

# 韩流与“亚洲”想象

刘小丹 朱 玮

**摘 要：**针对韩流文献在解读韩流现象时对“亚洲”一词的高依赖度，来解读“亚洲”在韩流跨文化传播现象中的意义与使用。借用 Appadurai 的文化想象概念，提出韩流中的“亚洲”是一种主观建构的地缘文化想象，用以处理不同文明对撞时的困惑与矛盾，更是韩流引起区域内共鸣，得以跨文化流行的重要文化元素。

**关键词：**韩流；地域文化想象；亚洲；全球化

**作者简介：**刘小丹，女，讲师，文学硕士。（浙江传媒学院 管理学院，浙江 杭州，310018）

朱玮，女，助理研究员，文学硕士。（浙江工业大学，浙江 杭州，310024）

**中图分类号：**G131.26

**文献标志码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2013) 03-0097-05

## 一、文化想象与大众媒介

不同文化、地区和社会间的交集与对撞是社会历史发展中的常态，但到了我们的时代又有什么特别的呢？我同意一些分析家的观点：电子媒介的全球化与某些社会性变动如大规模移民等，为我们这个时代创造出了一种前所未有的全球性社会关系力场。在这个关系网络中，世界是由不停流动的信息、图片、人群、商品和科技所构成的。<sup>[1]</sup>媒介上流动的一切成为了人们认知世界的主要信息来源之一。然而只把媒介全球化看作是信息量的增加就低估了信息全球化的意义。由于各国家与地区间不同文明、信仰和经济发展水平等之间存在难以调和的差异性，信息全球化会导致信息收发的不对称，从而导致不同文化与群体间不断的猜想、不解、矛盾与摩擦。比如，某些西方电视节目上所播放的奢华生活模式很难与收看到节目的其他一些国家的实际生活水平和消费能力相匹配；西方某些国家希望在其他非西方社会宣传甚至推行的西方式民主概念常常会受到各方的不解甚至抵抗，就像美国至今还在困惑为什么他们出资出力，辛辛苦苦创造的“阿拉伯之春”会因为一部质量低劣的网络电影瞬间变成了“阿拉伯之冬”。

正如亨廷顿所说的，当今世界上最大的冲突是文明的冲突。在西方依然主导世界话语权的全球化背景下，最明显的文明冲突即是代表现代文明的西方文明与其他文明之间的矛盾。在信息全球化放大这种冲突的同时，文明冲突也变得比我们想象中要日常和琐碎得多。在《现代化总论》中，Appadurai 提出“想象”作为处理不对称信息传递造成的全球性关系立场的重要手段之一。Appadurai 的“想象”概念不是指个人的艺术天赋，不是对现实的逃避性心理行为或是某种艺术审美，“想象”在这里是一种集体的、社会性的劳动力，它影响着人们各种行为与决定，比如考虑移民、抵制强权暴力、寻找社会补救措施，或者建立新的，尤其是跨越国界的文明合作关系等等。<sup>[1](7)</sup>这些都是文明冲突的表现。在过去的几十年间，现代化理论往往是从国家统治阶层或者社会精英视角所建构的。但是今天，承载了世界经济、文化和政治不对称关系的现代化概念显得比以前更富有实践性而少了教条性，更具有实验性而少了规律性，更多些跳跃性而少了规划性。因为，大众媒介与人们“想象”行为之间不断互动互给的信息资源赋予了普通人更多作用，甚至影响各种社会实践与发展的能动性。

安德森提出的，国家是一个想象的共同体。其中，印刷媒体为那些素未谋面的人们提供了一种相互

联系、相互想象的渠道,创造了国家文化身份的概念。<sup>[2]</sup>但是当国家的界定已经不足以,甚至限制了更大意义和范围内的文明识别与利益定位的时候,“想象”就会跨越国界建构出更大的,也许是阶段性的想象空间出来,用以定位自己与另一种文化之间的关系。而“本土”(locality)就是一种这样的想象空间<sup>[1](178)</sup>。今天,当我们听到“全球化”,“本土化”往往就会紧随其后。但是“本土”的意义及范围往往显得难以确定,因为它们通常是相对于全球化“威胁”而生的领域。所以,“本土”不是一种预先存在的地理概念,而是一种社会的、物质的、也是主观的概念,需要不断地、刻意地通过各种社会文化行为,比如大众传媒、去维护、补充与再生产。在最近一项研究中指出,“亚洲(人)”是移民到维也纳的中国人在消费韩国流行文化产品后独立建构出的文化身份,因为韩国流行文化激发了一些亚洲价值和情感特征。<sup>[3](1143)</sup>出于同样的原因,新加坡的韩流文化消费普遍建构出的却是“华人”的文化与身份想象。<sup>[4](223)</sup>再比如,日本受众用“亚洲”文化来理解80年代的香港电影,但是他们在消费的同时坚持保有一份优越的日本现代文化感。<sup>[5]</sup>上面提到的“亚洲人”和“亚洲价值”等,虽然在字面上都指代某个特定的地区性的概念,但是他们在各自的语境中的意义早已不仅限于传统界定的地方概念了。接下来,文章将以近二十年来在亚洲尤其是东亚地区传播与消费量最大的非西方流行文化——韩国流行文化作为案例,针对韩流文献在解读韩流现象时对“亚洲”一词的高依赖度,来解读“亚洲”在今天跨文化传播现象中的意义与使用。

## 二、韩流研究中的“亚洲”

韩国流行文化的跨国传播始于90年代末横扫亚洲的一次媒介市场自由化热潮,当时日本仍然是亚洲文化产品的主要出口国<sup>[6](28)</sup>。2004年,韩国文化产业总值达到39万亿韩元,占当年国民生产总值的6.5%。韩国因此赫然成为世界第五大文化产业国,亚洲第一大文化出口国。造就这一成绩的中流砥柱是韩国电视剧。直到2000年,韩剧在当时的出口价格还只是日剧的四分之一;港剧的十分之一<sup>[7](175)</sup>。然而,1997年亚洲金融风暴反而给了当时相对较便宜的韩剧一次替代日剧和港剧大面积出口的机会。韩剧也借此成功打下了海外市场基础,异军突起。20世纪末至今,韩剧在亚洲逐步发展观众群。其间,韩剧出口额连年增长,2002年为1639万美元,2003年为4200万美元,2004年为7140万美元,2005年《大长今》播出后达到一个传播高潮,当年的出口额超过1亿美元大关<sup>[8](80)</sup>。在2006年我国中央电视台国际频道的一次网络调查中,关于“你最喜欢的海外电视剧”一题的回答,有高达86.77%的参与者选择了韩剧,日剧和美剧的选择比例分别是5%和4%。

针对韩国流行文化的跨国传播现象,1999年,一位中国记者在一份相关报道中第一次使用了“韩流”一词,用以形容韩国流行文化在中国的发展速度之快、影响范围之广。这个词很快也被各国媒体使用,成为了概括韩国流行文化现象的代名词。“韩流”现象发展至今,经历了起起伏伏,引起了各国业界的注意,也引起了学界的关注。在近20年间,“韩流”现象逐渐发展成为了后殖民主义、区域文化和经济发展等课题的重要分析对象之一。韩流异军突起和随之而来的可观的经济效益使得韩流被视为是一种弱势文化崛起的奇迹,一种对欧美文化在亚洲长期强势存在的挑战。而“亚洲”成为了解释韩流文化现象的核心词汇。

“亚洲”在韩流研究中的使用和赋予的意义可以在三种思路框架下寻找:第一,地方文化主义;第二,新自由资本主义;第三,混合文化主义。理论上讲,地方文化主义根深蒂固于雷蒙德·威廉姆斯所称的“理想主义”或者“去历史性的唯社会学论”。<sup>[9]</sup>在这种思维模式下,人类的历史、社会和变革主要是通过一些特定的、不朽的专门词汇来定性。比如,对于影视作品中的某个特定形象,文化主义者很容易会选择基于某种共识性的现实基础上,将其合理的推断成为反映这种现实的一种“典型的”或者“具代表性的”人物或者情况。这种分析方式往往需要建立在一种预设的假定现实上,然后通过

具体的分析来证实这种假设的存在。地方文化主义通常选择如“儒家文化”或者“亚洲价值观”等词汇来强调传统文化在韩流现象中起的重要作用。

以韩剧为例,在《从韩剧世界范围的流行看当代文化传播的超方向性》一文中,作者提出韩剧之所以能感动东西方不平等文化交流的独特魅力之一在于其宣扬的儒家文化美德;其中以当年吸引了近300多万中国观众的《大长今》为例,文章引用了西方学者 Alan McKee 的观点:受众喜欢女主角长今是因为她拥有几乎所有儒家文化崇尚的各种美德:诚实,善良,上进,坚韧,隐忍,淡泊名利等。<sup>[10](67)</sup>在另外一个针对韩剧《人鱼小姐》的受众调查中显示,大多数参与者都对剧中女主角在处理婆媳关系时表现出的容忍和礼让表示赞赏,认为是构建家庭和谐的传统美德。无独有偶,温朝霞在研究中发现在中国热播的7部韩剧中的女性形象几乎是一样的:她们都能在面对不公正对待时,依然具备宽容、善良和无私等亚洲共享的美德。<sup>[11](80)</sup>

“亚洲”在这里被当作是一个单一的整体,代表一种共享的亚洲价值。通过对剧中人物和受众反馈的描述凸显儒家元素作为韩流能在亚洲跨国传播的主要原因。当某种具体分析是建立在一个已知的社会结构基础上的时候,最容易产生的问题就是,这种分析结果会具有绝对的选择性。只有符合这种社会结构和特征的文化现象才会被作为论据选用。正如 Son 和 Yang 提出的质疑,这种“亚洲价值”的假设论证很脆弱,缺乏实效性,一旦选择不同的韩流产品,或者查看同一产品不同受众群的接收效果,就可以完全推翻原来的假设。毕竟,不是所有的韩流产品,包括音乐,电视剧和电影,都特别强调传统元素,也不是所有的受众,都因为传统元素而选择消费韩流产品。<sup>[12](387)</sup>

新自由资本主义思路强调的是推动韩国文化产业化的政策性战略的重要性,其中资本运营是决定韩流发展的主要影响因素。虽然没有像前者那样去有选择性的依赖一种传统的“亚洲”,但是新自由资本主义的“亚洲”也是建立在一种预设性的社会结构性基础之上的,那就是80年代末以来,经历了阶段性经济腾飞的亚洲。

Sangoak Lee 认为韩国文化产业的发展依赖的是产业体制商业化和产业化的变革。由于韩国文化产业模式的初期模仿对象是美国,所以 Lee 也直言不讳地认为,韩流现象是美国文化模式在发展中地区的延伸。因为在他看来,文化帝国主义并不单单是一种或者几种文化价值观的同化,而是整个文化生产和消费体系的同化。<sup>[7](172)</sup>类似的,根据 Iwabuchi 的动态文化相似论理论,Hyun 提出联系亚洲文化消费的文化基础不是某些传统文化价值体系,而是类似的亚洲现代化经历。只不过 Hyun 眼中的现代化,恒等于也只等于经济的发展水平。所以,他认为,受众根据各自所在国家的经济发展水平,他们在消费韩流产品时候产生的共鸣是不一样的,比如日本人会觉得怀旧,越南人会觉得超前,而台湾受众会觉得同步。<sup>[13](1)</sup>

以经济作为所有文化现象的决定因素,剥夺了韩流自身创造任何实际意义的能动性。韩流也因此被简化成为直接或者间接反映地方经济发展或者由以经济发展为目的的政治内容的一种文化现象。在这里想象出的“亚洲”是经济的“亚洲”。

混合文化主义首先强烈反对新自由资本主义理论思路,提出西方社会的经济文化全球化的影响力会催生新的文化差异模式和文化生产模式,比如将各种地方文化身份整合成为一种新的混合文化版本——“亚洲”,以尝试超越长期来屈从于西方的社会文化地位。混合“亚洲”在韩流分析中有两种应用方式,第一种是引用霍米巴巴的“混合文化”概念,提出韩流文化将传统(儒家)文化与西方文化模式很好地融合在了一起。Shim 认为韩流成功混合了本土文化元素和西方音乐模式和风格,迎合了现代亚洲人的对现代化的渴望,同时又对过去感怀的复杂情感需要。<sup>[6](36)</sup>温朝霞也列举了一系列本土文化与异域风格融合的例子来说明韩剧赢得中国受众喜爱的原因。比如剧中穿着时尚但仍互相行传统礼仪的人,或者在现代化大都市中屹立的传统建筑等等。<sup>[11]</sup>

霍米巴巴的混合文化理论源自他对萨义德后殖民理论中被殖民者对殖民者的意识统治缺乏抵抗能动性的质疑。通过将巴赫金的混合理论与心理学结合,巴巴的混合文化理论强调被殖民者在解读殖民文本(语境)时,对渗透在字里行间的殖民权威是具备拒绝或者抵抗能力的,不会被轻易掌控。混合文化理论强调的是内容接收者的能动性,而韩流文化是生产者。即使将巴巴的理论延伸至文化生产者,单靠有选择性的将部分文化符号拼凑在一起,用二元文化的逻辑去证明混合文化的存在,很大程度上简化了不同文化碰撞的可能性后果。当然,韩流并非一定要具备对欧美文化的抵抗性才能具有文化意义,借用混合文化的说法,已经一定程度上减弱了前两种思路的绝对性,但是缺乏更多的实质论证,混合亚洲还只是一种缺乏实际内涵的名称而已。

另一种混合“亚洲”概念是将韩流视为构建亚洲各国之间互利互惠文化交流,甚至共享某种新型“亚洲”文化身份的文化平台。比如,Cho认为,亚洲文化交流超越了国界的限制,通过内容生产,传播和消费等方式,亚洲共同体的概念被强化了,在某些情况下甚至能替代原来的国家文化概念。<sup>[14](144)</sup>此外,有不少学者认为连接亚洲不同国家与文化是韩流应该有的文化职能。比如,Baik认为韩流应该用来增进亚洲各国间的互相了解,以达到一种良性的文化共享。<sup>[12]</sup>比如,韩流推动的旅游业发展让外国民众更有兴趣了解韩国、学习韩语,消费韩国化妆品或者饮食文化等的随之流行等等。然而,这些所谓的文化互动似乎主要强化韩国文化影响力的文化活动,并不能恒等于互惠的文化交流概念。此外,Iwabuchi就对这种理想的互惠关系提出质疑:到底是谁,或者是哪个阶层的利益和文化在这种可能关系中对话了?<sup>[15](408)</sup>Yin和Liew则是就韩流在新加坡的流行现象指出,韩流文化的跨文化传播并没有代表一种世界性文化,它在新加坡并没有促成任何形式的文化联盟,反而强化了当地的民族差异性。<sup>[4](223)</sup>和前一种通过特定符号拼凑出的混合“亚洲”一样,由于缺乏实质的内涵和佐证,互惠“亚洲”也因为赋予意义的随机性太大而缺乏论证的有效性。

### 三、结 语

不论是文化相似性下生成的传统“亚洲”、资本市场主导的经济“亚洲”,还是混合文化旗帜下的新型理想“亚洲”,用传统特征地域逻辑去解读“亚洲”的局限性说明韩流中的“亚洲”不是传统意义上的地理亚洲,而是一种想象出来的地缘文化空间,是一种动态的、能动的文化概念。

“亚洲”概念的最早提出是在20世纪80年代初的新加坡和马来西亚。新加坡的前任总理李光耀用以儒家文化为基础的“亚洲价值观”来解释当时亚洲四小龙(新加坡、中国台湾、韩国和中国香港)的迅猛崛起。在强调亚洲几个国家和地区的迅速发展过程中尊重权威、尊重教育和吃苦耐劳等亚洲特性的重要性外,也是为了区别于西方现代经济体的发展。从此,“亚洲”代表儒家现代化的思维被亚洲国家逐渐转用,至少在今天的公共话语中,已经成为了一种约定俗成的社会共识,或者更抽象地说,已经成为了一种意识形态。

这就可以解释为什么“亚洲”一词,很容易被韩流受众,也包括学者频繁引用,因为它具备一套从现实生活体验中抽象出来的观念体系,可以作为表达和定义普遍认知的决定性的文化模式来直接使用。于是,韩流研究中会时常会出现一些不证自明的论点,比如“韩流中的儒家/儒家现代化迎合中国受众的审美需要”。“亚洲”被当作一种固定的、已经存在的文化整体来发现和再证明。不能否认人们对已有意识形态会有一定的接受甚至依赖,但是人们的实践意识和认知往往是模糊与不连贯的,而现成的观念体系往往只是用来帮助人们尽可能接近地去表达实际的感受。但即使再接近,公共认知框架中笼统的、传统的“亚洲”概念不能彻底涵盖个人实际体验中多元的、动态的和不对称的“亚洲”体验。因此,要捕捉到想象“亚洲”的意义首先要区别公共与个人对文化概念的区别认知。这也是为什么受众对自己的观影体验的表述,需要被“症候式”解读,而不能直接作为理性论据使用的原因。

雷蒙德强调人们的实践意识所关注的是通过实际生活和情感体验构建出的意义与价值观念,有别于抽象的和社会性的价值体系,比如意识形态。而人们的实践意识与抽象的意识形态之间的互动关系是想象空间的着力点所在。<sup>[12]</sup>所以分析使用“亚洲”去解读韩流的真正初衷和目的应该是下一步韩流文化现象研究的新起点。各国受众和学者在解读韩流时对“亚洲”一词的依赖说明韩流的确创造出了想象“亚洲”的平台,这也是韩流得以跨国界流行的重要文化动力之一。反观这些年,我们努力希望“中华文化”能走向世界,做出了各种努力,但收效似乎并不显著。至今,中国(内地)依然相对缺乏富有想象力的大众文化生产力去创造能够引起区域内共鸣的亚洲图景。

## 参考文献:

- [1] Appadurai. *Modernity at Large* [M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996:7.
- [2] Anderson B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* [M]. London: Verso, 1983.
- [3] Sung, Sang – Yeon Loise, *The Role of Hallyu in the Construction of East Asian Regional Identity in Vienna* [J]. *International Migration Review*, 2012, 36: 1143 – 1168.
- [4] Yin and Liew, *Hallyu in Singapore: Korean Cosmopolitanism or the Consumption of Chineseness* [J]. *Korean Journal*, 2005: 206 – 232.
- [5] Iwabuchi K. Introduction: cultural globalization and Asian media connections[A]. in ed. K. Iwabuchi, *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas* [C]. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004: 1 – 24.
- [6] Shim D. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia[J]. *Media, Culture & Society*, 2006 (28): 25 – 44.
- [7] Lee Sangoak. *A Longitudinal Analysis of Foreign Program Imports on South Korean Television, 1978 – 2002: A Case of Rising Indigenous Capacity in Program Supply* [J]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2007 (1): 172 – 187
- [8] 梁英. 全球大众文化语境下的韩剧现象 [J]. *重庆邮电大学学报*, 2008 (3): 79 – 84.
- [9] Williams R. *Marxism and Literature* [M]. Oxford Oxford University Press, 1977.
- [10] 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 [J]. *现代传播*, 2007 (6): 66 – 68.
- [11] 温朝霞. 1980年后日韩影视剧在中国的传播[D]. 暨南大学博士论文, 2006.
- [12] Cho Younghwan, *Desperately seeking East Asia Amidst the Popularity of South Korean Pop Culture* [J]. *Cultural Studies*, 2011 (3): 383 – 404.
- [13] Hyun K. *New Asian Cultural Proximity, Korean Modernity in Between, and Reception of Korean TV Drama in the East Asia* [EB/OL]. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA Online <PDF>. 2010-04 – 18 from [http://www.allacademic.com/meta/p170609\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p170609_index.html).
- [14] Cho U. Positioning the Korean Wave in the nexus between globalization and localization[J]. *Korea Journal*, 2005, 45: 143 – 146.
- [15] Iwabuchi K. De – Westernization and the governance of global cultural connectivity: a dialogic approach to East Asian media cultures [J]. *Postcolonial Studies*, 2010(13): 403 – 419.