

投稿類別：藝術類

篇名：

韓國戲劇及 K-POP 在台灣成功的因素及影響

作者：

賴娉婷。台南市私立崑山高級中學。資訊科三年乙班

廖芸婷。台南市私立崑山高級中學。資訊科三年乙班

指導老師：

王世炫 老師

壹●前言

一、研究動機

在台灣，我們手上拿的手機、身上所穿的衣服、家中所使用的電器產品、食衣住行育樂，各方面都充滿著韓國貨，形成了一股「韓流」趨勢。

這幾年，韓國戲劇在台灣造成流行，而韓國流行音樂的勢力也越來越強，讓喜愛流行音樂的朋友不得不注意韓國團體的存在。這些韓國明星們已經逐漸影響現今的台灣，甚至是全球，在台灣，韓國粉絲(簡稱韓飯)的數量越來越多，每次有韓國明星來台灣時，他的粉絲就會組織動員起來，有粉絲就有周邊商品的出現，應援物品等出現在演唱會場旁，粉絲掏錢出來買，周邊商品一個個的賣出去，一方面滿足粉絲的慾望，一方面活絡經濟，創造出超高的商機。

二、研究目的

(一) 探討韓流在台灣的擴散，對我們現今生活造成的影響

(二) 探討韓劇及韓國流行音樂成功原因

三、研究方法

(一) 透過網際網路、傳播媒體探討韓流的成功因素，加以深入研究，並匯整成所需的資料。

(二) 利用報章雜誌及各類書籍的報導，以自身經驗和知識與組員一起討論研究。

貳●正文

一、「韓流」形成原因

(一) 韓劇

韓劇是「韓流」的重要因素，韓劇向來以充滿光明的未來極理性的戲劇而深得大眾喜愛，劇情十分多樣化，近年來韓劇風靡全球，創造出超高的收視率，同時也帶動了韓國文化的流行風潮，從飲食、服飾

到言詞，融入生活當中。

1.舉例：妻子的誘惑

(1)收視率

張瑞希主演的韓劇《妻子的誘惑》，以外遇、婆媳問題、殺妻等辛辣橋段貫穿全劇，加上高分貝叫罵聲，吸引台灣戲迷定頻，最高收視率衝至 5.46%，收視人口約 118 萬人，其中以 45~54 歲的婆媽最捧場。該劇曾 5 度逼退本土劇《真情滿天下》，榮登有線電視台收視率冠軍，播出的八大電視台廣告量因此暴增 8 倍。

(二)K-POP(韓國流行音樂)

繼韓劇之後「韓流」的主要推手，韓國藝人以包裝精緻實力深厚，多元發展為重，加上韓國 LIVE 的音樂節目，使韓國藝人長期在媒體曝光，自然讓粉絲增加，對韓國的服裝及流行與等產生高度影響。

1.舉例：少女時代

(1)成員：(由左至右):孝淵, 秀英, 徐賢, Jessica, 允兒, Yuri, Tiffany, 泰妍,Sunny



圖一、少女時代 I GOT A BOY

資料來源：http://tangebyu.blogspot.tw/2013/02/4i-got-boy_25.html

(2)行銷手法

團員在出道前就利用各種方式來宣傳自己，出道後更是積極的透過更多管道來增加曝光率，像是<少女時代上學去>、<hello baby>、<少女時代與危險少年>等節目，為他們累積更多知名度。少女時代最佳的宣傳工具就是他們修長的美腿、整齊的舞步和清亮的歌聲，這些特色為他們奠定了韓國最強女子團體的基礎。

(3)她們成功的原因

團員們各有所長，太妍曾參予歌舞劇、孝淵是韓國最會跳舞的女藝人之一、潔西卡和蒂芬妮擅長英文，成為少女時代的發言人、潤娥參予戲劇演出，獲得韓國婆婆媽媽們的肯定、秀英演出電影、珊妮、俞利、徐玄在綜藝節目活耀，代表少女時代不只以歌手自居，而是全方位發展，使他們成為「韓流」最佳代言人之一。

二、韓流的擴散

韓流近年來隨著韓國的崛起，不只韓果產品熱賣，流行文化也成為這股韓流的一部分，以下是韓國明星在各國的發展狀況與成功因素。

(一)日本：

隨著日韓外交日益密切，加上日本流行文化日益衰弱，許多日本人因而成為韓飯(韓國粉絲)，以下舉例一組代表韓流盛況的韓國團體。

1.舉例：SHINee

(1) 成員：溫流、鐘炫、珉豪、key、泰民



圖二、SHINee every body

資料來源：<http://www.asianstyle.cz/>

(2)在日本走紅程度

SHINee 日本出道單曲，韓國組合史上最高銷量紀錄組 SHINee 打破了歷代韓國組合在日出道單曲銷量的紀錄。本月 22 日，SHINee 在日本發行了出道單曲 Replay，發行一周就達到了九萬一千張的銷量，在 oricon 單曲日榜以及周榜上佔據了第 2 位。此次 SHINee 能夠打破韓國組合在日單曲銷量的歷史最高紀錄，恰恰印證了他們在日本的超強人氣。本次單曲發行前首次出庫數量已突破 12 萬張，oricon 於 28 日清晨以 SHINee，韓國組合出道作品歷代最高銷量 9.1 萬張為題記錄了 SHINee 的實力。

(3)他們成功的原因

出道時成員才 10 幾歲，擁有超齡的優美清唱的合聲，每個團員都具有擔任主唱的實力，現在 5 人的 SHINee，在戲劇、舞台劇、綜藝節目上活躍。

(二)東亞

「韓流」發展主軸在東亞國家，以日本為中心向外擴散，中國、台灣、香港、泰國、新加坡、馬來西亞等國都陷入韓潮中。

1.舉例：Super Junior(슈퍼주니어)：

- (1) 成員：利特、希澈、藝聲、強仁、神童、晟敏、銀赫、始源、東海、厲旭、起範、圭賢



圖三、Super Junior

資料來源：<http://www.fanpop.com/>

(2)在東亞走紅程度

2009 年，以一首〈Sorry Sorry〉走紅全亞洲，成為韓國國民舞之一，引發的熱潮遍及全世界，以東亞最重要。在上海世博開演唱會時曾經引發粉絲暴動，在台灣其歌曲居音樂排行榜冠軍長達 1 年，與師妹少女時代同被稱為韓流最佳代言人，皆屬於 SM 娛樂公司。

(3)他們成功的原因

西元 2005 年出道，成員非常努力，除了唱歌跳舞，也積極進軍綜藝界，已經有好幾位成員是節目主持人或是固定嘉賓。當中遇到了很多挫折，他們仍然不屈不撓，2010 年的新專輯《美人啊》的銷售量是韓國冠軍，在台灣的排行榜上也是蟬連 64 週的冠軍紀錄，成名之後更加努力學習各種技藝充實自己，因努力而成為韓流最佳代言人之一。

(三)歐美

進軍歐美市場是韓流明星的願望，近年來韓劇熱銷歐美，而韓國音樂也受到眾多「韓流」發威，銳不可擋—韓國戲劇及流行音樂成功的因素及影響歐美人民的捧場，許多韓國藝人把發展地點從東亞擴散至全世界。

1.舉例：BIGBANG(빅뱅)

(1)成員：G-Dragon、太陽、T.O.P、大聲、勝利



圖四、BIGBANG

<http://honeykoyuki.blogspot.tw/>

(2)現況

2006 年 8 月 19 日在韓國出道，曲風向來以嘻哈為主體，2009 年注重日本及個人發展，隊員長期分別發展後終於在 2011 年合體回歸，此時 BIGBANG 已經在日本及歐美有非常高的知名度。隊長 G-Dragon 向來以時尚穿著引領韓國時尚界、老么勝利精湛的舞蹈、大聲及太陽迷人的歌聲和 TOP 強而有力的 Rap。由於曲風向來前衛而獲得許多歐美人士的喜愛，讓全球陷入一片「宇宙大爆炸」的風潮中。

(3)在歐洲的發展

雖然 BIGBANG 並沒有正式的進軍歐洲，但其音樂已在法國、德國等歐洲國家流行，2010 年法國統計法國人最愛的韓國男子團體時，BIGBANG 登上首位。他們的歌曲也在美洲國家引發潮流，在美國的人氣甚至高過歐洲。

(4)他們成功的原因

BIGBANG 在 2006 年出道至今已成為韓國最具有代表性的 Hip-Hop 男子團體，BIGBANG 非常注重個人的發展，發展的十分良好，在長期的個人單飛之後，他們在 2011 年 2 月回歸，受到高度注意，4 月的第二主打歌〈Love Song〉短短兩日 Youtube 點擊率已突破 100 萬。BIGBANG 並不是十全十美的，甚至有成員因為相貌條件不足差點在徵選比賽中被淘汰，有成員雖然長的很好看卻不太擅長舞蹈。但公司都看到了他們的優點，BIGBANG 成員中，有很會做詞作曲的，有很會跳舞的，有歌聲非常好聽的，他們互相補足團中不足的部分，共同合作，使 BIGBANG 更完美。

三、韓劇及韓國流行音樂成功原因

(一)訓練模式

韓國的經紀公司在長期發展中形成一套完好而且有效的「練習生制度」。相當重視培訓計畫，並分成歌手及演員。不管是用徵選或星探的方式進入公司的新人，都須經歷「練習生制度」。這個制度大概是全世界最不人道的培訓制度吧！但是「韓流」發威，銳不可擋—韓國戲劇及流行音樂成功的因素及影響換取來的是實力。一般人基本上要訓練

2~3 年，全依資質而定，有人受訓幾個月就可出道，有的人訓練了 7~8 年才可出道。每天要待在練習室訓練 8 小時，很少有休假，尤其還要住宿舍統一管理，這個可能好幾年不能見到親人的制度，同樣也是對這些韓流接班人一種嚴酷的訓練。韓國藝人身材好，主要是經紀公司強迫健身，造就現在韓國偶像男的壯、女的性感，還有語言課程，中文、英文、日文是最基本的學習，國外練習生還要加練韓文。舞蹈、歌唱、演技都要訓練，枯燥的練習日復一日，3 年後，便換取了成果。韓國 SM 娛樂公司的訓練制度以及管理制度在全韓國最有名，全韓國大部分巨星來自於此。

(二)行銷手法

一有新人出道，公司就會將這消息公佈出去，歌手會到電視台的音樂節目演唱，讓歌迷檢驗訓練的成果，演員則是利用出道戲劇來檢驗練習的成果，公司會要求藝人找出自己的特色或是特殊才藝，韓國藝人藉由這些特色來宣傳自己，如：在 2009 年爆紅的 After School 成員 UEE，大腿修長而美麗，被封為「蜜腿」。藝人塑造的個人特色會帶動粉絲的模仿，擴大藝人的知名度。

(三)政府和財團支持

韓國電視台有現場音樂節目(韓國人氣歌謠 Muis Bank)、(音樂銀行)，專讓新發專輯的歌手們 Live 演唱，每個禮拜有頒獎儀式，表揚在節目中得到冠軍的藝人，增加藝人們的鬥志，政府投資這些歌手，每年暑假舉辦大量的韓流演唱會，韓國本地的、國外的、特別節目甚至為了提倡節能減碳而發起的演唱會。韓劇是韓國政府特別注重的一項，韓國電視台會強力放送自己製作的戲劇，收入穩定時，就將戲劇放送到國外，韓劇的製作成本相當便宜，但作工精緻，所以國外電視台搶著買放送權，在韓國政府巧妙安排下，韓劇呈現出韓國文化，行銷手法高明而且非常成功。此外，還有財團支持，韓國主要的娛樂公司之一 - JYP 娛樂背後就有三星、SK 等集團在主持，旗下的藝人多代言集團的商品，如：少女時代代言香蕉牛奶和炸雞、2PM 代言三星愛寶樂園，形成互相幫襯，互利共生的模式。

(四)嚴苛的藝人管理體制

不管是練習生或是已出道藝人都會集中管理，而且行動會被限制，藝人私下不能出入特定場所，如旅館、酒店、夜店等，也有藝人共識

不能出入的地方，如：藝人不能出入有「明星黑洞」的首爾明洞大街，因為會被粉絲團團圍住，無法脫身。韓國藝人飲食也會被限制，讓人發胖的飲食在宿舍是被禁止的。公司和經紀人聯手管制藝人，甚至有權力處罰藝人，這就是為何韓國藝人自殺率在全球居高不下的原因。偶像團體也有學長學弟制，年紀大的團員是軍紀班長，管理年紀小的團員一舉一動，希望藉由管理制度塑造正面形象，使得韓國娛樂界負面消息降至最「韓流」發威，銳不可擋－韓國戲劇及流行音樂成功的因素及影響低。

(五)廣納外籍藝人

廣納人才是韓國娛樂界的最大特點，他們只看資質，面貌次要，吸收國外人才是近年主流。如，來自泰國的 Nichkhun 就是在美國洛杉磯被發覺的，帥氣有型的外貌使韓國人封他為「泰國王子」，歌唱實力也非常強。另一位著名的外國藝人是 f(x)的 Victoria，來自中國山東青島市，擁有美麗的外貌以及姣好身材，也有出眾的舞蹈實力及清亮的歌聲，被 F(X)粉絲及哈韓族稱為「女神」。兩人皆曾在韓國綜藝節目〈我們結婚了〉【註三】上扮演假想夫婦。外籍藝人在韓國娛樂圈越來越多，是韓流進攻全球的重要基礎之一，納入外國人才可以提升自身文化程度，使韓國文化更能被外國歌迷接受，也能藉由在韓國培養的外籍藝人再打入該國的娛樂市場。

(六)執意不讓「韓流」光環退去

現今韓流明星在全球大紅，眾多企業競相找他們代言，也促使蒞臨韓國的國際旅客數量暴增，韓國人仍然不滿足現狀。現在韓流大紅，許多韓國人希望藉機打下深厚的基礎，不讓這一切來的快去的也快，韓國政府和韓國企業攜手合作使這股韓潮不退散，韓國人民的極力捧場的情況之下，透過韓流，韓國的影響力會倍增，是韓國人共同努力的目標。

四、對現實生活的影響

(一)引發熱潮的舞蹈動作

例如「江南 style」和「I GOT A BOY」舞曲以容易記住且重複單一的舞蹈動作出現，形成模仿風潮，是韓國音樂的主要特色。

(二)模仿明星動作與言行

明星的每一個動作都會引發模仿潮。如：Kara 在日本的綜藝節目被模仿，幾乎達到以假亂真的地步。韓劇《秘密花園》中，劇中人物通常大飲冰水，造成中國網友的模仿，整年都喝冰水。不只模仿動作，甚至連形貌也都模仿。形成整形風氣，有「韓國整形街」稱號的首爾狎鷗亭洞區，可以見到大批來自日本、中國和台灣的顧客，韓國明星們有天然系帥哥美女，也有人工系帥哥美女，韓國明星整形影響東亞的韓國迷，旅行社也趁勢打出「去韓國整形」的口號。為了接待來自外國的顧客，韓國整形業者需要擁有中、日、英文的人才來應付外國顧客。

(三)飲食習慣的改變

在韓流發展同時韓國料理也順勢流行起來，韓國料理中的泡菜(김치)最著名，也最被世人接受。韓劇男女主角吃泡菜的場景也可以在台灣街頭看到了，食品製造商甚至推出「韓式泡菜口味」的泡麵。部隊鍋、蔘雞湯、韓國烤肉、辣炒年糕、石鍋拌飯等料理也都流行起來。

(四)穿著打扮

台灣最大的服裝批發中心—台北五分埔，以前大多是港台服飾為主，近年來因為哈韓風盛行，幾乎以韓國服飾為主。韓國偶像的穿著以制服為主，配合亞洲地區的制服癖，韓國制服風引發熱潮。韓國女生頭髮習慣染棕、服裝繽紛、注重眼線。韓國男生髮型服貼柔順，服裝一定是長大衣、襯衫、西裝外套，鞋舌拉高等。現今台灣越來越多人開始用韓系穿著來打扮自己。

參●結論

近年來，韓國戲劇節目所帶動的風潮席捲了許多台灣家庭，韓劇置入許多韓國文化、飲食與韓國商品，甚至是韓劇的拍攝地點，探討「韓流」風潮行成的因素中，可以了解到韓國人的努力和長遠的目標。韓國政府非常重視韓國戲劇及音樂的發展，打從 1990 年代韓國前總統金泳三就提出流行文化的發展計畫，2001 年前總統金大中的努力下成立了「韓國文化產業振興院」，開始有計畫地補助文化藝術產業。如：由韓國文化電視台製作的《大長今》，每集成本 10 萬元，韓國

政府出資將近一半。本研究建議台灣人可以學習韓國人在這一方面的優點，台灣的經紀公司近年來專門找在網路上爆紅的人當藝人，只能紅過一段時間，時間到了只能默默退出演藝圈，不然就是藝人本身不能自我控制導致醜聞纏身而黯然退出演藝圈。韓國人則努力打造出韓國形象，台灣人應該要好好的學習，創造出屬於我們的「臺流」。

肆●引註資料

註一、fnas 粉絲誌 8 月號 2011 第 80 期。台灣：勤力國際

註二、fnas 粉絲誌 7 月號 2011 第 79 期。台灣：勤力國際

註三、韓國超人氣綜藝節目，以假想夫婦的生活為主題。

註四、從全球發展看台灣文創產業趨勢(下)。【大紀元 2009 年 2 月 24 日訊】潘德烈取自 <http://www.epochtimes.com/b5/9/2/24/n2441306.htm>