

南 華 大 學

國際事務與企業學系公共政策研究碩士班

碩士論文

由韓劇看韓國國家形象建立—

以台灣韓劇迷為例

A Survey on Korean National Image Building from
Korean Dramas : from the Perspectives of Korean
Drama Fans in Taiwan

研 究 生：李家齊

指導教授：劉華宗 博士

中華民國 106 年 6 月 20 日

南 華 大 學

國際事務與企業學系公共政策研究碩士班

碩 士 學 位 論 文

由韓劇看韓國國家形象建立—以台灣韓劇迷為例

A Survey on Korean National Image Building from Korean

Dramas: from the Perspectives of Korean Drama Fans in

Taiwan

研究生：李承浩

經考試合格特此證明

口試委員：劉華宗

彭子麗

林春弘

指導教授：劉華宗

系主任(所長)：張心怡

口試日期：中華民國 106 年 6 月 20 日

謝誌

本論文能順利完成，首先要感謝劉華宗教授不厭其煩地指導，不論在題目的訂定或是在撰寫的過程中，都給予我許多正向回饋、提醒及建議，如果沒有您的指導，我想今天我無法順利完成論文。其次，感謝校內口考委員彭安麗教授與校外口考委員林泰和教授細心的審查，並在口考時不吝指導，給予我修正建議，使我的論文能更臻完善。

當初會唸研究所的契機是摯友揚欣的鼓勵，使我在工作舒適圈待了七年後，有了重拾書本的動力。還記得一七年的元旦，當別人歡喜在跨年，我們卻待在家中各自努力前三章的畫面，當時覺得令人鼻酸，但現在想起來卻是一輩子難忘的回憶，謝謝有妳的陪伴，有妳真好，我們一起畢業吧！

剛開始寫論文時，真的很難想像自己能有寫謝誌的這天，而這份論文能順利完成，要感謝我的好友兼同事蓉兒，為了幫我修改訪問題目，還特地翻看韓劇的相關書籍，沒有妳，我根本無法著手四、五章，感謝妳的熱情幫忙，妳永遠是我的粉紅好友；也要謝謝宛樺及貞吟的協助，在我驚慌、焦慮的時候總能給我建議，替我排解困難；謝謝家人的支持，妳們永遠是我最堅強的後盾，只要在家我就能感到安心並專心論文寫作；也要感謝今年十七班的孩子們，謝謝你們的貼心乖巧及時不時問候我論文進度，讓我能無後顧之憂地埋首於論文。

在去嘉義的這一年，要特別感謝政傑老師及正年教官無怨無悔地當司機，無論颶風下雨總是使命必達接送我們，還有我的好同學有涵、君梅、君潔、苑岑，謝謝有你們的陪伴及加油打氣，讓讀書的日子不致於枯燥乏味反而很有趣，能跟你們當同學真的是很幸福的事，這份情誼將長存我心。

最後對於本論文能完成要感謝的人太多，無法一一致謝，僅以此拙作獻給一路上曾指導、關心與陪伴我的人，並致上最高敬意與謝意。

李家齊 謹致

中華民國 106 年 6 月

摘要

本研究旨在探究在台韓劇迷藉由觀看韓劇，對韓國整體國家政治、經濟及社會形象的概念建立。為達研究目的，首先蒐集及閱讀相關資料及文獻以建立本研究之理論架構，接著採用文獻分析法及深入訪談法等質性方法進行研究，並針對韓劇中可觀察到的韓國政治、經濟及社會特色編製訪談題目做為研究工具，並藉由 PTT 此平台的韓劇版募集在台韓劇迷共計 6 名進行訪談。

研究發現：

壹、由韓劇看韓國政治形象建立之研究發現

- 一、韓劇中所呈現的韓國政治清廉度偏低，主要與韓劇的韓劇的劇情設定有關。
- 二、韓劇中所呈現的官場特色包含選舉花招多、官官相護、階級分明、貪汙文化盛行等，且韓劇迷對韓國政府或公務人員的普遍觀感不佳，因韓劇中對於政界或法界人物鬥爭、貪汙、收賄、官商勾結的劇情多有著墨。
- 三、韓劇中所呈現的公民與政治參與度不一，端看劇情設定。
- 四、由韓劇看韓國新聞媒體自由度可分為三方面，分別為秉持公正立場報導、受到外在因素影響報導真實性及觀看韓劇不會影響其對韓國媒體的看法。
- 五、藉由韓劇所呈現的劇情及人物刻畫，在台閱聽眾對韓國政治整體印象為負面居多。

貳、由韓劇看韓國經濟形象建立之研究發現

- 一、韓劇中所呈現的城市與鄉村在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面的差異性極大，存在著明顯的城鄉差異。
- 二、韓劇中所呈現的一般民眾社經水準不差，多有正當職業，而近年來男女主角職業及社會階層更加多元化，不再像早期單調的男富女窮設定。
- 三、韓劇中出現的家庭模式多以小家庭為主，家中成員單純；居住型態則依不同社經地位的人而有所差異。
- 四、由韓劇可窺得韓國整體交通品質佳，道路寬敞、路標明確，且大眾運輸便捷，

雖偶有塞車，但不影響整體交通狀況。

五、在韓劇中，有錢人穿華服、開名車、住豪宅、吃高級料理；一般民眾則開國產車或搭大眾運輸工具、住家裝潢簡單、吃一般平民小吃；生活較拮据者則生活不穩、住家環境髒亂，甚至每日為三餐而愁。因此，所呈現的是韓國貧富差距的社會狀況。

六、在韓劇中常見韓國國產的手機、汽車、遊戲、食物、服裝、偶像團體，甚至是最後科技，除了置入性行銷的目的外，也是國力的一種展現。

參、由韓劇看韓國社會形象建立之研究發現。

一、韓劇中呈現的韓國民族特性有愛國心；重視倫理、長幼有序的觀念；愛熱鬧；個性剽悍不含蓄；只能贏不想輸。

二、韓國的傳統文化思想表現在對延續儒家思想長幼尊卑有序的觀念、重視家庭關係及漢字的使用方面。

三、韓劇中所呈現的韓國宗教為多元且包容的，有傳統宗教，也有外來宗教。

四、藉由觀看韓劇，歸納出韓國的職場文化為注重資歷、公司內部競爭激烈及加班、應酬文化興盛。

五、韓國是個社會階級明顯的國家，在敬語的使用時機、重視教育程度及韓劇中特意重塑在社會上被標籤化人物可見一斑。

六、韓劇裡所呈現的女性形象與地位，可觀察到韓國女性的普遍形象和地位是比男性還要低的。

七、韓劇所呈現的內容部分反映出現實韓國面貌，部分有美化韓國的嫌疑。

八、一派韓劇迷認為觀看韓劇會提高其造訪韓國的意願，一派則認為韓劇不會刺激其前往韓國旅遊的意願。

關鍵字：韓劇、國家形象、韓劇迷、電視迷

Abstract

This study mainly aims to explore the building of the entire national image in South Korea on the aspects of politics, economy and society. To achieve the goal of this study; first, the relevant information and literature had been completely collected and intensively studied to establish the theoretical framework of this study; second, such qualitative research methods as literature analysis and in-depth interviews were used to carry out this study; third, the questions were made based on the distinctive characteristics of Korean politics, economy and society which could be observed through watching Korean dramas. The Korean drama fans in Taiwan interviewees were raised by the Bulletin Board System-PTT with a total number of 6.

The research discoveries:

1. The research discoveries on the building of Korean national image of politics from Korean dramas.

(1.) Corruption Perception Index(CPI) presented in Korean dramas is low because of the plot setting.

(2.) The characteristics of current state of officialdom presented in Korean dramas include numerous tricks on election, officials shield one another, distinctive class hierarchy, and the prevalence of corruption; therefore, the Korean drama maniacs are under the impression that the government functionary is corruptive and unjust.

(3.) The rate of citizens' participation in political affairs in Korean dramas differ based on the plot setting.

(4.) The freedom of Korean media observed by watching Korean dramas include reporting news fairly, reporting news unrighteously due to external factors and watching Korean dramas doesn't influence the Korean drama maniacs' viewpoints toward Korean press.

(5.) The viewers of Korean dramas in Taiwan have negative viewpoints toward Korean political system because of the plots and characters presented in the Korean dramas.

2. The research discoveries on the building of Korean national image of economy from Korean dramas.

(1.) There's obvious rural-urban disparity on the aspects of the living standard, medical standard, and the transport facilities. From watching Korean dramas, we can see clearly there's a huge difference between cities and countries.

(2.) The socioeconomic standard of common people appears to be good, and the people there seem to have decent jobs. Recently, the occupation of male and female leading characters in Korean dramas are more diverse than before.

(3.) Most of the family patterns in Korean dramas are nuclear family, which means children live with their parents; while the residence patterns diverse according to the socioeconomic status of the people.

(4.) The overall quality of transportation in south Korea is good. The roads there are wide, the route marks are clear, the mass transit system is convenient. Though unavoidably there's traffic jam sometimes, but the transportation condition is good in general.

(5.) In Korea dramas, we see the rich wear luxurious clothes, drive imported cars, and eat expensive cuisine; the common people drive homemade cars or just to take mass rapid transportation, eat simple food and live in an ordinary house; while the poor lead unstable lives and have severe financial problems.

Therefore, the Korean dramas somehow show the real social phenomenon of poverty gap in South Korea.

(6.) The cellphones, cars, video games, food, clothes, and even the latest technology made in Korea are often placed in the Korean dramas not only on the purpose

of product placement marketing but also a display of national power.

3. The research discoveries on the building of Korean national image of society from Korean dramas.

- (1.) The Korean dramas reveal that the Korean pay much attention to patriotism, the cogitation of morals, the respect for seniority. Besides, the Korean seem to have boisterous nature and dare to express their feelings directly. In many dramas, we can also find the fact that the Korean seldom say uncle even when they're in bad situation.
- (2.) The respect for seniority, the attachment to deal with family relationship, and the usage of Chinese character indicate the continuation of traditional culture in South Korea.
- (3.) Not only traditional religion but also other foreign religion, like Catholicism and Christianity are commonly seen in Korean dramas. Thus, we can say that Korea is open to variant religion.
- (4.) By Korea dramas, we can find most of the companies value employees' qualification. Besides, there are intense working competition in a company. Furthermore, working overtime and entertaining clients after work are the culture of company's workplace in South Korea.
- (5.) The Korean highly value the usage of honorific, and the record of formal schooling. Some Korean dramas especially focus on the remodeling of labeled people in society. Therefore, Korea is a country which has obvious social class.
- (6.) Generally speaking, the female status in South Korea is lower than the male's because the female characters often have lower social status and are easily discriminated in a workplace.
- (7.) Some of the content in Korean dramas reveal the real part of Korean society,

but sometimes the content may embellish Korea.

(8.) Some Korean drama maniacs think watching Korean dramas will enhance their willingness to travel South Korea, but some of them don't agree with this viewpoint.

Key words: Korean drama, national image, Korean drama fan, TV fan



目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機及目的	4
第三節 名詞解釋	9
第四節 文獻回顧	10
第五節 研究設計與章節安排	18
第二章 文獻探討	23
第一節 國家形象的相關論述	23
第二節 韓劇在台的市場發展	32
第三節 「電視迷」的相關論述	34
第三章 韓國的文化政策、影視政策及國家形象概念的建立	43
第一節 文化產業政策的發展背景及演進	43
第二節 影視政策的發展	51
第三節 韓國國家形象的建立	56
第四章 由韓劇看韓國政治、經濟、社會形象建立	63
第一節 由韓劇看韓國政治形象建立	66
第二節 由韓劇看韓國經濟形象建立	80
第三節 由韓劇看韓國社會形象建立	91

第五章 結論與建議	107
第一節 研究結論	107
第二節 研究建議	114
參考文獻	117
附錄	129



圖目錄

圖 1-1 研究流程.....	20
圖 1-2 研究架構.....	21
圖 2-1 西門·安霍爾特國家品牌六邊型.....	28
圖 3-1 韓國與台灣 2000-2012 年 GDP 成長曲線比較圖.....	58
圖 3-2 韓國新興國家品牌 Creative Korea	60
圖 3-3 韓國新興國家品牌 Creative Korea	61
圖 3-4 韓國新興國家品牌 Creative Korea	61



表目錄

表 1-1 我國韓劇相關研究摘要表	12
表 1-2 我國國家形象及國家品牌相關研究摘要表	17
表 2-1 國家形象相關定義匯整	23
表 3-1 韓國歷屆政府的文化政策沿革.....	50
表 3-2 2012 年度國家品牌調查報告.....	59
表 4-1 受訪者資料表	63
表 4-2 訪談題目一覽表.....	65



第一章 緒論

近年來韓劇風潮席捲各地，台灣也在這波影響範圍中，並產生了許多韓劇迷。透過韓劇的文化傳播，使閱聽眾建立對韓國國家形象的概念，成了宣傳韓國的最佳利器。因此，本研究以在台韓劇迷為對象，探討韓劇迷在收看韓劇後，對韓國整體國家印象的建立。本章包括研究背景、動機及目的、名詞解釋、文獻回顧、研究設計及章節安排，其中文獻回顧部分是針對本研究主架構的國家形象及韓劇相關研究去分析前人相關研究資料。

第一節 研究背景

雖然全球化的趨勢讓國家間互動更為頻繁、關係更為緊密，但另一方面，有愈來愈多國家在反全球化的過程中認清一個事實，就是要打造自有品牌以對抗大型企業獨占市場，透過國內獨特文化內容、文化品味、藝術特質的方式，改變強勢國家壟斷市場、獨占鰲頭的文化霸權情形（吳密察，2003）。

因應全球化的加深以及資訊時代的衝擊，以往所重視的「硬實力」，如國防實力、經濟實力、科學實力等已不足以衡量一國的發展狀況；在美國哈佛大學教授約瑟夫·奈伊（Joseph S. Nye）提出「軟實力」（Soft Power）的觀點後，更讓各國重視文化產業的發展。其在書中提到，若一國的文化包含普世價值，且提倡的政策涉及的利益和價值與他國共有，那該國想達到的目標就相對提升，因為文化創造了好感，對通俗或流行文化的喜好與嚮往，有助於達到重要的外交政策與目標（吳家恆、方祖芳譯，2006）。

乍聽之下，文化二字似乎很“soft”，但可別小看這股「軟式」力量，當文化與經濟結合並發展成為產業模式，其所帶來的龐大利益與價值，可關乎一個國家的發展。最佳的例子就是韓國在 1998 年透過「文化立國」的策略，成功地利用流行樂、飲食、電玩、電影、電視劇為媒介所掀起的韓流熱潮。韓流意指浸透著韓

國文化氣息的產品和生活方式所掀起的流行風潮（孫雪岩，2009），而這股風潮中最受矚目的當屬韓劇，其影響範圍不只台灣、大陸、日本等東亞地區，更擴及全世界（Shim，2006），這波「韓劇現象」就像一場風暴，被吹過的地方及人群無一不受其影響，而感受其魅力。

綜觀歷史，韓國絕對不是一個處在文化優勢的國家，甚至在歷經亞洲金融風暴後幾乎瀕臨破產，處於經濟與文化相對弱勢的韓國，是如何突破重圍，成為亞洲藝能文化的領頭羊？扮演這股影視流行文化風潮的火車頭角色便是韓劇，韓劇外銷到海外市場創造了龐大經濟產值，同時也藉由韓劇文本的傳播，讓收視族群得以親近、了解韓國文化，同時也讓海外觀眾對韓國產生好奇與好感，並帶動閱聽眾對韓劇的再次消費及其他韓國文化產品的消費，進而創造觀光等附帶收益，正與 Thorsby 所提出的文化價值可產生經濟價值不謀而合（張維倫等譯，2003）。電視劇作為一種文化商品，具有文化經濟的特質，與一般商品純粹的價值不同，透用韓劇的文化傳播，建立他國人民對韓國的國家形象，不僅獲得良好的宣傳效果，更帶動韓國整體產業產值的提升，也難怪韓國政府將韓劇視為宣傳國家形象的好工具，積極向海外推動影視業。

韓國電視傳播產業可說是將韓國文化產業的 OSMU 發揮的最淋漓盡致的產業之一，所謂的 OSMU，亦即用一個素材（one source）衍生出多種商品（multi-use）並將之普及化。如果將文化內容視為一個 source，那麼隨其所產生的電視劇、電影、漫畫、電玩等相關出產品就是 multi-use，而這樣的效應便是窗口效應（Window Effect）（郭秋雯，2012）。其主要效果在於一個商品的影響力，能擴散到其他相關產業，產生更多的創收。以韓國電視傳播產業為例，一個戲劇可創造許多周邊商機：2016 年最火紅韓劇《太陽的後裔》製作費約 130 億韓元（3.68 億台幣），而透過此劇所創造的窗口效應金額可能上看 3 兆韓元（849 億台幣）以上（劉煥彥、陳智偉，2016）。包括間接帶動韓國相關消費品等出口及創造韓國本地人民的就業機會。據韓國進出口銀行海外經濟研究所發表的研究報告「韓流

出口的擴散效應—電視劇案例」指出，該劇預計將在全球 32 個國家和地區授權播映，不僅出口到亞洲國家，甚至行銷到美、英、法等歐美地區（姜遠珍，2016）。透過一個故事所拍成的偶像劇竟能發揮如此龐大的經濟效應，由上例所述，文化投資確實可促進經濟復甦及帶動相關產業發展（劉新圓，2009）。

韓劇風潮已在台灣蔓延數年，從早期的《火花》、《冬季戀歌》，或是締造高收視與話題的《朱蒙》、《大長今》，時至今日，韓劇仍在台熱播，劇中男女主角不時出現在電視及平面廣告，觸目所及，皆是韓星所代言的商品，可見韓劇市場的不斷擴張、影響力的驚人。韓劇不只在台灣蔚為風行，《冬季戀歌》更在日本 NHK 電視台創下重播 4 次的史無前例紀錄，日本影迷暱稱劇中男主角裴勇俊為「勇樣」（Yon-Sama），且該詞在 2003 年被新聞媒體選為「年度代表用語（Word of the Year）」（*The New York Times*，2004）。宮廷劇《大長今》讓李英愛成為亞洲地區家喻戶曉的大明星，並掀起亞洲各地一陣韓式料理瘋，其 DVD 更成為韓國政府接待國外元首的伴手禮。除了台灣、日本，東南亞各國也颳起韓風，韓劇中的美食、美妝華服及經典場景更吸引大批戲迷前往韓國朝聖，帶動韓式美學風格及觀光風的興起，足以證明，由韓劇引領韓流風潮所刺激的文化消費，商機無限（王欣祺，2008）。

綜合上述現象，不難發現由韓劇所引發的韓流現象，不僅帶來豐厚的經濟效應，更藉由韓劇文本中所蘊含的文化，傳遞韓國的文化價值，讓觀看韓劇的閱聽人透過韓劇建構對韓國的想像及國家形象。韓國文化產業交流財團秘書長金德鐘在一訪問中也指出，韓國文化內容的輸出對於韓國人積極形象的形成具有一定影響力，韓國日後將積極運用韓劇、K-POP 等韓流文化產業，進一步提升韓國在國際的國家形象及國家品牌。韓劇身為一種文化現象，透過媒體、網路、經濟、社會、政治、性別等各領域的資源發揮其影響力（季欣慈，2005）。身為閱聽眾的韓劇迷，是如何透過觀看韓劇的視野來建構對韓國的國家形象，以及對韓劇、韓國文化的認同度到底有多少，都是值得我們深入討論的範圍。

第二節 研究動機及目的

一早剛走進辦公室，同事的手機鈴聲突然響起，原來是最新夯劇《太陽的後裔》主題曲，不久，另一位同事手機也響了，也是耳熟能詳的韓劇歌曲“*My Destiny*”，神奇的是，大家居然此起彼落的唱起：「*You are my destiny...*」之後以咕嚕的模糊字詞代替韓文歌詞，唱畢，大家相視而笑，原因無他，「*My Destiny*」正是 2014 年代表韓劇「來自星星的你」主題曲，更有人說，聽到這首歌讓她想在下班後吃炸雞配啤酒大快朵頤，短短的幾分鐘，便可看出韓劇所造成的影響。藉由觀看韓劇，韓國流行文化無形中入侵我們的日常生活，也間接改變我們的食、衣、休閒娛樂等生活層面的消費。

自 20 世紀 90 年代起，韓國大眾文化升溫，一路風行東南亞地區，至今不減其熱力，其所造成的影響並帶動相關文化產業的輸出，即為「韓流」。近 20 年來，韓國影視業突破重圍，異軍突起，成為韓流文化最耀眼的一顆星，可歸功於韓國政府於 2001 年 8 月所成立「韓國文化產業振興院」(Korea Culture & Content Agency, 簡稱 KOCCA)，全力支持文化產業輸出國外。曾任韓國文化觀光部長的南宮鎮（音譯）指出：19 世紀是軍事征服世界，20 世紀是以經濟，而 21 世紀是以文化建構新時代的時候（楊瑪利，2002）。藉由韓劇、韓綜、K-POP 而帶動的觀光旅遊、相關產品的銷售更是不容小覷；天下雜誌提到，在 2013 年，韓國靠出口流行文化就大賺了 50 億美元，更寄望在 2017 年讓此數字翻倍（經濟學人，2014）。

韓國之所以全力發展文化產業起因於 1997 年的金融風暴，為重振經濟，政府開始重視多元化產業發展，並將目標鎖定具有低消耗、高利潤、高附加值的文化產業上（易筱青，2007）。在 1998 年確定以文化立國的數年間，韓國文化產業異軍突起，蔚為風潮，而此文化與產業奇蹟的中流砥柱便是韓劇。韓劇不僅是造成這股韓流風潮的核心，更將韓國成功塑造為電視劇王國，且經由韓劇的傳播，讓韓流在東亞地區從青少年次文化現象演變為一場群體全面性的文化潮流及社

會現象。韓劇不僅是創造這股韓流魅力的核心，更是將韓流勢力擴散、深入，並保持一定影響力的中心體（閔東艷，2009）。

遠見雜誌曾提到「『哈日族』已成歷史，取而代之的是『哈韓族』。」（彭漣漪，2012）韓劇收視率的高漲，也顯示出繼港劇、日劇、大陸劇後，韓劇所開創出另一波新的局面（陳依秀，2003）。令人吃驚的是，「哈韓族」並不是台灣的專利，甚至連歐美地區都感受到這股韓風。根據朝鮮日報報導，在美國普林斯頓大學享有極高聲譽的教授賴恩哈特（Uwe E. Reinhardt）近期也在大學網站發表「韓國電視劇概論（Introductory Korean Drama）」，第一段開宗明義提到：「在近乎崩解的世界經濟體系，顯示經濟學家根本不瞭解這世界的運作原理，我要放棄教經濟學，改教韓劇。」¹（Park Si-soo，2014）雖然話語間帶種美式幽默，但也可凸顯韓劇所挾帶的龐大經濟利益與無法擋的魅力，Reinhardt 更進一步說明他喜愛韓劇的原因是因為女演員顏質佳，更勝法國羅浮宮的蒙娜麗莎，韓劇如同海洛因般令人無法自拔，同時也藉由觀看韓劇深入了解韓國文化。透過美國學者對韓劇的看法，韓劇對收看者而言，不只劇情、演員引人入勝，更透過觀看韓劇，得以窺見韓國文化，並影響收視觀眾對韓國這個國家產生興趣，並進而想了解該國文化。故韓劇劇情的編排、場景、人物刻劃、對韓國人民日常生活型態的描繪等，究竟有何特殊之處，得以吸引觀眾的目光，讓不僅東亞地區，甚至與亞洲文化背景迥異的歐美國家民眾，都能接受韓劇的劇情及敘事方式，此為本研究動機之一。

同屬漢文化圈的台灣，自然也受到這股韓流風潮的影響。2001 年，韓劇被商業週刊評選為「十大風雲產品」，可見韓劇在台灣社會的風行。劉依倩（2004）剖析韓劇在台成功原因是因觀眾在劇中能看到與台灣社會相似的倫理道德和社會價值規範，產生情緒上的同理感受，因而喜愛韓劇，並能夠運用韓劇文本來實際解決現實生活問題，韓劇對台灣觀眾而言，不僅有文化上的相近性，又多了一份異國情調的新鮮感。以韓國的家庭倫理劇而言，其介於台灣本土劇和日本偶像

¹ Princeton professor's take on K-Drama, February 11, 2014
http://www.princeton.edu/~reinhard/pdfs/KOREAN_DRAMA_I.pdf

劇之間，觀眾容易產生共鳴，是韓劇賣座的重要因素之一（郭家平，2007）。在國內看韓劇已成為一部分人休閒娛樂中的一大選擇，也讓一般民眾在日常生活中增添了不少樂趣及茶餘飯後話題。當初引進台灣首部韓劇的有線台，應該沒能預料韓劇能在台灣狹隘的電視劇市場中突破重圍，且韓劇突破傳統的戲劇格局，已經對台灣影劇、社會、年輕人趨之若鶩的瘋韓行為等，有很深的影響力。

韓劇在台受歡迎除了上列因素外，其他學者也提出其他可能原因：一、韓劇有一套愛情偶像劇的特殊模式：此模式以一套超越時空、超越生死、超越塵世的浪漫愛情為主題所發展出來的劇情，廣受女性觀眾的青睞，此種「亞洲式」的愛情令人為之著迷（楊芳枝，2002）。二、韓劇有出其不意、包羅萬象的劇情：韓劇能成功擄獲觀眾的心其中一大因素也是因它能順應潮流，求新求變，不墨守成規。早期的韓劇三寶：車禍、癌症及失憶等灑狗血的劇情（李季紋，2015），已被近年來大行其道的改編劇、穿越劇及鬼怪劇所取代。三、韓劇主角有著堅忍不拔、不向命運低頭的個性：張宏杰（2004：68-74）在其書中提到，韓劇吸引觀眾的主因是故事裡的主角總是滿懷信心地迎接未來的挑戰，透著一股向上的執著，讓韓劇收看者也從中得到啟發，覺得只要透過努力，便可以戰勝生活中的困難。四、韓劇注重細節的呈現：拍過多部膾炙人口的韓劇導演表民洙表示：「一部韓劇，無論演員的表現還是劇本的台詞都非常注重細節。」韓劇主題鮮明，搭配俊男美女的組合，以及取景上對韓國自然美景的呈現，對觀看韓劇的觀眾而言，彷彿享受一場視覺大餐般的感官經驗（操慧、劉亞峰，2004）。且韓劇情節曲折迷離，常有令人意想不到的結局，相較於台劇的墨守成規，了無新意與抄襲，的確較有吸引力。五、文化接近性：因韓劇文本中所蘊藏的韓國社會文化，就是以中國傳統文化為底蘊的東方文化，因此韓劇對台灣觀眾而言具親和力，不會有文化隔閡，接受度也隨之提升（操慧、劉亞峰，2004）。對台灣電視劇迷而言，韓劇的多樣性、與時俱進的特色確實具有吸引力，且台灣、韓國同屬漢文化圈的文化接近性使得韓劇能容易為台灣觀眾所接受，但筆者好奇的是韓劇的多元題材及內

容的呈現是否會影響收看觀眾對整體韓國國家的看法？在接收韓劇內容的同時，是否會對韓國的政治、經濟、社會層面產生不同的理解及想像？此為本研究動機之二。

韓劇以其出色的劇情內容吸引觀眾的目光，除了男女主角的演技、劇情的編排、拍攝的手法外，很多時候觀眾是受到劇中主角的華服、絢麗的的場景或布景而關注韓劇。在劇中對白、情節等氣氛渲染之下，原本無特定意義的產品，就有可能轉化為炙手可熱的商品，相較於傳統廣告行銷，置入性行銷可說是有趣又可降低成本的行銷手法（Nigel & Annette, 2000）。所謂置入性行銷（placement marketing）就是透過節目劇情的包裝，將符號意義的產品轉變為人們趨之若鶩的商品（Firat, 1995）。電視劇作為現代生活最常見的傳播媒介，將戲劇文本以影像方式呈現給閱聽人，其所產生的訊息，特別是文化價值的象徵意義（蔡明達、盧懿岑，2012），可間接促發閱聽人的消費動力，形成一種「符號消費行為」（Levy, 1959）。據 Levy 的說法，消費者的消費行為不完全出自於產品本身優點的理性選擇，反而較重視產品所代表的意義，所有的產品均帶有指涉的符號意義。在後現代符號消費市場，若將某國家或其文化視為一種品牌，並將其置入成為可被複製、消費、喜好及認同的項目，理應可成為消費者競逐的目標的（黃吉村、劉宗其，2005；蔡明達、盧懿岑，2012）。韓劇自 2000 年起，在韓國政府系統性地結合文化觀光和行銷國際的政策下，形成了一股潮流，其不僅融合了韓國的文化、民情和美感，更將現代化進步的形象，透過韓劇的成功，發揮影響力，將韓國之美行銷到全世界（孫珮瑜，2004）。為建立「文化韓國」形象，韓國政府除了成立文化觀光部，將預算逐年提升外，更在 1999 年通過「文化產業促進法」給予文化產業支持與協助；而除了制度保障及政策立法外，韓國影視產業的製作程序也是促成韓劇成為高品質作品的原因，韓國三大電視台 KBS、MBC 及 SBS 的總部都設立在漢江汝矣島的規劃媒體園區內，其規劃完整的製作體系使得韓劇的製作更加精美（操慧、劉亞峰，2004）。由上述可知，韓國政府挹注相當多資源並

重視將民族文化融入影視作品中，並冀望透過影視文化產品輸出而建立良好的國家形象（陳瓊、樊楸榕，2008）。

作為國家重要文化出口商品，韓劇劇中情節所呈現的大多是韓國近來高速經濟發展的都市面貌、中產階級的生活品味、浪漫唯美的愛情故事、如夢似幻的美麗場景等正面美好形象，刺激收視者的感官愉悅及消費欲望（梁英，2008）。因台灣與韓國具有文化接近性，而影響觀眾願意去收看此有相近價值觀的戲劇節目（韓劇）。正如江佳霖、郭家平（2003）的研究發現，觀眾會依其主觀判斷選擇與其價值觀相近而認同的戲劇節目。李天鐸、何慧雯（2002）在台灣盛行日本文化時就提出觀眾因認同日劇的價值觀而主動接收更多日劇的情況下，對日本的語言、文化、都會樣貌、流行打扮，甚至是日本國家整體印象都會萌生好感，從而刺激觀眾在觀看行為外的消費行為及對日本文化的認同感，可見一國的國家形象或印象可藉由電視戲劇影響到收視群對其觀感。繼哈日風潮後，近期所興起的哈韓風潮也有相似的發展軌跡。故韓劇是否也能依循日劇的模式，透過劇情內容置入其國家政治、經濟、社會文化特色，影響在台閱聽眾對韓國國家形象的認知及建立嗎？此為本研究動機之三。

韓國以其出產的戲劇作品在台灣產生一定的影響力，若從電視劇喜好者的角度出發，觀察本地觀眾如何看待一個外來的影視產品以及文本裡的價值觀，將會產生許多有趣的問題意識。例如：從日劇的風行進而影響國人對日本文化的接受度與認同感的現象，是否也能套用在韓劇身上？觀眾眼中的韓劇是什麼？有什麼獨特之處？藉由觀看韓劇，台灣收視群所接收到對於韓國的文化或整體印象真的是正面居多嗎？是否有些負面評價？韓劇劇情內容是否適當反映韓國現實社會情況抑或是過度美化？為瞭解韓劇是否能依循著像日劇一樣的模式建立其在台國家形象，因此，筆者冀望透過訪談方式，從不同年齡、性別、職業背景、觀看的年數等的韓劇迷身上，充份探討韓劇置入韓國文化特質對於收視觀眾對韓國整體印象所產生的影響。在韓流風潮下，台灣是否能夠從中學習韓劇成功因素，進

而提升台灣在外形象，希望透過歸納整理，提供參考。

綜合以上所述，本研究的具體研究目的如下：

- 一、探究韓劇的戲劇呈現內容對閱聽者的影響。
- 二、分析在台韓劇迷對韓劇所呈現的韓國政治、經濟、社會的看法。
- 三、探究韓劇與韓國國家形象的影響關係。

第三節 名詞解釋

本節針對與研究主題有關的重要名詞界定如下：

壹、韓劇

「韓劇」顧名思義即所有來自韓國的連續劇，並沒有特定的某一種類型。在本文所出現的「韓劇」是指由韓國電視台 KBS、MBC、SBS、tvN 等所製作並在台可收看的韓劇。在台灣播出過的韓劇類型分類如下，包括：「愛情青春偶像劇」，例如：《來自星星的你》、《太陽的後裔》等，每劇長度大約十六到二十集；長達一兩百集的「古裝劇」，類似於日本大河劇，例如：《女人天下》、《太祖王建》；主要探討家庭、親情與倫理關係的「家庭劇」，《大老婆的反擊》、《我女兒是瑞英》，與台灣的鄉土劇較類似，集數約在四、五十集；「搞笑劇」，類似單元劇，上下集劇情不一定連貫，但都由同一批演員所扮演，例如：《順風婦產科》、《穿透屋頂的 high kick》等等。

貳、國家形象

根據 Boulding (1959) 的定義：國家形象是一個國家在發展過程中對自己的認知，以及國際體系中其他國家對於該國的認知的結合。孫有中 (2002) 則認為國家形象是一國內部公眾和外部公眾對該國政治、經濟、文化與地理等方面狀況的認知與評價。總括來說，國家形象是指國內外民眾透過自身感受或媒體傳播對一國政治、經濟、軍事、文化等軟硬實力所形成的總體印象與認定，包含著對於國家的認識，同時也帶著理性評價和感性態度。因本研究著重在台

灣電視閱聽眾藉由觀看韓劇而建立對韓國的國家印象，因此，將國家形象定義為：在一定時期內，一個國家在其他國家公民心目中的總體印象。

參、電視迷

根據 Fiske (1989) 的定義，迷是一種社會及文化現象，具有積極性及參與性。「迷」會透過自身的選擇，對於喜好的事物有著堅持與認同，且願意在休閒時間從事其有興趣的活動，為此可能投注大量時間、金錢及精力 (Jenkins, 1992)。Bielby 等人 (1999) 更加以辨別電視觀看者和電視迷的差別，電視觀看者是純粹的觀看電視劇，沒有後續的參與行動；電視迷則會在觀看電視劇後，參與影迷俱樂部、和其他迷互動討論等活動。此外，電視迷會對電視劇產生額外的情感投入，並與自身生活做連結。本研究所指的電視迷指的是透過自身對電視劇的選擇及喜好，願意在休閒時間從事電視劇觀看活動，且透過與不同迷的分享，而對戲劇文本有更多的情感涉入及想法的收視族群。

第四節 文獻回顧

本節旨在探討韓劇與國家形象之相關研究，藉此了解目前研究的趨勢，以作為本研究設計之依據。

壹、韓劇的相關研究

國內以韓劇為探討主題的相關研究，經筆者以關鍵字「韓劇」查詢共得到 62 筆資料，但從韓劇（流）迷的角度分析韓劇之研究，卻僅有 8 筆資料，顯示韓劇與韓劇迷交互作用的現象仍有深入探究的空間。以下針對本研究所有助益的論文歸納整理如下：

壹、研究主題方面

一、以韓劇迷的角度看韓劇之相關研究

江佩蓉 (2004) 《想像的文化圖景：韓流與哈韓族在台灣》；曾慧文 (2007) 《韓劇迷收看韓劇後對韓劇及韓國文化的認知及態度之研究》；江佳霖 (2006)

《閱聽人價值觀與收視韓劇的相關性研究》；郭家平（2007）《台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程》；關奕婷（2007）《華文社群之「韓劇迷」解讀型態研究—以《我叫金三順》一劇為例》；黃琇琄（2007）《女性韓劇迷之解讀策略與意義生產研究》；張雅婷（2008）《探討閱聽人對韓劇《我叫金三順》的解讀研究》；陳姿伶（2008）《台灣年輕男性韓劇閱聽人的收視經驗》；莊淑芬（2009）《韓劇閱聽人國族認同與身體意象對整型美容商品接受度影響之研究-以韓劇涉入程度為中介變項》。

二、談韓劇與文化認同的相關研究

卓珍仔（2003）《青年學生收看韓劇的文化認同與消費行為》；蔡佳玲（2005）《韓劇風潮及韓劇文化價值觀之相關性研究：從文化接近性談起》；曾慧文（2006）《韓劇迷收看韓劇後對韓劇及韓國文化的認知及態度之研究》；吳素文（2006）《大學生韓劇收視行為對文化認同與愛情價值觀影響之調查研究》；陳會雯（2013）《台灣消費者之韓劇行銷組合滿意度、跨文化認同、來源國印象與顧客忠誠度之關係的研究》；吳筱儂（2014）《韓劇優勢與文化接近性對迷之階層線性研究》；張瑋倩（2014）《休閒涉入、文化認同對快樂感之影響-以韓劇收視族群為例》；王珈瀟（2014）《哈日與哈韓對台灣文化認同之影響——以日劇與韓劇為例》。

三、談韓劇與置入行銷的相關研究

李廷妍（2003）《探討產品置入對消費者態度與購買意願之影響—以韓國手機置入韓劇為例》；羅欣婷（2006）《觀光地點置入韓劇的行銷效果研究》；李依采（2010）《韓劇景點置入效果與購買意願關係之研究—以旅遊產品為例》；李珀坤（2011）《置入性行銷所造成之虛擬體驗對旅遊意願的影響-以韓劇為例》；黃怡潔（2011）《置入性行銷、休閒涉入與依附影響關係之研究-以韓劇為例》；楊崑馨（2014）《歐膩都是這樣穿- 台灣都會女性對韓劇置入商品的解讀》；林方諭（2015）《從台灣消費市場探討韓劇置入行銷對韓國化妝品國際化之研究》；周婉萍（2015）《台灣女性的認同與韓劇置入性商品消費行為之研究—以〈來自星星的你〉為例》。

貳、訪談對象方面

主要為韓劇收視群、閱聽人、韓劇迷或喜愛韓國文化者等。

參、研究方法方面

一、訪談法：江佩蓉（2004）；曾慧文（2007）；蔡佳玲（2005）；江佳霖（2006）；郭家平（2007）；陳姿伶（2008）；楊崑馨（2014）。

二、問卷調查法：李廷妍（2003）；卓珍仔（2003）；吳素文（2006）；羅欣婷（2006）；莊淑芬（2009）；李依采（2010）；李珀坤（2011）；黃怡潔（2011）；陳會雯（2013）；吳筱儂（2014）；張瑋倩（2014）；王珈瀟（2014）。

三、問卷調查法輔以訪談法：張雅婷（2008）；周婉萍（2015）。

四、文獻調查法：林方諭（2015）。

歸納上述，可見韓劇相關研究方面以問卷調查法為主，訪談法次之。

肆、研究發現方面

綜觀上述所提碩博士論文，經分析國內韓劇相關研究，依研究者、年代、研究主題及研究發現，整理如表 1-1。

表 1-1 我國韓劇相關研究摘要表

研究者（年代）	研究主題	研究發現
李廷妍（2003）	探討產品置入對消費者態度與購買意願之影響—以韓國手機置入韓劇為例	1. 消費者對於置入的產品的態度除了受到劇情影響，消費者本身對產品的認知，還有對劇中產品使用的明星認同感有關，越認同明星，對置入的產品越有好感。 2. 對置入產品的態度會影響消費者的購買意願，此購買意願亦會受群體規範影響。
江佩蓉（2004）	想像的文化圖景：韓流與哈韓族在台灣	1. 「韓流」的在地呈現包含了積極享樂與消極對抗兩股力量。 2. 韓國流行文化的推展，相較於他國流行文化遭遇更多反對聲浪，除了展現在本地影視產業從業者身上，更展現在韓國流行文化消費者自身。

		<p>3. 本地的哈韓/恐韓/拒韓症，恐怕是來自本地文化認同上的混亂局勢，使得本地韓流文化消費者在消費韓國流行文化的過程中，不斷發現自身文化的焦慮，形成愈消費愈恐慌的情形，並因而有了拒斥的心態。</p>
蔡佳玲（2005）	韓劇風潮及韓劇文化價值觀之相關性研究：從文化接近性談起	<p>1. 在台灣收視亮眼的韓劇呈現出顯著的家庭、愛情價值觀，尤其推崇以下對上「遵從父母」、「男尊女卑」、「男女授受不親」之家庭觀，「愛是犧牲奉獻」之愛情觀。</p> <p>2. 在韓國收視較佳的韓劇則較常出現「自顧己身」之個人觀並較少出現「親疏有別」之社會觀，顯示台韓兩地所推崇之文化價值觀有落差。</p>
江佳霖（2006）	閱聽人價值觀與收視韓劇的相關性研究	<p>1. 在台灣收率高的韓劇最常出現的價值觀與觀眾的收視意願與行為、價值觀認同的收視動機和對韓劇重視的情感有密切的正向關連。</p> <p>2. 在台灣收率高的韓劇次常出現的價值觀與觀眾儀式性陪伴的收視動機、與韓劇相關的周邊消費行為和發揮影響力影響他人一同消費韓劇有密切的正向關連。</p>
吳素文（2006）	大學生韓劇收視行為對文化認同與愛情價值觀影響之調查研究	<p>1. 收看韓劇對於大學生的影響僅在表面的文化涉入。</p> <p>2. 大學生的收視動機與需求滿足對文化認同、愛情價值觀有正向的影響關係。</p> <p>3. 大學生收看韓劇的時間越長，對韓國的文化認同及愛情價值觀也越高，且在女大學生身上更明顯。</p>
曾慧文（2007）	韓劇迷收看韓劇後對韓劇及韓國文化的認知及態度之研究	<p>1. 有加入組織的韓劇迷在討論的層次和細節、韓國文化的認知方面比無加入組織的韓劇迷來得深。</p> <p>2. 虛實共存社群的韓劇迷對韓劇及</p>

		韓國文化的認知較深；對韓劇及韓國文化的認知最深、消費程度也最深的是純虛擬社群的韓劇迷。
郭家平（2007）	台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台灣女性收視韓劇呈現出「低調內斂」、「崇尚美好家庭生活」、「情感經驗的參考」、「唯美故事情節的期待」等收視經驗。 2. 藉由對韓劇的喜好，進而產生出對戲劇文本的認同，並依照收視者本身的生活經驗，選擇性地透過韓劇劇情產生學習行為。 3. 台灣女性韓劇迷主要以理性、知性的態度，並非一味地擁護韓劇，同時加上自己的生活歷練，與韓劇產生互動，進而獲得收視的愉悅與學習的經驗。
黃瑋瑁（2007）	女性韓劇迷之解讀策略與意義生產研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 女性韓劇迷會呈現順從傳統社會的價值。 2. 在面對傳統社會觀念時，女性韓劇迷會呈現出挑戰絕對優勢的權力位置與態度來面對社會現場與社會情境。 3. 女性韓劇迷處在順從與抗拒傳統觀念中，會呈現遊移不積極態度，但仍舊擁抱主流社會觀點的論述，她們處在歸順傳統價值與顛覆傳統價值之間。
李依采（2010）	韓劇景點置入效果與購買意願關係之研究－以旅遊產品為例	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者對於角色態度會正向影響消費者對置入產品之態度。 2. 高產品涉入者對於置入產品之正向態度是高於低產品涉入者。 3. 高購買決策涉入者所產生的購買意願是高於低購買決策涉入者。
黃怡潔（2011）	置入性行銷、休閒涉入與依附影響關係之研究-以韓劇為例	影響置入性行銷的重要因素依序為產品置入、場景置入、角色置入、文化置入、情節置入。
陳會雯（2013）	台灣消費者之韓劇行銷組合滿意度、跨文	<ol style="list-style-type: none"> 1. 韓劇之整體行銷組合顯著影響消費者忠誠度，而行銷組合的產品、

	化認同、來源國印象與顧客忠誠度之關係的研究	價格、推廣也有顯著影響消費者忠誠度。 2. 「跨文化認同」對於韓劇的行銷組合有增強作用。
吳筱農（2014）	韓劇優勢與文化接近性對迷之階層線性研究	1. 閱聽人之性別、年齡及學歷對於韓劇閱聽人成迷皆具有其脈絡影響。 2. 韓劇場景部份、文化接近性，皆會形成韓劇閱聽人內在反應及外在行為過度之影響。 3. 未來台灣戲劇可透過戲劇與場景編排融入文化特色，以期透過戲劇之無形傳遞，吸引各階層閱聽人關注。
楊巖馨（2014）	歐膩都是這樣穿- 台灣都會女性對韓劇置入商品的解讀	1. 台灣都會女性認同隱性的置入性行銷，同時也認為韓劇的高品質與時尚感和大量高端品牌的置入有關。 2. 韓劇善用明星魅力包裝置入的商品，影響台灣都會女性閱聽人對於韓系商品的認同。 3. 戲劇相關的部落格或影劇消息等次文本有助於置入商品的再次擴散。
周婉萍（2015）	台灣女性的認同與韓劇置入性商品消費行為之研究—以〈來自星星的你〉為例	1. 文化認同直接影響女性購買韓劇置入性商品，然文化認同的影響非單獨發生，而是經由由內向外的角色認同、劇情認同和「迷」群認同所形成。 2. 女性閱聽人收看韓劇的過程中，每一層面都對閱聽人形成特殊意義，相互作用形成了對韓系流行文化的認同，進而影響台灣女性對韓劇中置入性商品的消費行為。

資料來源：筆者自行整理

以上整理國內對於韓劇的相關研究，發現多聚焦在閱聽人收視經驗、韓流現象、文化認同與價值觀、置入行銷及消費行為層面，甚少提及由韓劇建立韓國國

家形象的研究。

貳、國家形象或國家品牌的相關研究

本研究使用「全國博碩士論文知識加值系統」以「國家形象」、「國家品牌」為關鍵字共查得 80 筆資料。若進階查詢「韓劇，國家形象」則僅有宋小麗(2014)《韓劇喜好因素對韓國產品形象、國家形象及產品購買意向之影響》1 則，可見將韓劇與國家形象連結的相關現象尚有極大討論及研究的空間。以下針對本研究有所助益的論文歸納整理如下：

一、研究主題方面

(一) 商品來源國國家形象的相關研究

袁華文(1995)《產品國家形象效果之研究》；李元榮(2007)《手機品牌來源國與製造來源國的國家形象對消費者購買意願影響之研究》；程漢祥(2012)《來源國國家形象、品牌形象及民族中心主義對消費者購買意願之影響-以日本大金空調為例》；陳昱竹(2013)《來源國國家形象及品牌形象影響消費者購買智慧型手機意願之研究 -以臺北地區國立大學學生為例》。

(二) 國家品牌的相關研究

朱玉君(2013)《由韓流看韓國如何打造文創產業及提升國家品牌形象》。

(三) 電視劇與國家形象的相關研究

李芳霖(2012)《外國電視劇構成要素對國家形象之影響-以喜好程度為調節變數》；宋小麗(2014)《韓劇喜好因素對韓國產品形象、國家形象及產品購買意向之影響》。

二、訪談對象方面

主要為消費者、電視收看者或電視劇迷。

三、研究方法方面

上述所列對本研究有所助益的論文，包括袁華文(1995)；李元榮(2007)；李芳霖(2012)；程漢祥(2012)；陳昱竹(2013)；宋小麗(2014)皆為問卷調查

法。

四、研究發現方面

綜觀上述所提碩博士論文，經分析國內國家形象及國家品牌的相關研究，依研究者、年代、研究主題及研究發現，整理如表 1-2。

表 1-2 我國國家形象及國家品牌相關研究摘要表

研究者（年代）	研究主題	研究發現
袁華文（1995）	產品國家形象效果之研究	探討形成各國產品國家形象關鍵屬性方面，美日三國之共通關鍵屬性為品質信賴及技術領先兩項。
李元榮（2007）	手機品牌來源國與製造來源國的國家形象對消費者購買意願影響之研究	<ol style="list-style-type: none">1. 消費者購買手機商品時，其購買意願受品牌來源國或製造來源國訊息的影響。2. 在購買意願方面，消費者受到製造來源國形象的影響大於品牌來源國形象。3. 產品涉入程度與產品知識的干擾效果在來源國效應對消費者購買意願的影響上有顯著的負向關係。
程漢祥（2012）	來源國國家形象、品牌形象及民族中心主義對消費者購買意願之影響-以日本大金空調為例	<ol style="list-style-type: none">1. 假使企業能夠提升顧客的知覺品質與滿意度，就能在消費者的心中建立品牌的認同感，進而對於消費者的購買意願甚至是購買行為產生影響，這將是影響其行銷策略之重要考量。2. 當消費者進行產品選擇與購買決策過程時，理性的認知之影響可能品牌的形象影響較大，相對來源國國家形象影響較小。
李芳霖（2012）	外國電視劇構成要素對國家形象之影響-以喜好程度為調節變數	<ol style="list-style-type: none">1. 對國家形象的認知會因該國電視劇的構成要素產生影響。2. 在劇中的場景及生活型態要素會影響閱聽者對該國政治層面的認知；場景、人物及生活型態要素會影響閱聽者對該國經濟層面認知；

		劇情、人物及生活型態要素會影響閱聽者對該國文化層面認知。
陳昱竹（2013）	來源國國家形象及品牌形象影響消費者購買智慧型手機意願之研究 -以臺北地區國立大學學生為例	品牌形象及來源國形象對於購買意願有顯著影響。
宋小麗（2014）	韓劇喜好因素對韓國產品形象、國家形象及產品購買意向之影響	觀看韓劇頻率越高，越會正向影響韓國的產品形象及國家形象，且購買意向也就越高。

資料來源：筆者自行整理

綜上所述，過去對於韓劇的研究多聚焦在觀看者收視經驗、文化認同及置入行銷方面；對於國家形象則著墨在商品來源國形象對於刺激消費者消費商品的研究，針對電視劇及國家形象相關的研究則僅有李芳霖（2012）《外國電視劇構成要素對國家形象之影響-以喜好程度為調節變數》及宋小麗（2014）《韓劇喜好因素對韓國產品形象、國家形象及產品購買意向之影響》，且在研究方法的採用上，多使用問卷調查法，訪談法則較少使用。故本研究探討以台灣韓劇迷的角度藉由看韓劇建立韓國國家形象有其價值性及重要性，且研究方法採文獻探討法及訪談法，亦可增加對此現象的深度與廣度。

第五節 研究設計與章節安排

本節針對本研究的方法、流程、架構及章節安排分述如下：

壹、研究方法

本研究旨在探討以在台韓劇迷的角度，分析他們如何藉由觀看韓劇建立起對韓國國家形象的現象。為達研究目的，本研究方法係採文獻探討法、資料分析法及深度訪談法。首先蒐集韓劇及國家形象的相關資料，透過文獻探討歸納資料分析結果，編擬本研究所需訪談大綱，並透過 PTT（以學術性質為目的在

網路上提供言論空間的電子布告欄系統)徵求不同年齡、性別、職業背景、觀看的年數等的韓劇迷進行訪談。透過質性研究，實際訪談來自不同身分、領域的韓劇迷透過韓劇的觀看，建立對韓國的整體國家形象並加以歸納、整理及分析，並依分析結果，提出結論、建議與提供參考。

貳、研究流程

一、確立研究動機與目的

藉由初步蒐集與本研究相關之文獻、期刊與書籍進行分析、歸納，以確立研究主題與目的。

二、針對本研究的主題進行相關文獻蒐集與探討

蒐集並閱讀相關期刊論文、專書等資料，藉由分析與歸納文獻，建構本研究之理論基礎。

三、確立研究方法

採行文獻分析與訪談方法為研究方法。

四、編製研究工具

依文獻分析編擬成訪談大綱的初稿，再依個案訪談情況略作調整。

五、進行訪談

對不同年齡、性別、職業背景、觀看的年數等的韓劇迷進行訪談。

六、分析訪談資料

將所蒐集的訪談資料加以整理與分析。

七、撰寫研究結論與建議

依據分析之結果，進行研究結論之整理，以具體提出研究之建議。

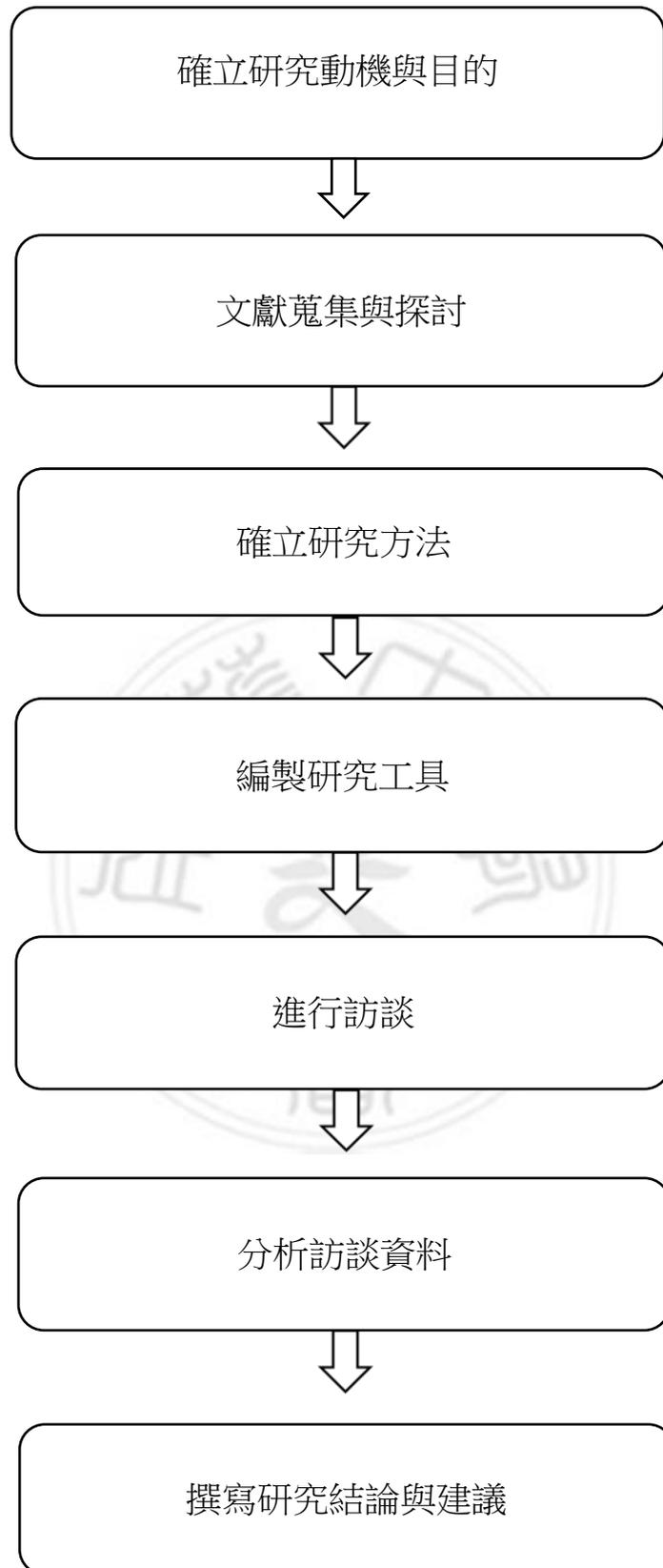


圖 1-1 研究流程

參、研究架構

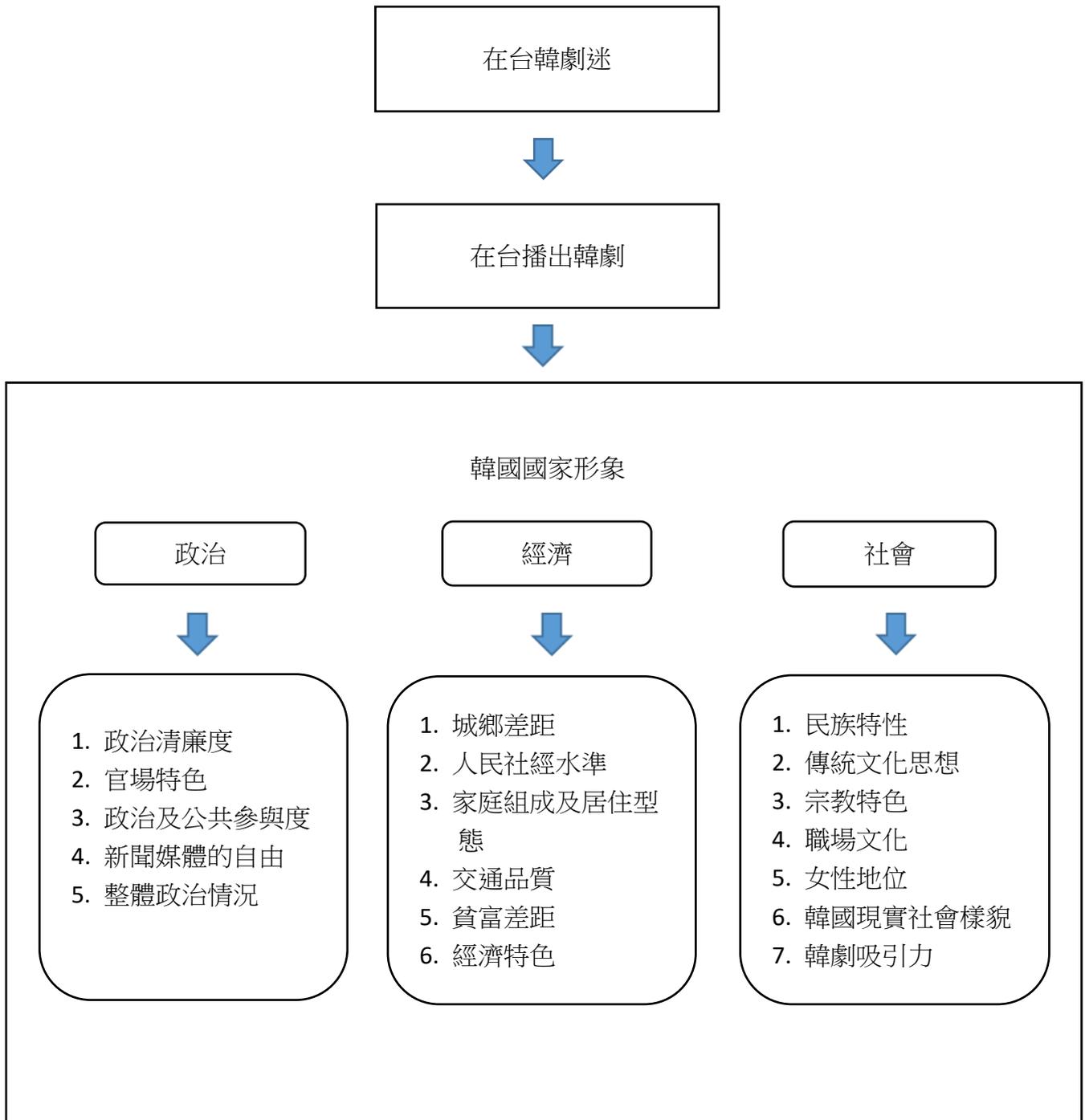


圖 1-2 研究架構

肆、章節安排

本研究主要將內容分為五大章，分述如下：

第一章為緒論，包含研究背景、研究動機與目的、文獻回顧、研究方法、研究設計與架構、章節安排等。研究目的係根據研究動機加以具體化研究方向；文獻回顧則整理與本研究有關之先行研究資料，並突顯這些先行研究對本文的啟發。

第二章為文獻探討，共分為三部分。第一部分為「國家形象相關探討」，包含：國家形象的定義、國家形象與國家品牌、國家形象衡量指標、韓流與國家形象關係的理論探討；第二部分探討「韓劇在台的市場發展」；第三部分則為「電視迷相關論述」，包含：迷的特質與定義、迷的內在表現內涵及迷與電視文本。

第三章為韓國的文化政策、影視政策及國家形象概念的建立，包含：文化產業的發展背景與演進、影視政策的發展與韓國國家形象的建立。

第四章為研究結果分析與討論，透過對不同年齡、性別、職業背景、觀看年數等的韓劇迷訪談資料的整理，充分探討韓劇情節置入韓國文化特質對於收視觀眾對韓國整體印象所產生的影響。

第五章為結論與建議，歸納研究發現並提出韓劇成功因素是否有台灣能從中學習的成分，進而提升台灣在外形象的參考及未來研究的方向。

第二章 文獻探討

本章第一節探討國家形象的意涵及相關理論；第二節論述台灣對韓國的歷史情結及及台灣的影視生態，藉以瞭解台灣民眾過去對韓國的印象及韓劇在台風行的緣由；第三節探討電視迷的意涵及相關理論，並以一、三節的理論基礎作為本研究的基本架構。

第一節 國家形象的相關論述

壹、國家形象的定義

學者 Kotler (1997) 將形象界定為：形象是指人們關於某一對象所持有的廣泛性印象、態度及喜好的一種知覺；亦即為，形象是人們對於對象事物的主觀認知。因應全球化與國際化時代的來臨，國與國之間的交流、互動越來越頻繁，國家形象的經營也越來越重要。至於何謂國家形象 (country image)？根據學者 Nagashima (1970) 提出的論點是：國家形象涵蓋的範圍，不僅包含整體的產品形象，也包含國家其本身的形象，因此形象是由一國的代表性產品、國家特徵、政經背景、歷史及傳統等變數所造成的，是企業家或消費者心目中對於一個特定國家產品的描述 (picture)、聲譽 (reputation) 及刻板印象 (stereotype)。根據 Han (1990) 的定義，國家形象是指消費者根據對某國家的概括印象所衍生出對於來自於該國產品的一般認知。Martin & Eroglu (1993) 則認為國家形象會受到政治、經濟及科技三方面的因素的影響。而我國學者張國雄 (2002) 提出一國在文化、產業結構、生活方式等長久以來的綜合表現，會造成他國人民對該國的刻板既定印象，也就是說，一國的政治、經濟、社會及文化狀況，關乎著一國的國家形象。關於國家形象的定義，中外學者皆提出不同的見解，參考其他研究者的整理，本研究將上述未提其他學者的國家形象定義匯整如表 2-1 所示。

表 2-1 國家形象相關定義匯整

研究者 (年代)	國家形象相關定義
----------	----------

K.E.Boulding (1959)	國家形象是一國在發展過程中對自己的認知，以及國際體系中他國對於該國的認知的結合。
Bilkey & Nes (1982)	國家形象建立在一國人民對於另一國持有既定的想法及見解，並且這種先入為主的刻板印象也會影響到對於該國產品的評價。
Johansson & Thorelli (1985)	一個國家人民對於另一國家人民或產品所抱持的固有印象。
Nelson (1992)	一國在國際社會的競爭力會影響到他國人民對該國的認知，因此國際競爭力應納入國家形象。
Lantz & Loeb (1996)	消費者對某國所知覺到的整體評價。
孫有中 (2002)	國家形象是一國內部公眾和外部公眾對該國政治、經濟、文化與地理等方面狀況的認知與評價。
Kotler & Gertner (2002)	人民對特定國家既有印象及認知的總和，形象的形成是與特定國家相關資訊的簡化，是人們嘗試在心裡對於該國大量資訊中抽出基本資訊的產出。
Hongying Wang (2003)	國家形象分為兩類：一、客觀的國家形象：關該國地理、歷史、經濟水平等具客觀歷史資料； 二、主觀的國家形象：一國在特定時期，為了特定政策目標，而刻意對外強調的國家形象，有打破他國偏見、塑造該國新形象的目的。
Lin & Kao (2004)	消費者對特定國家的描述、聲譽及刻板印象加諸於產品本身，印象源自於國家特性、政經背景、歷史傳統及代表產品。

Oberecker et al., (2011)	國家形象的構念包含宏觀層面（擷取國家整體經濟、社會、技術和政治情勢的印象）和微觀層面（擷取國家的相關產品評估像是創新、設計、信譽）以代表消費者對來源國的認知評價。
--------------------------	---

資料來源：鄒筱涵、于卓民（2007）；程漢祥（2013）及筆者自行整理

綜合上述專家學者們對國家形象的不同定義，歸納出國家形象有下列共同特性：

- 一、國家形象是由一國人民對某特定國家的產品或國家整體的認知與評價。
- 二、國家形象是由該國的歷史發展、政治、經濟、文化與社會等因素對他國人民所造成的印象。

因此，本研究定義國家形象為當人們談論某特定國家時，心中對該國家的政治、經濟、文化等層面之特別印象，而這類印象是由民眾對此國家整體概念而來。而此概念也符合前述 Nagashima(1970)、Martin & Eroglu(1993)及孫有中(2002)等學者對國家形象的詮釋。

貳、國家形象與國家品牌

國家形象是指國內外民眾通過自身感受或媒體傳播對一國政治、經濟、軍事、外交、文化、地理等軟硬實力所形成的總體認定與評價（陳奇佳，2009）。國家形象是一個國家綜合實力和全面影響力的具體表現（明安香，2007）。近來許多國家不惜花費巨資，透過各種行銷策略促進商品銷售、發展文化產業、吸引觀光人潮等，都是為了達到提升國家形象，以及塑造國家品牌的目的（曾漢壽，2009）。荷蘭學者 Peter van Ham 在“The Rise of the Brand State”一文中也提出：「傳統的外交正漸漸消失，政治家們必須學習品牌管理。隨著全球化和媒體革命的發展，使得每一個國家更明白自身的形象、聲譽及態度，簡言之，即為其品牌。」因此，國家文化亦可以視為一種品牌，擁有正面豐沛的國家文化，可創造出更多樣性的國家品牌（林佳蓉，2009）。

國家品牌結合了品牌與國家競爭力，是軟實力，更是國家形象。從人民、文化、歷史、經濟、政治、到地理環境、基礎建設等，都是塑造國家品牌的重點（范榮靖，2009）。國家品牌的塑造，是為了讓他國民眾對於國家的某些特質或特點，產生聯想與特定的印象。好的國家品牌可以建立國家優質的形象、取得外界信任、消除或改變以往既存的負面印象（曾漢壽，2009）。當一國的形象想要由黑翻紅，最有效的方式不是透過反駁或媒體炒作，而是積極地開發國家品牌，發掘出其他國家無法取代的特色（金容爽，2010）。有些國家已經成功地形塑出國家品牌，例如，提到汽車就想到日本、德國；談到時尚商品，就想到法國、義大利；想到電子產品，就想到日本、韓國；提到電影產業，就想到美國、英國。國家品牌作為國家戰略的一部分，對於國家形象的塑造扮演極度重要的角色。

伴隨著全球化的浪潮，國家名稱不再只是一個政治名詞，而是一個商品化的概念（白岩，2010）。商業市場中品牌成千上萬，但受到消費者認同、關注的只有幾種而已，是因為我們信任的是名牌，名牌可以使我們對產品產生信心，名牌就是一種品質保證。由上述可知，國家不只要建立良好國家品牌，更要將國家品牌名牌化。所謂國家品牌名牌化就是別國民眾透過國家名稱，直覺地對某國商品、服務等各類商品形成一種刻板印象（白岩，2010）。例如提到日本，就想到品質；提到德國，就想到工藝；想到法國，就想到時尚；想到精密，就想到瑞士。提出「國家品牌六邊形」概念的學者賽門·安霍爾特（Simon Anholt，2005）則提到，要經營國家品牌，首先要瞭解國家人才、專長和資產所在，然後善用這些優勢，再向世界展示。也就是說，一個國家若要國家名稱為國家做更多服務、達到更多目的，就必須將這個名稱名牌化。

打造國家品牌，世界各國政府無不積極投入，早在 1997 年，英國前首相布萊爾（Tony Blair）就提出打造「酷不列顛（Cool Britannia）」的國家品牌形象運動，全力發展高附加價值的文創業（潘德烈，2009）。2009 年，南韓總統李明博

下令成立「國家品牌委員會」，就是發現韓國國家品牌在世界上的評價遠低於韓國整體發展水準，因此希望藉由打造國家品牌，提升韓國的總體形象和國際聲望（董思齊，2013）。良好的國家品牌，可為國家帶來諸多好處，例如增加產品銷量，引起媒體、觀光客及投資客注意，甚至其他國家的支持，更可能吸引外國學生留學、專業人才前往、他國人民移民等（Rina Plapler，2007；轉引自范榮靖，2009）。「品牌美國」（Brand America）一書也指出，「美國像經營品牌一樣管理這個國家，使美國產品很容易銷售到全世界，只要註明『Made in America』，就會受到歡迎」（Anholt & Hildreth，2004），可見經營國家品牌的重要性與必要性。

參、國家形象衡量指標

由上述相關資料蒐集，可知國家品牌是在國家形象的基礎上，將國家形象當作一個品牌去經營（余紅、王琨，2014）；國內學者黎佩芬（2009）則指出國家品牌指的是，一個國家在自己人民及他國人民之間所建立的形象。不論是國家形象或國家品牌，其所涵蓋的範圍極廣。根據「Anholt-GfK Roper 國家品牌指數 SM」²，認為一國的國家品牌是由六個面向所構成，包含：「出口服務、產品」、「政府及政策」、「文化及遺產」、「人民素質」、「旅遊吸引」、「投資及移民」，而其評測標準是根據安霍爾特於 1996 年所提出的國家品牌六邊型理論，如圖 2-1 所示（白岩，2010）。由此六面向所呈現的國家品牌排名稱為 NBI（Nation Brands Index）。

² 國家品牌指數是由英國品牌專家 Simon Anholt 教授在 2005 年所提出，並自 2008 年起與美國知名市場研調機構 GfK Roper 公共事務暨媒體公司(GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications)合作進行「Anholt-GfK Roper 國家品牌指數 SM」調查。資料來源：經濟部國際貿易局（2017 年 1 月 18 日）<http://iknow.stpi.narl.org.tw/post/Read.aspx?PostID=13130>

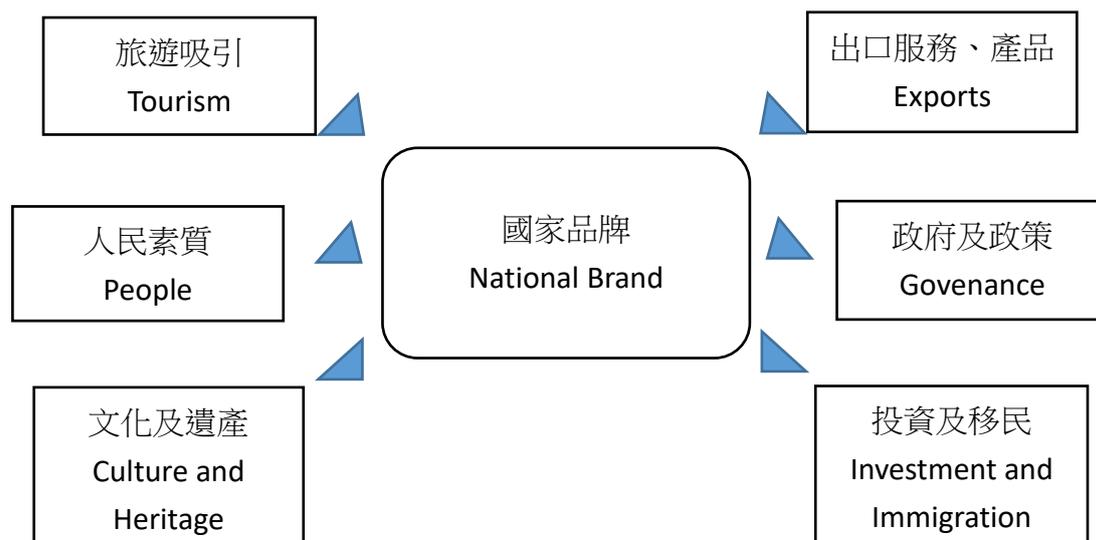


圖 2-1 西門·安霍爾特國家品牌六邊型

資料來源：白岩（2010）

Nelson（1992）提出一國的競爭力也會影響到外國民眾對此一國家之認知，因此國際競爭力也應列為影響國家形象的因素之一。自 1980 年起，瑞士洛桑國際管理研究學院（International Lausanne Switzerland，簡稱 IMD）與世界經濟論壇（World Economic Forum）每年選定若干個工業化及開發中國家，進行各國國際競爭力之評估，並出版全球競爭力年報，報告各國競爭力的綜合表現。瑞士洛桑國際管理研究院的評估指標共有國內經濟實力、國際化程度、政府因素、金融因素、公共建設、管理能力、科技實力及人力因素共八大項決定因素，合計三百多項評分標準，逐一衡量各國的競爭力。而世界經濟論壇採用評比因素分為開放程度、政府、金融、基礎建設、科技、管理、勞動及法規制度等八項，異於瑞士洛桑國際管理研究院的指標（轉引自鄒筱涵、于卓民，2007）。

雖然學者及評估機構對於一國的國家形象的構成要素有不同的見解及解讀，但其範圍不出一國的政府效率、經濟績效、營商模式和基礎建設四大範疇。Martin & Eroglu（1993）在衡量國家形象指標建構下，歸納出影響國家形象之要素可分成政治、經濟及科技三方面。政治構面下，主要考慮項目有民主或獨裁、資本主義或共產主義、民主政體或軍人專政、傾向西方或傾向共產主義，以及自由市場

或中央計畫制度五項；經濟構面下，有生活水準程度、經濟環境之穩定性、產品品質、社會福利制度狀況及勞工成本五項；科技構面下，有工業化程度、技術研發水準、人民識字程度及工業化程度四項（轉引自鄒筱涵、于卓民，2007）。Waheeduzzaman（1994）則建議在評估國家競爭力時，可由經濟、管理和社會文化三個構面加以分析，較為周延。中國學者孫有中（2002）認為國家形象的要素包括該國政治、經濟、社會、文化與地理等方面，並將其細分為政治形象、經濟形象、社會形象、文化形象、外交形象、軍事形象、人民形象七個項度。劉小燕（2002）提出國家形象構成要素包括國家的社會制度、民族文化、綜和國力、政治局勢、國際關係、領袖風範、公民素質、社會文明等。

本研究主要為藉由在台韓劇迷觀看韓劇的視角以建立對韓國整體的國家形象，考量到閱聽眾所接受的訊息有限及韓劇呈現內容的限制，綜合以上各點，以Martin & Eroglu（1993）及孫有中（2002）的國家形象概念為基礎，參考瑞士洛桑國際管理研究學院、世界經濟論壇及國內學者鄒筱涵、于卓民（2007）對國家形象要素的分類，將韓國的國家形象概略分為政治、經濟及社會三大面向來做討論。政治部分將探究韓國政治清廉度、官場特色、韓國人民政治或公眾參與度、韓國媒體自由度等方面；經濟部分則探究韓國的基礎建設（居住環境、交通品質）、社會貧富差距、城鄉差距、韓國財閥現象等；社會方面則探討韓國人民民族特性、傳統文化思想、宗教特色、女性地位及職場文化等。

肆、韓流與韓國國家形象

國家形象的樹立和傳播必須倚靠正確的國家理念、國家政策和作為相互配合，來做為堅實的基礎和可靠的支撐後盾（明安香，2007）。一國政府作為核心，它的政治、軍事、外交乃至文化政策都會直接影響到一國的國家形象（王眾一、樸光海，2007）。而國家的形象是多樣貌的，人們對於一國的認知也具有多樣性；例如美國的正面國家形象為「發達、自由的國度」，而其負面形象為「帝國主義的侵略國家」（渡邊雅男，2016）。反觀東亞地區，除了日本之外，近幾年最高速

發展的國家當屬韓國，過去韓國的形象是世界僅存少數戰爭分裂狀態的國家，甚至在經歷亞洲金融風暴後幾乎破產的貧困國；而如今韓國透過奧運會等大型國際賽事提升自身形象，並以三星、現代、LG 等國際知名品牌打響國家名號，近年來，更利用文化產品的軟實力—韓流征服全球，使各地人民認識了一個別於以往形象、時尚唯美的韓國（王眾一、樸光海，2007；明安香，2007）。

韓國的國家形象在近 20 年的時間能呈現飛躍式成長，從一個經濟落後、軍人專制、南北對峙的形象，轉變為經濟發達、政治民主、活力動感等為主要內容的新形象，可歸功於政府政策的正確導向（王曉玲、董向榮，2010）。歷經金融風暴重創後的韓國，深刻體認到不能單靠重型工業來支撐經濟，還需通過知識型產業來提升國家的競爭力。為推動文化產業，除了打出「文化立國」的口號積極與國際接軌外，先後更制定了扶持文化產業相關計畫及法規，於 2001 年更成立了「韓國文化產業振興院」此文化產業專責機構，企圖將文化資產轉為創意產業，並將國家形象的打造及國際地位的提升列為重點工作（徐鵬，2007；曾河山，2007）。李明博總統上任後，特地成立了「國家品牌委員會」，由總統直接管轄，代表總統對此機構的重視（季萌，2012）。而韓國「國家品牌委員會」為了解韓國國家形象與國家實力之間的關聯性，特地與三星經濟研究所共同開發了「國家品牌二元八角形」，二元是指「實際」與「形象」兩方面，八角則是八個部門：經濟/企業、科學/技術、基礎建設、政策制度、傳統文化/自然、現代文化、國民、名人，以瞭解韓國國家品牌之實際與形象（董思齊，2015），可見韓國政府全力打造國家品牌的企圖心。

韓國成功樹立國家形象的關鍵在於即使處於金融危機、國家財政不濟之時，政府仍堅守一原則—「振興文化產業」作為不可動搖的國家政策。這幾年在亞洲地區颯起的韓流旋風便是韓國確立「文化立國」戰略，在影視業取得豐碩成果的結果（徐寶康，2006）。從 1994 年起推動文化產業，短短十幾年間，韓國文化產業有了爆炸性的增長；從 1999 年到 2001 年的三年時間裡，以韓國大眾流行文化

為代表的韓流一舉攻佔亞洲文化娛樂市場。根據韓國進出口銀行海外經濟研究所發表的「韓流出口影響分析與金融支援方案」，針對 2001 年至 2011 年十年間韓國對 92 個國家的文化商品和消費品出口情況調查指出，韓國文化產業出口每增加 100 美元，就會有 412 美元的產業拉動，據稱韓國有 51.9% 的企業銷售額，都是受到韓流走紅的影響（國際商報，2014）。

2011 年，韓國人宣稱韓流創造的附加價值已經達到 56.17 億美元，而其無形資產總值更達到了 947.9 億美元，相當於三星的一半（孫佳山，2015）。電視劇出口自 1995 年的 550 萬美元，暴增至 2011 年的 2 億 2230 萬美元，成長了近 40 倍；電影自 2000 年後，在國內市占率超過一半，並打敗好萊塢電影，外銷自 1995 至 2010 年，成長了 65 倍（Seung-Ho Kwon & Joseph Kim，2014：422-423）；轉引自劉新圓，2016），而這些亮眼的成果是憑藉相關部門、政策制定、電視劇出口免稅制度，加上重點扶持影視產業出口的措施，才能促成韓國影視作品的市場拓展（陳奇佳，2008）。影視業作為文化產業中的重要組成部分，加上政府政策的扶持得到了飛速發展，大量的資金挹注，保證了韓劇的高品質、高製作水準，並藉由外銷，迅速打開了海外市場（徐鵬，2007）。而韓國為什麼重視影視劇等文化產品的輸出？就是因為一部好的韓劇，能成為其國家形象的最好宣傳，而且它的附加值特別大（孫佳山，2015）。根據孔有美（2006）的研究顯示亞洲國家民眾透過韓國電影與電視劇等媒介，受到其影響而形成新的韓國國家形象。藉由對韓國文化產品的消費而構建對韓國文化的熟悉、認可，乃至接納、模仿，這才是韓國大打文化牌的精隨與目的所在（李懷亮，2006）。

韓流文化產品出口不僅為韓國賺取了大筆外匯，更為國家形象的提升立下汗馬功勞（曾河山，2007）。韓流不僅帶動了韓國旅遊熱，幫助韓國化妝品熱銷，帶動整容業、韓國服裝和飲食業的出口，還帶動了韓國汽車、手機、家電等產品的熱銷，根據大韓貿易投資振興公社（KOTRA）與韓國文化產業交流基金會聯合發布的韓流經濟效益報告估算，2015 年藉由韓流帶動的經濟消費達 70.3 億

美元左右（姜遠珍，2016）。文化產業的經濟效應明顯高於傳統產業是因在於它以文化、智慧、知識為根本資源，且其最大特點在於它的文化含量，除了能滿足人們的精神消費外，還會影響人的精神世界（易筱青，2007）。正如同 Sim Jae-woong（2004）的研究顯示，韓國國家形象可藉著與韓國人的接觸、造訪韓國、使用韓國產品的經驗後而形成（轉引自孔有美，2006）。由此可見，輸出文化或文化商品可以改善和優化一國的國家形象，增強文化吸引力和影響力，提高一國的國際地位（陳奇佳，2008）。

韓國利用文化產業掀起的韓流，除了刺激消費者的感官增進消費韓國產品外，更重要的，是能透過這些文化產品潛移默化地影響消費者對其國家民族文化的認同。韓國在缺乏自然資源以及面對敵國武力威脅之下，能夠跳脫發展的困境，逐一完成政治民主化、經濟快速發展與創造韓流風潮的不可能任務，與韓國的文化立國戰略和一系列文化政策息息相關，韓國政府藉著影視產品的輸出讓韓國文創產業邁向國際，建立了成功的「文化外交」模式，將韓國文化的能見度擴及全球，並為韓國帶來豐碩的收穫（曾河山，2007；陳奇佳，2008；潘德烈，2009）。

綜上所述，韓流能在各地掀起潮流絕非一時僥倖，除了政府政策明確且徹底執行外，民間企業也發揮實力、投注資金挹注相關產業，上行下效的結果才得以促成今日韓國流行文化的影響力，讓不僅東亞地區甚至全球各地的人民，透過韓國文化商品，得以更加認識並吸引他們親近韓國文化，並反覆消費韓國出產的文化產品，形成一種良性的循環。

第二節 韓劇在台的市場發展

從台灣有線電視合法化後，電視頻道數目大幅增加，從而改變整個電視生態結構（周岳曇，2001）。為了因應頻道數的增加，就必須要有相對應的節目產出，於是節目來源的提供就成了各家電視台經營的核心。資本主義市場經濟下，國內電視台往往以收視率作為節目產製的考量，但由於台灣市場小、政府又未制定相

關保障政策扶持本土傳播業，加上自行製作節目需要龐大的資金與人力，成本回收卻不易等外在壓力，使得電視台不願冒風險花大錢產製節目；在成本與收視的雙重考量下，國內電視台選擇以大量購買國外影視產品填充時段來規避風險與追求利益；在這樣的時空背景下，韓劇經由無線、有線電視台引進台灣（蘇宇鈴，1999；吳金鍊、曾湘雲，2002）。

韓劇最早在台灣播出，是由當初引領日劇風潮的衛視中文台首創先例，於1993年陸續推出韓劇「青出於藍」與「墮落天使」（劉淑棻，2000）；而第一個播出韓劇的無線台則是中視，但因播放時間在深夜，並未引起市場的重視（劉伯姬，2002）。韓劇逐漸吸引台灣觀眾的目光可溯源於1996年，由霹靂衛星台引進數十部韓劇，奠定台灣觀眾收視韓劇的基礎。直到八大電視台在1999年底推出由李英愛、車仁表主演的「火花」，韓劇才慢慢受到影迷的喜愛與重視（吳啟綜，2005）。因此，八大電視台可說是台灣第一波「韓流」的重要推手；八大台打韓劇牌時，正是日劇攻陷台灣之時，此一區隔市場的手法為八大殺出一條血路，且八大挑選的韓國偶像劇多是集數短、情節動人、搭配帥哥美女的演員陣容，很能打動時下台灣民眾的心。同時八大也趁勢推出電視原聲帶、VCD等附屬產品，讓韓劇全面進入台灣民眾的生活領域（童清峰，2001；轉引自吳金鍊、曾湘雲，2002）。

繼八大成功地將韓劇引領收視潮流後，其他有線電視台也一窩蜂跟進，其中尤以緯來電視台最為積極，除了將旗下頻道更名為「緯來戲劇台」，更大量外購韓劇成為其播放主力，持續炒熱韓劇熱潮（蔡佳玲，2006）。無線三台也趕搭這波順風車，華視甚至選於黃金八點檔時段播放韓劇，成為首播韓劇並放在八點檔的無線台（葉嫦芬，2002）。近年來，韓劇除了透過電視頻道不斷熱播之外，更透過大陸網路平台愛奇藝、樂視網、優酷土豆等同步直播模式影響台灣觀眾，並屢屢創造收視佳績（許以頻，2014）。韓劇已形成一股威力驚人的「韓流」，衝擊並深深影響台灣的影視生態及收視群，儼然成為繼「哈日風」之後的另一文化風潮。

第三節 「電視迷」的相關論述

壹、「迷」的特質與定義

早期對於著迷的定義較趨為貶意，源自於「迷」(fan)一詞的來源，出自於狂熱者(fanatic)，原本意思是虔誠奉獻的宗教信徒，並無負面之意，但經由語言的演變，遂成為帶有狂熱意涵的字詞(Jenkins, 1992)。且該詞大多出現在描述人對於某些事物的過度信仰及崇拜，或過度的熱情，因此使得「迷」這個字詞被視為「過度或錯誤熱忱」的象徵，甚至汙名化為一種社會病徵的現象(Jensen, 1992)。由於著迷此概念的陳述多偏於負向價值的認定，「迷」自然而然被視為是一群容易受到操控、擺佈，被賺取利潤及無批判性思考的人(Grossberg, 1992)。因此，在過去，「迷」被歸類為次級文化，排除在主流菁英文化之外，如小說、電視劇、流行音樂等。

近年來，迷被視為一種社會與文化現象，認為迷在日常生活實踐方面，展現了有別於一般大眾的主動積極及參與性，不再只是一群「烏合之眾」，附屬於媒介文本下，其與所崇拜文本間的互動關係，也逐漸被重視並賦予正面價值(Fiske, 1989；陳國正譯，1993)。在過去文獻中，迷多半被視為閱聽人的一種，「迷」作為閱聽人，顯然更為主動與文本互動，他們對於媒介文本，要比一般收視群更自發性的積極投入，也就是具有高涉入性。所謂「涉入」，指的是閱聽人對於媒體媒介的刺激，所產生的一種精神狀態，當閱聽人越被節目吸引，其涉入程度也就越深，越有強烈的動機與文本產生交流互動；也就是說，閱聽人被正在進行的媒體經驗所吸引，所呈現的專注程度、著迷現象就是「涉入」(envolvement)的行為(McQuail, 1997；轉引自黃光玉，2002)。

從十幾年前韓劇引進台灣，由經典韓劇《火花》起注目後，韓劇在台灣媒體市場逐漸站穩腳步，並培養出一批忠心的閱聽眾，而這些韓劇閱聽眾通常被稱為「韓劇迷」或藉由韓劇而關注韓流文化的「韓流迷」。「電視劇迷」通常因自身對特定戲劇有偏好而主動收看，屬於較為積極主動、熱烈參與的閱聽收視群，而這

群劇迷也因有共同喜好而成為一特定「迷群」。至於什麼樣的閱聽人可稱之為「迷」？

「迷」是指透過自身的主動選擇，對於喜好的事物有著堅持與認同情緒，因在過程中得到認同、愉悅與意義等相應回饋，而願意在休閒時間從事其有興趣或熱愛之活動，為此可能投注大量時間、金錢及精神，並能在此特殊經歷獲得與表現出相當知識及經驗的愛好者，稱之為「迷」(Jenkins, 1992; Stebbins, 1992; 簡妙如, 1996)。這群「迷」眾迷的對象可能為演藝人員、電視節目、電影、作家、球星、名人、品牌等，他們具有自己獨特的美學觀，對其所專注的對象極度喜愛、認同，並能從中詮釋出屬於自己的獨特意涵，他們不以主流文化中的價值體系作判斷，且多數的迷因具備某領域知識，而對自己充滿自信和滿足感(Fiske, 1989; 林怡璇, 1998)。若用心觀察，不難發現迷的現象充斥在我們生活周遭，有些人喜歡收集自己偶像的相關資訊，更熱中於參加與偶像近距離接觸等大小活動；有些人喜歡參與運動賽事，不錯過任何一次精彩賽事；有些人喜歡閱讀及觀賞，如漫畫迷、電影迷、電視劇迷等。這些跟隨著他所喜歡的偶像明星、團體或品牌而處於「著迷」的狀態的人，同時將時間、財力與體力奉獻在自己的所喜愛的人事物上的特定族群，可稱之為「迷」。

由上所述，可知「迷」具有以下特點：一、高涉入感：「迷」對其喜愛的人物、文本有主動、積極及狂熱的投入，且更特別的是，以漫畫迷為例，會把作者、編劇分成不同的等級，將某些作者封為「神」的等級，而將另一些作者作品視為不入流，且拒絕觀看他們的作品(Fiske, 39-40: 1992; 黃麗文, 2006)。二、擁有自己認同的文化：不同於主流文化，「迷」擁有獨特見解的文化解釋，並有自己的特殊的美學觀點，Fiske (1989) 甚至認為「迷」是流行文化中最顯著的庶民文化代表。三、社會功能性：「迷」可藉由所著迷的事物中汲取大量知識，提升對自我的肯定，對其在社會融入方面更加有信心。

根據學者簡妙如(1996)綜合了 Fiske, Grossberg, Jenkins, McQuail 等學者對於迷群的看法，得到了「迷」的概念如下：一、特定的閱聽人，二、特定的文本

或內容 (text or content)，三、特定的文本互動模式，四、特定的時間歷程，五、特定的自我實現與文化意涵。在此的文本互動因閱聽人在涉入過程中，文本會觸發閱聽人的情感、想像、理解活動，進而讓觀賞者產生情感涉入。而情感涉入指的是閱聽人因對某電視節目著迷，藉由觀看的過程，產生對於節目角色的認同感 (Gunter, 1998；轉引自黃光玉, 2002)。在本文中，所提的「迷」的定義便根據以上所述，定為「在特定時間內，對特定文本，有一定參與及情感涉入程度的閱聽人。」透過此簡潔且清晰的定義，以下對於「迷」的表現內涵做更進一步的探討與說明。

貳、「迷」的表現內涵

雖然過往對於「迷」的定義大多以負面角度居多，但往另一角度看，造成迷的個人信仰或崇拜，可說是一種對於特定閱聽文本更為認同，更為深度涉入的表現；也就是說，若純粹喜歡某一種類文本的閱聽人，還未必可以稱為「迷」。許多學者研究「迷」的現象時，都曾以「過度的」(excessive) 一詞來形容 (Fiske, 1989；Grossberg, 1992；Jenkins, 1992；Jenson, 1992)，過度性是「迷」身上所展現的重要特質。

在日常生活中，我們不難發現到「涉入程度」是分辨迷與一般民眾的重要基準；在現代社會，會發現有特定族群對特定人或物擁有特殊的情感與狂熱，例如蘋果愛好者稱自己為「果粉」，偶像明星的支持者則稱自己為「粉絲」，這些人聚集而成為「迷群」，而「迷群」所實踐的文化則為「迷」文化。「迷」的過度性投入狀態，除了讓人能辨別他們是「迷」的身分外，更表現在「迷」的內在情感與外在行為上。

Bielby 等人 (1999) 則認為，電視觀看者和電視迷的差別在於，前者只涉及私人的行為；後者則是參與程度超越這種私人觀看行為的活動，並反映出對電視劇敘事體的情感投入，例如購買或訂閱相關影迷雜誌、參加影迷俱樂部、和其他迷討論對話等(轉引自郭家平, 2007)；電視迷的舉動也充分說明了「迷」在外在

行為上的主動與投入與內在情感反應的涉入程度的「過度性」表現。

一、外在行為的過度

Fiske (1989) 提出，「迷」的著迷狀態主要由兩種以下特殊行為或狀態中顯現：辨識性 (discrimination) 與生產性 (productivity)。前者是指「迷」對於自己所迷的對象或文本之間通常具有強烈的主觀意識且區辨清楚；後者則是指「迷」會因所喜愛的文本產生崇拜與著迷，而此著迷狀態會激勵「迷」去生產自己的文本，進而實踐於日常生活當中，除了是文本的消費者，「迷」也是自我發明者，這裡的文本可能青少年臥室貼的海報、穿著、髮型、迷和迷之間的交談互動等。Fiske 更加以說明，當歌迷購買次級文本 (secondary texts) 或相關副產品時，他們並非只是商品消費者，他們還對原創文本在社會上的流通有著重要貢獻。以此方式，「迷」透過自身的詮釋所產出的文本填補了原先文本的缺漏，再現、再生產屬於「迷」特有的文本內容，展現了迷的旺盛力與高度涉入感(陳正國譯, 1993)。

「迷」的外在行為過度還包括密集地投入一種與文本間微妙的想像關係，這群「迷眾」的閱讀文本行為與一般閱聽眾有很大的不同。Jenkins (1988) 針對迷文化社群做研究時，發現迷對於所述文本之間不只是單純的閱讀行為，而是藉由不斷的重讀加深對文本角色的熟稔，並在此過程中不斷地進行揣摩、想像、解讀與重新詮釋，帶著強烈的知識及情感投入，冀望能達到佔有文本的目的，在此觀點下，閱讀、觀賞同時也成為一種生產行為，透過閱讀及觀賞，「迷」在耳濡目染的情況下，不知不覺在生活中實踐了其「迷」文化及思想，而迷的樣貌也從個人，透過迷與迷之間不斷的對話交流而延伸成集體的迷群，形成一種文化社群的現象。根據 Jenkins (1992) 的觀點，他強調「迷」是一群有自我主觀意識與重視自我創造能力的一群，「迷」不僅是消費者更是生產者；不僅是閱讀者更是書寫者；不僅是旁觀者更是參與者。

二、內在反應的過度

相較於可觀察、較顯著的外在行為的過度性，「迷」還有一些面向較不容易

察覺甚至是無形地存在著，以內在心理層面的感受為例，比如對於文本的喜愛、愉悅、感動、近而認同崇拜等，此種生理、情感的面相雖較不外顯，但卻對「迷」及其所迷文本間關係的確立與持續性有著重要的影響力。

「迷」能夠感受到所迷文本的特質，因其特殊性而著迷，並藉由與其他「非迷」或其他文本的比較，表示自己對所迷文本的喜愛與認同（楊維倫，2003）。情感與感知的結合，便是認同產生的重要主因，這種迷群的認同及區辨是一種循環的過程（簡妙如，1996）。Grossberg（1992）認為「迷」的認同（*identification*）與區辨（*discrimination*），主要來自於閱聽人情感上的感知。這種情感上的感知是一種閱聽人對自身生活的感受，使其能夠在閱聽文本時，特別在乎某件事物或感受某件事物特別之處（轉引自陳芸芸，1999）；換句話說，相同的事物，原先有著同樣的意義與愉悅，但因閱聽人投入了自身情感，而使得原本的意義與愉悅也隨之產生變化。

「迷」的愉悅感，指的是「迷」在著迷的過程中，心情會隨著文本而產生變化的一種心情狀態，簡妙如（1996）在檢視大眾文化文本閱聽者感知研究中，指出「愉悅」是閱聽人與文本互動所產生的歡愉感受，並援引 Fiske 對一般大眾的愉悅分類，歸納出「迷」可能感受到「感官」愉悅及「創作型」愉悅此兩種類型。前者是指由文本所觸發的愉悅感，藉由觀看而帶動身體感官的刺激，進而產生滿足感；後者則由「迷」的主體所創造的愉悅，是由「迷」的日常生活或社會角色與文本中的人事物及敘事有所連結，而觸發而生的愉悅（Ang，1985；林芳玫，1994；Livingstone，1988；簡妙如，1996；轉引自謝明穎，2012）。也就是說，閱聽人會根據他們自身已知的訊息，包括從真實世界及虛構所知的事件，來推測或議論故事發展，這種虛構與現實的聯結也就成為愉悅來源之一。

當閱聽迷藉由收看文本得到內心的滿足並產生認同感時，「迷」似乎會自發性地將自己所著迷的文本與其他「非迷」的文本作區分。在迷群們眼中，此種區分，似乎特別容易將內心深處的認同感表展露出來，展現自己的著迷特質（簡妙

如，1996)。

參、迷與電視文本

綜上所述，可知「迷」對於所選擇迷的對象並沒有一定關聯性，每個閱聽人都有可能被某事物所吸引進而著迷，且一旦著迷，自然會伴隨些過度性的內、外在反應和行為。Jenkins (1992) 將迷群 (fandom) 歸納為：一、是主動的閱聽人，各種類型的文本都會培養出迷群。二、「迷群」可視為「文本實踐家」，他們能夠將所接收的文本自行串聯，並與自身的生活經驗與生活模式產生連結，進而生產出比原先文本更加豐富、多元、有共同詮釋意義的後設文本 (meta-text)。三、迷是一群會主動參與所喜愛對象相關活動與組織的閱聽眾，例如參加演唱會或相關官方活動。根據上述對於迷群的定義，可發現處於資訊科技時代，不同於過去被定義為盲目被動的跟隨者，現代的迷群具有個人創意，除了自發性地從媒介文本創造出豐富的想像力，更有組織動員力，藉由網路或日常生活號召與自己興趣、理念相合的迷形成團體，彼此之間相互交流溝通，甚至可能回過頭來影響生產文本端的產製過程 (宋丁儀，2002)。

電視劇作為媒介產品的形式，已成為人們日常生活最常接觸的媒體之一。電視迷在我們生活中較常遇見的原因，是因相較於其他來源的文本，電視劇取得容易、富有彈性且容易接近，它的劇情能在日常生活中被討論，也很容易找到一起談論的對象，在工作領域、在休閒環境，及在社群網絡都能以各式各樣的方式討論電視劇 (Mayer, 2003)。電視劇的密集傳播與收視眾的深度互動，形成一種特殊的受眾群體「電視劇迷」。電視主要是一個敘事體，也就是說故事的媒介 (Mander, 1978)。電視所傳播的內容常常就是社會普遍現象，敘事體所傳遞的就是社會上正在發生的事並提供了一個解釋讓閱聽者去思考，在故事裡組織了廣泛的社會關係，因而能獲得觀眾共鳴。電視節目透過它的多元類型、敘事手法及言語修辭，提供文化商品化的節目，而收看者也獲得電視文本撫慰人心、價值觀傳遞、和每天生活的意義 (江佳霖，2007)。

電視就像一面心理分析的鏡子，電視節目的呈現也相映了觀眾的個性，誘使觀眾觀賞鏡中的自我，而透過收看電視節目，電視劇觀眾也能與劇中人物互動，產生連結，並獲得愉悅感（Jenkins，1992）。Foster（2004）在研究迷群特色時發現，電視劇的迷群喜愛情節想像並猜測劇情結局，同時與其他節目做比較，並從猜對劇情的過程中獲得滿足、愉悅與成就感。Spence 曾針對婦女收看電視肥皂劇的現象做研究，受訪者指出，「愉悅不是來自於劇情的發展，而是來自觀看、等待的過程，許多的滿足來自一種等待中的興奮」，並發現等待的過程是觀看者的眾多愉悅來源之一（引自黃秋碧，1998）。黃秋碧（1998）說明某些觀眾對於已觀看過的節目會一再重複欣賞，是因為在重複觀看的過程中，閱聽人對於該節目的熟悉感、認同感、回憶、懷舊、幻想等特殊情緒被喚起，同時在觀看過程中，藉由情感的構結而得到了愉悅。而喜愛、愉悅、認同、表達等內在情感，是一個個體對自身持續性對話的過程，不只試圖連結過去和現在，並能夠延伸到未來（Ahuvia，2005）。Matelski（1999）更進一步指出，電視劇提供觀眾一種對「未來」（the sense of a future）發展充滿期待及想像的感覺，因為缺少真正的結局，所以會不斷期待著下一場的情節（引自蔡琰，2000）。

電視是一個商品化生活的呈現，眾多電視節目類型、不同的編排架構、真實和幻想的交界等，是現代人每天生活的重要角色。觀眾想在電視節目上看到與自己形象相近的角色，而不是與自己天差地遠的類型，主要也是想藉電視表達增強認同，忘卻自我與外在生活的不一致。閱聽人收看電視劇，以劇中的故事與象徵來感受真實世界，並產生情感挪移，更新自我信念，發揮情感治療作用（Williams，1992）。

電視深入家庭，透過符號的傳遞提供閱聽者一條通往消費文化的路徑，無論是主動或被動的觀眾，在觀看電視的同時，消費電視，同時也透過電視消費（Mander，1978；Stone，1994）。讓觀眾覺得有歸屬感的文本和媒體消費緊密地連結在一起（Morley，1992）。觀眾可以藉著這個虛構的世界，反芻自己在現實

人生中的情感；這些電視上的角色給予觀眾想像的空間，而劇中角色對於人際關係的處理方式和處理問題的應對進退，也成為觀眾的參考對象。看電視的過程如同商品交換，觀看節目後，對節目的評價與交換價值也隨之產生 (Sterlitz, 2002)。因此，Havens (2002) 認為節目的文化傳達 (cultural expression) 能否提供觀眾想要的認同極為重要。文化傳達包含敘事方式、價值觀、信念、倫理、社會制度、行為方式、生活方式，更廣泛地來說還包含穿著、種族、姿勢、肢體語言、幽默感、故事的步調、音樂、宗教元素等 (轉引自謝佳凌, 2000)。電視影像所呈現的視覺形式，也會加深了觀看者對於文化商品化的概念和刺激消費的動機 (Zukin & Maguire, 2004)。

Cantor & Pingree (1983) 認為電視劇被電視劇迷視為一種社會互動的方式。人們透過看電視劇，與親朋好友，或是工作上的夥伴參與電視劇討論社群，也就是迷群間彼此意見與意義的分享交流，連續劇成為了人與人之間溝通的管道 (Baym, 2000)。所以，電視劇不僅扮演著促進人際間互動的角色，在某方面，也凝聚起某種支持的力量。Harrington 及 Bielby (1995) 針對電視劇迷的研究可支持上述論點，經調查發現，有 96% 的電視劇迷固定會和其他戲迷們討論劇情 (Baym, 2000)，顯示電視收看者與迷群之間高度密集的人際互動關係，在收看電視劇後，劇情所發展的故事與情節，經常成為電視迷彼此聊天、增廣見聞的催化劑。收看電視劇的行為，能夠衍伸出與他人的人際互動及其他不同層次的活動，同時也加深了觀眾繼續收看的意願。在網路科技尚未普及之前，對於收看電視劇的日常討論，成為了迷群們互動的主要依據，加上自己的見解，很快地傳至社會各個角落，使得戲劇成為集結問題、交換資訊的場所 (蔡琰, 1993)。

四、留白的空間。電視劇的敘事通常不會解釋得太過明白，留給觀眾一些空白及想像的空間，讓觀眾透過以往的收視經驗投入和填補空白，參與再造角色的感覺 (Harrington & Bielby, 2005)。

五、是現代人模仿或學習的對象。楊維倫 (2003) 認為電視節目對於現代人來說如同生活上的一面鏡子，引領觀眾對於週遭生活的

人事物有更多的認識與了解；更可透過電視傳播的內容加以學習或模仿，習得課本外的生活哲學或處理日常生活的應變能力，透過收視經驗增廣見聞。綜上所述，電視劇的意義來自於文本與觀眾間的交流互動，來自於觀眾參與其間並自我詮釋意義的社會活動，電視可說是文本與觀眾二者交互作用的產物（蔡琰，1999）。



第三章 韓國的文化政策、影視政策及國家形象概念的建立

本章先概述韓國歷代總統對文化產業政策的推行，接著介紹韓國影視政策的發展，包括韓政府針對影視產業訂定相關的政策、法令及機關，以及將影視行銷海外的相關政策及配套措施；最後說明韓國發展國家形象的始末，其短期目標為提升韓國海內外市場認知度與好感度，中長程目標為建立韓國的文化強國形象。

第一節 文化產業政策的發展背景及演進

1997 年亞洲金融危機爆發，韓國因長期過度投資導致外債負擔沉重，且由於金融與企業體制欠佳，加上獨有的財閥經濟體制的沉苛，導致韓國國內經濟陷入嚴重的危機（吳家興，2005：168-170）。在國際貨幣基金（IMF）的紓困下，韓國政府戮力進行金融與企業的改革重整並吸引外商投資，讓頹敗的經濟漸漸走出重創，得到復甦。其中影響後續韓流發展的重要關鍵，在於韓國政府持續推動的文化產業政策促進產業升級。以文化產業作為發展經濟的戰略，所推出之政策、計畫與法令，冀望建設韓國為二十一世紀的文化與知識經濟強國，此策略的施行，不僅成功地扶植文化產業，更迅速重振了國家經濟（曹新卓，2007：1-2；王雅惠，2014）。

以下將分述自金泳三政府開始，歷任韓國總統的文化產業發展重點，藉以了解文化政策的演進及推動歷程，進而窺知這幾年韓國能躍升為文化大國，形成韓流旋風的背後原因。

壹、金泳三政府時期（1993~1997）：文化產業的先鋒

1993 年金泳三所領導的「文民政府」入主青瓦台，開啟了韓國文人執政的民主新頁，而此時期正是韓國正視全球化現象及各國將目光轉往文化產業之時。為因應對策，金泳三政府將趕上全球化作為國家政策的主要目標，積極地推動相關政策（崔末順，2009）。1993 年所推出的《文化暢達五年計畫》，即計畫性地將文化藝術產業發展成具有高附加價值的產業，是韓國文化產業開始嶄露頭角的重要

階段。1994 年附屬於「文化藝術振興院」的「文化發展研究所」編制為「文化觀光部」所屬「文化產業政策局」，將韓國文化的產業化和商品化正式列為優先推動的國家政策，積極強調文化產業對經濟發展的重要性。1997 年訂定的《文化願景 2000 計畫》，更擴大支援文藝創作、活化地區文化、韓國文化全球化等願景(郭秋雯，2012：48-50)。

在金泳三執政的 1993 年至 1997 年間，韓國政府全面實施《工業設計振興計畫》，帶來了工業轉型觀念，有別於以往重量輕質的的經濟策略，「重質不重量」的經濟策略成了文創產業培育的溫床(陳凱恩，2011)。雖然金泳三政府制定文化產業相關計畫與政策，但新設的文化產業局的預算卻只有文化體育部總預算的 4% 左右而已，對於推展文化產業的助益不大。但當時政府的大刀闊斧，已令企業、媒體對於文創產業的高經濟價值投以高度關注，揭開了文化產業化、文化經濟化時代的序幕。只是當時韓國已出現政商勾結的腐敗氛圍，加上相關法令尚未健全、制度化，使得金泳三政府所強調的「文化全球化」推行成效不彰。至 1997 年金融危機爆發，韓國受到 IMF 的託管，政府等同喪失了經濟自主權，支持率跌至谷底，甚至韓國民眾認為此為朝鮮民族國恥，使得金泳三黯然下臺，他所推行的文化產業發展政策也宣告中止(吳家興，2005：171；郭秋雯，2012：51)。

貳、金大中政府時期(1998~2002)：文化產業的推手

1997 金融危機後金大中當選總統，接手經濟重創的韓國，面對艱困的韓國經濟：負債經營、長期超規發展和單純依賴出口經濟的韓國發展模式遭到重創，韓幣貶值 100%，國庫告罄，大企業接二連三地破產，30 年積累的經濟繁榮在幾個月間就化為烏有。金大中扛起重擔，用一年半的時間克服了金融危機，成為率先走出金融危機的亞洲國家；不但把韓國從經濟泥沼中拉出來，並將韓國帶向科技產業為主的經濟大國(韓揚，2009)。當金大中得知美國電影《侏羅紀公園》一年可賺進 8.5 億美元，相當於當時韓國出口 150 萬輛汽車所得的收益時，不但延續金泳三的文化政策，更擴大了文化產業在韓國經濟發展上的比重。更重要的

是提出「文化立國」的概念，其最終目標是將韓國建設成 21 世紀的文化大國（花建，2005：196-197）。

金融危機促使韓國政府領悟到只靠重工業發展的經濟結構不足以應付現今的國際趨勢，必須以知識經濟為主的文化產業來提升國家競爭力。金大中在 1998 年當選總統後，發表《文化政策白皮書》，他認為 21 世紀是文化的世紀，文化不僅可提高生活品質，還可創造豐碩附加價值，因此，金大中任內，將文化產業列為 21 世紀國家發展戰略性重要產業之一，喊出「資源有限，創意無限」的口號，並從政策上積極培育，文化產業被確定為 21 世紀韓國經濟支柱產業（張焱，2013）。金大中政府推動了許多文化產業相關計畫：1998 年頒布《國民政府新文化政策》、1999 年推行《文化產業振興 5 年計畫》、2000 年推動《文化產業展望 21》與《電影產業振興綜合計畫》，以及 2001 年的《文化韓國展望 21》，除了文化產業計畫的制定，金大中也主導設立「文化創意產業局」、「文化創意產業振興院」、「遊戲產業振興中心」等，可謂韓國文創業的最高推手（郭秋雯，2010）。

1999 年通過的《文化創意產業振興基本法》，讓文創業的推動更有法源依據，成為韓國發展文化創意產業及向世界推廣韓流的重要指標。而文化產業的最高領導單位「韓國文化創意產業振興院」亦在此法的催生下，於 2001 年 8 月正式成立，隸屬於「文化體育觀光部」。自此之後，文化體育觀光部依此法傾力推動影視、動漫、遊戲、音樂等各項文化產業內容。2001 年根據該法成立「韓國文化內容振興院」（KOCCA），統一事權推動文化產業，更在英、美、中、日等國設立海外事務所，將文化觀光部預算編列維持在國家總預算的 1% 以上（郭秋雯，2010）。據資料顯示，韓國政府於 1999 年投資 500 億韓元成立「文化產業振興基金」，至 2003 年共計出資 2200 億韓元，提供豐厚資金投注文化創意產業（陳凱恩，2011）。而其制定的文化政策更有所謂「一條胳膊距離」的原則，意思是讓距離政府只有一條胳膊長的民間機構來擔任文創業的推手，其原則就是要求政府「對文化產業有支援的責任」並「保障創作自由之義務」；亦即政府實質支援，但不干涉，只

盡監督之責。不僅如此，韓國政府還成立了多樣的文化產業行業協會，借助行業協會來協調行業之間的平衡和發展；此外，還設立了許多專項支持基金，如文化產業振興基金，電影振興基金，廣播發展基金以及出版基金等。政府制定的各種政策及有效管理是韓國文化產業得以快速發展的制度保障。在政府政策的大力支持下，許多民間機構努力推動韓流文創產業，並締造佳績（郭秋雯，2012：52-56；張焱，2013）。

金大中曾在給聯合國《2001 年人類發展報告》的專稿中指出：「在新世紀，資訊和創造力將為各國提供一個競爭優勢。因此，如果我們通過促進創造性的冒險精神成功地發揮我們公民的潛力，儘管缺乏資本、勞動力或資源，個人和國家也會富強。韓國沒有充足的自然資源和資本，但是它的人民具有爭取在新世紀成為一流國家的挑戰精神和信心。韓國人歷來富於創造性，善於把引進的文化改造成為自己的文化，其儒家學說就是個例子。」可見金大中體認到當世界經濟和物質文明發展到一定的程度，人們必然會產生對文化產品消費的需求，因此，他認為民族文化是韓國發展經濟的寶貴資源。強調民族文化特性的論點，帶動韓國國民全力支持政府、各類企業與地方機構對發展文化產業的熱情（花建，2003：285；2005：196-197）；此外，金大中所注意到的數位化、資訊化的時代發展趨勢，促使韓國於 2001 年將 IT、BT、NT、CT、ET、ST 等所謂的 6T³ 國家策略技術定義為「未來產業」，其中 CT 便是與文創業有關的「文化技術」；「文化+IT」的概念，使科技業開始思考如何運用電腦與網路來推廣韓國文化產業。隨著「韓國文化內容振興院」（KOCCA）的成立，建立支援系統，透過文創產品的輸出，實現韓國成為文化強國的目標（郭秋雯，2012：52-56）。

金大中對於文化產業振興的多項措施效果明顯，直接促成了韓國的再次崛起。根據中國網的報導：韓國網路遊戲業自 1998 年來產值翻了一倍，遊戲《天堂》

³ 所謂 6T 指的是 IT (資訊技術 Information Technology)、BT (生命工學技術 Biotechnology Technology)、NT (奈米技術 Nanotechnology Technology)、CT (文化技術 Culture Technology)、ET (環境技術 Environment Technology)、ST (宇宙航空技術 Space Technology)。韓國政府更在去年（2009 年 12 月 21 日）宣布，將在 6T 領域中 5 年投資 13 兆韓圓（約台幣 3710 億）。

風靡亞洲地區；電影出口增長了 50 倍，從 1995 年僅僅 21 萬美元，到 2001 年卻激升為 1100 多萬美元，顯示了韓國將文化產業作為 21 世紀國家經濟發展的重點產業，並啟動政策、法規、組織和資金等多方面支持的完善策略，並能隨著科技化、數位化的全球趨勢，切合全球經濟市場變遷的發展，提供不同文化產業項目的發展環境與協助，加上民間機構的努力及人民的創意，成效顯著(張焱，2013)。

參、盧武鉉政府時期 (2003~2007)：文化產業的繼承

盧武鉉就任總統後，其任期間文化產業政策除了延續前任總統的規劃外，並加以擴大規模。2003 年提出「市民文化」、建立「多元文化社會」、「躍動的文化國家」三大文化施政政策。2004 年發表《創意韓國—21 世紀新文化展望》，擬重新塑造文化創意產業，充分運用個人、區域及國家資源，以期擴充文化經濟環境等基礎建設。為達到世界前五大文化產業強國的目標，需加強培育文化產業所需人才、開發相關技術、掌握現有的「韓流」商機與亞洲文化產業網路連結，加強行銷韓國文化商品。在觀光政策方面，於 2004 年推動《振興觀光 5 年計畫》；此外，為提升韓國各項競技的國際知名度，特別制定了《體育 5 年計畫》，全面提升韓國的國際競爭力(陳昭義，2005)。

盧武鉉在位期間的另一項重大政策是在 2005 年擬定了《文化強國(C-Korea) 2010 計畫》，希望在 2010 年能成為世界五大文化產業強國，也希望藉此可創造出更多的工作機會；此計畫中的“C”除了代表「Culture 文化」外，也包含「Creativity 創意」、「Contents 內容」等意思。韓國政府堅信「文化」+「創意」=有價值的「內容」，文化創意產業將是 21 世紀韓國發展的動力，也會是左右全球競爭力的核心力量(郭秋雯，2012：57-58)。該計畫的主要工作內容為：一、營造文化創意環境；二、深根推動文化創意產業；三、培育文化產業所需專門技術與人才；四、協助產業開發新型文化創意技術；五、提供文化產業獎勵措施等(陳昭義，2005)。除了對文化產業的重視，盧武鉉政府對活化傳統藝術亦別有用心，2006 年發布《傳統藝術活化方案—願景 2010 計畫》、《讀書文化振興法》；此外，為了

區域平衡發展，於 2005 年選定了釜山、大邱、光州、春川、大田、富川、全州、清州等 8 個地方為文化產業聚落，並設置了「地區文化產業研究中心」，由國庫支出 150 億韓元，並結合個人、企業、大學等力量，打造都市尖端產業園區（郭秋雯，2010）。

此時期韓國政府對文化產業所推動的主要工作，除了積極營造文創環境、推動文化數位內容、構築海外市場網路之外，也派遣文創產業重要幹部赴海外進修相關課程及研習，培養具有國際水平的文化產業專業人才，以增強國際競爭力；並提供相當的資金援助與獎勵，讓與文創產業相關的產業，如電影、電玩、動漫、視訊廣播等具文化要素與高經濟附加價值的產業得到充分資源與發展（陳昭義，2005）。

肆、李明博政府時期（2008~2012）：文化產業的新局

李明博總統就任後，希望開創“先進化之路”，首先便將「文化觀光部」改為「文化體育觀光部」，而後為了對應國家政策方向，在李明博的指導下，文化體育觀光部提出了未來的文化構想—建設軟實力強大的創造文化國家。為了創造出有品味的大韓民國，韓國政府提出了《文化藍圖 2012》文化政策，並提出保障核心內容產業的競爭力、架構亞洲國家文化創意產業合作機制、設置「國家設計人委員會」、「文化創作發展所」等機構。不僅如此，為了因應 3D 時代來臨，將 2002 年制定的《線上數位內容產業發展法》改為《內容產業振興法》，並設置「文化產業振興委員會」負責執行相關業務，且自 2001 至 2010 年，在全國建設 10 個文化創意產業園區，形成產業鏈。2011 年制定《內容產業振興基本計畫》，同時投入 4100 億韓元強化國內 3D 技術，並從中提撥 120 億元補助影視、遊戲等產業，更計畫於 2015 年將款項提高到三兆韓元（文化體育觀光部，2010，2011；轉引自朱玉君，2014）。CEO 出身的李明博，在商業的考量下，提高政府各項文化預算，以提攜對國家經濟成長較有助益的產業為優先，在發達的 IT 技術下充分發展文化產業，期望讓韓國在 2015 年可以成為全球前五大 3D 文創強國（曹新卓，

2007：3；郭秋雯，2012：58-60）。

綜觀韓國的發展史，因自然資源的缺乏與不斷受到外族入侵的影響，在幾任領導者的政策下，發展文化創意產業已成為每位繼任者的重點發展項目。李明博政府的戰略重點便放在培育和壯大自身的内容產業、文化藝術、體育、觀光產業四個軟實力主要依附的產業上，企圖使它們成為韓國提高國民生活品質和國家經濟增長的核心動力，而此新政策的提出，有效的繼承了韓國自上世紀 90 年代以來所奉行的「文化立國」國策，並在原來的基礎上有了新發展。

伍、朴槿惠政府時期（2013~2017）：文化產業的隆盛

朴槿惠曾在公開場合表示：「未來韓國將以科技創新為基礎，促進產業發展，從而創造經濟、創造新市場及就業機會。」此段話可看出她未來五年的執政目標為推動「創意經濟」，藉以實現她在就職典禮提升韓國經濟、國民幸福的承諾（經貿透視雙周刊，2013）。近年來韓國雖已成功轉型為經濟強國，但據統計，其國民幸福指數在經濟合作暨發展組織（OECD）35 國中，只排名第 27。為提升國民生活品質，朴槿惠政府於 2013 年提出了「振興經濟、國民幸福、文化隆盛、和平統一」四大國政方針，目標在推動韓國進入「充滿希望的新時代（A new era of hope and happiness.）」，並在 7 月份成立「文化隆盛委員會」，計畫投入總預算規模 1.5%（5.3 萬億韓元）支援文化產業發展⁴。2014 年，韓國文化體育觀光部針對文化、觀光等領域政策進行解析與調整，並發表「以文化產業作為創意經濟核心動力：想像力、創意性基礎的文化產業育成」方案，重點內容包含：打造文化產業公平競爭的環境、全力提升 K-POP 及電影等的國際競爭力、成立「想像內容基金」支援民眾個人想像力、強化創作者的著作權權益等，此法案首次對保護國民文化權進行了明確規定，為形成“以需求者為中心”的文化政策提供法律依據和基礎，是韓國文化領域一項極為重要的法案（宋佳烜，2014）。

此外，從 2014 年 2 月起，韓國政府針對低收入階層及領取生活保障金人民

⁴ 2013 年韓國文化藝術政策白皮書，文化體育觀光部，189-217。

發放文化享樂卡，憑此卡可享受文化藝術、國內旅遊、體育賽事方面的補貼，鼓勵市民參與文化活動，強調文化的全民共享。自 3 月份開始試行「文化通行證」政策，針對出生貧困家庭的 18 歲至 24 歲青少年，為其提供國立及公立博物館、美術館等文化機構的票價打折或減免優惠，更訂定每月最後一周的星期三為韓國文化日，推出公立文化機構的免費或優惠參觀項目，並推出一系列文化藝術活動。另一方面，為了鼓勵文化藝術從業者更加積極地投身創作，推出「藝術人通行證」政策，提供藝術從業者參觀國立博物館、美術館等文化機構的門票優惠及減免(宋佳烜，2014)。

綜上所述，韓國大力扶持文化產業從金泳三的《文化暢達五年計畫》為首，歷經金大中的《文化立國》策略、盧武鉉的《C-Korea 2010》、李明博的《文化藍圖 2012》，一直到朴槿惠的《創意經濟、文化隆盛》，韓國政府從政策、法令、資金及基礎建設等方面全力扶持與建設文化產業的相關發展，並由政府為首，推動企業到民間參與文化產業。隨著時代的推移，文化政策的目標和輔助領域也跟著改變，從高級文化、傳統藝術，到大眾文化；對文化藝術部門的支援對象，也從文化藝術專家，擴大到一般民眾身上。2000 年，韓國的文化產業出口只有 5 億美元；到 2004 年，文化產業就已成爲僅次於汽車製造的第二大出口創匯產業；2010 年，達到 32 億美元；而在 2013 年，韓國的文化產業總出口額是 50 億美元，約台幣 1500 億左右；同年，文化產業占韓國 GDP 的 15% (孫佳山，2015)，達到了這樣的高比例與韓國政府與時俱進的文化政策及由上至下推廣的策略，讓整體社會營造一股積極發展文創產業的企圖心及氛圍有關。

表 3-1 韓國歷屆政府的文化政策沿革

主政者	主要政策及措施	文化政策特色及相關法規
金泳三 (1993~1998)	1993 年 文化暢達五年計畫 1997 年 文化願景委員會 1998 年 文化願景 2000	1. 將文化部及體育少年部合併為文化體育部。 2. 設立文化產業部、韓國文化政策開發院，全力發展文化產業並制定相關法令。
金大中	「文化立國」政策	1. 轉化為振興為主的文化政

(1998~2003)	「韓國文化世界化」 1998 新文化政策 1999 文化產業振興 5 年計畫 2000 文化產業展望 21	策。 2. 將文化體育部改為文化觀光部、設立文化創意產業局、文化內容振興院、制定《文化產業振興基本法》。
盧武鉉 (2003~2008)	「邁向世界前五大文化產業強國」 2005 文化強國 C-Korea 2010 2006 傳統藝術活化方案-願景 2010 計畫	1. 實施需求者導向及文化分權政策；跨大文化政策之領域及對象。 2. 制定《文化產業振興法》、《振興觀光 5 年計畫》、《體育 5 年計畫》、《讀書文化振興法》 3. 組織文化革新委員會、設立文化藝術委員會。
李明博 (2008~2013)	《文化藍圖 2012》 「邁向全球前五大 3D 文創強國」	1. 將文化體育部更名為文化體育觀光部。 2. 修訂《內容產業振興法》、設置「文化業振興委員會」。 3. 採取溝通及開放的策略，促進需求者導向的政策。
朴槿惠 (2013~2017)	「振興經濟、國民幸福、文化隆盛、和平統一」四大國政方針	1. 2013 年成立「文化隆盛委員會」。 2. 2014 年實施《文化基本法》。 3. 建構國家品牌並強調生活中的文化擴散。

資料來源：朱玉君（2014）；張秀蓉（2015）及筆者整理

第二節 影視政策的發展

韓國自金融危機後，全體國民團結一心為拯救國家經濟而貢獻己力的行動及凝聚力，讓當時的總統金大中感受到強大的民族精神力量，因而思考提振韓國文化以恢復民自信心的可能，於是大力推動文化產業；後續接任者亦延續文化產業政策的實施並加以增添內容，使韓國邁向文化產業大國（王雅惠，2014）。前總

統金泳三先生在上世紀 90 年代時曾說：「如果迪士尼一年的營收和 IBM 差不多，那我們幹嘛不全力發展影視產業呢？」也就是說，影視產業的一個片場產值竟能超越高科技產業，而影視產業正是屬於文創產業的範疇（潘德烈，2009）。金大中總統也發現韓國要出口 150 萬輛汽車才能抵得上電影《侏羅紀公園》的產值，便將影視納入競選政策，提出文化不僅能提高生活品質，更能創造出極大附加價值，是其他產業無法比擬的，並著手進行影視產業相關法制及機關的設立（張峩寧，2015）。

韓國政府為加強對影視產業發展的扶植，相繼推動實施的政策重點如下：

壹、影視產業的相關政策、法令及機關設置

在確立文化立國的基本國策後，韓政府即開始著手設立民間組織、補助娛樂產業、結合網路資源、集結娛樂業有志之士、將所有的資源整合，把目光轉向國際市場、打造韓娛樂品牌，尤其是 90 年代末 K-POP、韓劇的外銷成功，為韓國帶來龐大經濟效益，更讓韓國政府將影視娛樂產業的發展視為國家發展重點政策（張峩寧，2015）。在韓政府大力推展及資金挹注下，韓國影視業出現許多電影人才，包括技術、製作、劇本、行銷、導演等人才紛紛投入韓國電影的製作，電影娛樂事業也成為具指標性的產業。1999 年「電影振興委員會」(KOFIC) 成立，主導振興電影產業政策、技術輔導、培育相關人才等事項，刺激電影產業的成長，並透過與國際電影交流，將韓國文化影響力滲透到國際市場（朱玉君，2014）。此外，在 2000 年設立「文化產業振興委員會」，重點支持包含電影、動畫等創意產業。2006 年制定《電影暨影視物振興法》，針對線上傳輸頻繁與盜版問題提出應對措施。2007 年制定《遊戲與音樂產業振興相關法》，並設置電影發展基金積極推動電影產業（郭秋雯，2012：57-58）。2009 年，韓國政府重新整合了「韓國放送影像產業振興院」、「韓國資訊產業振興院」、「韓國遊戲產業振興院」、「韓國文化內容中心」，成立「韓國內容產業振興院」，將包括電影、電視、廣播、音樂、動漫、電玩遊戲等文化項目的發展統一事權，除了協助拓展文化產業的相關技術、

培育專業人才外，也為整體文化產業的發展環境建立了穩固的基礎(王維利，2008；郭秋雯，2010；轉引自王雅惠，2014)。

貳、韓劇行銷的相關政策及配套措施

韓國政府在經歷金融危機後所進行的全面性改革，造就文化創意產業成為成長最快、創造更多就業機會的指標性產業之一。其中電影娛樂事業在政府的重視與扶持及在人才培育、資金挹注、體制改革與策略行銷的輔助下，成為文創產業的第一線，也是韓國產業策略轉型的重要轉捩點，韓國影視業可說是韓國通往世界之門的金鑰匙。電影產業在國家資源協助及市場保護機制下迅速成長，在 2012 年，海外輸出總額達到 416 億韓元，比 2011 年上升 8.4%，並躍昇為朝陽性產業，達到世界級水準(中國文化報，2014)。

由於政府政策的提倡及積極地培育人才，造就韓國電影人才濟濟的現象，但電影市場的競爭激烈，有些導演或其他相關的電影製作人才便轉而向電視圈發展，也意外造就了韓劇拍攝手法媲美電影的現象(許家豪，1996)。1998 年起，韓國政府積極立法，不僅以減稅或提供低利率的優惠方式鼓勵企業投資拍片，更資助電視劇的拍攝，並有系統地向外輸出韓劇。韓國大型企業出資資助韓劇拍攝，此舉不但能牟利，更可讓企業產品在戲劇中呈現，達成置入性行銷的目的(花建，2003)。

韓國為什麼重視影視劇等文化產品的輸出？就是因為一部好的韓劇，可成為其國家形象的最好宣傳，而且它的附加值特別大。根據蘇宇鈴(1999)的整理，韓劇起步期在 1960-1970 年間，在 1980-1990 年代邁入發展中興期的階段；在政策立法方面，1996 年金大中上任後實施的「陽光政策」，讓韓國經濟穩定發展，社會風氣變得較為開放，電影人才在技術的創新、劇本的編寫上有了新的突破，當這些人才往電視圈發展，也為韓國電視劇注入新的活力。此外，金大中共提出要將文化經費提升到國家總預算的 1%，隨後也通過「保護民族電視電影」的立法；1997 年亞洲金融風暴，韓國政府設立了「文化產業基金」提供新創文化企業

貸款，隨後設立了「電影振興委員會」、「影像物等級委員會」（崔末順，2009）；1999年，國會通過《文化產業促進法》，並投資500億韓元成立「文化產業振興基金」，至2003年共計出資2200億韓元給予文化及娛樂等新興產業支持與協助，現在的坡州出版城與HEYRI藝術村便是透過向政府貸款而形成的產業聚落（陳凱恩，2011；蔡宜蓓，2015）。而為了促進文化商品出口到海外市場，政府成立專門影音分支公司，將韓語翻譯為外語，補助幾近全額的翻譯、製作、配音費用（陶文昭，2009）；鼓勵業者參與國際電視節，補助攤位租金及冊子印製經費；補助一年一度舉辦的國際廣播影像展銷會（BCWW），此會為韓劇擴展亞洲市場的重要平台（劉新圓，2009）。1998年，韓國文化觀光部的經費佔國家總預算的0.62%；2001年，韓國的文化預算達1474億韓元，到了2002年總金額已經成長二倍，比例提升至1.09%，達到金大中執政時期所希冀達成的目標（花健，2003；楊瑪利，2002）。為了發展韓國流行文化，2004年，韓國文化體育觀光部將原來的文化產業局分成了文化產業局和文化媒體局，就是特意將文化媒體的作用放到和文化產業等同的位置上。2011年，韓國政府透過在華的韓國文化振興院和中國某網絡電視品牌達成了合作協議，推出由韓劇、韓星、韓樂及韓粉4大版塊構成的「韓流」綜合平臺，第一時間獨家提供MBC、KBS的全部新劇；同時與SBS展開深度合作，實現韓國影視劇的大面積覆蓋。此次合作是韓劇、韓國綜藝節目等有史以來最正式也是規模最大的網絡推廣項目，可見韓國政府積極拓展韓流文化的企圖心（孫佳山，2015）。從上述得知，自1998年到現在的十多年時間，韓國政府在各個層面，都有計劃、有步驟地精心構造支撐「韓流」大肆流行的完善體制。

除了國家政策立法、制度保障及資金投注之外，韓國影視產業的製作程序也是造成韓劇精緻動人的原因。韓國三大無線電視台KBS（韓國國家電視台）、MBC（韓國文化電視台）及SBS（首爾電視台）為韓國戲劇產業支柱，並在素有「首爾曼哈頓」的汝矣島設立媒體總部，規劃媒體園區進行妥善的經營。其規劃完整

的製作體系及資金投入，電視台可以嘗試多元且有創意的製作，使得韓劇得以高成本來製作高品質的作品立足於市場上，並打開海外市場(操慧、劉亞峰，2004)。隨著海外市場成功的開拓與日益增加的總體產值，讓電視台對於韓劇的製作更加嚴謹、挹注更多的製作費用。以 2016 年製播，被網友稱為「神劇」的《太陽的後裔》為例，16 集就花了 3.5 億台幣，平均每集的製作經費是 8 億韓元(折合台幣 2200 萬)，是 2003 年《大長今》每集製作費的 8-10 倍；2017 年《孤單又燦爛的神－鬼怪》，更是為了短短幾分鐘的船難鏡頭，不惜花上千萬台幣，特地找來電影《屍速列車》、《密探》等片的後製團隊，為的就是要呈現出精緻的畫面來維持韓劇的品質，顯現製作團隊的野心(田暉璋，2017)。《首爾經濟日報》以此推估，《鬼怪》全劇的製作費可能高達 30 億台幣，如此天價雖令人咋舌，但對於想以文化征服世界的韓國來說，鉅額投資是必須要做的事情，畢竟沒有投入就沒有產出。在整合各項資源之後，韓國娛樂業開始從華人娛樂圈發揮驚人的影響力。

據韓國文化觀光部公布的數字顯示，韓國電視節目出口額從 1999 年的 761.5 萬美元、2001 年的 1235.6 萬美元，幾乎成長 50%；2002 年達到 1639 萬美元，2005 年為 7140 萬美元，2014 年則達到達到 2.56 億美元，且逐年成長(陶文昭，2009)。根據負責促進韓國文化出口的機構：韓國文化體育觀光部及韓國文化產業振興院的資料，在 2016 年的國際電視節，韓國電視節目銷路與 2015 年相比增加 16%，因此韓劇為韓國電視最大的輸出品，藉由影視傳播，大大提升韓國的國際知名度(Michelle Lee，2016)。

韓國影視的發展受政府倡導及法律制度保障影響甚鉅，而其積極導入市場競爭機制，把作品的收視率、市場性、討論度、藝術性作為衡量標準，也提高了影視從業人員的創造性與競爭意識。近年來隨著網路發展，網上合法下載的市場規模持續擴大，使得韓劇得以走出國內，拓展海外市場，在經濟全球化的趨勢下，以文化商品帶動經濟的成長。此外，透過影視注入韓國文化元素，使他國閱聽眾及消費者藉由觀賞的同時逐漸了解韓國及其文化，帶動後續韓國各式民生消費品

的販售及觀光發展，可說是利用文化內涵為產業加值的最佳行銷方式（蘇宇鈴，1999；許家豪，2006）。

第三節 韓國國家形象的建立

韓國地處東北亞的樞紐，因特殊的地理位置，自古為兵家必爭之地，也因此飽受鄰國及近世代列強的侵略。韓國在未建國之前，史稱朝鮮，長期與中國維持軍臣般關係，為中國的藩屬國，彼此間文化交流相當頻繁。1895年甲午一役後，在列強的操縱下，朝鮮高宗建立大韓帝國，正式脫離朝貢體系。1905年日俄戰爭後，大韓帝國成為日本的「被保護國」；1910年日韓合併條約簽訂，大韓帝國正式滅亡，朝鮮成為日本殖民地。1945年，第二次世界大戰結束，朝鮮半島由美國及蘇聯共同託管。1950年韓戰爆發，歷經三年，最終決議以北緯38度線為界，將朝鮮半島分為南、北韓，至今仍無法結束其國土分裂的國家命運（簡江作，1998：386-400；朱立熙，2003：187-195）。

南北韓分治後，南韓經歷民主與獨裁統治的反復交替，政治經濟動盪不安，國際社會對於1960年代左右的韓國印象大多停留在韓戰及南北韓對峙的不安情勢。據韓國《亞洲經濟》報導，1960年韓國人平均國民生產總值（GNP）僅為79美元，其國家經濟實力在125個國家中排在第101位，位列最貧國行列（香港文匯網，2012）。1961年軍人朴正熙發動政變取得政權，在他在位的18年間，以簡樸的作風整肅歪風，並推動了「新村運動」、「經濟開發五年計畫」，實行出口導向的經濟發展策略，使得韓國的GDP在1969年首次超越北韓。雖朴正熙實行獨裁政權，但他任內所推行的一連串計畫為韓國的發展奠定良好的基礎，帶領韓國實現經濟增長，使戰後瀕臨破敗危機的韓國重新站穩腳步，成功創造漢江奇蹟（金東鎬，2009）。

1981年韓國爭取到1988年奧運會主辦權，當時韓國經濟高速發展，已躋身亞洲四小龍之列，但在政治、文化上急需提升國際地位以改善國際形象，加速經

濟的發展。籌辦「漢城奧運」為韓國提供了建設漢城（現今首爾）的機會，是韓國從發展中國家蛻變為新興工業國家的轉捩點，韓國政府的精打細算，使得漢城奧運的盈餘高達 3 億美金，成功創造了又一經濟奇蹟，也將韓國的國家形象由一封閉的國家轉為開放的國家。韓國以舉辦奧運的名義，帶動全體國民的奮鬥意志及國家的發展，當年的奧運會組委會主席朴世直在一採訪中提到：「成功舉辦奧運會之後，我們的國際視野得到了拓展，奧運之後，韓國變得更加開放了，國民變得更加自信和自豪。」便說明了這項事實（莽九晨，2008）。籌備奧運期間，南韓政府和漢城社會各界投資近 4000 萬美元，建設地鐵、擴建國際機場、整修公路、完善通信設施等。據南韓官方統計，1985 年至 1990 年，南韓每人平均國內生產總值（GDP）從 2300 美元迅速增加到 6300 美元。另有統計發現，辦奧運前 10 年南韓 GDP 年均增長 7.7%，辦奧運後 10 年 GDP 年均增長 6%，可見奧運所帶動的經濟起飛不容小覷，連帶帶動了韓國旅遊、電子、體育用品的發展，也為韓國提高在國際上的政治經濟地位做出了不可磨滅的貢獻（王蘇，2008）。

1993 年在大田廣域市舉辦的世界博覽會是繼「漢城奧運」後，提高韓國國際形象的一大盛事。此次博覽會是當時世界博覽會史上參展國及國際組織最多的一次，總投資達 20 多億美元，參觀的海內外人次約 1400 萬人，並創造了 20 萬個以上的就業機會，對於活絡韓國的經濟可說是功不可沒。不僅如此，2002 年南韓與日本共同舉辦首次在亞洲舉行的世界杯足球賽，更是讓韓國受到全球注目。世足賽期間，韓國各大贊助商的行銷廣告透過新聞媒體的轉播及報導，宣傳至全球 192 個國家 42 億人口，大大提升其品牌曝光率及知名度；而場上比賽的韓國足球隊及應援的韓國啦啦隊民眾，更是展現其團結民族性；韓國首次打入決賽四強，將民族自信心推到了最高峰，並以體育實力讓全世界行注目禮。韓國政府當初在籌劃這些大型運動賽事時，將目標放在不只收益上，更在「行銷韓國」上，例如：

- 一、行銷城市觀光：世界盃賽事有目的地選用了一些具有觀光潛力的城市，有的是世界文化遺產、傳統歌劇發祥地、有的是具有歷史紀念價值的小城和傳統美食

重鎮，藉由世界盃的轉播行銷這些城市並推廣觀光；二、展示文化遺產：舉辦朝鮮時代的畫展及文物交流展，並推廣韓國傳統美食，如泡菜、年糕等，企圖以「文化韓國」的形象深植國內外收看民眾；三、行銷韓國企業及文化：配合世界盃比賽的交通需要，由現代汽車贊助觀禮及赴賽汽車並參觀現代汽車事蹟博物館；韓國通信向全世界轉播並介紹贊助的韓國企業，加深世界對韓國企業的印象，為海外拓展輔路（花建，2003：285-287）。韓國在各項國際賽的傑出表現，加上韓流的加持，韓國在國際上的知名度漸提升，也慢慢改變世人對韓國的印象。2006年韓國人均國民生產總值達到17600美元，且韓國是唯一已經完成與東協、歐盟、美國三大經濟體簽下FTA的亞洲國家，與簽有FTA的國家貿易額佔韓國總體貿易額，已達35%，成為已開發國家之列（吳琬瑜、黃亦筠，2012）；並於2012年，成為繼日本之後亞洲第二個、全球第七個進入「20-50俱樂部」⁵的國家（曾志成，2016）。與韓戰過後、歷經金融風暴之時的韓國已不可同日而語。

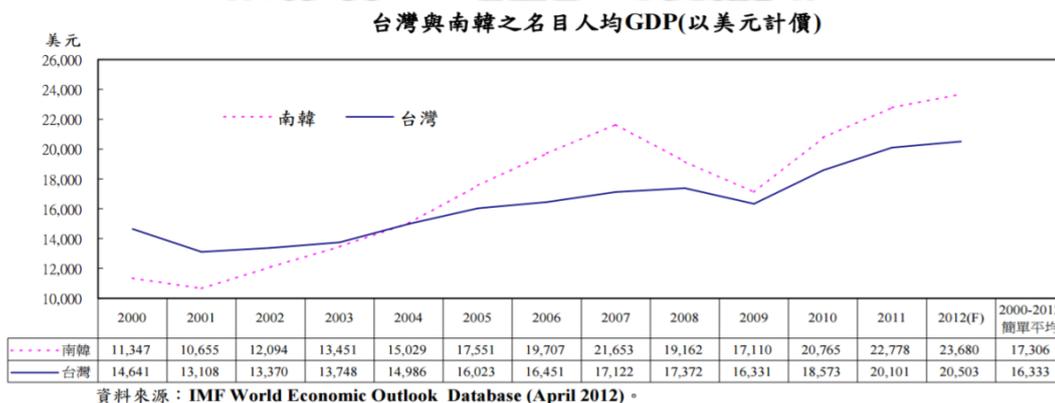


圖 3-1 韓國與台灣 2000-2012 年 GDP 成長曲線比較圖

資料來源：中央銀行新聞參考資料（<http://www.cbc.gov.tw>）101 年 5 月 30 日

由於國家形象左右國家競爭力與國際地位，並有助企業品牌提昇，也就連帶影響產業成長力道，因此韓國政府從金大中時代起就以國家政策投入文化產業；盧武鉉時期成立國家形象委員會（游振宗，2014）。雖然韓國政府早已有組織地

⁵ 「20-50俱樂部」指的是平均國民所得達到二萬美元以上、總人口超過五千萬人的國家。事實上，平均國民所得兩萬美元常被視為已開發國家之進入門檻，而五千萬人口數則是作為區分大國、小國的標準。

形塑國家地位、形象與國格，經濟實力也大幅提升，但韓國的國家形象卻沒有呈現正比提升現象。為了更加系統地管理國家品牌，李明博政府於 2009 年 1 月 22 日成立了總統直屬的「國家品牌委員會」，其目標為提昇韓國整體國家的形象和國際聲望。為了掌握韓國自身的國家形象與實際競爭力的關聯與差距，「國家品牌委員會」於 2009 年與三星經濟研究所（SERI），共同開發了「國家品牌二元八角形」進行國家品牌分析，比較 50 國的科學與技術、硬體基礎設施、政策與制度、經濟與企業、傳統文化與自然、現代文化、國民、知名人士 8 大項目，取 125 個統計資料；形象部份：以 36 個問題，向 26 個國家 13500 名意見領袖實施問卷調查（董思齊，2013；朱玉君，2014），分析出的韓國國家品牌形象如下：

表 3-2 2012 年度國家品牌調查報告

「國家品牌二元八邊形」排比						
2012 順位	實際			形象		
	國名	'11	'10	國名	'11	'10
1	美國	1	1	美國	3	4
2	德國	2	2	德國	2	1
3	法國	3	4	英國	5	5
4	英國	5	3	日本	1	3
5	日本	4	5	瑞士	9	6
6	瑞士	6	6	瑞典	7	8
7	澳洲	7	7	加拿大	4	2
8	瑞典	8	8	法國	6	7
9	荷蘭	10	10	澳洲	8	10
10	加拿大	9	9	荷蘭	11	11
比較	韓國 (13)	15	18	韓國 (17)	19	19

資料來源：董思齊（2013）

由上表可知，韓國品牌的實際排名雖呈現逐年上升趨勢，但其擁有的形象仍無法趕上其實際國家能力，這點值點韓國政府深思其改進之道。

為達到提高國家形象的目的，韓國政府持續想對策因應，並於 2016 年發表國家品牌“Creative Korea”。“Creative Korea”有別於以往“Dynamic Korea”（2002）、“Korea Sparkling”（2007）、“Korea Be Inspired”（2010）、“Imagine Your Korea”（2014）等觀光品牌，拋出「融合傳統韓國與現代韓國」、「有形和

無形資產中包含的核心價值」、「衝突激發創意」等軟性議題，對內透過關鍵字募集等創意行銷活動發現「韓國 DNA」，藉由韓國國家品牌凝聚國民共識與共感；對外則透過韓國國家品牌宣傳活動，致力於韓國軟性形象的打造及生活風格的輸出，其短期目標為提升韓國的海外市場認知度與好感度，中長期目標則是建立文化強國形象（曾志成，2016）。



圖 3-2 韓國新興國家品牌 Creative Korea

資料來源：品牌癮（<http://www.logonews.cn>）



圖 3-3 韓國新興國家品牌 Creative Korea

資料來源：品牌癮（<http://www.logonews.cn>）



圖 3-4 韓國新興國家品牌 Creative Korea

資料來源：品牌癮（<http://www.logonews.cn>）

第四章 由韓劇看韓國政治、經濟、社會形象建立

本章旨在根據訪談所得資料進行分析與討論，在統整第二章文獻探討、第三章韓國的文化政策、影視政策及國家形象概念的建立後，為瞭解在台韓劇迷對韓國整體國家形象的概念建立，將以在台播出的韓劇為研究文本，長時間關注韓劇的在台韓劇迷為訪談對象，進行由韓劇看韓國政治、經濟、社會形象建立的深度訪談。

表 4-1 受訪者資料表

受訪對象職業/性別	年齡	訪談日期	訪談時間	觀看韓劇年數	代號
政府約聘雇員工/女	24	2017/04/08	90 分鐘	7、8 年	A1
護理師/女	38	2017/04/09	90 分鐘	10 年以上	B1
大學生/男	20	2017/04/21	90 分鐘	2、3 年	C2
幼教老師/女	45	2017/04/23	60 分鐘	10 年以上	D1
高中老師/男	47	2017/04/23	60 分鐘	10 年以上	E2
社工/女	40	2017/04/28	90 分鐘	7、8 年	F1

說明：上表代號欄，女生受訪者用 1，男生受訪者用 2

為瞭解在台韓劇迷藉由觀看韓劇而建立對韓國政治、經濟及社會的整體印象，本研究依據研究目的與文獻探討，完成訪談題綱設計（表 4-2），訪談內容設計依照不同的國家形象指標共分為三大部分：一、政治形象方面；二、經濟形象方面；三、社會形象方面；而將指標分為三大項之原因分述如下：自 1980 年起，瑞士洛桑國際管理研究學院（International Lausanne Switzerland，簡稱 IMD）與世界經濟論壇（World Economic Forum）每年選定若干個工業化及開發中國家，進行各國國際競爭力之評估，並出版全球競爭力年報，報告各國競爭力的綜合表現。瑞士洛桑國際管理研究院的評估指標共有國內經濟實力、國際化程度、政府因素、金融因素、公共建設、管理能力、科技實力及人力因素共八大項決定因素，合計三百多項評分標準，逐一衡量各國的競爭力。而世界

經濟論壇採用評比因素分為開放程度、政府、金融、基礎建設、科技、管理、勞動及法規制度等八項，異於瑞士洛桑國際管理研究院的指標（轉引自鄒筱涵、于卓民，2007）。

雖然學者及評估機構對於一國的國家形象的構成要素有不同的見解及解讀，但其範圍不出一國政府效率、經濟績效、營商模式和基礎建設四大範疇。Martin & Eroglu（1993）在衡量國家形象指標建構下，歸納出影響國家形象之要素可分成政治、經濟及科技三方面。政治構面下，主要考慮項目有民主或獨裁、資本主義或共產主義、民主政體或軍人專政、傾向西方或傾向共產主義，以及自由市場或中央計畫制度五項；經濟構面下，有生活水準程度、經濟環境之穩定性、產品品質、社會福利制度狀況及勞工成本五項；科技構面下，有工業化程度、技術研發水準、人民識字程度及工業化程度四項（轉引自鄒筱涵、于卓民，2007）。Waheeduzzaman（1994）則建議在評估國家競爭力時，可由經濟、管理和社會文化三個構面加以分析，較為周延。中國學者孫有中（2002）認為國家形象的要素包括該國政治、經濟、社會、文化與地理等方面，並將其細分為政治形象、經濟形象、社會形象、文化形象、外交形象、軍事形象、人民形象七個項度。劉小燕（2002）提出國家形象構成要素包括國家的社會制度、民族文化、綜合國力、政治局勢、國際關係、領袖風範、公民素質、社會文明等。

本研究主要為藉由在台韓劇迷觀看韓劇的視角以建立對韓國整體的國家形象，考量到閱聽眾所接受的訊息有限及韓劇呈現內容的限制，綜合以上各點，以 Martin & Eroglu（1993）及孫有中（2002）的國家形象概念為基礎，參考瑞士洛桑國際管理研究學院、世界經濟論壇及國內學者鄒筱涵、于卓民（2007）對國家形象要素的分類，將韓國的國家形象概略分為政治、經濟及社會三大面向來做討論。政治部分將探究韓國政治清廉度、韓國人民政治或公眾參與度、韓國新聞媒體自由度等方面；經濟部分則探究韓國的基礎建設（居住環境、交

通品質)、社會貧富差距、韓國財閥現象等；社會方面則探討韓國犯罪率、社會階級、女性社會地位、民族特質等。訪談期間為 2016 年 4 月，並於訪談結束後將訪談內容進行整理(附錄)，以利統整分析，訪談大綱主要內容如下：

表 4-2 訪談題目一覽表

	國家形象指標	題目
政治	政治清廉度	1-1 請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？ 1-2 你覺得韓劇是否有呈現政治人物清廉、充滿熱血正義的一面？能否例舉說明？政治鬥爭與政治清廉哪種劇情較常出現？ 1-3 並就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？
	官場特色	2. 呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？
	政治及公民參與度	3. 就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎（例如常收看新聞或韓劇中是否常見抗議畫面等）？何以見得？
	新聞媒體的自由	4. 就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？
	整體政治印象	5. 就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？
經濟	城鄉差距	6. 請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？
	人民社經水準	7. 韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？
	家庭組成及居住型態	8. 從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓/平房等）為何？
	交通品質	9. 透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？
	貧富差距	10. 你認為韓劇中顯示的南韓社會貧富差距大嗎？

		何以見得？
	經濟特色	11. 韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持 在國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察， 是否能顯現韓國經濟上的實質特色？
社 會	民族特性	12. 就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國 人有哪些民族特性？
	傳統文化思想	13. 歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如 漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否 能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特 色？
	宗教特色	14. 就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種 特色？單一／多元？排外／包容？
	職場文化	15. 你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力 大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。
	社會階級	16. 從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個 重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？
	女性地位	17. 從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形 象與地位如何？你是從那些線索得知？
	韓國現實社會 樣貌	18. 你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映 韓國真實樣貌？請列舉理由。
	韓劇吸引力	19. 若無，請問觀看韓劇是否會影響你至韓國旅遊 的意願（譬如去韓劇拍攝的景點或品嚐美食 等）？為什麼？

第一節 由韓劇看韓國政治形象建立

本節針對藉由觀看韓劇，對韓國整體政治形象的建立，分別從：一、政治清廉度；二、官場特色；三、政治及公共參與度；四、新聞媒體的自由；五、整體政治印象等方面，以在台韓劇迷收看韓劇的角度及觀點進行分析。

壹、政治清廉度

古人云：「臨大利而不易其義，可謂廉也。」亦即不取不義之財、不貪不義之利（王素平，2010）。現在所稱的「廉政」主要是指政府工作人員在履行其職

務時能不以權謀私，辦事公正廉潔；政府方面，則能以完善的法律制度規範各部門和機構（伍家旺、楊鴻瑋，2009）。同時「廉政」可視為一個國家競爭力與政府清廉度的指標，也是該國人民對政府的信任和期待之關鍵所在。以下就韓劇中常見的政治場景、政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節及熱血正義的政治官員或公務員進行分析。

一、韓劇中常見的政治場所與人物

韓劇中常出現與政治相關的場所，在現代劇中包括韓國總統府青瓦台、檢察廳、警察局、國會、高官辦公室或有私人包廂的隱密招待所；古裝劇方面則常出現以皇宮為背景的政治場域。人物方面在現代劇中的角色設定則多為總統、檢察官、律師、國會議員、警察等；古裝劇方面則會出現皇室成員、後宮、功臣或奸臣。

韓國總統府青瓦台、國會、檢察廳、警局或私人招待所。（訪談者 A1）。

青瓦臺、檢察廳、檢察官、警察局、刑警、律師（訪談者 B1）。

通常政治層面的敘事背景，最頻繁出現的應該就是青瓦臺了吧，還有各個高官的辦公室，包括檢察官、警察、電視台局長等（訪談者 C2）。

皇帝、不同黨派的臣子、皇后干政、家族干政、有個被迫害的人的後代、不被認同的忠臣、堅持到底的臣子、很惡劣的大反派（訪談者 E2）。

最常看見的場景有，青瓦台，檢察官所在的檢察廳，以及議員所在的韓國國會。而在古裝劇中最常看到的則是帝王問政之朝堂（訪談者 F1）。

二、韓劇中有關政治層面的相關劇情設定

韓劇中有關政治層面的劇情大多為官員接受賄賂、不正當的金錢交易、為達目的不惜謀殺或剷除異己及司法無法申張正義等背景設定，較偏向負面。

爭權、賄賂、性醜聞、謀殺、復仇、陷害、為公平正義而奮戰…等劇情

(訪談者 D1)。

金錢的買賣、很多不可思議的誤會、暗殺、毒害、企業醜聞、賄賂、不公正的司法等劇情都很常見 (訪談者 E2)。

此外，韓劇中有些劇情與時事近乎雷同，似乎是編劇想透過戲劇的故事內容來針貶時事，喚起大眾對政治的感知。

韓劇裡蠻常呈現政治鬥爭或政治黑暗之情節，且某些情節似乎都和韓國過往時事有些許雷同，讓人感覺編劇或導演似乎利用故事情節來影射韓國政治圈實際情況 (訪談者 F1)。

三、政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節

根據受訪者的資料，可發現韓劇對於政治黑暗面、選舉鬥爭或政府高官與財團掛勾的情節皆有所著墨，且屢見不鮮，茲分述如下：

(一) 古裝劇：有關政治權謀的情節包含皇室鬥爭、外戚專政，為了爭取皇位而不擇手段，甚至同室操戈；另外，因古代沒有明確的法律觀念，所以也常出現為了剷除異己而採取激烈手段，甚至謀害人命的情節。

韓劇《步步驚心 麗》劇中，描述高麗太祖王建所生的王子們對皇位爭奪所發生的鬥爭故事，劇情中皇子們為了奪取皇位，不惜陷害手足，甚至殺害手足，以謀取皇位而發生種種政治鬥爭事件 (訪談者 D1)。

《六龍在天》，主角為了剷除不支持他的異議分子，用激烈手段放火逼他們出來，後來燒死他們。《天命》中的狀況也是，為了謀奪宮中權力，透過毒害殺害許多人，然後陷害其他人 (訪談者 E2)。

在古裝劇《擁抱太陽的月亮》中，瑄雖是一位明君，有許多的政治理想和抱負，但朝政卻被外戚所掌握，舉凡與鄰國之應對進退、經濟、軍事，甚至民生政策等，皆因外戚過於龐大，朝中大臣多認同外戚之想法。及在《大長今》中，外戚甚至能壟斷朝中物資，與大臣勾結，在朝中培養與傳承自己的勢力 (訪談者 F1)。

(二) 現代劇：較常出現財團與政府、警界及檢察界的官商勾結現象，或是位居高位的政府官員濫用其職權去控制、干預司法，甚至把自己或至親犯下的罪嫁禍給他人的劇情；另外，原本該代表正義一方的檢察官、警察，在韓劇中也很常被設定為遊走在正邪之間，為了一己私利，而不惜出賣自己良心、收取賄賂、陷害無辜民眾的反派人物。

《總理與我》，就是韓國總理與身為國會議員的妹夫，彼此有鬥爭的戲劇，妹夫一心想贏過總理，所以到處結黨，想找總理麻煩，把他拉下台。

《Signal》裡的終極大 BOSS 是孫賢周飾演的國會議員，根據劇情，孫賢周捲入大盜案件，最後才稍微現身。因為他是國會議員，整個警察系統幾乎被他癱瘓，現代裡職位最高的那個警察廳搜查局長，就是他的走狗，雖然戲裡局長被正法，但以現實來說，若是警察體系都被癱瘓，那有什麼冤屈，其實也無法伸張。《傲慢與偏見》講的是檢察官們的故事，照理說檢察官應該公正不阿，但裡面也有檢察官遊走在正邪之間的劇情（訪談者 B1）。

其實還蠻多韓劇都有這個題材的，像是《Three days》、《K2》、還有《Healer》等。《Three days》說的是韓國總統失蹤後三天的故事，韓國總統在度假的時候離奇失蹤，然後男主角是他的保鏢，在尋找總統的時候，發現背後有更大陰謀的故事。《K2》也同樣圍繞著總統，是兩個政黨的總統候選人爭奪總統之位的故事，背後也牽涉了許多利益。而《Healer》是在說主角之一是名記者，在查證過去的真相時發現了現在許多不堪的內幕，也是有關於政治鬥爭，從最上位者一直到市長，檢察官，警察等人都涉嫌在內，背後組織控制政治的故事（訪談者 C2）。

韓劇《傲骨賢妻》中女主角金慧慶的丈夫李泰俊，乃身為首爾地方檢察官，為了鞏固自身的地位，表面上是正義的代表，背後卻是掌握政商界相關人士各種醜聞、秘密帳戶及貪汙違法證據，在政治競選換位關鍵時刻，常以此威脅相關政商，以達到政治上權與利的目的或鬥垮敵對者（訪談者 D1）。

四、清廉、熱血正義的政府官員或公務員

韓劇中也不乏有充滿熱忱、不畏強權的公務員或政治人物，以其小蝦米對抗大鯨魚的奮鬥精神來抵抗醜陋的政商界，而他們不同流合汙的處事態度，相較於位高權重卻濫用職權的政商界人物，可謂一股清流，而其中也有由黑轉白的角色設定，例如《重擊》的男主角濫用自己檢察官的權力獲得名利，卻在事業最顛峰時發現自己得了不治之症而決定為了家人而戰，勇於挑戰與揭發司法界腐敗的真相。通常政治劇為凸顯主角正直、清廉的個性，正反派角色設定鮮明，但在《38 師機動隊》中，主角之一的首爾市政府機動隊科長，為了徵收高額稅金滯納者的稅金而與一群詐騙份子合作，其亦正亦邪的熱血角色，有別於以往正派人物的角色設定。

在《Assembly》裡的男主角出身社會底層(電鍍工)，在成為政治素人後，也沒有被官場文化給影響，肩負著他好友的遺願，努力想著要怎麼為國民服務及爭取利益，學習成為一個政治家而不是政客，是一個具有草根性、非常熱血的政治人物。還有一部《重擊》的男主角是一名檢察官，因為得到腦瘤生命只剩三個月，加上自己的老婆受到司法迫害，所以他努力克服身體不適並揭開司法界醜陋的一面，試圖拉檢察總長還有法務部長下台，也是屬於比較正向的例子(訪談者 A1)。

《總理與我》裡，李凡秀演的總理形象就非常好，公、私德都是，在外是親民的總理，在家裡也是努力在繁忙工作中撥出時間陪伴孩子，無奈還是碰到身為國會議員的妹夫鬥爭；《市政廳》裡，金宣兒從底層公務員，一路不斷鬧出笑話，但卻成為仁州市市長的故事，雖然戲裡以金宣兒和車勝元的愛情戲居多，但也可以了解韓國的政治體制(訪談者 B1)。

《38 師機動隊》，這部不是政治人物，但是也是熱血正義，裡面的公務員白科長，像是義賊一般，為了替老百姓收那些不繳稅的高官和財閥，利用詐術將錢都收回來(訪談者 C2)。

韓劇《重擊》講述韓國最高檢察院反腐搜查指揮科長朴政煥，原本也是如其他檢察官濫用職權獲得名與利的成功，正當能夠呼風喚雨，因權與利摧毀別的人生，得意時刻時，卻檢查出罹患腦腫瘤，只剩六個月生命，為了給自己人生畫上圓滿的句號，開始向韓國菁英階層的法界人士反擊，積極揭發司法界的種種腐敗與不堪的真面目(訪談者 D1)。

五、政治黑暗面與清廉面的比例

雖然韓劇中不全然呈現的都是政治腐敗或鬥爭的情節，但相較於政府高官清廉自居或為民服務的例子，彰顯政治「權謀」本質的情節更常出現，且例子不勝枚舉。此外，在韓劇中清廉的官大多位階較低，高官卻不貪汙、能潔身自愛的例子則較不常見。

雖然韓劇也不是全部呈現韓國政治黑暗面，有好的例子但是並不多，大部分還是常看到政治人物收賄的例子，而且比比皆是（訪談者 A1）。

我覺得我看的韓劇中，較常出現政治鬥爭的劇情，或是有許多彰顯政治「權謀」本質的劇情，例如《太陽的後裔》，政治人物會把國家利益擺在普世價值前面，主張不要救阿拉伯的重要人物（訪談者 B1）。

我所看的韓劇當中政治人物清廉的真的太少了，有印象的只有一部《太陽的後裔》，裡面有一小個片段是尹明珠的爸爸在面對南北韓的政治角力時，還堅守自己的立場，保護他的隊員的這一部份而已。其他大多都是政治鬥爭、利益交換。或是要經過好幾集（通常都是倒數第二集或最後一集）才會悔改認錯，且大多清廉的官都是地位比較基層的，在韓劇中很少是高官卻又保持清廉的（訪談者 C2）。

歸納以上幾點，發現韓劇中有關政治層面的劇情較偏向負面，不外乎官員接受賄賂、不正當的金錢交易及司法無法申張正義等背景設定；而原本該代表正義一方的檢察官、警察，在韓劇中卻常被設定為反派人物，接受財團的賄賂甚至陷害無辜民眾，雖不乏有充滿熱忱、不畏強權的公務員或政治人物，但相較於政治貪污或黑暗面，有關政治人物正面形象的情節比例遠低於政治人物貪腐情節，因此在台韓劇迷對於韓劇中所呈現的政治清廉度評價較負面。

貳、官場特色

在政治劇中，可以透過戲劇的編排及呈現內容，獲得有關韓國政治特色的資訊，下面就觀看韓劇後，對韓國政治特色的看法及對韓國政府或公務人員的

觀感作分項分析。

一、對韓國政治特色的看法

(一) 選舉花招多：候選人為了營造在選民心中的好印象，會刻意增加在媒體曝光的機會；為了親近選民，減少彼此的距離感，候選人會在路邊賣力演講，其支持者則在台下歡呼或跳舞炒熱氣氛。

記得看《市政廳》時候，候選人發表政見就是站上一個路邊的臺子，然後很激動的發表自己的政見，之後就會有支持者上台獻花圈並在台下大聲歡呼，之後支持者還會在台下跳舞炒熱氣氛，感覺地方性的選舉方式跟台灣不太一樣（訪談者 A1）。

我印象很深刻的是《K2》當中有一幕是總統候選人之一(女主角的爸爸)在演講，突然有暴民衝進來抗議之類，然後他風度翩翩的回應了他們，獲得了滿堂彩，但這一切其實都是他設計的橋段，為了讓他的民眾更相信他是個好人選（訪談者 C2）。

(二) 官官相護的官場風氣：為官者為了一己之利而與大財團有所掛勾的現象在韓劇中是常見的素材，政界清流屈指可數。越處高位的官員其貪汙、收賄的現象更嚴重，屈居低位則身不由己，只能被同化，形成官官相護的惡性循環。

官場風氣，就我所看的韓劇，我覺得官商勾結現象很嚴重，政治圈跟大財閥的關係很緊密，如果想當政界的一股清流，勢必會經過很多考驗，就像小蝦米對抗大鯨魚般不容易（訪談者 A1）。

有錢的財團想要獲取更大的利益，就會去買通公務人員，而公務人員想要獲得更高的位子，必須靠財團的支持，就會答應財團的要求，於是這樣就形成了惡性循環。讓我對他們的印象都是越高官越有可能貪汙、收賄等等情事，然後下面基層的公務人員不是也被同化然後升官，就是維持清流被逼走之類（訪談者 C2）。

(三) 官場階級色彩濃厚：居上位的長官因人脈廣、資源多，對於低層的公務

員有絕對權力，對於所交辦的事務要求徹底執行，若不從，可能會受到懲處或遭受不公平待遇。

從韓劇中，可以感覺到韓國的階級風氣較明顯，大財團及高階官員所能取得的資源、人脈，以及收入都很高，也就可以看到他們對於政治較為投入，在過程中也能看到黨派間的勾心鬥角，也不害怕使用許多違背法律的方法，來謀取權力。像在看過的《市政廳》中，市政廳所舉辦的活動，純粹只是為了籌備議員選舉的經費，當青鱗魚小姐比賽是由市政廳公務員獲得優勝後，市政廳的上層長官們即開始展現韓國的階級文化，要求公務員安靜的，認份的接受事實，不只獎金早挪於它用，還要向外宣稱已拿到獎金（訪談者 F1）。

（四）貪汙文化盛行：在韓劇中，原本代表正義一方的檢察官、警察，卻最容易劣化成為貪官汙吏，大企業或財團成為其最佳資助者，也因為企業與政界、公務界的牽連很深，造成上下交相賊的情況，貪腐狀況盛行。

《The K2》裡面甚至連檢察總長都可以被賄賂！這些狀況在韓劇中屢見不鮮，在韓國好像有錢就可以控制一切，尤其是財閥與政界的牽連很深，只要有錢就可以收買高階官員（訪談者 A1）。

在戲劇中的官員氛圍，在《城市獵人》，可以看到許多賄賂的情景，國會議員和檢察官受賄，濫用軍事資源等，可以看到許多貪腐文化。也間接感覺到當有了階級，有了地位，就可以利用階級和金錢完成任何想完成的事（訪談者 F1）。

二、對韓國政府或公務人員的觀感

整體來說，韓劇對於政界或法界人物鬥爭、貪汙、收賄、官商勾結的劇情有較多著墨之處，因此，也造成收看觀眾對韓國整體公部門或政府的負面印象，普遍認為高官、檢察官及公務員的清廉度不高。

多少會影響我會韓國政治或法治人員的觀感，總感覺他們很容易被被錢收

買，不是很清廉，而且在韓國好像有錢就沒關係，沒錢就有關係，覺得韓國的政治鬥爭跟官商勾結現象整體來說比台灣嚴重許多（訪談者 A1）。

《浪漫醫生金師傅》第 13 集影射韓國政府對抗 Mers 不力，金師傅打電話給公家單位要求做 Mers 的應變處置時，公務員囂張、推卸的態度，讓人氣得牙癢癢，的確會影響我對韓國政府、公務人員的觀感（訪談者 B1）。

會影響我對韓國政府或公務人員的觀感，尤其是對韓國檢察官的清廉有所質疑（訪談者 D1）。

是會影響的，對韓國的公務員警察有點反感、雖然也會有些很不錯的公務員，不過感覺上大官都是黑心的，好人不多，常會被企業威脅，為了金錢只得就範。（訪談者 E2）。

劇情裡的狀態的確會影響對韓國政府或公務人員的觀感，會覺得韓國政府是否都是如此黑暗和貪腐，並沒有所謂的法律與正義，只要有錢和階級，就可以橫行於政壇和社會。在《市政廳》對於公務人員裡的描寫，也會覺得公務員是否一旦考上了就在機關中安閒度日，巴結長官，並無心為社會大眾服務（訪談者 F1）。

韓劇中所呈現的官場特色包含：選舉花招多、官官相護、官場階級分明、貪汙文化盛行等，且韓劇迷對韓國政府或公務人員的普遍觀感不佳，因韓劇中對於政界或法界人物鬥爭、貪汙、收賄、官商勾結的劇情多有著墨。

參、政治及公民參與度

公民參與是指人民透過活動表達其政治聲音（Political Voice）並促進社會的政治運作，可提高個人對於自己生活能力的認同及社會歸屬感（社會指標統計年報⁶，2011）。最常見的政治及公民參與活動包含參與投票、留意政治社會消息、參與社會事務或政治組織、向政府表達意見等方面（青少年研究資料庫⁷，2004）。本研究從在台韓劇迷觀看韓劇所獲得的韓國民眾政治關心與參與度

⁶ 「美好生活指數 - 公民參與及政府治理」，社會指標統計年報(2012)，143-147。

<https://www.stat.gov.tw/public/Attachment/28111174371.pdf>

⁷ 「青少年社會政治參與行為研究」，青少年研究資料庫(2004)。

https://www.breakthrough.org.hk/ir/Research/27_Soc_pol/soc_pol.htm

的觀點，敘述如下：

一、認為韓國人民對公眾事務或社會議題的關注度高

(一) 配合劇情需要：透過演員表現及劇中劇情的發展，韓劇中會呈現韓國民眾關心自己生活區域的安全及開發，也會參與社會運動或對媒體所發布消息有所關心並反映在日常生活中的內容。

多多少少有關注吧！像我最近在追的《大力女子都奉順》為社區的治安亮起紅燈，於是社區的婆婆媽媽們就自發性地成立巡守隊，保護夜歸單身女子的安全，這算是對公眾事務的關心吧！還有之前看到韓劇中也有出現居民舉牌示威，抗議財團開發土地的事件（訪談者 A1）。

我看過的劇，若表現出韓國民眾對公眾議題有激烈情緒的表現，都是為了劇情需要，或是已知的歷史事件，例如《請回答 1988》裡，成寶拉參與的社會運動；《皮諾丘》裡，社會大眾只看消防隊員殉職的結果，而對消防隊長的兒子、小男主角丟雞蛋，攻訐他們一家人，這也算是對社會議題的關注（訪談者 B1）。

如果路上的電視牆上有出現重大新聞等等，在過馬路的民眾會抬頭看然後互相討論等等。韓劇中如果有殺人兇手被通緝，他們會提醒自己的小孩不要亂出門（訪談者 C2）。

(二) 適時反映社會現況：韓劇編劇會依據韓國社會發展現況，巧妙地將現實生活會遇到的事件或過去發生但漸漸被人民遺忘的議題融入在韓劇中，不僅引發劇迷的共鳴、刺激收視率，更喚起觀眾對社會議題的關注。

其實韓劇的編劇應該就是想要透過戲劇來喚起觀眾對某些社會議題的關注吧，譬如我之前很迷《Signal》，據說就是編劇將韓國歷年來未破案的重大案件，全部都是真實事件，巧妙地透過劇情發展加以結合，目的就是要讓民眾重新關注這些議題。應該會有人看完《Signal》後查詢相關新聞事件，自然就會提高對社會議題的關注度（訪談者 A1）。

《未生》，講述韓國合約工現象、年輕人在職場上的競爭激烈，獲得高收視率，某種程度代表韓國人對此現象心有戚戚焉。或是《浪漫醫生金師傅》

用 Mers，諷刺韓國政府，這部戲在台灣的表现討論度還好，但在韓國引起相當大的迴響。去年《請回答 1988》的熱播，也是出於對現代社會的不滿，緬懷過去美好時代的一種映照（訪談者 B1）。

很多劇情包括詐騙，像《38 機動師》；司法醜聞的有《GOOG WIFE》、《律師趙德順》；醫學醜聞的《浪漫金師傅》等社會上常見的議題或角色，都會在劇情中去呈現。特殊障礙的人士《DOCTORS》、《殺了我治癒我》；運動界人士《舉重妖精金福珠》、特種部隊《太陽的後裔》，這多樣化的劇情也就是導演關注民眾會有興趣的題材，然後將劇情融入進去，而收視率上也都相當不錯，所以認為關注度高（訪談者 E2）。

二、認為韓國人民對公眾事務或社會議題的關注度低

依劇情的需求，韓劇中有時顯現出人民對於周遭人事物的冷漠，此舉表現在政治參與、社會事件上，不是對政治無感，就是對有冤情的陳情者視而不見或漠不關心。

從觀賞的韓劇劇情，我認為韓國人民對公眾事務或社會議題的關注度不高，較為冷漠。因為劇情中，常出現主角為了法律判決不公或遭受財閥或公司陷害，導致家破人亡而身掛抗議紙板在議會或是財團大樓前靜坐抗議的淒慘畫面。攘往熙來的人們多投以冷漠、忽視的眼神表情。例如：韓劇《我有愛人了》劇情中經常出現上述所說一人靜坐抗議的畫面，經過的路人無人理會（訪談者 D1）。

在觀賞的韓劇中，感覺韓國人民對於公眾事務，或社會議題的關注度並不高，像在《市政廳》中，雖然參選人很積極於競選活動，但民眾並不那麼熱衷於了解參選人的政見、理想，路過參選人時看幾眼即過。在《信號》、《皮諾丘》中，都有重大的案件發生；《信號》裡在討論殺人案件的公訴期是否取消時，似乎只看到受害者家屬到警局舉牌表達立場，並未看到人民對於社會議題是否有所感受，也未看到人民為此表達想法，只看到蜂擁而至的媒體積極報導。在《皮諾丘》消防員失蹤時也是一樣，很少看到人民的立場，只有媒體的立場，和警方的立場（訪談者 F1）。

韓劇迷對於韓劇中呈現的政治及公民參與度看法分歧，一派認為韓國民眾會關心自己生活區域的開發及安全，也關心社會上所發生的事；另一方面，韓

劇編劇也會依韓國社會發展現況，將現實生活會遇到的事件或過去發生但漸漸被人民遺忘的議題巧妙地融入在韓劇中，喚起觀眾對社會議題的關注。另一派訪談者則表示韓劇中有時顯現出人民對於周遭人事物的冷漠，不是對政治無感，就是對社會事件漠不關心，因此公民參與度低。

肆、新聞媒體的自由

新聞自由乃是憲法為了保障新聞媒體自主性，以使其發揮監督政府的制度性功能，而給予新聞媒體的一種基本權利保障，此權力可防止政府濫權，且其享有憲法所保障的公共言論自由，以及享有報導損害他人名譽資訊的特別權利（且是為了公眾利益所提出的合理質疑）（張哲維，2017）。

一、認為韓國媒體能秉持公正立場報導

若劇中的主角設定為正義的記者，則其對於事實的真相、真理的追求，讓人感覺韓國媒體能確實遵守公正報導的職業道德。

若要說有探究媒體議題的韓劇，最知名的就是《皮諾丘》，劇中對新聞真實、倫理道德的追求，是放諸所有民主國家皆準的（訪談者 B1）。

就我觀賞的韓劇觀察，有秉持公正立場報導的韓媒，例如：韓劇《忌妒的化身》劇中的男主角李華信，身為資深記者，因秉持媒體報導公正立場，親自報導揭發自己親哥哥所從事的違法事業，導致他的大哥事業失敗、家庭破碎（訪談者 D1）。

二、認為韓國媒體會受到外在因素影響其報導真實性

（一）上層長官施壓：身為底層的新聞從業人員，會因上級長官的一通電話、人情壓力而選擇性報導甚至改變報導的風向，造成無辜民眾承受輿論壓力；此外，電視台長官也可能為了掩蓋某些真相，而要求下屬拿次要的新聞來混淆民眾視聽、模糊焦點。

目前看過跟韓國新聞媒體最相關的韓劇大概就《皮諾丘》，印象最深的一幕

應該是男女主角的高中好友－一名刑警，只是在化學工廠爆炸前到附近巡邏被監視器錄到，加上電視台高層被化學廠的金主施壓，便依著監視器畫面編造可能是巡警的疏失而造成爆炸的事件，造成巡警及其家人的傷害，這種輿論殺人的現象，也可能發生在我們現實生活中（訪談者 A1）。

我覺得不太能耶，像是在韓劇《皮諾丘》當中，記者們常常因為上層的施壓，會把新聞選擇性的報導。像是主角的爸爸就是因為當時有政治性的醜聞需要掩蓋，因此主角爸爸的縱火事件被當成箭靶，經由媒體大肆渲染，讓人們群情激憤地將焦點轉移到這件事情上，而造成遺憾的事情發生，還有後來他們也因為上層有事情東窗事發，所以用了藝人的花邊新聞來炒作（訪談者 C2）。

（二）財團控制輿論：為了公司的形象或利益，財團會收買媒體報導對其有利的訊息或封鎖對其不利的消息。

他們（韓國媒體）很容易讓消息封鎖的感覺，常常出現有錢有勢的人用一通電話就叫記者不要報導，或是讓他們的下屬去封鎖消息等等（訪談者 C2）。

有韓媒淪為政要、財團為達爭權或圖利目的的劊子手，例如：韓劇《華麗的誘惑》，劇中太平洋日報的老闆權秀明，運用身為媒體老闆的權力與資源，在政商界遊走，以媒體強大的輿論力量，操弄政界與商界，以達私利，甚至被稱為「晚上的總統」（訪談者 D1）。

《大力女都奉順》劇情裡面有呈現出由企業去引導媒體報導的資料（訪談者 E2）。

三、認為觀看韓劇不會影響其對韓國媒體的看法

有訪談者認為韓劇不影響其對韓媒的看法，反而是近期韓國媒體對於國內事件的完整報導，有助於訪談者對於韓國媒體良好印象的建立，而與韓劇中所呈現的媒體元素無關。

我認為韓國媒體能不受外力影響，客觀公正報導事實，但此觀點與觀看韓劇無關，韓劇不會影響我對韓國媒體的看法。我會認為韓國媒體有其水

準，主要出自於他們在處理幾件大事件的表現，去年製播出火熱韓劇《青春時代》的 JTBC，就是率先完整報導世越號、崔順實案件的大功臣；在近日的倒朴案中，大部分媒體的報導呈現都相當用心（訪談者 B2）。

由韓劇看韓國新聞媒體的自由度可分為三方面，分別為：一、能秉持公正立場報導；二、會受到外在因素影響其報導真實性；三、認為觀看韓劇不會影響其對韓國媒體的看法。而造成前兩項分歧性主要為劇情設定，若劇中主角設定為正義的記者，其必定能恪守職責，報導中立新聞，而為了凸顯主角的正義，身為主角的對手或長官就會被塑造成容易被收買的對象，為了利益扭曲報導真相。至於有訪談者表示韓劇不影響其對韓國媒體觀感，是因為現實生活中的韓媒勇於揭發事實真相、不畏強權，對韓媒的印象主要來自日常生活，而與韓劇中所呈現的媒體元素無關。

伍、整體政治印象

藉由韓劇所呈現的劇情及人物刻畫，韓劇閱聽眾對韓國政治整體印象為負面居多，與韓劇的情節編排有關，受訪者反映韓劇所描述的政局多為賄賂、爭權奪利、為達目的不擇手段等黑暗面，耳濡目染下，對韓國的政治生態自然產生負面評價。

應該是負面居多。因為總是在韓劇當中看見財團對政治人士的施壓，或是為了奪取權位而不擇手段，很少有清流。但我也認為這同樣是劇情的設計，畢竟這樣的情節編劇起來會比較有可看性，比較刺激緊湊，大家也會想知道後面如何解決這些事情。但我覺得或許這些編劇也想要針砭時事吧，讓大家看看這樣的現況，喚起大眾的感知度，讓大家更能思考一些事情。所以主要來說，對韓國整體政局是偏向負面的，畢竟每個環境都有手段不乾淨的人，只是在政治體現上這些人總是佔大多數（訪談者 C2）。

我對韓國整體政局的印象偏負面，因為所看過的韓劇所描述的政局多為爭權奪利，不擇手段，不惜殺人、以金錢或性招待等賄賂，亦或是陷害栽贓他人，使其成為達成自己爭權奪利的工具。從所看到的韓劇，讓我覺得韓國政治上有許多披著羊皮的狼，表面上是某赫赫有名、大慈善家形象的政客，私底下卻是做盡壞事、喪心病狂的壞人（訪談者 D1）。

黑暗面很多，有太多金錢底下的黑暗事跡，而且對於沒錢的人根本就是很難翻身，因為上面有很多魔手在，像在《第二次戀愛》中的城市推廣官員，在過程中被官商勾結的副市長把很多責任都推到他身上，雖然對官員是同情，但也會推測韓國的政界高層很多應該都是有這類關係的，所以負面還是居多（訪談者 E2）。

第二節 由韓劇看韓國經濟形象建立

本節針對藉由觀看韓劇，對韓國整體經濟形象的建立，分別從：一、城鄉差距；二、人民社經水準；三、家庭組成及居住型態；四、居住品質；五、貧富差距；六、經濟特色等方面，以在台韓劇迷收看韓劇的角度及觀點進行分析。

壹、城鄉差距

城鄉差異即為城市與鄉村在經濟文化水準和產業結構的不同與差異，它是隨著社會分工的發展和城市的形成而產生的。都市所創造的就業機會加速「都市化」的現象，使得城鄉之間的差異也更加劇（NPOst 編輯室⁸，2016）。以下就韓劇中所呈現的城市與鄉村在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面的差異性做分項分析。

一、城市與鄉村在生活水平的差異

（一）居住環境的差異：城市中常見高科技化的高樓大廈、裝潢華麗的透天別墅，不然就是沿著山路兩旁所建的屋塔房；鄉村則多木造房屋、平房，家中裝飾較樸實簡單，居住在鄉村的民眾甚至在自家院子前養鴨種菜、自給自足。

看韓劇時有覺得他們住的大樓很高科技，都不用鑰匙，只要按密碼就可以進入，有錢人的家裡總是裝潢得很華麗而且我發現韓國很愛用壁紙裝飾家裡，用了不同色調的壁紙感覺房子整體也高級了起來。除了大樓外還有一種屋塔房，就是樓頂上有一個陽台的開放空間，韓國人會拿來種花或曬衣

⁸ 「城鄉差距究竟有多大？臺灣鄉鎮的 8 大殘酷現實」，NPOst 編輯室（2016）。
<http://npost.tw/archives/24816>

服，感覺也是很不錯的居住環境；鄉下就房子比較簡陋，沒有什麼設計感，也不會貼花俏的壁紙，居住空間好像都用薄門板隔開，較沒有個人隱私（訪談者 A1）。

在鄉下，像在《皮諾丘》，達布家裡與村莊的住宅形式和城市的高樓大廈，甚至是透天別墅不同，多是木製的傳統住宅，多是平房，前面有院子可以種植蔬菜與飼養家禽，房間的擺飾也簡單（訪談者 F1）。

（二）生活機能的差異：城市生活機能佳，隨處可見餐廳、商店、百貨等休閒娛樂場所；此外，夜晚街上霓虹閃爍，夜生活也很豐富。與城市相比，鄉村的生活機能較差，只有傳統的雜貨店，購買日常生活物品也不甚方便。

《原來是美男》裡，女主角要回家鄉掃墓，經紀人還要特地幫忙準備換洗衣物，讓她和男主角開車回鄉下。回家鄉後，男主角跑去草叢中聽音樂，當地人就告訴女主角說男主角去的草叢裡有豬。記得我當時看戲時，都忍不住想，去掃墓的地方到底有多鄉下，畢竟這樣的情節在場景擺在首爾的韓劇絕對不會看到（訪談者 B1）。

生活水平方面，城市的生活機能相當好，如飲用水很方便；鄉村地方的生活水平較差，飲用水甚至需要去提水或壓地下水，如韓劇《星星閃爍》（訪談者 E2）。

在生活上，在《鬼怪》主角們皆能方便的到不同的餐廳用餐，像咖啡店、炸雞店等，也有夜店等娛樂，街道上也有各式商店、百貨公司等能購買所需物品；村莊裡只有傳統的雜貨店，並無其他可供消費的商店（訪談者 F1）。

（三）城鄉口音的差異：韓劇中會看到首爾的口音與其他地方的差異，藉由對話，韓國人可判斷對方來自何處，並對來自首爾以外地區的人有著不正確且刻板的印象。

生活水平有個很有意思的點，《請回答 1994》、《請回答 1997》都有拿口音開玩笑，就算我不會說韓文，看戲看久了，也聽得出他們在口音上，刻意

為了表現出首爾和其他地方的差異。《請回答 1997》裡，成詩媛講的是釜山腔；《請回答 1994》裡，三千浦、海太、成娜靜為了自己家鄉的各種生活特色，還和從小在首爾長大的同學吵架，來自首爾以外的學生，都會對來自首爾外的同學，有不正確且刻板的想像。另外，三千浦、海太在家鄉都是有錢人，家裡有船、有巴士，但兩人到了首爾，卻還是非常俗氣，被首爾同學取笑（訪談者 B1）。

由韓劇所看到韓國都市與鄉下的差距主要呈現在居住環境及生活機能上，都市多居高樓且科技化，生活便捷度更是遠遠超越鄉下；另外，都市與鄉下的講話口音也不同，韓劇中有演出鄉下來的學生被都市學生嘲笑口音的劇情。

二、城市與鄉村在醫療水準的差異

城市的醫療資源豐富、設備完善、醫療人員充足，且不乏大型教學醫院，其所使用的儀器先進，可隨時監控病人的生命徵狀並替病人做緊急的醫療救援；相反地，鄉村因地處偏遠且居民較少，醫療資源較匱乏、醫護人員人手不足，也無法替病患做緊急醫療處理，偏鄉地區的醫療水準遠遠落後都市裡的大醫院。

城市的醫療水準高，醫院的設備感覺很新穎，而且很多大型教學醫院，在看《Doctors》時，醫院樓上還有可以停直升機的地方，就覺得很進步；還有《龍八夷》的女主角是財團千金，住的病房非常高科技，有整面液晶螢幕可以監控病人的生命跡象，醫療人員進入也要用指紋感應，就覺得首爾的醫療水準應該頗高。至於鄉村的醫療印象中就不太發達，《Doctors》的醫生我記得他是騎腳踏車去幫女主角的奶奶看病，就算是醫療院所也感覺沒有像都市那麼先進或發達（訪談者 A1）。

《浪漫醫生金師傅》裡，石潭醫院位於偏鄉，周邊有五條高速公路、賭場，所以每天多多少少都要處理交通事故的急診，而每次為了彰顯金師傅醫術高超，連不是他專科的病人都能處理時，都會有類似這樣的爭執：「送到最近的醫院也要一個半小時，現在不動手術，病人絕對撐不到那時

候！」代表地點有多偏僻。同時，柳演錫剛到石潭醫院時，使用超音波儀器時，還要拍動螢幕才能看清楚畫面，而金師傅答應幫會長動手術的要求，就是進了一大堆先進的醫療儀器，這些是原本石潭醫院沒有的。由此可見，偏鄉地區的醫療水準遠遠落後都市裡的大醫院（訪談者 B1）。

在醫療的部份，在都市中又許多地區性的大醫院，像在《第三醫院》中，大醫院的設備完善，醫療人員以及器材充足，可以協助病人們的各種狀況，也不擔心臨時需要進行手術。但在鄉村間，很容易看到醫療器材、人員等資源不夠充足的情況，像在《謝謝》裡，村莊裡只有衛生所，且只有一個醫生一個護士，也沒有太多的器材，遇到村民有突發狀況時根本沒辦法應付（訪談者 F1）。

三、城市與鄉村在交通便捷度的差異

城市的交通工具選擇較多，除了有汽車，公車、計程車、捷運等方便運輸的大眾交通工具也很常見，且運輸量大、路較大條。值得一提的是韓國民眾習慣於酒後請代駕服務，此種情況也只會都市見到。相較下，鄉下的交通便捷性就不及城市般便利，不只交通工具選擇性少，只有班次少的公車及腳踏車代步，路上也較空曠，往來車輛稀少。

交通便捷度也是城市比鄉村方便，看韓劇覺得它們的路還蠻大條的，而且路上車很多，有時會塞車，也常看到韓國民眾搭公車的劇情，鄉下就覺得交通沒那麼便利，大部分好像都是騎腳踏車或走路，路上也比較空曠，沒什麼車子（訪談者 A1）。

交通便捷方面，城鄉差異也很大，城市有許多交通工具可選擇，如公車、計程車、捷運、火車…等，鄉村地方大多是只有公車或是腳踏車可選擇（訪談者 D1）。

在交通部份，在早期的韓劇《那個傻瓜》中，具東柏看完大賞典禮就已經有方便的地鐵可以搭乘回家，隨處皆可招到計程車，也可以找到像在《請回答 1997》中，尹雲宰參加完同學會後，因為喝了酒，選擇請代理駕駛司機來代他駕車，送他與妻子成詩媛一起回家。住在都市的人們，也可以像《沒關係，是愛情啊》中那樣臨時起意想出國旅行，就能方便地搭著計程車前往機場買好機票就能出發。但在鄉下好像就沒那麼方便，像在《Dream

High》中，惠美為了要去找森動，必須搭很久的公車才能抵達，且車次極少，錯過公車末班車後就沒有其他方式可以離開村莊（訪談者 F1）。

參、人民社經水準

一、常見的韓劇主角設定一男富女窮

男富女窮的現象在早期的韓劇尤為常見，男主角多出身富裕家庭，女主角的家庭背景則較辛苦；男主角身為富二代，出入多名車代步、著華服、住豪宅，相較下，女主角則出身平凡，需負擔家庭經濟，或是靠男主角的幫忙才得以成功或翻身。總括來說，韓劇中的男主角社經地位較高，相形下，女主角的社經地位較低。

早期似乎是男富女窮，一個上流社會、浪漫多金的富家公子與出身貧寒、身家可憐的柔弱女子不期而遇，創造出浪漫愛情故事，例如《浪漫滿屋》、《宮野蠻王妃》等都是屬於這種類型（訪談者 A1）。

韓劇中男女主角的社經背景，大多設定一貧一富。富有者多為企業家、富二代或是有名望的人；貧困者多為待業、家境清寒或是剛從鄉村地區來到首都首爾找工作的角色設定，而且大多是設定男主角為富有者，女主角為貧困者，如韓劇《任意依戀》劇中的男女主角（訪談者 D1）。

有男女主角落差很大的，男主角通常出身極高，像《總理與我》，男主角是總理，女主角的出身不高，最後卻成為總理夫人，比較常見的模式應該是男主角為財團小開，女主角卻從小辛苦過日子或出身平凡，比如《繼承者們》、《DOCTORS》或是早期的韓劇（訪談者 E2）。

普遍來看，韓劇中的男主角似乎都屬於高社經地位，擁有自己的家族事業，或是父母親是高階政府官員，屬於富二代或官二代，也備受家裡疼愛。相較之下女主角的家庭背景多較為辛苦，家庭成員可能各有狀況，有時也需分攤家中經濟重擔，從事的工作也多是普通上班族、實習生等，較少從事專業性工作。像在《秘密花園》中，玄彬是百貨公司的社長，居住的地方從大門到住宅需要開車才方便抵達，穿的衣服多是合身西裝與義大利師傅一針一線縫製而成，相較之下河智苑只能和朋友合租月租 30 萬的月租房，穿著樸素也簡單（訪談者 F1）。

二、跳脫以往的韓劇設定—男女主角職業多元化

近年來的韓劇不再依循男富女窮的制式化設定，男女主角社經背景及條件都略有調整。男性不再只是一層不變的富二代，有一般上班族或學生的角色設定，變化更多的尤其是女性的職業，其設定更趨多元化，有醫生、律師、事務長等，展現出女性也能獨當一面的面向。

現代韓劇似乎女性的地位比較有提升，像《沒關係，是愛情阿》的女主角是一個有能力的精神科醫生，《太陽的後裔》女主角也是能獨當一面、前往戰地的外科醫生，《托行李箱的女人》講述的是一個失婚的律師事務所事務長，歷經婚姻的失敗後，反而在職場上發光發熱的女性角色設定，《Good Wife》也是。感覺近幾年的韓劇女主角比較跳脫之前的貧苦、楚楚可憐模式，反映現代女性也能獨當一面的能力（訪談者 A1）。

近幾年韓劇戲劇類型愈來愈多元，即使男主角是有錢人，但職業相對多元，像《又，吳海英》，男主角就是電影音效師，這在台劇從沒看過，也讓觀眾在看戲的過程中，理解這份工作內容。《祕密花園》女主角也是動作替身演員。若說清新喜劇，《第二次二十歲》、《舉重妖精金福珠》，主角群為學生，劇中也描繪出韓國學生的樣貌。以目前韓劇類型來看，上班族、學生等劇情都有，職業很多元（訪談者 B1）。

韓國人民的社經水準主要從韓劇中男女主角的行業判定，早期的韓劇多為男富女窮，富貴人家食衣住樂育行樣樣奢華，一般百姓若學有專精，可從事專業的行業如醫師、律師或一般企業員工，但同也得為了工作及生活奔波，而窮苦人家則需為生活而煩惱，是典型資本主義社會的寫照。

三、家庭組成及居住型態

（一）家庭組成

長壽劇、家庭劇或經營企業的家庭較常出現大家庭的型態，通常是三代同堂或兄弟姊妹婚後仍與伴侶跟原生家庭同住的形式；普遍來說，韓劇中出現的家庭模式仍以小家庭為主，子女與父母親同住。

這要從劇種來看，若是長壽劇，家庭型態多為大家庭，短劇就是小家庭為主。《家人之間》是大家庭全家人住在一起，女主角金賢珠的姑姑、爸爸、小弟，通通住在一起，後來大弟、弟媳也因為爸爸生病的關係，又搬進來一起住。短劇就以居住在公寓的小家庭為主，《皮諾丘》一家四口發生慘劇前，都是幸福的小家庭，媽媽早上準備豐盛的早餐，送丈夫、小孩出門，晚上回家，一家又有熱騰騰的飯菜可吃（訪談者 B1）。

通常韓劇當中看起來都是小家庭居多，家庭劇，就是那種日日劇，會有與公婆同住的狀況，三代同堂的機率蠻多。但是一般的韓劇大多都是和爸媽同住，或是在外面自己租房子（訪談者 C2）。

企業大都是大家庭加上女婿或婆媳的模式呈現，小家庭就一般的父母子女兄弟姐妹來呈現（訪談者 E2）。

（二）居住型態

依照劇中的主角設定，不同社經地位的人居住型態也各異。有錢人不是住在現代化的大樓，就是住在半山坡上的獨棟別墅；一般家庭的住宅型態較多元，有透天厝、普通公寓、平房、屋塔房及傳統韓屋（較少見）；至於單身者，若經濟狀況還不錯的會住在單身公寓，經濟不甚寬裕的會選擇設備較簡陋的套房，通常以一房一衛為主，經濟狀況更糟的則住在頂樓加蓋的空間或考試院。考試院是韓國一種特別的住房，原先是專門給準備國家考試的人租賃用，後來也開放給經濟不佳的單身人士租用。

居住的型態有現代化且具有設計感的大樓、大路邊沿著坡度而建的平房，還有一種考試院，就是經濟環境不佳的時候不得已的住家選擇。有些則是住單身公寓，比較接近套房的模式，就是小小間，可能只有一個房間，一廚房一衛浴之類，比如《Dear my friends》裡女主角住的地方，還有《Signal》有一個殺人犯住的地方就是標準的單身套房；大家庭的話，我有看過住透天厝的，比如《爸爸我來服侍您》的第二男主角一家子，全部住在一間透天厝，也有看過住在傳統韓屋，《家門的榮光》女主一家就住韓屋，吃飯是用一個人一張小桌子的那種（訪談者 A1）。

居住型態部分，也是看劇中主角設定，《來自星星的你》全秀賢和全智賢因為是有錢的明星和外星人，就住非常好的公寓大廈，另外也有些有錢主角，會設定住在半山坡上的獨棟（或好幾間獨棟）別墅，像是《繼承者們》李敏鎬的家，就住在半山腰。若是主角是一般小家庭的故事，大多就住在普通公寓。許多韓劇的窮人主角則會住在頂樓加蓋的屋塔房裡，《祕密花園》河智苑就和劉仁娜一起住在頂樓。韓國還有一種特別的住房「考試院」，一開始看到這個翻譯，我還覺得很奇怪，後來去查資料發現，原來是專門給準備國家考試的人租賃用，考試院通常環境小，幾乎沒有居住品質可言，在《我的鬼神大人》中，朴寶英在搬去餐廳住前，就是住在考試院裡（訪談者 B1）。

居住的型態有部份以小公寓或屋塔房為主，像是《被告人》裡檢察官住的地方是公寓，《鬼怪》裡金善和長大後的池听晔也是住小公寓中，而屋塔房則在《屋塔房王世子》、《嫉妒的化身》裡能看見。也有部份是住在山坡或窄巷的小平房裡，有些門口有庭院，像在《信號》當中，善宇家裡就是這樣的小平房（訪談者 F1）。

肆、交通品質

一、常見交通方式

韓劇中常使用的交通工具為汽車、公車、地下鐵和計程車，其中學生及上班族常選擇公車、地下鐵作為通勤工具，汽車也是上班族常用的交通工具，計程車多出現在劇中角色聚餐後返家的場景。比較特別的是，當劇中人物喝醉酒時，都會叫代駕服務，因此代駕也經常出現在韓劇情節中

我在韓劇裡最常見到的交通工具是汽車，再來是公車，機車也有，但地鐵、腳踏車比較少。青春喜劇則較常見到搭公車的情節，但以學生居多，例如請回答系列，三部都在公車上有重要情節，《請回答 1988》正煥為德善擋下公車的作用力。韓劇主角騎機車的不多，但他們外送服務很興盛，倒是常常看到騎車機車送餐的情節，《舉重妖精金福珠》女主角家裡經營炸雞店，常常就看女主角、爸爸、叔叔騎著機車送炸雞。另外，我發現韓劇裡有騎腳踏車的情節，多是男女主角約會時的活動，而非作為通勤工具使用，例如《屋塔房王世子》、《戒指女王》（訪談者 B1）。

韓劇中最常看到的交通工具是汽車，不論是在《又，吳海英》裡朴道京開的自家車，或在《信號》裡警員們的公務車，汽車是韓劇裡最常見的交通工具，有可能是因為有提供贊助。再來是計程車，韓劇裡上班族下班後常

會有聚會，喝了酒後除了叫代理駕駛外，也習慣使用計程車，像在《又，吳海英》中，道京陪著喝醉的海英搭計程車回家。以及學生和上班族較常搭乘的公車，《學校 2015》中，學生們多搭公車上學，《信號》裡，公車也用來上下班（訪談者 F1）。

二、交通狀況及品質

（一）路上行車：韓劇中所呈現的韓國交通狀況跟台灣相似，上下班尖峰時段會塞車，此外，規劃整齊的寬闊道路、交通號誌及道路標示明確也是其特點。

交通狀況感覺還不錯，路看起來挺順的，當然偶爾會塞車，我想這個跟臺灣的狀況差不多。有一部劇特別提到塞車，是《製作人》，因為他們在 KBS 上班，KBS 本部在汝矣島，要經過某個大橋，那個大橋就跟台北的自強隧道一樣上班時間必塞，所以劇中人物只要遲到都會說：「我在某某橋上。」（訪談者 A1）

交通品質，我覺得跟台北大概差不多，上下班尖峰時段就是塞車。另外，我也觀察到，首爾有許多寬闊的道路，多達六線道之類的，這在台北並不是那麼常見（訪談者 B1）。

交通品質感覺路面狀況很好，路很平，交通號誌及道路標示都很清楚（訪談者 D1）。

在鏡頭中所呈現的交通品質與狀況大多良好，整齊有規劃的馬路、有信號燈與照明（訪談者 F1）。

（二）大眾運輸系統：公車與地鐵班次多，此外，也有規劃專門的腳踏車道供民眾休閒使用，例如：漢江旁。

地鐵我覺得也挺方便，刷了卡進站等一下就有車，公車也是感覺很快就來了（訪談者 A1）。

BTW，作為休閒使用的腳踏車，也有規畫車道，例如讓男女主角去漢江邊騎腳踏車（訪談者 B1）。

整體來說交通品質佳，道路寬敞、路標明確，且大眾運輸便捷，雖偶有塞車，但不影響整體交通狀況。

伍、貧富差距

貧富差距是指因社會財富分配不均，造成高收入者和低收入者的人息差異⁹（明報，2016）。在韓劇中，有錢人穿華服、開名車、住豪宅、吃高級料理；一般民眾則開國產車或搭大眾運輸工具、住家裝潢簡單、吃一般平民小吃；生活較拮据者則生活不穩、住家環境髒亂，甚至每日為三餐而愁。

有錢人都開名車、穿華服、出入高級酒店、家裡金碧輝煌，在《隧道》、《Voice》、《The K2》都有出現大富人家家裡設置保全系統，還有庭園造景的現象。至於一般民眾就生活比較樸實，開一般的汽車，甚至以公車代步，吃一般的平民小吃，像辣炒年糕、路邊攤等，家裡的裝潢比較簡單，有些經濟狀況比較不好的甚至住家環境有些髒亂，《Voice》裡其中一個角色設定就是撿破爛維生，家裡環境就非常髒亂（訪談者 A1）。

有訪談者提出就其所觀看的韓劇，韓國社會依民眾社經條件大致分為三種階層：一、有錢人：不僅吃好住好用好，在社會上也享有禮遇、特權，擁有豐富的人脈及資源，可保持其在社會的上流階層；二、一般人：通常出身小康家庭，出社會後當個平凡的上班族，領固定薪水過活；三、生活困苦者：因經濟條件不佳，從小就無法得到良好教育，也會影響到未來的工作出入。從韓劇所呈現的劇情，似乎「富者恆富，貧者更貧。」

我覺得南韓社會的貧富差距相當大，他們的社會可以分成三種人，一種是平凡的上班族，每個月領固定薪水的員工，通常是小康家庭。而另一種是生活困難的人，因為家境不好，所以沒有辦法提供很好的教育資源，因此沒辦法上很好的學校，也因此得不到很好的工作，例如《獨酒男女》的女

⁹ 概念解碼：貧富差距（disparity between the rich and the poor），明報加東網，2016年1月21日。http://www.mingpaocanada.com/tor/htm/News/20160121/HK-gfk1_er_r.htm

主角，就是因為地區性的大學，又是文科，因此沒辦法找到好的工作。而相對來說，有錢的人就十分的有錢，與過正常生活的人的環境是大相逕庭的，吃的豪華，住的高級（訪談者 C2）。

《繼承者們》裡，有家世背景的學生們上學有私家車接送，使用的物品和談論的話題都與高價品有關，師長對於他們較為敬重，相較於平凡的車恩尚，除了難融入團體外，也要隱藏自己的出身平凡。且在戲劇裡就算身為警員、檢察官等，若是潔身自愛，保持廉潔與正義感，經濟狀況多只是普通而已，像是《信號》中，保持廉潔的李材韓，相較於攀權附勢的隊長，家中環境看來普通，也不像收入豐厚的樣子。因此，會讓人感覺韓國的貧富差距應該很大，那是一種財富分配的不平均，富者可以利用資源人脈保持富有，貧者若不攀權附勢則無法使用自身的力量擁有更多的財富（訪談者 F1）。

陸、經濟特色

韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持在國際間的競爭力。在韓劇中常見韓國國產的手機、汽車、遊戲、食物、服裝、偶像團體，甚至是最新科技—虛擬實境 VR 等，除了置入性行銷的目的外，也是國力的一種展現，使得觀眾在觀看戲劇的同時，也了解韓國各項產業的蓬勃發展。透過韓劇跨國地播放，使世界認識韓國的產業，並帶動後續的消費、投資及發展。

韓劇裡無處不見置入性行銷，我記得我看完《屋塔房王世子》後，由於女主角用的是粉色 Samsung Note2，我看完也立刻被燒到去買了一支。音樂、汽車、食物、服裝各個韓製的東西，不斷出現在韓劇裡，而且都跟著世界發展趨勢在走，《大力女子都奉順》男女主角已經在戲裡玩起虛擬實境 VR。韓劇這樣的安排，其實得利的不只影視產業，而是整個國家。例如韓國遊戲產業很強，《大力女子都奉順》《好運羅曼史》男主角都是遊戲公司社長；韓劇也有《製作人》《他們生活的世界》《真愛 on air》等敘述韓國演藝圈的故事，一方面滿足大家看戲心理，另一方面也是在告訴觀眾、全世界，這是韓國發展得很好的產業（訪談者 B1）。

韓劇中常會看到男女主角拿著最新的三星手機在打電話，或是使用其產品進行資料搜尋或運動（訪談者 D1）。

題材中會頻繁地出現想要推銷的手機、特殊功能的物品、有特色的服裝、還有就是食物的置入性行銷也很多，把韓國生活中的方便性都呈現，向電子門鎖、WIFI 網路的介紹、街頭監視器 (CCTV) 的普及等 (訪談者 E2)。

在韓劇中，幾乎所有的置入性行銷都以國產的產品與企業形象為主，演員們使用的 3C 產品、汽車等，多是韓國國內大型企業的產品，也會在戲劇內播放韓國的近期的流行歌曲來行銷近偶像團體。像在《被告人》中，可看到手機是國產品，中間也有受刑犯在監獄中跳著偶像團體的歌曲，而在《信號》中，則可看到主角的汽車也是國產車 (訪談者 F1)。

從韓劇窺見韓國實質的經濟特色還有韓國集中發展大型企業 (財團) 這點，社會上呈現進入大企業才代表成功及保障的氛圍，也因韓國財團跨國經營，因此也要求員工的外語能力。此外，這些大財團資金充足、多角經營、延攬多數資源且勢力龐大，因此多與政治有沾染，彼此間相互影響及牽制，形成韓國大企業與政府多有所掛勾的情形。

在韓劇當中最經典的職場劇《未生》當中，可以看出大型企業對韓國社會上的定位，是在最頂尖的學校裡的頂尖學生爭相想進入的職場。在《奶酪陷阱》當中也可以看到，因為韓國的企業大多是大型且數量不多，所以競爭非常激烈，是學生在實習或是未來面試中，最想要得到的工作。而大型企業也跟政治有一定的關係，通常可以互相影響，互相牽制。在《未生》中，也可以看到，外語的重要性，劇當中與外國廠商接觸的十分頻繁，接觸的業務十分廣泛，不單單只是單純的單一產業，而是包含許多產品的集團 (訪談者 C2)。

第三節 由韓劇看韓國社會形象建立

本節針對藉由觀看韓劇，對韓國整體社會形象的建立，分別從：一、民族特性；二、傳統文化思想；三、宗教特色；四、職場文化；五、社會階級；六、女性地位；七、韓國現實社會樣貌；八、韓劇吸引力等方面，以在台韓劇迷收看韓劇的角度及觀點進行分析。

壹、民族特性

根據《辭海》的定義，民族特性是每個民族在歷史發展過程中所形成的一種心理狀態，通常表現在對本民族文化與社會生活的認同與歸屬感。趙榮、張宏莉（2010）據中國及俄羅斯學者的定義，提出民族特性是一個民族表現在行為舉止、思維方式及精神氣質上等心理特質的總和。以下就韓劇中呈現的韓國人民民族特性做分項論述：

一、愛國心

在韓劇中常見韓國國旗—太極旗，不論在衣物、公共場所都可見到其身影；另外，從劇中人物對話，也常聽到「大韓民國」此字詞，感覺韓國人民很以自己的國家為榮，日常生活充斥著愛國的表現。

不管從韓劇或是平常所接受的資訊，我覺得韓國人很以自己國家為傲、很有愛國心，譬如之前看《請回答 1988》，其場景設定為韓國舉辦奧運的那一年，會看到劇中人物全家聚集在一起看韓國選手出賽的畫面，還有常在韓劇中看到韓國國旗的身影，像《大力女子都奉順》中，女主角的爸爸離家出走流浪時還不忘穿上前面寫著 KOREA、後面有著韓國國旗的外套，不知道編劇這樣安排是不是要顯示韓國人連離家都不忘自己國家？除此之外，我也覺得韓劇很常出現的台詞就是「我們大韓民國…」，感覺一般對話當中就會提到自己的國家，所以我會覺得他們很愛國（訪談者 A1）。

我覺得他們很熱衷於國家的活動，像是《請回答 1997 和 1988》當中，他們都會守在電視機前面收看足球賽和奧運會，對自己國家對外的活動相當重視的感覺（訪談者 C2）。

二、重視倫理、長幼有序的觀念

韓國人對於長幼有序的重視最常呈現在敬語的使用上，陌生人初次見面會先確認彼此年齡決定是否使用敬語，若對方沒有使用敬語，就會責怪對方的不禮貌；同時，與長輩同桌喝酒也要幫對方斟酒。

韓國人重視倫理到我無法理解的地步，首先是敬語的使用，對於同事之

間，或是碰到的陌生人，韓劇裡只要沒有使用敬語，會特別花時間演出來，例如《金科长》男女主角一開始互看不順眼，不用敬語時，就有彼此質疑怎能不用敬語；同時，應酬時，一定要幫長輩斟酒（訪談者 B1）。

重視年齡、長幼禮節的民族性，則從觀賞的韓劇發現劇情中經常出現初次見面的兩人會先問對方年齡，然後決定是否說敬語，如：韓劇《大力女子都奉順》的男女主角，在女主角知道男主角比他年紀還小，就要求對方要對自己說敬語（訪談者 D1）。

三、愛熱鬧

韓劇中，很少看到主角一人獨自用餐或喝酒的畫面，通常都是一群人在餐館聚會，大聲談論事情或飲酒，較少看到一人獨自行動的情節。

韓國人似乎很喜歡熱鬧，下班後常常聚餐並在餐館大聲喧嘩，幾乎沒有在韓劇中看到個人在外單獨用餐的畫面，似乎暗示著韓國人不甘寂寞的民族性（訪談者 A1）。

我覺得他們很喜歡團體行動，像是他們的餐廳很少是單獨一個人吃飯的座位，除非是便利商店，不然都是一大群一大群的感覺，尤其他們很愛喝酒，所以常常聚會（訪談者 C2）。

四、個性剽悍不含蓄

韓國人不擅長隱藏自己的情緒，有話直說、不怕得罪人。在台灣警察給人的形象較客氣有禮、熱於助民，但韓劇中的刑警則會出現大聲斥責民眾或自己下屬的情況。

韓國人的民族性普遍剽悍，因為韓劇常出現韓國人吵架常彼此拉扯對方頭髮，如：韓劇《大力女子都奉順》劇中女主角的媽媽在店裡和前來買東西的客人吵架，拉扯頭髮（訪談者 D1）。

我覺得韓國的民風很強悍、個性很堅持、狠的時候很可怕很殘忍。還有我覺得韓國人也很愛罵人或踢人，像最近的《隧道》，裡面的警察就很喜歡打人家頭，在韓劇中也很常聽到他們罵人（訪談者 E2）。

韓國人不怕吵架，敢用言語表達自己。在《又，吳海英》中，不管是海英的媽媽，還是海英，只要心裡有不痛快，不論對方是誰，都能大聲的和對方辯駁（訪談者 F1）。

五、只能贏不想輸

歷史上，朝鮮半島不斷受到外來民族的侵略，在此文化背景下，也造成了韓國人不服輸的民族性，給人一種韓國人為了求勝而不擇手段的感覺。

韓劇《The K2》劇中飾演 JB 集團家族長女的崔宥真，除了處心積慮地使用手段將自己身為總統候選人的先生張世俊推上總統大位，還用盡心機及耍盡殘酷的手段，時時提防家族內部的權力爭奪（訪談者 D1）。

《MAYQUEEN》中的主角海珠，他父親為了怕被奪走公司，奪走其他人的商業設計，做了很多壞事，最後才發現海珠是他女兒，最後有寫了一封信說：「他現在所做的事，在以前的時代，本來就是這樣做的，想要的東西，搶過來當作自己的，搶成功後，那東西就是你的。」所以我覺得他們很狠，而且覺得理所當然（訪談者 E2）。

在《voice》中，會長為了想贏得事業版圖中想拓展的一切，使盡所有不好的手段，連殺人也不害怕（訪談者 F1）。

貳、傳統文化思想

一、漢字的使用

（一）古裝劇：此現象在古裝劇尤為常見，因韓國在歷史上為中國的藩屬國，舉凡書籍、考試制度等皆受到中國的影響，文字也是以漢字書寫、流通，因此，漢字在古裝劇的出現率極高。

有，像是很多的古裝劇都可以感受到這種感覺，畢竟韓國的古代就是用漢字書寫的，所以像是他們的考試制度，讀物，也都是和中國一樣是科舉和讀孔孟。他們也會有一些諺語是直接從中國文化的成語或典故翻譯過去的（訪談者 C2）。

劇中能感受到韓國受漢文化的影響很深，例如：劇情中會出現對於能看、能

念、能寫漢字的人很厲害；再者，古裝片中的君王及臣子們都需飽讀四書五經…等儒家思想的書籍，例如：韓劇《成均館誹聞》劇中的君王、臣子們會以儒家的忠孝仁愛信義…等議論治國的政策是否合適（訪談者 D1）。

（二）現代劇：雖然韓國早已廢除漢字，但從韓劇中仍能發現漢字的使用，譬如身分證、結婚證書、辭職信、墓碑或門牌等，多用於正式的文件。

我覺得韓劇中還蠻常出現漢字的，比如《順風婦產科》裡的美月（大約國小一、二年級小女孩）好像有在學漢字；還有看韓劇發現他們墓碑上也會刻著漢字，結婚證書上好像也會註明漢字，看到的時候會覺得蠻奇妙的，但畢竟韓國跟中國文化的牽連很深，聽說廢掉漢字也好像是六、七零年代的事，所以在韓劇中看到漢字也沒什麼好奇怪的（訪談者 A1）。

韓國人的身分證上除了韓文的名字外，也會有漢字的寫法。有些正式的場合，比如說辭職書，或是門牌，也會使用漢字（訪談者 C2）。

《來自星星的你》、《鬼怪》中，皆有閱讀中國經典，以及使用漢字的情況（訪談者 F1）。

二、儒家思想

（一）強調長幼、尊卑有序的觀念：儒家文化重視對尊長的尊敬及服從，韓劇中不時提到敬語的使用、與長輩飲酒時，必須側身不可直視對方敬酒等現象，均呈現韓國人對於長幼有序此觀念的嚴謹。

儒家文化強調「君君臣臣父父子子」，君君臣臣在《未生》、《金科長》裡都演了很多，後輩對前輩都畢恭畢敬，一定用敬語（訪談者 B1）。

在生活裡，處處可是儒家文化的影響，例如敬語的使用，韓劇中大家很強調長幼有序，尊卑關係嚴謹，所以面對比自己年長的人，以及職稱比自己上位者都要使用敬語，像在《鬼怪》中，金信在廣告中皆不使用敬語，讓主管傷腦筋，但那是因為他比所有人年長；在《李祿》中，長輩以及職位高的人先喝，後輩或職位低的人則側著臉喝酒，以表示尊敬（訪談者 F1）。

(二) 重視家庭關係：在韓劇中，也經常出現韓國人重視孝悌觀念的劇情，尤其以家庭劇最常見。劇中家庭設定通常為大家庭，劇情則著重在家庭成員間的親情或糾葛。

在韓劇裡，長壽劇都是家庭劇，家庭關係很重要，長壽劇的情節，大部分都希望孩子和父母同住，一整個大家族都要住在一起，《拜託媽媽》裡，大兒子心向太太，結婚後和太太、岳母住在一起，媽媽心裡就不太舒服，太太也為了讓媽媽開心，結束在先生律師事務所的工作，到婆婆家的醬菜店幫忙，由此可見，韓國的家庭、妯娌關係相對錯綜複雜（訪談者 B1）。

許多韓劇中經常出現韓國人重視孝悌的家庭倫理的劇情，如：韓劇《對 就是那樣》是講述一個三代同堂大家庭成員彼此間的親情倫理故事，劇情中，尤其展現子女孝順長輩的意涵頗多；韓劇《舉重妖精金福珠》雖生在單親家庭，由父親獨力扶養長大，女主角金福珠知道父親身體不好，凡事聽從父親的話，並且非常貼心孝順（訪談者 D1）。

參、宗教特色

韓劇中所呈現的韓國宗教為多元且包容的，有傳統宗教，也有外來宗教，將分述如下：

一、天主教、基督教：韓劇中常出現以教堂為背景的故事情節，例如婚禮的舉辦或到教堂告解，也有神父及修女穿插其中，可見基督教及天主教在韓國的盛行。

我認為韓國的宗教是多元而且包容的。韓劇中經常會出現教堂情節，譬如說婚禮會在教堂舉行，或者劇中的人物遇到困難的時候也會到教堂尋求心理的慰藉等等。之前在看《龍八夷》的時候，女主角落難時就是神父及修女給予協助（訪談者 A1）。

韓國也有很多基督教徒，《龍八夷》男女主角逃難還躲到教會裡，《藍色海洋的傳說》男女主角在國外時，也是到充滿韓國人的教會投宿（訪談者 B1）。

在《原來是美男》裡，可以看到目前基督教在韓國的發展，也有許多韓劇在教堂裡結婚像《急診男女》即是教堂婚禮（訪談者 F1）。

二、傳統宗教—薩滿教及巫術：韓劇中也會出現民眾求助巫師算命、求神問卜的情節，就連近期的韓劇也出現與薩滿信仰相關的角色，可見韓國也信奉傳統宗教。

最近超紅的韓劇《鬼怪》裡面設定的一個人物叫山神奶奶的，好像是一種薩滿信仰，還有地獄使者阿，感覺跟台灣的民間信仰有點像；還有《大力女子都奉順》中女主角媽媽為了祈求女主角跟男主角交往，還特地去給法師作法（訪談者 A1）。

我覺得韓國的宗教是多元且包容的韓國的傳統宗教是薩滿教，韓劇裡有許多去找巫師算命的情節，看起來他們也是蠻迷信的，例如《大力女子都奉順》、《好運羅曼史》、《我的鬼神大人》都有找巫師算命、求神問卜的情節。韓國的妖怪故事也很發達，就像日本、台灣有自己的神怪故事一樣，《鬼怪》就是出自於韓國流傳的故事（訪談者 B1）。

在韓劇裡看到的宗教呈現多元的情況，有他們的傳統信仰像在《家族的榮光》中，有大大小小的名節祭祀，也有自古流傳至此的薩滿教，在《仁顯皇后的男人》裡就有可以穿越時空的符咒，在《擁抱太陽的月亮》中，則有薩滿教常見的巫女與巫術（訪談者 F1）。

肆、職場文化

一、注重資歷：韓國大企業的員工在成為正式員工前必須經過三個月任用期的考驗，歷經辛苦成為正式員工後，還得注意職場上重視階級地位的文化，身為基層員工，只能聽從長官的命令及努力完成長官交辦的任務才有可能往上爬。

看《未生》時，發現韓國上班族很注重資歷，譬如劇中的吳科長會罵他的下屬，但在常務理事面前只有乖乖聽訓的分，非常重視上對下的絕對權力；《金科長》裡的女主角當實習生也是被使喚做很多事情，一下拿咖啡、一下送文件、一下複印資料等等，感覺在韓國的公司上班尤其是新人，也很辛苦。（訪談者 A1）。

韓國大企業的員工面談通過後只能先從試用期開始做起，即所謂的實習生，再成為正式員工前的這三個月，經歷公司上下給予工作量及對待上的種種艱難考驗才能成為正式員工。例如韓劇《忌妒的化身》劇中的女主角表娜麗，身為三流大學出身，沒錢也沒背景，全憑一股熱忱、任勞任怨在電視台像是做打雜的工作，別人不做的工作她都全部攬下來做，成為上司同事有求必應的工作夥伴，一路辛苦地從不起眼的氣象播報員到跨越身分地位的黃金檔新聞主播（訪談者 D1）。

在《金科長》當中，上層長官說什麼都算，有專屬的電梯，就算在執行對公司不利的行動像作假帳，身為部屬也只能聽命行事（訪談者 F1）。

二、公司內部競爭激烈：近幾年最能代表韓國職場現況的韓劇《未生》就出現了公司內部不同組別的激烈競爭，為了讓自己組的計畫被採用，不惜使出各種手段打擊競爭對手。

公司不同組別的競爭也很激烈，在《未生》裡，同屬營業部的第二組與第三組為了爭取計畫書被錄用，第二組的高科長還動用人事關係威脅部長改選他們（訪談者 A1）。

在《未生》當中，高科長和吳科長為了讓自己組別的企劃書可被公司採用，運用各種手段也要達成目標（訪談者 F1）。

三、加班、應酬文化興盛：韓劇中的上班族似乎永無止境的在上班，工時超長，超時加班是常態，就算下班了，仍有應接不暇的應酬、吃飯，飯後也會續攤喝酒到深夜。下班後依然要應付主管及同事，沒有自己的時間好好休息似乎是韓國上班族的生活常態。

《未生》裡，組與組間的競爭非常激烈，角色也常常在加班。而且加班後照理說應該趕快回家休息，但很多韓劇卻會有「努力完後要犒賞自己」的情節，就會呼朋引伴一起去應酬、吃飯，例如《金科長》也有這樣的情節，《又，吳海英》更是一天到晚應酬。應酬就算了，韓國人還很愛續攤，我印象很深刻，《未生》裡，吳科長應酬結束，出來在路上喝到吐的樣子（訪談者 B1）。

很多聚餐，像是《又是吳海英》，還有許多警察劇，辦完案後都會到燒烤店聚會，通常如果主管邀請，都不能拒絕。而他們的規定又很繁複，吃完飯還有續攤，覺得很像整天都在工作的感覺，就算是下了班也沒有自己的時間，還要跟同事主管們一起吃飯，而當中可能為了顧及主管的面子或是隨時注意自己有沒有失態，整頓飯下來看起來一點也不輕鬆（訪談者 C2）。

在《未生》中，張百基因為自己可以準時下班而感到羞愧與緊張，因為在公司裡超時加班是常態（訪談者 F1）。

伍、社會階級

一、敬語的使用時機：韓國人對於比自己年紀小的人卻未使用敬語會直接質問對方，認為對方不尊重自己；除了年齡大小會影響敬語的使用外，社會地位及公司職位也是影響敬語是否使用的一大關鍵，就算對方的年齡比自己小，但若職位比自己高，也須對對方使用敬語，若只用平語則會被斥責沒禮貌。

看韓劇時發現一個很特別的現象，就是韓國人會在初次見面時問對方的年紀，對於年紀比自己大的人一定要使用敬語，否則會惹對方生氣，好幾次都看到劇中人物為了對方沒有使用敬語而質問對方或吵架，《金科長》、《大力女子都奉順》、《隧道》都有這樣的劇情出現（訪談者 A1）。

韓劇中常常會有那種因為沒有講敬語，就被對方指責的清況，像是會說：你的話有點短喔！（因為敬語的語尾比較長）但韓國也同時是個很重視階級身分的國家，像是就算是年紀較長，但是如果職位或是身分比較高，還是可以說平語，像是《藍色海洋的傳說》中，喜歡許俊宰的那位小姑就常常對家裡的阿糾嬾講平語，但其實論年紀應該是阿糾嬾的年紀比較大。而還有《大力女子都奉順》，朴炯植演的是年輕的代表，而秘書年紀雖然較大，但對職稱比較大的代表，還是說敬語（訪談者 C2）。

韓國人對於比自己階級較高的長輩或是長官說話會用敬語，如：韓劇《隧道》劇情就彰顯身分及社會階級地位在韓國是非常受到重視。劇情以回到未來追查連續殺人兇手，即使男主角回到 30 年後比他的主管還年輕階級還低，但因 30 年前這位主管是男主角的年輕下屬，在 30 年後這位下屬成為男主的主角還是對他說敬語，畢恭畢敬地聽從男主角的話（訪談者 D1）。

二、教育程度決定社會地位：在韓劇中，可看見韓國學生的壓力也很大，在校必須參與讀書會、準備考試，放學後也要補習，為自己的將來做準備。韓國社會普遍存在名校迷思，據統計，韓國名校畢業的大學生起薪是幾乎是普通大學生的兩倍（蔡增家，2016），而此薪資不平衡的現象更加深了社會地位的差距。

近來，韓國「地獄朝鮮」的稱號很出名，許多人過得愈來愈不好，為了避免落入這種困境，因此韓國人從小開始，就競爭相當激烈，為了進入 S.K.Y 等名校汲汲營營，努力念書，也因此韓國補習班林立。反映在韓劇裡，《第二次二十歲》女主角河露拉的兒子，爸爸是教授，對他的學業非常要求，大一進去，就必須參加讀書會、準備多益考試，為了擁有美好的未來而努力；而河露拉的女同學，必須不斷打工，維持生活所需。女同學和兒子在家庭背景的差異，就可能導致他們在就業時的差距及未來的發展（訪談者 B1）。

三、重塑在社會上被標籤化人物：犯罪者或精神病患常被視為社會不定時炸彈，但藉由劇中角色重塑，賦予這些被標籤化的社會階層不同於以往的形象，試圖引發大眾對這些非主流人群的關注及正向想法。

很多題材是以犯罪者甚至特殊精神狀況者為主角，像《GOOD DOCTOR》、《38 師機動隊》、《海德哲基爾與我》，似乎是希望大家去接納這些人物，理解他們的狀況，但都會在他們身上放置一個重要的職務，例如醫生、很有錢的人、特務組，否則似乎引不起大家興趣。我的意思是編劇會巧妙地用身分去稀釋有問題的人，例如自閉症的醫生也做了很多好的手術《GOOD DOCTOR》，《38 師機動隊》雖然是詐騙，但他們是在詐騙原本就奸詐的商人，讓這件事變成是件好事，大家就比較產生正面印象。對不同社會階級的角色，常常最後都會給予麻雀變鳳凰或黑轉白的正面角色，改變大家的觀感（訪談者 E2）。

陸、女性地位

韓劇裡所呈現的女性形象與地位，可以觀察到韓國女性的普遍形象和地位是比男性還要低的，茲分述如下：

一、依附男性：韓劇中頗多女性角色是需靠男主角的從旁協助與保護才能完成

事情或追求自己的夢想，此現象古裝劇尤為明顯，可能是受到古代「男尊女卑」的觀念影響，這種刻板印象也延續到現代劇，女性角色多附屬在男性角色下。

我覺得早期的韓劇女性角色普遍柔弱、出身不好，需要受到男主角保護，古裝劇這種現象更明顯，譬如《黃真伊》雖然父親是貴族，但因其母為妓女，所以最後她也只能成為一個名妓，因為李氏王朝有嚴格的階級劃分，而且「從母法」，所以只要母親出身微寒，女兒永無翻身之日，如果要打入上層社會，只能靠當妓生，學習讀書識字及各種儀態、禮儀，可是身分基本上還是低賤，可見古代的韓國女子的地位是低微的。雖然近期的韓劇女主角設定為可靠自己的努力而在社會上有一定地位，但她們很多時候還是要靠男主角的協助才可以發展得更順利，所以我覺得就韓劇而言，女性還是附屬於男性角色之下，雖然相較於早期或古裝有所提升，但就兩性地位來說，女性還是低於男性（訪談者 A1）。

在韓劇中女性大多是較無能力，或有部份是需要男主角的幫忙，像在《主君的太陽》裡，太陽就需要時刻跟隨著，以及在《被告人》中，徐恩惠只能是朴政宇的腳，去協助他尋找證據（訪談者 F1）。

二、職場上備受歧視：女性在職場上不只被言語霸凌、升遷機會較少，甚至會遭受性騷擾。

《未生》，安英怡因為女性的身分，在職場上一開始備受輕視，她的代理第一天上班就說不習慣和女員工共事，之後甚至對她破口大罵，丟出去的紙還把她的臉頰劃傷（訪談者 B1）。

女性在職場上場面對同工不同酬或是對女性工作能力抱有歧視，像在《未生》中，安英依第一天上班時，同組的男同事說他害怕與女員工共事，因為她們能力也不會和男生一樣為公司付出，甚至還會招受到職場性騷擾（訪談者 F1）。

三、家務分工不均：女性在職場上遭受不公平對待後，回到家也要擔任處理家務及照顧孩子的主要角色，無法得到同等分工與尊重，甚至有時被迫為了家庭

而放棄工作。反觀男性並無此困擾，只要把工作做好，剩下的家務就交由女性負責。

《未生》當中的一個女主管說，不知道為什麼女生如果要爬到這麼高的位子，要被迫放棄這麼多事情。工作已經很累了，回家卻還要擔任家務的工作，因此有很多女強人，雖然工作能力佳，職位也高，但卻常常單身，反觀男性並不需要因工作而放棄家庭（訪談者 C2）。

在《未生》中，宣智英雖在公司裡有亮眼表現，也必須處理家務與照顧小孩，「男主外女主內」的觀念仍舊存在（訪談者 F1）。

四、韓劇中的女性角色較單一：除了女主角的角色較鮮明外，其他的女性角色形象大致區份為兩種；一種是在家相夫教子、洗手作羹湯；另一種是有錢貴婦，但沒有自己的事業及想法，形象較負面。

我發現，韓劇裡，除了女主角之外的角色，女性形象頗為單一旦刻板，雖然吳科長工作辛苦，或是許多韓劇，女性永遠是在家帶小孩、煮醒酒湯的那位，就算是有錢財閥的另一半，例如《藍色大海的傳說》裡的壞心媽媽、女二姊姊，平常都在家插花、帶狗美容、談論八卦，形象單一、負面，沒有自己的事業（訪談者 B1）。

柒、韓國現實社會樣貌

本題主要是針對在台韓劇迷在觀看韓劇後，至韓國當地遊玩時的所見所聞，與在韓劇中所見的場景、人物、生活風貌等方面做比較所形成的結論，茲將受訪者對現實韓國的看法分段說明如下：

一、未能適切反映韓國現況方面

（一）認為韓劇過度美化韓國：韓劇身為宣傳韓國的最佳利器，或多或少有美化韓國的嫌疑，訪問者提出了韓劇畫面唯美，但現實中親眼所見卻不如電視上的場景優美，令人有些失望。

我去過首爾兩次。我覺得韓劇多多少少還是有美化韓國，畢竟韓劇在各國

大賣，等於是宣傳國家的一個機會，所以不太可能呈現韓國完整的真實樣貌。譬如說我去韓國前原本很期待它們的街景，畢竟韓劇的場景都拍的超級浪漫、超級美的，所以我就幻想去那邊拍照一定很美，結果發現並沒有…還記得我還特地排一個景點叫新沙洞的地方，因為之前看旅遊書有介紹「沒關係是愛情阿」在那邊的咖啡店拍攝，覺得是很時尚的地方，結果到了現場才發現也很普通，畫面根本沒有很唯美，大概是因為我們是冬天去的，總覺得（場景）就是霧霧的感覺，沒什麼特別的，有點失望（訪談者 A1）。

（二）韓國民眾長相與電視劇主角有出入：因電視劇有收視考量，因此多選擇男帥女美者擔任男女主角，而到韓國當地旅遊後，卻發現當地民眾外表不皆是瓜子臉、雙眼皮及大眼，現實中的韓國民眾反而多單眼皮、圓臉，與劇中俊男美女有出入。

真實韓國人長相多單眼皮、細眼、圓臉，不如韓劇中皆雙眼皮、大眼、瓜子臉（訪談者 D1）。

（三）韓國人雖重視敬語，但行為舉止不一定有禮：受訪者指出，現實中的韓國人不如韓劇中有禮，雖韓劇常呈現韓國人對敬語使用的堅持及重視長幼有序的觀念，但日常生活表現卻不如台人有禮。

看韓劇時，以為韓國人都很重視長幼尊卑，應該是很有禮貌的民族，沒想到他們撞到人都不 say sorry 的，尤其在地鐵站人很多，常常會被撞到，幾乎沒有人會主動說對不起，讓我蠻吃驚的，因為在台灣大家都會說阿，所以對於這點我覺得韓國人蠻沒禮貌的（訪談者 A1）。

二、能適切反映韓國現況方面

（一）衣著、美妝：韓劇男女主角總是穿著打扮入時的服裝，而現實中的韓國美妝及服飾選擇性多，與韓劇所呈現的狀況並無差異。

看韓劇時很羨慕女主角的衣服樣式都很有設計感，去了韓國發現衣服的選擇真的很多，尤其是去一個好像是藝術村的地方，那邊的衣服真的很美，很有韓劇的 fu (訪談者 A1)。

觀察走在首爾路上的女生，打扮入時，皮膚看起來普遍也都很好，但不確定是因為裸妝的效果，還是是真的皮膚好。男性都很高大，打扮也很有水準。東大門的衣服很多，美妝美保店也很多，半夜都有很多人去批貨，顯示韓國的確為時尚大國 (訪談者 B1)。

(二) 美食：韓劇中不乏美食的畫面，如泡菜、辣炒年糕、韓式炸雞、路邊攤車等，而韓國當地也的確提供多種美食選擇。

每次看韓劇時，劇中人物吃的東西看起來都超級好吃，燒肉、炸雞、路邊攤販、炒碼麵等。我去首爾之後，吃了李敏鎬代言的炸雞、路邊的攤車，喝了香蕉牛奶，我發現韓國的食物份量都很大，一個人真的吃不完，不管是炸雞、攤車的食物，都非常好吃 (訪談者 B1)。

飲食方面，也和韓劇裡呈現的一樣，喜歡吃泡菜等重口味的食物，在韓國旅行吃的食物都是重口味居多 (訪談者 D1)。

(三) 生活壓力大：前文部分已提及韓國的職場及生活壓力頗大，下班後也沒有時間安排自己想要的生活，根據受訪者至韓國旅遊的實質經驗，可窺得韓國人的生活壓力應該不小，也是要辛苦工作才能求溫飽。

值得一提的是，從仁川機場搭巴士到首爾後，要再搭計程車去東大門，當時已是半夜一點左右，我與朋友和一對要去批貨的情侶 share 計程車。上計程車後，司機看來是 60 歲左右的大叔，那麼晚了還他在開車，無法回家休息。後來開到一半，司機居然在轉彎的時候開到安全島上，這對開車經驗豐富的司機來說，幾乎是不可能發生的事情，除非他是疲勞駕駛，我們也沒聞到他酒駕，當時我就覺得，許多韓國人應該生活得很辛苦 (訪談者 B1)。

捌、韓劇吸引力

此部分主要是針對在台韓劇迷在觀看韓劇後，使否會影響其去韓國觀光的

意願，茲將受訪者的想法分段說明如下：

一、會因觀看韓劇而想去韓國旅遊

受訪者指出因愛看韓劇而成為哈韓族，平日會關注韓國的相關消息，因此若有機會，會想親身體驗韓國的美食、文化，也想比較台灣與韓國的相異之處。

我會因為看了韓劇想去韓國，之後也一定會去好好玩玩（訪談者 B1）。

會想看看現實中的韓國到底是怎樣？也會想品嚐它們的美食、買化妝品跟衣服，也會想去拍攝的景點走走，看看現實是不是也這麼浪漫唯美？還有想去汗蒸幕看看，聽說很有趣，我想在裡面用韓劇中常出現的綿羊頭、躺在裡面休息，還有也想看看韓國是不是比台灣進步？有些去過的朋友說跟台北感覺很像…而且我是為愛看韓劇而研究韓國的相關文化，也對韓國很有興趣，因此如果有機會的話，我會想去韓國旅遊看看（訪談者 C2）。

二、不會因觀看韓劇而想去韓國旅遊

受訪者擔心韓國資訊犯罪過於發達，影響其消費意願，再者，也對韓國現實場景的美麗程度抱持著懷疑的態度，因此觀看韓劇不會刺激其至韓國旅遊或消費。

他們的資訊犯罪看來蠻先進的，去那邊刷卡有點擔心。至於場景的部分當然有覺得不錯的地方，但應該是拍攝的方式讓畫面看起來更漂亮，實際上是不是也那麼美，我抱持著懷疑的態度，所以也不會因為場景而特地去韓國（訪談者 E2）。

觀看韓劇並不會影響我是否要去韓國旅行的意願，雖然會覺得韓劇拍攝的場景相當漂亮，各種美食看起來也很誘人，像是烤五花肉、炸雞等，但不會因為看到這些就想去韓國。因為自己比較喜歡更有文化性一點的地方與國家，韓劇及韓國並沒有給我太多在文化上的好奇，而韓劇拍攝的景點也較為零碎，漂亮的地方好像就一小塊一小塊，除非要跟著韓劇跑景點，但這也不是喜歡的旅行方式，所以目前也沒有考慮去韓國（訪談者 F1）。

第五章 結論與建議

本章旨在針對研究結果，歸納研究發現並提出建議，以作為實務運用及未來研究之參考。全章共分兩節，第一節根據實證訪談結果分析並歸納出結論；第二節針對訪談時所面臨的問題與發現提出具體建議，供作未來研究之參考。

第一節 研究結論

依據研究結果與研究發現，提出以下結論：

壹、由韓劇看韓國政治形象建立之研究發現

一、韓劇中所呈現的韓國政治清廉度偏低，主要與韓劇的劇情設定有關。

韓劇中，有關政治層面的劇情多涉及官員貪污、接受不正當金錢交易或司法無法申張正義等負面背景設定，雖不乏有充滿正義、不懼惡勢力的公務員或政治人物，但有關政治人物正面清新形象的情節比例遠低於政治人物貪腐情節，因此，也間接影響韓劇閱聽眾對韓國整體政治清廉度給予低評價的狀況。

二、韓劇中所呈現的官場特色包含選舉花招多、官官相護、階級分明、貪汙文化盛行等，且韓劇迷對韓國政府或公務人員的普遍觀感不佳，因韓劇中對於政界或法界人物鬥爭、貪汙、收賄、官商勾結的劇情多有著墨。

政治劇中，可透過劇情的編排及呈現內容，獲得有關韓國政治特色的資訊。舉例來說，候選人為了提升自己的形象，會刻意增加在媒體曝光的機會，另外，政治人物為了自身利益或求得勝選而與大財團有所掛勾的現象在韓劇中更是常見的素材，為達到目的，就必須打通層層關卡，形成由上至下的犯罪共謀結構，在底層公務員或低階官員只能身不由己地聽命行事，類似的情節屢發生在政治劇中，可見韓國的官場有其既定的一套模式。

三、韓劇中所呈現的公民與政治參與度不一，端看劇情設定。

透過劇情的發展及演員表現，韓劇中表現出韓國民眾關心自己生活區域的安全及開發，也會參與社會運動或對媒體所發布消息有所關心；不僅如此，更

發現韓劇編劇會將現實生活所遇到的事件或過去發生但漸漸被人民遺忘的議題巧妙且適切地融入在韓劇中，引發人們的關注。另一方面，有時配合劇情需要，也會出現劇中人物對周遭人事物的冷漠，不是對政治無感，就是對社會事件漠不關心，因此所呈現的現象便是公民參與度低。

四、由韓劇看韓國新聞媒體自由度可分為三方面，分別為秉持公正立場報導、受到外在因素影響報導真實性及觀看韓劇不會影響其對韓國媒體的看法。

若劇中主角設定為正義的記者，其必能堅守新聞從事人員的職業道德，報導中立新聞；而為凸顯主角的正義，身為主角的對手或長官就易被塑造成可被收買的對象，為了利益而扭曲事件真相。至於有訪談者表示韓劇不影響其對韓國媒體觀感，對韓媒的印象主要來自日常生活，因現實中的韓媒勇於揭發事實真相、不畏強權，與韓劇中所呈現的媒體元素無關。

五、藉由韓劇所呈現的劇情及人物刻畫，在台閱聽眾對韓國政治整體印象為負面居多。

韓劇針對政治性議題的情節安排多為賄賂、爭權奪利、為達目的不擇手段或政府高官與財團掛勾等黑暗面，在長期且大量地接收這些負面訊息下，閱聽眾自然對韓國的政治生態產生負面評價，認為戲劇的呈現多少也反映出檯面上的政治人物或公務體系的腐敗。相較於之後所呈現的韓國正面經濟與社會形象，韓劇所呈現的政治元素卻是赤裸裸的政治現實，沒有美化韓國政治的功効，其可能原因將分述如下：首先，任何影劇拍攝基本上都是以內銷為第一優先考量，考慮的也是國人的收視習慣與收視率，其次才是海外版權。因此，真實呈現政治面的醜陋才能先在國內收視站穩腳步。如果一開始就為了國家形象，故意把政治人物描繪的清廉愛民，與韓國民眾認知有差距，那反而會不利於在韓國的收視。

在國內收視與票房為優先考量的情況下，忠實呈現政治的黑暗面則是不得不的必然結果。因此，韓劇雖是國家形象推銷的工具，但它在製作時並不以海外

市場及國家正面形象為第一考量，因此有韓劇對韓國政治形象沒有正面評價與加分效果。

貳、由韓劇看韓國經濟形象建立之研究發現

一、韓劇中所呈現的城市與鄉村在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面的差異性極大，存在著明顯的城鄉差異。

由韓劇可看到韓國都市與鄉下的差距主要呈現在居住環境及生活機能上，都市多科技化住宅且多高樓大廈，生活便捷度更是遠遠超越鄉下；在醫療水準方面，城市的醫療資源豐富、設備完善、醫療人員充足，反觀鄉村因地處偏遠，醫療資源較匱乏、醫護人員人手不足，居鄉村的民眾所獲得的醫療資源遠遠落後於都市；至於交通便捷度方面，也是都市勝過鄉村，在交通工具的選擇性及交通設施方面，都市都佔有較多資源，便捷性高，因此韓劇中呈現出都市與鄉村的顯著差異性。

二、韓劇中所呈現的一般民眾社經水準不差，多有正當職業，而近年來男女主角職業及社會階層更加多元化，不再像早期單調的男富女窮設定。

此處談及的社經水準主要從韓劇中男女主角的行業判定。早期韓劇的男主角多為富二代，著華服、住豪宅，社經地位高，而女主角多出身平凡或貧窮，社經條件不佳，需靠男主角的協助才能鹹魚翻身；近年來男女主角社經背景及條件都略有調整，尤其女性的職業較多變，跳脫以往需依附男性的柔弱角色，變成能在自己的專業領域獨當一面，擁有良好社經地位新時代女性。

三、韓劇中出現的家庭模式多以小家庭為主，家中成員單純；居住型態則依不同社經地位的人而有所差異。

普遍來說，韓劇中常出現子女與父母親同住情形，多小家庭模式，雖仍有大家庭的情節設定，但多出現在長壽劇或家庭劇。至於居住型態則視劇中人物的社經條件而有所差異，有錢人住豪宅或高級大樓；一般民眾居住型態較多元，但以公寓、平房及屋塔房為主；社經條件不佳者則選擇住考試院、頂樓加

蓋空間等，因此，韓劇中呈現的民眾居住型態會隨著社經條件有所差異，也反映了資本主義社會的現況。

四、由韓劇可窺得韓國整體交通品質佳，道路寬敞、路標明確，且大眾運輸便捷，雖偶有塞車，但不影響整體交通狀況。

韓劇中所呈現的韓國交通狀況跟台灣相似，上下班尖峰時段會塞車，此外，大眾運輸系統方便且班次多、規劃整齊的寬闊道路、交通號誌及道路標示明確也是其特點。

五、在韓劇中，有錢人穿華服、開名車、住豪宅、吃高級料理；一般民眾則開國產車或搭大眾運輸工具、住家裝潢簡單、吃一般平民小吃；生活較拮据者則生活不穩、住家環境髒亂，甚至每日為三餐而愁。因此，所呈現的是韓國貧富差距的社會狀況。

韓國社會依民眾社經條件大致分為三種階層：一、有錢人：不僅吃好住好用好，更擁有豐富的人脈及資源，可保持其在社會的上流階層；二、一般人：通常出身小康家庭，出社會後當個平凡的上班族，領固定薪水過活；三、生活困苦者：因經濟條件不佳，從小就無法得到良好教育，也會影響到未來的工作出入，且從韓劇所呈現的劇情，似乎「富者恆富，貧者更貧。」貧富差距的情形更形加劇。

六、在韓劇中常見韓國國產的手機、汽車、遊戲、食物、服裝、偶像團體，甚至是最新科技，除了置入性行銷的目的外，也是國力的一種展現。

韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持其在國際間的競爭力，在韓劇中常見的置入性行銷，除了幫本土產業打廣告外，更讓觀眾了解韓國各項產業的蓬勃發展，使世界認識韓國的產業，更間接展現國力。

七、從韓劇窺見韓國實質的經濟特色之一便是韓國集中發展大型企業，或是所謂的財閥。這些財閥與政治掛勾的情節更是韓劇中常見素材，可見財閥已成為韓國經濟的一大特色且多與政治有所牽連。

財閥資金充足、多角經營、延攬多數資源、勢力龐大，且一般民眾的思維視進入財團上班為一種生活保障，因此大型企業在韓國社會有其一定影響地位。再者，財閥受政府多方資源援助，同時其出產產品也能為政府帶來實質利益及影響國家形象，儼然已成為韓國的經濟命脈，這些財閥與政治多少有些裙帶關係，彼此間相互影響、相互牽制。

參、由韓劇看韓國社會形象建立之研究發現

一、韓劇中呈現的韓國民族特性有愛國心；重視倫理、長幼有序的觀念；愛熱鬧；個性剽悍不含蓄；只能贏不想輸。

韓劇中常出現韓國國旗—太極旗，而演員對話也常聽到「大韓民國」此字詞，感覺韓國人民很愛自己的國家；長幼有序的觀念則呈現在敬語的使用上，在韓劇中不難發現韓國人重視敬語的程度幾乎到了嚴苛的地步；此外，在觀看韓劇時，較少看到劇中人物獨自行動的情節，大多是一群人吆喝聚餐、飲酒，展現其愛熱鬧、奔放的個性，在聚餐時，也可發現韓國民眾會在公共場合大聲說話，不會隱藏自己的情緒，有話直說；另外，韓國人也有不服輸的個性，因在歷史上，朝鮮半島不斷受到外族的侵略，因此，從韓劇的情節可發現韓國人為了求勝而不擇手段的感覺。

二、韓國的傳統文化思想表現在對延續儒家思想長幼尊卑有序的觀念、重視家庭關係及漢字的使用方面。

因韓國在歷史上為中國的藩屬國，舉凡文化思想、文字、考試制度等皆受到中國的影響，因此，儒家文化所重視的長幼有序、尊卑概念也影響韓國至深，舉凡敬語的使用、對待長輩的應有的應對進退等態度，皆顯示韓國仍是個注重傳統的國家。

三、韓劇中所呈現的韓國宗教為多元且包容的，有傳統宗教，也有外來宗教。

韓劇中常出現以教堂為背景的故事情節，無論是婚禮的舉辦或民眾到教堂告解，皆顯示韓國人民有天主教及基督教信仰；韓劇中也會出現民眾求助巫師

算命、求神問卜的情節，可見韓國也信奉傳統宗教，因此，韓國對於宗教的態度包容的，不僅保留傳統宗教，更接受外來宗教。

四、藉由觀看韓劇，歸納出韓國的職場文化為注重資歷、公司內部競爭激烈及加班、應酬文化興盛。

韓國大企業偏愛雇用名牌大學畢業的員工，一般人在成為正式員工前還須經過三個月任用期的考驗，歷經辛苦成為正式員工後，還得注意職場上的階級文化，同一公司不同部門間的競爭也很激烈，須時時戰戰兢兢，且韓劇中的上班族似乎天天在加班，準時下班幾乎不存在，就算下班了，仍有應接不暇的應酬、吃飯，沒有自己的時間好好休息，下班後依然要應付主管及同事似乎是韓國上班族的生活常態。

五、韓國是個社會階級明顯的國家，在敬語的使用時機、重視教育程度及韓劇中特意重塑在社會上被標籤化人物可見一斑。

韓文重視敬語的使用時機，除了年齡大小會影響敬語的使用外，社會地位及公司職位也是影響敬語是否使用的一大關鍵，若對方社經地位或職稱比自己高，就算年齡比自己小，仍須對對方使用敬語以示尊敬，若只用平語則會被斥責。另外，據統計資料，韓國名校畢業的大學生起薪是幾乎是普通大學生的兩倍，韓國社會普遍存在名校迷思，因此韓國學生的壓力很大，因教育程度決定其未來社會地位；韓劇中也不乏將犯罪者或精神病患角色重塑的現象，藉由賦予這些被標籤化的社會階層不同於以往的形象，試圖改變大眾對這些人的有色眼光。針對以上幾點，可見韓國社會有階級觀念。

六、韓劇裡所呈現的女性形象與地位，可觀察到韓國女性的普遍形象和地位是比男性還要低的。

韓劇中頗多女性角色是需靠男主角的從旁協助才能完成事情或追求自己的夢想，給予人一種女性需依附在男性羽翼下才能成功的印象；在職場上，女性升遷機會較少，並容易在職場遭受不公平對待；再者，女性在家中擔任處理家

務及照顧孩子的主要角色，在韓劇中甚少看到男性角色主動分擔家務，而女性有時甚至被迫為了家庭而放棄工作。雖近年來強調女性專業自主權的角色增多，但比例上仍不及男性，因而歸納出韓國女性的地位較男性低。

七、韓劇所呈現的內容部分反映出現實韓國面貌，部分有美化韓國的嫌疑。

韓劇男女主角總是穿著打扮入時的服裝，根據去過韓國當地旅遊的韓劇迷說法，現實中的韓國美妝及服飾選擇性多，與韓劇所呈現的狀況相符合。韓劇中也不乏出現美食的畫面，如泡菜、辣炒年糕、韓式炸雞等，而韓國當地也的確提供多種美食選擇。至於韓劇的唯美畫面，則有過度美化韓國的嫌疑，據韓劇迷描述，現實中韓國風景不如電視上的場景優美，可能與拍攝運鏡有關；另一方面，韓國一般民眾的長相與電視劇主角也不相符，現實中的韓國民眾多單眼皮、圓臉，與劇中俊男美女瓜子臉、雙眼皮及大眼形象有出入；再者，現實中的韓國人不如韓劇中有禮，例如：在路上碰撞到人也不會主動開口道歉，與韓劇中韓人重視禮節的形象大相逕庭。

八、一派韓劇迷認為觀看韓劇會提高其造訪韓國的意願，一派則認為韓劇不會刺激其前往韓國旅遊的意願。

一些受訪者指出因愛看韓劇而成為哈韓族，平日會關注韓國的相關消息，因此若有機會，會想親身體驗韓國的美食、文化，也想比較台灣與韓國的相異之處；另一派受訪者則提出擔心韓國資訊犯罪過於發達，影響其消費意願，再者，也對韓國現實場景的美麗程度抱持著懷疑的態度，因此觀看韓劇不會刺激其前往韓國旅遊或消費。

綜上所述，除了政治形象外，韓劇中所呈現的韓國經濟及社會形象皆正面評價大於負面評價，韓劇擅長蒐集吸引大眾目光的題材，並透過生活化的呈現方式，引發觀眾的共鳴；從表現手法來看，韓劇巧妙地將傳統東方儒家文化融入在劇情中，搭配時尚及流行元素，將韓國文化的底蘊，透過戲劇的包裝，廣而為人們所接受；從製作水平來看，韓劇如詩如畫般的唯美畫面，更可滿足觀

眾的感官需求。值得注意的是，韓國把該國的文化特點當作賣點，在電視劇中會將其對傳統文化的看法及習俗，包含韓國人的日常生活習慣和人際互動模式等，作為一種商業性考量融入於戲劇當中，激發觀眾的興致並從中瞭解韓國的社會文化。透過在台韓劇迷的訪談資料，觀賞韓劇者確實能從韓劇所呈現的內容，獲得對韓國的政治、經濟、社會方面的部分風貌，也對韓國的整體國家形象有了正反面的印象及評價。

第二節 研究建議

電視劇作為一文化媒介，其成功對外傳播不僅帶動整體文化產業的發展，更可潛移默化地影響受聽眾的精神滿足感、道德觀、生活方式、處事態度及各種理念價值，並由此提升該製播國在他國受眾心中的形象，在此方面，韓國有著非常成功的經驗。韓劇之所以能傳播各地、影響廣泛，並成功地在閱聽眾心中留下對韓國的國家印象，有多樣的原因。首先，韓劇題材豐富並因應時局變化作調整，其豐富性、與時俱進的特色使韓劇歷經這些年仍能歷久不衰，持續創造話題；此外，韓劇的文化包容性及普世價值觀也促成其能廣泛流通的原因；更重要的是，韓國政府體認到透過韓劇的傳播，可促進韓國在國際的能見度，對於傳播國家形象上起了巨大作用，因而大力在政策、資金上給予支持。

韓劇的出現，讓我們在日劇、美劇等劇種外，多了另一項收視選擇，也多了體驗及了解它國不同文化的機會，同時也促使台灣在無形的競爭壓力下，自省及提升自身該領域的競爭力。以目前國內的電視劇競爭市場來看，韓劇已成為本土偶像劇強烈競爭對手，其以製作嚴謹、精細著稱，相形之下，台灣偶像劇較粗糙、缺乏原創性，相形見绌。所謂他山之石，可以攻錯，台灣電視劇在面對韓劇的全面進攻下，該如何突破此困境，就有賴政府及電視劇製作方的配合及努力。

壹、對政府及電視劇製作團隊的建議

事實上，韓劇也不是一開始就廣受大眾喜愛，也是歷經多年的努力及精進才得以有今日亮眼的成績。現今的韓劇無論在企劃、選角、編劇、劇作方面都經過嚴謹的把關才得以把最佳效果呈現給大眾並造成普遍的流行，而促成此舉與韓國官方的政策推行、行銷策略與電視劇製作方的創新思維、製作嚴謹有密切相關。

反觀我國戲劇雖多產量，但仍缺乏原創精神，大多抄襲日、韓劇，走不出新意，顯然不利於未來的發展，因此，我國電視劇製作團隊應改善重質不重量的製作模式，才得以走出自己的路。在韓劇成功建構韓國國家形象的背後，我國也可透過提升本土的戲劇品質與競爭力，同時關注民生生活，提高閱聽眾的認同感與引發共鳴，並適時融入我國文化精隨，打造出富有台灣本土特色的優質電視劇提升觀眾的收視意願與認同本土文化；其次，由韓劇的成功經驗也可得知一國戲劇得以廣泛地流通，除了戲劇製作品質外，一國政府支援更是重要，政府須扮演領頭羊的角色，除了帶頭制定相關電視產業政策，更應設立相關部門打通多方的文化產業鏈，將經營觸角擴展至海外市場，為我國電視劇產業走出去創造良好的條件。綜上所述，若我國對於電視劇的製作能再有創意、嚴謹些，輔以官方的支援及民間的認可，仍大有可為。

貳、對未來研究的建議

依據研究發現，對於從戲劇看一國國家形象建立之未來研究，提供下列建議：

一、研究對象方面

本研究以六位訪談者之個案深度訪談為例，所獲得的研究目的僅限於此一研究對象的實施成效。此外，因受限於時間及其他因素，訪談者多為女性，較少男性韓劇迷的觀點，建議未來研究可將男女訪談者比例各半，提高研究的樣本完整性。

二、研究內容方面

本研究中，僅考慮韓國電視劇對在台觀眾對其國家整體印象的影響，建議後續研究者可將之前風行的日劇與韓劇做比較，探討同屬東北亞區，不同國家的戲劇對在台閱聽眾對其國家形象建立是否有何異同？再者，本研究僅廣泛討論韓劇的情節內容，並未細分電視劇類型，建議後續研究可將戲劇內容做不同類別的區分，以探討不同類型的戲劇對閱聽者對於該國國家形象的認知。

三、研究方法方面

本研究以質性研究的文獻探討、資料蒐集及深度訪談等方式進行，經分析研究結果及發現，建議後續研究可輔以量化研究的統計方式，蒐集廣泛性地韓劇迷在觀看韓劇後，對韓國此國的國家形象整體評價的數據資料，以建立一致的比較規準，豐富資料完整性。



參考文獻

一、中文書目：

- 1111 通訊社 (2011)。「哈韓？反韓？上班族反韓意識調查」，2011 年 11 月 30 日，職場調查。https://www.1111.com.tw/news/surveynews_con.asp?ano=53682
- 王蘇 (2008)。「1988 年漢城奧運-南韓現代化進程轉捩點」，2008 年 08 月 14 日，中國經濟網。http://big5.ce.cn/gate/big5/intl.ce.cn/specials/zxxx/200807/22/t20080722_16241464.shtml
- 王和 (2015)。「記者手記：韓國流行音樂與韓劇走紅的原因」，2015 年 4 月 8 日，阿波羅新聞網。<http://tw.aboluowang.com/2015/0408/539551.html>
- 王素平 (2010)。「淺析廉政文化的功能」。遼寧行政學院院報，9，135-136。
- 王雅慧 (2014)。「韓國發展文化產業軟實力之研究－以韓流現象為例」，南華大學國際暨大陸事務學系亞太研究所碩士論文。
- 王眾一、樸光海 (2007)。「日本韓國國家形象的塑造與形成」。北京：外文出版社。
- 王曉玲、董向榮 (2010)。「韓國國家形象的變遷及其啟示」。當代韓國，2，42-47。
- 中華民國交通部觀光局 (2016)。「近 6 年中華民國國民出國目的地人數統計」。<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134>
- 孔有美 (2006)。「韓流影響亞洲國家之分析－從訪韓觀光客之變化論述」，國立政治大學社會學研究所碩士論文。
- 白岩 (2010)。「國家品牌名牌化與國家形象」。經濟師，3，26-27。
- 田暉璋 (2017)。「韓劇為什麼紅？《鬼怪》船難鏡頭就花掉千萬製作費」，2017 年 2 月 5 日，東森 Etlife 生活雲。<http://life.ettoday.net/article/860825.htm>
- 江佳霖 (2007)。「閱聽人價值觀與收視韓劇的相關性研究」，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 江佩蓉 (2004)。「想像的文化圖景：韓流與哈韓族在台灣」，國立政治大學新聞研究所碩士論文。

- 朱立熙（1993）。**再見阿里郎—台·韓關係總清算**。台北：克林出版社。
- 朱立熙（2003）。**韓國史—悲劇的循環與宿命**。台北：三民。
- 朱玉君（2014）。〈由韓流看韓國如何打造文創產業及提升國家品牌形象〉，中國文化大學外語學院韓國語文學系碩士論文。
- 伍家旺、楊鴻瑋（2009）。「試析提高政府廉政建設成效的途徑」。湖北函授大學學報，22，45-46。
- 余紅、王琨（2014）。「國家形象概念辨析」。中洲學刊，1，167-172。
- 何則文（2015）。「討厭韓國並不會讓台灣更進步：從兄弟之邦到體育賽事爭高下，『台韓情節』是怎麼來的？」，2015年10月26日，關鍵評論網。
<https://www.thenewslens.com/article/26534>
- 李天鐸、何慧雯（2002）。「遙望東京彩虹橋—日本偶像劇在台灣的挪移想像」。媒介擬想，1，15-49。
- 李季紋（2015）。「婆媽三寶外的秘密武器-韓劇篇」。PAR 表演藝術雜誌，273，128-130。
- 李政賢譯，Catherine Marshall、Gretchen B. Rossman 著（2006）。**質性研究設計與計畫撰寫**。台北：五南出版社。
- 李懷亮（2006）。**國際文化貿易**。北京：高等教育出版社。
- 宋丁儀（2002）。〈消費社會的閱聽人：以霹靂布袋戲迷為例〉，國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 宋襄儀（2010）。「韓「商不道」告密自保 台廠遭罰 173 億」，2010年12月9日，TVBS 新聞。<http://news.tvbs.com.tw/politics/114763>
- 宋佳烜（2014）。「韓國施行《文化基本法》謀求“文化隆盛”」，2014年1月8日，深圳特區報。http://www.ce.cn/culture/gd/201401/08/t20140108_2076210.shtml
- 吳家恆、方祖芳譯，Joseph S.Nye 著（2006）。**柔性權力**。台北：遠流出版社。
- 吳家興（2005）。**韓國的經濟發展與政策**。台北：台灣商務。

- 吳密察 (2003)。「文化創意產業之規劃與推動」。研考雙月刊，27 (4)，59-65。
- 吳啟綜 (2005)。八大打造韓劇奇蹟。聯合報，C4 版。
- 吳金鍊、曾湘雲 (2002)。〈從韓劇的風行看台灣閱聽眾的文化認同—以新竹市為例〉。中華傳播學會 2002 年年會論文，台北：深坑。
- 吳琬瑜、黃亦筠 (2012)。「韓國 15 年甩開台灣」，2012 年 10 月 16 日，天下雜誌。<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5044131>
- 花建 (2003)。文化金礦：文化投資贏的策略。台北：帝國文化。
- 花建 (2005)。文化魔戒：文化競爭力的奧秘。台北：帝國文化。
- 明安香 (2007)。「關於國家形象傳播的思考」。對外大傳播，9，38-41。
- 易筱青 (2007)。「文化事是一種不可忽視的“軟實力”」。湖南人文科技學院學報，1，109-112。
- 季萌 (2012)。「韓國國家品牌委員會的啟示」。對外傳播，11，54-55。
- 季欣慈 (2005)。〈找尋台灣 [韓流] 的推手—韓國偶像劇的政經結構與文本特性〉，輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
- 林怡璇 (1998)。〈漫畫同人誌成員之特質、自我概念與行為研究〉，文化大學新聞研究所碩士論文。
- 林佳蓉 (2009)。〈品牌國家與公眾外交-以芬蘭與 Nokia 為例〉，國立政治大學外交研究所學位論文。
- 林宗偉 (2012)。〈被創制的仇恨-媒體運動報導中的反韓框架分析〉，國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 姜遠珍 (2016)。「韓流帶動出口 70 億美元 偶像經濟效益高」，2016 年 9 月 5 日，中央社。<https://tw.news.yahoo.com>
- 胡龍騰、黃瑋瑩、潘中道譯，Ranjit Kumar 著 (2000)。研究方法：步驟化學習指南。台北：學富文化。
- 范榮靖 (2009)。「國家治理，進入品牌時代」，2009 年 6 月，遠見雜誌，276 期。
https://www.gvm.com.tw/Boardcontent_15015_1.html

- 徐寶康 (2006)。「韓國：“文化立國”見成效 影視業衝出國門」，2006 年 05 月 15 日，人民日報。http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2006-05/15/content_4546342.htm
- 耿慧如 (2004)。「解讀的戶文地圖：台灣偶像劇之收視經驗探討」，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 孫有中 (2002)。「國家形象的內涵及其功能」。**國際論壇**，3，14-21。
- 孫珮瑜 (2004)。「韓國如何系統化留住國寶?」。**天下雜誌**，313，238-240。
- 孫雪岩 (2009)。「“韓流”探源—解讀韓國的融合文化」。**聊城大學學報**，1，78-81。
- 孫佳山 (2015)。「舉國造“韓流”啟示振興文化產業之道」。**黨政幹部參考**，10，25-26。
- 張維倫等譯，Throsby, D. 著 (2003)。**文化經濟學**。台北：典藏出版社。
- 張焱 (2013)。「韓國文化產業概念界定及歷史淵源」，2013 年 1 月 10 日，今傳媒。<http://media.people.com.cn/BIG5/n/2013/0110/c354159-20161138.html>
- 張秀蓉 (2015)。「韓國文化政策現況及文化交流策略」。第四屆西太平洋韓語教育與韓國學國際學術會議，275-292。
- 張峩寧 (2015)。「從『韓風吹起』看南韓文化外交軟實力」，2015 年 11 月 2 日，中時電子報。<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20151102003776-260408>
- 張哲維 (2017)。「言論自由？新聞自由？到底誰違法？」，2017 年 4 月 27 日，台灣法律網。<http://www.lawtw.com>
- 曹新卓 (2007)。「全球文化創意產業巡覽」。**世界文化**，5，33-34。
- 莽九晨 (2008)。「1988 奧運助韓國走向世界」，2008 年 7 月 9 日，人民網-《人民日報》。<http://2008.people.com.cn/BIG5/22192/126011/7486502.html>
- 崔末順 (2009)。「產業化與商品化：全球化下韓國的文化策略」。**台灣社會研究季刊**，73，189-210。
- 陶文昭 (2009)。「韓國的軟力量：從奧運會到聯合國秘書長」，2009 年 3 月 30

日，新華網。http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/theory/2009-03/30/content_11100810.htm

閔東艷（2009）。「韓劇跨國熱播現象分析」。山西大同大學學報，23(2)，58-61。

梁英（2008）。「全球大眾文化語境下的韓劇現象」。重慶郵電大學學報，20(3)，79-84。

許以頻（2014）。「《來自星星的你》兩岸爆紅之祕」，2014年2月18日，天下雜誌，541期。<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5056021>

許賜福（2010）。「我國廠商對於美國反托拉斯法應有的認識—以華映與奇美案為例」，2010年6月16日，經貿透視雙周刊，294期。

<http://www.trademag.org.tw/content02.asp?id=535708&type=29>

郭秋雯（2010）。「韓國邁向文化強國的過去、現在與未來」。朝鮮半島風雲一甲子：韓戰60年紀念學術研討會。（台北：政治大學國際事務學院韓國研究中心），142-164。

郭秋雯（2012）。韓國文化創意產業政策與動向。台北：遠流出版社。

郭家平（2007）。〈台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程〉，國立台灣交通大學傳播研究所碩士論文。

陳依秀（2003）。〈打造電視觀眾：台灣韓劇市場興起之歷程分析〉，淡江大學大眾傳播學系碩士論文。

陳昭義（2005）。「主要國家地區發展概況」。2004年台灣文化創意產業發展年報。（台北：經濟部工業局），12-14。

陳奇佳（2009）。「文化輸出和國家形象的塑造」。江蘇行政學院學報，44(2)，34-38。

陳凱恩（2011）。「無形資產與無價財富—淺論韓國的文化創意產業(上)」。藝術欣賞，7(6)，31-39。

陳瓊、樊楸榕（2008）。「用影視塑造良好的國家形象」。新聞愛好者，10B，76。

- 曾河山 (2007)。「從英法韓文化戰略看國家形象的塑造」。**對外大傳播**，2，52-55。
- 曾志成 (2016)。「日韓打品牌國家 訴求軟形象」，2016 年 12 月 6 日，**經濟日報**。<https://udn.com/news/story/7244/2150164>
- 程漢祥 (2013)。「來源國國家形象、品牌形象及民族中心主義對消費者購買意願之影響-以日本大金空調為例」，大同大學事業經營研究所碩士論文。
- 游振宗 (2014)。「國際社會中崛起的韓國」。**台灣化學科技產業協進會(TCIA)會刊**，27，29-46。
- 渡邊雅男 (2016)。「全球化的實質就是美帝國主義的霸權擴張」，2016 年 6 月 12 日，**壹讀**。<https://read01.com/726G0n.html>
- 彭漣漪 (2012)。「韓國 憑什麼贏」，2012 年 5 月號，**遠見雜誌**，311 期。
https://www.gvm.com.tw/Boardcontent_20009.html
- 彭漣漪 (2013)。「把全球當舞台，韓國要成『亞洲的聲音』」，2013 年 10 月 28 日，**遠見雜誌**，331 期。http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_20016.html
- 黃吉村、劉宗其 (2005)。「文化認同下異國形象廣告效果之探討—以哈日風潮為例」。**中山管理評論**，13(2)，417-449。
- 黃光玉 (2002)。「再探「主動閱聽人」之核心意涵：質化與量化的異同」。中華傳播學會 2002 年年會暨論文研討會論文。台北：深坑。
- 黃秋碧 (1998)。「漫畫閱讀之遊戲、快感經驗與社會實踐—以政大、世新大學生為例」，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 黃麗文 (2006)。「漫畫迷的休閒知覺自由之研究」，國立師範大學公民教育與活動領導學系碩士論文。
- 鄒筱涵、于卓民 (2007)。「國家形象衡量指標建立之研究」。**中華管理評論國際學報**，10(3)，2-8。
- 葉至誠 (2009)。**社會科學概論** (第二版)。台北：揚智文化。

- 詹小洪 (2006)。「〈大長今〉折射韓國文化戰略」, 2006 年 3 月 20 日, 人民網。
<http://culture.people.com.cn/BIG5/4217633.html>
- 經濟學人 (2014)。「南韓流行文化席捲全球的真相」, 2014 年 8 月 12 日, 天下雜誌。
<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5060371>
- 董思齊 (2013)。「知韓識韓不哈韓, 比較研究為台灣」, 2013 年 1 月 31 日。
<http://heisdsc.pixnet.net/blog/post/12844249>
- 董思齊 (2015)。「東北亞區域的國家想像與品牌打造: 自我再現與他者理解」。
文化研究雙月報, 148, 11-15。
- 楊芳枝 (2002)。「解讀韓劇裡的愛情公式」, 2002 年 8 月 10 日, 中國時報時論廣場 15 版。
- 楊瑪利 (2002)。「韓國反敗為勝的祕訣 俺也可以創流行」。天下雜誌, 256, 157-164。
- 楊維倫 (2003)。「情境脈絡與台灣日劇迷的收視經驗」, 世新大學傳播研究所碩士論文。
- 楊虔豪 (2013)。「弱智電視新聞渲染反韓情緒」, 2013 年, 4 月 12 日, 天下雜誌獨立評論@天下。
<http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/128/article/273>
- 廖炳惠 (2000)。「台灣流行文化批判」。當代, 149(1), 76-95。
- 趙榮、張宏莉 (2010)。「“民族性格”及其特點的辯證解析」。黑龍江民族叢刊, 2, 53-56。
- 潘德烈 (2009)。「從全球發展看台灣文創產業趨勢」, 2009 年 2 月 24 日, 大紀元。
<http://www.epochtimes.com/b5/9/2/24/n2441306.htm>
- 鄭少凡 (2011)。「台灣人為什麼討厭韓國?」, 2011 年 2 月 17 日, 看雜誌。
<http://www.watchinese.com/article/2011/2891>
- 鄭淑, 林彥譯 (2015)。韓國影視講義 (1): 戲劇——電視劇本創作&類型剖析。台北: 大家出版。

- 蔡琰 (1993)。「電視單元戲劇展現之社會」。《廣播與電視》，1(3)，41-63。
- 蔡琰 (1996)。《電視歷史劇類型價值系統與社會意識分析》。台北：電視文化研究委員會。
- 蔡琰 (1997)。「電視時裝劇類型與情節公式」。《傳播研究集刊》，1，1-54。
- 蔡琰 (1998)。「消音的傳奇 電視古裝劇價值認同的啟示」。《新聞學研究》，56，85-104。
- 蔡琰 (1999)。「大學生電視劇審美體驗試析」。《廣播與電視》，14，111-138。
- 蔡琰 (2000)。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。台北：三民。
- 蔡佳玲 (2007)。「韓劇風潮及韓劇文化價值觀之相關性研究：從文化接近性談起」，國立交通大學傳播所碩士論文。
- 蔡明達、盧懿岑 (2012)。「電視消費關聯性對於來源國印象與品牌態度影響之研究—以韓國電視劇集為例」。《行銷評論》，9(4)，417-441。
- 蔡宜蓓 (2015)。「從英美以及韓國文創產業來看，台灣還只是停留在『用文化做生意』？」，2015年6月29日，The News Lens。 <https://www.thenewslens.com>
- 蔡增家 (2016)。《上一堂最好玩的韓國學》。台北：先覺出版社。
- 劉伯姬 (2002)。「韓劇贏的 DNA：製作費一集 400 萬堆出冬季戀歌的浪漫」。《新新聞週報》，800，50-53。
- 劉小燕 (2002)。「關於傳媒塑造國家形象的思考」。《國際新聞界》，2，61-66。
- 劉依倩 (2004)。「韓劇閱聽人研究—以台北女性為例」，國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 劉煥彥、陳智偉 (2016)。「《太陽的後裔》瘋全球 商機飆 3 兆韓元」，2016年05月02日，蘋果日報。 <http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/finance/20160502/37192047/>
- 劉新圓 (2009)。「什麼是文化創意產業？」，2009年5月13日，財團法人國家政策研究會基金會國改研究報告。 <http://www.npf.org.tw/2/5867>

- 劉德昌 (2011)。「仇恨韓國人成為韓國人」。共誌，1，6-9。
- 劉淑棻 (2000)。好戲價到 韓劇篇 韓劇流侵 搶搶滾。民生報，CS3 版。
- 操慧、劉亞峰 (2004)。「韓劇啟示錄—兼論對國產現實電視劇走向世界的借鑒意義」。中國電視，204，78-80。
- 韓揚 (2009)。「帶領韓國克服金融危機成金大中最大政績」，2009 年 8 月 19 日，廣州日報。<http://news.qq.com/a/20090819/000590.htm>
- 韓乾 (2012)。研究方法原理 (第二版)。台北：五南出版社。
- 鍾樂偉 (2013)。「台灣反韓的前因後果」，2013 年 3 月 19 日，主場新聞。
<http://club.kdnet.net/dispbbs.asp?boardid=1&id=9065225>
- 謝沅珊 (2009)。「曾漢壽行銷台灣 塑造國家品牌」，2009 年 1 月 5 日，聯合報。
<http://edn.udn.com/article/view.jsp?aid=74729&cid=16#>
- 謝明穎 (2012)。〈漫畫迷對漫畫改編偶像劇的區辨與認同歷程〉，南華大學傳播所碩士論文。
- 謝佳凌 (2001)。〈電視劇迷在虛擬社群中的交談意義〉，國立政治大學傳播所碩士論文。
- 簡妙如 (1996)。〈過度的閱聽人：「迷」之初探〉，中正大學電訊傳播所碩士論文。
- 簡江作 (1998)。韓國歷史。台北：五南出版社。
- 蘇宇鈴 (1999)。〈政經脈絡下韓劇發展軌跡及其對本土閱聽眾及傳播產業造成之影響〉。交通大學文化研究學生研討會。新竹市：國立交通大學。
- Michelle Lee (2016)。「韓流席捲全球電視節目出口再創佳績」，2016 年 5 月 11 日，經貿研究。<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article>

二、英文書目：

- Anholt, S., & Hildreth, J.(2004). *Brand America: The mother of all brands*. Cyan Communications.

- Baym, N. K.(2000). *Tune in, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. California: Sage.
- Bielby, K. D. & Harrington, C. L. & Bielby, W. T.(1999). Whose stories are they? Fans' engagement with soap opera narratives in three sites of fan activity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 35-51.
- Bielby, D. & Harrington, L. (2005). Flow, Home, & Media Pleasures. *The Journal of Popular Culture*, 38(5), 834-854.
- Cantor, M. G., & Pingree, S. (1983). Fan's engagement with soap opera narratives in three sites of fan activity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 35-52.
- Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London: Routledge.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. *The adoring audience: Fan culture and popular media*, 30-49.
- Firat, A. F. (1995). Consumer culture or culture consumed. *Marketing in a multicultural world*, 105-125.
- Grossberg, L. (1992). *Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom (Vol. 59)*. London: Routledge.
- Han, Min C. (1990). Test the role of Country Image in Consumer Choice Behavior. *European Journal of Marketing*, 24(6), 24-40.
- Havens, T. (2002). It's Still a White World Out There: The Interplay of Culture and Economics in International Television Trade. *Critical Studies in Media Communication*, 19(4), 377-390.
- Hudson, S.,& Ritchie, J. B.(2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of travel research*, 44(4), 387-396.
- Jenkins, H. (1988). Star Trek Retrn, Reread, RewrittenL Fan Writing as Textual

- Poaching. *Critical in Mass Communication*, 5(2), 85-105.
- Jenkins, R. (1992). *Textual poachers/television fans & participatory culture*. New York: Routledge.
- K. E. Boulding. (1959). National Images and International Systems, *The Journal of Conflict Resolution*, 3, 121.
- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Culture Studies, Identity, and Politics between the Modern and the Postmodern*. London & New York: Portledge.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as Brand, Products, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 249-261.
- Levy, S. (1959). Symbols for sale. *Harvard Business Review*, 37, 117-124.
- Livingstone, S. M. (1989). Interpretative viewers and structured programs. *Communication Research*, 16(1), 25-27.
- Mander, J. (1978). *Four arguments for the elimination of television*. New York: Quill.
- Martin, I. M., & Eroglu, S. (1993). Measuring a multi-dimensional construct: country image. *Journal of business research*, 28(3), 191-210.
- Mayer, V. (2003). Living Telenovelas/Telenovelizing Life: Mexican American Girls' Identities and Transnational Telenovelas. *Journal of Communication*, 53(3), 479-486.
- McQuail, D. (1997). *Audiences Analysis: An Introduction*. London: Sage.
- Morley, D. (1992). *Television Audiences, and Culturies Studies*. NY & London: Routledge.
- Nagashima, A. A. (1970). Comparison of Japanese and US attitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, 34, 68-69.
- Nelson, R. (1992). Recent writings on competitiveness: Boxing the compass. *California Management Review*, 25, 127-137.

- Nigel, M., & Annette, P. (2000). *Advertising in Tourism and Leisure*. Oxford Boston: Butter worth/Heinemann.
- Norimitsu Onishi.(2004). *What's Korean for 'Real Man?' Ask a Japanese Woman*.
http://www.nytimes.com/2004/12/23/world/asia/whats-korean-for-real-man-ask-a-japanese-woman.html?_r=0 (Dec 23, 2004)
- Philip Kotler (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. NJ: Prentice-Hall International.
- Shim. D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 40-44.
- Stebbins, R. A.(1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. Canada: McGraw-Queen's University Press.
- Stone, S.R. (1994). *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Strelitz, L. N. (2002). Media Consumption and Identity Formation: The Case of The "Homeland" Viewers. *Media, Cultural & Society*, 24(4), 459-480.
- Van Ham, P. (2001). The rise of the brand state: The postmodern politics of image and reputation. *Foreign affairs*, 2-6.
- Zukin, S. and Maguire, J.S. (2004). Consumers and Consumption. *Annual Review of sociology*, 30, 173-180.

附錄

訪談紀錄

訪談對象：A1 (2017/04/08)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：《The K2》主要是有關韓國總統候選人的選舉鬥爭以及韓國財閥，就是大企業與政府、警界的官商勾結現象。宋允兒扮演的總統候選人夫人，為了把老公推上總統寶座，不惜出賣愛、自己的婚姻，更不顧法律動員所有人力企圖殺掉看到老公外遇一幕的 K2，只為了保障老公的總統之路走的順遂並滿足自己的權力慾望，讓我不禁想，是否韓國的政治人物，會為了求得寶座而不惜一切代價？雖然知道有些情節是為了讓劇情有張力而故意設計，但為了掩蓋事實，財閥會賄賂警界高層甚至檢察官，《The K2》裡面甚至連檢察總長都可以被賄賂！這些狀況在韓劇中屢見不鮮，在韓國好像有錢就可以控制一切，尤其是財閥與政界的牽連很深，只要有錢就可以收買高階官員。《Assembly》則是一個電鍍工出身的政治素人，被推上當國會議員的歷程。戲劇裡有出現賄賂、政治清算、同黨不同派別鬥爭的情節，而且韓國總統似乎對執政黨有很強的控制力，黨秘書長也要在不同派別內『喬』事情，做利益分配的工作。比較早之前看的《城市獵人》也有演出檢察官及國會議員接收賄賂的情況；之前《Signal》裡也有演某一個性侵案件的加害人，因叔叔是國會議員而施壓警方辦案，最後男主角的哥哥就被陷害成為代罪羔羊，有冤無法申的情形下只好自殺。

Q 1-2：你覺得韓劇是否有呈現政治人物清廉、充滿熱血正義的一面？能否例舉說明？政治鬥爭與政治清廉哪種劇情較常出現？

A：有阿，在《Assembly》裡的男主角出身社會底層(電鍍工)，在成為政治素人後，也沒有被官場文化給影響，肩負著他好友的遺願，努力想著要怎麼為國民服務及爭取利益，學習成為一個政治家而不是政客，是一個具有草根性、非常熱血的政治人物。還有一部《重擊》的男主角是一名檢察官，因為得到腦瘤生命只剩三個月，加上自己的老婆受到司法迫害，所以他努力克服身體不適並揭開司法界醜陋的一面，試圖拉檢察總長還有法務部長下台，也是屬於比較正向的例子。雖然韓劇也不是全部呈現韓國政治黑暗面，有好的例子但是並不多，大部分還是常看到政治人物收賄的例子，而且比比皆是。

Q 1-3：並就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

A：韓國總統府青瓦台、國會、檢察廳、警局。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：記得看《市政廳》的時候，候選人發表政見就是站上一個路邊的檯子，然後很激動的發表自己的政見，之後就會有支持者上台獻花圈並在台下大聲歡呼，之後支持者還會在台下跳舞炒熱氣氛，感覺地方性的選舉方式跟台灣不太一樣；還

有看《Assembly》的時候發現韓國國會議員為了阻擾議案通過，可以無限制一直在國會演講，阻擾議會的進行，這點還蠻特別的。至於《The K2》裡的總統候選人就是要爭取大量在媒體曝光的機會並營造在人民心目中的好印象，這點就跟台灣蠻相近的。至於官場風氣，就我所看的韓劇，我覺得官商勾結現象很嚴重，政治圈跟大財閥的關係很緊密，如果想當政界的一股清流，勢必會經過很多考驗，就像小蝦米對抗大鯨魚般不容易。多少會影響我會韓國政治或法治人員的觀感，總感覺他們很容易被被錢收買，不是很清廉，而且在韓國好像有錢就沒關係，沒錢就有關係，覺得韓國的政治鬥爭跟官商勾結現象整體來說比台灣嚴重許多。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：多多少少有關注吧！像我最近在追的《大力女子都奉順》因為社區的治安亮起紅燈，於是社區的婆婆媽媽們就自發性地成立巡守隊，保護夜歸單身女子的安全，這算是對公眾事務的關心吧！還有之前看到韓劇中也有出現居民舉牌示威，抗議財團開發土地的事件。其實韓劇的編劇應該就是想要透過戲劇來喚起觀眾對某些社會議題的關注吧，譬如我之前很迷《Signal》，據說就是編劇將韓國歷年來未破案的重大案件，全部都是真實事件，巧妙地透過劇情發展加以結合，目的就是要讓民眾重新關注這些議題。應該會有人看完《Signal》後查詢相關新聞事件，自然就會提高對社會議題的關注度。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：我覺得韓國媒體應該跟台灣媒體差不多，會為了收視率考量而選擇播出的內容。目前看過跟韓國新聞媒體最相關的韓劇大概就《皮諾丘》，印象最深的一幕應該是男女主角的高中好友——一名刑警，只是在化學工廠爆炸前到附近巡邏被監視器錄到，加上電視台高層被化學廠的金主施壓，便依著監視器畫面編造可能是巡警的疏失而造成爆炸的事件，造成巡警及其家人的傷害，這種輿論殺人的現象，也可能發生在我們現實生活中。就《皮諾丘》這部劇而言，男女主角代表著正義的一方，對於新聞的真實性當然是努力去追尋；至於電視台高層或韓劇常出現的財閥，表現出的則是有影響輿論新聞真相的能力。

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：應該是負面居多，大概是韓劇的編劇希望透過戲劇來諷刺財團與政府勾結操控政權，甚至影響媒體輿論來喚起民眾對公眾事務注意，從韓劇呈現的韓國政治面幾乎都是較黑暗的一面，當然不可否認也有正面的，譬如《市政廳》裡的女主角是抱著為仁州市民服務的心而努力當上市長；《Assembly》的男主角不同流合汙，堅持自己的政治理念，做一個為國民服務的公僕。但比例上來說還是有關韓國政治的黑暗面比較常見。

經濟：

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場

景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：我覺得韓國城鄉差距也蠻大的，城市的醫療水準高，醫院的設備感覺很新穎，而且很多大型教學醫院，在看《Doctors》時，醫院樓上還有可以停直升機的地方，就覺得很進步；還有《龍八夷》的女主角是財團千金，住的病房非常高科技，有整面液晶螢幕可以監控病人的生命跡象，醫療人員進入也要用指紋感應，就覺得首爾的醫療水準應該頗高。至於鄉村的醫療印象中就不太發達，《Doctors》的醫生我記得他是騎腳踏車去幫女主角的奶奶看病，就算是醫療院所也感覺沒有像都市那麼先進或發達。交通便捷度也是城市比鄉村方便，看韓劇覺得它們的路還蠻大條的，而且路上車很多，有時會塞車，也常看到韓國民眾搭公車的劇情，鄉下就覺得交通沒那麼便利，大部分好像都是騎腳踏車或走路，路上也比較空曠，沒什麼車子。看韓劇時有覺得他們住的大樓很高科技，都不用鑰匙，只要按密碼就可以進入，有錢人的家裡總是裝潢得很華麗而且我發現韓國很愛用壁紙裝飾家裡，用了不同色調的壁紙感覺房子整體也高級了起來。除了大樓外還有一種屋塔房，就是樓頂上有一個陽台的開放空間，韓國人會拿來種花或曬衣服，感覺也是很不錯的居住環境；鄉下就房子比較簡陋，沒有什麼設計感，也不會貼花俏的壁紙，居住空間好像都用薄門板隔開，較沒有個人隱私。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：早期似乎是男富女窮，一個上流社會、浪漫多金的富家公子與出身貧寒、身家可憐的柔弱女子不期而遇，創造出浪漫愛情故事，例如《浪漫滿屋》、《宮野蠻王妃》；但現代韓劇似乎女性的地位比較有提升，像《沒關係，是愛情阿》的女主角是一個有能力的精神科醫生，《太陽的後裔》女主角也是能獨當一面、前往戰地的外科醫生，《托行李箱的女人》講述的是一個失婚的律師事務所事務長，歷經婚姻的失敗後，反而在職場上發光發熱的女性角色設定，《Good Wife》也是。感覺近幾年的韓劇女主角比較跳脫之前的貧苦、楚楚可憐模式，反映現代女性也能獨當一面的能力（訪談者宜臻）。；相較於女性角色地位的提升，韓劇對男性的角色設定似乎較僵化，大部分還是多金富二代，就算家裡社經條件沒那麼好，也都能在事業上有一番不錯成績，例如《龍八夷》、《看見味道的少女》。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓／平房等）為何？

A：大部分以小家庭為主，例如《記憶》或《托行李箱的女人》，主角就是跟自己的另一半與小孩同住，很單純的小家庭模式。有些則是住單身公寓，比較接近套房的模式，就是小小間，可能只有一個房間，一廚房一衛浴之類，比如《Dear my friends》裡女主角住的地方，還有《Signal》有一個殺人犯住的地方就是標準的單身套房；大家庭的話，我有看過住透天厝的，比如《爸爸我來服侍您》的第二男主角一家子，全部住在一間透天厝，也有看過住在傳統韓屋，《家門的榮光》女主一家就住韓屋，吃飯是用一個人一張小桌子的那種。居住的型態則有現代化且具有設計感的大樓、大路邊沿著坡度而建的平房，還有一種考試院，就是經濟

環境不佳的時候不得已的住家選擇。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？

A：絕對是地鐵跟公車，還有計程車也蠻常出現在主角聚餐後返家的場景，另外代駕服務也蠻常見的，《大力女子都奉順》的劇情就有演到。交通狀況感覺還不錯，路看起來挺順的，當然偶爾會塞車，我想這個跟臺灣的狀況差不多。地鐵我覺得也挺方便，刷了卡進站等一下就有車，公車也是感覺很快就來了。有一部劇特別提到塞車，是《製作人》，因為他們在KBS上班，KBS本部在汝矣島，要經過某個大橋，那個大橋就跟台北的自強隧道一樣上班時間必塞，所以劇中人物只要遲到都會說：「我在某某橋上。」

Q10：韓劇中顯示的貧富差距大嗎？何以見得？

A：我覺得算大，因為有錢人都開名車、穿華服、出入高級酒店、家裡金碧輝煌，在《隧道》、《Voice》、《The K2》都有出現大富人家家裡設置保全系統，還有庭園造景的現象，而且有錢人甚至還可以干預司法的進行，在韓劇中蠻常見到「金錢萬能」的現象。至於一般民眾就生活比較樸實，開一般的汽車，甚至以公車代步，吃一般的平民小吃，像辣炒年糕、路邊攤等，家裡的裝潢比較簡單，有些經濟狀況比較不好的甚至住家環境有些髒亂，《Voice》裡其中一個角色設定就是撿破爛維生，家裡環境就非常髒亂。但我覺得有些韓劇會企圖要表現「我們有貧富差距沒錯，但是窮人可以翻身唷」的這個概念，譬如我之前看過一部時代劇《老大》，女主一開始窮到快被鬼抓走，底下又有一大堆兄弟姊妹，最後憑藉自己努力，賺錢發跡開公司；或者是《請回答1988》女主家一開始也經濟狀況不好，常跟鄰居借錢，但女主的姊姊考上律師後，家裡經濟就慢慢地就變好了，同一部劇裡也有另一個家庭，也是因為兒子考上醫學院就改善環境，所以我覺得韓劇雖然有表現出很多貧富差距的部分，但有些韓劇也會試圖表達窮人可以靠後天努力改善窮困命運、人定勝天的正向人生態度。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持其在國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：看韓劇時很常出現 Samsung、LG 的手機及現代汽車等韓國本地產業贊助商，在看戲劇的同時無疑也對產品做了最好的置入性行銷，刺激消費者去了解韓劇男女主角所使用的最新科技，不僅提高產品的能見度，還會刺激觀眾消費，透過戲劇的不斷播出，也會提升我對韓國整體經濟高度發展的印象。有一點比較特別的是之前播出的《太陽的後裔》出現和平救護團隊醫生的角色設定，是由大集團的醫院派自家醫生到戰地進行後線資源

社會：

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：不管從韓劇或是平常所接受的資訊，我覺得韓國人很以自己國家為傲、很有愛國心，譬如之前看《請回答1988》，其場景設定為韓國舉辦奧運的那一年，會看到劇中人物全家聚集在一起看韓國選手出賽的畫面，還有常在韓劇中看到韓國

國旗的身影，像《大力女子都奉順》中，女主角的爸爸離家出走流浪時還不忘穿上前面寫著 KOREA、後面有著韓國國旗的外套，不知道編劇這樣安排是不是要顯示韓國人連離家都不忘自己國家？《金科長》有一幕很多人在健身房踩飛輪的畫面，教室前方就掛著一個韓國國旗，除此之外，我也覺得韓劇很常出現的台詞就是「我們大韓民國…」，感覺一般對話當中就會提到自己的國家，所以我會覺得他們很愛國。還有韓國人似乎很喜歡熱鬧，下班後常常聚餐並在餐館大聲喧嘩，幾乎沒有在韓劇中看到個人在外單獨用餐的畫面，似乎暗示著韓國人不甘寂寞的民族性。還有韓國人也很敢於表達自己的情緒，不知道是因為韓語發音的問題還是為了配合劇情設定，韓國人說話都很像在吵架，不太會隱藏自己的情緒，跟日劇裡情感表現含蓄的日本人很不一樣。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特色？

A：有阿。我覺得韓劇中還蠻常出現漢字的，有一些比較高層公務員的辦公室牆上掛的匾額嗎？忘記那叫什麼了…反正就是透明錶框的東西，上面寫的內容通常都四個字，像「正大光明」啦，警察局這種場景也會出現（有漢字的透明錶框），我記得韓劇中蠻常出現辭職信的信封外面寫漢字的耶。這就讓我想到遠古時代播的《順風婦產科》裡的美月（劇中角色，大約國小一、二年級小女孩）好像有在學漢字；還有看韓劇發現他們墓碑上也會刻著漢字，結婚證書上好像也會註明漢字，看到的時候會覺得蠻奇妙的，但畢竟韓國跟中國文化的牽連很深，聽說廢掉漢字也好像是六、七零年代的事，所以在韓劇中看到漢字也沒什麼好奇怪的。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：我認為韓國的宗教是多元而且包容的。因為對韓劇有興趣阿，所以就上網查了男女主角的基本資料，發現怎麼他們信仰的宗教都是基督教？後來覺得好奇就上網查了一下資料，才發現原來是受到二戰時美軍的影響，所以現在在韓國信仰基督教及天主教的人口超過總人口一半以上。韓劇中經常會出現教堂情節，譬如說婚禮會在教堂舉行，或者劇中的人物遇到困難的時候也會到教堂尋求心理的慰藉等等。之前在看《龍八夷》的時候，女主角落難時就是神父及修女給予協助；然後最近超紅的韓劇《鬼怪》裡面設定的一個人物叫山神奶奶的，好像是一種薩滿信仰，還有地獄使者阿，感覺跟台灣的民間信仰有點像；還有《大力女子都奉順》中女主角媽媽為了祈求女主角跟男主角交往，還特地去給法師作法，超好笑的…還說要去寺廟百日祈禱，最扯的是黑道大哥白卓還去信仰印度教，一直說什麼 Namaste，所以我覺得韓國的宗教蠻多元的、具有包容力。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：看《未生》時，發現韓國上班族很注重資歷，譬如劇中的吳科長會罵他的下屬，但在常務理事面前只有乖乖聽訓的分，非常重視上對下的絕對權力；還有公司不同組別的競爭也很激烈，在《未生》裡，同屬營業部的第二組與第三組為了

爭取計畫書被錄用，第二組的高科長還動用人事關係威脅部長改選他們；另外，女性在職場也飽受歧視，記得劇中有一位女社員工作能力明明比另一名男性職員強，但升官卻總是沒她的份，還常被上司罵，甚至還被上司以文件拋臉，我覺得還蠻侮辱人的。還有最近看的《Voice》、《隧道》，因為是講辦案的劇情，所以較常出現警察的工作型態，覺得韓國警察也很辛苦，好像為了辦案都沒辦法回家，睡眠也不夠，常常要熬夜加班或跟監犯人，警局的長官也常常罵下屬，質疑他們的辦案能力，動不動就拿文件打下屬的頭或踢他們的腳，感覺在韓國當基層員工很沒有尊嚴。在看《金科長》時也發現韓國企業很重視職員的學經歷，沒有良好的學歷是很難進入大企業工作，就算進去了，也會被同事瞧不起、在背後說話，甚至是被排擠、不給好臉色看，男主角金科長一開始就是被同組的同事排擠，明明說好了要參加他的入公司慶祝晚餐，卻故意串通好放他鴿子，就是要給他一個下馬威；還有女主角當實習生也是被使喚做很多事情，一下拿咖啡、一下送文件、一下複印資料等等，感覺在韓國的公司上班尤其是新人，也很辛苦。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：絕對是。看韓劇時發現一個很特別的現象，就是韓國人會在初次見面時問對方的年紀，對於年紀比自己大的人一定要使用敬語，否則會惹對方生氣，好幾次都看到劇中人物為了對方沒有使用敬語而質問對方或吵架，《金科長》、《大力女子都奉順》、《隧道》都有這樣的劇情出現。還有韓劇中也蠻多聚餐的畫面，當他們喝酒的時候，彼此就算是同事，只要對方是長輩或年紀比主角大，主角就要撇過頭喝酒，不能直視對方喝酒。還有政府高官也都對財團或有錢有勢的人畢恭畢敬，見面必鞠躬而且表情很嚴肅、態度超級恭敬，所以我覺得韓國是個重視身分還有社會階級的社會。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

A：我覺得早期的韓劇女性角色普遍柔弱、出身不好，需要受到男主角保護，古裝劇這種現象更明顯，譬如《黃真伊》雖然父親是貴族，但因其母為妓女，所以最後她也只能成為一個名妓，因為李氏王朝有嚴格的階級劃分，而且「從母法」，所以只要母親出身微寒，女兒永無翻身之日，如果要打入上層社會，只能靠當妓生，學習讀書識字及各種儀態、禮儀，可是身分基本上還是低賤，可見古代的韓國女子的地位是低微的。最近看的韓劇就覺得女生地位為有些反轉，例如《拖著行李箱的女人》，女主角靠著自身努力，成為獨當一面的律師事務所事務長，最後還考取律師，《大力女都奉順》女主角擁有神力，可輕鬆打敗流氓或混混；《再一次 20 歲》女主角也是遭受離婚打擊後，為了找回自己逝去的青春，而重返大學當大學生。雖然近期的韓劇女主角設定為可靠自己的努力而在社會上有一定地位，但別忘了很多時候她們還是要靠男主角的協助才可以發展得更順利，所以我覺得就韓劇而言，女性還是附屬於男性角色之下，雖然相較於早期或古裝有所提升，但就兩性地位來說，女性還是低於男性。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。

A：有喔，我去過首爾兩次。我覺得韓劇多多少少還是有美化韓國啦，畢竟韓劇在各國大賣，等於是宣傳國家的一個機會，所以不太可能呈現韓國完整的真實樣貌，譬如說我去韓國前原本很期待它們的街景，畢竟韓劇的場景都拍的超級浪漫、超級美的，所以我就幻想去那邊拍照一定很美，結果發現並沒有…還記得我還特地排一個景點叫新沙洞的地方，因為之前看旅遊書有介紹「沒關係是愛情阿」在那邊的咖啡店拍攝，覺得是很時尚的地方，結果到了現場才發現也很普通，畫面根本沒有很唯美，大概是因為我們是冬天去的，總覺得(場景)就是霧霧的感覺，沒什麼特別的，有點失望。還有看韓劇時，以為韓國人都很重視長優尊卑，應該是很有禮貌的民族，沒想到他們撞到人都不 say sorry 的，尤其在地鐵站人很多，常常會被撞到，幾乎沒有人會主動說對不起，讓我蠻吃驚的，因為在台灣大家都會說阿，所以對於這點我覺得韓國人蠻沒禮貌的。還有看韓劇時很羨慕女主角的衣服樣式都很有設計感，去了韓國發現衣服的選擇真的很多，尤其是去一個好像是藝術村的地方，那邊的衣服真的很美，很有韓劇的 fu，但價錢也就不漂亮，所以我也沒什麼買…至於韓國男生真的普遍高瘦，但沒有像韓劇的歐爸那麼帥啦，哈哈…女生就真的滿街空氣瀏海跟紅唇，而且感覺很多鼻子有動過，應該蠻多人有整形的…我覺得首爾人還蠻注重外表的。還有依我兩次去首爾的經驗，因為間隔四年，所以我覺得韓國真的在進步，建築設計很現代化，經濟發展感覺比台灣好。還有街道真的就像韓劇演的都沒有很大，有坡度。至於政治方面畢竟我只是去短暫旅遊，無法得知。

訪談對象：B1 (2017/04/09)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：《總理與我》，就是韓國總理與身為國會議員的妹夫，彼此有鬥爭的戲劇，妹夫一心想贏過總理，所以到處結黨，想找總理麻煩，把他拉下台。《Signal》裡的終極大 BOSS 是孫賢周飾演的國會議員，根據劇情，孫賢周捲入大盜案件，最後才稍微現身。因為他是國會議員，整個警察系統幾乎被他癱瘓，現代裡職位最高的那個警察廳搜查局長，就是他的走狗，雖然戲裡局長被正法，但以現實來說，若是警察體系都被癱瘓，那有什麼冤屈，其實也無法伸張。《傲慢與偏見》講的是檢察官們的故事，照理說檢察官應該公正不阿，但裡面也有檢察官遊走在正邪之間的劇情。

Q1-2：你覺得韓劇是否有呈現政治人物清廉、充滿熱血正義的一面？能否舉例說明？政治鬥爭與政治清廉哪種劇情較常出現？

A：《總理與我》裡，李凡秀演的總理形象就非常好，公、私德都是，在外是親民的總理，在家裡也是努力在繁忙工作中撥出時間陪伴孩子，無奈還是碰到身為國會議員的妹夫鬥爭；《市政廳》裡，金宣兒從底層公務員，一路不斷鬧出笑話，

但卻成為仁州市市長的故事，雖然戲裡以金宣兒和車勝元的愛情戲居多，但也可以了解韓國的政治體制。我覺得我看的韓劇中，較常出現政治鬥爭的劇情，或是有許多彰顯政治「權謀」本質的劇情，例如《太陽的後裔》，政治人物會把國家利益把在普世價值前面，主張不要救阿拉伯的重要人物。另外，我知道《Iris 特務情人》系列韓劇也是描述青瓦台的戲劇，可惜我還沒時間看。

Q1-3：就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

A：青瓦臺、檢察廳、檢察官、警察局、刑警、律師。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：《浪漫醫生金師傅》裡的柳演錫，原本在巨大醫院擔任醫師，因為VIP病人國會議員的手術失敗，被調去偏遠的石潭醫院服務，之後因為他優先處理VIP病人，導致原本排定的手術病人，最後可能也是拖延，不幸過世，顯示韓國的確有「有關係沒關係，沒關係有關係」的文化。另外，第13集則影射韓國政府對抗Mers不力，金師傅打電話給公家單位要求做Mers的應變處置時，公務員囂張、推卸的態度，讓人氣得牙癢癢，的確會影響我對韓國政府、公務人員的觀感。但我並不認為這現象是韓國特有，台灣也差不多。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：算高，但這樣的評論還要搭配韓國的時事，例如近日南韓倒朴瑾惠成功，甚至可能讓韓國人民提名諾貝爾和平獎。我看過的劇，若表現出韓國民眾對公眾議題有激烈情緒的表現，都是為了劇情需要，或是已知的歷史事件，例如《請回答1988》裡，成寶拉參與的社會運動；《皮諾丘》裡，社會大眾只看消防隊員殉職的結果，而對消防隊長的兒子、小男主角丟雞蛋，攻訐他們一家人，這也算是對社會議題的關注，但太狗血了。如果是為了劇情需要，而讓韓國人民表現出對公眾事務／社會議題的高關注度，我覺得這部分呈現的都很粗糙、不寫實。但從收視率、共鳴度來看，或許是觀察韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度的一項指標，例如《未生》，講述韓國合約工現象、年輕人在職場上的競爭激烈，獲得高收視率，某種程度代表韓國人對此現象心有戚戚焉。或是《浪漫醫生金師傅》用Mers，諷刺韓國政府，這部戲在台灣表現討論度還好，但在韓國引起相當大的迴響。去年《請回答1988》的熱播，也是出於對現代社會的不滿，緬懷過去美好時代的一種映照。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：我認為韓國媒體能不受外力影響，客觀公正報導事實，但此觀點與觀看韓劇無關，韓劇不會影響我對韓國媒體的看法。若要說有探究媒體議題的韓劇，最知名的就是《皮諾丘》，但劇中對新聞真實、倫理道德的追求，是放諸所有民主國家皆準的，以劇情來說，並不是太出色的媒體劇。我會認為韓國媒體有其水準，主要出自於他們在處理幾件大事件的表現，去年製播出火熱韓劇《青春時代》的

JTBC，就是率先完整報導世越號、崔順實案件的大功臣；在近日的倒朴案中，大部分媒體的報導呈現都相當用心。

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：若以韓劇提及政府多為腐敗的劇情，再加上近來的世越號、崔順實案件，應該是負面評價居多，但我覺得韓國、台灣、日本、中國大概差不多都是一樣糟糕，政府機關裡，難免藏汙納垢。若以政治經濟不分家的角度來說，韓國政府拚經濟向來不遺餘力（或許也可以說不擇手段），而且相當有辦法，傳言在韓國，不是企業要聽政府的話，而是政府聽三星、樂天等集團的話。實際推到某些韓劇劇情裡，例如醫院高層，會和政府人員有密切往來，顯示政府其實全力在扶持企業，只是手段是否正確，以及要細分的是錢都被誰賺走、一般勞工能否分到等問題。我覺得，韓國政府真的很用心扶植影視產業，已經有很完整的產業鏈，甚至還可以輸出，例如和中國合作（雖然最近中國有禁韓令）。近一年來，韓國國運真的不太好，政治不穩定、貿易表現不佳，國家最大的企業三星 Note7 爆炸、少主李在鎔捲入朴瑾惠貪污案，遭到收押，市值大幅縮水，但以影視產業來說，韓國各大電視台還能穩定產出許多好戲，讓「韓流」在各國屹立不搖，這部分我給予正面評價。

經濟：

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：戲劇場景是在城市、鄉村，戲中呈現的場景非常明顯，若是在首爾，會有許多高樓大廈，鄉下則以平房居多，見不太到高樓大廈，首爾以外的地方，道路都沒那麼大條，我想說，《原來是美男》裡，女主角要回家鄉掃墓，經紀人還要特地幫忙準備換洗衣物，讓她和男主角開車回鄉下。回家鄉後，男主角跑去草叢中聽音樂，當地人就告訴女主角說男主角去的草叢裡有豬。記得我當時看戲時，都忍不住想，去掃墓的地方到底有多鄉下，畢竟這樣的情節在場景擺在首爾的韓劇絕對不會看到。生活水平有個很有意思的点，《請回答 1994》、《請回答 1997》都有拿口音開玩笑，就算我不會說韓文，看戲看久了，也聽得出他們在口音上，刻意為了表現出首爾和其他地方的差異。《請回答 1997》裡，成詩媛講的是釜山腔；《請回答 1994》裡，三千浦、海太、成娜靜為了自己家鄉的各種生活特色，還和從小在首爾長大的同學吵架，來自首爾以外的學生，都會對來自首爾外的同學，有不正確且刻板的想像。另外，三千浦、海太在家鄉都是有錢人，家裡有船、有巴士，但兩人到了首爾，卻還是非常俗氣，被首爾同學取笑。《浪漫醫生金師傅》裡，石潭醫院位於偏鄉，周邊有五條高速公路、賭場，所以每天多多少少都要處理交通事故的急診。而每次為了彰顯金師傅醫術高超，連不是他專科的病人都能處理時，都會有類似這樣的爭執：「送到最近的醫院也要一個半小時，現在不動手術，病人絕對撐不到那時候！」代表地點有多偏僻。同時，柳演錫剛到石潭醫院時，使用超音波儀器時，還要拍動螢幕才能看清楚畫面，而金師傅答應幫會長

動手術的要求，就是進了一大堆先進的醫療儀器，這些是原本石潭醫院沒有的。由此可見，偏鄉地區的醫療水準遠遠落後都市裡的大醫院。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：過去韓劇男女主角的社經背景比較單一，大多是有錢男主角和沒錢女主角的結合，近幾年韓劇經歷谷底，再度翻紅，其中一個原因我覺得是戲劇類型愈來愈多元，即使男主角是有錢人，但職業相對多元，像《又，吳海英》，男主角就是電影音效師，這在台劇從沒看過，也讓觀眾在看戲的過程中，理解這份工作內容。

《秘密花園》女主角也是動作替身演員。另外，以《未生》為例，男主角張克萊原本不斷以打工為生，機緣巧合下，成為大企業的合約工，但也只是合約而非正式員工；張白棋、安英怡則是名校畢業，不只英文說得好，甚至還會俄文，他們和張克萊之間，就有很明顯家庭背景差異，家庭背景導致彼此在起跑點上的不同（但後面結果當然戲劇就是戲劇，張克萊是主角，總是會有些反轉）。從《未生》這部戲，韓國的三拋、五拋、七拋世代，輪廓更為明顯，韓國年輕人大學還沒畢業，就必須汲汲營營面對激烈競爭，為進入大企業做準備，也大致知道台灣、日本、韓國的年輕人其實面對類似困境。若說清新喜劇，《第二次二十歲》、《舉重妖精金福珠》，主角群為學生，劇中也描繪出韓國學生的樣貌。以目前韓劇類型來看，上班族、學生等劇情都有，職業很多元。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓／平房等）為何？

A：這要從劇種來看，若是長壽劇，家庭型態多為大家庭，短劇就是小家庭為主。長劇例如《鵲橋兄弟們》，居住的房子便類似傳統韓屋，家中長輩都會希望一家人住在一起，一定要等全家到齊才能用餐；《家人之間》雖然是住現代式房屋，但也是大家庭全家人住在一起，女主角金賢珠的姑姑、爸爸、小弟，通通住在一起，後來大弟、弟媳也因為爸爸生病的關係，又搬進來一起住。短劇就以居住在公寓的小家庭為主，《皮諾丘》一家四口發生慘劇前，都是幸福的小家庭，媽媽早上準備豐盛的早餐，送丈夫、小孩出門，晚上回家，一家又有熱騰騰的飯菜可吃。

居住型態部分，也是看劇中主角設定，《來自星星的你》全秀賢和全智賢因為是有錢的明星和外星人，就住非常好的公寓大廈，另外也有些有錢主角，會設定住在半山坡上的獨棟（或好幾間獨棟）別墅，像是《繼承者們》李敏鎬的家，就住在半山腰。若是主角是一般小家庭的故事，大多就住在普通公寓。許多韓劇的窮人主角則會住在頂樓加蓋的屋塔房裡，《秘密花園》河智苑就和劉仁娜一起住在頂樓，《金科長》裡，南宮珉搬到首爾後住的房子，不僅租金昂貴，有一集裡住到一半，甚至天花板塌了下來。韓國還有一種特別的住房「考試院」，一開始看到這個翻譯，我還覺得很奇怪，後來去查資料發現，原來是專門給準備國家考試的人租賃用，考試院通常環境小，幾乎沒有居住品質可言，在《我的鬼神大人》中，朴寶英在搬去餐廳住前，就是住在考試院裡。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況

／品質如何？

A：我在韓劇裡最常見到的交通工具是汽車，再來是公車，機車也有，但地鐵、腳踏車比較少，韓劇裡太多男女主角在車上講話的情節了，《結婚契約》最後一集結尾前，男女主角和女主角女兒開著車，幸福的要去遊樂園玩的畫面，我印象蠻深刻的。青春喜劇則較常見到搭公車的情節，但以學生居多，例如請回答系列，三部都在公車上有重要情節，《請回答 1988》正煥為德善擋下公車的作用力。韓劇主角騎機車的不多，但他們外送服務很興盛，倒是常常看到騎車機車送餐的情節，《舉重妖精金福珠》女主角家裡經營炸雞店，常常就看女主角、爸爸、叔叔騎著機車送炸雞。有點意外的是，韓劇裡不太有發生在地鐵上的劇情，頂多是抓一個角色從地鐵站走出來的場景，印象比較深刻的地鐵情節是《請回答 1988》裡，三千浦從鄉下到首爾念書時，搭了一整天地鐵都搞不定的畫面。另外，我發現韓劇裡有騎腳踏車的情節，多是男女主角約會時的活動，而非作為通勤工具使用，例如《屋塔房王世子》、《戒指女王》。至於交通品質，我覺得跟台北大概差不多，上下班尖峰時段就是塞車，大眾運輸工具在這時段肯定也是人滿為患，但韓劇通常不會演出這些。另外，我也觀察到，首爾有許多寬闊的道路，多達六線道之類的，這在台北並不是那麼常見。BTW，作為休閒使用的腳踏車，也有規畫車道，例如讓男女主角去漢江邊騎腳踏車。

Q10：韓劇中顯示的貧富差距大嗎？何以見得？

A：近幾年，全球陷入貧富差距愈來愈大的情形，韓國也不例外。以韓劇來說，最經典表現貧富差距的作品，就是《繼承者們》，男主角是大財團的小兒子，女主角媽媽不僅是聾啞人士，還在男主角家幫傭，但這齣戲的狀態有點極端。我覺得可以從描述過去韓國的《請回答》系列作品，和現今的《未生》做比較。《請回答》系列，三個年代的成家，成爸都是有穩定工作的中產階級，1997、1994 都是棒球隊教練，1988 則是銀行行員，這顯示了在韓國經濟起飛的年代，只要努力工作，就可以讓一家溫飽，《請回答 1988》裡，雖然德善家住半地下室，但成爸還有閒錢一天到晚幫助別人；《請回答 1994》裡，成爸有錢能投資、炒股，也常常帶家裡去吃好的，這是當時韓國中產階級生活的方式。但到了現代的《未生》，即使在大商社工作的職員，有工時長如吳科長，有合約工如張克萊，代表在商社工作，已不像過去般容易、好賺，這情形顯示中產階級生活得愈來愈辛苦，中產階級正逐漸往貧窮階級靠攏，中產階級將愈來愈少，貧富差距便會擴大。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：韓劇是最好行銷韓國的手法，韓國是傾全國之力在支持影視產業，也有很縝密的政策，最明顯的就是韓劇裡無處不見的置入性行銷。我記得我看完《屋塔房王世子》後，由於女主角用的是粉色 Samsung Note2，我看完也立刻被燒到去買了一支。但我看的某些韓劇，會把手機、汽車品牌標誌遮起來，不太清楚是什麼原因，沒有付錢（？）。

音樂、汽車、食物、服裝各個韓製的東西，不斷出現在韓劇裡，而且都跟著世界

發展趨勢在走，《大力女子都奉順》男女主角已經在戲裡玩起虛擬實境 VR，讓我嚇了一跳，這是蠻新的科技發展，台灣雖然有 HTC VIVE 走在 VR 的前端，但我還看不見把這樣的趨勢融入台劇裡的情節。韓劇這樣的安排，其實得利的不只影視產業，而是整個國家。例如韓國遊戲產業很強，《大力女子都奉順》《好運羅曼史》男主角都是遊戲公司社長；韓劇也有《製作人》《他們生活的世界》《真愛 on air》等敘述韓國演藝圈的故事，一方面滿足大家看戲心理，另一方面也是在告訴觀眾、全世界，這是韓國發展得很好的產業。世界認識韓國的產業後，後續帶動的投資、發展，其實可以預期。

社會：

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：許多資料顯示，韓國民族性很強悍，會給自己許多壓力，所以自殺率高居世界第一，我目前看到的韓劇，並沒有給我太多這種感覺。但我覺得，韓國人重視倫理到我無法理解的地步，首先是敬語的使用，對於同事之間，或是碰到的陌生人，韓劇裡只要沒有使用敬語，會特別花時間演出來，例如《金科長》男女主角一開始互看不順眼，不用敬語時，就有彼此質疑怎能不用敬語；同時，應酬時，一定要幫長輩斟酒。另外一個我費解的點是，《請回答 1988》德善的姊姊寶拉和善宇結婚，善宇因為和崔澤是繼兄弟的關係，所以德善、崔澤最後選擇先不公開兩人的關係；《鵲橋兄弟們》中，鵲橋兄弟家的小弟和二嫂的阿姨談戀愛，在兩家間引起軒然大波，戲劇最後默默帶過，沒有交代兩人的結果。我一開始不懂這是為什麼，後來上網查資料，才知道韓國人真的會在意這種糾結的關係，但對台灣來說，我覺得這其實沒什麼。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特色？

A：古裝韓劇裡，有許多漢字，許多都能看懂，即使韓國後來有了自己的文字，在街上，多少還是能看到漢字招牌，不算少見。儒家文化強調「君君臣臣父父子子」，君君臣臣在《未生》《金科長》裡都演了很多，後輩對前輩都畢恭畢敬，一定用敬語。這裡特別想講一下父父子子、家庭關係層面。韓劇裡，長壽劇都是家庭劇，家庭關係很重要，長壽劇的情節，大部分都希望孩子和父母同住，一整個大家族都要住在一起，《拜託媽媽》裡，大兒子心向太太，結婚後和太太、岳母住在一起，媽媽心裡就不太舒服，太太也為了讓媽媽開心，結束在先生律師事務所的工作，到婆婆家的醬菜店幫忙，由此可見，韓國的家庭、妯娌關係相對錯綜複雜。《鵲橋兄弟們》裡，大兒子一直住在家裡，也找不到比較好的工作，身為長子，他的壓力相當大。以西方文化來說，不會發生這種事。美國人小孩一成年，就必須出門獨立養自己，根本不會出現和家人一起住的案例，有這種案例也會被當作特例（特例到拍了《賴家王老五》這樣的電影）。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：我覺得韓國的宗教是多元且包容的，有傳統宗教，也有外來宗教。韓國的傳統宗教是薩滿教，韓劇裡有許多去找巫師算命的情節，看起來他們也是蠻迷信的，例如《大力女子都奉順》、《好運羅曼史》、《我的鬼神大人》都有找巫師算命、求神問卜的情節。但是韓國也有很多基督教徒，《龍八夷》男女主角逃難還躲到教會裡，《藍色海洋的傳說》男女主角在國外時，也是到充滿韓國人的教會投宿。韓國的妖怪故事也很發達，就像日本、台灣有自己的神怪故事一樣，《鬼怪》就是出自於韓國流傳的故事。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：壓力很大，《未生》裡，組與組間的競爭非常激烈，角色也常常在加班。而且加班後照理說應該趕快回家休息，但很多韓劇卻會有「努力完後要犒賞自己」的情節，就會呼朋引伴一起去應酬、吃飯，例如《金科長》也有這樣的情節，《又，吳海英》更是一天到晚應酬。應酬就算了，韓國人還很愛續攤，我印象很深刻，《未生》裡，吳科長應酬結束，出來在路上喝到吐的樣子，另外，也因為韓國人很愛應酬，他們的代駕行業很普遍。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：非常重視身分與社會階級，近來，韓國「地獄朝鮮」的稱號很出名，許多人過得愈來愈不好，為了避免落入這種困境，因此韓國人從小開始，就競爭相當激烈，為了進入S.K.Y等名校汲汲營營，努力念書，也因此韓國補習班林立。反映在韓劇裡，《第二次二十歲》女主角河露拉的兒子，爸爸是教授，對他的學業非常要求，大一進去，就必須參加讀書會、準備多益考試，為了擁有美好的未來而努力；而河露拉的女同學，必須不斷打工，維持生活所需。女同學和兒子在家庭背景的差異，就可能導致他們在就業時的差距，未來。《藍色海洋的傳說》裡，女二姊姊過的生活很舒服，每天八卦就好，女兒也念好的學校，女二姊姊能就女兒的學習，和老師有完整的討論，全智賢的朋友小女孩，卻因為媽媽努力賺錢，而且是單親家庭，被同學取笑，全智賢後來去幫她出氣；全智賢的乞丐朋友，教她去有錢人的社區撿衣服，雖然用搞笑方式呈現，卻頗有「朱門酒肉臭，路有凍死骨」的感覺。韓劇裡，無處不階級。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

A：從韓劇裡看到的女性地位肯定比男性低，真實世界應該也是如此，即使韓國選出了女性總統朴瑾惠，現在又彈劾成功，都不是因為她是「女性」，朴瑾惠當初當選代表，較多的原因是出於他的家庭背景和新國家黨的勢力。以戲劇來說，去年橫掃各大獎的《Signal》，請來趙震雄、金惠秀兩個厲害的演員，雖然金惠秀是影后，但我覺得全劇幾乎都是趙震雄和李帝勳發揮的機會，金惠秀飾演的女刑警，在裡面給我的印象就是一直愛著趙震雄，在專業上其實沒什麼發揮的機會，甚至差點被炸死，有點流於花瓶了。情形更嚴重的是《未生》，安英怡因為女性

的身分，在職場上一開始備受輕視，她的代理第一天上班就說不習慣和女員工共事，之後甚至對她破口大罵，丟出去的紙還把她的臉頰劃傷。這部分可能為了戲劇張力，可能誇張了點。但我發現，韓劇裡，除了女主角之外的角色，女性形象頗為單一且刻板，雖然吳科長工作辛苦，或是許多韓劇，女性永遠是在家帶小孩、煮醒酒湯的那位，就算是有錢財閥的另一半，例如《藍色大海的傳說》裡的壞心媽媽、女二姊姊，平常都在家插花、帶狗美容、談論八卦，形象單一、負面，沒有自己的事業。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。

A：我只有2014年到首爾過境一晚，那晚搭巴士去了東大門，通宵在首爾玩了一晚，所以看到的東西不太多，但出現在韓劇的食物吃了不少。觀察走在首爾路上的女生，打扮入時，不少有整型的痕跡，皮膚看起來普遍也都很好，但不確定是因為裸妝的效果，還是是真的皮膚好。男性都很高大，打扮也很有水準。東大門的衣服很多，美妝美保店也很多，半夜都有很多人去批貨，顯示韓國的確為時尚大國。每次看韓劇時，劇中人物吃的東西看起來都超級好吃，燒肉、炸雞、路邊攤販、炒碼麵等。我去首爾之後，吃了李敏鎬代言的炸雞、路邊的攤車，喝了香蕉牛奶，我發現韓國的食物份量都很大，一個人真的吃不完，不管是炸雞、攤車的食物，一開始吃都非常好吃，但吃到後來因為口味很重，所以會變得很膩，也吃不太下，但這也可能是個人口味問題啦。值得一提的是，從仁川機場搭巴士到首爾後，要再搭計程車去東大門，當時已是半夜一點左右，我與朋友和一對要去批貨的情侶share計程車。上計程車後，司機看來是60歲左右的大叔，那麼晚了還在開車，無法回家休息。後來開到一半，司機居然在轉彎的時候開到安全島上，這對開車經驗豐富的司機來說，幾乎是不可能發生的事情，除非他是疲勞駕駛，我們也沒聞到他酒駕。當時我就覺得，許多韓國人應該生活得很辛苦。光鮮亮麗的韓劇下，其實許多人生活非常辛苦，美化的成分很多，但近來也愈來愈多寫實的韓劇，這是好事。最後，我會因為看了韓劇想去韓國，之後也一定會去好好玩玩。

訪談對象：C2 (2017/04/21)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：有，其實還蠻多韓劇都有這個題材的，像是《Three days》、《K2》、還有《Healer》等。《Three days》說的是韓國總統失蹤後三天的故事，韓國總統在度假的時候離奇失蹤，然後男主角是他的保鑣，在尋找總統的時候，發現背後有更大陰謀的故事。《K2》也同樣圍繞著總統，是兩個政黨的總統候選人爭奪總統之位的故事，背後也牽涉了許多利益。而《Healer》是在說主角之一是名記者，在查證過去的真相時發現了現在許多不堪的內幕，也是有關於政治鬥爭，從最上位者一直到市長，檢察官，警察等人都涉嫌在內，背後組織控制政治的故事。

Q1-2：你覺得韓劇否有呈現政治人物清廉、充滿熱血正義的一面？能否舉例說明？政治鬥爭與政治清廉哪種劇情較常出現？

A：我所看的韓劇當中政治人物清廉的真的太少了，有印象的只有一部《太陽的後裔》，裡面有一小個片段是尹明珠的爸爸在面對南北韓的政治角力時，還堅守自己的立場，保護他的隊員的這一部份而已。其他大多都是政治鬥爭、利益交換。或是要經過好幾集（通常都是倒數第二集或最後一集）才會悔改認錯。熱血正義的角色在警察劇當中比較常看見，通常是刑警熱血追案，不怕上面的打壓，堅持要挖掘真相。還有一部是《38師機動隊》，這部不是政治人物，但是也是熱血正義，裡面的白科長，像是義賊一般，為了替老百姓收那些不繳稅的高官和財閥，利用詐術將錢都收回來，不知道這算不算。但大多清廉的官都是地位比較基層的，在韓劇中很少是高官卻又保持清廉的。

Q1-3：就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

通常政治層面的敘事背景，最頻繁出現的應該就是青瓦臺了吧，還有各個高官的辦公室，包括檢察官、警察、電視台局長等。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：我認為的韓國政治風氣其實和台灣差不多，都有黨派的鬥爭，都會有為了奪取權位而做出不正當的手段，抹黑對方，或是利用話術欺騙觀眾等行為。像我印象很深刻的是《K2》當中有一幕是總統候選人之一（女主角的爸爸）在演講，突然有暴民衝進來抗議之類，然後他風度翩翩的回應了他們，獲得了滿堂彩，但這一切其實都是他設計的橋段。為了讓他的民眾更相信他是個好人選，這讓我對政治有很大的衝擊耶，雖然有些有刻意誇大啦，但是讓我不禁覺得政治人士的確檯面上都很會說話呀，也很會操弄人民的情緒，但是私底下在盤算著什麼利益，一般大眾根本不會知道。對公務人員的觀感，最近看了一部《38師機動隊》。裡面就還蠻多在說公務人員的事，像他們要查人民的稅，但是真正有錢的大戶，卻根本沒有繳稅，總是想盡辦法逃漏稅，於是他們要去查這些人的稅，但其實這難度非常的高，因為越上層的人，牽扯的利益越大，總是官官相護。像是這些有錢的財團想要獲取更大的利益，就會去買通公務人員，而公務人員想要獲得更高的位子，必須靠財團的支持，就會答應財團的要求，於是這樣就形成了惡性循環。讓我對他們的印象都是越高官越有可能貪汙、收賄等等情事，然後下面基層的公務人員不是也被同化然後升官，就是維持清流被逼走之類。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：我覺得我沒有在韓劇當中對這個問題有太明顯的感受耶，我比較有印象就是如果路上的電視牆上有出現重大新聞等等，在過馬路的民眾會抬頭看然後互相討論等等。但是韓劇中如果有殺人兇手被通緝，他們會提醒自己的小孩不要亂出門。最近有一部《大力女子都奉順》，裡面也有一個連續殺人犯，專門殺弱小的女子，再犯人犯案的社區當中就有一個巡邏隊，保護夜歸的女子。但通常這樣做，犯人

還是會成功犯案啦。我覺得他們對娛樂方面的新聞關注還比較高，有時候藝人發生什麼事了，民眾總是很快就知道，而且造成軒然大波等(雖然應該是劇情設計)。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：我覺得不太能耶，像是在韓劇《皮諾丘》當中，記者們常常因為上層的施壓，會把新聞選擇性的報導。像是主角的爸爸就是因為當時有政治性的醜聞需要掩蓋，因此主角爸爸的縱火事件被當成箭靶，經由媒體大肆渲染，讓人們群情激憤地將焦點轉移到這件事情上，而造成遺憾的事情發生。還有後來他們也因為上層有事情東窗事發，所以用了藝人的花邊新聞來炒作。還有一點是，他們很容易讓消息封鎖的感覺，常常會有有錢勢的人用一通電話就叫記者不要報導，或是讓他們的下屬去封鎖消息等等。所以感覺韓國檯面上的新聞資訊也有一定的誤差吧

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：應該是負面居多。因為總是在韓劇當中看見財團對政治人士的施壓，或是為了奪取權位而不擇手段，很少有清流，是完全公正廉明的。但我也認為這同樣是劇情的設計，畢竟這樣的情節編劇起來會比較有可看性，比較刺激緊湊，大家也會想知道後面如何解決這些事情。但我覺得或許這些編劇也想要針砭時事吧，讓大家看看這樣的現況，喚起大眾的感知度，讓大家更能思考一些事情。所以主要來說，對韓國整體政局是偏向負面的，畢竟每個環境都有手段不乾淨的人，只是在政治體現上這些人總是佔大多數。

經濟

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：最近看一部劇是《浪漫醫生金師傅》，主角因為惹到院長所以被派到一個偏遠的醫院，那裡算是鄉村地區吧，總之不是都市的地方，劇中就會突顯出偏鄉的資源非常缺乏，器材也很老舊，醫生也不夠。還有一些是競爭力方面的差異，像是奶酪陷阱裡面的一個很煩的學長，就是因為是地區的第一名進到厲害的大學，卻發現比他厲害，更有背景，資源更多的人比比皆是。還有《獨酒男女》的女主角也是因為讀的是地方性的大學，出社會工作後就非常吃虧。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：雖然不是全部，但我覺得韓劇中的男主角通常的是具有相當程度的經濟能力，社會地位也比較高。幾乎都是富二代或是公司總裁，而且都沒在工作。例如《繼承者們》當中的男主角金嘆，對比女主角只是幫傭的女兒，甚至連校服也付不起，有相當程度的落差。還有《主君的太陽》裡面蘇志燮演的也是百貨公司的總裁，而女主角因太恭實因為被鬼所困，所以沒有一份所謂社會上認定的像樣的工作。而最近的《大力女子都奉順》也是有一樣的設定，男主角是總裁，而女主角在遇到男主角之前只是個無所事事的大力女子。還有在學生時代下，通常男主角也是扮演功課頂尖萬人迷的角色，而女主角則是功課普通或是低下的狀況，像是《請

回答 1997.1994.1988》三部都有這樣的狀況。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓／平房等）為何？

A：通常韓劇當中看起來都是小家庭居多，家庭劇，就是那種日日劇，會有與公婆同住的狀況，三代同堂的機率蠻多。但是一般的韓劇大多都是和爸媽同住，或是在外面自己租房子。居住型態其實蠻多樣的，不過他們的有錢人都會住誇張大的房子，有樓中樓然後房間很多那種，例如來自星星的你。一般人會住在有密碼鎖的公寓裡，大概兩三層的公寓，例如《打架吧鬼神》的男主角奉八，或是《信號》裡的女主角家。而更窮困的人會住在屋塔房，感覺很像是山坡地上的頂樓加蓋，例如《秘密花園》的吉羅琳，還有《屋塔房王世子》女主角的家，通常這種房子可以更顯得主角的窮困。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？

A：韓劇中最常使用的交通方式是公車和地下鐵，這兩種在韓劇中幾乎都會出現，公車感覺跟台灣很像，就是可以刷卡或是投零錢，而地下鐵也跟台灣的捷運差不多，但有時候可以感覺到尖峰時段會非常的擠。而交通狀況的話，在韓劇當中，機車是非常少見的，只有外賣車會使用機車，一般人的話不是搭交通運輸工具，就是開車，如果是機車，也是重型機車，而不是一般的機車。感覺他們開車的比率遠遠大過騎機車的。

Q10：你認為韓劇中顯示的南韓社會貧富差距大嗎？何以見得？

A：我覺得南韓社會的貧富差距相當大，我覺得他們的社會可以分成三種人，一種是平凡的上班族，每個月領固定薪水的員工，通常是小康家庭。而另一種是生活困難的人，因為家境不好，所以沒有辦法提供很好的教育資源，因此沒辦法上很好的學校，也因此得不到很好的工作，例如《獨酒男女》的女主角，就是因為地區性的大學，又是文科，因此沒辦法找到好的工作，甚至在鷺梁津這個補習班充斥的地方也無法得到很好的工作待遇。而相對來說，有錢的人就十分的有錢，與過正常生活的人的環境是大相逕庭的，吃的豪華，住的高級。我認為我所看的韓劇，貧窮的人固然有，但是比起窮人，是有錢的太有錢了，才會造成如此大的貧富差距。男女主角也常常因為貧富差距太大而被多方阻撓，例如《上流社會》的四個男女主角。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持其在國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：在韓劇當中最經典的職場劇《未生》當中，可以看出大型企業對韓國社會上的定位，是在最頂尖的學校裡的頂尖學生爭相想進入的職場。在《奶酪陷阱》當中也可以看到，因為韓國的企業大多是大型且數量不多，所以競爭非常激烈，是學生在實習或是未來面試中，最想要得到的工作。而大型企業也跟政治有一定的關係，通常可以互相影響，互相牽制。在《未生》中，也可以看到，外語的重要性，劇當中與外國廠商接觸的十分頻繁，接觸的業務十分廣泛，不單單只是單純

的單一產業，而是包含許多產品的集團。

社會

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：我覺得韓國人的輩分制度很嚴重。像是韓劇當中有許多喝酒聚會的場景，敬酒時他們的規矩相當多。還有他們會有平語跟敬語的差別，只有同年紀的朋友可以說平語，一般時候對長輩都是要用敬語的。像最近看的《大力女子都奉順》，裡面就有一個橋段是用敬語平語來做笑點。還有我覺得他們很熱衷於國家的活動，像是《請回答 1997 和 1988》當中，他們都會守在電視機前面收看足球賽和奧運會，對自己國家對外的活動相當重視的感覺。還有我覺得他們很喜歡團體行動，像是他們的餐廳很少是單獨一個人吃飯的座位，除非是便利商店，不然都是一大群一大群的感覺，尤其他們很愛喝酒，所以常常聚會。為了表示獨處的美好，甚至還有一部韓劇是《獨酒男女》，就是在說一個人喝酒也別有一番滋味。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特色？

A：有，像是很多的古裝劇都可以感受到這種感覺，畢竟韓國的古代就是用漢字書寫的，所以像是他們的考試制度，讀物，也都是和中國一樣是科舉和讀孔孟。他們也會有一些諺語是直接從中國文化的成語或典故翻譯過去的。另外，他們的身分證上除了韓文的名字外，也會有漢字的寫法。在現代，雖然比較少，不過有些招牌還是會使用漢字。通常這樣子表現都是有點凸顯古老，傳統的氣息。像是《鬼怪》當中，就出現的許多的漢字，代表著他們的時代性。而有些正式的場合，比如說辭職書，或是門牌，也會使用漢字。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：韓劇中也時常出現一些宗教，比較有印象的是關於鬼的韓劇，像是《打架吧鬼神》、《我的鬼神君》、《主君的太陽》等，都會有類似法師或是道士的角色出現，宗教和我們很類似，會有廟宇可以拜拜，也會有一些符咒等等。但是他們也有一些是西方的宗教，像是《K2》、《原來是美男》等也都有教堂，修女這種場景出現。所以我覺得應該算是蠻多元的吧，沒有特別是什麼樣的宗教，也算是包容。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：我覺得一定超大的，像是《未生》當中就很明顯的感受到，雖然已經是面試者當中的佼佼者了，但一進去公司裡面當實習生，立刻就有許多的壓力，還有人際關係需要顧及。還有，他們很多聚餐，像是《又是吳海英》，還有許多警察劇，辦完案後都會到燒烤店聚會，通常如果主管邀請，都不能拒絕。而他們的規定又很繁複，吃完飯還有續攤，覺得很像整天都在工作的感覺，就算是下了班也沒有自己的時間，還要跟同事主管們一起吃飯，而當中可能為了顧及主管的面子或是隨時注意自己有沒有失態，整頓飯下來看起來一點也不輕鬆。像是《未生》當中的吳科長，有一幕就是他為了要得到一個案子而跟上級吃飯，陪了一整個晚上的

笑，最後醉醺醺地回家，讓我覺得他們的壓力實在是太大了。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：是的，像之前提到的答案，因為有平語敬語之分，所以在輩分的稱呼上是十分嚴謹的。韓劇中常常會有那種因為沒有講敬語，就被對方指責的清況，像是會說：你的話有點短喔！（因為敬語的語尾比較長）但韓國也同時是個很重視階級身分的國家，像是就算是年紀較長，但是如果職位或是身分比較高，還是可以說平語，像是《藍色海洋的傳說》中，喜歡許俊宰的那位小姑就常常對家裡的阿糾嬾講平語，但其實論年紀應該是阿糾嬾的年紀比較大。而還有《大力女子都奉順》，朴炯植演的是年輕的代表，而秘書年紀雖然較大，但對職稱比較大的代表，還是說敬語。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

A：我覺得韓國女性的普遍形象和地位是比男性還要低的。像是韓劇《未生》當中，安英怡是一個相當有能力的實習生，但是卻是因為是女生，所以常常被酸言酸語，而當中的一個女主管也說，不知道為什麼女生如果要爬到這麼高的位子，要被迫放棄這麼多事情。工作已經很累了，回家卻還要擔任家務的工作。因此有很多女強人，雖然工作能力佳，職位也高，但卻常常單身。反觀男性並不需要放棄家庭。而還有在繼承家業上，男性也比女性更理所當然的繼承。在很多關於財團家中的韓劇當中，兒子是一定可以繼承家產的，而女兒是嫁給別人的。還有在韓劇裡，我覺得我會感受到如果說一個男性是靠女性所強大的話，會受到許多歧視，像是《上流社會》中成駿的角色，他是個平凡人家的兒子，而女主角是千金大小姐，這當中有很多的流言蜚語，好像代表著靠著女性是個不光彩的事。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。若無，請問觀看韓劇是否會影響你至韓國旅遊的意願（譬如去韓劇拍攝的景點或品嚐美食等）？為什麼？

A：會耶，會想看看現實中的韓國到底是怎樣？也會想品嚐它們的美食、買化妝品跟衣服，也會想去拍攝的景點走走，看看現實是不是也這麼浪漫唯美？還有想去汗蒸幕看看，聽說很有趣，我想在裡面用韓劇中常出現的綿羊頭、躺在裡面休息，還有也想看看韓國是不是比台灣進步？有些去過的朋友說跟台北感覺很像…而且我是為愛看韓劇而研究韓國的相關文化，也對韓國很有興趣，因此如果有機會的話，我會想去韓國旅遊看看。

訪談對象：D1 (2017/04/23)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：「政治鬥爭」部分的描述如：韓劇《步步驚心 麗》劇中，描述高麗太祖王建所生的王子們對皇位爭奪所發生的鬥爭故事，劇情中皇子們為了奪取皇位，不惜

陷害手足，甚至殺害手足，以謀取皇位而發生種種政治鬥爭事件。另外，現代劇中，也有政治鬥爭的劇情，如：韓劇《The K2》中的國會議員夫人，為了讓國會議員的先生順利選上下一任總統，用盡心機耍手段，將蒐集到威脅現任總理的資料交給總理的幕僚，藉此利益威脅總理及其幕僚協助她順利將他的國會議員先生退上下任總統的地位。「政治黑暗」部分的敘述如：韓劇《傲骨賢妻》中女主角金慧慶的丈夫李泰俊，乃身為首爾地方檢察官，為了鞏固自身的地位，表面上是正義的代表，背後卻是掌握政商界相關人士各種醜聞、秘密帳戶及貪汙違法證據，在政治競選換位關鍵時刻，常以此威脅相關政商，以達到政治上權與利的目的或鬥垮敵對者。

Q 1-2：並就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

A：爭權、賄賂、性醜聞、謀殺、復仇、陷害、為公平正義而奮戰…等場景。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：韓國政治特色充滿官商勾結、爭權奪利、秘密帳簿、情色賄賂、政治聯姻…等政治特色。

會影響我對韓國政府或公務人員的觀感，尤其是對韓國檢察官的清廉有所質疑，如韓劇《重擊》講述韓國最高檢察院反腐搜查指揮科長朴政煥，原本也是如其他檢察官濫用職權獲得名與利的成功，正當能夠呼風喚雨，因權與利摧毀別的人生，得意時刻時，卻檢查出罹患腦腫瘤，只剩六個月生命，為了給自己人生畫上圓滿的句號，開始向韓國菁英階層的法界人士反擊，積極揭發司法界的種種腐敗與不堪的真面目。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：從觀賞的韓劇劇情，我認為韓國人民對公眾事務或社會議題的關注度不高，較為冷漠。因為劇情中，常出現主角為了法律判決不公或遭受財閥或公司陷害，導致家破人亡而身掛抗議紙板在議會或是財團大樓前靜坐抗議的淒慘畫面。攘往熙來的人們多投以冷漠、忽視的眼神表情。例如：韓劇《我有愛人了》劇情中經常出現上述所說一人靜坐抗議的畫面，經過的路人無人理會。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：就我觀賞的韓劇觀察，有秉持公正立場報導的韓媒，例如：韓劇《忌妒的化身》劇中的男主角李華信，身為資深記者，因秉持媒體報導公正立場，親自報導揭發自己親哥哥所從事的違法事業，導致他的大哥事業失敗、家庭破碎。反之，也有韓媒淪為政要、財團為達爭權或圖利目的的劊子手，例如：韓劇《華麗的誘惑》，劇中太平洋日報的老闆權秀明，運用身為媒體老闆的權力與資源，在政商界遊走，以媒體強大的輿論力量，操弄政界與商界，以達私利，甚至被稱為「晚上的總統」。

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：綜合以上，我對韓國整體政局的印象偏負面。因為所看過的韓劇所描述的政局多為爭權奪利，不折手段，不惜殺人、以金錢或性招待等賄絡，亦或是陷害裁贓他人，使其成為達成自己爭權奪利的工具。例如：韓劇《華麗的誘惑》劇中的江錫賢，在成為總理前和後，擁有不可告人的秘密資金鉅款，來買通達成他在政治上所有目的的相關人士，其他的韓劇，甚至是代表國家司法最高的檢察總長，也買通或是威脅，從所看到的韓劇，讓我覺得韓國政治上有許多披著羊皮的狼，表面上是某赫赫有名、大慈善家形象的政客，私底下卻是做盡壞事、喪心病狂的壞人。

經濟

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：韓劇中，城市和鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準、交通便捷方面可看出明顯的差異，差異如下：生活水平方面，城市的生活機能相當好，如飲用水很方便；鄉村地方的生活水平較差，飲用水甚至需要去提水或壓地下水，如韓劇《星星閃爍》。醫療水準方面，城市的醫療資源豐富，鄉村地方如離島…等地方醫療水準與資源都很貧乏。交通便捷方面，城鄉差異也很大，城市有許多交通工具可選擇，如公車、計程車、捷運、火車…等，鄉村地方大多是只有公車或是腳踏車可選擇。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：韓劇中男女主角的社經背景，大多設定一貧一富。富有者多為企業家、富二代或是有名望的人；貧困者多為待業、家境清寒或是剛從鄉村地區來到首都首爾找工作的角色設定，而且大多是設定男主角為富有者，女主角為貧困者，如韓劇《任意依戀》劇中的男女主角。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓／平房等）為何？

A：韓劇中，韓國人民普遍的家庭型態大家族和小家庭皆有，大家族的家庭型態如韓劇《對 就是那樣》；小家庭的家族型態較多，如韓劇《通往機場的路》、《傲骨賢妻》、《拜託了媽媽》。

韓劇中，韓國的居住型態大樓或是平房皆有，看劇情的需要。大樓很少見到是高聳的大樓，大多是五六層樓的大樓，如韓劇《通往機場的路》；平房則如韓劇《拜託了 媽媽》。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？

A：韓劇中，最常使用的交通工具有汽車和公車。呈現的交通狀況很順暢，很少有塞車的狀況，除非是劇情需要；交通品質感覺路面狀況很好，路很平，交通號誌及道路標示都很清楚。

Q10：韓劇中顯示的貧富差距大嗎？何以見得？

A：我認為韓劇中顯示的貧富差距大。例如：富有者住在清潭洞、江南

等高級別墅區，也有的富有人是住在超大豪奢的房子，如：《祕密花園》劇中玄彬所住的房子；反之，貧困者則住在小小不到兩坪的地下室或是頂樓加蓋的房子。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持其在國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：韓國政府大力扶植國內大型企業、以保持其在國際間的競爭力，韓劇非常能顯現韓國經濟上的實質特色，如韓劇中常會看到男女主角拿著最新的三星手機在打電話，或是使用其產品進行資料搜尋或運動。

社會：

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：綜合歸納所觀賞的韓劇，韓國人的民族性普遍剝悍，因為韓劇常出現韓國人吵架常彼此拉扯對方頭髮，如：韓劇《大力女子都奉順》劇中女主角的媽媽在店裡和前來買東西的客人吵架，拉扯頭髮；重視年齡、長幼禮節的民族性，則從觀賞的韓劇發現劇情中經常出現初次見面的兩人會先問對方年齡，然後決定是否說敬語，如：韓劇《大力女子都奉順》的男女主角，在女主角知道男主角比他年紀還小，就要求對方要對自己說敬語；愛喝燒酒、愛吃泡菜、愛吃烤肉、牛肉；只能贏不想輸，如：韓劇《The K2》劇中飾演 JB 集團家族長女的崔宥真，除了處心積慮地使用手段將自己身為總統候選人的先生張世俊推上總統大位，還用盡心機及耍盡殘酷的手段，時時提防家族內部的權力爭奪；重視家人關係，如：韓劇《對就是那樣》中家族成員皆互相關心、互相幫忙；重男輕女，如：韓劇《我的女兒金四月》劇中，喜歡女主角金四月的男主角江燦彬，是富豪人家的唯一兒子，深獲父母、及祖母的寵愛，一切皆以他為重心，父母及祖母則較不重視他的兩位姊姊。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特色？

A：韓劇中我經常能感受到韓國受到漢文化的影響很深。劇中能感受到韓國受漢文化的影響很深，例如：劇情中會出現對於能看、能念、能寫

漢字的人很厲害；再者，古裝片中的君王及臣子們都需飽讀四書五經…等儒家思想的書籍，例如：韓劇《成均館誹聞》劇中的君王、臣子們會以儒家的忠孝仁愛信義…等議論治國的政策是否合適；最後，許多韓劇中也經常出現韓國人重視孝悌的家庭倫理的劇情，如：韓劇《對就是那樣》是講述一個三代同堂大家庭成員彼此間的親情倫理故事，劇情中，尤其展現子女孝順長輩的意涵頗多；韓劇《舉重妖精金福珠》雖生在單親家庭，由父親獨力扶養長大，女主角金福珠知道父親身體不好，凡事聽從父親的話，並且非常貼心孝順。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：韓國的宗教呈現多元、包容的特色。韓劇中能看到無論古裝片或時裝片皆出

現求神問卜的劇情；時裝片則出現上教堂祈禱、告解的劇情。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：韓國上班族的職場文化壓力很大。從求職應徵面試一份工作時就一路歷經艱辛萬苦，一者競爭者眾多，職缺卻很少，形成僧多粥少的情況；二者關說風氣盛行，有因關說而被淘汰的狀況。三者，企業重視學歷，若是首爾大學或高麗女子大學畢業者，錄取機會較高。面談通過後只能先從試用期開始做起，即所謂的實習生，再成為正式員工前的這三個月，經歷公司上下給予工作量及對待上的種種艱難考驗才能成為正式員工。例如韓劇《忌妒的化身》劇中的女主角表娜麗，身為三流大學出身，沒錢也沒背景，全憑一股熱忱、任勞任怨在電視台像是做打雜的工作，別人不做的工作她都全部攬下來做，成為上司同事有求必應的工作夥伴，一路辛苦地從不起眼的氣象播報員到跨越身分地位的黃金檔新聞主播。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：從我觀賞的韓劇中覺得韓國是個重視身分及社會階級的國家。因為韓國人對於比自己階級較高的長輩或是長官說話會用敬語、肢體動作常出現立正彎腰敬禮的動作、喝酒時晚輩要幫長輩斟酒、喝酒時晚輩要把頭撇到一邊把酒一口喝掉，如：韓劇《隧道》劇情就彰顯身分及社會階級地位在韓國是非常受到重視。劇情以回到未來追查連續殺人兇手，即使男主角回到30年後比他的主管還年輕階級還低，但因30年前這位主管是男主角的年輕下屬，在30年後這位下屬成為男主角還是對他說敬語，畢恭畢敬地聽從男主角的話。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

A：韓國女性的地位普遍偏低。韓劇中常看到男性會對女性大聲說話、一般家庭中的女主都如阿信般服侍照顧男主及長輩、子女，較沒有自己的時間空間做自己想做的事。如韓劇《對 就是那樣》。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。

A：我曾赴韓國旅行。未能適切反映者如：真實韓國人長相多單眼皮、細眼、圓臉，不如韓劇中皆雙眼皮、大眼、瓜子臉。能適切反應者如：韓國人很注重外表打扮，我朋友到韓國旅行在街頭確實看到的人們都會特別注重裝扮，就連老人家也會戴個帽子之類的配件；另外，飲食方面，也和韓劇裡呈現的一樣，喜歡吃泡菜等重口味的食物，在韓國旅行吃的食物都是重口味居多。

訪談者：E2 (2017/04/23)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：生意之神-客主 2015、信義、馬醫、帝王之女守百香、天命、巡業人日誌、

王的面孔、三劍客、下女們、秘密之門、重擊、生意之神、華政、六龍飛天、獎英實、GOOD WIFE、大撲、市政廳、總理和我、被告人、第二次戀愛。《生意之神—客主》，為了奪取商團的客主位置，買通政治人物，殺人等謀奪自己利益；《市政廳》中，議員們政治上不同立場為了私利而去抵制市長的決策，為了政治獻金而去配合企業政策；《六龍在天》，主角為了剷除不支持他的異議分子，即使知道他們是好人，只是不支持他的正當性，仍是用激烈手段放火逼他們出來，後來燒死他們。女主角的媽媽是個地下政治組織的負責人，而裡面的成員為了讓她接這位置，騙她說她的小孩都死了，可是都活著，最後她才發現。《被告人》中，政商勾結的黑暗司法手段，陷害沒殺人的，還綁架人家小孩。《蔣英實》，劇中有一個政壇中的地下勢力，像蔣英實的時間日晷政策不受支持，這個政治勢力就買通官員去放火害他，沒害死後就去殺那官員，然後繼續追殺主角，對於利益與立場之執著，難以理解；《天命》中的狀況也是，為了謀奪宮中權利，透過毒害殺害許多人，然後陷害其他人。

Q 1-2：你覺得韓劇是否有呈現政治人物清廉、充滿熱血正義的一面？能否例舉說明？政治鬥爭與政治清廉哪種劇情較常出現？

Q 1-3：並就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

A：就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？

皇帝、不同黨派的臣子、皇后干政、家族干政、有個被迫害的人的後代、賄賂、鬼怪的劇情、不公正的司法、不被認同的忠臣、堅持到底的臣子、很惡劣的大反派、被操弄的醫生或律師、較新派別的思想家、金錢的買賣、很多不可思議的誤會、戀愛的情節、俊男美女、可被賄賂的政治人物、黑道暗殺者、暗殺、毒害，掌控權深入各階層、奇怪的巫術或法術、企業醜聞、感情問題的劇情。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得那些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：較強硬、是可以用金錢買通的、為了目的會不擇手段、通常會被錄音或錄影下來，警察會打民眾的、相當暴力的、非常資訊化，譬如《被告人》、《大力女金奉順》有出現這樣的劇情。是會影響的，對韓國的公務員警察有點反感、但也會有些很不錯的公務員，但都很帥，不過感覺上大官都是黑心的，好人不多，常會被企業威脅，為了金錢只得就範、政治勢力互相制衡、最後即使選擇公正的一方還是有可能被關，議會也是很多黑暗勢力。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：是的，很多劇情包括詐騙，像《38 機動師》；司法醜聞的有《GOOD WIFE》、《律師趙德順》；醫學醜聞的《浪漫金師傅》等社會上常見的議題或角色，都會在劇情中去呈現。特殊障礙的人士《DOCTORS》、《殺了我治癒我》；運動界人士《舉重妖精金福珠》、特種部隊《太陽的後裔》，這多樣化的劇情也就是導演關注民眾會有興趣的題材，然後將劇情融入進去，而收視率上也都相當不錯，所以認為關注度高。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：不可能，只要有錢就能影響媒體，例如那個《浪漫醫生金師傅》，劇情中就是媒體被操弄來使得醫生背黑鍋，即使記者是公正的，但外力如果就是給它錯誤資訊，它播報出來的還是一樣的假象，《皮諾丘》中也是電視台的媒體人為了升官，因而掩蓋了多年事實報導、《大力女都奉順》裡面也有報導是由企業去引導媒體報導的資料，《被告人》中也是由機關發布了相關報導來協助追查案情，雖然這是好事（就是公司裡面的職員拿著報導問主管說這樣的報導不錯吧！擺明了就是故意要記者寫的），但媒體怎公正呢？這個部分我覺得不可能。

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：黑暗面很多，有太多金錢底下的黑暗事跡，而且對於沒錢的人根本就是很難翻身，因為上面有很多魔手在，像在《第二次戀愛》中的城市推廣官員，在過程中被官商勾結的副市長把很多責任都推到他身上，雖然對官員是同情，但也會推測韓國的政界高層很多應該都是有這類關係的，所以負面還是居多，另外可能也因為覺得台灣的政局也是更黑暗更扯的事太多，自然會這類事情會採比較負面關感

經濟：

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：感覺差異很大，城市醫療水準高有很多特殊的機器鄉下沒有《浪漫的金師傅》、鄉村樣貌和城市樣貌高樓大廈和一般的住宅屋差異很明顯、交通便捷度方面鄉下都還要爬陡坡回家城市則都有很方便的公車運輸工具、生活水平在服裝設計上與生活方式，例如吃飯，都有些不同，自己煮的和餐廳用餐的差很多《一起吃飯吧》。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：有男女主角落差很大的，男主角通常出身極高，像《總理與我》，男主角是總理，女主角的出身不高，最後卻成為總理夫人，比較常見的模式應該是男主角為財團小開，女主角卻從小辛苦過日子或出身平凡，比如《繼承者們》、《DOCTORS》或是早期的韓劇；就算有女主角的社經條件較好，到最後一定會歷經苦難或破產，最後靠男主角的幫助才得以翻身，比如《歐若拉公主》、《龍八夷》；另外我覺得韓劇的男女主角的設定也很多元，有詐騙集團為主的《38 機動師》、公務員為背景的《市政廳》、也有廣告設計家，像《李太白》、醫生角色較常出現的《黃金時刻》、《美麗心靈》、《被告者》是有關於檢察官、《鄰家律師趙德順》就是律師的角色設定、還有一般的日井小民，例如《九數少年》，不然就是平常人但是具有特殊能力的、或是穿越時代的角色《仁顯王后》、《屋塔房王子》，但基本上看來大部分都是還可以自己謀生的，古裝的多是和宮廷有關係《雲畫的月光》。現在

多是有多樣的角色，而且女主角的角色也都呈現很有能力，展現女性的專長，像《玉氏南征記》，但大部分還是非職場的主要主管角色，而且有些甚至比男性更具更強的能力，像《大力女金奉順》，另外職業婦女與單親婦女的角色也常見到《黃色復仇草》。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓/平房等）為何？

A：企業大都是大家庭加上女婿或婆媳的模式呈現，小家庭就一般的父母子女兄弟姐妹來呈現。大家族都住透天、個體戶就住一間小套房、小家庭也都類似是大樓公寓類的，較落後的地方就住平房，然後一般人不太睡床，都鋪床睡覺、吃飯也都搬個小桌子，盤腿坐，然後還有一些機能性大樓非常豪華而且有很多特殊裝置的，這都是有錢人的住法。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？

A：公車、開車、走路、感覺上很數位化，車子都有很多特殊功能、導航功能也常見、交通狀況上，高速公路也都還不錯，較少看到塞車的狀況，感覺還蠻好的。

Q10：你認為韓劇中顯示的南韓社會貧富差距大嗎？何以見得？

差距大，通常有錢的有司機，專人接送，重機，住豪宅，但這樣的人幾乎都是公司的大老

闆，但這樣的人比例上也很低，其他的人都經濟上差很多，住小房間，有時房間裡甚麼東

西都沒有，可能連租房子的錢都沒有，只能用一點點錢在那種澡堂中過夜，像《購物王路

易》，所以我認為差距很大。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持在國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：會。題材中會頻繁地出現想要推銷的手機、特殊功能的物品、有特色的服裝、然後就是好像俊男美女很多、還有就是食物的置入性行銷也很多，把韓國生活中的方便性都呈現，向電子門鎖、WIFI 網路的介紹、街頭監視器(CCTV)的普及等，另外也會把地區景點大略置入性行銷，甚至以行銷城市為主題進行愛情劇，像《最後第二次戀愛》、《市政廳》，將他生活中所作的推廣城市的作為在戲劇中呈現，主要還是希望引起世界各國的人會去韓國旅遊或消費韓國物品。

社會：

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：民風強悍、很堅持、喜歡打人或踢人、重視外觀、追求名利。《MAYQUEEN》中的主角海珠，他父親為了怕被奪走公司，奪走其他人的商業設計，做了很多壞事，最後才發現海珠是他女兒，最後有寫了一封信說：「他現在所做的是，在以前的時代，本來就是這樣做的，想要的東西，搶過來當作自己的，搶成功後，那

東西就是你的。」所以我覺得他們很狠，而且覺得理所當然。像《最後第二次戀愛》中的公務員，很堅持自己該做的事；《GOLDEN TIME》的主治醫師，堅持自己就是要開刀救人，不管人家是不是要害他，所以我覺得韓國的民風很強悍、個性很堅持、狠的時候很可怕很殘忍。還有我覺得韓國人也很愛罵人或踢人，像最近的《隧道》，裡面的警察就很喜歡打人家頭，在韓劇中也很常聽到他們罵人，但這在台灣是不可能的。追求名利的部分，《時尚王》裡面，為了名利，自己隱姓埋名，與自己的女友分離兩地，最後失去了這段感情。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）那些特色？

A：有感受到，很多它們的經典也是從中國來的，另外宮殿的牌匾、有時皇帝練習的書法也都是中文字、這部分在古裝中比較常見，另外《蔣英實》中的日晷也都是從中國模仿的東西，可見得古代韓國受中國影響甚大，另外《生意之神-客主 2015》中也都有與中國經商的情節，《三劍客》中也都有與中國官員洽談的劇情，書信中很多也都是以中文書寫。我認為特色上主要是漢字，可能因為要常與中國做溝通，所以通常皇帝都有學習。現代劇部分並無特別感受到這部分，僅有看到語言部份的交流而已，例如上流社會中主角也會講中文這類的狀況。而現代劇中僅有在武林學校有印象，就是類似氣功、武林學校少林寺這類的題材，其他所見不多，該劇本就與大陸題材有關，所以也會出現很多中文。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：多元，因為基督教也出現、佛教也出現(古裝)、道教也出現，如《大力女金奉順》，並沒特別看到排外的現象。然後還有那種很像神壇的，這似乎都是常見的，劇中也並無看出互相排斥現象。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：工作壓力大、對主管唯唯諾諾《自體發光辦公室》、然後要常加班、主管搶功勞、欺壓新手《未生》、常須配合主管《大力女子都奉順》、不聽話不同流合汙就會被害《被告人》、《鄰家律師趙德浩》、醫生界的主管都很兇《奉達熙》、《GOOD DOCTOR》、女醫生也都很有主見《女流氓慧靜》、常喝酒(很多部都是)。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：覺得是，因為很多題材是以犯罪者甚至特殊精神狀況者為主角，像《GOOD DOCTOR》、《38 師機動隊》、《海德哲基爾與我》，似乎是希望大家去接納這些人物，理解他們的狀況，但都會在他們身上放置一個重要的職務，例如醫生、很有錢的人、特務組，否則似乎引不起大家興趣，我的意思是編劇會巧妙地用身分去稀釋有問題的人，例如自閉症的醫生也做了很多好的手術《GOOD DOCTOR》，《38 師機動隊》雖然是詐騙，但他們是在詐騙原本就奸詐的商人，讓這件事變成是件好事，大家就比較產生正面印象。對不同社會階級的角色，常常最後都會給予麻雀變鳳

鳳或黑轉白的正面角色，改變大家的觀感。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

大嬸就都講話粗魯、年輕女性化妝或談吐都較溫柔，地位感覺差異很大，不過在影片中女主角都有白馬王子在保護著，遇到危險都能逢凶化吉，但古裝中的地位較低，都是被照顧的對象，而在現代劇中感覺上職場地位還是會低一點。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。若無，請問觀看韓劇是否會影響你至韓國旅遊的意願？為什麼？

A：沒有。韓劇無反映真實樣貌，因為韓劇太多浮誇劇情(如:大力女，鬼怪，外星人)與現實不符，而且那些夢幻的愛情也有些不太實際，至於超能力的部分更是不可能。而且他們的資訊犯罪看來蠻先進的，去那邊刷卡有點擔心。至於場景的部分當然有覺得不錯的地方，但應該是拍攝的方式讓畫面看起來更漂亮，實際上是不是也那麼美，我抱持著懷疑的態度，所以也不會因為場景而特地去韓國。

訪談者：F1 (2017/04/28)

政治：

Q1-1：請列舉你所看過的韓劇中，是否有出現政治鬥爭或政治黑暗的敘事情節？

A：韓劇裡蠻常呈現政治鬥爭或政治黑暗之情節，且某些情節似乎都和韓國過往時事有些許雷同，讓人感覺編劇或導演似乎利用故事情節來影射韓國政治圈實際情況。像在看過的《市政廳》中，市政廳所舉辦的活動，純粹只是為了籌備議員選舉的經費，當青鱗魚小姐比賽是由市政廳公務員獲得優勝後，市政廳的上層長官們即開始展現韓國的階級文化，要求公務員安靜的，認份的接受事實，不只獎金早挪於它用，還要向外宣稱已拿到獎金。在《THE K2》中也可看到許多政治圈中所隱藏的黑幕，故事中的候選人為了想要獲選，獲得最高的權力，將自己的婚姻和子女當成選戰中的旗子，也與財團勾結，賄賂官員，以及控制媒體輿論。而在古裝劇《擁抱太陽的月亮》中，瑄雖是一位明君，有許多的政治理想和報復，但朝政卻被外戚所掌握，舉凡與鄰國之應對進退、經濟、軍事，甚至民生政策等，皆因外戚過於龐大，朝中大臣多認同外戚之想法。及在《大長今》中，外戚甚至能壟斷朝中物資，與大臣勾結，在朝中培養與傳承自己的勢力。

Q 1-2：並就你的觀察，有關「政治」層面的敘事背景，通常會出現什麼場景？最常看見的場景有，青瓦台，檢察官所在的檢察廳，以及議員所在的韓國國會。而在古裝劇中最常看到的則是帝王問政之朝堂。

Q2：呈上題，從這些戲劇中，可以讓你獲得哪些關於韓國政治特色（例如選舉方式、官場風氣……等）的資訊？是否會影響你對韓國政府或公務人員的觀感？

A：在這些戲劇中，可以感覺到也許是韓國的階級風氣較明顯，大財團及高階官員所能取得的資源、人脈，以及收入都很高，也就可以看到他們對於政治較為投入，在過程中也能看到黨派間的勾心鬥角，也不害怕使用許多違背法律的方法，來謀取權力。在《市政廳》中，可以看到他們選舉的方式，小黨派事必躬親，從

基層開始拓展自己的知名度與親和力，能使用的資源較少，但大黨派的參選人則有黨派的支持，較多的金援，及人力來協助。雖然市政廳的劇情安排是小黨派獲勝，但在現實社會上，擁有眾多資源與人脈的大黨派也許是有更多機會的。而在戲劇中的官員氛圍，在《城市獵人》中，可以看到許多賄賂的情景，國會議員和檢察官受賄，濫用軍事資源等，可以看到許多貪腐文化。也間接感覺到當有了階級，有了地位，就可以利用階級和金錢完成任何想完成的事。劇情裡的狀態的確會影響對韓國政府或公務人員的觀感，會覺得韓國政府是否都是如此黑暗和貪腐，並沒有所謂的法律與正義，只要有錢和階級，就可以橫行於政壇和社會。在《市政廳》對於公務人員裡的描寫，也會覺得公務員是否一旦考上了就在機關中安閒度日，巴結長官，並無心為社會大眾服務。

Q3：就你所觀賞的韓劇中，你認為韓國人民對公眾事務／社會議題的關注度高嗎？何以見得？

A：在觀賞的韓劇中，感覺韓國人民對於公眾事務，或社會議題的關注度並不高，像在《市政廳》中，雖然參選人很積極於競選活動，但民眾並不那麼熱衷於了解參選人的政見、理想，路過參選人時看幾眼即過。而在《信號》、《皮諾丘》中，都有重大的案件發生，《信號》裡在討論殺人案件的公訴期是否取消時，似乎只看到受害者家屬到警局舉牌表達立場，並未看到人民對於社會議題是否有所感受，也未看到人民為此表達想法，只看到蜂擁而至的媒體積極報導。在《皮諾丘》消防員失蹤時也是一樣，很少看到人民的立場，只有媒體的立場，和警方的立場。

Q4：就你觀賞的韓劇來觀察，你認為韓國媒體能秉持公正立場，不受外力影響如實報導事實真相嗎？

A：媒體是社會中重要的發聲人，媒體也需擔負所謂的媒體社會責任，不只應該避免自己受到政府的干預，也需提供給社會大眾更多元的資訊以及完整的報導，確保人民了解與得知的是現在社會的真相與全貌，而非只是單一且偏袒的角度，甚至是一篇又一篇設計過的報導，但在我所觀看過的韓劇中，對於韓國媒體的描繪與呈現，似乎都讓我感受到韓國媒體較不符合上述印象。例如像在《皮諾丘》中，財團以及政府官員似乎都能掌握媒體的報導方向、方式，以及呈現出來的形象，媒體是財團或政府官員要達成某些目的的工具。在《皮諾丘》中，財團與議員為了要掩飾犯罪的紀錄，釋放其他消息轉移民眾的注意力，以掩飾、平息可能會被追查的犯罪新聞，而他們會如此操控媒體的理由感覺也和韓國的民族意識與形象有關，他們希望能呈現最美好的一面給民眾觀看，都是為了能幫助到國家與國民。像在《voice》中，當成雲通運即將要在市鎮中與政府合作開闢新道路時，為了讓媒體所拍攝到的形象是良好的，必須將公車的路線全部排開，縱使讓公車行使外環道路有其危險在。也因為在這些戲劇中對於韓國媒體的觀察，感覺到韓國媒體較難擺脫政商領袖的干預，如實地報導事實真相。

Q5：就以上綜合，你對韓國整體政局的印象是正面居多，還是有負面評價？原因為何？

A：綜合以上幾點，對於在韓劇裡所呈現出的韓國政治形象，較是負面評價。感

覺只要你有足夠的身份地位，不論是高階官員，或是財閥的企業主，就能用身份、金錢，以及人脈來得到利益，不論是否違法或是否符合公平正義。富者更富，且願意配合的人也能順勢取得更高的地位，而非是因為他更有能力。

經濟：

Q6：請就你所觀賞的韓劇加以綜合歸納，在韓劇中所呈現的城市與鄉村風貌場景在生活水平、醫療水準及交通便捷度方面有何差異？

A：在韓劇中，可以看到韓國的都市發展的速度相當快速，近期的韓劇裡，多能看到城市中大樓林立，晚上霓虹閃爍的景象。在交通部份，早在早期的韓劇《那個傻瓜》中具東柏看完大賞典禮就已經有方便的地鐵可以搭乘回家，隨處皆可招到計程車，也可以找到像在《請回答 1997》中，尹雲宰參加完同學會後，因為喝了酒，選擇請代理駕駛司機來代他駕車，送他與妻子成詩媛一起回家。住在都市的人們，也可以像「沒關係，是愛情啊」中那樣臨時起意想出國旅行，就能方便地搭著計程車前往機場買好機票就能出發。但在鄉下好像就沒那麼方便，像在《Dream High》中，惠美為了要去找森動，必須搭很久的公車才能抵達，且車次極少，錯過公車末班車後就沒有其他方式可以離開村莊。而在生活水平上，在《鬼怪》中主角們皆能方便的到不同的餐廳用餐，像咖啡店、炸雞店等，也有夜店等娛樂，街道上也有各式商店、百貨公司等能購買所需物品。而在鄉下裡，像在《皮諾丘》中，達布家裡與村莊的住宅形式和城市的高樓大廈，甚至是透天別墅不同，多是木製的傳統住宅，多是平房，前面有院子可以種植蔬菜與飼養家禽，房間的擺飾也簡單，村莊裡只有傳統的雜貨店，並無其他可供消費的商店。在醫療的部份，在都市中又許多地區性的大醫院，像在《第三醫院》中，大醫院的設備完善，醫療人員以及器材充足，可以協助病人們的各種狀況，也不擔心臨時需要進行手術。但在鄉村間，很容易看到醫療器材、人員等資源不夠充足的情況，像在《謝謝》裡，村莊裡只有衛生所，且只有一個醫生一個護士，也沒有太多的器材，遇到村民有突發狀況時根本沒辦法應付。

Q7：韓劇中所設定的男女主角，通常都是哪種社經背景？

A：普遍來看，韓劇中的男主角似乎都屬於高社經地位，擁有自己的家族事業，或是父母親是高階政府官員，屬於富二代或官二代，也備受家裡疼愛。男主角中就算有出生困苦，但也會因著自己的聰明與專業能力，最後多能擁有受到敬重的職業與地位。相較之下女主角的家庭背景多較為辛苦，家庭成員可能各有狀況，有時也需分攤家中經濟重擔，從事的工作也多是普通上班族、實習生等，較少從事專業性工作。女主角多會強調其性格如何堅毅、開朗，有哪些需要被保護的地方。像在《秘密花園》中，玄彬是百貨公司的社長，居住的地方從大門到住宅需要開車才方便抵達，穿的衣服多是合身西裝與義大利師傅一針一線縫製而成，相較之下河智苑只能和朋友合租月租 30 萬的月租房，穿著樸素也簡單。而在《料理絕配 Pasta》中，李善均飾演的男主角是擁有高度專業，實力一流也擁有名望的主廚，而孔孝真只是一位料理助理，且常常出錯被主廚責罵。在《又，吳海英》中也是，Eric 是一位專業的音效導演，而徐玄振只是一位普通的上班族。

Q8：從韓劇中，讓你感受到韓國人民普遍的家庭型態（大家族／小家庭）以及居住型態（大樓／平房等）為何？

A：常看到的是像在《又，吳海英》以及《順藤而上的你》中，以小家族為主的居住型態，普遍的家庭型態是三代同堂，家裡還常有未婚嫁的小姑、小叔或姑媽，有時則只有小孩和爸媽一起居住，房子的空間一般感覺都不大。也看到雖是自己住，但和其他親戚的來往也相當密切，會請親戚來吃飯，或是某家庭做好泡菜，也要請其他家人過來拿，家族的關係較為緊密。

居住的型態有部份以小公寓或屋塔房為主，像是《被告人》裡檢察官住的地方是公寓，《鬼怪》裡金善和長大後的池昕晔也是住小公寓中，而屋塔房則在《屋塔房王世子》、《嫉妒的化身》裡能看見。也有部份是住在山坡或窄巷的小平房裡，有些門口有庭院，會在院子裡吃烤肉、曬棉被或是醃醬菜，像在《信號》當中，善宇家裡就是這樣的小平房。只有有錢人的居住方式較不一樣，多是像在《信號》裡議員們住的透天別墅。

Q9：透過鏡頭，韓劇中的人物最常使用的交通方式有哪些？所呈現的交通狀況／品質如何？

A：韓劇中最常看到的交通工具是汽車，不論是在《又，吳海英》裡朴道京開的自家車，或在《信號》裡警員們的公務車，汽車是韓劇裡最常見的交通工具，有可能是因為有提供贊助，且韓劇裡開的汽車多是國產車，符合韓國人民支持國產商品的形象，較少在劇中看到進口車。再來是計程車，韓劇裡上班族下班後常會有聚會，喝了酒後除了叫代理駕駛外，也習慣使用計程車，像在《又，吳海英》中，道京陪著喝醉的海英搭計程車回家。以及學生和上班族較常搭乘的公車，《學校 2015》中，學生們多搭公車上學，《信號》裡，公車也用來上下班。在鏡頭中所呈現的交通品質與狀況大多良好，整齊有規劃的馬路、有信號燈與照明，韓劇裡也較少看到塞車的情形。

Q10：你認為韓劇中顯示的南韓社會貧富差距大嗎？何以見得？

A：在韓劇裡，很容易感覺到人們對於有權勢與地位的人感到敬畏，也容易去凸顯有背景的人能擁有許多資源，像是《繼承者們》裡，有家世背景的學生們上學有私家車接送，使用的物品和談論的話題都與高價品有關，師長對於他們較為敬重，相較於平凡的人車恩尚，除了難融入團體外，也要隱藏自己的出身平凡，也常看到有權勢的人可以任意的打人巴掌，或欺負別人。且在戲劇裡就算身為警員、檢察官等，若是潔身自愛，保持廉潔與正義感，經濟狀況多只是普通而已，像是《信號》中，保持廉潔的李材韓，相較於攀權附勢的隊長，家中環境看來普通，也不像收入豐厚的樣子。因此，會讓人感覺韓國的貧富差距應該很大，那是一種財富分配的不平均，富者可以利用資源人派來保持富有，貧者若不攀權附勢則無法使用自身的力量擁有更多的財富。

Q11：韓國政府會大力扶植國內的大型企業，以保持國際間的競爭力。請問就你所觀賞韓劇觀察，是否能顯現韓國經濟上的實質特色？

A：在韓劇中，幾乎所有的置入性行銷都以國產的產品與企業形象為主，演員們

使用的 3C 產品、汽車等，多是韓國國內大型企業的產品，也會在戲劇內播放韓國的近期的流行歌曲來行銷近偶像團體。像在《被告人》中，可看到手機是國產品，中間也有受刑犯在監獄中跳著偶像團體的歌曲，而在《信號》中，則可看到主角的汽車也是國產車。而從另一個方面來看，韓劇也是韓國政府大力培植的一項產業，試圖以將韓劇銷售到海外，帶動廣大經濟收益，發揮文化產業最大的經濟價值。

社會：

Q12：就你所觀賞的韓劇來綜合歸納，你觀察到韓國人有哪些民族特性？

A：從看過的韓劇來看，可以感覺韓國人有幾個民族特性。第一個是重視頭銜，在《被告人》中，車敏浩一開始進到牢房時其他人都對他不太客氣，但知道他是公司代表後，立刻變得和善也溫順，不再找他麻煩。第二個是喜好競爭，不喜歡輸，在《voice》中，會長為了想贏得事業版圖中想拓展的一切，使盡所有不好的手段，連殺人也不害怕。第三個是不怕吵架，敢用言語表達自己，在《又，吳海英》中，不管是海英的媽媽，還是海英，只要心裡有不痛快，不論對方是誰，都能大聲的和對方辯駁。第四個是盲從，在《皮諾丘》中，凡潮的媽媽利用媒體的力量炒作背包，利用大眾盲從的心理，崇尚名牌背包，學生們趨之若鶩的購買。

Q13：歷史上，韓國受到漢文化圈的影響很深（例如漢字、儒家思想……等），請問你從韓劇中是否能感受到此一特性？你認為有（或沒有）哪些特色？

A：中國的儒家思想在一千多年前即傳到韓國，現在看來，韓國可以說是保存儒家文化最多的也完整的國家。在韓劇中也可以處處感受到韓國受漢文化圈的影響頗深。像是《來自星星的你》、《鬼怪》中，皆有閱讀中國經典，以及使用漢字的情況。尤其是在生活裡，處處可是儒家文化的影響，例如敬語的使用，韓劇中大家很強調長幼有序，尊卑關係嚴謹，所以面對比自己年長的人，以及職稱比自己上位者都要使用敬語，像在《鬼怪》中，金信在廣告中皆不使用敬語，讓主管傷腦筋，但那是因為他比所有人年長，以及在《又，吳海英》裡，海英並未和與她同年，但職位比他高階的金海英說敬語時，被主管斥責。也例如吃飯時長輩開始動作了晚輩才能用餐，喝酒時晚輩不能正對著長輩喝酒，像在《李祘》中，長輩以及職位高的人先喝，後輩或職位低的人則側著臉喝酒，以表示尊敬。

Q14：就你所觀賞的韓劇觀察，韓國的宗教呈現何種特色？單一／多元？排外／包容？

A：在韓劇裡看到的宗教呈現多元的情況，有他們的傳統信仰像在《家族的榮光》中，有大大小小的名節祭祀，在《原來是美男》裡，可以看到目前基督教在韓國的發展，也有許多韓劇在教堂裡結婚像《急診男女》即是教堂婚禮。也有自古流傳至此的薩滿教，在《仁顯皇后的男人》裡就有可以穿越時空的符咒，在《擁抱太陽的月亮》中，則有薩滿教常見的巫女與巫術。

Q15：你認為韓國上班族的職場文化如何？工作壓力大嗎？試從你所看過的韓劇舉例說明。

A：在韓劇中看到的職場文化裡有幾個特點。第一個非常重視長幼尊卑以及階級

地位，像在《金科長》當中，上層長官說什麼都算，有專屬的電梯，就算在執行對公司不利的行動像作假帳，身為部屬也只能聽命行事。第二個是組別與組別間的競爭，在《未生》當中，高科長和吳科長為了讓自己組別的企劃書可被公司採用，運用各種手段也要達成目標。第三個是應酬文化，像在《又，吳海英》中，下班後常有公司聚會，不論是為了慶祝，或是抒壓，大家都用喝酒來解決，且在公司聚會裡也有階級文化，長官希望誰喝，不只不能推辭，也必須順從長官到底。第四個是超時加班，在《未生》中，張百基因為自己可以準時下班而感到羞愧與緊張，因為在公司裡超時加班是常態。第五個是對組織的重視，在《職場之神》裡，Miss 金因為不融入團體，也讓職場的員工們有許多怨言，也因為上述原因，可以感覺到韓國職場的壓力應該很大。

Q16：從你所觀賞的韓劇中觀察，你認為韓國是個重視身分及社會階級的國家嗎？何以見得？

A：在韓劇中，無處都可以看到韓國相當重視身份以及社會階級。在犯罪懸疑片中，像是《信號》裡，李材韓對隊長不論有多少不滿，對於命令也只能接受。而在《voice》裡，不論哪位政府官員，對於財團二代殺人犯毛基範都相當禮遇。

Q17：從你所觀賞的韓劇中觀察，韓國女性的普遍形象與地位如何？你是從那些線索得知？

A：第一個是依附男性，在韓劇中女性大多是較無能力，或有部份是需要男主角的幫忙，像在《主君的太陽》裡，太陽就需要時刻跟隨著，以及在《被告人》中，徐恩惠只能是朴政宇的腳，去協助他尋找證據。第二個部份是女性似乎要包辦家中所有的家事以及名節祭祀，像在《順藤而上的你》中，清愛生活的重心就是照顧家中不論老少，每天要買菜、做家事、煮飯、洗碗、準備祭祀備品，也要協助身為長子的先生照顧其他親戚，並無法有自己的生活。第三個是會希望女生有一個固定的樣子，像在《信號》中，車秀賢的媽媽期待女兒要學會保養，穿粉紅色的衣服，要懂的打扮，身上要有裝飾。第四個是職場對女性的歧視，女性在職場上場面對同工不同酬或是對女性工作能力抱有歧視，像在《未生》中，安英依第一天上時，同組的男同事說他害怕與女員工共事，因為她們能力也不會和男生一樣為公司付出，甚至還會招受到職場性騷擾。而宣智英雖在公司裡有亮眼表現，也必須處理家務與照顧小孩，「男主外女主內」的觀念仍舊存在。

Q18：你曾赴韓旅遊嗎？你認為韓劇是否適切地反映韓國真實樣貌？請列舉理由。若無，請問觀看韓劇是否會影響你至韓國旅遊的意願（譬如去韓劇拍攝的景點或品嚐美食等）？為什麼？

A：尚未赴韓旅遊過。觀看韓劇並不會影響我是否要去韓國旅行的意願，雖然會覺得韓劇拍攝的場景相當漂亮，各種美食看起來也很誘人，像是烤五花肉、炸雞等，但不會因為看到這些就想去韓國。因為自己比較喜歡更有文化性一點的地方與國家，韓劇及韓國並沒有給我太多在文化上的好奇，而韓劇拍攝的景點也較為零碎，漂亮的地方好像就一小塊一小塊，除非要跟著韓劇跑景點，但這也不是喜歡的旅行方式，所以目前也沒有考慮去韓國。