

投稿類別：教育類

篇名：

「韓流」對於青少年偶像崇拜之影響-以 S 高職為例

作者：

林怡妙。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。職高幼三 26 組  
陳怡伶。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。職高幼三 26 組  
蕭菁雯。高雄私立樹德高級家事商業職業學校。職高幼三 26 組

指導老師：

王育英 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

近年來韓國的電視劇、電影、綜藝節目，甚至是音樂K-POP，除了在亞洲地區造成一股旋風以外，也開始進軍歐美地區，在歐美地區亦造成了一股熱潮。隨著熱潮的變動，無論走到何處總是看到有關很多韓國食、衣、住、行。透過台灣的有線電視頻道，大量韓國的資訊文化傳送過來，尤其是韓國偶像劇在台灣青少年之間快速成爲流行，大量韓國資訊娛樂的輸入，也爲韓國文化商品鋪路，並透過韓劇的刺激促使許多人類消費，成爲讓每個少男少女爲之瘋狂的「韓流」。

本文希望藉由探討韓流當中韓國的戲劇、音樂、消費、偶像崇尚這一區塊在台灣的發展現況，並分析其成功的因素，希望台灣能夠學習別人的優點；韓國是如何在這短短的幾年內，將韓國的娛樂事業推展到國際舞台上的？然而韓流來襲對於台灣青少年的影響又是如何？這些都是值得我們去探討的。

### 二、研究目的

「韓流」得以廣泛的流行，體現了當代青少年的價值認同與追求，是社會轉型期青少年價值觀的生動表現。藉由此次探究韓流在台灣發展的情形，並分析

- (一)、探討青少年對於韓流偶像崇拜之消費習慣的影響？
- (二)、探討青少年對於韓流偶像崇拜之休閒娛樂的影響？
- (三)、探討青少年對於韓流偶像崇拜之學習態度的影響？

### 三、名詞釋義

#### (一)韓流：

「韓流」一詞最早是由一位北京記者於 1993 年報導使用，取「寒流」的諧音，用來表達韓國產品與文化在中國越來越盛行的新趨勢。

#### (二)青少年：

本研究所稱青少年是指就讀高中（高職）的在學學生，年齡以 16~19 歲者爲主。

#### (三)偶像崇拜：

本研究所稱「偶像崇拜」是指對人氣指數高的團體歌手、戲劇演員或其他公眾人物的喜愛及認可，包刮欣賞的偶像類型、欣賞因素和喜愛程度。

#### 四、研究範圍

- (一)研究對象：以樹德家商學生為研究對象，了解韓流對於學生的影響。
- (二)研究工具：自製問卷為主，透過問卷了解現階段青少年對韓流在生活造成何影響

### 貳●正文

#### 一、文獻探討

##### (一) 韓流的涵義

所謂韓流（Korean Wave）是因為南韓流行文化興起而來的，亦指電視劇、電影、歌曲、產品等在其他國家中，掀起一股愛好韓國文化的熱潮。」（林宜慧，2013），以大眾媒體和消費文化為本質，由於其感性的指向以及追求愉悅的功能，必然給社會生活方式帶來不可磨滅的影響。

##### (二) 韓流的源起與特性

韓流一般是從韓劇開始。韓劇的流行也帶動韓國音樂、韓國電影、韓國食品、韓國服飾和韓語的流行。在經濟的方面上，韓流也以三星、LG等跨國公司而更加劇發展（維基百科）。為了方便赴韓國體驗韓劇拍攝現場的景觀，以韓劇為中心的旅遊書籍也相繼問世，給台灣赴韓遊客帶來便利。韓劇中的飲食場景頗多，也吸引消費者光顧台北市的韓式餐廳，以體驗韓劇的萬種風情(葉泉宏，2006)。

韓流為什麼在全球尤其是亞洲各地那樣紅？除了技術、題材的原因外，在學者林大根看來，韓國政府多方面的努力是很重要的，韓國政府營造良好的投資和環境、充分保護創作者和相關製作人員的合法權益、加強知識產權保護、引導創作者放眼全球市場、有意識地打造韓國影視劇品牌等，以促進韓國文化產業更好地發展和走向世界。（多彩貴州網文化）

##### (三) 青少年的界定

李惠加(1999)則將青少年的發展分為三個時期，青少年早期13-15歲；中期16-18歲；晚期19-24歲，國中階段大致相當於青年期之早期，高中階段為中期、大學階段開始為後期。綜合上述，青少年的年齡範圍約介於11-24歲，本研究則將研究對象縮小為15-18歲之間的在學高中職日間部學生。

##### (四) 偶像崇拜之意涵

「偶像崇拜」則是一種認同他人的表現(唐淑珊，2008) 偶像一般來說是理想化、浪漫化、絕對化的名人，通常是由商業包裝後而塑造出的，可以帶給青少年嚮往、幻想以及虛榮滿足的人物(岳曉東，2012)。青少年崇拜偶像行為的解釋主要是：向偶像模仿、學習，以建構自我認同；內化偶像的價值信念，以達成社會化的歷程；參與同

儕團體崇拜的行為，以獲得同儕的接納；藉由偶像崇拜來宣洩生活中的壓力和挫折感，並獲得情感寄託、情緒抒解與心靈慰藉。

## 二、青少年偶像崇拜之消費行為

(黃顛穎, 2003) 在「流行音樂、歌手形象、偶像崇拜與消費行為關係研究」中提出迷通常是對偶像的形象產生認同，因此會想收集明星的照片、剪報… 等等，形成一種替代式的擁有。而流行音樂的消費者正是透由這種收藏行為，提昇自己在族群當中的地位，藉由分享崇拜偶像的經驗，達到社交的目標。促使消費者從事購買，以滿足心靈上的需求。青少年因為受到偶像崇拜的影響，青少年的生活方式與生活習慣，多多少少都會跟著他所崇拜的偶像類型，而去模仿偶像或學習偶像的行為。

「消費」在現今社會是愈來愈受到重視的領域，因為消費無時無刻不存在我們的生活中。現金的青少年，看似自主的休閒活動，其實是受到嚴格的升學主義諸多限制，父母所牽掛的大都是學校的課業，青少年的休閒時間非常有限，在外在環境的限制下，只求能夠獲得內心愉悅的休閒心情，青少年早已習慣了將消費流行文化產品活動(看電視、看電影、看漫畫、聽音樂)，當成是休閒娛樂活動，因此，不用花費太多時間與體力，又能得到短暫娛樂的流行文化產品消費活動，幾乎主宰了多數台灣青少年的休閒生活(黃秋碧,1998)。

本文研究希望藉由探討韓流當中韓國的戲劇、音樂、消費、偶像崇尚這一區塊在台灣的發展現況，並分析其成功的因素。

## 三、研究方法

### (1) 研究架構

本研究主要探討韓流偶像對台灣青少年的生活產生的影響，本章共分為四節，分別為研究架構、研究對象、研究工具、研究程序、資料處理與分析。依據研究目架構圖繪製如圖 3-1

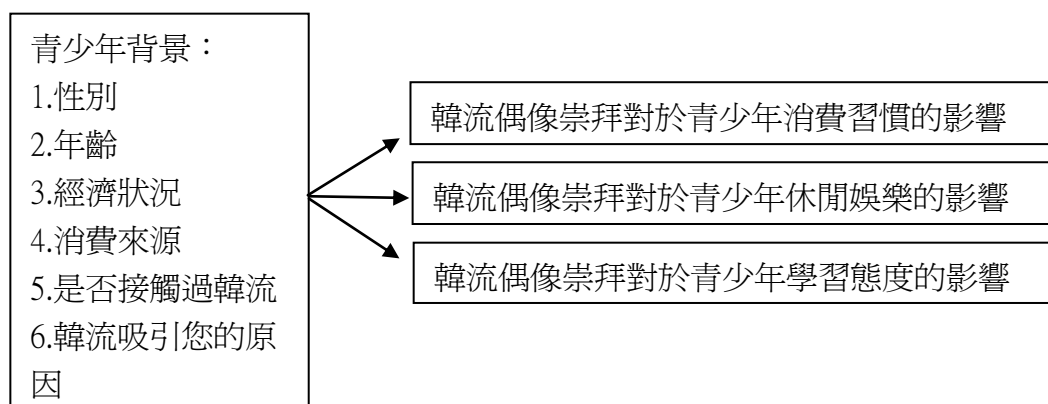


圖 3-1

(二) 研究對象

本研究因區域性及年齡限制，僅以 S 高職為例，年齡層以 16-19 歲為主，以便了解目前學生在韓流的衝擊之下對生活有何影響。

(三) 研究工具

本研究使用書籍、網路和問卷的方式進行蒐集資料。在照片方面，實際到店家進行參觀和上網找相關的圖片。在書籍方面，利用書上的資料進行統整，加以敘述。在問卷方面，因受限區域性以 S 高職為例的高職生進行 150 份問卷填寫，並加以統整。在統計分析方面，利用問卷的方式，利用 EXCEL 方式進行分析統計。在參觀方面，使用相機進行拍攝及參觀。

1. 研究過程&實地參訪

表 1 研究過程&實地參訪

		
使用筆電找文獻	實地參訪店家	實地參訪店家
		
圖書館找尋相關文件	實地參訪店家	實地參訪店家
		
圖書館找尋相關文獻	偶像代言商品	偶像代言商品
		
電視節目 (戲劇)	電視節目 (戲劇)	電視節目 (戲劇)

#### 四、研究流程

為有效達到研究的目的，本研究所進行的步驟與流程如下：

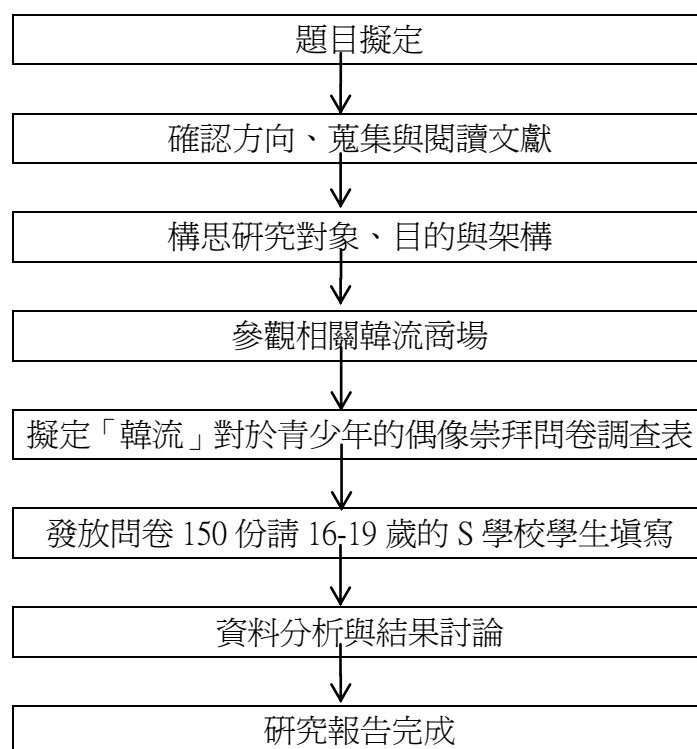


圖 3-2 研究流程圖

針對整個研究過程文獻探討所得，加以歸納整理，提出結果與建議。最後，將研究過程、結果整理歸納，撰寫成書面報告。

#### 五、資料分析

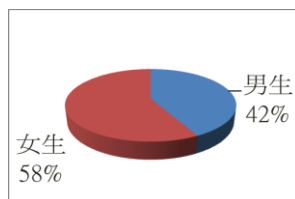
問卷回收後將資料登錄電腦進行統計分析，採用Excel之統計軟體進行資料處理與分析，探討「韓流」對於青少年的偶像崇拜之影響及生活價值觀。問卷設計之內容先經由文獻探討及變數定義並加以修改，研究者共同討論以使填達者能明確的回答，以期能使問卷具有較高的效度。

### 參●結論

#### 一、問卷分析

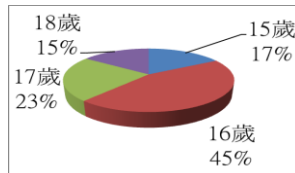
本研究以S高職學生為例，發放150份問卷，無效問卷20份，有效問卷130份。問卷回收以Ecexl軟體進行問卷統計，統計其結果並且加以討論及說明

## 第一部份



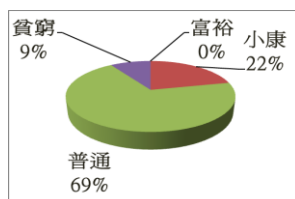
### 1. 您的性別

由分析結果得知，男生比例為 42%、女生比例為 58%，以女生比例為最多。



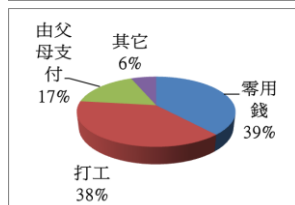
### 2. 您的年齡

由分析結果得知，年齡15歲比例為17%、16歲比例為45%、17歲比例為 23%、18歲比例為15%，以16歲比例為最高。



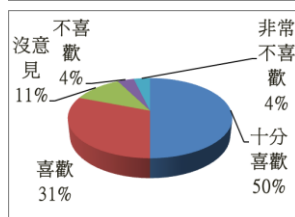
### 3. 家中經濟狀況

由分析結果得知，經濟來源以普通69%、小康22%、貧窮16%、富裕0%，其中以普通比例為最高。



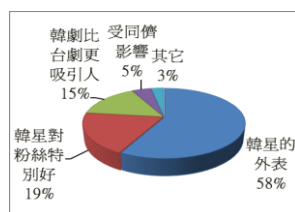
### 4. 您購買產品的消費來源

由分析結果得知，青少年的消費來源零用錢 39%、打工 38%、由父母支付 17%、其它 6%，其中以零用錢比例為最高。



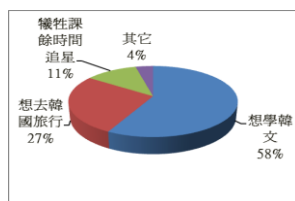
### 5. 您對韓流喜歡的程度

由分析結果得知，對韓流的喜歡程度，十分喜歡 50%、喜歡 31%、沒意見 11%、不喜歡 4%、非常不喜歡 4%，因此以十分喜歡 50%為最多。



### 6. 韓流吸引您的原因比例分析

由分析結果得知，研究者發現韓流吸引青少年的原因，韓星的外表 58%、韓星對粉絲特別好 19%、韓劇比台劇更吸引人 15%、受同儕影響 5%、其他 3%。其中以韓星的外表比例為最高。

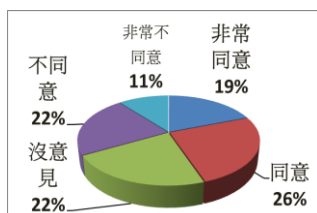


### 7. 韓流對您的影響比例分析

由分析結果得知，韓流對您的影響，想學習韓文佔58%、想去韓國旅行佔27%、犧牲課餘時間追星11%、其它4%，其中以想學韓文比例為最高。

## 第二部份比例分析

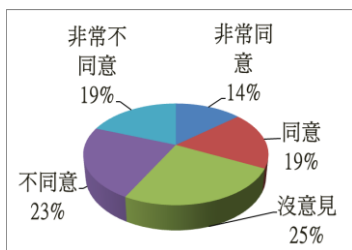
### 1、關於偶像崇拜影響之統計結果



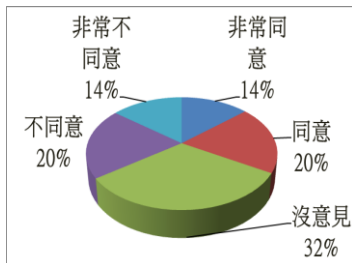
#### 1. 我喜歡韓國服飾，多半是因為韓劇和偶像。

由右圖可知，非常同意佔22%，同意佔30%，沒意見佔 23%，不同意佔17%，非常不同意佔8%，其中以同意我喜歡韓國服飾，多半是因為韓劇和偶像比例為最高。

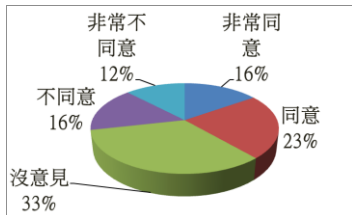
「韓流」對於青少年偶像崇拜之影響—以S高職為例



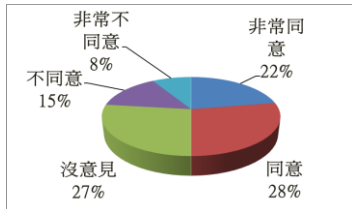
2.我認為韓國團體比台灣團體，更有向心力，更具有默契。  
由右圖可知，非常同意佔 14%，同意佔 19%，沒意見佔 25%，不同意佔 23%，非常不同意佔 19%，其中以對於我認為韓國團體比台灣團體，更有向心力，更具有默契沒意見比例為最高。



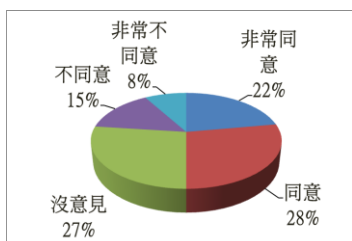
3.我認為韓國偶像比台灣偶像更有親和力以及時尚感。  
由右圖可知，非常同意佔 14%，同意佔 20%，沒意見佔 32%，不同意佔 20%，非常不同意佔 14%，其中以對於我認為韓國偶像比台灣偶像更有親和力以及時尚感沒意見比例為最高。



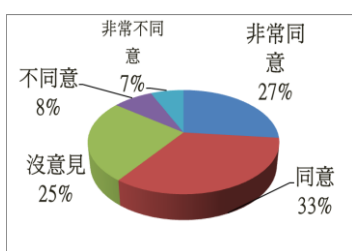
4.我認為偶像所代言的東西，都很優質。  
由右圖可知，非常同意佔 16%，同意佔 23%，沒意見佔 33%，不同意佔 16%，非常不同意佔 12%，其中以對於我認為偶像所代言的東西，都很優質沒意見比例為最高。



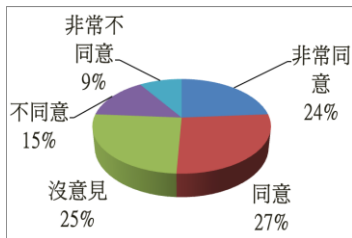
5.我認為韓國的歌曲比台灣來的更有吸引我去聽。  
由右圖可知，非常同意佔 22%，同意佔 28%，沒意見佔 27%，不同意佔 15%，非常不同意佔 8%，其中以同意認為韓國的歌曲比台灣來的更有吸引我去聽比例為最高。



6.我認為韓國舞蹈更讓我想去欣賞並有想學的衝動。  
由右圖可知，非常同意佔 23%，同意佔 26%，沒意見佔 29%，不同意佔 13%，非常不同意佔 9%，其中以對於我認為韓國舞蹈更讓我想去欣賞並有想學的衝動沒意見比例為最高。

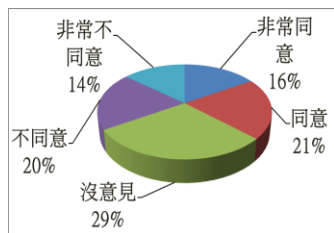


7.我認為韓劇比台灣的戲劇更具有吸引力。  
由右圖可知，非常同意佔 27%，同意佔 33%，沒意見佔 25%，不同意佔 8%，非常不同意佔 8%，其中以同意我認為韓劇比台灣的戲劇更具有吸引力比例為最高。



8.韓流文化增強我想學韓文及前往旅遊的慾望。  
由右圖可知，非常同意佔 27%，同意佔 33%，沒意見佔 25%，不同意佔 3%，非常不同意佔 7%，其中以同意韓流文化增強我想學韓文及前往旅遊的慾望比例為最高。

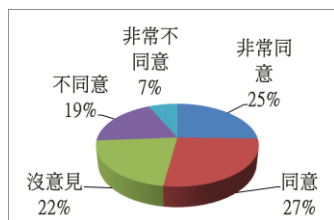




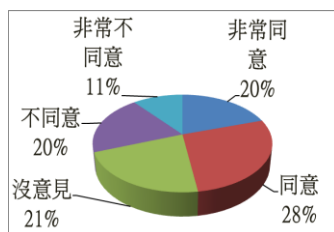
9.我會看韓國偶像的戲劇，為我生活休閒重心。

由右圖可知，非常同意佔16%，同意佔21%，沒意見佔29%，不同意佔20%，非常不同意佔14%，其中以對於我會看韓國偶像的戲劇，為我生活休閒重心沒意見比例為最高。

## 2、關於消費行為影響之統計結果



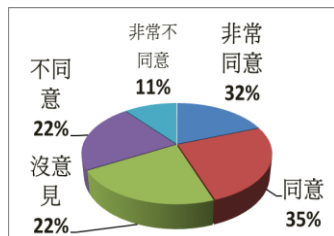
1.只要看到喜愛的韓國商品我都會買，例如：海報、貼紙。  
由右圖可知，非常同意佔25%，同意佔27%，沒意見佔22%，不同意佔19%，非常不同意佔7%，其中以同意只要看到喜愛的韓國商品我都會買，例如：海報、貼紙比例為最高。



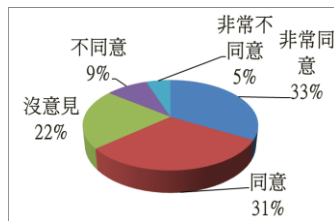
2.我能為了買偶像代言的商品，打工，存錢。

由右圖可知，非常同意佔20%，同意佔28%，沒意見佔21%，不同意佔20%，非常不同意佔11%，其中以同意我能為了買偶像代言的商品，打工，存錢。比例為最高。

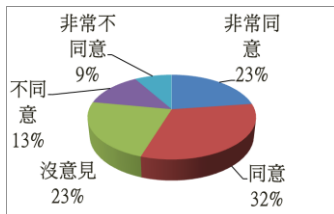
## 3、關於學習態度影響之統計結果



1.我會時時刻刻關注偶像動態，儘管我不想開網路玩手機。  
由右圖可知，非常同意佔32%，同意佔35%，沒意見佔22%，不同意佔22%，非常不同意佔11%，其中以對於我會時時刻刻關注偶像動態，儘管我不想開網路玩手機沒意見比例為最高。

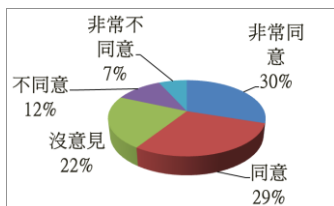


2.看到有人用言語攻擊我的偶像，我會想立刻回擊。  
由右圖可知，非常同意佔33%，同意佔31%，沒意見佔22%，不同意佔9%，非常不同意佔5%，其中以非常同意看到有人用言語攻擊我的偶像，我會想立刻回擊比例為最高。



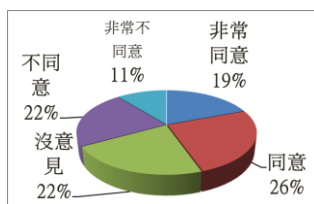
3.我認為韓劇給我很多思想上的改變。

由右圖可知，非常同意佔23%，同意佔32%，沒意見佔23%，不同意佔13%，非常不同意佔9%，其中以同意我認為韓劇給我很多思想上的改變比例為最高。



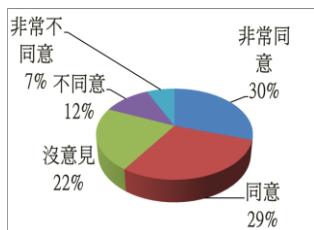
4.我認為追星是合理化的，不該被阻止。

由右圖可知，非常同意佔30%，同意佔29%，沒意見佔22%，不同意佔12%，非常不同意佔7%，其中以非常同意我認為追星是合理化的，不該被阻止比例為最高。



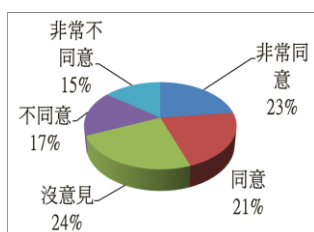
5.我能爲了看韓劇而熬夜，儘管隔天要早起。

由右圖可知，非常同意佔19%，同意佔26%，沒意見佔22%，不同意佔22%，非常不同意佔11%，其中以同意我能爲了看韓劇而熬夜，儘管隔天要早起比例爲最高。



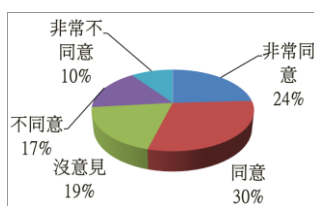
6.我認爲學習韓文，可以讓我更接近我的偶像。

由右圖可知，非常同意佔14%，同意佔20%，沒意見佔32%，不同意佔20%，非常不同意佔1%，其中以對於我認爲學習韓文，可以讓我更接近我的偶像沒意見比例爲最高。



7.爲了維護韓國偶像，我能不惜與朋友翻臉。

由右圖可知，非常同意佔23%，同意佔21%，沒意見佔24%，不同意佔17%，非常不同意佔15%，其中以對於爲了維護韓國偶像，我能不惜與朋友翻臉沒意見比例爲最高。



8.我認識韓流文化、讓我生活更有趣味性。

由右圖可知，非常同意佔24%，同意佔30%，沒意見佔19%，不同意佔17%，非常不同意佔10%，其中以同意比例爲最高。

根據以上結果分析，關於偶像崇拜影響之統計結果研究者發現，大多數青少年在偶像崇拜方面覺得偶像代言的產品很優質，並且希望能夠前往韓國旅遊順便追星，此種現象也間接的影響了青少年的消費價值觀，例如：青少年願意花時間去打工以換取金錢購買偶像產品。而在學習態度方面，學生們願意熬夜將整套韓劇看完或者是請假追星，還有人甚至能夠爲了偶像不惜與朋友翻臉。韓流文化對我們的影響有好有壞，好的影響就讓它持續存在，而壞的影響大家也該適時的改變並且讓破壞降至最低。

## 二、結論與建議

### (一) 結論

許多人談韓流，都認爲是一種「文化侵略」，本文從問卷答案中並無感覺到台灣受到韓國的文化侵略，也許台灣原本就是個多元社會，包容力強，因此多數人將「韓流」視爲是一種文化交流與溝通的管道。我們其實可以發現，「韓流」之所以能夠成功的發展，蔓延至全世界，並且能夠持續發展至今，除了藝人本身具備的實力和努力，經紀公司對自家藝人的管理和訓練，以及偶像包裝，還有各個製作公司提供好的題材、音樂以及舞台提供其發展以外，還有韓國的企業、集團，更甚至是有韓國的政府一起給予支持和應援的，韓流的成功和發展並不是只是靠單一方的努力就能夠完成

「韓流」對於青少年偶像崇拜之影響—以S高職為例  
的，也因為有大家共同努力、去創造和經營，才能夠像現在這樣子的「持續」、「不間斷」，影響所及的範圍和其影響力，這些都是我們學習的方向，創造出屬於我們自己的文化。

## (二) 建議

- (1) 建議大家可以在支持本土文化的同時也可以吸收一些外來文化，以學習者的立場去看待外來的文化，而不是一昧的拘束在本土文化而不吸收任何外來的文化。
- (2) 唯有本土文化與外來文化彼此切磋琢磨才能創造出更好的一面，也才能讓我們有源源不絕的創造力，促使我們能與世界一同進步、成長。

## 肆●引註資料

- 一、李惠加（1999）。青少年發展。台北：心理出版社。
- 二、黃秋碧（1998），漫畫閱讀之遊戲、快感經驗與社會實踐—以世新、政大學生為例，已出版，私立世新大學傳播所碩士論文，台北。
- 三、黃顛穎（2003）。流行音樂歌手形象、偶像崇拜與消費行為關係研究。已出版。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。高雄。
- 四、岳曉東（2010），偶像榜樣化教育—談青少年追星行為之引導策略。已出版。香港城市大學。香港。
- 五、宋元根（2013），為何韓劇會風靡亞洲--以大長今為例，2004年台灣電視媒體大未來國際研討會。公共電視。台北市。
- 六、唐淑珊（2008），偶像崇拜、消費價值與行為意向關係之研究—以中部地區青少年觀看韓劇為例。朝陽科技大學碩士論文。台中。
- 七、維基百科：<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E6%B5%81>
- 八、韓知名學者林大根：中國文化是"韓流"的"水庫"：  
<http://big5.huaxia.com/zhwh/whrw/rd/2013/11/3630761.html>