



《太阳的后裔》在4月中旬轰轰烈烈地结束,正如它浩浩荡荡地开始。28亿的中国视频网站播放量,38.8%的韩国收视率收官,连续两个月的微博霸榜和刷屏,每一项成绩都令人叹为观止。继《来自星星的你》之后,韩剧再一次走进大众的视野,被观察被讨论。那么,韩剧到底拽住了我们的哪根神经?



关注三湘都市报微信看E报。

何以苦追韩剧不放松 欧巴们“撩”了你哪根筋

韩剧质量有别但热度不减

其实,这些年韩剧从来没有走过,并且周期性地出现火爆现象,太一星你一继承者们一秘密花园一花样男子一浪漫满屋等。这是第一梯队,有意无意地在海外引起巨大反响的名剧。这些剧虽是海外输入,却拥有比国产剧更高的热度,得到了韩剧迷圈外的关注。

第二梯队的好剧也是层出不穷,如《未生》、《龙八夷》、《她很漂亮》、《请回答》系列等,这些剧虽没有达到在海外的人尽皆知,但收视和口碑也收获颇丰,得到了韩剧剧迷的认可和支

持。关于韩剧的研究有这么几个方面:观看行为的分析(对女性心理的探究)、文本分析(针对剧情和制作)、文化主义(韩流文化输出的策略),《太阳的后裔》表现出的营销的力量又引起了对韩剧宣传力的讨论。

前提说明,如同任何一种文化产品,韩剧质量本身参差不齐、主题内涵也各有千秋。而且每个人的兴奋点不同,观感也就不同。



追韩剧就等于逃避现实?

文化研究学者洪美恩所著的《观看〈豪门恩怨〉》,也许可以提供给我们一些探讨的思路。《豪门恩怨》是一部美国肥皂剧,在20世纪80年代早期产生了世界性的巨大影响。洪美恩通过刊登广告收集受众观看该剧的理由,在读者来信中她分析出了观众消费过程中的四种立场:厌恶的、讽刺的、喜爱的以及民粹式的。这四种立场也是当下韩剧受众的四种立场。

在前两者眼中,持喜爱立场的人是韩剧的受害者,比如会使用“圈钱”、“出卖男色”这样的刺激性语言来针对喜爱者。而喜爱者的反击分为两种,一是承认缺点并肯定自己辨析的能力,通常见到的话语特征是“就看个剧而已,至于吗?”,指出媒介产品在个人生活的无足轻重;二是正面对抗,强调优越之处,维护自己的立场。

那么韩剧的魅力有什么呢?解析韩剧观看行为大致有三个方向:精神乌托邦、性别认同和文化主义。

逃避现实仍然是外界扣给剧迷最大的帽子,然而这已是陈词滥调了。在电视和网络刚刚风靡的时代,受众容易产生对媒介产品的依赖性。但今天的人们是可以自如地划定虚幻和现实的界限。韩剧的演员造型和场景角度一定是美的,就算是侦探剧也必须秉持着“好看”的原则。事实上,任何影视作品都要拥有比生活更强烈的美感,才能成为被观看的对象。

“身份认同”变成“性别认同”

“女性观众往往持续不断地将明星视为权力的象征,后者胸有成竹、自信满满,观看他们的表演仿佛为日常生活注入了新鲜的活力”。这是杰姬·斯黛茜关于女性观看电影的结论。传统媒介产品时代的身份认同,是典型的女性心理。在媒介发达社会更加进步的今天,“身份认同”其实演变成了“性别认同”。

韩剧中的男女主角都塑造得几近完美,虽然我们国家大部分男性对韩剧仍持有抗拒态度,但从韩国男性对于电视剧的评论来看,韩剧女性角色的塑造也满足了男性的幻想。同时,韩剧中男性角色的英俊潇洒、多金或者有能力、幽默温柔集于一身,女性角色的漂亮、独立、可爱集于一身,对应的正是今天的两性观念。

文化主义导致每次出现一个大火韩剧,后面都必然跟着一串“忧心”,高喊“这是韩国文化的进击”。没错,这的确是韩国文化的进击,但也不至于吓得魂飞魄散。正确的文化观应是取长补短,去糙取精。

况且受众与其消费的商品中存在着矛盾冲突,其激烈程度远远超过预想,受众越来越知道如何使用自己消费的产品,从中获得意义,构建新的身份。文化输入并不总是宰制、剥削和操控。比如漫天横飞的“撩妹技能”,玩笑之外也教会了我们一些东西吧。

来源:“新闻传播学研”微信公众号

