



中国对韩流文化的接受态度探析

杜 莉

(西北大学文学院, 陕西西安 710119)

摘要: 国人对韩流大致持有三种接受观点: 复兴儒学思潮, 全盘接受和精华论。但是文化是一体的, 各民族、各地区、各国家间文化发展和传播更是紧紧相连。随着各国政治、经济交往和商业往来, 地域的局限会逐渐消失, 文化会彼此互通, 在社会文化运行规律中不再适应人类生产生活的文化会自动脱落, 真正有时代价值的文化将脱颖而出。

关键词: 韩流文化; 本土文化; 文化接受态度

中图分类号: G115

文献标识码: A

文章编号: 2095-770X(2016)12-0006-05

PDF 获取: <http://sxxqsfxy.ijournal.cn/ch/index.aspx>

doi: 10.11995/j.issn.2095-770X.2016.12.002

A Brief Analysis of Chinese Acceptance Attitude on the Korean Culture

DULi

(Northwest University, Xian 710119, China)

Abstract: Chinese are holding three kinds of accepted views: the revival of Confucianism thoughts, westernization and essence theory. But as the unique survival way of human, conservatism, conservative openness and extreme openness are not conducive to the healthy development of human culture. Culture is the connection of all the nationalities and regions. With the highly national cultural development and communication, all the people are more closely linked, with the political communication and economic exchanges, while the trade and the geographical limitations will gradually disappear. Culture will communicate with each other. In fact, culture renewal and reconstruction is a process of survival of the fittest. In the fast developing society, the social and cultural rules that no longer adapt to the production of human life and culture will automatically decay, while the real valued culture of the times will last forever.

Key words: Korean culture local; local cultural; attitude of acceptance

中国拥有 5000 年的文明历史。5000 年积淀下来的雄厚文化宝藏是每位华人的骄傲, 是华人区别于其他民族的根据, 更是华人在世界之林独立、从容而自信屹立的底气。近几年势如破竹的韩国文化压倒同时在中国的所有境外文化的影响, 在中国掀起一层又一层的热浪, 形成了一股韩流。向来在文化上充满自信的中国人, 面对韩流感到了压力。中国人对韩流文化入侵的潜在不安, 使其表现出不同的接受立场和接受观点。在文化多元化背景下的当代中国应该以怎样的态度来接受韩流文化成了一个重

要的话题。

一、韩流在中国的传播

(一) 韩流在中国盛行

“韩流”一词源于围棋, 后用以指代韩国文化在其他地区的影响。“所谓的‘韩流’是指对自 20 世纪 90 年代起, 在亚洲范围内掀起的一股流行韩国大众文化现象的简称。”^[1] 广义的韩流包括韩国服饰、饮食、体育休闲、旅游产业等等; 狭义的韩流则通常指韩国电视剧、电影、音乐等娱乐事物的地区性影

响。从一些主流报刊、网站上也可以找到一些数据来说明“韩流”文化在中国的盛行状况。

韩剧在中国影视行业占据了绝对的主导地位。从1996年韩国电视剧《爱情是什么》打开中国的影视市场到2005年9月韩剧《大长今》登上大陆荧屏,本来已经如火如荼的韩剧就更加火热。据百度最新统计,近年,韩国电视剧的点击率以1480万次远远高出276万次的港台电视剧而居第一,韩国电影在中国的点击率也仅次于欧美大片而高居第二。据中国最大的门户网站新浪网调查,在接受调查的网民中,有83%的人喜欢韩剧。在问到你最喜欢哪个国家或地区的影视时,有55%的人选择了韩剧。

中国的电子游戏市场也几乎被韩国电子网络游戏产品垄断。中国电子信息产业发展研究院通过调查得出这样的数据,近几年,中国从韩国进口的电子游戏产品从50%上升到70%,在剩下的30%里还有其他各国进口的,最后真正留给中国游戏的市场就会少的可怜。

韩国化妆品也一直以产品温和滋养而价格平民化为口碑被广大爱美的中国少女追捧。最热销的skinfood(思亲肤)和thefaceshop(菲诗小铺)因为其号称采用的是纯天然成分而被称作可以吃的化妆品,又因价格优势而被年轻人所喜欢。比如在某高校做的调查显示,在三个六人间的女生宿舍最多的竟有14人使用韩国化妆品,也就是相邻三个宿舍中除4人以外,其他的人都在用这两款中的某一产品,可见其在中国的风靡程度。而韩国化妆品出口的1亿美元中就有1695万美元是出口到中国的。中国居韩国化妆品出口目的国第一位。

“韩流”在中国的盛行还表现在韩国旅游业、整容业、韩国服装和饮食业在中国占据的巨大市场以及韩国家电、汽车、手机、电脑等IT产品在中国的热销。

(二)韩流盛行中国的原因

韩流为什么会在中国占据如此大的市场呢?究其原因主要有两个方面。

第一,韩流在当下中国形成一种时尚。美国一位学者的专著《服饰心理学》中主要阐释了对时尚的见解:“赶时髦是一种惊人的社会力量,它是社会发展的一种潜在的推动力。时髦只能在社会环境里发育长大,社会群体越大,他的组织越先进,时髦扮演

的角色越重要,反之越小的社会群体中,时髦作用相对越小。”^[2]中国是拥有13亿人口的大国,韩流一旦形成时尚,则力量惊人。韩流首先影响一部分人,再通过这一部分人影响其他人,这样的滚雪球效应使得韩流在中国一发不可收拾。社会学家齐美尔认为关于时尚的社会动机有两种:分化和同类。^[3]某类人总想在芸芸众生中“脱颖而出”,为与众不同他们极尽创新立意,必须不断的更新花样,与时俱进。那么具有和中国文化相通历史渊源又带有异域风情的韩流首当其冲的成为了中国时尚的新宠。韩流带来与众不同的新鲜感,使得一部分人以其独特性区别于大众,而大众则在使劲追随寻求认同。不管人们对韩流的追求是一种盲目从众的消极心理,又或者是有不甘落后于时代,使自己审美品位不落伍的紧随社会与时代的积极意义,韩流都已经成为一种社会群体性的心理取向和趋势。韩流仅仅作为一种时尚,成为社会文化向前发展、时代创新变革的一种表现。

第二,融汇了中国文化元素的韩流迎合了部分群体的审美期待。上实集团卢铿总裁在谈到“新文化地产的理论基础”时借用了“第三种生活”的观念与提法,指出“‘第三种生活’是为在解决温饱而劳碌的第一种生活和享受物质的第二种生活的基础上建立起来的,它强调的是随心所欲、视觉享受、心灵安慰与治疗、休闲、娱乐、诗意的栖居、品味与格调等。这是一种新的文化生活,情趣化、诗意化的审美活动,充溢着一种审美情趣与艺术气质相结合的人文精神。”^[4]不管是韩服还是韩剧都有一个外来文化背景作支撑的中外文化融汇的美。韩服是韩国的传统服饰,以其唯美简约的方式含而不露的释放着女性天赋的娴静与优雅,这可以从外观的线条、布料、色彩及其装饰的文化中窥见一斑。线条流畅,高雅素洁,塑造女性端庄娴淑的气质,迎合了中国人对在中国日渐冷落的古典美的审美期待的实现。另外,韩服的颜色深受中国的“阴阳五行说”的影响,以“阴阳五行说”的五方——白、青、黑、赤、黄为底色。这种中韩文化的交汇使韩服更易被广大的中国人接受。韩剧则以其唯美的画面,近乎透明的色调,追求如诗如画的影像风格,田园小镇、浓雾雪原、湖滨山庄、枫林小路等自然美景,一个个让人感动的故事,一个个爱情、生活、历史的神话,通过镜头完美营造了陶渊

明“采菊东篱下”的悠然心境和王维“行到水穷处，坐看云起时”的怡然平静。这些也是以画面形式实现了中国人自古就有的简朴的世外桃源梦。并且这种亦真亦幻的生活也正是当下快节奏高压下情感荒漠化的人们所缺乏的。韩剧也满足了中国观众的父慈子孝、兄友弟恭、和谐圆满、尊师重教、长幼有序、重视家庭观念、孝敬父母等传统生活理想。中国人也通过看韩国的电视剧来缅怀自己已经失去的昔日的文化，这种画面带来的亲切感以及韩流文化与中国文化的同根同源的相似性，正是韩流文化俘获中国人情感的重要原因。

二、复兴儒学态度的分析

中韩两国文化产品存在严重的贸易逆差。据有关部门统计，中国和韩国的文化产品交易额比例是1:10，中国在与韩国经济交往时存在严重的“文化赤字”。中国不断引进韩剧使其在中国内地屡屡创造出高收视率的同时，中国国产的电视剧则是艰难度日，中国电视剧制作公司每年至少要亏损30多亿元人民币。当然类似的情况在其他文化产品中也不不同程度地存在着。然而追溯历史，众所周知，韩国文化深受中国的影响。同中国一样，韩国也信奉孔子的儒家学说，无论是情感表达、价值观、礼仪、民俗，又或是语言文字，韩国都深受华夏民族的影响。但今天的韩国发动的韩流无疑是用远古的中国文化来袭击当代中国，这一事实激起了部分中国人强烈的民族主义情绪。面对来势汹汹的韩流，出于民族文化的自我保护意识，复兴儒学，拒绝韩流，反对韩流则成为文化接受中一种典型的态度。复兴儒学的观点本是指以一些台港地区及海外华人学者为代表面对传统文化的衰颓，认为传统文化有绝对的生命力和优越性，竭力提倡复兴孔孟之道，伴随着“国学热”、“读经”、祭孔盛行、《论语》世俗化等现象，目的是阻止一切外来文化对中国文化的消解和异化。面对韩流对中国经济文化市场的冲击，部分人士持呼吁传统文化抵制韩流入境的观点。

复兴儒学从一方面来看是对我国现代化进程中产生的文化危机的拯救，它对建立民族文化信心，抗拒外来颓废文化入侵，提高民族道德意识，矫治各种“现代病”具有重要意义。但是愿意去复兴儒学和真正实现儒学的复兴则是两回事情。任何一种学说的

生命力在于与时俱进，符合社会发展需要。纯正的中国传统文化是否真的会适应现代的中国这有待思考。虽说韩流源于中国文化，但是我们不能否认，其风靡中国也是因为其在与时俱进创新发展的理念下按照现代生活的需求进行的各种变异重组，这是韩流本身应该被肯定和认可的。从中国方面来看，韩流也是注入中国市场的一股活力。比如韩剧对中国影视行业带来的竞争和压力推动了中国影视的发展。在高度的竞争下本土影视行业也在迅速掘起，中国的文化产品质量近年来明显提升，中国国产剧的生产数量和质量近年来都有明显提高。以《金婚》为代表的家庭生活剧和以《潜伏》为代表的谍战剧等一大批优质的国产电视剧，赢得了国内观众的喜爱和追捧。韩流也满足了现代人多元化的文化需求，丰富了人们的生活，填充了中国市场的不足和缺乏。另外，在经济方面加大了两国的投资贸易与合作交流。韩国加大了对华投资。根据中方的统计资料显示，近几年韩国对中国投入资金的年均增幅36.78%，比同期其他国家在中国投资10.87%的增长幅度高出许多，中国因此成为韩国最大的对外直接投资国。同时，韩流将亚洲文化成功输出的方式也是值得我们学习和反思的。显然，在文化接受中抛开文化的时代性而单独强调文化的民族性，对韩流一味的进行情绪化的抵触和排斥是不可取的。

三、全盘接受态度的分析

中国先进文化引领者的地位随着近代史上国力的衰落而动摇，中国本土文化的创造力和吸引力也随之发生改变，人们对本国文化的自信心逐渐被瓦解。从以苏联为榜样的一边倒，到唯美国马首是瞻的全盘接受，每次外来文化的涌入都会使传统文化面临被部分特定群体抛弃的尴尬境地，韩流来中国也不例外。对韩流持全盘接受的追捧态度的，主要集中在独立思考和判断能力还不成熟的青少年中。他们视中国文化为弊履而一味地推崇韩国文化模式，无形中就形成了中韩文化的等级差异。他们认为相比较为沉闷枯燥乏味的传统文化，韩国文化更能满足自己当下的生活需求，符合自己的生活状况。他们容易陷入韩国的一切都比中国优秀的幻像中去。比如他们认为韩服比中国服装更时尚更漂亮，韩剧比中国剧更有看头，韩国料理比中国菜更营养

健康、美味可口,韩国电子产品也比中国电子产品更先进等等。百度上有这样一个典型例子可以代表中国青少年群体的追韩状况。17岁的某高中二年级的学生,她毕业后的理想是去韩国留学。走进她的房间就会看到,满墙壁的韩国明星画;HOT、李贞贤、裴勇俊等。她听的都是韩国的流行歌曲,看的都是韩国电视剧,偶尔嘴里会冒出几句韩语。像这样的年轻人,社会上许多人叫他们“哈韩族”。“哈”源于台湾青少年文化的流行用语,指“非常想要得到,已经近乎疯狂程度”。哈韩是指狂热追求韩国音乐、电视、时装等流行娱乐文化,在穿着打扮和行为方式上进行效仿。

近年来,随着时代背景发生的重大变化以及韩流本身在发展中出现的问题和局限性,韩流在中国虽然仍具有一定影响力,但那种被狂热和痴迷地追捧的状态逐渐趋于平缓。首先,从时代背景来看,现在的中国由于年轻人越来越受到良好的教育,也随着网络技术的大众化以及世界各种语言相互沟通学习的普及化,使得我们有更好的环境去接受世界的文化,因此也就有更广阔的视野和更理性的态度来面对某一种潮流文化,比如韩流。而且中国经济在高速发展,人民的生活水平与韩国的距离在逐步缩小,这也会使韩流文化的优越感逐步下降。其次,从韩流本身来看,韩流文化是发起于大韩民族这个单一民族的文化脉流,要在世界产生更强劲和持续的影响,还显得势单力薄,要维持长久的冲击力,水源不足,就难免力不从心。据报道当年轰动全国的中国电视剧《还珠格格》曾登陆韩国电视台,并以极高收视率横扫韩国电视台黄金档,但他们担心我们国产电视剧会对他们稳定的市场造成冲击,因而主流韩国电视台拒绝播出中国电视剧。韩国这种对本土文化的过度保护也束缚了其进一步在中国市场的发展,从中国网民的信息反馈来看,韩剧题材和形式由于固守老一套而流于模式化,长此以往自然会让中国观众产生审美疲劳。对于韩流全盘接受的观点的盲目性已经被证实,这种观点因站不住脚而自行瓦解也是必然的。

四、精华论态度的分析

(一)精华论理论上的优越性

精华论在对韩流的接受态度上主张有选择的开

放和接受,主要是通过对韩流进行科学的分析和审慎的筛选,吸收韩流文化中精华部分,使之与中国优秀传统文化相结合,在坚持民族的主体意识的基础上,创造出一种既有中国特色,又充分体现时代精神的新型中国文化。这是中国文化为实现现代化在儒学复兴的接受观点与全盘西化的接受观点基础之上开辟出来的一条新路。

首先,这是从民族情感上被国人普遍认可接受的一种对待韩流的态度。中国一直坚持去粗取精去伪存真的对外开放政策,这已经是中国面临各种外来冲击时被时间证明的最适用的理论。再者,其实“韩流”本身就是这种结合的成功例子。全球经济一体化,推动了世界各民族文化的融合、交流,韩国是发展中国家的领头军,因此有经济基础作为支撑的韩国文化也就有发动文化时尚的实力。历史上的韩国本来只是单一的大韩民族,但后进中的韩国将欧美文化、华夏文化、日本文化同本民族的文化进行融合,使韩国成为一个文化的集大成者,成为了多元文化的国家。而各种不同文化的重组,往往产生的是一种全新的文化。韩国传统文化与世界各国文化的大融合产生出另一种崭新的文化,这样的文化通常让人感到既熟悉又陌生,既有贴近性,又有距离感,从而具有独特的文化魅力和吸引力。朴光海在《韩流的文化启示——兼论韩流对现代社会生活方式的影响及其文化根源》中指出,“韩流是在民族传统文化的基础上融合西方文化要素创新的一种新文化,既体现了民族性,又展现了现代性。韩流对传统文化进行了创新,这种创新就是吸收了西方文化的精髓,并将其与东亚传统文化进行了创造性的融合,从而创造出今天的韩流文化。”^[5]韩流文化是东方文化与西方文化、传统文化与现代文化间成功的相结合、相融合的见证。韩流因此呈现出的是文化现代化的新模式,就是在加快实现国家工业化过程中能很好的维护自己民族的历史文化传统。那么,中国文化吸收韩国文化的精华和成果并与本土文化相结合而形成中国新文化也是一样的道理。对自身的优秀传统文化的坚持和对韩国文化有选择的吸收和创新这从理论上讲合情合理无可挑剔,但是实际上,不管是中国传统文化还是韩国文化都有各自的不可分割性,这从实施起来的困难中就可以看见。

(二)精华论实践中的困难

怎样区分韩流文化中的精华和糟粕。任何事物

都是具有两面性的,文化也不例外。在各种文化现象中正面影响和负面影响往往难以区分。比如韩国文化产业政策特别注重保护与扶持本土文化,每年各电视台都有固定的资金收益投入拍戏,除了在韩国播出外,政府建立的有关部门还向各制作者提供免息贷款,鼓励作品往国外输出。政府正是以鼓励的手段,让韩国电视剧疯狂地向国外输出,去占据其他国家的市场。同时韩国政府更注重保护本土文化,眼下许多国产电视剧发行到了新加坡、越南等国家,但是却都没有发行到韩国。这种对本土文化的保护是文化交流传播中应该引起我们注意的现象,值得我们思考,进而借鉴其利弊。韩国的政策保护使得本土文化缺乏与其他优秀文化竞争的环境,其文化竞争力会被削弱,其文化创新力会受到局限,韩剧的主体观众也永远是某一群体,并且韩剧的内容模式也很少有突破性,容易让观众产生审美疲劳,这也是韩剧在中国日渐下滑的主要原因。韩国对本土文化的保护应不应该,我们很难做出判断。对于韩国这种对本土文化市场的保护行为是我们对韩流接受中该借鉴的精华还是糟粕,我们也很难做出正确的结论。

怎样提取韩流文化中的精华。我们假设可以根据当下的需求暂时划分出需要的文化和应该拒绝的文化,那么怎么样恰如其分的把这种精华文化提取出来就会是实践中面临的又一个问题。文化具有整体性和可分性。其可分性指的是文化的可分层性,即器物层次、制度层次、精神层次等,而不是可抽出性。文化是一种整体,其中的任何一部分都是整体的一部分,脱离整体的部分是不能存在的。^[6]韩流对中国经济文化市场的各种冲击是中国经济文化市场发展前进的各种动力和更新重组的新元素。韩剧中打架斗殴酗酒的要酷场面往往会使叛逆期孩子感觉很刺激,这也正是让家长揪心的,担心没有正确判断力的孩子学坏,但是没有这样的画面来做对比,主人公真善美所产生的感化力量怎么得以凸显。我们所区分的精华糟粕似乎两者是同呼吸共命运的,一损俱损,一荣俱荣,很难割裂开来。

五、小结

关于文化接受有个炸酱面的例子。“韩国人都

酷爱吃炸酱面,但是他们起初认为中国人是没有炸酱面吃的;随着对外面文化了解加多,他们知道了中国也有炸酱面;渐渐的眼界开阔了,知道中国炸酱面有不一样的味道;后来走出自己的国家站在世界时,他们才醒悟,原来韩国的炸酱面起初是中国山东做出来引进韩国的。”^[7]这种盲目的偏执是文化接受中随时有可能犯的错误,我们需要客观地看待各种文化。韩流文化也具有文化的功能,即满足功能与选择功能。韩流满足中国人各种不同层次的要求,是人们通过种种选择后选中的文化,只有当它为了人类的美好生活而服务时才有其存在的价值。马克思说:“时间导致了空间的泯灭”。文化应跨越时间和空间的限制。邓小平说的“面向世界”不是一句空话。文化的接受与发展应该以更开阔的视野和胸襟去包容多元。在大浪淘沙的时代潮流中,某天韩流会因为不再适应中国式生活而自动脱落,而那些真正有时代价值的文化将在社会文化运行规律中脱颖而出,生辉永存。面对韩流,交给社会,交给文化消费者,交给文化运行规律,我认为这将是 中国对待韩流最应该的态度。

[参考文献]

- [1] 郑贞淑. “韩流”的影响与展望[J]. 当代韩国, 2005(1): 86.
- [2] 伊丽莎白·赫洛克. 服饰心理学——兼析赶时髦及其动机[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1990: 1-5.
- [3] 卜松山. 与中国作跨文化对话[M]. 刘慧儒, 等译. 北京: 中华书局, 2009: 2-3.
- [4] 《时尚家居》杂志社编辑部. 第三种生活[J]. 时尚家居, 2002(1): 2-5.
- [5] 朴光海. 韩流的文化启示——兼论韩流对现代社会生活方式的影响及其文化根源[J]. 国外社会科学, 2011(4): 98-104.
- [6] 夏涛. 多元与综合之辩——关于中国文化现代化的思考[J]. 安康师专学报, 2005, 17(6): 41-43.
- [7] 冯蓉慧, 刘洪轩. 韩国文化审美——中韩文化比较[J]. 文学界(理论版), 2012(3): 276-277.

[责任编辑 朱毅然]