

# 韩剧流行中国的原因和启示

冯 韵

(黄山学院 文学院,安徽 黄山 245041)

**摘 要:**韩剧流行中国已成为一个不容怀疑的事实。解读韩剧这一文化产品的独特魅力,分析韩剧得以风靡中国的原因,可以为中国文化产业的发展带来一些启示。

**关键词:**韩剧;流行;原因;启示

**中图分类号:**J905      **文献标识码:**A      **文章编号:**1672-447X(2009)01-0101-03

近年来,从中央台到各省、市级电视台,都在不断地播出韩剧,央视8套播出的《爱情是什么》首开韩剧之风,其后播出的《澡堂老板家的男人们》、《李生兄妹》、《真相》、《蓝色生死恋》等,都以强劲的势头逐步占领了中国的电视荧屏,尤其是韩剧《大长今》的热播,更是吸引了亿万国人的眼球。不仅如此,各大报纸的文娱版还为此开辟一片天地进行讨论。从我国电视剧界看,韩剧的火爆已是既成事实。在与国内媒体的合作下,韩剧“双管齐下”,同时占领着电视时段与影碟租赁业这两大极具商业利润的市场。我国台湾在去年8月甚至爆发了一场“本土艺人争取生存工作权”的大游行,其起因就在于台湾本土剧已被大举入侵的韩剧挤到了难以维持的境地。韩剧之盛,引起了人们的思考。

## 一、韩剧现象

韩国电视剧在传播韩国大众文化方面发挥了不可低估的作用,它为后续进入中国大陆的韩国音乐、歌舞、电影起到了铺垫作用。事实上,1992年中韩建交之前,由于历史原因和意识形态对峙的残留影响,中国人对韩国的了解还处于真空状态。当时,中国人关于韩国的概念里只有“三八线”、“兵败汉城”(88年奥运会)以及亚洲四小龙等惯用词,至于对韩国社会、韩国人的生活、韩国人的喜怒哀乐,则全然不了解。正是韩国电视连续剧让中国人开始了解和认识韩国社会、韩国人的生活百态,

感受韩剧的魅力。从家长里短、絮絮叨叨的《爱情是什么》开始,到描写都市青年纯真爱情的《都市男女》、《星梦奇缘》、《最爱是谁》、《爱上女主播》、《天桥风云》、《火花》等,形形色色的韩国人形象出现在中国人眼前,让中国人大开眼界。还有像《蓝色生死恋》这样的连续剧,令中国观众为之魂牵梦萦,与主人公同喜同悲。

眼下,韩国电视剧在中国大陆仍受欢迎,在全国各地电视台都有播放。到目前为止,在中国播放过或正在播放的韩国电视剧已有200余部。

韩剧得以在中国流行,央视的功劳不容忽视。可以说,是央视把韩剧引进了中国观众的视野。央视8套不仅播放韩剧,还常常重播经典剧目,这在中国的电视领域是十分罕见的现象。

除央视以外,在其他各省市电视台,韩剧播出的频率也很高。2001年北京电视台先后播出了《天桥风云》、《最爱是谁》两部韩剧,虽不是什么黄金时段,但却有着固定的观众群。以江苏电视台城市频道为例,从2002年至今先后在“二条剧场”、“黄金剧场”播出过《冬季恋歌》、《姐妹花》、《灰姑娘》等韩国电视剧。据韩国学者李银淑调查,2002年中国播放的韩剧共有67部,实际重映的达到316次。大大超过了同时播放的日剧。<sup>[1]</sup>

韩剧的流行不仅是电视领域的现象,也引发了许多有关文化的新问题和新发现及许多新观念,韩剧所辐射的社会范围和强度超乎人们所料。在韩剧升温的同时,人们爱屋及乌,韩国料理、服饰、化妆品、旅游以及韩国

收稿日期:2008-03-13

作者简介:冯 韵(1981-),安徽歙县人,黄山学院文学院助教,研究方向为中国古代文论和文艺学。

的工业产品也跟着升温,成为人们的生活时尚。韩国电影、流行音乐、书刊、音像制品、游戏等受到热烈地追捧,韩剧和韩国明星造就了一大批 fans,形成了“哈韩族”群体,并由最初的青少年不断扩大到中老年人。据调查,不少选择学习韩语的学生最初的动机就是喜欢韩剧。

韩剧的“热播”促使人们对韩剧进行了“冷思考”。观众、学者、专家、业内人士从不同的视角,不同的层面进行探讨研究,阐述各自的观点,报刊杂志上有关韩剧的文章可谓铺天盖地,在理论界也形成了“韩流”的另一道风景。据不完全统计,仅2005年,全国至少有80种以上的报纸、杂志刊载过有关“韩剧”的文章。从《人民日报》、《光明日报》、《新华日报》到《平凉日报》、《温州日报》、《南通日报》,从《中国电视》、《大众电视》、《电视研究》到《理论与创作》、《社会观察》、《世界知识》、《南京艺术学院学报》等都有对韩剧的评论。《电视批判》栏目在浙江大学举办了师生对韩剧的专题座谈会;黑龙江日报邀请社会工作者进行座谈;互联网上各个网站对韩剧的评论与争论更是难以计数。2005年东北亚传播学国际研讨会上,来自中国、韩国、日本的多名学者都不约而同谈到势不可挡的以韩剧为代表的“韩流”现象,有关韩剧的探讨也日益成了一个国际性的话题。

## 二、韩剧风靡中国的原因

韩剧是韩国文化产业的重要组成部分。作为文化产品的韩剧,将审美属性和商品属性完美地融合在一起,给予观众消费者巨大的审美满足,在中国空前地风靡和流行。

### (一)专业的制作队伍和制作方式

韩剧高速发展是在20世纪90年代,这一时期,很多韩国留学生从国外学成归来,并带着先进的制作理念投入到韩剧的制作当中,正是有了这一批专业人士,韩剧也因此崭露头角。“韩剧在后期制作上追求尽善尽美,完全按照电影镜头的标准精雕细琢,使每个镜头都充满美感。”<sup>[4]</sup>而正是如此才使得韩剧在亚洲久盛不衰。

制作队伍的专业化还体现在编剧深厚的文学功底上。不管是蕴涵深刻的人生哲理,还是娓娓道来的浪漫诗意,都经过了一再地精雕细琢。韩剧能够在文化的写意与生活的写实,对白的铺陈与动作的简洁之间实现有效的平衡和契合。它注重在多重美学元素和文化内涵的融合中,实现对电视剧固有美学追求的超越,使一部电视剧既有戏剧式的幽默,又有悲剧式的凝重。

另外,韩剧在制作方式上也有别于中国电视剧的制作。在韩国电视剧制作体制中,编剧处于制作体系的核心地位,编剧是剧组的灵魂。一般情况下导演、制片人要从听从编剧的意见。电视台或者编剧确定好选题后,导演、

编剧、制片人三方面共同策划剧本,选择场景,编剧甚至可以直接介入演员的挑选,剧组开机时,编剧一般只会写好1/3的剧本,后面的部分则根据进度边拍边写。在此过程中,他们会不断拿出已经写好的部分和观众座谈或发到网上,及时听取改过意见,另外在电视剧拍摄完毕前,电视剧已经进入电视频道播出,电视剧的最终结局是根据观众的收视反映来决定。

“边写、边拍、边播”是韩国电视剧生产与传播机制的又一特点。把观众的反应当成电视剧是否继续拍下去的根据,受观众欢迎,故事就发展下去,一旦观众对故事失去兴趣,电视剧就会应声而止。也就是说韩剧首先要得到国内观众的认可,这种电视剧生产传播机制很好地发挥了电视剧连续性的体裁特点,同时也体现了现代化电视产业的优点。

### (二)成功的商业运作

在现代商品经济社会,包装与发行的秘密往往就是商业运作成功的最大秘密。从演员包装到电视剧的拍摄手法再到运作方的商业气氛经过多年的砥砺凝结成了“龙卷风”。电视剧的前期宣传,和演员有关的媒体的大肆炒作,甚至有关剧中人物的明信片、饰物和挂件都会成为人们乐此不疲追逐的“惊喜”。《蓝色生死恋》中集结悲欢离合的最重要场景——海滩,位于汉城北方江原道附近花津浦的海滩,正成为很多多少男女热衷出行的旅游胜地。惠尼克斯帕克度假酒店甚至把剧中泰锡居住的饭店房间,专辟为一处观光点,开放给游客游览,当时拍摄的场景及陈设和一些戏服、剧本,均被一一保留,并由此命名为“秋天童话元彬的房间”。据报载,《大长今》中主人公的成长路线就可以成为经典的旅游线路。正是因为商业的运作增强了交流,才使中国观众领略了韩剧的魅力。

(三)中韩文化的相通性为韩剧的流行提供了前提条件

在跨文化交流中,由于各种文化之间的差异,产生误解的可能性也就不同。跨文化交流学的研究表明,“人所具有的共性越多,他们在交流中所遇到的严重挫折或文化曲解就越少。当不同文化群体的成员的文化差异增大时,误解的可能性无疑就更大”。<sup>[5]</sup>也就是说,两种文化差异越小,共同的意义空间就越大,交流的障碍就越少,彼此就更容易产生认同感。

中国和韩国同处于东亚地区,有一种天然的地缘亲近,长期的亲善交往和交融,使两国既有自己的民族文化特色,又有共同的文化遗产,因此在跨国文化的传播中存在着文化趋同性:文化根基、价值观念和生活方式等等都存在着相通之处。历史上都曾接受过儒家文化的洗礼,具有共同的历史渊源,同属于以重人伦为内在本质的汉字文化圈体系。与欧美文化、日本文化相比较,韩

国文化显得优雅而恬淡,这一点和中国人传统的道德标准、价值观念和审美情趣等都比较相近,韩剧的故事不乖张、中庸而平和、含蓄等特点,很符合中国人的消费口味。韩国影视剧的故事叙说,往往突出主人公的魅力所在,如善良、美丽、敬业等,符合传统文化的规矩。有些作品还强调人格和尊严在现代社会中的重要性。韩剧在吸纳欧美文化的同时,还注意运用东方人的眼光重新包装设计,一切流行元素中似曾相识的中国印记若隐若现,令人回味无穷,对中国青少年而言既有新鲜感,又有亲和力。韩剧带来的韩国文化实际是包装过了的东方文化,是亚洲文化和欧美文化融合改造的结果。

韩剧之所以在中国市场取得成功,最重要的一点是其电视剧以老百姓的日常生活和新颖的内容作为主要题材,真实地反映了老百姓日常生活中的点点滴滴。同时,在描写恋爱场面时,韩剧为了使亚洲文化圈国家的观众能接受,含蓄地表现了其内容,抑制了过分激情的表演,因此得到了美学和视觉上的效果。这就让长期观看反腐剧、悬案剧、清宫戏的中国观众耳目一新,愿意将时间花在观看韩剧上。

### 三、韩剧的盛行给中国文化产业的启示

韩剧对中国文化建设来说,应该说有一种特殊的贡献,它作为东方文化力量的一支,为改善中国与西方文化交流的“入超”现状,提供了积极的思路和具体支持。韩国向亚洲、欧美、非洲输出文化产品,在相当程度上抵制了美国向东方国家“输出核心价值”的文化优势,并从文化产业的方向提供了一种最适合文化输出、简便和深入人心的样式。中国文化对于百年来的西风东渐文化攻势尚未找到一种有效的抵御和反击手段,而韩国恰恰在亚洲或更大范围实现了东方文化价值观与西方价值观抗衡的效果。韩剧所宣扬的价值观念本质上是中国文化圈的核心价值观念,所以,韩剧在中国流行,会有助于中国人发现和发掘传统文化的合理成分,增强民族文化自信。

韩剧对中国电视行业的发展来说,具有榜样的力量。韩国从1997年开始,电视节目的出口每年以33%的速度递增,其中有19%左右的节目销往中国。韩国在文化产业发展战略中明确指出,发展文化产业必须开拓国际市场,并以中国、日本为东亚地区的重点。大力开

发,促进出口,利用国内市场收回制作成本,通过海外市场赢利。韩剧在亚洲获得了巨大的成功。它不仅在市场上赢得了巨额利润,在文化交流方面,也起到了前所未有的作用。

韩剧所奉行的“群众路线”可以说是它获得成功的法宝。韩国电视剧特别关注观众的态度,关注社会的热点,用细腻的情节反映现实社会中人们的喜怒哀乐。另外,比较受欢迎的韩剧,一般都有一个积极向上的主题,并且恪守民族的传统理念。唯美的画面,动听的音乐,时尚的人物,幽默的语言,所有这一切都是为了表现民族文化的内涵。

由此联想到中国电视剧产业。我国长篇电视剧真正的发展时间只有20年左右,从制作理念到制作水平与韩剧都有着一定的差距。从前几年照搬日韩电视剧的情节,到直接使用韩国演员,再到与韩国制作公司进行合作,中国电视剧行业在用各种方式进行尝试,这实际上是一种主动学习的态度。中国电视剧也有自己的特色,但具有浓郁中国文化特色的电视剧确实并不是很多,没有在世界范围内形成自己的风格是不争的事实。这中间可能有多种原因值得深思,如果在量的积累上不能形成规模,也就谈不上质的飞跃。中国文化特色很难用一语概括,但还是想办法向其靠拢的,那就是“三贴近”原则。如果真正做到了贴近实际,贴近生活,贴近群众,中国文化的本质也就可能表现出来了。

韩剧作为一项外来的文化现象,已经给中国观众甚至中国文化产业领域带来了意想不到的冲击。面对韩剧,要冷静思考,采取行之有效的措施予以面对,来振兴本土文化产业,进而抗击韩剧甚至随之而来的“韩流”。

#### 参考文献:

- [1]李银淑.中国接受韩国影视剧的状况[EB/OL].<http://tieba.baidu.com>,2005-06-30.
- [2]斯洋.《白领公寓》打入韩国市场[EB/OL].<http://www.dzwww.com/qiluwanbao/qiluwenyuxinwen/200208150111.htm>,2005-03-07.
- [3]关世杰.跨文化传播学[M].北京:北京大学出版社,1995.

责任编辑:曲晓红

## Reasons and Inspiration of the Popularity of Korean Dramas in China

Feng Yun

(School of Arts, Huangshan University, Huangshan245041, China)

**Abstract:** There is no doubt that Korean dramas have become popular in China. Interpreting the unique charm of Korean drama—a cultural product, and analyzing the reasons for the popularity of Korean dramas in China can bring the inspirations to the development of Chinese culture industry.

**Key words:** Korean drama; popularity; reason; inspiration

# 韩剧流行中国的原因和启示

作者: [冯韵, Feng Yun](#)  
 作者单位: [黄山学院文学院, 安徽, 黄山, 245041](#)  
 刊名: [黄山学院学报](#)  
 英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)  
 年, 卷(期): 2009, 11(1)  
 引用次数: 0次

## 参考文献(3条)

1. [李银淑](#) [中国接受韩国影视剧的状况](#) 2005
2. [斯洋](#) [白领公寓](#) 2005
3. [关世杰](#) [跨文化传播学](#) 1995

## 相似文献(9条)

1. 期刊论文 [赵津晶](#) [从韩剧世界范围的流行看当代文化传播的超方向性—现代传播2007\(6\)](#)  
 20世纪人们对文化流向的论述多为从较为先进的国家流向较为落后的国家,从中心地带流向边远地区,从西方国家流向非西方国家.但是,21世纪文化的流动具有了超方向性的特点.本文以“韩流”的盛行为例证,阐述了强势文化单向度传播模式的打破以及世界文化传播的多元趋势.
2. 学位论文 [赵福洙](#) [韩剧在中国——流行因素分析](#) 2004  
 本研究以中国大陆为主,探讨韩剧在中国广泛流行的原因和影响.为此,笔者与北京大学生探讨过关于韩剧和韩星的问题,研究了有关韩剧和韩星的消息.首先,笔者对韩剧在中国的发展历程进行了整理.1997年《爱情是什么》登陆以后,韩国电视剧有什么变化,经典韩剧是什么,收视率如何,为什么注意青少年受众.这些问题是第一章的主要内容,将成为第二章、第三章内容的大背景.第二章,分析了韩剧叙事上的特点,另外,通过与北京大学生的交流,考察了电视剧与现实社会的相关性.第三章,分析了韩星,中国的韩星形象叙述和北京大学生对韩星的想法是本章的主要内容.
3. 期刊论文 [郭鹏](#) [从跨文化的视角解读韩剧在中国的流行—文教资料2008\(5\)](#)  
 本文以跨文化的视角从四个方面解读了韩剧在中国流行的原因:韩剧倡导儒家传统,易使中国国民产生家庭伦理文化认同;韩剧唯美的表现手法,为青少年量身订做情感大餐;韩剧展现平民化的生活,让中国观众感同身受;最后,韩剧文化创作上推陈出新,迎合中国观众常看常新的心理需求.
4. 期刊论文 [张星星](#) [跨文化传播的典范——评韩剧在中国的流行—科教文汇2007\(18\)](#)  
 近年来,随着韩剧在中国的流行,它从以下四个方面对中韩两国跨文化传播起着桥梁作用:首先,韩剧倡导儒家传统,易使中国国民产生家庭伦理文化认同;其次,韩剧唯美的表现手法,为青少年量身订做情感大餐;再次,韩剧展现平民化的生活,让中国观众感同身受;最后,韩剧文化创作上推陈出新,迎合中国观众常看常新的心理需求.
5. 期刊论文 [琳琳](#) [“韩剧”在中国流行一个制度经济学解释—科技信息\(学术版\)2006\(12\)](#)  
 韩剧近几年来在中国悄然兴起,并成为一种潮流传遍了中国大地.在“韩流”涌动的背后,引发人们对韩剧流行的原因更深层次的思考.其实,归根到底是韩剧内在和外在的制度因素在起作用.因此,找出“韩流”存在的真正原因要从制度角度分析.本文从制度经济学的角度,通过从正式制度与非正式制度两方面来分析“韩流”的原因.
6. 期刊论文 [马丽](#) [“韩剧”流行的文化思考及启示—河北大学成人教育学院学报2009,11\(2\)](#)  
 近年来,随着韩国影视剧的热播,韩国文化涌进我国,对我国的民众产生了很大影响,尤其是青少年群体.韩剧在中国之所以引起广泛关注,文化内涵是其主要因素,真实的题材、表演、细节,干净的画面、语言,漂亮的人物、服饰、饮食、结局,倡导传统伦理道德、爱国情结,力推本国文化等等,这些既是韩剧成功的原因,也给国产电视剧今后的发展带来了启示.透视韩剧热播现象,我们还可以看到韩剧所表现的对传统文化思想的继承和发扬,对民族性的尊重与宣扬,使得中国观众倍感亲切,反思韩剧对中国文化的冲击,要以一颗平常心从中获得启示,既要有政府营造的良好文化产业发展环境,又要从观众出发,以故事为本,兼容并包、立足本土,只有这样才能推动中国文化产业的发展与繁荣.
7. 期刊论文 [王新菊, 冯雨晴, WANG Xin-ju, FENG Yu-qing](#) [在平凡生命的凝视中展现人文之美——韩剧在中国流行的启迪—南通航运职业技术学院学报2007,6\(4\)](#)  
 韩剧在中国的热播给了人们诸多启迪.文章从情、真、美三个角度对韩剧在诠释平凡人生、显示真情关怀、传扬人文魅力等方面进行了赏析.
8. 期刊论文 [雷颖娟](#) [浅析韩剧在中国流行的原因—新闻知识2008\(2\)](#)  
 近几年来,韩剧如同海浪汹涌而入,不断挤压中国的电视剧市场.《爱上女主播》、《玻璃鞋》、《澡堂老板家的男人们》、《人鱼小姐》、《大长今》、《宫》等韩剧强烈地吸引着中国观众的眼球,备受关注与喜爱.韩剧在同国产电视剧激烈争夺市场分额,给中国电视剧带来了严重的冲击.为什么韩剧有着如此的魅力?摒弃其华美的文本及其艺术价值以及经济发展等因素,文化的传播成为一个不可忽视的因素.韩剧之所以如此风靡,关键在于其传播的文化价值和现实生活理念与当下中国观众的需求相吻合.
9. 期刊论文 [艾看](#) [解读韩剧病态流行—医药与保健2006,14\(8\)](#)  
 从《我的野蛮女友》到《大长今》再到《浪漫满屋》,韩剧似乎成了一种符号,这个符号吸引成千上万的女性为之疯狂和痴迷.韩剧之所以流行,大概和其俊美的演员、精美的画面以及或夸张或搞笑的故事情节有关.

本文链接: [http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_hsxxyb200901025.aspx](http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb200901025.aspx)

下载时间: 2009年10月23日