

【講題】同人文化之源流與台灣同人活動發展概要

Ch.1 從「同人」談起

近幾年來，隨著媒體的大力報導，社會大眾逐漸開始注意到一股新興的青少年次文化—「同人文化」的開展，然而，何謂「同人」？「同人誌」與「Cosplay」究竟有何不同？卻是許多人始終無法釐清的謎團。

若要追根究底的話，「同人」一詞其實是來自於中國文化，它是易經的卦名之一，意為與人和協；亦指「同在一處做事的人」。只是在中國，似乎便沒有再衍生出其他的意含。

「同人」這個詞傳到了日本，逐漸衍生成「志同道合的人」、「同伴、伙伴」之意；而在近代，「同人」主要被日本人拿來形容因為共同興趣與嗜好而集結而成的團體，其中以「文學同人」類的創作團體最為知名。

日本第一個文學結社，也是第一個史上留名的同人團體「硯友社」，成立於一八八五年，是由日本近代文學寫實主義派大家尾崎紅葉、山田美妙、石橋思案等六人所共同組成的。之後在一九一〇年武者小路篤實、志賀直哉等人組成的「白樺派」也是相當知名的團體，這些文藝結社便是較具代表性的「文學同人」。

不過，近年來「同人」一詞在日本似乎又再脫離了「同伴、伙伴」的原意，進一步衍生成「從事私人出版創作」的概括名詞；此外，包含了「業餘」、「非商業體系」意義的「同人漫畫」「同人 GAME」等新名詞使用逐漸廣泛，「同人」也開始被作為用來說明「內容或製作方式不具商業考量」的形容詞。

Ch.2 何謂「同人誌」？

「同人誌」可定義為「由志同道合之人所共同出版的書刊雜誌」，簡單的說就是一種同好刊物。係由有相同興趣嗜好的人共同製作、複製散布的私人出版刊物書籍。一般泛指非商業性的出版行為，如社刊、會刊、同好間私下流通的報紙型刊物等。

日本歷史上第一本同人誌，是由前述日本第一個文學結社「硯友社」所定期發行的會刊「我樂多文庫」。從大正至昭和年間，文人自費出版作品的情形蔚為風氣，其中日本文學史上的知名大師，如芥川龍之介、武者小路實篤、志賀直哉、川端康成、江戶川亂步或橫溝正史等人，都曾於類似的同人刊物上發表作品。透過自力出版的方式，作家們得以不經由商業機制的篩選箝制而發表作品，可以更無所顧忌地發揮創意、保留作品的純粹度。這種文學創作者利用定期發行的同人文藝雜誌來磨筆兼以文會友的模式，形成了近代日本文學獨特的文壇文化。

同樣是以自費出版的形式呈現，漫畫同人誌的起源並不像歷史悠久的文學同人誌那樣嚴肅，卻也是克難起家，早期的漫畫同人誌發行量極少不說，有時還直接以原稿裝訂傳閱，只是希望能藉由與他人的切磋而得到自我成長，在這個時期，漫畫同人誌的內容主要是以原創為主。到了在八〇年代之後，以《宇宙戰艦大和號》、《機動戰

士剛彈》、以及九〇年代的《足球小將翼》、《聖鬥士星矢》等作品為首，帶動了前所未有的動漫畫熱潮，從而促成了「衍生類」（PARODY）同人漫畫同人作品的興起。

在這陣動漫畫熱潮後，漫畫同人誌的內容也由一開始的「同好間相互砥礪切磋」的原創性漸漸轉向為以衍生內容為主的「自我感覺的表現與分享」，進而與原本的文學性同人誌漸行漸遠；逐漸發展出漫畫同人誌獨有的商業魅力與市場特色。

「同人誌」在近年來除了指團體的出版物之外，也包含了「個人誌」的出版品項，因此在今日，此一名詞儼然已成為私人出版之漫畫刊物的代名詞。

國內知名漫畫出版社東立出版社的總編輯鄭國興，曾在一九九二年針對「同人誌」提出三個必然要素：

- （一）以創作發表在商業誌作家的作品為主題。
- （二）要有一個主要的事或對象的創作。
- （三）可以自由表示觀點或多元表現的創作。合乎以上三個要素之一，並以非商業方式出版者就可以稱為「同人誌」。

事實上，除了以書籍形式呈現的「誌」之外，同人們的表現手法尚有許多種，其中較為廣泛所知的，有模型、歌曲、動畫、影像、遊戲等，這些五花八門的表現手法，在同人文化發源地的日本可以很容易看到，台灣的同人創作物大多以書籍、小卡、海報等平面印刷物居多，近年來逐漸有多媒體的創作物出現。

總之，在同人的世界裡，表現方式與內容是沒有侷限的，創作者所想像的無一不可實現，這也就是同人文化之所以如此迷人的緣故吧？

Ch.3 何謂「Cosplay」？

「COSPLAY」，係英文「costume play」的縮寫；「costume」，原意為「戲服」，而「play」則是「扮演」的意思，合起來即是「戲服扮演」，詳細一點解說則為「穿著某特定主題作品的角色服裝進行的扮演活動」。

「COSPLAY」目前最廣為人所接受的定義，就是模仿一個既有角色（不論被模仿的角色是真實人物或是虛幻人物），藉由相同的服裝、造型，或相同的動作、習慣，來達到模仿或扮演的目的。例如曾經風行一時的明星模仿秀，也是「COSPLAY」的一種，而在同人相關活動中，「COSPLAY」則泛指「以動漫遊戲之角色為模仿對象」的扮裝行為，目前台灣慣以「角色扮演」來作為它的中文翻譯。

「COSPLAY」一詞之所以成為了同人圈的通用名詞，起源於一九七八年，日本最大同人販售會「COMIKET」的召集人米澤嘉博氏首次將「costume play」用於形容「以動漫人物為模仿對象的扮裝」，並產生了縮稱「COSPLAY」。但「COSPLAY」的行為並不是只限於販售會場才有，像一般觀光客在旅遊風景區常有租借民族服裝或歷史戲來拍照留念的情形，廣義來看也可以說是一種「COSPLAY」。

「COSPLAY」與同人活動有極深的依存關係，正如同人誌的創作者是以漫畫來表達自己對於作品的愛一樣，角色扮演者（COSPLAYER）是以扮裝的手段來表達對作品的愛情，以及自我主張

的傳達。「COSPLAY」與一般的化裝之間的差別，就在於扮演者對於自身所扮演的角色是否有投入「愛」，沒有注入愛情的「COSPLAY」，就只是單純的化裝而已。

參與「COSPLAY」相關活動的成員，除了角色扮演者之外，還有負責拍照的攝影師，正如「同人誌」的生態系是由創作者與消費者互動所構築而成的，角色扮演者與攝影師之間也有密不可分的依存關係，隨著同人文化發展的日益成熟，原本在同人誌販售會中只是配角的「COSPLAY」活動，已經逐漸成長茁壯為一股獨立的勢力，可以與「同人誌」的出版社群分庭抗禮了。

因為「COSPLAY」比起靜態的出版品更亮麗搶眼，導致在同人文化剛開始被媒體注目的時期，常會有把「同人誌」與「COSPLAY」搞混的荒謬報導出現。時至今日，經過主辦單位與同人參與者的努力，情況已有改善的跡象，但無可否認的是，大部分的媒體以及不了解活動的大眾，仍然習慣直接以「COSPLAY」一詞作為同人活動的統稱，這類「錯把馮京當馬涼」的謬誤，希望能隨著同人文化的日益推廣而不要再發生。

Ch.4 「ACG」文化與同人活動的關連

ACG，乃 Anime（動畫）、Comic（漫畫）、Game（電玩）這三樣媒介的縮寫，此一縮寫並非起源自日本。而是在台灣的動漫迷們間自然生成的地區性語言。

動、漫、電玩這三種商品都富含視覺性、娛樂性的特色，並且均有劇情、有角色，背景通常是架構在虛幻的時空中（也有不少是在彷彿真實世界的時空中），藉由許多因素達到吸引玩家及讀者的目的。在動漫產業的原生國日本，更是密切地藉由各種企劃進行異業結合，導致某一部原創作品上市，通常是動畫、漫畫與電玩同步推出的狀況。因此固然有不少動漫畫研究者對於這樣的簡稱不以為然，卻也無法抑止絕大部份動漫迷的使用習慣。

ACG 相關商品的蓬勃發展，直接成為同人文化的基礎養份。前文曾提過，原本是為了與同好切磋砥礪而產生的同人誌文化，在八〇年代日本動漫畫呈現爆發性成長後產生了極大的變化，從原創的故事轉而變成以 ACG 的故事或人物重新詮釋為主，同人誌裡的衍生仿作的原點是對原作的感情移入，這些在 ACG 裡活躍的角色們，經由支持者的重新詮釋，紛紛展現各種獨特又有趣的風貌，雖然有時候玩笑會開過頭，或是衍生出來的故事離原本的故事精神相差十萬八千里，但無論如何，同人作品的出現對於原作的氣勢有相當正面的拉抬作用。因此在日本擁有原作版權的廠商對於商業作品的被再製、販售這部份通常都採取睜一隻眼閉一隻眼的狀態，但實際上仍發生過任天堂對於皮卡丘同人誌提出告訴的事件，數年前在台灣也曾發生過的大霹靂集團控告同人對布袋戲角色進行演繹、重製的事件。

面對這樣的問題，同人社團通常會在刊物的最後標示類似「本刊未經○○○版權所屬公司認可發行，與○○○原作無任何關係，本刊物純屬同好私下交流分享」這一類的告示，但無可否認的，衍生系的同人誌仍是遊走在法律邊緣的敏感商品。

Ch.5 同人活動在日本

七〇年代的日本，有一群憂心新生文化交流空間貧乏的年輕漫畫創作愛好者，因為想讓自製的漫畫作品或同好會誌，有管道與其他人交流，所以自掏腰包開始定期舉辦以漫畫為主的同人集會。這就是日本最初漫畫同人誌販售會的開始。

日本的同人販售在七〇年代的草創期，出現了許多由學生或是年輕文化人為主，各自懷抱著理念與理想舉辦的活動，例如「Comic Market」、「Minicomi Fair」、「Comic Carnival」等小型販售會如雨後春筍般出現。但是這些元祖級的販售會，除了「Comic Market」以外，多因主辦者們的升學就業而無法撐下去。在這一波創始潮之後，同人誌即售會活動曾經有一段停滯不前的瓶頸奇，直到一九八六年，隨著人氣漫畫《足球小將翼》在日本社會不分性別地風靡了少年與少女的心，間接掀起了幾近瘋狂的衍生同人創作風潮，此時開始大量出現由企業主辦的販售會，以及以某部作品或特定主題為主的單一主題販售會（Only Event）。

過了九〇年代，同人文化的日趨成熟促使販售會的形式趨向多元化，現在日本販售會大致可分為「全類型」（all Event）與「單類型」（Only Event）這兩種類型。每個月在日本全國各地舉辦的大小各型漫畫販售會更多達數十場，場次多到有專門的雜誌來報導每個月日本各地的活動情報，可見同人誌販售會在日本盛行的情況了。

提到全類型的同人誌販售會，就不能不提到日本最大的同人活動「Comic Market」，簡稱「Comiket」或是「CoMiKe」。它只在夏、冬兩季舉辦，每次都有三萬多個同人社團參加，活動總入場數超過五十萬人次，不但是日本最大，甚至也可說是世界最大的超大型同人活動。在九〇年代後半日本經濟陷入谷底的情況下，Comiket 仍能持續帶來近百億的經濟利益，動漫畫同人的驚人消費力由此可見一斑。

「Comiket」實質上的催生者，本業為雜誌編輯兼漫畫評論者的米澤嘉博先生，原則上對於參加者抱持著以尊重為前提的自由放任主義，但他也再三強調，這樣的自由是來自人與人之間相互的尊重，以及同儕團體維護一個共同活動「場所」之共識。

米澤先生曾於受訪時被問到何謂「Comiket」，他如此回答：「是個媒體（Media），也因為是個媒體所以無法一言道盡。參與者來到會場看了什麼、感到了什麼，回去時又想了什麼，不可能都一樣，如果有四十萬的參加者，那就有四十萬種的 Comiket。」

這樣的說法不只可以用來解析「Comiket」，也可以說是道出了同人文化發源的起點「互動」的本質，同人販售會真正令人迷戀的特質，也就是這些無盡的可能性。

Ch.6 同人活動在台灣

台灣最早的漫畫同人結社，是由當時還是高中生的葉宏甲、陳家鵬、王花、洪晁明與林何世先生等五人，於一九四〇年於新竹組成的「新高漫畫集團」，之後因為第二次世界大戰使得他們的活動被迫停止，直到一九四五年戰爭結束，葉宏甲才又與陳家鵬、王花、洪晁明先生等四人重起爐灶。當時除了發行資本是由大家共同籌措之外，從採訪寫稿畫圖收稿招廣告、乃至編輯校對寄送，都由四人一手包辦，共同策劃了台灣戰後第一本雜誌《新新》。

《新新》月刊前後總共刊行了兩年共八期；可說是台灣於戰後的第一本藝文同人雜誌，雖因通貨膨脹與二二八事件的影響而不得不停刊，卻留下了光復初期文人對於台灣文化前途的抱負與思想，使得「新新」至今仍是研究光復初期台灣藝文界活動之重要史料之一。而在這本中日文章

交雜的雜誌裡，除了小說、詩、戲曲、音樂與藝評之外，每期還固定有兩頁漫畫，也成為台灣同人漫畫的濫觴。

在一九四九年至六〇年代初期，台灣本土的漫畫曾有過一段長達十年的興盛期，除了葉宏甲先生的《諸葛四郎》系列之外，劉興欽先生的《大孀婆》、牛哥先生的《牛伯伯》等。台灣漫畫家同時受歐、美、日本漫畫的影響，卻能在咀嚼後吸收，創作出有特色的本土作品來。這十年間台灣漫畫本已逐漸發展出自我的特色，繪畫主題雖仍不脫傳統中國的忠孝節義，卻也出現不少以鄉土或城市為主的本土題材，因為市場需求強烈的關係，有志從事漫畫創作者大多在還沒來的及自己組成社團前，就已經被出版社延攬成為漫畫家的助手，或是直接出道投入商業漫畫創作。所以在這十年間，雖然商業漫畫創作一片欣欣向榮，但同人團體的發展可說是停滯不前的。

這波戰後台灣漫畫發展的高潮，很可惜在一九六二年被教育部頒佈的「編印連環漫畫輔導辦法」（俗稱漫畫審查制度）扼殺了。這部惡法不但限制劇情走向、干涉人物設定，禁止輕功過招、禁止征服世界，連狗開口說話都被拿來當禁書理由。在這樣嚴苛的標準之下，漫畫家陸續轉行，而在漫畫審查制度肆虐的二十年間，本土漫畫的空窗期便由盜版的日本漫畫遞補，使得之後的兒童、青少年在成長期所能看到幾乎全是看盜版日本漫畫長大。直到以牛哥為首的全國漫畫家聯誼會出面爭取，政府才趕緊修正這荒謬的絕倫的漫畫審查制度。也才給台灣的本土漫畫帶來復甦的跡象。

八〇年代的台灣漫畫，以敖又祥先生的《烏龍院》作為開路先鋒，帶出了新一波的漫畫狂熱，如在「時報周刊」漫畫連載出道的鄭問與曾正忠先生、「小咪漫畫新人獎」中得獎的張靜美、任正華、游素蘭、高永等人。連續三屆舉辦的「歡樂漫畫新人獎」以及於一九八五年創刊的「歡樂漫畫半月刊」，則捧出了蔡志忠、出麥仁杰、阿推等作家。然而由於盜版日本漫畫取得容易，成本又低，使得這個時期推出的漫畫雜誌幾乎無一例外地面對經營上的窘境，也使得八〇年的「本土漫畫」雖然開始復甦，但整體而言仍無法擺脫小眾文化的陰影。

然而在同一個時期，不受前述背負著創作艱苦的十字架披荊斬棘開路的中生代漫畫家們影響，一批數量較大、純粹受盜版日本漫畫洗禮成長的青少年們卻走上了另一條完全不同的路，這群喝日本漫畫奶水長大的漫畫迷們，零星地在自己所就讀的高中職或大專院校中開始成立了漫畫社團，開始了類似日本同人文化發展的路程。

一九八〇年前後，各個大型漫畫創作團體開始在台灣各地組成。這時期的漫畫同人社團的特色是跨越了校園與年齡的大型團體。主要活動的方式，則是以聚會交流切磋畫技，互相交換作品觀摩等，以提昇社員漫畫創作的水準。同時期知名的團體有日後出了漫畫家木笛的「狂熱份子」，以及沈東廷先生領導的「創造者」等。

八〇年末期，「少年快報」等日本盜版雜誌的氾濫使得台灣的商業漫畫走入了另一個低潮期，卻也以意想不到的方式間接地為台灣的同人文化開啟了另一扇門扉。

在一九八八年末，正是日本漫畫《聖鬥士星矢》當紅的時候，當時盜版《聖鬥士星矢》漫畫的出版社，為增快出版速度，開始在正式的漫畫內容之後加入約五十頁左右的「星矢小劇場」，也就是當時日本衍生派同人創作者的作品。這樣的「附錄」讓當時的讀者眼界大開。而如此「畫自己喜歡的作品，讓喜歡的角色演自己想的故事」之衍生作品（PARODY）的漫畫作法，也就以這樣不可思議的方式於台灣中傳開，而如同日本第二波同人文化發展潮一樣，進入障礙最小的衍生

派同人創作，開始逐漸取代須磨練編劇、創意等高難度技巧的原創作品，成為台灣同人活動發展的主流。

Ch.7 台灣同人活動的興盛

九〇年代初期，雖然因為盜版漫畫的興盛使得台灣的同人創作者在參考資料的取得上已不虞匱乏，但真正促使業餘的同人漫畫創作者可以與職業漫畫家取得同一起跑點的關鍵，還是在於漫畫專賣店系統的成立。

一九八九年九月，第一家漫畫便利屋「阿克 ACCO」在台北天母開張，有系統的引進了沾水筆、網點、原稿紙等日系漫畫的專用工具。在此之前，不但稿紙得自己買紙回家裁，要買工具也只能到專業美術社找，還不一定找得到。漫畫便利屋的成立，使得工具的購買變得方便，許多同人社團也就於九〇年代初期陸續結成，而購買工具以及蒐集資料的漫畫便利屋，也間接變成了同人團體集會以及交流的重要場所。

一九八九至九〇年間的同人社團，以「地平線」最為有名，不但在一九九二由商業出版社東立為她們發行會刊，當年的成員愛彌兒、王宜文、沈蓮芳、張英、黃佳莉與星亞等人後來均加入了商業創作界，至今仍是台灣漫畫界的中堅，而以孔德儀與T T麻亞、咎井淳姊妹為主的「C.A.T」，也以製作精美的社刊《黎曼空間》在同人圈享有盛名。這一時期活躍的社團成員，今日仍以直接或間接的方式留在漫畫界，也是大多數人比較有印象的同人團體。

同一時期，校園內的動漫畫社團創設潮也在各大專院校出現，如清大光畫社、台大卡漫、輔大漫畫、高醫漫畫等動漫畫社團紛紛成立，漫畫創作與研究風氣自始進入校園。

在九〇年初期，繼大型同人結社與同人社團的組成開始轉變，由身邊的同好所組成小型社團開始成為主流，這時期成立的同人團體仍有不少至今仍然在活動，像是以少女漫畫創作為中心的「赤精衛」、「螢幕殘像」等等。當時市場上仍在流通的動漫畫相關雜誌，對於這股創作熱潮也全力支持，如「漢堡漫畫」、「神奇地帶」等動漫畫雜誌月刊都有為同人社團設置的交流區域以及介紹同人社團的活動等專欄。

另外，前述的「阿克漫畫便利屋」，因為動漫商品的增加以及商機湧現的關係，一年間在全國開了二十二家連鎖店；時報系統也以大規模的宣傳成立了「酷迷客」漫畫專賣店系統，除了這兩大系統之外，各地區也都各自有小型的漫畫專賣店出現，極盛時期全台曾有近兩千家的數量。而以遍佈全國的漫畫專賣店為據點，同人社團將記錄繪畫心得的筆記本放置於店內，以留言本的方式與同好進行交流，一時蔚為風氣。

此時出版同人刊物的風氣仍不是很盛行，但少數有編輯能力與印刷實力的社團，會利用專賣店擺放同人誌寄賣，然而因為寄賣有抽成、進退貨以及結帳等問題，對於以暇餘時間進行創作與集會的同人團體而言非常麻煩。於是有一部分持續從事創作以及出版刊物的社團就開始合作，以舉辦超小型販售會與原畫展的方式來發表自己的作品，這部分與日本的販售會的形成方式很像，發展時間卻有所重疊—日本的販售會始於七〇年代，當時同人界還是以原創為主，直到十年後的八〇年代，衍生派才起而代之。但在台灣，販售會發展的初期就是原創派與衍生派共同發展，甚至有衍生派凌駕於原創派的趨勢，這與台灣獨特的漫畫發展歷程有很大的關係。

一九九三年八月，在台北松山外貿展覽館舉辦了一場模型漫畫展，參展社團包含校園社團在內有三十餘攤。算是台灣有史以來規模最大的同人誌販售會，雖然以與模型社團合辦，而且場內也有許多無關漫畫模型的攤位（例如靈骨塔販賣攤位），但是這樣具規模的同人聚會仍然具有強大的魅力。之後比照此模式，一些中小型的同人活動開始由同人社團主導舉辦，而許多借速食店、學校教室的一角就辦起來的非正式販售會，更蓬勃地開始在台灣各地舉辦。

一九九六年，隨著《灌籃高手》、《幽遊白書》等漫畫作品的大受歡迎，以這兩部作品為主題創作衍生作品的社團開始大量出現；也因為同人社團每一場都會成倍數成長，使得中小型販售會的數量隨之增加，從九七年開始平均每一個半月便有一次同人活動，同人社團們開始會以販售會的時間為標竿決定刊物的出版時間，台灣漫畫同人社團與販售會的互動模式在此時逐漸成形。

一九九七年十月，由捷比漫畫便利屋與日本 S E 公司合辦的「Comic World」（簡稱 CW）第一屆活動開始舉辦，這是台灣第一個以商業規模展開的定期同人販售會，也是目前台灣大型販售會的始祖。CW1 活動兩天的入場人數約為五千人次，參展社團上百；同人活動開始被一般社會大眾所注意，便是起自於 CW 活動，在今日，CW 已儼然成為台灣同人販售會代名詞，而角色扮演者大量聚集於同人誌販售會場，也是從此時開始便成一種慣例。

從「Comic World」開始，台灣的同人活動進入了一個新的時代，在企業有系統的規劃與資金挹注下，早期由同好以游擊戰方式舉辦的同人誌販售會開始進入了穩定的成長期，同人社團也因為有固定發表與交流的空間，如同日本一般逐漸發展出不同性向別的創作者。在這段時期內，無視於整體漫畫圈的不景氣，同人創作者在自己的小天地中蓬勃地發展著。

隨著人氣的增加，敢於對同人活動投入資金的業者也越來越多，一九九八年的中大型販售會才不到十場，一九九九年數量卻遽增為近二十場，平均一個月一到二場的場次使得販售會舉辦頻率遠高於社團成長率，除了讓社團疲於奔命之外，也間接造成同人社團搶短線的周邊商品出版多於創作物的畸形現象出現。到了二〇〇三年，經過市場機制的淘汰篩選，中大型販售會數量已控制在每年十餘場左右，參與社團數也固定在單場單日百餘，至多三到四百攤左右的規模。

中大型販售會高速成長的催化以及漫畫本身具親和力的表達方式形成了一種增殖作用—即使是參觀者也有機會成為參展社團，使得參展社團的數目年年不停地成長，促使台灣同人創作的內容在短短的五年裡迅速達成了細分化與多元化，也無視於商業漫畫的不景氣，洶湧的參加人潮每每在活動舉辦時攫取到各大媒體的目光。

近年來，部分主辦單位已經體悟到與其消耗性的舉辦活動，不如進行策略聯盟，這樣的資源整合促成了在某些活動中社團攤位費可以得到補助，降低了新社團的進入販售會的門檻，使得新生社團數得以穩定成長，也為同人活動注入了更多的可能性。

Ch.8 網路與同人文化的關係

早期同人活動的發展主要靠人與人之間的傳遞，同人誌創作者藉由刊物交換與讀者交流、角色扮演者則藉由在販售會場出現與攝影師產生交流，無論如何，都擺脫不了必須面對面才能進行交流的狀態。直到網路世代來臨，整個同人文化才開始取得飛躍性的進展。

隨著網際網路越來越發達，漫畫同人社團不但可以利用免費的網路空間、簡單的架網頁軟體做一個自己的個人網頁發表作品，還可以提供創作物的交換與郵購；而不想花太大力氣或無力自

已架構網站者，也可以輕易取得某些免費的貼圖空間發表作品，或是隨處可得的免費留言版與同好進行交流。對於「COSPLAY」也是一樣，容易入門的上傳機制，簡單的申請手續，使得「網路相簿」成為角色扮演者與攝影師公佈相片的重點媒介，例如「星光大道」或「PC home」等網站，除此之外，某些專業攝影師聚集的網站如「Cos 向上」、「夢源」等大量收集了歷來活動的 Cos 照，並附詳盡的檢索功能，也成為角色扮演者喜歡聚集的網站。這些網站讓同人社團的作品或扮演者的相片在短時間內可廣為散佈，彌補了區域性的實體販售會在時間與空間上無法全面兼顧的缺點。

除了 www 之外，以學生為主要利用者的 BBS(電子佈告欄)，也是同人文化傳播的重要媒介。例如台大的「椰林風情」、「不良牛牧場」，以及商業性 BBS 站「巴哈姆特」、「KK city」等，都擁有以同人誌與 Cosplay 為主題的專版，從事同人活動的社團或角色扮演者，習於融入這樣的網路社群，並以交換情報為主要目的，一些重量級的站台，往往在一日內可擁有上萬人的流量。在台灣，能讓可稱之為弱勢的同人團體，突破種種不利的客觀條件，一躍成為創作的明日之星，網路所能提供無時間空間障礙的交流機制，在同人活動的發展上扮演著舉足輕重的地位

台灣的漫畫同人文化發展，在六七〇年代曾經遭遇過斷層，使得實質上的發展時間僅有十餘年左右；這段時間雖充滿動盪，但也確實地開始走出了一條屬於台灣式的路。隨著更多有創意的同人團體出現，台灣富有生命力的創作特色也將得到完全的發揮，且讓我們拭目以待吧！

【參考資料】

1. 「同人文化講座」 著／林依俐 Frontier 雜誌社
2. 「台灣漫畫四十年初探」 著／洪德麟 時報出版
3. 「Costier 同人扮裝誌」 編／Frontier 雜誌社