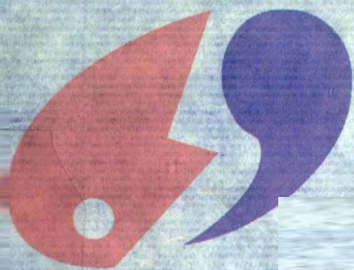


韩国研究丛书 (41~44)



“韩流”冲击波现象考察 与文化研究

◎金健人 主编



国际文化出版公司

图书在版编目 CIP 数据

“韩流”冲击波现象考察与文化研究 / 金健人主编.
—北京: 国际文化出版公司, 2008. 4

(韩国研究丛书)

ISBN 978-7-80173-779-3

I. 韩… II. 金… III. 文化—研究—韩国
IV. G131.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 040260 号

· 韩国研究丛书 (41~44) ·

主 编 沈善洪
副 主 编 黄时鉴 金健人
责任编辑 王逸明 潘建农
出版发行 国际文化出版公司
经 销 北京国文润华图书销售公司
印 刷 杭州大华印刷厂
开 本 880×1230mm 32 开
52.5 印张 1200 千字
版 次 2008 年 6 月 第 1 版
2008 年 6 月 第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-80173-779-3
定 价 125.00 元(全四册)

国际文化出版公司

北京朝阳区东土城路乙 9 号 邮编:100013

总编室:(010)64270995 传真:(010)64271499

销售热线:(010)64271187 64270932

传真:(010)84257656

E-mail:icpc@95777.sina.net

http://www.sinoread.com

内 容 提 要

这是一部既有理论分析又有现实针对性的关于当代中韩文化交融的文化学著作,把目前对于韩国文化的介绍性研究提高到一个新的水平,显示出整体性、系统性和理论性的特色。

作者采用宏观的面上的展望与微观的点上的深入相结合的方法,对“韩流”既有历史的梳理,又有现实的调研,根据韩国当代文化对中国最有影响的几个领域,分类整理,形成影视、音乐、舞蹈、服饰、料理等几个主要块面,条分缕析,以线穿点,以点带面,形成对“韩流”的多方面多层次的审视。不仅可以满足社会上数量颇多的“哈韩族”进一步认识韩国文化的需要,而且可在中韩文化的交相对比中加深人们对自己本国文化的理解。同时,也可以成为当前大学里讲授韩国历史文化时颇为缺乏的当代现实文化教材。

目 录

绪论	1
一、韩流的形成与发展	1
(一)兴起阶段	1
(二)发展阶段	2
(三)高潮阶段	2
(四)停滞阶段	3
二、韩流的主要内容	3
(一)韩国影视	4
(二)韩国音乐	5
(三)韩国舞蹈	7
(四)韩国服饰	10
(五)韩国料理	14
(六)韩国的其他产业	15
三、韩流成功的原因	18
 第一章 “韩流”冲击波——影视波	22
一、关于韩剧的现状分析	22
(一)韩剧生产机制的规范化	25
(二)韩剧传播机制的群众化	26
(三)韩剧类型的多样性	26

(四)审美的民族化与世界化	27
二、关于韩剧的艺术分析	29
(一)主题的大写意与生活的小写实	29
(二)剧情引人入胜与台词趣味横生	29
(三)唯美的音乐与画面	30
(四)考究的演员选择和生动的演员表演	31
三、电视部分	34
(一)都市情感剧	34
1. 经典回味之《爱上女主播》	
2. 时下流行之《冬季恋歌》	
3. 时下流行之《巴黎恋人》	
(二)悲情剧	64
1. 经典回味之《蓝色生死恋》	
2. 时下流行之《巴厘岛的故事》	
3. 时下流行之《对不起、我爱你》	
(三)家庭伦理剧	89
1. 经典回味之《初恋》	
2. 时下流行之《玻璃鞋》	
3. 时下流行之《看了又看》	
(四)青春轻喜剧	121
1. 经典回味之《豪杰春香》	
2. 时下流行之《浪漫满屋》	
3. 时下流行之《我的名字叫金三顺》	
(五)古装剧典型片《茶母》	146
(六)历史剧典型片《明成皇后》	157
四、电影部分	171
(一)喜剧片《我的野蛮女友》	171
(二)浪漫爱情片《触不到的恋人》	174

(三) 悲伤爱情片《八月照相馆》·····	178
(四) 战争类型片《太极旗飘扬》·····	181
(五) 历史片《王的男人》·····	186
(六) 生活哲理片《时间》·····	190
(七) 惊悚恐怖片《怪物》·····	193
 第二章 “韩流”冲击波——音舞波 ·····	198
一、韩国音乐潜入中国 ·····	198
(一) 韩国音乐舞蹈中国初探·····	198
(二) 韩国音乐舞蹈在中国的燎原之势·····	199
(三) 韩国音乐舞蹈对本土音乐的冲击·····	200
二、韩国音乐 ·····	203
(一) 韩国现代音乐的形成背景·····	203
(二) 韩国现代音乐的特点 ·····	203
1. 韩国青春组合的音乐特点及代表 ·····	
HOT	
GOD	
神话	
BABY VOX	
东方神起	
FLY TO THE SKY	
SUPER JUNIOR	
2. 韩国快歌的特点及代表	
李贞贤	
BOA	
3. 韩国抒情歌的代表	
赵模成	
李秀英	

曹成模

4. 韩国式 HIP—HOP R&B 的特点及兴起

5. 韩剧主题曲代表

I believe(我的野蛮女友)

《从开始到现在》,《我的记忆》(冬季恋歌)

《呼唤》(大长今)

《命运》(浪漫满屋)

三、韩国舞蹈 220

(一)现代舞蹈..... 220

1. 现代舞蹈的发展历史

2. 关于韩国的街舞

(二)韩国传统舞蹈简单介绍..... 223

1. 分类

2. 传统舞蹈的动作特点

3. 传统舞蹈的表现形式

4. 传统舞蹈与社会生活

5. 传统舞蹈的代表——宫廷舞蹈

第三章 “韩流”冲击波——服饰波 229

一、韩国服饰的流行 229

(一)韩国服饰在中国影响扩大的过程 229

(二)韩国服饰流行于中国的具体表现..... 231

1. 休闲自由风格的街头服饰盛行

2. 韩式风格的混搭服饰成为年轻人的最爱

3. 韩剧中的“短装”打扮被中国女生竞相模仿

4. 大小品牌服饰均被冠以“韩版”的招牌

二、背景及原因分析 234

(一)背景..... 234

1. 政策影响	
2. 韩国商家国内货源不足	
3. 对美出口下降	
4. 中国市场具有最适宜开发的市场条件	
(二)盛行之原因·····	237
1. 韩国服饰的特点	
2. 韩国纺织业的发达带动了服饰业的发展	
3. 善于挖掘中国市场的“边角缝隙”市场板块	
4. 韩国服装加工业发达的信息化	
三、几点思考·····	245
(一)服装市场“韩风”带来的积极影响·····	245
1. 给中国国内的中小企业带来了生机	
2. 中国市场“韩流”涌动的同时,中国服装出口韩国的势头加强	
(二)服装市场“韩风”带来的启示·····	246
第四章“韩流”冲击波——料理波·····	249
一、独具魅力的韩国饮食文化·····	249
(一)源远流长的朝鲜半岛饮食文化·····	249
1. “一方水土一方人”	
2. 传统农业社会的饮食礼俗	
3. 饮食养生与药膳理念	
(二)朝鲜半岛饮食文化的时代特征·····	266
1. 民族自信的传统张扬	
2. 向前看的饮食观	
(三)韩国饮食文化印象·····	269
1. 琳琅满目的各色食店	
2. 韩国“味乡”光州的饮食	

3. 好酒连饮的爽快男人	
4. 把盏烤肉的白领妇女	
5. 醉态蹒跚的妙龄少女	
二、韩国料理热在中国	282
(一) 韩国料理预热——不应忽视的中国朝鲜族	282
(二) 韩国料理大热中国	294
1. 城市中的韩风料理店	
2. “韩流”中的中国韩食风	
三、泡菜文化	303
(一) 大韩民国旗下的泡菜	303
1. 泡菜与国旗：一幅醒目的宣传画	
2. 毕生的功课：半岛妇女的骄傲	
(二) 韩国·朝鲜·中国朝鲜族的泡菜	308
1. “大家是朋友，一起吃泡菜！”	
2. 一个有趣的问题：谁的泡菜最地道？	
(三) 首尔泡菜博物馆与韩国泡菜文化	312
1. 首尔泡菜博物馆	
2. 一生最爱，三餐不离	
3. 大白菜征服世界：全世界都在吃韩国泡菜	
四、大韩民国“无形文化财 38 号”与黄慧性教授	318
(一) 黄慧性教授的学术经历与大韩民国	
“无形文化财 38 号”	318
(二) 黄慧性教授的学术成就	320
五、韩福丽博士与 70 集电视连续剧《大长今》	321
(一) 韩福丽博士与《大长今》中的李朝宫廷料理	321
1. 韩福丽博士	
2. 韩福丽博士与 70 集电视连续剧《大长今》中的李朝宫廷料理	

3.70 集电视连续剧《大长今》中的李朝宫廷料理	
(二)电视连续剧《大长今》与中国观众	328
1. 依样葫芦:边看边做的中国观众	
2. 招牌菜:中国餐馆推出“大长今”	
六、韩国料理中的国粹食品	330
(一)传统主食类	330
1. 打糕	
2. 冷面	
3. 米饭	
(二)韩国的汤	332
1. 酱汤	
2. 狗肉汤	
(三)传统点心类	334
1. 花色糕	
2. 紫菜包饭	
七、回顾与前瞻:韩国料理风靡中华	341
(一)“韩流”料理波的回顾	341
1. “走,去吃韩国料理!”	
2. “韩国料理”给“中国烹饪”上了一课	
3. “韩国料理”走进中国家庭	
(二)韩风料理在中国的前瞻	343
1. 中国大众眼中的韩国料理	
2. 研究者视野中的韩国料理	
后记	351

绪 论

一、韩流的形成与发展

中国大陆与朝鲜半岛之间的文化交流，自古频繁，具有几千年的历史。1992年的中韩建交，使得一度中断近半世纪的交往史又得以重续，中国与韩国之间，从官方到民间，都掀起了学习、介绍、引进、利用对方文化的热潮。如果说几千年来都是中国文化作为强势文化流向朝鲜半岛的话，那么，最近十年来，我们看到的是韩国文化在中国大陆的蔓延，韩国文化不仅保持了与中国文化的对等交流，而且在不少领域，出现了韩国文化的强势进入，所谓“韩流”，便是对这种现象的俗称；而对这种现象的造势者与热捧者，人们便称之为“哈韩族”。

“韩流”自上世纪90年代末进入中国，分几波浪潮，先是家电和影视，音乐和服饰，而后扩展到饮食、旅游、留学等文化交流的各个领域。特别是电视连续剧《大长今》的播出，把“韩流”在全国各地推向了高潮。“韩流”在中国的产生、发展和变化，经历了这么几个阶段：

（一）兴起阶段

1993年中央电视台引进第一部韩剧《嫉妒》，可作为“韩流”进入中国的“探路石”，播出后反响平平。1997年，中央电视台在8套影视频道播出了韩国电视连续剧《爱情是什么》，在中国

观众中引起了极大的轰动,收视率高达 4.2%。在第一次播出过程中,台总编室曾一天接到过 200 多个观众要求重播该剧的电话,这是播出者所没有料到的。1998 年,中央电视台在 2 套重播该剧,在中国引发了一轮韩剧热。同年,以韩国宇田公司为代表的韩国音乐公司将大量韩国知名音乐人的作品介绍到中国,韩国影视和音乐便如星星之火开始在中华大地燃烧起来。这一时期可看作韩流的兴起阶段,主要表现为电视剧与音乐的进入,主要受众为青年女性和中学生。

(二)发展阶段

2002 年前后,可看作韩流的发展阶段。其特点为:韩剧在中国荧屏上占据了突出地位,继《爱情是什么》之后,中央电视台又先后引进了《初恋》、《澡堂老板家的男人们》、《真相》、《奔》、《妈妈姐姐》、《四姐妹》、《看了又看》等。与此同时,北京电视台、凤凰电视台等地方电视台又陆续播出了《天桥风云》、《星梦奇缘》、《爱上女主播》、《蓝色生死恋》等连续剧,引起观众的强烈兴趣。特别是《蓝色生死恋》,中国内地竟有 21 个电视频道播出。在引进《看了又看》时,当时中央电视台最初只引进了前 60 集,播出最后一集时由于疏忽没有告知观众,结果栏目组的几部电话都被观众打爆。这些剧目的热播,使韩流在中国掀起愈来愈高的浪潮。内容也从都市爱情剧扩展到了家庭剧和历史剧等多种类型,影响层也从青年人扩展到中年人甚至于老年人,由较为单纯的女性也扩展为包括了部分成年男性。仅 2002 年,中国大陆共播放了 67 部韩国电视剧,播放次数达到 316 次,远远超过了播放次数仅为 61 次的日本电视剧。同时,韩国的时装饰品、烹调料理、美容健身、家电汽车等,也相继进入中国,引起了国人的关注。

(三)高潮阶段

2004 年到 2005 年,韩流已进入高潮阶段。仅 2004 年,中

国内地电视台,播放韩剧即达 107 部。从 2004 年 10 月开始一直播到 2005 年 1 月的《人鱼小姐》,还有历史剧《明成皇后》等,尽管都是在中央 8 套晚上 11 时以后播出,但收视率竟然还能高达 10%。尤其像《明成皇后》这样的剧作,不仅把韩剧的影响力扩展到了男性观众,而且也由一般市民阶层扩展到了知识阶层。2005 年 9 月,湖南卫视在轰动全国的超级女声比赛之后紧接着推出《大长今》,一举把韩流在中国的影响扩张到空前绝后的地步,可以说形成了韩流热潮高峰的峰顶。该剧 2003 年在韩国本土播出时即获得了超出 60.8% 的收视率,在中国台湾播出时,也达到了万人空巷的地步,而在中国大陆播出时,同样以平均收视率 4%、平均收视份额 17.3% 的表现稳居全国同时段收视率之最。如果说好莱坞影片占据了中国的银幕,那么,韩国电视剧则占据了中国的荧屏,以至中国影视人纷纷站出来高呼“抵御韩剧”。随着韩剧的深入人心,乘势而兴旺发达的便是韩国餐饮、美容、游戏、家电、汽车、旅游等等,均力展全面攻势,在中国呈现出时尚化、普及化、生活化、商业化的特点。

(四)停滞阶段

自 2006 年下半年起,韩流在中国出现了退潮,我们不妨把它看作停滞阶段。首先是广电总局对引进海外电视剧有了政策上的调整:“多国引进,不专美韩剧”。其实际结果便是,《小妇人》第二部成了 2007 年中国大陆市场引进的唯一一部韩国电视剧。从韩流在中国的滥觞开始,韩剧就是其核心动力。如今核心动力的骤然降温,势所必然地便使韩流在中国陷于停滞状态。接踵而至的,便是韩国制造业在中国的退却,中韩服装贸易的韩国方逆差,现代、起亚等韩系车在中国车市上的遇冷……

二、韩流的主要内容

中韩研究者普遍认为,“韩流”自始至终是以韩剧为中心而

展开的。韩剧如同韩流的“开路先锋”，剧中韩国人前卫的穿着打扮成为韩国服饰的最好广告，精美的家居摆设和时尚的消费用品刺激着观众的消费欲望。韩剧的流行直接为韩国其他商品进入中国市场创造了更多的商机，无论是手机、服饰、化妆品、游戏、漫画等，甚至整形美容技术，都随着韩剧这一潮头，在中国冲开了市场。就这样，韩剧为韩国饮食、服饰、旅游以及其他经济文化形式进入中国打开了局面。

（一）韩国影视

自1993年中央电视台引进第一部韩剧《嫉妒》，到1997年中央电视台在8套影视频道播出了韩国电视连续剧《爱情是什么》引起了极大的轰动，韩剧在中国打开了销路。1999年电视节目出口额为761万美元；2001年为1235美元，其中韩剧出口达9515集，出口额达790万美元；2002年出口韩剧12363集，出口额达1639万美元；2003年电视节目出口额为4300万美元，其中韩剧占3698万美元；2005年，电影出口额6700万美元，电视剧出口额近1亿美元。韩国电视剧在中国的成功也引来部分电影在中国的走红。1997年中国国家图书馆举办“韩国电影周”活动，这是让中国观众直接接触到韩国电影，北京、成都、上海等地举办的“韩国电影回顾展”，使韩国电影较多地被中国观众熟悉。当然，尽管韩国电影在国内和国际上都取得了不俗的业绩，如2003年的《实尾岛》、2004年的《太极旗飘扬》，都在总人口不足五千万的国家吸引观众在千万人次以上。但在中国市场上，电影所取得的成功还是无法与韩剧相比的。中国观众更多地是通过音像店里的影碟和互联网上的下载来满足欣赏韩国电影的需要。

影视产业与其他产业所形成的共栖、融合和衍生的互动关系，其连带和波及效益是无法用销售额来估价的。韩国电视剧、电影、在线游戏和流行音乐的成功，每年从国外赚得数十亿美

元,韩国也从数个世纪被殖民的文化或其强邻的阴影下走了出来,构成了一道靓丽的亚洲风景线。这些文化产品出口开始吸引来自各国的游客,每年有 100 多万人前往韩国各个电视主题公园。2004 年,仅影视产品出口以及与之相关的商品和旅游业,就为韩国赚进了 18.7 亿美元。美国《纽约时报》称裴勇俊是“创汇 23 亿美元的男人”。韩国韩亚航空公司一架被命名为“大长今”号的波音 767 客机首飞国际航线,机身上画满明星李英爱等人的巨幅照片,该客机往返于中国、日本、东南亚等国家和地区,继续传播这股“韩流”。韩国计划到 2007 年,韩国文化产品的出口额将达到 100 亿美元,占世界文化市场 5% 的份额,跃居世界文化产业的前 5 强。

(二) 韩国音乐

“韩流”在中国的持续火热状态除韩国影视的全面“入侵”外,还有一个比较大的因素不容忽视,那就是韩国音乐及舞蹈的影响。从“叛逆”青年组合 H.O.T 在中华大地发热燃烧,到“东方神起”在中国的崛起,并最终成为形成了后来的哈韩之势。是什么原因使韩国的音乐舞蹈在中国如此独领风骚,并一度让年轻人竞相追逐?韩国的音乐舞蹈如此吸引我们的秘诀在哪里?

韩国音乐影响中国的主要途径有两条,一条是随着影视剧的播映而一同传播的途径。韩国影视剧,一般都有比较优美的音乐,还穿插以令人难忘的主题曲。有人甚至这样评价:“看完一部韩剧总会有一种离别的感觉,离开了熟悉的故事情节,韩剧里的音乐是最摄人魂魄的。每当看完一部喜欢的韩剧,都会喜欢里面时常播放的音乐。韩剧里的故事会随着时间的流逝而被遗忘,但是音乐却无法轻易忘记。”

韩国人素以喜爱音乐和舞蹈而著称。韩国音乐大致可分为“民族音乐”和“西洋音乐”两种。民族音乐又可分为“雅乐”和“民俗乐”两种。雅乐是韩国历代封建王朝在宫廷举行祭祀、宴

会等各种仪式时由专业乐队演奏的音乐,通称“正乐”或“宫廷乐”。民俗乐中有杂歌、民谣、农乐等形式多样的音乐。乐器常用玄琴、伽耶琴、杖鼓、笛等。正乐中的宫廷音乐和仪式音乐,实际与舞蹈中的宫廷舞蹈和仪式舞蹈相对应。

韩国百姓能歌善舞,这是其民族特性,走在韩国大街小巷,到处可见卡拉 OK 练歌房,由此便可见一斑。我们的《延安颂》、《中国人民解放军军歌》的创作者郑律成,便于 1914 年出生在韩国的南部城市光州。在光州市南区杨林洞的一座小院里,如今还立着一块石碑,上面刻着“音乐家郑律成先生生家”十个中文字。2005 年 11 月 11 日至 12 日,光州市还特地举办了首届“郑律成国际音乐节”。另外与郑律成同时代的抗日作曲家韩悠韩,1910 年出生在韩国更南部的城市釜山。他们都曾用音乐为武器来为抗日战争服务,都留下了许多优秀的音乐作品。所不同处主要在于:郑律成当年在共产党领导的根据地延安工作,而韩悠韩则在国民党领导的地区西安工作。由于这个原因,郑律成的《中国人民解放军军歌》在中国可谓家喻户晓,而对韩悠韩,则几乎没有人知道。但是,他们的音乐成就,可以说都不是偶然,与韩民族的深厚的音乐传统肯定有着必然的联系。

韩流中的音乐,当然更多的是与韩国的现代音乐相联系,但其中却不能抹煞韩国传统音乐的作用。《大长今》中的主题曲《呼唤》,以“乌啦啦”开头的歌声一时间响遍中国的大街小巷,其旋律却是取自一首 16 世纪的古谣。它以一种欢快的、传统舞曲风格的短曲,配合着传统朝鲜女子特有的唱腔,传达出整个故事积极、乐观、在任何困难和险境中都坚持不懈的基调。

其实早在八十年代,韩国流行音乐就以比较间接的方式进入了中国,比如一些耳熟能详的港台歌曲,就是从韩国歌曲翻唱而来:谭咏麟的《爱在深秋》、《情凭谁来定错对》;姜育恒的《再回首》等都是。现在的有些港台艺人,不再停留在翻唱,甚至干脆

请韩国音乐人量身订做：徐怀钰的《飞起来》、《妙妙妙》；苏慧伦的《鸭子》等。大陆歌手孙悦的《快乐指南》，就是翻唱韩国组合酷龙的《弓大力夏巴拉》，并且，孙悦后来还特地到韩国去学习韩式歌舞；偶像组合“青春美少女”更是由韩国制作人专门制作了专辑《Happy Baby》。

随着韩国音乐人来中国访问演出和商业演出的增多，特别是网络媒体的传播，中国观众开始熟悉韩国艺人的真身。安在旭不仅是韩国年轻人的偶像，他在中国也拥有了无数的粉丝。随后，神话、东方神起、金钟国、BOA、SFWannaBe、宝儿、Jewelry等一批韩国新星在中国乐坛崭露头角。通过影视剧，韩国音乐又以另一条方式让中国观众一饱耳福。《我相信》和《我的女友》（《我的野蛮女友》）、《爱人帮帮我》（《玻璃鞋》）、《我的回忆》（《冬季恋歌》）、《相遇的那天》（《情定大饭店》）、《重逢》（《美丽的日子》）、《祈祷》（《蓝色生死恋》），曲折动人的故事情节和优美哀伤的音乐旋律，彼此加深着人们心灵深处的美好印象。

（三）韩国舞蹈

舞蹈和音乐，它们其实不可分离，没有音乐的舞蹈是不可想象的。韩国舞蹈与音乐一样，也可相对地划分为宫廷舞蹈、民俗舞蹈、仪式舞蹈，当然，到了现代，还有创作舞蹈。前三种均为自古承传下来的传统舞蹈形式。韩国传统舞蹈讲究气息和韵律，对形体神态的要求很高，特别是宫廷舞，内敛而含蓄，典雅而华贵，上下身讲究一致的协调性。舞蹈中，最讲究的就是舞步与鼓点的配合，那鼓点不变中有变化，多变中又有规律，很难把握。所以，宫廷歌舞和仪式歌舞一般具有沉稳、肃穆的特征，表现优雅和安静，能烘托出崇高而有节制的氛围环境。民俗舞蹈则反映了平民百姓的生活内容，表演充满感情，生动有趣。如果说宫廷艺术是静中有动的话，那么，民俗艺术则动中有静。现今韩国尚保存约 370 余种传统舞蹈，其中有的形态是在近代由艺人根