



台前幕后

揭秘韩剧制作流程

韩剧《电视剧之王》中,有一段“金牌制作人”的台词让人印象深刻,他说:“被世界60多个国家视为顶级明星的李英爱,为韩国带来的经济效应是3兆元。通过韩流传播的周边产品每年出售收益是27兆元,海外输出的韩剧DVD、VCD光碟,就连剧中主人公使用的手机、化妆品甚至是他们的座驾,都能够用钱换算出来。”这段台词解释了韩国电视台源源不断的生产力得益于经济驱动。那么,一部严谨精致的韩剧是如何被制造出来的?

问题一:韩剧的制造商是谁?

从事中韩两国演艺工作多年,现任KBS韩国国际广播电台主持人的马雪介绍说,韩国生产和播放电视剧的平台只有三个:MBC、KBS、SBS三家电视台。“其中,KBS是半国家性质的,其余两家则是纯粹靠广告收益盈利的私人电视台。”

而在“三分天下”的版图中,电视剧类型不同,播出时段也不同,“周一、周二为‘月火剧’单元,主攻正史古装;周三、周四的‘水木剧’主打偶像时装,去年的《那年冬天风在吹》、《继承者们》,今年热播的《来自星星的你》都属于这个类型;周六、周日的‘周末剧’,是主妇们欢迎的家庭剧。除此以外,MBC和KBS还有‘日日剧’,中国观众熟知的《人鱼小姐》、《加油!金顺》每晚8点播出,其他电视剧晚上9:50播出。”马雪还说,3家电视台竞争收视率的方式是统一电视剧播出时段,也就是说,追剧的人必须在同一时段,做出唯一的选择。

问题二:制作团队中谁来主导?

从《电视剧之王》、《他们的世界》讲述韩国偶像剧制作的行业剧不难看出,编剧在电视剧创作流程中的主导地位。这和中国电视剧导演主导制不同,韩国国家教育电视台节目组导演李翰奎接受采访时说:“故事源于编剧一支笔,他们在团队中的重要地位毋庸置疑。”而编剧的工作,中国观众从《人鱼小姐》中也能有所了解。

据了解,韩剧制片人对编剧、导演甄选完毕后,编剧的作用要贯穿整个剧集制作始末:前期,跟制作人策划探讨主题,完成剧本大纲;中期,导演根据大纲制定拍摄计划,编剧开始写剧本;后期,参选演员、参与剧本练习,开拍前,所有演员去电视台对词。一些久负盛名的资深编剧甚至有权选择合作导演、演员。

李翰奎进一步解释中韩两国电视剧编剧的区别,“在韩国,电视剧编剧和电影编剧界定得十分明确,韩国拍电影,一般导演习惯自己写剧本,除了少数电影电视领域兼涉的青年作家。金牌职业编剧收入甚至比主演片酬还高,他们跟电视台或外包公司签约,享受金额不等的签约费,

同时接受韩国作家协会的管理。韩国有电视剧编剧的培训班,每年都有大量怀揣编剧梦的年轻人报名。”

问题三:边拍边播是什么概念?

中国观众最受不了的就是要等热播的韩剧一集集更新,倒不是电视剧拍好了捂着不发,而是韩国的确是边拍边播。

“一般开播发表会的时候,电视剧只拍了5集,剩下的剧本还在写。”在首尔留学的中国大学生柏青认为,民意对韩剧情节走向影响很大,“不像咱国产剧,观众就算从头骂到尾,剧本也无法改变,但在韩国,如果观众的声音很一致,编剧就有可能对剧本开刀。”柏青的说法,在《爱上女主播》编剧朴志贤早年的话中得到证实,她当时透露:“《爱上女主播》最后两集写过3个版本,18集播完之后,我把最后两集剧本对观众公布,通过他们的投票来挑选究竟拍摄哪个版本。”

干什么都喜欢“快一点”的韩国人,在拍电视剧的时候一样讲求效率,虽然有一早制定好的拍摄计划,但根据实际情况临时更改、删减也时有发生,目的只有保证拍摄进度,争取收视率,“韩剧特别喜欢抓细节,有时候观众感到拖沓,这其实是在给编剧留发展的余地,比如突然应观众要求往别的发展方向,如果剧情进展得太快,操作根本跟不上。”马雪说。

问题四:韩剧宣传节奏是怎样的?

播出评价的侧重点不同,也是中韩两国电视剧行业的差别。“电视剧播出后,中国媒体可能不经常提到收视率,记者们更喜欢评价演员演技、剧情发展等等,但在韩国,电视剧播出后最残酷冷血的报道就是收视率,媒体会很直接刊登收视率。一旦口碑差,收视率低,那部剧提前就被封杀。”柏青说,韩剧收视率都是公开的,而且播出后隔天就出来,“收视率能带来最直接的收益就是广告和赞助。”而在《来自星星的你》、《他们的世界》甚至《人鱼小姐》中,观众都看到过戏中“收视喜人”,一大帮人吃烤肉、开香槟的庆功宴的剧情。

据了解,很多韩国热门剧集的官方网站上,播出前期,编剧就会把写好的剧本放上网,让网友过目、留言、探讨剧情,一开始就抓住观众的心,当电视台看重的剧集即将播出,提前几个月就会对某个话题进行炒作,比如当年崔真实复出作品《玫瑰人生》,她与MBC合同没结束就接了KBS的这部戏,开拍前一个多月,合同的事情就不断在媒体上出现,而到了正式开拍,电视台接连安排媒体参加开拍发布会、开播发布会、媒体探班活动、收视祝贺会等等,但如果收视率不好,所有相关的活动全部取消。

(任奕洁)



韩国:外貌至上与整容风

持孩子整容。

相比之下,71%的韩国女性不满意自己的外貌,80%的年轻女性愿意做整容手术,就算不上什么惊人的数字了。

用“男女老少齐上阵”来形容韩国的整容风气,的确毫不夸张。

韩国整容业为什么会如此“欣欣向荣”?主要原因之一是明星效应。

其实在任何国家,明星整容都不算是新闻,但韩国的情况比较特殊:这里大概只有某明星没有整过容才是新闻。

韩国的一家演艺公司透露说,他们公司每年为演员整容花的钱在10万美元以上——而和同行们比,这还根本不算多的。很多韩国明星也公开承认,是整容给自己带来了完美的外表。据媒体报道,号称韩国第一美女的金喜善整张脸都动过刀子;最受欢迎的男演员元彬从高中起就开始做整容手术,为的就是日后能当明星……

在这些“万人迷”的示范效应之下,韩国民众普遍认为“整容是很时尚的事情”、“应该对自己的身体进行投资”也就毫不奇怪了。

然而,在“美丽产业”烈火烹油般的繁华景象下面,

隐藏着的是一个深刻的社会问题。

在韩国的报纸上,经常能看到父母把整容手术当成毕业礼物送给孩子的故事,韩国中学生普遍认为“长得好看比什么都重要”,有些孩子甚至因为外貌而出现了精神问题。

在《朝鲜日报》的同一次调查里,94%的韩国人认为“外貌与就业面试结果有关系”;85%的人认为“外貌影响人际关系”;75%的人承认自己以貌取人……“此次调查中确认了韩国社会深处具有‘外貌至上主义’。外貌不仅影响就业和升职,还对朋友和异性、社会地位等人际关系起到相当大的影响。”调查结论如是说。

如此的结果让韩国政府和社会学家深感忧虑。韩国保健福利部不得不针对中小学女生推出了一套检测使用者对外貌主义认识度的程序,希望她们能因此更爱护和了解自己的身体,摆脱外貌至上的思想。有关学者也呼吁政府要教育民众正确认识“外貌至上主义”的弊端。

但冰冻三尺,非一日之寒。在大男子主义风气下,韩国人本来就有注重女性外表的历史传统,如今又有娱乐产业的推波助澜,韩国社会何时能扭转“以貌取人”的风气,看来不仅仅是时间问题。

(夏海淑)