

镜像之鉴

Narration and Audience Research between
Korean & Chinese Film

——韩中电影叙事和受众比较研究

□ 张燕 谭政 / 著



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

鏡像之鑑

Attraction and Audience Research between
& Chinese Film



□ 张燕 谭政 / 著

—— 韩中电影叙事和受众比较研究



中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

镜像之鉴：韩中电影叙事和受众比较研究 / 张燕，谭政著，—北京：
中央编译出版社，2008.7

ISBN 978-7-80211-325-1

I. 镜… II. ①张…②谭… III. 电影—对比研究—中国. 韩国
IV. J905

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 087990 号

镜像之鉴——韩中电影叙事和受众比较研究

出版人：和 龑

责任编辑：苗永姝

责任印制：尹 珺

出版发行：中央编译出版社

地 址：北京西单西斜街 36 号 (100032)

电 话：(010) 66509360 (总编室) (010) 66509365 (编辑部)
(010) 66509364 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)
(010) 66161011 (团购部) (010) 66130345 (网络销售)

网 址：<http://www.cctpbook.com>

经 销：全国新华书店

印 刷：北京中印联印务有限公司

开 本：787 × 1092 1/16

字 数：309 千字

印 张：22

版 次：2008 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：39.00 元

本社常年法律顾问：北京建元律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题，本社负责调换。电话：010-66509618

Narration and Audience Research between Korean & Chinese Film

Summary

Globalization has now become an inevitable reality, closely-knitted to our everyday life. Moreover, it has stepped from the spheres of economy and politics to culture. Faced with the global colonization of the powerful foreign cultures, the culturally-weak nations of the world should rise for self-defense. The reason is that culture, different from other commodities of economic globalization, has a significance that transcends the purely commercial value. It carries the legacy and identity of a national culture. In the present network society, film, as an audio-video product of popular culture, is not only the most marketable and globally competitive cultural form, but also an important symbol of a certain national culture and social identity. As a cultural commodity, American film has far surpassed its superficial economic value. It not only represents economic interests, but also becomes an invisible carrier of ideology, craftily exporting American values and way of thinking and thus has become a potential cultural soakage medium towards the disadvantageous weak cultures. Within this context, many nations and regions around the world have developed a crisis consciousness concerning the survival of national cinema and



strategic discussions on cinema localization and nationalization have been actively conducted.

Korean and Chinese film constitute two important pillars of Asian cinema. With both governments making great effort to adjust relating film policies, Korean and Chinese film have achieved rapid development respectively. From the late 1990s on, Korean film has become dominant in domestic market and earned annually-increasing profit abroad, setting up a model of national cinema in Asia. China, since the year 2002, has experienced a continuous, rapid increase in terms of film production quantity and box office value. Already a big production base in Asia, China has also gradually revealed its potential as a film consuming power. Yet at the same time, both Korean and Chinese film face the double dilemma of Hollywood film vigorously squeezing the life space for national films and the American cultural hegemony overtly invading by way of screen. Both countries are forced to open market and to explore a road for national cinema to develop and renovate. Despite the difference of strategies taken by the two industries due to the different national conditions and political and economic systems, the two countries share similar core social values based on oriental values headed by Confucianism, which serves as the cornerstone of their cultural foundation and people's emotional appeal. This helps to establish some important and common principles in film making for both cinemas and demonstrates strong feasibility for them to learn from each other.



镜像之鉴

韩中电影叙事和受众
比较研究 Narration
and Audience Research
between Korean & Chi-
nese Film

2

The aims of this book are as follows: As Korea and China have opened their cinema markets, the two national cinemas,

both belonging to oriental culture and under globalization context, are placed on the same platform; then by concentrating on the differences in narrative style and audience acceptance of their films, efforts are made to discuss the merits and room for improvement and to predict concrete directions for mutual assimilation, thus providing some reference and advice for mutual learning and future development of the two national cinemas.

This book adopts the following framework: Chapter 1 aims to construct a reality coordinate for the study of the two national cinemas through a general survey of the present situation of the two film industries and their filmmaking. It includes the journey from crisis to revitalization and the artistic features of the Korean national cinema, the sharp quantitative increase in film production and rise of artistic level of Chinese film promoted by reform of film enterprise system, and a comparison of the present situation of the industry and filmmaking of the two national cinemas. Chapter 2 tries to analyze the common grounds as well as the differences of Korean and Chinese film in narration through perceptual and rational study. Due to the limit of space, only the relatively more productive, more profitable, and more influential types of films are selected for the comparison and contrast: including Korea's political commercial film, ethical film, comedy, gangster film, romance, costume martial art film and China's costume martial art film, comedy, romance, gangster film and ethical film. And the analysis focuses on narrative structure, characterization, and narrative rhythm to decode the narrative differences; the deeper relationship between the narrative differences and the national

cultural characteristics is explored. What is particularly worth mentioning is that the present research, instead of seeking comprehensiveness, prioritizes key issues and provides flexible interpretations. Finally, as audiences' consumption is the fundamental engine for the development of cinema, Chapter 3 mainly studies the differences of audience acceptance in the two counties. Such a research is conducted on the basis of audience questionnaire results collected from several large cities in Korea and China. Based on the precise, first-hand statistics, the chapter analyzes in detail the consumption habit, present situation of consumption and differences in acceptance of the two country's audience and dissects deeply the audience's film viewing psychology. ④



导 言

INTRODUCTION

5

当下，全球化已经成为了与我们生活密切相关、不可回避的客观现实，并已经从经济、政治的全球化走向了文化的全球化。面对强势异域文化的全球性“殖民”推进，世界各个文化弱势国家都需要奋起自卫，因为文化区别于经济全球化的其他商品，文化具有超越纯粹商业价值的意义，因为其承载着民族文化的传承性和主体性。在当下资讯网络化的时代，电影作为视听兼备的大众文化产品之一，最具有市场空间和全球竞争优势的文化形式，也是彰显特定民族文化和社会身份的重要指征。美国电影作为一种文化商品，已经远远超越了它表面的价值形态，不仅代表经济利益，更成为一种意识形态的隐形载体，是美国巧妙输出价值观念和思维方式的重要工具，成为了对弱势民族潜在的一种文化浸润手段。如此情势下，世界许多国家和地区都有民族电影生存的危机意识，并自觉进行本土化、民族化发展的战略探讨。

当下的亚洲影坛，韩国和中国电影是两大重要的组成部分。在两国政府大力调整相关的电影政策后，韩中电影各自都取得了快速发展。20世纪90年代后期，韩国电影逐渐主导本土市场，海外收益也逐年攀升，成为亚洲民族电影的典范；而自2002年以来电影产量和票房持续高速增长的中国，也成为亚洲电影生产大国，并逐渐显露电影消费大国的发展潜力。但与此同时，韩国电影和中国电影同样面临着好莱坞电影强劲挤压国产电影生存空间和美国文化霸权通过银幕堂皇入境的双重困境，韩中两国必须同样被迫接受电影市场开放和尝试开拓本土电影振兴发展之路。尽管两国电影因实际国情和政治经济体制不同而采取的产业应对策略有很大的差异，但是两

国相通的以儒家等东方价值观为社会核心价值观的文化底蕴和情感诉求,奠定了两国电影创作中非常重要且能够相通的内在肌理,使得两国电影之间有着非常强的可借鉴性和参照性。

本书研究目标是:在韩国和中国电影市场开放的背景下,将同处于东方文化及全球化语境下的两国电影置于相同的平台,聚焦韩中两国电影在叙事和受众层面的差异表现,来探讨两国电影的各自创作优长,并尝试提出可供相互取长补短的发展方向,为韩中电影的相互借鉴和未来发展提供一些可资参考的资讯和意见。

为此,本书采用了如下框架:第一章,旨在为两国电影研究架构现实坐标,介绍两国电影的产业概况和创作现状,内容既涵盖韩国电影从危机到振兴的产业进程和艺术样貌、中国电影在产业体制改革推进中的创作高速增长和艺术水准提升,也包括两国电影在产业和创作现状的相互比较。第二章,力图通过感性和理性的研究,比较分析韩中两国电影在叙事层面的共性特点和个性差异。因为篇幅等原因,本章特别选取了两国电影创作中数量较多、票房较高和影响较大的影片类型进行比较,包括韩国的政治商业片、伦理片、喜剧片、黑帮片、爱情片、古装动作片和中国的古装动作片、喜剧片、爱情片、黑帮片、伦理片等,主要从叙事结构、人物设置、叙事节奏等入手进行叙事比较分析,以此尝试解读两国电影的叙事差异,挖掘两国电影叙事差异和民族文化表征之间的深层次关系。要强调的是,比较研究过程中,我们不求面面俱到,但求重点突出、灵活解读。第三章,针对观众消费是真正支撑电影生存发展的基础动力,本章节重在比较研究韩国和中国电影观众的接受差异,主要从韩中两国多个大城市的电影观众实地问卷调查入手,在严谨的第一手调研统计数据基础上,详细分析两国观众的电影消费习惯、消费现状和接受差异,进而深层剖析两国观众的观影心理。



绪论

全球化：从经济走向文化

7

当下，全球化（Globalization）已经成为了与我们生活密切相关甚至不可回避的客观存在，而且已经全面地从经济、政治、金融的全球化趋势走向了文化全球化的阶段。应该说，如此现象的出现，要特别归功于20世纪后半叶兴起的信息技术革命和21世纪的市场开放。信息网络技术的突飞猛进，充分推动了现代商品经济的繁荣发展；市场开放的实现，才急速改变了经济体制的世界格局。从而使得“地球村”的设想成为现实，导致世界范围内不同国家民族之间在经济、政治等多层面上展开普遍的全球化交往趋势。

经济基础决定上层建筑。全球化潮流中，最核心和最直接的层面是经济全球化。经济全球化，最显著地表现为商品、技术、劳动力、货币等生产要素跨越国界在全球范围内自由流动和配置，并且以促动各国各地区相互联系、逐渐形成一个繁荣发展的经济整体为目的。但是就当前经济发展不平衡、资本支配权力不平等的世界而言，经济全球化的表面意义虽然是积极的，但对于大多数国家来说，全球化和市场的开放并不具有主动选择性，实质上只能是攸关国家生存和经济发展的被动接受。实际上当下的全球化趋势，只是局限于一些超级大国的垄断资本力图支配世界的全球性游戏，是世界资本主义经济追求利润最大化的全球扩张运动。

“文化跟着贸易走”。经济全球化直接带来的一个严重后果,就是文化上的全球化和趋同化现象。它使得美国等西方发达国家,在世界范围内行销文化产品赚取最大商业利润、迅速占领和垄断全球文化市场的同时,会在潜移默化中输送出西方的价值观念和思维方式,并在不知不觉中渗透进被输送国的文化价值中,从而模糊了其他国家原有的民族文化身份与价值特征,形成一种威胁各民族文化独立存在和个性发展的文化全球化态势。以语言为例,随着全球性电脑网络的普及,英语毫无疑问已经成为了独霸性的语种,世界原有的一万多种语言将有90%(特别是大洋洲、亚洲、非洲一些少数民族使用的语言)面临被遗忘的危机。海德格尔曾说过“语言是存在的家园”,随着“家园”的沦陷、文化载体的消失,民族化、民族又从何谈起?而且就当前世界文化的强弱对比来看,文化全球化很大程度上是“美国化”的潜台词。美国凭借着强大的经济和科技优势,将其以好莱坞电影、迪斯尼乐园、麦当劳快餐、CNN传媒为代表的大众文化,以大批量生产和复制的工业方式迅速传播到世界各地,并且迅速攻占了各国青年人文化消费的重要阵地,成为世界超级的全球文化。目前,传播于世界各地的新闻,90%以上被美国和其他西方发达国家所垄断,美国更是控制了全球市场75%的电视节目生产和制作,这些在无形中已经威胁到世界各国人民的精神生活。

美国著名批评家赛义德(Edward Said)认为,文化是一个舞台,上面有各种各样的政治和意识形态势力彼此交锋。因此毫无疑问,文化的全球化推进绝对会受到世界各国民族文化的抗争,未来世界文化的发展格局,也将很大程度上取决于西方文化的全球化和各国民族文化的本土化之间的抗衡与互动。其结果当然不可能是简单的胜负输赢,必然会出现胶着的状态,即无论在世界任何国家,文化的全球化和本土化的相互作用直接会带来“全球本土化”(Glocalization)的现象,既是全球化不可能全面取代本土化,也是本土化不可能阻挡全球化,两者之间始终存在着胶着对抗和屈张伸缩的矛盾张力。联合国教科文组织在1982年墨西哥举办的“文化



政策世界会议”上曾对文化进行过全球性定义：“文化是一套体系，涵盖精神、物质、知识和情绪特征，使一个社会或族群得以自我认同。文化不单包括文学和艺术，也包括生活方式、基本人权观念、价值观念、传统与信仰。”^①文化如此重要，因此在美国文化为首的西方话语霸权之下，文化全球化给世界各国在带来文化互补的便利同时，更重要的是带来了前所未有的本民族独特文化和社会身份的生存困境，同时也带来了国家社会层面价值信仰、身份认同和国家归属的发展危机。

一

面对强势异域文化的全球性“殖民”推进和“侵略”性登陆，包括法国等经济发达国家在内的世界各个文化弱势国家都需要奋起自卫，因为文化区别于经济全球化的其他所有商品，文化超越纯粹的商业价值，承载着民族文化的主体性和传承性。一方面各国必须尽可能地自觉保护和延展本国文化的生存发展空间，更要大力培养和努力提升本国文化的市场竞争力，以完善自身为切入口来加强民族文化的抗压性。另一方面各国对于本国文化的认识必须全面，必须充分意识到联合国教科文组织在1996年和2005年两次主张的《世界文化多样性宣言》中所宣布的文化多样性特殊原则，要重视和挖掘当下具有最大可能全球推广性和竞争力的流行文学、通俗音乐等多种大众文化形式，特别是电影。

电影作为视听兼备的大众文化产品之一，在当下信息化、眼球经济化的时代，是最具有全球竞争优势和市场空间的文化形式，也是揭示特定地区独特文化和社会身份的重要指标。可以说，电影是一种独特的文化呈现，也是一种独具魅力的社会实践，因为它“作为文化的表现方式，符合了雷蒙·威廉士(Raymond William)

^①《香港文化艺术政策研究报告》，香港：香港政策研究所，1998年。

对文化的三种界定,分别是纪录、价值及生活方式三个层面”^①。同时从传播学的角度出发,在柏拉图所说的“洞穴”式封闭的影院里,观众观看电影的过程,其实是一个非常复杂的意识认知体系,期间不仅仅是一个个体对银幕影像的简单认知,同时也是个体作为观影主体投射到影像客体世界的认知过程,更是一种群体通过影像替代性体验而具有的社会认知和文化认同过程。换言之,在观影过程中,投射在银幕上被观看的电影已经成为了一种生动形象的社会表达和文化阐释的载体。

对于世界电影整体格局而言,好莱坞电影的全球风行和世界同步行销的产业战略,已经成为了多数国家民族电影生存的最大威胁。长期以来,好莱坞的电影产业始终执行了复合联动的全球战略:一方面健全拓展电影制作生产、市场营销和后产品开放等多产业链条;一方面又巧妙联动电视、卫星广播、报刊杂志、图书出版、主题公园等传媒娱乐领域;与此同时,好莱坞各大电影制片厂为拓展产业市场的竞争力,多推行综合娱乐集团的发展思路,不仅垂直整合电影产业的直接链条,横向整合多行业间、跨国际的合作,而且多强势推行全球性影片同步上映和相关产品行销策略,从而最大限度地攫取海外市场的丰厚利润,全方位推进电影产业的优势格局。事实证明,好莱坞的上述战略已经取得了丰硕且有效的产业成就。美国国内,好莱坞电影已经跃升为美国国民经济的主干支柱,与航空业并驾齐驱,年产业收益高达千亿美元以上;世界范围内,好莱坞电影从1994年以后的海外市场收益就已经远超美国本土市场,并且以极强的渗透力占据了全球70%以上的电影份额,成为了名副其实的支配全球电影产业市场的主导力量。

可以说,当前美国电影作为一种文化商品,已经不仅仅是一种代表经济利益的商品,而是远远超越它表面的价值形态,成为了一种意识形态的隐形载体,是美国巧妙输出价值观念和思维方式的重



^①《香港电影与香港人文化及社会身份》(研究报告),香港:香港影评人协会,2000年5月版,第2页。

要工具,更成为了对弱势民族潜在的一种文化浸润手段。正如有一位美国外交史学家所说,“文化手段和政治、经济、军事手段一样,不但都是美国外交政策的组成部分,在大国间军事有限的条件下特别是在现代核战争无法严密保护本国不受报复的情况下,文化手段尤其成为美国穿越障碍的一种更加重要的强大渗透工具”^①。而且欧盟长期以来在经贸谈判中也始终认为,“作为最具影响力的传媒,视听节目(包括电影)在现代国际关系中履行着重要的外交职能”^②。因此当好莱坞电影在全球推行银幕娱乐的同时,美国文化的价值观念也有效地得到了广泛传播,并巧妙渗透于各国民族文化的肌理中。用美国专栏作家约翰·热伊尔(John Reil)的话来说,就是“文化帝国主义通过影视、广播等渗入其他国家。它通过宣扬衍生其信仰和行动的根基,直接触及文化的精髓。它貌似城里来的好心人,而实际上却是魔鬼”^③。这道出了美国影视中的“文化霸权”核心,以及对各国家民族影视文化的深刻影响。

如此危机形势下,处于弱势地位的世界各国各地区都开始产生民族电影生存的危机意识,并自觉进行本土化、民族化发展的战略探讨。处于亚洲区域的韩国电影和中国电影也是如此。

三

韩国早在1987年就实施了电影市场开放,允许好莱坞大电影制片厂直接进入韩国,并批准他们可以自主设立发行机构和直接发行影片。如此一来,韩国电影的市场表现受到了极大冲击,韩国国

① 出自弗兰克·A. 宁柯维奇1981年出版的《文化外交:1938—1959年美国的外交政策和对外文化关系》,转引自李忠敏文章《全球化对中国文化安全发展的影响及对策》,《社会科学》,2001年第4期。

② 国家广播电影电视总局发展研究中心:《国外广播影视体制比较研究》,中国国际广播出版社,2007年,第368页。

③ 孟建:《“文化帝国主义”的传播扩张与中国影视文化的反弹》,《全球化与中国影视的命运》,北京广播学院出版社,2002年,第86页。

内开始了批判韩国政府“殖民性”和美国施压韩国电影市场开放为“新帝国主义”的激流。韩国电影导演委员会和青年电影工作者协会等业界机构,发出了“韩国电影将被美国电影赶出去”的危机信号。同时韩国电影界也集中发起了民族电影生存的理论探讨和实践探索。1995年,在新中国成立45周年以后,中国大陆正式引进第一部可以公开放映的美国电影《亡命天涯》,这种变化一定程度上促进了电影市场的开发和电影创作的发展,但巨大的负面效应也不容忽视。截至20世纪90年代底,中国每年引进的10部外国影片(绝大多数是好莱坞影片),数量不到中国电影产量的十分之一,但却往往占据了年度近一半的票房,甚至还出现过《泰坦尼克号》一部影片就占全年电影市场票房四分之一的惊人现象。2001年中国入世以后,承诺三年之内中国进口外国影片的配额将由20部快速递增到50部,五年之后外资股份公司可以直接在中国建立电影院、并且控股可以达到49%。这些条件对于尚存在体制不健全、市场运作不规范、艺术创作相对受限的中国电影来说,不能不说是一种严峻的生存考验。

除了好莱坞电影的强劲挑战,韩国电影和中国电影还面临着一个美国文化霸权的共同课题。凭借着美国政治经济的世界影响力和支配力,美国电影也彰显出十足的文化强权。在各国相关的经贸谈判中,美国政府常常代表美国电影协会和美国电影出口协会的利益,对他国政府提出相应的迫使其开放电影市场的强硬条件。在韩美自由贸易谈判中,韩国就屡次遭遇美国提出的市场开放要求,要求韩国将本土电影的保障措施“电影放映配额制”从原来的146天大幅降低或完全取消,由此引发的抗争也决定了两国谈判的多次磨合。直到2006年,韩国终于做出让步,同意将电影配额制骤减为73天。中国入世谈判中,美国政府强硬提出“不开放电影市场就免谈”的条件,可见美国电影和美国文化对中国电影市场的虎视眈眈和势在必得。对美国来说,中国13亿人口、还未开放的市场,是全球范围内仅有的一处未被攻陷的电影堡垒,更是一片未被开垦的电影金矿。有学者认为“好莱坞的霸权涉及它与民族电影之间的普



遍斗争,然而却不能简约为等于这种斗争”^①,因为民族电影在参与与好莱坞电影等国际化竞争的同时,还必须良好地参与全球性对话,并承担起民族文化遗产与表达的任务。因此在好莱坞电影的挤压下,韩国电影和中国电影必须各自探讨民族化生存,这是迫在眉睫的必然要求。

面对相同的国际竞争和外患压力,韩国电影和中国电影在市场开放的过程中,相互之间有着非常强烈的可借鉴性和参照性。因为两国电影在经历被迫接受市场开放的同等命运中,也将必须同样经历本土电影的市场抗争和创作探索。尽管两国电影的应对转换进程,会因实际国情和政治经济体制不同而有很大的差异。此外特别重要的是,两国电影创作的内在文化机制是相通的,都属于“东亚儒学文化圈”的范畴,两国主流文化都是以强调“修身、齐家、治国、平天下”和“仁、义、礼、让”等基础的儒家文化,日常生活中也都强调儒家文化所提倡的注重孝道家庭伦理的社会道德规范体系。相通的文化底蕴和情感诉求,奠定了两国电影创作中非常重要的内在机制,呈现于题材内容、故事编排、人物塑造、影像风格等方面,同时也奠定了相同的观众接受基础,从而两者间具有高度的互鉴性。

在此前提下,本书将韩国电影和中国电影置于相同的平台,聚焦两者之间的叙事和观众等比较研究,是有着非常现实的产业意义和研究价值的。可喜的是,20世纪90年代末至21世纪以来,面对市场的开放,韩国和中国政府都实施了强有力的支援扶持政策和相应的资金支持,业界从制作生产、发行放映到后产品开发的所有影人和公司机构都全力以赴拼搏抗争,终于使得两国电影都取得了非常显著的转机和成就,呈现出兴盛发展的良好态势。

^① [美] M.M.萨马蒂, P.J.索特林:《好莱坞霸权和民族电影》,《世界电影》,2000年第3期,第40页。

目 录

C A T A L O G U E

Summary	1
---------------	---

导言	5
----------	---

绪论 全球化：从经济走向文化	7
----------------------	---

第一章 韩中电影发展现状 2

第一节 韩国电影：从危机到振兴	4
-----------------------	---

第二节 中国电影：体制改革推进高速增长	25
---------------------------	----

第三节 韩中电影：镜像之鉴	51
---------------------	----

第二章 韩中电影叙事比较研究 66

第一节 伦理片：人伦法则	74
--------------------	----

第二节 古装动作片：功夫侠义	114
----------------------	-----

第三节 政治商业片：抚慰家国伤痛	131
------------------------	-----

第四节 爱情片：爱之浪漫	158
--------------------	-----

第五节 喜剧片：欢乐时光	177
--------------------	-----

第六节 黑帮片：再造江湖	194
--------------------	-----