

한류문화정책에 대한 시스템사고의 적용

김헌식(미디어평론가)

I. 들어가는 말

- 한류를 아무도 예측하지 못했던 이유

한국만큼 정통을 따져 묻기 좋아하는 곳도 없다. 정통 중국요리, 정통 프랑스 요리 혹은 정통 일본 요리 등 모두 자신들이 진짜임을 강조한다. 진짜임을 강조하는 현상은 음식점에서 유난히 두드러진다. 이 가운데 하나가 '원조'이다. 원조 해장국집, 원조 할매집, 원조 씬밥집 등은 쉽게 인식할 수 있다. 원조에만 머물지 않고 진짜 원조, 왕 원조, 진짜 왕 원조등과 같이 자신들의 고유성, 순수성을 강조하는 행태를 볼 수 있다.

단일 민족을 강조하는 사회일수록 거꾸로 단일민족이 아닐 수 있다. 차별이 없다고 주장할수록 오히려 차별이 많은 사회일수 있다. 마찬가지로 원조, 정통을 이렇게 강조하는 이유는 거꾸로 원조가 아니거나 정통이 아닌 것이 많다는 것을 의미한다. 사회 전체가 이러한 모습을 보인다면 이것은 사회 전체가 원조가 아니거나 정통이 아닌 것이 많다는 의미로 읽혀진다. 음식은 그 자체가 문화라고 할 때 이는 한국 문화 자체가 끊임없이 원조나 정통이라는 것과는 거리가 멀다는 것을 의미한다.

한국의 된장은 고구려의 콩과 중국의 육장 문화가 만나서 콩된장이 되어 탄생한 것이고 이것은 다시 일본에서 미소(みそ)된장으로 다시 한국으로 수입되어 음식문화로 각광을 받고 있다. 미국 건강 전문지 <헬스> 인터넷판(www.health.com)을 통해 김치와 함께 세계 5대 식품으로 뽑힌 바 있는 낫토(納豆) 또한 한국의 청국장 비슷한 발효식품이다. 이 낫토를 모델로 한국의 청국장이 변화를 꾀하고 있다. 한국의 된장, 청국장은 그 영양적 가치에도 불구하고 탄산나트륨의 양이 너무나 많다는 한계를 지니고 있었기 때문이다.

김치의 경우에도 처음부터 오늘날의 모양을 가지지 않았다. 대표적으로 고추는 원산지가 남아메리카이지만 일본을 통해 임진왜란 이후 들어왔다. 지금의 빨간 고춧가루의 김치는 16세기 이후에 등장한 것이다. 고려청자의 경우에도 충분히 이러한 점을 이야기 할 수 있다.

한국 문화만의 특징은 아니다. <조선과 그 예술 『朝鮮と その藝術』>을 쓴 야네기 무네요시(柳宗悅)는 공예문화(『工藝文化』, 岩波文庫, 1985)에서 사람의 생활은 물질 양면의 교류이며 "문화는 항상 움직인다."고 했다. 여기에서는 음식만을 예로 들었지만 바꾸어 말하면 문화에는 원조나 정통성이 의미가 적다. 심지어는 문화에 독창성이 어디에 있는가라고 주장하는 이들도 있다. 끊임없이 들뢰즈가 말하는 노마디즘에 바탕을 둔 접합이 존재할 뿐이라고 말한다.

가장 민족적이고 한민족의 정체성을 보여준다고 여겨지는 고구려의 강점은 다양한 민족들과 문화를 아울렀기 때문에 가능했다. 거란·말갈 등 다양한 민족과 부족의 체제를 인정하면서도 아울러 통치했고 적극적으로 중국 대륙 안의 다양한 국가, 서역, 왜와 외교와 교역을 통해 국력을 키울 수 있었던 것이다. 만약 고구려가 그러한 다양성과 포용성의 문화를 보이지 못하고 폐쇄적인 전체적 군사 정책만을 추구했다면, 강성한 국가를 세우지 못했을 것이다. 이는 로마가 다양한 이민족 국가를 포용

하고 교류하고 아울러 제국을 형성한 반면, 각자의 폴리스에 갇혀 폐쇄적인 문화만을 추구했던 그리스의 소멸과 비교할 수 있다. 로마는 다양한 정통이나 고유성을 추구한 것이 아니라 다양의 포용과 접합을 추구한 것이고 그리스는 정통과 원조를 강조했다. 합리적인 중앙집권적 엘리트 관료체제로 건국 초기 최고 선진 문화를 보인 조선의 쇠망은 결국 고유와 정통성에 대한 고집에서 비롯된 면이 크다. 그것은 폐쇄적이고 정체된 사회문화를 만들어내고 이는 국가경쟁력의 저하로 나타났기 때문이다. 사실 조선의 건국이 가능할 수 있었던 것은 고려의 개방적이고 열린 사회문화의 특징이 있었기 때문이다. 즉, 고려의 폭넓은 문화 교류가 쌓여 이룬 저량의 사회 문화적 축적이 사회적 욕구로 폭발해 새로운 왕조의 개창으로 이루어 졌다고 보아야 한다.

하지만 이러한 교류와 문화 흐름과 저량의 관계에 대해서 인식하지 못하면 한국 문화, 한국문화의 고유성, 우수성에 집착하게 된다. 이는 한류를 예측하지 못한 이유와 밀접하게 연결되어 있다.

“드라마 몇 편, 어린 아이들 스타 몇 명을 두고 한국문화를 논하고 세계 속의 한국을 말하는 것이 워낙 어불성설이라는 생각”이 많았다.¹⁾ 한류 현상을 미처 예상하지 못한 것은 문화 현상에 대한 정확한 진단이 없었기 때문이다. 하지만 이는 현상적으로 옳은 지적이지만, 부분이 전체를 모두 설명해줄 수는 없다. 한류를 예측하지 못한 이유는 대중문화에 대한 편견과 고유성에 대한 집착에서 일어난 것으로 보인다. 이는 고유문화와 대중문화 구분 이전에 문화에 대한 편견에서 비롯하는 것이다. 한류는 한국의 고유한 문화가 주목을 받는 것이 아니라 한국에서 형성된 대중문화가 각광받는 현상이다. 한국의 고유한 문화에 대한 집착을 하고 있는 사이 대중문화는 고유성에서 벗어나 끊임없는 잡종화와 퓨전을 지향하고 있었던 것이다.

이전에 한국문화가 상품이 될 수 있다고 생각하지 못한 것은 고유, 순수 문화만을 상정하고 있었기 때문이다.

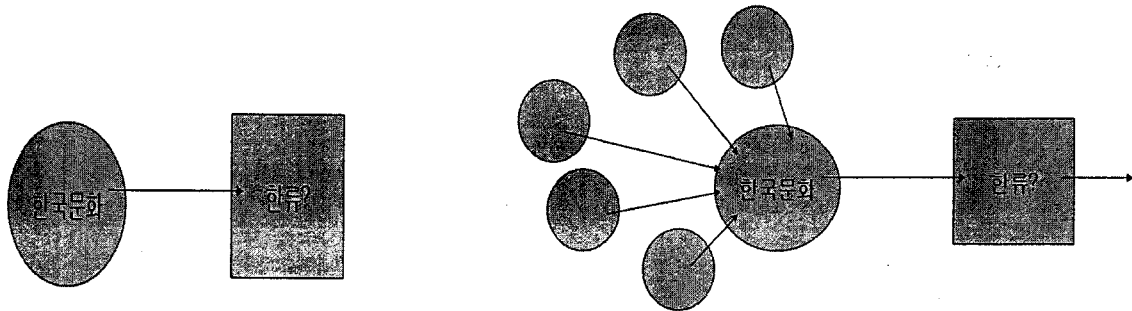
고유한 한국 문화에만 집착하는 현상은 “우리 것이 세계적”이라는 구호에서 단적으로 드러난다고 할 수 있다. 서편제(西便制 Seopyonje, 1993)가 백만 관객을 동원하면서 이러한 문화 콘텐츠를 해외에 제작하고 판매해야 한다는 감정적 민족주의 정서가 미디어와 사회, 정책적인 분위기를 형성했고 정책주체들은 이러한 점에 초점을 맞추어 문화 정책을 추진했다. 그러나 서편제는 세계적인 보편성을 얻는데 실패했다. 한국문화콘텐츠진흥원에서 2002년 이후 본격적으로 추진하고 있는 문화원형 디지털콘텐츠 사업이 가지고 있는 한계는 이 지점에서 드러난다고 할 수 있다. 즉 한류와 같은 형태의 성과는 얻지 못할 것이라는 점이다.

대중 문화에 대한 편견은 단지 그 문화가 저급하기 때문이 아니다. 고유성의 시각에서 볼 때 한국적인 요소가 없다고 보기 때문이다. 그러나 대중문화는 거꾸로 가장 보편성과 일반성을 가지고 있는 문화유형이다. 그것은 끊임없이 소통과 교류, 축적의 과정을 거치기 때문이다. 그러나 이는 단지 자연스럽게 놔두면 형성되는 것과는 차원이 다른 문화 유형이다. 즉 일상 생활문화는 인위성에도 불구하고 자연성이 강하지만 대중문화는 인위적인 개입 지점이 강하다. 생활문화에 다른 주체들이 개

1) 김명인, [정동칼럼] ‘윤사마’라는 화두, <경향신문>, 2004년 12월 30일자

입할 여지가 없지만 상품성을 지향하는 대중문화는 관련 주체들의 개입의도와 행동이 강화될 수밖에 없다.

이는 단지 인간의 인식적 의미 부여가 크다는 점을 넘어서는 것이다. 대중문화는 단순히 실용적인 측면이 아니라 하더라도 미학적인 차원을 넘어서 문화적 향유를 위한 상품적인 측면이 강하기 때문이다. 따라서 이는 문화 상품을 둘러싸고 형성되는 유량과 저량 그리고 피드백과 인과 관계 사이에서 일정한 의도와 목적을 이루기 위한 개입 지점, 방안들을 논의할 수 있을 것이다. 이는 단순한 트렌드와 기법을 넘어서서 축적되는 문화 저장적 관점을 취하는 것이다. 이러한 점들이 간과된 상태에서 한류정책이 모색되는 것에 대한 성찰도 필요하다.



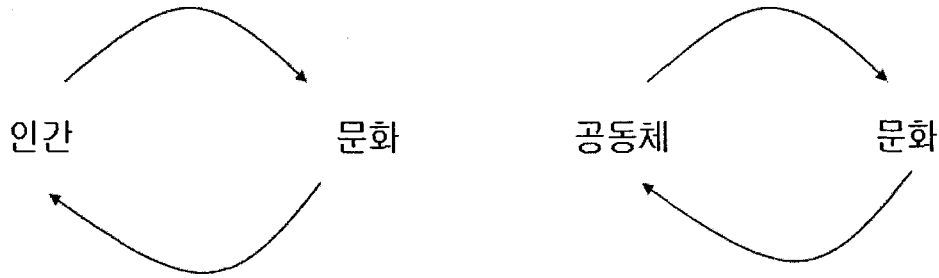
II. 문화의 존재론적 속성과 시스템 사고 - 한류를 보는 관점들의 한계

1. 문화 발생과 축적의 인과성

일부에서는 한류가 서구 문화를 동경하면서도 전통 문화에 집착하는 동아시아인들의 이중성 때문에 형성되는 것이라고 한다.²⁾ “이중성”이라는 말을 되새겨보면 매우 부정적인 의미가 담겨있다는 것을 알 수 있다. 그러나 이는 동전의 양면과도 같은 자연스러운 현상이다. 이는 문화를 저량과 유량의 관점으로 보지 않기 때문에 도출되는 단선적인 결론이다. 이러한 논의를 구체적으로 하기 위해서는 문화의 발생과 형성의 근본적인 속성을 짚고 넘어가는 것이 필요할 것이다.

문화는 인간이 의미부여한 모든 것을 말한다. 그것은 흔적일수도 있고 심오한 사상이나 건축물, 일상 용품, 혹은 유희 그리고 예술 작품을 아우른다. 게오르크 짐멜(Georg Simmel)은 모든 사물의 문화가 인간의 문화에 그치고 이러한 사물문화를 발전시켜 인간을 발전시킬 수 있다고 했다. 인간에서 비롯했지만 문화는 다시 인간에게 영향을 미치기 마련이다.

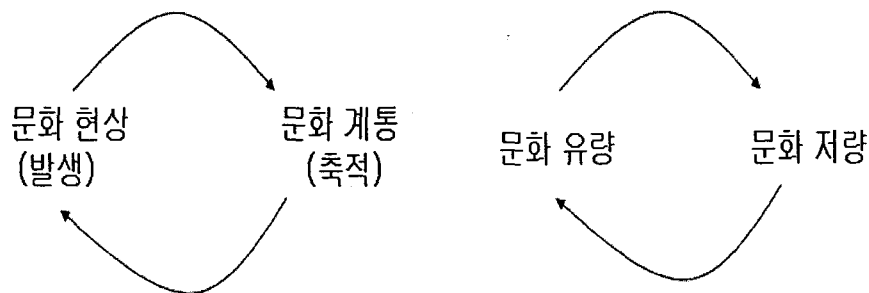
2) 경향신문, 2004년 11월 23일자



이것은 본질적으로 문화와 인간은 피드백의 인과관계에 있다. 그런데 게오르크 짐멜(Georg Simmel)이 지적하고 있듯이 문화는 끊임없이 깨짐의 대상이 된다. 아도르노(Adorno, Theodor Wiesengrund)도 문화는 지속적인 전복의 대상이 되는 역설적인 본질을 가지고 있다고 말했다. 이는 변증법적 유물론적 시각을 벗어나 근본적인 문화의 본질임을 알 수 있다. 이 문화의 전복과 깨짐의 주체는 인간이다. 또한 이 인간에게 영향을 주는 것도 문화이다.

인간을 통해 문화는 끊임없이 발생 생성되는 과정을 겪는다. 하지만 그것은 단지 흘러가는 것이 아니라 일정하게 축적되는 형태를 보이게 된다. 짐멜은 공동체에 구현된 정신노동의 축적이라고 했다. 언어와 관습, 정치와 제도, 종교 교리, 문학과 기술 속에는 수많은 세대의 노동이 객관화된 정신으로 형성되어 있으며 전체 양에서 취할 수 있는 관계들은 다양할 뿐만 아니라 제약적이기도 하다라고 했다.³⁾ 이는 양의 피드백의 관계도 있는 반면 음의 피드백도 존재함을 의미한다.

문화는 단순히 끊임없이 변화하고 생성되는 것만 아니라 나름대로 축적된 것을 바탕으로 깨지고 전복되면서 더 나은 형태로 진전되어 간다. 여기에서 단지 일순간에 유행하거나 주목받는 트렌드, 기법 등은 이러한 축적된 문화 저량에 기반을 둔다. 이를 흔히 전통이나 관습이라는 단어를 사용해 표현하는 경향이 있지만 이는 자칫 범위를 좁게 만들 수 있다. 계통성(succession)이 가지는 연속, 계속적 의미를 주안점에 두는 것이 타당할 것이다. 일순간의 문화 유량과 지속적으로 반복, 재현되는 문화 저량의 특성을 나타내기 때문이다.



이러한 계통은 전통이라는 범주를 넘어서 공통적으로 축적되어있는 문화 심리, 문화 가치, 행동방식, 윤리, 도덕을 포함한다. 이는 나아가 한 사회와 공동체에서 계통적으로 유지되어온 형성 축적되어 온 문화적 맥락(the system of veins on culture)을 의미한다.

3) 게오르크 짐멜, 『돈의 철학』, 안준섭·장영배·조희연 옮김, 한길사, 1985, 561쪽

이러한 관점에서 보자면 발생은 동시에 형성 축적이고 형성 축적은 다시 형성은 다시 발생이다. 문화의 생성은 발생과 형성 축적을 동시에 자기 안에 가지고 있는 것이다.

문화는 초목적적이고 초생물적이며 반목적적이기도 하다. 하지만 문화산업의 영역이라면 목적적인 성격이 개입된다고 할 수 있다. 여전히 이러한 피드백은 유효하다. 더구나 인간이라는 행위자를 생각할 때, 문화를 매개로 다양한 인과고리들을 형성한다. 한류는 대중 문화 상품을 중심으로 이루어지는 인과관계들의 산물이다.

따라서 이중성이라는 개념 자체 보다는 문화의 저량과 유량의 관점으로 보는 것이 필요하다. 전통-계통에 집착하는 것은 저량의 문화적 관점에서, 서구적인 문화 기호에 집중하는 것은 유량적 문화 발생의 관점에서 볼 수 있기 때문이다. 한류는 동아시아에 지역에서 호응을 받고 있고 이는 문화 유량의 측면에서는 새로운 발생이지만, 궁극적으로는 문화 저량에 바탕을 두고 있다.

2. 대중문화 소통적 특성과 한류의 성격

여기에서 한 가지 덧붙여 살펴볼 점은 일반 문화와 구별되는 대중문화의 특수성이다. 앞에서 지적한 대중 문화에 대한 편견이 존재하는 이유와 밀접하다. 대중문화의 특수성을 이해하지 못하면 한류에 대한 인식도 엇나갈 수 있기 때문에 짚어 볼 필요가 있다. 이는 커뮤니케이션이론에서 의미 중복(Redundancy)과 과잉정보(Entropy)의 개념에서 구성할 수 있다.

대중문화는 기본적으로 의미 중복적이다. 의미중복은 한 메시지 안에 예측 가능한 관습적인 특성이나 계통, 맥락을 의미한다. 엔트로피의 특징은 동일성이다. 따라서 불필요한 잡음이나 의미 중복성을 배제한다. 다르게 표현하면 정보가 일관되게 들어있다. 이를 접하게 되는 측은 의미해석에서 예측성을 가질 수 없다. 하나라도 빠지게 되면 전체적인 의미를 구성할 수 없다. 예를 들어 철자가 하나 빠지면 의미중복에서는 유추할 수 있지만, 과잉정보에서는 만약 하나의 정보가 빠진다고 해도 유추할 수 없다. 이는 상대적으로 많은 정보를 담은 것이 된다. 이 때문에 과잉정보가 된다. 커뮤니케이션 과정에서는 이러한 의미중복이 불필요해보이지만 의사소통의 오류를 극복하는데 중요한 역할을 한다.

예를 들어 “꽃이~”라는 말 뒤에는 “건축한다.”라는 말보다는 대개 “~ 폈다”라는 말이 와야 한다. “꽃이 건축한다.”는 말에는 의미가 함축되어 있다. 따라서 다시 집중해서 의미를 해석해야한다. 따라서 과잉정보를 담고 있는 것이다. 의미중복이 이해를 증진하는 수단이 되는데 반해, 과잉 정보는 소통을 방해하게 된다.

의미 중복을 증가시키는 것은 과잉메시지를 수용자에게 이해시키는데 효과적이 된다. 메시지의 정확성은 맥락, 관습, 계통성에 따른다. 이러한 점들은 바로 의미중복의 토대이자 원천인 것이다. 예를 들어 계통성을 무시하는 작가의 작품이나 감독의 영화를 이해하기는 쉽지 않다. 공유되고 있는 맥락이나 계통을 구조화할수록 과잉의 정보 상태를 떨어뜨리고 의미 중복성을 증가하여 소통 시킨다.

문화작품, 문화 콘텐츠는 의미전달이나 소통을 통해 심미적인 즐거움과 만족을 준

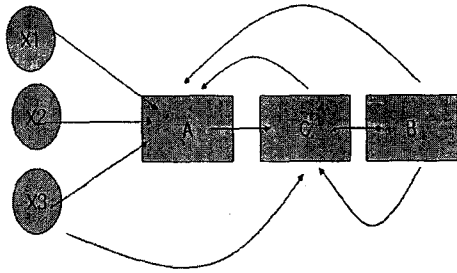
다. 많은 사람들이 예술작품들을 쉽게 접근할 수 있을 때 전체 즐거움과 만족은 증가한다.

대중 문화는 많은 사람들에게 메시지, 의미를 전달하는데 목적을 두면서 궁극적으로는 심미적 즐거움과 만족을 지향한다. 따라서 의미 중복성을 높이는 것이 중요하다. 단순하고 반복적이고 예측가능성을 높이는데 초점을 두고 공유하는 맥락, 관습, 계통성에 의존한다. 작품속의 형식이나 내용 속에 많은 의미 중복성을 담는 것이 중요하다.

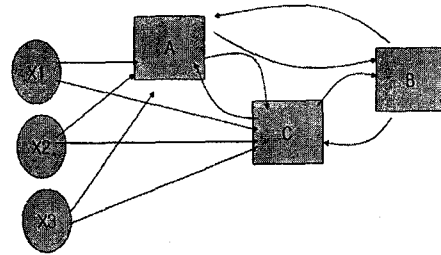
예를 들어 방송 드라마는 1시간 분량의 내용이 10여분에 압축 가능할 만큼 의미 반복적이다. 대중가요는 반복되는 구절이 많고 별 내용이 없어 보인다. 하지만 순수 예술에 속하는 미술이나 음악은 상당히 과잉 정보적이기 때문에 그것에 접근하기 위해서는 훈련이나 반복적 길들이기 학습이 필요하다. 또한 순수한 예술을 강조하는 측면에서 보자면 대중문화는 의미가 없어 보인다.

이러한 점을 한류와 연결시켜 볼 때, 이러한 의미 반복성과 과잉정보의 문제는 더욱 증가한다. 아무리 의미중복성이 강한 대중문화라고 하더라도 한 나라의 전통이나 관습을 강조하는 것은 거꾸로 다른 이들에게는 과잉 정보가 된다. 그 나라의 문화적 맥락이나 계통을 반영하지 않을수록 그것은 더욱 심화된다. 따라서 다른 나라의 사람들이 전혀 이해하지 못하거나 어렵고도 생소하게 받아들인다. 이는 단지 문화를 교류하는 차원에만 머물러서는 효과가 없다는 사실을 의미한다. 따라서 많은 미디어들이 내세우고 있는 일방적 한국 문화 수출론, 혹은 고유문화 전파론은 효력이 없게 된다. 이는 과잉정보의 문화방책에 머물 가능성이 많기 때문이다. 대중문화 산업 자체는 과잉 정보성보다는 의미반복성을 기반으로 한다. 이 때문에 당장에 의미반복성에 과잉정보성문화를 대치시키는 것은 역효과를 일으키거나 기대한 효과를 얻지 못할 가능성이 크다.

하지만 과잉정보와 의미반복성은 별개의 존재로 구분되어 존재하는 것은 아니다. 맥락과 계통은 문화적 저량의 관점으로 이해할 수 있다. 의미반복은 이러한 문화적 저량을 풀어내는 유량의 성격을 보인다. 또한 과잉정보는 맥락과 계통이 축적된 정도가 강하다고 할 수 있다. 따라서 과잉정보와 의미반복성은 서로 영향을 주고받는다. 과잉정보적인 문화는 끊임없이 의미반복성 문화적인 작업을 통해 풀어내어 공감대를 넓히고 저변을 확대하는 작업을 반복한다. 즉 선구적인 작품 활동은 처음에는 이해를 못하지만 그것을 의미 반복하는 작업이 반복되면 될수록 다시 과잉정보 작품으로 이어진다. 이 과정에 시간지연이 있을 뿐이다. 결국 동아시아의 문화 저량에 기반을 두고 그것을 의미반복성을 강화하는 것이 대중문화의 특징을 가지고 있는 한류의 지속화 정책에 맞다.



<일반적인 모델>



<확장된 모델>

3. 매스커뮤니케이션 모델과 한류의 기능

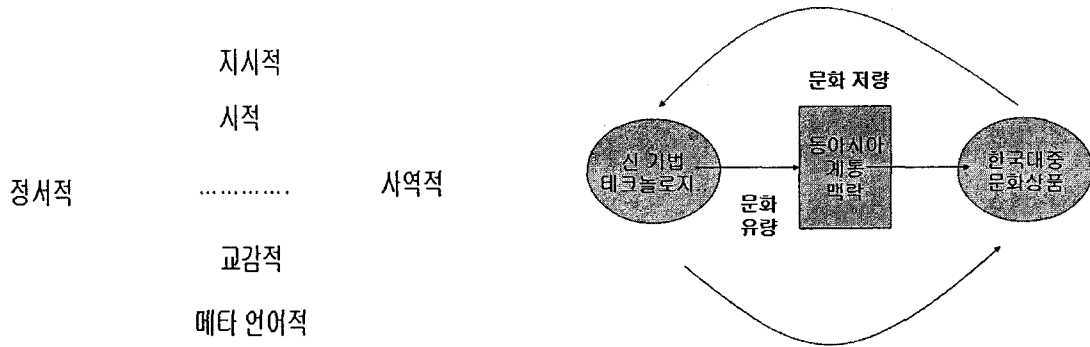
대중 문화가 단지 메시지만을 전달한다고 볼 수는 없다. 사람들이 문화상품에서 일정한 가치를 확인하고 얻고자 하는 것이기 때문이다. 그것에 바탕을 두고 다양한 연출 방식이나 기법을 사용한다. 이는 다시 대중들이 확인하고자 하는 그 저량에 피드백 된다. 따라서 커뮤니케이션에서 말하는 기능과 효과를 저량의 관점에서 확대 볼 필요가 있다.

발신인은 수신인에게 기호와 약호를 통해 일정한 메시지를 전달한다. 예를 들면 “숙제했니?”라고 묻는 것은 언어 기호를 통해 상대방이 숙제를 했는지 확인하는 것이다. 또한 “잘 지냈니?”라고 묻는 것도 그동안 어떻게 지냈는가를 확인하는 것이다. 그러나 단지 이렇게 메시지만을 가지고 평가할 수는 없다. 사람은 존재의 욕구가 관계에 투영되기 마련이다. 따라서 “다른 사람에게 잘 지내느냐?”고 묻는 것은 그 사람과 지속적인 관계의 유지를 바라기 때문에 말을 건네는 것이다. 만약 그렇지 않다면 모른척하거나 그냥 바라만 볼 것이다. 이럴 경우에는 커뮤니케이션은 단절된다. 중간에 어떤 중간자, 중간자가 끼어있을 때 여전히 이러한 점은 유효하다. 영화를 보거나 가요를 들을 때 그 메시지만을 취하는 경우는 거의 없다. 즉 “나는 너를 사랑한다.”는 메시지만을 접수하기 위해 대중문화 콘텐츠를 접촉하는 경우는 찾기 힘들다. 그것들을 매개로 혹은 직접 교감(交感)을 이룬다. 이는 공감(共感)을 의미하기도 하는데 서로 느낌을 공유하고 슬픔과 즐거움에 서로 반응하는 것이다. 사람과 사람일수도 있으며 나라와 나라, 공동체와 공동체 사이일수도 있다.

이런 측면에서 야콥슨이 커뮤니케이션을 통한 교감을 중요하게 보았다. 맥루한은 ‘모든 미디어는 메시지’라고 했지만 미디어에는 메시지 이외에 이러한 ‘교감’이 담겨 있다. 대중미디어 혹은 대중문화들은 이러한 교감을 바탕으로 하고 있다. 이러한 교감의 강도가 강할수록 확산은 심화되며 이는 경제적인 이익산출로 이어진다.

문제는 이러한 교감이 어디에 바탕을 두고 이루어지는 것인가이다. 교감은 끊임없이 흐른다. 교감은 흐르지만 그것은 문화 저량에 축적되거나 피드백 될 것이다. 한류를 이루는 대중문화는 의미반복성이 강한데 그 바탕은 동아시아적 저량에 바탕을 두고 있다는 것이다. 즉 저량의 교감이 한류의 지속화를 크게 좌우할 것이다.

이러한 점들을 구체적인 사례들을 통해 짚어본다.



Ⅲ. 한류의 현상 속 시스템 사고

1. 한류의 진행

1997년 MBC 드라마 "사랑은 뭐길래<愛情是什麼>"가 중국의 CCTV 1을 통해 방영되었고 중국 전역에 한국 드라마 신드롬을 일으켰다. 당시 중국에서 외화의 시청률은 1 %를 넘지 못지만 '사랑이 뭐길래'는 4.3 %라는 높은 시청률을 기록했기 때문이다. 그 뒤 "별은 내 가슴에(星夢情緣)", "사랑을 그대 품안에", "의가형제", "애인", "토마토", "미스터 큐", "명랑소녀성공기"등이 중국뿐만 아니라 대만, 베트남 등 각국의 TV전파를 타면서 안재욱, 최진실, 장동건, 김희선, 장나라 등 한국배우들의 인기가 치솟았다. "한류"라는 말은 2000년 2월 중국 신문이 '한류가 중국을 강타했다'고 일제히 보도하면서 공식화 됐다. 2001년 11월 중국 인민일보(人民日報)는 '한풍(韓風)이 지나간 후'라는 제하의 사설을 실었다. 한류의 조짐은 드라마에서 시작했지만, 한류라는 용어는 사실 가요에서 비롯했다. 한국의 댄스뮤직 이전에 중국 유행 음악은 대부분 대만·홍콩에서 유행하는 '칭꺼'(情歌)가 주류였다. 홍콩의 '사대천황'과 영화 <영웅본색>의 주제가를 불러 유명해진 '장구어룡(張國榮)'과 '사대천황'을 능가하 대만의 '조우화찌엔(周華健)'의 노래가 풍미하고 있었다. 그들의 노래는 '애정'과 '정감'의 발라드 풍 노래가 많았다. 1998년 "H.O.T"의 '행복' 이후 50여종의 음반이 발매됐고, 약400만장을 판매(중국)했다. 이후 2000년 H.O.T가 중국공연을 하면서 공식적으로 '한류'라는 명칭을 언론이 사용하기 시작했다.

일본에서 '겨울연가'는 한국에서 1조원, 일본에서 2조원 등 최소 3조원 이상의 경제적 효과를 만들어냈다. 온사마 신드롬의 주인공 배용준과 함께 '겨울연가'에 출연한 최지우는 '지우히메(지우공주님)'로 불리며 최고의 인기를 누렸다. 이어 방송된 후지 TV에서 방영된 '천국의 계단'을 통해서도 일본 시청자들의 호응을 받았다. '천국의 계단'에 출연했던 권상우도 일본 팬들의 인기를 끌었다. 이병헌은 드라마 '아름다운 날들'이 방영된 뒤 그가 출연하는 작품들에 연이은 좋은 평가가 내려졌다. 이를 확인하기라도 하듯 2004년 10월 일본 NHK 종합뉴스에 이병헌이 한국과 일본 연예인을 통틀어 처음 출연해, 진행자와 10분 간 대담했다. '아름다운 날들'에 함께 출연한 류시원 역시 일본에서의 인기를 끌었다.

또한 영화 “쉬리” 이후에 한국영화를 지속적으로 찾는 마니아층을 형성해왔다. 2001년 이후 일본에서 활동하고 있는 가수 “보아”는 2004년을 기준으로 CD 판매 (약240만장), CF 및 기타 수익 약 1,000억의 경제효과를 거두었다. 삼성경제연구소는 보아의 잠재적 가치를 잠재적 경제적 가치는 약 1조원 이상으로 평가하고 있다.

1998년에 대만에 상륙한 클론은 무려 60만장의 음반을 팔아 당시 세계 팝의 여왕 ‘셀린디옹’의 음반 판매량을 앞질렀다. 대만에서도 한국드라마의 기세는 강했다. ‘의가형제’, ‘불꽃’, ‘미스터Q’ 등의 드라마를 통해서 장동건, 차인표, 김희선이 대만의 새로운 스타로 떠올랐으며 특히 차인표는 중학생부터 40-50대 주부에 이르기까지 광범위한 팬층을 형성했다. 드라마 “가을동화”가 폭발적인 인기를 끌면서 이 드라마의 주인공이었던 송혜교에 대한 인기가 상승했고 이후, 시트콤 <순풍 산부인과>의 방영으로 이어졌다. 몽골 지역에서는 드라마 ‘첫사랑’이 90%라는 초유의 시청률을 기록했다. 차이나 리서치센터가 중국 네티즌을 대상으로 한 여론조사 결과 응답자의 61.78%가 가보고 싶은 나라로 한국을 꼽기도 했다.

요컨대, 초기에는 한류(韓流)가 중국 대륙에서 대중가요, TV드라마, 영화와 같은 대중문화 콘텐츠에 대한 선호가 음식, 헤어스타일, 의상 등의 유행으로 이어진 것을 가리켰다. 적극적으로 대중문화소비를 넘어 한국을 찾거나 한국대중 문화콘텐츠를 능동적으로 추구하는 성향을 “신한류”라 이르기도 한다. 한류는 처음에 한국 대중문화가 중국에서 큰 인기를 끄는 현상을 중국인들이 가리키는 말이었지만, 일본, 대만, 베트남, 몽골등지에 같은 현상이 일어나면서 동아시아의 일반적 현상이 되었다는 것이다. 실제로 겨울연가(192만불), 인어아가씨(183만불), 울인(109만불) 등은 중국, 대만, 일본, 홍콩 등에 공동적으로 수출되었다.

최근에도 중국에서는 드라마의 열풍이 계속되고 있다. 중국 당국이 외국 드라마 견제 차원에서 황금 시간대(오후 7~10시) 방영을 금하고 있는데도 ‘대장금’, ‘굳세어라 금순아’ 등의 시청률이 중국 드라마들을 압도했다. 2005년 9월 1일부터 후난 위성 TV가 ‘대장금’을 방영하면서 대륙 전역에 ‘대장금 신드롬’이 일었고 “대장금”은 대만에서도 40%이상의 시청률을 올렸다. 이러한 ‘한류 신드롬’은 관광수입으로 이어져 왔다.

2005년도 드라마 ‘겨울연가’ 및 ‘대장금’ 세트, 촬영지의 방문 외래 관광객 수는 52만 명, 한류에 따른 직·간접 관광객 수는 약 120만 명로 집계되었고 이를 통한 관광수입은 10억 7천만 달러로 추정되었다.

한류는 영화나 드라마, 가요에 그치지 않고, 온라인 게임이나 출판에도 이어져왔다. 국산 온라인 게임이 중국·대만시장의 60% 내외를 점유했고 중국 50여편, 일본 40여편, 대만 25여편, 동남아 5여편이 진출했다. 국내에서 제작돼 일본에서 판매된, 한류스타 격월간지 ‘스타스 코리아’ 창간호는 9만부가 팔렸다. 최근에는 소설 한류도 계속 확대되어 왔다. 최인호, 김하인, 귀여니 등의 소설이 신드롬이 일으켰던 중국에서는 소설 ‘대장금’ 판매로 이어졌다. 그렇다면 이제 이러한 한류의 발생 배경과 그 특성을 살펴 볼 필요가 있겠다.

2. 한류의 배경과 문화적 특성

- 대중문화의 속성과 한류의 저량 유량적 특성

2005년 10월 21일자 <인민일보> 사설은 “몇 년 전까지만 해도 청소년의 호기심을 자극하는 잠시적인 문화현상으로 보는 게 일반적이었으나 시간이 흐르면서 퇴조키는커녕 그 독특한 매력으로 다양한 연령과 계층의 관중을 광범하게 정복했다”고 한류열풍을 평가했다.

한류는 처음부터 비판에 직면해 있었다. 일본 대중문화와 미국대중문화의 아류에 불과하다는 지적이었다. 그래서 일본과 미국문화를 적절하게 포장해서 청소년들의 호기심을 자극했다는 것이다. 이는 부정할 수 없는 사실이지만 주목할 점은 다른 일본과 미국이 다른 한류만의 독특한 면이다.

한류의 태동은 미국 문화와 일본문화의 수용에서 출발한다. 우선 한국대중가요는 1980년대까지만 해도 팝송 등과 국내의 가요로 양분화 되어 있었다. 비록 국내 가요가 팝송 등에 지속적인 영향을 받은 것은 사실이지만 대중가요는 한국의 독특한 정서에 기대고 있었다. 이렇게 양분화가 깨어진 것은 역시 ‘서태지와 아이들’의 등장이었다. 서태지는 당시 당시 전세계적으로 유행하던 ‘랩’의 형식에 한국적인 정서를 결합해 이전에는 상상할 수 없는 노래를 만들어 냈다. ‘난 알아요’는 폭발적인 인기를 끌었고 이는 한국대중음악의 장을 열었다. 그는 무엇보다 철저한 미국식 기획, 상품 제작 시스템을 한국 대중가요에 접목시킨다. 이를 통해 한국 대중 가요계가 이전의 주먹구구식의 대중가요 기획과 제작을 틀을 벗어던지게 한다. 이후에 한국 대중가요는 철저한 시장 조사와 치밀한 기획과 수준 높은 제작 기술을 과감하게 받아들이며 국내에만 머물지 않고 해외진출의 토대를 만들어 간다. 이러한 서태지의 시발과 토대 쌓기는 SM을 통해 본격화 되었고 이 대표적인 인물이 ‘보아’다.

보아는 SM 엔터테인먼트에 오디션을 보러 갔던 오빠가 그녀를 소개해 캐스팅됐다. 그 뒤 영어와 일본어 개인교사의 교육을 받았다. 초등학교 졸업 뒤 KKFS(켄트외국인학교)에 입학하기 전까지 6개월 동안 NHK 아나운서의 집안에서 일본어만 쓰도록 ‘관리, 통제’ 됐다. 또 일본 최고의 연예인 양성소인 ‘호리 프로’에서 최고 안무가 사쿠마에게 춤을 배웠고, 앨범녹음 때는 일본 댄스계의 대부 나카자와 카즈히로에게 안무를 배웠다. 거액의 제작비를 들여 TV용 CF를 따로 찍어 광고까지 내보냈다. 물론 음반제작 때는 국내 히트제조기라는 작곡, 작사가들이 동원되었다. 이는 철저하게 일본을 겨냥한 것이었고 일본적 가치와 트렌트를 적극적으로 수용한 덕분이다. 스타의 뒤에는 숨겨진 장기간의 준비, 막대한 자본의 투자, 철저한 마케팅 및 홍보 전략이 있었다. ‘동방신기’의 경우에도 동아시아를 대상으로 ‘동방신기’라는 한자 조어 등에서 알 수 있듯이 문화 저량적 관점을 취했다.

‘서태지와 아이들’이 등장하던 같은 시기에 한국 드라마는 ‘외화’와 ‘국내 연속극’이라는 양대 구도가 융합되고 있었다. 김종학 PD와 송지나 작가의 ‘여명의 눈동자’와 ‘모래시계’는 짜임새나 완성도 면에서 외국 드라마의 수준을 능가했다. 여기에 해방과 분단, 독재와 민주라는 한국사회와 그 속에서 한국인이 겪어야 했던 질곡스런 사회문화가 그대로 투영되었고 이를 세련된 연출기법과 제작기술로 드라마의 장

을 열었다. 이러한 작업을 바탕으로 한국 드라마는 세련된 드라마의 장을 열기 시작한다. 그러나 해외에는 호소력을 가질 수 없었다. 그러나 이러한 토대는 재미있어진 한국드라마와 결합된다.

한국 드라마가 재미있어진 원인도 일본 드라마를 수용한데서도 찾을 수 있다. 일본 드라마는 1980년대 이전 까지 수준 높은 드라마를 지향했다. 즉 드라마는 예술의 경지로 추구하는 면이 강했다. 1980년대 '예술'보다는 '만화'적 기법을 과감하게 도입하기 시작한다. 만화왕국 일본의 다양한 캐릭터들이 텔레비전 방송에 등장하자, 선풍적인 인기를 끌기 시작했다. 80년대에서 90년대에 걸쳐 일본 드라마는 국내뿐만 아니라 홍콩과 대만에서도 각광을 받는다. 한국의 드라마들은 이러한 일본의 드라마들을 적극 수용하기 시작한다. 90년대 초의 '여명의 눈동자'와 '모래시계'가 아닌 '사랑이 뭐길래', '사랑을 그대 품안에', '토마토', '미스터 큐'같은 드라마들을 제작한다. 이로써 진지한 주제보다는 일상을 유쾌하게 그리거나 감각적인 사랑과 꿈을 다루는 이야기들이 한국 드라마에 등장하기 시작한다.

어떻게 보면 일본이 먼저 열어놓은 길에 한국 드라마들이 들어선 것으로 보인다. 하지만 일본 드라마들과 완전히 똑같다면 일본 드라마는 인기를 끌지 못하는데 한국 드라마들만 인기를 끌 수는 없을 것이다.

여기에서 생각해 볼 점은 단지 한국이 일본을 모방하다가 스스로 창작을 했다고 보기보다는 한국적 문화 저량과 맞지 않는 면이 일본 문화 저량에 있다는 사실이다. 예를 들어 일본의 문화 저량에는 엽기성이나 동성애 코드, 성적인 가학성 등이 매우 강하다고 할 수 있다. 폭력과 잔인성 같은 엽기성은 일본 드라마에서 극적인 긴장이나 카타르시스를 위한 장치이지만 이것은 오히려 한국을 비롯한 동아시아인들에게는 과잉정보였다. 따라서 한국의 드라마제작자들은 이것을 의미 반복성을 통해 무난하게 의사소통하게 만드는 과정을 만들어 내야 했다. 한국 드라마는 일본 드라마가 지니고 있는 이러한 과잉 정보적 성격을 지양하고 '가족', '공동체', '도덕', '윤리'의 테두리에서 대중의 흥미를 끌 수 있도록 하는데 고심했다.

서태지와 김종학-송지나의 작업은 기법이나 수단, 기술은 많은 부분 외부에서 차용했지만 핵심적인 요소들은 한국적 문화 저량에 의존했다는 점이다. 하지만 이를 다른 외부에 다시 의미 반복성을 통해 내보낼 것은 생각하지 않았다. 오히려 그들의 노래와 작품은 외부의 요소들을 적극 받아들였음에도 한국적 맥락이나 계통이 너무나 강하기 때문에 동아시아인들이 보편적으로 공감하기에는 부족한 면이 있었다.

또한 일본의 경우에는 선악이 이분법적으로 구분되어있다. 이는 서양의 이분법적인 사상체계와 문화를 그대로 내재화 한 것으로 볼 수 있다. 하지만 한국 드라마와 영화는 선한 쪽에 악한 요소를 악한 쪽에 선한 요소를 투영시킴으로써 선악의 상대성을 추구했다. 예를 들어 <쉬리>에서 보인 남한과 북한 정보원 남녀의 비극적인 사랑은 이러한 측면에서 평가할 수 있다. 여기에는 홍콩 영화에서 보여주었던 느와르식의 요소가 충분히 배어있었기 때문에 예는 결국 미국, 일본, 한국, 홍콩적 요소가 버무려진 것이라고 할 수 있다.

코디미와 비극을 적절하게 섞는 기법도 일본 드라마에서 자주 선보이는 것이지만

한국드라마의 경우에는 이를 탈피했다. <가을동화>의 경우 대도시가 아닌 소도시에서 청순한 사랑과 순수한 캐릭터들을 세련된 영상미로 보여주었다. 이는 일본드라마에서 보이는 낯뜨러운 점들이 소거된 것이었다.

'청순'과 '순수'의 코드는 송혜교의 상징이 되었고 그것은 한류의 한축을 의미하는 것이었다. 이는 2003년 드라마 '올인'의 수출로 이어졌다. 청순과 순수에 진지한 접근 대신에 유쾌하고도 진지하면서 진한 여운을 남긴 작품의 제작으로 이어지기도 했다. 그 중에 대표적인 작품이 '엽기적인 그녀'다.

홍콩 드라마와 영화는 '무협', '액션', '도박'의 성격을 보였고 일본의 '만화', '엽기-가학', '사무라이'의 성격과는 다른 '순수'와 '열정'이 있었지만 그것만이 전부는 아니었다.

한국 드라마가 홍콩과 일본 드라마와 다른 점은 유교적인 계통과 체계이다. 이는 일본과 중국, 베트남, 중국을 잇는 연결고리 같은 면을 제시된다. 개인화되고 파편화되어 있는 미국식 대중문화와 동아시아를 연결하기에 일본문화는 보편성, 다른 말로 하면 문화 저량을 토대로 하지 않았다. 엽기적이거나 가학적이고 비윤리적인 측면이 시시 때때로 등장하기 때문이다. 한국 드라마에서는 가족애, 효와 자애-모성과 같은 전통적이고 계통적인 가치들이 애용된다. 일본의 드라마와 영화와는 달리 가족의 틀을 부수거나 일탈 미학으로 가는 경우가 거의 없다. 건장한 도덕성과 가족 공동체의 선호를 통해 전통과 현대를 잇는 연결점과 같은 모델로 보인다. 신세대와 구세대의 세대 공감적인 면을 보여주기 때문이다.

이는 도시화와 산업화의 과정을 격심하게 겪고 있는 동아시아인들에게 호소력을 가질만했다. 홍콩이나 대만의 드라마들이 주로 금전관계에 따른 애정문제라면 한국의 드라마는 '가을동화'와 같이 순수한 사랑을 지향했다. 여기에 한국 드라마들의 인물은 정감적인 따뜻한 면들을 배경으로 하고 있다. 특히, 홍콩과 중국 대중문화에 식상해 있었지만 일본 문화에 거부감을 느끼는 중국인들에게 한국 드라마는 주목의 대상이 되었다.

이러한 점들을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 동아시아권에 큰 영향을 미쳐온 일본 대중문화의 특이함, 가학성, 엽기적인 성격들은 과잉정보성으로 동아시아인들이 수용하거나 이해하기에 난해했다. 중화권에서 수용하기 부담스러운 점이 많았다. 더구나 일본과 동아시아 사이에는 너무나 많은 격차가 존재하기 때문에 사회적 배경으로도 그 의미들을 공감하고 공감하기가 어려웠다.

둘째, 한국 대중 문화는 세련되고 진전된 서구와 할리우드 대중문화의 요소들과 테크닉을 수용하였고 여기에 홍콩과 일본을 포괄하면서 나름대로 한국 방식대로 차별화한 성격을 지녔다.

셋째, 한국대중문화는 동아시아의 계통성을 이으면서 문화적 저량과 유량을 적절하게 결합시킨 측면이 보인다. 즉 현대적인 요소들-출연자의 세련된 패션과 감각적 스타일이라는 문화적 유량과 가족 공동체적 성격과 유교적 가족질서 등과 같은 동아시아적 문화 저량이 적절하게 배합되어 있는 것이다.

1970년대 이후 한 가족 한 자녀 정책을 추진한 중국이지만 대가족 중심의 전통적

가치관은 여전히 사회에 지배적이다. '사랑이 뭐길래'에 등장하는 대가족의 모습과 대발이 아버지의 가부장적인 모습과 그로인해 벌어지는 에피소드들은 충분히 공감 가는 내용이었다. 대만의 경우에도 이러한 가족적인 가치에 대해서 호감을 보이고 있는 것이다.

호치민이 애독하던 책 중에 정약용의 '목민심서'가 있었을 만큼 베트남도 유교적 계통질서에 충실한 국가였다. 과거부터 소중화를 자임하던 성격도 지니고 있었다. 유교 문화의 영향으로 가족애와 공동체적 가치는 문화적 저량이다. 베트남은 한국 드라마에서 '가족과 함께하는 밥상' 등 가족적이고 교육적인 면에 대한 공감을 보이고 있는 것이다.

차이나라디오인터넷내셔널 영문사이트(crienglish.com)는 "중국과 한국은 강한 가족애, 연장자에 대한 공경, 가족을 위해 힘들게 일해야 한다는 생각 등이 같다."고 했다. 특히 '대장금'은 음식과 전통 치료 요법 등에 관한 동양적 성찰이 매우 호소력이 있다고 지적했다. 여기에 "뛰어난 샷, 아름다운 배우, 감수성을 자극하는 플롯" 등을 꼽기도 했다.⁴⁾ 반드시 유교사상적 문화뿐만 아니라 농경적 공동체문화가 도시화로 전이되면서 형성되는 산업화 도시적 공동체의 문화적 저량에 바탕을 두고 있는 것이 한국 대중문화의 특성이자 한류현상의 성격이라고 볼 수 있다.

무엇보다 특징적인 것은 가요와 드라마, 영화에 집중되고 있는 교감적 성격이다. 그리움이 버무려져 있는 한의 정서와 감정과 감성의 직접적인 분출, 서정적이면서도 덕성 강한 대사 등은 모두 이러한 교감적 성격을 보여준다고 할 수 있다.

지금까지 살펴본 점들을 정리하면, 한류는 동아시아적 정서와 감정, 동아시아적 가치 윤리같은 문화적 저량을 바탕으로 서구적 매너와 방식, 기법 등이 일본을 방식을 매개로 동아시아인들에게 호소력을 가지는 현상이라고 할 수 있다. 이러한 측면은 결국 한류 자체가 아니라 동아시아의 문화적 저량과 유량을 구체적으로 살펴보는 것이 더 중요하다는 점을 시사해준다. 이는 일방적인 한국 고유의 문화, 독창적인 문화를 만들어 일방향적으로 수출해야 한다는 논지와는 배치된다. 일종의 범-동아시아적 문화를 만들어가는 것이 중요하다는 점을 드러낸다.

또한 한국드라마의 장점은 인터넷을 기반으로 한 상호소통성에서 찾는다. 이는 저량을 바탕으로 한 유량적인 받아들임과 내솜을 의미한다. 한국 드라마의 경우 많은 비판을 받은 것이 사전제작을 하지 않는다는 점이다. 심지어 그날 나오는 대본을 통해 급하게 찍는 드라마 제작 방식을 취하고 있다. 이 때문에 때에 따라서는 허접투성이의 드라마 혹은 날림의 드라마가 제작되는 문제를 드러냈다. 이는 사전에 전편을 제작 하는 일본의 드라마와는 다른 측면이다. 그런 만큼 완성도 높은 작품이 나온다는 것이다. 하지만 인터넷을 통한 각종 시청자 게시판과 댓글을 제작에 반영함으로써 대중의 눈높이와 욕구에 맞는 드라마들을 제작할 수 있는 장점이 생긴다고 할 수 있다. 이는 거꾸로 일본 드라마에서 보이고 있는 폐쇄적인 드라마 제작의 한계점을 도드라지게 해준다.

4) 왜 중국인들은 '대장금'에 열광하는 것일까?, <조이뉴스24>, 2005년 9월 29일자

IV. 한류 현상과 대응 방식의 문제점

- 피드백과 인과 사고의 적용

1. 대중문화 콘텐츠의 문제점

한류에 대한 비판적인 접근은 꾸준히 제기되어 왔다. 항상 우선 지적되는 점은 한국 드라마가 대부분 몇몇 스타에만 의존하고 사랑타령 일색이라는 점이다. 또한 줄거리와 전개 방식 그리고 배경 음악이 일본 드라마와 별 차이가 없다고 비판한다. 이러한 점은 문화적 저량을 바탕으로 한 한국 대중 문화와는 배치되는 점이다. 이는 단지 저량이 아니라 일본 드라마의 유량만을 흉내 낸 드라마들의 폐해다. 이러한 점은 중국이나 베트남에서도 충분히 따라잡을 수 있는 것이다. 이런 차원에서만 머문다면 중국이 한국드라마를 금방 따라잡을 수 있다는 호언은 타당성을 얻을 수 밖에 없다.

근래 2년간 중국 음반시장의 3, 40%를 차지할 만큼 폭발적이던 한국 대중음악 판매량도 2003년 들어 눈에 띄게 줄고 있다. 상해 '신원완보'의 한국 가수 공연장 티켓 판매 실태 조사에 따르면, 2000년 7월 '한류'주도자라는 N.R.G의 상해대무대극장 공연 당시 극장티켓 최고 가격이 500위안, 최저 가격이 100위안밖에 안되었지만 판매는 부진했다. 다음해 N.R.G가 베이비복스를 비롯한 인기가수들과 함께 상해 체육장에서 열었던 음악회도 티켓판매율은 역시 30~40%에 머물렀다. 2005년 아시아를 휩쓴 비의 북경음악회의 티켓 판매액도 수익을 올리지 못했다. 주최 측 관계자에 따르면 비 음악회의 경제적 손실은 100만 위안이었다.

이 같은 현상은 두 가지 관점에서 살펴볼 수 있다. 한 가지는 기존의 인기 상품을 흉내 낸 음반들이 많이 등장하면서 상대적으로 한국의 음반들이 시장 장악력을 발휘하지 못하는 점이다. 다른 점은 한국의 음반 기획 제작사들이 중국이나 대만, 베트남등지의 현지들의 욕구에 부응하지 못하기 때문이다. 실제로 일방적으로 자신들의 노래를 만들어 파는 수준에 머물고 있다.

대중적으로 인기는 있지만 내용과 아이템 등이 단조롭다는 전문가들의 평가가 많다. 한국 음반을 수입하는 음반회사 직원들은 한국 가요가 서양이나 일본 음악을 모방한 현상이 많다고 설명한다. 또한 특정 가수들의 춤은 마이클 잭슨의 동작을 모방한 것이라고 중국 전문가들은 평하고 있다.⁵⁾

또한 주 소비층이 청소년층으로 제한되어 있다. 이는 전체 문화 중에서 청소년들에게는 한국 대중문화가 의미 반복성의 성격을 지니지만 다른 세대에게는 정보 과잉성으로 비친다. 따라서 단지 문화의 저급이 아니라 다른 세대에게 정보의 과잉성을 의미반복성으로 바꾸는 노력이 필요하다.

또한 최근에는 한류에 대한 자긍심을 바탕으로 고유한 한국의 문화와 역사를 바탕으로 영화와 드라마를 제작하는 방식을 추구하고 있다. 그러나 이는 아직 위험부담을 크게 안고 있다. 일단 문화산업 자체가 동아시아 수요에 매우 민감하고 한국

5) <쿠키뉴스>, 2006년 4월 14일자, 한국 가수들 중국공연 실제로는 '썰렁'

의 생산자가 한·중 양국 소비자의 기호를 동시에 충족시켜야 하기 때문이다. 앞에서 분석했듯이 동아시아에서 호응을 얻었던 작품들은 나름대로의 맥락이나 계통을 바탕으로 한 것들이었다. 이른바 공통적인 문화 저장에 기반하고 있었다. 한국적인 문화에 대한 지나친 우월의식을 경계하지 않는 것은 역효과를 일으킨다. '태극기 휘날리며'와 '웰컴투 동막골'은 천만관객을 동시에 열었지만 아시아에서는 호응을 받지 못했다. 천이백만 관객을 동원한 '왕의 남자'도 동아시아적 문화 저장을 확보하지 못했다. 최근의 사극드라마의 우려할만한 점이 더 드러나고 있다. '해신'이 보편성을 가지고 해외에 판매된 반면에 백 억원대의 돈을 투자한 '불멸의 이순신'이 보편성을 얻는데 실패했다. 감정적 민족주의에 호소하는 측면이 강했기 때문이다.

'주몽', '연개소문', '대조영', '태왕사신기'등이 드라마로 제작되고 있는데 이는 모두 고구려의 역사를 다루고 있다. 모두 2-300억대의 제작비를 투입할 예정이다. 고구려 광개토태왕의 일대기를 다룬 '태왕사신기'만 해도 제작비 500억원이 투입돼 10월을 전후 전 세계 90개국에 동시배급을 추진 중이다. 주연 배우로 한류스타인 배용준, 최민수와 문소리 등 한국 스타들이 출연함에 국내외 화제를 모으고 있다. 일본, 대만, 중국 등 외국인 관광객 20만 명을 포함해 국내외 관광객 200만 명이 제주를 찾을 것이라는 전망이 강하다.

하지만 이러한 작품들은 모두 동북공정과 한류에 대한 자신감을 통해 기획 제작되고 있다. 자칫 배타적인 역사인식, 감정적 민족주의를 강조할 우려가 드러나고 있다.

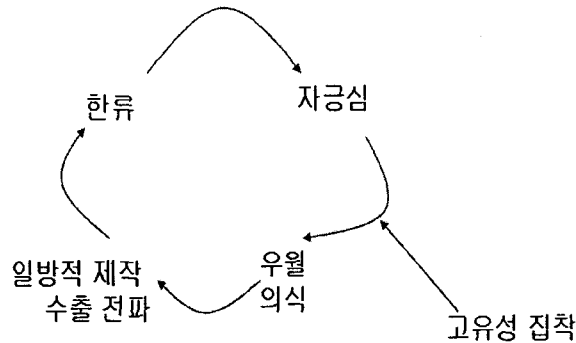
국가와 민족을 뛰어넘은 이야기의 구조의 맥락적, 계통적 계승은 '해리포터'나 '반지의 제왕'을 통해 이미 증명되었다. 서사적 자원 측면에서 '북구신화', '그리스 로마 신화', '아서왕의 죽음', '캐터베리 이야기'등 수많은 서사와 고전들이 첨단 테크놀로지와 결합한 것이다. 할리우드 산업의 성장도 민족과 국가를 뛰어넘은 역사적 뿌리에서 배태된 이야기 자원-문화 저장에 바탕으로 했기 때문에 가능했다. 이런 자원이 재능 있는 작가들의 상상력과 만나 어떻게 탄탄한 이야기 토대로 탄생하는가가 중요하다.

2. 단선적인 시각과 반한류 그리고 시스템 사고

앞에서 말한 콘텐츠에 대한 지적은 주체들의 행태와 밀접하게 연결되어 있다. 대응 혹은 행태들에 대해서 지적할 차례다.

첫째는 공급자적 시각을 가지고 대응한다는 점이다. 즉 이는 문화 산업론의 폐해라고 할수있다. 문화 산업의 시각에서는 한류에 반응하는 국가들이 상품의 수용자라고만 보는 것이다. 이는 상대를 메시지만을 받는 존재이상으로 문화 저장 관점을 간과한다. 예를들어 감수성이나 맥락에 초점을 두지 않고 유량적인 측면을 가미하여 상품을 팔려는 시각이 팽배하게 된다. 이는 문화제국주의적인 태도로 비칠 수 있다. 두 번째는 일방적인 문화전파, 수출 지향적 태도를 보이는 것은 이를 더욱 악화시킨다. 형식적인 문화교류나 고급, 대중문화, 유량과 저량을 구분하지 않는 태도는 일방향적인 태도를 더욱 증폭시킬 수 있다. 이는 실제로 동아시아 국가의 역반

응을 불러일으킬 수밖에 없다.



동아시아 지역에서 한류에 대응하는 반응은 네 가지 면을 지적할 수 있다. 1) 한국 대중문화 콘텐츠를 따라잡고 이를 우월하게 앞지르려는 경향 2) 반한류 내지는 노골적인 혐오의 반응 3) 규제적 혹은 자국보호의 대응 4) 대중적인 외면이나 무관심이다. 이 중에서 우선적으로 살펴볼 점은 반한류적 반응이다. 이는 자국의 대중문화산업에 대한 보호적 대응으로 이어진다. 반한류는 일방적인 문화전파 수출 지향적 정책에서 비롯된다고 할 수 있다.⁶⁾

한류가 거셀수록 한국문화에 대한 거부감을 표시하고 규제와 제한을 주장하면서 자국의 대중문화를 보호하고 한국에게는 문화 수입을 요구하는 형태로 일련의 반응이 일어나고 있다.

우선 한류에 대한 노골적인 반감이 자주 드러나고 있다.

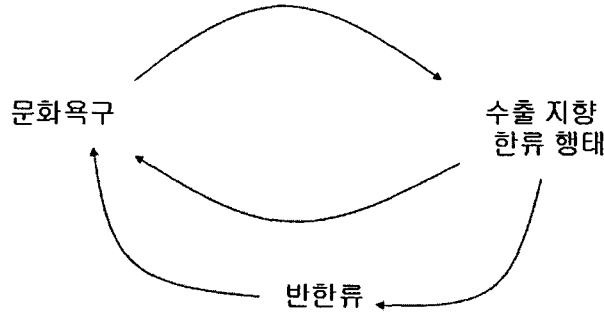
봉황(鳳凰)위성TV가 2005년 10월 6일 저녁 '한류, 억제해야 하는가'를 주제로 개최한 토론회에서 중국의 한 영화사 사장은 "대장금은 중국에 대한 적나라한 문화침략이다."라고 주장했다.⁷⁾ 중국의 일부 신문들은 한류가 중국에 큰 신드롬을 일으키는 것은 수치라고 표현한 바 있으며 대만 연예인 노조는 한류에 강하게 반발하고 있다. 한국 지상파에 자국의 드라마가 방영되지 않는다는 불만을 가진 일본은 오래되었다.

또한 정부 차원의 규제, 제한의 검토로 이어지고 있다. 대만이 한국 드라마 수입시 20%의 수입관세를 부과키로 했다. 2005년 12월 6일 중국 일간지 '선양완바오(瀋陽晚報)'는 중국 CCTV가 한국드라마 방영을 제한하는 방안을 모색 중이라고 보도했다. '대장금'의 폭발적인 인기 뒤 '보고 또보고', '노란 손수건', '불꽃' 등이 방송되며 한국의 드라마가 방송가를 장악할 김새를 보이자 대책을 마련한 것이다.⁸⁾

6) 한류를 되돌아보게 하는 '반한류' 정서, <경향신문>, 2006년 1월 2일자

7) [특파원 칼럼]동북아의 '반한류(反韓流)' 분위기, <조선일보>, 2005년 10월 11일자

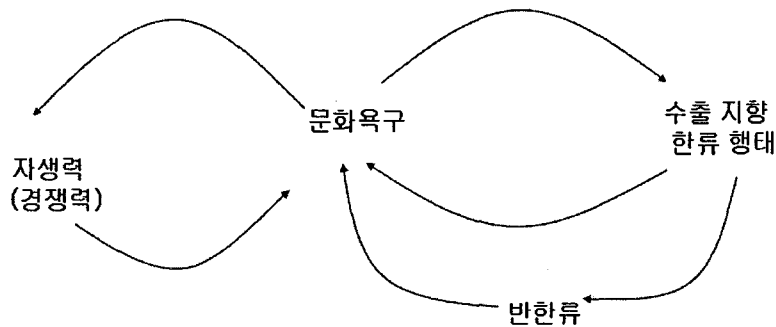
8) [송년기획③] 계속되는 한류열풍 '아시아 넘어 세계로' <스포츠서울>, 2005년 12월 24일자



베트남 정부도 한국정부에 대한 불만을 터트렸다. 한국 드라마는 매일 베트남 TV에서 방영되지만 베트남 프로그램은 한국 TV에서 전혀 소개되지 않고 있다는 것이다. 만약 이러한 일이 해소되지 않으면 한국 방송 프로그램 규제뿐 아니라 무역제재 조치까지 하겠다고 시사했다.⁹⁾

‘노동(Lao Dong)誌’ 베트남 문화국 부국장인 ‘비엘 반(Viet Van)’ 기자는 베트남에서 열린 세미나에서 “일방적인 문화침투를 통한 ‘동화(同化)’가 되지 않는 방향으로 지속적인 교류가 필요하다”라고 말했다.¹⁰⁾

2004년 11월 중국 문화부장이 홍콩에서 개최된 아시아문화협력포럼에서 문화관광부 차관에게 “중국에 급속히 확산되는 한류처럼 한국에도 중풍(中風)이 불 수 있도록 협력해 달라”고 직접 요구했다.¹¹⁾



내부적으로는 자국의 문화에 대한 보호와 육성을 응집시키고 있다. 2005년 10월 6일 봉황(鳳凰)위성TV가 ‘한류, 억제해야 하는가’를 주제로 개최한 토론회에서 귀이밍(郭一鳴) 홍콩 성보(成報) 부사장 겸 총편집장은 “중국과 홍콩 언론들은 중국 연예인들에게 보다 많은 지면을 할애해 그들을 홍보해야 한다. 중국 정부는 본국 문화보호와 지원에 책임이 있다”고 말했다.¹²⁾

“‘한풍(韓風)’과 ‘서풍(西風)’에 맞서 중국 스타들을 적극 밀어줘야 한다.”는 중국 네티즌들의 반응이 강한 것도 사실이다. 액션스타 청룡(成龍)은 “중국 언론 매체에 한국의 2·3류 스타들이 너무 많이 등장한다. 한류 저지를 위해 중국 스타들을 적극 지원해야 한다.”고 말했다.¹³⁾

9) [사실] 주고받는 한류가 중요하다, <헤럴드경제>, 2006년 1월 2일자

10) 베트남서 한류 세미나 열려, <쿠키뉴스>, 2006년, 3월 6일

11) [시론]한류를 세계문화로, <세계일보>, 2004년 12월 23일자

12) [특과원 칼럼]동북아의 ‘반한류(反韓流)’ 분위기, <조선일보>, 2005년 10월 11일자

이러한 면들은 한류를 일방적으로 전파, 수출하려는 한국과는 달리 상대국들에는 그에 맞서는 행동들이 강하게 일어나고 있다는 사실을 명확하게 한다.

오르테가는 “배우고 받아들이는 행동은 항상 이중성이 있다. 그것의 진정한 의미는 직선적이 아니라 곡선적이다. 다른 데서 배운 행동을 하는 사람은 그 배후에서 자기 본래의 행동을 하고 있다.”¹⁴⁾라고 했다.

동아시아에서 한류문화를 받아들이는 이면에는 항상 그것을 뛰어넘으려는 학습행동이 있으며 자국문화를 우월하게 하려는 행동이 있을 수밖에 없다. 이럴 때 중요한 것은 상대방의 문화를 적극적으로 흡수해서 다시 문화 저량을 바탕으로 다시 유량을 내보내는 것이다.

상대방의 대응에 맞추어서 적절하게 행동하는 것이 매우 중요하다.

예를 들어, 과거 중국 정부의 정책은 너무 간섭적이었다. 이 때문에 자생적 혹은 경쟁력을 갖지 못했다. 이 틈을 미국과 일본문화를 잘 버무린 한국 대중문화가 파고들었다. 현재 중국 정부는 국제문화교류를 확대하고 있으며 외국문화를 흡수하고 있지만 안으로는 자국 문화상품의 자생력과 경쟁력을 강화시켜, 외국 문화에 침투할 수 있는 능력을 배양하는 방향으로 문화산업의 발전을 복돋우고 있다. 이것은 다시 한국문화의 결과물을 받아들였기 때문에 가능한 일이었다. 이는 향후 일본이나 미국을 겨냥하는 교두보로 작용할 가능성이 크다.

한국이 적극적으로 한국시장을 개척하고 문화 상품 판매에 일방적으로 나설 경우 반감과 규제가 더 강하게 일어날 수밖에 없다. 앞으로 한류가 일부 젊은 층의 문화가 아니라 사회전반의 문화가 될수록 강한 역작용들이 올 수밖에 없기 때문에 이에 대한 대비를 해야한다는 지적이 있을 수밖에 없다.

3. 연관-관문 효과의 제약성

한류가 관문 효과를 발휘할 것이라는 견해는 꾸준히 진행되어 왔다. 하지만 많은 경우에 한류 때문에 한국에 대한 경제적 행동으로 이어진다고 하는 주장은 제한적일 수밖에 없다. 이는 한류 자체가 대중문화의 의미중복적인 차원에서만 머물고 있을 때는 더욱 그러할 개연성이 높다. 한류에서 나타나고 있는 공통적인 요소의 호소력이 과잉정보적인 사회행위에 사역적으로 영향을 미쳐 행동의 변화를 유도하는 것은 별개의 문제일수 있기 때문이다. 일종의 후광효과로 해당 상품의 판매는 증가하지만, 과잉정보적인 소비행위에는 연결되지 않을 가능성이 크다.

예를 들어 한국 제품의 구매력과 한류(韓流)를 동일한 범주에서 평가하는 경향이 있는데 이는 명확히 분리되는 것이 바람직하다. 한국 휴대폰이나 한국 음식이 중국에서 인기 있는 이유는 제품과 서비스의 질이 높기 때문이다. 따라서 한류 현상은 제품의 홍보 차원에서 고려될 수 있는 사안이고, 실제 판매는 제품의 질과 지금까지 축적해온 대중 비즈니스경험이 좌우한다.

한류가 한국 문화산업의 중국 진출을 확대하는데 일조할 수는 있겠지만, 전체 대

13) [특파원 칼럼] 동북아의 '반한류(反韓流)' 분위기, <조선일보>, 2005년 10월 11일자

14) 오르테가 y 가세트, 「대중의 반역」, 사회사상연구회 옮김, 한마음사, 1987, 169쪽

중교역과 투자에 미치는 영향은 미미하며 직접적인 제품 판매보다는 이미지 개선 등 간접적인 효과가 클 것이라는 의견이 지배적이다. 장기적으로는 제품의 경쟁력을 높이고, 중국 각 지역에 대해 구체적이고 차별화 된 마케팅을 강화하는 등 기존의 경영, 산업 전략을 더 한층 강화하는 것이 더 중요하다

한국어에 대한 학습은 영화나 드라마를 보기 위한 언어 습득이다. 또한 영화나 드라마 속 장소와 인물과의 커뮤니케이션 수단 즉, 교감 수단을 취득하려는 것이다. 따라서 이는 대중 문화 콘텐츠의 여부에 따라 결정되는 것이다. 콘텐츠가 지속적으로 확보되는 한에서만 학습행위가 지속될 가능성이 크다.

4. 정책의 흐름과 처방

한국정부는 문화적 접근, 산업적 접근을 동시에 시도해 왔다. 문화적 접근을 한류를 통해 동북아 문화권의 중심에 한국을 내세우고자 하는 것이며 동북아 문화권의 형성은 단순한 문화차원이 아니라 산업적 이익으로 끌어 올리는데 목적이 있다. 이를 위해 민간 차원의 교류 네트워크를 강화하고 이를 지원한다는 계획이다.

산업적 차원에서는 유기적인 분담을 강조하고 있다. 정부는 정보인프라를 구축하고 기술개발과 인력 양성을 담당하며 업계는 다양한 콘텐츠 제작을 강조한다. 민간 단체는 국제교류협력을 통한 신뢰감을 중점에 둔다. 또한 불법 복제와 해외 수출 강화 등에 무게를 두고 있다.

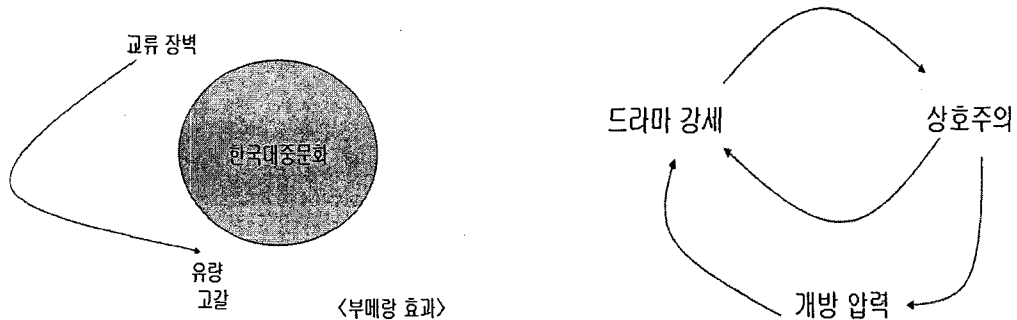
2001년 이후 문화관광부는 북경 상해 등 해외 거점도시에 한국 대중문화를 소개하는 '한류 체험관'을 설치하여서 현지의 한류 열풍을 직접적 지원하겠다는 계획을 추진했다. 한류 확산 거점으로 세계 15개 도시에 '코리아 플라자(Korea Plaza)'를 만들어 '한(韓) 브랜드'를 심어가겠다는 구상이다. 한국어 한식 한복 한지 한옥 한국학 등이 한류의 지속·확산을 위한 추진전략이다. 이른바 「문화산업교류협력센터」는 현지 정부, 학계, 업계 등 관련인사와 인적네트워크를 구축하고, 한국 문화 체험관 운영, 현지 진출기업의 애로사항 지원, 현지 시장동향 정보 제공 등의 역할을 한다. 현지 문화산업단체와 협력 가능한 문화산업 분야를 발굴하여 MOU를 체결하는 등 문화교류 종합기능을 수행하게 된다.

동북아 원형적 소재 개발과 상호교류, 공동 제작 환경의 구축은 적절한 방향이라고 할 수 있다. 하지만 실질적으로 동아시아 각 민족과 국가의 문화를 어떻게 받아들일 것인가에 대한 방안은 간과되고 있다. 한류 체험관이나 센터는 구축하고 있지만 국내에 동아시아 각국의 문화를 체험할 수 있는 곳은 만들지 않고 있다. 이럴 경우에는 상대국가에 대한 반작용을 불러일으킬 가능성이 크다. 동아시아의 저량, 유량의 요소들을 어떻게 한국문화에 반영할 것인가를 모색하지 않는다면 반감이나 저항에 빠질 수밖에 없다.

상대 국가들을 시장의 관점에서 보는 관점이 강화하는 것은 문화교류의 추상성이다. 이런 차원에서 우선 민간 교류 분야에는 주체가 매우 불분명하다는 점이 눈에 띈다. 명목상으로는 문화 교류를 강화한다고 하지만 수출진흥 정책에 초점을 맞추고 있다. 이 때문에 한류의 지지기반으로 작용할 수 있을지 의문이다. 더구나 대중

문화에 대한 교류나 지원보다는 일반적인 한국 문화의 전파에 치중하고 있다. 무엇보다 한류는 대중문화적인 특징이 매우 강함에도 정부의 정책에는 대중문화를 전반에 드러내고 있지 않다.

반면, 일본 정부는 한류 붐에 맞춰 콘텐츠 진흥 정책을 강화하고 있는데 일본은 한국보다 매우 유리한 점을 가지고 있다. 한국 드라마 유통에 제도적인 진입장벽이 전혀 없다. 그러나 한국은 지상파TV에서 일본 드라마를 볼 수 없는 상황이다. 한국의 진입장벽이 오히려 스스로 벽이 되고 있는 것이다.



이러한 개방적인 자세를 바탕으로 일본은 2004년 6월에 정부 차원의 콘텐츠 진흥을 규정한 '콘텐츠 진흥법'을 만들었고, 일본경제단체연합회는 산하에 일본 방송영상산업을 진흥하기 위한 '영상산업진흥기구'를 출범시켰다. 일본은 정부와 민간이 '일류'의 확대와 지속을 위한 강력한 진흥정책 드라이브를 걸고 있다.

요컨대, 한편 한류 특수는 일본 내에서 상호주의적인 입장을 강화시켜 한국 방송 개방정책 입지를 좁히고 있다.

최근 중국의 화류화 움직임에도 주목할 필요가 있다. 아시아 각국의 스타를 불러와 상대 국가에 친화력을 지니고 중국 문화를 중심에 둔 작품들에 출연시키고 있다. 이러한 작품들이 성공할수록 화류를 일으키게 된다. 그러나 한국은 이러한 작업에 소극적이고 한국 작품에 더 치중하고 있다.

낙후되거나 촌스럽다고 부정적으로 보고 간과 무시하는 것이 아니라 직접적으로 대하고 그것을 바탕으로 동아시아 전체의 문화를 아우르는 자세가 필요한 것이다. 이는 동아시아 문화의 저량을 바탕으로 한국문화에 요구되는 문화의 수용력 포용력의 중요성을 제기하는 것이다.

이러한 차원에서 정책부분에서 주안점을 두어야 하는 것은 다음과 같다.

1)정부의 직접 마케팅이나 홍보보다는 문화교류 활성화 등 간접적인 지원을 유지해야 한다. 코리아 플라자나 문화센터와 같은 적극적인 마케팅이나 지원은 오히려 역작용을 초래한다. 국가교도보가 오히려 한류후퇴보가 된다. 상대국가의 문화정책에 맞는 대응을 유기적으로 모색하는 것이 중요하다.

2)한류상품 자체에 머무는 정책이나 그와 연관된 후광 정책은 지향할 필요가 있다. 경기도의 한류우드의 건설 계획과 같이 생산적인 순환 고리가 아니라 소비적인 차원에만 머무는 한류정책은 문화 저량과 유량에 이어지지 않는다.

3)동아시아 체험관을 넘어서서 동아시아 문화 연구원등 전문적인 문화 연구, 교육

기관이 필요하다.

4)전문적이고 분석적인 문화 연구기관은 순수예술문화 뿐만 아니라 대중문화전반에 대한 문화 저량을 축적하고 이를 산업적인 차원과 문화적인 차원에서 연결시키는 역할이 중요하다. 특히 현재의 대중문화전반에 대한 문화 기호 혹은 내러티브의 상세한 분석 작업과 이의 실용화가 필요하다.

5)동아시아 각국의 추상적인 문화교류 혹은 일회적 행사, 이벤트의 개최가 아니라 국내적 제도화가 필요하다. 상호적 지원이 중요한데 각 나라의 대중 문화 혹은 문화를 체험할 수 있는 공간 확보 지원이 지속적인 공연과 맞물려야 한다.

6)대중문화와 순수예술문화의 연결고리에 대해 주목하고 그 단계적 순환적 성격에 맞는 방안을 모색해야 한다.

7)문화 저량에 주목해야 하므로 동아시아적 가치, 문화에 대한 기초 교육내지는 심화 교육에 집중하며 학술 활동에 대한 지원을 늘리는 가운데 이를 동아시아적 저류와 연결시켜 대중화 하는 작업이 있어야 한다.

5. 소결

1. 한류는 기본적으로 문화 저량을 바탕으로 유량적인 흐름이 나타나는 현상이다. 또한 한류는 대중문화 현상이기 때문에 의미 반복성이 매우 강하다. 이는 고유문화나 고급문화 혹은 독창적인 문화에서 보이는 과잉정보적인 특징과는 거리가 멀다. 따라서 한류의 한국의 고유한 문화 고급문화를 적용하여 전파하려는 것은 현실적으로 어려움이 상당히 많을 수밖에 없다. 한류가 동아시아에서 호응을 받은 이유는 동아시아적 문화 저량에 바탕을 둔 대중문화였기 때문이다. 따라서 추상적인 문화교류를 한류와 관계없을 가능성이 크다. 문화 저량으로 되기 위해서는 매우 많은 시간과 접촉이 필요하다. 단순히 공연문화의 교류나 축제 형식의 이벤트는 더욱 그럴 수 있다. 따라서 대중문화가 동아시아의 문화 저량에 기반을 둔 상태에서 저량을 축적하는 방식을 취하는 것이 바람직할 것이다.

2. 한류 현상을 통해 한국의 독자성이나 고유성에 집착하게 되면 이는 한류에 부정적인 영향을 줄 가능성이 많다. 한류는 분명 한국인에게 자긍심을 주지만 고유성에 대한 집착은 그나마 있던 대중문화의 잡종성을 해치게 되고 폐쇄적으로 만들게 된다. 또한 우월주의에서 동아시아를 주도하려는 행태로 이어질 수 있다. 아울러 일방적인 수출지향적인 한류방출행태가 반복된다. 이는 결과적으로 동아시아의 여러 국가들의 반발을 사게 된다. 이른바 반한류, 혐한류이다. 또한 해당 국가는 규제와 제한책을 더욱 강하게 내세울 수밖에 없다. 일방적인 한국의 태도가 강할수록 상대국의 자국의 경쟁력이나 자생력의 확보에 매진하게 하는 명분이 된다.

특히 일본의 경우에는 일본이 한국 드라마를 모두 흡수할 수 있는 반면에 한국은 제한되어 있다. 따라서 이는 곧 한국드라마가 일본드라마에 포섭되는 것을 말한다. 최근의 한국 드라마 '봄의 왈츠'가 일본의 OEM방식으로 제작된 것은 불길한 전조로 읽힌다. 한국의 경우에는 일본에 대한 장벽이 오히려 안에 갇히는 벽이 될 수도 있다. 따라서 정부정책은 어떻게 동아시아 문화를 포용할 것인가에 국내에서 제

도적으로 구체적이어야 한다.

3. 한국 대중 문화가 한류문화로 동아시아의 주목을 받은 것은 독자성을 고집해서가 아니다. 일본, 미국의 기법이라는 유량을 받아들여 동아시아적 문화 저량에 접목시켰기 때문이다. 이 때문에 과연 동아시아의 저량이 무엇인가에 대해서 더욱 세밀하게 분석하는 작업이 우선이다. 거꾸로 단순히 기법이나 새로운 테크놀로지를 차용하는 수준에서 한류를 지속할 수 없으며 대중 문화 콘텐츠는 주목받을 수 없다. 무엇보다 중요한 것은 문화적 저량은 유량에 따라 그 수준이 오르내린다는 점이다. 따라서 그 수준에 따라 호소력을 갖는 작품들은 변하게 된다. 따라서 메시지나 스타일보다 저량의 교감적 피드백이 매우 중요하다.

V. 동아시아 문화권을 넘어서

- 한류(寒流)와 한저(韓貯)의 소통성

쑤꺼(孫歌)는 “우리는 다른 사람의 정치와 문화생활 속으로도 깊이 들어가 내외가 상호작용할 가능성이 있는 문화들을 찾아내어 토론할 때만 아시아 혹은 동아시아가 의미를 진다”고 했다.¹⁵⁾ 이럴 때 사유도 현실의 진정한 상황에 들어가 대면할 수 있기 때문이다.

한국인이라는 생각을 잊을 때 비로소 한국인의 문화가 보인다. 진정으로 자기 문화에 들어가기 원한다면 다른 종류의 문화로 진입하는 시도를 하는 것이 중요하다. 그렇게 할 때 미처 보이지 않던 한국인의 문화가 보이기 시작한다. 예를 들어 한국을 상대화 하여 중국을 하나의 실체로 정합할 때 문화는 명확해진다.

한류를 대하는 한국인들의 시각은 지속적으로 고유성에 대한 집착이었다. 이는 자신의 정체성을 투영시키는데 목적을 두었다. 하지만 문화자체가 고유성을 따지기 이전에 공유, 공감함을 중심에 둔다. 미처 한류를 예측하지 못한 이유는 이러한 고유성에 대한 집착과 문화에 대한 알게 모를 듯이 배어 있는 편견 덕이다.

한류가 동남 아시아에서 신드롬과 같은 현상을 보이자 한국인들에게는 자긍심을 주어 오히려 고유성에 대한 집착을 강화하는 모습으로 나타났다. 이는 일방적인 수출 지향책이나 고유 문화의 전파에 비중을 두는 쪽으로 치중하게 했다. 마치 동아시아의 미래를 한국이 주도해야한다는 강박적 심리도 존재한다. 그것보다 중요한 것은 동아시아적 문화 저량을 중심에 두는 것이다.

백원담은 한류가 1970, 80년대 홍콩과 대만의 문화선풍, 90년대 일본의 일류(日流)와 같이 소멸하는 유행이 되지 않기 더불어 살기, 올바른 공생의 미학의 필요성을 주장했다.

동아시아를 문화시장으로 대상화하는 것이 아니라 공동의 문화생산과 문화교류, 각기 특색있는 문화산업의 발전을 도모하는 다원 공생과 호혜체계로서 해당 국가와 문화협정을 체결하는 등의 ‘한류문화시스템’을 구축해야 한다고 본다.¹⁶⁾ 이는 반도

15) 쑤꺼, 『아시아라는 사유 공간』, 류준필 대담 옮김, 창작과 비평사, 2003, 25-27쪽

체와 문화 상품을 동급으로 볼 수 없는 문화의 특수성 성격 때문이다. 하지만 동아시아에만 머물러 있다면 이것 또한 편협하고 갇힌 자세일 수 있다. 결국에는 동아시아성의 우월성을 내세우면서 배타적인 태도로 문화 소멸의 길에 들어설 수 있기 때문이다.

영국의 한 지역일간지는 '영국인들은 아시아인들이 왜 '가을동화'를 보고 눈물짓는지는 이해하지 못하지만 '대장금'이 얼마나 독특한 작품인지는 이해 한다'고 밝혔다.¹⁷⁾ 이러한 지적은 지금까지의 한류가 동아시아에 머물렀지만 그것을 좀 더 진전시켜 세계성을 확보하는것이 중요함을 일깨운다.

범아시아의 문화적 공감과 상호교류의 중요성도 중요하지만 아시아의 가치를 융합한 콘텐츠를 세계를 겨냥하는 것이 한류의 바람직한 방향이다. 요컨대, 한류가 동질감이 작용 문화권 동아시아 국가들에만 국한되는 현상은 결국 자기-구축적이다.

유량의 관점에서 저장(貯量)의 관점으로 이동할 때 어떻게 하면 한류를 지속시킬 것인가가 아니라 한저를 축적할 것인가가 중요하다. 여기에서 한저는 동아시아성을 포함한 한국문화의 정체성을 의미하고 이는 세계적 보편성과 일치하는 것일수록 바람직하다. 한류에서 한저의 관점으로 이동하는 것도 긴요하고 그것의 상호 인과 관계에 보편적인 관점에서 주목하는 것도 중요하다.

16) 백원담, 『동아시아의 문화선택 한류』, 펜타그램, 2005.

17) 한류열풍 '아시아 넘어 세계로', <스포츠서울>, 2005년 12월 24일자