



、Vina-iwbot、Yoshi等(2007), 日本動畫, 【線上資料】, 來源: <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%97%A5%E6%9C%AC%E5%8A%A8%E7%94%BB>:中文維基百科。Tomchiukc、Terrypui、Wengier、Moonian、Mikepanhu等(2007), 遊戲, 【線上資料】, 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E9%9B%BB%E7%8E%A9%E9%81%8A%E6%88%B2>:中文維基百科。Tyson, S., & Jackson, T. (1986), 組織行為(蔡承志譯), 台北:桂冠圖書公司。丁志成(2002), 線上和電腦遊戲玩家參與行為之探討, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所出版碩士論文。中森明夫、岡田斗司夫等(2009), 御宅族, 【線上資料】, 來源: <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%BE%A1%E5%AE%85%E6%97%8F>, 中文維基百科。天下雜誌2007年8月29日, 第379期, 迎接宅世代。王淳(2002), 探討認知、動機、違常人格特質對拖延行為之影響-以習慣觀點之初探研究, 國立臺灣大學心理學研究所出版碩士論文。王勝欽(2003), 青少年在網咖中使用網路成癮之研究, 高雄師範大學資訊教育研究所出版碩士論文。古孟釗(2004), 漫畫同人誌在台灣的發展-休閒與文化產業的觀點。世新大學觀光學系研究所出版碩士論文。白珊華(2009), 正向生活事件對幸福感、快樂感、自尊感的影響, 佛光大學心理學系碩士班出版碩士論文。向令平(2004), 個人特徵及購買動機對大陸城市地區幼教商品購買行為傾向之研究, 大葉大學企所未出版碩士論文。朱美慧(2000), 我國大專學生個人特性、網路使用行為與網路成癮關係之研究, 大葉大學資訊管理學系碩士班出版之碩士論文。余作庸(2007), 探討大學生選擇社團之主要因素 - 以中華大學為例, 中華大學應用數學學系碩士班出版碩士論文。余瑞好(2001), 大學生使用電視台網站的動機與行為—以中國文化大學學生為例, 中國文化大學新聞研究所出版碩士論文。余德慧(1993), 序-聽見喜悅的聲音, 快樂, 從心開始, 台北:天下。余曜成(2008), 「視現研」在臺灣:動漫閱聽人的社團參與及產出的關係 - 以動漫畫社團成員為例, 2008桃園元智大學新媒體設計、傳播與科技應用國際學術研討會論文。吳芝儀(2000), 生涯探索與規劃, 嘉義:瀟石文化。吳妹蓓(1999), 電腦中介傳播通道的虛擬人際關係-探訪「電子佈告欄中情感關係的組成與發展」, 第三屆資訊科技與社會轉型研討會。吳思達(2005), 大學生社團領導經營能力與全人發展之研究, 第五屆高雄應用科技大學學術研討會, pp.1-7。吳偉明、岡田斗司夫等(2009), 御宅族文化, 【線上資料】, 來源: <http://evchk.wikia.com/wiki/%E5%BE%A1%E5%AE%85%E6%97%8F>, 香港網路大典。吳得豪(2002), 探討網路沉迷的行銷關係, 逢甲大學企業管理研究所出版碩士論文。李衣雲(1999), 我的漫畫同居物語, 新新聞。沈育吉(1997), 全球資訊網上的多人情境學習遊戲, 國立中央大學資訊工程研究所出版碩士論文。卓珍?(2004), 青年學生收看韓劇的文化認同與消費行為, 中國文化大學新聞研究所出版碩士論文。周甫亮(2001), 青少年在網咖中的次文化認同建構初探, 世新大學傳播研究所出版碩士論文。岡田斗司夫(2009), 阿宅, 你已經死了, 談璞譯, 台北:時報出版。房冠寶(2000), 人格特質與工作績效的關聯性研究 - 以證卷業後勤行政人員為例, 國立台灣科技大學管理研究所出版碩士論文。林子凱(2002), 線上遊戲「天堂」之使用者參與動機與滿意度研究, 國立成功正大學企業管理研究所出版博士論文。林杏足(1987), 諮商中當事人自尊改變歷程之分析研究。國立彰化師範大學輔導學系出版博士論文。林佳燕(2001), 大學生個人特質因素對色彩嗜好關係之研究, 國立交通大學應用藝術研究所出版碩士論文。林欽榮(1983), 管理心理學, 台北:五南圖書。林逸叡(2003), 越界的日本流行文化現象:「哈日族」十五人的生活風格實例研究, 東吳大學社會學系研究所出版碩士論文。林瑞端(2001), 媒介、消費與認同:台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究, 世新大學傳播研究所出版碩士論文。林誼杰(2003), 電玩成癮傾向及其相關因素研究, 中原大學心理學系出版碩士論文。林曉盈(2005), 行動加值服務使用者之消費價值、使用動機及使用行為初探, 中正大學電訊傳播研究所出版碩士論文。林麗雪(2000年05月15日), 六成大專學生沒有網路不行, 民生報。邱連煌(1981), 談自尊心與父母的職責。中央日報副刊, 第十二版, 民國70年4月1日-3日。侯蓉蘭(2003), 角色扮演的網路遊戲對少年自我認同的影響, 東海大學社會工作學系研究所出版碩士論文。柯永河(1998), 習慣心理學:寫在晤談以後四十年之後(理論篇), 台北:張老師文化。孫和業(2007), 電子遊戲場消費者參與動機、人格特質與產品使用行為之研究, 大葉大學休閒事業學系碩士班出版碩士論文。翁秀琪(1996), 大眾傳播理論與實證, 台北:三民書局。翁嘉英(1987), 失能性慢性病患之自我評價歷程與自尊感對其初期因應策略的影響。國立台灣大學心理研究所出版博士論文。翁嘉英、楊國樞、許燕(2004): 社會取向與個人取向的自尊:概念分析與實徵測量。見楊國樞、許功餘(主編):《華人的自我歷程、自我概念及自我評價研討會論文集》, 佛光人文社會學院心理學研究所。張月芬(2004), 家庭教育中心志工參與動機、內外控信念與其組織承諾之研究, 國立嘉義大學家庭教育研究所出版碩士論文。張春興(1990), 現代心理學, 台北:東華書局。張春興(1995), 張氏心理學辭典, 台北:東華書局。張春興, 楊國樞(1993), 心理學。台北:三民書局。張淑綺(2000), 我是誰?青少年的再現:以平面媒體為例, 輔仁大學大眾傳播研究所出版碩士論文。張詩芸(2003), 次文化經濟能量之展現:論台灣同人誌的在地變遷, 國立臺灣師範大學大眾傳播研究所出版碩士論文。張儒林譯(1997), 次文化生活方式的意義, 初版, 臺北:駱駝。曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 揚智文化。章淵博(2008), 日本漫畫與御宅文化, 國立高雄第一科技大學應用日語系出版碩士論文。莊敏琪(2003), 流行漫畫成長團體對青少女性別角色多元化形塑之探究, 東華大學教育研究所出版碩士論文。許樹淵(2000), 運動心理學, 台北:師大書苑。許薔薔、許綺玲(1997), 神話學, 台北:時英。陳仲庚, 張雨新(1990), 人格心理學, 台北:五南圖書公司。陳仲偉(2002), 網際網路與動漫社群的再現-網際網路是否帶來動漫畫社群新的可能性。當代, 181, pp.34-59。陳仲偉(2003a), 文化產業全球化的發展模式 - 以日本動漫畫產業為例, 國立清華大學社會學研究所出版碩士論文。陳仲偉(2003b), 理解動漫文化的行動者 聚焦於動漫社群的必要性, 網路文化與生活風格社群工作坊。陳仲偉(2004), 日本動漫畫的全球化與迷的文化, 台北市:唐山 野村總合研究所(2006), 瞄準御宅族, 台北:商周。陳秀蓉(2010), 國小高年級學童觀賞運動卡通的角色認同與自尊體驗, 亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士在職專班出版碩士論文。陳東龍(2005), 影響線上遊戲持續參與意圖之研究, 東吳大學商學院企業管理學系碩士班出版碩士論文。陳俞霖(2003), 網路同儕對N世代青少年的意義:認同感的追尋, 南華大學社會學研究所出版碩士論文。陳皆榮(1996), 不同教育程度青年參與休閒活動態度之影響, 台北技術學院學報, 28(1), 413-439。陳皆榮(1996), 動機與休閒活動之相關性研究, 台北技術學院學報, 29卷1期, 203-219頁。陳偉鳳(2005), 好攝之徒?! 青少年自拍次文化之認同建構初探, 元智大學資訊社會學研究所出版碩士論文。傅建三(2004), 私立美術館觀眾參觀動機、藝文生活型態與休閒滿意度之研究 朱銘與鴻禧美術館之比較分析, 大葉大學休閒事業管理學系碩士班出版碩士論文。游恆山、李素卿譯(1999), 心理學, 台北:五南圖書公司。游森期(2001), 大學生網路使用行為網路成癮及相關因素之研究, 國立彰化師範大學教

育研究所未出版碩士論文。黃一玲(2002), 影響大學生網路成癮的相關因素研究, 長庚大學護理學研究所未出版碩士論文。黃竹攸(1998), 大學生次文化、消費價值與其使用行動加值服務之研究, 中國文化大學新聞研究所未出版碩士論文。楊國樞(2004), 華人的理論分析與實徵研究: 社會取向與個人取向的觀點, 《本土心理學研究》, 22 期, 11-80。楊崇安(2005), 線上遊戲玩家表現與人格特質之研究 以「天堂」為例, 靜宜大學企業管理研究所未出版碩士論文。葉又甄(2007), 人格特質、生活型態、星座類型三者對消費者決策型態差異之研究, 大葉大學休閒事業學系碩士班未出版碩士論文。董家豪(2001), 網路使用者參與網路遊戲行為之研究, 南華大學資訊館理學研究所未出版碩士論文。鄒繼礎譯(1999), 解讀偏好, (Gary S. Becker 原著), 台北: 遠流。榮泰生(1999), 消費者行為, 台北: 五南圖書公司。劉玉玲(2003), 青少年心理學, 台北: 揚智文化。潘文章(1990), 行為管理: 觀念、行為、績效, 台北: 三民書局。潘文章(1996), 企業管理, 台北: 三民書局。蔡佩珍(2004), 減重患者自尊、焦慮與自我效能等因素探討, 中原大學心理學系未出版碩士論文。蔡幸秀(2006), 青少年刺青次文化認同初探, 元智大學資訊社會學研究所未出版碩士論文。蔡欣嵐(2001), 工作特性、人格特質與工作滿意度之關係-以半導體業為例, 中央大學企研所未出版碩士論文。鄭政宗、李世昌、呂麗卿(2008), 台中地區高職學生自我認同、休閒參與、自尊對工作價值觀影響之研究, 嘉大體育健康休閒期刊7卷1期。鄭英璋(2004), 網路使用對青少年生活適應之影響研究, 暨南國際大學輔導與諮商研究所未出版碩士論文。鄧崇淡(2007), 臺北地區獨立學院學生運動性社團參與動機與阻礙因素之研究, 台北市立體育學院運動科學研究所未出版碩士論文。鄭順璵(2001), 大學生生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究, 國立體育學院體育研究所未出版碩士論文。蕭湘文(2002), 漫畫研究: 傳播觀點的檢視, 台北: 五南。蕭銘鈞(1998), 台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成癮現象之初探。國立交通大學傳播研究所未出版碩士論文。賴保禎、周文欽(2003), 青少年心理學, 台北: 國立空中大學。薛世杰(2002), 國中男、女生的網路遊戲使用時間與使用動機、自我效能、人格特質、學業成就、人際關係之相關研究, 國立屏東師範學院教育科技研究所未出版碩士論文。簡晉龍(2003), 自我建構與主觀幸福感: 自尊與相容和諧的角色, 國立政治大學心理系未出版碩士論文。蘇芬媛(1996), 網路虛擬社區的形成: MUD 之初探性研究, 國立交通大學傳播研究所未出版碩士論文。Alessi, S. M., & Trollip, S. R. (2001). *Multimedia for learning: Methods for development*. (3rd ed.) Boston, MA: Allyn & Bacon. Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt. Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). *Measuring leisure motivation*. *Journal of Leisure Research*, 15, 3, 219-228. Bee, H. (1983). *The Developing child* (3rd ed.). Bloch, P. H., & Richin, M. L. (1983). *A theoretical model for the study of product importance perceptions*. *Journal of Marketing*, 47, 69-81. Brake, M. (1985). *Comparative youth culture*. London & New York: Routledge & Kegan Paul. Brancheau, J. C., & Wetherbe, H. C. (1987). *Key issues in information system management*. *MIS Quarterly*, March, 22-45. Bryan, H. (1977). *Leisure value systems and recreation specialization: The case of trout fishermen*. *Journal of Leisure Research*, 9, 3, 174-187. Cattell, R. B. (1950). *Personality: A systematic, theoretical, and factual study*. New York: McGraw Hill. Chen, H., Wigand, T. R., & Nilan, S. M. (1999). *Optimal experience of web activities*. *Computers in Human Behavior*, 15, 585-608. Chen, H., Wigand, T. R., & Nilan, S. M. (1999). *Optimal experience of web activities*. *Computers in Human Behavior*, 15, 585-608. Cohen, A. (1959). *Some implications of self-esteem for social influence*, pp. 102-120 in C. Hovland and I. Janis (Eds.), *Personality and Persuasibility*. New Haven: Yale University Press. Compesi, R. J. (1980). "Gratifications of daytime TV serial viewers." *Journalism Quarterly*, 57: 155-158. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Four ways five factors are basic*. *Personality and Individual Differences*, 13, 653-665. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources Inc. Costikyan, G. (2002). *I Have No Words & I Must Design: Toward a Critical Vocabulary for Games*. *Proceedings of Computer Games and Digital Cultures*, 9-33. 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. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*, New York: Harper & Row. Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*, New York: Harper & Row. Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding flow*, *Psychology Today*, 30, 46-51. Csikszentmihalyi, (1975). *Beyond Boredom and Anxiety*, San Francisco: Jossey-Bass. Csikszentmihalyi, (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, New York: Harper and Row. Diener, E., Suh, M., Smith, H. And Shao, L. (1994). *National and culture differences in reported subjective well-being: Why do they occur?* *Social Indicators Research* (in press). Dimanche, F., Havitz, M. E. & Howard, D. R. (1991). *Testing the Involvement Profile (IP) Scale in the context of selected recreational and tourist activities*. *Journal of leisure research*, 23, 1, 51-66. Dominick, Joseph R. (1984). *Videogames, Television violence, and Aggression in Teenagers*. *Journal of Communication*, 34, 2, :136-147. Eysenck, M. W. (1990). *The Blackwell dictionary of cognitive psychology*. Oxford: Blackwell. Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage. Finneran, C. M., & Zhang, P. (2003). *A Person-Artifact-Task (PAT) Model of Flow Antecedents in Computer-Mediated Environments*. *International Journal of Human-Computer Studies*, Special Issue on HCI and MIS, 59, 4, 397-402. 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. Goldberg, L. R. (1993). *The structure of phenotypic personality Traits*. *American Psychologist*, 48, 26-34. Gunter, B. & Gunter, N. (1980). *Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure*. *Sociological Quarterly*, 2, 361-374. Hall, S. (1996). *Who Need Identity*. In Hall, S. & Du, Gay (ed.), *Question of Cultural Identity*. London: Sage. Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1990). *Propositions for guiding the empirical testing of the involvement construct in recreational and tourist contexts*. *Leisure Sciences*, 12, 179-196. Hoffman, P. T. Novak, *Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations*, *Journal of Marketing* 60, 3, 1996, pp. 50-68. Houston, M. J., & Rothschild, M. L. (1978). *Conceptual and methodological perspectives in involvement*. In Jain, S. (Eds.), *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*. Chicago: American Marketing Association. Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of mass communication by the individual: an overview*. In Blumler, J. G. & Katz, E. (Eds.), *The uses of mass communication: Current perspectives on*

gratification research. Beverly Hills: Sage Publication, pp.15-35. Kim, S. S., Scott, D. & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavior involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29, 320-341. Kyle, G., & Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: The importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 23, 243-266. Laurent, G., & Kapferer, J. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles, *Journal of Marketing Research*, 22: 41-53. Levy, M. R. & Windahl, S. (1985). "The concept of audience activity." in K. E. Rosengren, L. A. Wenner & P. Palmgreen (eds.), *Media Gratification Research: Current Perspective*. Beverly Hills, CA: Sage. Lorrie, A. Lumpkin, J. R., Jon M. H., & William R. D. (1986). Shopping patterns of the rural consumer. Exploring the relationship between shopping orientations and outshopping, *Journal of Business Research*, 14, 63-81. Malone, T. W., & Lepper, M. R. (1987). Making learning fun: A taxonomy of intrinsic motivations for learning, aptitude, learning, and instruction. (3rd ed.). *Cognitive and Affective Process Analyses*. Erlbaum, Hillsdale, NJ. Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row. McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: Enduring involvement. *Journal of leisure research*, 21,2, 167-179. McQuail, D. & Windahl, S. (eds.) (1993). *Communication models for the study of mass communication*. NY: Longman Publishing. McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage. Pervin, L. A. (1993). *Personality: Theory and research*. New York: John Wiley & Sons Inc. 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. Rogers C (1950). The significance of the self-regarding attitudes and perceptions. pp374-382 in M. L. Reymert (Ed.), *Feeling and emotion: The Mooseheart Symposium*. New York: McGraw-Hall. Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovation*. New York: Free Press. Schiffman, L. G. & Kanuk L. L. (2000). *Consumer behavior*. Prentice-Hall. Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-image*. Princeton, N. J.: Princeton University Press. Rosenberg, M. (1972). *Society and the Adolescent Self-image* (3rd ed.). New Jersey: Princeton University Press. Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Book. Rothschild, M. L. (1984). Perspectives on involvement: Current problems and future direction. *Advances in consumer research*, 11, 216-217. Rubin, A. M. (1981). An Examination of Television Viewing Motivations. *Communication Research*, 8: 141-167. Selin, S. W., & Howard, D. R. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20,3, 237-244. Sheth, J., Newman, B. & Gross, B. (1991). *Consumption values and market choices*. South-Western Publishing Co. Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985). Select socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. *Journal of marketing*, 49,1, 72-82. Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-210. Wallace, C. & Kovacheva, S. (1996). Youth Cultures and Consumption in Eastern and Western Europe. *Youth & Society*, 28,2, 189-214. Webster, J. & Martocchio, J. J. (1992). Microcomputer playfulness: Development of a measure with workplace implications, *MIS Quarterly*, 16, 201-227. 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. 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. Webster, K. L. Trevino, L. Ryan, The dimensionality and correlates of flow in human computer interactions, *Computers in Human Behavior* 9,4, 1993, pp.411-426. Yang, K. S. (楊國樞) (2004) *Toward a theory of the Chinese self: Conceptual analysis in terms of social orientation and individual orientation*. 見《「華人的自我歷程、自我概念及自我評價」研討會會議手冊暨論文集》，佛光人文社會學院心理學研究所。 Young, K.S. (1997). What makes the Internet addictive: Potential explanations for pathological Internet use. (<http://www.netaddiction.com/addictive.html>) . Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352. Ziller, R. Hagey, J., Smith, M., and Long, B. (1983). Self esteem: a self-social construct. *Journal of Consulting and Clinic Psychology*. 岡田斗司夫、唐俊一 (2007), 『???論!』, 創出版。岡田斗司夫 (2008,4,12), 「???入門」 [線上資料], 來源: <http://www.netcity.or.jp/OTAKU/okada/library/books/otakugaku/mokuzi.html>。漫?????世界 (2009,6,20), 『???』?研究第 1 回, [線上資料], 來源: <http://www.burikko.net/people/otaku01.html>。