



「韓流」文化退燒了嗎？

2008-12-12 記者 鄭秀芳 報導



曾幾何時，「韓流」襲捲亞洲各地，韓星紛紛來台宣傳，甚至每天打開電視都可以看到許多韓劇，當時的韓國宛如成了亞洲娛樂中心。但是近期韓國娛樂事業在亞洲的影響力卻稍有退減，是否因韓國影視發展過於快速，沒有顧慮到市場的需求，而導致「韓流」現象出現泡沫化。



以上是曾引起一陣熱潮的韓劇，也因這些韓劇把「韓流」推到了最高點。圖製／鄭秀芳

從一九九〇年代以來，「韓流」大肆襲捲亞洲各國。自《冬季戀歌》開始，《明成皇后》、《大長今》造就了裴勇俊、李英愛、Rain、李準基等紅星，成為「師奶」或「師爸」殺手。其實「韓流」的成功就像資訊網路一樣，人們事前都沒有預期到，加上當時韓劇製作只針對國內市場，並沒有特別考慮海外市場的需求，所以對於「韓流」的成功，人們會感到是個意外。另外，「韓流」是隨著文化商品市場的變化而產生的現象，特別是以東南亞地區為中心，其蓬勃發展的文化產業交流與交易促使了韓流現象。加上文化商品需求量猛增，優質而廉價的韓國商品廣受大眾歡迎。

韓流風潮不再 劇情為一大主因

但是近年來韓國影視事業在亞洲的市場急遽萎縮，這因為韓國的戲劇製作人認為只要該戲劇實座或收視率高，同一類型的戲劇和演該戲劇的演員就會成了韓流的「活招牌」。因此製作人就會不斷地拍同一類型的戲劇，吸引更多觀眾以提高收視率。《藍色生死戀》、《冬季戀歌》、《夏日香氣》、《春天華爾茲》等「季節系列」的連續劇，雖引領了一場韓劇市場「唯美與感動」的流行風，但這種表現手法因短時間內有大群人爭相為之仿效，促使觀眾趨於一種審美疲勞的狀態中，所以在最後一部曲《春天華爾茲》播映時收視率一路慘淡。一樣的劇情架構不斷地出現，不但外國觀眾吃不消，連韓國觀眾也會感到厭惡。

某一韓劇的成功，並不代表同一系列的韓劇也會成功，觀眾也不會隨之效法。韓劇在亞洲成功，主要能夠吸引一班亞洲中年婦人，但可惜亞洲的年輕人不太欣賞韓劇。因為韓國的愛情劇內容仍然流於二、三十年前的生死離別的模式，或是典型的三角戀、皇太子配灰姑娘，且情節具緩慢。即使是愛情喜劇，也因情節太過於模式化，觀眾看了前面情節也可預測後面的發展。例如《浪漫滿屋》，劇情內容雖有十六集，但此內容基本上可以濃縮成幾集，因為大部分情節只是兩主角

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



2004夏天未演先轟動的連續劇《浪漫滿屋》，由宋慧喬和Rain所主演。圖／韓國觀光公社

在胡鬧。另外，韓國劇集有時會加入一些倫理情節，例如兄妹戀情的不倫關係、子女和後母的不和關係、門當戶對的仲媒結婚等。這些劇情對於現在的年輕人是不感興趣的，因時下的年輕人根本不愛婆媽，又不愛老土，所以韓劇很難吸引年輕一代。

反觀對暴露於資本主義的市場經濟或處於諸多新需求與矛盾中的中國人來說，韓國青春偶像劇和家庭電視劇應用華麗道具來表現愛情與矛盾情節，反而具有強烈的吸引力。尤其在偶像劇中，其純粹而堅定的愛情、家庭劇中家庭成員之間溫暖的情感，以有趣的故事情節編織出來，這些都被認為是韓劇的亮點。因為「韓流」裡的文化、家庭關係

、感情互動，亞洲觀眾看了比較能有共鳴。加上韓國的影視業者大多認為，韓國人典型的濃烈愛恨情感是「韓流」成功的重要元素，而且家族成員裡緊密複雜的互動關係，更是亞洲人每天的生活寫照。

自從韓流稍為有升溫之際，演員、片商和電視台便紛紛漲價，壓縮海外代理商的獲利，而明星身價更是天文數字，使外國買家卻步，乏人問津。不過只有日本和台灣是受得起那驚人的價錢，不斷購買品質無論好壞的韓國片集，且還邀請韓國明星拍片。就如在二〇〇六年時播映的日劇《輪舞曲》，是日本TBS電視台以高價邀請《冬季戀歌》女主角崔智友與竹野內豐合拍，但是物無所值，收視率差強人意。這也反映了韓國娛樂事業在日本的影響力不是很大，只有一小部分的韓星「活招牌」對日本才起得了作用而已。另外，大家一切向錢看，一味拉高價格，甚至少數明星的酬勞因過高，而壓縮製作成本，最後卻影響影片品質，這些都是促使「韓流」泡沫化的原因。



日劇天王竹野內豐與韓劇天后崔智友跨海合作的《輪舞曲》劇照。圖／輪舞曲官網

韓流入侵 該接受還是反抗？

由於韓國大眾文化以多樣的形態與方式傳播至亞洲各國，使人們對韓國有更深的認識和理解，也促使國家間的交流增多。然而也因為「韓流」在亞洲各地傳送，有許多人急著跳出來呼籲要捍衛自身文化、抵抗外來文化入侵。如在韓國的影視市場上不曾出現東南亞的影片，反而韓國電視劇在東南亞市場十分風行，因此造就現在市場上有一股「反韓」的現象。如果從文化交流的角度來看，其實在韓國的華流早已存在。現在的韓流風，也只是風勢轉向，強弱互有不同而已。大部份人都是透過廣播電視及CD、DVD等途徑看電視劇和電影來了解韓國，直接體驗韓國文化還是有限的。因此「韓流」的單向推進，往往造成韓國與各國的文化交流失去平衡。

其實韓國影壇已經有危機意識，韓國影片已經在日本市場泡沫化，如果只想靠幾位韓國知名導演和巨星的個人魅力鞏固市場是不可能的。加上韓劇只有在亞洲紅，始終打不進歐美市場，而且片紅價漲，韓劇的競爭優勢也隨之減少，最近收視率更不如以往。所以現今韓國影視者不斷呼籲政府群策群力，除了要開拓韓片的海外市場外，必須增加韓國影片附加價值加強開發企劃的能力以突破目前的困境，以便防止「韓流」隨之退減。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP