

大華技術學院

行銷與流通管理系

四技部

畢業專題

線上遊戲涉入程度、網路成癮與工作表現之
探討-以魔獸世界為例

學生：曾卉濠 T496C054

劉玉婷 T497C019

黃鈺茹 T497C043

指導老師：梁應平 老師

中華民國 一 百 年 十 二 月

摘要

在網際網路的迅速發展之際，而政府也在推動全民上網的政策，而因應網路的發達與普及，有關於網路應用的各項產業也蓬勃發展著，同時也對網路使用者的生活習慣有很大的影響，其中在休閒活動中，線上遊戲的發展對網路使用者的休閒習慣影響甚鉅，線上遊戲以其獨特互動與多人合作吸引了許多人將其當作主要的休閒活動。而網路遊戲眾多，本專題研究以線上遊戲「魔獸世界」為主題，來探討線上遊戲的涉入程度及其相對所造成的網路成癮度而對於工作表現造成的影響。

關鍵字：魔獸世界、網路成癮、涉入程度、工作表現

誌謝

在這大學四年裡，完成了許多的報告以及專題。只要碰到一些較艱深的問題或是在製作報告遇到的困難，只要把問題提出，老師都會幫我們解答。感謝在這大學四年裡幫助我們的老師們，還有曾經協助過我們的同學們，有大家的幫助我們才能順利完成很多的報告。

口試期間，梁應平與楊熾能老師老師耐心的看完我們的專題，給予詳細的指導以及寶貴的建議，對於第一次寫專題的我們而言，真的是學會了許多，也得到了豐富的知識與經驗，感謝梁應平老師與廖志宏老師的指導，細心地指導讓我們的專題更加完美。

另外，也要感謝幫我們填寫問卷的人，雖然不認識你們，但是沒有你們的幫助，我們的專題也無法順利完成，感謝你們的幫忙。

目 錄

摘要	i
致謝.....	ii
目錄.....	iii
圖目錄	iv
表目錄	v
表目錄.....	vi
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究流程.....	4
第二章 文獻探討.....	5
第一節 涉入的定義	5
第二節 涉入的分類.....	7
第三節 網路成癮.....	10
第四節 工作表現.....	12
第三章 研究方法.....	13
第一節 樣本與資料收集.....	13
第二節 研究架構與假設.....	13
第三節 變數的操作定義與衡量工具.....	14
第四節 資料分析方法.....	16
第四章 資料分析與結果.....	17
第一節 樣本資料分析.....	17
第二節 敘述性統計分析.....	19
第三節 變數間相關係數分析.....	29

第四節 網路成癮跟涉入程度之分析.....	33
第五節 工作表現跟網路成癮之分析.....	34
第六節 工作表現跟涉入程度之分析.....	35
第七節 效度分析.....	36
第五章 結論與建議.....	43
第一節 結論.....	43
第二節 研究建議.....	46
參考文獻.....	47
附錄 問卷.....	49

圖目錄

圖 1-1 台灣經常上網人口統計圖	2
圖 1-2 台灣經常上網人口統計圖.....	2
圖 1-3 專題研究流程圖.....	4
圖 3-1 研究架構流程圖.....	13

\

表目錄

表 2-1 涉入理論架構圖.....	7
表 2-2 涉入程度與消費者行爲關係表.....	9
表 4-1 樣本基本資料.....	17
表 4-2 敘述性統計分析.....	19
表 4-3 敘述性統計分析.....	19
表 4-4 敘述性統計分析.....	19
表 4-5 敘述性統計分析.....	20
表 4-6 敘述性統計分析.....	20
表 4-7 敘述性統計分析.....	20
表 4-8 敘述性統計分析.....	21
表 4-9 敘述性統計分析.....	21
表 4-10 敘述性統計分析.....	21
表 4-11 敘述性統計分析.....	22
表 4-12 敘述性統計分析.....	22
表 4-13 敘述性統計分析.....	22
表 4-14 敘述性統計分析.....	23
表 4-15 敘述性統計分析.....	23
表 4-16 敘述性統計分析.....	23
表 4-17 敘述性統計分析.....	24
表 4-18 敘述性統計分析.....	24
表 4-19 敘述性統計分析.....	24
表 4-20 敘述性統計分析.....	25
表 4-21 敘述性統計分析.....	25
表 4-22 敘述性統計分析.....	25

表 4-23 敘述性統計分析.....	26
表 4-24 敘述性統計分析.....	26
表 4-25 敘述性統計分析.....	26
表 4-26 敘述性統計分析.....	27
表 4-27 敘述性統計分析.....	27
表 4-28 敘述性統計分析.....	27
表 4-29 敘述性統計分析.....	28
表 4-30 敘述性統計分析.....	28
表 4-31 敘述性統計分析.....	28
表 4-32 研究變數間之相關係數矩陣.....	29
表 4-33 性別與涉入.....	30
表 4-34 性別與網路成癮.....	30
表 4-35 性別與工作表現.....	31
表 4-36 婚姻狀況與涉入程度.....	31
表 4-37 婚姻狀況與網路成癮.....	32
表 4-38 婚姻狀況與工作表現.....	32
表 4-39 網路成癮跟涉入程度之迴歸分析結果.....	33
表 4-40 工作表現跟網路成癮之迴歸分析結果.....	34
表 4-41 工作表現跟涉入程度之迴歸分析結果.....	35
表 4-42 涉入程度之迴歸分析結果.....	38
表 4-43 網路成癮之迴歸分析結果.....	40
表 4-44 涉入程度之迴歸分析結果.....	42

第一章 緒論

本章旨在闡述本研究的研究背景與研究動機，並進而說明與研究動機相關之研究目的及研究流程，茲依序詳述於下列各節。

第一節 研究背景與動機

自從美國國家科學基金會（NSF）在1995年開放網際網路商業使用之後，網際網路（Internet）的發展一日千里，而且勢不可擋！這股網路洪潮淹沒了各大中小企業，同時也改變了人們的生活習慣，關於網路應用的各類產品也紛紛上市搶攻市場，其中以休閒為主的線上遊戲的發展更是早期各家遊戲製造商重視的一大塊市場

在政府NII 資訊通信基本建設計畫方案全力推廣下，台灣網際網路使用人口爆發驚人的成長潛力。根據資策會 FIND 中心統計資料發現，1996年12月，台灣經常上網人口僅有60萬左右，隨著政府大力推廣網路普及以及全民上網，到了 2010 年上網人口已突破一千萬人，直至目前普及率已達47%。圖1-1 以及圖 1 - 2 顯示我國網際網路用戶數成長情形。顯示的結果表示台灣地區上網 人口數已有一定的普及率。

而遊戲公司在這股網路熱潮下，開始積極的拓展市場，而新成立的遊戲公司更是如雨後春筍般的紛紛成立，例如：中華網龍，遊戲新幹線，遊戲橘子，宇峻奧汀，紅心辣椒，松崗，富格曼，鈦象，雷爵，OMG，華義，大宇等等，不單是國內廠商紛紛設立，連外來廠商也在台灣成立子公司，例如網禪，美商藝電，雲起等等，此現象表示國內線上遊戲人口也有一定的比例及市場。

台灣電玩遊戲人口

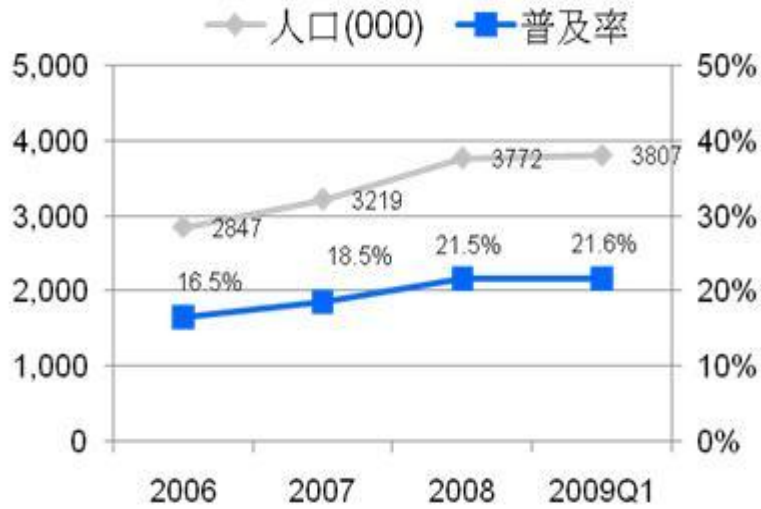
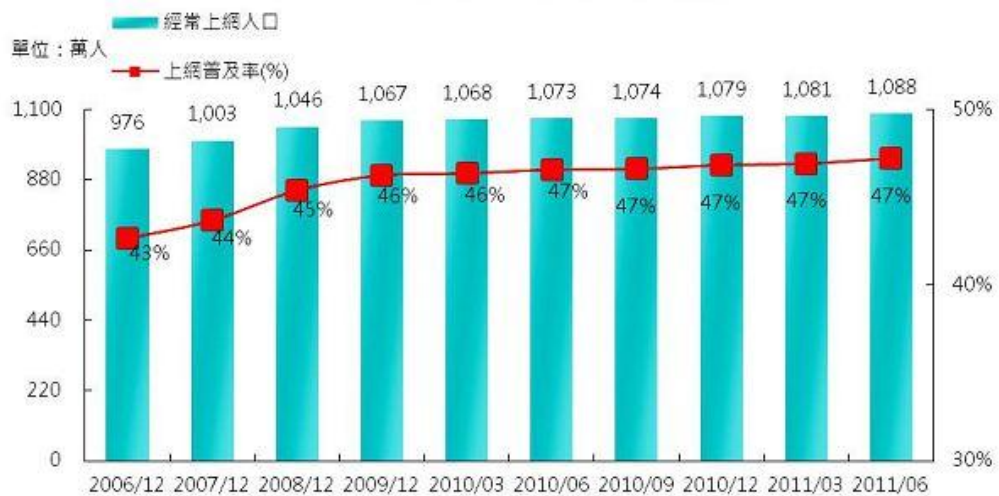


圖 1-1 台灣電玩人口統計圖

資料來源: Nielsen Media Index

圖 2 歷年我國經常上網人口成長情況



註：「經常上網人口」為每季末於網際網路服務業者處有登錄網路帳號且仍在使用中之用戶。

資料來源：資策會FIND (2011/09)

圖 1-2 台灣經常上網人口統計圖

資料來源: 資策會 FIND

第二節 研究目的

線上遊戲就目前來說可以說是只要有上網的人就有接觸過的休閒活動，然而線上遊戲並不像其他休閒活動是真正以休閒為主，因為線上遊戲的設計很容易讓人著迷，沉溺在虛擬的世界裡，瘋狂的練等級，練技能，藉以虛擬世界的好友或是盟友的認同、崇拜來填補在現實世界裡的不足，以及獲得在現實世界裡無法得到的成就感，而有人只是純粹以休閒的心態去進行遊戲，比較不在乎在遊戲裡的表現如何，更有人遊戲一個換一個，似乎只是走馬看花，但還是會花固定時間在玩線上遊戲，只是不固定玩一種線上遊戲。

專題研究主要探討之目的如下：

1. 探討線上遊戲涉入程度與網路成癮程度的相關性。
2. 探討網路成癮程度對於工作表現的影響。
3. 探討線上遊戲涉入程度與工作表現的相關性。

第三節 研究流程

圖為本研究流程圖，一開始先針對研究動機與目的的去蒐集學術論文或相關網站找出適合本研究的可用參考文獻。然後再對研究目的的去建立研究架構，同時也找出合適的分析方法，去進行完整的數據分析及最後的研究結論與後續建議。

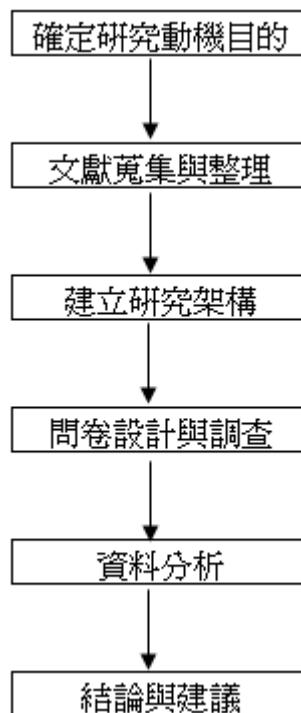


圖 1-3 專題研究流程圖

第二章 文獻探討

本研究將根據線上遊戲涉入程度、網路成癮以及工作表現作為文獻上的探討，藉此了解各學者所提出的不同定義與不同觀點。

第一節 涉入的定義

涉入的觀念，最初是用在研究社會事件中個人態度的問題，後因營銷學者的興趣，將其應用在消費者行為問題的探討中，如 Krugman(1965)在廣告學研究中的應用。一般學者多半使用個人的心理認知狀態來定義涉入，將涉入視為一種內在心理狀態，受到個人、產品、情境或其它特殊刺激的影響，感受到事物對己身的重要性和攸關性，進而對事物產生不同的關注程度。

將過去學者們對涉入的定義例舉如下：對於事件的關注(Festinger, 1957)；某一事件之特定立場的關注、興趣或者承諾(Freedman, 1964)；個人對任何刺激或情境感受到與其自身相關的程度(Sherif and Cantril, 1947)；個人對他人反應或意見的關心程度(Zimbardo, 1960)；個人認為特定議題對自身生活產生影響的預期程度(Apsler and Sears, 1968)；個人感覺特定產品及品牌與其理念契合的程度(Robertson, 1976)，由兩部分組成：對於消費者的重要價值和消費者對於產品的品牌忠誠度>Lastovicka and Gardner, 1978)；一種心理狀態變數，指出個人被特殊情境或刺激所激發的驅力或關心程度(Mitchell, 1981)；從個人基本目的、價值觀和自我意識的角度出發，反映決策對個人的攸關程度(Engel and Blackwell, 1982)；看不見的動機、擾動或關心狀態。

由特殊情境或刺激所引發，影響數據搜集、訊息處理和決策制訂(Rothschild, 1984)；個人認知該產品與其內在需要、興趣和價值觀的攸關程度(Zaichkowsky, 1985)；個人在特定時間及特定情境下，對事物與其自身攸關性的感受程度(Celsi and Olson, 1988)；涉入是關心事物或活動的心理動機狀態，顯現出對事物或活動的關注程度(Mittal, 1989)；個人內心的擾動狀態，其具有強度、方向性及持續性等屬性，決定個人如何響應外來的刺激(Andrews, et al., 1990)。

一般認為,涉入是一種心理狀態，其強度受到某事物與個人需求、價值觀及欲達成目標在特定情境下的相關程度所影響，當相關性愈強，認知到的自我攸關程度會愈高，涉入程度亦隨之加深，進而產生一連串關心該事物的後續行為。

第二節 涉入的分類

2.1 以涉入的本質為分類依據

例如某人平時對西裝漠不關心，但在面試工作時為了給主考官良好印象，於是仔細的挑選合適的西裝(涉入程度提高)，但在面試通過後(情境因素消失)，又回覆到對西裝漠不關心的程度(涉入程度降低)。

持久涉入指個人對事務的持續性關切，乃起源於個人的內生持續性原因，例如需求、價值觀、興趣或所追求的目標等，涉入程度不隨著情境的轉換而有所更動，亦即並不會因為特定外生情境目標被滿足而消失。持久涉入的來源有二：一是個人的主觀價值系統，個人的自我觀念、個性、目標、需求等都會影響消費者對一項產品的持久涉入；另一來源是對該事物的先前經驗。

反應涉入是由情境涉入與持久性涉入結合所產生對某事物的心理狀態，反映消費者決策處理之複雜性及廣泛性的認知過程及行為過程。

2.2 以個人在處理涉入對象時的行為表現為分類依據

可分為產品涉入、廣告涉入及購買決策涉入三種不同的型態。

產品涉入是指消費者認知該產品與其內在需求、興趣和價值觀的攸關程度。

Lastovicka and Gardner(1978)發現不同的產品會產生不同的涉入水平，並形成一個由高涉入到低涉入的連續帶。一般說來，具外顯性的產品(如房地產、汽車等)，多半屬於高涉入產品。

廣告涉入是指觀眾對於廣告信息所給予的關心程度或接觸廣告時的心理狀態，從集中精神的註意到鬆懈的視而不見。對於消費者廣告涉入程度的瞭解有助於決定廣告內容的定位及投放力度。

購買決策涉入是指消費者認為購買決策與己身的攸關程度。購買決策涉入與情境涉入、產品涉入有很大的關係，這意味著產品因素和情境因素會影響消費者的購買決策。研究發現，選購低涉入產品時，若消費者處於高涉入情境(送禮)中會比處於低涉入情境(自用)時願意耗費較多的選購時間與選購成本；但選購高

涉入產品時則不受情境因素的影響。購買決策涉入因直接和消費者購買行為有關，故在營銷上的應用很廣，市場區隔、產品定位、溝通策略的擬定等等。

2.3 涉入理論的架構

表 2-1 涉入理論架構圖

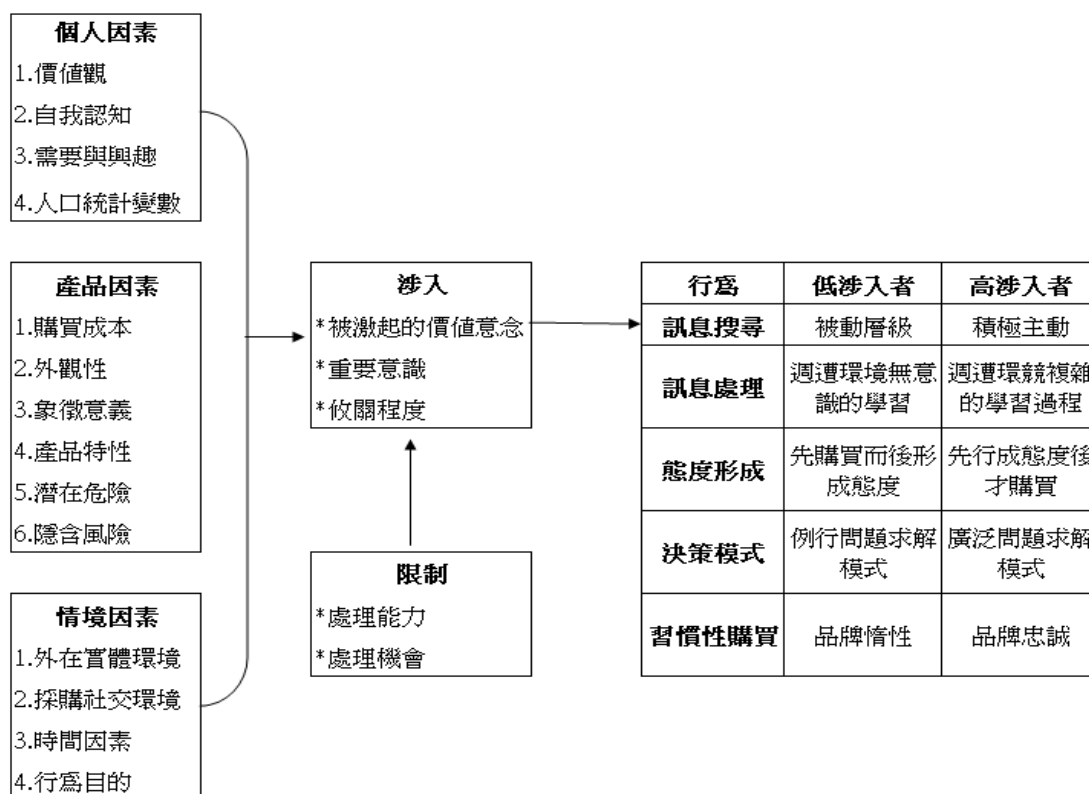


表 2-1 以涉入為中介變數，探討涉入的組成前因及其對消費者行為的影響，具體地呈現涉入的理論架構。在前因上，涉入程度高低受到個人、產品及情境三大因素的影響；在後果上，涉入高低對消費者行為的影響彰顯於訊息搜尋、訊息處理、態度形成、決策模式及習慣性購買上。

2.4 涉入對消費者行為的影響

當一個產品類別與某個人內心深處秉持的價值體系或者自我概念相聯繫時，就會發生產品涉入。當消費者認知到產品和自己有高度的相關性時，會處於高涉入狀態，而高涉入狀態會驅使消費者主動且積極的搜尋產品相關訊息，認真地思

考並比較品牌間的差異，以求能夠做出最符合需要的決策。

涉入程度也與文化差異有密切的關係。Fram, Le and Reid(2004)以上海及成都的消費者為樣本，以涉入程度較高的產品為研究對象，發現這兩個城市的消費者行為有明顯的差異。

可見在中國由於地大物博，次文化系統繁多，也造成了各個地區消費者行為的差異。許多跨國公司雖在中國進行了市場調查分析，但常因未考慮到中國各地區次文化的差異而慘遭滑鐵盧，因此，相關營銷理論在我國的實踐中，文化差異是一個不可不考慮的因素。

涉入程度的高低與消費者行為之間的關係，大致可從資訊收集、認知失調等八個構面來比較消費者在高/低涉入行為的不同，如表 2-2 所示

表 2-2 涉入程度與消費者行為關係表

行為構面	高涉入過程	低涉入過程
資訊收集	積極主動收集與產品或品牌有關的資訊。	只收集有關的產品或品牌資訊。
認知反應	抗拒那些和原來認知不同的資訊。	消極接受那些和自身經驗有差異的資訊。
資訊處理	採層級式順序處理資訊，決策過程複雜且伴隨購買前方案評估。	採嘗試使用決策順序處理資訊，容易產生衝動性購物。
態度改變	不太容易也不常發生。	經常改變態度。
品牌偏好	經常有品牌偏好，忠誠度較高。	可能重覆購買產品。但非高忠誠度者。
認知失調	容易產生購後認知失調。	認知失調不易發生。
同儕影響	外控傾向者較易受人影響。	較不注意他人行為。
廣告反應	易受廣告吸引且資訊內容比重覆次數重要。	資訊重覆次數對態度影響較大。

資料來源：Robertson et al.,(1984)，Consumer Behavior，Illinois：scott，Foresman and Company,p,279

第三節 網路成癮

隨著網際網路的普及與上網人口的增加，因為沉迷於網路而造成工作、家庭與學業困擾的問題逐漸受到重視。然而從1996年在第104屆美國心理學會（APA, American Psychological Association）年會上，發表第一篇被美國心理學會認可，以網路成癮為主題的研究之後至現在，對於網路成癮現象的了解依舊都還停留在探索的階段，對於網路成癮之相關心理機制的理論也還有待建立。目前網路成癮研究多半是著重於尋找容易形成網路成癮的人格特質，或是具備有成癮特性的網路使用。

本研究的主要論述即是，並沒有所謂單純的「網路成癮個人特質」或是具備有成癮特性的「網路功能」，網路成癮現象的產生是網路使用者的個人特質與網路功能交互作用的結果。

為了彌補上述的研究缺口，本研究將以網路人際互動為出發點，首先探討網路人際互動的特性，然後再推論具備什麼樣人格特質的網路使用者容易在此種網路人際互動的特性下成癮，以具體呈現兩者之交互作用歷程。

3.1 網路成癮的定義

雖然美國心理學會（APA）對於「網路成癮」已於1997年予以正式承認其學術研究的價值（Schuman, 1997），但是目前對於網路成癮者的診斷仍然沒有具有共識的標準。

研究者在檢視過DSM-IV上對於成癮的診斷後，認為賭癮（pathological gambling）的狀態是最類似於網路成癮，因此將網路成癮定義為一種沒有涉及中毒（intoxication）的「衝動-控制失序（impulse control disorder）。她並將心理疾病診斷統計手冊（DSM-IV）上對於賭癮的診斷標準，改編成一份八題的網路成癮診斷問卷，網路使用者只要在這些問題中回答五個以上肯定的答案，就把他們歸類為網路使用成癮者。

在國內的研究方面，周倩（1999）將國際衛生組織對於成癮所做的定義加以

修改，將網路成癮定義為：「由重複地對於網路的使用所導致的一種慢性或週期性的著迷狀態，並帶來難以抗拒的再度使用之欲望。同時並會產生想要增加使用時間的張力與耐受性、克制、退癮等現象，對於上網所帶來的快感會一直有心理與生理上的依賴。」陳淑惠（1999，2000）綜合DSM-IV 對各種成癮症之診斷標準以及臨床個案的觀察，依循傳統成癮症的診斷概念模式，編制了「中文網路成癮量表」，主張網路成癮量表之概念模式須包括下述的症狀：

1. 網路成癮耐受性，指隨著網路使用的經驗程度增加，原先上網所得到的樂趣與滿足感，必須透過更多的網路內容或更長久的上網時間，才能得到與原先相當程度的滿足。
2. 強迫性上網行為，為一種難以自拔的上網渴望與衝動，在想到或看見電腦時，會有想上網的欲望與衝動；上網後便難以擺脫使用電腦；精神會因為使用電腦或上網而較為振奮；渴求能有更多的時間留在網路上。
3. 網路退癮症狀，指如果突然離開被迫電腦，容易出現挫敗的情緒反應，例如，情緒低落、生氣、空虛感等，或是注意力不集中、心神不寧、坐立不安等反應。
4. 網路成癮相關問題：因為在網路的時間太長，因而忽略原有的家居與社交生活，和家人朋友疏遠；耽誤工作或學業；為掩飾自己的上網行為而撒謊；身體出現不適反應，例如，眼乾、眼酸、頭痛、肩膀痠疼、睡眠不足、腸胃問題等。

第四節 工作表現

所謂績效考核即對企業內員工的能力、工作表現、資質及態度等給予客觀而有系統的評鑑過程，以了解員工完成工作任務水準的情況，並從評估中辨認出員工的優、缺點以作為員工訓練、發展的參考。績效評估又稱為「工作表現」，主要目的是在於提供資訊以供企業進行人事決策以及員工發展的參考。評估工作表現有無加以訓練的必要，還能提供回饋給員工，使他們了解組織對她們的評價，此外工作表現也是一切分配獎賞的依據。

工作表現評估是一項促使良好表現被認知，並獲得合理的報酬，而不良的工作表現應被修正。工作表現的評估對於管理者而言，能獲得必要的資訊，已達成組織目標，顯示管理上的優缺點，並可讓管理這了解到哪些訓練工作必須時實行，同時可以提供回饋的資料，幫助管理者去指導或影響員工來改善工作表現。對於受評估的員工而言，工作表現的評估可以提供行為目標，因為他可明確的指出哪些層念因素是重要的，亦而影響到員工的努力程度，因為他能使員工明白增進表現而獲得報酬。

在職場上影響工作表現的因素不外乎就是身體健康、心理壓力、時間壓力、工作負荷、疲勞和藥物以及酒精及賭品。身體健康包括了身體本身的狀況和疾病，他會影響人體感覺的敏銳性。人體的感覺，特別是視覺、聽覺和觸覺，在身體中發揮重要的作用。

職場上競爭激烈，雖然能力不是絕對的成敗關鍵，但也是具有一定的影響力，特別是專業能力和語文能力，如果都能兼具，勢必能在職場上如魚得水。建議培養屬於自己的能力，這樣一來才不容易被取而代之。

第三章 研究方法

本章主要在說明研究設計與分析方法，包括：樣本與資料收集、變數的操作性定義與衡量工具、設立各研究變相的操作型定義並設計抽樣方法，建立分析流程，擇取適當的統計工具並發展問卷，進行分析。

第一節 樣本與資料收集

本研究的研究對象主要是以有在玩線上遊戲的上班族以及有在打工的學生。主要是了解有在玩線上遊戲的上班族，網路成癮是否會造成職場上的影響。消費者樣本的來源方式：將於新竹地區各上班族有在玩線上遊戲的為主。

第二節 研究架構與假設

根據第一章的研究目的之架構中，以線上遊戲涉入程度為變相，深入了解線上遊戲的涉入程度及其相對所造成的網路成癮度而對於工作表現造成的影響。

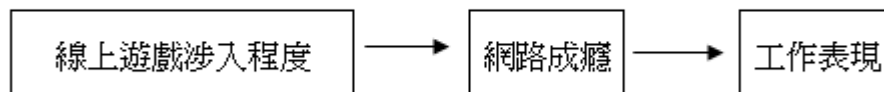


圖3-1研究架構圖

以研究架構圖中變數的關係為根據，本研究提出下列假設。

假設一： 線上遊戲涉入程度與網路成癮程度會有正相關性。

假設二： 網路成癮的程度對於工作表現會有負相關性。

假設三： 線上遊戲涉入程度與工作表現會有負相關性。

根據研究目的，深入了解各項變相之關係，將研究架構及研究假設作為實證之依據。

第三節 變數的操作性定義與衡量工具

主要是針對本專題研究的題目而訂定，尺度標準皆已1~5代表受訪者的依據，分別以「非常不同意」、「不同意」、「普通」「同意」「非常同意」在□內分別勾選，了解上班族的網路遊戲涉入程度，網路成癮以及工作表現的部分。

第一部份 魔獸世界的涉入程度	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 我最喜歡的遊戲類型是線上遊戲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 玩過魔獸世界之後很難再去玩其他線上遊戲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 魔獸世界是堪稱線上遊戲的經典	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 我很清楚魔獸世界遊戲內的各項任務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 在魔獸世界我總是很順利解決任務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 在魔獸世界我總是能順利拿下戰場勝利	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 我總是希望能了解更多魔獸世界的遊戲知識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 在魔獸世界我總是很順利的清完副本	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 我很清楚魔獸世界副本攻略的方式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 我很清楚魔獸世界戰場的攻略方式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分 網路成癮	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 別人不只一次告訴我，我花了太多時間在線上遊戲上	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 我發現自己玩線上遊戲的時間越來越長	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 網路斷線或接不上時，我覺得自己坐立不安	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 不管再累，玩線上遊戲時總是很有精神	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 我每天早上醒來，第一件事就是想到玩線上遊戲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 玩線上遊戲對於我的人際關係已造成一些的影響	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 因為玩線上遊戲的關係，我與朋友的互動減少了	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 我只要有一段時間沒玩線上遊戲就會情緒低落	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 9 我不能控制自己想玩線上遊戲的衝動 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 我曾不只一次因為玩線上遊戲而睡眠不足 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

非常 不同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
---------------	-------------	--------	--------	------------------

第三部份 線上遊戲對於工作表現的影響

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 我曾經因為玩線上遊戲造成我上班精神不濟 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 玩線上遊戲對於我的職場已經造成一些負面的影響 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 有時候為了玩線上遊戲而請假不去上班 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 比起在職場上，遊戲內的角色更受別人的青睞 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 我曾經犧牲中午休息時間就為了玩線上遊戲 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 為了玩線上遊戲，下班前的工作會草草了事 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 除了上班與玩線上遊戲，我沒有其他的休息嗜好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 因為工作太累，下班只想玩線上遊戲放鬆一下 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 曾經因為前晚在遊戲內的表現不佳而影響上班情緒 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 我曾經為了玩線上遊戲而不想加班 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第四節 資料分析方法

本研究採取以下的資料分析方法以期達成本研究之研究目的：

- 一、樣本資料分析：此部分主要是利用敘述統計來描述回收問卷的各項特性，包含性別、年齡、職業、婚姻狀況、學歷、個人平均所得，藉此對樣本做初步了解。
- 二、敘述性統計分析：以次數分配、百分比等基本統計分析來瞭解研究樣本之個人特性分佈狀況。
- 三、相關分析：採用皮爾森(Pearson)積差相關係數來分析變數之間的相關性，以及各個變數之間的相關性，並作為進一步統計分析的參考。
- 四、量表的效度分析：本研究採用 Kerlinger(1986)所提出之建議，以各別項目和總分之相關係數，進行效標關聯效度之檢定，測驗變數值大於 0.5，則為有效度之量表。
- 五、迴歸分析：以迴歸分析(regression analysis)方法來檢視本研究的假設。而 R 平方之值為 0~1 之間，其值愈接近 1 則愈具有解釋能力。

第四章 資料分析與結果

本章主要在問卷回收後，以 SPSS 電腦統計分析軟體進行統計分析，結果詳如以下各節述。

第一節 樣本資料分析

此部分主要是利用敘述統計來描述回收問卷的各項特性，包括：性別、年齡、學歷、職業婚姻狀況、個人平均月所得，藉此對樣本做初步了解。

表 4.1 樣本基本資料

項目	分類	次數(人)	百分比%
性別	男	137	54.8%
	女	113	45.2%
年齡	20 以下	118	47.2%
	21-30	114	45.6%
	31-40	16	6.4%
	41 以上	2	0.8%
學歷	國中以下	2	0.8%
	高中職	9	3.6%
	專科	67	26.8%
	大學	170	68.0%
	研究所以上	2	0.8%
婚姻狀況	已婚	20	8.0%
	未婚	230	92.0%
個人平均月所得	20000 以下	180	72.0%
	20001-30000	34	13.6%
	30001-40000	18	7.2%
	40001-50000	9	3.6%
	50001 以上	9	3.6%
職業	學生	205	82.0%
	服務業	18	7.2%
	工業	9	3.6%
	商業	3	1.2%
	金融業	15	6.0%

在表 4-1 樣本基本資料中，在性別分佈上，男性人數為 137 人而比例佔 54.8%，女性人數為 113 人而比例佔 45.2%。

以年齡分布上，20 歲(含)以下人數為 118 人而比例佔 47.2%，21~30 歲人數為 114 人而比例佔 45.6%，31~40 歲人數為 16 人而比例佔 6.4%，41 以上人數為 2 人而比例佔 0.8%，則問卷受訪者得年齡層主要分布在 20 歲(含)以下比例佔 47.2%，整體平均 20 歲(含)以下年齡層以年輕族群為主。

以婚姻狀況分布上，未婚部分為 230 人而比例佔 92.0%，已婚部分為 20 人而比例佔 8.0%，是以未婚居多而比例佔 92.0%。

以職業分布上，學生部分人數為 205 人而比例佔 82.0%，服務業部分人數為 18 人而比例佔 7.2%，工業部分人數為 9 人而比例佔 3.6%，商業部分人數為 3 人而比例佔 1.2%，金融業部分人數為 15 人而比例佔 6.0%，整體平均職業以

以學歷而言，國中以下人數為 2 人而比例佔 0.8%，高中職人數為 9 人而比例佔 3.6%，專科人數為 67 人而比例佔 26.8%，大學人數為 170 人而比例佔 68.0%，研究所人數為 2 人，而比例佔 0.8%，主要是大學學歷者居多(68.0%)，其次為專科(26.8%)。

以月收入來說，20000 元(含)以下人數為 180 人而比例佔 72.0%，20001 元~30000 元人數為 34 人而比例佔 13.6%，30001 元~40000 元人數為 18 人而比例佔 7.2%，40000 元~50000 元人數為 9 人而比例佔 3.6%，50001 元以上人數為 9 人而比例佔 3.6%，以 20000 元(含)以下居多比例佔 72.0%，主要是因為日校學生的族群比例較多，大部分晚上都有打工，其次為 20001 元~30000 元比例佔 13.6%。

第二節 敘述性統計分析

表 4.2 敘述性統計分析

我最喜歡的遊戲類型是線上遊戲		
非常不同意	28	11.2%
不同意	49	19.6%
普通	42	16.8%
同意	107	42.8%
非常同意	24	9.6%

在我最喜歡的遊戲類型是線上遊戲中，以「同意」佔 42.8% 最高，所以大部分的人都是玩線上遊戲的類型居多。

表 4.3 敘述性統計分析

玩過魔獸世界之後很難再去玩其他線上遊戲		
非常不同意	54	21.6%
不同意	78	31.2%
普通	72	28.8%
同意	34	13.6%
非常同意	12	4.8%

在玩過魔獸世界之後很難在去其他線上遊戲中，「不同意」佔 31.2% 最高，所以大部分的人並不認為玩過魔獸後不會在去玩別的線上遊戲。

表 4.4 敘述性統計分析

魔獸世界是堪稱線上遊戲的經典		
非常不同意	38	15.2%
不同意	54	21.6%
普通	28	11.2%
同意	61	24.4%
非常同意	69	27.6%

在魔獸世界是堪稱線上遊戲的經典中，「非常同意」佔 27.6% 最高，所以大部分的人都認為魔獸世界是堪稱得上遊戲的經典。

表 4.5 敘述性統計分析

我很清楚魔獸世界中，遊戲內的各項任務		
非常不同意	68	27.2%
不同意	62	24.8%
普通	62	24.8%
同意	39	15.6%
非常同意	19	7.6%

在我很清楚魔獸世界中，遊戲內容各項任務中，「非常不同意」佔 27.2%，所以大部分的人還是不清楚魔獸世界中，遊戲內的各項任務。

表 4.6 敘述性統計分析

在魔獸世界中，我總是很順利解決任務		
非常不同意	63	25.2%
不同意	73	29.2%
普通	66	26.4%
同意	30	12.0%
非常同意	18	7.2%

在魔獸世界中，我總是很順利解決任務中，「不同意」佔 29.2%，所以大部分的人在魔獸世界中還是不太能順利解決任務。

表 4.7 敘述性統計分析

在魔獸世界中，我總是能順利拿下戰場勝利		
非常不同意	63	25.2%
不同意	74	29.6%
普通	68	27.2%
同意	34	13.6%
非常同意	11	4.4%

在魔獸世界中，我總是能順利拿下戰場勝利中，「不同意」佔 29.6%，所以大部分的人在魔獸世界中還是不太能順利拿下戰場勝利。

表 4.8 敘述性統計分析

我總是希望能了解更多魔獸世界的遊戲知識		
非常不同意	63	25.2%
不同意	60	24.0%
普通	34	13.6%
同意	74	29.6%
非常同意	19	7.6%

在我總是希望能了解更多魔獸世界的遊戲知識中，「同意」佔 29.6，所以大部分的人都希望能夠多了解些魔獸世界中的遊戲知識。

表 4.9 敘述性統計分析

在魔獸世界中，我總是很順利的清完副本		
非常不同意	68	27.2%
不同意	70	28.0%
普通	64	25.6%
同意	31	12.4%
非常同意	17	6.8%

在魔獸世界中，我總是很順利的清完副本中，「不同意」，佔 28.0%，所以大部分的人都不太能在魔獸世界中打贏副本。

表 4.10 敘述性統計分析

我很清楚魔獸世界副本攻略的方式		
非常不同意	68	27.2%
不同意	61	24.4%
普通	67	26.8%
同意	40	16.0%
非常同意	14	5.6%

在我很清楚魔獸世界副本攻略的方式中，「非常不同意」佔 27.2%，所以大部分的人都非常不同意自己很清楚魔獸世界副本攻略的方式。

表 4.11 敘述性統計分析

我很清楚魔獸世界戰場的攻略方式		
非常不同意	71	28.4%
不同意	58	23.2%
普通	67	26.8%
同意	37	14.8%
非常同意	17	6.8%

在我很清楚魔獸世界戰場的攻略方式中，「非常不同意」佔 28.4%，所以大部分的人非常不同意自己很清楚魔獸世界戰場的攻略方式。

表4.12 敘述性的統計分析

別人不只一次告訴我，我花了太多時間在線上遊戲上		
非常不同意	40	16.0%
不同意	77	30.8%
普通	63	25.2%
同意	50	20.0%
非常同意	20	8.0%

在別人不只一次告訴我，我花了太多時間在線上遊戲上這上面，「不同意」的比例佔了 30.8%，所以玩線上遊戲的人還是會規劃自己的時間，不至於沉迷。

表 4.13 敘述性的統計分析

我發現自己玩線上遊戲的時間越來越長		
非常不同意	38	15.2%
不同意	74	29.6%
普通	62	24.8%
同意	56	22.4%
非常同意	20	8.0%

在我發現自己玩線上遊戲的時間越來越長裡，「不同意」的比例佔了 29.6%，所以玩遊戲是調節身心，而不是因為玩遊戲而玩。

表 4.14 敘述性的統計分析

網路斷線或接不上時，我覺得自己坐立不安		
非常不同意	33	13.2%
不同意	53	21.2%
普通	67	26.8%
同意	69	27.6%
非常同意	28	11.2%

網路斷線或接不上時，我覺得自己坐立不安這部分，「同意」的比例佔了 27.6%，所以其實大部分的人對於網路斷線都會有焦躁不安的情況發生。

表 4.15 敘述性的統計分析

不管再累，玩線上遊戲時總是很有精神		
非常不同意	40	16.0%
不同意	73	29.2%
普通	71	28.4%
同意	48	19.2%
非常同意	18	7.2%

不管再累，玩線上遊戲時總是很有精神這部分，「不同意」的比例佔了 29.2%，所以大部分的人累了還是會想休息，而不是為了玩遊戲就不睡覺。

表 4.16 敘述性統計分析

我每天早上醒來，第一件事就是想到玩線上遊戲		
非常不同意	53	21.2%
不同意	84	33.6%
普通	69	27.6%
同意	32	12.8%
非常同意	12	4.8%

我每天早上醒來，第一件事就是想到玩線上遊戲，「不同意」的部分佔了 33.6%，所以不是說每個人醒來就是為了線上遊戲，而是還有很多事情要做，不至於沉迷。

表 4.17 敘述性統計分析

玩線上遊戲對於我的人際關係已造成一些的影響		
非常不同意	53	21.2%
不同意	75	30.0%
普通	71	28.4%
同意	40	16.0%
非常同意	11	4.4%

玩線上遊戲對於我的人際關係已造成一些的影響，「不同意」的部分佔了 30.0%，所以玩線上遊戲不會對人際關係造成任何困擾，只是過於沉迷還是比較不好，因為在「普通」的比例上面佔了 28.4%，相差不到 2 個百分比，所以其實或多或少還是會有點影響。

表 4.18 敘述性統計分析

因為玩線上遊戲的關係，我與朋友的互動減少了		
非常不同意	62	24.8%
不同意	80	32.0%
普通	59	23.6%
同意	37	14.8%
非常同意	12	4.8%

因為玩線上遊戲的關係，我與朋友的互動減少了這部分，「不同意」的比例佔了 32.0%，因為其實如果身邊的朋友都是有在玩線上遊戲的話，也可以一起在遊戲內玩，所以人際關係不會說有太大的影響。

表 4.19 敘述性統計分析

我只要有一段時間沒玩線上遊戲就會情緒低落		
非常不同意	68	27.2%
不同意	86	34.4%
普通	54	21.6%
同意	33	13.2%
非常同意	9	3.6%

我只要有一段時間沒玩線上遊戲就會情緒低落，這部分「不同意」的比例佔了 34.4%，也就是說應該跟問卷對象也有點關係，因為都是學生，可能課業閒暇之餘才會玩遊戲，所以長時間沒玩遊戲，倒還不至於會情緒低落。

表 4.20 敘述性統計分析

我不能控制自己想玩線上遊戲的衝動		
非常不同意	66	26.4%
不同意	74	29.6%
普通	67	26.8%
同意	36	14.4%
非常同意	7	2.8%

我不能控制自己想玩線上遊戲的衝動，這部分「不同意」的比例佔了 29.6%，所以這些學生對於控制衝動這方面還是有基本的能力。

表 4.21 敘述性統計分析

我曾不只一次因為玩線上遊戲而睡眠不足		
非常不同意	59	23.6%
不同意	60	24.0%
普通	55	22.0%
同意	40	16.0%
非常同意	36	14.4%

我曾不只一次因為玩線上遊戲而睡眠不足，這部分「不同意」的比例佔了 24.6%，所以不會因為玩遊戲而犧牲掉自己的睡眠時間，但是還是有 22.0% 的人是有點影響。

表 4.22 敘述性統計分析

我在工作時總是有很好的表現		
非常不同意	9	3.6%
不同意	26	10.4%
普通	89	35.6%
同意	109	43.6%
非常同意	17	6.8%

我在工作時總是有很好的表現中，以「同意」佔 43.6% 最高，所以大部的人在工作上還是會有很好的表現。

表 4.23 敘述性統計分析

我在工作時總是出席正常		
非常不同意	4	1.6%
不同意	17	6.8%
普通	83	33.2%
同意	105	42.0%
非常同意	41	16.4%

我在工作時總是出席正常中，「同意」佔 42.0% 最高，大部分的人在工作時還是會出席率正常。

表 4.24 敘述性統計分析

我在工作時總是全力以赴		
非常不同意	6	2.4%
不同意	11	4.4%
普通	84	33.6%
同意	111	44.4%
非常同意	38	15.2%

我在工作時總是全力以赴中，「同意」佔 44.4% 最高，所以大部分的人在工作上還是會好好的專心全力以赴。

表 4.25 敘述性統計分析

有時我對工作上的錯誤會感到自責		
非常不同意	6	2.4%
不同意	18	7.2%
普通	78	31.2%
同意	104	41.6%
非常同意	44	17.6%

有時我對工作上的錯誤會感到自責中，「同意」佔 41.6%，所以大部分的人在工作上如果有錯誤還是會感到心裡不安很自責。

表 4.26 敘述性統計分析

生活裡的其他事情比工作來的更重要		
非常不同意	7	2.8%
不同意	25	10.0%
普通	76	30.4%
同意	116	46.4%
非常同意	26	10.4%

生活裡的其他事情比工作來的更重要中，「 同意 」佔 46.4%，所以大部分的人在生活裡還是覺得有其他事情比工作上來的重要。

表 4.27 敘述性統計分析

過去我對工作很關心，但現在有其他事情對我來說更重要		
非常不同意	7	2.8%
不同意	16	6.4%
普通	92	36.8%
同意	112	44.8%
非常同意	23	9.2%

過去我對工作很關心，但現在有其他事情對我來說更重要中，「 同意 」佔 44.8%，所以大部分的人在曾經對工作是很關心或許還是不可或缺，現在反而多了很多筆工作更重要的事。

表 4.28 敘述性統計分析

對我而言，工作只是生活的一小部分		
非常不同意	6	2.4%
不同意	27	10.8%
普通	86	34.4%
同意	104	41.6%
非常同意	27	10.8%

對我而言，工作只是生活的一小部分中，「 同意 」佔 41.6%，所以大部分的人都對他們而言，工作只是生活中的一個小部分而已。

表 4.29 敘述性統計分析

即使在沒有加班費的情況下，我也會把工作做完		
非常不同意	10	4.0%
不同意	30	12.0%
普通	90	36.0%
同意	91	36.4%
非常同意	29	11.6%

即使在沒有加班費的情況下，我也會把工作做完中，「同意」，佔 36.4%，所以大部分的人還是會在工作沒有做完的情況下，會先把工作做完。

表 4.30 敘述性統計分析

很多時候，我想留在家裡而不去上班		
非常不同意	13	5.2%
不同意	47	18.8%
普通	61	24.4%
同意	94	37.6%
非常同意	35	14.0%

很多時候，我想留在家裡而不去上班中，「同意」佔 37.6%，所以大部分的人還是會因為說想玩遊戲而想留在家不去上班。

表 4.31 敘述性統計分析

對我而言，工作比其他事情更重要		
非常不同意	18	7.2%
不同意	114	45.6%
普通	53	21.2%
同意	51	20.4%
非常同意	14	5.6%

對我而言，工作比其他事情更重要中，「不同意」佔 45.6%，所以大部分的人不同意工作上會比其他的事情更重要。

第三節 變數間相關係數分析

一、變數間的相關係數

此處分析的變數資料包括：涉入程度、網路成癮、工作表現；分析的目的在于瞭解各項變數之間的關係。涉入程度與工作現呈正相關，涉入程度與網路成癮呈正相關($r=0.511$)，顯著水準為($P<0.01$)；涉入程度與工作表現呈正相關($r=0.172$)，顯著水準為($P<0.01$)。詳細如表 4-8 研究變數間之相關係數矩陣

表 4-32 研究變數間之相關係數矩陣

	涉入程度	網路成癮	工作表現
涉入程度	---		
網路成癮	0.511**	---	
工作表現	0.172**	0.088	---

註：** 表顯著水準 0.01
* 表顯著水準 0.05

二、T 檢定

(一)性別與涉入程度

涉入程度以男性應答者較高，涉入程度平均值為 2.6920(標準差 1.05175)，人數共計 137 人，涉入程度以女性較低，涉入程度平均值為 2.5947 (標準差 0.92242) 人數 113 人。詳細如表

表 4-33 性別與涉入程度

性別	人數	平均數(標準差)
男生	137	2.6920(1.05175)
女生	113	2.5947(0.92242)
T 值		0.76
顯著性		0.061

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

(二)性別與網路成癮

網路成癮以男性應答者較高，網路成癮平均值為 2.7387(標準差 0.89379)，人數共計 137 人，網路成癮以女性較低，網路成癮平均值為 2.4558(標準差 0.87188)人數 113 人。詳細如表

表 4-34 性別與網路成癮

性別	人數	平均數(標準差)
男生	137	2.7387(0.89379)
女生	113	2.4558(0.87188)
T 值		2.519
顯著性		0.799

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

(三)性別與工作表現

工作表現以男性應答者較高，工作表現平均值為 2.7387(標準差 0.89379)，人數共計 137 人，工作表現以女性較低，工作表現平均值為 2.4558(標準差 0.87188)人數 113 人。詳細如表

表 4-35 性別與工作表現

性別	人數	平均數(標準差)
男生	137	3.4599(0.85012)
女生	113	3.4000(0.46156)
T 值		0.889
顯著性		0.093

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

(四)婚姻狀況與涉入程度

婚姻狀況以未婚者應答者較高，涉入程度平均值為 2.5896(標準差 0.95920)，人數共計 230 人，涉入程度以已婚者較低，涉入程度平均值為 3.3200 (標準差 1.16556)人數 20 人。詳細如表

表 4-36 婚姻狀況與涉入程度

性別	人數	平均數(標準差)
已婚	20	3.3200(1.16556)
未婚	230	2.5896(0.95920)
T 值		3.208
顯著性		0.289

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

(五)婚姻狀況與網路成癮

婚姻狀況以未婚者應答者較高，網路成癮平均值為 2.5826 標準差 (0.86157)，人數共計 230 人，網路成癮以已婚者較低，網路成癮平均值為 2.9350 (標準差 1.14812)人數 20 人。詳細如表

表 4-37 婚姻狀況與網路成癮

性別	人數	平均數(標準差)
已婚	20	2.9350(1.14812)
未婚	230	2.5826(0.86157)
T 值		1.698
顯著性		0.048

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

(六)婚姻狀況與工作表現

婚姻狀況以已婚者應答者較高，工作表現平均值為 3.4300 標準差 (0.53213)，人數共計 230 人，工作表現以未婚者較低，工作表現平均值為 3.4650 (標準差 0.51224)人數 20 人。詳細如表

表 4-38 婚姻狀況與工作表現

性別	人數	平均數(標準差)
已婚	20	3.4650(0.51224)
未婚	230	3.4300(0.53213)
T 值		0.283
顯著性		0.634

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

第四節 網路成癮跟涉入程度之分析

本節旨在分析、探討網路成癮跟涉入程度的關係，以期達到本研究之目的。

一、網路成癮跟涉入程度

由表 4-39 網路成癮與涉入程度之迴歸分析結果。結果顯示，涉入程度對網路成癮有顯著的預測力， β 值為正值 0.511。即調查者線上遊戲涉入程度愈高，其網路成癮越高；因此，假設一可獲得支持。結果顯示，詳細如表 4-39。

表 4-39 網路成癮跟涉入程度之迴歸分析結果

變數	β 係數	R 平方	調過後的 R 平方	F 值
網路成癮	0.511**	0.261	0.258	87.619

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

第五節 工作表現跟網路成癮之分析

本節旨在分析、探討工作表現跟網路成癮的關係，以期達到本研究之目的。

一、工作表現跟網路成癮

由表 4-40 工作表現與網路成癮之迴歸分析結果。結果顯示，工作表現對於網路成癮有顯著的預測力， β 值為正值 0.088。即使著迷網路，但其工作表現不受影響；因此，假設二並未獲得支持。結果顯示，詳細如表 4-40

表 4-40 工作表現跟網路成癮之迴歸分析結果

變數	β 係數	R 平方	調過後的 R 平方	F 值
工作表現	0.088*	0.088	0.004	1.948

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

第六節 工作表現跟涉入程度之分析

本節旨在分析、探討工作表現跟涉入程度的關係，以期達到本研究之目的。

一、 工作表現跟涉入程度

由表 4-41 工作表現與涉入程度之迴歸分析結果。結果顯示，工作表現與遊戲涉入程度有顯著的預測力， β 值為正值 0.172。即遊戲涉入程度越高，其工作表現也為受影響；因此，假設三並未獲得支持。結果顯示，詳細如表 4-41

表 4-41 工作表現跟涉入程度之迴歸分析結果

變數	β 係數	R 平方	調過後的 R 平方	F 值
工作表現	0.172	0.030	0.026	7.585

註：** 表顯著水準 0.01

* 表顯著水準 0.05

第七節 效度分析

本節主要就本研究問卷所預測量之各研究變數，進行效度分析，以期本研究問卷確實具測量研究變數之能力，且受測者對問卷之回應亦具代表其本身能力。

效度乃是指一個測量尺度能確實地測量出研究者所要測量事務之程度。而效度的評估有三種不同的模式，從測量的內容與範圍來著手的內容效度；從外在標準契合程度的評估模式所發展出的效標關聯效度；以及強調概念含意釐清的建構效度。從 Kerlinger(1986)所提出，進行效標關聯效度之檢定，結果本量表各項與其總向之相關係數皆大於 0.5 以上，表示量表具有良好之效標關聯效度。

一、 效度分析

(一)涉入程度

涉入 1 與涉入程度之相關係數為 0.466**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 2 與涉入程度之相關係數為 0.753**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 3 與涉入程度之相關係數為 0.685**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 4 與涉入程度之相關係數為 0.872**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 5 與涉入程度之相關係數為 0.896**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 6 與涉入程度之相關係數為 0.880**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 7 與涉入程度之相關係數為 0.868**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 8 與涉入程度之相關係數為 0.890**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 9 與涉入程度之相關係數為 0.881**，顯著水準為(P<0.01)；涉入 10 與涉入程度之相關係數為 0.893**顯著水準為(P<0.01)；故效度值檢驗標準為良好。詳細如表 4-43

表 4-42 涉入程度之迴歸分析結果

		涉入 1	涉入 2	涉入 3	涉入 4	涉入 5	涉入 6	涉入 7	涉入 8	涉入 9	涉入 10	涉入程度
涉入 1	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	1 0	.325** 0	.356** 0	.296** 0	.306** 0	.225** 0	.354** 0	.277** 0	.298** 0	.326** 0	.466** 0
涉入 2	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.325** 0	1 0	.536** 0	.646** 0	.655** 0	.628** 0	.593** 0	.599** 0	.575** 0	.567** 0	.753** 0
涉入 3	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.356** 0	.536** 0	1 0	.556** 0	.522** 0	.509** 0	.499** 0	.482** 0	.490** 0	.490** 0	.685** 0
涉入 4	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.296** 0	.646** 0	.556** 0	1 0	.811** 0	.758** 0	.727** 0	.745** 0	.738** 0	.772** 0	.872** 0
涉入 5	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.306** 0	.655** 0	.522** 0	.811** 0	1 0	.859** 0	.744** 0	.819** 0	.783** 0	.764** 0	.896** 0
涉入 6	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.225** 0	.628** 0	.509** 0	.758** 0	.859** 0	1 0	.770** 0	.827** 0	.788** 0	.783** 0	.880** 0
涉入 7	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.354** 0	.593** 0	.499** 0	.727** 0	.744** 0	.770** 0	1 0	.775** 0	.741** 0	.801** 0	.868** 0
涉入 8	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.277** 0	.599** 0	.482** 0	.745** 0	.819** 0	.827** 0	.775** 0	1 0	.846** 0	.847** 0	.890** 0
涉入 9	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.298** 0	.575** 0	.490** 0	.738** 0	.783** 0	.788** 0	.741** 0	.846** 0	1 0	.879** 0	.881** 0
涉入 10	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.326** 0	.567** 0	.490** 0	.772** 0	.764** 0	.783** 0	.801** 0	.847** 0	.879** 0	1 0	.893** 0
涉入程度	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.466** 0	.753** 0	.685** 0	.872** 0	.896** 0	.880** 0	.868** 0	.890** 0	.881** 0	.893** 0	1

**：在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

(二)網路成癮

網路 1 與網路成癮之相關係數為 0.548**，顯著水準為(P<0.01)；網路 2 與網路成癮之相關係數為 0.581**，顯著水準為(P<0.01)；網路 3 與網路成癮之相關係數為 0.434**，顯著水準為(P<0.01)；網路 4 與網路成癮之相關係數為 0.572**，顯著水準為(P<0.01)；網路 5 與網路成癮之相關係數為 0.524**，顯著水準為(P<0.01)；網路 6 與網路成癮之相關係數為 0.526**，顯著水準為(P<0.01)；網路 7 與網路成癮之相關係數為 0.522**，顯著水準為(P<0.01)；網路 8 與網路成癮之相關係數為 0.588**，顯著水準為(P<0.01)；網路 9 與網路成癮之相關係數為 0.610**，顯著水準為(P<0.01)；網路 10 與網路成癮之相關係數為 1；故效度值檢驗標準為良好。詳細如表 4-44

表 4-43 網路成癮之迴歸分析結果

		網路 1	網路 2	網路 3	網路 4	網路 5	網路 6	網路 7	網路 8	網路 9	網路 10	網路成癮
網路 1	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	1 0	.711** 0	.433** 0	.517** 0	.454** 0	.538** 0	.402** 0	.447** 0	.461** 0	.548** 0	.725** 0
網路 2	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.711** 0	1 0	.509** 0	.579** 0	.549** 0	.510** 0	.470** 0	.489** 0	.524** 0	.581** 0	.778** 0
網路 3	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.433** 0	.509** 0	1 0	.545** 0	.459** 0	.412** 0	.406** 0	.419** 0	.455** 0	.434** 0	.667** 0
網路 4	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.517** 0	.579** 0	.545** 0	1 0	.646** 0	.516** 0	.480** 0	.528** 0	.539** 0	.572** 0	.776** 0
網路 5	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.454** 0	.549** 0	.459** 0	.646** 0	1 0	.573** 0	.508** 0	.636** 0	.566** 0	.524** 0	.770** 0
網路 6	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.538** 0	.510** 0	.412** 0	.516** 0	.573** 0	1 0	.725** 0	.598** 0	.574** 0	.526** 0	.778** 0
網路 7	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.402** 0	.470** 0	.406** 0	.480** 0	.508** 0	.725** 0	1 0	.684** 0	.657** 0	.522** 0	.763** 0
網路 8	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.447** 0	.489** 0	.419** 0	.528** 0	.636** 0	.598** 0	.684** 0	1 0	.740** 0	.588** 0	.798** 0
網路 9	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.461** 0	.524** 0	.455** 0	.539** 0	.566** 0	.574** 0	.657** 0	.740** 0	1 0	.610** 0	.799** 0
網路 10	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.548** 0	.581** 0	.434** 0	.572** 0	.524** 0	.526** 0	.522** 0	.588** 0	.610** 0	1 0	.783** 0
網路成癮	Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.725** 0	.778** 0	.667** 0	.776** 0	.770** 0	.778** 0	.763** 0	.798** 0	.799** 0	.783** 0	1

**：在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

(三)工作表現

工作 1 與工作表現之相關係數為 0.334**，顯著水準為(P<0.01)；工作 2 與工作表現之相關係數為 0.188**，顯著水準為(P<0.01)；工作 3 與工作表現之相關係數為 0.282**，顯著水準為(P<0.01)；工作 4 與工作表現之相關係數為 0.288**，顯著水準為(P<0.01)；工作 5 與工作表現之相關係數為 0.260**，顯著水準為(P<0.01)；工作 6 與工作表現之相關係數為 0.464**，顯著水準為(P<0.01)；工作 7 與工作表現之相關係數為 1；工作 8 與工作表現之相關係數為 0.171**，顯著水準為(P<0.01)；工作 9 與工作表現之相關係數為 0.377**，顯著水準為(P<0.01)；工作 10 與工作表現之相關係數為 0.088；故效度值檢驗標準為良好。詳細如表 4-45

表 4-44 涉入程度之迴歸分析結果

	工作 1	工作 2	工作 3	工作 4	工作 5	工作 6	工作 7	工作 8	工作 9	工作 10	工作表現
工作 1 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	1 0	.589** 0	.523** 0	.398** 0	.147* 0.02	.347** 0	.334** 0	.228** 0	.139* 0.028	0.06 0.341	.646** 0
工作 2 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.589** 0	1 0	.567** 0	.460** 0	.146* 0.021	.248** 0	.188** 0.003	.323** 0	0.037 0.559	0.095 0.134	.626** 0
工作 3 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.523** 0	.567** 0	1 0	.550** 0	.214** 0.001	.403** 0	.282** 0	.353** 0	.152* 0.016	.152* 0.016	.722** 0
工作 4 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.398** 0	.460** 0	.550** 0	1 0	.167** 0.008	.322** 0	.288** 0	.329** 0	.165** 0.009	0.099 0.12	.656** 0
工作 5 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.147* 0.02	.146* 0.021	.214** 0.001	.167** 0.008	1 0	.402** 0	.260** 0	.131* 0.039	.125* 0.049	0.015 0.81	.449** 0
工作 6 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.347** 0	.248** 0	.403** 0	.322** 0	.402** 0	1 0	.464** 0	0.074 0.247	.331** 0	0.1 0.114	.636** 0
工作 7 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.334** 0	.188** 0.003	.282** 0	.288** 0	.260** 0	.464** 0	1 0	.171** 0.007	.377** 0	0.088 0.167	.604** 0
工作 8 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.228** 0	.323** 0	.353** 0	.329** 0	.131* 0.039	0.074 0.247	.171** 0.007	1 0	0.09 0.157	.315** 0	.538** 0
工作 9 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.139* 0.028	0.037 0.559	.152* 0.016	.165** 0.009	.125* 0.049	.331** 0	.377** 0	0.09 0.157	1 0	0.052 0.414	.458** 0
工作 10 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	0.06 0.341	0.095 0.134	.152* 0.016	0.099 0.12	0.015 0.81	0.1 0.114	0.088 0.167	.315** 0	0.052 0.414	1 0	.369** 0
工作表現 Pearson 相關 顯著性 (雙尾)	.646** 0	.626** 0	.722** 0	.656** 0	.449** 0	.636** 0	.604** 0	.538** 0	.458** 0	.369** 0	1

** 在顯著水準為 0.01 時 (雙尾)，相關顯著。

* 在顯著水準為 0.05 時 (雙尾)，相關顯著。

第五章 結論與建議

本研究以線上遊戲涉入程度網路成癮延伸職場表現以線上遊戲魔獸世界為例，研究線上遊戲涉入程度以及網路成癮延伸職場表現之關係，並提出各項研究問題及假設。本章首先依據研究問題、體論推論與驗證結果，提出研究的重要結論，並提出管理實務上的建議，其次則分別說明本研究的研究限制及對後續研究者提出未來可研究的方向。

第一節 結論

本研究的問題為涉入程度、網路成癮、工作表現的關係有待發現，以其影響變數之間的關係。茲以本研究證實資料發現，加以回答如下：

一、基本資料與線上遊戲涉入程度、網路成癮、工作表現之影響

(一)性別與涉入程度

涉入程度以男性應答者較高，涉入程度平均值為2.6920(標準差1.05175)，相較之下女性較低，涉入程度平均值為2.5947(標準差0.92242)。以男性來說因為比較喜愛3C產品以及容易因為新的遊戲上市而著手研究，相較之下女性對這方面的興趣不高，所以我們結論是男性較容易因為線上遊戲而受到影響。

(二)性別與網路成癮

網路成癮以男性應答者較高，網路成癮平均值為2.7387(標準差0.89379)，網路成癮以女性較低，網路成癮平均值為2.4558(標準差0.87188)。以男性來說因為就是喜歡上網以及玩遊戲進而沉迷，所以結論是男性比較容易網路成癮。

(三)性別與工作表現

工作表現以男性應答者較高，工作表現平均值為2.7387(標準差0.89379)，工作表現以女性較低，工作表現平均值為2.4558(標準差0.87188)。以男性來說對於工作這種事情，為了力求表現而升遷，工作表現自然會力求完美，而且也可能為了要養家活口而不得不努力工作，所以結論是男性會比女性更在乎工作。

(四)婚姻狀況與涉入程度

婚姻狀況以未婚者應答者較高，涉入程度平均值為 2.5896(標準差 0.95920)，涉入程度以已婚者較低，涉入程度平均值為 3.3200 (標準差 1.16556)，。以未婚者來說，畢竟單身較自由，生活也較不受限，時間掌控方面是由自己去掌握，已婚者則會以家庭為重，自然就不會對於網路遊戲涉入太深。因此結論就是未婚者線上遊戲的涉入程度會較深。

(五)婚姻狀況與網路成癮

婚姻狀況以未婚者應答者較高，網路成癮平均值為 2.5826 標準差(0.86157)，人數共計 230 人，網路成癮以已婚者較低，網路成癮平均值為 2.9350 (標準差 1.14812)。以未婚者來說，時間完全就是自己的，會比已婚者多出很多屬於自己時間，因此結論就是未婚者對於網路成癮程度會較深。

(六)婚姻狀況與工作表現

婚姻狀況以已婚者應答者較高，工作表現平均值為 3.4300 標準差(0.53213)，，工作表現以未婚者較低，工作表現平均值為 3.4650 (標準差 0.51224)。以已婚者來說，畢竟已經成家立業，很有可能賺一份薪水要飽餐全家，所以會更加努力工作力求表現以及升遷，因此已婚者會比未婚者工作來的認真。

二、涉入程度、網路成癮與工作表現之相互影響

(一)涉入程度與網路成癮之影響

涉入程度與網路成癮之關係呈正相關($r=0.511$)，顯著水準為 2 顆星($P<0.01$)；因此線上遊戲的涉入程度深淺會相對的造成對於網路有成癮的狀態。

(二)涉入程度與工作表現之影響

涉入程度與工作表現之關係呈正相關($r=0.172$)，顯著水準為 2 顆星($P<0.01$)。因此線上遊戲的涉入程度深淺會相對的造成工作上面的影響。

(三)網路成癮跟工作表現之影響

網路成癮與工作表現之關係呈現無相關($r=0.088$)，也無預測力。網路成癮與工作表現呈現無相關，可能原因是雖然會上網抒發工作情緒，但不至於會到上癮

的程度，也就不會因為過度而對於工作造成影響。

三、網路成癮與涉入程度之關係

經由相關係數分析顯示：網路成癮與涉入程度呈正相關($r=0.258$)，；此外經由迴歸分析結果顯示，網路程度與涉入程度有顯著的預測力， β 值為正值 0.511^{**} ，顯著水準達 2 顆星($P<0.01$)。即調查遊戲涉入的程度越高，就是說只要有在玩線上遊戲的人其網路成癮越高，因為你會越想要升等級比別人更加強，就理所當然的會把心思一直花在線上遊戲裡；因此，假設一可獲得支持。

四、工作表現與網路成癮之關係

經由相關係數分析顯示：工作表現與網路成癮呈正相關($r=0.004$)，；此外經由迴歸分析結果顯示，工作表現與網路成癮有顯著的預測力， β 值為正值 0.088^{**} ，顯著水準達 2 顆星($P<0.01$)。即便是沉迷於網路遊戲中，也不會因為說為了想要玩遊戲而把工作丟在一旁，讓自己的工作能力降低，或是給老闆罵跟扣薪水，所以即便是沉迷網路，但其工作表現不受到影響；因此，假設二並未獲得支持。

五、工作表現與涉入程度之關係

經由相關係數分析顯示：工作表現與網路成癮呈正相關($r=0.026$)，；此外經由迴歸分析結果顯示，工作表現與涉入程度有顯著的預測力， β 值為正值 0.172 ，即結果顯示，遊戲玩的涉入程度越高，在工作方面上也是會受到影響，就好比說自己在現實生活工作上是一個很自閉的人很沒有自信的人很沒有威嚴的人，也不會說話的人，相反的卻在遊戲裡是一個，個性開朗，豪爽的人，等級也比人高一等，甚至還會有女生喜歡之類，所以遊戲涉入程度越高，其工作表現也為受到影響；因此，假設三並未獲得支持。

第二節 研究建議

綜合問卷分析之結果，魔獸世界在製作與行銷上仍有許多地方可以改善，提出相關建議給遊戲業者在未來營運政策上及執行上之參考。

一、實務上的建議

根據分析結果得知，年輕未婚及學生族群占大部分，所以遊戲公司應該朝男性玩家去推廣，可以找年輕的演藝人員及模特兒做代言，相信會有更好的效果。

遊戲涉入程度與遊戲的流暢度和遊戲獎勵多元性較為注重，因此魔獸世界遊戲系統的公司能以流暢度及獎勵多元性為第一考量，才能得到玩家們的認同。

學歷方面：本研究統計，線上遊戲的玩家，以大學生學歷居多，遊戲廠商可以設計較多元性的內戰模式，以利符合玩家的需求。

年齡部分：因魔獸世界玩家以年輕人居多，所以廠商應鎖定年輕族群部分，加以宣傳。

在婚姻狀況：本研究統計以未婚的玩家居多，魔獸世界遊戲廠商可以加強遊戲內的社群功能，讓更多的玩家能夠有機會認識異性！

在職業方面：本研究統計，線上遊戲魔獸世界，以學生玩家居多，魔獸世界遊戲廠商可針對學生族群提供較優惠的遊戲獎勵方案，並降低遊戲軟體價格，使更多學生玩家可以接受。

二、後續研究的建議

(一) 本研究問卷主要針對新竹地區的線上遊戲玩家做分析研究，因此建議後續研究者可以針對更多部地區的線上遊戲玩家進行問卷的發放，更可以增加研究可信度。

(二) 本研究僅限於線上遊戲魔獸世界做為研究對象，因此後續研究者可以針對更多不同形式的線上遊戲做為研究，例如～天堂，聖境傳說等等，以了解更多不同玩家對線上遊戲的看法。

(三) 本研究問卷發放數量為 3 5 0 份，實際回收數量為 2 5 0 份，建議後續研究者可以擴大問卷數量，更可以增加研究的可信度。

參考文獻

中文部分:

孫昱倫，2009，線上遊戲玩家遊憩專門化與認真性休閒關係之研究，靜宜大學觀光事業學系，碩士論文，碩博士論文網。

蔡麗珍，2007，不同屬性照顧服務員工作投入、工作滿足、工作表現相關因素之探討-以中部某教學醫院為例，亞洲大學長期照護研究所，碩士論文，碩博士論文網。

蔡慧郁，2007，成人學習者應用網路學習策略與學習成效關係之研究，國立中央大學成人及繼續教育研究所，碩士論文，碩博士論文網。

賴品立，2006，多人線上遊戲成癮之實證研究，國立成功大學交通管理科學研究所，碩士論文，碩博士論文網。

張雅惠，2002，網際網路對公關人員之溝通滿意、工作滿意與資訊焦慮之影響，國立中山大學傳播管理研究所，碩士論文，碩博士論文網。

陳淑莞，2009，國小高年級學童線上遊戲涉入程度與攻擊行為相關性之研究-以台南市為例，國立台南大學社會科碩士班，碩士論文，碩博士論文網。

溫婉玉，2009，大學生自我態度、人際關係和網路使用情形，國立台灣師範大學健康促進與衛生教育學系研究所，碩士論文，碩博士論文網。

林陽助、黃士明，2005，廣告主張、恐懼性訴求、涉入程度對廣告效果影響之研究，東吳經濟商學學報。

中華心理學刊 民94，47卷，3期，289-309

英文部分:

Apsler, R. , & Sears, D. O. (1968). Warning, personal involvement, and attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*

Festinger, L. (1957) *A theory of cognitive dissonance*, Stanford, CA: Stanford University Press

Freedman, 1964, Lawrence & Festmger

Lastovicka, David M. Gardner (1978), "Lowinvolvement Versus High involvement cognitive structures

Mitchell (1981), "the dimensions of advertising involvement Engel and lackwell, 1982, *Consumer behavior*

Rothschild, M. L., "Perspectives in involvement: current problem and future Sherif and Cantril, 1947, *The psychology of ego-involvements, social attitudes & identificationsdirections*",*Advances in Consumer Research*

Zaichkowsky, J. L., "Measuring the Involvement Construct", *Journal of ConsumerResearch*, Vol. 12, December 1985

Zimbardo, P.G., Weisenberg, M, Firestone, I. and Levy, B. (1960). Communicator effectiveness in producing public conformity and private attitude change, *Journal of Personality*

附錄 問卷

親愛的先生、小姐您好:

這是一份關於『線上遊戲涉入程度、網路成癮與工作表現之探討-以魔獸世界為例』的學術問卷。本研究僅供專題報告之使用，並採用匿名的方式，請您安心，耐心填答。您的寶貴意見將對於本研究有極大的幫助，謝謝您的合作。

敬祝您:

身體健康、萬事如意

大華技術學院 行銷與流通管理系
 指導老師：梁應平 老師
 研究學員：劉玉婷 黃鈺茹 曾卉臻

第一部份 魔獸世界的涉入程度

當您選擇魔獸世界時，對於遊戲中的各個特色，就請您依照直覺選擇適當的答案。

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 我最喜歡的遊戲類型是線上遊戲.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 玩過魔獸世界之後很難再去玩其他線上遊戲.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 魔獸世界是堪稱線上遊戲的經典.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 我很清楚魔獸世界中，遊戲內的各項任務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 在魔獸世界中，我總是很順利解決任務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 在魔獸世界中，我總是能順利拿下戰場勝利.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 我總是希望能了解更多魔獸世界的遊戲知識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 在魔獸世界中，我總是很順利的清完副本.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 我很清楚魔獸世界副本攻略的方式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 我很清楚魔獸世界戰場的攻略方式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分 網路成癮

當您選擇玩線上遊戲時，就請您依照直覺選擇適當的答案。

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 別人不只一次告訴我，我花了太多時間在線上遊戲上.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 我發現自己玩線上遊戲的時間越來越長.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 網路斷線或接不上時，我覺得自己坐立不安.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 不管再累，玩線上遊戲時總是很有精神.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 我每天早上醒來，第一件事就是想到玩線上遊戲.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 玩線上遊戲對於我的人際關係已造成一些的影響.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 因為玩線上遊戲的關係，我與朋友的互動減少了.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 我只要有一段時間沒玩線上遊戲就會情緒低落.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 我不能控制自己想玩線上遊戲的衝動.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 我曾不只一次因為玩線上遊戲而睡眠不足.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部份 工作表現

就您依照目前的工作表現，請您依照直覺選擇適當的答案。

	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1 我在工作時總是有很好的表現.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 我在工作時總是出席正常.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 我在工作時總是全力以赴.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 有時我對工作上的錯誤會感到自責.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 生活裡的其他事情比工作來的更重要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 過去我對工作很關心，但現在有其他事情對我來說更重要...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 對我而言，工作只是生活的一小部分.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 即使在沒有加班費的情況下，我也會把工作做完.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 很多時候，我想留在家裡而不去上班.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 對我而言，工作比其他事情更重要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部分

以下是關於您的基本資料，這些資料僅供電腦統計分析之用，絕不會對外發表，請在適當的答案空格中打『√』。本研究絕對會盡到保密之責，請安心作答。

謝謝您的合作

- 1.性別 男 女
- 2.年齡 20 歲以下 21-30 歲 31-40 歲 41-50 歲 51 歲以上
- 3.學歷 國中以下 高中職 專科 大學 研究所以上
- 4.職業 學生 服務業 軍公教 工業 商業 金融業 家管
- 5.婚姻狀況 未婚 已婚
- 6.薪資月所得 20000(含)以下 20001-30000 元 30001-40000 元 40001-50000 元
 50001 以上

以上問卷到此結束，謝謝您的合作