

我挺你喔！高中生對現今「國片」觀感之探討

投稿類別：教育類

篇名：

我挺你喔！高中生對現今「國片」觀感之探討

作者：

羅婷婷。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。綜高資三 02 組

王俞涵。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。綜高資三 02 組

楊晞頻。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。綜高資三 02 組

指導老師：

蔡雪媚 老師

## 壹●前言

### 一、研究背景與動機

2008 年，電影「海角七號」在台灣創下電影史上最高票房紀錄，也在國外奪得許多的獎項，導演魏德聖創造了台灣國片不可思議的奇蹟。在那之後，開始帶動了國片的風潮，讓原本處在最低迷的國片，重新再熱絡了起來。像是 2008 年「囧男孩」；2010「艋舺」、「父後七日」，到今年 2011 年的「那些年，我們一起追的女孩」、「塞德克·巴萊」...等許多不錯值得一看的電影。

現在的年輕人為什麼願意花 2~3 小時的時間，進戲院去看一部由「MIT」生產出來的電影？然而現在的國片跟以往的國片有什麼不同的風格及特色呢？又現在的國片有什麼顛覆以往不一樣的創作風格，可以讓高中生破除對國片單調的印象，而願意花錢去觀賞電影呢？

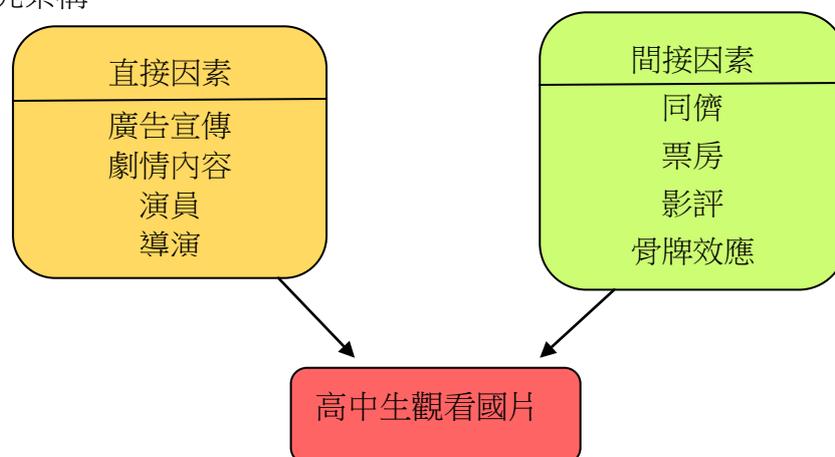
藉由這一次的專題，來了解現在年輕人為什麼願意花時間和金錢進去電影院觀賞國片及高中生對於現在國片的看法。瞭解高中生觀看國片的直接與間接因素，以及高中生是否支持台灣國片。

### 二、研究目的

對於現在國片成為高中生的熱門話題，本小組歸納出下列幾個研究目的：

- (一)了解影響高中生觀看國片的直接因素
- (二)了解影響高中生觀看國片的間接因素
- (三)高中生是否支持台灣國片

### 三、研究架構



圖一 研究流程圖

#### 四、研究方法

本小組研究採用兩種方法進行，由文獻分析法及問卷調查法來整理研究的資訊：

(一)文獻分析法：將網站及書面的文獻資料加以彙整，分析及討論近幾年國片的票房紀錄；導演、影評對於近代國片的看法；並且了解國片的歷史、民眾對於國片的消費、政府對於國片的獎勵及行銷手法。

(二)問卷調查法：透過問卷來了解高中生對近幾年國片的看法，並加以分析統計，將分析出的數據資料用Excel分析彙整成圓餅圖和長條圖。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

#### (一)國片的定義

台灣電影始於日治時期。由於第二次世界大戰時後到現在的電影多以中華民國國語（普通話）發音，故又稱為「國片」。

廣義一華語由華人拍攝演出的都叫國片，因此台灣、香港、大陸拍的都叫國片。

狹義一台灣人出資拍攝演出的才叫國片。這方面新聞局有相關規定，台灣的資金跟演職員超過一定比例才會被歸入國片。

這個定義一直在改變，跟主政者的政治意識有關。還有現在很多片子其實是跨國合作，很難去劃分。（行政院新聞局，2008）

#### (二)國片的歷史

國片也稱之台灣電影，台灣電影始於日治時期，當代的台灣社會具多元文化底蘊、自由且富有創作力，因此能給予電影工作者良好的伸展舞台。

第一部在台灣拍攝的電影是 1907 年 2 月日人高松豐次郎率領日本攝影師等一

行人在全台灣北、中、南一百多處地點取鏡的《台灣實況紹介》。電影內容涵蓋城市建設、電力、農業、工業、礦業、鐵路、教育、風景、民俗、征討原住民等題材。

1908年，高松豐次郎於台灣定居，開始在台灣北、中、南七大會建戲院放映電影，並與日本及歐美的電影公司簽約，建立制度化的電影發行放映制度。1935年10月，日本領台40年舉行台灣博覽會，以及隔年台北與福岡間開闢航空通運，這兩件事推化造就了日治時期台灣電影放映業的鼎盛時期。

### (三) 民眾對台灣電影的消費行為

國片的票房跟民眾所選擇國片或外國片、港片的消費行為有很大的關連性，本小組在相關論文網站及博碩士論文研究中討論出下列幾點可能性：

1. 民眾沒經常去電影院觀看「外片」最主要的原因是忙碌及時間的問題；沒經常去電影院觀看「港片」最主要的原因是影片本身的因素及方便省事的因素；沒經常去電影院觀看「台片」最主要的原因，則是影片本身的因素。

2. 民眾最相信的電影新資訊傳遞管道是：電視、他人推薦（口碑）、報紙、電影院預告片及影評。

3. 去電影院觀看電影的動機在性別、年齡、教育程度、家庭狀況、職業、收入、休閒娛樂支出等變項上，有顯著的差異。

4. 民眾對台灣電影的評價在年齡、教育程度、家庭狀況、職業、收入、休閒娛樂支出、族群別、居住地區等變項上，有顯著差異。

5. 整體而言，台灣電影在各項動機因素上滿足民眾的程度都不高；此外，民眾對台灣電影的滿意度低，再度觀看之意願低，口碑也不好。

### (四) 政府對國片的獎勵方法及行銷

因國片的崛起及發燒，政府也對拍攝國片的電影工作者給予一些獎勵，也幫助這些拍攝台灣電影的工作者製作市場上的行銷，藉由網路、廣告、海報等作為行銷手法，以下是本小組收集相關資料作成下列幾點政府對於國片的獎勵方法以及行銷手法：

- 1.擴大「影片」定義，納入 DV 等新形式
- 2.改進電影輔導機制
- 3.推動影像教育、培養國片觀影人口
- 4.促進電影產業國際化
- 5.建立賦稅公平制度
- 6.建立電影金融輔助制度
- 7.拓展國片行銷通路
- 8.推動電影育成中心及行銷中心
- 9.推動影視匯流合一
- 10.建置國家影音產業資訊平台

(資料來源：王令佳、陳韻淇、潘翎慈，2008)

#### (五)金馬獎的由來

「金馬獎」自民國五十一年創辦，是政府為促進國片製作事業，對優良國片及優秀電影工作者所提供的一項競賽獎勵。「金馬」二字取自於金門、馬祖的頭一字組合而成。亦符合全球主要影展界以「金字招牌」為號召的潮流。



(圖二)

#### (六)金馬獎評審團的組成

因為金馬獎的定位與獎項的規劃，所以金馬獎的評審組成就必須涵蓋電影製作中的各個專業領域如剪輯、攝影、音樂／配樂等等。但是受限於實際的操作，評審團的人數又不能過於龐大。人數愈多，就愈難安排每位評審在一定的時間內觀賞完全部報名的影片。這樣的評審團組成往往在十一到十七人左右，算是勉強可以涵蓋電影的主要專業領域，然而每項專業卻可能只有一到二人。

本小組認為，台灣電影工業的疲弱不振，的確對金馬獎的評審組成造成困擾。最近十多年來，金馬獎的評審組成大致涵蓋幾個範疇。其中有電影工作者如製片、演員、攝影、剪輯、美術、音樂，有從事電影相關事物的學者、影評人，還有其他領域如文學、藝術的卓越人士。在組成上述這種「成份」的評審團時，本小組認為有幾個問題是必須在此提出的：

- (1)為了避嫌，有作品報名的工作者（包括演員）自然不會受邀為評審。
- (2)評審的遴選方式也常有變異。
- (3)即使評審團的組成人數往往超過十三人，但是如前所述，各專業項目的評審還是只有一或二人。
- (4)台港電影早已分流，但是金馬獎的評審組成限於現實還是以台灣影人為主。



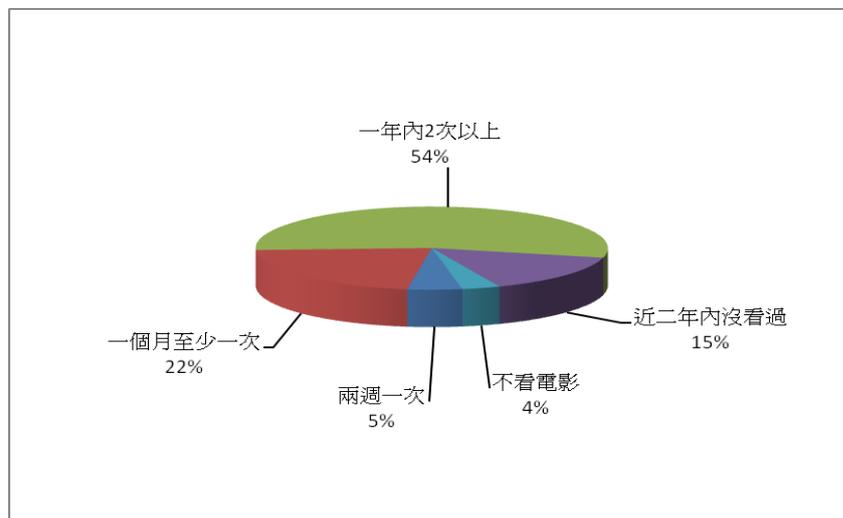
(圖三)

## 二、問卷結果與統計分析

以下為本組針對「高中生對於國片觀感之探討」設計的問卷分析圖表，總共發放 210 份，有效回收 200 份。以高中生的年級、平均觀看國片的次數、選擇類型國片、對近期國片滿意度…等，來作問卷調查及分析。

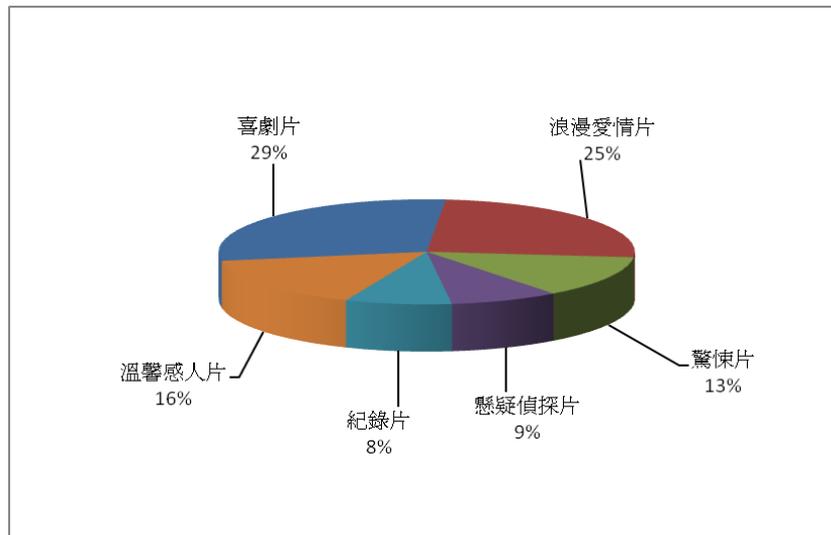
### (1)平均多久去電影院看「國片」電影

在觀看國片的部分，一年內 2 次以上的佔了一半以上；一個月至少一次的有 22%；有 15%的高中生在國片近兩年熱潮期沒看過國片；少數部分的兩週一次有 5%；尚有 4%的高中生不看國片。



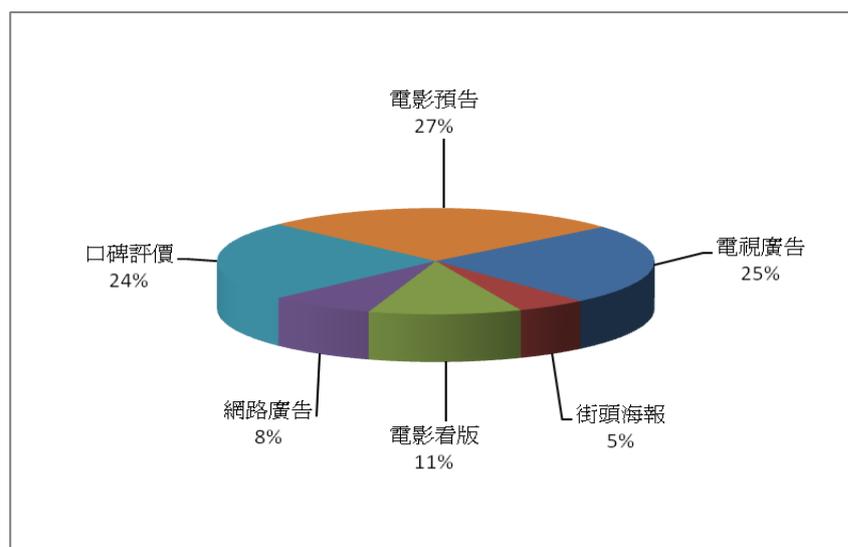
## (2)選擇何種類型的台灣國片

高中生會選擇何種類型的國片呢？有 30%的高中生喜歡喜劇片的輕鬆搞笑成分；另外有 25%高中生嚮往著國片裡的浪漫愛情故事；溫馨感人片跟驚悚片分別為 16%、13%；則紀錄片和懸疑偵探片各佔 8%。



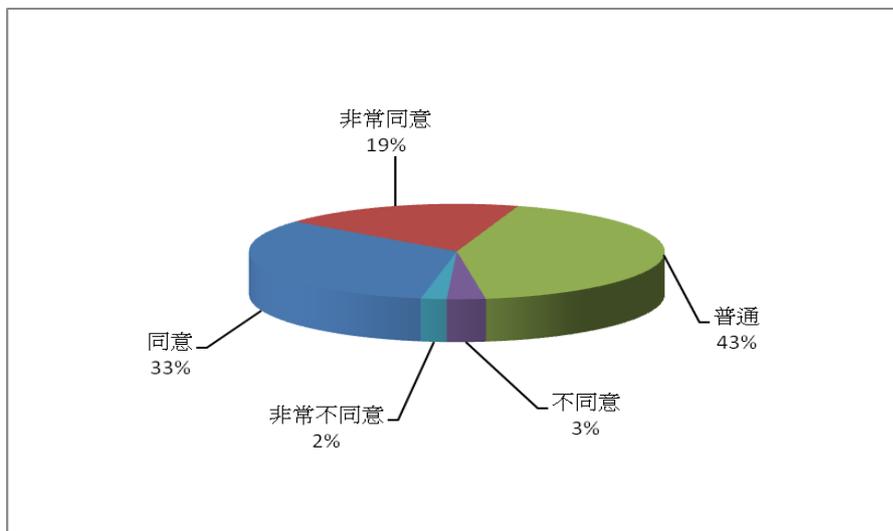
## (3)何種廣告方式最能吸引高中生消費觀看台灣國片

要吸引民眾國片，最不能缺少的就是國片行銷方式。在我們製作的問卷當中，以電影預告最吸引高中生觀看國片，有 27%；當然電視廣告也是「吸睛」的手法，此部分佔了 25%；同儕的口碑評價，也是會影響高中生觀看影片，也有 24%；接下來就是電影看版、街頭海報以及網路廣告，分別為 11%、8%和 5%。



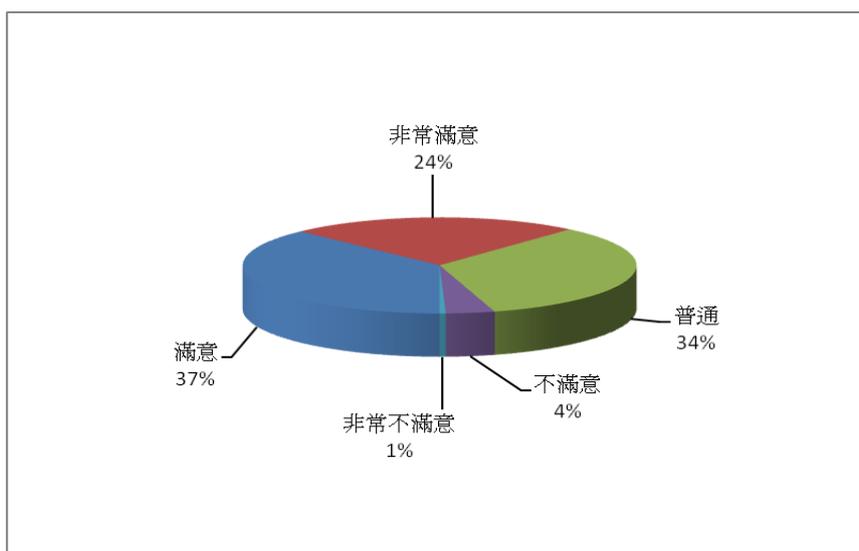
## (4)會向親朋好友們推薦國片，至「電影院」觀看國片

高中生會向親朋好友推薦並且請他們去電影院看國片的高中生超過半數，選擇「同意」的高中生佔大多數；選擇「非常同意」的位居第三，圖表顯示了高中生觀賞玩國片之後，會願意向他們身邊的親朋好友推薦國片，帶動支持國片的風氣。



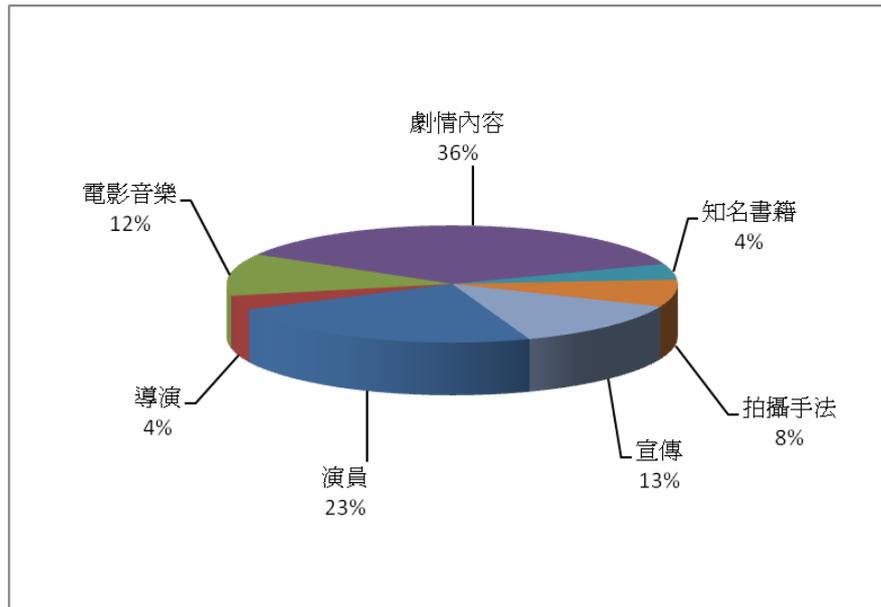
#### (5)對於近期台灣國片滿意度

對於近期國片的題材越來越新穎、多元化，則高中生對於近期國片的滿意度為何呢？根據我們做的問卷調查中，有一半以上為正向回應，其中以滿意為最多，有 37%；其次為普通的 34%和非常滿意的 24%；尚有 4%的不滿意和 1%非常不滿意。



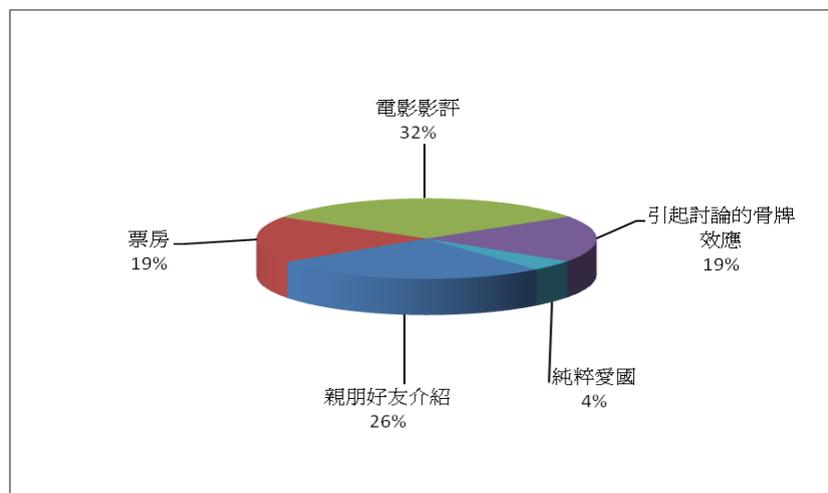
### (6)進電影院觀看國片的主要因素

「劇情內容」是影響高中生最大的主要因素，一部好看的國片最重要的在於他的劇情內容夠不夠創新、夠不夠吸引人進去電影院觀賞，大部分的高中生最喜歡電影裡劇情創新的元素，其次是「演員」，而演出電影角色的演員也成了高中生選擇是否觀賞影片的主因；其餘的像是宣傳跟電影音樂也是吸引高中生看國片的因素之一。



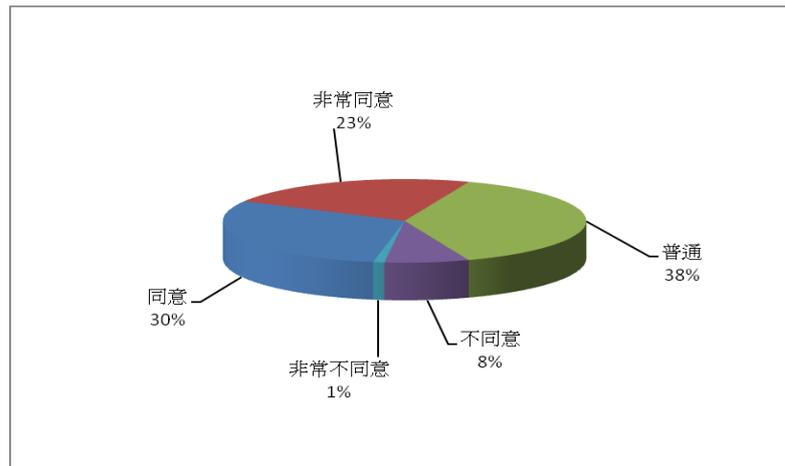
### (7)進電影院觀看國片的間接因素

從比例圖中就可以清楚知道，高中生取得國片資訊的管道，大部分都是從電影的影評就可以清楚了解，自己是否決定要看這部國片的原因，其次是家人以及同儕看完後推薦和介紹，也成了高中生選擇觀看國片選擇。



## (8)會用行動支持國片，至「電影院」觀看國片

一個國片的票房要很亮眼，一切得要仰賴社會大眾用行動支持國片，在我們小組問卷調查當中，選擇「普通」選項占居多，其次都屬為正向回應，選擇「同意」選項為 30%、「非常同意」選項為 23%；也有些高中生為負面回應，像是「不同意」的選項就有 8%，「非常不同意」選項有 1%，表示高中生其實願意用行動去支持國片。



## 參●結論與建議

### 一、結論

本小組對於現在國片的發燒帶動了國片拍攝的觀光熱潮感到開心，成員經過這次的專題研究當中，發現到高中生對於現在的國片感到滿意。這就顯示了在這世代中，國片編劇及導演相當重視貼近生活及各個年齡層民眾的心情為題材的電影，小組成員看過了幾部現在所產出的電影，無庸置疑的，故事題材輕鬆搞笑、貼近民眾的生活圈，讓現在的國片更加的親民。

根據問卷分析出來的結果，哪一種主要原因會影響高中生進電影院觀賞電影的部分，其中就以「劇情內容」為居多，明顯表達出國片的劇情內容，會取決於高中生是否有興趣想進去電影院觀賞國片的最大主因。一部票房成績亮眼的國片，在於他的票房、口碑，是否贏得了社會大眾的心，這也是很重要的，若一部片子的劇情內容很好，那麼，觀賞完的高中生，就會去跟他的家人或是朋友推薦那一部電影，「一傳十，十傳百」，那麼這部片子的口碑就會被建立起來了。

至於高中生是否支持國片的部分，選「普通」的比率為 35%，而選同意及

非常同意的比率計 54%，表示高中生對於支持國片意識的這個區塊雖沒有很強烈，但若「劇情內容」很吸引人，超過半數的高中生其實願意用行動支持國片。

## 二、建議

### (1)增加國片首映的曝光度

本小組覺得現在國片在國內首映的曝光度還不夠，小組成員有時去詢問幾位高中生同學是否知道新上映的國片，很多同學都還不知道新上映國片的部分資訊，都是要等到新上映的國片票房不錯成為發燒話題，或是經由同儕去看完之後的分享，才會有注意到新上映國片的資訊。

### (2)訂國片日

本小組認為可以將每月的某一天定為國片日，凡當日觀看國片有票價優待等活動，刺激高中生進電影院觀賞國片的意願。其次，宣傳的曝光度要足夠，要先讓大家知道有這樣的國片存在，才會引起大家的好奇，進而去觀賞國片，再經過大家的口耳相傳就會有更好的票房佳績！

### (3)政府提供獎勵金

目前政府雖已提供拍攝國片的獎勵金，但因拍一部好電影的成本很高，若能再提高獎勵金，且國片上映時，可以利用各種管道廣為宣導，相信會有較多人願意加入拍攝國片的行列，可拍出讓國片再度成為奇蹟的好電影，也能將國片行銷到世界各地，讓台灣出產的「國片」，名聲更響亮。

## 肆●引註資料

1. 黃仁(2005)，發展觀眾及教育觀眾的計劃釐訂—以台灣經驗出發。台灣電影筆記。
2. 中華民國行政院新聞局 電影事業服務。  
<http://info.gio.gov.tw/lp.asp?CtNode=4926&CtUnit=350&BaseDSD=12&mp=2>
3. 台灣電影網。<http://www.taiwancinema.com/fp.asp?xItem=7308&ctNode=17>。
4. 王令佳、陳韻淇、潘翎慈 (2008)。「台灣國片的興起、式微與再興之研究」。
5. 陳飛寶編 (1988)，台灣電影史話。北京：中國電影出版社
6. 張昌彥、李道明主編 (2000)。紀錄台灣：台灣紀錄片研究書目與文獻選集。
7. 翁景民、許書銘、楊君琦 (1988~1995)。台灣地區電影映演市場集中度分析。
8. 維基百科。<http://zh.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:%E9%A6%96%E9%A1%B5>。