



一讀成暢銷？韓劇中的圖書

2017-05-07 記者 范晨星 文



今年一月底剛播送完畢的韓劇「孤單又燦爛的神—鬼怪」在台灣引起廣大的關注，除了劇情、演員表現和配樂，劇中作為道具出現的書「也許星星會帶走你的悲傷」，也是劇迷們討論的焦點。男主角用這本書中的小詩「愛的物理學」來描述自己對女主角初戀的心情，並在數個關鍵時刻重複朗誦，讓觀眾留下深刻印象。



在「鬼怪」中男主角讀書的場景。(圖片來源/사소한 이야기)

圖書在韓劇中的應用

其實許多韓劇都使用過類似的手法，例如前幾年在台灣大紅的「來自星星的你」，男主角都教授的枕邊書「愛德華的奇妙之旅」也曾在劇中反覆出現。書中講述一隻名為愛德華的陶瓷兔子，它在旅行，或者說是流浪的過程中，慢慢學會了愛。這個故事的設定讓人聯想到也形同被遺棄、在地球孤單流浪的都教授，而隨著故事情節的推進，都教授的情感也慢慢產生變化。

由於書作為伏筆貫穿全劇，又以一種較為詩意、婉轉的方式反映出主角的內心，因此「愛德華的奇妙之旅」在該劇播出後受到極大關注，在一個月內賣出了五萬本，當年更榮登韓國綜合圖書排名第一的寶座。

無論一本書在劇中的出現是多麼合乎劇情又不留痕跡，以結果論，不可否認的這是一種置入性行銷，並且相當成功。比起其他國家，在韓國置入性行銷的狀況更加普遍，因為大多數韓劇在播出的期間並不會插入廣告，而出於廣告主和電視台雙方利益的考量，就直接將廣告置入節目中，強迫觀眾在觀劇同時接收產品訊息。

圖書置入的特色

這種作法多少會影響戲劇的流暢度，因此置入性行銷被過度使用時，就容易引起觀眾反感。但是作為一種置入性行銷，圖書的置入跟一般商品的不同之處在於，書本身是一種內容的載體，具有獨立的性格和意義，當它遇上具有同樣性質的電視劇，兩者會彼此呼應、產生化學變化，如果運用得當，可達相輔相成之效。因此圖書在韓劇中置入的成功案例時有耳聞，在韓國甚至出現描述這種情形的專用詞「drama-seller」，由電視劇(drama)和暢銷書(seller)兩字組成，專指因電視劇走紅的圖書。

至於如何置入，對編劇來說是一大考驗。2013年「主君的太陽」中使用的兩本書發揮了重要作用，可以作為參考。一本是男主角小時候被綁架時，綁架犯強迫他讀著名推理小說「一個都不留」(又譯「無人生還」)，他所讀的句子暗指當年綁架案的真相，而當時留下的陰影，也導致他罹患閱讀障礙。另一本是童話書「暴風雨的夜晚」(又譯作「翡翠森林：狼與羊」)，講述在一個刮風下雨的晚上狼與羊相遇，漸漸對立的關係變成朋友。男女主角同樣相遇在一個暴風雨的夜晚，而女主角將這本書介紹給男主角，鼓勵男主角努力練習，克服閱讀障礙。不只內容與劇情相呼應，這本書也拉近了男女主角之間的距離。

由以上這幾個例子可以知道，圖書在韓劇中的置入實際運作起來是非常複雜的，但基本上不脫離

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 366天 專屬自己的花朵
- 男孩的芭比世界 湯馬克
- 沒有標籤 快樂每天

總編輯的話 / 王廷璋



喀報264期，頭題為「多元選修課 學習大不同」。為讀者分析台灣高中課改後的課程不同、了解課程在地化的正反效益。本週以「教育及台灣鄉土」的文章表現最為出色，值得讀者細細品味。

本期頭題王 / 韓舒容



一個喜歡在生活中找幸福、找真理、找自己的女孩。

本期疾速王 / 邱琨皓



不要隨便玩弄男生的心 只有一顆 很脆弱 的要玩就玩他們的 吧 吧 吧 有兩個呢

本期熱門排行



多元選修課 學習大不同
韓舒容 / 社會議題



布解怠 看戲去
張芸瑄 / 文化現象



366天 專屬自己的花朵
張巧宜 / 文化現象



男孩的芭比世界 湯馬克
陳昶安 / 人物特寫



跨國電商 戰爭開打
彭書耘 / 文化現象

幾個原則：暗示劇情走向、反映主角心情、聯絡男女主角感情以及烘托氣氛。

成倍飛躍的銷量

圖書妥善運用可以為戲劇增色，但以出版商的角度而言，銷量的數字變化才是成敗關鍵。比較早期有「我叫金三順」裡的小說「默默」，在節目播出的那一年賣出50萬本（以下皆指在韓國的銷量），並維持它暢銷書的地位很長一段時間。「祕密花園」裡的「愛麗絲夢遊仙境」賣出20萬本，去年「W兩個世界」的繪本「愛。小時光love is」銷量也達15萬本之多。原本「李仲燮的信與畫」（暫譯）銷量不到一萬本，在2013年「結婚的女神」播出後另外賣出了六萬本。銷量不盡相同，但效果的确是顯著的。當然，也有失敗的案例。時裝劇「千日的約定」裡的歷史小說「高句麗」因為劇情與書籍風格不合，並沒有明顯的成效。



Drama-seller在劇中的呈現。（圖片來源／范晨星重製）

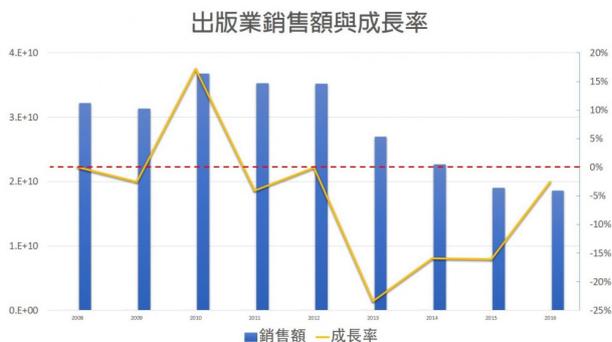
出版產業的現在與未來

隨著數位時代來臨，全球各國的實體出版業都面臨急遽萎縮的困境。韓國是高度數位化的國家，世界銀行統計數據顯示，目前韓國有近九成的人口是網路使用者；根據經濟合作與發展組織（OECD）統計，其無線寬頻普及率在2014年即達到106.5%（在韓國無線寬頻的使用者每100人中有106.5人，意即平均一人有超過一台的裝置可無線上網）。在韓國隨處可見人們使用手機、平板和筆記型電腦，相對的，在街道和大眾運輸工具上讀書的人也漸漸消失了。

韓國雖有大量出版商，然而具有一定規模，能夠穩定發展的只有少數幾家，其他90%大多生產力低落，甚至可能一整年的產量掛零。另一方面，實體書店的數量在20世紀的短短十幾年之間，從7000家掉到1500家。

在如此嚴峻的產業環境裡，韓劇所能造成的影響力就越發顯得珍貴，不只提振國內圖書銷售量，乘著「韓流」，這些圖書和韓劇一起被世界各地的觀眾看見。2015年「製作人的那些事」中歌手Cindy拿來紓壓的成人著色本「祕密花園」，就曾在台灣引發著色熱潮，間接造成不分類銷售榜單百名內高達15本都是著色書的出版界奇觀。

事實上，台灣的出版業也遭遇了相似的瓶頸。根據經濟部統計處的資料，書籍出版業的產值持續衰退，去年僅約185億6057萬元。而以下游零售端來說，台灣的實體書店也在逐年減少，去年僅存2192家。



2008~2016年出版業產值與成長率。（圖表來源／范晨星製）



台灣實體書店家數變化。(圖片來源/聯合新聞網)

在台灣圖書市場中，新書的產值佔六成以上，然而這些新書在惡性競爭下，常常打折再打折，讓作家們的心血結晶被賤價出售。雖然出版商亟欲改善現狀，卻又擔心沒有折扣，買書的客人會更少。行政院文化部欲效法歐美國家推行圖書定價銷售制，限制書商的折扣行為，但是出版界專家們眾說紛紜，考慮到風險和效益不成比例，也只好維持現狀。

除了折扣之外，將圖書置入戲劇或許是書商可以選擇的一條路。既然有韓國成功的先例在前，即便台劇的影響力可能不及韓劇，這仍不失為一種可以期待的行銷手法。

手遊經濟學

手遊經濟學

探討手機遊戲的發展與產業現狀。

輪迴裡的真實

有感於近期作家事件引發的一連串自白文，嘗試以短文創作，梳理社會事件中各個人物的位置和感受。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2017 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0