

Cosplay 認知之資訊來源與影響因素探討

指導教授：黃國鈞

研究學生：郭姿佑、鄒居玉

關鍵詞：Cosplay、角色扮演、資訊來源

摘要

Cosplay 一詞與活動源自於日本，而現今在臺發展已有二十餘年，早已發展出臺灣獨有的 Cosplay 文化。但面對於這樣的外來的活動，許多人仍無法接受這樣的次文化，對此抱持著歧視與偏見，此外 Cosplay 真正的定義也被模糊，使許多人對 Cosplay 有所誤解。本研究對此現象提出問題並探討影響 Cosplay 認知之影響因素，目的是為了瞭解一般人接收 Cosplay 的資訊來源為何，以及了解 Cosplay 的認知與各影響因素之間的關係。本研究對問卷進行統計分析，經由研究結果顯示（一）不同資訊來源對於 Cosplay 認知有顯著性差異；（二）不同人口變項對於 Cosplay 認知有顯著性差異。根據上述分析結果，可推測由電視媒體為資訊來源者以及男性、中壯年者、研究所以上、中高月收入者對 Cosplay 的偏差認知有較高的認同度。

壹、緒論

一、研究背景與動機

組員間共同喜好日本動漫文化，也對 Cosplay 興趣濃厚，身旁亦不少友人實際參與經驗，比一般人稍有所了解因此欲以此方向做研究。

而在尋找相關資料時，發現誤解 Cosplay 一詞者不在少數，而且甚至會人對其有偏見與歧視。歧視如中央通訊社網站之報導『Cosplay 的 (被) 誤解、規訓與解放 -- 寫在「CWT 臺灣同人誌販售會」當下』(2015)中提到年輕 Cosplay 族群因社會不理解感到壓力，並有霸凌事件，不少師長指稱 Cosplay 是「一群妖魔鬼怪」、「神經病」，而媒體片面的解釋無意間傳達出「這東西不好」、「就是神經病在玩的」等負面訊息。在誤解這方面常有不少新聞網站描述錯誤資訊，如自由時報新聞網之報導「警察大玩 cosplay 騙過毒販 連轟 10 槍逮人」(湯世名, 2015)中提到警察扮演清潔員是 Cosplay 的行為，但在臺灣的定義與解釋上，Cosplay 並沒有包含職業，因此會使人誤以為穿上某工作或職業的衣服即在 Cosplay。此外，在巴哈姆特論壇所發表的「Lolita・蘿莉塔。附圖精美介紹，進來了解一下這個次文化吧」(2009)文章中，作者寫道「常有人誤以為穿著龐克服，蘿莉塔裝，視覺系裝是在 Cosplay，若以一般的角度看來，這些只能算是一種穿衣風格而已」。

我們了解 Cosplay 發展歷史與脈絡後，認為是資訊在傳播時出現了差錯，我們發現總有人會發表或傳達錯誤的觀念與偏見，而其中不正確的資訊來源到底為何？影響大眾對 Cosplay 認知因素又有哪些？於是我們便決定以 Cosplay 認知之資訊來源與影響因素探討探討作為論文主題。

二、研究目的與問題

綜合上述之研究背景與動機，出本研究之目的分為兩點：

- (一) 了解一般大眾對 Cosplay 認知與資訊來源。
- (二) 了解 Cosplay 的認知與各影響因素之間的關係。

根據研究目的，本研究的待答問題如下：

- (一) 一般大眾造成 Cosplay 的誤解與歧視之資訊來源。
- (二) 影響一般大眾對 Cosplay 的認知因素。

三、研究流程

本研究確立研究主題與研究之目的，先蒐集與主題相關的文獻，建立研究假說，藉由研究問卷設計、修正與回收，並且將最後所得的資料進行彙整、篩檢並以統計軟體 SPSS 23 進行分析，撰寫出結論與建議。

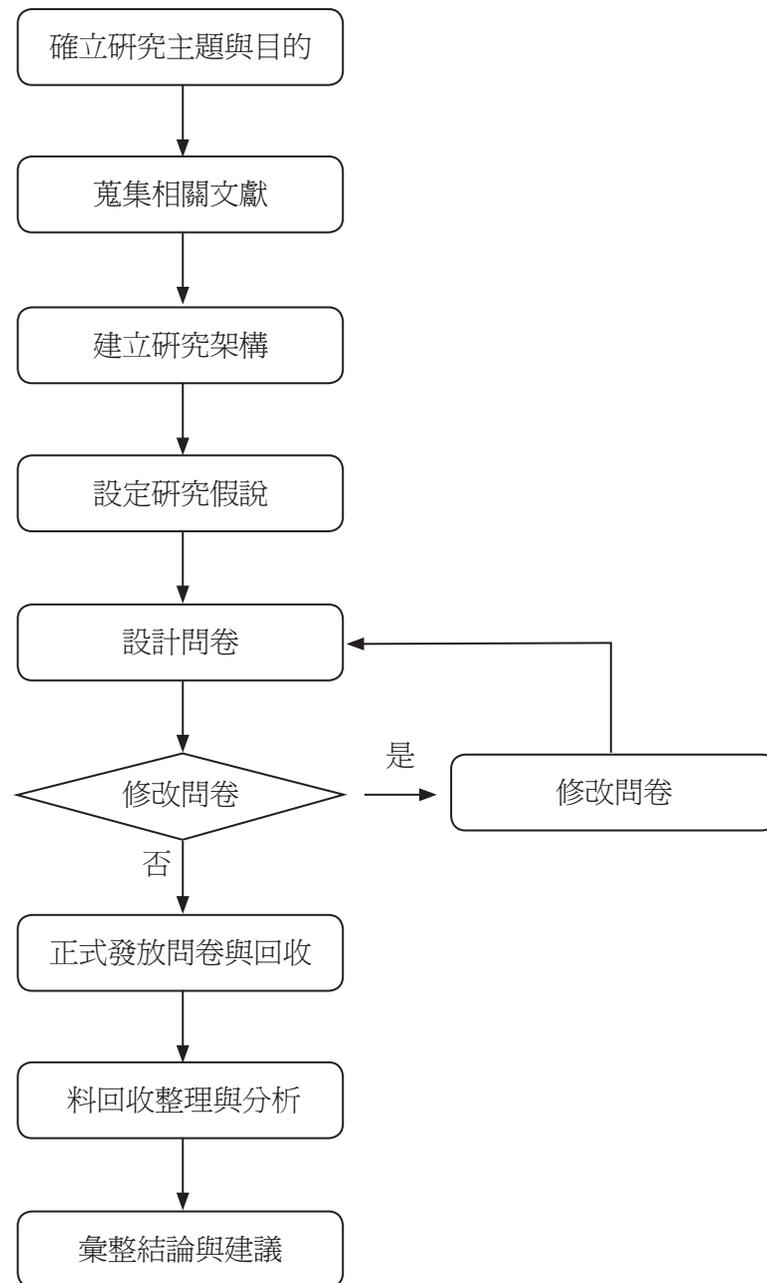


圖 1-1 研究流程

資料來源：本研究整理

四、研究範圍

本研究所探討的 Cosplay 為臺灣發展之 Cosplay 文化。且由於受限於人力與時間上的成本，本研究利用網路平臺做非隨機問卷調查。

五、名詞解釋

1. Cosplay：即特定喜歡作品或對象，其包括動畫、漫畫、遊戲、電影、布袋戲、戲劇、小說、明星等等凡是有明確特徵及設定者為模仿對象，以自身身體及道具、衣裝和妝容結合攝影等方式作為手段、且配合模仿該對象之個性（因 cosplay 社群地區而有不同規範）即動作的過程即稱為 cosplay。
2. Cos：是 Cosplay 的縮寫，亦可作為 Cosplay 這件事，在此為動詞，如「今天 Cos 的是我最愛的角色」意思即是今天扮演的是我最愛的角色。
3. Coser：意思即為 Cosplay 扮演者，亦稱作為 Cosplayer。
4. 口耳相傳：又稱作口口相傳，是透過個人與個人之間的推薦，經由口說提供消息來進行訊息傳送的一種方式。
5. 網路媒體：括搜尋引擎，虛擬社群，RSS，電子郵件 / 即時通訊 / 對話鏈，部落格 / 播客 / 微博，維客，網路文學，網路動畫，網路遊戲，網路雜誌，網路廣播，網路電視、六維平臺、掘客、印客、換客、威客 / 沃客等。

貳、文獻探討

一、Cosplay 定義

關於 Cosplay 的說明眾說紛紜，並且有國際上的差異，在文字的解釋上，Cosplay 原字是 Costume Play，Costume 指的是服飾、戲服，Play 則為扮演，作動詞，表給…穿上服裝、為…提供服裝、為…設計服裝。日語寫作コスチュームプレー，簡稱作コスプレ，是 Costume Play 的和製英語簡稱，中文一般稱為角色扮演或角演，指一種透過服裝扮演來詮釋某文本角色的藝術表演行為，以動畫、漫畫、電玩人物為主軸的真人角色扮演，主要是模仿角色的外型裝扮與動作，但除外型模仿外，亦藉著 Cosplay 與所扮演之角色溝通，以服飾和道具搭配、化妝造型、身體語言等，扮演自己喜愛的角色，並忠於原著，做到形神俱似。

至於 Cosplay 的起源有幾種不同的說法：

1. 其起源追溯至公元 10 世紀祭祀及舞臺表演者，在儀式中臉戴面具身穿特殊服裝扮演神祇的表現及舞臺上戲劇的表演皆是 Cosplay 的前身。
2. Cosplay 首次出現是在 1930 年代。1933 年第一屆世界科幻大會中出現的頭兩位裝扮成《星際迷航記 (STAR TREK)》裡的角色，為日後裝扮的傳統打下基礎。
3. 其乃源自於 1970 年代美國的 SF 影迷穿著電影角色的服裝，他們多半扮演《星際

大戰 (STAR WARS)》或《星際迷航記 (STAR TREK)》等作品角色參加科幻大賽。

4. 1978 年，日本 Comic Market (Comike 或 CM) 出現扮演成當時流行的動漫角色的人參會，而當時的 CM 召集人米澤嘉博氏以「Costume Play」用以形容那些裝扮的人們，而後又簡稱為「Cosplay」。

5. 1984 年在美國洛杉磯所舉辦的科幻會上日本電影監督高橋伸之，受到當時參會的裝扮同好們的影響，稱此為 Cosplay。

現今的釋義：是以特定文本，即特定喜歡作品或對象、其包括動畫、漫畫、遊戲、電影、布袋戲、戲劇、小說、明星等等凡是有明確特徵及設定者為模仿對象，以自身身體及道具、衣裝和妝容結合攝影等方式作為手段、且配合模仿該對象之個性（因 cosplay 社群地區而有不同規範）即動作的過程即稱為 cosplay。且其行為全出自於主動，作為興趣的一種。

在國際上的差異以日本與臺灣為例，日本的字典中的 Cosplay 也將各種職業與自創角色的裝扮分別各納為一種。臺灣則是除了動漫與電玩外，還有小說、布袋戲、電視電影、自創角色，但無職業。

二、Cosplay 在臺歷史

這部分研究者以目前現有文獻整理 Cosplay 在臺灣的歷史。以下內容擷《同人誌之秘密花園》（傻呼嚕同盟，2005）以三個世代的角色扮演者作為歷史分野。

（一）第一世代（1992 年至 1995 年）

共同特色以電玩為主，有一定程度之日文能力，因能了解電玩遊戲及日本動漫劇情與角色故事，且能夠得到日本角色扮演活動相關訊息。筆者推論此特色與日本角色扮演活動緣起有關，認為日本最初的 Cosplay 即是源自電玩遊戲，熱情的遊戲玩家對遊戲中的角色進行扮演。而在環境上尚處於相當艱困的狀況，因此要自立自強，如動手做衣服等，有機會的話會彼此密切地合作，很多人因此培養出一種革命情感。

（二）第二世代（1995 年至 1998 年）

第一世代把活動介紹給大眾認識，正式向社會大眾提出角色扮演活動訊之人，而後人看到後產生模仿心態而進行 Cosplay。第二世代普遍心態較積極，且不用樣樣自己來，較傾向分工合作或向店家購買會比較向外界宣傳角色扮演以及將官的動漫，媒體也因應此代狀況，而有相關報導出現。

（三）第三世代（1998 年至今）

此世代成熟穩定，趨於飽和，共有的特色是「一開始是經由大眾媒體得知 Cosplay」，這些人不見得對作品有這麼大的喜愛，而是依據角色人氣或可愛度去扮演。另個特色是「他們接收了第一、二世代建立起的資源」，擁有較為充足的資源。最後的特徵是網路的大量運用，如討論區、拍賣、相簿等。

《同人誌之秘密花園》最後提到，使用三階段劃分有其限制存在，是因此標準「是根據筆者自身的體驗彙整而成的主觀分類」，馬士傑 (2003) 亦認為依照此分類去劃分玩家是相當困難的，因同個人可能都跨越了這三階段，所以這三階段只是粗淺的分類。

三、Cosplay 對象角色

針對不同族群，其 Cosplay 對象角色而有所不同，研究者在此做分類與介紹。

(一)ACG

Animation Comic Game 之縮寫，是動畫、漫畫、遊戲 (通常是電玩遊戲)，是目前數量最多之一類，也是日本 Cosplay 起源。

(二) 電視、電影人物

星際迷航記最為人所知，也是最早被 Cosplay 之作；電視以日劇人物或明星角色扮演為主。

(三) 布袋戲

臺灣特有，與其他 Cosplay 平行發展，擁有獨立文化圈，人數日漸增加。

(四) 小說、其他作品

小說中的精美插畫和故事描述，將小說中的人物用 Cosplay 詮釋，如日本輕小說最爲常見。

(五) 自創

分兩種，其一是擬人化，將某非人角色或日常生活事物轉化爲女生形象，如喬巴等；另一是自己設定角色和設計服裝，最有名爲開拓動漫祭的美少年喫茶。

四、穿衣風格

在此研究者列舉出五項常會被誤認爲是在 Cosplay 的著衣風格，分別蘿莉塔、澀谷系、原宿系、哥德蘿莉風、龐克風及視覺系，以下爲詳細說明。

(一) 蘿莉塔

英語是 Lolita。其實是簡化版的 17-18 世紀的西方宮廷服，也是類似娃娃裝的洋裝，其設計靈感則主要來自法國洛可可時期 (Rococo) 和英國維多利亞時期 (Victorian) 的設計。蘿莉塔主要擷取其精髓及特徵加以表現，例如荷葉邊、蓬裙、公主袖、繫繩設計等。

(二) 澀谷系

是日本九十年代最流行的街頭文化，特色是極誇張的髮型、濃濃的妝容與小麥色肌

膚。

(三) 原宿系

原宿系講求的是每個人都是獨立個體，衣著上沒統一的風格，歌德風、龐克風、甜美風、復古風等等皆是原宿系，每個人都有不同的特色，非常多變。在頭髮上髮色較為色彩繽紛，不少人都會染髮，或是買一個原宿系假髮，還有各式各樣的指甲油和飾品。原宿系幾乎都喜歡穿著厚底鞋，有些甚至不是一般的厚。

(四) 哥德蘿莉風

英語 Gothic Lolita，源自歐洲的哥德文化，經日本吸收後，成爲一種與哥德文化完全不同的藝術風格。服裝通常是暗色系，但是也有以白色爲主的「白 Goth」。髮色及妝容並無硬性規定，通常還是以黑髮、金髮以及戴有病態感的妝容爲最大宗，另外還要配戴銀製的飾品造型有特殊意涵的十字架、天使之羽、惡魔之翼、薔薇、骷髏、蝴蝶、蜘蛛。其它的元素還有貓、吸血鬼、鵝媽媽故事、愛麗絲夢遊仙境、血痕、傷跟古董人偶、蝙蝠、萬聖節。

(五) 龐克風

典型的龐克是頭髮呈刺蝟型或兩側剃光爲羅馬戰士頭，染上顯目的色彩，加上叛逆的鼻環及花色大膽的服裝。

(六) 視覺系

日語是ヴィジュアル系，源自英語 Visual，簡稱 V 系、VR。是搖滾樂團的派別分類。通常是以炫麗的外表配合音樂創作，目的是融合視覺與聽覺，造就雙重震撼的表演。

五、口耳相傳

所謂的口耳相傳 (Word-of-Mouth; WOM)，自人類開天闢地始爲存在之傳播行爲，以一傳十、十傳百之速度，在街頭巷尾搭起密實之訊息網路，如同病毒行銷 (Viral Marketing) 之方式進行傳播。根據旅遊業協會 (Travel Industry Association) 的調查報告指出，有 43% 的人以朋友與家人作爲資訊的來源。而每年我們聽到有關的影片，如 2004 年票房最高的「魔戒三部曲 王者再臨」(The Lord of the Rings: The Return of the King)，其借助口耳相傳之威力，進行無遠弗屆之傳播行爲。根據瑪莉資市調公司 (Maritz) 的調查指出，有 53% 看電影的人在一定程度上是相信已經看過的人的推薦才去看的。(李威龍、留淑芳、劉明宗，2005)

通常口相傳在訊息的內容或是傳播的動機方面不具有商業訊息的色彩，往往是親朋好友之間非正式的溝通 (Schiffman and Kanuk, 1991)。相較於其他傳播方式，一般人對口耳相傳的接受度相對較高，多半皆是由親朋友好口中聽得，因此較能信任其資訊內容。

六、網路媒體

根據陳世敏等 (1997) 的研究，網路媒體意指傳統媒體和其他產業在網際網路上所架設的網站。網站主要的功能在於傳送各種資訊，包括新聞、商品、服務等等，故採網路媒體一詞在媒體分類上較為具體可用並易於認知。

網路媒體內亦包含社群媒體，而社群媒體的定義即是用來創作、分享、交流意見、觀點及經驗的虛擬社區和網路平臺，社群媒體和網路平臺。其中社群媒體和一般的社會大眾媒體最顯著不同的是，能讓用戶享有更多的選擇權利和編輯能力，自行集結成某種閱聽社群。而社群媒體能夠以多種不同的形式來呈現，包括文本、圖像、音樂和影片。目前現正流行的社群媒體傳播界值包含了 Facebook、Instagram、Twitter、Plurk、Google+、blog 等等。

參、研究方法

一、研究架構與假設

(一) 研究架構

本研究以問卷調查為主，探討不同資訊來源對於 Cosplay 的誤解與歧視之影響。根據資訊來源的五大項目及人口統計變項之構面為問項，作為本研究問卷設計的架構。

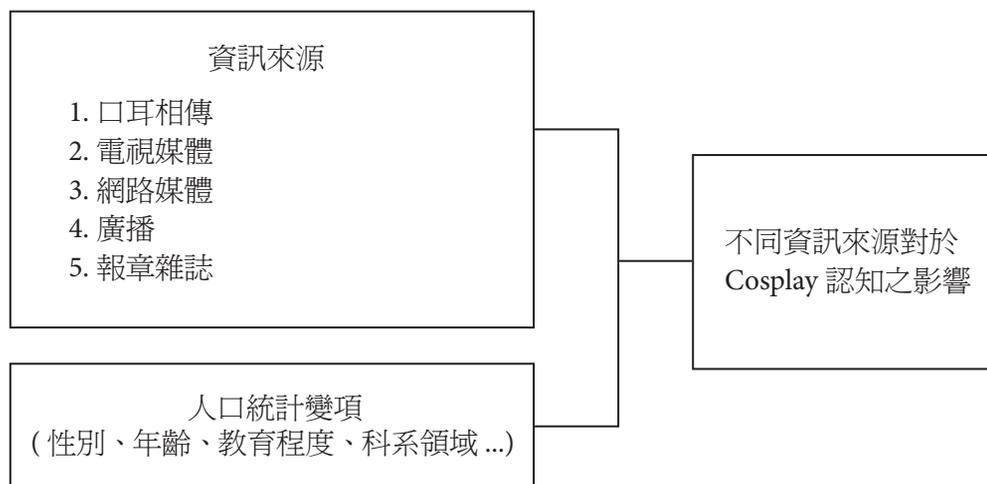


圖 3-1 研究架構

資料來源：本研究整理

二、研究假設

H1：不同資訊來源對於 Cosplay 的歧視與誤解無顯著差異：口耳相傳／電視媒體／網路媒體／廣播／報章雜誌之資訊來源對於 Cosplay 的歧視與誤解無顯著差異

H2：不同人口變項對於 Cosplay 的誤解與歧視無顯著差異：假設不同性別／年齡／教育程度／科系領域／每月收入／居住地區之一般大眾對於 Cosplay 的誤解與歧視無顯著差異

三、研究方法

(一) 本研究所發展出適合研究主題調查問卷分為：Cosplay 經驗、資訊來源、對 Cosplay 的認知及基本資料共四個部分進行調查，並請受測者針對各題項的同意程度進行勾選，從「非常同意」至「非常不同意」，分別給予 1 分至 5 分。

(二) 分析方法使用 SPSS 23 統計軟體進行資料分析，所採用的統計方法包含描述性統計、信效度分析、因數分析、相關分析。

肆、研究分析與結果

一、樣本結構分析

本問卷的基本資料包含：性別、年齡、教育程度、科系領域、每月收入、居住地區，以及 Cosplay 經驗與 Cosplay 資訊來源。

受測者在性別方面，男性與女性分別為 109 人與 209 人，分別各佔總人數的 34.3% 及 65.7%。本研究受測對象年齡占最多數的為 20~29 歲有 177 人，共占總樣本數 55.7%。在教育程度分布上，在大專院校的受測者占最多數有 206 人，占總樣本數 64.8%。在科系領域中占最多數的為人文及藝術領域有 145 人，占總樣本數 45.6%。在每月收入中占最多數的為 10,000 元以下有 141 人，占總樣本數 44.3%。在居住地區分布上，在北部地區（北北基桃竹苗）的受測者占最多數有 229 人。受測者中沒有 cosplay 經驗的受測者為 176 人，佔總比例 55.3%。在有效總樣本數 318 人中，有 100 位受測者藉由口耳相傳得知 cosplay，佔總比例 31.4%，有 36 位受測者藉由電視媒體得知 cosplay，佔總比例 11.3%，有 162 位受測者藉由網路媒體得知 cosplay，佔總比例 50.9%。

二、Cosplay 認知之描述性統計

本研究採用問卷調查法，問卷第三部分為對 cosplay 的認知問項，所有題目皆為正向計分題，答案分別為「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」五個選項，計分方式依序為 1、2、3、4、5 分。根據統計分析結果。其中平均數較低的題項為「我認為 Cosplay 是正當良好的休閒活動」平均數為 1.95，分析結果顯示受測者對於 Cosplay 是正當良好的休閒活動有高度認同，以及第二低的題項為「我認為玩 Cosplay 的人是為了滿足精神需求」平均數為 2.47，分析結果顯示受測者對於玩 Cosplay 的人是為了滿足精神需求有高度的認同。平均數較高的題項分別有「我認為 Cosplay 只有女生在玩」平均數為 4.74，「我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」平均數為 4.71，分析結果顯示，受測者對於 Cosplay 只有女生在玩和我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在

玩的認同度偏低，表示同意「Cosplay 只有女生在玩」和「Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」的受測者較為少數。

三、信度分析

本研究為評估問卷的可靠程度，利用信度分析以檢測認知屬性量表，而信度分析所參考之 Cronbach's α 係數，其代表意義如表 1 所示。

表 1 Cronbach's α 值其代表意義

Cronbach's α 值	代表意義
<0.30	不可信
0.30 < α < 0.50	稍微可信
0.50 < α < 0.70	可信
0.70 < α < 0.90	很可信
0.90 < α < 1.00	極端可信

資料來源：本研究整理

而在本研究的問卷整體的信度 Cronbach's α 值為 0.909，其表示本研究的問卷具有非常良好的信度，如表 2 所示。

表 2 Cosplay 認知問項之信度分析

問卷	題數	樣本數	Cronbach's α
Cosplay 認知	26	318	0.909

資料來源：本研究整理

四、效度分析

在認知屬性量表上進行 Bartlett 與 KMO 檢定，若 Bartlett 值達到顯著水準 ($p < 0.05$)，且 KMO 值不得小於 0.5 時，即表示變相間的共同因素愈多，愈適合進行因素分析，其判斷標準如表 3 所示。

表 3 KMO 取樣適切性量數其代表意義

KMO 值統計量	因素分析適用性
0.9 以上	非常合適 (marvelous)
0.8 以上	良好 (meritorious)
0.7 以上	還算可以 (middling)
0.6 以上	普通 (mediocre)
0.5 以上	不太適用 (miserable)
0.5 以下 (含 0.5)	不能使用 (unacceptable)

資料來源：本研究整理

而由 4 表得知，認知屬性量表的 KMO 值為 0.917，其代表題項間有著共同的因素存在，以達到良好的效度檢驗標準，Bartlett 的球形檢定卡方值也達顯著標準 6,121.867，自

由度為 325， $P < 0.005$ ，適合進行因素分析。

表 4 KMO 與 Bartlett 檢定 Cosplay 認知量表

Kaiser-Meyer-Olkin 測量取樣適當性 (KMO)		0.917
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	6,121.867
	自由度	325
	顯著性	0.000

資料來源：本研究整理

五、獨立樣本 T 檢定

根據本研究的基本資料個題中以性別項目及是否有 Cosplay 經驗之題項與 Cosplay 認知，進行獨立樣本 T 檢定之統計考驗。

分析結果表示「我認爲會做 Cosplay 是神經病」、「我認爲 Cosplay 帶有情色意味」、「我認爲 Cosplay 只有女生在玩」、「我認爲 Cosplay 是學業成績不好的學生在玩的」、「我認爲 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」、「我認爲 Cosplay 會擾亂社會秩序」、「我認爲 Cosplay 很裝扮恐怖」、「我認爲玩 Cosplay 是幼稚、不成熟的」與「我認爲玩 Cosplay 的人交不到男或女朋友」的顯著性 p 皆小於 0.05，判斷性別對於此這些題項有顯著性的差異，其中，除了「我認爲玩 Cosplay 的人交不到男或女朋友」的男性平均數大於女性平均數，可見性別爲男的受測者對於「我認爲玩 Cosplay 的人交不到男或女朋友」認同度較低之外，其餘皆是女性大於男性平均數，代表性別爲女性的受測者對於上述題項有較低的認同度。

六、單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)

本研究將不同人口變項、資訊來源與 Cosplay 認知的差異比較，其中以 Cosplay 認知，以及年齡、教育程度、科系領域、每月收入、居住地區、資訊來源爲口耳相傳、資訊來源爲電視媒體、資訊來源爲網路媒體、資訊來源爲報章雜誌與書刊，進行單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)，若分析結果 F 值達到顯著 ($p < 0.05$)，再以雪費法 (Scheffé's Method) 進行事後比較得知差異結果。

(一) 資訊來源對 Cosplay 認知的差異分析

利用單因子變異數分析檢定資訊來源與 Cosplay 認知。根據分析發現，「我認爲澀谷系的穿著即是在 Cosplay」、「我認爲原宿系的穿著即是在 Cosplay」、「我認爲龐克裝的穿著即是在 Cosplay」、「我認爲視覺系樂團的穿著即是在 Cosplay」會因資訊來源的不同而有所差異，經事後比較發現資訊來源爲電視媒體比資訊來源爲口耳相傳、網路媒體更認同上述題項。此外，「我認爲會做 Cosplay 是神經病」、「我認爲蘿莉塔裝的穿著即是在 Cosplay」亦會因資訊來源的不同而有所差異，經事後比較發現資訊來源爲電視媒體比資訊來源爲網路媒體更認同此上述兩題項。

(二) 年齡對 Cosplay 認知的差異分析

利用單因子變異數分析檢定年齡與 Cosplay 認知。根據分析結果發現「我認為 Cosplay 是不務正業的」、「我認為會做 Cosplay 是神經病」、「我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」、「我認為 Cosplay 是不務正業的」、「我認為玩 Cosplay 是幼稚、不成熟的」、「我認為 Cosplay 只有女生在玩」、「我不想跟有玩 Cosplay 的人做朋友」、「我認為玩 Cosplay 的人交不到男或女朋友」、「我認為澀谷系的穿著即是在 Cosplay」、「我認為原宿系的穿著即是在 Cosplay」、「我認為龐克裝的穿著即是在 Cosplay」、「我認為蘿莉塔裝的穿著即是在 Cosplay」、「我認為視覺系樂團的穿著即是在 Cosplay」會因年齡的不同而有所差異。

(三) 教育程度對 Cosplay 認知的差異分析

利用單因子變異數分析檢定教育程度與 Cosplay 認知。由分析中可發現「我認為玩 Cosplay 是幼稚、不成熟的」、「我認為 Cosplay 是不務正業的」、「我認為會做 Cosplay 是神經病」、「我認為 Cosplay 妝容很噁心」、「我認為玩 Cosplay 的人是為了逃避現實」、「我認為玩 Cosplay 是幼稚、不成熟的」、「我認為玩 Cosplay 的人是為了滿足精神需求」、「我認為玩 Cosplay 的人就是宅」、「我認為玩 Cosplay 的人是為了吸引別人的注意」、「我認為澀谷系的穿著即是在 Cosplay」、「我認為原宿系的穿著即是在 Cosplay」、「我認為龐克裝的穿著即是在 Cosplay」、「我認為蘿莉塔裝的穿著即是在 Cosplay」、「我認為視覺系樂團的穿著即是在 Cosplay」會因教育程度的不同而有所差異，經事後比較發現教育程度為研究所以上比高中以下更認同上述題項。

(四) 每月收入對 Cosplay 認知的差異分析

利用單因子變異數分析檢定每月收入與 Cosplay 認知。依據分析結果，「我認為 Cosplay 是不務正業的」、「我認為會做 Cosplay 是神經病」、「我認為 Cosplay 只有女生在玩」、「我認為 Cosplay 是學業成績不好的學生在玩的」、「我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」、「我不想跟有玩 Cosplay 的人做朋友」、「我認為澀谷系的穿著即是在 Cosplay」、「我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」、「我不想跟有玩 Cosplay 的人做朋友」、「我認為 Cosplay 只有女生在玩」、「我認為 Cosplay 是品行不佳的學生在玩的」、「我不想跟有玩 Cosplay 的人做朋友」此題會因收入的不同而有所差異，經事後比較發現每月收入 90,001 元者以上比收入 10,000 元以下者更認同上述問項。

五、假設驗證

本研究以不同資訊來源及人口變項的受測者對於 Cosplay 認知的差異情形，根據前述統計分析結果，利用獨立樣本 T 檢定及單因子變異數來分析測量不同資訊來源、性別、教育程度、科系領域、每月收入、居住地區的受測者，在 Cosplay 之認知上是否有顯著差異，歸納研究假設進行檢驗，若檢驗結果具顯著差異，則拒絕虛無假設並接受對立假設，檢測結果為「不成立」，若檢測結果變無顯著差異，則接受虛無假設，檢驗設定結果為「成立」，研究假設結果整理如表 5。

表 5 假設檢定結果摘要表

研究假設	結果
H1 不同資訊來源對於 Cosplay 的歧視與誤解無顯著差異	不成立
H2 不同人口變項對於 Cosplay 的誤解與歧視無顯著差異	不成立

資料來源：本研究整理

(一)H1：不同資訊來源對於 Cosplay 的歧視與誤解無顯著差異

根據統計分析結果，資訊來源中的「電視媒體」於 Cosplay 的認知上具顯著差異，故表示 Cosplay 的認知會因為不同的資訊來源而有所不同，此一假設不成立。

(二)H2：不同人口變項對於 Cosplay 的誤解與歧視無顯著差異

根據統計分析結果，人口統計變項中「性別」、「年齡」、「教育程度」、「每月收入」於 Cosplay 的認知上具顯著差異，故表示 Cosplay 的認知會因為不同的人口變項而有所不同，此一假設不成立。

伍、結論與建議

本研究探討資訊來源與人口變項是否會對 Cosplay 的認知造成顯著影響，綜合文獻探討、研究方法、和統計分析之結果，回應第一章的研究問題以及驗證研究假設，以達研究目的。本章第一節提出研究的分析結果與過程，第二節提出研究建議提供未來相關研究之參考。

一、研究結論

本研究主要以問卷作為測量工具，題項在信效度的檢驗上，得知 Cronbach's α 值是可信的。

(一) 不同資訊來源於 Cosplay 認知之差異

資訊來源部分經由單因子變異數分析發現，來源為電視媒體者對於偏差的 Cosplay 認知相較於其他來源有著較高的認同度，由此可推測從電視媒體得知 Cosplay 資訊者會對 Cosplay 的認知較有偏差。

(二) 不同人口統計變項於 Cosplay 認知之差異

在性別部分，經由獨立樣本 T 檢定分析結果發現，女性受測者對於偏差的 Cosplay 認知的認同度大部分比男性受測者還低，因此可由此推測男性對於 Cosplay 的認知較有偏差。在年齡部分，由單因子變異數分析發現，40-49 歲與 30-39 歲的受測者對於偏差的 Cosplay 認知與其他年齡層相比有較高的認同度，有此可推測此兩個年齡層會對 Cosplay 認知較有偏差。在教育程度方面，研究所以以上者對 Cosplay 偏差的認知有著比其他教育

程度者有較高的認同度，因此可推測研究所以以上者對 Cosplay 認知較有偏差，此外亦發現學歷為高中職者對於正確的 Cosplay 認知相較其他教育程度者認同度還要來得高。在科系領域方面對於 Cosplay 的認知並無任何顯著差異，因此推斷不同的科系領域者不會對 Cosplay 認知造成影響。在收入的部分，每月收入為 90,001 元以上者與 70,001~90,000 元者對偏差的 Cosplay 認知認同度較其他收入者高，因此可推測在每月收入這兩個區間者會對 Cosplay 的認知較有偏差。最後在居住地區方面對於 Cosplay 的認知並無任何顯著差異，由此推斷不同的居住地區並不會影響 Cosplay 的認知。

(三) 其他發現

經分析發現在資訊來源中，由電視媒體為獲取 Cosplay 的資源來源者，對 Cosplay 會有較高的認知偏差，又尤其是對於其他穿衣風格之題項有所誤解，認為即是在 Cosplay。在教育程度中，研究所以以上者亦對其他穿衣風格即是 Cosplay 有所誤解也較多。年齡為 40-49 歲者對穿衣風格題項誤解為 Cosplay 的比例也較高。最後每月收入以 70,001~90,000 元者與 50,001~70,000 元者對 Cosplay 與其他穿衣風格之間有所誤解，又尤其是 70,001~90,000 元者，與其他收入層相比有更高的比例。由此推斷，這些族群較會對 Cosplay 的衣著定義認知有所偏差。此外，綜合其分析結果，發現學歷、年齡、月收較高者對 Cosplay 有較高的認知偏差，因此推測這些族群應是與年輕人及流行文化較遠者，無法理解現今年輕文化。

二、研究建議

本研究以不同資訊來源及人口變項於 Cosplay 認知的差異，綜合各章節之要點、統計數據等研擬建議，分為電視媒體部分及對後續研究者提出建議，提供未來研究者參考。

(一) 電視媒體

在本研究中，經問卷結果分析顯示，在電視媒體中獲取 Cosplay 資訊者的 Cosplay 認知偏差較其他來源者來得高，因此推測現今之電視媒體節目，如新聞等，可能對於 Cosplay 的資訊有所錯誤或是有過於主觀偏見的言論發表亦或是僅擷取事實之片面說詞與行為，導致接收的受眾們對 Cosplay 的認知有所影響。因此期許未來電視媒體能更實事求是、不斷章取義，採取公正公平的角度去傳播正確之 Cosplay 資訊。

(二) 後續研究建議

本研究因僅發放網路問卷，且受測者大多數為北部地區，且年齡層多在 20-29 歲，因此建議未來做相關研究之研究者可以擴大規模，除此之外亦可加入其他不同之影響因素，如心理層面或人格特質等，更能全面、完整性的推斷，對研究結果會有更大的幫助。

參考文獻(本文)

- 余亞霓、吳家安、彭心瑜。(2011)。臺灣 Cosplay 文化的發展歷程與現況。
- 黃炫綺。(2013)。日本角色扮演在臺發展之研究。國立高雄第一科技大學應用日語研究所碩士論文。
- 嚴秀茹。(2003)。網路口碑之影響因素研究。元智大學管理研究所學位論文。
- 馬士傑。(2003)。與他人一起扮演「他人」：角色扮演活動的架構。政治大學社會系碩士班碩士論文。
- 白超熠。(2003)。Cosplay 的視覺文化研究 一個後現代的文化論述。南華大學環境與藝術研究所碩士學位論文。
- 楊世鈺。(2008)。Cosplay 角色扮演者 (Coser) 與閱聽人態度之相關性研究 -- 以動漫畫為例。佛光大學傳播學系碩士學位論文。
- 鄭玄沛。(2016)。性別歧視、族群偏見、宗教偏見、多元成家態度、與強暴迷思的關係。玄奘大學應用心理學系碩士論文。
- 江偉志、柯凱仁。(2010)。日本角色扮演遊戲男女主角造形類型與特徵之研究。設計理論與實務國際研討會。2010 年第 2010 期。
- 傻呼嚕同盟。(2005)。COSPLAY · 同人誌之祕密花園。臺北：大塊文化。
- 黃瑋斌。(2010)。男性御宅族的愛情 / 色情幻想與實踐之研究。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士班碩士論文。
- 姜永淞。(2012)。臺灣青少年次文化消費群比較研究：御宅族與流行音樂追星族之實證。國立中山大學企業管理學系研究所博士班博士論文。
- 許峻彬、陳世敏。(1998)。網路媒體閱讀率調查方法初探。中華傳播學會論文研討會。
- 王燦槐、羅惠筠。(1997)。我國大學生 BBS 族的人際關係初探。人文社會學報第五期。
- 李威龍、留淑芳、劉明宗。(2005)。網路口耳相傳訊息數量、資訊方向暨性別對訊息說服效果之影響。行銷科學學報第一卷第二期。
- 黃麗霞、張重昭。(2003)。訊息來源、正負面訊息與市場行家特質對網路訊息傳播之影響。電子商務研究 2003 年夏季第一卷第一期。
- Johnson Kaye。(2004)。HOW RELIANCE ON T~ADKCONAL MEDLA AND THE INTERNET INFLUENCE CREDIBILZTY PERCEPTTIONS OF WEBLOGS AMONG BLOG USERS。
- Brown et al。(2007)。An International Journal for the Advancement of Psychological Theory。
- よしえ。(2009)。顏飯 OR 不了解視覺系的進來！！。2017 年 6 月 13 日。取自 <https://goo.gl/Acbpj8>
- HF CREW。(2014)。另類口味：澀谷系 黑肌美媚 vs. 原宿系 甜美妹子。2017 年 5 月 23 日。取自 <https://goo.gl/6zoHKD>
- Bunka 時尚網誌。(2012)。[時尚 X 風格]--- 哥德蘿莉塔 (Gothic Lolita)。2017 年 6 月 1 日。取自 <https://goo.gl/JJPmJL>
- 黃郁心。(2008)。〈PUNK Fever Be Forever〉。2017 年 5 月 20 日。取自 <https://goo.gl/WV5iX6>

相狐狸姊姊。(2011)。相信大家常常聽到「馬內」，那麼什麼是「馬內」呢？。2017年6月12日。
取自 <https://goo.gl/olqwcw>

銀河互動網路集團。(2015)。社群媒體定義。2017年12月30日。取自 <https://goo.gl/Y8zg49>