合交叉驗證概念，且再次驗證各量表信效度之穩定性，以下將先說明各量表正式施測後信效度檢定結果，如此再進行本研究模式的驗證。

此一階段採用分層單獨進行因素分析法 (吳明隆，2003)，利用主

成份分析法 (principal component analysis) 以及 Equamax 轉軸法，檢視轉軸後是否可再從單一構面中萃取出其他因素，做為建構效度檢定。本研究的因素分析分成三部分進行：第一部份將自變項文化資本構面中的文化認知、文化情感、文化行為等三變數分層分析，分別檢定是否各收斂成一個面向，此部分共計 24 題問項；第二部分是將中介變項心流經驗構面中的九個變數，區分為事前階段三個變數閱讀目標、即時回饋、脈絡掌握；經驗階段三變數全神貫注、意識與閱讀融合、自覺的喪失；效果階段三變數發生共鳴、樂在其中、時間感扭曲等，共計 33 題問項，分別檢定在事前、經驗、效果等三階段構面是否各具共同因素指標；第三部分將依變項沉迷行為構面中的內在沉迷與外在沉迷變數分別檢定，共計 16 題問項，是否各收斂在一個共同因素內。每次因素分析過程刪除問卷題項的準則有四點 (吳明隆，2003)：

1. 若某一題項自成一個因素者，則刪除。
2. 題項所屬因素之因素負荷量 (loading) 必須大於 0.4, 否則刪除。
3. 若該題項所屬因素之因素負荷量與其他因素之因素負荷量，相差不過 0.10 者刪除。
4. 因素分析後，將各共同因素做信度分析，若信度係數小於 0.5 則刪除整個構面題項。

根據上述四個準則，重複進行因素分析命名，相關分析說明如下：

4.3.1 個人文化資本量表

在個人文化資本方面有三個變數各 8 題共 24 題，經過因素分析結果，每個變數均可各自收斂成一個因素，各題項因素負荷量也符合

標準，文化認知解釋變異量 57.73%、信度係數 0.8946；文化情感解釋變異量 55.887%、信度係數 0.8846；文化行為解釋變異量 54.989、信度係數 0.8700，總量表信度係數達 0.9544。因此仍沿用原因素名稱為命名（詳見表 4.11）。

表 4.11 個人文化資本因素分析表

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbach a
文化認知	文知 07	0.845	4.61	57.73%	0.8946
	文知 08	0.802			
	文知 06	0.802			
	文知 03	0.802			
	文知 02	0.774			
	文知 05	0.756			
	文知 04	0.673			
	文知 01	0.593			
KMO= 0.90 , Bartlett 球形檢定= 1697.47 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					
文化情感	文情 07	0.824	4.471	55.887%	0.8846
	文情 06	0.807			
	文情 08	0.791			
	文情 05	0.750			
	文情 04	0.732			
	文情 02	0.730			
	文情 03	0.728			
	文情 01	0.595			
KMO= 0.908 , Bartlett 球形檢定= 1527.1 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					
文化行為	文行 07	0.876	4.399	54.989	0.8700
	文行 06	0.850			
	文行 05	0.806			
	文行 08	0.788			
	文行 04	0.774			
	文行 02	0.712			
	文行 01	0.601			
	文行 03	0.413			
KMO= 0.910 , Bartlett 球形檢定= 1598.2 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					
總信度					0.9544

4.3.2 閱讀心流經驗量表

(1) 閱讀心流經驗九構面因素分析

為驗證本篇提出的第二個模型假設，本節將針對閱讀心流經驗的內部九個子變數進行因素分析，採用分層因素分析法（吳明隆，2003），以檢定各子變數是否能各自收斂成一因素。結果顯示各子變數均能達到信度系數 0.6 以上的水準，具有一定的信度效果，足以做為結構方程模式分析的基礎。詳見表 4.12。

表 4.12 閱讀心流經驗子變數因素分析

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbach a
閱讀目標	目標 04	.857	2.518	62.944	0.7944
	目標 02	.842			
	目標 03	.835			
	目標 01	.614			
KMO= 0.774 , Bartlett 球形檢定= 566.93 , 自由度=6 , 顯著性= 0.00					
即時回饋	回饋 02	.835	2.736	68.402	0.8459
	回饋 03	.833			
	回饋 04	.831			
	回饋 01	.808			
KMO= 0.795 , Bartlett 球形檢定= 679.82 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
脈絡掌握	掌握 04	.872	1.521	76.048	0.6846
	掌握 01	.872			
KMO=0.500 , Bartlett 球形檢定=131.88 , 自由度= 1 , 顯著性= 0.00					
全神貫注	專注 02	.879	2.056	68.549	0.7662
	專注 03	.814			
	專注 04	.788			
KMO= 0.664 , Bartlett 球形檢定=348.52 , 自由度= 3 , 顯著性= 0.00					
意識融合	融合 04	.834	2.635	65.878	0.8261
	融合 02	.817			
	融合 01	.800			
	融合 03	.795			
KMO=0.809 , Bartlett 球形檢定= 584.93 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					

自覺喪失	自覺 03	.880	2.738	68.438	0.8456
	自覺 01	.825			
	自覺 02	.813			
	自覺 04	.789			
KMO= 0.809 , Bartlett 球形檢定= 686.89 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
發生共鳴	共鳴 04	.869	2.844	71.098	0.8636
	共鳴 03	.851			
	共鳴 02	.851			
	共鳴 01	.800			
KMO= 0.812 , Bartlett 球形檢定= 782.7 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
樂在其中	樂趣 01	.879	2.986	74.643	0.8861
	樂趣 04	.872			
	樂趣 02	.864			
	樂趣 03	.841			
KMO= 0.838 , Bartlett 球形檢定= 907.84 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
時間錯覺	時間 03	.764	1.996	49.890	0.6595
	時間 01	.740			
	時間 04	.716			
	時間 02	.594			
KMO=0.688 , Bartlett 球形檢定= 238.94 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
總信度					0.9699

(2)閱讀心流經驗三大構面因素分析

在閱讀心流經驗方面，分別從事前、經驗、效果三構面進行因素分析。結果發現在「效果階段」萃取出兩個因素（見表 4.13），在「時間扭曲感」的四個題項中，第 1 題收斂到第一個因素內，而其餘三題獨立成一個因素，但是「時間扭曲感」的第 4 題，因素負荷量差異並不顯著予以刪除，因此將另二題獨立成一個因素構面。所以，「效果階段」分成二個因素，將較多題項的第一個因素命名為「閱讀快感」，第二個因素命名為「時間錯覺」，解釋變異量為 64.351%，信度係數分別為 0.9368、0.5091。根據 DeVellis (1991) 的標準，整個構面信度係數須大於 0.6 才保留，同時考量到「時間錯覺」構面僅含兩個題項，

而且其信度係數低於 0.6，所以刪除「時間錯覺」構面。

表 4.13 閱讀心流「效果階段」因素分析

題項	成份	
	1	2
樂趣01	.854	---
樂趣04	.831	.194
共鳴04	.797	.267
共鳴01	.793	.119
樂趣03	.788	.225
樂趣02	.783	.216
時間01	.764	.223
共鳴02	.729	.293
共鳴03	.708	.370
時間02	---	.846
時間03	.302	.697
時間04	.414	.469

此外，事前階段與經驗階段的三變數經過因素分析後，各自收斂成一個因素，解釋變異量分別為 58.11%、59.809%，信度係數分別為 0.9183、0.9252。根據文獻將「事前階段」重新命名為「期待視野」，將「經驗階段」重新命名為「意識投入」。三個構面總信度係數達 0.9699。詳見表 4.14。

表 4.14 閱讀心流經驗量表因素分析表

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbach a
期待視野 (事前階段)	回饋 04	0.822	5.811	58.11%	0.9183
	回饋 01	0.811			
	掌握 01	0.779			
	掌握 02	0.776			
	目標 04	0.768			
	目標 02	0.766			
	回饋 03	0.759			
	回饋 02	0.746			
	目標 03	0.717			
	目標 01	0.667			

KMO= 0.907，Bartlett 球形檢定= 2563，自由度=45，顯著性= 0.00

意識投入 (經驗階段)	自覺 03	0.830	6.579	59.809	0.9252
	自覺 01	0.801			
	融合 03	0.799			
	專注 01	0.793			
	專注 03	0.791			
	融合 02	0.783			
	融合 04	0.766			
	自覺 02	0.765			
	自覺 04	0.743			
	專注 02	0.722			
	融合 01	0.705			
KMO= 0.943 , Bartlett 球形檢定= 2896.5 , 自由度= 55 , 顯著性= 0.00					
閱讀快感 (效果階段)	樂趣 01	0.854	5.797	64.351%	0.9368
	樂趣 04	0.831			
	共鳴 04	0.797			
	共鳴 01	0.793			
	樂趣 03	0.788			
	樂趣 02	0.783			
	時間 01	0.764			
	共鳴 02	0.729			
	共鳴 03	0.708			
時間錯覺 (效果階段)	時間 02	0.846	1.925		0.5091
	時間 03	0.697			
KMO= 0.936 , Bartlett 球形檢定= 3057.4 , 自由度= 66 , 顯著性= 0.00					
總信度					0.9699

4.3.3 沉迷行為量表

閱讀沉迷行為量表分別從「內在沉迷」與「外在沉迷」兩個構面分別進行因素分析。結果顯示「內在沉迷」與「外在沉迷」均各自收斂在一個因素內，其解釋變異量分別為 62.702、61.800，信度係數分別為 0.9139、0.9091，總量表信度為 0.9419，顯示此兩個構面可信度佳。詳見表 4.15。

表 4.15 沉迷行為量表因素分析表

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbacha
內在沉迷	迷內在 02	0.853	5.016	62.702	0.9139
	迷內在 01	0.824			
	迷內在 05	0.818			
	迷內在 08	0.816			
	迷內在 03	0.798			
	迷內在 07	0.765			
	迷內在 06	0.747			
	迷內在 04	0.704			
KMO= 0.892 , Bartlett 球形檢定= 2096.3 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					
外在沉迷	迷外在 12	0.878	4.944	61.800	0.9091
	迷外在 11	0.849			
	迷外在 10	0.813			
	迷外在 09	0.811			
	迷外在 13	0.786			
	迷外在 16	0.781			
	迷外在 14	0.779			
	迷外在 15	0.546			
KMO= 0.916 , Bartlett 球形檢定= 2027.1 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					
總信度					0.9419

4.3.4 文本涉入性量表與強迫需求性量表

文本涉入性量表因素分析結果顯示，九個題項均收斂在一個因素，解釋變異量 67.683%，信度係數為 0.9396，可信度佳。另外，強迫需求性量表因素分析結果顯示，八個題項亦能收斂在一個因素內，解釋變異量為 63.808%，信度係數 0.9171，可信度亦佳。詳見表 4.16。

表 4.16 文本涉入性量表與強迫需求性量表因素分析表

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbacha
文本涉入性	涉入 01	.811	6.091	67.683	0.9396
	涉入 02	.849			
	涉入 03	.865			
	涉入 04	.860			
	涉入 05	.797			
	涉入 06	.812			
	涉入 07	.803			
	涉入 08	.810			
	涉入 09	.794			
KMO=0.933 , Bartlett 球形檢定= 2910.1 , 自由度= 36 , 顯著性= 0.00					
強迫需求性	強迫 01	.742	5.105	63.808	0.9171
	強迫 02	.766			
	強迫 03	.828			
	強迫 04	.792			
	強迫 05	.857			
	強迫 06	.818			
	強迫 07	.840			
	強迫 08	.739			
KMO= 0.906 , Bartlett 球形檢定= 2193.9 , 自由度= 28 , 顯著性= 0.00					

4.3.5 五項量表總題數分析

彙整說明五項量表經由三階段發展及信效度檢測後，題數變化情況說明如下表：

表 4.17 五項量表總題數分析

衡量變數	原始題數	前測後題數	刪除題號	正式施測後題數	刪除題號
文化資本	24	24	無	24	無
閱讀心流經驗	36	33	掌握 02、03 專注 01	30	時間 02、03、04
文本涉入性	9	9	無	9	無
閱讀沉迷行為	16	16	無	16	無
強迫需求性	8	8	無	8	無
總計	93	90	3	87	3

4.4 研究變數相關矩陣分析

為檢視本篇研究的所有變數之間是否具有相關性，將「文化資本」三個子構面的「文化認知」、「文化情感」、「文化行為」與「閱讀心流經驗」的九個子構面「閱讀目標」、「即時回饋」、「脈絡掌握」、「全神貫注」、「意識融合」、「自覺喪失」、「發生共鳴」、「樂在其中」、「時間錯覺」，以及「沉迷行為」的兩個輸出變項「內在沉迷」、「外在沉迷」，同時再加上兩個調節變數「文本涉入性」、「強迫需求性」等變數，做兩兩相關的矩陣檢定，如下表 4.18。結果顯示，在本篇研究的兩兩各項變數間均具有顯著的相關性。

表 4.18 研究變數相關矩陣表

Person 相關	認知	情感	行為	目標	回饋	掌握	專注	意識	自覺	共鳴	樂趣	時間	內在	外在	涉入	需求
認知	1.00															
情感	0.911**	1.00														
行為	0.826**	0.809**	1.00													
目標	0.351**	0.401**	0.331**	1.00												
回饋	0.321**	0.367**	0.225**	0.779**	1.00											
掌握	0.294**	0.358**	0.244**	0.734**	0.810**	1.00										
專注	0.327**	0.381**	0.303**	0.648**	0.737**	0.703**	1.00									
意識	0.341**	0.416**	0.294**	0.655**	0.762**	0.682**	0.817**	1.00								
自覺	0.337**	0.397**	0.330**	0.564**	0.654**	0.577**	0.834**	0.825**	1.00							
共鳴	0.393**	0.467**	0.363**	0.687**	0.732**	0.671**	0.815**	0.804**	0.804**	1.00						
樂趣	0.364**	0.417**	0.293**	0.741**	0.813**	0.727**	0.790**	0.790**	0.734**	0.855**	1.00					
時間	0.357**	0.412**	0.324**	0.526**	0.579**	0.522**	0.599**	0.660**	0.615**	0.680**	0.666**	1.00				
內在	0.412**	0.458**	0.438**	0.610**	0.618**	0.584**	0.682**	0.657**	0.643**	0.750**	0.725**	0.560**	1.00			
外在	0.430**	0.455**	0.507**	0.421**	0.383**	0.378**	0.451**	0.472**	0.514**	0.546**	0.481**	0.474**	0.718**	1.00		
沉迷	0.314**	0.340**	0.302**	0.532**	0.531**	0.482**	0.573**	0.555**	0.510**	0.599**	0.633**	0.423**	0.669**	0.504**	1.00	
需求	0.374**	0.407**	0.457**	0.388**	0.353**	0.351**	0.465**	0.423**	0.539**	0.527**	0.423**	0.440**	0.692**	0.742**	0.436**	1.00

4.5 樣本特徵於文化資本、心流經驗、沉迷行為之差異檢定

為瞭解樣本特質對於文化資本、心流經驗、沉迷行為上是否有顯著差異，呈現不同面向，茲將個人基本資料針對各項構面進行差異檢定。文化資本構面包含文化認知、文化情感、文化行為的差異檢定；

閱讀心流經驗則分兩階段檢測：第一階段從心流因素的九個元素進行檢定，第二階段則從心流動態循序的觀點檢測，包含事前的期待視野、經驗中的意識投入、與結果的閱讀快感；沉迷行為則從內在沉迷與外在沉迷進行檢定。

4.5.1 以「性別」為自變項

在「性別」檢測各面向的差異係以獨立樣本 t 檢定進行。分析結果詳見表 4.19 ~ 表 4.22。由表 4.19 可知，參與樣本對文化消費活動的理性認知與情緒感受上，沒有性別上的差異，但是實際參與文化活動的頻次呈現明顯的差異。男性比女性更常接觸藝文消費活動的現象，可能是因男性在傳統刻板印象上比女性較具行動的自主性。

表 4.19 性別在文化資本的 t 檢定差異表

	性別	個數	平均數	標準差	t-value
文化認知	男	116	29.526	7.1681	1.7730
	女	303	28.172	6.9270	
文化情感	男	116	29.534	7.2381	1.1900
	女	303	28.587	7.3099	
文化行為	男	116	25.983	7.7605	0.087* p=0.002
	女	303	23.581	6.9558	

以 P<0.05 為比較基礎，僅文化行為達顯著，餘不顯著

由表 4.20 整體來看，性別在閱讀心流的大部分因素上，雖然沒有顯著差異，但是女性對心流的感受卻稍比男性高。一般認為女性對內在情緒的感受上是較為纖細敏銳的，而且在閱讀目標的選擇上女性比男性有顯著的明確感，同時對於文本的理解互動有顯著的清晰感。

表 4.20 性別在閱讀心流因素的 t 檢定差異表

	性別	個數	平均數	標準差	t-value
閱讀目標	男	116	16.724	3.9045	-2.0290 p=0.043
	女	303	17.551	3.6652	
即時回饋	男	116	17.017	3.9209	-2.4820 p=0.013
	女	303	18.003	3.5262	
脈絡掌握	男	116	8.3793	1.9810	-1.7210
	女	303	8.7426	1.9154	
全神貫注	男	116	11.802	2.9347	-.6230
	女	303	12.003	2.9762	
意識融合	男	116	15.966	3.9781	-1.8470
	女	303	16.779	4.0543	
自覺喪失	男	116	15.345	4.1872	-.3350
	女	303	15.505	4.4401	
發生共鳴	男	116	16.466	3.7450	-.7040
	女	303	16.779	4.1933	
樂在其中	男	116	17.069	4.0037	-1.4590
	女	303	17.710	4.0299	
時間扭曲	男	116	17.026	3.8323	.8370
	女	303	16.710	3.3088	

以 P<0.05 為比較基礎，閱讀目標、即時回饋達顯著，餘不顯著

另外從表 4.21 也可以了解，性別在閱讀動態歷程的心流感受上僅以事前階段的期待視野有顯著的差異，尤其女性比男性具有更明顯的閱讀意圖。

表4.21 性別在閱讀心流經驗動態歷程之t檢定差異表

	性別01	個數	平均數	標準差	t-value
事前階段	男	116	42.121	9.0891	-2.3110 p=0.021
	女	303	44.297	8.4417	
經驗階段	男	116	43.112	10.500	-1.0060
	女	303	44.287	10.776	
結果階段	男	116	33.534	7.5463	-1.1200
	女	303	34.488	7.8975	

以 P<0.05 為比較基礎，事前階段達顯著，餘不顯著

關於性別差異在沉迷行為的影響上，內在沉迷無任何顯著差異，但外在沉迷行為的表現上，就呈現顯著差異，而且男性主動表現對所迷文本的顯露行為比女性更為明顯 (見表 4.22)。

表4.22 性別在沉迷行為之t檢定差異表

	性別	個數	平均數	標準差	t-valeur
沉迷內在	男	116	27.190	7.8118	.2760
	女	303	26.937	8.5984	
沉迷外在	男	116	26.552	8.3295	3.5480
	女	303	23.208	8.7443	
以 P<0.05 為比較基礎，沉迷外在達顯著，沉迷內在不顯著					

由此可見，男性無論是在文化行為或外在成迷行為上，均顯露出較強的行動自主力，這與傳統觀念上認為男性比女性更為容易表達自己，對內在所喜愛的事物能具主動積極的表現行為有關。此外關於心流因素與內在情緒方面，女性較為內隱的感受鏈結傾向。

4.5.2 以「閱讀頻次群組」為自變項

本小節以閱讀頻次群組作為自變項，考驗其對於文化資本、閱讀心流經驗、沉迷行為上是否具有明顯的差異性。從表 4.23 可知，閱讀頻次的高低對文化認知、情感、行為均有顯著差異。顯示平常愈喜歡閱讀的讀者，文化資本量愈高，對於多元性的藝文消費活動能夠有較明顯的體驗感受與認知。換言之，閱讀活動接觸愈頻繁，愈能累積文化資本的存量。因此，閱讀活動對於文化品味與涵養的培育是一個相當有助益的來源。

表 4.23 頻次組對文化資本之 t 檢定差異表

	頻次組	個數	平均數	標準差	t-valeur
文化認知	一般	251	27.004	6.5766	-5.7080
	重度	168	30.851	7.0291	
文化情感	一般	251	27.143	6.9945	-6.1010
	重度	168	31.399	7.0005	
文化行為	一般	251	22.187	6.4244	-7.5570
	重度	168	27.321	7.3618	
以 P<0.05 為比較基礎，三構面均達顯著					

表 4.24 顯示，重度閱讀者比一般閱讀者在閱讀心流的感受上是更為強烈的。閱讀活動愈頻繁，讀者所能感受的心流經驗程度也愈強。由此可知，頻繁的閱讀者能透過閱讀過程中心流經驗的湧現與沉浸，在閱讀中「進入」與「出來」的愉悅情緒循環再深化，進而強化讀者對文化消費品味與審美經驗的提升。

表4.24 頻次組對閱讀心流歷程之t檢定差異表

	頻次組	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤
事前階段	一般	251	41.737	8.7847	-5.8710
	重度	168	46.619	7.6321	p=0.000
經驗階段	一般	251	41.713	10.690	-5.4340
	重度	168	47.321	9.8262	p=0.000
結果階段	一般	251	32.462	7.8185	-5.8710
	重度	168	36.857	7.0220	p=0.000
以 P<0.05 為比較基礎，三構面均達顯著					

表 4.25 顯示閱讀頻率在沉迷行為上皆具有顯著差異。閱讀頻次愈高，內在沉迷及外在成迷的關聯性就愈強；亦即閱讀頻次高的讀者，其沉迷行為就愈強。充分印證 Becker (1996) 所言，「沉迷」就是行為的一再重複。

表4.25 頻次組對沉迷行為之t檢定差異表

	頻次組	個數	平均數	標準差	t-value
沉迷內在	一般	251	24.279	7.5346	-8.8710
	重度	168	31.083	7.9289	p=0.000
沉迷外在	一般	251	21.761	7.9033	-7.1830
	重度	168	27.679	8.7783	p=0.000
以 P<0.05 為比較基礎，二構面均達顯著					

4.5.3 以「科系別」為自變項

不同科系別對於文化資本、閱讀心流、沉迷行為是否有顯著不同？由表 4.26 可知，科系別在文化資本的各項子構面上均沒有顯著差異，亦即科系別對文化資本存量並沒有任何影響。所以文化品味與

文化涵養是一種平時的生活態度，並不會受到學校專業類課程的干擾，不論是文學科系或理工科系在個人體驗文化消費的活動上，是超越專業界線的多元呈現。

表 4.26 科系別與文化資本之單因子變異數分析

		個數	平均數	標準差	F檢定	顯著性
文化認知	文	96	29.677	7.1488	1.7290	.18
	商管	211	28.081	6.6331		
	理工	112	28.455	7.5276		
	總和	419	28.547	7.0123		
文化情感	文	96	29.552	7.6156	.5860	.56
	商管	211	28.682	6.9075		
	理工	112	28.563	7.7376		
	總和	419	28.850	7.2938		
文化行為	文	96	24.833	7.5932	.4400	.64
	商管	211	23.995	6.9669		
	理工	112	24.214	7.5366		
	總和	419	24.246	7.2583		

以 $P < 0.05$ 為比較基礎，三構面均不顯著

「心流」是一種民主化的快樂經驗，對每一位讀者來說都是一種與生俱來的權利，它被封印在在每位個體的意識當中，透過相關的途徑與技巧，才能在我們的面前湧現。由表 4.27 明顯看出，科系別與閱讀心流歷程的是沒有顯著差異的，然而在經驗中的意識投入上，卻接近顯著水準 ($F=2.927, P=0.055 > 0.05$)，但經過事後比較的雪費法，仍然推翻此一假設。因此，心流經驗對任何科系的學生來說，都具有相同的感受經驗。

表 4.27 科系別與閱讀心流歷程之單因子變異數分析

		個數	平均數	標準差	標準誤	F檢定	顯著性
期待視野	文	96	44.542	8.7478	.8928	1.1690	.31
	商管	211	43.066	8.2083	.5651		
	理工	112	44.152	9.4079	.8890		
	總和	419	43.695	8.6698	.4235		
意識投入	文	96	46.021	10.123	1.0332	2.9270	.055
	商管	211	42.877	9.8248	.6764		
	理工	112	44.241	12.444	1.1758		
	總和	419	43.962	10.700	.5227		
閱讀快感	文	96	35.427	7.3781	.7530	1.4960	.23
	商管	211	33.815	7.4245	.5111		
	理工	112	33.964	8.7672	.8284		
	總和	419	34.224	7.8046	.3813		

以 $P < 0.05$ 為比較基礎，三構面均不達顯著

表 4.28 顯示，科系別對內在沉迷與外在沉迷有顯著差異：內在沉迷 ($F=3.6260, p=0.027$)、外在沉迷 ($F=6.4640, p=0.027$)。經過事後多重比較法 scheffe，僅有外在沉迷具有明顯的差異趨勢，分別為文學類科大於商管類科，理工類科大於商管類科。推測原因可能是文學類科學生平時接受文學描述與情境表達的訓練較為頻繁，有較多機會共同討論或發表對文學藝術的看法，所以外顯性的沉迷較其他類科明顯。另外，根據前述研究結果，男性比女性更能主動表達對所迷事務的偏好行為，而理工類科是以男性為主，而商管類科的女性較多。因此，理工類科外在沉迷大於商管類科。由以上可知，外在沉迷對於理工與商管的影響不在專業課程的差別，而是受到性別特質的影響。

表 4.28 科系別對於沉迷行為之單因子變異數分析

	個數	平均數	標準差	標準誤	F檢定	顯著性	scheffe	
沉迷內在	文	96	28.104	8.3420	.8514	3.6260	0.027*	不顯著
	商管	211	25.919	8.1823	.5633			
	理工	112	28.116	8.5832	.8110			
	總和	419	27.007	8.3796	.4094			
沉迷外在	文	96	26.073	9.1136	.9302	6.4640	0.002*	文>商管 理工>商管
	商管	211	22.654	8.2600	.5686			
	理工	112	25.259	8.9168	.8426			
	總和	419	24.134	8.7507	.4275			

以 P<0.05 為比較基礎，F 檢定均達顯著，事後比較僅沉迷外在顯著

4.5.4 沉迷行為與取得小說方式、閱讀頻率之變異數分析

沉迷行為是個人對所迷文本的一種過度互動的反應與表達。沉迷行為是否會影響取得小說方式以及閱讀頻率。由表 4.29 結果顯示，較高沉迷行為的讀者到書店付費購買比到圖書館、租書店借閱的意願高。可能原因是高沉迷的讀者除了在閱讀過程中享受閱讀樂趣的價值外，更希望能擁有書本形質的收藏價值。

表 4.29 取得小說方式對沉迷行為之單因子變異數分析

取得小說方式	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
圖書館借	117	50.8547	14.1685	8.531	0.000
書店購買	88	56.7045	17.3994		
租書店借	113	52.6726	14.5562		
網路下載	37	52.6216	14.9469		
朋友借	42	40.5476	15.1548		
報紙連載	8	50.6250	9.6056		
其他	14	34.3571	15.2598		
總和	419	51.1408	15.9415		

以 P < 0.05 為比較基礎，取得方式對於沉迷行為上有顯著差異

表 4.30 結果顯示閱讀頻率整體在沉迷行為上有顯著差異。閱讀頻率 1-2 天最高的讀者並不是最高沉迷者，反而是 3-5 天與兩週一次的讀者較高。根據前述 Hatter (1994) 沉迷三階段觀點，最高頻次的使用者，在閱讀的感受上可能已經不再有愉悅感，而是不得不閱讀的習慣，所以當每天養成閱讀小說習慣時，可能對自己是否成為書迷的態度，就相對顯得不在意，不會覺察到需要閱讀的欲求了。反而是受到社會性、學業性壓力下的讀者或其他外在因素干擾下，無法連續的享受閱讀小說樂趣，才會對閱讀沉迷投注欲罷不能與渴望的迫切感。

表 4.30 閱讀頻次與沉迷行為之單因子變異數分析

閱讀頻次	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
1-2天	35	54.4571	18.9478	18.488	0.000
3-5天	25	62.0800	15.5266		
每週	53	57.5660	14.2458		
2週	55	61.1455	13.1465		
1個月	68	52.2941	12.8215		
2個月	30	49.7000	13.5116		
2-3個月以上	153	42.5425	13.9326		
總和	419	51.1408	15.9415		

以 $P < 0.05$ 為比較基礎，閱讀頻次對於沉迷行為上有顯著差異

4.6 閱讀沉迷行為之結構方程模式

分從三方面說明閱讀沉迷行為模式驗證的結果，包括假設模式之驗證（徑路圖及路徑係數）、整體適配度評估及研究假設驗證。統計分析軟體皆採用 AMOS 4.0 進行分析。

4.6.1 閱讀沉迷行為結構方程模式驗證

本假設模式之驗證結果如圖 4.1 及表 4.31 所示：

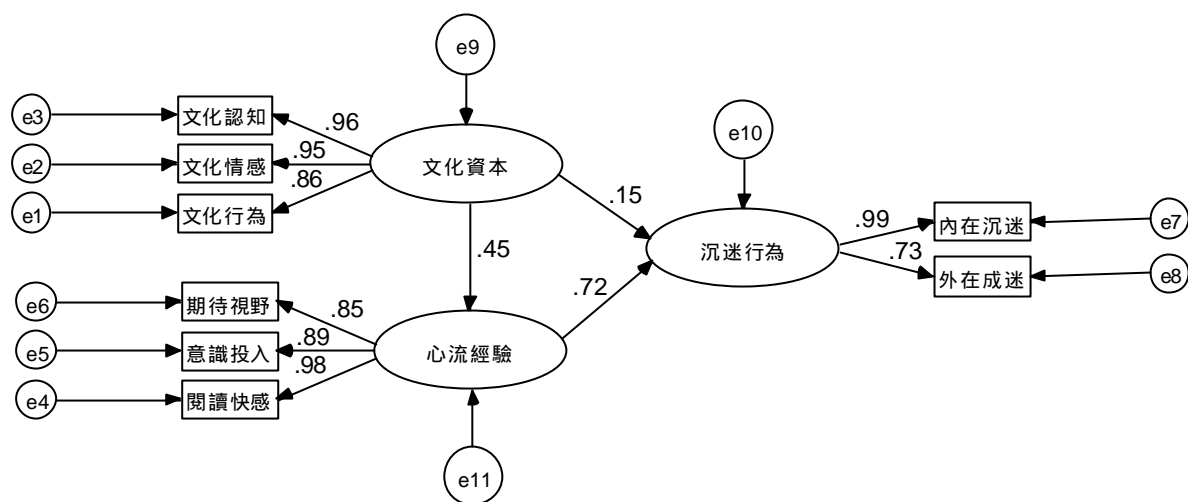


圖 4.1 閱讀沉迷行為之假設模式結果徑路圖

表 4.31 閱讀沉迷行為模式之路徑係數

結構化路徑	非標準化估計係數	標準誤	t 值	標準化估計係數
心流經驗 <-- 文化資本	0.511	0.054	9.415*	0.449
沉迷行為 <-- 心流經驗	0.733	0.037	19.552*	0.723
沉迷行為 <-- 文化資本	0.169	0.042	4.051*	0.147
文化行為 <-- 文化資本	1.000			0.858
文化情感 <-- 文化資本	1.109	0.039	28.793*	0.951
文化認知 <-- 文化資本	1.116	0.038	29.048*	0.957
閱讀快感 <-- 心流經驗	1.000			0.976
意識投入 <-- 心流經驗	0.914	0.027	33.744*	0.893
期待視野 <-- 心流經驗	0.875	0.03	29.455*	0.854
內在沉迷 <-- 沉迷行為	1.000			0.989
外在成迷 <-- 沉迷行為	0.734	0.044	16.774*	0.726

*p<0.05

4.6.2 閱讀沉迷行為模型之整體適配度評估

為驗證模式之配適度，本研究使用 AMOS 4.0 統計軟體來分析模型，並以最大概似法做為參數估計的方法，結果顯示於表 4.32。本模型分

析的 χ^2 平方值為 92.644 ($p < 0.001$)，雖未臻理想，但因卡方檢定值常受到樣本人數多寡的影響，因此 Baogozz & Yi (1988) 建議應當參酌其他適配度指標。在其他指標方面，GFI、AGFI、NFI、CFI、RMR、RMSEA 皆達到或接近學者要求。因此綜合上述結果顯示，本模式的整體配適度可接受。

表 4.32 閱讀沉迷行為模式整體適配度評估

SEM 適配指標	判斷準則	假設模型
χ^2 (chi-square)	愈小愈好	92.644
χ^2/df (卡方除以自由度)	< 5	5.450
適配度指標 (GFI)	>0.90	0.948
調整後適配度指標 (AGFI)	>0.80	0.889
基準適配度指標 (NFI)	>0.90	0.971
比較適配度指標 (CFI)	>0.95	0.976
殘差均方根 (RMR)	<0.05	0.050
平均平方誤差平方根(RMSEA)	<0.05	0.100

4.6.3 假設驗證

根據模型分析 (參見表 4.33) 說明本研究之假設驗證結果：

H1:個人文化資本越高，則閱讀心流程度愈高；亦即個人文化資本與閱讀心流經驗呈現正向關聯。

驗證結果顯示，文化資本與心流經驗呈現正向顯著相關 ($\beta=0.449$, $t\text{-value}=9.415$, $p < 0.001$)，H1 獲得支持。當個人平時培養對文化消費活動的偏好與長期接觸體驗時，即能養成良好的文化涵養，此涵養能充分彰顯在閱讀過程中，沉浸於心流湧現的最佳時刻。所以愈能接受文化薰陶的大專學生，在閱讀活動中也愈容易感受到心流的

經驗。

H2：閱讀心流經驗程度愈高，則閱讀沉迷行為愈高；亦即閱讀心流經驗與閱讀沉迷行為呈現正向關聯。

驗證結果顯示，閱讀心流經驗對閱讀沉迷行為呈顯著正向關聯 ($\beta=0.723$, $t\text{-value}=19.552$, $p<0.001$)，H2 亦獲支持。當個人體驗閱讀心流的經驗愈高，愈容易對特定文本產生高度的沉迷行為。心流經驗是一種正向回饋的動態經驗，當讀者經歷心流的最佳時刻，就成為此活動的一種酬賞，而此酬賞又將成為讀者追求再一次閱讀的動機，如此密集重複的互動，就成為讀者沉迷於特定文本的解釋因素。

H3：個人文化資本存量及閱讀沉迷行為間，閱讀心流經驗具中介作用。

結果顯示，若兩個變項之間具有間接效果，則表示兩變項間具有中介變項存在 (邱皓政，2003)。由表 4.33 顯示，文化資本到沉迷行為的標準化迴歸係數的間接效果 ($\beta=0.374$, $p<0.001$) 比直接效果高 ($\beta=0.147$, $p<0.001$)，顯示整體模式中的文化資本到沉迷行為，確實存在中介變項的心流經驗。H3 亦獲支持。

表 4.33 閱讀沉迷行為模式直接、間接效果參數估計值

標準化迴歸係數直接、間接效果		
	直接	間接
心流經驗 <-- 文化資本	0.449	0.000
沉迷行為 <-- 心流經驗	0.723	0.000
沉迷行為 <-- 文化資本	0.147	0.374

4.7 文本涉入度對文化資本於心流經驗之干擾影響

多位學者認為個人對於活動本身長期所關心的涉入程度，將會成為進入心流經驗的重要背景因素 (Chen, Wigand & Nilan, 1999; Novak & Hoffman & Yung, 1998; 黃瓊慧, 2001)。本研究發現個人文化資本存量高低，將可有效預測閱讀心流經驗的程度，但是文化的涵養是提供個人進入心流經驗的一個平台，並非同樣的文化涵養就能有相同的心流經驗，在其中仍須受個人主觀品味偏好的干擾，而特定文本的涉入度就可能成為文化資本與心流經驗的調節因素。

H4：文本涉入度對個人文化資本存量及閱讀心流經驗具交互作用。

驗證此一假設，本研究將文本涉入性與文化資本進行集群分析，取得類別性的群組區別，藉以檢驗不同群組的文化資本是否會受到不同的涉入群組干擾，影響心流經驗的程度。首先以非階層集群分析之 K 平均數法 (K-means)，將樣本分成三群組 (見表 4.34)，然後由兩因素三群組的因數高低《3》>《2》>《1》，重新集群命名為高文化組、中文化組、低文化組，高涉入組、中涉入組、低涉入組。再透過單變量變異數分析針對心流經驗總分數，進行整體效果檢定，結果如下：

表 4.34 文化資本與文本涉入集群分析表

文化資本各集群中的觀察值個數

集群	1	147.000
	2	221.000
	3	51.000
有效的遺漏值		419.000 .000

最後集群中心點

	集群		
	1	2	3
文化資本	60.04	88.04	116.18

文本涉入各集群中的觀察值個數

集群	1	77.000
	2	212.000
	3	130.000
有效的 遺漏值		419.000 .000

最後集群中心點

	集群		
	1	2	3
文本涉入	22.94	34.98	46.82

表 4.35 文本涉入度、文化資本與心流經驗變異數分析摘要表

受試者間效應項的檢定

依變數: 心流經驗

來源	型 III 平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
校正後的模式	127210.178 ^b	8	15901.272	36.564	.000
截距	2924451.961	1	2924451.961	6724.690	.000
文化集群	5143.594	2	2571.797	5.914	.003
涉入集群	54509.635	2	27254.818	62.672	.000
文化集群 * 涉入集群	5585.428	4	1396.357	3.211	.013
誤差	178301.951	410	434.883		
總和	7836582.000	419			
校正後的總數	305512.129	418			

a. 使用 alpha = .05 計算

b. R 平方 = .416 (調過後的 R 平方 = .405)

表4.36 文化資本群組、文本涉入群組對心流經驗之事後比較

多重比較

依變數: 心流經驗

Scheffe 法

(I) 文化資本集群	(J) 文化資本集群	平均數差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
1	2	-17.0049*	2.2195	.000	-22.46	-11.55
	3	-35.0064*	3.3890	.000	-43.33	-26.68
2	1	17.0049*	2.2195	.000	11.552	22.458
	3	-18.0015*	3.2396	.000	-25.96	-10.04
3	1	35.0064*	3.3890	.000	26.681	43.332
	2	18.0015*	3.2396	.000	10.043	25.960

以觀察的平均數為基礎。

*. 在水準 .05 上的平均數差異顯著。

多重比較

依變數: 心流經驗
Scheffe 法

(I) 文本涉入集群	(J) 文本涉入集群	平均數差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
					下限	上限
1	2	-17.1503*	2.7747	.000	-23.97	-10.33
	3	-44.5363*	2.9988	.000	-51.90	-37.17
2	1	17.1503*	2.7747	.000	10.334	23.967
	3	-27.3860*	2.3231	.000	-33.09	-21.68
3	1	44.5363*	2.9988	.000	37.169	51.904
	2	27.3860*	2.3231	.000	21.679	33.093

以觀察的平均數為基礎。

*. 在水準 .05 上的平均數差異顯著。

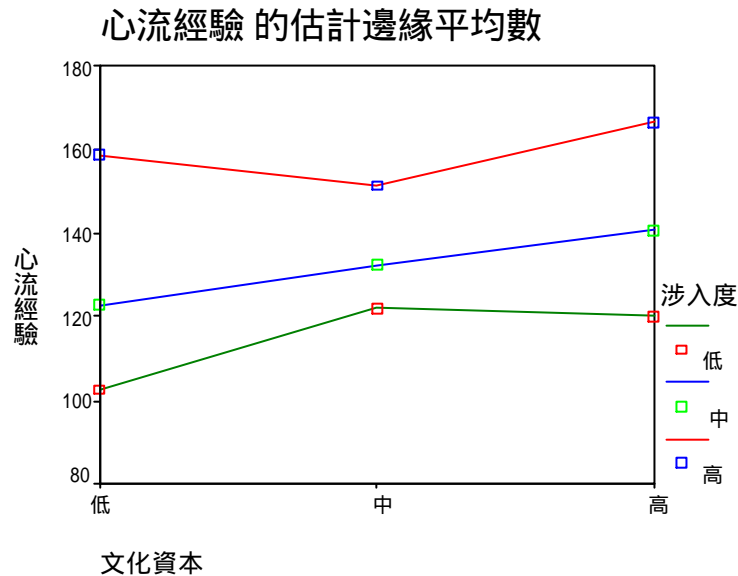


圖4.2 涉入度、文化資本於心流經驗之剖面圖

透過單變量變異數分析 F 值檢定，由表 4.35 可得知，文化資本群組主要效果達顯著 (F 值=5.914, p=0.003)；文本涉入群組主要效果達顯著 (F 值=62.672, p<0.001)；兩因子交互效果亦達顯著 (F 值=3.211, p=0.003)，另外再針對文化群組、涉入群組彼此間的事後比較均達顯著 (見表 4.36)。因此，文化資本影響心流經驗的關聯，會受到讀者對特定文本涉入度的影響，H4 獲得支持。

當讀者對特定文本持很高的關注程度時，除了成為影響讀者對文

化消費活動的選擇背景外，也能增強進入心流經驗的程度。也就是當擁有高文化資本存量的讀者，在閱讀過程中沉浸於心流經驗的感受也愈強，同時當讀者擁有較高特別偏好的文本時，閱讀過程中的愉悅感、滿足感就愈加明顯。

然而從圖 4.2 結果顯示，高涉入度組對於文化資本與心流經驗上有不同的發展趨勢。擁有高涉入度、少量文化資本的讀者，在心流經驗感受上，會比高涉入度、中度文化資本的讀者還要高。根據 Bourdieu 針對文化品味與資本量的區別特質（參見表 2.1）顯示，少量文化資本的讀者具有「必須性」的品味，往往以工具性或功能性的關係看待藝文活動，因此僅接受取悅大眾的通俗文本，建立具備娛樂功能的關係，當賦予深刻的情感與時間投入時，此刻閱讀便成為獲致樂趣的手段工具，其所產生的心流經驗（閱讀樂趣）是在強烈的期待下而湧現的。反觀，同樣是高涉入的情況，中度的文化資本讀者具有「炫耀性品味」，刻意追求提昇品味的美感經驗，焦點在於外在眼光的認同與理性分析的閱讀過程，反而耗散了閱讀過程中的專注力，以致感受閱讀小說的樂趣不如少量文化的讀者。同時中度文化的讀者，也會因為嘗試向更艱澀文本挑戰，努力學習審美知識與技巧，而時常遭遇閱讀的挫折，以致心流經驗不如少量與豐富的文化資本量讀者。

4.8 強迫需求性對心流經驗於沉迷行為之干擾影響

雖然心流經驗是一個人願意重複從事某一活動的原因 (Csikszentmihalyi, 1990)，這原因表現在閱讀的沉迷行為上，然而大專生的日常活動仍以課業學習為主，當所迷文本的閱讀時間，遭遇課業壓力所侵蝕，讀者內在發生矛盾的衝突心理，一方面是外在目的不得

從事的課業壓力，一方面又是內在驅使不得不從事的閱讀焦慮，因此強迫性需求的強弱感，干擾讀者是否能盡情沉迷的調節要素。

H5：強迫需求性對閱讀心流經驗及閱讀沉迷行為具交互作用。

依集群分析將強迫需求與心流經驗樣本分成個三群組。集群結果顯示 (見表 4.37)，分別為高度心流、中度心流、低度心流，高強迫性、中強迫性、低強迫性，以多變量變異數分析法，探討心流與強迫需求於內在沉迷與外在沉迷的調節效果。結果顯示如下。

表 4.37 心流經驗、強迫需求集群分析表

心流各集群中的觀察值個數			最後集群中心點			
集群	1	198.000				
	2	152.000				
	3	69.000				
有效的		419.000				
遺漏值		.000				
			集群			
			1	2	3	
			126.95	162.11	92.72	

強迫需求各集群中的觀察值個數			最後集群中心點			
集群	1	162.000				
	2	187.000				
	3	70.000				
有效的		419.000				
遺漏值		.000				
			集群			
			1	2	3	
			13.51	25.03	35.73	

表4.38 強迫需求組與內、外在沉迷之變異數分析摘要表

受試者間效應項的檢定

來源	依變數	型 III 平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
校正後的模式	沉迷內在	17641 ^b	8	2205.2	77.211	.000
	沉迷外在	16291 ^c	8	2036.3	53.118	.000
截距	沉迷內在	45838	1	45838	1605.0	.000
	沉迷外在	42415	1	42415	1106.4	.000
心流集群	沉迷內在	4078.0	2	2039.0	71.393	.000
	沉迷外在	984.94	2	492.47	12.846	.000
需求集群	沉迷內在	1870.2	2	935.12	32.742	.000
	沉迷外在	5147.2	2	2573.6	67.132	.000
心流集群 * 需求集群	沉迷內在	272.69	4	68.171	2.387	.051
	沉迷外在	77.066	4	19.266	.503	.734
誤差	沉迷內在	11710	410	28.560		
	沉迷外在	15718	410	38.336		
總和	沉迷內在	*****	419			
	沉迷外在	*****	419			
校正後的總數	沉迷內在	29351	418			
	沉迷外在	32009	418			

a. 使用 alpha = .05 計算

b. R 平方 = .601 (調過後的 R 平方 = .593)

c. R 平方 = .509 (調過後的 R 平方 = .499)

表4.39 心流經驗於沉迷行為之事後比較表

多重比較

Scheffe 法

依變數	(I) 心流集群觀察值個數	(J) 心流觀察值個數	平均數差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下限	上限
沉迷內在	1	2	-7.5663*	.7471	.000	-9.4017	-5.7309
		3	-15.8517*	.7758	.000	-17.7576	-13.9459
	2	1	7.5663*	.7471	.000	5.7309	9.4017
		3	-8.2854*	.5763	.000	-9.7013	-6.8696
	3	1	15.8517*	.7758	.000	13.9459	17.7576
		2	8.2854*	.5763	.000	6.8696	9.7013
沉迷外在	1	2	-5.9385*	.8656	.000	-8.0650	-3.8120
		3	-12.2883*	.8988	.000	-14.4964	-10.0803
	2	1	5.9385*	.8656	.000	3.8120	8.0650
		3	-6.3498*	.6677	.000	-7.9902	-4.7095
	3	1	12.2883*	.8988	.000	10.0803	14.4964
		2	6.3498*	.6677	.000	4.7095	7.9902

以觀察的平均數為基礎。

*. 在水準 .05 上的平均數差異顯著。

表4.40 強迫需求於沉迷行為之事後比較表

多重比較

Scheffe 法

依變數	(I) 強迫需求集群	(J) 強迫需求集群	平均數差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
						下限	上限
沉迷內在	1	2	-7.2191*	.5736	.000	-8.6283	-5.8099
		3	-14.2702*	.7644	.000	-16.15	-12.39
	2	1	7.2191*	.5736	.000	5.8099	8.6283
		3	-7.0511*	.7488	.000	-8.8907	-5.2115
	3	1	14.2702*	.7644	.000	12.392	16.148
		2	7.0511*	.7488	.000	5.2115	8.8907
沉迷外在	1	2	-9.0265*	.6646	.000	-10.66	-7.3939
		3	-15.7042*	.8856	.000	-17.88	-13.53
	2	1	9.0265*	.6646	.000	7.3939	10.659
		3	-6.6777*	.8676	.000	-8.8091	-4.5463
	3	1	15.7042*	.8856	.000	13.529	17.880
		2	6.6777*	.8676	.000	4.5463	8.8091

以觀察的平均數為基礎。

*. 在水準 .05 上的平均數差異顯著。

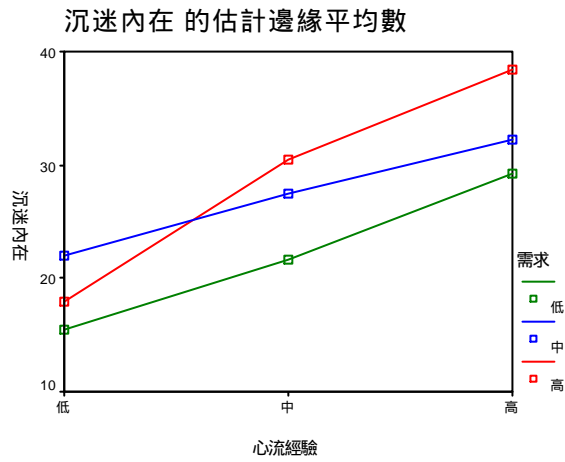


圖4.3 強迫需求、心流經驗於內在行為剖面圖

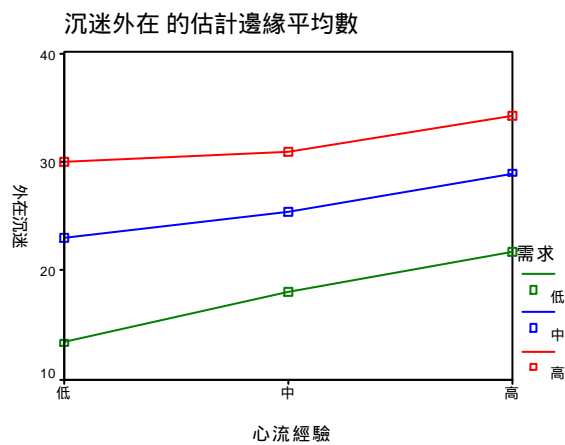


圖4.4 強迫需求、心流經驗於外在沉迷剖面圖

多變量變異數分析結果顯示 (表 4.37 ~表 4.40), 「強迫需求組」於內在沉迷與外在成迷的主要效果皆具有顯著差異; 「心流經驗組」於內在沉迷與外在成迷主要效果亦均達到顯著差異。兩因子交互作用結果顯示, 「心流經驗組」與「強迫需求組」在「內在沉迷」的交互效果檢定達到顯著, 然而在「外在沉迷」的檢定則無顯著差異。由此可見心流經驗程度影響沉迷行為, 內在沉迷部分會受到強迫需求性的干擾、外在成迷部分就無顯著差異, 亦即顯示 H5 部分成立。

內在沉迷方面, 讀者對所迷文本的內在情感反應會受到強迫需求的影響而產生干擾。如圖 4.3 所示, 高度需求線與低、中度需求線呈現明顯的交叉現象。由此可知, 高強迫需求者確實干擾心流經驗對內在沉迷的影響。

此外, 當心流經驗呈現較低時, 高度需求者雖然比中度需求者對內在沉迷的影響力較微弱, 但是當心流經驗提高到一定水準時, 高度需求者就超越中度需求者。由此可見, 強迫需求是讀者面臨課業或其他生活壓力下, 對小說文本的渴望需求。強迫需求性越強, 內在覺知的矛盾也越強, 使讀者內在對閱讀小說的情感意識, 產生更為緊密的鏈結; 反而當讀者未感受到需求的強迫性時, 對閱讀過程所感知的心流, 僅能在讀者的內在形成有限度的沉迷行為。

讀者沉浸於心流經驗的程度, 能直接影響對所迷文本所表現出的外在行為, 但不會受到強迫需求心態的影響, 如圖 4.4 所示。由此可以做兩種可能的推論: (1) 讀者不論是否出現課業或其他原因抑制閱讀的壓力, 在心流經驗的促動下, 仍無法控制讀者對於所迷文本的外在表現; (2) 讀者長期投注心力於所迷文本上, 已具有高度的「生產性 (係指讀者對於文本所衍生的想像關係或興奮的群眾行為)」的外在行為, 而忽略短暫性學業或生活上抑制壓力的影響。

4.9 閱讀心流經驗之結構方程模式

分從三方面說明閱讀心流經驗模式驗證的結果，包括假設模式之驗證（徑路圖及路徑係數）、整體適配度評估及研究假設驗證。統計分析軟體皆採用 AMOS 4.0 進行分析。

4.9.1 閱讀心流經驗模式驗證

本模式是根據 Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung (2000) 等人，將心流經驗的歷程分為事前、經驗中、結果等因果循序階段。本假設模式之適配度檢定結果如圖 4.5 及表 4.41 所示：

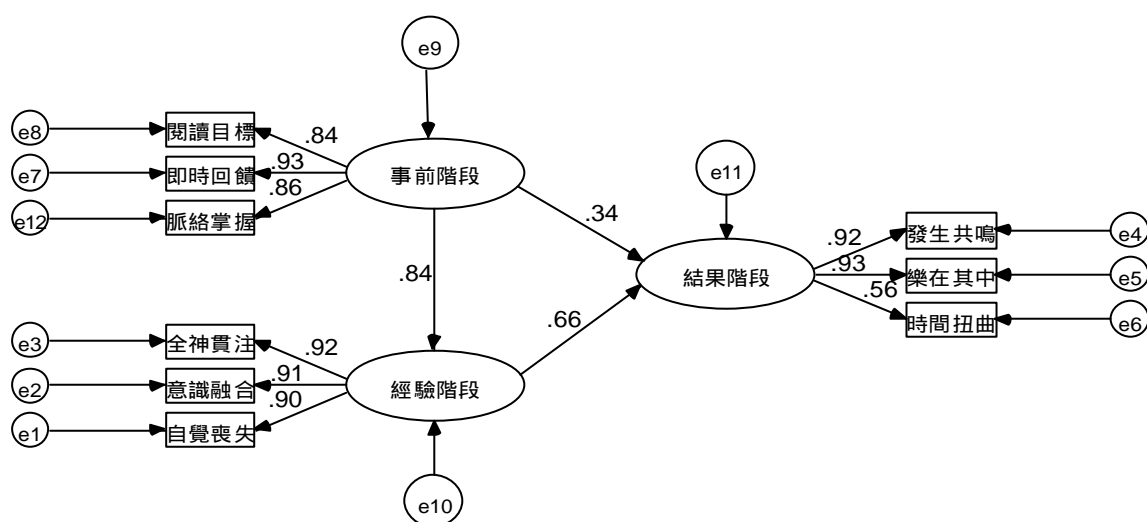


圖 4.5 閱讀心流經驗之結構方程模式路徑圖

表 4.41 閱讀心流經驗結構模式路徑係數表

結構化路徑	非標準化估計係數	標準誤	t 值	標準化估計係數
經驗階段 <-- 事前階段	0.808	0.039	20.973*	0.842

結果階段 <-- 經驗階段	0.680	0.055	12.485*	0.659
結果階段 <-- 事前階段	0.332	0.050	6.634*	0.336
自覺喪失 <-- 經驗階段	1.000			0.896
意識融合 <-- 經驗階段	1.017	0.035	29.107*	0.911
全神貫注 <-- 經驗階段	1.023	0.035	29.467*	0.916
發生共鳴 <-- 結果階段	1.000			0.925
樂在其中 <-- 結果階段	1.001	0.030	33.270*	0.926
時間扭曲 <-- 結果階段	0.608	0.047	13.028*	0.563
即時回饋 <-- 事前階段	1.000			0.933
閱讀目標 <-- 事前階段	0.902	0.035	25.428*	0.842
脈絡掌握 <-- 事前階段	0.926	0.034	27.048*	0.864

*P<0.05

4.9.2 閱讀心流經驗模式之整體適配度評估

由表 4.42 整體適配度指標評估顯示 χ^2 平方值為 149.427 ($p < 0.001$)，雖未臻理想，但在其他指標方面：GI、AGFI、NFI、CFI、RMR、RMSEA 皆達到或接近學者要求。因此，本模式的整體配適度可接受。

表 4.42 閱讀心流經驗結構模式整體適配度指標評估

SEM 適配指標	判斷準則	假設模型
χ^2 (chi-square)	愈小愈好	149.427
χ^2/df (卡方除以自由度)	< 5	6.226
適配度指標 (GFI)	> 0.90	0.926
調整後適配度指標 (AGFI)	> 0.80	0.861
基準適配度指標 (NFI)	> 0.90	0.961
比較適配度指標 (CFI)	> 0.95	0.967
殘差均方根 (RMR)	< 0.05	0.030
平均平方誤差平方根(RMSEA)	< 0.05	0.112

資料來源：本研究整理

4.9.3 假設驗證

在閱讀心流經驗模式中本研究提出三項假設，茲分別說明如下：

H6：閱讀過程的事前階段與經驗階段正向關聯。

H7：閱讀過程的經驗階段與閱讀後的效果階段正向關聯

H8：閱讀過程的事前階段與閱讀後的效果結果階段正向關聯。

假設驗證結果如表 4.43 所示，由事前階段到結果階段的間接效果 ($\beta=0.555, p<0.001$) 比直接效果高 ($\beta=0.336, p<0.001$)，顯示整體模式中的事前階段到結果階段，存在中介變項的經驗階段。

表 4.43 閱讀心流經驗模式直接、間接效果參數估計值

標準化迴歸係數直接、間接效果		
	直接	間接
經驗階段 <-- 事前階段	0.842	0.000
結果階段 <-- 經驗階段	0.659	0.000
結果階段 <-- 事前階段	0.336	0.555

表 4.43 結果亦顯示，閱讀心流經驗的事前階段與經驗階段有顯著影響 ($\beta=0.842, p<0.001$)，H6 獲得支持。Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung (1998) 等人認為心流理論應當具有動態歷程的循序效果。當讀者內在有明確的閱讀目標，並且具有掌握文本訊息的相當閱讀能力時，讀者在閱讀過程就能體驗全神貫注與渾然忘我的意識交融，因此當閱讀的目的越明確時，讀者則越容易體驗到心流湧現的經驗。所以閱讀事前階段的前提就像提供讀者一條飛向文本世界的起飛跑道。

另外，閱讀活動中的經驗階段與閱讀後的效果階段亦有顯著相關 ($\beta=0.659, p<0.001$)，H7 獲得支持。閱讀活動的歷程雖然是一種暫時性、主觀的經驗，可是卻是瞥見個人生命最優經驗的時刻 (Csikszentmihalyi, 1990)，根據 Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung

(1998) 等人的心流因素分類，經驗階段是個人體驗心流的一種特性，當此特性感受越深沉、意識越投入，則個人從經驗活動結束後的愉悅快感也最強，這也就是享受閱讀常常能令人樂在其中的根源。

最後，表 4.43 驗證結果也顯示，閱讀活動中的事前階段能直接影響閱讀後的結果階段 ($\beta=0.336$, $t\text{-value}=6.634$)，顯示兩者之間具有顯著相關，H8 亦獲支持。Csikszentmihalyi (1990) 認為當心流活動一旦展開，其他心流因素自然水到渠成，因此根據 H6 及 H7 可以推論，閱讀心流活動對一般人而言，需要經過三個階段的歷程；然而從 H8 卻可以得知，閱讀心流活動對某些人來說，只要能有明確的閱讀目標與清晰回饋感、同時文本挑戰與個人閱讀能力平衡在一個水準之上，就能自然對文本產生極大的共鳴認同、享受到閱讀快感。

第五章 結論與建議

本研究主要探討個人在閱讀小說經驗上，如何產生愉悅的快感，又如何沉迷於小說文本的世界中。我們以心流理論為理論基礎，建構閱讀沉迷行為模式與閱讀心流經驗模式。本章將整合研究結果與發現，最後對學術界、出版業界及讀者提出建議。

5.1 研究發現與貢獻

研究結果分從六項整理說明如下：(1)樣本人口特徵與閱讀習慣的關聯性；(2)樣本特徵對文化資本、心流經驗與沉迷行為的差異分析；(3) 閱讀沉迷行為模式的驗證 (H1、H2、H3)；(4)文本涉入度之交互效果驗證 (H4)；(5)強迫需求性之交互效果驗證 (H5)；(6)閱讀心流經驗模式的驗證 (H6、H7、H8)。

5.1.1 樣本描述與閱讀習慣

1. 本研究樣本主要是南部大專學生，男女比例約為 1：3，平均年齡在 20-25 歲間，商管類科居多。樣本限制為「半年內曾閱讀過小說的讀者」。

2. 女性對文學小說的偏好高於男性，此部份與台灣市場調查報告結果類似。

3. 重度閱讀者主要以學校圖書館為取得小說來源，一般讀者偏好租書店借閱。

4. 性別不影響閱讀頻繁度，但是男性到書店購買比女性高，而女性較偏好至租書店。

5.1.2 樣本特徵與文化資本、閱讀心流經驗、沉迷行為的關聯性

文化資本提供讀者基本的文化能力平台。在這平台上的大專生遭遇學業上、生活上等不同型態的壓力，拉扯讀者的閱讀時間與所得樂趣、迷戀等情感反應，而累積成個別相當不同的閱讀感受。於是樣本的特質交互著文化消費、閱讀過程、迷戀表現等不同型態的行為。

1. 性別在各構面的差異

由於大專生對文化的善意與培育具有一定的基礎，所以在性別上對於文化的知覺態度與體驗情感具有相同的感受，反而是實際參與藝文活動的頻次上，男性顯著的比女性更具積極性。

在閱讀的動態歷程上，女性對於閱讀目標與故事情節的脈絡有較強的掌握感，容易受文本情節所感動，但是當集中精神在意識與閱讀文本融合時，在自我知覺上就與男性沒有顯著差別了。

整體而言，深藏於內在情緒感受與所迷戀文本的交織關係，男女性是沒有任何不同的。然而，表達對所迷文本的愛慕之意，男性較具有積極與外顯的行動力。

2. 閱讀頻次在各構面的差異

研究結果發現，閱讀頻率愈高的讀者，較能感受閱讀過程中所帶來的心流喜悅，對所喜愛文本的一份執著與沉迷，且更能培育出對多元藝文活動的涵養與美學感受。可見大專生沉迷於閱讀小說，並不必然造成讀者陷入一個有限的經驗範疇，或抹殺其他方式體驗文化消費活動的心流經驗。反而是閱讀沉迷的行為，是讀者發現樂趣與期待再次經歷的循環作用，它使心流變得如此迷人的動力能源，透過閱讀心

流的「涵化作用」，將使個人充滿文學體驗與品味的情懷。就像啟動一部文化資本養分的動力機，當閱讀頻次循環愈高，對其他藝文活動的感受也就愈深刻。

3. 科系別在各構面的差異

研究結果顯示，專業性的邊界並不會限制讀者的文化能力。文化是一種態度，是一種生活基礎，不管讀者被構築在哪一種專業領域的邊境內，它都是被超越的。同樣的，心流經驗也是被封印在每個人潛藏的意識中，透過相關有意識的技巧與途徑，它就會在個人的最佳經驗中湧現，不受專業性背景的影響。

然而就內在心靈的迷戀現象，發現文學類科的學生對於所迷文本的沉迷行為較為外顯。可能原因是文學類科學生平時受同儕、課程影響，有較多機會共同討論或發表對文學藝術的觀點，所以有較明顯主動的著迷行為。

5.1.3 閱讀沉迷行為模式的驗證

本研究所建構之閱讀沉迷行為模式，因適配指標大多獲得支持，顯示本研究模式是可被接受的。由此一模式的結果顯示，文化資本對於樣本的閱讀心流經驗的具有直接影響的效果，也就是當個人的文化資本存量愈高，閱讀的心流體驗就愈深刻（支持 H1）。

因此，具有一定文化資本量的大專生，平時接受文化薰陶的培育，對藝文活動的參與體驗，潛移默化中涵養個人的文化能力，包含文化知識、態度、情感等，這份文化能力隨著讀者在專注於閱讀過程中而表現出來，提供一個讓讀者進入心流狀態的平台。心流經驗所獲

得的樂趣，是邁入下一次更高層次目標的動力，Csikszentmihalyi（1990）曾說「我們不可能長期做同樣層次的事，還覺得樂趣無窮」。所以文化資本的層次反應在閱讀快感的愉悅中，是必須被體現在高挑戰與高技巧平衡的層次上，然後尋求樂趣的意願就會促使我們拓展自己的技巧，使心流成為成長與發現的泉源。

另外，透過閱讀沉迷行為模式的分析驗證，閱讀心流經驗與沉迷行為呈現直接效果，具有顯著的相關性（支持 H2）。當讀者沉浸於閱讀心流活動中，常會激發欲罷不能的趨勢，活動本身成為一種樂趣的酬賞，並將轉移成為沉迷行為的驅使動機。

模式分析結果亦顯示，文化資本到沉迷行為間具有明顯的直接與間接效果。亦即，閱讀心流經驗在個人文化資本與沉迷行為間具有顯著的中介效果（支持 H3）。這表示閱讀沉迷行為是一種以心流為中介的輸入與輸出的轉換過程。進入心流經驗的前提是文化知識背景的事前階段，它控制著對閱讀活動的挑戰層次，與文本互動回饋的能力。所以文化資本的高低直接提供一個進入心流的可見視野，透過經驗過程中，意識與文本的融合後，樂趣成為心流經驗所輸出的酬賞，而此樂趣酬賞又將成為沉迷行為一再重複閱讀的動力根源。

5.1.4 文本涉入度的交互效果

個人對於活動本身長期所關心的涉入程度，是否會成為進入心流經驗的重要背景因素？透過分析結果證明，讀者對特定文本的不同涉入程度，在不同的個人文化資本存量交互作用下，會影響對心流經驗的程度（支持 H4）。亦即不同讀者對所偏好文本的喜愛程度，會影響文化資本對心流經驗的關係。另外，當讀者對文本具有高涉入程度

的情況下，少量文化資本會比中度文化資本量的讀者，對心流經驗的感受還高。顯示少量文化資本的讀者，因為僅以閱讀過程為獲致娛樂性的工具手段，反而忽略審美品味的挑戰性，以致失去美學經驗學習的成長機會，在高涉入的狀態下，形成一種期待娛樂效果的狹隘眼界，其所重視的是在於如何獲得樂趣，而非閱讀過程的完整體驗，所以專注於功能性目的的閱讀心流狀態（閱讀樂趣）是較為強烈的。

5.1.5 強迫需求性的交互效果

大專生日常生活的適應型態中，包含學業方面適應、教育與生活目標的適應、個人的情緒適應、社團活動與社交情況的適應等面向，當讀者過度沉迷於閱讀小說的時間時，是否可能因為這四個相關面向的制約，而產生內在控制對渴望閱讀的強迫性需求？

驗證結果顯示在相同的心流經驗下，強迫需求性對於外在沉迷的現象並無任何的交互效果(干擾作用)，反而是內在沉迷具有交互效果，亦即部分接受 H5。由此可見，當讀者對所喜愛的文本已呈現外在沉迷的行為時，閱讀需求的強迫性是無法產生任何干擾的。這顯示外在沉迷者在大專生活的適應上有兩種極端情況：一是外在沉迷者與大專生活適應產生極大的衝突，閱讀需求的強迫性已無法解決此一互斥程度；二是外在沉迷者與大專生活間有相當良好的適應策略，閱讀需求的強迫感不具有改變沉迷行為的效應。

此外，就內在沉迷者而言，高強迫需求感干擾著心流經驗對沉迷行為的影響。亦即當讀者閱讀小說的期待與其他生活適應的衝突情緒壓力下，必須產生閱讀需求的高強迫感時，才能使心流的樂趣增強對文本的情感鏈結與密集的反應。

5.1.6 閱讀心流經驗模式的驗證

本研究所建構之閱讀心流經驗模式，因適配指標大多獲得支持，顯示本研究模式是可被接受的。此一模式顯示心流狀態的原始因素，應當具有內部循序動態的因果關係---閱讀過程中心流狀態的前提、經驗與結果的結構模型。

據驗證結果顯示，期待視野的「事前階段」對意識投入的「經驗階段」具有直接影響的效果，也就是當讀者對閱讀目標的企圖愈明確、能掌握文本訊息的回饋能力愈高，則讀者專注在閱讀經驗中的意識就愈投入，就越容易喪失對自我的外在知覺（支持 H6）。心流經驗的事前階段就像是提供讀者進入一條飛向文本世界的跑道。所以讀者接受文本故事、文辭的挑戰難度，會召喚出精神能量的焦距，由於意識忙於掌控文本的意義與回饋的訊息，以致在過程中對自我的概念會產生暫時性的撤離。

閱讀者的「經驗階段」愈深沉，獲得的閱讀快感樂趣「效果階段」也愈高（支持 H7）。經驗中的意識融入是心流的一種特性，當此特性愈明顯、意識愈投入，則個人從閱讀結束後的愉悅感也愈強，這也就是享受閱讀常常令人樂在其中的根源。

Csikszentmihalyi (1990) 認為，對活動具有明確的目標與回饋、以及面臨挑戰的相對技巧平衡在一定水準之上，就能感受一連串的心流經驗。本研究驗證結果發現，當讀者有意識地設定自己閱讀的目標，選擇象徵挑戰的文本難度，並且讓自己在閱讀過程隨時掌控一切回饋的訊息與文本脈絡，讀者就能獲致閱讀樂趣，在閱讀過程中體驗水到渠成的心流快感（支持 H8）。

5.2 行銷管理意涵

本研究以心流理論的觀點，探討讀者於動態閱讀過程中，如何在享受專注忘我的心靈樂趣之後，進而與文本發生強烈的認同歸屬，深化閱讀沉迷的行為。經過研究之結果與發現，提出本研究的行銷意涵，茲說明如下。

5.2.1 增強讀者的閱讀心流經驗

本研究發現讀者的文化資本量會影響閱讀心流經驗的程度，不同文化資本層次的讀者對於心流經驗的感受也有所不同。因此讀者所感受到的閱讀樂趣，會受到個人平時對文化消費活動的認知態度與體驗情感的影響，接觸文化活動愈多，心流經驗就愈明顯。個人主觀知覺的文化資本差異，顯示在個人對閱讀經驗的感受上，當個人體認自己文化資本量較高時，其實也顯示個人對閱讀理解與體悟能力的程度，心流經驗的前提，是個人在面對文辭目標與自己閱讀能力之間的距離，呈現在一個可見的挑戰範圍內，若失去可見視野的範圍，此文本也無法成為讀者的閱讀經驗。

所以出版者應當從個人文化資本存量中找出不同的差異區隔，同時與心流經驗的前提目標與即時回饋加以鏈結，以尋求符合讀者的品味與注意力，以強化小說文本屬性的定位策略。日本暢銷書編輯井狩春男(2004)曾說「書籍只能賣給有限的讀者，不論印量的多寡，只要出版社能把書賣給『想要閱讀或應該需要閱讀』的讀者，即使該書印量不多，只要能全部賣出，這本書堪稱是好書也是暢銷書」(邱振瑞譯，2004)。因此出版者面臨一本書出版之前，內心即以描繪讀者的群像，所以從讀者的文化消費活動的層次來區隔目標市場，探究讀

者的先在文化知識與理解經驗背景，建立心流經驗的前提因素，如何讓讀者成為選擇的明確目標？如何在閱讀過程中掌握回饋的訊息？如何讓對應層次的讀者容易理解等等，心流活動的前提一旦展開，其它心流的因素就自然水到渠成了。

5.2.2 深化讀者的閱讀沉迷行為

沉迷行為對出版業界來說是一種忠誠度的行為表現，因此讀者的高沉迷行為就可能表現出對相關產品的再購意願，也是出版者的長期顧客，出版者若能找到這些高沉迷傾向的市場區隔，便能針對其特質進行關係管理的行銷策略，根據 80/20 法則原理，20%的忠誠顧客，往往能為企業帶來 80%的獲利，將企業有限的資源投資在有效益的消費群上，是未來企業的決勝關鍵（周庭銳，黃盈裕，2000）。

讀者的沉迷行為隨著閱讀心流經驗的感受不同而有顯著差異，因此沉迷行為會因為心流經驗的累積循環而呈現與特定文本的深度認同，所以出版者應當辨識出不同沉迷程度的讀者區隔，為高沉迷讀者(長期讀者⁷)進行相關的維繫策略，為低沉迷者(短期讀者⁸)強化閱讀經驗的心流感受，為一般讀者(初次讀者⁹)者進行刺激閱讀的促銷策略(見圖 5.1)。

行銷目標若是高沉迷者，應將特定文本小說的外在屬性（如書籤、藏書票、作者簽名、相關音樂、改編電影、提供公開展示與討論交流平台等相關周邊衍生產品或社群），與心流因素的條件（如提高注意力、輔助理解性、提供想像的影像等）加以連結，以強化維繫特

⁷長期讀者指長期一直閱讀或購買特定公司的讀者。

⁸短期讀者指偶而閱讀或購買特定公司的讀者。

⁹初次讀者指初次閱讀或初次購買特定出版公司的讀者。

定文本在高沉迷讀者的關係。

行銷目標若是低度沉迷者，讀者表現是較為被動的，對心流經驗的是較為模糊、心流頻次也是較低的，因此行銷目標是將低度沉迷者改善為深度沉迷，出版者應當調整接下來相關書系的內在屬性（包含故事結構、情境鋪陳、文辭理解、可讀性等相關寫作技巧）與心流中經驗階段與結果階段加以連結，讓讀者更容易進入心流經驗中，以享受閱讀樂趣的快感，透過快感的轉移而累積成深度的沉迷。

行銷目標若是一般性讀者，則從閱讀心流經驗模式可知（如圖 4.5），若使讀者清楚其閱讀目標，愈能增進心流意識的投入，也愈能提高其閱讀的樂趣。因此一般讀者對此特定文本若無任何偏好，則應用相關促銷策略以刺激讀者的閱讀，並且在心流的前提階段提供一個進入的跑道，令讀者在閱讀的沿途上，能夠取得明確的回饋訊息，吸引讀者成為閱讀目標，讓讀者在每一章節、每一段落中能有清晰的回饋印象，達到容易理解、想像的移情作用。

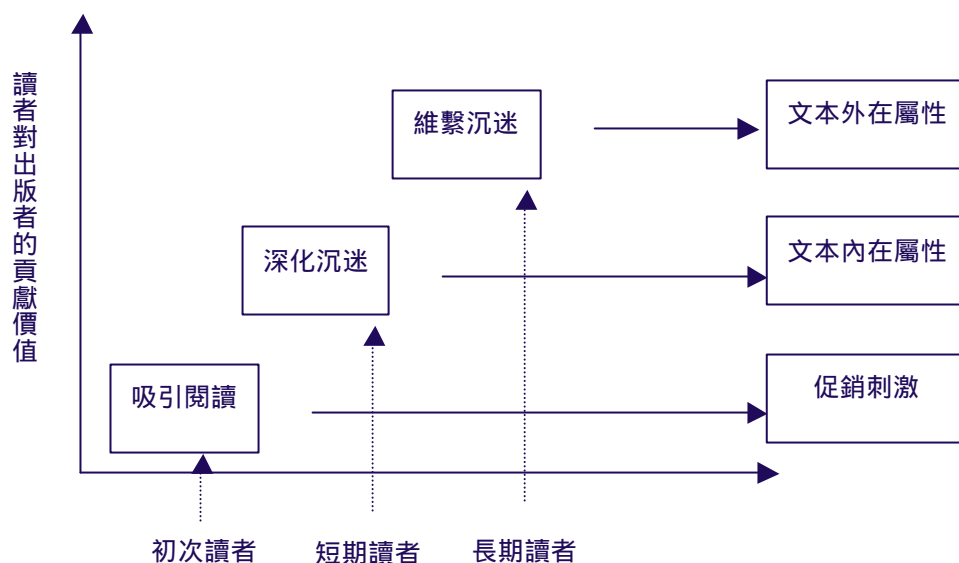


圖 5.1 讀者價值策略觀測圖

資料來源：本研究整理

5.2.3 出版行銷區隔策略

Bourdieu (1983) 認為文化資本量表現在不同的品味特質上，高文化資本量者能接受多元、自由性的品味，而低文化資本量者僅以必須性、功能性的品味看待與文化的關係。而涉入程度是表現出閱讀小說對日常生活的重視程度，具有內在催化情感認同的傾向，因此透過本篇研究文本涉入與文化資本對心流影響的結果 (參見 4.7 節)，可描述讀者群品味的區隔，如下圖 5.2。

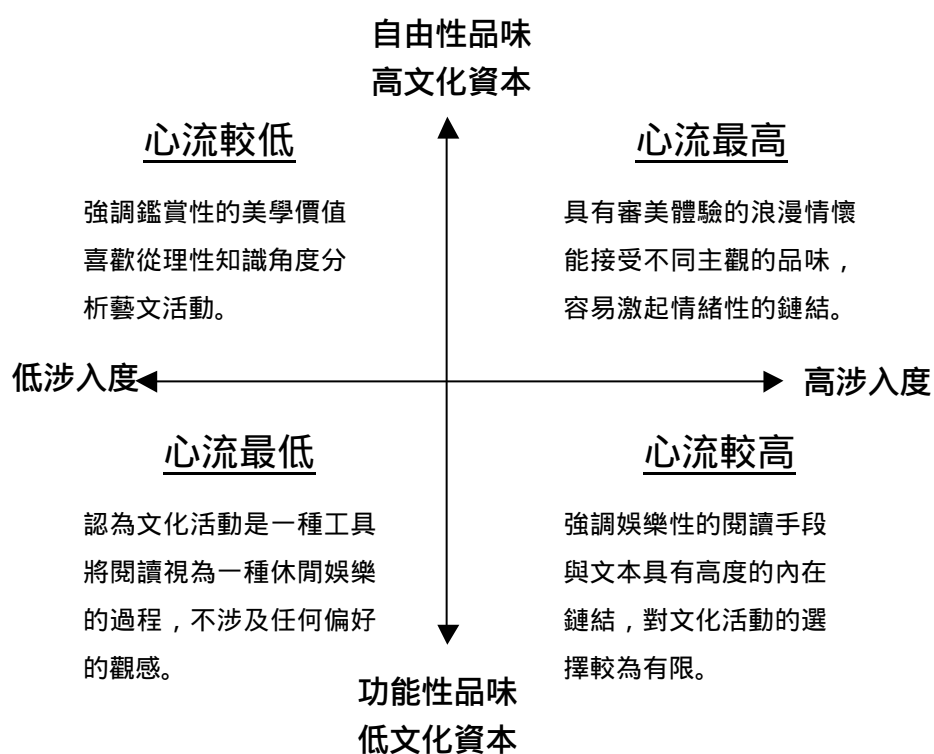


圖 5.2 讀者品味與心流經驗區隔圖

資料來源：本研究整理

1. 高文化資本、高涉入的讀者特質：讀者在閱讀過程中擁有最高的心流經驗，具有審美體驗的浪漫情懷，能接受不同主觀的品味，容易激起情緒性的鏈結。

2. 低文化資本、高涉入讀者特質：讀者在閱讀過程中擁有較高的心流經驗，強調娛樂性的閱讀手段，與文本具有高度的內在情感鏈結，對文化活動的選擇較為有限。

3. 高文化資本、低涉入讀者特質：讀者在閱讀過程中擁有較低的心流經驗，強調鑑賞性的美學價值，喜歡從理性知識角度分析藝文活動。

4. 低資本、低涉入讀者特質：讀者在閱讀過程中擁有最低的心流經驗，認為文化活動是一種工具將閱讀視為一種休閒娛樂的過程，不涉及任何偏好的觀感。

由讀者特質的區隔，可以描繪出讀者的群像，涉入較高的讀者是較容易成為忠實讀者，間接影響沉迷行為較為深刻，而高文化資本量讀者是需要透過心流經驗的運作而成為忠實讀者的，因此出版策略不應只重視流行通俗的市場價值，應強調多元需求的「讀者價值」。所以出版目標是高文化資本量、高涉入讀者，則應重視創造性、象徵性、獨特性、啟發性的出版價值，能激起讀者感性情緒的文本內容；若出版目標是低文化資本、高涉入的讀者，則應重視消遣性、滿足情感需要的出版價值，以流行趨勢品味為導向，建立套路性、規則性的文本內容；而出版目標是高文化資本量、低涉入讀者，則應重視實在的、協調的、完美比例的、經濟的出版價值，能讓讀者鑑賞文學形式的文本內容；若出版目標是低文化資本量、低涉入讀者，則應重視娛樂性、文學包裝性的出版價值，強調流行、輕、薄、圖片豐富的文本內容，以感官情境刺激讀者閱讀。

表 5.1 出版行銷區隔策略表

	自由性品味 (高資本量)	功能性品味 (低資本量)
高涉入	1.重視創造性、象徵性、獨特性、啟發性的出版價值。 2.能激起讀者感性情緒的文本內容。	1.重視消遣性、滿足情感需要的出版價值。 2.以流行趨勢品味為導向，建立規則性的文本內容。
低涉入	1.重視實在的、協調的、完美的、經濟的出版價值。 2.能讓讀者以知性鑑賞文學形式的文本內容。	1.重視娛樂性、文學包裝性的出版價值。 2.強調流行、輕、薄、圖片多的文本內容，以感官情境刺激讀者閱讀。

資料來源：本研究整理

5.3 後續研究建議

由閱讀沉迷行為模式與閱讀心流經驗模式的驗證與發現，本小節將整合研究結果，對學術界及讀者個人提出建議。

5.3.1 學術研究方面

自從心流理論提出後，就被廣泛應用於許多不同領域的研究，如在生活中、工作、休閒、運動、購物、教育等活動情境上，接著陸續有學者將其應用到電腦軟體的學習及網路活動的情境，發現使用電腦或網路活動同樣會讓人進入心流的狀態中，而國內外關於心流理論與閱讀歷程的實證研究並不多見。

本研究建構心流理論為基礎的閱讀沉迷行為模式，並透過實證研究分析，更可掌握多數讀者閱讀的心理趨勢與沉迷效應，將可提高預測閱讀行為模式的有效性。對後續研究者相關建議，分述如下：

1. 本研究從閱讀沉迷行為的現象，探討文化資本、心流經驗、沉迷行為等主要變項關係，並以文本涉入度與強迫需求性做為調節變

項，瞭解個人主觀的閱讀過程中進入沉迷行為的影響因素。建議後續研究者，可從文本相關的屬性，探討哪些文本最能正向影響心流經驗與沉迷行為的關係。

2. 從本篇研究的實證基礎上，可對不同的小說文本進行質性的內容分析，分別從暢銷小說、非暢銷小說、精緻品味、大眾品味等四個構面，進行閱讀心流因素的分析，以掌握未來文本編輯趨勢，建立市場區隔的差異。

3. 本研究僅從小說文本類型上探討閱讀心流經驗，建議後續研究者可從其他類型文本上進行研究，如商管類書、圖畫書、工具書、心理勵志類書等，藉以比較文本類型與心流經驗的差異。

4. 本研究目的在彰顯閱讀沉迷的現象成因，並不針對沉迷行為對大專生活適應的負面性上做探討，建議後續研究者，可以深入探究哪一類型文本的高沉迷者，對學業成就上會產生正面效應或負面效應。

5. 本研究心流經驗的解釋變數為文化資本，是個人對文化消費活動的概觀，建議後續研究者可以針對讀者長期對閱讀活動的信念與評價，建立閱讀的價值觀，藉以成為心流因素的解釋變數，同時探討長期的閱讀價值觀，是否會受到短期心流活動的沉迷而改變個人的信念評價。

5.3.2 讀者方面

「讀什麼不重要，重要的是怎麼讀」，Csikszentmihalyi (1990) 認為不論任何活動，只要能產生心流，就會令人覺得樂趣無窮。因此本研究驗證心流理論的適用性，強調 Csikszentmihalyi (1990) 所言，

個人只要能透過意識內涵的改變，就能將無助的境況，轉變為有機會的挑戰。選定一個明確目標，投入全部注意力，不論做什麼都能樂在其中。

1. 在閱讀一本書前，保持讀完一本書的明確企圖，並且建立預期獲得知識的評估方法或情緒感受的情境想像，以取得回饋的途徑。清楚的讓自己了解讀一本書的目標為何，是為了享受閱讀樂趣？還是為了獲取知識，要能有解讀抽象符號體系的閱讀技巧，將閱讀視為是一場挑戰，由挑戰召喚意識的集中。注意力越集中，投入就越容易。注意力脫序、精神渙散是很容易被排除在心流之外的。

2. 透過精神能量的焦點集中，並盡可能對理解想像涉及的知識或情境做更精細的思維或聯想。在遭遇文本脈絡難以掌控理解時，應當仔細提昇自己的識讀技巧，留意文本所透露的回饋訊息，注意一切文本的動態呈現；在閱讀過程變得單調厭煩時，當更精緻體會文本的內涵或更真實化的想像空間。

3. 透過閱讀心流的作用，讓意識學會控制一時一刻的意識狀態，可能還不足以體會其它存在活動的心流。本研究認為閱讀活動將可有效助益提升個人的文化資本量，因此建議讀者應該能培養一個整體性的目標方向，有意識地使日常生活中每件事都具有意義，不論任何文化活動的體驗或是學業、社交上等都應視為是一場不同的挑戰，讓心靈穿梭在不同心流活動之間，每一活動召喚一次意識的專注，進而保持生活的內在秩序，透過如此的小心流活動，而將整個人生串聯成具有一貫目標的大心流活動，同時也能獲致自得其樂的性格。

5.4 結語

Csikszentmihalyi (1990) 認為「心流經驗」是人類穿梭於具體經驗的沉迷與遙遠的心智國度間的過程。從心流發現喜悅，從簡單的心靈到複雜的自我，呈現了身體與意識之間的最優心態（余德慧，1993）。正因為如此，閱讀的現場召喚出最佳經驗的心流，它汲取個人文化資本的養分；在閱讀過程中，意識經驗融合文本的世界而產生共創的新意義，而這一份產出的愉悅能量與新意義，分別透過沉迷的內在情感鏈結與外在成迷（fans）的行為而彰顯。所以閱讀沉迷行為就在長期靜態文化資本量與短暫動態心流經驗的過程中的發生。

參考文獻

中文部分

- 丁志成 (2002) 《線上和電腦遊戲玩家參與行為之探討》，碩士論文，高雄：國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所。
- 天下編輯部 (1999) 《出版人的對話》，台北：天下文化。
- 王育英、梁曉鶯譯 (2000)，《體驗行銷》(Bernd H. Schmitt 原著)，台北：經典傳訊。
- 王國維(1908) 「人間詞話」《國粹學報》，47 50 期，上海。
- 王靜惠 (1998) 《網路瀏覽涉入與流暢經驗之相關性探討》，碩士論文，嘉義：國立中正大學企業管理研究所。
- 朱元鴻 (1993) 《台中市生活風格研究》，碩士論文，台中：東海大學社會研究所。
- 朱文妮 (2000) 《台灣地區文化消費行為中的區分現象》，碩士論文，台中：東海大學社會研究所。
- 朱文增 (1988) 《文化性商品消費行為研究》，碩士論文，台北：台灣大學商學研究所。
- 行政院文建會 (2001) 《中華民國 89 年台灣圖書雜誌出版市場研究報告》，台北：行政院文建會。
- 余德慧 (1993) 『序-聽見喜悅的聲音』《快樂，從心開始》，台北：天下。
- 余德慧 (2001) 《詮釋現象心理學》，台北：心靈工坊。
- 吳明隆 (2003) 《SPSS 統計應用學習實務》，台北：知城。
- 吳昭怡、洪震宇 (2003) 《心動產業讓世界哈台》「天下雜誌」，288(12)，128-140。

- 吳得豪 (2002)《探討網路沉迷的行銷關係》，碩士論文，台中：逢甲大學企業管理研究所。
- 吳統雄 (1985)《態度與行為研究的信度與效度：理論、反應、反省》，民意學術專刊(夏季號)，29-53。
- 吳萬益、林清河 (2000)《行銷研究》，台北：華泰。
- 吳齊殷譯 (1999)《量表的發展：理論與應用》(Robert F. DeVellis 原著)，台北：弘智。
- 李美枝 (1983)《社會心理學》，台北：大洋。
- 李素卿譯 (2003)《認知心理學》(Michael W. Eysenck、Mark T. Keane 原著)，台北：五南。
- 周倩 (1999)《我國學生電腦網路沉迷現象知整合研究—子計畫二：網路沉迷現象之教育傳播觀點研究》，台北：行政院國家科學委員會專題研究計畫。
- 周庭銳、黃盈裕 (2000)《消費經驗中顧客價值與關係連結之研究》，台北：國科會研究計劃。
- 周榮、周倩 (1997)《網路上癮現象、網路使用行為與傳播快感經驗之相關性初探》，台北：中華傳播學會年會論文。
- 周慶華 (2003) 閱讀社會學，台北：揚智。
- 林佳樺 (2002)《性與真實：本土言情小說讀者之間之閱讀論述》，碩士論文，台北市：世新大學傳播所。
- 林長青 (1999)《文化品味高尚者音樂品味多元化之研究》，碩士論文，台北：東吳大學社會學所。
- 邱振瑞譯，井狩春男著(2004)《這書要賣 100 萬本》，台北：遠流。
- 邱皓政 (2000)《量化研究與統計分析》，台北：五南。

- 邱皓政 (2003) 《結構方程模式》，台北：雙葉。
- 姚一葦譯註，亞里斯多德著，(1992)《詩學箋註》，台北：國立編譯館。
- 洪月女譯 (1998)《談閱讀》(Goodman 原著)，台北：心理。
- 洪材章等 (1992)《閱讀學》，廣州：廣東教育。
- 洪漢鼎、夏鎮平譯 (1993)《真理與方法》，(Gadamer, Hans-Georg 原著)，台北：時報。
- 孫周興(1993)《走向語言之途》，(Heidegger, Martin 原著)，台北：時報。
- 張定錡譯 (1993)《快樂，從心開始》，(Csikzentmihalyi 原著)，台北：天下文化。
- 張紹勳 (2001)《研究方法》，台中：滄海。
- 張德儀 (1998)《WWW 使用者之瀏覽行為與心理探究》，碩士論文，嘉義：中正大學企業管理研究所。
- 張錦華等譯 (1995)《傳播符號學理論》，台北市：遠流。
- 郭家媚等 (2001)《消費經驗中的樂趣價值之探討-以大學生為例》，實務專題，高雄：高雄第一科技大學行銷流通系。
- 陳秀娟譯 (1998)《生命的心流》(Csikzentmihalyi 原著)，台北：天下文化。
- 陳怡靖 (1999)《台灣地區教育階層化之變遷》，碩士論文，台東：台東師範學院碩士論文。
- 陳奎喜 (1990)《學生次級文化的研究》，台北：師大教研所。
- 陳偉睿 (2001)《網際網路之流暢經驗初探性研究》，碩士論文，高雄：中山大學資訊管理學研究所。
- 陳淑惠 (1999)《我國學生電腦網路沉迷現象之整合研究》，行政院國

家科學委員會專題研究計畫。

陳慶峰 (2001)《從心流 (flow) 理論探討線上遊戲參與者之網路使用行為》，碩士論文，嘉義：南華大學資訊管理研究所。

陳學明 (1998)《文化工業》，台北：楊智。

陳耀茂 (2003)《共變異數構造分析的 AMOS 使用手冊》，台北：鼎茂。

曾祥芹、韓雪屏編 (1992)《閱讀學原理》，洛陽：河南教育。

黃立文 (1998)《網路使用的快感與神迷—遊戲理論與網路流纜行為之初探》，論文，高雄：中山大學一九九八台灣學術研討會。

黃芳銘 (2002)《結構方程模式理論與應用》，台北：五南。

黃毅志 (1996)《台灣地區民眾地位取得之因果機制：教育、社會資源及文化資本》，博士論文，台中：東海大學社會學研究所。

黃瓊慧 (2000)《從沉浸 (flow) 理論探討台灣大學生之網路使用行為》，碩士論文，新竹：交通大學傳播研究所。

楊 照 (2003)《在閱讀的密林中》，台北縣：印刻。

楊正誠 (2003)《大學生網路成癮、社會支持與生活適應關係之研究》，碩士論文，台中：東海大學教育研究所。

楊祖珺譯，Fiske 著(1998)《傳播及文化研究主要概念-工具書》，台北：遠流。

楊素芬 (1995)《文本類型對閱讀的影響：以新聞體與小說體為例》，碩士論文，台北：政治大學新聞學研究所。

溫石松 (2002)《顧客價值與網路忠誠度之關係》，碩士論文，台中：中興大學企業管理研究所。

葉麗莉 (2001)《希世之聲—文學心理學的一種探索》「詮釋現象心理學」,頁 217- 268，台北：心靈工坊。

- 鄒繼礎譯 (1999) 《解讀偏好》(Gary S. Becker 原著), 台北: 遠流。
- 齊若蘭等 (2003) 《閱讀-新一代知識革命》, 台北: 天下。
- 劉 雨 (1995) 《寫作心理學》, 高雄市: 復文。
- 樂蘅軍 (2001) 《意志與命運》, 台北: 大安。
- 潘邦順譯 (2000) 《大眾傳播理論》(Denis McQuail 原著), 台北: 風雲論壇。
- 蔡雅純 (1995) 《階級與文化消費關係之探討》, 碩士論文, 台北: 政治大學碩士論文。
- 鄭樹森 (1991) 《現象學與文學批評》, 台北: 東大。
- 蕭湘文 (2003) 《漫畫研究》, 台北: 五南。
- 賴其勛譯 (2001) 《消費者行為》(Peter & Olson 原著), 台中: 滄海。
- 龍協濤 (1997) 《讀者反應理論》, 台北: 揚智。
- 韓雪屏 (2000) 《中國當代閱讀理論與閱讀教學》, 成都: 四川教育。
- 簡妙如 (1996) 《過度的閱聽人》, 碩士論文, 嘉義: 中正大學電傳所。
- 羅紫初 (1992) 《圖書發行教程》, 中國瀋陽: 遼寧教育出版社。

英文部分:

- Antil, J. H. (1984). Conceptualization and operationalization of involvement, *Advances in Consumer Research*, 11, 203-209.
- Arnould, E., Price, L., & Zinkhan G. (2002). *Consumers*, New York: McGraw- Hill.
- Aschaffenburg, K. & Maas, I. (1997). Cultural and educational careers: The dynamics of social reproduction, *American Sociological Review*, 62, 573-587.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation

- models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Baker, R. W & Siryk, B. (1984). Measureing adjustment to college. *Journal of counseling Psychology*, 31, 179-789.
- Balota, D.A., Paul, S., & Spieler, D. (1999). Attentional control of lexical processing pathways during word recognition and reading. *Language processing*. Hove, UK: Psychology Press.
- Barths, R. (1975). *The peasure of the text*. New York: Hill & Wang.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Bettman J. R. (1979). An information processing theory of consumer choice. Mass, Addison Wesley.
- Bourdieu, P. (1983). The forms of capital. In *Handbook of Theory and Rearch for the Sociology of Education*, New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routldge & Kegan Paul.
- Brown, T. J., Churchill Jr. G. A., & Peter, J. P. (1993). Research note: improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69, 127-139.
- Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing Stuctural Equation Model*, pp.136-162, Newbury Park, CA: Sage.
- Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirtit of modern consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Campbell, C. (1995). The sociology of consumption. In D. Miller (Ed.) *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge, 96-126.

- Chen, H., Wigand, T. R., & Nilan, S. M. (1999). Optimal experience of web activities. *Computers in Human Behavior*, 15, 585-608
- Clarke, G. S. & Haworth, T. J. (1994). Flow experience in the daily lives of sixth-form college students. *British Journal of Psychology*, 85, 511-523
- Cooper, D. R. & Emory, C. W. (2003). *Business Research Methods*, Chicago: Richard D. Irwin.
- Corfman, Kim. P. (1991). Perceptions of Relative Influence: Formation and Measurement, *Journal of Marketing Research*, 28, 125-36.
- Csikszentmihalyi, M. & Csikszentmihalyi, I. (1988). Introduction to part IV. In M. Csikszentmihalyi & I. S. Csikszentmihalyi, (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. NY : Cambridge University Press
- Csikszentmihalyi, M. & LeFevre, J. A. (1989). Optimal experience in work and leisure, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-822.
- Csikszentmihalyi, M. & Moneta, B. G. (1996). The effect of perceived challenges and skills on the quality of subjective experience. *Journal of Personality*, 64(2), 275-310
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, culture, and person: a systems view of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *The Nature of Creativity*, 325-339. New York: Cambridge University Press.

- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*, New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1993). *The evolving self: A psychology for the third millennium*. New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity*. NY : HarperCollins.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Finding flow, *Psychology Today*, 30, 46-51.
- Custodero, Lori A. (2002). Seeking challenge, finding skill: flow experience and music education, *Arts Education Policy Review*, Jan/Feb2002, 103 (3).
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- DeVellis, R. F. (1991). *Scale Development Theory and Applications*. London : Sage.
- Douglas, J. Y. & Hargdon, A. (2000). *The Pleasure Principle: Immersion, Engagement, Flow*. Proceeding of Eleventh ACM Conference on Hypertext and Hypermedia. New York: ACM Press.
- Edie, J. M. (1962). Introduction. In P. Thevenaz, *What is phenomenology?* Chicago, Il: Quadrangle Books.
- Edie, J. M. . (1962). *Introduction to What Is Phenomenology?*, Chicago: Quadrangle.
- Ekvall, G & Rykhammer, L. (1999). The creative climate, its determinants and effects: A study at a Swedish University College, *Creativity Research Journal*, 12, 303-310.
- Ellis, D. G., Voelkl, E. J., & Morrie, C. (1994). Measurement and analysis

- issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of Leisure Research*, 26, 337-356.
- Ellis, M. J. (1993). *Why People Play*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Erikson, E. H. (1980). *Identity and life cycle* (2nd. Ed.), New York: Norton.
- Farkas, G., Robert P. G., Sheehan, D., & Shuan, Y. (1990). *Cultural Resources and school success: Gender, Ethnicity, and Poverty Groups Within an Urban School District*. *American Sociological Review*, 55, 127-142.
- Fish, Stanley E. (1980). *Is There a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge, Mass. Harvard University press.
- Fiske, J. (1989). *Moments of Television: Neither the Text nor the Audience*. In Seiter, E. et al. (Eds) *Remote Control* London & NY: Routledge.
- Fiske, J. (1992). *The Cultural Economy of Fandom*. In Lewis, L. A. (Ed.) *The Adoring Audience : Fan Culture and Popular Media*. London & NY: Routledge.30-49.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variable and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Gadamer, Hans-Georg (1979). *Truth and Method*. London: Sheed & Ward.
- Ghani, A. j. & Deshpande, P. S. (1994). Task characteristics and the

- experience of optimal flow in human-computer interaction. *The Journal of Psychology*, 128, 381-391
- Ghani, J. A., Supnick, R., & Rooney, P. (1991). The Experience of Flow in Computer-Mediated and in Face-to-Face Groups. In DeGross, J.I, Benbasat, G DeSanctis, & C. M. Beath (Eds.) *Proceedings of the Twelfth International Conference on Information Systems*, New York, December 16-18.
- Goodman, K. S. (1967). *The Psycholinguistic Nature of the Reading Process*. Detroit: Wayne State University Press.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th Ed). Prentice Hall International: UK.
- Hatter, L. J. (1994). Addictive Processes, *Encyclopedia of Psychology*. New York: John Wiley and Sons.
- Hirschman, Elizabeth C. & Holbrook, Morris B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, *Journal of Marketing*, 46, 92-101.15.
- Holbrook, M B (1996). Customer Value-A framework for Analysis and Research. In K.P. Corfman and J. G. Lynch, Jr. *Advances in Consumer Research*, Vol. 23, Provo,U: Association for Consumer Research, 138-142.
- Holbrook, M B. (1999). Introduction to consumer value. In Morris B. Holbrook (Eds.) *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, Routledge, New York, 1-28.

- Hull, C. L. (1943). *Principles of Behavior: An Introduction to Behavior Theory*, NY: Appleton.
- Ingrden, R. (1973). *The Literary Work of Art, An Investigation on the Borderlines of Ontology, Logic and the Theory of Literature.* , Evanston : Northwestern University press.
- Iser, W. (1978). *The act of reading theory of aesthetic Response.* Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Jackson, S. A. & Csiksentmihalyi, M. (1999). *Flow in sport.* Champaign, IL: Human Kinetic.
- Jackson, S. A. & Eklund, R. C. (2002). Assessing flow in physical activity : The flow state scale-2 and dispositional flow scale-2, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 24, 135-150.
- Jackson, S. A. & Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: The flow stats scale, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 18, 17-35.
- Jacoby, J. & Chestnut, R W. (1978). *Brand Loyalty.* New York: John Wiley and Sons.
- Jauss, H. R. (1982). *Aesthetic Experience and Literary Hermeneutics*, trans. Michael Shaw, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: television fans & participatory culture*, New York: Routledge, 277-287.
- Jöreskog, K. G.. & Sörbom, D. (1989). *LISERL 7 - A Guide to the Program & Applications (2nd Ed)*, Chicago SPSS Publications.
- Lacan, J. (1966). *Ecrits*, Paris: Edition du Seuil.

- Lefevre, J. (1998). Flow and quality of experience during work and leisure. In M.Ciskzentmihalyi, & I. S. Ciskzentmihalyi, (Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*. NY: Cambridge University Press.
- Massimini, F. & Carli, M. (1988). The systematic assessment of flow in daily experience. In M.Ciskzentmihalyi & I. S. Ciskzentmihalyi, (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. NY : Cambridge University Press.
- Net and Books 編輯部 (2001) 「台灣都會區閱讀習慣調查報告」《Net and Book》,1(7), 57-69.
- Nicosia, F. M. (1966). *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implication..* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Noble, G. (1975). *Children in Front of the Small Screen*. London: Constable.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments conceptual foundation. *Journal of Marketing*, 60, 50-68.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1997). A new marketing paradigm for electronic commerce. *The information Society: Special issue on Electronic Commerce*, 13, 43-54.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1997). Measuring the flow experience among web users. *Interval Research Corporation*, July 31.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1998). Modeling the structure of the flow experience among web users, *INFORMS Marketing Science and the Internet Mini-Conference*, MIT.

- Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y. F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: a structural modeling approach. *Marketing Science*, 19(1), 22-43.
- Olshavsky, R. W. & Dorald H. G. (1979). Consumer decision maketing-fact or fiction? *Journal of Consumer Research*, 6, 93-100.
- Peirce, C. S. (1931-58) *Collected Papers*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*, Harvard Business School Press.
- Privette, G. (1983). Peak experience, peak performance, and flow: A comparative analysis of positive human experience, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1361-1368.
- Privette, G.. & Bundrick, M. C. (1987). Measurement of experience: Construct and content validity of the experience questionnaire. *Perceptual and Motor Skills*, 65(1), 315-332.
- Radway, J. (1987). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London: Verso.
- Rayner, K., & Pollatsek, A. (1989). *The Psychology of Reading*. London: Prentice-Hall.
- Reichle, E. D., Pollatsek, A., Fisher D. L., & Rayner, K. (1998). Toward a model of eye movement control in reading. *Psychological Review*, 105, 125-157.
- Robert, J. H. (1982). *Toward and Aesthetic of Reception*, Trans. Timothy Bathi, Mineapolis: University of Minnesota Press.

- Saussure, F. de (1915) *Course in General Linguistics*. English trans
London: Peter Owen.
- Schere, J. J. (1998). Effect of engaging in creative activity on the mood of
artists and writers: An empirical test of flow theory. *Dissertation
Abstracts International: Section B: The Sciences & Engineering*.
- Shannon, C. & Weaver, W (1949). *The Mathematical Theory of
Communication*, Urbana : University of Illinois Press.
- Shoemaker, P. J., Shomarker, C. & Danielson, W. A. (1989).
Involvement with the Media, *Communication Research*, 16,
78-103.
- Starbuck, W. H. & Webster, J. (1991). When is play productive?
Accounting, Management, and Information Technology, 1, 71-90.
- Stephenson, W. (1988). *The Play Theory of Mass Communication*. News
Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Storey, J. (1999). *Cultural Consumption and Everyday Life*. London:
Oxford University Press.
- Throsby, D. (2001). *Economic and Culture*. Cambridge University Press.
- Tompkins, Jane. P. (1996). *Reader-Response Criticism*. Baltimore and
London: The Hopkins University Press J.
- Trevino, L. K. & Webster, J (1992). Flow in computer-mediated
communication. *Communication Research*, 19(5), 539-573.
- Turner, V. (1990). *British Cultural Studies: an introduction*. NY &
London : Routledge.

- Watson, J. B. (1919). *Psychology from the Standpoint of the Behaviorist*, Philadelphia: J. B. Lippincott.
- Webster, J. (1990). The relationship between playfulness and computer interactions and employee productivity. In K. Kaiser & J.J. Oppelland (Eds.). *Desktop Information Technology*. Amsterdam: Elsevier/ North Holland. 357-372.
- Webster, J. & Martocchio, J. J, (1992). Microcomputer playfulness: Development of a measure with workplace implications, *MIS Quarterly*, 16, 201-227.
- Webster, J. (1989). *Playfulness and Computers at Work*, unpublished doctoral dissertation, New York University, NY.
- Webster, J., Trevino, L. K., & Ryan, L. (1993). The dimensionality and correlates of flow in human-computer interactions. *Computers in Human Behavior*, 9(4), 411-426.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25, 139-153.
- Woods, W. A. (1981). *Consumer Behavior*, New York: North-Holland.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology & Behavior*, 1, 237-244.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct, *Journal of Consumer Research*, 12, 4-14.

附錄一：閱讀心流開放式問卷

第一部份

作答說明：以下是一位讀者沉迷閱讀於某一本書中的經驗，他的感覺陳述如下：

..在那完全投入閱讀的當下，我的知覺好像被書的文字漩渦所擄獲，巨大而強烈地被吸引進去，慢慢的、一絲一絲的截斷與外界的聯繫，自己漸漸地脫離身處的房間形成了兩個不同的世界，連收音機傳出來的音樂也僅剩節奏的跳動 ..。

意識摻和於閱讀活動中，好像起了時間扭曲的化學變化，有時感覺上才讀了一會兒，手錶上的時針卻跳了兩格，又有時覺得時間好像以慢動作在進行著 。

..然而，我的思緒卻很清晰，毫不費力地集中在閱讀的書本中，其他身體的感覺好像一一被關掉了，只剩下腦子裡閱讀的探照燈，當照見文本的一字一句，同時文本也給了我一個理解的意義，如此一來一往，就像乒乓球的高手對打，小白球就成為我與書本間的意識不斷互流的現象 ..。

..在閱讀結束後，我必須一一打開那幾個知覺的開關，才能覺察到現在所處的時間與空間，就像從睡夢中甦醒一般，接著湧現的是一種無上的愉悅快感，並且感覺到自己被賦予一種與眾不同的能量、一種成就滿足的價值經驗。

以上是有關讀者在「感覺到自己身、心完全地投入某次閱讀活動中，同時全神貫注，事後感覺印象深刻並充滿價值的經驗」描述。請您回憶一下，最近自己的閱讀經驗中，是不是也曾經有過像上述的類似經驗，請您仔細回想後，以自己這種類似的經驗來回答以下的問題。

當我在那種類似的沉迷閱讀經驗中時，我感覺到.....

1.我對書本的理解能力是 _____ 、 _____ 、 _____ 、 ...

2.我對週遭環境的感覺是 _____ 、 _____ 、 _____ 、

3.故事情節或觀念對我來說是 _____ 、 _____ 、 _____

4.我的心情是 _____ 、 _____ 、 _____

- 5.我對時間的感覺是 _____、 _____、 _____
- 6.能從頭到尾讀完一本書，我覺得 _____、 _____
- 7.自我得到一種 _____、 _____、 _____ 感。
- 8.我的注意力是 _____、 _____、 _____。
- 9.在經驗結束後，我感覺是 _____、 _____。
- 10.在經驗結束後，我會想 _____、 _____。
- 11 請再多一點描述，沉迷於閱讀經驗中的感覺.....

第二部分

1. 當我開始閱讀一本書時，發現難度超乎我所想像的，我覺得.....
然後我會.....
2. 當我開始閱讀一本書時，發現實在太簡單了，我覺得.....
然後我會.....
3. 過去經驗中，您曾經有讀到一半而放棄閱讀的書呢？如果有，那是什麼原因呢？

附錄二：閱讀心流經驗正式問卷

親愛的同學您好：

請問您最近半年內是否曾經閱讀過小說？如果有，我們需要您的協助參與填答此份問卷，以完成本學術研究。

這份學術問卷主要是希望瞭解您為何會沉浸在閱讀活動中與當時所呈現的心理狀態。期盼您能撥出幾分鐘的寶貴時間，請依據您實際的感受或看法，逐一圈選每一個問題。您所填寫的資料僅供本研究之用，絕不對外公開，請您放心作答。十分感謝您的協助與配合，在此致上十二萬分之謝意！

南華大學 出版事業管理研究所
指導教授：應立志 鍾燕宜 博士
研究生：蘇慧堅

第一部份 文化消費活動認知與體驗

下面是有關您對文化消費活動認知與體驗的描述，文化消費活動包含閱讀課外書籍、音樂戲劇影片欣賞、逛美術館、博物館、民俗戲曲、表演活動等，請評估您目前的實際情形是否與句中描述一致。請您依照自己的看法來圈選。由 1 至 6，數字越大，表示句中所描述的情形與目前您的實際情形越符合。

	非 常 符 合	大 多 符 合	有 點 符 合	大 多 不 符 合	非 常 不 符 合
1 培養對文學、藝術、音樂等鑑賞力，對我是相當有助益的。	1	2	3	4	5 6
2 我常常會被一幅畫、一首詩或一首曲子所感動得不能自己。	1	2	3	4	5 6
3 最近一年來，我每個月平均閱讀課外書籍的時間比別人多（別人指自己週遭的朋友、同學或家人）。	1	2	3	4	5 6
4 我平常會特別關注文化、藝術活動的訊息。	1	2	3	4	5 6
5 逛美術館、博物館或讀到一本好書，會讓我特別興奮。	1	2	3	4	5 6
6 最近一年來，我平均花在音樂戲劇欣賞的時間比別人多。	1	2	3	4	5 6
7 在日常生活中從事文化相關活動，對我來說具有是重大意義的。	1	2	3	4	5 6
8 沉醉於一場音樂會或舞台劇中，常會讓我情緒激昂。	1	2	3	4	5 6
9 最近一年來，我看電影的頻率比別人高。	1	2	3	4	5 6
10 我相信參與文化相關活動，可幫助我的成長。	1	2	3	4	5 6
11 對於所參與的文化活動，我具有相當的敏銳度。	1	2	3	4	5 6

續下頁

		非 常 不 符 合	大 多 不 符 合	有 點 不 符 合	有 點 符 合	大 多 符 合	非 常 符 合
12	最近一年來，我特別偏好藝文表演等文化性電視節目。	1	2	3	4	5	6
13	跟其他活動（運動、社交、旅遊）比較起來，我覺得參加文化相關活動是較具有價值的。	1	2	3	4	5	6
14	對於所感興趣的文化消費活動，常會令我有滿足感。	1	2	3	4	5	6
15	最近一年來，我欣賞民俗戲曲活動的頻次比別人高。	1	2	3	4	5	6
16	從事文化相關活動，深深影響著我的大學生活。	1	2	3	4	5	6
17	我生活中最美好的時光，就是從文化相關活動中獲得。	1	2	3	4	5	6
18	最近一年來，我接觸文化消費活動的次數比別人多。	1	2	3	4	5	6
19	參與文化藝術活動是我生活中不可或缺的一部分。	1	2	3	4	5	6
20	持續參與文化相關活動，會讓我的生活變得相當有趣。	1	2	3	4	5	6
21	最近一年來，我平均花在文化消費活動的金額比別人多。	1	2	3	4	5	6
22	長期說來，我在文化消費活動的認識比別人深刻。	1	2	3	4	5	6
23	我的心情起伏常會受到文化活動參與與經驗的影響。	1	2	3	4	5	6
24	最近一年來，我逛美術館、博物館的次數比別人多。	1	2	3	4	5	6

第二部分 閱讀小說的經驗

下面是針對您最近在半年內閱讀小說的經驗中，所呈現心理狀態的描述，請評估您實際心理狀態與想法是否與句中描述一致。請您依照自己的看法來圈選。由 1 至 6，數字越大，表示句中所描述的情形與目前您的實際情形越符合。

		非 常 不 符 合	大 多 不 符 合	有 點 不 符 合	有 點 符 合	大 多 符 合	非 常 符 合
1	當我對特定的小說有興趣時，我會想一次把整本書讀完的念頭。	1	2	3	4	5	6
2	在閱讀的過程中，對小說裡所描述的人物，我能很清楚知道他們的角色關係。	1	2	3	4	5	6
3	在閱讀的這段期間中，我可以很清楚地向朋友描述這本小說的故事情節。	1	2	3	4	5	6
4	每次閱讀小說時，我的心情就會跟隨情節的變換而起伏。	1	2	3	4	5	6
5	當我在閱讀小說時，好像所有對外在環境的感官知覺都被關掉了。	1	2	3	4	5	6
6	當我讀完小說時，我的心靈就會充滿極大的滿足感。	1	2	3	4	5	6

續下頁

		非 常 不 符 合	大 多 不 符 合	有 點 不 符 合	有 點 符 合	大 多 符 合	非 常 符 合
7	我非常享受閱讀小說的經驗過程。	1	2	3	4	5	6
8	每次閱讀小說時，總覺得時間一溜煙就過去了。	1	2	3	4	5	6
9	當我選定閱讀一本小說時，我很明確知道這是我要的。	1	2	3	4	5	6
10	閱讀每一段文字所描述的故事，我的內心就能想像出相對應的情境來。	1	2	3	4	5	6
11	當我閱讀小說時，彷彿故事的情節緊緊地抓住我的心神。	1	2	3	4	5	6
12	覺得自己是沉浸在小說中所創造出來的世界裡。	1	2	3	4	5	6
13	每次從閱讀小說的情境脫離後，就會覺得好像從另外一個世界回到真實的世界。	1	2	3	4	5	6
14	當我讀完小說時，久久還不能忘懷箇中的感動情節。	1	2	3	4	5	6
15	讓自己投入閱讀小說的經驗，是一種非常棒的感覺。	1	2	3	4	5	6
16	每次閱讀小說時，花費的時間總比預期來的長。	1	2	3	4	5	6
17	我強烈的感覺知道我要閱讀什麼樣的小說。	1	2	3	4	5	6
18	透過逐字逐句的理解，小說中的人物角色，就一一浮現在我的腦子裡，鮮明地活了起來。	1	2	3	4	5	6
19	每次閱讀小說時，我幾乎會忘了生活中其他發生的事情。	1	2	3	4	5	6
20	隨著小說劇情的結束，彷彿自己也經歷了一趟旅程。	1	2	3	4	5	6
21	每次閱讀小說時，我好像受到催眠，慢慢地走進小說的世界，同時也切斷了我對週遭環境的知覺。	1	2	3	4	5	6
22	雖然已經讀完了，可是我還是一直回想其中的細節。	1	2	3	4	5	6
23	有時閱讀小說的經驗過程，是一種樂趣的酬賞。	1	2	3	4	5	6
24	當我閱讀小說時，總覺得時間只花了 30 分鐘，卻已經過了 1、2 個小時。	1	2	3	4	5	6
25	在眾多的小說選擇中，我很清楚知道我就是讀這類型的小说。	1	2	3	4	5	6
26	隨著小說章節的推移，我能十分清楚體會到每一段故事情節的發展與轉折。	1	2	3	4	5	6
27	我能隨著文字、角色、場景、情節的發生，清楚掌握每一個故事描述，並預期它的發展。	1	2	3	4	5	6
28	每次閱讀小說時，我的注意力會完全集中心無旁騖。	1	2	3	4	5	6
29	我深刻的感覺到小說主角的喜或悲，會影響到我的情緒。	1	2	3	4	5	6
30	當我閱讀小說時，我常常會忘記身體的感覺。	1	2	3	4	5	6
31	體會這本小說的故事情境，會讓我產生共鳴的快感。	1	2	3	4	5	6
32	我喜愛閱讀小說的經驗，同時會想要再次經歷這種感覺。	1	2	3	4	5	6
33	當我專注在小說上時，常會覺得時間有時過得很快，有時過得很慢。	1	2	3	4	5	6

續下頁

下面針對您閱讀小說對個人日常生活影響的配對項目，左右兩邊代表正負情緒最強烈的狀態，請您就個人閱讀小說的經驗，在最適合的“ ”程度中，打「✓」。

閱讀小說，對我日常生活的影響是：

	1	2	3	4	5	6	
有趣							無趣
熱衷							冷漠
豐富							貧乏
期待							厭倦
幸福							蒼白
重要							不重要
多元							單調
著迷							無聊
有價值							沒有價值

下面請針對您所偏好、喜愛的小說來回答，評估您實際心理狀態與想法是否與句中描述一致。請您依照自己的看法來圈選。由 1 至 6，數字越大，表示句中所描述的情形與目前您的實際情形越符合。

請針對【您所偏好、喜愛的小說】，回答以下問題	非 常 不 符 合	大 多 不 符 合	有 點 不 符 合	大 多 符 合	非 常 符 合
43 只要一有空，我就想拿起小說來閱讀。	1	2	3	4	5 6
44 閱讀小說，可以帶給我莫大的滿足感。	1	2	3	4	5 6
45 當我閱讀小說的這段期間，我會一心一意想著小說上的一切。	1	2	3	4	5 6
46 比起以前，我必須花更多的時間閱讀小說才能感到滿足的快感。	1	2	3	4	5 6
47 我認為自己就是小說迷。	1	2	3	4	5 6
48 我會積極地從各種媒體上，搜尋關於小說的相關訊息。	1	2	3	4	5 6
49 我常常為了讀小說，而犧牲睡眠時間。	1	2	3	4	5 6
50 每次讀完小說時，都覺得意猶未盡。	1	2	3	4	5 6
51 對於我所喜愛小說的相關讀書會或網路討論區，我都會積極參與。	1	2	3	4	5 6
52 我會迫不及待向朋友推薦我所喜愛的小說。	1	2	3	4	5 6
53 我會很在意朋友對我所喜愛小說的評價。	1	2	3	4	5 6
54 我會積極尋求認同我所喜愛小說的讀者，一起討論。	1	2	3	4	5 6
55 我會主動參與我所喜愛小說的簽名會或發表會。	1	2	3	4	5 6
56 在日常生活中，我會不由自主地模仿小說中的情節對話。	1	2	3	4	5 6

續下頁

	非 常 不 符 合	大 多 不 符 合	有 點 不 符 合	有 點 符 合	大 多 符 合	非 常 符 合
57 我會繼續想要閱讀我所喜愛小說的相關作品（如續集、同系列、同類型或同作者等作品）	1	2	3	4	5	6
58 我會主動地向朋友宣示我就是 XXX 的小說迷。	1	2	3	4	5	6
59 我無法控制閱讀小說的時間，一旦讀下去就是停不下來。	1	2	3	4	5	6
60 某些原因強迫我暫停或不能閱讀小說時，我會覺得不安、沮喪或是有點暴躁的情緒。	1	2	3	4	5	6
61 我會常常怪自己沉迷小說，而無法自拔。	1	2	3	4	5	6
62 閱讀小說結束後，我覺得一股難耐的衝動，促使我尋求同類型的作品來閱讀。	1	2	3	4	5	6
63 即使發現沉迷小說會對我的學業或工作造成負面影響，我還是無法減少閱讀時間。	1	2	3	4	5	6
64 雖然沉迷小說對我的日常人際關係造成負面影響，我仍未減少閱讀時間。	1	2	3	4	5	6
65 曾不只一次想要控制自己沉迷小說的衝動，但卻無法做到。	1	2	3	4	5	6
66 不管再累，只要閱讀自己喜愛的小說時，總覺得精神百倍。	1	2	3	4	5	6

第三部分 個人基本資料

請依您實際狀況，在適當的「打」

1. 性別： 男 女
2. 就讀學科別： 文學系 管理學系 商學系 外語系 工學系
 （單選） 藝術學系 傳播學系 設計學系 醫學系 農學系
 海洋學系 理學系 法學系 教育系 其他_____
3. 目前教育程度為： 專科部 四技 二技 大學部 研究所以上
4. 年齡： 19 歲以下 20-24 歲 25-29 歲 30 歲以上
5. 您最常以何種方式取得小說： 圖書館借 書店購買 租書店借 網路下載
 （單選） 朋友借 報紙連載 其他_____
6. 最近半年內，您平均多久閱讀小說一次：
 1 2 天 3 5 天 每週 2 週 1 個月 2 個月 2 3 個月以上

問卷填答完畢，請您再檢查一下是否有所遺漏

非常感謝您的參與，祝您事事順心！

若您對本問卷有任何補充意見，請不吝賜教。