

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：吳素倩 老師

時空跨越——2.5次元ACG文化之初探

Crossover : 2.5D of the ACG Culture

學生：薛怡冠 撰

中華民國一百〇二年十月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

時空跨越——2.5次元ACG文化之初探

Crossover : 2.5D of the ACG Culture

學生：薛怡冠 撰

指導老師簽名：

中華民國一百〇二年十月

系所章戳：

## 謝辭

雖然早已明白完成一篇論文是件絲毫不容易的大工程，但藉由這次學士論文經過自己親身體驗後，才真正切身清楚了解多麼得來不易。這次撰寫學士論文的經驗無論是學識能力或者學術經驗都讓我確確實實地上了一課，各方面都學習到許多。

首先在這裡表達對於吳素倩老師指導深深的感謝，感謝老師總是願意在課後繁忙之餘，特地撥空出來與我討論論文的各種細節，指出我在研究分析以及格式安排上的種種疏漏或缺失，如果沒有老師的指教這篇論文絕對沒有辦法完成。除此之外也要感謝我的雙親，在我因為種種瓶頸與挫折，而感到沮喪疲憊甚至退縮時，總是鼓勵著我、扶持著我前進，讓我更加明白家是永遠的避風港。如果沒有能接受我從小養成對於 ACG 喜好的環境，或許將永遠沒有機會與這麼有趣的題目相遇，能夠以自己的喜好完成人生中第一篇論文，藉由這次學士論文的機會深深感受您們對我開明的教育。當初決定論文題目，乃至通篇撰寫的過程甚至是最後完稿，從頭到尾都沒有與家人談論或商量，也感謝您們包容我的任性與恣意妄為。

最後要感謝我的友人，同時是同班同學的葉冠妤，在無數個辛苦趕著進度的大半夜，正是因為互相激勵、互相幫助才得以熬過而有今天。還有緊接著我們之後也開始準備論文的張庭瑋學妹，這一年多來總是受到多方協助。以及認識長達七年之久高中時代開始的友人們，雖然現在分散在各個學系或學校，但大家總是支持著彼此的心情，長久以來一直都是無可取代得溫暖著我。

這篇論文作為我個人首次撰寫研究論文的嘗試，尚有許多能力所不能及，以及各種原因所造成的缺失與不成熟之處，還請各位先進多多包涵指教。

## 摘要

ACG 作為一種文化，從外來文化到在台灣產生其獨立不同於日本的脈絡與變革，從青少年文化到廣布各齡層的休閒文化，ACG 作為一種次文化的影響力已不容忽視，也不應該再被排除於社會學文化研究的領域之外。「2.5 次元」為 ACG 文化中所產生的一個新名詞，本研究即是對於「2.5 次元」背後所涵蓋的意義究竟為何，它所闡述的是對於 ACG 文化中哪一部分的內涵，進行初步的探討與研究。

本論文使用質性研究，研究方法採文本分析輔以訪談。「2.5 次元」作為 ACG 文化所衍生之產物，同時自然也與 ACG 文化之迷文化的性質無法分離。利用文獻回顧得出「2.5 次元」的四個面向：中介性、動漫文本、商業性、社會文化，其中動漫文本的聲優、COSPLAY、PVC 模型/公仔，以及商業性與社會文化的聖地巡禮，加上「2.5 次元」介於現實與虛擬性質的 VOCALOID 與 ACG 文本改編舞台劇，共計六個項目，進行個別的文本分析，與其項目的迷的訪談。

經分析後研究結果顯示，「2.5 次元」與消費兩者之間具有的不可分離性，對於其真實與虛擬的人事物乃至於符號的消費，是一種文本的消費。此外「2.5 次元」也具備能夠作為符碼擷取與拼貼的功能，將各種人事物元素視為符碼加以切割或拼貼，進行各種意義的賦予，這樣的過程時常是依賴迷的想像來完成的。

關鍵字：次文化、迷文化、消費

## Abstract

ACG has a powerful impact on both juvenile culture and leisure recreations of different generations. As a sub-culture, ACG originated from Japan but transformed in many aspects in Taiwan. Accordingly, the researches in ACG shouldn't be neglected and eliminated in sociological study. The **2.5 Dimension** is a new term derived from the ACG cultures. The study of this thesis aims at the researches on implications and relating fields of the 2.5 Dimension.

The approaches adopted in this thesis are qualitative research method, text analysis and interview. Being a derivative from the ACG culture, the 2.5 Dimension cannot be separated from the fan cultures. Literature reviews conclude four features in the 2.5 Dimensions: inter-media, ACG texts, commerce and social cultures. In this thesis, related six items are respectively analyzed and interviewed with fans. The six items are voice actor/actress, COSPLAY(COSER), PVC model, commercial and social culture-oriented sight-seeing, vocalloid in virtual-reality and text-adapted drama.

The research reveals the intimate relation between the 2.5 Dimension and consumption. The consumption involved in real or virtual figures or materials is actually the consumption of ACG texts. On the other hand, the 2.5 Dimension plays a crucial role in re-composing and connecting different factors, which largely depends on the imagination of the fans.

Key words: sub-culture, fan cultures, consumption

# 目錄

## 內容

謝辭.....	I
摘要.....	II
Abstract.....	III
目錄.....	IV
第一章 緒論.....	2
第一節 前言.....	2
第二節 研究動機與目的.....	3
第三節 名詞解釋/澄清.....	4
第二章 文獻回顧.....	6
第一節 「2.5次元」概念.....	6
第二節 迷文化參考文獻.....	8
第三章 研究方法.....	11
第一節 研究方法及其相關.....	11
第二節 預期發現.....	13
第四章 研究分析.....	14
第一節 聲優.....	14
第二節 COSPLAY.....	16
第三節 PVC 模型/公仔.....	17
第四節 VOCALOID.....	18
第五節 改編舞台劇.....	20
第六節 聖地巡禮.....	21
第五章 結論.....	23
第一節 研究結果與討論.....	23
第二節 研究限制與未來建議.....	24
附錄.....	26
附錄一 問卷：受訪者填寫部分.....	26
附錄二 問卷：研究者口頭訪問部分.....	27
參考書目.....	29

# 第一章 緒論

## 第一節 前言

「2.5 次元」用最簡單的方式而言，若將 2 次元視為虛擬，3 次元視為現實的二分法之下，「2.5 次元」即是介於 2 次元與 3 次元之間的中間地帶，它同時既是虛擬卻也包含體現了部分的現實。對於「2.5 次元」較為詳細的概念將會於第三節名詞解釋之處說明。

「2.5 次元」是附屬於 ACG 文化而生的產物，因此在進入「2.5 次元」的主題之前，要先從 ACG 文化本身整體脈絡進行初步的討論。在現今日本社會中，ACG<sup>1</sup>已經由極少數人且多為青少年之間的同好交流，發展成為一龐大的次文化群體，ACG 以及其相關周邊產業也在經濟體上佔有不可忽視的位置。以日本的動畫產業舉例來說明。現今日本的動畫產業市場規模約 2000 億左右日圓，目前最高峰是出現在 2006 年時高達 2415 億日圓，2010 年時則呈現連續兩年增加狀態(竹內 愛，2011)。

同樣台灣在近二十年以來，以 ACG 為興趣喜好的次文化群體逐步產生、鞏固，且性質與日本的 ACG 同好群體類似。ACG 在台灣社會的次文化中佔有一定比例已是明確的事實。以台灣各大學的 ACG 相關性質社團來說明。由於當時並無留存明確的文獻及統合紀錄，根據維基百科撰寫人訪談取得之資料<sup>2</sup>，台灣的大學 ACG 相關社團最早始於 1987 年至 1989 年相繼成立的清華大學光畫社、成功大學漫畫社、成功大學動畫社、臺灣大學卡通漫畫研究社，共 4 所。現存有 ACG 相關社團的大學含技術學院等則有 70 餘所<sup>3</sup>。

台灣相關產業的部分，以大型展覽會來說明。台灣目前舉辦和 ACG 有關連的展覽會分別為台北國際書展(TIPB)、台北國際電玩展(TGS)、台北國際動漫節(TCA)。TIPB 台北國際書展自 2000 年第八屆起於世貿二館設有漫畫區，2005 年第 13 屆起世貿二館全館規劃為漫畫書區<sup>4</sup>。TGS 台北國際電玩展。TCA 台北國際動漫<sup>5</sup>節於 2013 年 2 月 14 至 18 日舉辦第一屆展覽，和第二十一屆 TIPB 國際書展舉辦日期 2013 年 1 月 30 至 2 月 4 日相距不到一個月，且比較兩者參展廠商名

<sup>1</sup> ACG 為動畫(Animation)、漫畫(Comic)、遊戲(Game)三者合稱的簡稱。詳細的名詞解釋將在第一章第三節「名詞解釋/澄清」中說明。

<sup>2</sup> 引用自 wikipedia 維基百科《臺北大學卡通漫畫社》頁面，《簡史》項目中撰寫人之說明。

<sup>3</sup> wikipedia 維基百科《分類:台灣動漫畫社團》條目。

<sup>4</sup> TIPE 台北國際書展官方網站《1987-2010 歷屆書展回顧》頁面。

<sup>5</sup> 和 ACG 詞意類似，在華語圈內兩者混用情況極為普遍。詳細的名詞解釋將在第一章第三節「名詞解釋/澄清」中說明。

單，可以發現許多 ACG 相關出版廠商並無於 TIPB 國際書展參展<sup>6</sup>，且 2013 年度第二十一屆 TIPB 國際書展入場人次呈現下滑，與 TCA 台北國際動漫節舉辦兩者間應不無關係，由此能推測往後 ACG 相關展覽會可能以 TCA 台北國際動漫節為主力的發展趨勢。

然而台灣社會學的文化相關研究，對於 ACG 這塊次文化領域的研究依然相對稀少，是一個值得拓展並深加了解的社會學文化研究之方向。其中本論文研究主題的「2.5 次元」為近年出現的新名詞，無論在日本或是台灣都是非常嶄新的概念，且定義及內容上有許多能夠探討的空間，因此希望藉由此篇論文能夠對「2.5 次元」這個概念進行初步的探討。

## 第二節 研究動機與目的

雖然現今 ACG 已發展成一個不只限定於青少年族群內的文化，但不可否認至少在台灣 ACG 文化仍是以青少年為主要族群的領域。根據李衣雲在《讀漫畫》一書中對於這樣的情形，認為其理由為青少年屬於社會中的弱勢，所以其讀物也被視為「較低程度」且可被貶抑的文化，使其被排除到文化場域的邊陲(李衣雲，2012)。另外陳仲偉在《日本動漫畫的全球化與迷的文化》一書中，對於動漫畫作為學術研究的價值，認為在現今台灣的社會文化研究，應提出一種從自我的生活世界認識進而對自我產生理解的研究取向(陳仲偉，2009)。總而言之，ACG 作為當代文化的一環存在於社會中已是不可否認的事實，應有其作為當代文化研究的重要性。

在個人的部分，由於筆者從小便長期透過書本及閱聽媒介等，對 ACG 文化多有接觸，並且對於此領域產生濃厚的興趣，認為能藉由撰寫學術論文機會，對自己感興趣之領域做一個粗淺的研究。此外也希望能藉由撰寫此篇論文，提出 ACG 作為一種次文化，具備有進行學術研究的價值證明，以及筆者個人身為 ACG 同好，面對社會大眾對於 ACG 異色眼光對待的去污名化追求，因此選擇此研究題目。

本研究為探索型研究，想要對「2.5 次元」作為一種文化的性質及意義進行探討。雖「2.5 次元」整體仍有許多尚待探討之處，但筆者根據目前可知的相關資料，研擬出主要的研究問題如下。

1. 「2.5 次元」和現實與虛擬之間的關係為何？
2. 「2.5 次元」之於 ACG 文化有何影響？

---

<sup>6</sup> 此段落關於台北國際動漫節與國際書展之相關資料，皆引自台北國際動漫節官方網站《廠商資訊》頁面，與 TIPB 國際書展官方網站《參展出版社名單》頁面之二館部分。



### 第三節 名詞解釋/澄清

由於本論文內容涉及許多 ACG 相關的專有名詞以及慣用語彙，因此統一在此章節做本文內出現的所有特殊名詞之解釋。另外，由於部分詞彙定義較為分歧或已無法考證起源，為確保本章之詞彙定義的正確性及公信力，除參考書目及文獻外主要以多數 ACG 同好使用之日本線上視頻網站 NICONICO 動畫(ニコニコ動画)<sup>78</sup> 所附帶的 NICONICO 大百科，以及 wikipedia 維基百科上之內容為準彙整而成。

#### 1. ACG

動畫(Animation)、漫畫(Comic)、遊戲(Game)三者合稱的簡稱。

泛指動畫、漫畫、遊戲，以及其相關文化時所泛稱之詞彙，最早是源自 BBS 上對於動畫、漫畫、遊戲此類文化相關評論的專版名稱「ACG REVIEW」而來，如今在華語圈內已被普遍使用(傻呼嚕同盟，2009)。

在本論文中以 ACG 作為動畫、漫畫、遊戲，以及其相關文化的統稱。

#### 2. 動漫

和 ACG 詞意類似，為動畫和漫畫兩詞的結合，在華語圈內兩者混用情況極為普遍。由於最早起源已不可考，根據維基百科「動漫」的條目內容，最早可考證此一詞彙的起源為 1998 年創刊的動漫資訊月刊《動漫時代(Anime Comic Time)》。<sup>9</sup>

#### 3. 2 次元(2 Dimension)

2 次元原先的定義即為數理上的二維(2D)空間，指的是只有 X 軸 Y 軸的平面空間。在 ACG 同好之間被轉用為漫畫和動畫等虛擬人物角色或其世界觀所存在的空間。<sup>10</sup>在與 ACG 中 2 次元相對的概念下，3 次元即指現實世界。<sup>11</sup>

#### 4. COSPLAY

根據台灣在 2007 年出版的專書《變身天使寇詩兒》裡對於 COSPLAY 的定義如下。

動漫畫、電玩、小說、電影、布袋戲等等的愛好者，以服裝、彩妝、道具、髮型等外在的裝扮以及模仿人物言行，將所喜愛的特定作品內之人物角色予以實體化的行為(倪逸蓁 等，2007)。

<sup>7</sup> 但不限於 ACG 同好間使用，是類似於 youtube 的大型視頻投稿和視聽網站。

<sup>8</sup> wikipedia 維基百科《ニコニコ動画》頁面，《主な動画》項目。

<sup>9</sup> wikipedia 維基百科《動漫》頁面，《歷史源流》項目。

<sup>10</sup> ニコニコ大百科 niconico 大百科《2 次元》頁面。

<sup>11</sup> ニコニコ大百科 niconico 大百科《3 次元》頁面。

## 5. 聲優

日本稱呼職業配音員的詞彙，漢字寫作「声優」。工作內容主要為動畫和遊戲的配音，另外也有外語電影的配音、歌手、舞台劇等其他活動(靳麗芳，2012)。

## 6. VOCALOID

VOCALOID 為ヤマハ(YAMAHA)所開發的音聲合成技術應用軟體的總稱，輸入旋律、歌詞等素材後就能編成人聲樂曲。其中 2007 年 8 月底發售的模組「初音ミク(初音未來)」創下極高的銷售量，使得 VOCALOID 在日本特別是 ACG 族群市場上嶄露頭角(劍持、大下，2008)。

## 7. 聖地巡禮

聖地巡禮原先的定義為到具有宗教意義的重大地點拜訪，為一種信仰性質的朝聖之行為。在 ACG 同好之間是指到動畫或漫畫等 ACG 作品中故事發生的地點，或是以現實中該地點為故事中虛擬地點範本之處，進行旅遊和參觀。

<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> ニコニコ大百科 niconico 大百科《聖地巡礼》頁面。

## 第二章 文獻回顧

### 第一節 「2.5 次元」概念

本篇論文最主要參考文獻為余曜成〈2.5 次元的特性，新名詞的舊現象之再現〉，此一專文針對「2.5 次元」的性質以及意義，做一個簡單的整理和探討。

余曜成指出，「2.5 次元」並非真正的新議題，其實早已在諸多場合被解釋，只是由於單一思考方向的理解，使得其全貌無法被看清。這篇文獻同時也歸納出「2.5 次元」的主要四個面向，對於「2.5 次元」其性質及進行探討。

#### 1. 中介性

中介性是「2.5 次元」最容易被了解的概念。主要是在說明 2.5 次元作為一種概念所包含的工具性及過程。如果以電腦來比喻，就如同電腦使用者必須藉由語言程式與電腦溝通，才能順利使用電腦完成欲達成之作業目的。余曜成在此將高階程式語言和視窗視作「2.5 次元」的工具，電腦本體視作 2 次元<sup>13</sup>，人類意圖和無基質的電腦溝通視作 3 次元，這個交互聯繫過程即是「2.5 次元」功能性涵義的展現。

中介性如果變得較為簡易、親近，沒有任何阻隔，其滲透性、擴散力將變得無所不在(ubiquitous)。同時在基於上面的論述，「速度」扮演了關鍵的角色，在此引述原文以 CG 動畫所作之說明段落來做說明。

製造的速度愈快，愈需要與機器親近，也愈加需要 CG 配合，一般動畫電影、電視動畫不用再說，現在哪部實體電影不用 CG 動畫的搭配？反而是導致真實亦不真實，三次元的電影一直被二次元的拉力吸引著，究竟看一般電影我們還能大聲說，我們在看真實的電影嗎？

#### 2. 動漫文本的延伸

動漫文本的延伸，是「2.5 次元」多次經常被提起的概念。在此舉出三個主要類別如下。

##### A. 聲優<sup>14</sup>

現今的動畫製作，除了拍攝技術和電腦技術，使得角色能栩栩如生之外，背景音效和角色的配音，更讓文本有了新的想像。其中聲優藉由配音，讓原先只存在於動漫文本即 2 次元平面的角色賦予生命，使得閱聽人能直接感受到角色「實際」樣貌。

---

<sup>13</sup> 詳見第一章第三節之名詞解釋。為強調「二次元」此一詞彙的專有名詞性質，以及和「2.5 次元」在撰寫格式上統一，故採阿拉伯數字「2 次元」的寫法。

<sup>14</sup> 詳見第一章第三節之名詞解釋。

不過動畫仍有藉由視覺感官的輔助，聲優之於「2.5次元」其中的翹楚莫過於廣播劇。漫畫、輕小說的文本性質較需要閱聽人自行想像和形塑角色，如果將這類性質的作品改編成廣播劇，加上聲優配音後，閱聽人便能具體藉由角色聲音對於角色產生真實化的感覺。

## B. COSPLAY

角色扮演即 COSPLAY 屬於形象上的真實化。ACG 同好以扮演角色的外在和神態的方式，將對於 2 次元文本的喜愛，以及希望與角色乃至作品融合為一，表現於外。

如果我們以將 2 次元視為虛擬，3 次元視為現實的觀點來看，「2.5 次元」便是 COSPLAYER<sup>15</sup> 即從事角色扮演者的場域。COSPLAYER 與其扮演的虛擬人物，同時也和現實的人(例如攝影師)兩者進行對話，同時只有在同人誌<sup>16</sup> 展覽場<sup>17</sup> 等包含「2.5 次元」場域活動場合他們才能不受干擾自由活動。

## C. PVC 模型/公仔玩偶

PVC 模型/公仔玩偶同屬於動漫文本的延伸，動漫畫中會有對於人物、機械等設定，模型造型師和鑄模師正式借助這些為參考資料，將 2 次元所架構的設定擬態化，同時原先設定的真實性也再次被檢驗。

擬態的成品即 PVC 模型/公仔玩偶被閱聽人操弄和把玩，也讓閱聽後的消費者感受到存在有 2 次元概念的 3 次元產物感奇妙感受。

---

<sup>15</sup> 又可簡稱為 COSER，指的是角色扮演者。另 cos 可作動詞用，為進行角色扮演之義，同義詞為「出角」。

<sup>16</sup> 同好者自費出版的作品，源起自日本文學界。在 ACG 領域中大體上包含原創(完全自創)，及二次創作(以既有 ACG 文本重新詮釋或加以衍生)兩大種類。由於現在媒體形式多元，創作形式不限於紙本，亦有音樂、影片等，但目前仍只有紙本類稱為同人誌(李衣雲，2012)。

<sup>17</sup> 此處 指同人誌即賣會活動，同人誌作者會在活動場地內進行同人誌的販售，以達與同好交流之目的。通常同人誌販售活動會伴隨 COSPLAYER 到場參與，日本規模最大的即賣會 Comic Market(コミックマーケット)，以及台灣兩大即賣會 Fancy Frontier(FF)與 Comic World Taiwan(CWT)皆是如此。

### 3. 商業性、社會文化

關於這兩個面向，在文獻中是將兩者放在一起討論。

余曜成認為「2.5次元」即是商業化或商業化的隱喻表現。無論是聲優以動畫為本體，擴及聲優演唱會等舞台演出和唱片業上下游合作等，在產業上的結合(tie-up)；或者製造商生產、販售限量模型，造成迷群搶購，上述兩者皆是商業化的表徵。

另外「2.5次元」所帶來的是造成社會文化上的衝擊，以往在傳統宗教和文化活動中，商業性是不明顯或者隱晦的。但是隨著聖地巡禮為作為ACG作品的背景或參考景點帶來觀光人潮，在產生文化創新的同時也帶來了商機。聖地巡禮<sup>18</sup>與「2.5次元」之關係，即迷群藉由實地參訪的行為，將實物與作品文本相互對照，了解其中的差異性，而這樣的落差便藉由「2.5次元」來補足。

## 第二節 迷文化參考文獻

### 1. 自我反身性

Hills在《探究迷文化》一書中，對於兼具迷身分學者在對於迷文化民族誌研究上自我的敘事，在學者與迷身分兩者之間關係做了釐清和說明。文中指出此種文化脈絡是以個人親身經歷其中，作為一種自願性的自我疏離(voluntary self-estrangement)之形式；除了必須處理自我解釋中所隱含的其他可能詮釋，以及對於自己自我解釋的自我解釋(their self-account of their self-account)(Hills, 2009)。

任何一個自我民族誌書寫的主要聲明皆是「個人即文化的」，人類是透過相對上同源的文化價值體系建構認同感。這樣的研究形式問題在於，從事此研究的學者拒絕進一步分析探究其所依附之認同感的各種面向，因此自我反身性也無法輕易地去除這些認同面向的問題(Hills, 2009)。

---

<sup>18</sup>詳見第一章第三節之名詞解釋。

## 2. 迷與文本消費

Sandvoss 在《迷與消費》一書中，提出對於迷文化研究極為重要的核心概念，特別是關於迷與粉都(fandom)<sup>19</sup>以及消費之間的關係。在此書將粉都定義為規律將情感投入去消費某個特定的通俗敘事或文本 (Sandvoss, 2012)。

對於粉都裡的通俗文化之主體以及內在體驗的研究經常能夠發現，要建立迷與粉都客體之間有意義的界線是很困難的。例如運動球迷在提及自己所支持的球隊時，經常會使用「我們」這個代名詞。另外，扮演(impersonation)與模仿(imitation)的迷展演之目的即為消弭迷於粉都客體之間的表象視覺差異，並且作用為迷社群「自己的符號」(sign of itself)。迷不是以「與自我的相對關係」而是以「自我的一部分」(as part of the self)來體驗粉都粉都，打破原先以「粉都是外部客體」為基礎論點的迷文化研究，使其朝向如何解釋粉都客體的雙重作用發展(Sandvoss, 2012)。

此外對於文本的多義性也是粉都得以自由發揮之處。文本不可能承載限定或單一的意義，文本所呈現的多義性正是賦予讀者對於文本多種詮釋的可能性。然而迷文本與文本間存在有差距，湯普森(Thompson 1995)指出文本與讀者之間差距所生之媒介距離(mediated distance)產生一個兩者不對等的消費脈絡，使讀者得以形塑自身與遙遠的他者(distant others)之關係，即粉都客體間的關係。同時多義性的性質在粉都裡的意義通常是接近於讀者，較偏離文本的距離下建構，因此多義性被粉都在單向或交互文本的消費脈絡下所侵蝕。在文本的閱讀與詮釋中，迷並非反身性將文本作為有意義的他者與世界接合，而傾向於自我反思與視野和經歷的再次確立(Sandvoss, 2012)。

Sandvoss 對於前述的觀點提出了一個問題點，即當迷文本/粉都客體轉為透過其他形式社會互動，以及挑戰迷文本意義狀態進行脈絡化時，將會如何共享形塑迷文化及閱讀文本的社會、經濟、文化架構？粉都正是反映出現代消費多種衝突的力量，它包含作為個人在現代社會中自我認同的形成與定位的象徵性資源，以及融合於工業現代性的社會、經濟與文化情境，同時又與消費環環相扣反映(Sandvoss, 2012)。

---

<sup>19</sup>粉都一詞主要有三種涵義，包含(1)迷的集合體即迷群(2)迷的社群(3)迷狂熱的展現。(該書譯者註)

### 3. 作為有行動力的迷群

陳仲偉在《日本動漫畫的全球化與迷文化》一書中，認為 ACG 的迷不只是接受者，也是行動者。動漫迷不只是看動漫畫，而是會有自己對動漫畫的想法與實踐，迷文化在日常生活中具備有生產力和實踐力的可能。迷擁有他們的戰略與策略，與文本結合而非與文本對立，而御宅族就是可能實踐這種能力的迷群體(陳仲偉，2009)。

## 第三章 研究方法

本研究的研究方法採用相關文獻和文本分析，輔以訪談的形式進行。研究宗旨為希望藉此研究的結果對於「2.5次元」能夠涵蓋或指涉的範圍和面向，做一個初步但不失完整性的探討。

研究方法分為文獻和質化訪談兩大部分進行。關於文獻的部分，除在上述第二章文獻回顧所提及整理之相關文獻外。將針對與本研究有直接關聯的 ACG 文化，以及涵蓋本研究相關範圍的次文化、迷文化等文化相關研究文獻和文本進行整理與探討。

### 第一節 研究方法及其相關

#### 1. 抽樣方法與研究對象

關於質性深入訪談的部分，本研究進行訪談目的主要是對於發展文獻中提及之「2.5次元」相關類別的實證考察，和其他不充足之處的佐證資料。

由於考量到 ACG 迷<sup>20</sup>的界定不易，即難以藉由少數問題量尺來作為判斷「是否為迷」之身分的基準，如果以輔仁大學日間部全體學生為抽樣母體，會有母體群過大，以及無法集中於研究需要等問題，因此以輔仁大學動漫電玩研習社的社員為研究抽樣的母群體。選用輔仁大學動漫電玩研習社社員為抽樣母群體的原因在於，會選擇加入參與 ACG 同好性質社團的成員，多已具備對於 ACG 相當程度的興趣，與本研究欲抽取之樣本的性質較為符合。

訪談母體所採取的抽樣方法為立意抽樣。和輔仁大學動漫電玩研習社的社團公關幹部<sup>21</sup>聯繫，提出希望能夠協助本研究進行的要求，包含訪談公關幹部本人，後藉由社團公關幹部轉介其他符合本研究所需要之樣本性質的同學，作為接受訪問的對象。考量到本研究所需之樣本不易取得的程度，在進行立意抽樣外同時藉由受訪者的社會網絡，輔以滾雪球抽樣的抽樣方法，尋找更多所需的樣本。

---

<sup>20</sup> 本論文刻意避免使用「御宅族(OTAKU)」詞彙統稱 ACG 迷群，是由於其難以包含女性 ACG 愛好者，以及女性 ACG 愛好者存在有較大個體間差異(傻呼嚕同盟, 2009)等疑慮，以及岡田斗司夫在《阿宅，你已經死了！》一書中提出，現在已不存在所謂「御宅文化」作為一個名為御宅的統一概念。基於上述問題點的存在，故使用較為廣泛性的稱呼。

<sup>21</sup> 為 101 學年度的輔仁大學動漫電玩研習社社團公關幹部。



以立意抽樣輔以滾雪球抽樣進行樣本抽取後，樣本基本資料結果如下。

項目 樣本	性別	年齡	系級(102學 年度)	訪談項目 (內容詳見於附錄 2 問卷設計)
受訪者 A	女	21	英文四	聲優、PVC 模型
受訪者 B	女	21	織品服裝四	聲優、COSPLAY
受訪者 C	男	21	社會四	聲優、VOCALOID
受訪者 D	男	21	社會四	聲優、聖地巡禮
受訪者 E	男	22	宗教三	PVC 模型
受訪者 F	女	21	織品服裝四	聲優、COSPLAY、改編舞台劇
受訪者 G	女	22	餐旅管理三	PVC 模型
受訪者 H	男	22	社會三	VOCALOID

## 2. 問卷設計

樣本共計抽取男女各四人，合計共八人進行質性深入訪談。樣本所屬系別和年級皆不做限制，只要身分為輔仁大學日間部在學中之學生即可。質化訪談採半結構式訪談進行，問卷如下(見附錄 2.)。問卷題目是以「2.5 次元」的主要三種類型的 ACG 文本：聲優、COSPLAY、PVC 模型/公仔為主要類別，作為 ACG 文本延伸得探討，以及藉以第二章文獻回顧所得之「2.5 次元」四個面向為基礎，提出認為符合「2.5 次元」之性質內涵的其他項目作為次要類別，對於從事這些類別的活動或迷群行為的 ACG 同好進行訪談。

第二章文獻回顧所提出關於「2.5 次元」的四個面向為中介性、動漫(ACG)文本、商業性、社會文化，其中商業性與社會文化提到關於聖地巡禮的討論，故將聖地巡禮放入作為次要類別<sup>22</sup>。另外基於「2.5 次元」介於虛擬與真實之間的概念，將 VOCALOID(虛擬歌手)以及 ACG 文本改編舞台劇列入次要類別。

基於上述結果，訪談共計六個類別：聲優、COSPLAY、PVC 模型/公仔、VOCALOID、改編舞台劇、聖地巡禮，依受訪者所涉獵的類別進行訪談，訪談不限制訪談類別的數量。

<sup>22</sup> 商業性、社會性的聖地巡禮由於在台灣仍尚為少見，樣本尋找不易，故非安排在主要類別。

## 第二節 預期發現

研究預期發現為對於「2.5次元」在ACG次文化領域中具備的性質及特性，能有一個初步的歸類和探討，以及ACG同好(迷群/粉都)之於「2.5次元」間的關係。

關於「2.5次元」在ACG此一次文化領域中具備的性質與特性，是對於「2.5次元」所包含的主要(核心)概念、可能概念，以及「2.5次元」在2次元<sup>23</sup>(虛擬)和3次元<sup>24</sup>(真實)之間所處的角色為何。關於ACG同好之於「2.5次元」兩者的關係，是統整上述之「2.5次元」相關類別的同好，所具備的共同特性或者傾向為何，又如何反應出「2.5次元」的意義。

---

<sup>23</sup> 為強調「二次元」此一詞彙的專有名詞性質，以及和「2.5次元」在撰寫格式上統一，故採阿拉伯數字「2次元」的寫法。

<sup>24</sup> 同上註解 25。

## 第四章 研究分析

本研究之研究方法為文本分析輔以訪談分析。由於「2.5次元」的直接相關文獻目前仍不多見，故以「2.5次元」作為ACG文本延伸脈絡下的ACG範疇項目，即聲優、COSPLAY、PVC模型/公仔玩偶等涵蓋於ACG文化圈之下，且與「2.5次元」具有關連類別的文獻，作為間接相關文獻加以整理及探討。

本章節對於研究問題的討論集中於第二章文獻回顧所提及之「2.5次元」ACG文本延伸脈絡下的ACG範疇項目，以及「2.5次元」的四個性質面向。

### 第一節 聲優

整體上聲優最主要的配音工作是以動畫的配音為主，從這個角度來看，聲優的發展和動畫兩者可說是密切相關，甚至可以說是密不可分的。根據日經娛樂雜誌(日経エンタテインメント!)2013年9月號對於動畫市場的分析指出，動畫(animation)、動畫歌曲(anisong)、聲優(voice actor)三者合稱之AAA三位一體的構造，正是讓整個產業在2011年統計高達1.3兆日圓獲利的原因(山内涼子, 2013)。

AAA三位一體的構造，簡單而言即是互助得利的關係。從聲優的角度出發來看，閱聽者藉由閱聽動畫，在體驗角色的同時進而注意到角色背後配音的聲優，閱聽者因聲優的表現而更加投入作品的世界觀中，聲優之於閱聽者與動畫之間一種類似連接的作用。閱聽者在閱聽作品時同時意識到角色本身及聲優，不但提升了閱聽者對作品本身的熱衷程度，也提升了聲優自身的人氣。而動畫和聲優兩者作用之間更進一步的發展即是動畫相關音樂歌曲，當閱聽者熱衷於該作品後，和該作品世界觀有所聯繫的片頭曲、片尾曲，以及聲優以角色名義所演唱的角色歌，就是閱聽者關注且願意消費的產品。同樣地無論是聲優或是動畫音樂，最終都會回溯到動畫作品本身，更加加強作品的人氣。

在上述這樣的業界市場機制下，出現的即是聲優歌手的崛起。動畫歌曲涵蓋片頭曲(opening, 簡稱OP)、片尾曲(ending, 簡稱ED)、動畫插曲、動畫內容中沒有出現的原創曲。聲優作為動畫的演出者，除了以角色名義演唱動畫插曲、動畫內容中沒有出現的原創曲(即角色歌)外，以角色名義或個人名義演唱片頭曲、片尾曲的情況也不斷增加。聲優作為演出者演唱與作品相關的歌曲，甚至進一步發展歌手活動，是目前聲優事業發展常見的方向(山内涼子, 2013)。

受訪者 A 和受訪者 C 是聲優歌手的支持者，兩位鍾愛的聲優都是屬於聲優歌手的類型，受訪者 A 表示比起角色歌和聲優配的角色，更喜歡聲優本人名義的歌曲以及演唱會，但基於支持還是會去看聲優配音的作品，受訪者 C 則表示無論內容性質喜歡能看到聲優本人的活動。受訪者 B 和受訪者 F 則相反，兩位最注重的是聲優的聲音，能不能見到本人或者聽本人個人名義音樂的影響並不大，主要還是以聲優配音的動畫和遊戲為重。

關於近二十年動畫相關歌曲的發展趨勢，聲優歌手的發跡最早可以回溯至 1993 年，但截至 2005 年動畫角色歌開始蓬勃發展後，2006 年聲優歌手的熱潮才再次攀高。隨著聲優歌手熱潮再興，和聲優歌手活動領域有所重疊，以動畫歌曲等 ACG 音樂為主要活動領域的動畫歌手，也約莫在 2006 年同時期開始有抬頭之勢。自 2011 年熱潮興起至新高點後，整個 ACG 音樂市場擴大的發展傾向，聲優歌手以及動畫歌手也不斷有新人或是原先未從事歌手活動的聲優加入，形成各方競爭激烈的局面。以 2013 年現時點來看，除了唱片公司對於動畫音樂部門發展日益重視外，動畫製作公司開始強化自身的音樂部門，將動畫以及其音樂的發售權兩者皆囊括於公司旗下將產業加以整合，也是值得注目的一個趨勢(上原太郎，2013)。

在聲優以自身名義或角色名義演唱動畫作品相關歌曲日發興盛的情況下，藉此契機更佳興盛的便是以偶像為主題的作品。真人偶像不屬於此段落所論述的範圍，故會於之後相關篇章再進行討論。偶像為題材的故事之於其他動畫題材所具備的優勢即是角色歌能夠更加廣泛及合理的運用於劇情當中。不同於一般動畫作品的角色歌存在於動畫本身之外，偶像題材的作品能將角色歌使用於動畫演出之中，表現劇中角色在故事當下的情感，甚至與劇情的發展息息相關(山內涼子，2013)。進一步而言，閱聽者在這樣的脈絡下，也更加容易將作品中的偶像角色作為偶像來喜愛，甚至成為其支持者。特別是此類型作品見面會多會以角色演唱會的方式舉行，由聲優以角色名義現場演唱該角色歌曲的方式進行，性質類似於一般現實世界偶像的演唱會。對照本節上述所說明之聲優與角色之間的關係，聲優連結閱聽者與動畫的橋樑，藉由偶像角色演唱會將這個效果發揮至極大化，因此對於聲優個人的歌手事業發展也有直接的影響。

上述現象最直接影響的莫過於聲優業界的生態。儘管聲優界基本上無論資歷皆是以試音徵選，挑選符合該角色形象及演技的聲優，但現在作品的見面會等相關活動不斷增加，完全不考慮聲優受歡迎的程度進行選角，就實際層面言已經是不大可能的狀況。作品在選角時，聲優參與作品相關活動的廣播、見面會等活動的能力，或多或少也會列入被考慮的範圍，相對此方面溝通及表現能力較佳，同時具備有合適角色演技的聲優，就容易出線(山內涼子，2013)。演出作品較多的聲優，自然有較多機會能夠累積自身的人氣。

## 第二節 COSPLAY

COSPLAY 簡而言之，就是藉由衣裝、道具等工具由自身扮演作品中的角色，將作品中的虛擬人物重現於現實世界中。角色原先是存在於平面空間(二次元)，沒有得以在現實世界(三次元)存在的肉體，但藉由 COSER 進行 COSPLAY 的方式，角色能夠被實體化於現實世界當中。COSPLAY 雖然是衍生於 ACG 文化的範疇，但正是因為其具備有其他 ACG 娛樂所沒有的強烈表現性質這個特殊點，使 COSPLAY 進一步發展出獨特的文化。

《變身天使寇詩兒》COSPLAY 專書中，提出 COSPLAY 有一大前提、三大精神，三大精神又各自演衍生出二種樂趣。最大前提為萌<sup>25</sup>，在此指的是對於角色產生喜愛，以及想要扮演(成為)該角色的想法，著手開始 COSPLAY 的準備工作(倪逸蓁 等，2007)。

三大精神為表現、幻想、美感。

### 1. 表現

表現所衍生出的樂趣是分享與成就。COSER 藉由扮演該角色，以自身作為媒介，利用攝影或體現的方式加以散佈，達到傳遞對於作品或角色的喜愛，同時與其他同好交流之效果。

COSER 在決定想扮演的角色，角色衣飾、道具的製作，乃至於整體裝扮和角色的呈現，都擁有極高甚至是絕對的自主權。因此 COSPLAY 在某種程度上，能視為是 COSER 從策劃到出角必須一手完成的活動，而要完成這樣複雜且牽涉許多細節的活動，倚靠的即是 COSER 對於 COSPLAY 的動力，以及能夠受到肯定評價的成就感。

### 2. 幻想

幻想所衍生出的樂趣是夢想成真與更多夢想。COSER 能藉由 COSPLAY，扮演自己所喜歡的角色，將原本現實中不存在的作品中角色呈現於大眾(同好)眼前，同時間接在現實世界中成為該角色，達成自身希望或理想的形象，以及跨越時間與空間限制的超現實。

在完成一個角色之後，接下來想要 COS 其他角色，追求更好的服裝道具裝扮，想要重現哪個作品中的場景，和同好一起出團<sup>26</sup> …等等，繼續追求對於 COSPLAY 的理想，正是許多長久持續進行 COSPLAY 活動的 COSER 不斷追尋的夢想。

---

<sup>25</sup> 對 ACG 相關人事物喜愛的情緒感覺，常作形容詞用。

<sup>26</sup> 數名 COSPLAYer 皆扮演同一作品的角色，一起參加活動並且共同行動。(倪逸蓁 等，2007)

### 3. 美感

美感所衍生出的樂趣是詮釋與工藝。COSER 在扮演角色時，除了服裝、道具、化妝等外觀上重現該角色的樣貌外，在拍攝照片時也會表現出符合該角色設定的表情跟姿勢。打扮成角色的模樣並不等於即是 COSPLAY，如何在裝扮和姿態都演繹出該角色的形象，表現出該角色的精髓，才是真正 COSPLAY 的表現。每個 COSER 在詮釋角色時都會有自己的標準和方法，但不可否認能受到他人(同好)認同自己的詮釋，即「各方面都與該角色相似」是重要的。

隨著 COSPLAY 文化逐漸的興盛，現今 COSPLAY 所需要的服裝道具皆可以訂製等購買管道取得，但自行製作服裝道具依然是 COSPLAY 一個重要的核心內涵。值得注意的是 COSPLAY 包含有表現和扮演兩個意義，且扮演是優先於表現的，必須先有扮演，才能著手於表現的方法與能力。這正是 COSPLAY 不同於一般戲劇等表演形式的極大差異點(倪逸蓁 等，2007)。

關於前述的表現方法，受訪者 B 正好是其典型，受訪者 B 認為比起考慮 COS 角色時的姿勢、神態等問題，對該角色外型的重現程度最為重要。受訪者 F 從事 COSPLAY 已有相當長一段時間，受訪者 F 指出現在 COSPLAY 所追求的不仅是 COS 角色個人時的感覺，對於其他人給予的評價和觀感也會列入考量的範圍。

## 第三節 PVC 模型/公仔

在張依依《解構公仔文化社會現象》一文中，提出對於公仔模型收集以文本敘事與事象敘事的角度進行分析。文本敘事分析指的是從文本、故事、素材三個方面，個別討論模型收集的方式，事象敘事分析則為將模型從文本中抽出，從收集行為等收集者之於社會的層面進行探討(張依依，2009)。

2007 年在台北市立美術館展出，日本知名模型商海洋堂的模型展覽，其標題「欲望與消費」正明確指出了模型收集的核心內涵之一(傻呼嚕同盟，2013)。ACG 相關模型的創造，基本上即是為了給消費者購買與收藏，從食玩、轉蛋等組合式模型到單價位高，作工也相較前者精緻許多的大盒裝模型，皆是需要消費者具備購買欲望才得以生產存在的商品。

模型也包含工藝的成分，將原本作品中只存在於平面的角色作成立體的模型，立體化的過程需要得是模型師的設計能力以及技巧。如何重現平面圖像上的細節，如何按照比例又或效果需求放大縮小哪些部分，這些都是模型時在製作模型時可以自由考量加以詮釋的部分(傻呼嚕同盟，2013)。

受訪者A和受訪者E皆表示在金錢與品質上由於預算有限會試圖取得一個中間的平衡，受訪者G則表示如果可以的話不希望品質上妥協，寧可等有足夠的預算再購買自己滿意的商品。此外受訪者A和受訪者E皆屬於單純將模型展示觀看類型的收藏者，受訪者G則會變換模型的姿勢或配件，並且進行攝影等其他方面的賞玩。

#### 第四節 VOCALOID

VOCALOID 總開發人員在訪談<sup>27</sup>中提到，初音未來<sup>28</sup>是作為從聲音將對於角色的想像做最大化利用，所產生的效果；而且這不單單只是一個風潮，而是代表確實有許多喜歡初音未來的聲音或是其存在感的人(富田明宏，2008)。

VOCALOID 多個虛擬歌手中又以其中最具代表性的初音未來開始逐漸廣為人知，其中對於初音未來的發跡，線上視頻網站 NICONICO 動畫佔有很重要的地位，可以說是對於整個 VOCALOID 文化圈的誕生有決定性的影響(細馬宏通，2008)。創作者將使用 VOCALOID 製作的音樂上傳至 NICONICO 動畫上，加上該網站提供視聽者能對影片的做即時評論的字幕互動功能，使得同好能夠更加迅速且直接的交流，同時也讓 VOCALOID 音樂視聽者不斷增加。與 VOCALOID 兩者關係密切的 NICO 歌手的出現也同是基於 NICONICO 動畫作為 VOCALOID 音樂視聽和交流的主要平台而起，關於 NICO 歌手的部分將會於之後的段落進行討論。

對於 VOCALOID 音樂的製作者和一般實際音樂製作不同的是，初音未來是一個虛擬人格的存在，而不是一般具有自身意志或唱歌方式的歌手。相對於一般而言聲音與身體與人格三者為密不可分的關係，VOCALOID 音樂製作系統正是打破了聲音連繫身體與人格的不變定律，以及聲音即代表活體存在證明的確信感(增田聰，2008)。因此製作者在製作 VOCALOID 音樂，操作編輯聲音時，某種程度上也包含了將虛擬人格現實化的想像，藉由創作音樂為 VOCALOID 虛擬歌手創造出聲音以外的實體存在感(石田美紀，2008)。

---

<sup>27</sup> 出自《ユリイカ》2008 vol.40-15。詳見後參考書目。

<sup>28</sup> 為 VOCALOID 最具代表性的虛擬人聲系統角色。詳見第一章第三節之名詞解釋。

論述至此，已經闡明 VOCALOID 虛擬歌手在創作者與音樂閱聽者同好間，被視作不具備身體的獨立人格(歌手)的存在。然而如果初音未來純粹是沒有身體的電子聲音程式的話，便無法解釋她的人格究竟從何而來。承如上述聲優該章節所提及的論述，一般聲優為 ACG 作品配音時，是被視作聲優藉由聲音的演出賦予作品角色靈魂的表現，雖然每個作品的角色大相逕庭，但聲優的聲音是能夠跨越作品串聯，作為聲優本身的聲音以及聲優人格的存在，被閱聽者所認識的。反之在 VOCALOID 虛擬歌手的場合，初音未來雖然是以聲優藤田咲的聲音為素材進行人聲錄製後而成，但藤田與初音卻可以說是完全不同的存在，加上初音的聲音經過了電子處理，在聽覺上也能夠清楚分辨已經是不同於藤田的聲音。

不同於以自己的身體為樂器進行演唱的歌手，VOCALOID 虛擬歌手並沒有可以表達和控制聲音的身體，歌曲所有的音高、音程、節奏等樂曲表現，都是 VOCALOID 音樂製作者透過 VOCALOID 音樂製作程式操作的結果。VOCALOID 音樂創作者對於音樂以及歌手可全面主導的性質，便形同是以他人的聲音來唱歌般，創作者在製作 VOCALOID 音樂的同時，虛擬歌手是等於創作者用以表達自身意念的存在，創作者不是支配虛擬歌手，而是成為 VOCALOID 虛擬歌手代言人般的存在。因此製作者創造 VOCALOID 音樂的同時，便賦予了 VOCALOID 虛擬歌手人格般的存在(石田美紀，2008)。

另外與聲優替角色配音的情形相反，雖然歌曲與創作者不同，但是初音的由 YAMAHA 官方所設計的角色形象，即綠色雙馬尾長髮造型的少女，在初音所有音樂與圖像作品裡都是相通的。即便每個作品的故事，以及初音在故事裡所扮演的角色隨創作可能截然不同，閱聽者仍然能藉由初音的角色形象，判斷和理解該作品中主體為初音未來。除此之外，初音與其他 VOCALOID 虛擬歌手之間的關係，也藉由這些創作的想像與創造，使得整個 VOCALOID 虛擬歌手的故事性更加膨大且有更多可能性(八代嘉美，2008)。同時這種角色符號共通性使得不同創作者的 VOCALOID 音樂及圖像創作者能夠橫向串聯，讓初音變成宛如一個全方位多面性的存在，這也能視作初音為何在歌手外，能具備有偶像性質的來源之一。

基於目前科技的發展程度，要完全將虛擬轉換成為現實世界的存在依然屬於不可能，但這種機械限制的不可抗力，與製作者將虛擬歌手賦予真實性的創作欲望，使得 VOCALOID 虛擬歌手在二次元與三次元之間達成一種新的平衡關係(大杉重男，2008)。



伴隨 VOCALOID 興起的還有 NICO 歌手<sup>29</sup>的出現(東浩紀 等, 2008)。最近興起的 VOCALOID 相關創作除了歌曲小說之外, 還有改編舞台劇的出現。由演員在舞台上演出 VOCALOID 虛擬歌手的角色、演唱 VOCALOID 音樂歌曲, 某種意味上是有別於 NICO 歌手, 在強調重現 VOCALOID 虛擬歌手本身, 卻又涵蓋有翻唱甚至演出的重新詮釋性質的表現形式。

受訪者 C 和受訪者 H 的看法正好完全相反。受訪者 C 喜歡各種不同特色的 NICO 歌手以各種不同的方式詮釋 VOCALOID 原曲, 並且以視聽 NICO 歌手的樂曲為主, 受訪者 H 則是只支持 VOCALOID 虛擬歌手的原曲, 認為 NICO 歌手是一種攀附 VOCALOID 名聲的附加產物。

## 第五節 改編舞台劇

此章節所提及之改編舞台劇, 指的是以 ACG 作品為原作, 改編成舞台劇或音樂劇上演的劇碼。不同於一般改編作品改編成真人演出的電視劇或電影等影像時, 為了符合大眾商業需求或現實化容易度為考量修改劇情或角色的情況, 此類 ACG 改編舞台劇多會以忠實呈現原作內容為優先, 讓閱聽者在觀劇時能有身歷於作品情境的感受。

所謂忠實呈現, 包含將原作中角色的造型、劇情發展, 乃至世界觀完全重現於舞台上。以人物造型為例, 在化妝師的訪談中<sup>30</sup>提及, 由於許多角色的髮型是有別於現實世界可達成的自然狀態, 在製作造型時會利用假髮加以呈現, 同時也要考慮不妨礙演員在舞台上的動作, 以及在化妝時必須反覆嘗試, 讓角色形象與演員外型上達到一個合適的平衡點, 重點是必須要讓演員「成為該角色」(上田繭子, 2010)。

精確而言 ACG 改編舞台劇並非完全直接地將二次元轉置於三次元, 是讓觀眾在享受非現實作品的世界觀時, 同時仍保有對於現實世界的真實感。角色在舞台上既是演員演出擁有肉體的真人, 同時也仍然還是不具有實體的平面角色。ACG 改編舞台劇整體上是貼近於二次元即虛擬世界的表現方式, 雖然是由三次元即現實世界的演員進行演出, 但根本表現上仍是需要倚賴觀眾發揮一定程度的想像力, 將虛擬與現實世界加以連接(お一ちようこ, 2010)。

---

<sup>29</sup> 原文為歌い手, 指在視聽網站 NICONICO 動畫上以翻唱 VOCALOID 歌曲為主要投稿內容的演唱者。因沒有統一的中譯名稱, 此處採行的是〈你「歌ってみた」了沒?—細說「歌ってみた」脈絡〉(ohole, 2010)該文對於歌い手的翻譯名稱。

<sup>30</sup> 出自《Otome Continue》Vol.3。詳見後參考書目

對於 ACG 原作的支持者而言，在外型即第一印象上貼近於作品中的角色，類似於將二次元直接三次元化的感覺，自然是吸引原作支持者的一大要因。然而舞台劇畢竟是以真人演員演出的戲劇形式，也包含演員對角色的理解與詮釋，如果只是外型上對於 ACG 作品的仿真，內涵便和 COSPLAY 沒有差異了。ACG 改編舞台劇將角色賦予的不只是單純存在於現實世界的肉體，固然整體上它是貼近於二次元的表現方式，但演員除了本身演技能力之外，演員如何從各種表演乃至細微動作處表現出自己如何詮釋該角色，取得原作支持者認同，甚至進一步認同演員個人的表現，正是 ACG 改編舞台劇有別於一般舞台劇建立觀眾群的方式。

除了舞台上的表演外，ACG 舞台劇的另一大特色便是幕後。舉例來說，當作品中角色是同個團隊或者競爭對手的關係，或者在角色關係上是前後輩但演員實際上資歷的關係正好相反，在幕後排練與休息時間，演員間又是如何交流揣摩角色的互動，亦或是截然不同的相處關係，也是觀眾感興趣之處(高野麻依,2010)。

承如上段所述，演員對於角色的詮釋直接影響到觀眾對於該演員的評價，同樣在後台的表現也是演員獲得評價以及建立自身支持者的管道。後台的「戲劇」也正是角色與演員本身摻雜交互的場域。

## 第六節 聖地巡禮

近年動畫作品其中一個流行趨勢為「地域密著型」，即作品的故事背景設定在實際存在的城市或地區，將該地實際的風土民情描繪於作品當中，藉此賦予故事更強的真實性。閱聽者在視聽作品後，實際前往該地區進行旅遊探訪，進而促進當地的觀光相關產業的興盛與發展，這種以往較常見於對歷史感興趣而探訪史蹟的旅行活動，即是聖地巡禮(山內涼子,2013)。

聖地巡禮不同於一般旅行觀光的地方在於，聖地巡禮是基於作品的喜愛進行的旅遊活動。旅行者所探訪的並不一定是該地方的名勝景點，而是作品中曾經出現過，與人物角色和故事相關的地方。動畫作品必要的構成要素之一即為圖畫，不單單只是角色，也包含作為角色登場的背景(いしたにまさき,2011)。藉由親自探訪故事進行、角色生活或活動於其中的地點，除了平常閱聽作品使用的視覺與聽覺外，五感都能進行對該地點的感覺體驗，旅行者猶如穿越二次元(現實)與三次元(虛擬)世界的藩籬，得以親身遊歷於作品當中。同時這些行為若非閱聽者對於該作品有一定程度的喜愛及支持作為動力是難以實踐的，聖地巡禮正是閱聽者對作品愛好，以及滿足自身喜好的一種表現形式。(hinac,2013)對閱聽者而言能聖地巡禮除了能將自己喜歡的事物(ACG)與社會結合，對當地發展而言也能藉此有更多機會在各種媒體上做宣傳，形成雙方互惠互利的關係，也是聖地巡禮持續蓬勃發展的原因(山內涼子,2013)。

此外聖地巡禮所包含的並不只是單純對於作品場景的涉入，動畫與實際影像的作品(真人演出的電視劇/電影)本質上差距即為動畫無論如何仿造時既存在的景物描繪，由於經過繪畫的轉化必然無法與實景百分之百完全相同。藉由聖地巡禮親身體會現實景點與動畫作品中的相異處，也是聖地巡禮旅行者的一大樂趣。同時經由聖地巡禮，閱聽者能夠獲得單純視聽動畫以外關於該作品更多的資訊，是對於作品能有更多理解一種材料的獲得，另外經過聖地巡禮後，重複閱聽同一部作品也能產生截然不同的感覺與對作品的理解(いしたにまさき，2011)。從這個角度來看，聖地巡禮可以視為基於動畫部分虛實混同的表現性質，使得閱聽者能藉由想像自由游移於兩者之間。

動畫場景與現實兩者之間微妙的差異，正指出了兩者藉由差異進行連結為可能的世界。聖地巡禮對於閱聽者的樂趣即在於，得以自由將現實的景點與虛構的想像加以變換、組合，每個閱聽者都能利用這樣的想像創造出各種可能的世界，且自由的在其中探索(樋口ヒロユキ，2011)。

## 第五章 結論

### 第一節 研究結果與討論

在此分別回應前述的二個研究問題。

#### 1. 「2.5 次元」和現實與虛擬之間的關係為何？

作為符碼的擷取與拼貼。

「2.5 次元」是建築於 ACG 次文化上的產物，因此不可避免地 ACG 同好/迷也自然牽涉於其中，是「2.5 次元」密不可分的一環。Hills 認為迷的情感經歷與空間的關係，是情感經歷作為符號拼貼於空間上，進而產生了一個神聖的空間，進而變成幻想與現實的混合，是滿足迷對於進入文本想像。這個論述所討論的，無疑是第四章第六節的聖地巡禮相同的概念，但如果更進一步以情感經歷作為一種符號的角度進行討論，即能發現「2.5 次元」是將 ACG 文本(聲優、COSPLAY、PVC 模型公仔 等 ACG 作品與其相關產物)中出現的各種符號，跨越平面(2 次元)與現實(3 次元)進行各式各樣的拼貼或疊合、意義賦予，進而在各個 ACG 文化類別中產生出橫向交錯的連結。

以第四章第一節所討論的聲優為例套入這個論點來看，作品角色、聲優的聲音、聲優本人即是符號，迷對於聲優本人的情感其中一部分是緣自於角色的符號以及聲優聲音的符號，相反而言對角色的情感也包含了聲優聲音的符號，甚至進而與聲優本人的符號連結。三個符號對於非熱衷於聲優的迷(非 ACG 或聲優同好)可能是可以分割毫不相干的，但對聲優迷則是無法分割的，例如對於動畫 CAST 表的重視，即是將聲優聲音或聲優本人的符碼拼貼於角色之上，當然由於配音的性質緣故聲音的符號基本上無法與角色分離，不過聲優梗<sup>31</sup>的出現似乎也說明了聲優聲音作為符碼是有可能反覆貼合於不同角色上的共通性存在。

#### 2. 「2.5 次元」之於 ACG 文化有何影響？

與消費的不可分離性。

綜合第四章的研究結果，可以發現根據第二章文獻回顧得出的「2.5 次元」四個面向，即中介性、動漫文本、商業性、社會文化，之間的關係除了同樣於第二章文獻回顧提及的商業性與社會文化互有關聯外，這四者皆是互相有關，且時而無法分離的。

第二章文獻回顧提及 Sandvoss 對於粉都與消費之間關係的研究，此處則採用 Hills 以使用價值與交換價值的概念進行討論。Hills 認為迷本質上

<sup>31</sup> 常見於 NICONICO 動畫的二次創作形式，手法為將聲優配音的角色台詞，換置於其他同一聲優配音的角色上，製造出反差或者戲劇效果。某些官方影片也開始有類似的元素出現。(hinac, 2013)

具備有商品完美主義者與反商業化意識形態的矛盾，因此利用價值辯證的觀點，得出迷對於其偶像(或崇拜對象)是個人使用價值的經驗，且在交換價值的過程中得到異於通常一般性與系統性的定位。迷既是主觀也是客觀過程的產物，迷能同時以自身對於文本積極的投入，也能應用文本的交換價值或是相較前者為廣泛的文化價值(Hills, 2009)。

上述的論述在本研究題目「2.5次元」的脈絡下，無論是聲優、COSPLAY或是PVC模型公仔等ACG文本，都包含有對於其真實與虛擬的人事物乃至於符號的消費，是一種文本的消費，同時藉由訪談內容也能發現受訪者對於ACG文本的支持與熱愛時常是藉由消費或收集行為的表現。但從另一方面而言，這樣的文本消費同時也建立在迷對於文本的想像，以「2.5次元」而言即是迷以自身或者自身的想像，作為中介將2次元與3次元進行連結，填補兩者中間的不足與落差。迷的雙重或者可說是正反兩面的特性，正是「2.5次元」得以跨越現實與虛擬的時空藩籬成立的原因之一。

## 第二節 研究限制與未來建議

### 1. 研究限制

本研究的研究限制，主要是在於「2.5次元」此一詞彙本身的定義仍有諸多尚待討論之處。目前對於「2.5次元」文化本身做為議題的中外文研究皆仍屬罕見，此外「2.5次元」週邊ACG文本的相關研究也仍然不是很充分，且許多資料並不易取得，筆者只能就學士論文能力所及之範圍盡力取得相關資料文獻。因此本研究雖希望對「2.5次元」文化做一全面性的探討，但難免偏重於資料較充足的面向來做比較詳盡的討論，有疏漏和忽略其他觀點之處。

另一項研究限制在於由於本研究質性深入訪談的樣本取得不易，因此採取立意抽樣輔以滾雪球的方式抽取樣本，雖本研究是以文獻分析為主訪談為輔，然對於樣本究竟是否能充分推論整個同好群體，樣本的代表性確實仍有不充分之處。此外訪談內容涉及迷群自身經驗的分享，受訪者對於筆者同樣作為ACG同好身分的接納程度，以及迷與學者因想像主體性問題而生之互相邊緣化(Hills, 2009)的信任問題，也影響到訪談能取得資訊的多寡。

## 2. 未來研究建議

本研究屬於對於「2.5次元」研究初探的範疇，主要藉由「2.5次元」相關的ACG文本以及迷群/粉都作為研究對象，希望能對於「2.5次元」介於現實(3次元)與虛擬(2次元)之間，其具備的性質為何以及作為ACG文化的一環有何影響性進行研究。

對於未來研究之建議，可以從本研究選取之「2.5次元」的六個ACG文本外，囊括其他性質類似或有所相關的文本列入討論之列，增加文獻探討的全面性。在質性訪談方面，可擴大抽樣母體並增加抽取樣本數，以達更加完整的樣本飽和度與效度，同時使迷群/粉都文化田野相關的資料有更多元、更多可研討空間存在。此外對於迷群之於研究者信任程度之問題，研究者在訪談前可能必須先與受訪者適度地交流，配合反覆進行多次訪談，以取得更完善的質性訪談資料。

## 附錄

### 附錄一 問卷：受訪者填寫部分

<p>親愛的受訪者，您好。我是輔大社會系大學部學生薛怡冠。</p> <p>我目前正在以「2.5 次元文化之媒介」為題目撰寫學士論文，誠摯邀請您接受訪談，結果將會作為對於此研究議題的重要分析資料。</p> <p>您所有的資料皆只用於本研究，請不用擔心任何資料外洩的問題。您的參與完全是自願的，您保有可以在任何時間點退出的權力。此外，為了分析研究資料所需之目的，在訪談的過程中將會錄音。</p> <p>若您同意接受訪談，請您簽署這份同意書。</p> <p>您同意參予(請簽名)：_____ 日期：_____</p> <p>研究者簽名：_____ 日期：_____</p> <p>再次感謝您撥空接受訪談！</p>
---

#### 基本資料

1. 請問您的性別？  
男性 女性 其他
2. 請問您的系級？(102 學年度為準)  
\_\_\_\_\_學院\_\_\_\_\_系  
一年級 二年級 三年級 四年級 延畢
3. 請問您的年齡？(實歲)  
\_\_\_\_\_歲

謝謝您的填寫。

接下來是口頭訪談的部分，請直接回答訪問者提出的問題即可。  
謝謝您的作答。

## 附錄二 問卷：研究者口頭訪問部分

### 1. 聲優

- A. 請問您是哪位特定聲優的迷？
- B. 請問您成為那位特定聲優的迷大約已有多長的時間？
- C. 請問您成為該位聲優的迷的契機是？
- D. 請問您有參與過該位聲優的演唱會或是其他現場活動嗎？
- E. 請問您在成為該位聲優的迷之後，有曾經中斷或者變成其他聲優的迷嗎？
- F. 請問您在成為該位聲優的迷之後，對於日常生活有什麼改變嗎？
- G. 請問您在成為該位聲優的迷之後，在進行 ACG 娛樂的時候有什麼改變嗎？
- H. 請問您目前未來計畫繼續從事作為迷的活動嗎？

### 2. COSPLAY

- A. 請問您從事 COSPLAY 活動大約已有多長的時間？
- B. 請問您開始從事 COSPLAY 的契機是？
- C. 請問您如何挑選自己想要 COS 的角色？
- D. 請問您在進行 COSPLAY 活動時，對於自己所 COS 的角色有什麼感覺？
- E. 請問您在進行 COSPLAY 活動時，對於攝影師與自身關係的感覺是？
- F. 請問您開始從事 COSPLAY 之後，曾經有過中斷嗎？
- G. 請問您開始從事 COSPLAY 之後，對於日常生活有什麼改變嗎？
- H. 請問您開始從事 COSPLAY 之後，對於進行其他 ACG 娛樂的時候有什麼改變嗎？
- I. 請問您目前未來計畫繼續從事 COSPLAY 活動嗎？

### 3. PVC

- A. 請問您從事 PVC 模型蒐集大約已有多長的時間？
- B. 請問您開始從事 PVC 模型蒐集的契機是？
- C. 請問您除了 PVC 模型外，有蒐集其他模型(例如模型組裝)嗎？
- D. 請問您開始從事 PVC 模型蒐集之後，曾經有過中斷嗎？
- E. 請問您開始從事 PVC 模型蒐集之後，對於日常生活有什麼改變嗎？
- F. 請問您開始從事 PVC 模型蒐集之後，在進行 ACG 娛樂的時候有什麼改變嗎？
- G. 請問您目前未來計畫繼續從事 PVC 模型蒐集活動嗎？



#### 4. VOCALOID

- A. 請問您從事 V 家<sup>32</sup>的相關閱聽活動大約已有多長的時間？
- B. 請問您從事 V 家的相關閱聽活動的契機是？
- C. 請問您認為 V 家虛擬歌手作為歌曲演唱者吸引您的理由是？
- D. 請問您在選擇閱聽歌曲時，虛擬歌手的角色形象會有影響嗎？
- E. 請問您有參與過 V 家演唱會或是其他現場活動嗎？
- F. 請問您除了閱聽以外，有進行過 V 家的相關創作活動嗎？
- G. 請問您對於 NICO 歌手<sup>33</sup>的看法是？
- H. 請問您對於 V 家歌曲改編的舞台劇的看法是？
- I. 請問您目前未來計畫繼續從事 V 家的相關閱聽或創作活動嗎？

#### 5. ACG 文本改編之舞台劇

- A. 請問您從事 ACG 文本改編之舞台劇的閱聽已有多長的時間？
- B. 請問您從事 ACG 文本改編之舞台劇的閱聽的契機是？
- C. 請問您認為 ACG 文本改編之舞台劇與一般舞台劇有什麼不同嗎？
- D. 請問您認為 ACG 文本改編之舞台劇以真人演員扮演虛擬角色與 COSPLAY 不同之處在於？
- E. 請問您會因為演員的演出表現，而影響對原本作品中該角色的喜好程度嗎？
- F. 請問您如果有喜歡的演員，會繼續追蹤他/她之後的其他發展嗎？
- G. 請問您在已有偏好飾演該角色的演員情況下，對於同一角色由其他演員飾演的感覺是？
- H. 請問您目前未來計畫繼續從事 ACG 文本改編之舞台劇的閱聽嗎？

#### 6. 聖地巡禮

- A. 請問您從事過聖地巡禮嗎？
- B. (如 A.回答「是」)
  - I. 請問您從事聖地巡禮已有多長的時間？
  - II. 請問您從事聖地巡禮的契機是？
  - III. 請問您實際參訪該景點後有什麼特別的感覺？
  - IV. 請問您目前未來計畫繼續從事聖地巡禮嗎？
- C. (如 1.回答「否」)
  - I. 請問您雖然尚未實行，但促使您想從事聖地巡禮的契機是？
  - II. 請問您認為聖地巡禮能夠給您什麼影響？
  - III. 請問您目前未來有計畫從事聖地巡禮嗎？

---

<sup>32</sup> VOCALOID 在華語圈 ACG 同好間使用的簡稱。

## 參考書目

### 中文專書

- Cornel Sandvoss 著，王映涵 譯(2012)。《迷與消費》。台北：韋伯文化。
- Dick Hebdige 著，蔡宜剛 譯(2005)。《次文化：風格的意義》。台北：巨流。
- Matt Hills 著，朱華瑄 譯(2009)。《探究迷文化》。台北：韋伯文化。
- 岡田斗司夫 著，談璞 譯(2009)。《阿宅，你已經死了！》。台北：時報。
- hinac(2013)。《次元突破！動漫迷的聖地巡禮》。台北：皇冠。
- 王雲東(2012)。《社會研究方法》，二版。新北市：威仕曼。
- 李衣雲(2012)。《讀漫畫：讀者、漫畫家和漫畫產業》。台北：群學。
- 陳仲偉(2009)。《日本動漫畫的全球化與迷的文化》。台北：唐山。
- 倪逸綦、陳永修、楊佳蓉、江漢威、Thalia、Ukon、Yumi、Holyknight、Srxwing、KillingAngel 等(2007)。《變身天使寇詩兒》。台北：文藝復興。
- 傻呼嚕同盟(2009)。《台灣阿宅啟示錄》。台北：時報。
- 傻呼嚕同盟(2013)。《御宅學》。台北：皇冠。

## 中文期刊

ohole(2010)。你「歌ってみた」了沒？—細說「歌ってみた」脈絡。《開拓動漫畫情報誌》，10(12)：52-59。

余曜成(2010)。2.5 次元的特性，新名詞的舊現象之再現。《開拓動漫畫情報誌》，10(3)：68-73。

張依依(2009)。解構公仔社會文化現象。《台灣社會研究季刊》73：167-188。

靳麗芳(2012)。聲音的藝術：試論日本動畫中的配音。《泛亞洲動漫研究》：119-136。

## 日文専書

斉藤環.2011.キャラクター精神分析 マンガ・文学・日本人.東京:筑摩書房.

竹内 愛.2011.“ファンの消費行動から見る 日本アニメの海外発信について-日本とフランスのコスプレ文化を中心”. 慶應義塾大学メディアデザイン研究科修士論文.

## 日文期刊

いしたにまさき.2011.“作品・ネット・場所のトリニティ 涼宮ハルヒと聖地巡礼”. ユイエカ 43(7):220-224.

おーちようこ.2010.“片岡義朗 インタビュー in ニコニコミュージカル”. Otome Continue (3):81-91.

やまだないと, 801 ちゃん, 竹内佐千子, 聞き手 高野麻依.2010.“私たちがテニミュにハマった理由”. Otome Continue 3:22-24.

八代嘉美.2008.“電子の世界の幹細胞よ、汝の名は 『初音ミク』”ユイエカ 40(15):77-81.

大杉重男.2008.“未クラシック、魅クラシック 「ボカロクラシカ」 における「萌え」の構造”. ユイエカ 40(15):51-55.

上田麻由子.2012.“ボーイズ・ミュージカル、手にとって触れられるガラスのなかの「青春」”. ユイエカ 44(15):131-137.

上田繭子. 2010.“担当者が語る、ヘアメイク裏話”. Otome Continue 3:21.

上原太郎.2013.“アニソンが変える レコード業界勢力図”. 日経エンタテインメント! 17(10) :90-92.

山内涼子.2013.“アニメ・アニソン・声優の新常識 30”. 日経エンタテインメント! 17(9) :23-43.

山内涼子.2013.“歌う声優がエンタ界の台風の目に”. 日経エンタテインメント!アニメ Special 声優バイブル:64-71.

石田美紀. 2008.“「中の人」になる〈<sup>ボーカロイド</sup>声もどき〉が可能にしたもの”. ユイエカ 40(15):88-94.

佐々木渉, 聞き手=富田明宏.2008.“生みの親が語る初音ミクとアングラカルチャー”. ユイエカ 40(15):8-17.

東浩紀, 伊藤剛, 谷口文和, DJ TECHNORCH, 濱野智史.2008.“初音ミクから遠く離れて”. ユイエカ 40(15):144-161.

岡本貴也, やまだないと, 聞き手 上田神楽. 2010.“2.5次元↔3次元 対談 岡本貴也×やまだないと”. Otome Continue(3):46-49.

剣持秀紀, 大下隼人.2008.“歌声合成システム VOCALOID—現状と課題”. 情報処理学会研究報告. [音楽情報科学] (12): 51-56

細馬宏通.2008.“歌を育てたカナリアのために”. ユイエカ 40(15):30-36.

増田聡.2008.“初音ミクから遠く離れて”. ユイエカ 40(15):37-41.

樋口ヒロユキ.2011.“メタフィクションとしての聖地巡礼”.ユイエカ 43(7):225-232.