

开放的市场与本土文化自信

——韩国国会议员尹永硕眼中的韩流

金大中在任期间提出了“文化立国”的国策，将文化产业列为21世纪韩国经济的支柱产业。从相关机构的设置便可看出韩国政府的决心。尹永硕说：“金大中之前，韩国的中央部门中并没有文化部，直到金大中总统时期，才进行机构调整，成立了文化部，并在内阁的班子中，选拔了一位最有能力、最有实权的人出任第一任文化部长。”

□□ 本报记者 毛俊玉

2014年，韩国文化产品在中国文化市场可谓风光无限。从年初的清新韩剧《继承者》、《来自星星的你》到电影《雪国列车》、正在网上热播的刑侦剧《危情三日》，新一波韩流势不可挡。韩流在亚洲的势头为何如此强劲，业界和学界有诸多分析，那么在韩国国会议员眼中，韩流为什么会成为一种文化现象呢？4月10日，韩国国会议员、亚洲城市联盟秘书长尹永硕在中国传媒大学做了一场关于韩流与中韩文化交流的讲座。尹永硕曾在韩国政府文化部门担任要职，分管韩国文化产业。值得一提的是，尹永硕是个中国文化迷，热爱中国传统文化，从小学习汉字，练习书法。他说，目前，韩国有两个电视频道播放中国的影视剧，他很喜欢中国电视剧《甄嬛传》、文化节目《易中天品三国》等。韩国文化产品的制作保持创新力的原因是什么？如何评价韩国文化政策在推动韩流发展方面所起的作用？韩国电影为何难以像韩剧一样在海外产生影响力？带着系列问题，记者采访了尹永硕。

谈制度建设

从限制到开放： 对本土文化充满自信

韩国的文化市场经历了从限制到开放的过程，正因为开放了市场，解除管控，才实质性打开了韩国文化产业腾飞的闸门。尹永硕对此深有体会。“20世纪90年代，韩国在意识形态上的管控仍然延续冷战思维，在实践中，对文化内容实行了彻底的审查制度。”尹永硕说。而这严重制约了韩国文化产业的发展。

韩国文化发展的滞后为日本大众文化的进入提供了机会。尹永硕说：“20世纪90年代，日本的动漫、电视剧等文化产品大量进入韩国，产生



虽然韩国电影市场全面开放，但韩国本土电影占据的市场份额远超过好莱坞进口电影。图为韩国电影《铁线虫入侵》剧照、《夺宝联盟》剧照、《恐怖直播》剧照。

了非常大的影响。为保护本土文化，韩国政府对日本文化的进入实行了抵制的政策。”

但抵制政策不是长久之计，1998年，韩国第15届总统金大中上任后，韩国的文化产业发展进入全新阶段。尹永硕说：“金大中时期，韩国政府才开始意识到，未来的韩国应该是一个有创造力的国际化国家，为了国家的长远发展，我们不仅要重视工厂里生产的产品，更要重视精神文化产品，我们要思考如何去开放市场，创作出有活力和影响力的文化产品。”

1998年前后，日本文化对韩国本土文化的冲击很大，好莱坞电影占据了韩国电影市场的绝大部分份额，韩国国内甚至产生了一种文化忧虑，成为一个社会问题。“但金大中看得很远，他果断地解除了外国文化产品进入韩国市场的管控，并取消了好莱坞进口电影的配额制。”尹永硕说。在他看来，金大中在韩国本土文化充满了自信。

谈文化政策

制定文化国策： 韩国文化产业开始腾飞

开放市场后，有人质问，韩国文

化怎么办？尹永硕说，当时政府的雄心壮志是必须从国策的高度去发展自己的文化、培育本土文化产品。金大中在任期间提出了“文化立国”的国策，将文化产业列为21世纪韩国经济的支柱产业。从相关机构的设置便可看出韩国政府的决心。尹永硕说：“金大中之前，韩国的中央部门中并没有文化部，直到金大中总统时期，才进行机构调整，成立了文化部，并在内阁的班子中，选拔了一位最有能力、最有实权的人出任第一任文化部长。”

在资金支持方面，韩国政府也是大手笔的投入。尹永硕介绍：“20世纪90年代末，韩国政府财政预算支出全年是100兆韩元，其中拨给文化部1%的预算，这在当时是很大的支持。当年的1%已经涨到了3%。从数量上说，现在一年韩国政府在培育文化产业方面的投入是20兆韩元。”

尹永硕指出，政府投入的这些资金，并不是对某个具体文化项目的支持，而是从宏观层面对文化制度建设、文化人才培养、文化产业基础设施建设等方面进行投入。为实现韩国文化的国际化，大批的韩国年轻人赴美留学，学习西方的文化艺术。尹永硕指出：

“从20世纪90年代末到2000年初期，在美国的韩国留学生数量超过了中国的留学生。”而这些是韩国文化产品畅销的基础所在。

谈文化市场

竞争促使好产品的诞生

“韩国文化产品的成功，不在于明星的打造，而在于故事本身。”尹永硕认为，如果没有吸引人、打动人的故事，韩国文化产业不会收获今天的成功。那么，韩国的影视剧创作为什么能不断产生新的创意，保持创新力？对此，尹永硕说：“韩国的文化市场竞争是惨烈的。韩国的人口大约只有中国人口的1/30，但韩国的影视市场规模、影视制作公司的数量等跟中国市场差不多。韩国的文化市场是完全开放的，市场准入门槛低，参与竞争的市场主体是如此之多，所以这种竞争的惨烈使得每一家文化企业为了生存必须制作出最优秀的作品。”

韩国民众对影视剧等文化产品的挑剔也促使内容制作者精益求精。尹永硕说：“韩国大学的升学率非常好，因为人口的受教育程度，受众和消费者对文化产品有挑剔的选择和苛刻的要求，

他们对流行非常敏感，如果内容生产者稍微对市场和消费者研究不到位，就会遭遇惨败。所以，文化企业为了生存，不得不去追求最精美、最符合观众文化口味的产品。”

谈社会监督

监督力量对文化产品制作影响大

总体来看，韩剧的风格清新纯粹，跟美剧快节奏、刺激的风格截然不同。在欧美市场，韩剧对外输出过程中是否存在局限性？韩国能拍出美剧《行尸走肉》这样风格的作品吗？尹永硕说，美剧可能会有更多的刺激性元素，而这些内容在韩国的市场是行不通的。韩国文化产品的生产制作背后有一种健全的社会监督机制在起作用，“20世纪70年代到90年代，韩国的民主化运动风起云涌，学生组织、工人组织等积极争取民主权利，现在这部分运动人士已成为社会的监督力量，如我们的影视剧中有一些对青少年或女性不利的内容，社会的监督功能就会启动，制作单位因此会做出调整与改进。”尹永硕说。

韩国观众在网上的回帖也会及时反馈到内容制作方的手中。尹永硕说，现在任何一部电视剧播出，在网上很快就会出现回帖，而这些回帖意见会被反馈给内容生产者，他们会根据反馈内容进行调整。在韩国，文化内容的生产已形成这种互动机制。

谈韩国电影

韩国电影在本土市场地位高

与韩剧的火爆形成鲜明对比的是，韩国电影的“备受冷落”。强劲的韩流并没有拉动韩国电影的海外票房增长，如韩国电影在中国市场似乎水土不服，频频失利。韩国电影的海外之路走得可谓艰难。据韩国电影振兴委员会发布的统计数据显示，韩国电影出口收入在2005年达到历史最高

的7600万美元后，就以每年2000万美元的幅度缩减，2009年下滑到了2002年约1400万美元的水准。此后，韩国电影的海外出口额并未有较大的突破，直至2013年《雪国列车》的上映局面才有所好转。该片在韩国本土的票房收入折合人民币突破4亿元，而在未上映前就已出口167个国家，版权收入突破2000万美元，这样的收入几乎相当于以往韩国一年时间里所有影片的出口版权收入总和。《雪国列车》无疑为韩国电影争了口气。

虽在海外的影响力不及韩剧，但韩国电影在国内市场的地位颇高。韩国民众对本土电影非常支持。面对来势汹汹的好莱坞电影，韩国电影的地位岿然不动。韩国电影在国内市场是非常成功的。据韩国电影振兴委员会统计，早在2012年上半年，在海外片和韩国影片的观看比例中，韩国影片的占有率达到53.5%。

韩国政府在推动电影产业发展过程中也起到了很大的作用。尹永硕说，韩国政府在电影产业的硬件设施上进行大量投入，如建立大型摄影棚，以较低的价格租给小型电影制作公司使用，缓解小型文化企业的财务压力。通过电影辅助金的发放培养电影人才，该项资金的扶持对象是电影学院的学生和进行独立电影制作的导演，他们可申请电影总体制作费的30%。2006年之前，韩国还实行影院义务上映制度，规定韩国电影院每年每个厅必须上映满146天的本土电影，后来跟美国签订了自由贸易协定，播放国产影片的天数才从146天减少到73天。

尹永硕也认可韩国电影在海外不及韩剧影响大的说法。“韩剧在剧本创作阶段就获得一部分投资，拍摄期间还有广告和赞助等收入，最后获得的投资总量比电影大很多。与韩剧相比，韩国电影的投资风险确实要大，这导致了韩国电影的资金投入相对不足。”尹永硕说。

海外观察

加拿大文化产业政策如何发力

□□ 裴依

加拿大文化产业的崛起，得益于政府推行的一系列文化产业政策和举措，为其文化产业的发展创造了良好的社会环境。此外，加拿大联邦议院通过的加拿大多元文化法、电影法、广播法、版权法、博物馆法等各种有关文化的立法，确保了“加拿大内容”在经济活动中的地位。

实行文化管理分权制

虽然起步比欧洲国家晚，但加拿大有一套较为完整的文化市场运作方式，即实施文化管理分权制。文化市场的运作及其管理体系，大致可分为联邦内阁和议会、联邦政府机构和各省省政府内设的文化部、由文化遗产部协调的一系列分管各文化领域的联邦文化机构和各类文化艺术事业的基本经营单位4个级别。

各省政府对文化事务的管理拥有自主权；主管文化艺术及文化市场的文化遗产部只负责与各省就文化事务进行联络、协调和沟通，各联邦政府文化机构实际上具有相当的独立性。这种层层分权、依靠政策调节的管理方

式，能充分调动各级管理部门的积极性，促进多元文化的发展。

联邦政府文化管理部门对所有文化机构提出了明确要求，并制定各项具体措施。如加拿大电视台播放节目，加拿大内容须占60%以上；联邦政府成立了“加拿大声像认证办公室”，并制定了10分制评估标准，称为“创作要项评分制”，按电影、电视剧、戏剧等不同类别对“加拿大内容”进行测评打分，一般高于6分即被认定符合“加拿大内容”条件，即符合加拿大文化主体性要求。

财政资助提供基础保障

加拿大政府通过财政资助支持文化产业的发展。比如，在基金扶助方面，政府注资与吸纳社会资金建立各类文化基金。除加拿大政府建立的加拿大创新基金会外，加拿大全国性和地方性纯文化基金种类繁多。在影视领域，有加拿大故事片基金、加拿大独立电影和录像基金、加拿大电视剧基金等；音乐领域，有加拿大音乐基金；出版领域，有加拿大期刊基金；数字技术领域，有加拿大新媒体基金等。

此外，加拿大艺术理事会每年为

加拿大艺术家、艺术表演团体、演出商提供资助，以鼓励和促进文化艺术的发展，资助主要是通过基金会来实现，包括演出基金、协调基金、表演艺术管理基金等。文化艺术机构开展艺术活动或运作项目，均可向加拿大艺术理事会申请政府文化经费资助，各省和各市也设有同类或相应机构。

联邦文化遗产业部每年面向全加拿大推出近50个项目计划，如加拿大艺术与遗产支持计划、国家电影录像培训计划、出版扶助计划、可移动文化财产计划等，以推动文化艺术的发展。

设立奖金激励机制

政府与企业出资设立奖项，对成绩突出的文化个人或机构进行奖金激励。不算各省、市地方的奖项，仅联邦政府设立的全国性文化艺术奖就有35个。其中，以加拿大总督名义设立的奖有“总督视觉与传媒艺术奖”“总督文学奖”等。加拿大政府奖项有“John G. Diefenbaker艺术奖”“公爵和公爵夫人摄影奖”。

此外，政府对文化投资和文化产品创新实行税收减免优惠。按照加拿大国家税务总署界定的健康福利、

教育、宗教和“有益社会”四类可申请减免税情况，文化艺术机构接受投资款和捐赠款，根据“有益社会”类可享受政府税务部门免税待遇。凡向税务部门申报并获核准减免税优待的文化艺术机构，接受捐款时免交所得税，同时捐助者凭受赠者出具的“善款发票”，所交联邦货物服务税可悉数退税。加拿大国家税务总署每年对文化机构的免税额度达19亿加元。此外，文化企业经文化、税务等主管部门同意，还有某些其他税收优惠。如电影界的“加拿大电影录像片制作税赋信用”制度，制片总成本中人工开支费用的60%将享受“税赋信用”和“税款优待”。

文化机构高效率运作

加拿大文化机构的设置大体有两种模式：一是组织机构和人员较为固定，如加拿大大型文化企业——文明博物馆集团，拥有相对固定的业务及人员编制，同时还有数额可观的国家财政拨款。该集团旗下有加拿大文明博物馆、加拿大国家人类史博物馆、加拿大国家军事史博物馆、加拿大战争博物馆、新法兰西博物馆和网络虚拟

博物馆。该集团拥有丰富的文化资源，仅集团龙头——文明博物馆一家馆藏藏品就达3750万件。

另一种文化机构则无固定人员编制，除注册负责人等少数几个必要的管理人员外，其他工作人员和专业人员均从社会上寻求，人数依据不同时期、不同项目而定，活动场所为家宅或租用场地。如一个小型演出团体，根据剧本、角色、舞美等具体情况，从社

会上招募各类所需人员。一个演出季结束后，外招人员回原单位。这类文化机构生存、发展和相关运作，向政府申请的经费资助只能维持一时之需，根本出路是靠自筹。以上两种组织模式，均体现效能原则。前者人员较固定，依靠单位管理，专业人员发挥自己的最大优势和技能；后者用人灵活，面向社会临时招聘，择优录用，追求最佳组合。



参观者在加拿大文明博物馆观看展览