



韓流綜藝襲來 中臺變天

2015-10-09 記者 修瑞韓 文



一股強烈韓流襲來，臺灣電視節目漸漸被觀眾「冷凍」。培養對中國以及韓國戲劇的愛好後，臺灣觀眾將觸角延伸到來自中韓的綜藝節目。因應觀眾選擇節目內容的口味改變，臺灣電視節目種類越加多元化。

近年來，韓國綜藝節目在臺灣電視臺播出的比例明顯升高，成為電視新寵兒、收視的保證；相當矛盾的是，臺灣電視臺大舉收購外來節目獲取收視率及利潤，同時也擠壓臺灣本土電視的發展空間及資源。這時，人們才回頭看了一眼早已被遺忘的臺灣綜藝節目，用沉重的步伐辛苦地追趕著。

韓國節目 吸睛又吸金

韓劇【來自星星的你】、【皮諾丘】風靡亞洲，在臺灣電視台一再重播。許多韓國藝人及團體相繼來臺舉辦演唱會、見面會，各式韓國流行音樂節目也成為臺灣觀眾的電視選單之一。

不少粉絲守候電腦桌前，等待翻譯完成熱騰騰的影片上傳，入迷的程度無法想像。網路更新迅速之外，在臺灣電視臺引進多種韓國綜藝節目播放後，以韓國綜藝節目【Running Man】來說，上禮拜在韓國播出的集數，這禮拜臺灣觀眾就可以在電視上嚐鮮。

高規格、創意、藝人來賓是韓國節目成功吸睛的原因。韓國電視臺的目標是國際市場，砸下重金成品製作，追求長遠的節目生命。舉例來說，【Running Man】在亞洲累積龐大的粉絲人數，每集主持人七位加上兩位以上的來賓。在錄製節目的過程中，每位來賓及主持人身邊都會有一位隨身攝影師，每集節目內容也都不同。相較之下，臺灣的節目規模較小，節目效果受限。



《Running Man》錄影時，一位主持人身邊都有一位專屬攝影師，一同上山下海。（圖片來源／PPT KR_Entertain板）

資源有限、人才外流、政策效果不彰正是長期困擾臺灣綜藝節目的病因。臺灣過多的電視臺瓜分了廣告利潤，電視臺寧願購買國外節目播放，也不願意增加預算製作優良品質的節目。因此，製作團隊認為最符合「經濟實惠」條件的是談話性節目，像是【康熙來了】存活比較久，後續相似的節目如兩後春筍一般出現。臺灣本土綜藝節目變得無新意，政府對於開放日韓、大陸劇沒有設限，更加劇了這樣的惡性循環，綜藝生態環境不再活潑，生命力枯萎。

嚐了甜頭 忍不住一買再買

切換電視頻道時，除了原先火熱的韓劇之外，觀眾入目的是許多來自中國及韓國的節目。深受觀眾喜愛、直接播放省下製作費及成本，則是臺灣電視臺引進中韓綜藝節目的原因。舉例來說，中

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 印度的女兒 反思性侵暴力
- 跨界 古典與流行交響
- 刻劃愛情的二十六種面貌

總編輯的話 / 楊淑斐



本期為二二三期，共三十三篇稿件，其中以評論類文章及文化現象居多。本期側欄廣告以交大網路電臺goto&Play為題，帶大家鎖定即將開播的節目內容，令人十分期待。

本期頭頭王 / 胡浣莊



懶惰，卻有深如溪壑的慾望，我不在意開心快樂，我只要抵達目標，我是胡浣莊。

本期疾速王 / 羅宛君



逃不過3.14的大臉 躲不過比胸部還大的肥肚 懇求我的眼睛 可以流的不是淚 而是油

本期熱門排行



平凡的故事 不平凡的音樂
趙廣潔 / 影評



斷尾求生 陣前拔柱驗民心
胡浣莊 / 社會議題



再年輕一次 追尋青春夢想
姚煒哲 / 影評



馬頌 孤島上的音樂詩人
唐宜嘉 / 樂評



十字架的開端 贖罪的終點
呂安文 / 書評

天電視臺引進了五個中韓綜藝節目，分別是中國【中國好聲音4】、【非常完美】及韓國【我的超人爸爸】、【我去上學啦】(학교 다녀오겠습니다)、【真正的男人】(진짜 사나이)。中韓綜藝在臺灣播出獲得不錯的回報，其他電視臺也嘗試跟進。

《我的超人爸爸》節目片段(影片來源/YouTube)

當紅炸子雞果然吸引眾人目光，電視臺只看到當前令人滿意的收視率，卻著實埋沒了臺灣本土節目的未來發展。跛著腳的臺灣綜藝節目努力排除眼前的阻礙，人們應該更珍惜這一個能讓人發光發熱的舞臺。類似的狀況發生在中國，從起初參考、模仿到直接購買版權，中國目前熱門的綜藝節目【奔跑吧，兄弟】即是砸下大筆金錢向韓國購買版權加以製作的節目。之後相繼出現觀眾喜愛的節目【蒙面歌王】以及【爸爸回來了】，都是來自韓國的節目創意，搬來中國重新製作後，換湯不換藥。

但越長壽的節目總會面臨創意及節目形式單一的瓶頸，曾經，臺灣綜藝節目是中國許多節目爭相模仿的對象，比如一貫犀利作風的【康熙來了】，觀眾喜愛主持人與來賓一針見血及充滿笑果的互動，缺乏新意卻也讓現在收視大不如前；避免同樣狀況，【食尚玩家】則不斷更新節目的內容，讓節目不只有美食的存在。現在的韓國也須面對收視率下滑的窘境，當節目一成不變，久而久之，觀眾容易對於相同的節目內容產生厭倦感，甚至被其他新節目取代。在高汰換率、高產出的製作環境，想脫穎而出勢必該擁有自己的色彩。

金鐘五十 敲響警鐘

第五十屆廣播電視金鐘獎在前陣子落幕，從這次金鐘獎所引發的爭議中，說明了臺灣綜藝節目生態身處嚴峻的處境。金鐘獎所公布的人圍名單中，綜藝節目獎及主持人獎皆有從缺名額，評審甚至批評臺灣綜藝節目「品質低落、創意不足、娛樂不夠、知識沒有。」，這番直白的言論引發軒然大波。



金鐘獎頒獎典禮，幾家歡樂幾家愁。(圖片來源/華視新聞網)

誰該對現況負責，是電視機前的觀眾、是評審又或是政府嗎？沒有人能給出十足肯定的答案。對製作過程一無所知的外行人，其實更貼近觀眾的角度。假使評審沒有深入製作圈生態，他們就如觀眾一樣看到的是節目光鮮亮麗的表面，以及節目是否好看、內容是否有創意而已，甚至不會發現製作節目背後的酸甜苦辣。儘管沒有入圍，卻早已獲得大批網友支持的【綜藝玩很大】，因為無厘頭、充滿冒險精神的風格，在臺灣綜藝節目注入新活力。不同於談話性節目，主持人大刺刺的模樣，給電視機觀眾毫無違和的親近感，而且高收視率就已經肯定了這個節目及整個團隊。

當充滿理想的種子撒在土裡，人們總期盼它開出結實的果子，想不到的卻是，一塊貧瘠的土地，培育出來的植物是枯萎的樣貌；反觀消費者看不見種植者的用心，直接地給予批評及指教。這提醒了臺灣電視圈該正視，如何跨過眼前那座陡峭嚴峻的山，追趕臺灣本身的水準。

鼓勵是動力 臺灣綜藝向前

不論綜藝、戲劇或是音樂，臺灣曾經對大批觀眾造成廣大迴響，現在卻輪到中韓節目在臺灣本土逆襲。臺灣綜藝節目的無奈與徬徨就是如何在現有的預算裡面，呈現最物超所值的作品。許多新創意受限於預算沉重的枷鎖，綜藝人員漸漸失去了對綜藝的熱忱與信心。

縱使有經費補助，文化政策的執行效果與效率有限，節目原創性的隱憂依舊存在。臺灣堅強地在原地踏步，可是大眾遺忘的是，在這個時代，原地踏步就是退步。臺灣電視台、製作團隊、觀眾應該檢視此問題的嚴重性，不吝嗇地給予鼓勵，替本土節目走出一條自己的路，並且建立在友善製作節目的環境下，期許未來擁有能有屬於臺灣風格的小天地。



鐵馬行古道 體驗竹風人文

新竹市政府結合定向越野與觀光至今來到第五年，每年參加的人數越來越多。不只輕鬆觀光，透過鬥智、鬥體力的競賽，讓民眾更深度體驗新竹在地特色與景點。

社群網站 背後的祕密



社群網站在十年內快速興起，時至今日，許多的人都上了癮。成癮的背後，是什麼原因？

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2015 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0