

# The effects of personality traits, flow experience, and continued participation on self-esteem of otaku

賴宇凡、施建彬

E-mail: 325030@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

These kinds of animations in Japan, which compose the main stream of commercial animation, produce the particular sub-cultural field that is called " Otaku ". culture also has spilled on the world. The aim of this research is to investigate the Otaku relationship between Personality Traits, Flow Experience, on Self- Esteem and Continued Participation. The participants and sample of the survey are from university students in Taiwan, In total, the sample number is 400 and the actually recipient number is 303 which accounts for 76%.

Keywords : Otaku、Personality Traits、Big Five、Flow Experience、Self- Esteem

## Table of Contents

內容目錄封面內頁 . . . . .	I 簽名頁 . . . . .
. . . . . II 授權書 . . . . .	III 中文摘要 . . . . .
. . . . . IV 英文摘要 . . . . .	V 誌謝辭 . . . . .
. . . . . VI 內容目錄 . . . . .	VII 圖目錄 . . . . .
. . . . . IX 表目錄 . . . . .	X 第一章 緒論 . . . . .
. . . . . 1 第一節 研究緣起與動機 . . . . .	1 第二節 研究目的 . . . . .
. . . . . 3 第三節 研究對象與範圍 . . . . .	4 第四節 名詞解釋 . . . . .
. . . . . 4 第二章 文獻探討 . . . . .	5 第一節 御宅行為理論與相關研究 . . . . .
. . . . . 5 第二節 自尊 . . . . .	11 第三節 人格特質 . . . . .
. . . . . 15 第四節 心流體驗 . . . . .	23 第五節 綜合討論 . . . . .
. . . . . 30 第三章 研究方法 . . . . .	31 第一節 研究架構 . . . . .
. . . . . 31 第二節 研究假設 . . . . .	32 第三節 研究對象 . . . . .
. . . . . 33 第四節 研究工具的編制與選取 . . . . .	33 第四章 資料分析結果 . . . . .
. . . . . 38 第一節 人口背景資料 . . . . .	38 第二節 御宅持續參與現況分析 . . . . .
. . . . . 40 第三節 人口背景變項與御宅持續參與及自尊感之差異分析 . . . . .	43 第四節 次文化特質認同與御宅持續參與及自尊相關分析 . . . . .
. . . . . 47 第五節 五大人格與御宅持續參與及自尊相關分析 . . . . .	48 第六節 心流體驗與御宅持續參與及自尊相關分析 . . . . .
. . . . . 49 第七節 御宅持續參與及自尊感相關分析 . . . . .	51 第八節 預測性分析 . . . . .
第五章 結論與建議 . . . . .	56 第一節 結論 . . . . .
. . . . . 56 第二節 綜合討論 . . . . .	60 第三節 建議 . . . . .
. . . . . 60 第三節 建議 . . . . .	67 參考文獻 . . . . .
. . . . . 70 附錄一 . . . . .	92 附錄二 . . . . .
. . . . . 98	

## REFERENCES

- Bandura, A. (1982), 社會學習論巨匠(廖克玲譯), 台北:允晨。 Gackt、宅八郎、岡田斗司夫、大塚英志、上川隆也、唐?俊一等(2009), ???/御宅, 【線上資料】, 來源: <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%81%8A%E3%81%9F%E3%81%8F#E7.A0.94.E7.A9.B6.E8.80.85.E3.83.BB.E6.9C.89.E5.90.8D.E3.81.AA.E3.81.8A.E3.81.9F.E3.81.8F>日文維基百科。 Jnlin、Andylong、Ruemann999、Mikepanhu、Leeyc0等(2007), 漫畫, 【線上資料】, 來源: <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%BC%AB%E7%95%AB>中文維基百科。 Pervin, L. A. (1995), 人格心理學(洪光遠譯), 台北:桂冠出版社。 Rogeryu(2006), 臺北大學卡通漫畫社, 【線上資料】, 來源: <http://0rz.tw/6c1fU>, 中文維基百科。 Thijslbot、JAnDbot、Leeyc0、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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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，大葉大學國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未出版之碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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)，「現視研」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：濤石文化。吳妹蓁(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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版博士論文。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未出版博士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。林詒杰(2003)，電玩成癮傾向及其相關因素研究，中原大學心理學系未出版碩士論文。林曉盈(2005)，行動動機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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版博士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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未出版碩士論文。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動機服務之研究，中國文化大學新聞研究所未出版碩士論文。楊國樞(2004)，華人的自我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。楊棠安(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。鄭順聰(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. Hovaland 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*, 2, 3, 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>。