

말레이시아 청소년과 성인들의 한류 의식 비교 Comparing Malaysian Youths and Adults' toward Hallyu Consciousness

조금주*, 장원호**

상명대학교 교양대학*, 서울시립대학교 도시사회학과**

Kum-Ju Cho(kjcho@smu.ac.kr)*, Won-Ho Jang(wjang@uos.ac.kr)**

요약

말레이시아는 필리핀, 미얀마, 헝가리, 우즈베키스탄 등과 함께 한류성장단계로 분류된다. 성장단계는 한류가 일반인들에게 널리 알려지고 인기가 있으며 일반인 대상으로 한류 관련 상품의 판매가 도입되고 있는 상태를 말한다. 본 연구의 목적은 한류성장단계에 속하는 말레이시아 청소년과 성인들의 한류에 대한 의식을 비교하는데 있다. 이 두집단을 대상으로 FGD(Focus Group Discussion)를 통해 한국에 대한 인상, 다른 문화에 대한 관심과 접촉 경로, 한국 대중문화의 특징, 한류의 성공에 대한 인식, 한류의 문제점, 한류의 극복 과제들에 대해 살펴보았다. 그 결과, 말레이시아인들의 한류에 대한 관심은 성별 및 연령별로 다르게 나타나고 있다. 20대들은 남녀 모두 한류에 대한 비교적 높은 관심을 나타냈으나, 30대 이상에서는 그리 높은 호응도를 보이지는 않았다. 그러나 말레이시아인들은 대체로 외래문화의 수용에 있어서 상당히 개방적인 태도를 보이고 있다. 이는 한류에 대한 견해에서도 그대로 드러나 한국 드라마나 영화, 음악에 대한 배타적 태도보다는 하나의 유행적 흐름으로 파악하고 있다. 따라서 반한류와 같은 배타적 태도를 염려할 필요는 없으나, 한류 영향력을 꾸준히 지켜가지 않고서는 언젠가 타국의 문화로 대체될 가능성을 지니고 있어, 한류의 지속화 방안 모색이 필요하다고 본다.

■ 중심어 : | 말레이시아 청소년 | 말레이시아 성인 | 한류 의식 비교 | 말레이시아에서의 한류 |

Abstract

Hallyu in Malaysia is considered to be in the growth stage as in countries such as Philippine, Myanmar, Hungary, and Uzbekistan. In the growth stage, Hallyu becomes increasingly popular and familiar to the general public and the sales of Hallyu-related products starts to increase. The purpose of this research is to compare how Hallyu is perceived among Malaysian youths and adults. Analysis is carried out using FGD. The two groups are asked about what they think of Korea and the success of Hallyu, how much interest they have in foreign cultures in general, and how they come into contact with them. Based on these results, problems currently facing Hallyu and possible solutions are examined. The analysis shows that the interest in Hallyu among Malaysians varies according to age and gender. Both male and female participants in their 20's have shown a much greater interest in Hallyu than the participants over 30's. But Malaysians are known to be relatively open-minded about accepting foreign cultures, and this is reflected in the current study. They view the popularity of Korean drama, movies, and music as a trend, rather than being intolerant of them. There is no concern for negativity toward Hallyu in Malaysia, but it is likely that Hallyu may be replaced by another foreign culture unless its influence is constantly maintained in the area. Therefore, it is essential to develop measures and models to not only retain, but strengthen Hallyu's influence.

■ keyword : | Malaysia Youths | Malaysia Adults | Comparison for Hallyu Consciousness | Hallyu in Malaysia |

* 본 연구는 2011년도 정부재원(교육과학기술부 사회과학연구지원사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행되었습니다. (NRF-2011-330-B00119)

접수일자 : 2013년 06월 10일

수정일자 : 2013년 08월 06일

심사완료일 : 2013년 08월 13일

교신저자 : 조금주, e-mail : kjcho@smu.ac.kr

I. 서론

1. 연구 목적 및 내용

2000년대를 전후하여 한국의 대중문화가 아시아 나라들에 소개되면서 중국 언론들이 이를 한류(韓流, Korea Wave)라고 칭하면서 한류란 용어는 급속도로 전파되었다. 한류의 영향을 받고 있는 아시아 국가들은 일본, 중국, 대만, 홍콩에 이어 말레이시아, 베트남, 태국, 싱가포르, 필리핀 등을 들 수 있다[1].

글로벌 한류동향에 따르면, 말레이시아는 필리핀, 미얀마, 헝가리, 우즈베키스탄 등과 함께 한류성장단계로 분류된다. 이 보고서는 한류의 동향을 미도입단계, 도입단계, 인지단계, 성장단계, 성숙단계로 나누었는데, 성장단계는 한류가 일반인들에게 널리 알려지고 인기가 있으며 일반인 대상으로 한류 관련 상품의 판매가 도입되고 있는 상태를 말한다[2].

말레이시아와의 수교 50년을 맞은 2010년은 아이돌을 중심으로 말레이시아에서의 한류가 폭발적으로 성장한 시기였으며, 2011년은 한류의 위상을 좀 더 높인 해였다고 할 수 있다. 그러나 계속되는 한류스타의 인기에도 불구하고 문화산업의 판매는 부진한 상황이다. 음반 및 DVD 등의 판매도 미미한 상황이며, 영화, 애니메이션, 캐릭터 산업도 부진한 상황이다[3].

이러한 상황에서 본 논문은 말레이시아에 진출한 문화 산업의 발달 정도를 살펴보고, 대학생과 성인에 걸친 현지인과의 심층토론을 통하여 파악한 한류의 강·약점을 바탕으로 한류의 미래 발전을 위한 방안을 모색하고자 한다.

오늘날 청소년들은 <G 20> 세대로, <G 세대>가 1989년 서울올림픽을 전후로 태어나 세대로면, <G 20>세대는 글로벌 경쟁을 갖추고 세계무대를 지향하는 현재의 청년 세대를 일컫는다. <G 20>세대는 인터넷을 접한 첫 세대로서 인터넷 활용능력이 뛰어나고, 컴퓨터, 휴대폰, 디지털 카메라 등 디지털 문화에 익숙하며, 외국어 구사 능력도 탁월한 세대를 의미한다. 따라서 오늘날 말레이시아 <G 20>세대는 다른 세대와 달리 한류에 대해 어떤 특징을 보이는지 비교, 분석하고자 한다[4].

2. 연구 방법 및 제한점

말레이시아가 지닌 문화적 특수성을 파악하기 위하여 2013년 1월 말레이시아를 방문하여 현지인을 대상으로 FGD(Focus Group Discussion) 조사를 실시하였으며, 한류 분야의 전문가와의 인터뷰를 통해 한류의 영향과 특징을 조사하였다.

FGD는 정량적인 조사 위주로 표본을 선정하고 설문을 구성하는 일반 서베이(survey)와 달리 토론 중심의 진행으로 정성적 자료를 얻는데 중점을 두는 방법이다. 또한 FGD는 타겟이 되는 응답자를 6~8명 내외로 선정하여 사회자의 가이드에 따라 정해진 주제에 대해 토론하고 그 과정을 통해서 필요한 정보나 아이디어를 수집할 수 있는 장점이 있다.

FGD는 여자 대학생 4명, 남자 대학생 4명, 30대 이상 여자 4명, 30대 이상 남자 4명 등 총 16명을 대상으로 실시하였다. 참가자는 현지 파트너의 도움으로 대학생들은 성별, 재학 대학, 학년, 전공 등을 고려하여 추출하였다. 성인집단은 주부, 회사원 등으로 다양하게 구성하였으며, 연령층 또한 30대에서 50대에 이르기까지 고루 선정하였다.

전문가로는 방송국 DJ 1명, 한류에 대해 연구한 교수 1명, 그리고 말레이시아 한국관광공사에서 이벤트를 담당하는 매니저 1명을 대상으로 인터뷰를 실시하였다.

인터뷰는 2시간에서 2시간 반에 걸쳐 진행되었으며, 현지어로의 인터뷰와 기록을 위해 한국어와 말레이시아어 통역자를 통해 실시되었고, 녹취 파일을 재생하여 사용하였다.

FGD 조사는 총 21개의 문항들을 통해 각 국가 내 한류 및 외국대중문화 수용과 관련된 경제적, 사회적, 문화적 요인들에 대한 내용들로 이루어졌다. 질문지는 집단 조사지와 전문가 조사지의 두 종류를 사용하였다. FGD 질문들은 선행 연구 및 관련 자료들을 분석해 만든 질문들을 근간으로 여러 차례에 걸쳐 행해진 연구진들의 검토에 의해 완성되었다.

한편 아시아 최대 쇼핑몰인 Mid Valley를 방문하여 한국 음반 및 잡지 코너를 둘러보고, 한국 식당에 대한 현지인들의 호응도를 살펴보았으며, ABU(Asia-Pacific Broadcasting Union) 기자의 도움을 얻어 말레이시아

국영 방송인 RTM(Radio Televisyen Malaysia) 방문하여 TV 및 Radio에서 한국 드라마 및 음악의 방송 현황 및 앞으로의 전망을 파악하였다.

표 1. 말레이시아 FGD 실시 현황

일시	대상	참가자
1월 25일 (10:00~12:30)	남자 대학생	ENG OO, CHINNAMPAT OO, MO OO, MOHD OO
(13:30~15:30)	30세 이상 여	NORAI DAH OO, JAHARI OO, HABIBAH OO, MAZIAH OO
26일 (12:00~14:30)	여자 대학생	LOW OO, CHAN OO, ESTEE OO, LIEW OO
30일 (10:00~12:30)	988 Radio Station DJ	HAU OO
(16:00~17:30)	University of Malaya, Professor	AZIZAH OO
31일 (11:30~13:30)	30세 이상 남	HUSNIL OO, SHANMU OO, AZIZUL OO, TAN OO
(15:00~16:00)	국영 방송국 RTM 방문	KING OO
(16:30~18:00)	KTO Korea Plaza & Event Manager	

그러나 본 논문에서는 전문가 대상의 FGD를 제외하고, 남녀 청소년과 남녀 성인들의 한류의식 비교에 초점을 두고자 한다. 따라서 여기에서의 청소년이란 대학생들로 10대 후반에서 20대 초반까지를 일컬으며, 이들을 출발로 삼은 것은 30대에서 50대의 연령으로 연속적으로 이어지게 하기 위해서이다. 물론 이들의 응답과정에서는 중고등학교 시절 한류에 대한 생각도 자연스럽게 파악되었다. 따라서 이번 조사에서는 미진학 청소년들은 제외되어 있어, 말레이시아 모든 청소년들로 일반화할 수 없는 제약이 따른다.

II. 이론적 배경

청소년들의 대중문화에 대한 관심은 문화적 지구화로 인해 유입되는 대중문화 텍스트를 지역의 청소년들이 전유하고 지역화하는 과정인 '상상적 이주'라고 볼 수 있으며, 이러한 범주에 속하는 한류는 과거의 전통 문화를 중시여기는 민족주의와 한류를 하나의 상품으로 보는 상업주의의 두 가지 측면을 동시에 지닌다. 또한 한류에 대한 시각은 긍정적 시각과 부정적 시각으로 나누어 볼 수 있다. 한편 자본화 중심주의와 문화적 상대주의의냐에 따라 문화적 수용 태도도 엇갈려 나타날 수

있다[5].

이에 따라 말레이시아 청소년과 성인들은 한류를 어떻게 접하고 있으며, 이들의 반한류의 정도를 파악하고, 한류를 어떠한 수용 태도로 받아들이고 있는지를 살펴보는 것은 앞으로 한류의 발전과 관련해 중요한 점검 과제가 되리라고 본다.

1. 한류의 발전 과정

한류의 발전을 1기(1997년~2000년초), 2기(2000년대 초~중반), 3기(2000년대 중반 이후)로 나누어볼 때, 1기는 생성기로, 2기는 심화기로, 3기는 다양화기로 볼 수 있다. 이러한 시기를 거치는 동안 이전에는 영화, 드라마, 음악, 게임에 국한하던 관심에서 한스타일이나 문화콘텐츠로 넓혀졌고, 아시아 지역에서 일던 한류열풍은 전 세계로 확대되었으며, 주로 중년여성과 10~20대 여성전반과 중년남성층에게서 인기를 끌고 있으며, 진출방식 또한 수출에만 국한하지 않고 현지투자, 공동제작, 인수합병, 연예인 진출로 이루어지고 있다[6].

이러한 변화를 반영하는 취지에서 남녀 대학생 집단 뿐만 아니라 중년의 여성과 남성 집단에 대해서도 FGD를 실시하였다.

2. 반한류의 등장

한류에 대한 관심이 확대되면서 한류 문화에 대한 비판적 시각도 등장하였다. 이는 한국 관련 사건에 대한 즉각적 관심과 보도의 증가로 나타났다. 또 역사적 갈등을 반한류 정서와 연계하여 역사왜곡 관련 정치적 분쟁과정에서 한류를 비난하는 현상을 빚었다.

한편 실제 한류 문화와 관련해 비판적 태도를 취하기도 한다. 한국 드라마 스토리 구조를 비판하기도 하고, 한국의 자국문화 우월주의와 자국 산업 보호 장벽 및 폐쇄적 유통구조에 대해서도 비판적 태도를 취한다[7].

결과적으로 반한류는 한류에 대한 일방적 문화침투에 대한 반감을 나타내는 것이기에 이를 극복할 방안 모색이 필요하다고 본다.

이러한 의미에서 말레이시아에서 반한류 정도를 확인하고, 그 원인을 분석하고자 한다.

3. 말레이시아에서의 한류의 성공 요인 및 장애 요인

한류의 해외수출 통로 및 전략지역을 동남아시아 국가, 즉 ASEAN(Association of Southeast Asian Nations : 태국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 싱가포르, 필리핀, 미얀마, 캄보디아, 브루나이, 라오스)국가에 초점을 맞추는 것은 당연하다. 이들 국가들은 지리적으로 근접해 있고, 사회문화적으로도 유사한 점이 많기 때문에 서구권보다 문화산업의 진출이 용이하기 때문이다. 그러나 보호주의적인 색채가 강하게 남아있는 동남아시아 국가들은 외국인 투자제한, 자국물 의무 편성 규제, 외국방송 재송신 규제, 방송물 내용 규제 등 다양한 통상 장벽도 유지되고 있다[8].

말레이시아는 1998년 통신멀티미디어법(The Communications and Multimedia Act)을 제정하고 통신멀티미디어위원회(MCMC, Malaysian Communications and Multimedia Commission)를 설립하였다.

국영 방송사는 현지 수입 대행업체를 통해, 민영 방송사는 직접 수입한다. 수입 프로그램은 검열 기관인 통신멀티미디어콘텐츠포럼(CMCF)의 사전 검열 후에 방영되며, 자국 프로그램의 보호를 위해 외국 프로그램에 대한 편성 쿼터를 두고 있다[9].

이처럼 미디어산업 규제로 양질의 자국 콘텐츠가 부실한 말레이시아의 경우, 이슬람에 기반을 둔 정치, 문화적 측면에서의 이질화는 한류 확산에 장애요인으로 작용하고 있다. 이슬람의 종교적 신념을 훼손하는 프로그램은 엄격히 제한된다. 예를 들어, 방송 내용 중 음주, 도박, 흡연, 돼지고기 금지, 키스신을 포함한 성적인 장면 금지, 마술, 점성술, 결혼알선업체 출연 금지 등이다.

그러나 불법 복제 콘텐츠의 성행과 이에 대한 단속의 미비는 말레이시아인들에게 한류를 쉽게 접하게 하는 배경이 되고 있다.

더불어 해외문화에 대한 개방성과 함께 상권을 주도하는 화교문화가 수도권에 집중되어 있어 한류의 수요를 확장시켰다[10].

최근 말레이시아에서는 한국 아이돌 그룹을 광고 모델로 자주 등장시키고 있다. 그 이유는 말레이인, 중국 화교, 인도인으로 이루어진 말레이시아에서는 세 에스닉 그룹을 통일한 문화적 도구가 없었는데, 세 그룹이

모두 한류를 좋아하므로 한류 스타를 통한 광고는 바로 그 도구가 된 것이다. 즉 한류를 통해 말레이시아 사람들의 소통이 이루어지고 있는 것이다. 바로 이것이 향후 한류가 나아갈 방향이다[11].

III. 말레이시아와의 교류 현황

1. 한국과 말레이시아의 연도별 출·입국 현황

한류의 영향이 최고점에 이르던 2000년대 중반 말레이시아인의 한국 입국은 최고조에 달했으며, 그 후 다소 줄어들다 2010년 다시 증가 추세를 보였다. 한편 조기유학, 은퇴이민, 신혼여행 및 골프관광 등으로 각광을 받으며 한국인들의 말레이시아 입국도 매년 크게 증가하는 추세이다.

표 2. 한국 - 말레이시아 연도별 출·입국 현황[12]

(단위 : 명)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
말레이인 한국 입국	96,583	89,854	83,049	83,754	80,754	113,675
한국인 말레이 입국	158,177	189,464	224,867	267,461	227,312	242,909

한국관광공사가 한국에 입국한 말레이시아인들의 출입국 목적을 분석한 바에 따르면 관광목적이 대다수를 차지하고 있음을 알 수 있다.

표 3. 말레이시아인들의 연도별 한국 출입국 목적 현황[13]

(단위 : 명)

	관광	상용(일상)	공용	기타	계
2007.12	11,767	40	3	1,624	13,445
2008.12	12,066	26	10	1,551	13,661
2009.12	13,550	57	2	1,152	14,773
2010.12	20,776	69	7	1,724	22,607
2011.12	22,588	58	1	1,655	24,333
2012.12	24,763	65	1	1,358	26,221

관광객 통계를 보면 말레이시아를 방문한 한국관광객은 2011년에 비해 12% 정도 증가한데 비해, 한국을 방문한 말레이시아 관광객은 50% 증가해 큰 성장을 보이고 있다. 말레이시아인들에게 한국은 가보고 싶은 나라로 꼽히고 있기 때문이다.

실제 한국여행을 가기 위한 계획을 세우고 한국어를 배우는 말레이시아인들이 늘고 있다.

2. 말레이시아에서의 문화 산업

말레이시아와 한국의 창작물 수출액은 해마다 늘고 있으나 말레이시아에 비해 한국의 수출액이 더 높은 편이다.

표 4. 말레이시아와 한국의 창작물 수출[14]

(단위 : USD)

년도	말레이시아	한국
2002	1,851	3,243
2003	1,934	3,877
2004	2,459	3,765
2005	2,702	3,665
2006	3,022	3,773
2007	3,570	3,585
2008	3,524	4,272

그러나 말레이시아에서의 아시아 지역 국가별 콘텐츠시장 규모는 2007년부터 올해 2013년까지 꾸준히 증가하고 있다.

표 5. 아시아지역 국가별 콘텐츠시장 규모[15]

(단위 : 십억 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
말레이시아	4.2	4.7	5.1	5.6	6.0	6.5	7.1

정보통신정책연구원이 2012년 아시아 주요 8개국을 대상으로 한국 문화 콘텐츠 관심 분야의 비율을 살펴본 결과, 가장 관심 분야는 한국 드라마였으며, 그 다음이 K-POP, 한국 영화, 한식, 전통문화, 게임, 패션, 애니메이션 등의 순서로 나타났다.

표 6. 말레이시아인들의 한국문화 콘텐츠 관심 분야[16]

지역	한국 드라마	K-pop 콘서트 포함	한국 영화	한식	전통 문화	게임	패션	애니메이션/만화	뮤지컬/오페라 등 공연	한국어(한글)	기타	관심 없음	계
말레이시아(N=1,000)	31.3	15.1	13.6	10.2	3.1	3.1	1.8	1.6	1.4	1.1	0.6	16.9	100.0

한편 말레이시아인들이 K-POP을 접속하는 경로는 인터넷 사이트가 가장 많았고, 그 다음이 자국방송 채널을 통한 음악 방송 시청, 다운로드를 통한 음악 방송, 음원 다운로드 받기, 유튜브를 통해서, 한국 사이트에 접속하여 음악방송 보기, 콘서트 등 직접 참여, CD 등 구매, 지인에게 CD 또는 파일 형태로 대여 등의 순으로 나타났다.

표 7. K-POP 주요 접촉 경로 (중복 응답)[17]

(단위 : %)

지역	말레이시아 (N=269)
자국 인터넷 사이트에 접속하여 음악방송보기	72.1
자국방송 채널을 통한 음악 방송 시청	68.1
다운로드한 음악 방송 시청	47.0
음원(MP3파일 등) 다운로드 받아 듣기	43.1
유튜브를 통해 음악방송 또는 뮤직비디오 보기	37.9
한국 사이트에 접속하여 음악방송 보기	29.4
콘서트, 사인회, 쇼케이스 등에 직접 참여	21.5
CD/DVD/비디오 대여 또는 구매	20.8
친구, 가족 등 지인에게서 CD 또는 파일형태로 무료 대여	12.7
기타	5.0
아직 직접 보지 못했음	0.6

2.1 방송 산업

말레이시아에서는 8TV와 NTV7과 같은 민영과 국영을 통한 공중파, Astro나 KBSW 등의 위성채널 등을 통해 한국의 방송 프로그램을 방영하고 있다. 이 가운데는 유료채널도 많아 말레이시아 유료 방송사들이 말

레이시아인들이 좋아하는 한국의 방송 프로그램을 비용을 부담하면서도 수입하고 있음을 알 수 있다.

이밖에도 Astro Disney Junior 채널을 통해 ‘뽀로로와 친구들’, ‘선물공룡 디보’가 매일 방영되고 있다.

2.2 음악 산업

최근 동아시아 지역을 중심으로 초기 한류를 이끌었던 드라마의 인기를 K-POP이 대체하면서 대중음악인 K-POP이 주도하는 소위 신한류에 대한 언론의 관심이 높아지고 있다[18].

이러한 분위기속에 한류열풍 가운데 단연 으뜸으로 관심을 모으는 부분은 가수들의 공연이나 이들 음반에 대한 관심이다. 이러한 상황 속에 2012년 한 해 동안만 보더라도 많은 한국 아이돌 가수들의 공연이 이루어졌고, 이들에 대해 말레이시아 청소년들은 열렬히 환호했다.

2.3 공연 및 전시 산업

2012년 한 해 동안 음악을 제외하고도 말레이시아에서는 한국과 관련하여 많은 공연과 전시들이 열렸다. 전시들은 주로 한국 상품 판매를 위한 산업과 관련한 것이다.

IV. 말레이시아에서의 FGD(Focus Group Discussion) 실시 결과

1. FGD 실시 내용

1.1 말레이시아인들의 한국에 대한 인식 및 인상

말레이시아인들은 대학생과 성인 모두 한국에 대해 성실하고 발전한 나라이며, 교육열도 높고 독특한 문화를 가진 아름다운 나라라고 생각하는 것으로 나타났다.

“...스타일리쉬하고, 교육열일 높은 것 같다...”

(CHINNAMPAT ○○, 남자 대학생, 22세).

“...매력적이고 독특한 문화를 가지고 있다...”

(LOW ○○, 여자 대학생, 23세)

“...국민들이 열심히 일하고 발전한 나라라고...”

(TAN ○○, 남자 성인, 54세)

1.2 다른 나라 문화에 대한 관심

한국의 대중문화 외에 다른 나라의 문화가운데 관심 있는 나라를 묻는 질문에 남자 대학생들중 한명은 대만, 나머지 세 명은 인도네시아를 들었다. 여자 대학생들중 한명은 대만을, 나머지 세 명은 일본을 들어 성별로 차이를 보였다.

한편 성인 남자들은 홍콩을 들었고, 성인 여자들은 인도네시아, 필리핀을 들었다.

따라서 말레이시아인들은 문화가 거의 같은 인도네시아, 그리고 중화권인 홍콩과 대만의 문화에 관심을 나타냈다.

1.3 한류 문화에 대한 접촉 경로

대학생들과 성인남자는 서양영화에 비해 감정을 잘 표현하는 것 같아 자주 본다고 응답했으며, CD나 DVD, 인터넷을 통해 관람하는 것으로 나타났다. 반면 성인여자들은 한국영화를 거의 보지 않는다고 응답했다.

“...서양영화에 비해 감정을 잘 표현하는 것 같아서...”

(ENG ○○, 남자 대학생, 22세)

“...1년에 10편정도. 인터넷이나 YouTube...”

(CHINNAMPAT ○○, 남자 대학생, 22세)

“...CD나 DVD 통해서...” (LOW ○○, 여자 대학생, 23세)

“...TV나 인터넷...” (ESTEE ○○, 여자 대학생, 21세),

(LIEW ○○, 여자 대학생, 23세)

“...CD나 DVD 통해서...”(SHANMUGAN ○○, 남자 성인, 48세)

드라마의 경우에는 성인 여자들은 주로 TV를 통해서 보는 것으로 나타났으나, 대학생과 성인 남자들은 TV 외에도 노트북을 통해 인터넷으로 시청하는 것으로 나타났다.

“...공영TV나 KBS 월드(스포츠, 영화 채널과 패키지)로 통해서...” (MO ○○, 남자 대학생, 21세)

“...인터넷이나 TV...” (LOW ○○, 여자 대학생, 23세),

(CHAN ○○, 여자 대학생, 25세), (LIEW ○○, 여자 대학생, 23세)

"...TV나 노트북 통해..." (AZIZUL ○○, 남자 성인, 31세)

"...TV통해서..." (TAHARI ○○, 여자 성인, 50세), (HABIBAH ○○, 여자 성인, 46세), (MAZIAH ○○, 여자 성인, 55세)

음악의 경우에는 대학생들은 인터넷이나 유튜브를 통해서 듣는다고 응답한 반면 성인들은 주로 TV를 통해서 듣는다고 응답해 세대별 차이를 나타냈다.

"...인터넷에서 다운받아서..." (CHINNAMPAT ○○, 남자 대학생, 22세)

"... 가격이 비싸 공연은 가본 적 없다..." (MO ○○, 남자 대학생, 21세)

"...인터넷이나 YouTube..." (ESTEE ○○, 여자 대학생, 21세)

"...TV 통해서..." (HUSNIL ○○, 남자 성인, 55세), TAN ○○, 남자 성인, 54세)

"...TV 통해서..." (HUSNIL ○○, 남자 성인, 55세), (SHANMUGAN ○○, 남자 성인, 48세), (AZIZUL ○○, 남자 성인, 31세), (TAN ○○, 남자 성인, 54세)

1.4 한국 대중문화의 특징

한국 대중문화의 특징에 대해 노래와 춤을 쉽게 따라할 수 있으며, 매우 스타일리쉬하고 매력적이라고 느끼고 있는 것으로 나타났다.

"...한국의 노래와 춤은 쉽게 따라..." (ENG ○○, 남자 대학생, 22세)

"...패션 감각이 현대적이고 매력적..." (ESTEE ○○, 여자 대학생, 21세)

"...한국문화는 매력적...기획사 훈련이 돋보인다..." (LIEW ○○, 여자 대학생, 23세)

"...한국 문화 우리 세대가 따라 하기에 너무 빠르다..." (HUSNIL ○○, 남자 성인, 55세)

"...한국 연예인들이 옷차림같은게 더 모던하고 매력..." (SHANMUGAN ○○, 남자 성인, 48세)

"...한국의 패션 스타일이 발달되어 더 스타일리쉬..."

(MAZIAH ○○, 여자 성인, 55세)

1.5 한류의 성공에 대한 인식 및 이유, 영향

한류의 성공 요인으로는 트렌디한 패션과 감각, 짜임새있는 스토리를 들었으며, 이러한 요소는 말레이시아 영화발전에도 도움을 주고 있다는 반응을 보였다.

"...패션도 따라하고, ...말레이시아 드라마도 한국스토리처럼 구성..." (MOHD ○○, 남자 대학생, 21세)

"...한국의 패션, 트렌드 스타일따라 하고..." (CHAN ○○, 여자 대학생, 25세)

"...패션이나 공연을 통해 청소년들이 모방...한국에 대해 더 알고 싶어..." (TAN ○○, 남자 성인, 54세)

"...말레이시아 영화 산업에 도움이..." (HABIBAH ○○, 여자 성인, 46세)

1.6 한류의 문제점

말레이시아인들은 한류로 인해 가수를 비롯 연예인 등이 잊혀져가고 있으며, 청소년들은 한류를 따라하므로써 자국 문화도 쇠퇴하여 결국 말레이시아 산업이 후퇴하게 할 것임을 문제로 지적하였다.

"...말레이시아 산업이 후퇴하고...말레이시아 가수들도 잊혀지고..." (SHANMUGAN ○○, 남자 성인, 48세)

"...여자들이 너무 한국 스타일을 따라 해서 남자들은 싫어한다..." (MO ○○, 남자 대학생, 21세)

"...말레이시아 문화를 잊게 될 것이다..." (CHAN ○○, 여자 대학생, 25세)

"... 드라마 내용이 비슷해 지루하고, 아이돌 이미지도 비슷..." (ESTEE ○○, 여자 대학생, 21세)

"...말레이시아 고유문화를 잃어버릴 수 있다..." (AZIZUL ○○, 남자 성인, 31세)

"...학생들이 무조건 따라하고, ...말레이시아 문화가 사라진다..." (MAZIAH ○○, 여자 성인, 55세)

그러나 한류도 하나의 유행처럼 지나가는 것이라 그리 크게 문제될 것은 없다는 반응을 보여 반한류나 혐한류의 기류를 보이지는 않았다.

“...유행은 지나가므로 문제나 이슈가 될 게 없다...”
(TAN ○○, 남자 성인, 54세)

2. FGD 실시 결과

말레이시아인들의 한류에 대한 관심은 성별 및 연령별로 다르게 나타나고 있다. 20대들은 남녀 모두 한류에 대한 비교적 높은 관심을 나타냈으나, 30대 이상에서는 그리 높은 호응도를 보이지는 않았다.

그러나 영화, 드라마, 음악 등 한류문화를 접하는 매체는 <G 20>세대 특징답게 성인들이 TV를 이용해 접속하는 것과는 달리 인터넷이나 유튜브 등을 사용하는 경향을 보였다.

말레이시아는 유럽의 세력 판도에 따라 16세기 초에는 포르투갈에 이어 또 다시 100여년을 네덜란드, 1800년대 초에는 뒤늦게 식민지 경쟁에 뛰어들어 영국의 식민지였다. 제2차 세계대전 중에는 3년간 일본에 점령당하기도 하였다. 그럼에도 불구하고 말레이시아인들은 이들 나라들에 대한 증오보다는 관대함을 보이며, 특히 영국에 대해서는 모방의 태도를 취하고 있다.

말레이시아는 다민족 국가로 말레이(51%), 중국계(24%), 인도계(8%) 및 유럽계로 구성되어 있고, 말레이인들은 대부분이 이슬람교를, 중국계는 불교, 인도계는 힌두교를 종교로 삼고 있다. 이러한 다양한 인종 및 종교의 구성은 말레이시아인들에게는 갈등보다는 다양성의 공존으로 자리하고 있다.

이러한 역사, 인종, 종교적 영향 하에 말레이시아인들은 외래문화의 수용에 있어서도 상당히 개방적인 태도를 보이고 있다. 이는 한류에 대한 견해에서도 그대로 드러나 한국 드라마나 영화, 음악에 대한 배타적 태도보다는 하나의 유행적 흐름으로 파악하고 있다.

따라서 반한류와 같은 배타적 태도를 염려할 필요는 없으나, 한류 영향력을 꾸준히 지켜가지 않고서는 언젠가는 타국의 문화로 대체될 가능성을 지니고 있다.

V. 한류 극복 과제 및 나아가야 할 방향

한류열풍만큼이나 근래 들어 아시아에 대한 연구에

서 한국이 차지하는 비중은 점차 커지고 있다. 이러한 시대적 흐름 하에 2012년 베트남 하노이에서 “Korean Studies in Southeast Asia”에 대한 세미나가 개최되었다.

이 세미나에서 말레이시아에서 한국 문화에 대한 연구자로 알려진 Azizah 교수는 “The government and cultural industries : The cases of Korea and Malaysia” 라는 주제의 논문을 발표했다. Azizah 교수는 이 논문에서 한국을 현재 아시아에서 문화산업을 주도하는 국가로 보고, 말레이시아는 향후 그러한 자리를 위해 도약할 나라로 파악하고 있다.

한편 일본, 한국, 홍콩, 대만을 아시아의 호랑이로 보고, 이들 가운데서도 한국의 한류는 문화 콘텐츠 산업으로 인해 경제 성장을 이룩한 좋은 예로 판단하고, 말레이시아도 이와 같은 문화산업의 육성의 힘을 얻을 것을 강조하고 있다[19].

따라서 이미 한류에 열광하고 있는 아시아 각국은 우리나라를 벤치마킹하여 자국의 문화산업을 육성할 것을 강조하고 있는 시점에서, 이들 나라에 추월을 허용하지 않기 위해서는 한류가 하나의 유행문화로 흘러가지 않고 오래도록 유지하기 위한 노력이 필요한 상황이다. 이러한 필요성은 FGD의 결과에서도 뚜렷이 나타난 바 있다.

따라서 말레이시아에서 다음과 같은 방안이 실천될 때 한류가 하나의 짧은 유행문화로서가 아니라 지속가능한 문화로 이어져 갈 수 있을 것이다.

첫째, 한국 드라마와 음악에 의존해 이루고 있는 한류의 좁은 폭에서 벗어나 영화, 음식, 애니메이션 등으로 그 외연을 넓혀가야 할 것이다.

둘째, 한국 드라마의 예에서처럼 진부한 스토리라는 지적이 일고 있어 양질의 문화를 창출할 수 있는 기반 구축이 필요하다고 본다. 이와 관련 인력의 양성과 조직 등 새로운 문화 창출을 위한 역량 강화가 요구된다.

셋째, 한류 수출대상국의 문화적, 사회적 특성보다는 한국 문화상품 수출액 증가에 더 많은 관심을 집중하고 있는 현실에서 상대국인 말레이시아에 대한 역사와 문화에 대한 이해도를 높이지 않고서는 한류의 생명력은 길게 가지 못한 채 외면당하게 될 것이다. 다시 말해 상호보완적 교류로 거듭나야 한다.

넷째, 초기 한류는 방송사 중심으로 이루어져 온 경향이 강했으나, 분야별 침체현상이 보여지는 상황에서, 한류 전파를 위한 종합적 마스터플랜의 마련이 필요하다고 본다. 이러한 마스터플랜에는 민간 기업, 정부 부처 등의 역할과 각 기관의 연계 방안을 단기·중기·장기별로 상세화하여야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 조금주, 장원호, 김익기, "대만과 한국 대학생들의 한류 인식 비교 연구", 청소년학연구, 제20권, 제3호, pp.77-102, 2013.

[2] KOTRA, 글로벌 한류동향, 2011(9).

[3] 한국콘텐츠진흥원, "2011년 대한민국 콘텐츠산업 7개 전망", KOCCA 포커스, 통권1호, pp.3-4, 2011. 2. 15.

[4] 한국문화산업교류재단, 한류동향보고서, 2011.

[5] 조금주, 장원호, 김익기, "대만과 한국 대학생들의 한류 인식 비교 연구", 청소년학연구, 제20권, 제3호, pp.77-102, 2013.

[6] 고정민, "한류지수(KWD)를 통한 한류현황 및 진단", 한국문화산업교류재단한류, 아시아를 넘어 세계로 - 이제는 품격이다, pp.6-7, 2010.

[7] 이윤경, 한류위기...실체는 있는가?, 한국문화산업교류재단한류, 아시아를 넘어 세계로 - 이제는 품격이다, pp.26-27, 2010.

[8] W. H. Jang, I. K. Kim, K. J. Cho, and J. E. Song, "Multi-Dimensional Dynamics of Hallu in the East-Asian Region," Korean Journal of Sociology, 제46권, 제3호, pp.73-92, 2012.

[9] 전용옥, 김성웅, "ASEAN 주요국 방송분야 규제 현황 분석 및 시사점 - 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 태국을 중심으로 -", 초점, 제24권, 제5호, pp.1-25, 2012.

[10] 전용옥, 김성웅, "ASEAN 주요국 방송분야 규제 현황 분석 및 시사점 - 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 태국을 중심으로 -", 초점, 제24권, 제5호,

pp.1-25, 2012.

[11] 임현진, 장원호, "동아시아 대중문화 소비의 새로운 흐름", 동아시아 국제협력과 통합중점연구단 국제컨퍼런스, 서울대 아시아연구소, 2013. 3. 29.

[12] <http://www.visitkorea.or.kr>

[13] 한국관광공사 마케팅본부 관광R&D센터

[14] <http://www.UNCTAD>

[15] <http://www.IFPI>

[16] 정용찬, 2012년 국제 방송시장과 수용자 통계조사 -[제1권] 종합보고서-, 정보통신정책연구원, p.174, 2012.

[17] 정용찬, 2012년 국제 방송시장과 수용자 통계조사 -[제1권] 종합보고서-, 정보통신정책연구원, p.174, 2012.

[18] 이호영, 디지털 한류와 트랜스미디어 시대의 문화정책 방향, 정보통신정책연구원, p.50, 2012.

[19] Azizah Hamzah, Siti Ezaleila Mustafa, and S. H. Kwon, "The government and cultural industries : The cases of Korea and Malaysia," in A new dimension of collaborations beyond a country study, Korean studies association of Southeast Asia, pp.705-725, 2012(8).

저 자 소 개

조금주(Kum-Ju Cho)

정희원



- 1986년 2월 : 상명여자대학교 교육학과(문학사)
- 1988년 2월 : 숙명여자대학교 교육학과(교육학석사)
- 1998년 2월 : 동국대학교 교육학과(교육학박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 상명대학교 교양대학 교수 <관심분야> : 청소년교육, 청소년문화, 청소년정책

장 원 호(Won-Ho Jang)

정회원



- 1984년 2월 : 서울대학교 사회학과(문학사)
- 1992년 8월 : 미국 미주리주립대학교 사회학과(사회학석사)
- 1996년 12월 : 미국 시카고대학교 사회학과(사회학박사)
- 1998년 3월 ~ 현재 : 서울시립대학교 도시사회학과 교수

<관심분야> : 도시문화, 한류, 문화소비