

出國報告（出國類別：考察）

韓國影視音文化產業考察計畫報告

服務機關：客家委員會

姓名職稱：劉視察慧萍、楊科長秀禎

派赴國家/地區：韓國/首爾、光州

出國期間：113年11月26日至113年11月29日

摘要

鑒於近年韓國影視、K-POP流行音樂對全球市場強勢輸出，韓國韓劇（K- Drama） 韓國流行音樂（K-POP），讓韓國文化邁向海外的韓流產業。另外，韓國出版經營、異業結合及開發周邊商品等，也提升韓國內容產業國際能見度，值得觀摩學習，故由本會藝文傳播處劉簡任視察慧萍及負責客家影視音文化及文學出版相關業務之楊秀禎科長前往考察，依序拜會國立亞洲文化殿堂(Asia Culture Center)、光州媒體藝術中心(G. MAP)、韓國電影資料館 한국영상자료원、韓國韓流K-POP Ktown4U COEX粉絲夢想館K-POP(STARSHIP、SM、HYBE、JYP和YG) 產業市場消費及觀察韓江-獨立書店(2024諾貝爾文學獎得主)、韓國首爾星空圖書館、MBC文化廣播公司，藉此了解韓國影視音樂文化發展現況及政策，借鏡韓國推動韓劇、韓國流行音樂（K-POP）及出版產業經驗，期能對臺灣客家影視音樂出版產業推展，提供重要的策略與思考方向。

目次

摘要 2

內容

壹、考察目的及行程	4
一、考察目的	4
二、行程	4
貳、參訪觀察及心得	5
一、好客空間	5
二、韓國電影資料館 한국영상자료원	7
三、韓國文化廣播公司(Munhwa Broadcasting Corporation)	9
四、亞洲文化殿堂	11
五、光州媒體藝術平臺	14
六、Ktown4U COEX粉絲夢想館	16
七、星空圖書館	18
八、國立民俗博物館	20
九、韓江與「書店今天」	22
參、建議事項	26
一、客家影視文化	26
二、客家流行音樂	27
三、推廣客家文學.....	27
四、參考資料	28

壹、考察目的及行程

一、考察目的

鑒於韓流文化帶動韓國文化輸出，其完善成熟的影視文創產業發展政策為韓國帶來知名度與實質經濟效益，為拓展客家文化內容產業發展，規劃考察南韓影視音發展環境，以借鏡韓流K-POP流行音樂及影視發展之產官合作模式，考察瞭解影視文化內容之軟硬體設施及銷售通路等成功經驗，做為國際客流內容產業發展政策方向之參考，爰規劃辦理本次考察。

二、行程

本次考察行程為 113 年 11 月 26 日(星期二)至11 月 29 日(星期五)，共4日，行程包含參訪亞洲文化殿堂(Asia Culture Center, ACC)、光州媒體藝術平臺 (Gwangju Media Arts Platform)、韓國電影資料館 한국영상자료원、韓國韓流K-POP Ktown4U COEX粉絲夢想館、K-POP 影視產業市場消費情形，參觀韓江-獨立書店(2024諾貝爾文學獎得主)、韓國首爾星空圖書館及韓國文化廣播公司(Munhwa Broadcasting Corporation)等機構，行程表如下：

日期	行程	區域	住宿
11 月 26 日(二)	桃園機場→仁川機場→首爾 ● 好客空間(HiKR GROUND) (하이커그라운드)	首爾	首爾
11 月 27 日(三)	● 拜會韓國電影資料館 한국영상자료원 ● 韓國文化廣播公司(Munhwa Broadcasting Corporation)	首爾.光州	光州
11 月 28 日(四)	● 拜會國立亞洲文化殿堂(Asia Culture Center) ● 光州媒體藝術中心(G. MAP) ● Ktown4U COEX粉絲夢想館K-POP(STARSHIP、SM、HYBE、JYP和YG)產業市場消費及觀察 ● 星空圖書館	光州.首爾	首爾
11 月 29 日(五)	● 國立民俗博物館 ● 韓江-獨立書店(2024諾貝爾文學獎得主) 首爾→仁川機場→桃園機場	首爾	

貳、參訪觀察及心得

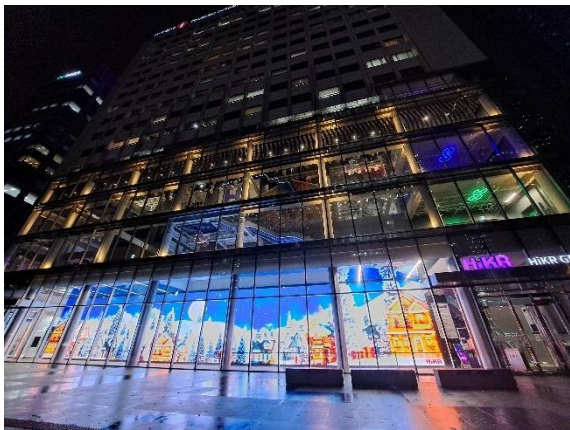
一、好客空間

2022年7月韓國觀光公社於首爾中區興建的5層大樓，本館名稱(HiKR GROUND)可拆解為「Hi」、「KR」（嗨！韓國），是結合K-POP文化與媒體藝術，並以年輕的MZ世代遊客為訴求的旅遊宣傳館。

本館以二樓K-POP空間的現場製作影視音樂體驗最為吸引人，個人可自由選擇車廂、洗衣店、舞台、攝影棚、太空艙等場景，自行調整背景、燈光顏色和音樂，還能錄影留下紀錄，一圓明星夢。

三樓和四樓則以亮麗、繽紛色彩造景，展示各地旅遊特色互動遊戲，讓遊客對於韓國景點初步認識，另有提供K-POP明星辦理粉絲歌迷交流或座談分享的舒適新潮空間或活動區，到此一定會拿起相機拍不停。一樓則以巨大屏幕「好客媒體牆(HiKR Wall)」宣傳旅遊或商品。

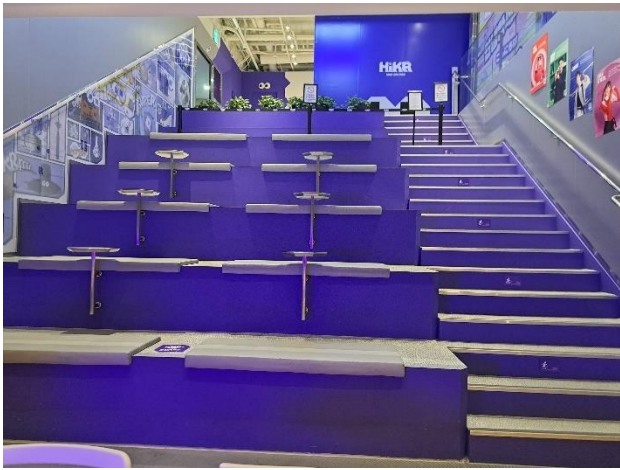
到訪時為週間晚上，仍有外籍旅客及在地高中生於二樓體驗，耳邊傳來最夯的APT音樂，印象深刻的則是三樓以bling bling 色系為各地方特色策展，時尚新穎的空間規劃，以及集結各地吉祥物的群體市聯合推介旅遊與文創商品，看著三三兩兩的訪客，這棟大樓已達預期績效成功宣傳。



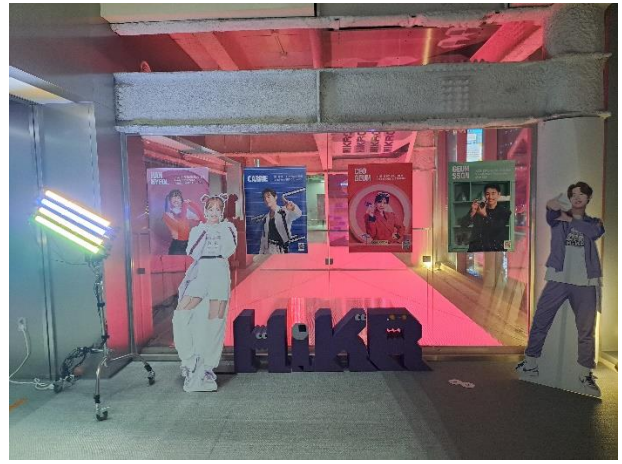
圖：大樓外觀及一樓好客媒體牆



圖：地方特色展示區



圖：分享空間或活動區



圖：參訪當期合作推廣歌手



圖：拍攝場景之一



圖：地方吉祥物大集合



圖：為您打造明日之星



圖：網美打卡與明星同框

二、韓國電影資料館 한국영상자료원

成立時間1974年（前身為「韓國映畫資料院」），位於首爾市瑞草區，隸屬韓國文化體育觀光部，設有影院、展覽館、圖書館與檔案庫等，主要工作係為保存韓國電影文化遺產（包括影片、劇本、海報、設備等），促進電影學術研究與教育及提供公眾影視資源服務。

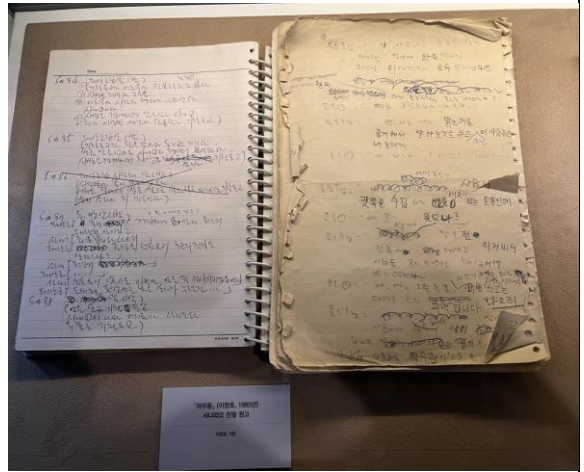
經館內工作人員介紹，目前館藏超過20,000部電影，其中逾500部經典韓國電影提供線上免費觀看，館內典藏逾100萬件文物（如劇照、海報、放映機、導演手稿等珍貴資料），並建立數位檔案庫提供線上電影海報、劇本、拍攝許可證等歷史文件。為響應聯合國教科文組織訂定之每年10月27日「世界影音遺產日」，韓國也參與全球電影保存計畫，向各界發布年度典藏修復及數位化成果，並策劃韓國主題電影參加坎城、柏林影展，並與國際電影資料館聯盟（FIAPF），以及日本東京國立近代美術館及法國電影資料館簽署跨國檔案交換協議，推動國際影視聯盟交流。

館內設有免費電影院「Cinemateque KOFA」定期放映經典與藝術電影，並依不同策展主題辦理社區影展（如「女性導演回顧展」、「冷戰時期的韓國電影」），並舉辦「首爾獨立電影節」，提供新銳導演放映平台。圖書館與展覽館每週二至週日10:00-18:00免費參觀，電影院放映日程前一個月公布官網（通常週末加場放映），常設館可免費入場，其他主題特展或特別放映需購票約5,000-10,000韓元(折合台幣約110元至230元)。每年入館人數計約122萬餘人次。

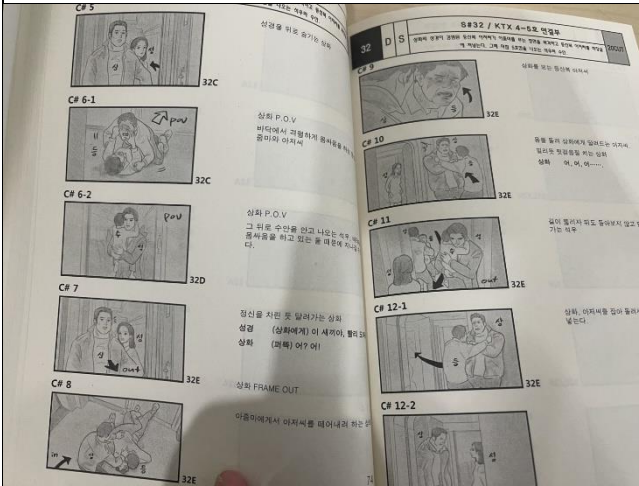
本次參觀韓國電影資料館（KOFA）屬小而美的政府機構，規模人力雖不多，但卻肩負保存電影遺產的神聖使命，KOFA也是連結學術、教育與大眾的文化樞紐，他們也朝數位化與國際化前進，民眾如對韓國電影史或特定導演作品感興趣，還可至KOFA的線上平台觀影，這個看似影視產業環節中的末梢單位，卻是將韓國人文歷史，以影視文化資料方式將韓國文化傳送出去的世界之窗，極具國際行銷推廣價值。目前台灣財團法人國家電影中心，也為台灣影視產物進行膠捲、文物、紙質等各類藏品之整飭、修復、數位化，藏品的管理保存和修復工作。本會客家公共傳播基金會和國家電影視聽中心首次合作將1980年出品的電影《原鄉人》改編自臺灣本土文學家鍾理和同名小說故事，完成數位影像修復(客語配音)及公開播映宣傳。



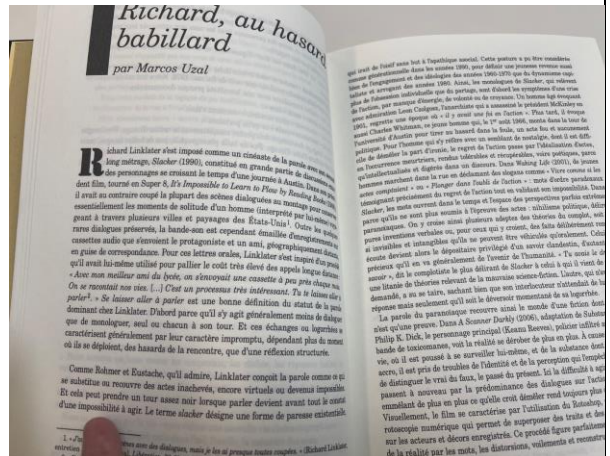
圖：圖書館外觀



圖：導演手稿留存展示



圖：電影劇本及分鏡表收藏



圖：海外導演將劇本主動捐贈收藏



圖：古往今來劇本及拍攝器材展示



圖：接待導覽人員合影留念

三、韓國文化廣播公司(Munhwa Broadcasting Corporation)

韓國最具影響力的媒體集團之一，成立於1961年12月2日，最初名為「首民放送」(Daehan Broadcasting Corporation)，1963年改為韓國文化廣播公司，由「放送文化振興會」(非營利基金會)控股70%，其餘30%由《東亞日報》持有。韓國政府透過基金會方式間接影響其運作，MBC屬國際媒体集團，其高品質的內容不僅在國內大賣，也出口海外50多個國家，受到海外觀眾好評。

主力營運項目，包括(一)電視頻道：MBC TV，MBC Drama、MBC Every1(綜藝)、MBC Sports+等專業頻道。(二)廣播電台：MBC標準FM(新聞與談話)、MBC FM4U(音樂)、地區分台等。(三)數位平台：串流服務「MBC Play」、YouTube頻道(國際觀眾拓展)及OTT合作。製作歷史劇與浪漫劇聞名《大長今》(2003，全球130國播出)帶動韓國飲食旅遊熱潮、《擁抱太陽的月亮》(2012)、《W—兩個世界》(2016)。也是國際韓流推手，通過電視戲劇與綜藝節目輸出韓國文化，每年舉辦「MBC演藝大賞」與「MBC演技大賞」，也是韓國娛樂界最具代表性的獎項。



圖：大樓外觀



圖：新式攝影棚



圖：韓劇室內攝影棚



圖：大長今外景拍攝展示



圖：MBC偶像團體



圖：MBC偶像團體

四、亞洲文化殿堂

「光州市」是民主運動「518 光州事件」發生地，韓國金大中前總統於 2002 年發表「光州文化之都」宣言，在事件發生的主要場所（即全羅南道廳舊址）設立亞洲文化殿堂園區 Asia Culture Center (ACC)，隸屬於文化體育觀光部，ACC 對 5.18 民主化運動（May 18 Democratic Movement）的人權與和平的意義進行藝術昇華，透過亞洲文化的交流、教育、研究等，增進亞洲各國之間的理解，實現共同成長。

歷經 6 年興建，自 2015 年起營運，園區為地下 4 層及地上 4 層的建築，藉由大量採光窗及燈具設計，讓地下空間引入自然風與光，維持場域明亮的視覺印象。除展示歷史資料，保存歷史記憶及紀念民主運動，也致力於培養藝術專業人才及發揚，是韓國政府推動的跨國文化機構。整體園區在舊建築群周圍計 11 公頃，分為六大核心空間：

(一)民主和平交流院：基於亞洲文化資源和同時代藝術，透過開發融複合教育內容來提供文化藝術享受、創造和體驗平台，並提供融合文化藝術專業教育。現因修復工作，無法正常觀摩。

(二)兒童文化院：透過利用豐富的亞洲文化資源開發多樣化內容提供創意和獨創性的文化體驗活動。

(三)文化資訊院：以亞洲文化研究為基礎，進行新聞、論壇、出版等各種形態的知識生產並提供多方面的研究平台。

(四)文化創造院：創製作中心是策劃開發結合人文、藝術、科技的融複合內容的實驗室(LAB)為基礎的創製作平台。

(五)藝術劇場：舉辦國際論壇、表演藝術節與影展設置兩個中型多功能劇場，分別可容納約 500 個及 950 個座位，地板、牆壁及座位可依表演者需求調整自由變形移動。

(六)亞洲文化廣場：白天會噴灑水霧噴泉，到夜晚 LED 窗戶便會射出五彩繽紛的優美光束，呈現氣派的情景。因為地面有一定坡度，適合設大型舞台和舉辦大規模慶典。

由於空間非常大，展演場域數量多，在有限時間內僅能快速瀏覽，為新穎、舒適的空間，依功能差異的場館質材設計，均能讓人進入現場立即可分辨運用，策展的內容與多樣化令人目不暇給，極力睜大眼睛像海綿般盡情觀賞，戶外的公共藝術裝置及園藝造景亦令人感到讚賞，幸運的是在圖書館為 2024 獲諾貝爾文學獎的作家韓江設置專區，為「光州事件」擴散效應再添一筆。台北當代藝術館曾攜手韓國國立亞洲文化殿堂（Asia Culture Center），共同呈獻「偶然的運轉」展覽，也有台灣樂團到訪演出。



圖：熱情認真的中文導覽人員



圖：融入自然像畫一樣的藝術造景



圖：深受親子歡迎的繪圖動畫遊戲



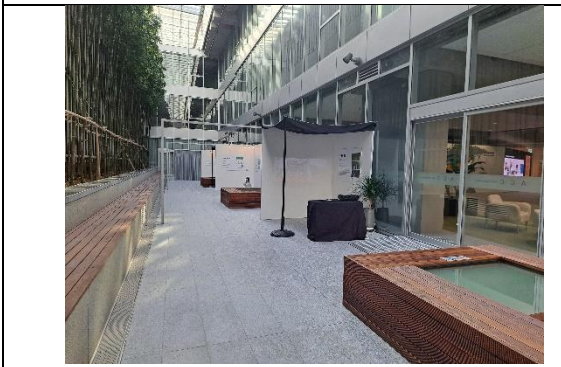
圖：自己的畫作成為動畫的角色



圖：可互動的大屏幕



圖：藝術性的照明設計



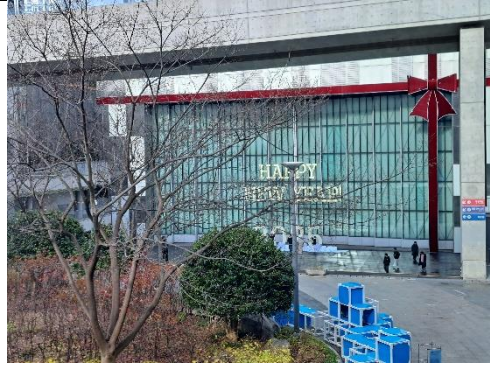
圖：通風透光的多功能空間



圖：慶祝韓江獲獎的作品專區



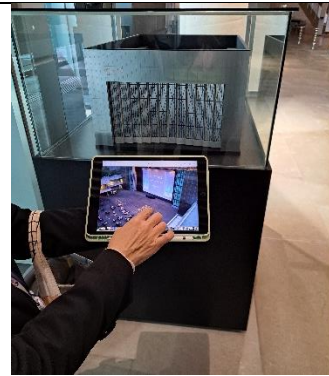
圖：藝術的園區一角



圖：藝術劇場館外觀



圖：展覽



圖：多功能變形劇場



圖：大型活動廣場



圖：每天下午5：18分撥放紀念歌的時鐘



圖：文創商品



圖：機器人也是服務人員

五、光州媒體藝術平臺

光州除了民主事件外，還有光電產業與研發區，促成媒體內容產業、LED產業和設計產業蓬勃發展，聯合國教科文組織2014年選定為韓國首個媒體藝術創意城市，是韓國西南部文化和藝術重鎮。

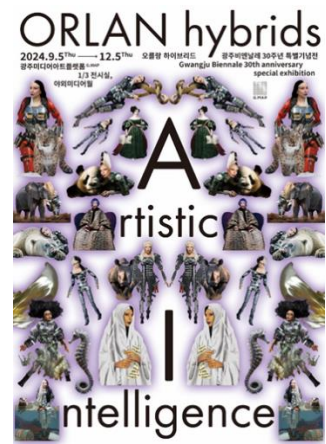
光州媒體藝術平臺(Gwangju Media Art Platform)，於2022年3月30日開館，“GMAP”是該平臺的英文縮寫，“G”代表“光州”，而“MAP”則有“繪圖”之意，具有“繪製地圖”和“應用圖像（媒體）”的內涵，透過制定“光州媒體藝術創作城市總體規劃”，打造媒體藝術創作帶和媒體藝術平台，開發媒體藝術平台外觀內容，舉辦媒體藝術節，奠定了作為透過“媒體藝術”引領藝術與生活聯繫的文化產業城市的基礎。

建築物分為地下2層地上3層，主要以數位媒體相關展覽和教育、創作活動為主，是個以媒體藝術為主的新型視覺藝術中心，定期更換展覽主題，與文化部主管臺灣當代文化實驗場（C-Lab）有合作交流。

本次參訪適逢展出法國多媒體藝術家ORLAN「G.MAP光州雙年展30週年特別展‘ORLAN混合體：藝術智慧’」，她的作品依媒材類型分布於三層樓不同展覽空間，多元化的主題感受與驚訝她的茂盛創作力。此外，也看到台灣C-Lab有參與的「2024年G.MAP xKiafxC-Lab現實內容展「水三重奏」」，由韓國張承孝和臺灣張建宗2位藝術家的作品組成。觀察各展區都很寬敞，其中數位多媒體的沈浸式影像藝術展，係以全空間投射影像，觀賞者坐在懶骨頭椅子觀賞，是個非常與眾不同的藝術欣賞經驗。



圖：‘ORLAN混合體：藝術智慧’特展



圖：百變天才藝術家



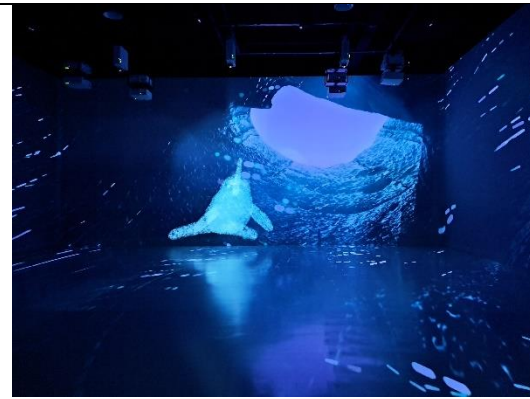
圖：與學校藝術系合作展



圖：G.MAP xKiafxC-Lab合作展



圖：沉浸式影像藝術展



圖：G.MAP xKiafxC-Lab合作展內容



圖：G.MAP外觀(來源：官網)

六、Ktown4U COEX粉絲夢想館

Ktown4U COEX粉絲夢想館與星空圖書館在同一商城，是韓國最大線上娛樂商品平台Ktown4u旗下專屬粉絲服務項目，提供粉絲集體應援、專屬福利、限量商品購買的整合平台，通過「粉絲共創」模式，協助粉絲實現支持偶像的目標（如專輯衝榜、生日應援等）。

從2樓到4樓的各種空間設計色調鮮豔活潑，是難得的一趟韓流探索之旅，也是K-POP粉絲們的遊樂場，讓年輕人充分展現對K-POP的熱情，還可接近最喜愛的偶像獨家周邊商品。2樓空間是為K-POP粉絲們特設「SQUARE廣場空間」，獨家販售各K-POP偶像團體相關的週邊商品，包括專輯、應援棒、小卡、海報貼紙、鑰匙圈、服飾、配飾到化妝品等。3樓是K-POP學院空間，在這裡可以向專門訓練偶像的講師們學習舞蹈和聲樂，包括一對一量身定制的面試班、針對不諳韓語但充滿熱情的外國人提供外語授課全球班，針對國際觀光客僅需半天時間，即可愉悅完成追星粉絲體驗一日課程。在課程結束後，參加者可將一日明星體驗的跳舞的影片及唱歌音源紀念檔案攜回紀念。4樓是提供各經紀公司或歌迷舉辦粉絲見面會和簽名會空間。世界各地粉絲如想到此朝聖追星，可透過Ktown4U官方網站或Instagram查看活動日程前往追星之旅。

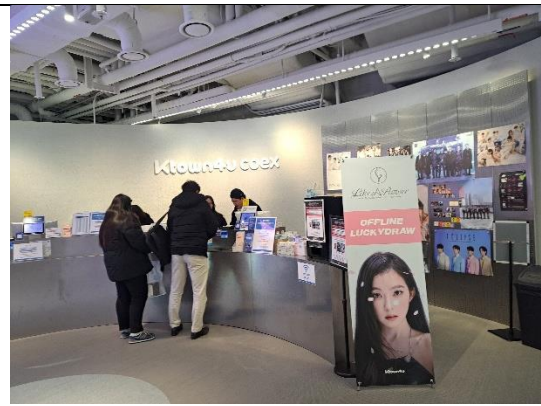
5樓則是另一個大型售票展演空間，提供購票服務及粉絲聚會所，並辦理韓流文化節K-POP Culture Festa由Ktown4U和Starfield COEX Mall共同主辦K-POP慶典。每月最後一個星期五舉行，活動分為歌唱和舞蹈比賽、對Ktown4U學院講師「挑戰公開課」及現役偶像的舞台表演。

本次參訪已近傍晚，薄雪飄零三三兩兩的年輕身影在對一座牆在探詢比對，原來是駐足欣賞韓國知名「明星手印牆」，還有絡繹不絕的年輕人或外國遊客魚貫般進入專屬歌迷(鐵粉)追星大樓，甫入館即響起知名歌手熱歌熱舞的音樂，場館以年輕時尚色彩繽紛裝潢設計，並販售線上知名韓星獨家限量商品等，不乏扶老攜幼親子黨或中壯年級朋友，他們都是陪伴孩子追星或搶購代買偶像獨家商品。

整體觀察，韓國K-POP的產業已是ALL IN ONE販售模式，素人民眾可在此場館自我體驗出道當明星級的寵愛，館內各項設施設備均有專人引導使用，包含專業師資指導、數位影音設備操作、舞台燈光環繞的數位場館體驗，在此，你可想像自己就是一名歌手，於場館內自在完成單曲EP錄製及MV拍攝享受明星規格的寵溺，錄製成果還可留作紀念，本場館周邊結合大型百貨商場，交通便利四通八達，讓人驚艷韓國K-POP產業群聚所發揮的巨大經濟效益。



圖：明星手印牆



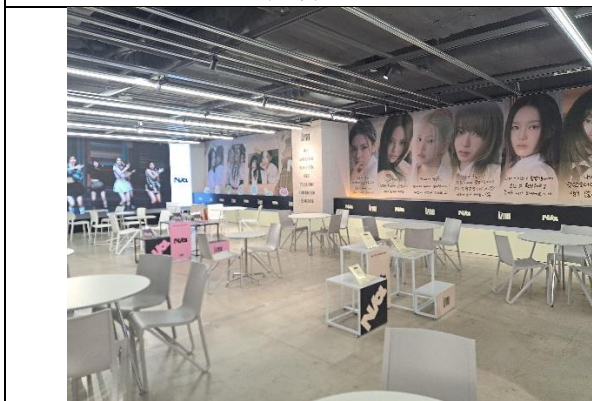
圖：販售商場櫃台(當日發行專輯限購)



圖：樓梯處商品區



圖：多樣性商品



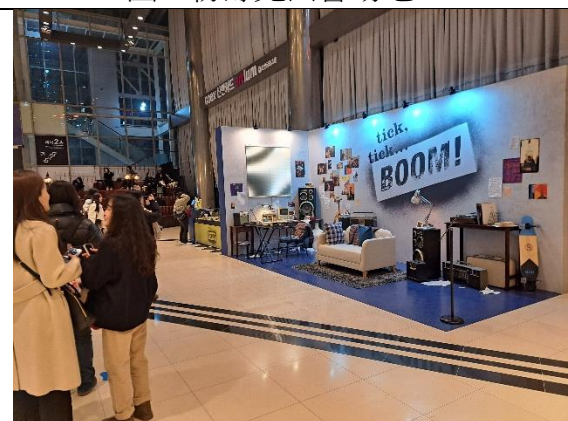
圖：粉絲見面會場地1



圖：粉絲見面會場地2



圖：5樓展演節目



圖：節目場景拍照及等候入場的青春戲迷

七、星空圖書館

一個由企業贊助運營的文化公益空間，以高達13公尺的壯觀書牆著名，位於韓國首爾江南區商業城COEX Mall的文化設施，是近年來觀光客、網紅必訪及打卡的熱點。新世界集團於2017年斥資打造，與商場管理團隊合作經營，是個不屬於政府機構圖書館，開放給民眾免費使用，但書籍不能外借，僅限於館內閱讀，且每本書都設條碼防盜，不擔心會遺失。

佔地2,800平方公尺（約850坪），分為二層樓(地下一樓及一樓)的建築結構，除了最高層牆面的書籍是用來裝飾外，伸手可及的書櫃或展示架佈滿7萬本人文、經濟、休閒類書海，另有外國圖書、名人專書、電子書及雜誌專區；舒適的閱讀空間與休息設施，成為「讓人可以讀書，也可以選擇不讀書」的療癒空間。地下一樓一側規劃成藝文空間，經常性辦理藝文表演或講座分享會，中央區則成為推動藝術計畫的大型空間，展示巨型公共藝術裝置，為滿足訪客閱讀以外的飲食及圖書週邊商品購買需求，館內設置咖啡輕食及文創品等店面。

因本處業務涉及客家文學推廣(文化發電機計畫-購藏客家核心書目及閱讀推廣)，爰在本次考察安排自行參訪星空圖書館，館方配合耶誕節慶，於地下一樓公共空間設置大型金色耶誕樹藝術裝置，川流不息的人潮，或打卡拍照，或等候參加音樂會，館內空氣不流通、人聲充斥，閱讀區成為民眾休息場域，圖書區亦顯得擁擠，無法悠閒觀察，反而有置身大型百貨公司裡的書店錯覺。

搭乘手扶梯上到一樓，除了幾處最佳拍照位置，因有人排隊等候，空間稍小之外，沿著路徑環繞一圈，遊客漸少，閱讀者漸多，已可舒適的從高處觀賞全景，震懾建築師的巧妙設計，也看出書籍陳設空間及擺放方式的差別，原來公共圖書館也可以像藝術品被欣賞，書本可以像精品般被細緻觀看，黑底白字的簡約指示牌在木質色澤下通透出跳，無須懸空的背板，也能讓閱讀者快速找到需要的書籍。此刻，無論是閱讀者或是逛街打卡的遊客，在這個空間裡都能驚嘆原來公共圖書館也可以做到這樣優質！



圖：一樓向下俯看中央區



圖：地下一樓的閱讀設施



圖：地下一樓專書區的閱讀區



圖：地下一樓藝文展演空間



圖：一樓使用中閱讀區



圖：一樓俯瞰展演區人潮



圖：多功能休閒區



圖：被金色聖誕樹吸引的爆滿人潮

八、國立民俗博物館

位於景福宮內的博物館最初是於1924年朝鮮日治時期由淺川兄弟和柳宗悅建立的朝鮮民族美術館。目前的建築是1972年依照韓國傳統歷史建築特徵所建，1986年以前是國立中央博物館，搬出後經重新裝修於1993年以國立民俗博物館重新開館。博物館由地下一層、地上四層以及頂樓組成。這裡是韓國唯一全面展示民俗生活歷史的國立綜合博物館，一樓常設展包含「韓民族生活史館」、「韓國人的日常生活」、「韓國人的一生」3個展覽，另有企劃展覽、室外展覽等。截止2017年10月已收藏了131,140件數量龐大的文物。

從景福宮延伸視線，國立民俗博物館是最高最具傳統型態的建築，尚未進入展覽館，目光已被戶外的展覽場的獸首人身十二生肖銅像、長生柱、完整的梧村宅等等吸引。進入展區可看見每項展品均以英、日即中文簡體標示，主要以收藏品實體及擬真肖像模型展示，偶而搭配影像介紹及互動式展板，整體而言多屬傳統策展形式，展品眾多致觀展時間較長，出口處為文創品展售處。



圖：初雪覆蓋的博物館



圖：獸首人身十二生肖銅像



圖：祝壽行大禮的佳餚擺飾



圖：很講究的文房四寶



圖：互動式展示



圖：擬真肖像模型展示



圖：戶外實景展示-梧村宅



圖：紀念品及文創商店

九、韓江與「書店今天」

1.韓江

韓江是南韓女性作家，其作品「用強烈的詩意散文直面歷史創傷，揭露人類生命的脆弱」，獲得2024年的諾貝爾文學獎。

1970年出生於光州市，1993年開始創作，她的作品多次獲獎，長篇小說《素食者》敘述女性承受的家庭和社會暴力，是她第一本被翻譯成英文的小說，奪得2016年國際布克獎，也是她打開國際市場的一個重要里程碑。她的主題多元也觸及國家故事及轉型正義，《少年來了》關注「光州事件」，《永不告別》關注「濟州四三事件」，作品已翻譯多國語言出版，也曾被拍成電影和舞台劇。

2. 韓江與獨立書店「書店今天」

韓江多年來專職寫作，曾於2016年接受英國《金融時報》採訪詢問：「如果不得不放棄寫作，會以什麼維生？」她回答：「我想在郊區經營一家小型獨立書店。」2018年9月即與兒子於首爾瑞草區共同創立「書店今天」，2023年7月遷址至首爾鐘路區景福宮旁。

得獎後，韓江的書籍在1周內大賣100多萬本，書店也引來人潮，在暫時關閉後，縮短了營業時間也公告「作家不再參與書店營運，希望不要造成混亂。」。

本處業務涉及客家文學推廣，本次考察跟著韓江潮自行參訪文學大師的書店，店面位於大馬路旁的巷弄，書店招牌為一隻鳥及一本書，因店內面積不大實施人流管控，但初雪低溫也擋不了熱情訪客排隊等候。

店內多為韓文書，小說、散文、繪本，沒有預期的韓江得獎照片或作品專區，反而有一書櫃是其他南韓的作家介紹，每三個月一期該作家策展，放置其作品及推薦書，並舉辦讀書會、講座，分享創作的歷程。

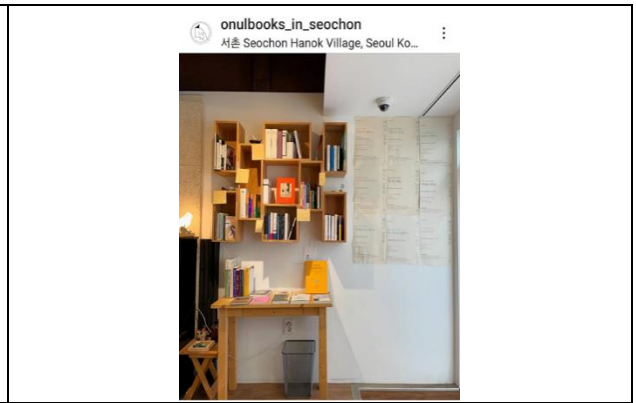
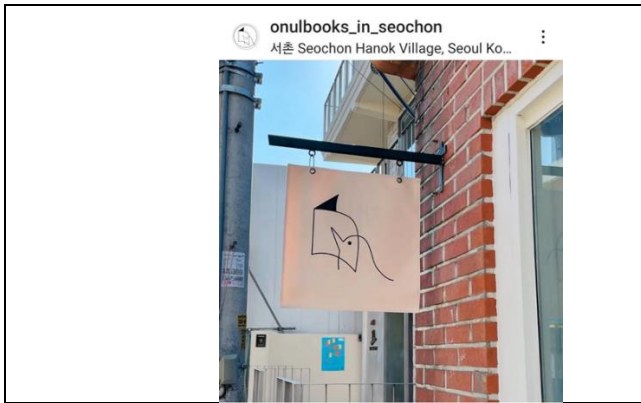
配合不能拍攝規定，反而能更專注的觀察，踏在木質地板上，抬頭是1910年興建的木造天花板，木質書架搭配素樸老房子，在柔和的燈光襯托下，隨處可見的可愛小擺設與溫馨手寫卡，是間很有溫度的文青書店。其中，屋內的電話亭很難不吸引人注意，看到其他訪客拿起話筒的聆聽專注神情，得知可聽到作家的話語與寫作時的環境音。參訪期間，觀察多數訪客以參觀為主，實際購書的並不多。

3.從韓江潮初探台韓文學外譯與IP推廣

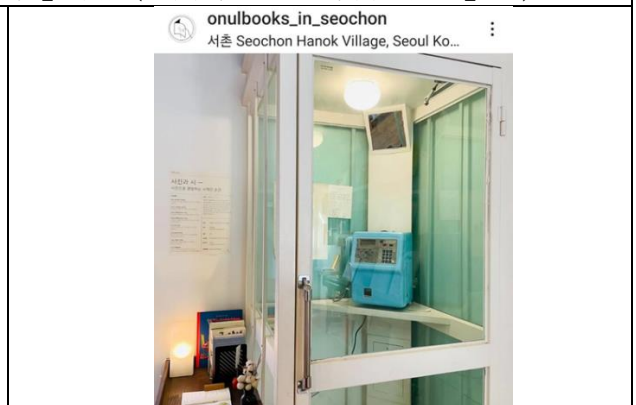
韓江成為國際知名作家，進而獲得諾貝爾大獎殊榮，來自於她的作品翻譯成多國語言開始，北教大台文所助理教授、曾任韓國釜山大學客座教授的翁智琦表示，韓江的作品在2015年後受到韓國文化財團－教保人壽旗下基金會大力支持下，有非

常多的翻譯機會，使韓江的作品能見度倍增，加上後來英文版得到曼布克獎，打開國際知名度。政府角色則在韓江拿到曼布克獎後才慢慢出現支持。

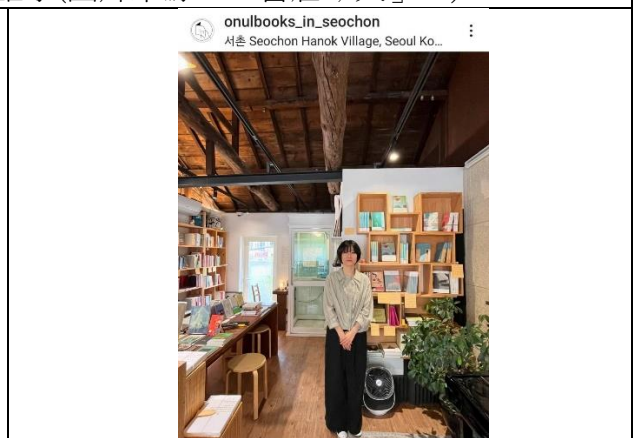
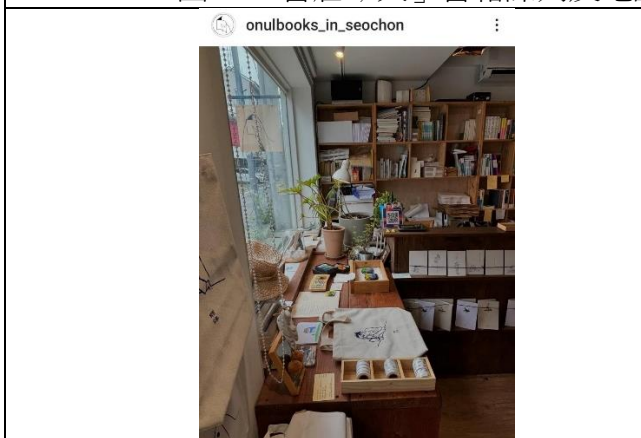
經查韓國的文學外譯與IP推廣，係由隸屬文化體育觀光部的韓國出版振興院(Korea Publication Industry Promotion Agency, KPIPA)及韓國文學翻譯院(Literature Translation Institute of Korea, LTI)主要負責，推動方向包含支持翻譯出版、海外參展國際交際、營運推廣平台及培育翻譯人才等，其中出版振興院(KPIPA)以「延伸全球韓流熱潮至出版品Extending the Global ‘Hallyu’ Boom to Publications」為宗旨，並營運K-Book平台主力推動海外出版，韓國文學翻譯院(LTI)則著重翻譯支持與人才培育、海外參展，及營運韓國文學海外平台KLWAVE(Korean Literature Wave簡稱)提供版權交易訊息。



圖：「書店今天」招牌及入口處的「作家」策展(圖片來源：「書店今天」IG)



圖：「書店今天」書籍陳列及電話亭(圖片來源：「書店今天」IG)



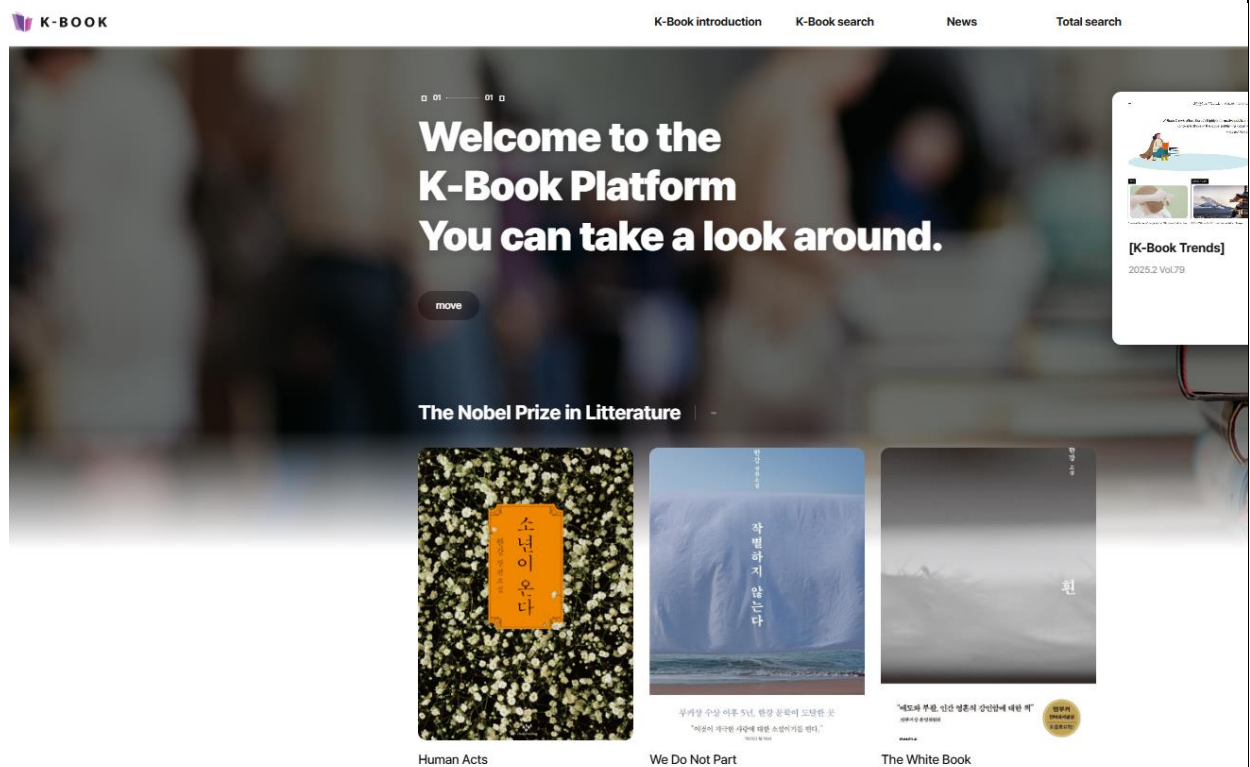
圖：「書店今天」文創小物及參展作家講座(圖片來源：「書店今天」IG)



圖：等候開門中



圖：韓國出版振興院英文版網頁－服務宗旨 (來源：<https://e.kpipa.or.kr/eng/main/main.do>)



圖：圖：K-Book平台英文版首頁(網址：<https://www.k-book.or.kr/home/eng/main.do>)



圖：韓國文學翻譯院英文版首頁 (網址：https://www.ltikorea.or.kr/en/main.do)

參、建議事項

一、客家影視文化

(一) 推動客家文創政策，協助客家影視內容多元發展

韓國影視席捲全球，過去無論電影或電視戲劇作品在亞洲市場廣受歡迎，更透過Netflix等國際平台觸及歐美觀眾（如《魷魚遊戲》、《黑暗榮耀》），歸納其成功原因，是政府文化政策扶持、成熟的產業鏈及創意人才培育系統。不過「韓劇熱潮」慢慢因劇型重複，且來自世界各國競爭越來越多，已有漸漸退燒的趨勢。

客家人是台灣第二大族群，在台灣這塊土地上有許多將被世人遺忘的故事，如將客家人文、歷史及生活場景重新提煉，透過影視內容為媒介，自然表現客家語言、客家文化元素、人物故事線設定，製作為客家族群的島嶼故事，對文化歷史傳承及歷史真相呈現，極具世代傳播價值。本會已著手進行客家電影劇本甄選，將以臺灣民主化歷程中之重大民主事件作為原型故事題材，積極徵求具市場性及可執行性之電影劇本，並規劃籌拍「六堆時代旗鑑戲劇」，順應台灣影視發展潮流前進，希望藉由本土故事轉譯為全球共感的敘事，精彩紀錄屬於客家人的島嶼故事，並突破客語內容文化邊界，吸引全世界的客家族群，共下品味客家影視文化作品。

二、客家流行音樂

(一) 跨世代客流音樂推廣，培養在地跨域音樂人才

韓國流行音樂（K-Pop）的全球化成功是文化、產業策略、技術創新與社會因素共同作用的結果。韓國以高度標準化的偶像培育機制，如經紀公司（如SM、JYP、HYBE）透過嚴格的選拔與培訓體系，培養偶像的唱跳實力、語言能力與藝能感，打造「全能型藝人」。從作曲、編舞、視覺設計到行銷，各環節由專業團隊分工完成，（如防彈少年團的「概念宇宙」），並透過市場調研與粉絲行為分析（如MV點擊率、社群互動），精準調整音樂風格與宣傳策略。

為推動客家流行音樂發展，普及客庄青少年客流音樂創作鑑賞力，推辦H-POP客家流行音樂計畫，打造各階段青年多元適性音樂環境，讓音樂藝術融入生活，展現客庄公民音樂素養。說明如下：

- 1、推辦第二屆「全球客家流行音樂大賽」，透過音樂競賽海選發掘潛力新人，培訓輔導音樂創作、演出，培養客曲新血進軍主流音樂市場，扶植客家音樂創作歌手（樂團）及原創作品，多元行銷音樂串流接軌主流市場，創新客家流行音樂市場知名度。
- 2、建構客流世代人才發展體系，與台灣客家音樂協會、高中職大專院校音樂系及傳播學院合作，運用學校專業師資學程設計培養客流音樂人才，從學習到創作搭建產學合作橋梁，扶植及保護新銳歌手及原創作品推廣。

三、推廣客家文學

(一) 客家文學資訊專區

- 1、建議參考韓國推動模式，於本會官網設置專區，以中英文提供以上外譯作品之作家、作品特色、翻譯書摘、版權所有人及購買資訊等內容，推廣客家文學。
- 2、與文化部「Books from Taiwan平台」合作推廣，以族群特色推進台灣文學國際化台灣的文學外譯政策由文化部主導，並與所屬國立台灣文學館、文化策進院及台北書展基金會等單位，分別執行獎補助翻譯、辦理海內外展覽及學術交流，並營運Books from Taiwan平台。

考量本會經費與人力有限，建議與文化部及所屬合作，就提升翻譯及出版質量、參與海內外書展，以及加入Books from Taiwan平台共同行銷推廣等項目，

提供專業協力與合作機會，增添台灣多元族群特色，共同打造台灣文學國際化，拓展海外出版市場。

四、參考資料

邱祖胤(2024, 10月10日)。韓國作家摘諾貝爾 韓江關注轉型正義、說國家故事。中央通訊社網站。資料引自 <https://www.cna.com.tw/news/acul/202410100328.aspx>

廖禹揚(2024, 10月16日)。諾貝爾文學獎光環 韓江著作 6天內在韓賣破百萬本。中央通訊社網站。資料引自 <https://www.cna.com.tw/news/acul/202410160125.aspx>

王世偉(2024, 12月28日)。義大利導演 Daria Deflorian 將韓江《素食者》搬上舞台。表演藝術網站。資料引自 <https://par.npac-ntch.org/tw/article/doc/H27XWSX2VK>

夏婉馨(2024, 12月08日)。走進諾貝爾文學獎得主韓江書店：以「書店今天」為名，邀請人們停下腳步閱讀。La Vie 網站。資料引自 <https://www.wowlavie.com/article/240025245>

蔡家嫻(2020.03)。〈館員看世界〉誰說閱讀非要安靜不可，把閱讀埋進吃喝玩樂裡的星空圖書館。國立公共資訊圖書館網站。資料引自

<https://www.nlpi.edu.tw/JournalDetailC003313.aspx?Cond=62d8f281-84d9-4d12-aff9-55b5a958d2b4>

國際創意與可持續發展中心(2022, 11月2日)。韓國光州：以光為筆，勾畫藝術之城。資料引自 <https://big5.cri.cn/gate/big5/city.cri.cn/20221102/b64c5603-fa3a-b772-f4f8-1e2364d3704f-i.html>

光州媒體藝術平臺<http://gmap.gwangju.go.kr/>

韓國出版振興院 <https://www.kpipa.or.kr/>

K-Book 平台 <https://www.k-book.or.kr/home/kor/main.do>

韓國文學翻譯院 <https://www.ltikorea.or.kr/>

星空圖書館 <https://www.starfield.co.kr/coexmall/starfieldLibrary/library.do#staryard-intro>

Ktown4U COEX 粉絲夢想館

<https://big5chinese.visitkorea.or.kr/svc/contents/contentsView.do?vcontsId=198473>

韓國文化廣播公司(Munhwa Broadcasting Corporation)

<http://aboutmbc.imbc.com/chinese/corporateinfo/brief/index.html>

韓國觀光公社<https://english.visitkorea.or.kr/svc/main/index.do>

<https://big5chinese.visitkorea.or.kr/svc/contents/contentsView.do?vcontsId=198473>