

閱讀心流經驗於出版行銷策略之研究

蘇 慧 堅* 鍾 燕 宜**

摘 要

一本書為何會暢銷?到底是何種歷程催眠著讀者進入閱讀愉悅且著迷的情境中。本研究擬以心流理論為主軸,應用現象學派之閱讀理論,探討閱讀心流過程中的事前、經驗與結果三階段的意識狀態。以南部大學生為觀察樣本,發展閱讀心流經驗量表,並以結構方程模式法驗證。研究結果支持閱讀心流三階段模式之建構。驗證讀者在小說文本的閱讀活動中,心靈意識會受到文本召喚的互動與其他的相關因素的影響,蘊生內部深刻情感,不自覺地牽動意識進入心流。透過意識與文本融合的閱讀心流經驗過程中,樂趣成為心流經驗所輸出的酬賞,而此樂趣酬賞係重複閱讀的動力根源。依此研究結果,本文對出版業界提出若干行銷策略之建議。

關鍵詞：心流理論、現象學、閱讀心流經驗模式、出版行銷策略

*南華大學出版事業管理研究所

**國立台中技術學院

A Study of the Reading Flow Experiences on Publishing Marketing Strategy

*Hui-Cuien Su** *Yen-Yi Chung***

Abstract

Why can a book be on top bestseller list? What reading procedure hypnotizes can a reader to get indulged in a pleasurable and fascinated phenomenon? The present study, based on the flow theory, sets out to apply method of phenomenology to construct a reading flow model and develop a new scale including three reading flow stages on antecedents, experience and effects. The purpose of this study is to investigate how a reader interacts in the world of a text, stems one's deep feeling and emotion, and further, falls into the stage of reading flow. Results support the reading flow experiences model by SEM from college students in southern Taiwan sampling. Results indicate that reading flow experiences which controls challenges of reading activities and the feedback of capability interacting with text. Enjoyment is a reward of reading flow experience, and reading behaviors is motivated which comes from enjoyment. The results of this study can serve as a useful reference for publishers to develop marketing strategies as well as their editing work.

Keywords: flow theory, phenomenology, reading flow experiences model, publishing marketing strategies

* *Graduate Institute In Publishing Organizations Management, Nan Hua University*

** *National Taichung Institute of Technology*

壹、緒論

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

一、研究背景與動機

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

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

目前台灣出版界的現況，出版能量、魅力及內容相當驚人（吳昭怡、洪震宇，2003；行政院文建會，2001），多數出版者緊握擴張邊際成本的效用主義，以獲致效益極大化的出版法則，設法將少樣多量的同質圖書，賣給所有的讀者，卻造成彼此間，正逐漸遭遇層層剝離的同質競爭。運用市場佔有率思維的多數出版社，在彼此掠奪搶食下，擠壓各自的獲利空間，而導致市場集體衰退，一瞬間出版產業普遍面臨如蠻荒般地生態困境。

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

然而，讀者消費書籍的行為，並非等同購買書籍的概念，應當包含讀者願意投入閱讀體驗的過程，而如此動態的過程結束後，體驗的記憶將恆久存

在 (Pine & Gilmore, 1999), 則經驗中所獲得的讀者價值, 才是驅使讀者從事圖書消費的動力泉源。

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

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

圖書的顯現功能並非來自於其本身的自然形式, 必須經由讀者先在理解與先在概念, 透過閱讀經驗的過程與文本共創經驗後, 才能賦予圖書的意義 (Gadamer, 1960)。在閱讀中, 書不再是一個物質的實體, 它變成依次出現的一系列語辭、意像、觀念。新的存在既不在紙質的對象中, 也不在外部空間中, 它在讀者最內在的自我中。於是閱讀文本, 引領讀者進入自我創造的意境空間, 而非真實的情境, 隨著閱讀理解的發生, 故事召喚讀者, 給出了世界, 讓文本不再是讀者以外的圖書形式, 而成為讀者的閱歷。而這流動的意識狀態酬賞了閱讀經驗中的快感滿足, 同時也為了維繫此份內在快感的平衡, 將促使讀者期待再次經歷, 並且學習更高的理解以尋求更複雜的文本挑戰。

心理學家 Csikszentmihalyi (1990) 指出當人們沉浸於某種活動時, 會因為全心地投入活動中, 而忘卻周遭現實空間的環境, 並且自我會暫時撤離知覺, 對時間的存在效應產生了扭曲感, 進入渾然忘我的狀態, 享受一種自我實現滿足與靈思泉湧的經驗, 這種無上的經驗就是 Csikszentmihalyi 所謂的「心流」(flow)。人們處於此狀態中有種欲罷不能的感覺, 當心流結束後, 這些元素結合成一種深刻的愉悅感, 帶來無比的酬賞, 這也是人們為什麼願意繼續再從事某種活動的原因 (Webster & Martocchio, 1992; Webster, Trevino & Ryan, 1993; Csikszentmihalyi, 1990, 1997)。

因此本篇研究將嘗試利用心流理論來解釋閱讀過程中意識狀態的流動場域, 針對讀者的心流體驗, 擷取讀者研究的另一面向。同時, 閱讀心流體驗是否會讓讀者對文本產生價值認同, 並且鏈結讀者閱讀行為上的關係呢? 出版者面臨分眾精緻化的市場, 區辨閱讀心流的差異化, 創造且維繫讀者內

在價值滿足的誘因，是出版行銷內涵的當務思維，透過瞭解心流經驗如何穿越讀者詮釋文本的心理狀態與互動情境，將有助於編輯企劃與行銷策略的操作，預期讀者的體驗反應，在市場競爭的空間擠壓下，使文本深植讀者的意識中。

二、研究問題與目的

本篇將以心流理論的觀點，探討讀者於動態閱讀過程中，如何在享受專注忘我的心靈樂趣之後，進而與文本發生強烈的認同歸屬，深化閱讀心流的可能性。

自從心流理論提出後，就被廣泛應用於生活、工作、休閒、運動、購物、教育等許多活動情境的研究，接著陸續有學者將其應用到電腦軟體的學習及網路活動的情境上，發現使用電腦或網路活動同樣會讓人進入心流的狀態中(如黃立文、1998；黃瓊慧，2000；Chen et al., 1999)，而國內外關於心流理論與閱讀歷程的實證研究並不多見。期待本研究能為學術界與實務界栽一顆等待綻放的種籽，在未來豐沃的研究環境中，建立起可預測性的閱讀行為模式。根據上述研究背景與動機，本篇研究目的列舉如下：

1. 建構閱讀心流經驗的模式：透過心流理論的內涵，探討閱讀過程中的事前、經驗與結果三階段的意識狀態。
2. 觀察讀者如何與文本世界互動蘊生內部情感，並不自覺地牽動意識進入心流經驗，藉以對出版界提供行銷策略與編輯企劃的建議。

貳、理論與文獻探討

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

一、閱讀活動歷程

一般閱讀研究的科學重視訊息的傳遞，如 Shannon & Weaver (1949) 的

系統訊息理論；Watson (1919) & Hull (1943) 的認知與行為理論，關注的面向在於傳送者與接收者如何進行譯碼 (encode) 和解碼 (decode)，以及傳遞者如何使用傳播媒介和管道，探討傳播效果和正確性的問題。從認知心理學的觀點 (如 Goodman, 1967 ; Hull, 1943 ; Rayner & Pollatsek, 1989 ; Reichle, 1998 ; Watson, 1919)，試圖瞭解讀者認知過程與書面文字意義的差異，隨著文字逐字逐句的出現，理性地分析讀者在接受理解文本意義時的能力，文辭決定著讀者應該朝那個方向解讀意義。此刻讀者與書本的意義在閱讀過程中，是被切割成不同的個體來看待的。做為主體的讀者必須按照書本所安排的理路脈絡來理解客體文本的意義，同時也成為測量個人智力運作與思維的閱讀能力，於是閱讀經驗就受制為一種獲得知識的工具或是方法途徑。

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

Radway (1987) 進行了一篇以女性閱讀言情小說為主題的研究，研究的閱讀客體是美國俄亥俄州 Smithton 小鎮的婦女讀者，閱讀的本體是言情小說的意義建構，主要是分析閱讀本身對於女性的意義、閱讀在家庭情境下如何被視為一個社會事件或活動。研究指出閱讀言情小說的婦女，本體潛藏著對現實環境逃離的心理傾向與角色置換的移情作用，並且指出其實婦女們並不專注於特定的故事文本上，反而是享受在閱讀言情小說的行為經驗中，換言之，閱讀什麼文本並不重要，重要的是所投入閱讀經驗行為中的愉悅感受。

文學不僅僅是侷限於文本之中而孤立的事實，而是必須依據讀者的閱讀才能實現其效應的動態過程，文本的意義永遠是一種情境中的意義，在特定的脈絡中產生。因此，現象學派學者 (Gadamer, 1960 ; Iser, 1978 ; Jauss, 1982) 主張閱讀歷程的注意力應該從作品的本身轉移到讀者和內在反應上來。文學作品的本體的特徵—敘述、情節、人物性格、文體風格、結構等，都不再被認為是可以客觀的自我展示的了，而是必然地經歷讀者的感受體

驗，才能生成文學的意義。在這種感受體驗中包含了讀者期待的滿足、悖逆和延展，文本的意義取決於讀者個人的創造性闡釋 (Fish, 1980)。

過去讀者是被視為訊息傳播的受眾者，讀者的反應被侷限在文本的指涉意義，而忽略讀者閱讀文本時的共創經驗。Jauss¹ (1982) 指出，任何一位讀者，在閱讀一部具體文學作品之前，都已處在一種先前理解或先前知識的狀態，若無此種先前結構，任何文本都不可能為經驗所接受。換言之，讀者理解文本創造經驗時，將必先具有一種先在的文化體驗與文化的認知，個人是無法以「真空」狀態去經驗文本。

二、心流經驗 (Flow Experience)

1975年 Csikszentmihalyi 認為當人們在進行活動時，如果完全的投入情境當中，集中注意力，並且過濾掉所有不相關的知覺，即是進入一種心流的狀態 (Csikszentmihalyi, 1975)。根據 Csikszentmihalyi 原始的定義，心流是「參與者進入一種共同經驗模式，在其中參與者好像被吸引進去，意識集中在一個非常狹窄的範圍內，以致於一些不相關的知覺和想法都被過濾掉，並且喪失自覺，只對具體目標和明確的回饋有反應，透過對環境的操控而產生一種控制感。」

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

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

(Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1988)。

整理多位學者對心流概念與定義如表 1。本研究認為當個人完全沉浸在一項活動時所產生的心理狀態，個人因自身的目標、興趣而完全融入其中，全心投入在自身專注的活動上，並且喪失其他不相關的知覺，個人的意識與活動的反饋之間形成「立即明晰」的互動，且活動本身像漩渦一般，將個人的意識吸引進去，此種心理現象，即稱為「心流」。

表 1 心流概念型或操作型定義

學者	概念型或操作型定義
Csikszentmihalyi (1975)	心流是「當人們專注於其活動產生的整體知覺」。
Privette & Bundrick (1987)	心流是一種內在享受的經驗，與高峰經驗及高峰演出類似。高峰經驗是指意識強烈及高度被尊重的時刻；高峰演出則是指個人執行需要較高心靈層級的活動。本質上心流經驗並非代表最佳愉悅或最佳表現，它可能包含其中之一或兩者皆是。
Csikszentmihalyi (1988)	人們會依內在驅力做自己想做的事，而非外在因素，其優先順序依個人需求而定，而心流經驗就是這類意識狀態的真正動機。 心流經驗僅發生在某個挑戰與技巧互相平衡的層次上。
Massimini & Carli (1988)	當挑戰與技巧二個向度的平衡層次較低時，個人會產生冷漠的態度，並不會產生心流的經驗，只有當挑戰與技巧彼此平衡在一定的水準以上時，心流經驗才有可能發生。
Csikszentmihalyi & LeFevre (1989)	當個人專注於高層次挑戰與技巧的活動中，個人不僅在此刻得到享受的經驗，同時會延伸自己的能力，促使個人學習新的技巧，並且對自我的評價會不斷提高，這種最佳的體驗稱為心流。
Ghani, Supnick & Rooney (1991)	心流經驗有主要二個特徵：1、會在活動中完全專心與活動中引導出享受感，2、心流經驗帶來的效果會讓個人重視過程而非結果。
Trevino & Webster (1992)	心流經驗基本上是一種主觀的互動經驗，具有遊戲與探索的特質，個人能主觀的感知愉悅和涉入，而較高的遊戲特質可以得到正面的情緒和滿足，並引發個人進一步探索。心流是一個從無到強烈的連續變數。
Webster, Trevino & Ryan (1993)	心流經驗主要有四個面向：1. 控制感、2. 專心致志、3. 好奇心、4. 活動自發性的樂趣。
Eillis, Voelkl & Morris (1994)	一種源自於個人對於挑戰與技巧之間感知平衡的最優經驗。

Novak & Hoffman (1997)	個人在網路瀏覽狀態下定義心流經驗須具備四種特徵：1. 人機互動所促成一連串無法停止、無接縫的反應；2. 於活動中的享受感；3. 自我意識跟隨著活動而喪失；4. 自我的概念增強。心流是一種複雜且多重面向的構念。
------------------------	--

資料來源：本研究整理

三、心流經驗的理論模式

Csikszentmihalyi (1975) 根據訪談及問卷的資料提出了心流經驗的理論模式，如圖 1。當個人覺得技能高於挑戰時，就會覺得無聊 (A2)；反之當個人的技能低於挑戰時，則會產生焦慮感 (A3)，只有當技能與挑戰平衡時，心流才會產生 (A1)。同時個人會因為尋求更高層次的心流樂趣 (A4)，而向更高難度的活動挑戰，並且努力培養自己的技巧以達到相當挑戰水準的技巧，如此一來，個人技能成長的學習效應就由心流的引動而提升。

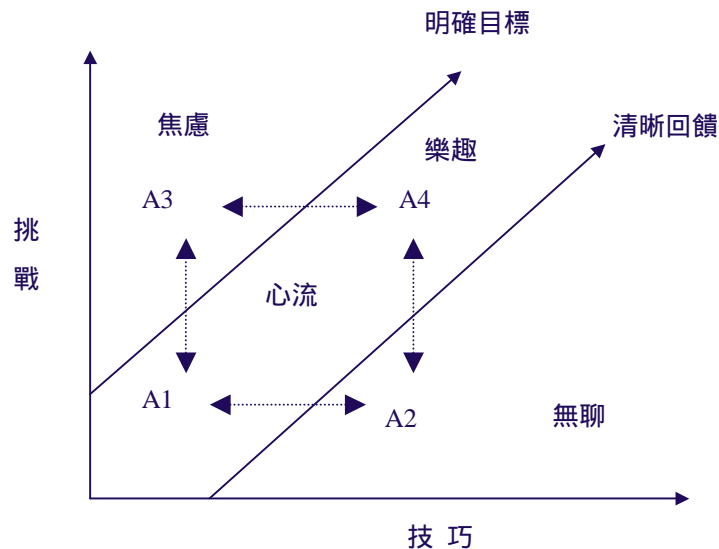


圖 1 原始的心流模型 (Csikszentmihalyi, 1975)

四、心流經驗的特徵

Csikszentmihalyi 將心流經驗的因素特質區分為九項，當個人感受到心流經驗時，通常會知覺到以下幾種特徵 (Csikszentmihalyi, 1990, 1993; Jackson & Csikszentmihalyi, 1999; Jackson & Marsh, 1996)：

1. 清晰的目標 (clear goals) : 指個人在心流經驗中, 對於活動目標有強烈想要完成的知覺, 並十分清楚後續將要完成的動作。

2. 明確的回饋 (unambiguous feedback) : 因為有清晰的目標, 所以能主導個人在投入活動心流狀態中, 得到明確回饋的辨認與評估。也因為在每個步驟或過程中, 得到即時回饋的判準, 才能誘引個人更深刻的沉浸在活動中。

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

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

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

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

7. 自我意識喪失 (loss of self-consciousness) : 在心流中, 一個人欲獲致最佳表現時, 須不斷改善技巧的挑戰, 個人並沒有機會可以隨時反省到自我的意識, 因此自我的意識雖然存在, 但不再感受到自我, 而是暫時性的忘我。這是因為個人環境合為一體的感覺所造成的。

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

9. 自成性經驗 (autoletic experience) : 指以心流經驗本身為目的的一種性質。個人即使最初還帶有其他目的從事活動, 但後來會感覺到活動的本身就足以構成一種滿足的酬賞了。

心流經驗基本上是隨著個人而有所不同的, 挑戰與技巧並不是指某種絕

對的能力，而是依個人的感知而不同，並受社會、人格、知識、工作等因素影響，個人會運用不同的技巧因應在不同情境下所面臨的挑戰，所以心流是一種動態的過程 (Chen, Wigand & Nilan, 1999; Csikszentmihalyi, 1975; Trevino & Webster, 1992)。

Csikszentmihalyi (1990) 將心流相關因素總結成八個因素，分別是：1. 清楚的目標和立即的回饋，2. 面臨挑戰和適度的技巧，3. 行動和意識結合，4. 全神貫注在活動上，5. 操控的感覺，6. 自覺的喪失，7. 時間感的改變，8. 本身具有目的的經驗。而 Novak, Hoffman & Yung (2000) 則將其區分成三個群組：前提 (antecedent conditions)，包含第 1、2 項因素；特性 (characteristics)，包含第 3、4、5 項因素；經驗的結果 (consequences of experience)，包含第 6、7、8 項因素。Chen 等人 (1999) 也將其區分成三個階段：

1. 事前階段 (antecedents)：指為達到心流狀態，活動本身應具備的因素，包括要有清楚的目標、立即得回饋和面臨挑戰的適度技巧等前二項因素。
2. 經驗階段 (experience)：指經歷心流期間感知到的特性，包括行動和意識的結合、全神貫注在活動上、操控的感覺等第三到第五項因素。
3. 效果階段 (effects)：指個人在經歷過心流之後，所產生的內在經驗及影響等，包括自覺的喪失、時間感的改變、本身具有目的的經驗等第六到第八項因素。

Csikszentmihalyi、Novak 等人和 Chen 等人的心流因素分類如表 2。

表 2 心流因素分類

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

資料來源：轉引自黃瓊慧整理，2000：10

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

由以上介紹心流的各項特色，可以歸納出心流特質如下：

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

五、閱讀活動中的心流經驗

Csikszentmihalyi (1990, 1993, 1997) 指出閱讀是被公認能帶來樂趣的一種活動，它需要集中注意力，亦須瞭解文字的規則。閱讀的技巧不僅包含識字能力，也需要將文字轉為意象，對虛構的角色產生共鳴；辨識歷史與文化背景，預期情節的轉變，批評與衡量作者的風格等。

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

以下根據 Novak、Hoffman & Yung (2000) 以及 Chen, Wigand & Nilan (1999) 等人對心流因素分類 (事前階段、經驗階段、效果階段)，再結合前述現象學派的閱讀觀點，本研究重新詮釋閱讀心流過程的三階段：分別為期待視野 (閱讀事前階段)、自我意識投入 (閱讀經驗階段)、閱讀快感 (閱讀效果階段)。說明如下：

1. 期待視野 (閱讀事前階段)：

Iser (1978) 指出「期待的視野 (horizon of expectation)」就是文本透過預告、訊號、暗示等為讀者提示一種特殊的接受，以喚醒讀者以往閱讀的記憶，一開始便喚起一種期待。如此一來，文學的接受過程就成為不斷建立、改變、修正、再建立期待視野的過程，並在過程構成新的審美感覺的經驗意境。期待的視野就如讀者遇見文本目標與回饋的距離，在認知的意涵

上包含文本挑戰與閱讀能力的距離。距離越小，讀者越容易接受；反之有些優秀作品之所以在誕生之初往往未能贏得廣泛讀者，是因為它徹底打破了讀者原有的「期待視野」。

因此「期待視野」呈現讀者在閱讀過程的一種事前階段因素，具有心流經驗的閱讀目標、回饋與掌握閱讀挑戰的能力與技巧範疇：

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

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

2. 自我意識投入 (閱讀經驗階段)：

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

所以讀者在閱讀過程中「自我意識投入」，如同在閱讀經驗中體現全神貫注、情移、忘我的感覺：

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

(2) 意識與閱讀融合（情移作用）：閱讀活動中，讀者進入審美的心理距離，唯有身入其境於文本的世界中，才能深入理解與觀察，充分發現文本外在與內在意義空間。此種想像的意境，正是王國維（1908）「無我之境，以物觀物，不知何者為我，何者為物」的特點。

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

3. 閱讀快感（閱讀結果階段）：

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

因此，個人脫離閱讀狀態後所感受的歡愉酬賞—「閱讀快感」，具有共鳴、樂趣、與時間扭曲感等因素：

(1) 產生共鳴：Ingarden（1973）認為讀者對文本的注意，可能會變成對文本的特殊性「品味」，透過它的存在而顯現。它也可能滿足讀者想與之

產生共鳴的願望。當讀者產生的美感經驗一接觸到這種特質，便會形成一股高度認同的知覺，造成某種驚奇、興趣、愉悅，甚至是與文本產生即時共鳴的快感。這種特質，以極其特殊、深入的性質，在讀者心靈上喚起一種情感上多采多姿的經驗及某種驚嘆的氣氛。

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

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

六、大專生的閱讀經驗

Net and Book 雜誌針對台灣閱讀習慣的調查結果顯示台灣地區的閱讀人口，一般集中於 20-28 歲之間，而且讀書習慣和教育程度有密切呼應，大專以上程度的讀者，有時間讀書的比例高達 89.7%，國中程度以下受訪者，有時間讀書比例則只有 19.3%；以性別而言，男女讀書時間的差異不大 (Net and Book, 2001, No.1: 60)。

由此可知閱讀活動的密集參與者大部分屬於 20 歲以上的大專生居多。由於閱讀活動可說是大學生日常生活的一部分，對於閱讀經驗的描述感知可能較為精確，因此本研究將以台灣的大學生為研究對象。根據郭俊賢 (1994)

提出處於不同心理狀態的大學生，對於活動探索的經驗就會不同，也就是對活動投入的意願、所感受到的強弱程度有所差別，因此本研究即針對大學生受文化價值所驅使的閱讀活動，以及享受心流樂趣的強弱程度與各面向因素探討。

就 Erikson (1980) 心理社會發展理論而言，大專生身處於心理懸宕 (psychosocial moratorium) 時期，須藉著探索而找尋自我，因為大專生的自我追尋有賴一個自由平等的環境，而大專教育階段正可提供大專生發展自我，以達自我實現的機會。因此，大專生可以透過閱讀活動的激勵，引發個人的閱讀能動與想像關聯，進入渾然忘我的專注情境中，使自我暫時脫離自覺，進入意識與活動的和諧狀態，當短暫的心流經驗結束之後，個人將重新擁有更堅強的自我，與滿足幸福的歸屬 (Csikszentmihalyi, 1990)。

Net and Book 雜誌閱讀調查報告也指出，20 歲以上的大專生，從事的閱讀活動的主因來自於「個人興趣」居多佔 62%，最喜歡閱讀的前五類書籍是：1. 休閒小說，2. 文學，3. 休閒娛樂與電腦資訊，4. 語言學習，5. 漫畫等。閱讀小說，並不能單以休閒消遣來認定目的價值，讀者可能為了滿足更深層內在的價值而閱讀，而這樣的現象足以說明，讀者選擇閱讀文本類型的同時，並非只是文本形式所指的類型意義，因此本篇研究雖然以閱讀小說文本類型為客體，但是讀者內在的價值目標仍然存在著不同的差異變化。

參、研究方法

本研究旨趣在探討閱讀過程中心流意識的表現面向，認為閱讀過程中會受到個人對閱讀前提，以及文本召喚讀者的閱讀交互作用中所湧現的心流經驗，將促使讀者與文本產生強烈的涉入感與認同感進而期待再次經歷的渴望。因此將歸結文獻探討的心得，透過 Csikszentmihalyi (1993)、Chen (1999)、Jackson (1996)、Hoffman & Novak (1999) 等人建立的心流相關因素發展成閱讀活動的心流構面，了解讀者在閱讀活動中心流經驗湧現的狀態。本研究方法將採用問卷調查法，從研究架構、研究假設、研究工具設計、資料收集、資料處理等，詳述內容於後。

一、研究架構

根據 Hoffman & Novak (1999) 提出心流相關因素的動態效果，本篇將從「事前階段」、「經驗階段」、「效果階段」等三個歷程，驗證閱讀活動是否同樣具有因果層次的序列因素，因此提出閱讀心流經驗的結構模型為研究的架構（如圖 2）。

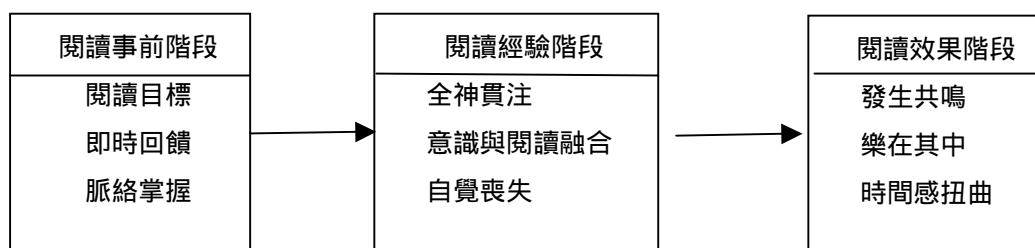


圖 2 研究架構

資料來源：本研究整理

二、小說文本

本研究選擇小說體的文本類型，主要是根據其體裁的特性以符合閱讀活動過程的互動性。其特性可分為二種：一種是情節結構。情節結構是這個小說的骨架和支柱。什麼叫情節呢？一連串因果相連的事件就是情節，情節之間彼此要有因果互動的關係，是一個完整的事情，亞理斯多德在《詩學》裡率先提出了情節結構的觀念，要有「開始」，有「糾葛」、「衝突」、「高潮」、「逆轉」、「終局」等，情節較容易吸引讀者進入文本的世界中，也較能產生閱讀的流暢性（姚一葦譯註、亞里斯多德著，1992）；另一種即是人物塑造。人物是小說的靈魂，人物可以提供這個情節發展的動機，儘管情節很重要，沒有情節故事站不起來，但是人物的性格思想不但對人物的行為提供動機，也為整個故事的情節事件提供動機，並且導向它的發展。而人物特性彷彿在情節中，產生與讀者對話的機制和讀者移情作用的視野（樂蘅軍，2001）。

三、研究假設

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

心流是一種動態的過程。因此針對 Csikszentmihalyi (1990) 原始提出的心流因素，在內部層次上進行分析結果顯示，心流因素的目標回饋與挑戰技巧平衡，是心流經驗的必要條件因素，而心流因素中的渾然忘我、全神貫注與知行合一，是心流經驗階段的感知特性，能增加心流狀態的強度，而心流活動結束後所產生的樂趣、期待再次經歷、時間扭曲等意識，是心流經驗所獲致的結果，能成為個人再次經歷的動機。這三個層次彼此之間，應當具有互相的因果關聯，因此本研究將從閱讀活動的心流經驗中來探討內部因素相互推摩的相關性，提出以下三個假設：

第一個假設 H1 係指當讀者對文本具有明確的閱讀目標、回饋，與掌握文本脈絡挑戰的技巧時，能增強閱讀經驗階段的心流狀態。

H1：閱讀過程的事前階段與經驗階段正向關聯。

當讀者越深入地沉浸在小說的世界中時，讀者事後所感受到愉悅感就越強。所以提出本研究第二個假設 H2。

H2：閱讀過程的經驗階段與閱讀後的效果階段正向關聯。

此外，Csikszentmihalyi (1990) 認為，心流活動一旦展開，其他心流因素就會自然地相繼而來，因此心流活動的事前因素，是否只要在讀者所知覺的文本挑戰與閱讀技巧間達到一定水準的平衡，有著明確目標與即時掌握脈絡的回饋意義，那麼對心流活動的事後結果，是否同樣呈現正面的影響呢？因此提出本研究第三個假設。

H3：閱讀過程的事前階段與閱讀後的效果結果階段正向關聯。

四、閱讀心流經驗模式

根據閱讀心流經驗動態概念（圖 3）與研究假設（H1 ~ H3），提出本研究假設模型「閱讀心流經驗模式」，其結構方程模式概念圖如下圖所示。

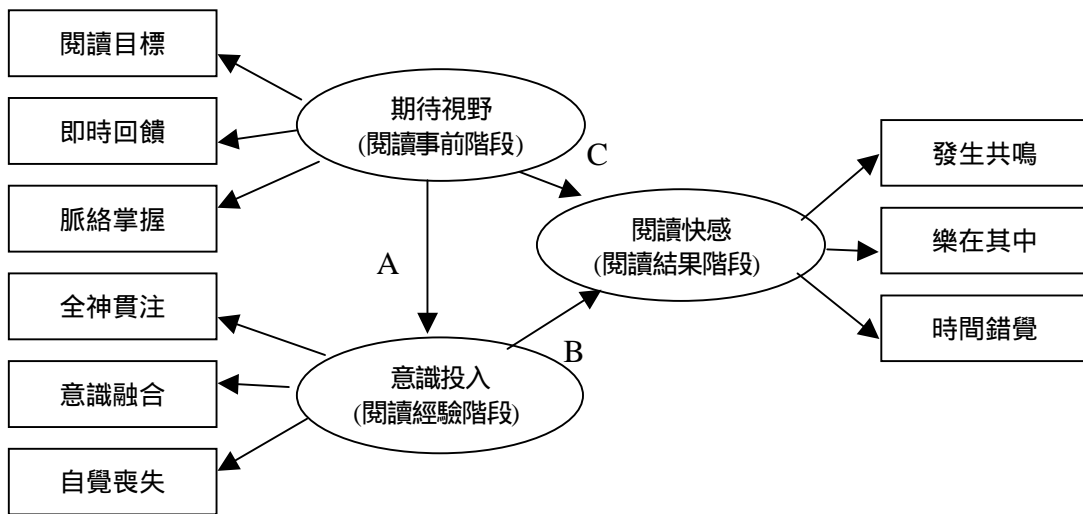


圖 3 閱讀心流經驗之結構方程模式概念圖

資料來源：本研究

此概念模式的主要關係脈絡亦包含 A B C 三個路徑，茲分別說明如下。

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

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

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

五、「閱讀心流經驗」操作型定義與衡量工具

許多學者指出心流經驗在任何活動均能有顯著的效果 (Trevino & Webster, 1992 ; Novak & Hoffman, 1997 ; Chan, Wigand & Nilan, 1999) , 不過大部分心流研究皆屬於具有明顯回饋性的活動,如電腦學習 (Trevino & Webster, 1992) 上網經驗 (Novak & Hoffman, 1996 ; Chan, Wigand & Nilan, 1999)、線上遊戲 (陳慶峰, 2001 ; 丁志成, 2002 ; 吳得豪, 2002)、運動 (Jackson & Marsh, 1996) 等活動,由於閱讀活動較為抽象、閱讀步驟中沿途的回饋訊息較不明顯,因此本篇在建立閱讀活動的心流指標時,與多位讀

者做深度訪談，確知在心流理論的架構下，適配於閱讀活動的是哪些相關因素，整合受訪者的經驗概念後，再形成開放性問卷針對閱讀過程與閱讀結束後的心理感受與知覺，以收集更多不同的概念。

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

本篇整理 Csikszentmihalyi (1990) 八個心流因素與 Novak & Hoffman (1997) 的心流相關因素分類後，本研究將閱讀心流經驗定義如下：讀者能主動選擇文本且帶有明確的閱讀動機，在過程中對所有文辭皆不假思索地進入一種渾然忘我的狀態中，心情隨之起伏，而享受一種愉悅的共鳴快感。

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

(1) 期待視野 (閱讀事前階段)

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

A. 閱讀目標與即時回饋：

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

表 3 閱讀心流變數因子—閱讀目標問卷題目

操作型定義	問卷題目	參考文獻
-------	------	------

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

表 4 閱讀心流變數因子—即時回饋問卷題目

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

B. 脈絡掌握

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

表 5 閱讀心流變數因子—脈絡掌握問卷題目

操作型定義	問卷題目	參考文獻
對文辭的詮釋能力	在閱讀的這段期間中，我可以很清楚地向朋友描述這本小說的故事情節。	丁志成 (2002)

對情節、角色的掌握能力	將書本的文字逐一組合成一段意義，再將文字意義幻想成一幕幕的故事場景，對我來說是一種艱澀的挑戰。	丁志成 (2002)
	在閱讀過程中，我常會忘記人物角色的名字與彼此間關係。	丁志成 (2002)
	我能隨著文字、角色、場景、情節的發生，清楚掌握每一個故事描述，並預期它的發展。	讀者訪談

(2) 自我意識投入 (閱讀經驗階段)

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

A. 全神貫注

Trevino & Webster (1992) 等人認為當心流湧現時就像意識的探照燈，完全專注在活動上，注意力集中在一個狹小的範圍內，反應於心智的思考，同時過濾掉不相關的知覺，好像進入一種催眠狀態中。因此，「全神貫注」是在閱讀心流狀態中一種全心全意專注於文本的精神能量。自編問卷題目參見下表：

表 6 閱讀心流變數因子—全神貫注問卷題目

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

B. 意識與閱讀活動融合

對 Csikszentmihalyi (1990) 來說，個人在心流之間，有樂趣的活動目

標穩定、規則分明、挑戰與能力水準相當，個人忙於應付活動資訊，以致於忽略自我的存在，取而代之的是面臨活動所需要的專注，對整體形式的掌握反而需要清楚的覺知。因此意識與活動本身融合而變得「隨波逐流」，讀者對小說文本的每一個情節、每一段文辭、每一章節的形式結構，都能有清楚的覺知，在最優經驗下，自我扮演了非常活躍的角色。所以「意識與閱讀活動融合」就是在閱讀活動中，自我意識與情緒跟隨著小說的情節而起伏。自編問卷題目參見下表：

表 7 閱讀心流變數因子—意識與閱讀活動融合問卷題目

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

C. 自覺的喪失 (渾然忘我)

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

表 8 閱讀心流變數因子—自覺的喪失問卷題目

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

(3) 閱讀快感 (閱讀結果階段)

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

A. 發生共鳴

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

表 9 閱讀心流變數因子—發生共鳴問卷題目

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

B. 樂在其中

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

表 10 閱讀心流變數因子—樂在其中問卷題目

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

C. 時間感扭曲

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

表 11 閱讀心流變數因子—時間感扭曲問卷題目

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

「閱讀心流經驗」問卷包括九個分量表 (表 3 ~ 表 11)，總計 36 題。衡量方式採用 Likert 6 點計分，計分方式從「非常符合」的 6 分，依次「大

多符合」5分、「有點符合」4分、「有點不符合」3分、「大多不符合」2分、「非常不符合」1分，未填答則以 missing data 計。

六、「個人基本資料」及「閱讀習慣」衡量工具

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

七、研究樣本

本篇以台灣地區南部大專院校學生為研究對象，從嘉義縣以南計算，便利選擇 13 個大專院校抽樣。為減少因學校的文化特性而干擾整體樣本的特性，南部 13 個學校採平均發放各 50 份。而各區內學校的抽取則採方便抽樣，將問卷委託各校園書店、圖書館發放。

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

問卷樣本確立後，即進行發放，時間自 2004 年 4 月 20 日起至 4 月 27 日止陸續發放，透過各校園內書店與圖書館工作人員協助發放，並於 5 月 5 日起開始回收。判定廢卷的標準：(1) 回答不完整者，本問卷共有二部分，任何一部分完全空白即視為廢卷；(2) 明顯亂填者，如填答方式出現某種規則，或某部分全部圈選同一個答案，即視為廢卷。

八、資料分析分法

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

(一) 統計分析方法

以圖 2 研究架構為主幹，本研究使用的統計分析方法架構列示如下圖 4：

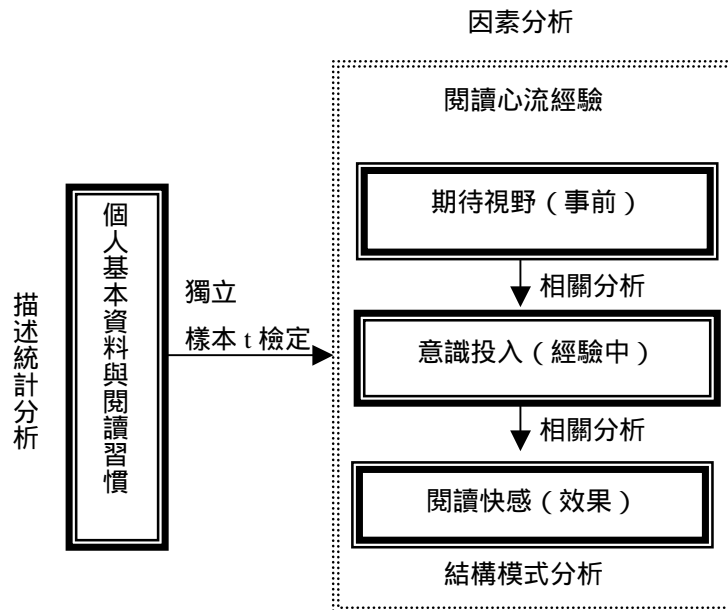


圖 4 研究架構之統計分析方法

(二) 結構模式分析工具

本研究提出閱讀心流經驗的結構方程模式 (Structure Equation Model; SEM) (參見圖 3)，將使用結構模式分析方法中 AMOS (Analysis of Moment Structure) (陳耀茂, 2003) 分析工具，瞭解變數之間的路徑關係，以呼應前揭之研究目的。茲說明如下：

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

本研究以統計軟體進行假說之驗證。茲將結構方程模式的適合度指標 (Index of Goodness of Fit) 與模式修正值 (Modified Index) 說明如表 12：

表 12 SEM 重要適配指標的判斷準則

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

資料來源：本研究整理

肆、資料分析與結果

本章主要驗證大專生閱讀心流經驗的理論模型，以及心流理論中的各種心理狀態，並分析期待視野、意識投入與閱讀快感的反應表現。

一、樣本基本資料分析

本研究針對南部大專生進行問卷調查，於 2004 年 4 月 20 日開始實施發放，為期兩星期，共計發出 650 份，問卷回收 474 份。經過篩檢剔除廢卷 55 份後，有效問卷 419 份，有效問卷比例達 64.4%。以下將分項說明樣本基本資料結構：(1) 人口特徵包含性別、學科別、教育程度、年齡；(2) 閱讀習慣包含閱讀小說的習慣取得方式與習慣閱讀小說的頻次；(3) 科系主要分為文、商管、理工，並以此做為變異數分析的基礎。

(一) 研究樣本結構分析

問卷基本資料經由統計分析結果，茲分別說明如下如表：

表 13 樣本人口統計特徵

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

(1) 性別分布

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

(2) 年齡分布

本問卷是以開放性方式在校園內請受訪者填答，樣本涵蓋南部大專院校。在 419 位受訪者中，年齡分布主要以 20-24 歲所佔比例最高，其次為 25-29 歲，以 30 歲以上所佔比例最低。整體分佈與過去針對台灣閱讀習慣調查結果相近 (行政院文建會, 2001；Net and Book 雜誌, 2001)。

(3) 學制分布

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

(4) 科系別

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

表 14 學制與科系別分配表

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

(二) 樣本特徵與閱讀小說習慣

由表 15 得知，研究樣本在取得閱讀小說方式上，以圖書館借的項目為最多，其次是租書店及書店購買。由此可知大專生對於休閒閱讀的消費習慣仍偏向經濟實惠的租借考量。此外，租書店型態近已努力改善過去陰暗、雜亂的印象，朝向現代化多元管理，再加上明亮舒適的空間規劃，也是許多讀者願建立長期會員的關鍵因素。

表 15 取得小說方式與性別分配表

取得小說方式		性別		總和
		男	女	
圖書館借閱	個數	26	91	117
	總和的 %	6.2%	21.7%	27.9%
書店購買	個數	27	61	88
	總和的 %	6.4%	14.6%	21.0%
租書店借閱	個數	18	95	113
	總和的 %	4.3%	22.7%	27.0%

網路下載	個數	19	18	37
	總和的 %	4.5%	4.3%	8.8%
朋友借閱	個數	19	23	42
	總和的 %	4.5%	5.5%	10.0%
報紙連載	個數	2	6	8
	總和的 %	.5%	1.4%	1.9%
其他	個數	5	9	14
	總和的 %	1.2%	2.1%	3.3%
總和	個數	116	303	419
	總和的 %	27.7%	72.3%	100.0%

在閱讀習慣分析方面，由表 16 及表 17 得知，閱讀小說的頻次以 2-3 個月以上為最多。此部分結果會受到讀者對所喜愛文本是否在半年出版新續集、新文本有關，同時也會受到大專課內學程影響，而擠壓休閒閱讀的時間。另外，男、女性在閱讀頻次上無顯著的差異上 ($F=1.056, p=0.305 > 0.05$)，但在取得小說方式上卻有顯著差異 ($F=6.95, p=0.009 < 0.05$)。

表 16 閱讀小說頻次與性別分配表

閱讀小說頻次		性別		
		男	女	總和
1-2 天	個數	14	21	35
	總和的 %	3.3%	5.0%	8.4%
3-5 天	個數	5	20	25
	總和的 %	1.2%	4.8%	6.0%
每週	個數	10	43	53
	總和的 %	2.4%	10.3%	12.6%
2 週	個數	22	33	55
	總和的 %	5.3%	7.9%	13.1%
1 個月	個數	17	51	68
	總和的 %	4.1%	12.2%	16.2%

2 個月	個數 總和的 %	13 3.1%	17 4.1%	30 7.2%
2-3 個月以上	個數 總和的 %	35 8.4%	118 28.2%	153 36.5%
總和	個數 總和的 %	116 27.7%	303 72.3%	419 100.0%

表 17 性別於取得小說方式與閱讀頻次之差異檢定

閱讀習慣	性別差異	個數	平均數	標準差	F 檢定	顯著性
方式	男	116	3.03	1.68	6.953	0.009
	女	303	2.59	1.50		
	總和	419	2.71	1.56		
頻次	男	116	4.74	2.04	1.056	0.305
	女	303	4.97	2.00		
	總和	419	4.90	2.01		

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

就取得小說方式上，再針對閱讀頻次進行非階層式 k 平均數集群，將讀者分為重度閱讀者與一般閱讀者。由表 18 得知，發現重度閱讀者向圖書館借書比例最高，其次是到書店購買與向租書店借書；而一般使用者則是以到租書店借閱佔大多數，其次是到圖書館，有意願到書店購買者則明顯減少 7%。顯示不論一般或重度的閱讀者，其取得閱讀的方式仍考慮校內方便的圖書館，同時也是在經濟考量下選擇到租書店借閱。

表 18 閱讀頻次集群於小說取得方式之交叉比較表

取得小說方式		閱讀頻次		總和
		一般	重度	
圖書館借閱	個數	66	51	117
	頻次組內的 %	26.3%	30.4%	27.9%

書店購買	個數	46	42	88
	頻次組內的 %	18.3%	25.0%	21.0%
租書店借閱	個數	71	42	113
	頻次組內的 %	28.3%	25.0%	27.0%
網路下載	個數	19	18	37
	頻次組內的 %	7.6%	10.7%	8.8%
朋友借閱	個數	34	8	42
	頻次組內的 %	13.5%	4.8%	10.0%
報紙連載	個數	3	5	8
	頻次組內的 %	1.2%	3.0%	1.9%
其他	個數	12	2	14
	頻次組內的 %	4.8%	1.2%	3.3%
總和	個數	251	168	419
	頻次組內的 %	100%	100%	100.0%
卡方值=17.560 自由度=6 p=0.007				

二、研究工具信效度之前測分析

為檢測本研究工具「閱讀心流經驗量表」之信度與效度，便利抽樣 125 位高雄第一科大學生做前測。茲將該量表進行前測信、效度結果說明如下：

(一)「閱讀心流經驗量表」前測效度檢定

1、內容效度 (content validity)：係指量表所衡量的主題能否足夠涵蓋研究主題的程度 (Cooper & Emory, 1995)。本研究各問項題目採下列方式分析檢定：

(1) 根據文獻相關理論基礎推導，並與讀者做深度訪談後，整理成開放型問卷。

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

(3) 將閱讀活動開放型問卷整理分析後，參考其他文獻的心流經驗問項做修正，建構成量化調查問卷。並經由便利抽樣的 50 位讀者做表面效度分

析，根據題意表達、字句邏輯、語句通順、概念清晰等修正語意題項。因此，本量表在內容效度上應能符合要求。

2、準則關聯效度 (criterion-related validity)：準則關聯效度也稱為效標關聯效度，係指當與其他具有效度的衡量工具相比時，是否具備關聯性，或是所預測之某項事物的結果或估計某現象、行為的正確度。此部分的衡量是選擇將各構面中可代表之整體概念的題項作為效標。「期待視野」構面以「即時回饋」第 2 題、「意識投入」構面以「意識與活動融合」第 1 題、「閱讀快感」構面以「樂在其中」第 4 題等三題為效標，將各構面中題項與該構面的效標做 Pearson Correlation 分析，結果均呈現顯著相關。本問卷設計具備良好的效標關聯度。

3、建構效度：廣義係指研究中所要求的「研究內部效度」，狹義意指對於變數的意義或衡量是否能真正代表所要研究的概念。建構效度的實際證據在於某概念的理論邏輯相關的一致程度 (吳萬益、林清河, 2000)。本研究檢定建構效度的方式是將各題項與構面總分進行 Pearson Correlation 分析 (參見表 19)，並另外獨立隨機抽樣 75 位高雄第一科大學生進行分析。Churchill (1995) 指出，若題項與總分之相關係數 r 低於 0.3 者，理應刪除。結果發現心流經驗中的脈絡掌握構面的第 2 題 ($r = -0.227$)、第 3 題 ($r = 0.117$) 以及全神貫注的第 1 題 ($r = 0.061$) 與總分構面相關性不顯著，其餘皆達顯著水準，顯示本問卷設計在建構效度上是可以被接受的。

(二)「閱讀心流經驗量表」前測信度檢定

「閱讀心流經驗量表」是參考 Csikszentmihalyi (1993) 心流理論，初期分成九因素獨立構面，然後按 Chen 等人 (1999) 分成為事前、經驗中、效果等三階段構面，每個構面 4 題，共計 36 題。由表 18 得知：其內部一致性係數分別為 0.85、0.88、0.49、0.57、0.85、0.87、0.87、0.91、0.66，總信度為 0.96。由於，脈絡掌握第 2、3 題與全神貫注第 1 題，不具顯著性，因此本量表將剔除此三題。剔除後信度皆達 0.7 以上，九因素可信度達佳。

表 19 「閱讀心流經驗量表」前測信度分析

研究構面	題項 (簡述)	總分-項目 相關	信度	總信度
	1. 會想一次把整本書讀完的念頭	0.723		

閱讀目標	1. 會想一次把整本書讀完的念頭	0.723	0.85	0.9628
	2. 關鍵感覺總是閱讀的麼樣的小說	0.826		
	4. 清楚知道就是要讀這類型的小說	0.684		
即時回饋	1. 小說的人物很清楚知道角色關係	0.755	0.88	
	2. 描述的故事能想像出相對應的情境來	0.757		
	3. 小說中的人物角色在腦子裡活了起來	0.810		
	4. 清楚體會到故事情節的發展與轉折	0.754		
脈絡掌握	1. 很清楚的向朋友描述小說的故事情節	0.741	0.49	
	2. 閱讀小說對我是一種艱澀的挑戰	-0.227		
	3. 常常會忘記人物角色的名字與關係	0.117		
	4. 掌握每一個故事描述並預期發展	0.679		
全神貫注	1. 感到閱讀緩慢又乏味	0.061	0.57	
	2. 彷彿故事的情節緊緊地抓住心神	0.809		
	3. 幾乎會忘了生活中其他發生的事情	0.552		
	4. 注意力會完全集中心無旁騖	0.768		
意識融合	1. 心情就會跟隨著情節的變換而起伏	0.807	0.86	
	2. 沈浸在小說中所創造出來的世界裡	0.753		
	3. 劇情的結束彷彿也經歷了一趟旅程	0.669		
	4. 深刻感覺小說喜悲會影響到情緒	0.810		
自覺喪失	1. 對外在環境的感官知覺都被關掉了	0.767	0.87	
	2. 讀完後覺得從另一世界回到真實世界	0.686		
	3. 受到催眠地走進小說的世界	0.737		
	4. 常常會忘記身體的感覺	0.725		
發生共鳴	1. 讀完小說時心靈就會充滿滿足感	0.787	0.87	
	2. 讀完小說久久還不能忘懷感動情節	0.766		
	3. 讀完小說還是一直回想其中的細節	0.750		
	4. 產生共鳴的快感	0.845		
樂趣經驗	1. 享受閱讀小說的經驗過程	0.825	0.91	
	2. 投入閱讀的經驗是一種非常棒感覺	0.857		
	3. 閱讀小說經驗是一種樂趣的酬賞	0.752		
	4. 想要再次經歷閱讀小說的這種感覺	0.823		
	1. 總覺得時間一溜煙就過去了	0.749		
	2. 花費的時間總比預期來的長	0.398		
	3. 覺得花30分鐘卻已過了1、2個小時	0.511		
	4. 會覺得時間有時很快有時過得很慢	0.521		

三、研究工具信效度之正式檢測

由「閱讀心流經驗量表」之前測信效度分析結果，做為本研究正式發放

施測之工具。為符合交叉效度 (cross validation) 概念，且再次驗證各量表信效度之穩定性，將另外單獨抽樣 (419 位) 進行量表正式施測後信效度檢定結果。

此一階段採用分層單獨進行因素分析法，利用主成份分析法 (principal component analysis) 以及均等變異轉軸法 (equamax rotation)，檢視轉軸後是否可再從單一構面中萃取出其他因素，做為建構效度檢定。本研究的因素分析進行，從閱讀心流經驗構面中的九個變數，區分為事前階段三個變數閱讀目標、即時回饋、脈絡掌握；經驗階段三變數全神貫注、意識與閱讀融合、自覺的喪失；效果階段三變數發生共鳴、樂趣經驗、時間感扭曲等，共計 33 題問項，分別檢定在事前、經驗、效果等三階段構面是否各收斂在一個共同因素內。因素分析過程刪除問卷題項的準則有四點 (吳明隆，2003)：

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

為驗證本篇提出的模型假設，將針對閱讀心流經驗的內部九個子變數進行因素分析，採用分層因素分析法 (吳明隆，2003)，以檢定各子變數是否能各自收斂成一因素。結果顯示各子變數多能接近或達到 0.7 以上的信度水準，總信度更高達 0.97。經由兩次測試，此量表已具有一定的信度效果，足以做為結構方程模式分析的基礎 (詳見表 20)：

表 20 閱讀心流經驗子變數因素分析

因素名稱	題項名稱	因素負荷量	特徵值	累積變異量	Cronbach
閱讀目標	目標 04	.857	2.518	62.944	0.79
	目標 02	.842			
	目標 03	.835			
	目標 01	.614			
KMO= 0.774, Bartlett 球形檢定= 566.93, 自由度=6, 顯著性= 0.00					
即時回饋	回饋 02	.835	2.736	68.402	0.85
	回饋 03	.833			
		.831			

	回饋 04	.808			
	回饋 01				
KMO= 0.795 , Bartlett 球形檢定= 679.82 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
脈絡掌握	掌握 04	.872	1.521	76.048	0.68
	掌握 01	.872			
KMO=0.500 , Bartlett 球形檢定=131.88 , 自由度= 1 , 顯著性= 0.00					
全神貫注	專注 02	.879	2.056	68.549	0.77
	專注 03	.814			
	專注 04	.788			
KMO= 0.664 , Bartlett 球形檢定=348.52 , 自由度= 3 , 顯著性= 0.00					
意識融合	融合 04	.834	2.635	65.878	0.83
	融合 02	.817			
	融合 01	.800			
	融合 03	.795			
KMO=0.809 , Bartlett 球形檢定= 584.93 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
自覺喪失	自覺 03	.880	2.738	68.438	0.85
	自覺 01	.825			
	自覺 02	.813			
	自覺 04	.789			
KMO= 0.809 , Bartlett 球形檢定= 686.89 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
發生共鳴	共鳴 04	.869	2.844	71.098	0.86
	共鳴 03	.851			
	共鳴 02	.851			
	共鳴 01	.800			
KMO= 0.812 , Bartlett 球形檢定= 782.7 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
樂在其中	樂趣 01	.879	2.986	74.643	0.89
	樂趣 04	.872			
	樂趣 02	.864			
	樂趣 03	.841			
KMO= 0.838 , Bartlett 球形檢定= 907.84 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
時間錯覺	時間 03	.764	1.996	49.890	0.66
	時間 01	.740			
	時間 04	.716			
	時間 02	.594			
KMO=0.688 , Bartlett 球形檢定= 238.94 , 自由度= 6 , 顯著性= 0.00					
總信度					0.97

四、閱讀心流經驗構面之相關矩陣分析

為檢視本篇研究的所有變數之間是否具有相關性，將「閱讀心流經驗」

的九個子構面「閱讀目標」、「即時回饋」、「脈絡掌握」、「全神貫注」、「意識融合」、「自覺喪失」、「發生共鳴」、「樂在其中」、「時間錯覺」等變數，做兩兩相關的矩陣檢定，如下表 21。結果顯示，在本研究的兩兩各項變數間均具有顯著的相關性。

表 21 閱讀心流經驗構面之相關矩陣表

Person 相關	目標	回饋	掌握	專注	意識	自覺	共鳴	樂趣	時間
目標	1.00								
回饋	0.779**	1.00							
掌握	0.734**	0.810**	1.00						
專注	0.648**	0.737**	0.703**	1.00					
意識	0.655**	0.762**	0.682**	0.817**	1.00				
自覺	0.564**	0.654**	0.577**	0.834**	0.825**	1.00			
共鳴	0.687**	0.732**	0.671**	0.815**	0.804**	0.804**	1.00		
樂趣	0.741**	0.813**	0.727**	0.790**	0.790**	0.734**	0.855**	1.00	
時間	0.526**	0.579**	0.522**	0.599**	0.660**	0.615**	0.680**	0.666**	1.00

五、樣本特徵於期待視野、意識投入、閱讀快感之差異檢定

為瞭解樣本特質對於閱讀心流經驗上是否有顯著差異，呈現不同面向，茲將個人基本資料針對各項構面進行差異檢定如下：

(一) 以「性別」為自變項

在「性別」檢測各面向的差異係以獨立樣本 t 檢定進行。分析結果顯示，性別在閱讀動態歷程的心流感受上，僅以事前階段的期待視野有顯著的差異，尤其女性比男性具有更明顯的閱讀意圖（詳見表 22）。

表 22 性別在閱讀心流經驗動態歷程之 t 檢定差異表

閱讀階段	性別	個數	平均數	標準差	t 值
事前階段	男	116	42.121	9.0891	-2.3110*
	女	303	44.297	8.4417	
經驗階段	男	116	43.112	10.500	-1.0060
	女	303	44.287	10.776	
結果階段	男	116	33.534	7.5463	-1.1200
	女	303	34.488	7.8975	

以「*」代表 P<0.05 的顯著水準，因此事前階段達顯著，餘不顯著

(二) 以「閱讀頻次群組」為自變項

本小節以閱讀頻次群組作為自變項，考驗其對於閱讀心流經驗是否具有明顯的差異性。由表 23 顯示，重度閱讀者比一般閱讀者在閱讀心流的感受上是更為強烈的。閱讀活動愈頻繁，讀者所能感受的心流經驗程度也愈強。由此可知，頻繁的閱讀者能透過閱讀過程中心流經驗的湧現與沉浸，在閱讀中「進入」與「出來」的愉悅情緒循環再深化，進而強化讀者對文化消費品味與審美經驗的提升。

表 23 頻次組對閱讀心流歷程之 t 檢定差異表

閱讀階段	頻次	個數	平均數	標準差	t 值
事前階段	一般	251	41.737	8.7847	-5.8710*
	重度	168	46.619	7.6321	
經驗階段	一般	251	41.713	10.690	-5.4340*
	重度	168	47.321	9.8262	
結果階段	一般	251	32.462	7.8185	-5.8710*
	重度	168	36.857	7.0220	

以「*」代表 $P < 0.05$ 的顯著水準，因此三構面均達顯著。

(三) 以「科系別」為自變項

「心流」是一種民主化的快樂經驗，對每一位讀者來說都是一種與生俱來的權利，它被封印在每位個體的意識當中，透過相關的途徑與技巧，才能在我們的面前湧現。由表 24 明顯看出，科系別與閱讀心流歷程是沒有顯著差異的，然而在經驗中的意識投入上，卻接近顯著水準 ($F=2.927$, $P=0.055 > 0.05$)，但經過事後比較的雪費法，仍然推翻此一假設。因此，心流經驗對任何科系的學生來說，都具有相同的感受經驗。

表 24 科系別與閱讀心流歷程之單因子變異數分析

閱讀階段	科系別	個數	平均數	標準差	F 檢定	p 值
事前階段 (期待視野)	文	96	44.542	8.7478	7.1690	0.31
	商管	211	43.066	8.2083		
	理工	112	44.152	9.4078		

	總合	419	43.695	8.6698		
經驗階段 (意識投入)	文	96	46.021	10.123	2.9270	0.055
	商管	211	42.877	9.8248		
	理工	112	44.241	12.444		
	總合	419	43.962	10.700		
結果階段 (閱讀快感)	文	96	35.427	7.3781	1.4960	0.23
	商管	211	33.815	7.4245		
	理工	112	33.964	8.7672		
	總合	419	34.224	7.8046		
以經驗階段的意識投入，接近 $p < 0.05$ 的顯著水準。						

六、閱讀心流經驗模式驗證

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

(一) 閱讀心流經驗之結構方程模式驗證

本模式是根據 Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung (2000) 等人，將心流經驗的歷程分為事前、經驗中、結果等因果循序階段。本假設模式之適配度檢定結果如圖 5 及表 25 所示：

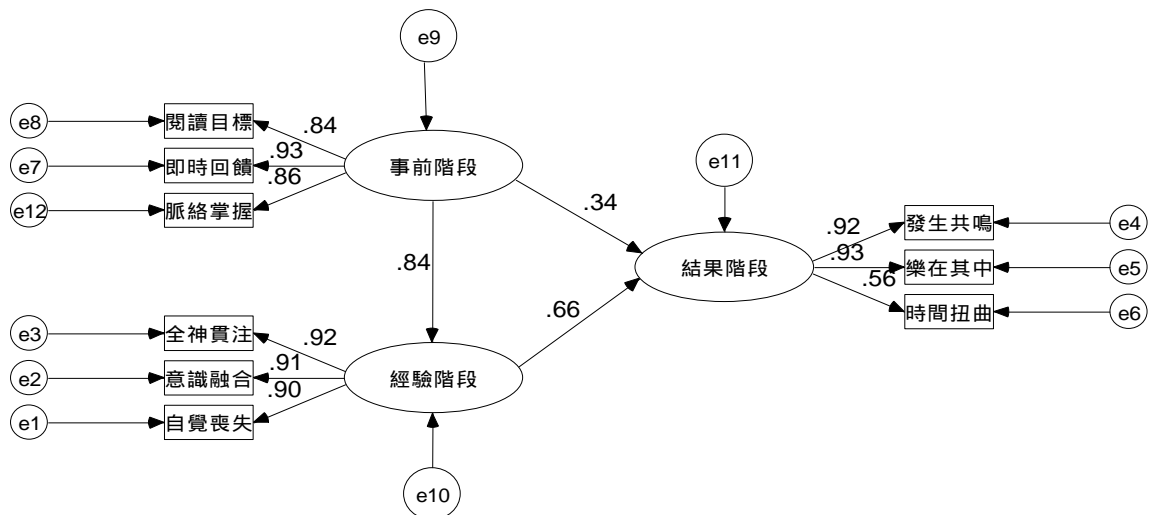


圖 5 閱讀心流經驗之結構方程模式路徑圖

表 25 閱讀心流經驗結構模式路徑係數表

結構化路徑	標準誤	t 值	標準化估計係數
經驗階段 <-- 事前階段	0.039	20.973*	0.842
結果階段 <-- 經驗階段	0.055	12.485*	0.659
結果階段 <-- 事前階段	0.050	6.634*	0.336
自覺喪失 <-- 經驗階段			0.896
意識融合 <-- 經驗階段	0.035	29.107*	0.911
全神貫注 <-- 經驗階段	0.035	29.467*	0.916
發生共鳴 <-- 結果階段			0.925
樂在其中 <-- 結果階段	0.030	33.270*	0.926
時間扭曲 <-- 結果階段	0.047	13.028*	0.563
即時回饋 <-- 事前階段			0.933
閱讀目標 <-- 事前階段	0.035	25.428*	0.842
脈絡掌握 <-- 事前階段	0.034	27.048*	0.864

*P<0.001

由表 26 整體適配度指標評估顯示 2 卡方值為 149.427 ($p<0.001$)，雖未臻理想，但在其他指標方面：GI、AGFI、NFI、CFI、RMR、RMSEA 皆達到或接近學者要求。因此，本模式的整體配適度可接受。

表 26 閱讀心流經驗結構模式整體適配度指標評估

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

資料來源：本研究整理

由表 25 可以看出所有觀察變項對潛在變項的標準化估計參數皆達顯著水準 ($p < 0.001$)，顯示觀察變項可以有效反應其所對應的潛在因素。而且三個潛在因素間的標準化估計參數也皆能達到顯著水準，顯示閱讀過程的事前、經驗、結果等三階段可以直接有效的反映心流經驗的動態歷程。在事前的「期待視野」中，以即時回饋的標準化係數最高(0.93)，代表「即時回饋」最能夠反映心流經驗的「期待視野」；在經驗中的「意識投入」階段，全神貫注(0.92)、意識融合(0.91)、自覺喪失(0.90)等三項因素，由於其標準化係數的差異不大，均為有效反映意識投入的重要指標；而結果階段的「閱讀快感」中，以發生共鳴(0.92)、樂在其中(0.93)的標準化係數最高，表示「發生共鳴」與「樂在其中」最能夠反映出心流經驗的「閱讀快感」。

由「即時回饋」最能反映事前「期待視野」的分析來看，即時回饋代表讀者在知覺上對文本挑戰與閱讀能力間的距離回饋，這距離必須在讀者的可見視野內，保持在一定範圍的動態平衡上，透過文本訊息的提取與詮釋而喚醒讀者的閱讀能力與記憶，一個訊息回應一個詮釋，一段意義變幻成一場情境，由一來一往的互動中，意識不斷地向客體投射，從建立視野、改變視野、修正視野的過程中，而使知覺上產生回饋的循環節奏，引導並控制著讀者進入心流湧現的方向。此外，由「發生共鳴」與「樂在其中」最能反映結果「閱讀快感」的分析來看，發生共鳴代表讀者對文本內容的審美經驗反應出高度的認同感與滿足感，而喚起個人心靈上與文本共創的詮釋經驗；樂在其中是心流經驗最明顯的反映，具有自發性樂趣目標與期待再次經歷的本質，這也是心流活動為何會使人一再從事特定活動的關鍵因素。

(二) 假設驗證

在閱讀心流經驗模式中本研究提出三項假設，茲分別說明如下：

- H1：閱讀過程的事前階段與經驗階段正向關聯。
- H2：閱讀過程的經驗階段與閱讀後的效果階段正向關聯
- H3：閱讀過程的事前階段與閱讀後的效果結果階段正向關聯。

假設驗證結果如表 27 所示，由事前階段到結果階段的間接效果 ($=0.555, p < 0.001$) 比直接效果高 ($=0.336, p < 0.001$)，顯示整體模式中

的事前階段到結果階段，存在中介變項的經驗階段。

表 27 閱讀心流經驗模式直接、間接效果參數估計值

閱讀階段	直接效果	間接效果
經驗階段 <-- 事前階段	0.842	0.000
結果階段 <-- 經驗階段	0.659	0.000
結果階段 <-- 事前階段	0.336	0.555

表 27 結果亦顯示，閱讀心流經驗的事前階段與經驗階段有顯著影響（ $\beta = 0.842, p < 0.001$ ），H1 獲得支持。Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung (1998) 等人認為心流理論應當具有動態歷程的循序效果。當讀者內在有明確的閱讀目標，並且具有掌握文本訊息的相當閱讀能力時，讀者在閱讀過程就能體驗全神貫注與渾然忘我的意識交融，因此當閱讀的目的越明確時，讀者則越容易體驗到心流湧現的經驗。所以閱讀事前階段的前提就像提供讀者一條飛向文本世界的起飛跑道。

另外，閱讀活動中的經驗階段與閱讀後的效果階段亦有顯著相關（ $\beta = 0.659, p < 0.001$ ），H2 獲得支持。閱讀活動的歷程雖然是一種暫時性、主觀的經驗，可是卻是瞥見個人生命最優經驗的時刻（Csikszentmihalyi, 1990），根據 Chen (1999)、Novak & Hoffman & Yung (2000) 等人的心流因素分類，經驗階段是個人體驗心流的一種特性，當此特性感受越深沉、意識越投入，則個人從經驗活動結束後的愉悅快感也最強，這也就是享受閱讀常常能令人樂在其中的根源。

最後，表 27 驗證結果也顯示，閱讀活動中的事前階段能直接影響閱讀後的結果階段（ $\beta = 0.336, t\text{-value} = 6.634$ ），顯示兩者之間具有顯著相關，H3 亦獲支持。Csikszentmihalyi (1990) 認為當心流活動一旦展開，其他心流因素自然水到渠成，因此根據 H1 及 H2 可以推論，閱讀心流活動對一般人而言，需要經過三個階段的歷程；然而從 H8 卻可以得知，閱讀心流活動對某些人來說，只要能有明確的閱讀目標與清晰回饋感、同時文本挑戰與個人閱讀能力平衡在一個水準之上，就能自然對文本產生極大的共鳴認同、享受到閱讀快感。

伍、結論與建議

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

一、研究發現與貢獻

研究結果分從四項整理：(1)樣本人口特徵與閱讀習慣的關聯性；(2)「閱讀心流經驗量表」之信效度測試；(3)樣本特徵對閱讀心流經驗的差異分析；(4)閱讀心流經驗模式的驗證 (H1、H2、H3) 說明如下：

(一) 樣本描述與閱讀習慣

1. 本研究樣本主要是南部大專學生，男女比例約為 1：3，平均年齡在 20-25 歲間，商管類科居多。樣本限制為「半年內曾閱讀過小說的讀者」。
2. 女性對文學小說的偏好高於男性，此部份與台灣市場調查報告結果類似。
3. 重度閱讀者以學校圖書館為主要取得小說來源，一般讀者則偏好租書店借閱。
4. 性別不影響閱讀頻繁度，但是男性到書店購買比女性高，而女性較偏好至租書店。

(二)「閱讀心流經驗量表」之信效度測試

「閱讀心流經驗量表」包括九個因素，並分成事前、經驗中、效果等三階段構面，每個構面 4 題，共計 36 題。在前測部分，剔除三題不具顯著性者，因此本量表縮減為 33 題，內部一致性係數均超過 0.7 以上，表示此九個因素之信度表現佳。另外，為符合交叉效度概念，單獨抽樣 (419 位) 進行量表正式檢測，結果亦顯示信度及建構效度穩定，且閱讀事前、閱讀經驗、閱讀效果等三階段構面皆可收斂在一個共同因素內。

(三) 樣本特徵與閱讀心流經驗的關聯性

閱讀的過程提供讀者進入心流的平台。在這平台上的大專生遭遇學業

上、生活上等不同型態的壓力，拉扯讀者的閱讀時間與所得樂趣、迷戀等情感反應，而累積成個別相當不同的閱讀感受。於是樣本的特質交互著閱讀前的「期待視野」、閱讀中的「意識投入」、閱讀後的「閱讀快感」表現等不同型態的意識反應。

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

2. 閱讀頻次在各構面的差異：結果發現，閱讀頻率愈高的讀者，較能感受閱讀過程中所帶來的心流喜悅，對所喜愛文本的一份執著與沉迷，更能培育審美的感受與閱讀的樂趣。可見大專生沉浸於閱讀小說，並不必然造成讀者陷入一個有限的經驗範疇，反而是讀者發現樂趣與期待再次經歷的循環作用，它使心流變得如此迷人的動力能源，透過閱讀心流的「涵化作用」，將使個人充滿文學體驗與品味的情懷。就像啟動一部文學養分的動力機，當閱讀頻次循環愈高，對審美共鳴的感受也就愈深刻。

3. 科系別在各構面的差異：結果顯示，專業性的邊界並不會限制讀者的心流經驗。心流經驗是被封印在每個人潛藏的意識中，透過相關有意識的技巧與途徑，它就會在個人的最佳經驗中湧現，不受專業性背景的影響。

（四）「閱讀心流經驗模式」的驗證

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

據驗證結果顯示，期待視野的「事前階段」對意識投入的「經驗階段」具有直接影響的效果，也就是當讀者對閱讀目標的企圖愈明確、能掌握文本訊息的回饋能力愈高，則讀者專注在閱讀經驗中的意識就愈投入，就越容易喪失對自我的外在知覺（支持 H1）。心流經驗的事前階段就像是提供讀者進入一條飛向文本世界的跑道。所以讀者接受文本故事、文辭的挑戰難度，會召喚出精神能量的焦距，由於意識忙於掌控文本的意義與回饋的訊息，以致在過程中對自我的概念會產生暫時性的撤離。

閱讀者的「經驗階段」愈深沉，獲得的閱讀快感樂趣「效果階段」也愈高（支持 H2）。經驗中的意識融入是心流的一種特性，當此特性愈明顯、意

識愈投入，則個人從閱讀結束後的愉悅感也愈強，這也就是享受閱讀常常令人樂在其中的根源。

Csikszentmihalyi (1990) 認為，對活動具有明確的目標與回饋、以及面臨挑戰的相對技巧平衡在一定水準之上，就能感受一連串的心流經驗。本研究驗證結果發現，當讀者有意識地設定自己閱讀的目標，選擇象徵挑戰的文本難度，並且讓自己在閱讀過程隨時掌控一切回饋的訊息與文本脈絡，讀者就能獲致閱讀樂趣，在閱讀過程中體驗水到渠成的心流快感（支持 H3）。

此外，即時回饋最能有效反映事前階段的「期待視野」，代表對文本挑戰與閱讀能力必須保持在一定範圍的動態平衡上，透過不斷地建立、改變、修正這視野的變化，而使個人進入渾然忘我的狀態。而發生共鳴、樂在其中最能反映結果階段的閱讀快感，顯示閱讀心流經驗的結果，具有美感經驗的滿足與歷程中的樂趣酬賞，同時也會影響個人未來的閱讀行為。

二、行銷管理意涵

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

（一）建構閱讀事前階段的讀者區隔

本研究發現讀者知覺的「期待視野」差異，顯示在個人對閱讀經驗的「意識投入」上，當個人體認自己與所期待視野的距離，其實也顯示個人對閱讀理解與體悟能力的程度，心流經驗的主要前提，是個人在面對文辭目標與自己閱讀能力之間的距離，呈現在一個可見的挑戰範圍內，若失去可見視野的範圍，此文本也無法成為讀者的閱讀經驗。

日本暢銷書編輯井狩春男曾說：「書籍只能賣給有限的讀者，不論印量的多寡，只要出版社能把書賣給『想要閱讀或應該需要閱讀』的讀者，即使該書印量不多，只要能全部賣出，這本書堪稱是好書也是暢銷書」（邱振瑞譯，2004）。所以出版者的首要之務必須努力建立讀者資料庫，然後再從讀者歷史資料中描繪讀者群像，從個人對所出版文本的閱讀目標與相對回饋中找出不同的差異區隔。高目標性顯示個人對特定文本具有較高的目的性，傾向主動積極的偏好行為；低目標性顯示個人對特定文本的涉入性較弱，動機較不明確；高回饋性顯示在閱讀過程中密集的良好互動（挑戰與技巧相

當)；低回饋性則顯示在閱讀過程中，遭遇文本的無聊感(挑戰低、技巧高)或挫折感(挑戰高、技巧低)。出版者可由此區辨建立長期讀者、短期讀者、有效潛在讀者、無效讀者等不同讀者群(如圖6)。

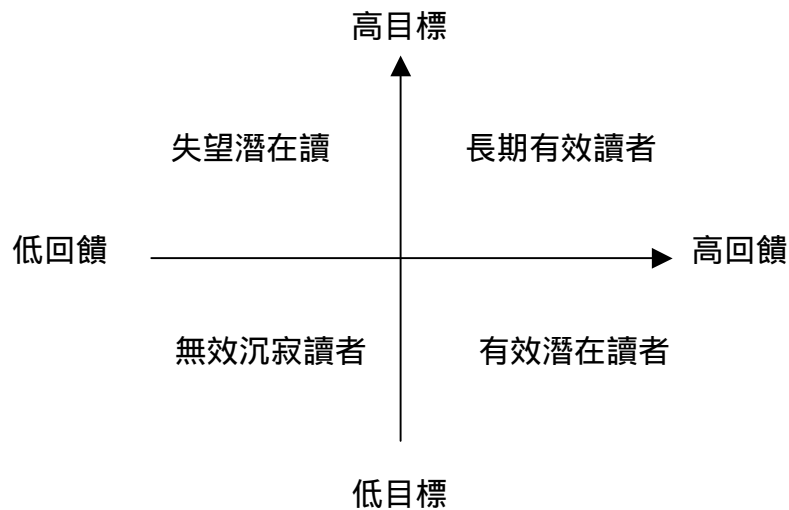


圖6 讀者群之區隔圖

資料來源：本研究整理

1. 長期有效讀者：此區讀者對長期以來對特定文本具有高度的興趣與涉入，而且與文本能產生良好的閱讀互動，對出版者具有高度貢獻價值。因此出版者應該努力維繫此群讀者，與之建立實質利益的互動關係。

2. 有效潛在讀者：此區屬於初次接觸特定文本的讀者，雖然沒有高度涉入的閱讀動機，但能透過閱讀回饋的有效作用，使其進入心流經驗而改變對文本的觀感以產生高度認同。因此出版者應當能主動且多方地提供文本出版的活動訊息，讓初次閱讀的潛在讀者，在心流的期待再次經歷驅使下，容易搜尋到相關文本的訊息，以滿足再次閱讀。

3. 失望潛在讀者：此區讀者對特定文本具有高度的興趣與涉入，但是卻遭遇較低的閱讀回饋，可能在未來會使讀者放棄對該文本的關注興趣，變成流失的讀者。其主要原因可能來自讀者對文本挑戰的認知差異，過於艱澀或是單調而造成認知失調，因此出版者應當調整目前的文本內容結構，使之符合讀者品味與注意力，以挽回讀者的期待。

4. 無效沉寂讀者：此區讀者對出版者的特定文本並無涉入偏好，同時也

屬較低的閱讀回饋，對出版者而言，此區的讀者在未來的貢獻度是最低的，因此出版者應當捨棄繼續投資此群讀者，以節省企業資源。

根據 80/20 法則原理，20%的忠誠顧客，往往能為企業帶來 80%的獲利，將企業有限的資源投資在有效益的消費群上，是未來企業的決勝關鍵（周庭銳、黃盈裕，2000）。因此出版者應當將有限的資源投資在長期以及潛在的讀者身上，運用讀者分析的行銷資料庫，進行個別的行銷策略。

（二）深化讀者的閱讀心流經驗

「沉迷」對出版業界來說是一種忠誠度的行為表現，心流愈深刻，再次經歷的意願愈高，對特定文本的沉迷也愈深。因此讀者的高心流經驗就可能表現出對相關出版品的再購意願，也是出版者的忠實讀者，出版者若能找到這些高心流經驗的市場區隔，便能針對其特質進行顧客關係管理的行銷策略。

閱讀快感會隨著心流意識的感受不同而有顯著差異，因此閱讀快感會因為心流經驗的累積循環而呈現與特定文本的深度認同，所以出版者可以透過不同心流程度的讀者區隔，為高心流讀者進行相關涉入的維繫策略，為低心流者強化閱讀意識投入的感受，吸引冷漠者（無法進入心流者）進入心流的事前因素（見圖 7）。

行銷目標若是高心流者，讀者表現在閱讀過程中意識更為投入，所獲致的共鳴、樂趣也更為深刻，對特定文本的閱讀期待也愈高。因此出版者應當將行銷焦點置放於文本的外衍屬性上，舉辦有關特定文本的相關活動（如簽名會、書迷俱樂部、音樂會等），提供可互相交流討論的平台，從情感涉入的策略上加以連結。

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

若行銷目標是冷漠者，讀者表現較為冷淡，則應用相關情境刺激策略以吸引讀者閱讀，並且在心流的前提階段提供一個進入的跑道，令讀者在閱讀的沿途上，能夠取得明確的回饋訊息，吸引讀者成為閱讀目標，讓讀者在每

一章節、每一段落中能有清晰的回饋印象，達到容易理解、想像的移情作用。

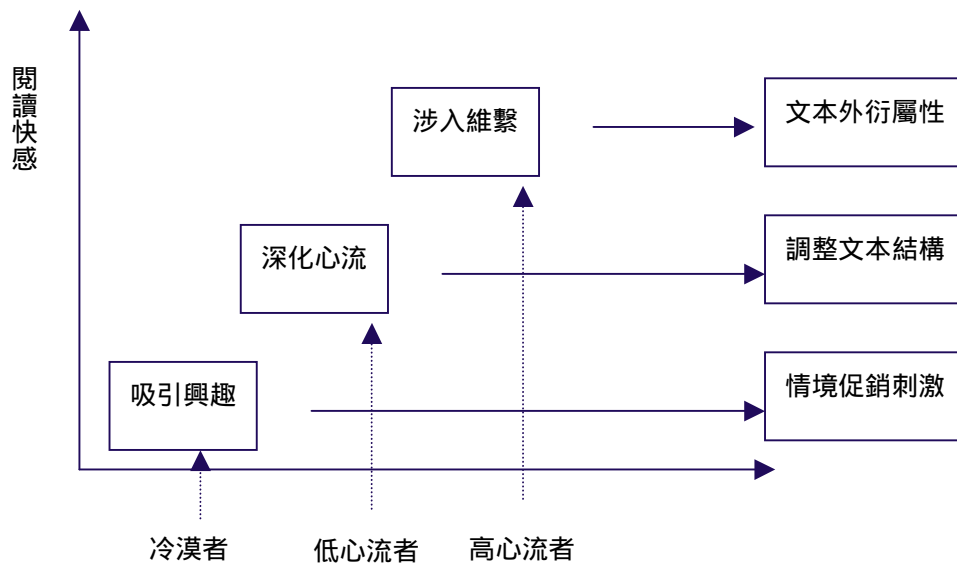


圖 7 讀者價值策略觀測圖

資料來源：本研究整理

三、後續研究建議

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

（一）後續研究者方面

本研究建構心流理論為基礎的閱讀心流經驗模式，並透過實證研究分析，更可掌握多數讀者閱讀的心理趨勢與樂趣效應，將可提高預測閱讀心流模式的有效性。對後續研究者相關建議，分述如下：

1. 從本篇研究的實證基礎上，可對不同的小說文本進行質性的內容分析，分別從暢銷小說、非暢銷小說、精緻品味、大眾品味等四個構面，進行閱讀心流因素的分析，以掌握未來文本編輯趨勢，建立市場區隔的差異。
2. 本研究僅從小說文本類型上探討閱讀心流經驗，建議後續研究者可從

其他類型文本上進行研究，如商管類書、圖畫書、工具書、心理勵志類書等，藉以比較文本類型與心流經驗的差異。

（二）讀者方面

「讀什麼不重要，重要的是怎麼讀」，Csikszentmihalyi（1990）認為不論任何活動，只要能產生心流，就會令人覺得樂趣無窮。因此本研究驗證心流理論的適用性，強調Csikszentmihalyi（1990）所言，個人只要能透過意識內涵的改變，就能將無助的境況，轉變為有機會的挑戰。選定一個明確目標，投入全部注意力，不論做什麼都能樂在其中。

1. 在閱讀一本書前，保持讀完一本書的明確企圖，並且建立預期獲得知識的評估方法或情緒感受的情境想像，以取得回饋的途徑。

2. 透過精神能量的焦點集中，並盡可能對理解想像涉及的知識或情境做更精細的思維或聯想。

3. 透過閱讀心流的作用，讓意識學會控制一時一刻的意識狀態，可能還不足以體會其它存在活動的心流。

建議讀者應該能培養一個整體性的目標方向，有意識地使日常生活中每件事都具有意義，不論任何文化活動的體驗或是學業、社交上都應視為是一場不同的挑戰，讓心靈穿梭在不同心流活動之間，每一活動召喚一次意識的專注，進而保持生活的內在秩序，透過如此的小心流活動，而將整個人生串聯成具有一貫目標的大心流活動，同時也能獲致自得其樂的性格。

四、結語

Csikszentmihalyi（1990）認為「心流經驗」是人類穿梭於具體經驗的沉迷與遙遠的心智國度間的過程。從心流發現喜悅，從簡單的心靈到複雜的自我，呈現了身體與意識之間的最優心態（余德慧，1993）。在閱讀過程中，意識經驗融合文本的世界而產生共創的新意義，而這一份產出的愉悅能量與新意義，提升讀者再次閱讀的行為。本研究之實證結果肯定「讀者價值」的市場區隔趨勢，以深富創造性的讀者導向思考取代競爭性，有助於出版者編輯企劃與行銷策略的制定。

參考文獻

- 丁志成 (2002) 《線上和電腦遊戲玩家參與行為之探討》，碩士論文，高雄：國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所。
- 王國維 (1908) 「人間詞話」《國粹學報》，47 50 期，上海。
- 行政院文建會 (2001) 《中華民國 89 年台灣圖書雜誌出版市場研究報告》，台北：行政院文建會。
- 余德慧 (1993) 『序-聽見喜悅的聲音』《快樂，從心開始》，台北：天下。
- 吳明隆 (2003) 《SPSS 統計應用學習實務》，台北：知城。
- 吳昭怡、洪震宇 (2003) 《心動產業讓世界哈台》「天下雜誌」，288(12)，128-140。
- 吳得豪 (2002) 《探討網路沉迷的行銷關係》，碩士論文，台中：逢甲大學企業管理研究所。
- 周庭銳、黃盈裕 (2000) 《消費經驗中顧客價值與關係連結之研究》，台北：國科會研究計劃。
- 邱振瑞譯，井狩春男著 (2004) 《這書要賣 100 萬本》，台北：遠流。
- 姚一葦譯註，亞里斯多德著，(1992) 《詩學箋註》，台北：國立編譯館。
- 陳慶峰 (2001) 《從心流 (flow) 理論探討線上遊戲參與者之網路使用行為》，碩士論文，嘉義：南華大學資訊管理研究所。
- 陳耀茂 (2003) 《共變異數構造分析的 AMOS 使用手冊》，台北：鼎茂。
- 黃立文 (1998) 《網路使用的快感與神迷—遊戲理論與網路流纜行為之初探》，論文，高雄：中山大學一九九八台灣學術研討會。
- 黃瓊慧 (2000) 《從沉浸 (flow) 理論探討台灣大學生之網路使用行為》，碩士論文，新竹：交通大學傳播研究所。
- 楊 照 (2003) 《在閱讀的密林中》，台北縣：印刻。
- 葉麗莉 (2001) 《希世之聲—文學心理學的一種探索》「詮釋現象心理學」，頁 217- 268，台北：心靈工坊。
- 齊若蘭等 (2003) 《閱讀-新一代知識革命》，台北：天下。
- 劉 雨 (1995) 《寫作心理學》，高雄市：復文。
- 樂蘅軍 (2001) 《意志與命運》，台北：大安。
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Barths, R. (1975). *The pleasure of the text*. New York: Hill & Wang.
- Becker, G. S. (1996). *Accounting for Tastes*, Massachusetts: Harvard University Press.

- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.
- Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing Structural Equation Model*, pp.136-162, Newbury Park, CA: Sage.
- Chen, H., Wigand, T. R., & Nilan, S. M. (1999). Optimal experience of web activities. *Computers in Human Behavior*, 15, 585-608
- Csikszentmihalyi, M. & Csikszentmihalyi, I. (1988). Introduction to part IV. In M. Csikszentmihalyi & I. S. Csikszentmihalyi, (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. N.Y: Cambridge University Press
- Csikszentmihalyi, M. & LeFevre, J. A. (1989). Optimal experience in work and leisure, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(5), 815-822.
- Csikszentmihalyi, M. & Moneta, B. G. (1996). The effect of perceived challenges and skills on the quality of subjective experience. *Journal of Personality*, 64(2), 275-310
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, culture, and person: a systems view of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *The Nature of Creativity*, 325-339. New York: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). [*Flow: The psychology of optimal experience*](#), New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1993). *The evolving self: A psychology for the third millennium*. New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Finding flow, *Psychology Today*, 30, 46-51.
- Ellis, D. G., Voelkl, E. J., & Morrie, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of Leisure Research*, 26, 337-356.
- Erikson, E. H. (1980). *Identity and life cycle* (2nd. Ed.), New York: Norton.
- Fish, Stanley E. (1980). *Is There a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge, Mass. Harvard University press.
- Gadamer, Hans-Georg (1960). *Truth and Method*. London: Sheed & Ward.
- Ghani, J. A., Supnick, R., & Rooney, P. (1991). The Experience of Flow in Computer-Mediated and in Face-to-Face Groups. In DeGross, J.I, Benbasat, G DeSanctis, & C. M. Beath (Eds.) *Proceedings of the Twelfth International Conference on Information Systems*, New York, December 16-18.
- Goodman, K. S. (1967). *The Psycholinguistic Nature of the Reading Process*. Detroit: Wayne State University Press.
- Hull, C. L. (1943). *Principles of Behavior: An Introduction to Behavior Theory*, NY: Appleton.

- Ingarden, R. (1973). *The Literary Work of Art; An Investigation on the Borderlines of Ontology, Logic and the Theory of Literature*. Evanston: Northwestern University press.
- Iser, W. (1978). *The act of reading theory of aesthetic Response*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Jackson, S. A. & Csikszentmihalyi, M. (1999). *Flow in sport*. Champaign, IL: Human Kinetic.
- Jackson, S. A. & Eklund, R. C. (2002). Assessing flow in physical activity : The flow state scale-2 and dispositional flow scale-2, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 24, 135-150.
- Jackson, S. A. & Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: The flow stats scale, *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 18, 17-35.
- Jauss, H. R. (1982). *Aesthetic Experience and Literary Hermeneutics*, trans. Michael Shaw, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Massimini, F. & Carli, M. (1988). The systematic assessment of flow in daily experience. In M. Csikszentmihalyi & I. S. Csikszentmihalyi, (Eds.), *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. N.Y: Cambridge University Press.
- Net and Books 編輯部 (2001) 「台灣都會區閱讀習慣調查報告」《Net and Book》,1(7), 57-69.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments conceptual foundation. *Journal of Marketing*, 60, 50-68.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1997). Measuring the flow experience among web users. *Interval Research Corporation*, July 31.
- Novak, P. T. & Hoffman, D. (1998). Modeling the structure of the flow experience among web users, *INFORMS Marketing Science and the Internet Mini-Conference*, MIT.
- Novak, T. P., Hoffman, D. L., & Yung, Y. F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: a structural modeling approach. *Marketing Science*. 19(1), 22-43.
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*, Harvard Business School Press.
- Privette, G. & Bundrick, M. C. (1987). Measurement of experience: Construct and content validity of the experience questionnaire. *Perceptual and Motor Skills*, 65(1), 315-332.
- Radway, J. (1987). *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London: Verso.
- Rayner, K., & Pollatsek, A. (1989). *The Psychology of Reading*. London: Prentice-Hall.
- Reichle, E. D., Pollatsek, A., Fisher D. L., & Rayner, K. (1998). Toward a model

- of eye movement control in reading. *Psychological Review*, 105, 125-157.
- Shannon, C. & Weaver, W (1949). *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois Press.
- Trevino, L. K. & Webster, J (1992). Flow in computer-mediated communication. *Communication Research*, 19(5), 539-573.
- Watson, J. B. (1919). *Psychology from the Standpoint of the Behaviorist*, Philadelphia: J. B. Lippincott.
- 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.