

韩国电影《釜山行》 跨文化传播中的“协奏曲”策略

吴 贇 闫 薇

摘 要：韩国电影《釜山行》自上映以来在全球范围受到高度关注，不仅入围戛纳国际电影节“午夜展映单元”，还出口 156 个国家和地区，引发世界各国的观影热潮。《釜山行》在跨文化传播中依靠“协奏曲”策略，一方面运用西方的叙事技巧，另一方面注入韩国本土的文化内涵，通过文本解读中的“文化接近性”视角、价值传递中的“熟悉的陌生人”感知以及意义建构下“使用与满足”的消费，创造了电影作品跨文化传播的典范。分析《釜山行》的成功经验，对中国影视作品的跨文化传播具有启示和借鉴意义。

关键词：影视作品；跨文化传播；文本解读；意义建构；《釜山行》

作者简介：吴贇，男，副教授，博士生导师，管理学博士。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310028）

闫薇，女，传播学专业博士研究生。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310028）

中图分类号：J905

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2017) 06-0043-05

“‘跨文化’是指通过越过体系界限来经历文化归属性的所有的人与人之间的互动关系。”^[1]这种关系的互动要通过文本实现，而文本被认为是一个自成一体的语言客体，每个有能力的读者皆可在文本上得到它“公开”的意思。但文本不是孤立的，文本与文本之间形成了一个无所不在的“网络”。在全球化浪潮的不断推动下，世界跨文化交流日益频繁。近年来，韩国影视作品作为实现跨文化传播的“文本”交流形式，正在火速发展，全面进军海外，并在传播内容和途径上不断解构与重建，取得了不错的反响和口碑。

韩国电影《釜山行》在 2016 年获得韩国票房冠军，并在海外 156 个国家和地区上映，^[2]在亚洲多地打破了韩国电影的票房纪录，成为韩国电影史上票房最高的电影之一，^[3]其 IMDb 在线评分达 7.5 分。^[4]《釜山行》虽未在中国大陆上映，但在豆瓣电影中评论人次达到 35 万人以上，评分达 8.2 分，高于 94% 的灾难片与惊悚片。^[5]从总体上说，《釜山行》成为了影视作品跨文化传播的典范。

《釜山行》主要讲述了一对父女乘坐 KTX 高速列车前往釜山期间，韩国发生病毒蔓延并在车厢中传播，从而引发一场灾难的故事。以《釜山行》为例分析韩国电影的跨文化传播策略，可对我国影视作品的制作和跨文化传播产生一定的启示和借鉴意义。

一、“文化接近性”视角下的文本解读

从受众文本解读的视角看，编码者运用语言规则的限定，将信息符码化，再经过重重媒介的传播到达解码者手中。由于编码者与解码者所处地位不同，对文化“文本”意义的解读会有所偏差。^[6]而在跨文化传播中，处于不同文化背景的编码者与解码者之间更容易产生传播隔阂或传播障碍，加大对文本的误读。由约瑟夫·D·斯特劳哈尔（Joseph D. Straubhaar）最早提出的“文化接近性”理论（Cultural Proximity）为影视作品的跨文化传播提供了思考路径。媒介产品所表达的内容如果与观众群体的文化相

近,则能够受到欢迎。这种接近性可以分为多个层次,比如语言、历史、地理上的接近性;节目类型上的接近性;文化价值观上的相近和对现代性向往上的趋向,等等。^[7]《釜山行》便利用文化上的多重接近性来获得受众的广泛欢迎。

1. 封闭车厢中的共享符号

《釜山行》的核心叙事情节以及镜头展现均发生在一辆开往釜山的列车上,如同《雪国列车》一样,《釜山行》的镜头展现虽然仅仅聚焦于这个列车,但却勾勒出一副宏大的社会图景。在这个封闭的车厢里,车厢中人流的交错以及“上车”、“下车”的动作间隔显示出了叙事的张力。一般来讲,跨文化传播中地理的接近性是由于影片内容拍摄地与受众所在地有着亲密的地缘关系,而《釜山行》则是利用“车厢”这个符号建构起全球受众想象中的“地理接近性”。在这个车厢中,包含着各种各样的人,不论他们来自哪里、去往哪里、何种职业、何种性格,都变得不再重要,他们共同面对着同样的生死考验。在这种情绪铺垫下,一方面,车厢作为一种现代交通工具,任何人都具有置身其中的可能。世界各地受众基于车厢的现实体验带领他们共同进入到车厢所营造的“地理环境”中;另一方面,“车厢”所代表的是一种封闭性的“地理空间”。与萨特的“境遇剧”类似,《釜山行》中人们被放置于一种极端的、边缘状态的处境中进行行为选择。车厢的封闭直接导致了人们的紧急状态,也传达给受众一种逼仄的“地理空间”紧张感。

因此,影片中“车厢”既作为一种地理位置符号,又作为封闭性体验的价值符号,共同统一于人类共同体所共享的认知经验。影片通过这种想象中的“地理接近性”,将全球受众连接在一起。

2. 情感共鸣中的身份认同

“如果文本的媒介内容可以使具有某种身份认同的观众产生共鸣,那么该媒介对于这部分观众具有特别的吸引力。”^[7](286)]在《釜山行》中,受众的身份认同一方面来源于多重身份关系的刻写,另一方面则来源于群体趋同化的行为展现。首先,在人物身份层次上,第一层次为主线中所包含的石宇和女儿秀安,通过父女关系展现来强化父亲/女儿身份;第二层次为尚华及其怀孕的妻子盛京,通过夫妻关系来强化丈夫/妻子身份;第三层次为高中棒球全垒手荣国和啦啦队队长珍熙,通过微妙情愫和恋爱进展来强化男/女朋友关系;第四层次为两个老奶奶,通过姐妹关系来强化亲人身份……所以,这部影片通过人类最为简单纯粹的关系图谱来聚焦于不同身份下个体的行为表征。通过这样的表达,一方面,通过情感渲染使受众产生沉浸感,甚至通感,呼吁出受众对简单纯粹情感的共鸣,获得心理上的呼应;另一方面,影片聚焦于人类基本原始情感下的身份关系,而非社会化分工下的身份类型,能够产生一种原始情绪的代入,引发共鸣。

其次,影片中的人们在面对丧尸攻击的危险环境时,大部分人失去了思维与判断力,而变成了一群乌合之众。在一开始金常务提出要对那些与丧尸近距离接触的人进行隔离时,其他乘客摇摆不定,但在获得乘务员的默许之后,大家渐渐表示了顺从。从这种视角上来看,群体是非理性的、盲目的、具有趋同倾向的。丧尸与乘客不断传染与被传染的过程可以也被看作群体意识逐渐取代个体意识的过程。这条线索与现实生活进行映照,会使得人们思考并追问,自己作为群体的一员,在面对这种情况时会如何进行选择和处理,从而产生在身份认同上的接近性。

二、“熟悉的陌生人”感知中的价值传递

《釜山行》中价值的传递一方面沿用了经典的好莱坞惯用手法,另一方面吸取了韩国本土的价值内核,正如文学领域中的“陌生化理论”所强调的,在表现形式上,主体突破原有的手法,通过诸因素的对立和冲突,使得受众产生一种“陌生”的感知。^[8]而此理论应用在跨文化传播中则提供了一种新的思路:受众对文本的兴趣来自于“共性”与“差异性”的共同体,“熟悉的陌生人”感知使得受众产生亲和基础上的好奇,对于受众的吸引力大大增强。《釜山行》中,正是通过这种“熟悉的陌生人”化

的处理方式，使得影片在跨文化传播中取得了很好的效果。

1. 西方题材与东方伦理的结合

恐怖片的发展可以划分出东西方两大流脉，东方国家中的恐怖设定一般受到“阴阳观念”、“花妖狐鬼文学”等方面的影响，^[9]因此，在传统东方国家中，影视作品中惊悚题材的设定一般是建立在“阴阳还魂”、“世道轮回”等元素之上，而西方国家则一般是以“僵尸”、“丧尸”、“吸血鬼”等角色设立来进行文化内核的阐释。《釜山行》实现了西方题材与东方伦理的结合，它有着好莱坞丧尸片的形式外衣，却被注入东方的文化伦理。影片在一定程度上借鉴了好莱坞丧尸片的架构和特效，并采用好莱坞“三幕式”的模式剧情和技术手法，但其中的内核却是东方文化中独有的人伦情感、因果报应等，包含着东方人细腻的情感传达、长幼尊卑的行为准则以及委婉间接的语言表达方式。正如金常务作恶多端最后也得到了应有的报应，而他将死之时对家的向往又表现出了善良的一面，呼应着儒家思想中的“人性本善说”。在这种调和下，一方面西方国家受众除了在把握形式上的亲近感之外，还能有着不同于一般丧尸片的观感，体验到不同的情绪表达；而对于东方国家受众而言，这种好莱坞大片的本土化改造，使得他们在对丧尸题材的接受上毫无违和感。从总体上说，《釜山行》对好莱坞的学习、对情感记忆和社会观念的表达，都形成了其独树一帜的风格体系，不论对于西方受众还是东方受众，这种风格都是既熟悉又陌生的，更能够打动人心。

2. 家庭集体观念与个人英雄主义并驱

影片中构成“熟悉的陌生人”感知的另一组矛盾元素在于“集体主义”和“个人主义”。在传统的东方社会中，家庭是国家构成中的单元，集体主义是固有的文化认知。例如中国传统社会是通过个人本身的亲疏关系形成人际格局的交往网络的，这种网络是一种“差序格局”，而道德也是围绕差序的人伦存在的，是一种人情社会。^[10]这种集体主义和人情社会的价值体系对受众的观影心理和行为产生重要的影响。而在西方社会则更加强调个人英雄主义，诸如《蚁人》《美国队长》《钢铁侠》等一系列代表性影片，均展现出了完美的个人英雄主义价值观，通过几个英雄人物来完成拯救世界的终极目标。而《釜山行》则将集体主义与个人主义进行了适度的结合，一方面，影片注重对小人物和群体的素描刻画，在共同的场域中对于人物角色采用一种平等的视角，面对丧尸的进攻时，抵抗需要大家的共同努力，强调集体的协同作用，而非主角光环的加持；与此同时，也塑造出了典型的英雄式人物，比如父亲石宇与大叔尚华，均在最后的斗争中顾全大局牺牲自己，但这种英雄形象却并非完美。影片的开头父亲石宇是一个忽略家庭、情感冷漠的证券经理，他自私并且对他人的遭遇熟视无睹，但在尚华的影响下、在与女儿的互动中，石宇得到了自我成长，影片通过他细微的表情和动作变化，来展现他心理上的选择。最后，石宇变成了敢于牺牲、道德高尚的人，这种角色的立体化塑造更具真实感。家庭集体观念和个人英雄主义并驱的演绎方式能够使得影片在跨文化传播中最大程度吸引到受众。

三、“使用与满足”消费下的意义建构

《釜山行》之所以取得不错的跨文化传播效果，必然满足了受众多方面的需要。通过“使用与满足”理论来研究受众对影视作品的观看动机和由此产生的心理效用能够带来一定的启发。笔者以中国受众为例，选取“豆瓣电影”中《釜山行》短评最热前200条文本进行文本分析，^[11]在选择动机和获得满足上，统计关键词出现频率如下表：

表1 “豆瓣电影”中《釜山行》短评最热前200条文本中的高频词

关键词	人性	丧尸	催泪	演员	刺激	口碑
频数	23	13	12	11	9	7

从统计结果来看，《釜山行》满足中国受众的心理效用主要体现在以下几个方面：

一是普世性的话题思考。热评中的“人性”被提及次数最多，说明影片中对于人性的挖掘引发深

度思考。金常务等人在应对来自丧尸的进攻时,为了自保而将其他人无条件地出卖,展现出比丧尸还要可怕的一面。每个人为自保而形成的“集体杀戮”成为集体无意识的重要写照。影片层层递进,不断挖掘人性中阴暗的一面,并牵动出隐含在生存和道德之间的哲学命题。“你留在这里比较安全。”“不要,这里更吓人。”这种表达引发受众对人类本性的反思。

二是认知的需要。《釜山行》作为一部亚洲丧尸片,其中化妆特效、叙述手法、技术手段等,对于中国受众来说是一种知识的获取和学习的需要;同时,比起《大逃杀》《天生杀人狂》等电影,《釜山行》中对于血腥和暴力的尺度进行了把握,韩国定级为15+^[12],镜头在带来刺激感的同时,并不会引发受众不适。

三是情感的传递。“催泪”这个关键词在丧尸题材的电影中是不常见的,《釜山行》却在细节中刻画了亲情与爱情的温暖,比如石宇对女儿以及尚华对妻子拼命的保护,盛京作为一个孕妇,会更加激发受众的同情心理。“催泪”的高潮在影片的结尾,在士兵准备射杀隧道中的盛京与秀安时,隧道中却传出了秀安的歌声,这传达了一种对困境重生的希望与对新世界的期待,迎合了中国受众在观影上“团圆式”的观影体验与期待。

四是社会交往的需要。一方面观影促进了社会关系的加强,因为网络大V以及身边亲朋的口碑推荐,使得受众在观看影片后能够获得与朋友、家人的谈资,增强关系。另一方面影片内容中对社会现实的思索和批判,能够引发强效舆论。

四、总结与讨论

通过上述分析,笔者认为,《釜山行》运用“协奏曲”策略取得了跨文化传播上的成功。“协奏曲”,原意指两种因素存在既竞争又协作的关系。此处的“协奏曲”策略是指在影视作品的跨文化传播中“国际化”和“本土化”这两个元素被很好地加以融合应用。《釜山行》通过文本解读中的“文化接近性”、价值传递中的“熟悉的陌生人”感知以及意义建构下“使用与满足”的消费,一方面运用西方的叙事技巧,一方面注入韩国的本土内涵,为中国影视作品的跨文化传播提供了一定的借鉴意义。

1. 包装思想内核,降低文化折扣

在跨文化传播中,实现有效沟通的关键在于传播主体呈现文本的方式。《釜山行》中运用西方影片的叙事技巧与形式,能够为国际受众进一步认识韩国电影打开渠道,这种接近性文本的创制能够在一定程度上降低文化折扣。但影片本质在于经过形式外衣包装下的思想内核,展现的是韩国本土的意识形态与价值理念。这种形式与内容的统一成为意识形态输出的另一种表现形式。

目前中国走向海外的影视作品,品种较为单一,大多还是古装剧、“宫斗戏”为主,同质化倾向比较严重,创新力不足。首先,作品缺乏对中国传统文化中习俗、美食、道德、伦理等精髓资源的价值利用,比如对古典美学的艺术韵味以及重德重教、和而不同等思想文化遗产的表现不足;其次反映出中国影视作品在现代性上的欠缺,没有将中国现代社会中的生活化场景变成一种与国际受众沟通的文化符号。因此,为提升跨文化传播中的影响力,中国影视作品一方面要了解国际受众,借鉴外国先进的电影艺术表现形式,实现影片从艺术表现到日常生活的完整化表达;另一方面应深层次植入本土文化的内核,挖掘中国本土的思想文化价值,从而取得传播自身文化魅力、打造国家形象的效果。

2. 加强现实反思,连接期待视阈

韩国电影文化中对现实的批判反思在《釜山行》中得到了展现:丧尸的出现源于对环境的污染和破坏;政府在新闻播报中对真相的隐瞒使得乘客们对真实的环境失去判断;在与丧尸斗争的过程中,人们自私、贪婪的本性不断暴露……影片建构的媒介现实与真实现实产生一定的勾连。通过对现实的反思,影视作品扎根于受众的共同经历中,增强受众观影中的意识交锋,不断挑动受众的神经。当然,《釜山行》也有不足之处,比如批判视角略显刻意,人物角色设置略显空泛,具有明显的权贵阶级批判

指向等。

但对于中国的影视作品来说,中低成本电影缺乏触摸社会严肃神经以及深度人文表达的敏锐意识、艺术魄力和思想锐度,这成为制约影视发展的重要问题。^[13]因此,中国影视作品要警惕内容泛娱乐化的倾向,关注现实生活困境、民族历史创伤等深度问题,提升作品的质量和水平。同时,在内容呈现上应该汲取人类共同的生活经验、不同文化之间的共通情绪以及针对不同受众群体的差异性元素,有效实现影视作品、受众与现实生活之间的有效互动,让故事的灵感、新意在受众的生活期待视域中得到表达。

3. 建立产业体系,完善商业运作

相比于韩国,我国在跨文化传播的运作中,具体模式尚未明朗,与市场的贴合度不够,在未来的发展中,建立一套行之有效的跨文化传播产业体系应当被视为该行业的重中之重。体系的导向是市场,影视作品在跨文化传播中,可以对海外市场进行细分,并以亚洲为中心不断开拓。影片在艺术化追求的同时,要推进商业化发展,建立良好的盈利机制,努力与其他国家的本土发行方建立良好的合作关系,争取资源。体系的根本是文化内容,中国影视作品题材的创作应该不局限于历史文化优势资源,传奇故事、自然美景、城市景观等都对国际受众具有一定的吸引力,要通过特色内容打造文化品牌,提升创意传播力。体系的基础是模式,跨文化的发展要有模式思维。一方面要讲好中国故事,像《功夫熊猫》中运用中国的元素和故事背景,满足受众基于审美经验上的文学期待,得到对于表现艺术的认可;另一方面要建立跨文化产业链条,加强与其他国家的人才或资金合作,降低投资风险,增加市场收益,如今流行的跨国跨地区合拍模式是一种有益的尝试。随着社交媒体与网络渠道优势的逐步扩大,也应该思考如何利用新媒体打造跨国合作模式,并利用病毒式营销进行更好地宣传。体系的保障是政策,政府的产业扶持以及推动中国电影海外发展的政策能够对中国电影跨文化传播上的成功提供保障。

参考文献:

- [1] 童兵. 试析跨文化传播中的认识误区 [J]. 新闻大学, 2004 (3): 20-24.
- [2] 杨雯茵. 《釜山行》明日起将海外上映, 出口 156 个国家和地区 [EB/OL]. 搜狐韩娱, <http://korea.yule.sohu.com/20160721/n460335647.shtml>, 2016-07-21.
- [3] Lee Hyo-won. 韩国 2016 年电影票房达 14.4 亿美元,《釜山行》称霸 [EB/OL]. 腾讯娱乐, <http://ln.qq.com/a/20170105/013804.htm>, 2017-01-05.
- [4] Busanhaeng [EB/OL]. IMDb 网站, http://www.imdb.com/title/tt5700672/?ref_=fn_al_tt_1, 2017-10-14.
- [5] 釜山行 [EB/OL]. 豆瓣电影, <https://movie.douban.com/subject/25986180/>, 2017-10-14.
- [6] 罗钢, 刘象愚. 文化研究读本 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2000: 355.
- [7] Antonio C. La Pastina, & Joseph D. Straubhaar (2005). Multiple Proximities between Television Genres and Audiences: The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption [J]. Gazette, 67 (3): 271-288.
- [8] [苏] 维·什克洛夫斯基. 作为手法的艺术 [A]. 维·什克洛夫斯基. 散文理论 [C]. 刘宗次译. 南昌: 百花洲文艺出版社, 1994: 3-6.
- [9] 蒋林芳, 刘郁琪. 论东方恐怖片中女鬼形象的文化成因 [J]. 电影评介, 2014 (23.24): 62-63.
- [10] 费孝通. 乡土中国 [M]. 北京: 北京出版社, 2005: 29-40.
- [11] 《釜山行》短评 [EB/OL]. 豆瓣电影, <https://movie.douban.com/subject/25986180/comments?status=P>, 2017-10-14.
- [12] 橙小樱. 《釜山行》定级 15+, 《小姐》则青少年不可观看 [EB/OL]. 1905 电影网, <http://www.1905.com/news/20160517/1020484.shtml>, 2016-05-17.
- [13] 张燕, 谭政. 2012-2013: 韩国电影产业复兴的新界点——兼论对当前中国电影的启示 [J]. 北京电影学院学报, 2014 (1): 44-49.