國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程 碩士學位論文

類型劇跨國合製研究:《通靈少女》個案分析

Cross-country Production of TV Drama: A Case Study of The

Teenage Psychic

指導教授:鄭自隆博士

研究生:張彧 撰

中華民國一一零年十月

摘要

2016年開始,台灣類型劇如雨後春筍般出現,呈現出有別以往的劇情,例如本研究的個案《通靈少女》,有高中少女的成長主軸,卻也有台灣宮廟文化的展現,另外也有像《我們與惡的距離》,碰觸社會中較為敏感的議題,掀起很大程度的討論,而這些類型劇,許多都是與跨國 OTT 平台業者合製,並上架在平台上,讓有訂閱 OTT 平台的各國觀眾都能看到台灣的影劇,累積知名度並拓展國際市場,這樣的趨勢轉變,某種程度為台灣的影視產業帶來新的方向,也藉此機會提升台灣的影視環境。

本研究採深度訪談法,訪談四位資深影視工作人員,從研究個案《通靈少女》出發,試圖了解近期台灣類型劇的發展趨勢,跨國OTT提供的管道助力到拓展國際市場,最後在跨國合製上的經驗建議及劇情通則,同時整理出受訪者對台灣影視產業的建議以應對這股風潮。

研究結果發現:

- 台灣類型劇的崛起成因相關於社會變遷及商業壓力,後續發展則需深化內容與放眼國際。
- 2. 放眼並拓展國際市場需具備主動性,積極尋求合作,並回歸基本面,培養扎實的基本功。
- 3. 在跨國合製中,則需要掌握人性和各國市場及法規。
- 4. 跨國合製選擇題材上應找到在地文化特色,用以包裝普世價值情感,才具有國際流通並吸引觀眾收看的潛力。
- 5. 對於台灣影視產業建議,應著重在系統性的提升,不只針對從業人員,也包含觀眾, 在內容產製上則呼應第一點需要深化內容,除了開發新題材外,也可以提升原有的劇 種內容品質,同時導入大數據資料科學,並結合其他文化產業,打造 IP 生產鏈。

關鍵字:類型劇、跨國合製、OTT 平台、通靈少女

目次

緒論	1
研究動機	1
文獻探討	12
台灣電視劇與產製模式	12
類型劇	19
跨國 OTT 平台與國際市場	25
研究方法	28
	28
深度訪談	29
發現與討論	34
類型劇發展趨勢	34
跨國 OTT 平台與拓展國際市場要點	43
	50
台灣影視產業發展建議	65
結論與建議	87
研究結論	87
建議	96
目	99
	跨國 OTT 平台與拓展國際市場要點

表次

表 1 2	本研究之當事人、關係人及旁邊者	.31
表 2 %	架度訪談受訪者整理	. 31
表 3 7	有參與《通靈少女》之訪談大綱	. 32
表 4 4	血冬與《诵靈少女》之訪談大綱	33



第一章 緒論

第一節 研究動機

收看電視劇是許多人生活中的一部分,電視劇某種程度已經在人民生活中佔有非常重要的份量,作為繁忙生活中的一種逃避,也能在有限的生命中看到更多形形色色的生活樣貌(蔡琰,2000),也因為打開電視就能收看電視劇,易於取得的特性,容易引發話題性,成為人民茶餘飯後的談資,更有劇情吹起風潮,民眾爭相討論、模仿,吸引主流媒體報導的情形產生,種種因素,都說明電視劇有能力影響觀賞者心情及價值觀,也讓電視劇在各種影音媒介形式上居於主流,即便現在OTT影音串流平台興起,電視劇同樣還是在平台上佔有重要位置。

以台灣來說,目前國內電視節目製作類型,某種程度集中於電視劇,以經濟層面來看,電視劇屬投資成本高但價值效益也高的節目,除了節目的廣告收入,更有販售海外的版權費,以及開發相關周邊商品授權費,除了電視劇外,劇情、角色更有可能因其鮮明特色受觀眾歡迎、喜愛而發展成 IP,並改編成其他形式作品呈現,因此具有重複使用率高及多重銷售的特性。 綜上所述,可以看到電視劇在泛娛樂產業中形成一完整的產業鍊,具備極強傳播力,是受歡迎的影視敘事方式之一。

從文化上來看,電視劇有能力可以影響社會價值、文化認同及意識形態;既可以維持社會的主流價值;卻也可以挖掘出少數弱勢族群題材在電視上曝光,端看劇本題材如何呈現及選擇。而影視產業的劇本,有原創的也有改編,原創可能是由編劇憑空發想,改編可能是從其他媒材而來,例如著名小說、爆紅漫畫,同時也可能改編自真實事件,這都說明一部電視劇的劇本題材有非常多元的可能。

西元 2001 年,偶像劇《流星花園》一砲而紅,也捧紅劇中的偶像明星,同時開啟台灣的偶像劇盛世,除了國內收視大好外,更大量輸出海外,但之後重複著同樣的劇情模式,起初閱聽眾也都埋單,但後期俗爛的劇情逐漸無法再吸引觀眾的收看,也衝擊了電視台的收入,觀眾收視的習慣漸漸轉往收看進口劇,如韓劇、日劇等。

然而,台灣電視劇一直以來都有製作預算受市場大小影響的情況產生,同時在廣告收入被各頻道業者瓜分的情形下,電視劇拍攝出來的品質相對也無法提高,間接的創新性也受到影響,無法投入更高的成本來產製電視劇,僅能守著原先偶像劇成功的那套模式,也讓偶像劇漸漸地走入死局,雖當初風光出口至鄰近國家,卻漸漸地失去競爭力,同時在國內,呈現被進口劇夾殺的狀態,要谷底翻身也因沒有未兩綢繆累積資源而喪失機會,在當時,台灣影視產業有如呈現滅頂之勢。

但近幾年台灣的影視產業卻出現轉機,電視劇的題材越來越多元,從《我們與惡的距離》到《罪夢者》等劇,已經不是之前的偶像劇套路模式,而是改編自真實事件或者是題材創新的原創劇本,貼近觀眾的生活,更有些電視劇與國外影視公司合作,上架到國際影音串流平台,讓台灣的影劇可以被更多人看到,也讓台灣影視產業開始思考什麼樣的創新的題材能呈現在觀眾面前,越來越多以前被視為禁忌的議題,也漸漸的出現在劇情當中,為影劇圈注入新活水,這些類型的電視劇,目前雖沒有專門的學術名詞來定義,但本研究整理了相關的報導文章和爬梳之前的學術文獻,最常被以「類型劇」來統稱。

前述提到與國外影視公司合作,帶來了豐沛的資源,讓原先捉襟見肘的製作預算能提高許多,讓影劇的品質提升,也帶來更多的可能性,從近期幾部與國外合製,並上架到 OTT平台的類型劇就能略知一二,碰觸的題材從科幻創新到社會底層寫實皆有。

同時,國際合作則不能不提到《通靈少女》,是台灣首次跨國合製,並結合兩國工作 人員的影劇,也是題材特殊的類型劇,是台灣公視、HBO Asia 及新加坡稜聚傳播 (Infocus Asia) 三方合作的電視劇,在播映前即造成轟動,網路討論熱度及注目度也非常高,播出後收視率節節上升,最後一集更締造公視有史以來最高收視紀錄(後被《我的婆婆怎麼那麼可愛》打破),除了台灣公視之外,更在其他23個國家的HBO頻道中播出,收視率也都不俗,可以看見台灣的電視劇是有能力進入國際市場的。

《通靈少女》劇情融合台灣在地的宮廟文化,加上少女為主角的成長背景,讓劇情非常豐富鮮明,有文化的深度搭配少女青春戀愛的戲劇架構,具有國際普世的流通性,因為高校青春戀愛的劇情在世界各國皆會發生,同時加上台灣的在地文化,讓此劇推出後非常成功。

回應上述,近幾年,台灣在電視劇中的內容元素與題材越來越多元,如勵志、懸疑、奇幻、推理及醫療等類型的比例也逐年提升,另也有文學改編之作法,顯示我國影視內容製作業者,在內容創作上開始有所突破、朝向多樣化、小眾化及類型化的發展,提供民眾更多元的選擇,並與近期興起的國際OTT影音串流平台攜手合作,透過劇本的多元性、國際平台放送的傳播性,台灣得以跨出本國市場,放眼國際,尋求合作機會,讓台灣的人才、台灣的劇本可以接軌國際,也讓更多國家看到台灣特有的文化。

綜上所述,目前國內越來越多跨國合製的影集,內容也多是類型劇,上架到國際流通的平台,有的是根據熱門IP改編,有的是完全原創,觀眾反應也各有不同,無法保證是何種因素促成一部劇的成功或失敗,但這些多樣化劇情的跨國合製類型劇,共同擁有的元素或通則是什麼,是什麼樣的題材會吸引國際合製、有潛力邁向國際市場,即是本研究想嘗試了解之處,另外,本研究在爬梳各種學術文獻,還未見針對類型劇的研究,因此盼以此研究作為台灣類型劇研究的初探,供往後學術研究繼續往下深入發展。

綜上所述,本研究嘗試以個案《通靈少女》進行分析,搭配台灣影視產業工作者的訪談,期望得出關於近期類型劇崛起的趨勢成因、OTT平台的助力以及拓展國際市場的做

法、同時整理跨國合製應注意的要點及劇情題材通則,最後由影視產業工作者們提出對於未來台灣影視產業的建議。

第二節 個案說明

壹、通靈少女

《通靈少女》是由台灣公共電視台、HBO Asia 和新加坡稜聚傳播三方合作的類型劇,是公視首次跨國合製電視劇,全劇在台灣拍攝,也是全程使用中文發音(含華語、臺語)的影集。由陳和榆編劇及執導,改編自公視學生劇展作品《神算》,《神算》也是陳和榆自身的作品,《通靈少女》全劇共六集,每集長度加上廣告長度約60分鐘,台灣於2017年4月2日起每週日晚間9點在公視播出,而HBO Asia 則於晚間10點在亞洲23個國家及地區播映,在公視播出時,從第一集收視率0.8之後便一路上揚,到最後一集時達4.40,超過之前所有公視播出的紀錄。

《通靈少女》描述一有通靈體質的女高中生,白天上課,晚上在宮廟當仙姑,替信眾解惑,也因此看盡各種人性,她期待能擁有一般少女的平凡高中生活,體會戀愛的滋味,但往往事與願違,而本劇便以少女成長為主軸,民眾問事為支線,帶出台灣民間信仰及宮廟文化,讓宮廟元素的獨特性加上少女成長的普世性,使劇情具備可看性及新穎性。而此劇的迴響也超乎預期,證明台灣的類型劇是具有吸引力的,「通靈」此題材既在地卻又國際,同時,這部戲劇對於台灣影視環境具有指標性意義,也開啟後續各種類型劇的跨國合製。

貳、公視學生劇展《神算》

《神算》是 2013 年在公視《學生劇展》播出的劇情短片,總長 30 分鐘,拍攝緣起陳 和榆看到一篇登載在《蘋果日報》關於劉柏君的訪談報導後,以其為基礎,並訪問許多通 靈人士及相關人士,發想關於宮廟文化及靈媒的劇情,描述一位可以通靈的少女的故事, 她熱愛壘球,但因其天生可以感知神靈和鬼神的存在,所以在道場裡修行,期望透過修行可以減少通靈帶來的困擾,但也因為她的能力受到信眾的崇拜和求問,與此同時,長時間在道場,無法專心練習其所熱愛的壘球,也失去在放學後和同學及愛慕的學長互動的機會,這樣衝突具有張力的劇情也讓該片獲選公視學生劇展,並首映於公視主頻道,接著在2014年得到台北電影獎最佳短片及最佳新演員。

參、《通靈少女》與跨國合製

《神算》入選公視學生劇展後之後,公視當時會參加一些國際會議或影展跟國外的專業團隊做交流,2014年時,《神算》也因此入圍Input 影展,為世界公共電視大展,影展包含播映及映後研討會,公視便帶著導演陳和榆到現場,與各國與會影視專業人士交流,播畢後,大家對這個故事都非常肯定,認為非常有特色,另外雖然是年輕導演,但其敘事手法某種程度具備高度的實力,從與會的導演、製作人及戲劇總監等給予的回饋及接受度都非常高,認為這個題材在國際市場上具有潛力,公視與導演便決定繼續發展劇本及故事。

陸續獲獎後也為該片累積知名度,新加坡稜聚傳播之前便有與公視合作多部紀錄片之經驗,當時 HBO Asia 與新加坡稜聚傳播原就計劃合拍影劇,而 HBO 想嘗試華人原創作品,作為拓展亞洲市場的策略,新加坡稜聚傳播因此居中牽線,公視前往提案,獲得親睞及認同,因此有了《通靈少女》的跨國合作機會,而合作的模式則是 HBO 與公視共同出資,新加坡的部分提供製作人進行監製,與台灣原來的導演陳和榆及他的團隊合作,完成了這個作品。

在《通靈少女》合作的過程中,需要處理的就是文化差異的因素,舉例來說 HBO 是 美國公司,公視是台灣的公司,彼此合作一部跨亞洲或是跨全球的作品,當中有有很多文 化的問題需要處理,像是能不能說台語,當初在這件事情上就經過非常漫長的討論,才有 了後來保留原來語言的做法,另外像是劇情已經沒有太多靈異的畫面,但在馬來西亞卻還是需要經過審查,並刪減部分劇情,這都需要做非常多的討論跟處理,同時國際公司的規定可能較嚴苛,例如一般劇組會找贊助置入的作法,HBO都嚴格禁止。國外非常重視版權,劇中所有書本、繪畫可能涉及版權問題的道具,都被要求另行製作¹。

同時在技術上,美國方面的影視產業已經有非常成熟的產製模式,會要求要有一定的製作水準或某種品質,所以會在過程中有一些要求,但台灣可能沒有前例,因此需要去摸索解決。像是台灣的導演喜歡邊拍邊改劇本或邊寫邊拍,甚至有的導演會現場改本,但成熟的作法則是要真正完全定好劇本後,再開始拍攝,另外則是定調,對台灣團隊是相對陌生的環節,定調是美劇最重要的環節之一,在正式拍攝前一定要先知道拍的風格方向,包括色調、遠鏡、近鏡等等。所以《通靈少女》每一場設計的鏡頭,都是先經討論過的,宮廟的部分雖然大部分是手持拍攝,但也都會先找影像的參考(reference)先提供,才能確保風格調性的一致²。

另外則是導演及製片的角色分權,台灣一直以來都是導演獨尊的情況,不太習慣有一個可以給導演意見的製片,因此在開拍前會與劇組溝通,解釋拍攝方式會與往常不同,在現場會看到製片方的參與。事實上,這才是正常且成熟的合作流程,製片並不是要干擾或否定導演,製片通常是投入籌備最久、最深入的角色,一定會有一些意見,但都是為了讓作品更好,也去整合整個片場,提升製作的品質。

《通靈少女》在合作的過程中較為單純一些,因為新加坡跟台灣文化上比較接近,有些事情理解還是共通,而同時新加坡的團隊比較擔任協助性的角色,主要決定劇情脈絡及拍攝還是在導演陳和榆身上,新加坡主要為雙方建立暢通的溝通管道,因為之前就有與HBO合作的經驗,知道如何遵守HBO從腳本到製作的流程。

¹ 資料來源:https://kknews.cc/zh-tw/entertainment/l94kare.html

² 資料來源:https://punchline.asia/archives/42072

因此在此次的跨國合製可以看到有三個面相的重點,首先是文化及國家風情不同的差異,影響了影劇內容,再來是技術上因為是與成熟的影視產業國合作,勢必會有些需要摸索努力追上處,但帶來的好處是台灣影視製作實力的提升,最後則是,片場的角色分權,製片帶來了全局觀,讓導演可以專注在內容的拍攝,由製片給予意見,並去整合片場,提升製作的品質。

在最後可以看到劇情上看到有許多美國的影子,包含敘事手法及人物的設定,像是下課後額外花時間在社團上,在台灣升學主義的教育環境下,比較少有,另外劇情節奏及集數也都比較靠近美國式的影劇,這些都是跨國合製會帶來的影響及合作模式。

然而,此次史無前例的三方合作,對於台灣來說,具有指標意義,是將台灣電影與電視界之人才與國際接軌,並使新銳年輕人才有表現的舞台,也傳達出耕耘台灣的影視產業之決心,持續累積成長的能量。同時《通靈少女》的劇情內容具有華人在地宮廟元素與少女成長故事的普世性,有十足的發展潛能,有台灣的獨特性,也有推向亞洲及世界的潛力,印證了「在地化就是國際化」這句話。

肆、《通靈少女》劇情大綱

第一集介紹女主角<u>謝雅真</u>是有通靈能力的高中生。在宮廟裡當仙姑,幫助無數信眾,卻也影響到她的高中生活,但某次路上見到轉學生阿樂,一見鐘情,想要在學校的「餅乾日」送手工餅乾傳達自己的心意,另一方面宮廟來了信眾問事,小真也順利解決,而接下來第二集,小真本來要送出餅乾,卻看到阿樂在跟別的女生擁抱,因此卻步。同時小真加入的話劇社決定在校慶演出《羅密歐與菜麗葉》,好友慫恿小真挑戰菜麗葉的角色,同時這集宮廟也有信眾問事。一對夫妻帶著中邪的小孩來,但原來小孩是假裝的,為了讓離異的父母能關心他,也讓小真了解仙姑一職意義不在除靈,而是關照仍在世的人。第三集則因為話劇社找不到場地排練而進入廢棄舊團部,但數年前一位飽受霸凌的老師在此地自

殺,讓舊團部被傳為鬼屋,小真擔心在這排戲會攪擾鬼魂,便做法安撫鬼魂,而某一夜教官巡邏時發現話劇社排練遺留下的劇本,得知他們擅闖團部,便令其停止社團活動一個月及勞動服務,勞動服務時,阿樂卻莫名呼吸困難送往保健室,使其他學生對小真的行為議論紛紛,謠傳她是養小鬼的妖尼姑,話劇社社辦也因此被惡搞成靈堂。為了不拖累其他社員,小真遍退社,接著前往舊團部,決定超渡鬼魂平息風波,而在好友的說明下,社員們知道小真具有通靈體質,阿樂也解釋他先前身體不適是因為對清潔劑過敏,社員決定去幫小真加油,而小真法事進行到一半,被夜間巡邏的教官中斷,在小真作法通靈讓教官與老師鬼魂交流後,眾人才知道老師是為了幫教官找回遺失的徽章才遲遲沒有超渡,教官亦坦白自己對老師隱藏多年的情愫,整件事情順利落幕。小真在解決問題後重新回歸話劇社,但之後因施法過度而身體不適,所幸被阿樂送回家中休息。

第四集劇情來到高潮處,宮廟的債主議員想知道逝世的黨內大老是否有留下遺言,在小真的幫忙下破解競爭對手施展的咒術。其後,他的對手因绯聞而大失民心。另一方面,因從事無國界醫師的父親生死未卜,擔憂的阿樂請小真通靈尋父,小真雖無法找到其父亡魂,亦不能保證其仍生存。在談天中,小真得知阿樂一直期待父親能再回來、並與自己一同競爭電玩高分記錄,於是她暗自出入電動玩具店不斷地練習,企圖以假名登錄記錄、營造阿樂的父親回來的假象安慰阿樂,她的堅持最終感動電玩店老闆、讓他直接調整機台設定。阿樂發現小真說謊後十分生氣,不過不久後又因為接到父親的親筆信和照片而轉怒為笑。在小真因為說謊、而阿樂因為自己反應過度而互相道歉後,阿樂體悟到應該珍惜身邊的人,隨後吻了小真。在第五集時,小真在被阿樂親吻後卻感到不知所措,她與好友討論後,確認自己的感情,並與阿樂相互確認心意,拿出兩張演唱會門票邀請他約會。另一方面,篤信神明的議員偕癌末病妻造訪宮廟,希望小真能為她誦經祈福,雖然小真百般不願,但在強求下仍勉強為其進行儀式。在小真與阿樂約會的那天,儘管小真早已排開宮廟事務,但她出發後不久旋即被喚回,陪同因做惡夢而心神不寧的議員夫人誦經。在誦經過後,議員認為妻子的身體狀況漸漸好轉,爽快地令宮廟的債務一筆勾銷。然而,在演唱會會場的遲遲等不到小真的阿樂便離開會場親自去找她,卻在途中意外遭酒駕車輛撞死。

最後一集,在阿樂的告別式會場,阿樂的母親想再見到阿樂,便請小真通靈,但小真卻始終見不到阿樂的靈魂,便認為自己失去法力,不願再做仙姑。之後在阿樂的墳前,小真見到阿樂的父親,阿樂之父以行醫經驗勸她坦然面對。為了完成阿樂遺志,小真自告奮勇擔任本由阿樂擔綱的羅密歐一角,讓校慶演出能順利進行。不料在校慶當日,議員夫人的病情急遽惡化,喪心病狂的議員威脅宮廟眾人性命,逼小真出面將愛妻治好。雖然小真在接到通知後趕回宮廟處理,但眾人一言不合大打出手,她最後只好請九天玄女降駕,要議員認清生死有命、勸他伴妻子走完人生最後一程。當小真回到學校後,雖然校慶早已結束,但她仍和話劇社成員完美演出了戲劇。在演出結束後,小真第一次亦是最後一次見到了阿樂的靈魂,在向祂吻別後,故事告一段落。

從上方本研究整理的《通靈少女》劇情大綱,可以再次地看到,此劇主要的元素有兩個面向,一是小真宮廟仙姑的身份,二是其高中少女的身份,一方面好像藉由通靈通曉世界的真理,但另一方面卻也是情竇初開,很多事情不懂的女高中生,充滿矛盾衝突感,好似場景發生在台灣,但實則這樣的劇情在世界各地都可能發生。

也可以看到,回應前段跨國合製說明,此劇在情節安排上,相較之前的偶像劇及鄉土 劇集數,長則數百集、短也要數十集才結束,僅有短短六集,每集加上廣告只有 60 分 鐘,帶來不同以往的劇情節奏,更趨向外國影集的模式,節奏快速,敘事手法也較為直 接。

另外除了敘事手法不同於傳統電視劇之外,從《神算》到《通靈少女》在劇情元素的 安排上也因為市場的不同而有所調整,舉例來說,棒球對於某些國家來說的民眾是極為陌 生的運動,因此將本來主角參加的棒球隊改為話劇社,讓各國都能接受,這些便是因為面 向國際市場,需要做出的討論及調整,讓劇情可以兼具在地及普世性。 同時,也不能因為需要面向國際的觀眾而將在地文化刪減到極致,那便喪失了獨特性,怎麼樣拿捏好中間的程度也有賴工作人員之經驗,另外什麼又代表了台灣的在地文化,在劇情安排上,怎麼樣的劇情題材能回應本研究的問題:適合跨國合製,希望能藉由本研究得出相關的通則整理。

第三節 研究目的

基於上述研究動機及個案說明,本研究嘗試以個案《通靈少女》搭配台灣影視產業工作者的訪談,期望得出關於近期台灣類型劇發展趨勢,OTT平台的助力與拓展國際市場,適合跨國合製的題材通則及經驗分享,最後再整理影視產業工作者們對於未來台灣影視產業的建議。

本研究的研究目的如下:

- 一、 了解類型劇的趨勢:崛起成因及未來發展,台灣類型劇的崛起某種程度是因為跨國 OTT 平台的出現,間接影響了台灣的影視產業,但一個現象的發生,不一定是單一原因造成的,因此本研究試圖了解,除了跨國 OTT 平台之外,是否有其他的成因,並分析其未來發展。
- 二、跨國OTT平台與拓展國際市場要點:跨國OTT平台的競爭與助力,跨國OTT平台讓台灣的類型劇多了新渠道輸出海外,拓展國際市場,但也代表需要與平台上的所有影片去競爭,因此本研究嘗試了解,在這樣的環境下,該如何去因應上述的競爭,並在拓展國際市場上提出其他的參考建議。
- 三、跨國合製影劇之經驗建議:合作心態及題材劇情通則,從第二點研究目的中,發現跨國合製某種程度可以讓台灣的類型劇在跨國 OTT 平台上更具競爭力,因此本研究希望了解,在跨國合製上需注意之重點,及題材劇情上是否有通則及選擇的要點。

四、 對於未來台灣影視產業的建議:系統面和內容面,最後本研究整理上述的 研究成果加上訪談內容,在台灣影視產業因為跨國 OTT 平台、類型劇崛 起的影響下,可以嘗試掌握的要點,藉以提升台灣的影視產業,並為未來 可能的發展去做出準備。



第二章 文獻探討

第一節 台灣電視劇與產製模式

壹、 電視劇由來與釋義

電視,此一科技,可以說是社會上既有的文化和社會活動所呈現的形式,彼此有複雜的互動關係,在電視出現之前,有報紙、公共集會、課堂教育、劇場等,電視本質上可以說是這些文化形式的綜合與發展,電視可以播報新聞,提供民眾知的權利,電視可以教育民眾,提供專門的教育節目,電視可以轉播運動,提高賽事的參與,電視可以播放綜藝雜耍,呈現有別於日常生活的誇張表演,而電視也可以播放戲劇,讓人民在家就能欣賞戲劇,體驗不同的人生百態,因此電視上播出的戲劇,也就是所謂的電視劇。(蔡琰,2000)

在現在高度工業化的國家,電視劇已是日常生活中不可獲缺的一部分,數量變化之大,史無前例,越來越多的戲劇在電視上出現,戲劇模仿人生百態在電視中演出,再由觀眾來收看,已是現今主要的文化傳播類型之一(蔡琰,2000),同時,不需付出太大的成本就能享受電視劇,因此電視劇在人民的生活中佔了越來越多時間,只要在有電視的地方,隨時打開就能收看,各式各樣的戲劇只需要轉台便能盡收眼底,同時這樣的趨勢,也間接形塑了人民的文化及社會價值觀,以此來看,電視劇除了商業的利益外,也擔負了文化傳播上的責任,作為社會文化與傳播行為的主要參考來源,電視劇要呈現怎麼樣的題材,如何做出選擇,都是電視劇研究的一大重點。

觀看電視劇是一般人極為尋常的娛樂活動,用以替換日間繁忙的工作節奏,當作某種逃避繁重現實的方式,沈浸在各種有趣的情節當中,蔡琰(2000)指出,電視劇內容經常

反映社會大眾的意識原型,藉各種視、聽符號的刺激及不同類型的故事,但在商業利益下,電視劇經常以誇張手法重複呈現個人世界的情感議題,為了達到最大的共鳴,獲得觀眾的收看,提升收視率,並會刻意逃避攸關社會政治、經濟與民生的重大議案,因部分議題可能過於沈重,並非大多數觀眾喜愛。

電視劇的類型非常廣泛,內容時虛時實,有貼近觀眾生活的,也有天馬行空的,但不可否認,現代社會,民眾花了很多時間在收看電視劇,因此對其認知、態度,甚至是社會風氣影響重大,電視劇作為文化傳播的主流形式,一般刻畫社會人所共通的常識、價值,故事情節充滿對人際與社會關係的迷思與刻板印象,有部分情節可能宣傳社會主流價值、為了迎合大多數觀眾所編劇。

本研究選擇電視劇作為個案研究,也是因為除了娛樂消遣外,電視劇更有部分文化背景的符碼,形塑意識形態及價值觀,但有時在商業利益的考量下,會迴避攸關社會政治、 民生等敏感議題,但近期崛起的類型劇,作為電視劇的一種,卻逆向而行,勇於觸碰敏感 議題,收視表現卻也不受影響,獲得觀眾的喜愛,因此希冀了解當中的成因及發展。

同時,電視劇也會因為不同文化而有所衝突,例如本國製播的電視劇,可能因為他國 社會文化背景不同而無法被當地觀眾理解,也因此本研究針對跨國製播的電視劇,探究劇 情題材中的文化元素如何去做取捨,有助於更加掌握未來跨國合製影劇時的重點。

貳、 電視劇產製方法概述

在所有電視節目中,電視劇的製作難度最高,無法像談話節目三五位名嘴,兩小時、 幾萬元的製作費就能完成(蔡琰,2000),而電視劇演員工作人員少則四、五十人,多至 數千數百工作人員,花費幾個月到一年,動輒千萬的製作費,才能產製出一部叫好作品, 其中包含製作人的眼光、編導的才華、演員的內蘊、美術及工程部門共同塑造的質感,是 整個社會文化背景的積累及呈現。

電視劇的製作流程繁複,從前期的籌備、開拍到後期的剪接發行,最後再呈現給觀眾,工程浩大,前期的籌備包含選擇劇本,而劇本是一部電視劇的主體,有了劇本,電視劇才算是真正開始籌備,接著是工作人員的召集、簽約,同時找尋適合的演員,演員由導演或製片人決定適合人選,接著就是劇組各部門成立,例如造型、燈光、攝影等。

前期籌備都告一段落後,接著進入開機拍攝,如果電視劇規模較大者,則會分組拍攝,可能分三到四組,劇組各司其職進行拍攝,拍完殺青後,緊接著後期的製作,包含了粗剪、精剪及特效,在最後配音完成後,便著手準備發行,如果製作公司規模大直接就能發行,但如規模不夠大,有的需要委外進行發行,如果採取合製模式,則要看當初合約如何簽,便照著合約進行播送。

從台灣的傳播環境來看,不論電視劇節目的製作規格,產製主要分為三大類:自製節目、合製節目以及購買外國節目,目前台灣電視台自製模式中,有三立和八大兩間電視台形成兩強鼎立的情勢。此種模式由電視台節目部負責資金調度、企劃構想、整合行銷傳播,中間製作過程交由長期合作的製作公司進行拍攝,最後映演階段再跟觸及率較高的無線電視台形成聯播政策,藉此擴大曝光並累積收視率。

另外有些製作公司則會自立門戶,自製戲劇,再直接與無線或有線電視台接洽版權買賣與播映檔期事宜,製作公司的特色是以製作人為中心,整合上下游製作資源,多方溝通協調,除了戲劇製作本身以外,還需有整合行銷傳播和商業模式經營的能力(黃暖雲,2009)。

但以台灣來說,因市場大小及影視產業環境緣故,多以合製的方式製作節目,也包含了本研究的著重的焦點:跨國合製,因為跨國合製有助於進入當地市場,同時有效的整合資源,結合當地文化觀點,擴大生產規模以及市場競爭力,資源匯流,可以創造更大規模的市場經濟,而早期因為文化及語言的相似度高,跨國合製對象多為中國大陸,但近年的OTT網路平台崛起,也開始與其他國家合製戲劇節目,例如新加坡與馬來西亞,在最近則有與HBO合作之《通靈少女》。

另外,因為自製戲劇節目較其他類型節目製作成本高,而台灣市場不大,恐難回收成本,所以各家電視台漸漸捨棄投入風險高的自製戲劇,轉向購買製作精良、成本相對低廉許多的外國戲劇節目。

綜上所述,回顧台灣電視劇的發展流程,起初台灣多是透過自製的方式產製電視劇,在當時並沒有太多的競爭電視台,甫推出的電視劇總能獲得極高的收視率,同時廣告業務也因為收視率的關係,連番增長,到了老三台黃金時代,市場三足鼎立,互相競爭收視率,自製電視劇已無法滿足觀眾的期待,同樣的劇情一拍再拍、換湯不換藥,漸漸的失去收視率,在此同時,外劇被引進台灣,藉由減低成本,提高收視率,增加收入,確實也達到效果,舉例來說,當時港劇《楚留香》即造成轟動,更有萬人空巷之勢,但也讓三台受到驚嚇,嚴重威脅本土自製電視劇,因此共有默契不購買外國節目達十年之久(蔡琰,2004),但外劇也以錄影帶的方式開始在台灣流傳,而到了更後期,商業電視台相繼開播,越來越多電視頻道出現,分食影視市場的大餅,導致影劇的製作成本越來越有限,相對製作品質也越來越低,便再次開始往外購買節目,舉凡日劇、美劇、韓劇都在範圍內,因為比起自製電視劇,購買外劇的成本低很多,也不用負擔拍攝成果失敗的風險。

與此同時,受到日劇、韓劇的影響,台灣開始產出夾帶台灣及日劇風格的「偶像 劇」,首部偶像劇《流星花園》在台灣引起風潮,捧紅出演的偶像明星,更藉此將版權賣 到國外,第一次台灣成為影劇的輸出國,而後的偶像劇幾乎都是採用同樣的劇情模式,偶 像明星搭配架空戀愛情節,屢屢締造高收視率,並對外賣出版權(吳怡國、姜易慧, 2010),但之後同樣的劇情一再出現,觀眾也漸感疲乏,本來被視為台灣影視產業之星的 偶像劇逐漸失去競爭力,在台灣的市場沒落,觀眾重回外劇的懷抱,此時正值韓劇的巔 峰。至此台灣的影視產業逐漸式微,部份業界人士為了大市場、高製作預算也外流到中 國,更加速了台灣影視產業的沒落。

直到約略十年後,2016年,植劇場的推出,試圖扶植台灣年輕的影視工作人員,投入資源,自製影劇,並開發多元劇本,開闢偶像劇之外的道路,部分推出的影劇也獲得好評及在主流頻道播映,台灣影視產業始見轉機,而這時,部分前往中國的人才也因為中國政策的緣故回流台灣,帶來豐沛的高規格製作經驗,台劇製作的品質也因此往上提升,同時碰觸的題材也越來越多元,隱隱有爆炸性成長的趨勢。

之後更隨著 OTT 平台的崛起,影劇的需求大量增加,跨國平台除了大量的找尋影視 內容來填補內容庫,也透過在地化的影劇開拓當地市場,並與當地的影視製作公司合製, 推出豐富多元的影劇,某種程度跨國合製也漸漸的成為目前國際影視產業的趨勢。

參、 跨國合製影劇

WTO 全球市場開放後,各國的影視媒體產品得以跨越國界相互流通,形成類似「影音娛樂超級市場」,讓消費者有更多選擇,但也使得本地業者面臨嚴峻的挑戰(李天鐸,2006),但同時這也是讓台灣的影視產業拓展國際市場的機會。

電視劇是屬於長效型的產品,不太會隨時間推演而喪失其經濟價值,好的故事腳本甚至能為跨文化觀眾所理解接受,也因此具有較高的投資報酬率(袁櫻珊,2003)),是影視業者較常選擇製播的產品。同時現在很多影視業者會採取跨國合製的方式製作電視劇,

為了追求更大的市場外並節省成本,同時能維繫本國的影視產業,不被單一國家的影視產品之霸權所侵害,更可以可以從合作中學習,並提升本國產業。

這邊以 Pendakur 對於跨國合製的定義為例:「一個電影或電視製作者所採用的重要機制,從世界各個地方整集資金或勞工,並藉此掌握全球市場」。另一則是 Miller, Govil, McMurra & Maxwell 將合製分為兩種,一為經雇參與國政府某種形式之認可,並獲政府津貼或是賦稅減免等優惠計畫。二為跨國民間企業之間的商業行為,沒有涉及政府特定管制措施,稱之為股份合製(equity co-production)(轉引自魏玓,2006),即是說,涉及到不同國家組織間任何有關攝製與商業協定的合作,其型態包含從合資到作品的合製(彭向荼,2013),也可以看到跨國合製某種程度是為了擴展全球市場的手段之一。

跨國合製,除了有經濟層面的影響外,更涉及不同文化與藝術之間的交流,其中包含了複雜的權力動態關係,就文化與藝術來說,跨國合製勢必面臨該選擇什麼題材或以呈現哪些文化元素為重,也因此在文化意涵上,跨國合製能夠綜合各國不同文化特徵並產生新的混雜形式,增加整體影視產品的多樣性。

回到經濟層面,跨國合製的優點很多,包括:整合財務資源、取得各地政府給予的政策誘因或補助,進入合作對象所在市場,藉由合作參與其他電影工業發起的製作計劃,得以方便前往合作對象所在之拍攝場地,較為廉價的成本,從合作對象身上學習等。但可能存在的問題也包含:排序與權利的協調成本提高、拍攝成本增加、管理控制權、官僚文書作業增加、國際合作對象投機或詐騙、易於製造新的潛在競爭對手以及合作各方製作習慣不同等,因此跨國合製的過程中,非常重視彼此協調妥協,才能讓合作過程順利進行下去(轉引自魏玓,2006)。

由於目前絕大多數跨國合製都有經濟考量,也就傾向於選擇能在跨區市場劇本最大獲 利潛能的主題或類型,也意味著:第一,這些產品極可能與在地文化或社會脈絡產生某種 相對疏離;第二,可能選擇與某些國際知名創作者或明星而加強既有創作生態秩序;第 三,傾向選擇市場熟悉或流行類型和敘事形式,易於因產品利潤考量而引發文化限制。也因此,合製的策略需要具體且深入的檢視。

參與合製國家間如何協調、創造出一個讓各國文化都能「恰如其分」呈現的成品,如 究竟是要尋找某種各國「共有」文化元素或是某種「各適其所」的混合表現,其實非常困 難,不若經濟等層面僅是出資、合資之簡單數字的組合。

在全球化時代,國家與國家間或區域與區域間之政治、經濟、文化社會層次交流互動、強度頻率,確實在急速增加,因此,必須要能針對上述的有所回應;國際合製的操作正好就是進行回應的重要平台,國際合製作品有「潛能」成為非常正面的機制,用以表現全球化時代的新認同政治,或是用以探討文化多樣化與混雜化(hybridization)的過程。

總結以上,國際合製影視作品存在各種面向間的矛盾、緊張與拉扯,卻也帶來為數不少的好處,對製作公司和創作者而言,順利推動跨國合製有賴專業能力的培養,也需要在如此的風潮中,進行國際性的佈局,同時具備洞察先機的觀點,並藉由跨國合資與合製,擴大整個影視產業。

而台灣在跨國合作的情形,本研究也爬梳相關文獻,台灣國內早期就有與海外電視台合作的案例,像是八大電視台與韓國 KBS 電視台合資的《浪漫滿屋》,即是透過合資拿到在台灣的播映權。以合作模式來看,存在三種不同模式,第一是單純資金合資的關係,由拍攝地區負責圈全部的版權行銷,再依資金比例拆帳,第二則是投資之後合拍,共同擁有版權,根據各自的通路行銷版權,扣除必要成本再拆帳,最後則是,附買回模式,用投資金折抵版權授權金,因此早期多還是以第三種為主,單純資金合資的關係,而非與國外的影視業者合拍影劇(吳怡國、姜易慧,2010)。

但以本研究案例《通靈少女》而言,是公視、HBO Asia 和新加坡稜聚傳播有限公司 合拍的電視劇,過程中 HBO 不直接參與,委託台灣製作團隊與新加坡製作人合作拍攝的 方式進行,在製作後掛上其品牌標誌,在旗下的電視頻道、串流平台上播出,為台灣影視 產業帶來新穎的做法,也讓台灣的影視製作團隊得以因為跨國合製接觸到國際級的影視產製水準,不讓影劇僅侷限於某一市場、某一文化,可以有更多元的觀點,同時影劇的內容深度得以提升,長此以往,必能提升台灣影視產業的實力。

同時,跨國合製影視作品,因為需要面對多元市場的關係,在劇情選擇上也會跟單一市場有所不同,現在全球影視市場,隨著經濟整合趨勢擴張,各國文化的區別其實更趨明顯,全球化與在地化實屬互相依存,越是在地化的劇情,藉由全球性的媒體,具有潛力成為全球化經濟網路的主要賣點,舉例來說跨國 OTT 影音平台來傳播在地意象及產品特色,獲得全球觀眾的收看。

綜合以上,本研究在後續章節中提到之跨國合製,皆是指不同國家團隊真正合拍影劇,例如本研究個案《通靈少女》,由台灣團隊與新加坡團隊合作拍攝,當中需注意各國文化風情差異,確保人才的交流,補強台灣影視產業的弱勢,進行轉型及升級,也帶來成熟影視產製模式,例如導演及製片的分權,更讓台灣的影視產業某種程度接軌國際。

最後,全球化、國際市場更凸顯了優質在地文化的重要性,所以掀起了回歸地方特色的熱潮(彭向棻,2013)。像是《通靈少女》因為有鮮明的人物原型,並結合華人社會文化在地題材,在劇情短片時便被相中改編,由此推斷,類型劇某種程度因為劇情多元豐富的關係,兼有在地元素,具有跨國合製及國際流通的潛力,是可以此作為跨國合製的題材選擇。

第二節 類型劇

壹、類型劇釋義

類型劇,目前學術尚還未有非常明確的定義,本研究爬梳相關論文、書籍和媒體報導,認為類型劇有別於偶像劇之劇情限縮在愛情元素及俊男美女演員,類型劇更著在劇情題材之多元性,例如靈異驚悚、燒腦推理、愛情偶像、社會寫實、職人劇、家庭通俗、原

著改編到校園青春等³,但也不限縮在某個特定類別,可能同時包含不同劇情元素,例如本研究個案《通靈少女》就同時包含靈異驚悚與校園青春,另外也可能深入探討某些社會議題,例如《我們與惡的距離》中就探討了思覺失調症及無差別殺人。

再深入探究類型劇,劇情基本上依照特定事件(issue)或主題發展,題材貼近真實社會,故事基礎扎實,架構完整,角色呈現較為立體,觀眾在收看時也較能帶入理解角色及故事,例如前述的《我們與惡的距離》和近期熱播的《火神的眼淚》講述消防員的故事,故事豐富,但也因為其劇情題材非常多元,相對來說會朝分眾化、特定觀眾的方向發展,去滿足觀者多樣化的內容需求。

綜合以上,類型劇在劇情表現上會依照特定事件或主題發展,劇情寫實,可能觸碰敏 感議題、架構完整,而劇情來源非常豐富,仰賴持續深耕內容或橫向突破,在受眾表現 上,偏向分眾、特定化,來滿足現在隨點隨看的收視習慣,提供多樣化的內容需求。

貳、 台灣電視劇發展與類型劇的出現

電視劇從民國五十年代在台灣出現,第一齣電視劇是台灣電視公司(簡稱台視)所製播之閩南語單元電視劇《重回懷抱》,播出情形良好,也開啟了電視劇的時代,而後中視及華視開台,紛紛開始投入電視劇的市場,也從單元劇漸漸長度拉長、劇情連貫轉變成「連續劇」,搖身一變成為台灣主要的電視劇型態以及長青節目形式,電視台的「黃金時代」應運而生,電視劇收視率破五十的情況時有耳聞(蔡琰,2004)。

但因為三台競爭白熱化,短時間就要製作電視劇播出,維持競爭優勢,開始放寬本來 嚴謹的製作的過程,同時拉長原先就訂好集數的電視劇,產出之電視劇品質僅堪使用,也

³ 資料來源:https://opinion.udn.com/opinion/story/120596/4298405

漸漸以收視率掛帥,收視不好的電視劇即腰斬、草草收場,受歡迎的劇情則複製繼續使用,同樣類似的劇情,觀看多次,不免顯得乏味,而漸漸不得觀眾喜愛,收視率下降,而最後為了刺激收視,開始引進外劇,間接促成外劇襲台的局面。

雖然三台在此時積極求變,開始嘗試拍攝不同題材,但在民國八十點末期,政府開放 有線電視頻道,電視產業呈現「完全競爭」的狀態,黃金奇蹟的盛況不復再見,台灣的影 視產業漸趨零碎,也喪失了大規模改革的機會,在此時,因為高度競爭,電視台不願也無 力再製作高成本節目,使得產量及品質都下降,為了填補暴增的節目時段,電視台開始購 買國外節目版權直接播放,此時日劇與韓劇大受歡迎。(轉引自高啟翔,2003)

台灣電視劇在此局面之下,勢必要提升競爭力,藉由多年來,接收、轉化、在行銷跨國節目的經驗,台灣吸納日、韓劇部分特質,轉化成以愛情普世情感為主題,去除本土文化脈絡,推出具文化混種特質的影視產品一偶像劇(吳怡國、姜易慧,2010),第一齣偶像劇《流星花園》在2001年推出,由華視、製作人柴智屏、馮家瑞,以及導演蔡岳勳合作,劇本改編自已累積廣大讀者群迷的日本漫畫《花より男子》,從表演、場佈到拍攝等細節的創造而產生新型態生活化的清新戲劇格式(高啟翔,2003),偶像劇問世之後,一躍成為台灣當時主流的電視劇形式,幾乎每部都創下極高的收視率,並將版權賣到國外,開創首次台灣電視劇輸出國外的紀錄,並捧紅出演的明星,此後的十年間,可謂偶像劇盛世。

但在 2010 年之後,偶像劇劇情題材因為重複俗爛,越來越不能滿足觀眾的需求,製作規模也受限於國內廣告市場被各家頻道業者瓜分,提升製作預算變得非常困難,雖偶像劇因為愛情故事具有普世性的題材,擁有銷售海外的潛質,但收益卻無法解決產業內部的問題,台灣電視劇的製作成本始終停滯,相比,日、韓、中、泰等地持續投入大量的製作成本,台灣偶像劇漸失競爭力,至此,台灣的自製的電視劇漸漸沒落,製作環境也每況愈

下,台灣影視產業呈現頹勢,當中雖零星有一些從業者嘗試改變現況,但僅淪為曇花一現,民眾多數轉而收看外劇,例如韓劇。

台灣逐漸沒落的影視產業,在 2016 年始見轉機,OTT 平台出現,觀眾的收視習慣開始改變,不再鎖定電視,同時也藉由網路平台隨點隨放,帶動了影劇內容需求增加,台灣影視產業開始拓展更多元類型,原本的偶像劇因為收視率下滑、題材難以突破,而陷入瓶頸,間接也影響新型態的戲劇類型出現,如社會寫實、醫學、法律相關、推理與神秘等類型,這些被統稱為「類型劇」4,舉例來說《麻醉風暴》是 2015 年公視製作與醫學有關的作品,劇情以麻醉醫師為主軸,涉及醫療糾紛及台灣醫療環境的議題,該劇採取 OTT 平台與公視聯播,收視表現亮眼(金彬娜,2020),也在網路上引起討論,這些類型劇近年來越來越貼近觀眾,舉凡各種社會寫實、推理神秘等劇情皆包含在內。更夾帶著多元劇情進軍國際平台,提供差異化的內容。

另外也不得不提到,2016年開始,超過10位知名台灣導演共同合作的「植劇場」,製作題材以驚悚、靈異、愛情、改編四種類型為主,也就是上述提到所謂的類型劇,包含一系列劇本,每個劇本有2個單元,共有8部戲,每個單元在6到7集便會結束,以台劇來說是前所未見,但也可以看到此舉更有培育台灣年輕影視人才的意圖,每部劇都會以一位實力派演員搭配新生代演員共同演出,並從最基本的編劇到後期的行銷,一條龍都會參與,試圖改變、培植台灣的影視環境,播出後也掀起一番熱潮,舉例來說《天黑請閉眼》、《花甲男孩轉大人》都呈現有別於偶像劇的劇情,包含驚悚推理、或改編自知名小說,也凸顯出新時代觀眾不僅僅是要影視劇集,而是劇情不俗爛的影視劇集,而台灣恰恰也有實力可以供應產製出有品質的影劇,並持續投入資源及扶植年輕從業人員。。

⁴資料來源: https://opinion.udn.com/opinion/story/120596/4298405

⁵ 資料來源: https://www.watchinese.com/article/2017/22653

隨著植劇場的結束,類型劇的風潮並沒有停止,反而繼續蔓延,在2019年,更有 《我們與惡的距離》之社會寫實類的電視劇推出,此劇是公視、HBO Asia 與 CatchPlay 三方合作戲劇,主要內容包含台灣發生的社會案件作為題材,並佐以新聞媒體困境和思覺 失調症之議題,播出後,掀起台灣社會上許多的波瀾,夾帶著非常高的聲勢改編成舞台 劇,這邊可以看到該劇的製作模式與《通靈少女》非常相近,都有公視、HBO Asia 協力 製作,製作的劇情也都有別以往愛情偶像、鄉土長壽的劇情,更多的是碰觸社會上各式議 題,加之懸疑驚悚,都有亮眼的收視表現。

雖以目前環境來說,商業電視台因為收視率掛帥,會懷疑類型劇的商業價值,認為有沒有明星卡司、觀眾埋不埋單是考量的重點,同時有些題材也會被認為過於敏感,電視台不敢觸碰。同時,分眾化的類型劇有時候不太適合在作為大眾媒體的電視上播出,故較難讓商業電視台願意加入拍攝。

但類型劇隨著現今各式 OTT 平台市佔率越來越高,開始如雨後春筍般出現,各種原來因為法規限制無法在電視中播出的影劇也都上架在平台上,類型劇像是一個國際語言,在很多國家已經普遍大眾化(陳迺云,2019),越來越多類型劇可以藉著 OTT 平台,繞過傳統在電視台播映的形式,上架到串流影音,讓越來越多人看到,甚至在國際上受到注目,相信某種程度也可以影響台灣影視產業。

大多數的類型劇都是根據特定事件或主題發展,由類型包裹著特定的議題,閱聽人可以享受到劇情的豐富,也能思考議題的衝擊,象徵目前創作和改變過程中的重要轉折點, 帶來台灣電視劇環境更多可以發揮創意及創新劇情的地方,同時台灣也需要加強這方面的 編劇能力。

參、類型劇與IP

針對上述,因為OTT平台的崛起,各式各樣類型劇也順勢出現,內容朝向職人、社會議題等多元化題材發展,收視表現也逐年攀升,讓觀眾有更多的類型劇情能做選擇,也因為類型劇的題材多元,貼近時事,劇情來源多來自於真實故事或知名文本改編,因此越來越多IP成為製作類型劇的題材來源,舉例來說,本研究的個案《通靈少女》便是IP改編,可以看到改編之後的劇情也同樣吸引人收看,更創下收視率紀錄。

IP 源自於 Intellectual property,是智慧財產權的簡稱,泛指人們運用智慧與精神創作出來的產物⁶,以影視產業為例,像是小說、漫畫、卡通等,皆屬於 IP 的範圍,並非新鮮的名詞,但後來中國因應商業市場之情況,首次將 IP 定義成更細緻的用法,具有泛娛樂開發價值的文本、人物、元素統稱資產,例如可以在影視劇、動漫、遊戲等娛樂文化重複應用的故事、肖像、人物及元素都可稱之為 IP。

而 IP 經濟則是將 IP 進行授權販賣再開發。從文學到影視再到遊戲以及周邊,完成一完整的產業鍊,優質的好 IP 可以透過不同形式開發,進行不同的版權販賣,商業價值可以反覆的被挖掘⁷,並發展成各式各樣的作品形態,再延伸到實體商品的市場,帶來的商機不容忽視。

網路是IP經濟得以蓬勃發展的原因,是肥沃的土壤,影音媒體不再是單向的傳播,往常透過收視率反應觀眾的喜好,到現在民眾可以透過網路分享他們對於影劇的意見,製作公司可以做為參考的依據⁸,除此之外網路也讓IP概念可以快速擴散,從小說、動漫、影視以及音樂相互跨媒介影響彼此領域,但也因此需要把握熱度,開發其他相關衍生品,否則很快就會喪失最佳的銷售時機。但有些時候,IP容易被當作吸引投資者的工具,因

⁶ 資料來源:https://kopu.chat/2017/05/13/what-is-ip/

⁷ 資料來源: https://www.facebook.com/simpleinfo/photos/a.926334160876025/926334350876006

⁸ 資料來源:https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=157402

為有一定的粉絲基數,推出改編的影視通常都會有一定的市場規模,也更容易吸引閱聽眾的目光,是劇情內容熱門的來源。

目前,IP經濟最清晰的路線為影視產業中的電視劇,因為大部分的IP本質上都是一段故事,而一個好故事和電視劇的改編是有所關聯的⁹,從前電視劇我拍你看的產製方式,漸漸轉變為拍你想看的,無疑是一個更保險的選擇,對此不管是挑選最具人氣的的網路小說作為劇本或熱門影集拍攝續集,同時在社交媒體上創造話題,都可能是票房保證。舉例來說像是台灣漫畫家阮光民、導演高炳權、編劇陳潔瑩三人組成團隊將《用九柑仔店》漫畫改編成偶像劇,或 2017 年電視劇《花甲男孩轉大人》即是改編自楊富閔小說《花甲男孩》,後來更因為戲劇爆紅,2018 年原班人馬將該劇搬上大螢幕,轉戰電影。

而近幾年,IP被改編為電視劇也有其環境因素,國內原創劇本的匱乏,時常找不到 合適的劇本進行拍攝,加之OTT崛起,各種劇本需求增加,因此運用IP來進行改編便成 為另一種模式,因為IP相對來說已有完整的故事架構,只需要挑選合適的情節進行改 編,也不會有編劇靈感缺乏導致電視劇無法拍下去的情況產生,同時也縮減電視劇的製作 成本及時間,而知名IP即有一定數量的粉絲支持,可說是播出後會有一定的基本盤支 持。

第三節 跨國 OTT 平台與國際市場

OTT 是 Over The Top 的簡稱,而「Top」是電視連接上機上盒(Set-top box)的意思,但後來被用來指稱通過網路觀看影視內容服務,起初 OTT 並非在電視上看,而是在電腦上看電視的概念,後來這個概念擴展到能在筆電、平板等隨身攜帶的裝置上觀看影視

⁹ 資料來源:https://www.sohu.com/a/326824163_444456

內容(轉引自金彬娜,2020),換句話說,現在的 OTT 意味著通過電視以外的方式來取得影視內容的服務。

網路的普及、數位技術的發展,讓 OTT 平台快速成長,傳統媒體與新媒體間的界限變得模糊,閱聽眾對於內容的需求不再圍繞電視節目表的時段,也掀起了「剪線」的熱潮,用戶開始放棄有線電視服務,改用 OTT 平台觀看影劇,帶來更主動、更自由的觀影方式。

同時,傳統電視台乘載的內容量也已不夠 OTT 平台的需求,機會及市場正在擴大, OTT 平台也克服時間和空間的限制,觀眾能夠隨時取用媒體內容,諸如電視節目、戲 劇、電影和音樂等,改變媒體的消費模式,觀眾也從被動走向主動。(轉引自金彬娜, 2018),總結來說,之前的電視台只需將內容填到一天 24 小時的時段內即可,但在 OTT 影劇平台,卻因為觀眾的觀影習慣,得鋪天蓋地的將內容上架到平台上,不僅僅是填補 24 小時而已,而是去填滿無限的時段,讓不同觀眾都可以在平台上找到自己喜歡的影劇 觀看,並黏著其上。

OTT對台灣影視產業的影響主要在產製的部分,傳統電視台的產製流程已無法滿足OTT的需求,OTT開始轉向自製影劇,也從自製的影劇中做出差異化,因此跨國OTT平台投注在自製及開發類型劇本的資源持續增加,為了拓展市場及與推出獨特內容跟其他平台競爭,跨國OTT平台會選擇與在地影視業者合製影劇,根據調查報告,台灣影視內容海外行銷在持續成長中,以2018年來看,較前一年成長3.06%,主要即是國際OTT平台對於在地內容的需求持續增加,因此頻道業者將節目版權賣給平台業者,例如三立電視台多檔經典偶像劇,同時積極與台灣電視製作公司、頻道業者共同合製原創內容,本研究

個案《通靈少女》便是公視與 HBO 合作,之後更有與 Netflix 合作之《雙城故事》等,使得影視業者來自美國中的海外收入比例明顯增加¹⁰。

目前國際業者在跨國合製內容上多傾向選擇具在地化元素之題材,產製的劇情開始向類型轉(陳迺云,2019),嘗試跳脫愛情劇思維,增加偶像劇以外的類型劇,也接觸更多之前不會碰觸的議題,像是思覺失調,無差別殺人等更具前瞻性的題材,這也代表,原本台灣傳統影視業者僅願意將資源投入過去成功的劇情模式,例如偶像劇,而不願開發拍攝這些較為多元新穎的題材,現在也因跨國 OTT 平台而改變,這些多元豐富的類型獲得國際業者的注資合製,可以不受國內電視台資源的影響而被拍出,是造成類型劇崛起的主要成因之一。

同時相較之前調查結果¹¹,2018年台灣觀看 Netflix 的比例均增加,顯示平台上架在地 化內容與多元類型的策略,有所成效,吸引民眾觀看,OTT 平台持續並且快速的發展 中,也可以說為台灣的影視環境注入活水,帶來新的機會,成為我國內容輸出海外市場的 新渠道,舉例來說,2018年,公視《你的孩子不是你的孩子》即透過 Netflix 於全球共 171個地區播映,讓各國訂閱戶皆可收看,也在日本爆紅,後續更登上日本 Netflix 人氣劇 集第一名,意謂台灣可以藉著 OTT 將在地內容帶到國際市場,

收視率指標不再是唯一判斷一齣戲成不成功的工具,透過 OTT 的後台即能掌握劇情的影響力及推廣的成效,並能更精準地找到閱聽人的特徵,也因此大數據在產製時就開始佔有重要篇章,從分析具有熱度的主題,找尋觀眾喜愛的明星組合,並計算出適合的人選,到播映後收視的點擊率,更細到觀看時間,作為下一次產製改良的依據,同時能智慧化推薦影劇給閱聽眾,提高其觀眾黏著度,可以看到大數據在整個 OTT 平台上佔有重要地位(陳迺云,2019)。

¹⁰ 資料來源:《2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告—電視產業》

¹¹ 資料來源:《2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告—電視產業》

閱聽人的觀影習慣也逐漸轉移到網路上,與電視相比,觀眾能夠以主動方式使用OTT服務,過去習慣固定時間打開電視收看影劇,現在則是各個時間點都能進入網路收看影劇,像是OTT可能會一次將劇集一次上架,觀眾可以自己選擇適合的時間收看,或收看自己感興趣的部分,自主性大大的提升,更有個人化推薦服務,也使得更多元的劇集及更多元的呈現方式出現在OTT服務中(Yoo and Park,2018)。

由於激烈競爭的關係,很多OTT國際業者會積極產製獨家原創內容,吸引消費者訂 閱,同時也包含許多在地化及多元內容,更多小眾類型有機會可以觸及閱聽人,也給了台 灣的影視產業一個機會,透過與跨國業者合作得到更多的資源,製作規模相對高於一般節 目規格,呈現出來的品質也相對較佳、較有吸引力,除了國內的市場,也能在國際間打開 知名度。

總結以上,OTT 崛起影響了影視內容製作的變化,影響之前主流無差別、一體適用的內容,向類型轉,讓台灣影視產業製播更多類型劇,內容朝向更多元、貼近在地社會議題發展,具有在地特色之故事,同時在製作規格上,因為現代人忙碌的生活與通勤時間碎片化觀影時段,朝向 10 級左右的影集規格發展,與國際發展趨勢接軌,並讓節目節奏更為緊凑,且影集式規格亦可保持展延故事內容之彈性,也適合後續培養成 IP,可以看到這些內容影音平台,影響了台灣影視產業內容的產製,也增加了劇本的需求,同時也讓台灣得以跨入國際市場。

第三章 研究方法 第一節 方法概述

研究方法多採質化或是量化研究,而兩種方法各有利弊,量化多是對事物可以量化的 部分進行測量和分析,以驗證自己假設是否正確,並回答所擬定的問題,而質性則多是與被研究者間互動,進行深入、細緻的體驗及觀察,獲得某種開放性、全面深入的理解。

本研究將採用質性研究方法,因為題目較為創新,須透過訪談專家,做深入的探討,故選擇深度訪談作為研究方法,深度訪談法是教育、社會工作、人類學常使用的方法,此方法係透過研究者對受訪者的訪問,做成記錄形成報告,以歸納為結論,是典型的質化研究(鄭自隆,2015)。

另因研究想要探討之問題較為細節,相較德菲法、焦點訪談法更能透過深度訪談獲得所需資料,同時,參與訪談的人皆為業界人士,平時有全職工作,因此要找到所有受訪者 共同可行之時間進行焦點訪談有其困難性,另德菲法是透過問卷調查方式搜集專家意見, 恐無法獲得事件趨勢背後之原因,本研究很大程度是為了了解事件背後的原因,綜合以 上,決定選擇深度訪談作為本研究之研究方法。

綜合以上,本研究嘗試對類型劇《通靈少女》進行分析,藉以了解製播該劇時的情況,包括跨國合製的考量、題材重點,並以此作為出發,訪談業界人士並整理對於類型劇的看法、跨國合製的題材通則及拓展國際市場的作法,期望透過研究得出完整深入的分析,最後提出對於未來台灣影視產業的發展建議,提供細緻的理解和洞見。

第二節 深度訪談

深度訪談是教育、社會工作、人類學常使用的研究方法之一,研究者尋訪、訪問被研究者並進行交談和詢問,訪談是一種研究性交談,研究者通過口頭談話的方式,從研究者那裡搜集第一手的資料的一種研究方法,深度訪談是對特定的主題或經驗之深度探索,讓研究者參與者(受訪者)詮釋自己的經驗,因此訪談能了解受訪者的想法、過去的生活經歷,從多重角度,對事件的過程有深入、細緻的描述:與問卷相比,訪談有更大的靈活

性,以及對意義進行解釋的空間,而在傳播領域使用深度訪談作為主要研究方法,通常是主題創新或較為冷門,了解這領域只有少許的專家,需要深入探討,以作為探索性研究。

依照訪談結構的控制程度,可以分成三個類型:

- 1. 封閉式(結構型):研究者對訪談的走向和步驟握有主控權,按自己事先設計好、固定結構的統一問題集進行訪談。
- 開放式(無結構型):沒有固定的訪談問題,研究者鼓勵受訪者用自己的語言發表自己的看法。
- 3. 半開放式(半結構型):研究者對訪談的結構具有一定的控制作用,同時也允許受訪 者積極參與。

本研究選擇半結構型方式進行訪談,因為題材較為創新,訪談的過程不特別控制問題的提問順序,以欲探討的問題作為根基,讓受訪者說明自身的看法,再逐步引出其中的細節,讓受訪者進行深入談話,期望藉由訪談得到對於類型劇崛起的看法觀點、跨國合製的題材通則及拓展國際市場的作法,包含對 IP 的觀點,最後提出未來台灣影視產業的發展建議。

壹、 對象

此次研究深度訪談的對象包含《通靈少女》之當事人、關係人及旁觀者,以曹文傑前總經理及郭菀玲經理而言,在《通靈少女》策劃製播時,皆已在公視工作,並直接參與該專案,故為當事人,而隋淑芬導演之研究所學長是《通靈少女》的導演,故為關係人,除此之外,本研究也聚焦於類型劇與跨國合製,侯季然導演與隋淑芬導演皆是台灣影視產業的實務工作者,具有跨國合製及國際流通的經驗,故為旁觀者,以下整理表格,提供更為清楚的整理總覽。

Chengchi

表 1 本研究之當事人、關係人及旁邊者

研究主題	當事人	關係人	旁觀者
《通靈少女》個案	曹文傑、郭菀玲	隋淑芬	侯季然
類型劇跨國合製	侯季然、郭菀玲	隋淑芬	曹文傑

表 2 深度訪談受訪者整理

《石水及断以及 断有正在					
姓名	職稱	相關經驗	日期	時長	地點
曹文傑	公視前總經理	參與《通靈少女》專	2021.05.13	1小時	Google Meet
		案、公視營運策略	15:00		線上視訊訪
					談
郭菀玲	公視國際部經	參與《通靈少女》專	2021.08.11	1.5 小時	Google Meet
	理	案、公視國際合作策略	14:00		線上視訊訪
			*		談
侯季然	導演	得獎導演、具跨國合製	2021.	1 小時	Google Meet
		經驗	07.12		線上視訊訪
	_		20:00	-	談
隋淑芬	導演	得獎導演、作品題材多	2021.07.28	1.5 小時	Google Meet
		元	14:00	5 //	線上視訊訪
		元	101/6		談
		Chengch	i		
٠					

貳、 探討面向

《通靈少女》作為首次三方跨國合製的影劇,全劇在台灣拍攝,主要任用台灣的影視製作團隊,有其代表性,在當時題材也脫離偶像劇的框架,偏向多元題材的類型劇,影響後續越來越多類型劇的推出,同時在跨國 OTT 平台上播出,舉例來說《你的孩子不是你的孩子》、《我們與惡的距離》描述的題材都來自社會寫實以及特殊多元的題材,前者描述不同子女教養方式下所反映的各式案件,後者則點出殺人犯、思覺失調症和新聞環境的

衝突,這些往常都不會是被商業電視台所拍攝的題材,卻與國際影音平台合製並上架,跨 越地域的限制,吸引國際的觀眾收看,開拓國際市場。

因此本研究從文獻回顧中,整理出類型劇的出現,到跨國 OTT 平台對類型劇的助力 及拓展國際市場,再提到拓展國際市場作法當中的跨國合製,希望藉由訪談當時參與《通 靈少女》的業界人士及台灣影視工作者來更深入探討類型劇的趨勢成因、拓展國際市場的 實務觀點、對跨國合製的看法及經驗分享、題材的通則,最後再提出對於台灣目前影視產 業的建議,訪談大綱則依有無參與《通靈少女》專案分為兩份。

表 3 有參與《通靈少女》之訪談大綱

	农 3 月 参 兴 《 迪 蓝 夕 父 》 之 动 缺 八 納
研究目的	大綱題目
類型劇之成因及	之前台灣電視劇主流為偶像劇及鄉土劇,但目前因為 OTT 發展趨
發展	勢影響,有越來越多元的題材類型被拍出,例如《通靈少女》、
	《我們與惡的距離》和最近的《火神的眼淚》,想問您認為除了
	OTT之外還有哪些可能的成因及您的看法觀點。
拓展國際市場與	以您的經驗及觀點,台灣影視產業要如何拓展國際市場,例如與跨
OTT 平台的助力	國公司合作(Netflix, HBO 等)合拍影劇,上架串流平台?
跨國合製掌握要	1、 想請您特別說明一下《通靈少女》當初合作的情形
點及劇情編排	2、 請您分享對於跨國合製的看法及經驗
	3、 跨國合製時可以注意的重點
	4、 跨國合製的題材選擇
類型劇與 IP	對於 IP 改編劇或 IP 改編電影的看法。
未來台灣影視產	對於台灣影視產業未來發展的建議。
業建議	

表 4 無參與《通靈少女》之訪談大綱

研究目的	大綱題目
類型劇之成因及	之前台灣電視劇主流為偶像劇及鄉土劇,但目前因為 OTT 發展趨
發展	勢,有越來越多元的題材類型被拍出,例如《通靈少女》、《我們
	與惡的距離》和最近的《火神的眼淚》,想問您認為除了 OTT 之
	外還有哪些可能的成因及您的看法觀點。
拓展國際市場與	以您的經驗及觀點,台灣影視產業要如何拓展國際市場,例如與跨
OTT 平台的助力	國公司合作(Netflix, HBO 等)合拍影劇,上架串流平台?
跨國合製掌握要	1、 請您分享對於跨國合製的看法及經驗
點及劇情編排	2、 跨國合製時可以注意的重點
	3、跨國合製的題材選擇
類型劇與 IP	對於 IP 改編劇或 IP 改編電影的看法。
未來台灣影視產	對於台灣影視產業未來發展的建議。
業建議	

參、 資訊飽和度

所謂資訊飽和度,是指新的受訪者回答,並沒有超越舊的受訪者之答案範圍時,即表示所獲得的資訊可能已達飽和,在本研究進行到第四位受訪者時,其回答基本已包含在前面三位受訪者的答案當中,因此判斷為資訊搜集已達飽和,可能不會超出已搜集資訊的範圍,故停止訪問。

同時,因為本研究之受訪對象均有非常豐富的年資及深厚的背景經驗,其回答資訊強 度相對來說較大,很大程度可採信其回答,列為本次研究之發現,並整理出相關洞察,綜 合上述,本研究最後深度訪問人數為四人。

第四章 發現與討論

第一節 類型劇發展趨勢

壹、類型劇趨勢成因

類型劇如雨後春筍般出現,對台灣影視產業來說,是一大轉變,象徵更多元豐富的題材出現在台灣的影視環境,也藉著劇情為閱聽眾帶來更多元的價值觀及反應更豐富的社會樣貌,綜合訪談發現類型劇的崛起有幾個成因,第一是偶像劇收視下滑,以前的偶像劇是電視劇的主流,但因為其劇情安排逐漸落入俗套,人物設定較無新意,而漸漸無法吸引觀眾的收看,收視逐漸下滑,台灣閱聽眾轉而收看日、韓等外劇,出口海外也喪失競爭力,種種影響,沒有利潤無法投入產製高品質的影劇來吸引觀眾,觀眾就更不會收看,也就沒有收益,呈現了這樣的負面循環,急需尋找不同出路,而類型劇就是作為某種新的嘗試而出現的劇種。

對台灣的影視產業來說,我覺得就是一個非常棒的一個轉變,那我覺得,這 些新題材的嘗試就是其實他代表就是以前的你提到的鄉土劇,就是偶像劇這樣子 的這樣子的這個劇種。我就不管他在主題上訴求還有劇情的細節的安排、他人物 角色的這個設定等等,我覺得都就是非常的老套,都是很套路,然後無法無法滿 足觀眾需求、久而久之就是觀眾就會厭倦了,就很千篇一律這樣。(隋淑芬)

我覺得類型劇的目的當然也就是收視吧,就是,我清楚知道,比方說,家庭 倫理劇它有一定的觀眾群,那麼這個驚悚懸疑類型,它有一定的觀眾群,但我打 這個類型的時候呢?那麼這一類的觀眾一定會被吸引進來,然後對於台灣的影視 環境來說,那類型它可以是一種嘗試,就是說,在過去就是就是(我有爬梳過,像是偶像劇?)偶像劇曾經流行過一陣子。(曹文傑)

偶像劇曾經在台灣紅極一時,劇情往往夢幻唯美,參與拍攝的演員也多是俊男美女,但實際描繪的故事非常刻板,相對脫離現實,因此類型劇與偶像劇有極大的對比,舉例來說,雖然《通靈少女》某種程度也有愛情的元素,但呈現表達的方式,較為合理,而其他如《我們與惡的距離》、《火神的眼淚》等類型劇都根據真人真事改編,包含爭議性議題,情節貼近現實,更包含人性的掙扎,人物的設定更加多元、立體。第二個類型劇崛起的原因正是因為類型劇某種程度呈現各行各業真實的寫照,裡面的人物寫實,包含許多細節,例如《我們與惡的距離》就是將新聞在採訪的真實狀況、衝突脈絡放入劇情裡面,觀眾不同以往會覺得新奇貼近,同時也帶給觀眾視覺上的新鮮體驗,非常具有說服力,同時也吸引觀眾持續收看下去。

那我覺得現在這樣子有多元題材出現,我覺得是給觀眾在視覺上的一個新鮮體驗,然後最重要是他們不管在在這個劇情的安排或是人物的類型上,我覺得都打破以前的這種偶像劇或鄉土劇的這種那種老套故事,他們傳統的那種表述的方式,這樣子,我覺得是非常好的 ······這種就是之前鄉土劇裡面比較誇張是的這種表演方式,或者只聚焦在這種這種極端式的愛恨情仇裡,然後偶像劇裡的那種夢幻唯美的,然後人物角色一定是俊男美女的。這樣子的劇種,或者是說一見鐘情呢?或者愛得死去活來?我覺得我覺得這種都會呈現那種人物是非常刻板,就是主題,很老梗都沒有新意,然後我覺得這樣子劇情跟人物的形象會愈來愈被脫離寫實,因為真實的人生有時候不是那麼樣子的極端表現,或者不是普羅大眾都是俊男美女,然後愛情都是或者一見鍾情,或者就是從此過著幸福快樂的日子,就是這些都會蠻脫離現實這樣。(隋淑芬)

然後我覺得不管通靈少女或是與惡的距離,或是火神的眼淚,他們這樣子豐富、多樣化的內容。我覺得在情節上更合理性的,那通靈少女是我學長拍,我比較知道他也是根據真人真事改編的。他甚至那個那個會通靈的那個那個女孩叫做蘇菲亞是索菲亞對不對,對也成為他的裡面的劇本的顧問,就根據他的一些事情來改編這樣,那與惡的距離也是好像有根據,一些法律的案件,因為像我兒子讀,我是是你們政大法研所的,那所以對所以他那時候也跟我提到。這部片就是說是說老師也叫他們看,因為他跟法律的一些案件有一些一些的有關的,所以就他也特別關注這個與惡的距離,那就是我覺得它裡面當然很多都是可能根據真人真事改編是他的情節上是更合理的,情節是合理的,然後裡面看得到這種人性的掙扎看得到人性的。比如說,黑暗面也好光明面也好都有,他是多元的、人物的設定是更立體的是多面性的,不是扁平的、所以這樣子我覺得是更符合真實社會上各行各業的一個寫照。(隋淑芬)

《與惡的距離》,他會那麼受歡迎的。很大的一個原因是,因為他放了很多非常好寫實的元素在裡面,所謂的寫實、包括人物的寫實,然後包括一些細節。比如說,在新聞拍攝的現場,採訪新聞的現場可能會發生一些非常真實的狀況,然後把一些真實的衝突脈絡放入他的劇情裡面,《與惡的距離》來說是這樣的,而火神的眼淚,其實有大半是就是因為消防員這個真實生活的脈絡夠寫實、夠詳細、夠清楚,然後能夠說服人,所以才讓劇情有基本的力道在。(郭菀玲)

第三個原因則是影視作品題材會隨流行更迭,這一代喜歡的東西未必下一代就會喜歡,隨著科技發展及市場改變,影視產業一直在追求新的娛樂、新的美學,針對新一代的觀眾勢必會有不同的劇種出現,觀眾喜好口味勢必會隨時代變遷,不斷地更新,也因為全球化風潮的影響,資訊交流越來越快速,潮流的更迭也越來越快速,更容易知道現在各國的影劇趨勢,互相交流、互相影響,近期的國際影劇潮流,便傾向於各式各樣的類型劇,包含日本的職人劇、美國的醫療劇等。同時觀眾會追求這樣的轉變,也代表台灣影視產業和觀眾水準有某種程度的提升,不再只是收看單一劇情的偶像劇。

那這種其實,這種這樣子的一個轉變,我覺得某種程度上也代表台灣影視產業和觀眾水準,其實都有大幅的提升。(隋淑芬)

我覺得影視作品的題材本來就會有流行更迭的問題,這個趨勢,所以之前的 偶像劇、鄉土劇到現在這些不同題材的東西。其實我覺得這是因為影視作品的市場,其實就是一直在追求一些新的娛樂,新的美學,或是針對年輕的世代有新的不同的產品的提供。所以,我覺得,這個更新是一個在整個大的趨勢上來說必然會自己不斷的更新這樣子。(侯季然)

就是前一陣子可能偶像劇比較多,這兩年類型劇出現,這個是跟潮流有關的,那類型劇會崛起有一個很重要的元素,還是就是過去比如說十年左右的一個全球化的風潮吧,就是資訊交流越來越快速,然後大家能夠在網路上看到的內容越來越多,那包括我們看到韓劇,我覺得韓劇是一個被控,他們在這部分有帶頭的作用,就是我們在韓劇上面看到很多這類的題材。然後他們的編劇的確在題材上推陳出新。帶動新題材相當的多,同時也提到,比如說職人去過去有陣子,日本做過,有一陣子做的非常好,但後來,在韓劇興起過去十年來,真正職人劇做得非常精彩的有很多是在韓劇裡面,應該說,大家再一個靈感上的交換越來越多之後,就像火神的眼淚這些職人劇的作品。其實是在那個脈絡下來的,對所以所以跟大家就是互相交流,互相啟發。(郭菀玲)

第四個原因則是新的影視工作者投入產業,新的創作者、編劇、導演,帶來了新的觀點,從前段敘述可以看到,上一個世代喜歡的東西不一定在這個世代會同樣受歡迎,因此對於產製新世代喜好的影劇,應該適時加入新世代的觀點,藉此活化台灣影視產業,像是本研究的個案《通靈少女》的導演陳和榆在當時便是新投入產業的影視工作者。

可能也跟新一代的這些影視作品的製作人,還有創作者、編劇、導演、投入這個產業有關係,就是說可能以前的上一個世代所喜歡的東西可以跟上一個世代的觀眾溝通。但是新的世代觀眾喜歡的東西可能真的是需要新的世代的影視創作者來提供給他們,所以我覺得很有新的,這些製作人像通靈少女、與惡的距離,像這些個作品的製作人,其他都是剛剛在那個時期剛剛投入這個市場的新的製作人。所以我覺得他們會有新的觀點,然後對於市場有新的觀察,對於這些作品應該要怎麼做到的,品質應該要怎麼樣,然後希望達成的效果是怎麼樣?我覺得,有他們自己新一代的看法,所以我覺得這個這是另外一個原因。(侯季然)

第五則是因為,OTT 國際影音平台的出現,觀眾的收視習慣改變,現在的觀眾群跟以前的觀眾群可能不一樣,尤其是新觀眾投入市場,他們可能是國、高中生、大學生,但非常熟悉於找尋自己喜愛的影視收看,而非固定在電視機前收視,並且有能力接收到各國的影劇,因此品味喜好也不同以往,因此這樣年輕、分眾、主動型的收視習慣也影響了類型劇的出現,劇情豐富多元的類型劇,較能滿足隨點隨看、分眾主動的收視習慣,也因為觀眾對類型劇的反應普遍較佳,所以這幾年才出現越來越多的類型劇。另外,在文獻中提到 OTT 國際影音平台在為了競爭並進入市場,會積極尋找在地內容,並與當地業者合作,劇情也會向類型轉,影響了台灣類型劇的發展及崛起。

就是當然,因為觀眾也在更新當中(對沒錯),就是現在的觀眾群跟以前的 觀眾群可能不一樣,尤其是新的觀眾新的投入這個市場觀眾,可能他們高中生, 或者是國中生或者是大學生,那他們跟他們上一代的觀眾不一樣。所以觀眾的不 一樣之類會造成作品的不一樣。(侯季然)

當然也跟,觀眾的回應,就觀眾對這類職人劇其實反應都還蠻好的馬,因為他又有寫實的部分,又是真實的題材,又有真實人物的一些影子在裡面,所以真正做得好的職人劇是很容易吸引觀眾目光的(郭菀玲)

最後,則是原本在中國大陸工作的影視業者回流台灣,帶回大場面製作的技術、經驗和不同觀點,影響了台灣影視產業環境,在 2013 年左右,因為中國的影視產業極為蓬勃,也急需各式各樣的影視工作人員來填補需求並學習技術,因此許多台灣的影視業者便跨海前往中國工作,也帶來豐沛的收入,當時台灣的影視技術高於正在發展中的中國,兼有地利之便,很容易就能找到待遇比台灣好的工作。

但在三、五年後,不管是中國已扶植培養自己的工作人員,足夠應付市場需求,或是因為中國對於題材管控的程度收緊,越趨嚴格,許多題材因為法規不能拍攝,也較難抓到創作的尺度,而後更因 2018 年中國大陸市場急速收縮,在這樣的情況下,影響到部分台灣業者的案量,很多本來在中國工作的台灣影視從業人員則順勢回流到台灣,帶來在中國製播影劇的經驗,因其市場大、製作成本高,產製的影劇相對來說包含許多新技術,同時對於創作題材的觀點也與台灣不同,帶來某種程度的衝擊,也間接影響了類型劇的出現。

我覺得還有一個原因是我覺得在,這五年來吧?對了是三五年來,這是因為在兩千,兩千年剛開始到二零一零年、二零一二年、一三年左右的時間,其實因為中國大陸對岸那邊的影視產業非常的蓬勃,所以有很多的創作者都會往那邊去,不管是演員也好還是導演或者是編劇、製作人,什麼的,其實都會往那個很大的中國的市場吸過去,那但是因為在應該是,這五年來可能兩岸之間,主要是因為中國那邊的尺度。或者是說,他們那邊的對於影視產業的怎麼說?管理變得比較嚴格(有些題材會)是的就是說,對,有些題材或說有一些海外的創作創作團隊,其實不太容易去抓得到那邊,現在新的,這些創作尺度在哪邊,所以其實這個也會造成。就是說,有很多的創作者本來在中國那邊,其他現在又就是要回流,回頭過來台灣,所以這些最近所以很多這種創作者回流過來之後,他雖然在台灣這個本土創作作品,當然也是會就是帶來一些,就是在中國市場那邊可能訓練。或者是說,那邊的一些,關於品質上的一些更高的要求,因為的是一個更大市場嗎,那他們其實也是一些這些創作者回流回來台灣時候,自然也會帶來新的

技術跟新的觀念,所以,我覺得這個等於台灣的創作力又回流回來的感覺,所以也會造成這幾年有很多新的台劇出現,會覺得這幾個方面都有一些影響。(侯季然)

貳、類型劇的發展及未來

但同時有受訪者提到若僅是在台灣開拓類型劇,不一定會是成功的做法,因為台灣的市場相對較小,如果希望由類型劇去瞄準分眾的收視群,可能量體相對來說也是小的,不一定能帶來更高的收益,也因此在一開始時就可以將目光放遠,把市場定位放大,放眼國際市場,積極尋求國際合作機會,近期因為跨國 OTT 影音平台發展,為了推出獨特的內容,吸引觀眾訂閱,會尋找各國在地類型題材,很大程度成為台灣出口影劇的管道,也是可以拓展國際市場,尋求國際合作的機會,與此同時,也可以先定位在全亞洲,共享部分文化的地區,像是受訪者提到《我們與惡的距離》播出後,在東南亞及鄰近市場獲得廣泛迴響,因為在劇中提出的議題,其實在這些國家都可以看到,也時常出現在報導中,但很少用戲劇的方式來闡述,這些都是類型劇在未來發展時可以適用的做法。

但如果只以台灣市場來講的話,我不覺得類型是一個,就是不是一個太好的牌,因為台灣市場沒有那麼大,你如果在一個大的市場裡面你打類型,我覺得他會是一個好牌,那可是台灣市場沒有那麼大,所以你打類型,不見得是一個好牌,因為這個東西牽涉到每一個地方,它的整體的策略是什麼,那我覺得打國際仗是必須的,而且是一個就是對於開拓你的觀眾群來講,他都是對於台灣來講,他都是一個,要怎麼跟(我們天生就是市場小),對我們天生就是市場小,那如果你一開始就把你的市場定位在全亞洲,或者是說,我隨便講,就是你如果把你的觀眾定位。在使用筷子的這個亞洲的國度裡面的話,那你的市場就變大,對所以我認為就是說,如果台灣要打這種品牌化,你前期可以以這種比方說,亞洲國

家的這種,因為我們 Share 共同的文化,那麼你共同文化的時候,你要吸引他的注意,或者是他的興趣,就比較容易。(曹文傑)

然後這個是一個很特別的,原因是他在東南亞或是他在華語市場,其實引起 非常廣泛的迴響嗎?那廣泛迴響的原因,除了我剛剛講這些元素就是他的人物呈 現非常真實之外,他提出的議題也是在其他社會脈絡中也是可以看到,但是卻很 少被觸及的。比如說,我們在過去新聞報導說很多,但是很少利用戲劇手法來闡 述這些議題。(郭菀玲)

另一個受訪者也提到,除了放眼國際,台灣市場因為規模相對較小,要拍攝一部大製作的影劇相對來說較為困難,因為資金捉襟見肘,不太能在場面及道具上提高規格。但可以透過繼續強化故事內容,開發多元題材來應對,因為類型劇最大的特色即是劇情刻畫深刻,人物寫實立體,這些都是在沒有高資金、大規格時可以發展的方向,不一定都要是史詩級製作規格才能吸引到觀眾。

因為台灣的這個就是市場規模比較小,然後就是資金也小,要拍一部長片真的資金捉襟見肘,我不像像國外那麼大的一個資金,或者大陸,有那麼多的資金可以支撐,所以我覺得台灣的這樣子的不管資金上、市場規模上都是非常的小,那我覺得可以透過這個強化這個故事的內容、然後也開發多元的一個題材方式,我覺得盡量就是可以拍攝,因為錢不夠,但是你還是可以拍一些中小型的一些電影,可能不用那麼大製作的。但是,你強調,內容把內容做好這樣。(隋淑芬)

類型劇因為題材貼近真實社會,在前期撰寫劇本階段,都會需要進行非常詳細的研究,例如《我們與惡的距離》,編劇在編寫劇本時,就花費了將近一年多的時間,前往第一現場去觀察人物的工作細節及脈絡,並在劇中寫出角色的心理發展脈絡,包含面對問題時各自的立場,雖然沒有一個角色是真實存在,但出場人物卻都非常真實立體,同時也敢

於碰觸敏感但討論度高的議題,例如隨機殺人、思覺失調症等,也因此播出後引起廣大的迴響。總結來說,強化故事內容,可以在前期編劇時花費心力去詳細的研究,而針對多元題材則可以勇於觸碰現在敏感但討論度高之議題。

原因就是他是有一個,在劇本階段,一個非常詳細的編寫劇本研究的過程,那就是編劇,在編寫劇本的時候,他花了非常多、一年多的時間嗎?然後他是在第一現場,比如說,新聞,採訪的現場或者是新聞編輯室、新聞編輯台的現場,就是觀察所有的人的一些工作的細節跟脈絡,然後把去就脈絡非常仔細的放進他的劇本等故事裡面的。雖然它裡面的人物沒有一個是真的貼近真實的某一個人,但是它其實那個人設都非常的明確,而且有些真實的痕跡可循嗎?然後包括社會上那些議題,比如說,隨機殺人這件事、劇中說的精神疾病這些問題等等的,或是在我們說很重要的一些議題,然後把這些元素放進去……然後還設法給他們一些脈絡。比如說他設法在劇中給他們一些心理發展的脈絡,然後每個人面對這個問題,都有他們各自的立場之類的、這些各種場面的描繪等等的。(郭菀玲)

同時,因為科技的發展,掌握大數據讓影視產業可以在前期的籌劃中知道目前世代觀眾的想法喜好,不同於之前劇本籌劃來自於工作人員的經驗,大數據及資料科學能提供客觀數據的輔助,更容易產製出趨勢流行、符合觀眾喜好的類型劇,舉例來說當時《我們與惡的距離》就有資策會與公視合作,找出現在網路論壇及關鍵字搜尋趨勢是什麼,大家最關心的議題是什麼,用文字探勘的方式過濾出觀眾最關心的議題,把這些議題放進劇情當中,能讓劇情更貼近現實,因為某些類型劇正是取材於真實事件,而豐富的大數據資料都是真實存在的可運用的素材。

新的劇種有很大的特色人物比較立體,情節比較獨一無二,真人真事改編, 但他畢竟比較獨一無二,之前看到報導,火神的眼淚有訪問製作人,編劇一開頭 就使用大數據,所以劇本就會進行微調,以前我拍過司法院形象宣傳的形象片, 法官他們裡面很多案例非常值得寫成劇本,只要涉及人性掙扎、矛盾面就會是不 錯的題材。(隋淑芬)

對所以就是我剛剛提到那個部分,就是說,它是有把一些大數據統計的內容放進來。比如說,大家最關心的議題是什麼?剛剛講的。那個隨機殺人?因為那我們之前發生了一些類似的案例嗎?所以我們對這個問題就很關心,或是說很關切,然後很多人會想知道,為什麼會發生這樣的問題?碰到這樣的問題有什麼比較好的解決辦法嗎?還是說我們碰到這樣的狀況應該要怎麼樣反應跟處理等等的根據是,基於這些統計的元素然後去過濾出觀眾最關心的議題,把這些議題放進它的一個戲裡面。(郭菀玲)

第二節 跨國 OTT 平台與拓展國際市場要點

從調查報告可以看到,近期跨國 OTT 影音平台成為台灣電視內容輸出海外的重要管道之一,且多和國際業者如 Netflix、HBO 等進行合作,台灣影視產業透過平臺進入國際市場,增加內容的曝光度,而類型劇的發展,很大程度也受惠於跨國 OTT 影音平台的發展。

可以看到目前 OTT 平台崛起是趨勢,漸漸成為國際影視市場的主流,觀眾收視習慣改變,不再鎖定電視,而是在網路上隨點隨放,也讓世界各地的作品更快的流通到不同市場上,但相對來說,上架在上面的影音內容其實就是在一個很大的平台去競爭,台灣戲劇不再只是面對本土競爭,對手層級拉高到與各國影劇正面對戰,類型劇、職人劇等在國外早已具商業性並為收視保證,例如美劇《CSI 犯罪現場》、日劇《半澤直樹》、韓劇《皮諾丘》等皆是叫好叫座。

我覺得國際合製是一個的趨勢,因為現在的這些串流平台,這件事情已經越來越變成影視作品市場的主流,那這些串流平台,它其實是越來越讓這個世界各國的作品可以在這平台上被很快地就流通到別的市場去,所以在這樣的情況之下,每一個國家的作品,其實都會被送到一個很大的平台上競爭。(侯季然)

文獻中提到的類型劇《麻醉風暴》的製作人曾瀚賢表示,台灣類型劇必須「思考國際化、內容在地化」才能迎擊在跨國平台上激烈的競爭,於是《麻醉風暴》在醫療推理過程中,加入台灣醫師過勞問題、人球案等議題,貼近在地觀眾,同時,他們也請到日劇《白色榮光》製作人遠田孝一,日劇《醫龍》編劇林宏司、《白色巨塔》原著作者侯文詠,進行台日醫療劇巨頭對談,加入了國際的觀點¹²。

在上架到跨國 OTT 影音平台的作品中,為了讓非本地觀眾也能夠了解故事,進而對故事有共鳴,可以加入一些國外的觀點,舉例來說《麻醉風暴》便邀請台日醫療的專業人員對談,也聘請專業人士作為顧問,希冀可以有更多元的觀點以免劇情內容過於扁平,跨國合製某種程度就是去尋求台灣之外的影視業者,雙方去合作開發,揉合不同文化觀點及技術手法,進而創造具有跨國流通性的影劇,也是作為開拓國際市場一個重要的手段。舉例來說,當初《通靈少女》就有討論鬼魂是否要拍出來,因為牽涉到主角的主觀視角,可以讓觀眾帶入劇情中,以往台灣的手法多半都以情感面訴求為主,在戲劇的呈現手法上較為單調,也因此藉著跨國合製補足弱項,讓影劇更有完整性,作為互補,同時也為台灣影視產業帶來新的觀點及敘事可能。

因此所以他可能就會變成說如何能夠讓非本地的觀眾也能夠理解故事,或者 是說,也會喜歡這個故事,那這樣子可能就會需要一些國外的觀點加進來,國際 化的觀點加進來,所以我覺得國際合製就是去尋求一個台灣之外的影視製作公 司,或者是影片平台,或者是製片人也好等於是用這種合作的方式去開發去去製

¹² 資料來源:https://punchline.asia/archives/11452

作,然後我們就會比較。知道說可能國外的人來看這個故事會有什麼感覺觀點, 不會只有台灣的觀點,所以我覺得國際合製是一個可以把國際市場打開的一個很 重要的一個一個手段這樣子。(侯季然)

總結上述,台灣可以以跨國合製的方式增加影劇的競爭性,加入不同文化觀點,創作 出具有國際流通性的作品,也作為開拓國際市場的重要手段,另一方面,近年跨國 OTT 平臺業者(如 Netflix、HBO Asia 等) 為了經營亞洲市場,積極與亞洲市場業者進行合 作,製作在地化原創內容來吸引閱聽眾,相信能帶給台灣更多的機會。

因為所有的影視製作的這樣子的他們都面臨到一個問題,就是數位化,然後年輕人不再看電視,然後看的都是手機,那所以大家都在找新的出路嗎?所以 HBO 後來也轉型,就變成 OTT 這個樣子。(曹文傑)

除了上述提到的情形之外,也因為各家OTT平台競爭激烈,片源需求量很大,急需各種影劇內容填補,但同時也要盡可能地擁有獨特性高、獨佔的內容,與競爭對手做出差異化,所以會到世界各地去找題材,與當地的影視公司合作,藉由新的合作對象,逆發不同以往的創新,產出獨特性高的影劇,提升自家平台的吸引性。

這樣也間接創造了許多合作機會。綜觀全球發展之趨勢,近年國際間對於影視的合作模式越趨多元化,不再僅限於傳統版權交易模式,進而朝向整合性、跨國性的開發與經營,兼顧在地內容與全球接軌,台灣應該也可以藉著這個機會開發更多元的題材,呈現台灣獨有而且真實的社會文化脈絡及心理特徵,吸引更多國際合作的機會,讓國際可以看見台灣。

我覺得,現在不僅這個通靈少女了,這樣還有很多,很多都有跟這種跨國的 這種影音串流平台合作,那我覺得這是目前一個非常主流的做法,因為 OTT 他 們需要的量很大,播放量很大,所以在全球各地找題材,那我我覺得,對我們來 說,對台灣的影視圈來說,是一個很好的方向就是多了更多你的作品被看到的機會。(隋淑芬)

他們面臨不只是 Netflix 啊,包括 Disney 啊等等之類的,就各種競爭,那他們當然要找一個新的出路,阿那怎麼樣可以打出新局?當然是我跟新的人工作,跟新的夥伴工作,然後這中間會不會蹦出什麼樣的火花,誰也不知道,就試試看吧。(曹文傑)

另外在拓展國際市場的做法上,受訪者也提到可以將影劇送到國際影展上參展,提升能見度,如果獲獎的話,有機會國外的影視業者會來洽談版權,可能是買原來的影劇放映,或者是買IP回去改編,也有可能像本研究的個案《通靈少女》發展成跨國合製,都能讓台灣在拓展國際市場上更進一步,參與《通靈少女》的受訪者提到,當初帶著《神算》前往歐洲參加影展交流,會後大家的回饋都非常好,認為很有特色,大家的接收度都非常高,也因此認為題材有國際市場的潛力,決定繼續發展改編劇本,最終達成與HBO的跨國合製,綜合以上,影劇就算沒有在影展上獲獎,但也能藉著交流,某種程度走出國際,得到真實市場的回饋。

然後另外就是我覺得可以參與,如果說,你拍的像神算,他原來只是一個六十萬、五、六十萬的一個小規模的一個公視的預算的片子。那可是,我覺得,包括我自己的畢業製作一樣,就是可以多參與國際的這種影展、或者市場展等等途徑來爭取曝光。我覺得這樣子讓更多人看到你的影片。如果你的影片能在國際重要的影展獲獎的話,比如說像,我們舉最極端的像、臥虎藏龍、寄生上流等等。他獲得都是一線的大獎他獲得都是一等獎就是用類似這樣,你的電影,像我剛剛舉那兩個例子在外國就非常的賣座,那這種就是你的電影。就可以突破海外銷售的瓶頸,那不用那麼極端的例子,那麼頂級那麼 Top,那其他很多其實也有很多你在國際獲獎的話就是你至少你回國來,你在市場銷售上,也會對你的票房是有助益的這樣子,就大概以上這樣。(隋淑芬)

大概的情況就是說,我們當時會去參加一些國際會議或者跟國外的專業團隊做一些專業的交流二零一四年的時候。我們在瑞典、就北歐赫爾辛斯基那時候剛好神算人圍 input 就世界公視大展的 conference 所以我們就有帶導演陳和榆到現場就是我們會是一個播映的會議,所以我們就是播放節目,然後播放完之後,會跟各國與會的專業人士就是交換一些看法,當時大家對看完了這個神算之後,第一個被是故事都是非常肯定的,就是它非常的有特色,第二個就是對於這個導演的功力,其實他很因為算是他很年輕的作品,但已經展現出了某種實力這樣子,包括他剪接的段落上、還有它的敘事上,比如說,他不是從一般靈異的角度來切入一個好像有點靈異的故事嗎?他竟然把一個感覺表面上靈異的故事,拍出一個很深刻的真實人物,就是這個這個故事最特別的地方嗎?當時不從國外這些也許導演也好、製作人也好或是一些戲劇總監等等給我們的Feedback看得出來大家對於這個故事的接受度是很高的、這個題材就是有他在國際市場上的潛力應該這樣說所以後來就決定繼續發展這個劇本,或是繼續發展這個 Story 然後後來是有機會跟 HBO 合作。(郭菀玲)

但也不能隨便就將影視作品亂投到國際影展上,應該有策略性的送展,先確認該影展 的調性是否與影視作品吻合,例如受訪者提到有的影展喜歡探討人性倫理,或能引發討論 的題材,否則亂槍打鳥,不是長久之計,而且長久下來耗費的成本也不可小覷。

所以我們會挑選,會開始去研究一下這樣,過去他們可能就是憑自己的喜好就送這樣子齁。但後來我們把它改成,就是說,其實你要送展,要有策略性的方式去送展。比方說,這個影展他特別喜歡什麼東西。對要挑評審會喜歡的東西, 所以我們就送了幾個不同的影展,包括一些國際上公共電視的組織,特別是我在的時候,我非常積極的去參與各種不同的公共電視的國際性組織。(曹文傑) 是就是後來有就持續的,像那個學生影展那個片子也都送到國際上去參展。 比方說,像有一個《神算》之後,後面有一個《銅板少年》的,所以送這個片子 出去,後來這個導演自己也就拍紀錄片、也拍劇情片。(曹文傑)

比方說,有一個叫 Input,那他就是各個國家的人,都可以去參與,然後就會送片子去,然後他就會挑片子,但他挑片很有意思,挑做得好,或像影展那種得獎片的模式,放到我影展這個裡面的時候,我可以有一些討論的……這類的問題經常被討論,那麼也經常被討論倫理的問題。那這個是 Input 的特性,特別倫理的問題一直到現在,依然是在 Input 裡面,最被看重的題目之一,為什麼呢?因為作為公共電視,他本來就有很多的社會責任,對所以呢,你在拍攝不能像商業的的工作人員一樣,(商業的他的角度),可能就是賺錢,但我們在做的、公共電視在做的時候,你必須考慮到你的社會責任,對所以類似倫理的問題經常被提起。(曹文傑)

延伸上述,本研究個案《通靈少女》,前身《神算》是當時公視的獲獎短片,在公視主頻道播映,並送出國參與各式國際影展,剛好被新加坡稜聚傳播看到,在這之前公視就有與新加坡稜聚傳播合作紀錄片的經驗,正好此次新加坡稜聚傳播與 HBO Asia 有合拍影劇的計畫,便順勢推薦給 HBO,最後促成此次三方合作,並沿用當初《神算》的台灣製作團隊,包含導演、製作人等,發展成《通靈少女》,總結來說透過參展,累積知名度及增加曝光機會,可以增加跨國合製的機會,同時拓展國際市場。

那《神算》,我們就送出去了。然後幾個不同的影展,感覺得特別可能會, (所以你們挑了幾個影展去參加)然後具體是哪一類影展,他其實不是被 HBO 看到,他其實是被新加坡看到,因為《通靈少女》有三方,新加坡的那一家公司 看到,然後他很喜歡,所以他們就來找我們談,然後他們就去兜 HBO,就把 HBO 找進來了這樣子,那我們覺得這是一個好機會,跟 HBO 合作,然後能夠把 我們的導演推出去,那也非常好,後來就把導演送出去了,HBO 看了這個東西 也喜歡,然後就跟我們合作,然後就同樣的那個團隊就做神算的那個團隊,那個 導演、製作人他們就做了第一季六集,就是通靈少女。(曹文傑)

除了參展之外,受訪者也提到應該提升從業人員對國際影視趨勢的了解及主動性,才能在各國影劇競爭的情況下,創造機會點,受訪者提到不應該再閉門造車,悶著頭產製影劇,而應該走出台灣,去看看別人在做什麼,或是別人在想什麼,主動去溝通交流,去說服別人接受自己的作品。想要吸引跨國合製或走出國際市場,也有賴主動溝通交流,去呈現想表達的故事,去主動找資源,去了解現在國際的市場環境,去了解自己的優勢,以及能提供什麼或缺少什麼資源,主動出擊。

總結以上,應該是了解自己的優勢長處、了解國際的市場及具備主動性,例如現在流行的影劇內容或拍攝手法,找到自己能提供什麼,找到自己需要什麼,主動去溝通交流,展現想要展現的,說服別人挹注資源合作,現在合作的方式非常多種,舉凡文獻中提到的合資、合製都是,也因此有各種不同型態的合作,端賴從業人員對現況的了解和主動程度。

第一個我們可能比較急、比較悶著頭做,我覺得我東西非常的好。我非常認真的寫我的劇本,但是我可能不太 care 別人在做些什麼,或別人在想些什麼?但是如果你要進入國際市場來說,我覺得那種理解的溝通是,我剛剛講的一個例子,理解跟溝通是非常非常重要的環節,比如說你的東西再好,你的故事再精彩,你沒有辦法跟人家對話,沒有辦法跟人家溝通的時候,這些東西是絕對絕對出不去的,那他要出去的環節非常多馬?比如說,你只有編劇好不行啊?你還要很好的製作人,能夠去把這個故事推到,或是你要找到合適的製作團隊能夠跟你搭的上線的,然後可以透過什麼樣的方式,合作的方式百百種,我剛剛講那個是製作上的合作、可能是出資的合作,或可能只是某種程度交換的合作,比如說,大家現在會做共同 Foamat,那也是一種合作,所以有各種不同型態的合

作,那你要非常清楚,你的作品,或是你個人有的優勢。在這些環節,是落在哪個點上面。除了你這個點之外,旁人還有哪些東西是可以跟你對的上的,或者是還有哪些東西是可以說服對方接受你的作品的,這個部分其實我們經驗不太夠。 (郭菀玲)

另外則是受訪者提到,台灣的影視產業比較急,急著想要找到一夜成功的秘訣,找到一夕爆紅的題材,但真正的秘訣,就像前述提到,對於市場深刻的認知與理解,包含影視產業的各個角色,製作人、導演、編劇等等,另外則是培養基本功,確保技術能有一定的水準,兩相結合,才可能在國際競爭的情況下,站穩腳步,接著往前邁進,拓展國際市場。

我們都很急著想要找到亮點,或想要找到什麼好像一夜成功,或一夜致富的秘訣,但 我覺得,那個真正的秘訣在於我們對於整個市場的認知與理解,包括製作團隊,就是包括 導演、編劇所有的從業人員。對於這個市場的認識跟理解,那個理解要更成熟一些、你 才能夠更清楚的跟別人對話你才能夠找到對方也想要,或你自己也能夠提供的東西對或 者是相反,有沒有找到對方可以提供,然後你自己想要,然後雙方可以合作的基礎 那這 個基礎每個 case 可能都不太一樣每個人的強項不同,每一個製作團隊,他也有他的專 長,還有他比較弱的部分,如果他可以找到一個比如說,我今天宣布好這個案子就是沒 有錢。那些對方覺得這故事很棒,他願意出錢,他就是一個非常好的合作 那這些合作的 前提都是你要有非常好的對話,你的對話要夠成熟、技術要夠通暢,然後你對話的時間 要夠長,對彼此的理解要夠深,你才能夠真正合作出很好的作品。那這個部分是我們目前 很難做到的,我們很多規劃都非常的,因為因為我剛剛講的時間非常有限,所以要做到很 好的溝通非常不容易。然後,我們在這部分的話支持有限,所以要真正開花,結果就會很 困難,但不是完全沒有還是有,只是說那些案子一切都非常的不容易。(郭菀玲)

第三節 跨國合製掌握要點

壹、跨國合製之經驗建議

在文獻中提到的,跨國合製會面臨在劇情上,應該選擇什麼樣的題材和文化元素以及要使用什麼樣的拍攝手法、影視語彙,才能夠恰當的呈現劇情豐富度及文化多樣性,並獲得國際市場的喜愛,這也帶出如何協調、創造出一個讓各國文化都「恰如其分」的作品就是跨國合製需要注意的要點之一,就像《通靈少女》,除了劇情內容上,有台灣的在地宮廟文化,加上少女青春成長的劇情元素,在戲劇架構上,集數設定在六集,節奏較快速,很大程度便是受到國外影劇敘事手法的影響。

那當然有他的影響,你看了嗎?所以它裡面很多美國月的影子,(敘事手法)敘事手法、人物的角色設定。然後這個它裡面使用到的一種一種生活上面的月段的呈現,就是很美國,妳看妳裡面那個女孩子,騎腳踏車上學啦,其實認真講起來在台灣,這樣的現象並不多,特別是在北部,(對沒錯),中南部maybe,我覺得中南部現在也少了,對啊,騎自行車,這個事情是非常美國式的,(聽你這樣講,好像有一些,它的呈現方式),他的呈現方式、他的敘事,包括他的節奏,原本導演,在做這月子時候,導演自己在台灣剪,剪一剪後,他自己也覺得不是很滿意,HBO看了以後,新加坡的人看了以後覺得說,好像節奏怪怪,對初剪的時候,就是相對慢,台灣的電視劇有這個比較比較Tempo比較慢的特性,後來他們就把片子送到新加坡去剪,節奏就整個改了,(整個風格會比較偏向,就是你說的)美國式啊,節奏比較明快,然後人物的角色的建立很鮮明。(曹文傑)

從上述訪談節錄也可以看到,受訪者表示劇裡騎腳踏車上學,在台灣,尤其北部非常 少見,是一個非常美國式元素,受訪者也表示當初《通靈少女》在第一次剪輯出來後,導 演及國外的工作人員看了以後都覺得節奏怪怪的,相對美國的敘事手法來說,Tempo 比 較慢,因此便將片子送到國外,交由外國的剪輯師來剪輯,後來就呈現出最終的結果,偏 向美國式的節奏,較為輕快,最後的成果,也成功獲得其他國家的收看及喜愛。

另外一個重點則是,跨國合製因為是想要製作一部跨亞洲、更可能是跨全球的作品,當中就會有很多不同國家的法規與習俗需要處理,可能在開拍前的規劃,即需要磨合及妥協。比如能不能說台語、或劇中呈現的尺度是否有符合法規,是不是要送審查,這些都要經過非常多的討論及處理。

當然我們有參與一些討論之中,所以所有跨國合作有一個需要處理的因素,就是文化差異的因素,尤其是 HBO 是一個美國的公司,公視是台灣的公司,但是我們想要做的是一部跨亞洲或是跨全球的作品 所以在當中會有非常多文化元素,文化問題需要處理,比如說能不能說台語,宮廟文化一定是說台語,對我們來說是很自然不過的事情,但是片中要不要說台語,這件事都經過非常漫長的討論,然後經過很多過程討論、HBO 才接受這個事情這樣子對 就不同的立場跟不同的觀點看法有關啦……所以這些東西都必須經過非常多的討論,然後彼此折衷。對然後有時候是我剛剛講那個例子是在馬來西亞,可能要經過微幅的修剪,可能在其他地區就維持原來的樣貌等等,就必須做非常非常多的討論跟處理。(郭菀玲)

同時跨國合製就好比人跟人的合作,兩個人要合作就代表一定要非常了解彼此,包含各自喜歡的東西、各自代表的背景,再將它非常好的融合,才能夠產出彼此都能接受的作品,特別是兩個國家的國情不同、文化不同,這中間更需要特別的去磨合,但受訪者也提到有件事情是共通的,就是人性,了解、掌握人性就能將彼此的差異降到最低,同時也需要保持更開放的心態,很多事情並沒有絕對的對錯,常常僅是立場不同。

我覺得看你跟就是當你在跟不同的,不要說是其他的國家也好,或者什麼, 其實,這跟人跟人的合作是一樣的,就是好比說,我們兩個要合作做某一件事 情,那我一定要非常瞭解你嘛,我也要非常了解你嘛,然後,我們各自喜歡的東 西,跟我們各自想要表現的東西跟我們最擅長的東西,並且我們必須要把它融的 非常好。然後呢?這中間一定有某些是彼此互相的摩擦,或者是妥協,就是有些 東西我得讓,有些東西就是你得讓,然後才能夠完成一個,我們兩個都很喜歡 的,兩個都可以接受的東西,所以特別是不同的國家之間,那個文化背景不一 樣、套路一樣,觀眾口味不一樣,所以這個中間你怎麼樣去磨合磨到,可是有一 個事情是共通的,人性,人性是共通的,所以,以人性為前提之下,那大家想辦 法能夠把彼此的差異性減到最低喔。用一個大家都很喜歡的東西去完成這個作 品。(曹文傑)

保持開放的心態,就代表需要包容彼此不同的文化,舉例來說,《通靈少女》呈現宮廟的文化上,在國外也許不是那麼的普遍,但經由討論及磨合過後,HBO並沒有負面的意見,題材的呈現上也都讓原來的導演盡量拍出心中所想,尊重台灣在地文化,相信就是這樣藉由討論包容彼此不同的文化觀點,才有《通靈少女》這種在地又國際的影劇出現。

(對於宮廟文化元素)我覺得他們沒有什麼太大的負面的意見,就他還蠻接受的。但是對於那個主導性,他們有一點意見,(怎麼說)就是說,第一個就是我們在第一季的時候,其實是我們先播,他們後播,差一小時,阿其實本來我們的戲劇都是放在禮拜六,但是呢?HBO他的戲劇都放在禮拜天,但他不可能就是如果禮拜六我們播完了,禮拜天他還看什麼呢?就是觀眾極少轉到HBO去看。不過,我自己認為啦就是說,會去看HBO的觀眾,其實他比較不是想去看一個台劇的觀眾,就台劇的觀眾,他其實比較會看我們公共電視,或者是其他台灣電視台,(收視的那個習慣),觀眾特性或者是觀眾群的樣貌,(就是HBO的收視者不一定專門去找台劇看)那時候有點就是他覺得主導性就沒有了,但我覺得這是他自己的判斷,當時有一點點,他的判斷沒有那麼清楚。或者說,他對

台灣的市場沒有那麼清楚,對台灣觀眾的形貌特性不是那麼瞭解這樣。(曹文傑)

其中受訪者也舉出例子來說明跨國合製中的重點,跨國合製真正難的地方是在於跨國團隊的合作拍攝,像是外國導演與台灣本地的團隊這樣的組合,有時候會因為不同文化背景碰到許多意料之外的事情,舉例來說公視當時與法國導演合作空拍節目,製作方式是以直升機升空去拍攝,導演因為是從法國來的關係,認為直升機可以想飛哪就去哪,因此也在心中設想較隨性的拍攝流程,看到什麼景好看就隨時更改飛行路線,但在台灣卻不能這樣做,因為有非常嚴格的法規限制,包含路線及回程時間都是在事前就規劃好的,這部分就引發衝突,更導致導演罷機不拍,雖然事前都有準備規劃,但在當下因為彼此國情、觀點不同,認知產生差異,導致衝突。

有一次我們做空拍,請經驗很豐富,法國的一個導演,他在法國公共電視台有一個專門空拍的節目,所以他空拍經驗非常豐富,然後在台灣的時候呢?它就會用它原來的工作經驗去設想她在台灣會碰到的狀況比如說他就會跟我們說,因為我們那時候還是用直升機……他覺得,直升機就像計程車,你上去以後想飛到哪裡就飛到哪裡,然後因為他的創作風格就是這樣。他接觸到很漂亮的山,他想要去拍那個山,他就是要往那邊飛。然後他就希望用他的方法比如說,他想要三百六十度旋轉,或是他想要從上往下由西往東,……但是那些在我們這邊都是不可能做到的事情。因為,他是有有非常嚴格的法規規範,你所有的拍攝路線都要事先申請,而且要事先核准,所以他們就去了,團隊就去了澎湖拍攝。然後,澎湖的部分拍完以後,導演就堅持他要飛到台中,他覺得這樣是最方便、既不浪費時間,而且可能是因為有夕陽,他想直接接著拍個,他就非常堅持,要飛到台中,但是直升機的飛行員、他們幾乎全部都是空軍,是退伍軍人,我跟他講說,那是不可能的事情,因為事前規劃就不是這樣,所以不可能飛到台中,結果導演罷機,他不要上飛機,……但是最後的結局是有說服導演,他有勉強上了飛機,然後有在最後一刻趕回機場,但是導演回來就鐵青一張臉,他覺得非常不

開心,覺得說他的拍攝想法沒有辦法完成。但就我們來說,我們也非常的為難, 因為我們跟他說明了所有狀況,但他就是無法接受,但航空公司也非常不諒解, 他們覺得我們找了個導演在那邊找她們麻煩,然後搞得他們幾乎無法收拾。然後 還差點違規無法完成任務,已經發出最後通牒,以後都不要跟我們合作之類的。 (郭菀玲)

因為國情文化不同,而引發意料之外的事情,其實事前也無法預知,因為不會預期發生這樣的事情,因此唯有在心態上要更加彈性、開放,能夠去接受不同的想法和意見,才能在發生意料之外的狀況時,更好的去處理,另外則是跨國合製,因為成本的關係,各國成員會合後,常常實際拍攝期僅有幾天,在這幾天就需要有很好的溝通,才能順利完成任務,回應前述,心態上保持彈性開放,並在事前仔細規劃即是跨國合製需要注意的重點之一。

事前也無法溝通這類問題,因為我也不知道他會有這樣的狀況,我也沒想到他會飛到那裡的時候,就堅持不要飛回來之類的,就是無法預期的,但就是會出現這樣狀況……就是說大家的想法跟過去工作的常規不同,再來就是大家可以共事的時間都非常的短,因為國際合製如果是真的是不同團隊的人要合作,通常因為製作經費的關係,拍攝期都濃縮的很短……實際拍攝可能就五天,所以導演可能提早一天來吧,他可能來這邊六、七天,所以你要在六、七天之內就要希望他跟 local 的團隊有很好的溝通,然後能夠完成任務,還要能夠排除這些非常不可控的種種因素,難度真的高就是會有意料之外的各種狀況出現……然後有可能我們有一些突發狀況,所以大家在心態上就是要更加的開放,就是說要能夠去接受不同想法跟不同的意見,對然後盡量去包容對方,好像發現已經跟腳本內容沒有什麼直接相關,因為內容一定是規劃好的,然後一定是事前對過的,但是在拍攝的時候,一定有很多不同,事先沒有想到或沒有預料到的情況發生。(郭菀玲)

除了在劇情腳本規劃及文化差異包容性上,觀眾的收視習慣及市場的特性也是國際合製需要關注的層面,以上述訪談來說,當初 HBO 戲劇都在禮拜天播放,而公視則在禮拜六播映,這樣的時間差可能導致觀眾看完公視,便不會再收看 HBO,因此藉由討論找出折衷辦法即是公視照原時間播放,HBO晚一小時播映,但同時,台灣的收視習慣以會看台劇的人來說,並不習慣從 HBO 收看,還是比較常從其他台灣的電視台收看,也間接影響了 HBO 的收視率,因此在進行合製及播映時都需要考慮到市場及觀眾特性,一開始便要有計畫的考量。

第一季的時候,整個宣傳,他們也覺得還,(宣傳的話,是個別的宣傳嗎) 第一季其實是一起的,就是我們第一季,談的都還不錯啦,就是他們也就是大家 共同資源投進來嗎,那時候我們還找那個台北市影委會等等的,所以就是很多的 宣傳資源都同時進來,把他做的很大,因為是台灣第一次就是跨國合作,而且是 跟一個知名的品牌HBO,所以我們當時就覺得這是一個這是一個很好的做宣傳 的點,所以我們就很努力的去做這樣子,那等於各方都投諸了很多的資源,想辦 法這個新聞做大,(這樣也真的蠻成功的)。(但是第二季呢)第二季開始, HBO 可能他們就覺得他比較吃虧了。因為相對的來說,我們的收視率就很好 嗎,第一季最高好像還是公視當時對,就是最好,然後那 HBO 相對沒有那麼 好,可是在其他亞洲國家是很好的,可是一共當時一共有二十六個國家都播了, 播了這個節目。不過,然後在其他國家,好像收視率都非常好(就覺得 HBO 在 台灣的收視就還好而已)對對,就是相對來講,HBO 當時在台灣的時候是沒有 那麼好,跟我們一比的話當然就下來,因為時間上晚我們一小時,(所以可能大 家就先看公視,然後第二季就開始有一點改變),對他第二季就改變了,然後它 就比較強勢,然後主導性比較強。然後包括宣傳,他都覺得說,要按照他們的方 式來阿等等的,所以一開始,官傳資源釋放給我們很少,所以我們的人在做官傳 也很辛苦。(曹文傑)

同時合作如果發生矛盾衝突,某種程度也可能影響接續的合作,舉例來說在《通靈少女》第二季時,HBO 相對來說就變得強勢,要求同步播出,因為之前的播映時間差,影響收視表現,並希望宣傳按照其所計畫的進行,也投注較少資源。

另外在市場性的考量上,受訪者也提到,台灣在拓展國際市場,明星卡司是不太可行的,也許在亞洲華人區域還可以藉著明星的效益去推廣,但放到整個國際舞台,相對來說較沒有知名度,也會沒有票房號召力,這些都是跨國合製,考量收視習慣及市場性的實例。

這個重點的,我覺得因為華語電影在國際市場的發展了,不管在明星這個卡司上,因為可能我們找了這個明星呢,但是很多在國際上是不買單的,因為明星有明星的效益,明星是會帶動票房的,但是因為比如說我們台灣的明星可能在走,比如說他走不出國際,在國際上是沒有票房號召力的,所以在明星的這個這個卡司上,或者說我們的,因為語言文化上,比如說包括你,英文是國際通用的語言,強勢語言。(隋淑芬)

另外在敘事手法上,受訪者提到太藝術性的或是節奏風格緩慢的,對於跨國合製上來說,較不會被考慮,因為作為國際合製的影劇,需要考量到市場性,不會選擇觀眾接受度較低的敘事風格,但如果兼顧商業與藝術性則是可考慮的呈現方式,例如李安,藉由此模式在國際上打開知名度,擁有個人強烈風格,但同時兼具市場性。

很多有些影像風格上,比如像我自己來說,或者一些學院派出身的或者可能 影像風格比較傾向於或者比較慢很慢的長鏡頭的類似,那可能對大部分的觀眾來 說,視覺看不下去的,覺得對於就是比如說像蔡明亮電影,我只是舉例來說,對 於比較藝術化的電影,那可能對對這種,對於這種國際合作的平台上來說,他可 能就會就會就會在選擇上會有很多的考量,那我覺得就是,可能之後,在我們在 寫劇本的時候要,因為台灣的這個類型化做得還不夠好,就是那我覺得可以像李安的模式了,李安是我們的學長可以向他看齊,就是兼顧藝術與商業這樣子,他的影片很大一部分就是是大部分的觀眾能接受的,只是他有他的這個市場性。那他也兼顧了一些這個鏡頭語言還有這個敘事的方式,也兼顧了藝術的表現。或者這個很多很多象徵的意義,那我覺得這就是一個很好的例。(隋淑芬)

另外,台灣在影視製作後期的部分,也就是包裝行銷需要下一定的功夫,以前影劇往往拍完,資金就所剩無幾,在後續的行銷上也相對無力,但近幾年開始有專門的影視整合行銷公司來做這一塊,對開拓國際市場以及跨國合製也有一定的幫助,如果有成熟的行銷模式,也就能在與國際影業合作洽談上能更加順暢。

我們後製之後,拍完之後再透過有效的一個宣傳方式來包裝行銷,因為其實台灣的,電影圈電影人也在這個行銷方面是非常落後的,一般我們拍完就拍完,根本沒有、完全沒有放這個這個宣傳行銷的預算。現在後來,台灣有一些整合行銷公司,包括牽猴子整合行銷或是李烈的公司,他們可能有稍微有在注意一些這個行銷的問題,不然整個台灣的電影圈像電影人拍完,完全是沒有行銷預算的,這樣子那沒有辦法像你想外國,他們可以可以用大筆的資金做行銷。(隋淑芬)

這邊也可以回扣上述類型劇加入新科技大數據來作為編劇的參考,在跨國合製時,也 能參考這樣的大數據資料,很多國際影音業者已行之有年,將影片的劇情分為無數個小分 類,藉以組合預測出觀眾的口味喜好,隨著科技發展,這部分的資料越來越容易取得,相 對來說也是越來越了解收看的觀眾,藉以鎖定目標市場,去進行分析,同時當作編劇的參 考,比如說,受訪者提到現在的網站平台都有某些觀眾的評分機制,可以將這些資料集結 起來,建立數據庫,藉以預測觀眾的喜好。 我覺得我剛剛講到舉的例子《火神的眼淚》我覺得也可以根據這個大數據了,因為現在很多很多外國,他們也都是在這寫本階段的就是會參考幾個閱聽眾的這個這個觀影的品味的大數據,然後來鎖定這個目標市場了。然後根據這個市場的偏好度來修正他們的這個劇本跟製作方向,然後會把這個收集的這個大數據,其實很多的這個平台都有比如說像雅虎奇摩,他們的也有這種,這種影評的一個公開的機制了,給觀影觀眾,他們去發表意見,或者勾選偏好度了。那我覺得這些都是可以建立一個數據資料庫。那其實,在發想這個相關的劇本的時候,可以參考一下,這個這個觀眾偏好的大數據,然後做部分情節調整,當然不是我說,這個不是要你,全部都要,因為每一個人的觀眾,口味不一樣,但是是給你一個可以參考。部分參考的一個可能這樣子,然後那,當然不是全部參考,你不可能討好每一個人這樣。(隨淑芬)

貳、跨國合製劇情題材重點

《通靈少女》的劇情包含了台灣的宮廟文化及少女成長,兩者看似搭不上邊,但正因為此劇有台灣在地文化,又有少女成長的人性主軸,同時具有獨特性及普世性,具有跨國流通的潛力,某種程度呈現了在地的一種風俗文化獨特性,通靈的感應、乩童與占卜,這些對於外國人來說都是台灣在地文化的奇特展現,也因此吸引國際平台的注意。

就是這些這些這些這些題材。我覺得不僅描繪了台灣這塊土地人物的小人物的生命的樣態。我覺得也引來國際市場的合作投資這樣子,我覺得這些,這些他們都呈現了,在地的一種風俗文化的奇觀,的可以說是某些部分可以說是一種奇觀的展現。例如說,像在通靈少女裡面,透過那個會會有會比如說,他可以看得到一些東西有感應到一些東西,我們說的天眼也好,不然就這樣子透過那種上身或者乩童或者是占卜。我覺得,這種這種就是台灣的一種在地風俗、文化的各種對對於外國人來說,它是一種奇觀、在地文化的奇觀展現了,那我覺得就是有特

色有台灣的一個特色,那其實,這些片子也不是光展現了在地的文化、風俗特色。他們裡面的一些情節的設定也兼顧了普世的共通性,包括裡面的愛情像通靈少女裡面的那個女主角偷偷的暗戀她的學長,就是像這種關於愛情。關於這種對未知事物的恐懼,透過占卜來、求知未來或者是些迷信的情節,其實這個放在全世界,他都是共通的、所以它也具有普世的一個共通性。這樣子對所以它他就會,就是可以吸引一些國際的平台注意這樣子。(隋淑芬)

另一個受訪者也舉例,在籌備某長片,是描述台灣美軍時代的故事,主角包含了台灣人及美國人,在企劃案子時,工作人員一致認為這樣的故事有走進國際的潛力,同時在地卻又國際,不一定要只著眼在台灣市場,但為了要走到國際上,則需加入國外的觀點,去了解他們怎麼觀看這個故事,點出盲點或得到更多元的看法,因此他們找了一些國外的影視從業人員來諮詢,後續更有許多的敘事手法產生,這也是跨國合製帶來的好處之一。

像我之前都在籌備一個長片的作品,那裡面其實就是會談到台灣的美軍時代,就是一九六零年代的時候,很多的美軍在台灣,那我那個故事就關於在那個時代的故事,那故事的主角也是一個台灣人跟美國人,好那我們在籌備這個案子的時候會覺得,好像這個作品不是只有著眼在台灣市場她應該是需要可以國際的、國外的人,尤其是西方世界他也要可以理解這個故事,所以那時候我們就有去尋求或請教一些,比較有國際經驗、國外的製片人來看故事,對那他們就會提出一些跟台灣本地看這個故事很不一樣的看法。(侯季然)

受訪者更近一步指出,台灣其實有複雜的歷史背景,這樣複雜的歷史經驗可能很難讓 外國人理解,像是有過日本殖民時代,又有國民政府時期,中間更有美國盟軍保護台灣的 世代,更之前則有荷蘭人、清朝人等,但這些要怎麼讓故事容易理解或以更有力的敘事方 式吸引觀眾,則需要稍微淡化一些歷史背景,去著墨角色的情感動機、人性,做這樣的調 整,複雜的歷史背景可以看作是在地文化特色的展現,用以襯托劇情當中人性的情感,則是可以讓台灣之外的觀眾更能理解也能帶入情感的呈現方式。

譬如說,其中有一個障礙就是說台灣的歷史經驗對國外來講是很難理解,就是國外的人很難理解。就是說,台灣曾經有過日本殖民時代,又有過這個國民政府時代,他中間又包含美軍,台灣的這個實質上由美軍保護台灣的世代,那或是說,在更之前,又就有荷蘭人、清朝人,這些人、就是它不太能夠理解這樣子。一個台灣複雜的歷史,那像這樣子觀點就會變成說,它可能在故事上就需要有一個更容易理解,或者是說,更有力的方式,讓國外的人可以知道台灣是一個什麼樣的氛圍。或者是說,他可能就是必須要淡化一點。這種歷史背景的動機而去著墨角色的情感,跟這個故事的發展上面、可能會是需要有像這樣子的調整,那像這樣的觀點可能就是真的是要有國外的觀點來看,才會看出一些我們自己在台灣看不到的一些東西。(侯季然)

這邊總結一下跨國合製題材的選擇重點,可以選擇帶有台灣在地文化的劇情元素,因為放在國際上,在地文化可以表現出獨特性,同時也可以帶出在地市場的認同感,因此具體的作法可以從台灣的社會文化背景中下去找尋題材,但同時也要有故事的情感核心,這個核心必須要很普世,像是每個國家都有的經驗,比如說親情、愛情等,這些大家都理解的情感,換句話說,故事的包裝、場景、時間設定可以帶有台灣本地的特色,但情感核心必須具有普世性,如此比較適合作為流通國際市場的劇情。

所以不管是場景,或者是說時代背景,或者是說台灣社會的一些樣貌,我覺得會是其中一個需要可以考慮的因素。只是說,這樣子一個很本地的東西,它可能需要找到一個故事的情感,核心是很普世,就是說你的、你的這個場景。或者說這個時空背景,可以是在台灣,那這樣子會幫助你的故事跟別人不一樣。但是故事核心,譬如說,在談愛情也好,談親情也好,談一些,人生的一些夢想啊。

或者是說,一些社會階級的不公平之類的各式各樣讚聲之類的,就是說你中間的這個故事的核心,其實是需要很普世的情感,就是說,可能跟國外的隨便什麼國家人都有類似的經驗,因為每個國家的人都會有親情的經驗,都會有愛情的經驗,那故事的核心就必須要抓這種很普世的情感。但是在故事的包裝,或者是場景,或者是這個故事的歷史背景也好,其實還是需要有一些本地特色,那這個東西其實就會比我覺得就會好像比較適合在國際市場上的看到這樣。(侯季然)

延伸下去,核心普世,談親情、愛情等,其實就是人性,人性作為連接各國文化的橋樑,是永遠不變的,以人性作為內核,在地化的外殼包覆,其實更能帶來獨特性及新鮮感,而在地化並不是跟本土影視劃上等號,是有更深層的著墨,像是文化上的奇觀展現,會有種讓人大開眼界的感覺,比如說《通靈少女》乩童占卜的文化表現,或者各國的婚喪喜慶,其實都包含了在地的文化風俗,例如李安《囍宴》中的喝喜酒、鬧新房等橋段,對於外國人來說會是全然嶄新的體驗,也會吸引他們去觀看,也印證文獻中「在地化就是國際化」這句話。

比如說我所謂的在地文化、在地跟本土電影,它是不能畫上等號的,本土是 其中是一種是在地裡面其中的一種題材類型的選擇。但是在地,它有更多的一些 更深的東西可以討論呢?那所以,我就說,這個這個包括這個在題材的選擇上, 如果你要能夠跟國際市場合作,那就是第一個完全拋棄在地,其實我覺得這樣也 不是可以的。我覺得這樣也不對,我覺得,其實,對其實,我覺得我應該是站在 我們原有、既有的豐富的這個這個在地的文化上面來深耕然後發展這樣子。所 以,我覺得,應該把在地文化風俗的一些奇觀特色,可以就是讓這個國際市場覺 得是奇觀展現,是一種他們可以覺得哇大開眼界的感覺、比如說,比如說像通靈 少女的他們的這種乩童占卜的這種宮廟文化的呈現比如說像各國的婚喪、喜慶, 這種各國的都有一些特殊的這種不同的文化的表現,比如說,像像李安的喜宴, 喜宴裡面,在喝喜酒、鬧酒的橋段,或者是鬧新房的橋段都是一種奇觀的展現就 是對外國人來看,都是非常新鮮、有趣的,在他們結婚不會有這樣的事情發生, 所以這個會帶給他們非常大的一個新鮮感。這樣子,那比如說,像像我們看那個有一個日本留個什麼禮儀師的那個影片,全名我忘了就是講人死掉他們的風俗,對我們還是我們看來,也會覺得哇有些跟台灣完全不同,就是也是對你來說是一種新奇的、奇觀的體驗,那我覺得還有包括像年節習俗。比如說,這個台灣過年跟老外肯定有很大的不同,比如說過年要吃什麼,或者不能打破什麼等等,這些都是一些蠻在地文化風俗,包括還有我們的飲食、習慣等等,就很多地方,你都可以去挖掘這種在地的風俗的呈現。其實你上面舉的三個例子,它都有一些在地的這個文化的奇觀地展現了。(隋淑芬)

總結跨國合製選材,必須要找到彼此的共通性,舉例來說人性的矛盾、掙扎,就是人類共通的情感,打破國與國之間的藩籬,這些都會是在地文化特色展現之外的連結,沒有了這層連結,僅有文化風俗特色展現,無法喚起共鳴及理解,這裡受訪者也舉出一個例子,當時在國際的提案會議上,有台灣的紀錄片導演想拍攝八家將的故事,而過去八家將只能由男性來擔任,但有個宮廟破例讓女性也加入,因此導演想要紀錄這個特殊的案例及八家將文化,但在提案會議後,國外的製作人並不覺得八家將有女生是非常特別的事情,導演卻一直強調這是賣點,這邊可以看到在地文化其實在跨越國家後有可能會打上折扣,反而認為拍攝的角度應該以少女成長的故事做為主軸,觀眾更想知道在這樣的文化處境中,少女是怎麼成長並找到人生的方向,這是在跨國合製的題材上基本不能忽略的,過度包裝的文化元素會忘記一些最基本的事情,在地的文化特色風俗應該要以普世性的共通情感作為骨架,才能走出國際,讓各國觀眾都能共鳴並理解。

然後,另外,另外就是要兼顧到國際共通情感的一個普世價值性包括什麼呢?包括這個才是,除了你站穩在地的這個這個文化風俗的連結,你要向海外發展,必須要有共通性,人家看得懂,我可能比如說,包括親情、愛情、友情、喜怒、哀樂。或者是說一個人的老化、孤獨或者失智、面臨的失智或者是等等,或者還有人性面的矛盾、掙扎等等。這這這些都是共通的情感。所有人類他是打破

藩籬的打破國際,他所有人類共通的一個情感,所以這些都是都是你應該在。除 了在這個在地文化的這個奇觀展現以外,這個是真正讓你可以走上這個國際市場 的一個一個重要的一個連結,因為它是一個普世性的情感的價值。(隋淑芬)

有一個導演,那個例子讓我印象很深刻,就是我們有一個紀錄片導演,他很 想做八家將的故事,因為他覺得很有文化特色……那當你太過度想去包裝這個所 謂的文化元素的時候,他忘記了一些很基本的事情,所以那個導演在提案會上。 他就一直強調,他想要做八家將的故事,八家將過去只能由男孩來擔任,就是女 生是不能做八家將的。但是他在一個宮廟,他們的突破以往的慣例,開放女生也 可以加入,所以他想要去拍個紀錄片說怎麼樣,女生在這個團隊裡面的學習跟成 長,然後他是一個特殊的例子,因為過去沒有女性可以加入八家將,他想講這樣 的故事,他在提案會議上講了半天,那是一個國際的提案會議,那是我們跟韓國 還有日本合作的案子,所以日本跟韓國製作人在現場,他講了半天,但大家都不 覺得。他一直強調這一點的意義在哪裡,就是我們覺得很特別的事情喔、但他們 會覺得對不太上……那個製作人就講說八家將的故事,他不懂為什麼一直要強調 是一個女生來當八家將,他覺得那好像沒有什麼太特別的,他們會覺得(可能 沒有像我們樣子。覺得說,這非常特別之類)他覺得這就是一個我們講的民俗活 動、 他不覺得那是一個特別的賣點,所以當然也不是說不好或怎樣,但他就覺 得這些是沒有導演強調的這麼特殊,但是他覺得,如果他想要委製這部片,他覺 得,其實這個 story 他的 universal value 在於就是一個所謂失學少女,然後怎麼樣 被這個團體接納,在這個團體裡面找到他的歸屬鳳跟認同,在這邊學習成長發 展,找到了一個自己的定位、跟角色的故事……這就是這裡講的這件事。就是這 個 Story 有它的普世性。然後這個少女成長的故事其實有他的賣點,他們會想了 解。這個少女在他的這個文化處境裡面,它是怎麼樣?他是怎樣去成長?然後去 找到人生的定位。這樣的角度或這樣的角色是有趣的,但是導演看不到這件事, 然後導演也沒有。他不要說強調,他也沒有特別去凸顯或特別去說好這個故事。 他覺得想要很表面的文化元素,那反而是很可惜的(郭菀玲)

台灣因為不是強勢文化的國家,別的國家不見得可以理解台灣的影視語言或文化風俗,因此要走出國際就要顧及國際觀眾的看法想法,最快讓國際觀眾理解的方式就是描繪出普世性的情感,再藉由在地文化包裝來傳遞。

所以所有的故事都是一樣的。就是我覺得你還是要兼顧到我你要走入國際,你就要顧及到國際觀眾的看法或想法。那看法或想法是怎樣,就是回到那個 universal 這個普世性的部分 那個普世性的部分越強 那個文化性的包裝就是靠著這個普世性的部分來傳遞 (郭菀玲)

第四節 台灣影視產業發展建議

上述討論關於類型劇的成因到拓展國際市場,還有當中國際合製影劇的題材選擇,其實都在在強調影視產業最重要的還是內容,沒有好的內容,這個產業便無法繼續發展下去,長久之計就是持續投入開發更多元的題材,而類型劇擁有多元豐富的內容,不過份脫離現實,也帶領觀眾體驗社會的各種樣貌,是值得繼續發展下去的影劇類型。

就是最重要就是內容嗎,有好的內容,我剛剛講好的內容,才會後面才會產製出好的影視作品這樣子,那所以內容是王道所以我覺得就是就是一定要開發這個多元的題材,跟一些有在地文化風俗特色以及有這種我說的剛前面講的愛情友情。這個親情這些有關人性、人性、價值面的,為核心的這些內容。那我覺得,因為這樣子的內容在裡面,我覺得才會引起觀眾共鳴共鳴這樣子,如果你沒有沒有這些共通的情感的或者人性面的因素在裡面,你就就會就等於,就失去了這個現實的寫實的這個力道就引不起共鳴這樣子。(隋淑芬)

同時,影視市場變化極快,時常處於變動的狀態,也因此應變能力要很快,需要時時根據市場的變化調整自己的影劇作品,另外則是影視從業人員應該要培養扎實的基本功,舉凡編劇的創意能力、製片的觀察能力、對產業的了解,受訪者也舉例說有的導演在拍出作品後,不耐處理細節,像是音樂版權或節錄影片版權,這些都是基本動作及細節,影視產業是注重細節的產業,唯有處理好每個細節,才會有好的作品呈現在觀眾面前。

那當然,這也可以回歸到說你的應變能力很重要,你必須關注到市場的變化去調整自 己的產品,我覺得就是就跟我們剛剛講的那個溝通,理解的部分也是很扣連了啦,就是 說,你必須對於整個,因為回歸到全球化,資訊流動真的太快速了……在當中求取生存之 道,應該這樣說,我覺得一方面是回歸到應變那個能力一定要夠,要掌握到,我覺的基本 功一定要夠,有很多人,有點可惜的是, 很多人不願意去培養他的基本功,他很希望能 夠一步登天……那要在這個產業面經營,就要把一些細節都顧到。不然。我剛剛講基本的 能力,基本的看你做什麼角色啊,溝通的能力,就是我做編劇這個說故事的能力,或是 製作人你的觀察、對於產業的理解等等,這些基本的能力都做到,然後要能夠沉得住氣 吧,能夠去處理這些細節,很多導演會不耐處理細節。比如說光是音樂版權好了,那這個 時代要做影視產業,絕對不能不管所謂版權的問題,不能逃避,也沒有逃避空間的問題, 但我們一直到現在都必須跟很多導演說,你這個片子的這部作品的這幾首音樂一定要去申 請版權,然後導演會覺得我們要為難他們,那這不是為難不為難了。這就是基本動作,我 要用音樂,我就要請版權。我要用別人的資料畫面,我就需要去請版權,但我們,這幾年 來,還是一直不斷層出不窮的碰到,那如果這些東西都都是基本動作,如果基本動作都做 不到, 要怎麼真的在產業裡面做什麼樣的發展,那這些都是很細節的東西啦,的確做這 產業很多東西要 take care 然後非常瑣碎,非常辛苦沒有錯,但這些都是必要的步驟,都不 能並不是算了算了,就省略啦就過去了,不應該是這樣子的(郭菀玲)

而現在做高規格影劇的團隊,在台灣其實非常少,所以影視從業人員在這部分經驗是 有限的,也就是所謂的人才斷層,高規格的影劇都找在業界已有聲望的人來製作,也因此 年輕從業人員相對來說缺少參與的機會,但受訪者也提到這時應該要先掌握基本功,處理 好細節,同時具備應變能力,才有餘裕去處理更大的製作、更高規的影劇,在機會出現時,也才有能力把握。

我們的做戲的團隊,因為做戲的成本太高了,所以我們可以做大戲的團隊, 其實非常少,就是真正做大戲的導演就是那幾位,所以其他人在這部分經驗是很 有限的,的確是有斷層,然後紀錄片也是……我覺得這是一個很艱困的情況沒有 錯啦。但是這種情況不表示,那你就可以忽略這些細節,不管或不處理……尤其 以紀錄片來說,台灣的導演都只能處理非常身邊的瑣碎的,很難走出一個比較大 格局……所以他很難做出一些走入國際市場的東西,這是我們目前到困境,但那 個困境怎麼講,還是要先培養好基本的的能力,你才有力氣,才有那個能力才有 餘裕,更上一層樓去處理一些更大的題材,你如果小的題目都處理不來,你怎麼 可能去處理更大的。(郭菀玲)

而上述人才的斷層,則必須有系統性地去扶植、培養年輕人才來彌平,像是舉辦活動 或工作坊交流彼此經驗,形成活絡的生態系,減少閉門造車的可能,同時可以參考國外的 產業環境,從業者互相尊重彼此專業,不刻意看輕某些職位,而應該打造友善共創的劇 組,唯有每個環節都能發揮最大的能力,才能產出更高品質的影劇。

同時也應該提高國際參與的部分,協助台灣的影視工作者有更多的機會到國際上去溝通跟交流,累積更多的經驗,去實際接觸國際市場,或在台灣舉辦國際活動,吸引國際的影視工作者前來,交流彼此的經驗,訓練提案的能力,得到更多元的回饋與機會,交流的機會越多,能力經驗獲得的越多,也提升了產業成熟度。

我覺得,我剛剛也講到好劇本非常難求,就是我都是靠自己這樣子一字一字來寫劇本,那我也很希望在面臨瓶頸的時候,能夠真的是有一些合作伙伴出現,這樣子也可以,如果是有一個 Team,那當然是更好可以看到可以腦力激盪,以

及看到不同人。他對這件事情上,比如說,對這個對這個比如說了對一個再來這個愛情背叛裡面的不同的一些見解看法跟經驗分享,我覺得,對於編劇來說,它的這個內容會更好。(隋淑芬)

再來就是,國際參與的部分吧,協助導演多到國際上做一些,我剛剛講溝通 跟了解,需要靠互動得來的。比如說多參加提案的會議,會面臨溝通你的提案, 慢慢地就會這個知道想要的是什麼?然後自己的優勢在哪裡?那這個部分是需要 經驗去累積出來的,那個不是在家裡就可以想出來,我們導演,其實很可惜的, 是提案的能力,通常經驗都很不足,這類的能力都很弱,包括語言能力、就沒有 辦法溝通,那當然國外的導演,也有這樣的問題,但他們也可能我比較多的機會 比較多的。比如說,翻譯的團隊,找翻譯的人原來協助之類的,我們的導演也是 由於經費的關係吧,就比較難有這樣的團隊,也是會有啦只是就會比較少一點 所以他們在跟別人溝通自己提案的時候困難又更多一些,就是本來對於這個案子 的認知,或是我剛剛講自己的優缺點在哪裡就已經不太清楚,所以講不清楚了, 再加上語言又是另外一場障礙,對,對就讓我們的提案在國際上很難跳出來,很 難得到別人的認同。或參與的想法,政府可以做的,就說多做一些這類的會議 嗎?不管需要我們的導演出去提案,或是對您邀請其他國家的團隊來,大家在交 流的機會多一些,那我剛剛講一些那些能力經驗就可以提高,產業成熟度就可以 engchi 提升(郭菀玲)

而往下細探影視產業系統性的流程,這邊的系統性並不是指像流水線製造工廠的模式,而是耕耘整個環境,讓各種類型的劇本、編劇,能依循固定的流程,平等的得到資源,只要有創新性或有獨特性的就能得到資源去拍攝實現,同時也提供更多的機會給影視從業者,而不是像一盤散沙、單打獨門,偶有幾部爆紅的影劇才受到矚目得到資源的挹注,更應該是有意識、有系統性地去耕耘,讓越來越多影劇能開花結果,完善產業環境,而不是像賭注一樣,爆紅才得到讚賞,事前的耕耘開拓比起事後的錦上添花來的有用。

對於國內缺乏完善的一個電影產業的環境,包括製片、不是完善製片之制度,也不是,也沒有專業的編劇團隊,然後也,所以台灣的電影還沒有步上工業化的這個路程,所以了都是流於單打獨鬥,我們都面臨這樣的,一個苦就是,什麼都是自己來自己寫劇本去參加比賽,自己投國際影展,自己依靠一個人的力量宣傳,然後自己找人,都是都是面臨這樣的一個一個單打獨鬥的一個辛苦,這樣子那台灣的整個以及產業就是像一盤散沙一樣,所以是非常艱辛的。然後,這樣子的一個不完善的環境就是對這個樣子的影視,產業是殺傷力,非常大的是要走的更大更遠,就是是困難重重的,所以首先真的要建立一個好的產業環境。(隋淑芬)

同時,也不要只看今日投資的東西沒有成功,便灰心喪志,馬上撤手退縮,影視產業是文化產業的一種,需要長期累積,並不是一簇可及,更重視的是累積,唯有擁抱多元性,長期的耕耘不同類型題材,讓更多人願意投入成本進入,塑造多元的環境,才有可能帶來更多的機會,在花園裡更容易看到盛開的花,在艱困沙土裡看到綻放的花朵的機會, 届指可數。

我覺得不要太近利,就是眼睛,不要只看到說,阿我今天投資這個東西,他 失敗了,或者他沒有成功了,那我就灰心了嘛,就是這樣子。我就回到我剛剛講 的那個事情就是說,我一定是在一個很肥沃的土壤上,有各種各式各樣的、不同 的可能性,各種各式各樣的花朵,在這裡面,百花齊放的時候,你可能就會有一 部、兩部、三部、五部、十部。(曹文傑)

就你要推所有事情都,特別文化的創作的這種事情,它是一個累積的、我們 這樣說好了啦。就是說,比方說,侯孝賢拍聶隱娘的時候,他就是說,十年磨一 劍,他花了十年的功夫去生產出聶隱娘,所以他在裡面,他自己在琢磨這個故 事,在想這個故事在他身體裡面發酵,然後成熟了,然後推給普萊斯。(曹文 傑) 也因為很多時候,影劇的成功要素牽涉的層面太多,並沒有萬全的準備,請了名導演、明星演員也不一定保證成功,有太多可能的因素,受訪者將台灣影視產業比擬為一座花園,我們可以做的就是把花園的土翻鬆,並放入很多肥料,然後撒上各式不同種子,中間必然會有幾朵開花,而後漸漸的種出心得,嘗試讓花園越來越大,象徵台灣的影視市場也會越來越大,必然會有更多賣座的影劇出現。

那文化的事情是這樣,然後拍片。這個產業是這樣子,就是你,哪怕是你,做了萬全的準備。藝術創作是這樣你做了萬全的準備,最後不一定是成功,沒錯,(不可確定的因素太多)太多了……但是有一件事情可以做,什麼事情呢,好像在一個花園裡面,你把這個花園的土都翻鬆,肥料給它放很多了。然後你放了各種各式各樣不同的種子,那不同的種類的話。然後讓他百花齊放的時候,這個中間就可能會有兩三朵、三四朵、五六朵,然後甚至更多,就是你把這個餅做大,你讓非常多的、非常多的創作者進來的時候,他必然有花出來,必然有賣座的東西出來。(曹文傑)

而其中一位受訪者也提到以產業面來說,台灣相對來說還是不太成熟的,以一部電影來說,往往都是導演去找錢、找資源來拍,因此很多時候,都以導演的觀點角度來決定影劇的劇情走向,製片僅淪為助理,處理劇組大小事,但國外有時候卻相反,例如歐美,製片往往是資源及資金的籌募者,很大程度,導演要與製片合作來決定劇本走向,製片帶來市場的觀點,分析觀眾的喜好,相對來說可以加入多元的觀點,好的產業環境,應該要彼此尊重,重視不同職位的專業性,同時也要考量到市場實際狀況、觀眾真實的喜好,才能產出市場需要也想要的影劇,就像前述提到的,彼此溝通交流,找到最適合的合作模式,才有機會產製出高品質的影劇。

或者是或者是這個影視的產業面來說,都是非常不成熟的一個環境的,所以在台灣不是這個行業,大家都說,大家都說,只要是就是,如果十個人在聚會,那誰最窮就是做電影導演的最窮,就是就是對,因為就是就是不能跟國外的這個製片環境來比,國內也缺少,就是國內也沒有完善的一個製片制度,國內因為錢像我們拍片都是,我們自己是導演,要寫劇本去參加比賽,所以錢都是導演自己去爭取去拿到的,所以就變成是比較傾向於導演制,製片大部分都聽命導演在發嘍。但是在好萊塢在成熟的這種歐美國家,他們是完全採取製片制國家,所以他們因為錢是製片去找,所以說變成就是很多時候。導演很大一部分是要,跟製片來合作,那但是這裡當然都有優缺點了。這樣你也有優缺,就是說,可能有些劇本變成的製片也要干涉劇本,這個就有時候會面臨到讓導演會面臨到蠻不能接受的,因為會覺得製片不懂,劇本不懂電影,所以,但是他也要干涉劇本。但製片完全是從是從市場的角度來看,就是他會看觀眾喜歡什麼樣子的內容類型,所以他會要有希望導演要修改這樣。這個面臨兩方的一些很大的一個一個爭執拉扯,那這個都有各有優缺點。(隋淑芬)

同時也要確保年輕人的觀點可以進入產業中,並將機會留給年輕世代,像前述提到每個世代所喜歡、關切的東西不同,也間接影響了對於影劇的品味喜好,因此需要新世代的人加入,提供新鮮的觀點,保持產業不斷迭代、更新的狀態,才能持續與觀眾溝通、保持聯繫,不致遭受淘汰,也藉此填補人才的斷層。

我覺得可能就是要去如何確保,一直讓年輕人的觀點可以進到這個產業裡面來,是很重要的事情就是說,因為每個世代他所喜歡的東西,所關切東西都不一樣,所以我覺得其實有很多東西,真的是要跟觀眾同一個時代的人才能夠創作出來。所以這個產業其實是蠻需要,一直保持的一個狀態,是他讓年輕的從業人員,可以一直加入這個產業。那我覺得這會讓這個產業一直跟年輕的觀眾保持聯繫,這樣子然後我覺得這個是其中一個很重要的一個要點。(侯季然)

在系統性的扶植台灣影視產業及培養年輕演員,注入新鮮觀點,則不能不提到「植劇場」,王小棣在訪談中提到¹³:「難道你願意美麗的花園變得一片灰色嗎?如果你是花園裡的一份子,聞過花的香味,知道草生長的力量,就應該給這片土壤更多營養」。約略2014時,王小棣導演因有感台灣影視環境每況愈下,而影視工作者紛紛前往大陸工作,便集合七位金馬金鐘導演,共同籌辦「好風光創意執行股份有限公司」並推出Qplace表演教室,希望從根紮起,扶植台灣的影視產業,並培養更多專業的人才。

在2016年,植劇場計畫正式開始,王小棣以及其他七位導演們一起討論出系列計畫,並獲得文化部5,500萬的電視單元劇補助。加入團隊的還有編劇徐譽庭、溫郁芳、陳世杰,以及導演侯季然、北村豐晴等獲獎名導,聯手打造包含愛情成長、驚悚推理、靈異恐怖、原著改編等四大類型的八部單元劇,為一整年度的播映計畫。

演員則是由QPlace表演教室篩選出24位簡稱「Q演員」的新人,搭檔柯淑勤、楊丞琳、藍正龍、吳慷仁等金鐘影帝后,與金獎等級的編劇、導演,意圖培養扶植年輕的從業者。播映方式則是分階段在不同平台播出:週五晚間在台視首播,隔天週六在八大電視台二播,後續由公視進行重播,網路平台則由愛奇藝獨家播映,有非常多元的播出管道,不再僅限傳統電視台。

過去電視台只想打安全牌或沿用過去成功的模式,所以會選擇愛情這個偶像劇的最大公約數,也因此植劇場提供了在這之外的不同劇情模式,專注在類型開發上,也對台灣的影視產業帶來良性的影響,企圖做出示範,影響主流商業電視台。

72

¹³ 資料來源:https://www.watchinese.com/article/2017/22653

除了「植劇場」的向類型轉後,應該也要發展有台灣特色的影視產業。就如前述提到,在跨國合製的題材中,在地文化提供了獨特性,吸引國際的目光,也因此,更需要理解台灣現在的社會現象、歷史背景、年輕世代的想法等,從過去、現在以及未來,去找到自己的認同,譬如日本的 NHK 大河劇,投入了很多努力、資源,也廣受歡迎,呈現了日本的歷史背景,另外近期非常成功的韓劇,時常也帶到自己國家的歷史,就算是通俗的連續劇也或多或少都會提到,綜上所述,爬梳台灣自己的歷史文化觀點,找到自身的認同,相信建立在這樣的基礎上,會有更多在地化,但又具有流通國際潛力的題材出現,也能更扎實地說出自己的故事,回歸到自己的根,做出獨一無二的內容,打造出台灣的品牌辨識度。

我覺得可能也要去看,台灣要如何發展,他自己,有台灣特色的影視產業, 其實我覺得在對於台灣本地的這些社會現象也好,或者是歷史背景也好,或者是 這些年輕世代的想法也好。我覺得可能會需要有更多的瞭解,而且需要去找到自 己的認同,我覺得這個也蠻重要的,就是說我們看很多。譬如說日本 NHK 的那 種大河劇,他投入很多的資源,而且很受到很多觀眾歡迎,你看韓國,其實他有 很多關於韓國,韓國歷史背景的,即使是那種很通俗的電視連續劇,那我們說那 種鄉土劇或者是婆媽劇、愛情劇,這種東西他也很多都是用韓國的歷史背景來 做,所以我覺得台灣其實很需要從台灣自己的歷史背景去找到,代表是我們自己 的特色,對然後找到我們自己的歷史觀點,還有我們的認同是什麼,然後有了這 樣子的一個基礎。之後,你的立足點會站得較穩,然後比較能夠有一個比較扎實 的基礎去說,我們自己觀點的故事、那我覺得這個東西也很重要。(侯季然)

我剛剛講的,你就是你的歸根、回到你的內容面上,你要有一些,你要有一些,這個結合在地的一些特色文化還有你要有一些普世的共通的情感、價值等等。這樣打造出你的這個品牌的辨識度。(隋淑芬)

受訪者也補充,像新加坡是個非常國際化的地方,但同時也有自己的在地文化,很容易就能從影劇中品嚐一二,也因此,要先找到自己認同的位置,再進一步去做國際化,否則一味迎合國際市場,最後長出來的影劇實則是最沒有代表性的影劇,既不能代表台灣,更無法扎實地傳遞給各國的觀眾。相對來說,如果台灣找到自己的文化認同,累積培養自己的影視語彙、美學語言,便可以一掃文化弱勢國的角色,讓國際觀眾一看便知道是台灣。

我覺得影視產業或者是文化產業。他其實很重要就是建立這個國家也好,或者說,這個地方的人的一種文化認同,即使是像新加坡這樣非常國際化的地方、他也是有他本地的、新加坡的認同的位置,那其實你要先找到你自己認同的位置在哪邊,你才能夠進一步地去做國際化。或者說,對於國外的人說話的這件事情才會比較能夠知道的位置在哪邊。包含你的語言是什麼?我的語言不是說英文中文這種,而是說你的美學語言,你的說故事的一些,故事上的語言,故事上的美學,我覺得這個都是需要從自己本地的文化去找的。(侯季然)

除了系統性提升台灣的影產業環境,應該要帶著豐富多元的內容及代表台灣的影視語言、文化風俗,向外拓展,現今是全球化時代,因為台灣的市場相對狹小,勢必要開發國際市場,吸引國際合製,但也許一開始沒什麼人認識台灣的文化,在尋求合作的機會時,可能會因為這樣的緣故遭受阻力,針對這樣的情況,受訪者建議可以先往周邊華語的市場拓展。

另外就是如果要你如果要,因為我剛剛前面講過,台灣的市場非常小,對不對,總共就是,例如說兩千三百多萬人,然後會走進戲院,看電影的人可能,很很很很很年輕的不會很老的也不會,甚至有一些中年的也不會,所以會看電影,就是大概就那一段那個年輕人的那個世代。但市場非常的小,市場上小所以說,那你要可能要想辦法可以拓展這個海外的市場,其實可以先從周邊的華語市場來

拓展,比如說大陸啊港澳阿新馬啊,或者亞洲市場鄰近的日、韓等。我覺得就是要想辦法拓展一些海外市場。(隋淑芬)

除了華語市場外,可以跟與我們共享某些文化的國家合作,包含氣候、食物、歷史上的共通性,舉例來說日本、韓國、新加坡,當然也包括東南亞的國家,印尼、菲律賓等,這些國家相對歐美,較能理解我們所傳達的在地文化經驗。

我們多努力一點。然後比方說,我們可以跟韓國談合作,我們可以跟日本談合作啊,然後我們跟新加坡合作,可以跟菲律賓、印尼等等於東南亞那麼多國家,或者東北亞的一些國基,對我們其實 Share 很多的包括宗教、包括氣候上面的共同性,包括食物上面的共同的喜好,包括文化上面、歷史上面,我們都有很多的共同性。(曹文傑)

另外則是,擴大台灣原有的影視市場,透過共商共榮,結合台灣的城市行銷,舉例來 說像是「高雄拍」、「台中拍」、「台北拍」等,換句話說,地方政府提供預算資金給欲 拍攝作品的影視工作者,只要申請,接著外景在該縣市拍攝即可,也不會干涉劇情的走 向,更不需要在劇情中特別提到該縣市,影劇透過補助得到資金開拍,同時也會有些地方 縣市私房景點,增加畫面豐富性,算是雙贏的策略,該地民眾也可能因為畫面中出現其居 住城市,而有親切感,受到吸引觀看。

那我覺得也可以擴大台灣既有的市場的規模。譬如說呢,我們看現在幾個, 我看現在這個高雄、台中拍、台北拍宜蘭拍、基隆拍等等。能做的最好的是高雄 拍,最有名的,就是他,這個對我們也是專業學生來說,是非常補的、趨之若鶩 的,因為我們每一個人寫劇本都會每年,所有這個也是專業學校學生都會去投高 雄拍,因為他每年都會鼓勵這個年輕的這個影視創業者就是你達到這個你有拿到 這個錢就給你一百萬的資金可以拍一個短片二十五分鐘,所以是是很補的一筆這 個資金,所以那高雄拍要求什麼呢?他要求你一定要在高雄拍,要去高雄拍,他要你把高雄、在高雄取景,就是把高雄的這個地方、文化、建設等等,要把它拍到劇本裡,但是他不會干涉你劇情的走向,說一定要稱讚高雄不是這樣,他是你希望你的這個景點,你拍攝的場景是尤其外景的,內景看不出來。但是外景的部分,他希望你一定要到高雄去取景,比如說你在愛河取景,就等於在行銷了高雄的愛河,替他們的城市觀光做行銷,那麼我覺得這個就是高雄拍,就是滿好的一個利益了。但我覺得,我覺得,這個就可以,後來,後來好像很多縣市也都起而彷效,也都做這樣子的一個結合。那我覺得,這個對台灣縣市政府來說,還有對於影視學生來說,都是雙贏雙贏的策略。(隋淑芬)

除了在畫面中行銷之外,也可以結合當地的文教旅行、文化建設,吸引更多觀眾,打造一條龍的影劇行銷,除了劇情內容獨特原創之外,跨領域的結合,相對來說也增加其注目度,虛實整合也有助於擴大市場,讓台灣自己的市場藉由觀看影視、親身體驗、口碑行銷,形成更豐富的收視人口。

所以它可以結合這個文旅、文教旅行、地方文化建設。我剛剛講的,來打造一個一條龍的一個數位產業的院線,那吸引大量觀眾進去看了,那這個或者說,我剛剛講到的,比如說,高雄的愛河的風景的景點有沒有,他也可以跟各個縣市政府的這個地方上的風景名勝做一些結合,當然你的內容不是 promote,內容還是我剛剛講的,一定要人性面,一定要有情感面來支撐,內容跟這個。我說,現在說的這個是這個地方文化建設景點,這是兩回事。我現在是說,在取景上、在景點上,你可能在場景的可以取景的時候,你可以把這個比如說,高雄的愛河當作一個其中一個場景,這樣子那我覺得這樣子的結合就可以就是說,更好的一個跨領域的結合。然後就是,如果我們知道有很多電影,電影紅了,不但有這個紅了以後,你會發現他拍攝的裡面的景點也會跟著爆紅。比如說,像海角七號,那時候吸引了那麼多的觀影人,創創就破紀錄的,然後變成,他在墾丁的一些景點就成為旅遊的景點,很多都這樣,這個片子紅了,然後他拍過的地方就成為景

點,這個就可以其實如果之後可以運用,這樣子就是結合這樣子可以結合成為一個、包裝成一個文化,加上這個這個影片中的這個景點的一個旅遊的一個專案,它可以像滾雪球似的帶動更多的觀影人潮。這樣子引起話題,我覺得這是都可以很多面向,可以考慮擴大國內這個比較小眾或貧乏的一個電影市場的規模,就是大概有有幾個面向來。(隋淑芬)

同時也必須從國家及主事者面向來看影視產業,公共電視長久以來因為其特殊性及營運資金來自於納稅人,因此有一定的責任要扶植台灣的影視產業,並培養年輕從業人員,同時製播的影劇也應要呈現多元題材,讓更多劇情題材有機會在更多人面前曝光,作為台灣影視產業的創新嘗試者,應讓商業電視台看到偶像劇及鄉土劇之外的可能,更願意投資多元題材的類型劇,也讓台灣的影視市場拓展國際的機會增加,更可以改善先天的體質,讓越來越多年輕的影視工作者願意投入此行業。

從另一個角度來講,也是因為台灣的商業媒體來講,他們願意給比較相對好 一點的錢,讓年輕人做編劇的機會越來越少。(曹文傑)

而除了跳入製播影劇之外,更需要有一些機制去廣納各式的作品,包含各種等程度的影劇工作者,例如從《學生影展》到《人生劇展》,只要題材創新都有機會受到補助去拍出來,間接的扶植年輕的影劇工作者,而後也有新創電影的專案徵件,希望提供較高的預算可以有更精緻的東西出現,另外也可以與學校合作,在學生在就學時就能接觸到業界的實務,同時也能獲得資源,藉以展露頭角,為台灣的影視產業提供更多年輕的觀點。

所以我們在的時候,我們又推了這個哦,本來我們在就有學生影展跟人生劇 展。後來我們在,我們又推了,一個就是新創電影嘛,新創電影就會給比較高的 預算,希望是一個比較精緻的好一點的東西,所以它是有階段性的。(曹文傑) 所以我們長年以來,我們一直有一個叫學生影展的,就是給年輕的導演,然 後用比較少的錢,大概一百五十萬左右,那個時候一百五十左右就業,讓他們做 一個短片,大概三十分鐘,所以像北藝大啦等等的一些電影系的學生,大概都會 來投案這樣子,然後有的時候是用學校跟跟我們合作的方式來,會跟學校有一些 合作關係。(曹文傑)

另外可以參考韓國的影視產業,韓國政府成立了文化內容振興院,藉由結構系統的模式,全面讓整個影視產業提升,不僅僅是內銷,同時更輸出國外,賺取大量的版權費用, 也與現在的OTT平台跨國合製,產出在地化內容,發展出獨特的影視語彙及特有文化。

上述可以看到韓國電視內容產業重視海外市場,韓流發展在全球也有良好成績,主要輸出以電視劇比重最高,另一角度,韓國是亞洲最大的節目 Format 輸出國,國際對韓國的 IP 需求正在增加,尤以西方為首的國家最高。舉例來說,近年 IP 的輸出案例包括《Good Doctor 善良醫生》、《神的禮物—14 天》、《Signal》等戲劇節目,這也是除了跨國合製之外,拓展國際市場的方式,販售內容創意,發展 IP。

總結以上,公視在提供機會給影劇作品,不該是偏重某些類型或藝術性高的影劇,同時公視的責任是爭取最大的資源給創作者,讓有實力的、有新觀點的人都可以持續創作,同時主事者應該要海納百川,推出類似文化內容振興院的機構,有系統地讓影視產業提升,同時有意識的屏除掉特定的好惡,在行政流程上援引公平的制度,例如評審可能會有特定的喜好口味,應該固定時間就輪流更換不同的評審,確保各種優秀作品不會被埋沒,也可以引進外審制,從外部找來評審,排除內定的可能性,同時可以讓更多元的聲音加入評審的行列。

這是公視該做的事啦,不能只重類型或者只重藝術性高,或者是只重什麼, 這是公共電視在台灣,我們算是一個就是創作者,沒有什麼資源,(相較於商 業)對對對就是的真的,沒有什麼太多的資源,那你的責任就是給資源,就是你 能夠爭取到最大的資源,想辦法給出去,讓大家能夠有機會可以創作。(曹文 傑)

比方說,像我那時候在公視,我自己知道我喜歡什麼類型的,某一種類似都會特別喜歡會特別喜好。所以,我在找評審的時候,我會刻意的,不要找類似喜好的,就是你找這個評審,他會選這一類的東西,你找這個評審,他會選這一類的東西,那你如果長期以來都找這一類評審的時候,就沒有其他的可能性,那其他的優秀作品是不是被埋沒了,所以我在公視的時候,我主推,我後來推了一個叫做外審制,就是我們的評審機制,我就把它打散,比如說我公視,我至少要有七個評審,公視四個,外面至少要三個,要減少公視內部的成員,外面的是增加這個更多元的聲音被引進,然後包括說,我們內部的評審委員也開始換,過去他們都是比方說,部門經理來擔任評審,部門經理,如果呆的久一點的話,大概都不會被改變,那我就稍微改變一下這樣喔。然後,外面評審也做個幾次換,做個幾次就換這樣子。(曹文傑)

而除了從業人員系統性的扶植培養,並挹注資源給多元劇情題材,也應該舉辦影劇相關的活動來讓民眾參與,同時教育民眾,培養觀眾對影劇的認同及喜好,因為觀眾是支撐影視產業最重要的一群人,如果越來越多人經常會去觀看影劇,那市場也會越來越大,就有更多的機會去拍攝不同的影劇,形成一良性循環。

就我們可以做什麼,做的老實說相當有限,也不是沒有啦,因為第一個就是 我剛剛講一些基本能力的培養,那當然政府可以就這部分做一些著力,比如說開 設一些相關的課程啦,或是學一些相關的活動啊?培養觀眾對於這個 這一些活 動的認同、參與等等的,這部分是有一些拉,那我覺得是很重要的,觀眾是支撐 這個市場最重要一群人,如果比較多的人經常會去看紀錄片,那就會有比較多的 紀錄片的市場,那大家就會有比較多的機會去拍攝紀錄片,就是一個良性的循環。(郭菀玲)

上述的建議主要都圍繞在系統性提升影視產業,但回歸到基本的內容面,有受訪者提到可以採取提升現有的影劇品質的做法,讓其更精緻優質,舉例來說公視之前推出的生活劇,旨在照顧長輩收視者,很大一部分長輩會收看鄉土劇、長壽劇,某種程度是為了生活陪伴感,但因其劇情時常重複並加入不合理浮誇的橋段為人所詬病,因此公視希望在這一塊做出改善,因此推出生活劇,並期望在語言上能更多元一點,除了國語之外,增加台語及客語。舉例來說《我的婆婆怎麼那麼可愛》就是生活劇的其中一檔,播映後也廣受好評,更上架在OTT平台上,如Netflix。

雖然這個他們有所謂的本土劇、長壽劇等等,但是同樣的,這一群觀眾可能過去公共電視比較少照顧到,所以那這些長輩們,他們沒有其他選擇看只好看鄉土劇這樣子,我們在那時候就覺得說,把這一塊稍微做一點提升,然後我也相對的做一些優質的劇出來,然後能夠陪伴老人家,然後特別是也希望在語言上可以更多元一點喔。(除了國語會增加台語、客語)對之類的……所以我們就放了一部分資源過去,所以我們也做了兩檔生活劇,我在的時候做了兩檔生活劇,然後都還蠻成功的,第二版,那些生活劇《就是我的婆婆怎麼那麼可愛》。(曹文傑)

同時拜科技發展所賜,閱聽眾的喜好也漸漸能透過大數據去摸索出輪廓,影視產業已經能在劇情發想階段,引入大數據做為參考佐證,並適時的安排目前的趨勢流行話題進入劇情中,很大程度劇情內容能引起觀眾的共鳴,同時也能參考歐美等成熟的影視產業地區,使用數據科學已經行之有年,比起找出目前趨勢流行議題,在操作上可以更為細緻,除了找出流行的趨勢外,更會找出可以搭配應用的元素,在劇情架構安排上精緻到以分鐘為單位,可能每隔幾分鐘就要安排某個元素,讓觀眾更沈浸在劇情中,而受訪者也表示後

續 5G 發展也可期待,台灣的技術力如能找到方法運用在影視產業上,相信也會產生更多的機會。

現在有些劇情這樣做了齁。我剛剛講到火神的眼淚,或是或是那個與惡的距離。我覺得我可以引入一些這種大數據。在這個前期,像電視台或電影公司他們要做一個開發劇本的時候,可以引入一些大數據參考於,比如說像我剛剛前面講,我自己觀察到我自己觀察到發現像驚悚或是懸疑類型的影片,它都有一定的。這個有一定的觀眾群,它有一定的市場了,像紅衣小女孩,所以他會拍續集拍第二集,好像是也拍到第三集,就它會它會有市場了。那還有後來還有一個很夯的,叫什麼,魂囚西門還是什麼的?就是也很夯的還有最近也是我學長他們拍的那個,程偉豪,這他我學長,他們拍那個,他是拍紅衣小女孩,那就很賣座,所以我學長就很紅了,然後就是他最近拍新的劇出來也是很夯,好像也是走懸疑跟驚悚類型的。那所以我就說,那我就是說不一定,當然不要全部都趨同於一致啦,也不一定像與惡的距離,或是火神的眼淚也是也是是不同的題材,那也是備受好評的,讓我覺得這些都是一個參考的一個一個數據。(隋淑芬)

對所以就是我剛剛提到那個部分,就是說,它是有把一些大數據統計的內容放進來。比如說,大家最關心的議題是什麼?剛剛講的。那個隨機殺人?因為那我們之前發生了一些類似的案例嗎? 所以我們對這個問題就很關心,或是說很關切,然後很多人會想知道,為什麼會發生這樣的問題?碰到這樣的問題有什麼比較好的解決辦法嗎? 還是說我們碰到這樣的狀況應該要怎麼樣反應跟處理等等的根據是,基於這些統計的元素然後去過濾出觀眾最關心的議題,把這些議題放進它的一個戲裡面。(郭菀玲)

那像現在的這個要走向 5G 的這個技術。我覺得,這些新技術都可以,嗯其實台灣的後製是很強的,台灣的後製的能力,在全球都不輸的是很強。我覺得這個就是說,這個我們可以利用這個 5G 的技術。還有一些這個這個升級技術升

級,我覺得可以讓我們台灣本來就很優勢的,一個後製的能力可以再更提升、更 發揮了,可以接到更多的就是說,這個可以讓這個部分的,我覺得也可以可以讓 我們在國際上可以可以走出國際市場。那我覺得這個也可以就是讓這個就是讓這 個數位化的。這個模式下可以讓效率更提升了。(隋淑芬)

最後則是,從產業報告來看,近年國際OTT業者對於多元內容需求增加,亞洲也期 盼能進入全球內容規劃和生產鏈中。因此在考量在地節目需求與文化差異,亞洲地區業者 多透過販售IP、國際合製的模式,將內容輸出至海外地區。

同時為了用來填補 OTT 平台上隨點隨看的影視內容庫,劇本的需求相對增加,許多閱聽眾的收視習慣改變,尤其此次疫情更加速了習慣改變及數位化發展,民眾訂閱了非常多的 OTT 串流平台,OTT 因為競爭的關係,也積極發展在地化內容,想要符合各國觀眾的品味喜好,IP 某種程度是解套方法,除了本身就有一定量的粉絲支持外,在開發成劇本比起從無到有原創來得更快速,故開發各種 IP 也是現在影視產業的趨勢,商業上比較容易成功的方式。

所以我覺得這個開發多元題材與這個部分就可以結合,就是說,結合這種網路、如果你找不到好的這個劇本人才,可以寫出一個好的劇本來,我覺就可以朝向網路這種或者是出版市場裡面的這種有高粉絲的這種 IP 來改編劇本,這是一個好的模式了,那這是在內容面上面了,就是要多開發好題材。(隋淑芬)

一個故事。這是一個一個小說,改編來得,其實,他就是其實他是可能一種現象、一種文化,或是說像一種遊戲,有沒有像我們看返校成功,他有他背後有這個有很大的這個粉絲的支持。其實就可以改編成電影或電視的劇本的,那這個都可以叫做 IP 了。那 IP 我覺得這種 IP 改編劇的出現了,它滿足了某部分市場上的這個缺口的需求。(隋淑芬)

這樣那我覺得這是目前也是一個,就是這個 IP 改編,也是現在很流行的一個趨勢了。那我覺得,我覺得,因為因為現在很多觀影的趨勢,尤其加上疫情推波助瀾了很多,關於趨勢改變了,現在大部分,很多都都集中在這個影音串流平台上看電影,我相信你應該也是,大部分都是這樣,比如說像像我我自己家庭也是,可能我有 Netflix ,我也有 MOD,所以所以就是我很多時候,我大部分透過在 OTT 上觀影,那我覺得這對市場帶來很大的改變。對於就是也改變了觀影的習慣,那我覺得這也會造成,因為,但是因為我前面講到了,因為因為這個影音串流平台上,他們需要的這個內容量非常非常的,大,又不斷的要有新片上映,而且他要符合全球各個國家閱聽眾的這個品號,品味喜好,所以說,他造成了這個要大量的在在各個國家。(隋淑芬)

我覺得這樣的一個方式是一個,就是在商業上比較容易成功的方式,就是說今天因為平台越來越多,所以呈現在觀眾面前的這些影視作品的數量也會越來越多然後包含不只是影視作品,還包含遊戲還包含網路上的其他的 youtuber 或者是說抖音之類的全部都在競爭觀眾的注意力,所以在這樣的情況之下,觀眾要去選擇一個,他要花時間去看一個作品,其實如果他是觀眾已經熟悉的 IP,其實就會比較有利。(侯季然)

譬如說,它是一個很知名的小說改編或說他是一個著名的社會案件。那或者是說,他是一個什麼樣的漫畫作品也好。你就是說,它有一個知名度已經正在在那邊當成一個基礎的之後,然後你在這個上面再去做一次作品,其實就會比較能夠在先天上、讓觀眾比較容易注意到你的作品,那今天如果是一個完全原創的東西,其實要從原創從零到有去讓觀眾,去知道這個是幹嘛的,其實其實是會比較花些力氣的,但是如果他本身就是個IP的話,其實就會減少這方面的一個力氣啦。所以我覺得這個IP改編感覺它必然,這個時代商業上比較成功的方式。(侯季然)

此外台灣的編劇與市場還未完全成熟,不似美國好萊塢、韓國電視劇,沒有建立完善的影視產製制度,因此好的編劇其實供不應求,而影視作品沒有好的劇本,便無法開始,有好的劇本可說是成功一半,因此從IP改編或開發IP其實是可以參考的做法,像上述所說IP改編背後就有很大的粉絲支持,也會願意收看,舉例來說改編自小說的《那些年,我們一起追的女孩》就是因為是很熱銷的小說,改編成電影後票房表現也不俗。

其實我們現在拍電影也發現我剛剛都自己寫劇本,但是也發現了一個人的力 量非常有限,而且一個的視野非常的狹隘,就是所以有時候,有時候那有台灣的 編劇與市場也非常的不成熟,就是不工業化,台灣完全沒有建立很完善的一個包 括拍片也好,包括編劇市場也好、就是非常不完善的一個機制。但所以說,所以 說,這個 IP 改編劇就是他的,這個出現滿足了這個市場的需求。因為真的大家 要求好的劇本,一本難求就是直的是大家都在找好劇本了,我們都知道有好的劇 本。基本上,你要拍成一個好的電影,他就成功了一半,但是你沒有好的劇本, 他就是後端,不可能產製出好的電影作品,那劇本是最重要的,那通常有有這個 符合 IP 改編的……這個閱讀的讀者很多,大家可能很喜歡這個作品。像那些年 我們一起追的女孩有沒有,他就是一個很熱銷的一個一個一個小說,還有返校的 遊戲也是了,那就是,所以他他這樣子做,因為它已經已經是有那麼多的讀者, 粉絲支持,所以它就符合了這個市場價值的需要。因為他已經有一大批死忠的觀 眾支持他了,那所以,如果說,比如說我是這個,我是這個返校的遊戲的忠實這 個玩家,它改編成電影,我當然會去看,我會去看看到底他改編的怎麼樣,跟跟 在原始的遊戲中有哪些落差?有一些哪些不一樣?然後如果我是這個忠實的粉 絲,通常你一定會買單的,那所以他已經先立於不敗之地,因為他已經有大量的 粉絲支持她。所以這個這是一個比較,就是說被選為好的 IP 來做改編。我覺得 他已經先立於不敗之地了,就是那個像我剛剛舉的那些年、返校,還有大陸的像 很夯的一個電視劇。後宮甄嬛傳是,這些他們都是是有本身的大量粉絲支持的是 一個熱門的原創、小說或遊戲改編的,然後,然後我我覺得就是其實這個現他也 凸顯了一個什麼情形就凸顯了其實好的劇本。我剛剛講的就是劇本市場,他的缺乏他的匱乏,然後還有就是他只好就是像藉由這樣子很多在網路上尋找這個創新的題材,或者是這個紙本市場,尋找這些新的題材來補強。(隋淑芬)

台灣對 Netflix 來說也是一個非常大的市場¹⁴,因此也造就了平台會找尋台灣觀眾喜愛的影劇上架,也會去挖掘台灣在地的內容,除了編劇原創之外,更將目光放到各式 IP 上,尤其也轉移到紙本市場,包含網路小說,像是有有跟鏡文學等出版社合作,總結來說因為市場的趨勢需要大量的劇本內容,故跨國 OTT 平台除了開發在地化的內容之外也將目光轉向 IP 改編影劇,後續在台灣的影視產業也可以參考整合相關的產業,例如出版業,去發展 IP 內容產業鍊。

台灣的市場對 Netflix 來說也是蠻大的一個市場,所以他他就會造成了他也希望它的這個內容它有很大,一部分是符合台灣閱聽眾的需求,那所以也會在台灣找很多的。這個這個原創的這個內容嗎,那我覺得這造成了這個不管不管這個網路上的是漫畫改編也好,或者小說也好,這樣的一個 IP 了,會產生一個供不應求的一個現象,就是因為因為這個這個這個影音平台上需要非常大量的。這個這個影片內容嗎?那我覺得就是如果參與這個原創製作的這個 Netflix。他們在選擇這個劇作家原創劇本的同時了。我覺得他們現在 Netflix,他們也會把目光轉移到這個紙本市場,就是已經出版的小說,還有這些網路漫畫跟網路小說,就是我說這個 Netflix 平臺,他們在選擇劇本上,其實我知道後來他們有跟比如說公視合作,還有跟那個什麼好像是鏡文學,他有跟就是一些都有一些,就是因為它要大量的挖掘這個作品,因為因為他們要吃大量的大量的內容播放,所以說,就會有跟每一個國家當地的一些一些。比如說,電視台,或者是出版社,有做一些合作,這樣,對那當然也會在國際影展上面去挖掘一些一些不錯的一些片子片源。

¹⁴ 資料來源:https://reurl.cc/ogNnaD

總結 IP 改編劇是市場趨勢不得不然的結果,尤其是更大量的劇本內容,雖然以 前就有瓊瑤啊金庸啊等等文學改編的。(隋淑芬)



第五章 結論與建議

第一節 研究結論

有鑒於最近類型劇在台灣蔚為風潮,越來越多元的劇情題材出現在觀眾面前,對比之前,台灣影視產業始有遍地開花之勢,然而拜網路及科技所賜,跨國OTT平台快速發展,讓類型劇有更多的機會出現,並透過跨國合製的方式,提升影劇品質,同時上架在平台上,讓更多國家的觀眾可以看到台灣的戲劇,接觸到台灣的文化,也讓台灣的影視產業成熟度,有機會再往上提升。

藉由整理訪談所獲得的資料,並回應研究目的,在此提出本研究之結論,四位受訪者透過深厚的實務經驗,其中更有兩位曾是或現任公視的高層,也因此讓本研究納入產、官、學方多方的觀點。

壹、 類型劇的成因:社會變遷與商業壓力

類型劇在目前台灣影視產業蔚為風潮,從本研究的個案《通靈少女》、《與惡的距離》到最近更有《火神的眼淚》都創造極好的收視表現,綜合訪談發現類型劇出現及崛起 有以下原因:

- 一、偶像劇收視下滑,不再能有效吸引觀眾的注意力,劇情安排老套,人物設定較無新意,同時外銷海外的競爭力也下滑,這樣的衝擊下,台灣影視產業急需尋找出路,尋找新的影劇題材,也因此類型劇成為新的嘗試出現。
- 二、劇情寫實新奇,類型劇的劇情安排不落俗套,將真實的情況及衝突脈絡放入劇情中,觀眾覺得貼近現實,張力十足,同時有說服力,在劇本階段即投入大量的心力,仔細的觀察及刻畫人物,並提供思考脈絡在劇情當中,豐富並且具有力道,直擊人心。

- 三、 影視市場更迭快速,互相交流影響,每一代觀眾喜歡的題材都會改變,而現在隨著科技發展,資訊交流越來越快速,觀眾喜好也改變的越來越快速,不斷隨著國際的影劇趨勢潮流變化,同時影視產業也不停追求新的娛樂、新的美學,之前是偶像劇,現在則是類型劇,不斷地更新。
- 四、 新的影視產業工作者投入,新的影視工作者帶來新的觀點,更勇於嘗試新的題 材、新的表現手法,剛投入市場的新人往往會有不同的見解,包含大膽創新的想 法,對於市場的理解也會提供較為新穎的切入點。
- 五、 觀眾收視習慣改變,OTT 影音平台的出現很大程度的影響觀眾的收視習慣,隨點 隨看,多元豐富的題材內容,除此之外,新的觀眾投入市場,包含國、高中生、大學生,這些原生的網路住民,收視習慣朝向分眾及主動模式,同時,OTT 影音平台為了滿足多元豐富影劇的需求,也積極的尋找各種類型的影劇,其中又尤以類型 劇最受親睞,題材多變,舉凡寫實、靈異、推理、懸疑等。都容易吸引觀眾收看。
- 六、 台灣影視業者從中國回流,近三、五年,因為中國影視政策關係及市場緊縮,某部分之前在中國工作的台灣影視從業人員順勢回流,帶回在中國大市場、高規格所訓練的經驗及對於題材的新觀點,間接提升台灣影視產業的實力。

貳、 類型劇的發展及未來:深化內容與放眼國際

但如僅是在台灣市場開拓類型劇,不一定會是成功的做法,因為台灣的市場相對較小,如果類型劇是瞄準某一分眾收視群的話,相對來說市場量體也是小的,不一定能帶來更高的收益,也因此應將目光放遠,將市場定位放大,放眼國際市場,可以先從共享類似文化脈絡的國家開始,積極尋求國際合作的機會,近期因為國際 OTT 影音平台發展 15 ,積極尋找各國在地類型題材,很大程度成為台灣出口影劇的管道。

¹⁵ 資料來源:《2017 影視廣播產業趨勢研究調查報告【電視產業】》

但積極尋求國際合作機會,拓展國際市場,也需要回歸到基本的內容面,類型劇最大的特色即是劇情刻畫深刻,人物寫實立體,不一定都要是史詩級製作規格才能吸引到觀眾,類型劇在前期的編制劇本階段,就需進行非常詳細的研究,舉例來說《我們與惡的距離》,編劇在編寫劇本時,花費了一年多的時間,貼身觀察劇中出現人物的工作細節及脈絡,在將這些寫入劇中角色的心理發展脈絡,讓人物更加立體豐富,除了劇情細節的處理之外,類型劇時常勇於觸碰敏感但討論度高的議題,例如隨機殺人、思覺失調等,極容易在播映時,引起很大的迴響。

除了編劇細節、敏感但高討論度議題之外,現在類型劇也時常在前期籌劃階段導入大數據,找出目前網路上的趨勢流行話題,過濾出討論度高且可以應用在劇情中的元素,這些客觀數據的輔助,某種程度較容易產製出符合現在觀眾喜好的類型劇,更貼近觀眾所愛。

參、 OTT 平台與拓展國際市場要點:主動性與回歸基本面

調查報告指出,近期因為OTT國際影音平台的高速成長,OTT成為台灣影劇內容輸出海外的重要管道,且多和Netflix、HBO等國際業者合製。綜上所述,OTT快速成長,漸漸成為國際影音市場主流,同時影響觀眾收視習慣,越來越多的影視內容被放在平台上,也因此某種程度,台灣影劇是跟整個世界的影劇競爭,如何在競爭中打下堅實基礎,同時拓展國際市場,詳見以下說明。

台灣類型劇必須「思考國際化、內容在地化」以迎擊跨國平台上激烈的競爭,故應該 在類型劇製作時加入國際的觀點,例如請國外有相關經驗的人員來當顧問,最後呈現在觀 眾面前時,內容才不會過於扁平、失真。 國際合製某種程度就是與台灣之外的人合作,雙方共同合作開發,揉後不同文化觀點,進而創造出有跨國流通性的影劇,因此也是開拓國際市場,迎擊競爭的掌握要點之一。

同時因為OTT平台積極找尋各國在地化內容,需要盡可能地擁有獨特性高、獨佔的內容,台灣也應該把握這樣的機會,邁向整合性、跨國性的開發,與全球接軌,提升國際知名度,並在開發類型題材上,呈現台灣獨有而且真實的社會文化脈絡及心理特徵,吸引更多國際合作的機會。

除了被動的等待國際OTT的合作洽詢,其實也應該主動出擊,例如參與國際上的影展或是研討會,不管得獎有無,都能增加知名度,同時也真正走出國際,去驗證自身題材的可行性,蒐集真正第一線的反饋,本研究的個案《通靈少女》即是參加完放映交流會後,獲得非常好的回饋,因此決定繼續發展下去,最後促成跨國合製。另外參展也應該要策略性地送展,不該亂槍打鳥,應該找尋調性與自身影劇風格相符的參加,才能真正得到有助益的回饋,也有更高的獲獎機率。

另外則是影視從業人員首先應該要對國際趨勢有深刻的了解,例如現在流行的影劇或 拍攝手法,同時知道自己的長處優勢,找出自己能提供什麼、自己缺乏什麼,需要找到資 源來補齊,另一個則是主動性,主動出擊去溝通交流,去說服別人合作,不要閉門造車, 合作的方式有千百種,但不主動去溝通交流,更可能是一種都沒有。

最後則是切勿著急,不要去想一夜成功、不要去找一夕爆紅的題材,而是去訓練基本功,確保技術有一定的水準,同時累積對於市場深刻的認知與理解,因為每個人的強項都不同,知己知彼,才能找到互補的地方,也才能順勢開始對話,談論合作,在這樣國際競爭的情況下,往前邁進,拓展國際市場。

肆、 跨國合製之經驗建議:人性與市場法規

前段提到,台灣在輸出影視內容、拓展國際市場,跨國 OTT 平台是重要的管道之一,並且某種程度多以合製的方式進行,因此本研究也想延伸此一論點,探討跨國合製需注意的要點,透過訪談得知,跨國合製最主要會面臨在劇情上要呈現哪些文化元素以及要使用什麼樣的拍攝手法、影視語彙,才能創造各國文化都「恰如其分」的作品,因此就要去討論,需要去妥協磨合,但也因此可以藉著跨國合製的機會,嘗試新的敘事手法、新的戲劇架構,讓台灣的影視產業可以更與國際接軌,得到提升。

另外則是,在製作要跨亞洲、跨全球的作品,則必須要注意不同國家的法規或習俗, 例如能不能說方言,劇中呈現的尺度是否符合法規,是否需要送審查,這都是需要在事前 就規劃考量。

同時跨國合製就好比人與人的合作,兩人要合作就代表要了解彼此,包含各自喜歡的 東西、各自代表的背景,而其中共通的就是人性,掌握、了解人性就能將差異降到最低, 另外則需保持開放的心態,了解事情沒有絕對的對錯,僅是立場不同。

保持開放的心態,就代表需要包容彼此不同的文化,有時候多去接納別人的意見也是非常有助益的,舉例來說,本研究個案《通靈少女》,就是互相妥協包容後產出的作品,揉合不同的文化觀點,既在地又國際。

另外如果是外國團隊與本地團隊這樣的組合,時常會因為文化背景不同碰到許多意料之外的事情,同文同種的人都很常發生衝突了,更遑論自身文化之外的人,因此心態上需要更加彈性、開放,同時這樣的跨國團隊組合,常常拍攝期很短,在這幾天就需要藉由彈性、開放的心態去更快的磨合團隊。

同時要考慮到市場性,像是台灣的偶像明星,在走出國際後,可能相對來說沒有知名度,也就沒有票房號召力,因此在初期選角時即要納入考量。同樣,敘事手法過於藝術感的可能也無法在市場上獲得多數觀眾接受,唯有在其中取得平衡,擁有特色風格,但兼具市場性才有可行之處。

另外,台灣也需要加強影視行銷之實力,往往影劇拍完後,資金就所剩無幾,但好的 影劇透過行銷,更能發揮潛力,吸引更多觀眾收看,而對開拓國際市場以及跨國合製也有 一定的幫助,如果有成熟的行銷模式,也就能在與國際影業合作洽談上能更加順暢。

伍、跨國合製劇情題材重點:在地內容和普世情感

前述提到要在國際競爭上做出差異化,則需要內容在地化、思考國際化,這句話很大程度呼應跨國合製題材的重點,應該要以在地文化包裝普世性核心情感,舉例來說《通靈少女》就用用台灣在地的宮廟文化,加上少女成長的人性主軸,同時具有獨特性及普世性,具有跨國流通的潛力,觀眾也能有所共鳴。

同時在呈現手法上也不能過度強調台灣的在地文化,應該要稍微淡化,藉以襯托較為 普世性的核心情感,去烘托整部戲的主軸,普世性的情感舉例來說就是與人性相關,就算 跨越不同國家,大家都還是會理解與有所共鳴,舉凡親情、愛情等。另外,台灣的在地文 化,像是《通靈少女》的乩童通靈、華人的婚喪喜慶,對於外國人來說都會是全新體驗, 類似文化上的奇觀展現,也吸引他們去觀看,印證了「在地化就是國際化」。

總結以上,不能因為過度包裝文化元素,而忽略基本的東西,想要走出國際,就要顧及國際觀眾的看法及想法,也就是要回到普世性的部分,影劇可以訴說人性的掙扎矛盾、人性的親情愛慾,再以在地文化去包裝襯托,相信這樣的連結,勢必能走出國際,引起大家的共鳴及理解,也讓台灣的文化能被國際看見。

陸、 台灣影視產業發展建議:系統性提升及強化內容產製

前幾節說明關於類型劇的成因及發展,如何拓展國際市場及吸引國際合製,而在國際合製要注意的要點及題材選擇,最後在這節將回到如何讓台灣影視產業往正面的方向發展,受訪者不約而同表示最重要的還是內容,而類型劇擁有多元豐富的內容,不過份脫離現實,也帶觀眾體驗社會的各種樣貌,是值得發展及期待的劇種。

而影視市場變動極快,不斷更新,因此從業人員應該要培養紮實的基本功、並注重細節,影視產業其實就是注重細節的產業,唯有處理好每個細節,才會有好的作品呈現在觀眾面前,也才有能力去處理更大的題材,並培養應變能力,可以適時地隨著市場改變調整策略。

台灣的影視產業也應該有系統性的扶植、培養年輕從業者,從舉辦活動或工作坊,增加彼此交流的機會,到提高國際參與,協助台灣的影視工作者走到國際上去溝通交流,累積更多的經驗,去實際接觸國際市場,或在國內舉辦活動吸引國際的影視工作者前來,交流的機會越多,累績的經驗越多,也間接的提升了產業成熟度。

而往下細探系統性的流程,是指耕耘整個環境,讓各種類型的劇本、編劇,能依循固定的流程,公平的得到資源,只要有創新性或有獨特性的就能得到資源去拍攝,同時,影視產業是文化產業的一種,需要長期累積,不是一簇可及,唯有擁抱多元性,長期耕耘不同的類型題材,讓更多人願意投入成本進入,塑造多元的環境,才有可能帶來更多的機會,在花園裡更容易看到盛開的花,在艱困沙土裡看到綻放的花朵,屈指可數,也不要只看到今天投資的東西沒有成功,便灰心喪志,馬上撒手退縮,因為很多時候,影劇的成功要素牽涉的層面非常多。

同時也要確保年輕人的觀點能進入產業,並將機會留給年輕世代,像前述提到每個世代所喜歡、關切的東西不同,影響了對於影劇的品味喜好,也因此需要新世代的人加入, 提供新鮮的觀點,保持產業不斷迭代、更新的狀態,才能持續與觀眾溝通,不致遭受淘汰。

同時,應該也要發展有台灣特色的影視產業。就如前述提到,在跨國合製的題材中, 在地文化可以提供獨特性,吸引國際的目光,也因此更需要理解台灣現在的社會現象、歷 史背景、年輕世代的想法等,從過去、現在以及未來爬梳台灣自己的文化觀點,找到認 同,相信建立在這樣的基礎上,會有更多在地化但具有跨國潛力的影劇誕生,也能更扎實 地說出自己的故事,回歸自己的根,做出獨一無二的內容,打造出台灣的品牌辨識度。

另外則是,可以擴大台灣原有的影視市場,透過台灣的城市行銷共商共榮,舉例來說像是「高雄拍」、「台中拍」、「台北拍」等,地方政府提供預算資金給欲拍攝作品的影視工作者,只要申請,並於畫面外景中露出該縣市即可,也不會干涉劇情的走向,更不需要在劇情中特別提到該縣市,影劇也能透過補助得到資金開拍,同時也會有些地方縣市私房景點,增加畫面豐富性,算是雙贏的策略,該縣市民眾也可能因為畫面中出現其居住城市,而有親切感,連帶受到吸引觀看,除了在畫面中行銷之外,也可以結合當地的文教旅行、文化建設,吸引更多觀眾,打造一條龍的影劇行銷,除了劇情內容獨特原創之外,跨領域的結合,相對來說也增加其注目度,虛實整合也有助於擴大市場,讓台灣自己的市場藉由觀看影視、親身體驗、口碑行再擴大。

同時,應該舉辦影劇相關的活動讓民眾參與、教育民眾,培養觀眾對影劇的認同及喜好,因為觀眾是支撐影視產業最重要的一群人,如果越來越多人經常會去觀看,那市場也會越來越大,就有更多的機會去拍攝不同的影劇,形成一個良性循環。

回歸到內容面,也可以提升現有的影劇品質,讓其更精緻優質,舉例來說公視之前推的生活劇,旨在照顧年長收視者,傳統長輩很大一部分會收看鄉土劇、長壽劇,某種程度是為了生活陪伴感,但因其劇情時常重複並加入浮誇的橋段為人所詬病,因此公視希望在這一塊做出改善,推出生活劇,並期望在語言上能更多元一點,除了國語之外,增加台語及客語。舉例來說《我的婆婆怎麼那麼可愛》就是生活劇的其中一檔,播映後也廣受好評,更上架在OTT平台上,如 Netflix。

另外拜科技發展所賜,閱聽眾的喜好也漸漸能透過大數據摸索出輪廓,影視產業已經 能在劇情發想階段,引入大數據做為參考佐證,並適時的安排目前的趨勢流行話題進入劇 情中,很大程度能引起觀眾的共鳴,同時也能參考歐美等成熟的影視產業地區,使用數據 科學已經行之有年,比起找出目前趨勢流行議題,在操作上更為細緻,除了找出流行的趨 勢外,更會找出可以搭配應用的元素,在劇情架構安排上精緻到以分鐘為單位,可能每隔 幾分鐘就要安排某個元素,讓觀眾更沈浸在劇情當中。

最後根據報導,其實台灣對 Netflix 來說也是一個非常大的市場,因此也造就了平台會找尋台灣觀眾喜愛的影劇上架,也會去挖掘台灣在地的內容,除了編劇原創之外,更將目光放到各式 IP上,例如轉移到紙本市場,包含網路小說,像是有有跟鏡文學等出版社合作,總結來說因為市場的趨勢需要大量的劇本內容,故跨國 OTT 平台除了開發在地化的內容之外也將目光轉向 IP 改編影劇,台灣影視產業也可以順勢整合相關的產業,例如出版業,去發展 IP 產業鍊。

綜合以上,從類型劇的遍地開花,到藉著國際OTT平台拓展國際市場與跨國合製, 再再都說明台灣的影視產業還再成長當中,也讓人更加期待未來的發展,後續在跨國合製 影劇及台灣影視產業未來發展,希望本研究能提供相關建議,此外,也期望能實際運用在 實務界中,希望在未來可以看到越來越多的《通靈少女》出現在國際上,代表台灣的影劇 在國際上開花結果,花若芬芳,蝴蝶自來,但花要芬芳則仰賴翻土施肥,並注入活水。

第二節 建議

近幾年隨著 OTT 國際影音平台的發展及影視品味變動更迭,台灣的類型劇逐漸崛起並快速發展,國際合製的機會也越來越多,對於台灣走入國際相對的非常加分,因此本研究討論的重點,放在對類型劇的趨勢發展、拓展國際市場和國際合製中,並做初步的分析了解。

壹、研究建議

對後續研究的建議可以嘗試以不同的面相切入,例如類型劇的業務導向,類型劇的閱聽眾研究,並更深入的去探討類型劇,同時也可以嘗試使用不同研究方法,例如德菲法、 焦點團體法,相信可以得到更多元的研究結果,同時因為本研究某部分在探討國際合製, 因此聚焦的 OTT 影音平台多為歐美業者,但其實還有周邊國家,如日、韓等地的 OTT 平 台,就連台灣本身也有,故在這一塊尚待後續其他人去研究,做一全盤了解,例如不同國 家 OTT 平台的競合關係,而類型劇、跨國 OTT 平台、跨國合製,在本研究呈現較為線 性的發展,但實際狀況上,應該會更錯綜複雜,並互相影響,也有待後續研究釐清關係。

同時,本研究雖採訪了四位有豐富實務經驗的影視工作者,更包含了公視的高層,但 影視產業極其複雜龐大,更遑論變化快速,因此後續研究可以增加訪談樣本數,才能對影 視產業有更通盤的了解,並提供更多元的意見觀點。

最後,本研究在各個面向之研究目的,僅作初步了解,提出概論,但每個部分都可以繼續往下深入探討,舉例來說在國際合作上,其實不僅止於OTT平台的合作,更有其他管道的合作,另外在跨國合製影劇上,也僅止於提到劇情選擇和合作的經驗通則,其實可

以往下歸納出可複製的合作模式,供實務上去運用,因此希望可以以此研究作為基礎,讓 後續研究找到更多發揮的方向。

貳、實務建議

在類型劇上,因為閱聽眾很大程度會收看是因為人物刻畫立體,情節真實豐富,因此 在編劇階段需要去貼身了解劇中人物原型之生活脈絡及心態,在發展成劇本之後就會相對 的寫實吸引人,另外則是在選擇題材元素時,也可以加入討論度相對高的議題,容易引起 迴響。同時可以導入大數據,過濾出現在的趨勢流行話題,找出觀眾喜好的元素,適當的 加入劇情中。

在OTT平台及拓展國際市場方面,雖然台灣的影劇可以藉此管道拓展國際市場,但同時也要與各國影視內容進行競爭,對應的策略便是「思考國際化、內容在地化」,推出的劇情類型不該過於扁平,應以在地文化包裹普世情感核心,相信放諸各地都能開啟閱聽眾的好奇心,同時,也呼應目前跨國OTT平台為了吸引在地訂戶,積極找尋在地化內容的趨勢不謀而合。另外則是影視從業人員,應該要主動出擊,前往國際參加影展、研討會,走出國際,去驗證自身題材的可行性,搜集國際上的反饋,影業從業人員也應該培養對國際市場的了解,找出自己的長處短處,去溝通交流、尋求合作。

在跨國合製方面,回應上述跨國 OTT 平台是台灣輸出國際影視內容的重要管道,並 常以合製方式進行,在跨國合製需要掌握的要點即是各國文化觀點不同,在劇情的呈現抑 或是拍攝的手法,勢必會有所差異,這時就需要協調、彼此磨合,並認知沒有絕對的對 錯,只是立場不同、觀點不同,需要保持開放心態,包容不同文化觀點。 另外則是,通常跨國合製的籌備期很長,但真正拍攝的時間很短,如何快速磨合、並預防意料之外的狀況發生,就是重點之一,最後就是要考慮到市場性及各國法規,有些內容呈現在這國可以,但到別國則需要審查。

在跨國合製的劇情題材重點上,因為要在國際競爭上做出差異化,即需要內容在地 化、思考國際化,但也不要過度強調台灣在地文化,而應要稍微淡化,藉以與普世性核心 情感相輔相成,才能最大化的引起國際觀眾的共鳴,去連結他們的情感。

最後對於台灣影視產業的發展建議,受訪者一致認為內容至上,開發好的劇本、扶植 年輕人才一直都是不敗的真理,而影視上場變動快速,從業人員需要培養扎實基本功,處 理好細節,並具備應變能力,隨著潮流更迭更新策略。

產業環境上應導入系統化流程,讓各種類型影劇都平等的得到資源,不會再落入少數人手上,長期累積、長期耕耘不同類型題材,同時確保年輕的觀點進入產業,不同世代需要不同世代人的觀點品味才能產出符合需求的影劇,並提供交流平台去讓從業人員有機會與國際接軌。

另外則是,找到台灣的認同位置及在地文化,台灣有很多元的歷史背景,也有嶄新的 未來,帶著自己的特色在國際中找到自己的影視語彙,相信台灣可以一別文化弱勢國的稱 號,讓國際觀眾一看就知道是台灣。

同時不該一味只望向國際、開發新的劇種,也可以回頭看看台灣目前的影視產業,去 提升現有影劇的品質,兼容新舊的環境才是健康的環境,並擴大台灣的內需市場,可以藉 由城市行銷,去吸引原本不會觀賞的閱聽眾觀看,政府也可以定期舉辦影劇相關的活動讓 民眾參與,同時教育民眾、培養對影劇的認同及喜好,畢竟觀眾是支撐影視產業最重要的 人。

參考書目

中文部分

方寸(1981)《戲劇編寫法》,台北:東大。

Bordwell, David (1999) 電影敘事: 劇情片中的敘述活動 (李顯立譯).遠流。(原著出版於 1999)

李天鐸(2006)〈亞洲電影在全球化風潮中的情境與困境〉,《北京電影學院學報》1: 25-26,北京:北京電影學院。

吳怡國、姜易慧(2010)〈初探兩岸合拍偶像劇之發展與困境〉,《淡江人文社會學刊》 44:1-26,新北:淡江大學。

吳怡國、姜易慧(2010)〈台製偶像劇產業發展變遷之歷時性研究〉,2010中華傳播年會發表(2010年7月),政治大學傳播學院研究暨發展中心主辦。

金彬娜(2020)《初探更多元的 OTT 自製劇:網路串流平台與台劇內容的產製》,台灣 師範大學大眾傳播研究所論文。

高啟翔(2003)《全球與本土的連結:以文化融合理論檢視臺灣「偶像劇」》,交通大學傳播研究所論文。

徐怡雲(2011)《電視劇的社運敘事語藝與能動潛力——以公視《孽子》為例》,台灣大學文學院戲劇學研究所論文。

陳怡伶(2016)《從小說到電視劇:以客家電視台《新丁花開》為例》,中央大學客家語文暨社會科學學系客家社會文化碩士班論文。

陳芸芸譯(2006)《電影與敘事》台北:韋伯文化國際。(原書 Nelmes, J. [1996]. *Introduction to Film Studies*. Oxfordshire, UK: Hoboken: Taylor & Francis.)

陳迺云(2019)《海市蜃樓或活血靈丹-反思 OTT 對台灣電視劇產業的影響》,交通大學傳播與科技學系碩士班論文。

陳仁彬(2013)《數位匯流:OTT時代的機會與挑戰》,台灣大學管理學院碩士在職專 班論文。

袁櫻珊(2003)《華語地區無線電視產業競爭策略研究》,淡江大學大眾傳播研究所論文。

許宜茹(2012)《從公視劇集「那年雨不停國」探究訊息設計態度改變原則之內涵與應 用》,臺北教育大學理學院教育傳播與科技研究所論文。

張伊珊(2014)《小說《秋菊》與電影《青春無悔》、電視劇《菸田少年》之互文性研究》,中央大學客家語文暨社會科學學系客家社會文化碩士班論文。

彭向棻(2013)《兩岸電影合製的歷程與發展探究》,台灣大學國家發展所論文。

程淑如(2019)《兩岸電視劇經營策略與市場佈局之探討》,台灣師範大學管理學院高階 經理人企業管理碩士在職專班論文。

馮建三譯(1995)。《電視:科技與文化形式》。臺北市:遠流。(原書 Williams, R. [1974]. Television: Technology and cultural form. London, UK: Fontana.)

黃暖雲(2006)《台灣偶像劇之優勢資源與產製策略分析》,中正大學電訊傳播研究所碩 士論文。

蔡琰(2000)《電視劇:戲劇傳播的敘事理論》,台北:三民。

蔡琰(2004)〈台灣無線三台電視劇開播四十年之回顧〉,《中華傳播學刊》6:157-193,台北:中華傳播學會。

鄭自隆(2015)《傳播研究與效果評估》,台北:五南。

鄭明椿譯(2002)《解讀電視》台北:遠流。(原書 Fiske, J., Hartley, J. [2002]. Reading Television. Oxfordshire, UK: Hoboken: Taylor & Francis.)

魏玓(2006)〈合製文化:反思全球化下的國際電影合製〉《新聞學研究》89:127-164,台北:國立政治大學新聞系。



英文部分

Arthur Asa Berger. (1997). *Narratives in popular culture, media, and everyday life*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Chatman, Seymour (1979). Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*: (pp. 207-208). Ithaca, NY: Cornell University Press.

Gérard Genette. (1983). *Narrative discourse : an essay in method*. Ithaca, N.Y: Cornell University Press.

Gaallrath, & Gymnich, M. (2005). *Narrative strategies in television series*. Houndsmills, Basingstoke, Hampshire, U.K.; New York: Palgrave Macmillan.

Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*, 44: 387–396.

Martínez, A. G., & González, A. M. (2016). Emotional Culture and TV Narratives. *Emotions in Contemporary TV Series* (pp. 13–25). London: Palgrave Macmillan.

Valentina Marinescu, Branea, S., & Mitu, B. (2014). *Contemporary television series : narrative structures and audience perception*. UK: Cambridge Scholars Press.

Yu-Li Liu& Yi- Hsiang Chen, (2004). Cloning, adaptation, import and originality: Taiwan in the global television format business, *Television across Asia: Television industries, Programme*Formats and Globalization (pp. 54-73).