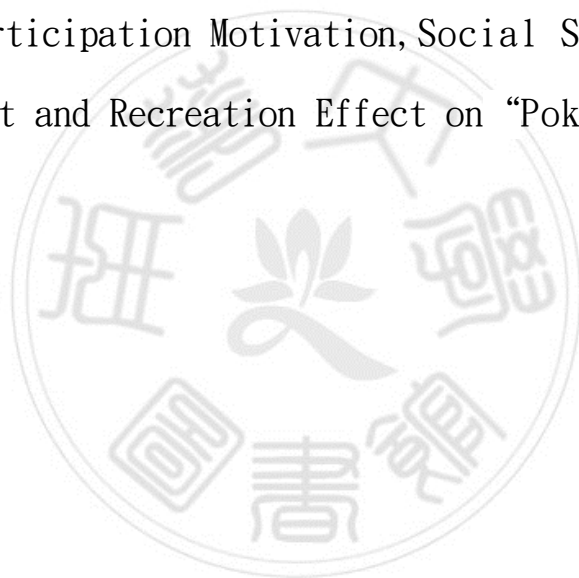


南華大學
資訊管理學系
碩士論文

精靈寶可夢GO玩家的參與動機、社會支持、持續涉入
於休閒效益之研究

A Study of Participation Motivation, Social Support, Continued
Involvement and Recreation Effect on “Pokémon Go” Use



研究生：廖俊忠

指導教授：洪銘建

中華民國 106 年 12 月

南 華 大 學

資訊管理學系

碩 士 學 位 論 文

精靈寶可夢 GO 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之研究

研究生：廖俊忠

經考試合格特此證明

口試委員：蕭敏珊
陳新育
洪銘建

指導教授：洪銘建

系主任(所長)：楊心華

口試日期：中華民國 106 年 12 月 10 日

南華大學碩士班研究生
論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班廖俊忠君所提之論文
精靈寶可夢 GO 玩家的參與動機、社會支持、持
續涉入於休閒效益之研究
A Study of Participation Motivation, Social
Support, Continued Involvement and
Recreation Effect on "Pokémon Go" Use
係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授 洪銘達

106年12月24日

南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人：_____廖俊忠_____之碩士畢業論文

中文題目：精靈寶可夢 GO 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於
休閒效益之研究

英文題目：A Study of Participation Motivation, Social Support, Continued Involvement and Recreation Effect on
“Pokémon Go” Use

指導教授：洪銘建 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

- 共同享有著作權
- 共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權
- 學生獨自享有著作財產權

學生：_____廖俊忠_____（請親自簽名）

指導老師：_____洪銘建_____（請親自簽名）

中 華 民 國 106 年 12 月 24 日

謝誌

自從大學畢業，考上學士後師資班之後，就在教甄的苦海裡浮沉了十二年，終於有幸在三年前游上岸，中止了代理、考試、代理、考試的無限輪迴。去年在以前的同事錦玲和獻正主任的熱情邀約之下，加入了南華碩專班這個大家庭，在論文即將完成，學業即將告一段落之際，心中滿是感激。

承蒙恩師洪銘建教授的細心指導，讓我感恩在心。他總是不厭其煩的鼓勵我、引導我，也會叮嚀我要注意身體健康，在我蠟燭多頭燒的情況之下，注入了一股安定的力量。感謝陳萌智教授、吳鳳科技大學蕭紋旭教授擔任我的論文口試委員，在論文口試時，給了我許多的鼓勵與寶貴的建議，讓我的論文能夠更趨完備。另外，對於曾經授課的吳光閔教授、陳萌智教授、邱英華教授、謝定助教授以及班導師周志賢教授、楊士霆教授，也一併獻上最誠摯的謝意。

感謝並肩作戰的同窗好友：伶宜、妙如、淑麗、惠卿、靜宜、瓊惠、韻如、宜申、明昌、青翰、俊宏、重穎、培銘以及梓豪，尤其是淑麗、瓊惠、明昌和培銘。謝謝淑麗和瓊惠在接近口考階段幫忙送審核文件並張羅口考當日所有大小事；謝謝同是研究寶可夢的明昌，讓我在寫作上比較有方向；謝謝培銘帶我認識寶可夢的世界，也謝謝他平常在課業上多方面的協助。

最後要特別感謝我的老婆-麗鈴，在我讀研究所的這段期間，盡心盡力的照顧好家裡的兩老兩小，讓我能心無旁騖的完成學業。

千言萬語無法道盡心中的感激，謝謝在這段日子裡出現在我生命中的各位，你們都是我的貴人，感恩！

廖俊忠謹誌

中華民國一〇六年十二月

精靈寶可夢GO玩家的參與動機、社會支持、持續涉入
於休閒效益之研究

學生：廖俊忠 指導教授：洪銘建博士

南華大學資訊管理學系

中文摘要

精靈寶可夢GO是首款結合適地性服務(Location-Based Service, LBS)及擴增實境(Augmented Reality, AR)的手機遊戲，臺灣一開放下載，就形成一股熱潮，抓寶聖地更是萬人空巷，是故本研究針對精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入以及休閒效益進行研究，以了解精靈寶可夢GO使用的促動因子。

本研究採便利性抽樣方式，以臉書(Facebook)社團：「精靈寶可夢社團 Pokemon GO」、「精靈寶可夢Pokemon Go®」、「精靈寶可夢雲林地區」、「寶可夢GO-宜蘭花蓮台東」以及「爆系公社寶可夢討論區」為主要樣本來源，有效樣本總計314份。以敘述性統計、相關分析以及多元迴歸分析等方式進行資料統計與分析。本研究主要發現如下：

- 1.精靈寶可夢GO遊戲玩家的男女比是58.6%比41.4%，顯示此款遊戲雖然男性多於女性，但此遊戲也深受女性玩家喜愛。
- 2.參與動機對持續涉入的影響是顯著的，亦即精靈寶可夢 GO 玩家參

與動機愈高，則其持續涉入愈高。

3. 整體參與動機對社會支持的影響是顯著的，尤其是參與動機中的

「社交」與社會支持中的「朋友支持」。

4. 參與動機對休閒效益的影響是顯著的，亦即寶可夢玩家的參與動機

愈高，則其休閒效益愈高。

5. 持續涉入對休閒效益的影響是顯著的，亦即寶可夢玩家持續涉入愈

高，則其休閒效益愈高。

6. 社會支持對持續涉入的影響是顯著的，亦即寶可夢玩家的社會支持

愈高，則其持續涉入的程度愈高。

7. 社會支持對休閒效益的影響是顯著的，亦即寶可夢玩家的社會支持

愈高，則其獲得的休閒效益愈高。

關鍵詞：精靈寶可夢GO、參與動機、社會支持、持續涉入、休閒效益

A Study of Participation Motivation, Social Support, Continued Involvement and Recreation Effect on “PokémonGo” Use

Student : Chun-Chung Liao Advisor : Dr. Ming-Chien Hung

Department of Information Management
The Graduated Program
Nan-Hua University

ABSTRACT

Pokémon Go is the first one of smart phone game that combines Location-Based Service and Augmented Reality. In Taiwan, the Pokémon Go is very popular. So, this study focuses on the Pokémon Go players' participation motivation, social support, continued involvement and recreation effect to explore the factors that influence “Pokémon Go” use.

The samples of this study come from Facebook groups “Pokémon GO”, “Pokémon Go®”, “Pokémon GO of Yunlin”, “Pokémon GO of Ilan, Hualian and Taitung”, and “the bursting forum of Pokémon GO”. With convenience sampling, there are 314 valid samples used for this study. By the methods of descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression analysis, our finds are described below:

First, the players of Pokémon GO are male with 58.6% and female with 41.4% that shows many females favorite Pokémon GO in spite of the male players are more than those females.

Second, the participation motivation of Pokémon Go players significantly influences their continuous use.

Third, the overall participation motivation of Pokémon Go players significantly influences their social supports. Especially, the social interaction of participation motivation effects on the peers' support of social support.

Fourth, the participation motivation of Pokémon Go players significantly influences their recreation effects.

Fifth, the participation motivation of Pokémon Go players significantly influences their continuous use.

Sixth, the social support of Pokémon Go players significantly influences their continuous use.

Finally, the social support of Pokémon Go players significantly influences their recreation effects.

Key words: Pokémon Go, Participation Motivation, Social Support, Continued Involvement, Recreation Effect

目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iv
目錄.....	vi
表次.....	viii
圖次.....	ix
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景及動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究問題.....	4
第四節 研究範圍限制.....	5
第五節 關鍵名詞解釋.....	5
第六節 實施程序.....	9
第二章 文獻探討.....	12
第一節 精靈寶可夢GO遊戲的發展及相關研究.....	12
第二節 參與動機之相關研究.....	17
第三節 社會支持之相關研究.....	23
第四節 持續涉入之相關研究.....	28
第五節 休閒效益之相關研究.....	31
第六節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關研究.....	35
第三章 研究設計與實施.....	41
第一節 研究架構與假說.....	41
第二節 研究對象與抽樣.....	46
第三節 研究工具.....	47

第四節 資料處理.....	62
第四章 資料分析與討論.....	63
第一節 研究樣本背景資料分析.....	63
第二節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關分析.....	70
第三節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之迴歸分析.....	79
第五章 結論與建議.....	87
第一節 結論.....	87
第二節 建議.....	90
參考文獻.....	92
【附錄一】.....	107
【附錄二】.....	111



表次

表1-1研究流程.....	9
表3-1本研究問卷修正意見之專家學者名單.....	46
表3-2參與動機預試量表項目分析摘要表.....	49
表3-3參與動機預試量表因素分析摘要表.....	50
表3-4社會支持預試量表項目分析摘要表.....	53
表3-5社會支持預試量表因素分析摘要表.....	54
表3-6持續涉入預試量表項目分析摘要表.....	56
表3-7持續涉入預試量表因素分析摘要表.....	57
表3-8休閒效益預試量表項目分析摘要表.....	59
表3-9休閒效益預試量表因素分析摘要表.....	60
表4-1精靈寶可夢GO遊戲玩家的基本資料彙整表.....	67
表4-2參與動機與持續涉入之相關.....	71
表4-3參與動機與社會支持之相關.....	72
表4-4參與動機與休閒效益之相關.....	73
表4-5 持續涉入與休閒效益之相關.....	74
表4-6社會支持與持續涉入之相關.....	75
表4-7社會支持與休閒效益之相關.....	76
表4-8以持續涉入為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	79
表4-9 參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	80
表4-10以社會支持依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	80
表4-11參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	80
表4-12以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	81
表4-13參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	81

表4-14以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	82
表 4-15 持續涉入各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	82
表4-16以持續涉入為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	83
表 4-17 社會支持各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	83
表4-18以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表.....	84
表 4-19 社會支持各自變項之多元迴歸參數檢定結果表.....	84

圖次

圖 2-1 休閒效益模式.....	34
圖 3-1 研究架構.....	42



第一章緒論

本研究目的在探討精靈寶可夢 GO(Pokémon GO)玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之關係。本章共分為六節，首節說明研究背景及動機，次節敘述研究目的，第三、四、五節分別說明研究問題、研究範圍限制以及解釋關鍵名詞，最後第六節則說明研究之實施程序。

第一節 研究背景及動機

「皮卡丘，就決定是你了！」這是精靈寶可夢（臺灣譯成：神奇寶貝）動漫主人翁的經典台詞，主要是描述來自真新鎮的十歲少年—小智，為了成為神奇寶貝大師，和皮卡丘一起展開冒險旅程的熱血故事。動畫製播至今已超過 20 個年頭，精靈寶可夢成為陪伴許多人一起成長的童年回憶。

精靈寶可夢系列是日本 GameFreak 和任天堂公司於 1996 年所推出的一款 Game Boy(掌上型遊戲機)遊戲，其後發展為跨媒體製作的作品，除了遊戲，還發行漫畫、書籍、對戰卡片及週邊產品，並聯合日本東京電視台推出電視動畫以及一年一度的劇場版動畫電影(維基百科,2017)。2014 年，Google 在 4 月 1 日愚人節做了一支在「Google 地圖上尋找精靈寶可夢挑戰」的玩笑影片，裡面逼真的場景與寶可夢對戰畫面，竟引起廣大迴響（吳怡靜，2016）。精靈寶可夢 GO 於 2016 年 7 月一開放下

載，就在全全球造成轟動。此款結合擴增實境的手機遊戲瞬間爆紅，成為該年度最夯的話題！

策會產業情報研究所 (MarketIntelligence&Consulting Institute ; MIC) 產業顧問兼研究總監楊中傑 (2016) 認為：精靈寶可夢 GO 蔚為風潮的主要關鍵因素在於裝置的普及與善用。以首先推出的澳洲、紐西蘭以及美國等國為例，智慧型手機的普及率非常高，資訊基礎架構也非常完整。而臺灣目前的行動通訊環境也相當符合此款遊戲的基本需求，以至於精靈寶可夢 GO 遊戲於臺灣開放下載後，馬上形成一股熱潮 (黃明昌，2017)。

精靈寶可夢 GO 遊戲對社群和文化產生不少正面的影響，遊戲的設定迫使玩家必須走出戶外，與其他玩家接觸，因此改善玩遊戲不出門或長時間待在網咖的問題；外國專家學者認為此遊戲最能幫助抑鬱症患者，走出戶外捉寶不僅有益身心健康，還可以重新認識自己居住的所在地(維基百科，2016)。臺北市立聯合醫院一般精神科主治醫師詹佳真指出：能走向戶外與運動，生活會出現新的刺激，大腦會分泌腦內啡，提升快樂的情緒。即使只是走路，都能因為完成任務，提升自信心與自我掌控感；董氏基金會心理衛生中心主任葉雅馨建議：父母、朋友或師長可以將精靈寶可夢 GO 遊戲作為學習中的增強，如果孩子的成績進步、完成某些學習活動，就可以給他們一些抓寶的時間 (楊晴雯，2016)。

據此，研究者主要想了解：精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機為何？是否獲得家人或朋友的支持？此為本研究動機之一。

精靈寶可夢 GO 遊戲的熱潮雖有減緩的趨勢，但根據研究者的觀察，仍有不少玩家以精靈寶可夢 GO 遊戲為互動議題，仍然穿梭在大街小巷甚至於深山中，是什麼樣的因素驅使這些玩家持續涉入在這項遊戲中？此為本研究動機之二。

近幾年關於手機遊戲的研究焦點，大都把重心放在如何經營、管理、行銷或網路成癮的問題上面，少有將手機遊戲當成是一種「休閒活動」來進行討論。這款結合擴增實境的手機遊戲，不僅開創手遊的新局面，主要也希望玩家們能走出戶外、走向人群，與其他人進行面對面的對談、溝通，拉近人與人之間的距離，回到最初人與人之間的溝通方式。是故玩家們是否因精靈寶可夢 GO 遊戲增加走出戶外的次數？又精靈寶可夢 GO 遊戲是否真能帶給玩家們休閒效益？此為本篇研究動機之三。

第二節 研究目的

依據上述之研究動機，本研究針對精靈寶可夢 GO 玩家進行有關「參與動機」、「社會支持」、「持續涉入」與「休閒效益」四大部份的調查，期望能達成下列目的：

- 一、了解精靈寶可夢 GO 玩家其參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之現況。

- 二、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其參與動機對持續涉入之關係。
- 三、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其參與動機對社會支持之關係。
- 四、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其參與動機對休閒效益之關係。
- 五、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其持續涉入對休閒效益之關係。
- 六、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其社會支持對持續涉入之關係。
- 七、 了解精靈寶可夢 GO 玩家其社會支持對休閒效益之關係。

第三節 研究問題

依據前述之研究目的，本研究提出的問題，分別敘述如下：

- 一、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家遊戲的參與情形為何？
- 二、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機是否會影響其持續涉入？
- 三、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機是否會影響其社會支持？
- 四、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機是否會影響其休閒效益？
- 五、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的持續涉入是否會影響其休閒效益？
- 六、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持是否會影響其持續涉入？
- 七、 精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持是否會影響其休閒效益？

第四節 研究範圍限制

本研究由於受限於地區、時間以及人力等種種因素，無法走訪全臺各個抓寶聖地，而精靈寶可夢玩家會何時出現也無從得知。因此僅以研究者臉書（Facebook）好友、Line 群組以及臉書社團：「精靈寶可夢社團 Pokémon GO」、「精靈寶可夢 Pokémon Go®」、「精靈寶可夢雲林地區」、「寶可夢 GO-宜蘭花蓮台東」以及「爆系公社寶可夢討論區」為主要研究對象，針對仍在玩此遊戲的玩家們進行網路問卷調查。

第五節 關鍵名詞解釋

茲將本研究之重要相關名詞，界定如下：

一、精靈寶可夢 GO 遊戲

市面上寶可夢遊戲版本非常多，而本研究所指的精靈寶可夢 GO 遊戲是一款由任天堂子公司—精靈寶可夢公司授權，Niantic, Inc.負責開發和營運的行動平台擴增實境遊戲，於 2016 年 7 月起在 iOS 和 Android 平台上發布（維基百科，2017）。這款擴增實境類手機遊戲，以 Google 地圖中的地標及景點為藍本，設立許多的 PokeStop（補給站），以供遊戲玩家獲取所需物品（例如：寶貝球、傷藥、莓果以及活力碎片等）。以現實世界為平台，結合擴增實境技術，進行捕捉、戰鬥、訓練和交易虛擬的寶可夢。寶可夢玩家必須移動到戶外，才有機會捕捉到各式

各樣的寶可夢；在 Gym（道館）進行對戰，佔領道館才有機會領取 PokeCoins（皮卡丘金幣，簡稱皮幣）；透過行走累積公里數進行孵蛋，可孵出等級較高或較稀有的寶可夢。這些種種因素驅使玩家們必須走出家門，才能真正體會遊戲的樂趣（譚偉晟，2016）。

二、擴增實境（Augmented Reality，簡稱 AR）

是一種將「現實的環境影像」及「電腦虛擬影像」互相結合的新技術（陳坤森，2007）。透過攝影機影像的位置及角度精算並加上圖像分析的技術，讓螢幕上虛擬世界與現實世界場景進行結合與互動。隨著隨身電子產品運算能力的提升，擴增實境的用途也越來越廣泛（維基百科，2017）。

三、參與動機

參與動機在探討行為背後的真正原因，其目的在幫助我們了解為什麼個體在某種情境下，會引發或堅持從事某種行為（黃明昌，2017）。

本研究所指的精靈寶可夢 GO 遊戲的參與動機，係指由研究者自編之「精靈寶可夢 GO 玩家參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查問卷」中，第一部份「精靈寶可夢 GO 玩家參與動機量表」所得分數高低做為評估標準，本量表分為「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」以及「逃避歸屬」四個構面。問卷採李克特五點量表來計分，當填答者各層面得分愈高，表示參與動機愈高。

四、社會支持

社會支持是一種人與人互動的關係，當人們面臨壓力時，透過與他人的互動，獲得不同形式的支持與援助，可紓緩情緒上的負擔，同時還有助於處理情緒上的衝動（Caplan,1974）。

本研究所指的精靈寶可夢 GO 遊戲的社會支持，以受試者在研究者自編之「精靈寶可夢 GO 玩家參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查問卷」中，第二部份「精靈寶可夢 GO 玩家社會支持量表」所得分數高低做為評估標準，本量表分為「家人支持」及「朋友支持」二個構面。問卷採李克特五點量表來計分，當填答者各層面得分愈高，表示社會支持度愈好。

五、持續涉入

持續涉入是個人內心基於對某件事物的中心性、個人價值需求與自我觀念之間的互動關係，所產生的涉入程度，一旦對此事物具有高度的持續涉入程度，則這種持續性的關切程度就會成為一種穩定且不易隨外在環境改變的狀態（Houston&Rothschild,1978）。

本研究所指的精靈寶可夢 GO 遊戲的持續涉入，以受試者在研究者自編之「精靈寶可夢 GO 玩家參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查問卷」中，第三部份「精靈寶可夢 GO 玩家持續涉入量表」所得

分數高低做為評估標準，包含「吸引力」、「生活中心性」、以及「自我表現」三個構面。問卷採李克特五點量表來計分，當填答者各層面得分愈高，表示持續涉入程度愈高。

六、休閒效益

當人們參與休閒活動時，受到環境、活動、心境等的刺激，產生若干影響，而這些影響經由人們的正向評價之後，就產生了休閒效益 (Mannell&Stynes,1991)。謝明忠 (2009) 認為休閒效益是指個體在閒暇時間參與活動後的主觀感受，除了能改善個體的身心狀況，還可以滿足個體的需求。也因此每個人所感受到的休閒效益會因人而有所差異。

本研究所指的精靈寶可夢 GO 遊戲的休閒效益，以受試者在研究者自編之「精靈寶可夢 GO 玩家參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查問卷」中，第四部份「精靈寶可夢 GO 玩家休閒效益量表」所得分數高低做為評估標準，本量表分為「自我成長」、「鬆弛效益」、「拓展生活圈」以及「豐富生活內涵」四個構面。問卷採李克特五點量表來計分，當填答者各層面得分愈高，表示填答者獲得的休閒效益愈好。

第六節 實施程序

為使研究能順利進行，本研究實施過程將其分為研究準備、研究發展、研究實施及研究完成四個階段（研究流程如表 1-1），茲將內容分述如下：

表 1-1：研究流程

一、研究準備	1.擬定研究方向 2.蒐集、整理相關文獻 3.確定研究主題範圍
二、研究發展	1.決定研究架構與方法 2.編製研究工具 3.專家效度考驗
三、研究實施	1.問卷修正 2.正式問卷施測
四、研究完成	1.資料處理與分析 2.撰寫研究結果與建議

壹、研究準備

一、擬定研究方向

精靈寶可夢 GO 結合 AR 技術，成為全世界首款可以在現實生活中進行的遊戲，掀起全球的抓寶熱潮。經過快一年的時間，熱潮雖然漸漸退去，然而樂在其中的仍大有人在。因此，此款全球首創的擴增實境手機遊戲到底魅力何在？大大引起研究者的好奇，故與指導教授討論之後，確定研究方向。

二、蒐集、整理相關文獻

蒐集並整理國內外相關學術論文、期刊、書籍、教育部相關的網站以及網路最新資料、報導做為研究之立論，加以整理與分析，以便後續之研究。

三、確定研究主題範圍

參考所整理的文獻，藉以擬定研究主題的範圍，作為研究問題、文獻探討與研究設計之參考。

貳、研究發展

一、決定研究架構與方法

依據探討文獻結果，分析、歸納與整理各研究層面的內涵，發展出本研究的問題、目的及研究架構。

二、編製研究工具

依據本研究的問題，參酌相關研究內容，編製成「精靈寶可夢GO玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查問卷」初稿，並請專家學者針對本研究問卷提供修正意見。

三、專家效度考驗

本研究問卷，透過專家效度，整理專家意見，並據此修訂問卷初稿，以便進行預試問卷施測。

參、研究實施

一、問卷修正

依據專家提供的意見修正建議表，進行預試後分析試題，將效度偏低之題目予以刪除或修正，篩選出合適的題目。

二、正式問卷施測

本研究以全臺精靈寶可夢 GO 玩家為研究對象，以便利抽樣的方式，透過網路問卷針對研究母群體進行調查。

肆、研究完成

一、資料蒐集與分析

本研究以便利抽樣的方式針對研究母群體進行施測，正式問卷回收後，隨即將資料以 SPSS 23.0 統計套裝軟體進行統計分析，以獲取本研究之結果。

二、撰寫研究結果與建議

根據正式問卷的分析結果進行討論、歸納並提出結論以及具體相關建議，完成本論文之撰寫。

第二章文獻探討

本章主要是文獻資料的蒐集與分析，探討精靈寶可夢 GO 遊戲的發展、參與動機、社會支持、持續涉入及休閒效益之理論與相關研究。共細分為六節，第一節主要分析精靈寶可夢 GO 遊戲的發展及相關研究；第二節分析參與動機的定義、內涵及相關理論；第三節分析社會支持的定義、內涵及相關理論；第四節分析持續涉入的定義、內涵及相關理論；第五節分析休閒效益的定義、內涵；第六節分析參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關研究。

第一節 精靈寶可夢 GO 遊戲的發展及相關研究

一、精靈寶可夢 GO 遊戲的發展

《Ingress》，中文翻譯為「虛擬入口」或「浸視界」，是一款擴增實境、大型多人線上冒險遊戲，由 Niantic Labs 開發，於 2012 年 11 月 16 日開始在 Android 平台進行測試，2013 年 12 月 15 日正式發布。2016 年 7 月，《Ingress》的地標資料被運用於 Niantic Labs 和任天堂共同開發的新遊戲—精靈寶可夢 GO 的補給站和道館中（維基百科，2016）。精靈寶可夢 GO 的開發者漢克（John Hanke）曾表示，《Ingress》其實就是精靈寶可夢 GO 的前身。《Ingress》和《精靈寶可夢 Go》都強調社交，唯一的不同是，場景從虛擬變成了現實世界，實際走出家門，跟朋友約

在某個道館會面，一起活動。因為這些真實的互動，玩家也許在遊戲結束後可以去喝一杯，讓生活在某些小地方變得更美好（2016，吳怡靜）。

Serino et al. (2016) 表示精靈寶可夢 GO 遊戲在推出後的短短一周內，就吸引了超過 6500 萬名玩家下載，研究顯示這款手機遊戲的好處有更多戶外活動、社交以及增加運動量。精靈寶可夢 GO 遊戲在 2016 年為 Niantic 公司賺進了 12 億美元，並成功使消費者熟悉 AR 的使用概念（Rae Johnston,2017）。

精靈寶可夢 GO 遊戲推動大量的人們走向戶外，並增加他們停留在那裡的時間（Dorward et al.,2016）。玩家們以現實世界為平台，進行捕捉、戰鬥、訓練和交易虛擬寶可夢，遊戲提供免費下載，亦支援內購。與該遊戲同期發布的還有一款名為精靈寶可夢 Go Plus 的周邊設備，利用藍牙連接手機，在附近有精靈寶可夢時傳送通知。2016 年 3 月 4 日，Niantic 宣布該月下旬將在日本進行內測，允許玩家在遊戲正式發布前參與對遊戲的改進。同年 4 月 7 日，內測擴展到澳大利亞和紐西蘭。5 月 16 日，針對美國開放內測申請。7 月 6 日在澳大利亞和紐西蘭、7 日在美國正式發行，而臺灣則是在 8 月 6 日開放下載。遊戲發布後，任天堂的股票價格在一天內暴漲 9%，兩週內急漲 100%。遊戲的下載量在全球已超過 1 億次。Niantic, Inc.於 2016 年 12 月 12 日開放部分第二世代寶可夢，於 2017

年 2 月 17 日開放大多數第二世代寶可夢，並於 2017 年 6 月 20 日更改道館對戰機制，推出全新的團體戰模式。2017 年 7 月 23 日起，精靈寶可夢 GO 遊戲開放捕捉傳說中的寶可夢—急凍鳥、洛奇亞、火焰鳥以及閃電鳥等神獸，又再次掀起全民抓寶的熱潮（維基百科，2017）。

精靈寶可夢 GO 遊戲締造了五項金氏世界紀錄，分別是：「首月下載次數最多的手機遊戲」、「首月登上最多國家安裝榜榜首的手機遊戲」、「首月營收最高的手機遊戲」、「首月登上最多國家營收榜榜首的手機遊戲」以及「營收最快突破 1 億美金的手機遊戲」(陳慶餘，2016)。根據市場研究機構 National Purchase Diary (NPD Group) 的統計，2016 年 6 月底的行動電源年度銷售量比前一年增加 35%，但在精靈寶可夢 GO 於 7 月 6 日在美國上架後，14 天之內全美國就售出了近 120 萬個行動電源，比去年同期增加了 101%。

手機遊戲的生命週期大概是六個月左右，但是幾款曾經造成全球風潮的遊戲，即便不再成為主要話題，但是他們其實很「長壽」，例如糖果傳奇仍位居每日下載排行榜的前五名，在 AppStore 超過四百年，在 GooglePlay 也超過八百年。又如在 AppStore 收入排行榜上，《智龍迷城》與《部落衝突》位居前五名都已超過一千兩百年，證明仍深受核心玩家持續的愛戴。目前已經成為史上最成功的擴增實境遊戲《精靈寶可夢 Go》，

雖然討論度已經逐漸退燒，但是預計也將成為核心玩家持續支持的長壽遊戲之一（羅之盈，2016）。

二、精靈寶可夢 GO 遊戲的相關研究

精靈寶可夢 GO 遊戲讓玩家走出戶外，讓習慣在網路上互動的人們回到現實世界，產生實際的交流；讓許多家庭有了固定的散步時間，全家在公園散步、運動兼抓寶，增進彼此的感情（張巧宜，2016）。精靈寶可夢 GO 遊戲對社群和文化產生不少正面的影響，遊戲的設定迫使玩家走出戶外，鼓勵與其他玩家接觸，因此改善玩遊戲不出門或長時間待在網咖的問題；外國專家學者認為此遊戲最能幫助抑鬱症患者，走出戶外捉寶不僅有益身心健康，還可以重新認識自己居住的所在地（維基百科，2016）。

周佳蓉（2016）認為精靈寶可夢 GO 更具有以下特點：（1）精靈角色生動、可愛。（2）精靈角色種類繁多。（3）遊戲故事內容並沒有緊扣在日本本土，以致於沒有國籍、文化、現實地區的限制，相對的更加有利打進不同國家與市場。（4）結合智慧型手機 APP 以及 GPS 定位系統，實境遊戲模式讓玩家隨時都能玩。（5）玩家在遊戲中培養精靈角色能力，派出不同精靈參與戰鬥，其中的勝敗不僅觸發人性爭勝的欲望、角色育成的過程更是這款遊戲的魅力所在。（6）每一次抓到小精靈或者

獲得升等時，人體的大腦便會釋放出多巴胺，使玩家產生想抓更多小精靈的慾望。有時候甚至只要在大腦中想像抓到精靈的場景，就會使大腦分泌多巴胺，促使玩家產生實際行為，走出戶外去尋找小精靈。柯俊銘（2016）則指出，不少專家學者對於精靈寶可夢 GO 給予正面評價，強調該遊戲有益身心健康。抓寶的好處有：(1) 走出戶外：這樣的安排，讓一些具有憂鬱症、社交恐懼症或者創傷後壓力症候群的患者願意走向戶外。(2) 改善運動不足情形：玩家必須移動到各個不同地點完成遊戲任務，運動量在不知不覺中獲得提升。(3) 緩解心理病症：玩此遊戲不僅能提高運動量，更能刺激腦內啡的分泌，讓人感到快樂。(4) 增進人際交流：由於得強制外出抓寶，無形中拉近了人跟人之間的距離。(5) 親子感情增溫：玩此遊戲有共同話題，親子間的感情因此變得越來越好。

綜合以上所述，精靈寶可夢 GO 的遊戲特性是：將遊戲帶入現實生活中，給人們走向戶外的動機，而家人、朋友甚至是陌生人之間，也因為精靈寶可夢 GO 遊戲產生新的交流，使人們願意多與陌生人面對面交際、多與家人互動，有助於增進人際間的互動和親子關係的改善。

第二節 參與動機之相關研究

本節將參與動機分為三個部份介紹，包括參與動機的定義、內涵、以及相關理論。

一、參與動機的定義

動機一詞 (Motivation) 係源自於拉丁文 (Mover)，是指引起個體產生活動，持續維持已引起的活動，並促使該活動朝向某特定目標前進的一種內在歷程 (張春興，1989)。動機亦指 To motive (激動) 或 To set in motion (引發動作)，是一種與需要有關且有目的性的行為表現 (陳顯宗、戴遐齡，1994)。動機的來源是由於某些需求需要被滿足，這些需求可能來自於生理方面，或稱之為一種驅力，它們普遍存在於人類的特質中並且具有遺傳性 (Maslow, 1970)。Maehr & Meyer (1997) 則認為動機是能使個體充滿活力、具有方向性，並且讓個體持續保持行為或活動的一種內在心理狀態。因此，動機是引發行為達成特定生理或心理目標的內在歷程，隱藏於個體內部，驅使個體去從事某種行為。它可能是由本能的行為所驅動、理智的思考所策動，或是上述兩者的混合 (李咏吟，1998)。動機乃是在引導個人行為表現的一種內在歷程，傳統上行為學家將動機區分為二：一為內在因素，即為個人內在驅力，包含情緒、本能、需求、慾望、衝動等；另一則為誘引行為，即涉及環境中之因素或事件，

比如誘因、目的、興趣、抱負等，由個人希望從事的事件表現出來的行為（李聲吼，2001）。動機是一種內在驅力，維持個體的行為活動以滿足特定目標的心理歷程（鄭采玉，2008）。Curt et al.（2010）指出動機是個體趨近或逃避某一行為決心的驅力、程度或欲望。邱榮泰（2012）則認為當參與者同時接收到內外在此的刺激，為了達到特定目標時所產生並維持的參與行為，稱為參與動機。動機是在探討行為背後的真正原因，其目的在幫助我們了解，為什麼個體在某種情境下會引發或堅持從事某種行為（黃明昌，2017）。

綜合以上所述，本研究將精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機定義為：一種隱藏在個體內部的複雜心理特質，它能驅使個體從事某種行為，朝向目標前進，並會持續維持活動的一種內在心理狀態。

二、參與動機的內涵

蘇芬媛（1996）研究臺灣多人線上網路遊戲玩家行為，歸納其參與動機有四項，分別是「自我肯定」、「匿名陪伴」、「社會學習」、「逃避歸屬」。(1) 自我肯定：藉著虛擬世界中的相關活動，讓自己的想像力充分發揮、肯定自己的聰明才智並獲得成就感。(2) 匿名陪伴：藉著在虛擬世界中扮演在現實世界中隱匿的另一面，以不同於現實的行為模式與他人互動，透過角色找到志同道合的夥伴。(3) 社會學習：把虛擬

世界當成是一個小型社會，在裡面可以有一些社交活動，也可以增加在現實生活中與朋友聊天的話題。(4) 逃避歸屬：可以暫時擺脫既有的社會規範或暫時逃避現實，忘卻煩惱，獲得短暫的心靈平靜。陳慶峰(2001)認為線上遊戲玩家的參與動機分為三類，分別是「社交活動」、「自我肯定」跟「休閒娛樂」。(1) 社交活動：參與線上遊戲主要是為了在遊戲中結交新的朋友，並藉此維持現有的社交活動。(2) 自我肯定：希望透過線上遊戲發揮創造力並獲得成就感。(3) 休閒娛樂：希望透過線上遊戲滿足好奇心並從遊戲中獲得意想不到的快感。

陳冠中(2003)以某款熱門遊戲的玩家做為研究對象，發現其參與動機共可分為六大項，分別是「自我肯定」、「匿名陪伴」、「社會學習」、「逃避歸屬」、「交易」以及「獲取訊息」。(1) 自我肯定：透過遊戲，玩家可以展現高超的電腦操控能力與發揮聰明才智。(2) 匿名陪伴：玩家可以透過虛擬的遊戲，扮演不同於現實生活的角色。(3) 社會學習：藉由遊戲過程，學習到與現實社會規範類似的道理。(4) 逃避歸屬：玩家於遊戲中，可以暫時忘卻現實生活中的壓力，拋開一切煩惱。(5) 交易：除了從遊戲中滿足虛擬殺人、攻城、升級等樂趣之外，最實際的就是可以從中獲取金錢上的報酬。(6) 獲取訊息：透過遊戲過程，可以獲得來自不同地區玩家的訊息。黃雅慧(2004)提出玩家參與線上遊戲的

動機分別是「自我肯定」、「匿名」、「社會性」、「消遣」與「逃避」。尤鼎傑（2013）則提出參與動機分別為「運動健身」、「紓解生活壓力」、「社交互動」、「自我成長」。參與動機分別是「舒緩身心」、「個人能力」以及「自我實現」（方彥博、呂謙、莊詩歆，2013）。

綜合以上所述以及參考相關文獻資料，研究者根據此次研究目的將參與動機量表的構面定為「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」、「逃避歸屬」四個構面。

三、參與動機的相關理論

與本研究較為相關的動機理論，主要有下列幾種：

（一）動機行為論（Behavior theory of motivation）：

行為學派的動機理論認為人類的一切活動，都是起因於內在生理需求而產生的驅力，進而產生必要的行為。為了減輕內在的生理需求，個體會產生特定行為，當需求獲得滿足後，個體的行動就會停止。主要以刺激反應連結和制約學習歷程中的增強、次增強、消弱以及類化等原理，來解釋個體的行為動機來自於學習，透過學習的歷程讓行為動機隨著個體的成長而逐漸分化與複雜化。

（二）需求層次理論（Need-hierarchy theory）：

人本心理學家馬斯洛（Maslow,1970）將動機視為由多種不同性質的

需求所組成，故稱之，由低到高共分為七個層次：(1) 生理上的需求 (Physiological needs)：此為人類維持自身生存的最基本需求。(2) 安全需求 (Safety needs)：指生命安全及免於威脅與恐懼的需求，有秩序、安寧舒適之工作環境亦屬之。(3) 隸屬與愛的需求 (Belongingness and love needs)：指被人接納、參與團體活動等歸屬感及參與感。(4) 尊重需求 (Self-esteem needs)：追求自我的價值感，自我尊重以及被人尊重的需求。(5) 求知的需求 (Need to know)：對自己對他人以及對事物變化有所理解的需求。(6) 求美的需求 (Aesthetic needs)：指的是追求對稱、體驗美感的經驗，對美好事物欣賞的需求。(7) 自我實現需求 (Self-actualization needs)：此需求為最高層次的需求，意指完成個人目標、發揮潛能，充分成長，以達自我成就之境界。七層次需求分為兩大類，較低的前四層稱為基本需求 (Basic needs)，較高的後三層稱為成長需求 (Growth needs)。張春興 (2000) 認為，馬斯洛的需求層次中含有學習動機且兩大需求之間會有交互作用。

(三) 成就動機理論 (Achievement motivation theory)

是由麥克里蘭和艾肯遜 (David McClelland & John Atkinson) 兩位心理學大師所創，認為個體在某種狀況下追求成就、追求完美，並不在乎是否得到獎勵 (林好屏, 2016)。麥克里蘭於 1953 年提出成就動機理論。

他把個體的高層次需求分為對成就、權力以及親和的需求，又稱為「三需求理論」(Three needs theory)。認為個體在不同程度上受此三種需求影響其行為(張家豪, 2011)。(1) 成就需求 (Need for achievement): 是一種希望做到最好、想要爭取成功的需求。並非僅為了成功後帶來的物質獎賞，而是追求在爭取成功過程中所獲得的樂趣以及成功之後所獲得的成就感。(2) 權力需求 (Need for power): 是一種想要影響或控制他人的欲望，權力需求高的人，較注重爭取地位或影響力，喜歡具有競爭性的環境。(3) 親和需求 (Need for affiliation): 親和需求是一種想要建立友好人際關係的需求。親和需求者會盡量避免人際衝突，喜歡在和諧的氣氛下工作。

艾肯遜則於 1983 年提出：個體的成就行為是由想要成功的動機趨向 (Motive to success) 以及避免失敗的動機趨向 (Motive to avoid failure) 兩種衝突交互作用而成。成就動機包含了三個要件：(1) 個人為了達成目標的動機。(2) 個人對成功的期望。(3) 誘因對個人的吸引力 (李雅婷, 2013)。

(四) 自我決定理論 (Self-determination theory)

強調個體會依照自主性程度的高低，而有無動機到有動機的不同參與動機型態 (Deci&Ryan,2000)。自我決定程度由高到低分別是內在動

機、外在動機以及無動機。(1) 無動機 (Amotivation)：是指個體在參與活動或從事某種行為時，無法產生任何目的，缺乏自我決定，認為活動或行為本身並沒有任何意義或價值，因此無法產生動機。(2) 外在動機 (Extrinsic motivation)：個體參與活動或從事某種行為時，並非是對活動本身產生興趣，而是受到外在誘因所影響。(3) 內在動機 (Intrinsic motivation)：個體會參與活動或從事某種行為，完全是因為對活動本身產生興趣，並且會一直參與該活動或持續從事該行為。是故自我決定是指個體能夠依照自己的想法或意願，去決定或選擇自己的行為，並非被強迫或命令的 (吳玉真，2011)。

第三節 社會支持之相關研究

本節將社會支持分為三個部份介紹，包括社會支持的定義、內涵、以及相關理論。

一、社會支持的定義

Oudsten,et al. (2010) 認為社會支持有兩個重要的觀點：一是社會支持是被接受的 (如結構性支持及功能性支持)，二是個人對社會支持的主觀評價 (認知到的社會支持)。社會支持也可以從結構性和功能性兩個觀點來做分析。結構性強調的是社會網絡 (Social network)，指各種互動關係所連結成的關係網絡，由人數、互動次數以及多元性等，了解

個人可能的社會支持來源；功能性則強調個人人際關係可提供的特定功能，以個人知覺他人在情感或物質方面所能給予的協助，以個體的主觀知覺為主（Taylor,2011）。

林呈樺、張俊一（2012）認為社會網絡是社會互動的結構層面並基於人與人之間於社會制度的「關係」而產生「互動」所形成的一組以個別行動者為中心之網絡；社會支持是依附於社會網絡架構上所產生的功能，並影響個體參與運動動機的重要因素之一。蔡文賢（2012）認為社會支持是指個體在社會網絡中，藉由與他人的互動，從中獲取協助，並利用他人所提供的支持，滿足需求及增進適應能力。社會支持是指人與人之間互動的過程，是個人的主觀感受。在互動的過程中，個人感受到被他人關懷、重視，並從中獲得情感、物質上的支持，進而減輕個人在面對或處理問題時的壓力（鄭國良，2013）。社會支持是偏向於社會互動的層面，在追求目標或滿足需求時，從人與人的互動歷程中產生感受，而從中得到各種形式的支持，以幫助個體達成目標，滿足其需求（劉俊良，2015）。

綜合以上學者們的觀點，本研究將精靈寶可夢GO遊戲玩家的社會支持定義為：個體在遭遇困境時，得到重要他人的協助，不論是實體上或是精神上，都有助於個體紓緩他的壓力或促使個體面對他的困境。

二、社會支持的內涵

Caplan(1974)認為，社會支持的內涵有兩種：一種是非正式的支持，如家人、朋友或同事等，係屬於無結構性的支持，亦屬於個別性的支持；另一種是正式的支持，如提供服務的學校、政府或民間福利機構，藉由組織來提升個人的福祉，此類支持的提供者多屬專業人員，例如輔導人員、社工等。Swindle(1983)則指出，社會支持的內涵有三種：(1)社會資源，如學校、機關團體或教會。(2)個人的社會網絡，如教師、朋友、同學等。(3)重要關係人，如家人。

Robert&Angelo(2001)指出社會支持的內涵有四種：(1)自尊的支持：不管對方遭遇任何困難，都能給予尊重或接納。(2)資訊的支持：適度提供訊息以釐清問題。(3)同伴的支持：在任何情境都能撥出時間作伴的對象。(4)工具性的支持：提供財物、資源或其他必要的協助。社會支持來自於重要他人(Significant others)提供的協助，如情緒性的協助、訊息性的協助以及工具性的協助；而重要他人通常是指家人、朋友、同事、鄰居等人際網絡中的成員(Thoits,2011)。

綜合以上所述以及參考相關文獻資料，研究者根據此次研究目的，將社會支持量表的構面定為「家人支持」和「朋友支持」兩個向度。

三、社會支持的相關理論

與社會支持相關的理論有緩衝理論 (Buffer theory)、依附理論 (Attachment theory)、社會交換論 (Social exchange theory) 和社會網絡理論 (Social network theory) 等。以下就與本研究比較相關的緩衝理論、社會交換論和社會網絡理論進行討論。

(一)、緩衝理論

緩衝理論是由 Antonovsky (1974) 所提出，他認為社會支持具有緩衝的作用，可以使處於壓力中的個體，藉由社會支持提供的資源與引導，因應壓力對個體健康所造成的衝擊，間接對身心健康及生活適應產生正面的緩衝效果 (黃佩茹，2014)。Cohen&Wills (1985) 提出擁有正向的社會關係，可以幫助個體消除負面的心理狀態，如：憂傷、沮喪或焦慮等。透過沮喪社會關係，不僅可以協助個體面對生活中的各種變化，還能提供個體情感支持以及自我肯定。因此，緩衝理論把社會支持比喻成一個緩衝器，能保護個體，使其在生活壓力中保有緩衝的力量，減輕生活壓力所帶來的衝擊 (熊英君，2007)。

(二)、社會交換論

由 Homans (1958) 提出的社會交換論，是研究人與人之間的社會交換關係，其中以「酬賞」與「互惠」兩概念為交換理論的基石。個體

在以自我為中心的動機下，付出的成本與所獲得的酬賞應是相等的，付出的越多，獲得的酬賞也應越多。酬賞包含經濟層面的物質、服務和抽象心理層面的尊重、友誼以及認同。此理論由互惠概念的角度來解釋人際關係的建立，個體與他人若是互相提供的酬賞越多，越能獲得支持性的關係。在人際關係中，分享就是一種支持，不只可以獲得更多酬賞，且能在交互過程中與他人更親近，並在需要時得到幫助。

(三)、社會網絡理論

社會網絡是社會支持的橋樑，社會支持必須透過社會網絡才能擴散或交換。社會網絡由結構性和互動性兩個層面所組成，結構性指的是相互之間的關係、網絡內的人數、密度、居住距離遠近等；互動性則是指網絡內成員認識的時間、彼此接觸的頻率、成員之間關係強度等。其中又以網絡內的人數最為重要，而彼此接觸的頻率則次之(張佩娟,2004)。李坤宗(2016)則認為社會網絡是個人透過連結來維持社會的認同，並獲得情感上的支持、物質協助等，社會網絡是個人取得社會支持的重要媒介。

因此，社會支持就在這些人際往來的脈絡之中產生，進而發揮力量，影響個體發展。

第四節 持續涉入之相關研究

本節將持續涉入分為三個部份介紹，包括持續涉入的定義、內涵、以及相關理論。

一、持續涉入的定義

Houston&Rothschild (1978) 是最早提出持續涉入概念的學者們，指出：持續涉入是個人內心中基於對某件事物的中心性、個人價值需求與自我觀念之間的互動關係，一旦對此事物具有高度的持續涉入程度，則這種持續性的關切程度就會成為一種穩定且不易隨外在環境改變的狀態（吳科驊、陳嘉雯，2006）。

McIntyre 在 1989 年提出休閒遊憩領域的持續涉入行為有三，分別為重要（Importance）、愉悅與滿足（Enjoyment/pleasure）、自我表現（Self-expression）。持續涉入是個體與引發某特定行為情境間既有的關係強度，持續涉入起源於個人的內生持續性原因（如需求、價值觀、興趣或目標等），涉入程度不易隨著情境的改變而有所更動，亦即持續涉入並不會因為特定外生情境目標滿足而因此消失（Bloch,1983）。Kyle et al. (2007) 提出持續涉入為個體自我與活動之間連繫的程度，強調兩者之間的連結性、相關性和價值的強度。李莉薇（2009）認為持續涉入是個體對於某項產品或某件事物的一種由低到高的連續性涉入行為。黃淑芬

(2015) 將持續涉入定義為個體在參與活動時，體驗到興奮、專注或投入等心理狀態的一種認知程度。持續涉入為個體對特定活動或事物所產生的持續性關切（劉嘉茗，2017）。

綜合以上學者們的觀點，本研究將精靈寶可夢GO遊戲玩家的持續涉入定義為：起源於個人內在因素，在遊戲過程中可表現自我並在心理上獲得愉悅與滿足感，讓玩家願意持續關切，涉入程度不會因為所處環境不同而有所改變。

二、持續涉入的內涵

McIntyre (1989) 以 Laurent&Kapferer (1985) 所提出的「消費者涉入剖面量表」(Consumer Involvement Profile, CIP) 為基礎，以「重要性」、「愉悅與滿足」及「自我表現」和「生活方式中心」共四個構面，針對「持續涉入影響露營地之選擇的個人參與特性」做實證研究，分析持續涉入的程度。McIntyre&Pigram (1992) 對於露營地車輛使用者的調查則使用「吸引力」、「自我表現」以及「生活中心性」三個構面。Kyle&Chick (2002) 進一步說明此三個構面的意涵為：

- (1) 吸引力：指參與者對於活動深感興趣，包含事後所得到的愉悅感。
- (2) 自我表現：藉由參與活動來傳達個體自身的存在感。
- (3) 生活中心性：指參加該活動佔據參與者生活或社交圈的主要地位。

Bricker&Kersteter (2000) 在研究「泛舟者之地方依附與專長性之關係」時，將持續涉入分為「重要性」、「愉悅程度」、「自我表現」以及「中心性」四個構面。王正平、朱笠瑄 (2003) 在研究「攀岩活動持續涉入與活動、環境屬性之關係」時，引用 Shuett (1993) 提出的四大構面，分別為「重要性」、「愉悅程度」、「自我表現」以及「中心性」去進行調查。林子揚 (2009) 在臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究中，將持續涉入分為「吸引力」、「生活型態」以及「自我表現」三大構面。許尤俐 (2010) 則在自行車隊成員參與動機、持續涉入與休閒滿意度之研究時，將持續涉入分為「吸引力」、「生活中心性」以及「自我表現」三大構面。

綜合以上所述以及參考相關文獻資料，研究者根據此次研究目的將持續涉入量表的構面定為「吸引力」、「生活中心性」、以及「自我表現」三個構面。

三、持續涉入的相關理論

涉入的概念最早可追溯到 1947 年由 Sherif&Cantril 所提出的社會批判理論 (Social judgment theory)，此理論的核心概念是「自我涉入」(Ego-involvement)。涉入是顧客在進行消費行為中做出判斷的重要過程；涉入是個人在外界刺激下，所能察覺到的一種狀態 (Zaickowsky,1986)。

Havitz&Dimanche (1990) 指出：涉入是一種個人對於特定活動產生情感的投入、動機、興趣等的心理狀態。黃俊英、賴文彬 (1990) 則認為：涉入是以個人的認知狀態來作定義的概念，具有二個特性：一、個人內在的變異性。二、空間與的時間情境性。因此，某單一活動帶給人們的愉悅感並不足以代表人們對此活動的涉入程度，除非此一活動對人們是有意義且具有重要性的。簡而言之，涉入是以個人的認知狀態來定義，也是個人在從事某項特定行為時，所花費的時間，金錢或是精力的強度 (李玲慧、沈秀蓁，2012)。

第五節 休閒效益之相關研究

本節將休閒效益分為兩個部份介紹，包括休閒效益的定義以及內涵。

一、休閒效益的定義

最早提出休閒效益觀點的學者是 Bammel & Burrus-Bammel (1982)，認為休閒活動的參與者，為了娛樂與恢復精神、紓解壓力，可以從休閒體驗活動中，獲益良多。Ajzen (1991) 指出：休閒效益即是目標的達成。參與者相信休閒活動能幫助他們達成預定的目標。休閒參與者對於參與活動的效益評價越高，其持續參與的態度將越明顯，行為表現也會更積極。在參與休閒活動的過程中，可以幫助參與者改善個人身心狀態或滿

足個人需求的現象，稱之為休閒效益（高俊雄，1995）。休閒效益乃是個人在參與休閒活動過程中及活動結束之後，個人主觀評估是否可以幫助改善身心狀況或滿足個人需求的一種感受（陳中雲，2001）。

韋氏大字典對於休閒效益的定義，包含外在及內在之價值，前者如工作之餘所從事可以恢復精神狀態之活動；後者為參與休閒活動時，滿足其體驗及獲得效益（林宜蔓，2004）。葉建助（2010）提出休閒效益是個體在空閒時間從事某種活動，有愉悅的體驗且對個體產生有益的影響。陳音妝（2010）則認為休閒效益是個體在體驗休閒活動時，除了能身心靈放鬆，並能在參與過程，產生對個體正面的助益。林昕翰、鄭溫暖、邱榮基、畢璐鑾（2011）則認為休閒效益是個體參與休閒活動之經驗，有助於個體身心狀況或滿足個體需求之主觀感受。鄭愛珍（2017）將休閒效益定義為個體在不受時間、空間限制下，順著個體理念選擇涉入的活動，不論以何種形式呈現，都能為個體帶來愉悅的感覺。

綜合以上所述，本研究將精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的休閒效益定義為：在參與精靈寶可夢 GO 遊戲的活動過程中，可以幫助參與者改善身心狀態或滿足個人需求的一種現象。

二、休閒效益的內涵

Bammel & Burrus-Bammel（1982）認為個人參與休閒活動主要有六項效益，包含：（1）生理效益：經由休閒活動中肢體的舒展，能保持個人體適能的水準、減少心肺血管之疾病。（2）社交效益：透過休閒活動的

參與，能與同好培養感情，並能增加家人與朋友間的情誼。(3) 鬆弛效益：休閒活動可使參與者遠離壓力環境、解除憂慮、恢復精力，因而達到放鬆的目的。(4) 教育效益：休閒活動提供多元的興趣領域，可滿足個人求知慾、創作慾、並經由人際交流，拓展知識領域。(5) 心理效益：個人可經由活動參與而得到認同、肯定的感受及價值，也可藉由情境轉換獲得成就。(6) 美學效益：從休閒活動中學習美的欣賞，獲得身心靈的充實及滿足，並可確認個人價值觀念。Tinsley & Tinsley (1986) 指出：個人的休閒效益主要是受到活動經驗主觀感受所影響，而不是受活動本身影響。Mannel & Stynes (1991) 將休閒效益整合為一系列模式(圖 2-1)，認為個體參與休閒時，受到環境、活動、時間以及心境的刺激，產生生理、心理、環境、經濟及社會的影響，而這些影響經由個體的評價之後，就產生了休閒效益。

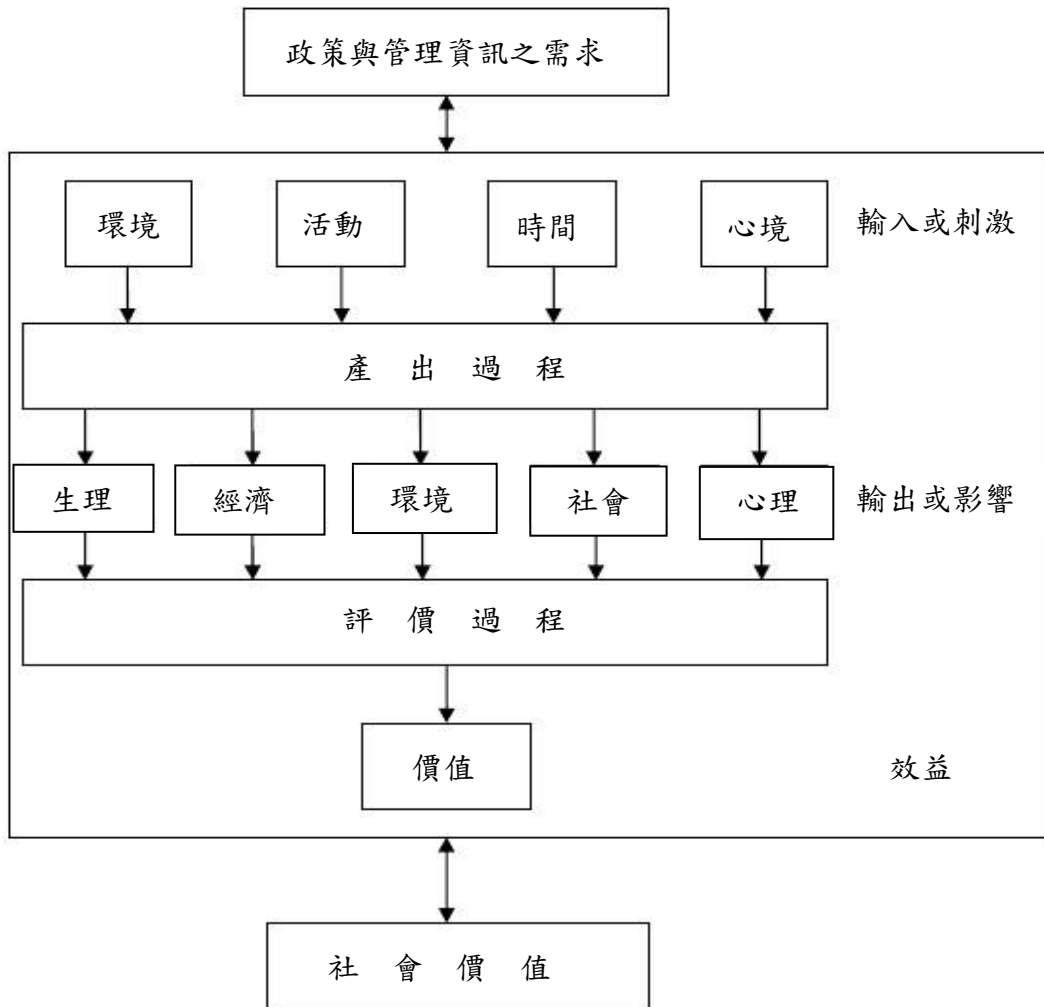


圖2-1 休閒效益模式

資料來源：Mannel, R. C., Stynes, D. J. (1991). A retrospective: the benefits of leisure. In B. L. Driver, P. J. Brown & G. L. Peterson (Eds), *Benefits of leisure*. 461-473. Stage College, PA: Venture Publishing.

蘇美玲（1998）整理國外學者對休閒效益的觀點，提出針對都會公園使用者的個人效益可分為五個構面：（1）知能成長效益：自我成長、技能發展、教育與學習、拓展人際。（2）親近自然效益：享受自然、紓解壓力、避開喧鬧、美學欣賞。（3）提振精神效益：自我意識、振奮精神、生活樂趣、懷舊。（4）身心保健效益：身體保健、身體休養、心情愉悅。（5）親友交誼效益：同好交誼、家族情感聯繫。陳中雲（2001）歸納國、內外學者的觀點，針對個人休閒經驗，認為休閒效益可分為：（1）

心理效益：包含肯定自我、獲得成就感，紓解壓力、愉悅心情以及欣賞真、善、美獲得特殊體驗等。(2) 生理效益：包含維持體能、保持健康，消除疲憊、改善控制疾病及恢復精神等。(3) 教育效益：包含拓展知識領域、激發個人潛力、發揮創意、培養多元興趣及促進活動技巧。(4) 社交效益：包含增進親子感情、促進朋友情誼以及拓展社交圈等效益。

Bright (2000) 針對休閒效益是建構人類生活方式的全方面觀點中指出，休閒對於人類生活的效益包括：(1) 心理效益：提升自我概念、表現自我價值、提供高峰經驗。(2) 生理效益：心血管的健康、疾病的控制、心理與生理的復健。(3) 社會效益：促進社會穩定、家庭團結、文化認同。(4) 經濟效益：提供工作機會、增加收入、減少社會照顧的成本。(5) 環境效益：環境的維護與保存 (余玥林，2004)。

綜合以上所述以及參考相關文獻資料，研究者根據此次研究目的，依據 Bammel & Burrus-Bammel (1982) 提出的論點，將休閒效益量表的構面定為「自我成長」、「鬆弛效益」、「拓展生活圈」以及「豐富生活內涵」四個構面。

第六節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關研究

一、參與動機與持續涉入之相關研究

吳政杰 (2006) 指出飛行傘冒險遊憩參與者參與動機構面對持續涉

入構面有正面影響。吳科驊（2006）研究發現登山遊客參與動機與持續涉入有正相關存在。林子揚（2009）以臺北市籃球俱樂部參與者為研究對象，研究顯示參與動機與持續涉入有顯著相關。

鄭三權（2011）在衝浪者活動參與動機、涉入程度與流暢體驗相關研究中指出參與動機是影響涉入程度最強的前因變數，且參與動機對涉入程度之關係項主要反應在「個人心理」。魏聰惠（2012）在冒險遊憩活動參與者之參與動機、知覺風險、持續涉入與流暢體驗研究結果顯示參與動機對持續涉入會有正向影響。劉譯翔（2013）以台灣飛行傘運動為例，提出飛行傘飛行員參與動機對持續涉入具正向影響效果。吳建璋（2013）以中部地區自行車參與者為研究對象，指出自行車參與者在參與動機整體構面「體重控制」、「壓力釋放」、「健康體適能」、「社交」對持續涉入有顯著正向影響，其中以「社交」構面較佳。謝汝軒（2016）則在直排輪運動研究中提出參與動機對持續涉入具有正向之影響。

二、參與動機與社會支持之相關研究

林曉怡（2005）在國小游泳運動校隊參與動機與社會支持研究中指出：（1）參與動機與社會支持達顯著正相關。（2）學童運動團隊之參與動機與家人、教師、同學、隊友及教練回饋有顯著差異。隊友支持與級任老師支持能有效預測參與動機。（3）重要他人的社會支持讓學童持續

保有參與動機，也減輕訓練時的壓力。許碧章（2006）以國小手球運動校隊為研究對象指出學童參與動機與社會支持呈正相關。

蔡佳和（2009）以基隆市國小學童運動團隊為研究對象指出參與動機與社會支持間有顯著相關，且在社會支持中認同程度最高為隊友支持，其次為同學支持、家人支持及師長支持。黃信元（2011）以臺北市國小女童運動代表隊選手為研究對象，其結果顯示：參與動機與社會支持之間有顯著相關，且兩者之間相互影響。整體參與動機與整體社會支持達中度相關。林佳慧（2010）針對長跑運動俱樂部會員所做的研究結果顯示長跑者的參與動機越強，則獲得較佳的社會支持，其中參與動機中的成就需求越好，則社會支持中的朋友支持越好。蔡妙玫（2012）則指出新北市國小田徑運動代表隊選手之社會支持、參與動機與學習滿意之間呈現顯著正相關。

黃威儒（2016）則提出全國國小巧固球代表隊選手參與動機與社會支持達顯著呈中度正相關。黃郁馨（2016）以臺南市國中田徑選手為研究對象，結果顯示運動參與動機、社會支持與運動行為達顯著正相關，運動參與動機的「社會需求」「技術需求」「健康適能」因素構面與社會支持中的「家人支持」因素構面能有效預測選手的學習滿意度。

三、參與動機與休閒效益之相關研究

鄭旭宏（2007）以線上遊戲魔獸世界為例，研究證實參與動機與休閒效益兩者之間有相關，且是呈正相關。張治文（2007）則是以六龜鄉荖濃溪泛舟為例，研究發現參與動機與休閒效益有正向影響。呂惠富（2008）之研究結果顯示參與休閒運動之動機與休閒效益具有顯著正向關係。許美玉（2009）在瑜珈參與動機、休閒效益與幸福感關係之研究中提出參與動機對休閒效益有呈現正向顯著影響。

謝淑瑛（2011）以高雄市西臨港線自行車道為例，指出自行車騎乘者參與動機與休閒效益呈現顯著高度正相關。吳建璋（2013）在中部地區自行車參與者之參與動機、持續涉入與休閒效益關係之研究中指出參與動機部份構面「體重控制」、「壓力釋放」、「健康體適能」對休閒效益有顯著正向影響，其中以「體重控制」構面較佳。連央毅、陳美燕（2015）則針對馬拉松運動參與動機、休閒效益與滿意度做研究，發現參與動機與休閒效益具有正向影響性。鍾潤華（2015）以苗栗縣『理事長盃』慢速壘球賽參與動機、涉入程度與休閒效益做研究，顯示參與動機對休閒效益具顯著正向影響。賴文儀、周政德、陳麗珠（2015）則指出馬拉松跑者的參賽動機與馬拉松跑者的休閒效益有正向顯著影響。

四、持續涉入與休閒效益之相關研究

林宜蔓（2004）指出游泳參與者的整體休閒效益，是屬於偏高的情形，有持續參與游泳者顯著高於沒有持續參與游泳者。吳科驊（2006）研究發現登山遊客持續涉入與休閒效益有正相關存在。吳永發（2006）在路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究結果顯示持續涉入與休閒效益具有顯著正相關。陳嘉雯（2006）指出登山客在登山健行活動之持續涉入會正面影響休閒效益。

白明勳（2011）在登山會會員持續涉入、人格特質與休閒效益關係之研究中，結果顯示持續涉入對休閒效益有正向影響。吳建璋（2013）針對中部地區自行車參與者所做的研究結果顯示持續涉入整體構面「興趣與滿足」、「生活中心性」對休閒效益皆有顯著正向影響，其中以「興趣與滿足」構面較佳。

五、社會支持與持續涉入之相關研究

張佩瑜（2004）在登山者的休閒活動動機和社會支持對登山承諾及登山行為的影響中指出：(1)社會支持中的家庭支持能預測「涉入機會」。(2)朋友的支持能預測登山承諾中的「涉入機會」。郭又銘（2005）在志工工作倦怠之前因後果與解決途徑提出社會支持對於工作倦怠具有調節效果，能夠協助志工持續涉入服務工作。許建民（2006）認為青少年

個人若要獲得滿意的休閒生活，必須能夠主動且持續的涉入休閒，而重要他人的支持是不可或缺的。

高群超（2011）在水上安全救生訓練參與者之社會支持、參與動機與阻礙因素對涉入程度之影響研究中提出參與者的社會支持會正向顯著影響涉入程度。吳明達（2013）指出大台北地區登山自行車騎士的社會支持與持續涉入具有顯著正相關。

六、社會支持與休閒效益之相關研究

Iso-Ahola&Park（1996）以跆拳道活動者為研究對象，結果顯示社會支持會影響壓力調適與身心健康。鄭惠文（2000）提出失業青年友誼的支持能幫助個體因應壓力，並促進身心健康。而壓力的調適與促進身心健康可視為參與休閒活動後的效益。余玥林（2004）在單車活動參與者的目標取向、社會支持和休閒型態對休閒效益的影響研究中提出休閒活動中朋友的社會支持能夠有效預測休閒效益。廖哲毅（2009）則認為自行車活動參與者經由重要他人的支持，會影響個體主動去從事休閒活動並獲得休閒效益。彭信憶（2012）在線上遊戲參與者社會支持、自我效能與休閒效益關係之研究中提出結果顯示社會支持會正向且顯著的影響休閒效益。

第三章研究設計與實施

本章旨在敘述研究之設計與實施方式，主要內容共分為四節：第一節為研究架構與假說；第二節為研究對象與抽樣；第三節為研究工具；第四節資料處理，茲分述如下：

第一節 研究架構與假說

鄭三權（2011）認為參與動機是影響涉入程度最強的前因變數；蔡佳和（2009）提出參與動機與社會支持間有顯著相關，且在社會支持中認同程度最高為隊友支持，其次為同學支持、家人支持及師長支持；呂惠富（2008）在「休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究」中研究結果顯示參與休閒運動之動機與休閒效益具有顯著正向關係；Gordon, et al.（2000）研究顯示持續參與某一特定休閒活動者，其在心理、生理與社交上所獲得之休閒效益比未持續參與者較高；吳建璋（2013）認為持續涉入整體構面「興趣與滿足」、「生活中心性」對休閒效益皆有顯著正向影響，其中以「興趣與滿足」構面較佳；高群超（2011）提出參與者的社會支持會正向顯著影響涉入程度；彭信憶（2012）則認為社會支持會正向且顯著的影響休閒效益。

參與動機、社會支持、持續涉入以及休閒效益在過去的研究已獲諸多討論，認為前三者會直接或間接影響彼此，也會影響休閒效益。然而

眾多研究中，多與運動類休閒活動有關。網路遊戲多半屬於靜態活動，只要一臺電腦或是一支手機，就可以坐著玩上半天，缺乏與人群的實際接觸。而精靈寶可夢GO是首款可結合運動又兼具休閒功能的手機遊戲，強調的是人與人之間的實際交流，若只是單純坐在電腦桌前，無法體會遊戲的真正樂趣。是故本研究根據文獻參考，據以發展出本研究架構，如圖3-1所示：

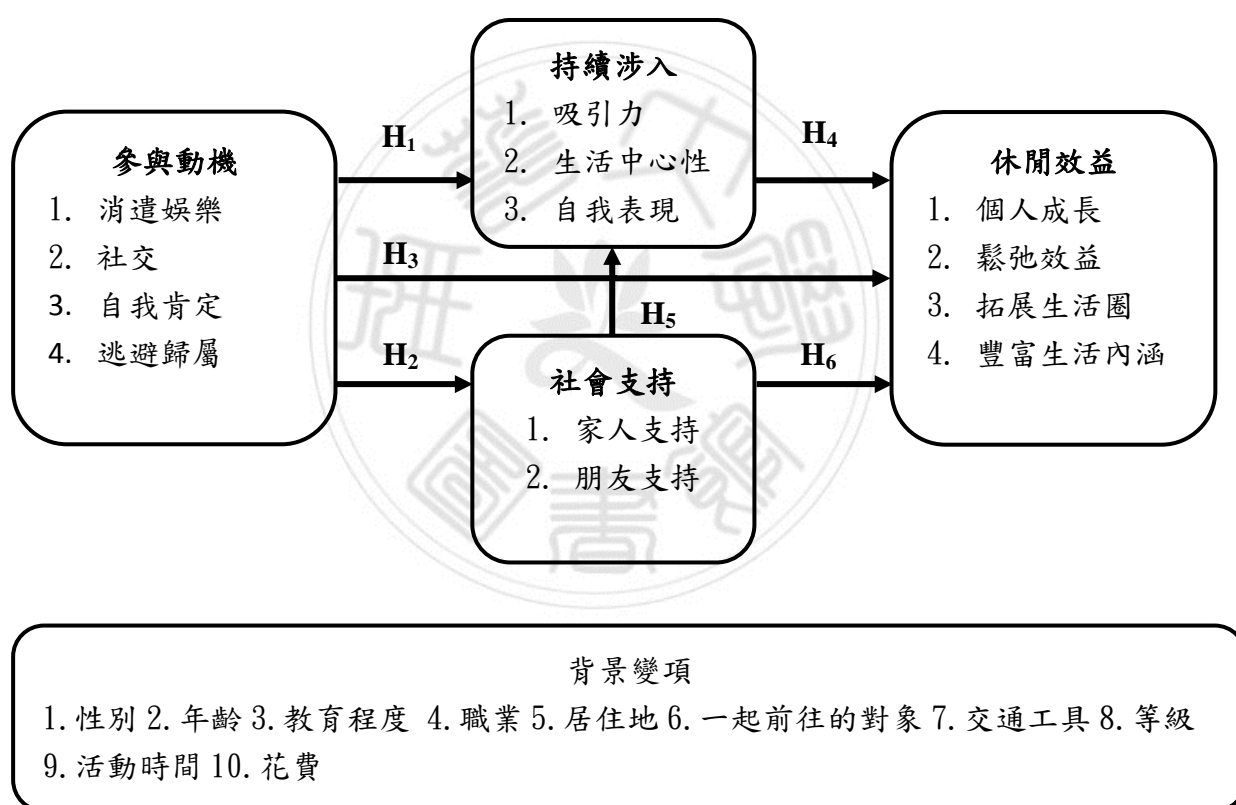


圖 3-1 研究架構

基於研究架構的發展，本研究提出相關假說說明如下：

Kyle, et al. (2006) 認為參與動機之逃避構面正向影響持續涉入的吸引力構面，且參與動機之學習構面正向影響持續涉入的中心性構面。魏

聰惠（2012）認為參與動機對持續涉入具有正向影響，動機越強烈則涉入程度越高。吳建璋（2013）的研究結果則顯示參與者在參與動機整體構面「體重控制」、「壓力釋放」、「健康體適能」、「社交」對持續涉入有顯著的正向影響，其中以「社交」構面較佳。

因此，本研究認為精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機對持續涉入有關聯存在。據此，本研究提出第一個假說如下：

H₁、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機會影響其持續涉入

林佳慧（2010）提出參與動機中的成就需求愈好，則社會支持中的「朋友支持」愈好。盧麗蓮（2016）認為寶可夢遊戲讓朋友間出現話題，創造出另種社群與人際連結。精靈寶可夢GO遊戲的特性是鼓勵人們走向戶外，與家人、朋友甚至是陌生人，產生新的交流（張巧宜，2016）。因此，本研究認為精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機對社會支持有關聯存在。據此，本研究提出第二個假說如下：

H₂、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機會影響其社會支持

Ajzen（1991）指出：休閒效益即是目標的達成。參與者相信休閒活動能幫助他們達成預定的目標。休閒參與者對於參與活動的效益評價越高，其持續參與的態度將越明顯，行為表現也會更積極。鄭旭宏（2007）在「線上遊戲參與動機與休閒效益之研究-以魔獸世界為例」研究中證實參與動機與休閒效益兩者之間有相關，且是呈正相關。鄭寧（2016）認

為精靈寶可夢GO的正向影響之一便是促進人際交流，不少在社交上有障礙的玩家，在玩精靈寶可夢GO時認識其他志同道合的朋友，變得比較容易跟人群互動。因此，參與精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機在擴展玩家生活圈、豐富生活內涵等方面是否有影響，是本研究重點之一。是故本研究認為精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機對休閒效益有關聯存在。據此，本研究提出第三個假說如下：

H₃、精靈寶可夢GO 遊戲玩家的參與動機會影響其休閒效益

白明勳（2011）在「登山會會員持續涉入、人格特質與休閒效益關係之研究」結果顯示，持續涉入對休閒效益有正向影響。楊欽城、鄒雨潔、曾怡喬、柳立偉（2017）在「衝浪活動參與者在知覺風險、持續涉入與休閒效益之關係」中提到知覺風險之環境風險會負向影響持續涉入及休閒效益，而持續涉入則會正向影響休閒效益。因此，本研究認為精靈寶可夢GO 遊戲玩家的持續涉入與休閒效益有關聯存在。據此，本研究提出第四個假說如下：

H₄、精靈寶可夢GO 遊戲玩家的持續涉入會影響其休閒效益

Brown（2007）研究指出沙格舞參與者之所以對舞蹈具有高度熱情並且長期持續涉入，最主要的原因是友誼。舞者們之間自成一個社交圈，具有共同的信念與價值觀。高群超（2011）的研究結果顯示參與者的社會支持會正向顯著影響涉入程度。吳明達（2013）在「登山自行車騎士

社會支持、持續涉入與幸福感之相關研究--以大台北地區為例」提出登山自行車騎士的社會支持與持續涉入具有顯著正相關。因此，本研究認為精靈寶可夢GO遊戲玩家的社會支持與持續涉入之間存在關聯性。據此，本研究提出第五個假說如下：

H₅、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持會影響其持續涉入

Iso-Ahola&Park (1996) 以跆拳道活動者為研究對象，結果顯示社會支持會影響壓力調適與身心健康。廖哲毅 (2009) 的研究結果顯示經由重要他人的支持，會影響個體主動去從事休閒活動並獲得休閒效益。另外，彭信憶 (2012) 在「線上遊戲參與者社會支持、自我效能與休閒效益關係之研究」提出社會支持會正向且顯著的影響休閒效益。因此，本研究認為精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持與休閒效益之間存在關聯性。據此，本研究提出第六個假說如下：

H₆、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持會影響其休閒效益

第二節 研究對象與抽樣

一、專家效度

表 3-1 本研究問卷修正意見之專家學者名單

姓名	職稱
涂 00	精靈寶可夢 GO 玩家
黃 00	精靈寶可夢 GO 玩家
張 00	精靈寶可夢 GO 玩家
吳 00	精靈寶可夢 GO 玩家
王 00	精靈寶可夢 GO 玩家

本研究主要在探討精靈寶可夢GO玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之關係，參考既有相關量表編製成問卷。初稿經指導教授及5位精靈寶可夢GO玩家（如上表3-1）針對題目之內容及編排格式進行審訂，修改語意不清或刪除具爭議性的題目後，編製成預試問卷，經刪減後之預試問卷為74題（如附錄一）。

二、預試問卷

由於本研究受限於地區、時間以及人力的影響，無法走訪全臺的各個抓寶聖地、因此僅以研究者臉書（Facebook）好友、Line 群組以及臉書社團：「精靈寶可夢社團 Pokémon GO」和「精靈寶可夢雲林地區」為主要研究對象。從 2017 年 6 月 10 日至 6 月 23 日，為避免同一人重複填答多次，對於調查結果有所誤差或影響，要求每個帳號只能填寫一次，經由過濾題組篩選，以便利抽樣的方式，共取得 115 份問卷，剔除惡作劇和已無持續在玩的 12 份無效問卷，獲得有效問卷為 103 份。

第三節 研究工具

本研究使用SPSS 23.0統計套裝軟體進行資料分析，依據研究目的及相關文獻探討，將所使用工具命名為「精靈寶可夢玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益調查」。問卷調查內容共有五個部分，第一部分為「參與動機量表」，第二部分為「社會支持量表」，第三部分為「持續涉入量表」，第四部分為「休閒效益量表」，第五部分為「個人基本資料」，並依此問卷的內容，進行數據分析。

茲將本研究工具的編製過程說明如下：

一、參與動機量表

本研究的參與動機量表，是參考陳冠中（2003）、蕭伯諺（2010）等學者的研究，再根據本研究特性，修改編製而成，共計20題。本量表計分方式採李克特五點量表，針對研究參與者對其寶可夢參與動機的看法，分為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給予1至5分。

預試問卷採用以下方法分析：

（一）項目分析

本研究採用各題與總分之相關（相關係數）及決斷值（CR）進行項目分析。題目相關係數皆達0.3以上，決斷值（CR）皆達3.0以上，且達顯

著水準，如表3-2所示，顯示此量表具有良好之鑑別度。

（二）因素分析

本研究之效度分析採用Bartlett球形檢定以及取樣適切性量數(KMO)。KMO值介於0~1之間，數值愈大，代表相關情形越佳，KMO值在0.70以上為良好(Kaiser,1974)。本量表經KMO檢定為0.85，Bartlett檢定為874.93，表示良好，適合進行因素分析，如表3-3所示。另外本研究以主成份分析的因素分析法對各構面之變數進行建構效度的檢測，各構面因素之取捨標準依循Hair et al. (1998) 提出之三點建議進行：（1）各因素之特徵值(Eigenvalue)須大於1；（2）以最大變異數轉軸法旋轉後，取因素負荷量(Factor loading)之絕對值大於0.5者；（3）兩兩衡量項目間之因素負荷量差大於0.3者。

探索性因素分析結果共抽取出四個因素構面，區分為「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」、「逃避歸屬」四個參與動機層面，其中第12、第13、第16、第9題因為因為特徵值小於1; Cronbach's α 值小於0.7 ;因素負荷量小於0.5; 兩兩項目相減之因素負荷量差的絕對值小於0.3，故予以刪除。本量表總解釋量為68.898%，表示具有不錯之建構效度。

（三）信度分析

本研究總量表以Cronbach's α 進行內部一致性信度分析。整體量表信度係

數為0.91，四個構面的信度係數介於0.79至0.86之間。Hair et al. (1998)

認為Cronbach's α 值大於0.7 時，則該構面即具有良好的信度。顯示本量表具有不錯的內部一致性。

表3-2：參與動機預試量表項目分析摘要表

題目	決斷值 (CR)	量表 總分 相關	選題 與否
1.我從精靈寶可夢 GO 遊戲當中獲取很多樂趣。	-4.59*	.55*	保留
2.精靈寶可夢GO遊戲對我而言是一種休閒娛樂活動。	-5.76*	.58*	保留
3.玩精靈寶可夢GO遊戲對我來說是一種休息的方式。	-4.84*	.55*	保留
4.玩精靈寶可夢 GO 遊戲是一種潮流。	-4.78*	.54*	保留
5.玩精靈寶可夢 GO 遊戲，讓我結交許多不同於現實生活中的朋友。	-9.48*	.70*	保留
6.玩精靈寶可夢GO遊戲，可以幫助我擴展人際關係。	-7.32*	.60*	保留
7.玩精靈寶可夢GO遊戲，容易與生活中的同事、同學或朋友產生話題。	-4.97*	.54*	保留
8.我會與有玩精靈寶可夢GO遊戲的朋友約定抓寶或打道場的時間。	-6.98*	.62*	保留
9.玩精靈寶可夢GO遊戲時，我可以從其他玩家那裡得到想要的資訊。	-7.45*	.55*	保留
10.每當打贏精靈寶可夢GO遊戲中的道場或收服遊戲中的寶可夢時，就覺得自己很棒。	-8.25*	.69*	保留
11.隨著精靈寶可夢 GO 遊戲的等級越來越高，就覺得自己蠻厲害的。	-5.68*	.59*	保留
12.玩精靈寶可夢 GO 遊戲所獲得的優越感比在現實生活中還多。	-6.70*	.66*	保留
13.當有其他玩家約我一起去抓寶或打道場時，讓我感覺自己很重要。	-8.26*	.69*	保留
14.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己很有信心。	-9.91*	.69*	保留
15.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己的能力比別人強。	-6.70*	.66*	保留
16.遇到挫折時，我會想利用精靈寶可夢 GO 遊戲來紓解。	-5.81*	.61*	保留
17.在精靈寶可夢 GO 遊戲裡，讓我暫時忘記現實生活上的各種煩惱。	-6.66*	.62*	保留
18.在精靈寶可夢GO遊戲裡的世界比現實生活的世界更吸引我。	-9.57*	.68*	保留
19.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以不理會現實社會的約束。	-5.92*	.53*	保留
20.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以做一些平常不能做的事。	-8.96*	.65*	保留

* $p < .05$

表3-3：參與動機預試量表因素分析摘要表

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
社交	05	玩精靈寶可夢 GO 遊戲，讓我結交許多不同於現實生活中的朋友。	0.81	6.654	0.86	41.585	41.585
	06	玩精靈寶可夢GO遊戲，可以幫助我擴展人際關係。	0.81				
	07	玩精靈寶可夢GO遊戲，容易與生活中的同事、同學或朋友產生話題。	0.76				
	08	我會與有玩精靈寶可夢GO遊戲的朋友約定抓寶或打道場的時間。	0.73				
	04	玩精靈寶可夢 GO 遊戲是一種潮流。	0.69				
逃避歸屬	18	在精靈寶可夢GO遊戲裡的世界比現實生活的世界更吸引我。	0.81	2.125	0.83	13.283	54.868
	19	在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以不理會現實社會的約束。	0.79				
	20	在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以做一些平常不能做的事。	0.77				
	17	在精靈寶可夢 GO 遊戲裡，讓我暫時忘記現實生活上的各種煩惱。	0.59				

表3-3：參與動機預試量表因素分析摘要表（續）

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
自我肯定	11	隨著精靈寶可夢 GO 遊戲的等級越來越高，就覺得自己蠻厲害的。	0.80	1.326	0.83	8.287	63.156
	15	在精靈寶可夢 GO 遊戲過程中，我覺得自己的能力比別人強。	0.72				
	10	每當打贏精靈寶可夢GO遊戲中的道場或收服遊戲中的寶可夢時，就覺得自己很棒。	0.58				
	14	在精靈寶可夢 GO 遊戲過程中，我覺得自己很有信心。	0.56				
消遣娛樂	01	我從精靈寶可夢 GO 遊戲當中獲取很多樂趣。	0.84	1.109	0.79	5.742	68.898
	02	精靈寶可夢GO對我而言是一種休閒娛樂活動。	0.82				
	03	玩精靈寶可夢GO遊戲對我來說是一種休息的方式。	0.51				

總量表 Cronbach's α 0.91

二、社會支持量表

本研究的社會支持量表，是參考彭信憶（2012）的研究，再根據本研究特性，修改編製而成，共計10題。本量表計分方式採李克特五點量表，針對研究參與者對其寶可夢社會支持的看法，分為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給予1至5分。

預試問卷採用以下方法分析：

（一）項目分析

本研究採用各題與總分之相關（相關係數）及決斷值（CR）進行項目分析。題目相關係數皆達0.3以上，決斷值皆達3.0以上，且達顯著水準，如表3-4所示，顯示此量表具有良好之鑑別度。

（二）因素分析

本量表經KMO檢定為0.84，Bartlett檢定為762.28，表示良好，適合進行因素分析，如表3-5所示。探索性因素分析結果共抽取出二個因素構面，區分為「家人支持」和「朋友支持」二個社會支持層面。本量表總解釋量為74.679%，表示具有不錯之建構效度。

（三）信度分析

總量表以Cronbach's α 進行內部一致性信度分析，整體量表信度係數為0.88，二個構面的信度係數分別為0.90至0.92，顯示量表具有不錯的內部一致性。

表3-4：社會支持預試量表項目分析摘要表

題目	決斷值 (CR)	量表總分 相關	選題 與否
1.家人會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-9.26*	.65*	保留
2.家人會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-8.57*	.69*	保留
3.家人會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-8.12*	.61*	保留
4.家人願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-9.92*	.73*	保留
5.家人會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲	-10.69*	.69*	保留
6.朋友會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-6.47*	.70*	保留
7.朋友會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-5.68*	.55*	保留
8.朋友會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-6.78*	.69*	保留
9.朋友願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	-6.14*	.65*	保留
10.朋友會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲	-6.04*	.62*	保留

* $p < .05$

表3-5：社會支持預試量表因素分析摘要表

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
朋友支持	10	朋友會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.89	4.901	0.92	49.007	49.007
	09	朋友願意和我一起玩精靈寶可夢GO遊戲。	0.89				
	06	朋友會和我一起玩精靈寶可夢GO遊戲。	0.86				
	08	朋友會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.84				
	07	朋友會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.83				
家人支持	04	家人願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.90	2.567	0.90	25.672	74.679
	05	家人會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.86				
	01	家人會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.85				
	03	家人會鼓勵我玩精靈寶可夢GO遊戲。	0.82				
	02	家人會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	0.77				

總量表 Cronbach's α 0.88

三、持續涉入量表

本研究的持續涉入量表，是參考陳嘉雯（2006）、陳玲涵（2015）等學者的研究，再根據本研究特性，修改編製而成，共計12題。本量表計分方式採李克特五點量表，針對研究參與者對其寶可夢持續涉入的看法，分為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給予1至5分。

預試問卷採用以下方法分析：

（一）項目分析

本研究採用各題與總分之相關（相關係數）及決斷值（CR）進行項目分析。題目相關係數皆達0.3以上；決斷值皆達3.0以上，且達顯著水準，如表3-6所示，顯示此量表具有良好之鑑別度。

（二）因素分析

本量表經KMO檢定為0.89，Bartlett檢定為634.80，表示良好，適合進行因素分析，如表3-7所示。探索性因素分析結果共抽取出三個因素構面，區分為「吸引力」、「生活中心性」、「自我表現」三個持續涉入層面，其中第10題因為特徵值小於1；Cronbach's α 值小於0.7；因素負荷量小於0.5；兩兩項目相減之因素負荷量差的絕對值小於0.3，故予以刪除。本量表總解釋量為71.204%，表示具有不錯之建構效度。

(三) 信度分析

總量表以Cronbach's α 進行內部一致性信度分析，整體量表信度係數為0.92，三個構面的信度係數介於0.76至0.89之間，顯示量表具有不錯的內部一致性。

表3-6：持續涉入預試量表項目分析摘要表

題目	決斷值 (CR)	量表總分相關	選題與否
1.我很喜歡玩精靈寶可夢GO遊戲。	-7.57*	.71*	保留
2.精靈寶可夢GO遊戲對我來說很重要。	-9.98*	.75*	保留
3.當生活壓力累積時，玩精靈寶可夢GO遊戲可以使我放鬆。	-10.35*	.77*	保留
4.精靈寶可夢GO遊戲是目前讓我感到最滿意的活動之一。	-9.83*	.72*	保留
5.我對精靈寶可夢GO遊戲很感興趣。	-11.29*	.71*	保留
6.我發現我的生活與精靈寶可夢GO遊戲息息相關。	-6.65*	.66*	保留
7.我大部分的朋友都和精靈寶可夢GO遊戲有關。	-5.76*	.55*	保留
8.精靈寶可夢GO遊戲是我的生活重心之一。	-11.53*	.80*	保留
9.我喜歡跟朋友討論精靈寶可夢GO遊戲的點點滴滴。	-7.73*	.67*	保留
10.當我在玩精靈寶可夢GO遊戲時，可以表現出真正的自我。	-10.32*	.76*	保留
11.當我看到別人在玩精靈寶可夢GO遊戲時，我可以告訴他們很多關於遊戲的點點滴滴。	-11.23*	.75*	保留
12.當我在玩精靈寶可夢GO遊戲，我就是希望別人看到這樣子的我。	-7.56*	.67*	保留

* $p < .05$

表3-7：持續涉入預試量表因素分析摘要表

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
吸引力	02	精靈寶可夢 GO 遊戲對我來說很重要。	0.82	6.027	0.89	54.793	54.793
	01	我很喜歡玩精靈寶可夢GO遊戲。	0.80				
	05	我對精靈寶可夢GO遊戲很感興趣。	0.80				
	04	精靈寶可夢GO遊戲是目前讓我感到最滿意的活動之一。	0.68				
	03	當生活壓力累積時，玩精靈寶可夢 GO 遊戲可使我放鬆。	0.64				
自我表現	09	我喜歡跟朋友討論精靈寶可夢 GO 遊戲的點點滴滴。	0.76	1.066	0.79	9.688	64.481
	11	當我看到別人在玩精靈寶可夢GO遊戲時，我可以告訴他們很多關於遊戲的點點滴滴。	0.74				
	12	當我在玩精靈寶可夢 GO 遊戲，我就是希望別人看到這樣子的我。	0.72				
生活中心性	07	我大部分的朋友都和精靈寶可夢GO遊戲有關。	0.83	1.009	0.76	6.723	71.204
	06	我發現我的生活與精靈寶可夢GO遊戲息息相關。	0.67				
	08	精靈寶可夢GO遊戲是我的生活重心之一。	0.64				

總量表 Cronbach's α 0.92

四、休閒效益量表

本研究的休閒效益量表，是參考葉怡屏（2007）的研究，再根據本研究特性，修改編製而成，共計22題。本量表計分方式採李克特五點量表，針對研究參與者對寶可夢休閒效益的看法，分為「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給予1至5分。

預試問卷採用以下方法分析：

（一）項目分析

本研究採用各題與總分之相關（相關係數）及決斷值（CR）進行項目分析。題目相關係數皆達0.3以上；決斷值皆達3.0以上，且達顯著水準，如表3-8所示，顯示此量表具有良好之鑑別度。

（二）因素分析

本量表經KMO檢定為0.89，Bartlett檢定為1502.48適合進行因素分析，如表3-9所示。探索性因素分析結果共抽取出四個因素構面，區分為「個人成長」、「鬆弛效益」、「拓展生活圈」、「豐富生活內涵」四個休閒效益層面，其中第6、20、14、16題因為特徵值小於1；Cronbach's α 值小於0.7；因素負荷量小於0.5；或兩兩項目相減之因素負荷量差的絕對值小於0.3，故予以刪除。本量表總解釋量為74.813%，表示具有不錯之建構效度。

(三) 信度分析

總量表以Cronbach's α 進行內部一致性信度分析，整體量表信度係數為0.95，四個構面的信度係數介於0.85至0.93之間，顯示量表具有不錯的內部一致性。

表3-8：休閒效益預試量表項目分析摘要表

題目	決斷值 (CR)	量表總 分相關	選題 與否
1.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以自我超越或自我挑戰。	-9.02*	.74*	保留
2.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以肯定自己的能力。	-10.15*	.79*	保留
3.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以實踐自我心中的理想。	-6.80*	.71*	保留
4.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以滿足我的成就感。	-7.91*	.69*	保留
5.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我有自信心。	-11.45*	.78*	保留
6.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我多瞭解週遭事物。	-7.56*	.65*	保留
7.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以培養多元興趣。	-7.43*	.66*	保留
8.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以使我身心放鬆。	-12.81*	.80*	保留
9.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我的生活壓力。	-9.64*	.76*	保留
10.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我緊張情緒。	-10.08*	.76*	保留
11.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲讓我有愉悅心情、增添生活樂趣。	-8.40*	.73*	保留
12.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與陌生人互動的機會。	-8.23*	.65*	保留
13.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我接觸新事物。	-9.10*	.73*	保留
14.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我增廣見聞。	-9.54*	.78*	保留
15.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以結交新朋友。	-8.76*	.62*	保留
16.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與朋友聊天的話題。	-8.54*	.67*	保留
17.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以發洩情緒。	-6.61*	.65*	保留
18.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持情緒健康。	-9.25*	.75*	保留
19.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持身體健康。	-8.92*	.67*	保留
20.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以促進同事、同學或朋友的感情。	-10.03*	.70*	保留
21.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以豐富我的生活經驗。	-9.40*	.69*	保留
22.我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增進家人之間的感情。	-6.42*	.59*	保留

* $p < .05$

表3-9：休閒效益預試量表因素分析摘要表

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
個人成長	04	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以滿足我的成就感。	0.85	9.679	0.93	53.770	53.770
	05	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我有自信心。	0.81				
	01	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以自我超越或自我挑戰。	0.77				
	02	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以肯定自己的能力。	0.77				
	03	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以實踐自我心中的理想。	0.71				
鬆弛效益	11	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲讓我有愉悅心情、增添生活樂趣。	0.77	1.546	0.91	8.587	62.357
	07	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以培養多元興趣。	0.75				
	08	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以使我身心放鬆。	0.71				
	09	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我的生活壓力。	0.70				
	10	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我緊張情緒。	0.69				

表3-9：休閒效益預試量表因素分析摘要表（續）

構面	預試題號	題目	因素負荷量	初始特徵值	Cronbach's α 值	解釋變異量	累積變異量
豐富生活內涵	22	我覺得玩精靈寶可夢 GO 遊戲可以增進家人之間的感情。	0.81	1.277	0.86	7.097	69.450
	19	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持身體健康。	0.74				
	21	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以豐富我的生活經驗。	0.72				
	18	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持情緒健康。	0.63				
	17	我覺得玩精靈寶可夢 GO 遊戲可以發洩情緒。	0.51				
拓展生活圈	15	我覺得玩精靈寶可夢 GO 遊戲可以結交新朋友。	0.86	1.013	0.85	5.363	74.813
	12	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與陌生人互動的機會。	0.86				
	13	我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我接觸新事物。	0.54				

總量表 Cronbach's α 0.95

五、個人基本資料

基本資料包括性別、年齡、教育程度、職業、居住地、一起前往的對象、交通工具、等級、活動時間以及花費等十個部分。

第四節 資料處理

本研究使用SPSS 23.0統計軟體系統，進行有效樣本資料的分析，採用之統計方法包含：敘述性統計、相關分析以及多元迴歸分析等。

一、敘述性統計 (descriptive statistics)

以次數分配與百分比等敘述性統計方法，分析精靈寶可夢GO遊戲玩家之個人背景變項，包括性別、年齡、教育程度、職業、居住地、一起前往的對象、交通工具、等級、活動時間以及花費，以瞭解本研究樣本特性的分佈狀況。

二、皮爾森積差相關 (Pearson product-moment correlation)

以皮爾森積差相關探討精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入與休閒效益兩兩之間的相關情形。積差相關係數的範圍介於-1到+1之間，其值越大表示兩變項之間的關係越密切。

三、多元迴歸分析 (Multiple regression)

以多元迴歸分析探討精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入是否能有效預測其休閒效益。

第四章 資料分析與討論

本章依據研究之目的，將所得之各項資料加以整理與分析，再把結果分成三節來討論：第一節為研究樣本之背景資料分析；第二節為精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關分析；第三節為精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之迴歸分析。

第一節 研究樣本背景資料分析

正式問卷擴大調查範圍，以研究者臉書好友、Line 群組以及臉書社團：「精靈寶可夢社團 Pokémon GO」、「精靈寶可夢 Pokémon Go®」、「精靈寶可夢雲林地區」、「寶可夢 GO-宜蘭花蓮台東」和「爆系公社寶可夢討論區」為研究對象，從 2017 年 6 月 28 日至 7 月 31 日，經由過濾題組篩選，以便利抽樣的方式，共取得 346 份問卷，剔除已無持續在玩以及不合邏輯的 32 份無效問卷，獲得有效問卷共 314 份，有效填答率為 90.6%，本節將針對 314 份有效問卷進行描述性資料統計。本研究填答者的背景資料包含性別、年齡、教育程度、職業、居住地、一起前往的對象、交通工具、等級、活動時間以及花費等十個部分，本節將調查結果，整理如表 4-1，並對填答者的基本資料進行分析討論。

一、性別

本研究樣本中，男性有 184 人，佔 58.6%；女性有 130 人，佔 41.4%。

二、 年齡

本研究樣本中，12歲以下的精靈寶可夢GO遊戲玩家有7人，佔2.2%；13~20歲有43人，佔13.7%；21~30歲有72人，佔22.9%；31~40歲有65人，佔20.7%；41~50歲有81人，佔25.8%；51~60歲有40人，佔12.7%；61歲以上有6人，佔1.9%。

三、 教育程度

本研究樣本中，精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的教育程度為國小有 8 人，佔 2.5%；國中有 20 人，佔 6.4%；高中（職）有 62 人，佔 19.7%；專科有 47 人，佔 15.0%；大學有 132 人，佔 42.0%；研究所（含）以上有 45 人，佔 14.3%。

四、 職業

本研究樣本中，精靈寶可夢 GO 遊戲玩家職業為學生者有 88 人，佔 28.0%；從事軍警公教者有 28 人，佔 8.9%；從事農林漁牧者有 7 人，佔 2.2%；從事工業者有 31 人，佔 9.9%；從事商業者有 40 人，佔 12.7%；從事服務業者有 62 人，佔 19.7%；家管有 19 人，佔 6.1%；退休人員有 12 人，佔 3.8%；其他職業有 27 人，佔 8.6%。

五、 居住地

本研究樣本中，精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的居住地在北部（北宜基桃竹）有 131 人，佔 41.7%；中部（苗中彰投雲）有 102 人，佔 32.5%；

南部（嘉南高屏）有 72 人，佔 22.9%；東部（花東）有 3 人，佔 1.0%；外離島地區（金馬澎湖）有 6 人，佔 1.9%。

六、 一起前往的對象（複選題）

本研究樣本中，與精靈寶可夢 GO 遊戲玩家一起前往的對象為自行前往的有 256 人次，佔 50.3%；與家人前往有 134 人次，佔 26.3%；與同事、同學或朋友一起有 119 人次，佔 23.4%。

七、 交通工具（複選題）

本研究樣本中，與精靈寶可夢 GO 遊戲玩家使用的交通工具為步行的有 218 人次，佔 30.4%；腳踏車的有 95 人次，佔 13.3%；機車的有 205 人次，佔 28.6%；汽車的有 118 人次，佔 16.5%；計程車的有 3 人次，佔 0.4%；公車的有 50 人次，佔 7.0%；搭捷運的有 27 人次，佔 3.8%。

八、 等級

精靈寶可夢 GO 遊戲等級最高為 40 等，在本研究樣本中，精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的等級為 1~10 等的有 2 人，佔 0.6%；11~20 等的有 8 人，佔 2.5%；21~30 等的有 89 人，佔 28.3%；31~40 等的有 215 人，佔 68.5%。

九、 活動時間

本研究樣本中，與精靈寶可夢 GO 遊戲玩家每周花費時間為不固定

的有 11 人，佔 3.5%；1~10 小時的有 190 人，佔 60.5%；11~20 小時的有 75 人，佔 23.9%；21~30 小時的有 29 人，佔 9.2%；31~40 小時的有 7 人，佔 2.2%；41~50 小時的有 0 人，佔 0%；51~60 小時的有 2 人，佔 0.6%。

十、 花費

本研究樣本中，與精靈寶可夢 GO 遊戲玩家花費為 0 元的有 188 人；1~1000 元的有 65 人，佔 20.7%；1001~2000 元的有 24 人，佔 7.6%；2001~3000 元的有 9 人，佔 2.9%；3001~4000 元的有 6 人，佔 1.9%；4001~5000 元的有 6 人，佔 1.9%；5001~6000 元的有 3 人，佔 1.0%；6001~7000 元的有 1 人，佔 0.3%；7001~8000 元的有 1 人，佔 0.3%；8001~9000 元的有 0 人，佔 0%；9001~10000 元的有 7 人，佔 2.2%；10001 元以上的有 4 人，佔 1.3%。

十一、綜合討論：

本研究的背景變項共有十項，其中以男性玩家居多，約是女性的 1.42 倍；年齡則集中在 21~50 歲，合起來是 69.4%，佔了一半以上；教育程度以「大學」佔 42.0%居多，其次為「高中（職）」佔 19.7%；職業類別以「學生」佔 28.0%居多，其次為「服務業」佔 19.7%；居住地以「北部（北宜基桃竹）」佔 41.7%居多，其次為「中部（苗中彰投雲）」佔

32.5%；一起前往對象以「自己前往」佔 50.3%居多，其次為「與家人前往」佔 26.3%；交通工具以「步行」佔 30.4%居多，其次為「機車」佔 28.6%；等級以「31~40 等」佔 68.5%居多；每周活動時間以「1~10 小時」佔 60.5%居多，其次為「11~20 小時」佔 23.9%，合起來佔了 84.4%；花費金額以「0 元」佔 59.9%居多，其次為「1~1000 元」佔 20.7%，合起來佔了 80.6%。

表 4-1：精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的基本資料彙整表

變項	類別	人數	有效百分比%
性別	男	184	58.6
	女	130	41.4
年齡	12 歲以下	7	2.2
	13~20 歲	43	13.7
	21~30 歲	72	22.9
	31~40 歲	65	20.7
	41~50 歲	81	25.8
	51~60 歲	40	12.7
	61 歲以上	6	1.9
教育程度	國小	8	2.5
	國中	20	6.4
	高中（職）	62	19.7
	專科	47	15.0
	大學	132	42.0
	研究所（含）以上	45	14.3
職業	學生	88	28.0
	軍警公教	28	8.9
	農林漁牧	7	2.2
	工業	31	9.9

表 4-1：精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的基本資料彙整表（續）

變項	類別	人數	有效百分比%
職業	商業	40	12.7
	服務業	62	19.7
	家管	19	6.1
	退休人員	12	3.8
	其他	27	8.6
居住地	北部（北宜基桃竹）	131	41.7
	中部（苗中彰投雲）	102	32.5
	南部（嘉南高屏）	72	22.9
	東部（花東）	3	1.0
	離島地區（金馬澎湖）	6	1.9
一起前往的對象 （複選題）	自己前往	256	
	與家人前往	134	
	與同事、同學或朋友 一起前往	119	
交通工具 （複選題）	步行	218	
	腳踏車	95	
	機車	205	
	汽車	118	
	計程車	3	
	公車	50	
	捷運	27	
等級	1~10 等	2	0.6
	11~20 等	8	2.5
	21~30 等	89	28.3
	31~40 等	215	68.5
每周花費時間	不固定	11	3.5
	1~10 小時	190	60.5
	11~20 小時	75	23.9
	21~30 小時	29	9.2
	31~40 小時	7	2.2
	41~50 小時	0	0.0
	51~60 小時	2	0.6

表 4-1：精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的基本資料彙整表（續）

變項	類別	人數	有效百分比%
花費金額	0 元	188	59.9
	1~1000 元	65	20.7
	1001~2000 元	24	7.6
	2001~3000 元	9	2.9
	3001~4000 元	6	1.9
	4001~5000 元	6	1.9
	5001~6000 元	3	1.0
	6001~7000 元	1	0.3
	7001~8000 元	1	0.3
	8001~9000 元	0	0.0
	9001~10000 元	7	2.2
	10001 元以上	4	1.3

第二節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之相關分析

本節以 Pearson 積差相關進行：一、參與動機的四個構面（消遣娛樂、社交、自我肯定、逃避歸屬）與持續涉入的三個構面（吸引力、生活中心性、自我表現）的相關考驗。二、參與動機的四個構面與社會支持的二個構面（家人支持、朋友支持）的相關考驗。三、參與動機的四個構面與休閒效益的四個構面（個人成長、鬆弛效益、拓展生活圈、豐富生活內涵）的相關考驗。四、持續涉入的三個構面對休閒效益的四個構面的相關考驗。五、社會支持的二個構面與持續涉入的三個構面的相關考驗。以及六、社會支持的二個構面與休閒效益的四個構面的相關考驗。相關係數在 0.3 以下為低度相關，0.3~0.7 為中度相關，0.7 以上為高度相關，分析結果說明如下：

一、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機與持續涉入之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機與持續涉入之相關如表4-2，參與動機的四個構面（消遣娛樂、社交、自我肯定、逃避歸屬）與持續涉入的三個構面（吸引力、生活中心性、自我表現）均呈現正相關；整體參與動機與整體持續涉入達高度正相關（ $r=0.79$ ），由此可知，在本研究中，寶可夢玩家參與動機愈高，則其持續涉入愈高。

表 4-2：參與動機與持續涉入之相關

構面	消遣娛樂	社交	自我肯定	逃避歸屬	參與動機量表
吸引力	0.67*	0.48*	0.61*	0.52*	0.70*
生活中心性	0.43*	0.55*	0.58*	0.59*	0.70*
自我表現	0.48*	0.61*	0.60*	0.52*	0.72*
持續涉入量表	0.61*	0.61*	0.67*	0.60*	0.79*

* $p < .05$

二、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機與社會支持之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機與社會支持之相關如表4-3，參與動機的「逃避歸屬」構面與社會支持中的「家人支持」構面呈現負相關 ($r=-0.04$)，其餘三個構面「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與社會支持各構面均呈現正相關。整體參與動機與整體社會支持達顯著中度正相關 ($r=0.32$)。

表4-3：參與動機與社會支持之相關

構面	消遣娛樂	社交	自我肯定	逃避歸屬	參與動機量表
家人支持	0.13*	0.17*	0.14*	-0.04	0.13*
朋友支持	0.29*	0.42*	0.34*	0.17*	0.40*
社會支持量表	0.26*	0.37*	0.30*	0.07	0.32*

* $p < .05$

三、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機與休閒效益之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的參與動機與休閒效益之相關如表4-4，參與動機的四個構面「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」、「逃避歸屬」與社會支持各構面均呈現正相關，其中「社交」與休閒效益中的「拓展生活圈」達高度正相關（ $r=0.7$ ），顯示寶可夢玩家的「社交」意圖愈高，在「拓展生活圈」的休閒效益感受則愈高；「自我肯定」與休閒效益中的「個人成長」達高度正相關（ $r=0.71$ ），顯示寶可夢玩家的「自我肯定」意圖愈高，則在「個人成長」的休閒效益感受愈高；整體參與動機與整體休閒效益達高度正相關（ $r=0.82$ ），顯示寶可夢玩的參與動機愈高，則其休閒效益愈高。

表 4-4：參與動機與休閒效益之相關

構 面	消遣娛樂	社交	自我肯定	逃避歸屬	參與動機 量表
個人成長	0.48*	0.49*	0.71*	0.62*	0.74*
鬆弛效益	0.62*	0.52*	0.60*	0.56*	0.72*
拓展生活圈	0.49*	0.70*	0.46*	0.45*	0.69*
豐富生活內涵	0.45*	0.56*	0.55*	0.51*	0.67*
休閒效益量表	0.59*	0.64*	0.69*	0.63*	0.82*

* $p < .05$

四、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的持續涉入與休閒效益之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的持續涉入與休閒效益之相關如表4-5，持續涉入的三個構面「吸引力」、「生活中心性」、「自我表現」與休閒效益各構面均呈現正相關。其中「吸引力」與休閒效益中的「鬆弛效益」達高度正相關 ($r=0.74$)，顯示寶可夢玩家的「吸引力」意圖愈高，在「鬆弛效益」的休閒效益感受則愈高；整體持續涉入與整體休閒效益達高度正相關 ($r=0.82$)，由此可知，在本研究中，寶可夢玩家持續涉入愈高，則其休閒效益愈高。

表 4-5：持續涉入與休閒效益之相關

構面	吸引力	生活中心性	自我表現	持續涉入量表
個人成長	0.65*	0.61*	0.67*	0.73*
鬆弛效益	0.74*	0.61*	0.64*	0.75*
拓展生活圈	0.59*	0.58*	0.60*	0.66*
豐富生活內涵	0.59*	0.60*	0.62*	0.68*
休閒效益量表	0.75*	0.69*	0.73*	0.82*

* $p < .05$

五、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持與持續涉入之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的社會支持與持續涉入之相關如表4-6，社會支持的「朋友支持」構面與持續涉入的三個構面「吸引力」、「生活中心性」、「自我表現」呈現正相關，另外「朋友支持」與持續涉入的「自我表現」達中度正相關 ($r=0.49$)；整體持續涉入與整體社會支持達低度正相關 ($r=0.27$)。

表 4-6：社會支持與持續涉入之相關

構面	家人支持	朋友支持	社會支持量表
吸引力	0.07	0.27*	0.20*
生活中心性	0.07	0.26*	0.19*
自我表現	0.10	0.49*	0.35*
持續涉入量表	0.09	0.37*	0.27*

* $p < .05$

六、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持與休閒效益之相關分析

精靈寶可夢GO遊戲玩家的社會支持與休閒效益之相關如表4-7，社會支持中的「朋友支持」與休閒效益各個構面均呈現正相關；整體社會支持與整體休閒效益達低度正相關（ $r=0.29$ ）。

表 4-7：社會支持與休閒效益之相關

構面	家人支持	朋友支持	社會支持量表
個人成長	0.05	0.25*	0.18*
鬆弛效益	0.13*	0.26*	0.24*
拓展生活圈	0.10	0.27*	0.22*
豐富生活內涵	0.30*	0.25*	0.35*
休閒效益量表	0.17*	0.29*	0.29*

* $p < .05$

七、綜合討論

由以上研究結果顯示：

- 一、精靈寶可夢GO遊戲玩家的整體參與動機與整體持續涉入達高度正相關 ($r=0.79$)，表示精靈寶可夢GO遊戲玩家參與動機的四個構面「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」愈高則持續涉入愈高，研究結果與鄭三權 (2011)、魏聰惠 (2012)、吳建璋 (2013) 以及謝汝軒 (2016) 的研究相符合。
- 二、精靈寶可夢GO遊戲玩家的整體參與動機與「家人支持」達低度正相關 ($r=0.13$)，與「朋友支持」達中度正相關 ($r=0.40$)，顯示精靈寶可夢GO遊戲在朋友間獲得較高的支持度。整體參與動機與整體社會支持達低度正相關 ($r=0.32$)。此研究結果與林佳慧 (2010)、黃威儒 (2016) 以及黃郁馨 (2016) 的研究相符合。
- 三、精靈寶可夢GO遊戲玩家的整體參與動機與整體休閒效益達高度正相關 ($r=0.82$)。由此可知，寶可夢玩家的參與動機愈高，則其獲得的休閒效益也愈高。此與鄭旭宏 (2007)、謝淑瑛 (2011)、吳建璋 (2013) 以及鍾潤華 (2015) 的研究結果相符合。
- 四、精靈寶可夢GO遊戲玩家的整體持續涉入與整體休閒效益達高度正相關 ($r=0.82$)，此與吳科驊 (2006)、白明勳 (2011)、吳建璋 (2013)

以及陳玲涵（2015）的研究結果相符合。由此可知，寶可夢玩家的持續涉入愈高，則獲得的休閒效益愈高。

五、精靈寶可夢GO遊戲玩家社會支持中的「家人支持」與持續涉入各個構面呈現低度正相關（ $r=0.09$ ）；社會支持中的「朋友支持」與持續涉入則呈現中度正相關（ $r=0.37$ ）。而整體社會支持與整體持續涉入達低度正相關（ $r=0.27$ ）。此研究結果與高群超（2011）以及吳明達（2013）的研究結果相符合。

六、精靈寶可夢GO遊戲玩家的整體社會支持與整體休閒效益達低度正相關（ $r=0.29$ ）。此研究結果與余玥林（2004）以及彭信憶（2012）的研究相符合。

第三節 參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之迴歸分析

本節主要研究目的為探討精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機、社會支持、持續涉入對休閒效益之影響，因自變項與依變項皆為連續變數，故使用迴歸分析進行檢驗，以參與動機、社會支持、持續涉入對休閒效益進行多元迴歸分析探討。

一、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機對持續涉入之迴歸分析

以持續涉入為依變項，參與動機各構面為自變項進行迴歸分析， $F=141.36^*$ ， $p<.05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表 4-8。進一步對各自變項進行分析，發現參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對持續涉入具有顯著的預測力，共可解釋總變異的 64.2%，結果如表 4-9。

表 4-8：以持續涉入為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均平方和	F 值	顯著性
迴歸	105.22	4	26.31		
殘差	57.50	309	0.19	141.36*	.000
總和	162.72	313			

* $p<.05$

表 4-9：參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	-0.30		-1.65	.099	
消遣娛樂	0.35	0.29	7.21*	.000	0.642
社交	0.19	0.22	5.17*	.000	
自我肯定	0.25	0.25	5.32*	.000	
逃避歸屬	0.23	0.28	6.73*	.000	

* $p < .05$

二、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機對社會支持之迴歸分析

以社會支持為依變項，參與動機各構面為自變項進行迴歸分析， $F=16.57^*$ ， $p < .05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表4-10。進一步對各自變項進行分析，發現參與動機之「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對社會支持具有顯著的預測力，共可解釋總變異的16.6%，結果如表4-11。

表 4-10：以社會支持依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均平方和	F 值	顯著性
迴歸	30.89	4	7.72	16.57*	.000
殘差	144.02	309	0.47		
總和	174.90	313			

* $p < .05$

表 4-11：參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	1.75		6.18	.000	
消遣娛樂	0.09	0.07	1.13	.259	0.166
社交	0.28	0.30	4.71*	.000	
自我肯定	0.22	0.21	2.94*	.004	
逃避歸屬	1.75	-0.20	-3.10*	.002	

* $p < .05$

三、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的參與動機對休閒效益之迴歸分析

以休閒效益為依變項，參與動機各構面為自變項進行迴歸分析， $F=161.71^*$ ， $p<.05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表4-12。進一步對各自變項進行分析，發現參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的67.3%，結果如表4-13。

表 4-12：以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均平方和	F 值	顯著性
迴歸	101.59	4	25.40		
殘差	48.53	309	0.16	161.71*	.000
總和	150.12	313			

* $p<.05$

表 4-13：參與動機各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	0.00		-0.01	.990	
消遣娛樂	0.28	0.24	6.23*	.000	
社交	0.22	0.26	6.57*	.000	0.673
自我肯定	0.25	0.26	5.74*	.000	
逃避歸屬	0.23	0.30	7.49*	.000	

* $p<.05$

四、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的持續涉入對休閒效益之迴歸分析

以休閒效益為依變項，持續涉入各構面為自變項進行迴歸分析， $F=219.45^*$ ， $p<.05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表4-14。進一步對各自變項進行分析，發現持續涉入之「吸引力」、「生活中心性」與「自我表現」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的68.0%，結果如表4-15。

表 4-14：以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均平方和	F 值	顯著性
迴歸	102.07	3	34.02		
殘差	48.06	310	0.16	219.45*	.000
總和	150.12	313			

* $p<.05$

表 4-15：持續涉入各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	0.75		6.22	.000	
吸引力	0.38	0.41	8.62*	.000	0.680
生活中心性	0.11	0.14	2.63*	.009	
自我表現	0.32	0.38	8.33*	.000	

* $p<.05$

五、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持對持續涉入之迴歸分析

以持續涉入為依變項，社會支持各構面為自變項進行迴歸分析， $F=24.05^*$ ， $p<.05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表4-16。進一步對各自變項進行分析，發現社會支持之「朋友支持」對持續涉入具有顯著的預測力，共可解釋總變異的12.8%，結果如表4-17。

表 4-16：以持續涉入為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均平方和	F 值	顯著性
迴歸	21.80	2	10.90	24.05*	.000
殘差	140.92	311	0.45		
總和	162.72	313			

* $p<.05$

表 4-17：社會支持各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	2.36		13.10	.000	0.128
家人支持	0.01	0.01	0.17	.869	
朋友支持	0.31	0.36	6.73*	.000	

* $p<.05$

六、精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的社會支持對休閒效益之迴歸分析

以休閒效益為依變項，社會支持各構面為自變項進行迴歸分析， $F=16.82^*$ ， $p<.05$ ，即迴歸模型具有顯著的解釋力，結果如表4-18。進一步對各自變項進行分析，發現社會支持之「朋友支持」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的9.2%，結果如表4-19。

表 4-18：以休閒效益為依變項之多元迴歸模型顯著性考驗表

	平方和	自由度	平均 平方和	F 值	顯著性
迴歸	14.65	2	7.33		
殘差	135.47	311	0.44	16.82*	.000
總和	150.12	313			

* $p<.05$

表 4-19：社會支持各自變項之多元迴歸參數檢定結果表

構 面	B	Beta	t 值	p 值	R 平方
(常數)	2.55		14.48	.000	
家人支持	0.07	0.11	1.95	.052	0.092
朋友支持	0.22	0.27	4.89*	.000	

* $p<.05$

七、綜合討論

從上述研究結果發現：

- 一、參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」皆能有效預測持續涉入，此與吳建璋（2013）及吳科驊（2006）的研究結果相似。
- 二、參與動機之「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」皆能有效預測社會支持。當精靈寶可夢GO玩家的社交、自我肯定愈高，逃避歸屬愈低，則社會支持愈高。此與郭森吉（2014）、吳盛文（2012）、張俊德（2010）以及余玥林（2004）之研究結果相似。
- 三、參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」皆能有效預測休閒效益。此與吳建璋（2013）、許美玉（2009）、許宇中（2008）以及呂惠富（2008）的研究結果相似。
- 四、持續涉入之「吸引力」、「生活中心性」與「自我表現」皆能有效預測休閒效益，此與吳建璋（2013）、張智傑（2009）以及陳嘉雯（2006）的研究結果相似。
- 五、社會支持之「朋友支持」能有效預測持續涉入，此與潘昭羽（2015）及劉博文（2013）的研究結果相似。
- 六、社會支持之「朋友支持」能有效預測休閒效益。此與余玥林（2004）以及周秀華（2002）研究結果相似。

綜合以上敘述，精靈寶可夢GO玩家的參與動機對持續涉入、參與動機對社會支持、參與動機對休閒效益、持續涉入對休閒效益、社會支持對持續涉入以及社會支持對休閒效益皆具有影響與預測效果。



第五章 結論與建議

本章內容包含研究結果的歸納以及針對未來研究方向提出建議。本章共分為二節：第一節為結論，第二節為建議。

第一節 結論

根據本研究第四章研究結果與討論，得到以下結論：

- (一) 精靈寶可夢GO遊戲玩家的男女比是58.6%比41.4%，顯示此款遊戲雖然男性多於女性，但並沒有很大的差距，打破過去認為網路遊戲只是男性玩家天下的看法；年齡21歲以上佔了84.1%，顯示精靈寶可夢GO遊戲還是以成年人為大宗，最令人感到驚奇的是51歲以上佔了14.6%，顯示此款遊戲對高齡玩家有相當的吸引力，推測其可能原因：(1) 高中以下學生課業繁重，晚上回到家，家長也不放心讓孩子到外面到處抓寶。(2) 遊戲介面操作簡單，對於高齡遊戲玩家也能很容易就上手。不論是日本、美國或是台灣，研究均發現精靈寶可夢GO遊戲深受中老年族群的喜愛，甚至於有些中老年人的熱衷程度遠遠超過年輕人，也早早升到最高等級40等(鍾子偉，2016)；自己前往佔了50.3%，顯示大部分玩家習慣自己前往抓寶，此與本研究結果「家人支持」度偏低相符；花費金額1000元以下佔了80.6%，顯示此款免費的手機遊戲，大部分玩家不需要花費大量金錢在上面，卻可以從中得到不錯的休閒效益。

- (二) 參與動機與持續涉入達高度正相關 ($r=0.79$)，且參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對持續涉入具有顯著的預測力，共可解釋總變異的64.2%，是故參與動機對持續涉入的影響是顯著的。據此，本研究提出的第一個假說獲得支持。
- (三) 參與動機與社會支持達低度正相關 ($r=0.32$)，其中參與動機與「家人支持」僅為0.13，顯示家人對於玩家參與寶可夢遊戲還是有所顧忌，推測其可能原因是對電玩遊戲既有的刻板印象，認為玩遊戲就只是在浪費時間且容易沉迷。然而參與動機之「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對社會支持具有顯著的預測力，共可解釋總變異的16.6%。據此，本研究提出的第二個假說獲得部分支持。
- (四) 參與動機與休閒效益達高度正相關 ($r=0.82$)，且參與動機之「消遣娛樂」、「社交」、「自我肯定」與「逃避歸屬」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的67.3%，是故參與動機對休閒效益的影響是顯著的。據此，本研究提出的第三個假說獲得支持。
- (五) 持續涉入與休閒效益達高度正相關 ($r=0.82$)，且持續涉入之「吸引力」、「生活中心性」與「自我表現」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的68.0%，是故持續涉入對休閒效益的影響是顯著的。據此，本研究提出的第四個假說獲得支持。

(六) 社會支持與持續涉入達低度正相關 ($r=0.27$)，其中「家人支持」與持續涉入僅為0.09，分析其原因，電視新聞對於精靈寶可夢GO遊戲多做負面報導，且部分玩家為了抓寶嚴重影響作息，故家人不太希望玩家持續涉入其中。然而社會支持之「朋友支持」對持續涉入具有顯著的預測力，共可解釋總變異的12.8%。據此，本研究提出的第五個假說獲得部分支持。

(七) 社會支持與休閒效益達低度正相關 ($r=0.29$)，而社會支持之「朋友支持」對休閒效益具有顯著的預測力，共可解釋總變異的9.2%。據此，本研究提出的第六個假說獲得部分支持。

東京大學的研究團隊調查顯示，持續玩精靈寶可夢 GO 遊戲一個月以上可以減輕勞工的心理壓力，英國科學期刊「科學報告」(Scientific Reports) 也將刊登此研究報告。專長為精神保健學的東京大學川上憲人教授表示：「外出、與他人交流以及增加身體活動量，據信是改善的主要理由。」(中央社東京 8 日綜合外電報導 2017/09/08)。此研究結果與本研究有異曲同工之妙，也更加證實精靈寶可夢 GO 遊戲有其休閒效益存在。

身為國中老師同時也是精靈寶可夢 GO 遊戲玩家的謝宗翔 (2016) 認為精靈寶可夢 GO 在朋友或父母、子女等家庭成員之間，創造出共同

的話題，洗刷網路世界容易造成人際關係疏離或沉迷於虛擬，無法正視真實世界的疑慮。另外走出戶外不僅可達到運動效果，還可以藉由與其他寶友一同打道館或頭目，增進人際關係，拓展自己的生活圈。而點入每個補給站，都會有該處文物或景觀的介紹，對於認識在地文化或景觀有很大的幫助。另外，精靈寶可夢 GO 遊戲發行至今已累積不少死忠玩家，透過 Facebook 社團、line 群組的交流，彼此分享抓寶的心得、技巧，甚至於稀有寶可夢出現時也會互相通報，更加拉近了人與人之間的距離。對於有些玩家而言，精靈寶可夢 GO 不僅僅是一款遊戲，甚至是許多人童年共同的回憶。雖然電視新聞常對精靈寶可夢 GO 遊戲多做負面報導，但是只要遊戲玩家多遵守社會規範，注意自己與他人的人身安全，相信獲得的效益更大。

第二節 建議

本研究雖力求過程之嚴謹，但仍免不了存在研究限制，故針對研究結果，提出以下幾點限制以及日後研究之建議：

- (1) 本研究是以橫斷面來進行，故對精靈寶可夢GO玩家是以一次性的調查來做為分析的依據，建議未來的研究可朝縱貫面，以長期性的觀察來做深入了解。

- (2) 本研究以便利抽樣來進行，其樣本來源的涵蓋面較容易受到限制，無法深究個別差異或了解受試者的真實感受。建議未來之研究可輔以實際觀察或深度訪談之質性研究方法，使研究結果更具周延性。
- (3) 擴增實境應用在遊戲上只會有增無減，隨著高齡化社會的出現，中高齡玩家日益增加，遊戲廠商可以針對這方面設計遊戲，鼓勵中老年人走出戶外，既可以健身又可以增進人際互動，使生活增添更多樂趣。



參考文獻

一、中文部分

1. 尤鼎傑（2013），武術散打學員參與動機、休閒滿意度與持續參與意願之研究，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
2. 方彥博、呂謙、莊詩歆（2013），離島地區民眾休閒動機、參與行為與休閒阻礙之研究，運動休閒管理學報，10（1），64-87。
3. 白明勳（2011），登山會會員持續涉入、人格特質與休閒效益關係之研究，大葉大學企業管理學研究所碩士論文。
4. 余玥林（2004），單車活動參與者的目標取向、社會支持和休閒型態對休閒效益的影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
5. 吳永發（2006），路跑運動參與者持續涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立體育學院體育推廣研究所碩士論文。
6. 吳玉真（2011），國中運動代表隊選手心理需求、自我決定動機與自我設限之關係研究，國立臺灣師範大學體育學系研究所碩士論文。
7. 吳建璋（2013），中部地區自行車參與者之參與動機、持續涉入與休閒效益關係之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系研究所碩士論文。
8. 吳政杰（2006），飛行傘冒險遊憩活動參與者參與動機、持續涉入及涉入後行為之相關研究，大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。
9. 吳科驊（2006），登山健行者休閒參與動機、持續涉入、休閒效益與幸福感之相關研究，國立臺灣體育學院體育研究所碩士論文。
10. 呂惠富（2008），休閒運動之參與動機與休閒效益關係之研究，休閒產業管理學刊，1（1），41-53。

- 11.李坤宗（2016），組織變革知覺、工作不安全感、工作壓力及離職傾向關係之研究—以社會支持為調節效果，國防大學資源管理及決策研究所碩士論文。
- 12.李玲慧、沈秀蓁（2012），宗教節慶活動遊客涉入與體驗之研究—以斗六受天宮為例，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 13.李莉薇（2009），飛盤狗運動參與者休閒動機、持續涉入與幸福感之研究，南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
- 14.李雅婷（2013），教師思考風格、成就動機與工作投入關係之研究，國立臺灣師範大學創造力發展研究所碩士論文。
- 15.林子揚（2009），臺北市籃球俱樂部參與者參與動機、持續涉入與滿意度之相關研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
- 16.林妤屏（2016），新北市國中田徑運動代表隊參與動機與社會支持之研究，中華大學行政管理學系研究所碩士論文。
- 17.林佳慧（2010），長跑運動俱樂部會員者參與動機和社會支持之關係研究，國立臺東大學健康促進與休閒管理研究所碩士論文。
- 18.林宜蔓（2004），游泳者持續參與在休閒效益與幸福感之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 19.林昕翰、鄭溫暖、邱榮基、畢璐鑾（2011），台北市社區大學舞蹈課程知覺服務品質與休閒效益，運動休閒管理學報，8（2），55-69。
- 20.林崇舜（2013），台北市國小六年級學童運動價值觀及社會支持之研究，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。

- 21.林曉怡（2005），台南市國小游泳團隊學童運動參與動機與社會支持之研究，臺北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
- 22.邱榮泰（2012），臺中市國中學生籃球運動參與動機及涉入程度對滿意度與休閒效益之影響研究，國立臺灣體育運動大學運動管理學系研究所碩士論文。
- 23.徐維辰（2008），新竹市國小學童運動社會支持與體育態度之相關研究，國立新竹教育大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
- 24.涂淑芳（譯）（1996），G. Bammel & L. L. Burrus-Bammel著，休閒與人類行為，台北：桂冠圖書公司。
- 25.高俊雄（1995），休閒利益三因素模式，戶外遊憩研究，8(1)，15-28。
- 26.高群超（2011），水上安全救生訓練參與者之社會支持、參與動機與阻礙因素對涉入程度之影響研究，運動休閒管理學報，8(1)，209-227。
- 27.張佩娟（2004），國中輔導教師社會支持與其輔導角色實踐相關之研究，國立高雄師範大學輔導研究所碩士論文。
- 28.張佩瑜（2005），登山者的休閒活動動機和社會支持對登山承諾及登山行為的影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 29.張治文（2007），冒險性休閒活動參與動機及休閒效益之研究—以六龜鄉荖濃溪泛舟為例，國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文。
- 30.張春興（1989），張氏心理學辭典，臺北市：東華書局。
- 31.張家豪（2011），專職講師成就動機、工作特徵、關鍵成功因素及競爭策略之個案研究，國立臺灣科技大學科技管理研究所碩士論文。
- 32.許尤俐（2010），自行車隊成員參與動機、持續涉入與休閒滿意度之研究，大葉大學管理學院碩士在職專班碩士論文。

- 33.許建民（2006），青少年休閒參與動機模式之建立與驗證，國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 34.許美玉（2009），瑜珈參與者動機、休閒效益與幸福感關係之研究，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
- 35.許碧章（2006），臺北縣國民小學手球團隊學童運動參與動機與社會支持之研究，臺北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
- 36.連央毅、陳美燕（2015），馬拉松運動參與動機、休閒效益與滿意度之研究，休閒研究，6（1），48-69。
- 37.郭又銘（2005），志工工作倦怠之前因後果與解決途徑，南台科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 38.郭森吉（2014），雲林縣跆拳道館學員參與動機、社會支持及休閒運動效益之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 39.陳坤森（2007），可供多人移動式互動使用之擴增實境系統及方法，國家高速網路與計算中心電子報，19。
- 40.陳冠中（2003），「天堂」遊戲參與者之動機、沉迷與交易行為關係之研究，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- 41.陳音妝（2010），高屏地區國際觀光飯店服務人員職業倦怠、休閒調適策略及休閒效益之研究，屏東科技大學技術及職業教育研究所碩士論文。
- 42.陳嘉雯（2006），登山健行活動之登山客持續涉入、休閒效益與幸福感關係之研究，銘傳大學觀光研究所碩士論文。
- 43.陳慧玲（2011），國小運動校隊學童參與動機、社會支持、自我效能及運動行為之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。

- 44.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，南華大學資訊管理研究所碩士論文。
- 45.陳顯宗、戴遐齡（1994），暑期進修學生體育課選修游泳項目之動機因素調查研究，臺北市立師範學院學報，25，279-296。
- 46.彭羽琪（2016），北區技職校院學生在不同媽寶行為覺知類型下其人際互動、情緒管理、成就動機對網路沉迷之研究，國立臺灣師範大學工業教育學系研究所博士論文。
- 47.彭信憶（2012），線上遊戲參與者社會支持、自我效能與休閒效益關係之研究，國立臺中教育大學永續觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
- 48.曾鼎堯（2014），新北市國小體育教師工作收入、社會支持與主觀幸福感之研究，臺北市立大學體育學系體育教學研究所碩士論文。
- 49.黃信元（2012），臺北市國小女童運動代表隊選手參與動機與社會支持之相關研究，臺北市立教育大學體育學系體育教學研究所碩士論文。
- 50.黃玉青（2010），國小躲避球運動代表隊選手社會支持、參與動機與學習滿意度之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 51.黃佩茹（2014），基隆市高中職田徑選手參與田徑運動動機、社會支持與競技倦怠之研究，輔仁大學體育學系研究所論文。
- 52.黃明昌（2017），寶可夢遊戲於學童親子關係、同儕關係及學習動機之研究-以嘉義縣國小高年級學生為例，南華大學資訊管理研究所碩士論文。
- 53.黃俊英、賴文彬（1990），涉入的理論發展與實務應用，管理科學學報，7（1），15-29。

- 54.黃威儒（2016），全國國小巧固球代表隊選手參與動機與社會支持相關之研究，臺北市立大學體育學系體育教學研究所碩士論文。
- 55.黃政紘（2013），雲林縣國小田徑選手運動參與動機、社會支持與運動行為之相關研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 56.黃郁馨（2016），台南市國中田徑選手運動參與動機、社會支持與學習滿意度之研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 57.黃淑芬（2015），高山登山者韌性人格、風險知覺、登山體驗、休閒滿意度對持續涉入之影響研究，大葉大學休閒事業管理學系論文。
- 58.黃雅慧（2004），虛擬世界中的真實人生：線上遊戲成癮現象及其相關因素探討，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 59.黃靜君（2013），雲林縣國小高年級學童休閒運動參與動機與社會支持之相關研究，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 60.塗大慶（2014），高中（職）體育班學生社會支持、學習態度與生涯發展之研究，國立臺灣師範大學體育學研究所碩士論文。
- 61.楊欽城、鄒雨潔、曾怡喬、柳立偉（2017），衝浪活動參與者在知覺風險、持續涉入與休閒效益之關係，運動健康休閒學報，8，45-57。
- 62.葉建助（2010），溯溪參與者休閒涉入、休閒效益與幸福感之研究，國立東華大學體育學系碩士論文。
- 63.廖哲毅（2009），自行車活動參與者的休閒態度與社會支持對休閒自發性表現行為的影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
- 64.熊英君（2007），國中生之內外控、社會支持、情緒智力與學業成就之相關研究-以板橋市國中為例，私立銘傳大學教育研究所碩士論文。

65. 蒲逸生 (2005) , 臺北市國民中學籃球校隊參與動機與社會支持之研究, 臺北市立體育學院運動科學研究所碩士論文。
66. 劉俊良 (2015) , 臺灣地區國小手球選手社會支持與訓練滿意度之研究, 臺北市立大學體育學系體育教學研究所碩士論文。
67. 劉奕蘭 (2002) , 網路中社會支持的探討, 網路與社會研討會, 新竹清華大學社會學研究所。
68. 劉嘉茗 (2017) , 全國高中職學生漆彈競賽參與動機、滿意度及持續涉入之研究, 臺北市立大學體育學系碩士在職專班碩士論文。
69. 劉譯翔 (2013) , 冒險遊憩參與者參與動機、持續涉入及幸福感相關研究-以台灣飛行傘運動為例, 國立臺東大學健康促進與休閒管理研究所碩士論文。
70. 蔡妙玫 (2012) , 運動代表隊選手社會支持、參與動機與學習滿意度之研究:以新北市國小田徑選手為例, 輔仁大學體育學系碩士論文。
71. 蔡文賢 (2012) , 社會支持/工作滿意度對工作不安全感/組織承諾調節作用研究—以半導體封測公司為例, 國立高雄應用科技大學資訊管理研究所碩士論文。
72. 蔡佳和 (2009) , 基隆市國小學童運動團隊參與動機與社會支持之研究, 臺北市立教育大學體育學系體育研究所碩士論文。
73. 蔡勇美、郭文雄 (1984) , 都市社會學, 臺北市: 巨流。
74. 蔡馨任、季力康、游鎮安 (2012) , 青少年不同運動階段中社會支持的差異:來源與形式的探討, 體育學報, 45 (1) , 31 -41。
75. 鄭三權 (2011) , 衝浪者活動參與動機、涉入程度與流暢體驗與相關之研究, 中華運動休閒與創新研發管理學刊, 1 (1) , 20-34。

- 76.鄭旭宏（2007），線上遊戲參與動機與休閒效益之研究—以魔獸世界為例，逢甲大學景觀與遊憩研究所碩士論文。
- 77.鄭志賢（2015），全國中等學校運動選手參與動機與社會支持之研究，臺北市立大學體育學研究所碩士論文。
- 78.鄭國良（2013），國小教師社會支持、教師自我效能與學校效能關係之研究，國立臺東大學教育學研究所碩士論文。
- 79.鄭惠文（2000），失業青年之生活壓力、休閒支持、休閒決心與身心健康之關係研究，國立高雄師範大學輔導研究所碩士論文。
- 80.鄭愛珍（2017），桌球運動者持續涉入之相關研究—以土城桌委會為例，臺北城市科技大學休閒事業系碩士論文。
- 81.賴文儀、周政德、陳麗珠（2015），馬拉松跑者參賽動機、休閒效益與幸福感之相關研究-以2013府城安竹仲夏夜浪漫星光馬拉松為例，創新研發學刊，11（2），12-27。
- 82.謝汝軒（2016），直排輪運動參與者參與動機、流暢經驗與持續涉入關係之研究，國立屏東大學體育學系研究所碩士論文。
- 83.謝明忠（2009），桃園市陽明運動公園使用者參與動機與休閒效益之研究，國立臺北教育大學體育學系研究所碩士論文。
- 84.謝淑瑛（2011），自行車騎乘者參與動機與休閒效益之研究—以高雄市西臨港線自行車道為例，國立屏東教育大學（屏東大學）生態休閒教育教學系碩士論文。
- 85.鍾潤華（2015），2015年苗栗縣『理事長盃』慢速壘球賽參與動機、涉入程度與休閒效益之研究，運動休閒管理學報，12（4），18-34。

- 86.簡政輝（2014），國小學童運動社會支持與運動樂趣之研究，國立屏東教育大學（屏東大學）體育學研究所碩士論文。
- 87.魏聰惠（2012），冒險遊憩活動參與者之參與動機、知覺風險、持續涉入與流暢體驗之研究，朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 88.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碩士論文。



二、西文部分

1. Ajzen,I.(1991). Benefits of leisure: A social psychological perspective. In B.L.Driver,P.J.Brown&G.L.Peterson (Eds.) , *Benefits of Leisure* (pp.411-418) . Stage College, PA: Venture Publishing.
2. Barnes,J.A. (1954) . Class and committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 71 (1) , 39-58.
3. Bloch,P.H.,&Richins,M.L. (1983) . A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47, 69–81.
4. Bricker,K.S.,&Kerstetter,D.L. (2000) . Level of specialization and place attachment:An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22, 233-257.
5. Brown, C. A. (2007) . The carolina shaggers: Dance as serious leisure. *Journal of Leisure Research*, 39 (4) , 623-647.
6. Caplan,G. (1974) . Social support and community mental health: Lectures on concept. *New York: Behavioral Publications*.
7. Cohen,S.,& Wills,T.A. (1985) . Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98, 310-357.
8. Curt L.Loex.&Kathleen A.Martin Ginis&Steven J.Petruzzello (2010) .*The psychology of exercise:integrating theory and practice 3rd*.

9. Deci&Ryan (1985) .Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York&London : Springer.
- 10.Oudsten,B.L.,Van Heck,G.L.,Van der Steeg,A.F.,Roukema,J.A.,&De Vries,J. (2010) . Personality predicts perceived availability of social support and satisfaction with social support in women with early stage breast cancer. *Supportive Care in Cancer*,18 (4) , 499-508.
- 11.Gordon,P.M.,Heath,G.W.,Holmes,A.,&Christy,D.(2000).The quantity and quality of physical activity among those trying to lose weight. *American journal of Preventive Medicine*.18 (1) ,83-86.
- 12.Hair, J., Anderson, R., Tatham, R.,&Black, W., 1998, Multivariate data analysis, Prentice Hall, New Jersey, USA.
- 13.Homans, G. C., (1958) . Social behavior as exchange, *The American Journal of Sociology*, pp. 597-606.
- 14.Houston,M.J.,&Rothschild,M.L. (1978) . Conceptual and methodological perspectives in involvement, research frontiers in marketing: Dialogues and direction. Chicago: American Marketing Association.
- 15.Iso-Ahola,S.E.,&Park,C.J. (1996) . Leisure-related social support and self-determination as buffers of stress-illness relationship. *Journal of Leisure Research*, 28, 169-188.

- 16.Kaiser, H.F., 1974, An index of factorial simplicity, *Psychometrika*, 39, 31-36.
- 17.Kyle, G. T., Absher, J. D., Hammitt W. E.,&Cavin, J. (2006) . An examination of the motivation—involvement relationship. *Leisure Sciences*, 28, 467–485.
- 18.Kyle, G., Absher, J., Norman, W., Hammitt, W.,&Jodice, L. (2007) . A modified involvement scale. *Leisure Studies*, 26 (4) , 399-427.
- 19.Kyle,G.,&Chick,G.(2004). Enduring leisure involvement: The importance of personal relationships. *Leisure Studies*,2 (3) , 243-266.
- 20.Laurent G.&Kapferer,J. (1985) . Consumer involvement profiles: A new practical approach to consumer involvement. *Journal of Advertising Research*, 25, 49-55.
- 21.Mannel,R.C.&Stynes,D.J. (1991) . A retrospective: The benefits of leisure. In B. L.Driver, P. J. Brown&G. L. Peterson (Eds) , *Benefits of leisure* (pp.461-473) .Stage College, PA: Venture Publishing.
- 22.McIntyre,N.&Pigram,J.J. (1992) . Recreation specialization reexamined: *The case of vehicle based campers. Leisure Sciences*, 14, 3–16.
- 23.McIntyre,N. (1989) . The personal meaning of participation: Enduring involvement.*Journal of leisure research*,21 (2) ,167-179.

24. Robert, K., & Angelo, K. (2001). *Organizational behavior* (5th ed.). New York: McGrawHill.
25. Sherif, M., & Cantril, H. (1947). The psychology of group-involvements: Social attitudes and identifications. New York: Wiley.
26. Swindle, R.W. (1983). Social networks, perceived social support and coping with stress. In R.D. Felner, L.A. Jason, J.N. Moritsugu, & S.S. Farber (Eds.), *Preventive psychology: Theory, research and practice in community intervention* (pp.89-103). New York: Pergamon.
27. Taylor, S.E. (2011). Social support: A review. In H. S. Friedman (Ed.), *The Oxford handbook of health psychology* (pp.192-217), New York, NY: Oxford University Press.
28. Tinsley, H.E.A. & Tinsley, D.J. (1986). A theory of attributes, benefits, and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8 (1), 1-45.
29. Tracy, B.H. (1990). Sex role and social support as moderators of life stress adjustment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52 (3), 576-585.
30. Tyebjee, T. (1979). Response time, conflict, and involvement in brand choice. *Journal of Consumer Research*, 6 (3), 295-304.
31. Zaickowsky, J.L. (1986). Conceptualizing involvement. *Journal of Advertising*, 15, 4-14.

三、 網際網路部分

1. 中央社 (2017), 寶可夢 GO 減輕心理壓力首度獲科學驗證。
<http://www.cna.com.tw/news/firstnews/201709080008-1.aspx>
2. 吳怡靜 (2016), 精靈寶可夢 Go 開發者漢克：寶可夢給了大家花時間在一起的理由，天下雜誌 604 期。
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5077885>
3. 柯俊銘 (2016), 「精靈寶可夢 GO」爆紅，遊戲有助療癒。
https://health.gvm.com.tw/webonly_content_10749.html
4. 張巧宜 (2016), 丟出寶貝球捉住親子關係。
<https://ir.nctu.edu.tw/handle/11536/131563>
5. 陳慶餘 (2016), Pokémon GO 上市後已創下五項世界紀錄。
<http://hottopic.chinatimes.com/20160816005021-260804>
6. 楊中傑 (2016), AR+GPS 遊戲很不一樣，資策會。
http://www.iii.org.tw/Operation/FocusDtl.aspx?fm_sqno=12&f_sqno=9NAs9yQIF6DEx6
7. 楊晴雯 (2016), 寶可夢熱潮令人憂心？專家：太漠視正面效益！欣傳媒 (XinMedia)。
<https://solomo.xinmedia.com/health/87293-PokmonGo>

8. 精靈寶可夢 GO，維基百科。

[https://zh.wikipedia.org/wiki/精靈寶可夢 GO](https://zh.wikipedia.org/wiki/精靈寶可夢_GO)

9. 鄭寧（2016），還是有好處！精靈寶可夢的 4 個正面影響。

<http://news.knowing.asia/news/2c3ec4e1-6d52-40e6-8701-013138fdf577>

10. 盧麗蓮（2016），為何大家都迷 Pokémon GO？原來是這原因！

<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20160714/907666/>

11. 謝宗翔（2016），Pokémon Go 現象：大人們，其實你可以更懂孩子，報導者。

<https://www.twreporter.org/a/opinion-pokemon-phenomenon>

12. 鍾子偉（2016），63 歲美國外交官玩「寶可夢」教我的事：有多老，完全是自己決定的，商業週刊。

<http://www.businessweekly.com.tw/article.aspx?id=17809&type=Blog>

13. 羅之盈（2016），寶可夢紅到了頂，接下來靠什麼賺錢？時代雜誌電子報。

<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5078074>

14. 譚偉晟（2016），PokémonGo 爆紅關鍵？專家：這遊戲太健康了！自由電子報。

<http://3c.ltn.com.tw/news/25276>

附錄一：預試問卷

精靈寶可夢GO (Pokémon GO) 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之調查

親愛的寶可夢玩家您好：

這是一份學術性問卷，主要目的是想了解精靈寶可夢 (Pokémon GO) 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入與休閒效益。本問卷無須具名，研究的結果僅供學術參考，不做他用，請您安心作答，非常謝謝您的協助！

敬祝 身體健康 抓寶愉快!

南華大學資訊管理學系研究所碩專班
指導教授：洪銘建博士
研究生：廖俊忠敬上

※問卷作答方式：

本問卷共分為五部份，第一~四部份中所有的問題，都為**單選題**，沒有標準答案，請由選項中勾選出最接近您心目中的答案。第五部份為個人基本資料，請您依實際狀況填寫或勾選，謝謝。

【第一部分】參與動機量表

以下問題，主要是要了解您個人參與精靈寶可夢遊戲的動機，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.我從精靈寶可夢 GO 遊戲當中獲取很多樂趣。	1	2	3	4	5
2.精靈寶可夢GO對我而言是一種休閒娛樂活動。	1	2	3	4	5
3.玩精靈寶可夢GO遊戲對我來說是一種休息的方式。	1	2	3	4	5
4.玩精靈寶可夢 GO 遊戲是一種潮流。	1	2	3	4	5
5.玩精靈寶可夢 GO 遊戲，讓我結交許多不同於現實生活中的朋友。	1	2	3	4	5
6.玩精靈寶可夢GO遊戲，可以幫助我擴展人際關係。	1	2	3	4	5
7.玩精靈寶可夢GO遊戲，容易與生活中的同事、同學或朋友產生話題。	1	2	3	4	5
8.我會與有玩精靈寶可夢GO遊戲的朋友約定抓寶或打道場的時間。	1	2	3	4	5
9.玩精靈寶可夢GO遊戲時，可以從其他玩家那裡得到我想要的資訊。	1	2	3	4	5

10.每當打贏精靈寶可夢GO遊戲中的道場或收服遊戲中的寶可夢時，就覺得自己很棒。	1	2	3	4	5
11.隨著精靈寶可夢 GO 遊戲的等級越來越高，就覺得自己蠻厲害的。	1	2	3	4	5
12.玩精靈寶可夢 GO 遊戲所獲得的優越感比在現實生活中還多。	1	2	3	4	5
13.當有其他玩家約我一起去抓寶或打道場時，讓我感覺自己很重要。	1	2	3	4	5
14.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己很有信心。	1	2	3	4	5
15.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己的能力比別人強。	1	2	3	4	5
16.遇到挫折時，我會想利用精靈寶可夢 GO 遊戲來紓解。	1	2	3	4	5
17.在精靈寶可夢 GO 遊戲裡，讓我暫時忘記現實生活上的各種煩惱。	1	2	3	4	5
18.在精靈寶可夢GO遊戲裡的世界比現實生活的世界更吸引我。	1	2	3	4	5
19.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以不理會現實社會的約束。	1	2	3	4	5
20.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以做一些平常不能做的事。	1	2	3	4	5

【第二部分】社會支持量表

以下問題，是為了解您個人在從事寶可夢遊戲時獲得的社會支持情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.家人會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
2.家人會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
3.家人會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
4.家人願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
5.家人會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
6.朋友會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
7.朋友會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
8.朋友會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
9.朋友願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5
10.朋友會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲。	1	2	3	4	5

【第三部分】持續涉入量表

以下問題，是要了解您個人持續涉入精靈寶可夢遊戲的情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我很喜歡玩精靈寶可夢GO遊戲。	1	2	3	4	5
2. 精靈寶可夢GO遊戲對我來說很重要。	1	2	3	4	5
3. 當生活壓力累積時，玩精靈寶可夢GO遊戲可使我放鬆。	1	2	3	4	5
4. 精靈寶可夢GO遊戲是目前讓我感到最滿意的活動之一。	1	2	3	4	5
5. 我對精靈寶可夢GO遊戲很感興趣。	1	2	3	4	5
6. 我發現我的生活與精靈寶可夢GO遊戲息息相關。	1	2	3	4	5
7. 我大部分的朋友都和精靈寶可夢GO遊戲有關。	1	2	3	4	5
8. 精靈寶可夢GO遊戲是我的生活重心之一。	1	2	3	4	5
9. 我喜歡跟朋友討論精靈寶可夢GO遊戲的點點滴滴。	1	2	3	4	5
10. 當我在玩精靈寶可夢GO遊戲時，可以表現出真正的自我。	1	2	3	4	5
11. 當我看到別人在玩精靈寶可夢GO遊戲時，我可以告訴他們很多關於遊戲的點點滴滴。	1	2	3	4	5
12. 當我在玩精靈寶可夢GO遊戲，我就是希望別人看到這樣子的我。	1	2	3	4	5

【第四部分】休閒效益量表

以下問題，是要了解您在從事寶可夢遊戲時獲得的休閒效益情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以自我超越或自我挑戰。	1	2	3	4	5
2. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以肯定自己的能力。	1	2	3	4	5
3. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以實踐自我心中的理想。	1	2	3	4	5
4. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以滿足我的成就感。	1	2	3	4	5
5. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我有自信心。	1	2	3	4	5
6. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我多瞭解週遭事物。	1	2	3	4	5
7. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以培養多元興趣。	1	2	3	4	5
8. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以使我身心放鬆。	1	2	3	4	5
9. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我的生活壓力。	1	2	3	4	5
10. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我緊張情緒。	1	2	3	4	5
11. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲讓我有愉悅心情、增添生活樂趣。	1	2	3	4	5
12. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與陌生人互動的機會。	1	2	3	4	5

13. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我接觸新事物。	1	2	3	4	5
14. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我增廣見聞。	1	2	3	4	5
15. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以結交新朋友。	1	2	3	4	5
16. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與朋友聊天的話題。	1	2	3	4	5
17. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以發洩情緒。	1	2	3	4	5
18. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持情緒健康。	1	2	3	4	5
19. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持身體健康。	1	2	3	4	5
20. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以促進同事、同學或朋友的感情。	1	2	3	4	5
21. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以豐富我的生活經驗。	1	2	3	4	5
22. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增進家人之間的感情。	1	2	3	4	5

【第五部分】個人基本資料

請您依實際情況填寫或勾選，除了第 6、7 題可複選以外，其餘皆為單選題，謝謝。

- 性別：(1) 男 (2) 女
- 年齡：(1) 12 歲 (含) 以下 (2) 13~20 歲 (3) 21~30 歲 (4) 31~40 歲 (5) 41~50 歲 (6) 51~60 歲 (7) 61 歲 (含) 以上
- 教育程度：(1) 國小 (2) 國中 (3) 高中 (職) (4) 專科 (5) 大學 (6) 研究所 (含) 以上
- 職業：(1) 學生 (2) 軍警公教 (3) 農林漁牧 (4) 工業 (5) 商業 (6) 服務業 (7) 家管 (8) 退休人員 (9) 其他 _____
- 居住地：(1) 北部 (北宜基桃竹) (2) 中部 (苗中彰投雲) (3) 南部 (嘉南高屏) (4) 東部 (花東) (5) 外離島地區 (金馬澎湖)
- 您抓寶時是：(1) 自己前往 (2) 與家人前往 (3) 與同事、同學或朋友一起 (4) 以上皆不是 (此題可複選)
- 最常使用的抓寶交通工具是：(1) 步行 (2) 腳踏車 (3) 機車 (4) 汽車 (5) 計程車 (6) 公車 (7) 搭捷運 (8) 其他 _____ (此題可複選)
- 您目前精靈寶可夢GO遊戲的等級是第_____等。
- 您平均每星期玩精靈寶可夢GO遊戲的時間大約為：_____小時。
- 您購買精靈寶可夢 GO 遊戲的金幣花費到目前大約為新台幣：_____元? (若都沒有買，請填 0)

本問卷到此結束，煩請再次確認每題是否都有填答，再次感謝您的協助！

祝您平安、健康、喜樂！

附錄二：正式問卷

精靈寶可夢GO (Pokémon GO) 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入於休閒效益之調查

親愛的寶可夢玩家您好：

這是一份學術性問卷，主要目的是想了解精靈寶可夢 (Pokémon GO) 玩家的參與動機、社會支持、持續涉入與休閒效益。本問卷無須具名，研究的結果僅供學術參考，不做他用，請您安心作答，非常謝謝您的協助！

敬祝 身體健康 抓寶愉快!

南華大學資訊管理學系研究所碩專班
指導教授：洪銘建博士
研究生：廖俊忠敬上

※問卷作答方式：

本問卷共分為五部份，第一~四部份中所有的問題，都為**單選題**，沒有標準答案，請由選項中勾選出最接近您心目中的答案。第五部份為個人基本資料，請您依實際狀況填寫或勾選，謝謝。

【第一部分】參與動機量表

以下問題，主要是要了解您個人參與精靈寶可夢遊戲的動機，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.我從精靈寶可夢 GO 遊戲當中獲取很多樂趣。	1	2	3	4	5
2.精靈寶可夢GO對我而言是一種休閒娛樂活動。	1	2	3	4	5
3.玩精靈寶可夢GO遊戲對我來說是一種休息的方式。	1	2	3	4	5
4.玩精靈寶可夢 GO 遊戲是一種潮流。	1	2	3	4	5
5.玩精靈寶可夢 GO 遊戲，讓我結交許多不同於現實生活中的朋友。	1	2	3	4	5
6.玩精靈寶可夢GO遊戲，可以幫助我擴展人際關係。	1	2	3	4	5
7.玩精靈寶可夢GO遊戲，容易與生活中的同事、同學或朋友產生話題。	1	2	3	4	5
8.我會與有玩精靈寶可夢GO遊戲的朋友約定抓寶或打道場的時間。	1	2	3	4	5

9.每當打贏精靈寶可夢GO遊戲中的道場或收服遊戲中的寶可夢時，就覺得自己很棒。	1	2	3	4	5
10.隨著精靈寶可夢 GO 遊戲的等級越來越高，就覺得自己蠻厲害的。	1	2	3	4	5
11.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己很有信心。	1	2	3	4	5
12.在精靈寶可夢GO遊戲過程中，我覺得自己的能力比別人強。	1	2	3	4	5
13.在精靈寶可夢 GO 遊戲裡，讓我暫時忘記現實生活上的各種煩惱。	1	2	3	4	5
14.在精靈寶可夢GO遊戲裡的世界比現實生活的世界更吸引我。	1	2	3	4	5
15.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以不理會現實社會的約束。	1	2	3	4	5
16.在精靈寶可夢GO遊戲中，我可以做一些平常不能做的事。	1	2	3	4	5

【第二部分】社會支持量表

以下問題，是為了解您個人在從事寶可夢遊戲時獲得的社會支持情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.家人會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
2.家人會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
3.家人會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
4.家人願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
5.家人會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
6.朋友會和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
7.朋友會認同我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
8.朋友會鼓勵我玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
9.朋友願意和我一起玩精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5
10.朋友會和我討論精靈寶可夢 GO 遊戲	1	2	3	4	5

【第三部分】持續涉入量表

以下問題，是要了解您個人持續涉入精靈寶可夢遊戲的情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我很喜歡玩精靈寶可夢GO遊戲。	1	2	3	4	5
2. 精靈寶可夢GO遊戲對我來說很重要。	1	2	3	4	5
3. 當生活壓力累積時，玩精靈寶可夢GO遊戲可使我放鬆。	1	2	3	4	5
4. 精靈寶可夢GO遊戲是目前讓我感到最滿意的活動之一。	1	2	3	4	5
5. 我對精靈寶可夢GO遊戲很感興趣。	1	2	3	4	5
6. 我發現我的生活與精靈寶可夢GO遊戲息息相關。	1	2	3	4	5
7. 我大部分的朋友都和精靈寶可夢GO遊戲有關。	1	2	3	4	5
8. 精靈寶可夢GO遊戲是我的生活重心之一。	1	2	3	4	5
9. 我喜歡跟朋友討論精靈寶可夢GO遊戲的點點滴滴。	1	2	3	4	5
10. 當我看到別人在玩精靈寶可夢GO遊戲時，我可以告訴他們很多關於遊戲的點點滴滴。	1	2	3	4	5
11. 當我在玩精靈寶可夢GO遊戲，我就是希望別人看到這樣子的我。	1	2	3	4	5

【第四部分】休閒效益量表

以下問題，是要了解您在從事寶可夢遊戲時獲得的休閒效益情形，請在各題的□內打勾，謝謝！

問 項	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以自我超越或自我挑戰。	1	2	3	4	5
2. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以肯定自己的能力。	1	2	3	4	5
3. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以實踐自我心中的理想。	1	2	3	4	5
4. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以滿足我的成就感。	1	2	3	4	5
5. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我有自信心。	1	2	3	4	5
6. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以培養多元興趣。	1	2	3	4	5
7. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以使我身心放鬆。	1	2	3	4	5
8. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我的生活壓力。	1	2	3	4	5
9. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以紓解我緊張情緒。	1	2	3	4	5
10. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲讓我有愉悅心情、增添生活樂趣。	1	2	3	4	5
11. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增加與陌生人互動的機會。	1	2	3	4	5
12. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以讓我接觸新事物。	1	2	3	4	5
13. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以結交新朋友。	1	2	3	4	5

14. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以發洩情緒。	1	2	3	4	5
15. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持情緒健康。	1	2	3	4	5
16. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以維持身體健康。	1	2	3	4	5
17. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以豐富我的生活經驗。	1	2	3	4	5
18. 我覺得玩精靈寶可夢GO遊戲可以增進家人之間的感情。	1	2	3	4	5

【第五部分】個人基本資料

請您依實際情況填寫或勾選，除了第6、7題可複選以外，其餘皆為單選題，謝謝。

- 1.性別：(1) 男 (2) 女
- 2.年齡：(1) 12歲(含)以下 (2) 13~20歲 (3) 21~30歲 (4) 31~40歲
(5) 41~50歲 (6) 51~60歲 (7) 61歲(含)以上
- 3.教育程度：(1) 國小 (2) 國中 (3) 高中(職) (4) 專科 (5) 大學
(6) 研究所(含)以上
- 4.職業：(1) 學生 (2) 軍警公教 (3) 農林漁牧 (4) 工業 (5) 商業
(6) 服務業 (7) 家管 (8) 退休人員 (9) 其他 _____
- 5.居住地：(1) 北部(北宜基桃竹) (2) 中部(苗中彰投雲) (3) 南部(嘉南高屏)
(4) 東部(花東) (5) 外離島地區(金馬澎湖)
- 6.您抓寶時是：(1) 自己前往 (2) 與家人前往 (3) 與同事、同學或朋友一起
(4) 以上皆不是(此題可複選)
- 7.最常使用的抓寶交通工具是：(1) 步行 (2) 腳踏車 (3) 機車 (4) 汽車
(5) 計程車 (6) 公車 (7) 搭捷運 (8) 其他 _____ (此題可複選)
- 8.您目前精靈寶可夢GO遊戲的等級是第 _____ 等。
- 9.您平均每星期玩精靈寶可夢GO遊戲的時間大約為： _____ 小時。
- 10.您購買精靈寶可夢 GO 遊戲的金幣花費到目前大約為新台幣： _____ 元?(若都沒有買，請填0)

本問卷到此結束，煩請再次確認每題是否都有填答，再次感謝您的協助！
祝您平安、健康、喜樂！