

娃娃的秘密

球型關節人形 專題報導



目錄

前言

04

BJD的起源

08

BJD簡單介紹

12

BJD 玩家採訪報導

18

參考資料

42



前言

玩洋娃娃不再是小朋友的專利、不再是女孩子的特權，台灣漸漸吹起一股收藏Ball Joint Doll球型關節人形(簡稱BJD)的風潮，不少成年男女也為之瘋狂。

BJD在台逐漸風靡，玩家之間交流的方式趨近多元，不少人以「娃爸」、「娃媽」自稱，他們幫娃娃打扮，將娃娃當做手足、親人、密友，分享養娃經驗，這些已經是他們生活的一部分了，並透過這些與其他玩家互動，從互動之中找到他們的歸屬感。文化是一群人的生活形態，包含它們的語言、行為與思考模式、所有的創造物、政治與經濟活動等等，是一切生活的總合。個人的行為是由文化所引導的，因為文化是我們社會化過

程的指南(陳國明，二〇〇三)。

Ball Joint Doll球型關節人形，顧名思義，這個娃娃與一般洋娃娃、芭比娃娃最大的不同就是它全身上下關節都是使用球體所連接，如此一來便可以使娃娃四肢的動作、姿勢有如人類關節一般。不只如此，**BJD**娃娃最特別的一點就是，它的全身上下都可以替換，上至假髮、眼睛；下至鞋子、襪子，甚至是手、腳都能依照自己的喜好隨意變換，打造出專屬於自己的玩伴。

不過想要打造自己的專屬娃娃，荷包可是要先準備滿滿，因為**BJD**娃娃的要價可不便宜，通常一尊**BJD**娃娃包含眼睛、假髮、衣服、鞋子全套配件加一加就可能破萬。

究竟這個娃娃有甚麼樣的魅力呢？

透過網路接觸到五位玩家，分別是罪遙、惑子、湯匙、小玥華、小夜

子，五位來自北中南部，年齡皆在二十到三十歲之間的娃媽，他們熱誠的分享「養娃」經驗談。其中小夜子還是「花蒔芸」這個在娃界是個小有名氣的品牌創立者，她另外以創業者的角度與大家分享了她創業過程。

在採訪了五位玩家之後，我統計分析他們的經驗與回答，希望藉由這個專題報導，讓大家對於玩BJD的族群能夠有更進一步及更正確的認識。

BJD的起源

如果從技術結構方面來看，那就必須提到漢斯·貝爾默(Hans Bellmer)。

漢斯·貝爾默是有名的超現實主義大師之一，他出生在俄國的波羅的海沿岸的卡托維茲，現今的立陶宛。漢斯·貝爾默是在父親的施暴的陰影下長大，幸好他有個非常有愛心的母親，在母親的教導、培育之下，他對於冒險、奇幻類型的小說有著極高的興趣。

一九二五年他認識了家庭醫師的妻子，是位人形作家。

漢斯·貝爾默為了生活，曾經以一個商業設計師的身份，在柏林開了一個設計事務所，一九二六年以前他一直從事著商業廣告設計。

一九三一年，漢斯·貝爾默母親在搬家時，帶著他少年時回憶的玩具

箱，而這個玩具箱帶給了他很強烈的印象，影響了他之後的創作。並在隔年看了「霍夫曼物語」的歌劇，從人形師和自動人形得到許多靈感。由此可以看得出來，漢斯·貝爾默對於娃娃的靈感幻想，都是小時候一點一滴累積起來的。

一九三三年為了抗議取得政權的納粹政府，漢斯·貝爾默毅然決然的放棄了一切與國家利益有關的營業，他在年底時開始著手製作人形，並自費出版了人形の寫真集「人形」，更在一九三六年出版了法語版。這些作品對後來BJD娃娃有著深遠的意義與影響。

漢斯·貝爾默人形作品的觀點，深深的影響了日本的「人形」關節。不過真正的BJD創導者則是日本Volks公司的圓句昭浩大師。

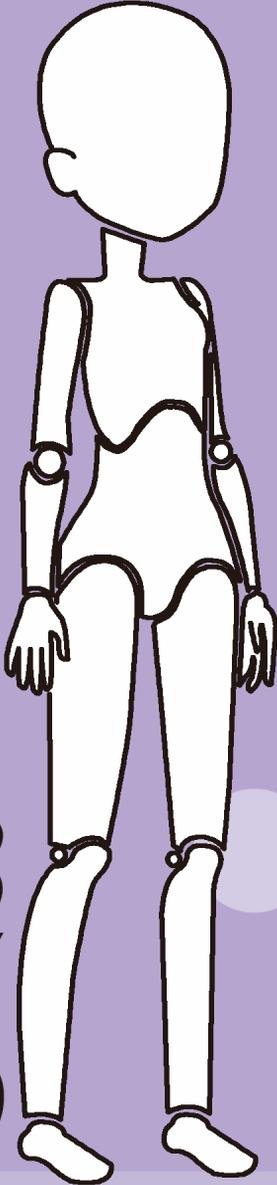
日本的Volks公司成立於一九七二年，它原本只是一家模型代理廠商，但是Volks的社長重田英行覺得市面上的模型都不是他所想要的，於是Volks開始自己研發，開創屬於自己的品牌。也因此Volks從一九九八年開始推出

球型關節可動人偶，是最早推出球型關節人形的公司，由圓句昭浩負責開發。Volks將人形正式命名為「Super Dollfie」——Dollfie是Doll+Figure的意思，Dollfie是他們的註冊商標，簡稱SD娃娃。

由Volks所開發的Super Dollfie，不僅僅是開創了BJD的先例，更是所有BJD的標準和典範。

現今所有的日、韓BJD娃娃基本的體型、尺寸或多或少都有借鑒和參考SD娃娃的概念，SD娃娃在BJD製造技術上有著絕對的權威性。

韓國也有許多廠商在生產BJD，韓國的品牌要比日本多很多，也比較為人所熟知，近年來大陸也有許多娃娃廠公司冒出，讓玩家有更多的選擇（維基百科，二〇一一）。



*B
J
D*

BJD 簡單介紹

材質、尺寸

廠商表示 BJD 主要製造材料是樹脂，但是每家娃廠使用的樹脂不盡相同，也使得每家娃娃的膚色有其特色與變化。各娃廠所生產的 BJD 娃娃大致上可以分成三種尺寸，分別是 1/3、1/4、1/6，按照真人比例縮小，以一百八十公分為基準，1/3 大約就是六十公分左右，以此類推（圖一）。

另外還可以發現，娃娃是有性別之分的，除了基本的男生、女生、甚至根據玩家需求，娃廠還推出了中性的天使體，使玩家打造自己的專屬娃娃，有更多樣的選擇（失語精靈，二〇〇九）。



(圖一)尺寸比對照，由左而右是1/3、1/4、1/6。

娃妝

「妝」是BJD娃娃的特色之一，不少玩家的部落格都有分享，娃娃所使用的材料大部分為壓克力、色鉛筆、粉彩等顏料上色。娃妝就像是女孩子化妝一樣，因為玩家可以依照自己的喜好畫出想要的感覺、想要的表情，除了喜怒哀樂，甚至是圖騰、刺青、傷疤，都可以表現在自己的娃娃上(黑船，二〇一二年)。

但並不是每個人都擁有為娃娃化妝的技術，因此產生了代妝師這個職業，讓那些比較不擅長繪畫的玩家有了另一個選擇。每個代妝師繪畫風格各有其特色，所以玩家可以依照自己的喜好，選擇自己想要的代妝師。微笑有不同的表現方式，為了達到玩家心目中的形象，這是考驗代妝師的功力(圖二、圖三)。



日間室內自然光+打白光燈

(圖二)上圖左右兩邊是同一顆頭，但畫上不同色系的妝，感覺完全不同了。

(圖三)右圖為完妝沙龍照。照片由知名代妝師Btrace黑船所提供。



假髮、眼睛、手腳

在拍賣上搜尋一下就一萬多筆賣場，玩家可以找到各式各樣材質、顏色、造型的假髮和眼睛。透過網路，玩家可以找到來自日本、韓國、大陸，甚至是歐美地區的BJD娃娃配件。BJD假髮不僅能夠替換，還可以吹整染燙。為了使玩家能有如真髮一般任意造型，BJD的假髮大部分是用耐熱材質製造（露天市集國際股份有限公司二〇一二）。

且娃娃的手腳是可以替換的，不同的動作造型任玩家挑選替換（圖四）。

衣服、鞋子

除了透過官方所販售的衣物、鞋子。許多玩家也自己動手拿起了針線裁縫，互相交流心得、分享成果，並在網路上販售。從中國古裝到現代時裝，甚至是西方古典、日韓潮流，各式各樣的衣服，都可以在網路上、娃



(圖四)BJD替換手腳。



(圖五)BJD衣物也千變萬化。



(圖六)各式各樣的BJD鞋子。

娃專屬的實體店面裡找到(圖五)。

鞋子也是一樣的，衣服如此的多樣化，怎麼能夠沒有適合的鞋子來搭配呢？許多玩家在找不到想要的鞋款之下，紛紛站出來自行設計，並找代工廠製造，使得鞋款更加五花八門(圖六)。

BJD 玩家採訪報導

接觸與購買管道

採訪了五位娃媽，發現他們都是在十六到十八歲高中時代，在同人誌販售會(台灣主要是漫畫或與漫畫相關的周邊創作產品的販售會)接觸到了球型關節人形，因為好奇搜尋相關資訊，發現原來還有這樣一個娃娃的存在。透過網路拍賣代購、代理商：等管道，購買了屬於他們自己的BJD娃娃，進而踏入這個圈子。

回想起第一次看到BJD娃娃的情景，小夜子笑著說：「其實我一開始是Cosplay(角色扮演)起家的，我參加了台灣第一場同人場，當時就有日本人來台設攤，那個時候在他們的攤位上就擺了BJD娃娃。」

談到小夜子的第一尊娃娃，她仍然印象深刻。BJD娃娃現在主要購買平台是網路拍賣，但是當初她剛玩娃時並非如此。一開始，在台灣大概九成都是Volks的娃娃，所以周遭有玩娃的人幾乎都是同一家娃娃廠生產的，不像現在這麼多元，韓國、陸廠：等等。最主要原因就是台灣的模型代理公司在二〇〇一年取得Volks的總代理權，在當時BJD並沒有很普及的時候，代理公司把Volks引進台灣，這占了當時相當大的購買比例，還有部分是在網路拍賣有一些日本的代購。而小夜子是在二〇〇二年，選擇透過網路拍賣代購，購買了屬於她的第一尊BJD娃娃。

網際網路的普及，開創一個即時、互動、多樣化且無遠弗屆的新通路，截至二〇〇四年七月中旬，台灣上網人口已達一千兩百七十四萬人，其中「15—24歲」的網路使用者佔總網路使用者的三成四，相對於其他年齡層，所佔比例最高。其次是「35—49歲」的使用者，再次為「25—34歲」與「50—64歲」。(台灣網路資訊中心公布，二〇〇四)。不少商家看準

這點，紛紛經營起網路購物站。網路購物優點在於取得未來的競爭優勢、決策的便利性、成本低等，使得網路購物快速崛起，帶來了許多便利。

透過網路拍賣不用出國也能夠買到日本、韓國、大陸製造的BJD娃娃，讓玩家們輕鬆購買到，也助長了這波BJD風潮。

購買動機

五位玩家當中，惑子、小玥華、與小夜子都是獨生子女。他們表示從小總是孤單的一個人，因為父母親忙碌於工作之中，常常只能和娃娃對話來排解孤單，儘管當時還並沒有BJD娃娃，但「娃娃」在她們的心中已經留下一個不可磨滅的重要地位。另外小夜子與她老公結婚多年，卻因為經濟不景氣，沒辦法負擔小孩龐大的開銷，目前沒有算生小孩。而另外兩位玩家罪遙、湯匙，主要是因為認識了玩BJD娃娃的朋友，受了到了同儕影響，透過同儕之間的話題、相同的興趣喜好，使他們找到了歸屬感，

更可以正當化他們的行為。

根據內政部戶政司統計，近年來生育率逐漸下降，台灣地區在二〇〇〇年以後，婦女的生育年齡逐漸提高，愈來愈多夫妻不願生孩子、或是只願意生一個，生育胎數逐年減少，獨生子女的比例不斷提升（內政部，二〇一一）。由此看的出來，台灣家庭結構的改變，有越來越多的獨生子女，也因為這樣，使部分BJD玩家在缺乏手足的陪伴下，進而將情感轉移到在BJD娃娃上。

又根據一九九九年行政院主計處「台灣地區現住家庭成年人口之親子狀況」的統計顯示，父母親照顧未滿六歲子女的最感困擾問題，以「沒有時間照顧小孩」最多，「精神與體力負荷太重」只居次，「經濟方面困擾」第三（主計處，一九九九）。因此，越來越多夫妻選擇不生小孩，也就是所謂的頂客族（Double Income No Kid的簡寫DINK），而BJD娃娃成了玩家心中小孩最佳替代品，既不用花太多的時間照顧，又不需要龐大的養育、教育

費。「要認真工作才會有飯吃、才會有新鞋子。」夜深人靜時，小夜子總是邊做衣服邊跟她的娃娃說。

「BJD就像一個永久而美麗、不會背叛的朋友，真實的表現了我的內心慾望的。」罪遙抱著她的娃娃與大家分享的說「比方說滿身刺青玩世不恭的歌手，雖然我無法做到，但娃娃幫我達成了。」

「BJD對我來說是一種心靈的寄託，每天抱抱就會有被治癒的感覺，如果不在身邊，看看照片也很開心。」湯匙娃媽也表示並分享她的娃娃穿著打扮照片。

由此可以看出BJD在台灣逐漸流行不是沒有原因的，現代人因為時間、工作、經濟壓力的影響，越來越多家庭傾向只生一個或是不生孩子的情況。少子化、一胎化，甚至是頂客族日益嚴重，部份的人為了尋求心靈上的慰藉，將心中的夢想寄託在娃娃上，對娃娃傾訴自己的心聲。

為BJD娃娃精心打扮、攝影，透過網路、娃聚(同好聚會)分享養娃經

驗，用「娃親」來稱呼彼此，這些是每個娃爸、娃媽都會做的事情，透過這些行為使他們獲得心靈上的慰藉。對他們來說BJD不僅僅是個娃娃，更像是三種人際關係，手足替代、親子替代、朋友替代。

金錢、價值觀影響

五位玩家中，除了湯匙以外其他四位都認為玩BJD最大的負面影響就是金錢。

聯合報調查發現，台灣民眾對賺錢的觀念已由「存錢為主」過度為「花錢為主」，且有四成的民眾認同「錢可以買到快樂」（聯合報，二〇〇五），在BJD玩家身上也看到的到這個現象。

「我只能說花在這方面的錢很多，確切數字很難講，不過我可以大聲的說錢都是自己賺的錢，沒有一分是跟父母要來的！」罪遙自信她表示「因為高中不方便打工，我買的第一隻BJD是用演講比賽跟作文比賽的獎

金存來的。」

「就一個玩具、一個休閒娛樂、心靈的調劑品的角度來看，BJD真的是蠻花錢的，先不說娃的價格，光是衣服、眼珠、假髮加一加也是很恐怖的。」小玥華感嘆的說「但對我來說，這樣能夠換來心靈上的支柱還是很划算。」

還有一點，大部分的BJD玩家抗拒不了限量的誘惑，根據聯合報在二〇〇五年所做的調查發現一般人很難抵抗「限量」的誘惑，且信用卡與現金卡借貸的消費模式大力推動了名牌精品消費的增長。雖然遇上喜歡的商品，有七成八的民眾願意等存夠錢在購買，但也有一成五的民眾表示刷卡或借貸都要購買。若是看中的商品為「限量商品」，原本打算慢慢存錢的消費者中，一成三抵擋不了「限量」兩字的誘惑，會選擇借貸消費（聯合報系民意調查中心，二〇〇五）。

以Vols的60公分娃娃為例子，現在平均價格都在四萬上下，再加上配

件、假髮等等，可就不只了，更不用說是限定款的娃娃，冠上限定兩字的娃娃價格立刻翻了一倍兩倍之多，然仍然有不少玩家趨之若鶩。雖然BJD的價格較高，但他的特殊性仍然吸引不少玩家，利用信用卡、Paypal、分期付款；等各種管道購買。雖然也有人認為這是一種投資，但對大部分玩家而言，這是一個喜好、興趣，所以沒有投資的意義在的話，其實它真的很大錢。

由此看的出來，BJD的熱潮，除了玩家們心靈上的需求，更多原因是消費觀念與消費型態的改變。另外還有一個重要的因素就是商業廣告的變遷，廣告不再只是告知產品資訊，廣告灌輸了消費者新的消費概念跟價值觀，促進了消費者的消費慾望，透過廣告促銷折扣或是主打限量刺激，促使消費者消費。

也因為如此，不少玩家為減少開銷紛紛自己動手DIY，衣服、配件樣樣都可以自己來。除了省錢，還能體會製作過程的樂趣，累積相關知識與

其他娃娃親交換經驗，並認識更多同好、新朋友。

玩家之間的交流

網際網路具備了容量大，守門程度低，超國界，互動性高，以文字為主的溝通互動方式，以及匿名文化等特質，讓不同參與者在不同空間、時間下進行資訊傳遞，漸漸發展成生活中的中介方式，並形成一個互動場域，建構出以人為中心的虛擬世界，促成新的社區形式出現，也就是虛擬社群空間（陳雪華，二〇〇五），玩家藉由網路平臺創造了他們的世界。

我所採訪的五位娃娃媽們都有建立自己的部落格，他們透過網路拍賣、部落格、論壇，甚至是匿名版：等，交換資訊，分享哪家娃場出了新娃、哪件衣服很便宜、娃娃的問題該怎麼處理……。藉由創造暱稱（ID），讓使用者可以暫時隱匿部分或全部在真實世界的身份，例如身分地位、職業、學歷，且是跨領域的，即使不用出門玩家也可以收到來自世界各地的訊息。

許多人認為電腦網路上的人際關係虛假、虛幻，其實根據心理學家以及社會學的研究，一個人如果以不同的身分出現，對其人格發展有利，加上匿名性可以保護作者，使人可以暢所欲言，讓人敢於表達情緒、需求、勇敢表達，這些都是真實面對面的人際互動中，羞於呈現的特性（陳雪華，二〇〇五），這讓玩家勇於發表分享，使更多的玩家串連在一起。

舉辦娃娃聚是他們的交流方式之一，娃爸娃媽們透過聚餐、聚會，靠著BJD娃娃認識更多新同好。以多數文化來看BJD文化仍然相對稀少，因此大部分玩家對於玩家之間面對面的交流是非常珍惜的。

罪遙、惑子、湯匙、小玥華、小夜子皆有參加過娃娃聚，甚至湯匙、小玥華與小夜子還主動舉辦娃娃聚。他們會帶著BJD娃娃出席，像是幫BJD慶生、過節慶、教學聚會，甚至是跨區域、縣市的聚會：等各式各樣的主題聚會。聚會可能是一起吃飯聊天、手做教學，也可能是踏青拍照，藉由BJD把來自不同方的玩家們連在一起。

「通常我們會選有包廂的餐廳吃飯、喝下午茶、聊天、拍照」小玥華談到她的娃聚經驗。「畢竟不是每個人都能接受，我不會去強迫別人喜歡或理解，但我們刻意避開人群，也希望大眾能夠尊重我們的興趣。」

除了前面所提到的網路、娃聚…等，大型活動「場次」，也是他們重要交流管道。像是心辰之星(Heart's Star)、皮諾丘的夢之島(Monde de Pinocchio)、Taiwan Dolls' Paradise…等等都是娃娃專屬的販售會，主要集中在台北與高雄舉辦，吸引數千娃親聚集(圖七、圖八)。大部分玩家通稱此活動為「娃場」，是一個提供玩家相互交流分享的販售場合(圖九)，匯集了不少國內、外BJD玩家、同好，甚至是廠商設攤。它並不是只有販售娃娃而已，凡舉BJD所使用的配件、假髮、衣物…都能在此找到。

我所採訪的五位玩家除了罪遙，其餘皆參與過娃場，其中小夜子、小玥華、湯匙三人還報名攤位，販售自製衣物或是團購假髮之類的。

活動場次逐年增加，幾乎是每兩個月就有一場，許多玩家不遠千里而



(圖七)心辰之星會場。



(圖八)皮諾丘的夢之島會場。



(圖九)玩家們在攤位前挑選、購買。

來，除了購買娃娃物並一睹難得盛會，更是為了與其他娃娃友交流。
透過這些連結，娃娃們交織出他們的一片天。



娃場中看到小夜子在攤位上熱情的為自己的商品做介紹的身影，從玩家到創業家，小夜子一路走來的歷程，是說不完的經驗談。

「玩芭比娃娃，衣服配件越多越好，這樣搭配才有樂趣。那為什麼BJD不行？」小夜子認真的說。

自己動手做到創立品牌

「剛開始其實沒什麼選擇，只能買Volks官方的東西，一件上衣都是兩千塊起跳的時代、一件牛仔褲可能也是兩三千這樣子。」小夜子面露無奈的說，對於當時仍擔任教職，領一份死薪水的她，其實是很捉襟見肘的。「因為平常除了要顧家裡，就算出嫁了還是得養父母，而且我夫家那邊也不是很富裕，光是支付日常生活開銷就差不多了。」

就是在這麼辛苦的時候，你更會想要去買一些什麼東西來犒賞自己，

於是小夜子就想說，不然自己來試看看好了。

小夜子坦言，剛開始的時候她做衣服的技术超差，她沒有辦法好好的把袖子接起來。「所以我都做無袖的。」因為她從來沒有學過裁縫、沒有上過相關課程。

但是她並沒有放棄，她去夜市買一件一百的襯衫，一口氣就買了20件，為的就是將這些衣服、襯衫拆解，看人家的版型是怎麼畫的。

就這樣慢慢自學、慢慢嘗試，直到現在抓到屬於自己的一套公式。

一開始，小夜子先是在無名部落格與大家分享製作的衣服、心得與經驗，漸漸的開始有人留言希望可以跟她訂作。不過當時她的主業還是教書，製衣只是興趣，所以只是少量接單。

某一天晚上她跟幾個好姊妹在聊天，小夜子忽然突發奇想，我們人在台灣，出去買衣服，一件衣服，了不起就是三、五百塊，她希望大家在玩娃上面也可以這樣子沒有壓力的買到娃娃衣服。讓之後想要玩娃的人，可

以買到更多給娃娃替換的衣服，而不是只有一件兩、三千塊衣服的選擇。

「玩芭比娃娃，衣服配件越多越好，這樣搭配才有樂趣」那為什麼BJD不行？」就是因為抱持著這樣的想法，讓她決定創立「花蒔芸」這個專屬於BJD娃娃的衣鞋品牌。

隔年，小夜子把教書的比重減到剩下一半，另外一半的時間開始在家裡打版做衣服，並正式在部落格上開放訂購，每個月收一次單。

網路販售有了，再來當然就是實體販售。畢竟網路上購買，沒有辦法看到實體，而且需要等兩天寄送時間。為了讓玩家可以更方便購買，小夜子先後在台北、臺中各選了一家店寄賣起她的商品。

終於在去年，小夜子與老公坦言，她希望把製作BJD娃娃從興趣變成一個她可以做到老的行業。於是就在老公的支持下，小夜子辭掉了教職，全心全力投注在娃娃製作上。當然辭掉教職後身邊的長輩多少有些不諒解，畢竟那是鐵飯碗，大家都覺得你幹什麼？是要笨嗎？

「其實製作娃衣真的非常辛苦！」小夜子自我調侃的說「我不相信現在有人像我這麼努力的，一天超過12小時在做衣服。」

而且並不是每個月都能穩定入帳，有時候也是會虧本的，不過她還是堅定的投入於「花蒔芸」。

困難或挫折

畢竟不是相關科系出身的，有些東西小夜子也是慢慢摸索而來，像裁縫車針的粗細、線的粗細、布料的厚薄度要對應，這對於沒有讀過相關課程的人怎麼會知道呢？所以她只好靠著不停的實驗、不停的練習。在車斷了許多針線後，終於能夠應用自如。

小夜子對自己的要求很高，希望一切東西都應該要越做越好。但：總是會有不認同的聲音。「其實你做任何事情，一定多少都會有不認同或批評的聲音。尤其當你很用心在做好那件事的時候，真的是很受傷。」小夜

子談到這些仍然有些難過「那些日子我真的很低潮。總是邊哭邊車衣服，一邊覺得為什麼要這麼辛苦，還是出去工作算了。」

雖然想是這樣想，但小夜子還是告訴自己，不要在意，並在朋友的鼓勵下的繼續走下去。

未來的規劃和期許

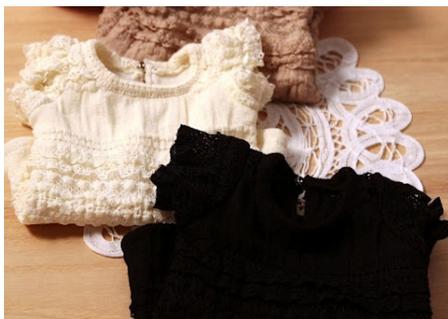
「我希望是能開一家結合娃、娃衣的主題餐飲。」小夜子充滿信心的說「當然，這跟我當初創業的時候一樣，有很多人不好看可是我覺得我是一個很有執行力的人，所以大家可以期待一下！」

當然這是一個長遠的想法，她希望這家餐廳是複合式、是圖書館式的，裡面全部的書籍都是跟娃娃、跟服飾相關的，這才是她最終的希望。

現階段，要做的就是維持衣服品牌繼續運作。去年小夜子帶了一個學徒——小段，就是希望未來如果無法繼續的時候，有人可以接續她的想法，



(圖十)風琴折森林系碎花上衣



(圖十一)多層蕾絲上衣



(圖十二)多色雪靴

照片為花蔣芸所提供。

繼續做下去，讓後面想要玩娃的人，也可以買到「國民品牌」。再來，她也希望可以多和業界合作，大家有什麼好點子一起拿出來創作，互相刺激一下彼此的想法，她覺得大家一起去做一些作品是很快樂的事情。最後希望把台灣品牌讓國外的更多人知道，不是只有淘寶上面的中國人會做這些，台灣也有很會做娃衣的人。

一般民眾觀感

科技發達帶動了傳播媒介的發展日新月異，不同文化的人際接觸已經普遍的發生在我們所居住、求學、工作環境中。因此文化間人際溝通已經成為21世紀現代生活無法避免的重要課題(鄭媻媻，二〇〇九)。文化與文化之間的互相包容變得越來越重要，BJD逐漸盛行，但仍然有許多人不知道、不清楚，甚至是厭惡。

BJD文化在台灣，一般民眾普遍接受度高，大部分對於這個娃娃的第一個反應都是很可愛、很漂亮，但BJD畢竟不是一個主流，少部分的人對於這樣的人型人偶仍然會感到害怕。所以玩家大多選擇向非同好、朋友，甚至是家人隱瞞這項興趣，也造成了這個文化的封閉性。

「我個性屬於比較自閉的，所以只跟很知心，或是確定對方不會有反感的人說。畢竟人形這種東西還是有人會怕，像是鬼娃恰吉之類的電影，

也加深這種印象。我覺得這是個人自由，他們怕的話我盡量不去跟他們講這些。」惑子講起周遭親友的反應還是有些落寞。

小夜子也表示，其實她一開始在尋找適婚對象時，就是希望對方能完全接受她這個興趣，她之所以能夠心無旁騖的開創娃娃衣鞋品牌，也是因為有老公在背後的支持與鼓勵。「到底是甚麼東西可以讓一個人走火入魔到這副德性。」小夜子轉述老公玩笑話，但也因為這樣使她的老公好奇接觸，並包容與支持她。也是有些親戚覺得有娃娃在家陪伴，助長了小夜子更不想往外走，算是一個小小的缺點。不過她本人倒是甘之如飴！

當然，不是每個人都能接受，這是小夜子在嫁到了清水後發現的一件事。可能也是城鄉差距關係，剛嫁過來的時候，她的嫁妝當然是帶著所有的BJD娃娃一起過來，年長一點的鄰居們看到都蠻害怕的，甚至於還有人去求符給她，這也讓他了解了，原來有人對這個東西他是會害怕的，這是她之前完全沒有想過的。這讓她更珍惜與同好之間的互動交流，也更了

解尊重其他少數文化。

玩家們都會自我調適，他們到對於娃娃有反感的人也不會走的太近，畢竟物以類聚，漸漸的周遭都是能接受的人或是同好。小玥華還開玩笑的說「我都把好友拉進圈子裡，一起玩！」

結論

台灣少子化、一胎化，甚至是頂客族日益嚴重，部份的人為了尋求心靈上的慰藉，將心中的夢想寄託在BJD娃娃上，對娃娃傾訴自己的心聲，藉由娃娃排解現代人的孤寂。藉由採訪五位玩家得知動機可分為手足替代、親子關係替代、朋友關係替代三種。

網路科技的發達及普及，使人們不用出門也能夠輕鬆獲得許多資訊，購物也不用侷限在時間、空間上，且方式更多元多樣。我所採訪的五位玩家，都是透過網路拍賣買到來自日本韓國的BJD娃娃；透過部落格建立自

己的社群網。

網路同時具有連繫與隔離的作用，BJD 玩家們利用網路的連繫性延伸了人際關係所及的範圍，因為匿名性可以保護作者，使人可以暢所欲言，讓人敢於表達情緒、需求，使各地的玩家能夠互通有無，打破了時空的限制，讓陌生人之間有了接觸連絡與建立關係的機會，進而促成虛擬社群，但網路的隔離性也讓玩家多了誤會和欺騙的可能性，畢竟透過文字建立起來的互動少了面對面的察言觀色。所以玩家們也會透過娃娃聚、娃娃面對面交流，把來自台灣各地的玩家們串連在一起。

在五位玩家的回答看的出來，台灣消費觀念與消費型態的改變，民眾的賺錢觀念從「存錢」變成「花錢」且透過花錢來得到滿足和快樂。且廣告手法的推陳出新，透過網路媒介大力宣傳，促銷折扣、主打限量，讓玩家们心甘情願掏錢包。

不同文化的人際接觸已經普遍的發生在我們生活週遭，但五位玩家皆

遇過對於BJD有排斥感的民眾的經驗，從小夜子的鄰居送符的例子來看，鄰居是好意，這表示了BJD在台灣文化之間的人際溝通間的問題，因為不同文化背景的人價值觀、風俗習慣、宗教信仰都不相同，所以更要藉由學習文化間溝通來縮短文化差異，提升文對文化敏覺力與理解力。



參考資料

- 維基百科(二〇一一)。球體關節人形。二〇一一年十月二十三日，擷取自維基百科—球體關節人形 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%90%83%E9%AB%94%E9%97%9C%E7%AF%80%E4%BA%BA%E5%BD%A2>
- 失語精靈(二〇〇九)。關於失語精靈。二〇一一十月二十三日，擷取自 <http://www.aedoll.cn/intro.asp?id=27>
- 黑船(二〇一一)。粉彩妝。二〇一一十月二十三日，擷取自 <http://blog.yam.com/kurofunel/article/11854674>
- 露天市集國際股份有限公司(二〇一一)。玩具公仔、洋娃娃與配件、Super Dollfie分類。二〇一一十月二十三日，擷取自 <http://class.ruten.com.tw/>

com.tw/category/sub00.php?c=000500130007

台灣網路資訊中心公布(二〇〇四)。網路使用者比例。二〇一十一月二十三日，擷取自<http://www.twnic.net.tw/total/net1114.htm>

內政部(二〇一一)。人口政策。二〇一十一月二十三日，擷取自http://www.moi.gov.tw/chichi_ipmoi_note/ipmoi_note.aspx?type=2

主計處(一九九九)。臺灣地區現住家庭成年人口之親子狀況。二〇一十一月二十三日，擷取自<http://eng.stat.gov.tw/ct.asp?xitem=1285&ctNode=4957>

聯合報調查(二〇〇五，一月二十四日)。聯合報。

聯合報調查(二〇〇五，一月二十六日)。聯合報。

周典芳、陳國明編(二〇〇五)。媒介素養概論。台北：五南書局。

陳國明(二〇〇三)。文化間傳播學。台北：五南圖書出版公司。

周典芳、鄭媻媻、陳國明(二〇〇九)。人際關係與溝通。台北：五南書局。



娃娃的秘密——

球體關節人形 專題報導

撰 文／涂道懿

攝 影／涂道懿

美 編／涂道懿

娃娃提供／湯 匙

照片提供／黑 船、小夜子

印刷日期／二〇一二年三月