

November 2013

The Art Form, National Image and Culture Discount in Korean Movies: An Empirical Study Based on the North American Market

Linxia Chen

Ying Du

Follow this and additional works at: <https://tsla.researchcommons.org/journal>



Part of the [Chinese Studies Commons](#)

Recommended Citation

Chen, Linxia, and Ying Du. 2013. "The Art Form, National Image and Culture Discount in Korean Movies: An Empirical Study Based on the North American Market." *Theoretical Studies in Literature and Art* 33, (6): pp.185-193. <https://tsla.researchcommons.org/journal/vol33/iss6/15>

This Research Article is brought to you for free and open access by Theoretical Studies in Literature and Art. It has been accepted for inclusion by an authorized editor of Theoretical Studies in Literature and Art.

韩国电影的艺术形态、国家形象及其文化折扣现象

——基于北美电影市场的实证研究

陈林侠 杜颖

摘要: 在全球产业升级的背景下,韩国上世纪九十年代后期迅速崛起,成为亚洲国家经济产业转型的成功典范。客观地说,韩国电影以极端叙事推进商业化的方式,在跨文化传播中出现文化折扣现象,海外市场远逊于电视剧、音乐等其他大众文化。在全球最大市值、国别电影竞争最为激烈的北美市场,韩国电影具有较强的政治传播意识,过于注重民族主义的表达,试图在当下朝鲜半岛南北对峙的紧张形势中营造有利于自身的公共舆论,但并未取得理想的效果。

关键词: 韩国电影 文化折扣 政治传播 民族主义

作者简介: 陈林侠,暨南大学中文系教授,博士生导师,从事当代影视文化研究,电子邮箱: chenlinxia2@126.com

杜颖,暨南大学新闻学院研究生,从事传播学研究,电子邮箱: 415223894@qq.com 本文系暨南大学科研培养与创新基金“中国电影国际竞争力与建构国家形象战略研究”(“启明星计划”编号 12JNQM020);国家社科基金后期资助项目“跨文化背景下中国电影的国家形象建构研究”(编号 12FZW001);教育部重大攻关项目“大众传媒在文化建设中的功能和作用机制研究”(编号 12JZD020)之阶段性成果。

Title: The Art Form , National Image and Culture Discount in Korean Movies: An Empirical Study Based on the North American Market

Abstract: Korean movie industry's quick rise in the late 1990s becomes an example of successful economic transformation among Asian countries in the global industrial upgrading. Korean movie industry tried to promote its commercial success through extreme narrative , which entails a kind of culture discount in the intercultural communication , leading to an overseas market share far less than Korean TV drama , music and other popular cultural products. In the North American market , the largest market with the most intense competition , Korean movies' box office is just passable , because the movies generally have strong political and nationalistic agendas , trying to create a favorable public opinion amid the present tension in Korean Peninsula.

Key words: South Korean movies cultural discount political communication nationalism

Authors: Chen Linxia , Ph. D. , is a professor at Department of Chinese , Ji'nan University (Guangzhou 510632 , China) , with academic expertise in Chinese cinema culture. Email: chenlinxia2@126.com

Du Ying is a graduate at School of Journalism , Ji'nan University (Guangzhou 510632 , China) , with research interest in communication theory. Email: 415223894@qq.com

韩国作为一个文化产业后发性国家,在上世纪九十年代后期迅速崛起,成为亚洲国家产业转型的成功典范。1997年后在中国、日本及其周边国家地区,电影、电视剧、动漫游戏、流行音乐、饮食等大众文化出现势头汹涌的“韩流”,勾勒出富有现代魅力、情感魅力、动感魅力的韩国形象。韩国电影在建构国家形象方面具有较强的影响力,一方面在西方国际电影节不断地斩获重要奖项,另一方面取得前所未有的商业成功。自1999年

以来占据本土市场40%以上,2001年取代好莱坞电影的份额,2006年达到63.8%。^①但是,韩国电影以极端叙事张扬文化的特殊性,海外市场远逊于电视剧、音乐等其他大众文化。^②在全球最大市值、国别电影竞争最为激烈的北美电影市场,韩国电影出现明显的“文化折扣”现象,无论是票房还是发行数量,无论是政治传播还是文化影响,都弱于印度电影、中国电影,甚至和泰国电影相比也落了上风。从这个角度说,研究韩国电影在北美市

场的境遇以及文化区隔带来的折扣现象,对目前海外影响力日益萎缩的华语电影来说具有十分重要的启示意义。

一、韩国电影在北美市场的票房状况及其艺术特征

1998年韩国明确提出“文化立国”的战略方针后,电影等文化产业便成为韩国经济发展的重

要愿景,本土市场日益巩固,并且在东亚周边国家和地区大为流行,成为重要的文化产业出口国。对于韩国文化的繁荣,我国大众传媒有了太多的描述与概括,出现“韩流”、“哈韩族”等媒体热词。韩国电影在“身土不二”的民族主义情绪刺激下占据国内市场,已成为不争的事实。但是在北美(包括美国与加拿大)这个全球市值最大的电影市场上,韩国电影表现得差强人意。我们不妨用下表来具体说明。

排名	片名	票房	导演	题材	价值	风格	年份	评级
1/140	春夏秋冬又一春	238	金基德	文艺片	生命	悲剧	2004	R
2/152	江汉怪物	220	奉俊昊	灾难片	亲情	悲剧	2007	R
3/290	太极旗飘扬	111	姜帝圭	战争片	国家	悲剧	2004	R
4/342	双面君王	91.7	秋昌民	宫斗片	国家	悲剧	2012	未分级
5/374	春香传	79.8	林权泽	文艺片	爱情	正剧	2000	R
6/407	老男孩	70.7	朴赞郁	文艺片	亲情	悲剧	2005	R
7/414	夺宝联盟	68.5	崔东勋	动作片	爱情	正剧	2012	未分级
8/549	诗	35.6	李沧东	文艺片	生命	悲剧	2010	未分级
9/560	狼族少年	34.2	赵成熙	爱情片	爱情	正剧	2012	未分级
10/580	蝙蝠	31.8	朴赞郁	文艺片	不明确	悲剧	2009	R
11/630	弓: 最终的武器	25.1	金韩民	动作片	国家	悲剧	2011	R
12/639	空房间	24.1	金基德	文艺片	爱情	悲剧	2005	R
13/665	亲切的金子	21.1	朴赞郁	文艺片	亲情	悲剧	2006	R
14/710	向着炮火	17.6	李载汉	战争片	国家	悲剧	2010	未分级
15/730	下女	15.7	林常树	文艺片	爱情	悲剧	2011	未分级
16/773	台风	13.9	郭景泽	动作片	国家	悲剧	2006	R
17/788	看见恶魔	12.9	金知云	文艺片	不明显	悲剧	2011	未分级
18/852	生死谍变	9.8	姜帝圭	动作片	国家	悲剧	2002	R
19/903	蔷花, 红莲	7.25	金知云	恐怖片	亲情	悲剧	2004	R
20/911	登陆之日	7.01	姜帝圭	战争片	国家	悲剧	2011	R
21/934	丑闻	6.3	李在容	文艺片	爱情	悲剧	2004	未分级
22/945	无树之山	6.03	金素英	文艺片	亲情	悲剧	2009	未分级
23/974	智齿	5.26	郑址宇	文艺片	爱情	悲剧	2006	未分级
24/1124	海边的女人	2.36	洪常秀	文艺片	爱情	正剧	2008	未分级
25/1174	时间	1.6	金基德	文艺片	爱情	正剧	2006	未分级
26/1181	拯救绿色星球	1.55	张俊焕	科幻片	不明显	喜剧	2005	未分级
27/1183	杀手回忆	1.535	奉俊昊	警匪片	正义	正剧	2005	未分级
28/1185	不后悔	1.53	李宋熙日	文艺片	同性	悲剧	2008	R
29/1205	北村的方向	1.36	洪常秀	文艺片	不明显	正剧	2012	未分级
30/1223	女人是男人的未来	1.18	洪常秀	文艺片	不明显	正剧	2006	未分级
31/1233	高地战	1.1	张勋	战争片	国家	悲剧	2012	未分级
32/1259	那时候那些人	0.97	林常树	动作片	国家	悲剧	2005	未分级
33/1321	白日饮酒	0.49	卢勇石	文艺片	不明显	喜剧	2009	未分级
34/1348	不眠之夜	0.33	张健宰	文艺片	爱情	正剧	2012	未分级
35/1401	殴打诱发者	0.051	元信渊	文艺片	不明显	喜剧	2008	未分级
36/无	罗密欧点	无	孔水昌	战争片	不明显	悲剧	2004	未分级

表一:自1980年代以来韩国电影在北美外语片市场情况(表格的排名一栏两个数字前者指韩国电影票房的排名,后者指在该影片在整个北美外语片市场上的排名;票房单位为万美元;年份一栏中由于大多韩国电影并非全球同步发行,北美上映时间与韩国本土上映的时间略有差异。以上数据均来自 www.officeboxmojo.com 截止2013年3月25日)

总体上说,韩国电影在北美市场的票房及其影响不佳,这可以在发行时间和数量上得到佐证。自1980年代以来,截止2013年3月25日,北美电影市场的外语片数量为1405部,韩国电影仅发行了36部(2012年的《危险关系》是韩国与中国合拍,但以后者为主,未纳入表格的统计之列),其中《罗密欧点》没有票房与上映记录,并未真正进入院线产生票房。因此,严格地说,仅有35部韩国电影在北美市场顺利发行。

表格的数据显示,北美市场的韩国电影具有如下特征:

1) 从票房排名来看,韩国电影在北美市场并不乐观。《春夏秋冬又一春》虽然排名第一,但在整个外语片票房位居140名,进入前200名的韩国电影仅2部,前400名的4部,前700名的13部。不仅如此,35部韩国电影总票房为1167万,单片平均票房仅33.35万,这与北美市场外语片单片平均票房115万美元相差较远(仅有3部韩国电影达到这一平均水平)。说到这里,不妨与中国电影^③和印度电影相比。进入前200名的中国电影有10部,印度电影有33部;前400名的中国电影有16部,印度电影有95部;进入前700名的中国电影有26部,印度电影甚至高达177部。如果说中国电影的鼎盛期在新世纪初期(2000-2006年)的武侠片,印度电影则是在近十年集中井喷,那么,韩国电影一直都未受到北美市场的特别青睐。从类型的角度说,在前10名影片中,文艺片和商业电影均为5部。文艺片单片票房24.7万美元,商业电影则是35.9万美元,但考虑投资成本的问题,小制作的文艺片无疑比商业片更有市场优势。

2) 就导演来说,韩国电影缺乏具有突出影响力与号召力的国际性导演。影片发行数量最多的导演是金基德、姜帝圭、朴赞郁和洪常秀(均为3部),其次是奉俊昊和林常树(均为2部),其他19位导演都只有1部作品,分布非常松散。不仅如此,同一导演的票房排名相差较大,如金基德的3部影片分别为第1/140、12/639、25/1174名,姜帝圭的是第3/290、18/852、20/911名,朴赞郁的是第6/407、10/580、13/665名,洪常秀更为靠后,分别为24/1124、29/1205、30/1233名。这反映出,韩国内部可能形成公认的导演,如林权泽被誉为“现代韩国电影之父”;金基德、朴赞郁以国际电

影节嘉赏奠定艺术地位;姜帝圭的战争片具有市场号召力。但是,对北美市场来说他们并未产生很大的影响。票房数据显示,拍摄数量巨大的林权泽在北美市场仅发行了一部影片,其他导演均是后继乏力,如姜帝圭的《太极旗飘扬》票房尚佳,但振奋本土市场的《生死谍变》仅9万,2011年《登陆之日》更缺乏亮点,票房跌至7万美元;被誉为最具独立制片精神的洪常秀,票房一直欠佳。可以说,无论是商业电影还是文艺片导演,对北美市场缺乏较稳定的号召力。

3) 就题材类型来说,韩国电影出现极端化倾向,要么是极端小众化的文艺片(19部),要么是极其通俗的商业电影(17部)。从数量看文艺片仅略微占优,但是由于商业电影种类非常分散(如灾难片、战争片、动作片、科幻片、恐怖片以及爱情片等均已出现),而且,就其叙事逻辑而言,与韩国文艺片突出血腥、暴力以及色情等极端倾向相似。由此,文艺片的总体影响就凸显出来。在文艺片内部,极善与极恶的创作思路泾渭分明,但前者仅4部,后者多达15部,或诉之暴力,或诉之情色,具有很强的感官刺激,如《老男孩》、《亲切的金子》、《蝙蝠》、《看见恶魔》、《殴打诱发者》等极端的暴力行为,《丑闻》、《下女》、《女人是男人的未来》等的情色元素。在商业电影中,这种极端化倾向表现在营造视觉奇观上,如《江汉怪物》对怪物的血腥表达,《太极旗飘扬》、《向着炮火》、《登陆之日》对战场效果的营造,《蔷花红莲》、《罗密欧点》对恐怖效果的塑造,等等。

4) 从发行时间看,韩国电影在北美电影市场发行的时间明显偏晚。林权泽的《春香传》2000年在北美市场的发行,是第一部韩国电影,到目前为止仍然保持在第5名。这在一定程度上显示出北美市场的开放性;或者说,北美观众对没有观赏经验的电影往往抱有较强的好奇心。在具体年份上发行数量也有变化。2000年1部、2002年1部、2004年4部、2005年5部、2006年5部、2007年1部、2008年3部、2009年3部、2010年2部、2011年4部、2012年6部。2004年是韩国电影相对走强的年份,发行4部,其中分别排名第1名(《春夏秋冬又一春》)、第3名(《太极旗飘扬》)、第19名(《蔷花,红莲》)、第21名(《丑闻》),名次比较靠前。更值得注意的是,韩国电影在2012年出现再次走强的迹象,不仅成为发行数量最多

的年份(共6部),而且有3部进入韩国电影票房的前十名(第4名《双面君王》、第7名《夺宝联盟》、第9名《狼族少年》)。这显示出韩国电影在北美市场的某种转机。反观原本占据优势的中国电影,2012年共发行7部,但是,票房最佳的《1942》仅31.2万美元,远远低于《双面君王》的91.7万票房。《龙门飞甲》以17万票房排在第2名,和《夺宝联盟》的68.5万相差甚远。《消失的子弹》只有11.7万,但也成为中国电影年度的第3名,而韩国电影的《狼族少年》排名第3名,其票房却是34.2万美元。可以说,相比当下中国电影在文艺片与商业片方面均陷入严重困境的现状,韩国电影在北美市场上已经显示出较强的后劲。

5) 客观地说,韩国电影在北美的票房总体不佳,与美国电影分级制有着密切关系。我们看到,MAPP(美国电影协会)对韩国电影定级为R级的有14部,其他属于“未分级”(有22部之多)。换言之,在北美市场发行的韩国电影均是R级,其他“未分级者”大多是根本没有送审定级的独立制片,如金知云的《看见恶魔》,充斥着大量血腥、暴力、性裸露等禁止镜头,在北美艺术院线中虽得以上映,但票房不佳是显而易见的。^④这种定级情况决定了韩国电影很难进入主流影院面向大量的观众,必然对票房产生很大的负面影响。这并非由于韩国电影不了解好莱坞电影分级制度;韩国政府在1998年废除电影审查制度,建立起的恰恰是与美国相似的电影协会组织的分级制。^⑤韩国电影不顾北美电影市场的规定原则,极端强调自身的叙事风格与个性,执守自我中心的政治立场,这和1990年代“韩国新电影”首先从艺术片取得突破有直接关联。^⑥但从另一角度上考量,韩国电影试图进入北美市场艺术院线而非主流院线的发行思路,也充分暴露出在制作商业电影方面的欠缺,导致在北美市场的票房成绩较为惨淡,也大大限制了在北美观众的影响力。因此,情欲、暴力,虽然成就了韩国电影的极端化叙事,但另一方面,这种模式很难满足商业电影的均值化等要求,难以走上电影产业正常运转的道路。

二、韩国电影的国家形象 及其文化政治功能

在韩国,电影成为民族主义的重要媒介。从

历史、社会、国家等多层面凝聚了丰富的象征意义,国家主义获得了多重修辞功能的话语表征。卞智洪甚至把整个产业的兴起都归结为这种民族主义情结,“在造成韩国电影振兴繁荣景象大的社会背景中,有一个因素不得不指出:韩国民众强烈的爱国心和罕见的民族凝聚力。韩国电影票房的奇迹,与韩国观众对本土电影非理性的热爱,蜂拥而上的参与行为是分不开的”(101)。但客观地说,韩国电影产业的兴起更离不开韩国政府从政策、经费、拓展海外市场等方面的大力支持。对此,韩国学者刘雄宰认为,韩国电影事业的转折点在于时任总统金大中的全球化战略,“正是政府文化政策的转变成就了这一产业的繁荣景象”(238)。有学者这样描述“现在,韩国电影被看作是有关民族生存发展的重大问题,所以韩国政府极力支持韩国电影事业的发展,韩国政府不但每年拨出相当于人民币4500万元的巨额经费,重点支持20部民族电影的拍摄,还在施政纲领中明确保障韩国电影在本国市场占有率要达到40%以上,此外积极协助韩国电影攻占海外市场”(刘琼29)。正是在国家、社会的双重作用下,韩国电影在1994年处于极度贫弱之后迅速崛起。

有意思的是,虽然法国和韩国政府都非常重视本国大众传媒及其流行文化的海外传播,但韩国电影所蕴含的政治意识,恰恰和法国电影形成鲜明对照。我们看到,一方面法国电影在北美市场发行数量众多、票房高企,另一方面,文本自身显示出个体与国家、文化与政治的明显错位,由于过于关注微观个体,导致虽有较强的艺术实力及其文化影响力,却未能积极有效地配合、传播国家政治意识及其立场。可以说,在国际政治格局中,法国政治地位及其影响力自1970年代以来明显下降,虽受限于整个社会强调个体的“后物质主义”精神状态,但更与电影等大众传媒弱于传播国家形象、疏于扩展政治影响有关。^⑦与之相反的是,韩国电影所依托的文化传统资源属于儒家文化,就文化个性与内涵而言,难以和历史悠久、深厚精致的中国、法国文化相提并论,但是,法国电影强调艺术传统、中国电影注重商业诉求,韩国电影则充斥着国家至上的民族情绪,存在急欲在世界舞台上维护民族国家的政治冲动。

表一的数据显示,韩国电影强调国家主义竟然有9部之多,在数量上与表现爱情价值的影片

一样,而且,在9部影片中前者无一例外地成为人物所追求的最高的价值旨归,后者则不同,分散在文艺片、爱情片以及动作片等多种类型,更存在反思爱情、消解爱情等相反倾向,如《时间》、《下女》混杂情欲,直言爱情的虚幻,等等。因此,国家主义无疑成为北美市场上韩国电影价值观最明确的显现。进言之,9部宣扬国家主义的影片中,均表现朝鲜半岛的历史、政治、军事等局势,尤其注重当下严峻的南北对峙。这是因为9部影片中7部是现代题材;而在4部战争类型的电影中,有3部都是表现朝鲜战争,如《太极旗飘扬》、《向着炮火》、《高地战》,仅有《登陆之日》表现“二战”题材(从日苏战争、苏德战争再到诺曼底登陆,内容涉及非常广,但重点在于注重表现日本、朝鲜、前苏联、中国等涉及朝鲜半岛复杂的多国政治关系)。从审美风格上看,这些影片无一例外地都是悲剧。从《太极旗飘扬》(兄弟相残)、《双面君王》(假君王的离去)、《弓:最终的武器》(清廷镇压)、《向着炮火》(学生兵全体牺牲),等等。这种悲剧性很大程度上激励了观众的国家主义情感。首先,以悲剧的审美风格表明韩国/朝鲜半岛痛苦的“殖民地”历史与南北分裂带来悲情现状,如《弓:最终的武器》中清朝之于朝鲜半岛的欺凌,《登陆之日》中作为宗主国的日本对朝鲜的侮辱,《太极旗飘扬》表达朝鲜战争给普通家庭带来的痛苦,悲剧性故事情节带来的悲壮、悲情无疑成为形塑韩国形象的重要元素;其次,结尾的悲剧性渲染了国家至上的观念,尤其是刺激了接受群体当下的情感反应,强化了朝鲜半岛的政治判断、价值判断,从而把观众紧密地与韩国命运缝合在一起,如《生死谍变》中朝鲜间谍金明姬长期潜入韩国,在体验到幸福的家庭生活后,最后宁愿自己死亡,也不愿意服从朝鲜军人的命令,制造爆炸案件刺杀韩国总统,《台风》中“脱北者”遭到韩国拒绝后誓言报复,但所谓报复,不过是“不愿被遗忘”、寻找韩国认同的方式,结尾并没用核废料破坏韩国海岸线,这里表达的仍是对韩国深层次的情感认同,强调以韩国为中心纾解南北之间的敌对关系;再次,悲剧显示出严肃的创作态度与历史责任感,在强调真实事件的情况下,赋予了影片的可信度,如《那时候那些人》选择刺杀总统的真实事件。战争片也是如此。《太极旗飘扬》、《登陆之日》等屡屡用字幕交代历史背景具有相当的纪实性。这

表明,韩国电影存在着明显的文化政治功能,从电影创作到海外发行,都在积极配合、阐释国家政治及其相关的意识形态,塑造出了一个虽有含蓄隽永之气但更多的是阳刚硬朗的国家形象。就表格中的电影来说,除了2部文艺片(《春夏秋冬又一春》勾勒出清淡闲远的东方形象,《无树之山》用儿童表现在残酷的成人世界中的温馨情感),其他韩国影片都是强调坚强、酷烈、刚健、富有行动力的形象特征,不仅包括战争片、动作片、灾难片等商业电影,文艺片也是如此,如朴赞郁的“复仇三部曲”(《老男孩》、《亲切的金子》),人物不惜一切代价的复仇行为、慎密的行为计划、残酷的暴力行为,产生出这种因暴力而个性的硬派形象。

但从票房数据看,韩国电影所塑造的这种形象却遭到北美市场的某种冷落。在北美市场上,以上9部具有国家主义的韩国电影票房不佳,单片票房仅30.9万,低于33.35万的平均票房;而且,从时间上看,这些投资较大的战争片与动作片票房排名越来越靠后,如2010年的《向着炮火》刚到14名,2011年号称“中日韩大制作”的《登陆之日》仅为20名,2012年的《高地战》居然排到了第31名。也就是说,北美市场对外语片宣扬国家至上、民族主义的战争类型越来越冷淡。质言之,韩国电影虽然具有较强的政治传播意识,它以积极的民族主义强调国家至上,试图表现当下朝鲜半岛紧张的政治形势,在世界范围内营造有利于自身的公共舆论,但在客观上,并未取得预想的效果。北美外语片市场存在艺术判断的审美传统,排斥明显地灌输与宣扬政治意识形态的叙事,即便从国际政治角度来说,韩国与美国具有政治同盟的关系。^⑧如同是2004年发行,金基德的文艺片《春夏秋冬又一春》的票房是战争片《太极旗飘扬》两倍多,尽管后者已经缔造了韩国战争片在北美的最高票房。进一步分类,4部战争片和3部动作片均以现代韩国为背景,只有1部宫斗片和1部动作片属于古代题材。但是,7部现代题材影片的平均票房仅为23.05万(并且,这个平均票房被《太极旗飘扬》的111万票房提高了,因为排名第二的《向着炮火》仅是17.6万,已远低于平均票房),而古代题材虽只有2部,却是45.8万,远远超出了现代题材单片的平均票房。如果考虑到中国古装片在北美市场每况愈下的情况,就发现,这并不意味着北美观众对韩国古代题材

电影的热衷,而是指在激烈的电影竞争中,北美市场热点短暂,观众极易产生审美疲劳。古代题材的宫斗片(《双面君王》)和动作片(《弓:最终的武器》)一者是由于数量少,二者也因历史题材掩饰了国家主义,而得到北美市场的消费重视。

基于如上考量,我们认为,表现国家主义价值取向的影片,要在北美市场获得成功,关键在于叙述一个大时代背景中特殊个体的命运情感,需要富有艺术想象力、文化逻辑力地建构微观的生存形态。如《太极旗飘扬》的票房较高,就是因为叙述了一个战争扭曲人性的故事,把抽象的意识形态冲突落实到了具体的家庭成员内部,李振泰等兄弟俩大起大落、大悲大欢的人生命运与情感变化。其他的影片,如《向着炮火》、《台风》、《登陆之日》、《高地战》等影片相对突出紧张激烈的人物动作、战场效果,但是,对于早被好莱坞大片视觉刺激到麻木的北美观众来说,这显然难以奏效。显然,严峻的南北对垒、紧张的半岛形势以及敏感的核威胁,成为搅动韩国社会热点、吸引本土观众的消费内容,但是,对于置身韩国/朝鲜政治纠缠之外的北美观众来说,这种排他性的国家主义、民族情绪,很难得到广泛关注。

三、韩国电影的文化折扣 及其降低折扣的艺术路径

韩国电影的崛起主要标志在于国际电影节获奖及其本土市场的整固,既涌现出一批斩获国际电影节大奖的文艺片,也出现了占领国内票房市场的商业电影。^⑨这种情形与中国电影非常相似。在全球背景下的国别电影艺术及其文化竞争中,韩国电影急欲打造自身的文化个性,形成标示性的差异性身份。如果说中国电影是由张艺谋自1980年代末开始逐渐形成一种固定的获奖模式,即,讲述专制的父辈、受压抑的子辈的权欲故事,以西方文化的视角、文化批判的角度塑造了一个阴性的东方形象,那么,韩国电影最初参与全球电影竞争时非常强调依托于民族传统文化,既有坚执保存与展示传统艺术与文化的电影类型,如林权泽的《悲歌一曲》、《春香传》、《醉画仙》等,也有表达深受东方传统影响的生命哲学及价值的种

类,如林权泽的《曼陀罗》、金基德的《春夏秋冬又一春》等。但是,随着新一代导演群体的涌现,韩国电影叙事越来越狭窄、经验越来越极端,如朴赞郁《老男孩》(2005)、《亲切的金子》(2006)、《蝙蝠》(2009)、金知云的《看见恶魔》(2011)、元信渊的《殴打诱发者》(2008),等等。可以说,当下韩国电影的“获奖模式”已经偏离了民族传统文化,越来越极端地聚焦于情欲与暴力。这种情况的出现是因为:一方面,作为后发现代性国家,韩国文化产业基础薄弱,发展严重滞后,但另一方面,“走出去”的现实需求非常迫切,调整自我适应西方国际电影节的获奖需求成为现实的必然选择。于是,在韩国政府撤销审查制建立分级制的政策扶持下,韩国电影前所未有地展示情欲、暴力等本能欲望,毫无禁忌地挑战人性底线的极端叙事,^⑩从而绕开了认知现实状况、理解文化传统以及艺术创作所需的长时积累,在短暂的时间内急功近利地形成了独特的文化个性。如刘雄宰介绍,在1994年韩国电影产业跌至谷底,好莱坞电影占据80%以上的市场份额。但到1999年出现振兴本土市场的韩国电影《生死谍变》,在这短短的四五年间,韩国电影就趁势崛起。对此,韩国学者朴燕真说:“由于电影的商业化,使得电影过分偏重于吸引观众和票房收入,反而看不到真正保留韩国风格的电影,这无疑是一件令韩国电影界担忧的事情”(104)。质言之,当下韩国电影对内极力宣扬民族主义情绪,对外极端展示暴力、色情,甚至以刺激人性恶的方式“吸引观众”,这两种叙事推进了韩国电影的商业发展,但反而丢失了林权泽等导演在1990年代所呈现的本真的文化个性与传统风格。从某种程度上说,这种藉借国际电影节形塑的文化个性明显漂浮于现实的土壤,与民族文化传统乃至当下生存状态并没有明显关联。

然而,正是借助这种鲜明的文化个性,韩国电影不断斩获国际电影节奖项,在世界影坛上形成较大的韩国效应。但也由此,韩国电影始终未能在竞争激烈的北美电影市场上占据突出的地位,相反,这种极端叙事带来了显见的“文化折扣”。为了说明这个情况,参见表二。

北美市场前十名的韩国电影在不同市场发行情况的对照表

	春夏秋冬又一春	江汉怪物	太极旗飘扬	双面君王	春香传	老男孩	夺宝联盟	诗	狼族少年	蝙蝠
北美市场	238	220	111	91.7	79.8	70.7	68.5	35.6	34.2	31.8
韩国市场	49.2	6,462	6,480	8,182	\	1,038	8,267	130	4,535	1,195
英国市场	40	25.1	0.33	\	\	57.9	\	1.2	\	\
法国市场	116	98.5	17.1	\	\	75.8	\	34.8	\	39.1
德国市场	131	14.1	1.6	\	\	13.5	\	\	\	\
日本市场	\	147	973	308	\	103.4	\	\	\	\
中国市场	\	184	\	\	\	\	\	\	\	\
香港市场	\	25.2	37.4	\	\	14.4	34.3	\	\	16.8

表二: 由于韩国电影振兴委员会(KOFIC)的票房统计是以观影人次的方式,很难与表一数据统一;为保持一致性,本表格的韩国电影市场仍采用 www.boxofficemojo.com 的票房数据,单位:万美元,截止时间 2013 年 3 月 25 日。

表格显示出,北美市场前 10 名的韩国电影在东西方国家市场上的差异非常明显。韩国电影的本土票房远超过其他国家市场的表现(除了《春夏秋冬又一春》),而且就时间看,2012 年的《夺宝联盟》和《双面君王》均超过了《江汉怪物》排在前两位,保持着自 1999 年以来本土年度票房冠军均是韩片的优势。^①但是,就发行情况看,仅有《江汉怪物》、《太极旗飘扬》和《老男孩》等 3 部影片在表格所列出的全球重要电影市场上具有相对完整的票房数据(即便如此,后两者在中国市场均未能发行)。如果说《太极旗飘扬》与政治意识形态有关,那么充斥着暴力、血腥以及色情内容的《老男孩》根本不可能在中国内地市场公映。在亚洲区域,日本成为韩国电影最重要的海外市场,以上 4 部影片的票房达到 1531 万,平均单片票房达到 382 万美元(北美市场以上 10 部影片仅 981 万,平均单片票房 98.1 万,显然两者情况相差甚远)。这显示出:一方面,韩国电影无论在亚洲还是欧美,海外发行能力仍然较为薄弱,另一方面,由于叙事的极端性,难以满足不同国家电影市场的管理政策和观众的欣赏需求。

值得注意的是,表格数据显示,北美排名前 10 的韩国电影,发行到英法德等欧美市场的,比日本、中国、香港等亚洲市场多。我们看到,西方国家的电影市场具有十分相似的观影需求,如在北美、法国和德国市场上票房最高的均是《春夏秋冬又一春》,在英国市场上则《老男孩》票房最好,其次是《春夏秋冬又一春》;反观亚洲市场,

《春夏秋冬又一春》除了韩国本土市场票房数据外,根本就没有进入日本、中国与香港院线市场。在香港市场上,突出血腥暴力色情的电影,如《老男孩》、《蝙蝠》是票房最差的两名;日本市场也不例外,在 4 部影片中,《老男孩》的票房排名最后。这两部文艺片都曾在国际电影节上斩获奖项,西方观众显然深受韩国电影获奖模式的影响,在异域情境中进行人性恶的奇观消费。在日本和香港市场上,票房最好的却是叙述南北朝鲜关系的战争片《太极旗飘扬》,这种消费重点与韩国本土市场非常吻合(如《太极旗飘扬》的票房数倍于《春夏秋冬又一春》、《老男孩》)。^②但与此相反的是,《太极旗飘扬》在英国、法国和德国市场都异常惨淡(分别是 0.3 万、17 万、1.6 万),竟然是这三个重要西方国家电影市场中票房最差的。从这个角度说,在跨文化语境中,韩国电影的文化折扣产生于极端叙事。在截然两分的电影类型中,西方观众乐于消费的文艺片,存在着极端的暴力与色情,这在东方市场上不可通约;流行于东方国家及地区市场上的商业片,由于弥散着国家主义、民族主义等意识形态宣谕,又难以获得西方观众的认同。

如上所述,韩国电影在 2012 年北美市场出现再度走强的迹象,这表明在降低文化折扣、增强普遍性方面显露出些许亮色,归纳起来,有如下三种思路。第一,用东方人物、情感改写西方故事,制造“熟悉而又陌生”的观影效果。2012 年进入前 10 名的《狼族少年》,即是翻拍美国大片、试图衔接与好莱坞生产的狼族故事的典型(法国从文艺

片到商业大片的转轨,也是拍摄狼族题材的《狼族联盟》(狼族题材的商业叙事成为进入西方市场的表征)。这部影片与2009年朴赞郁用《蝙蝠》讲述吸血鬼的西方故事不同,后者充斥着暴力、色情等极端叙事,缺乏普遍性,难以吸引亚洲市场。《狼族少年》完全改观,既有“狼孩”传奇、道德批判等西方熟悉的内容,也有含蓄、忠贞、隽永等东方元素,演员偶像化大大增强了消费程度。第二,在本民族的历史事件、政治事件中突出西方价值观,以西方价值观获得普遍性,从而回避情色与暴力的极端表现,赢得东西方市场。2012年的《双面君王》即是成功的范本。一方面,它在上/下、高贵/卑贱二元互换的情节模式叙述了一个底层贱民与光海王的历史故事,具有鲜明的民族特色,在国内票房取得较大成功,另一方面,就影像内部的价值取向来说,它站在人性立场、平民立场批判了贵族的政治权力斗争,更多体现了美好的人性价值,又与好莱坞电影宣扬的普适性价值极为相似,因此,在北美市场上创造近5年来最佳的票房成绩(排在第4位)。《双面君王》有效增强了普遍性,在取消文化折扣方面获得了前所未有的成功。第三,表现亚洲区域多国的政治关系,积极参与全球性议题。我们看到,韩国电影的国际视野、跨国叙事近来明显增强,尤其注重叙述东亚、东北亚等多国关系,试图在一些国际政治议题上发出自己的声音。如2006年的《台风》虽讲述一个逃离朝鲜但又被韩国拒绝的“脱北者”故事,集中表现朝鲜与韩国之间的恩怨情仇,但将之放置在了俄罗斯、中国与美台军事敌对的大背景下。这一定程度上暴露出韩国广泛存在的“核恐惧”以及在东北亚政治格局中紧张焦虑的心理。再如2011年的《登陆之日》,罕见地取材于“二战”,用两个具体人物(长谷川辰雄和金殖俊)在二战期间辗转流离、人生遭遇及地位变化,表现中日韩以及前苏联、德国等复杂的多国关系,特别强调日本与朝鲜的关系,两人在开始时是敌视的对手,到最后相互支持、拯救,试图把历史中“主仆”关系变成平等的“兄弟”关系。不仅如此,出于进入中国市场的考虑,影片也设计了东北抗日的情节。因此,韩国电影跳出自我中心,叙述跨国经验、表现多国的政治关系、勾勒亚洲政治格局,均显示出韩国电影传播意识的重要发展,降低文化折扣的努力。目前看来,前两种已然取得成效,后一种尚待

观察。但无论如何,这些策略对中国电影在减低折扣方面都有启示作用。

注释[Notes]

- ①以上数据来自《韩国电影:明星自降片酬来救市》,中国文化传媒网2007年4月23日。<http://www.ccedy.cn/yule/zixun/201109/t20110927_103725.htm>
- ②韩国电影出口额2005年达到历史最高值(7600万美元),2006年减少为2500万美元,并且持续下跌,2011年仅为1582万美元,远低于电视剧2亿美元,音乐的1.9610亿美元。参见“韩流仍火 韩片稍逊”,《中国文化报》2013年1月8日。
- ③为客观比较中国内地与韩国电影产业的情况,本文出现的“中国电影”不包括香港与台湾地区电影。
- ④北美院线市场严格地遵照电影分级制,未分级的电影很难进入主流院线,因而严重影响到该片的票房成绩。
- ⑤具体论述可参见卜彦芳“韩国电影产业新观察”,《现代传播》5(2009):104-06。
- ⑥1990年代韩国电影取得突破性进展是以国际电影节获奖为标志的,所涌现出一批世界级的名导,如林权泽、金基德、朴赞郁等不断斩获欧洲电影节奖项,而且,作为新韩国电影的开端,1995年在韩国最早引起人们关注的也是一批艺术电影导演,如塔可夫斯基、基耶罗夫斯基、吉姆·贾穆什等,成立如“白头大杆”等艺术电影院线,分布各地的电影小组也把这种艺术电影观传播开来。具体论述可参见朴燕真“90年代韩国电影的繁荣和流变”,《当代电影》2(1999):99-105。
- ⑦法国电影在北美外语片市场乃至其他国家市场的确存在明显优势。但是这种专注个体精神世界、否定权威主义的价值取向打破了法国政治传统特有的“权威与反权威”平衡,产生带有自恋色彩的“后物质主义”。可参见陈强“法国文化软实力的衰落及法国总统、学者的反思”,《经济与社会发展》12(2008):134-36。
- ⑧这再次反映出,北美外语片市场存在较强的文艺片审美倾向,文艺片在北美市场上具有较强的商业价值。具体论述可参见拙文“华语电影国际竞争力及其作为核心的文化逻辑”,《文艺研究》4(2013):82-91。
- ⑨具体地说,韩国电影在1999年迎来转机,《生死谍变》创造550万观影人次,打破《泰坦尼克号》的纪录,票房2210万美元;2000年票房冠军的《共同警戒区》击败好莱坞大片《角斗士》;2001年票房4600万美元的《朋友》成为第一,观众人数813万,《我的野蛮女友》观众485万。2001年的《武士》创造国内202家影院上映和预售8万张门票的纪录。参见刘琼“后好莱坞时代的韩国电影”,《世界文化》5(2005):27-30。
- ⑩韩国电影这种聚焦人性欲望的集体性、极端性在世界

电影史上都是罕见的,在缺乏必要的价值判断与艺术控制的情况下,造成了为暴力而暴力的泛滥,如《殴打诱发者》、《看见恶魔》等。

①新世纪以来韩国电影票房冠军分别是《共同警备区域》(2000)、《朋友》(2001)、《家族荣誉》(2002)、《杀人回忆》(2003)、《太极旗飘扬》(2004)、《欢迎来到东莫村》(2005)、《王的男人》(2006)、《美女的烦恼》(2007)、《海云台》(2008)、《影子杀人》(2009)、《大叔》(2010)、《弓:最终的武器》(2011)、《夺宝联盟》(2012),来源于韩国电影(Cinema Korea)网站 2013年3月25日。 <http://cinemakorea.org/korean_movie/data/kougyou.htm>

②韩国电影在中国内地市场屡屡传出票房失败的消息,主要有三个原因:1)发行数量较少,韩国电影集中于色情、暴力的极端化叙事,进入中国市场较为困难;2)发行时间滞后,国内观众越来越多地通过网络、碟片等其他路径观看韩国电影;3)合拍片的市场定位不准确,未能找到适当的叙事个性,如《好雨知时节》、《笔仙》等,即便在韩国创造观影人数纪录的《夺宝联盟》(与香港合拍)在国内市场也是票房平平。

引用作品 [Works Cited]

卞智洪 “从产业特征看韩国电影振兴”,《电影艺术》5

(2002):101-08。

[Bian, Zhihong. “The Rising of Korean Film Industry and Its Characteristics.” *Film Art* 5 (2002): 101-08.]

刘琼 “后好莱坞时代的韩国电影”,《世界文化》5 (2005):27-30。

[Liu, Qiong. “Korean Films in Post-Hollywood Era.” *World Culture* 5 (2005): 27-30.]

朴燕真 ‘90年代韩国电影的繁荣和流变’,《当代电影》2 (1999):99-105。

[Park, Yeon-Jin Park. “The Flourish and Transition of the 1990s’ Korean Film.” *Contemporary Cinema* 2 (1999): 99-105.]

刘雄宰 “全球媒体景观下的政治经济学——以韩国电影工业为例”,《文化艺术研究》1(2010):234-42。

[Ryoo, Woongjae. “The Political Economy of the Global Mediascape: The Case of the South Korean Film Industry.” *Studies in Culture & Art* 1 (2010): 234-42.]

(责任编辑:王嘉军)

本刊说明

杭州师范大学中国古代文学与文献研究中心钟明奇教授发表在本刊《文艺理论研究》2012年第2期上的论文《人格的嬗变与文心的转迁——论李渔及其小说戏剧创作之艺术偏向》,系“杭州市哲学社会科学重点研究基地项目”,课题编号为2011JD05。特此说明。