

# 新民环球

本报国际新闻部主编 | 第801期 | 2023年4月6日 星期四 本版编辑: 丁珏华 编辑邮箱: xmhwb@xmwb.com.cn

## 是市场的成功还是文化的“屈从”?

# 《黑暗荣耀》热播 韩剧越来越像美剧

文 / 弦子

一颗复仇的种子如何开花结果?近日,由美国流媒体公司网飞制作的韩剧《黑暗荣耀》以一场曲折但是成功的复仇,满足了全球观众的“爽感”,成为继《鱿鱼游戏》后另一部现象级韩剧。

当常以甜美形象示人的韩国演员宋慧乔化身面容阴郁的暗黑女主,当往日主打浪漫温情路线的韩剧呈现暴力血腥的画风,不少人在被剧情深深吸引的同时,也不由觉得这似乎和印象中的韩剧不一样。

暴力、杀戮、惊悚……这些在网剧中时常出现的元素,成了一些韩剧为走向更广阔市场、俘获更多受众而不得不掺杂的“配方”。当韩剧越来越像美剧,背后映射的究竟是什么?



### 欧美也追韩国爽剧

韩剧《黑暗荣耀》在竞争激烈的欧美影视剧市场“杀出一条血路”,成为让西方观众狂追的爆款剧集。

《黑暗荣耀》第一季于去年年底上线,不到一周时间就跻身网飞非英语类剧集全球榜前三,而后多周蝉联第一。本月10日,《黑暗荣耀》在全球剧迷集体“催更”下迎来第二季,仅三天就登顶排行榜,同时还拿下网飞在38个国家和地区的电视剧集播放量冠军。

《黑暗荣耀》在社交媒体上也维持着超高的话题热度。流媒体统计网站FlixPatrol数据显示,《黑暗荣耀》第二季上线首日,推特相关话题讨论量超过17.8万,成为当日推特热搜第一。

在美国网民萨尔瓦多·琴托看来,这部满屏亚洲面孔的剧集讲述了一个特别的复仇故事,普世的主题、演员的精彩演绎和剧情的丰富程度,都让这部剧格外引人入胜。“剧中的场景可能会唤醒有过类似经历的人的记忆,而这些伤痕累累的画面也揭示了全世界都存在的校园暴力问题。”“剧本扎实、表演出色,每一集都让我感觉紧张。”网民mademoishe1认为,这部剧是复仇类剧集的巅峰之作。

《黑暗荣耀》并非韩剧首次在西方爆火。2021年,同样是网飞出品的反乌托邦题材韩剧《鱿鱼游戏》,成为首部在美国流媒体平台上收视排名第一的韩剧。而在美国第74届艾美奖上,《鱿鱼游戏》创造历史,捧回了包括剧情类最佳男主角、最佳视觉效果在内的六座奖杯。一些美媒当时感慨,“艾美奖俨然成了《鱿鱼游戏》的主场”。

同样在欧美抢占风头的,还有韩国电影《寄生虫》。这部电影不仅在第92届美国奥斯卡颁奖礼上拿到最佳影片、最佳导演、最佳原创剧本、最佳国际影片四项大奖,还捧走了第72届戛纳电影节金棕榈奖。美国《时代》周刊称,在非本国电影

被边缘化的好莱坞,韩国电影在奥斯卡的成功具有历史意义。

### 不同剧本相似“配方”

虽然这些韩国影视作品在欧美赢得口碑、市场双丰收,但观众还是在其中嗅到了种种相似的味道。

美国加州大学尔湾分校教授金曠铉指出,无论是《鱿鱼游戏》还是《寄生虫》都更符合西方观众的口味。《纽约时报》分析,韩国影视作品之所以能撬开西方市场大门,一定程度上是因为它们运用了欧美观众所熟悉的“配方”,主要体现在相似的元素和主题等方面。

《纽约客》报道,世界上大部分暴力娱乐产品出自美国,“美国在现实的屠杀和电影的屠杀中引领世界”。在《澳大利亚金融评论报》资深专栏作家安德鲁·克拉克看来,这种“美式叙事”中的暴力文化已经“出口”到其他国家。

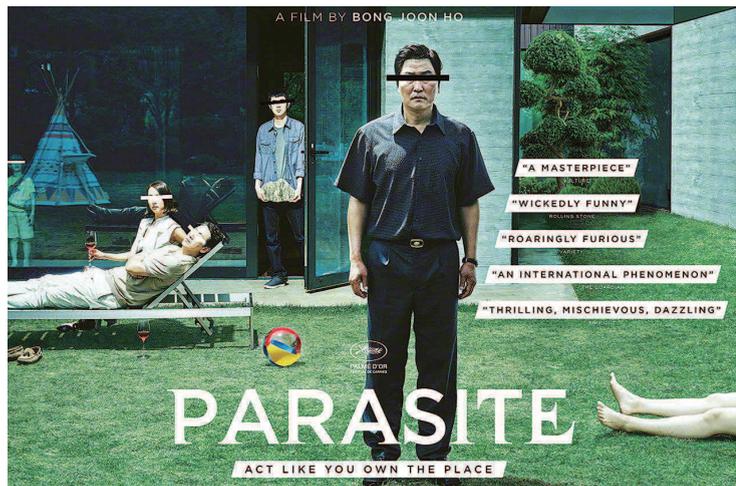
克拉克表示,从《鱿鱼游戏》到《寄生虫》,再到最近大火的《黑暗荣耀》,无不充斥着暴力、血腥和死亡。“《黑暗荣耀》围绕着可怕的校园暴力展开,女主角文东恩遭遇了被同学用卷发棒烫伤全身这样的‘酷刑’。而校园暴力还只是个开始,在后面的剧情中,我们看到了太多被殴打致死等血腥场面。”克拉克说,“由于美剧常出现这样的‘重口味’场面,因此《黑暗荣耀》并没有吓退欧美观众。”

还有媒体从主题出发,分析了韩剧与美剧之间的趋同性。《纽约时报》认为,这集中体现在对资本主义社会面临的贫富分化、极端竞争等共同现实的展示上。

“《鱿鱼游戏》是一部‘大逃杀’主题的生存剧,400多名面临经济困境的社会底层民众冒着生命危险,为赢得456亿韩元奖金而战,而他们的生死被背后真正的‘玩家’视为一场游戏。正如该剧编剧及导演黄东赫所说,这是一部关于现代资本主义社会的寓言故事,关乎付出生命的极端竞争。”《纽约时报》指出,这种反映社会贫富分化的主题同样出现在《寄生虫》以及2018年获得戛纳电影节金棕榈奖提名的韩国电影《燃烧》中。

美国有线电视新闻网表示,美国人之所以痴迷《鱿鱼游戏》,是因为“他们每天都在为争取高收入和社会地位,玩着自己版本的‘鱿鱼游戏’”。美国《时代》周刊认为,财富分配不均都是资本主义社会的通病,虽然《寄生虫》在处理恐怖情节和表达幽默感方面具有韩国特色,但它对不平等现象的揭示迎合了时代特色,和《小丑》等美国影视剧所呈现的主题类似。

一些评论指出,对于贫富差距扩大、社会阶层固化和个人奋斗无力,欧美等国民众同样感同身受,很容易在这些韩国影视剧中找到熟悉的感觉,并产生强烈共鸣。



▲▲▲ 韩国电影《寄生虫》海报  
▲▲▲ 韩剧《鱿鱼游戏》剧照  
▲▲▲ 韩剧《黑暗荣耀》海报



图 6

### 网飞公司全球布局

近年来,部分韩国影视作品在欧美等地表现强劲,背后离不开网飞等美国公司的全球化布局。

作为全球最大的流媒体平台,成立于1997年的网飞在北美市场饱和后便开始布局海外市场,目前已经实现全球100多个国家和地区的覆盖。在覆盖过程中,网飞利用“个性化算法”,深度分析用户喜好,推测判断受众偏爱的类型、题材和元素,有针对性地打造爆款剧集。

2016年,网飞进军韩国,尝试投资制作原创或合拍的韩剧,并推广到全球190多个国家和地区。网飞的介入,将韩剧原本纯正的“韩国风”改造成为好莱坞黑帮暴力片的模式。为获得更广泛的受众群体,这些“网飞版”韩剧往往表现手法更为大胆,内容更具感官刺激,制作成本也更为高昂,与韩国电视台制作的本土韩剧形成了鲜明对比。

有网飞高管透露,过去几年网飞已为韩剧花费约7亿美元,未来还将继续追加投入成本。美国有线电视新闻网称,网飞计划2023年推出有史以来最大规模的韩剧。这意味着,有着网飞烙印的韩剧在未来或许会越来越多。

有评论认为,网飞深入韩国市场,会给韩国影视工业注入新鲜血液,也让韩国影视作品收获更多国际知名度和影响力。但也有人指

出,这些“美剧化”的韩剧在一定程度上反映了韩国流行文化对美国文化的“屈从”。

“当‘韩流’对外传播得越广,它就不必去满足更广泛且多样化人群的共同期待。如今从韩国输出的流行文化与早期‘韩流’输出的内容并不相同,看上去就像是美国文化披上了一层韩国外衣。”英国线上杂志《UnHerd》指出,“二战结束后韩国就专注于向欧美出口产品,从纺织品、家电到船舶、半导体。而韩国人迎合欧美人的心态也反映在文化生产领域,使得韩国文化独有的特色正在被欧美文化所同化。”

另有分析指出,韩国人“拥抱”美国文化已有约75年之久,韩国文化对美国文化的模仿始终在进行,某种程度上,韩国文化已在美国文化霸权影响下成为其旁支。

事实上,受美国文化影响的并不只有韩国,对此欧洲人似乎有所警觉。《经济学者》报道称,网飞等美国流媒体平台在欧洲的普及,让欧洲政客感到紧张。“在欧洲,网飞作为‘文化霸主’的前景被视为一种威胁。与欧洲本土出品的影视剧相比,网飞的原创作品往往没有太多特定的文化参考,这难免会削弱欧洲文化本来的特色。”

当然,艺术作品的“国际化”与“本土化”并不是二元对立的关系,如何在保持国际视野的基础上坚持自我,是个值得思考的问题。