

한류의 신화 구조와 문화 이데올로기

Cultural Ideologies and Mythological Structure of Hallyu

박 장 순

홍익대학교 영상대학원 부교수

Park, Jang-Soon

Graduate School of Film and Digital Media, Hongik University

변 동 현

서강대학교 영상대학원 교수

Byun, Dong-Hyun

School of Media, Sogang University

1. 서론

- 1.1 문제제기
- 1.2 연구문제
- 1.3 연구방법

2. 신화 의미구조와 문화 이데올로기

- 2.1. 레비스트로스의 신화구조
- 2.2. 문화이데올로기

3. 한류의 신화적 구조

- 3.1. 신조어 '한류'의 이중적 함의
- 3.2. 한류의 신화 구조적 해석

4. 한류와 문화 이데올로기

- 4.1. 문화다원주의와 친한류 양태
- 4.2. 문화제국주의와 반한류 양태

5. 결론

참고문헌

논문요약

한류가 4년 넘게 장기 만성적 위기에 빠져있다. 방송콘텐츠의 해외수출 통계가 정부에 의해 공식적으로 잡히기 시작한 1995년 이래 처음으로 2006년 방송콘텐츠 총 수출액의 90% 이상을 차지하는 드라마 수출이 감소한다. 수출성장률 또한 2006년 이후 2009년까지 2000년대 상반기 평균 성장률의 1/5 수준에 머물고 있다. 이런 만성적 위기의 근본 원인은 무엇일까? 본 논문은 문헌연구와 더불어 레비스트로스(C. Lévi-Strauss)의 이항대립적 신화구조의 틀을 원용, 귀납적으로 한류의 이중적 함의가 문화제국주의와 문화다원주의에 기초하고 있음을 밝힌다. 이는 한류의 신화적 의미구조를 파악해가는 과정이기도 하고, 동시에 한류 위기의 근본 동인(動因)인 반(反)한류의 이데올로기적 토대가 문화제국주의에 있고, 친(親)한류의 이데올로기적 토대가 문화다원주의에 기초하고 있음을 규명한다. 위기가 무엇에 연유하고 있는지를 확인하는 것은 중요한 일이다. 원인의 제거는 위기 해결의 열쇠가 될 수 있기 때문이다.

주제어

한류, 문화다원주의, 문화제국주의

ABSTRACT

The debate is recently heated why the Hallyu(The flow of Korean culture into foreign countries) boom has been declining year by year. According to the government statistics which has been compiled since 1995, the amount of TV drama export occupying about 90% of the whole TV contents export's amounts started decreasing in 2006. The rate of export growth of broadcasting contents also drastically decreased in the second half of 2000's, to be only one fifth of the first half of the 2000's. What is the fundamental cause of the sharp downturn of Hallyu phenomenon? This study intends to explicate the cause in the light of the cultural ideology perspectives and the antagonistic relationships of cultural imperialism and cultural pluralism. This study argues that the dual meaning of the coined word 'Hallyu' comes from the cultural ideologies in the relationship of binary opposition, and examines closely the relationships between the cultural ideologies and pro/anti-Hallyu through the mythological structure theory. Based on the concept of Lévi-Strauss' mythological structure, this study finds that there aroused dual meaning of 'reject'(negative) and 'acceptance'(positive) of 'Hallyu' phenomenon in the mind of foreign people. It is argued that Hallyu phenomenon could be explained by the ideological theories of cultural imperialism and cultural pluralism, and these ideologies are the fundamental cause of pro-Hallyu and anti-Hallyu. In short, cultural imperialism ideology lies behind the anti-Hallyu(寒流), and cultural pluralism ideology lies behind the pro-Hallyu(韓流) trends in foreign countries.

Key Words

Hallyu, cultural imperialism, cultural pluralism

1. 서론

1.1 문제제기

신조어 ‘한류’의 등장과 함께 2000년대 초, 아시아시장에서 일기 시작한 반(反) 한류의 기운은 대만을 진원지로 하는 1차 한류 위기와 중국을 진원지로 하는 2차 한류 위기의 원인으로 작용한다. 그러나 다행히도 1차, 2차 한류 위기는 ‘급성’인 관계로 한류 생산 주체들이 위기의 심각성을 알고 있었고, <겨울연가>(KBS, 2002)와 <대장금>(MBC, 2003)이라는 킬러콘텐츠의 적기(適期) 출현으로 쉽게 위기를 극복할 수 있었다. 그런데 2006년부터 지금까지 4년여에 걸쳐 지속되고 있는 오늘의 한류 위기는 해결사 역할을 할 킬러콘텐츠의 부재(不在)도 문제지만, 더 심각한 것은 위기의 ‘만성’적 경향이 한류 생산 주체들로 하여금 위기를 위기로 인식치 못하게 한다는 점이다.

한류 3차 위기의 심각성은 드라마 수출에서도 나타난다. 정부가 공식적으로 수출 통계를 잡기 시작한 1995년 이후 12년 만에 처음으로 2006년 드라마 수출액이 감소한다. 8천562만 달러로, 2005년 1억162만 달러에 비해 무려 15.7%나 감소한다. 2007년에도 9천691만 달러로, 2005년 수준을 넘지 못한다. 그러다가 2008년 겨우 1억536만 달러로 3년 전인 2005년 수준을 회복한다(한국방송영상산업진흥원, 2009: p.7). 드라마를 포함한 방송콘텐츠 전체 수출현황을 살펴봐도 지금의 한류 3차 위기가 얼마나 심각한가를 확인할 수 있다. 2000년대 방송콘텐츠 전체 수출현황을 살펴보면, 2000년 1천311만 달러, 2001년 1천892만 달러, 2002년 2천880만 달러, 2003년 4천214만 달러, 2004년 7천15만 달러, 2005년 1억2천350만 달러로, 2000년대 전반기 5년 동안의 방송콘텐츠 해외 수출 신장률은 매년 44.3%, 52.2%, 46.3%, 66.5%, 76.1%로 놀라운 성과를 기록한다. 연평균 57.1%의 성장률이다. 그런데 2000년대 후반기로 넘어오면서 방송콘텐츠 수출세는 급격히 둔화된다. 2006년 1억4천770만 달러, 2007년 1억6천260만 달러, 2008년 1억8천20만 달러로 연평균 10.5%의 저조한 성장세를 보여, 2000년대 전반기 성장률의 1/5 수준에도 미치지 못한다(한국방송영상산업진흥원, 2009: p.13).

본 연구는 이런 현실적 문제의 극복을 위해서 한류 위기의 동인인 반 한류가 어떤 구조적 메커니즘 속에서 나타나게 되는지를 신화구조의 틀을 원용해서 파악해가고자 한다. 원인의 제거가 위기 해결의 열쇠가 될 수 있기 때문이다.

1.2. 연구문제

한류 위기는 왜 찾아오는 것일까? 위기 발생에 어떤 구조적 메커니즘이 존재하는 것은 아닐까? 위기의 동인인 반 한류가 이와 같은 구조적 메커니즘과 어떤 관계성을 가지고 있는 것은 아닐까? 본 연구는 신조어 ‘한류’의 이중적 함의가 이항대립적 문화이데올로기에서 출발했을 것이라는 가정 하에, 문화이데올로기와 친(親)·반 한류의 관계성을 한류의 신화적 구조 메커니즘을 통해 밝히고자 한다. 이를 위해 본 연구는 다음과 같은 3개의 연구문제를 설정한다.

- 연구문제 1. ‘한류’는 어떤 이중적 함의를 가지고 있는가?
- 연구문제 2. ‘한류’의 이중적 함의는 어떤 신화구조에 기초하는가?
- 연구문제 3. 친·반 한류는 신화구조의 이항대립적 문화이데올로기와 어떤 관련성을 갖는가?

1.3. 연구방법

본 연구는 한류 위기의 동인이 무엇인지를 규명해가는 논증적, 해석주의적 방식의 질적 연구다. 문헌연구와 레비스트로스(C. Lévi-Strauss)의 이항대립적 신화구조 이론에 맞춰 한류의 신화적 구조 메커니즘을 모형화 한다. 이런 과정에서 문화제국주의와 문화다원주의라는 이항대립적 문화이데올로기가 친 한류, 반 한류의 이데올로기적 토대가 되고 있음을 확인한다.

결과적으로 본 논문은 레비스트로스의 신화구조 이론을 통해 한류 위기의 구조적 메커니즘을 모형화 한다. 그리고 이 과정을 통해 반 한류의 이데올로기적 토대가 문화제국주의라는 사실을 밝혀내고, 이와 같은 원인 규명을 통해 ‘한류 위기 극복’이라는 당면 과제의 해결 가능성을 열어 놓는다.

2. 신화 의미구조와 문화 이데올로기

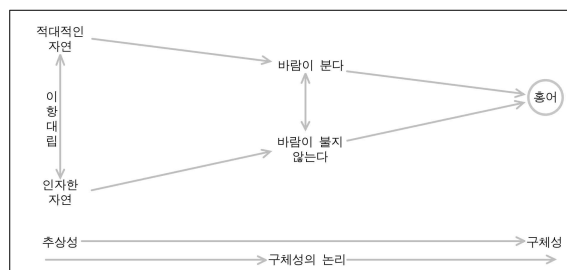
2.1. 레비스트로스의 신화구조

프랑스의 인류학자 레비스트로스(Lévi-Strauss)에게 있어서 신화란 신화가 회자되고 있는 문화 환경에서 중요한 이항대립적 개념의 심층 구조가 특별하게 지역적으로 변형된 이야기다.

가장 강력하고 의미 있는 신화는 어떤 이항대립 구조 속에서 근심을 덜어주는 요인으로 작동한다. 비록 근심을 풀어주지는 못할지라도, 신화는 걱정과 함

게 살아가는 가상의 방식을 제공해준다. 그래서 근심을 극복하게 해주고, 이로써 인간이 지나치게 파괴적이지 않게, 그리고 너무 문화적 두려움을 만들지 않게 한다(Levi-Strauss, 1971: p.498; Fiske, 1990: pp.122-123).

[그림 1]은 레비스트로스가 인간과 동물이 명확히 구별되지 않는 북아메리카의 신화를 분석한 그림이다. 신화의 악한은 남풍(South Wind)이다. 남풍은 너무나 강하고 추워서 바람이 불면, 정상적인 활동을 불가능하게 한다. 인간과 동물들은 남풍을 잡아서 길들이려고 나선다. 남풍을 잡는데 성공한 것은 홍어였다.



[그림 1] 레비스트로스의 신화구조

홍어는 남풍과 협상을 했고, 이틀에 한 번만 바람을 부는 조건으로 남풍을 풀어준다. 그래서 인간과 동물들은 이틀에 한 번 정상적인 생활을 할 수 있게 되었다. 이 신화는 자연의 자비(benign)와 적의(hostile) 사이의 대립을 다루고 있다.

레비스트로스가 매력을 느끼는 것은 영웅으로 홍어가 선택되었다는 것이다. 레비스트로스는 바람이 교대로 불고, 안 불고가 홍어의 물리적 형태에 담겨져 있다고 주장한다. 왜냐하면 홍어는 옆에서 봤을 때 거의 보이지 않는다(不在). 그러나 위나 아래에서 봤을 때 거대한 형태로 보인다(存在). 구체성의 논리에 의하면 홍어는 '적의'와 '자비'의 자연 사이의 대립, 바람의 존재와 부재를 구체화한다. 그리고 그들 사이를 중재한다(Lévi-Strauss, 1971: pp.500-501; 1963: pp.34-50; Fiske, 1990: pp.123-124).

2.2. 문화이데올로기

문화다원주의(cultural pluralism)란 상이한 문화간의 불균형적인 관계를 인정하면서도 문화의 세계화는 더 이상 초국적 문화산업에 의해 주도되는 단 하나의 과정이 아니라, 다양한 과정들로 이루어진다는 문화적 관점이다(허진, 2003: pp.496-527). 1980년 이후 멕시코, 아르헨티나, 브라질, 홍콩, 호주, 일본

등이 텔레비전 프로그램 수출의 각 지역 중심국가로 뚜렷하게 부상한 경우를 예로 볼 수 있다. 문화다원주의는 세계화의 진전에 따라 나타나고 있는 문화간 상호침투에 의한 문화의 혼종화와 다문화의 다양성을 강조한다는 점에서 주목할 만하다. 또한 문화의 수렴이 내적, 외적 저항을 통해 국지적으로 진행된다라는 점을 지적하고, 문화의 지역화 문제 및 문화의 흐름이 일방적인 과정이 아니라 다양한 방향성을 갖는다는 점을 드러낸다(정윤경, 2003: pp.34-35).

반면, 문화제국주의(cultural imperialism)는 어떤 문화에 의한 또 다른 문화의 지배를 의미한다. 흔히 한 국가의 지배권 또는 소비자본주의의 전(全)지구 지배를 강화하는 과정으로 이해되기도 한다. 이 주장은 피지배 국가의 문화 자치권의 상실을 이야기하고, 전 세계 문화의 동질성 또는 "같음"의 성장을 강조한다. 문화적 동시화의 중요한 에이전트는 흔히 초국적 기업, 특히 미국 기업이라고들 한다. '지배'로서의 문화제국주의는 전지구 자본주의의 재생산이 함축하고 있는 경제·문화적 과정이 낳은 생산물로 인식된다(Barker, 2004: p.38). 이처럼 문화이데올로기는 문화의 이동, 전파 과정을 해석하는 이론적 토대로 아시아시장에서 일고 있는 문화현상 한류의 이데올로기적 특성을 파악하는 이론적 기초가 된다.

3. 한류의 신화적 구조

3.1. 신조어 '한류'의 이중적 함의

중국의 <북경청년보>(北京青年報: 1999.11.19)는 '동풍(東風)도 동점(東漸)할 때가 있다'는 한국 관련 기사에서 '한류'라는 단어를 처음으로 쓰기 시작한다(이은숙, 2002: p.2). 그 날은 한국의 유명 보컬 그룹 클론의 북경공연(1999.11.11~12)이 북경공인체육관에서 개최된 지 꼭 1주일이 되는 날이다. KBS미디어가 한국의 (주)이지스와 공동 기획하고, 중국의 북경성 공장음악오락유한공사(北京星工場音樂娛樂有限公司)가 주최한 클론의 북경공연에는 '2002한일월드컵' 당시 중국 국가대표 축구팀 응원단장으로 내한했던 중국의 유명한 한국인 에어로빅 강사 조수진이 사회를 맡았다. <쾌락지남>(快樂指南)으로 개사되어 중국인들에게 널리 알려진 <꿈따리 샤바라> 등 다이내믹한 춤이 가미된 클론의 초기 히트곡들이 중국 젊은이들을 사로잡았다.

개방화의 물결을 타고 자유와 풍요로움에 눈뜨기 시작한 중국 젊은이들은 클론의 춤과 노래에 열광했고, 관중과 하나 되는 클론의 라이브 공연은 이들로 하여금 새로운 음악적 커뮤니케이션의 세계를 접하

게 한다. 드라마 방영으로 조성된 한국에 대한 관심과 또 다른 한국의 대표적 아이돌 그룹 H.O.T의 음반 발매(1998), 클론의 성공적인 북경 공연이 직접적인 계기가 되어 한류라는 단어가 만들어진 것이다.

그러나 한국 대중음악에 매료된 자유분방한 중국 젊은이들을 바라보는 중국 보수층의 시선은 곱지 않았다. 학부형들은 마치 마약을 대하는 것 같은 불안한 눈길로 10대들을 지켜보았다. 음악을 듣는 것에 그치지 않고 의상이나 헤어스타일, 운동화 등 한국 가수의 외양을 따라하는 아이들을 극력 저지하며, 보호하려 했다. 한국 가요에 빠져 이상한 모습으로 변해가는 자식이 중국 사회주의의 하에서 일찍이 만나지 못한 자본주의의 폐해에 물들어버리는 것이라 염려했던 것이다(이은숙, 2005: p.5). 이와 같은 중국 보수층의 한류에 대한 부정적인 시각은 한류(韓流)를 중국어 발음이 같은 한류(寒流)로 인식하기도 한다.

‘한류’(寒流)는 본래 북풍, 삭풍 같은 매섭고 차가운 바람을 뜻한다. 피해가야 할 대상이다. 옷을 두툼하게 입고, 목을 움츠려야 한다. 중국 보수층은 이처럼 한류(韓流)를 경계의 대상으로 여겼고, 한국의 문화침투에 대한 사회적 경각심을 불러일으키기 위해 발음이 같은 한류(寒流)란 단어를 사용한 것이다. 한국 대중문화를 수용하고자 하는 중국의 젊은 세대(韓流)와 이를 경계하는 중국 기성세대의 외국문화침투에 대한 부정적 인식(寒流)이 이중적 함의를 갖는 ‘한류’라는 신조어를 탄생시킨 것이다.

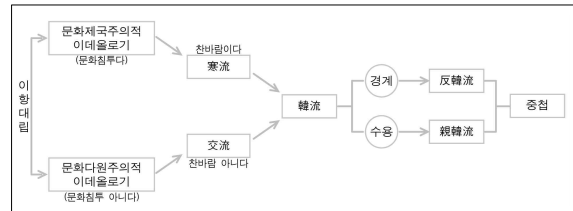
3.2. 한류의 신화 구조적 해석

구조인류학을 통해 신화연구의 영역을 확대한 레비스트로스의 관심사는 ‘신화의 구조가 실제로 인간 정신을 반영하는지, 동시에 신화의 구조가 어떻게 인간의 정신세계를 형성하는가에 관한 문제’에 있다. 다시 말해 신화는 인간이 정신세계에서 생각하는 바를 신화의 구조를 통해 보여준다는 것이 레비스트로스의 생각이다(김동섭, 2006: pp.13-14). 여기서 주목해야 할 것이 이항대립의 개념이다.

[그림 2]는 레비스트로스의 신화구조를 원용해서 신조어 ‘한류’에 내재되어 있는 이중적 이항대립의 개념을 구조화한 것이다. ‘문화침투다’라고 보는 문화제국주의적 이데올로기와 ‘문화침투가 아니다’라고 보는 문화다원주의적 이데올로기를 이항대립의 기초로 하고 있다. 여기에서 출발해 한류는 ‘찬바람이다’, ‘찬바람이 아니다’(交流)의 대립적 진화과정을 거쳐, 한류(韓流)라는 언어기호로 구체화 된다. 그러나 그 내면에는 여전히 ‘경계’와 ‘수용’이라는 이항대립적

요소가 상존해 있고, 이는 반한류와 친한류의 원인자(原因子)가 된다.

이처럼 한류는 중국 의 보수층이 표방하는 문화제국주의적 관점인 ‘경계’와 중국의 젊은 신세대를 대변하는 자유분방한 문화다원주의적 관점인 ‘수용’의 의미가 중첩적으로 내재된 신화적 언어기호다.



[그림 2] 한류의 의미구조

4. 한류와 문화 이데올로기

언어기호 ‘한류’가 갖는 이중적 함의, 즉 ‘경계’와 ‘수용’이라는 이항대립적 요소의 관계 변화에 따라 친 한류와 반 한류는 나뉜다. 즉, 중첩적 함의 가운데에서 ‘수용’의 의미가 강화되면 시장은 친 한류가 되고, ‘경계’의 의미가 강화되면 시장은 반 한류의 기운을 드러낸다. 한류가 ‘위기’라고 하는 말은 시장에 반 한류의 기운이 강화돼서 반 한류가 친 한류의 기운을 넘어서려고 하는 상태, 혹은 넘어서기 직전의 상태를 의미한다.

이는 또, ‘경계’와 ‘수용’의 이데올로기적 논거가 되는 문화 이데올로기적 담론의 두 가지 관점 즉, 문화다원주의와 문화제국주의의 이데올로기의 관계 변화를 가지고도 설명이 가능하다. 다시 말해, 문화다원주의가 강화되면 시장은 친 한류가 되고, 문화제국주의의 이데올로기가 강조되면 시장은 반 한류가 된다.

4.1. 문화다원주의와 친한류 양태

친 한류란 한국문화의 자발적 수용과 이를 통해 이루어지는 한국문화의 긍정적 확산 현상을 가리킨다. 줄여서, 한류라는 말로 통칭된다. 문화다원주의에 기초한 친 한류의 양태는 다양한 모습으로 나타난다. 중국의 인터넷 포털 사이트 ‘시나엔터테인먼트’가 실시한 여론조사(2005.10)에서 ‘한국 드라마를 좋아하는가?’라는 질문에 중국인들은 80.1%가 ‘그렇다’라고 응답한다. 그리고 ‘어느 나라 드라마를 가장 좋아하는가?’라는 질문에도 한국 48.89%, 중국 21.76%, 홍콩과 대만 20.26%, 구미 6.7%, 일본 2.4%의 순으로 응답한다. 자국민 중국 드라마보다도 한국 드라마를

2배 이상 선호하는 것으로 나타난다(마이데일리, 2005.10.17).

일본의 친 한류는 잡지, TV 프로그램, 이벤트 등 다양한 양태로 한류가 확장되는 모습을 보인다. <한류피아>, <한류 드라마특보>, <한국 TV드라마>, <사랑해요 한국드라마>, <하나비>, <칸스타일>, <핫칠리페이퍼> 같은 한류 잡지를 비롯해서 한국어로 방송되는 TV프로그램을 만들어내기도 한다. 후지TV가 매주 토요일 방송하는 '초난강2'는 한국어로 진행되는 대표적인 한류 프로그램이다. 안성기, 이영애, 엄정화, 김혜수, 장동건, 원빈 등 한국의 대표적인 배우들을 소개했고, 일본을 방문한 한국 연예인의 활동 모습은 물론, 진행자인 초난강이 한국을 방문, 직접 취재한 연예인들의 인터뷰가 주로 방송된다(중앙일보, 2007.10.18). 또, 일본의 친 한류는 한류 스타를 중심으로 하는 빅 이벤트를 연출하기도 한다. 도쿄돔은 약 5만 명의 관중을 수용할 수 있는 초대형 구장이다.

이곳에서 애니메이션 <겨울연가> 제작 발표행사가 열린 2009년 9월 29일, 기구를 탄 배용준과 최지우가 5만 관중 위를 날아다니며 손을 흔드는 모습이 담긴 사진은 행사장의 뜨거운 열기와 관중들의 두연기자에 대한 애정을 그대로 전달해주는 듯했다. 관중은 기구를 타고 서서히 사라지는 두 사람을 향해 하얀 손수건을 흔들며 작별인사를 했다고 한다. 이날 입장티켓을 구하지 못한 5000여명은 일본 전국 수십 개의 극장에서 위성 생중계로 행사를 지켜봤다. 이튿날(30일) 같은 장소에서 배용준은 자신이 직접 글을 쓰고 사진을 찍은 책 「한국의 아름다움을 찾아 떠난 여행」의 출판기념회를 열었다.

우리 정부의 '한국 방문의 해' 선포식을 겸한 자리였지만, 진짜 주인공은 역시 '윤사마' 배용준이었다. 그의 얼굴과 목소리를 직접 보고 들었다면 전 날과 마찬가지로 수만 명의 팬들이 좌석을 채웠고, 이 중에는 현역 국회의원 등 주요 인사들도 포함됐던 것으로 전해졌다. 하토야마 유키오 총리의 부인 미유키 여사도 해외방문 일정을 연기하고 이날 행사에 참석했다(문화일보, 2009.10.1).

현재 일본 전역의 윤사마 팬서클은 1000여개에 달한다. 윤사마는 이미 신의 경지에 올라 있다. 환갑을 넘은 연배의 일본 여성들은 아침에 일어나 불단에 기도한 뒤 옆에 붙은 배용준 사진을 향해 두 손을 모으고 "오하이오 고자이마스"라며 하루를 시작한 지 오래됐다고 한다. 이른바 '윤사마 불단'이다(중앙일보, 2009.11.21).

소노다 시케토 와세다대 교수는 이와 같은 '문화

의 힘'에 대해 "문화가 뭘 할 수 있느냐고 말하지 말라. 문화는 사람의 마음을 하나로 묶어 공통의 경험을 만들어준다. 사람의 마음을 누그러지게 하며, 슬픈 마음을 달래주는 강한 힘을 갖고 있다. 이런 문화가 국경을 넘을 때 우리 마음속에 있는 국경의 의미는 달라지지 않겠는가(문화일보, 2009.10.1)." 이것이 일본의 친 한류가 세계인들에게 전하는 메시지다.

한편, 아시아 국가의 친 한류층이 대부분 젊은이인 것과 달리, 일본의 친 한류층은 중장년 여성이다. 그런데 최근 일본의 친 한류층이 한국 사극의 영향으로 중장년 여성에서 중장년 남성으로 점차 확대돼가는 경향을 보이고 있다.

마이니치(毎日)신문(2009.11.5)은 '한류 붐이 아줌마에서 아저씨로 번지고 있다'는 1개면 특집 기사를 내보낸다. <겨울연가>(KBS, 2002) 선풍 이후 5년이 지난 최근 중장년 일본 남성들이 한류 드라마, 그 중에서도 사극에 폭 빠져들고 있다고 한다. 일본 최대 DVD대여점 쓰타야(TSUTAYA) 집계에 따르면 2003년 <겨울연가>를 빌려 본 남녀 비율은 여성이 73.3%로 압도적으로 많았다. 하지만 2005년 <대장금>(MBC, 2003) DVD는 남성 비율이 33.9%, 2008년 <주몽>(MBC, 2006)은 44.7%로 늘었고, <대조영>(KBS, 2006)의 경우, 52.9%로 남성 대여자(貸與者)가 여성을 추월했다. 한류 드라마 대여에서 사극이 차지하는 비율도 2007년 4월 7.4%에서 2년여 만인 2009년 7월에는 32%로 늘었다.

사이타마(埼玉)현에 사는 한 남성 회사원(50)은 주말마다 가족과 함께 한류 사극을 즐기고 있다. <대장금>으로 시작해 <해신>(KBS, 2004), <주몽>, <서동요>(SBS, 2005) 등 20여 편 이상을 섭렵한 이 남성은 "한꺼번에 한류 사극 5, 6회분을 빌려 가족 5명이 둘러앉아 텔런트의 표정 하나 놓치지 않을 듯이 본다"고 말했다. 한류 드라마가 일본의 가족관계를 원만하게 하는 촉매제 역할을 하는 셈이다. 언론 관계 일을 하는 한 남성(47) 역시 <겨울연가>로 한류 드라마에 입문해 현재는 사극을 즐기고 있다.

지금까지 본 한류 드라마가 100여 편이나 되는 이 남성은 드라마를 계기로 최근 몇 년 사이 한국을 10여 차례 여행했다고 덧붙였다(한국일보, 2009.11.6). 이와 같은 일본 중장년층 남성들의 한국 사극에 대한 열풍은 NHK를 통해 방송된 <태왕사신기>(MBC, 2007) 전편(24회)의 일본 극장 개봉이라는 전례가 없는 사례를 만들어내기도 하고(연합뉴스, 2007.10.17), NHK 위성 BS2에서 시청률 1위를 기록하며 방송된 하지만 주연의 사극 <황진이>(KBS, 2006)가 사극으로는 처음으로 NHK 지상파를 통해 재전송되는 기

록을 세우기도 한다(문화일보, 2008.8.6).

아시아 시장에서 가장 독특한 지위를 갖고 있는 시장이 대만이다. 대만은 한국 드라마의 베타 테스트 시장으로, 한국 드라마를 세상에 알리는 세계 진출의 길목 역할을 한다. 친 한류의 본고장이며, 동시에 반 한류의 본거지다. 그럼에도 불구하고, 드라마 <태왕 사신기>의 대만 시사회에서 보여준 대만인들의 친 한류 기운은 여전하다. 더욱이 “신의위수영성극장에서 열린 시사회에는 중국 중남부와 화둥지역, 홍콩, 캐나다에서 온 관객들까지도 좋은 자리를 잡기 위해 일찍부터 줄을 서는 등 호황을 이뤘다(이데일리, 2007.10.19).” 세계 각국에서 찾아 온 시사회에 참가한 관객들의 구성만 봐도 대만 시장의 성격을 알 수 있다. 대만의 친 한류는 중화, 화교권을 엮어내는 교 통적 성격을 띠고 있고, 베타 테스트 시장으로서의 지정학적 역할을 수행하고 있다.

베트남에서는 결혼사진 촬영 시, 흔히 전통의상 인 아오자이나 웨딩드레스를 입던 예비 신랑 신부들이 최근에는 한국의 전통의상인 한복을 입고 웨딩사진을 찍는다. 드라마 <대장금>으로 인해 베트남 예비 신부들이 드라마에서처럼 한국 전통의상인 한복을 입고 사진촬영을 하고 싶어 하기 때문이다. 베트남 감독과 방송작가들은 한국 드라마를 모방한 비슷한 스타일의 작품을 만드느라 여념이 없다. <의가형제>(MBC, 1997) 스타일의 드라마 <하얀 블라우스>(Blouse Trang), <모델>(SBS, 1997) 스타일의 <어둠 속의 초>(Nhưng ngon nen trong dem) 등이 대표적인 예다. 베트남 드라마 <기울어진 사랑>(Doc tinh)이나 <사랑 바구니>(Lang hoa tinh yeu) 역시 한국 풍이 짙게 묻어난다.

한류는 베트남의 가요계에서도 확인된다. 얼마 전 베트남 가수가 한국 가수의 노래와 뮤직비디오까지 따라했다는 표절시비가 일기도 했다. 유명 연극인 민인이(Minh Nhi)는 신문사에 찾아와 최근에 촬영한 자신의 프로필 사진을 보여줬는데, <겨울연가>의 배용준과 흡사한 분위기였다. 한국식으로 머리를 잘라 준다는 한 미용실은 오전 9시에도 손님으로 가득 찬다. 신부사진, 화장, 헤어스타일, 패션, 서비스 등 분야에서 한류의 영향력은 절대적이다(세계일보, 2005.11.17).

베트남의 수도 하노이에 있는 한 무역회사 직원인 트란 취앙 마이(23, 여)의 하루는 한국 가수 비의 노래를 듣는 것으로 시작된다. 아침에 ‘아이 두’(I Do)와 ‘잇츠 레이닝’(It’s Raining) 등 비의 노래를 듣지 않고 출근하면 하루가 짝짝하다. 출근해선 바로 신문을 훑는다. 한국 관련 기사를 찾는다. 관심 있는

분야는 한국 패션, 최근엔 앞머리를 뒤로 제치고 이마를 드러내는 게 한국에서 유행이라고 해서 머리 스타일도 바꿨다. 립스틱도 옅은 색으로 바꿨다. <대장금> 방영 이후 장금이의 부드럽고 가벼운 화장법이 마음에 들어서다. 점심시간, 그가 가장 좋아하는 음식은 김치찌게다. 퇴근 후 집으로 돌아와 침실 문을 열면 벽을 도배질하다시피 한 비의 사진이 그를 반긴다. 날씨가 쌀쌀해지면서 최근 구입한 이불은 한국산 ‘코레’(KORE)다. 한국인이 좋아하는 꽃무늬 수가 놓아져 있어서 구입했다. 마이는 “한국 것보다 더 내 취향에 맞는 것은 없다”고 말한다(중앙일보, 2005.11.21). 베트남의 한 소수민족 사이에서는 한국 드라마 속의 인물 이름을 따르는 작명법이 유행을 한다. 현지 일간지 ‘탄니엔신문’에 따르면 광남성에 사는 소수민족 코투(Co tu)족 일부 아이들은 전통성(姓)에 ‘현우’(Hien u), ‘선옥’(San Oc), ‘하이수’(Hy su) 등 한국식 이름을 붙여서 쓴다고 한다. 드라마 <첫사랑>(KBS, 1996)의 영향으로 생겨난 현상이다(서울신문, 2009.8.18).

이처럼 아시아의 친 한류는 문화흐름의 다양한 방향성을 흔쾌히 받아들이는 비(非) 배타적, 문화다원주의적 이데올로기에 기초한 수용자들에 의해 활발하게 전개된다. 이들 수용자들은 한국문화를 아시아문화의 정체성 또는 서구중심주의의 대안으로 받아들이는(이은숙, 2005: p.13). 문화패권의 탈 중심화 현상으로 한류를 이해하기도 한다.

싱가포르의 사회학자 콘드커는 “이제 아시아는 유럽과 미국이 아니더라도 대안 문화를 찾을 수 있다”고 말한다(CNN뉴스, 2002.2.1; 한국관광공사, 2003: pp.72-73). 친 한류가 이미 아시아의 자부심으로 자리매김하고 있음을 확인할 수 있게 해준다.

4.2. 문화제국주의와 반한류 양태

한류에 반(反)하는 저항의 움직임은 반 한류라고 한다. 반 한류는 형태에 따라 ‘항(抗) 한류’, ‘염(厭) 한류’, ‘혐(嫌) 한류’ 등으로 불린다. 반 한류는 한국 문화를 국가 또는 민족의 극복의 대상으로 여기거나, 혐오의 대상으로 인식한다. 그 기저에는 민족적 자부심과 결부된 저항 이데올로기가 함께 하고 있다.

또, 문화가 고문화국가에서 저문화국가로 흐른다는 문화제국주의적 이데올로기에 대한 잠재적 피해 의식도 자리한다. “한국의 문화콘텐츠산업이 이웃 아시아 국가에 확산됨으로써 문화제국주의의 한국적 형태를 띠고 있다”(파이낸셜 타임즈, 2002.2.8)는 외신의 선정적 보도 태도 또한 아시아 국가의 민족적

자존심을 자극하는 요인이 되기도 한다.

문화제국주의에 기초한 아시아 각국의 반 한류 양태는 다양한 모습으로 나타난다. 중국의 반 한류는 정부 주도형이라는 특징을 보인다. 중앙 정부가 주도하고, 주변 관련단체들이 바람몰이를 하는 형태를 취한다. “중국 정부가 외국산 영화, 음악, 출판물의 수입, 배포 사업을 중국 국영기업이 ‘독점’하도록 제한한 것은 외국 기업에 대한 차별을 금지한 WTO 규정에 위배된다”는 WTO 분쟁조정위원회의 결정(조선일보, 2009.8.14)이 이를 간접 증명해준다. 실제로 텔레비전, 라디오, 영화 등 대중매체를 총괄하는 중국의 정부 기구인 광전총국은 2006년 한국 드라마의 방송량을 2005년 대비 최대 50%까지 축소한다(마이데일리, 2006.1.10). 더욱이 2005년 <대장금> 열풍에 놀란 중국 당국은 2006년 한국 지상파 방송3사의 드라마 수입을 전면 금지한다.

이는 자국 문화상품을 보호하겠다는 중국 정부의 속내를 드러낸 것으로, 일부에서는 ‘문화 애국주의’라는 비판도 나오고 있다(중앙일보, 2006.8.14). <대장금>을 구매해서 엄청난 수익을 올린 후난텔레비전(HNTV)까지도 중앙 정부의 금수조치에 편승해 반 한류 대열에 합류한다. 후난텔레비전(HNTV)의 관계자는 “<대장금>의 중국 내 방영권을 샀을 때 드라마의 수입가 상승폭이 너무 컸다. 수입가를 떨어뜨리기 위해서도 한국 드라마의 방송량을 감소시켜야 한다”고 말한다.

중국 드라마 제작업계는 한 술 더 떠 “방송사가 한국 드라마에 관심만 안 보이면 우리는 공정한 경쟁 아래 한국 드라마를 몰아낼 수 있다(한겨레, 2005)”고 주장하며 항(抗)한류의 의지를 불태운다. 중국의 장난스바오(江南時報)는 “중국 연예계의 항한”이라는 제목의 평론에서 “지금 중국은 ‘항한’(抗韓)이 유행”이라면서 <대장금>이 심야시간대 편성에도 불구하고 대단히 높은 시청률을 기록하면서 중국에 항한의 개념이 싹트었다고 보았다. 이어 “중국인은 단결해야 한다”, “우리 스타를 밀어줘야 한다”, “중국 본토 문화를 아껴야 한다”는 호소가 이어졌고, 항한은 결국 ‘중국 문화를 아낄 것이냐 버릴 것이냐’의 문제로까지 전이돼 간다고 파악했다(마이데일리, 2005.10.31).

이처럼 문화제국주의적 관점에서 출발한 중국 정부의 권력 주도형 반 한류는 관련 단체들의 동조를 이끌어내며 문화 애국주의, 극단적 민족주의, 국가주의로 급속히 확산되고 있다. 중국의 이런 쇼비니즘적 반 한류 행태는 경제성장 과정에서 야기된 중국 내부의 불만을 외부로 돌리고자 하는 전략적 치유의 수단으로 반 한류가 이용되는 것이 아닌가 하는 의

구심을 낳기도 한다.

일본의 반 한류는 경제대국으로서의 국가적 자신감에서 비롯된 너그러운일 수도 있지만, 다른 나라에 비해 한류에 대한 경계가 느슨한 편이다. 그러나 만화 <협한류>가 출간 한 달 만에 30만부가 팔려나가면서 ‘협한류’라는 또 다른 형태로 반 한류 기운이 나타난다. 뉴욕타임스는 만화 <협한류>가 한국을 경계하는 심리와 서양에 대한 일본인의 열등의식을 보여주는 것이라고 꼬집는다. 만화 속에 등장하는 일본인은 한 걸 같이 서양인의 외모를 닮았고, <협한류>는 일본인의 의식 속에 내재되어 있는 아시아를 벗어나 서양을 닮고자 하는 일본의 ‘탈아입구’(脫亞入歐) 욕구를 반영하고 있다는 것이 뉴욕타임스의 지적이다(중앙일보, 2005.11.21). 홍콩 문화보(文匯報)는 대만 신문국 야오원즈(姚文智) 국장이 대만 입법위원회(국회) 답변에서 “외국에서 들어온 드라마에 대해 오후 8시부터 10시까지 황금시간대에 방영하는 것을 금지하거나 제한하는 방안을 검토 중”이라고 밝혔다고 보도한다. 이는 한국의 수입 드라마 <대장금>, <풀하우스> 등이 큰 인기를 끌면서 대만 방송가를 장악하고 있는데 대한 견제 조치로 풀이된다(조선일보, 2006.1.12). 이처럼 대만 정부가 한국 드라마 규제 방침을 세운 것과 관련 일본 마이니치신문은 “한류 대 화류 대결 양상을 띠고 있다”고 전하며, “대만의 한국 드라마 규제 방침은 한류에 대한 경계심을 나타낸 것”이라고 분석하기도 한다(경향신문, 2006.2.3).

결국, 대만 정부는 2005년 7월부터 한국 드라마에 대해 20%의 수입관세를 부과하는 등 실질적인 제재를 가하기 시작했고, 드라마 수입창구의 단일화로 수입가격의 상승을 막는 등 제재 방법을 강구했다(한국방송영상산업진흥원, 2006: p.22). 베트남의 반 한류는 드라마 수입이 국가의 경제문제와 연결되고, 경제문제가 정치문제화 하는 복잡한 양상을 띤다. 실제로 2005년 한국과 베트남 사이에는 반 한류로 인해 통상마찰이 우려되기까지 했다.

방송위원회와 외교통상부에 따르면 베트남 정부 고위 당국자는 “한국 드라마는 매일같이 베트남의 텔레비전을 통해 방영되고 있는데 반해 베트남 프로그램은 한국TV에 전혀 소개되지 않고 있다”면서 “이 같은 상황이 개선되지 않으면 베트남 내에서 한국 TV프로그램의 방영을 규제할 수도 있다”고 말한 것으로 확인됐다.

이 당국자는 상황이 개선되지 않을 경우 한국 방송 프로그램에 대한 방영 규제뿐 아니라 베트남에 수입되고 있는 다른 한국산 상품에 대한 무역제재 조치를 취할 수도 있다는 의사를 우회적으로 내비쳤

다고 정부 관계자는 전했다. 방송위원회 관계자는 “방한한 베트남 정부 고위 당국자와 공산당 고위 관계자가 한국 프로그램의 방송 규제 조치뿐 아니라 공산품 등 다른 한국 상품에 대한 무역제재조치로 이어질 가능성을 시사했다”고 말했다(연합뉴스, 2005.11.11). 이처럼 나라마다 조금씩 차이를 보이고는 있지만, 아시아 국가들의 반 한류는 근본적으로 민족주의와 국가주의가 개입된 문화제국주의적 관점에서 한국문화의 확산을 바라보기 때문에 일어나는 사회 문화적 현상이다. 그러나 분명한 것은 한류 현상이 서구문화의 제국주의적 전파 방식과 다르다는 점이다. 아시아 문화 소비 주체들의 자발적인 선택에 의해 이루어진 문화 현상이기 때문이다.

5. 결론

한류 위기의 구조적 메커니즘은 레비스트로스의 이항대립 개념으로 구조화될 수 있다. ‘문화침투다’라고 보는 문화제국주의적 이데올로기와 ‘문화침투가 아니다’라고 보는 문화다원주의적 이데올로기가 이항대립의 기초가 된다. 여기에서 출발해 한류는 ‘찬바람이다’, ‘찬바람이 아니다’의 대립적 진화과정을 거쳐, 한류(韓流)라는 언어기호로 구체성을 갖게 된다.

그러나 그 내면에는 ‘경계’와 ‘수용’이라는 이항대립적 요소가 상존하고 있고, 이는 반 한류와 친 한류의 원인자(原因子)가 된다. 이처럼 한류는 중국의 보수 기성세대가 표방하는 문화제국주의적 관점인 ‘경계’와 중국의 젊은 신세대를 대변하는 자유분방한 문화다원주의적 관점인 ‘수용’의 의미를 중첩적으로 내재한 새로운 신화적 언어기호다. 다시 말해, 친 한류는 문화흐름의 다양한 방향성을 혼재히 받아들이는 비(非) 배타적, 문화다원주의적 이데올로기에 기초한다.

친 한류는 한류를 아시아문화의 정체성, 서구중심주의의 대안으로 받아들인다(이은숙, 2005: p.13). 문화패권의 탈 중심화 현상으로 한류를 이해하기도 한다.¹⁾ 그러나 한류 위기의 동인인 반 한류는 한류

를 극복의 대상, 또는 혐오의 대상으로 바라본다. 그 기저에는 민족적 자부심과 결부된 저항 이데올로기가 함께 하고 있다. 문화가 고문화국가에서 저문화국가로 흐른다는 문화제국주의적 이데올로기에 대한 잠재적 피해의식도 함께 내재한다. 위기의 원인을 파악하는 것은 중요한 일이다. 원인의 제거가 위기 해결의 중요한 열쇠가 될 수 있기 때문이다.

1) 톰린슨(Tomlinson)이 지적하듯 미국, 유럽, 일본이 누려왔던 정치, 경제적 패권의 탈 중심화만이 아니라 문화적 패권 역시 탈 중심화하기 시작하고 있다. 냉전 종식 이후 지구화의 진전, 개도국의 성장에 따른 정보적, 인적 교류의 증대로, 서구 쪽으로만 쏠리던 관심이 비서구 지역으로 다각화되는 것이 극히 자연스러운 현상이 되었다. 나아가 탈 식민, 탈 근대의 요구가 지역과 국가에 따라 다양한 방식으로 제기되고 있어서 오늘날의 근대성이라고 하는 것은 과거와 같이 선형적인 진보와 위계의 방식으로 이해되기가 점점 어려워지고 있다. 이런 이유에

서 동아시아 지역에서 일고 있는 한류 열풍은 복잡한 지구화 과정에서 나타나는 문화적 패권의 탈 중심화, 문화적 혼종(hybridity)의 증대라는 거시적인 콘텍스트 속에서 조망할 필요가 있다(심광현, 2005: 3/14).

참고문헌

- 경상대학교 인문학연구소(2007). TV드라마와 한류. 서울: 박이정.
- 구연상(2005). 한류의 근원과 미래. 세계생명문화포럼세미나. 한류발전방향모색. KOCCA.
- 김동섭(2006). 신화. 서울: 도서출판 만남.
- 문상현(2005). 문화 생산과 수용, 그리고 한류의 의미. 한류 진단. 한국문화콘텐츠진흥원.
- 문화관광부(2006). 2005문화산업백서. 문화관광부.
- 박장순(2006). 문화콘텐츠학개론. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 박장순(2007). 한류, 신화가 미래다. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 박장순(2008). 한류, 한국과 일본의 드라마 전쟁. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 박장순(2009). 문화콘텐츠 분석과 형상화 원리. 서울: 형설출판사.
- 방송위원회. 한국방송영상산업진흥원(2006). 한류의 안정적 기반 구축과 방송 연예매니지먼트산업의 개선을 위한 해외사례연구. (자유2006-26). 방송위원회, 한국방송영상산업진흥원.
- 방정배 · 한은경 · 박현순(2007). 한류와 문화커뮤니케이션. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 백선기(2004). 텔레비전 문화의 기호학. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 백원답(2005). 한류와 동아시아의 문화선택. 세계생명문화포럼세미나. 한류발전방향모색. KOCCA.
- 삼성경제연구소(2005). 한류 지속과 기업의 활용방안. *CEO Information*, 503호. 삼성경제연구소.
- 신항식(2003). 롤랑 바르트의 기호학. 서울: 문학과 경계사.
- 심광현(2005). 한류의 미학적 특성과 문화정치적 의미. 세계생명문화포럼 특별세미나. 한류 발전방향모색. <http://kofice.or.kr>
- 안진태(2004). 신화학강의. 서울: 열린책들.
- 유형규(2005). 한류: 용어의 정립을 위해. 세계생명문화포럼세미나. 한류발전방향모색. KOCCA.
- 이상희(1978). 매스커뮤니케이션과 사회화. 서울: 평민사.
- 이은숙(2005). 반한류의 성격과 그 대응 방식. 한국문화콘텐츠진흥원.
- 이은숙(2007). 중국에서의 한류 열풍 고찰. 제1회 세계한국학대회. 한국정신문화연구원.
- 정윤경(2003). 아시아 수용자 연구. KBI연구 02-13. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 조한혜정 · 황상민 · 이와부치 고이치 · 이동후 · 김현미(2005). 한류와 아시아의 대중문화. 연세대 학교 출판부.
- 채지영 · 최종일(2005). 한류 연구과제 개발을 위한 기초조사. 한국문화관광정책연구원.
- 하종원 · 양은경(2002). 동아시아 텔레비전의 지역화와 한류. *방송연구* 겨울호.
- 한국관광공사(2003). 신한류 관광마케팅. 한국관광공사.
- 한국문화콘텐츠진흥원(2003). 한국 문화산업의 동남아지역 진출 강화 및 한류 지속화 방안 연구.
- 한국방송영상산업진흥원(2006). *마켓 클리핑* 9월호. 한국방송영상산업진흥원.
- 한국방송영상산업진흥원(2009). 2008년 방송프로그램수출입현황. *KBI포커스*, 09-01, 통권63호. KBI.
- 허 진(2003). 중국의 한류 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구. *한국방송학보*, 16-1호, pp.496-527.
- 히라타 유키에(2005). 한국을 소비하는 일본. 서울: 책세상.
- Ashcroft, B., Griffiths, G. & Tiffin, H.(ed)(1995). *The Postcolonial Studies Readers*. New York: Routledge.
- Barker, C.(2004). *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. Sage Publications of London. Thousand Oaks and New Delhi.
- Fiske, J.(1990). *Introduction to Communication Studies*. New York. Routledge.
- Lee, Chen. C.(1980). *Media Imperialism Reconsidered: The Homogenizing of Television Culture*. Beverly Hill.
- Lévi-Strauss, C.(1971). *L'Homme nu: Mythologique IV*. Paris: Plon.
- Lévi-Strauss, C.(1963). *Structural Anthropology*. New York: Basic Books.
- Mitchell, W.J.T.(1992). Postcolonial culture Postimperial Criticism, in Ashcroft, B. Griffiths & Tiffin.(ed)(1995). *The Postcolonial Studies Readers*. New York: Routledge.
- Schiller, H.(1989). The privatization and transnationalism of culture, in Ang, I. & S. Jhally(eds), *Cultural Politics in Contemporary America*, NY & London: Routledge.