

臺北市立建國高級中學第三屆人文及社會資優班專題研究論文

今日日本動漫畫中「模仿式幽默」之研究

指導老師：王宏仁 老師

學生：朱信翰 撰

目次

第一章 緒論

- 第一節 研究動機與目的
- 第二節 研究對象
- 第三節 研究架構圖
- 第四節 名詞界定

第二章 日本動漫畫文化探討

- 第一節 日本動畫簡史
- 第二節 動畫構成元素簡述
- 第三節 動漫文化與周邊經濟效益
- 第四節 惡搞文化

第三章 模仿式幽默在動漫畫及其他領域之表現

- 第一節 模仿式幽默在其他領域的表現
- 第二節 動漫畫中的模仿式幽默
- 第三節 伴隨模仿式幽默出現的幽默要素
- 第四節 模仿式幽默發展的隱憂及未來發展

第四章 訪談

- 第一節 閱聽者對模仿式幽默的觀點
- 第二節 訪談統整

第五章 模仿式幽默：製作者—閱聽者雙向交流的產物

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

在今日的日本，動漫畫與電視劇、文學作品同為日本對外輸出文化的重要產物，這使得動漫畫的製作走向商業化：動畫由早期的低成本娛樂轉往目前高成本、委員會制度的商業化製作；預設觀眾年齡層也自幼兒、青少年向上提升至所有年齡層；漫畫原先就分為「同人誌」與「商業誌」兩塊領域，在商業化浪潮影響下，漫畫與動畫製作共同匯聚成商業行銷的一環。「同人誌」原指由業餘漫畫愛好者共同集資小量出版，較注重創作熱情、實驗性質重，銷售方式雖有小型展售，主要仍侷限於大型的同人誌展售會（在日本以被暱稱為コミケ的Comic Market 為最大宗，台灣則有 Fancy Frontier（FF）、Petit Fancy（PF）與 Comic World Taiwan（CWT）。「商業誌」則指由職業漫畫家繪製，定期或不定期於漫畫刊物上連載，繪製出一定數量後集結成冊出版為單行本，在一般銷售通路即可購得的作品。然而，近年來同人誌也有日漸走向商業化的傾向，甚至有漫畫家以同人誌畫家身分打響名氣後，受出版公司青睞而推出自己的商業化作品。目前，動畫製作公司的主要利潤來源為周邊商品販售的權利金，於是，如何為作品爭取收視率、讓作品中的角色受到觀眾的喜愛，成為一部動畫商業價值的決勝點。

在激烈的商業競爭下，動畫製作廠商為了脫穎而出，可以著墨之處有劇情、畫風、角色塑造、配音演員、表現手法等。

筆者自升上高中始，便開始收看近年來新製作的日本動畫。而在二零零七年四月開始播映，收視率居前三名的三部春季新作動畫作品中，有兩部主要賣點是其特殊的表現手法：劇中人物總是有意無意的作出與其它動畫類似的舉動、對白中出現老動畫中的著名台詞，甚或光明正大的將同一公司先前作品中的人物元素直接放入新作的畫面，此即筆者在論文中所述之「模仿式幽默」的手法使用。筆者觀看這兩部動畫，以及後來觀看原作漫畫時，在享受它們所帶來的快樂之餘，不免對這種特別的表現手法產生一種好奇心：有多少的動畫、漫畫觀看者在欣賞這些作品時和我一樣，因為看到熟悉的畫面、對白而感到愉悅？為什麼之前這種類型的手法並不常見？以上是促成筆者進行此次研究的動機。

據筆者的初步推論，觀眾在收看以此種表現手法為賣點之動畫時，若本身有基礎的動漫畫經歷，必然會在觀看過程中發現許多似曾相識的場景、對白、構圖，甚至是畫風的轉變。觀眾在收視過程中察覺此種手法出現時，會對其作出如何的反應？這種手法能否刺激動漫相關消費者購買一部作品的週邊產品？未來是否會出現越來越多以此種手法為賣點的作品？替此種手法做出定義，以及探討它在商業化的動畫市場中扮演何種角色，是進行這次研究的主要目的。

第二節 研究對象

壹、與模仿式幽默直接相關之動畫

一、「幸運☆星」(らき☆すた) 美水かがみ原作，京都動畫公司動畫製作。

二、「旋風管家！」(ハヤテのごとく!) 畑健二郎原作，小學館動畫製作。

三、「Keroro 軍曹」(ケロロ軍曹) 吉崎觀音原作，小學館動畫製作。

四、「君為主我為執事(暫譯)」(君が主で執事が俺で)

貳、與模仿式幽默間接相關之動畫

一、「Code Geass 反逆的魯魯修」(コードギアス 反逆のルルーシュ)
谷口悟朗原作，Sunrise 動畫製作。

二、「涼宮春日的憂鬱」(涼宮ハルヒの憂鬱) 谷川流原作，京都動畫公司動畫製作。

三、「機動戰士鋼彈」(機動戰士ガンダム) 矢立肇、富野由悠季原作，Sunrise 動畫製作。

參、與模仿式幽默直接相關之漫畫

一、「幸運☆星」(らき☆すた)，美水かがみ。中文版單行本由台灣角川

書店出版，曾於 Comptiq、少年 ACE、CompAce、Newtype、Dragon-Magazine、From Gamers 等六本雜誌連載。

二、「旋風管家！」(ハヤテのごとく！)，畑健二郎。中文版單行本由尖端書局出版，目前仍於週刊少年 Sunday 連載中。

三、「Keroro 軍曹」(ケロロ軍曹) 吉崎觀音。中文單行本由台灣角川書店出版，目前仍於角川旗下之少年 Ace 漫畫月刊連載中。

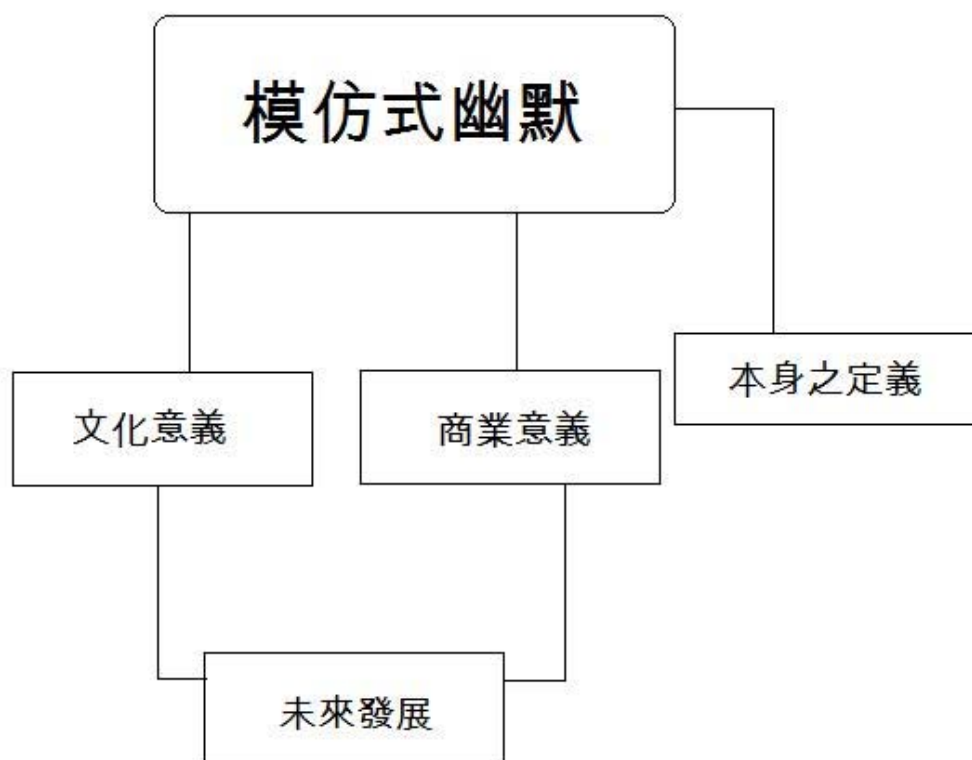
肆、與模仿式幽默間接相關之漫畫

一、北斗神拳 (北斗の拳)，武論尊原著，原哲夫漫畫。

二、真月譚月姬 (真月譚月姫)，奈須きのこ原著，佐佐木少年漫畫，中文版單行本由台灣角川書局出版。

三、名偵探柯南 (名探偵コナン)，青山剛昌原著、漫畫，中文版單行本由青文出版社出版。

第三節 研究架構圖



本次研究由模仿式幽默出發，筆者藉自行閱讀、觀看相關作品並對作品中出現的模仿式幽默進行觀察與分析，希望藉此探討它本身的定義，並在確認其定義、構成的要素之後，進一步藉由訪談國內相關專業人士的途徑釐清模仿式幽默對於閱聽者而言，具有怎樣的文化意義？對於商品銷售來說又有何助益？同時，將這種表現手法應用在商業上會不會有著作權的問題？觀眾對此的觀感又是如何？這些都是筆者希望能在此次探討中找出解答的問題。

第四節 研究問題

筆者在進行此次研究時，預計探究的問題共有：

- 一、界定何為模仿式幽默，及構成模仿式幽默的要素。
- 二、由訪談探究台灣動漫畫閱聽者對模仿式幽默的看法。
- 三、試由近年來日本動漫畫、遊戲及輕小說走向與閱聽者意見推論模仿式幽默之未來發展。

第五節 名詞界定

「模仿式幽默」：藝術創作者在新作中化用創作出現前即已存在之的名詞、形象、場景、構圖、對白、人物、背景元素等一切元素，讓與創作者具有相同背景知識之觀看者有會心一笑感覺的表現技巧。

動畫：Animation，源自 Animate 一字，意指「賦予生命、使活動」。廣義來說，把一些原先不具生命的東西藉由連續影像的放映，而成為有生命的影像，即成動畫。動畫大師 McLaren 曾經說過：「動畫不是『會動的畫』的藝術，而是『畫出來的運動』的藝術」¹。狹義來說，時下「動畫」一詞則是泛指以傳統的手工逐格繪製為主軸外，另有使用如電腦影像、3D 動畫等製作技巧的影像

1 黃俊明，2003

作品，將其與「卡通」(Cartoon) 區分開來。

字幕組 / 漢化組：存在於網路上的一種廣義性同人社團。其目的在於分享於外語國家最新上市之動畫、漫畫、電影等產品，以保留原音及畫面、僅配上字幕之方式將其翻譯為本國語言，並在翻譯工作完成後以 P2P (Peer to Peer) 為主之網路管道散發。

字幕組存在的目的為供網路使用者觀賞那些尚未在本國推出正式代理版本、代理版本尚未上市、因商業、法律、內容審查制度或政治因素無法上市之作品。以著作權法而言，字幕組是具爭議性質的存在，但一般而言，動畫、漫畫之字幕組被認為對作品本身具有免費廣告效果。因此，目前在台灣代理日本動畫的公司多半對字幕組採取默許的態度，而字幕組也時常在製作字幕時因對於作品的熱愛，而加以嚴謹考據、詳細提供劇情中專有名詞之典故出處、以較為雅馴的詞彙對作品內容進行翻譯等，而字幕組也因為以上之原因而受到網路使用者的廣泛認可，其受認同程度可由 2007 年的「MOMO 台事件」略窺一斑：隸屬富邦集團旗下之 MOMO 親子台於 2007 年購得動畫「魔法少女奈葉」之播放權，並交由現已倒閉之勝利國際公司進行翻譯。而勝利國際所交出之字幕翻譯水準相當低落²，片頭曲歌詞則與雪飄字幕組先前在網路上釋出的版本一字不

2 該作中許多日文外來語語源是德文，勝利國際則一律當作英文音譯，並有將「Cross」誤譯為「Close」(日文均為クロス)、將女主角高町奈葉攻擊招式「Starlight Breaker」(台灣角川翻譯：星光粉碎砲)譯為「星光迴路遮斷器」、將平假名的「はやて」(疾風)以片假名規則譯為代表外來語的「哈雅貼」，卻將以片假名書寫的「ユーノ(尤諾)」以平假名規則譯為「雄野」

差³。

動畫字幕組通常包含數個要素及數位成員。現粗分為文字部分及畫面部分成員，並且盡量尊重網路用語，以網路上之習稱作為組員之職稱。

文字部分成員有：

「翻譯」：一般指具備一定日語能力（台灣字幕組多要求日文檢定二級以上），可以正確聽出對話甚至歌詞者。取決於動畫中出現的語言，某些情況下會出現擅長英文、德文、法文的翻譯成員。

「潤稿」：針對翻譯組員所譯出的譯文進行文字潤飾與校對。

畫面部分成員有：

「片源」：分為「當地片源」與「一般片源」，前者指在動畫播出時將畫面與聲音轉為電腦可編輯格式者；後者指有能力在動畫初次播映後第一時間由當地片源處取得無字幕版本動畫影片的組員。

「時間」：負責字幕出現與消失的時間軸控制。

「特效」：決定字幕的字型、字幕出現與消失時的特殊效果。

「壓制」：負責整合字幕檔案與影像檔案。

「發佈」：在以上製作完成後，將製作完成的影片檔案在網路上發布的組員。

等嚴重錯誤。

3 雪飄字幕組：flsnow.net/bbs/index.php

除了上述的常規工作分配外，有些字幕組（如 Chat Rumble 字幕組）會將片頭曲及片尾曲獨立製作，負責成員直接以英文簡稱稱呼為「OP、ED（語源出自片頭曲與片尾曲在日文中的簡稱，Opening、Ending）」。

字幕組發佈的影片檔案較常採用的格式有：

rmvb 格式：畫面顆粒較大，檔案大小較小，三十分鐘大約一百 MB。

avi 格式：畫面品質較 rmvb 格式為佳，檔案較大，三十分鐘約一百七十 MB。

mkv 格式：畫面品質最佳，檔案也最大，三十分鐘大約三百 MB。

其中 rmvb 格式之字幕已經與畫面結合，無法做出刪改；avi 與 mkv 格式則可透過 ssa 檔以「外掛字幕」的方式呈現字幕，因此只要編輯字幕檔，就可以對字幕內容進行更動。

全年齡向：語源為日文漢字直接使用。係指稱未出現情色或過度血腥暴力情節，任何年齡層皆可閱聽的作品。相對的語詞為「成人向」。

同人：源自日文，原意係指一群具有相同興趣、愛好的人，後衍生為「不受商業因素影響的自由創作」，目前在日本及台灣網路上，同人一詞作為名詞使用時可以廣泛指稱非商業性質的漫畫、小說、影片等事物，作形容詞用時多半代

表「非商業出版」之意，例如同人小說、同人漫畫等。例如台灣動漫界活動「開拓動漫祭」即為同人畫家之展售活動。

在日本網路上有所謂「同人界三大奇蹟」之說，指的是同人團體 Type-Moon 製作的成人向對話冒險遊戲「月姬」、同人作家龍騎士 07 撰寫的小說「寒蟬鳴泣之時」與同人團體「上海愛莉絲幻樂團」製作的彈幕射擊與格鬥遊戲「東方 Project」系列⁴。此三者中，Type-Moon 已成立公司，龍騎士 07 亦已轉為商業化製作，月姬與寒蟬鳴泣之時也推出了商業化製作的漫畫、動畫，寒蟬鳴泣之時更改編為電影，僅有東方 Project 系列因主要作者 ZUN 無意轉往商業化製作而保持純粹同人形式。

同人可以簡單分為兩塊領域：原創與二次創作(再創作)。原創同人作品的一切皆為作者自行創作，二次創作則是借用先前已出版的作品(商業化作品或同人作品皆可)之人物、世界觀等設定為藍本，加入自己的創意進行改寫、改編與再創作後出現的產物。

一般人常有的誤解是：「同人創作必以商業作品為藍本」，但是與誤解相對，卻存在許多「同人作品的同人作品」，例如以「月姬」為藍本製作而成的格鬥遊戲「Melty Blood」即為一例，東方 Project 系列也有大量同人衍生創作，如東方系列第七作「東方妖妖夢～Prefect Cherry Blossom」的第三面 Boss 戰背景音樂——「人形裁判～人の形弄びし少女」改編為同人歌曲「魔理沙は大変な

4 上海アリス幻樂團

ものを盗んでいきました」⁵。

ACG：網路上對動畫、漫畫、遊戲三者的統稱，語源是三者的開頭字母：
動畫為 Animation，漫畫為 Comic，遊戲為 Game，此稱呼最早出現在台灣的網
路上。

輕小說(Light novel)：源自日文，為日本出版業界近年來新創名詞。其特色
有二：

一、作者創作時是本著「輕鬆看故事」的精神撰寫作者認為有趣的故事情
節。

二、會附上較多單格漫畫風格的插圖。目前有將輕小說與動漫畫」遊戲並稱
為 ACGN(Animation, Comic, Game, Novel)的稱呼法出現，但被接受的程度
尚不如 ACG 一詞。

第二章 日本動漫畫文化探討

⁵ 「面」為東方系列專用術語，即一般認知中的「關」之意。

日本動漫畫不僅被視為文化輸出的重要管道，其創造的周邊收益亦有值得注意處。日本所製作的動畫片與歐美作品相較之下，其特色有：作品取材較為多樣，除原本就針對動畫撰寫的劇本外，舉凡漫畫、小說、遊戲皆可成為動畫的主要題材；在製作上配音演員的地位顯得重要⁶；近年來則出現將動畫劇情打散播出⁷，甚至由結尾往開頭處播放的播送手法⁸，筆者所述之「模仿式幽默」也在近年來大量出現。為何日本動畫的表現手法、營運模式會在近年來出現以上所述的改變，筆者認為有必要自日本動漫畫的發展歷史著眼，並且注意時下動漫專業人士與動漫畫相關消費族群觀看一部動畫時的切入點，以求了解筆者所稱「模仿式幽默」在日本動畫市場上所扮演的角色。

第一節 日本動漫發展簡史

一、一九三零年代前—草創期

日本動畫產業之濫觴可追溯到成立於一九一二年的「天活公司」。此公司雖以電影產業為主，然而在公司內設有漫畫與動畫部門，該部門自海外輸入動畫，並對動畫片的製作過程進行研究。其後，下川凹天、北安清太郎、幸內純

6 配音演員的日文漢字為「聲優」，直譯即「聲音演員」之意。後以聲優稱呼。

7 動畫「涼宮春日的憂鬱」。

8 動畫「桃華月憚」。

一等人以小組工作的方式製作出最早的日本自製動畫。

至一九二零年代，北山映畫製作所開始改編童話作為動畫題材，並接受政府委託製作教育用動畫，在文部省（相當於我國教育部）之「推薦制度」下在各級學校開有電影（動畫）欣賞課程。

日本動畫產業在草創期會受到的關東大地震與迪士尼公司進入日本市場的兩大重大打擊。關東大地震發生於一九二三年，對於動畫製作用的廠房、設備等造成嚴重的破壞；迪士尼動畫在一九二七年進入日本動畫市場，由於迪士尼公司在資金、技術及行銷上的優勢，低成本製作的日本動畫無法與之匹敵。

二、一九三零年代至一九四五年——外力入侵與政令宣導期

自一九三一年九一八事變至一九四五年日本戰敗的這段期間，日本自製動畫受政府的軍國主義政策影響，大部分以宣導愛國思想與軍國主義為主，單純娛樂題材的動畫則無法得到政府的補助。這段時期，日本動畫原本的頭號競爭對手——外來動畫，則因戰爭的緣故被日本政府全面禁止進口。由於政府力量的介入，此一時代的日本動畫得到充足的機會測試先前自外國公司吸收的製作技術，諸如賽璐璐畫片、有聲動畫等。

二戰後期美軍對日本的大規模燒夷性轟炸二度摧毀了日本的動畫產業，動畫製作設備與人才損失慘重。然而此時期製作的動畫對於後期動畫製作人才仍

有啟迪作用，如動畫名導手塚治虫曾自述看到這些早期動畫之後受到的震撼。

三、一九四五年至一九七零年——早期經典期

一九四五年，新日本動畫社在佔領軍司令部（General Headquarters, GHQ）監控下成立，其目的並非製作動畫與復興日本的動畫產業，而是同盟國基於政治理由對日本動畫製作人才的集中監視。此情況持續到一九四七年日本動畫株式會社（一九五六年更名為東映動畫株式會社，下稱「東映公司」）成立為止。

東映公司於一九五八年推出日本動畫史上首部彩色作品——白蛇傳，以後數年以一至二年的間隔推出以老少咸宜的古典名作為題材的彩色作品，並且引入迪士尼的專業分工模式，斥資建立設備完善的攝影棚，並且培養專業動畫人才。東映製作的動畫不僅對內獨霸日本市場，也時常在國際性的影展得到肯定。之後隨著美蘇兩大陣營的對立與日本加入聯合國，西方國家對於日本文教的干涉也日漸減低，日本動畫產業至此不受原同盟國的干預，得以自由發展。

一九六三年，由手塚治虫編導，並以手塚所繪漫畫為題材的「原子小金剛（鉄腕アトム）」於富士電視台放映，創下四成的收視率。此作品對日本動畫產業的意義有三：其一是手塚治虫一改日本動畫先前的播映模式，在「數分鐘的短片」與「一年一部，片長數小時的長篇電影」之外開闢出第三種如連續劇的方式：

一週一次，長度約二十四至二十六分鐘⁹，此種播映方式亦為目前多數日本動畫的播映模式。

第二，由於當時日本大眾對動畫的觀感主要停留在東映式的高成本動畫電影，因此每週播映的方式會被認為需求成本頗高。為了取得播映平台，手塚在與電視台交涉時以相當低的製作費作為交換條件，導致了被稱為「貧乏動畫」的製作方式。為了配合人眼的視覺暫留，一般動畫的原畫張數為每秒二十四張。手塚不僅將每秒張數縮減為八張，同時建立了被稱為「動畫庫(目前網路用語習稱為「兼用卡」或是「兼用片」)」的制度，即保存某些特定的動畫橋段，並且反覆使用，以節省成本。隨時代演進，原畫張數的縮減已不多見，然兼用片段仍存在於許多種類的動畫中。

第三則是商業手法的創新。手塚不僅首開由暢銷漫畫改編為動畫之風，此舉更成功的將原有的漫畫閱讀者轉換為動畫閱聽人，也建立起贊助商-電視台-動畫公司的三角關係：由贊助商(此時代多侷限於食品業)出資將暢銷漫畫改編為動畫，動畫公司將動畫播映權賣予電視公司與其它播送平台，電視公司則得到收視率，這種合作關係成為日後日本動畫產業與其他領域合作的基本模式。

然而手塚治虫對於日本動畫產業並非僅有正面貢獻。如同為動畫名導演的宮崎駿就對手塚氏的低成本製作持批判態度，而手塚氏的低成本製作也導致「原子小金剛」問世後的十餘年，電視台仍然無法接受高成本製作的電視動畫，間接

⁹ 日本地區動畫播映時通常只會在中間插入一次廣告時段，時間約四至六分鐘。

影響技術發展。

綜合以上，手塚治虫在商業上開創了一套基本模式，在動畫製作的手法上則因時代背景而做出妥協。

另外，此時期的動畫題材也漸漸走向多樣。如「鐵人二十八號」首創巨大機器人題材，並且將男主角的年齡降低，影響直到今日亦可見其遺風；「魔法師莎莉」則是最早將預設觀眾定為少女的動畫，同時也是「魔法少女」類型動畫的先祖；其他尚有「巨人之星」成為最早的運動類型動畫、「森林大帝」開創彩色動畫等。

四、一九七零年至一九八八年——中期經典期

一九七二年，魔神 Z (舊譯「無敵鐵金剛」) 上映，一改「鐵人二十八號」的遙控操作，魔神 Z 則採取主角直接與機器人「合體」的方式，文化上除了在日本曾創下達百分之三十的收視率，法國與義大利則均達七成以上、經濟上成就模型商品的周邊利潤外，製作題材與手法也成為後世動畫仿效的經典。同年，東映動畫卻因為內部勞資糾紛之故，導致動畫製作公司將動畫製作改採外包方式，日本動畫產業的專業分工到此更加鮮明。

一九七四年，「宇宙戰艦大和號」上映，其與當代動畫相比相當嚴謹的設定

帶動動畫迷的考據風潮，甚至出現動畫迷以相機拍攝畫面並全程錄音，以作畫風格猜測每一話製作人員的情形。這些核心動畫迷被認為是最早的「Otaku(おたく，日文中第二人稱的敬稱，「府上」之意，被引申為對動畫有愛好並具專業知識者，中文中則多稱為「御宅族」)」，其中也有一部份投入了動畫產業，成為日後日本動畫產業的中堅份子。

一九七五年，錄影機的問世不僅讓動畫愛好者可以錄下在電視上播映的動畫以反覆觀看，同時也開創了新的銷售通路——OVA (Original Video Animation)，即不經過電視或電影院通路，直接以錄影帶形式販售的動畫作品。

一九七九年，「機動戰士鋼彈(機動戰士ガンダム，一般習稱初代鋼彈或是鋼彈 0079)」上映。此作品的出現代表日本的機器人動畫一舉分為二個領域，一者為注重科學根據、合理性與世界觀設定的「真實系」，另一個則是以激昂劇情為主體，不注重機體合理性的「超級系」。另外，鋼彈系列在劇情上擺脫過去娛樂為主的取向，而耗費相當大的篇幅探討政治、軍事、人類的未來與其他哲學性問題；在商業上則一反以動畫為商品宣傳手段的往例，以周邊商品推銷動畫；在動畫上，「鋼彈」身為主角機體，卻不見過去機器人動畫中的強大性能，以上設定使「鋼彈」成為「真實系」作品的開山作。「鋼彈」的初期收視率一片慘綠，卻在播映後兩年捲土重來，首部電影便創下十億日幣的票房。

一九八四年，GAINAX 公司成立，此公司的成員以早期動畫迷為骨幹，並

且在第一部作品「王立宇宙軍」上映後一舉奪下被稱為日本動畫三大獎的「星雲賞」、「日本動畫大賞」與「Anime Grand Prix」。

一九八五年，吉卜力工作室成立，宮崎駿以高成本精緻製作出發，並且將所有製作工作統合在一個工作室，並且積極培訓員工、設立動畫學校，推出的「天空之城」、「風之谷」等作品不僅屢創票房佳績，其溫馨正向的劇情更奠定宮崎駿在動畫產業的文化地位。

一九八八年，由大友克洋所執導，從同名漫畫（亦為大友氏所繪）的「AKIRA」上映，在畫面效果、事先配音法（先由配音演員進行配音工作，再依據聲音繪製畫面）與背景音樂上都是日本動畫史上的創新，也成為同時代進軍海外的代表作。綜合以上所述，此時期的作品是日本動畫產業中期經典的時代。

五、一九八九年至一九九四年—泡沫經濟後的重新出發時期

一九八九年，發生「宮崎勤事件」。名為宮崎勤的青年在誘拐了四名女童後以殘酷的手法將她們殺害分屍，並在被捕後供稱作案動機來自市面上的暴力漫畫，日本動漫界此時進入人人自危的自清時代，創作自由大受打擊。

隔年泡沫經濟崩潰，對於動畫產業的直接影響是製作經費再度受限，因此許多動畫製作公司將原畫工作外包予中台韓等地廠商繪製，品質自然略有降低。此時代的作品多以平實的生活經驗為賣點，而非靠著作畫精緻取勝，如「櫻

桃小丸子」、「蠟筆小新」、「幽遊白書」等。

一九九三年，製作委員會模式出現，由於具有分散風險、靈活運用資金的優點，成為後來日本動畫產業的主流。

六、一九九五年以後——「後福音戰士時期」

一九九五年，由庵野秀明執導的「新世紀福音戰士 EVANGELION (下簡稱 EVA)」上映。這部作品的前半部看似是平凡的校園生活與透過戰鬥保衛全人類的傳統劇情，但是後期卻出現大量哲學討論、心理分析與晦澀難解的劇情與隱喻象徵，如知名的「電梯場景」——男女主角搭乘電梯，長約一分鐘的鏡頭中完全沒有對話或肢體動作。後半部的劇情甚至完全顛覆前半部的劇情與伏筆設定，隨著動畫上映在日本動漫界引起相當廣泛的討論與正反兩極的褒貶，而「EVA」則成為日本動畫史上最具爭議性的作品。

同年，押井守所導演的「攻殼機動隊 (Ghost in the Shell)」上映，其注重考據與科學根據的硬派科幻不僅吸引動畫愛好者的注意，對於人工智慧等議題的探討亦影響其他作品，如「駭客任務 MATRIX」。更值得注意的是，押井守的作品中大量使用象徵與符號，以簡潔的方法表現極大量的訊息。隨著攻殼機動隊進入國際市場，世界各國開始大量進口日本動畫相關產品，創造驚人的利

潤，如攻殼機動隊的錄影帶在動畫上映的隔年，即奪下美國家用錄影帶銷售冠軍。

一九九六年，東映嘗試將數位製作方式引入動畫產業，以縮短工時並且提供更多樣的表現場景。至此，「動畫」一詞開始與原有的「卡通」相區別，目前大部分人可以接受的定義為：「卡通」專指僅由連續原畫片快速播放，以視覺暫留達成動態的影片；動畫則指製作時有使用其他輔助技術，例如電腦繪製的影片。

一九九七年，由掌上型遊戲機遊戲軟體改編的動畫「神奇寶貝」上映，結合遊戲、動畫、漫畫的行銷手法再度創下極高的利潤，相關銷售額達數十億美元。

兩千年左右，被稱為「萌文化」的新潮流在日本動漫畫界成形。所謂「萌」來自日文的「萌える（讀音：Moeru）」，與「燃える」（可燃燒的）同音，原先係指「對於人物如燃燒般的強烈喜好」，由於「萌える」與「燃える」同音，因此最早可能是打字時選字錯誤之下的產物，卻成為網路上通用的觀念與用語。今日，動漫愛好者會列出喜愛某個角色的關鍵要素，稱為「萌元素」。萌元素的內涵則非常多樣，舉凡外貌、個性、服飾、與主角或其他角色的關係皆有。

萌文化會影響日本動漫產業多久，或在未來發展中會給予何種影響尚無法

確認，但可知的是有許多動漫迷是在喜歡上特定角色後才閱聽相關的作品；與萌文化相關的網路活動中，最知名的是由網路使用者以投票方式決定名次的「最萌角色大賽」。此活動自二零零三年開始舉辦，至今為止女性角色賽已舉行五屆、男性角色賽則舉行過三屆，雖有變質為動漫畫愛好者票選自己喜歡的角色之嫌，仍然是萌文化愛好者一年一度的網路盛會。

萌文化所受到的批判之一來自宮崎駿，宮崎氏在訪談中將萌文化指為物化女性的產物，並且宣稱在他執導的作品中不希望出現以萌為主軸的女性角色，反而應該強調女性堅強獨立、勇敢堅強的一面。另一個批評則來自動畫閱聽者，部分閱聽者指責近年的部分動畫作品在製作時過度強調萌元素以致忽略劇情張力與合理性，並將被列入黑名單的動畫稱為「廢萌作(意指除了萌什麼都沒有)」或是「惡意賣萌」。

此時期的動畫新作除了承接原先的傳統外，往往將原有的傳統加以改編、再製。以魔法少女類型動畫為例，一九九八年的「庫洛魔法使 (Card Captor Sakura)」被譽為最成功的魔法少女類型動畫；而二零零四年的「魔法少女奈葉 (魔法少女リリカルなのは)」則大膽的將魔法少女題材配上了如機器人動畫般魄力十足、光束四射的戰鬥畫面與過去同類型動畫中少見，具備嚴密科層的武力組織，而結果是成功的，可以從網路使用者「魔砲少女」的暱稱與兩位女主角分別奪下最萌大賽二零零五年冠軍與二零零六年亞軍見其一斑。而上述的兩

部動畫除對於傳統元素的承繼與改寫外，後者也受到萌文化的強烈影響。

當然也有經典名作的新系列作品遭到廣泛而強烈的質疑。如鋼彈系列的新作「新機動戰記鋼彈 W」曾因為角色外貌設定與劇情被稱為「偶像劇」；二零零二年的「機動戰士鋼彈 SEED」播映前期受到的質疑是作品的背景設定、主角的遭遇與初代鋼彈雷同處過多，有抄襲老作品之嫌；而後半期則一反前半打著的「反戰」大旗，變成強調主角的個人英雄主義，而世界觀的設定也拋棄了先期的「真實系」，而轉向「超級系」設定。兩年後的「機動戰士鋼彈 SEED Destiny」受到的攻擊則更強烈而全面：與初代鋼彈、機動戰士鋼彈 Z 近似完全相同的機體設定被批為抄襲外，SEED 中真實系轉超級系的鬧劇再度重演，高成本製作下仍出現大量的兼用卡鏡頭，兼用卡用到後期甚至出現機體錯亂、副標題錯亂的離譜錯誤。

另外，許多由漫畫、遊戲、小說改編的動畫作品因為劇情主軸、敘事節奏、人物設定等與原作有過大的出入而被動畫愛好者指為「崩壞作」，另外有「作畫崩壞」一詞，指的是動畫的作畫水準前後不一，前者如「真月譚月姬」、「魔法老師」，後者如「天元突破」的第四話、「更勝黎明的琉璃色」等。

第二節 動畫構成元素簡述

動畫的主要構成元素有三：劇情、畫面、聲音。

劇情部份，除了少數的實驗性作品外，會是構成整部動畫的骨幹。劇情來源可以是製作公司原創，也可能是改編自漫畫、遊戲、小說或史實。另外，近年來有些動畫製作公司會在有大量動漫畫愛好者瀏覽的網站上尋找靈感，例如京都動畫公司就曾於日本知名影片網站「ニコニコ動画」上取材¹⁰。

畫面有角色造型、背景、分鏡、畫面流暢度、場景切換、特效等觀賞重點。角色造型等設定的原始設計者不一定會直接參與動畫製作，例如日本漫畫家團體 CLAMP 曾負責二零零六年由日升公司製作的動畫作品「Code Geass—反逆的魯魯修」的人物設定一職，但並未在該作品的後續製作中擔任任何職務。

聲音部分則可分為配音、配樂及音效。配音在日本動畫產業中是相當重要的一環，配音演員（日文漢字「聲優」）通常附屬於配音工作室之下。由於在動畫中，角色的細部性格完全依賴聲優詮釋，因此聲優地位如同電影中的演員，今日的日本動畫會在片尾播出製作人員表，聲優的順序一般而言排在工作人員的前半部分，會排在聲優前面的一般只會有腳本（相當於單話導演）、作畫監督等寥寥幾個職務。

配樂主要是音效與背景音樂，一般來說電視播映後發售的 DVD 版本會加入電視播映時沒有的背景音樂，成為促使愛好者購買的另一推力。此外，片頭曲、片尾曲與插入曲也包括在配樂範圍之內。一般而言，片頭、片尾曲會在第

¹⁰ 日文版網站 <http://www.nicovideo.jp/index.php>；台灣版網站 <http://tw.nicovideo.jp/>

一話播放後一到兩個月內發售專輯。

第三節 動漫文化與其周邊經濟效益

時下台灣網路用語中，多將動畫 (Animation)、漫畫 (Comic)、遊戲 (Game)各取其首字母，合稱為「ACG」，此一稱呼最早出現於台灣網路上¹¹。

在日本的文化產業市場中，此三者時常相互結合，一部作品可以以任意一種型態發跡，並在該領域獲得成功後轉換跑道。例如「機動戰士鋼彈」於 1979 年推出動畫，隨後推出漫畫、遊戲；遊戲製作公司 Type-Moon 於 2000 年發售文字冒險遊戲「月姬」，該作品亦被改編為漫畫與動畫；漫畫「神槍少女(Gunslinger Girl)」也曾翻拍為動畫，並在 PS2 平台上推出遊戲。由以上舉例可知，在日本的文化產業中，一部作品時常具備多種表現形式。

然而，此三種表現方式由於執導者不同，在劇情、世界觀設定、人物設定與配音演員選擇等面向上，三者時而呈現互不相關之狀態，動漫畫愛好者討論時往往將動畫、漫畫、遊戲三者分開，是以對於一部作品會有多種評價。舉例而言，由 Navel 公司推出的美少女遊戲「SHUFFLE!」被稱為該公司之成名作，然而動畫版卻因作畫風格與遊戲相差甚遠而受到動漫迷批評，稱之為「作畫崩壞」或是「崩壞作」。

11 傻呼嚕同盟，2006

除前述的三種表現形式外，輕小說或是劇場版動畫（OVA）也是常見的表現形式。特別值得注意的是輕小說，近年來在網路上已出現「ACGN（Animation, Comic, Game, Novel，動漫遊戲輕小說）」的稱呼方式。

如本章第一節中所述，在一九九五年「新世紀福音戰士 EVANGELION」上映後，目前的日本動畫尚無法如過去數個時期般，明確的標定出一個大略的總體發展方向。若以截至二零零八年春季的動畫作品作推論，「萌文化」是最有可能成為「後福音戰士時期」動漫畫的主流發展方向。

在萌文化中，能因為具備而令觀看者喜愛某位角色的要素被稱為「萌要素」。萌要素的範圍相當廣泛，從穿著打扮、體態特徵、口氣用語到個性都能成為萌要素。以下舉出兩例：「絕對領域」一詞原指心理學中個人所在位置在心理上占有，不容外人進入的空間；在新世紀福音戰士 EVANGELION 中則用以指稱一種具有絕對防禦性能的力場；而當二零零一年一套桌面助理程式在日本網路上流行後，「絕對領域」一詞就被動漫族群用以指稱「女性過膝長襪到裙子下緣的大腿部分」，如圖一所示。在二零零一年以前，具有絕對領域的女性角色並不多見，但依據二零零八年四月中由台灣網路使用者共同編輯的 Komica Wiki 之資料，自二零零一年以來已有超過四十位出現在動漫畫的女性角色具備絕對領域屬性；第二章第三節所提及的美少女遊戲「Shuffle！」中一共有五位主要女性角色，其中三人具有絕對領域屬性。



圖一，圖片來源：www.komica.org

另一例則是日文中稱為「ツンデレ」，在台灣多半被稱為「傲嬌」的萌屬性¹²。此種萌屬性的稱呼原本是二零零二年八月底日本網民對遊戲「你所期望的永遠」中一位角色的評論，此一稱呼在二零零五年前後得到日本網路使用者廣泛接受，並且在網路上廣為流傳。至二零零八年為止，有近二十部動漫畫作品中出現具有傲嬌屬性的角色，在這些動漫畫中，約有半數第一女主角具備傲嬌屬性。

由以上兩例可以得知，若一種前所未見，或先前出現時並未引起廣大注意的製作手法能引起動漫畫相關網路使用者(通常也是特定動漫畫相關商品的消費者)的注意，並且得到廣泛的認可與再傳播，則使用同種手法的作品就會快速發

¹² 另有嬌蠻、蠻橫嬌羞、外冷內熱等翻譯法，現引用最為網路使用者接受的譯法。

日文中「ツンツン(Tsundere)」指對人冷淡、不友善、輕視等態度，「デレデレ」則指言語行動一味討好對方、撒嬌裝傻等情形。ツンデレ一般用以指稱角色在喜歡上異性前後態度丕變的「過程」，後被引申為在劇情中有表現出此種過程的角色。

展並且大量出現，此種模式已有前例，日本本土信仰——神道教在動漫畫中的使用就可以作為一例¹³。

若改以商業的觀點切入，則可以發現動畫的海外播放授權權利金及各式周邊商品之收益往往遠大於動畫本身帶來的經濟價值。以 2002 年資料為例，動畫本身之商業利益估計約為兩千兩百億日圓，而其周邊商品的商業價值則有十倍之多，估計在兩兆日圓上下¹⁴。

而台灣的閱聽族群所吸收的動漫畫資訊則以日本為最大宗。以 2004 年為例，國小學生中，有閱聽日本動漫畫習慣者為 90%，國中為 95%，高中職為 98%¹⁵。知若需要進行調查訪談，母體將相當龐大。但並不代表可以找到大量符合需求的受訪者，原因為許多台灣的動漫畫閱聽者所接觸的動漫畫以登載於「少年周刊 JUMP」上的作品及其所改編的動畫為主，多數並未接觸筆者此次研究所涉及的作品。

第四節 惡搞文化

台灣的「惡搞文化」又稱「Kuso 文化」。Kuso 一詞應原自於日文，然而其來

13 張俊麒，2007

14 林鈺淳，2006

15 黃麗文，2006

源仍有爭議。目前網路上通行的說法有三：其一為台灣遊戲玩家將日本遊戲「死亡火槍」主角中彈時的慘叫聲作為口頭禪使用；其二認為「Kuso」一詞源自日文的「くそ」，原本的意思為「糞、下等、低劣」之意，在日文中有時亦作為粗話使用；而後此詞的定義在網路上演變為「以認真的心態玩爛遊戲」，進而被中文使用者詮釋為「爛得很經典的東西」；第三種說法則指 Kuso 源自日文的「空想」。

此一辭彙進入台灣後，台灣網路使用者給予的新定義為「具有原本的文本及框架」、「需要有一定的基模 (Database)，進入門檻高」、「網路傳播性、時事、時效性及多變性」、「顛覆、重新詮釋、解釋、反叛、嘲弄」等特色¹⁶。

Kuso 與一般的笑話不同處，在於它要求的是引起接收者的「共鳴」。

但在二零零四年以後，由於商業廣告大量使用 Kuso 一詞，導致 Kuso 的定義大眾化、模糊化。許多惡搞文章的創作者在接受網路訪談中表示，商業化使惡搞文化失去原有的共鳴性、大眾化使惡搞文化定義不清而流於平淡的搞笑¹⁷。

惡搞文化所受的負面評價除上述大眾化導致效力減弱、失去共鳴之外，在大陸地區，具有惡搞成分的網站與具情色、暴力內容的網站均被列為批判對象。據光明日報在二零零六年八月十日召開的座談會記錄顯示，中國大陸地區的專家學者將惡搞文化定位為解構主義與虛無主義的另一種表現形式，是對於

16 羅蓉蓉，2006

17 羅蓉蓉，2006

中國當局大力宣導的「社會主義榮譽價值觀」的反動。同時，惡搞文化不僅培養出低俗的網路語言，也涉及知識產權問題。對大陸學者更嚴重的是，近年來出自大陸或進入大陸地區網路的部分惡搞作品其元素來自於所謂「紅色傳統」，例如將人民解放軍軍徽上的文字「八一」惡搞為諧音「白癡」的「八七」，故被視為政治意識形態上的挑戰、對傳統文化的侮蔑與褻瀆。¹⁸

第三章 模仿式幽默

第一節 模仿式幽默在其他領域的表現

模仿式幽默，或模仿式幽默的原型最早並非於動漫畫領域發跡。與其內涵相近的「惡搞文化」，其代表性活動有：以模仿奧斯卡金像獎為軸，頒發給年度最差電影的「金覆盆子獎 (Golden Raspberry Award，台灣俗譯為金酸莓獎、金草莓獎)」、頒發給「乍看之下令人發笑，實則發人深省，而且無法也不該被重做」的科學試驗的「Ig Nobel Prize (搞笑諾貝爾獎)」、頒發給「因愚蠢行為失去生命或生殖能力，如此確保他們的遺傳因子不至於禍延下一代」人士的「達爾文獎」(Darwin Prize) 等國際性獎項。雖然大多數獲獎者不認為獲得這些獎項是一件名譽的事，英國首席科學顧問 Robert May 甚至曾要求 Ig 諾貝爾獎協會不要再頒發該獎項予英國籍人士，但仍不乏欣然接受金覆盆子獎的影藝界人士

18 防止网上“恶搞”成风专家座谈会 <http://news.sina.com.cn/pc/2006-08-10/27/2396.html>

及接受 Ig 諾貝爾獎的科學界人士，前者如二零零五年時，女星荷莉貝瑞曾出席金覆盆子獎頒獎典禮¹⁹。

而與漫畫中的模仿式幽默精神更為相近的創作，則可以舉好萊塢拍攝的一系列專以嘲諷其他驚悚電影為題材的電影，名為「Scary Movie」(中譯：驚聲尖笑)說明。在此系列電影中，觀眾不時可以看到曾出現於其他經典驚悚電影中的道具、場景與對白，但都以「驚聲尖笑」系列獨有的風格將其改編為引人發噱的元素。若觀眾在觀看該電影前未曾觀賞過其中所指涉的驚悚電影，將無法察覺許多導演原本打算引觀眾發笑之處。

在台灣的例子有中天頻道所錄製的政治性脫口秀節目「全民大悶鍋」，節目安排藝人打扮成社會人物的形象，並在節目中將被模仿者的語氣、神態誇張化，並在言談中夾雜許多廣為大眾所知，由被模仿的名人所說出的言語，以此種姿態互相交談、攻訐或評論時事；「無間道之 CD Pro 2」是由網友擷取電影「無間道」的畫面加上自配的對白而成的搞笑短片。而「南方四賤客(South park)」的創作背景原本以粗魯低俗的語言嘲諷、影射製作時的美國時事並挑戰舊有觀念，引進台灣播出時，台灣電視公司則將其配合台灣時事重新配製與原

19 參見中文維基百科「搞笑諾貝爾獎」條目

(2008.04.21)<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E6%90%9E%E7%AC%91%E8%AB%BE%E8%B2%9D%E7%88%BE%E7%8D%8E&variant=zh-tw>

作劇情毫無關係的對白，以原有的畫面與新錄製的聲音組合出新的劇情。

無論是好萊塢電影或是台灣本土的電視節目，兩者所具備的共通特徵為：閱聽者、觀看者必須具備一定且與藝術創作者共通的相關背景知識(即第二章第四節中所述之「基模」概念)，並且要能在觀看到藝術創作者刻意編排的橋段後迅速地將眼前所見橋段與記憶中的橋段做出連結，從而自兩者的相似性與落差性質中感受到幽默感，從而感受愉悅。

第二節 動漫畫中的模仿式幽默

初步觀來，模仿式幽默與時下所風行的萌文化並無衝突之處，原因在於模仿式幽默並未要求具備特定的劇情、畫風或是角色特徵，是一種可以簡單引入任何類型作品中的萬能表現手法。然而模仿式幽默是否具有如此的潛力吸引大量網路使用者的認可，未來會不會出現更多大量使用模仿式幽默的作品？這兩個問題必須在釐清何謂模仿式幽默，並且確認網路使用者的看法後才能得出解答。

模仿式幽默，其主體為 ACGN 創作者在創作新作品時，藉由在新作中置入與舊作品相關的引用、致敬、惡搞等元素，引發與創作者具相同基模的閱聽者

之共鳴²⁰。若欲使模仿式幽默依照創作者的意願達成娛樂觀眾的效果，則閱聽者必須迅速理解兩點：一、創作者在眼前的橋段中運用了模仿式幽默的表達手法；二、辨認模仿式幽默的原出處，並且將舊作品的橋段與眼前的新作品進行比較。

故，模仿式幽默自創作到完全發揮成效的流程如下：

- 1、創作者 / 閱聽者接觸經典的舊作品
- 2、創作者在創作新作時將舊作元素置入新作中，形成模仿式幽默
- 3、閱聽者在觀看新作時辨識出創作者使用模仿式幽默
- 4、閱聽者辨識出模仿式幽默的原出處

之所以將步驟三與四分開，是因為在許多狀況下，動漫畫閱聽者即使可以清楚判定創作者在新作中使用了模仿式幽默，卻無法確定被引用的舊作品是哪一部。例如「旋風管家」的動畫中，多次出現「角色被數把從背後飛來的刀劍刺倒在地」的橋段，用以顯示角色受到嚴重的心靈打擊。由於飛來的刀劍外型每次都不同，同時其誇張的造型、與整部作品不同的畫風亦明確顯示這些物件並非出自旋風管家的原作，因此大部分觀眾都能判讀出「從背後飛來的刀劍」屬於運用了模仿式幽默的橋段；然而只有少數觀眾或字幕組成員能正確指出刀劍的出處。關於閱聽人在觀看動漫畫時，能否正確指出模仿式幽默的原作出處會對閱

²⁰ 引用舊作品並且令觀看者明確感受到製作者對於老作品之推崇之表現方式。

聽樂趣產生怎樣的影響，筆者會嘗試由訪談中得出答案。

依筆者觀察，目前在日本動漫畫中出現的模仿式幽默，大致可以分為以下幾種：

一、文字式幽默：讓角色在對白中提及真實世界之品牌、作品或角色名稱、出現在其他動漫畫作品中的專有名詞、角色代表台詞、其他作品的劇情等，並以刻意營造幽默感之手法處理，例如在某個音節刻意消音或在使用模仿式幽默的對白尚未完結前即由其他角色插話打斷台詞。

這種表現手法可以出現於以模仿式幽默為主軸的動漫畫中，出現與其他動漫畫之著名橋段或作品主軸相近的劇情時，以角色對白或旁白的方式提及，或在不特意鋪排劇情的情況下直接使用之。以下分別以「旋風管家」中的橋段及「君為主我為執事」第一話的下回預告舉例。

旋風管家橋段的劇情：白皇學院學生東宮因面子問題而向主角綾崎颯挑戰劍道。

綾崎颯：「飛——天——」

東宮：「等一下！繼續說下去的話會觸犯著作權法的！」

以上是影射動 / 漫畫「神劍闖江湖」男主角緋村劍心的劍術流派「飛天御劍流」。

久遠寺森羅：「下一話中，鍊（男主角上杉鍊）會轉入我擔任學生會長的學校。」

久遠寺未有：「那是另一部管家動畫吧？」

以上對話是影射「旋風管家」男主角綾崎颯就讀於女角桂雛菊擔任學生會長的「白皇學園」橋段。

文字式幽默只需要一句台詞或是一句旁白就可以連結兩部作品，雖然是眾多模仿式幽默手法中最為簡潔的一種，但是對觀看者的要求也較高，觀看者必須對被提及的動畫具有相當的理解，才能解讀出動漫畫製作者所指涉的劇情橋段。另外，除了台詞與旁白外，以文字為主軸的模仿式幽默也可以獨立成橋段，例如「幸運星」漫畫中，主角泉此方曾提及「因為一部動畫的影響，最近突然很喜歡吃波蘿麵包」，是影射輕小說「灼眼的夏娜」中女主角夏娜喜歡吃波蘿麵包的設定。

二、靜物元素式幽默：在畫面中出現特定靜物元素，例如動漫相關的海報、PVC 模型、雕像甚至是修改過的真實世界商標等等，通常會刻意模糊化、轉換色調、以與原作相似的構圖重新繪製，甚至以馬賽克覆蓋。如動畫「旋風管家」中，除了片頭曲畫面中曾出現「名偵探柯南」男主角江戶川柯南的半身胸像

(如附圖二) , 在動畫中也出現過「犬夜叉」男主角犬夜叉的半身胸像(見圖二) ; 動畫「Keroro 軍曹」中 , 曾在看板上出現以日文片假名標註「イルマ」的藍白雙色橫橢圓形商標 , 是影射日本模型公司東京丸井商社²¹。

另外 , 動畫「幸運星」中 , 女主角泉此方的房間擺設中有一尊 PVC 模型出自輕小說「涼宮春日的憂鬱」中女角朝比奈實玖琉的角色造型 ; 牆上張貼的海報則出自美少女遊戲「SHUFFLE ! 」與涼宮春日的憂鬱 DVD 商品附贈海報。

在使用模仿式幽默手法的情況中 , 靜物元素式表現手法對製作者的要求較高 , 製作者必須在不會引起著作權疑慮的情況下 , 成功令閱聽者辨識出被引用的作品。上述的幸運星為少數對著作權問題較無顧慮的作品 , 原因為其動畫中多次被引用的作品「涼宮春日的憂鬱」與幸運星一樣 , 同為京都動畫公司所製作的作品。

21 イルマ : 發音為「Iruma」 ; 原公司商標上標註マルイ(Marui)。丸井商社官方網站 : www.tokyo-marui.co.jp



圖二：「旋風管家」片頭曲畫面中出現的柯南雕像。圖片來源：動畫畫面擷取。

三、構圖 / 分鏡式幽默：在構圖與分鏡時使用和其他作品極相似之手法。

與上述二種不同，此種手法通常在表現上力求明顯，以求讓觀眾在第一時間識別。

如「幸運星」、「旋風管家」兩部作品皆曾以「北斗神拳」為模仿式幽默的元素，並且在使用來自「北斗神拳」的元素時對畫風進行短暫的大規模轉換，換成類似北斗神拳的畫風以強調模仿式幽默的效力（見圖三）；在「君為主我為執事」第三話則有駕車在山路上競速的橋段，該橋段製作時則將畫風轉為類似「頭文字 D」的畫風。

這種手法較多見於動畫，於漫畫中較少見。筆者推測其原因為：時下的日本動畫多半具有完整的專業繪製團隊，可以繪製表現此種手法所需要的畫風；漫畫較難採用此種手法的原因則是因為獨力創作的漫畫家較難突然切換畫風，

即使是漫畫團隊型式的創作者，也多半由其中一人負責主要繪圖工作，因此切換畫風的困難度並不亞於獨力創作者。

而據筆者觀察，最近構圖 / 分鏡式幽默的取材對象除了經典動漫畫之外，在網路上具有相當人氣的小短片亦可以成為創作題材，例如「旋風管家」曾使用二零零七年底在網路上爆紅，以同名瑞典語歌曲為背景音樂的短片——Caramelldansen 作為模仿式幽默素材²²。這顯示模仿式幽默的對象已經不限於過去的經典作品，受大量網路使用者認可的題材也成為可以使用的素材。



圖三：「幸運星」中的畫風轉換。圖片來源：動畫畫面擷取。

四、配樂式幽默：在作品中出現其他作品曾使用的背景音樂、片頭、片尾曲乃至於角色歌曲，但由於著作權問題，此種表現手法較少見。「幸運星」中，

22 由瑞典樂團 Caramell 所演唱的一首歐陸舞曲風格歌曲，Caramelldansen 意為「焦糖舞」。關於這首歌曲的二次創作，最早在 2002 年曾有日本網路使用者將其配上動畫「涼宮春日的憂鬱」之片尾曲「ハレ晴レユカイ」之舞蹈畫面，而在 2007 年底被加速為原速的 120%，並配上出自遊戲「蒲公英 Popotan」開頭動畫中擷取的一小段 Gif 動畫後在日本與台灣的網路上爆紅，在 Youtube 與日本動畫網站「ニコニコ動画」上都可以搜尋到大量相關影片。此歌曲在日本網路上有ウツ-ウツ-ウマウマ(°▽°) 的別稱。

女主角泉此方的手機來電鈴聲為「涼宮春日的憂鬱」劇中插曲「實玖琉的戀愛大冒險」；另外在第七話中有此方看電視的橋段，雖然畫面中沒有正面畫出電視畫面，但可以從配樂中推知此方正在觀看的節目是動畫「草莓狂熱」的後半季²³²⁴。

五、 配音演員式幽默（聲優式幽默）：在日本動畫產業中，一位聲優通常具有多條聲線，用以演出不同作品中個人特質相異的角色。動漫愛好者為了區分一位聲優的不同聲線，多以角色為聲線命名。

例如日本女性配音演員平野綾最為動漫族群所知的兩條聲線是幸運星中泉此方（泉 こなた）、以及涼宮春日的憂鬱中涼宮春日（涼宮 ハルヒ）這兩條聲線，而動漫族群多半暱稱為「此方線」及「春日線」（或「團長線」）。

這種幽默手法是讓聲優扮演 A 角色時，突然出現屬於 B 角色的言行舉止，用以達到如 B 角色跨刀演出般的幽默效果。以下以「幸運星」第十六話中的橋段舉例（圖四、五）。

橋段劇情：女主角泉此方的同學到她打工的 Cosplay 咖啡廳消費²⁵，裝扮為涼宮春日的此方介紹消費規則並接受點菜。

23 公野櫻子原作，動畫由マッドハウス公司製作。

24 くちびるの白昼夢，作詞：畑亜貴，作曲、編曲：前澤憲之，演唱：美郷あき。

25 Cosplay 來自於 Costume play，譯為「角色扮裝」。多指動畫愛好者將自身裝扮為劇中人物的活動，扮裝者稱為 Coser，Cos 為 Cosplay 的簡稱，作為動詞使用時是「某人物裝扮為特定樣貌」的意義。

泉此方（涼宮春日聲線與語氣，下同）：「妳們幾個，要喝什麼飲料？」

同學：「啊……請等一下。」

泉此方（涼宮春日聲線）：「快點啦！太慢是可要罰錢的喔，罰錢！」

同學：「這是對待客人的態度嗎？」

泉此方（泉此方聲線）：「這是這間店的風格（轉回涼宮春日聲線）已經決定好了吧？」





圖四、五。出處：動畫畫面擷取。

六、複合式幽默：結合以上方式的表現手法。例如幸運星第五話中，有主角泉此方一面玩角色扮演型網路遊戲一面漫不經心哼歌的橋段²⁶，就是結合了文字、音樂與聲優三種型式的模仿式幽默。構成這個橋段的元素共有：

一、曾觀看過動畫「涼宮春日的憂鬱」的觀眾可以由歌詞與旋律辨認出該首歌曲，屬於音樂形式。

二、在該橋段中，僅有幾句歌詞清楚的唱出。唱出的內容為「.....一起冒險吧.....因為夢想而變更為堅強.....」，除了可供觀眾從歌詞辨認歌曲外，歌詞內容也契合網路遊戲內容。

三、平野綾身兼該首歌曲的原唱者、涼宮春日與泉此方兩個角色的聲優，這是利用聲優身分，並且與此方崇拜涼宮春日的形象作結合²⁷。

²⁶ 動畫「涼宮春日的憂鬱」片頭曲「冒險でしょでしょ？」，作詞：畑亞貴，作曲：富田曉子，編曲：藤田淳平，演唱：平野綾。另外，動畫片頭畫面與專輯均於演唱者後加註「涼宮ハルヒ」，是表示平野綾以動畫角色身分演唱歌曲。

²⁷ 動畫原創劇情，漫畫前期並無相關描述。

綜合以上，筆者所提之分類僅為簡單的分類，在觀看時無可避免會遇上分類領域重疊，無法明確界定為特定型式之情形。

第三節 伴隨模仿式幽默出現的幽默要素

依據筆者觀察，大量使用模仿式幽默的動漫畫在製作時時常加入一些和模仿式幽默無關，然而相當貼近時下所稱「御宅族群」生活，甚至直接從現實生活經驗、活動等取材的橋段。

例如幸運星中曾出現主角群參加同人誌展售會的橋段，在進入會場前，女主角此方相當認真的要求同行的同學注意至各攤位消費時的順序、因人潮擁擠而感到身體不適時的應變方式、身上攜帶大量零錢以加快結帳速度等細節，曾參與同人誌展售會的閱聽人在觀看此橋段時會因為自身經驗而深有親切感²⁸。旋風管家中除了曾以副標題提及因涉及御宅族群，成為大眾認知御宅文化管道的電影「電車男」，也多次在作品中出現日本御宅族群常使用與瀏覽的影片分享

28 由於同人誌的印刷量較小，故廣受歡迎的同人社團時常遇到所有的商品在展售會結束之前就賣完的情形。又由於展售會場的攤位間走道一般頗為狹窄，因此若有大量顧客同時等待結帳會出現走道被人潮塞住的情形。

網站「二〇二〇动画」。另外，在對話中也曾出現(作者認為的)鋼彈系列作品的觀看順序，雖然這些關於鋼彈的對話並未加以消音或掩蓋以達成模仿式幽默的效果，但是對於資深的動漫閱聽者而言會是個熟悉的元素，對於新接觸 ACGN 領域的閱聽者來說也可以作為動漫背景知識的取得管道。

筆者認為這樣的表現手法可以讓平時的生活貼近取材的觀眾在觀看時得到更多的愉悅感，但是對於之前沒有接觸過這些題材的觀眾而言效力則較弱。然而，大量出現的御宅文化相關題材不應僅被視為針對少數人而出現的笑點，而應該被當成一種文化輸出來看待。

第四節 模仿式幽默發展的隱憂及未來發展

對於使用模仿式幽默的作品，自然正負兩面評價皆有。針對「幸運星」、「旋風管家」及「君為主我為執事」三部作品的負面評價主要集中在這三部作品是否過度強調萌要素而忽視劇情走向及張力，亦即：此三作在一部份動漫閱聽者眼中是標準的廢萌作。另外，幸運星的前四話較忠實的依照漫畫風格展開劇情，由於幸運星的原作漫畫是四格漫畫形式，因此有針對前四話的批評，認為這四話劇情散亂、把十數個兩分鐘小短篇硬湊成三十分鐘的動畫之意見出現²⁹。另

²⁹ 第五話開始改由武本康弘出任監督，此情形不復見。

外，「君為主我為執事」則因為作品中接近裸露鏡頭與女角間的親密鏡頭出現頻率過高，而在廢萌作的負面評價外再被批為「廢殺必死作」³⁰。

而 keroro 軍曹則因為採取長期播放模式製作，長時間下來則出現重複引用的情形，也有網友在訪談中指出該作將預設觀眾得年齡層定得較低而導致整體劇情走向深度不足。

除以上各部作品的獨立缺陷之外，也有網路使用者在網路上討論時指出對於模仿式幽默手法的過度使用感到不滿，認為過度強調模仿式幽默而破壞一部作品的劇情節奏感，甚或為了展現模仿式幽默而刻意安插橋段的製作方式不可取。

由於模仿式幽默與惡搞文化一樣，觀看者必須具備與使用模仿式幽默的創作者共通的基模才能理解創作者安插的橋段與伏筆，因此無可避免會遇到與惡搞文化一樣的問題：引用的作品、化用的橋段較艱深冷僻時，雖然可以讓能辨識的閱聽者感到幽默感，但是能理解的閱聽者比例會下降；而若使用較為大眾化、通俗化的動漫畫元素作為模仿式幽默的藍本，雖然能理解的閱聽者會較多，然而從辨識模仿式幽默之使用中所感受到的愉悅感則會降低。

綜合以上，模仿式幽默目前面臨的主要問題是：其影響力會不會被時下風

30 「殺必死」一詞語源是英文的 Service，被用以指稱尺度較危險的鏡頭。

行的萌文化所覆蓋，即動漫畫閱聽者選擇閱聽作品時完全取決於萌元素，而導致模仿式幽默遭到忽略；創作者如何自然的將模仿式幽默元素融入劇情中，而不致於淪為為了表現手法而表現；模仿式幽默取材時如何保存此一元素特有的「非全部觀眾皆能理解」特質，而非為了吸引觀眾而如惡搞文化般讓定義大眾化、模糊化。

而在取材方面，由前述的 Caramelldansen 之例可以發現，目前模仿式幽默之取材方向漸漸多樣化，被使用的題材除過去的 ACGN 作品外，網路上的二次創作也可以成為模仿式幽默取材的對象，這應可歸因於三個因素：近年來網路上的分享平台功能日漸多樣化、日本地區具有許多在善於多媒體剪輯，甚至擁有職業級水準的網路分享者，以及動畫製作團隊開始於網路取材。

未來發展部分，由於日本的新作動漫畫不斷推出，即使是使用模仿式幽默的作品也能成為其他作品的引用題材(參見本章第二節)，因此模仿式幽默這種表現手法未來是否能保持足夠的活力，而不致變為老點子的一再使用就取決於使用模仿式幽默的創作者是否能適當的引用舊作品與化用新作品。

第四章 訪談整理

第一節 閱聽者對模仿式幽默的觀點

一、受訪者基本資料：

1、網路使用者 Kevin Hsu：男性，動畫經歷四年的高中生，愛好動畫類型廣泛，除女性向之外均可接受³¹，特別喜歡「平實感動」或是「嚴肅戰鬥中夾以輕鬆劇情」類型。遊戲經歷較少，玩過的作品有「戰國蘭斯」與東方系列，輕小說部分會在確認網路書評後才下手購買，主要參考對象是 Komics 的小說版。喜愛的作家是時雨澤惠一(「奇諾之旅」作者)、奈虛茸(「Fate」系列作品、「月姬」、「空之境界」作者)，喜愛的輕小說作品有空之境界、伊里野的天空 UFO 的夏天。

2、網路使用者 Eutsao：男性，動畫經歷約三年的高中生，愛好動畫類型較廣，無論以敘事為主軸或是單純的搞笑作品都看。如果一部作品在動畫、漫畫、遊戲等三個領域都有出現，就會有特別深刻的印象，而且會主動接觸所有領域的作品。喜歡的畫師是七尾奈留。平常常瀏覽的網站是各大論壇、二二二二動畫和 Komics 則是每天瀏覽的對象。

3、網路使用者「阿宅」：女性，漫畫經歷四年，動畫經歷兩年的高中生，有觀看舊時代作品的經歷，遊戲部分，有WII、NDSL、PSP等三種主機，遊戲接觸方向廣泛，從競速到格鬥類都會玩。

觀看動畫時，第一個著眼點是畫風，如果畫風與喜好不同就不會接觸。其次注重劇情、聲優選擇與聲優對角色的詮釋，若無明顯的主軸劇情則要能給予

31 「女性向」係指預設讀者為女性的漫畫，台灣網路上使用此詞彙時除原意外，多半暗指該作品或該作品的二次創作中具有男同性戀相關情節。

放鬆的感覺。以上兩種類型若有萌系美少女則有加分效果。特別喜歡的劇情取向作品是 Type-moon 的「Fate/Stay night」，但對於動畫改編時剪裁劇情略感失望。輕鬆取向的作品比較喜歡幸運星，原因是女主角此方在劇中的生活和自己的日常生活有許多相似處。時常瀏覽的網站是各 ACG 公司的官方網站與 Komica。

二、對於使用模仿式幽默為主軸之動畫的看法：

1、Kevin Hsu：

幸運星：動畫比漫畫好笑，因為動畫與漫畫相比除了可以動之外，還有配音這個要素，許多原本在漫畫領域難以表達的笑點可以順利傳達給觀眾，而且製作團隊集思廣益能想出的創意也比作者一人多。漫畫的時間軸走向明確，連帶影響到動畫的劇情推展，例如漫畫第二本中主角群就升上高三了。

旋風管家：兼顧萌與捏他搞笑，漫畫表現較穩定，動畫為了撐篇幅出現許多不太好笑的動畫原創笑點³²。與幸運星相比，作者也有營造時間軸的推演，但是劇情又走向無線的短篇輪迴，導致時間點停滯在某個學期。人物感情走向不明確，感覺主角和第一女主角間沒有明顯的劇情架構。雖然能照顧喜好不同的讀者，但是卻沒有成功的彙整不同的風格。目前的標準模式是在中長篇後插

32 「捏他」一詞出自日文的「ネタバレ」直接配上發音近似的中文字。本義為「散播種子」，被引申為洩漏劇情中的伏筆。

入數個短篇，雖然走向平穩卻令人擔心如何收尾。

Keroro 軍曹：原作和動畫的模仿式幽默取材水準都在降低，而且預設的觀眾年齡層也越來越低。依照劇情走向來說，還有很長一段路要走。

銀魂：這部是目前在少年周刊 JUMP 上唯一還有動力繼續觀看的作品。在長篇上有不落俗套的熱血和感人，也能在劇情前後穿插調解氣氛的噴飯笑料，各搞笑短篇更是創造出許多經典名句，是一部值得闔家觀賞學習劇中人物自我生存原則的好作品。

2、Eutsao：

幸運星：片頭曲因為舞蹈與奇特的節奏，使得衍生作品很多。這部作品讓我印象深刻的部分是主角群參加コミケ (Comic Market) 的段落，與其他同類型作品相比，這部刻意搞笑的部分比較少，或許是因為沒有旁白的緣故？

旋風管家：「越懂 ACG 的人會笑的越開心。」這是我看了前幾話之後的第一個感想。這部作品常常在台詞、背景的小地方致敬，若沒有一定的知識，應該是看不太懂笑點。整部基本上可以說沒有劇情……第 52 話結束之後的「第二季製作決定」讓我對後面的發展捏了把冷汗。不過本作的漫畫致敬較動畫少得多，實為比較可惜的部分。

Keroro 軍曹：「除了鋼彈，還是鋼彈。」從頭到尾看來，致敬的部分與前面兩個作品比起來是較虛的，但是熱血的部分以及搞笑的程度卻是前面兩部所

不能及。

君為主我為執事：因為有玩過原作遊戲，所以對這部比較有感觸。原作的遊戲性頗為低落，感覺上動畫比原作遊戲更偏向搞笑風格，遺憾的地方是致敬的取材過於僵化，例如第三話前段有出現在山道上超車的情節，這邊使用頭文字 D 當素材就讓人覺得有點缺少創意，致敬的範圍都集中在差不多的範圍內。

3、阿宅：

幸運星：因為喜愛聲優平野綾的緣故，幸運星讓我感到很驚豔。用惡搞別的漫畫來呈現出效果是我很喜歡的方式，因為理解出來在惡搞的點很有成就感。幸運星利用聲音的轉換，我覺得很不錯，也以涼宮春日的憂鬱中的角色、配樂等串場，當中大部分的惡搞其實都不明顯，真的要很認真看才能發現。也因為這樣，這部作品我很愛！

旋風管家：想不到它只出到 50 集就結束了……不過我很期待第二季³³。它的惡搞是顯而易見的，從擺飾到台詞等等等都有，日本正在播放的時候，我每個禮拜都會用旋風來減壓！而且感覺的出來作者本身就對動漫很了解，很不錯！原創劇情也很多，值得看的輕鬆小品。

Keroro 軍曹：我是比較沒在看啦，但這幾隻青蛙是算可愛沒錯。只能說..

³³ 應為 52 話。

全年齡都適看，但太小的小朋友看可能就比較不懂點了吧？也創造出一些頗有趣味的台詞，很棒！

三、對於模仿式幽默的整體看法：

1、Kevin Hsu：

如果創作者能做出具備有原創精神的二次創作，成功利用捏他惡搞創造出笑點，而非淪為單純的俗套引用，那使用模仿式幽默的確能增加對一部作品的喜愛。

由於收看的管道並未提供被引用作品的資訊，大部分的模仿式幽默都依靠原有的背景知識獨力辨認。在觀看動漫畫遇到模仿式幽默時，即使沒辦法肯定自己的判斷是對的，只要能在當下確定有模仿式幽默的使用依然可以笑出來，但是在無法辨識時會有種慚愧感，並且認為應對模仿式幽默的最佳方式是在第一時間正確識別模仿式幽默。如果時間允許的話，會為了徹底理解模仿式幽默而找尋原作，如果沒有興趣或沒有時間的話就僅止於讓自己弄懂模仿式幽默的出處而已。

未來模仿式幽默的使用可能漸漸變多，原因是有成功先例。

2、Eutsao：

大致上致敬得越多我的印象會越深刻，但是是否喜愛一部作品與致敬的多寡比較沒有關聯。

在收看致敬較多的作品時，因為收看的字幕組(Chat Rumble 字幕組)有提供資訊，所以能得知許多原本不知道的笑點。而我也曾經因為看了引用マリア様がみてる 的橋段而反向去找這部動畫來看³⁴。

由目前的觀察，只要人氣夠旺，未來使用模仿式幽默的作品應該會變多，但是並不會無止盡的發展下去。而初次看到這種手法時，印象相當深刻，因為原本在日常生活中與興趣相投的同學對話時，所講的話也有些會刻意引用動畫典故。

3、阿宅：

適度使用致敬手法可以提高一部作品的趣味程度，而不希望看到過度使用以至於出現喧賓奪主情況；也不希望看到引用的題材過於艱澀讓人難以理解。而在作品中放入舊作時要拿捏好，不要過於明顯或過於隱晦。

在觀看作品時，有些模仿式幽默使用是一看就知道，而較深的部分則多半依賴字幕組的提示，若連提示都看不懂就會上網查詢相關資料，如果對被引用的作品產生興趣，會逆向找原作看。如果沒辦法自力辨識出引用的部分，會略有挫敗感，感覺自己很遜。

³⁴ 瑪麗亞的凝望，又譯「聖母在上」。原作為今野緒雪。

對於模仿式幽默的未來發展，我認為這種手法未來可能會蓬勃發展，是一種循環關係，要製作得好，或是在同類型作品中有一定名氣的作品才能成為致敬對象。

四、對於動漫畫周邊商品消費的訪問：

1、Kevin Hsu：官方商品部分，曾購買幸運星和旋風管家的漫畫，也有買雜誌時附贈的海報。同人作品部分，曾購買幸運星的同人漫畫與海報。

若未來推出運用模仿式幽默設計的周邊商品，在具一定製作水準與財力允許的情況下會購買。

2、Eutsao：官方商品主要購買墊板、轉蛋等體積較小的商品，同人作品則購買過書籤。最近由於無法參加大型同人商品展售會，所以購買的同人商品較少。

如果未來推出模仿式幽默為主軸的相關商品，模仿式幽默不會是決定是否購買的主要決定因素。

3、阿宅：官方人偶我收集了很多，轉蛋盒玩常常都是大全套在買，其他小週邊則等去日本時到秋葉原隨機採買。同人的話，CWT是每場報到，FF是暑假才去。對於以模仿式幽默為創意主軸的產品已經有購買先例，在WF08

已經購買了一隻 Cos 成團長的此方 Figure³⁵³⁶。

第二節 訪談統整

綜觀以上訪談者之回應，可以進行統整如下：

對於受訪者而言，各部使用模仿式幽默的作品各有其特色，顯示在一部作品中，模仿式幽默對於作品走向與劇情主軸沒有絕對的影響力，即使使用模仿式幽默也可以發展出專屬於一部作品的特色。而所有受訪者都表示在觀看使用模仿式幽默之作品時會遇到難以辨識引用典故出處的情形，必須仰賴字幕組在製作字幕時放入提示，這或許顯示目前模仿式幽默的引用範圍對於一般的動畫閱聽者而言仍顯艱深，但尚不致於影響觀看意願的程度；而字幕組的協助對於閱聽者來說是理解模仿式幽默的管道，從受訪者表示「無法辨識引用典故的來源會感到挫敗」、「應對模仿式幽默的最佳方式是在第一時間正確識別」可以推論字幕組雖在法律上有爭議，但就幫助海外閱聽者理解模仿式幽默一節，字幕組確有一定貢獻。

另外，有受訪者表示會在觀看使用模仿式幽默的作品後逆向尋找被引用的作品之相關資訊，被稱為「逆流」的情形³⁷，顯示模仿式幽默對於觀看者而言是

35 WF 為 WONDER FESTIVAL 簡寫，是以 GK(Garage Kit)、PVC 為主的同人展售會。

36 參見註 23。

37 參見 <http://komica.dyndns.org/wiki/?%E9%80%86%E6%B5%81>

接觸就作品或網路二次創作文化的管道。

而以 ACGN 廠商的最大利益源——周邊商品角度切入，受訪者則認為即使以模仿式幽默為主軸，商品本身仍然必須具備一定水準，才能刺激愛好者的購買慾望。

關於未來發展部分，受訪者多半保持樂觀態度，認為模仿式幽默已經有成功前例，能使用的題材也在增加中，只要能保持一定人氣，就能吸引創作者繼續朝此方向創作。

第五章 模仿式幽默：製作者—閱聽者雙向交流的產物

日本動漫畫除作為日本文化向外輸出的重要媒介之外，與其他領域廠商共同在商業上創造出的巨大利益亦相當顯著。在商業競爭日益激烈與後福音戰士時期注重獨創、大膽採用各式表現手法的時代特色兩者相結合下，過去僅在動漫畫作品中零星出現，甚至從未採用過的製作與播送手法一一出現於世人面前。本文所述的模仿式幽默就是在這種氛圍下登上舞台。

模仿式幽默的使用，以及模仿式幽默預設的成功完全根基於「動漫畫閱聽者

與創作者看過同樣的舊作品」，顯示日本的動漫文化已經度過了一個受到廣泛認同的經典時期，而使創作者作出「過去經典時代的作品是今日動漫族群的共同經驗」，從而放心的在新作中置入舊日的元素，以期今日的閱聽者可以從識別與理解中發展出一份獨特而帶有共鳴感的樂趣，而閱聽者則以網路使用者的身分在網路上給予回應，達成與創作者的交流；另一個文化現象是逆流現象，即閱聽者在觀看使用模仿式幽默的作品後反向尋找受到引用的作品。這可以視為對舊作品的一種間接商業推銷，也是創作者對閱聽者傳送「創作者認定的經典舊作」的文化傳輸。

這種手法本身具有多種表現方式與多種取材方向，以表現方式而言，雖然對創作者的創作能力是挑戰，然而由現有的例子可以發現，除化用舊作品之外，已經出現「商業創作者原創(一次創作)→網路使用者加以改編(二次創作)→商業創作者針對二次創作再加以改編(二次的二次創作)」的互動模式。

取材上的多樣化，一方面是將網路上原本可能迅速消退的二次創作風潮加以再度利用，將原本的短暫流行透過再創作的方式延長其生命，並且成為一種對於原作品的間接宣傳；而另外一方面或許可以解讀為創作者以引用時下題材的方式加強新作品的時效性，除了讓時常透過網路管道接觸二次創作資訊的閱聽者有親切感之外，也有減低來自舊作品的引用之效果。在經典期的舊作品數量不可能上升的情況下，創作者必須妥善安排這些舊作品中特色元素的使用，才能避免在創作完結之前就將舊作元素使用殆盡或是一再使用相同元素的情

形。

模仿式幽默是一種具有藍本的創作手法，這代表使用模仿式幽默的創作者必須在製作時加入獨創的巧思，將新作品的劇情與舊作品的橋段進行合適的搭配，不至於淪為為表現創作手法而創作或是單純的抄襲引用。

就獲得閱聽者的喜愛而言，模仿式幽默會是個加分要素，但是絕非萬靈丹——事實上，可以得到所有觀眾喜愛的手法從未出現在藝術創作中。使用模仿式幽默的動漫畫創作者在創作時仍必須營造屬於新作品的自我特色，建立起新作品值得被喜愛的理由。模仿式幽默同時也是一種受限制的加分元素，在使用時必須注意是否能維持一穩定的劇情主線，以及在「大眾」與「小眾」兩者間取得適當的平衡。

對一種尚未死亡，甚至尚未到達巔峰期的表現手法下出過於武斷的結論，是不妥的；模仿式幽默目前看似取得了一定程度之成功，然而此種成功可否持續到未來，可否獲得動漫族群於文化價值與商業價值上的雙重認可，仍有待後續持續觀察新作動漫畫的創作與動漫族群的迴響。

參考文獻

一、期刊論文：

林鈺淳，2005，從價值鏈角度看日本動畫產業，政治大學科技管理研究所。

黃麗文，2006，漫畫迷的休閒知覺自由之研究，台灣師範大學公民教育與活動領導研究所。

羅蓉蓉，2006，KUSO 創作及其行銷意義之探索性研究—以巴哈姆特為例，中正大學行銷管理研究所。

吳景峰，2004，宮崎駿動畫卡通作品研究，台東大學兒童文學研究所碩士論文。

王佳銘，2006，漫畫式分格語言在動畫的研究創作，台灣藝術大學多媒體動畫研究所。

谷孟釗，2004，漫畫同人誌在台灣的發展—休閒與文化產業的觀點，世新大學觀光學系碩士論文。

吳憲鎮，2004，漫畫同人誌創作者的閱讀與書寫之研究，嘉義大學視覺研究所碩士論文。

鄭鈞云，1997，青少年對日本流行性商品消費行為之探討，台灣大學國際企業學系碩士論文。

陳伯拯，2004，以符號學觀點分析動畫角色圖像的象徵性，中原大學商業設計研究所碩士論文。

張俊麒，2007，論今日日本動漫中的神道形象，建國高級中學人文社會班專題研究論文，未出版。

二、出版品：

傻呼嚕同盟，2003，因動漫畫而偉大，大塊文化。

傻呼嚕同盟，2006，日本動畫五天王，大塊文化。

李建興，2005，日本動畫瘋：日本動畫的內涵、法則與經典，大塊文化。

三、網路資訊：

Komica www.komica.org

流鳴聯合本居 bbs.liouming.net