

第一章 緒論

研究者所制定之研究主題，乃是由於本身是韓劇迷，收看眾多韓劇後，發現其無論是在內容取材、畫面呈現、演員詮釋技巧、配樂的使用、行銷包裝手法等，都有一定的水準，並不斷地進步，也逐漸建立起一套韓劇的劇情模式。姑且不論韓劇近年來在亞洲地區國家，甚或遠至埃及、中東等地造成之熱潮，韓劇在台早已成為不可忽視的重要外來劇種。

然而，作為一位台灣的傳播研究者，我不僅開始反思，韓劇為何能造就如此成功，其背後是否隱含某種發展的動機？因此，研究者開始探究韓國的廣電生態、輔助韓劇發展之文化產業政策，與政府所設之相關配套措施、節目特色、創造的產值與效益等。對韓劇的發展脈絡有相當程度上的了解後，基於一個台灣傳播研究生的立場，我認為，必須將研究關注焦點，轉回台灣本土電視劇的發展。

因為，我相信身為一位「台灣」的傳播研究者，對於韓劇不該是一味的欣然接受，或是一味的反制，而是要去分析他人優點，參考、學習可向之取經的做法，我相信這是韓劇大舉進入台灣市場後，台灣最需要作的。基於這樣的理念，本研究以韓劇作為研究導引，然而最終的研究目的，仍是回歸到台灣本土電視劇的發展與革新上。

承接以上的論述，本章第一節將詳述研究緣起，以使讀者了解本研究研究動機所在，再從前述討論中，制定第二節之研究目的，第三節則根據前述內容，擬定本研究欲探討之研究問題，並依據研究問題，選定適用的研究工具與研究方法，按照本研究的討論核心，制定出研究架構，最後依照討論程序，發展出研究流程，明示各章節欲討論的重點及流程。

第一節 研究緣起與動機

韓國，對台灣，甚或亞洲各地來說，曾經是陌生的，雖然與台灣在地理上相近，在歷史上也同樣屬於漢字文化圈，並共同渡過日本殖民時期，但在過去，國人對韓國的認知並不深刻，然而仔細觀察現今的流行文化現象即可發現，在亞洲各地引領流行風潮的，就是韓國，並掀起所謂的「韓流」。

從消費者日常生活中可見的電視劇、電影、網路動畫、線上遊戲、手機電子消費品等，都可見到韓國產品的蹤影，從韓劇在台灣屢次締造的高收視率，就可窺知韓劇受歡迎的程度、韓國的 on-line game 吸引許多網路遊戲玩家、韓系手機也繼歐美各大廠牌之後成為熱門選擇、韓國演藝明星頻頻訪台、媒體另闢篇幅報導韓國演藝新聞，甚至有所謂「哈韓族」的產生，所以你可能看過「大長今」，聽過「我的野蠻女友」，也玩過「天堂」。上述此一整套文化包裹式的「韓流風」，令研究者不禁好奇，韓國的流行文化商品為何在台灣變得如此受歡迎呢？

不僅韓國的流行文化商品在台灣受歡迎，亞洲各地諸如中國、香港、日本、新加坡、馬來西亞等亦相繼掀起韓劇熱潮。就台灣的情況而言，現在佔據無線及有線電視台的主要外來戲劇亦為韓劇，即使每集單價從以往的幾千美金，上漲到現在一萬美金以上，業者還是搶購，其中又以有線電視頻道中的八大戲劇台及緯來戲劇台，以經營韓劇為主，韓劇也在這些有線電視的持續引進下，逐步佔據台灣電視媒體市場。

因此，即便台灣演藝工會曾於 2001 年集結走上街頭，抗議電視台大量播出外片，使台灣傳播工作者喪失生存空間，又於 2004 年進而要求電視台禁止韓劇在黃金時段播出，以免失去影視創意文化的競爭力（吳光中，2004），但電視業者在韓劇不斷締造驚人收視率的現實利益考量下（台視播出的「醫道」、「玻璃鞋」收視率分別達 2.89、5.82；八大戲劇台播出的「浪漫滿屋」、「大長今」、「背叛愛情」、「巴黎戀人」收視率達 6.09、5.79、3.81、3.60），韓劇在台的播出數量並未減少。這使得原本對韓國陌生的觀眾，藉由韓國影視節目展開了異國文化的想像，開始接受韓國的其他文化商品，也開啟了研究者對韓國影視文化產業的好奇。

究竟曾遭受金融風暴重擊的韓國如何從製造導向的國家轉型成功？並如何藉由韓劇這種文化商品形成的「韓流現象」，帶動其他流行文化產品的出口？其背後是否有深層的動機存在？而從韓國發展影視產業的經驗中，是否能提供同為我國文化創意產業範疇之一的電視產業一些思考方向，以革新我國在戲劇節目產銷上遭遇的困境，並發展具國際市場價值的文化產品，以創造文化經濟，此即為

本研究欲探討的深層動機所在。

本研究以積極看待韓劇進入台灣市場的態度，仔細審視韓劇背後具有的發展意義，並從韓劇發展的軌跡中獲取經驗，以期提供建議，解決台灣電視產業的深層問題，而非僅消極地進口韓劇，或是企求電視業者減少進口數量，也唯有藉此，方能從韓劇身上，淬取值得我國政府及傳播業者學習之處。



第二節 研究目的

從港劇、日劇、大陸劇、韓劇等外來節目陸續佔領台灣電視頻道時段可發現，近年來台灣電視產業一個相當顯著的改變就是頻道數目劇增，但是頻道數目增加的同時，卻沒有為閱聽人帶來更多元的服務及選擇，反而是業者在成本效益的考量下，選擇以規避風險的做法、購買及播出外國節目，取代自製節目的高風險及高成本，從樂觀的角度來看，閱聽人雖可接收來自世界各地的文本，然而若以批判的角度觀之，就短期來講，將養成閱聽眾收看外片的習慣，並可能被外來文本涵化，致使本土傳播演藝相關工作者減少工作機會；就長期來看的話，更將使習於輸入異國節目的電視台，有降低本國影視節目製作能力之虞。

影視娛樂業其實是台灣在科技產業之外，另一個相當具有活力的產業，同時也是台灣經濟轉型、發產創意內容的重要一角，因為台灣是全亞洲流行音樂及影視產業的風向球，但台灣卻沒看到自己的價值（吳光中，2004），致使台灣電視產業似乎扮演播放平台的角色甚於製作。特別的是，台灣近年來出現一相當顯著的自製戲劇類型，即鄉土劇，這些戲劇展現了台灣本土的草根性，也創造許多工作機會，但由於品質較為粗糙、集數過長、使用閩南話等因素，致使節目無法廣泛銷售到海外市場，創造多層次效益。台灣的戲劇節目如果僅供應國內狹小的市場，則將可能在全球化與區域化的廣大市場下將失去競爭能力，因為我們沒有可以拿到國際市場上與他國競爭的產品，更會失去創意內容產銷能力的累積。

因為意識到文化創意危機將導致台灣逐漸失去國際競爭力，政府大力推展文化創意產業的生成與培植，在政府規劃的文化創意產業範疇中，電視產業亦列為其中之一，然而台灣的電視產業處於不甚健全的傳播生態下，傳播政策法規又未保障國內傳播產業發展、加上業者成本利益的考量、國內廣電市場過於狹小等因素下，如何為電視產業找到出路，提升我國電視劇節目之產量，並將節目銷售到海外市場、延長戲劇產品的生命週期，即為本研究亟欲探討之處。

基於上述研究背景及研究目的，本研究希冀提出對本國戲劇節目產銷革新方面之建議。此外，有鑑於韓劇近年來在亞洲地區造成收視熱潮，並帶動其他文化產業的連帶發展。因此，本研究將以文化經濟的理論，剖析文化產業經濟之特質，以了解文化產品蘊藏之內涵，繼之，探究韓劇的發展軌跡，藉由韓國發展影視文化產業的經驗，提供台灣業者在戲劇節目產銷上的變革方向及建議，從政策法規的制定、節目產銷流程的管理、針對國際市場需求，以及與其他相關的整體配套措施等，規劃出一完善的改革方針。也唯有提升本國戲劇節目自製率，才能將本國節目外銷，並成功創造文化經濟。

綜上所述，本論文的研究目的為：

壹、檢視我國電視劇產銷環境之現況，找出電視劇在產製層面遭遇之困境與難題，以深入了解電視台業者經營電視劇之實際情況。

貳、剖析韓劇發展模式，了解韓國發展影視文化產業的經驗，找尋可供我國取經之處。

參、綜合韓劇的發展經驗，與訪談電視台從業人員的結果，從中找出我國電視劇在產銷方面應實施之變革，並提出具體建議，以創造文化經濟。

我國正推動的文化創意產業其中之一領域為電視產業，然近年在廣電政策不明、市場競爭結構不健全、及人才專業素質有待提升等因素下，致使電視產業的發展面臨諸多弊病與考驗，如何革新我國電視劇，即為本研究希冀能提供建議之處。



第三節 研究問題

本研究在以創造文化經濟的前提下，探析台灣電視劇當前面臨之困境，並根據本土電視劇當今所面臨之環境因素與條件因素，建議應當實施的策略性變革。根據前述之研究動機與研究目的，本研究之研究問題，首先將從鉅觀的層面，分析台灣電視劇節目當前所處的產業結構、政府相關政策與配套措施等，再就節目本身特色與其創造之文化與經濟效益進行探討。

了解環境因素與條件因素後，再根據這樣的前提，分析如何提升我國自製電視劇之品質與數量，並加強戲劇節目的出口，以創造文化經濟效益，具體研究問題如下所示：

- 壹、台灣電視劇當前面臨的產業結構為何？在產銷層面遭遇到哪些困境與難題？政府針對電視產業發展所訂定之政策與相關配套措施為何？台灣當前主流電視劇類型為何？節目特色為何？其經濟效益與生命週期表現如何？
- 貳、韓劇的產製模式中何特點，可作為革新我國電視劇之建議：從解析其電視結構、電視節目製播法規、文化產業政策、文本特色、經濟效益等，發掘韓劇背後發展的動機與成功因素為何。
- 參、綜合問題壹與問題貳的發現，我國政府與傳播業者，應當實施哪些策略性變革，以提升我國自製電視劇的產量與品質？以及如何促進我國戲劇節目出口？
- 肆、綜合以上所述，我國電視劇應實施哪些整體革新以創造文化經濟？

第四節 研究方法

壹、研究工具與研究對象

本研究之研究目的在於檢視我國電視劇產銷環境之現況，並找出頻道業者經營電視劇的做法與遭遇之困境，透過對電視台業者深度訪談的方式，深入了解業者經營電視劇之實際情況。此外並擷取韓劇發展模式的成功經驗，提供台灣業界作參考，綜合以上兩者，從中找出我國電視劇在產銷方面應實施之整體變革，提出具體建議，以創造文化經濟。

易言之，本研究以台灣電視劇發展作為探討主體，輔以韓國電視劇發展模式作為參考學習對象，因此，根據上述研究目的，研究範圍將包含台灣與韓國兩部分。韓劇發展之相關文獻探討，由於限於地理距離因素，及資料可得性的考量，該部份將以文獻整理與分析的方式處理。

在分析台灣電視劇當前面臨之環境等部份，將同時以文獻探討、次級資料分析法與深度訪談三種研究方式進行。次級資料分析法主要針對韓劇發展經驗與韓劇面臨之環境因素與條件因素等，該部份資料限於語言的因素，多數需要透過韓國網站方面取得或是從現有資料加以分析。文獻探討的部份則主要針對文化產業經濟理論的探討，與台灣電視劇與韓國電視劇的比較。此外，為求能深入了解本土劇產銷現況，該部分將以深度訪談的方式，對負責製播電視劇的電視台業者進行訪談，以求能深入電視台經營核心，獲得經營現狀資料，與對未來之規劃。在深度訪談部分，關於訪談問題的擬定、訪談對象的選取、訪談進行的方式、訪談資料記錄與整理的方式等，將根據第一、二、三章之論述核心，進行規劃與設計，具體執行過程與方式，將於第四章「訪談設計」論述。

綜上所述，本研究之研究工具與研究對象如下表 1-1 所示。

表 1-1：研究工具與研究對象

研究工具	研究對象
文獻探討	1 台灣電視劇面臨之環境因素與條件因素 2 文化產業經濟理論
次級資料分析	韓劇發展經驗與韓劇面臨之環境因素與條件因素
深度訪談	製播本土戲劇節目之電視台從業人員

貳、資料蒐集

本研究採用深度訪談、文獻探討與次級資料分析等研究方法，在文獻整理與次級資料分析的部分，文獻資料蒐集範圍包含論文、書籍、期刊、研討會論文集、雜誌、報紙、網路、電子報、BBS 韓劇討論版等。藉由多元且廣泛的資料取材，深入了解台灣與韓國電視劇之差異，並找尋我國可向韓劇取經之處。資料來源包含台灣、中國、韓國、香港、美國等。



第五節 研究架構

本研究依據前述之研究動機與研究目的，推演出研究問題之核心，並以文獻整理、次級資料分與深度訪談三種研究方式，蒐集相關資料，以觀察並探討電視劇產業實務面的環境現況與發展條件。在理論架構部分，本研究以文化經濟的角度論述電視劇作為「文化產品」的內涵，透過對文化產品本質的認識，從文化產業經濟興起的背景、特質、文化產業投資等面向加以論述。除了理論的探討，本論文主要的研究對象為台灣與韓國電視劇產業環境與發展條件，並希冀能從韓劇發展經驗中，擷取可供我國自製電視劇改革的部分。

綜合前述三部分的内容，本論文希冀提出台灣電視劇節目提升產品與品質、以及促進節目出口以創造文化經濟的建議。透過以下研究架構圖 1-1，使本研究之脈絡更為清晰。



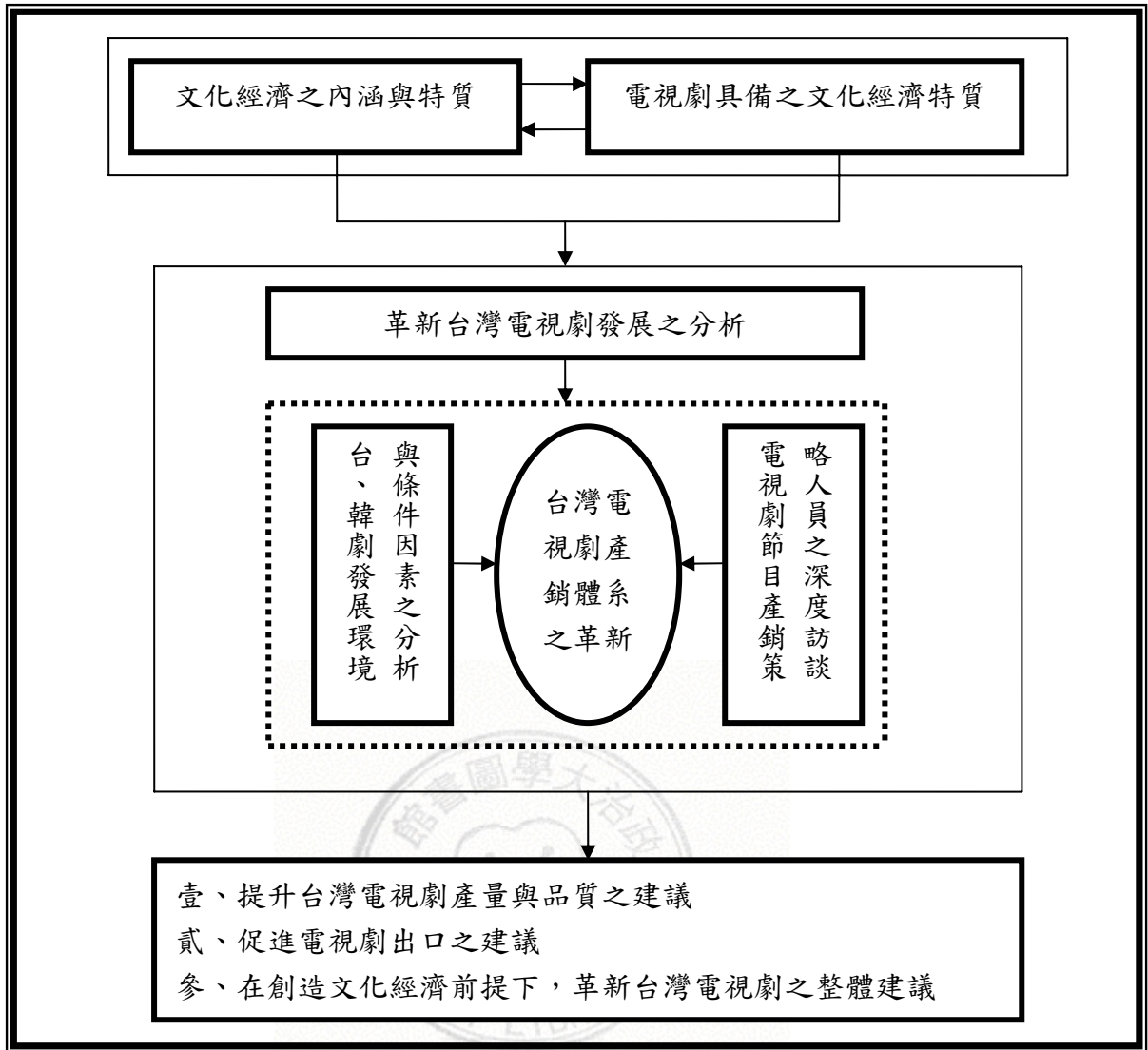


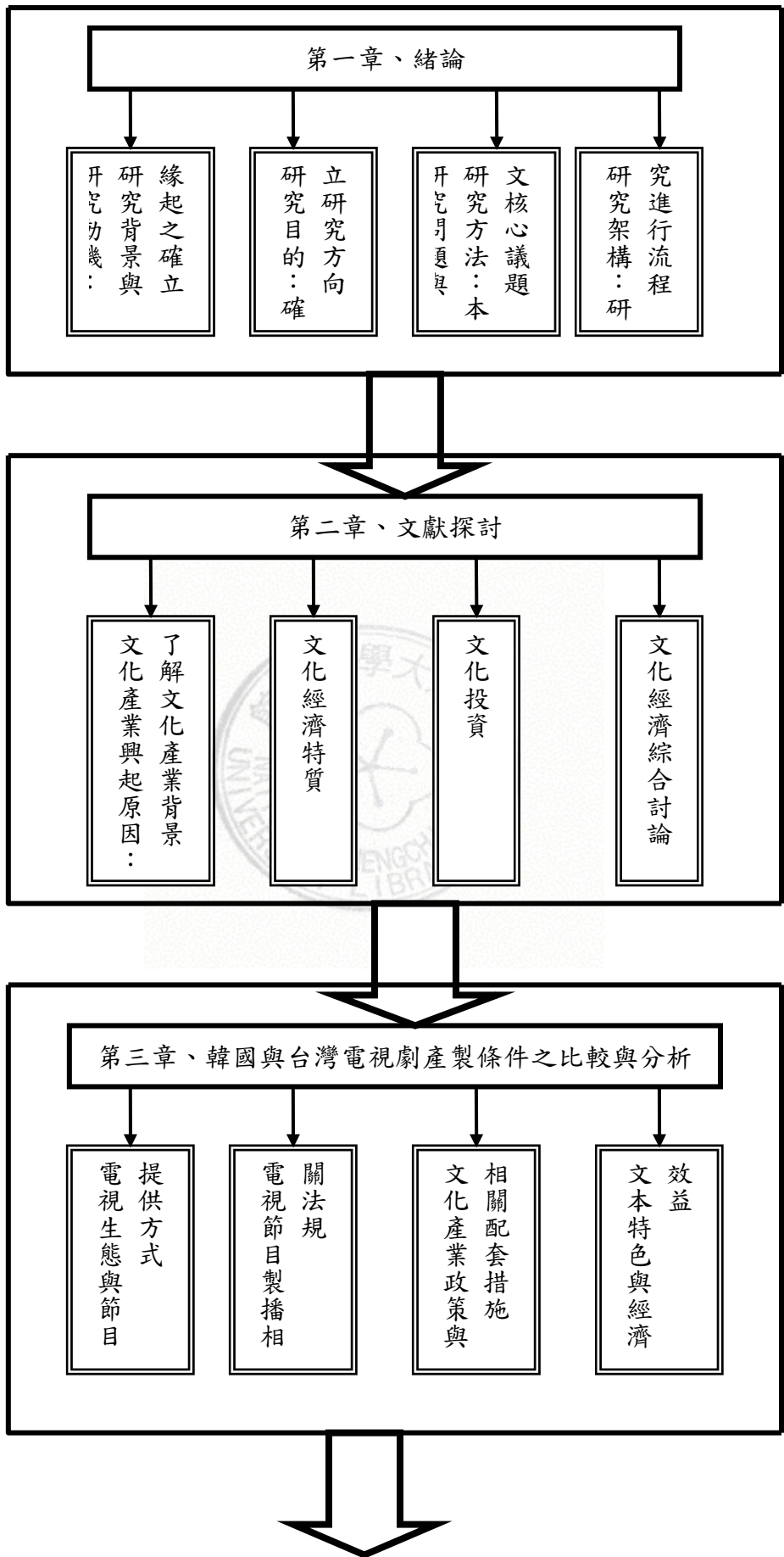
圖 1-1：研究架構圖

第六節 研究流程

第一章的研究緒論詳述了本研究之研究動機、目的、問題、方法、架構等。承接第一章的論述，在以創造文化經濟為前提下，第二章開始，將介紹文化產業發展與文化經濟理論相關論述，以對文化經濟有清晰概念，以文化產業興起原因、文化經濟之特質、文化投資策略等面向掌握文化經濟之特徵，透過對文化產品特徵之掌握，方能擁有戲劇節目產銷體系實施變革之正確思維。

而為了從韓劇發展經驗上獲得參考，將在第三章中，比較與分析我國與韓國電視劇的發展概況，透過對電視結構、節目製播相關法規、文化產業政策與配套措施、節目特色、經濟效益等面向之探討，剖析我國電視劇發展之困境與難題，並找尋我國可向韓劇取經之處。第四章則為深度訪談研究設計，由於本研究需對電視從業人員進行訪談，由其提供資訊，了解我國在戲劇節目產銷上面臨之困境，與業者認為可改變之方向與措施，訪談部份將針對前述章節探討核心，研擬訪談問題。

第五章則為對電視台業者訪談結果的分析與討論，並綜合對韓劇的分析，藉由對現狀的探討，找出我國電視台經營戲劇節目之現況與面臨的難題，進而提出提高我國戲劇節目自製率、及促進戲劇節目外銷之具體建議。第六章首先就與電視台業者訪談內容作結論，再就以創造文化經濟為前提下，提出我國自製電視劇整體改革之道，最後並對未來的研究提出建議。綜合以上所述，本研究之研究流程如圖 1-2 所示。



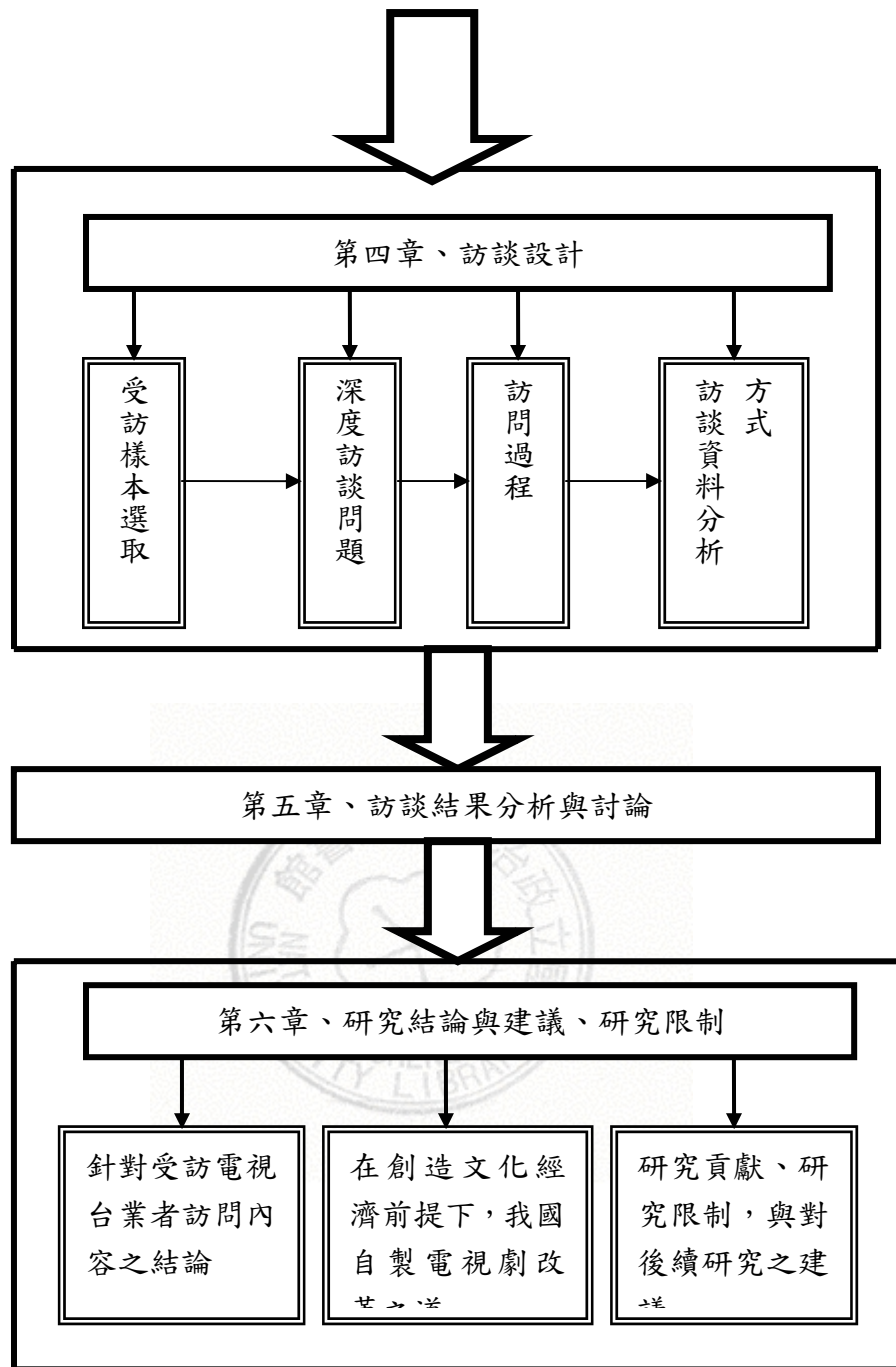


圖 1-2：研究流程圖

以上為本研究進行之研究順序，後續章節將依此研究流程作相關論述。下一章節的文獻探討將以文化產業經濟為討論核心，依序將從文化產業之興起因素、文化經濟特質、文化產業投資等層面探析，並結合韓劇的實際案例，作交互探討，藉由理論與實務層面的討論，了解文化經濟的本質與特質，並利用此一本質與特質，提出我國電視劇節目產銷體系應實施之策略性變革。