

國立臺東大學教育學系（所）

文教行政碩士論文

指導教授：梁忠銘 先生

女性收視行為與偶像迷戀之研究
— 以韓劇為例

研究生：林桂英 撰

中華民國 九十七年六月

國立台東大學
學位論文考試委員審定書

系所別：教育系(所)文教行政碩士在職專班

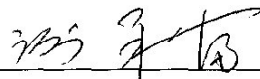
本班 林桂英 君

所提之論文 女性收視行為與偶像迷戀之研究—以韓劇為例

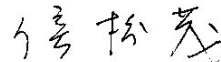
業經本委員會通過合於

☒ 碩士學位論文
☐ 博士學位論文 條件

論文學位考試委員會：



(學位考試委員會主席)



(指導教授)

論文學位考試日期：97年6月22日

國立台東大學

附註：1.一式二份經學位考試委員會簽後，送交系所辦公室及註冊組或進修部存查。

2.本表為日夜學制通用，請依個人學制分送教務處或進修部辦理。

博碩士論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立台東大學 教育研究所

九十六 學年度第 二 學期取得 碩 士學位之論文。

論文名稱：女性收視行為與偶像迷戀之研究－以韓劇為例

本人具有著作財產權之論文全文資料，授予下列單位：

同意	不同意	單 位
☐	☒	國家圖書館
☐	☒	本人畢業學學圖書館

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請文號為：_____，請將全文資料延後半年再公開。

公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
☐	☐	☐	☐

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未鉤選，本人同意視同授權。

指導教授姓名：張忠政

(親筆簽名)

研究生簽名：林桂英

(親筆正楷)

學 號：2f3595010

(務必填寫)

日 期：中華民國

97 年

6 月

30 日

1. 本授權書 (得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載) 請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。
2. 依據91學年度第一學期一次教務會議決議:研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化,並至遲於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

授權書版本:2005/06/09

謝 辭

終於寫到這篇論文最輕鬆及感性的一頁，內心真是百感交集，除了欣喜與感動之外，對於關心我的每一個人，真的讓我有說不完的感謝！首先，感謝指導教授梁忠銘老師，在我幾度迷失方向與徬徨無助時，給予我指引。在研究探索的過程中，梁老師總是以精闢的字句與提綱挈領的回答，來解決我的疑惑。除此之外，也很感謝口試委員謝章富教授以及侯松茂教授寶貴的意見，並給予研究上的支持與建議，也感謝在這兩年中教過我的每一位老師。

在職進修這兩年，學校、家庭、論文讓我身心俱疲，中途想放棄的念頭不下十次。若非怡欣和怡文兩位同事，不厭其煩的鼓勵、安慰，我無法完成這篇論文，因為有了妳們，才得以讓這篇論文順利完成，我無法言喻那份感謝，在此致上我最深的謝意；還有感謝允伶、宗楷、邦遠在電腦方面，給予很多的指導與協助；除此之外，外子背後任勞任怨的忍受我情緒上，歇斯底里的荼毒，功不可沒。謝謝您！兩位寶貝兒子，幫我打了七萬多字的逐字稿，你們辛苦了！媽媽以屆退休之年，都能撐過來，電機和材料研究所，理工領域更不容易，橫逆在前的荊棘坎坷，媽媽當你們的楷模，你們一定也可以突破。加油！

桂英 于民國九十七年六月三十日

女性收視行為與偶像迷戀之研究

— 以韓劇為例

林桂英

國立台東大學教育系（所）文教行政碩士班

摘 要

本研究旨在探討韓劇在台灣受到女性喜愛，甚至超越台灣自製的連戲劇，為了解女性著迷韓劇，與韓劇特色的關聯性。以及女性閱聽人長時間收看韓劇後，對於韓劇劇情產生模仿、學習，進而產生文化認同的行為。收視韓劇所獲得的愉悅，對於心理有什麼樣的影響與改變。女性迷戀偶像的內心世界，是理性、含蓄的？抑或是瘋狂、盲目的迷戀韓星？本研究以深度訪談的方式，對五位女韓劇迷進行深度訪談，之後進行資料分析。

本研究所得結論如下：

- 一、韓劇集數少、劇情緊湊，內容與類型呈現多樣化，劇中的俊男美女、演員高學歷的背景、動人的愛情故事、迷人的配樂、壯觀的場景，以及重視家庭與工作等題材，易與女性閱聽人產生共鳴。
- 二、女性閱聽人長時間收看韓劇後，對於韓國文化，非全盤性的認同，而是選擇性的。
- 三、女性閱聽人在收看韓劇的當下，充分投入到戲劇節目當中，進而獲得學習的經驗與收視的愉悅。
- 四、女性閱聽人收視韓劇，對於劇中俊男美女偶像的迷戀異於青少年，表現的是理性、含蓄、內斂的。

關鍵詞：韓劇、閱聽人、收視行為、偶像迷戀

Research on Female Viewers' Behavior and Idol Infatuation

—By example of Korean Drama

Kuei-ing Lin

National Taitung University Department of Education
Master's Program of Educational Administration

Abstact

The research aims at studying Korean drama, which has attracted even more female audience than drama produced in Taiwan, the correlation between female audience's infatuation with Korean drama and the drama's features. In addition, the research is also studying the imitation, learning, and furthermore cultural identification behaviors arise for female audience after watching Korean drama for a long period of time. What does the joy received from watching Korean Drama influence or change inner world? The inner world that female audience infatuates with the idols, is it rational and conservative, or is it crazy and blinded infatuation with the Korean stars? The research is conducted by deep interviews with 5 Korean drama fans and followed by analysis afterwards.

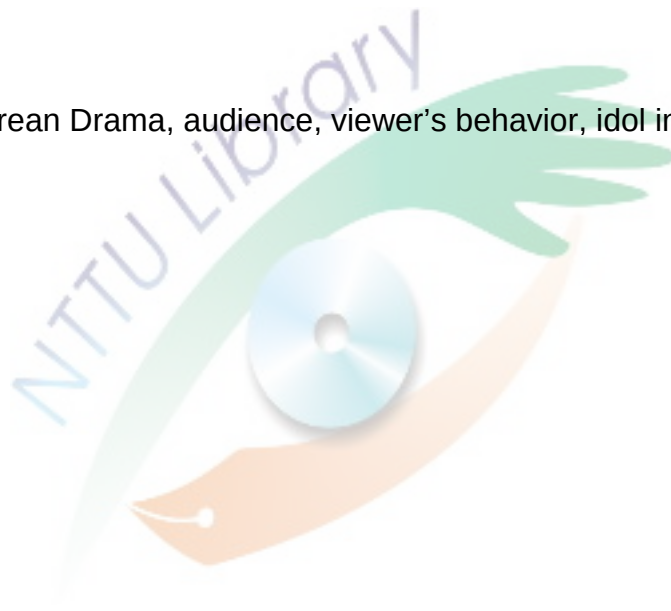
Conclusions:

1. Korean drama usually has few episodes with compact stories. The story contexts and types have presented with diversity. The handsome actors and beautiful actresses in the act with their high academic degree backgrounds, moving love stories, charming background music, spectacular scenes, and the themes regarding family focus and work, these altogether are easy to make female audience identify themselves

with the roles.

2. After watching Korean drama for a long period of time, female audience does not identify with the entire Korean culture, but on a selective basis.
3. When watching Korean drama, female audience get fully involved into the drama, from which they obtain learning experiences and joy of viewing.
4. The infatuation with the Korean drama's actors/actresses for female audience is different from the juvenile idol worship. What they have expresses is rational, implicit, and conservative.

Key words: Korean Drama, audience, viewer's behavior, idol infatuation



目 次

謝 辭.....	IV
摘 要.....	V
目 次.....	VIII
表 次.....	X
圖 次.....	XI
 第一章 緒論.....	 1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	4
第三節 研究目的.....	7
第四節 名詞釋義.....	7
 第二章 文獻探討	 9
第一節 韓劇之緣起與特色.....	9
第二節 韓劇與女性收視行為.....	19
第三節 偶像崇拜與迷戀.....	30
 第三章 研究設計與方法	 41
第一節 研究架構與流程.....	41
第二節 研究途徑.....	43
第三節 研究設計.....	45
第四節 信效度的建立.....	47
第五節 研究倫理.....	48
 第四章 研究結果與討論	 49
第一節 韓劇之特色.....	49
第二節 韓劇與女性收視行為.....	64
第三節 偶像崇拜與迷戀.....	81
 第五章 結論與建議	 87
第一節 結論.....	87

第二節 建議.....	100
參考文獻.....	105
附錄一.....	109
附錄二.....	110



表 次

表 1-1：深受女性喜愛之經典韓劇.....	3
表 3-1：樣本結構.....	46
表 4-1：韓劇集數表.....	51
表 4-2：深受女性喜愛之韓星學歷和代表作.....	55



圖 次

圖 3-1：研究架構圖.....	41
圖 3-2：研究流程圖.....	42



第一章 緒論

第一節 研究背景

這幾年來韓劇的風靡，攻陷了台灣電視台連續劇的時段，也深深的扣住大家的情緒。我是一個超級韓劇迷，雖然至今只會一句A NI YA SAY YO（韓文你好之意），但不因為不懂韓文而不喜歡韓國文化，留意韓國這個國家是因為喜愛韓劇，喜愛韓劇的程度可以說是瘋狂到了極點，看過的韓劇超過了一百部。因為喜歡韓劇，進而對韓國這個國家感到好奇，為何韓劇會那麼吸引我？韓劇的魅力何在？有什麼值得我們學習的地方？本來沒甚麼可看的景點，透過韓劇居然一堆人去觀光，韓國政府實在太厲害了，應該說行銷手法太好了吧！這點或許是我們該學習的。其時我們台灣的景點並不亞於韓國，但就是政府不懂得行銷。韓國光是韓劇就幫他們賺了很多錢，連觀光產業都帶動了，而且政府又很支持和強烈促銷。韓劇之所以盛行發燒，有甚麼值得我們學習和警惕的地方？在這波“韓流”裡我們學習到什麼？在我們欣賞韓劇時，其背後的文化內涵是不是也是我們所欲探討的課題。

其實韓劇進入台灣，造成市場熱潮，是有因可循的。韓國過去長期以來和台灣有著政治上夥伴關係，雖然目前兩國已無邦交，但私下民間的往來卻從不間斷，因此台灣民眾對韓國就不覺得陌生。韓劇從故事的題材、到導演的拍攝與運鏡的手法，都表現出與台灣戲劇不同的風格，且在文化上又有著接近性，在這種條件之下，那麼韓劇攻佔台灣閱聽人的心，似乎是易如反掌。同時，韓國人在外表上又是黑髮黃皮膚的中國人特色，更強化台灣閱聽人對它的接受度，新奇加上親切，韓劇竄起也就不足為奇了(葉文忠，2001)。

這股韓風最早是由電視點燃，以製作布袋戲聞名的霹靂衛星台於1996年引進韓劇，該台在成立初期，為使頻道節目多樣化，陸續播出數十部韓劇，奠定韓劇流行的基礎，而延燒至今的這波韓劇熱，則是由八大電視台領先(林瑞慶，2001)。

自從八大電視台引進韓劇《火花》與《藍色生死戀》之後，引爆了台灣的韓

流熱潮，其他電視台陸續跟進，八大成爲2000年韓劇天下的點火者，堪稱韓劇的首善之台，八大引進韓劇之時，就決定採用日劇宣傳模式，新聞稿定時上報，甚至邀請韓劇明星來台宣傳，高曝光率果然讓韓劇一砲而紅。

自從2000年《藍色生死戀》一劇打響韓劇在台知名度後，韓劇的價錢也開始上漲，由緯來電視台之後播出的韓劇一集也要2000多美金的行情，其中《冬季戀歌》，曾創下一集3000美金，然而這個紀錄又被現在2007年東森戲劇台的《黃真伊》一集30000美金所超越了。早期韓劇剛開始的一集播放價錢低於日劇，一集大約只需1000到2000美金，當時日劇動則就約上萬元美金，在價格的考量之下，電視台選購外片時，購買韓劇是必然的趨勢，這就是促使韓劇登台播出的起因（鄭智銘，2004）。除了上述提及的片酬外，韓劇在編排愛情劇的劇本中，是編立一套建諸東亞皆準的超越時空生死、超越塵世的浪漫愛情爲主題（楊芳枝，2003）。在這樣的愛情劇中，也常環繞著四角戀情，把男女主角相戀過程必經過許多情路上的坎坷，從《藍色生死戀》裡的恩熙和俊熙，看過的人很難不被那楚楚可憐的宋慧喬（恩熙）、深情款款的宋承憲（俊熙）、以及犧牲自己的元斌（泰錫）所感動。情定大飯店中的裴勇俊（東賢）和宋允兒（臻茵）及《冬季戀歌》的裴勇俊（俊祥）和崔智友（友珍），當他們戀情發展到最後時，就能感受到那種永恆不變的愛。

其實，韓劇從早期的《藍色生死戀》、《冬季戀歌》、《情定大飯店》、《天國的階梯》與2005年當紅的《浪漫滿屋》到2008年現正播映的《太王四神記》、《王與我》等，都是膾炙人口的經典韓劇。根據尼爾森公司於2001年針對全台3700百位觀眾做過一份研究調查指出，韓劇有近50%集中在女性上班族和家庭主婦，收視群在15~24歲的觀眾群不到15%，但25歲以上約超過60%（鄭智銘，2004）。女性上班族至家庭主婦等，無不受到韓劇極大的影響，甚至像我一樣瘋狂的親自到韓劇所拍攝的當地場景，實地去感受沉浸在冬季戀歌裡有著浪漫雪景下的愛情滋味。而哈韓風的興起，在台灣更隨處可見模仿劇中男女主角穿著的年輕人，甚至也吹起全台韓國明星臉的整形風波，例如購物頻道裡的主持人「斯容」，遠赴

韓國整容，而且指定要整成跟韓星蔡琳（愛上女主播女主角）一樣的鼻子。

自從八大電視2000年播出《火花》之後，平均每月放映一檔新連續劇，緯來電視也後起直追。截至目前為止各家電視台引進韓國連續劇計超過200片以上，韓劇家庭溫馨感人的情節，已深植於台灣人的印象中，緊緊吸引台灣收視戶。至今深受女性們喜愛及較經典的韓劇整理如下：

表1-1：深受女性喜愛之經典韓劇

編號	劇名	編號	劇名	編號	劇名
1	火花	34	春日	67	玻璃鞋
2	蕃茄	35	最後之舞	68	玻璃畫
3	小蓋子	36	秘密男女	69	男人香氣
4	守護天使	37	你還有夢嗎	70	來去海邊
5	希望之歌	38	你來自那顆星	71	完整的愛
6	風之子	39	宮野蠻王妃	72	布拉格戀人
7	奔向陽光	40	我的女孩	73	18、29
8	青春陷阱	41	浪漫滿屋	74	星星在我心
9	愛情奇蹟	42	張禧嬪	75	善姬、真姬
10	醫家兄弟	43	明成皇后	76	MR.Q
11	親愛的你	44	愛在哈佛	77	漂亮寶貝
12	歡樂時光	45	玫瑰人生	78	奇男怪女
13	媽媽姊姊	46	鋼琴	79	美妙人生
14	藍霧	47	秋天的驟雨	80	小爸爸上學去
15	悲傷戀歌	48	老天爺啊給我愛	81	再見先生
16	醫家四姊妹	49	12月的熱帶夜、	82	朱蒙
17	藍色生死戀	50	加油金順	83	綠薔薇
18	愛上女主播	51	我叫金三順	84	黃貞伊
19	情定大飯店	52	天國的階梯	85	花仙女
20	祇愛陌生人	53	巴黎戀人	86	順其自然
21	美麗的日子	54	大長今	87	加油菊花
22	擋不住的愛	55	豪傑春香	88	許浚
23	陽光情人夢	56	皇太子的初戀	89	陽光照射
24	美麗的謊言	57	愛的火花	90	商道
25	我們真的愛過嗎	58	火花遊戲	91	茶母
26	這該死的愛、	59	天使之吻	92	那女人的選擇
27	黃金馬車	60	冬季戀歌	93	威尼斯戀人
28	純真年代	61	背叛愛情	94	我男人的女人
29	射星	62	新娘 18 歲	95	愛恨一線間
30	嫂嫂 19 歲	63	開朗少女成功記	96	王與我
31	夏日香氣	64	巴里島的日子	97	太王四神記
32	紅豆女之戀	65	愛在陽光裡	98	媳婦的全勝時代
33	羅曼史	66	愛情的條件	99	李祿

資料來源：研究者整理

第二節 研究動機

這些年來，從主辦奧運會、世足賽，到連續劇、電影、電子電器產品外銷，「韓國」忽然成為時髦的字眼，成為全球各地民眾注目的對象。這一股「韓流」什麼時候湧進家家戶戶的廚房、客廳、電腦螢幕，讓人真的很想弄清楚。

1990年前沒沒無聞的韓劇，為何在最近幾年發燒？韓劇魅力何在？它的特色是什麼？過去台灣雖然與韓國同為亞洲四小龍，但卻極少共同討論，對於韓國的印象，大多是烤肉、泡菜、人蔘雞。1992年8月韓國政府宣布與我斷交，並在一夜之間毫無預警地，全數將我們駐韓漢城大使館的財產過到中共名下，1997年亞洲金融風暴，韓國外債高漲，幾近破產，在本身無以為力下被迫向國際貨幣基金(IMF)求援紓困貸款583.5億美元，在IMF之後，韓國開始積極的外銷韓國的文化。過去大家對韓國人的印象，常見的負面印象是一韓國人性格剛硬、民族性強烈、示威抗議不斷、韓製產品粗糙不堪。但如今對韓國的印象，由原本模糊的面貌似乎漸漸明朗化，沒有一個國家不知道韓國演藝事業。韓劇、韓國明星受到台灣觀眾的喜愛；韓國還主辦了奧運、亞運、世界盃足球賽等，韓國不再只是亞洲的一尾小龍，韓國為何能夠靠著韓劇行銷到世界各地？其韓劇特色為何？有無值得借鏡之處？是本研究的第一個研究動機。

不可否認的，韓劇不只在台灣，甚至在鄰近的東亞、東南亞地區，更遠到達歐、美等地區，無不創造了另一項的文化傳播，讓韓國藉由戲劇節目的傳遞，使得世界更進一步了解韓國。特別是在東南亞國家，如泰國、馬來西亞和新加坡等，均趕搭上這股「韓流」。根據「新加坡時報」引述「韓國國家旅遊組織」中提到，當地的民眾在收看完韓劇後，紛紛爭相前往韓國旅遊。另外，在當地開幕的旅遊博覽會所售出之韓國套裝旅遊行程，比去年同期增加近兩倍之多。熱門連續劇所拍攝之地點更是大受歡迎（蔡宜玲，2005）。由此可見「韓劇」受到歡迎的程度不單只在台灣顯現出來，這些「韓劇」看起來的確像是受到眾多亞洲國家的歡迎，同時，也有不少學術討論將其在東亞地區風行，歸功於韓國與這些國家的文化接

近性（卓珍玆，2004；蔡佳玲，2006）。

韓劇為何如此令女性瘋狂著迷？因為韓劇大部份以描述都會愛情的主題內容為主，而愛情偶像劇深受到女性的喜愛，主要是台灣與韓國彼此文化接近性的相關因素，因而產生認同亞洲文化。這些較日本更相近於儒家思想文化價值觀的韓劇，在台播映後其收視率屢屢創下新高，特別是以婆媽劇如先前的《火花》、《大長今》等，更是席捲台灣的戲劇節目生態，尤其是以「熟女」的收視層，更是收看韓劇的主要生力軍。而以前有關韓劇閱聽人的研究，多半著重於分析年輕族群、男女性別收視差異性，以及簡單的人口變項等，很少以熟女的收視行為作為研究對象。所以本研究想以30歲以上女性為主要研究對象，以進一步了解這群女韓劇迷的收視行為，是否長期收看韓劇之後，會對於韓劇劇情內容產生模仿、學習的行為，進而產生文化認同？以及收看韓劇的過程中，能夠獲得什麼樣的愉悅？是本研究第二個研究動機。

《情定大飯店》、《冬季戀歌》在台灣播出之後，裴勇俊在台灣被稱為「師奶殺手」。而這股崇拜偶像風潮，尤其受到女性閱聽眾著迷，裴勇俊所到之處總是吸引一群女粉絲。例如「勇樣」—裴勇俊為《太王四神記》古裝劇，赴日宣傳，近6000名師奶擠爆大阪機場，齊聲大喊：「我們等你好久了！」粉絲來自日、港、中、台一路從韓國護送，航警局出動500名警員和保全戒備（莊玟啟，2008）。而在大阪京瓷巨蛋出席《太王四神記》影友會，現場擠爆近四萬名日本、南韓、台灣、香港等地粉絲熱情捧場。光是影友會的門票收入就有25億韓元（約台幣7412萬）（翁家祥，2008）。由此可見韓星—裴勇俊的魅力；而當800多位盛裝打扮的韓迷、手捧鮮花禮物以及手持數位相機，引頸企盼的出現在中正機場入境大廳，一邊健步如飛、身手矯健的推擠，一邊興奮大喊「我愛你」，這可令人一頭霧水，到底什麼事讓這群婆婆媽媽變得這樣熱情開放？令新聞每個整點都當成頭條來播？曾幾何時？瘋狂的追星族，變成印象中溫良持家的婆婆媽媽，且其渾身上下還散發出幸福光暈。連代表專業的新聞主播，因職務之便而親近到「韓星」時，所微露出的嬌羞表情，都興奮地表達出對「韓星」的傾慕。這引起我非常大

的好奇和諸多疑問。到底是誰讓女性崇拜的年齡層，從青少年擴展到婆婆媽媽，甚至包含高齡70多歲的阿媽？到底是誰在女性市場，建立起這開疆闢土的豐功偉業？到底是誰讓一群熟女一窩蜂到韓國旅遊？原來這一切的原因都只是因為一位韓星—裴勇俊。

韓星之所以近幾年在台灣大受歡迎還有另外一個重要因素—「迷群與韓國藝人的互動性」。相較於歐美藝人強烈的自我意識，日本藝人對於個人感情的事保守低調，而韓國藝人在台灣的記者會中，面對私人的感情詢問就顯得比較自然坦白。這些舉動無形中拉進了韓國藝人與觀眾之間的距離感，使得「韓劇迷」能夠與自己心儀的偶像劇中人物更近距離的接觸，進而達到個人的愉悅和滿足（郭家平，2007）。

目前，台灣針對偶像崇拜的論文探討，大都以兒童和青少年作為研究的對象，尚未以「熟女」作為研究對象，就算有針對「熟女」為研究對象的，也多著重在其工作、家庭上，而少有探討他們工作、家庭之外的其他內心世界。尤其，針對明星的偶像崇拜，在我們社會上多被賦予一種幼稚、瘋狂、不成熟的刻板印象。是什麼樣的因素促使這些已經有先生、小孩的成年女性，不在意社會的眼光、投注時間、金錢追逐偶像的一切？根據尼爾森收視調查顯示，日劇觀眾集中在15～34歲的年輕族群，而韓劇觀眾群則是偏向30歲以上之上班族、或是更為年長的家庭主婦為主，整體收視群眾較為成熟（葉嫦芬，2001）。本研究好奇的是這群中產階級以上的「熟女」，是否會在經過長時間的收看韓劇之後，無形中愈趨認同劇中偶像。為探究女性迷戀偶像的內心世界，是理性、含蓄、冷靜、的角度新賞韓星？抑或是瘋狂、盲目的迷戀韓星。是本研究第三個研究動機。

第三節 研究目的

根據上述研究動機，本論文主要目的如下：

- 一、了解女性著迷韓劇，與韓劇特色的關聯性。
- 二、了解女性閱聽人長時間收看韓劇後，對於韓劇劇情產生模仿學習，和文化認同的行爲，以及收視韓劇所獲得的愉悅。
- 三、了解女性迷戀偶像的內心世界，是理性、含蓄、冷靜、的角度欣賞韓星，抑或是瘋狂、盲目的迷戀韓星。
- 四、依據研究發現提出具體建議，作為研究本土劇之參考資料。

第四節 名詞釋義

本研究所欲探討的重要名詞有「韓劇」、「閱聽人」、「收視行爲」、「偶像迷戀」將詮釋如下：

一、韓劇

韓國電視劇（簡稱韓劇），指大韓民國拍攝製作的電視劇。大多是以浪漫愛情戲劇片較為顯著，劇中男女主角都是偶像明星的俊男美女組合，並附以悲歡離合與貼近生活化的愛情劇。在這裡是針對1993年至2008年在台灣播出過的韓劇。包括：愛情劇、家庭倫理劇、歷史古裝劇、搞笑劇等。

二、閱聽人

訊息之接收者，一個讀者、觀眾、聽眾之總稱。在傳播學中，大眾傳播媒介要把訊息傳遞給那些不認得的個人或團體，通常把訊息傳播的對象稱為閱聽人（周靈山，2002）。根據行政院新聞局 1993「有線廣播電視法」第 46 條、第 55 條，對有線電視收視者定義為訂戶；行政院新聞局對有線廣播電視系統台，公文

或教育訓練文件亦定義為收視戶、消費者、觀眾或閱聽眾；所發行之中華民國電視年鑑則定義為觀眾收視戶、閱聽人及閱聽眾；閱聽人及閱聽眾所發行之中華民國電視年鑑則定義為觀眾、收視戶、閱聽人及閱聽眾；學者著作、論文則以閱聽人及閱聽眾為主，收視戶和觀眾亦經常見述於中；為尊重專家學者之著作權，本文所引用之文獻，以其研究學者著作定義為主；歸納法規及研究學者之著作，得知訂戶、收視戶、觀眾、閱聽人、閱聽眾，基本上均為相同概念。

三、收視行為

是指閱聽人因性別、年齡、職業不同、教育程度、族群、婚姻狀況等影響收視行為的差異。本研究將收視行為界定為：台東地區30歲以上女性收看韓劇時，心理的認知和模仿、學習行為，以及文化認同、愉悅感等，做為調查影響收視行為的依據。

四、偶像迷戀

「偶像」之本意，乃為「泥塑、木雕的神像」，原為宗教信仰而塑造，用以膜拜的神像。隨著時代的進步、社會結構的變化，「偶像」一詞已不限於原有的解釋，在個人主義盛行的風氣下，可因個人喜好，選擇任何人物做為模仿及崇拜的偶像，且在大眾傳播媒體的推波助瀾下，「偶像」的類別包羅萬象，已從古代的聖賢轉變明星，棒球員，才藝選手及作家等等，這些都只是喜愛的型式、對象，而非以往所定義之「標準的模範」。偶像崇拜是指一個人，對某一特定人物的景仰與愛慕，或模仿與效法的態度行為表現（陳勝發，2003）。

偶像迷戀通常是較為積極主動的閱聽收視群，與一般的電視收視群有所不同，這裡所謂的「迷戀」，是指對韓劇演員、極度喜愛、熟悉及認同。這些將自己體力、心力、財力投注在韓劇演員上的人，並對自己所喜愛韓劇演員的人、事、物等大量相關訊息感到興趣的閱聽人。

第二章 文獻探討

本章共分三節，分別針對研究目的，去進行相關的文獻資料說明和討論。第一節探討韓劇特色所引發的哈韓風潮。第二節探討30歲以上女韓迷之收視行為。第三節則是探討女性迷戀偶像的內心世界。茲就分述如下：

第一節 韓劇之緣起與特色

一、台灣引進外國戲劇的背景

翻開我國的外國節目播放史，台灣早在1962年台視開播，便開始播出國外節目。1961年的年10月3日，台視試播兩部卡通短片《公主與賣唱者》與《棒球賽》，這是中華民國電視史上，最先被送到家庭電視上的外國影片節目，而我國電視史上第一部外國電視影集，則是台視播出的美國喜劇《我愛露西》（I Love Lucy）（蘇蘅，1995）。

但由於我國廣播電視法對外國節目播出比率的限制，三家無線電視台播出的外國節目一直維持在20%以下。1987年解嚴之初，外國節目播出比率仍不到20%，並以美國節目一枝獨秀（蘇蘅、陳雪雲，2000）。

然而，自從1993年「有線電視法」公佈實施合法化後，便開啓了台灣電視史上嶄新的一頁，為數近七、八十個的有線電視頻道，給予本土業者與外來頻道業者一個生存空間，尤其是STAR TV 於1991年8月在亞洲開播，帶來五個頻道（中文台、體育台、BBC新聞台、合家歡台、音樂台）24小時全天候的播送，為台灣的電視市場帶來極大的震撼，進而提供民眾多樣化的節目選擇。同時，也因為頻道為數眾多，若欲取得一定收視族群基礎，唯一生存利器便是鎖定特定族群，提

供符合其需求、喜好之節目類型與內容，遂使得有線電視頻道走向分眾化。

事實上，頻道數目激增後，首先面臨的棘手問題，即是節目內容的貧乏與不足，在欲以有限製作成本，來達成較高收視率的前提下，除了拍拍「有把握的戲」之外，外來戲劇節目如韓劇一集播映版權，大約從3萬元到5萬元不等，如果再加上翻譯、配音、打字幕等費用，大約是5到7萬元（李安君，2001），總體權衡下，購買外來戲劇節目，成為有線頻道業者的一大經營利器。除少數零星播放外來戲劇節目的綜合頻道節目外，目前已出現數個訴求外來戲劇節目定位的有線頻道，可謂廣開世界文化大門，讓社會大眾透過外來節目的播放大量間接接觸、吸收外來文化。目前台灣外來戲劇節目以日劇、港劇、大陸劇、韓劇為主，至於經營戲劇節目的頻道，則包括有衛視中文台、TVBS、緯來綜合台、緯來戲劇台、緯來日本台、中天娛樂台、中視衛星、東森戲劇台、東森綜合台、八大綜合台、八大戲劇台、八大綜藝台、三立都會台、超視、年代、霹靂電視台等（葉文忠，2001）。

二、韓劇在台發展現況

韓劇風潮最先是由有線電視點燃。以製播布袋戲聞名的霹靂衛星台於1996年引進韓劇，該台在成立初期，為使頻道節目多樣化，陸續播出數十部韓劇，奠定了韓劇流行的基礎。當年霹靂台共採購了《赤色烽火情》、《國際列車殺人事件》、《單身新貴族》等繪炙人口的韓劇，開始培養了台灣觀眾收視韓劇的習慣，漸漸吸引以婦女階層為主的收視對象。除了霹靂衛星台之外，舉凡中視衛星、衛視中文台亦會不時播放韓劇，如衛視中文台播過《模特兒的故事》、《青出於藍》、《墜落天使》等劇，中視衛星也播過《蕃茄》、《向日葵》等劇。

至於這波韓劇熱，則是由八大電視台搶先。八大打韓劇牌時，日劇正如火如荼地佔據許多頻道，此一區隔市場的手法為八大殺出一條血路。八大挑選的南韓偶像劇如《火花》、《藍色生死戀》，大部份是劇情緊湊、集數短、情節浪漫感人、對白經典，然後再搭配俊男美女的演員陣容，很能打動時下台灣民眾的心。同時八大也適時推出電視原聲帶、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）。

八大電視台首開《火花》的韓風後，又先後引進《祇愛陌生人》、《藍色生死戀》、《愛上女主播》及《情定大飯店》等劇，皆創下不錯的收視熱潮，其中八大電視台在2001年3月播出《藍色生死戀》時，收視率曾攻上有線電視連續劇類第一名（楊起鳳，2001）。

繼八大吹起韓劇勝利的號角之後，其他有線電視台也一窩蜂跟進，其中尤以緯來電視台的動作最大，將電視網旗下的大地頻道更名為一緯來戲劇台，以韓劇為該頻道之節目主力，持續炒熱韓劇熱潮。除有線電視台的積極投入外，連無線三台也趕搭這波順風車，有的甚至選於黃金八點檔時段播放韓劇，如華視因推出韓劇《正在戀愛中》，成為首播韓劇並放在八點檔的無線台（葉嫦芬，2002）後續台視也接連在八點檔播出《玻璃鞋》、《商道》、《茶母》等韓劇，皆有不錯的反應與評價。透過電視頻道不斷熱播，韓劇近年來已形成一股威力驚人的「韓流」，儼然成為繼「哈日風」之後的另一文化風潮。

各主要媒體電視台，在以經濟效率及收視率考量下，仍多半以購買外國電視節目為主，再加上韓國政府當局致力於發展其國家文化事業，特別是戲劇和電影部分，藉由傳播科技的進步，傳遞至台灣以及東南亞各國、甚至是美洲地區國家，處處可見韓劇的播送。因此，在現代全球化下的社會文化體系中，閱聽人所扮演的角色更較以往多元及多變。以韓劇為主的外國影視節目中，其幕後韓國當地政府的大力推動實屬功不可沒。從高額的電視節目製作經費，到政府當局對於韓國文化產業，所投入的心血，不難發現韓劇成功，其幕後的主要推手，除了傳媒科技進步之外，韓國政府當局的鼎力推動，更是扮演了舉足輕重的角色（鍾志鵬，2005）。

三、韓劇風行的原因

（一）南韓政府的全力協助

從時代變遷的角度來看，南韓從1988年漢城奧運以來，逐步開展了自由開放

的政策，人民的眼界愈見開闊。九十年代學運和政爭平息之後，年輕一代把上街頭的熱情轉移到出國留學上，在最短的時間內就跟上了國際頂尖潮流。南韓金大中大統領上台後，更是致力於推動「影視振興方案」以及文化輸出政策。這些均讓影視資源獲得了更優勢的保護（單葑，2002）。由於南韓政府的大力支持，著實為韓劇奠定了一個向外發展的極佳基礎。

（二）南韓社會對於影視創作者的尊重

嚴守職業倫理的傳統讓拍片現場秩序井然，導演一聲號令，莫敢不從。因為對影視創作者的尊重，社會普遍給予他們藝術家的禮遇，一齣戲掛頭牌的往往不是明星，而是編劇和導演。在強烈的民族自尊心之下，整個南韓影視界都以韓劇的風靡亞洲為榮為傲，也因為這樣的民族凝聚力，使得他們對於韓劇生產的品質極為注重，對於後期的製作更是務求盡善盡美。電視劇生產人員們敬業的態度，使得他們不論從哪一個製作角度來看，都充分顯示了專業（單葑，2002）。

（三）價格因素

韓劇之所以在亞洲盛行，並擊敗日劇的原因，主要是因為價格因素。韓劇比日劇便宜很多，一部韓劇的售價一般只有日劇的30%，而且無時間規定，各國的買家自然會想買韓劇。造成日劇價格高的主要原因是一日本的演員一般在合同中，註明都要獲取海外發行收入的利潤，而南韓則是沒有這種慣例，演員與電視台一般都是一次結算。另外，南韓政府對推動韓劇出口，提供了很多優惠政策，而在日本則沒有這方面的支持。

（四）劇情內容

韓劇成功之處為何？為何能打動人心蔚為風潮？韓劇大多展現人類普遍的情感追求，以愛情、親情、友情為主題，展現南韓倫理道德現狀的「家庭生活劇」，以及幽默、俏皮，帶有社會弊端和人性弱點的揶揄、批判的「都市輕喜劇」，甚至，是以年輕人的戀愛為主線，場景華美而煽情，時裝炫目而耀眼，加上如夢一般的愛情誓言，大都是英俊美麗的青春偶像們擔綱主演的「都市偶像劇」。韓劇的場景雖然很現代，但其實它的本質是很傳統的。故事劇中透露著濃厚的儒家思

想。劇中的男、女主角往往都在苦悶、徬徨中思考人生的道路以及生存的價值，濃厚的家庭觀念在韓劇中更是無處不在，它讓國內的觀眾不自覺地就會感受到濃厚的親切感。

它們宣揚東方式的諒解以及寬容精神，展現許多東方式的倫理觀念，例如：年輕人應該要孝順父母，朋友之間以信義為本，做人要誠實，對家庭親情要珍惜等，這些都打動了許多的華人觀眾。

韓劇劇情內容強調的許多觀念，不但能為時下青少年們所接受，更難能可貴的，是它可以獲得上一輩觀念較為傳統的長輩們所認同。或許，這正是韓劇充分發揮了「儒教文化」所彰顯的特質與魅力。所以韓劇風行的原因整理如下：

- (一) 南韓政府的全力協助
- (二) 從金大中大統領起，致力推動「影視振興方案」以及文化輸出政策。
- (三) 社會對影視創作者的尊重
- (四) 年輕一代出國留學，跟上國際頂尖潮流。
- (五) 嚴守職業倫理的傳統，社會給予他們藝術家的禮遇。
- (六) 民族自尊心、凝聚力。
- (七) 韓劇價格較日劇便宜，無時間的規定。
- (八) 劇情內容：1.場景現代，本質傳統，透露著濃厚的儒家思想，展現東方式的倫理觀念。
2.標榜健康生活方式，色情因素和負面例子較少。

四、韓劇風行所引發的哈韓現象

(一) 食

隨著韓國餐廳愈開愈多，高低價位的餐點應有盡有，但卻是烤肉和大醬湯最好賣，原因只是裴勇俊在《冬季戀歌》裡說過：「原來幸福就是這樣，看到心愛的人煮的大醬湯在爐上沸騰。」《茶母》、《大長今》這兩齣韓劇亦讓人換了另一種角度來看待固有的茶文化和中藥。這兩樣國寶一經韓劇詮釋，身價立刻倍增。茶道教育的復興、中藥美容的流行，在一定程度上也得歸功於韓劇。

（二）衣

韓劇裡的穿衣時尚是一波接著一波的帶動流行風潮，例如在《浪漫滿屋》播出之後，短外套以及胸下切分的上裝便十分受到女孩子們的青睞。而更早以前在《冬季戀歌》、《對不起，我愛你》等劇播出之後，也讓不少人產生了想購買翻毛的圓頭皮鞋、毛線圍巾、格子呢大衣的衝動。寬腳褲配尖頭鞋的裝扮更是讓許多人留連難捨。韓劇對服飾的影響是潛移默化的，目前很多女性夾頭髮的牛角夾，其實也是好多年前從韓國流傳過來。最深刻的改變，往往是讓你察覺不到的改變。奇特的是一不少滿身韓服的女孩子，並不承認自己是在模仿韓星，認為這本來就是他們喜歡的樣子。

（三）行

受到韓劇裡男主角的白馬王子形象影響，癡情闊少少不了要用名車烘托氣氛。像是《藍色生死戀》、《ALL IN》、《天國的階梯》、《開朗少女成功記》裡出現過的BMW X5、AUDI A8、BMW 530i、PORSHE BOXSTER 等，都因為在韓劇中出現過的關係，而使其增加了銷售量。

（四）美容

韓國本來就是講究體面的民族，光鮮亮麗是禮貌，也是自信。韓劇的美女和帥哥99%都被手術刀修理過，這是人盡皆知的秘密。韓劇的風行也導致了人們對外貌價值觀的改變。甚至，韓星們的長相更成了整型者的選擇之一。大批南韓單眼皮帥哥的湧入，更是改變了中國人對單眼皮的看法。此外韓劇還帶動了另一種妝容的盛行（透明妝），韓劇一向以妝容得體著稱，許多美女都讓人覺得是以素面示人，也因為這個緣故，許多女性開始要求妝要化得不惜工本，但又要亦真亦幻。

（五）時尚

因為韓劇的關係，劇中人物所使用的物品，像是新款手機、流行配飾等，往往都會在戲外造成一股購買熱潮。韓迷對韓國商品喜好度除了三星手機、LG 螢幕與洗衣機等家電商品之外，現代起亞汽車、雙龍汽車的銷售實績也持續增加。

以另一個角度來看，韓劇開拓了南韓商品在海外的市場，它是一個流行的指標，一種時尚的趨勢。

（六）閱讀

電視劇出書是一件很普通的事情，但是韓劇出書較為特別的地方是一文字質樸無華，一頁紙上的字數、行數並不多。有些人認為這樣的書調整了閱讀的速度，讓人達到真正休閒的目的。

（七）價值觀

看韓劇也改變了我們日常生活中的價值觀，例如尊敬長輩、遵守傳統。無論你多麼有成就，該尊敬的人還是要鞠躬，該保留的傳統還是不能捨棄，這是韓劇裡所強調的觀念。

（八）旅遊

「韓流」熱潮也給南韓觀光發展帶來了良好的生機。根據報導顯示，2005年台灣前往韓國觀光人數從145,344遽升至351,421人，大幅提升141.8%，由此可見台灣遊客對韓國深具興趣。這個現象很明顯地和韓劇有著密切的關係。人們在收看韓劇後，對於其劇中拍攝的景點產生了嚮往之情，最後決定去實地探訪拍攝的地點。這是韓劇帶動南韓觀光事業的基礎背景。

（九）文化交流的

外交關係近年來「日韓空前熱戀」現象，主要就是受到韓劇《冬季戀歌》的影響。戲裡連帶捧紅的韓星裴勇俊，更成為日韓兩國積極交流的重要關鍵。日本外務省亞太局東北亞課長－伊藤直樹在接受亞洲週刊專訪時便曾說道：「2001 年在日本形成的韓劇和裴勇俊熱流，無疑是日韓雙方民間迅速走近的良機」。

五、韓劇之特色

（一）集數少、劇情緊湊。

由於韓劇的內容與題材門檻低、掌握度高、易產生共鳴（吳金鍊、曾湘雲，2002）。研究女性韓劇迷的觀點發現，相較於其他台灣本土或偶像劇，韓劇緊湊、

不落俗套，一齣韓劇頂多一至兩個月就播映完畢，多數受歡迎之韓劇集數大多不超過30集。舉例來說，以《火花》為例，其劇情內容介於日本偶像劇與台灣偶像劇之間，看得懂也容易產生共鳴，是韓劇賣座的重要因素之一（葉嫦芬，2001）。特別是幾齣經典的熱門韓劇如《火花》、《愛上女主播》等在台播出已一段時日，甚至重播數次，但死忠的「粉絲」仍舊願意收看重播，並且在網路上引起熱烈討論。這些韓劇被歸類為「經典」韓劇，主要是因為每重播一次，就會激起網友對於現代女性的婚姻、愛情和事業的不同想法（蔡宜玲，2005）。以《火花》為例，在八大重播七次之後，轉到民視播出，收視仍維持三到四的佳績（粘嫦鈺，2001）。

（二）俊男美女的演員以及多樣化的劇情

韓劇不僅內容及類型呈現多樣化，其劇中的帥哥美女、動人愛情、重視家庭與工作等題材，比一般偶像劇更為生活大眾化的劇情描述，才是韓國偶像劇迅速走紅亞洲市場的主因（粘嫦鈺，2004）。韓劇對台灣觀眾的影響力更是不容忽視，特別是故事主角帶有身世之謎的前因後果，巧妙融於整體劇情，的確增加戲劇張力，深受觀眾喜愛（傅繼瑩，2006）。因此，日本導演北野武說：「韓劇是一種有機農業，包括拍攝手法和演員的演技，均沒有添加任何化學物質，以真情打動觀眾的心」（引自蔡佳玲，2006）。

（三）演員學歷高、夠專業。

韓國明星在國內大受歡迎，細心的台灣影迷應該發現，韓國對於培育表演藝術的人才不遺餘力。亮出學歷，韓國明星幾乎個個都是從影藝專門大學科系畢業的，而綜觀作育大明星的搖籃，以漢城藝專、東國大學、漢陽大學、中央大學最多，其中還不乏碩士級女演員，像是李英愛畢業於中央大學藝術研究所，而車仁表則是美國紐澤西大學經濟學高材生，金惠秀在東國大學戲劇電影系畢業後，又考入成均館大學新聞碩士班就讀成為裴勇峻的學姊（單葑，2002）。

韓國電影戲劇科系大學遍及鄉野，尤其劇團很多，培養許多專業戲劇人才，其中畢業於漢城藝術專門學校的最多，像是車太賢、河智苑以及紅遍中國大陸的安在旭，都是畢業於漢城藝術大學，他的地位就有如台灣的藝術學院。

韓國是個非常重視學歷的國家，加上演員個人的求知欲也很強，所以在從事演藝工作的同時，不忘以文憑來為自己加分，因此與亞洲各國相較，韓星學歷明顯比其他各國高出甚多（單葑，2002）。韓星的高學歷引發的效應不少，舉例來說，韓劇在台灣、日本走紅，除了故事內容的生活化與包裝精美之外。演員外型俊美、演技素質高、加上高學歷的個人條件，都是韓劇在國內及海外竄紅的重要因素（鄭孟緹，2005）。

由於韓星的高學歷，在韓國的社會地位也越來越高，如李英愛、裴勇俊講一句話，便會引起社會上極大的迴響，甚至還會間接傳播到海外市場，引發更多效應。《愛在哈佛》的女主角—金泰希，就是韓國著名的資優生，他不僅擁有美麗外貌和迷人身材，還是南韓最高學府—首爾大學服裝設計系。她的漂亮為他贏得許多注意目光（鄭孟緹，2005）。

（四）特有「東方文化」的親切感

韓劇中特有的「東方文化」對於台灣閱聽眾營造出一種「親切感」，韓劇大多呈現崇尚儒家思想的意涵，在內容上注重倫理道德與人文精神的培養。因為劇情貼近東方文化生活，深具濃厚儒家思想的家庭觀念與愛情觀，所以更能喚起收視者的自身經驗與文化記憶（季欣慈，2005）。韓劇中主角的生活習性與思維和台灣人比較相近，不似日劇包裝太過度，感覺比較超現實而有些距離感。所以韓劇對亞洲人而言，感覺起來比較親切與實際（宋元根，2004）。

因此韓劇中特有的「東方文化」也特別吸引女性閱聽眾，Murray研究發現，女性似乎比男性更愛收看電視。同時，針對韓劇的主要收視群研究，特別在收看韓劇的情形上，高度涉入者及重度收視者，均以女性為主（引自卓珍仔，2004）。

（五）劇情貼近生活

南韓電視劇大都是以普通人的生活作為描述物件，再用細膩而樸素的手法表達南韓的精神風貌。電視劇所表現的生活狀態，不管是輕鬆幽默，抑或是焦慮傷感，劇情都是貼近生活的。它們使觀眾在欣賞電視劇的時候，會有一種身臨其境

的感覺，彷彿劇中的人物就在自己的身邊。「運用細膩的手法描述生活」是韓劇最突出的特點，除此之外，在製作上注重畫面的完美與音樂的和諧。南韓電視連續劇《藍色生死戀》和《冬季戀歌》的導演尹錫湖在介紹電視劇的製作時曾表示：「南韓電視劇是在流水線上完成的藝術作品，是有它自己獨特的規律的」。最特別的是，韓劇在拍攝之初，並不知道劇情將要如何發展，也不知道將會拍攝多少集，更不知道人物的命運將會如何？它是在拍攝的過程當中，在觀眾回饋的基礎上逐步完成的。韓劇把觀眾的反應當成電視劇是否繼續拍攝的唯一根據。受觀眾歡迎，故事就會一直發展下去，一旦觀眾對故事失去了興趣，電視劇就會應聲而止。此種拍攝方式，使其可以隨時加入現實社會的某些焦點事件，這樣就會使電視劇具有時效性，韓劇這種關照現實的特色受到觀眾們的熱烈響應。一部韓劇往往可以吸引很多的韓國人甚至他國人收看，這種現象可說是一種文化現象，「韓劇」所擾動的場域不單只是在媒體這個部分，還動員到經濟、社會、政治、性別、網路等各領域的資源（季欣慈，2005）。這種特殊文化流通的社會現象，都是各種力量交互作用的結果，從某個社會現象（日劇）延續成為另一種社會現象（何慧雯，2002）。

（六）配樂與場景

韓劇除了多樣的題材、精緻的品質，以及令人著迷的角色及演員之外，把韓劇點綴的更唯美浪漫的就是韓劇音樂。韓劇中另一個不可或缺的要素就是主題曲、插曲，以及專為劇情量身打造的配樂，每逢達到劇情高潮處，動人的主題曲便會適時的奏起。從主題曲到劇中的插曲、配樂，所營造出戲劇的整體氣氛，都能讓聆聽者再次回想起劇中的情景，從中可以感覺出該劇的風格與主題，劇情與音樂的關聯性很強，使觀眾可以更融入其中，也因此激發了觀眾情緒上的涉入感，尤其是由劇中演員主唱，更可以互相宣傳，與劇情內容可以相互呼應，不論從歌詞的意境或旋律的流動，都可以從主題曲中感受到該劇的整體風格。除此之外，題材選擇廣泛、精緻，除了韓文歌曲，有的韓劇還會搭配英文歌曲、或其它鋼琴曲。例如《夏日香氣》裡宋承憲（敏宇）和孫藝珍（慧媛）每次都因為舒伯

特的小夜曲，彼此互相被音樂所吸引，牽引著彼此的心，最後也因為舒伯特的小夜曲，讓男、女主角產生共鳴互相愛戀。每當音樂揚起，劇中纏綿交織的愛戀，深深的感動看戲的你、我，也牽動了你、我的情緒（翁家祥，2003）。這些歌曲通常都是為了該劇而特別製作，因此歌詞大多和劇情有關聯。

從社會文化面來看，韓國本來就是講究體面的民族，光鮮亮麗是禮貌也是自信，難怪從場景到人物都是美美的入鏡（單葑，2002）。

第二節 韓劇與女性收視行為

一、模仿學習與文化認同

在現代社會各類型的傳播訊息中，無論是透過電視、電影、報章雜誌、漫畫、歌曲或廣告等各種媒介，都與形塑閱聽人的認同感息息相關。故本研究欲探究女性閱聽眾，在長時間收看韓劇後，是否會對於韓國文化產生認同以及模仿、學習的行為。

（一）模仿、學習

熟女韓劇迷對自己所喜歡的韓劇，會自行依本身所需，以及先前的電視劇收視印象，和對於戲劇的感知能力，進行相關的模仿或學習。除了學習某個人物角色行為舉止或是穿著之外，甚至崇尚韓國飲食習慣等。這些日常生活上的改變，多半是經過長時間收視韓劇所產生的變化。林東泰（1999）認為閱聽大眾在長期收看電視節目下，其認知結構上會受到電視節目內容的影響，進而影響她們對周遭社會環境的態度，無論是年長的女性或是年輕的女性，由於她們長時間收看好幾部韓劇後，在產生了認同感之後，女性韓劇迷們會特別留意劇中某些特殊的畫面呈現，包括崇尚儒家傳統美德的家庭生活觀念，保守忠貞的愛情觀，以及待人

處世的態度等等，這些因素無形中潛移默化影響了她們既有的觀念。

Potter指出，所謂「認同」不是指角色的吸引力讓觀眾想模仿，而是觀眾想和主角發展一種關係，即會經常懸念（think about）、擔心（worryabout）、和談到（talk about）欣賞的角色，並把角色當作真人一般。1994年學者蘇蘅研究青少年閱讀漫畫動機與行為時，便表示「認同」即指人們認為電視主角是否和他（她）真實生活相類似，這即是根據Baudura的社會學習理論而來，即認同程度愈高，愈容易受到電視中模範角色（role model）影響，進而學習劇中主要角色的言行舉止（引自楊維倫，2003）。

國內學者李丁讚、陳兆勇（1998）研究日本文化在台盛行原因中發現，「國人對日本流行文化的接觸中，由看、聽而瞭解，進而模仿，並實踐在其個人的生活方式中，是從文化接觸到文化認同的重要過程與機制。」Thompson也認為，社會情境中的媒介—經驗研究，應釐清社會體系中，觀眾如何由媒介中獲取經驗，以形成自我認同，並轉化為日常生活的素材。因此，媒介內容對於形塑個人認同，佔有相當重要的角色（引自蘇蘅、陳雪雲，2000）。

觀賞電視節目對於閱聽人來說好比生活上的一面鏡子和窗口，引領觀眾對於週遭生活世界的人、事、物，有更多的了解與認識。收看自己所喜愛的電視節目就如同閱讀一本書，能夠讓她們對於生活週遭的人、事、物，或是其他的未知世界有更深更廣的認識，進一步滿足她們探索這個生活世界的願望（郭家平，2007）。

電視不斷透過故事類型，與不同敘事體向閱聽人傳達社會最普遍的價值與道德意識，使閱聽人覺得電視劇中的事件和人物都很真實，因而能夠輕易了解，並受到劇情與劇中所呈現的價值觀感染與影響（蔡琰，2000）。以韓劇《大長今》為例，除了唯美的愛情故事所帶來的愉悅外，閱聽人收看該劇後更可以習得專業的飲食與醫療題材等相關知識（李佩英，2005）。

在兩性相關議題的探討上，收看部分戲劇節目也能成為兩性交往的典範，並且樹立良好的社會功能範疇，使得閱聽人除了收看電視所獲得的愉悅功能之外，

也能透過電視學習或模仿的行為，進而習得許多課本未教導的生活哲學，解決日常生活問題的方法。現今閱聽人收看電視劇，不單單只是追求視聽效果與娛樂，相反地，他們還可以從劇情中獲得模仿、學習進而獲得增廣見聞的收視經驗（楊維倫，2003）。

韓國不斷地向海外輸出其文化產品，而韓國的生活形態與價值，經由文化或媒介產品（韓國偶像劇）的形式輸入其他國家，被輸入國（台灣）的文化、價值和意識型態也會受其影響。然而，韓劇之所以能夠變成生活中的一部份，就是因為劇中的人物和情節都跟一般韓國民眾的生活差不多，不管是偶像們吃的食物、喝的飲料、穿的衣服或用的東西等，透過畫面不斷強力促銷之下，都很容易讓觀眾產生移情作用（王筱玲，2000）。韓劇所引發的熱潮，從娛樂到消費、飲食習慣和穿著，都有形無形地讓台灣女性閱聽眾成功吸納了商業文化，並產生一種對韓國現代化及其文化的仰望情緒（何慧雯，1999）。台灣女性閱聽眾收看韓劇後，因而對韓國文化的看法與評價增加，對韓國文化的了解、喜好，而去學習、模仿實踐或認同這種生活方式。

（二）文化認同

認同在文化間的傳播過程中具有深遠的影響，我們每天被世界各地的資訊轟炸（關於國家、地方、文化、人民等），過量的資訊及文化間的接觸，使得每個人都具有多元認同。

文化這個詞用來描述一套模式、信念、行為、制度、符號象徵及實踐的分享，可定義為一套行為、價值觀、態度、規範、角色、意義、慣例、規則與溝通方式的模式，這些都是世界觀的反映。因此，文化認同可被解釋為自我定義與世界觀之間的連結。文化及文化認同的協商都被描述為「持續進行的過程」：一個人在文化認同或世界觀之間來來回回的游移，調整價值觀與行為，修正一個人對真實（如世界觀）的詮釋。發生在從一個文化到另一個文化，在每日互動中改變多元的認同。所有的文化認同，無論是民族國家的、地域的或地方的，它們都是歸屬感的表徵（其意義是想像乃是一種表徵的能力），人們每日生活中，總會思及他

人不在場的景象，此時，他們也就是想像出來了一個（他們所歸屬的）社群，所以認同是一種想像之歸屬感（馮建三譯，1994）。

文化認同是指社會成員經文化活動的參與過程中，對於文化活動的目標與價值內化於個人心中的一種現象，不但能體會文化活動與個人生活的關係，並自然而然發生良好的情感與認同，而成為個人人格的一部份。由於現代社會文化互動交流多元而頻繁，傳統文化價值體系或多或少遭受衝擊，文化認同過程不再是穩定集體的、儀式的形成，相反地，其展開於更多元的形式和層次而於每一次具體互動中產生；甚至同時也允許異質文化經驗的表現，形成一種「混合的或轉變中的文化認同協商」，而缺乏深度、定義或穩固的身份認同（唐維敏譯，1999）。

自從1993年有線電視開放以來，隨著衛星科技與頻道多元的發展，在不同頻道內散佈著本土與國際性的節目內容，有線電視所展佈的文化空間，已是一個多元交雜的場域（郭志榮，1997）。在各種異國文化節目的侵襲下，「文化認同」問題成為備受矚目的焦點。由於文化間的傳播日甚，認同也亦趨多元化、持續改變。

在台灣，韓劇正透過有線電視頻道的充斥而蓬勃興盛，韓國文化也被市場化及商品化。韓劇製作精緻的影像語彙與美學風格，不僅挾帶輸出韓國的文化思維，再加上韓國流行商品文化的大舉入侵，這種以文化商品挾帶文化思維的傳播方式，帶給台灣人民一種韓國式、美好的生活模式，創造了一個美好的想像空間，於是也成為台灣女性閱聽人學習效法的對象。換言之，在國人對韓國流行文化的接觸中，由看、聽而了解，進而模仿，實踐在其個人的生活方式中，是從文化接觸到文化認同的重要機制（李丁讚等，1998）。女性閱聽人藉由收看韓劇，而影響其對韓國文化的主觀認知，經由認識、區辨，或學習、模仿、崇拜，進而引發熱衷韓國食物，以及韓國流行商品的購買行為，就是對韓國文化認同的表現。

二、從韓劇獲得的愉悅與樂趣

（一）愉悅的來源與本質

Stephenson認為，閱聽人接觸媒介的目的，往往是為了追尋原始的傳播愉悅 (communication pleasure)。Ang也提出類似的想法，他認為閱聽人喜愛某些訊息甚至入迷的原因，即是因為感受到了某些愉悅。愉悅指的是閱聽人的各種歡娛情緒，例如快樂、喜悅、滿足、亢奮等感受(引自黃秋碧，1998)。

Fiske指出，觀看電視劇的愉悅，源自於觀眾對社會真實再現的控制，愉悅的感覺，主要來自觀眾能確認電視劇中所顯現的社會文化與主流價值，是和自己有關的。以寫實主義為呈現方式的電視劇，之所以能夠吸引觀眾的收看甚至入迷，主要在於電視劇反應的是觀眾所認知的那些正常、自然、合理、應該的事物與觀點 (引自楊維倫，2003)。

從這個觀點來看，愉悅除了是快樂、喜悅、滿足、亢奮等感受之外，也包含一些其他的情緒。Tannebaum認為閱聽人的愉悅是來自於某些情緒的喚起。閱聽人會重複收看戲劇，主要是希望能夠得到愉悅(pleasure)和放鬆(relaxation)，也是因為某些情緒被喚起而產生的行為，這些情緒包括熟悉感(familiarity)、確定感(certainty)、回憶(memory)、懷舊(nostalgia)、幻想(fantasy)、儀式(ritual)等。Tannebaum指出的這些情緒喚起，也就在說明閱聽人的愉悅感受是如何產生的(引自簡妙如，1996)。

簡妙如(1996)以Fiske對於愉悅的分類，包括閃躲(evasion)侮蔑(offensiveness)愉悅以及創造 (productivity)愉悅為基礎，來說明迷的愉悅本質，包括感官的愉悅與創造的愉悅。

1.感官的愉悅

簡妙如(1996)所提及的感官愉悅，是以Fiske提出的閃躲(evasion)侮蔑(offensiveness)愉悅為基礎，所延伸的概念。閃躲、侮蔑的愉悅指的是躲避社會教條與權力的愉悅，Fiske引用Barthes的觀點認為，這樣的愉悅是自然狀態下的身體歡愉（陳正國譯，1993）。

這種愉悅是當社會所建構、控制的自我與主體性消失時，翻轉既定的社會意義，使得社會束縛剝時間崩解，而進入的一種無我(loss of self)的歡愉狀態。這種

身體上的愉悅，對自己是誰、扮演什麼社會角色、擔負的責任，或在日常生活中應該受到什麼樣的規範皆不在意Fiske便指出，這是一種對社會教條的閃躲或侮蔑、對社會秩序的反抗與輕視(引自簡妙如，1996)。

簡妙如(1996)認為對於「迷」而言，這些讓自己的身體感受到如嘉年華般的激情與歡愉，完全是由戲劇所觸動，根本不需與自身處境連結，也沒有想到自己與社會地位、階級、性別或年齡都無關，所以不必以閃躲或侮蔑稱之，因為閃躲似乎是相對於社會教條處境而產生。就其愉悅本身的性質，以及從「迷」的角度而言，這應該是一種由戲劇所觸發的愉悅，環繞著身體的感受而產生，是身體感官上的刺激，與「迷」的社會屬性無關，故可稱「感官」的愉悅。

2.創造的愉悅

創造的愉悅就是生產意義的愉悅，環繞著社會認同及社會關係而產生。Fiske認為，閱聽人能夠生產具有個人社會經驗意義的愉悅。這時的愉悅，不同於感官的愉悅，並非純粹由戲劇觸發，而是由「迷」自行從戲劇創造相關意義而產生的。也就是說，創造的愉悅是基於「迷」主動將戲劇與所處的狀態，例如生活經驗、社會關係、社會位置等連結起來所產生的。舉例來說，就韓劇迷而言，她們會將情感涉入劇情中，經由將情節、劇中人物與自身的經驗、狀態加以連結，在過程中獲得創造的愉悅。Fiske強調，將愉悅做此劃分，並不表示愉悅是「獨立」的出現在閱聽經驗中。迷的愉悅，應是感官的愉悅與創造的愉悅，兩者相互影響下所產生的(引自楊維倫，2003)。

以韓劇迷來說，當她們在觀賞韓劇時，往往會深受其精緻的畫面、場景、配樂、經典的對白、深刻刻畫的劇情等美的事物所吸引、感動，這只是由戲劇觸動的感官愉悅，與韓劇迷的社會、生活處境無關。而這樣的感官愉悅，有可能進一步影響創造性愉悅的產生。當韓劇迷深受劇情感動的同時，他可能會回想起自己似乎有過類似的遭遇，在情感上產生共鳴，而將該劇視為一種思念、懷舊的管道。這即是將戲劇與自身經驗、個人處境相互關連之後，賦予的特殊意義，而產生的創造性愉悅。

因此觀看電視劇的愉悅，不只是來自於感官上「忘我」狀態，電視劇迷會主動涉入電視劇情境中，讓自己完全沉浸在情感的世界，並盡可能的詮釋這個世界，創造屬於自己的意義。

（二）愉悅的類型

愉悅的本質在觀察的層次上，可以從期待、推測、悲劇、宣洩、幻想、逃避、抵抗、收視分享等愉悅類型進行瞭解。

1. 期待與推測的愉悅

Spence對婦女收看肥皂劇所做的研究發現，等待的過程亦為觀看的諸多愉悅來源之一。愉悅不只是來自劇情的揭曉，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(引自楊維倫，2003)。

Matelski指出，電視劇提供觀眾一種對未來發展期待的感覺（the sense of a future）（引自蔡琰，2000）。當電視連續劇的劇情持續在發展時，劇迷會不斷期待著後續的情節，例如：劇中男女主角成為情侶，劇迷便會期待知道她們往後如何相處、會發生什麼事？或當另一個新的人物出現在劇中，劇迷也就更為期待瞭解這個人物會為劇情或劇中人物的關係，帶來什麼影響與衝擊。

這種情況尤其發生在每集連續劇的最末，這也是為什麼每集電視劇的最後，往往都會安排一個高潮或不確定的事件發生，來引發觀眾對後續劇情的高度期待，吸引觀眾持續收視，而觀眾也會對於後續劇情加以揣測。

蔡琰（2000）認為，電視連續劇經常提供觀眾超越觀賞行為的機會，讓劇迷能模擬劇中角色或內化情感，以自我的經驗，針對電視劇情節發展或結局加以揣測，因而在觀賞過程中感受到愉悅與滿足。電視劇迷會根據他們已知的訊息，例如，從她們在真實世界中的觀察與經驗，來推測或議論故事發展。這種將電視劇中虛構世界的事件、人物與真實世界進行連結，也就成為愉悅的來源之一。

2. 悲劇與宣洩的愉悅

朱光潛（1987）指出，有一派學者將悲劇愉悅歸因於安全感、自我優越，甚而是一種原始情感中野蠻的惡意。因為在劇中看到比自己強勢的人遭遇苦難，會

因為自己的安全和優越而感到欣喜。但有另一派學者則認為，人們從觀看悲傷、痛苦中獲得愉悅，是因為他同情受苦的人。

從後者的觀點來看，觀眾並不是喜歡看別人受苦，悲劇的愉悅是來自於苦難在閱聽人心中所喚起的憐憫之心。而人為什麼喜歡同情、憐憫他人？朱光潛（1987）認為，在情境悲慘時，需要的是同情和憐憫，而人們若能在這些需要同情的地方，付出同情、表達憐憫，愉悅感便會產生。如果同情帶來的不是愉悅而是痛苦，人必定就會躲避一切的痛苦，而不願意對弱者、受難者付出同情與憐憫之心。

另一方面，電視劇（尤其是悲劇），往往也提供閱聽人一個情緒發洩的管道，藉此獲得愉悅。Ang在瞭解喜歡收看（Dallas）劇的劇迷時發現，每當他們收看該劇時，就感覺自己好像逃離了真實世界（flight from reality），藉由與劇中人一同哭泣，讓壓抑已久的情緒得以抒發，自己的一些不順利、不好的情緒似乎也都化解了。Ang以「悲劇的感知結構」（tragic structure of feeling）來指稱這種電視肥皂劇，所引發的愉悅感受（引自饒怡雲，2006）。

當觀眾在收看韓劇時，往往被引發一種認命妥協的情緒，也就是悲觀消極的人生觀，認為生命的特質就是永無止盡的在悲喜間波動，在不斷的走下坡與重新振作間擺盪。面對劇中凡俗人生的生老病死，觀眾會以情感宣洩的方式來感受其意義。這種感受結構可稱之為悲劇的，而之所以屬於悲劇性的，在於快樂是不長久且不安定的（引自楊維倫，2003）。

因此，電視劇迷會將自己投入戲劇的虛構情境中，因劇情的起伏而情緒波動，與劇中人物感同身受、情感合而為一，藉此來體會各種悲喜的遭遇與情感，並在過程中達到宣洩情緒的目的、獲得愉悅感。

3. 幻想與逃避的愉悅

愉悅的感受一旦脫離特定的感官滿足，而被幻想、想像或夢想所中介之後，便具有無止境的發展潛力與空間。Novitz指出，閱聽人能從虛構敘事中獲得愉悅，是因為人具備想像的能力，可以進出於虛構敘事的想像世界，假想（making —

believe) 虛構敘事的真實(引自蔡琰, 2000)。

閱聽人在觀看戲劇節目時, 常尋找的是一個不存在的幻想世界, 然而用這種方式來「逃避」的觀眾, 並不是逃避現實, 而是在玩弄現實, 其中的愉悅就是在想像中參與虛構的世界, 使得虛構與真實的界線流動不定。電視劇迷的愉悅感, 一部份產生於界線的鬆動, 來自電視劇迷能夠或願意去鬆動這個虛構世界與其日常生活世界之間的界線。Hobson發現, 許多觀眾可以將肥皂劇的世界加以整合, 並重新融入他們自己的生活中, 玩一種幻想、想像的遊戲(a fantastical game), 融合了虛構與真實(引自楊維倫, 2003)。

Buckingham認為, 肥皂劇最適合的比喻是一種集體的遊戲, 觀眾本身是其中重要的參與者。肥皂劇提供了遊戲基礎, 但觀眾會不斷地加以延伸與再定義。觀眾知道自己在玩一個遊戲, 藉由不斷跨越虛構與真實的界線, 從中得到樂趣(張君玫譯, 2002)。Ang也表示, 電視劇迷知道真實與虛構世界之間的距離, 他們願意遊戲於兩者之間, 這是一種流動的狀態, 體驗到戲如人生、人生如戲的感受, 他們如此的經驗是對此虛構世界的想像式參與, 並因而得獲得愉悅的感覺(引自林芳玫, 1994)。

幻想(fantasy)是一種想像、不真實, 但對個體而言卻是真實、顯示個體存在的基本面向, 且是一個精神的必要、不可抹滅的面向。這種幻想的愉悅來自於它提供個體一個在現實中不能採取的立場、地位。這樣個體便可以移轉每日的結構限制, 發掘其它的情境、生活及身份。因此Ang指出, 電視劇的意義在於其虛構的本質, 以虛構的人物及情節使觀眾在想像的層次上, 能夠對各種人際關係與社會互動進行反思(引自林芳玫, 1994)。

而幻想之所以令人有愉悅的感覺, 是因為幻想可以想像成真實, 但有時候卻是因為幻想能夠成為現實的緩衝區, 緩衝了現實中的危險、衝突或困境, 具有心靈和情感的功效(黃秋碧, 1998)。因為實際的人生並不完美或時常遭遇困境, 但是在虛構的故事中總能夠獲得解決。

Livingstone在研究觀眾為何喜愛收看肥皂劇時, 發現觀眾可能具有一種(逃

避)的心理,他們藉由幻想性的涉入,以逃避、進入到劇中繽紛的世界,滿足自己的夢想與慾望。所以,電視劇能夠讓劇迷進入另一個幻想的空間,使他們暫時擺脫真實世界與日常生活中的壓力。現實生活中的所有困境、不安全、不穩定與不確定的感覺,都可以經由觀看電視劇的過程,在幻想與想像中參與虛構的完美世界,而獲得暫時的彌補(引自楊維倫,2003)。

4.抵抗的愉悅

Modleski 以精神分析的角度來詮釋美國電視肥皂劇的壞女人(villainess)。她認為,女性觀眾在潛意識層面喜歡並且需要壞女人,藉由觀看壞女人為了追求自身利益,而野心勃勃的從事許多陰謀,女性觀眾克服了身為女人的被動性與無力感。亦即壞女人滿足了女性觀眾對於權力的幻想(引自林芳玫,1994)。

而女性觀眾如此的幻想,建構出一個不可侵犯的場所,以發揮反抗或對立的策略。Fiske 認為,這樣反抗、對立的策略,會使得閱聽人獲得語意民主(semiotic democracy)的愉悅,對於外來權力加以抵抗或戲謔的諷刺,在這樣的幻想中讓自己感覺到施展權力的愉悅。因此,婦女收看肥皂劇是一種否定作用(negation)的行動,否認了我們社會中典型的(尤其是男性的)娛樂狀態,而自成一種女性主義美學(引自簡妙如,1996)。

Brown 的研究指出,女性談論肥皂劇的方式,顯示出她們運用節目來表達出對於男性行使權力的抵抗、反對態度。所以,即使大部分肥皂劇當中的優勢解讀是屬於相當父權體制的,女性仍能藉著一起諷刺劇中男性的行為,或是嘲笑劇中女性人物,因女人沒有權力所表現出來的行為,來推翻這種優勢解讀。Brown 並指出,女性收看或討論電視劇的樂趣之一,即是她們採取抵抗詮釋的樂趣,女性主動積極的愉悅(active pleasure),是肯定她們自己在「巧妙的反抗主流文化」中,運作女性文化的連結。這是女性所關心的文化,也是被父權觀點所熟知但遭貶抑的文化。因此,女性藉由收看肥皂劇來達到某種宣示作用,以反抗父權結構的意識形態與價值觀(引自楊維倫,2003)。

因此,電視劇迷若在社會、生活情境中,處於弱勢、受壓抑的位置與狀態,

便可能在收看電視劇時，表達出她們抵抗的態度。當電視劇呈現出在現實生活中應該受到壓抑，但卻在劇中表現強勢的人物時(例如：女性在劇中很強勢)，同樣處在受壓抑位置的電視劇迷在收看時，便會表示贊同與認同劇中人物的表現，以滿足她們對於權力的幻想，實際上是對現實中的強勢，表達一種反對、抵抗的態度。另一方面，當電視劇出現在現實生活中，就屬於強勢的人物或主流意識時，處於相對弱勢的電視劇迷，則會直接採取一種對立、嘲諷的態度來觀看電視劇。這些在權力結構中處於弱勢、受壓抑位置的電視劇迷，便可藉由採取抵抗的態度，而獲得愉悅的感受。

5.收視分享的喜悅

Hobson在研究女性收看肥皂劇後的行為中發現，觀看肥皂劇的喜悅感，有很大一部分的來源是因為可以和其他人談論劇情內容，分享觀點、意見交流，她們可以利用肥皂劇所提供的觀點和故事，來討論她們自己的生活面向，這樣的喜悅甚至成為工作文化的一部分（引自郭家平，2007）。

觀看肥皂劇並不是一個消極的過程，它會在收看時段結束之後繼續發酵，並拓展至日常生活的其他領域。觀眾會利用劇中的資訊和轉折點作為出發點，來討論她們本身生活的諸多面向，同時讓她們在工作之餘能夠感到輕鬆自在，藉由彼此討論劇情，意見的交流，以及試著揣測劇情未來的走向，而獲得另一層次的愉悅感，讓上班和工作變得沒有那麼無趣。

Baym則認為，肥皂劇閱聽眾，彼此之間的談話，往往是圍繞在詮釋故事情節內容為主，同時，甚至主動地與製作單位進行互動、交換劇本心得、並且希望劇情情節能夠照著自己的意見進行。因此，電視劇迷不但只是單純從媒介訊息進行互動的過程，同時也與週遭親朋好友，或是工作上的夥伴，進行所謂迷群彼此意義的分享，意見的交流，從中獲得意義分享的喜悅（引自郭家平，2007）。

閱聽眾收視的愉悅來源是相當多元化的，過往閱聽人收視相關研究多半著重在縱向「電視－閱聽人」收視互動關係的愉悅獲得探討上，然而，在多元收視頻道環境下，閱聽眾除了從電視節目中獲得愉悅外，事實上，與家人的分享互動、

或是親朋好友對劇情不同意見的交流，更是她們獲得收視愉悅的另一種管道，同時也加深了她們繼續收看的意願（引自林怡璇，1998）。

第三節 偶像崇拜與迷戀

崇拜是人類古已有之的一種心理狀態，是崇拜者對崇拜對象所懷有的一種尊敬、欽佩的情感和心態，反映了崇拜者希望成功和追求完美的渴望。崇拜的積極心理意義是使人感到有所寄託、有所期望、有所追求。但反之，在崇拜心理形成的過程中，由於易發生光環效應（暈輪效應），而形成一種誇大和盲目崇拜的心理傾向，把崇拜對象看得完美無暇，並導致對崇拜對象的盲目信賴。

崇拜心理在各年齡層普遍存在，主要表現為偶像崇拜。其偶像既可以是教師、父母、同伴等生活周圍親近的人，也可以是歷史偉人、演藝明星、科學家等。

一、偶像崇拜意義

偶像崇拜是社會化的現象與發展的過程，是透過喜歡、學習、模仿與認同某一或某些特定對象的言行舉止、服裝儀容、乃至思想、價值觀念等的心理作用與行為歷程，以達到心理滿足、生活適應及建立自我的目標。偶像崇拜即是一種認同的表現，想要學習、模仿其尊崇的對象或楷模。此偶像楷模包括想像中的偶像，如電影電視中的角色、小說人物等，以及實際生活中的人物，如父母、師長、同儕、影視明星等。在現今多元而複雜的社會中，由於科技進步、資訊傳播便捷、外來文化衝擊大，有很多機會去模仿與學習所崇拜的對象，想像自己就是對方，藉以滿足心理需求，而逐漸形成自己的價值觀念（張酒雄等，1993）。

學者Cohen研究青少年迷戀偶像行為研究時發現，明星的地位與個人的魅力，是影響青少年解讀電視的重要因素之一，事實上，這樣的論點也適用在熟女

身上，在她們內心深處仍舊會因為電視劇中某個主要人物的特色與魅力所吸引，若再搭配上好的劇本以及適當的角色發揮，熟女對於某位影星的認同即會產生，一種「偶像整體不可分割性」的意念也隨之而起，即電視劇迷對於偶像的相關週邊商品、訊息、生活點滴等都會成為注意的焦點（李丁讚、陳兆勇，1995）。

在一個短期間內、或一個主體已有其原來的認同（如對韓國的流行文化認同）的情況下，要使他能夠對另外一個文化產生認同，偶像崇拜的誕生是一個很好的催化劑。亦即當「偶像」產生之後，由於偶像崇拜的強烈情感動力，偶像迷必然會對偶像相關的所有資訊都有興趣，而去搜尋有關偶像的所有訊息，這時偶像背後的整個社會、文化就會反覆的展現在偶像迷面前，使他們能在短期內對偶像所處的社會、文化有所認識，進而產生情感與認同（李丁讚等，1998）。

女性閱聽眾，透過大眾傳播媒體，接觸到其他潛在的參考群體，當人們在收看電視、電影或閱讀雜誌時，他們對於陌生的參考群體漸漸熟悉，因而形成了一個新的行為準則。例如：女性閱聽眾學習宋慧喬在浪漫滿屋裡的流行、時尚穿著；或夏日香氣裡孫藝珍典雅、有品味的打扮。雖然他們可能未曾見過偶像本人，但藉著相同的穿著，或購買偶像所使用的產品，與偶像取得認同；模仿其心目中偶像的衣著言行，希望能投射出其偶像的正面形象（王森平譯，1997）。由於大眾傳播媒介、商業體系的手法，使得台灣女性閱聽眾對偶像明星崇拜的狂熱（蔡美瑛，1998）。

而韓國偶像劇中的這些明星，較好萊塢所產製的明星，更令台灣女性閱聽眾觀眾興奮。因為文化接近更具親近性，並且很容易產生偶像認同感，而韓國偶像劇中的明星，成為所有人的熟識者之後，他們販賣商品，他們販賣媒介（電視節目、電影、雜誌、報紙等），他們販賣生活方式和消費品，也販賣思想、價值觀和態度，他們所激起的生活方式和消費模式是「富裕」、「流行」的。由於這些新趨勢和生活方式，通常是經由明星和名人的經驗來展示，而被導入市場，例如：新的服飾風格、新的物品等。因此，這些韓劇偶像明星成為角色、行為模範，影響大眾對外表、穿著、流行、消費、戀愛或婚姻的看法等，成為眾人跟隨的範例，

人們模仿他們在電視影像上的行為、風格和態度（李佩真，1998）。

一個人對於偶像崇拜的對象，從最初的父母，轉而模仿師長、中外古今聖賢豪傑或漫畫、卡通人物，進而崇拜影視明星。一個人價值觀的形成，是透過所模仿或認同的對象，進而改變自己的思想、言行，形成自己的價值觀，這是社會化的過程。所以偶像崇拜的情形是形成發展自我價值觀念的過程，也是尋求自我統整的歷程，個體透過別人或團體當作崇拜的對象，想像自己就是對方，或享有對方的尊榮，獲得心理上的滿足（張酒雄等，1993）。所以偶像崇拜是人格發展與社會化的必然現象，特別是在團體中，為取得同儕的認同，因此模仿與認同團體中的偶像，是為符合團體中的要求，並且透過偶像崇拜的心理狀態與行為，以達到滿足自己的心理趨向，進而建立自我。

二、偶像的集體行為

團體是兩個人或兩個人以上的人，經由社會互動而互相影響，它的特性有互動、結構、目標、團體感和動態的互賴關係（丁興祥、李美枝、陳皎眉，1989）。在團體的互動中會產生一些集體的現象，像流行、騷動等等，這些稱之為集體行為，即是一個團體內所發生的自然而非建構性的思想、感覺及行為的方式，一般而言，集體行為不受傳統規範的控制，因為它不是制度化的（瞿海源，1989）。我們看實際生活中，對電視明星的追逐與崇拜，就是一種流行現象，是集體行為的一種，所以了解集體行為的形成與特性，可以了解偶像崇拜的心理。

有關集體行為的理論有許多，有些涉及了社會運動的理論，由於本研究探討的是女性偶像迷戀的從眾行為，所以在此只就與偶像崇拜較有相關集體行為理論提出探討，分別為傳染論、聚合論、規範形成論（沙依仁，1983）。

（一）傳染論：認為群眾現象具有強烈的傳染性，會將參與者同化在群眾之中，人們因此產生一種共同的心理狀況，他們常陷入群眾的潮流之中，個人的意見也因此改變得和集體一樣或相似，這是群眾心理不變的定律。

（二）聚合論：認為先是具有共同特徵或傾向的人聚在一起，然後才產生群

眾現象，例如喜歡韓劇的閱聽人，會和同是喜歡韓劇的閱聽人在一起，而喜歡明星的閱聽人，則會和同是喜歡明星的閱聽人一起討論，各自形成各自的團體，簡言之，我們可以用「物以類聚」這句成語來說明聚合論。

（三）規範形成論：重點是放在新形成的規範與集體行為，規範形成論認為新的規範一旦形成，群體中的成員就會去維持它，或許團體中並非所有的成員都有一致性的情感，但是由於群體規範的約束，成員不得不屈服，而表現出和群眾一致性的行為，而使得群眾的約束力更大，而這個約束力逐漸強大之後又對團體的異議者產生強大的壓力，使得異議者不敢提出異議，於是更助長了團體的一致性，這樣的因果循環，使得群眾的集體行為更為明顯。

雖然傳染論、聚合論和規範形成論各有論述，但是彼此之間卻不是互相排斥，甚至可以互補有無，以聚合論來看，是強調群眾現象發生之前的狀況，而傳染論與規範形成論則可說是群眾集體行為過程中的解釋與分析，只是各自從不同的角度來分析群眾集體行為。

集體行為是一種群體活動，而群體又是由個人所組成，沒有個人的參與，就無法形成集體行為，那麼個人在參與集體行為時的心理狀態又是如何呢？Klapper認為許多社會集體行為的形成和民眾的參與，主要原因就是集體式地追尋認同，人們透過集體的追尋以重新建構自我（引自瞿海源，1989）。尤其是現代疏離的環境中，有不少人會感到他們生活中的個人價值受到忽視，甚至傷害，於是他們試圖尋求新的認同，而電視上的偶像明星、體育明星、政治人物，甚至戲劇中虛構人物，透過電視廣泛的傳播，而成為公眾人物，正好提供了一個集體式認同的對象。

三、迷之特色

電視迷是一群活躍積極的閱聽人與消費者，甚至可以左右生產者（比如投書抗議劇情，或是給編劇或導演相關意見等等）。他們並非缺乏自信與理性，事實上他們相當精明，擅長主動蒐集情報。迷並不全然是獨自一人活動，也會經常和

同好交換意見，形成團體意見，甚至可以推動原本不受注意的事物，「迷」群會發展出不同於一般閱聽眾的行為方式，他們會根據自己的社會經驗與認知或所處的社會情境中，將生活經驗進行互動與連結（黃光玉，2002）。

嚮往韓劇裡面所呈現的愛情故事，是女性喜愛收看韓劇的原因之一。韓劇除了在內容方面，以唯美的故事取材，對於浪漫愛情故事的描繪十分刻骨銘心、執著外。韓劇強調以俊男美女演出脫離現實生活的真實情況，增添許多夢幻的純情想像與憧憬，這就是女性迷戀韓星的因素（范碧珍，2002）。

本研究主要是探討電視劇（韓劇）迷的閱聽人，並針對以女性為主的閱聽人，電視劇迷進行更深入的探討，期盼能從中探尋成為迷的背後真正原因。

（一）迷戀的意義

1. 迷：普遍但卻被忽略的概念

從日常生活的用語觀察，「迷」這字眼相當普遍，如影迷、小說迷、漫畫迷、電視迷等，比比皆是。而當一個人不單純被稱為「電影觀眾」或「愛看小說的讀者」，而被稱為「影迷」或「小說迷」時，就可知道「迷」這字眼顯然別具意義。探討迷的意義之前，先澄清這字眼的詞性。迷可以當動詞使用（他很迷韓國電視劇），通常是指沈浸於某個人、事、物。迷也可作為兩種名詞：一種是指沉迷的人（如電視迷），英文稱為fans，媒體通常音譯為「粉絲」；另一種則是針對迷的現象，英文為fandom。探討迷的現象也相當於在說明粉絲具有什麼特質。本論文中的偶像迷戀現象是針對韓劇裡的韓星為主，並以粉絲代表具有迷行為的人。

什麼樣的閱聽人我們稱之他們為「迷」？在我們生活週遭不難發現，有些人喜歡收集自己心儀偶像的照片、光碟；有些人喜歡參與運動活動，絕不錯過任何一場球賽；有些人則喜歡閱讀與觀賞，如小說迷、電視迷。這些將自己體力、心力、財力投注在某項事物上的人；或是跟隨著他所喜歡的明星、名人、電視劇偶像、樂團中的靈魂人物；同時會深深對自己所喜愛的人、事、物等所產製出的大量相關訊息感到興趣；這些人都可以稱之為「迷」。「迷」是有著主動、狂熱投入流行文化的人。同時，她們也是對於人物和事物非常著迷的人，而且具有很高

的涉入感。「迷」是認同特定的媒體產品，或是某一特定的媒體明星，以及媒體刻劃的某一特定風格、媒體時尚與流行的追隨者（陳芸芸，2000）。

在學術上，迷並沒有受到太大的重視，對於迷的定義或意義的界定也莫衷一是。迷之所以被學術界忽略，主要是因為一般社會，甚至是部份學者將道德觀涉入迷的觀念中，認為迷是不健康的學習，而且有迎合媒體、缺乏批判力與鑒賞力的傾向等。也就是，這是一個無法進入學術主流（不入流）的研究領域。其實迷不是過去所提及負面印象為主的「瘋狂追星族」，或是社會適應能力不佳、心理不正常、具有心理上疾病的狂熱份子（簡妙如，1996）

2. 迷：隱含「過度」內涵的概念

無論是從日常用語或從學術作品中，迷的概念中有一個強烈的特色：代表「過度」（excess）的現象。Hills的著作序言開頭第一話即表明，迷是「專注且投入地著迷於特定的明星、名流、電影、電視節目、流行樂團」；他還強調，沒有情緒與熱情，迷文化不可能存在（引自簡妙如，1996）。同樣的，簡妙如（1996）指出，迷代表有些人認同了某種事物，並加入熱情，以某些行動來強化與這些事物的關係，而強烈的程度足以到達令人刮目相看的地步，也就是過度涵蓋了「更為認同與涉入」的本質。而沒有這種過度特性，一個人不會成為粉絲。

Lewis指出，粉絲是那些最顯眼（visible）又可辨識（identifiable）的閱聽人（audience）。他使用「顯眼」這字眼，其實也隱喻了粉絲的行為中有些過度的現象，才會讓人矚目。迷為一種隱含某種過度傾向的概念（引自饒怡雲，2006）。

從生活與媒體中觀察，發現許多迷的行為，如徹夜排隊等候入場、接機現場瘋狂推擠、爭相握手拍照、撒錢蒐集紀念品、熱淚滿面叫囂不斷等，都是一種異於平常過度行為的表現。

因此，將「過度」作為迷的重要內涵，有其道理。既然將過度包含在迷的概念中，難免就涉及「迷的程度」問題。例如Abercrombie and Longhurst將迷（fans）、熱衷者（enthusiast）、狂熱者（cultist）放在不同的光譜上；三者雖然都沉迷於某個人、事、物。但是迷僅止於關注與蒐集媒體資訊，沒有熱情到參與群體的運作。

但是熱衷者與狂熱者不但關注與蒐集媒體資訊，還形成某種社會組織，狂熱者甚至會因媒體之操弄鼓動而引發激烈的行為（引自簡妙如，1996）。

而Hills則認為，迷的程度一旦到達某個高峰，就會進入狂熱迷，他認為粉絲是否進入狂熱迷的狀態，可以用時間的持續性來判斷。例如：在影片下檔後，在沒有任何行銷刺激下，仍有強烈的愛好情緒或行為，就可以視為狂熱迷（引自簡妙如，1996）。

3. 迷：具有過度的內在反應

根據簡妙如（1996），迷的過度內涵表現在兩個層面上：內在反應與行為反應。內在反應是指粉絲一些較不外顯的、較不具體的，但卻影響深刻的內在感受，例如：對某個人、事、物的喜愛、感動，進而崇拜、認同等。

迷的內在反應與認同及區辨這兩個概念有關。認同是指粉絲對於所迷事物的某個層面予以高度肯定，並特別在乎心理作用，例如：肯定某個明星的演技、在乎某個電視劇的劇情發展等。而區辨則是指，人們透過比較來分辨或凸顯自己所迷事物的特性，例如：區分星際大戰系列與其它科幻片的差異所在，顯示本身對星際大戰的認識與愛好等（引自簡妙如，1996）。

迷的認同與區辨是來自情緒性的感知。感知是指我們賦予某些資訊或周遭事物意義，它往往與個人的價值觀、世界觀等有關。例如，我們會賦予裴勇俊、張東健、李英愛、崔智友等明星某種意義，而在我們的腦海當中形成一幅針對這些明星的「意義地圖」。情緒性則是指較為強烈的心理反應，例如對某事物特別有感覺、特別在乎、特別投入等。因此，情緒性感知便是一種「特別在乎的意義地圖」（簡妙如，1996）。

也就是因為有這種特別在乎的意義地圖，迷的認同與區辨才有可能發生。例如：有人在看了金喜善的電影與電視劇之後，非常欣賞她的神態、氣質與演技，認同她是韓國電影圈中最有才氣的女星，甚至認為她的雙眼像世間難覓的黑鑽石般，不但珍貴，還充滿了靈氣。同時，也會比較、區辨金喜善與其他女星來顯示認同事項的真實性。

根據簡妙如（1996），粉絲的認同與區辨會形成循環。有些粉絲可能先產生認同才有區辨作用，例如：有些人因為聽到媒體與教授讚譽余秋雨是華人世界中最有文化內涵、文筆最優美的藝術家兼作家，而迷上余秋雨，之後才深入區辨余秋雨與其他文化人不同之處。有些人則是先有區辨而後有認同，例如：在看了韓劇之後強烈感覺韓劇與台灣、中國大陸、日本、香港等地的電視劇大不相同，而觸動內心的感動，接著漸漸對韓劇產生強烈認同。其實，無論先後順序如何，認同與區辨會形成帶來強化作用的循環，也就是兩者間的反覆循環使得迷的過度性質持續一段特定的時間（簡妙如，1996）。

另外，粉絲通常會在迷的過程中感覺到「愉悅」。簡妙如（1996）將粉絲的愉悅分成兩類：感官愉悅與創造性愉悅。感官愉悅是指由所迷的人、事、物的某些屬性所直接引起的愉悅反應，例如：電視劇中男主角的微笑、深情、剛毅等所引起的愉快感覺。創造性愉悅則是粉絲將所迷的人、事、物的某些屬性，連接到本身的生活與過往經驗而產生的感覺，例如：看到電視劇中男主角的微笑，想到初戀情人，因而感覺愉快。因此，創造性愉悅是能夠產生某種意義的愉悅。

Fiske對於迷的愉悅分類，除了有上述的創造性愉悅之外，還有「閃躲」（evasion）的愉悅，也就是可以躲避社會教條與權力的愉悅。這種愉悅讓粉絲可以至少暫時脫離現實的束縛，忘卻自己是誰，需要負起的社會責任，受到日常生活中的什麼規範等。也就是粉絲在激情當中忘我，似乎變成了另一個個體。（引自簡妙如，1996）。這種閃躲的愉悅，與Ang所提出的「逃避與幻想的愉悅」相當類似。此外，Ang還提出「悲劇感知的愉悅」。Ang發現有些粉絲的愉悅含有「悲劇結構的認知」（tragic structure of feeling），例如：人們在看電視劇時被渲染一種認命妥協的情緒，或因劇中男女主角的悲慘命運而痛苦，從而取得情緒宣泄與意義體認的機會（引自饒怡雲，2006）。例如：觀賞韓劇《王與我》「金處善」對「素花」產生了愛慕之情，原本想對他表達自己的情感，但由於兩人身分懸殊太大，他不得不把苦痛淚水往心理吞。明白他心意的「素花」，同樣無奈的在愛情面前掙扎著，卻不得不接受命運殘忍的安排，入宮成為「成宗」的女人。

「處善」入宮當了內官，默默守候在素花身邊，所引起的愉悅就有悲劇感知成份。

4. 迷：具有過度的行為反應

迷的過度性質也經常表現在行為層面上。當然，行為層面的過度表現脫離不了前述的過度內在反應。Fiske、Jenkins、Jenson等人的研究，認為迷具下列幾種行為反應：想像的關係是指粉絲會幻想自己與偶像（或所沉迷的事物）的關係，例如：把偶像當作親人、情人、好友等來看待。就個人而言，這種想像的關係會讓粉絲成為一個「著迷的人」（obsessed individual），甚至導致社會孤立的狀態。粉絲的過度行為也可能造成集體的瘋狂，而造成歇斯底裡的群眾（hysterical crowd）。例如：歌迷在音樂會上集體尖叫與手舞足蹈（引自簡妙如，1996）。

另外，粉絲可能會出現「再詮釋、再生產、再創造」等行為。例如：粉絲的穿著打扮追隨偶像的風格，房間裡張貼著滿滿的偶像海報，上網張貼文章與人討論劇情發展，改寫並發表劇情結局等。也就是粉絲會將蒐集來的資訊或材料進行某種形式的加工，而延伸或豐富了原有的沉迷內容或迷的文化意義。迷從未忘記不斷創新相關活動，以便能創造出更多讓他們流連忘返，全神貫注的新鮮事。（饒怡雲，2006）。

Hills提出，粉絲「對於著迷的對象，可以說出一大串，就算是枝節細末的資訊，也都能說得頭頭是道。而對於自己喜愛的對白、歌詞、片段更是琅琅上口，引用無礙，而且這些人口才甚好，表達能力一流，能解讀媒體資訊，且解讀手法可能出人意料（引自饒怡雲，2006）。

粉絲也會「組織或參與社群」。無論是上網聊天、留言討論、聚會閒扯等都有參與社群的特色。根據Hills的觀察，許多粉絲相當熱衷於參與活動，並非一般想像中的孤僻者，或是疏離的觀賞者。而Tulloch and Jenkins也提到，迷會有社會認同的傾向（引自饒怡雲，2006）。

最後，粉絲會主動創造某種儀式，以便從中建立某種意義或文化，或是獲取某種感覺。儀式是一種象徵性的符號與行為，透過儀式，人們傳達難以言喻的觀

念；如取得安定感（如結婚時交換戒指）、公開表達某種感受（如畢業典禮中對分離的不捨與對未來的希望）等。固定聚會、模仿偶像的穿著、剪報蒐集整理資料、音樂會上有節奏感的肢體擺動等，都可以視為迷的一種儀式。這些儀式可以表達社會認同，回憶過去某個片段等意義（簡妙如，1996）。

（二）迷的原因

為什麼一個人或群眾會產生迷的行為？迷的動機非常多元，因為某個明星很帥、很迷人、可以讓日常生活更充滿樂趣等，心理學上最常提到的是「認同」的概念（簡妙如，1996）。

認同是爲了證明或肯定自我的存在而產生的一種心理與行為機制，它是指「個人對自己的個人特質與意義的認定與確定」（簡妙如，1996）。認同又可分為「個人認同」與「社會認同」。前者是和「自己的存在」有關，主要是想肯定自我角色，或尋找自我角色的確定感，後者則是期望他人肯定自己，因此是屬於「本身在社會中存在」的認同。

Frith曾指出，女性之所以會投注精力於偶像明星上，主要是因為偶像明星與女性當時的情感騷動緊緊相連，女性急切需要個人認同與社會的肯定，並需要控制感到徬徨不安的情緒。Grossberg也認為，人們通常在消費文化中主動尋求與建立屬於自己的認同（引自饒怡雲，2006）。

簡妙如（1996）認為人們都有認同的需求，而這種需求可以在「著迷」中得以滿足。也就是說，媒體文化中許多內容是最容易接近與投注認同的領域，因此媒體文化成為許多人建立認同的來源。而當一個人認同某個迷的標的物時，同時也是在建立本身的認同。也就是迷的標的物，以許多符號象徵意義出現在媒體中，提供粉絲們某種經驗以及思考自我意識的素材，而這些經驗與素材指引了粉絲建立認同的方向。

Harre指出一個人想獲得認同，必須在社會中找到某種依據，接著將這種依據與自身的經驗連結，並予以公開，以便取得個人認同與社會認同。根據這個說法，明星之所以受到歡迎與崇拜，是因為他的某些特質象徵了某些意義，而這些

意義可以輕易讓人們取得，當作一種依據。人們將這些依據連接到本身的經驗或價值（如回憶初戀情懷、對愛情的渴望、對好男人的夢想），然後在公共領域公開對這位明星的好感，而當這種公開崇拜普遍為社會（不見得是整體社會，可以是社會上某個群體）所接受時，一個人就可以取得個人認同與社會認同。這就是Harre所謂的個人心理發展循環中四個步驟：佔用（使用某種依據）、轉換（與自身經驗連接）、公開（在公共領域公開宣示）、習慣化（獲得社會接受）（引自楊維倫，2003）。

Harre的說法也指出一個現象－粉絲想在迷的行為中與眾人有些區別，想找出自己的獨特點，但又想融入某個社會群體中，獲得集體帶來的安全感。Hills也曾提起，粉絲往往有些反商業化的信念，但同時又是商業主義的支持者，也就是粉絲會抗拒某些商業活動，來維護所迷事物的獨特性（也同時在維護本身的獨特性），但同時卻又參與所迷事物相關的商業活動，以獲取社會的認同（引自楊維倫，2003）。

其它迷的原因還有一經營感情或社會關係、形塑記憶、可擁有等。經營感情是指透過迷的標的物，及其衍生出來的社會互動，讓粉絲可以獲得感情生活或經營社會關係，例如粉絲的聚會、和其他粉絲一塊接機或旅遊等，就是在經營感情或社會關係。形塑記憶則是指透過迷的標的物（或相關紀念品、物件）的收藏或參與相關活動等，可以讓粉絲回憶過往的經驗。最後，可擁有是指讓粉絲以獨具意義的方式收藏、擁護迷的標的物，並讓它成為自我認同中重要的一部分（引自楊維倫，2003）。

第三章 研究設計與方法

本章共分為五個章節，第一節研究架構與流程，第二節研究途徑和取向，包括質化的研究取向以及深度訪談的方式；第三節針對本研究的研究設計，包括訪談對象的界定與篩選，以及訪談大綱、過程，分別做說明；第四節是信效度的建立；第五節則是研究倫理。

第一節 研究架構與流程

一、研究架構

本研究依據研究動機與研究目的，以及文獻資料探討分析，提出本研究架構圖，如圖 3-1

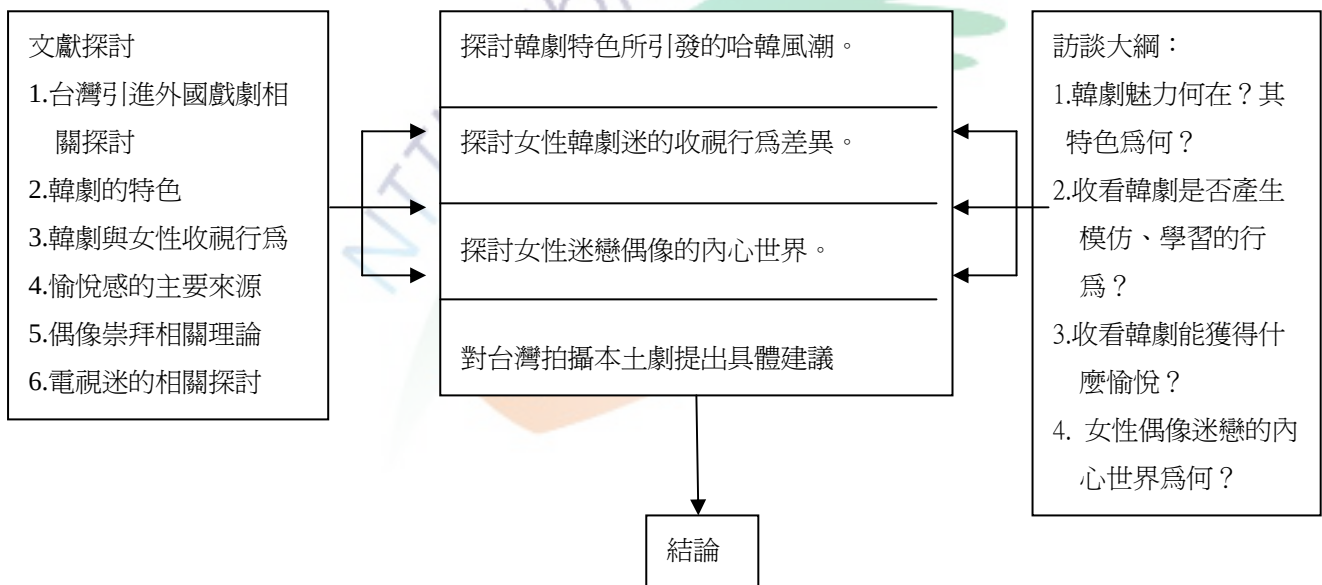


圖 3-1 架構圖

二、研究流程

本研究以訪談法為主，整個研究流程共分為下列四階段

1. 準備階段：發展研究動機以決定研究目的，進而根據研究動機與目的，蒐集相關文獻資料，以進行文獻探討。

2. 正式行動階段：將蒐集之相關文獻資料，加以分析整理，根據研究目的，訂定訪談大綱，進而篩選訪談對象進行訪談。
3. 資料分析：在第二階段即已開始進行資料分析工作，在正式訪談活動結束後能持續資料分析整理，以建構一有系統組織之完整知識。
4. 撰寫論文：資料完整分析後，即著手撰寫論文，以完成整個研究。茲依據前述的研究步驟將本研究的研究流程整理如圖：3-2

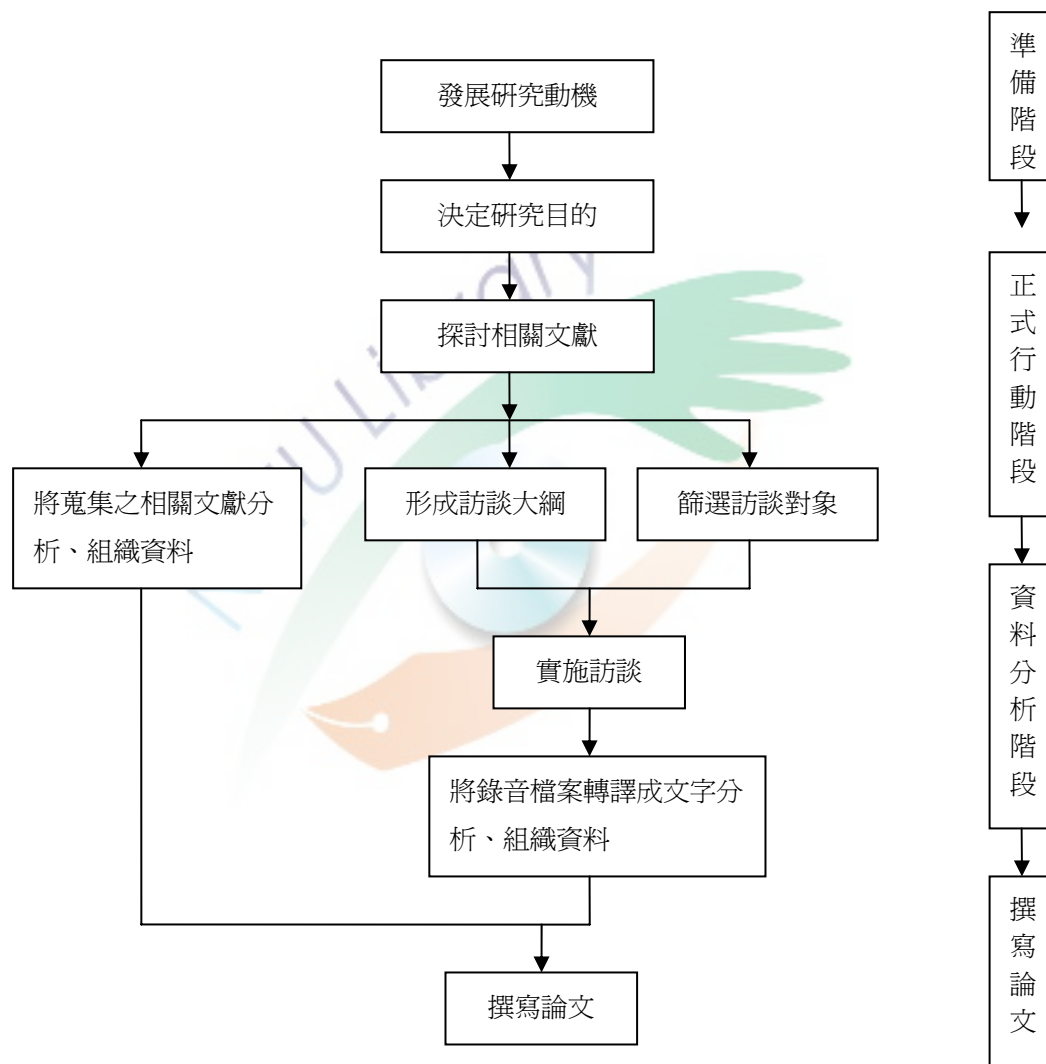


圖 3-2 研究流程圖

第二節 研究途徑

一、研究取向－質化研究

本研究的研究方式，主要是採用「質化研究」的途徑。相較於量化研究，質化研究是在一種自然情境下，直接觀察社會現象的研究方法。本研究主要是探討30歲以上女性韓劇迷為主，探究這群30歲以上女性，收看韓劇時所產生出的收視特性與差異性，並藉由深度訪談的方式，來進一步探究韓劇收視迷，彼此生活脈絡或是個人社經地位不同，是否產生出不同的收視行為、收視愉悅及認同。不採用事先預設好的理論或概念架構。故本研究認為不適合採用以「假設－驗證」的量化研究取向進行探討。因此本研究將以質化研究途徑來進行研究。

另一方面，質性研究者，強調研究是孕育在自然真實情境中，並充分展現出研究的彈性與開放性，是一種所謂「發現取向」的研究途徑（江明修，1992）。質化研究關注的是相互主觀意義分享，強調要透過被研究者的眼睛看世界，才能了解社會真實的來龍去脈，進而挖掘深層的文化意義（郭良文、林素甘，2001）。站在主動的立場，從被研究者身上發掘出新的問題出來，在發掘新的問題的同時，能夠與被研究者產生互動、意義的分享。大多數的女性受訪者多半能以平靜的語氣敘述她們的收視經驗，但若是訪談對象的個人內心深處的情感被觸動了，深刻的體驗即如泉湧而出，進而能夠獲得更多閱聽眾收視節目後的感受與經驗（胡幼慧，1996）。

二、研究對象之選樣標準

本研究將研究對象設定為「韓劇迷」，而對於韓劇迷的界定標準主要採取受訪者主觀上的自我認定，即受訪者自我主觀地認定自己是否為韓劇迷，並以此作為研究對象的篩選基礎。由於本研究訪談對象年齡界定為滿30歲以上之「熟女」，以居住在台東地區的閱聽眾，招募五位30歲以上，分別為30、40、50、60、70幾歲以上女性，作為本研究的主要研究對象。

在訪談內容部分，由於本研究著重於韓劇特色之探討，以及理解熟女閱聽人收視韓劇後的內心層面影響和變化，對於韓星的崇拜迷戀是理性、含蓄抑或是瘋狂、盲目？因此，訪談內容包括：剛開始接觸韓劇的情形，什麼樣的理由持續收看？其特色為何？以及收視後產生的行為表現及愉悅感，對於韓國的文化與韓星的整體印象與認同等等。

三、深度訪談法

深度訪談法的目的，主要是企圖了解受訪者的意見及其經驗。在質化研究領域中，深度訪談是最常被用來收集資料的方法之一。本研究採取深度訪談的方式，透過與受訪者之間的互動與訪問，以面對面錄音的方式，達成訪談資料的蒐集。除了可以直接探究閱聽人的意識、價值與態度。同時，藉由閱聽人自我陳述的過程，能夠看出閱聽人建構自身世界與理解自身行為的方式。

深度訪談並不是在挖掘受訪者過去的記憶，而是在訪談進行中，訪談者與受訪者之間互動出來的經驗所重建的過程。訪談是一個行為，而不是單純的交談行動。訪談的目的在對於研究對象做一正確的統計描述。而唯有確保每一位受訪者都受到相同的刺激時，才能夠對於受訪者的反應加以比較。所以訪談的標準化要能一致性（胡幼慧，1996）。

訪談是一種交談行動，是受訪者與訪談者共同建構意義的過程。因此，本研究透過深度訪談的方式，對於熟女韓劇迷之閱聽眾進行訪談，藉由這樣的方式，了解收看韓劇對於她們產生什麼樣的意義，及個人認同之間的關係，另外，藉由研究者與受訪之間的言談與互動，有助於更深層的了解熟女族群們對於韓劇內心深處的看法，同時獲得更豐富更多元的資料。

第三節 研究設計

一、韓劇迷之歸類

本研究強調的閱聽人，是針對30歲以上女性閱聽眾為主，而且以台東地區，喜愛收看韓劇的30歲以上的女性韓劇迷為主。以下整理是針對本研究「韓劇迷」的歸類條件如下：

- 1、收看韓劇的部數超過10部以上。
- 2、經常收看韓劇，且收看韓劇時間超過五年。
- 3、經常守在電視機前面等待喜愛的韓劇開播。
- 4、收看韓劇，並且經常收看重播。
- 5、同一齣韓劇，收看二次以上。
- 6、一旦收看韓劇，便會盡可能的把每一集收看完畢。
- 7、迷戀、收集喜愛演員相關海報或訊息。
- 8、看過任何一部韓劇，即可將內容全部記下來，對於劇中的對話過目不忘。
- 9、自從收看韓劇後，想前往韓國旅遊。
- 10、在收看韓劇的期間內，曾參加過任何形式的韓劇迷活動。
- 11、收看韓劇後，會主動推薦自己親朋好友收看韓劇。
- 12、收看韓劇後，完全不想要去收看日劇或其他國家戲劇節目。
- 13、以前收看其他戲劇，現在轉變成為韓劇迷。
- 14、看完韓劇後會想要整形，並且認為整形手術是值得推崇的。
- 15、開始接觸韓國食物，如泡菜、韓式烤肉。
- 16、收看韓劇後，會關心韓國的相關新聞。
- 17、會想學習韓文，或是對韓國文化感到興趣。

二、資料編碼

本研究利用錄音訪談的方式進行，進行資料分析時，研究者反覆播放訪談錄音，並搭配訪談手札中，重要之非口語表達，逐字、逐句擬成逐字稿，務求將訪

談現場真實呈現，以求完整處理訪談資料。爲了清楚地將訪談資料進行建檔與分析，需有系統的將資料加以分類，爲求有效將資料加以分類，需先針對訪談內容加以編碼。

本研究之編碼方式，係針對受訪者的姓名採取保密，分別以英文字母代替，第一碼爲英文字母 A，代表受訪者的代號；第二、三、四碼爲代表研究者，在某年、某月、某日對受訪者進行訪談。例如 A2008.4.19 即表示研究者在 2008 年 4 月 19 日，對編號第一號的受訪者所進行的訪談紀錄。

本研究採用質化研究之深度訪談法，進行資料的蒐集與整理。在受訪者的篩選中，是研究者與受訪者彼此認識且熟悉的韓劇迷，在接受訪談時，能更深入主題暢所欲言。

本研究整理出願意接受訪談者共5人，受訪者姓名以英文字母代替，其基本資料整理如下表：

表3－1受訪樣本

編號	年齡	職業	教育程度	婚姻狀況	居住地區
A	37	美髮業	高中	未婚	台東縣
B	48	國小老師	碩士	已婚	台東縣
C	52	電信局	專科	離婚	台東縣
D	65	公教退休	大學	已婚	台東縣
E	72	家庭主婦	國小	已婚	台東縣

資料來源：研究者整理

二、訪談步驟

本研究正式訪談日期爲2008年3月至2008年4月。訪談目的在於針對熟女收看韓劇能有更進一步的了解。訪談時間控制在一小時至一個半小時左右。

質化訪談主要在於訪談者與受訪者之間所建立的良好互動、溝通原則上，換

句話說兩者均為主體性，彼此將意見做有效的傳達（胡幼慧，1996）。因此，在訪談過程進行方面，本研究的深度訪談，在訪問前皆經過受訪者的同意全程錄音。在訪談進行之前，研究者會先將擬好的訪談大綱給受訪者過目，同時與受訪者閒聊，降低受訪者對研究者的不確定性，並設法營造出輕鬆的交談環境。並且在訪談過程中會適當的給予回應及說明，包括歸納受訪者的陳述和想法，期盼能獲得受訪者更為詳細訪談資料和寶貴的意見。

第四節 信效度的建立

質的研究取向是基於一個假設，任何一個質的研究資料，會被研究者個人的觀點所影響。所以，質的研究很難避免偏差，常被批評為太過「主觀」，因為研究者本身即是個重要的工具，為了避免研究者的偏差，並增加研究的信度與效度本研究擬以下列方式建立信效度：

一、信度

（一）以錄音筆蒐集訪談資料，並將訪談所得之錄音檔案謄寫為逐字稿，完成後再請人依照錄音內容檢核，有無遺漏或錯誤。

（二）對訪談所蒐集的資料，均會讓受訪者再確認一次，以建立本研究之內在信度，經修正後確定訪談稿。

二、效度

（一）請國內專家學者審視修正本研究訪談大綱。

（二）以多種方法蒐集資料，例如：相關網站之報導、報紙、書籍、文章及文獻資料。

（三）加強研究者本身的訪談訓練。

第五節 研究倫理

質性研究以人爲研究對象，研究進行時，除應尊重受訪者之合作意願外，研究者更應注意倫理信條及道德情境，避免研究對象受到傷害。歐用生(1989:33)曾提出質性研究者要注意的倫理問題有四：

- (一) 被研究者身分要保密，避免被利用或受傷害。
- (二) 尊重被研究者，並獲取其支持。
- (三) 可訂立合作契約，並應依約行事。
- (四) 撰寫時應忠於資料，不扭曲事實。

作爲一個訪談者必須與受訪者建立共融的關係。共融的建立是對訪談的保持中立。中立是指受訪者能夠告訴我們任何事，這些事不會讓我們對他們想知道更多或更少。研究者對受訪者所訴說的內容保持中立時，也關心受訪者願意與研究者分享的事。共融意指我尊重受訪者，他們的知識經驗態度和感受是重要的。共融是面對受訪者的立場，中立是面對受訪者所訴說之內容的立場。

深度訪談的至理名言爲：詢問、傾聽和記錄。詢問是莊重的責任，傾聽是特別的恩典。如何組織訪談問題是訪談者的重要技巧，除應注意反映的干擾性外，亦要避免詢問二分法的兩極化問題，使受訪者有被質問的感覺，而發生反應困境。

本研究所募集的 5 受訪者，平均年齡約 55 歲，最大爲 72 歲，最小爲 37 歲，有從事美髮業、國小老師、電信業務、公教退休、以及家庭主婦，性別方面，由於本研究主要是以「熟女」做爲主要研究對象，故受訪者均以女性爲主。同時，爲顧及研究倫理以及保障受訪者個人隱私，本研究倫理守則有：

- (一) 給予每一位受訪者一個數字作爲身分的辨識。
- (二) 對受訪者所提供之資料絕對保密。
- (三) 受訪者若有其他疑慮，中途可隨時退出本研究。
- (四) 本研究盡可能以公正、客觀的方式呈現資料之原貌。

第四章 研究結果與討論

本章共分為三節，以呈現本研究訪談五位女韓劇迷，所發現的韓劇特色、和收視行為、以及偶像的迷戀。主要是依據研究目的去作討論。第一節主要在討論韓劇魅力何在？其特色為何？第二節探討女性的收視行為，女韓劇迷長時間收看韓劇後是否會對於韓劇劇情內容產生模仿、學習，進而產生文化認同？以及女性韓劇迷收看韓劇的過程中，能夠獲得什麼樣的愉悅？第三節探究女性迷戀偶像的內心世界，是理性、含蓄、冷靜的角度欣賞韓星？抑或是瘋狂、盲目的迷戀韓星？

第一節 韓劇之特色

本節主要是探討韓劇有什麼樣的特色。根據本研究文獻和訪談資料歸納分析如下：

韓劇引人之處在於它集數少、劇情緊湊、演員擁有高學歷、高水準的演技加上都是俊男美女的組合，除此之外韓劇特有「東方文化」的親切感，讓女韓迷倍感親切、熟悉，感覺在講周遭的生活故事，有很強的真實性，尤其韓劇裡面加上夢想，給人一種希望的期待。而且韓劇裡很重情，不只是愛情、親情、友情、倫理、師生之情，對國家、民族的熱愛，甚至對人類的關懷之情。就是這份「純真的深度感情」引起女韓迷很大的共鳴。女韓迷相信將夢想和希望放在心上，明天就會更好，有努力就有收穫。愛情、友情和親情是人類共通的語言，沒有文化的藩籬，韓劇能夠超越語言障礙，在國際間流行，堅貞的愛情故事，是打動觀眾引起共鳴的特色。對美好事物的嚮往以及天真浪漫的劇情，是韓劇成功的共通點。

韓劇的故事裡常常透露著一股對愛情的執著，對人生充滿積極奮鬥的信心。從《藍色生死戀》、《冬季戀歌》、《大長今》、到《黃真伊》，韓劇都盡可能將愛情、親情、友情推到極致。《藍色生死戀》裡俊熙和恩熙那種刻骨銘心，至

死不渝的堅貞愛情，感人肺腑、賺人熱淚。讓不少女性韓迷幻想、憧憬也有這樣浪漫、堅定不移的愛情，使得生活不再枯燥乏味，而是充滿了幻想與期待。《大長今》女主角—李英愛（氧氣美女），在接受「天下」雜誌專訪時表示，她喜歡《大長今》劇中的平凡魅力，一個非天才的平凡人，不是貴族，也沒有與生俱來的才華，但有永不放棄、堅忍不拔、樂觀的力量。李英愛認為，全球之所以颳起《大長今》風潮，是因為這世界已失去傳統上的優良價值，想要「重新找回本身最根本的自我」，所以這種充滿人性溫暖的影劇會受歡迎。

從訪談資料和文獻中發現韓劇有以下特色：

一、韓劇之特色

（一）集數少、劇情緊湊。

韓劇緊湊、不落俗套，一齣韓劇頂多一至兩個月就播映完畢，多數受歡迎之韓劇集數大多不超過30集。例如：以《火花》為例，其劇情內容介於日本偶像劇與台灣偶像劇之間，看得懂也容易產生共鳴，是韓劇賣座的重要因素之一（葉嫦芬，2001）。

「我喜歡看韓劇是因為韓劇不像臺灣本土劇，要演二、三百集才能演完，我沒有耐心看那麼久。」（B2008.04.18）

「以前我都看台灣本土劇，自從我媳婦和我女兒告訴我韓劇很好看時，我就不再看台灣本土劇，因為太長、太囉嗦了。看一齣台灣本土劇的時間，可以看好幾部的韓劇。」（E2008.04.20）

「我覺得韓劇它的集數比較少，通常在一兩個月就會結束他的集數，還有就是內容的鋪陳都很緊湊，啊！比較精緻，就是不會拖拖拉拉，本土劇比較拖拖拉拉。」（A2008.04.21）

「劇情就是很緊湊啊！不會有拖戲，拖拖拉拉的感覺，就是說劇情緊湊，高潮迭起，每天都很期演到什麼地方？」（D2008.04.19）

「我最受不了台灣的長壽劇了，我姪兒曾跟我開玩笑，他從當兵到退伍，台灣龍捲風可能還沒有下檔。很誇張吧！」（C2008.04.19）

在過去的幾十年，台灣本土的電視劇一直佔有一席之地，到了 1996 年「韓劇」引進，造成韓劇風靡，使台灣沉浸在「韓流」裡面，產生了一股新的電視潮流，韓劇大量湧入台灣，而且大受好評，幾乎是每播一齣，就紅一齣。韓劇為什麼受到女性閱聽眾青睞，根據本研究的訪談資料中發現，韓劇大約 20～30 集就結束，不會有多到讓人覺得膩，少到讓人覺得意猶未盡之感。女性韓劇迷喜好收看韓劇的現象，也正突顯了台灣本土戲劇節目，千遍一律長壽劇的節目型態，本土劇常常一演就是好幾百集，而且只要收視率一高，就會開始拖戲，例如：台灣龍捲風共計 345 集、台灣霹靂火 285 集，飛龍在天 288 集、意難忘 526 集，讓人覺得歹戲拖棚。而韓劇集數少、劇情緊湊，每天都會期待高潮迭起的演出。例如以下幾齣經點韓劇，集數整理如下表：

表4－1韓劇集數表

劇名	集數	劇名	集數
紅豆女之戀	13 集	來去海邊	21 集
新娘 18 歲	25 集	愛在哈佛	26 集
咖啡王子 1 號店	27 集	偉大的遺產	26 集
春日	28 集	尋花而來	25 集
Hello 小姐	26 集	秘密男女	30 集
黃真伊	24 集	幻想情侶	24 集

資料來源：研究者整理

（二）俊男美女的演員以及多樣化的劇情

韓劇不僅內容及類型呈現多樣化，其劇中的帥哥美女、動人愛情、重視家庭與工作等題材，比一般偶像劇更為生活大眾化的劇情描述，正是韓國偶像劇迅速走紅亞洲市場的主因（粘嫦鈺，2004）。

「我喜歡看韓劇是因為韓劇裡面，常常出現一家人在一起吃飯的畫面，感覺很溫暖，而且男主角都很英俊、女主角都很漂亮。」（E2008. 04. 20）

「幾乎每齣韓劇都有全家一起吃飯的場景，讓我覺得很溫馨，很重視家庭，這是我們做這一行最不可能的，客人一來，常常餓肚子。而且韓劇演員夠水準，光看到都是俊男美女就很陶醉。」（A2008. 04. 21）

「迷戀韓劇是因為被韓星風度翩翩，以及優雅的氣質所吸引，我最喜歡演《天國階梯》那個權相宇了，如果有這樣的老公，我一定不會離婚（笑）。他還有演那個《愛在陽光裡》，他演那個海軍，穿那個海軍服有夠帥的啦！」（C2008.04.19）

日本導演北野武說：「韓劇是一種有機農業，包括拍攝手法和演員的演技，均沒有添加任何化學物質，以真情打動觀眾的心」（引自蔡佳玲，2006）。

「我第一次看的韓劇是車仁表和李英愛演的《火花》，車仁表（忠赫）在戲裡的頭髮很帥，搭配襯衫、領帶、和西裝感覺很貴氣。演的都是內心戲，很會演，明明很愛李英愛（之賢），但表現的很內斂，迷死他了。」（B2008.04.18）

「看過裴勇俊演的《情訂大飯店》和《冬季戀歌》，還有電影《醜聞》，就迷上了他，打從心裡認定他是當代亞洲最有魅力的男人，我電腦的桌布就是裴勇俊的劇照，最愛他的眼睛了，雖然是單眼皮，但很有神，水水的雙眼，很懷疑他是不是戴了嬌生超含水隱形眼鏡？也愛他那優雅、清新脫俗的氣質，愛死他了啦！」（D2008.04.19）

研究發現韓劇的特色之一，就是韓劇裡的男主角個個英俊挺拔，身高都接近180公分。例如：裴勇俊、權相宇、李東健、宋承憲、柳鎮、張東健、金來元、金在元、元彬、趙仁成、宋日國、車仁表等；而女主角個個身材高挑、皮膚白皙、臉蛋漂亮。例如：金喜善、沈銀荷、崔智友、李英愛、孫藝珍、河智苑、韓智慧、李寶英、宋允兒、全智賢、金素妍等，每一齣韓劇都是俊男美女的組合，所以收看韓劇是一種視覺享受。

而台灣本土劇轉來轉去，就是那幾位熟面孔，內容也大同小異，只要多看幾次本土劇，就可以推斷出下集內容或是戲劇的結局。而且台灣本土劇的故事情節，大多偏向社會黑暗面，暴力、血腥、色情的畫面不勝枚舉，實在不太適合青少年觀看，難免會增多犯罪率。相反的是，韓劇的內容多元、有變化，成功掌握

現代的脈動，劇中的過程曲折、刺激，常有令人意想不到的發展。雖然韓劇劇情走向生活化，卻不失夢幻、浪漫的故事情節，讓台灣女性對現實生活中，多了一份憧憬與期待，這也是韓劇吸引台灣女性閱聽眾的原因之一。

（三）演員學歷高、夠專業。

韓國明星在國內大受歡迎，細心的台灣影迷應該發現，韓國對於培育表演藝術的人才不遺餘力。亮出學歷，韓國明星幾乎個個都是從影藝專門大學科系畢業，而綜觀作育大明星的搖籃，以漢城藝專、東國大學、漢陽大學、中央大學最多，其中還不乏碩士級女演員，像是李英愛畢業於中央大學藝術研究所，而車仁表則是美國紐澤西大學經濟學高材生，金惠秀在東國大學戲劇電影系畢業後，又考入成均館大學新聞碩士班就讀，成為裴勇峻的學姊（單葑，2002）。

「韓劇演員都長得很好看，而且她們幾乎都是戲劇科畢業的，學歷都很高，不是像我們台灣的戲劇這樣子，嗯！就是很專業就是了。」

（A2008.04.21）

「演員的話都蠻漂亮的（笑聲）都是帥哥美女，可能也是他們的劇本吧！所以我覺得她們的水準蠻不錯的。演員的水準感覺跟我們的都不一樣，質感不太一樣，可能是崇拜吧！（誇張笑聲）好像蠻有內涵的（笑聲）。」

（B2008.04.18）

「他們的演員看起來都很有氣質，不知道為什麼我們的演員演戲，感覺很假，表情有時候很誇張，有時候又很僵化、死板。看起來不自然。」

（D2008.04.19）

「我看《愛在哈佛》這齣戲的時候，因為是在哈佛大學拍攝，雖然是國語配音，但我有注意到金來沅（賢宇）、金泰熙（書仁）金玟（真雅）李廷鎮（政民）他們在和教授或哈佛大學美國學生對話的時候，嘴型是英文發音，不是配音，不管是主角或配角，都實在很厲害，很羨慕！」

（C2008.04.19）

「以前都看我們台灣演的本土劇，現在台灣演的本土劇，我一點都不想

看，演員看來看去就是那幾個，演得不三不四，真沒意思。韓劇演員很奇怪，為什麼那麼有水準，我都看不膩。」（E2008.04.20）

研究發現，韓國是個非常重視學歷的國家，加上演員個人的求知欲也很強，所以在從事演藝工作的同時，不忘以文憑來為自己加分，因此與亞洲各國相較，韓星學歷明顯比其他各國高出甚多（單葑，2002）。

韓劇在台灣、日本走紅，除了故事內容的生活化與包裝精美之外。演員外型俊美、演技素質高、加上高學歷的個人條件，都是韓劇在國內及海外竄紅的重要因素（鄭孟緹，2005）。

研究發現，韓國電視電影的獎項之多，亦是鼓勵演藝人才輩出的重要推手。韓國的無線電視台以MBC（文化放送公社）、SBS（漢城放送公社）、KBS（國營放送公社）為主。其中KBS是資金最雄厚的國營電視台，而MBC電視台可以說是韓國的戲劇王國，電視台每年都會舉辦年度演藝大賞，例如2007年SBS、KBS舉辦年度演藝大賞，得獎獎項、得獎人、作品整理如下。SBS部份：演技大獎：朴新陽《金錢戰爭》、金喜愛《我男人的女人》。最佳男主角：全光烈《王與我》。最佳女主角：李瑤媛《開朗醫生奉達熙》、朴真熙《金錢戰爭》。網路人氣獎：朴新陽、李瑤媛。十大明星獎：朴新陽、宋昌義、吳智昊、李凡秀、全光烈、金喜愛、朴真熙、李英雅、李瑤媛、申恩慶。KBS部份：演技大獎：崔秀宗《大祚榮》。最佳男主角：李德華《大祚榮》。最佳女主角：金賢珠《仁順真美麗》、蔡琳《達子的春天》。迷你劇優秀男演員：姜至奐《京城緋聞》。迷你劇優秀女演員：韓志旼《京城緋聞》、李多海《Hello小姐》。網路最佳人氣獎：崔秀宗、韓志旼。

因為政府的全力協助，加上各大電視台舉辦的各種頒獎典禮競爭激烈，所以韓劇演員無論是男的、女的、老的、少的、主角或配角，各個表現優異，除了俊男美女以外，學歷高、有專業背景，大部份是戲劇科系領域，所以表現得很專業，很有品味。一齣韓劇不只是男主角、女主角高學歷而已，其他男配角、女配角、年紀輕的、年紀大的、甚至不起眼的小角色，也都是赫赫有名的大學戲劇科系背景，難怪演員能夠有高水準的演技，有氣質、有品味，擄獲女韓迷的目光。例如

《王與我》這齣韓劇的男主角高周元27歲（西江大學經濟科系）、女主角邱惠善24歲（首爾藝術大學放送）、配角安在慤29歲（檀國大學演藝映畫科韓劇社區）、配角全慧彬25歲（東國大學戲劇映射系）、配角全光烈50歲（慶熙大學）、配角梁美京47歲（崇義女子大學應用美術系）、配角錢忍和43歲（中央大學戲劇電影系）。一齣戲無論是男的、女的、老的、少的、主角或配角，竟然有這麼多高學歷且專業的演員，所以總是能表現亮眼。

研究發現韓劇演員的高學歷整理如下表：

表4-2：深受女性喜愛之韓星學歷和代表作彙整

姓名	身高	最高學歷	代表作
金泰希	165公分	首爾大學服裝設計系	愛在哈佛、天國階梯
李寶英	169公分	首爾大學國文研究所	最後之舞、漂亮寶貝
金芝禾	166公分	首爾大學服英文系	玻璃鞋、
邱惠善	164公分	首爾藝術大學	王與我、薯童謠
韓惠珍	163公分	首爾藝術大學	加油金順、朱蒙
金成民	180公分	首爾大學社會體育系	背叛愛情、花仙女
張赫	177公分	漢城藝術大學戲劇系	開朗少女成功記、美麗的陽光
安在旭	176公分	漢城藝術大學戲劇系	必勝奉順英
全度妍	165公分	漢城藝術大學藝術學院廣播電影專業	布拉格戀人、醜聞
孫藝珍	165公分	漢城藝術大學戲劇系	夏日香氣、外出
韓恩珍	172公分	漢城藝術大學戲劇系	浪漫滿屋
朴善英	165公分	漢城藝術大學戲劇系	必勝奉順英、美麗的謊言、張禧嬪
金荷娜	167公分	漢城藝術大學電影系	玻璃畫
李準基	178公分	漢城藝術大學	My Girl
崔智友	177公分	漢陽大學電影系	冬季戀歌、美麗的日子、天國階梯
李廷鎮	183公分	漢陽大學電影系在學中	愛在哈佛、四月之吻
河錫鎮	182公分	漢陽大學機械工程系	Hello、露露公主
宋允兒	169公分	漢陽大學人類文化系	情定大飯店、Mr.Q
李東建	183公分	漢陽大學戲劇系	新娘十八歲、玻璃畫、巴黎戀人
李青兒	165公分	漢陽大學演技電影系	來去海邊
金敏貞	167公分	韓陽大學演技電影系	純真年代
張根錫	182公分	韓陽大學電視劇電影學系	布拉格戀人、黃貞伊
裴斗娜	171公分	漢陽大學	我的威風女友
李範秀	171公分	中央大學研究所藝術學	開朗醫師奉達熙
金石勳	182公分	中央大學	蕃茄、秘密男女
金楨勳	177公分	中央大學戲劇系	宮野蠻王妃、魔女遊戲
金喜善	168公分	中央大學電影表演科	悲傷戀歌、風之子
張娜拉	163公分	中央大學表演系（在學中）	紅豆女之戀、開朗少女成功記
李秉憲	178公分	中央大學研究所	美麗的日子、風之子
李自英	165公分	中央大學舞蹈系	愛恨一線間
金來沅	183公分	中央大學戲劇系二年級	愛在哈佛、屋塔房小貓、紅豆女之戀
朴正哲	178公分	中央大學戲劇專攻	情定大飯店、純真年代

表4-2：深受女性喜愛之韓星學歷和代表作彙整（續）

錢忍和	163公分	中央大學戲劇電影系	女人天下、王與我
李英愛	165公分	中央大學戲劇研究所	火花、大長今
金相慶	182公分	中央大學	只愛陌生人
王嬪娜	170公分	中央大學戲劇電影系	黃貞伊、老天爺啊給我愛
趙仁成	186公分	東國大學影像系	春日、巴里島的日子、射星
李多海	170公分	東國大學戲劇電影系	綠薔薇、花仙女、My Girl
金素妍	169公分	東國大學戲劇系	愛上女主播、順風婦產科、媽媽、姊姊
蘇幼貞	170公分	東國大學	情敵、狐狸與棉花糖
全智賢	172公分	東國大學話劇影像學系（在學中）	我的野蠻女友
李美妍	167公分	東國大學電影表演系	明成皇后
金民俊	186公分	東國大學競技指導系	茶母、走向暴風
高賢珍	172公分	東國大學戲劇系	春日、沙漏
蔡貞安	172公分	東國大學戲劇電影系	咖啡王子1號店
蔡時娜	168公分	東國大學電影戲劇研究所	愛情的條件
韓彩英	172公分	東國大學	藍色生死戀
柳時元	180公分	東國大學電影系	美麗的日子
權相宇	182公分	漢南大學美術教育學系	天國的階梯、悲傷戀歌
李善均	180公分	韓國藝術綜合學校戲劇系	咖啡王子1號店
Jun Jin	182公分	慶熙大學大眾媒體影像學系	來去海邊
尹恩惠	168公分	慶熙大學旅遊管理系	咖啡王子1號店、宮野蠻王妃、葡萄園之戀
韓佳人	168公分	慶熙大學飯店觀光系	愛情的條件、魔女遊戲
孔侑	184公分	慶熙大學電影戲劇學系	咖啡王子1號店、擋不住的愛
吳智昊	183公分	安陽大學工業經營系	秋天的驟雨、幻想情侶
Rain	184公分	檀國大學大眾文化藝術研究所	浪漫滿屋、小爸爸上學去、這該死的愛
在喜	178公分	檀國大學電影系	豪傑春香、魔女遊系
丹尼爾	188公分	美國UIC大學經營學系	我叫金三順
鄭麗媛	168公分	高麗大學新聞放送系	我叫金三順、秋天的驟雨
高修	177公分	常明大學電影系	鋼琴、純真年代、綠薔薇
金晶華	172公分	東德女子大學演藝系	玻璃鞋、愛在陽光裡
李水京	170公分	同德女子大學戲劇系	老天爺啊給我愛、媳婦的全勝時代
車仁表	180公分	州立大學經濟學	火花、星星知我心
元彬	178公分	百濟大學廣播戲劇系	小蓋子、藍色生死戀
池誠	178公分	水原大學戲劇科	最後之舞、愛情的條件、All In
韓在石	178公分	延世大學體育系	玻璃鞋、愛上女主播
池珍熙	178公分	明智大學	大長今、春日
宋承憲	179公分	京畿大學	藍色生死戀、夏日香氣
李太坤	185公分	京畿大學社會學科	老天爺啊給我愛
高周元	183公分	西江大學經濟科系	奇男怪女、王與我
河智苑	168公分	單國大學戲劇系	黃貞伊、巴里島的日子
韓智慧	170公分	世宗大學戲劇電影系	新娘十八歲、夏日香氣
李雅賢	166公分	世宗大學學院舞台研究所	愛恨一線間
宋慧喬	164公分	世宗大學電影藝術學系（在學中）	藍色生死戀、浪漫滿屋
李東旭	184公分	世宗大學電影藝術學系	My Girl、迴轉木馬
裴勇俊	180公分	成均館大學影像學系（在學中）	愛上女主播、冬季戀歌
李瑞鎮	178公分	紐約大學經營管理系	李祿

資料來源：研究者整理

（四）特有「東方文化」的親切感

韓劇中特有的「東方文化」對於台灣閱聽眾營造出一種「親切感」，韓劇大多呈現崇尚儒家思想的意涵，在內容上注重倫理道德與人文精神的培養。因為劇情貼近東方文化生活，深具濃厚儒家思想的家庭觀念與愛情觀，所以更能喚起收視者的自身經驗與文化記憶（季欣慈，2005）。韓劇中主角的生活習性與思維和台灣人比較相近，不似日劇包裝太過度，感覺比較超現實而有些距離感。所以韓劇對亞洲人而言，感覺起來比較親切與實際（宋元根，2004）。

「在《新娘 18 歲》那齣戲裡張東健和韓智慧結婚後，拜見長輩是要穿著韓服，然後恭敬的行五體投地的跪拜禮，覺得那是我們遺忘的文化，看了韓劇，讓我重拾兒時的童年記憶」（A2008.04.21）

「韓劇裡面非常重視倫理道德，我覺得蠻適合我的口味啦！幾乎每齣韓劇，晚輩從外面回來，都要向長輩打招呼說：「我回來了！」我比較喜歡她們這樣子。」（B2008.04.18）

「我覺得它的特色有別於我們平常的劇情，我覺得最成功的就是她們的禮教，對長輩的尊敬，再來就是男女之間交往的那種互信、互愛、她們不會說……我覺得說她們很彼此尊重，很少有那種要侵犯對方，就是說都很保守、很傳統。而且它們對它們自己的文化很尊敬，譬如說現代的小孩子 她們結婚的時候會穿著古裝，去見老人家、見她們的長輩。」（B2008.04.18）

「我看《王與我》或《明成皇后》的時候，發現陛下要對大妃娘娘行禮，大妃娘娘要向大王大妃娘娘行禮，非常注重長幼有序的禮節，我實在很欣賞。」（D2008.04.19）

「他們對死去人的忌日，很重視，這一點我感覺很好。對祖先對小孩子的教育都很重視，不會隨隨便便，馬馬虎虎啦！」（E2008.04.20）

韓國是一個很重視儒家思想的國家，因此，在親情、友情、愛情、倫理、生命觀等價值觀上與台灣人相近。其中戲劇節目無可避免會碰觸這些日常生活中的

問題，台韓雙方價值觀、生活經驗相似，因此使得台灣觀眾會偏好這種與其文化背景相近的外來節目（李天鐸、何慧雯，2002）。

研究發現，韓劇宣揚東方式的諒解以及寬容精神，展現許多東方式的倫理觀念，如：年輕人應該要孝順父母，朋友之間以信義為本，做人要誠實，對家庭親情要珍惜等，這些因素讓台灣閱聽眾營造出一種「親切感」。

「我看黃真伊那齣戲的時候，好像時光倒流了好幾十年，黃真伊和兩班貴族在比賽詩句接龍時，用毛筆寫漢字。讓我想起小學的書法課，和國中時用小楷寫週記的記憶。在韓劇裡又找回來，我們丟掉的傳統文化，感覺很親切、自然。」（C2008.04.19）

「《黃真伊》那齣戲，有用毛筆寫詩的情節，而且很多，比如金載元（禮判）整理朝鮮古代禮樂和舞譜的時候，還有他寫詩向真伊（明月）告白的時候，感覺很傳統。」（A2008.04.21）

受儒教制約尤甚於中國的古代韓國，《黃真伊》的年代是李氏朝鮮第十一代中宗的時代（西元 1488—1544），跟大長今是同一時期。當時約為中國明武宗正德年間，朝鮮為中國的附庸國，朝鮮使用漢字，事實上與朝鮮長期受到漢文化的影響有關。

西元三世紀的三國時代左右，漢字傳入朝鮮半島，此後一千多年，漢字一直是朝鮮半島唯一的書寫文字。到了 144 年，世宗發明“訓民正音”（韓文字母），韓語才改用字母和漢字夾雜標記的方式。

韓國 100 年以前是一個僅限於使用漢字的國家。不僅公文如此，日常生活中的文字也同樣。韓國的統治階級、兩班使用漢字寫信、創作。由於《黃真伊》屬於高級官妓，與貴族、兩班交遊，故需學習漢字與吏讀，以有別於農婦與村妓。況且當時的詩詞皆以漢文書寫，所以看到黃真伊和禮判以毛筆寫漢字，實不足為奇。

（五）劇情貼近生活：

南韓電視劇大都是以普通人的生活作為描述物件，再用細膩而樸素的手法表

達南韓的精神風貌。電視劇所表現的生活狀態，不管是輕鬆幽默，抑或是焦慮傷感，卻都是劇情貼近生活的。它們使觀眾在欣賞電視劇的時候，會有一種身臨其境的感覺，彷彿劇中的人物就在自己的身邊。

「或許是因為我離婚的關係，對於演不倫戀情、外遇、離婚的劇情特別敏感，覺得自己就像《我男人的女人》裡的智秀一樣，其實我們生活周遭，到處都有像智秀一樣情感糾葛的事情。雖然剛開始很痛苦，覺得晴天霹靂，生活了 17 年的老公，怎麼能狠心搞外遇？總覺得丟臉死了，可是看到俊彪當個大學教授，都可以不顧一切跟智秀的朋友華英發生不倫戀情，反正現在離婚在現在的社會，也不是什麼罪大惡極的事，就比較釋懷，其實走過來就好了。」（C2008.04.19）

「很少人看過《漂亮寶貝》這齣戲，其實它有點長，我並不是很喜歡仁英（李寶英）和啟俊這兩人的愛情觀，覺得拖拉不乾脆。我是喜歡看仁英離婚後，她奶奶、爸爸、弟弟一家人那種互相勉力、打氣的感覺。尤其是他弟弟開店（麵店）一家人都去幫忙，努力過生活，那樣的感覺，就像是我們平常的生活。」（D2008.04.19）

「有一齣叫《秋天的驟雨》，是在講一個男人崔允宰（吳智昊），同時愛上兩個女人李奎恩（金素妍）、朴妍舒（鄭麗媛）的故事。我在想，如果我老公也在我生病，或像戲裡一樣，奎恩出車禍昏迷不醒時搞外遇，我會很難過。其實來店洗頭的客人，常常都會講老公外遇的事，不知道是不是聽太多，感覺有點……………生活周遭很多就是了。」（A2008.04.21）

「啊！我就是看到一齣戲，就使人很感動，像那個《火花》做到做媳婦的、做婆婆的，會讓我覺得，如果我做人的婆婆絕對不會這樣啊！那媳婦看了真可憐耶！我看到流眼淚。但是她離婚去愛那個醫生，我覺去破壞人家的家庭，這樣很不好。」（E2008.04.20）

韓劇的內容題材與自己或生活周遭有相當密切的關係，就越能吸引觀眾收看。而台灣所播映的美國電視劇，無法讓女性閱聽人產生共鳴，主要原因在於劇情與他們生活周遭的所見所聞不相符。

（六）配樂與場景：

韓劇除了多樣的題材、精緻的品質，以及令人著迷的角色及演員之外，把韓劇點綴的更唯美浪漫的就是韓劇音樂。韓劇中另一個不可或缺的要素就是主題曲、插曲，以及專為劇情量身打造的配樂，每逢達到劇情高潮處，動人的主題曲便會適時的奏起。從主題曲到劇中的插曲、配樂，所營造出戲劇的整體氣氛，都能讓聆聽者再次回想起劇中的情景，從中可以感覺出該劇的風格與主題，劇情與音樂的關聯性很強，使觀眾可以更融入其中，也因此激發了觀眾情緒上的涉入感，尤其是由劇中演員主唱，更可以互相宣傳，與劇情內容可以相互呼應，不論從歌詞的意境或旋律的流動，都可以從主題曲中感受到該劇的整體風格。除此之外，題材選擇廣泛、精緻，除了韓文歌曲，有的韓劇還會搭配英文歌曲、或其它鋼琴曲。

「主題曲喔！都蠻不錯的啦！啊！音樂也蠻好聽的，很搭，很配合裡面的情境，比如說悲傷的話，他的音樂就比較柔，我覺得說還蠻配合的啦！不會說很不搭嘎這樣。」（B2008.04.18）

「嗯！我覺得她們……不曉得是不是因為我聽不懂韓語？就是特別能撼動自己的心你知道嗎？很能共鳴，它每一個劇配的音樂不管是片頭片尾，你聽起來就是可以融入劇情裡面，很能夠感動。」（A2008.04.21）

「我覺得他們拍攝的場景就是會比較生活化，比較用心啦！譬如說到什麼美國啦！法國啦！像我看那個《愛上女主播》，那個是去英國倫敦取景；《情定大飯店》是到拉斯維加斯取景。」（A2008.04.21）

從社會文化面來看，韓國本來就是講究體面的民族，光鮮亮麗是禮貌也是自信，難怪從場景到人物都是美美的入鏡（單葑，2002）。

「不侷限在攝影棚拍，很多在國外拍，例如《愛在哈佛》就在美國哈佛大學拍，《布拉格戀人》就在捷克拍，《巴黎戀人》就在法國巴黎拍，感覺很豐富。」（B2008.04.18）

「韓國人拍戲的用心，令我很佩服，從一則報導裡看到《黃真伊》單集至少要 60 萬台幣。《黃真伊》那齣戲女主角—河智苑，她演的真伊，韓服好幾套，光是看她那一身價值一億元的韓服，就夠令人羨慕，加上佩戴著閃亮精細的首飾，覺得看戲是一種視覺享受。」（D2008.04.19）

《黃貞伊》完結篇中有帶到幕後花絮部分，有幾場看似簡單的外景，卻耗費數十人，甚至數百人的努力，韓劇能在短時間內風靡大陸、台灣、日本，背後付出的努力，確實令人欽佩。

「如果能有一間像《浪漫滿屋》那樣的房子，或是《天國的階梯》那棟在海邊的房子，就太好了。當然是不可能啦！（笑）他們真的很厲害，為了拍一部戲，就蓋一間那麼豪華的房子。」（C2008.04.19）

「我看那《朱蒙》真不簡單，他們的盔甲兵器，還有那個戰袍真的，騎馬戰爭的場景也很壯觀。其中不是有一幕，柳花抱著嬰兒在森林裡躲追兵，我看到嬰兒的臉，是真的嬰兒，小細節也不馬虎。」（D2008.04.19）

「它的配音配得很好啦！總之不管什麼都很好啦！啊！他們拍戲都會去拍一些外景，啊！我們本土都在裡面隨使用用，吸引力沒辦法，像它們韓劇都拍一些外景進來，像那個《愛在哈佛》啦！去法國啦！所以我們看了足（台語）有水準。它的主題曲聽了很輕鬆，如果很鬱悶聽了她們的音樂就蓋（台語）好，心都清了，類似拜佛念佛這樣，心都清了，什麼煩惱都沒有了，看到韓劇什麼煩惱都沒有就對了，忘記光光了啦！」

（E2008.04.20）

研究發現，韓國無論是電影或電視劇的配樂水準都很高，除了有時買一些歐美舊歌版權作配襯外，也有很多原創音樂，極為動聽。例如：Romance羅曼蒂克是《藍色生死戀》的配樂，搭配俊熙（宋承憲）和恩熙（宋慧喬）悽美的愛情故

事，更顯淒美浪漫、感人落淚；Moon River月河是《巴黎戀人》的主題曲；Serenade舒伯特小夜曲是《夏日香氣》的配樂，清澈的鋼琴音色，娓娓道出夏日的恬靜夢幻；Chopin Concerto No.1 In E Minor, Op.11蕭邦第1號鋼琴演奏曲是《天國的階梯》常用的背景配樂，盪氣迴腸、淒美的樂章，讓人如痴如醉。

經典的韓劇如《藍色生死戀》、《夏日香氣》、《冬季戀歌》、劇中的配樂總是非常悠揚動人，其實這三部韓劇，都是韓國有名尹錫湖導演的作品。尹錫湖導演原先是電視台的音樂節目製作人，因此接收到相當多不同的音樂來源，增進了他的音樂素養，也使他日後將戲劇與音樂融合的完美無缺，如《冬季戀歌》中的白色戀人，《夏日香氣》中的舒伯特小夜曲，都是極佳的選曲，每當音樂揚起，劇中深情款款、纏綿悱惻的愛戀，深深的扣住女姓閱聽人的情緒。

Rain和宋慧喬主演的《浪漫滿屋》，在海灘搭建的白色浪漫建築，劇組耗資韓幣十億元量身打造而成，堪稱大手筆的建築物，《浪漫滿屋》拍完殺青後，並將場景提供韓迷觀光，不但房子不會閒置不用，造成浪費還可以充分利用搭建的白色浪漫建築，使成為熱門的景點，無形中帶動了矢島的觀光。

除了《浪漫滿屋》之外，宋日國和韓惠珍主演的《朱蒙》，劇中出現的扶餘宮、鐵器房、市集等扶餘的生活寫照，大多在羅州三韓志主題公園取景拍攝。佔地4萬5千坪、耗資180億韓元所建造的大規模外景拍攝地，也成為《太王四神記》重要的拍攝景點。劇中童年時期的談德，拜訪天然染房奶奶時，動手做天然染色的場景、以及主題公園前的原野上威風凜凜的騎馬雄姿等，都是在此拍攝。為了順利在此拍攝，先前在濟州拍攝的演員、工作人員，利用船舶花了5個小時將所需道具全部移到此地。

另外，濟州道南方主題公園與《太王四神記》製作公司聯手合作，在濟州道妙山峰觀光區內建造了佔地2萬坪的妙山峰外景地，製作費高達130多億韓元，是一座少見的大規模外景地。園內有劇中主要場景，國內城(首都)的大殿、寢宮、客棧、各式店舖、市場與民宅等建築。其中有高句麗時代的傳統建築豪華客棧、傳統市集以及高句麗第一貴族淵加黎的住宅。目前室外攝影地已全部公開開放，室

內攝影場則有部分尚未開放。在《太王四神記》拍攝完畢後，《浪漫滿屋2》也預定將在此取景拍攝。

韓國人拍戲的場景，其用心謹慎與投入，實在另人讚歎與忘塵莫及，就以《夏日香氣》這齣戲來說，光是外景就有仁寺洞、雪川湖、德裕山國家公園、五台山國家公園、海水綠茶溫泉湯、濟州島、茂朱渡假村、智異山寶成綠茶園、栗浦海水浴場、韓國野生植物園等，足夠令人眼花撩亂、歎為觀止。更遑論到國外拍攝的場景，更是大手筆，例如：由宋允兒和金荷娜聯合主演的電視連續劇《On air》，是在台灣出外景。

（七）小結

從《大長今》到《浪漫滿屋》、《黃真伊》、《朱蒙》、《太王四神記》韓國動用國家級的資源，扶植影視產業，但這並非唯一的目的，而是間接帶動韓國觀光產業，甚至家電行銷。《黃真伊》的導演就是為了拓展觀光，許多場景都刻意選在壯闊的瀑布或是草原等外景，外景比攝影棚還要困難，付出的成本更多，但這卻不是她們唯一考量的重點，例如在李英愛主演的《大長今》紅遍大街小巷後，便可看見韓國旅行團以「長今拍攝場景之旅」作為號召，李英愛也代言韓國最著名的高麗參。韓劇的特色除了在燈光、剪接、拍攝場景、旁白和角色對話、整體美感形塑上，非常用心之外。場景的選擇與佈置，也極為講究，拍攝場景於戲劇拍完之後，往往成為遊韓觀光的旅遊景點。而演員的服飾、配件、髮型，到住家擺設、傢俱、通訊用品和拍攝場景等，也都反映出當前的流行趨勢，因此韓劇儼然已成為流行資訊的指南，無形中，韓劇成為我們的觀光指南、美食手冊、髮型設計參考及手機一類的商品型錄。

綜合以上討論，韓劇的特色就是由高學歷的俊男美女所主演，探討現代人遭遇的種種問題，內容注重倫理道德與人文精神的培養，並且以精緻細膩的製作和拍攝手法，配合動人的音樂，及劇中的流行時尚、美食、消費性物品等，皆是韓劇相當吸引人的要素。此外，韓劇集數簡短、節奏明快、素材多變、現代化的景象更能貼近生活，使得看韓劇的人口快速增加，其魅力可見一斑。

第二節 韓劇與女性收視行為

一、從韓劇的收看中學習模仿生活經驗

熟女韓劇迷對自己所喜歡的韓劇，會自行依本身所需、以及先前的電視劇收視印象、和對於戲劇的感知能力，進行相關的模仿或學習。除了學習某個人物角色行為舉止或是穿著之外，甚至崇尚韓國飲食習慣等。這些日常生活上的改變，多半是經過長時間收視韓劇所產生的變化。林東泰（1999）認為閱聽大眾在長期收看電視節目下，其認知結構上會受到電視節目內容的影響，進而影響她們對周遭社會環境的態度，無論是年長的女性或是年輕的女性，由於她們長時間收看好幾部韓劇後，在產生了認同感之後，女性韓劇迷們會特別留意劇中某些特殊的畫面呈現，包括崇尚儒家傳統美德的家庭生活觀念、保守忠貞的愛情觀，以及待人處世的態度等等，這些因素無形中潛移默化影響了她們既有的觀念。

閱聽人收看電視劇，不單單只是追求視聽效果與娛樂，相反地，他們還可以從劇情中獲得模仿、學習進而獲得增廣見聞的收視經驗。

「我們年紀有了，我們是不會模仿什麼，只是說如果有好的、不錯的，學習起來，像個性禮貌什麼的，這種的學起來，對人也要這樣招待什麼的，啊！如果說模仿，年紀這樣了，沒辦法。現在看會想說，如果我的年紀也這麼年輕的時候，也來做那種衣服來穿，整個人都改變下去，顏色啦！什麼配色都很好看這樣。不會像台灣的哩哩拉拉、哩哩花花（台語）這樣。不過年紀有了，會去欣賞那種布料、欣賞那種衣服的型，會想那是年輕人在用的，會想說啊！不要去想那個，那是演戲的，所以不要去想。」（E2008.04.20）

「我最大的收穫是她們遇到事情的時候，她們會用一種比較正面光明的一種看法去處理事情，譬如說就拿灰姑娘（正確劇名應為玻璃鞋）來講，他的角色很正面，他遇到挫折，對養父母的那種不公平的對待，他會用很瀟灑的態度，往正面的方向去想，而不是偏激負面的，他會說睡個一

覺，早上再重來，就有那個積極面。像《大長今》那種也不錯，介紹那個飲食文化。」（B2008.04.18）

「嗯！像譬如說我看了那個《黃貞伊》就會有那種……怎麼講……

《黃貞伊》在講藝妓。嗯！對，她們的藝妓跟我們中國人的藝妓是不一樣的，還有跟那個日本的藝妓也是不同的，在這齣戲裡我才知道『盤花草』是藝妓的初夜。像《愛上女主播》啦！還有那個《開朗少女成功》記啦！從那邊學到積極、奮發向上那種精神。」（A2008.04.21）

「最近有演一部超級好看的韓劇，就是《王與我》在那邊我才知道韓國的一些歷史，還有『鼓子』和『刺宮』就是閹割的男人。『立值』就是站崗的意思，超特別的。」（C2008.04.19）

以韓劇《大長今》為例，除了唯美的愛情故事所帶來的愉悅外，閱聽人收看該劇後，可以習得專業的飲食與醫療題材等相關知識（李佩英，2005）。

「妳會覺得我很誇張嗎？（笑）我看了《大長今》之後，專程跑到板橋去給人家針灸，因為我以前開刀，半身麻醉後遺症，常常右腿酸麻無力。

《大長今》裡面不是有幫病人針灸治病嗎？讓我想起用中醫針灸治療看看。」（D2008.04.19）

韓劇《大長今》是一部典型個人傳記式的連續劇，故事的時代背景是朝鮮女性地位低微的年代。全劇以女主角「徐長今」個人的遭遇為主要的故事發展，劇中的角色、劇情設計都是以她為參考點，並依照她的生命歷程來進展，《大長今》是根據韓國歷史上真實人物「長今」的故事改編而成，故事講述一個御膳廚房宮女「長今」如何成為朝鮮第一位女御醫的過程，「長今」憑藉著非凡的毅力與智慧，在當時朝鮮女性地位低微的年代，不但成為宮中最出色的御廚，最後更成為朝鮮歷史上唯一的一位女御醫，被中宗命名為《大長今》的一個女性故事。

收看韓劇不僅僅只是單純的娛樂，事實上它還提供了一些具有教育上的功能，能夠幫助韓劇迷們更了解生活週遭會發生的事情，並且作為一個參考、模仿與學習的對象，進而獲得滿足與充實。因此，對於女性韓劇迷來說，看電視不僅

僅只是獲得收視上的喜悅感，同時，她們若發現劇中的某些劇情或是喜好的角色處理事情的方法，與自己的觀念相符，或是與自身的價值觀以及先前的生活經驗相類似時，則參考、模仿與學習的動機就會產生。也就是說，女性韓劇迷們能夠將韓劇劇情運用或結合在工作場合、日常生活情境等個人生活脈絡當中，作為一個像是行為處事的範本（耿慧茹，2004）。

研究發現，韓劇題材的多元化特色，使得韓劇迷能從韓劇中，對於週遭生活世界的人、事、物，有更多的認識與了解。因此，韓劇迷一方面會產製出視野拓展的意義，將韓劇視為增廣見聞的管道，來了解生活世界中的種種現象與經驗，例如：他人的生活態度、工作經驗、社會環境等，藉此增加參考與學習的模仿生活經驗。另一方面則是賦予行為處世範本的意義，韓劇迷會參考和學習模仿劇中人物解決困難的方式、行為模式、人際應對或處世態度等。並且不論在了解或參考的學習過程中，韓劇迷都表現出一種掌控的能力。

在收看韓劇的過程中，韓劇迷不僅因為了解外在世界的狀況，而得到滿足的感受，另一方面也體會到，因為擁有了參考資源，並能夠應付現實生活中的各種狀況，得以順利的在大環境中生存，進而感覺外在世界的一切，似乎都能在她們的充分掌握之中，韓劇迷從中或得的是一種控制外在世界的愉悅。

儘管女性韓劇迷，透過電視節目的外顯學習行為，並不是那樣的明顯，然而，在長時間收看韓劇而入迷的情況下，本研究發現，韓劇透過電視節目不斷地傳遞訊息，女性閱聽眾也不是全盤接收，而是選擇性的接收一些想法以及個人的價值觀。

二、文化認同

自從1993年有線電視開放以來，隨著衛星科技與頻道多元的發展，在不同頻道內散佈著本土與國際性的節目內容，有線電視所展佈的文化空間，已是一個多元交雜的場域（郭志榮，1997）。在各種異國文化節目的侵襲下，「文化認同」問題成為備受矚目的焦點。

在台灣，韓劇正透過有線電視頻道的充斥而蓬勃興盛，韓國文化也被市場化及商品化。韓劇製作精緻的影像語彙與美學風格，不僅挾帶輸出韓國的文化思維，再加上韓國流行商品文化的大舉入侵，這種以文化商品挾帶文化思維的傳播方式，帶給台灣人民一種韓國式美好的生活模式，創造了一個美好的想像空間，於是也成為台灣女性閱聽人學習效法的對象。換言之，在國人對韓國流行文化的接觸中，由看、聽而了解，進而模仿實踐在其個人的生活方式中，是從文化接觸到文化認同的重要機制（李丁讚等，1998）。女性閱聽人藉由收看韓劇，而影響其對韓國文化的主觀認知，經由認識、區辨，或學習、模仿、崇拜，進而引發熱衷韓國食物，以及韓國流行商品的購買行為，就是對韓國文化認同的表現。

「嗯！那個愛上女主播的蔡林嘛！她的穿著我就很欣賞，就很簡單的線條這樣子，還有像他們的筷子跟湯匙，我就很喜歡(笑聲)也有去買，筷子都是很長，然後扁扁的這樣。覺得用那樣的筷子跟湯匙不錯。只是好奇想嘗試看看，還是我們台灣的比較習慣啦！」(A2008.04.21)

「我不會去這樣想，我們會想說他們用的東西我要去買，我的年紀會自己想，會看說自己買來有用途嗎？沒用途買來也沒用。也要看內容啦！啊！如果說要買什麼，譬如說買來裝飾這樣，我不會去想啦！喔！那時候我就會想說，我如果有機會去韓國喔！譬如說我看那個《大長今》他拍攝的時候，我們家政班都去韓國，結果去韓國以後，本來想說看電視上她們做的很好吃(泡菜)，沒想到真的去(韓國)，他們做的超級辣，辣到沒有辦法入嘴(台語)，我都不敢吃，怕死不敢吃，都沒配菜喔！別人說阿你怎麼都沒配菜(台語)？我說每樣都是辣的啦！沒有一樣是不辣的，我說如果以後你要約我來韓國喔！我一定要自己帶醬菜、帶土豆(花生)來配(台語)(笑)。」(E2008.04.20)

「整形倒是沒有想，我會打扮，就是稍微重視一點，因為看到人家那麼漂亮、那麼整潔，給人感覺很舒服，我會稍微注重外表。注重外表的裝扮，但是要去整形動刀的就不會，沒有這個勇氣。韓國我去過了，可是

我也不是因為裴勇俊的關係，我是單純的去觀光。」（B2008.04.18）

「我承認是一個超級韓劇迷，我也專程去《冬季戀歌》的春川旅遊拍照。沒有去玩過，所以會想去。但是導遊帶我們去人蔘店買人蔘，任憑店員再怎樣鼓吹，我還是不會買。逛化妝品店的時候也沒有買，我已經習慣台灣的品牌，不敢亂用，怕過敏。只買兩罐柚子茶，心裡想喝茶是比較健康這樣。」（D2008.04.19）

研究發現，熟女女性閱聽眾會依照自己本身的判斷與需求，選擇性地接觸韓國相關文化產品。他們並不完全受到媒介訊息的影響，而改變原有的生活型態與對韓國文化的認同，有時她們會透過親身經歷（去韓國觀光）、再與自己原有的認知進行確認，去了解韓國這個國家的文化。

她們喜歡收看韓劇，與韓國文化的認同，沒有太直接的關係，女性韓劇迷能以較理性的態度選擇自己所想要的。對於一國的文化認同，是屬於長時間累積的，儘管韓劇在台灣播出已約十年光景，然而她們對於韓國的文化的認同，在全球性導向為主的文化領域中，「哈韓迷」在電視媒介所打造的認同空間中，取其所偏好及熟悉的元素，融入自己日常生活實踐中，同時，經過長時間的模仿學習與融合，形塑出屬於個別自我的文化認同。很多學者憂心韓國流行文化是否會對台灣本文化認同造成威脅，對於曾經作為日本殖民地的台灣，是否又會造成文化上的被殖民。本研究發現，女性哈韓族對於韓國的文化認同，多半屬於暫時的、短暫性的。當她們打開電視收看韓劇的當下，對韓國的文化認同感也就跟著展開，然而在關掉電視的同時，這樣的文化認同也就隨之暫時告一段落，所以，台灣成年女性收看電視後所產生的認同現象，多半只是呈現出一種暫時性的、非恆久固定不變的，同時，台灣女性韓劇迷對於韓劇的認同感形成，多半也是循序漸進、長時間累積下來的，一旦她們對於劇情產生一定程度的認同感後，後續的模仿、學習以及文化認同才會產生。

三、收看韓劇獲得的愉悅感

Stephenson認為，閱聽人接觸媒介的目的，往往是為了追尋原始的傳播愉悅 (communication pleasure)。Ang也提出類似的想法，他認為閱聽人喜愛某些訊息甚至入迷的原因，即是因為感受到了某些愉悅。愉悅指的是閱聽人的各種歡娛情緒，例如快樂、喜悅、滿足、亢奮等感受(引自黃秋碧，1998)。

(一) 期待與推測的愉悅

蔡琰(2000)認為，電視連續劇經常提供觀眾超越觀賞行為的機會，讓劇迷能模擬劇中角色或內化情感，以自我的經驗，針對電視劇情節發展或結局加以揣測，因而在觀賞過程中，感受到愉悅與滿足。電視劇迷會根據他們已知的訊息，例如從她們在真實世界中的觀察與經驗，來推測或議論故事發展。這種將電視劇中虛構世界的事件、人物與真實世界進行連結，也就成為愉悅的來源之一。

很多女性韓劇迷，如同耿慧如(2004)研究日劇迷研究發現，即閱聽人對於自己所喜愛的戲劇節目，容易產生等待收看的喜悅。電視劇閱聽人的滿足感，其中一部分就是來自於等待的喜悅(黃秋碧，1998)。當某部韓劇在每次快要播出前的一段時間，熟女婆媽們也會特別感到期待與興奮感，甚至會放下手邊正在進行的工作，完整地將自己想要看的韓劇看完。

「嗯！打發時間是第一個，再來就是跟我的客人有共同的話題，然後心理面會覺得……韓劇就是很溫馨啊！然後她們的情感啦！就是會讓我覺得有歸屬感。然後會去想說，跟父母親相處的那種方式。啊！我們是不是也有這樣的模式？然後就會覺得心理不會很空洞啦！就是下班的時候，也不會覺得一個人很悶這樣，簡單講，有寄託就是啦！」

(A2008.04.21)

「長假的時候，我會日夜去看它，因為我的身體狀況，我會沒有辦法去承受說我還要等待，譬如說20片來講的話，我會跳，也不是跳，我會快轉，想早一點知道結果。」(B2008.04.18)

「雖然看《我男人的女人》讓我的心理覺得很酸，「俊彪」怎麼可以這樣對「智秀」，太狠了，「華英」怎麼可以這樣對自己的同窗好友，很過份。每次看，每次掉眼淚，但每天還是很期待，每天都會去緯來戲劇台看分集大綱，或討論板瀏覽。」（C2008.04.19）

「我老公都笑我電腦白痴，還會到網路上下載韓劇影片。有時看電視很慢、廣告又多，迫不及待想知道結局，就到大陸網站—土豆網去看，很厲害吧！（笑）」（D2008.04.19）

「每天吃飽閒閒，沒事情做，好在有韓劇看。我真愛看那個《大長今》、《明成皇后》、《張禧嬪》、《朱蒙》、《王與我》、很多看了忘記，我都會打電話給我女兒，問她最後會怎樣？我女兒都會先告訴我做到那裡，啊！我會覺得如果家庭有什麼不愉快，趕快電視給它打開，韓劇的時間到了，就給它看下去，真的不愉快通通沒有了，心都清了，很滿足了，很像補藥呢！我們家那個老的，現在也跟我一樣看韓劇。」（E2008.04.20）

對於長時間鎖定自己所喜好的韓劇節目，會對於未來上演的劇情有種期盼感，這部分與其他類型節目的電視劇迷所產生的期待感雷同。也就是說，電視劇提供觀眾一種對於「未來」發展或期待的感覺（蔡琰，2000）。女性韓劇迷們，對於劇情能夠照著一般人的普世價值觀發展下去，感到高興與認同，因此，對於邪惡與正義的評斷極為分明，即善有善報、惡有惡報的觀念，在收看韓劇當下，仍舊普遍存在於女性韓劇迷的內心裡，因此，這樣的劇情發展及未來編劇安排也是被她們所深刻期待的。

「看那個《愛恨一線間》真是被那個仁珠（李自英）氣死了，她那眼神真是欠扁，一天到晚搞破壞，真熙（李雅賢）善良到不行。雖然浪子回頭金不換，但是像仁珠為了自己而處處陷害利用別人，難道不該有一些報應嗎？而且最後還跟愛她的人遠走他鄉幸福生活，總覺得有些不公平，超爛的編劇。若不是在赫（吳大奎）和勝彪（吳民錫）這兩個帥哥，

真想轉台。」(A2008.04.21)

「我很喜歡黃真伊(河智苑)，以為她會當上女樂最高行首，還沒播完時，我查到結局是由芙蓉(王嬪娜)擔任行首，心裡感到不平衡，芙蓉的舞也還不錯，但因為她太愛耍心機了，而且黃真伊(河智苑)和那個禮判(金載元)最後也沒有有情人終成眷屬，感覺很遺憾。《黃真伊》已經下檔了，我還是一直想，很可惜。」(D2008.04.19)

研究發現，韓劇的內容創新，劇情走向沒有固定的模式可循，而且劇情架構完整，每一集都精準預留伏筆等特色，都是讓韓迷能抱持高度期待的心情，逐集收看下去的原因。而在等待收看韓劇，期待了解後續劇情的發展過程中，韓劇迷會因為等待，進而產生興奮的情緒，這也是期待的愉悅。

韓劇迷除了期待看到韓劇所呈現的劇情發展外，也會自行推測後續的情節，或延伸創造出自己所編想的額外情節。在賦予的意義方面，透過對於劇情的推測，韓劇迷在心理上，感覺自己有如編劇一般，產生劇情發展受到自己掌控的意義，進而得到一種權力施展的愉悅。

對於女性劇迷而言，她們的生活歷練多，她們依照自己的生活經驗，很容易可以判斷出劇情的未來發展，當她們發現到韓劇劇情，並非照著固定模式，走不同類型的韓劇節目，有著多元的結局。使得她們在看韓劇，會有一種不確定的喜悅感，無論是劇中轉折或是每集結尾的預留伏筆，並力求恰到好處，讓這些女性韓劇迷保持高度期待的心情繼續收看下去。

(二) 悲劇與宣洩的愉悅

朱光潛(1987)指出，有一派學者將悲劇愉悅歸因於安全感、自我優越，甚而是一種原始情感中野蠻的惡意。因為在劇中看到比自己強勢的人遭遇苦難，會因為自己的安全和優越而感到欣喜。但有另一派學者則認為，人們從觀看悲傷、痛苦中獲得愉悅，是因為他同情受苦的人。

從後者的觀點來看，觀眾並不是喜歡看別人受苦，悲劇的愉悅是來自於苦難在閱聽人心中所喚起的憐憫之心。而人為什麼喜歡同情、憐憫他人？朱光潛

(1987)認為，在情境悲慘時，需要的是同情和憐憫；而人們若能在這些需要同情的地方，付出同情、表達憐憫，愉悅感便會產生。如果同情帶來的不是愉悅而是痛苦，人必定就會躲避一切的痛苦，而不願意對弱者、受難者付出同情與憐憫之心。

觀眾在收看韓劇時，往往被引發一種認命妥協的情緒，也就是悲觀消極的人生觀，認為生命的特質就是永無止盡的在悲喜間波動，在不斷的走下坡與重新振作間擺盪。面對劇中凡俗人生的生老病死，觀眾會以情感宣洩的方式來感受其意義，這種感受結構可稱之為悲劇的，而之所以屬於悲劇性的，在於快樂是不長久且不安定的(引自楊維倫，2003)。

「《天國的階梯》重播很多次了，嗯！一直喜歡重複看，我一直覺得劇中有個悲劇人物—泰華（申鉉濤）。他給人的愛會……很強烈、很痴心。他不帥，卻為了讓他法定的妹妹韓靜書（崔智友），也是一生最愛的人幸福，以車禍自殺方式結束生命，還把眼角膜捐給妹妹韓靜書（崔智友），我覺得悲哀的是泰華（申鉉濤），一生得不到妹妹韓靜書（崔智友）的愛，卻只要妹妹韓靜書（崔智友）幸福就好，這樣偉大的胸襟，真的讓我很感動。泰華（申鉉濤）要自殺的時候，仰望天空說了一句話「這麼藍的天空，我要讓你看見。」害我哭得淅瀝嘩啦！」(C2008.04.19)

「黃真伊（河智苑）的初戀，和大部分初戀一樣，只是一場春夢、悲傷的回憶。恩浩（吳根錫）和黃真伊（河智苑）藝妓的愛只是擦肩而過的痛苦，因為恩浩（吳根錫）和黃真伊（河智苑）之間的身份之差，沒辦法在一起，結果恩浩（吳根錫）得了絕症，去了另一個世界。有棺材經過教坊那一幕，超感動的啦！我哭得又是眼淚、又是鼻涕（笑）。」

(A2008.04.21)

《黃真伊》這部電視劇，主要是在描寫女性和身份差別嚴謹的時代，不顧那些偏見勇敢舉起反叛旗幟的女性黃真伊的人生，黃真伊是朝鮮時代一代名妓，精通琴、棋、書、畫。她和金恩浩、碧溪守、金正瀾三個男人之間的感情糾葛是這

部電視劇的亮點。電視劇中我們瞭解到她的人生，看了她的愛情之路，更瞭解到真實生活中真正的人生之路。

電視劇（尤其是悲劇），往往提供閱聽人一個情緒發洩的管道，藉此獲得愉悅。Ang在瞭解喜歡收看（Dallas）劇的劇迷時發現，每當他們收看該劇時，就感覺自己好像逃離了真實世界（flight from reality），藉由與劇中人一同哭泣，讓壓抑已久的情緒得以抒發，自己的一些不順利、不好的情緒似乎也都化解了。Ang以「悲劇的感知結構」（tragic structure of feeling）來指稱這種電視肥皂劇所引發的愉悅感受（引自楊維倫，2003）。

Ang還提出「悲劇感知的愉悅」。Ang發現有些粉絲的愉悅含有「悲劇結構的認知」（tragic structure of feeling）（引自饒怡雲，2006）。例如人們在看電視劇時被渲染一種認命妥協的情緒，或因劇中男女主角的悲慘命運而痛苦，從而取得情緒宣泄與意義體認的機會。例如：觀賞韓劇《黃真伊》（「恩浩」對「真伊」產生了愛慕之情，原本想跟「真伊」長相廝守，但由於兩班貴族不可以和藝妓結婚，兩人身分懸殊太大，他不得不把苦痛淚水往心理吞。明白他心意的「真伊」，同樣無奈的在愛情面前掙扎著，卻不得不接受命運殘忍的安排。最後「恩浩」因相思而殉情病亡。）《黃真伊》這齣戲，所引起的愉悅就具有悲劇感知的成份。

研究發現，女性閱聽人並不是喜歡看別人受苦，悲劇的愉悅是來自於苦難在閱聽人心中所喚起的憐憫之心。女性韓劇迷本身的情緒，多半會隨著韓劇所播映的內容所影響，除了韓劇劇情的起伏，會影響熟女收視心情外，男主角的眼淚攻勢，或是對愛執著以及卑微角色的奮鬥心歷路程，這樣的故事情節，都能讓女性閱聽人感動不已。

（三）幻想與逃避的愉悅

愉悅的感受一旦脫離特定的感官滿足，而被幻想、想像或夢想所伸介之後，便具有無止境的發展潛力與空間。Novitz指出，閱聽人能從虛構敘事中獲得愉悅，是因為人具備想像的能力，可以進出於虛構敘事的想像世界，假想（making —

believe) 虛構敘事的真實(引自蔡琰, 2000)。

Ang 也有相同的看法, 她指出, 閱聽人在觀看戲劇節目時, 常尋找的是一個不存在的幻想世界(fantasy world), 然而用這種方式來「逃避」的觀眾, 並不是逃避現實, 而是在玩弄現實, 其中的愉悅就是在想像中參與虛構的世界, 使得虛構與真實的界線流動不定(引自楊維倫, 2003)。

「其實現實的生活很苦悶, 跟老公離婚後, 覺得沒甚麼朋友好聊的, 看韓劇好像可以心理療傷, 煩惱痛苦看到韓劇就煙消雲散了, 我喜歡看像《天國的階梯》這樣的戲, 想像自己就是靜書(崔智友), 能夠讓車誠俊(權相宇)抱一下, 那真的很滿足(笑)。」(C2008.04.19)

「嗯! 有紓解工作壓力, 因為我工作時間很長, 那大部分時間都是聽客人牢騷比較多, 那看韓劇的時候, 就是可以讓我覺得比較沒有壓力, 而且他的劇情就是都還蠻溫馨的啊! 然後很舒服。」(A2008.04.21)

韓劇迷藉著幻想逃避現實, 進入到韓劇的虛構世界當中, 其實也就是將注意力的焦點, 暫時由現實生活轉移到韓劇中, 讓韓劇迷在融入劇情的過程當中, 充分享受現實生活的苦悶與壓力獲得紓解的愉悅。韓劇迷在幻想的過程中, 除了將韓劇, 視為純粹作夢或提早實現理想的來源之外, 也會視韓劇為一個暫時逃避現實的空間, 經由這種幻想性的涉入, 拋開現實生活的種種煩惱, 而進入到韓劇的世界當中。

「帶給我的樂趣喔! 就是看喜劇真的是笑翻天(笑聲), 會覺得很溫馨, 然後很平靜的那種心情, 不會讓我覺得說不舒服啦! 不會有太多的不舒服, 會很平靜。有時候也會很羨慕男主角很帥又有錢, 像《天國的階梯》那個車誠俊(權相宇), 還有《美麗的日子》那個民哲(李秉憲), 就想說嫁給一個又帥、又深情、又多金的老公, 唉! 那是天方夜譚, 一輩子也不可能(誇張笑)。」(A2008.04.21)

「我會非常的愛我先生(笑聲), 所以我看韓劇的時候, 我先生非常贊成, 我可以不用忙三餐, 我會轉移到我的家人, 我會對我先生, 就像結

婚的那種……………熱戀的感覺，可是那種時間也不是很長，就是看韓劇的時候，就是那麼一段，當下(笑聲)。我先生身上，加給自己的家人，啊！我會覺得我很幸福，像有時候每天過一樣的生活，覺得很乏味，先生獻殷勤也沒什麼感受，可是我看韓劇以後，我會主動。」

(B2008.04.18)

「看韓劇的時候，我是不接電話、也不做家事，一定要全心全意的看，有時陶醉在劇情裡，我會幻想自己就是那個人。尤其是《我男人的女人》的智秀（裴宗玉）、和那個《青春陷阱》的潤姬（沈銀荷）遭遇跟我太像了。」(C2008.04.19)

Ang指出，閱聽人在觀賞電視節目時，會尋找一個不存在的幻想世界（fantasy world），並且悠遊於電視的幻想世界與真實的生活世界中。特別是針對女性為主的敘事體戲劇節目，讓一些未婚的女性或男性閱聽眾，產生期待美好愛情婚姻的幻想愉悅感（引自李佩英，2005）。所以觀看韓劇，除了欣賞俊男美女的演員卡司外，藉由演員在劇中角色扮演與對白，吸引熟女們專注聚焦在電視劇上，進而產生幻想。

研究發現，韓劇迷選擇韓劇作為一種逃避現實生活的管道，最主要是韓劇的情節大部分都呈現出光明、積極的意義，雖然故事中，也有如韓劇迷在現實生活中所遇到的困境與煩惱，但是最後都能夠順利化解。

幻想之所以令人有愉悅的感覺，是因為幻想可以想像成真實，但有時候卻是因為幻想能夠成為現實的緩衝區，緩衝了現實中的危險、衝突或困境，具有心靈和情感的功效（黃秋碧，1998）。因為實際的人生並不完美或時常遭遇困境，但是在虛構的故事中總能夠獲得解決。

韓劇迷其實是透過幻想，將韓劇視為一個現實的緩衝區，這也是韓劇迷賦予的意義所在，韓劇迷藉著幻想而進入這個緩衝區，轉移注意力焦點，暫時逃避現實生活的瑣事，在韓劇的虛構世界裡，雖然仍然會遇到現實生活中的困境，但最終都會獲得解決。因此藉由收看韓劇，來逃避現實的過程，其實是在緩衝現實生

活困境壓力或苦悶，帶有某些程度的心理治療作用

（四）抵抗的愉悅

Modlesk 以精神分析的角度，來詮釋美國電視肥皂劇的壞女人(villainess)。她認為，女性觀眾在潛意識層面，喜歡並且需要壞女人，藉由觀看壞女人為了追求自身利益，而野心勃勃的從事許多陰謀，女性觀眾克服了身為女人的被動性與無力感。亦即壞女人滿足了女性觀眾對於權力的幻想(引自林芳玫，1994)。

而女性觀眾如此的幻想，建構出一個不可侵犯的場所，以發揮反抗或對立的策略。Fiske 認為，這樣反抗、對立的策略，會使得閱聽人獲得語意民主(semiotic democracy)的愉悅，對於外來權力加以抵抗或戲謔的諷刺，在這樣的幻想中讓自己感覺到施展權力的愉悅。因此，婦女收看肥皂劇是一種否定作用(negation)的行動，否認了我們社會中典型的(尤其是男性的)娛樂狀態，而自成一種女性主義美學(引自簡妙如，1996)。

Brown 的研究指出，女性談論肥皂劇的方式，顯示出她們運用節目來表達出對於男性行使權力的抵抗、反對態度。所以，即使大部分肥皂劇當中的優勢解讀是屬於相當父權體制的，女性仍能藉著一起諷刺劇中男性的行為，或是嘲笑劇中女性人物，因女人沒有權力所表現出來的行為，來推翻這種優勢解讀。Brown 並指出，女性收看、討論電視劇的樂趣之一，即是她們採取抵抗詮釋的樂趣，女性主動積極的愉悅(active pleasure)，是肯定她們自己在「巧妙的反抗主流文化」中，運作女性文化的連結。這是女性所關心的文化，也是被父權觀點所熟知但遭貶抑的文化。因此，女性藉由收看肥皂劇來達到某種宣示作用，以反抗父權結構的意識形態與價值觀（引自楊維倫，2003）。

「不知道是不是長久以來，我們女生都被視為弱者，所以看到《黃貞伊》這部戲的時候，很佩服她的勇氣。「黃貞伊」在和兩班貴族，詩句接龍的時候，「黃貞伊」一個人，抵擋一群人，文采冠群，感覺超樂的，還有拒絕「碧溪守」那一段，哈！簡直帥呆了。」（A2008.04.21）

「黃真伊的感情生活很坎坷，但是她沒有意志消沉，反而勤練技藝，變

成朝鮮最有名的舞蹈家、音樂家和詩人。她大膽挑戰權貴，把明朝大臣「張明」的詩放到爐裡燒，為了救禮判（金載元），不怕死的連黃帝也敢挑戰。看到黃帝也被她的文采、舞蹈所屈服，很強勢，就覺得要像她一樣，活出自我。」（D2008.04.19）

《黃貞伊》這部電視劇講述的是男尊女卑的時代，主角則是一名淪為藝妓的藝術家。她是 16 世紀朝鮮的名妓，她之所以名留青史，不僅僅因為才華與美貌，更膾炙人口的是她豪放不羈的個性，以及勇於挑戰權貴，破解韓國儒士的道德束縛、令活佛破戒、名列「松都三絕」。

「其實大部分都有點像《花仙女》這樣子，因為它就是比較男尊女卑，對靈媒很歧視，我不是那麼喜歡看，就覺得好像自己喜歡的這個男生，應該怎麼說，他們就是很大男人的那種做法……」（B2008.04.18）

「聽說韓國的紅樓夢是「大長今」，歷史上確實有這個人，在講男尊女卑的封建制度下，「長今」憑著真誠的信念和頑強的意志，克服重重困難，成為頂級宮廷料理師，和朝鮮王朝唯一的三品女御醫的傳奇故事。有時候女生能力強，也會覺得了不起，幫我們女人出一口氣。」（C2008.04.19）

「我看韓劇的歷史大概有五、六年，看過的韓劇也數不清。第一次看的韓劇時是由「車仁表」和「李英愛」所主演的《火花》，這部韓劇已重播過數次，而我也反覆看了數次，或許我就是因為看了這齣韓劇，受到「李英愛」所扮演的（之賢）所影響，為自己的離婚找到一個合理的藉口」（C2008.04.19）

無論台灣或韓國都是男性沙文主義的社會，《大長今》的角色保留了傳統上所讚頌的女性特質，例如：友善、聰慧與吃苦耐勞以及堅忍、執著、嚴以律己，寬以待人的心，但沒有以往電視劇中的女性總是傻裡傻氣、被動消極的特質，或是以工作身分出現。《大長今》的重心著重在「長今」所從事的工作，不管是宮女或是醫女，都展現了女性的感情、觀念、抱負與夢想，雖是古裝劇但隨著社會

的變遷加入了許多現代元素，女主角的角色顯得更多元化，而不同於以往女主角，只是以愛情爲主的平面女人，女性也有著對現世制度反抗的力量與實踐理想的精神。

研究發現，韓國是一個以父系社會爲基礎的國家，因此凡事都以男性爲中心，像是用餐這種基本的場合中，上桌用餐的只有男性，而女性包括母親在內都必須在廚房用餐。例如《火花》中的之賢（李英愛），公公和丈夫忠赫（車仁表）在餐桌上用餐，當媳婦只能站在旁邊等候差遣。公公和丈夫要出門，也得畢恭畢敬的在門口九十度鞠躬彎腰。台灣男尊女卑的意識也普遍存在各個角落，女韓劇迷若在社會、生活情境中，處於弱勢、受壓抑的位置與狀態，便可能在收看電視劇時，表達出她們抵抗的態度。當電視劇呈現出在現實生活中應該受到壓抑，但卻在劇中表現強勢的人物時(例如：女性在劇中很強勢)，同樣處在受壓抑位置的電視劇迷在收看時，便會表示贊同與認同劇中人物的表現，以滿足她們對於權力的幻想，實際上是對現實中的強勢，表達一種反對、抵抗的態度。另一方面，當電視劇出現在現實生活中，就屬於強勢的人物或主流意識時，處於相對弱勢的電視劇迷，則會直接採取一種對立、嘲諷的態度來觀看電視劇。這些在權力結構中處於弱勢、受壓抑位置的電視劇迷，便可藉由採取抵抗的態度，而獲得愉悅的感受。

由車仁表和李英愛所主演的韓劇《火花》，在台灣已重播過數次，是一部引發廣大討論的韓劇，包括兩性平權專家。因爲它是一部跳脫傳統窠臼，探討女性擺脫傳統禮教，大膽挑戰婚姻束縛，追求自我，勇於在當下保守的韓國社會裡提出離婚要求，當時在八大戲劇台的網路，引起瘋狂的討論，給自古以來男尊女卑的台灣社會投下一顆震撼彈，很多女性因爲看了這齣韓劇，受到「李英愛」所扮演的（之賢）所影響，爲自己的離婚找到一個合理的藉口，這或許也是女性想要擺脫父權社會，抵抗男性沙文主義的愉悅。

研究發現，女性觀眾會藉著嘲笑劇中男性的行爲，或是嘲諷劇中女性人物，因爲女人的沒有權力所表現出來的行爲，來反抗社會中父權結構的意識形態與價

值觀，而幻想權力獲得施展，而產生愉悅。

（五）收視分享的喜悅

閱聽眾收視的愉悅來源是相當多元化的，過往閱聽人收視相關研究多半著重在縱向「電視－閱聽人」收視互動關係的愉悅獲得探討上，然而，在多元收視頻道環境下，閱聽眾除了從電視節目中獲得愉悅外，事實上，與家人的分享互動、或是親朋好友對劇情不同意見的交流，更是她們獲得收視愉悅的另一種管道，同時也加深了她們繼續收看的意願（林怡璇，1998）。

有部分女性韓劇迷表示，對於劇中的人物或是內容的喜愛程度，若發現其週遭朋友也有類似的收視愉悅經驗時，會有一種被認同的感覺，她們認為這樣的現象，將會更加強繼續收看的意願與提高喜愛該劇的程度。同時，藉由與他人互動，了解別人相同的收視行為，使得自己能夠更確認地繼續收看韓劇是被認可的，例如：

「就覺得很好看，想跟她們分享(笑聲)，而且這樣又有一個共同的話題可以討論。喔！就會說這個很好看，你們一定要看，如果不看的話好可惜。把想法、這份喜悅也分享給朋友，看完韓劇以後很熱絡，因為有共同的話題可以一起討論，生活覺得很快樂。」（A2008.04.21）

也有女性韓劇迷表示，她們也會與自己的兒女、老公一起分享收視經驗，對於劇中所呈現出來的崇尚儒家思想、尊重長輩、男尊女卑等題材，她們會把這種觀念傳授給自己的兒女，或是與家人討論，韓劇對她們的兒女來說就像是一本活生生的教材，藉由收看電視的機會，體驗一種平淡、溫馨的幸福感：

「我和老的一起看的時候，看到緊張或是壞人的時候，就會討論壞人會有什麼下場，以前看《綠薔薇》的時候會打電話給女兒。電話一講都差不多半小時。」（E2008.04.20）

「我真是一個超級韓劇迷，有一次到東農超市買初鹿鮮乳，八點多就去買，剛好遇到以前的同事，就站在停車場聊起韓劇，竟然聊到東農超市打烊，實在有夠誇張。」（D2008.04.19）

「前一陣子還在演《我男人的女人》，每次去伊絲摩喇（美容院），就跟老板娘討論劇情，一邊洗一邊罵，覺得店裡的設計師，都跟我一樣討厭「俊彪」，罵得很爽，很快樂。」（C2008.04.19）

「看完韓劇以後，當下我會跟我老公，抒發我內心的感受給我老公。」
（B2008.04.18）

本研究發現，有的女性韓劇迷的喜悅感，會來自隔壁鄰居的太太，或工作場所裡的伙伴、家裡的親人、美容院裡面的朋友，在見面相談時交換或分享收看韓劇的心得，也就是說，女性韓劇迷們展現出一種收視分享的喜悅感，交換收視心得，了解其他韓劇迷的收視感受，藉由這樣的交互影響下，使得她們收看韓劇的意願更為強烈。

（六）小結

研究發現，女性韓劇迷收看韓劇後所產生的愉悅感呈現出多元化的現象，儘管她們知道韓劇再怎麼好看，但只是個戲劇節目。然而當她們認真的長時間收看後，就產生了愉悅感。而且，女性韓劇迷發現有些劇情內容是自己所沒有的經驗，則會抱持著一種想像式的去詮釋它，也就是說，她們會透過劇中主角人物的一舉一動，來模擬真實生活的情況，同時，對於自己劇中所欣賞或喜歡的人物，多半會特別留意她們的一舉一動，並且藉由這種想像的移情投射與或模仿，進而體驗劇中自己無法真實體會到的生活情境。

另外，女性韓劇迷多半會因為韓劇劇中某些感人的畫面，或是音樂與對白所感動，越是讓她們感動，她們就更加喜愛收看，事實上，她們平常壓抑已久的生活情緒，像是來自工作場所、家人、丈夫等，透過韓劇的收看，某種程度上讓她們釋放了平常的生活壓力，即便一天只是收看這一小時，但是對於她們來說，特別是身兼工作、媽媽等多元角色的熟女來說，看韓劇可以說是一天中較為放鬆的時刻。

另一方面，女性閱聽眾彼此之間的同儕效應，以及收視後意見和看法的交流，也是她們獲取愉悅的主要來源之一。可見得女性之間彼此仍有某種程度地「同

儕效應」，也就是說，她們彼此會互相推薦自己認為不錯的韓劇，讓對方作為收視上的參考，甚至若她們有錯過某個情節，女性韓劇迷也會連絡其他有收看韓劇的好友詢問劇情發展，在提供劇情的同時，更能獲得彼此對於戲劇不同意見的交流與互動，進而從交談之中獲得收視分享的愉悅。誠如Fiske的文獻中說：「收看電視節目的愉悅，主要是源自於觀眾對自己社會真實與再現的控制」也就是說，觀眾的喜悅、歡樂多半是來自觀眾能夠確認電視劇中，所呈現的社會文化與主流價值與自己相關（引自蔡琰，2000）。

雖然熟女們內心能夠判斷出韓劇本身的真與假，但是，透過韓劇細膩的劇情鋪陳，以及柔美的音樂、場景等技術，使得女性韓劇迷，能夠在收看電視的當下，充分投入到戲劇節目當中，進而獲得收視的愉悅。

第三節 偶像崇拜與迷戀

一、對於韓星的崇拜與迷戀

偶像崇拜是社會化的現象與發展的過程，是透過喜歡、學習、模仿與認同某一或某些特定對象的言行舉止、服裝儀容、乃至思想、價值觀念等的心理作用與行為歷程，以達到心理滿足、生活適應及建立自我的目標。偶像崇拜即是一種認同的表現，想要學習、模仿其尊崇的對象或楷模。此偶像楷模包括想像中的偶像，如電影電視中的角色、小說人物等，以及實際生活中的人物，如父母、師長、同儕、影視明星等。在現今多元而複雜的社會中，由於科技進步、資訊傳播便捷、外來文化衝擊大，有很多機會去模仿與學習所崇拜的對象，想像自己就是對方，藉以滿足心理需求，而逐漸形成自己的價值觀念（張酒雄等，1993）。

女性閱聽眾，透過大眾傳播媒體，接觸到其他潛在的參考群體，當人們在收看電視、電影或閱讀雜誌時，他們對於陌生的參考群體漸漸熟悉，因而形成了一個新的行為準則。例如：女性閱聽眾學習宋慧喬在《浪漫滿屋》裡的流行、時尚

穿著；或《愛上女主播》裡蔡琳典雅、有品味的打扮。雖然他們可能未曾見過偶像本人，但藉著相同的穿著，或購買偶像所使用的產品，與偶像取得認同；模仿其心目中偶像的衣著言行，希望能投射出其偶像的正面形象（王森平譯，1997）。

由於大眾傳播媒介、商業體系的手法，使得台灣女性閱聽眾對偶像明星崇拜的狂熱（蔡美瑛，1998）。

「我還蠻欣賞那個……《新娘 18 歲》裡邊……那個叫什麼名字……對，韓智慧。喔！因為他身材很好，我覺得車仁表比裴勇俊帥，張東健也會」（A2008.04.21）

嚮往韓劇裡面所呈現的愛情故事，是女性喜愛收看韓劇的原因之一。韓劇除了在內容方面，以唯美的故事取材，對於浪漫愛情故事的描繪十分刻骨銘心、執著外。韓劇強調以俊男美女演出脫離現實生活的真實情況，增添許多夢幻的純情想像與憧憬，這就是女性迷戀韓星的因素（范碧珍，2002）。

「我那麼多歲了，尬意（台語）的很多，沒固定。看這劇就尬意（台語）」這劇的人，換劇就換尬意（台語）的人。尬意（台語）是尬意（台語）也是不會專程去很遠的地方捧場。我女兒和媳婦都會講，太遠了，如果是在附近就加減（台語）看。」（E2008.04.20）

簡妙如（1996）指出，迷代表有些人認同了某種事物，並加入熱情，以某些行動來強化與這些事物的關係，而強烈的程度，足以達到令人刮目相看的地步，也就是過度涵蓋了「更為認同與涉入」的本質。而沒有這種過度特性，一個人不會成為粉絲。

「我很喜歡演《天國階梯》那個權相宇了，如果有這樣的老公，我一定不會離婚（笑）。他還有演那個《愛在陽光裡》，他演那個海軍，穿那個海軍服有夠帥的啦！還有《美麗的日子》那個李秉憲，很有男人味，笑的時候，牙齒很白、很整齊。」（C2008.04.19）

在我們生活週遭不難發現，有些人喜歡收集自己心儀偶像的照片、光碟；有些人喜歡參與運動活動，絕不錯過任何一場球賽；有些人則喜歡閱讀與觀賞，如

小說迷、電視迷。這些將自己體力、心力、財力投注在某項事物上的人；或是跟隨著他所喜歡的明星、名人、電視劇偶像、樂團中的靈魂人物；同時會深深對自己所喜愛的人、事、物等，產製出大量相關訊息感到興趣的人；這些人都可以稱之為「迷」。「迷」是有著主動、狂熱投入流行文化的人。同時，她們也是對於人物和事物非常著迷的人，而且具有很高的涉入感。「迷」是認同特定的媒體產品，或是某一特定的媒體明星，以及媒體刻劃的某一特定風格、媒體時尚與流行的追隨者（陳芸芸，2000）。

「我的房間都是韓星的海報，裴勇俊啦！安在旭啦！還有權相宇、金載元、張赫、李秉憲、宋承憲、元斌、李東建、車仁表。很好笑吧！很像小女生。有時候，台東文化廣場沒有我想要的韓星海報，我會叫我小孀從台北買。夠瘋狂吧！但滿滿都是男星（笑）。雖然很迷他們，但是我也不會專程跑去韓國或台北看，除非他們來台東。」（D2008.04.19）

粉絲的穿著打扮追隨偶像的風格、房間裡張貼著滿滿的偶像海報、上網張貼文章與人討論劇情發展、改寫並發表劇情結局等。也就是，粉絲會將蒐集來的資訊或材料進行某種形式的加工，而延伸或豐富了原有的沉迷內容或迷的文化意義。迷從未忘記不斷創新相關活動，以便能創造出更多讓他們流連忘返、全神貫注的新鮮事（饒怡雲，2006）。

「喔！如果說要對某個偶像來講的話，裴勇俊我蠻喜歡的，可能是《情定大飯店》那種……比較霸氣的愛情。再來就是《冬季戀歌》的那種感覺，他的那個眼神、他的微笑，覺得蠻親切的。嘿！對，應該是韓劇的角色，再加上他本身的那種親切、那種氣質。可是我不會迷到什麼程度（笑聲），可是如果選片的話，我會先考慮他的，他的那種……散發出來的眼神，如果說，譬如裴勇俊演的都不是好角色的話，我對裴勇俊就不會，我就不會那麼崇拜迷戀他。」（B2008.04.18）

女性韓劇迷針對韓劇中，單一影星產生認同的狀態，與青少年相似的「偶像認同」產生，這種偶像認同的產生包括「長相外表」、「劇中人物角色設定」、

「個人演技實力」等方面，同時，一旦這種個別「偶像認同」產生後，她們多半會想收看該偶像所飾演過的其他韓劇。

例如：我們會賦予裴勇俊、權相宇、李英愛、崔智友等明星某種意義，而在我們的腦海當中形成一幅針對這些明星的「意義地圖」（簡妙如，1996）。情緒性則是指較為強烈的心理反應，例如：對某事物特別有感覺、特別在乎、特別投入等。因此，情緒性感知便是一種「特別在乎的意義地圖」（簡妙如，1996）。

也就是因為有這種特別在乎的意義地圖，迷的認同與區辨才有可能發生。例如：有人在看了裴勇俊的電影與電視劇之後，非常欣賞他的神態、氣質與演技，甚至認為他是韓國電影圈中最有才氣的男星，他的雙眼最有神，是韓國男星當中最帥、最優雅的演員。同時，也會比較、區辨裴勇俊與其他男星來顯示認同事項的真實性。

「迷是迷，我不會耶！會留意，但是我不會去參加，如果說來到台東，嗯！會去看看。並不是每一個，就像也不是每一部韓劇我都看，像那個《那女人的選擇》，我就不會想看，男女主角都不怎麼樣吸引我。很多來電裡的客人都會聊。」（A2008.04.21）

學者Cohen研究青少年迷戀偶像行為研究發現，明星的地位與個人的魅力，是影響青少年解讀電視的重要因素之一，事實上，這樣的論點也適用在熟女身上，儘管她們呈現出較為理性、內斂的收視行為，然而，在她們內心深處，仍舊會因為電視劇中某個主要人物的特色與魅力所吸引，若再搭配上好的劇本，以及適當角色的發揮下，熟女對於某位影星的認同崇拜即會產生，一種「偶像整體不可分割性」的意念也隨之而起，即電視劇迷對於偶像的相關週邊商品、訊息、生活點滴等都會成為注意的焦點（李丁讚、陳兆勇，1995）。

二、小結

熟女迷戀偶像，事實上是相當流動的、短暫的、非恆久不變的，儘管她們自認為自己是所謂的韓劇迷，但是她們真正表現在收看韓劇的行為上，多半是主動的、流動的、善變的。她們不會因為喜歡某一演員之後，進而開始迷戀該演員所

有類型的韓劇節目。相反地，熟女韓劇迷多半展現出高度的收視自主性，她們是挑著看的，挑劇本、挑導演、挑影星、挑自己所喜愛收看的韓劇節目。一旦她們認定某個韓劇節目，符合自己喜愛的演員和劇情，這個時候才會產生出所謂的「偶像迷戀」。熟女韓劇迷的著迷現象，是短暫而流動的。熟女韓劇迷，並非與生俱來認同韓星，而是日後透過收看韓劇所建構起來的。

研究發現，並非每一位韓星，都能夠讓女性收視者，產生發自內心的崇拜與迷戀，女性韓劇迷崇拜與迷戀韓星，事實上也會因為劇中所扮演的角色而影響。例如一位女韓迷就承認，她喜歡《藍色生死戀》中的宋承憲，但是不會喜歡《三男三女》中的宋承憲；喜歡《浪漫滿屋》中的宋慧喬，但是不會喜歡《順風婦產科》中的宋慧喬；喜歡《美麗日子》中的李秉憲，但是不會喜歡《風之子》中的李秉憲；喜歡《天國階梯》中的權相宇，但是不會喜歡《悲傷戀歌》中的權相宇；崇拜與迷戀的對象，是根據演員詮釋的角色而改變。

另則，實際生活中，這些30歲以上的熟女，對韓星的追逐與崇拜，這種集體的行爲是含蓄內斂的。這些年長的熟女們，多半認為自己已經經歷過不少的人生經驗，人生歷練豐富，同時，她們會自認為自己可以理性、批判的態度來崇拜韓星，她們或許都有工作和家庭要顧慮，不會呈現瘋狂盲目的追逐。



第五章 結論與建議

本章共分為兩節，第一節結論包括：將本研究所發現，女性著迷韓劇，韓劇的那些特色令女性著迷，做一歸納性總結；還有女韓劇迷收視行為的現象特徵；以及對於熟女韓劇迷，異於青少年的偶像迷戀，做一驗證比對。第二節依據本研究發現提出具體建議，作為相關研究之參考；以及針對研究者的角色作一省思。

第一節 結論

韓國近幾年來，努力改善其影劇方面的內涵與品質，不僅在演員的培育、塑造上用心，劇本的開發創造，戲劇背景結合觀光景點的置入性行銷，以及影片的品质趨向精緻化、細膩化等。韓國在行銷韓國的文化與傳統藝術上，充分展現強烈的企圖心與民族意識，韓國在提昇國家整體競爭力上，的確令人讚嘆佩服。

韓劇透過行銷韓國的「知性」與「美」，輔以良好的行銷管道和戲劇節目製作品質，以及政府大力的提倡韓國文化輸出等，使得韓劇得以搭上這股全球化風潮席捲整個亞洲眾多國家，進而影響相當多數不同國籍的閱聽人，企圖改變她們對於原有韓國的整體印象及觀感。

一、韓劇迷著迷韓劇的原因

女性韓劇迷儘管偶爾也會收看其他國家戲劇節目，然而，在比較港、日、台、美等外來節目時，他們仍會偏好收看韓劇。其中除了韓劇內容的真實、寫實外，最重要的是韓劇提供了這些女性們一種發自內心情感上的認同，使得這群女性們能夠很輕易、自然地理解韓劇所呈現出來的內容。

女性韓劇迷收視韓劇，不是只有純粹以休閒娛樂、打發時間為主，更重要的是，韓劇提供給熟女閱聽眾一種新的收視思維，她們可以依照個別的收視經驗來選擇、詮釋自己所想要、所喜愛的韓劇；並且，她們也會依照自身的真實生活經

驗，比較不同類型戲劇的差異，作為收視選擇的參考依據。

韓劇吸引女性閱聽眾之處，在於它集數少、劇情緊湊、演員擁有高學歷、高水準的演技加上都是俊男美女的組合，除此之外，韓劇特有「東方文化」的親切感，讓女韓迷倍感親切、熟悉，讓女韓迷感覺是在講自己生活周遭的故事，有很強的真實性，尤其韓劇裡面加上夢想，給人一種希望和期待。韓劇裡的劇情很重情，不只是愛情、親情、友情、倫理、師生之情，對國家、民族的熱愛，甚至對人類的關懷之情。就是這份「純真的深度感情」引起女韓迷很大的共鳴。女韓迷相信將夢想和希望放在心上，明天就會更好，有努力就有收穫。愛情、友情和親情是人類共通的語言，沒有文化的藩籬，韓劇能夠超越語言障礙，在國際間流行，堅貞的愛情故事，是打動觀眾引起共鳴的特色之一。對美好事物的嚮往以及天真浪漫的劇情，是韓劇成功的共通點。

從訪談資料和文獻中發現韓劇的以下特色，是女韓迷捨棄港劇、大陸劇、本土劇，而選擇韓劇的主要原因：

（一）集數少、劇情緊湊。

根據訪談資料發現，以前都看台灣本土劇的女性閱聽眾，大都表示，台灣本土戲劇節目，千遍一律長壽劇的節目型態，常常一演就是好幾百集，而且只要收視率一高，就會開始拖戲，例如：台灣龍捲風共計345集、台灣霹靂火285集，飛龍在天的288集、意難忘526集，讓人覺得歹戲拖棚，太長、太囉嗦沒耐心看。所以選擇集數少、劇情緊湊，每天都會期待高潮迭起的韓劇，而且一齣韓劇頂多一至兩個月就播映完畢，集數大多30集左右，在很短的時間又可以期待另一齣韓劇，感覺很新鮮。

（二）俊男美女組合、演技都很好。

從訪談資料發現，女韓迷迷戀韓劇，是因為韓劇裡的男女主角都很俊美，不只男女主角俊美，包括男女配角或小角色也都很俊美。加上韓星重體面，穿著打扮講究，微笑時露出一口潔白牙齒，吸引不少女性羨慕的目光，覺得那是健康衛生的表徵，加上韓劇裡將韓星包裝得風度翩翩，表現氣質優雅的模樣，令女韓迷

不陶醉都很難。

研究發現，韓劇的特色之一就是一韓劇裡的男主角個個英俊挺拔，身高都接近180公分；而女主角個個身材高挑、皮膚白皙、臉蛋漂亮，每一齣韓劇都是俊男美女的組合，所以收看韓劇是一種視覺享受。研究發現中比較特別的是一女韓迷承認收看韓劇後，受俊男美女的情緒影響，在收看韓劇的當下，會將感情投射到先生身上，有助改善夫妻關係，促進婚姻美滿和諧的效果。

（三）景點漂亮、服裝講究。

從社會文化面來看，韓國本來就是講究體面的民族，光鮮亮麗是禮貌也是自信，難怪從場景到人物都是美美的入鏡。

研究發現，韓國人拍戲的場景，其用心謹慎與投入，實在另人讚歎與望塵莫及。從《大長今》到《浪漫滿屋》、《黃真伊》、《朱蒙》、《太王四神記》、《李祘》韓國動用國家級的資源，扶植影視產業，但這並非唯一的目的，拍攝地點被旅遊業包裝成戲劇行程，韓劇和旅遊結合起來之價值是相當可觀的，除了間接帶動韓國觀光產業以外，甚至行銷周邊商品和家電。

《黃真伊》的導演就是為了拓展觀光，許多場景都刻意選在壯闊的瀑布或是草原等外景，外景比攝影棚還要困難，付出的成本更多，但這卻不是她們唯一考量的重點，例如：在李英愛主演的《大長今》紅遍大街小巷後，便可看見韓國旅行團「長今拍攝場景之旅」作為號召，李英愛也代言韓國最著名的高麗參。韓劇的特色除了在燈光、剪接、拍攝場景、旁白和角色對話、整體美感形塑上，非常用心之外。場景的選擇與佈置，也極為講究，拍攝場景於戲劇拍完之後，往往成為遊韓觀光的旅遊景點。而演員的服飾、配件、髮型，到住家擺設、傢俱、通訊用品和拍攝場景等，也都反映出當前的流行趨勢，因此韓劇儼然已成為流行資訊的指南，無形中，韓劇成為我們的觀光指南、美食手冊、髮型設計參考及手機一類的商品型錄。研究當中很特別的一個發現是一韓國透過戲劇，對於閱聽人非常嚴重的制入性行銷，包括觀光景點、文化、飲食、手機、汽車簡直就像是給你洗腦。例如，韓劇裡常常出現男主角或女主角，不想接聽電話的時候，打開手機拔掉電

磁的動作，有意無意的對閱聽人手機置入性行銷。除了手機之外，汽車也是經常融入劇情當中，刻意對著汽車品牌特寫鏡頭。

（四）劇本好，內容很正面健康。

研究發現很特別的一點是一韓劇裡幾乎不出現抽煙的鏡頭，近年來拍攝的韓劇更是如此。他們遇到挫折或感情不順遂的時候，他們的舒壓方式是比一場球賽，例如：《愛在哈佛》裡的金賢宇（金來沅）和洪政民（李庭鎮）爲了李書仁（金泰熙）比了一場籃球賽；《火花》中崔忠赫（車仁表）發現之賢（李英愛）感情出軌，在健身房猛運動，以流汗的方式排解內心的苦悶；《天國的階梯》中車誠俊（權相宇）爲了韓靜書（崔智友）也是猛打網球舒壓。好像將痛苦的情緒轉移到運動上，讓自己以流汗的方式排解內心的苦悶，之後再重新出發，就好像甚麼事也沒有發生。女生則是以大掃除的方式舒壓，例如：洗被子、洗窗簾、洗碗、拖地等。女韓迷認爲這種標榜健康的生活舒壓方式很值得稱道。韓劇中的色情因素和負面例子也比較少，這是許多女性迷戀韓劇的重要發現。

（五）從事的人才輩出(三家電視台很競爭SBS、KBS、MBC)。

研究發現，韓國電視電影的獎項之多，亦是鼓勵演藝人才輩出的重要推手。韓國的無線電視台以MBC（文化放送公社）、SBS（漢城放送公社）、KBS（國營放送公社）爲主。其中KBS是資金最雄厚的國營電視台，而MBC電視台可以說是韓國的戲劇王國，電視台每年都會舉辦年度演藝大賞，以發掘更多、更優秀的人才，鼓勵、肯定演藝人員的專業表現。

（六）政府支持大力推動，影視振興方案。

韓國金大中大統領上台後，更是致力於推動「影視振興方案」以及文化輸出政策。這些均讓影視資源獲得了更優勢的保護。由於南韓政府的大力支持，著實爲韓劇奠定了一個向外發展的極佳基礎。

（七）背景音樂嚴謹貼切。

研究發現，韓國無論是電影或電視劇的配樂水準都很高，除了有時買一些歐美舊歌版權作陪襯外，也有很多原創音樂，極爲動聽。例如：Romance羅曼蒂克

是《藍色生死戀》的配樂，搭配俊熙（宋承憲）和恩熙（宋慧喬）淒美的愛情故事，更顯淒美浪漫、感人落淚；Moon River月河是《巴黎戀人》的主題曲；Serenade舒伯特小夜曲是《夏日香氣》的配樂，清澈的鋼琴音色，娓娓道出夏日的恬靜夢幻；Chopin Concerto No.1 In E Minor, Op.11蕭邦第1號鋼琴演奏曲是《天國的階梯》常用的背景配樂，盪氣迴腸、淒美的樂章，讓人如痴如醉。

經典的韓劇如《藍色生死戀》、《夏日香氣》、《冬季戀歌》、劇中的配樂總是非常悠揚動人，其實這三部韓劇，都是韓國有名尹錫湖導演的作品。尹錫湖導演原先是電視台的音樂節目製作人，因此接收到相當多不同的音樂來源，增進了他的音樂素養，也使他日後將戲劇與音樂融合的完美無缺，如冬季戀歌中的白色戀人，夏日香氣中的舒伯特小夜曲，都是極佳的選曲，每當音樂揚起，劇中深情款款、纏綿悱惻的愛戀，深深的扣住女姓閱聽人的情緒。

二、收視行為的經驗

（一）模仿學習

閱聽人收看電視劇，不單單只是追求視聽效果與娛樂，相反地，他們還可以從劇情中獲得模仿、學習進而獲得增廣見聞的收視經驗。

韓劇題材的多元化特色，使得韓劇迷能從韓劇中，對於週遭生活的人、事、物，有更多的認識與了解。因此，韓劇迷一方面會產製出視野拓展的意義，將韓劇視為增廣見聞的管道，來了解生活中的種種現象與經驗，例如：他人的生活態度、工作經驗、社會環境等，藉此增加參考學習的模仿生活經驗。另一方面則是賦予行為處世範本的意義，韓劇迷會參考和學習模仿劇中人物解決困難的方式、行為模式、人際應對或處世態度等。並且不論在了解或參考的學習過程中，韓劇迷都表現出一種掌控的能力。

在收看韓劇的過程中，韓劇迷不僅因為了解外在世界的狀況，而得到滿足的感受，另一方面也體會到，因為擁有了參考資源，並能夠應付現實生活中的各種狀況，得以順利的在大環境中生存，進而感覺外在世界的一切，似乎都能在她們

的充分掌握之中，韓劇迷從中或得的是一種控制外在世界的愉悅。

儘管女性韓劇迷，透過電視節目的外顯學習行為，並不是那樣的明顯，然而，在長時間收看韓劇而入迷的情況下，本研究發現，韓劇透過電視節目不斷地傳遞訊息，女性閱聽眾也不是全盤接收，而是選擇性的接收一些想法以及個人的價值觀。

（二）文化認同

國人對韓國流行文化的接觸中，由看、聽而了解，進而模仿，實踐在其個人的生活方式中，是從文化接觸到文化認同。女性閱聽人藉由收看韓劇，而影響其對韓國文化的主觀認知，經由認識、區辨，或學習、模仿、崇拜，進而引發熱衷韓國食物，以及韓國流行商品的購買行為，就是對韓國文化認同的表現。

熟女女性閱聽眾會依照自己本身的判斷與需求，選擇性地接觸韓國相關文化產品。他們並不完全受到媒介訊息的影響，而改變原有的生活型態與對韓國文化的認同，有時她們會透過親身經歷（去韓國觀光）、再與自己原有的認知進行確認，去了解韓國這個國家的文化。

從訪談資料中發現，女性韓劇迷喜歡收看韓劇，與韓國文化的認同，沒有太直接的關係，女性韓劇迷是以較理性的態度選擇自己所想要的。對於一國的文化認同，是屬於長時間累積的，儘管韓劇在台灣播出已約十年光景，然而她們對於韓國的文化的認同，在全球性導向為主的文化領域中，女韓迷在電視媒介所打造的認同空間中，取其所偏好及熟悉的元素，融入自己日常生活實踐中，同時，經過長時間的模仿學習與融合，形塑出屬於個別自我的文化認同。很多學者憂心韓國流行文化是否會對台灣本文化認同造成威脅，對於曾經作為日本殖民地的台灣，是否又會造成文化上的被殖民。事實上經由訪談資料發現，女性哈韓族對於韓國的文化認同，多半屬於暫時的、短暫性的。當她們打開電視收看韓劇的當下，對韓國的文化認同感也就跟著展開，然而在關掉電視的同時，這樣的文化認同也就隨之暫時告一段落，所以，台灣成年女性收看電視後所產生的認同現象，多半只是呈現出一種暫時性的、非恆久固定不變的，同時，台灣女性韓劇迷對於韓劇

的認同感形成，多半也是循序漸進、長時間累積下來的，一旦她們對於劇情產生一定程度的認同感後，後續的模仿、學習以及文化認同才會產生。

（三）收視愉悅

本研究在瞭解韓劇迷的收視行為後，發現在「期待」「推測」「悲劇」「宣洩」「幻想」「逃避」「抵抗」「收視」「分享」愉悅的獲得與過去的文獻一致，但是本研究從韓劇迷的「推測」愉悅中，進一步解讀出，具有權力獲得施展的愉悅成分在。然而在過去的研究中，權力獲得施展的愉悅，則是呈現在女性觀眾藉由收看電視劇，對於父權意識形態表示「抵抗」的態度中。

另則，本研究也發現過去文獻甚少探討的愉悅包括：韓劇迷從韓劇中瞭解外在世界，獲得行為處事的參考與學習，而感受到能控制外在世界的愉悅；以及韓劇迷經由與韓劇產生共鳴，所獲得的熟悉感或懷舊等情緒的共鳴愉悅；還有韓劇迷藉由收看闡述光明、積極面的勵志類型韓劇，在情緒上受到激勵，獲得鼓舞的愉悅。

1、期待與推測的愉悅

電視連續劇經常提供觀眾超越觀賞行為的機會，讓劇迷能模擬劇中角色或內化情感，以自我的經驗，針對電視劇情節發展或結局加以揣測，因而在觀賞過程中，感受到愉悅與滿足。電視劇迷會根據他們已知的訊息，例如：從她們在真實世界中的觀察與經驗，來推測或議論故事發展。這種將電視劇中虛構世界的事件、人物與真實世界進行連結，也就成為愉悅的來源之一。

很多女性韓劇迷，如同耿慧如（2004）研究日劇迷研究發現，即閱聽人對於自己所喜愛的戲劇節目，容易產生等待收看的喜悅。電視劇閱聽人的滿足感，其中一部分就是來自於等待的喜悅。當某部韓劇在每次快要播出前的一段時間，熟女婆媽們也會特別感到期待與興奮感，甚至會放下手邊正在進行的工作，完整地將自己想要看的韓劇看完。

研究發現，韓劇的內容創新，劇情走向沒有固定的模式可循，而且劇情架構完整，每一集都精準預留伏筆等特色，都是讓韓迷能抱持高度期待的心情，逐集

收看下去的原因。而在等待收看韓劇，期待了解後續劇情的發展過程中，韓劇迷會因為等待，進而產生興奮的情緒，這方面與期待推測的愉悅是契合的。

韓劇迷除了期待看到韓劇所呈現的劇情發展外，也會自行推測後續的情節，或延伸創造出自己所編想的額外情節。在賦予的意義方面，透過對於劇情的推測，韓劇迷在心理上，感覺自己有如編劇一般，產生劇情發展受到自己掌控的意義，進而得到一種權力施展的愉悅。

對於熟女韓劇迷而言，她們的生活歷練多，她們依照自己的生活經驗，很容易可以判斷出劇情的未來發展，當她們發現到韓劇劇情，並非照著固定模式，走不同類型的韓劇節目，有著多元的結局。使得她們在看韓劇，會有一種不確定的喜悅感，無論是劇中轉折或是每集結尾的預留伏筆，並力求恰到好處，讓這些女性韓劇迷保持高度期待的心情繼續收看下去。

也有研究表示，觀眾收看電視劇的愉悅，並不是來自於劇情最後的揭曉，而是產自等待的過程。許多的滿足來自一種「期待」的興奮。而且在過程中，觀眾會根據他們在真實世界中的觀察與經驗，自行對於後續劇情進行「推測」而產生喜悅。

2、悲劇與宣洩的愉悅

電視劇（尤其是悲劇），往往提供閱聽人一個情緒發洩的管道，藉此獲得愉悅。例如：人們在看電視劇時被渲染一種認命妥協的情緒，或因劇中男女主角的悲慘命運而痛苦，從而取得情緒宣洩與意義體認的機會。

研究當中，有一位女韓迷表示，《天國的階梯》重播很多次了，她一直覺得劇中有個悲劇人物－泰華（申鉉濬）。他給人的愛很強烈、很痴心，他為了讓他法定的妹妹韓靜書（崔智友），也是一生最愛的人幸福，以車禍自殺方式結束生命，把眼角膜捐給妹妹韓靜書（崔智友）。這齣戲讓她很感動，害她哭得淅瀝嘩啦！雖然《天國的階梯》讓她哭得淅瀝嘩啦！可是如果再重播，她並不排斥再看一次，因為它太經典了，哭完了之後情緒也得到了宣洩。也印證了「悲劇感知的愉悅」。人們在看電視劇時被渲染一種認命妥協的情緒，或因劇中男女主角的悲

慘命運而痛苦，從而取得情緒宣泄與意義體認的機會。

研究發現，女性閱聽人並不是喜歡看別人受苦，悲劇的愉悅是來自於苦難在閱聽人心中所喚起的憐憫之心。女性韓劇迷本身的情緒，多半會隨著韓劇所播映的內容所影響，除了韓劇劇情的起伏，會影響熟女收視心情外，男主角的眼淚攻勢，或是對愛執著以及卑微角色的奮鬥心歷路程，這樣的故事情節，都能讓女性閱聽人感動不已。

過去Ang的相關研究「悲劇感知的愉悅」。指出觀眾所獲得的「宣泄」愉悅，似乎與悲劇性題材的電視劇有關，本研究與過去的研究是一致的，當觀眾收看悲情內容的電視劇時，女韓迷壓抑已久的情緒便得以抒發，彷彿自己的一些不順利、不好的情緒，也都在收看的過程中化解了，從中獲得情緒宣泄的愉悅。

3、幻想與逃避的愉悅

閱聽人在觀賞電視節目時，會尋找一個不存在的幻想世界，並且悠遊於電視的幻想世界與真實的生活世界中。特別是針對女性為主的敘事體戲劇節目，讓一些未婚的女性或男性閱聽眾，產生期待美好愛情婚姻的幻想愉悅感。所以觀看韓劇，除了欣賞俊男美女的演員卡司外，藉由演員在劇中角色扮演與對白，吸引熟女們專注聚焦在電視劇上，進而產生幻想。

女韓迷有時候也會很羨慕韓劇中男主角很帥又有錢，像《天國的階梯》的車誠俊（權相宇），還有《美麗的日子》的民哲（李秉憲），就會想像嫁給一個又帥、又深情、又多金的老公。雖然現實生活中，那是遙不可及天方夜譚的夢，但藉由韓劇編織一個美麗的夢，讓生活不會那麼枯燥乏味。

研究發現，韓劇迷選擇韓劇作為一種逃避現實生活的管道，最主要是韓劇的情節大部分都呈現出光明、積極的意義，雖然故事中，也有如韓劇迷在現實生活中所遇到的困境與煩惱，但是最後都能夠順利化解。

幻想之所以令人有愉悅的感覺，是因為幻想可以想像成真實，但有時候卻是因為幻想能夠成為現實的緩衝區，緩衝了現實中的危險、衝突或困境，具有心靈

和情感的功效。因為實際的人生並不完美或時常遭遇困境，但是在虛構的故事中總能夠獲得解決。

韓劇迷其實是透過幻想，將韓劇視為一個現實的緩衝區，這也是韓劇迷賦予的意義所在，韓劇迷藉著幻想而進入這個緩衝區，轉移注意力焦點，暫時逃避現實生活的瑣事，在韓劇的虛構世界裡，雖然仍然會遇到現實生活中的困境，但最終都會獲得解決。因此藉由收看韓劇，來逃避現實的過程，其實是在緩衝現實生活困境壓力或苦悶，帶有某些程度的心理治療作用

根據過去的文獻發現，電視劇觀眾能夠在收看電視劇的過程中得到愉悅，這也是他們對電視劇著迷所獲得的感受。過去的研究指出，觀眾會透過想像，來對於電視劇的虛構世界，進行幻想式的參與，使得虛構與真實的界限流動不定，體驗到戲如人生、人生如戲的感受，並因此獲得「幻想」的愉悅。而觀眾也會經由幻想性的涉入到電視劇虛構的世界中，以暫時擺脫真實世界的不安全、不穩定，而感受到「逃避的愉悅」。

4、抵抗的愉悅

女性觀眾在潛意識層面，喜歡並且需要壞女人，藉由觀看壞女人為了追求自身利益，而野心勃勃的從事許多陰謀，女性觀眾克服了身為女人的被動性與無力感。亦即壞女人滿足了女性觀眾對於權力的幻想。

無論台灣或韓國都是男性沙文主義的社會，研究發現，韓劇裡不乏大男人沙文主義的鏡頭，例如《玻璃畫》這齣戲，啓泰（金成洙）也不管智秀（金荷娜）願不願上車，即使智秀（金荷娜）表示不願意上車，啓泰（金成洙）還是會以命令的口吻強迫智秀（金荷娜）上車。韓劇裡面常常呈現讓人覺得對女性的不尊重的畫面。所以《大長今》之所以風靡，是因為《大長今》的角色保留了傳統上所讚頌的女性特質，例如：友善、聰慧與吃苦難勞以及堅忍、執著、嚴以律己，寬以待人的心，但沒有以往電視劇中的女性總是傻裡傻氣、被動消極的特質，或是以工作身分出現。《大長今》的重心著重在長今所從事的工作，不管是宮女或是醫女，都展現了女性的感情、觀念、抱負與夢想，雖是古裝劇但隨著社會的變遷

加入了許多現代元素，女主角的角色顯得更多元化，而不同於以往女主角，只是以愛情為主的平面女人，女性也有著對現世制度反抗的力量與實踐理想的精神。

研究發現，韓國是一個以父系社會為基礎的國家，因此凡事都以男性為中心，像是用餐這種基本的場合中，上桌用餐的只有男性，而女性包括母親在內都必須在廚房用餐。例如《火花》中的之賢（李英愛），公公和丈夫忠赫（車仁表）在餐桌上用餐，當媳婦的只能站在旁邊等候差遣。公公和丈夫要出門，也得畢恭畢敬的在門口九十度鞠躬彎腰。台灣男尊女卑的意識也普遍存在各個角落，南韓劇迷若在社會、生活情境中，處於弱勢、受壓抑的位置與狀態，便可能在收看電視劇時，表達出她們抵抗的態度。當電視劇呈現出在現實生活中應該受到壓抑，但卻在劇中表現強勢的人物時(例如：女性在劇中很強勢)，同樣處在受壓抑位置的電視劇迷在收看時，便會表示贊同與認同劇中人物的表現，以滿足她們對於權力的幻想，實際上是對現實中的強勢，表達一種反對、抵抗的態度。另一方面，當電視劇出現在現實生活中，就屬於強勢的人物或主流意識時，處於相對弱勢的電視劇迷，則會直接採取一種對立、嘲諷的態度來觀看電視劇。這些在權力結構中處於弱勢、受壓抑位置的電視劇迷，便可藉由採取抵抗的態度，而獲得愉悅的感受。

例如，有一位 52 歲離婚的受訪者，她覺得由車仁表和李英愛所主演的韓劇《火花》，讓她為自己的離婚找到一個合理的藉口，她勇於挑戰當下保守的社會，提出離婚要求，大膽挑戰婚姻束縛，擺脫傳統禮教，追求自我。這或許也是女性想要擺脫父權社會，抵抗男性沙文主義的愉悅。她覺得沒有它他，她仍然可以瀟灑獨立的活出自我，而且更逍遙自在。

研究發現，女性觀眾會藉著嘲笑劇中男性的行為，或是嘲諷劇中女性人物，因為女人的沒有權力所表現出來的行為，來反抗社會中父權結構的意識形態與價值觀，而幻想權力獲得施展，而產生愉悅。

5、收視分享的喜悅

女性收看肥皂劇後的喜悅感，有很大一部分的來源是因為可以和其他人談論劇情內容，分享觀點、意見交流，她們可以利用肥皂劇所提供的觀點和故事，來討論她們自己的生活面向，這樣的喜悅甚至成為工作文化的一部分。

觀看肥皂劇並不是一個消極的過程，它會在收看時段結束之後繼續發酵，並拓展至日常生活的其他領域。觀眾會利用劇中的資訊和轉折點作為出發點，來討論她們本身生活的諸多面向，同時讓她們在工作之餘能夠感到輕鬆自在、藉由彼此討論劇情、意見的交流，以及試著揣測劇情未來的走向，而獲得另一層次的愉悅感，讓上班變得沒有那麼無趣。

女性韓劇迷的喜悅感會來自鄰居的朋友，或工作場所裡的伙伴、家裡的親人在見面相談時交換或分享收看韓劇的心得，也就是說，女性韓劇迷們展現出一種收視分享的喜悅感，交換收視心得，了解其他韓劇迷的收視感受，藉由這樣的交互影響下，使得她們收看韓劇的意願更為強烈，也因此獲得更多的愉悅。

所以，女性韓劇迷收看韓劇後所產生的愉悅感呈現出多元化的現象，儘管她們知道韓劇再怎麼好看，但只是個戲劇節目。然而當她們認真的長時間收看後，就產生了愉悅感。而且，女性韓劇迷發現有些劇情內容是自己所沒有的經驗，則會抱持著一種想像式的去詮釋它，也就是說，她們會透過劇中主角人物的一舉一動，來模擬真實生活的情況，同時，對於自己劇中所欣賞或喜歡的人物，多半會特別留意她們的一舉一動，並且藉由這種想像的移情投射與或模仿，進而體驗劇中自己無法真實體會到的生活情境。

另外，女性韓劇迷多半會因為韓劇劇中某些感人的畫面，或是音樂與對白所感動，越是讓她們感動，她們就更加喜愛收看，事實上，她們平常壓抑已久的生活情緒，像是來自工作場所、家人、丈夫等，透過韓劇的收看，某種程度上讓她們釋放了平常的生活壓力，即便一天只是收看這一小時，但是對於她們來說，特別是身兼工作、媽媽等多元角色的熟女來說，看韓劇可以說是一天中較為放鬆的時刻。另一方面，女性閱聽眾彼此之間的同儕效應，以及收視後意見和看法的交流，也是她們獲取愉悅的主要來源之一。可見得女性之間彼此仍有某種程度地「同

儕效應」，也就是說，她們彼此會互相推薦自己認為不錯的韓劇，讓對方作為收視上的參考，甚至若她們有錯過某個情節，女性韓劇迷也會連絡其他有收看韓劇的好友詢問劇情發展，在提供劇情的同時，更能獲得彼此對於戲劇不同意見的交流與互動，進而從交談之中獲得收視分享的愉悅。誠如Fiske的文獻中說收看電視節目的愉悅，主要是源自於觀眾對自己社會真實與再現的控制，也就是說，觀眾的喜悅、歡樂多半是來自觀眾能夠確認電視劇中，所呈現的社會文化與主流價值與自己相關。

雖然熟女們內心能夠判斷出韓劇本身的真與假，但是，透過韓劇細膩的劇情鋪陳，以及柔美的音樂、場景等技術，使得女性韓劇迷，能夠在收看電視的當下，充分投入到戲劇節目當中，進而獲得收視的愉悅。

三、女性迷戀偶像的行為

學者Cohen研究青少年迷戀偶像行為研究發現，明星的地位與個人的魅力是影響青少年解讀電視的重要因素之一，事實上，這樣的論點也適用在熟女身上，儘管她們呈現出較為理性、低調的收視行為，然而，在她們內心深處仍舊會因為電視劇中某個主要人物的特色與魅力所吸引，若再搭配上好的劇本，以及適當的角色發揮，熟女對於某位影星的認同即會產生，一種「偶像整體不可分割性」的意念也隨之而起，即電視劇迷對於偶像的相關週邊商品、訊息、生活點滴等都會成為注意的焦點。

一個人價值觀的形成，是透過所模仿或認同的對象，進而改變自己的思想、言行，形成自己的價值觀，這是社會化的過程。所以偶像崇拜的情形是形成發展自我價值觀念的過程，也是尋求自我統整的歷程，個體透過別人或團體當作崇拜的對象，想像自己就是對方，或享有對方的尊榮，獲得心理上的滿足。

嚮往韓劇裡面所呈現的愛情故事，是女性喜愛收看韓劇的原因之一。韓劇除了在內容方面，以唯美的故事取材，對於浪漫愛情故事的描繪十分刻骨銘心、執著外。韓劇強調以俊男美女演出脫離現實生活的真實情況，增添許多夢幻的純情

想像與憧憬，這就是女性迷戀韓星的因素。

研究結果，熟女閱聽人對於韓國明星的偶像迷戀，雖然幻想憧憬、欣賞陶醉，但只是精神層面上的迷戀，肉體上、行動上她是理性、保守的。有一位女韓迷就表示，她覺得在收看韓劇的當下，她的精神是外遇的，然而當電視關上，回歸現實之後，這種現象也就跟著消失。

還有一位女韓迷表示，雖然她對某些韓星很迷戀，但是她也不會專程跑去韓國或台北看，除非他們來台東。研究發現，或許是因為受訪者認為自己已經有一定的歲數年紀，或是對於「偶像迷戀」這個字眼較敏感，覺得這是年輕人的遊戲、年輕人的專利，才會感到些許的不自在。實際生活中，這些30歲以上的熟女，對韓星的追逐與崇拜，這種集體的行為是含蓄內斂的。這些年長的熟女們，多半認為自己已經經歷過不少的人生經驗，人生歷練豐富，同時，她們會自認為自己可以理性、批判的態度來崇拜韓星，她們或許都有工作和家庭要顧慮，不會呈現瘋狂盲目的追逐。也或許是地域性、和方便性，因為女韓迷表示，如果韓星有來台東，她並不排斥去現場捧場，但是千里迢迢遠赴韓國或台北去追逐韓星，她並不考慮。

第二節 建議

「它山之石，可以攻錯。」我們應該截長補短，見賢思齊，見不賢而內自省。別人的優點應該學習，別人的缺點則予以借鏡。從美國好萊塢影集、港劇、日劇到現今風行的韓劇，皆顯示了國內電視節目製作單位無論在製片、編劇、經費等普遍呈現不足的現象，儘管有熟女閱聽人也會收看台灣本土劇或是偶像劇，然而，她們收看的主要原因多半是韓劇未引進台灣之前，或是剛好該時段沒有想看的節目，或是遇到韓劇廣告時間等。也就是說，這幾年來台灣本土製播的戲劇節目，無法受到女性韓劇迷的青睞。主要是劇情內容過於牽強，不是粗言粗語、就是暴力血腥、配樂單調、場景欠壯觀逼真，整體邏輯性不足，造成她們普遍不喜

歡收看台灣本土劇。

至於台灣偶像劇部分，女性韓劇迷則認為儘管畫面唯美、編劇脫俗，但是劇中演員多半找台灣年輕演員，感覺上跟自己的年齡以及週遭朋友之間有種距離感。韓劇近幾年能在日劇、外來劇、好萊塢影集等競爭之下脫穎而出，有著亮眼的收視率實屬不易。

韓劇的引進，讓國內閱聽人多了一項新的收視選擇，儘管韓劇的風行引起國內演藝人員的不滿，大嘆沒戲演，但反過來想，這何嘗不是給台灣一個自省的機會。電視劇已經逐漸走向跨國界，台灣的戲劇創作不要一味侷限在本土化的思維中，必須關注製作細節，方能吸引到閱聽人。建議如下：

一、主題曲與配樂

依據劇情內容配上合適的音樂，片頭和片尾曲都是依照劇情的推出而量身打造，歌曲和劇情相輔相成，更能激發觀眾情緒上的涉入感，彷彿聽到歌曲旋律就能回想起劇情的內容。

二、加強民族文化的宣揚。

在國際上，我們被中共打壓與封鎖，苦惱無法以正常的姿態向國際介紹我們是誰？我們在哪？我們的文化是甚麼？南韓成功的例子，我們是否也可以學習效法。只要做的好，我們一樣可以像南韓一樣賺到大筆的財富，而且也能夠成功的向世界行銷台灣。

在民族文化創意產業上，也不能只單靠政府的政策與幫助，本身也要多鼓勵人們來投入這項產業，一項文化創意產業要能成功，靠的是良好的生意策略與專精的文化藝術才能，而文化產業的商品，如果它的品質夠優良與完善，相信它的利潤一定是會不請自來並且慢慢累積的。

三、重視教育、淨化人心的戲劇內容。

前一陣子「台灣霹靂火」紅透半邊天，劇中人物個性十足的對白，成為時下的流行語。例如「送你一桶汽油、一支番仔火」、「我心情若不好，我就會不爽，我不爽就會想要報仇」、「我不甲意輸的感覺」（台語）。行政院新聞局表示，「台灣霹靂火」劇中語言隱含暴力意涵，加上黑道強行押人、私刑等畫面，易對兒童

身心產生不良作用，不適合在普級時段播出。民間司法改革基金會及媒體觀察教育基金會也表示，「台灣霹靂火」劇中將大量刑事偵查、審判情節融入劇情，似是而非的法治觀念，容易誤導社會大眾。

現今社會日趨於崇拜金錢、權力、奢華，價值觀扭曲，以致整個社會環境日益惡化。家庭型態的改變，父母忙於工作，疏於教育，單親、隔代教養日益增多，基本倫理道德日漸薄弱，常見父不父、子不子的傷害事件層出不窮，家長重智不重德，只看中孩子的個人學業成績，在升學至上的迷思中，忽視孩子的品德教育。因此電視媒體，以及戲劇內容要扮演好教化功能的角色。

四、優質的演員陣容

韓劇在台灣、日本走紅，除了故事內容的生活化與包裝精美之外。演員外型俊美、演技素質高、加上高學歷的個人條件，都是韓劇在國內及海外竄紅的重要因素。

國內演員嚴重不足，即使頻道很多，各家電視台也都製作戲劇，但幾乎每台都可以看到相同的演員，在各台連續劇中穿梭，以軋戲為榮，幾乎很少看到新演員的出現，此外，台灣偶像劇中俊男美女的組合，雖然有加分作用，但大多是新人或者是歌手跨行演出較多，演技仍需加強。

演員的水準和技術人才的優劣，也會直接影響節目品質，關於技術人才的培育，應進行重點培育，補助後製人才參與國際級的相關研討會或訓練課程，藉此與國際級人才接軌，除了技術方面後製能力的提升之外，經由更多的訓練管道激發出我國專業影視人才更多的創意表現。

五、創造視覺美感的置入性行銷

韓劇在整體上，運用各種感覺，強化戲劇效果，刺激閱聽人產生聯想。透過窩心的對白和美麗的畫面，讓閱聽人一起作夢。因為韓劇強調唯美影像，在《大長今》中各式各樣的美食，以及華麗的韓國傳統服飾，加上濟州島的優美景緻，強調了視覺的美感，進而帶動觀光的人潮。

政府應對於戲劇做整體性的規劃與補助，不僅只是以戲劇的角度思考，更可

以從整體台灣形象的營造上作出發，若政府對於具有正面、健康的戲劇題材及具有以台灣特色為節目背景的節目製作，予以製作及宣傳上的協助，相信必能對戲劇節目的推廣有所實質的助益，也能共創「戲劇行銷」及「台灣行銷」的雙贏。

六、研究者角色之省思

（一）受到研究者的引導和框限

研究因為受到研究時間的限制，使得研究者在訪談受訪者的過程中，必須有效率的進行研究資料的蒐集，在有限的對談時間之內，不可能天馬行空、毫無計畫的與受訪者對話、閒聊。因此雖然依據訪談大綱逐題詢問受訪者，但是仍會將兩者之間的對話內容，框限在與研究問題有關的一定範圍之內。

也就是說，本研究所採行的深度訪談，雖然是建立在研究者與受訪者互動、對話的過程，以及兩者互為主體、共同建構的基礎上，然而研究者在訪談的過程中，仍然意識到受訪者的談話，其實是會受到研究者在某種程度上的控制與限制。亦即研究者在對話的過程中，扮演著一定程度的引導角色。例如在進行訪談時，研究者若發現受訪者的陳述，已遠超過研究目的的範圍，便會企圖引導受訪者回到這個範圍之內。所以，本研究所呈現的韓劇迷收視行為，僅是韓劇迷回應本研究目的所做的陳述，而且受到研究者的引導和框限，並不表示這些陳述是他們全部的收視經驗。

由於訪談時間上的限制，故本研究無法保證，受訪者能將個人收看韓劇的完整經驗予以紀錄，因為受限於時間的限制，使受訪者，多半以回憶的方式，回答研究者所提出的問題，其中較特別的是一有一位 72 歲的超級韓劇迷阿媽，她雖然聽得懂國語，但常常以台語回答，在整理逐字稿的時候，或多或少受到個別受訪者語言能力表達所影響。

（二）「迷」的文獻

在文獻探討方面，過往探討「迷」的概念理論文獻為數不少，其中多半著重在探究迷的主動性、過度性等面向，但是針對迷群年齡分類的定義相關文獻不甚豐富，對於探討迷群偶像崇拜的文獻，大部份以青少年族群（30 歲以下）為主，本研究僅將過往相關「迷」的文獻做一個整理，無法確定先前相關研究「迷」的文獻是否能完全涵蓋所有年齡層之閱聽眾。

同時，綜觀過往的閱聽人研究文獻方面，並沒有相關探討「迷」與「非迷」的差異性何在，或是比較他們在收視後所生的愉悅、認同與學習上是否有所程度上的差別。礙於研究者的人力與經費上的限制，本研究建議後續相關研究可以從事迷與一般閱聽眾（非迷）的收視差異，可藉由量表或問卷的方式搜尋非迷的閱聽眾，並比較他們在收視經驗與認同學習的差異性為何。

另一方面，關於閱聽人收視認同與收視後學習的相關理論，由於本研究主要是以深度訪談方式為主，每次訪談大約一個半小時左右，由於訪談題目繁多，在訪談時間不足，以及訪談者個人能力受限的情況下，較無法全盤地深入了解女性收視韓劇心理層面彼此的差異性，以及更進一步的認同或學習程度。建議後續相關研究可以在研究方法上以個案研究的方式，針對某幾部韓劇，挑選特定的閱聽人做個案的質化方式研究，應可獲得更為具有深度的訪談資料。

（三）無居住南北本地區樣本

本研究只針對居住在台東地區的五位女性受訪，無居住南北本地區樣本，所以較無法真正突顯台灣成年女性韓劇迷，是否呈現出地區性的收視差異。建議後續研究可以將台灣全島，涵蓋全省各地區之閱聽眾進行交叉比對，以檢視是否存在地區性的收視差異行為發生。

參考文獻

- 丁興祥、李美枝、陳皎眉 (1989)。社會心理學。臺北縣：國立空中大學。
- 王筱玲 (2000)。哈日族偶像劇一番攻略。台北：異世界文化出版。
- 朱光潛 (1987)。悲劇心理學：各種悲劇快感理論的批判研究。台北：駱駝。
- 江明修 (1992)。社會科學多重典範的爭辯：試論質與量研究方法的整合。國立政治大學學報，64：315-344。
- 何慧雯 (1999)。遙望東京彩虹橋：日本偶像劇在台灣의 挪移想像。發表於「日本流行文化在台灣與亞洲」國際學術會議。
- 吳金鍊、曾湘雲 (2002)。從韓劇風行看台灣閱聽眾的文化認同—以新竹市例。中華傳播學會研討會論文。
- 宋元根 (2004年9月)。為何韓劇會風靡亞洲—以大長今為例，公視國際研討會—台灣電視媒體的大未來，台北：國際會議廳。
- 李天鐸、何慧雯 (2002)。遙望東京彩虹橋：日本偶像劇在台灣의 挪移想像，李天鐸(編)，日本流行文化在台灣與亞洲(1)，頁 15-49。台北：遠流。
- 李佩真(1998)。偶像文本的消費意義—迷與偶像關係之探討。世新大學傳播研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 李丁讚、陳兆勇 (1998)。衛星電視與文化認同—以衛視中文台的日劇為觀察對象。新聞學研究，56：9-34。
- 李安君 (2001年5月1日)。電視台加油演員有出路。中國時報，26 版。
- 李佩英 (2005)。韓劇(大長今)之接收分析研究—男女閱聽人對「長今」角色的解讀。國立交通大學傳播研究所碩士論文。未出版，新竹市。
- 沙依仁 (1983)。人類行為與社會環境。臺北：五南。
- 卓珍仔 (2004)。青年學生收看韓劇的文化認同與消費行為。文化大學新聞研究所碩論文。未出版，台北市。
- 周靈山(2002)。大學生觀賞競賽的媒介使用動機、行為與評價研究—以第 34 屆世界盃棒球錦標賽為例。國立體育學院體育研究所碩士論文。台北市。

- 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之研究。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 林芳玫(1994)。觀眾研究初探：由梅花三弄談文本、解讀策略、與大眾文化意識形態。新聞學研究，49：123－155。
- 林怡璇（1998）。漫畫同人誌成員之特質、自我概念與行為研究。中國文化大學新聞研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 林東泰(1999)。大眾傳播理論。師大書苑。
- 林瑞慶 (2001)。寶島新一代 擁抱高麗情。亞洲周刊，6/18-6/24：31-32。
- 胡幼慧 (1996)。質性研究理論、方法及本土女性研究實例。台北：巨流。
- 范碧珍 (2002)。偶像劇魅力燒不盡。突破，198：72-74。
- 唐維敏譯（1999）。後現代文化導論。台北：五南。
- 翁家祥（2003）。夏日香氣全紀錄。台北：圓神出版社。
- 翁家祥（2008年6月2日）。裴帥賠錢慰櫻花妹。自由時報。D7版
- 張君玫譯(2002)。Storey, J.著 (1999)。文化消費與日常生活台北：巨流。
- 張酒雄、陳枝烈、簡慶哲、張淑美 (1993)。國中學生偶像崇拜與自我概念、學業成就關係之研究。國立高雄師範大學教育研究所，教育學刊，10：261-322
- 莊玟敏（200年5月31日）。裴勇俊挾3億觀光財赴日炒戲。蘋果日報。C17版
- 郭志榮（1997）。後現代的媒介論述。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 郭良文、林素甘 (2001)。質化與量化研究方法之比較分析。資訊傳播與圖書館學，7（4）：1－13。
- 郭家平 (2007)。台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程。國立交通大學傳播研究所碩士論文。未出版，新竹市。
- 陳正國譯(1993)。Fiske, J.著(1989)瞭解庶民文化。台北：萬象。
- 陳芸芸譯（2002）。Lull 著。《媒介、傳播與文化》。台北：韋伯。
- 陳勝發 (2003)。國中生偶像崇拜之研究－以台東市國中生為例。國立臺東師範學

- 院教育研究所碩士論文。未出版，台東市。
- 粘嫦鈺（2001年12月26日）。電視台擴大韓戰，**聯合報**，26版，娛樂大搜查。
- 粘嫦鈺（2004年04月22日）。韓劇超紅 各家電視台搶破頭版，**聯合報**，27版
- 傅繼瑩（2006年01月08日）。怪女怪男猜身世搶收視。**星報**，第7版。
- 單 葑（2002）。**百分百韓劇通：愛戀韓劇韓星全紀錄**。台北，朱雀文化。
- 馮建三譯（1994）。**文化帝國主義**。台北：時報文化。
- 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**。私立世新大學傳播研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 楊芳枝（2003）。解讀韓劇裡的愛情公式。**兩性平等教育季刊**，21：126-128。
- 楊起鳳（2001年3月11日）。藍色生死戀阿里郎揚眉吐氣收視率奪冠韓流魅力難檔有線台紛紛跟進。**星報**，11版。
- 楊維倫（2003）。**情境脈絡與日劇迷的收視經驗**。世新大學傳播研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 葉文忠（2001）。**台灣引進外國戲劇節目經營策略之研究－以緯來電視網韓劇經營為例**。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 葉嫦芬（2002年3月20日）。蔡琳+蘇志燮 深田恭子+元斌 組合超人氣。**民生報**。Cs7 版，娛樂Window。
- 葉嫦葵（2001年11月22日）。韓劇、日劇大對決。**民生報**。C6版。
- 歐用生（1989）。**質的研究**。台北：師大書苑。
- 蔡 琰（2000）。**電視劇－戲劇傳播的敘事理論**。台北：三民。
- 蔡佳玲（2006）。**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**。國立交通大學傳播研究所碩士論文。未出版，新竹市。
- 蔡宜玲（2005年11月27日）。重播千遍也不厭倦，**聯合晚報**，9版。
- 蔡美瑛（1998）。**綜藝節目對塑造青少年次文化之影響**，台北：文化總會電研會。

- 鄭孟緹（2005年09月24日）。縱橫日韓。星報，第8版。
- 鄭智銘（2004）。日劇在台所引發之哈日風潮之研究。中國文化大學日本語文研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 鍾志鵬（2005）。韓劇崛起關鍵因素之研究-韓流現象的觀察與學習。臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。未出版，台北市。
- 瞿海源（1989）。社會心理學新論。臺北：巨流。
- 簡妙如（1996）。過度的閱聽人－「迷」之初探。國立中正大學電訊傳播所碩士論文。未出版，嘉義縣。
- 蘇 蘅（1995）。開放天空下的文化衝擊－台灣民眾收看外國節目研究報告。電視文化研究叢書 7 台北：電視文化研究委員會。
- 蘇蘅、陳雪雲（2000）。全球化下青少年收看本國及外國電視節目之現況及相關影響研究。新聞學研究，64：103-138。
- 饒怡雲（2006）。融化師奶的北極星－師奶迷戀偶像之消費行為研究：以裴勇俊粉絲為例。國立中正大學行銷管理研究所碩士論文。未出版，嘉義縣。

附錄一

親愛的受訪者：

您以下所填寫的資料，僅供學術之用。

- 1.您的姓名：_____
- 2.您的性別：_____
- 3.您的年齡：_____
- 4.您的職業：_____
- 5.目前為止，您大約「完整」看過幾齣韓劇？_____
- 6.您每週平均約看幾天韓劇？_____
- 7.您一次平均約收看多少時間的韓劇？_____ (以小時或分)
- 8.您收看韓劇的管道是：(可複選)
☐無線電視頻道 ☐有線電視頻道 ☐錄影帶 VCD DVD
- 9.您收看韓劇的習慣是：(可複選)
☐打發時間，隨機收看，轉到什麼看什麼
☐看到好看的韓劇，但是斷斷續續的看
☐看到好看的韓劇，會持續鎖定收看
☐雖然不是喜歡的韓劇 但還是會完整看完
- 10.您如何選擇要收看的韓劇？(可複選)
☐沒有標準，隨便看
☐有人介紹而看
☐有喜歡的演員演出
☐平時就會留意報章雜誌對於韓劇的介紹來做選擇
☐有喜歡的劇情
☐有喜歡的編劇加編劇
- 11.您喜歡的幾齣韓劇是？_____

附錄二

訪 談 大 綱

本研究的訪談大綱，主要是依據研究目的去發展，故本研究訪談大綱共分爲下列主要四個部分：第一個部分爲韓劇魅力何在？其特色爲何？第二個部分想瞭解女性閱聽眾長時間收看韓劇後，是否會對於韓劇劇情內容產生模仿、學習的行爲，進而產生文化認同？第三個部分探討女性閱聽眾收看韓劇的過程中，能夠獲得什麼樣的愉悅與樂趣？是否會有期待與推測的愉悅？悲劇與宣洩的愉悅？幻想與逃避的愉悅？抵抗的愉悅？收視分享的喜悅？第四個部分探究女性迷戀偶像的內心世界，是理性、含蓄、冷靜、的角度欣賞韓星？抑或是瘋狂、盲目的迷戀韓星？

一、著迷韓劇、其特色爲何。

- (一) 請問妳看韓劇有多久了？以前有收視其他類型的戲劇節目例如：台灣本土劇、日劇、港劇、洋劇的收視經驗嗎？
- (二) 妳覺得韓劇集數，與其他戲劇節目，主要的差別何在？
- (三) 妳爲何會想要收看韓劇？韓劇吸引妳收視的地方在哪裡？
- (四) 對於部分韓劇中的劇情編排、人物角色等，妳有什麼樣的看法。
- (五) 妳對於韓劇演員的印象、觀感爲何？
- (六) 妳喜歡哪幾種題材或什麼樣類型的韓劇？
- (七) 妳會注意韓劇的配樂或場景嗎？

二、從韓劇的收看中學習、模仿生活經驗

- (一) 收看韓劇是否有學習到新的知識或觀念？哪幾部韓劇特別讓妳有興趣從劇中學習？
- (二) 不同的韓劇型態是否讓妳有不同的學習經驗？
- (三) 妳能接受韓劇所呈現的家庭倫理觀嗎？
- (四) 妳能接受或認同韓劇所呈現的愛情觀嗎？

1、哪幾部的韓劇呈現出的愛情觀妳能接受，不能接受是哪幾部？

2、請敘述就妳所看過的韓劇所呈現出的愛情觀。

(五) 妳會模仿劇中人物的穿著、或所使用的相關物品嗎？

1、哪些角色的穿著、或所使用的物品是妳所喜歡、甚至願意擁有的？

2、妳會想要模仿、學習劇中人物的原因為何？

3、韓劇中常出現的消費流行商品，妳最有印象的是哪種商品？（包括手機飾品、家電、汽車等），妳有沒有特別購買過這類商品？

(六) 收看韓劇後，妳會想接觸韓國食物嗎（如泡菜、韓式烤肉）？

(七) 收看韓劇後是否會改變妳的個人價值觀、生活態度和想法？

(八) 看完韓劇後，會影響妳對韓國的整體印象或觀感嗎？你會逐漸開始注意有關韓國方面的相關訊息嗎？

(九) 妳會想要模仿或實行韓劇中所呈現的生活風格嗎？

三、 收看韓劇能夠獲得怎樣的愉悅感？

(一) 韓劇的劇情內容，帶給妳什麼樣的樂趣？

1、妳是否會依照自己的觀點來預測劇情發展？

2、收看韓劇有助於紓解平日壓力嗎？若有，是紓解什麼樣的壓力？

3、妳是否會隨著韓劇的內容起伏，影響到自己的情緒？

(二) 妳會重複收看或是預錄韓劇嗎？若錯過韓劇，妳會想看重播或是坊間租影碟觀賞嗎？

(三) 妳會很期待經常收看韓劇嗎？韓劇能滿足妳什麼需求？

(四) 收看悲劇或喜劇、愛情偶像劇、歷史古裝劇等不同類型的韓劇，妳是否有不一樣的愉悅感？

(五) 對於韓劇曾有過幻想逃避的作用嗎？

1、收看韓劇會將自己幻想成劇中的主角嗎？

2、有哪幾部韓劇讓妳特別有幻想的感覺？

3、是什麼原因讓妳產生幻想作用？

(六) 收看韓劇會讓妳暫時忘記或逃避些什麼嗎？是哪幾種題材的韓劇能幫助妳？

(七) 韓劇劇情有助於妳抒發不滿或不平之氣嗎？

(八) 以女性為主導的戲劇內容，妳有什麼感受或體會嗎？

(九) 收看完韓劇後，會與朋友或他人討論劇情嗎？

四、女性迷戀偶像的內心世界

(一) 對於韓劇裡的韓星妳有什麼樣的觀點？它最吸引妳的地方是什麼？

(二) 妳會主動上網、或經由報章雜誌搜尋自己所喜愛的韓星相關新聞嗎？

(三) 若自己所喜愛的韓國影星、歌星來台，妳會特別留意或參加相關歌、影迷活動嗎？

(四) 妳會迷戀韓劇裡的某位韓星，而去做整型嗎？

(五) 妳會想要實地感受妳迷戀的偶像，而去韓國觀光旅遊嗎？

(六) 妳曾經因為劇中偶像的關係，而有過特殊的想法或舉動嗎？請舉例說明。

(七) 韓劇中的偶像有沒有對妳產生影響？（在觀念、行為、收視習慣、消費以及穿著打扮上）請舉例說明。

(八) 對於台灣戲劇妳有什麼建議嗎？

(九) 請問妳還有什麼要補充的嗎？