

看韓流如何席捲全球

投稿類別：藝術類

篇名：

看韓流如何席捲全球

作者：

辛品誼。私立南山高級中學。普一孝班

李家緣。私立南山高級中學。普一孝班

徐維鴻。私立南山高級中學。普一孝班

指導老師：

洪慧美 老師

壹●前言

一、 研究動機

相信大家對最紅的經典韓國古裝劇《大長今》都不陌生吧！這讓大家開始注意到韓流這股新勢力，收看韓劇漸漸成為我們的休閒娛樂之一，甚至滲透到我們的生活中，成為大家茶餘飯後的話題。而韓劇也開始帶動了韓國流行音樂的熱潮，這更是讓整個亞洲都為之瘋狂，聽眾也從一開始的年輕人擴張到銀髮族，現今的韓國團體為了因應大家對韓樂的需求也逐漸增加，光是比較活躍的團體就有六十組，甚至持續在增加中。由於現代的青少年有越來越瘋韓的趨勢，因而我們想了解韓流成功的因素。



圖(一) 大長今劇照

(2013年03月28日取自)◦(http://www.visitkorea.or.kr/cht/SI/SI_CH_2_2_1_7.jsp)◦

二、 研究目的

1. 瞭解韓流崛起之因。
2. 瞭解韓國如何培訓藝人。
3. 探討韓團舞蹈之特點。
4. 韓流對全球的影響。

三、 研究方法

利用文獻探討法，透過蒐集報章、雜誌、書報、網路等與韓流相關之資料，並加以整理與分析，了解各個層面、不同角度對於韓流的看法與意見。而此研究將著重於韓國流行音樂方面之影響。

貳●正文

韓流(Korean Wave)意指電視劇、音樂、電影、產品等在亞洲甚至是全球所形

成的強烈熱潮。而「韓流」一詞源自於一名北京記者初見韓國流行文化進入中國後，所創造出的名詞，現已普遍描述韓國流行文化產業席捲全球的現象，也已經成為韓國文化產業的代名詞，帶動韓國經濟的火車頭。

對於韓國文化的風靡，不只侷限於台灣和大陸，後來擴及日本、香港、東南亞地區和美洲與歐洲，韓流的範圍很廣，是一種異國社會文化的流行，隨著這股風潮的流行，「韓國音樂」因而站上了國際舞台。

一、韓流崛起之因

韓流的蔓延來自於韓劇的開始，進而帶動了韓國電影、音樂、觀光、經濟等的流行，韓國政府透過整合行銷傳播策略，以及韓國經紀公司、文化產業部門等共同推動及培訓，透過三大經紀公司（SM Entertainment、JYP Entertainment、YG Entertainment）合組公司，共同處理韓國音樂的發行業務及全力發展文化產業。韓國已經走出 1997 年的金融風暴的深淵，國家破產之後短短不到十年，文化產業所帶起的經濟效應讓韓國浴火重生，且根據瑞士洛桑管理學院（International Institute for Management Development, IMD）2012 年「世界競爭力報告」（表一），南韓的國家競爭力持續進步。它不再是亞洲四小龍之一，而是與先進國家並列，究竟是何種的策略，讓「韓流」席捲亞洲，甚至是全球？

表(一) 韓國世界競爭力年份總排名

年份	2008	2009	2010	2011	2012
排名	31	27	23	22	22

下列歸納韓流橫掃國際的要素：

A. 韓式創新（註一）

懂的吸收別種流行文化的精華，融合自我風格的元素，韓國的音樂方面，舞蹈與造型仿造於日本，音樂則是學習美國，結合韓式文化的創新，再創造出特有的表演形式，例如多人團體、俊男美女、繁複大膽的表演方式、高難度的演唱方法，開創出 21 世紀的韓流新元素，成為銳不可擋的韓國流行音樂。（註二）

B. 國際元素的選擇（註三）

捨棄了韓國傳統文化，選擇了全球最共通的喜好，不以宣傳韓國文化為負擔。如音樂類型多為嘻哈、饒舌、電音、搖滾等主流音樂。例如旋律國際

化、歌曲輕快、含有饒舌元素、適時加入英文歌詞、讓不會韓文的人也能理解，也就是大家所說的中毒性歌曲。

C. 發展格局的遠大（註四）

1. 政府鼓勵政策

透過政府與企業的整體性規畫與善用影視行銷，全面專注地協助各個環節的品質與產銷流程，欲發揮韓流的最大效益。南韓政府更於 2004 年依據「文化產業振興基本法」成立「亞洲文化交流財團」。而政府也挹注大量資金，扶植國內各大企業，結合國家的利益與文化產業，創造「文化經濟」。(註五)

2. 企業共同合作

韓國三大經紀公司（SM Entertainment、JYP Entertainment、YG Entertainment）卻能拋開成見共同經營國際市場並合組公司，處理韓國音樂的發行業務及全力發展文化產業。



圖(二) SM Entertainment Audition。

(2013 年 03 月 28 日取自)。(<http://www.smtown.com/>)。

3. 重金打造 國際巨星

對藝人的要求是國際級的品質，不少嚮往成為明星的青少年，經過經紀公司的徵選，而脫穎而出，具明星特質的青少年便從此嚴格進行全方位的培訓，培訓過程更是長達幾年之久。

D. 行銷與傳播（註六）

在過去，想要進軍歐洲和南美的音樂市場是很困難的事，但如今 K-POP 透過 Youtube 等社交性網路媒體，打入了世界市場，且韓國經紀公司把藝人

團體當作商品來操作行銷，從構思→製作→包裝→行銷，都有一套完整系統在進行。藉由有計畫性的策畫國際市場版圖，韓國藝人成功在亞洲甚至是全球占有一席之地。而韓國經紀公司都以把旗下藝人推上國際舞台為目標，欲獲得更多利益。且成功地把商業置入性行銷公式套入娛樂產業的手法，不僅帶動國家經濟產業的連帶效益，更為自己國家立下在大亞洲地區娛樂產業方面一定的地位。

二、韓國如何培訓藝人

俗話說得好：「台上三分鐘，台下十年功。」在大家看來，韓國藝人總是光鮮亮麗的出現在舞台前，但誰知道他們得到眾人鼓掌的背後其實付出了多少辛酸的血淚。經過我們深入的分析後，更能了解到韓流這股勢力為何能風靡全球。

何謂練習生？

韓國經紀公司培養一個藝人的時間大約是兩到三年，從十四、十五歲開始培訓，到十六、十七歲時出道。這階段接受培訓的少年們叫做練習生，他們需要接受唱歌、舞蹈、健身訓練等多方面的培訓，練習生的生活分為「半練半讀」與「集體住宿」兩種。前者上午為上課時間，下午則是到練習室進行訓練，而經紀公司希望校方以公假或其餘正當理由處理學生出席狀況，避免在出道前留下不好的名聲，而後者則都與經紀人住在一起，從早到晚的作息都被公司嚴格控管。經過培訓後，公司建立了高度內部競爭，每位練習生都全力爭取這個出道機會，表現不夠傑出的隨時會被淘汰，有將近一半的淘汰率。

韓國藝人 Sara 也曾說很多藝人表面風光無限，但幕後常有著普通人無法想像的悲慘遭遇，而且藝人們要承受巨大競爭壓力，還要應對繁忙的演出和排練。所以，很多藝人患上了心理疾病。（註七）

表(二) 集體住宿練習生的每日訓練時間表（資料來源／朝鮮日報）

時間	主要行程
10：00	暖身及伸展運動
11：00	健身及基本舞蹈練習
12：00	中餐時間
13：00	個人舞蹈練習
15：00	歌唱課程（一、三、五）
	舞蹈課程（二、四、六）
18：00	晚餐時間
19：00	舞蹈練習

22：00	個人專長複習時間
01：00	補充個人練習

三、探討韓團舞蹈之特點

韓國舞蹈之所以如此風行全球，因為他們的舞有著許多共通的特性，像是動作好記、旋律反覆，讓人看過聽過就印象深刻，還有他們都會為這些舞蹈取名字，下表是統整出部分韓團較有名的歌舞特點。

表(三) 各韓團較有名的歌舞特點

團體	歌名	特點
少女時代	說出你的願望	 <p>圖(三) 踢毬舞</p>
Super Junior	Sorry Sorry	 <p>圖(四) 搓手舞</p>
Brown Eyed Girls	Abacadabra	 <p>圖(五) 高傲舞</p>
Kara	Mr.	 <p>圖(六) 扭臀舞</p>

Shinee	Ring Ding Dong	 <p>圖(七) 骨盆舞</p>
F(x)	Nu Abo	 <p>圖(八) 抹粉舞</p>
Tara	Bo Peep Bo Peep	 <p>圖(九) 貓咪舞</p>
U-kiss	我好欺負嗎	 <p>圖(十) 聳肩舞</p>

圖(三)至圖(十)。(2013年03月28日取自)。Yahoo!奇摩 圖片。

四、韓流對全球之影響

資訊科技的發達，使得韓流像旋風般急速擴散，蔓延全球。韓國成功的組合或歌手進軍到日本一直到國際舞台，其中的努力與堅持使得他們獲得了回報，這也表現在各國對於韓流的影響與印象。韓流在北美、歐洲等地的人氣急遽上升，海外的追星粉絲也不斷增加，對韓國的經濟產業有很大的影響，對國家形象也有所改變，例如英國和法國的民眾表示對南韓印象改變（註八）。韓流文化誓言成為亞洲文化的代名詞，這對亞洲國家的音樂、電影等帶來了巨大的衝擊，強勢的文化使得互相抵觸，衝擊各國音樂市場。

韓流為亞洲甚至是全球刮起一陣旋風，影響了不光是韓國娛樂產業，也迅速地將韓國飲食文化、價值觀傳播出去。電子產品也因為韓劇中的置入性行銷，多少為南韓的經濟，以及產品製造商牟取了利益；根據數據，全球線上遊戲預估在2015年能達到218億美元（註九），其中全球線上遊戲三大龍頭公司之一的韓國

NEXON 所開發的遊戲深受電玩迷的喜愛；韓劇的多變劇情、演員的亮麗外型使得愈來愈多的國家向韓國購買版權，劇中的拍攝地點往往吸引世界各地韓劇迷的朝聖，為南韓的觀光帶來無限的效益。

但有些人認為韓流正在走下坡，除了沒有做出更新的對觀眾有所衝擊的產品之外，大家都太注重商業性的利益，是其中的一個很大的原因。且因為沒有注重韓流文化現象中的內涵，靠演員、藝人去撐場面。而粉絲主要認為韓星在當地的演出門票價格過高，無法負擔。新加坡著名社會學教授蔡明發則稱，K-POP 想進入西方的主流文化，不過是一種妄想罷了，它僅是一種「快餐文化」，衰退期即將到來。（註十）

參●結論

綜合以上資料的統整與分析，近幾年來，韓國偶像在全球逐漸走紅。從以前的哈日到現在的哈韓、從日劇到韓劇，擄獲許多少女及婦女的心；韓劇的興起，也帶動了音樂、電影、產品等其他的經濟效益。無論是流行文化抑或是語言上總有些些許不同，對「韓流」的著迷程度很深，但每個人欣賞文化的角度不一樣，並不是人人都能接受這股新勢力。

以音樂方面來說，韓國藝人以亮麗出色的外型、歌曲舞風的多樣化、團體成員類型分布等優勢深獲各年齡層的喜愛。我們也能看出韓國藝人的專業與堅持，強勢的文化蔓延亞洲到席捲全球，他們以朗朗上口的旋律、反覆的節奏、簡單記憶的舞蹈動作，吸引青少年的時時刻刻的關注。政府的大力推行、企業的大方贊助都促使文化產業的發展更趨完備。

面對韓流的來襲，有些人總是一味地拒絕，但也不應該是單方面的全然接受，反韓情緒，往往表現出一種不去了解、拒絕面對的負面情緒，而消極反韓只會使我們扼殺了自己學習的機會、窄化自己的視野。這當中必有我們能學習之處、借鏡反省，擇善而從。看待韓國文化，欣賞與了解其中的文化特色、內涵與優勢。

韓國實力的大幅成長，促使我們需要認真思考，如何使我們能追上甚至是超越；深入了解他們的特點，尋找最適合我們自己的運行模式，改善我們的不足，一步步地將我們的文化，利用台灣人的創意推上國際舞台。

肆●引註資料

註一：中國時報「PSY「騎」示錄：看韓流如何橫掃全球」。(2012年10月05日)。

註二：遠見雜誌「流行娛樂產業 把全球當舞台，韓國要成「亞洲的聲音」」。(2012年05月號 第311期)。

註三：同註一。

註四：同註一。

註五：城市競爭力知識網「南韓 韓流席捲亞洲 全方位推動國際行銷」。(2013年02月25日取自)。

(<http://glocalgov.nat.gov.tw/CityWindow/CityWindow-more.aspx?id%3D10>)。

註六：同註一。

註七：痞客邦部落格「好可怕喔，在韓國當藝人好慘的感覺」。(2013年03月02日取自)。(<http://amysuede.pixnet.net/blog/post/24019976>)。

註八：韓國觀光公社「英、法 ” 託韓流之福，對韓國的印象變好了”」。(2013年03月15日取自)。

(http://www.visitkorea.or.kr/cht/MA/MA_CH_9_4.jsp?cid=1778737)。

註九：巴哈姆特「資策會 MIC 分析全球遊戲市場與趨勢 邁向新興市場、開拓女性族群」。(2013年03月20日取自)。(<http://gnn.gamer.com.tw/8/68328.html>)。

註十：中國時報「韓國調查：韓流夯不過5年」。(2012年04月09日)。