

動漫對高中(職)生行為改變之探討

投稿類別：商業類

篇名：

動漫對高中(職)生行為改變之探討

作者：

張絮淳。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 6 班

劉芝吟。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 6 班

林芯儀。高雄市私立樹德高級家事商業職業學校。資料處理科三年 6 班

指導老師：

施玉情 老師

壹●前言

一、研究背景

動漫這個名詞來自『動畫』和『漫畫』兩個詞的結合，即是漫畫和動畫都同時有的，或者隨著現代傳媒技術的發展，動畫(animation,anime 或 cartoon)和漫畫(comics,manga；特別是故事性漫畫)之間聯繫日趨緊密，兩者常被合而為一稱為「動漫」，很多人也常常將動漫與卡通混合。隨著近年來輕小說的迅速崛起，動畫，漫畫和輕小說形成了動漫產業鏈上的鐵三角。

台灣最早動漫出處為1993年創辦的動漫出版同業協進會於1998年11月創刊的動漫資訊類月刊《動漫時代Animation & Comic Time Time》，後經由《漫友》雜誌傳開，也開始普及起來。2003年起，政府開始漫畫補助政策，成為近年台灣漫畫出版主力。輔導金、公視推波助瀾，本土動漫「魔法阿媽」廣受青睞；中日韓合作「孔子傳」；近年的「阿貴」昭示Flash動畫新風潮來臨。臺灣動漫市場正值蓬勃發展，漸趨成熟，而動漫更是全世界強勢的文創產業。

二、研究動機

對於二十一世紀的超新新人類而言，觀看動漫就像是呼吸空氣一般，普遍觀看動漫已是台灣社會中不可忽視的文化現象。每年在台灣舉辦的動漫相關展覽、同人誌活動、臺北國際動漫節等，都吸引了好幾萬人參加，其中又以國、高中學生居多，常常把會場擠得水洩不通，更吸引了無數年輕學子瘋狂採購漫畫及其周邊產品，為商家帶來無限商機。各種現象在顯示出，動漫在現今年輕人當中，已經佔有相當重要之地位。

但在現今的生活中，有很多可能性都還未去探索之前，我們都往往已經先自我設限、或是幫別人設定好界線，尤其是老一輩的人直覺認為「看漫畫會影響功課」、「小孩子會學壞」等理由，限制我們年輕族群觀看漫畫，甚至有些人主張動漫內容幼稚、低俗、不雅，是為「不良刊物」，引發出一系列對動漫的負面觀感。然而，對我們青少年而言，動畫是目前具有高度影響力之物，它兼具知識的取得及娛樂的滿足，動漫之所以被創造，實為滿足人們內心之需求。因此，希望藉由研究，本小組想藉由我們年輕人角度來探討，動漫對現實生活及行為改變的影響為何？同時，希望藉由此探討動漫的正面價值，可打破反對者對於動漫的刻板印象。

三、研究目的

本研究主要目的在探討動漫對高中(職)生行為改變的影響。本次研究目的，希望從高中職生的角度，分析瞭解高中職生觀看動漫的因素，來瞭解動漫對現代年輕人的影響。本研究的研究目的，主要分為以下幾點：

- 1、探討高中(職)生觀看動漫的行為動機
- 2、探討高中(職)生觀看動漫對其行為改變的影響

四、研究流程圖

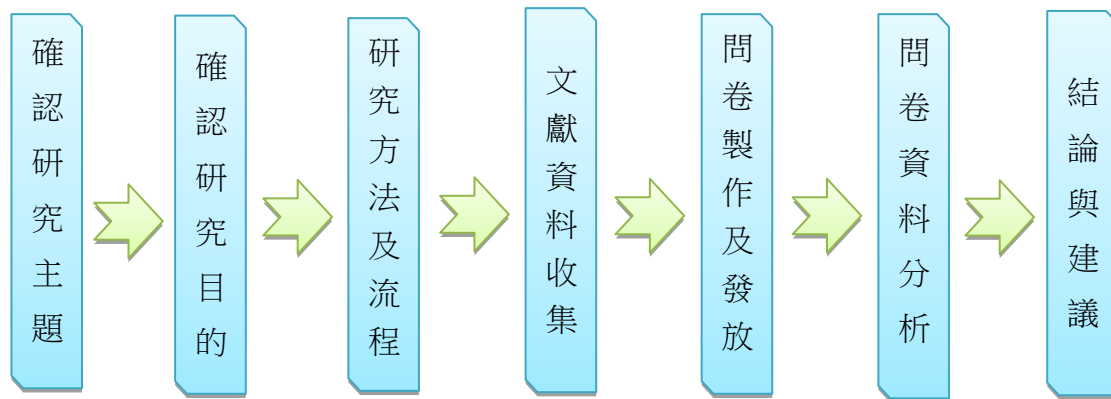


圖 1、本研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一) 動漫的意義

1. 動漫的定義與特性

「動漫」就字意來看包含了動畫與漫畫兩種表現形式，動畫與漫畫雖然都與繪圖相關，而早期所謂的卡通動畫也常借用漫畫的手法或直接從漫畫取材，但從媒材、技術、格式等內部結構來看，它們各自擁有自己的特質與創作面向。但近年來隨著媒體技術的數位化，「動漫」似乎常被指向為「動畫」或「動漫畫」，這樣的特點在於對動態影像的強調，甚至也將電玩遊戲納入「動漫」廣義的表現形式中，不斷被誤用代替「動畫」一詞，動漫是一個總稱，動漫包含了動畫、但動畫不等於動漫。對於這樣的混用，可以說來自時代性的演進，就如同早期俗稱的「卡通」逐漸轉為「動畫」；而在數位時代影像產製的過程中，動畫、漫畫、電玩甚至公仔它們的視覺風格與技巧常在彼此之間轉移並擁有同樣的消費族群，「動漫」一詞或許只是更反應出現代青少年的視覺文化與流行元素。

2. 台灣動漫產業發展概況

- 1960 年代漫畫創作，因漫畫審查制度而全面停止。
- 1970 年代，光啟社率先將卡通製作技術引入台灣。替日本代工的「影人公司」訓練出台灣第一波動畫人才。
- 1977 年東立創社，陸續出版日本暢銷漫畫作品。
- 1980 年代，宏廣公司成為美國卡通代工大廠，近 70% 美國電視卡通在台灣製作。
- 日式與美式代工經驗，影響台灣動漫發展至少 30 年。
- 1987 年漫畫審查制度廢除，台灣興起創作風潮。
- 2000 年左右，網路經濟泡沫使出版社結束本土漫畫雜誌經營，本土新人漫畫家培育面臨困境。
- 2001 年起，許多動漫業者西進東南亞與大陸設廠。

- 2003 年起，政府開始漫畫補助政策，成為近年台灣漫畫出版主力。輔導金、公視推波助瀾，本土動漫「魔法阿媽」廣受青睞；中日韓合作「孔子傳」；近年的「阿貴」昭示 Flash 動畫新風潮來

3.台灣動漫發展特質

- 二戰後漫畫界頗興盛。
- 戒嚴時期漫畫受審嚴格，多數以代工為生。
- 解嚴後漫畫界思想解放，風格多元豐富。
- 動漫家多單打獨鬥，受政府培育者較少。
- 獎勵文創動漫，但資源較少，流於形式及暫時性措施。

4.動漫與漫畫的差別

表 1、動漫與漫畫的差別分析表

	動漫	漫畫
定義	隨著現代傳媒技術的發展，動畫和漫畫之間聯繫趨緊密，兩者常被合而為一稱為「動漫」。	「漫畫」主要是進行故事創作，無論是單格、四格或連環，是要完整交代一個「故事」。
形式	動漫是以分鏡圖及視覺暫留原理而製作而成的影片。	漫畫通常是指紙本上刊載、具有分鏡、劇情內容、對白及圖像的作品。
人員	動漫人才是指掌握動漫製作設計技巧的人群，他們多在相關行業單位中工作，以動漫製作設計為主要工作內容。	一般來講，漫畫原作與主要畫家都可以稱為漫畫家。其它參與作畫但沒參與創作的，通常只能稱為漫畫助手。

(二)正面價值

動漫來自不受拘束的個人心靈，反應短暫的意念及觀看動漫人的渴望，動漫如此的「恣意」，或許正為它的力量泉源。動漫創作家時以生活化的題材融入文本中，使動漫可讓一般普羅大眾接受，尤其是眾多動漫往往有其中心目標須達成，為了達成目標所做的努力及用心，看在觀看動漫人的眼裡、記在心裡，更有達成觀看動漫人奮發向上的精神、並使觀看動漫人思維更加廣大，極具良好之教育意義。

此外，動漫創作家思想為讀者與現實世界中連結的媒介，不同的動漫創作家對於不同的人、事、時、地、物有截然不同的觀點，所呈現出的作品亦因人而異。經由大量的閱讀，觀看動漫人可從不同動漫創作家的角度及立場，來看待這個世界。

(三)認知與態度

人類的認知，是經由五官與外界事物的接觸，而產生的一種反應，並隨即賦予這些感知型態不同的意義。認知 (Perception) 又稱為知覺，是個人運用五官在環境中接受到刺激引發選擇、組織與解釋的過程，而且它是一個主觀的選擇。認知是個人過程，受個人信念、經驗、情緒及期望所影響(George, E., B. 和 Michael., A, B., 2007)。

態度 (Attitude)乃指個人在環境中對於事物的處理方式，經由動機、情緒與認知的心理過程下所形成的持久性構成。態度的形成可經由學習而來，若對於事物產生正面或負面反應時，將會持續對該事物形成正面或負面印象(Solomon, M. R., 2009)。張

春興(1986)提出態度是指個體對人、對事、對周遭所持的一種具有持久性與一致性的傾向。而這種傾向可由個體的外顯行為推測。態度係指人對環境中某些對象所抱持的動機情緒知覺及認知的持續過程，簡單的說，它是個人對某些個體或觀念，存有一種持久性的喜歡或不喜歡的認知評價、情緒感覺以及行動傾向(Kolter, 1991)。

(四)行為意向

行為意向是任何行為表現的必須過程，是行為顯現的決定(Ajzen and Driver, 1991)。Engel(1995)認為行為意向係指消費者在消費後，對於產品或企業所可能採取特定活動或行為傾向，行為意向往往是預測一個人的行為時，更準確的衡量指標。

二、研究設計

(一)研究架構

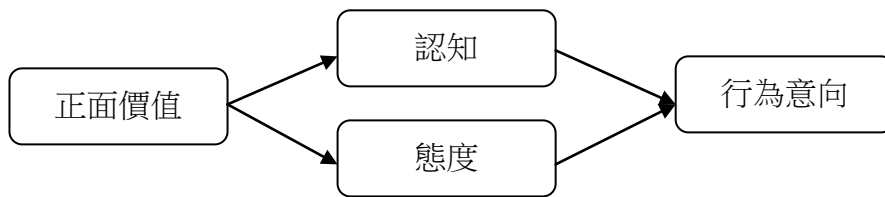


圖 2、本研究架構圖

(二)研究設計

問卷對全校隨機發放 100 份問卷，有效問卷 100 份，將問卷資料回收後，進而以 Microsoft Office 辦公室軟體—電子試算表 Excel 工具進行彙整與統計分析，利用統計圖表分析各個研究因素之間的影響。

1.樣本分析

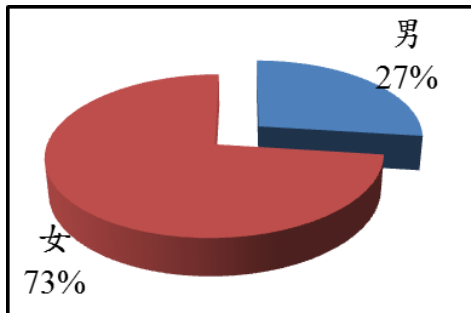


圖3、樣本性別比例圖

本次研究的有效樣本中，受測者的性別比例為男性佔27%，女性佔73%，如圖3所示。

2.哪個階段的學生接觸動漫多

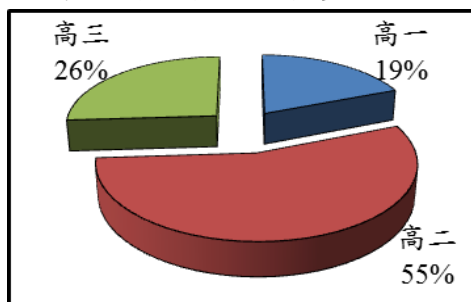


圖4、學生接觸動漫比例圖

本次研究發現，在高中(職)的學生中，高二的比例佔55%，高三的比例佔26%，高一的比例佔19%。由此可知，高二階段中的學生接觸動漫比較多。

3.從哪個年齡開始接觸

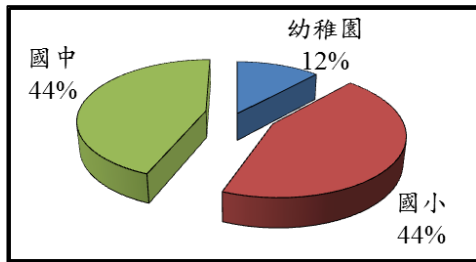


圖5、接觸動漫年齡比例圖

本次研究發現，受測者在國小、國中時就開始接觸動漫的比例佔44%，其次是幼稚園時佔12%。由此可知，受測者大多接觸動漫時都是在國小、國中階段比較多。

4.哪個類型最多人觀看

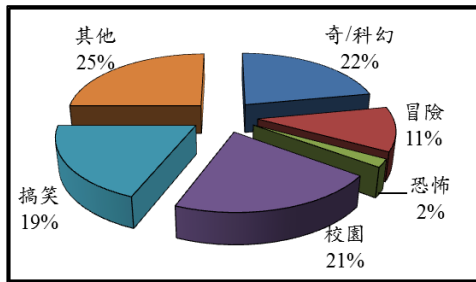


圖6、觀看動漫類型比例圖

本次研究發現，受測者觀看類型比較多的是其他(什麼都看)佔25%，其次是奇/科幻類型佔22%，校園類型佔21%，搞笑類型佔19%，冒險類型佔11%，最後是恐怖類型佔2%，由此可知，受測者大多都是有什麼動漫更新就看什麼。

5.觀看動漫花費多少時間

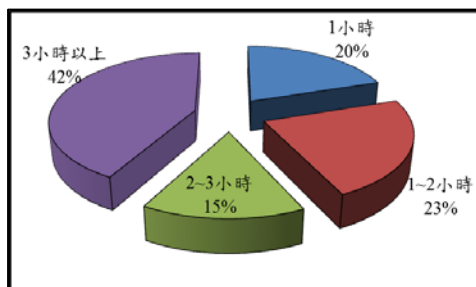


圖7、花費時間比例圖

本次研究發現，受測者平均花費3小時以上所占的比例42%，再來是1~2小時佔23%，而1小時的佔20%，最後是2~3小時的佔15%。由此可知，受測者對於動漫最高所花費的時間是3小時以上。

6. 從何處得知動漫訊息

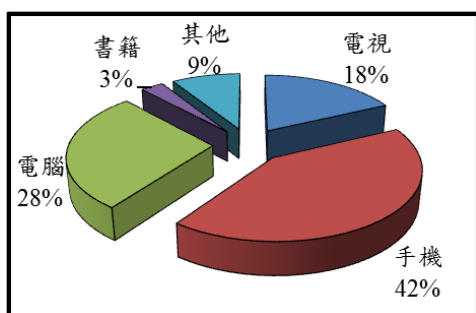


圖8、得知動漫訊息比例圖

本次研究發現，受測者得知動漫的訊息管道，主要以手機得知動漫訊息佔了42%，由電腦觀看佔28%，電視佔18%，其他佔9%，最後是書籍佔3%。由此可知，受測者對於動漫得知的方式是手機。

7. 觀看動漫的原因

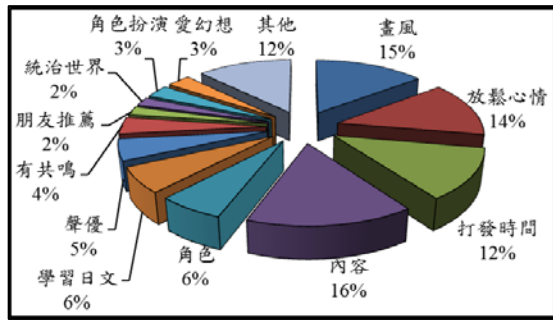


圖8、觀看動漫原因比例圖

本次研究發現，受測者觀看動漫的原因，以因為內容而觀看動漫的比例佔16%最高，因畫風佔了15%，放鬆心情佔了14%，打發時間和其他因素佔了12%，角色和學習日文佔6%，聲優佔5%，剩下的都是佔2~4%。由此可知，許多學生是因為內容的因素而觀看動漫的。

8. 模仿角色穿著打扮

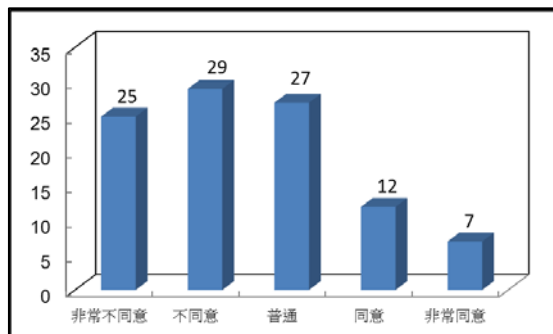


圖9、模仿角色穿著打扮統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了19%，27%普通，不同意與非常不同意佔16%。由此可見，對於那些看動漫的人來說，模仿自己喜歡的角色來穿著打扮，是一種樂趣。

9. 花費錢財到周邊商品

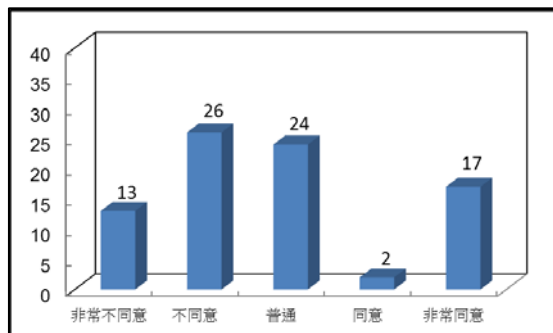


圖10、花費錢財到周邊商品統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了19%，24%普通，不同意與非常不同意佔39%。由此可見，喜歡動漫卻不一定要買屬於他們的周邊商品，或許，可以把錢財花費在其他的動漫系列上。

10. 對著角色腦補/YY

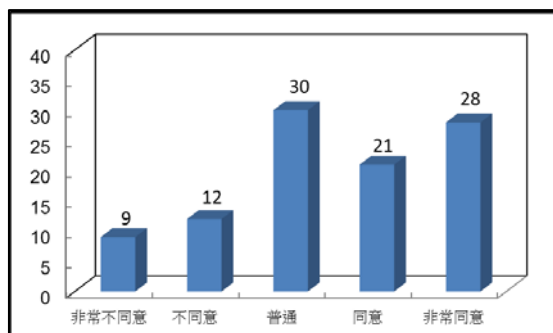


圖11、對角色腦補/YY統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了49%，30%普通，不同意與非常不同意佔21%。由此可見，在觀看動漫的同時，會對動漫的角色作腦補，例如：帥哥、美女、美少年、美少女等等.....，當作自己的偶像。

11. 沉迷而分不清現實與虛幻

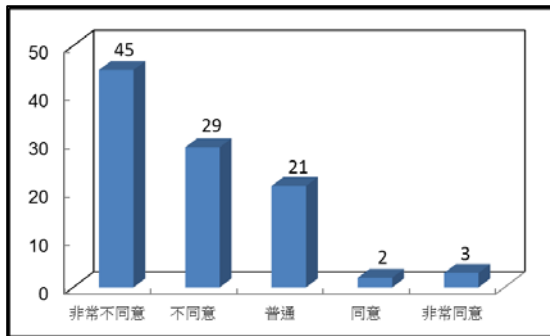


圖12、沉迷而分不清現實與虛幻統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了5%，21%普通，不同意與非常不同意佔74%。由此可見，看了動漫並不會把自己帶入動漫的世界，把動漫的世界融入自己的生活中，無法自拔。

12. 觀看動漫會因而引起社會案件

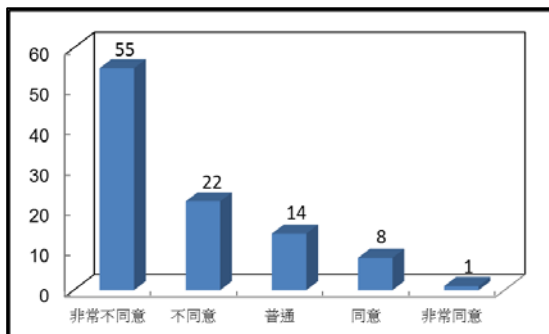


圖13、觀看動漫而引起社會案件統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了9%，14%普通，不同意與非常不同意佔77%。由此可見，大多數的人認為動漫並不會引起任何的社會案件，只有少部分的認為血腥、暴力等.....線上遊戲，會使人沉迷，進而模仿。

13. 觀看動漫對我日常作息有影響

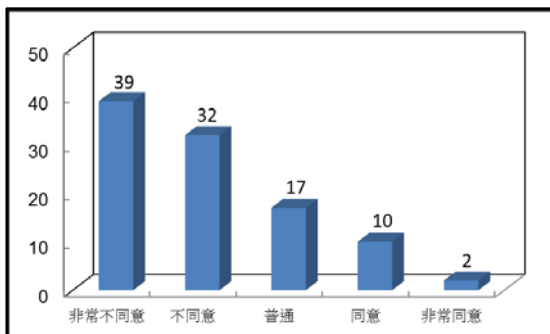


圖14、對我日常作息有影響統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了12%，17%普通，不同意與非常不同意佔71%。由此可見，正常的生活作息並不會因為觀看了動漫而影響到自己的生活作息。

14. 動漫對我產生好的影響

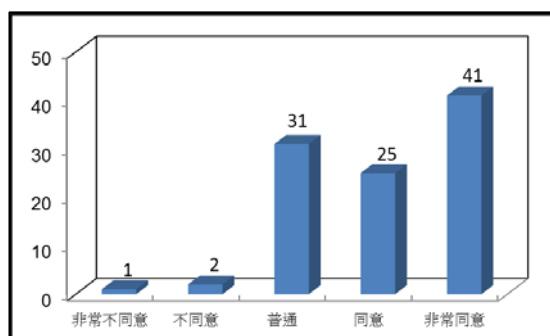


圖15、動漫對我產生好的影響統計圖

在此研究裡非常同意與同意佔了66%，31%普通，不同意與非常不同意佔3%。由此可見，大多數的人認為動漫有好的影響，例如：觀看中文發音，日語字幕，能增進自己的日文能力，並不用特別專學也會，還有許多諸此類的好影響。

15.你認為動漫帶給你什麼好的影響

由此可見，大多數的人認為動漫對他們帶來好的影響是能夠更加了解並學習日本的傳統文化及語言，或者了解動漫裡包含的意義及道理，也能夠帶來正面的力量，生活中所累積的壓力也能夠就此紓解。

16.你認為動漫帶給你什麼壞的影響

由此可見，除了少部份的人認為觀看動漫會因此沉浸在動漫的世界裡，大多數的人認為動漫並不會對他們帶來壞的影響。

參●結論與建議

一、研究結論

在二十一世紀，普遍觀看動漫已是台灣社會中不可忽視的文化現象，動漫這個名詞來自『動畫』和『漫畫』兩個詞的結合，隨著現代傳媒技術的發展，輕小說近年來迅速崛起，動畫、漫畫和輕小說便形成了動漫產業鏈上的鐵三角。在很多可能性都還未去探索之前，我們常常先自我設限、或是幫別人設定好界線，限制年輕族群觀看漫畫，甚至有人主張動漫內容幼稚、低俗、不雅，是「不良刊物」。對青少年而言，動漫是目前具有高度影響力之物，它兼具知識的取得及娛樂的滿足，我們將藉由年輕人的角度來研究，動漫對現實生活及行為的影響主要為正面價值，同時，也打破動漫對於他人的刻板印象。

綜合上述的統計與分析得到以下的結果，發現大多數人接觸動漫時都是在國小、國中階段，通常由手機進行觀看，且沒有特定觀看的類型，大多都是有什麼動漫更新就看什麼，但會因為裡面的內容而選擇觀看的動漫，大多數的人也認為喜歡動漫不一定要只買屬於他們的周邊商品，而模仿自己喜歡的角色來穿著打扮，則是一種樂趣，也在觀看動漫時對動漫的角色作腦補，不過看了動漫並不會引起任何的社會案件，正常的生活作息也並不會因為觀看了動漫而影響到自己的生活作息，動漫除了能讓他們更加了解並學習日本的傳統文化及語言，了解動漫裡包含的意義及道理，也能夠帶來正面的力量，因此動漫並不會對他們帶來壞的影響。

二、建議

- (一) 研究中只針對高雄的高職加以探討，因此對於其他區的狀況並不會是有相同的結果，因此建議可將問卷調查範圍擴及其他地區或增加年齡層來增加廣度。
- (二) 從調查中得知，動漫可以促進國家經濟市場，目前跟動漫相關活動的廣告促銷不多，建議捷運可以與日本動漫來合作推出動漫相關的彩繪列車或活動，並將動漫相關活動的排隊路線規劃更加周全。

肆●引註資料

1. 王鈞萱(2006)，漫畫之正向價值—以海賊王為例，國立台北教育大學社會科教育學系96級社科組專題研究論文。
2. 李彥謀(2012)，台灣動漫產業發展概況，1344期新新聞周刊。
3. 林孟璋、張真堯、唐淑珊、劉志宏(2010)，偶像崇拜、消費價值與行為意向關係

之研究、消費價值與行為意向關係之研究-以中部地區青少年觀看韓劇為例，2010 第十一屆管理學域國際學術研討會論文集，頁 B39-B52。

4. 林志成(2006)，動漫祭扮另類自己 三萬人擠爆，擷取日期：105 年 11 月 28 日，資料來源：YAHOO 奇摩新聞
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/060730/4/1d0z.html>
5. 游易霖、方彩欣(2014)，由情感模式探究消費者對虛擬角色認同感的重要性，設計研究學報第七期，頁 97-111。
6. 傻呼嚕同盟(2003)，因動漫畫而偉大，大塊文化出版社。
7. 維基百科(2016)，動漫，擷取日期：105 年 11 月 28 日，資料來源：
<http://www.wikia.com>
8. 蘇蘅(1994)，青少年閱讀漫畫動機與行為之研究，新聞學研究，第 48 集，頁 123-145。