

第一章 緒論

20世紀末，台灣、大陸、香港等華人地區普遍存在一種‘韓流’現象，它是一種潮流，是某個特定的異國文化透過傳播媒體漸漸影響另一個社會的現象。韓流風潮從韓國電視劇開始，後來擴散到對於韓國流行音樂、電影、服裝、電腦遊戲等層面的流行，縮短與韓國的距離感。

如果從歷史的角度來看，韓國文化曾經受到美國、中國、日本等鄰近國家的影響，今日反而成為一個主要的文化傳播國家，尤其這種流行於以中原本位為思想的華人圈地區的‘韓流’，更進一步改變了韓國的國家形象和促進觀光發展。本論文將探討這股‘韓流’對於亞洲社會以及韓國本身帶來的影響力。

第一節 研究背景與動機

1998-1999年，台灣、中國大陸因為韓國電視劇和韓國流行音樂漸漸出現‘哈韓風’、‘韓流’。2000年起，除了電視劇和流行音樂外，還透過電影、服裝、美容、韓國料理等方面，‘韓流’大規模又快速地擴散到全中國大陸、日本、越南、蒙古等許多亞洲國家。

韓國政府在2001年8月建立‘韓國文化產業振興院¹’（Korea Culture & Content Agency, 한국문화콘텐츠진흥원），代表了韓國政府對於這個現象的注意並積極協助韓國文化向外發展，例如文化部長 Kim Han-gil（김한길，在職期間為2000.9.20-2001.9.18）便是積極鼓勵韓流的核心明星。原本，以重工業、半導體為主的輸出產業，隨著金融風暴(IMF)的打擊而倒下，但是這股韓流的興起卻在此時提振了韓國國家形象和韓國的觀光產業。然而，2003年爆發的SARS（急性嚴重呼吸道症候群Severe Acute Respiratory Syndrome, 簡稱SARS），暫時削弱了韓國的觀光產業，但是透過「藍色生死戀」、「冬季戀歌」、「大長今」等電視劇的力量，韓國政府開始對觀光產業研究與投資，依此開發觀光景點、旅遊內容，使得現在韓國的觀光收益正在不斷地成長。

自1992年韓國與台灣兩國的斷交事件以來，除了政治上的影響，兩國在各個層面的聯結關係都受到負面的影響，過去兩國基於經濟、政治、地理等類似的發展背景所產生與維持的特別友誼，在韓國棄台灣與中國大陸建交後，台灣民眾對韓國產生的無奈與背叛感，削減了台灣人到韓國觀光的意願。自斷交以來台灣與

¹ 韓國文化產業振興院(以下稱為 KOCCA)為了政府有效的推動有關文化產業政策，據文化產業振興基本法 2001 年 8 月設立。現在政府的有關文化產業政策以文化觀光部和韓國文化產業振興院為中心，電影振興委員會、電視影像產業振興院、韓國電腦遊戲等各方面的支援機關。

韓國兩國對彼此產生的成見下，台灣地區突然興起了‘韓流’，算是一種反趨勢，兩國的關係因此產生了改變。駐韓代表陳永綽也強調台韓關係說，對台灣來說南韓是一個非常重要的友邦（《中央社》2006.5.26；《中廣新聞網》2006.6.15）²。現在，在台灣地區隨處都看到韓劇與韓國明星，除了韓國電視劇以外，韓國流行音樂、電影、服裝、整形、線上遊戲也非常流行。

在2001年6月18日亞洲週刊³的封面，登了韓國明星‘金熙善’的照片，其中有八頁在介紹‘韓流’現象。中國時報2001年4月28日報導寫說「韓流來襲！不只連續劇颯起韓風，韓國服飾、韓國料理，韓國偶像商品等近來紛紛進駐台北市，與一向在台北大行其道的日本風抗衡，不少哈日的青少年已改嗑韓，成為十足的韓流一族」。該報紙又報導說，台灣受到韓流衝擊影響，台灣人對美容整形觀念大開而流行。

快速成長的台灣經濟提升了台灣人獲取資訊的能力，例如台灣地區有超過上百台的有線電視與以及書店內販售數百種以上的雜誌，再加上極度發達的電腦產業與網路使用，因此在接觸其他國家文化的條件上佔據優勢地位。在這小小的島上，韓國文化被台灣人轉化，形成更容易為華人社會接受的韓流，並使它擴散到亞洲其他國家。Jang Yung, 장영(2003)認為‘韓流現象’確實存在，並對亞洲社會產生了影響，但是有關韓流現象的討論與研究仍舊缺乏，尚未受到廣大的注意。因為許多華人圈地區的學者可能認為‘韓流’只是一時的流行現象而已（Jang Yung, 장영，2003）。

這股韓流不只刺激了韓國的經濟成長，在其他文化、社會等層面也產生了相當大的影響。在國家形象上，藉著韓國和亞洲國家之間廣泛的交流和韓國文化的擴散，亞洲人民過去普遍將南韓視為‘南朝鮮’的看法，已轉為將南韓視為獨立的‘韓國’（Lee wook-yen, 이욱연，2004），而非相對於北韓的一個分裂國土。其次，這股韓流不只提升了韓國的國家形象，也進一步提高訪韓的觀光客數目，振興了韓國的觀光產業。尤其是那些為了參觀韓國電視劇和電影拍攝場景而來的觀光客，數目有不斷地增加的趨勢，留學韓國的學生人數也漸漸增加，2003年1萬2千名的外國留學生，到2004年1萬8千名，至2005年已超過2萬5千名，每年從平均增加以6千名以上的人次（韓國觀光公社，2006.1.31）。

當討論到這種發生於台灣、中國大陸、越南等亞洲地區韓流現象時，有許多韓國學者提出韓國大眾文化的「優越性」來解釋韓流現象的盛行（曲建國，2005），認為韓國大眾文化流行到亞洲其他國家的現象是一種優良文化傳遞到劣勢文化的必然過程。但是這樣的看法無法說明台灣的現象，這個與韓國環境類似並擁有比韓國更發達的電腦產業和網路的國家，產生韓流現象的原因，因此這個論點是令人質疑的。

於此，本研究首先提出亞洲國家興起的‘韓流’的狀況，瞭解此現象的流行

² 駐韓代表陳永綽強調說：「對中華民國來說，南韓是一個非常重要的友邦，不論經濟、文化、社會及體育等各領域，台韓兩國實質合作交流的空間很大，希望能夠加強兩國兩國間各領域的關係」。

³ 亞洲週刊寫說：「火熱的感覺，有點像韓國的凸板烤肉，配上一杯冰凍的韓國白酒真露，鮮美香濃又火熱清涼，給人們一種冰火二重奏的全新感受」。

程度與範圍，進一步，針對‘韓流’產生非移民進入韓國的亞洲觀光客數量和性別、年齡層、進入的機場別之變化加以研究，研究韓流風潮的影響力，最後從研究成果中提出對於韓國政府該採取的發展方向的一些看法與建議。

第二節 研究目的和研究方法

一、研究目的

本研究從‘韓流’現象為出發點，整理出受到韓流影響的亞洲國家在1997-2005年期間非移民進入韓國的訪韓資料，從訪韓目的別、進入的機場別、性別、年齡別等資料中，分析出在各國在韓流期間的觀光次數、觀光濟州的次數、女性觀光客的次數、0-20歲年輕人的訪韓次數的變化。依照韓國觀光公社的韓流觀光調查報告書(2003)發現，在台灣、中國大陸、香港地區共同受韓流影響的人是11-20歲的人、學生和已婚婦女，並且，這群人最希望參觀電視劇和電影的拍攝地。所以研究者假設，這些觀光次數、觀光濟州的次數、女性觀光客的次數、20歲以下年輕人的訪韓次數受韓流影響。因此推測韓劇受歡迎的國家其以觀光目的訪韓數量會增加；並且由於有關韓劇的觀光商品的對象是女性，可以推測女性性別的訪韓數量會增加；由於近來「ALL IN」、「大長今」等韓劇拍攝‘濟州島’景觀來做韓劇的背景，可以推測進入濟州島的訪韓數量會增加。但從訪韓的年齡層資料中無法辨別是以單純的觀光目的而進入韓國，所以本研究挑選以觀光和留學為主要目的而進入韓國的20歲以下年齡層的訪韓數量來看訪韓的外國觀光客是否受韓流影響。

本論文的主要的研究項目是，1997年以來亞洲人非移民進入韓國的流量中，依照韓國官方（韓國觀光公社）所列出來的在亞洲地區韓流熱的六個國家，如台灣、中國大陸、香港、日本、新加坡、泰國等，其國家觀光客數量的改變，並觀察六國國家進入濟州機場的數量、訪韓性別數量、20歲以下年齡層的數量來看韓流以來的變化。本研究將從這幾個方向瞭解這股韓流風潮是否對訪韓的觀光客有顯著的影響。

二、研究方法

首先筆者將透過1997年~2005年期間非移民進入韓國的亞洲人之訪韓目的別、進入的機場地點別、性別、年齡別的韓國官方(韓國觀光公社)統計資料來分析其變化，再依據文獻整理分析出來的亞洲國家‘韓流’現況來探討實際上韓流對這些訪韓的亞洲國家民眾之影響。

三、研究範圍

由於亞洲國家的年度訪韓數據佔全世界國家訪韓比例的78.13%，所以探討亞洲地區國家是非常有意義的。據韓國觀光公社的統計資料所知，在亞洲地區的國家中，台灣、中國大陸、香港、日本、新加坡、泰國等六個國家的訪韓數據佔全亞洲國家訪韓比例的90.62%(依照2005年)，並且根據韓國觀光公社韓流研究團的報告書(2005.12)資料，由於這些國家近來有受到、或者正在經歷這股韓流風潮影響的國家。因此，本研究將‘韓流’討論的亞洲國家限定為台灣、中國大陸、香港、日本、新加坡、泰國等六個國家，其中本研究所使用的統計資料範圍以韓國觀光公社整理出來的1997至2005年期間以六個國家為主⁴。

⁴ http://www.knto.or.kr/js/kt/jskt_man.jsp

