

投稿類別:各類議題

篇名:

『韓流來襲』對青少年的吸引力

作者:

周沛岑。化仁國中。803 班

邱彙晴。化仁國中。803 班

劉凱慈。化仁國中。803 班

廖芸萱。化仁國中。803 班

指導老師:

張瑜珍老師

壹●前言

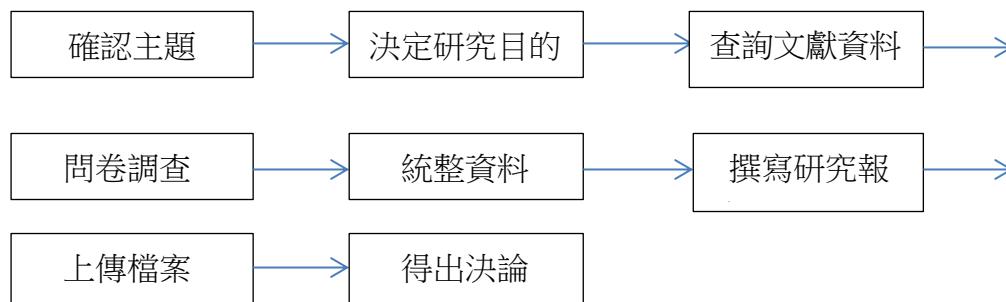
一、研究動機:

近年來，青少年十分熱衷追尋自己喜愛的偶像，我們發現現今青少年喜歡的偶像大多偏向韓星，韓流來襲影響的範圍越來越廣泛，內容包含韓國電影、電視劇、韓國音樂、圖書、電子遊戲、服飾、飲食、體育、旅遊觀光、化妝美容、韓語等等。我們希望透過這次小論文專題，能更深入的了解到青少年喜歡『韓國流行文化』的原因、以及韓流的來襲對於我們日常生活中產生哪些影響？

二、研究方法:

首先，我們利用問卷來調查青少年對『韓國流行文化』的看法，利用圓餅圖和數線圖來分析調查結果，另外，我們有去花蓮縣立文化局圖書館，借閱和『韓國流行文化』相關的書籍，也有瀏覽網路上有關『韓國流行文化』的文章，透過書籍和文章的內容，來了解『韓國流行文化』對青少年的影響。

三、研究流程架構圖



貳●正文

一、韓流的內涵

(一) 韓流的定義

『韓流』指的是韓國流行文化文化在亞洲和世界範圍內流行的現象。內容包含韓國電影、電視劇、韓國音樂、圖書、電子遊戲、服飾、飲食、體育、旅遊觀光、化妝美容、韓語等，其中以韓國電影和電視劇最具但表性。(共同作者, 2018)

「流行文化同當代產業和媒體系統的高度結合，又使流行文化同時具有文化、商

業和意識形態的三重特質。」(高宣揚，2002)

(二) 韓流興起的原因

韓流興起的原因是:

1.國家支持：韓國把文化產業列為國家經濟發展的重點，並積極栽培，推出一系列促進文化產業的措施，政府投資大量資金企業化經營，使文化產業製作水平進步，藉由高品質的產品成功向海外市場輸出，促成韓流興起。

2.數碼媒體的幫助：韓國偶像明星亦紛紛開設中文微博，與粉絲加強互動，有助韓流興起。

3.韓流興起如何塑造南韓軟實力：提高國際知名度：韓流的興起，韓劇、電影及 K-POP 流入全球，讓更多人認識韓國，提升韓國的國際知名度。

4.促進文化融合：韓國文化藉由韓流大量輸出，提升外國人對韓國的興趣，學習韓文、了解韓國文化、去韓國旅行。

5.塑造正面國民形象：韓國透過輸出文化產業塑造正面的國民形象，例如透過『大長今』塑造韓國女性矜持、成熟穩重的優點。(通 SIX 200 期，年份不明)

(三) 是什麼帶動了韓流?

真正帶動『韓流風靡』主要是由『韓劇』開始，韓劇之所以會如此風靡，是因為它的題材和戲劇性深深感動人們的內心，影響韓劇的，不只這些因素，例如韓國極力栽培新生代的演員，所以每個角色都能找到適合的演員來演出，也更能增加新鮮感，每位演員也具有一定實力，能讓觀眾感染戲劇中的氛圍。

還有韓國國家的政策，韓國流行文化能夠興起，就是有各方面的配套措施與韓星自身的努力，才能夠使韓國流行文化在全球炫起一陣熱潮。

(四) 在韓流裡面有什麼是韓國重視的?

其實韓國政府在韓流中最重視的是韓國電影，假如某部電影票房破億，就可賺取很高的金額，例如『與神同行』票房 1.09 億美元，將近 58 億台幣左右，像這種票房破億的電影，就能夠賺取許多的金錢，也因為這樣，韓國政府才會那麼重視韓國電影。

(五) 韓流對青少年的吸引力

「偶像崇拜」則是一種認同他人的表現，偶像一般來說是理想化、浪漫化、絕對化的名人，通常是由商業包裝後而塑造出的，可以帶給青少年嚮往、幻想以及虛榮滿足的人物。青少年崇拜偶像行為的解釋主要是：向偶像模仿、學習，以建構自我認同；內化偶像的價值信念，以達成社會化的歷程；參與同儕團體崇拜的行為，以獲得同儕的接納；藉由偶像崇拜來宣洩生活中的壓力和挫折感，並獲得情感寄託、情緒抒解與心靈慰藉。

偶像能夠給青少年一種嚮往的感覺，我們可能會去學習偶像的行為或者穿著，去模仿他們，使得自己和偶像非常相似，藉此和同儕比較，他們可以藉由這種比較得到心理上的滿足，來發洩在現實生活中的不開心，藉此滿足自己的心靈。韓國的偶像跨國公司就是抓住了這一項心理因素，而能成功。

二、韓國經紀公司如何培養韓國團體?

(一)何謂練習生？

練習生制度常見於經紀公司培養韓國團體、Solo 藝人及演員。所謂的「練習生」，就是透過經紀公司在國內外舉辦的徵選，通過第三次試鏡的徵選者，便會成為該公司的練習生，經紀公司一般喜歡徵選 12~16 歲的青少年作為練習生，只要跟經紀公司簽好合約後，接下來的生活方式及訓練方式都全部交給公司安排處理。

(二)練習生的訓練及生活

俗話說：「台上三分鐘，台下十年功。」許多的練習生通常都從學生時期就開始成為練習生，練習時期一般會是 2~5 年，有些練習時間更久，除了正常上學外，其餘時間都需回到公司不斷學習基本的歌唱及舞蹈，除此之外還需學習儀態、禮節及心理課程等重要課程。

全部練習生們都需要和經紀人住在一起，從早到晚的生活作息與練習時間都會被經紀公司嚴格控管，當練習生的期間，在生活規範上也有嚴格規定，例如：只要是練習時間就不能請假、不能夠帶 3C 產品、絕對不能談戀愛！練習生每天的睡眠最多也只能有五個小時，基本上練習生並不會睡那麼多，大概也只會睡 2~3 個小時左右。

「韓星看似光鮮，但其背後其實都經過多年刻苦訓練，多輪評測、升組才能出道。」(TOPick, 2017)

(三)經紀公司的行銷手法

1、專輯

「是多個音頻錄音作品以 CD、唱片、錄音帶等介質為載體發布的單個項目的統稱，一般指含有至少 10 個音軌的唱片。」(共同作者, 2018)

韓國經紀公司為了讓專輯能夠賣得更好，刺激銷售量的數目，每家經紀公司通常會在專輯中放置成員的自拍小卡 1 至 3 張，專輯可能會有 2 至 3 種版本，有些經紀公司則會附送團體海報及個人海報，專輯的銷售量都將會計入專輯排行榜，譬如: HANTEO Chart(簡稱 H 榜)及 Gaon Chart(簡稱 G 榜)，年末時，統計各團的專輯銷售量並頒發獎項。

2、媒體

韓國團體之可以大紅大紫，紅到國外去，3C 產品及網際網路絕對是重要的傳播主角之一。「韓國團體在準備推出新歌時，會提前幾個禮拜在各大全球性的音樂網站上陸續公佈有關團體回歸的訊息。」(邱怡濤 許靖姪, 2016)

讓大量的粉絲能夠在各大網路平台上知道偶像的許多訊息，經紀公司也非常積極地將韓國團體拓展到國際的大市場。

3、綜藝節目及廣告

近年來，大量的韓國團體紛紛到海外進行宣傳，韓國經紀公司為了讓自家的藝人能夠大紅大紫，大量為藝人尋找豐富的資源(如:拍攝廣告、綜藝節目及連續劇等)，讓藝人能夠被更多的人發現，也許有些人會因此喜歡上他們，這些資源可以讓偶像更加拉近和粉絲之間的距離。

(四)團體及舞曲風格

韓國經紀公司主要是以多人團體作為出道，通常會選出不同國籍成員作為該團體的成員，歌曲多以不同國家的風格來創作，使歌曲更具有獨特的多元性，讓整體的音樂品質更加良好。

韓國以前的歌曲風格音感較重，節奏非常沉重緩慢，現今的韓國曲風加入了輕快的節奏、流行的電音、火熱的 Hip-hop 及 RAP，歌曲節奏變得較輕快、較有強烈的吸引力；韓國團體以前的舞蹈較普通甚至非常緩慢，則現在的舞蹈可愛又俏皮、簡單又好學，因為只有好的音樂及舞蹈，才會受到粉絲和普遍大眾的大量支持。

三、“韓流”對青少年的影響

(一) 韓流對青少年的吸引力

「K-POP 偶像大多從 16-18 歲開始出道，易與粉絲間建立強烈的認同及參與感。」
(Carat 凱絡媒體週報，2016)

韓國練習生都是經過嚴格訓練，而年齡也和粉絲相近，大多是青少年時出道，所以相對的，對青少年的吸引力也比較大。

(二) 青少年的價值觀

價值觀在社會、個人的生活中有非常重要的地位，人們所有的喜怒哀樂都與價值觀有著十分密切的關係。社會、個人的生活都是在價值觀的領導下進行，失去價值觀領導的生活，就是沒有意義的生活。不管人們是否意識到，價值觀總在人們的思想中，它影響著人們的思想、評價、選擇與行動。人類的生活有了價值觀的領導，才使生活有了意義，使人類的生活與動物生存區錯開。價值觀是後天形成的，是社會化培養的，家庭、社會、所處工作環境等群體對個人價值觀形成的關鍵作用。個人價值觀有一個形成過程，隨著知識的增長和生活經驗累積而逐漸確定，個人價值觀念一旦確定，便具有相對的穩定性，形成一定的價值取向和行為趨勢。

青少年現今價值觀不太穩定、可塑造。一個人的價值觀從出生開始就是在社會和家庭方面的影響下逐漸形成的。價值觀的特點和類型基本上穩定下來。青少年的價值觀處於即將形成的重要時期。青少年價值觀的不穩定，他們的價值觀具有一定的超前性，他們與其接受新鮮事物、新知識、新觀念的能力比其他群體強很多，價值觀具有一定的超前性。他們樂於去嘗試。

(三) 盲目追星影響了青少年的健康成長

隨著「韓流」在我國的傳播，多才多藝且時尚的韓國明星在我國也迅速走紅，成為青少年喜愛的對象。對於明星的喜愛無可救藥，但是，凡事都需有制度，一旦過度追求明星，就會影響青少年的健康成長。有的青少年追星、對明星的追捧到了非常癡迷的程度，把大量的精力花費在明星的論壇上，關注明星的去向；到韓國去看明星的演唱會、見面會，偶像所在的經濟公司；為偶像的生日、演唱會、影視作品及拍攝活動集資應援……等等。這些瘋狂舉動的背後反映的是青少年不成熟的價值觀。他們花費大量的時間、金錢、精力去追星，有的人甚至荒廢了自己的學業，帶來極其惡劣的影響。

(四)青少年崇拜偶像的行為

消費者透過收藏流行音樂，提昇自己的地位，分享崇拜偶像的經驗，達到社交的目的。使消費者購買偶像周邊，滿足心靈上的需求。

青少年受到偶像崇拜的影響，生活方式與生活習慣多多少少都會跟著他所崇拜的偶像，模仿偶像或學習偶像的行為。

「消費」在現今社會是愈來愈受到重視的領域，消費無時無刻存在我們的生活中。現今的青少年，看似自主的休閒活動，其實是受到嚴格的升學主義和限制，父母牽掛的大部分都是學業，青少年的休閒時間很有限，在外在環境的限制下，只求能獲得內心愉悅的心情，青少年早已習慣將流行文化產品活動(看電視、看電影、看漫畫、聽音樂)，當成娛樂活動，因此，不必花費太多時間與體力，就能夠得到短暫娛樂的流行文化活動，幾乎主宰了多數台灣青少年的休閒生活。

(五)問卷資料呈現:(依據問卷調查統計顯示)了解以下訊息。

一、在韓流當中，最吸引青少年的類型，依據排名顯示，分別為音樂、唱歌、舞蹈、外表、實力。

二、青少年對於韓流的價值觀大多數為「無意見」，「認同」排名第二，少數人認為「不認同」。

三、家長認為韓流會對青少年產生哪些影響?調查結果顯示，大部分的家長認為韓流對青少年不會有太大的影響，只有少數幾位家長認為會有負面的影響。

四、現今青少年究竟是透過哪種管道來認識韓國流行文化呢?依問卷調查結果顯示，現今青少年幾乎是由手機、網際網路、電視、社交網站、雜誌來認識韓國流行文化。

參●結論

一、『韓國流行文化』的內容包含韓國電影、電視劇、韓國音樂、圖書、電子遊戲、服飾、飲食、體育、旅遊觀光、化妝美容、韓語等，其中以電影和電視劇最具代表性，其實是韓劇真正帶動了『韓國流行文化』，但韓國政府最重視的是韓國電影。

二、在成為韓國藝人之前，都須經歷一段辛酸的練習生涯，在當練習生的期間，需要接受公司安排的訓練過程及生活方式，在其中許多練習生會因為堅持不下、訓練痛苦而自動退出，所以能夠出道的藝人都非常努力的為每一次的演出做準備。

三、大多數的韓國藝人，年齡與粉絲較接近，相對的對於青少年的吸引力也比較大，因此許多青少年會開始模仿偶像的行為，甚至將追星當作是一種娛樂活動，能夠讓自己紓壓心情獲得愉悅的心情。

肆●參考資料

一、韓流。2018。取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E6%B5%81>

二、高宣揚(2002)。流行文化社會學。頁 6。

三、韓流興起的原因。年份不明。取自

<http://ls.hket.com/liberal/public/newsprint/pdf/0704140824263441333.pdf>

四、韓國星探解構韓星唔易做 練習生地獄訓練 18 小時。2017/11/13。取自

<https://topick.hket.com/article/1943054/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E6%98%9F%E6%8E%A2%E8%A7%A3%E6%A7%8B%E9%9F%93%E6%98%9F%E5%94%94%E6%98%93%E5%81%9A%E3%80%80%E7%B7%B4%E7%BF%92%E7%94%9F%E5%9C%B0%E7%8D%84%E8%A8%93%E7%B7%B418%E5%B0%8F%E6%99%82>

五、音樂專輯。2018。取自

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%B3%E6%A8%82%E5%B0%88%E8%BC%AF>

六、探究韓國男子偶像團體在台灣盛行之原因—以 BIGBANG 為例。2016/11/14。取自

<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2016/11/2016111414351023.pdf>

七、向世界進軍！韓國流行音樂全球化行銷策略。2016/5/6。取自

『韓流來襲』對青少年的吸引力

<https://www.inside.com.tw/2016/05/06/what-marketers-can-learn-from-korean-pop-music>