



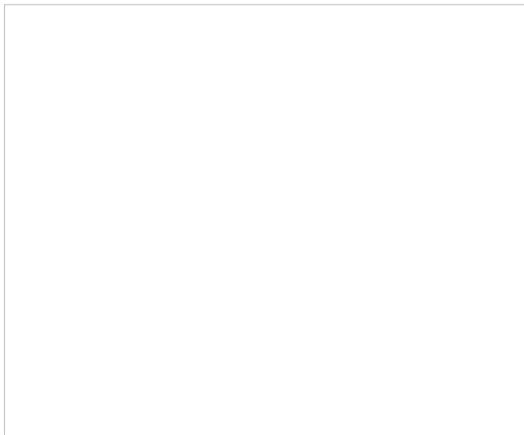
## 韓國音樂正夯 台灣接招

2012-11-17 記者 朱寶欣 文



現在最當紅的音樂，莫過於韓國歌手PSY的〈江南Style〉了。這首騎馬舞至今已在Youtube上超過5億的點擊率，使它成為全球最廣為人知的音樂。與此同時，韓國的其他偶像組合，也廣受好評。韓國的音樂已經成為一股風潮，成功地登陸東南亞地區，並迅速地蔓延至全球。令人驚訝的是，韓國流行音樂從發展至今，才不過短短二十年時間。

韓國流行音樂誕生，最早可追溯至1992年出道的男子組合「ZAM」。1996年出道的李秀滿、朴振英和楊賢碩，開始了韓國風靡全球的偶像組合模式。之後幾年，韓國影視業致力於東亞地區的發展，韓國音樂也隨著韓劇、電影，走進了東亞地區的市場。東方神起、Super Junior、少女時代、Wonder Girls等偶像團體，吸引了無數的歌迷、粉絲。2011年，韓國流行音樂已經成為了在東亞和東南亞一支主流音樂。



韓國人氣組合少女時代和Super junior，吸引無數少男少女追捧、模仿。

(圖片來源/Ningin部落格)

韓國流行音樂以舞曲為主，旋律簡單，節奏輕快、強烈。配合炫麗的畫面，非常容易引起視覺的衝擊，留下深刻的印象。韓國大部分的歌手，曲風都屬於這種類型。不要小看這些簡單重複的音樂，他們的製作可是非常嚴謹。錄音、樂器、特效等，層次分明、乾淨俐落。

除了音樂的製作，畫面的呈現更是細緻華麗。無論是舞台、舞蹈、服裝、化妝，甚至是歌手的外貌身材，都經過精挑細選。MV的製作可以媲美歐美的水準，甚至超越他們。看他們的MV，可以說是一種視覺的享受。

由於節奏強烈的曲風，加上炫麗的畫面，這些音樂吸引了國內外大量的觀眾。在台灣，韓國歌曲受到一定程度的歡迎。反觀台灣的音樂，發展的道路相對艱難漫長。

### 相比韓國 台灣音樂困境多

韓國的歌曲，由於政府的支持，歌手或音樂公司都有豐富的資源，無論是歌曲的畫面、音效、器材、場地，都有高度的水準。甚至在同一個MV裏面，歌手和舞者都有兩套不同的服裝。

在台灣，除了少數歌手，得到公司的支持，能夠有足夠的經費做宣傳、拍MV，而其他的歌手，則要自費宣傳。由於包裝和宣傳的不足，無論唱得多好，歌詞多有意境，能聽到的人很有限，畫面吸引的程度也大大減少。導致很多獨立歌手或樂團，都不為多數人所認識。歌曲的包裝和宣傳，是台灣音樂的一個缺陷。

韓國也相當重視歌手在不同領域的發展。例如韓劇、廣告、電影、網路遊戲，讓歌手從不同的途徑得到宣傳。無論是歌手還是公司，甚至是國家的文化，都能夠藉以宣揚。

相對地，台灣歌手也有參與不同領域的發展，但是性質和韓國歌手不一樣。韓國歌手參與連續劇拍攝，是為了打造偶像的形象。台灣歌手更著重於嘗試尋找新出路，往不同的事業發展。而不是

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。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

單純為歌手的形象做宣傳。

曲風方面，韓國人積極尋找新的音樂風格。他們不但保持原來的風格，還融入了西方的曲風，然後昇華成韓國音樂的特色。接受歐美的潮流，不但能從中學習流行的元素，還可以拓展海外的市場。非常典型的例子就是，韓國的歌曲在副歌的部分，大多加入英文句子。在這種旋律獨特，重複性強的地方加入英文，即便是外國人聽到，也會印象深刻，能夠哼出一兩句歌詞。

而台灣的音樂，比較侷限於華人市場。雖然也有在歌詞裏面加入英文，可是曲風還是比較本土式的音樂，比較難以進入歐美的殿堂，比較無法成為一股邁向國際的潮流。

## 潮流夯一時 永久靠實力

在韓國，由於政府出資，歌手至少受到相關專業的訓練至少兩年到三年。相對地，在舞蹈、台風的方面要求比較嚴格。根據網路資料顯示，大型娛樂公司為了訓練一名還沒有登台的新歌手，每月會投入25萬~80萬台幣。培訓內容包括舞蹈、演唱、談話技巧等。跟台灣相比，實在是有天大的差別。

台灣的歌手，投入的程度相對較低。公司很少大量栽培新人，反而是從選秀節目當中，挑選新人來培養。也有少數幾個，是找資深的藝人當師傅來學習。由於政府的投入不夠，加上唱片市場不景氣，銷量不好，空有滿腔熱血的歌手，很快就熱情消退，堅持不下去。這些情況導致台灣歌唱事業缺少了朝氣和生機。

另外，在台灣的歌手大多是個人發展，也有幾個非常成功的組合。不過相較之下，這些組合跟韓國的組合差別很大。台灣組合的主唱比較突出，有較好的台風以及形象，其餘的都比較普通，缺少畫面性和多樣性。而韓國，一個組合就有五個以上的歌手，而且都是經過打扮，造型上呈現出不同的風格。這種策略有一個好處，雖然觀眾有不同的喜好，但是靠著人海攻勢，總有一個能迎合觀眾的胃口。

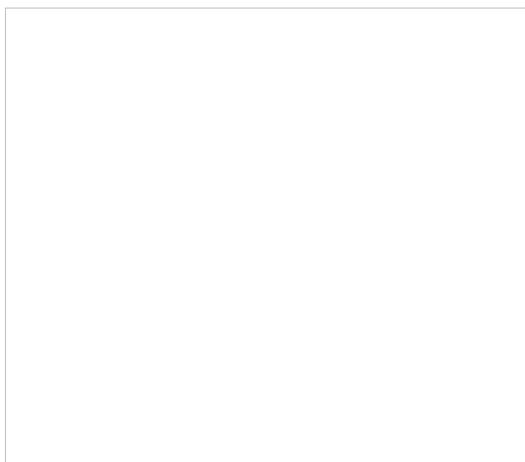
## 光鮮背後 隱藏缺點

韓國政府很重視影視產業，從小就開始培養明星，歌星。小朋友的任務，本來是學業為重，如果還要加上訓練，一定會影響上課的時間。另外演藝事業需要美好的身材，所以每天能吃的食物，都控制在少於平常人的分量。小小年紀就要受到這麼多訓練和限制，是不太人道的做法。

另外，訓練出來的新人，雖然每個領域都有經過訓練，可是每個領域都不是最好。靠著外觀和包裝，雖然能夠引起一時的熱潮，可是將來不再火紅的時候，歌唱實力的不足，就會妨礙事業的發展。這些問題在台灣，反而沒有那麼嚴重。

台灣的歌手，實力都非常強，只是其他方面不如韓國。而且台灣的音樂有悠久的歷史，無論是曲風還是歌詞，都運用的非常純熟。這些都是台灣音樂的長處。音樂是用來聽的，不是用來看的。精明的聽眾一定能分辨出來，旋律優美、歌詞動人的音樂，才是雋永的音樂。

前面詳細地分析韓國的音樂文化，並不是要幫韓國音樂宣傳，也不是說台灣音樂不好。相反，瞭解對手的長處，改善自己的短處，才是明智的做法。增加對歌唱事業的補助，加強包裝和宣傳，配合優越的唱功實力，台灣的音樂也可以擴展市場、引領風潮。



台灣樂團五月天，形象健康、音樂動聽，是大家心目中的天團。

(圖片來源/金鷹網)



### 在臺中 品嘗回憶

對於一個從小生活到大的城市，有著豐富且多樣的回憶。

### 風城稻米 「粒粒」在目



在十二月稻穗成熟的時節，新竹縣橫山鄉的佃農開著收割機，一天完成三甲田的收割。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0